

撰文/ 《财经天下》周刊作者 倪毓平

编辑/ 陈芳

尽管露营经济的火越烧越旺，但有着“露营鼻祖”之称的探路者却没能吃到这波红利，不管是营收涨幅还是股价涨幅都比不上同行，并且与自身巅峰时期相比，市值依然少了160亿，营收则有着25个亿的差距。

去年夏天，生活在云南昆明的方岑已经注意到，市属公园、近郊水库等地方的天幕和帐篷多了起来。打算买帐篷的方岑，在浏览完各大社交平台的分享推荐后，彻底入了露营的坑，短短一年时间，她在露营上花费了3000元左右。

这个钱还不算高，有着6年露营经历的博主阿蒙，每次要在露营上花销1万元到2万元。“身边一些家底厚的朋友，每年在露营上要花费5万元到10万元。”

今年以来，要说什么领域最火，那露营一定是其中之一。各大电商公司、旅游公司公布的数据指向一个事实，露营俨然成了新风口。

图源/视觉中国

财报显示，2021年探路者营收为12.43亿元，虽然同比增长36.23%，但与2015年38.08亿元的顶峰相比，依然缩水了近七成，丢了25个亿。今年一季度，探路者归属于公司股东的净利润为822.12万元，同比下滑25%。若扣除非经常性损益，净利润降幅可达到六成，仅有191.76万元。

在资本市场上，5月20日，受露营概念影响，探路者飙涨20%，每股报收10.2元，但与2015年28.45元的最高峰相比，依然缩水64%，总市值从250多亿元的高点跌至如今的90亿元，蒸发了160亿元。

探路者也感受到了危机，近期它高调宣布，二季度将主推露营场景，寻求再突破。但曾经的佼佼者还能夺回市场领导地位吗？

探路者掉队 “露营热”

今年，以短途休闲为主的“精致露营”市场正迎来爆发期。

B站上，“露营”主题的视频已有7.5万个，播放量达3.7亿次；小红书则发起了“露营季”专题活动。牧高笛、挪客、骆驼、黑鹿等一批户外用品品牌高频出现在分享和推荐中。巨大流量之下，变现肉眼可见。以牧高笛为例，其今年一季度的营收已有3.27亿元，同比增加56%；归母净利润3677.39万元，同比增加了73%。

这当中，却鲜少出现探路者的身影。“按道理来说，露营热中，它应该是一个最大的受益者。”中国社会科学院财经战略研究院教授魏翔告诉《财经天下》周刊。

这份期待并不夸张。上世纪90年代，凭借一顶手工帐篷，探路者创立，并以此打入了户外市场。随着户外运动在国内逐步兴起，探路者也不断扩张产品线，形成户外服装、户外鞋品和户外装备三条较早发展的业务线。

2009年，作为创业板首批上市公司，探路者在深交所挂牌，“开创了中国户外企业进军资本市场的先河”。在当年年报中，探路者如是点明其上市意义。而资本市场也予以热烈回应，探路者股价连年大涨，到2015年每股触及28.45元的最高点，相比上市时股价翻了七倍多。

而在帐篷的发展中，探路者也颇具权威性。根据官方信息，2000年，探路者制定了帐篷生产企业标准，后被认定为行业标准；在今年，其也以起草人之一的身份参与了国家标准《野营帐篷》的制定中。

各种意义上看，探路者被称为“露营鼻祖”也在情理之中。但品牌的光鲜资历，却没能转化成市场销售，自2015年以后，探路者的营收不断走低，2017年小幅回升，但依然没能阻挡住下滑的大势。2018年至2020年，探路者营收连续三年大幅下滑。由此，尽管2021年探路者营收回升至两位数，实现12.43亿元，但与2015年38亿元相比，差距依然巨大。

图源/视觉中国

盛发强在接受媒体采访中曾回忆，公司管理开始捉襟见肘，经营挑战重重。他“希望妻子从副总经理的位置上退下来”，以完成“去家族化”转型。

这场“晚饭后”的谈话改变了探路者的管理结构，也或多或少影响了其后来的战略方向。王静思索一番后接受了丈夫的提议，于2007年退出了探路者的日常经营，投身登山运动中，并在日后与王石结为队友。

已淡出日常管理的王静，所投的反对票自然没有被采纳，探路者的投资并购如火如荼地进行着。直到2017年，四处出击谋求多元化发展的探路者走到了危机关头。此

时，王静临危受命，重回管理层，出任公司董事长兼总裁，并提出“聚焦主业”战略。

2019年，探路者获得喘息，实现净利润1.13亿元。然而，短暂盈利后，公司再次陷入亏损之中，2020年，探路者净亏损2.74亿元。

积重难返的局面，或许令王静夫妇萌生退意。2021年1月初，二者合计转让5.85%的股权，转让总价约3.36亿元，不再是公司的掌舵者，但也并非一无所获。根据媒体报道，自公司上市至今，王静、盛发强已完成16次减持，通过高频减持，“套现”约10亿元，算上实控权转让，二人累计套现金额超13亿元。

新领导层搞起了芯片生意

随着股东变更，探路者的领导层也于2021年发生重大变动。

接手王静夫妇转让股份的李明，是北京通域合盈投资管理有限公司的大股东，持股比例为60%，他通过这家公司以及通域众合，一共拿下探路者13.65%的股权，成为控股股东。由此，李明替代王静夫妇成为探路者的实控人。

最初买下股份的时候，李明曾表态称，探路者的户外用品业务后续仍由原来的团队管理，不会发生变动，通域系主要做的事是整合优质资源，持续提升公司治理、业务拓展和盈利能力。

然而，换了股东后，探路者随之发生一系列高管变动。

天眼查显示，2021年3月，探路者的法定代表人由王静变成为李明。探路者年报显示，新任掌门人李明出生于1964年，自2021年2月26日起担任探路者董事长。他是清华大学经济管理学院博士出身，历任中国人民解放军军械工程学院电子工程系导弹教研室教师、国研科技集团董事长兼总裁、紫光国芯微电子股份有限公司董事长、紫光集团有限公司联席总裁。

与探路者法人一同变更的还有管理层，2021年3月原有探路者包括董事、经理、监事等在内的9位管理层退出，新增了8位管理层，分别为高伟、高子程、何化杰、李东红、李凯、毛娅琳、王玥和张妍。探路者年报显示，高伟、高子程和王玥去年11月、12月相继因个人原因离任。

目前，何华杰担任探路者董事兼总裁，李东红任独立董事，李凯任监事，毛娅琳是监事会主席，张妍为职工监事。探路者还有三位副总裁，分别为陈旭、孙国亮以及

兼董事会秘书的张志飞。

这些人中，只有孙国亮为探路者内部成长起来的“大将”，2008年3月加入后，其历任商品部经理、童装事业部总经理、企划运营总监等职务。而新任管理层中，多数高层没有户外用品的相关从业经验。其中，何华杰曾在多个通信企业中历任要职，并曾担任紫光集团副总裁；陈旭此前在通域合盈担任副总经理；张志飞此前在华联等公司证券部工作过。

整个2021年探路者共有15名董事、监事和高级管理人员离任，包括王静夫妇等，今年一季报显示他二人依然为探路者的股东，加起来持股12.55%，但表决权缩减了。

股权转让后，盛发强同意无条件且不可撤销地放弃其所持有的上市公司10%股份对应的表决权，且不得委托任何其他方行使该等股份的表决权，放弃表决权的期间为放弃日起12个月。由此，盛发强的拥有表决权比例从16.57%缩减至2.43%，王静由6.83%缩减至5.12%。

股权变动，管理层更换，探路者的业务方向也随之有了重大变化。

李明给的方向是数字化，他曾向参会股东表示，其与探路者业务的结合点在于数字化2.0的打造。2021年9月，探路者以自有资金2.6亿元收购北京芯能电子科技有限公司（下称“北京芯能”）60%的股权。在2021年年报中，探路者进一步明确了“户外业务+芯片业务”双主业的发展战略。

据悉，北京芯能为国内同时在直显及背光产品拥有Mini LED主动式驱动芯片的公司，且两类产品均已完成流片。以收购股权为契机，探路者将切入Mini LED/Micro LED显示驱动芯片领域，丰富业务类型和产品。

具体来看，年报显示，探路者将探索智能户外业务，打造特殊场景下的户外产品，从定位、监控和搜救产品出发，挖掘需求痛点，加快研发和产品迭代速度；跟踪AR/VR产品发展，积极探索新形态产品。

“疫情过后，露营风潮不会随风而去，但也不会高歌猛进。更多作为一个触发点，带动休闲游多业态发展，呈现‘+露营’的发展趋势”。魏翔认为，随着露营市场趋于成熟，户外可穿戴设备将是未来一大细分赛道，一方面，芯片等科技的投入，可以快速降低生产成本；另一方面，可穿戴设备能够不断升级迭代，因而也具有较好的利润空间。对于探路者而言，挖掘露营衍生品及纵深市场或是其未来发展的一大优势。

但这笔交易有一定争议，根据上海东洲资产评估有限公司出具的《资产评估报告》，截至评估基准日2021年5月31日，北京芯能的股东权益账面价值为1540.67万元，评估后为3.89亿元，增值率2424.87%。在该评估增值基础上，北京芯能最终交易价格为4.33亿元，相对于股权账面价值已经增值了2710.80%。

总体而言，探路者跨界芯片的战略仍处于构想阶段。眼下，错过了今年年初的风口，如何在炎夏来临前夺回市场，是探路者更加紧急的一道考验。在多个媒体的报道中，探路者表示，二季度，将主推露营场景，寻求更大突破，并预计，2022年，露营装备产品将同比增加180%。

不过，阿蒙觉得，下半年，露营市场会有更多品牌疯狂涌入。身为柳州人，他打了个比方，“跟螺蛳粉市场一个道理，什么火就搞什么。”

（方岑、孙晴为化名）