

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：2023-002

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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位及人员	1、大成基金 黄涛 2、南方基金 郑诗韵、车育文
时间	2023年4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、总经理：夏乾良 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>2023年4月28日，公司发布了《2023年一季度报告》并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、公司在产品方面如何布局，有哪些新举措、新调整？</p> <p>答：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元化的产品。</p> <p>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，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。</p> <p>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。</p> <p>2、公司在线下渠道端的重点工作？</p> <p>答：2023年公司在线下渠道端的重点仍然是配送访销的专项工作。公司计划今年新开拓不少于3万个网点，继续在山东、江苏、浙江、福建等重点省份进一步打磨完善配送访销模式体系建设。通过这一系列工作，我们认为将在销售数</p>

量、品类扩充、品牌露出以及提前占位等多个维度，有效巩固公司线下渠道护城河。

3、公司的零售门店在一季度是否有恢复？

答：公司零售门店业务在国内消费复苏、疫情减退的大趋势下，得到了良好的恢复，一季度公司零售门店渠道营业收入同比和环比均取得接近翻倍的增速。可以预见随着人员流动进一步加强和宏观经济的转暖，公司今年零售渠道将迎来很好的增速。

4、公司针对品牌的打造有何规划？

答：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。同时，今年新设立会员服务部，加强对消费者相关的数据信息收集、反馈与跟踪和服务，进一步构建完善CRM会员服务体系。

5、舆情对公司一季度的业绩是否有影响？公司如何应对？

答：公司从去年三季度遭遇新闻舆情开始，线上和线下的销售均受到较大冲击，公司通过品牌、产品以及销售方面的一系列措施稳定销售，努力降低突发事件对公司业绩带来的影响，从一季度净利润环比大幅提升来看，舆情冲击已得到大幅改善，后续公司将不断在产品的设计、原料管理、工艺改善、生产制造、标准测试、供应商管理、监督检测等方面进行优化提升，以增加产品的使用寿命和适用场景。

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。
附件清单（如有）	无
日期	2023年4月28日