

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：2023-008

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（电话交流会）
参与单位名称及人员姓名	富达基金：关向欣、董如枫、周文群、袁媛
时间	2023年10月31日17:00至18:15
地点	北京市昌平区七家镇宏福科技园28号探路者会议室
上市公司接待人员姓名	陈旭（副总裁/户外CEO） 张志飞（副总裁/董事会秘书） 张泽源（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：户外行业的竞争格局如何？探路者的优势体现在何处？ A： 户外行业国产替代趋势明显，国潮兴起，国货国品崛起，国内品牌市场份额不断提升。一方面，从消费端来讲，随着我国经济发展水平提升，消费者民族自豪感逐步增强、对国内品牌认可度不断增加，开始选择民族自有品牌，而非一味追求国外品牌；从供给端而言，国内品牌依托国内健全的产业链供应能力，在产品品牌、产品设计、功能技术等方面快速提升，敏锐把握国内消费结构变化和消费需求，抢占市场份额。另一方面，户外用品渗透率不断提升，户外场景不断丰富，加上国内庞大人口基数，国内户外运动用品行业前景向好，市场规模将

呈现持续增长态势。公司优势主要体现在：1、公司品牌力沉淀；2、自主研发的科技平台 TiEF；3、多运动类目的产品覆盖；4、“上天入地下海”系列强 IP 品牌背书。

Q2：户外鞋服配盈利性是如何排序的？

A：目前公司户外鞋服配的盈利性整体排序为服装类产品优于鞋品，鞋品优于装备及配件。公司未来将通过技术创新和产品升级方式提升整体盈利水平。

Q3：公司供应链生产是怎么安排的？

A：供应链生产主要分为核心工厂和委外工厂。核心工厂产线为公司自主拥有，保障核心产品和国家级重要项目的按时交付能力，同时品质可控；委外工厂主要负责公司休闲泛户外产品的生产。

Q4：公司发展目标是泛户外化还是直达高端？

A：公司目前以泛户外化为基础，通过高端产品体现技术专业度。公司的产品矩阵较为全面，各品类均有所涉足且产品已较为成熟。同时公司也需要通过高端产品体现 24 年户外产品的专业度，如在高海拔登山、重装徒步、远洋科考、沙漠穿越等极限场景下应用的产品，体现出公司品牌的技术实力，满足用户极端场景需求。目前专业线产品占比不高，但大的基础盘需要有专业线产品去牵引，保持公司户外行业领军地位及市场份额，精准服务户外专业人群。

Q5：芯片业务和户外业务是否有共通点，可结合点？

A：芯片业务和户外业务二者之间存在结合点，即智能装备，未来公司也将在此方面持续探索。公司已经进行了产品布局 and 投入，如在公司 2021 年冬季订货会上推出了具有精准定位功

	<p>能的防寒服和羽绒服，植入北斗芯片为专业户外爱好者提供精准定位服务；基于公司和南北极科考队长期合作，将极地科考服相关技术运用在产品中，为登山、徒步等户外爱好者和从事测绘等领域的特殊工种提供全天候的保障，此外公司还有户外电源、卫星电话、夜视仪、北斗短报文装置等联名产品陆续发布。作为户外业务领先级的企业，公司借助多年技术沉淀和产品反复迭代升级，形成技术上的资源禀赋，积极践行低碳理念；在特殊装备上，承担一系列研发课题，积极和科研院所、高校等开展合作，圆满完成科研任务的交付，经受住了国家级重大项目的检验，未来公司会推出更多黑科技产品，积极践行品牌责任和担当，争取给行业注入新的活力，为消费者提供更优质的产品体验和服务，提高核心竞争力，从而提升公司盈利能力，为全体股东创造更大价值。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年10月31日