

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：2020-001

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
	申万宏源	戎姜斌 王立平	光大证券	汲肖飞 周维
	东兴资管	杨鑫	光大资管	姚军
	东方证券	张维益	兴业证券	纪宇泽
	中金公司	宋文慧	天瑞资管	于佳玉
	广发证券	糜韩杰	泰唯信投资	卢乃思
	盛盈资本	李秉鸿	红土创新基金	连肇明
	红星美凯龙	孙昱	西藏源乘投资	刘建东
	长城财富资管	王曦明	长江证券	雷玉
	顶天投资	张怀安		
时间	2020年4月22日10点至11点30分			
地点	电话交流会			
上市公司接待人员姓名	李一芄（创新孵化中心负责人） 陶旭（董事会秘书）			
投资者关系活动主要内容介绍	会议议程： 第一部分：简要介绍公司2020年第一季度公司经营情况 2020年第一季度，公司实现营业收入14,352.68万元，其中户外用品主营业务收入报告期实现13,977.5万元，较去年同期减少39.7%，主要是本报告期已不再合并易游等旅游服务业			

务的收入，同时疫情扩散使得公司户外用品主业尤其是线下业务的销售收入大幅减少，及导致报告期实现公司归属于上市公司股东的净利润下降。报告期面对疫情，公司董事长兼总裁王静带队指挥，积极履行社会责任，通过探路者公益基金会将捐赠的多批物资分别送达疫情一线相关人员的手中，同时紧急组织生产的防护隔离服（非医用防护服）等防疫物资也已陆续供最需要的防护一线。公司在认真做好新冠肺炎疫情防控工作的同时，快速启动基于互联网技术的远程办公、工作协同机制，全员线上正常办公、线下轮岗现场办公，并努力通过一系列综合举措充分保障日常经营管理工作的有效进行。

公司继续加强产品研发投入，2020 年第一季度研发费用 714.69 万元，较去年同期增长 12.21%，持续夯实研发技术的竞争力。面对疫情公司积极投身到防护隔离服（非医用防护服）的研发及生产供应当中，同时快速新增工商注册经营范围“销售非医用防护服、医疗器械（含一类、二类）”等内容；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。同时，公司持续提升研发设计创新能力及相关科技在产品中的推广应用，例如 2020 年 4 月公司发布智能光变防晒皮肤衣新品等。报告期内，公司最新研发的相关产品得到了业界专业机构的广泛认可，屡获行业大奖。

针对疫情对线下销售的影响，公司已强化线上营销积极应变，积极通过直播营销、微信营销、线上品宣活动等多种方式触达消费者，并充分利用线下门店所积累的客户群资源，综合利用微信小程序、抖音等新营销工具，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；同时深耕线上内容营销，加强与天猫等第三方平台的资源合作，积极拓展与其他机构、KOL、KOC 及群主所运营的社群合作，增强会员粉丝运营能力，提高会员的购买力及传播力。

报告期内，公司持续提高运营管理效率，根据疫情下营销运营模式的现状，进一步优化现有薪酬绩效考核方案，根据员工当月考核结果快速在当月兑现绩效奖金，充分调动公司管理层和业务骨干的积极性，充分挖掘员工潜能。

公司组建的世界冠军级越野跑队——“探路者飞越队”在报告期的专业级赛事中继续连获佳绩，有效强化了探路者品牌和产品在行业专业领域内的影响力。

第二部分：自由交流环节主要问答

公司创新孵化中心负责人李一芄及董事会秘书陶旭回答主要提问内容。

问题 1: 目前公司私域流量的业务重点是什么？

答：目前公司私域流量增长最快的是社群营销。公司通过微信平台小程序和有赞等第三方平台，把原线下会员引流到线上销售，逐渐增厚零售的销售业绩。

问题 2: 公司私域流量和公域流量的融合情况以及规划？

答：公司将微信体系营销手段作为一个抓手，把私域流量变成自己能触及用户的方式。在工具层面，把平台上会员流量变成微信体系的流量。通过线下用户信息，引流客户到我们想要他们去的会员体系中，比如微信商城等。此外，在重点渠道里通过注册送红包等方式引流，把公域流量引到公司控制的渠道的池子里。

问题 3: 电商清库存主要是通过哪个渠道？

答：目前公司消化库存主要是通过唯品会、拼多多和小程序等渠道，同时也利用私域流量做一些秒杀活动清库存。

问题 4: 2020 年第一季度户外主业销售和管理费用情况如何？

答：在户外用品主业方面，公司 2020 年第一季度营销费用下降 10% 以上，管理费用（剔除确认的股权激励费用后）较去年下降 10% 左右。此外，公司优化营销推广，在疫情下把部

	<p>分线下宣传费转移到线上，总体人力工资等固定成本也略有降低。</p> <p>5、目前公司产品创新方面有什么进展？</p> <p>答：公司继续加强产品研发投入，2020年第一季度研发费用714.69万元，较去年同期增长12.21%，持续夯实研发技术的竞争力。公司持续提升研发设计创新能力及相关科技在产品中的推广应用，例如2020年4月公司发布智能光变防晒皮肤衣新品，该款皮肤衣采用探路者研发的TIEF CHAMELEON智能光变科技，其原理是采用仿生变色龙的变色系统由外界环境影响智能变色，实现一秒换衣的新概念产品，新品推出后广受用户好评。报告期内，公司最新研发的相关产品也得到了业界专业机构的广泛认可，屡获行业大奖，2020年初公司自主研发的创新石墨烯多功能羽绒服、探路者HIMEX系列徒步鞋及飞越越野跑鞋荣获2020年德国ISPO全球设计奖银奖；公司自主研发的5款面料摘得ISPO功能性纺织品流行趋势大奖（ISPO Textrends）等。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020年4月22日