

证券代码：833429

证券简称：康比特

公告编号：2024-001

## 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  
现场参观  
路演活动  
其他（现场和线上会议）

#### 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”）因收到多家机构投资者的调研意向，根据投资者的时间情况，近期连续安排了几次现场或线上会议方式的接待调研活动，就投资者关注的问题进行了交流。

##### （二）参与单位

开源证券、汇添富基金、中信证券、中信建投、万家基金、中国银河证券、西南证券、华西证券、方正富邦、天弘基金、融通基金、前海开源等。

##### （三）上市公司接待人员

公司董事长：白厚增先生

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

#### 问题 1：请简单介绍公司的主要情况以及历史发展情况？

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。

公司作为中国运动营养食品行业的开拓者，参与起草并制定 5 项行业标准和 1 项国家标准，并将科学运动营养概念引入中国竞技体育领域。自成立以来，康比特先后为近百支国家队备战历届奥运会、残奥会提供运动营养食品、科研攻关及科技服务。同时，自 2009 年以来，康比特长期为多个军队客户供应军用食品，并参与制定了军标《09 特种作战食品规范》。从公司的发展情况看，公司营收、扣非归母净利润都实现了很好的增长，2023 年前三季度也实现了不错的业绩，我们对公司未来的发展充满信心。

#### 问题 2：公司的营销模式是怎么样的？

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；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；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。

产品营销方面，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，进行天猫、京东、抖音、拼多多等平台投放，借力垂直达人影响力进行新品优质种草。

品牌营销方面，第一，坚持品牌化营销，持续优化并宣贯康比特品牌识别系统，强化品牌符号，提升品牌形象；第二，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。第三，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。

**问题 3：公司是否有抖音渠道？**

公司在抖音平台进行引流投放，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。

**问题 4：如何预测 2024 年及以后公司及行业情况？**

公司运动营养行业在我国正处快速发展阶段，未来行业市场前景广阔，发展潜力巨大。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。

未来，作为运动营养行业的头部企业，公司坚持走高端、差异化的竞争路线，充分发挥品牌、技术研发、销售渠道的优势，积极创造公司价值，回报投资者。

**问题 5：军需市场的发展情况怎么样？**

目前军队形成了营养丰富、品种齐全、功能配套的军用食品体系，军用食品向着耐饥饿、口感好、高能量、富营养、多配餐等方向发展，预计军需食品市场将稳步扩大。

公司接下来继续加强军需市场科研攻关，将公司多年服务竞技人群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，提升军需产品技术优势。目前公司提供给军需市场的产品有能量棒、压缩干粮、自热食品，且近年来公司在口粮类军需采购中排名较高，自热食品订单实现较大突破，未来公司有信心做大做强军需市场产品及服务。

**问题 6：公司是否有减肥类相关产品，随着人口老龄化的趋势，公司是否有中老年产品的规划？**

公司有左旋肉碱类减控体重产品，并有代餐奶昔、代餐棒等减脂代餐产品，针对中老年用户有保护关节、保护软组织等相关产品，并已获得多项相关发明专利。减控体重和减脂的专利技术主要满足各类减控体重健身人群及大众健康人群的需求，可以增加肌肉、减少脂肪，实现减重减脂。保护关节和软组织的专利技术满足中老年人群的需求，可以防护关节软组织损伤、增强免疫力、改善睡眠、提高脑力，实现促进体质健康的提升。未来公司会根据市场情况持续开发具有原料安全性、营养性、配方科学合理、有效减脂、食用方便的产品，并根据市场情

况进行产品合理投放布局。

**问题 7：简单介绍公司数字化产品的定位布局？**

公司目前拥有海量的统计数据，可复制、科学安全、个性化的运动营养解决方案，如科学训练平台、智慧营养平台等业务，可形成较高的行业壁垒和公司的核心优势，在公司的战略布局中属于未来的新增长点。此外，该业务推动运动营养业务发展，形成由服务到产品的业务闭环。未来，公司在“数字化体育科技”上，加大研发投入，增强公司专业优势—数据、经验、全链条（咨询、培训、产品）方案一的延伸。

**问题 8：请介绍下公司未来的分红规划，后续是否会继续分红？**

公司未来会根据公司经营情况，持续回报投资者。

北京康比特体育科技股份有限公司

董事会

2024 年 1 月 31 日