

证券代码：833429

证券简称：康比特

公告编号：2023-059

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 5 月 5 日（周五）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 2022 年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

通过网络方式参加公司 2022 年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

公司总经理：李奇庚女士

公司财务负责人、董事会秘书：吕立甫先生

公司保荐代表人：洪吉通先生、刘冬先生

三、投资者关系活动主要内容

本次业绩说明会通过年报视频解读对公司情况及 2022 年度经营业绩情况进行了介绍。同时，公司就投资者普遍关注的问题进行了沟通与交流。主要问题及回复如下：

1、白董您好！请问公司所在的运动营养食品行业未来发展趋势是什么样的？

回复：尊敬的投资者，您好！主要呈现以下几点趋势：1、从专业小众拓展到大众健康市场，行业增长潜力巨大；2、产品功能细分化发展，满足需求多元化趋势；3、产品以粉剂为主，形态逐步多元化；4、跨界融合成为运动营养产业新趋势。谢谢！

2、白总好，公司未来的经营计划可以简单介绍一下吗？请问公司未来发展战略是什么？未来发展的定位是什么：是固守运动营养还是往市场更大的大众保健品方向发展，多大的销售规模？公司与竞争对手比，有哪些竞争优势？

回复：未来的经营计划：1、公司将继续加大科研投入，夯实核心战略产品的差异化竞争力，提升公司持续盈利能力；2、坚定执行品牌营销战略，加大力度建设基于顾客的康比特优秀品牌资产；3、坚定执行更强渠道策略，深化客户合作，赋能客户发展；抓住经营工作龙头，提高流程管理效率，保障经营效益。

未来发展战略和定位：利用深耕运动营养行业积累的专有技术，创新开发更高品质精研配方乳清蛋白产品；同时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、大众运动健康人群、军需人群等不同人群的高品质运动营养食品；并依托公司长期积累的运动营养食品技术成果与实践经验，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。谢谢！

公司的竞争优势：公司深耕运动营养食品 20 余年，自主创新研发运动营养食品，品牌深受广大运动人群喜欢，在运动营养市场，形成了扎实的技术研发优势，取得多项专利；同时我们关注到广大人群的营养需求，包含了健康营养食品，在军需营养市场，取得一定竞争力；公司数字化体育科技产品是公司在竞技运动

人群积累的经验和技术，进行研发，产品在客户使用中取得竞技运动人群的良好反馈。

3、北交所上市后公司一直处于破发状态，公司虽然已出台回购措施，但效果甚微。后续是否会出台相关政策维护股价，给投资者一个良好回报？

回复：感谢您的关注，我们也关注到了公司的股价，除股份回购外，公司会按照北京证券交易所相关要求，适时推出相关政策。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，不会辜负价值投资者对我们的期望和信任。同时我们坚信，股票二级市场价格短期内受各种因素影响会有波动，但从长远看，股票价格一定能体现公司的真实价值。

4、公司新品怎么进行研发试产？

回复：尊敬的投资者，您好！公司主要采取自主研发的模式，通过制定《新产品研发及管理控制程序》、《产品开发控制程序》等制度，对研发流程进行规定。公司研发设计阶段主要包括：项目立项、产品小试、产品中试。谢谢！

5、公司的销售模式是怎么样的？

回复：尊敬的投资者，您好！公司采取多渠道立体营销的销售和服务模式。公司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。其中竞技市场以直营为主，部分省市级客户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；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，公司主要采取线下直营模式，通过参加招投标方式取得销售；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。谢谢！

6、在营销模式上有所创新，加强了线上销售，可以简单介绍下创新点在哪里吗？

回复：尊敬的投资者，您好！公司创新数字体育营销模式，基于京东、淘宝、抖音和社交电商等平台，加强品牌营销与渠道销售推广联动，建立数据模型，分析投入产出效果。通过数据找准营销平台，优化投入产出效果。通过数据找准内容方向，通过垂直达人，产出健身、跑步科普或体验内容，借助具有关联性的美食、营养、泛运动性达人，通过场景或情景式内容触达破圈人群。谢谢！

7、2022年公司加强了数字化管理的能力，主要体现在哪些地方？

回复：尊敬的投资者，您好！公司落实数字化战略，强调科学决策，坚持流程与数据方法。公司完成了 CRM 管理、OKR 管理系统、SRM 系统数字化系统的规划，重新设计规划了公司数据仓库技术平台，并根据规划进行系统选型与实施上线。谢谢！

8、公司各个业务板块营收情况是怎么样的？

回复：尊敬的投资者，您好！公司营业收入主要由运动营养食品、健康营养食品、受托加工业务及数字化体育科技服务业务收入构成，2022 年各部分营收分别为 40,334.05 万元、11,552.79 万元、5,939.60 万元、3,235.34 万元，同比增长率分别为 28.28%、51.39%、27.52%、4.21%。谢谢！

9、运动营养食品行业增长潜力怎么样？

回复：尊敬的投资者，您好！纵观运动营养食品产业的整个发展历程，从最初的专业运动员到热爱体育的健美健身人群，再到崇尚健康生活方式的普通人群，运动营养食品消费群体随着大众对运动营养食品认可度的提升而变得更加广泛。随着“全民健身”战略的推行，运动营养食品不仅仅服务于专业运动员，更将造福于广大人民群众。

从发展更成熟的欧美市场来看，运动营养食品市场正从只有运动员才吃的营养补剂专业市场，逐渐发展为一个大众人群参与消费的普通食品市场。而在国内，运动营养食品市场正处于快速发展阶段，伴随着普通民众对于健康生活方式的追求以及经济社会的发展，运动营养食品行业增长潜力巨大。谢谢！

10、请问 2022 年公司进一步明晰了公司品牌定位，主要做了哪些工作？

回复：尊敬的投资者，您好！2022 年公司确立并坚持康比特运动营养乳清蛋白品牌定位，坚定不移聚焦爆品，聚焦乳清蛋白产品，对乳清蛋白产品矩阵进行优化，在线上、线下渠道分别进行不同类型产品主推，保障公司营销目标的实现；同时，对产品形象进行全面焕新升级，突出“康比特”品牌形象，由代言人苏炳添形象进行背书，通过产品包装焕新让消费者识别品牌，了解康比特与竞品的相同点和差异点。谢谢！

11、请问李总，国家对公司主营业务的行业支持力度如何？

回复：尊敬的投资者，您好！近年来，国家层面相继发布《“健康中国 2030”规划纲要》、《关于实施健康中国行动的意见》、《健康中国行动（2019-2030

年)》、《“十四五”国民健康规划》等文件，部署实施健康中国战略，不断加大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支柱逐渐被社会重视。谢谢！

12、公司在新产品研发上，2022 年取得哪些成绩，主要有哪些新的产品？
请问年报中提出的自热类产线，能详细介绍一下吗，谢谢。

回复：尊敬的投资者，您好！报告期内，公司已完成开发适合耐力类运动人群的产品、适合大众健康人群的代餐产品等。

公司的自热生产线主要是为了适用市场发展和需求，生产自热产品，满足大众健康人群和军需人群。包括自热米饭、面条、软罐头等。

13、请问董事长：问题 1:公司专注运动营养品，但同类产品在大众保健品市场的规模更大，公司是否考虑研发针对大众保健品市场的同类产品以扩大规模？
问题 2:公司是否会考虑通过收购或合并来快速扩大规模？因为和像汤臣倍健相比，公司规模偏小。谢谢。

回复：尊敬的投资者，您好！公司是一家集运动营养、健康营养食品研发与制造、数字化体育科技服务为一体的创新型体育科技公司，致力于为竞技运动人群、大众健身健康人群、军需人群提供运动营养、健康营养食品及科学化、智能化运动健身解决方案，健康营养食品为公司的主要产品之一，根据市场及行业发展情况，公司后续也不排除会进一步开拓保健品市场。此外，公司主要依靠自身业务发展进行生产经营，在此过程中，也会留意相关产业的项目或优质的企业，在合适的情况下借助资本市场力量做强做大。谢谢提问。

四、备查文件

公司在全景网举办的 2022 年年度业绩网络说明会相关视频讲解材料及投资者提问与公司回复记录 (<https://rs.p5w.net/html/137188.shtml>)。

北京康比特体育科技股份有限公司

董事会

2023 年 5 月 8 日