

浙江正特股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-001

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（请文字说明其他活动内容）	
参与单位名称及人员姓名	国泰君安	穆方舟
	南方基金	车育文
	汇添富基金	费海墅
	平安基金	王修宝
	中欧基金	陈欣宜
	申万菱信基金	吴谦
	兴华基金	崔涛
	中信建投基金	张桢桢
	中泰资管	陈佳玲
	阳光资产	吴烨琳
时间	2022年9月22日 14:00-16:00	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：陈永辉先生 董事：张黎先生 董事、副总经理：侯姗姗女士 董事会秘书、财务负责人：周善彪先生	
	主要内容如下： 一、 企业基本情况介绍 浙江正特是一家集户外休闲家具及用品研发、生产、	

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>销售业务于一体的高新技术企业，主营业务集中在欧美地区。公司于 2015 年进行股改成立股份公司，并于 2022 年 9 月在深主板上市。公司 2021 年营业收入 12 亿人民币，员工 2000 人左右，在荷兰纽南、美国洛杉矶和亚特兰大分别设有子公司。公司的发展战略是“制造为本，研发引领，大户优先。”</p> <p>二、 问答环节</p> <p>1、下游终端客户每年的变化大吗？</p> <p>户外休闲行业产业链成熟，下游客户变化较小。产品的研发需求重点在功能性、结构性上。公司会根据客户需求，结合市场终端消费者的消费理念，在原有基础上进行改良，并保持一定的价格竞争力。</p> <p>2、美国加征关税，公司是否考虑在东南亚建厂？</p> <p>从地区性差异来讲，与东南亚相比，国内人工成本相对较高，但国内产业工人的劳动生产率相对较高，综合来看，差异不会特别明显。决定成本的主要因素还是产业集聚效应与管理效率。国内的产业链非常完整，所以效率会大大高于海外（东南亚）设厂。上市后，公司将进一步提升公司制造模块的数字化、智能化水平，从而提升生产效率，降低生产成本。从关税的角度看，目前主要还是客户在承担，因此美国加增关税对公司的影响不会太大。</p> <p>3、2021 年遮阳伞和宠物屋销售单价下降的原因？</p> <p>遮阳伞和宠物屋产品细分类别较多，从品类上分析，市单价下降了。但是这个下降主要是细分品类销量变化所致，实际单价没有大的变化。2021 年宠物屋销量下降的主要原因是体积大导致海运费上涨严重，客户持观望态度，造成订单量有所下降。</p> <p>4、2018 年撤回上市申请的原因？</p> <p>公司曾于 2016 年 6 月进行首发 IPO 申报，当时申报的</p>
----------------------	--

板块为上交所主板。由于 2018 年初美元汇率波动较大，人民币大幅度升值。公司又处于中美贸易战的大环境下，对 2018 年经营业绩预期不太乐观，因此在 2018 年上半年申请将申报材料撤回。本次申报公司经营业绩已有较为明显的上升，尤其 2020 年以来，公司销售额同比获得较快增长，2021 年 5 月重新申报深交所主板并于 2022 年 9 月顺利过会。

5、星空篷价格是否有进一步降低？

目前星空篷的价格趋于稳定。该产品的专利及知识产权登记已经在 2020 年前后全部完成，公司通过结合知识产权、毛利率管理、头部客户优先的发展战略，给星空篷留存了合理的利润空间，所以价格将保持稳定状态。

6、打造爆品和交付能力之间是否平衡？

ODM 模式下的主要业务流程是研发、制造、销售。公司非常重视研发投入，并取得了明显的效果。制造端方面，则在软件公司、专业咨询机构等的帮助下，进行智能化、数字化的改造，包括垂直一体化产线的建设，且已经取得了一定的效果。这些将支持公司产能的进一步提升，从而保证、满足客户进一步的需求。

7、公司对明年出口形式的看法？

大部分海外客户的订单通常在前一年三、四季度末确认，公司的战略还是以头部客户为主，与大客户的合作较为稳定，从上半年的订单量来看，形式较好。

行业及经济波动变化是正常现象，户外休闲行业需求的变动一般会弱于其它快消品。公司近年来业绩增加迅速，客户评价和订单量都不错，所以公司对明年的出口形式持积极态度。

8、公司在过去几年的规模增长没有太大变化，近期增长较快原因？

	<p>公司于 2018 进行全面的企业文化梳理和发展战略转型，实现研发和制造端的突破，细化“制造为本 研发引领 大户优先”的发展战略，进行爆品突破。通过研发前移，OEM 向 ODM 转型等一系列动作，大大提升了公司的生产效率和经营业绩。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 9 月 23 日