

## 探路者控股集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	张亚芳（高毅资产）、野口敦史（日本桃虹投资株式会社）、王益峰（大华信安基金）、胡博（香港盈立证券）、袁艺博（渤海证券研究所）、董磊、江星毅（东方马拉松基金）、杨漾、毕志威（国联证券）、童国根、刘琰（长城证券）、卢德清（深圳富唐资本）、江少凡（杭州昊一资产管理）、刘英豪（深圳盛冠达资产）、沈琪（杭州象树资产）、彭国华、林泗华。（以上排名不分先后）  因上述投资者调研活动采取线上会议形式，参会者无法签署调研承诺函。但在交流活动中，我公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。
时间	2022年5月11日晚
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	陈旭（副总裁） 孙国亮（副总裁）

**第一部分：副总裁陈旭先生整体介绍公司户外业务**

公司作为国内户外用品行业中的领军企业，在品牌建设、营销管理、产品研发、供应链管理、职业团队建设等方面建立了领先的综合核心竞争力。

2021年，公司紧抓疫情后市场复苏机遇，将销售终端需求与研发、供应资源有效衔接。在产品研发方面和国际一线品牌进行接轨，在延续原先的全套系、全产品矩阵基础上，进一步体系化提升产品设计和产品功能。在供应链管理方面，通过布局工厂提高产能，对公司核心业务和重大项目给予足够支撑。借助信息化2.0平台构建数字化、智能化的决策体系，进一步提高业务运营效率，提高人货场的执行效率，及时捕捉终端零售店的客户画像和消费需求反馈，转化到具体产品销售上。提升线上线下全渠道质量，淘汰低效亏损店铺，通过九代店的新形象打造，提升单店的综合店效。公司2021年户外业务三个板块（户外服装、户外鞋品、户外装备）营业收入分别为9.08亿元、1.97亿元、1.17亿元，占公司营业收入的73.04%、15.88%和9.41%。

公司确立“户外业务+芯片业务”的双主业发展模式，持续在户外露营场景和户外运动场景进行打造和布局。公司持续推出“精致露营”概念，在拉近与不同客群距离的同时，引领新的户外流行趋势。

**第二部分：自由交流环节主要问答**

**问题 1：面对当前户外露营文化和发展趋势，公司如何应对？**

**答：**相关数据显示，2021年国内露营市场快速增长；今年1月份以来，户外帐篷销量同比增长迅猛，其中大型帐篷、天幕、折叠椅等均有两倍以上增幅。

作为“野营帐篷”国家标准的起草人之一，露营装备目前

是公司户外业务重点发力的品类之一。“精致露营”热潮开启后，公司很快就捕捉到了这一动向并迅速跟进，在露营装备方面取得了不俗的成绩。目前露营产品在公司装备品类中占据60%以上，其他装备产品包括登山杖、吊床等。

在各个主要电商平台上，公司除了品牌旗舰店之外，还专门建立了装备旗舰店，并和各大平台都保持着良好的战略协同。在3-4月，公司露营产品线上整体增速在三位数以上，高于行业平均增长水平。目前公司全系列产品的开发升级和供应链产能布局已经完成，并在持续优化中。

公司在第二季度围绕“一起趣露营”的大主题展开推广营销计划。在线上通过头部主播进行专场直播；配合上在小红书、B站和微博等平台的推广种草。线下门店则以营造出露营氛围为主。五一小长假期间，公司在多地举办活动，通过露营场景的营造，让消费者更多体验“精致露营”氛围，满足都市群体既想要融入自然又想要精致生活的意趣。

## **问题2：公司在露营产品上的优势是什么？**

**答：**公司从1999年以一顶帐篷起步，在产品设计、技术研发、品牌积累、供应链管理等方面具备一定的优势。公司拥有良好的快反机制，30%的快反能力在行业内是处于领先的。保持稳定生产和供应是公司的重要策略，露营产品以两季期货+柔性快反的“双轨制”研发模式，不再单纯依赖于订货会模式研发产品，充分利用自主研发优势并引入外部资源，小批量多批次的进行落单生产，快速承接市场需求。

公司拥有完整的销售渠道，涵盖线上、线下、集团客户等渠道。目前已经开启线下店铺的升级，提升店效，增加保有量。露营等装备产品在线上的销售较去年同期有大幅增长，同时加大行业客户的拓展力度。

此外，公司拥有全品类户外产品。除了露营产品之外，还

有防晒服、冲锋衣、溯溪鞋、羽绒服、滑雪服和童装等强势品类，覆盖全天候、多场景的用户需求。

**问题 3：公司露营产品的品类和特点。**

**答：** 在品类方面，公司进行了层级多元化创新设计，除传统露营及便捷露营装备外，还推出高端多人棉布材质帐篷、精致露营轻量级帐篷、休闲露营及亲子帐等。2022 年推出和 TEENIE WEENIE 联名的露营产品以及与著名动漫 IP 哆啦 A 梦联名的露营产品。其他装备产品包括：天幕、铝合金折叠桌、蛋卷桌、月亮椅、折叠床、睡袋、炊具、防潮垫、棉垫、羊毛毡垫、记忆海绵充气床等、打造出“精致露营”的场景画面。

公司的优势在于产品迭代快，拥有深厚的技术储备和研发成果积累。2021 年，公司在研发上投入 0.44 亿元，同比增长 3.57%，研发强度达 3.52%，未来公司将持续投入，加大创新力度，让企业在未来的竞争中保持产品领先性和市场敏感度。

**问题 4：未来公司对露营产品的经营思路。**

**答：** 产品研发力方面：公司有专业露营装备设计团队，每年持续引进优秀人才进行培养。设计方面会结合当下流行趋势、款式进行产品设计，在材料和功能上不断创新与优化，赋予产品更多的生命力，同时满足消费者在使用过程中的痛点。

产品品质方面：公司有严格的质检标准，对供应商有完整的验厂准入标准，对工厂进行全方位考核，达标后方可进入到公司供应商体系，进行落单生产，并建立完善的品控体系，确保产品质量。

品牌力方面：公司为全品类品牌公司，帐篷品类有高海拔高山帐，徒步专业帐，日常休闲露营帐，棉布帐等。公司持续加大对露营等装备产品的品牌宣传力度，通过提升品牌力、产品力、渠道力，扩大销售额，提升市场份额。每年引入不同的



	<p>知名 IP 元素及跨界联名，产品设计风格也在不断的变革和升级，融入新的时尚元素，满足更多消费者的需求。</p> <p>公司还会把运用到航天事业、极地考察事业中的高科技日常化，将航天、极地科技等 IP 融入到日常露营装备开发中，继续切入了全新领域，探索智能户外装备产品，使得公司核心竞争力再上一个台阶。</p> <p>坚守“长期主义”的公司扎根自主研发、自主创新，在坚持好产品主义的逻辑基础上，不断寻找新发展契机，内在积累、向外突破，为未来发展积蓄力量。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 5 月 11 日