

证券代码：920429

证券简称：康比特

公告编号：2026-081

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

☐ 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

二、投资者关系活动情况

活动时间：2026年8月20日

活动地点：线上会议及公司会议室

参会单位及人员：开源证券诸海滨先生主持的电话会议，线上参会单位有：开源证券、中泰证券、联储证券、华鑫证券、国泰海通证券、东北证券、第一创业证券、华能贵诚信托、招商基金、银河基金、同泰基金、华宝基金、东吴基金、大湾区发展基金、创金合信基金、永安财产保险、民生通惠资产、玄卜投资（上海）、西安敦成私募基金、苏州龙远投资、深圳新锐力量资产、深圳市尚诚资产、深圳市前海夷吾资产、绍兴冰剑投资、上海益和源资产、上海滦海投资、上海汇瑾资产、上海恒穗资产、宽潭资本、国新投资、敦和资产、点石成鑫资产、大同银行、北京指南创业投资、北京青创伯乐投资；

国泰海通证券程碧升先生主持的电话会议，线上参会单位有：申万菱信、鹏华基金、汇丰晋信基金、圆信永丰基金、东方红基金；大成基金。上市公司接待人员：公司财务总监、董事会秘书吕立甫

三、 投资者关系活动主要内容

1、当前乳清蛋白价格走势如何？公司是否会采用其他成本更低的蛋白替代乳清蛋白？公司和飞鹤的合作进展如何，目前开始供应了吗？

乳清蛋白价格目前处于高位但相对稳定，自 2024 年下半年至 2026 年上半年价格持续上涨。公司会积极关注蛋白原料价格及供应情况同步布局其他蛋白相关产品，后续会推出复合蛋白等其他蛋白类产品，适配不同价格敏感度的健身人群需求。公司与飞鹤的合作进展符合预期，具体情况受双方保密约定所限，暂不便披露详情。

2、公司半年报中，预付账款、合同负债以及研发费用增长较大，原因是什么？

公司预付账款增长 274.94%，主要系报告期内受蛋白市场价格波动影响，公司提前预付供应商原料款备货，同时鱼油等新品布局推进，新增预付相关原料款及委外加工费；合同负债较上年期末增长 112.5%，主要是预收经销商的货款，上半年部分产品出现断货无法及时供货形成了预收款，断货产品包括肌酸等新品、能量补充类产品以及小规格的蛋白产品；研发费用同比增长 33.85%，主要系报告期内公司加大研发项目投入，公司坚持以技术创新为长期核心竞争力，围绕产品配方、剂型工艺、专利转化、品质提升等多维度进行价值创新，构筑差异化技术壁垒。

3、公司上半年的收入出现下滑和利润同比大幅增长的驱动因素有哪些？

上半年收入同比下滑主要有两方面原因：一是健康营养食品板块的军需订单存在周期性，收入波动主要受客户发运计划及交付节奏影响，目前公司军需业务的在手订单仍然稳定；二是蛋白类产品受成本压力采取了产品升级和提价策略，部分对价格敏感的消费者和客户短期内出现流失的情况，对收入端造成了阶段性干扰。

上半年公司利润同比增长 67%，综合毛利率提升 8 个百分点至 40%，主要驱动因素包括：一是对核心的蛋白类产品进行产品升级、创新迭代、专利技术

加持，向消费者充分传递产品价值，同时对蛋白类产品进行了一定幅度的提价，缓解了 2024 下半年以来原材料成本上涨带来的利润压力；二是优化产品结构，加大肌酸、蛋白棒、骨骼健康类等新品的培育力度，高毛利产品占比提升，带动整体盈利水平上升。

4、公司募投项目延期原因是什么？

（1）按照现有投资进度，项目主体结构工程预计可于 2026 年 8 月底前如期完成，厂房主体具备竣工条件。但达到“预定可使用状态”须以内部车间装修、生产设备安装、产线调试、试生产全部完成为标准，目前净化车间装修、设备采购、安装及调试工作尚需一定周期方可实施。

（2）项目建设再次延期的经营层面的审慎评估

除工程进度本身的不确定性外，公司从经营层面审慎评估，认为当前继续按原计划推进募投项目投入的合理性亦面临市场挑战，具体原因如下：

①宏观消费环境阶段性承压，主动匹配产能释放节奏：近年来国内消费市场呈现结构性调整，居民消费更趋理性，蛋白增肌产品主要原材料乳清蛋白价格上涨对行业整体盈利水平形成一定压力（属行业共性因素）。在此背景下，公司从审慎经营、保障资金安全角度出发，对新增产能的释放节奏进行相应调整，采取分阶段、分批次的投放策略，力求产能释放与公司中长期战略目标相匹配，保障资金的使用效率 and 安全性，在保障投资人利益的前提下实现项目收益的稳健兑现，切实维护股东长期价值。

②新增长点仍处于市场培育阶段，产能建设与市场培育节奏同步匹配：公司液体类产品及 CPT fit、珍膝等新品目前仍处于市场培育期，尚未形成规模化放量。公司将结合新品市场表现动态评估募投项目的投产安排，待市场需求得到进一步验证后，再加速相应产线的建设和产能释放，以提高投资资金使用效率。

5、公司回购进展情况如何？

截至 2026 年 7 月 31 日，公司通过回购股份专用证券账户以连续竞价转让方式回购公司股份 2,501,157 股，占公司目前总股本的 2.01%，占预计回购总数量上限的 125.06%，最高成交价为 15.43 元/股，最低成交价为 8.87 元/股，已支付的总金额为 30,563,949.56 元（不含印花税、佣金等交易费用），占公

司拟回购资金总额上限的 61.13%。目前回购还在进行中。

6、公司各业务板块的布局进展如何？销售模式都是怎样的？

公司业务主要分为三大板块：一是运动营养食品板块，包含蛋白补充/蛋白增肌产品、能量补充产品（含专业竞技补能产品、电解质产品等），以及 2026 年重点升级推出的骨骼健康产品、营养代餐产品（CPT fit 系列）。其中肌酸产品同比增长明显，骨骼健康产品除运动人群外，在大众女性人群中增长效果较好，电解质、代餐 CPT 棒产品也呈现向好发展趋势，共同构成公司第二增长曲线。二是健康营养食品板块，目前 90%为军队军需产品，受订单交付节奏影响上半年收入出现阶段性波动。三是数字化数科产品板块，主打针对有自助食堂的企事业单位、政企单位、职业院校、银行酒店等客户的团餐营养管理方案，通过软硬件结合的方式提供运动营养与健康营养结合的服务，目前属于孵化阶段，是公司服务专业运动人群 20 余年经验的数字化落地。

销售模式方面，专业运动营养业务采用直销加经销模式，大众健身类产品以经销为主、部分自营，军需产品采用直营模式；渠道端大众健身产品线上线下均有布局，经销客户同时覆盖线上线下渠道。

7、公司 2026 年 Q2 毛利率达到 42%的原因是什么？

乳清蛋白原料成本自 2024 年下半年起持续上涨且目前仍在高位运行，公司 2024 年、2025 年至 2026 年上半年通过产品升级换代、升级口味等方式分阶段对乳清蛋白产品进行升级并适度提价。同时公司推出了肌酸、鱼油等非蛋白类新产品，拉高了整体毛利率。下半年，在稳定蛋白类产品基本盘的同时，重点推进骨骼健康类、肌酸、棒类等新品的市场拓展，提升新品市场份额。具体请关注后续公司定期报告。

8、公司肌酸产品专利壁垒和产品优势有哪些？渠道培育和推广计划是什么？

肌酸是蛋白增肌人群的核心补剂之一，海外市场肌酸需求已高于乳清蛋白，国内目前肌酸认知度仍有较大提升空间。公司下半年将持续发力肌酸品类的市场推广，提高肌酸类产品销量。产品端公司拥有相关专利技术，推出了行业首创的闪释肌酸新剂型，具备差异化优势，上半年推广已经取得了较好的效果。公司将通过线上聚焦京东、阿里、抖音等核心平台加大高毛利产品推广，

线下推进健身工作室合作样板市场、拓展即时零售与高端精品渠道，并赋能经销商体系，构建立体高效的渠道网络。

9、今年能量补充市场需求情况如何？公司目前产品订单和赛事参与计划情况怎么样？

能量补充市场需求稳定，公司下半年赛事参与场次和去年相比没有减少。马拉松赛事调整后，半马、全马等认证赛事和业余跑赛事分开举办，赛事形式更灵活，为专业补给企业带来了机遇，专业运动人群的补给需求更稳定。公司已经制定了下半年路跑赛事的赞助和推广计划，下半年是能量补充、膳食补充产品的销售旺季，公司会全力冲刺下半年业绩目标。

10、公司骨胶原相关的骨骼健康产品高增长的来源是什么？和其他产品的协同性如何？

骨胶原骨骼健康产品的高增长得益于行业高速扩容、公司战略聚焦，以及公司珍膝骨胶原产品的差异化产品力。公司骨胶原产品与钙镁 D 产品形成“结构蛋白+矿物质营养”的功效互补组合，同时依托赛事赞助场景化触达运动人群，并通过“垂直切入运动人群+横向拓展大众市场”的策略实现人群协同与渠道闭环转化。

11、公司体重管理类产品有哪些？CPT Fit 上半年增速较快的原因是什么？

体重管理类产品包括两类：一类是 CPT Fit 蛋白代餐产品，针对减控体重人群补充营养，兼具健康、低负担的特点，也可作为健康零食。板块增长离不开产品核心优势，CPT Fit 产品将“健康代餐”与“零食化体验”有机结合，以技术赋能口感与营养的平衡，得到消费者认可。目前主要在线上推广，少量布局线下即时零售渠道。另一类是 2026 年 6 月底推出的 CPT-GLPfor 三合一营养伴侣组合产品，是针对使用体重控制人群的肌肉流失问题做营养补充，目前刚推向市场，增长还未体现。2026 年上半年，CPT Fit 产品营业收入 419.12 万元，同比大幅增长 284.57%。

北京康比特体育科技股份有限公司

董事会

2026 年 8 月 24 日