

证券代码：301055

证券简称：张小泉

## 张小泉股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 一对一沟通	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位及人员	投资者网上提问		
时间	2023年5月10日（周三）上午 10:00-12:00		
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ） 采用网络远程的方式召开业绩说明会		
上市公司接待人员	董事长 张樟生 董事、总经理 夏乾良 董事、财务总监 王现余 副总经理、董事会秘书 平燕娜 独立董事 余景选 保荐代表人 李良		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司分别于2023年4月18日、2023年4月28日披露了《2022年年度报告》、《2022年年度报告摘要》和《2023年一季度报告》。为便于广大投资者更深入全面地了解公司情况，进一步加强与投资者的沟通，公司于2023年5月10日（星期三）上午10:00-12:00，在“全景路演天下”（<a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a>）举办2022年度暨2023年第一季度网上业绩说明会，本次业绩说明会采用网络远程的方式与投资者互动交流，主要沟通内容如下：</p> <p><b>1、在如今技术升级、消费升级大背景下，公司如何确保产品紧跟市场趋势？</b></p> <p>答：尊敬的投资者您好！消费者追求美好品质生活的整体需求趋势是不会改变的。短期内因为疫情、国家城镇化建设政策导向等原因，未来会需要更多更具备性价比的厨房家居产品。另外，我们也发现了一些新的行业机会，比如现在的消费者更加关注厨房环境卫生和食品安全，我们会加大有关抗菌以及消毒功能属性的产品以及材料方面的研究。谢谢！</p> <p><b>2、公司在产品方面如何布局，有哪些新举措、新调整？</b></p> <p>答：尊敬的投资者您好！公司还是在以刀剪具产品为主线的基础上，围绕厨房家居场景进行多元产品矩阵的布局，希望可以为厨房和家居生活场景提供精准多</p>		

元化的产品。短期内因为疫情、国家城镇化建设政策导向等原因，未来会需要更多更具性价比的厨房家居产品，后续我们会推出更加性能优异、性价比高的相关产品。同时，也会适时推出更精致的系列产品满足高端消费者的需求。近期公司在广东阳江市举办的 2023 年全国经销商大会暨新品发布会上隆重介绍了新品——大师印系列刀具产品，还有共计 200 多款包含炊具产品以及厨房一次性用品在内的众多新品进行了亮相，收获了经销商热烈反响，大会期间已签订单数超出原先预期。谢谢！

**3、据年报，公司生活五金制品产销并不对等，可以简要阐述一下过去一年行业及公司的供需格局吗？**

答：您好， 由于公司募集资金投资项目阳江智能制造基地目前仍处于产能爬坡期，随着该基地的达产，公司产销态势将更趋于平衡。行业方面，根据最新的《中国轻工业年鉴 2021》数据，2020 年刀剪及类似日用金属工具制造行业规模以上企业共计 120 家，较 2018 年的 184 家下降 53.33%，营业收入合计 107.5 亿元（18 年 109.1 亿元、19 年 105.1 亿元）。若按公司 2022 年 8.27 亿的营收，20 年 107.5 亿元的行业规模，粗略计算，市占率大致为 7.69%。22 年度部分行业内小玩家正在逐步淘汰，行业集中度在提升，竞争加剧。公司将持续稳健经营，提升公司市占率。谢谢！

**4、刀剪五金行业门槛太低，竞争激烈，公司如何从激烈竞争中脱颖而出？**

答：尊敬的投资者您好！我们认为，关键在于满足消费者在刀剪品类上更加细分和多样化的需求，比如拆快递的刀具、越来越受到欢迎的厨房剪具等，公司需要敏锐地观察到消费者在这些细分领域的需求，并且及时地满足大家的需求，才能更好地达到消费者的预期。另外，公司需要通过对产品结构、工艺设计及品质的不断探索与追求，真正构筑核心产品力的护城河，实现产品力不断上行。在实现手段上，公司考虑从以往的单品优先的模式，逐渐增加整体系列产品的推出，突出产品系列化的辨识度和整体性。我们一直认为耐用消费品不同于快消品，会有代际升级的变化，每次迭代都会有一次新的升级，目前 80 后和 90 后在逐渐变为公司的主力消费群体，公司需要不断研究他们的需求变化，才能顺利在本次代际升级变迁中赢得先机，最终实现国货突围。谢谢！

**5、公司过去一年主要有哪些研发成果？目前在研的有哪些？**

答：尊敬的投资者，您好！公司始终坚持持续在研发技术领域投入和创新，不断提升技术核心竞争力，2022 年度在材料、工艺方面取得了突破性成果。在材料端，持续研究新材料的应用，尤其在含铜大马士革钢和钛合金的应用方面取得一定成果，前者结合了铜的柔软与不锈钢的坚硬，形成彩色大马士革花纹，提升了刀具的使用体验，公司已申请发明专利；后者将钛合金应用于刀具产品，充分发挥了钛合金材料高强度、耐腐蚀等优点。在工艺端，持续加大自动化设备的投入与应用，结合信息化系统性梳理和优化产品工艺流程。

比如，公司展开了对于刀具表面防锈防粘技术的专项研究，提升了刀具表面的平滑度，有助于保持刀具的清洁卫生，在这个过程中，公司组织专门攻关，解决了涂层附着力和完全符合国家食品安全的难关；又比如，公司逐步推行的圆背加工工艺，系对于传统刀具工艺的重大突破，使得刀具在使用过程中的体验得到明显的提升；另外，公司亦积极开展了厨房五金制品激光技术运用的研究，在焊接工艺中运用激光技术，可以很大程度上提高生产加工的效能，使得热影响区域变小，焊缝牢固美观，降低刀体变形与翘曲比例。谢谢！

**6、作为中华传统老字号，公司是如何进行品牌建设的，以及如何优化规范品牌 IP 信息的？**

答：尊敬的投资者您好！公司结合传统优势刀剪产品类目与两大事业集群类目的品牌发展要求，提出了“精准施策、相互赋能”的品牌建设总体原则，完成了《张小泉 IP 形象规范手册》的编制、同步全面升级《张小泉 VI 视觉识别手册》，明确了公司自身符合新时代要求的品牌建设定位，优化和统一规范了品牌信息及传播语言，通过社交媒体、户外广告媒体、品牌日活动和跨界联名等多种手段，持续提升张小泉品牌认知度和美誉度。谢谢！

**7、公司在刀剪行业具备哪些核心竞争力？是否已形成一定壁垒？**

答：您好！作为一家老字号的刀剪五金制造企业，通过长期的生产实践和企业运营，公司积累了在材料端、渠道端、生产工艺端和品牌影响端等多个方面先发优势，并在部分领域形成了强有力的竞争领先能力，感谢您对于张小泉的持续关注。谢谢

**8、公司未来计划如何进一步提升刀剪产品的市场占有率？**

答：尊敬的投资者您好！刀剪行业相对小众，行业比较分散，消费者对刀剪的品牌意识尚待进一步培养。不过我们也观察到一些有利趋势：近年来国内消费升级趋势逐渐明显，同时伴随国货潮的兴起，以及流量碎片化情况下渠道资源有进一步向头部品牌聚拢的趋势。公司将紧紧抓住这些外部机遇，持续打磨产品，推动品牌升级与年轻化，同时深耕渠道、细化渠道颗粒度，着力推进生产标准化、自动化、智能化改造，从而进一步提高市占率。谢谢！

**9、公司人才激励机制是怎样的？如何适配公司发展速度？**

答：尊敬的投资人您好！公司根据发展战略和人力资源管理策略框架，按照“紧随企业战略、体现人才价值、发挥激励作用”的原则，以激励性薪酬分配制度为核心，建立了兼顾内部公平和市场竞争性的薪酬体系，努力实现员工在薪酬分配上的“责任与利益一致、能力与价值一致、业绩与收益一致”的目标，将个人收益与公司效益有效结合，促进公司持续稳定健康发展。谢谢！

**10、2022年作为公司摸索刀剪领域供应链建设的元年，成果有哪些？未来将如何提升供应链的整体能力和韧性？**

答：尊敬的投资者您好！2022年，是公司摸索刀剪领域供应链建设的首个完整年度。公司不断加强供应链管理优化提升工作，努力提升 OEM 供应商的原材料供应和质量把控水平。一方面通过阳江张小泉供应链聚合产业链钢材需求，集中向上游采购并销售给公司的产品供应商，以保障产品用钢材质量的统一和钢材供应的稳定，提升原材料管控水平，全年阳江张小泉供应链累计向各类五金生产企业供应不锈钢 2,284.89 吨，整合速度超过公司预期；另一方面持续增加外派驻场品质管控，提升 OEM 供应商生产过程品质管控水平。未来公司将持续强化供应链管理的系统化和标准化，提升供应链的整体能力和韧性。谢谢！

**11、公司股价一直跌，是你们不在乎股价涨跌或是中小股民？**

答：尊敬的投资者您好！公司股价表现受国际形势、宏观经济政策、行业发展、资本市场环境等多种因素影响。我们会密切关注股价的变动情况，若有必要公司将采取维护公司价值及股东权益等措施。谢谢！

**12、建议公司收购章丘铁锅，强强联合，做大做强中国风特色品牌餐具产业**

链！

答：尊敬的投资者您好！感谢您的建议！

**13、公司在国际上有没有对标学习的同类公司？公司远期希望成长为一个什么样的企业？**

答：您好！三人行，必有我师，公司将学习一切先进企业的先进经验，保持自己的进步，立足去成为一家来源于百姓，服务于百姓的伟大企业，谢谢！

**14、您对公司的发展有没有信心？我准备重仓持股张小泉，会不会让我失望？**

答：您好！公司管理团队对于公司的长期发展始终抱有强烈的信心，感谢您对公司的持续关注，谢谢！

**15、作为百年老店，公司有没有参与央视大国品牌广告宣传的计划？**

答：您好，公司将按照原先制定的品牌宣传计划开展相关活动，感谢您的关注！

**16、公司如何看待社区团购这个渠道？有没有上社区团购的计划？**

答：您好！公司积极关注所有的新兴渠道中酝酿着的潜在的商业机会，将在合适的时机进行有益的尝试，谢谢！

**17、公司有没有进军小家电全产业链的计划？**

答：尊敬的投资者您好！公司暂无进军小家电全产业链的计划，谢谢！

**18、公司有没有市值管理计划**

答：尊敬的投资者您好！公司市值受宏观经济、行业周期、公司发展基本面等多方面因素影响。公司始终坚信专注主业是增强公司价值创造能力的基础，开拓创新是公司价值管理的关键。管理层高度重视市值维护工作，在合规运营的基础上，公司也会更加重视与投资者保持良好的交流互动，通过持续、稳定的利润分配更好地回报股东。谢谢！

**19、公司大股东都在大量减持，怎么让中小投资者相信张小泉未来可期，怎么来实现良好的市值管理？**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司长期的关注。股东增减持股份是股东根据自身情况的自主决策，如涉及信息披露，公司均严格按照相关法律法规的要求规范履行信息披露义务。谢谢！

**20、大股东都是清仓式的减持，怎么让中小投资者有信心？**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司长期的关注。股东增减持股份是股东根据自身情况的自主决策，如涉及信息披露，公司均严格按照相关法律法规的要求规范履行信息披露义务。谢谢！

**21、公司有没有助力用公司产品淄博烧烤的宣传活动的？**

答：您好！公司将会按照自身年度的品牌规划积极开展自身的品牌建设行为，感谢您对于公司的关注！谢谢。

**22、公司对于直播带货这块是怎么规划的？有没有和头部主播合作的计划？还是重心培养自己的主播？**

答：您好！公司对于直播电商一直致以持续的关注，将会考虑多样化的形式积极尝试，谢谢！

**23、在碳达峰碳中和背景下，公司产品端相比同类企业竞品具备哪些优势？**

答：尊敬的投资者您好！公司紧跟国家碳达峰、碳中和的战略步伐，在生产过程中积极探索能够因地制宜利用可再生能源的方式，包括与专业机构合作开展光伏发电项目，注重原辅材料的循环使用，持续推进公司在自动化、数字化、智能化方面的全面转型升级，不断提升产品创新能力。谢谢！

**24、为何要学习苏宁小店，开那么多家店铺？**

答：尊敬的投资者您好！公司线下渠道配送访销专项项目，是深耕线下渠道的重要战略举措。第一阶段选取山东省作为试点省份，进行常规配送访销业务的开展，同步探索配送访销模式的模型可行性；第二阶段在全国重点省份，陆续通过“泉赴万家”和“焕新千家”项目，匹配更多的资源，在夯实售点数量的同时，通过扩排面、增SKU、提形象、抓服务等一系列组合拳，不断提升售点质量水平；第三阶段采用城市合伙人模式，以短周期重点帮扶和政策配套为手段，在全国筛选优质配送访销客户，通过专业拓展团队重点帮扶，实现快速开拓密集高质量的属地售点网络。经过这三年三阶段的试点，个别优质试点省份整体销售额翻了一番。后续公司计划利用前期试点跑通的模型，扩大配送访销模式推广到全国更多的省份。谢谢！

**25、过去一年在全行业承压的情形下，公司是如何克服“端到端”供应-销售**

**链路不利影响的？**

答：尊敬的投资者您好！过去一年是公司摸索刀剪领域供应链建设的首个完整年度。公司不断加强供应链管理优化提升工作，努力提升原材料供应和质量把控水平。在生产端，公司将会夯实供应组织能力，保障产品的生产制造；在营销端，公司将会深化渠道的建设，保障公司的产品得到更好的销售，从而克服“端到端”的不利影响。谢谢！

**26、公司在原材料成本控制上有哪些措施？**

答：您好，公司主要通过以下手段进行原材料成本控制：（1）产品提价：公司主要根据原材料以及用工成本的上涨情况进行合理的产品提价，提价幅度基本可以覆盖原材料成本上涨带来的不利影响；（2）增加安全库存量；（3）根据公司对于原材料价格波动趋势的变化，与原材料供应商签署较长期的协议，锁定采购价；（4）新成立了供应链管理公司，开展原材料集约采购业务，应对原材料价格的周期性波动，进一步推进降本增利。谢谢！

**27、2023年销售目标、利润目标请明说，不要绕弯，管理层实在一点!!!**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注，具体业绩情况，请以公司披露的定期报告内容为准。谢谢。

**28、能否简要介绍一下公司线上线下营销网络？各自占比？在电商竞争加剧背景下，如何扩大线上影响力？**

答：您好！公司建有一个国内五金刀剪领域领先的营销网络，线上线下占比约为6：4，公司将会充分利用自身渠道端的优势，结合消费趋势的变化，关注年轻消费人群，不断加强线上影响力。谢谢！

**29、什么时候分红？效率能不能高一点**

答：您好！根据相关规定，公司将在股东大会审议通过后两个月内实施利润分配方案，请关注公司在指定媒体上的信息披露，感谢您的关注。

**30、公司近期有没有股权激励的计划？**

答：尊敬的投资者您好，公司会综合企业自身发展和资本市场等情况，在适当的时机充分考虑股权激励计划。后续公司若有相关股权激励计划会及时进行披露。

感谢您的关注，谢谢！

**31、二级市场上，基本上原始投资股东都在清仓跑路，是不看好张小泉的发展前景还是不看好目前的经营管理者，难道 400 年的老字号张小泉就只值这么可怜的 20 亿，请管理者对此进行下说明。**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司长期的关注。股东增减持股份是股东根据自身情况的自主决策，如涉及信息披露，公司均严格按照相关法律法规的要求规范履行信息披露义务。公司市值波动主要受宏观经济环境、市场因素、行业波动、大盘走势、投资者心理等多方面因素的综合影响，公司管理层将持续做好经营管理，维护公司和投资者的利益。谢谢！

**32、目前来看公司虽增加了几万个终端渠道，但今年一季度销售还是下滑的，感觉公司的发展前景不清晰，能否描述一下今后 1-3 年的增长潜力及规划，以给亏损累累持有 400 年的张小泉投资者带来信心。**

答：您好！2023 年，国内经济运行整体好转，产业有内生的发展动能的同时，依然面临复杂多变的国际环境变化，公司要抓住国潮兴起的宏观经济趋势带来的时代机遇，在竞争中走出张小泉特色的发展之路。

在未来，公司将充分利用张小泉股份、浙江张小泉炊具、阳江张小泉供应链、阳江张小泉业务平台，在生产制造、渠道发展、产品组织、供应链整合等方面多向发力，坚持战略力、组织力、品牌力、渠道力和产品力这五个能力的建设。谢谢！

**33、公司刀具厨房三国系列以及竹木类不止青绿系列市场反应都很积极，公司未来将如何借助优秀传统文化增强老字号产品品牌优势？**

答：您好，我们一直在探索与研究如何借助优秀传统文化增强老字号产品品牌优势，谢谢！

**34、公司过去一年海外经营状况如何？未来 3-5 年海外市场拓展计划？**

答：您好，由于疫情等综合原因，2022 年虽有所突破但未达目标，随着疫情管控的放开，我们将加大海外市场的开拓与投入，努力使张小泉成为世界的张小泉，谢谢！

**35、张小泉从去年 7 月到现在，出现过 3 次断刀舆情，每次都上热搜，公司有不有研究背后深层次的原因，为什么不利用上热搜变坏为好，提升公司的知名**



**度和美誉度，感觉每次都是被动挨打，一点主动变化的意识也没有**

答：您好！非常感谢您对于公司的关心，公司正在不断从相关事件中学习成长，请各位投资者给予我们更多的耐心与宽容，谢谢！

**36、刀具会出现断裂的具体原因是什么？**

答：您好！刀具作为一种金属五金制品，发生断裂的原因包含有材料、生产工艺运用以及使用情况三种。张小泉作为国内领先的刀剪五金生产企业，拥有自身多年的工艺积累和品质控制体系，公司将尽到自身最大努力，为广大消费者提供更好的服务与产品。谢谢！

**37、感觉你们的产品体系有些杂乱，除刀具外，都没有形成很强的大单品效应，张小泉的品牌刀具是根深蒂固，是不是应该创建子品牌来做其他产品？**

答：您好，我们已经着手围绕不同的生活场景需求开发相关产品以满足人们对美好生活追求，根据不同的产品不排除有子品牌的产品。谢谢！

**38、您好，我坚定看好张小泉，请问公司近两年内有计划再融资吗，比如发行可转债？**

答：您好，我们会根据公司发展和外部环境的变化适时做出决策以满足公司发展的需求，谢谢！

**39、公司发展远期目标是啥？最终希望成长为一个什么样的公司？对于实现这个目标有没有信心？**

答：您好，2023年，国内经济运行整体好转，产业有内生的发展动能的同时，依然面临复杂多变的国际环境变化，公司判断中国的消费品市场将迎来“百花齐放”的竞争发展新格局。公司要抓住国潮兴起的宏观经济趋势带来的时代机遇，在竞争中走出张小泉特色的发展之路，持续推进张小泉品牌进一步发展，聚焦主业，实现品质生活品牌的转型升级。

在未来，公司将充分利用张小泉股份、浙江张小泉炊具、阳江张小泉供应链、阳江张小泉业务平台，在生产制造、渠道发展、产品组织、供应链整合等方面多向发力，坚持战略力、组织力、品牌力、渠道力和产品力这五个能力的建设。谢谢！

**40、能否简要介绍一下公司品牌数据银行和 CRM 会员体系？**

答：尊敬的投资者您好！经向公司经营管理层了解，得到如下信息：张小泉将坚持“来源于百姓，服务于百姓”的核心价值观，今年公司将聚焦提升品牌美誉度，同时对品牌形象和内涵进行深化和延展。2023年张小泉焕新了品牌VI视觉系统及品牌形象，聚焦提升品牌美誉度。在未来张小泉将结合和推进公益落地、服务提升、品质提升等，持续开展走近品牌、走近用户和走近市场的相关体验和活动，以强化用户对品牌的认知度、好感度以及提升品牌美誉度。在品牌运营和管理工作持续开展下，张小泉在2023年将更系统化地进行品牌建设同步提升品牌运营管理标准，并且大力支持渠道、终端门头、展柜、背柜、海报、形象专区等物料数，意在乘品牌升级的东风，做渠道形象的逐步升级。公司目前设立了会员服务部，加强对消费者相关的数据信息收集、反馈与跟踪和服务，并开通了品牌数据银行，以进一步构建完善CRM会员服务体系。谢谢！

**41、公司在二三线或中西部城市的市占率如何？2023年计划如何提升渗透率，扩大销售版图？**

答：您好，公司影响力以江浙沪为中心，目前在中西部城市的影响力与江浙沪地区相比仍有差距。公司未来将持续扩大影响力。三年内，完成公司渠道建设由较大、较全的五金刀剪耐耗品产品营销网络向“广而强、全而精”的半快速消费品产品营销网络的质量升级，实现渠道可以帮助达到产品“上规模、高时效、快流转、有层次、能进退”的营销目的，实现“线上有示范，线下有代表，新兴渠道有前瞻，特殊渠道有占位，外贸渠道有基础”的“五有”渠道建设目标，形成零售占据高端、电商A超占据中端、批发小超主打性价比、新兴渠道和特殊渠道挤占空位和外贸渠道进军境外的渠道布局。谢谢！

**42、公司如何看待目前刀剪制造行业的市场竞争态势？中华老字号企业未来成长空间？**

答：尊敬的投资者您好！近几年刀剪行业内头部企业之间的竞争进一步加剧，同步也有一些新兴品牌从细分市场进入，公司将继续稳扎稳打，巩固渠道等优势资源，鼓励内部团队在创新中锐意进取。公司会抓住国内消费升级以及国潮兴起的宏观经济趋势带来的时代机遇，持续推进张小泉进一步发展，实现品质生活品牌的转型升级。谢谢！

**43、公司是如何打造生产体系自动化、数字化、精益化，实现智能升级？**

答：您好！公司一直以来将生产的自动化、各类信息的数字化和各类管理的精益化视作一个完整的体系性工作在持续性推进，公司不断摸索机器人在生产全流程的应用、不断摸索更新和升级自身的信息化管理系统、不断以精益的思路推进流程革新以期可以实现上述三个方面的工作进步。谢谢

**44、怎么平稳的度过明年大量的限售股解禁期，大股东是否可以承诺到解禁后能不减持，或可以有增持股份的举动？**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司长期的关注。股东增减持股份是股东根据自身情况的自主决策，如涉及信息披露，公司均严格按照相关法律法规的要求规范履行信息披露义务。谢谢！

**45、据年报，公司过去一年锻打圆头切片刀单款销量接近 74 万把，公司如何看待其前景？未来经营计划是如何的？**

答：您好，锻打圆头切片刀是公司 2022 年度重点打造的爆款产品，基本达成公司目标，公司也将持续打造更多爆款产品。感谢您的关注，谢谢！

**46、公司能否对 2023 年上半年经营业绩做一下预测？**

答：您好，在社会经济整体复苏的大背景下，公司持续稳健经营，预期经营业绩环比态势良好，感谢您的持续关注，谢谢！

**47、能否简要介绍一下公司多元化产品矩阵布局？**

答：您好！公司目前重点关注刀剪类产品、厨房五金产品和家居五金产品等三类产品，谢谢

**48、2023 年你们年度销售目标是多少？利润目标是多少？**

答：您好！公司将会实施积极稳健的经营策略，按照公司三年战略的部署要求开展各项工作，提升经营业绩，力争为广大投资者提供理想的回报。谢谢

**49、据年报，公司代销渠道占比低但翻倍增长，经销占比大但市场表现欠佳，公司是否考虑调整销售模式各自比重？**

答：你好，尊敬的投资者，公司 2022 年度代销渠道销售翻倍增长，主要是由于公司于 2022 年 1 月份和京东自营平台签署的合同，结算方式从原来的收货结算

调整为实销实结，公司由此认定京东自营平台的销售模式应由 2021 年及以前年度的经销模式变更为代销模式。公司目前各销售模式运行稳健，短期内不会对销售模式各自比重做重大调整。谢谢！

**50、公司刀具产品用户更换周期相对较长，在快消品方面，公司有什么样的规划？快消品品牌打造有什么考虑？是做单品大体量，还是什么都做，但量都起不来？**

答：您好！公司作为国内五金刀剪的领军企业，将在不断聚焦主业提升自身核心竞争能力的同时，积极关注消费者的场景化消费趋势的变化，希望为消费者提供一揽子的产品与服务。谢谢

**51、怎么做好上市公司市值管理？**

答：尊敬的投资者您好！公司市值受宏观经济、行业周期、公司发展基本面等多方面因素影响。公司始终坚信专注主业是增强公司价值创造能力的基础，开拓创新是公司价值管理的关键。管理层高度重视市值维护工作，在合规运营的基础上，公司也会更加重视与投资者保持良好的交流互动，通过持续、稳定的利润分配更好地回报股东。谢谢！

**52、抖音上有个剃刀人很火，但基本上都是模仿张小泉的推广模式，推广人员也是同一批，这肯定会对张小泉的品牌带来伤害，请问公司对此有何想法及措施。**

答：尊敬的投资者，您好！感谢您的关注，公司作为中国厨房五金领导品牌，始终坚持在技术、产品以及经营模式上不断创新，不断引领行业发展。锻打圆头刀等产品自上市以来，备受消费者及市场青睐，也出现了一些跟风模仿者。必要时，公司会通过法律途径维护良好的市场竞争秩序和品牌形象。

**53、1，公司阳江基地目前的产能利用情况如何？2，公司电商运营平台搬到富阳总部是出于什么考虑？**

答：您好！1,公司的阳江基地作为上市公司的募投项目，是公司摸索自动化生产、信息化管理的重要尝试，公司目前阳江基地的产能正处在积极的爬升期，基本符合公司的发展预期。2，公司业务单元的办公地址调整是为了加强公司业务的快速反应能力，提高管理效率。谢谢！

**54、公司品类拓展的原则是什么？**

答：尊敬的投资者您好！公司新产品类目拓展将主要以刀剪和五金为核心，拓展关联厨房和生活场景以及与核心产品强关联的工具产品，以消费者需求为目标，持续打造高品质的产品。谢谢！

55、1. 相关资料说中国刀剪规模 700 亿，这个应该是包括了出口吧，如除去出口实际国内刀剪规模有多大？请说明

2. 抖音里面有个剃刀人，卖的很火，基本上都是模仿张小泉的网红圆头刀来开展的，这对张小泉的品牌是否有伤害，公司有什么方法杜绝此类情况出现。

3. 公司今后除渠道拓展来增加销售外，有什么更好更新的方式来提升公司销售规模和盈利水平，虽去年公司增加了 3 万个网点，但今年一季度销售还是下滑的。

答：您好，1、最新的《中国轻工业年鉴 2021》数据，2020 年刀剪及类似日用金属工具制造行业规模以上企业共计 120 家，较 2018 年的 184 家下降 53.33%，营业收入合计 107.5 亿元，因为规模以下刀剪企业无官方统计，可大致估计国内刀剪企业市场规模大致为 100 亿元以上。

2、尊敬的投资者，您好！感谢您的关注，公司作为中国厨房五金领导品牌，始终坚持在技术、产品以及经营模式上不断创新，不断引领行业发展。锻打圆头刀等产品自上市以来，备受消费者及市场青睐，也出现了一些跟风模仿者。必要时，公司会通过法律途径维护良好的市场竞争秩序和品牌形象。

3、2023 年，国内经济运行整体好转，产业有内生的发展动能的同时，依然面临复杂多变的国际环境变化，公司判断中国的消费品市场将迎来“百花齐放”的竞争发展新格局。公司要抓住国潮兴起的宏观经济趋势带来的时代机遇，在竞争中走出张小泉特色的发展之路，持续推进张小泉品牌进一步发展，聚焦主业，实现品质生活品牌的转型升级。

在未来，公司将充分利用张小泉股份、浙江张小泉炊具、阳江张小泉供应链、阳江张小泉业务平台，在生产制造、渠道发展、产品组织、供应链整合等方面多向发力，坚持战略力、组织力、品牌力、渠道力和产品力这五个能力的建设。谢谢！

	注：会议过程中，公司参会人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单（如有）	无
日期	2023年5月11日