公司代码:605299　　公司简称:舒华体育

舒华体育股份有限公司 2025 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司以未来实施 2025 年年度利润分配方案时股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中累计已回购的股份数量为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元(含税)。本次利润分配不进行公积金转增股本,不进行其他形式利润分配。

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	舒华体育	605299	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	傅建木	江莹
联系地址	泉州台商投资区二路口莲内 188 号舒华二期	泉州台商投资区二路口莲内 188 号舒华二期
电话	0595-86933668	0595-68097629
传真	0595-68097905	0595-68097905
电子信箱	fujm@shuhua.com	jiangy@shuhua.com

2、报告期公司主要业务简介

1、健身器材行业

随着全民健身活动深入推进,我国从体育大国向体育强国稳步迈进,国民经济持续向前发展,居民物质生活水平显著提升,健身消费需求随之转型升级,对产品专业性、安全性、便利性、智能化等要求日益提升。互联网的快速发展不断增强大众健身意识,健身器材消费群体持续扩大,健身人群与行业规模逐步增长,市场份额的持续走高,我国体育产业呈现市场化、大众化的良好发展态势。

与此同时,国家高度重视体育产业及全民健身运动的发展,频繁出台利于健身器材行业发展的各项政策。报告期内,《2025 年群众体育工作要点》《老年人健身器材配置指南(试行)》《关于金融支持体育产业高质量发展的指导意见》等政策相继出台,推动健身器材行业持续保持稳定增长,为提升国民健康水平、促进推动体育产业高质量发展作出更大贡献。

2025 年 2 月 5 日,国家体育总局办公厅印发《2025 年群众体育工作要点》,聚焦提高人民生活品质,完善全民健身公共服务体系。《要点》提出,以推动开展“国球进社区”“国球进公园”活动为牵引,以社区嵌入式场地设施建设为重点,推动全民健身中心、体育公园、多功能运动场等群众身边的场地设施建设,补齐提升城市社区、农村乡镇场地设施短板。研制《国家步道体系建设方案》,加强顶层设计,促进国家步道体系科学规范、健康有序发展,丰富步道类型,增加全民健身场地设施供给。持续推动公共体育场馆免费或低收费开放,采用信息化手段加大开放监督和效果评估力度,确保国家政策落实落地。积极推动各类体育场地设施向社会及重点人群开放,多渠道为广大群众提供就近就便、类型多样的场地设施。

2025 年 3 月 3 日,国家体育总局进一步发布《老年人健身器材配置指南(试行)》。《指南(试行)》围绕心肺类、力量类、平衡类、律动训练类和柔韧拉伸类等功能训练,分别就老年人室外健身器材和室内健身器材,提出具体的适老化要求,引导各地配置适宜老年人使用的健身器材,更好地满足老年人健身需求。同时明确,《指南(试行)》适用于指导社区、长者运动健康之家、社区运动健康中心、全民健身中心、体育公园、老年人活动中心、养老院等公共场所老年人健身器材的配置,所配置器材适用于 60 岁以上、具有自主行为能力,适合体育健身运动的人群。

2025 年 4 月 7 日,商务部等 12 部门发布《促进健康消费专项行动方案》,提出十个方面重点任务,在丰富健身运动消费场景方面,政策提出:支持地方建设体育公园、健身步道、全民健身中心、社会足球场等场地设施,组织实施乡镇街道全民健身场地器材补短板项目。开展社区运动健康中心试点,提供健康测评、健身指导、运动康复等服务。推动各类体育场馆开放共享,鼓励机场、公园、购物中心等引入微型健身房。

2025 年 4 月 11 日,中国人民银行、体育总局、金融监管总局、中国证监会等四部门联合印发《关于金融支持体育产业高质量发展的指导意见》。《意见》指出,要强化体育基础设施建设金融保障,支持体育场馆、体育服务综合体、冰雪运动场地、高质量户外运动目的地等体育基础设施建设和运营,加大体育用品制造业、体育服务业等领域金融供给力度,发挥金融促进体育消费增长功能,支持金融赋能职业体育、冰雪经济发展,提升体育赛事金融服务质效。

2025 年 9 月 4 日,国务院办公厅印发《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》。《意见》首先在总体要求中提出,到 2030 年,培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事,体育产业发展水平大幅跃升,总规模超过 7 万亿元,在构建新发展格局中发挥重要作用。

2025 年 11 月 26 日,国家发展改革委等 6 部门联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》,提出到 2027 年,形成 3 个万亿级消费领域和 10 个千亿级消费热点。在扩大新产品供给方面,休闲和运动产品成为重要的一部分。该方案指出,面向赛事经济、户外经济、冰雪经济等新需求,加强多功能智能化体育健身器材、冰雪和户外运动装备等优质产品供给,发布体育优品推广目录;聚焦山地、水上、冰雪、汽摩、航空等运动热点,支持有条件的地方建设航空飞行营地、特色运动装备器材产业园;支持各地因地制宜建设智慧体育场馆、智能体育公园等。

国家持续出台并实施一系列能够推动体育产业发展的优惠政策,不断加强对体育产业的扶持力度,满足广大人民群众参与体育运动的需求,将为健身器材及健身服务行业带来发展新空间和利好趋势,有利于健身器材行业的市场拓展和壮大。

2、展示架行业

展示架行业的发展主要依赖于零售业的发展需要,特别是以终端实体店形式出现的零售业态对展示架行业的发展起到了重要的推动作用。上世纪,由于货物相对短缺,消费者更注重产品的实用性,我国商品零售行业柜台布置形式较为单一,商品简单陈列,商家不注重产品的展示性。展示架行业具有一定程度的集中度,竞争存在一定的区域性;客户需求变化快,终端店形象换代周期缩短,中高端客户对一站式服务需求增强;供应链快速反应成竞争焦点,能够快速捕捉到顾客的需求,缩短整体的交货提前期。

进入 21 世纪,随着经济的发展,连锁经营的模式得到了广泛推广,市场竞争也进一步加剧,商家逐步意识到终端销售的重要性,特别是近几年,互联网技术的不断进步,线上购物对线下购物形成了一定的冲击,但实体店仍然是消费者接触商品、获得体验感的重要渠道,线下渠道仍具有极强的不可替代性。中国连锁经营协会公布的“2024 年中国连锁 Top100”显示,2024 年,连锁 Top100 企业销售规模为 2.13 万亿元,门店总数 25.72 万个,分别比上年的连锁 Top100 增长 4.9% 和 13.5%。

伴随着零售行业的发展以及商家及消费者对商品陈列的关注度提升,展架行业迎来更加多元化的消费需求,具有广阔的发展前景。

公司是国内领先的科学运动服务商,秉承“让简单运动融入每个人的生活”的使命,以“科学运动”为品牌定位,致力于为家用、商用、户外等场景提供专业、智能的健身解决方案,产品涵盖家庭健身、商用健身、全民健身、体能训练、校园体育、康养健身六大解决方案和舒华健身服务、培训服务、商业空间道具等领域。作为一家集产品研发、生产制造、营销推广、品牌运作于一体的规模化的制造类企业,公司不仅为家庭用户、政府及企事业单位等提供健身器材,还为众多知名品牌企业提供展示架等产品,是国内最具实力的健身器材和展示架制造企业之一。

公司产品主要分为健身器材和展示架。其中,健身器材主要分为室内健身器材和室外路径产品,具体如下表所示:

产品类别	细分品类	特点
健身器材	室内健身器材	室内健身器材是指在健身俱乐部、酒店、家庭等室内场所设置的健身器材,主要包括跑步机、健身车、力量器械、倒立机等。报告期内公司室内健身器材主要客户为境内外企业客户及个人消费者等。
	室外路径产品	室外路径产品是指在社区、公园等公共场合设置的,供民众健身娱乐使用的体育器械及体育场馆设施,主要面向政府及企事业单位等全民健身采购类客户。报告期内,公司的室外路径产品的主要客户为各地体育局及企事业单位。
展示架		展示架产品主要是为安踏体育、特步、阿迪达斯体育(中国)有限公司等运动鞋服品牌企业提供的商品展示道具,用于其终端零售实体店商品的摆放展示,包括靠墙、挂具、中岛、展台及配套等多个系列。

公司具备独立的研发、采购、生产和销售体系,能够根据市场需求和公司自身状况等灵活开展经营活动。各业务环节主要模式如下:

1、采购模式

公司制定了《采购管理制度》《供应商管理制度》及《器材项目采购作业管理规定》《展架采购作业管理规定》等一系列严格的采购管理制度,对采购过程进行有效管理和规范,加强内部采购流程管控和对供应商的考核评估,以确保和提高原材料的采购质量、控制采购成本、保证供货的及时性,建立稳定的采购体系。

2、生产模式

公司主要产品为健身器材及展示架产品,公司各类产品通过不同模式进行生产,具体如下表所示:

产品类型	细分品类	生产模式
健身器材	室内健身器材	库存式生产:公司业务部门根据历史的销售记录以及市场情况进行销售预测,并将预测数下达生产部门进行生产,公司保证一定的库存量。
	室外路径产品	以销定产:公司生产管理部根据销售订单将其转换成物料需求计划及生产计划,并对销售订单的数量与交货期进行评审,以满足交货期。
展示架		以销定产:展架事业中心生产管理部根据销售订单将其转换成物料需求计划及生产计划,并对销售订单的数量与交货期进行评审,以满足交货期。

3、主要销售模式

公司各类产品通过不同的渠道和模式进行销售,线下公司主要通过经销和直销模式,线上公司主要通过天猫及淘宝、京东等电商渠道。

(1)公司与经销商的合作模式

公司与经销商每年度签订《销售合同书》,合同中约定公司对经销商的销售方式为买断式销售并由经销商负责产品运输,并对品牌形象维护、门店人员配置、价格政策、售后服务等作出明确要求。

公司对经销商采用统一的《经销商供价明细表》,但根据不同经销商的目标业务量完成情况对部分商品的价格做适当调整。报告期内,公司主要经销商保持稳定。截至报告期末,公司拥有 300 余家经销商,经销商以专卖店、购物中心中设立店中店等多种形式覆盖各级市场。

(2)公司电商销售渠道

公司主要通过天猫、淘宝、京东、唯品会等平台销售健身器材。从销量情况看,电商渠道主要销售的是室内健身器材,室外路径产品销售较少。

(3)政府采购业务的销售模式

公司面向体育局、政府部门及企事业单位等采购类客户,主要销售室外路径产品,即在社区、公园等公共场合设置的,供民众健身娱乐使用的体育器械;此外,随着“百姓健身房”、“智慧社区健身中心”等项目的建设,政府采购项目中室内健身器材产品的采购占比逐年上升。公司的政府订单主要通过各地体育局等政府单位的招标采购程序进行,未达到当地政府招标限额标准的项目则通过竞争性磋商或竞争性谈判等法律允许的方式进行。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	2,036,122,189.01	2,025,536,312.37	0.52	1,965,245,955.29
归属于上市公司股东的净资产	1,274,479,544.07	1,282,544,804.67	-0.63	1,316,534,360.24
营业收入	1,566,259,241.04	1,417,094,638.60	10.53	1,422,270,424.47
利润总额	111,284,729.67	112,038,074.32	-0.67	166,151,602.73
归属于上市公司股东的净利润	89,210,185.80	90,332,865.91	-1.24	128,970,181.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,870,661.59	69,540,956.53	24.92	115,680,130.15
经营活动产生的现金流量净额	106,815,043.79	109,355,264.67	-2.32	236,280,184.03
加权平均净资产收益率(%)	7.02	7.17	减少 0.15 个百分点	10.11
基本每股收益(元/股)	0.22	0.22	0	0.31
稀释每股收益(元/股)	0.22	0.22	0	0.31

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度(1-3 月份)	第二季度(4-6 月份)	第三季度(7-9 月份)	第四季度(10-12 月份)
营业收入	271,157,632.38	343,230,796.16	393,494,899.11	558,375,914.39
归属于上市公司股东的净利润	7,777,280.58	12,402,239.82	15,375,346.25	53,655,360.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	7,309,465.13	10,237,600.25	15,370,002.36	53,953,593.85
经营活动产生的现金流量净额	-72,521,076.97	16,587,118.39	49,040,589.64	113,708,412.73

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

截至报告期末普通股股东总数(户)	23,573
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	20,851
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
晋江舒华投资发展有限公司	-1,040,000	265,943,760	64.99	0	无	0	境内非国有法人
张维建	0	16,759,567	4.10	0	无	0	境内自然人
张炯鹏	0	14,204,489	3.47	0	无	0	境内自然人
林芝安大投资有限公司	-8,067,300	9,760,361	2.39	0	无	0	境内非国有法人
舒华体育股份有限公司-2024 年员工持股计划	-1,702,926	1,567,215	0.38	0	无	0	其他
UBS AG	1,314,933	1,471,306	0.36	0	无	0	其他
高盛公司有限责任公司	684,385	1,386,073	0.34	0	无	0	其他
BARCLAYS BANK PLC	809,541	1,019,841	0.25	0	无	0	其他
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	-488,580	754,159	0.18	0	无	0	其他
黄雪连	140,500	748,400	0.18	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	关联关系:张维建和张炯鹏为父子关系;张维建系舒华投资的实际控制人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025 年,是舒华体育坚定推进战略转型、朝着更高目标迈进的重要一年。在复杂严峻的全球经济形势下,公司始终坚持稳健经营、稳中求进,聚焦品牌升级、产品技术创新、市场拓展等核心方向,深化产品与市场协同发力,稳步推进全球化布局与服务能力升级。

(1)产品创新双驱动,智慧生态新体验

1)产品迭代提效,技术创新增量

2025 年,公司以市场为导向,以用户为中心,系统性推进研发管理及产品管控变革,实现研发增效与产品增量的双重突破,为公司发展注入强劲动力。

报告期内,公司研发效率显著提升,产品平均开发周期大幅缩短,全年累计上新超 250 个,同时新品贡献率占比同步提升。为精准贴近用户需求,破解用户痛点,公司围绕“优化人体工学、改善品质、提升体验”三大核心方向,持续优化现有产品,完成产品优化设计超 70 项,有效降低产品客诉率,持续提升用户满意度。

在研发效能提升的基础上,公司持续搭建产品矩阵,形成多线增长的良好发展态势。报告期内,公司商用产品同比增长近 40%,其中 V9 商用楼梯机、B8900 商用动感单车等新品贡献亮眼;力量器械亦表现突出,G68 系列年销售量超 40,000 台,88 系列力量器械成功斩获德国 IGR 国际人体工学认证,同比销量增长近 90%。依托深厚的研发技术积淀,公司深度参与新国标起草修订工作,率先通过新国标检测认证,成为行业首批达标标杆企业,为新国标落地实施树立了可借鉴的实践样本。同时,公司户外产品不断拓展,新增 6 个新国标路径系列、5 个运动地面及智慧操场等多个创新品类,进一步丰富产品布局。

2025 年,公司知识产权申报创历史新高,截至报告期末,有效期内专利总计 420 余项,全年新增专利数量近 60 项(其中发明专利 10 余项),专利申请数量同比显著提升,为公司长远发展构筑了坚实的技术壁垒与有力保障。公司高度重视研发基础能力建设与知识产权保护,同时深化产学研协同创新,积极联动优质资源,与北京体育大学、上海体育大学、湖南大学泉州创新研究院等知名高校及科研机构开展深度合作,聚焦新材料测试、产品力学分析等课题联合攻关,加速研发成果的转化与落地应用。

2)构建智慧生态,重塑健身体验

2025 年,公司聚焦行业前沿技术,集中资源开展核心技术攻关,构建领先的 AI 健身体系,打开了从“智能硬件”到“智慧生态”的全新格局。公司成功突破“伺服力量技术”核心壁垒,并在行业内率先集成 AI 大模型的“力量运动处方”功能,通过精准评估为用户生成定制化方案,实现了科学化、个性化的力量训练指导;自主研发 FlexAir 变感跑台、SRC 专利跑姿监测技术等产品与技术,赢得了市场与专业领域的双重认可。

公司以 AI 技术为核心驱动力,推动健身生态全面进阶。将产品接入 Deepseek 大模型,推动 AI 健身助手实现从 V1.0 到 V3.0 的跨越式迭代升级,并相继推出 V10+ 变感跑台跑步机、BioFit 数智力量系列等前沿产品,打造首家 AI 健身房,让技术创新落地用户健身场景,建立全方位 AI 健身体系。2025 年 6 月,舒华 i5 运动处方智能跑步机在第八届中国(上海)国际发明创新展览会上获得金奖;2025 年 12 月,在精炼大会 2025 上,舒华 i5 智能跑步机荣获“年度最佳家用健身产品”,V10+AI 跑步大师斩获“年度最佳商用健身产品”殊荣,充分体现了行业对公司产品体验与专业品质的权威认可,印证了舒华在智能健身领域的领导地位。

报告期内,舒华运动 APP 全年使用人数同比增长超 35%,平均月活跃用户数增幅近 20%,用户粘性与生态价值日益凸显。为持续提升用户运动体验,公司不断优化升级舒华运动 APP,全面覆盖马拉松场景跑、科学运动处方、AI 智能定制计划等多元运动需求场景,让用户运动更便捷、体验更丰富。

(2)全球布局拓新境 渠道赋能铸标杆

1)开拓国际市场,加速全球布局

2025 年,公司坚定推进年初制定的“做世界的舒华”的全球化战略,主动整合线上传播、国际展会、品牌联动与线下场景,构建“四位一体”的出海传播矩阵,持续拓展全球合作网络,强化海外市场本地化运营能力。在深耕亚太市场的基础上,公司顺利完成在西班牙、德国、法国等欧洲重点国家的渠道布局,稳步夯实欧洲本地化运营根基。英国、巴西、澳大利亚等重点市场销量实现翻倍增长,并成功与日本 LifeFit、西班牙 WiFit Gym、墨西哥 Total Fitness、巴西 INOVA Gym 等多家国际连锁健身房达成合作,进一步验证了公司产品在国际成熟市场的核心竞争力。报告期内,公司成功拓展海外客户超 160 个,海外市场覆盖范围持续扩大,品牌影响力与商业转化能力同步提升。

2)深化渠道赋能,打造核心标杆

2025 年,公司聚焦市场拓展核心目标,深化渠道管理与业务模式创新,推动各营销战线协同发力,通过媒体引流、培训赋能、物流协同等多元举措,成功构建线上线下融合、直营与经销协同的立体化营销网络。

公司持续推进经销业务网格化管理,实行专人专岗项目对接机制,依托系统实时同步商机动态及客户信息,形成数据驱动的业务闭环,有效加速项目落地,为市场增量筑牢基础。持续优化经销商网络,延续实施精细化分级管理,实现聚焦突破与激励成长的协同共进。报告期内,公司核心与菁英经销商集聚效应持续增强,销售贡献率稳步提升,资源差异化配置策略成效显著。同时,公司积极推动经销商进行健身连锁 1+1+1 新模式转型升级,借助新模式下大店综合器械加专业教练的全方位服务,帮助经销商构建在 TOB 和高净值客群服务方面的差异化优势。

在核心系统业务方面,公司持续聚焦酒店、校园等重点突破领域,以网格化管理和精细化运作实现精准深耕。报告期内,成功打造中共中央党校、美的上海全球创新中心健身房等标杆项目;酒店领域业绩表现亮眼,重点突破了华住、亚朵、如家等中高端连锁头部品牌,并与青岛尚美、广州希诺、山东莫兰达等区域型酒店集团达成战略合作;校园体育业务方面,2025 年度累计服务本科及高职院校超 250 所,重点突破同济大学、北京大学、中国石油大学等 30 所双一流高校,双一流高校渗透率超 60%。

3)聚焦模式优化,筑牢质量根基

公司持续深化“器械销售 + 健身服务 + 企业服务”的三位一体商业模式,以“有质量的店”为核心推进健身连锁发展,推行“一店五区(零售区 + 健身服务体验区 + 科学运动区 + 接待区 + 办公区)”空间标准,打造高品质健身服务场景,采用直营与加盟相结合的模式,重点打造标杆门店,形成可复制、可推广的城市运营模型。同时加大 AI 技术的研发与应用投入,落地公司首家 AI 智慧健身房,搭配自研的“来一场小程序”,实现了 AI 在健身房内的全面落地应用,为连锁模式规模化拓展提供了坚实的技术支撑与场景范本。2025 年,公司稳中求进,主动调整健身连锁门店开店数量,适度放缓开店节奏,着力提升门店质量,持续优化门店运营结构。截至报告期末,公司拥有健身连锁直营门店 26 家、加盟门店 34 家。

(1)权威认证强根基,品牌焕新拓全球

1)夯实行业地位,深化品牌形象

2025 年,公司持续深耕品牌建设,以权威市场认证夯实行业地位,以专业赛事合作为品牌赋能,全方位提升品牌与市场影响力。

报告期内,公司获得了经尚普咨询集团验证的的四项核心市场地位认证,分别为“畅销 100 个国家及地区,全球销量领先”、“全国高端家用跑步机销量第一”、“全国室外健身器材销量第一”、“A1 运动处方跑步机开创者”,进一步巩固行业领先地位。同时,公司深度联动专业赛事场景,作为 2025“苏超”联赛无锡队赞助商,提供“场地建设 + 训练器材 + 智能化管理”全链条服务;赞助深圳南山马拉松、无锡马拉松等赛事,联合马拉松冠军贾俄仁加,成功塑造了“马拉松跑步机”专业形象,覆盖专业跑马人群百万人,实现品牌传播与市场转化的品效合一。此外,凭借卓越的健身产品和丰富的赛事服务经验,公司成功入驻亚布力运动员酒店以及亚布力雪上运动中心,为专业运动员们提供了专业的体能训练器材,进一步强化品牌在专业场景下的渗透力与影响力。

2)焕新品牌 VIS,赋能全球征程

围绕“做世界的舒华”的战略目标,公司全面推进品牌国际化进程,进行品牌 VIS 全新升级,进一步明晰国际化品牌定位,让品牌形象更具全球辨识度与鲜活度,助力全球化战略落地。

报告期内,公司积极参与德国 FIBO、体博会、中国国际健身展 IWF 等国内外大型展会 20 余场,其中海外参展 16 场,高效搭建全球品牌展示与合作桥梁。通过展会、赛事等核心场景固化品牌执行规范,统一品牌管理与视觉传播标准,确保品牌对外形象的专业度及一致性,持续提升品牌在国际市场的知名度和美誉度,推动公司品牌影响力与商业转化能力同步提升,稳步开启品牌全球化发展新征程。

(4)数智驱动提效能,人才赋能促发展

1)数智平台全面落地,运营响应双提升

2025 年,公司数智化管理取得关键进展,通过多平台协同落地,全面构建起覆盖前端销售、中端供应链及终端服务的全链路数字化管理体系,为精益管理奠定坚实基础。

在营销与客户端,公司上线 CRM 一体化平台,构建覆盖全国经销网络的数字化管理体系,实现渠道管理、商机跟进、订单处理及售后服务的全流程贯通,提升渠道运营与客户服务效率。在供应链与财务端,同步落地供应商协同平台与财务预算管控系统,构建起覆盖供应链协同与财务成本管控的数字化管理体系,进一步强化了运营韧性与精细化管控能力。在业务端,建成一体化健身 SaaS 数字化平台,自主研发并上线“健身数字化管理系统 2.0”,全面覆盖会员、门店、教练、卡种、课程等核心业务模块,实现核心业务数据自主可控与系统功能的快速迭代,为公司高效运营提供有力支撑。

2)科学构建人才体系,人才梯队初步成型

公司立足长远发展,初步建成科学化、系统化的人才管理体系,实现人才管理与数智化转型、战略发展同频共振。

通过引入“潜力 – 绩效”九宫格工具,实现核心人才客观评估与数据化盘点,为人才精准画像、分层分类管理提供科学依据;在关键岗位全面推行“一主一备”继任计划,明确继任标准、储备梯队人才,有效控制人才断层风险;为高潜人才定制个人发展计划的成长路径,形成“测一评一培一用”闭环,加速人才成长与价值释放。一系列人才管理举措,不仅落实公司“飞轮计划”的梯队建设目标,更与流程优化、系统上线形成了有机联动,共同构建了“战略 – 流程 – 系统 – 人才”高效协同的现代化管理体系。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用

证券代码:605299　　证券简称:舒华体育　　公告编号:2026-015

舒华体育股份有限公司关于 2025 年员工持股计划提前终止的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

● 员工持股计划提前终止的原因及后续审批程序

舒华体育股份有限公司(以下简称“公司”)于 2026 年 3 月 9 日召开公司第五届董事会第四次会议,审议通过了《关于提前终止实施 2025 年员工持股计划的议案》,具体事项如下:

一、本员工持股计划基本情况

公司分别于 2025 年 3 月 10 日、2025 年 4 月 2 日召开第四届董事会第十五次会议、2024 年年度股东大会,审议通过《关于公司(2025 年员工持股计划(草案))及摘要的议案》,具体内容详见公司于 2025 年 3 月 12 日在上海证券交易所(www.sse.com.cn)披露的相关公告。

截至本公告披露日,2025 年员工持股计划(以下简称“本员工持股计划”)尚未实施。

二、提前终止实施本员工持股计划情况

(一)终止实施本员工持股计划的原因

根据《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等法律法规、规范性文件,以及《舒华体育股份有限公司 2025 年员工持股计划(草案)》的相关规定,综合考虑员工持股计划参与对象意愿、市场环境以及公司未来发展规划,为更好地维护公司、股东和员工的利益,经慎重考虑,公司决定提前终止实施 2025 年员工持股计划,相关员工持股计划管理办法等文件一并终止。

(二)终止实施本员工持股计划的审批程序

2026 年 3 月 9 日,公司召开董事会薪酬与考核委员会 2026 年第一次会议、第五届董事会第四次会议,审议通过了《关于提前终止实施 2025 年员工持股计划的议案》,同意提前终止实施 2025 年员工持股计划管理办法等文件一并终止。

(二)终止实施本员工持股计划的审批程序

2026 年 3 月 9 日,公司召开董事会薪酬与考核委员会 2026 年第一次会议、第五届董事会第四次会议,审议通过了《关于提前终止实施 2025 年员工持股计划的议案》,同意提前终止实施 2025 年员工持股计划。

根据 2024 年年度股东会审议通过的《关于提请股东大会授权董事会办理公司 2025 年员工持股计划相关事宜的议案》,公司董事会提前终止实施本次员工持股计划已取得公司股东会的授权,无需另行提交股东会审议。

(三)终止实施本员工持股计划的后续安排

根据公司 2025 年员工持股计划的相关规定,经公司第五届董事会第四次会议审议通过,公司 2025 年员工持股计划提前终止实施。若未来条件允许,公司不排除推出新员工持股计划的可能性。

(四)终止实施本员工持股计划的影响

公司提前终止实施 2025 年员工持股计划的事项符合《公司法》《证券法》《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》等相关法律、法规、规范性文件及《舒华体育股份有限公司 2025 年员工持股计划(草案)》等有关规定,不会对公司日常经营产生重大不利影响,亦不存在损害公司及全体股东利益的情形。

三、其他说明

本员工持股计划将严格遵守市场交易规则,遵守关于股票买卖的相关规定。公司将严格按照相关法律法规的规定及时履行信息披露义务。敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

舒华体育股份有限公司董事会

2026 年 3 月 11 日

证券代码:605299　　证券简称:舒华体育　　公告编号:2026-008

舒华体育股份有限公司关于 2025 年度利润分配方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示:

●舒华体育股份有限公司(以下简称“公司”)拟向全体股东每股派发现金红利 0.20 元(含税)。

●本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中累计已回购股份数量为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本扣除回购专用账户中累计已回购股份数量发生变动的,拟维持每股分配利润不变,相应调整分配总额,并将在相关公告中披露。

●公司不触及《上海证券交易所股票上市规则(2025 年 4 月修订)》(以下简称“《股票上市规则》”)第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

●本次利润分配预案已经公司第五届董事会第四次会议审议通过,尚需提交公司股东会审议批准后方可实施。

一、利润分配方案的内容

(一)利润分配方案的具体内容

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2025 年度公司归属于上市公司股东的净利润为 8,921.02 万元。截至 2025 年 12 月 31 日,公司母公司报表中期末未分配利润为人民币 26,091.60 万元。经董事会决议,公司 2025 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中累计已回购的股份数量为基数分配利润。本次利润分配方案如下:

1、公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户的股份数为基数,向全体股东每股派发现金红利 0.20 元(含税)。以公司现有总股本 409,226,523 股,扣除不参与现金分红的公司回购股份 2,152,059 股为基数测算,有权享受本次现金红利的股份数为 407,074,464 股,合计拟派发现金红利 8,141.49 万元(含税)。2025 年度公司现金分红总额 8,141.49 万元,占 2025 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 91.26%。本年度公司不进行公积金转增股本及送股。

2、如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,因可转债转股 / 回购股份 / 股权激励授予股份回购注销 / 重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持每股分配利润不变,相应调整分配总额。如后续总股本发生变化,将另行公告具体调整情况。本次利润分配方案需提交股东会审议。

(二)公司不触及其他风险警示情形说明

项目	2025年度	2024年度	2023年度
现金分红总额(元)	81,414,892.80	82,142,878.00	122,450,700.00
回购注销总额(元)			
归属于上市公司股东的净利润(元)	89,210,185.80	90,332,865.91	128,970,181.90
本年度末母公司报表未分配利润(元)	260,915,990.79		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	286,008,470.80		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)			
最近三个会计年度平均净利润(元)	102,837,744.54		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	286,008,470.80		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额是否低于 5000 万元	否		
现金分红比例(%)	278.12		
现金分红比例是否低于 30%	否		
是否触及《股票上市规则》第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

公司 2023 年度 –2025 年度累计现金分红金额为 286,008,470.80 元,高于最近三个会计年度年均净利润的 30%,因此公司不触及《股票上市规则》第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

二、公司履行的决策程序

公司于 2026 年 3 月 9 日召开第五届董事会第四次会议审议通过了《关于公司 2025 年度利润分配方案的议案》,本方案符合《公司章程》规定的利润分配政策和公司已披露的股东回报规划。此次利润分配方案需提交公司 2025 年年度股东会审议。

三、相关风险提示

本次利润分配方案符合法律法规及相关规则规定,结合了股东利益、公司发展阶段、未来的资金需求等因素,不会对公司每股收益、现金流状况产生重大影响,不会影响公司的正常经营。

本次利润分配方案尚需提交 2025 年年度股东会审议通过后方可实施。敬请广大投资者理性判断,并注意投资风险。

特此公告。

舒华体育股份有限公司董事会

2026 年 3 月 11 日

证券代码:605299　　证券简称:舒华体育　　公告编号:2026-017

舒华体育股份有限公司关于对外捐赠的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

一、对外捐赠情况

舒华体育股份有限公司(以下简称“公司”)于 2026 年 3 月 9 日召开第五届董事会第四次会议,审议通过《关于对外捐赠的议案》。

为切实履行企业的社会责任,积极参加公益慈善事业,公司拟以自有资金向晋江市慈善总会捐赠公益金人民币 1,000 万元,并分期支付。本次捐款将主要用于助医、助体、助学等社会公益活动。实际捐赠项目和捐赠时间结合届时具体情况确认。董事会同意授权公司董事长张维建先生或其授权人士在此范围内根据实际情况具体决定和实施本次捐赠的相关事宜,并签署相关文件。

根据公司章程的相关规定,本次捐赠事项达到董事会审批标准,未达到股东会的审议标准,无需提交股东会审议。本次捐赠不涉及关联交易。

二、捐赠事项对公司的影响

本次对外捐赠的资金来源为公司自有资