

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：2025-004

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（电话会议）	
参与单位名称及人员姓名	民生证券	徐皓亮
	兴全基金	程奎皓
	个人投资者	吕巨波、张锋、赵法宝、郝振亮、李志伟
时间	2025年6月17日 14:00-16:00	
地点	公司总部会议室	
上市公司接待人员姓名	董事长：陈永辉先生 董事会秘书：李嵩先生	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、现场参观</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、星空篷进入 Sam's、Lowe's 等线下渠道的进度？</p> <p>答：美国市场方面，公司星空篷产品目前主要在 Costco 的线上及线下门店、Sam's、Lowe's、Home Depot 等北美大型商超的线上以及亚马逊、Wayfair 等电商平台和公司独立站展开销售。公司正积极对接各大 KA 渠道，争取星空篷产品逐步进入北美各大商超的线下门店进行销售。</p>	

## 2、星空篷未来的增长趋势怎么样？

答：2024 年星空篷销售约 7 亿元，占营业收入比重超过 50%，公司对星空篷产品端和渠道端均继续加大力度进行拓展，在星空篷选配件（百叶墙、移门、卷帘等）、星空篷新款（电动星空篷、开顶星空篷、全铁星空篷、车库、烧烤篷等）及配套家具方向进行深度研发并逐步推向市场。另外，公司持续加大对星空篷品牌“Mirador”的宣传力度，结合星空篷本身的产品力，预计未来将继续呈现良好的发展态势。

## 3、美国加关税对公司有什么影响、公司如何应对？

答：欧美市场是户外休闲家具及用品的主流市场，美国加征关税会对公司经营造成一定影响，公司积极采取各种措施予以应对，主要包括：（1）持续进行成本穿透，降低产品成本，提升毛利率水平；（2）持续提升产品创新能力、开发新爆品，提升产品竞争力；（3）在印度尼西亚进行产能建设，并与国内生产基地进行联动生产，降低美国加征关税带来的负面影响；（4）持续开展品牌建设，提升客户粘性和产品议价能力；（5）继续开拓欧洲、澳洲、日本等非美区域市场，均衡业务区域布局。

## 4、公司跨境电商业务发展的怎么样？

答：公司通过亚马逊、Wayfair、独立站以及各大商超的线上平台进行销售，公司跨境电商业务占比约 20%。公司已建成专业化数字营销团队，构建了集内容营销、社交媒体推广、KOL 合作于一体的全渠道营销矩阵。通过精准的数字营销策略，实现了流量获取效率提升、品牌影响力扩大、销售转化优化。数字营销体系有效支撑了大客户渠道拓展和跨境电商业务增长。公司未来将持续优化数字营销技术，深化数据驱动营销，打造更具竞争力的数字营销能力。此外，公司

已在欧美地区设有较大容量的海外仓储物流中心，有效提升了交付响应速度及客户满意度。

#### **5、星空篷的研发历程及市场竞争力如何？**

**答：**星空篷所在的户外廊架市场主要有木质廊架及金属廊架。公司通过市场洞察发现欧美市场在售的主流户外廊架为木质产品，主要由国内公司生产；金属廊架主要系欧洲公司生产的小众定制化产品，售价较高。公司通过研发创新开发了星空篷产品，售价仅为高端金属廊架的十分之一，推向市场后广受消费者青睐。此外，公司星空篷产品不仅外观好看，而且具有零部件少、易组装、DIY 元素强等产品结构优势以及结构性专利，公司星空篷产品主要客户多为海外知名大型商超、专卖店等，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、公司在生产制造端能力如何？**

**答：**在生产制造端，公司积极推进精益生产，加快数字化建设，优化生产工艺及流程，持续提高生产效率。近期，浙江省经信厅公布了 2025 年省级先进级智能工厂(第一批)名单，公司成功入选，成为临海市 7 家入选企业之一。此次入选，标志着公司在智能制造领域的整体能力和示范价值获得高度认可。未来公司将持续推进智能制造转型、精益管理升级和绿色可持续发展，为户外休闲家具及用品制造业高质量发展贡献力量。

#### **7、公司当下的重点工作有哪些？**

**答：**公司当下主要有以下几项重点工作：（1）扩品类进  
**KA：**继续扩大星空篷、储物箱、户外家具等产品进入大型商

	超的线下门店；（2）精准研发：继续推进户外家具实现精准研发；（3）产线建设：继续加大印尼生产基地以及顺德晴天产线建设力度；（4）品牌建设：持续加大“Mirador”、“AVAAR”品牌建设力度，强化 2C 能力，提升自有品牌销售占比。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 6 月 17 日