

证券代码：001238

证券简称：浙江正特

浙江正特股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

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（电话会议）	
参与单位名称及人员姓名	浙商证券	曾伟
	敦和资管	韩立强
	北大方正人寿	付丹婷
	平安基金	李景瀚
	慎知资产	金戈
时间	2025 年 5 月 21 日 14:00-16:00	
地点	公司总部会议室	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：李嵩先生	
投资者关系活动主要内容介绍	一、现场参观 二、问答环节 1、能否对 2024 年销售收入进行拆分？ 答：公司 2024 年营业收入 12.37 亿元，外销占比 92.75%，以欧美市场为主。分产品来看，遮阳制品营业收入 10.64 亿元，占比 86.06%，休闲家具营业收入 0.86 亿元，占比 6.95%，其他营业收入 0.86 亿元，占比 6.99%；分线上线下来看，线下销售 9.86 亿元，占比 79.72%，线上销售 2.51 亿元，占比	

20.28%。

2、公司 2025 年一季度业绩增长的主要原因是什么？

答：2025 年第一季度公司实现营业收入 5.07 亿元，同比增长 41.69%，归母净利润 4,054.79 万元，同比增长 90.86%。业绩增长的主要原因系公司爆品星空篷进入了 Costco 近 280 家线下门店进行销售，销售额大幅增长。此外，公司储物箱、户外家具、露营车等新产品的销售对业绩增长也有一定的贡献。

3、星空篷成长空间怎么样？毛利率水平怎么样？

答：随着星空篷在大渠道 KA 线下门店覆盖面逐渐扩大，产品曝光度、品牌知名度也越来越大，越来越多的消费者接触、体验星空篷。金属材质的星空篷，好看、好用、高价值，不仅对木质廊架有一定的替代，而且全铁星空篷对传统的遮阳伞品类也有一定的替代作用。公司将持续加大星空篷产品品牌“Mirador”的建设力度，大力拓展欧美线上线下业务，结合星空篷本身的产品力，整体上，我们判断公司的星空篷业务具有较好的发展前景，仍处于快速成长阶段。星空篷的平均毛利率在 30%-35%。

4、公司海外生产基地建设怎么样？

答：公司海外生产基地选址在印尼巴淡，主要是因其自然资源丰富、人力资源丰富，土地面积也比较广。印尼生产基地已于今年 5 月份建成投产，未来将与公司临海生产基地相互协同、联动生产。未来公司海外产能布局将根据国际经贸形势变化以及公司的发展战略进行有机调整。

5、星空篷与潜在竞争对手产品相比有什么优势？

答：目前公司主打产品星空篷不仅外观好看，而且具有产品零配件少、易组装、DIY 元素强等产品结构优势。根据

	弗若斯特沙利文(北京)咨询有限公司上海分公司于 2024 年 11 月出具的《市场地位声明》显示，基于对全球户外廊架市场的研究，以各品牌 2023 年及 2024 年上半年户外廊架品类的销量，以套数计,公司 Mirador 品牌星空篷产品荣获全球户外廊架销量第一。目前星空篷主要通过海外知名大型商超、DIY、专卖店、亚马逊、Wayfair、官方独立站等线上线下渠道进行销售，产品已经形成了一定的市场基础和品牌效应，具有较强的市场竞争力。 6、公司新品类的销售情况怎么样？ 答：公司新品类包括户外家具、储物用品、露营用品等，新品于 2024 年开始陆续推向市场，由于推向市场时间不久，目前整体销售额占比较低。未来随着公司持续加大这些新品类的市场营销力度，将会促进新品类销售额的逐步提升。 7、公司的研发体系是怎样的？ 答：在产品创新方面，公司通过汇聚欧美知名设计专家与中国资深工程师，打造了"国际化设计+本土化研发"的双轮驱动模式。公司在中国（浙江临海、上海、深圳）、荷兰（钮南）、美国（亚特兰大、西雅图）等地建立了研发中心，依托一线市场洞察团队精准捕捉客户痛点，以前瞻性产品设计匹配场景化需求，结合敏捷工程开发流程实现快速设计转化，确保研发成果高效落地。 8、公司星空篷、户外家具、储物用品、露营用品等产品能进入大渠道 KA 客户的竞争优势是什么？ 答：大渠道 KA 客户选品的主要决策因素之一是“产品是
--	---

	否具有爆品潜质”。公司产品的主要优势体现在“好看、好用、高价值”。截止目前，公司已经有 8 款产品荣获德国红点奖，这充分证明了公司的产品具有较强的竞争力。当前爆品如星空篷仍处于成长期，持续替代传统木质廊架，市占率行业领先，并不断覆盖更多区域和大客户。新产品储物箱、家具套组等上市后也取得了积极反馈，获得终端消费者和渠道大客户高度认可。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 21 日