

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：2024-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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	中金公司 吕沛航、邹煜莹、刘玉雯、柳政甫
时间	2024年2月28日
地点	杭州市富阳区东洲街道明星路9号运通网城园区5号楼13楼会议室
上市公司接待人员	董事、财务总监：王现余 董事会秘书、副总经理：平燕娜 证券事务代表：刘世超
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2024年2月28日，在公司会议室举行了投资者关系活动，主要交流内容如下：</p> <p>1、公司2023年第四季度经营情况是否有所改善？</p> <p>答：公司2023年四季度环比三季度已有不错的恢复，特别是，公司第四季度积极利用“双十一”等电商购物节，适时调整和优化运营策略，同时，借助新品的快速导入，取得了较好的成绩，具体数据可届时关注公司2023年年度报告。</p> <p>2、公司2024年总体的经营战略是否有调整？</p> <p>答：公司2024年将继续围绕“刀具以及金属制品为主”的战略主轴，落实“圈定消费场景”的产品与市场开发的原则，重点进行厨房、家居场景多元产品矩阵的布局，逐步形成较为丰富的生活五金产品线，为实现张小泉由刀剪品牌向厨房品牌最终向大家居品质生活品牌的转型升级积淀坚实基础。为了更好地实现战略目标，提升公司管理水平和运营效率，公司2024年1月对组织架构进行了调整，将品牌运营中心和营销中心合并为品牌营销中心，为品牌美誉度提升及整合营销打下组织基础。</p> <p>3、公司的市场地位是否有变化？</p> <p>答：张小泉作为中国厨房五金领导品牌，从公开数据看，在淘宝、天猫、京</p>

	<p>东、拼多多、唯品会等电商平台刀剪类目销售中均排名靠前。自 2018 年至今，张小泉品牌在淘宝天猫、京东平台的剪具类店铺排名中一直位居第一，刀具类店铺一直处于前列。历史悠久、有民族代表性的品牌优势和覆盖全国、丰富多元的渠道优势依然十分显著。</p> <p>4、公司今年在外贸领域将有什么新举措？</p> <p>答：公司将重点利用亚马逊等跨境电商平台、参加国际展会以及通过进入大客户的供应商体系以及寻求品牌代理商合作等方式，不断提升公司品牌在全球的影响力。</p> <p>5、公司阳江生产基地的产能情况？</p> <p>答：2023 年四季度以来，公司阳江生产基地的产能利用率有了较大的提升，四季度至今平均月产量在 56 万把左右。2024 年阳江工厂将围绕继续提升产能，提升工艺设备能力、降低制造费用、提升制程品质等工作展开，进一步提升阳江工厂作为张小泉刀具生产基地的制造能力。</p> <p>注：接待过程中，公司接待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签署《来访承诺函》，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 2 月 28 日