



北京必迈体育股份有限公司

Beijing BMAI Sports Co., Ltd.

(北京市朝阳区亮马桥路甲 40 号 1 幢 11 层 1101 号 06)

首次公开发行股票并在主板上市

招股说明书

(申报稿)

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序，本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

 **兴业证券股份有限公司**  
INDUSTRIAL SECURITIES CO., LTD.

(福建省福州市湖东路 268 号)

## 重要声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

## 致投资者的声明

### 一、公司上市的目的

公司是一家运动品牌运营企业，围绕“中国自主知识产权品牌的培育”以及“国际品牌的本土化运营”两大发展主线，运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”，并开展综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区的授权经营业务，业务涵盖产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、销售及品牌运营全链条。近年来，随着居民可支配收入提高、体育运动日益融入日常生活，消费者对运动鞋服产品的功能性和专业性提出了更高要求；同时，跑步运动作为最容易参与的运动方式之一，其参与人群规模持续扩大，为公司业务提供了广阔的成长空间。通过本次上市，公司将借助资本市场的力量，强化品牌建设 with 全渠道营销体系，进一步提升“必迈”及“美津浓”品牌在中国市场的知名度与影响力，深化与境内外优秀品牌的合作，推动公司向多品牌平台型企业的战略目标迈进。

自2013年阿迪达斯推出BOOST中底后，跑步鞋产品的技术迭代开始加速，经历了围绕中底材料、碳板结构及轻量化材料等方面的技术变革，消费者亦对产品的专业性能、科技含量及个性化体验提出了更高要求。未来，公司将加大研发投入，建设集生物力学分析、环境模拟及数字化评估于一体的创新测试中心，深耕材料科学、生物力学及人体工程学等技术领域，完善从设计仿真到赛道实测的研发体系，持续进行产品创新。

上市后，公司将持续完善法人治理结构与内部控制体系，全面提升经营管理效能与抗风险能力。公司将充分利用募集资金推进“品牌建设及营销推广项目”“综合运营服务中心项目”及“智能化产业园建设项目”的建设，实现品牌运营、技术研发、数字化管理与智能制造的深度协同，为公司的长期稳健发展奠定坚实基础，为股东创造持续、丰厚的投资回报。与此同时，公司将积极承担社会责任，助力体育产业高质量发展，实现企业与股东、员工及社会的共赢。

### 二、公司现代企业制度的建立健全情况

公司已经根据《公司法》《证券法》等相关法律法规、规范性文件的要求开展规范运作、建立健全现代企业制度，制定和完善了《公司章程》《股东会议事

规则》《董事会议事规则》等公司治理及内部控制制度，形成了有效的治理体系及内部控制环境，能够保证中小股东充分行使权利，符合法律、法规及中国证监会对上市公司治理的规范要求。

### 三、本次融资的必要性及募集资金使用规划

公司本次公开发行股票所募集资金计划投资于“品牌建设及营销推广项目”“综合运营服务中心项目”和“智能化产业园建设项目”。

“品牌建设及营销推广项目”主要通过“线上推广、门店铺设、私域运营、品牌建设”等领域的投入，进一步完善公司线上线下协同的营销模式。“综合运营服务中心项目”旨在建设集总部管理、产品展示、营销推广、研发创新及数据运营等于一体的综合性基地，解决公司现有办公场所分散、展示空间及研发测试受限等瓶颈问题。“智能化产业园建设项目”将进一步建设完善公司自有的生产基地，增强柔性制造能力。本次募集资金投资项目符合国家有关产业政策和公司发展战略，紧密围绕公司主营业务，有助于公司巩固并提升在运动鞋服行业的市场地位。通过募集资金投资项目的实施，公司可以进一步强化品牌建设与产品创新能力，增强核心竞争力。

### 四、公司持续经营能力及未来发展规划

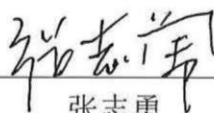
得益于公司创始团队在运动鞋服行业的积淀，以及公司在运动鞋服行业 10 余年的不懈努力，公司已经积累了成熟的产品创新能力、供应链组织能力及品牌运营能力。公司运营的“必迈”及“美津浓”品牌在报告期内的业绩实现了高速增长。报告期内，发行人主营业务收入分别为 106,143.76 万元、150,117.43 万元和 181,635.91 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 8,613.53 万元、13,478.95 万元和 23,266.44 万元，营业收入增长迅速且盈利能力较强，具备良好的持续经营能力。

未来，发行人将持续围绕“中国自主知识产权品牌的培育”以及“国际品牌的本土化运营”两大主线，致力于将自身打造成以产品创新、供应链组织与品牌运营能力为核心竞争力的多品牌平台型企业，并持续为广大运动爱好者及潜在的运动参与者提供可负担的专业运动装备。为此，发行人将建设研发及创新中心，进一步强化材料科技、生物力学结构设计及人体工程学相关的技术储备，夯实技

术护城河；扩大湖南生产基地的产能，进一步提升供应链的灵活响应能力；持续应用自身的品牌运营经验，与更广泛的境内外优秀品牌开展深度合作，持续提升公司的行业地位。

（本页无正文，为《致投资者的声明》之签章页）

公司实际控制人、董事长：

  
\_\_\_\_\_

张志勇



## 发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次股票的发行总量不超过 2,795.26 万股，且不低于本次发行后公司总股本的 25%，本次发行不进行原股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所主板
发行后总股本	不超过 11,181.0345 万股
保荐人、主承销商	兴业证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

## 目 录

重要声明 .....	1
致投资者的声明 .....	2
一、公司上市的目的.....	2
二、公司现代企业制度的建立健全情况.....	2
三、本次融资的必要性及募集资金使用规划.....	3
四、公司持续经营能力及未来发展规划.....	3
发行概况 .....	6
目 录.....	7
第一节 释义 .....	12
一、一般释义.....	12
二、专业释义.....	15
第二节 概览 .....	17
一、重大事项提示.....	17
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	18
三、本次发行概况.....	19
四、发行人主营业务经营情况.....	20
五、发行人板块定位情况.....	22
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标.....	27
七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....	27
八、发行人选择的具体上市标准.....	28
九、发行人公司治理特殊安排.....	28
十、募集资金运用与未来发展规划.....	28
十一、其他对发行人有重大影响的事项.....	29
第三节 风险因素 .....	30
一、与发行人相关的风险.....	30
二、与行业相关的风险.....	32
三、其他风险.....	33
第四节 发行人基本情况 .....	34

一、发行人基本信息.....	34
二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况.....	34
三、发行人设立以来重要事件.....	55
四、发行人股权结构.....	59
五、发行人控股子公司、参股公司基本情况.....	60
六、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况 .....	62
七、发行人特别表决权股份情况.....	64
八、发行人协议控制架构情况.....	65
九、发行人股本有关情况.....	73
十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....	78
十一、董事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属的持股情况.....	82
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年的变动情况.....	83
十三、董事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况.....	83
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....	84
十五、发行人员工情况.....	89
<b>第五节 业务和技术 .....</b>	<b>93</b>
一、发行人主营业务及主要产品的情况.....	93
二、发行人所处行业的基本情况.....	113
三、行业竞争情况.....	133
四、发行人销售情况及主要客户.....	143
五、发行人采购情况和主要供应商.....	147
六、主要固定资产和无形资产情况.....	149
七、发行人拥有的特许经营权情况.....	162
八、发行人授权经营情况.....	162
九、发行人核心技术与研发情况.....	165
十、安全生产及环境保护情况.....	172
十一、境外经营情况.....	175
<b>第六节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>176</b>
一、财务报表.....	176

二、 审计意见及关键审计事项.....	180
三、 财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况.....	181
四、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	182
五、 非经常性损益明细表.....	205
六、 公司适用的主要税种、税率及享受的主要财政税收优惠政策.....	206
七、 发行人主要财务指标.....	208
八、 经营成果分析.....	210
九、 资产质量分析.....	235
十、 偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	246
十一、 重大资本性支出与重大资产业务重组事项.....	256
十二、 资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	256
十三、 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况.....	256
<b>第七节 募集资金运用与未来发展规划 .....</b>	<b>257</b>
一、 本次募集资金运用.....	257
二、 本次募集资金投资项目具体情况.....	259
三、 公司未来发展规划.....	266
<b>第八节 公司治理与独立性 .....</b>	<b>269</b>
一、 报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况.....	269
二、 发行人内部控制情况.....	269
三、 发行人报告期内违法违规情况.....	270
四、 发行人报告期内的资金占用和对外担保情况.....	271
五、 发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	271
六、 同业竞争.....	273
七、 关联方、关联关系和关联交易.....	273
<b>第九节 投资者保护 .....</b>	<b>287</b>
一、 本次发行完成前滚存利润的分配.....	287
二、 本次发行上市前的股利分配政策.....	287
三、 报告期内股利实际分配情况.....	287
四、 本次发行上市后的股利分配政策.....	288
五、 特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....	292

<b>第十节 其他重要事项</b> .....	<b>293</b>
一、重要合同.....	293
二、对外担保情况.....	295
三、重大诉讼或仲裁情况.....	296
<b>第十一节 声明</b> .....	<b>297</b>
一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明.....	297
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	298
三、保荐人（主承销商）声明.....	299
四、保荐人（主承销商）董事长声明.....	300
五、保荐人（主承销商）总经理声明.....	301
六、发行人律师声明.....	302
七、会计师事务所声明.....	303
八、资产评估机构声明.....	304
九、验资机构声明.....	305
<b>第十二节 附件</b> .....	<b>306</b>
一、备查文件.....	306
二、文件查阅时间及地点.....	306
<b>附件一、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况</b> .....	<b>308</b>
一、落实投资者关系管理相关规定的安排.....	308
二、股利分配决策程序.....	308
三、股东投票机制的建立情况.....	309
<b>附件二、与投资者保护相关的承诺、发行人其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项</b> .....	<b>310</b>
一、关于股份锁定的承诺.....	310
二、本次发行前主要股东关于持股及减持意向的承诺.....	314
三、关于稳定股价的措施和承诺.....	317
四、关于股份回购和股份买回的措施和承诺.....	322
五、关于欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺.....	323
六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	323

七、关于利润分配政策的承诺.....	326
八、关于依法承担赔偿责任的承诺.....	326
九、控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺.....	327
十、关于减少和规范关联交易的承诺.....	329
十一、未能履行承诺的约束措施.....	332
十二、关于公司股东信息披露的专项承诺.....	334
<b>附件三、股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明 .....</b>	<b>336</b>
一、股东会、董事会、监事会制度的建立、健全及实际运行情况.....	336
二、独立董事制度的建立健全及运行情况.....	337
三、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	337
<b>附件四、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明 .....</b>	<b>338</b>
<b>附件五、募集资金具体运用情况 .....</b>	<b>339</b>
一、品牌建设及营销推广项目.....	339
二、综合运营服务中心项目.....	340
三、智能化产业园建设项目.....	341
<b>附件六、子公司、参股公司简要情况 .....</b>	<b>343</b>
一、子公司基本情况.....	343
二、报告期内注销的子公司情况.....	354

## 第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列缩略语和术语具有如下含义：

### 一、一般释义

简称	-	释义
发行人、本公司、公司、股份公司、必迈体育、必迈股份	指	北京必迈体育股份有限公司
必迈有限、有限公司	指	北京必迈体育用品有限公司
北京嘉惠盟	指	北京嘉惠盟科技有限公司，于 2016 年 4 月更名为北京必迈体育用品有限公司
Belugaz	指	Belugaz Limited，发行人控股股东
Dong Capital	指	Dong Capital Investment Limited（董氏资本投资有限公司），发行人股东
Winner Hill	指	Winner Hill Investment Limited（凯峰投资有限公司），发行人股东
开曼嘉惠盟	指	JHM Technology Holding Limited，已注销
香港嘉惠盟	指	JHM (Hong Kong) Technology Limited，嘉惠盟（香港）科技有限公司，系开曼嘉惠盟全资子公司，已注销
Lucky Starry	指	Lucky Starry Limited（星运有限公司），已注销
Fill Glory	指	Fill Glory Limited（佩荣有限公司），已注销
Keep Up	指	Keep Up Holdings Limited，已注销
Power Key	指	Power Key Holdings Limited，已注销
Quick Time	指	Quick Time Technology Limited
Perfect Major	指	Perfect Major Limited（美晶有限公司）
Major Goal	指	Major Goal Global Limited
Keen New	指	Keen New Investments Limited（勤新投资有限公司）
甘泉一实	指	宁波梅山保税港区甘泉一实资产管理有限公司，发行人股东
甘泉一佳	指	天津甘泉一佳投资合伙企业（有限合伙）
上海亿丰和	指	上海亿丰和管理咨询合伙企业（有限合伙），发行人股东
青岛高瓴	指	青岛高瓴颂韵企业管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
湖北必迈	指	湖北必迈体育用品有限公司，发行人全资子公司
湖北嘉惠盟	指	湖北嘉惠盟科技有限公司，于 2016 年 7 月更名为湖北必迈体育用品有限公司
北京景卓	指	景卓腾达（北京）网络科技有限公司，发行人全资子公司
杭州景卓	指	杭州景卓嘉壹网络科技有限公司，发行人全资子公司

简称	-	释义
山西小魔仙	指	山西小魔仙网络科技有限公司，发行人全资子公司
山西星屹	指	山西星屹网络科技有限公司，发行人全资子公司
上海美锦	指	上海美锦体育有限公司，发行人全资子公司
上海悦锦	指	上海悦锦体育有限公司，发行人全资子公司
上海美衣锦	指	上海美衣锦体育科技有限公司，发行人全资子公司，于2026年5月更名为上海跃跑体育科技有限公司
上海跃跑	指	上海跃跑体育科技有限公司，发行人全资子公司
宁波美锦	指	宁波美锦体育用品有限公司，发行人全资子公司
重庆美锦	指	重庆美锦体育用品有限公司，发行人全资子公司
南京美锦	指	南京美锦体育用品有限公司，发行人全资子公司
景卓海南	指	景卓腾达（海南）网络科技有限公司，发行人全资子公司
海南必迈	指	海南必迈体育科技有限公司，发行人全资子公司
湖南必迈	指	湖南必迈体育用品有限公司，发行人全资子公司
上海迈津	指	上海迈津管理咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东、持股平台
上海迈跑	指	上海迈跑管理咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东、持股平台
上海迈风	指	上海迈风管理咨询合伙企业（有限合伙），系发行人股东、持股平台
中国动向	指	中国动向（集团）有限公司（香港联交所上市公司，股票代码：3818.HK）
特步国际	指	特步国际控股有限公司（香港联交所上市公司，股票代码：1368.HK）
李宁	指	李宁有限公司（香港联交所上市公司，股票代码：2331.HK）
361度	指	361度国际有限公司（香港联交所上市公司，股票代码：1361.HK）
比音勒芬	指	比音勒芬服饰股份有限公司（深交所上市公司，股票代码：002832.SZ）
洪兴股份	指	广东洪兴实业股份有限公司（深交所上市公司，股票代码：001209.SZ）
嘉曼服饰	指	北京嘉曼服饰股份有限公司（深交所上市公司，股票代码：301276.SZ）
福致科技	指	北京福致科技有限公司
日本美津浓	指	美津浓株式会社
BVI	指	The British Virgin Islands，英属维尔京群岛
WFOE	指	Wholly Foreign Owned Enterprise，外商独资企业
OPCO	指	Operating Company，境内运营实体
京东	指	京东电子商城（www.jd.com）
淘宝	指	淘宝电子商城（www.taobao.com）

简称	-	释义
天猫	指	天猫电子商城（www.tmall.com）
抖音、抖音电商	指	短视频社交软件“抖音 APP”及其“抖音商城”电商平台
得物	指	潮流网购社区“得物 APP”
唯品会	指	唯品会商城（www.vip.com）
永璞咖啡	指	中国新锐精品咖啡品牌
西湖跑山赛	指	中国知名的越野跑赛事之一
Natural Hotel	指	澳大利亚的轻户外设计师品牌
U.Sage	指	美式复古风格服饰品牌
流浪地球	指	《流浪地球》漫画及其相关 IP
Oarism	指	深耕“城市户外”“精致露营”的中国本土户外品牌
Darkrunners	指	中国本土的街头跑步创意团体及时尚品牌
欧睿咨询	指	Euromonitor International，专业的战略市场信息解决方案提供商
海通国际	指	海通国际证券集团有限公司
艾媒咨询	指	iMedia Research，新经济产业第三方数据挖掘和分析机构
民银证券	指	民银证券有限公司
Mordor Intelligence	指	Mordor Intelligence Private Limited，专业的市场调研与顾问咨询公司
弗若斯特沙利文	指	Frost & Sullivan，专业的增长策略咨询与市场调研机构
国信证券	指	国信证券股份有限公司
SUB3 社区	指	Sub-3 Media Ltd，跑步社群网站
巨量算数	指	专业的内容消费趋势洞察机构
RunRepeat	指	专业的跑鞋评测独立媒体/数据平台
股东会	指	北京必迈体育股份有限公司股东会
董事会	指	北京必迈体育股份有限公司董事会
保荐人、主承销商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
立信会计师事务所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京市时代九和律师事务所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《北京必迈体育股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《北京必迈体育股份有限公司章程（草案）》
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会

简称	-	释义
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
报告期、最近三年	指	2023 年度、2024 年度和 2025 年度
元、万元、亿元	指	如无特别说明，指人民币元、人民币万元和人民币亿元

## 二、专业释义

简称	-	释义
品牌运营	指	通过品牌策划、营销推广及宣传推介，以及构建多元销售渠道等方式实现产品销售的综合经营活动
渠道运营	指	为产品构建多元销售渠道，并实现产品销售的经营活动
鞋面	指	由鞋头、鞋舌、后侧板、鞋提及鞋领等部分组成，为脚部提供包裹、透气与保护的部分
中底	指	介于鞋面（或内底/鞋垫）与外底之间的结构，能够吸收跑者落地时的冲击力，并提供回弹能量
外底	指	鞋底结构中最底层、直接与地面接触的部分，为跑者提供必要的摩擦力与耐用性，保障运动过程中的稳定与安全
碳板	指	由碳纤维复合材料制成、通常被镶嵌或夹在跑鞋中底发泡材料之间的一块具有特定弧度的刚性板材，为跑者提供回弹推力
直面消费者、DTC	指	Direct to Consumer，品牌不经过任何传统的中间商，直接将产品和服务销售给终端消费者的商业模式
严肃跑者	指	将跑步融入生活，具备长期的系统训练计划与科学恢复意识，习惯根据不同训练场景搭配专业装备，并追求不断突破个人纪录的跑者
私域	指	指企业或个人自主拥有的、能够以较低成本反复触达的用户群体及相应渠道。
马拉松	指	一种长距离跑项目，其标准距离为 42.195 公里，分为全程马拉松、半程马拉松等不同等级，是国际上普及程度最高的耐力型田径比赛项目之一
复古风	指	Retro Style，一种采用现代工艺生产，但设计灵感和元素来源于过去某一时期的时尚风格
货架电商	指	基于“人找货”逻辑的传统电子商务模式，通过模拟线下超市货架的陈列方式，以搜索和分类导航为核心路径，用户根据既定需求在电商平台上主动搜索、对比并完成下单的模式
社交电商	指	借助社交网络的人际关系、内容传播及互动功能，将发现、分享、购买及评价等消费行为深度融合，以实现流量变现和商品交易的电子商务模式
CR	指	Concentration Ratio，集中度比率，是行业内规模最大的前 N 家企业市场份额之和，用于衡量市场的集中程度
HHI	指	Herfindahl-Hirschman Index，赫芬达尔-赫希曼指数，计算方法为将行业内各公司的市场份额乘以 100，平方后求和；该指数常用于衡量市场的集中程度，按照国际标准，如果该指数小于 1000，则所计算行业处于分散竞争状态，且指数越小行业集中度越低
超临界发泡	指	利用处于超临界状态的流体（通常为 CO <sub>2</sub> 或 N <sub>2</sub> ）作为物理发泡

简称	-	释义
		剂，制备出具有微孔结构的轻质材料的先进加工技术
PEBA	指	Polyether Block Amide, 聚醚嵌段酰胺, 是目前行业领先的轻质、高回弹, 且具备低温韧性的高性能热塑性弹性体材料
GMV	指	Gross Merchandise Volume, 在一个特定时间段内, 电商平台所有成交订单的总金额
TPU	指	Thermoplastic Polyurethane, 热塑性聚氨酯, 一种具有弹性、透明、抗油、抗脂、耐磨等特性的热塑性弹性体材料
凯美拉	指	由美国杜邦公司研发的聚对苯二甲酰对苯二胺材料, 具有高强度、高韧性、耐高温和较好的抗冲击性能
TPEE	指	Thermoplastic Polyester Elastomer, 热塑性聚酯弹性体, 一种具有抗弯曲疲劳、耐冲击、耐化学腐蚀等特性, 且兼具橡胶弹性与塑料可加工性的热塑性弹性体材料
有限元分析	指	FEA, Finite Element Analysis, 是利用数学近似方法对真实物理系统进行模拟的数值分析技术

注 1: 若本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异, 均为四舍五入所致;

注 2: 本招股说明书引用的第三方数据或结论, 均已注明资料来源, 确保权威、客观、独立并符合时效性要求。其中, 部分数据或结论引用自弗若斯特沙利文出具的研究报告, 该报告系发行人向弗若斯特沙利文付费引用, 并非专门为本次发行准备, 且发行人未提供帮助; 除弗若斯特沙利文外, 发行人未就引用的数据或结论向其他机构支付费用。

## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、重大事项提示

#### （一）特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“第三节 风险因素”全文，并特别提醒投资者注意下列风险：

##### 1、经营业绩增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 106,587.15 万元、150,301.77 万元和 181,779.85 万元，增长较快。运动鞋服行业具有产品迭代速度快、消费者需求不断变化的特点，公司经营业绩能否持续增长受到行业竞争格局、国际形势、产业政策、技术迭代、企业管理等多重因素影响，任一因素发生不利变化都可能导致公司经营业绩增速放缓甚至下滑。因此，公司存在经营业绩波动的风险，极端情况下存在上市当年营业利润同比下滑超过 50% 的风险。

##### 2、毛利率下滑的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 45.85%、49.64% 和 51.92%。公司毛利率受市场竞争、销售模式、品牌力、产品结构、成本控制等因素综合影响。如果不能采取有效措施应对上述因素的变化，公司存在毛利率下滑的风险。

##### 3、存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 22,509.17 万元、21,499.87 万元和 21,527.44 万元，占公司流动资产的比例分别为 62.85%、39.16% 和 23.70%，存货金额及占比较高。若公司未来不能有效控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素变化导致公司产品无法持续满足市场需求，从而出现滞销、存货积压，则公司可能存在存货跌价的风险，进而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。

##### 4、品牌授权合作变化的风险

公司拥有综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌

授权，日本美津浓对公司的品牌授权已延期至 2031 年 12 月 31 日（到期后自动延展至 2041 年 12 月 31 日），公司根据授权在中国大陆开展获授权产品的企划、设计、开发、制造、进口及销售。报告期内，公司授权经营品牌“美津浓”收入占主营业务收入比例分别为 68.73%、62.13%和 62.16%，占比较高。未来，若授权方因自身经营策略调整，要求变更品牌授权的合作模式、合作范围及合作期限，可能对公司经营业绩产生不利影响。

### 5、新产品开发失败的风险

国内运动鞋服行业本土品牌与国际品牌竞争日趋激烈，行业内企业持续加大对产品研发、品牌营销与渠道优化的投入，运动科技（如缓震、透气、专业运动面料等）快速迭代。若公司新产品研发滞后、设计无法紧跟消费者需求变化或性能不及市场预期，将对公司经营业绩产生不利影响。

#### （二）本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、高级管理人员等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施。具体承诺事项参见“第十二节 附件”之“附件二、与投资者保护相关的承诺、发行人其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”的相关内容。

#### （三）本次发行前滚存利润的分配安排及上市后的利润分配政策

根据公司 2026 年第二次临时股东会决议，若公司首次公开发行股票并上市方案经深圳证券交易所审核同意及中国证监会注册并得以实施，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润（累计未弥补亏损）由发行后的新老股东按照发行后的持股比例共享。

公司提请投资者认真阅读公司发行上市后的股利分配政策、现金分红的条件与比例、上市后三年内利润分配计划和长期回报规划等，具体事项参见“第九节 投资者保护”之“四、本次发行上市后的股利分配政策”。

## 二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	北京必迈体育股份有限公司	有限公司成立日期	2012 年 6 月 11 日

英文名称	Beijing BMAI Sports Co., Ltd.	股份公司成立日期	2025年8月18日
注册资本	8,385.7745万元	法定代表人	董俊
注册地址	北京市朝阳区亮马桥路甲40号1幢11层1101号06	主要生产经营地址	北京市朝阳区亮马桥路甲40号1幢11层1101号06
控股股东	Belugaz Limited	实际控制人	张志勇
行业分类	C18 纺织服装、服饰业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
<b>（二）本次发行的有关中介机构</b>			
保荐人	兴业证券股份有限公司	主承销商	兴业证券股份有限公司
发行人律师	北京市时代九和律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		无	
<b>（三）本次发行其他有关机构</b>			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	收款银行	【】
其他与本次发行有关的机构		验资机构：立信会计师事务所（特殊普通合伙）	

### 三、本次发行概况

<b>（一）本次发行的基本情况</b>			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 2,795.26 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 2,795.26 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	本次发行不进行原股东公开发售股份	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 11,181.0345 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率（标明计算基础和口径）	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元

发行市净率（标明计算基础和口径）	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取向战略投资者定向配售、网下向询价对象配售发行与网上按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会/深圳证券交易所认可的其他方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和已开立深圳证券交易所股票账户的自然人、法人以及符合中国证监会规定的其他投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	募集资金总额扣除发行费用后的资金净额为【】万元
募集资金投资项目	品牌建设及营销推广项目
	综合运营服务中心项目
	智能化产业园建设项目
发行费用概算	【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况（如有）	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况（如有）	【】
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则（如有）	不适用
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

## 四、发行人主营业务经营情况

### （一）主要业务、主要产品及用途

必迈体育（以下简称“发行人”）是一家运动品牌运营企业。发行人致力于中国自主知识产权品牌的培育以及国际品牌的本土化运营，采取“双品牌驱动、多品牌合作”的业务模式，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服饰、运动配件（以下合称“运动服配”）产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。

发行人主要经营的品牌包括原创的跑步运动垂类品牌“必迈（BMAI）”（以下简称“必迈”）以及授权经营的综合性运动品牌“美津浓（MIZUNO）”（以下简称“美津浓”），涉及的业务环节涵盖产品企划、研发设计、供应链管理、销售、营销及售后服务。2025年10月，湖南必迈生产基地正式投产，使发行人具备了跑步鞋产品的自主生产制造能力。另外，报告期内，发行人与运动护具品牌“赞斯特（ZAMST）”（以下简称“赞斯特”）、自行车装备品牌“崔克（TREK）”（以下简称“崔克”）、户外装备品牌“Rab”等数十个境内外品牌开展合作，负责产品授权销售或提供线上店铺的运营服务。

## （二）所需主要原材料及重要供应商

报告期内，发行人的采购模式主要包括向代工厂商采购成品鞋、成衣及配件，向日本美津浓采购国际线产品，以及采购自主开展生产所需的原材料等。报告期内，发行人重要供应商情况详见“第五节 业务和技术”之“五、（三）主要供应商情况”。

## （三）主要生产模式

发行人采取“代工生产为主、自主生产为辅”的生产模式。发行人生产模式具体情况参见“第五节 业务和技术”之“一、（四）主要经营模式”。

## （四）主要销售方式、销售渠道及重要客户

发行人销售模式根据渠道差异可划分为直销、经销、电商自营及运营服务模式。其中，直销模式根据零售渠道进一步细分为线上直销及线下直销。发行人销售模式情况详见“第五节 业务和技术”之“一、（四）主要经营模式”。

报告期内，发行人重要客户情况详见“第五节 业务和技术”之“四、（二）主要客户情况”。

## （五）行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

跑步鞋产品是发行人的核心收入来源，是发行人持续参与市场竞争并实施长期发展战略的核心赛道。中国大陆跑步鞋市场参与者众多，大部分参与者的企业规模较小，行业集中度不高。

发行人同时运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”。

“必迈”品牌主要销售入门跑鞋、训练跑鞋及专业竞速跑鞋，“美津浓”品牌则兼顾跑步性能与时尚性，产品以休闲跑步鞋为主。发行人的两个品牌形成了良好的产品类别互补，跑步鞋产品线覆盖较为全面。“必迈”是在中国本土品牌中营业收入增长较快的跑步鞋品牌，是发行人未来业绩增长和行业地位提升的动力来源；“美津浓”作为历史悠久的综合性运动品牌，具有深厚的专业运动底蕴与广泛的国际品牌认知，有助于增强发行人在中国市场的综合竞争力。通过双品牌协同，发行人实现了专业竞技与休闲慢跑、本土创新与国际底蕴的优势互补，构建了多层级客群、应用场景覆盖较全的跑步产品生态，进一步夯实了发行人在跑步细分领域的综合竞争力。2025年度，发行人跑步鞋营业收入为10.64亿元；根据弗若斯特沙利文数据，按跑步鞋产品在中国大陆的营业收入排名，发行人在全球运动品牌企业中排名第12位，在中国本土运动品牌企业中排名第6位，排名靠前。

## 五、发行人板块定位情况

公司符合《首次公开发行股票注册管理办法》和《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》等文件关于主板定位的要求，具体说明如下：

### （一）发行人主营业务符合国家产业政策和经济发展战略

2019年，国务院印发《体育强国建设纲要》，将全民健身上升为国家战略，提出到2050年，全面建成社会主义现代化体育强国。《全民健身计划（2021—2025年）》要求推进体育公园、健身步道等设施的建设，实现社区15分钟健身圈全覆盖。2025年，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》，明确到2030年培育一批具有世界影响力的体育企业和赛事，支持符合条件的体育企业上市，推动体育产业总规模超7万亿元。

另外，《提振消费专项行动方案》《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》《促进健康消费专项行动方案》等政策相继出台，从扩大体育消费、创新消费场景、推动运动用品科技升级等维度为行业高质量发展提供了有力政策支撑。

发行人是一家运动品牌运营企业，致力于为广大运动爱好者及潜在的运动参与者提供专业化、可负担的运动装备，精准响应全民健身国家战略，主营业务符

合国家经济发展战略。

## （二）发行人业务模式成熟

中国大陆运动鞋服行业的产业链各环节发展成熟且高效协同。发行人作为运动鞋服品牌企业，处于产业链中游及下游，一方面，可以有效利用成熟的原材料供应及代工生产体系，以较轻资产，完成运动鞋服产品的生产制造；另一方面，可以依托电商平台的基础设施及产业链下游成熟的销售渠道，使产品高效触达目标市场。运动鞋服品牌企业主要依托产品企划与研发能力、供应链管理能力和品牌营销及销售能力开展竞争。发行人在上述方面构建了成熟的业务模式，具体情况如下：

### 1、发行人具备专业的产品企划及研发体系

发行人建立了成熟的产品企划与设计体系，业务流程涵盖从产品企划到量产上市的全周期。发行人积极与材料供应商、代工厂商协同，通过参与材料选型、工艺选择、质量监督等环节，实现了研发设计与底层材料、制造工艺的深度融合，保障了产品设计的工程化落地。此外，“必迈”品牌通过与“严肃跑者”社群建立试穿反馈机制，实现了高效率的研发迭代；“美津浓”品牌则需遵循品牌设计风格，并精准洞察中国市场的审美偏好与实际需求，将本土化创新与品牌基因有机结合。

### 2、发行人采用兼顾灵活性与规模化的生产及采购模式

在生产及采购环节，发行人采取“代工生产为主、自主生产为辅”的模式，并已建立了稳定且灵活的供应链体系。代工生产采用“定制加工”模式，发行人负责产品企划、研发设计、样板开发及工艺单编制，并建立起涵盖准入、监控及考核的管理制度。自主生产方面，发行人湖南生产基地建立了涵盖物料进场、裁断、针车、成型及包装入库等环节的质量控制体系，利用系统化的物性检测与工艺核查实现对关键工艺的质量控制。这种代工与自主相结合的模式，在保障产品规模化生产的同时，也提升了发行人的研发效率以及对市场需求变化的快速响应能力。

### 3、发行人确立了以直达消费者（DTC）为主的销售及营销模式

发行人顺应行业由“线下导购驱动”转向“线上内容生态驱动”的消费决策

趋势，确立了以 DTC 模式为核心的销售体系。目前，发行人已形成了以线上直销为主的多渠道销售模式，主要通过主流社交与货架电商平台，以及发行人自建的官方商城和微信小程序实现对消费者的全天候触达。

在营销层面，公司针对不同品牌采取了差异化的策略：“必迈”品牌深耕跑步垂直领域，通过私域运营、跑者签约及赛事赞助等方式在跑者群体中建立深度品牌认知；“美津浓”品牌则通过国家级运动队赞助及 IP 联名等方式触达更广大的潜在市场及消费群体。

### （三）发行人经营业绩稳定、规模较大

#### 1、发行人经营业绩稳定

2023 年度、2024 年度和 2025 年度，发行人主营业务收入分别为 106,143.76 万元、150,117.43 万元和 181,635.91 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 5,546.82 万元、14,257.29 万元和 23,484.63 万元，发行人主营业务收入及净利润规模较大且保持稳定增长。

报告期各期，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 17,224.18 万元、22,406.58 万元和 35,413.67 万元，发行人经营性现金流良好，盈利质量较高。

#### 2、发行人规模较大

根据国家统计局发布的《中国统计年鉴 2025》，2024 年，中国规模以上纺织服装、服饰企业共 13,582 家，发行人 2024 年度主要经营数据与中国规模以上纺织服装、服饰业企业的平均值对比情况如下表：

单位：万元

项目	资产总计	营业收入	利润总额
规模以上纺织服装、服饰业企业均值	8,037.70	9,271.46	444.56
发行人	<b>64,635.82</b>	<b>150,301.77</b>	<b>18,418.05</b>

发行人的主要财务数据远高于规模以上纺织服装、服饰企业的平均值，规模较大。

#### （四）发行人具有行业代表性

##### 1、发行人业务模式具有行业代表性

###### （1）“双品牌驱动、多品牌合作”的品牌运营模式

发行人自 2022 年 12 月重组上海美锦后，取得了“美津浓”品牌在中国大陆的运营权，形成了“必迈+美津浓”双品牌驱动的品牌运营模式。报告期内，发行人还与运动护具品牌“赞斯特”、自行车装备品牌“崔克”、户外装备品牌“Rab”等数十个境内外品牌开展合作，负责产品授权销售或提供线上店铺的运营服务。发行人采用了行业内较为通行的品牌运营模式，具有行业代表性。

###### （2）线上为主的销售模式

近年来，随着社交媒体、短视频平台及电商内容生态的持续发展，运动鞋服行业的消费者决策习惯正逐步从“线下导购驱动”转向“线上内容生态驱动”，消费者越来越倾向于通过平台种草、达人测评及直播带货等方式完成购买决策，线下门店亦逐渐由传统销售渠道转型为以品牌形象展示与消费体验为核心的体验中心。在此背景下，行业内主要品牌均持续加大线上渠道的资源投入，发展线上销售已成为趋势。发行人顺应上述行业趋势，采用轻资产模式开展业务，以线上销售为主，具有较强的行业代表性，符合运动鞋服行业当前的渠道发展趋势。

##### 2、发行人跑步鞋产品收入排名靠前

根据弗若斯特沙利文数据测算，2025 年，中国大陆跑步鞋市场规模约为 650.34 亿元，HHI 约为 519，行业集中度较低。2025 年，按跑步鞋产品在中国大陆的营业收入排名，发行人在全球运动品牌企业中排名第 12 位；在中国本土运动品牌企业中排名第 6 位，排名靠前。

##### 3、发行人运营的“必迈”及“美津浓”品牌在跑步鞋行业具备代表性

发行人运营专业跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”。依托“必迈”的专业跑步鞋与“美津浓”的休闲跑步鞋，发行人构建了完善的跑步鞋产品矩阵，能够满足不同跑步爱好者的需求。在各自所在细分市场，“必迈”及“美津浓”各具代表性，具体情况如下：

### （1）“必迈”

根据弗若斯特沙利文对 2025 年运动品牌在中国大陆的跑步鞋营业收入排名，发行人的“必迈”品牌在跑步运动垂类品牌中排名第 6 位，在中国本土跑步运动垂类品牌中排名第 2 位（仅次于“特步”），是具有代表性的中国本土跑步运动垂类品牌。在“严肃跑者”中，发行人的“必迈”品牌已建立起坚实的口碑基础。根据悦跑数据研究院对中国大型马拉松赛事跑步鞋穿着率数据的统计，“必迈”穿着率排名情况如下表所示：

完赛群体	厦门马拉松		无锡马拉松		北京马拉松		上海马拉松		广州马拉松	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
“破三”群体	3	6	3	3	4	5	12	7	4	7
“全局”群体	6	12	6	7	5	7	8	9	8	8
完赛群体	全国主要赛事全品牌排名					全国主要赛事国产品牌排名				
	2025		2024		2025		2024			
“破三”群体	3		5		2		3			
“全局”群体	未统计		13		未统计		8			

注：“破三”指全程马拉松完赛时间低于 3 小时；“全局”指成功完赛。

近年来，“必迈”凭借卓越的功能性与专业性，在跑者群体和垂直领域媒体中取得了良好的反馈，获得了众多奖项及评测认可。发行人“必迈”品牌及相关产品获得的主要奖项情况如下：

序号	品牌/产品系列	奖项
1	Mile 42K	2017 年获中国设计红星奖
2	惊碳 Ultra	极度配速 2025 年终评选年度先锋鞋款、2026 年红点产品设计奖
3	“必迈”品牌	天猫 2023 年度趋势黑马品牌、京东 2023 年度超级新星奖、唯品会 2024 年度跑步赛道领航品牌、京东大市场事业群 2024 年度消费者挚爱品牌、抖音电商 2025 年运动行业增长先锋品牌、抖音电商 2025 年双 11 运动国内行业成交 TOP 品牌、懒熊体育 2025 年体育产业年度创新品牌

### （2）“美津浓”

“美津浓”品牌创立于 1906 年，是全球历史悠久的专业运动品牌。凭借其深厚的品牌底蕴，“美津浓”在运动休闲领域形成了独特的品牌风格，是“复古风”的代表性运动品牌之一，具备较高的品牌影响力。报告期内，发行人运营的

“美津浓”品牌赞助了中国国家棒球队、中国国家青年高尔夫球队。报告期内，发行人运营的“美津浓”品牌获得的主要奖项情况如下：

序号	品牌/产品系列	奖项
1	Racer S、Wave Rider 27	淘宝 2023 金麦品质奖
2	Speed 2K	得物年度复购好物奖
3	“美津浓”品牌	抖音电商 2023 服饰服配行业飞跃品牌、京东 2023 年年度最佳体验奖、京东 2024 年年度质价最优品牌、抖音电商 2024 双十一国际运动品牌 Top10、2025 年得物年度年轻力品牌、抖音电商 2025 年运动行业增长先锋品牌

综上，公司业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大，且在行业中具有代表性，具备“大盘蓝筹”特色，符合主板定位要求。

## 六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

项目	2025.12.31/ 2025 年度	2024.12.31/ 2024 年度	2023.12.31/ 2023 年度
资产总额（万元）	105,350.95	64,635.82	46,701.49
归属于母公司所有者权益（万元）	62,948.75	33,599.95	19,369.74
资产负债率（母公司）（%）	21.89	28.28	15.61
营业收入（万元）	181,779.85	150,301.77	106,587.15
净利润（万元）	23,484.63	14,257.29	5,546.82
归属于母公司所有者的净利润（万元）	23,484.63	14,257.29	5,546.82
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	23,266.44	13,478.95	8,613.53
基本每股收益（元）	2.92	1.79	1.14
稀释每股收益（元）	2.92	1.79	1.14
加权平均净资产收益率（%）	53.85	53.83	113.89
经营活动产生的现金流量净额（万元）	35,413.67	22,406.58	17,224.18
现金分红（万元）	5,360.00	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	0.69	0.70	0.88

## 七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

自审计截止日 2025 年 12 月 31 日至本招股说明书签署日，发行人生产经营的外部环境、产业政策、税收政策未出现重大变化，经营状况良好，不存在对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，不存在其他可能影响投资者判断的重大事项。

## 八、发行人选择的具体上市标准

发行人相关指标符合《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第一款的标准，具体情况如下：

具体指标	公司情况	是否符合
最近 3 年净利润均为正	发行人 2023 年度、2024 年度和 2025 年度归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 5,546.82 万元、13,478.95 万元、23,266.44 万元，累计为 42,292.21 万元，最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 2 亿元，最近一年净利润不低于 1 亿元	是
最近 3 年净利润累计不低于 2 亿元		是
最近 1 年净利润不低于 1 亿元		是
最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或者营业收入累计不低于 15 亿元	发行人 2023 年度、2024 年度和 2025 年度的经营活动产生的现金流量净额分别为 17,224.18 万元、22,406.58 万元和 35,413.67 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计为 75,044.43 万元，不低于 2 亿元；发行人 2023 年度、2024 年度和 2025 年度的营业收入分别为 106,587.15 万元、150,301.77 万元和 181,779.85 万元，最近三年营业收入累计为 438,668.77 万元，不低于 15 亿元	是

发行人拟选择并适用《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第一款的标准，即“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 2 亿元，最近一年净利润不低于 1 亿元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或者营业收入累计不低于 15 亿元”作为其首次公开发行并在主板上市的具体上市标准。

## 九、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

## 十、募集资金运用与未来发展规划

### （一）募集资金运用

本次发行的募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金
1	品牌建设及营销推广项目	80,200.64	80,200.64
2	综合运营服务中心项目	43,367.93	43,367.93
3	智能化产业园建设项目	26,755.26	26,755.26

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金
	总计	150,323.83	150,323.83

公司将根据募投项目的建设规划及进展情况安排投资建设。募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金先行投入募投项目。公司首次公开发行股票募集资金到位后，将用于支付项目剩余款项及置换先行投入的资金。若本次股票发行完成后实际募集资金（扣除发行费用后）不能达到募投项目的资金需求，不足部分由公司自筹解决；如所筹资金超过预计募集资金数额，公司将根据相关规定，召开董事会、股东会审议相关资金在运用和管理上的安排。

有关本次发行募集资金投资项目的详细情况，参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

## （二）未来发展规划

未来，发行人将持续围绕“中国自主知识产权品牌的培育”以及“国际品牌的本土化运营”两大主线，致力于将自身打造成以技术创新与品牌运营能力为核心竞争力的多品牌平台型企业。为此，发行人将建设研发及创新中心，进一步强化材料科技、生物力学结构设计及人体工程学相关的技术储备，夯实技术护城河；同时，发行人将加速推进湖南生产基地已规划产能的落地，进一步提升供应链的灵活响应能力；发行人将持续应用自身的品牌运营经验，与更广泛的境内外优秀品牌开展深度合作，持续提升公司的行业地位。

有关发行人未来发展规划的详细情况以及已采取的相关措施，详见“第七节 募集资金运用与未来发展规划”之“三、公司未来发展规划”。

## 十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，不存在其他对发行人有重大影响的事项。

## 第三节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项因素。以下风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

### 一、与发行人相关的风险

#### （一）经营业绩增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 106,587.15 万元、150,301.77 万元和 181,779.85 万元，增长较快。运动鞋服行业具有产品迭代速度快、消费者需求不断变化的特点，公司经营业绩能否持续增长受到行业竞争格局、国际形势、产业政策、技术迭代、企业管理等多重因素影响，任一因素发生不利变化都可能导致公司经营业绩增速放缓甚至下滑。因此，公司存在经营业绩波动的风险，极端情况下存在上市当年营业利润同比下滑超过 50% 的风险。

#### （二）毛利率下滑的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 45.85%、49.64% 和 51.92%。公司毛利率受市场竞争、销售模式、品牌力、产品结构、成本控制等因素综合影响。如果不能采取有效措施应对上述因素的变化，公司存在毛利率下滑的风险。

#### （三）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 22,509.17 万元、21,499.87 万元和 21,527.44 万元，占公司流动资产的比例分别为 62.85%、39.16% 和 23.70%，存货金额及占比较高。若公司未来不能有效控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素变化导致公司产品无法持续满足市场需求，从而出现滞销、存货积压，则公司可能存在存货跌价的风险，进而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。

#### （四）品牌授权合作变化的风险

公司拥有综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌授权，日本美津浓对公司的品牌授权已延期至 2031 年 12 月 31 日（到期后自动

延展至 2041 年 12 月 31 日），公司根据授权在中国大陆开展获授权产品的企划、设计、开发、制造、进口及销售。报告期内，公司授权经营品牌“美津浓”收入占主营业务收入比例分别为 68.73%、62.13%和 62.16%，占比较高。未来，若授权方因自身经营策略调整，要求变更品牌授权的合作模式、合作范围及合作期限，可能对公司经营业绩产生不利影响。

#### **（五）新产品开发失败的风险**

国内运动鞋服行业本土品牌与国际品牌竞争日趋激烈，行业内企业持续加大对产品研发、品牌营销与渠道优化的投入，运动科技（如缓震、透气、专业运动面料等）快速迭代。若公司新产品研发滞后、设计无法紧跟消费者需求变化或性能不及市场预期，将对公司经营业绩产生不利影响。

#### **（六）线上费用上涨风险**

报告期内，公司在开展线上直销及电商自营业务过程中，支付的平台服务费及佣金、平台推广费合计分别为 9,797.24 万元、20,520.04 万元和 24,771.64 万元，占上述业务收入比例分别为 16.10%、19.20%、18.37%，费用占比相对较高。若未来相关收费标准大幅提高，将会对公司经营业绩产生不利影响。

#### **（七）代工生产方式的风险**

公司采用“代工生产为主、自主生产为辅”的生产模式，对代工厂商的产能与交付能力有一定的要求。若部分核心供应商因其自身经营问题或外部突发事件导致产能波动或供应能力阶段性短缺，而公司短期内未能通过调整供应商弥补产能缺口，则可能导致公司产品上市延迟或缺货，进而影响公司市场份额和经营业绩。

#### **（八）品牌力受损的风险**

公司运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”，且拥有综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌授权，并与运动护具品牌“赞斯特”、自行车装备品牌“崔克”、户外装备品牌“Rab”等数十个境内外品牌开展合作。品牌影响力对公司的业务具有重要影响，如产品质量、品牌维护、运营推广或售后服务等方面出现问题，将会直接影响公司的品牌形象，进而对公司的经营业绩和持续盈利能力产生不利影响。

### （九）专业人才流失风险

运动鞋服企业的核心竞争力依赖于由产品企划、设计、供应链管理、品牌营销及销售等各类人才组成的综合性团队。经过多年发展，公司已拥有一支专业人才团队，并为员工提供了良好的发展平台和激励机制。若公司不能根据市场情况持续提供具有竞争力的薪酬待遇以及良好的职业发展空间，则公司会面临关键人员流失的风险。若出现关键设计人员及管理人才的大规模流失，将会对公司的产品研发及设计、品牌营销及销售等业务环节的稳定性造成不利影响。

### （十）经营规模扩张引致的管理风险

随着公司发展战略的推进及本次募投项目的实施，公司资产、业务、人员规模将相应扩大，使得公司在流程管理、采购销售、人力资源、财务会计等方面的管理难度进一步增加。如公司的经营管理能力和组织管理体系未能随着公司规模扩张及时提高和优化，将使公司面临一定程度的管理风险，对未来经营效率和业务发展造成不利影响。

### （十一）实际控制人及董事负有大额负债的风险

公司实际控制人、董事长张志勇尚未偿还的借款余额约为 1.75 亿元，上述借款到期日为 2027 年至 2028 年。此外，公司董事、董事会秘书王亚磊存在尚未偿还的借款约为 0.16 亿元，借款到期日为 2028 年。如果实际控制人不能按期偿还借款，届时其持有的公司股份可能被债权人要求冻结、处置，存在对公司控制权稳定性造成不利影响的风险。如果张志勇、王亚磊到期未能清偿相关借款被人民法院列为失信被执行人，将不具备担任发行人董事、高管的任职资格，进而对发行人的稳定经营产生不利影响。

## 二、与行业相关的风险

### （一）市场消费偏好变动风险

运动鞋服行业兼具运动功能属性与时尚消费属性，市场潮流更迭周期短，消费者的审美偏好、功能诉求也呈现多元化、个性化且不断变化的特点。未来，如果公司产品不能持续紧跟市场流行趋势，及时根据消费者需求的变化作出针对性优化调整，则可能导致公司产品的市场接受度降低，面临市场份额流失的风险，进而对产品销量、品牌口碑及整体经营业绩产生不利影响。

## （二）市场竞争激烈的风险

运动鞋服行业内企业数量较多，竞争较为激烈。在未来竞争中，若发行人不能持续扩大品牌影响力、完善产品矩阵、保障产品设计的新颖性，则可能面临市场占有率下降、盈利能力下滑的风险。

## （三）国内消费市场增速放缓风险

公司是一家运动品牌运营企业，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服饰、运动配件产品的设计、开发、生产及销售。公司所处行业的周期性特征不明显，但公司产品的市场需求仍与消费市场的增长具有较强的相关性。若国内消费市场增速放缓，将对公司产品的市场需求产生负面影响，导致公司盈利能力下滑。

## 三、其他风险

### （一）净资产收益率下降、摊薄即期回报的风险

本次公开发行后，公司总股本和净资产将有较大幅度的增长。由于募集资金投资项目的实施及效益兑现均需要一定时间，在募集资金产生效益之前，发行人净利润的增长速度可能难以与总股本、净资产的增长速度相匹配，从而导致短期内公司每股收益及加权平均净资产收益率存在被摊薄的风险。

### （二）募集资金投资项目实施效果未达预期的风险

本次公开发行取得的募集资金将用于建设“品牌建设及营销推广项目”“综合运营服务中心项目”以及“智能化产业园建设项目”。上述项目建成后将有助于增强公司的竞争力，促进公司主营业务的快速发展。公司已对本次募集资金投资项目的可行性进行了审慎分析，但募集资金投资项目的实施受到宏观经济、市场环境及下游需求等多方面因素的综合影响，存在项目实施进度或实施效果不达预期的可能性。若募集资金投资项目无法实现预期收益，则相关项目产生的折旧、摊销及费用支出的增加可能对公司的经营业绩产生不利影响。

## 第四节 发行人基本情况

### 一、发行人基本信息

中文名称	北京必迈体育股份有限公司
英文名称	Beijing BMAI Sports Co., Ltd.
注册资本	8,385.7745 万元
法定代表人	董俊
成立日期	2012 年 6 月 11 日
住所	北京市朝阳区亮马桥路甲 40 号 1 幢 11 层 1101 号 06
邮政编码	100025
电话号码	010-84447686
传真号码	010-84447686
互联网网址	www.bmai.com
电子信箱	ir@bmai.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人、联系电话	部门：董事会办公室 负责人：王亚磊 联系电话：010-84447686

### 二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况

必迈股份系由必迈有限（原名北京嘉惠盟，于 2016 年 4 月更名）整体变更设立的股份有限公司。

#### （一）有限公司设立情况

北京嘉惠盟（必迈有限前身）成立于 2012 年 6 月 11 日，其成立时的注册资本为 60 万元，其中李保红出资 40 万元，刘宁出资 20 万元。

2012 年 5 月 25 日，北京润鹏冀能会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（京润（验）字[2012]-209745），确认北京嘉惠盟已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 60 万元，均为货币出资。

2012 年 6 月 11 日，北京嘉惠盟完成了工商设立登记，取得北京市工商行政管理局朝阳分局核发的注册号为 110105014983382 的《企业法人营业执照》。

北京嘉惠盟设立时的股东及出资情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李保红	40.00	66.67
2	刘宁	20.00	33.33
合计		60.00	100.00

## （二）股份公司设立情况

2025年7月25日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字[2025]第 ZL50169 号”《审计报告》，经审计，必迈有限于基准日（2025年4月30日）的账面净资产值为 155,006,243.21 元。

2025年7月25日，银信资产评估有限公司出具“银信评报字（2025）第 V00046 号”《资产评估报告》，为必迈有限整体变更为股份公司进行了评估。经评估，必迈有限于基准日（2025年4月30日）的账面净资产评估值为 42,237.44 万元。

2025年7月25日，必迈有限召开股东会，全体股东一致同意以有限公司截至 2025年4月30日经审计的账面净资产整体变更为股份有限公司。

2025年7月25日，必迈有限全体股东签署《发起人协议》，同意作为股份公司的发起人认购公司的股份，明确各自的权利和义务。

2025年7月25日，必迈股份召开成立大会暨首次股东会，通过了公司章程，选举了公司第一届董事会和监事。

2025年8月11日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字[2025]第 ZL50129 号”《验资报告》，经审验，公司各发起人以有限公司截至 2025年4月30日净资产 155,006,243.21 元，按 1:0.5134 的比例折为股份公司股本 79,579,289 股，大于股本部分计入资本公积。本次出资已足额到位。

2025年8月18日，必迈股份完成了工商变更登记，取得北京市朝阳区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91110105597674664R 的《营业执照》。

股份公司设立时的股东及持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资方式	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Belugaz	净资产折股	3,363.4935	42.2659
2	刘国忠	净资产折股	1,175.9102	14.7766

序号	股东名称/姓名	出资方式	持股数量（万股）	持股比例（%）
3	Dong Capital	净资产折股	806.4591	10.1340
4	王进福	净资产折股	385.2925	4.8416
5	陈义良	净资产折股	276.1281	3.4698
6	李放	净资产折股	270.4879	3.3990
7	Winner Hill	净资产折股	246.8450	3.1019
8	郭桐彤	净资产折股	228.1252	2.8667
9	上海迈跑	净资产折股	165.1500	2.0753
10	上海亿丰和	净资产折股	132.4238	1.6641
11	毛青山	净资产折股	132.4238	1.6640
12	王健	净资产折股	110.4512	1.3879
13	李超	净资产折股	86.8000	1.0908
14	上海迈风	净资产折股	86.5214	1.0872
15	董光明	净资产折股	81.8734	1.0288
16	刘宁	净资产折股	77.2659	0.9709
17	上海迈津	净资产折股	71.8146	0.9024
18	李保红	净资产折股	66.2119	0.8320
19	张凡	净资产折股	63.4197	0.7970
20	刘铮	净资产折股	55.8686	0.7021
21	王亚磊	净资产折股	47.3503	0.5950
22	甘泉一实	净资产折股	27.6128	0.3470
合计			<b>7,957.9289</b>	<b>100.0000</b>

注1：甘泉一实于2018年3月16日完成私募基金管理人登记，登记编号为P1067709；

注2：上海亿丰和系刘永光、孙军辉、李成果、冯云成立的合伙企业，为刘国忠的一致行动人，经营范围为企业管理咨询。上海亿丰和以自有资金投资必迈有限，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金进行投资的行为，无需办理私募基金备案。

### （三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期初，必迈有限注册资本为3,945.8585万元，股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	2,273.0442	57.61
2	Dong Capital	478.0114	12.11
3	郭桐彤	328.8215	8.33
4	Winner Hill	298.9286	7.58
5	刘国忠	122.2890	3.10

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
6	董光明	95.5950	2.42
7	李超	82.9938	2.10
8	张凡	53.0556	1.35
9	廖斌	39.8475	1.01
10	郭万强	39.8308	1.01
11	崔颖	29.8094	0.76
12	吴聪辉	16.4114	0.42
13	刘铮	15.9334	0.40
14	刘宁	15.9334	0.40
15	宫晓达	7.9667	0.20
16	缪洁一	7.9667	0.20
17	张炜	7.9667	0.20
18	徐阳	7.9515	0.20
19	吕锋	3.9834	0.10
20	金春萍	3.9037	0.10
21	李双	3.9037	0.10
22	唐涛	3.9037	0.10
23	王欣华	3.9037	0.10
24	张家晖	3.9037	0.10
合计		<b>3,945.8585</b>	<b>100.00</b>

### 1、2023年3月，必迈有限股权转让

2022年12月30日，必迈有限股东会作出决议，同意 Belugaz 将其持有的 306.3753 万元出资额转让给王进福、78.9172 万元出资额转让给赵洁，同意 Belugaz 等 14 名股东将其持有的出资额转让给李超等 22 名员工。未参与转让的股东放弃优先购买权。

2023年2月23日，转让方与受让方分别签署了《股权转让协议》。

本次股权转让系引入北京景卓原股东王进福、赵洁夫妇，同时对核心员工实施股权激励，其中，董俊以其控制的持股主体 Dong Capital 参与激励。

为促进必迈有限更好发展，2022年12月14日，必迈有限召开股东会，审议通过《北京必迈体育用品有限公司员工股权激励计划》，由部分原股东向核心

员工无偿转让股权进行激励，参与激励的股东及核心员工名单如下：

序号	性质	股东名称/姓名	激励出资额（万元）
1	转让股权的股东	Belugaz	329.7306
2		Winner Hill	52.0836
3		郭桐彤	100.6963
4		董光明	13.7216
5		廖斌	12.2027
6		郭万强	12.1975
7		吴聪辉	5.0258
8		刘宁	4.8794
9		宫晓达	2.4397
10		张家晖	1.1954
11		金春萍	1.1954
12		李双	1.1954
13		唐涛	1.1954
14		王欣华	1.1954
合计			<b>538.9542</b>
1	被激励、无偿接受股权的核心员工	Dong Capital	328.4477
2		王亚磊	47.3503
3		刘铮	39.9352
4		王新禹	20.8144
5		封海云	14.4861
6		徐阳	11.4933
7		张凡	11.1533
8		张炜	10.2617
9		杨东波	6.2444
10		武凯华	6.2444
11		崔颖	5.9868
12		李超	4.5954
13		任安澜	4.7350
14		梁效忠	4.1629
15		张昌伟	4.1629
16		缪洁一	3.3496
17		靳晶	2.6485

序号	性质	股东名称/姓名	激励出资额（万元）
18		朱福荣	2.6485
19		何佳艳	2.6485
20		田雅红	2.6485
21		张晓兰	2.6485
22		吕锋	2.2883
合计			<b>538.9542</b>

2023年3月2日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	1,558.0211	39.48
2	Dong Capital	806.4591	20.44
3	王进福	306.3753	7.76
4	Winner Hill	246.8450	6.26
5	郭桐彤	228.1252	5.78
6	刘国忠	122.2890	3.10
7	李超	87.5892	2.22
8	董光明	81.8734	2.07
9	赵洁	78.9172	2.00
10	张凡	64.2089	1.63
11	刘铮	55.8686	1.42
12	王亚磊	47.3503	1.20
13	崔颖	35.7962	0.91
14	廖斌	27.6448	0.70
15	郭万强	27.6333	0.70
16	王新禹	20.8144	0.53
17	徐阳	19.4448	0.49
18	张炜	18.2284	0.46
19	封海云	14.4861	0.37
20	吴聪辉	11.3856	0.29
21	缪洁一	11.3163	0.29
22	刘宁	11.0540	0.28
23	吕锋	6.2717	0.16

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
24	武凯华	6.2444	0.16
25	杨东波	6.2444	0.16
26	宫晓达	5.5270	0.14
27	任安澜	4.7350	0.12
28	梁效忠	4.1629	0.11
29	张昌伟	4.1629	0.11
30	金春萍	2.7083	0.07
31	李双	2.7083	0.07
32	唐涛	2.7083	0.07
33	王欣华	2.7083	0.07
34	张家晖	2.7083	0.07
35	何佳艳	2.6485	0.07
36	靳晶	2.6485	0.07
37	田雅红	2.6485	0.07
38	张晓兰	2.6485	0.07
39	朱福荣	2.6485	0.07
合计		3,945.8585	100.00

## 2、2023年6月，必迈有限增资至6,886.6204万元

2023年3月6日，必迈有限股东会作出决议，同意注册资本由3,945.8585万元增加至6,886.6204万元，新增注册资本2,940.7619万元，由Belugaz认缴1,876.4978万元、刘国忠认缴645.7395万元、陈义良认缴209.2623万元、李放认缴104.6312万元、王健认缴83.7049万元、甘泉一实认缴20.9262万元。出资方式为货币。

2023年3月6日，Belugaz、刘国忠、陈义良、李放、王健、甘泉一实与必迈有限及其现有股东签署《增资协议书》。

2023年6月13日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	3,434.5189	49.87
2	Dong Capital	806.4591	11.71

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
3	刘国忠	768.0285	11.15
4	王进福	306.3753	4.45
5	Winner Hill	246.8450	3.58
6	郭桐彤	228.1252	3.31
7	陈义良	209.2623	3.04
8	李放	104.6312	1.52
9	李超	87.5892	1.27
10	王健	83.7049	1.22
11	董光明	81.8734	1.19
12	赵洁	78.9172	1.15
13	张凡	64.2089	0.93
14	刘铮	55.8686	0.81
15	王亚磊	47.3503	0.69
16	崔颖	35.7962	0.52
17	廖斌	27.6448	0.40
18	郭万强	27.6333	0.40
19	甘泉一实	20.9262	0.30
20	王新禹	20.8144	0.30
21	徐阳	19.4448	0.28
22	张炜	18.2284	0.26
23	封海云	14.4861	0.21
24	吴聪辉	11.3856	0.17
25	缪洁一	11.3163	0.16
26	刘宁	11.0540	0.16
27	吕锋	6.2717	0.09
28	武凯华	6.2444	0.09
29	杨东波	6.2444	0.09
30	宫晓达	5.5270	0.08
31	任安澜	4.7350	0.07
32	梁效忠	4.1629	0.06
33	张昌伟	4.1629	0.06
34	金春萍	2.7083	0.04
35	李双	2.7083	0.04

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
36	唐涛	2.7083	0.04
37	王欣华	2.7083	0.04
38	张家晖	2.7083	0.04
39	何佳艳	2.6485	0.04
40	靳晶	2.6485	0.04
41	田雅红	2.6485	0.04
42	张晓兰	2.6485	0.04
43	朱福荣	2.6485	0.04
合计		<b>6,886.6204</b>	<b>100.00</b>

注：Belugaz 的出资以港币结算，由于汇率原因导致的差额已计入资本公积。

### 3、2023 年 8 月，必迈有限股权转让

2023 年 6 月 30 日，必迈有限股东会作出决议，同意 Belugaz 将其持有的 71.0254 万元出资额转让给上海迈津；同意张凡将其持有的 0.7892 万元出资额转让给上海迈津，其余股东放弃优先购买权。上海迈津作为持股平台，Belugaz 向上海迈津转让股权用于实施员工股权激励。

2023 年 6 月 30 日，转让方与受让方分别签署了《股权转让协议》。

2023 年 8 月 31 日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	48.85
2	Dong Capital	806.4591	11.71
3	刘国忠	768.0285	11.15
4	王进福	306.3753	4.45
5	Winner Hill	246.8450	3.58
6	郭桐彤	228.1252	3.31
7	陈义良	209.2623	3.04
8	李放	104.6312	1.52
9	李超	87.5892	1.27
10	王健	83.7049	1.22
11	董光明	81.8734	1.19

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
12	赵洁	78.9172	1.15
13	上海迈津	71.8146	1.04
14	张凡	63.4197	0.92
15	刘铮	55.8686	0.81
16	王亚磊	47.3503	0.69
17	崔颖	35.7962	0.52
18	廖斌	27.6448	0.40
19	郭万强	27.6333	0.40
20	甘泉一实	20.9262	0.30
21	王新禹	20.8144	0.30
22	徐阳	19.4448	0.28
23	张炜	18.2284	0.26
24	封海云	14.4861	0.21
25	吴聪辉	11.3856	0.17
26	缪洁一	11.3163	0.16
27	刘宁	11.0540	0.16
28	吕锋	6.2717	0.09
29	武凯华	6.2444	0.09
30	杨东波	6.2444	0.09
31	宫晓达	5.5270	0.08
32	任安澜	4.7350	0.07
33	梁效忠	4.1629	0.06
34	张昌伟	4.1629	0.06
35	金春萍	2.7083	0.04
36	李双	2.7083	0.04
37	唐涛	2.7083	0.04
38	王欣华	2.7083	0.04
39	张家晖	2.7083	0.04
40	何佳艳	2.6485	0.04
41	靳晶	2.6485	0.04
42	田雅红	2.6485	0.04
43	张晓兰	2.6485	0.04
44	朱福荣	2.6485	0.04

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
	合计	6,886.6204	100.00

#### 4、2023年11月，必迈有限股权转让

2023年9月6日，必迈有限股东会作出决议，同意崔颖等17名股东将其持有的165.15万元出资额转让给上海迈跑；同意李超等10名股东将其持有的86.5214万元出资额转让给上海迈风，未参与转让的股东放弃优先购买权。

2023年9月6日，转让方与受让方分别签署了《股权转让协议》。

本次股权转让的具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
1	崔颖	上海迈跑 (持股平台)	35.7962
2	王新禹		20.8144
3	徐阳		19.4448
4	张炜		18.2284
5	封海云		14.4861
6	缪洁一		11.3163
7	吕锋		6.2717
8	武凯华		6.2444
9	杨东波		6.2444
10	任安澜		4.7350
11	梁效忠		4.1629
12	张昌伟		4.1629
13	何佳艳		2.6485
14	靳晶		2.6485
15	朱福荣		2.6485
16	田雅红		2.6485
17	张晓兰		2.6485
合计			165.1500
1	廖斌	上海迈风 (持股平台)	27.6448
2	郭万强		27.6333
3	吴聪辉		11.3856
4	宫晓达		5.5270

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
5	金春萍		2.7083
6	李双		2.7083
7	唐涛		2.7083
8	王欣华		2.7083
9	张家晖		2.7083
10	李超		0.7892
合计			86.5214

2023年11月30日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	48.85
2	Dong Capital	806.4591	11.71
3	刘国忠	768.0285	11.15
4	王进福	306.3753	4.45
5	Winner Hill	246.8450	3.58
6	郭桐彤	228.1252	3.31
7	陈义良	209.2623	3.04
8	上海迈跑	165.1500	2.40
9	李放	104.6312	1.52
10	李超	86.8000	1.25
11	上海迈风	86.5214	1.26
12	王健	83.7049	1.22
13	董光明	81.8734	1.19
14	赵洁	78.9172	1.15
15	上海迈津	71.8146	1.04
16	张凡	63.4197	0.92
17	刘铮	55.8686	0.81
18	王亚磊	47.3503	0.69
19	甘泉一实	20.9262	0.30
20	刘宁	11.0540	0.16
合计		6,886.6204	100.00

### 5、2023年12月，必迈有限增资至7,957.9289万元

2023年12月12日，必迈有限股东会作出决议，同意注册资本由6,886.6204万元增加至7,957.9289万元，新增注册资本1,071.3085万元，出资方式为货币。

2023年12月12日，刘国忠、李放、上海亿丰和、毛青山、陈义良、刘宁、李保红、王健、甘泉一实与必迈有限及其现有股东签署《增资协议书》。

本次增资具体情况如下：

序号	股东名称/姓名	新增出资额（万元）
1	刘国忠	407.8817
2	李放	165.8567
3	上海亿丰和	132.4238
4	毛青山	132.4238
5	陈义良	66.8658
6	刘宁	66.2119
7	李保红	66.2119
8	王健	26.7463
9	甘泉一实	6.6866
合计		<b>1,071.3085</b>

2023年12月25日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	42.27
2	刘国忠	1,175.9102	14.78
3	Dong Capital	806.4591	10.13
4	王进福	306.3753	3.85
5	陈义良	276.1281	3.47
6	李放	270.4879	3.40
7	Winner Hill	246.8450	3.10
8	郭桐彤	228.1252	2.87
9	上海迈跑	165.1500	2.08
10	上海亿丰和	132.4238	1.66
11	毛青山	132.4238	1.66

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
12	王健	110.4512	1.39
13	李超	86.8000	1.09
14	上海迈风	86.5214	1.09
15	董光明	81.8734	1.03
16	赵洁	78.9172	0.99
17	刘宁	77.2659	0.97
18	上海迈津	71.8146	0.90
19	李保红	66.2119	0.83
20	张凡	63.4197	0.80
21	刘铮	55.8686	0.70
22	王亚磊	47.3503	0.59
23	甘泉一实	27.6128	0.35
合计		<b>7,957.9289</b>	<b>100.00</b>

#### 6、2025年3月，必迈有限股权转让

2025年2月10日，必迈有限股东会作出决议，同意赵洁将其持有的必迈有限78.9172万元出资额转让给配偶王进福。

2025年2月10日，赵洁与王进福签署了《股权转让协议》。

2025年3月19日，必迈有限完成了工商变更登记。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	42.27
2	刘国忠	1,175.9102	14.78
3	Dong Capital	806.4591	10.13
4	王进福	385.2925	4.84
5	陈义良	276.1281	3.47
6	李放	270.4879	3.40
7	Winner Hill	246.8450	3.10
8	郭桐彤	228.1252	2.87
9	上海迈跑	165.1500	2.08
10	上海亿丰和	132.4238	1.66

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
11	毛青山	132.4238	1.66
12	王健	110.4512	1.39
13	李超	86.8000	1.09
14	上海迈风	86.5214	1.09
15	董光明	81.8734	1.03
16	刘宁	77.2659	0.97
17	上海迈津	71.8146	0.90
18	李保红	66.2119	0.83
19	张凡	63.4197	0.80
20	刘铮	55.8686	0.70
21	王亚磊	47.3503	0.59
22	甘泉一实	27.6128	0.35
合计		<b>7,957.9289</b>	<b>100.00</b>

#### 7、2025年11月，必迈股份增资至8,385.7745万元

2025年9月5日，必迈股份召开2025年第一次临时股东会，同意向青岛高瓴增发427.8456万股股份，增资后，公司股份总数增加至8,385.7745万股，注册资本变更为8,385.7745万元。

2025年9月24日，必迈股份、张志勇、Belugaz等主体与青岛高瓴签署《有关北京必迈体育股份有限公司之增资协议》。

2025年11月20日，北京市朝阳区市场监督管理局对本次增资事项予以变更登记。

本次增资后，股东及持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	40.1095
2	刘国忠	1,175.9102	14.0227
3	Dong Capital	806.4591	9.6170
4	青岛高瓴	427.8456	5.1020
5	王进福	385.2925	4.5946
6	陈义良	276.1281	3.2928
7	李放	270.4879	3.2256

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
8	Winner Hill	246.8450	2.9436
9	郭桐彤	228.1252	2.7204
10	上海迈跑	165.1500	1.9694
11	上海亿丰和	132.4238	1.5791
12	毛青山	132.4238	1.5791
13	王健	110.4512	1.3171
14	李超	86.8000	1.0351
15	上海迈风	86.5214	1.0318
16	董光明	81.8734	0.9763
17	刘宁	77.2659	0.9214
18	上海迈津	71.8146	0.8564
19	李保红	66.2119	0.7896
20	张凡	63.4197	0.7563
21	刘铮	55.8686	0.6662
22	王亚磊	47.3503	0.5647
23	甘泉一实	27.6128	0.3293
合计		<b>8,385.7745</b>	<b>100.0000</b>

### 8、2025年12月，必迈股份股权转让

2025年12月26日，董光明与甘泉一实签署《股份转让协议》，董光明将其持有的必迈股份7.9579万股股份转让给甘泉一实。

本次转让后，股东及持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	40.1095
2	刘国忠	1,175.9102	14.0227
3	Dong Capital	806.4591	9.6170
4	青岛高瓴	427.8456	5.1020
5	王进福	385.2925	4.5946
6	陈义良	276.1281	3.2928
7	李放	270.4879	3.2256
8	Winner Hill	246.8450	2.9436
9	郭桐彤	228.1252	2.7204

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
10	上海迈跑	165.1500	1.9694
11	上海亿丰和	132.4238	1.5791
12	毛青山	132.4238	1.5791
13	王健	110.4512	1.3171
14	李超	86.8000	1.0351
15	上海迈风	86.5214	1.0318
16	刘宁	77.2659	0.9214
17	董光明	73.9155	0.8814
18	上海迈津	71.8146	0.8564
19	李保红	66.2119	0.7896
20	张凡	63.4197	0.7563
21	刘铮	55.8686	0.6662
22	王亚磊	47.3503	0.5647
23	甘泉一实	35.5707	0.4242
合计		<b>8,385.7745</b>	<b>100.0000</b>

#### （四）发行人历史上重要的股份变动情况说明

##### 1、必迈有限名义出资人与实际出资人不一致情形的形成及解除

###### （1）形成原因

张志勇深耕运动鞋服行业多年，对行业消费变革与数字化趋势具有深刻认知，拟创立自有品牌。经综合研判境内外资本市场环境、融资渠道及退出路径等因素，其拟定了境外上市计划，并于 2014 年 9 月取得必迈有限控制权后，自 2014 年 10 月起逐步搭建 VIE 架构。

在原 VIE 架构下，由于出资人的权益已在境外架构中体现，且必迈有限作为境内运营实体，为减少股权结构的频繁变动，并未将实际出资人登记在发行人彼时的股权结构中，必迈有限工商登记股东仅为名义股东，不享有实质权益，因此发行人历史沿革中存在名义出资人与实际出资人不一致的情形。

###### （2）VIE 架构拆除前，名义出资人与实际出资人不一致情形的演变过程

必迈有限（由北京嘉惠盟更名而来）历史沿革中，名义出资人与实际出资人的出资对应关系如下：

序号	股权变动情况	名义出资人	本次出资额 (万元)	实际出资人	出资额 (万元)	备注
1	2014年9月， 张志勇实际控制北京嘉惠盟	李保红	40.00	张志勇	60.00	以北京嘉惠盟截至2014年8月末的账面净资产为定价依据，张志勇以对价54.1415万元受让全部股权
		刘宁	20.00			
2	2014年12月 北京嘉惠盟第1次增资	李保红	600.00	张志勇	430.00	-
				李超	80.00	-
				张凡	50.00	-
				崔颖	20.00	-
		廖斌	20.00	-		
刘宁	600.00	张志勇	600.00	-		
3	2015年3月北京嘉惠盟第2次增资	董俊	740.00	董俊	440.00	-
				贺光辉	100.00	2015年4月，蒋立宏退出，2015年9月，贺光辉退出，其所持出资额均由张志勇承接
				蒋立宏	100.00	
				董光明	100.00	-
4	2015年12月北京嘉惠盟第3次增资	张鸿	945.8585	张志勇	945.8585	张鸿系张志勇之父
5	2019年9月必迈有限第4次增资	张鸿	1,000.00	张志勇	1,000.00	-

### （3）2022年12月，VIE架构拆除同时解除名义出资人与实际出资人不一致情形

随着国际政治经济环境的变化，发行人决定放弃境外上市计划。2022年12月，必迈有限名义出资人张鸿、董俊、李保红、刘宁与实际权益人签署了《股权转让协议》。本次股权转让后，名义出资人与实际出资人不一致的情形已解除。

### 2、2022年12月必迈有限股权转让，开曼嘉惠盟投资人按应享有的权益比例同比例转为在必迈体育持股

在原境外上市规划下，发行人搭建了VIE架构，设立作为境外上市主体的特殊目的公司开曼嘉惠盟。VIE架构存续期间，投资人在必迈有限和开曼嘉惠盟及其全资子公司香港嘉惠盟中均有出资，投资人在必迈有限和香港嘉惠盟中的出

资均同步在开曼嘉惠盟中增发股份予以映射。开曼嘉惠盟股权结构形成过程详见本节“八、（三）VIE 架构搭建后开曼嘉惠盟的权益变动情况”。

2022 年 12 月，发行人拆除 VIE 架构，将各投资人在开曼嘉惠盟股权结构中应享有的权益，通过股权转让方式还原至必迈有限的股权结构中。

截至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，开曼嘉惠盟的权益结构如下：

序号	股东名称/姓名	权益股份数量（万股）	比例（%）
1	Lucky Starry	660.8222	40.96
2	Fill Glory	195.4400	12.11
3	Keep Up	162.8700	10.10
4	Power Key	153.0900	9.49
5	郭泽森	134.4444	8.33
6	张志勇	134.4444	8.33
7	Keen New	122.2222	7.58
8	刘国忠	50.0000	3.10
合计		<b>1,613.3332</b>	<b>100.00</b>

#### （1）Lucky Starry

Lucky Starry 为 2014 年 7 月 8 日设立的 BVI 公司。自设立至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，股权结构未发生变更，张志勇配偶郝炜持有 Lucky Starry 100% 股权。

#### （2）Fill Glory

Fill Glory 为 2014 年 8 月 26 日设立的 BVI 公司，系发行人原 VIE 架构中的持股平台，总股本 6,000 股，由郝炜和张明亮 100% 持股。发行人员工及外部合作方根据其签署的《股权购买权协议》，享有 Fill Glory 的股权购买权。2022 年 12 月，必迈有限股权转让时，前述员工及外部合作方的权益相应转换为发行人的股权。

截至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，Fill Glory 的实际权益结构如下：

序号	股东名称/姓名	权益股份数量（股）	比例（%）
1	郝炜	1,930	32.17
2	董俊	1,000	16.67

序号	股东名称/姓名	权益股份数量（股）	比例（%）
3	张明亮	737	12.28
4	廖斌	300	5.00
5	李超	242	4.03
6	吴聪辉	206	3.43
7	董光明	200	3.33
8	刘宁	200	3.33
9	刘铮	200	3.33
10	崔颖	174	2.90
11	张凡	166	2.77
12	宫晓达	100	1.67
13	缪洁一	100	1.67
14	张炜	100	1.67
15	吕锋	50	0.83
16	徐阳	50	0.83
17	金春萍	49	0.82
18	李双	49	0.82
19	唐涛	49	0.82
20	王欣华	49	0.82
21	张家晖	49	0.82
合计		6,000	100.00

注：张明亮系张志勇之子。

### （3）Keep Up

Keep Up 为 2014 年 7 月 8 日设立的 BVI 公司。设立时，董俊配偶周志芳持有其 100% 股权，2015 年 3 月 5 日，周志芳将其所持全部股权转让给董俊。截至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，董俊持有 Keep Up 100% 股权。

### （4）Power Key

Power Key 为 2014 年 6 月 5 日设立的 BVI 公司，系发行人原 VIE 架构中的持股平台，总股本 10,002 股，由张明亮 100% 持股。发行人员工及外部合作方等七人根据其出资情况，享有 Power Key 的实际权益。2022 年 12 月，必迈有限股权转让时，前述人员的权益在发行人的股权结构中体现。

截至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，Power Key 的实际权益结构如下：

序号	股东名称/姓名	权益股份数量（股）	比例（%）
1	张明亮	3,086	30.85
2	董光明	2,128	21.27
3	李超	1,702	17.02
4	郭万强	1,064	10.64
5	张凡	1,064	10.64
6	崔颖	426	4.26
7	廖斌	426	4.26
8	徐阳	106	1.06
合计		10,002	100.00

#### （5）Keen New

Keen New 设立于 2015 年 7 月 6 日，为许锡南、许锡鹏家族之持股公司。

#### （6）投资人按照在开曼嘉惠盟穿透的最终权益比例持有必迈有限的股份

2022 年 12 月，各投资人在开曼嘉惠盟股权结构中应享有的权益，通过股权转让方式还原至必迈有限的股权结构中。

开曼嘉惠盟投资人实际享有的最终权益比例与发行人 2022 年 12 月股权转让后的股东持股结构对应关系如下：

序号	开曼嘉惠盟		比例（%）	必迈有限 2022 年 12 月股权转让后		比例（%）
	股东名称/姓名	权益股份数量（万股）		股东名称/姓名	出资额（万元）	
1	张志勇、郝炜、张明亮	929.3738	57.61	Belugaz	2,273.0442	57.61
2	董俊	195.4433	12.11	Dong Capital	478.0114	12.11
3	郭泽森	134.4444	8.33	郭桐彤	328.8215	8.33
4	Keen New	122.2222	7.58	Winner Hill	298.9286	7.58
5	刘国忠	50.0000	3.10	刘国忠	122.2890	3.10
6	董光明	39.0857	2.42	董光明	95.5950	2.42
7	李超	33.9335	2.10	李超	82.9938	2.10
8	张凡	21.6927	1.34	张凡	53.0556	1.34
9	廖斌	16.2923	1.01	廖斌	39.8475	1.01
10	郭万强	16.2855	1.01	郭万强	39.8308	1.01

序号	开曼嘉惠盟		比例 (%)	必迈有限 2022 年 12 月股权 转让后		比例 (%)
	股东名称/姓名	权益股份数量 (万股)		股东名称 /姓名	出资额 (万元)	
11	崔颖	12.1881	0.76	崔颖	29.8094	0.76
12	吴聪辉	6.7101	0.42	吴聪辉	16.4114	0.42
13	刘宁	6.5147	0.40	刘宁	15.9334	0.40
14	刘铮	6.5147	0.40	刘铮	15.9334	0.40
15	宫晓达	3.2573	0.20	宫晓达	7.9667	0.20
16	缪洁一	3.2573	0.20	缪洁一	7.9667	0.20
17	张炜	3.2573	0.20	张炜	7.9667	0.20
18	徐阳	3.2511	0.20	徐阳	7.9515	0.20
19	吕锋	1.6287	0.10	吕锋	3.9834	0.10
20	金春萍	1.5961	0.10	金春萍	3.9037	0.10
21	李双	1.5961	0.10	李双	3.9037	0.10
22	唐涛	1.5961	0.10	唐涛	3.9037	0.10
23	王欣华	1.5961	0.10	王欣华	3.9037	0.10
24	张家晖	1.5961	0.10	张家晖	3.9037	0.10
	<b>合计</b>	<b>1,613.3332</b>	<b>100.00</b>	-	<b>3,945.8585</b>	<b>100.00</b>

注：Belugaz 系张志勇控制的主体；Dong Capital 系董俊控制的主体；郭彤彤系郭泽森之女；许锡南与许锡鹏系兄弟关系，Keen New 和 Winner Hill 均由许锡南、许锡鹏及其家族控制。

### 3、是否存在纠纷或潜在纠纷

截至本招股说明书签署日，不存在因前述名义出资人与实际出资人不一致事项发生纠纷或争议的情形。发行人现有控制权结构稳定，股东持股权属清晰，不存在其他未披露的委托持股或信托持股等情形，各股东所持发行人股份不存在纠纷或潜在纠纷。

## 三、发行人设立以来重要事件

### （一）重大资产重组

必迈有限于 2022 年收购了湖北必迈、上海美锦两家公司的全部股权。截至本招股说明书签署日，购买股权的有关工商变更登记手续已经办理完毕，发行人及各被收购子公司均正常经营。

## 1、2022年11月，必迈有限购买湖北必迈100%股权

2015年6月，湖北嘉惠盟设立，股东香港嘉惠盟持有其100%的股权，系必迈有限原VIE架构下的境内WFOE，拟协议控制必迈有限实现境外上市。2016年7月，湖北嘉惠盟更名为湖北必迈。2022年，必迈有限决定放弃境外上市计划并拆除VIE架构，于2022年11月收购了湖北必迈的全部股权。湖北必迈目前从事货品采购业务。

本次收购履行的程序如下：

2022年10月31日，必迈有限股东会作出决议，同意收购湖北必迈的全部股权。

2022年10月31日，湖北必迈的唯一股东香港嘉惠盟作出股东决定，同意将其持有的湖北必迈100%股权转让给必迈有限。

2022年10月31日，必迈有限与香港嘉惠盟签署了《关于湖北必迈体育用品有限公司之股权转让协议书》，以1,492万元港币（折合人民币1,362.98万元）的价格收购香港嘉惠盟持有的湖北必迈100%股权。前述股权转让价款已支付完毕。

本次股权转让价格系参考评估价值经协商确定。根据银信资产评估有限公司出具的以2022年6月30日为评估基准日的《资产评估报告》（银信评报字（2022）沪第A00036号），采用资产基础法评估，湖北必迈于评估基准日的股东全部权益评估值为1,362.98万元。

2022年11月23日，湖北必迈完成了工商变更登记。收购完成后，湖北必迈成为必迈有限的全资子公司，股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	必迈有限	4,784.20	100.00
	合计	<b>4,784.20</b>	<b>100.00</b>

湖北必迈设立时注册资本为1,000万元港币，2021年3月，注册资本增加至6,000万元港币。截至2022年10月30日，香港嘉惠盟认缴出资额为6,000万元港币（折合人民币4,784.20万元），实缴出资额为4,418.89万元港币（折合人民币3,781.87万元）。本次收购完成后，必迈有限已补足湖北必迈的注册资本，并

将注册资本由 6,000 万元港币变更为 4,784.20 万元人民币。

## 2、2022 年 12 月，必迈有限购买上海美锦 100% 股权

上海美锦于 2019 年取得“美津浓”品牌在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌授权，受限于经营策略及品牌运营能力，自取得授权后持续亏损，因此，上海美锦原股东寻求出售控制权。“美津浓”是全球历史悠久的专业运动品牌，发行人认可“美津浓”的品牌价值，且在运动品牌运营方面经验丰富，具备运营该授权业务的资源与能力。经与上海美锦原股东协商一致，发行人于 2022 年 12 月收购上海美锦全部股权。

上海美锦本次收购前的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	甘泉一佳	3,200.00	64.00
2	刘国忠	1,800.00	36.00
合计		5,000.00	100.00

本次收购履行的程序如下：

2022 年 12 月 14 日，必迈有限股东会作出决议，同意收购上海美锦的全部股权。

2022 年 12 月 15 日，上海美锦股东会作出决议，同意甘泉一佳、刘国忠将其合计持有的上海美锦 100% 股权转让给必迈有限。

2022 年 12 月 15 日，必迈有限与甘泉一佳、刘国忠签署了《关于上海美锦体育有限公司之股权转让协议书》，以合计 1,500 万元的价格收购上海美锦 100% 股权，上述股权转让价款已支付完毕。具体情况如下：

序号	转让方	受让方	交易标的	转让价格（万元）
1	甘泉一佳	必迈体育	上海美锦 64.00% 股权	960.00
2	刘国忠		上海美锦 36.00% 股权	540.00
合计				1,500.00

本次股权转让价格系参考评估价值经交易双方协商确定。根据银信资产评估有限公司出具的评估基准日为 2022 年 8 月 31 日的《资产评估报告》（银信评报字（2022）沪第 A00110 号），采用收益法评估，上海美锦于评估基准日的股东

全部权益评估值为 1,515.84 万元。

2022 年 12 月 20 日，上海美锦完成了工商变更登记。收购完成后，上海美锦成为必迈有限的全资子公司，股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	必迈有限	5,000.00	100.00
	合计	<b>5,000.00</b>	<b>100.00</b>

### 3、资产重组对发行人管理层、控制权、业务发展及经营业绩的影响

上述资产重组系发行人立足整体发展战略作出的统筹安排。一方面，通过收购湖北必迈，实现了对货品采购环节的整合，有效赋能主业发展；另一方面，通过收购上海美锦，新增“美津浓”品牌的授权业务，进入双品牌运营的发展阶段。本次重组强化了业务协同、丰富了品牌矩阵，与发行人的整体战略和发展目标相契合。

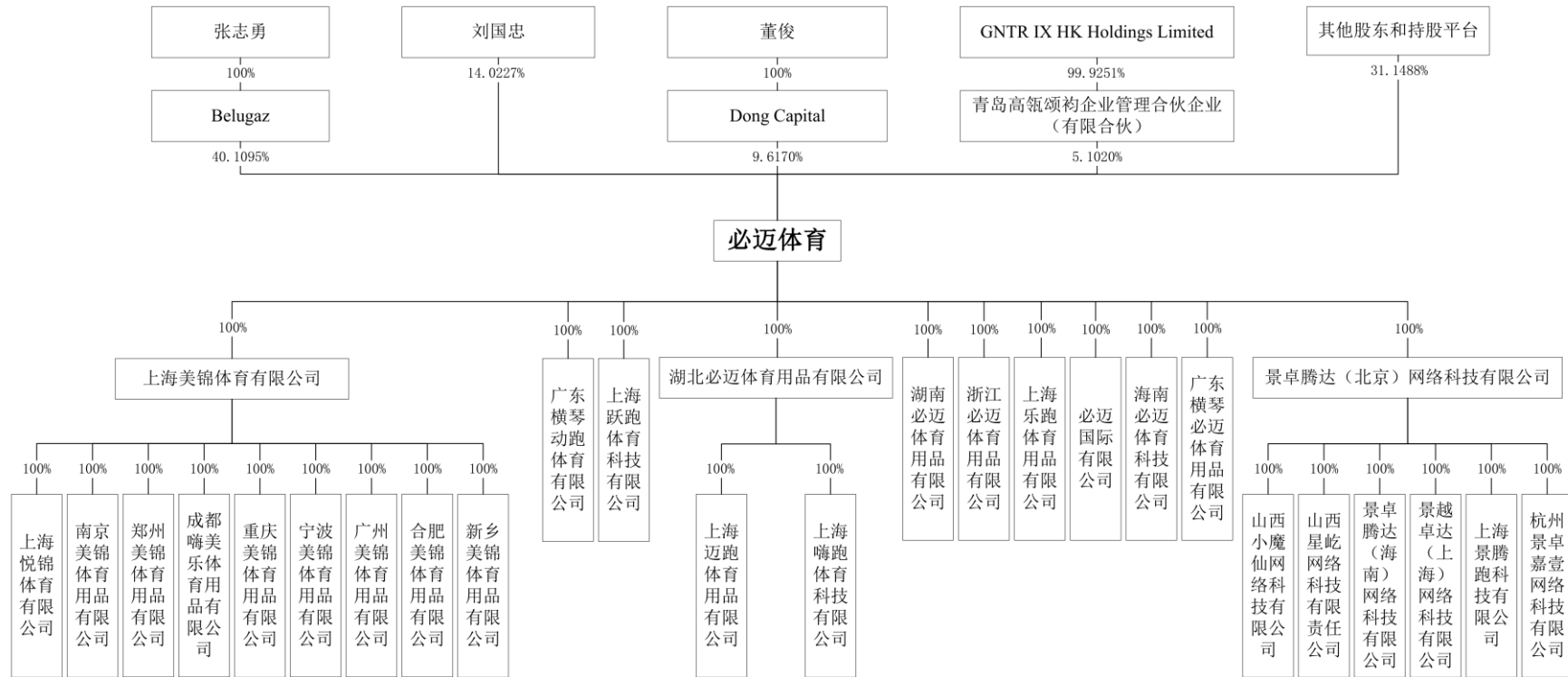
上述资产重组完成前后，发行人的主营业务、管理层及控制权均未发生重大变化。

#### （二）发行人在其他证券市场上市或挂牌情况

截至本招股说明书签署日，公司未在其他证券市场上市或挂牌。

### 四、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图所示：



## 五、发行人控股子公司、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 11 家全资子公司、17 家孙公司，无控股子公司或参股公司，具体情况如下：

### （一）重要子公司

发行人综合两方面标准认定重要子公司：一是子公司的实际业务经营情况及未来对发行人发展战略的影响；二是子公司总资产、营业收入或利润总额等指标占发行人合并财务报表相应项目的比例达到 15% 以上。

截至本招股说明书签署日，发行人重要子公司的具体情况如下：

#### 1、上海美锦

公司名称	上海美锦体育有限公司			
成立时间	2018 年 11 月 15 日			
注册资本	5,000.00 万元			
实收资本	5,000.00 万元			
注册地	上海市静安区陕西北路 936 号 2001 室（名义单元 2301）			
主要生产经营地	上海市静安区陕西北路 936 号 2001 室（名义单元 2301）			
股东构成	发行人持股 100.00%			
主营业务情况	一般项目：体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；体育用品及器材制造；服装服饰零售；服装服饰批发；服装制造；鞋帽零售；鞋帽批发；宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；体育竞赛组织；体育赛事策划；组织体育表演活动；会议及展览服务；专业设计服务；广告制作；广告发布；数字广告制作；数字广告发布；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
板块业务定位	“美津浓”品牌运营			
最近一年主要财务数据 （单位：万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润
	42,834.86	13,206.82	108,337.01	8,266.09

注：以上财务数据经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

#### 2、湖北必迈

公司名称	湖北必迈体育用品有限公司			
成立时间	2015 年 6 月 19 日			
注册资本	4,784.20 万元			

实收资本	4,784.20 万元			
注册地	荆门市掇刀区凤凰二路凤凰苑西 25-28 号门面			
主要生产经营地	荆门市掇刀区凤凰二路凤凰苑			
股东构成	发行人持股 100.00%			
主营业务情况	一般项目：运动鞋、运动服装、运动配件的研发、生产、制造及销售，提供体育咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
板块业务定位	采购中心			
最近一年主要财务数据 （单位：万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润
	23,437.76	6,220.26	39,105.06	1,190.21

注：以上财务数据经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

## （二）子公司清单

单位：万元

序号	公司名称	层级	入股时间	注册资本	股权结构	业务定位
1	上海美锦体育有限公司	一级	2022 年 12 月	5,000.00	发行人持股 100%	“美津浓”品牌运营
2	郑州美锦体育用品有限公司	二级	2022 年 12 月	500.00	上海美锦持股 100%	郑州地区线下零售店铺及线上零售
3	成都嗨美乐体育用品有限公司	二级	2022 年 12 月	100.00	上海美锦持股 100%	成都地区线下零售店铺
4	南京美锦体育用品有限公司	二级	2022 年 12 月	500.00	上海美锦持股 100%	南京地区线下零售店铺
5	宁波美锦体育用品有限公司	二级	2022 年 12 月	50.00	上海美锦持股 100%	宁波地区线下零售店铺
6	广州美锦体育用品有限公司	二级	2022 年 12 月	50.00	上海美锦持股 100%	广深地区线下零售店铺
7	重庆美锦体育用品有限公司	二级	2023 年 6 月	100.00	上海美锦持股 100%	重庆地区线下零售店铺
8	合肥美锦体育用品有限公司	二级	2023 年 7 月	50.00	上海美锦持股 100%	合肥地区线下零售店铺
9	上海悦锦体育有限公司	二级	2025 年 6 月	100.00	上海美锦持股 100%	“美津浓”品牌对外批发业务
10	新乡美锦体育用品有限公司	二级	2025 年 7 月	50.00	上海美锦持股 100%	新乡地区线下零售店铺
11	湖北必迈体育用品有限公司	一级	2022 年 11 月	4,784.20	发行人持股 100%	采购中心
12	上海迈跑体育用品有限公司	二级	2022 年 11 月	500.00	湖北必迈持股 100%	销售公司
13	上海嗨跑体育科技有限公司	二级	2023 年 3 月	100.00	湖北必迈持股 100%	销售公司
14	景卓腾达（北京）网络科技有限公司	一级	2022 年 11 月	250.00	发行人持股 100%	运营公司线上店铺及代运营外部客户线上店铺

序号	公司名称	层级	入股时间	注册资本	股权结构	业务定位
15	山西小魔仙网络科技有限公司	二级	2022年11月	110.00	北京景卓持股 100%	客服中心
16	景越卓达（上海）网络科技有限公司	二级	2022年11月	100.00	北京景卓持股 100%	线上店铺运营
17	山西星屹网络科技有限责任公司	二级	2022年11月	110.00	北京景卓持股 100%	客服中心
18	景卓腾达（海南）网络科技有限公司	二级	2022年11月	100.00	北京景卓持股 100%	线上店铺运营
19	上海景腾跑科技有限公司	二级	2023年5月	100.00	北京景卓持股 100%	线上店铺运营
20	杭州景卓嘉壹网络科技有限公司	二级	2023年5月	100.00	北京景卓持股 100%	电商直播中心
21	海南必迈体育科技有限公司	一级	2022年11月	500.00	发行人持股 100%	研发中心
22	浙江必迈体育用品有限公司	一级	2023年3月	500.00	发行人持股 100%	销售公司
23	上海跃跑体育科技有限公司	一级	2023年5月	100.00	发行人持股 100%	研发中心
24	湖南必迈体育用品有限公司	一级	2025年3月	1,000.00	发行人持股 100%	内部生产工厂
25	上海乐跑体育用品有限公司	一级	2025年7月	100.00	发行人持股 100%	销售公司
26	广东横琴动跑体育有限公司	一级	2026年3月	100.00	发行人持股 100%	供应链管理服务
27	广东横琴必迈体育用品有限公司	一级	2026年3月	100.00	发行人持股 100%	供应链管理服务
28	必迈国际有限公司	一级	2025年7月	800万元港币	发行人持股 100%	国际业务拓展

注：必迈国际有限公司设立于中国香港。

## 六、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况

### （一）控股股东、实际控制人的基本情况

#### 1、控股股东情况

截至本招股说明书签署日，Belugaz 为发行人控股股东，持有发行人 3,363.4935 万股股份，占发行人总股本的 40.1095%。Belugaz 注册地为中国香港。

公司名称	Belugaz Limited
成立时间	2022年9月6日
商业登记证号码	74399285

总股本	300 万股			
实缴出资	300 万元港币			
注册地	16B, YHC TOWER, 1 SHEUNG YUET ROAD, KOWLOON BAY, KL			
主要生产经营地	16B, YHC TOWER, 1 SHEUNG YUET ROAD, KOWLOON BAY, KL			
股东构成	张志勇持股 100%			
董事	张志勇			
主营业务及与发行人主营业务的关系	投资，与发行人主营业务无关联			
最近一年主要财务数据 (单位：港币，万元)	总资产	净资产	营业收入	净利润
	4,685.36	2,462.95	2,356.78	2,177.26

注：以上财务数据经 WOCP CPA Limited 审计。

## 2、实际控制人情况

报告期内，发行人的实际控制人为张志勇，通过 Belugaz 间接持有发行人 40.1095% 的股份。

张志勇，男，1968 年 10 月出生，中国香港永久性居民，证件号码为 R512\*\*\*\*，硕士研究生学历。1991 年 7 月至 1992 年 7 月，就职于上海市地质矿产局，任会计；1992 年 10 月至 1999 年 4 月，就职于北京李宁鞋业有限公司，任财务经理；1999 年 4 月至 2004 年 6 月，就职于北京李宁体育用品有限公司，历任财务总监、总经理；2004 年 6 月至 2014 年 10 月，就职于李宁有限公司（2331.HK），历任行政总裁、董事；2012 年 10 月至 2019 年 7 月，就职于千百度国际控股有限公司（1028.HK），任独立非执行董事；2016 年 8 月至 2017 年 1 月，就职于乐视体育文化产业发展（北京）有限公司，任总裁；2017 年 10 月至 2023 年 9 月，就职于中国动向，历任首席执行官、总裁、执行董事；2023 年 9 月至今，任中国动向董事长特别助理。2024 年 10 月至今，历任公司董事、董事长。

### （二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东及实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

### （三）控股股东及实际控制人报告期内合法合规情况

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪

用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

#### （四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，其他持有发行人 5%以上股份的股东为刘国忠、Dong Capital 及青岛高瓴，分别直接持有发行人 14.0227%、9.6170%和 5.1020%的股份。

##### 1、刘国忠

刘国忠，男，1965 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 370728196502\*\*\*\*，大专学历。1993 年至今，就职于山东力威经贸有限公司，任总经理。2019 年 1 月至今，任上海美锦董事。

##### 2、Dong Capital

Dong Capital 于 2022 年 9 月 6 日在中国香港设立，董俊持有其 100%股权，并任董事。

公司名称	Dong Capital Investment Limited（董氏资本投资有限公司）
成立时间	2022 年 9 月 6 日
商业登记证号码	74399358
总股本	100 万股
实缴出资	100 万元港币
注册地	FLAT/RM D07, 8/F KAI TAK FTY BUILDING NO.99 KING FUK STREET SANPOKONG, KL
主要生产经营地	无
股东构成	董俊持股 100%
主营业务及与发行人主营业务的关系	投资，与发行人主营业务无关联

##### 3、青岛高瓴

详见本节“九、（五）发行人申报前十二个月内新增股东情况”。

## 七、发行人特别表决权股份情况

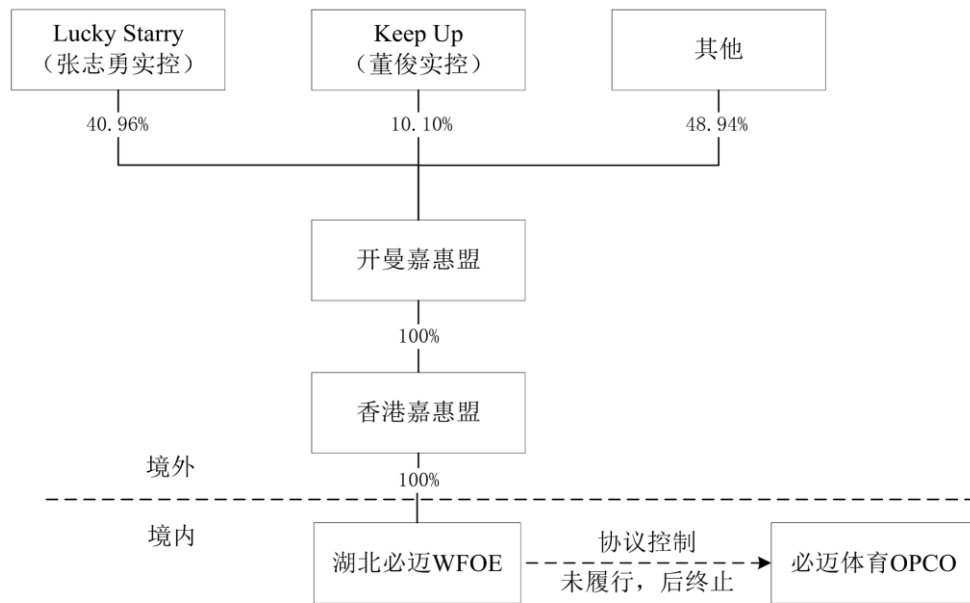
截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

## 八、发行人协议控制架构情况

### （一）VIE 架构搭建概述

2014 年，综合考量国内外资本市场环境、融资渠道及退出路径等因素，发行人拟定了境外上市计划，逐步搭建了 VIE 架构。随着国际政治经济环境的变化，2022 年，发行人决定放弃境外上市，随即将出资人还原至境内持股、终止控制协议、注销相关主体，拆除 VIE 架构。

VIE 架构如下图所示：



VIE 架构搭建过程具体如下：

①2014 年 10 月，拟作为境外融资上市主体的开曼嘉惠盟设立，由 Lucky Starry、Fill Glory、Keep Up、Power Key、Quick Time 五家公司共同出资；

②2014 年 11 月，开曼嘉惠盟在中国香港设立全资子公司香港嘉惠盟；

③2015 年 6 月，香港嘉惠盟在境内设立全资子公司湖北嘉惠盟（2016 年 7 月更名为湖北必迈）；

④2016 年 9 月，湖北必迈、必迈有限及其股东等相关主体签署《独家业务合作协议》《独家购买权协议》《股权质押协议》等一系列控制协议，实现境外上市主体开曼嘉惠盟通过湖北嘉惠盟对必迈有限（OPCO）的协议控制。

VIE 架构拆除过程具体如下：

①2022年10月，必迈有限股东会决议拆除VIE架构，同时，相关主体签署终止控制协议的协议；

②2022年11月，必迈有限收购湖北必迈全部股权，收购完成后，湖北必迈成为必迈有限的全资子公司；

③2022年12月，必迈有限进行股权转让，将各投资人在开曼嘉惠盟股权结构中应享有的权益，同比例还原至必迈有限的股权结构中；

④2024年6月，开曼嘉惠盟注销。

## （二）VIE 架构搭建过程

### 1、2014年10月，设立作为境外融资上市主体的特殊目的公司开曼嘉惠盟

2014年10月开曼嘉惠盟设立，经股份转让和新股增发，截至2014年10月27日，Lucky Starry、Fill Glory、Keep Up、Power Key、Quick Time 共同持有开曼嘉惠盟全部股权，股东及出资情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Lucky Starry	4.5603	45.60
2	Fill Glory	1.9544	19.54
3	Keep Up	1.6287	16.29
4	Power Key	1.5309	15.31
5	Quick Time	0.3257	3.26
合计		10.0000	100.00

#### （1）Lucky Starry

Lucky Starry 具体情况参见本节“二、（四）发行人历史上重要的股份变动情况说明”。截至其注销前，股权结构未发生过变更。

#### （2）Fill Glory

Fill Glory 具体情况参见本节“二、（四）发行人历史上重要的股份变动情况说明”。

#### （3）Keep Up

Keep Up 具体情况参见本节“二、（四）发行人历史上重要的股份变动情况

说明”。截至其注销前，股权结构再未发生过变更。

#### **(4) Power Key**

Power Key 具体情况参见本节“二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况”之“（四）发行人历史上重要的股份变动情况说明”。

#### **(5) Quick Time**

Quick Time 设立于 2005 年 3 月 5 日，毕胜持有其 100% 的股权并担任其董事。

2017 年 1 月，Quick Time 退出开曼嘉惠盟。

### **2、2014 年 11 月，开曼嘉惠盟在中国香港设立全资子公司香港嘉惠盟**

香港嘉惠盟由开曼嘉惠盟于 2014 年 11 月 12 日出资设立，发行股份 400.00 万股，每股面值 1 美元，香港嘉惠盟设立时的股东及出资情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	JHM Technology Holding Limited	400.00	100.00
	合计	400.00	100.00

### **3、2015 年 6 月，香港嘉惠盟在境内设立全资子公司湖北嘉惠盟**

湖北嘉惠盟成立于 2015 年 6 月 19 日，其成立时的注册资本为 1,000 万元港币，由香港嘉惠盟全额出资，出资比例为 100.00%。

2015 年 6 月 11 日，香港嘉惠盟签署《湖北嘉惠盟科技有限公司（外商独资）章程》。

2015 年 6 月 12 日，荆门高新区行政审批局出具《关于设立外资公司湖北嘉惠盟科技有限公司的批复》（荆高行审发[2015]66 号），同意设立湖北嘉惠盟。2015 年 6 月 12 日，取得湖北省人民政府外商投资管理办公室颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资鄂审字[2015]8981 号）。

2015 年 6 月 19 日，湖北嘉惠盟取得荆门市工商行政管理局核发的《营业执照》。

湖北嘉惠盟设立时的股东及出资情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元港币）	出资比例（%）
1	嘉惠盟（香港）科技有限公司	1,000.00	100.00
	合计	1,000.00	100.00

2016年7月13日，湖北嘉惠盟股东决定将公司名称变更为湖北必迈，并修改公司章程。2016年7月29日，荆门市工商行政管理局对本次名称变更事项予以变更登记。

#### 4、2016年9月，签署控制协议

为实现开曼嘉惠盟对必迈有限的控制，湖北必迈与必迈有限及其股东签署了一系列控制协议。

2016年9月，湖北必迈与必迈有限签署了《独家业务合作协议》，约定由湖北必迈向必迈有限提供有关主营业务的独家技术支持、咨询和其他服务，必迈有限应每月向湖北必迈支付服务费，服务费由管理费和服务提供费组成。

2016年9月，湖北必迈与必迈有限及其股东张鸿、董俊、李保红、刘宁签署了《独家购买权协议》，必迈有限股东同意通过前述协议授予湖北必迈一项独家购买权，用以购买必迈有限的全部或部分股权。

2016年9月，必迈有限股东张鸿、董俊、李保红、刘宁向湖北必迈出具了《授权委托书》，不可撤销地授予湖北必迈参加必迈有限股东会，行使股东表决权、任命管理人员等权利。

为保证《独家业务合作协议》《独家购买权协议》和《授权委托书》项下义务的履行，出质人张鸿、董俊、李保红、刘宁将其在必迈有限中拥有的全部股权质押给湖北必迈作为担保，并于2016年9月签署《股权质押协议》。

至此，VIE架构搭建完毕。

### （三）VIE架构搭建后开曼嘉惠盟的权益变动情况

#### 1、2015年9月，开曼嘉惠盟第一次增发股份

2015年9月29日，开曼嘉惠盟向 Perfect Major、Major Goal 分别增发 0.50 万股股份。

本次增发后，开曼嘉惠盟股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Lucky Starry	4.5603	41.46
2	Fill Glory	1.9544	17.77
3	Keep Up	1.6287	14.81
4	Power Key	1.5309	13.92
5	Perfect Major	0.5000	4.55
6	Major Goal	0.5000	4.55
7	Quick Time	0.3257	2.96
合计		<b>11.0000</b>	<b>100.00</b>

## 2、2016年1月，开曼嘉惠盟第二次增发股份

2016年1月31日，开曼嘉惠盟向 Lucky Starry、Fill Glory、Keep Up、Power Key、Perfect Major 五位股东分别增发 655.4362 万股、193.4856 万股、161.2413 万股、151.5591 万股、49.5000 万股股份。向许锡南、许锡鹏家族控制的 Keen New 增发 122.2222 万股股份。

本次增发后，开曼嘉惠盟股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Lucky Starry	659.9965	49.09
2	Fill Glory	195.4400	14.54
3	Keep Up	162.8700	12.11
4	Power Key	153.0900	11.39
5	Keen New	122.2222	9.09
6	Perfect Major	50.0000	3.72
7	Major Goal	0.5000	0.04
8	Quick Time	0.3257	0.02
合计		<b>1,344.4444</b>	<b>100.00</b>

## 3、2018年1月，开曼嘉惠盟第三次增发股份

2018年1月，经开曼嘉惠盟董事决议确认，开曼嘉惠盟向郭泽森、张志勇分别增发 134.4444 万股股份。

本次增发后，开曼嘉惠盟股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Lucky Starry	660.8222	40.96
2	Fill Glory	195.4400	12.11
3	Keep Up	162.8700	10.10
4	Power Key	153.0900	9.49
5	郭泽森	134.4444	8.33
6	张志勇	134.4444	8.33
7	Keen New	122.2222	7.58
8	Perfect Major	50.0000	3.10
合计		<b>1,613.3332</b>	<b>100.00</b>

#### 4、开曼嘉惠盟存续期间历次股权转让情况

序号	转让方	受让方	转让数量（万股）	转让时间	备注
1	Major Goal	Lucky Starry	0.50	2016.06.28	-
2	Quick Time	Lucky Starry	0.3257	2017.01.22	-
3	Perfect Major	刘国忠	50.00	2022.03.24	刘国忠通过张志勇购买该股权

#### 5、截至 2022 年 12 月必迈有限股权转让时，开曼嘉惠盟的权益结构

序号	股东名称/姓名	权益股份数量（万股）	比例（%）
1	Lucky Starry	660.8222	40.96
2	Fill Glory	195.4400	12.11
3	Keep Up	162.8700	10.10
4	Power Key	153.0900	9.49
5	郭泽森	134.4444	8.33
6	张志勇	134.4444	8.33
7	Keen New	122.2222	7.58
8	刘国忠	50.0000	3.10
合计		<b>1,613.3332</b>	<b>100.00</b>

#### 6、自然人股东境外投资的外汇登记

依据《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发〔2014〕37号，以下简称“37号文”）相关规定：境内居民以境内外合法资产或权益向特殊目的公司出资前，应向外汇局

申请办理境外投资外汇登记手续。

在搭建 VIE 架构时，发行人现有股东董俊、董光明、李超、张凡、崔颖、廖斌及张志勇配偶郝炜、董俊配偶周志芳因当时合规认知不足，未按照 37 号文的规定及时就其境外投资及返程投资事宜办理外汇登记手续，违反了相关监管要求。前述人员境外投资所涉 VIE 架构主体均已注销，投资及持股行为已终止。同时，经查询国家外汇管理局官方网站，前述自然人不存在因违反国家外汇管理法律法规受到处罚的记录。

37 号文规定的外汇登记义务人为参与境外特殊目的公司设立、融资的境内居民个人（即相关自然人股东），发行人并非该登记义务的法定责任主体，未办理登记的行为系股东个人行为，与发行人无关，相应法律责任应由责任人个人自行承担。上述相关人员已出具承诺函，承诺若因此受到主管机关处罚或产生任何损失，均由其个人承担，与发行人无关，不存在潜在法律风险或责任承担风险。该事项不会对公司的财务状况、经营成果造成不利影响。

综上所述，公司 VIE 架构搭建过程中，相关股东未就其对外投资及返程投资事宜办理外汇登记构成外汇管理违规，但该违规行为已终止，且发行人并非法定责任主体，相关责任人已出具书面承诺承担责任，该事项对本次发行上市不会造成实质性障碍。

#### **（四）VIE 架构存续期间实际控制人情况**

VIE 架构存续期间，张志勇通过其配偶郝炜 100%控股的 Lucky Starry，始终为开曼嘉惠盟持股比例最高的股东。在 VIE 架构存续期间，张志勇为开曼嘉惠盟的控股股东和实际控制人。

#### **（五）VIE 架构拆除过程和控制协议终止**

2022 年 10 月 31 日，必迈有限股东会决议，同意公司拆除 VIE 架构，与湖北必迈及相关方签署控制协议的终止协议；同意公司与开曼嘉惠盟、香港嘉惠盟、湖北必迈的重组方案，并签署《关于北京必迈体育用品有限公司、JHM Technology Holding Limited、嘉惠盟（香港）科技有限公司、湖北必迈体育用品有限公司之重组框架协议》（以下简称“《重组框架协议》”）。同日，开曼嘉惠盟、香港嘉惠盟、湖北必迈作出决定同意前述事项。

2022年10月31日，必迈有限与开曼嘉惠盟、香港嘉惠盟、湖北必迈等签署《重组框架协议》。协议各方决定拆除VIE架构，将各方股东截至协议签署之日的历史出资及存在的激励股权全部体现至必迈有限层面，并由必迈有限收购湖北必迈全部股权。

### 1、2022年10月，终止控制协议

2022年10月31日，湖北必迈与必迈有限签署了《独家业务合作协议之终止协议》，湖北必迈与必迈有限及其股东张鸿、董俊、李保红、刘宁签署了《独家购买权协议之终止协议》《授权委托书之终止协议》《股权质押协议之终止协议》，确认前述控制协议均不再履行，签约主体不再享有协议项下的权利，不再承担协议项下的义务，亦不得追究任一方的违约责任或要求赔偿，VIE架构搭建时签署的控制协议已终止。

在控制协议生效期间，必迈有限和湖北必迈未依据《独家业务合作协议》实际提供服务及支付费用，未出现导致必迈有限利润转移的情形；协议各方也未依据《独家购买权协议》之约定行使独家购买权，购买任何股权或资产；必迈有限股东签署《股权质押协议》后亦未办理股权出质登记手续。VIE控制协议自签署之日起未实际履行且均已终止。

### 2、2022年11月，必迈有限收购湖北必迈全部股权

详见本节“三、（一）重大资产重组”。

### 3、2022年12月，实际权益持有人在必迈有限层面直接持股

详见本节“二、（四）发行人历史上重要的股份变动情况说明”。

至此，VIE架构拆除完毕。

### 4、注销VIE架构下相关主体

截至本招股说明书签署日，各境外主体的注销情况如下：

序号	主体名称	主体状态	注销日期
1	开曼嘉惠盟	已注销	2024年6月28日
2	香港嘉惠盟	已注销	2025年5月16日
3	Lucky Starry	已注销	2024年6月20日

序号	主体名称	主体状态	注销日期
4	Fill Glory	已注销	2024年6月20日
5	Keep Up	已注销	2024年6月20日
6	Power Key	已注销	2024年6月20日

## 九、发行人股本有关情况

### （一）本次发行前后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 8,385.7745 万股，本次拟公开发行股票不超过 2,795.26 万股人民币普通股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。

假定本次发行新股 2,795.26 万股，本次发行前后，公司的股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	Belugaz	3,363.4935	40.1095	3,363.4935	30.0821
2	刘国忠	1,175.9102	14.0227	1,175.9102	10.5170
3	Dong Capital	806.4591	9.6170	806.4591	7.2127
4	青岛高瓴	427.8456	5.1020	427.8456	3.8265
5	王进福	385.2925	4.5946	385.2925	3.4459
6	陈义良	276.1281	3.2928	276.1281	2.4696
7	李放	270.4879	3.2256	270.4879	2.4192
8	Winner Hill	246.8450	2.9436	246.8450	2.2077
9	郭桐彤	228.1252	2.7204	228.1252	2.0403
10	上海迈跑	165.1500	1.9694	165.1500	1.4771
11	上海亿丰和	132.4238	1.5791	132.4238	1.1844
12	毛青山	132.4238	1.5791	132.4238	1.1844
13	王健	110.4512	1.3171	110.4512	0.9878
14	李超	86.8000	1.0351	86.8000	0.7763
15	上海迈风	86.5214	1.0318	86.5214	0.7738
16	刘宁	77.2659	0.9214	77.2659	0.6910
17	董光明	73.9155	0.8814	73.9155	0.6611
18	上海迈津	71.8146	0.8564	71.8146	0.6423
19	李保红	66.2119	0.7896	66.2119	0.5922
20	张凡	63.4197	0.7563	63.4197	0.5672

序号	股东名称/姓名	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
21	刘铮	55.8686	0.6662	55.8686	0.4997
22	王亚磊	47.3503	0.5647	47.3503	0.4235
23	甘泉一实	35.5707	0.4242	35.5707	0.3181
24	公司新发行股数	-	-	2,795.2600	25.0000
合计		<b>8,385.7745</b>	<b>100.0000</b>	<b>11,181.0345</b>	<b>100.0000</b>

注：上海亿丰和系刘国忠的一致行动人；李超系上海迈风执行事务合伙人；张凡系上海迈津执行事务合伙人。

## （二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东及其持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	Belugaz	3,363.4935	40.1095
2	刘国忠	1,175.9102	14.0227
3	Dong Capital	806.4591	9.6170
4	青岛高瓴	427.8456	5.1020
5	王进福	385.2925	4.5946
6	陈义良	276.1281	3.2928
7	李放	270.4879	3.2256
8	Winner Hill	246.8450	2.9436
9	郭桐彤	228.1252	2.7204
10	上海迈跑	165.1500	1.9694
合计		<b>7,345.7371</b>	<b>87.5976</b>

## （三）本次发行前的前十名自然人股东及其担任发行人职务情况

截至本招股说明书签署日，公司前十名自然人股东直接持股及其担任发行人职务情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	刘国忠	1,175.9102	14.0227	上海美锦董事
2	王进福	385.2925	4.5946	北京景卓总经理
3	陈义良	276.1281	3.2928	-
4	李放	270.4879	3.2256	-

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职情况
5	郭桐彤	228.1252	2.7204	-
6	毛青山	132.4238	1.5791	-
7	王健	110.4512	1.3171	-
8	李超	86.8000	1.0351	必迈体育财务负责人
9	刘宁	77.2659	0.9214	-
10	董光明	73.9155	0.8814	必迈体育商品业务条线负责人

#### （四）国有股份或外资股份持股情况

本次发行前，公司不存在国有股份；公司存在外资股份，由 Belugaz、Dong Capital 和 Winner Hill 持有。

Belugaz 情况详见本节“六、（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

Dong Capital 情况详见本节“六、（四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况”。

Winner Hill 由许锡鹏和许锡南于 2016 年 4 月 1 日出资设立，二人各持有其 50%的股份，并担任董事。Winner Hill 系公司的财务投资人。

公司名称	Winner Hill Investment Limited（凯峰投资有限公司）
成立时间	2016 年 4 月 1 日
商业登记证号码	65932434
总股本	2 股
注册地	FLAT/RM B, 16/F, YHC TOWER, 1 SHEUNG YUET ROAD, KOWLOON BAY, KL
股东构成	许锡鹏、许锡南各持有 1 股股份
主营业务及与发行人主营业务的关系	投资，与发行人主营业务无关联

#### （五）发行人申报前十二个月内新增股东情况

##### 1、申报前十二个月内新增股东青岛高瓴

公司首次申报前十二个月内新增 1 名股东青岛高瓴，其取得股份的具体情况如下：

新增股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	取得股份方式	交易价格	入股原因及定价依据	取得时间
青岛高瓴	427.8456	5.1020	增资	23.37元/股	看好必迈体育未来发展，交易双方协商定价	2025年11月20日

截至本招股说明书签署日，青岛高瓴基本情况如下：

企业名称	青岛高瓴颂构企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91370211MAC0YYP9X1
类型	有限合伙企业（外商投资）
执行事务合伙人	武汉高瓴庭钧企业管理咨询合伙企业（有限合伙）（委派代表：翟雨佳）
注册资本	20,015 万美元
成立日期	2022 年 9 月 26 日
注册地址	山东省青岛市黄岛区港兴大道路 17 号 4 栋 1 单元 307
经营范围	一般项目：企业管理；企业管理咨询；以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，青岛高瓴的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资金额（万美元）	出资比例（%）
1	GNTR IX HK Holdings Limited	20,000.00	99.9251
2	武汉高瓴庭钧企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	15.00	0.0749
合计		<b>20,015.00</b>	<b>100.0000</b>

青岛高瓴不存在在境内以非公开方式向投资者募集资金的行为，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金登记备案办法》等相关法律法规的规定办理私募投资基金备案手续。

截至本招股说明书签署日，青岛高瓴与公司其他股东、董事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，青岛高瓴所持发行人股份均系真实持有，不存在任何形式的股份代持情况。

青岛高瓴已承诺“自取得发行人股份之日起 36 个月内，且自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人本次发行上市前的股份，也不由发行人回购该部分股份。”

## 2、青岛高瓴涉及的对赌约定及解除情况

2025年9月24日，必迈体育、张志勇、Belugaz、上海迈跑、上海迈津等主体与青岛高瓴（以下简称“各签约方”）签署《有关北京必迈体育股份有限公司之股东协议》（以下简称“《股东协议》”），其中约定了回购权、新增注册资本的优先认缴权、股份转让批准权、优先购买权、共同出售权、优先清算权、反稀释、知情权、平等待遇、董事会席位、董事会及股东会的特别权利（如一票否决权）等投资方特别权利条款。

2026年1月30日，必迈体育、张志勇、Belugaz、上海迈跑、上海迈津等主体与青岛高瓴签署《股东特殊权利之终止协议》（以下简称“《终止协议》”），约定：“（1）《股东协议》第2.1条‘回购权’，于公司上市审计报告出具之日全部无条件终止且自始无效，并在任何情况下均不再恢复其法律效力。

（2）《股东协议》中除第2.1条‘回购权’外的其余股东特殊权利条款，自公司提交上市申请材料之日起，全部无条件终止且自始无效。但当出现任一下列情形时，前述可恢复特殊权利条款自动恢复且自始有效：上市申请未被证券交易所受理；上市申请被撤回、驳回、否决或终止审查；上市注册申请未被证监会审核同意；未在批文有效期内完成发行。”

《终止协议》系各签约方真实意思表示，内容合法合规，协议合法有效。《股东协议》的履行及终止不存在争议、纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，各签约方不存在违反《股东协议》约定的情形，此前约定的对赌条款已全部清理完毕。除前述已终止的对赌条款外，各签约方之间未订立其他现行有效或拟生效的对赌条款或类似约定。公司、公司的控股股东及实际控制人与其他股东之间不存在对赌约定或类似特殊权利安排，亦不存在可能导致公司控制权发生变更的相关条款。

### （六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及关联股东各自持股比例

本次发行前，公司各股东间的关联关系、一致行动关系如下：

股东姓名	股东名称	关联关系
李超	上海迈风	股东李超系股东上海迈风的执行事务合伙人，持有上海

股东姓名	股东名称	关联关系
		迈风出资总额的 0.9121%
张凡	上海迈津	股东张凡系股东上海迈津的执行事务合伙人，持有上海迈津出资总额的 1.1000%
刘国忠	上海亿丰和	刘国忠与上海亿丰和签署了《一致行动协议》

除上述关联关系外，本次发行前公司各股东之间不存在其他关联关系。

上述各关联股东的持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	刘国忠	1,175.9102	14.0227
2	上海亿丰和	132.4238	1.5791
3	李超	86.8000	1.0351
4	上海迈风	86.5214	1.0318
5	上海迈津	71.8146	0.8564
6	张凡	63.4197	0.7563

### （七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次公开发行股票全部为新股发行，不存在发行人原股东公开发售股份的情形。

## 十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 5 名董事组成，并设有高级管理人员 3 名。公司未认定其他核心人员。

### （一）董事会成员

公司董事会由 5 名董事组成，其中 2 名为独立董事。发行人董事由股东会选举产生，每届任期三年，任期届满可连选连任；独立董事任期三年，任期届满可连选连任，连任时间不得超过六年。公司现任董事任职情况如下表：

姓名	现任发行人职务	任期起止日
张志勇	董事长	2025 年 7 月-2028 年 7 月
董俊	董事、总经理	2025 年 7 月-2028 年 7 月
王亚磊	董事、董事会秘书	2026 年 1 月-2028 年 7 月
李哲	独立董事	2026 年 1 月-2028 年 7 月

姓名	现任发行人职务	任期起止日
王立彦	独立董事	2026年1月-2028年7月

注：表格中任期均系董事职务任期。

现任董事简历如下：

### 1、张志勇

详见本节“六、（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

### 2、董俊

董俊，男，1967年12月出生，中国香港永久性居民，本科学历。1989年9月至1991年9月，就职于湖北襄阳轴承厂，任助理工程师；1991年10月至1996年9月，就职于东莞丽能运动制品厂，任厂长；1997年10月至2002年11月，就职于Minson Enterprise (Thailand) Co., Ltd.，任经理；2002年12月至2014年10月，就职于李宁有限公司（2331.HK），任供应链管理系统总经理；2015年3月至今，历任公司董事、总经理。

### 3、王亚磊

王亚磊，男，1980年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2004年8月至2005年11月，就职于浙江红五环机械股份有限公司，任副总经理；2006年9月至2008年3月，就职于北京正略钧策企业管理咨询有限公司，任战略咨询经理；2008年4月至2013年6月，就职于李宁（中国）体育用品有限公司，任战略规划经理；2013年7月至2017年10月，就职于北京奥索克体育用品有限公司，任副总经理；2017年11月至2021年12月，就职于中国动向，历任菲尼克斯中国区总经理、菲尼克斯株式会社社长；2022年1月至2022年12月，就职于北京景卓，任首席运营官；2023年1月至今，历任公司战略投资部总监、董事会秘书、董事。

### 4、李哲

李哲，男，1978年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2004年7月至2005年10月，就职于北京网通研究院，任研究员；2005年11月至2012年12月，就职于北京正略钧策企业管理咨询有限公司，历任咨询顾问、高级经理、总监、合伙人；2012年12月至2018年10月，就职于北京

睿信致成管理顾问有限公司，任管理合伙人；2018年10月至2019年8月，就职于睿商信息科技（上海）有限公司，历任管理合伙人、监事；2019年8月至今，就职于元荃管理咨询（上海）合伙企业（有限合伙），任执行事务合伙人；2026年1月至今，任公司独立董事。

## 5、王立彦

王立彦，男，1957年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，会计系教授，非执业中国注册会计师。1985年至今，历任北京大学助教、讲师、副教授、教授、博士生导师。2026年1月至今，任公司独立董事。

### （二）监事/审计委员会委员

2026年1月20日，公司召开2026年第一次临时股东会，审议通过《关于取消监事的议案》，不再设置监事，监事的职权由董事会审计委员会行使。

公司现任审计委员会由3名成员组成，其中独立董事2名，具体情况如下：

姓名	现任发行人职务	任期起止日
王立彦	独立董事、召集人委员	2026年1月-2028年7月
李哲	独立董事、委员	2026年1月-2028年7月
张志勇	董事长、委员	2026年1月-2028年7月

### （三）高级管理人员

公司现任高级管理人员如下表：

姓名	现任发行人职务	任期起止日
董俊	董事、总经理	2025年7月-2028年7月
王亚磊	董事、董事会秘书	2025年7月-2028年7月
李超	财务负责人	2025年7月-2028年7月

注：表格中任期均系高级管理人员职务任期。

高级管理人员简历如下：

#### 1、董俊

详见本节“十、（一）董事会成员”。

#### 2、王亚磊

详见本节“十、（一）董事会成员”。

### 3、李超

李超，男，1981年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003年9月至2004年9月，就职于中地不动产评估有限公司，任业务经理；2004年9月至2014年12月，就职于李宁（中国）体育用品有限公司，任财务经理；2014年12月至今，任公司财务负责人。

#### （四）董事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员在公司之外的其他单位的任职情况如下：

姓名	本公司职务	其他单位任职情况		
		单位名称	职务	兼职单位与发行人关系
张志勇	董事长	中国动向	董事长特别助理	无
		Belugaz	董事	控股股东
董俊	董事、总经理	Dong Capital	董事	股东
李哲	独立董事	北京中和泮淀科技发展有限公司	执行董事、经理	无
		元荃管理咨询（上海）合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	无
		北京睿信德成投资咨询有限公司	董事	无
		北京联想智联网络有限公司	经理	无
		北京悦己美丽健康科技有限公司	监事	无
王立彦	独立董事	北京大学	教授、博士生导师	无
		中国圣牧有机奶业有限公司（1432.HK）	独立非执行董事	无
		人本股份有限公司	独立董事	无
		海南银行股份有限公司	独立董事	无
		中国注册会计师协会	副会长	无
		中国上市公司协会第三届独立董事专业委员会	委员	无
		中国金融会计学会专家委员会	委员	无
李超	财务负责人	上海迈风	执行事务合伙人	股东

除上述情况以外，公司董事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

### （五）董事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

### （六）董事、高级管理人员及其他核心人员最近三年涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

### （七）董事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的有关协议以及有关协议的履行情况

公司与董事长签署了《董事长聘任协议》，与独立董事签署了《独立董事聘任协议》，与其他董事、高级管理人员签署了《劳动合同》和《保密协议》，对双方的权利义务进行了约定。截至本招股说明书签署日，上述合同和协议正常履行，不存在违约情形。

## 十一、董事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属的持股情况

### （一）董事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其近亲属直接及间接持股情况如下：

序号	股东名称	职务/亲属关系	直接持股数 (万股)	间接持股数 (万股)	间接持股平台	合计持股比例 (%)
1	张志勇	董事长	-	3,363.4935	Belugaz	40.1095
2	董俊	董事、总经理	-	806.4591	Dong Capital	9.6170
3	王亚磊	董事、董事会秘书	47.3503	-	-	0.5647
4	李超	财务负责人	86.8000	0.7892	上海迈风	1.0445

### （二）董事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份质押、冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员及其近亲属直接或间接

持有的公司股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

## 十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年的变动情况

### （一）董事会成员变动情况

报告期初，公司未设董事会，执行董事为董俊。最近三年，公司董事的变动情况如下：

时间	会议情况	董事的变动情况	变动后的董事会成员
2024年10月31日	召开股东会	免除董俊的执行董事职务，选举张志勇为公司董事	张志勇
2025年7月25日	成立大会暨首次股东会	选举张志勇、董俊、王进福为股份公司第一届董事会董事，其中，张志勇为董事长	张志勇、董俊、王进福
2025年9月29日	2025年第二次临时股东大会	王进福辞任董事，补选沈皓瑜为第一届董事会董事	张志勇、董俊、沈皓瑜
2026年1月20日	2026年第一次临时股东大会	聘请独立董事李哲、王立彦 沈皓瑜辞任董事，补选王亚磊为第一届董事会董事	张志勇、董俊、王亚磊、李哲、王立彦

### （二）监事会成员变动情况

报告期期初，公司监事为张凡。2026年1月20日，公司召开2026年第一次临时股东大会，审议通过《关于取消监事的议案》，不再设置监事，监事的职权由董事会审计委员会行使。

时间	会议情况	监事的变动情况
2025年7月25日	成立大会暨首次股东会	选举张凡为公司监事
2026年1月20日	2026年第一次临时股东大会	取消监事

### （三）高级管理人员变动情况

报告期期初，公司总经理为董俊，财务负责人为李超，报告期内未发生变化。2025年7月25日，公司第一届董事会第一次会议，聘任王亚磊为董事会秘书。

## 十三、董事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事及高级管理人员直接对外投资情况如下：

姓名	本公司职务	对外投资情况		
		单位名称	持股比例（%）	主营业务
张志勇	董事长	Belugaz	100.00	投资

姓名	本公司职务	对外投资情况				
		单位名称	持股比例（%）	主营业务		
		上海百禄佳信息咨询有限公司	通过 Belugaz 持股 100.00	投资		
		弓长尚造投资（北京）有限公司	50.00	无实际经营		
		北京金圣维通餐饮管理有限公司	33.33	无实际经营		
		中国动向	3.43	运动服饰鞋帽		
		天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）	2.31	私募投资		
		苏州维新中华创业投资合伙企业（有限合伙）	0.91	私募投资		
		董俊	董事、总经理	Dong Capital	100.00	投资
				上海榕润信息咨询有限公司	通过 Dong Capital 持股 100.00	投资
北京小马蜂启航股权投资中心（有限合伙）	4.55			私募投资		
李哲	独立董事	北京中和泮淀科技发展有限公司	100.00	技术推广服务、企业管理咨询		
		元荃管理咨询（上海）合伙企业（有限合伙）	95.00	企业管理咨询		
		北京睿信德成投资咨询有限公司	8.33	投资咨询		
		上海鸿曙实业合伙企业（有限公司）	1.25	投资		
李超	财务负责人	上海迈风	0.91	投资		

#### 十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

##### （一）薪酬组成、确定依据及履行程序

公司确定董事、时任监事、高级管理人员薪酬的原则为：在公司任职并领薪的非独立董事、监事、高级管理人员的薪酬主要由工资及奖金等组成，工资由公司结合行业薪酬水平、岗位职责和履职情况确定，奖金与公司年度经营情况、个人履职情况等挂钩。独立董事的薪酬为独立董事履职津贴。截至本招股说明书签署日，公司已设置董事会审计委员会，取消监事。

根据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，董事的薪酬计划由薪酬与考核委员会提出，董事会同意后，提交股东会审议通过后实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案由薪酬与考核委员会提出后报董事会批准。

## （二）薪酬总额占各期利润总额的比重

报告期各期，公司董事、时任监事、高级管理人员薪酬总额及占公司同期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
薪酬总额	793.04	343.31	250.64
利润总额	29,973.17	18,418.05	4,698.47
薪酬总额占利润总额的比例	2.65%	1.86%	5.33%

注：上表薪酬总额为董事、时任监事、高级管理人员实际担任职务期间薪酬。

## （三）最近一年从发行人及其关联企业获得收入的情况

2025 年度，公司现任及时任董事、监事、高级管理人员在本公司及其子公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2025 年薪酬（万元）	是否在关联企业领薪
张志勇	董事长	310.13	否
董俊	董事、总经理	224.86	否
王亚磊	董事、董事会秘书	93.17	否
李哲	独立董事	-	否
王立彦	独立董事	-	否
李超	财务负责人	102.29	否
张凡	时任监事	83.00	否
王进福	时任董事	79.50	否
沈皓瑜	时任董事	-	否

注 1：上表为现任及时任董事、监事、高级管理人员的 2025 年全年薪酬统计；

注 2：公司时任董事沈皓瑜为外部董事，并已于 2025 年 9 月离任；李哲、王立彦于 2026 年 1 月被聘任为公司独立董事。因此，上述人员 2025 年未在公司领取薪酬。

## （四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员享受的其他待遇和退休金计划

截至本招股说明书签署日，公司不再设置监事。公司现任董事及高级管理人员除享受社会保险和住房公积金外，无其他待遇和退休金计划。

## （五）发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在已经制定且正在实施的股权激励或期权激励及相关安排。

## 1、发行人本次公开发行申报前已经实施的股权激励

为建立健全公司长效激励机制，充分调动公司员工及合作方的积极性和创造性，同时为了回报其对公司做出的贡献，公司本次公开发行申报前已经实施的股权激励情况如下：

### （1）部分核心员工直接持有公司股权

董俊通过个人持股公司 Dong Capital 持有公司股权，李超、董光明、张凡、刘铮、王亚磊直接持有公司股权。

### （2）部分员工通过持股平台间接持有公司股权

为实施股权激励，公司设立了上海迈跑、上海迈风及上海迈津三家持股平台，激励对象涵盖公司员工及外部合作方。其中，上海迈跑与上海迈津的激励对象为公司员工，上海迈风的激励对象为外部合作方。截至本招股说明书签署日，上述三家持股平台分别持有公司 1.9694%、1.0318%和 0.8564%的股份；除持有公司股份外，该三家公司均未实际开展其他业务。

## 2、持股平台基本情况

### （1）上海迈跑

截至本招股说明书签署日，上海迈跑基本情况如下：

企业名称	上海迈跑管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2023年2月7日
出资额	165.15万元
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	崔颖
住所	上海市静安区沪太路1895弄51号1幢209室
经营范围	一般项目：企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，上海迈跑的合伙人出资构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	崔颖	35.7962	21.6750
2	王新禹	20.8144	12.6033
3	徐阳	19.4448	11.7740

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
4	张炜	18.2284	11.0375
5	封海云	17.1346	10.3752
6	缪洁一	11.3163	6.8521
7	吕锋	6.2717	3.7976
8	武凯华	6.2444	3.7810
9	杨东波	6.2444	3.7810
10	任安澜	4.7350	2.8671
11	梁效忠	4.1629	2.5207
12	张昌伟	4.1629	2.5207
13	何佳艳	2.6485	1.6037
14	靳晶	2.6485	1.6037
15	朱福荣	2.6485	1.6037
16	张晓兰	2.6485	1.6037
合计		<b>165.1500</b>	<b>100.00</b>

## （2）上海迈风

截至本招股说明书签署日，上海迈风基本情况如下：

企业名称	上海迈风管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2023年2月10日
出资额	86.5214万元
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	李超
住所	上海市静安区沪太路1895弄51号1幢209室
经营范围	一般项目：企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，上海迈风的合伙人出资构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李超	0.7892	0.9121
2	廖斌	27.6448	31.9515
3	郭万强	27.6333	31.9381
4	吴聪辉	11.3856	13.1593
5	宫晓达	5.5270	6.3880
6	金春萍	2.7083	3.1302

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
7	李双	2.7083	3.1302
8	唐涛	2.7083	3.1302
9	王欣华	2.7083	3.1302
10	张家晖	2.7083	3.1302
合计		<b>86.5214</b>	<b>100.0000</b>

### （3）上海迈津

截至本招股说明书签署日，上海迈津基本情况如下：

企业名称	上海迈津管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2023年2月16日
出资额	1.00万元
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	张凡
住所	上海市静安区沪太路1895弄51号1幢209室
经营范围	一般项目：企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，上海迈津的合伙人出资构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张凡	0.0110	1.10
2	封海云	0.2216	22.16
3	张炜	0.2216	22.16
4	徐阳	0.2143	21.43
5	任安澜	0.1108	11.08
6	赖雨轩	0.1108	11.08
7	靳晶	0.1099	10.99
合计		<b>1.0000</b>	<b>100.00</b>

## 3、股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权等方面的影响

### （1）股权激励对公司经营状况的影响

公司的股权激励安排有助于充分调动员工积极性和创造性，有利于公司的稳健经营及良性发展。

## （2）报告期内股权激励对公司财务状况的影响

报告期内，公司设立股权激励计划，上海迈津作为公司的持股平台，激励对象为公司员工。公司股东会审议通过《北京必迈体育用品有限公司员工股权激励计划》，获授股权员工作为合伙人签署上海迈津的合伙协议。针对上述股权激励，报告期各期公司计提股份支付费用 68.26 万元、-27.08 万元和 1,049.74 万元。

## （3）股权激励对公司控制权的影响

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化，股权激励对公司控制权的稳定性不构成影响。

## 4、上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，公司股权激励计划均已实施完毕，不存在已经制定或正在实施的股权激励或期权激励及相关安排。

## 十五、发行人员工情况

### （一）员工人数及结构

#### 1、报告期内员工数量变化

报告期各期末，公司员工人数的情况如下：

单位：人

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
员工人数	908	563	560

2025 年公司员工数量大幅增长，主要系公司 2025 年 3 月设立子公司湖南必迈并建设自有生产基地，为满足生产基地的生产线运营及配套管理需求，招聘了大量生产及辅助岗位人员所致。

#### 2、报告期末员工结构

截至 2025 年 12 月 31 日，公司员工专业结构情况如下：

人员类别	员工人数（人）	占员工总数比例
管理人员	139	15.31%
销售人员	471	51.87%
研发人员	27	2.97%

人员类别	员工人数（人）	占员工总数比例
生产人员	271	29.85%
合计	908	100.00%

截至 2025 年 12 月 31 日，公司员工年龄分布如下：

年龄	员工人数（人）	占员工总数比例
30 岁及以下	252	27.75%
31-40 岁	294	32.38%
41-50 岁	211	23.24%
51 岁及以上	151	16.63%
总计	908	100.00%

截至 2025 年 12 月 31 日，公司员工教育程度如下：

学历	员工人数（人）	占员工总数比例
硕士及以上	22	2.42%
本科	211	23.24%
大专及以下	675	74.34%
总计	908	100.00%

## （二）发行人执行社会保障制度情况

报告期各期末，公司为员工缴纳社会保险和住房公积金情况如下：

单位：人

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31	
员工人数	908	563	560	
减：退休返聘、超龄员工人数	40	-	-	
其他员工人数	868	563	560	
社会保险	缴纳人数	853	557	542
	缴纳人数占比	98.27%	98.93%	96.79%
	未缴纳人数	15	6	18
住房公积金	缴纳人数	799	515	498
	缴纳人数占比	92.05%	91.47%	88.93%
	未缴纳人数	69	48	62

注 1：2025 年公司退休返聘员工人数有所增加，主要系湖南生产基地于当年建成投产，部分新招聘的生产及辅助岗位人员已达退休年龄；

注 2：社会保险、住房公积金的缴纳人数含公司及其子公司委托第三方机构缴纳的情况；

注 3：社会保险、住房公积金的缴纳人数占比=缴纳人数/（员工人数-退休返聘、超龄员工人数）。

报告期各期末，除退休超龄员工外，公司部分员工未缴纳社会保险、住房公积金的主要原因包括：（1）部分新入职员工的社保、住房公积金关系转移尚在办理中；（2）部分子公司的住房公积金缴纳管理不够规范及员工缴纳意愿较低，存在未按规定缴存住房公积金的情况等。针对前述子公司公积金缴存不规范事项，公司已强化合规意识，完善子公司住房公积金缴纳管理，截至本招股说明书签署日，子公司已为该等员工正常缴存住房公积金。

此外，报告期内公司存在通过第三方机构为公司部分员工代缴社会保险和住房公积金的情形，主要系公司各地门店的销售人员工作地点较为分散，为尊重员工在当地缴纳社会保险及住房公积金的意愿，公司通过第三方机构代缴，所缴纳的费用实际由公司承担，实质履行了其员工缴纳社保及公积金的义务。公司已通过设立分、子公司等方式逐步转由公司自主缴纳，不断减少第三方代缴的人数规模。截至本招股说明书签署日，公司通过第三方代缴的员工人数已减少至 7 人。

公司及其子公司均已取得市场主体专项信用报告或者住房公积金主管部门出具的证明，报告期内不存在因违反人力资源社会保障领域或住房公积金领域相关法律法规受到行政处罚的情形。实际控制人张志勇就公司在本次发行上市前的社会保险和住房公积金缴纳事宜出具了书面承诺。

### （三）劳务派遣情况

报告期内，为保障公司生产经营和用工需求，提高管理与生产效率，公司存在部分非核心工作岗位使用劳务派遣用工的情形。报告期各期末，公司劳务派遣用工情况如下：

单位：人

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
劳务派遣人数	78	92	76
员工人数	908	563	560
用工总数	986	655	636
劳务派遣人数占用工总数的比例	7.91%	14.05%	11.95%

公司劳务派遣人员主要从事客服、店员等具备临时性、辅助性和可替代性的工作岗位。报告期各期末，公司劳务派遣用工人数占用工总量的比例分别为 11.95%、14.05%和 7.91%。报告期内存在公司劳务派遣用工人数占比超过 10%的

情形，不符合《劳务派遣暂行规定》的要求。公司已采取措施逐步规范用工方式。截至本招股说明书签署日，公司及其子公司已不存在劳务派遣用工情况，符合相关法律法规的要求。

公司及其子公司均已取得市场主体专项信用报告，报告期内不存在因劳务派遣事项受到行政处罚的情形。实际控制人张志勇已就劳务派遣用工事项出具了书面承诺。

## 第五节 业务和技术

### 一、发行人主营业务及主要产品的情况

#### （一）主营业务情况

必迈体育（以下简称“发行人”）是一家运动品牌运营企业。发行人致力于中国自主知识产权品牌的培育以及国际品牌的本土化运营，采取“双品牌驱动、多品牌合作”的业务模式，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服饰、运动配件（以下合称“运动服配”）产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。

发行人运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”，并拥有综合性运动品牌“美津浓”在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌授权，涉及的业务环节涵盖产品企划、研发设计、供应链管理、品牌运营、产品销售及售后服务。2025年10月，湖南必迈生产基地正式投产，使发行人具备了跑步鞋产品的自主生产制造能力。

报告期内，发行人与运动护具品牌“赞斯特”、自行车装备品牌“崔克”、户外装备品牌“Rab”等数十个境内外品牌开展合作，负责产品授权销售或提供线上店铺的运营服务。

发行人目前的主要品牌包括“必迈”及“美津浓”，简要情况如下：

#### 1、“必迈”

“必迈”是发行人于2015年创立的跑步运动垂类品牌。“必迈”产品矩阵涵盖日常慢跑、进阶训练、跑马竞赛及户外越野等细分场景。“必迈”紧跟结构、鞋面、中底、外底、基础材料等跑步鞋核心技术领域的市场动态，秉持“只为跑者”的品牌初心，通过材料科学、生物力学与人体工程学的结合，为跑步爱好者提供兼具专业性能与质价比的专业装备。

在经营策略上，“必迈”主要实施“直面消费者（DTC）”模式，采取大单品的产品策略，依托官方网站、微信小程序、线上电商渠道及线下私域社群的运营，拉近品牌与消费者的距离，直接触达消费者并及时地获取真实用户反馈，驱动产品高效开发和迭代，实现品牌经营效率的持续提高。

凭借在跑步社群和马拉松赛事中的深耕，“必迈”在跑者圈层中建立了较强的品牌认知。近年来，“必迈”持续为跑步爱好者提供专业、舒适、可靠的跑步装备，助力其在跑步运动及赛事中超越自我。根据悦跑数据研究院统计，2024年度及2025年度，“必迈”在国内主要马拉松赛事“破3”（完赛成绩在3小时以内）选手的穿着率分别位列各品牌第5位及第3位。

截至本招股说明书签署日，发行人运营的“必迈”品牌产品线概况如下：

跑马竞赛 半马/全马	极限突破 全马230以内 鹭碳Ultra		打破记录 全马330以内 鹭碳3.0Turbo		竞速挑战 全马240-430 鹭碳Fly2.0		安全完赛 全马400-600 鹭碳Mix2.0			
进阶训练 竞速/长距离	长距离训练 10K+ 舒适缓震 远征者6.0		长距离竞训 距离跑/节奏跑/乳酸跑 远征者LSD		速度训练 场地跑/乳酸跑/间歇跑 狩猎2.0					
大众日常 有氧跑/随心跑	慢跑进阶 5K-10K 远征者·厚道		初级慢跑 3K-5K Pure2.0		慢跑休闲 0K-3K 远征者·漫步2.0					
户外越野 轻户外场景	轻户外越野 越野双场景 远征者6.0 夏野		轻户外徒步 越野双场景 远征者·陆巡		轻户外徒步 水陆双栖 远征者·陆巡 溯溪					
服装	竞赛背心 超轻速干/3D织造工艺		竞赛短袖 轻薄透气/吸汗速干		潜能压缩长袖 高弹耐磨/稳固肌群		竞赛防泼水外套 防泼拒水/分区防护		运动防晒风衣 防晒透气/排湿	
	竞赛潜能压缩短裤 吸湿速干/包裹肌群		竞赛短裤 二合一结构		潜能压缩长裤 高弹不紧绷		竞赛速干短裤 立体裁剪/赛训兼备		运动冰薄长裤 亲肤凉感/高弹速干	
配件	潜能竞速短筒袜 清爽透气/包裹支撑		超临界高弹竞速鞋垫 持久轻弹/竞赛必备		运动防风保暖手套 防风保暖/两用可收纳		竞速空顶帽 遮阳吸汗/轻量透气		运动凉感防晒护臂 轻弹透气/防晒凉感	


































## 2、“美津浓”

“美津浓”品牌由美津浓株式会社（以下简称“日本美津浓”）于1906年创立，是全球历史悠久的专业运动品牌。历经百余年的经营积淀，“美津浓”已由初创时期的棒球器材品牌，发展成为产品矩阵涵盖运动鞋、运动服饰、运动器具及运动配件的全球综合性运动品牌。凭借其深厚的品牌底蕴，“美津浓”在运动休闲领域形成了独特的品牌风格，成为“复古风”的代表性运动品牌之一。

上海美锦于2019年获得“美津浓”品牌在中国大陆地区的授权。上海美锦可以在中国大陆地区开展“美津浓”品牌休闲跑步鞋、复古跑步鞋、经典跑步鞋（以下合称“休闲跑步鞋”），以及运动休闲鞋和运动服配产品的研发设计、生产制造及市场销售业务。此外，上海美锦还可以在中国大陆地区开展“美津浓”国际线产品的销售业务，包括但不限于竞速跑步鞋、乒乓球鞋、羽毛球鞋、足球鞋、排球鞋，以及各类运动器械等。有关“美津浓”品牌授权的情况，详见本节

## “八、发行人授权经营情况”。

截至本招股说明书签署日，发行人运营的“美津浓”品牌产品线概况如下：

竞速/训练跑步鞋	Hyperwarp 记录突破		Wave Rider 日常训练		Wave Sky 日常训练		Wave Prophecy 日常训练		Wave Rider GTX 越野跑	
休闲跑步鞋	Racer S 复古潮流		Speed 2K 复古潮流		Wave Ace 商务通勤		Speed 10S 复古潮流		Racer Trail 山系潮流	
其他运动鞋	Wave Drive 乒乓球		Wave Claw 羽毛球		Morelia 足球		Wave Lightning 排球		MTK 运动休闲	
运动生活服饰	羽绒服 羽绒填充、科技保温		短袖T恤 吸湿速干、凉感舒适		长袖T恤 吸湿速干、亲肤舒适		马甲 四维弹力、防晒凉感			
	梭织长裤 四维弹力、防晒、拒水		针织长裤 四维弹力、亲肤舒适		短裤 四维弹力、防晒、拒水		短裙 四维弹力			
跑步训练服饰	背心 轻量速干，一体无缝		短袖T恤 轻量透气、吸湿速干		长袖T恤 轻量透气、吸湿速干		梭织夹克 动态版型、轻量防护			
	半弹裤 高弹面料，稳定支撑		短裤 轻量透气、吸湿速干		长裤 动态版型、吸湿速干		马甲 动态温度调节			
配件	箱包 轻量耐磨，多仓储物		帽子 轻量透气，速干舒适		袜子 抗菌除臭，透气舒适					

## （二）发行人产品情况

目前，发行人产品分为跑步鞋、其他运动鞋、服装及配件，具体情况如下：

类别	主要产品	主要品牌
跑步鞋	休闲跑步鞋、入门及训练跑步鞋、竞速跑步鞋	“必迈” “美津浓”
其他运动鞋	运动休闲鞋、足球鞋、排球鞋、乒乓球鞋、羽毛球鞋等	“美津浓”
服装	跑步服、训练服、运动休闲服等	“必迈” “美津浓”
配件	护具、运动帽、运动包、运动袜等	“必迈” “美津浓”

## （三）主营业务收入的构成及主要特征

报告期内，发行人主营业务收入按产品、品牌和销售模式划分的构成情况如下。不同划分口径下的发行人主营业务收入变动情况分析，请见“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、（一）营业收入分析”。

### 1、按产品分类

报告期内，发行人主营业务收入按产品分类的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
跑步鞋	106,449.17	58.61	88,646.06	59.05	59,278.39	55.85
其他运动鞋	39,857.14	21.94	25,932.07	17.27	22,710.57	21.40
服装	29,055.84	16.00	29,625.06	19.73	18,451.56	17.38
配件	3,210.48	1.77	2,794.93	1.86	2,326.61	2.19
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

## 2、按品牌分类

报告期内，发行人主营业务收入按品牌分类的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
必迈	64,980.39	35.78	53,735.24	35.80	29,812.97	28.09
美津浓	112,912.55	62.16	93,262.88	62.13	72,954.15	68.73
其他	3,742.96	2.06	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

## 3、按销售模式分类

报告期内，发行人主营业务收入按销售模式分类的构成情况如下：

单位：万元、%

模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	130,604.73	71.90	107,012.34	71.29	68,174.14	64.23
经销	36,849.44	20.29	31,022.79	20.67	29,756.17	28.03
电商自营	11,118.47	6.12	8,963.00	5.97	4,836.82	4.56
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

## （四）主要经营模式

发行人立足于对运动市场趋势及消费者需求的深度研判，主要开展“必迈”及“美津浓”品牌跑步鞋、其他运动鞋及运动服配的企划、设计、开发、生产、销售活动，拥有成熟的产品企划与设计、采购、生产、仓储及配送、销售、市场

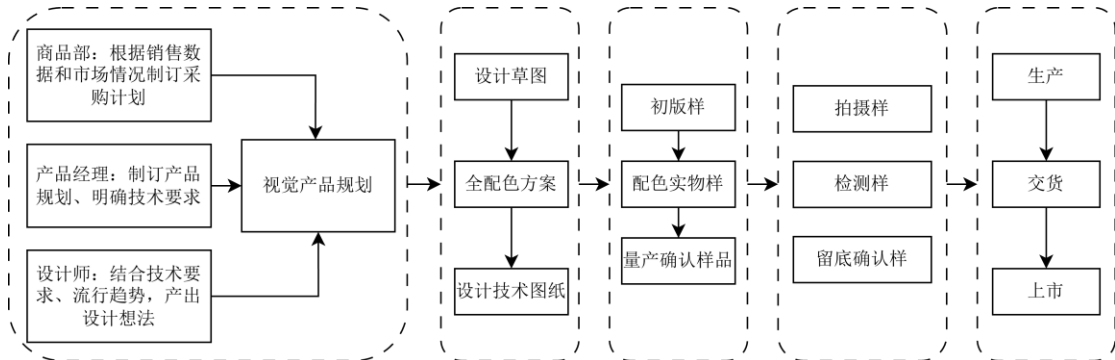
及品牌营销模式。

发行人产品矩阵丰富，涵盖了跑步鞋、其他运动鞋、运动服配。发行人的基本经营流程如下：

### 1、产品企划与设计模式

在产品企划与设计过程中，发行人始终坚持品牌定位，将材料科技、生物力学及人体工程学与国际流行趋势相结合，秉持“功能性与时尚性并重”的设计理念。

发行人的产品企划与设计基本流程如下：



发行人产品企划通常在产品预定上市前约 12 个月启动。具体情况如下：

（1）企划与概念阶段：发行人在收集并分析销售数据、竞品动态、市场趋势、前瞻性材料科技等多维信息后，召开研发启动会，形成初步规划、技术要求及核心设计概念，并由产品企划部门编制正式的产品规划。

（2）设计与评审阶段：设计部门根据规划开展设计工作，输出包括草图、全配色图、技术包裹图等设计文件，经内部评审后，移交至产品开发部门作为打样依据。

（3）开发与封样阶段：产品开发部门结合技术工艺、产能匹配度等因素选择代工厂商或通过发行人子公司湖南必迈制作样品，经确认、评估通过后作为量产标准。

（4）检测与验证阶段：发行人通过系统化的检测与试穿反馈机制对样品进行全方位评估和优化。样品通过验证后，产品正式进入量产与上市流程。

在上述流程基础上，发行人设计部门在结构、鞋面、中底、外底、碳板等跑

步鞋核心组成部分持续投入，与材料供应商、代工厂商协作提升产品性能，并形成了部分核心技术，相关情况详见本节“九、发行人核心技术与研发情况”。

此外，“必迈”及“美津浓”品牌产品企划与设计模式各具特点，具体情况如下：

#### （1）“必迈”

“必迈”建立了以用户深度验证为核心的产品开发机制。公司与线下跑团社群建立了长期合作，持续组织“严肃跑者”在真实场景中开展测试并收集反馈数据，用以反复优化产品性能。这一机制构建起核心用户深度参与产品共创的闭环体系，在保障产品专业性能的同时，亦显著提升了发行人的产品开发效率。

#### （2）“美津浓”

在“美津浓”产品企划及设计过程中，发行人需要遵循“美津浓”品牌的设计风格，并保留品牌基因。同时，发行人需要精准洞察中国市场的审美偏好与实际需求，将本土化创新与品牌基因有机结合，在体现品牌内涵的同时，设计更契合中国市场的高品质产品。

## 2、采购模式

发行人的采购模式主要包括向代工厂商采购成品鞋及成衣（代工采购）、向日本美津浓采购国际线产品（“美津浓”国际线产品采购）。随着2025年10月湖南必迈生产基地正式投产，发行人针对自产产品，自主开展生产原材料的采购（自主原材料采购）。

### （1）代工采购流程

在代工采购流程方面，发行人建立了涵盖计划、选定、下单、验收及结算的标准化体系。具体情况如下：

①计划与指令：商品部门根据市场情况、产品销售情况制定采购计划；

②供应商选定：供应链部门根据采购计划中的产品类型、采购数量，在合格供应商名录中选定具体的代工厂商；

③发出订单：供应链部门向代工厂商发出正式的采购订单，就产品款号、采购数量、目标交期等信息进行明确；

④产品验收：产品生产完成并到达发行人仓储中心后，仓储中心工作人员对货物进行清点查验后办理入库；

⑤结算支付：对已完成交货确认的订单，财务部门根据合同约定及入库单据办理采购款项支付。

### （2）“美津浓”国际线产品采购流程

在“美津浓”国际线产品采购流程方面，发行人子公司上海美锦主要通过伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司（以下简称“伊藤忠”）向日本美津浓采购国际线产品。上海美锦建立了涵盖计划、下单、验收及结算的标准化体系。具体情况如下：

①计划与指令：商品部门根据市场情况、产品销售情况制定采购计划；

②发出订单：供应链部门根据采购计划中的产品类型、采购数量，向伊藤忠发出正式的采购订单，就产品款号、采购数量、目标交期等信息进行明确；

③产品验收：产品到达发行人仓储中心后，仓储中心工作人员对货物进行清点查验后办理入库；

④结算支付：对已完成交货确认的订单，财务部门根据合同约定及入库单据办理采购款项支付。

### （3）自主原材料采购流程

在自主原材料采购流程方面，发行人子公司湖南必迈建立了涵盖计划、选定、签约、验收及结算的标准化体系。具体情况如下：

①计划与指令：生产管理部门根据发行人年度及月度量产规划进行排产，供应链部门依据生产指令制订原材料采购计划。

②供应商选定：产品开发部门根据产品技术标准及生产需求，在合格供应商名录中选定具体供应商，并与供应商确定材料的具体参数及标准。

③合同签订：发行人与供应商签署采购合同，就品名、规格、数量、质量标准、交货期及交付方式等核心条款进行明确。

④品质验收：原材料到货入库前，品质管理部门依据质量管理体系要求进行

严格的质量检验与过程监督，确保原料品质符合生产标准。

⑤结算支付：原材料验收合格入库后，财务部门根据合同约定及入库单据办理采购款项支付。

#### **（4）供应商选择与管理机制**

根据相关协议约定，发行人对于“美津浓”国际线产品的进口主要通过伊藤忠进行。其他采购模式下，发行人制定了完善的供应商选择与管理机制，通过准入审核与动态考核确保供应链质量。具体情况如下：

在代工采购模式下：

①代工厂商准入与评估：发行人通过多部门协同的评审机制，从生产能力、研发能力、质量管理能力、成本核算、财务状况及合规性六个维度对代工厂商进行实地验厂与资质评估。其中，“美津浓”品牌代工厂商需经发行人及日本美津浓共同验厂评估。

②动态考核机制：发行人对代工厂商实行年度综合考核。对于考核评分不达标或存在严重质量违规的厂家，采取剔除合格供应商名录、终止合作等管理措施。

在自主采购模式下：

①准入审核：产品开发部门负责对潜在供应商的生产能力、技术水平及资信状况等进行初步资格审核。供应商经发行人样品检验及综合评估通过后方可纳入合格供应商名录。

②动态考核：采购部门对合格供应商实行定期跟踪与评估制度，并根据评估结果对供应商名录进行动态调整；针对不达标或存在重大质量问题的供应商，发行人将采取终止合作、取消合格资质等措施，以保障供应链的安全与稳定。

### **3、生产模式**

发行人采取“代工生产为主、自主生产为辅”的生产模式。产品线方面，发行人鞋类产品采取代工与自主生产相结合的模式，运动服配类产品目前全部采用代工生产。品牌方面，“必迈”品牌的跑步鞋产品已实现部分自产；“美津浓”品牌目前仍全部采用代工生产的模式。未来，待湖南必迈生产基地设备到位、具备生产条件后，亦将承接部分“美津浓”品牌鞋类的生产。

发行人通过代工与自主相结合的模式，在资源配置优化与核心竞争力构建之间实现平衡。一方面，依托自有生产基地深度践行 DTC 模式，确保供应链对市场需求的快速灵活响应，保障特定型号及爆款产品的产能，并利用基地配备的实验室进行高效测试以提升产品性能；另一方面，通过代工模式有效利用国内成熟的产能资源，在降低大额资本性开支的同时，保障产品的规模化供应。

发行人生产模式及管理机制的具体情况如下：

#### **（1）代工生产**

发行人代工生产采取“定制加工”模式。发行人负责产品的企划与设计，向代工厂商提供设计图纸，并由双方共同开展样品试制，最终确定原材料规格及生产工艺。发行人对代工生产过程实施监督管理，以确保最终产品符合发行人的质量标准。发行人对代工厂商的选择和管理机制详见本节“一、（四）2、采购模式”。

#### **（2）自主生产**

发行人湖南生产基地主要负责“必迈”品牌跑步鞋产品的生产，并建立了生产计划与质量控制体系。具体情况如下：

①生产计划管理：生产管理部门根据销售订单及安全库存情况编制主生产计划，各车间据此细化每日生产排程、工序及物料需求。

②全流程质量控制：发行人将质量控制贯穿于物料进场、裁断、针车、成型、包装及成品入库的全生命周期，通过系统的物性检测与工艺核查，确保产品符合标准。

截至报告期末，湖南必迈已购置 4 条生产线设备，其中，2 条生产线已正式投产，涵盖鞋面的生产加工、鞋底的后处理、成品鞋成型等工艺流程。同时，生产基地配备的样品试产线及实验室有效提升了发行人的产品研发效率。

### **4、仓储及配送模式**

#### **（1）发行人的仓储管理模式**

发行人商品的出入库及存货管理由合作方具体执行，发行人依托信息系统进行监督与调度。截至报告期末，发行人在东莞、武汉、常德设有 3 个仓储中心。

在入库环节，商品到达仓库后，由仓库合作方清点商品数量后办理入库，发行人可以通过信息系统对商品的入库情况进行监控。

在出库环节，线上直销模式通过仓储系统与电商平台对接，由仓库系统根据线上订单按序自动安排出库；其他销售模式下，由商品管理部门统筹各渠道需求并向仓库下达出库指令。

发行人的存货管理部门负责存货的日常管理及存货盘点的实施，发行人财务部门负责存货盘点的监督。

## （2）发行人商品的配送模式

发行人商品的配送均由第三方物流公司完成，以公路运输的方式为主。针对部分高货值商品及对时效性要求较高的销售渠道，发行人直接与第三方物流公司签署运输服务协议，委托其发货运输；对于其余产品，发行人与仓库合作方签署综合服务合同，由仓库合作方自行委托第三方物流公司完成运输。

## 5、销售模式

发行人的主营业务分为产品销售和运营服务。其中，产品销售是发行人通过直销、经销及电商自营等模式，销售跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服配产品；运营服务是发行人为客户提供品牌营销推广及线上店铺运营等服务。具体的销售模式分类及含义如下：

销售模式	销售模式细分	含义
直销	线上直销	发行人通过电商平台和自建网站开设线上店铺，向终端消费者销售商品。
	线下直销	发行人通过自营的线下店铺，以及与购物中心合作的联营线下店铺，向终端消费者销售商品。
经销		发行人委托经销商在其线上或线下销售渠道销售发行人的商品。
电商自营		发行人通过京东自营、唯品会等电商平台的自营模式，向终端消费者销售商品。
运营服务		公司根据客户的委托，为客户提供品牌营销推广及线上店铺运营等服务，并根据合同约定的比例收取服务费。

发行人各类销售模式的具体情况如下：

### （1）直销模式

#### ①线上直销

线上直销是发行人最主要的销售模式，报告期各期，发行人线上直销收入分别为 56,016.96 万元、97,892.39 万元和 123,722.50 万元，占营业收入的比例分别为 52.56%、65.13%和 68.06%。发行人通过在社交电商平台和货架电商平台开设自有店铺、自建线上官方商城及微信小程序等方式开展线上直销活动，并建立了覆盖品牌形象、交易真实性、数据安全及合规性要求的销售业务管理办法。报告期内，发行人的线上直销渠道主要包括抖音、天猫、京东、得物等。

## ②线下直销

报告期各期，发行人线下直销收入分别为 12,157.18 万元、9,119.95 万元和 6,882.22 万元，占营业收入的比例分别为 11.41%、6.07%和 3.79%。发行人的线下直销门店能够为消费者提供直观的产品体验场景，有助于建立品牌与消费者之间的情感连接，培养消费者对品牌的信任感与忠诚度；同时，门店的选址布局与视觉陈列是品牌对外传播的重要窗口，对于扩大品牌影响力、带动线上渠道的销售转化具有显著协同效应。发行人计划新开线下门店时，须进行可行性评估，对当地市场潜力、店铺选址、市场竞争环境等进行实地考察和调研。发行人线下直销店铺的情况如下：

### A、“必迈”

截至报告期末，“必迈”仅在北京朝阳公园开设了一家体验中心（以下简称“朝阳体验中心”）进行线下直销。该店集产品直销渠道、品牌展示窗口及专业跑者交流中心功能于一体。“必迈”品牌的朝阳体验中心情况如下图所示：



## B、“美津浓”

截至报告期末，发行人在中国大陆（不包含港澳台）共开设 41 家自营及联营“美津浓”线下店铺，店铺分布情况如下表所示：

省/直辖市	线下直销店铺数量（家）
上海市	10
河南省	9
江苏省	9
湖北省	3
四川省	2
安徽省	2
广东省	2
浙江省	2
湖南省	1
重庆市	1

发行人较具代表性的“美津浓”线下门店情况如下图：



### （2）经销模式

发行人在重点发展直销模式的基础上，将经销模式作为拓展销售网络、提升市场份额的重要补充。发行人选取经营资质、财务资信、管理能力、合作理念等

方面符合要求，且具有一定业务资源的公司发展成为经销商。报告期各期，发行人经销收入分别为 29,756.17 万元、31,022.79 万元和 36,849.44 万元，占营业收入的比例分别为 27.92%、20.64%和 20.27%，占比相对较低。

### （3）电商自营模式

报告期各期，发行人电商自营模式的收入分别为 4,836.82 万元、8,963.00 万元和 11,118.47 万元，占营业收入的比例分别为 4.54%、5.96%和 6.12%。发行人与京东、唯品会开展合作，通过平台自营店铺将产品销售给终端消费者。平台自营店铺在收到订单后，通过平台仓库或者发行人仓储中心发出商品，并经由平台自有物流或第三方物流服务配送至指定地点。发行人定期与平台进行对账结算。

### （4）运营服务模式

报告期各期，发行人运营服务收入分别为 3,376.64 万元、3,119.31 万元和 3,063.27 万元，占营业收入的比例分别为 3.17%、2.08%和 1.69%，占比较低。发行人根据客户的委托内容及服务需求，为客户提供品牌运营推广及线上店铺运营等服务，并根据合同约定的比例收取服务费。

## 6、营销模式

发行人将品牌形象视为影响主营业务发展的关键因素，通过以品牌为核心的营销活动塑造品牌形象、提升知名度并获得消费者认同。发行人主要的营销推广活动包括站内推广和站外推广。站内推广指使用抖音、天猫、京东等线上各大平台官方流量推广工具获取平台流量资源，以提升产品曝光及用户转化率的营销方式；站外推广指在其他社交网络平台或渠道进行的营销推广活动，旨在提升品牌及产品的知名度和影响力。

发行人主要运营原创的跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”，除上述主要的营销方式外，针对两个品牌的不同定位及不同受众，发行人还采取差异化的营销模式。具体情况如下：

### （1）“必迈”差异化品牌营销模式

“必迈”深耕跑步垂直领域，营销核心在于建立“严肃跑者”群体对品牌的认同。因此，“必迈”主要采用直达消费者的私域营销方式，并为此设立了整合

营销部、官网私域运营部及私域拓展部。“必迈”主要采用的营销模式如下：

### ①线下体验店

朝阳体验中心是面向消费者展现“必迈”品牌形象的直接营销方式。朝阳体验中心选址于跑者聚集的朝阳公园，跑者可通过实地试穿并在公园跑道进行产品测试。朝阳体验中心作为产品的天然测试场，是发行人获取研发反馈的有效途径。朝阳体验中心的开店及选址模式，在降低跑者决策成本的同时，彰显了“必迈”对产品的自信，有效提升了品牌在“严肃跑者”群体中的形象。朝阳体验中心的现场照片详见本节“一、（四）主要经营模式”之“5、销售模式”。

### ②官方网站及小程序私域

官方网站及微信小程序，除传统线上货架作用外，还为跑者提供线下跑步活动报名、团购定制、新品体验等服务，具备联动线上社群与线下跑团的能力。通过组织全国范围内跑步活动及跑者互动，不断触达全新跑者，实现目标客群的积累。依托社交裂变效应及跑者对社群的黏性，私域营销模式已成为发行人触达高忠诚度用户的重要渠道。

### ③差异化的跑者签约策略

发行人推行差异化的签约策略，聚焦对品牌高度认可、在特定人群中具备领先运动水平且具备社群影响力的“跑团精英”和“草根领袖”。通过代表性人物的实战穿着，拉近品牌与消费者的距离，强化专业且亲民的品牌形象。

### ④赛事营销

发行人通过赛事赞助、现场布展、专业装备试穿等方式，深度参与马拉松及各类路跑赛事。通过现场品牌宣传及与跑者的直接互动，发行人在获取真实用户反馈的同时，有效提升了在核心用户群体中的品牌知名度，强化了在以马拉松跑者为核心的“严肃跑者”人群中的品牌地位。

## （2）“美津浓”差异化品牌营销模式

### ①国家级及省级运动队赞助

“美津浓”是起始于棒球运动，并在高尔夫球运动领域享有较高知名度的国际综合性运动品牌。报告期内，发行人子公司上海美锦赞助了中国国家棒球队、

中国国家青年高尔夫球队。对国家级运动队的赞助，不仅强化了“美津浓”品牌传统优势体育项目在中国市场的认知度，也培养了市场对“美津浓”品牌专业性的认知度。

## ②品牌及 IP 联名

发行人积极在中国大陆地区（不含港澳台）开展与其他品牌及 IP 的联名活动。“美津浓”与品牌联名方通过资源共享、共同开发产品的方式开展营销活动。联名模式可以借助品牌联名方的号召力，帮助“美津浓”触达不同的消费群体，丰富“美津浓”的消费者画像。报告期内，发行人“美津浓”品牌开展的联名活动情况如下表：

年份	鞋类	服配
2023	永璞咖啡、西湖跑山赛、Natural Hotel、U.Sage、流浪地球	流浪地球、U.Sage
2024	永璞咖啡、西湖跑山赛、Natural Hotel、Oarism	永璞咖啡
2025	永璞咖啡、西湖跑山赛、Natural Hotel、Darkrunners	西湖跑山赛

## 7、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

### （1）采用目前经营模式的原因

发行人现行经营模式系结合运动鞋服行业的产业链分工、自身经营规模、产品特性、发展战略及所运营品牌定位综合确定。具体原因如下：

#### ①多品牌运营的需求

发行人主要运营专业的跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”。由于不同品牌的产品定位、客户群体存在差异，发行人需要针对品牌特点开展产品设计及营销活动，因此，形成了多样化的产品企划与设计模式及营销模式。

在产品企划与设计方面，“必迈”将跑者的体验及反馈纳入企划、设计、迭代等产品研发环节，能够有效提升产品的实际使用体验，并提升核心用户群体的品牌黏性。“美津浓”则需在遵循品牌一贯设计风格的同时，精准洞察中国市场的审美偏好与实际需求，将本土化创新与品牌基因有机结合。

在营销模式方面，“必迈”为精准触达跑者用户，更多采用能够直接触达核心用户群体的私域营销模式，注重营销深度。“美津浓”则更多地采用能够提升品牌整体知名度的营销模式，注重营销广度。

### ②平衡供应链灵活性与规模化生产

发行人同时运营自有的跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”。产品线覆盖鞋类、服装及配件，规格型号较多、工艺需求差异较大。鉴于运动鞋服行业产业链配套成熟且专业化分工程度高，发行人采取“代工生产为主、自主生产为辅”的生产模式及多样化的采购模式，在节约资本性支出、降低财务风险的同时，实现供应链灵活性与规模效应的有效平衡。

### ③顺应核心客群消费决策路径的变迁

运动鞋服行业的消费主力高度活跃于社交网络和电商平台，其消费决策路径已由传统的“线下导购驱动”转向“线上社交种草与信息检索驱动”，即通过电商平台、专业运动社区及社交网络进行多维度的产品性能比对与口碑验证。基于这一趋势，发行人采用了“线上为主、线下为辅”的销售模式，线上渠道凭借其全天候触达及品类覆盖较全的优势，承担了主要的销售转化职能；线下渠道则成为品牌价值体验与专业服务阵地，增强消费者对品牌的信任度与情感连接。

## （2）影响经营模式的关键因素

影响发行人经营模式的关键因素主要包括：国家产业政策的导向、运动鞋服行业的技术演进及产业链分工的变化、市场供需关系的变动、核心客群消费习惯及决策方式的变动、发行人所处的发展阶段及战略定位、以及发行人未来对上下游供应链的整合能力等。

## （3）报告期内经营模式及影响因素的变化情况

报告期内，发行人经营模式的主要变化体现为向产业链上游延伸。随着湖南必迈生产基地的正式投产，发行人的生产与采购模式由单一的代工体系向“代工+自主”模式转型：

①采购模式变化：增加了自主生产部分的生产原材料自主采购模式。

②生产模式变化：由全部采用代工模式生产，转变为部分鞋类产品自主生产，

提升了对产品交付周期及样品研发环节的自主程度。

上述自有产能于 2025 年 10 月投产，当年产量较低，未对发行人的经营模式造成重大影响。报告期内，发行人经营模式及影响因素未发生重大变化。

#### **（4）未来经营模式的变化趋势**

发行人目前经营模式成熟且符合行业常规。在可预见未来，发行人整体经营模式将保持持续性和稳定性。

### **（五）发行人成立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况**

#### **1、初创阶段（2015-2016 年）**

发行人于 2015 年创立“必迈”品牌，同年，发行人发布首款产品“必迈 Mile 001”跑鞋，确立了以跑者需求为核心的产品研发导向。“必迈”专注于跑步运动垂直市场，秉持着“只为跑者”的理念，与跑步爱好者组成的跑团密切合作，并进行产品共创。通过为跑步爱好者提供专业、舒适、可靠的跑步装备，以及赞助泰山马拉松等专业赛事的方式，奠定了良好的品牌发展基础。

#### **2、产品体系建立阶段（2017-2022 年）**

依托初创阶段跑者共创机制的积累，发行人在国产专业跑鞋领域逐渐建立了品牌口碑。2017 年，发行人的首款全马跑鞋“必迈 Mile 42K”问世，并于同年获得中国设计红星奖，标志着“必迈”品牌的专业度已获得“严肃跑者”群体的认可。2019 年，发行人举办百团长征跑活动，成功吸引了 3 万多名跑者、300 多个跑团参与。2020 年，发行人发布具有里程碑意义的“惊碳 1.0”竞速碳板跑鞋，正式进军专业竞速领域，标志着“必迈”已初步构建了涵盖日常慢跑、进阶训练、跑马竞赛的产品体系。在该阶段，发行人全面启动 DTC 模式转型，通过强化电商直销体系，构建了线上线下协同的直销业务框架，形成了沿用至今的核心经营模式。

#### **3、“双品牌驱动、多品牌合作”发展阶段（2023 年至今）**

2022 年 12 月，发行人完成对上海美锦 100% 股权的收购，正式步入双品牌运营的高速成长期。通过重组上海美锦并深度运营百年运动品牌“美津浓”的中国大陆业务，发行人成功实现了由单一品牌到多品牌管理公司的战略转型。发行

人依托自身成熟的品牌运营体系和品牌运营能力，实现了“美津浓”品牌在中国大陆的高速增长。在这一阶段，发行人亦同步探索与更多境内外优秀运动品牌的合作。2025年，发行人的湖南必迈生产基地正式投产，进一步夯实了公司的供应链基础，标志着公司整体运营能力与发展阶段迈向更高水平。

## （六）发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

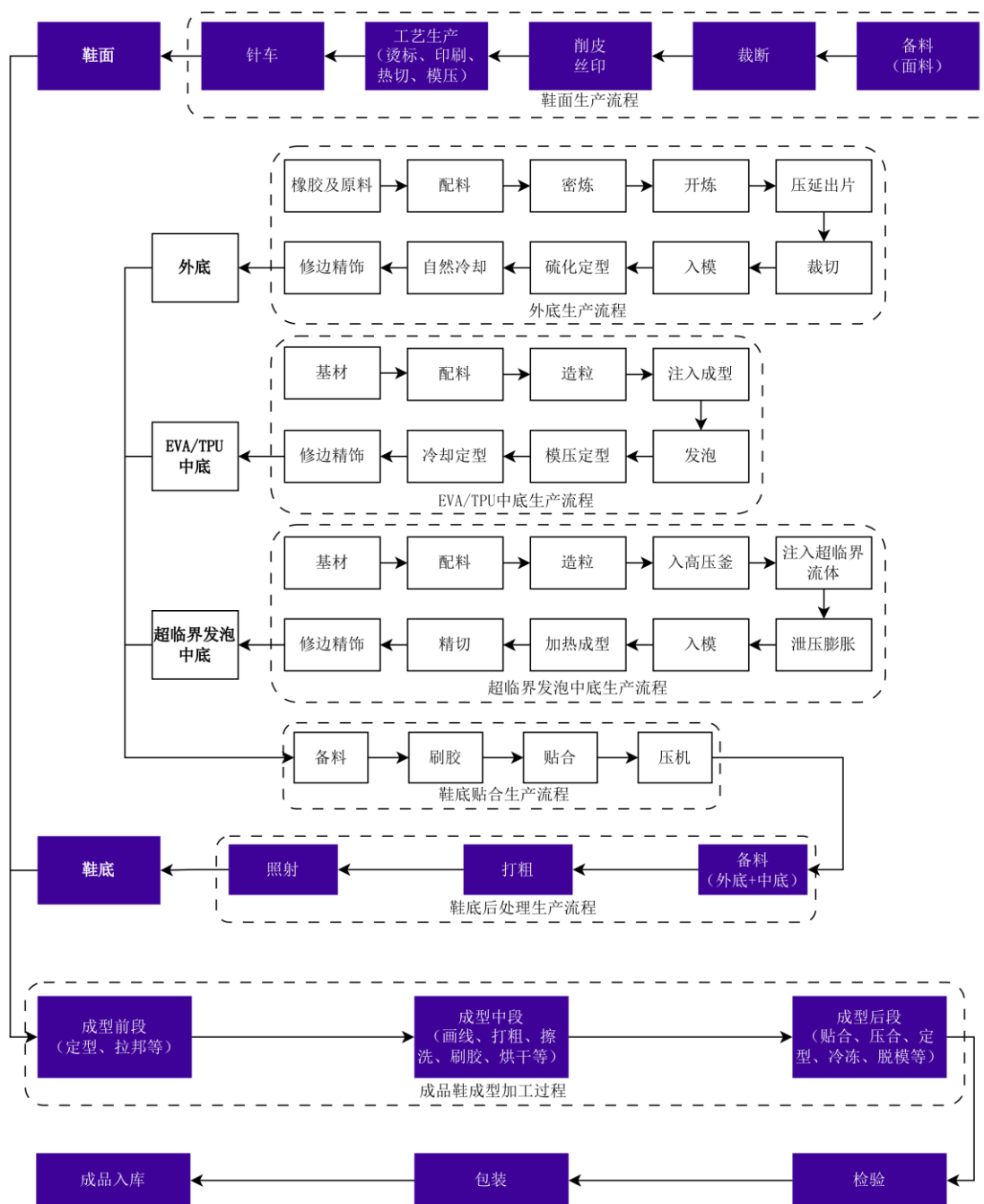
报告期内，发行人业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服配产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务，经营情况良好。报告期各期，发行人主营业务收入分别为106,143.76万元、150,117.43万元和181,635.91万元，归属于母公司股东的净利润分别为5,546.82万元、14,257.29万元和23,484.63万元。主营业务的经营业绩呈现稳步增长趋势。

发行人已在跑步鞋结构、鞋面、中底、外底、碳板等跑步鞋核心组成部分形成多项核心技术。截至目前，发行人核心技术已全面应用于主要产品，相关技术成果已充分实现产业化落地，为产品竞争力提升与差异化发展提供坚实支撑。具体情况参见本节“九、发行人核心技术与研发情况”之“（一）核心技术及其应用”。

## （七）主要产品的工艺流程图

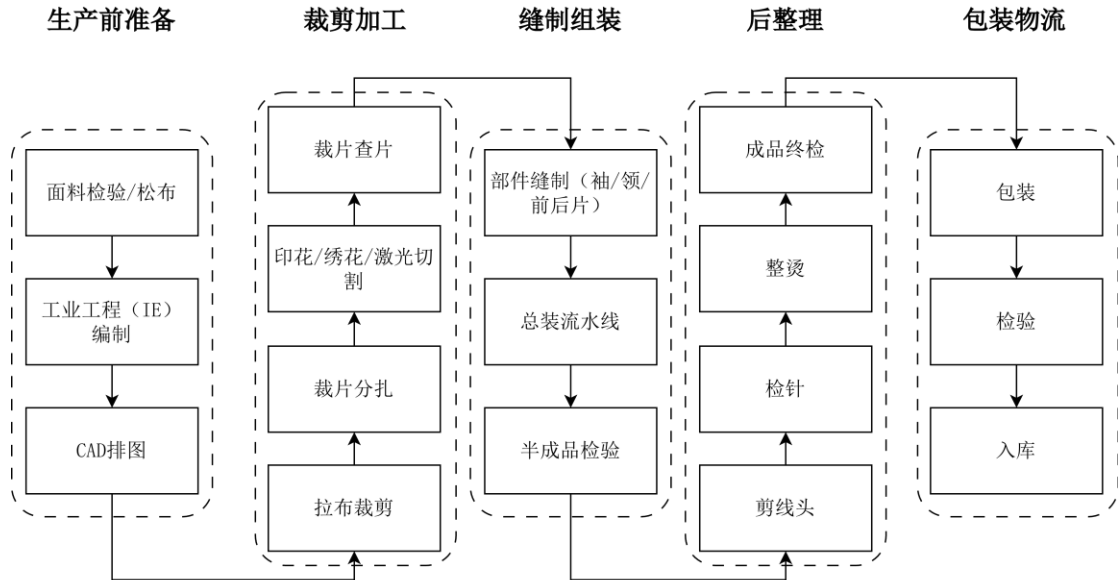
### 1、鞋类产品工艺流程图

发行人的湖南必迈生产基地已具备鞋面生产、鞋底后处理、成型加工等工艺环节的生产能力。其余生产环节中，外底、中底等原材料的生产制造，发行人主要依靠原材料供应商完成。发行人的鞋类产品工艺流程图如下：



## 2、运动服配类产品工艺流程图

发行人的运动服配产品的生产环节全部由代工厂商完成，主要工艺流程图如下：



### 3、发行人核心技术在主要产品工艺流程中的使用情况及效果

发行人在发展过程中逐渐形成了跑步鞋结构、鞋面、中底、外底、碳板，以及运动服配的面料和结构设计等多方面的核心技术。发行人与鞋面、中底、外底等材料供应商及代工厂商深度合作，目前，已将核心技术全面应用于鞋类及运动服配产品生产的多个工艺流程中。发行人的核心技术情况详见本节“九、发行人核心技术与研发情况”。

#### （八）报告期各期具有代表性的业务指标

报告期内，发行人具有代表性的业务指标主要为销售收入、产能及产量、销量、产品的销售价格等，上述业务指标详见本节“四、发行人销售情况及主要客户”。

#### （九）发行人符合产业政策和国家经济发展战略的导向

发行人是一家运动品牌运营企业，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服配产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。近年来，国家围绕体育强国战略及自主品牌建设，出台了一系列政策，为运动品牌运营企业的持续健康发展营造了良好的宏观政策环境。具体政策参见本节“二、（二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规和政策”。

发行人在经营过程中，始终坚持将自身发展融入国家产业战略大局，通过深耕跑步运动垂类市场，精准响应全民健身号召，致力于为广大运动爱好者及潜在

的运动参与者提供可负担的专业运动装备，高度契合国家关于提升国民健康素质的导向要求。同时，发行人顺应国家对于品牌建设的政策要求，打造具备国际影响力的原创品牌，并积极与国际品牌开展深度合作，以高质量的产品满足人民日益增长的美好生活需要。

综上所述，发行人主营业务符合国家产业政策和国家经济发展战略的导向。

## 二、发行人所处行业的基本情况

### （一）发行人所属行业及依据

发行人是一家运动品牌运营企业，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服配产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人所处行业为“C18 纺织服装、服饰业”。

### （二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规和政策

#### 1、行业主管部门和监管体制

运动鞋服行业遵循市场化的发展模式，各企业面向市场自主经营，国家各有关部门进行政策指导、支持及监督管理，行业协会负责行业内的自律规范。

运动鞋服行业的主管部门为国家发展和改革委员会、工业和信息化部、商务部、国家市场监督管理总局及相应主管部门的各级地方机关单位。国家发展和改革委员会主要负责拟订行业发展方针政策，进行中长期规划，制定相关行业标准，审批行业相关事项；工业和信息化部主要负责拟订行业规划和产业政策并组织实施，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；商务部主要负责推进流通产业结构调整，指导商贸服务业发展，组织实施消费品市场调控，监测分析市场运行、商品供求状况，调查分析商品价格信息等工作；国家市场监督管理总局主要负责起草市场监督管理有关法律法规，制定有关规章、政策、标准，依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务，负责产品质量安全监督管理等工作。

运动鞋服行业的行业自律组织主要为中国服装协会、中国皮革协会和中国体育用品业联合会。中国服装协会、中国皮革协会和中国体育用品业联合会主要从

事行业和市场研究，通过市场预测和信息统计工作，在技术、产品、市场、信息、培训等方面为行业内企业提供服务，进行行业自律管理。

全国体育用品标准化技术委员会、全国制鞋标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会负责对产品质量进行监督和检验。

## 2、行业主要法律法规

序号	文件名称	实施时间
1	《中华人民共和国商标法》	1983 年
2	《中华人民共和国反不正当竞争法》	1993 年
3	《中华人民共和国产品质量法》	1993 年
4	《中华人民共和国消费者权益保护法》	1994 年
5	《中华人民共和国广告法》	1995 年
6	《零售商供应商公平交易管理办法》	2006 年
7	《零售商促销行为管理办法》	2006 年
8	《中华人民共和国电子商务法》	2019 年

## 3、行业主要产业政策

运动鞋服行业的发展主要受体育产业及消费市场相关政策影响。体育产业作为国民经济的重要组成部分，近年来受到国家多项政策支持。随着全民健身国家战略的推进，相关部门陆续出台促进体育产业及体育消费发展的配套政策，持续加大对体育产业的扶持力度，为行业健康发展提供了明确的政策导向。具体情况如下：

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
1	《“健康中国 2030”规划纲要》	国务院	2016 年 10 月	《“健康中国 2030”规划纲要》以提高人民健康水平为核心，以普及健康生活、优化健康服务等为重点。目标到 2030 年，健康服务业总规模达 16 万亿元，主要健康指标居于中高收入国家行列；到 2050 年，建成与社会主义现代化国家相适应的健康国家。
2	《国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见》	国家发改委等部门	2022 年 8 月	培育一流品牌企业，并鼓励品牌企业与国际品牌企业的合作；强化质量基础设施建设，提升服务供给质量，以满足人民群众日益强大的美好生活需要。

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
3	《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》	国家体育总局	2023年7月	通过恢复和扩大体育消费，充分发挥体育在扩大内需、保障和改善民生中的综合作用。重点措施包括加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景，及夯实体育消费基础。
4	《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023-2025年）》	国家发改委等部门	2023年10月	提出到2025年推动户外运动产业总规模达到3万亿元。具体措施包括推动户外运动绿色产业发展、加强户外运动场地设施建设，提升服务供给质量。不断满足人民群众对户外运动提质增效的新期待。
5	《关于体育促进铸牢中华民族共同体意识的指导意见》	国家体育总局等部门	2024年11月	提出到2030年实现民族地区县、乡、村三级公共健身设施全覆盖。通过弘扬中华体育精神、加强民族地区体育人才队伍建设及丰富体育赛事活动，促进各民族交往交流交融。
6	《2025年群众体育工作要点》	国家体育总局	2025年2月	重点工作包括完善全民健身公共服务体系，深入实施“全民健身场地设施提升行动”，办好第十五届全运会群众赛事活动，提升群众健身的获得感、幸福感和安全感。
7	《关于金融支持体育产业高质量发展的指导意见》	中国人民银行等部门	2025年3月	加大体育产业发展重点领域的金融支持力度，并着力提升金融服务体育产业发展的专业化能力。具体措施包括持续加大对体育消费领域信贷支持力度、支持产品有竞争力的体育企业通过发行上市等方式融资发展、丰富体育保险产品等。
8	《关于推动运动促进健康事业高质量发展的指导意见》	国家体育总局	2025年9月	提出坚持预防优先，发挥科学健身在健康促进、疾病预防和康复治疗等方面的重要作用。重点任务包括倡导运动健康理念、优化运动健康服务、推进服务载体建设、关注重点人群需求等。
9	《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》	国务院办公厅	2025年9月	提出了到2030年培养一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事、体育产业总规模超过7万亿元的目标，并支持符合条件的体育企业上市。通过多项举措从供需两端协同发力，包括：扩大体育产品供给、激发体育消费需求、壮大体育经营主体、培育体育产业增长点、强化产业要素支撑、提升服务保障水平。

#### 4、主要法律法规政策对发行人经营发展的影响

上述法律法规及产业政策的相继出台与实施，为运动鞋服行业的持续健康发展营造了良好的政策环境。一方面，全民健身国家战略以及激发体育消费的系列政策持续推进，有效促进了人民群众体育参与度的提升，为运动鞋服行业奠定了坚实且不断增长的需求基础。另一方面，相关政策导向明确支持体育产业高质量发展，通过鼓励品牌建设、产品创新与服务升级，推动行业整体向专业化、品牌化与高品质方向演进，这为已具备清晰品牌定位、成熟运营体系及市场影响力的企业创造了更为有利的成长空间。

发行人设立至今，一直致力于为广大运动爱好者及潜在的运动参与者提供可负担的专业运动装备。发行人的经营模式与发展路径，顺应了《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》等政策所鼓励的体育消费市场专业化与品质化发展趋势。通过持续强化品牌塑造、深化产品专业属性并优化运营服务能力，发行人能够在行业结构持续优化、市场潜力逐步释放的趋势中，进一步巩固自身的竞争优势，从而获取更广阔的发展机遇，实现业务的持续发展。

### （三）行业发展概况

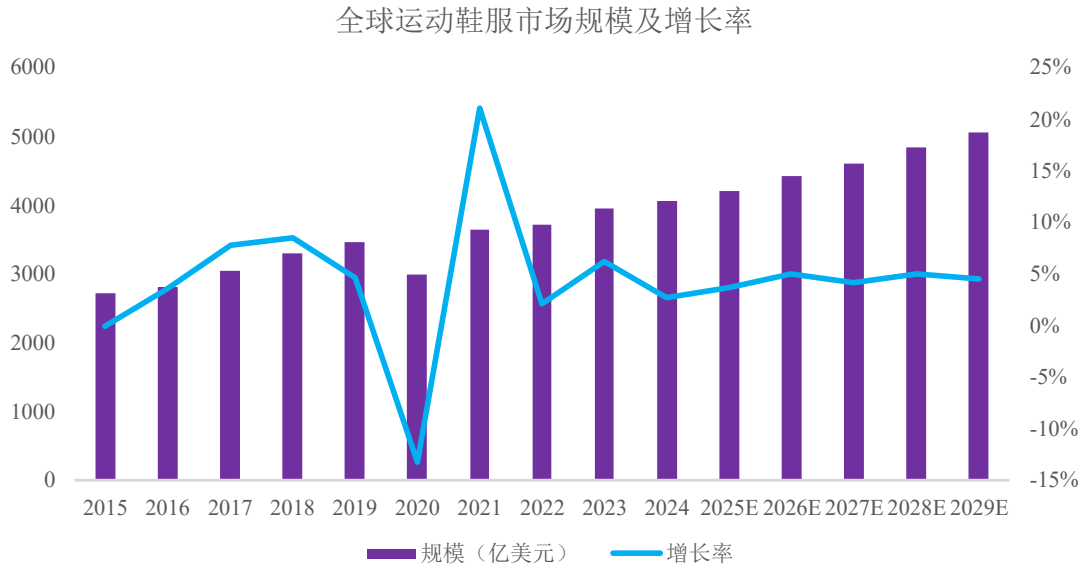
#### 1、运动鞋服行业发展概况

##### （1）全球运动鞋服行业发展概况

运动鞋服指专为体育运动、健身活动及日常通勤场景而设计的功能性鞋类、服装及配件产品。运动鞋服行业产业链主要由上游原材料供应商、中游代工厂商和品牌企业及下游销售渠道构成。运动鞋服品牌企业作为产业链的核心参与者，负责统筹原材料采购、产品企划设计、生产制造及渠道销售等全链条资源。同时，品牌企业通过对消费者需求的持续洞察，驱动产品功能创新与产业升级，是连接供给与需求、推动行业整体发展的关键组织者与引领者。

全球运动鞋服市场规模较大，并呈现持续增长态势。根据欧睿咨询和海通国际的研究数据，2024年，全球运动鞋服市场规模已达到4,065亿美元，2021年至2024年复合增长率为3.70%。到2029年，市场规模预计将增长至5,095亿美元，2025年至2029年复合增长率约为4.70%。驱动市场增长的宏观因素主要包括全球范围内健康生活理念的深化、体育赛事的有力推动、产业政策的引导以及

运动消费场景的日常化拓展。上述因素共同为全球范围内的行业参与者提供了广阔且稳定的经营基础。



数据来源：欧睿咨询、海通国际。

## （2）中国运动鞋服行业发展概况

### ①我国运动鞋服行业发展历程

我国现代运动鞋服行业的发展，大致可划分为以下三个阶段：

**第一阶段：起步于国际品牌代工阶段（1981年至2003年）。**该阶段以国际品牌进入中国市场及本土品牌初步建立为特征。1980年，耐克（Nike）开启在中国大陆的商业布局。本土代表性品牌如李宁、安踏等亦于20世纪90年代相继创立。在这一阶段，东南沿海地区凭借劳动力与土地成本的优势，快速承接全球运动鞋服产能的转移。多数国内企业初期主要以代工模式参与全球产业链分工，其中，部分企业在完成资本原始积累后，开始建立自主品牌体系。该时期，行业整体处于技术积累与品牌意识初步觉醒阶段。

**第二阶段：资本化运作、规模增长与行业调整阶段（2004年至2014年）。**该阶段以本土品牌的资本化及渠道扩张为核心特征。2004年，李宁在香港联交所主板上市，成为中国大陆首家登陆国际资本市场的运动鞋服品牌企业。此后，多家本土运动鞋服品牌企业实现上市。借助资本支持及2008年奥运会带来的消费需求增长，本土企业通过大规模铺设线下经销网点，实现了营业收入的快速增长。然而，由于对市场预期过度乐观、行业产能供给高于实际消费需求、品牌方

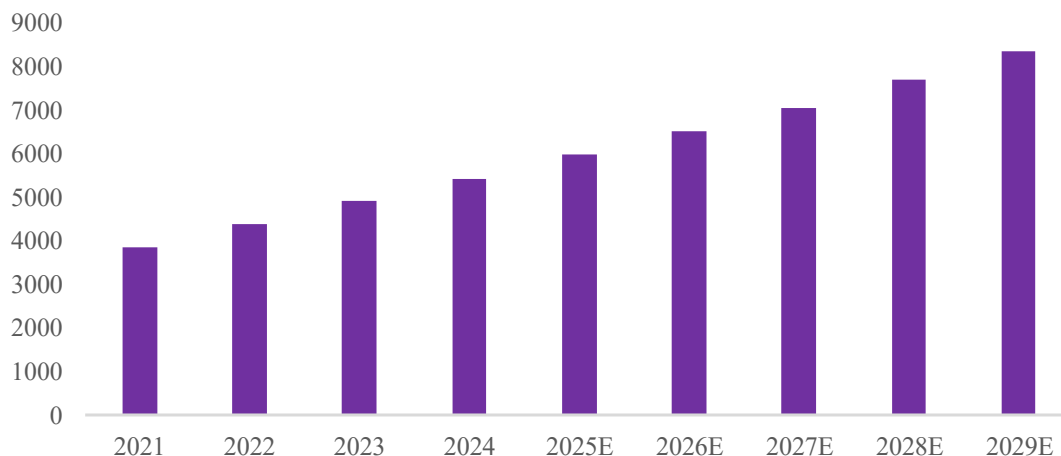
对零售渠道缺乏有效管控等因素，行业在 2012 年前后普遍面临严重的供需错配与库存压力。2012 年起，多家国内运动品牌出现业绩下滑，相继采取关闭低效门店、清理库存等措施控制风险。此轮调整促使企业将战略重心由追求门店数量转向提升管理水平。

第三阶段：以品牌运营和供应链管理为核心的高质量发展阶段（2015 年至今）。在经历行业调整后，在运营层面，一方面，行业内企业以消费者真实需求为导向，更多地采用 DTC 的销售模式，并借助电商平台的发展，实现了高速增长。另一方面，行业领先企业通过收购兼并、成立合资公司、取得品牌授权等方式构建了多品牌矩阵，以满足不同细分运动场景及消费群体的需求，行业影响力不断提升。在供应链层面，中国大陆已经形成了从运动鞋服关键材料到专业代工生产的完善供应链体系，并开始将部分中低端产能向东南亚地区迁移。因此，高效的供应链管理能力和品牌运营能力成为这一阶段运动鞋服企业的竞争核心。

## ②中国运动鞋服行业市场规模

中国作为全球运动鞋服市场增长的重要引擎之一，在国家全民健身战略深化实施等多重因素驱动下，市场规模实现快速增长。根据艾媒咨询统计，2024 年中国运动鞋服行业市场规模已达到约 5,425 亿元人民币，2021 年至 2024 年复合增长率达 11.60%，增速显著高于全球平均水平。预计到 2029 年，中国运动鞋服市场规模将达到 8,361 亿元人民币，2024 年至 2029 年复合增长率预计为 9.04%。

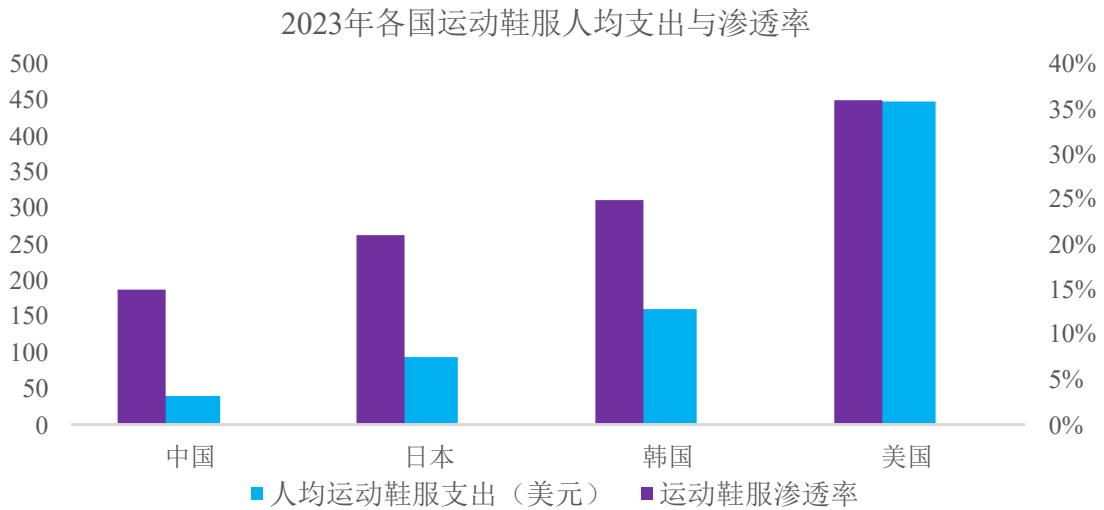
中国运动鞋服行业市场规模（亿元）



数据来源：艾媒咨询。

另一方面，中国运动鞋服市场在渗透率及人均消费水平方面仍具备显著的提

升潜力。根据民银证券研究报告，2023 年中国运动鞋服渗透率（即运动鞋服市场规模占鞋服总市场规模的比例）约为 15%，显著低于美国（36%）、韩国（25%）及日本（21%）等成熟市场。同年，中国人均运动鞋服消费支出约为 39 美元，远低于美国（448 美元）、韩国（160 美元）和日本（94 美元）等成熟市场，中国运动鞋服市场具备较大增长空间。



数据来源：民银证券。

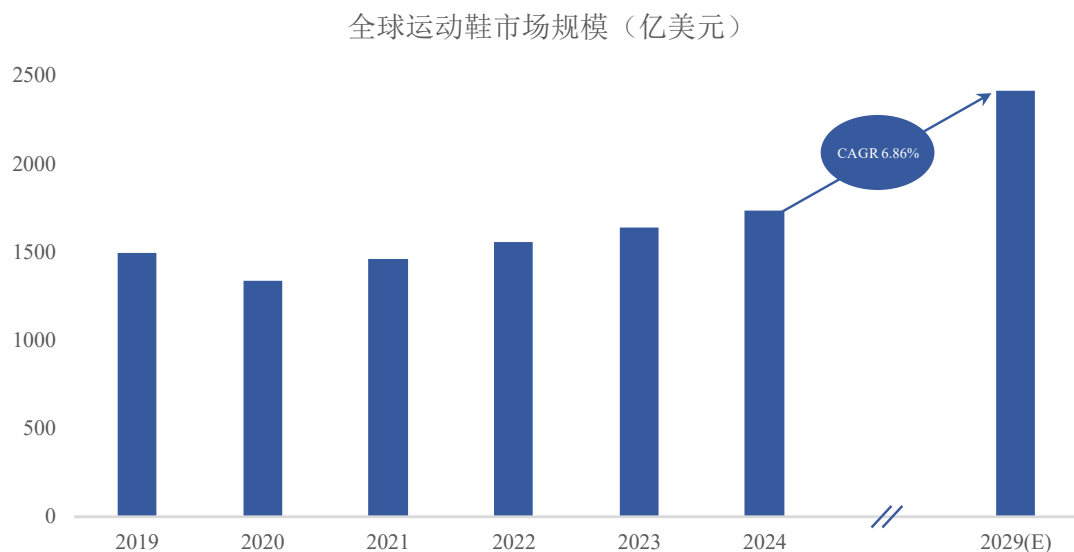
## 2、运动鞋行业发展概况

### （1）运动鞋的定义

运动鞋是运动鞋服产业的重要组成部分，指专为体育运动、健身活动及日常通勤场景而设计的功能性鞋类。运动鞋通过应用符合人体工程学的结构与功能性材料，为足部提供必要的保护，并提升运动表现。与此同时，通过融入生活化、休闲化及时尚化的设计元素，运动鞋已实现从特定运动场景向日常穿着场景的延伸，具备较强的跨场景适用性。

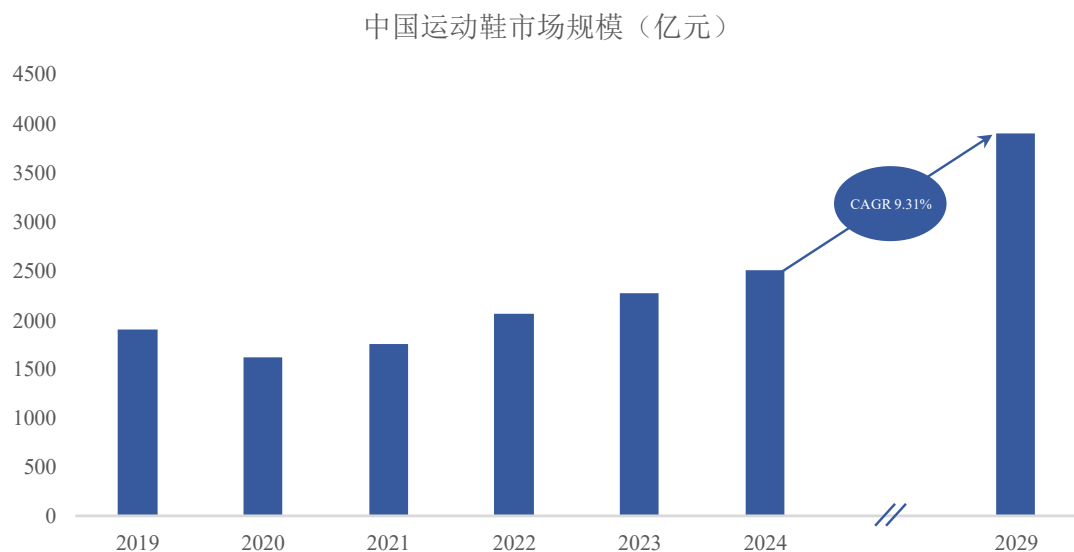
### （2）运动鞋市场情况

根据 Mordor Intelligence 数据，2024 年全球运动鞋市场规模达 1,738.90 亿美元，预计到 2029 年，市场规模将达 2,423.30 亿美元，2024 年至 2029 年复合增长率为 6.86%。



数据来源：Mordor Intelligence。

受益于国民经济发展、政策支持及消费者健康意识的持续增强，中国运动鞋行业市场规模呈现稳步增长态势。2024年，中国运动鞋市场规模为2,509.47亿元，预计到2029年，市场规模将达3,915.74亿元，2024年至2029年复合增长率为9.31%，高于全球市场增速。



数据来源：Mordor Intelligence。

### 3、跑步鞋行业发展概况

#### （1）跑步鞋的定义及其结构

跑步鞋系专为跑步运动设计的鞋类产品，其核心功能在于通过对足部提供必要的保护、支撑、缓震及回弹，提升使用者的运动表现并降低运动损伤风险。根

据应用场景的不同，跑步鞋可细分为竞速跑鞋、训练跑鞋、入门跑鞋及休闲跑鞋。在产品研发过程中，跑步鞋需围绕跑步状态下足部的生物力学特性及地面冲击力控制，在结构设计、材料选用及功能侧重上进行专项优化。从结构组成看，以专业竞速跑鞋为例，跑步鞋主要由鞋面、鞋垫、中底、外底及碳板等核心部件构成，具体的组成部分及其功能见下图：



## （2）跑步鞋技术趋势情况

跑步鞋的技术演进始终围绕提升运动表现、优化穿着体验及降低损伤风险展开，在各项指标中，轻量化已成为行业持续追求的目标。2013年前，行业处于结构缓震与化学发泡材料缓震共存的时代；2013年，阿迪达斯研发出BOOST中底并在2015年推出UltraBoost系列，跑步鞋进入了以物理超临界发泡工艺为主的技术变革期。此后，随着2017年耐克推出应用PEBA材料的ZoomX中底，顶级跑鞋正式迈入PEBA与碳板相结合的时代。近年来，国产运动品牌企业通过在中底科技领域的持续研发投入，已在顶尖技术层面实现追赶，推动行业进入技术成熟与市场化扩散的新阶段。

跑步鞋行业的科技创新高度依赖全球范围内专业化、精细化的产业链分工。巴斯夫、阿科玛、万华化学等领先的材料企业与专业的代工厂商，共同开展关键原材料的研发与生产加工服务。在此体系下，头部品牌企业凭借市场规模与研发优势，优先将前沿技术应用于旗舰产品，确立性能标杆，并随技术成熟与成本下

降逐步向中低端产品线渗透。跑步鞋产品的使用体验源于不同品牌对材料科学、生物力学与人体工程学的综合应用能力。产品的差异化取决于鞋面网眼的立体分布、中底密度梯度设计、几何形状及内部嵌入件结构等多个细节，并最终体现为跑步鞋的重量、缓震性、能量回馈、支撑稳定性及整体舒适度等关键性能指标。

### （3）跑步运动发展情况

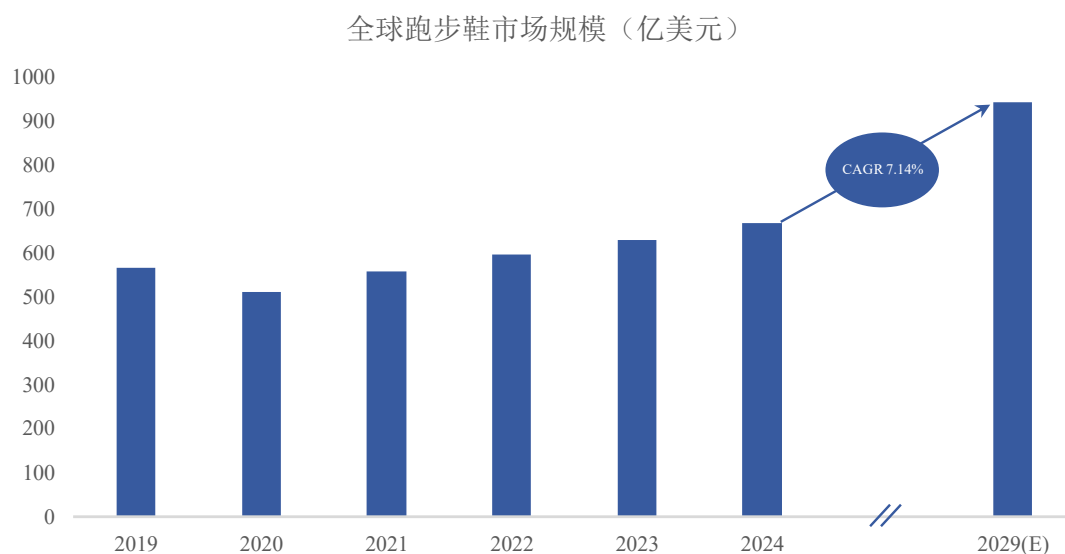
跑步运动依据参与频率与专业程度，已形成多元化的跑者圈层。根据国信证券研报数据，中国跑步人群大致可分为入门跑者、轻度跑者、重度跑者与专业跑者，其占比分别约为 33%、36%、24%与 7%。随着跑步文化的深入普及，跑者群体将随运动生涯的增长持续进阶，重度与专业跑者数量将稳步提升，驱动市场向专业化、高端化发展。

赛事方面，根据 SUB3 社区数据，全球每年举办的马拉松赛事在 2,500 至 4,000 场之间。中国路跑赛事市场近年来蓬勃发展，根据中国田径协会数据，2024 年全国累计举办各级路跑赛事达 749 场，赛事总规模突破 704.86 万人次，较 2023 年增长约 100 万人次。核心赛事如上海、武汉、无锡等地的马拉松报名人数常年超过 20 万，市场需求旺盛。

从人群画像看，根据国家体育总局体育科学研究所的报告，30 岁到 60 岁的中年群体是跑步主力。同时，60 岁及以上高龄跑者展现出较强的消费能力。此外，年轻跑者通过社交媒体平台将跑步塑造成一种时尚健康的生活方式，进一步扩大了跑步运动的影响力基础。

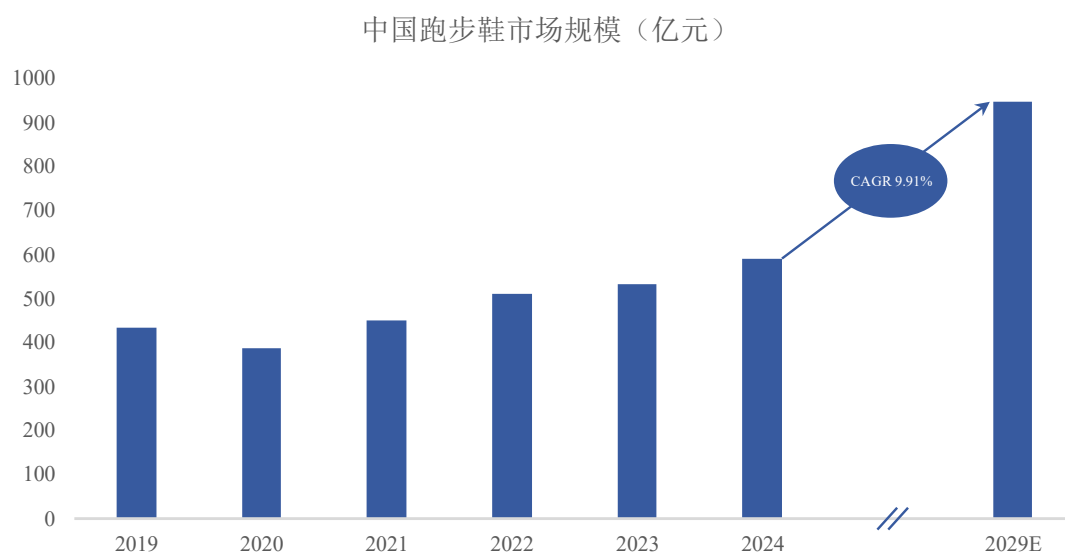
### （4）跑步鞋市场规模情况

全球跑步鞋市场在过去数年内保持了稳健的增长态势。2024 年全球跑步鞋市场规模约为 669.50 亿美元，预计到 2029 年市场规模将达 945.10 亿美元，2024 年至 2029 年复合增长率约为 7.14%。



数据来源：Mordor Intelligence。

中国市场已经成为全球跑步鞋市场的重要组成部分。中国跑步鞋市场规模在2024年约为592.38亿元，预计到2029年市场规模将达950.08亿元，2024年至2029年复合增长率约为9.91%。



数据来源：弗若斯特沙利文。

#### （四）行业技术水平及特点

运动鞋服行业的技术水平与特点主要体现在产品企划及设计、供应链管理以及销售模式三个核心维度，具体表现为从单一的生产制造驱动转向由科技研发与品牌资产双轮驱动的体系化竞争模式。

## 1、产品企划及设计

运动鞋服产品企划与设计的核心在于材料科技、生物力学与人体工程学的深度融合，行业技术水平主要体现在对材料物理性能及鞋履结构设计的把控。行业头部企业通常运用新型材料、生物力学及人体工程学数据驱动产品创新，并广泛应用计算机辅助设计与计算机仿真技术，以缩短产品从概念到样品的开发周期。在设计理念上，企业需兼顾专业运动的功能属性与日常消费的时尚审美，通过新材料的应用与工艺改良，在满足竞技需求的同时实现产品的差异化竞争。

## 2、供应链管理

供应链管理水平体现为对成熟产业资源的深度整合，以及与产业链上下游的高效协同。当前运动鞋服行业的供应链体系已高度成熟，因此，如何高效地应用成熟供应链体系，并与相关供应商实现技术与工艺的“共创”，已成为企业技术水平的主要体现。此外，企业需在利用行业成熟代工体系保障规模化产出的同时，通过配置自有的灵活产能，在市场响应的灵活性与生产的规模性之间取得平衡，从而在复杂的市场需求环境下实现运营效率的持续提升。

## 3、销售模式

运动鞋服行业的销售模式主要分为直销与经销两类。早期，传统企业普遍采用经销商批发模式，凭借轻资产属性实现渠道快速下沉与规模扩张。然而，该模式下企业对终端触达能力较弱、信息反馈滞后，容易导致库存管理效率受限。

经历行业性库存危机后，头部品牌纷纷启动 DTC 转型，通过削减经销层级、增加直销门店比重，实现品牌形象的统一输出与消费数据的真实捕捉，显著提升了销售效率与毛利率水平。随着电商平台的持续发展，行业内的优秀企业现已开始采用“线上直销+线下直营+经销协同”的全渠道销售模式。针对较为专业的跑步鞋、瑜伽等垂类领域，企业正积极深耕私域社群运营，通过提供专业化增值服务，进一步强化用户忠诚度与品牌黏性。

### （五）行业主要壁垒

#### 1、经验与技术壁垒

运动鞋服行业的产品设计与研发，深度依赖企业在材料科学、生物力学及人

体工程学等领域的长期探索与实践沉淀。企业需针对日益细分的垂直运动场景、消费者专业程度以及差异化的产品价格带，对产品的综合性能进行精准定位。

行业内成熟企业依托在测试数据、用户反馈及材料选型等方面的深厚积累，已在产品定义与功能开发环节形成了体系化的研发方法论。这确保了产品在发挥设计特性的同时，能有效兼顾运动性能、耐用性及保护性等核心指标，实现产品表现在各方面的平衡。

对于行业新进入者，由于缺乏长期实际应用场景下的数据支撑与经验沉淀，短期内难以单纯通过设备投入或技术模仿，跨越成熟企业构建的研发体系壁垒，亦难以在产品综合性能层面实现快速赶超。

## 2、品牌价值壁垒

品牌价值的塑造具有显著的长周期、高投入及长期沉淀性特征，是运动鞋服行业核心的准入壁垒之一。行业内成熟企业通过对国际顶级赛事资源的持续投入、专业运动员的深度背书以及对运动社群的精细化运营，已在消费者群体中建立了深厚的信任基础。核心消费群体一旦对特定品牌的专业性能、设计风格及品牌文化产生深度认同，往往会形成长期的复购习惯与品牌依赖，从而产生较高的品牌切换成本。

对于行业新进入者而言，品牌价值的积累受限于成立时间较短，即便投入巨额资金，亦难以在短期内复制成熟品牌在长期市场检验中所形成的品牌底蕴与社会认知，从而形成了极高的时间准入成本。此外，基于品牌认同所形成的消费惯性，使得存量市场的品牌份额具有较强的排他性，新进入者面临极高的获客成本与市场开拓难度。

## 3、人才壁垒

运动鞋服行业具有典型的跨学科协同特征，企业核心竞争力的构建高度依赖于由产品企划、工业设计、材料选型、供应链管理、品牌营销及销售等各类人才组成的综合性专业团队，单一维度的优势已难以应对复杂的市场竞争。行业要求企业具备从市场需求到产品落地、再到品牌价值传递的高效运营能力。行业内成熟企业经过长期发展，已建立起结构合理、协作高效的人才团队，形成了难以被个体替代的组织优势。

对于行业新进入者而言，通过人才招聘，在短期内难以复制成熟企业经过数年甚至数十年沉淀形成的团队协同机制。在缺乏系统化人才培养体系与项目实操积累的情况下，行业新进入者面临高端人才获取成本高企的压力，难以在短期内构建起具备综合竞争力的组织化团队。

#### **4、规模壁垒**

运动鞋服行业具有显著的规模经济效应。一方面，规模效应能够显著降低单位产品的研发、生产、营销、销售及物流成本，使企业在保持合理毛利水平的同时，具备更强的市场价格竞争力。另一方面，构建较为全面产品矩阵，需要完善的商品企划、工业设计、供应链管理及多渠道销售体系作为基础。这不仅对企业的资本实力提出了较高要求，更需要具备一定规模的专业团队对复杂业务链条的高效运转提供支撑。

对于行业新进入者而言，在业务起步阶段受限于产品市场尚未打开，难以直接扩大生产规模，产品的单位成本往往较高，导致其产品在价格竞争力上处于劣势。同时，由于缺乏支撑多元化产品矩阵的资金储备与组织架构，新进入者难以在短期内建立起覆盖面广、响应速度快的全产业链体系，从而面临极高的规模准入壁垒。

### **（六）行业发展态势**

#### **1、消费结构分化、下沉市场潜力较大**

当前，中国运动鞋服行业呈现出消费结构分化的特征。受不同消费群体需求差异的影响，市场供给端已形成双向发展态势：一方面，部分头部品牌深耕专业化与高端化赛道，满足部分消费群体的圈层归属感；另一方面，大众市场对“高质价比”的追求日益凸显，倒逼企业在保持功能性的基础上持续优化供应链效率。对于行业内企业而言，如何在品牌价值链的高端延伸与运营效率的优化之间取得平衡，已成为跨越行业周期的核心命题。

与此同时，随着消费和收入结构的不断改善、全民健身意识的深度渗透以及运动基础设施的持续建设，进一步激发了下沉市场（非一、二线城市）居民的运动参与热情，下沉市场正成为行业增长的关键引擎。以抖音为代表的社交电商平台凭借极高的国民参与度，有效打破了地理边界，实现了对下沉市场的精准触达。

巨量算数数据显示，抖音体育兴趣用户中，非一、二线城市的用户占比较高，展现出巨大的消费增长潜力。渠道下沉与社交电商平台的深度融合，为具备高效供应链反应能力和内容运营实力的从业者提供了跨越式发展的机遇。

## 2、垂类运动市场迎来大发展

随着我国居民体育锻炼频率的提升及科学运动知识的普及，运动爱好者的需求特征已实现从“通用功能”向“专业功能”的转型。在行业发展初期，市场以能够适应不同运动场景的通用型运动鞋服为主；现阶段，消费者对特定运动场景（如马拉松、户外越野、瑜伽等）产品的专业性能表现出更强的付费意愿。针对特定运动需求的减震保护、吸湿排汗、抗阻力及轻量化等功能属性，已成为驱动消费决策的核心因素。

这种需求的分化为深耕垂直领域的运动鞋服品牌提供了明确的增长空间。从产品研发维度看，垂直化趋势促使企业从大宗化生产转向针对细分场景的定制化、专业化研发。从市场推广机制看，垂类运动具有显著的社群属性与社交黏性，专业运动员及资深爱好者的装备选择在细分群体内具备较强的示范效应。运动鞋服企业通过高质量、高专业度的垂类产品建立口碑，能够有效降低获客成本并提升用户忠诚度。综上，垂类运动市场的兴起不仅改变了体育用品的市场结构，也为运动鞋服企业通过差异化竞争获取增量市场提供了机会。

## 3、运动穿着与日常穿搭的边界模糊化

受益于材料技术演进及消费习惯转变，运动鞋服正突破传统的竞技场域限制，实现向生活化场景的深度渗透，导致运动穿着与日常穿搭的场景边界日趋模糊。产品在保留排汗、透气、支撑等专业性能的基础上，通过集成现代审美设计，演化为具备社交属性的文化符号。在该趋势下，兼具功能性与时尚度的运动产品具备更强的场景适应性，对日常休闲服饰形成了替代效应。运动鞋服行业的研发导向由单一性能指标向“全天候、多场景穿搭”转型。时尚设计、亲肤面料及精密剪裁在研发环节的地位也显著提升，进而衍生出了“城市机能”“山系风”等多元产品矩阵，在满足运动需求的同时，精准匹配了差异化客群的审美偏好。通过将目标市场由局部运动人群扩大至大众消费群体，运动鞋服行业实现了客群基数的增长，为行业规模的持续增长提供了驱动力。

## （七）行业面临的机遇与风险

### 1、面临的机遇

#### （1）国家政策持续扶持

我国已将发展体育产业、促进体育消费上升至国家战略高度。2025年，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》，明确到2030年培育一批具有世界影响力的体育企业和赛事，推动体育产业总规模超7万亿元。

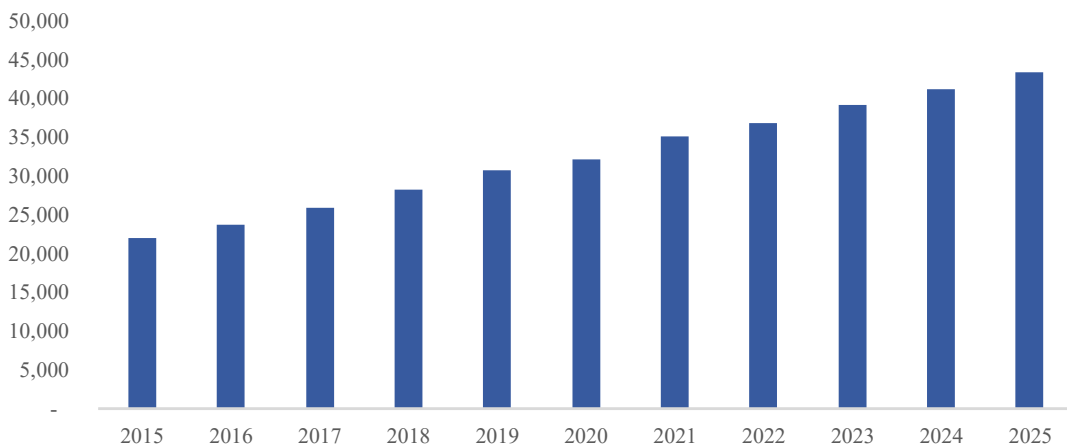
政策扶持通过“需求牵引”与“供给支撑”两个维度展开。在需求端，政府通过落实《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》，持续加大城镇公共体育设施与健身步道等基础设施投入，提升全民健身参与度，为运动鞋服市场创造了稳定的增量空间。在供给端，依据《关于金融支持体育产业高质量发展的指导意见》及《关于推动运动促进健康事业高质量发展的指导意见》，国家通过优化融资环境、拓宽融资渠道等手段，重点支持体育用品企业的技术研发与品牌建设。

国家政策的持续扶持，为运动鞋服行业的结构性升级与长期持续增长提供了强有力的支撑。

#### （2）运动健康意识提升带动行业需求

随着我国国民经济的稳步增长，全国居民人均可支配收入呈现持续增长态势。根据国家统计局发布的年度国民经济和社会发展统计公报，全国居民人均可支配收入已从2015年的21,966元提升至2025年的45,224元。

全国居民人均可支配收入（元）



数据来源：国家统计局。

收入水平的提升直接驱动了居民消费结构的转型，居民消费偏好逐渐从满足基本生活保障的“生存型”向追求生活质量的“品质型”转变。公众对个人健康管理的重视程度显著提高，体育运动逐渐成为居民生活方式的重要组成部分。体育运动热情的释放为行业提供了核心增长动力。在此背景下，中国居民体育运动消费额亦实现了快速增长。根据国家体育总局数据，2014年中国20岁以上人群的人均体育消费金额为926元，到2025年，19至59岁的人均体育消费金额达2,428元，60岁及以上居民人均体育消费金额达1,451元。

健康观念的深化、运动人口基数的扩大以及运动消费能力的增强，共同构成了运动鞋服行业持续发展的坚实基础。

### （3）中国本土运动品牌崛起带来结构性机遇

2015年以来，中国本土运动品牌的地位发生了显著变化。2015至2018年，国际品牌凭借品牌先发优势占据市场主导地位，根据欧睿咨询数据，2018年两大品牌耐克和阿迪达斯的合计市场占有率（CR2）曾达到38%的历史高点。自2019年起，本土品牌进入快速崛起阶段，市场份额实现稳步扩张，行业前十大品牌中本土品牌的合计市占率（CR10）由2018年的26.5%大幅提升至2024年的37.7%，而同期国际品牌的合计市占率则由44.5%下降至35.3%。

中国本土品牌竞争力的显著增强，主要得益于其对国内消费者体型特征、审美偏好及运动习惯的深刻洞察，使产品设计更具本土适用性；同时，本土企业依托高效的供应链响应体系，能够灵活应对市场趋势变化并显著缩短产品迭代周期。随着国民文化自信的增强及对本土文化价值认同的提升，本土品牌在研发投入、工业设计及品牌建设方面持续发力，产品科技含量与专业性能提升明显，逐步打破了国际品牌在高端及专业运动领域的垄断地位。在行业整体影响力提升与消费者认知向优质“国货”倾斜的宏观背景下，市场资源进一步向具备核心竞争力的本土企业集聚，为行业内具有清晰定位与专业化产品矩阵的优质企业提供了广阔的发展空间与结构性增长机遇。

## 2、行业面临的风险

### （1）行业竞争规范程度有待提升

目前，运动鞋服行业的市场参与者众多，行业集中度不高，部分领域存在竞争不规范的现象。市场上仍存在假冒伪劣及侵犯知识产权的产品，这不仅扰乱了正常的市场竞争秩序，对企业的品牌声誉与知识产权保护造成负面影响，亦不利于行业的健康、可持续发展。行业内亟须进一步提升竞争规范化程度，保护创新成果及消费者权益。

### （2）行业人才储备不足

运动鞋服行业是美学设计与功能科技深度融合的典型领域，对兼具时尚审美能力、工业设计水平及人体工程学研发经验的复合型人才的需求日益增长。目前，国内相关专业设计人才储备相对匮乏，尤其在前沿运动科技研发及国际化美学设计领域，高端人才的供给尚不能完全满足行业需求。人才梯队的建设滞后可能制约行业整体的创新效率与产品差异化水平，因此，行业仍需进一步加大对专业人才的引进与培养力度。

## （八）行业的周期性、季节性和区域性特征

### 1、行业的周期性

运动鞋服产品作为消费品，与人们日常生活高度相关，需求具备一定刚性，主要受外部宏观经济因素影响，行业周期性特征不明显。

### 2、行业的季节性

运动鞋服产品类型、使用场景较多，且每一季节都有相应的产品可供消费者选择，不同消费者选择购买运动鞋服的时机差异较大，故运动鞋服行业的季节性特征不明显。

### 3、行业的区域性

中国运动鞋服行业的区域性特征主要体现在制造端的产业集群化方面，在消费市场端没有明显的区域性特征。

运动鞋服的生产基地主要聚集于东南沿海地区。在这种区域集聚模式下，企业能够有效利用当地高度成熟的上下游配套网络，降低原材料采购与综合物流成

本，并缩短产品从设计开发到投产出库的周期。

#### 4、上述情况在报告期内的变化和未来可预见的变化趋势

发行人所处行业的技术水平及特点、进入本行业主要壁垒、行业发展态势、面临机遇与风险、行业周期性特征等要素在报告期内未发生变化，短期内也不会产生较大变化。

### （九）所属行业在产业链中的地位和作用及与上下游行业的关联性

#### 1、所属行业在产业链中的地位和作用

运动鞋服行业的产业链上游为原材料供应商，主要包括：（1）生产各类纤维、拉链、纽扣、碳板等产品的零部件供应商；（2）生产各类鞋面、服装、配件等面料的面料供应商；（3）生产中底、外底的鞋底材料供应商等。

运动鞋服产业链的中游包括：（1）运动鞋服代工厂商；（2）运动鞋服品牌企业。

运动鞋服行业的产业链下游主要包括各类销售渠道以及终端消费者。销售渠道包括：（1）以零售商、各类经销商或代销商为代表的销售渠道；（2）提供数字化销售渠道及基础设施的电商平台。运动鞋服产品通过上述渠道到达终端消费者手中。

运动鞋服品牌企业作为产业链的核心环节，负责统筹协调从原材料采购、产品研发设计、生产制造到渠道销售的全链条资源，同时通过对终端消费需求的持续洞察，驱动产品功能创新与产业技术升级，是连接供给与需求、推动行业整体发展的重要组织者与引领者。

运动鞋服行业的产业链情况如下所示：



## 2、所属行业与上下游行业的关联性

### （1）与上游行业的关联性及其影响

运动鞋服行业的产业链上游由原材料供应商构成，主要涵盖零部件、面料及鞋底材料供应商。上游原材料的质量水平、供应稳定性及技术演进方向，对中游品牌运营企业的产品性能、成本结构及研发路径具有显著影响。中国大陆聚集了大量具备丰富经验的原材料供应企业，为处于产业链中游的运动鞋服品牌企业提供了强有力的供应链资源。

### （2）与中游行业的关联性及其影响

运动鞋服产业链的中游由运动鞋服代工厂商以及运动鞋服品牌企业构成。运动鞋服品牌企业依托代工厂商的制造能力完成产品的规模化交付。中国大陆的运动鞋服代工产业发展较为成熟，使运动鞋服品牌企业能够以较轻资产完成产品的生产制造。

### （3）与下游行业的关联性及其影响

运动鞋服行业的产业链下游主要由各类销售渠道及终端消费者构成。运动鞋服品牌企业通过多元化的销售渠道，将产品精准触达终端消费者，同时收集市场反馈与消费需求变化，指导上游生产与自身产品迭代。终端消费者是产业链价值实现的最终环节，其消费规模、需求结构与行为模式的演变，对产业链各环节的经营走向具有决定性的导向作用。

### 三、行业竞争情况

#### （一）行业竞争格局

发行人长期深耕跑步鞋领域，报告期各期，跑步鞋产品的收入占主营业务收入的比例分别为 55.85%、59.05%和 58.61%。跑步鞋产品是发行人的核心收入来源，是发行人持续参与市场竞争并实施长期发展战略的核心赛道。

##### 1、跑步鞋行业整体格局

跑步鞋市场参与者众多，大部分参与者的企业规模较小。根据弗若斯特沙利文数据测算，2023 年中国跑步鞋市场 HHI 约为 631，2025 年约为 519，市场集中度不高，且近年来呈下降趋势，头部企业的市场领先地位正在重塑。

此前，全球跑步鞋市场受技术驱动，形成了以国际领先品牌为主导的竞争格局。随着全球鞋服产业链的精细化分工及核心技术的市场化扩散，以耐克、阿迪达斯为代表的全球龙头企业的先发优势逐步收窄。以超临界发泡材料、碳板复合中底为代表的运动科技已不再是少数国际品牌的独占性技术。

当前，跑步鞋市场的竞争维度日益多元化，已由早期的技术、规模及渠道竞争，转向涵盖差异化定位、精准客群运营及深度市场洞察的综合实力竞争。品牌企业在巩固产品性能的基础上，正通过细分跑马竞赛、进阶训练、大众日常、户外越野等场景持续完善产品矩阵，并通过跑步社群运营、专业内容供给及增值服务增强用户黏性。跑步鞋行业的竞争焦点正转向构建覆盖产品、服务、社群及用户长期价值的品牌生态系统。

##### 2、跑步鞋行业内主要企业

根据企业类型，中国跑步鞋市场的企业主要包括：耐克、阿迪达斯、安踏体育、李宁、361 度等大型综合性运动鞋服企业；特步国际、ASICS、Deckers、发行人等以跑步运动为主要优势的多品牌运营企业；昂跑、布鲁克斯、多威等跑步运动垂类单品牌企业。

上述企业的简要情况如下：

**(1) 大型综合性运动鞋服企业**

序号	公司简称	股票代码	基本情况
1	耐克	NKE.N	耐克（Nike）是 1962 年设立于美国的全球性运动鞋服品牌企业，于 2004 年在纽交所上市。作为全球运动行业的龙头企业，耐克（Nike）核心业务涵盖男女及儿童的鞋类、服装与运动配件，凭借持续的技术创新与精准的品牌运营稳居市场领先地位，市占率长期位居世界第一。
2	阿迪达斯	ADS.DF	阿迪达斯（Adidas）是 1949 年设立于德国的运动鞋服企业，于 1995 年在法兰克福证券交易所上市。品牌打造了运动表现、运动经典、运动时尚等系列，长期深度绑定国际足联世界杯等顶级赛事，实现专业运动与潮流文化的融合，凭借深厚的品牌积淀与持续创新，稳居全球运动用品行业前列。
3	安踏体育	2020.HK	安踏体育是中国运动鞋服企业，成立于 1994 年，并于 2007 年在香港联交所上市。安踏体育主要设计、开发、制造及销售包括安踏品牌在内的运动服饰，旗下还运营 FILA（斐乐）、Descente（迪桑特）、KOLON（可隆）等品牌。
4	李宁	2331.HK	李宁是中国运动鞋服企业，成立于 1990 年，并于 2004 年在香港联交所上市，其经营范围涉及体育用品的各个领域。李宁旗下除李宁主品牌外，还有红双喜、Aigle 等品牌。
5	361 度	1361.HK	361 度是中国运动鞋服企业，品牌创立于 2003 年，并于 2009 年在香港联交所上市，是一家集品牌、研发、设计、生产及销售为一体的综合性运动鞋服品牌企业。核心业务涵盖运动鞋、服装及相关配件，并积极深耕跑步、篮球等专业运动领域。

**(2) 以跑步运动为主要优势的多品牌运营企业**

序号	公司简称	股票代码	基本情况
1	特步国际	1368.HK	特步国际是中国运动鞋服品牌企业，成立于 1999 年，并于 2008 年在香港联交所上市。特步的主营业务为开发、生产和销售运动鞋、服、包、帽、球、袜。其品牌组合以主品牌“特步”为核心，并通过合资公司运营专业运动品牌索康尼（Saucony）和迈乐（Merrell）。
2	ASICS	7936.T	ASICS 株式会社（ASICS Corporation）为日本运动鞋服企业，成立于 1949 年，并于 1977 年在东京证券交易所上市。旗下主要运营两大品牌，ASICS（亚瑟士）为其核心专业运动品牌，以高性能跑鞋闻名；Onitsuka Tiger（鬼冢虎）为复古时尚运动品牌。
3	Deckers	DECK.N	Deckers Outdoor Corporation 是美国运动鞋服企业，于 1973 年在美国加利福尼亚州创立，1993 年在纳斯达克（NASDAQ）上市。旗下运营的主要品牌包括引领增长的全球高性能鞋服品牌 HOKA、经典高端生活方式品牌 UGG 以及户外运动凉鞋品牌 Teva。

### （3）跑步运动垂类单品牌企业

序号	公司简称	股票代码	基本情况
1	昂跑	ONON.N	昂跑（On）于 2010 年在瑞士苏黎世创立，并于 2021 年在纽约证券交易所上市。旗下主要运营其同名高性能跑鞋与运动服饰品牌“昂跑”。
2	布鲁克斯	-	布鲁克斯（Brooks Sports, Inc.）是美国专业的跑步鞋企业，成立于 1914 年，现为伯克希尔·哈撒韦（Berkshire Hathaway）旗下独立运营的子公司。作为全球领先的专业跑步品牌，布鲁克斯（Brooks）专注于跑步装备的研发与创新，产品线涵盖高水平跑鞋、服装及配件。公司凭借在缓震科技、步态支持等垂直领域的深度积淀，是全球跑步运动垂类市场的代表性企业。
3	多威	-	昆山多威体育用品有限公司，成立于 1996 年，运营运动鞋服品牌多威（Do-Win）。公司产品线包括专业田径、大众路跑、体考体测等领域的跑步鞋。

## （二）发行人的市场地位及竞争优势

### 1、发行人的市场地位

发行人同时运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”及综合性运动品牌“美津浓”。“必迈”品牌主要销售入门跑鞋、训练跑鞋及专业竞速跑鞋，“美津浓”品牌则兼顾跑步性能与时尚性，产品以休闲跑步鞋为主。其中，“必迈”是在中国本土品牌中营业收入增速较快的跑步鞋品牌，是发行人未来业绩增长和行业地位提升的动力来源；“美津浓”品牌作为历史悠久的国际知名综合性运动品牌，其产品线兼顾专业性能与生活方式，其深厚的专业运动底蕴与广泛的国际品牌认知，有助于增强发行人在中国市场的综合品牌竞争力。发行人的两个品牌形成了良好的产品类别互补，跑步鞋产品线覆盖较为全面。通过双品牌协同，发行人实现了专业竞技与休闲慢跑、本土创新与国际底蕴的优势互补，构建了多层级客群、应用场景覆盖较全的跑步产品生态，进一步夯实了发行人在跑步细分领域的综合竞争力。

#### （1）市场规模方面

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国跑步鞋市场规模为 650.34 亿元，总销售量为 2.03 亿双，主流电商在售跑步鞋品牌数量约为 988 个，整体规模较大，参与者较多。耐克作为全球领先的运动品牌企业，中国市场占有率约为 12.28%，市场占有率第一；中国本土企业中，特步国际的市场占有率最高，为 9.04%。发

行人 2025 年度主营业务收入为 18.16 亿元，其中，跑步鞋产品的营业收入为 10.64 亿元，市场占有率约为 1.64%；跑步鞋产品的销量为 415.99 万双，市场占有率约为 2.05%。2025 年，按跑步鞋产品在中国大陆的营业收入排名，发行人在全球运动品牌企业中排名第 12 位；在中国本土运动品牌企业中排名第 6 位，排名靠前。

以跑步鞋产品的营业收入为统计口径，2025 年，中国大陆跑步鞋市场参与企业可以分为以下几个梯队：

梯队	跑步鞋营业收入	企业名称
1	50 亿元以上	耐克、特步国际、阿迪达斯、李宁
2	20 亿元以上	安踏体育、Deckers、昂跑、ASICS、361 度
3	10 亿元以上	新百伦、凯乐石、发行人
4	5 亿元以上	彪马、匹克、鸿星尔克、斯凯奇、亚玛芬体育
5	1 亿元以上	中乔体育、布鲁克斯、威富服饰、多威、安德玛、卡虎、Lululemon、Reebok

数据来源：弗若斯特沙利文。

在上表中，发行人跑步鞋销售额处于第三梯队。报告期内，发行人跑步鞋营业收入增长迅速，年复合增长率为 34.01%，属于跑步鞋营业收入增长较快的企业之一。

## （2）用户认可方面

### ① “必迈”

在“严肃跑者”中，发行人的“必迈”品牌已建立起坚实的口碑基础，根据弗若斯特沙利文对 2025 年运动品牌在中国大陆的跑步鞋营业收入排名，发行人的“必迈”品牌在跑步运动垂类品牌中排名第 6 位，在中国本土跑步运动垂类品牌中排名第 2 位（仅次于“特步”），是具有代表性的中国本土跑步运动垂类品牌。根据悦跑数据研究院对中国大型马拉松赛事跑步鞋穿着率数据的统计，“必迈”穿着率排名情况如下表所示：

完赛群体	厦门马拉松		无锡马拉松		北京马拉松		上海马拉松		广州马拉松	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
“破三”群体	3	6	3	3	4	5	12	7	4	7
“全局”群体	6	12	6	7	5	7	8	9	8	8
完赛群体	全国主要赛事全品牌排名					全国主要赛事国产品牌排名				

	2025	2024	2025	2024
“破三”群体	3	5	2	3
“全局”群体	未统计	13	未统计	8

注：“破三”指全程马拉松完赛时间低于3小时；“全局”指成功完赛。

## ② “美津浓”

“美津浓”品牌创立于1906年，是全球历史悠久的专业运动品牌。同时，“美津浓”也是“复古风”的代表性运动品牌之一，具备较高的品牌影响力。发行人的“美津浓”休闲跑步鞋兼具时尚元素和跑步性能，消费者认可度较高。

根据弗若斯特沙利文对2025年中国大陆跑步鞋品牌的营业收入排名，发行人运营的“美津浓”品牌排名第18位；在中国主要电商平台跑步鞋零售额(GMV)排名方面，发行人运营的“美津浓”品牌排名第8位。

## (3) 代表性产品性能指标方面

发行人设计部门在跑鞋结构、鞋面、中底、外底、碳板等技术领域持续投入精力，并积极与材料供应商、代工厂商协同。在超临界发泡中底、碳板等竞速跑鞋核心技术领域，发行人通过参与基材的定制、数控机床精密切割工艺的制定等方式，实现了研发设计与底层材料、制造工艺的深度融合，保障了产品设计的工程化落地。发行人的竞速跑鞋与其他代表性品牌的旗舰级竞速跑鞋产品的材料及性能指标对比情况如下：

品牌	鞋款	重量 <sup>注1</sup>	鞋面材料	中底材料	中底厚度 (前掌/后掌) <sup>注1</sup>	中底回弹率 (%)	碳板类型	外底材料
阿迪达斯	Adizero Adios Pro Evo 2	138g/只	极简工程网布/轻薄透气网纱(聚酯纤维)	PEBA	36/39mm	73.50-74.40 <sup>注2</sup>	碳柱	液态橡胶喷涂
亚瑟士	METASPEED RAY	129g/只	MATRYX(凯芙拉与聚酰胺纤维)	PEBA	34.5/39.5 mm	78.00-81.00 <sup>注2</sup>	碳板	改性合成橡胶
特步	160X 7.0 JET	196g/只	贾卡网布(涤纶)	PEBA	33.7/39 mm	85% <sup>注1</sup>	碳板	聚氨酯橡胶
必迈	惊碳 Ultra	144g/只	风筝纱(TPEE)	PEBA	29/34 mm	70.00-80.00	碳板	聚氨酯橡胶

注1：为品牌官方公布值；

注 2：为 RunRepeat 实验室实测数据；

注 3：上表中数据均为 US9 码的数据。

在材料使用方面，阿迪达斯追求极致的运动表现，在鞋面、外底、碳板等部分，使用了实验室级的创新材料，相较于其他品牌具备性能优势，但使用寿命较短、价格较高，也对跑者的专业性提出了更高要求。发行人的惊碳 Ultra 在中底、外底等组成部分均采用了与国际、国内领先品牌相同的基础材料，且在结构方面采用了更贴合中国跑者脚型及跑步习惯的设计。惊碳 Ultra 在整体设计上平衡了重量和耐用性，在全鞋重量与国际领先品牌的旗舰级产品接近的前提下，提升了真实跑步场景下的使用寿命。

## 2、发行人的竞争优势

### （1）品牌优势

品牌是运动鞋服行业的基石，是发行人的核心资产。发行人旨在为跑者提供全方位、全场景的专业跑步装备解决方案，并传递积极向上的跑步精神，将体育竞技中的拼搏和超越精神融入到发行人的品牌文化当中。

近年来，“必迈”凭借卓越的功能性与专业性，在跑者群体和垂直领域媒体中取得了良好的反馈，获得了众多奖项及评测认可。发行人“必迈”品牌及相关产品获得的主要奖项情况如下：

序号	品牌/产品系列	奖项
1	Mile 42K	2017 年获中国设计红星奖
2	惊碳 Ultra	极度配速 2025 年终评选年度先锋鞋款、2026 年红点产品设计奖
3	“必迈”品牌	天猫 2023 年度趋势黑马品牌、京东 2023 年度超级新星奖、唯品会 2024 年度跑步赛道领航品牌、京东大市场事业群 2024 年度消费者挚爱品牌、抖音电商 2025 年运动行业增长先锋品牌、抖音电商 2025 年双 11 运动国内行业成交 TOP 品牌、懒熊体育 2025 年体育产业年度创新品牌

“美津浓”品牌创立于 1906 年，是全球历史悠久的专业运动品牌。凭借其深厚的品牌底蕴，“美津浓”在运动休闲领域形成了独特的品牌风格，是“复古风”的代表性运动品牌之一，具备较高的品牌影响力。报告期内，发行人运营的“美津浓”品牌赞助了中国国家棒球队、中国国家青年高尔夫球队。报告期内，发行人运营的“美津浓”品牌获得的主要奖项情况如下：

序号	品牌/产品系列	奖项
1	Racer S、Wave Rider 27	淘宝 2023 金麦品质奖
2	Speed 2K	得物年度复购好物奖
3	“美津浓”品牌	抖音电商 2023 服饰服配行业飞跃品牌、京东 2023 年年度最佳体验奖、京东 2024 年年度质价最优品牌、抖音电商 2024 双十一国际运动品牌 Top10、2025 年得物年度年轻力品牌、抖音电商 2025 年运动行业增长先锋品牌

## （2）产品设计开发优势

发行人深入研究目标客群的步态特征，致力于将跑者的主观体感转化为量化的力学指标，确保产品的设计研发能够精准解决跑者在不同场景下的痛点。除传统运动鞋服企业的产品设计外，发行人始终坚持产研协同的供应链共创模式。发行人积极与材料供应商、代工厂商建立深度协同机制。尤其在跑步鞋核心组成部分的中底方面，发行人积极参与材料供应商在材料选型、模具开发、数控机床精密切割工艺改进等领域的共创，促进了产品设计、材料科技、制造工艺的深度融合。发行人产研协同的设计开发理念已经应用于“必迈”及“美津浓”的产品中。

“必迈”方面，发行人建立了完善的跑者共创机制，重点产品设计开发过程中，会邀请“严肃跑者”进行深度试穿，并根据运动数据及跑者反馈，进行设计更新，确保产品上市后，能够符合核心用户需求。“美津浓”方面，发行人努力实现功能性与审美的深度融合，在传承品牌经典设计理念的基础上，发行人通过优化重塑使其更符合本土审美偏好，并集成新技术、新工艺与新材料，在满足用户品牌情怀的同时提供具备竞争力的高性能产品。

## （3）供应链组织优势

发行人创始团队具有深厚的行业经验，积累了丰富的供应链资源。在合作模式上，发行人始终坚持与材料供应商及代工厂商的合作共创。发行人逐步构建了覆盖各产品品类、具备一定生产规模和工艺水平的优质供应商网络。

2025 年 10 月，湖南必迈生产基地正式投产。依托自有生产基地，发行人能够深度践行 DTC 模式，确保供应链对市场需求的快速灵活响应，为特定产品型号、爆款产品的产能提供保障。生产基地配备的实验室，也为发行人进一步提升在材料科学、生物力学及人体工程学等领域的研发能力提供了物质基础。

### 3、发行人的竞争劣势

#### （1）融资渠道有限

运动鞋服行业是资金密集型行业，无论是品牌推广还是营销扩张都需要大量资金支持。与同行业头部公司相比，发行人的资产规模相对偏小，经营资金来源主要依靠经营积累，股权融资较少，较难满足发行人未来持续拓展业务的需求，融资渠道受限已经成为制约发行人进一步发展的瓶颈。

#### （2）经营规模相对行业领先企业较小

经过多年的发展，发行人已经具备了一定的经营规模和经济实力。但与领先的运动品牌企业相比，发行人在整体经营规模上仍存在一定差距。竞争对手凭借其庞大的收入体量、雄厚的资本实力和长期积累的技术储备，能够在研发创新、全球供应链管理、市场营销及渠道扩张等方面进行持续高强度投入。相比之下，发行人目前的经营规模在一定程度上限制了其在上述领域同步开展大规模、长周期投入的能力，同时在应对市场波动及行业竞争时，抗风险能力和调整空间也相对有限。

#### （三）发行人与可比公司的对比情况

##### 1、可比公司的选取依据

发行人属于运动鞋服品牌企业，国内该领域的代表性企业安踏体育（2020.HK）、李宁（2331.HK）、特步国际（1368.HK）及361度（1361.HK）等均在港股上市。A股上市公司中，尚不存在产品类型、商业模式、业绩规模等方面与发行人完全可比的公司。

发行人在选取可比公司时，主要基于国民经济行业分类、业务模式、企业规模等因素综合考量。基于上述标准，最终确定的可比公司包括：特步国际、李宁、361度、比音勒芬、洪兴股份、嘉曼服饰。

## 2、发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力关键业务数据及指标比较情况

### （1）经营情况、市场地位、技术实力对比

可比公司	经营情况	市场地位	技术实力
特步国际 (1368.HK)	成立于2002年，于2008年在香港联交所主板上市，是国内知名的综合性运动品牌企业，采取“多品牌”战略。	除主品牌“特步”外，旗下还拥有“索康尼”“迈乐”品牌。主品牌“特步”在中国马拉松主要赛事中的穿着率位居前列，在跑步鞋市场具有较大影响力。	特步国际2025年度研发费用为4.10亿元，研发费用率为2.90%
李宁 (2331.HK)	李宁由“体操王子”李宁先生于1990年创立，于2004年在香港联交所主板上市，是中国运动鞋服行业的知名企业。	是中国较早创立的本土运动鞋服品牌企业。近年来，通过“中国李宁”深度挖掘国潮文化，是中国具有行业代表性的运动鞋服品牌企业。	李宁2025年度研发费用为7.02亿元，研发费用率为2.37%。
361度 (1361.HK)	361度品牌创立于2003年，并于2009年在香港联交所上市，是一家集品牌、研发、设计、生产及销售为一体的综合性体育用品公司。	深耕国内大众运动市场，儿童业务增长较快。361度的产品亦逐步进军海外市场，是国内知名的综合性运动品牌之一。	公司2025年度研发费用为3.78亿元，研发费用率为3.39%。
比音勒芬 (002832.SZ)	成立于2003年1月，于2016年12月在深交所上市。旗下拥有比音勒芬、比音勒芬高尔夫、意大利品牌“CARNAVAL DE VENISE（威尼斯狂欢节）”、英国品牌“KENT & CURWEN”和法国品牌“CERRUTI 1881”。	高尔夫球服饰的市场占有率行业领先。在一、二线城市核心商圈及机场、高铁站等地点布局了线下门店。	比音勒芬2025年度研发费用为1.38亿元，研发费用率为3.19%，研发人员占比5.77%；截至2025年末，拥有专利263项。
洪兴股份 (001209.SZ)	成立于2004年5月，于2021年7月在深交所上市。公司专注于家居服饰研发、设计、生产与销售，运营“芬腾FENTENG”“玛伦萨”“芬腾可安”“千线艺”等品牌。	公司是国内家居服行业的领军企业。公司通过数字化转型与柔性供应链构建了核心竞争优势，在全国建立了完善的线上线下全渠道营销体系。	公司2025年度研发费用为0.29亿元，研发费用率为1.60%，研发人员占比6.06%。截至2025年末，公司共计拥有专利21项。
嘉曼服饰 (301276.SZ)	成立于1992年9月，于2022年9月在深交所上市；专注于品牌服装的运营，业务涵盖童装、男装和女装的研发设计、品牌运营与推广、	国内知名的中高端童装品牌运营企业，采取“多品牌、多价位、全渠道”的发展战略；构建了完整的品牌梯队：自有品牌包括水孩儿（连续三届获“中国十大童装品牌”）、菲	嘉曼服饰2025年度无研发费用、无研发人员。截至2025年末，公司共计拥有专利3项。

可比公司	经营情况	市场地位	技术实力
	直营与加盟销售等核心业务环节。	丝路汀；授权经营品牌有哈吉斯（Hazzys）和暇步士（Hush Puppies）；此外还代理EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS 等十余个国际高端品牌。	
发行人	成立于2012年6月，是一家运动品牌运营企业。业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服配产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。公司采取“双品牌驱动、多品牌合作”的业务模式。	发行人主要运营原创跑步运动垂类品牌“必迈”，并拥有“美津浓”在中国大陆地区（不含港澳台）的品牌授权。其中“必迈”是具有代表性的本土跑步运动垂类品牌，“美津浓”是全球历史悠久的专业运动品牌。发行人跑步鞋产品收入规模较高，发行人2025年度跑步鞋产品营业收入为10.64亿元，根据弗若斯特沙利文数据，在中国跑步鞋市场参与企业中，排名第12位，市场占有率约为1.64%。	公司2025年度研发费用为0.13亿元，研发费用率为0.69%，研发人员占比2.97%。截至2025年末，公司共计拥有专利45项。

## （2）衡量核心竞争力的关键业务数据对比

单位：万元

经营指标	公司名称	2025年度	2024年度	2023年度
资产总额	特步国际	1,689,887.60	1,596,814.20	1,732,547.00
	李宁	3,771,406.70	3,570,840.60	3,420,780.30
	361度	1,441,134.20	1,341,355.20	1,306,525.00
	比音勒芬	763,245.06	720,177.46	672,764.29
	洪兴股份	209,355.19	200,101.22	188,388.06
	嘉曼服饰	262,879.60	259,982.68	248,138.31
	可比公司均值	<b>1,356,318.06</b>	<b>1,281,545.23</b>	<b>1,261,523.83</b>
	发行人	<b>105,350.95</b>	<b>64,635.82</b>	<b>46,701.49</b>
归属于母公司的所有者权益	特步国际	1,020,252.30	870,256.80	886,256.60
	李宁	2,762,749.90	2,610,368.90	2,440,664.10
	361度	1,007,810.00	937,524.20	908,236.70
	比音勒芬	537,491.07	507,963.04	489,665.01
	洪兴股份	128,867.18	129,333.59	126,786.33
	嘉曼服饰	212,196.13	209,418.50	200,911.47
	可比公司均值	<b>944,894.43</b>	<b>877,477.51</b>	<b>842,086.70</b>
	发行人	<b>62,948.75</b>	<b>33,599.95</b>	<b>19,369.74</b>

经营指标	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	特步国际	1,415,108.60	1,357,722.20	1,434,550.80
	李宁	2,959,841.70	2,867,564.30	2,759,849.10
	361 度	1,114,582.90	1,007,351.00	842,325.70
	比音勒芬	431,391.10	400,446.33	353,613.27
	洪兴股份	182,946.30	177,501.14	159,651.42
	嘉曼服饰	111,828.51	109,916.53	115,175.51
	可比公司均值	<b>1,035,949.85</b>	<b>986,750.25</b>	<b>944,194.30</b>
	发行人	<b>181,779.85</b>	<b>150,301.77</b>	<b>106,587.15</b>
归属于母公司所有者的净利润	特步国际	137,157.10	123,840.20	103,000.90
	李宁	293,574.30	301,291.80	318,691.00
	361 度	130,888.40	114,861.50	96,142.70
	比音勒芬	55,069.25	78,069.01	91,075.40
	洪兴股份	2,105.49	8,027.43	8,714.43
	嘉曼服饰	10,553.62	17,121.08	17,991.75
	可比公司均值	<b>104,891.36</b>	<b>107,201.84</b>	<b>105,936.03</b>
	发行人	<b>23,484.63</b>	<b>14,257.29</b>	<b>5,546.82</b>

数据来源：可比上市公司定期报告。

### （3）关键业务数据、指标对比

发行人与同行业可比公司的关键业务指标对比情况参见“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”“九、资产质量分析”和“十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”。

## 四、发行人销售情况及主要客户

### （一）产能及产销情况

#### 1、主要产品的产能及产能利用率

发行人湖南生产基地于 2025 年 9 月试运行，10 月正式投入生产。湖南生产基地 2025 年 10 月至 12 月设计产能为 31.25 万双，共生产 17.52 万双成品鞋，产能利用率为 56.06%。

#### 2、主要产品的产量、销量及产销率

报告期内，发行人主要产品的产量、销量及产销率情况如下表：

单位：万件

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
总产量	979.72	829.73	502.51
其中：自有产量	17.52	-	-
代工产量	962.20	829.73	502.51
总销量	924.70	794.99	500.07
产销率（%）	94.38	95.81	99.51

报告期各期，发行人主要产品的产量分别为 502.51 万件、829.73 万件和 979.72 万件，销量分别为 500.07 万件、794.99 万件和 924.70 万件，产销量均持续增长，产销率均在 90%以上，产品销售情况良好。

### 3、主要产品的收入情况

报告期内，发行人主营业务收入按产品分类的情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
跑步鞋	106,449.17	58.61	88,646.06	59.05	59,278.39	55.85
其他运动鞋	39,857.14	21.94	25,932.07	17.27	22,710.57	21.40
服装	29,055.84	16.00	29,625.06	19.73	18,451.56	17.38
配件	3,210.48	1.77	2,794.93	1.86	2,326.61	2.19
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人主营业务收入分别为 106,143.76 万元、150,117.43 万元和 181,635.91 万元，2024 年度、2025 年度同比分别增长 41.43%、21.00%，增长较快。其中，跑步鞋及其他运动鞋是发行人最主要的产品，报告期内收入合计分别为 81,988.96 万元、114,578.13 万元和 146,306.31 万元，占主营业务收入的比例分别为 77.25%、76.32%和 80.55%。

### 4、不同销售模式的收入情况

报告期内，发行人主营业务收入按销售模式划分的情况如下：

单位：万元、%

模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	130,604.73	71.90	107,012.34	71.29	68,174.14	64.23
经销	36,849.44	20.29	31,022.79	20.67	29,756.17	28.03
电商自营	11,118.47	6.12	8,963.00	5.97	4,836.82	4.56
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
<b>合计</b>	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，直销模式为第一大收入来源，是营业收入增长的核心动力；经销模式收入逐年增长，与直销形成互补；电商自营模式依托京东、唯品会开展合作，收入和占比稳步提升，为线上渠道的重要补充；运营服务整体体量偏小，发行人主要以此拓展品牌合作边界，探索与境内外运动品牌的深度合作。发行人形成以直销模式为核心、多模式协同发展的渠道格局，渠道结构清晰、自主性强，符合运动服饰行业全渠道融合发展的行业趋势。

## 5、主要产品销售价格总体变动情况

报告期内，发行人主要产品的平均单价及变化情况如下：

单位：万元、万件、元/件

产品	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
跑步鞋	销售金额	106,449.17	88,646.06	59,278.39
	销售数量	415.99	345.66	233.06
	平均单价	255.90	256.45	254.35
其他运动鞋	销售金额	39,857.14	25,932.07	22,710.57
	销售数量	121.29	86.93	76.77
	平均单价	328.62	298.32	295.81
服装	销售金额	29,055.84	29,625.06	18,451.56
	销售数量	288.29	264.71	118.93
	平均单价	100.79	111.92	155.15
配件	销售金额	3,210.48	2,794.93	2,326.61
	销售数量	103.20	97.70	71.31
	平均单价	31.11	28.61	32.63

发行人产品包括跑步鞋、其他运动鞋、服装和配件。报告期内，跑步鞋产品的产品线和定价策略相对稳定，平均单价变动较小。发行人的其他运动鞋销售平

均单价逐年上升主要原因系产品及销售渠道等结构性差异所致。报告期内，发行人服装产品的品牌结构有所变化，“必迈”品牌服装的销售金额占比持续提升，但由于“必迈”品牌服装的平均单价低于“美津浓”品牌，使得发行人服装产品的平均单价呈现下降趋势。报告期内，发行人配件产品的销售金额占比较小，平均单价的波动也较小。

## （二）主要客户情况

发行人的产品销售模式包括直销、经销、电商自营及运营服务，其中以直销模式为主。在直销模式下，发行人通过线上电商平台、自建网站及线下店铺向终端消费者销售产品，终端消费者较为分散。在经销和电商自营模式下，发行人向经销商及电商平台进行产品销售。此外，发行人为部分客户提供品牌营销及线上店铺运营服务，相关收入占比较低。因此，发行人的前五名客户主要集中在经销及电商自营模式。

报告期内，发行人向前五名客户销售情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	销售金额	占营业收入的比例
2025年度	1	福建椰壳商贸有限公司	8,412.07	4.63
	2	北京京东世纪贸易有限公司	6,862.20	3.78
	3	江苏天马网络科技集团有限公司	5,868.60	3.23
	4	上海耐动体育用品有限公司	5,593.53	3.08
	5	唯品会（中国）有限公司	4,256.27	2.34
			合计	<b>30,992.67</b>
2024年度	1	江苏天马网络科技集团有限公司	6,232.93	4.15
	2	福建椰壳商贸有限公司	6,029.14	4.01
	3	上海耐动体育用品有限公司	5,908.09	3.93
	4	北京京东世纪贸易有限公司	5,107.04	3.40
	5	唯品会（中国）有限公司	3,855.95	2.57
			合计	<b>27,133.15</b>
2023年度	1	福建椰壳商贸有限公司	5,403.78	5.07
	2	山东苏典贸易有限公司	5,297.42	4.97
	3	上海耐动体育用品有限公司	5,180.45	4.86
	4	唯品会（中国）有限公司	3,961.99	3.72

年度	排名	客户名称	销售金额	占营业收入的比例
	5	深圳市唐桥体育用品有限公司	2,732.87	2.56
		合计	<b>22,576.51</b>	<b>21.18</b>

注：同一控制的客户已合并计算销售额。其中，江苏天马网络科技集团有限公司包括江苏天马网络科技集团有限公司和江苏骏溪网络科技有限公司。

报告期内，发行人前五大客户较为稳定，前五大客户的营业收入合计占营业收入总额的比例分别为 21.18%、18.05%、17.05%，集中度较低，不存在严重依赖少数客户的情况。发行人与前五大客户之间不存在关联关系，发行人董事、时任监事、高级管理人员及持有公司 5%以上股份的股东均未在上述客户中占有任何权益。报告期各期，前五大客户与发行人董事、时任监事、高级管理人员、控股股东及实际控制人不存在关联关系或者未披露的其他利益安排。

## 五、发行人采购情况和主要供应商

### （一）主要采购情况

#### 1、采购构成情况

报告期内，发行人主要向代工厂商以及“美津浓”等品牌方采购产成品。2025 年 10 月湖南生产基地投产后，发行人开始向原材料供应商采购原材料，采购金额及占比均较小。报告期内，发行人采购情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产成品	81,009.80	97.97	71,770.02	100.00	47,551.59	100.00
原材料及其他	1,680.46	2.03	-	-	-	-
合计	<b>82,690.25</b>	<b>100.00</b>	<b>71,770.02</b>	<b>100.00</b>	<b>47,551.59</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人采购金额逐年增加，与主营业务收入变动趋势基本一致。

#### 2、产成品采购构成情况

发行人采购的产成品主要包括鞋类、服装及配件类成品。报告期各期，相关成品的采购金额、采购单价和占比情况如下：

项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	金额 (万元)	单价 (元)	比例 (%)	金额 (万元)	单价 (元)	比例 (%)	金额 (万元)	单价 (元)	比例 (%)
鞋类	64,331.92	123.37	79.41	53,003.98	127.80	73.85	38,671.02	126.41	81.32
服装	14,129.58	48.07	17.44	17,363.20	57.15	24.19	7,924.40	60.47	16.66
配件	2,548.30	15.75	3.15	1,402.84	12.62	1.95	956.17	14.59	2.01
<b>合计</b>	<b>81,009.80</b>	<b>82.90</b>	<b>100.00</b>	<b>71,770.02</b>	<b>86.50</b>	<b>100.00</b>	<b>47,551.59</b>	<b>94.63</b>	<b>100.00</b>

## （二）主要能源供应情况

报告期内，发行人主营业务所需的能源以电力为主，电力由发行人经营所在地的电力公司统一供应，具有充足保证，可满足发行人生产需求。报告期内，发行人生产用电情况如下表所示：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
用电量（万度）	21.67	-	-
电费支出（万元）	17.39	-	-
加权平均电价（元/度）	0.80	-	-
占主营业务成本比例	0.02%	-	-

湖南生产基地投产前，发行人采用代工生产模式，未开展自主生产业务。2025年9月，发行人湖南生产基地建成并进入试运行阶段，逐步产生生产用电消耗。

## （三）主要供应商情况

报告期内，发行人向前五名供应商采购的情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
2025 年度	1	永州市汇盛鞋业有限公司	17,086.32	20.66
	2	湖南嘉泰鞋业有限公司	15,150.15	18.32
	3	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	9,394.79	11.36
	4	中山市胜德鞋业有限公司	8,322.98	10.07
	5	湖北东林服装有限公司	6,139.81	7.43
			<b>合计</b>	<b>56,094.06</b>
2024 年度	1	湖南嘉泰鞋业有限公司	12,550.60	17.49
	2	永州市汇盛鞋业有限公司	11,561.34	16.11
	3	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	11,225.41	15.64

年度	排名	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
	4	中山市胜德鞋业有限公司	6,480.25	9.03
	5	湖北东林服装有限公司	5,081.04	7.08
	合计		<b>46,898.63</b>	<b>65.35</b>
2023 年度	1	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	11,774.58	24.76
	2	中山市胜德鞋业有限公司	7,628.09	16.04
	3	永州市汇盛鞋业有限公司	7,531.31	15.84
	4	湖南嘉泰鞋业有限公司	6,072.45	12.77
	5	东莞市稳泰鞋业有限公司	3,899.59	8.20
	合计		<b>36,906.01</b>	<b>77.61</b>

注：同一控制的供应商已合并计算采购额，其中：永州市汇盛鞋业有限公司包括永州市汇盛鞋业有限公司和佛山市联汇盛鞋业有限公司；湖南嘉泰鞋业有限公司包括湖南嘉泰鞋业有限公司和泉州嘉泰鞋业有限公司；湖北东林服装有限公司包括湖北东林服装有限公司和东林嘉合（北京）体育用品有限公司。

报告期内，发行人前五大供应商较为稳定，不存在依赖单一供应商的情况，不存在董事、时任监事、高级管理人员或持有公司 5%以上股份的股东在前五大供应商中占有权益的情形，前五大供应商与发行人董事、时任监事、高级管理人员、控股股东及实际控制人之间亦不存在关联关系或者未披露的其他利益安排。

## 六、主要固定资产和无形资产情况

### （一）主要固定资产情况

#### 1、固定资产基本情况

截至 2025 年 12 月 31 日，发行人主要固定资产情况如下：

单位：万元、%

项目	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率
生产设备	2,777.65	1,383.93	-	1,393.72	50.18
电子设备	694.91	553.21	-	141.70	20.39
办公设备	252.55	33.81	-	218.74	86.61
办公家具	235.01	49.38	-	185.63	78.99
物流设备	121.85	0.47	-	121.38	99.62
运输工具	58.41	4.16	-	54.25	92.88
其他	61.71	7.44	-	54.27	87.94
合计	<b>4,202.08</b>	<b>2,032.39</b>	-	<b>2,169.69</b>	<b>51.63</b>

## 2、主要生产设备情况

截至 2025 年 12 月 31 日，发行人及其子公司使用中的主要生产设备具体情况如下：

单位：万元、%

资产名称	数量	账面原值	账面净值	成新率
模具	2,638	1,914.73	545.92	28.51
针车	181	126.52	125.02	98.81
试验机	24	90.84	89.33	98.33
切割机	7	80.69	80.52	99.78
裁切机	3	75.66	74.04	97.86
压底机	13	65.35	64.51	98.72
裁断机	21	48.50	47.30	97.53
定型机	12	42.04	41.32	98.30
<b>合计</b>	<b>2,899</b>	<b>2,444.32</b>	<b>1,067.95</b>	<b>43.69</b>

## 3、房屋及建筑物

### （1）自有房屋及建筑物

截至报告期末，发行人及其子公司无自有房屋及建筑物。

### （2）房屋及建筑物租赁情况

截至报告期末，发行人及其子公司租赁面积 100 m<sup>2</sup> 以上的主要租赁房产具体情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
1	北京中天世纪房地产开发有限公司	必迈有限	北京市朝阳区亮马桥路甲 40 号二十一世纪大厦 11 层 1101 号 01-06	1,411.14	2023.11.02-2026.11.01	办公
2	北京朝阳公园开发经营有限责任公司	必迈有限	朝阳公园万人广场南侧配套用房	125.00	2025.05.22-2028.05.21	门店
3	北京朝阳公园开发经营有限责任公司	必迈有限	朝阳公园体育园 1 号建筑二层房屋	440.00	2025.02.13-2028.02.12	办公
4	赛银科技集团有限公司	杭州景卓	杭州市余杭区五常街道赛银国际商务	717.94	2025.01.06-2027.01.05	办公

序号	出租方	承租方	租赁位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
	公司		中心 12 幢 501、502、503 室			
5	荆门市高汇资产管理有限责任公司	湖北必迈	荆门高新区凤凰二路李宁凤凰苑小区西 25-28 号门面	280.00	2024.08.01-2027.07.31	办公
6	荆门市高汇资产管理有限责任公司	湖北必迈	荆门高新区凤凰二路李宁凤凰苑小区 22-24 号门面	210.00	2025.10.01-2027.07.31	办公
7	北京兆维电子（集团）有限责任公司	北京景卓	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号兆维工业园 50 幢 A2-1 3 层 A 区域	475.00	2024.05.25-2028.05.24	办公
8	北京兆维电子（集团）有限责任公司	山西小魔仙	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号兆维工业园 50 幢 A2-1 3 层 A 区域	350.00	2024.05.25-2028.05.24	办公
9	北京兆维电子（集团）有限责任公司	山西星屹	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号兆维工业园 50 幢 A2-1 3 层 A 区域	350.00	2024.05.25-2028.05.24	办公
10	张富荣	山西星屹	山西省朔州市应县东关小区商铺西起 5 号、6 号商铺	473.78	2023.04.01-2026.03.31	办公
11	朔州市京朔房地产物业管理有限公司	山西小魔仙	山西省朔州市朔城区朔神路与建设北路交汇处宝源商务 B09-05 室	232.67	2023.06.01-2026.05.31	办公
12	赵兴枝	山西小魔仙	山西省朔州市朔城区朔神路与建设北路交汇处宝源商务 B 座 B09-07、B09-08 室	197.73	2023.06.01-2026.05.31	办公
13	俞立平	山西小魔仙	山西省朔州市朔城区朔神路与建设北路交汇处宝源商务 4X-04、4X-05 室	118.21	2024.06.01-2026.05.31	员工宿舍
14	上海圆泉房地产开发有限公司	上海美锦	上海市静安区陕西北路 936 号实际楼层 20 层（名义楼层 23 层）	1,778.70	2025.04.01-2031.03.31	办公
15	宁波通益房地产开发有限公司	宁波美锦	浙江省宁波市江北区清河路 265 号宁波万象城购物中心 B150 号	196.00	2025.07.01-2026.06.30	门店

序号	出租方	承租方	租赁位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
16	利怡达商业置业（上海）有限公司	上海美锦	上海市静安区共和新路2188号上海久光中心B1层MB116-1	167.60	2024.11.27-2025.12.31	门店
17	上海华筵房地产开发公司	上海美锦	上海市静安区福建北路100号苏河湾万象天地LG164+LG165号商铺	176.00	2025.04.13-2026.04.12	门店
18	华润置地（重庆）有限公司	重庆美锦	重庆市九龙坡区谢家湾正街45号重庆万象城NL456号商铺	152.00	2025.06.18-2027.06.17	门店
19	苏州晶汇置业有限公司	南京美锦	江苏省苏州工业园区苏州中心广场5幢L4层（A）04-01号	158.15	2024.12.21-2026.06.30	门店
20	桃源县经济开发区投资有限公司	湖南必迈	湖南省常德市桃源高新区采菱路	77,003.91	2025.12.01-2030.11.30	生产、办公、员工宿舍等

注：截至本招股说明书签署日，表中第10-13、15-17项租赁房产已续租，其中第13项租赁房产调整为4X-05室，原4X-04室到期后未续租。

## （二）主要无形资产情况

### 1、土地使用权

截至报告期末，发行人无土地使用权。

### 2、商标

#### （1）境内注册商标

截至2026年3月31日，发行人及其子公司共拥有52项中国境内注册商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标图案	注册证号	注册类别	有效期至	取得方式
1	必迈体育		15658385	9	2035.12.27	原始取得
2	必迈体育		15658061	18	2035.12.27	原始取得
3	必迈体育		15658391	25	2035.12.27	原始取得
4	必迈体育		15658389	28	2035.12.27	原始取得
5	必迈体育		15658387	35	2036.02.20	原始取得











序号	权利人	商标图案	注册证号	注册类别	有效期至	取得方式
6	必迈体育		65374617	41	2032.12.06	原始取得
7	必迈体育		15658386	9	2035.12.27	原始取得
8	必迈体育		15658062	18	2035.12.27	原始取得
9	必迈体育		15658392	25	2035.12.27	原始取得
10	必迈体育		15658390	28	2035.12.27	原始取得
11	必迈体育		15658388	35	2036.02.27	原始取得
12	必迈体育		37081694	25	2029.11.20	原始取得
13	必迈体育		37088659	25	2029.12.20	原始取得
14	必迈体育		37094699	18	2030.01.13	原始取得
15	必迈体育		37096246	28	2030.01.13	原始取得
16	必迈体育		37082365	35	2030.02.06	原始取得
17	必迈体育	必迈厚道	38714736	25	2030.02.06	原始取得
18	必迈体育		47761942	18	2031.02.27	原始取得
19	必迈体育		37081702	25	2030.09.06	原始取得
20	必迈体育		40846452	25	2031.06.13	原始取得
21	必迈体育		77985721	18	2034.09.27	原始取得
22	必迈体育		77974673	25	2034.09.27	原始取得
23	必迈体育		77984114	28	2034.09.27	原始取得
24	必迈体育		78607978	18	2034.12.13	原始取得

序号	权利人	商标图案	注册证号	注册类别	有效期至	取得方式
25	必迈体育		78604247	25	2034.12.20	原始取得
26	必迈体育		78596523	28	2034.12.20	原始取得
27	必迈体育	必迈风火轮	81702074	18、25、28	2035.04.27	原始取得
28	必迈体育	必迈远征者	81692558	18、25、28	2035.06.27	原始取得
29	必迈体育		78604288	25	2035.09.06	原始取得
30	必迈体育		86221309	24	2036.02.20	原始取得
31	必迈体育		86205875	28	2036.02.27	原始取得
32	必迈体育		86210220	24	2036.02.27	原始取得
33	必迈体育		87429593	18	2036.02.27	原始取得
34	必迈体育		87430863	25	2036.02.27	原始取得
35	必迈体育		87440055	28	2036.02.27	原始取得
36	必迈体育		87434871	24	2036.03.06	原始取得
37	必迈体育	必迈鞋	79924477	25	2035.03.27	继受取得
38	必迈体育	必迈官仓	79925875	25	2035.03.27	继受取得
39	必迈体育	必迈官仓直发	79925882	25	2035.03.27	继受取得
40	必迈体育	必迈服装	79919092	25	2035.03.27	继受取得
41	必迈体育	必迈鞋类	79915022	25	2035.03.27	继受取得
42	海南必迈		68685863	9	2033.06.27	原始取得
43	海南必迈		68685872	16	2033.06.27	原始取得
44	海南必迈		68681207	18	2033.06.27	原始取得
45	海南必迈		68667689	25	2033.06.27	原始取得


序号	权利人	商标图案	注册证号	注册类别	有效期至	取得方式
46	上海美锦		45831937	25	2031.02.06	原始取得
47	上海美锦		80784144	25	2035.02.27	原始取得
48	上海美锦		80793409	25	2035.03.06	原始取得
49	上海美锦		80800673	25	2035.03.06	原始取得
50	北京景卓		29319658	35	2029.01.13	原始取得
51	北京景卓		29319659	35	2029.02.27	原始取得
52	北京景卓		80923536	35	2035.03.27	原始取得

## （2）境外注册商标

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人拥有 25 项境外注册商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标图案	注册证号	国家或组织	注册类别	有效期至	取得方式
1	必迈有限		1688782	马德里	25	2032.08.09	原始取得
2	必迈有限		1813092	马德里	25	2034.06.19	原始取得
3	必迈有限		1875207	马德里	25	2034.09.11	原始取得
4	必迈有限		1828522	马德里	25	2034.09.13	原始取得
5	必迈有限		1830696	马德里	25	2034.11.14	原始取得
6	必迈有限		7004637	美国	25	2033.03.21	原始取得
7	必迈有限		7004639	美国	25	2033.03.21	原始取得
8	必迈有限		067800	尼泊尔	25	2032.03.04	原始取得
9	必迈有限		067801	尼泊尔	25	2032.03.04	原始取得
10	必迈有限		070493	尼泊尔	25	2032.10.08	原始取得

序号	权利人	商标图案	注册证号	国家或组织	注册类别	有效期至	取得方式
11	必迈有限		306754519	中国香港	25	2034.12.11	原始取得
12	必迈有限		306860593	中国香港	25	2035.04.02	原始取得
13	必迈有限		306860629	中国香港	25	2035.04.02	原始取得
14	必迈有限		02454619	中国台湾	25	2035.05.15	原始取得
15	必迈有限		02454618	中国台湾	25	2035.05.15	原始取得
16	必迈有限		02454617	中国台湾	25	2035.05.15	原始取得
17	必迈有限		N/233148	中国澳门	25	2032.05.12	原始取得
18	必迈有限		N/238075	中国澳门	25	2032.08.26	原始取得
19	必迈有限		N/238074	中国澳门	25	2032.08.26	原始取得
20	必迈有限		40202411144V	新加坡	25	2034.05.23	继受取得
21	必迈有限		3759081	阿根廷	25	2035.11.25	原始取得
22	必迈有限		96116	哈萨克斯坦	18、25	2034.04.18	继受取得
23	必迈有限		TM-01-00-4324 8-25	沙特阿拉伯	25	2035.06.03	原始取得
24	必迈有限		TM-01-00-4324 9-25	沙特阿拉伯	25	2035.06.03	原始取得

序号	权利人	商标图案	注册证号	国家或组织	注册类别	有效期至	取得方式
25	必迈有限		IDM001296131	印度尼西亚	25	2034.06.07	继受取得

注 1：上述商标序号 1-5 的境外商标系通过马德里体系注册。其中，序号 1 商标已在澳大利亚、俄罗斯、哈萨克斯坦等 3 个国家或地区获得保护；序号 2 商标已在波兰、德国、蒙古、瑞士、英国、文莱、老挝、新加坡等 8 个国家或地区获得保护；序号 3 商标已在澳大利亚、欧盟、新西兰、俄罗斯、美国、哈萨克斯坦等 6 个国家或地区获得保护；序号 4 商标已在阿联酋、澳大利亚、巴西、白俄罗斯、瑞士、波兰、德国、欧盟、英国、印度尼西亚、日本、吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦、老挝、蒙古、马来西亚、新西兰、非洲知识产权组织、菲律宾、俄罗斯、新加坡、塔吉克斯坦、土耳其、美国、越南等 25 个国家或地区获得保护；序号 5 商标已在阿联酋、澳大利亚、白俄罗斯、瑞士、德国、欧盟、英国、日本、吉尔吉斯斯坦、老挝、蒙古、新西兰、非洲知识产权组织、菲律宾、波兰、俄罗斯、新加坡、塔吉克斯坦、土耳其、美国等 20 个国家或地区获得保护；

注 2：上述商标的权利人记载为必迈有限，必迈有限已于 2025 年 8 月整体变更为股份公司，公司拟后续统一办理权利人名称变更手续。在中国大陆管辖区外的知识产权主管机构的登记信息中，必迈有限的英文名称为 BEIJING BMAI SPORTS GOODS CO., LTD；在中国澳门知识产权主管机构的登记信息中，必迈有限的繁体名称为北京必邁體育用品有限公司；在中国台湾知识产权主管机构的登记信息中，必迈有限的繁体名称为大陸商北京必邁體育用品有限公司。

### 3、专利

#### (1) 境内授权专利

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司共拥有 46 项境内授权专利，其中 3 项为发明专利，26 项为实用新型专利，17 项为外观设计。具体情况如下：

序号	专利类型	专利号	专利名称	专利权人	授权日	取得方式
1	发明	ZL201910619302.X	减震透气鞋垫	上海美衣锦	2021.03.26	继受取得
2	发明	ZL202310759365.1	一种防紫外 TPU 膜及其生产工艺	海南必迈	2023.12.29	继受取得
3	发明	ZL201711324027.6	一种抗撕裂鞋底及其制备方法	湖南必迈	2020.09.08	继受取得
4	实用新型	ZL202420813334.X	一种易于穿脱的鞋	海南必迈	2024.11.22	原始取得
5	实用新型	ZL202420907713.5	一种透气鞋面以及鞋子	海南必迈	2024.12.24	原始取得
6	实用新型	ZL202421483096.7	一种鞋面以及鞋子	海南必迈	2025.03.14	原始取得
7	实用新型	ZL202520171507.7	鞋内支撑及鞋子	海南必迈	2025.12.23	原始取得
8	实用新型	ZL201621065287.7	鞋包装组件	湖北必迈	2017.05.10	原始取得
9	实用新型	ZL201621065265.0	鞋撑	湖北必迈	2017.06.09	原始取得
10	实用	ZL202322757548.8	一种四面弹珍珠点	上海美锦、	2024.06.07	原始

序号	专利类型	专利号	专利名称	专利权人	授权日	取得方式
	新型		洞洞布	苏州合睿纺织品进出口有限公司		取得
11	实用新型	ZL202022545088.9	一种防鞋面进水的鞋子	上海美衣锦	2021.05.25	继受取得
12	实用新型	ZL202022544769.3	一种具有防水功能的鞋子	上海美衣锦	2021.05.25	继受取得
13	实用新型	ZL202122534624.X	一种具有防滑型功能的鞋底	上海美衣锦	2022.07.08	继受取得
14	实用新型	ZL202123313769.3	一种运动鞋防滑鞋底	上海跃跑	2022.08.30	继受取得
15	实用新型	ZL202320472437.X	一种具有带孔结构的一体飞织鞋面	上海美衣锦	2023.07.07	继受取得
16	实用新型	ZL202320886950.3	一种透气飞织鞋面	上海美衣锦	2023.09.15	继受取得
17	实用新型	ZL202321548782.3	一种针织柔性鞋面	上海美衣锦	2023.12.26	继受取得
18	实用新型	ZL202322124259.4	防晒透气面料	上海美衣锦	2024.03.12	继受取得
19	实用新型	ZL202322778981.X	一种短跑鞋碳板弹性测试装置	上海美衣锦	2024.11.01	继受取得
20	实用新型	ZL202323072337.7	一种穿戴轻便舒适的运动老爹鞋	上海美衣锦	2024.10.08	继受取得
21	实用新型	ZL202323320586.3	一种双层 EVA 发泡鞋底模具	上海美衣锦	2024.10.18	继受取得
22	实用新型	ZL202420281971.7	一种防滑耐磨的鞋底	上海美衣锦	2024.10.15	继受取得
23	实用新型	ZL202420380102.X	一种吸湿抑菌针织面料	上海跃跑	2024.03.29	继受取得
24	实用新型	ZL202420404475.6	一种透气散热针织面料	上海跃跑	2024.04.05	继受取得
25	实用新型	ZL202422302847.7	一种除臭运动鞋	上海美衣锦	2025.08.01	原始取得
26	实用新型	ZL202422173385.3	一种鞋底及运动鞋	上海跃跑	2025.07.01	原始取得
27	实用新型	ZL202422302848.1	一种减震运动鞋	上海美衣锦	2025.07.15	原始取得
28	实用新型	ZL202422652415.9	一种方便鞋带紧固的运动鞋	上海美衣锦	2025.08.15	原始取得
29	实用新型	ZL202422793600.X	一种鞋底抗断裂的运动鞋	上海美衣锦	2025.09.26	原始取得
30	外观设计	ZL202430800999.2	鞋（远征者漫步）	必迈体育	2025.01.21	原始取得
31	外观设计	ZL202430840380.4	鞋（惊碳 mix2.0）	必迈体育	2025.02.11	原始取得
32	外观设计	ZL202530059657.4	鞋（远征者 6.0）	必迈体育	2025.03.11	原始取得

序号	专利类型	专利号	专利名称	专利权人	授权日	取得方式
33	外观设计	ZL202530464933.5	鞋（惊碳 Fly Plus）	必迈体育	2026.02.24	原始取得
34	外观设计	ZL202330113491.0	鞋	海南必迈	2023.08.01	原始取得
35	外观设计	ZL202430220210.6	运动鞋	海南必迈	2024.11.01	原始取得
36	外观设计	ZL202430323514.5	运动鞋（惊碳3）	海南必迈	2024.12.13	原始取得
37	外观设计	ZL202430419017.5	跑鞋	海南必迈	2025.02.11	原始取得
38	外观设计	ZL202430473957.2	运动鞋（陆巡）	海南必迈	2025.03.11	原始取得
39	外观设计	ZL202530278792.8	鞋（远征者 pure2.0）	海南必迈	2025.12.12	原始取得
40	外观设计	ZL202430517869.8	运动鞋（RACER S OARISM）	上海跃跑	2025.03.21	原始取得
41	外观设计	ZL202430517846.7	运动鞋（WAVE ACE）	上海跃跑	2025.03.21	原始取得
42	外观设计	ZL202430517848.6	运动鞋（ADVENTURE V2）	上海跃跑	2025.03.21	原始取得
43	外观设计	ZL202430517851.8	运动鞋（SPARK CN III）	上海跃跑	2025.03.21	原始取得
44	外观设计	ZL202430517870.0	运动鞋（LG 60S 2K）	上海跃跑	2025.03.25	原始取得
45	外观设计	ZL202430517843.3	运动鞋（PI PLUS TL）	上海跃跑	2025.03.25	原始取得
46	外观设计	ZL202430517845.2	运动鞋（PI X）	上海跃跑	2025.03.25	原始取得

注：上海美衣锦已于2026年5月更名为上海跃跑，相关专利权人更名手续正在办理中。

## （2）境外授权专利

截至2026年3月31日，发行人及其子公司拥有1项境外授权专利，具体情况如下：

序号	专利类型	专利号	专利名称	专利权人	授权日	取得方式
1	外观设计	USD1111340S	SHOE	海南必迈	2026.02.10	原始取得

注：在美国知识产权主管机构的登记信息中，海南必迈的英文名称为 Hainan Bmai Sports Technology Co., Ltd.。

## 4、域名

截至2026年3月31日，发行人及其子公司拥有的域名具体情况如下：

序号	网站域名	网站备案/许可证号	域名持有人	注册日期
1	bmai.com	京 ICP 备 14057912 号-1	必迈体育	2004.09.30
2	bmai.com.cn	京 ICP 备 14057912 号-1	必迈体育	2014.10.15
3	bmai.cn	京 ICP 备 14057912 号-1	必迈体育	2012.08.30
4	meijinsports.com	沪 ICP 备 19005113 号-1	上海美锦	2018.11.26
5	jztd.cn	京 ICP 备 18036404 号-1	北京景卓	2013.12.13

## 5、作品著作权

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司共拥有 17 项作品著作权，具体情况如下：

序号	作品名称	登记号	著作权人	作品类别	登记日期
1	BMAI ULTRA	国作登字-2025-F-SZ00542343	必迈体育	美术	2025.10.17
2	必迈 BMAI RUN	国作登字-2025-F-SZ00537937	必迈体育	美术	2025.09.16
3	必迈 BMAI	国作登字-2025-F-SZ00537938	必迈体育	美术	2025.09.16
4	必迈	国作登字-2025-F-SZ00537936	必迈体育	美术	2025.09.16
5	BMAI 必迈	甘作登字-2024-F-00045171	必迈有限	美术	2024.05.11
6	BMAI 必迈	甘作登字-2024-F-00040932	必迈有限	美术	2024.04.28
7	厚道—彩色	甘作登字-2024-F-00040419	必迈有限	美术	2024.04.26
8	厚道—浅色	甘作登字-2024-F-00040420	必迈有限	美术	2024.04.26
9	厚道—黑色	甘作登字-2024-F-00040421	必迈有限	美术	2024.04.26
10	驚碳	甘作登字-2024-F-00019796	必迈有限	美术	2024.03.04
11	Pure light	甘作登字-2024-F-00019795	必迈有限	美术	2024.03.04
12	朝阳公园小怪物跑标识	国作登字-2017-F-00455742	必迈有限	美术	2017.05.05
13	朝阳公园小怪物跑步轨迹图	国作登字-2017-K-00455743	必迈有限	图形	2017.05.05
14	美津浓棒球兔	国作登字-2022-F-10198253	上海美锦	美术	2022.09.20
15	芭蕉扇	甘作登字-2024-F-00048508	上海迈跑	美术	2024.05.21
16	筋斗云	甘作登字-2024-F-00048507	上海迈跑	美术	2024.05.21
17	必迈小怪兽	国作登字-2023-F-00078610	海南必迈	美术	2023.04.28

注：上述第 5-13 项的著作权人为必迈有限，必迈有限已于 2025 年 8 月整体变更为股份公司，公司拟后续统一办理权利人名称变更手续。

## 6、计算机软件著作权

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人及其子公司拥有 10 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	计算机软件名称	登记号	计算机软件著作权人	开发完成日期	首次发表日期	取得方式
1	必迈信息管理系统 V1.0.0	2023SR1363132	必迈有限	2021.11.02	未发表	原始取得
2	必迈体育管理系统[简称：必迈ERP]V1.2	2018SR038756	必迈有限	2017.08.01	2017.08.31	原始取得
3	景卓腾达客户管理系统 V1.0	2017SR451312	北京景卓	2016.07.13	2016.07.13	原始取得
4	户外用品会员管理系统 V1.0	2017SR450145	北京景卓	2016.05.05	2016.05.05	原始取得
5	户外用品销售管理系统 V1.0	2017SR450955	北京景卓	2016.03.01	2016.03.01	原始取得
6	电子商务后台管理系统 V1.0	2017SR449371	北京景卓	2016.12.01	2016.12.01	原始取得
7	云管理员操作平台 V1.0	2017SR451221	北京景卓	2016.12.01	2016.12.01	原始取得
8	景卓腾达库存管理系统 V1.0	2017SR450364	北京景卓	2016.06.01	2016.06.01	原始取得
9	物流车辆管理系统 V1.0	2017SR449830	北京景卓	2016.12.01	2016.12.01	原始取得
10	户外用品订单管理系统 V1.0	2017SR448886	北京景卓	2016.03.01	2016.03.01	原始取得

注：上述第 1 项、第 2 项的计算机软件著作权人为必迈有限，必迈有限已于 2025 年 8 月整体变更为股份公司，公司拟后续统一办理权利人名称变更手续。

## 7、发行人业务所需审批、认证、资质等情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的有效经营资质如下：

序号	持有人	名称	注册号/证书编号	颁发机构	有效期	发证日期
1	上海跃跑	高新技术企业	GR202531004068	上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局	3 年	2025.12.25
2	发行人	海关报关单位备案证明	-	北京朝阳海关	长期有效	-
3	北京景卓	海关报关单位备案证明	-	北京亦庄海关	长期有效	-
4	湖南必迈	固定污染源排污登记回执	91430725MAEBRPTU8C001W	全国排污许可证管理信息平台	2031.05.18	2026.05.19

### （三）上述资产对发行人生产经营的重要程度

发行人已经取得与生产经营直接相关的房屋使用权，主要机器设备使用情况良好，商标和专利技术等知识产权的使用不存在障碍。发行人注册商标、专利等知识产权均为发行人的重要资产，已应用于或拟应用于发行人主要产品和服务，涉及产品的推广与销售、品牌价值、工艺技术、产品质量等各方面，对发行人生产经营的合法合规、盈利能力具有重要意义。

## 七、发行人拥有的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在拥有特许经营权的情况。

## 八、发行人授权经营情况

### （一）授权方日本美津浓介绍

日本美津浓主营运动用品的设计、制造与销售，是日本具有代表性的综合体育用品企业。日本美津浓于 1906 年 4 月 1 日在日本创建成立，1962 年 12 月在东京证券交易所上市。根据日本美津浓披露的第 113 期（2025 年 4 月 1 日-2026 年 3 月 31 日）有价证券报告书，日本美津浓总资产为 2,514.71 亿日元，净资产为 1,742.79 亿日元，销售收入为 2,590.45 亿日元，归母净利润为 183.76 亿日元。

### （二）发行人取得授权经营的过程

#### 1、上海美锦取得授权经营

2018 年 12 月，日本美津浓与上海美锦签署《许可协议》（LICENSE AGREEMENT），授权期限自 2019 年 1 月生效，初始有效期至 2021 年 12 月 31 日。上海美锦有权决定是否续展初始有效期，如选择续展，则有效期自 2021 年 12 月 31 日起自动续展两次，每次续展十年（直至 2041 年 12 月 31 日）。上海美锦取得美津浓品牌在中国大陆地区（不含港澳台）的授权，有权使用美津浓商标在授权区域内自行设计、开发、制造、进口及销售许可产品，但在产品企划、设计等节点需要向日本美津浓提交企划案、设计图纸、相关材料规格等进行审核。日本美津浓不得授权除上海美锦、上海美津浓有限公司（日本美津浓全资子公司）以外的任何第三方，在中国大陆地区将“美津浓”商标用于许可产品的设计、开发、制造、进口及销售。

许可产品如下表所示：

产品线	品类		
	运动鞋	运动服配	运动器材
跑步	△	○	△
足球	△	○	△
乒乓球	△	○	△
羽毛球	△	○	△
排球	△	○	△
室内综合	△	○	△
运动休闲	○	○	△

注：△表示有权在授权区域内进行进口及销售；○表示有权在授权区域内进行设计、开发、制造、进口及销售。

## 2、授权期限延长

2021年11月，上海美锦致函日本美津浓，行使延展《许可协议》期限的权利。《许可协议》的期限自动延展第一个10年，至2031年12月31日（到期后自动延展至2041年12月31日）。

## 3、授权范围拓展

2022年6月，上海美津浓有限公司经日本美津浓授权，与上海美锦签署了《合作备忘录》，授权上海美锦开展“休闲跑步鞋”“复古跑步鞋”“经典跑步鞋”产品线的设计、开发、制造和销售。

该授权有效期为2022年6月至2024年12月，若双方在期满前60日未向对方提出书面异议，则有效期每3年自动延长一次，直至延长至2041年12月31日。


## 4、发行人完成对上海美锦的重组

2022年12月，发行人完成对上海美锦100%股权的收购。2023年7月，日本美津浓与上海美锦签署《备忘录》，日本美津浓确认上海美锦的股东变更不影响《许可协议》的效力。

### （三）授权使用商标情况

#### 1、授权商标

根据上海美锦与日本美津浓于 2018 年 12 月签署的《许可协议》，上海美锦在中国大陆地区（不含港澳台）获得如下商标的授权：

序号	权利人	商标图案	注册证号	注册类别	注册地	有效期至
1	日本美津浓		4132496	18	中国	2028.02.20
2	日本美津浓		4753557	18	中国	2029.02.06
3	日本美津浓		4753555	24	中国	2033.12.27
4	日本美津浓		4753556	25	中国	2034.04.27
5	日本美津浓		1501163	25	中国	2031.01.06
6	日本美津浓		G1192257	18、25	马德里	2033.08.14
7	日本美津浓		3737067	25	中国	2036.06.27
8	日本美津浓		4753567	25	中国	2034.08.20
9	日本美津浓		165971	18	中国	2032.11.29
10	日本美津浓		4753526	18	中国	2029.02.06
11	日本美津浓		4753517	24	中国	2029.09.06
12	日本美津浓		165976	25	中国	2032.11.29
13	日本美津浓		4753516	25	中国	2029.02.20
14	日本美津浓		1022443	18	中国	2027.06.06
15	日本美津浓		4753521	18	中国	2029.02.20
16	日本美津浓		4753539	24	中国	2029.09.06
17	日本美津浓		1052985	25	中国	2027.07.13
18	日本美津浓		4753538	25	中国	2029.08.06

## 2、特许权使用费情况

根据 2018 年 12 月日本美津浓与上海美锦签署的《许可协议》、2022 年 6 月上海美津浓有限公司与上海美锦签署的《合作备忘录》，上海美锦应当支付的特许权使用费情况如下：

期间	特许权使用费
2022.01.01-2026.12.31	应计费用为每个产品 <sup>注 1</sup> 净销售额的 3%，最低费用不低于人民币 2,000 万元。
2027.01.01-2031.12.31	应计费用为每个产品 <sup>注 1</sup> 净销售额的 3%，最低费用不低于人民币 2,100 万元。
2032.01.01-2041.12.31	应计费用为每个产品 <sup>注 1</sup> 净销售额的 3%，最低费用于 2031 年 6 月 30 日前确定。
2022.06.01-2041.12.31	“休闲跑步鞋”“复古跑步鞋”“经典跑步鞋”产品净销售额的 5%。

注：指《许可协议》授权范围内的产品。

发行人在上述商标许可合同的合同期限内，均按时足额缴纳了特许权使用费。报告期内，发行人因“美津浓”品牌授权产生的费用（不含税）情况如下所示：

单位：万元

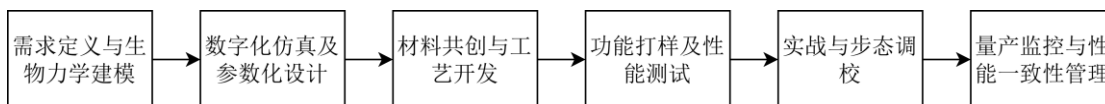
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特许权使用费	3,912.94	3,324.09	2,478.83

## 九、发行人核心技术与研发情况

### （一）核心技术及其应用

#### 1、鞋类产品核心技术

发行人以持续提升跑步鞋产品的专业性能与产品竞争力为目标，坚持以用户需求驱动产品创新，围绕结构、鞋面、中底、外底、碳板等核心部件，系统性开展技术研发工作。发行人的技术研发主要流程如下图所示：



需求定义与生物力学建模方面，在产品企划阶段，发行人基于目标客群的步态特征开展深度研究，通过模拟足底压力分布建立动态力学地图。结合材料科学、生物力学及人体工程学等基础理论，构建数字化模型，为后续研发提供底层逻辑支撑与关键性能指标。

数字化仿真及参数化设计方面，发行人运用有限元分析（FEA）及参数化设

计技术，对跑鞋结构、中底形状、碳板曲率及外底底花等核心部件进行数字化仿真，动态模拟受力形变与能量回馈。通过对设计参数的持续迭代，实现产品性能结构与轻量化目标的优化平衡。

材料共创与工艺开发方面，发行人通过与材料供应商及代工厂商协同，将设计方案转化为量化参数与制造标准。针对超临界发泡等基材进行性能定制，并参与开发与之匹配的生产工艺（如数控机床精密切割、一体模压等），确保设计理念在生产端具备可落地性。

功能打样及性能测试方面，利用专业机械测试设备对功能样鞋进行物理性能检测，核心测试指标涵盖中底回弹率、碳板疲劳强度及整鞋弯折刚度等。通过将实测数据与数字化仿真模型进行比对验证，确保实物性能符合初期研发设定及技术企划标准。

实战与步态调整方面，发行人通过专业测试设备或组织多层次跑者进行实战路测的方式，重点评估产品在长距离运动状态下的稳定性与滚动顺滑度。基于测试数据及跑者反馈，对产品细节进行针对性调校与微调，完成从实验室数据向实际运动表现的转化，最终确认量产定型。

量产监控与性能一致性管理方面，发行人建立了标准化的品质监控体系，对物料性能、加工精度及成品一致性进行持续监测。通过向材料供应商、代工厂商输出标准工艺流程，并实施全流程的质量管控，确保规模化生产的产品性能与定型阶段保持高度一致，实现研发成果向终端产品的精准转化。

在执行上述技术研发模式的过程中，发行人形成了以下核心技术：

序号	技术领域	技术名称	技术特色/技术优势	技术来源	技术所处阶段	专利情况
1	跑步鞋结构设计技术	高差设计技术	基于生物力学分析，针对不同跑者类型（如内旋程度、触地方式、配速水平），通过优化前后掌高差与前掌上翘角度，实现跑鞋结构的精细化调校。可有效调节跑步过程中的踝关节背屈角度与跖屈力矩，降低跟腱负荷与胫骨前肌张力，减少足底筋膜的过度牵拉，从而降低运动损伤风险。	自主研发	批量生产	未申请专利
		全掌稳控设计技术	集成足弓支撑结构、全掌包裹系统与前掌外扩几何设计，结合中底材料特性与鞋面结构，构建全方位稳定系统。通过优化足底压力分布，增强足弓的动态支	自主研发	批量生产	未申请专利

序号	技术领域	技术名称	技术特色/技术优势	技术来源	技术所处阶段	专利情况
			撑效能，扩大前掌触地面积以提升步态稳定性，并利用全掌包裹结构减少脚与鞋腔的相对位移，降低足底筋膜拉伸负荷与皮肤摩擦损伤风险，延缓长距离跑步中足部疲劳的累积。			
		弧形底设计技术	基于足底压力中心移动轨迹，对鞋底弧形进行曲率半径梯度设计——后跟段曲率较大以缓冲触地冲击，中足段曲率平缓以稳定过渡，前掌段曲率渐增以辅助蹬伸发力。同时结合前后掌高差与前掌上翘角度协同调校，使跖趾关节在蹬伸期保持自然背屈角度。该技术可实现步态平滑过渡，减少触地制动力与蹬伸能量损耗，提升跑步经济性。	自主研发	批量生产	未申请专利
2	中底设计技术	分区密度设计技术	针对跑步过程中足底不同区域（如跖骨区、足弓区、后跟区）的压力分布差异，通过模内发泡工艺的参数化调控（包括模具纹理设计、发泡压力梯度控制、材料膨胀倍率分区设定），实现中底材料密度的区域性分布。在保证轻量化的前提下，对不同受力区域进行差异化性能调校：前掌区域提供灵敏响应，足弓区域增强动态支撑，后跟区域优化缓冲性能，提升步态效率、降低局部过度负荷引发的受伤风险。	自主研发	批量生产	未申请专利
		超临界发泡中底精密切工艺	为更好地实现分区密度设计的工程化，发行人与供应商共同设计超临界中底的数控机床精密切割工艺。该工艺基于粗坯三维数据、分区密度数据，结合动态形变模型与机床公差数据，设计切削量及保留的皮层厚度。不仅保障了中底的分区密度，更提升了产品一致性。	自主研发	批量生产	未申请专利
3	外底设计技术	外底止滑及引导设计技术	专为路跑开发的外底结构设计技术，旨在提升止滑性能与灵活性。基于人体跑步步态落地轨迹，布设非均质外底底花阵列：通过排水槽结构与仿生纹路快速破除水膜，显著提升湿地止滑系数；底花布局顺应步态转换，引导动力衔接，并在跖骨区采用分区柔性设计，提升前掌蹬伸灵活性；同时通过分区几何形变吸收瞬时冲击载荷，降低损伤风险，提升复杂地形下的自适应平衡能力。	自主研发	批量生产	未申请专利
		参数化设计技术	基于材料科学、生物力学、流体力学、热力学、人体工程学等基础学科理论，通过参数化设计算法及工具，发行人把运动生理数据（压力、温度、步态等），转化为外底底花和鞋面气孔的几何设计。	自主研发	批量生产	未申请专利
4	鞋面设计技术			自主研发	批量生产	未申请专利

序号	技术领域	技术名称	技术特色/技术优势	技术来源	技术所处阶段	专利情况
5	碳板设计技术		<p>1、在外底底花方面，基于跑者动态足底压力图，通过参数化算法驱动底花形态的演变。底花的几何形状（深度、角度、密度）随应力梯度呈非线性阵列分布：在急停和蹬伸的高压区，通过增加底花齿密度提升物理摩擦力矩；在低压区则进行轻量化处理，利用参数化镂空减少冗余重量，实现抓地力与轻质化的平衡。</p> <p>2、在鞋面气孔方面，结合热力学分布图，对鞋面气孔进行参数化布局。通过控制气孔的孔径大小与分布频率，在易出汗的高温区（如前掌折痕区）实现最大化的对流换气；而在需要支撑的侧向区域，算法自动收紧气孔密度并增强织物结构刚性。在不牺牲鞋面包裹强度的前提下，优化透气性能。</p> <p>3、在碳板方面，发行人基于悬臂梁力学模型分析，对碳纤维复合材料的铺层厚度、纤维取向等进行参数化设计。前掌区域增加韧性以提升蹬伸效率，后跟及中桥区域优化纵向抗弯刚度以增强落地稳定性。同时，基于生物力学原理及有限元分析，设计了双弧曲线碳板结构，使其曲率匹配跑者脚掌落地时的运动轨迹，有效引导步态转换，并在过弯等场景下抑制足部与鞋底的相对侧向晃动，为跑者在长距离竞技中提供持续稳定的推进支撑。</p>	自主研发	批量生产	未申请专利
		碳板结构设计技术	<p>发行人基于生物力学原理及有限元分析，设计了双弧曲线及Y型尾翼的碳板结构。双弧结构能够匹配跑者脚掌落地时的运动轨迹，Y型尾翼则能为脚掌提供侧向支撑。该结构有效抑制了跑步过程中厚底跑鞋的侧向晃动，为跑者在长距离竞技中提供了动态稳定性。</p>	自主研发	批量生产	未申请专利
6	鞋楦设计技术	亚洲脚楦设计技术	<p>针对亚洲人群典型的“宽前掌、高脚背”特征，在结构设计上，发行人采用了前掌加宽与中足三维包裹的方式，并显著提升了鞋头处的物理起翘弧度。在力学表现上，“宽楦”设计有效降低了长距离运动中脚部充血膨胀带来的压迫感，而高翘度结构则通过优化力学杠杆，辅助脚掌实现顺滑的自然滚动。最终实现了前掌活动空间、中足支撑感与后跟稳定性的平衡，显著提升了步态过渡效率与穿着舒适度。</p>	自主研发	批量生产	未申请专利

## 2、服配产品核心技术

发行人服配产品的核心技术如下：

序号	技术领域	技术名称	技术特色/技术优势	技术来源	技术所处阶段	专利情况
1	服饰面料设计	混纺比例设计技术	通过调配不同性能纱线的混纺比例，提升运动产品的穿着舒适度，提升了面料的排湿、控温的效果，减少身体与面料的摩擦及运动中的异味产生。	自主研发	批量生产	未申请专利
		织造针法设计技术	根据人体运动工程学，结合一体织纺织工艺运用蜂窝编织、坑条提花、网孔结构等特殊针法结构的组合运用，对运动中不同部位的排汗和保暖需求进行针对性的针法设计，解决长时间运动中的皮肤磨损、肌肉晃动、汗液排出不畅等问题。	自主研发	批量生产	未申请专利
2	服饰结构设计	动态结构设计技术	根据人体运动工程学，基于跑步步态、关节屈伸、肌肉形变做结构分区设计，结合面料特性，3D裁剪设计，车线运用设计，让跑步服装“适配跑步动作”，提升穿着舒适感。	自主研发	批量生产	未申请专利
		通风及控温设计技术	根据人体运动工程学，基于跑步步态易出汗的部位，通过在服装产品上设计多点通风系统、例如：腋下的通道通风设计以及背部的通风结构设计，把运动时身体大量出汗的汗液导出，达到了带走身体与衣服之间热气的同时，控制体温的效果。	自主研发	批量生产	未申请专利

### （二）正在从事的研发项目情况

截至本招股说明书签署日，发行人正在从事的主要研发项目情况如下：

序号	项目名称	项目所处阶段	项目内容及拟实现的目标
1	四季适配型锁温透气多功能运动休闲服饰研发项目	设计优化及测试阶段	1、依托发行人在面料及结构设计技术积累，聚焦温感调节与锁温透气一体化优化，研发多功能运动休闲服饰，突破锁温透气失衡痛点，打造“春防凉、夏透气、秋锁温、冬保暖”的四季通用产品。 2、依托发行人在运动面料技术积淀，聚焦分季专属纺织工艺，研发适配四季的分季度温湿调控面料，突破“单一面料难以适配多季节温湿变化、功能与舒适失衡”等技术壁垒，打造高性能核心面料。
2	高性能户外鞋类轻量化支撑与推进系统研发项目	原型产品开发阶段	1、依托发行人在陆巡系列产品的技术积淀，聚焦仿生外底抓地、双材料复合中底等技术，研发全地形越野跑鞋，突破“平衡轻量性与防护性”的技术难点，打造“专业越野与城市轻户外”双场景兼容

序号	项目名称	项目所处阶段	项目内容及拟实现的目标
			产品。 2、依托发行人在竞速跑鞋领域的技术积淀，突破传统碳板“前掌推进不足、轻量与刚性失衡、弯折灵活性差”的技术瓶颈，研发前掌分叉式异形轻量碳板。通过整合前掌碳板分叉结构设计、弯折刚性动态平衡技术，打造适配竞速与长距离训练场景的核心碳板部件，强化“必迈”品牌在中高端碳板跑鞋领域的技术差异化竞争力。 3、依托发行人在轻量化材料应用的技术积淀，聚焦材料改性、仿生分段结构设计等技术，研发采用尼龙玻纤复合轻量支撑板技术的跑步鞋产品，突破“支撑性与轻量失衡”的技术痛点，打造适配大众日常训练的核心支撑部件。
3	高性能慢跑鞋缓震系统研发项目	方案设计阶段	依托发行人在慢跑鞋的技术积淀，聚焦双层复合中底协同设计等技术，研发双层复合缓震慢跑鞋，突破“缓震衰减快、回弹与缓震失衡”的瓶颈，打造适配日常慢跑与恢复训练的核心产品。

### （三）发行人的技术研发情况

报告期内，发行人研发费用分别为 934.77 万元、1,052.28 万元、1,258.43 万元，研发费用占营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发费用	1,258.43	1,052.28	934.77
营业收入	181,779.85	150,301.77	106,587.15
研发费用占营业收入的比例	0.69%	0.70%	0.88%

公司研发人员指直接从事研发活动的人员，报告期内，公司不存在非全时研发人员。报告期各期末，公司研发人员情况如下：

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末		
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	
学历	硕士及以上	4	14.81%	3	15.00%	2	11.11%
	本科	17	62.96%	13	65.00%	13	72.22%
	大专及以下	6	22.22%	4	20.00%	3	16.67%
	合计	27	100.00%	20	100.00%	18	100.00%
员工总数	908		563		560		

项目	2025 年末		2024 年末		2023 年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
研发人员占比	2.97%		3.55%		3.21%	

#### （四）发行人技术创新体系与机制

##### 1、创新机制

###### （1）以用户需求为研发创新导向

发行人深入研究目标客群的步态特征，将跑者的主观体感转化为量化的力学指标，确保产品的设计研发能够精准解决跑者在不同场景下的痛点。

###### （2）产研协同的供应链共创模式

发行人积极与材料供应商、代工厂商建立深度协同机制。在超临界发泡中底、碳板等竞速跑鞋核心技术领域，发行人通过参与材料选型、工艺选择、质量监督等环节，实现了研发设计与底层材料、制造工艺的深度融合，保障了产品设计的工程化落地。

###### （3）科学的多维验证体系

发行人构建了“计算机仿真—机械测试—赛道实测”的三位一体验证机制。在研发全过程中，通过有限元分析（FEA）进行虚拟仿真，利用专业设备进行机械性能测评，并组织多层次跑者进行实战路测。通过数据分析与持续迭代，不断提升产品的性能表现与一致性。

###### （4）不断完善研发人才队伍建设

发行人重视研发人才的培养，鼓励员工间的技术交流及经验传授，并持续推动学习型组织的建设。发行人创始团队是中国最早一批运动鞋服行业的从业者，能够有效利用行业资源，为研发团队提供技术交流、专业培训、研发实践等资源。未来，发行人也将持续引入经验丰富并具备创新能力的研发型人才，进一步提升技术创新水平。

##### 2、技术储备及创新安排

发行人的技术储备主要体现在产品创新及设计方面的经验积累，以及对材料创新动态的跟踪与理解两个方面。在产品创新及设计方面，发行人创始团队是中

国最早一批运动鞋服行业的从业者，在跑步鞋结构设计、人体工程学应用及亚洲脚型适配等领域沉淀了系统性的设计理念与方法论；发行人重视研发人才的培养、鼓励员工间的技术交流及经验传授，并持续推动学习型组织的建设；未来，发行人也将持续引入经验丰富并具备创新能力的研发型人才，进一步提升产品创新能力。在材料创新动态的跟踪与理解方面，发行人积极与材料供应商、代工厂商建立深度协同机制，在超临界发泡中底、碳板等竞速跑鞋核心技术领域，发行人通过参与材料选型、工艺选择、质量监督等环节，实现了研发设计与底层材料、制造工艺的深度融合，在核心材料的发展趋势与性能边界方面持续积累经验，从而在材料技术演进中保持快速响应能力。

## 十、安全生产及环境保护情况

### （一）安全生产情况

报告期内，发行人认真贯彻执行国家各项安全生产法律法规政策，高度重视安全生产。为规范安全管理，落实各项安全生产措施，增强发行人员工的安全意识，保证生产经营秩序的正常进行，发行人制定了《生产管理制度》，并将安全生产融入日常经营管理之中。

湖南省发展和改革委员会 2026 年 1 月 7 日出具《湖南省公共信用合法合规证明报告》，自公司设立至 2025 年 12 月 31 日，湖南必迈在安全生产等 48 个领域中无行政处罚、严重失信等违法违规记录。根据湖南省常德市桃源县应急管理局出具的证明，自公司设立至今，湖南必迈不存在违反《中华人民共和国安全生产法》等法律、法规的行为。

### （二）环境保护情况

#### 1、发行人所处行业不属于重污染行业

发行人主要从事跑步鞋、其他运动鞋、运动服饰及运动配件产品的设计、开发、生产及销售。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017)，发行人所处行业为“C18 纺织服装、服饰业”。根据生态环境部发布的《环境保护综合名录》（2021 年版），发行人主营业务产品不属于“高污染、高环境风险”产品名录。根据 2021 年 5 月 30 日生态环境部办公厅发布的《关于加强高耗能、高排放建设项目生态环境源头防控的指导意见》，重点关注了煤电、石化、

化工、钢铁、建材、有色金属冶炼等 6 大行业，发行人所处行业不属于高能耗、高排放行业。

发行人生产基地湖南必迈未被湖南省生态环境厅纳入《重点排污单位名录》（水、气、土壤、噪声等类别），不属于“重污染”企业。根据常德市生态环境局桃源分局 2026 年 1 月 28 日出具的《关于出具湖南必迈体育用品有限公司环保证明的复函》，湖南必迈的建设项目行业类别是“十六、皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业 19，32.制鞋业 195”；“二十、印刷和记录媒介复制业 23，39.印刷 231”，不属于“高耗能、高排放”项目。

综上所述，发行人所处行业不属于污染性行业，生产过程中不存在高危险、高污染的情形。

## 2、主要污染物及处理情况

发行人子公司湖南必迈在生产过程中产生的废气、废水、噪声、固体废物的具体情况、排放标准、处理设施及处理能力情况如下：

污染物类型		污染物	处理设施及处理能力	排放标准
废气	有组织废气	VOCs	2 次二级活性炭吸附后通过高空排气筒排放	《大气污染物综合排放标准》（GB 16297-1996）二级标准、《印刷业挥发性有机物排放标准》（DB43 1357-2017）、《印刷工业大气污染物排放标准》（GB 41616-2022）
	无组织废气	颗粒物、VOCs	封闭车间、沉降	《大气污染物综合排放标准》（GB 16297-1996）、《挥发性有机物无组织排放控制标准》（GB 37822-2019）、《印刷业挥发性有机物排放标准》（DB43 1357-2017）、《印刷工业大气污染物排放标准》（GB 41616-2022）
废水	生活污水	COD、氨氮、BOD、SS	化粪池	《污水综合排放标准》（GB 8978-1996）三级标准
	印刷版清洗水	COD、氨氮	三级絮凝沉淀池	
	实验室用水	COD、氨氮、BOD	化粪池	
噪声	厂界噪声	噪声	高噪声源优化，设备基础减振处	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348-2008）中 3 类标准

污染物类型		污染物	处理设施及处理能力	排放标准
			理，厂房隔声处理	
废渣/危险废物	一般固废	废包装、边角料、废水性胶桶、不合格产品、除尘器收集的粉尘、废布袋	回收公司回收利用、外售	-
	危险固废	废油、废溶剂桶、废印刷网板、废油性胶桶、油墨残渣、废活性炭等	委托有资质机构处理	-
	生活垃圾	生活垃圾	交由环卫部门清运	-

注：VOCs 是挥发性有机物；COD 是化学需氧量，用于衡量水体中有机污染物总含量；BOD 是生化需氧量，用于衡量水体中可以被生物降解的有机物污染物含量；SS 为悬浮物。

### 3、环保投入情况

2025 年 10 月，发行人生产基地正式投产，当年环保投入 10.54 万元。环保投入主要用于环保设备购置安装、污染物转运处置等。发行人所处行业不属于高污染行业，污染物排放较少，处置相对简单，现有环保投入能够保障生产经营产生的污染物得到合规处置。随着生产经营规模扩大，发行人将持续进行环保投入，进一步加强环境保护工作。

### 4、环保守法情况

根据北京市公共信用信息中心于 2026 年 2 月 6 日出具的《专项信用报告》，必迈体育自 2023 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间，无生态环境领域的违法违规记录。根据湖南省发展和改革委员会于 2026 年 1 月 7 日出具的《湖南省公共信用合法合规证明报告》，湖南必迈自 2023 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间，无生态环境领域的违法违规记录。

湖南必迈的部分产线于 2025 年 9 月建成并开始试运行，存在在未取得环境影响报告表、排污许可及环保验收的情况下建设施工、投入生产的情形。针对上述情况，湖南必迈已进行整改，于 2026 年 1 月 26 日取得固定污染源排污登记回执，并于 2026 年 4 月 22 日完成了建设项目竣工环境保护验收。根据常德市生态环境局桃源分局 2026 年 1 月 28 日出具的《关于出具湖南必迈体育用品有限公司环保证明的复函》，湖南必迈自 2025 年 3 月 5 日成立至该复函出具之日，未发生环境污染事故，未受到生态环境行政处罚。

综上所述，报告期内，发行人未发生环保事故、未造成重大环境污染或者生态破坏，不存在环保领域的重大违法违规行为。

## 十一、境外经营情况

报告期内，发行人在境外拥有 1 家香港子公司，但未实际经营。香港子公司的具体情况参见“第四节 发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司、参股公司基本情况”。

## 第六节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计了本公司的财务报表，包括 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日和 2025 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2023 年度、2024 年度和 2025 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注。

本节财务数据及有关说明反映了本公司最近三年经审计的财务报表及有关附注的主要内容。非经特别说明，本节数据均引自经审计的公司财务报表或据其计算所得。除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并财务报表的数据为基础进行计算。投资者若想详细了解公司财务会计信息，请阅读审计报告和财务报告全文。

### 一、财务报表

#### （一）合并资产负债表

单位：万元

资产	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	18,362.32	15,141.53	8,091.94
交易性金融资产	44,340.00	10,999.00	-
应收账款	2,764.57	3,242.23	3,137.07
预付款项	2,107.51	1,487.39	787.72
其他应收款	913.65	1,898.91	997.91
存货	21,527.44	21,499.87	22,509.17
持有待售资产	-	50.64	-
其他流动资产	824.52	581.82	291.42
<b>流动资产合计</b>	<b>90,840.02</b>	<b>54,901.41</b>	<b>35,815.22</b>
<b>非流动资产：</b>			
长期股权投资	-	-	50.64
固定资产	2,169.69	521.92	498.55
使用权资产	3,943.21	1,946.57	2,744.83
无形资产	264.79	151.71	111.48
商誉	5,967.61	5,967.61	5,967.61

资产	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
长期待摊费用	1,141.05	503.95	769.11
递延所得税资产	713.74	534.15	744.05
其他非流动资产	310.84	108.51	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>14,510.93</b>	<b>9,734.41</b>	<b>10,886.27</b>
<b>资产总计</b>	<b>105,350.95</b>	<b>64,635.82</b>	<b>46,701.49</b>
流动负债：			
短期借款	-	-	133.92
应付账款	20,175.28	14,337.15	13,461.23
合同负债	986.46	1,428.86	660.53
应付职工薪酬	3,102.80	2,258.17	1,936.27
应交税费	5,027.87	3,111.19	837.58
其他应付款	8,737.02	7,235.76	7,385.97
一年内到期的非流动负债	1,033.30	922.33	1,436.57
其他流动负债	335.46	833.98	351.56
<b>流动负债合计</b>	<b>39,398.20</b>	<b>30,127.45</b>	<b>26,203.63</b>
非流动负债：			
租赁负债	3,001.83	882.91	1,095.23
预计负债	1.55	23.28	30.40
递延所得税负债	0.63	2.22	2.49
<b>非流动负债合计</b>	<b>3,004.00</b>	<b>908.42</b>	<b>1,128.12</b>
<b>负债合计</b>	<b>42,402.20</b>	<b>31,035.86</b>	<b>27,331.75</b>
所有者权益：			
股本	8,385.77	7,957.93	7,957.93
资本公积	19,898.62	7,561.86	14,469.28
盈余公积	40.79	735.49	-
未分配利润	34,623.56	17,344.68	-3,057.47
归属于母公司所有者权益合计	62,948.75	33,599.95	19,369.74
<b>所有者权益合计</b>	<b>62,948.75</b>	<b>33,599.95</b>	<b>19,369.74</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>105,350.95</b>	<b>64,635.82</b>	<b>46,701.49</b>

**（二）合并利润表**

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>181,779.85</b>	<b>150,301.77</b>	<b>106,587.15</b>
减：营业成本	87,403.83	75,654.69	57,585.16
税金及附加	1,134.04	834.23	545.66
销售费用	55,888.06	49,385.43	34,642.94
管理费用	7,529.56	5,141.07	7,274.77
研发费用	1,258.43	1,052.28	934.77
财务费用	451.97	465.99	911.81
其中：利息费用	138.36	107.52	687.69
其中：利息收入	82.54	26.05	17.84
加：其他收益	1,823.75	892.36	105.00
投资收益（损失以“-”号填列）	397.78	223.72	7.57
信用减值损失（损失以“-”号填列）	57.60	-72.08	-212.74
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-315.50	-534.78	97.87
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-231.99	12.37	12.56
<b>二、营业利润</b>	<b>29,845.60</b>	<b>18,289.68</b>	<b>4,702.30</b>
加：营业外收入	156.37	136.03	15.08
减：营业外支出	28.80	7.67	18.91
<b>三、利润总额</b>	<b>29,973.17</b>	<b>18,418.05</b>	<b>4,698.47</b>
减：所得税费用	6,488.54	4,160.75	-848.35
<b>四、净利润</b>	<b>23,484.63</b>	<b>14,257.29</b>	<b>5,546.82</b>
（一）按经营持续性分类			
1. 持续经营净利润	23,484.63	14,257.29	5,546.82
2. 终止经营净利润	-	-	-
（二）按所有权归属分类			
1. 归属于母公司股东的净利润	23,484.63	14,257.29	5,546.82
2. 少数股东损益	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>六、综合收益总额</b>	<b>23,484.63</b>	<b>14,257.29</b>	<b>5,546.82</b>
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	23,484.63	14,257.29	5,546.82
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
<b>七、每股收益</b>			

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
（一）基本每股收益（元/股）	2.92	1.79	1.14
（二）稀释每股收益（元/股）	2.92	1.79	1.14

### （三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	200,957.46	167,168.07	115,916.96
收到的税费返还	0.35	0.74	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,033.10	1,632.99	811.59
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>204,990.91</b>	<b>168,801.80</b>	<b>116,728.55</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	91,116.89	83,022.73	58,242.21
支付给职工以及为职工支付的现金	13,279.37	11,980.68	9,568.60
支付的各项税费	15,898.73	9,809.93	5,029.58
支付其他与经营活动有关的现金	49,282.25	41,581.88	26,663.99
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>169,577.24</b>	<b>146,395.22</b>	<b>99,504.37</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>35,413.67</b>	<b>22,406.58</b>	<b>17,224.18</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资收到的现金	235,838.00	105,277.00	6,495.00
取得投资收益收到的现金	397.78	223.72	9.55
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	63.13	0.45	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>236,298.91</b>	<b>105,501.16</b>	<b>6,504.55</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,877.99	1,196.28	1,682.93
投资支付的现金	267,462.00	116,276.00	6,495.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	750.00
支付其他与投资活动有关的现金	4,500.00	1,717.00	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>275,839.99</b>	<b>119,189.28</b>	<b>8,927.93</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-39,541.08</b>	<b>-13,688.11</b>	<b>-2,423.38</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金	10,000.00	-	11,040.62
取得借款收到的现金	-	331.08	4,160.42
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>10,000.00</b>	<b>331.08</b>	<b>15,201.04</b>

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
偿还债务支付的现金	202.38	2,240.55	19,254.64
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,360.02	16.82	1,962.76
支付其他与筹资活动有关的现金	1,384.42	1,459.59	2,312.92
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>6,946.82</b>	<b>3,716.95</b>	<b>23,530.33</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>3,053.18</b>	<b>-3,385.88</b>	<b>-8,329.29</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>11.94</b>	<b>0.00</b>	<b>-0.09</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-1,062.30</b>	<b>5,332.59</b>	<b>6,471.42</b>
加：期初现金及现金等价物余额	13,424.53	8,091.94	1,620.52
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>12,362.23</b>	<b>13,424.53</b>	<b>8,091.94</b>

## 二、审计意见及关键审计事项

### （一）注册会计师审计意见

立信会计师事务所对公司报告期内财务报表以及相关财务报表附注进行审计，出具了标准无保留意见的《审计报告》（信会师报字[2026]第 ZG11769 号）。审计意见如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了北京必迈 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2023 年度、2024 年度及 2025 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

### （二）关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）存货跌价准备	
北京必迈的存货主要分为原材料、发出商品、库存商品。截至 2025 年 12 月 31 日存货跌价准备金额为 4,837,699.52 元；截至 2024 年 12 月 31 日存货跌价准备金额为 6,301,476.38 元；截至 2023 年 12 月 31 日存货跌价准备金额为 5,605,620.41 元。对于库存商品，管理层按照库存商品售价及历史折扣率等因素测算库存商品的可变现净值。我们因为存货余额的重要性以及可变现净值的复杂性而关注存货跌价准备。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解并测试北京必迈存货管理内部控制的有效性；</li> <li>2.了解管理层测算库存商品可变现净值的考虑因素，评估其判断基础是否恰当；</li> <li>3.获取北京必迈存货库龄结构情况；</li> <li>4.执行监盘程序时关注过季存货的资产状况；</li> <li>5.了解北京必迈过季存货的未来销售政策是否发生重大变化；</li> <li>6.检查库存商品的期末总额、产品的各报告期的折扣以及产品销售单价，复核产品的可变现净值的合理性和计算过程。</li> </ol>
（二）收入	

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
<p>北京必迈主要从事运动产品销售。2025 年收入 1,817,798,469.00 元、2024 年收入 1,503,017,682.19 元、2023 年收入 1,065,871,520.61 元，由于北京必迈报告期收入增长较快，同时收入是北京必迈关键业绩指标之一，营业收入的确认直接关系到财务报表的准确性、合理性，因此我们将北京必迈的收入确认作为关键审计事项之一。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解与收入确认相关的关键内部控制，评价内部控制设计是否合理，并测试相关内部控制运行的有效性；</li> <li>2.通过检查主要销售合同或订单、了解货物签收及退货的政策、与管理层沟通等程序，了解和评价不同模式收入确认会计政策的适当性；</li> <li>3.通过抽样的方式检查了不同销售模式下与收入确认相关的支持性凭证：销售合同、销售发票、出库单、物流单、客户对账单或签收单、银行回单等；</li> <li>4.对主要客户选取样本执行函证程序，函证内容包括往来账款余额、报告期内交易额等信息；选取重要经销商执行实地走访程序；</li> <li>5.针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对相关支持性凭证，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间；</li> <li>6.针对电商收入占比逐年上升的情况，在 IT 审计专家的协助下，对北京必迈与财务报告相关的核心业务系统环境截至 2025 年 12 月 31 日的信息系统一般控制和应用控制进行评估，对北京必迈审计年度内电商业务系统中所记录的业务数据进行测试与分析，评估电商收入的真实性与合理性。</li> </ol>

### 三、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况

#### （一）财务报表的编制基础

财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的相关规定编制。

财务报表以持续经营为基础编制。

#### （二）合并财务报表范围及变化情况

名称	类别	报告期内合并范围变化情况
上海美锦体育有限公司	全资子公司	/
郑州美锦体育用品有限公司	全资子公司	/
成都嗨美乐体育用品有限公司	全资子公司	/
南京美锦体育用品有限公司	全资子公司	/
宁波美锦体育用品有限公司	全资子公司	/

名称	类别	报告期内合并范围变化情况
广州美锦体育用品有限公司	全资子公司	/
重庆美锦体育用品有限公司	全资子公司	2023 年成立
合肥美锦体育用品有限公司	全资子公司	2023 年成立
上海悦锦体育有限公司	全资子公司	2025 年成立
新乡美锦体育用品有限公司	全资子公司	2025 年成立
湖北必迈体育用品有限公司	全资子公司	/
上海迈跑体育用品有限公司	全资子公司	/
上海嗨跑体育科技有限公司	全资子公司	2023 年成立
景卓腾达（北京）网络科技有限公司	全资子公司	/
山西小魔仙网络科技有限公司	全资子公司	/
景越卓达（上海）网络科技有限公司	全资子公司	/
山西星屹网络科技有限责任公司	全资子公司	/
景卓腾达（海南）网络科技有限公司	全资子公司	/
上海景腾跑科技有限公司	全资子公司	2023 年成立
杭州景卓嘉壹网络科技有限公司	全资子公司	2023 年成立
海南必迈体育科技有限公司	全资子公司	/
浙江必迈体育用品有限公司	全资子公司	2023 年成立
上海跃跑体育科技有限公司	全资子公司	2023 年成立
湖南必迈体育用品有限公司	全资子公司	2025 年成立
上海乐跑体育用品有限公司	全资子公司	2025 年成立
必迈国际有限公司	全资子公司	2025 年成立
湖北美锦体育用品有限公司	全资子公司	2023 年注销
天津必迈体育用品有限公司	全资子公司	2024 年注销
景卓腾达（天津）网络科技有限公司	全资子公司	2024 年注销
大同蚁匠文化传媒有限公司	全资子公司	2024 年注销
朔州市桑干农珍农产品开发有限公司	全资子公司	2025 年注销

#### 四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

##### （一）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2023 年度、2024 年度、2025 年度的合并及母公司经营成果和现

金流量。

## （二）会计期间

自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止为一个会计年度。

## （三）营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

## （四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

## （五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

**同一控制下企业合并：**合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

**非同一控制下企业合并：**合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

## （六）控制的判断标准和合并财务报表的编制方法

### 1、控制的判断标准

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。控制，是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而

享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

## 2、合并程序

本公司将整个企业集团视为一个会计主体，按照统一的会计政策编制合并财务报表，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响予以抵销。内部交易表明相关资产发生减值损失的，全额确认该部分损失。如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

### （1）增加子公司或业务

在报告期内，因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，将子公司或业务合并当期期初至报告期末的经营成果和现金流量纳入合并财务报表，同时对合并财务报表的期初数和比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础自购买日起纳入合并财务报表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益

变动转为购买日所属当期投资收益。

## （2）处置子公司

### ①一般处理方法

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益。

### ②分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明该多次交易事项为一揽子交易：

- A、这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- B、这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- C、一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- D、一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

## （3）购买子公司少数股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子

公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

#### **（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资**

处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### **（七）金融工具**

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

#### **1、金融工具的分类**

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- （1）业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- （2）合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

- （1）业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；
- （2）合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定

在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

（1）该项指定能够消除或显著减少会计错配。

（2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

（3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

## **2、金融工具的确认依据和计量方法**

### **（1）以摊余成本计量的金融资产**

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

### **（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）**

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利

率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

### **（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）**

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

### **（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产**

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

### **（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债**

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

### **（6）以摊余成本计量的金融负债**

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

### 3、金融资产终止确认和金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

- （1）收取金融资产现金流量的合同权利终止；
- （2）金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；
- （3）金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

本公司与交易对手方修改或者重新议定合同而且构成实质性修改的，则终止确认原金融资产，同时按照修改后的条款确认一项新金融资产。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

- （1）所转移金融资产的账面价值；
- （2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

- （1）终止确认部分的账面价值；
- （2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

#### **4、金融负债终止确认**

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

#### **5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法**

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

#### **6、金融工具减值的测试方法及会计处理方法**

本公司对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等以预期信用损失为基础进行减值会计处理。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有

依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于由《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的交易形成的租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于其他金融工具，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后的变动情况。

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具），在其他综合收益中确认其损失准备，并将减值损失或利得计入当期损益，且不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

如果有客观证据表明某项应收款项已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该应收款项计提减值准备。

除单项计提坏账准备的上述应收款项外，本公司依据信用风险特征将其余金融工具划分为若干组合，在组合基础上确定预期信用损失。本公司对应收账款、

其他应收款等计提预期信用损失的组合类别及确定依据如下：

（1）应收账款确认组合的依据及计算预期信用损失方法如下：

组合名称	确定组合的依据及计提方法
组合 1：合并范围内关联方组合	本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为 0。
组合 2：账龄组合	本公司参考其组合内的历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失。

（2）其他应收款确认组合的依据及计算预期信用损失方法如下：

组合名称	确定组合的依据及计提方法
组合 1：合并范围内关联方组合	本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为 0。
组合 2：账龄组合	本公司参考其组合内的历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收款项账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

本公司不能合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

## （八）存货

### 1、存货的分类和成本

存货分类为：原材料、库存商品、在产品、发出商品等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

### 2、发出存货的计价方法

存货发出时按移动加权平均法计价。

### 3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### 4、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

## 5、存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

### （九）固定资产

#### 1、固定资产的确认和初始计量

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

#### 2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命

和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供服务经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
生产设备	直线法	2-10	0	10.00-50.00
电子设备	直线法	3	0	33.33
办公设备	直线法	3-5	0	20.00-33.33
办公家具	直线法	3-5	0	20.00-33.33
物流设备	直线法	5	0	20.00
运输工具	直线法	5	0	20.00
其他	直线法	2	0	50.00

### 3、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

#### （十）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

#### （十一）无形资产

##### 1、无形资产的计价方法

##### （1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

## （2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

### 2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	残值率（%）	预计使用寿命的确定依据
域名及软件	36-60 个月	直线法	0.00	预计受益年限
商标、专利及著作权	35-60 个月	直线法	0.00	预计受益年限

## （十二）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

## （十三）合同负债

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

## （十四）职工薪酬

### 1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

## 2、离职后福利的会计处理方法

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

## 3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

### （十五）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

### （十六）收入

#### 1、收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从

中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

（1）本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负

有现时付款义务。

（2）本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

（3）本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

（4）本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

（5）客户已接受该商品或服务。

本公司根据在向客户转让商品或服务前是否拥有对该商品或服务的控制权，来判断从事交易时本公司的身份是主要责任人还是代理人。本公司在向客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务的，本公司为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。

## 2、具体会计政策

直销：分为线上直销和线下直销，在产品完成交付，且公司收到货款时或取得收款的权利及具体金额时确认收入；

经销：确认依合同条款完成产品交付，公司收到货款或取得收款的权利及具体金额时确认收入；

电商自营：公司依据结算单，按照与电商平台约定的既定价格结算并确认收入；

运营服务：公司依据每月店铺的销售额，按照双方约定的固定/按比例计算的金额确认收入。

## （十七）政府补助

### 1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长

期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

## 2、确认时点

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

## 3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

## （十八）递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

1、商誉的初始确认；

2、既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损），且初始确认的资产和负债未导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

1、纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

2、递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主

体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

## （十九）租赁

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

### 1、本公司作为承租人

#### （1）使用权资产

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

①租赁负债的初始计量金额；

②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

③本公司发生的初始直接费用；

④本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

本公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；否则，租赁资产在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

#### （2）租赁负债

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认租赁负债。租赁负债按照尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：

①固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

②取决于指数或比率的可变租赁付款额；

③根据公司提供的担保余值预计应支付的款项；

④购买选择权的行权价格，前提是公司合理确定将行使该选择权；

⑤行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权。

本公司采用租赁内含利率作为折现率，但如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用本公司的增量借款利率作为折现率。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

在租赁期开始日后，发生下列情形的，本公司重新计量租赁负债，并调整相应的使用权资产，若使用权资产的账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将差额计入当期损益：

①当购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果发生变化，或前述选择权的实际行权情况与原评估结果不一致的，本公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债；

②当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变动或用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动，本公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。但是，租赁付款额的变动源自浮动利率变动的，使用修订后的折现率计算现值。

### **（3）短期租赁和低价值资产租赁**

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债的，将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选

择权的租赁。低价值资产租赁，是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

#### （4）租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

①该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

## 2、本公司作为出租人

在租赁开始日，本公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁，是指无论所有权最终是否转移，但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁，是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。经营租赁发生变更的，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

**（二十）重要性标准确定方法和选择依据**

项目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收账款	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的应收账款坏账准备收回或转回	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的核销应收账款	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的单项计提减值准备的应收款项融资	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的单项计提坏账准备的其他应收款	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的其他应收款坏账准备收回或转回	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的核销其他应收款	单项金额超过资产总额 0.5%
重要的账龄超过 1 年的预付款项	单项金额超过资产总额 0.5%且账龄超过 1 年的预付账款认定为重要的账龄超过 1 年的预付账款
重要的账龄超过 1 年的应付账款	单项金额超过资产总额 0.5%且账龄超过 1 年的应付账款认定为重要的账龄超过 1 年的应付账款
重要的账龄超过 1 年的其他应付款	单项金额超过资产总额 0.5%且账龄超过 1 年的其他应付款认定为重要的账龄超过 1 年的其他应付款
重要的账龄超过 1 年的合同负债	单项金额超过资产总额 0.5%且账龄超过 1 年的合同负债认定为重要的账龄超过 1 年的合同负债
重要的投资活动现金流量	公司将金额超过资产总额 10%的投资活动现金流量视为重要的投资活动现金流量
重要的子公司、非全资子公司	公司将满足以下任一条件的子公司认定为重要的子公司：1、子公司资产超过合并总资产的 15%；2、子公司收入超过合并总收入的 15%；3、子公司利润总额超过合并利润总额的 15%
重要的承诺事项	公司将涉及金额超过资产总额 0.5%的承诺事项确定为重要承诺事项
重要的资产负债表日后事项	公司将涉及金额超过资产总额 0.5%的资产负债表日后事项确定为重要的资产负债表日后事项

**（二十一）重要会计政策和会计估计的变更****1、重要会计政策变更****（1）执行《企业会计准则解释第 16 号》**

财政部于 2022 年 11 月 30 日公布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号）。其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”自 2023 年 1 月 1 日起施行。

本公司自 2023 年 1 月 1 日起执行该规定，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

### （2）执行《企业会计准则解释第 17 号》

财政部于 2023 年 10 月 25 日公布了《企业会计准则解释第 17 号》（财会〔2023〕21 号）。

本公司自 2024 年 1 月 1 日起执行该规定，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

### （3）执行《企业会计准则解释第 18 号》

财政部于 2024 年 12 月 6 日发布了《企业会计准则解释第 18 号》（财会〔2024〕24 号），该解释自印发之日起施行，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

## 2、重要会计估计变更

无。

## 五、非经常性损益明细表

根据立信会计师事务所出具的《非经常性损益明细表鉴证报告》（信会师报字[2026]第 ZG11773 号），本公司报告期非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-231.99	12.37	11.66
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	1,813.08	885.77	91.71
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-37.92	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	127.57	128.37	-3.83
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-1,069.59	-	-3,148.09
小计	601.15	1,026.51	-3,048.54
所得税影响额	382.96	248.17	18.17
合计	218.20	778.34	-3,066.71

## 六、公司适用的主要税种、税率及享受的主要财政税收优惠政策

### （一）主要税种和适用税率

税种	计税依据	税率		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、6%、0%	13%、6%、3%、0%	13%、6%、3%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	7%、5%、1%	7%、5%	7%、5%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25%、15%、20%	25%、15%、20%	25%、20%

报告期内，不同纳税主体适用的企业所得税税率情况如下：

纳税主体名称	所得税税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
北京必迈体育股份有限公司	25%	25%	25%
上海美锦体育有限公司	25%	25%	25%
郑州美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
成都嗨美乐体育用品有限公司	20%	20%	20%
南京美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
宁波美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
广州美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
重庆美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
合肥美锦体育用品有限公司	20%	20%	20%
上海悦锦体育有限公司	25%	——	——
新乡美锦体育用品有限公司	20%	——	——
湖北必迈体育用品有限公司	25%	25%	25%
上海迈跑体育用品有限公司	25%	25%	20%
上海嗨跑体育科技有限公司	20%	20%	20%
景卓腾达（北京）网络科技有限公司	20%	20%	20%
山西小魔仙网络科技有限公司	20%	20%	20%
景越卓达（上海）网络科技有限公司	25%	20%	20%
山西星屹网络科技有限责任公司	20%	20%	20%
景卓腾达（海南）网络科技有限公司	15%	25%	20%

纳税主体名称	所得税税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
上海景腾跑科技有限公司	20%	20%	20%
杭州景卓嘉壹网络科技有限公司	20%	20%	20%
海南必迈体育科技有限公司	15%	15%	20%
浙江必迈体育用品有限公司	20%	20%	20%
上海跃跑体育科技有限公司	15%	25%	20%
湖南必迈体育用品有限公司	20%	——	——
上海乐跑体育用品有限公司	20%	——	——
湖北美锦体育用品有限公司	——	——	20%
天津必迈体育用品有限公司	——	——	20%
景卓腾达（天津）网络科技有限公司	——	——	20%
大同蚁匠文化传媒有限公司	——	20%	20%
朔州市桑干农珍农产品开发有限公司	20%	20%	20%

## （二）主要税收优惠

### 1、小微企业所得税优惠

根据《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 6 号）和《财政部 税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 12 号）文件有关规定，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对小型微利企业减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

报告期内，郑州美锦体育用品有限公司、成都嗨美乐体育用品有限公司、南京美锦体育用品有限公司、宁波美锦体育用品有限公司、广州美锦体育用品有限公司、重庆美锦体育用品有限公司、合肥美锦体育用品有限公司、上海嗨跑体育科技有限公司、北京景卓、山西小魔仙网络科技有限公司、山西星屹网络科技有限公司、上海景腾跑科技有限公司、杭州景卓、浙江必迈体育用品有限公司、朔州市桑干农珍农产品开发有限公司享受上述税收优惠政策。

上海迈跑体育用品有限公司、景卓海南、湖北美锦体育用品有限公司、天津必迈体育用品有限公司、景卓腾达（天津）网络科技有限公司、海南必迈、上海跃跑 2023 年度享受上述税收优惠政策。

景越卓达（上海）网络科技有限公司、大同蚁匠文化传媒有限公司 2023 年度至 2024 年度享受上述税收优惠政策。

新乡美锦体育用品有限公司、湖南必迈、上海乐跑体育用品有限公司 2025 年度享受上述税收优惠政策。

## 2、海南自由贸易港企业所得税优惠

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例、《财政部 税务总局关于海南自由贸易港企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2020〕31 号）、《财政部 税务总局关于延续实施海南自由贸易港企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2025〕3 号）的规定，注册在海南自由贸易港并实质性运营的鼓励类产业企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。

海南必迈 2024 年度至 2025 年度享受上述税收优惠政策；景卓海南 2025 年度享受上述税收优惠政策。

## 3、高新技术企业所得税优惠

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例、《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）的规定，高新技术企业自证书注明的发证年度起，减按 15% 的税率征收企业所得税。

上海跃跑于 2025 年取得高新技术企业证书（证书编号：GR202531004068），按照 15% 的税率缴纳企业所得税，有效期三年。

# 七、发行人主要财务指标

## （一）主要财务指标

报告期内，公司各项财务指标如下：

财务指标	2025 年度 /2025.12.31	2024 年度 /2024.12.31	2023 年度 /2023.12.31
流动比率（倍）	2.31	1.82	1.37
速动比率（倍）	1.71	1.06	0.48
资产负债率（合并）	40.25%	48.02%	58.52%
资产负债率（母公司）	21.89%	28.28%	15.61%

财务指标	2025 年度 /2025.12.31	2024 年度 /2024.12.31	2023 年度 /2023.12.31
利息保障倍数（倍）	217.63	172.30	7.83
应收账款周转率（次）	57.50	43.67	31.24
存货周转率（次）	3.96	3.35	2.12
息税折旧摊销前利润（万元）	32,599.88	21,108.06	8,704.28
归属于发行人股东的净利润（万元）	23,484.63	14,257.29	5,546.82
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	23,266.44	13,478.95	8,613.53
研发投入占营业收入的比例	0.69%	0.70%	0.88%
每股经营活动现金流量净额（元/股）	4.22	2.82	2.16
每股净现金流量（元/股）	-0.13	0.67	0.81
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	7.51	4.22	2.43

注：计算公式及说明如下：

- （1）流动比率=流动资产/流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货-预付款项）/流动负债
- （3）资产负债率=负债总额/资产总额
- （4）利息保障倍数=息税前利润/利息支出
- （5）应收账款周转率=营业收入/平均应收账款原值
- （6）存货周转率=营业成本/平均存货余额
- （7）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧费用+摊销费用
- （8）研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入
- （9）每股经营活动现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- （10）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额
- （11）归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司股东权益合计/期末股本总额

## （二）净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》，报告期内公司加权平均计算的净资产收益率、基本每股收益、稀释每股收益如下：

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于发行人股东的净利润	2025年度	53.85%	2.92	2.92
	2024年度	53.83%	1.79	1.79
	2023年度	113.89%	1.14	1.14
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润	2025年度	53.35%	2.90	2.90
	2024年度	50.89%	1.69	1.69
	2023年度	176.86%	1.77	1.77

注：净资产收益率及每股收益计算公式如下：

## (1) 加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P<sub>0</sub> 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

## (2) 基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S<sub>0</sub> 为期初股份总数；S<sub>1</sub> 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

## (3) 稀释每股收益

稀释每股收益 = P<sub>1</sub> / (S<sub>0</sub> + S<sub>1</sub> + S<sub>i</sub> × M<sub>i</sub> ÷ M<sub>0</sub> - S<sub>j</sub> × M<sub>j</sub> ÷ M<sub>0</sub> - S<sub>k</sub> + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P<sub>1</sub> 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 八、经营成果分析

### (一) 营业收入分析

#### 1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	181,635.91	99.92	150,117.43	99.88	106,143.76	99.58
其他业务收入	143.94	0.08	184.34	0.12	443.39	0.42
合计	<b>181,779.85</b>	<b>100.00</b>	<b>150,301.77</b>	<b>100.00</b>	<b>106,587.15</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务收入分别为 106,143.76 万元、150,117.43 万元和 181,635.91 万元，2024 年度、2025 年度同比分别增长 41.43%、21.00%，营业收入规模保持持续稳步扩张态势，主营业务收入占营业收入的比例均超过 99%，公司主营业务突出。

其他业务收入分别为 443.39 万元、184.34 万元和 143.94 万元，占营业收入的比例分别为 0.42%、0.12%和 0.08%，整体体量较小且占比持续下降，主要系协助客户运输等辅助服务及销售店铺道具、包装物等其他物料所产生的收入。

## 2、主营业务收入构成及变动分析

### （1）主营业务收入按销售模式划分

报告期内，公司主营业务收入按销售模式划分的情况如下：

单位：万元、%

模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	130,604.73	71.90	107,012.34	71.29	68,174.14	64.23
经销	36,849.44	20.29	31,022.79	20.67	29,756.17	28.03
电商自营	11,118.47	6.12	8,963.00	5.97	4,836.82	4.56
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分为直销、经销、电商自营及运营服务四大类，直销渠道为公司主要收入来源，渠道结构清晰、自主性强，符合运动服饰行业全渠道融合发展的行业趋势。

#### ①直销模式

报告期各期，公司直销收入分别为 68,174.14 万元、107,012.34 万元和 130,604.73 万元，占主营业务收入比例分别为 64.23%、71.29%和 71.90%。直销业务为公司第一大收入来源，收入规模持续增长、占比稳步提升。

公司直销模式分为线上直销和线下直销。报告期内，线上直销收入分别为 56,016.96 万元、97,892.39 万元和 123,722.50 万元，占主营业务收入的比例分别为 52.77%、65.21%和 68.12%，主要在社交平台、货架电商、品牌官方线上商城开设线上店铺进行终端销售。线下直销收入分别为 12,157.18 万元、9,119.95 万元和 6,882.22 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.45%、6.08%和 3.79%，主要通过开设直营门店实现终端销售。

直销模式中间流通环节少，可直接触达终端用户，用户黏性强，品牌管控力高，盈利稳定性较好。报告期内，随着公司品牌市场影响力稳步扩大、运营体系

日益精细化、营销投放不断优化，直销收入实现持续快速增长，成为公司营业收入增长的核心支撑。

## ②经销模式

报告期各期，公司经销收入分别为29,756.17万元、31,022.79万元和36,849.44万元，占主营业务收入比例分别为28.03%、20.67%和20.29%。报告期内，公司经销收入逐年上升，但占比有所回落并趋于稳定，主要系公司侧重直销渠道深耕，主动优化经销商布局，控制经销规模扩张。公司通过与优质区域经销商深度合作，拓宽了销售覆盖范围，与直销渠道形成有效互补，完善了销售渠道布局。

## ③电商自营模式

报告期各期，公司电商自营收入分别为4,836.82万元、8,963.00万元和11,118.47万元，占主营业务收入比例分别为4.56%、5.97%和6.12%，收入规模持续增长，占比稳步提升。

公司电商自营模式主要系公司与京东、唯品会两大电商平台开展合作，公司向平台供货，由平台开设自营店铺并承担终端销售、仓储配送以及运营等职能。公司依托京东、唯品会的平台流量优势、成熟的仓储配送体系及精准的客群运营能力，高效覆盖平台对应消费群体，是公司线上销售渠道的重要补充。

## ④运营服务

报告期各期，公司运营服务收入分别为3,376.64万元、3,119.31万元和3,063.27万元，占主营业务收入比例分别为3.18%、2.08%和1.69%，金额及占比逐年小幅下降，整体体量较小。

公司运营服务主要是为合作客户的线上店铺提供代运营等服务，一方面助力公司拓展品牌合作边界，探索与境内外运动品牌的深度合作，另一方面公司可基于对垂直领域的专业判断筛选合作品牌，通过运营服务的落地实践，同步掌握其他细分领域的市场特征与行业动态，为整体业务布局提供参考。为提升整体经营质量、加快回款速度，公司主动梳理并调整运营服务客户结构，导致运营服务收入逐年小幅减少。

## （2）主营业务收入按产品类别划分

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分的情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
跑步鞋	106,449.17	58.61	88,646.06	59.05	59,278.39	55.85
其他运动鞋	39,857.14	21.94	25,932.07	17.27	22,710.57	21.40
服装	29,055.84	16.00	29,625.06	19.73	18,451.56	17.38
配件	3,210.48	1.77	2,794.93	1.86	2,326.61	2.19
运营服务	3,063.27	1.69	3,119.31	2.08	3,376.64	3.18
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务收入由跑步鞋、其他运动鞋、服装、配件、运营服务构成，鞋类产品为公司的主要销售品类。

### ①跑步鞋

报告期各期，公司跑步鞋收入分别为 59,278.39 万元、88,646.06 万元和 106,449.17 万元，占主营业务收入比例分别为 55.85%、59.05%和 58.61%，2024 年度及 2025 年度同比增长率分别为 49.54%和 20.08%。随着全民跑步运动风潮兴起及运动消费规模扩大，公司不断迭代跑鞋产品、强化专业性能研发、完善全渠道布局，提升跑鞋产品市场认可度，跑步鞋成为驱动公司营业收入增长的核心动力。

### ②其他运动鞋

报告期各期，公司其他运动鞋收入分别为 22,710.57 万元、25,932.07 万元和 39,857.14 万元，2024 年度及 2025 年度同比分别增长 14.19%和 53.70%。2025 年度，收入实现大幅增长，主要系公司紧跟消费流行趋势，加大产品研发力度，丰富产品款式，优化产品结构，充分满足消费者多元化的运动消费需求，有效扩大了产品销售规模。

### ③服装

报告期各期，公司服装收入 18,451.56 万元、29,625.06 万元和 29,055.84 万元，占主营业务收入比例分别为 17.38%、19.73%和 16.00%。2024 年度，公司服

装收入较 2023 年度增长 60.56%，主要受益于运动服饰市场需求增长及“必迈”品牌知名度逐步提高，“必迈”品牌服装产品销售收入随跑步鞋产品销售规模的扩大而增长。

#### ④配件

报告期各期，公司配件收入分别为 2,326.61 万元、2,794.93 万元和 3,210.48 万元，占主营业务收入比例分别为 2.19%、1.86%和 1.77%。配件品类主要涵盖运动护具、袜类、帽子等运动配套产品，收入持续稳健增长，整体体量较小。该产品主要用于丰富品类结构、满足鞋类产品应用场景需求，完善公司产品生态。

#### ⑤运营服务

报告期各期，公司运营服务收入的变动分析详见本节“八、（一）、2、主营业务收入构成及变动分析”之“（1）主营业务收入按销售模式划分”。

### （3）主营业务收入按销售区域划分

报告期内，公司主营业务收入按销售区域划分的情况如下：

单位：万元、%

地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
线上销售	137,904.24	75.92	109,974.70	73.26	64,230.41	60.51	
线下销售	华东地区	21,395.04	11.78	21,987.73	14.65	19,424.68	18.30
	华南地区	7,637.38	4.20	6,112.34	4.07	6,439.75	6.07
	华北地区	5,107.91	2.81	4,881.90	3.25	5,694.85	5.37
	华中地区	4,726.37	2.60	3,114.96	2.08	2,134.19	2.01
	东北地区	2,294.25	1.26	1,860.58	1.24	3,492.64	3.29
	西南地区	1,770.28	0.97	1,168.96	0.78	1,460.74	1.38
	西北地区	800.43	0.44	1,016.26	0.68	3,266.49	3.08
	小计	43,731.67	24.08	40,142.73	26.74	41,913.35	39.49
<b>合计</b>	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>	

注：线上渠道中包含了代运营服务。

公司主营业务销售形式可分为线上销售和线下销售。线上销售主要通过电商平台及自建网站开设线上店铺，向终端消费者销售商品。报告期各期，公司线上销售收入分别为 64,230.41 万元、109,974.70 万元和 137,904.24 万元，占主营业

务收入比例分别为 60.51%、73.26%和 75.92%，收入规模及占比持续提升。线上渠道收入变动原因详见本节“八、（一）、2、主营业务收入构成及变动分析”之“（1）主营业务收入按销售模式划分”。

线下销售主要包括自有实体门店及通过经销商实现的销售。报告期各期，公司线下销售收入金额分别为 41,913.35 万元、40,142.73 万元和 43,731.67 万元，占主营业务收入比例分别为 39.49%、26.74%和 24.08%，收入规模基本稳定，收入占比呈下降趋势，主要原因是公司线上销售收入快速增长，收入占比不断增长。公司线下销售以华东区为主，该地区经济相对发达，居民运动消费需求旺盛，占线下收入的比例保持在 50%左右。

#### （4）主营业务收入按季度划分

报告期内，公司主营业务收入按季度划分的情况如下：

单位：万元、%

季度	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	36,800.04	20.26	30,491.47	20.31	20,372.08	19.19
二季度	49,334.60	27.16	44,088.54	29.37	30,160.55	28.41
三季度	45,682.30	25.15	36,553.72	24.35	26,565.73	25.03
四季度	49,818.96	27.43	38,983.70	25.97	29,045.41	27.36
合计	<b>181,635.91</b>	<b>100.00</b>	<b>150,117.43</b>	<b>100.00</b>	<b>106,143.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司各季度营业收入占比结构整体稳定，不存在明显的季节性特征。一季度受春节假期、消费节奏放缓等因素影响，收入规模及全年占比为年内相对低位。

## （二）营业成本分析

### 1、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元、%

营业成本	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	87,339.42	99.93	75,599.77	99.93	57,478.10	99.81
其他业务成本	64.41	0.07	54.92	0.07	107.06	0.19

营业成本	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	87,403.83	100.00	75,654.69	100.00	57,585.16	100.00

报告期各期，公司营业成本分别为 57,585.16 万元、75,654.69 万元和 87,403.83 万元，逐年增长，变动趋势与营业收入一致。报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成，各期占比均在 99% 以上。

## 2、主营业务成本构成及变动分析

### （1）主营业务成本按成本性质划分

报告期内，公司主营业务成本按成本性质划分的情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产品销售成本	82,188.41	94.10	71,079.65	94.02	54,164.07	94.23
其中：采购成品	81,870.55	93.74	71,079.65	94.02	54,164.07	94.23
自产成品	317.86	0.36	-	0.00	-	0.00
运费成本	3,441.31	3.94	2,956.86	3.91	2,044.93	3.56
运营服务成本	1,709.70	1.96	1,563.27	2.07	1,269.10	2.21
合计	87,339.42	100.00	75,599.77	100.00	57,478.10	100.00

公司主营业务成本主要系产品销售成本，报告期内占比在 90% 以上。湖南生产基地投产前，公司采用外购成品经营模式，主要向代工厂商、“美津浓”等品牌方采购产成品并对外销售；2025 年 10 月，随着湖南生产基地正式建成投产，公司逐步开始自主生产成品对外销售。2025 年 10 月至 12 月，公司湖南生产基地处于生产起步阶段，自产成品销售规模较小、成本占比较低。

运费成本主要系货物发出交付客户前发生的运输费用，公司按照实际运费支出归集并计入营业成本。报告期各期，发行人运费随销售收入逐年增长，占主营业务成本的比例较为稳定。

运营服务成本主要系公司提供代运营服务的相关人员的人工成本，报告期内金额较小，占比较低。

2025 年度，发行人自产成品成本为 317.86 万元，占当年主营业务成本比例

为 0.36%，发行人自产成品成本按照直接材料、直接人工和制造费用构成如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度	
	金额	占比
直接材料	189.29	59.55
直接人工	62.56	19.68
制造费用	66.01	20.77
合计	<b>317.86</b>	<b>100.00</b>

2025 年度，发行人自产成品销售成本金额较低，成本结构以直接材料为主，直接人工及制造费用占比基本持平。

### （2）主营业务成本按销售模式划分

报告期内，公司主营业务成本按销售模式划分的情况如下：

单位：万元、%

模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	56,699.56	64.92	48,539.14	64.21	32,270.43	56.14
经销	22,658.80	25.94	19,516.36	25.82	20,298.68	35.32
电商自营	6,271.36	7.18	5,981.00	7.91	3,639.89	6.33
运营服务	1,709.70	1.96	1,563.27	2.07	1,269.10	2.21
合计	<b>87,339.42</b>	<b>100.00</b>	<b>75,599.77</b>	<b>100.00</b>	<b>57,478.10</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司按销售模式划分的主营业务成本结构与主营业务收入结构基本一致，变动趋势亦基本相同。

### （3）主营业务成本按产品类别划分

报告期内，公司主营业务成本按产品类别划分的情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
跑步鞋	49,330.06	56.48	42,997.20	56.87	30,888.30	53.74
其他运动鞋	20,154.08	23.08	14,903.28	19.71	14,090.99	24.52
服装	14,651.81	16.78	14,912.62	19.73	10,183.79	17.72
配件	1,493.78	1.71	1,223.40	1.62	1,045.92	1.82

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运营服务	1,709.70	1.96	1,563.27	2.07	1,269.10	2.21
合计	<b>87,339.42</b>	<b>100.00</b>	<b>75,599.77</b>	<b>100.00</b>	<b>57,478.10</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司按产品类别划分的主营业务成本结构与主营业务收入结构基本一致，变动趋势亦基本相同。

### （三）毛利及毛利率分析

#### 1、毛利构成分析

报告期内，公司营业毛利构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	<b>94,296.49</b>	<b>99.92</b>	<b>74,517.66</b>	<b>99.83</b>	<b>48,665.66</b>	<b>99.31</b>
其中：跑步鞋	57,119.12	60.52	45,648.86	61.15	28,390.09	57.94
其他运动鞋	19,703.07	20.88	11,028.79	14.77	8,619.58	17.59
服装	14,404.03	15.26	14,712.44	19.71	8,267.77	16.87
配件	1,716.71	1.82	1,571.52	2.11	1,280.69	2.61
运营服务	1,353.57	1.43	1,556.04	2.08	2,107.53	4.30
其他业务毛利	<b>79.53</b>	<b>0.08</b>	<b>129.42</b>	<b>0.17</b>	<b>336.33</b>	<b>0.69</b>
合计	<b>94,376.01</b>	<b>100.00</b>	<b>74,647.08</b>	<b>100.00</b>	<b>49,002.00</b>	<b>100.00</b>

报告期各期，公司主营业务毛利分别为 48,665.66 万元、74,517.66 万元和 94,296.49 万元，占同期营业毛利的比例分别为 99.31%、99.83%和 99.92%，是营业毛利的主要来源。主营业务毛利中，跑步鞋和其他运动鞋的毛利占主营业务毛利的比例较高且持续增长，与主营业务收入中相应品类的结构及变动趋势基本一致。

#### 2、毛利率分析

##### （1）综合毛利率变动情况

报告期内，公司营业毛利率及收入占比情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
主营业务	51.92%	99.92%	49.64%	99.88%	45.85%	99.58%
其他业务	55.25%	0.08%	70.21%	0.12%	75.85%	0.42%
合计	<b>51.92%</b>	<b>100.00%</b>	<b>49.66%</b>	<b>100.00%</b>	<b>45.97%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，受益于品牌影响力与溢价能力的提升、新品研发及市场投放节奏的加快以及产品矩阵的丰富，公司主营业务毛利率稳步提高。

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 45.85%、49.64%和 51.92%，2024 年度同比上升 3.79 个百分点，2025 年度同比上升 2.28 个百分点。公司主营业务毛利率持续增长，主要系公司综合性举措所致，主要包括：

①产品销售模式优化。在全民体育消费热情持续提高、社交电商平台快速发展的基础上，公司主动优化销售渠道结构，侧重发展高毛利率直销渠道，在直销模式下公司直接触达终端消费者，减少中间环节成本，直销收入占比的提高带动综合毛利率水平提升；

②产品结构升级。公司不断深化“必迈”大单品运营策略，进行产品系列的迭代升级，品牌影响力提升叠加产品结构变化综合拉动“必迈”品牌产品综合毛利率上升；同时，公司加大力度推出“美津浓”品牌中由公司自主设计、本土生产的产品，自主产品销售占比逐年上升，提高了“美津浓”品牌产品的综合毛利率水平。

③期初库存影响逐步消除。公司 2023 年初库存商品规模较大，受全球及区域公共卫生管控措施影响，该部分商品生产成本及采购单价较高，导致 2023 年度综合毛利率水平较低。2024 年度至 2025 年度，随着高成本的历史库存逐步出清，公司产品销售成本及销售价格回归正常水平，毛利率水平逐步恢复。

报告期内，公司综合采取上述经营策略，实现了主营业务毛利率稳步提升。

## （2）主营业务毛利率按销售模式分析

报告期内，公司主营业务毛利率按销售模式划分的情况如下：

单位：%

模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
直销	56.59	71.90	54.64	71.29	52.66	64.23
经销	38.51	20.29	37.09	20.67	31.78	28.03
电商自营	43.60	6.12	33.27	5.97	24.75	4.56
运营服务	44.19	1.69	49.88	2.08	62.42	3.18
合计	<b>51.92</b>	<b>100.00</b>	<b>49.64</b>	<b>100.00</b>	<b>45.85</b>	<b>100.00</b>

#### ①直销模式

报告期各期，公司直销模式毛利率分别为 52.66%、54.64%和 56.59%，收入占比分别为 64.23%、71.29%和 71.90%，两者总体呈上升趋势，共同推动主营业务毛利率提升。

直销模式直接面向终端消费者，具备较强的终端定价能力，且减少了中间渠道层级，因此毛利率相对较高。报告期内，公司抓住社交平台电商等线上渠道的发展机遇，加大对线上直销的推广、运营及资源投入，使得高毛利率销售渠道的收入占比进一步提升，从而带动公司整体盈利能力提高。

#### ②经销模式

报告期各期，公司经销模式毛利率分别为 31.78%、37.09%和 38.51%。2023 年度，公司通过经销渠道对部分单位成本较高的存货进行批量销售，毛利率相对较低；2024 年度及 2025 年度，随着前期库存出清、产品结构优化并正常迭代，毛利率有所回升。

#### ③电商自营模式

报告期各期，公司电商自营业务毛利率分别为 24.75%、33.27%及 43.60%，整体呈稳步上升趋势。一方面，前期结存的高成本存货逐步消化，有效降低存货单位成本；另一方面，公司基于电商自营业务发展阶段，采取阶段性折扣促销策略，随着电商自营业务运营日趋成熟，促销力度逐年收窄。上述因素综合作用，推动毛利率逐年提升。

#### ④运营服务

报告期各期，公司运营服务的毛利率分别为 62.42%、49.88%和 44.19%。运

营服务的主要成本为人工成本，随着工资水平逐年上涨，毛利率有所下降。由于运营服务收入占比较低，对公司整体毛利率影响较小。

### （3）主营业务毛利率按产品类别分析

报告期内，公司主营业务毛利率按产品类别划分的情况如下：

单位：%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
跑步鞋	53.66	58.61	51.50	59.05	47.89	55.85
其他运动鞋	49.43	21.94	42.53	17.27	37.95	21.40
服装	49.57	16.00	49.66	19.73	44.81	17.38
配件	53.47	1.77	56.23	1.86	55.05	2.19
运营服务	44.19	1.69	49.88	2.08	62.42	3.18
<b>合计</b>	<b>51.92</b>	<b>100.00</b>	<b>49.64</b>	<b>100.00</b>	<b>45.85</b>	<b>100.00</b>

#### ①跑步鞋

报告期各期，公司跑步鞋产品的毛利率分别为 47.89%、51.50%和 53.66%，2024 年度同比提高 3.61 个百分点，2025 年度同比提高 2.16 个百分点；收入占比分别为 55.85%、59.05%和 58.61%，处于较高水平。

公司跑步鞋产品包括“必迈”和“美津浓”品牌，覆盖竞速、入门训练、休闲跑步等场景。随着公司 DTC 战略的推进，跑步鞋直销收入占比提升，带动毛利率上升。同时，国内马拉松赛事热度与大众慢跑普及度不断提高，公司抓住市场机遇，持续迭代产品、加强品牌建设，提升品牌溢价能力，进一步推动跑步鞋产品毛利率增长。

#### ②其他运动鞋

报告期各期，公司其他运动鞋产品的毛利率分别为 37.95%、42.53%和 49.43%，2024 年度同比提高 4.58 个百分点，2025 年度同比提高 6.90 个百分点，毛利率增长较快。

公司其他运动鞋均为“美津浓”品牌产品，主要包含乒乓球鞋、羽毛球鞋、排球鞋等“美津浓”国际线产品，以及自主设计、本土生产的运动鞋产品。报告期内，公司重点发展自主设计、本土生产的“美津浓”产品，在延续品牌经典设

计风格的同时，进一步贴合国内消费市场的审美偏好与实际使用需求，优化产品体验与适配性。依托国内完善的供应链体系与本土生产优势，该类产品成本显著低于进口产品，毛利率较高。随着自主设计产品销售收入占比提升，公司其他运动鞋整体毛利率大幅提高。

### ③服装

报告期各期，公司服装产品的毛利率分别为 44.81%、49.66%和 49.57%。2024 年度服装产品的毛利率同比提高 4.85 个百分点，主要系公司“必迈”品牌跑步鞋市场知名度上升，带动同品牌服装销售收入及占比快速提高。该品牌服装毛利率相对较高，提高了服装产品整体毛利率。

### ④配件

报告期各期，公司配件产品的毛利率分别为 55.05%、56.23%和 53.47%，相对稳定。配件产品收入占比较低，因此对公司综合毛利率影响较小。

### ⑤运营服务

报告期各期，公司运营服务的毛利率分别为 62.42%、49.88%和 44.19%。运营服务的主要成本为人工成本，随着工资水平逐年上涨，毛利率有所下降。运营服务收入占比较低，因此对公司综合毛利率影响较小。

综上所述，报告期内，公司重点投入以社交电商、货架电商为主的线上直销渠道，高毛利率的直销收入占比提升；同时重视产品研发，迭代“必迈”跑步鞋，强化自主设计、本土生产的“美津浓”运动鞋的销售运营，提升品牌知名度和用户黏性。上述举措共同推动了公司主营业务毛利率持续提升。

## 3、同行业可比公司毛利率比较分析

同行业可比公司业务毛利率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	42.85	43.20	42.17
李宁（2331.HK）	48.95	49.37	48.38
361 度（1361.HK）	41.53	41.53	41.10
比音勒芬（002832.SZ）	75.09	77.01	78.61

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
洪兴股份（001209.SZ）	32.24	33.16	34.93
嘉曼服饰（301276.SZ）	63.16	61.99	59.76
可比公司平均值	<b>50.64</b>	<b>51.04</b>	<b>50.83</b>
发行人	<b>51.92</b>	<b>49.66</b>	<b>45.97</b>

数据来源：根据同行业可比公司定期报告数据计算。

报告期内，公司综合毛利率逐步提升至同行业平均水平，主要得益于直销渠道收入占比提升、主要产品持续更新迭代，以及品牌影响力和市场认可度的不断提高。

同行业可比公司毛利率差异较大，主要受品牌定位、产品结构、渠道结构等因素影响。特步国际、361 度定位于大众运动市场，经销模式占比相对较高且渠道层级相对较多，渠道分成比例较高，对毛利率产生一定影响，因此毛利率水平低于发行人；李宁作为国内运动品牌龙头企业，品牌溢价能力较强，其业务模式与发行人较为相似，以直销与经销相结合为主，毛利率水平与发行人较为接近；比音勒芬聚焦中高端高尔夫服饰与商务休闲服饰赛道，品牌溢价能力突出，采取高定价、少折扣的销售策略，因此毛利率水平较高。

#### （四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	55,888.06	30.74	49,385.43	32.86	34,642.94	32.50
管理费用	7,529.56	4.14	5,141.07	3.42	7,274.77	6.83
研发费用	1,258.43	0.69	1,052.28	0.70	934.77	0.88
财务费用	451.97	0.25	465.99	0.31	911.81	0.86
合计	<b>65,128.02</b>	<b>35.83</b>	<b>56,044.76</b>	<b>37.29</b>	<b>43,764.29</b>	<b>41.06</b>

报告期内，公司期间费用总额分别为 43,764.29 万元、56,044.76 万元和 65,128.02 万元，占营业收入比例分别为 41.06%、37.29%和 35.83%，期间费用率逐年下降。

## 1、销售费用

### （1）销售费用构成及变动分析

报告期各期，公司销售费用的明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台服务费及佣金	14,438.28	25.83	11,505.81	23.30	5,417.86	15.64
平台推广费	10,333.36	18.49	9,014.22	18.25	4,379.37	12.64
代运营费	6,521.89	11.67	5,260.23	10.65	3,567.02	10.30
职工薪酬	6,357.40	11.38	6,315.11	12.79	5,852.27	16.89
宣传推广费	5,505.17	9.85	5,023.91	10.17	3,594.15	10.37
特许权使用费	3,912.94	7.00	3,324.09	6.73	2,478.83	7.16
仓储物流费	3,427.94	6.13	3,104.26	6.29	2,112.63	6.10
线下门店费	2,250.31	4.03	3,003.12	6.08	4,154.27	11.99
折旧与摊销	1,536.43	2.75	1,542.73	3.12	1,693.19	4.89
办公费	503.41	0.90	429.33	0.87	447.58	1.29
股份支付	259.97	0.47	-15.17	-0.03	15.17	0.04
其他	840.95	1.50	877.78	1.78	930.61	2.69
<b>合计</b>	<b>55,888.06</b>	<b>100.00</b>	<b>49,385.43</b>	<b>100.00</b>	<b>34,642.94</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司销售费用总额分别为 34,642.94 万元、49,385.43 万元和 55,888.06 万元，占营业收入的比例分别为 32.50%、32.86%和 30.74%，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 42.56%和 13.17%。报告期内，公司销售费用率较为稳定，主要项目分析如下：

#### ①平台服务费及佣金

平台服务费及佣金主要包括两类：一是各大线上平台（如抖音、天猫、京东、得物等）按订单成交金额的一定比例或固定金额收取的基础服务费及佣金，二是平台按带货订单金额的一定比例从货款中直接扣减、代为向达人结算的服务费，上述两类费用由平台实时扣减。

伴随业务规模扩张，报告期内公司平台服务费及佣金分别为 5,417.86 万元、11,505.81 万元和 14,438.28 万元，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 112.37%

和 25.49%。2024 年度平台服务费及佣金同比增长较多，主要原因系公司为提高品牌及产品在社交电商渠道的曝光度与销售额、提升品牌知名度并深化消费者连接，相应加大了抖音平台电商的运营投入。报告期内平台服务费及佣金变动趋势与线上渠道收入变动趋势基本一致。

#### ②平台推广费

平台推广费主要系公司使用抖音、天猫、京东等各大线上平台流量推广工具获取平台流量而发生的支出。

报告期内，公司平台推广费分别为 4,379.37 万元、9,014.22 万元和 10,333.36 万元，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 105.83%和 14.63%。2024 年度平台推广费同比增长较多，主要原因系公司基于线上运营策略，为提升品牌及产品的平台曝光度，主动加大了各平台流量推广工具投放力度，相关费用相应增加。其中抖音平台投放增幅较大，2023 年度和 2024 年度分别为 987.09 万元和 4,314.48 万元。2025 年度平台推广费同比增长放缓，主要系品牌效应逐步显现，且公司持续优化投放策略、注重投放效率所致。报告期内，平台推广费变动趋势与线上渠道收入变动趋势基本一致。

#### ③代运营费

代运营费主要系公司委托第三方运营部分店铺或店铺内的直播间，并按照上述店铺或直播间销售收入的一定比例支付的费用，涉及的平台主要为抖音、得物、视频号等。

报告期内，公司代运营费分别为 3,567.02 万元、5,260.23 万元和 6,521.89 万元，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 47.47%和 23.98%。2024 年度，代运营费同比增长较快，主要系相关店铺销售规模快速扩大所致；2025 年度同比增长放缓，主要系原有店铺运营成熟度提升，销售收入增长速度放缓所致。代运营费增长与代运营店铺收入规模扩大相匹配。

#### ④职工薪酬

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬分别为 5,852.27 万元、6,315.11 万元和 6,357.40 万元，2024 年度、2025 年度同比增长分别为 7.91%和 0.67%。该费用主要系公司销售人员、线上平台运营人员及线下门店人员薪酬，2024 年度同

比增长 7.91%，主要系公司业务规模扩张，销售人员及线上平台运营人员相应增加所致；2025 年度职工薪酬同比增长 0.67%，与上年度同期基本持平。

### ⑤宣传推广费

宣传推广费主要系公司进行品牌宣传、市场推广及营销活动等支付的费用，具体包括市场活动费、新媒体营销、拍摄制作费、形象宣传推广费等。

报告期内，公司宣传推广费分别为 3,594.15 万元、5,023.91 万元和 5,505.17 万元，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 39.78%和 9.58%。2024 年度宣传推广费同比增长 39.78%，主要系公司业务规模快速扩张，持续加大品牌宣传及市场推广投入，市场活动费、新媒体营销、拍摄制作费等均有所增长；2025 年度宣传推广费同比增长 9.58%，增速放缓，主要系公司持续优化宣传推广策略，注重投放效率，新媒体营销、形象宣传推广费及宣传物料费等有所下降，市场活动费随业务规模扩大继续增长但增速放缓。

## （2）同行业可比公司销售费用率比较分析

报告期各期，公司与同行业可比公司销售费用率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	22.58	21.12	23.48
李宁（2331.HK）	31.05	32.08	32.90
361 度（1361.HK）	20.24	21.95	22.12
比音勒芬（002832.SZ）	46.80	40.27	37.09
洪兴股份（001209.SZ）	19.60	20.88	21.12
嘉曼服饰（301276.SZ）	40.25	35.08	33.77
<b>可比公司平均值</b>	<b>30.09</b>	<b>28.56</b>	<b>28.41</b>
<b>发行人</b>	<b>30.74</b>	<b>32.86</b>	<b>32.50</b>

数据来源：根据同行业可比公司定期报告数据计算。

报告期内，公司销售费用率分别为 32.50%、32.86%和 30.74%，较为稳定。同行业可比公司销售费用率平均值分别为 28.41%、28.56%和 30.09%，公司销售费用率处于可比公司合理区间内，与可比公司平均值较为接近。

## 2、管理费用

### （1）管理费用构成及变动分析

报告期各期，公司管理费用金额分别为 7,274.77 万元、5,141.07 万元和 7,529.56 万元，占营业收入的比例分别为 6.83%、3.42%和 4.14%，扣除股份支付金额后，占营业收入的比例分别为 3.82%、3.43%和 3.69%，较为稳定，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	4,679.84	62.15	3,772.62	73.38	2,811.26	38.64
股份支付	828.04	11.00	-11.91	-0.23	3,201.17	44.00
中介及咨询费	627.12	8.33	260.08	5.06	242.68	3.34
折旧及摊销费	401.47	5.33	392.03	7.63	268.33	3.69
交通及差旅费	267.01	3.55	161.61	3.14	233.39	3.21
业务招待费	235.60	3.13	189.01	3.68	188.70	2.59
办公费	223.50	2.97	192.18	3.74	166.57	2.29
装修费	133.06	1.77	52.50	1.02	27.75	0.38
物业费	96.76	1.29	74.54	1.45	34.87	0.48
租赁费	11.82	0.16	23.76	0.46	38.22	0.53
其他	25.34	0.34	34.64	0.67	61.82	0.85
<b>合计</b>	<b>7,529.56</b>	<b>100.00</b>	<b>5,141.07</b>	<b>100.00</b>	<b>7,274.77</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司管理费用主要包括职工薪酬、股份支付、中介及咨询费等，各期具体变动情况如下：

#### ①职工薪酬

报告期各期，公司计入管理费用的职工薪酬分别为 2,811.26 万元、3,772.62 万元和 4,679.84 万元，2024 年度及 2025 年度同比增长分别为 34.20%和 24.05%。报告期内职工薪酬逐年增加，一方面由于公司业务规模扩大，管理人员数量增加，产生的职工薪酬随之增长；另一方面由于公司业绩提升，产生的管理人员奖金相应增加。

#### ②股份支付

报告期各期，公司计入管理费用的股份支付费用分别为 3,201.17 万元、-11.91 万元和 828.04 万元。

2023 年度，公司完成增资，将投资人出资金额与对应股权公允价值之间的差额确认为股份支付费用 3,148.09 万元；同时，当期员工股权激励产生股份支付费用 53.09 万元。2024 年度，因部分激励对象离职，公司冲回对离职员工已确认的股份支付费用，导致当期股份支付费用为负。2025 年度，股份支付费用主要因公司对核心员工实施股权激励产生。

### ③中介及咨询费

报告期各期，公司发生的中介及咨询费分别为 242.68 万元、260.08 万元和 627.12 万元，主要为审计、评估、法律及管理咨询等中介机构的服务费。2025 年度中介及咨询费较上年度增长较大，主要原因是当年度公司引入财务投资人及设立股份制公司等事项，增加了相关服务费用所致。

## （2）同行业可比公司管理费用率比较分析

报告期各期，同行业可比公司管理费用率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	9.66	10.51	10.73
李宁（2331.HK）	5.51	4.98	4.55
361 度（1361.HK）	7.66	6.94	7.48
比音勒芬（002832.SZ）	8.54	9.27	7.85
洪兴股份（001209.SZ）	5.39	4.44	4.56
嘉曼服饰（301276.SZ）	8.48	8.13	8.49
<b>可比公司平均值</b>	<b>7.54</b>	<b>7.38</b>	<b>7.28</b>
<b>发行人</b>	<b>4.14</b>	<b>3.42</b>	<b>6.83</b>

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。

报告期各期，公司管理费用率均低于同行业可比公司平均水平，主要原因系：一是，报告期内，公司线上渠道销售占比高于同行业上市公司，相比于其他渠道销售，线上销售模式的管理链条较短，由此使得公司的管理成本较低；二是，公司专注于运动鞋服领域、聚焦“必迈”“美津浓”两大核心品牌的运营，相较于同行业上市公司经营更广的产品线和更多品牌，公司的产品与品牌更为集中，使

得管理成本相对更低。

### 3、研发费用

#### （1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发投入均计入研发费用，不存在研发费用资本化的情形，研发费用金额分别为 934.77 万元、1,052.28 万元和 1,258.43 万元，占营业收入的比例分别为 0.88%、0.70%和 0.69%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	884.26	70.27	656.15	62.36	602.75	64.48
样品费	133.36	10.60	103.10	9.80	128.50	13.75
制作费	190.74	15.16	219.14	20.82	120.08	12.85
检验费	38.61	3.07	52.57	5.00	71.35	7.63
其他	11.46	0.91	21.32	2.03	12.09	1.29
<b>合计</b>	<b>1,258.43</b>	<b>100.00</b>	<b>1,052.28</b>	<b>100.00</b>	<b>934.77</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司以产品为导向持续进行研发，不断加大研发投入，研发费用复合增长率达到 16.03%。公司研发费用主要包括职工薪酬、样品费、制作费等。

报告期各期，公司计入研发费用的职工薪酬分别为 602.75 万元、656.15 万元和 884.26 万元，呈增长趋势，主要系报告期内公司研发人员数量增长及工资水平提高所致。样品费主要系公司用于测试及设计参考等用途的样品费用，报告期内整体保持平稳。制作费主要是公司新材料及面辅料开发、打样制作相关支出，报告期各期分别为 120.08 万元、219.14 万元和 190.74 万元。随着发行人营业收入规模增长，自 2024 年度起，公司加大了投入力度，制作费支出相应增加。

#### （2）研发项目情况

报告期内，公司的研发项目主要为跑步鞋、运动鞋及运动服配产品的开发，尚无基础研究类的研发项目，研发周期较短。截至 2025 年 12 月 31 日，公司 2023 年度及 2024 年度的研发项目均已完结，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	实施进度
全掌碳板轻量化马拉松竞速跑鞋研发项目	-	-	83.95	已完结
200g 以内超临界轻量回弹全掌碳板竞速训练跑鞋研发项目	-	298.70	58.16	已完结
基于高回弹超临界中底的 150g 级全掌碳板竞速跑鞋研发	52.79	-	-	已完结
100g 级分形碳板辅助缓震极致轻量竞速跑鞋研发项目	233.24	-	-	已完结
轻量透气型超临界薄底多用途鞋款研发项目	-	-	44.53	已完结
通勤/长距离训练通用型舒适缓震多功能跑鞋研发项目	-	-	150.89	已完结
全天候舒适防水运动休闲鞋研发项目	-	82.59	-	已完结
防水防滑宽楦缓震一体化多功能运动生活鞋研发	-	96.91	-	已完结
保暖吸汗除臭型全天候适户外鞋研发项目	384.82	-	-	已完结
动态控温型云感亲肤运动休闲上衣研发项目	-	-	597.24	已完结
轻量化吸湿防晒抑菌多功能跑步休闲服饰研发项目	-	574.08	-	已完结
四季适配型锁温透气多功能运动休闲服饰研发项目	587.58	-	-	在研中
合计	<b>1,258.43</b>	<b>1,052.28</b>	<b>934.77</b>	/

### （3）同行业可比公司研发费用率比较分析

报告期各期，同行业可比公司研发费用率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	2.90	2.90	2.77
李宁（2331.HK）	2.37	2.36	2.24
361 度（1361.HK）	3.39	3.39	3.72
比音勒芬（002832.SZ）	3.19	3.16	3.51
洪兴股份（001209.SZ）	1.60	1.76	1.86
嘉曼服饰（301276.SZ）	-	-	-
可比公司平均值	<b>2.24</b>	<b>2.26</b>	<b>2.35</b>
发行人	<b>0.69</b>	<b>0.70</b>	<b>0.88</b>

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。

报告期内，发行人研发费用率低于同行业可比公司平均水平，主要原因为可

比公司均已上市，资金预算较为充足，产品种类、业务板块较多，研发投入较为分散。公司现阶段运营的主要品牌以及产品类型与可比公司相比更为聚焦，研发投入的针对性也较高。因此，公司研发费用率低于同行业平均水平，符合自身实际经营情况。

#### 4、财务费用

报告期各期，公司财务费用金额分别为 911.81 万元、465.99 万元和 451.97 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利息费用	138.36	107.52	687.69
减：利息收入	82.54	26.05	17.84
汇兑损益	46.51	-26.46	-27.92
手续费及其他	349.64	410.98	269.88
<b>合计</b>	<b>451.97</b>	<b>465.99</b>	<b>911.81</b>

2023 年度，公司取得借款较多，产生的利息费用较高；2024 年度及 2025 年度，公司逐步偿还完毕大部分借款，利息费用减少。

公司的手续费及其他主要包括线上平台手续费、线下 POS 机手续费、银行手续费、保函费用等。

#### （五）利润表其他主要项目分析

##### 1、其他收益

报告期各期，公司其他收益金额分别为 105.00 万元、892.36 万元和 1,823.75 万元，明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
政府补助	1,813.08	885.77	91.71
代扣个税手续费返还	10.67	6.58	5.31
增值税加计抵减	-	-	7.98
<b>合计</b>	<b>1,823.75</b>	<b>892.36</b>	<b>105.00</b>

报告期内，公司的其他收益主要为政府补助，政府补助均与收益相关，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
静安区产业发展专项资金	1,434.00	-	-
北京市培育促进网络消费发展政策补贴	200.00	-	-
静安区促进商贸服务业高质量发展专项资金	100.00	-	-
朝阳区商务经济引导资金	40.00	-	-
北京市批发和零售业支持政策补贴	24.00	-	-
社保补贴	7.19	-	-
海珠区批发零售业新增限额奖励金	4.26	-	-
支持产业规模跃升专项补贴	-	500.00	-
构建多元化品牌矩阵专项补贴	-	225.00	-
支持新模式新业态加快发展专项补贴	-	125.00	-
大兴区 1+N 产业政策资金政府补助	-	20.00	-
衢州市大商贸政策补助	-	10.00	-
崇明区企业扶持资金	-	-	63.40
静安区财政扶持资金	-	-	26.00
其他小额政府补助	3.63	5.77	2.31
<b>合计</b>	<b>1,813.08</b>	<b>885.77</b>	<b>91.71</b>

## 2、投资收益

报告期各期，公司投资收益金额分别为 7.57 万元、223.72 万元和 397.78 万元，主要为投资银行理财产品产生的收益，明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
处置交易性金融资产取得的投资收益	397.78	223.72	9.55
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-1.08
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-0.90
<b>合计</b>	<b>397.78</b>	<b>223.72</b>	<b>7.57</b>

## 3、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失主要为往来款项的坏账损失，明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款坏账损失	-21.40	3.33	217.95
其他应收款坏账损失	-36.20	68.75	-5.21

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
合计	-57.60	72.08	212.74

2023 年度公司应收账款坏账损失相对较高，主要原因是应收湖北杰之行体育产业发展股份有限公司的 166.89 万元货款按照账龄计提坏账准备，2024 年度该客户成为失信被执行人，款项确认无法收回，公司按内部管理制度及审批流程完成坏账核销处理，其他年度应收账款坏账损失金额较小，与应收账款余额匹配。

2024 年度公司其他应收款坏账损失较高，主要系对支付给湖南生产基地所在地开发区管理委员会的 1,000.00 万元投资保证金按照账龄计提坏账准备所致。2025 年度公司收回该笔保证金，相应的其他应收款坏账损失转回。

#### 4、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失均为存货跌价损失，明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
存货跌价损失	315.50	534.78	-97.87
合计	315.50	534.78	-97.87

#### 5、资产处置收益

报告期各期，公司资产处置收益分别为 12.56 万元、12.37 万元和-231.99 万元，主要系处置使用权资产、固定资产形成。2025 年度，资产处置收益为负，主要由于公司提前终止办公室租赁合同，将终止确认使用权资产与租赁负债的净额之差及违约金计入资产处置损益。

#### 6、营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
罚款收入	105.84	128.68	13.45
赔偿款	50.00	-	1.57
其他	0.53	7.36	0.06
合计	156.37	136.03	15.08

报告期各期，公司营业外收入金额分别为 15.08 万元、136.03 万元和 156.37

万元，主要由罚款收入和赔偿款构成。罚款收入主要系供应商因产品质量问题，根据合同约定向公司支付的罚款；2025年度的赔偿款 50.00 万元，系公司专利侵权诉讼胜诉后取得的侵权赔偿款。

## 7、营业外支出

报告期各期，公司营业外支出金额分别为 18.91 万元、7.67 万元和 28.80 万元。2023 年度，公司因提前关闭门店，被出租方扣除履约保证金 14.64 万元；2025 年度，公司因不当广告宣传，计提赔偿费用 22.00 万元，具体情况详见“第八节公司治理与独立性”之“三、（一）上海美锦的市场监管部门处罚”。

## （六）非经常性损益分析

报告期内，非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-231.99	12.37	11.66
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	1,813.08	885.77	91.71
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-37.92	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	127.57	128.37	-3.83
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-1,069.59	-	-3,148.09
<b>小计</b>	<b>601.15</b>	<b>1,026.51</b>	<b>-3,048.54</b>
所得税影响额	382.96	248.17	18.17
<b>合计</b>	<b>218.20</b>	<b>778.34</b>	<b>-3,066.71</b>

报告期各期，非经常性损益金额分别为-3,048.54 万元、778.34 万元和 218.20 万元，主要由政府补助及其他符合非经常性损益定义的损益项目等项目构成。其中，其他符合非经常性损益定义的损益项目为股份支付费用。

## （七）纳税情况

报告期内，公司缴纳的主要税种为增值税和企业所得税，具体纳税情况如下：

## 1、增值税

单位：万元

期间	期初未缴数	本期缴纳数	期末未缴数
2025 年度	828.48	9,462.07	1,078.49
2024 年度	547.42	7,049.77	828.48
2023 年度	306.89	4,463.28	547.42

## 2、企业所得税

单位：万元

期间	期初未缴数	本期缴纳数	期末未缴数
2025 年度	2,118.57	5,049.99	3,739.10
2024 年度	139.76	1,968.09	2,118.57
2023 年度	0.66	43.09	139.76

报告期各期，发行人企业所得税的发生额及期末余额均持续增长。报告期初，发行人存在金额较大的可抵扣亏损，2023 年度，发行人使用可抵扣亏损抵减当期应纳税所得额的金额较大，当期企业所得税发生额及余额相对较低；2024 年度及 2025 年度，随着发行人利润总额持续上升、可抵扣亏损逐步消化，应纳税所得税额相应增加，企业所得税发生额及期末余额随之上升。

## 九、资产质量分析

### （一）资产构成及变化分析

报告期各期末，公司资产规模及结构如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	90,840.02	86.23	54,901.41	84.94	35,815.22	76.69
非流动资产合计	14,510.93	13.77	9,734.41	15.06	10,886.27	23.31
<b>资产总额</b>	<b>105,350.95</b>	<b>100.00</b>	<b>64,635.82</b>	<b>100.00</b>	<b>46,701.49</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人资产结构以流动资产为主，报告期各期流动资产占资产总额的比例分别为 76.69%、84.94%和 86.23%，与公司轻资产的运营模式相符。

### （二）流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	18,362.32	20.21	15,141.53	27.58	8,091.94	22.59
交易性金融资产	44,340.00	48.81	10,999.00	20.03	-	-
应收账款	2,764.57	3.04	3,242.23	5.91	3,137.07	8.76
预付款项	2,107.51	2.32	1,487.39	2.71	787.72	2.20
其他应收款	913.65	1.01	1,898.91	3.46	997.91	2.79
存货	21,527.44	23.70	21,499.87	39.16	22,509.17	62.85
持有待售资产	-	-	50.64	0.09	-	-
其他流动资产	824.52	0.91	581.82	1.06	291.42	0.81
<b>流动资产合计</b>	<b>90,840.02</b>	<b>100.00</b>	<b>54,901.41</b>	<b>100.00</b>	<b>35,815.22</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司流动资产主要系货币资金、交易性金融资产和存货。报告期各期末，上述资产合计占流动资产的比例分别为 85.44%、86.77%和 92.72%。

### 1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
库存现金	-	0.84	4.21
银行存款	16,434.10	14,440.62	7,301.58
其他货币资金	1,928.23	700.06	786.14
<b>合计</b>	<b>18,362.32</b>	<b>15,141.53</b>	<b>8,091.94</b>

报告期内，随着经营积累及股东投资，公司货币资金余额增加。2025 年末，公司其他货币资金余额增加，主要系公司根据业务开展需要，在银行开立保函并相应存入保证金所致。

### 2、交易性金融资产

报告期内，公司使用闲置资金购买银行理财产品，并将其作为交易性金融资产列报，报告期各期末，余额分别为 0.00 万元、10,999.00 万元和 44,340.00 万元。

### 3、应收账款

报告期各期末，公司应收账款基本情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31 /2025 年度	2024.12.31 /2024 年度	2023.12.31/ 2023 年度
应收账款账面余额	2,910.08	3,412.87	3,471.31
营业收入	181,779.85	150,301.77	106,587.15
应收账款账面余额/营业收入	1.60%	2.27%	3.26%

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 3,471.31 万元、3,412.87 万元和 2,910.08 万元，占营业收入比重分别为 3.26%、2.27%和 1.60%，整体呈现持续下降趋势。

报告期内，公司以直销模式为主，应收账款主要为已对账尚未结算的电商自营货款、经销商货款和运营服务款等。公司应收账款规模较小，与销售模式及回款能力相匹配。

### （1）应收账款账龄结构

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
1 年以内（含 1 年）	2,910.08	3,412.87	3,297.47
1 至 2 年	-	-	4.98
2 至 3 年	-	-	-
3 年以上	-	-	168.86
小计	2,910.08	3,412.87	3,471.31
减：坏账准备	145.50	170.64	334.23
合计	<b>2,764.57</b>	<b>3,242.23</b>	<b>3,137.07</b>

报告期内，公司应收账款账龄主要为一年以内，回款情况良好，公司已按照相关政策足额计提了坏账准备。

### （2）应收账款的坏账准备

报告期各期末，公司应收账款计提坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-	-

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
按组合计提坏账准备	2,910.08	145.50	3,412.87	170.64	3,471.31	334.23
<b>合计</b>	<b>2,910.08</b>	<b>145.50</b>	<b>3,412.87</b>	<b>170.64</b>	<b>3,471.31</b>	<b>334.23</b>

报告期各期末，公司按组合计提坏账准备的应收账款情况如下表：

单位：万元

账龄	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内（含1年）	2,910.08	145.50	3,412.87	170.64	3,297.47	164.87
1至2年	-	-	-	-	4.98	0.50
2至3年	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	168.86	168.86
<b>合计</b>	<b>2,910.08</b>	<b>145.50</b>	<b>3,412.87</b>	<b>170.64</b>	<b>3,471.31</b>	<b>334.23</b>

公司与同行业可比公司按账龄组合计提坏账准备的比例对比如下：

公司名称	1年以内	1至2年	2至3年	3年以上
嘉曼服饰（301276.SZ）	5%	10%	30%	100%
比音勒芬（002832.SZ）	5.26%	100%	100%	100%
洪兴股份（001209.SZ）	6.65%/5.84%	50%	100%	100%
<b>发行人</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>

数据来源：可比上市公司定期报告。除上述可比公司外，其他可比公司未披露相关数据。

公司应收账款账龄基本为一年以内，相应的坏账准备计提比例较同行业可比公司差异较小，坏账准备计提充分。

### （3）应收账款主要客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况如下：

单位：万元、%

时间	公司名称	应收账款 账面余额	占比	坏账准备
2025.12.31	北京京东世纪贸易有限公司	420.29	14.44	21.01
	上海耐动体育用品有限公司	296.39	10.18	14.82
	南京边城体育用品股份有限公司	219.05	7.53	10.95
	屹酷（北京）科技有限公司	135.37	4.65	6.77
	天津极果优品电子商务有限公司	113.92	3.91	5.70

时间	公司名称	应收账款 账面余额	占比	坏账准备
	合计	<b>1,185.01</b>	<b>40.72</b>	<b>59.25</b>
2024.12.31	北京京东世纪贸易有限公司	723.84	21.21	36.19
	上海耐动体育用品有限公司	399.41	11.70	19.97
	智达尚品（山西）科技有限责任公司	188.36	5.52	9.42
	北京崔克自行车经销有限公司	151.01	4.42	7.55
	南京边城体育用品股份有限公司	146.64	4.30	7.33
	合计	<b>1,609.26</b>	<b>47.15</b>	<b>80.46</b>
2023.12.31	北京京东世纪贸易有限公司	360.71	10.39	18.04
	南京边城体育用品股份有限公司	176.08	5.07	8.80
	湖北杰之行体育产业发展股份有限公司	166.89	4.81	166.89
	张家口欧福曼食品有限公司	163.76	4.72	8.19
	唯品会（中国）有限公司	134.24	3.87	6.71
	合计	<b>1,001.67</b>	<b>28.86</b>	<b>208.63</b>

注：存在同一控制的客户已合并计算，其中：南京边城体育用品股份有限公司包括南京边苏户外用品有限公司和南京萝卜运动科技有限公司；智达尚品（山西）科技有限责任公司包括智达尚品（山西）科技有限责任公司和山西迈盛悦合体育用品有限公司。

#### 4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 787.72 万元、1,487.39 万元和 2,107.51 万元，占流动资产的比例分别为 2.20%、2.71%和 2.32%。公司预付款项账龄结构良好，1 年以内占比分别为 98.48%、99.87%和 99.36%，各期均在 98% 以上，主要核算公司预付的物流费用和平台流量推广费用。

#### 5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 997.91 万元、1,898.91 万元和 913.65 万元，占流动资产比例分别为 2.79%、3.46%和 1.01%，占比较低。报告期内，公司其他应收款主要为保证金押金等。

2024 年末其他应收款账面余额较大，主要系发行人向湖南生产基地所在地的桃源高新技术产业开发区管理委员会支付投资保证金 1,000.00 万元所致，相关款项已于 2025 年度收回。

## 6、存货

### （1）存货构成与变动分析

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 22,509.17 万元、21,499.87 万元和 21,527.44 万元，占流动资产的比例分别为 62.85%、39.16%和 23.70%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
库存商品	19,266.34	87.53	20,230.59	91.42	21,237.00	92.06
发出商品	2,155.13	9.79	1,899.43	8.58	1,832.73	7.94
原材料	580.25	2.64	-	-	-	-
周转材料	9.49	0.04	-	-	-	-
<b>账面余额</b>	<b>22,011.21</b>	<b>100.00</b>	<b>22,130.02</b>	<b>100.00</b>	<b>23,069.73</b>	<b>100.00</b>
减：存货跌价准备	483.77	/	630.15	/	560.56	/
<b>账面价值</b>	<b>21,527.44</b>	<b>/</b>	<b>21,499.87</b>	<b>/</b>	<b>22,509.17</b>	<b>/</b>

### （2）存货跌价准备的计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备的金额分别为 560.56 万元、630.15 万元和 483.77 万元，跌价计提比例分别为 2.43%、2.85%和 2.20%，较为稳定。报告期各期末，发行人存货库龄及跌价情况如下：

单位：万元、%

库龄	2025.12.31			2024.12.31			2023.12.31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
1 年以内	21,003.15	364.26	1.73	20,030.55	343.49	1.71	19,038.22	314.12	1.65
1-2 年	833.62	38.10	4.57	1,675.15	157.44	9.40	3,623.57	138.75	3.83
2-3 年	109.16	16.12	14.77	351.60	56.50	16.07	367.21	66.97	18.24
3 年以上	65.29	65.29	100.00	72.72	72.72	100.00	40.72	40.72	100.00
<b>合计</b>	<b>22,011.21</b>	<b>483.77</b>	<b>2.20</b>	<b>22,130.02</b>	<b>630.15</b>	<b>2.85</b>	<b>23,069.73</b>	<b>560.56</b>	<b>2.43</b>

公司按照成本与可变现净值孰低法对存货计提跌价准备，于各报告期末结合存货的状态、库龄、产成品销售价格等因素，合理确定存货的可变现净值，并计提跌价准备。报告期内，公司存货总体周转良好，已按照企业会计准则的规定计提了充分的跌价准备。

报告期各期末，发行人同行业可比公司存货跌价计提比例如下：

单位：%

公司名称	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
特步国际（1368.HK）	2.18	2.08	4.40
李宁（2331.HK）	5.56	6.03	5.13
比音勒芬（002832.SZ）	10.00	10.95	15.36
洪兴股份（001209.SZ）	9.45	7.82	6.36
嘉曼服饰（301276.SZ）	12.84	8.68	9.23
可比公司平均值	<b>8.01</b>	<b>7.11</b>	<b>8.10</b>
发行人	<b>2.20</b>	<b>2.85</b>	<b>2.43</b>

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。同行业上市公司 361 度未披露相关数据。

报告期各期末，发行人存货跌价准备计提比例与特步国际较为接近。

发行人存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均值，主要原因系：①发行人专注于跑步垂类运动，产品类型精简聚焦，款式集中度高，销售情况良好，经减值测试无需计提大额跌价准备；②同行业可比公司比音勒芬、嘉曼服饰及洪兴股份的存货以服饰类产品为主，款式迭代速度、过季敏感性高于发行人，存货跌价准备计提比例偏高，拉高了可比公司平均值。

## 7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
待抵扣进项税额	681.82	117.16	97.30
应收退货成本	141.90	464.66	189.12
预缴企业所得税	0.80	-	5.00
合计	<b>824.52</b>	<b>581.82</b>	<b>291.42</b>

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 291.42 万元、581.82 万元和 824.52 万元，主要为待抵扣进项税额、应收退货成本。

### （三）非流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	-	-	-	-	50.64	0.47
固定资产	2,169.69	14.95	521.92	5.36	498.55	4.58
使用权资产	3,943.21	27.17	1,946.57	20.00	2,744.83	25.21
无形资产	264.79	1.82	151.71	1.56	111.48	1.02
商誉	5,967.61	41.12	5,967.61	61.30	5,967.61	54.82
长期待摊费用	1,141.05	7.86	503.95	5.18	769.11	7.06
递延所得税资产	713.74	4.92	534.15	5.49	744.05	6.83
其他非流动资产	310.84	2.14	108.51	1.11	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>14,510.93</b>	<b>100.00</b>	<b>9,734.41</b>	<b>100.00</b>	<b>10,886.27</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司非流动资产分别为 10,886.27 万元、9,734.41 万元和 14,510.93 万元，主要由固定资产、使用权资产、商誉和长期待摊费用构成，合计占非流动资产的比例分别为 91.68%、91.84%和 91.11%。

## 1、固定资产

### （1）固定资产构成情况

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 498.55 万元、521.92 万元和 2,169.69 万元，占非流动资产的比例分别为 4.58%、5.36%和 14.95%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31		
	账面余额	累计折旧	账面价值
生产设备	2,777.65	1,383.93	1,393.72
电子设备	694.91	553.21	141.70
办公设备	252.55	33.81	218.74
办公家具	235.01	49.38	185.63
物流设备	121.85	0.47	121.38
运输工具	58.41	4.16	54.25
其他	61.71	7.44	54.27
<b>合计</b>	<b>4,202.08</b>	<b>2,032.39</b>	<b>2,169.69</b>
<b>项目</b>	<b>2024.12.31</b>		

	账面余额	累计折旧	账面价值
生产设备	1,401.13	1,071.02	330.11
电子设备	610.68	480.00	130.68
办公设备	47.28	26.37	20.90
办公家具	89.20	48.97	40.22
物流设备	-	-	-
运输工具	-	-	-
其他	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,148.29</b>	<b>1,626.37</b>	<b>521.92</b>
项目	<b>2023.12.31</b>		
	账面余额	累计折旧	账面价值
生产设备	1,079.42	822.56	256.86
电子设备	552.45	379.56	172.89
办公设备	37.63	17.38	20.26
办公家具	83.41	34.88	48.54
物流设备	-	-	-
运输工具	-	-	-
其他	-	-	-
<b>合计</b>	<b>1,752.92</b>	<b>1,254.37</b>	<b>498.55</b>

报告期内，公司固定资产账面价值不断增加，2025 年末较 2024 年末增加 1,647.77 万元，增幅较大，主要系公司建设湖南生产基地，配套采购较大金额固定资产所致。

## （2）与同行业可比公司折旧年限比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司固定资产折旧年限比较如下：

单位：年

项目	生产设备	电子设备	办公设备	办公家具	物流设备	运输工具	其他
特步国际 (1368.HK)	3-10	3-10	3-10	3-10	3-10	5	3-10
李宁 (2331.HK)	2-10	1-8	1-8	1-8	1-8	1-8	1-8
361 度 (1361.HK)	5-10	2-10	2-10	2-10	2-10	5	2-10
比音勒芬 (002832.SZ)	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	5	3-5

项目	生产设备	电子设备	办公设备	办公家具	物流设备	运输工具	其他
洪兴股份 (001209.SZ)	10	5	5	5	5	8	5
嘉曼服饰 (301276.SZ)	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	5	3-5
发行人	2-10	3	3-5	3-5	5	5	2

公司固定资产折旧政策稳健、合理，与同行业可比上市公司不存在重大差异。

## 2、使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 2,744.83 万元、1,946.57 万元和 3,943.21 万元，占非流动资产的比例分别为 25.21%、20.00%和 27.17%。报告期内，公司使用权资产均为租赁的房屋。2024 年末，公司使用权资产账面价值有所下降，主要是部分线下店铺关店退租所致。2025 年末，公司使用权资产账面价值大幅上升，主要是新增湖南生产基地厂房租赁，以及上海地区办公室更换，新租赁办公室租金水平高于原办公室所致。

## 3、无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 111.48 万元、151.71 万元和 264.79 万元，占非流动资产的比例分别为 1.02%、1.56%和 1.82%，主要系日常经营管理所需的相关软件。

## 4、商誉

报告期各期末，公司商誉账面价值均为 5,967.61 万元，未发生变化，占非流动资产的比例分别为 54.82%、61.30%和 41.12%。

商誉系发行人 2022 年度收购子公司北京景卓和上海美锦产生。报告期内，北京景卓和上海美锦经营状况良好，经商誉减值测试，未出现减值迹象。

## 5、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
装修费	925.88	242.81	331.62
道具费	215.17	261.14	437.49

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
合计	1,141.05	503.95	769.11

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 769.11 万元、503.95 万元和 1,141.05 万元，占非流动资产的比例分别为 7.06%、5.18%和 7.86%。装修费主要系发行人湖南生产基地、办公室及店铺等的装修费；道具费系公司用于线下店铺展示产品的各类道具的相关费用。

2025 年度公司装修费增长，主要系为湖南生产基地进行配套装修所致。

#### （四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转主要财务指标情况如下：

单位：次/年

指标名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款周转率	57.50	43.67	31.24
存货周转率	3.96	3.35	2.12

##### 1、应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次/年

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	2.78	2.73	3.13
李宁（2331.HK）	23.94	25.04	22.84
361 度（1361.HK）	2.30	2.32	2.31
比音勒芬（002832.SZ）	11.11	10.97	11.53
洪兴股份（001209.SZ）	18.85	13.78	11.60
嘉曼服饰（301276.SZ）	17.62	21.01	27.02
可比公司平均值	12.77	12.64	13.07
发行人	57.50	43.67	31.24

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。

报告期各期，发行人应收账款周转率高于同行业可比公司，主要原因为发行人直销业务占比较高，其中线上直销渠道主要由电商平台直接结算并回款，线下直销渠道主要采用现款现货方式销售，不存在较大规模的应收账款。

## 2、存货周转率分析

报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
特步国际（1368.HK）	4.62	4.40	3.90
李宁（2331.HK）	5.46	5.42	5.50
361 度（1361.HK）	3.12	3.41	3.92
比音勒芬（002832.SZ）	0.92	0.97	0.88
洪兴股份（001209.SZ）	2.00	2.11	1.85
嘉曼服饰（301276.SZ）	0.71	0.81	0.95
可比公司平均值	<b>2.81</b>	<b>2.85</b>	<b>2.83</b>
发行人	<b>3.96</b>	<b>3.35</b>	<b>2.12</b>

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。

报告期各期，发行人存货周转率高于同行业可比公司比音勒芬、洪兴股份及嘉曼服饰，主要系发行人专注跑步垂类运动，在产品类别、产品集中度方面与上述同行业公司存在差异所致。

报告期内，发行人存货周转率与 361 度较为接近。同行业可比公司特步国际和李宁的存货周转率高于发行人，主要原因是其经销模式占比高于发行人，商品发货至经销商后即可确认收入，存货周转速度较快；发行人直销模式占比更高，商品在销售周期内均作为存货核算，导致存货周转天数相应较长。

## 十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

### （一）负债构成及变化分析

报告期各期末，公司负债具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	39,398.20	92.92	30,127.45	97.07	26,203.63	95.87
非流动负债	3,004.00	7.08	908.42	2.93	1,128.12	4.13
负债总额	<b>42,402.20</b>	<b>100.00</b>	<b>31,035.86</b>	<b>100.00</b>	<b>27,331.75</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司负债总额分别为 27,331.75 万元、31,035.86 万元和 42,402.20 万元，呈增长趋势，主要系随着公司经营规模扩大，经营性负债总额

不断增加所致。

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占比分别为 95.87%、97.07%和 92.92%。

## （二）流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债构成如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	133.92	0.51
应付账款	20,175.28	51.21	14,337.15	47.59	13,461.23	51.37
合同负债	986.46	2.50	1,428.86	4.74	660.53	2.52
应付职工薪酬	3,102.80	7.88	2,258.17	7.50	1,936.27	7.39
应交税费	5,027.87	12.76	3,111.19	10.33	837.58	3.20
其他应付款	8,737.02	22.18	7,235.76	24.02	7,385.97	28.19
一年内到期的非流动负债	1,033.30	2.62	922.33	3.06	1,436.57	5.48
其他流动负债	335.46	0.85	833.98	2.77	351.56	1.34
<b>流动负债合计</b>	<b>39,398.20</b>	<b>100.00</b>	<b>30,127.45</b>	<b>100.00</b>	<b>26,203.63</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司流动负债主要系应付账款和其他应付款，合计占流动负债的比例分别为 79.56%、71.61%和 73.38%。

### 1、应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 13,461.23 万元、14,337.15 万元和 20,175.28 万元，占流动负债的比例分别为 51.37%、47.59%和 51.21%，主要系应付供应商的货款。

报告期各期末，公司应付账款前五名供应商情况如下：

单位：万元、%

年度	序号	单位名称	金额	占比	采购产品
2025年度	1	湖南嘉泰鞋业有限公司	6,086.03	30.17	鞋、原材料
	2	中山市浩正鞋业有限公司	3,525.74	17.48	鞋
	3	中山市胜德鞋业有限公司	1,607.45	7.97	鞋
	4	湖北东林服装有限公司	1,491.46	7.39	服装、配件

年度	序号	单位名称	金额	占比	采购产品
	5	东莞市稳泰鞋业有限公司	1,147.77	5.69	鞋
	合计		<b>13,858.46</b>	<b>68.69</b>	
2024年度	1	湖南嘉泰鞋业有限公司	5,931.48	41.37	鞋
	2	中山市胜德鞋业有限公司	1,914.02	13.35	鞋
	3	湖北东林服装有限公司	1,522.02	10.62	服装、配件
	4	中山市浩正鞋业有限公司	1,164.70	8.12	鞋
	5	东莞市稳泰鞋业有限公司	1,062.65	7.41	鞋
	合计		<b>11,594.87</b>	<b>80.87</b>	
2023年度	1	湖南嘉泰鞋业有限公司	4,663.32	34.64	鞋
	2	中山市胜德鞋业有限公司	2,156.48	16.02	鞋
	3	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	1,800.26	13.37	鞋、服装
	4	永州市汇盛鞋业有限公司	1,550.93	11.52	鞋
	5	东莞市稳泰鞋业有限公司	1,360.29	10.11	鞋
	合计		<b>11,531.28</b>	<b>85.66</b>	

注：上表按照受同一实际控制人控制的供应商合并口径填列。

## 2、合同负债

报告期各期末，公司合同负债余额分别为660.53万元、1,428.86万元和986.46万元，占流动负债的比例分别为2.52%、4.74%和2.50%，主要系预收经销商的货款等。

报告期各期末，公司合同负债前五名客户情况如下：

单位：万元、%

时间	公司名称	合同负债账面余额	占比
2025.12.31	山东力威经贸有限公司	160.93	16.31
	福建椰壳商贸有限公司	137.97	13.99
	江苏天马网络科技集团有限公司	94.93	9.62
	北京骏领体育用品有限公司	94.77	9.61
	北京迈迈销售有限公司	93.97	9.53
	合计	<b>582.57</b>	<b>59.06</b>
2024.12.31	福建椰壳商贸有限公司	299.54	20.96
	江苏天马网络科技集团有限公司	257.17	18.00
	五鼠联城吉林省商贸有限责任公司	222.65	15.58

时间	公司名称	合同负债账面余额	占比
	北京骏领体育用品有限公司	149.17	10.44
	山东力威经贸有限公司	126.57	8.86
	<b>合计</b>	<b>1,055.10</b>	<b>73.84</b>
2023.12.31	深圳市唐桥体育用品有限公司	202.15	30.60
	福建椰壳商贸有限公司	161.27	24.42
	上海耐动体育用品有限公司	136.75	20.70
	智达尚品（山西）科技有限责任公司	39.86	6.04
	北京骏领体育用品有限公司	32.32	4.89
	<b>合计</b>	<b>572.36</b>	<b>86.65</b>

注：存在同一控制的客户已合并计算，其中：江苏天马网络科技集团有限公司包括江苏天马网络科技集团有限公司和江苏骏溪网络科技有限公司；北京骏领体育用品有限公司包括北京骏领体育用品有限公司、北京亦竞亦动体育用品有限公司、迈盛悦合体育用品有限公司和西安迈盛悦合体育用品有限公司；北京迈迈销售有限公司包括北京迈迈销售有限公司和天津迈迈销售有限公司；智达尚品（山西）科技有限责任公司包括智达尚品（山西）科技有限责任公司和山西迈盛悦合体育用品有限公司。

上述合同负债前五名客户中，山东力威经贸有限公司为持有本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东所控制的公司。

### 3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,936.27 万元、2,258.17 万元和 3,102.80 万元，占流动负债的比例分别为 7.39%、7.50%和 7.88%，主要为已计提尚未发放的工资和奖金，报告期各期末应付职工薪酬余额逐年提升，主要系员工人数增加，以及工资水平提高所致。

### 4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
企业所得税	3,739.10	2,118.57	139.76
增值税	1,078.49	828.48	547.42
城市维护建设税	63.12	48.65	31.87
个人所得税	56.09	51.49	80.04
印花税	43.88	28.71	15.52
教育费附加	28.21	21.18	13.79

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
地方教育费附加	18.80	14.12	9.19
水利基金	0.18	-	-
合计	<b>5,027.87</b>	<b>3,111.19</b>	<b>837.58</b>

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 837.58 万元、3,111.19 万元和 5,027.87 万元，占流动负债的比例分别为 3.20%、10.33%和 12.76%，主要为应交企业所得税和增值税。

2023 年末，公司应交企业所得税余额相对较小，主要系公司前期存在金额较大的可抵扣亏损，在 2023 年度企业所得税申报中抵减了当期应纳税所得额，导致当年末应交企业所得税期末余额较小。

## 5、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
预提费用	3,828.81	2,895.47	2,662.92
应付特许权使用费	2,109.40	1,470.81	592.04
往来款	1,813.81	2,175.58	3,739.67
押金及保证金	984.99	693.89	391.34
合计	<b>8,737.02</b>	<b>7,235.76</b>	<b>7,385.97</b>

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 7,385.97 万元、7,235.76 万元和 8,737.02 万元，占流动负债的比例分别为 28.19%、24.02%和 22.18%。公司其他应付款主要为预提费用、应付特许权使用费等。

预提费用主要系公司已发生但未支付的代运营费、仓储物流费、市场活动费等经营性费用。报告期内，随着公司业务规模持续扩大，上述费用支出相应增长，各期末预提费用余额随之增加。

应付特许权使用费系公司根据品牌授权协议，应向日本美津浓支付的品牌特许权使用费。报告期内，随着公司美津浓品牌产品销售额持续增加，特许权使用费相应增长，期末应付余额逐年上升。

往来款系公司因资金周转需要向非金融机构借入的款项，报告期内，公司财

务状况持续优化，逐步清偿了上述借款，往来款余额逐年下降。

押金及保证金主要为公司向经销商收取的保证金，报告期内，随着公司经销销售规模的扩大，保证金余额相应增长。

### （三）非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债构成如下：

单位：万元、%

项目	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	3,001.83	99.93	882.91	97.19	1,095.23	97.08
预计负债	1.55	0.05	23.28	2.56	30.40	2.70
递延所得税负债	0.63	0.02	2.22	0.24	2.49	0.22
<b>非流动负债合计</b>	<b>3,004.00</b>	<b>100.00</b>	<b>908.42</b>	<b>100.00</b>	<b>1,128.12</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司非流动负债分别为 1,128.12 万元、908.42 万元和 3,004.00 万元，主要系租赁负债，租赁负债的变动趋势与使用权资产一致。

### （四）偿债能力分析

#### 1、偿债能力指标及变动趋势分析

报告期内，反映公司偿债能力的主要财务指标如下：

项目	2025 年度 /2025.12.31	2024 年度 /2024.12.31	2023 年度 /2023.12.31
流动比率（倍）	2.31	1.82	1.37
速动比率（倍）	1.71	1.06	0.48
资产负债率（合并）（%）	40.25	48.02	58.52
息税折旧摊销前利润（万元）	32,599.88	21,108.06	8,704.28
利息保障倍数（倍）	217.63	172.30	7.83

注：上述财务指标的计算公式参见“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“七、（一）主要财务指标”。

报告期内，随着公司经营积累及股东投资，公司偿债能力逐渐增强，报告期各期末偿债能力指标均处于合理水平，流动性风险较低。

#### 2、同行业上市公司偿债能力指标分析

报告期各期末，公司主要偿债指标与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
流动比率 (倍)	特步国际 (1368.HK)	2.37	2.13	2.06
	李宁 (2331.HK)	2.85	2.71	1.88
	361度 (1361.HK)	3.34	3.59	3.76
	比音勒芬 (002832.SZ)	2.44	2.49	2.80
	洪兴股份 (001209.SZ)	1.62	1.88	2.05
	嘉曼服饰 (301276.SZ)	4.90	4.28	3.83
	可比公司平均值	<b>2.92</b>	<b>2.85</b>	<b>2.73</b>
	本公司	<b>2.31</b>	<b>1.82</b>	<b>1.37</b>
速动比率 (倍)	特步国际 (1368.HK)	2.02	1.82	1.75
	李宁 (2331.HK)	2.51	2.36	1.54
	361度 (1361.HK)	2.81	2.96	3.32
	比音勒芬 (002832.SZ)	1.75	1.90	2.32
	洪兴股份 (001209.SZ)	0.68	0.85	1.00
	嘉曼服饰 (301276.SZ)	3.59	3.13	2.84
	可比公司平均值	<b>2.23</b>	<b>2.17</b>	<b>2.13</b>
	本公司	<b>1.71</b>	<b>1.06</b>	<b>0.48</b>
合并资产负债率 (%)	特步国际 (1368.HK)	39.63	45.50	48.50
	李宁 (2331.HK)	26.74	26.90	28.65
	361度 (1361.HK)	26.79	26.72	25.58
	比音勒芬 (002832.SZ)	29.56	29.45	27.20
	洪兴股份 (001209.SZ)	38.51	35.41	32.74
	嘉曼服饰 (301276.SZ)	19.28	19.45	19.03
	可比公司平均值	<b>30.09</b>	<b>30.57</b>	<b>30.28</b>
	本公司	<b>40.25</b>	<b>48.02</b>	<b>58.52</b>

数据来源：根据可比上市公司定期报告数据计算。

与同行业可比上市公司相比，公司流动比率、速动比率低于同行业平均水平，资产负债率高于同行业平均水平，主要系同行业可比公司均为上市公司，依靠股权融资及多年的经营积累，流动资产较为充裕，偿债能力相对较强。

## （五）股利分配的具体实施情况

### 1、报告期内股利分配情况

2025年3月3日，公司召开股东会审议通过《关于公司2024年度利润分配

方案的议案》，同意公司按照实缴出资的比例向全体股东合计分配利润 5,360.00 万元。

## 2、首次申报审计截止日后股利分配情况

2026 年 3 月 26 日，公司召开 2026 年第二次临时股东会审议通过《关于利润分配方案的议案》，向全体股东合计分配 8,281.30 万元，由全体股东按持有的股权比例享有。

截至本招股说明书签署日，上述利润分配方案均已实施完毕。

## （六）现金流量情况分析

报告期各期，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经营活动产生的现金流量净额	35,413.67	22,406.58	17,224.18
投资活动产生的现金流量净额	-39,541.08	-13,688.11	-2,423.38
筹资活动产生的现金流量净额	3,053.18	-3,385.88	-8,329.29
现金及现金等价物净增加额	-1,062.30	5,332.59	6,471.42

### 1、经营活动现金流量分析

报告期各期，公司的经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	200,957.46	167,168.07	115,916.96
收到的税费返还	0.35	0.74	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,033.10	1,632.99	811.59
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>204,990.91</b>	<b>168,801.80</b>	<b>116,728.55</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	91,116.89	83,022.73	58,242.21
支付给职工以及为职工支付的现金	13,279.37	11,980.68	9,568.60
支付的各项税费	15,898.73	9,809.93	5,029.58
支付其他与经营活动有关的现金	49,282.25	41,581.88	26,663.99
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>169,577.24</b>	<b>146,395.22</b>	<b>99,504.37</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>35,413.67</b>	<b>22,406.58</b>	<b>17,224.18</b>

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 17,224.18 万元、

22,406.58 万元和 35,413.67 万元，随着公司业务规模的扩大和盈利能力的提高，经营活动产生的现金流量净额持续增长。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均高于净利润，主要系存货周转加快减少资金占用，以及经营性应付项目随业务规模扩大而增加所致。

## 2、投资活动现金流量分析

报告期各期，公司的投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收回投资收到的现金	235,838.00	105,277.00	6,495.00
取得投资收益收到的现金	397.78	223.72	9.55
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	63.13	0.45	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>236,298.91</b>	<b>105,501.16</b>	<b>6,504.55</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,877.99	1,196.28	1,682.93
投资支付的现金	267,462.00	116,276.00	6,495.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	750.00
支付其他与投资活动有关的现金	4,500.00	1,717.00	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>275,839.99</b>	<b>119,189.28</b>	<b>8,927.93</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-39,541.08</b>	<b>-13,688.11</b>	<b>-2,423.38</b>

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,423.38 万元、-13,688.11 万元和-39,541.08 万元。报告期内，公司投资活动现金流入与流出主要为银行结构性存款的赎回与认购。其中，支付其他与投资活动有关的现金，系期末尚未完成认购的银行结构性存款申购款。

## 3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司的筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
吸收投资收到的现金	10,000.00	-	11,040.62
取得借款收到的现金	-	331.08	4,160.42
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>10,000.00</b>	<b>331.08</b>	<b>15,201.04</b>
偿还债务支付的现金	202.38	2,240.55	19,254.64

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,360.02	16.82	1,962.76
支付其他与筹资活动有关的现金	1,384.42	1,459.59	2,312.92
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>6,946.82</b>	<b>3,716.95</b>	<b>23,530.33</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>3,053.18</b>	<b>-3,385.88</b>	<b>-8,329.29</b>

报告期各期，发行人筹资活动产生的现金流量净额分别为-8,329.29 万元、-3,385.88 万元和 3,053.18 万元。报告期内，公司筹资活动的现金流入主要为投资者投入的现金；公司筹资活动的现金流出主要为偿还借款、分配股利支付的现金，其中，支付其他与筹资活动有关的现金均为支付租赁付款额。

### （七）持续经营能力分析

影响公司持续经营能力的风险因素已在本招股说明书“第三节 风险因素”中进行了充分披露，公司不存在其他影响持续经营能力的重大风险。

公司是一家运动品牌运营企业，致力于中国自主知识产权品牌的培育以及国际品牌的本土化运营，采取“双品牌驱动、多品牌合作”的业务模式，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服饰、运动配件产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。

报告期内，公司在产品矩阵、营销及销售模式及供应链组织方面采取了多项举措。在产品矩阵方面，公司持续推进“必迈”与“美津浓”产品的开发与迭代，“必迈”聚焦专业跑步场景，已形成涵盖日常慢跑、进阶训练、跑马竞赛及户外越野等场景的完整产品线；“美津浓”则以休闲跑步鞋为主要品类，兼顾跑步功能性与时尚性，两个品牌形成了良好的互补，跑步鞋产品线覆盖较为全面，有效扩大了产品受众范围；在营销及销售模式方面，公司紧跟社交电商等线上渠道发展趋势，通过加强私域运营、社群建设及内容营销等方式，持续提升品牌影响力，推动线上线下渠道深度协同，进一步完善了全渠道的营销及销售模式；在供应链组织方面，公司推进了湖南必迈生产基地的建设，并于 2025 年 10 月正式投产，使公司具备了跑步鞋产品的自主生产制造能力，有效增强了对市场需求的灵活响应能力，进一步夯实了公司的供应链基础。

报告期内，公司实现营业收入 106,587.15 万元、150,301.77 万元和 181,779.85 万元，归属于母公司股东的净利润 5,546.82 万元、14,257.29 万元和 23,484.63 万

元，收入和净利润均持续增长。

未来，公司将在产品矩阵、销售渠道、品牌等方面持续投入，进一步强化全链条运营能力。综上所述，公司具有持续经营能力。

## 十一、重大资本性支出与重大资产业务重组事项

报告期各期，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 1,682.93 万元、1,196.28 万元和 3,877.99 万元，2025 年度大幅增长，主要系用于公司湖南生产基地的建设。除此之外，公司报告期内不存在其他重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并，前述资本性支出为公司长期持续发展提供了基础。

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要是用于本次发行募集资金投资项目，具体投资计划详见“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

## 十二、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

### （一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司资产负债表日后事项如下：

根据公司 2026 年 3 月 26 日的股东会决议，公司向全体股东分配利润 8,281.30 万元。截至本招股说明书签署日，前述利润分配方案已实施完毕。

### （二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重要或有事项。

### （三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

## 十三、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

自审计截止日 2025 年 12 月 31 日至本招股说明书签署日，发行人生产经营的外部环境、产业政策、税收政策未出现重大变化，经营状况良好，不存在对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，不存在其他可能影响投资者判断的重大事项。

## 第七节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、本次募集资金运用

#### （一）本次募集资金运用计划

经公司第一届董事会第七次会议及 2026 年第二次临时股东会审议通过，公司本次公开发行股票的实际募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金
1	品牌建设及营销推广项目	80,200.64	80,200.64
2	综合运营服务中心项目	43,367.93	43,367.93
3	智能化产业园建设项目	26,755.26	26,755.26
总计		<b>150,323.83</b>	<b>150,323.83</b>

若本次发行实际募集资金净额低于项目拟投入募集资金金额，差额部分公司将通过自筹资金解决。若本次发行实际募集资金净额超过项目拟投入募集资金金额，超额部分公司将依照中国证监会及深圳证券交易所的有关规定进行使用。

若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投资项目中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先行投入。待本次发行募集资金到位后，公司将严格按照有关法律法规的规定使用募集资金置换前期投入的自筹资金以及支付项目剩余款项。

#### （二）募集资金使用管理制度建设情况

公司制定了上市后适用的《募集资金管理制度》，对募集资金的管理和运用进行了规范，并经公司 2026 年第二次临时股东会审议通过。

本次募集资金到位后，公司将根据证券监督管理部门的相关要求将募集资金存放于董事会指定的专用账户中集中管理，严格按照《募集资金管理制度》的要求使用募集资金，做到专款专用。公司将在募集资金到位后在规定时间内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，接受证券监管部门、证券交易所、保荐人、开户银行等监督。公司将根据实际经营活动及发展规划，合理投入募集资金。

### （三）募集资金投资项目备案及环评情况

项目名称	备案情况	环评情况
品牌建设及营销推广项目	无需备案	无需环评
综合运营服务中心项目	京朝阳发改（备）（2026）59号	无需环评
智能化产业园建设项目	桃高区发改投（2025）53号 桃高区发改投（2026）15号	常环桃建（2026）3号

### （四）募集资金投资项目与公司主要业务、核心技术之间的关系，对公司主营业务发展的贡献

公司本次募集资金投资项目将紧密围绕现有主营业务开展，涵盖品牌建设、运营能力提升、研发及信息系统优化、生产能力扩大等关键环节，具备较强的战略匹配性与实施可行性，具体如下：

品牌建设及营销推广项目旨在强化公司运营品牌的影响力、深化全渠道的营销体系、进一步提升公司品牌及产品的市场认知度。该项目将加快公司线上线下渠道的融合发展，提升公司在货架电商及社交电商平台等渠道的曝光度，并进一步完善公司的线下销售网络的建设。

综合运营服务中心项目旨在建设集运营管理、产品展示、营销推广、研发创新、数据运营等于一体的公司运营总部。项目将重点投入研发与信息化建设，筹建具备生物力学分析及数字化评估能力的创新测试中心；同时，优化销售、研发、库存及用户行为等核心数据链路，实现全业务链条的深度协同与高效整合，此举将显著提升运营效能，提升公司整体核心竞争力。

智能化产业园建设项目旨在提升公司对产品的柔性供应及研发测试能力。通过购置生产基地、建设智能化生产线，可增强公司“短交期、小批量、快迭代”的柔性供应能力，有助于加强公司自主研发能力及关键工艺优化能力，强化公司提高产品质量、提升交付效率以及应对市场波动的能力。

### （五）募集资金投资项目对公司未来经营战略的影响

本次募集资金投资项目系结合公司生产经营实际情况并围绕公司战略规划制定。一方面，有助于公司在品牌建设、智能制造、营销拓展、产品研发、信息化升级等关键领域加大投入，强化公司全业务链一体化运营能力，全面提升核心竞争力；另一方面，将有效增强公司资金实力和抗风险能力，为公司在复杂多变

的行业环境中的稳健运营和灵活应对提供弹性。募集资金投资项目对公司主营业务发展具有重要意义，对公司未来经营战略具有积极影响。

## （六）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间产生同业竞争，也不会对公司的独立性产生不利影响。

## 二、本次募集资金投资项目具体情况

### （一）品牌建设及营销推广项目

#### 1、项目概况

品牌建设及营销推广项目总投资金额为 80,200.64 万元，建设周期为 3 年。本项目拟通过“线上推广、门店铺设、私域运营、品牌建设”的实施策略，旨在进一步完善线上线下协同的营销体系，实现广域用户触达与私域精准营销的融合，提升公司所运营品牌的知名度及市场认可度。具体项目情况如下：

#### （1）线上推广

公司拟加大在主流货架电商平台和社交电商平台的投入，通过优质内容创作、达人分级推广、精准流量投放以及参与电商平台营销活动等形式，丰富品牌价值表达、优化内容传播质量、提升用户触达能力，全面提升线上渠道的营销效率。

#### （2）门店铺设

现阶段，体育用品线下门店的功能已由传统的销售终端转型为集品牌文化展示、产品体验、用户社群连接于一体的多功能空间，成为品牌价值传递的核心载体。公司拟聚焦重点城市开设线下店铺，根据场景定位打造品牌旗舰店、体验店、商圈型销售门店，以及跑步氛围浓厚的公园或社区生活圈门店，并针对性地布置专业跑步测试区及产品科技展示空间，配备专业运动顾问，提供个性化装备推荐与试穿体验服务，帮助用户科学选品。

#### （3）私域运营

依托公司已建成的私域运营体系，本项目将通过签约跑者、扶持跑团及培育关键意见消费者等方式，为其提供全方位装备支持、专业训练资源及联合活动策

划，激活跑者并推动其从社群向私域沉淀转化。

公司将定期组织跑步训练营、跑步讲座、跑团集结、赛事体验等活动，构建本地跑者社群的实体家园与社交枢纽。与此同时，借助跑团等核心用户群体在各类赛事中的高频曝光与社交传播，实现对核心用户圈层的精准渗透与口碑构建，并通过高频次、高黏性的私域用户互动机制，精准捕捉市场需求与用户反馈，快速推动产品迭代及营销策略优化，最终实现私域用户规模的扩大，并进一步提升品牌专业度。

#### **（4）品牌建设**

品牌建设以品牌形象塑造为核心。公司将重点围绕专业运动场景，系统性地开展对马拉松、越野跑等专业体育赛事的赞助，以及与专业运动队、运动员的合作。相较于传统广告，更强调圈层认同与真实体验，依托权威赛事与专业群体强化品牌专业度与公信力。与此同时，通过线上线下整合传播、产品体验推广、用户社群运营等方式，持续提升品牌的曝光度与美誉度，夯实品牌的长期竞争力。

## **2、项目必要性**

### **（1）推动营销体系升级，增强市场竞争力**

当前，国内运动鞋服行业已步入线上平台获客成本持续提高、线下体验需求日益攀升的发展阶段。在线上营销层面，行业发展逻辑正从传统流量争夺向用户价值运营加速转型，行业内企业普遍面临获客成本上升的挑战。在线下营销层面，越来越多的消费者愿为“专业服务”及“社群归属”支付溢价，线下“面对面体验”是构建消费者深度连接的重要组成部分。

在线上营销层面，公司需要加大投入，采用以用户资产沉淀为导向的价值运营模式，专注提升核心用户的忠诚度与留存率。在线下营销层面，由于现有门店数量较少，公司面临线下渠道薄弱与品牌认知触达难等痛点，亟须通过线下体验的支撑，建立品牌与用户的深度信任，提高用户体验。

本项目实施后，通过线上营销，公司将提升核心用户群体的忠诚度；在线下营销中，用户可以通过真实可感的产品体验与专业服务直观认知产品价值，显著降低决策门槛，有效反哺线上复购，提升转化效率与客单价，并形成“体验、信任、复购、传播”的正向循环。

## （2）重塑品牌价值锚点，实现圈层穿透与口碑裂变

在运动鞋服行业，品牌价值构成了企业最核心的竞争壁垒与可持续发展的源泉。随着市场竞争从功能属性向文化认同演进，强大的品牌力不仅赋予了产品显著的溢价能力，更在用户心中构建了深厚的忠诚度护城河。

现阶段，公司的品牌认知度、赛场穿着率及社交曝光度，与领先品牌相比仍存在明显差距。本项目的实施，将通过社交媒体内容运营、达人合作及直播带货、赛事赞助及广告投放等多元化方式，强化品牌价值理念的传递，系统性地重构品牌传播体系，是公司迈向高质量发展、构建长期竞争力的关键布局。

### 3、项目可行性

#### （1）顺应国家产业政策方向，契合行业高质量发展要求

2025年9月，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》，明确提出到2030年体育产业总规模将突破7万亿元的目标，为行业发展擘画了清晰蓝图。本项目的实施旨在强化营销渠道建设和品牌推广能力，全面提升品牌效能与企业综合竞争力，高度契合国家关于推动消费品品牌建设的产业政策导向，具备坚实的实施基础与广阔的发展前景。

#### （2）线上线下多元营销经验丰富，具备全渠道运营能力

目前，公司已经构建了线上线下深度融合的成熟营销体系。本项目依托既有的营销网络，通过进一步加大线上营销投入、增设线下门店数量，提升公司所运营品牌的曝光度，并实现营销效率的全面提升。公司具备丰富的品牌运营、渠道建设经验，可以实现募集资金的高效利用，为本项目按计划实施提供了坚实基础。

#### （3）公司品牌影响力持续提升，为项目实施奠定良好基础

公司自创立以来始终高度重视品牌建设，致力于运营原创的跑步运动垂类品牌“必迈”及授权经营的综合性运动品牌“美津浓”，构建了差异化品牌定位，并通过以品牌为核心的营销活动塑造品牌形象、提升知名度，在消费者中逐步树立起专业的品牌认知。优质的产品力、扎实的服务体系以及良好的市场口碑为本项目的渠道扩展和品牌升级提供了稳固基础，为本项目的顺利实施提供了有力保障。

## （二）综合运营服务中心项目

### 1、项目概况

综合运营服务中心项目总投资金额为 43,367.93 万元，建设周期为 3 年。公司拟购置办公楼，并配套研发及数字化软硬件等相关设施。

本项目旨在解决公司现有办公场所分散、展示空间及研发测试受限等瓶颈问题，统筹布局办公区、体验展厅、直播场景、研发中心、数智化运营平台等核心功能模块，构建集总部管理、产品展示、营销推广、研发创新及数据运营等于一体的综合性基地，并着力引进和培育高端技术人才，从而完成对全业务链条的深度整合，全面提升运营效能，加速研发测试成果落地，强化公司数字化能力。

### 2、项目必要性

#### （1）构建一体化综合运营中心是行业发展的必然要求

当前，运动鞋服行业正经历着深刻变革，在消费升级与技术革新的双重驱动下，行业竞争维度已从产品转向全链条综合能力。随着直播电商、社区新零售等新兴商业模式的蓬勃兴起，对参与企业的快速响应能力、产品迭代效率以及跨渠道运营水平都提出了更高要求。本项目的实施，有助于公司提升跨部门协同效率，增强对市场变化的感知能力与应变能力，是在行业变局中把握主动权、实现可持续发展的必然选择。

#### （2）建设研发中心是加速产品迭代及构建技术壁垒的基本条件

现阶段，行业内国际领先品牌普遍依托自建实验室构建研发体系，形成“研发、设计、测试、优化”的闭环验证机制，而公司现有研发体系尚需外部机构协助，在响应速度、成本控制、数据统筹运用等层面，仍有提升空间。

本项目拟建设集生物力学分析、环境模拟、数字化评估于一体的创新测试中心，拟重点投向轻量化、缓震性能提升、稳控设计、全天候环境适应以及新型材料应用等研发方向，并构建系统化的验证体系，显著提升产品可靠性与用户体验一致性，大幅缩短从设计原型到成品量产的研发周期。此外，通过产学研等合作研发模式推动内外部研发资源整合，强化专利技术的应用落地能力，提升新产品孵化效率及技术迭代速度，以支撑品牌在专业运动装备赛道建立差异化的技术护

城河。

### **（3）推进信息化建设是提升运营效率及质量的重要基石**

在当前数据驱动的商业环境中，信息化已贯通前端研发、中端运营、后端营销全业务链路，成为提升企业运营效率与决策质量的重要基石。在研发端，通过数据分析与数据反哺，持续赋能工艺改进与流程优化，助力产品质量稳步提升；在运营端，依托信息化系统实现业务流程的规范化、标准化、智能化管理，提升整体协同与运转效能；在营销端，信息化助力公司实现用户画像精准构建、营销内容智能生成，推动营销模式的持续精准化。

本项目将重点建设数智化运营平台，构建全业务流程数据的统一采集、集中治理与智能分析体系。通过开展系统整合规划、优化接口交互逻辑、统一数据标准规范等工作，有效打通销售、生产、库存、用户行为、产品研发等关键环节的数据链路，为产品趋势研判与经营科学决策提供强有力的数据支撑。在此基础上，公司将自主研发私域运营等数字化套件，重点聚焦智能客服、销售预测、内容生成及运营自动化等核心场景，通过技术赋能提升内外部协同效率与整体运营效能。

### **（4）建设一体化综合运营中心，有助于公司吸引人才**

运动鞋服行业的综合型人才是提升企业竞争力的关键，但相关人才具有稀缺性，且多向具有更高知名度的龙头企业聚集。建设一体化综合运营中心，能够显著提升公司形象，有助于公司吸引行业内的综合型人才。

## **3、项目可行性**

### **（1）项目建设具备良好的区位优势**

北京作为国家科技创新中心，拥有完备的政策支持体系，并在人才、技术、信息与资本等方面具备显著禀赋。本项目将充分依托北京的区位优势，深度整合公司现有资源，打造集品牌管理、研发测试、数据中台及全域运营协同于一体的现代化总部基地。该基地的建设不仅契合公司品牌升级与管理提效的内在需求，更将借助北京优越的产业生态，为项目的顺利实施及未来业务的跨越式发展提供良好的环境支持。

## （2）发行人具备办公场所升级的实践经验

发行人自成立以来，已多次实施办公场所的搬迁、改造及装修等活动。在项目规划、预算控制、供应商遴选、工程管理及验收交付等环节积累了丰富的实践经验。同时，发行人已建立完善的内部控制制度，能够对项目的投资进度、工程质量及成本支出实施有效的管控，为本项目的顺利实施提供了良好的公司内部环境支持。

## （三）智能化产业园建设项目

### 1、项目概况

智能化产业园建设项目总投资金额为 26,755.26 万元，建设周期为 1 年，建设地点为湖南省常德市桃源县桃源高新区漳江片区，项目拟购置公司现租赁的用于生产的场地及附属建筑，总建筑面积 77,003.91m<sup>2</sup>，并实施适应性装修改造及新增 4 条生产线。项目建成后，公司共计拥有 8 条生产线，能够实现生产基地自有化，有助于公司根据战略规划进行产线布局与工艺升级，保障生产稳定性，持续推动产业升级。

### 2、项目必要性

#### （1）建设完善自有生产基地，提升经营稳定性

项目拟购置公司目前租赁使用的生产用土地厂房，实现生产基地自有化。相较于现有的租赁模式，拥有独立稳定的生产经营场所，能够有效规避租金上涨、场地搬迁等外部不确定性风险，便于公司根据发展规划进行产线布局、设备安装、工艺升级与产能扩张，保障生产连续性与供应链稳定性，有效保障生产经营的长期稳定与可持续发展。

#### （2）新增智能生产线，增强柔性制造能力

本项目拟新增 4 条智能生产线，提升公司关键产品的自主制造能力，降低代工生产比例，增强公司在供应链中的议价能力，保障产品性能一致性与供应稳定性。

此外，面对“爆款”订单等快速变化的市场需求，公司自有生产基地凭借快速响应的生产优势，可有效提升产品供给弹性，能够快速满足小批量、定制化及

高频次订单需求，进一步增强“短交期、小批量、快迭代”的柔性制造能力，为公司未来业务增长提供供应链保障。

### **（3）提升自主研发及工艺优化能力**

在运动鞋服行业同质化竞争持续加剧的背景下，加强工艺研发与创意设计是维持产品竞争力的关键。目前公司生产模式以代工生产为主，在产品研发设计及打样等部分环节需要代工厂商协助，存在研发响应效率较低、工艺技术保密性略显不足等问题，一定程度上制约了公司的产品创新与工艺优化能力。

本项目拟新增配套样品试制及测试设备，强化公司的产品开发、工艺验证至量产落地的全流程体系，提升公司自主研发能力及工艺流程优化能力，并加速新产品量产上市进程，持续提升产品市场竞争力。

## **3、项目可行性**

### **（1）顺应国家产业政策方向，契合行业高质量发展要求**

近年来，国家出台了《“十四五”智能制造发展规划》等政策文件，明确了到 2025 年和 2035 年的智能制造发展目标，提出要加快推动制造企业采用先进的自动化、数字化、智能化技术，提升生产效率与产品质量，增强产业核心竞争力。本项目拟通过购置先进智能生产线提升智能制造水平，符合国家高度重视制造业向数字化与智能化转型的产业方向。

### **（2）行业快速增长前景为项目新增产能提供有力消化保障**

随着中国国民经济快速发展，公众健康意识普遍提高，运动爱好人群不断增长，中国体育产业步入新增长期，运动鞋服行业得以快速发展。未来，随着营销渠道的拓展、品牌影响力的提升，公司整体销量有望稳步增长，确保本项目所新增产能在合理时间周期内实现充分释放。

### **（3）公司已具备自有生产基地的运营经验**

截至报告期末，公司在本生产基地建设的 2 条生产线已正式投产，且运行良好。公司已具备生产基地产线调试、人才队伍建设、产品生产及交付的完整运营经验，为本项目的顺利实施奠定了基础。

### 三、公司未来发展规划

#### （一）公司战略规划

未来 2-3 年，发行人将围绕“必迈”及“美津浓”两个主要品牌持续深耕跑步运动垂直领域。原创品牌“必迈”将继续践行 DTC 模式，依托精准的跑者共创机制，持续完善涵盖入门、训练及竞速的全场景产品矩阵，并通过开设体验店的方式，持续提升品牌在垂直市场的渗透力与用户黏性。针对授权品牌“美津浓”，在稳固“复古风”跑步鞋产品市场地位的同时，发行人还将重点实施“美津浓”线下示范性门店的打造，通过线下品牌形象的全面升级，持续挖掘“美津浓”品牌在中国市场的增长潜力。

长期发展战略方面，发行人将持续围绕“中国自主知识产权品牌的培育”以及“国际品牌的本土化运营”两大主线，致力于将自身打造成以产品创新、供应链组织与品牌运营能力为核心竞争力的多品牌平台型企业，并持续为广大运动爱好者及潜在的运动参与者提供可负担的专业运动装备。为此，发行人将建设研发及创新中心，进一步强化材料科技、生物力学结构设计及人体工程学相关的技术储备，夯实技术护城河；扩大湖南生产基地的产能，进一步提升供应链的灵活响应能力；持续应用自身的品牌运营经验，与更广泛的境内外优秀品牌开展深度合作，持续提升公司的行业地位。

#### （二）报告期内已采取的措施及实施效果

##### 1、湖南生产基地的正式投产

2025 年 10 月，发行人湖南生产基地正式投产，截至报告期末，已采购 4 条生产线的相关设备，并有 2 条生产线投入使用。待 4 条产线全面投产后，预计年产能将达 250 万双。此外，基地拥有配套的实验室，已具备部分原材料测试、样品测试及成品鞋测试能力。

##### 2、发行人持续践行供应链共创模式

发行人积极与材料供应商、代工厂商建立深度协同机制。在超临界发泡中底、碳板等竞速跑鞋核心技术领域，发行人通过参与材料选型、工艺选择、质量监督等环节，实现了研发设计与底层材料、制造工艺的深度融合，保障了产品设计的工程化落地。

### 3、“必迈”产品线持续丰富完善

报告期内，发行人聚焦跑步场景，全面拓宽产品矩阵：在专业竞速领域，相继推出惊碳 Fly、惊碳 3.0 及惊碳 Ultra 等跑鞋；在日常慢跑与进阶训练领域，推出了远征者 6.0、远征者 Pure 2.0 等鞋款；此外，推出了陆巡等户外越野跑鞋，进一步完善了全场景产品布局。

### 4、“美津浓”品牌运营成效显著

2022 年 12 月，发行人完成对上海美锦 100% 股权的收购，正式取得授权品牌“美津浓”的运营权。报告期内，发行人围绕产品企划与设计、品牌营销及渠道销售等核心环节持续加大投入，有效赋能品牌发展，推动“美津浓”营业收入实现高速增长。

## （三）未来规划采取的措施

### 1、响应国家“体育强国”“新消费”相关政策，持续提升公司行业影响力

发行人将紧跟《体育强国建设纲要》《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》《提振消费专项行动方案》等国家政策导向，响应国家关于激发体育消费潜力、推动消费品品牌建设的政策要求。在持续为广大运动爱好者提供可负担的专业运动装备的同时，不断提升“必迈”及“美津浓”品牌的市场认可度与行业影响力，助力中国体育产业的高质量发展。

### 2、稳步推进募投项目建设，持续完善研发、生产、营销能力

发行人将严格按照募集资金管理的相关规定，稳步推进品牌建设及营销推广、综合运营服务中心、智能化产业园三大募投项目建设，早日实现募集资金投资项目预期效果。通过募投项目的实施，发行人将进一步完善线上线下协同的全渠道营销体系、提升品牌知名度与市场认可度；建设集生物力学分析、环境模拟、数字化评估于一体的创新测试中心，强化生物力学结构设计的技术能力；完善自有生产基地并新增生产线，增强柔性制造能力，从而实现品牌运营、技术研发、数字化管理与智能制造的深度协同。

### 3、加强人才培养和扩充

人才是发行人核心竞争力的重要组成部分。未来，发行人将进一步健全人才

选拔、培养与引进机制，重点引进及培育产品企划、研发设计、供应链管理、品牌营销及销售等领域的综合性专业人才，打造高素质、专业化的人才队伍。同时，发行人将通过具有竞争力的薪酬待遇、完善的培训机制及员工持股等多元化激励措施，吸引并留住优秀人才，为员工提供良好的职业发展平台，实现员工与发行人的共同成长，为发行人各项发展战略的顺利实施提供坚实的人才保障。

## 第八节 公司治理与独立性

### 一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司已根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规及规范性文件的相关规定，制定了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等相关规章制度，建立了独立董事和董事会秘书制度，并在董事会下设提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会，建立健全了符合法律法规要求的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和相互制衡的机制。同时，公司按照《公司章程》等相关规定，先后制订并完善了公司治理文件和内控制度。

报告期内，公司的股东会、董事会、管理层、独立董事之间权责明确，均能按照《公司章程》和公司内部制度规范运行，保障了公司经营管理的有序进行。根据 2024 年 7 月 1 日起实施的《公司法》及中国证监会于 2024 年 12 月 27 日发布的《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等相关法律法规的规定，为优化公司治理结构，提升决策效率，公司于 2026 年 1 月 20 日召开 2026 年第一次临时股东会，审议通过了《关于取消监事的议案》，公司将不再设置监事，监事的职权由审计委员会行使。上述公司治理结构的变更不会对公司治理产生不利影响。发行人公司治理结构不断健全和完善，不存在重大缺陷。

### 二、发行人内部控制情况

#### （一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求（以下简称“企业内部控制规范体系”），结合公司内部控制制度和评价办法，在内部控制日常监督和专项监督的基础上，公司董事会对公司截至 2025 年 12 月 31 日的内部控制有效性进行了评价。

公司管理层认为：公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间，未发生影

响内部控制有效性评价结论的因素。

## （二）注册会计师对公司内部控制的审计意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《内部控制审计报告》（信会师报字[2026]第 ZG11770 号），认为：必迈体育于 2025 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

## （三）报告期内公司存在的内部控制缺陷及整改情况

发行人不存在重大的内部控制缺陷。

## 三、发行人报告期内违法违规情况

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，未受到国家行政及行业主管部门的重大行政处罚，亦不存在受到监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况。公司报告期内存在的行政处罚具体情况如下：

### （一）上海美锦的市场监管部门处罚

根据上海市市场监督管理局于 2024 年 10 月 30 日出具的《行政处罚决定书》（沪市监总处〔2024〕322024000186 号），上海美锦因在广告中贬低其他生产经营者的商品的行为违反《中华人民共和国广告法》第十三条的规定。上海市市场监督管理局依据《中华人民共和国广告法》第五十九条的规定，责令上海美锦停止发布违法广告，并处罚款人民币 2 万元。

根据《上海市市场监督管理行政处罚裁量基准》相关规定，违反《中华人民共和国广告法》第十三条的规定，处 3 万元以下罚款的，属于适用从轻处罚裁量等级的情形。因此，前述行为不构成重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。上海美锦已按行政处罚决定书的要求进行整改并及时缴清全部罚款，该行政处罚事项不构成公司本次发行上市的实质性法律障碍。

### （二）北京景卓的市场监管部门处罚

根据北京市大兴区市场监督管理局于 2025 年 6 月 11 日出具的《行政处罚决定书》（京兴市监处罚〔2025〕3158 号），北京景卓在产品或产品包装及标签上标注含有“有机”“ORGANIC”等字样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案，违反《有机产品认证管理办法》（2022 修订）第三十四

条第一项的规定。北京市大兴区市场监督管理局依据《有机产品认证管理办法》（2022 修订）第四十八条的规定，责令北京景卓改正上述违法行为，并处罚款人民币 0.1 万元。

根据前述行政处罚决定书的认定和《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2024 修订）》相关规定，北京景卓上述违法行为适用“违法产品货值金额一万元以下，且初次违法，未造成危害后果的，并积极改正”的裁量基准；且北京景卓积极配合市场监管部门调查并主动提供证据材料，北京市大兴区市场监督管理局予以从轻处罚。因此，前述行为不构成重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。北京景卓已按行政处罚决定书的要求进行整改并及时缴清全部罚款，该行政处罚事项不构成公司本次发行上市的实质性法律障碍。

## 四、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况

### （一）报告期内资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况。公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业发生的资金往来情况详见本节“七、（二）关联交易”相关内容。

### （二）报告期内为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

公司已在《公司章程》《对外担保管理制度》中明确对外担保的审批权限和审议程序。报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

## 五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司具有独立、完整的资产、业务体系及面向市场独立经营的能力。

### （一）资产完整情况

公司拥有独立完整的研发、采购和销售配套设施及资产，具备与生产经营有

关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的房产、机器设备以及商标、专利的所有权或者使用权。公司资产完整，不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

## （二）人员独立情况

公司设有独立的劳动、人事、工资报酬以及社会保障管理体系。公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，或在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

## （三）财务独立情况

公司设有独立的财务部门，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司开设了独立的银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况；公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。

## （四）机构独立情况

公司设有股东会、董事会及其下属专门委员会等权力决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的内部经营管理机构，各机构严格依照《公司法》《公司章程》以及公司各项规章制度的规定行使职权。公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。

## （五）业务独立情况

公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司拥有独立完整的研发、采购、生产和销售体系，并具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

## （六）主营业务、控制权、管理团队稳定方面

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三年内，主营业务和董事、高级管理人员均未发生重大不利变化。公司的股份权属清晰，最近三年，实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

## （七）重大权属纠纷、或有事项、经营环境变化方面

公司不存在主要资产、核心技术、商标有重大权属纠纷的情况，不存在重大偿债风险，不存在重大对外担保、诉讼、仲裁等或有事项，亦不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的其他事项。

## 六、同业竞争

### （一）发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业未从事与公司相同、相似的业务或活动，与公司之间不存在同业竞争，具体情况如下：

序号	公司名称	关联关系	实际经营业务
1	上海百禄佳信息咨询有限公司	张志勇通过 Belugaz 持股 100.00% 的企业	投资
2	弓长尚造投资（北京）有限公司	张志勇持股 50% 的企业	无实际经营
3	北京东方健源体育管理有限公司	张志勇配偶郝炜持股 50% 的企业	体育场地租赁运营

### （二）发行人控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免未来与发行人之间可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，发行人控股股东 Belugaz、实际控制人张志勇出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容参见“第十二节 附件”之“附件二、九、控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺”。

## 七、关联方、关联关系和关联交易

### （一）关联方和关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》及《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规的规定，截至本招股说明书签署日，公司的主要关联方和关联关系情况如下：

#### 1、控股股东和实际控制人

发行人控股股东为 Belugaz，实际控制人为张志勇，具体情况参见“第四节 发行人基本情况”之“六、（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

## 2、除控股股东、实际控制人外，持有发行人 5%及以上股份的股东

序号	股东名称	关联关系
1	刘国忠、上海亿丰和	刘国忠持有发行人 14.0227%的股份，刘国忠与其一致行动人上海亿丰和合计持有发行人 15.6018%的股份
2	Dong Capital	持有发行人 9.6170%的股份
3	董俊	通过 Dong Capital 间接持有发行人 9.6170%股份
4	青岛高瓴	持有发行人 5.1020%的股份

关于持有公司 5%及以上股份的股东情况，参见“第四节 发行人基本情况”之“六、（四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况”。

## 3、董事、高级管理人员

发行人的董事、高级管理人员的具体情况参见“第四节 发行人基本情况”之“十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”的相关内容。

## 4、控股股东的董事、监事及高级管理人员

发行人控股股东 Belugaz 的董事为张志勇，未选举监事，亦未聘任高级管理人员。

## 5、上述关联自然人的关系密切的家庭成员

前述第 1 项至第 3 项所述自然人的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

## 6、控股股东、实际控制人控制的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	上海百禄佳信息咨询有限公司	Belugaz 持有其 100%的股权；张志勇之子张明亮担任其董事；张志勇配偶郝炜担任其经理、财务负责人
2	弓长尚造投资（北京）有限公司	张志勇持有其 50%的股权

## 7、其他关联法人

其他关联法人包括上述关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的除公司及子公司以外的法人或其他组

织，具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	北京东方健源体育管理有限公司	张志勇配偶郝炜持有其 50%的股权
2	江苏赛迪进出口有限公司	张志勇之子配偶的母亲鲍铭持有其 34%的股权，并担任其执行董事
3	上海榕润信息咨询有限公司	Dong Capital 持有其 100%的股权；董俊之子董啸楠担任其董事；董俊配偶周志芳担任其经理及财务负责人
4	山东力威体育用品有限公司	刘国忠持有其 90%的股权，并担任其执行董事、总经理；刘国忠配偶李建新持有其 10%的股权
5	山东力威经贸有限公司	刘国忠持有其 70%的股权，并担任其执行董事、总经理；刘国忠配偶李建新持有其 30%的股权
6	青岛英茁体育用品有限公司	刘国忠控制的山东力威经贸有限公司持有其 65%的股权；刘国忠担任其董事长
7	青岛英茁信息科技有限公司	刘国忠控制的山东力威经贸有限公司持有其 85%的股权
8	青岛云泰投资有限公司	刘国忠持有其 70%的股权，并担任其执行董事、总经理；刘国忠配偶李建新持有其 15%的股权；刘国忠之女刘方舟持有其 15%的股权
9	青岛嘉茂企业管理有限公司	刘国忠控制的青岛云泰投资有限公司持有其 100%的股权；刘国忠担任其董事、经理
10	青岛悦众体育发展有限公司	刘国忠控制的青岛云泰投资有限公司持有其 50%的股权；由刘国忠担任执行事务合伙人的青岛亿丰和管理咨询合伙企业（有限合伙）持有其 20%的股权
11	悦众（济南）体育发展有限公司	刘国忠间接控制的青岛悦众体育发展有限公司持有其 100%的股权
12	青岛嘉胜体育文化有限公司	刘国忠控制的青岛云泰投资有限公司持有其 100%的股权
13	青岛世羽体育有限公司	刘国忠间接控制的青岛嘉胜体育文化有限公司持有其 45%的股权；刘国忠曾担任其财务负责人，已于 2025 年 4 月离任
14	青岛世羽酒店管理有限公司	刘国忠间接控制的青岛世羽体育有限公司持有其 100%的股权
15	世羽文化发展（青岛）有限公司	刘国忠间接控制的青岛世羽体育有限公司持有其 100%的股权
16	海南瀚谦管理咨询有限公司	刘国忠持有其 70%的股权，并担任其执行董事、总经理；刘国忠配偶李建新持有其 15%的股权；刘国忠之女刘方舟持有其 15%的股权
17	海南云泰体育用品有限公司	刘国忠控制的海南瀚谦管理咨询有限公司持有其 100%的股权；刘国忠担任其执行董事、总经理
18	海南云冠体育用品有限公司	刘国忠控制的海南瀚谦管理咨询有限公司持有其 65%的股权
19	青岛威升体育用品有限公司	刘国忠间接控制的海南云冠体育用品有限公司持有其 100%的股权
20	新境界国际物流（深圳）有限公司	刘国忠持有其 50%的股权
21	青岛爱拓高尔夫俱乐部有限公司	刘国忠之女刘方舟持有其 70%的股权，并担任其执行董事

序号	关联方名称	关联关系
22	青岛爱拓商贸有限公司	刘国忠之女刘方舟持有其 60%的股权，并担任其执行董事
23	山东方诺人力资源有限公司	刘国忠之女刘方舟持有其 100%的股权
24	潍坊市方铖电子商务有限公司	刘国忠之女刘方舟持有其 72%的股权；刘方舟控制的山东方诺人力资源有限公司持有其 28%的股权
25	青岛睿翼贸易有限公司	刘国忠之女刘方舟持有其 65%的股权，并担任其董事、经理
26	青岛圣睿体育用品有限公司	刘国忠之女刘方舟控制的青岛睿翼贸易有限公司持有其 100%的股权
27	青岛亿丰和管理咨询合伙企业（有限合伙）	刘国忠担任其执行事务合伙人，并持有其 5%的合伙份额
28	青岛宝胜国际体育用品有限公司	刘国忠控制的山东力威经贸有限公司持有其 28%的股权；刘国忠担任其董事
29	北京中和泮淀科技发展有限公司	李哲持有其 100%的股权，并担任其执行董事、经理
30	元荃管理咨询（上海）合伙企业（有限合伙）	李哲担任其执行事务合伙人，并持有其 95%的合伙份额
31	北京睿信德成投资咨询有限公司	李哲担任其董事，并持有其 8.3333%的股权
32	北京联想智联网络有限公司	李哲担任其经理
33	北京悦己美丽健康科技有限公司	李哲配偶的母亲张丽持有其 100%的股权，并担任其执行董事、经理；李哲配偶武静担任其财务负责人
34	天津恒采科技有限公司	王亚磊配偶之弟彭波持有其 50%的股权，并担任其董事、经理
35	天津揽天贸易有限公司	王亚磊配偶之弟彭波持有其 50%的股权
36	东成智造（天津）科技集团有限公司	王亚磊配偶之弟彭波持有其 50%的股权，并担任其执行董事、经理
37	上海迈风管理咨询合伙企业（有限合伙）	李超担任其执行事务合伙人，并持有其 0.9121%的合伙份额

## 8、控股子公司、参股公司

发行人的控股子公司、参股公司具体情况参见“第四节 发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司、参股公司基本情况”。

## 9、报告期初至今曾与公司存在关联关系的主要关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	北京金圣维通餐饮管理有限公司	张志勇持有其 33.3333%的股权，并曾担任其经理，已于 2025 年 8 月离任
2	中国动向（集团）有限公司	张志勇曾担任其首席执行官、总裁、执行董事，已于 2023 年 9 月离任
3	Lucky Starry	张志勇配偶郝炜曾持有其 100%的股份并担任其董事，已于 2024 年 6 月注销
4	Fill Glory	张志勇配偶郝炜、其子张明亮曾合计持有其 100%的股份，郝炜曾担任其董事，已于 2024 年 6 月注销

序号	关联方名称	关联关系
5	Power Key	张志勇之子张明亮曾持有其 100%的股份，李超曾担任其董事，已于 2024 年 6 月注销
6	Keep Up	董俊曾持有其 100%的股份，并曾担任其董事，已于 2024 年 6 月注销
7	开曼嘉惠盟	Lucky Starry 控制的企业，张志勇配偶郝炜曾担任其董事，已于 2024 年 6 月注销
8	香港嘉惠盟	开曼嘉惠盟曾持有其 100%的股份，并于 2024 年 2 月将全部股份转让给张志勇之子张明亮，张志勇配偶郝炜曾担任其董事，已于 2025 年 5 月注销
9	元荃管理咨询（北京）有限公司	李哲曾持有其 99%的股权并担任其执行董事、经理，已于 2026 年 2 月注销
10	上海驼峰致远管理咨询有限公司	李哲曾持有其 50%的股权并担任其执行董事、财务负责人，已于 2025 年 10 月注销
11	王进福	报告期内曾为发行人持股 5%以上股东，已于 2023 年 6 月起持股比例降至 5%以下；曾担任发行人董事，已于 2025 年 9 月离任
12	北京福致科技有限公司	王进福持有其 100%的股权，并担任其执行董事、经理
13	北京金响指科技有限公司	王进福持有其 30%的股权，并担任其董事
14	沈皓瑜	曾担任发行人董事，已于 2026 年 1 月离任
15	珠海蓝图运动科技股份有限公司	沈皓瑜曾担任其董事，已于 2025 年 2 月离任
16	张凡	曾担任发行人监事，已于 2026 年 1 月离任
17	上海迈津管理咨询合伙企业（有限合伙）	张凡持有其 1.10%的合伙份额，并担任其执行事务合伙人
18	青岛国脉投资有限公司	刘国忠曾持有其 52%的股权并担任其董事长，已于 2025 年 10 月注销
19	南京舜鑫体育用品有限公司	刘国忠控制的青岛云泰投资有限公司曾持有其 65%的股权，已于 2026 年 3 月注销
20	青岛乾创体育用品有限公司	刘国忠控制的青岛云泰投资有限公司曾持有其 65%的股权，已于 2026 年 4 月注销
21	新境界国际物流（青岛）有限公司	刘国忠控制的新境界国际物流（深圳）有限公司曾持有其 45%的股权，刘国忠曾持有其 10%的股权并担任其执行董事，已于 2023 年 12 月注销
22	青岛型动体育文化有限公司	刘国忠之女刘方舟曾持有其 70%的股权并担任其执行董事、总经理，刘国忠控制的山东力威体育用品有限公司曾持有其 30%的股权，已于 2023 年 11 月不再持股及任职
23	郭桐彤	报告期内曾为发行人持股 5%以上股东，已于 2023 年 6 月起持股比例降至 5%以下
24	湖南嘉泰鞋业有限公司	郭桐彤之父郭泽森持有其 75.70%的股权，并担任其执行董事
25	泉州嘉泰鞋业有限公司	郭桐彤之父郭泽森持有其 15.80%的股权，并担任其董事、经理，郭桐彤的兄弟郭华清持有其 84.20%的股权
26	泉州市鼎沃房地产开发有限公司	郭桐彤及其父郭泽森合计持有其 100%的股权，郭泽森担任其执行董事、总经理
27	汉桐新材料科技开发有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清持有其 51%的股权；郭桐彤之父郭泽森持有其 19%的股权，并担任其执行董事

序号	关联方名称	关联关系
28	泉州恒茂塑胶有限公司	郭桐彤之父郭泽森持有其 100%的股权并担任其执行董事、总经理
29	泉州台商投资区怡兴橡塑有限责任公司	郭桐彤持有其 20%的股权，郭桐彤之父郭泽森持有其 29%的股权并担任其执行董事、总经理，郭桐彤的兄弟郭华清持有其 51%的股权
30	江西琛森鞋业有限公司	郭桐彤之父郭泽森曾持有其 90%的股权并担任其董事，已于 2025 年 11 月不再持股及任职
31	泉州万润商品投资管理有限公司	郭桐彤之父郭泽森持有其 48%的股权
32	福建惠安县怡德塑胶有限公司	郭桐彤之父郭泽森持有其 15.7895%的股权，并担任其董事、总经理
33	厦门天泽鼎沃私募基金管理有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清及其配偶林巧斌合计持有其 100%的股权，郭华清担任其执行董事、经理
34	江西云链信息产业有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清持有其 70%的股权
35	福建省贯日自动化科技有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清持有其 16%的股权，并担任其董事
36	鼎沃（福建）能源科技有限责任公司	郭桐彤的兄弟郭华清及其配偶林巧斌合计持有其 100%的股权，林巧斌担任其执行董事、经理
37	上海益杰生物技术有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清持有其 10%的股权并担任其董事
38	泉州市健睿体育用品有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清及其配偶林巧斌合计持有其 100%的股权
39	天泽鼎沃（泉州）私募基金管理有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清担任其执行董事，已于 2024 年 3 月注销
40	科济药业控股有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清担任其非执行董事
41	福建省鼎沃投资管理有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清的配偶林巧斌持有其 100%的股权，并担任其执行董事、经理
42	福建省原禾投资咨询有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清的配偶林巧斌持有其 67%的股权，并担任其执行董事、经理
43	泉州市哥牧尼电子商务有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清及其配偶林巧斌合计持有其 100%的股权，林巧斌担任其执行董事、经理，已于 2025 年 3 月注销
44	泉州鼎亨投资合伙企业（普通合伙）	郭桐彤的兄弟郭华清的配偶林巧斌持有其 70%的合伙份额，并担任其执行事务合伙人，已于 2025 年 5 月注销
45	泉州朵拉亚七教育科技有限公司	郭桐彤的兄弟郭华清及其配偶林巧斌曾合计持有其 100%的股权，林巧斌曾担任其执行董事、经理、财务负责人，已于 2024 年 4 月不再持股及任职
46	Winner Hill Investment Limited	报告期内曾为发行人持股 5%以上股东，已于 2023 年 6 月起持股比例降至 5%以下
47	如是观山体育文化发展南京有限公司	北京景卓曾持有其 33.40%的股权，已于 2025 年 8 月全部转让
48	此山攀岩户外运动（南京）有限公司	如是观山体育文化发展南京有限公司持有其 100%的股权
49	上海此山攀岩俱乐部有限公司	如是观山体育文化发展南京有限公司持有其 100%的股权

## （二）关联交易

### 1、重大关联交易的判断标准

根据《深圳证券交易所股票上市规则》，公司将达到以下标准的交易认定为重大关联交易：

（1）与关联自然人发生的成交金额超过 30 万元的交易；

（2）与关联法人（或者其他组织）发生的成交金额超过 300 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值超过 0.5% 的交易。

此外，由于公司支付关键管理人员薪酬为公司正常经营活动的必要支出，因此将其认定为一般关联交易。

### 2、报告期内关联交易总体情况

报告期内公司发生的关联交易简要汇总表如下：

单位：万元

关联交易类别	关联交易内容	交易金额		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
重大经常性关联交易	关联采购	不适用	6,921.51	6,072.45
	关联销售	983.89	1,001.16	967.14
重大偶发性关联交易	关联拆借	具体参见本节“七、（二）、3、（2）、1）关联拆借”		
	关联担保	具体参见本节“七、（二）、3、（2）、2）关联担保”		
一般性关联交易	关联销售	26.47	85.96	95.78
	关键管理人员薪酬	793.04	343.31	250.64

### 3、重大关联交易

#### （1）重大经常性关联交易

##### 1) 向关联方采购商品及接受劳务

报告期内，公司重大经常性关联采购系向湖南嘉泰鞋业有限公司采购成品鞋，具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
湖南嘉泰鞋业有限公司	成品鞋采购	不适用 <sup>注2</sup>	6,921.51 <sup>注1</sup>	6,072.45

关联方	关联交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业成本		-	75,654.69	57,585.16
占营业成本的比例		-	9.15%	10.55%

注 1：2023 年 6 月 13 日，因公司增资事项，郭桐彤所持发行人股份被动稀释至 5% 以下，其父亲所控制的湖南嘉泰鞋业有限公司自 2024 年 6 月 13 日起不再为公司关联方，上述 2024 年度对应金额系 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 6 月 13 日期间的采购金额；

注 2：湖南嘉泰鞋业有限公司系发行人主要供应商之一，其完整交易情况具体参见“第五节业务和技术”之“五、（三）主要供应商情况”中各年度向湖南嘉泰鞋业有限公司的采购金额。

湖南嘉泰鞋业有限公司主要从事橡胶鞋底、鞋类加工业务，具有多年鞋类加工生产经验，其产品质量、生产效率可以满足公司多品种鞋类加工需求。报告期内，公司向湖南嘉泰鞋业有限公司关联采购商品的金额分别为 6,072.45 万元、6,921.51 万元和 0.00 万元，占营业成本的比例分别为 10.55%、9.15% 和 0.00%。公司与湖南嘉泰鞋业有限公司的交易系基于真实业务需求，具备合理的商业背景，交易价格由双方协商确定，定价公允。

## 2) 向关联方销售商品及提供劳务

报告期内，公司重大经常性关联销售系向经销商山东力威经贸有限公司销售鞋、服装、配件等产品，具体如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
山东力威经贸有限公司	鞋、服装、配件	983.89	1,001.16	967.14
营业收入		181,779.85	150,301.77	106,587.15
占营业收入的比例		0.54%	0.67%	0.91%

山东力威经贸有限公司主要从事运动品牌批发零售业务，除发行人产品外，其先后代理李宁、阿迪达斯、耐克、Lee、艾高、火柴棍等国内外知名体育及户外品牌。报告期内，山东力威经贸有限公司作为发行人经销商，向发行人采购“美津浓”品牌产品用于其线下门店销售，金额分别为 967.14 万元、1,001.16 万元和 983.89 万元，占发行人营业收入的比例分别为 0.91%、0.67% 和 0.54%。公司与山东力威经贸有限公司的业务往来系基于真实业务需求，具备合理的商业背景，其定价政策与其他同货品类经销商不存在差异，定价公允。

## （2）重大偶发性关联交易

### 1) 关联拆借

单位：万元

拆入方	拆出方	年度	期初本金余额	本期本金拆入	本期本金归还	期末本金余额	本期利息
发行人	张志勇 <sup>注1</sup>	2023	3,733.34	326.50	1,641.00	2,418.84	56.80
		2024	2,418.84	265.00	836.00	1,847.84	6.91
		2025	1,847.84	-	80.00	1,767.84	4.39
发行人	北京东方健源体育管理有限公司	2023	400.00	200.00	600.00	-	4.64
发行人	山东力威经贸有限公司	2023	5,141.64	2,500.00	7,641.64	-	195.19
发行人	刘国忠	2023	162.00	-	162.00	-	-
发行人	董俊 <sup>注2</sup>	2023	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	37.94
		2024	1,000.00	-	1,000.00	-	9.49
王进福	发行人	2023	65.51	-	65.51	-	2.46

注1：截至本招股说明书签署日，发行人向张志勇的借款本金及利息均已清偿完毕，不存在未清偿余额；

注2：公司董事、总经理董俊从北京农村商业银行取得个人经营“循环贷”，供公司日常生产经营使用，单笔借款期限最长为1年，2023年到期前偿还并重新借入。

报告期内，发行人与关联方之间的资金拆入主要系发行人业务扩张所需，关联方为发行人提供短期流动资金支持，用于企业日常经营周转。

## 2) 关联担保

### ①为关联方提供担保

担保人	被担保人	债权人	担保方式	担保金额（万元）	担保合同签订日	截至报告期末是否履行完毕
必迈有限	董俊	北京农村商业银行股份有限公司海淀新区支行	保证担保	1,000.00	2022.12.23	是

报告期内，公司董事、总经理董俊为保障公司的生产运营资金需求，与北京农村商业银行签订个人经营贷款合同，该笔借款由公司实际支配并用于公司日常生产经营。公司作为担保人与北京农村商业银行签订最高额保证合同，为该项借款提供担保。2024年，前述借款已足额清偿，不存在贷款逾期、欠息等违约情形。

### ②接受关联方担保

担保人/ 抵押人	被担保人/ 债务人	债权人/抵押 权人	担保 方式	担保金额（万元）	合同/保证 书签署日	截至报告期末 是否履行完毕
山东力威经贸有限公司 <sup>注1</sup>	上海美锦	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	保证担保	在 2019 年 1 月 1 日起至 2042 年 12 月 31 日期间依据被担保人与债权人签订且届时有效的书面协议，在最高债权额之内承担连带保证责任	2019.9.30 2021.3.31 2022.2.15	是 <sup>注2</sup>
山东力威经贸有限公司、刘国忠	上海美锦	美津浓株式会社、上海美津浓有限公司	保证担保	在 2019 年 1 月 1 日起至 2042 年 12 月 31 日期间依据被担保人与债权人签订且届时有效的书面协议，在最高债权额之内承担连带保证责任	2022.10.28	否
王进福、郝炜	北京景卓	北京农村商业银行股份有限公司海淀新区支行	保证/ 抵押担保	450.00	2022.12.28	是
王进福	北京景卓	重庆京东盛际小额贷款有限公司及其关联方指定的作为企业金采产品出借人的第三方机构	保证担保	5,000.00	2023.6.20	否
张志勇、郝可心 <sup>注3</sup>	上海美锦	美津浓株式会社、上海美津浓有限公司	抵押担保	以抵押人所有的一处房地产，为在本协议签署之日起至 2042 年 12 月 31 日期间依据债务人与抵押权人于 2018 年 12 月 1 日签订的《LICENSE AGREEMENT》项下每年度“美津浓”商标许可及商品买卖保底费用（本金 3,000 万元）及由此产生的一切款项以及债权人为实现对债务人的上述债权而支出的合理费用和与上述债务相关的其他合理债务提供抵押担保	2024.6.26	否
张志勇、董俊	必迈体育	中信银行股份有限公司北京分行	保证担保	6,000.00	2025.10.15	否

注 1：经山东力威经贸有限公司申请，中信银行股份有限公司潍坊分行为上海美锦向伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司开具分离式见索即付履约保函，在该保函项下该行承担的付款金额最高不超过 8,000 万元，保函有效期为 2022 年 10 月 26 日至 2025 年 10 月 25 日。报告期内，上海美锦确认并向山东力威经贸有限公司支付保函开具费用共计 852,444.44 元，相关保函费用由银行定价，定价公允；

注 2：2025 年 10 月，伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司向山东力威经贸有限公司出具了《担保撤销函》，同意撤销山东力威经贸有限公司相应担保责任；

注 3：郝可心系张志勇之女。

除上述关联担保外，发行人及其子公司存在与关联方共同借款事项，具体如下：

2022年9月27日，借款人必迈有限、共同借款人董俊与中国建设银行股份有限公司北京安慧支行签署了借款合同，约定借款额度为300万元，相关借款用于必迈有限日常生产经营周转，借款人必迈有限与共同借款人董俊承担共同还款责任，上述借款已于2023年9月27日清偿完毕。

2023年12月15日，借款人北京景卓、共同借款人王进福与交通银行股份有限公司北京东三环支行签署了借款合同，约定借款额度为200万元，相关借款用于北京景卓日常经营费用，借款人北京景卓与共同借款人王进福承担共同还款责任，上述借款已于2024年7月5日清偿完毕。

#### 4、一般关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2025年度	2024年度	2023年度
北京东方健源体育管理有限公司	鞋、服装、配件	2.62	7.08	1.08
如是观山体育文化发展南京有限公司	代运营服务	23.85	78.88	94.70
关键管理人员	关键管理人员薪酬	793.04	343.31	250.64

##### （1）向北京东方健源体育管理有限公司销售鞋、服装、配件产品

北京东方健源体育管理有限公司主要从事城市公园内体育场馆及运动设施的投资建设与运营管理。报告期内，向发行人采购产品金额分别为1.08万元、7.08万元和2.62万元，占发行人营业收入的比例分别为0.001%、0.005%和0.001%，占比较小。报告期内，公司与北京东方健源体育管理有限公司的交易系基于真实业务需求，具备合理的商业背景，交易价格由双方协商确定，定价公允。

##### （2）向如是观山体育文化发展南京有限公司提供代运营服务

如是观山体育文化发展南京有限公司主要从事户外运动品牌代理及相关服务，具备丰富的国际户外运动品牌代理及综合服务经验。报告期内，发行人向如是观山体育文化发展南京有限公司提供店铺代运营服务，金额分别为94.70万元、78.88万元和23.85万元，占营业收入的比例分别为0.09%、0.05%和0.01%。公司与如是观山体育文化发展南京有限公司的交易系基于真实业务需求，具备合理的商业背景，交易价格由双方协商确定，定价公允。

### （3）关键管理人员薪酬

报告期内，公司向关键管理人员支付的薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
关键管理人员薪酬	793.04	343.31	250.64

报告期内，关键管理人员薪酬呈逐年上升趋势。其中，2025 年度关键管理人员薪酬显著增加，主要原因系：（1）发行人实际控制人张志勇自 2024 年 10 月 31 日起先后担任公司董事、董事长，其 2025 年度薪酬合计 310.13 万元，拉高整体薪酬水平；（2）公司 2025 年整体变更为股份公司后，持续健全治理架构，关键管理人员人数进一步增加；（3）随着公司业务规模扩大、经营效益稳步提升，关键管理人员薪酬绩效水平不断提升。

## 5、关联方应收应付款项余额

### （1）应收关联方款项

单位：万元

科目名称	关联方	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31	款项性质
其他应收款	山东力威经贸有限公司	-	-	21.02	道具款
预付款项	山东力威经贸有限公司	-	26.81	53.61	保函费用

### （2）应付关联方款项

单位：万元

科目名称	关联方	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31	款项性质
应付账款	如是观山体育文化发展南京有限公司	1.93	6.88	14.48	代收代营运店铺货款
	湖南嘉泰鞋业有限公司	不适用 <sup>注</sup>	不适用 <sup>注</sup>	4,663.32	货款
其他应付款	北京东方健源体育管理有限公司	0.20	0.20	0.20	押金保证金
	如是观山体育文化发展南京有限公司	2.00	2.00	3.00	押金保证金
	山东力威经贸有限公司	22.90	10.00	10.00	押金保证金、道具款
	湖南嘉泰鞋业有限公司	不适用 <sup>注</sup>	不适用 <sup>注</sup>	10.00	押金保证金
	张志勇	1,813.81	1,889.42	2,453.51	借款本息

科目名称	关联方	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31	款项性质
	嘉惠盟（香港）科技有限公司	-	136.16	136.16	借款利息
	董俊	-	-	1,000.00	借款
合同负债	北京东方健源体育管理有限公司	-	-	3.41	预付货款
	山东力威经贸有限公司	160.93	126.57	9.35	预付货款

注：2023年6月13日，因公司增资事项，郭桐彤所持发行人股份被动稀释至5%以下，其父亲控制的发行人关联方湖南嘉泰鞋业有限公司自2024年6月13日起不再为公司关联方。

### （三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方之间的关联交易定价公允，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，不存在利用关联交易进行利益输送的情形，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

### （四）关联交易履行程序情况

#### 1、报告期内关联交易履行的程序

##### （1）关联交易决策程序

公司按照《公司法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的规定，制定了《公司章程》《公司章程（草案）》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等制度，对关联交易事项的决策程序进行了明确规定。

##### （2）报告期内发生的关联交易履行的审议程序

公司第一届董事会第七次会议、2026年第二次临时股东会分别审议通过《关于确认2023年至2025年关联交易的议案》，确认了公司报告期内发生的关联交易情况，关联交易定价公允，不存在损害公司及公司股东利益的情形。

#### 2、独立董事对关联交易发表的意见

公司独立董事就报告期内发生的关联交易事项发表了独立意见：公司2023年至2025年发生的关联交易系公司开展经营活动所需，具备商业合理性，该等交易事项遵循公开、公平、公正的原则，交易价格参照市场价格进行定价，不存在通过相关交易转移利益的情形，该等交易未导致公司主要业务对关联方形成重大依赖，未对公司独立性构成不利影响，不存在损害公司利益的情形，也不存在

损害公司股东利益的情形。

#### **（五）报告期内关联方的变化情况**

报告期内，公司的主要关联方变化情况详见本节“七、（一）关联方和关联关系”之“9、报告期初至今曾与公司存在关联关系的主要关联方”。

## 第九节 投资者保护

### 一、本次发行完成前滚存利润的分配

根据公司 2026 年第二次临时股东会决议，若公司首次公开发行股票并上市方案经深圳证券交易所审核同意及中国证监会注册并得以实施，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润（累计未弥补亏损）由发行后的新老股东按照发行后的持股比例共享。

### 二、本次发行上市前的股利分配政策

根据公司现行有效的《公司章程》规定，公司本次发行上市前的股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余未分配利润（如有）、资本公积金、盈余公积金由所有股东按照持有的股份比例共同享有。

股东会违反《公司法》向股东分配利润的，股东应当将违反规定分配的利润退还公司；给公司造成损失的，股东及负有责任的董事、高级管理人员应当承担赔偿责任。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

### 三、报告期内股利实际分配情况

2025 年 3 月 3 日，公司召开股东会审议通过《关于公司 2024 年度利润分配方案的议案》，同意公司按照实缴出资比例向全体股东合计分配利润 5,360.00 万元。

2026年3月26日，公司召开2026年第二次临时股东会审议通过《关于利润分配方案的议案》，向全体股东合计分配8,281.30万元，由全体股东按持有的股权比例享有。

## 四、本次发行上市后的股利分配政策

### （一）公司章程中利润分配相关规定

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后的股利分配政策具体如下：

“第一百五十九条 公司可以采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利，在同时符合现金及股票分红条件的情况下，应当优先采取现金分红方式。

同时满足以下条件的，公司应采取现金方式分配利润：

（一）公司该年度实现盈利、且弥补以前年度亏损和依法提取公积金后，累计未分配利润为正值；

（二）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（三）现金流可以满足公司正常经营和持续发展的需求；

（四）公司无重大投资计划或重大资金支出安排（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大资金支出指公司未来12个月内拟实施对外投资、收购资产、购买设备、购买土地或其他事项的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的10%。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平、债务偿还能力、是否有重大资金支出安排和投资者回报等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（一）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（二）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（三）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款第（三）项规定处理。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

公司董事会应结合公司盈利水平、资金需求等情况拟定合理的分配方案，利润分配方案需经董事会审议通过后提交公司股东会审议，并充分听取独立董事和审计委员会的意见。

独立董事认为现金分红具体方案可能损害公司或者中小股东权益的，有权发表独立意见。董事会对独立董事的意见未采纳或者未完全采纳的，应当在董事会决议中记载独立董事的意见及未采纳的具体理由，并披露。

审计委员会应当关注董事会执行现金分红政策以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况。审计委员会发现董事会存在未严格执行现金分红政策、未严格履行相应决策程序或未能真实、准确、完整进行相应信息披露的，应当督促其及时改正。

股东会对利润分配方案审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题，并切实保障中小股东参与股东会的权利。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原

因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，提交股东会审议，并披露。

第一百六十条 公司现金股利政策目标为稳定增长股利。

当公司最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见、资产负债率高于 70%或经营性现金流为负的，可以不进行利润分配。

第一百六十一条 公司股东会对利润分配方案作出决议后，或者公司董事会根据年度股东会审议通过的下一年中期分红条件和上限制定具体方案后，须在两个月内完成股利（或者股份）的派发事项。”

## **（二）董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由**

为明确公司首次公开发行股票并上市后对股东的分红回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，董事会已就股东回报事宜进行了专项研究论证，根据相关法律法规的要求，在充分考虑公司实际经营情况及未来发展需要的基础上，制定了《北京必迈体育股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，并经公司第一届董事会第七次会议和 2026 年第二次临时股东会审议通过。

## **（三）本次发行前后股利分配政策差异情况**

公司按照相关规则制定了《公司章程（草案）》和《北京必迈体育股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，相较于发行前的股利分配政策，进一步明确和细化了利润分配的期间间隔、现金分红的条件和比例、差异化的现金分红政策、利润分配的决策程序及监督机制等内容。

## **（四）现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制**

公司 2026 年第二次临时股东会审议通过了《公司章程（草案）》和《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》，约定了本次发行后公司现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制等利润分配相关内容，具体参见本节之“四、（一）公司章程中利润分配相关规定”。

## **（五）上市后三年内现金分红等利润分配计划、制定的依据和可行性及未分配利润的使用安排**

## 1、利润分配计划的具体内容

根据公司制定的《北京必迈体育股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，公司在上市后三年内现金分红等利润分配计划具体如下：

### “1、利润分配形式

公司可以采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利，在同时符合现金及股票分红条件的情况下，应当优先采取现金分红方式。

当公司最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见、公司年度实现的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为负值、资产负债率高于 70%或现金流量净额为负的，可以不进行利润分配。

### 2、利润分配的期间间隔

在满足利润分配条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。”

现金分红的条件和比例、股票股利分配的条件等内容与《公司章程（草案）》第一百五十九条规定一致，具体参见本节之“四、（一）公司章程中利润分配相关规定”。

## 2、利润分配计划的制定依据

公司上市后三年股东分红回报规划的制定严格遵循《公司法》等法律、法规、规范性文件和《公司章程（草案）》的规定，重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司的可持续发展，公司董事会应结合公司盈利水平、资金需求等情况拟定合理的分配方案，并充分听取独立董事和审计委员会的意见。

## 3、利润分配计划的可行性

公司结合所处行业的特点及其发展趋势，综合考虑公司实际情况、发展目标、股东意愿、外部融资成本和融资环境，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制。公司具备良好的持续盈利能力，公司上市后三年内现金分红等利润分配计划具有可行性。

#### 4、公司未分配利润的使用安排

公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润（累计未弥补亏损）由发行后的新老股东按照发行后的持股比例共享。公司将兼顾股东回报和自身可持续发展需要，合理使用未分配利润投入公司的生产经营活动，巩固和提升公司核心竞争力，从而为公司实现长远、可持续的价值增长奠定基础，保障全体股东的长期利益回报。

#### （六）公司长期回报规划的内容及制定的主要考虑因素

##### 1、公司长期回报规划的具体内容

公司上市后的长期回报规划重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，采取现金、股票股利、现金与股票股利相结合或者法律、法规允许的其他方式，并优先采取现金分红方式对利润进行分配，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，具体参见本节之“四、（一）公司章程中利润分配相关规定”。

##### 2、公司长期回报规划的主要考虑因素

公司在制定长期回报规划时，着眼于对投资者的合理回报并兼顾公司的长远和可持续发展，结合公司所处行业的特点及其发展趋势，综合考虑公司实际情况、发展目标、股东意愿、外部融资成本和融资环境，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，以保证利润分配政策的连续性、稳定性。

#### （七）重要子公司的分红政策

发行人重要子公司的主要利润分配政策如下：

序号	子公司名称	股东构成	利润分配政策
1	上海美锦	发行人直接持有其 100%股权	公司股东行使如下职权：.....审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案。
2	湖北必迈	发行人直接持有其 100%股权	公司不设股东会，股东依法行使下列职权：.....审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案。

#### 五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排。

## 第十节 其他重要事项

### 一、重要合同

报告期内，发行人已履行、正在履行的对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的重大合同情况如下：

#### （一）销售合同

发行人销售模式根据渠道差异可划分为直销、经销和电商自营三大模式。报告期内各类模式相关的重大合同情况如下：

##### 1、第三方电商平台服务合同

报告期内，发行人主要通过抖音、天猫、京东等第三方电商平台开展线上直销业务，各电商平台为公司提供平台服务。公司与各电商平台签订服务协议，对包括但不限于服务内容、违约责任和其他双方权利义务条款进行了约定。报告期内，公司的重要电商平台服务协议如下：

序号	合同名称	合同相对方	主要合同内容	合同期限
1	电子商务开放平台店铺服务协议	上海格物致品网络科技有限公司、北京有竹居网络技术有限公司	公司于抖音开设店铺向消费者销售产品，并使用平台的各项服务	2022年12月30日、2024年7月1日、2025年7月2日起生效
2	天猫商户服务协议	阿里巴巴(上海)有限公司、浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、浙江天猫商业科技有限公司等	公司于天猫开设店铺向消费者销售产品，并使用平台的各项服务	服务开通之日起至2023年12月31日止（服务期自动续展的将延续至次年12月31日，依此类推）
3	“京东JD.COM”开放平台在线服务协议	江苏京东旭科信息技术有限公司	公司于京东开设店铺向消费者销售产品，并使用平台的各项服务	自生效时起持续有效

##### 2、经销合同

发行人通常与经销商签订合作框架协议，约定授权内容以及基本销售政策等，经销商在实际采购时会向公司下达具体订单。报告期内，发行人的重要经销框架合同情况如下：

序号	客户名称	品牌	合同名称	合同期限	履行情况
1	福建椰壳商贸有限公司	美津浓	年度产品经销合同	2023.01.01-2024.12.31	已履行
2			年度产品经销合同 <sup>注</sup>	2025.01.01-2027.12.31	正在履行
3	上海耐动体育用品有限公司	美津浓	年度产品经销合同	2022.01.01-2024.12.31	已履行
4			年度产品经销合同 <sup>注</sup>	2025.01.01-2027.12.31	正在履行
5	江苏骏溪网络科技有限公司	美津浓	经销合同	2023.12.25-2024.12.31	已履行
6			产品经销合同	2024.09.01-2025.12.31	已履行
7			经销合同	2025.01.01-2025.12.31	已履行
8	江苏天马网络科技集团有限公司	美津浓	经销合同 <sup>注</sup>	2025.05.01-2025.12.31	已履行
9			产品经销合同 <sup>注</sup>	2025.05.01-2025.12.31	已履行
10	山东苏典贸易有限公司	必迈	电商经销合同	2023.02.01-2024.01.31	已履行

注：因发行人业务调整，2025年下半年，上述合同主体由上海美锦变更为上海悦锦，原合同项下的上海美锦的全部权利和义务转由上海悦锦享有和承担。

### 3、电商自营合同

报告期内，发行人的重要电商自营合同如下：

序号	客户名称	品牌	合同名称	合同期限	履行情况
1	北京京东世纪贸易有限公司	必迈	产品购销协议	2024.01.01-2024.12.31	已履行
2			产品购销协议	2025.01.01-2025.12.31	已履行
3		美津浓	产品购销协议	2024.01.01-2024.12.31	已履行
4			产品购销协议	2025.01.01-2025.12.31	已履行

#### （二）采购合同

报告期内，公司主要采用“框架性协议+订单”的方式向供应商进行采购。

报告期内，发行人的重要采购框架合同如下：

序号	供应商名称	品牌	合同名称	合同期限	履行情况
1	永州市汇盛鞋业有限公司	美津浓	框架协议	2022.11.01-2023.10.31	已履行
2			框架协议	2023.11.01-2024.10.31	已履行
3			框架协议	2024.11.01-2025.12.31	已履行
4	湖南嘉泰鞋业有限公司	美津浓	框架协议	2022.11.01-2023.10.31	已履行
5			框架协议	2023.11.01-2024.10.31	已履行
6			框架协议	2024.11.01-2025.12.31	已履行

序号	供应商名称	品牌	合同名称	合同期限	履行情况
7		必迈	必迈产品加工定作协议	2021.02.01-2023.02.01	已履行
8			必迈产品加工定作协议	2023.02.01-2025.02.01	已履行
9			框架协议	2025.02.02-2027.02.02	正在履行
10	伊藤忠纤维贸易(中国)有限公司	美津浓	美津浓商品销售合同	2018年12月1日起生效	正在履行
11	中山市胜德鞋业有限公司	必迈	必迈产品加工定作协议	2021.12.01-2023.12.01	已履行
12			框架协议	2023.12.02-2025.12.02	已履行
13			框架协议	2025.12.02-2028.12.02	正在履行
14	湖北东林服装有限公司	必迈	框架协议	2024.03.01-2027.02.28	正在履行
15		美津浓	框架协议	2024.05.20-2025.05.19	已履行
16	中山市浩正鞋业有限公司	必迈	框架协议	2023.11.15-2025.11.15	已履行
17			框架协议	2025.11.15-2028.11.15	正在履行

注：中山市浩正鞋材有限公司自 2025 年 4 月起更名为中山市浩正鞋业有限公司。

### （三）授权经营合同

授权经营合同主要内容详见“第五节 业务和技术”之“八、发行人授权经营情况”。

### （四）银行授信/借款合同

截至报告期末，公司正在履行的重大银行授信/借款合同如下：

单位：万元

序号	被授信方/借款方	授信方/贷款方	合同名称	授信/借款金额	授信/借款期限	担保情况
1	必迈体育	中信银行股份有限公司北京分行	综合授信合同	6,000.00	2025.10.15-2026.10.11	张志勇、董俊提供连带责任保证担保，担保的最高债权本金金额为 6,000 万元
2	必迈有限	招商银行股份有限公司北京分行	授信协议	3,000.00	2025.06.02-2026.06.01	上海美锦提供连带责任保证担保，担保的最高债权本金余额为 3,000 万元

## 二、对外担保情况

截至报告期末，除对合并范围内主体提供担保外，公司及其子公司不存在为合并报表范围以外的第三方提供担保的情形，具体情况如下：

单位：万元

序号	合同名称	担保方	被担保方	债权人	主债务业务发生期限	担保金额	担保类型
1	最高额保证合同	必迈有限	上海美锦	上海浦东发展银行股份有限公司陆家嘴支行	2024.09.13-2027.09.12	5,000.00	连带保证责任
2	最高额不可撤销担保书	上海美锦	必迈有限	招商银行股份有限公司北京分行	2025.06.02-2026.06.01	3,000.00	连带保证责任

除上述担保事项外，经必迈体育申请，中信银行股份有限公司北京分行为上海美锦向伊藤忠开具了《见索即付付款保函》（编号：10000DLG2520160），在该保函项下银行承担的付款金额最高不超过 5,000 万元，保函有效期为 2025 年 10 月 16 日至 2028 年 10 月 14 日。

### 三、重大诉讼或仲裁情况

#### （一）公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司不存在对其财务状况、生产经营、经营成果、声誉、业务活动、未来前景有重大影响的诉讼、仲裁事项。

#### （二）控股股东及实际控制人作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人不存在由其作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

#### （三）公司董事、高级管理人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员均不存在由其作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

## 第十一节 声明

### 一、发行人及其全体董事、审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

 _____ 张志勇	 _____ 董俊	 _____ 王亚磊
 _____ 李哲	 _____ 王立彦	

全体审计委员会委员：

 _____ 王立彦	 _____ 李哲	 _____ 张志勇
---	--	---

非董事高级管理人员：

  
\_\_\_\_\_  
李超

北京必迈体育股份有限公司



2026年6月26日

## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司（或本人）承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

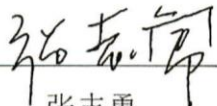
控股股东： Belugaz Limited



董事：

  
张志勇

实际控制人：

  
张志勇




北京必迈体育股份有限公司

2016 年 6 月 26 日

### 三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

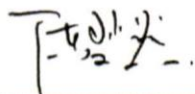


施公望



王英

项目协办人：



陈斐然

法定代表人：



苏军良



兴业证券股份有限公司

2026年6月26日

#### 四、保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读北京必迈体育股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

  
\_\_\_\_\_  
苏军良



## 五、保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读北京必迈体育股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



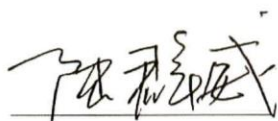
刘志辉



## 六、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

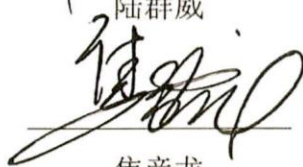


陆群威



徐琪

律师事务所负责人：



焦彦龙

北京市时代九和律师事务所



2026年6月26日

### 七、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读北京必迈体育股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

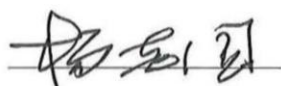


王首一



周皓月

会计师事务所负责人：



杨志国



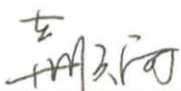
立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
会计师事务所  
（特殊普通合伙）6月26日



## 八、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

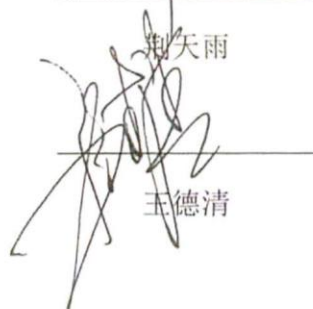


荆天雨



赵卫国

资产评估机构负责人：



王德清



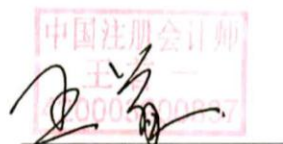
银信资产评估有限公司

2026年6月26日

## 九、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读北京必迈体育股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



中国注册会计师  
王首一  
3105901000997

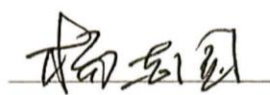
王首一



中国注册会计师  
马玥  
310590100647

马玥

会计师事务所负责人：



杨志国

杨志国



立信会计师事务所（特殊普通合伙）

立信  
会计师事务所  
(特殊普通合伙)

2026年6月26日



## 第十二节 附件

### 一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况；
- （七）与投资者保护相关的承诺；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （九）内部控制审计报告；
- （十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十一）股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；
- （十二）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；
- （十三）募集资金具体运用情况；
- （十四）子公司、参股公司简要情况；
- （十五）其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、文件查阅时间及地点

查阅时间：除法定节假日以外的工作日上午 9:30-11:30，下午 13:30-16:30

查阅地点：公司及保荐人（主承销商）的住所

除以上查阅地点外，投资者可以登录证监会和证券交易所指定网站，查阅《招

股说明书》正文及相关附录。

## 附件一、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

### 一、落实投资者关系管理相关规定的安排

为了切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策等权利，公司制定相关制度和措施，充分维护投资者的相关利益。

#### （一）信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，公司根据《证券法》《公司章程（草案）》等有关规定，制定了《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》，对公司信息披露的原则、内容、程序、管理机制等进行了规定，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范。

#### （二）投资者沟通渠道的建立情况

公司通过股东会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式，与投资者进行沟通交流，增进投资者对公司的了解认同，树立公司良好的资本市场形象。

#### （三）未来开展投资者关系管理的规划

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，确保更好地为投资者提供服务，公司将根据《公司法》《证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规及上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，建立良好的投资者关系管理制度并严格执行，保障所有投资者的知情权和合法权益，并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。

### 二、股利分配决策程序

公司的股利分配决策程序具体参见“第九节 投资者保护”之“四、本次发

行上市后的股利分配政策”。

### 三、股东投票机制的建立情况

公司通过采用累积投票、中小投资者单独计票机制、网络投票、征集投票等方式，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

#### （一）累积投票制选举董事的相关安排

根据《公司章程（草案）》第八十六条：“股东会选举两名以上独立董事时，应当实行累积投票制。公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在 30% 及以上的，选举两名以上非独立董事时，应当采用累积投票制。”

#### （二）中小投资者单独计票机制

公司已建立中小投资者单独计票机制。根据《公司章程（草案）》第八十三条：“股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。”

#### （三）网络投票相关安排

根据《公司章程（草案）》第五十条：“本公司召开股东会的地点为公司住所地或会议通知中指定的其他地点。股东会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东提供便利。”

#### （四）征集投票权相关安排

根据《公司章程（草案）》第八十三条：“公司董事会、独立董事、持有 1% 以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。”

## 附件二、与投资者保护相关的承诺、发行人其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

### 一、关于股份锁定的承诺

#### （一）发行人控股股东承诺

1、自发行人股票在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内，本公司不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票时的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行人首次公开发行股票时的发行价，则本公司持有发行人首次公开发行前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

3、股份锁定期满后两年内减持所持发行人首次公开发行前已发行的股份（含该等股份因送股、转增股本等形成的股份）的，减持价格不低于发行价（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

#### 4、关于发行人业绩下滑时：

（1）发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本公司届时所持股份锁定期限 6 个月。

（2）发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本公司届时所持股份锁定期限 6 个月。

（3）发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本公司届时所持股份锁定期限 6 个月。

前三项所述“净利润”以扣除非经常性损益后归母净利润为准。本公司届时所持股份指本公司上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持

有的股份。

5、若法律、法规或中国证监会、深圳证券交易所对股份锁定和减持等事项另有规定的，本公司承诺将同时遵守该等规定。

6、在本公司持有发行人股份期间，若关于股份锁定和减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本公司愿意自动适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

7、若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

## （二）发行人实际控制人承诺

1、自发行人股票在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票时的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行人首次公开发行股票时的发行价，则本人持有发行人首次公开发行前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

3、锁定期满后，本人在就任董事时确定的任职期间内每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让的股份不得超过本人所持有发行人股份总数的 25%。本人离职后半年内，不转让所持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

4、股份锁定期满后两年内减持所持发行人首次公开发行前已发行的股份（含该等股份因送股、转增股本等形成的股份）的，减持价格不低于发行价（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

5、关于发行人业绩下滑时：

（1）发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本人届时

直接或间接所持股份锁定期限 6 个月。

（2）发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本人届时直接或间接所持股份锁定期限 6 个月。

（3）发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本人届时直接或间接所持股份锁定期限 6 个月。

前三项所述“净利润”以扣除非经常性损益后归母净利润为准。本人届时直接或间接所持股份指本人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍直接或间接持有的股份。

6、若法律、法规或中国证监会、深圳证券交易所对股份锁定和减持等事项另有规定的，本人承诺将同时遵守该等规定。

7、在本人持有发行人股份期间，若关于股份锁定和减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

8、本人承诺不因职务变更、离职等原因，而放弃履行本承诺函。若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

### **（三）持有发行人股份的董事、高级管理人员承诺**

1、自发行人股票在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本人在就任时确定的任职期间内每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让的股份不得超过本人直接或间接所持有发行人股份总数的 25%。本人离职后半年内，不转让直接或间接所持有的发行人股份。

3、发行人股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票时的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行人首次公开发行股票时的发行价，则本人直接或间接持有发行人首次公开发行前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行

为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

4、股份锁定期满后两年内减持所持发行人首次公开发行前已发行的股份（含该等股份因送股、转增股本等形成的股份）的，减持价格不低于发行价（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）。

5、本人承诺不因职务变更、离职等原因，而放弃履行本承诺函。

6、若法律、法规或中国证监会、深圳证券交易所对股份锁定和减持等事项另有规定的，本人承诺将同时遵守该等规定。

7、在本人持有发行人股份期间，若关于股份锁定和减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

8、若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

#### **（四）发行人首次申报日前一年新增股东青岛高瓴承诺**

1、自取得发行人股份之日起 36 个月内，且自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人本次发行上市前的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、若法律、法规或中国证监会、深圳证券交易所对股份锁定和减持等事项另有规定的，本企业承诺将同时遵守该等规定。

3、本次发行上市后，在本企业持有发行人股份期间，若关于股份锁定和减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本企业愿意适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本企业将依法承担相应的法律责任。

#### **（五）发行人其他直接持股股东承诺**

1、自发行人股票在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内，本公司/本人/本企业不转让或者委托他人管理本次发行前本公司/本人/本企业直接或间接持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、若法律、法规或中国证监会、深圳证券交易所对股份锁定和减持等事项另有规定的，本公司/本人/本企业承诺将同时遵守该等规定。

3、在本公司/本人/本企业持有发行人股份期间，若关于股份锁定和减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本公司/本人/本企业愿意适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本公司/本人/本企业将依法承担相应责任。

## 二、本次发行前主要股东关于持股及减持意向的承诺

### （一）发行人控股股东承诺

1、本公司在锁定期满，遵守相关法律、法规、规范性文件及深圳证券交易所监管规则且不违背已做出的其他承诺的情况下，将根据资金需求、投资安排等各方面因素确定是否减持所持发行人的股份。若锁定期（包括延长的锁定期）届满后，本公司在届满后两年内减持公司股份应符合以下条件：

（1）减持方式：本公司减持发行人股份应符合相关法律、法规、规范性文件及深圳证券交易所监管规则的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（2）减持价格：减持价格不得低于发行价（如果因利润分配、资本公积转增股本、配股等原因进行除权、除息的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；

（3）减持股份数量：本公司减持发行人股票时，应当符合届时有效的法律、法规、规范性文件的规定，减持股数不超过届时有效的法律、法规、规范性文件规定的限制；

（4）减持公告：在实施减持时，在作为持股 5%以上股东持股期间，如届时法律法规要求的，将按照相关法律法规的要求进行公告（包括但不限于在减持前 3 个交易日予以公告，通过深圳证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前 15 个交易日予以公告），并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务。

2、本公司将严格遵守关于股份减持的相关承诺，同时将严格按照法律、法

规、证券监管机构关于股份减持的规定及要求执行。

3、若法律、法规或证券监管机构对股份减持等事项另有规定的，本公司承诺将同时遵守该等规定。

## **（二）持有发行人 5%以上股份股东刘国忠承诺**

1、本人在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关要求，且不违背已做出的其他承诺，并审慎制定股票减持计划。

2、自锁定期满之日起两年内，本人将通过法律法规允许的方式进行减持，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等；本人拟减持发行人股份时，将在遵守相关法律、法规、中国证监会和深圳证券交易所对股份减持的各项规定的前提下，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定减持计划后减持所持有的发行人股份，其中减持价格届时将参考二级市场价格、减持股数不超过届时法律法规规定的本人能够减持的全部股份；在实施减持时，在作为持股 5%以上股东持股期间，如届时法律法规要求的，将按照相关法律法规的要求进行公告（包括但不限于在减持前 3 个交易日予以公告，通过深圳证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前 15 个交易日予以公告），并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务。

3、在本人持有发行人股份期间，若关于股份减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本人愿意适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

## **（三）持有发行人 5%以上股份股东刘国忠的一致行动人上海亿丰和承诺**

1、本企业在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关要求，且不违背已做出的其他承诺，并审慎制定股票减持计划。

2、自锁定期满之日起两年内，本企业将通过法律法规允许的方式进行减持，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等；本企业拟减持发行人股份

时，将在遵守相关法律、法规、中国证监会和深圳证券交易所对股份减持的各项规定的前提下，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定减持计划后减持所持有的发行人股份，其中减持价格届时将参考二级市场价格、减持股数不超过届时法律法规规定的本企业能够减持的全部股份；在实施减持时，如届时法律法规要求的，将按照相关法律法规的要求进行公告（包括但不限于在减持前 3 个交易日予以公告，通过深圳证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前 15 个交易日予以公告），并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务。

3、若关于股份减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本企业愿意适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本企业将依法承担相应责任。

#### **（四）持有发行人 5%以上股份股东 Dong Capital 承诺**

1、本公司在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关要求，且不违背已做出的其他承诺，并审慎制定股票减持计划。

2、自锁定期满之日起两年内，本公司将通过法律法规允许的方式进行减持，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等；本公司拟减持发行人股份时，将在遵守相关法律、法规、中国证监会和深圳证券交易所对股份减持的各项规定的前提下，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定减持计划后减持所持有的发行人股份，其中减持价格届时将参考二级市场价格、减持股数不超过届时法律法规规定的本公司能够减持的全部股份；在实施减持时，在作为持股 5%以上股东持股期间，如届时法律法规要求的，将按照相关法律法规的要求进行公告（包括但不限于在减持前 3 个交易日予以公告，通过深圳证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前 15 个交易日予以公告），并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务。

3、在本公司持有发行人股份期间，若关于股份减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本公司愿意适用变更后的法律法规及中

中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

### **（五）持有发行人 5%以上股份股东青岛高瓴承诺**

1、本企业将严格履行关于本企业所持发行人股份锁定的承诺。

2、自锁定期满之日起两年内，如本企业拟减持股份的，本企业将通过法律法规允许的方式进行减持，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等；本企业拟减持发行人股份时，将在遵守相关法律、法规、中国证监会和深圳证券交易所对股份减持的各项规定的前提下，综合考虑各方面因素审慎制定减持计划后减持所持有的发行人股份，其中减持价格届时将参考二级市场价格；在实施减持时，在作为持股 5%以上股东持股期间，如届时法律法规要求的，将按照相关法律法规的要求及深圳证券交易所的规则履行必要的信息披露义务。

3、在本企业持有发行人股份期间，若关于股份减持的法律法规或中国证监会、深圳证券交易所的要求发生变化，则本企业愿意适用变更后的法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求。

4、若违反上述承诺，本企业将依法承担相应的法律责任。

## **三、关于稳定股价的措施和承诺**

### **（一）上市后三年内稳定股价预案**

根据公司于 2026 年 3 月 26 日召开的 2026 年第二次临时股东会审议通过的《关于公司上市后三年内稳定公司股价的预案的议案》，具体稳定股价的预案如下：

#### **1、启动股价稳定预案的条件**

自公司首次公开发行股票并上市之日起三年内，若出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产情形时（以下简称“启动条件”；若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），公司、控股股东、董事和高级管理人员（独立董事、不在公司领取薪酬的董事、依法不能持有本公司股票的董事除外，以下同）应在十个交易日内协商确定采取以下部分或全部措

施稳定公司股价：

- （1）公司回购公司股票；
- （2）公司控股股东增持公司股票；
- （3）公司董事和高级管理人员增持公司股票；
- （4）其他证券监管部门认可的且经公司董事会、股东会审议通过的方式。

## 2、稳定股价具体措施和实施程序

### （1）公司回购股票

1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《中华人民共和国公司法》及《上市公司股份回购规则》等相关法律、行政法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2）公司应当在触发稳定股价措施日起十个交易日内召开董事会，审议稳定股价具体方案（方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容）。

3）如根据相关法律、法规及中国证监会、深圳证券交易所相关规定，需提交股东会审议的，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

4）在股东会审议通过股份回购方案后，公司应依法通知债权人，向证券监管部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

5）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律、行政法规和规范性文件之要求外，还应符合下列各项：

A、公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行人民币普通股股票所募集资金的总额；

B、公司单次回购股份不超过总股本的 2%；

C、公司单次用于回购股份的资金总额不低于人民币 1,000 万元。

当上述 B、C 两项条件产生冲突时，优先满足第 B 项条件的规定。

6）公司通过交易所集中竞价交易方式、要约方式或证券监管部门认可的其

他方式回购公司股票。

7) 公司董事会公告回购股份预案后且在回购计划实施完毕前，公司股票若连续二十个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产时（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，下同），公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

## （2）控股股东增持股票

1) 公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、行政法规和规范性文件的条件和要求、且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，通过交易所集中竞价交易方式或者中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、证券交易所认可的其他方式增持公司股票。

2) 公司控股股东应在稳定股价启动条件触发十个交易日内，将其拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司并由公司进行公告。公司控股股东增持公司股票后，自增持股票行为完成之日起六个月内不转让所持有的公司股票，包括增持前持有的公司股票。

3) 控股股东为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律、行政法规和规范性文件之要求外，还应符合下列各项：

A、单次和/或连续十二个月内增持股票不超过公司总股本的 2%；

B、单次用于增持公司股份的资金总额不低于人民币 1,000 万元；

当上述 A、B 两项条件产生冲突时，优先满足第 A 项条件的规定。

4) 公司股票若连续二十个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产时，控股股东可以终止实施股票增持事宜。

## （3）董事、高级管理人员增持股票

1) 公司董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、行政法规和规范性文件的条件和要求、且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，

通过交易所集中竞价交易方式或者中国证监会、证券交易所认可的其他方式增持公司股票。

2) 公司董事、高级管理人员应在稳定股价启动条件触发十个交易日内，将其拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司并由公司进行公告。公司董事、高级管理人员增持公司股票后，自增持股票行为完成之日起六个月内不转让所持有的公司股票，包括增持前持有的公司股票（如有）。

3) 公司董事、高级管理人员连续十二个月内用于增持公司股票的资金不少于该等董事、高级管理人员最近一个会计年度自公司领取的薪酬（税后）的 20%，但不超过该等董事、高级管理人员最近一个会计年度自公司领取的薪酬（税后）总额。

4) 公司股票若连续二十个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产时，公司董事、高级管理人员可以终止实施股票增持事宜。

5) 自公司首次公开发行股票并上市之日起三年内，公司若聘任新的董事、高级管理人员的，将在聘任前要求其签署承诺书，保证其履行公司本次发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

### 3、未履行稳定股价措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、董事、高级管理人员均未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

(1) 公司将在公司股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。因未采取稳定股价的具体措施给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

(2) 控股股东将在发行人股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。同时，控股股东将暂停在发行人处获得股份分红，直至控股股东采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。如果因控股股东未采取稳定股价的具体措施给发行人和/或投资者造成损失的，控股股东将依法向发行人和/或投资者进行赔偿。

（3）董事、高级管理人员将在发行人股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。同时，董事、高级管理人员将暂停在发行人处获得当年应得薪酬，直至该等人员采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。如果因董事、高级管理人员未采取稳定股价的具体措施给发行人和/或投资者造成损失的，该等人员将依法对发行人和/或投资者进行赔偿。

如因不可抗力导致公司、控股股东、董事、高级管理人员未履行或未按期履行股价稳定承诺的，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

## （二）发行人承诺

1、公司将严格遵守《北京必迈体育股份有限公司上市后三年内稳定股价预案》的相关规定履行实施增持发行人股份等稳定股价的各项义务并接受未能履行稳定股价义务时的约束措施。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起3年内，如公司新聘任董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行股票并上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

## （三）发行人控股股东承诺

本公司将严格遵守《北京必迈体育股份有限公司上市后三年内稳定股价预案》的相关规定履行实施增持发行人股份等稳定股价的各项义务并接受未能履行稳定股价义务时的约束措施。

## （四）发行人董事、高级管理人员承诺

1、本人将严格遵守《北京必迈体育股份有限公司上市后三年内稳定股价预案》的相关规定履行实施增持发行人股份等稳定股价的各项义务并接受未能履行稳定股价义务时的约束措施。

2、本人将在公司董事会及/或股东会审议发行人实施股份回购等稳定股价措施相关议案时，投出赞成票（如有表决权）。

## 四、关于股份回购和股份买回的措施和承诺

### （一）发行人承诺

1、本公司保证本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已发行上市的，本公司将在责令回购决定书要求的期限内，根据《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》规定及责令回购决定书的要求，制定股票回购方案并经本公司有权决策机构审议通过（如需）的次一交易日启动股份回购工作。股票回购方案实施完毕后，本公司将及时公告回购方案的实施情况并向中国证监会报告。回购的股票自股票回购方案实施完毕之日起 10 日内注销。回购价格按照《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》等法律法规及中国证监会、深圳证券交易所颁布的规范性文件依法确定。

3、法律法规及中国证监会、深圳证券交易所另有要求或出具新的回购规定的，本公司将根据届时法律法规及中国证监会、深圳证券交易所要求或新的回购规定履行相应股份回购义务。

### （二）发行人控股股东承诺

1、本公司保证发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已发行上市的，在本公司被中国证监会、司法机关等有权部门认定负有责任的情况下，本公司将在责令回购决定书要求的期限内，根据《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》规定及责令回购决定书的要求，向发行人提交股票回购方案，并督促发行人董事会及时披露股份回购方案。本公司将在披露股份回购方案并履行相关法定程序（如需）之日的次一交易日启动股份买回工作。股票回购方案实施完毕后，本公司将及时告知发行人董事会回购方案的实施情况并督促董事会及时公告，并向中国证监会报告。回购价格按照《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》等法律法规及中国证监会、深圳证券交易所颁布的规范性文件依法确定。

3、法律法规及中国证监会、深圳证券交易所另有要求或出具新的回购规定的，本公司将根据届时法律法规及中国证监会、深圳证券交易所要求或新的回购规定履行相应股份回购义务。

### **（三）发行人实际控制人承诺**

1、本人保证发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如果发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已发行上市的，在本人被中国证监会、司法机关等有权部门认定负有责任的情况下，本人将在责令回购决定书要求的期限内，根据《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》规定及责令回购决定书的要求，向发行人提交股票回购方案，并督促发行人董事会及时披露股份回购方案。本人将在披露股份回购方案并履行相关法定程序（如需）之日的次一交易日启动股份买回工作。股票回购方案实施完毕后，本人将及时告知发行人董事会回购方案的实施情况并督促董事会及时公告，并向中国证监会报告。回购价格按照《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》等法律法规及中国证监会、深圳证券交易所颁布的规范性文件依法确定。

3、法律法规及中国证监会、深圳证券交易所另有要求或出具新的回购规定的，本人将根据届时法律法规及中国证监会、深圳证券交易所要求或新的回购规定履行相应股份回购义务。

## **五、关于欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

关于欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺详见本节“附件二、与投资者保护相关的承诺、发行人其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”之“四、关于股份回购和股份买回的措施和承诺”。

## **六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺**

### **（一）发行人承诺**

为降低本次发行对公司即期回报摊薄的风险，增强公司持续回报能力，公司拟采取以下措施以填补被摊薄即期回报：

1、增强现有业务板块的竞争力，进一步提高公司盈利能力

公司将进一步积极探索有利于公司持续发展的管理及销售模式，进一步拓展新老客户需求，以提高业务收入，降低成本费用，增加利润；努力提高资金的使用效率，设计更合理的资金使用方案，控制资金成本，节省公司的财务费用支出；公司也将加强企业内部控制，进一步推进预算管理，优化预算管理流程，加强成本控制，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

## 2、加快募投项目建设进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司募集资金管理制度的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

## 3、建立健全持续稳定的利润分配政策，强化投资者回报机制

公司已根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等规定要求，在充分考虑公司经营发展实际情况及股东回报等各个因素基础上，为明确对公司股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，并制定了《上市后未来三年股东分红回报规划》。未来，公司将严格执行利润分配政策，在符合分配条件的情况下，积极实施对股东的利润分配，优化投资回报机制。

## 4、进一步完善公司治理，为公司持续稳定发展提供治理结构和制度保障

公司将严格按照《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使股东权利，董事会能够按照公司章程的规定行使职权，做出科学决策，独立董事能够独立履行职责，保护公司尤其是中小投资者的合法权益，为公司持续稳定的发展提供科学有效的治理结构和制度保障。

## （二）发行人控股股东承诺

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、自承诺函出具后公司完成首次公开发行股票并上市前，若中国证监会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，届时将按照最新规定出具补充承诺。

3、如果本公司未能履行上述承诺，将在股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会投资者道歉，违反承诺给公司或股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

### **（三）发行人实际控制人承诺**

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、自承诺函出具后公司完成首次公开发行股票并上市前，若中国证监会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，届时将按照最新规定出具补充承诺。

3、如果本人未能履行上述承诺，将在股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会投资者道歉，违反承诺给公司或股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

### **（四）发行人董事、高级管理人员承诺**

1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、对本人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、将在职责和权限范围内，全力促使公司董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

5、如果公司拟实施股权激励，将在职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

6、自承诺函出具后公司完成首次公开发行股票并上市前，若中国证监会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足该等规定时，承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。

7、如果本人未能履行上述承诺，将在股东会及符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会投资者道歉，违反承诺给公司

或股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

## 七、关于利润分配政策的承诺

### （一）发行人承诺

1、在公司提交首次公开发行股票并上市申请之日至首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市前，即在审期间不进行现金分红。

2、在完成首次公开发行股票并上市后，公司将严格按照上市后适用的公司章程以及《北京必迈体育股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》等相关文件的规定，贯彻执行公司制定的利润分配政策，充分维护股东利益。

3、如违反上述承诺，公司将按照法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的规定依法承担相应责任。

## 八、关于依法承担赔偿责任的承诺

### （一）发行人承诺

1、本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对招股说明书内容的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、如因本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司将在中国证监会等有权部门认定相关违法事实后依法赔偿投资者损失。

### （二）发行人控股股东承诺

1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对招股说明书内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若有权部门认定发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，并对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，且本公司被监管机构认定不能免责的，本公司将在有权机关最终认定后，依照相关法律法规的规

定赔偿投资者能举证证实的因此遭受的直接损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容以上述情形实际发生时最终确定的赔偿方案为准。

### **（三）发行人实际控制人承诺**

1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若有权部门认定发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，并对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者损失。

### **（四）发行人董事、高级管理人员承诺**

1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若有权部门认定发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，并对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将在有权机关最终认定后，依照相关法律法规的规定赔偿投资者能举证证实的因此遭受的直接损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容以上述情形实际发生时最终确定的赔偿方案为准。

3、本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

## **九、控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺**

### **（一）发行人控股股东承诺**

1、本公司及本公司实际控制的其他单位没有直接或者间接地以任何方式（包括但不限于新设、收购、兼并中国境内或境外公司或其他经济组织）从事与发行人（包括其控制的企业，下同）主营业务相同或者相似的业务，或者构成竞争关系的业务。

2、发行人首次公开发行股票并上市后，本公司及本公司实际控制的其他单位不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于新设、收购、兼并中国境内或境外公司或其他经济组织）从事与发行人主营业务相同或者相似的业务，或者构成竞争关系的业务。

3、本公司及本公司实际控制的其他单位不会利用从发行人了解或知悉的信息协助任何第三方从事与发行人从事的业务存在实质性同业竞争的经营活动。不利用公司的控股股东地位或身份损害公司及公司其他股东的合法权益。

4、如果本公司及本公司实际控制的其他单位获得的商业机会与发行人主营业务构成同业竞争的，本公司将尽力促成发行人获得该等商业机会。

5、如本公司及本公司实际控制的其他单位拓展业务范围，或从任何第三者获得任何商业机会，所拓展、获取的业务不与发行人构成竞争或可能构成竞争。

6、如发行人将来拓展的业务范围与本公司及本公司实际控制的其他单位构成竞争或可能构成竞争，则本公司及本公司实际控制的其他单位将停止从事该等业务，或将该等业务纳入发行人，或将该等业务转让给无关联的第三方。

7、本公司承诺将约束本公司控制的其他单位按照本承诺函进行或者不进行特定行为。

8、本承诺函在发行人合法有效存续且本公司作为发行人的控股股东期间持续有效。若本公司及本公司拥有控制权的单位违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本公司将依法承担赔偿责任。

## **（二）发行人实际控制人承诺**

1、本人及本人实际控制的其他单位没有直接或者间接地以任何方式（包括但不限于新设、收购、兼并中国境内或境外公司或其他经济组织）从事与发行人（包括其控制的企业，下同）主营业务相同或者相似的业务，或者构成竞争关系的业务。

2、发行人首次公开发行股票并上市后，本人及本人实际控制的其他单位不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于新设、收购、兼并中国境内或境外公司或其他经济组织）从事与发行人主营业务相同或者相似的业务，或者构成竞争

关系的业务。

3、本人及本人实际控制的其他单位不会利用从发行人了解或知悉的信息协助任何第三方从事与发行人从事的业务存在实质性同业竞争的经营活动。不利用公司的实际控制人地位或身份损害公司及公司其他股东的合法权益。

4、如果本人及本人实际控制的其他单位获得的商业机会与发行人主营业务构成同业竞争的，本人将尽力促成发行人获得该等商业机会。

5、如本人及本人实际控制的其他单位拓展业务范围，或从任何第三者获得任何商业机会，所拓展、获取的业务不与发行人构成竞争或可能构成竞争。

6、如发行人将来拓展的业务范围与本人及本人实际控制的其他单位构成竞争或可能构成竞争，则本人及本人实际控制的其他单位将停止从事该等业务，或将该等业务纳入发行人，或将该等业务转让给无关联的第三方。

7、本人承诺将约束本人控制的其他单位按照本承诺函进行或者不进行特定行为。

8、本承诺函在发行人合法有效存续且本人作为发行人的实际控制人期间持续有效。若本人及本人拥有控制权的单位违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本人将依法承担赔偿责任。

## 十、关于减少和规范关联交易的承诺

### （一）发行人控股股东承诺

1、本公司将尽可能地减少和避免本公司及本公司控制的企业（以下统称“关联企业”）与发行人及/或其控制的企业之间发生关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本公司及关联企业将遵循市场公正、公平、公开的原则及正常的商业条件进行交易，交易价格按市场公认的合理价格确定，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

2、本公司将严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，所涉及的关联交易均依法签订书面协议，按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

3、本公司及关联企业不违规占用或转移发行人资金、资产及其他资源，不

要求公司将资金直接或间接地提供给本公司及关联企业使用，或违规要求发行人提供担保。

4、本公司及关联企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本公司及关联企业将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本承诺函在发行人合法有效存续且本公司作为发行人的关联方期间持续有效。若本公司及关联企业违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本公司将依法承担赔偿责任。

## （二）发行人实际控制人承诺

1、本人将尽可能地减少和避免本人及本人控制的企业（以下统称“关联企业”）与发行人及/或其控制的企业之间发生关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及关联企业将遵循市场公正、公平、公开的原则及正常的商业条件进行交易，交易价格按市场公认的合理价格确定，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

2、本人将严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，所涉及的关联交易均依法签订书面协议，按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

3、本人及关联企业不违规占用或转移发行人资金、资产及其他资源，不要求公司将资金直接或间接地提供给本人及关联企业使用，或违规要求发行人提供担保。

4、本人及关联企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人及关联企业将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本承诺函在发行人合法有效存续且本人作为发行人的关联方期间持续有效。若本人及关联企业违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本人将依法承担赔偿责任。

### **（三）持有发行人 5%以上股份股东刘国忠及其一致行动人上海亿丰和、Dong Capital 承诺**

1、本人/本企业/本公司将尽可能地减少和避免本人/本企业/本公司及本人/本企业/本公司控制的企业（以下统称“关联企业”）与发行人及/或其控制的企业之间发生关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人/本企业/本公司及关联企业将遵循市场公正、公平、公开的原则及正常的商业条件进行交易，交易价格按市场公认的合理价格确定，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

2、本人/本企业/本公司将严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，所涉及的关联交易均依法签订书面协议，按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

3、本人/本企业/本公司及关联企业不违规占用或转移发行人资金、资产及其他资源，不要求公司将资金直接或间接地提供给本人/本企业/本公司及关联企业使用，或违规要求发行人提供担保。

4、本人/本企业/本公司及关联企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人/本企业/本公司及关联企业将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本承诺函在发行人合法有效存续且本人/本企业/本公司作为发行人关联方期间持续有效。若本人/本企业/本公司及关联企业违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本人/本企业/本公司将依法承担赔偿责任。

### **（四）持有发行人 5%以上股份股东青岛高瓴承诺**

1、本企业将尽可能地减少和避免本企业及本企业控制的企业（以下统称“关联企业”）与发行人及/或其控制的企业之间发生关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本企业及关联企业将遵循公正、公平、价格公允的原则进行交易。

2、本企业将严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，所涉及的关联交易均依法签订书面协议，按照发行人关联交易决策程序进行，并将配合公司履行法律法规规定的信息披露义务。

3、本企业及关联企业将避免违规占用发行人资金。

4、本承诺函在公司于深圳证券交易所上市且本企业作为发行人关联方期间持续有效。若本企业及关联企业违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本企业将依法承担赔偿责任。

### **（五）发行人董事、高级管理人员承诺**

1、本人将尽可能地减少和避免本人及本人控制的企业（以下统称“关联企业”）与发行人及/或其控制的企业之间发生关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及关联企业将遵循市场公正、公平、公开的原则及正常的商业条件进行交易，交易价格按市场公认的合理价格确定，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

2、本人将严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，所涉及的关联交易均依法签订书面协议，按照公司关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

3、本人及关联企业不违规占用或转移发行人资金、资产及其他资源，不要求公司将资金直接或间接地提供给本人及关联企业使用，或违规要求发行人提供担保。

4、本人及关联企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人及关联企业将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本承诺函在发行人合法有效存续且本人作为发行人的关联方期间持续有效。若本人及关联企业违反本承诺函任何条款而给发行人造成损失，本人将依法承担赔偿责任。

## **十一、未能履行承诺的约束措施**

### **（一）发行人承诺**

1、本公司将严格履行公司本次发行并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司将在公司股东会及符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承

诺时的补救及改正情况，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

（3）本公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施（如该等人员在本公司领取薪酬）。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

## （二）发行人控股股东承诺

1、本公司保证将严格履行本次发行并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如果本公司未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司将在股东会及符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况，并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本公司未履行相关承诺事项，给发行人或投资者造成损失的，本公司将依法进行赔偿。

（3）本公司因违反承诺所产生的收益全部归发行人所有，发行人有权暂扣本公司应得的现金分红，同时本公司将不转让所直接及间接持有的发行人股份，直至本公司将违规收益足额交付发行人并全部履行承诺为止。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的原

因。

（2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

### **（三）发行人董事、高级管理人员承诺**

1、本人保证将严格履行公司本次发行并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在公司股东会及符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本人未履行相关承诺事项，给公司或投资者造成损失的，本人将依法进行赔偿。

（3）本人若未能履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在前述事项发生之日起 10 个交易日内，停止自公司领取薪酬，同时以本人当年以及以后年度自公司领取的税后工资作为上述承诺的履约担保，且在履行承诺前，不得转让本人直接或间接持有的公司股份（如有）。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

## **十二、关于公司股东信息披露的专项承诺**

根据中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》等相关要求，发行人出具了《关于公司股东信息披露的专项承诺》，主要内容如下：

（一）本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息；

（二）本公司现有股东中不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形；

（三）截至本承诺函签署之日，本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

（四）截至本承诺函签署之日，本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份的情形；

（五）截至本承诺函签署之日，本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

（六）截至本承诺函签署之日，本公司的自然人股东及法人股东经穿透的最终自然人股东均不属于《证监会系统离职人员入股拟上市企业监管规定（试行）》中规定的“证监会系统离职人员”，本公司不存在证监会系统离职人员入股的情形；

（七）本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

## 附件三、股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

### 一、股东会、董事会、监事会制度的建立、健全及实际运行情况

#### （一）股东会制度的建立、健全及实际运行情况

公司自 2025 年 8 月整体变更设立股份公司以来，逐步根据《公司法》等法律法规的相关规定制定和完善了《公司章程》和《股东会议事规则》。其中，《公司章程》中规定了股东的权利、股东会的职责、权限及股东会会议的基本制度，《股东会议事规则》针对股东会的召开程序制定了详细规则，为规范化运作提供了进一步制度保障。

报告期内，公司历次股东会在召集、出席、议事、表决、决议及会议记录等方面均符合《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》等规定，各股东均认真履行职责，充分行使股东权利，股东会依法忠实履行了《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》所赋予的权利和义务。

#### （二）董事会的运行情况

公司设董事会，董事由股东会选举或更换，并可在任期届满前由股东会解除其职务。董事任期 3 年，任期届满可连选连任。截至本招股说明书签署日，公司董事会由 5 名董事组成，其中非独立董事 3 名，独立董事 2 名，设董事长 1 名。公司根据《公司法》等法律法规的相关规定制定了《董事会议事规则》，对董事会的组成、职权、召开方式与条件、表决方式等进行了明确规定，董事会按照《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定履行职责、行使职权。

报告期内，公司历次董事会会议在召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等方面均符合《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》赋予的职责。

#### （三）监事会的运行情况

自股份公司设立以来，公司未设立监事会，设监事 1 人。监事每届任期三年，

连选可以连任。监事按照《公司法》《公司章程》等规定履行职责、行使职权。2026年1月20日，公司召开2026年第一次临时股东会，决议取消公司监事设置，监事的职权由董事会审计委员会行使。

## 二、独立董事制度的建立健全及运行情况

公司现有独立董事2名。独立董事人数不低于公司董事总人数的三分之一，其中包括1名会计专业人士。独立董事人数、任职资格和职权范围符合相关法律法规的规定。公司独立董事自任职以来，按照《公司章程》《独立董事工作制度》等有关规定履行职责。独立董事在完善公司治理结构和规范公司运作，维护公司整体利益，保障全体股东特别是中小股东的合法权益等方面起到了促进作用。

## 三、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书，由董事长提名，经董事会聘任或者解聘。董事会秘书为公司的高级管理人员，对公司和董事会负责。公司制定了《董事会秘书工作制度》，对董事会秘书的任职资格、职责、任免及工作制度进行了规定。

公司董事会秘书自任职以来，按照《公司章程》《董事会秘书工作制度》等有关规定认真履行职责，为公司治理结构的完善和董事会、股东会正常行使职责发挥了重要作用。

## 附件四、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。2026年1月20日，公司召开第一届董事会第六次会议，选举产生了专门委员会成员，并审议通过了《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。

截至本招股说明书签署日，公司董事会各专门委员会任职情况具体如下：

名称	召集人	委员
审计委员会	王立彦	王立彦、李哲、张志勇
提名委员会	李哲	李哲、王立彦、董俊
薪酬与考核委员会	李哲	李哲、王立彦、张志勇

公司董事会专门委员会建立后，严格按照《公司法》和各专门委员会工作细则等相关规定，勤勉尽职地履行职责，强化了公司董事会的决策功能，进一步完善了公司的治理结构。

## 附件五、募集资金具体运用情况

### 一、品牌建设及营销推广项目

品牌建设及营销推广项目总投资金额为 80,200.64 万元，建设周期 3 年。本项目拟通过“线上推广、门店铺设、私域运营、品牌建设”的实施策略，旨在构建线上线下协同的营销体系，实现广域用户触达与私域精准营销的融合，提升公司所运营品牌的知名度及市场认可度。

#### （一）项目投资金额概算

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	线上推广	31,449.10	39.21%
2	门店铺设	10,418.00	12.99%
3	私域运营	4,200.00	5.24%
4	品牌建设	28,500.00	35.54%
5	预备费	3,728.35	4.65%
6	铺底流动资金	1,905.19	2.38%
	合计	<b>80,200.64</b>	<b>100.00%</b>

#### （二）项目效益测算

本项目为品牌建设及营销推广项目，其中品牌建设项目赋能于公司业务发展，不单独产生经济效益，不进行项目效益测算。营销推广项目的财务内部收益率为 17.47%（所得税后），投资回收期为 5.26 年（含建设期 3 年），项目预期效益良好。

#### （三）项目实施进度

序号	建设内容	T+1				T+2				T+3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	线上推广	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
2	门店铺设												
2.1	项目前期准备	△	△										
2.2	线下门店租赁		△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
2.3	装修施工		△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△

序号	建设内容	T+1				T+2				T+3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
2.4	设备采购、安装及调试		△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
2.5	人员招聘与培训			△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
2.6	竣工验收											△	△
3	私域运营	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
4	品牌建设	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△

#### （四）项目环境保护情况

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》，品牌建设及营销推广项目属于未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环评审批或备案手续。

## 二、综合运营服务中心项目

综合运营服务中心项目总投资金额为 43,367.93 万元，建设周期 3 年。公司拟购置办公楼，并配套研发及数字化软硬件等相关设施。

#### （一）项目投资金额概算

本项目预计总投资 43,367.93 万元，主要包括运营中心购置投入 25,000.00 万元，研发及信息化投入 14,436.40 万元，具体投资概算如下表所示：

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
<b>1</b>	<b>工程费用</b>	<b>32,121.79</b>	<b>74.07%</b>
1.1	运营中心购置及装修费用	26,064.89	60.10%
1.2	设备购置费	2,358.30	5.44%
1.3	软件购置费	3,698.60	8.53%
<b>2</b>	<b>工程建设其他费用</b>	<b>9,181.00</b>	<b>21.17%</b>
2.1	前期工作费	37.00	0.09%
2.2	研发费用	7,770.00	17.92%
2.3	信息化开发费用	1,374.00	3.17%
<b>3</b>	<b>预备费</b>	<b>2,065.14</b>	<b>4.76%</b>
	<b>合计</b>	<b>43,367.93</b>	<b>100.00%</b>

## （二）项目实施进度

序号	建设内容	T+1				T+2				T+3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目前期准备	△	△										
2	房产购置		△	△	△								
3	建筑装修			△	△	△	△	△	△				
4	软硬件采购及安装		△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
5	项目研发	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6	信息化系统升级	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
7	人员招聘与培训			△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
8	试运行												△

## （三）项目环境保护情况

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》，综合运营服务中心项目属于未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环评审批或备案手续。

## 三、智能化产业园建设项目

智能化产业园建设项目总投资金额为 26,755.26 万元，建设周期 1 年，建设地点为湖南省常德市桃源县桃源高新区漳江片区，项目拟购置公司现租赁的用于生产的场地及附属建筑，总建筑面积 77,003.91m<sup>2</sup>，并实施适应性装修改造及新增 4 条生产线。

### （一）项目投资金额概算

本项目预计总投资 26,755.26 万元，主要包括生产基地购置及装修投入 23,959.92 万元，具体投资概算如下表所示：

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
<b>1</b>	<b>工程费用</b>	<b>25,451.20</b>	<b>95.13%</b>
1.1	建筑工程费	23,959.92	89.55%
1.2	设备购置费	1,491.28	5.57%
<b>2</b>	<b>工程建设其他费用</b>	<b>30.00</b>	<b>0.11%</b>
<b>3</b>	<b>预备费</b>	<b>1,274.06</b>	<b>4.76%</b>

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
	合计	26,755.26	100.00%

## （二）项目实施进度

序号	建设内容	T+1（月份）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	项目前期准备	△											
2	场地购置及装修	△	△	△	△								
3	设备采购、安装与调试	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	
4	竣工验收												△

## （三）项目环境保护情况

本项目系在现有生产基地基础上进行建设。在环境保护方面，公司根据相关法律法规的要求，编制环境影响报告表并取得常德市生态环境局出具的“常环桃建〔2026〕3号”批复文件。为保障生产基地的建设与运营，基地建设所涵盖的8条生产线预计环保总投入为189万元，其中，公司自筹建设的4条生产线及相关基地建设环保投入约为110万元，募投项目所涉及的4条生产线环保投入预计约为79万元。上述环保资金主要用于购置环保设备，全部由公司自筹解决。

公司生产基地在生产过程中产生的主要污染物包括废气、废水、噪声及固体废物等，环境保护情况具体参见“第五节 业务和技术”之“十、安全生产及环境保护情况”。

## （四）募集资金运用涉及新取得土地或厂房的情况

本项目建设地点位于公司现行租赁的生产基地内，本项目拟后续购置此处土地及建筑物。根据公司与桃源高新技术产业开发区管理委员会签订的《必迈运动用品产业园项目投资协议书》约定，公司享有上述租赁厂房的优先购买权。

## 附件六、子公司、参股公司简要情况

### 一、子公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 11 家全资子公司、17 家孙公司，无控股子公司或参股公司，具体情况如下：

#### （一）上海美锦体育有限公司

公司名称	上海美锦体育有限公司
成立时间	2018 年 11 月 15 日
统一社会信用代码	91310230MA1K231C06
法定代表人	李超
注册资本	5,000.00 万元
注册地	上海市静安区陕西北路 936 号 2001 室（名义单元 2301）
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；体育用品及器材制造；服装服饰零售；服装服饰批发；服装制造；鞋帽零售；鞋帽批发；宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；体育竞赛组织；体育赛事策划；组织体育表演活动；会议及展览服务；专业设计服务；广告制作；广告发布；数字广告制作；数字广告发布；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

其控制的孙公司包括：

#### 1、郑州美锦体育用品有限公司

公司名称	郑州美锦体育用品有限公司
成立时间	2021 年 3 月 12 日
统一社会信用代码	91410104MA9GG14A59
法定代表人	苏涛
注册资本	500.00 万元
注册地	河南省郑州市管城回族区航海路北、紫荆山路西 1-A 楼地上部分 24 层 2407
股东构成	上海美锦体育有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；服装服饰零售；鞋帽零售；日用品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**2、成都嗨美乐体育用品有限公司**

公司名称	成都嗨美乐体育用品有限公司
成立时间	2022年4月6日
统一社会信用代码	91510107MA7MXHA779
法定代表人	姜巍
注册资本	100.00万元
注册地	成都市武侯区高攀路22号附18号
股东构成	上海美锦体育有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；鞋帽零售；鞋帽批发；服装服饰批发；服装服饰零售；服装、服饰检验、整理服务；化妆品批发；化妆品零售；图文设计制作；平面设计；专业设计服务；文具用品批发；文具用品零售；办公用品销售；日用百货销售；钟表销售；钟表与计时仪器销售；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；货物进出口；技术进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

**3、南京美锦体育用品有限公司**

公司名称	南京美锦体育用品有限公司
成立时间	2022年9月2日
统一社会信用代码	91320104MA27N8FK3N
法定代表人	苏涛
注册资本	500.00万元
注册地	江苏省南京市秦淮区太平南路211号5层6625室
股东构成	上海美锦体育有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；服装服饰零售；鞋帽零售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**4、宁波美锦体育用品有限公司**

公司名称	宁波美锦体育用品有限公司
成立时间	2022年10月19日
统一社会信用代码	91330205MAC171L47F
法定代表人	苏涛
注册资本	50.00万元
注册地	浙江省宁波市江北区清河路265号万象城B1层B150号
股东构成	上海美锦体育有限公司持有100%股权

经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；户外用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；办公用品销售；日用百货销售；钟表与计时仪器销售；计算器设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；专业设计服务；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
------	--

### 5、广州美锦体育用品有限公司

公司名称	广州美锦体育用品有限公司
成立时间	2022年12月6日
统一社会信用代码	91440105MAC5W4EF0B
法定代表人	苏涛
注册资本	50.00万元
注册地	广州市海珠区南洲路1331号226房自编B276室
股东构成	上海美锦体育有限公司持有100%股权
经营范围	服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；办公用品销售；日用百货销售；钟表与计时仪器销售；计算器设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；体育用品及器材零售；户外用品销售；专业设计服务；货物进出口；技术进出口；进出口代理

### 6、重庆美锦体育用品有限公司

公司名称	重庆美锦体育用品有限公司
成立时间	2023年6月8日
统一社会信用代码	91500107MACMGG6T5Y
法定代表人	姜巍
注册资本	100.00万元
注册地	重庆市九龙坡区谢家湾街道谢家湾正街45号NL456号商铺
股东构成	上海美锦体育有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；服装、服饰检验、整理服务；化妆品批发；化妆品零售；日用百货销售；日用品销售；日用品批发；平面设计；图文设计制作；文具用品批发；文具用品零售；办公用品销售；钟表销售；钟表与计时仪器销售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；技术进出口；数字技术服务；货物进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

### 7、合肥美锦体育用品有限公司

公司名称	合肥美锦体育用品有限公司
成立时间	2023年7月13日

统一社会信用代码	91340104MA8QP3YL89
法定代表人	姜巍
注册资本	50.00 万元
注册地	安徽省合肥市蜀山区潜山路 111 号华润万象城 4 层 L423 铺位
股东构成	上海美锦体育有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；户外用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；办公用品销售；日用百货销售；钟表与计时仪器销售；计算器设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；专业设计服务；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

### 8、上海悦锦体育有限公司

公司名称	上海悦锦体育有限公司
成立时间	2025 年 6 月 30 日
统一社会信用代码	91310106MAEPFG3BXT
法定代表人	姜巍
注册资本	100.00 万元
注册地	上海市静安区陕西北路 936 号 2005 室（名义单元 2305 室）
股东构成	上海美锦体育有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；专业设计服务；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋帽零售；鞋帽批发；化妆品零售；化妆品批发；办公用品销售；日用百货销售；钟表销售；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

### 9、新乡美锦体育用品有限公司

公司名称	新乡美锦体育用品有限公司
成立时间	2025 年 7 月 11 日
统一社会信用代码	91410703MAEQMHY33X
法定代表人	苏涛
注册资本	50.00 万元
注册地	河南省新乡市卫滨区健康路街道健康路 31 号新乡市胖东来生活广场一层服装区域 1F0029
股东构成	上海美锦体育有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；户外用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；办公用品销售；日用百货销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**（二）湖北必迈体育用品有限公司**

公司名称	湖北必迈体育用品有限公司
成立时间	2015年6月19日
统一社会信用代码	91420800336399721Q
法定代表人	董俊
注册资本	4,784.20 万元
注册地	荆门市掇刀区凤凰二路凤凰苑西 25-28 号门面
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：运动鞋、运动服装、运动配件的研发、生产、制造及销售，提供体育咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

其控制的孙公司包括：

**1、上海迈跑体育用品有限公司**

公司名称	上海迈跑体育用品有限公司
成立时间	2021年3月3日
统一社会信用代码	91310230MA1HHG756G
法定代表人	李超
注册资本	500.00 万元
注册地	上海市静安区陕西北路 936 号 2002 室（名义单元 2302 室）
股东构成	湖北必迈体育用品有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品、服装、针纺织品、电子产品、文具用品、工艺品（象牙及其制品除外）、通讯设备、日用百货、建筑材料、机械设备的销售，图文设计制作，工业设计服务，财务咨询，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，展览展示服务，商务信息咨询（不含投资类咨询），软件开发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**2、上海嗨跑体育科技有限公司**

公司名称	上海嗨跑体育科技有限公司
成立时间	2023年3月8日
统一社会信用代码	91310106MACBTNQX5F
法定代表人	李超
注册资本	100.00 万元
注册地	上海市静安区南山路 99 号 2 幢 407-2 室

股东构成	湖北必迈体育用品有限公司持有 100%股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；体育用品及器材零售；服装辅料销售；服装服饰批发；服装服饰零售；针纺织品销售；电子产品销售；文具用品批发；文具用品零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；通讯设备销售；日用品批发；日用百货销售；日用品销售；建筑材料销售；机械设备销售；图文设计制作；软件开发；广告制作；广告发布；平面设计；广告设计、代理；工业设计服务；财务咨询；会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；咨询策划服务；信息技术咨询服务；鞋帽批发；鞋帽零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

### （三）景卓腾达（北京）网络科技有限公司

公司名称	景卓腾达（北京）网络科技有限公司
成立时间	2012 年 12 月 4 日
统一社会信用代码	91110106059287392J
法定代表人	王进福
注册资本	250.00 万元
注册地	北京市大兴区宏业东路 2 号院 1 号楼 3 层 0704
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100%股权
经营范围	互联网信息服务；技术服务、技术咨询、技术推广、技术转让、技术开发；销售体育用品、服装、鞋帽、家用电器、针纺织品、日用品、文化用品、照相器材、电子产品、通讯设备、家具、自行车、机械设备；设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计；摄影服务；货物进出口、代理进出口、技术进出口；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务；承办展览展示活动。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

其控制的孙公司包括：

#### 1、山西小魔仙网络科技有限公司

公司名称	山西小魔仙网络科技有限公司
成立时间	2018 年 6 月 27 日
统一社会信用代码	91140600MA0K4EBX5X
法定代表人	卢俊
注册资本	110.00 万元
注册地	朔州市朔城宝源商务 B 座 B0905 室
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有 100%股权
经营范围	软件开发与维护；互联网信息服务；互联网技术的推广、开发、咨询

	与转让；承办展览展示活动、组织文化艺术交流活动（不含演出）；广告的制作、代理与发布服务；企业策划服务；编辑服务；票务服务（不含航空机票销售代理）；包装服务（不含危险化学品）；销售服装、电子产品、计算机及其配件、软件（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
--	---

## 2、景越卓达（上海）网络科技有限公司

公司名称	景越卓达（上海）网络科技有限公司
成立时间	2021年3月12日
统一社会信用代码	91310230MA1HHJ0L04
法定代表人	张昌伟
注册资本	100.00万元
注册地	上海市静安区陕西北路936号2003室（名义单元2303室）
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；数字文化创意内容应用服务；广告发布；广告设计、代理；广告制作；体育赛事策划；数字内容制作服务（不含出版发行）；体育健康服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；体育用品及器材零售；体育用品设备出租；鞋帽零售；文艺创作；服装服饰零售；日用百货销售；日用品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；数字技术服务；国内贸易代理；货物进出口；技术进出口；进出口代理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

## 3、山西星屹网络科技有限责任公司

公司名称	山西星屹网络科技有限责任公司
成立时间	2021年3月19日
统一社会信用代码	91140622MA0LH2JN3L
法定代表人	袁嘉伟
注册资本	110.00万元
注册地	山西省朔州市应县东关小区商铺西侧6号
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有100%股权
经营范围	销售：服装、化妆品、文化用品、工艺品、计算机及其配件、软件、食用农产品；广告的设计、制作、代理、发布服务；企业策划服务；编辑服务；软件开发与维护；互联网信息服务；互联网技术的推广、开发、咨询与转让。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## 4、景卓腾达（海南）网络科技有限公司

公司名称	景卓腾达（海南）网络科技有限公司
------	------------------

成立时间	2021年6月23日
统一社会信用代码	91460000MA5U27FM9P
法定代表人	王进福
注册资本	100.00万元
注册地	海南省澄迈县老城镇老城经济开发区海南生态软件园B28栋406室
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；网络技术服务；图文设计制作；摄像及视频制作服务；摄影扩印服务；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；家用电器销售；针纺织品销售；日用百货销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

### 5、上海景腾跑科技有限公司

公司名称	上海景腾跑科技有限公司
成立时间	2023年5月25日
统一社会信用代码	91310106MACHRXMN XU
法定代表人	梁效忠
注册资本	100.00万元
注册地	上海市静安区南山路99号2幢408-1室
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；日用品销售；制鞋原辅材料销售；鞋帽零售；服装辅料销售；服饰研发；针纺织品及原料销售；服装服饰批发；服装服饰零售；电子产品销售；办公用品销售；文具用品批发；文具用品零售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；通讯设备销售；建筑材料销售；物联网技术研发；新材料技术研发；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；社会经济咨询服务；企业管理咨询；市场营销策划；人工智能应用软件开发；数字技术服务；互联网数据服务；户外用品销售；体育赛事策划。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

### 6、杭州景卓嘉壹网络科技有限公司

公司名称	杭州景卓嘉壹网络科技有限公司
成立时间	2023年5月29日
统一社会信用代码	91330110MACKRC4Y05
法定代表人	梁效忠
注册资本	100.00万元

注册地	浙江省杭州市余杭区五常街道赛银国际商务中心 12 幢 501 室
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；网络技术服务；体育用品及器材零售；服装服饰零售；鞋帽零售；日用家电零售；家用电器销售；针纺织品销售；日用品销售；照相器材及望远镜零售；电子产品销售；通讯设备销售；日用百货销售；家具销售；自行车及零配件零售；机械设备销售；广告发布；广告制作；广告设计、代理；图文设计制作；摄影扩印服务；货物进出口；进出口代理；技术进出口；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）

#### （四）海南必迈体育科技有限公司

公司名称	海南必迈体育科技有限公司
成立时间	2022 年 5 月 20 日
统一社会信用代码	91460000MABMX8H668
法定代表人	李超
注册资本	500.00 万元
注册地	海南省澄迈县老城镇老城经济开发区海南生态软件园 B28 栋 404 室
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：鞋制造；服装制造；体育用品及器材制造；鞋帽零售；服装服饰零售；体育用品及器材零售；鞋帽批发；服装服饰批发；体育用品及器材批发；日用品销售；体育赛事策划；社会经济咨询服务；服饰制造；服饰研发；专业设计服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；体育健康服务（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
股权转让	2022 年 5 月 20 日，湖北必迈出资 500 万元设立，2025 年 11 月 12 日，全部出资额转让给必迈体育

#### （五）浙江必迈体育用品有限公司

公司名称	浙江必迈体育用品有限公司
统一社会信用代码	91330108MAC9R0E89N
成立时间	2023 年 3 月 10 日
法定代表人	李超
注册资本	500.00 万元
注册地	浙江省衢州市柯城区沟溪乡溪兴路 188 号 212 室
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材批发；鞋帽批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；针纺织品销售；电子产品销售；文具用品批发；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；移动通信设备销售；

	通讯设备销售；日用百货销售；建筑材料销售；机械设备销售；图文设计制作；工业设计服务；财务咨询；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；会议及展览服务；数字创意产品展览展示服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；软件开发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
增资及股权转让	2023年3月10日，湖北必迈出资设立，设立时注册资本100万元，2023年6月9日，注册资本增加至500万元，2025年11月24日，全部出资额转让给必迈体育

#### （六）上海跃跑体育科技有限公司

公司名称	上海跃跑体育科技有限公司
成立时间	2023年5月24日
统一社会信用代码	91310106MACHR5DH7P
法定代表人	姜巍
注册资本	100.00万元
注册地	上海市静安区南山路99号2幢407-1室
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；日用品销售；制鞋原辅材料销售；鞋帽零售；服装辅料销售；服饰研发；针纺织品及原料销售；服装服饰批发；服装服饰零售；电子产品销售；办公用品销售；文具用品批发；文具用品零售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；通讯设备销售；建筑材料销售；物联网技术研发；新材料技术研发；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；社会经济咨询服务；企业管理咨询；市场营销策划；人工智能应用软件开发；数字技术服务；互联网数据服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

#### （七）湖南必迈体育用品有限公司

公司名称	湖南必迈体育用品有限公司
成立时间	2025年3月5日
统一社会信用代码	91430725MAEBRPTU8C
法定代表人	李超
注册资本	1,000.00万元
注册地	湖南省常德市桃源县青林回族维吾尔族乡金堰村采菱路必迈运动用品产业园内
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：鞋制造；鞋和皮革修理；鞋帽批发；鞋帽零售；制鞋原辅材料销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**（八）上海乐跑体育用品有限公司**

公司名称	上海乐跑体育用品有限公司
成立时间	2025年7月1日
统一社会信用代码	91310106MAEPUAD09U
法定代表人	李超
注册资本	100.00万元
注册地	上海市静安区陕西北路936号2004室（名义单元2304室）
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；服装服饰零售；服装服饰批发；针纺织品销售；电子产品销售；文具用品零售；文具用品批发；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；通讯设备销售；日用百货销售；建筑材料销售；机械设备销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；图文设计制作；工业设计服务；财务咨询；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；咨询策划服务；软件开发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**（九）广东横琴动跑体育有限公司**

公司名称	广东横琴动跑体育有限公司
成立时间	2026年3月17日
统一社会信用代码	91440003MAK7RX8X8C
法定代表人	姜巍
注册资本	100.00万元
注册地	珠海市横琴环岛东路3018号2421办公
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有100%股权
经营范围	一般项目：供应链管理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；体育赛事策划；体育竞赛组织；体育保障组织；服装服饰批发；鞋帽批发；箱包销售；针纺织品销售；服装服饰零售；鞋帽零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

**（十）广东横琴必迈体育用品有限公司**

公司名称	广东横琴必迈体育用品有限公司
成立时间	2026年3月18日
统一社会信用代码	91440003MAK963GN26
法定代表人	李超
注册资本	100.00万元

注册地	珠海市横琴环岛东路 3018 号 2422 办公
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100%股权
经营范围	一般项目：供应链管理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；体育赛事策划；体育竞赛组织；体育保障组织；服装服饰批发；鞋帽批发；箱包销售；针纺织品销售；服装服饰零售；鞋帽零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

### （十一）必迈国际有限公司

公司名称	必迈国际有限公司（Bmai International Limited）
成立时间	2025 年 7 月 7 日
公司商业登记号码	78415055
董事	王亚磊
总股本	800 万股
注册地	FLAT/RM 6706, CENTRAL PLAZA, 18 HARBOUR ROAD, WAN CHAI, HK
股东构成	北京必迈体育股份有限公司持有 100%股权

## 二、报告期内注销的子公司情况

### （一）湖北美锦体育用品有限公司

公司名称	湖北美锦体育用品有限公司
成立时间	2021 年 10 月 13 日
统一社会信用代码	91420804MA4F3GCQ7R
法定代表人	苏涛
注册资本	500.00 万元
注册地	荆门市掇刀区凤凰苑西 M-28 号
股东构成	上海美锦体育有限公司持有 100%股权
经营范围	一般项目：体育用品及器材零售；服装服饰零售；鞋帽零售；日用品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
注销日期	2023 年 6 月 25 日

### （二）天津必迈体育用品有限公司

公司名称	天津必迈体育用品有限公司
成立时间	2019 年 8 月 13 日
统一社会信用代码	91120222MA06REK56M
法定代表人	李超
注册资本	500.00 万元

注册地	天津市武清区河北屯镇崔霍路 11 号 A 座 593 室
股东构成	湖北必迈体育用品有限公司持有 100% 股权
经营范围	体育用品、服装、针纺织品、电子产品、文具用品、工艺品、通讯设备、日用百货、建筑材料、机械设备销售，技术推广服务，组织文化艺术交流活动，展览展示服务，经济贸易咨询，软件设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
注销日期	2024 年 1 月 31 日

### （三）景卓腾达（天津）网络科技有限公司

公司名称	景卓腾达（天津）网络科技有限公司
成立时间	2019 年 11 月 7 日
统一社会信用代码	91120222MA06UW425Y
法定代表人	张昌伟
注册资本	100.00 万元
注册地	天津市武清区河北屯镇崔霍路 11 号 A 座 660 室
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有 100% 股权
经营范围	网络技术开发、转让、咨询、推广服务，体育用品、服装鞋帽、家用电器、针纺织品、日用百货批发兼零售，设计、制作、代理、发布广告，电脑图文设计，摄影服务，组织文化艺术交流活动，会议服务，展览展示服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
注销日期	2024 年 1 月 31 日

### （四）大同蚁匠文化传媒有限公司

公司名称	大同蚁匠文化传媒有限公司
成立时间	2022 年 5 月 25 日
统一社会信用代码	91140291MA7XTW5M7K
法定代表人	何交龙
注册资本	100.00 万元
注册地	山西省大同经济技术开发区源茂街东信国际 2 号综合楼 5 层京东云（大同）电商生态产业园 535 号
股东构成	景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有 100% 股权
经营范围	一般项目：广告发布；广告制作；广告设计、代理；图文设计制作；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；摄影扩印服务；软件开发；数据处理服务；机械设备租赁；数字文化创意内容应用服务；服装服饰零售；电子元器件零售；家用电器销售；日用品销售；市场营销策划；会议及展览服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；体育用品及器材零售；针纺织品销售；鞋帽零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

	后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)
注销日期	2024年9月6日

#### （五）朔州市桑干农珍农产品开发有限公司

公司名称	朔州市桑干农珍农产品开发有限公司
成立时间	2016年10月27日
统一社会信用代码	91140602MA0GXP1N4J
法定代表人	王进宇
注册资本	100.00 万元
注册地	朔州市朔城区豪德贸易广场三期七街 22 号商铺
股东构成	山西小魔仙网络科技有限公司持有 99% 股权 景卓腾达（北京）网络科技有限公司持有 1% 股权
经营范围	农产品初加工；农业信息咨询；农业技术领域内的技术咨询（不含中介服务）、技术开发、技术转让；水产、家禽养殖及销售；园林技术服务；草坪、盆景培育及销售；餐饮服务；销售食品、酒类、蔬菜、农副产品、花卉、苗木（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
注销日期	2025年9月19日