

证券代码：833429

证券简称：康比特

公告编号：2025-052

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

□ 业绩说明会

□ 媒体采访

□ 现场参观

□ 新闻发布会

□ 分析师会议

□ 路演活动

√ 其他（现场及线上会议）

二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年6月16日至2025年6月18日

活动地点：北京市西城区、北京市昌平区

参会单位及人员：申万证券、国泰海通证券、天风食饮、西部证券、华源证券及上述机构邀请的投资者

上市公司接待人员：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

1、公司如何看待运动营养市场的竞争格局？

公司欢迎更多新品牌进入运动营养市场，目前国内运动营养行业渗透率较低，市场空间大，更多品牌进入赛道会吸引更多新的消费者关注运动营养市场，扩大市场整体规模，提升消费者对运动营养产品的认知，促进运动营养行业的

发展。

2、公司如何考虑线上、线下渠道的投入？线下渠道有哪些？

在蛋白增肌市场，线上，全域整合传统电商渠道及新媒体渠道，建立立体渠道矩阵，不断加大在抖音、小红书、知乎等热门平台的品牌推广力度，强化爆品卖点及品质认知；线下，公司以千人千店实体渠道为根基，覆盖各地健身门店，同时借助 CBBA 健身赛、大学生健身挑战赛、IWF 展会等线下活动加强消费者深度体验沟通。

在能量补充市场，线上，公司通过抖音、小红书和跑步类公众号等营销平台，针对日常训练和比赛场景进行能量胶补给市场教育及卖点深度解读。线下则以赛事 IP 与跑者生态深度绑定，构建立体化触达体系，不断进行区域整合并开拓赋能大经销商发展，扶持经销商拓展各区域的跑团私域精细化运营，增强用户粘性，同时布局了山姆等商超渠道，形成“赛事-产品-用户”的生态闭环。

3、公司在提高盈利能力方面，有什么举措？

公司将高质量经营作为长期发展的基本工作方针，按照上市公司经营质量的主要衡量指标，建立了包括成长能力指标、盈利能力指标、运营能力指标、财务风险控制能力的高质量经营指标体系。通过分解并解构高质量经营指标，形成了各部门的组织绩效指标和战略地图。此外，公司坚定落实数字化战略，提高企业管理效率。在提升运营效率方面，公司持续优化完善供应链核算管理体系，推动供应链成本效益管理的精细化，目前已取得显著效果。近年公司的存货周转率、应收账款周转率有所提升。未来，一方面，公司将在“效益”端发力，丰富产品种类、提升工艺水平、控制成本；另一方面在“效率”端发力，优化流程、提升运营管理水平。

4、公司在数字化体育科技领域属于行业中较早布局的，在这方面公司有什么竞争优势？

公司凭借长期积累的运动营养食品技术成果与实践经验，以及拥有大量统计数据的优势，提供科学安全、个性化的运动营养解决方案。持续的高科技、高研发有助于形成较高的行业壁垒，公司具有较强的核心竞争力。

5、公司对于经销模式有什么发展规划？

公司将培育发展更多头部及腰部经销商，做好渠道管理，维护市场秩序和品牌价值，加强渠道赋能，帮助经销商提高经营能力，确保渠道合作伙伴的稳定性和积极性。

6、公司如何保障原材料采购质量？

公司制定了健全的原材料采购制度，从供应商选择、采购程序、合同执行等方面保障公司采购质量。公司根据内部供应商管理制度，对供应商建立有效的合格供应商名录，并建立由主管生产的经理、质量管理部、产品开发中心、采购部等多部门组成的多层次评估机制。公司通过对合格供应商的调研和样品质量测试等方式进行考察评价，选择达标者作为备选合作供应商，根据采购计划进行定期和不定期招标，根据招标评价结果确定当期合作伙伴，通过供方业绩评价实时做出调整，充分保证生产需要与质量要求。

7、康比特的产品国家队、省市级运动队等也都有使用，请问对于这些客户你们是怎么来进行销售的？

公司针对竞技体育市场采取以线下销售为主，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，并根据当地采购招标要求进行推广销售。

北京康比特体育科技股份有限公司

董事会

2025 年 6 月 18 日