

证券代码：300005
 探路者

证券简称：探路者

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：2020-

003

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>投资者电话交流会</u>			
参与单位名称及人员姓名	公司	参加人员	公司	参加人员
	广发证券	糜韩杰	中金证券	宋文慧
	华安基金管理 有限公司	陈曾怡	泰唯信投资	卢乃思
	红星美凯龙	孙昱	晨骏资本	秦志强
	交银施罗德基 金管理有限公 司	高逸云	上海昶元投 资管理有限 公司	颜孝坤
	上海煜德投资 管理中心（有 限合伙）	欧海	北京泓澄投 资管理有限 公司	曹中舒
	浙江凯读投资 管理有限公司	杨琳	西藏趣合投 资有限公司	文雅 纪晓玲
	上海原点资产 管理有限公司	俞忠华	东亚前海证 券有限责任 公司	季雨
时间	2020年8月27日10点至11点			
地点	北京市昌平区北七家镇宏福创业园28号			
上市公司接待人员姓名	陶旭（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

第一部分：董事会秘书陶旭对公司半年度的经营情况进行了介绍：

受年初新冠肺炎疫情的影响，2020年上半年度中国经济发展受到较大冲击，经济增速尤其是可选消费品行业发展显著放缓。受疫情影响，报告期公司户外主业的销售收入尤其是来源线下业务的收入较同期有较大幅度的下降，2020年上半年度公司实现营业收入29,724.07万元，较去年同期减少56.99%，具体到户外用品主业，报告期户外用品主业实现主营业务收入2.87亿元，较去年同期减少45.75%。

面对疫情的不利影响，公司以年度经营计划为指导，聚焦资源促进户外用品主业的长期健康发展，加强线上营销，优化组织架构，严格预算及费用管控，快速推出上述多项举措积极应对疫情的不利影响。但由于人工、仓储、店铺渠道等相关费用支出具有一定的刚性，费用支出降幅小于销售收入降幅。同时受疫情影响2020年6月底公司存货结构中过季产品较上年同期期末增加较多，加盟商在疫情期间的经营也受到了不同程度的不利影响，根据相关会计制度，本报告期末公司计提存货、应收款等跌价（减值）准备金额合计约1.24亿元。以上因素共同导致报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润亏损-1.45亿元，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润亏损-1.52亿元。

公司持续重视研发投入，研发投入金额较上年同期增加25.58%，根据现有旗下各品牌的定位特质及目标客户的细分需求，强化不同品牌产品功能属性和设计风格的差异化研发。不断调整延展公司产品品类，尝试拓展了综训产品、攀岩、瑜伽产品等新的产品品类，提升了相关产品市场竞争力。同时公司加强校服等定制业务拓展，2020年7月探路者校服凭借着强大的户外科技力量与设计优势揽获ISUE 2020中国校服设计大赛高中生系列特等奖、一等奖、幼儿园园服系列特等奖等三项大

奖。2020年初新冠疫情爆发后，公司充分发挥国家高新技术企业优势，快速完成了“生产非医用防护服；销售非医用防护服、医疗器械（仅限I类、II类）”等工商注册经营范围的增加，并利用自身在相关领域的技术进行了防护型渔夫帽、防护隔离服（非医用防护服）等防疫类产品的研发及组织生产，探路者的战略工厂也已办理完成第一类医疗器械隔离衣的备案手续及获得了CE认证。

探路者作为“中国南（北）极考察队选用产品”，为科考工作者持续研发提供在极端恶劣环境下工作的全套户外装备。目前探路者已连续11年支持中国南（北）极科考队，并于2020年4月圆满完成贴身护航第36次中国南极科考任务；公司向珠峰高程测量队提供了专为极寒环境所打造的探路者HIMEX极地系列营地羽绒服、探路者睡袋、冲锋衣等专业户外装备，全程支持珠峰高程测量队，助力测量队全员于2020年5月27日11时成功登顶珠穆朗玛峰峰顶；同时公司非常重视2022年冬奥会给户外及相关产业所带来的良好发展机遇，目前已参与作为科技部国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”项目的联合实施方，并积极参与了多项与冬奥会相关的设计招标活动。

第二部分：自由交流环节主要问答

公司董事会秘书陶旭回答了调研人员的问题。

问题 1：疫情下多数品牌公司均加强了线上品牌营销，请问公司在疫情期间采取了哪些线上营销方式？

答：2020年上半年公司根据疫情下的消费趋势变化快速反应，加强线上销售和线上社群营销，举办了多次直播等新型营销活动，例如探路者 X 汪峰抖音的直播首秀、探路者 X 搜狐 CEO 张朝阳 618 直播好物、2020年5月珠峰高程测量大本营直播、2020年7月天问一号火星探测现场情况直播、公司董事长兼总裁王静女士与“善以为宝-王宝”联合直播带货等营

销活动，在提高品牌曝光率的同时有效提升产品的线上销售。同时公司持续优化微信小程序、企业微信、单店微信营销群等社交新零售渠道，充分利用线下门店所积累的客户群资源，帮助线下店铺的店员通过微信朋友圈、单店微信营销群等方式来加强店铺会员维系及实现便捷的销售转化，强化线上、线下零售渠道协同，加速推进全网零售进程。

问题 2：对于公司存货跌价的风险，公司采取了哪些措施？

答：对于存货跌价的风险，公司将通过规划合理的进销存计划，有效调控期货及时入仓及销售时间，加强终端零售管理，保障货品当季销售合理的售罄率，并在保证合理新品售罄率的基础上，综合利用线上线下特卖、折扣店等特殊渠道，有效降解公司过季产品库存。公司在实现库存结构和绝对值优化的同时，通过不断增强供应链系统的柔性供应和快速反应能力，力求快速了解产品终端销售信息，提升快速翻单补货的运营能力，降低整体经营风险。

问题 3：请问公司未来线下渠道将会如何发展？

答：对线下店铺零售渠道，2020 年公司优化渠道布局，更加聚焦线下门店运营质量，积极克服疫情不利影响，持续加强零售终端的服务技巧与零售技巧的培训，达成服务标准可视化，加强对一线消费需求的关注，不断推陈出新，提升服务质量，并在抓住疫情下的商机，优选核心商场、购物中心、奥特莱斯等优质商圈继续开拓店铺的同时，加大力度继续积极关闭获利能力不理想、形象较差的低效店铺。同时针对疫情时期的特殊情况，增强对加盟商运营的赋能和扶持力度，深入加盟商商品管理和零售赋能，帮助和引导加盟商实现有效订货和货品高效流转。

问题 4：公司目前的上新频率是怎样规划的？

答：目前公司持续提升整个产品供应体系的柔性和快速反应机制，持续强化“四季上新，月度主推产品组合搭配（户

	<p>外服装+户外鞋品+户外装备，例如公司在 2020 年 4 月主推光变/蝶影皮肤衣+碳板跑鞋产品组合，5 月结合“珠峰高程测量”重大品宣事件主推组合珠峰皮肤衣/T 恤+林蛙溯溪+露营套装等)”，通过“产品期货+快速滚动开发”相结合的供货节奏，打造适合市场需要的“爆款海量”及“多款少量”，并有效促进了相关产品售罄率的提升。</p> <p>问题 5：目前公司集团客户业务的拓展策略是怎样的，效果如何？</p> <p>答：公司持续增强集团客户业务的拓展及分类突破，通过快反提升定制产品的销售，针对重点突破的方向细化行业分类，组建销售前后端项目小组进行分类突破，增加后台供应链人员的保障，完善项目小组人员的考核激励，并积极借力各类型企业的外部代理服务机构、公司覆盖全国的经销商资源等，努力提升集团客户业务的销售规模，2020 年上半年公司集团客户业务实现收入 0.28 亿元，较上年同期增长 38%，取得了初步的效果。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 8 月 27 日