

2024北交所万里行调研活动

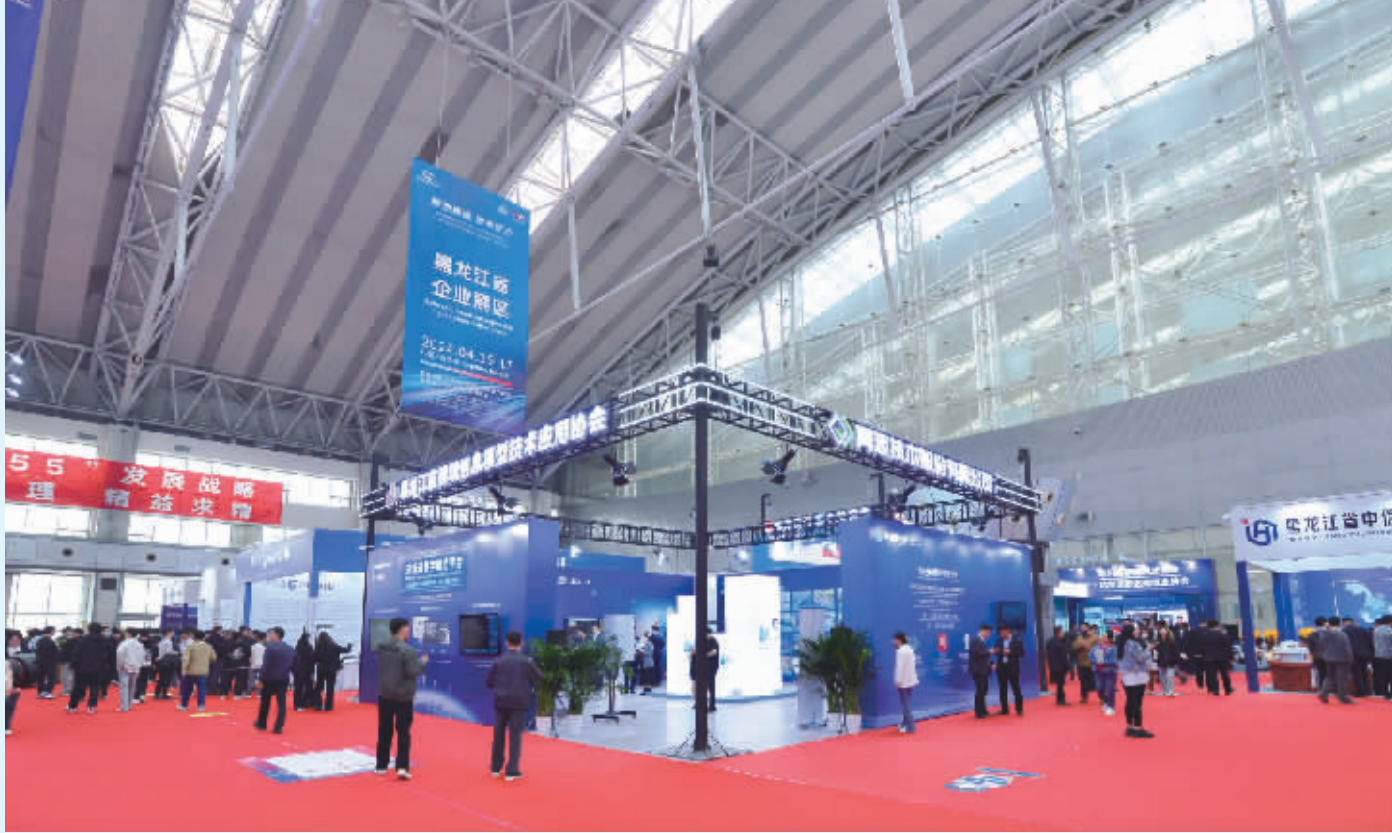
青矩技术董事长陈永宏：

创新驱动 围绕重点热点投资领域发力

近日，由中国证券报联合北京证券交易所举办的2024北交所万里行调研活动走进青矩技术。青矩技术董事长陈永宏在接受中国证券报记者采访时表示，登陆北交所以来，公司利用资本市场进一步做大做强。近年来，青矩技术在为传统基础设施、城镇化建设提供服务的基础上，不断加大新基建、新型城市化、战略新兴产业及未来产业等热点投资领域的业务开拓力度，并且取得了不错的成绩。公司将紧密围绕重点和热点投资领域持续发力。

陈永宏告诉记者，受行业特性影响，公司四季度营业收入一般可占到全年的40%以上。公司上下正在全力冲刺，力争全年取得良好的经营业绩。

● 本报记者 熊永红 董添



青矩技术参加建筑产业推介会

公司供图

2024北交所万里行调研活动启动

● 本报记者 杨洁

近日，北京证券交易所联合中国证券报等媒体启动开展2024北交所万里行调研活动。本届万里行调研活动将陆续对30家北交所上市公司进行实地走访，通过高管座谈、视频专访、项目展示、实地观摩等方式客观展现企业经营发展情况，讲述企业依托北交所平台创新发展的故事，解答投资者关心的问题，实现企业调研、服务对接和媒体宣传的有机结合。相关调研情况将陆续在合作媒体的网站、视频号等平台展示。

万里行调研活动是北交所践行“三服务”理念、助力投融资对接、提升市场服务质效的重要探索，也是北交所着力打造的特色品牌活动。

投资者的投资决策离不开对上市公司信息的充分掌握。一位投资者代表表示，通过“北交所万里行”调研活动，可以近距离、多角度感知了解上市公司经营发展情况和企业文化理念，让更多中小企业的投资价值被市场所看见。

优质的上市公司群体是交易所健康发展的基石。北交所设立三年来，一批优质创新型中小企业初步集聚。截至目前，北交所共有上市公司257家，总市值近6700亿元，超八成成为中小企业，近九成成为民营企业。上市公司中，高新技术企业超九成，战略新兴产业、先进制造业占比近八成，国家级专精特新“小巨人”企业占比超一半，10家公司获得国家级“单项冠军”认证，16家公司获国家科技进步奖、国家技术发明奖。

不断提升技术水平

在陈永宏看来，青矩技术的创新能力在行业中表现较为突出。

陈永宏介绍称，青矩技术在行业中率先建立起了投融资综合咨询跟踪服务体系，为地方政府提供从顶层的投融资规划到具体的政府隐性债务化解、存量资产资源盘活、产业规划升级、金融创新与资本市场发展的系统性解决方案。同时，公司还在行业中率先形成了BIM（建筑信息模型）图形引擎、项目三维数字化管理平台、投资建设大数据平台、智慧造价机器人等核心科技成果，其中“项目三维数字化管理平台”已经累计在600多家企业级客户的1万多个项目中得到深入应用，有效推动了客户的项目数字化进程。

对于构建新质生产力，陈永宏有自己独特的看法：一方面，公司战略发展目标是构建“全过程工程咨询产品服务线”和“工程科技服务生态圈”即“一线一圈”，“一线一圈”就是工程咨询行业的新质生产力；另一方面，青矩技术为大量具备新质生产力的企业提供服务。

在陈永宏看来，首先，“一线”业务的发展有利于消除现存于工程建设各阶段、各专业、各参与方之间的重重障碍，大幅提高工

程咨询服务的效能，帮助工程建设项目更好地达成品质、工期和成本目标，以及实现环境、社会和经济效益。青矩技术的全过程工程咨询业务，以投资管控为核心，融合了丰富的专业和业态，贯穿了工程的全生命周期，并且已有很多成功案例。“一圈”业务则是利用人工智能、建筑信息模型、云计算、大数据技术，为工程建设管理赋能。“一线”和“一圈”连接紧密，相辅相成。“一线”为“一圈”提供业务场景，“一圈”为“一线”提供技术工具，两者协同将会使工程管理效能成倍提升，从而推动中国的工程管理产业迅速发展，由此产生更大的国际影响力，为“中国建造”保驾护航。未来，青矩技术将继续通过自主研发和投资并购两条途径开展“一线一圈”建设，引领行业转型升级。

“将先进科技引入建筑业有助于推动生产效率及绩效的显著提升。青矩技术自主研发的BIM（建筑信息模型）图形引擎、项目三维数字化管理平台等科技产品目前已在中国建筑、上海建工等头部建筑企业的建造实践中得以深入应用，后续还将被推向业主、咨询方、供应商，将工程建设各参与方用科技平台有机连接起来。”陈永宏说。

陈永宏向记者介绍，青矩技术自主研发的BIM（建筑信息模型）图形引擎、项目三维数字化管理平台等科技产品目前已在建筑、上海建工等头部建筑企业的建造实践中得以深入应用，后续还将被推向业主、咨询方、供应商，将工程建设各参与方用科技平台有机连接起来。”陈永宏说。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

陈永宏说，首先，提供具有竞争力的薪酬福利；其次，建立清晰透明的内部晋升机制；第三，提供丰富的培训资源，帮助他们提升专业技能；第四，优化工作环境与企业文化，塑造良好的工作氛围，增强团队凝聚力；第五，尊重核心人才的意见和建议，建立反馈机制。

康比特董事长白厚增：

深挖细分市场 增强品牌势能

● 本报记者 杨梓岩

近日，由中国证券报联合北京证券交易所举办的2024北交所万里行调研活动走进康比特。康比特董事长白厚增在接受记者采访时表示，近年康比特持续进行研发投入、积极推进产品升级，不断扩大销售渠道，在保证原有市场占有率的情况下，深挖细分市场，实现业绩稳定增长。运动营养食品行业正进入大发展的时代，康比特将紧抓机遇，持续增强品牌势能。

行业前景广阔

体育产业发展如火如荼，大众健身热情高涨。在此背景下，致力于竞技运动、大众健身等人群提供运动营养食品及科学化、智能化运动健身解决方案的康比特也逐渐走入消费者视野。

今年前三季度，康比特实现营业收入7.74亿元，同比增长29.84%；扣非净利润6490.52万元，同比增长27.25%。

白厚增向记者介绍，康比特成立已有23年，公司初衷是做满足专业运动员训练、比赛后肌体恢复需求的营养食品。随着公司逐步发展，康比特也形成了面向高水平运动员、增肌减脂需求者、大众健身爱好者等群体的多类型产品矩阵。

对于业绩的增长，白厚增表示，近年来，国家不断加大对大健康产业的支持力度，运动营养食品行业的重要性也在提升。运动健身人群对运动营养品的需求增长较快，整体市场在不断扩大。“在此背景下，康比特积极推进产品升级，扩大销售渠道，增加市场推广力度，在保证原有市场占有率的情况下，开发新的细分市场，多重作用下实现业绩的稳定增长。”

在白厚增看来，政策支持和市场需求增长，推动运动营养食品行业进入大发展时代。但运动营养品在国内起步较晚，普及率和人均消费仍低于发达国家水平。“按目前国内健身市场人群总数和我们已触达的客群量来看，康比特在整个运动营养市场渗透率还不够高，未来市场空间很大，这也不断驱动公司稳健发展。”白厚增说。

产品渠道创新

2023年康比特研发费用达3427.71万元，同比增长40.64%。今年上半年，康比特研发费用为1431.86万元，同比进一步增长。

“高水准的研发实力和科研队伍，是康比特在市场竞争中的‘护城河’。”白厚增表示，康比特利用在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，创新开发了更高质量的乳清蛋白产品，提升品牌溢价，进行差异化竞争。

近年来康比特营养食品业务发展的主要方向，即加强研发力度，推动产品创新，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、大众健康人群等多类运动营养食品。“蛋白增肌类产品是核心品类，能量补充类产品增长势头更强，公司将继续在这两大品类上



康比特生产线

公司供图

发力创新，满足更广泛运动健身人群需求。公司还将完善控制体重组产品，目标是满足细分人群需求，推动业绩增长。”白厚增表示。

渠道创新也是康比特业务发展的重点。白厚增介绍，康比特采取多渠道立体营销的销售和服务模式。针对竞技体育市场，公司采用线下销售为主、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，并根据各地采购招标要求进行推广销售。针对需求增长迅速且竞争激烈的大众健身健康市场，公司采用线上线下相结合，经销为主直营为辅的销售模式。

“目前，各大电商平台已经成为康比特产品展示、品牌传播的重要突破口。”白厚增表示，公司借助平台资源，不断提高市场占有率。线上流量转化为线下营销势能，公司借助大学生健身比赛等营销资源，推进消费者产品体验。同时，加强价格体系管理，以动销、消费者服务和做大客群为核心，构建渠道体系。

积聚中小企业优势

2022年康比特成功登陆北交所，在白厚增看来，在交易所的监督指导下，中小企业逐渐

积累自身发展经验，在市场竞争中将优势进一步扩大，进而实现稳健成长。

“北交所能够严控上市企业质量，规范管理、扶持引导中小企业发展，这也给予中小企业更多的成长机会。我们也希望能够从监管部门了解更多政策和发展趋势，帮助我们健康成长。”白厚增表示。

他认为，中小企业有其灵活性。以康比特为例，公司能够敏锐感知用户的新需求，并在技术端快速反应，以产品创新实现对需求的精准触达。公司不断提升产品品质，满足更多细分人群的需求，进而积聚和扩大品牌势能。

目前，康比特业务主要分为运动营养食品、大众营养食品、受托加工业务和数字体育业务四大类。白厚增表示，康比特把数字体育业务逐步打造成公司的第二增长极。目前康比特已开发形成科学训练管理平台、智慧营养管理平台、智能健身管理平台三条数字化产品线，形成由服务到产品的业务闭环。

“未来康比特将不断加强自主开发与实施应用，不断提升客户服务水平与需求响应速度，针对科学训练管理、智慧营养管理及运动健康管理形成标准化产品，为运动健身人群服务。加强全民健身服务体系整体规划，开拓全民健身智慧工程项目。”白厚增说。