

证券代码：833429

证券简称：康比特

公告编号：2023-081

北京康比特体育科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、投资者关系活动类别

特定对象调研

分析师会议

媒体采访

业绩说明会

新闻发布会

路演活动

现场参观

其他（请文字说明其他活动内容）

二、投资者关系活动情况

（一）活动时间、地点

北京康比特体育科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2023年8月29日披露《2023年半年度报告》。就2023年上半年经营情况，公司分别举办了中期机构投资者调研交流会与半年度报告业绩说明会，具体情况如下：

1、特定对象调研：公司于2023年9月6日（周三）下午15:00-17:00在公司会议室举办2023年中期机构投资者调研交流会，通过线上、线下相结合的方式与投资者进行了沟通和交流。

2、业绩说明会：公司于2023年9月7日（周四）下午15:00-17:00通过全景网“投资者关系互动平台”（<https://ir.p5w.net>）采用网络方式举办2023年

半年度报告业绩说明会，通过网络线上与投资者进行了沟通和交流。

（二）参与单位及人员

1、机构投资者调研交流会参会人员：裕恒资本、久事基金、开源证券、华西证券、复星资本、兴业证券、德邦证券、长江证券、上海体育基金、海鼎私募、银帝集团、兼济资本、指南基金、金科君创、久银控股、华安证券、安信证券、星允资本、中信证券、洪顺资本、数码视讯、岳领资本、太平洋证券。

2、业绩说明会参会人员：通过网络方式参加公司 2023 年半年度业绩说明会的投资者。

（三）上市公司接待人员

公司董事长：白厚增先生

公司董事、总经理：李奇庚女士

公司财务总监、董事会秘书：吕立甫先生

三、投资者关系活动主要内容

本次中期机构投资者调研交流会与半年度报告业绩说明会，就投资者重点关注的公司 2023 年半年度经营业绩情况相关问题、公司发展方向规划相关问题，公司与投资者进行了沟通与交流。主要问题及回复如下：

1、公司毛利率降低的原因是什么？上半年公司财务费用下跌 92.49%，是什么原因？公司目前现金流情况如何？

回复：公司整体毛利率同比下降 3.18 个百分点，主要系毛利率相对较低的健康营养食品类收入大幅增长，而毛利率较高的运动营养食品收入基本持平所致。

公司上半年财务费用较上年同期降低 92.49%，主要系公司降低贷款使用额度、使用国内信用证，利息费用相应减少所致。

公司现金流状况良好，2023 年上半年公司收入增加导致销售商品、提供劳务收到的现金相应增加，经营活动现金流量净额为 4,979.80 万元，同比增长 18.61%。

2、运动营养和健康营养食品销售额占比多少？泛运动人群的市场规模多大？

回复：2023 年上半年，运动营养食品营业收入 18,006.47 万元，占营业收入的 48.16%，健康营养品收入 14,268.58 万元，占营业收入的 38.16%。

根据 2023 中国田径协会路跑工作会议所发布的《2023 中国田径协会路跑工

作报告》，下半年已公开马拉松赛事超过 80 场，全国跑步运动人群约 4 亿人，其中核心跑者 1 亿人，大众跑者 3 亿人，核心跑者中的参与赛事跑者约 1000 万人，大众参与人群更广泛，日常训练越来越专业。国民消费结构转型、健康意识提升、健康补充需求增大，为运动营养行业的发展带来更多的潜在市场需求和创造发展空间，健身健美人群、泛运动人群市场前景乐观。

3、近些年公众生活质量提升、更注重健康，康比特这样高质量的产品是否考虑增加公司产品线和子品牌，推出专门针对泛运动人群的产品，进一步打开市场？

回复：公司目前产品线已有针对大众健康的运动食品，如电解质饮料、代餐等。这些年来，公司的战略布局深远、发展路径清晰：“运动营养”是基本盘，是公司的立身之本，在此基础上，公司沿着自己的专业优势延伸，将业务版图扩展至“健康营养食品”领域，未来公司会在口感、包装等方面进一步提升，也会考虑做一些产品调整，推出更多适合泛运动人群的产品，进一步打开市场。

4、公司在线上渠道的销售量很高，那未来的销售策略是怎样的？公司怎么扩大销售渠道？

回复：公司采取多渠道立体营销的销售和服务模式。（1）针对竞技体育市场采取线下销售为主，直营与经销相结合的模式。其中国家队以直营为主，大部分省市级运动队、俱乐部和体育院校由各地经销商与客户沟通谈判，并根据各地采购招标要求进行推广销售；（2）针对军需市场，考虑到客户对产品质量、安全、创新以及供应体系有较高要求，公司采取线下直营模式，通过参加招投标方式取得销售；（3）针对需求增长迅速且竞争激烈的大众健身健康市场，公司采用以线上线下相结合，经销为主，直营为辅的销售模式。

2023 年上半年，公司继续执行更强渠道策略，召开康比特合作伙伴大会，宣贯了更强渠道的决心和策略。未来公司将贯彻落实更强渠道策略，深化与老客户合作的同时开拓发展新伙伴，加强与重点客户的战略合作沟通，组织公司销售、市场、运营团队开展重点区域重点客户经销商座谈会，掌握市场动态和经销商痛点需求，更好地为客户提供支持与赋能。

5、2023 年上半年，公司在品牌营销上做了哪些工作提升品牌影响力？

回复：2023 年上半年，公司从以下方面坚定执行品牌营销战略：（1）坚持

品牌化营销，持续优化并宣贯康比特品牌（元素）识别系统，强化品牌符号，提升品牌形象；（2）以“更高品质”营销驱动提升品牌影响力。深度挖掘公司品质原料优势、研发优势，实验室核心优势功能；深度挖掘公司品质人才结构，专业化、多元化学科背景的品质人才成就了更高品质、更优体验的运动营养产品和服务；（3）整合串联展会及媒体平台资源，从健身行业 IWF 展会拓展至大健康行业 NHNE、创博会、FBIF 展会等，形成营销价值最大化；通过各大平台、权威媒体等进行品牌传播和产品种草，提升品牌影响力。

6、公司中报销售毛利率有 40%，但扣非后的销售净利润率不足 10%。请问公司销售费用率一直比较高的原因是什么？公司生产技术人员增加、销售人员减少是什么原因？

回复：关于销售费用率较高：2023 年 1-6 月公司销售费用占比 18.63%、2022 年年度销售费用占比 19.05%，主要原因是为增加公司品牌知名度及支持公司业务持续增长，公司一直加大市场推广投入，在天猫、京东、抖音、知乎、小红书等电商平台加大引流投放，同时积极参加健身健美、马拉松等各项赛事活动。

关于生产人员、销售人员变动：公司上半年着重加强经销商销售渠道，因此销售人员有所减少，而随着公司销售收入的增加，公司加大产品研发、技术支持，不断提升产品品质，因此生产技术人员有所增加。另外，公司产品销量上涨，生产人员也相应增加。

7、康比特投入多少做新品研发？具体研发方向是？

回复：公司高度重视产品研发，不断改进产品工艺及开发新品。2023 年上半年公司持续加大研发投入，扩大研发团队规模，研发费用 1,577.57 万元，同比增长 52.08%，占营业收入的 4.22%。高研发投入一直是公司在市场竞争中的“护城河”。公司坚持自主研发创新，继续加大科研投入，不断开发适用于竞技运动人群、健美健身人群、青少年运动人群、大众健康人群、军需人群等不同人群的高品质运动营养食品。

8、针对核心产品乳清蛋白，公司是如何保持产品竞争力的？

回复：公司针对乳清蛋白爆品，引入高品质原料，添加专利成分，主打清洁配方，以更高品质原料+CPTpro 专有营养配方+专利成分+清洁标签，全面焕新升级，夯实卖点壁垒，提升爆品品质，打造爆品乳清。同时，做好营销赋能，在内

容端深度挖掘产品的核心技术和核心卖点，持续输出优质传播内容；在营销投放端，扩大抖音、快手等平台投放，借力垂直达人影响力进行新品优质种草。

9、请问公司在品牌营销方面有什么样的经营计划？公司是如何提升经营管理效率的？

回复：公司以“运动健身者最信赖的运动营养品牌”为战略目标，坚持“运动营养更高品质”定位，坚持品牌化营销，强化康比特品牌形象，以“更高品质”营销驱动提升品牌影响力，整合串联展会及媒体平台资源，加大力度建设基于顾客的康比特优秀品牌资产。

2023年上半年，公司以经营工作为龙头，配套内部管理手段，对内部资源进行整合，提高流程管理效率，保障经营效益。坚定不移执行人才发展战略，建立抬杆招聘标准，提升招聘的精准度，开展“新星计划”管培生培养项目，执行数字化战略，加强业务经营管理数字化系统建设，加强公司内控和内部审计，按上市公司监管要求规范公司治理。

10、公司在抖音上有一系列的康比特运营号，请问公司在抖音直播上的策略是什么？未来是否考虑通过在直播间加入一些体育明星，通过运动达人带货等方式，提升康比特的整个流量和曝光度？

回复：抖音平台上我们主要策略采取自播和达人带货相结合的方式，通过短视频、星图、千川等方式进行引流和传播。未来会考虑通过在直播间加入一些体育明星或体育发烧友，通过明星及达人带货等方式，提升康比特的整个流量和曝光度，

11、公司如何打造能量胶这一爆品的？

回复：针对能量胶爆品的打造，主要计划有：（1）继续占位跑步市场，从满足跑步人群马拉松赛事能量补充的需求拓展至满足跑步人群日常训练的能量补充需求；（2）强化爆品矩阵，创新开发赛事场景高配版能量胶和日常训练场景等渗能量胶。在能量补充的基础上，添加其他有效成分，例如针对夏季炎热酷暑的季节性特点，推出薄荷金银花口味的冰凉感防中暑能量胶，直击跑步人群核心痛点。

12、公司 2023 年上半年获得了哪些荣誉？

回复：2023年上半年，通过公司努力经营，获得了多项荣誉：1月，荣登北

京企业联合会、北京市企业家协会发布的“2022 北京制造业企业 100 强”榜单；2 月，康比特荣获由昌平区信用建设委员会评定的“五星级信用等级”称号、中关村科技园区昌平园总工会 2022 年度昌平园“经济技术创新工程”先进集体及 2022 年度昌平园“双爱双评”先进企业；3 月，入选北京市体育局公布的北京文化、体育、娱乐业（体育）发展综合排名前 100 企业、体育类高新技术企业、体育类“专精特新”中小企业和体育类专精特新“小巨人”企业四大榜单。5 月在 2023 中国国际健康营养博览会中获得年度创新产品影响力奖。

13、上半年公司参与了哪些知名的赛事活动？参与赛事对公司有什么帮助？针对此次杭州亚运会，公司有何参与和合作？

回复：上半年，康比特深度参与武汉马拉松、北京半程马拉松等多场马拉松赛事活动，为赛事的跑者们带来高品质的专业运动营养补给及科学的服务。参与马拉松等跑步赛事活动，目标是从跑步市场切入，延拓跑步人群的日常训练能量补充需求，以国内顶级马拉松赛事为宣传及活动载体，联动电商大促节点，聚拢马拉松赛事、跑步 KOL 和跑团资源，精准闭环赋能，加速突破跑步市场。

我司在今年上半年承担中国残联 2023 年体育专项课题《残奥游泳项目综合科研攻关与服务研究》，参与国家队备战亚残会和残奥会的集训，根据运动员训练、比赛以及个体特点，确定针对性机能监控、营养补充、体能训练、疲劳恢复、心理测评与干预等技术服务方案，为运动员全面备战提供充分的科技服务和科研保障。

14、公司上半年有什么产品研发成果？

回复：报告期内，（1）公司加大科研投入，利用深耕运动营养行业积累的专利技术，夯实核心战略产品乳清蛋白的差异化竞争力，创新开发了更高品质 CPTpro 专有营养配方乳清蛋白产品，以卓越品质、精研配方提升品牌溢价，进行差异化竞争。（2）依托公司长期积累的运动营养食品技术成果与实践经验，公司创新开发智能高效的科学训练及健康管理平台，提供运动营养、健康食品及科学化、智能化运动健身解决方案。（3）公司通过加强与部队的联合科研攻关，将公司多年服务国家队积累的产品技术优势运用于军用食品的研发中，不断改良工艺，满足压缩干粮、自热食品等军需订单增长需求。

15、公司在 2023 年上半年净利润 4500 万元，同比增长 53.7%，但目前公司

在北交所的动态市盈率仅 11.13 倍。公司估值明显低估了。请公司未来是否有转板的考虑，未来采取哪些策略提升公司的估值水平？

回复：公司二级市场股票受整体宏观环境、流动性、市场信心等众多因素影响，价格背离价值的情况较常见。随着公司各业务板块的高速增长，价值不断提升，股票价格终将回归真实价值。此外，9 月 1 日，证监会发布《关于高质量建设北京证券交易所的意见》，北交所同步发布首批改革创新举措，其中，北交所与科创板门槛的互通、推进转板工作、做市商队伍扩容、融资融券标的股票扩大至全市场等措施，都是着力于改善北交所流动性，我们对市场前景充满信心，公司将继续做好产品服务，为广大客户提供更好的服务，同时，我们积极创造公司价值，回报投资者，我们也有信心，不会辜负价值投资者对我们的期望和信任。

16、康比特资产负债表中在建工程金额明显提升，半年报增长 114.97%，请问目前公司在建工程项目包括哪些？

回复：公司在建工程项目为固安康比特运动营养生产基地，本期公司在建工程金额提升，主要系报告期内根据军需业务生产需要，自热食品线投入包装机等设备所致，截至报告期末，在建工程尚未安装、完工验收。

17、公司军需食品业务发展迅速，公司未来准备如何发展这块业务？

回复：公司未来将持续聚焦军需业务，继续加强与部队科研院所的联合科研攻关，将公司多年服务国家队积累的产品技术优势运用于军用食品的研发中，改进产品工艺，提高产品质量，提升计划管理水平，强化军需产品技术优势，积极满足国防建设军需订单的需求。

18、公司目前业务主要以境内为主，未来公司是否有规划，进入亚洲、欧洲及美洲市场大力拓展？从而大幅提升公司的营业收入规模？

回复：目前国内运动营养产业起步时间还不长，正处于蓬勃发展阶段，国内市场潜力巨大，所以目前公司业务布局还是主要以境内为主，未来随着公司业务不断拓展，会考虑在合适的时候进行海外业务的布局，从而提升公司营业收入及海外品牌影响力。

19、公司的营收在稳步增长，那随着订单业务的不断增长，现有产能可以满足吗？在扩大产能上有什么样的举措？

回复：目前公司产能暂时可以支撑公司订单业务的增长；同时公司已布局募

投建设项目，投产运动营养食品基地建设，增加不同剂型的产能，满足公司业务订单的增长！

20、公司如何看待公司所在行业未来发展？

回复：公司处于运动营养食品行业，近年来，国家部署实施健康中国战略，不断加大对大健康产业的扶持力度，运动营养食品行业作为大健康产业的重要组成部分，逐渐被社会重视。运动营养食品在国内起步较晚，居民使用营养补充剂的习惯和意识尚未完全建立，产品的普及率和人均消费远低于发达国家水平，未来的市场上升空间巨大。

21、公司目前的市值仅有 10 亿元，未来公司是否有机会冲击百亿市值，千亿市值的规划？在未来发展上，具体有哪些举措支撑未来公司的高质量高成长发展？

回复：从行业的发展情况看，运动营养食品行业是朝阳行业，前景广阔，且运动营养食品在国内的渗透率较低，增长空间巨大。更重要的是，这个行业当前受到“健康”与“消费”当下双重政策支持。由此判断，运动营养食品行业的发展，正处于上升的阶段；从公司的发展情况看，过去 3 年，公司营收、扣非归母净利润都实现了很好的增长，2023 年上半年也实现了不错的业绩，公司的销售毛利率近三年均保持在 40%以上，我们对公司未来的发展充满信心。公司业绩敬请关注公司披露的定期报告等公告文件，公司将继续在研发、产品、生产、品牌、渠道及管理等方面做出提升，以支持未来公司的高质量高成长发展。

22、能否简单介绍一下公司未来的发展战略？

回复：公司主要有运动营养食品、健康营养食品、受托加工业务、数字化体育科技服务这几个板块。“运动营养食品”是基本盘，“健康营养食品”是延伸扩展盘，因其“高品质”目前已成为军队采购的对象，业务增长迅猛；“数字化体育科技”是延伸扩展盘新方向，该业务是公司在“数据、经验，全链条解决方案”方面专业优势的延伸，未来有望成为公司新的业务增长点。这些年来，公司不断锐意创新深耕基本盘，同时围绕专业优势，不断突破拓展扩大延伸扩展盘。这是康比特近年发展战略的特点。

从公司目前取得的成绩来看，战略方向是正确的，效果是显著的：（1）运动营养食品板块的营收，从 2020 年的 2.17 亿元增长至 2022 年的 4.03 亿元，

CAGR（年复合增长率）超过 36%；（2）健康营养食品板块的营收，从 2020 年的 0.55 亿元增长至 2022 年的 1.16 亿元，CAGR 超过 45%；（3）数字化体育科技板块的营收，从 2020 年的 0.25 亿元增长至 2022 年的 0.32 亿元，CAGR 也逾 13%。未来，公司将继续夯实运动营养食品基本盘、继续做大健康营养食品规模、继续加快布局数字化体育科技服务，沿着既定的战略路径持续推进，“现实稳固，未来可期”。

四、备查文件

- 1、公司关于接待机构投资者调研的会议纪要
- 2、公司在全景网举办的 2023 年半年度业绩网络说明会投资者提问与公司回复记录（<https://rs.p5w.net/html/139730.shtml>）

北京康比特体育科技股份有限公司

董事会

2023 年 9 月 8 日