

张小泉股份有限公司

2025 年度董事会工作报告

2025 年度，张小泉股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等法律法规、规范性文件及监管部门的相关规定和要求，本着对公司股东负责的精神，不断完善公司法人治理结构、建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，认真执行股东大会的各项决议，忠实履行职责，维护公司利益，提升公司治理水平。

现将董事会 2025 年度工作重点和主要工作情况报告如下：

一、2025 年度公司总体工作情况回顾

2025 年，随着国家扩内需、提振消费专项行动的落地见效，市场消费潜力持续释放。公司夯实内功，扎实稳步推进各项工作，切实以消费者多元化需求为导向，持续沉淀产品创新和技术研发，注重成果转化运用；推动设备装备的改型升级，强化检测手段，提升产品品质；优化信息化水平，提升整体供应链效率，保障运营效能；精细梳理和再定位市场渠道布局，巩固市场优势地位，实现了营业收入和净利润的双增长。报告期内，公司实现营业收入 102,180.65 万元，较去年同期增长 12.55%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 5,060.17 万元，较去年同期增长 117.98%。其中，刀剪具类目实现收入 73,373.06 万元，同比增长 12.21%；厨房五金类目实现收入 19,460.31 万元，同比增长 14.16%；家居五金类目实现收入 8,671.83 万元，同比增长 12.42%。

报告期内公司各业务板块具体重点工作情况如下：

（1）渠道工作

公司 2025 年提出“分层次、有阶梯、显优势”的渠道建设方针，持续推进全渠道、多触点的矩阵式市场渠道布局，进一步强化自身的市场露出和占有水平，通过渠道之间的优势互补、阶梯配置，更好、更全面地服务广大消费者。

本报告期内，公司线上渠道紧跟各大电商平台新形态和发展新节奏，及时调整产品结构和渠道货盘，满足各平台差异化需求；围绕“夯实货架电商，深耕兴趣电商”策略进行线上渠道布局优化，拓展多样化消费群体。其中，在传统电商

渠道系统化加强内容及直播场域与货架的融合；在新兴电商渠道加大抖音、快手、微信视频号等直播运营和内容运营密度，集中核心资源主推重点产品。同时，积极参与百补大牌日、百亿聚星等平台级战略合作项目，紧抓 618、双 11 等大促节点，并选择适用产品响应“消费品以旧换新”等国家补贴政策，助力新品快速起量，打造爆款产品。报告期内，公司传统电商渠道实现持续性增长，筑牢业绩大幅增长基石；新兴电商实现快速增长，成为业绩增长的新助力。

本报告期内，公司线下流通渠道打好“重点区域市场深耕、优质网点开拓、城市合伙人培育、渠道货盘调整”四张牌，匹配盈利能力更高的产品，实现存量市场的增长。2025 年度，以高成长性为标准，新增打造 24 家城市合伙人，引导并扶持其做大做强，进一步优化客户结构；主抓优质网点打造，新增开拓优质网点 4,093 家，合计新增开拓 10,364 个线下终端网点，带动区域市场拓展。同时，公司积极探索新型营销及售后体验模式，协同经销商优化场景化陈列和体验式服务，打造沉浸式用户体验场景，并组织开展终端修磨服务、线下开锅服务等用户服务活动。报告期内，公司在商超等场所开展多次修磨活动，既提升了品牌形象与知名度，也拓展了公司洞悉终端消费市场的渠道和维度。在商超业务板块，公司在国内商超系统持续调整的大环境下，协同经销商对沃尔玛、永辉、大润发、胖东来等存量合作商超系统进行产品陈列优化，在部分门店打造形象专厅，强化品牌与产品形象输出，增强与消费者的互动；同时，公司积极拓展盒马、小象超市等新合作商超和新兴商超系统，填补商超系统空白区域，挖掘增量市场空间。报告期内，公司线下渠道整体稳扎稳打，充分稳固了渠道业务基本盘，也为实现未来线下渠道发展奠定了扎实的基础。

零售门店渠道在报告期内重点调整了实体店铺布局，深耕景区店，推进店铺的整体矩阵优化和更新迭代；提升对核心店铺的关注力度，推进整体资源向高收益店铺倾斜。在维持门店陈列标准化的基础上，融入家居、文创等要素丰富终端门店的形象，提升消费者的场景化互动体验感；结合门店特色，针对性地开发导入产品，优化零售门店产品结构。

外贸渠道在报告期内通过参加中国进出口商品交易会等展会扩大获客渠道、扶持境外优质客户等方式，拓展了英国、意大利等多个海外新客户；调整亚马逊

等跨境电商平台的运营策略，集中资源整合店铺，优化外贸产品测试开发流程，逐步拓展外贸零售渠道。

（2）产品与技术研发工作

公司产品工作围绕“聚焦消费场景”的产品战略，采取“使用一代、研发一代、储备一代”的阶梯策略，聚焦核心刀剪类目，持续推进场景化产品矩阵布局与产品更新换代，打造核心产品力，以更好满足消费者高品质、多元化的需求。公司通过打造爆款产品矩阵，持续开发平台专供款、系列化主题产品等多维度新品，进一步夯实了系统性产品力和品牌护城河，助力产品结构优化升级和整体业绩增长，为公司深化产品美学推广、提升品牌识别度筑牢基础。报告期内，公司采取“精品化”策略推进产品矩阵建设，重视产品开发的质量效益，各产品类目均实现增长，并打造了“黑武士”系列刀具、“云刃”系列刀具、“锋锐”多用剪、“黑金”系列砧板、“八方来财”指甲钳等多款畅销产品，推出了“罗马美筑”系列、“华曜”系列等刀具新品，“倾盈”系列等厨房五金及家居五金新品，丰富了公司的中高端产品线，并取得较好销售业绩。尤其值得一提的是，公司深度结合厨房刀具和消费者偏好所创新研发的“黑武士”系列刀具，在报告期内成为了行业现象级的核心爆品，深受广大消费者的信任与喜爱。

公司注重技术研发能力的持续提升，围绕“基础研究、工艺验证、难点攻关”的技术研发主线，重视培养科研技术人才，加强在材料、工艺和包装领域的技术积累，推进核心自主知识产权体系的构建完善。2025年，公司新增专利23件，其中发明专利2件，实用新型专利6件，外观设计专利15件。报告期内，公司参与编制《理发剪》国家标准。同时，制定产品企业标准2份，修订产品企业标准17份；公司产品也屡获奖项，其中“鎏光”系列套刀获伦敦设计奖金奖，“云影”系列套刀获伦敦设计奖银奖、美国MUSE奖银奖、意大利A设计奖银奖，“罗马美筑”套刀获意大利A设计奖银奖；“罗马美筑”系列套刀、“凌锐可立”厨房剪等两款产品被评为2025年浙江省优秀工业产品，“南宋御街”大马士革切片刀、“甌味粉末合金”厨房剪、“倾巧”系列美容五件套、“精巧”系列折叠指甲钳（金色）等四款产品入选《2025年杭州市优质产品推荐目录》。

（3）品牌市场工作

公司品牌市场工作以“系统性增效、全域化联动”为核心，围绕“品牌建设、品牌营销及品牌舆情管理”三个维度系统发力，持续提升品牌美誉度，增强与消费者的沟通，深度赋能整体业务发展，驱动品牌价值提升和业绩增长。公司强化全域渠道矩阵运营，整合线上线下资源、优化营销策略、加强协同效率，以公关传播、社交传播、内容传播、多元种草等方式赋能品牌，破圈用户群，同时有效提升各渠道用户流转率及转化，实现品牌价值、人群资产、用户流转、平台搜索等维度的突破。

报告期内，公司围绕“好刀好剪”的品牌主张，开展“剪出春日浪漫”、“夏日鲜厨净无忧”、“剪掉烦恼”、“抗菌保胃战”等一系列品牌及公益推广活动，持续举办各类用户体验、免费修磨、新品试用、终端服务等品牌活动，积极参与各类行业展、“老字号”展及非遗交流会，继续以“来源于百姓、服务于百姓”的品牌理念走进社区、商超、菜市、厂区等，协同合作伙伴，在全国范围共计开展 209 场服务活动，通过提升用户体验提升品牌口碑和满意度。

二、 董事会运作情况

（一）公司治理基本情况

报告期内，公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》和中国证监会及深交所颁布的其他有关法律法规、规范性文件的要求，不断完善法人治理结构，建立健全公司内部控制制度，规范公司运作，加强信息披露工作，积极开展投资者关系管理工作，提升公司治理水平。公司治理的实际状况符合中国证监会、深交所等发布的法律法规和规范性文件的要求；公司董事、高级管理人员严格按照相关法律法规及公司内部规章制度要求履行各自的权利和义务，保障公司信息披露透明，依法运作、诚实守信。

（二）董事会运作情况

2025 年度，公司董事会严格遵守《公司章程》《董事会议事规则》等公司内部制度规定，对公司相关事项作出决策，程序合法合规，全年共召开 9 次董事会会议，审议的议案情况具体如下：

序号	会议	时间	议案名称
1	第三届董事会第五次会议	2025 年 4 月 17 日	1、《关于<2024 年年度报告>的议案》 2、《关于<2024 年度董事会工作报告>的议案》

			<p>3、《关于<董事会对独立董事独立性自查情况的专项报告>的议案》</p> <p>4、《关于<2024 年度总经理工作报告>的议案》</p> <p>5、《关于<2024 年度财务决算报告>的议案》</p> <p>6、《关于 2024 年度利润分配方案的议案》</p> <p>7、《关于<2024 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》</p> <p>8、《关于<2024 年度内部控制评价报告>的议案》</p> <p>9、《关于 2025 年度日常关联交易预计的议案》</p> <p>10、《关于 2025 年度担保额度预计的议案》</p> <p>11、《关于 2025 年度委托理财计划的议案》</p> <p>12、《关于 2025 年度对外捐赠预计的议案》</p> <p>13、《关于<董事会审计委员会对会计师事务所 2024 年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告>的议案》</p> <p>14、《关于续聘公司 2025 年度审计机构的议案》</p> <p>15、《关于 2025 年度董事薪酬的议案》</p> <p>16、《关于 2025 年度高级管理人员薪酬的议案》</p> <p>17、《关于制定公司相关治理制度的议案》</p> <p>17.1 《市值管理制度》</p> <p>17.2 《舆情管理制度》</p> <p>18、《<董事会关于对带强调事项段的无保留意见内部控制审计报告涉及事项的专项说明>的议案》</p> <p>19、《关于召开 2024 年度股东大会的议案》</p>
2	第三届董事会第六次会议	2025 年 4 月 25 日	1、《关于<2025 年第一季度报告>的议案》
3	第三届董事会第七次会议	2025 年 8 月 27 日	<p>1、《关于<2025 年半年度报告>的议案》</p> <p>2、《关于调整公司组织架构的议案》</p> <p>3、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》</p> <p>3.1 提名王傲延先生为第三届董事会非独立董事候选人</p> <p>3.2 提名王海江先生为第三届董事会非独立董事候选人</p> <p>4、《关于聘任总经理的议案》</p> <p>5、《关于聘任副总经理的议案》</p> <p>6、《关于召开 2025 年第一次临时股东大会的议案》</p>
4	第三届董事会第八次会议	2025 年 9 月 25 日	<p>1、《关于聘任董事会秘书的议案》</p> <p>2、《关于补选第三届董事会审计委员会委员的议案》</p> <p>3、《关于聘任证券事务代表的议案》</p>
5	第三届董事会第九次会议	2025 年 10 月 16 日	<p>1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》；</p> <p>1.1 提名李赫然先生为第三届董事会非独立董事候选人</p> <p>1.2 提名王海江先生为第三届董事会非独立董事候选人</p> <p>2、《关于召开 2025 年第二次临时股东大会的议案》</p>
6	第三届董事会第十次会议	2025 年 10 月 28 日	1、《关于<2025 年第三季度报告>的议案》
7	第三届董事会第十一次会议	2025 年 12 月 9 日	<p>1、《关于补选第三届董事会独立董事的议案》</p> <p>2、《关于修订<公司章程>的议案》</p>

			3、《关于修订<股东会议事规则>的议案》
			4、《关于修订<董事会议事规则>的议案》
			5、《关于制定<董事、高级管理人员薪酬管理制度>的议案》
			6、《关于修订公司相关治理制度的议案》
			6.1《董事会战略决策委员会工作细则（2025年12月修订）》
			6.2《董事会提名委员会工作细则（2025年12月修订）》
			6.3《董事会薪酬与考核委员会工作细则（2025年12月修订）》
			6.4《董事会审计委员会工作细则（2025年12月修订）》
			6.5《独立董事工作细则（2025年12月修订）》
			6.6《总经理工作细则（2025年12月修订）》
			6.7《董事会秘书工作细则（2025年12月修订）》
			6.8《募集资金管理制度（2025年12月修订）》
			6.9《关联交易管理制度（2025年12月修订）》
			6.10《对外担保管理制度（2025年12月修订）》
			6.11《投资和融资决策管理制度（2025年12月修订）》
			6.12《财务管理制度（2025年12月修订）》
			6.13《内部控制管理制度（2025年12月修订）》
			6.14《内部审计管理制度（2025年12月修订）》
			6.15《信息披露管理制度（2025年12月修订）》
			6.16《投资者关系管理制度（2025年12月修订）》
			6.17《内幕信息知情人登记管理制度（2025年12月修订）》
			6.18《重大事项内部报告制度（2025年12月修订）》
			6.19《对外捐赠管理制度（2025年12月修订）》
			6.20《防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用管理办法（2025年12月修订）》
			6.21《董事、高级管理人员持股变动管理制度（2025年12月修订）》
			6.22《会计师事务所选聘制度（2025年12月修订）》
			6.23《市值管理制度（2025年12月修订）》
			6.24《舆情管理制度（2025年12月修订）》
			7、《关于全资子公司部分应收账款坏账核销的议案》
			8、《关于召开2025年第三次临时股东大会的议案》
8	第三届董事会第十二次会议	2025年12月25日	1、《关于选举代表公司执行公司事务的董事的议案》
			2、《关于补选董事会各专门委员会成员及召集人的议案》
9	第三届董事会第十三次会议	2025年12月30日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》
			1.1 提名李子赫先生为第三届董事会非独立董事候选人
			1.2 提名王海江先生为第三届董事会非独立董事候选人
			2、《关于补选第三届董事会独立董事的议案》
			3、《关于召开2026年第一次临时股东大会的议案》

（三）董事会对股东会决议的执行情况

2025年，公司共召开了1次年度股东会及3次临时股东会，公司董事会根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规及《公司章程》的要求，严格按照股

东会的决议和授权，贯彻执行公司股东会通过的各项决议内容，保障公司规范治理和运营。具体情况如下：

序号	会议	时间	议案名称
1	2024 年度股东大会	2025 年 5 月 12 日	1、《关于<2024 年年度报告>的议案》
			2、《关于<2024 年度董事会工作报告>的议案》
			3、《关于<2024 年度监事会工作报告>的议案》
			4、《关于<2024 年度财务决算报告>的议案》
			5、《关于 2024 年度利润分配方案的议案》
			6、《关于 2025 年度担保额度预计的议案》
			7、《关于续聘公司 2025 年度审计机构的议案》
			8、《关于 2025 年度董事薪酬的议案》
			9、《关于 2025 年度监事薪酬的议案》
2	2025 年第一次临时股东大会	2025 年 9 月 15 日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》 1.1 补选王傲延先生为公司第三届董事会非独立董事 1.2 补选王海江先生为公司第三届董事会非独立董事
3	2025 年第二次临时股东大会	2025 年 11 月 3 日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》 1.1 选举李赫然先生为公司第三届董事会非独立董事 1.2 选举王海江先生为公司第三届董事会非独立董事
4	2025 年第三次临时股东大会	2025 年 12 月 25 日	1、《关于补选第三届董事会独立董事的议案》
			2、《关于修订<公司章程>的议案》
			3、《关于修订<股东会议事规则>的议案》
			4、《关于修订<董事会议事规则>的议案》
			5、《关于制定<董事、高级管理人员薪酬管理制度>的议案》
			6、《关于修订<募集资金管理制度>的议案》

(四) 董事会下设专门委员会的履职情况

公司董事会下设战略决策委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。报告期内，各专门委员会严格按照《公司章程》及各专门委员会工作细则的规定规范履职，充分发挥专业职能，为董事会的科学决策提供了有益的补充。具体情况如下：

董事会下设委员会	会议届次	召开时间	议案名称
审计委员会	第三届董事会审计委员会 2025 年第一次会议	2025 年 4 月 17 日	1、《关于<2024 年年度报告>的议案》
			2、《关于<2024 年度财务决算报告>的议案》
			3、《关于<2024 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》
			4、《关于<董事会审计委员会对会计师事务所 2024 年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告>的议案》
			5、《关于续聘公司 2025 年度审计机构的议案》

			6、《关于 2025 年度日常关联交易预计的议案》
			7、《关于<2024 年度内部控制评价报告>的议案》
			8、《关于<2025 年度审计工作计划>的议案》
			9、《关于<股份公司采购部经理兼任供应链公司总经理的离任审计报告>的议案》
			10、《关于<年度二级绩效考核专项审计报告>的议案》
			11、《<董事会审计委员会关于对带强调事项段的无保留意见内部控制审计报告涉及事项的专项说明>的议案》
	第三届董事会审计委员会 2025 年第二次会议	2025 年 4 月 25 日	1、《关于<2025 年第一季度报告>的议案》
	第三届董事会审计委员会 2025 年第三次会议	2025 年 8 月 27 日	1、《关于<2025 年半年度报告>及其摘要的议案》
			2、《关于<2025 年半年度关联交易以及大额资金往来等项目的合规性检查报告>的议案》
			3、《关于<公司总经理的离任审计报告>的议案》
			4、《关于<外贸渠道部总监的离任审计报告>的议案》
	第三届董事会审计委员会 2025 年第四次会议	2025 年 10 月 28 日	1、《关于<2025 年第三季度报告>的议案》
			2、《关于部分管理人员离任审计报告的议案》
提名委员会	第三届董事会提名委员会 2025 年第一次会议	2025 年 8 月 27 日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》 1.1 提名王傲延先生为公司第三届董事会非独立董事 1.2 提名王海江先生为公司第三届董事会非独立董事
			2、《关于聘任总经理的议案》
			3、《关于聘任副总经理的议案》
	第三届董事会提名委员会 2025 年第二次会议	2025 年 9 月 25 日	1、《关于聘任董事会秘书的议案》
	第三届董事会提名委员会 2025 年第三次会议	2025 年 10 月 16 日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》 1.1 提名李赫然先生为第三届董事会非独立董事候选人 1.2 提名王海江先生为第三届董事会非独立董事候选人
	第三届董事会提名委员会 2025 年第四次会议	2025 年 12 月 9 日	1、《关于补选第三届董事会独立董事的议案》
	第三届董事会提名委员会 2025 年第五次会议	2025 年 12 月 30 日	1、《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》 1.1 提名李子赫先生为第三届董事会非独立董事候选人 1.2 提名王海江先生为第三届董事会非独立董事候选人
			2、《关于补选第三届董事会独立董事的议案》
薪酬与考核委员会	第三届董事会薪酬与考核委员会 2025 年第一次会议	2025 年 4 月 17 日	1、《关于确认 2024 年度董事及高级管理人员薪酬的议案》
			2、《关于 2025 年度董事薪酬的议案》
			3、《关于 2025 年度高级管理人员薪酬的议案》
战略决策委员会	2025 年度未召开会议		

（五）独立董事专门会议工作情况

2025 年，公司独立董事严格按照《公司章程》《独立董事工作制度》等规定，积极出席相关会议，认真审议各项议案，充分发挥自己专业知识方面的优势，

作出独立、公正的判断，供董事会决策参考。报告期内，独立董事专门会议召开1次，会议审议通过了《关于2025年度日常关联交易预计的议案》，发挥了独立董事对公司治理的监督作用，切实维护了公司的整体利益和全体股东特别是中小股东的利益。报告期内，独立董事对董事会的议案及公司其他事项均没有提出异议。

（六）信息披露情况

报告期内，董事会严格按照《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规以及《公司章程》的规定，严格落实《信息披露管理制度》，认真履行定期报告及临时公告的披露义务，及时准确地指定报刊、网站披露相关文件，确保无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

（七）投资者关系管理情况

报告期内，公司董事会高度重视投资者关系管理工作和投资者的权益保护，通过股东会、网上业绩说明会、投资者热线、专用邮箱、深圳证券交易所“互动易”平台等多种途径，保持与投资者的良好互动，加深投资者对公司的了解和认同，帮助投资者及时了解公司业绩、公司治理、发展战略、经营状况等问题，维护公司与投资者之间长期、稳定的良好互动关系。

三、公司发展战略及2026年度董事会工作计划

（一）公司未来发展战略

公司将坚持围绕“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品质生活品牌的转型升级积淀坚实基础。

在未来，公司将通过组织和机制的转变，释放“张小泉”为枢纽的产业链活力，以现有各业务平台为依托，以渠道战略和产品战略为核心抓手，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、渠道力和产品力等五个能力的建设，打造更好的产品让消费者满意，提升更高的效率与合作伙伴实现共赢。

品牌战略：公司计划以“张小泉”品牌为核心，逐步打造多品牌矩阵，并以“多品牌”运营为核心，构建三环品牌生态新格局，实现协同发展。公司继续以

“张小泉”为品牌生态的核心与护城河，锐意创新，持续塑造经典，打造国民经典产品，致力于让消费者体验到“质价比”；在此基础上，向内升华内环品牌“泉近”，作为品牌生态的灯塔，守正出奇，聚焦高端生活场景，夯实百年技艺之本，融合中式审美和传统智慧，致力于让消费者“享受生活”；与此同时，公司将积极寻求与公司产品、经营互补性强的品牌合作，构建外环合作品牌，作为品牌生态的延伸，推进价值共生，拓展市场影响，深耕下沉市场，覆盖广泛消费群体，与客户、用户共建“厨房精选、厨房新选”的新认知，致力于让消费者体验到“性价比”。公司也将探索推进全国省会城市以及重点地级市的线下售后服务网络的搭建，构筑一张线下服务消费者的实体网络，使消费者对于延长产品生命周期、解决产品质量问题和第一时间与企业对话的行业难点和痛点得以快速解决。在未来，这张网络将承载企业更多的发展诉求，它不仅仅是用来解决售后问题的，它更像是一个行业的4S店，搭载售后、展示、销售、交流等多种功能的综合服务体，此举将进一步帮助张小泉品牌强化夯实竞争壁垒，牢牢巩固自身的行业龙头地位并为品牌进一步摸索社群新模式提供巨大的想象空间。

渠道战略：持续推进公司渠道由较大、较全的五金刀剪耐用品产品营销网络向“广而强、全而精”的半快速消费品产品营销网络的质量升级，以达成产品“上规模、高时效、快流转、有层次、能进退”的营销目标，建成“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”标准营销渠道，持续围绕“多渠道”运营，打造复合的产品销售体系，扩大战略渠道纵深。

产品战略：贯彻落实产品研发的“四个绑定”原则。首先是与研发树和科技地图的绑定，公司持续建立健全研发树和科技地图，并推进新产品与研发树和科技地图的绑定，所有产品都将在企业自身研发树和科技地图上找到自己对应的位置；其次是与消费者的绑定，通过互联网工具和AI赋能，建立以消费者需求为原点，以消费者视角为坐标，以消费者感受为砝码，以消费者评价为卡尺的“消费者-产品”的二元机制；第三是与市场的绑定，公司将致力于从单纯的产品公司向一家家居厨房领域的方案公司转变，培养更加全面的为市场、客户、消费者服务的能力；最后是与未来的绑定，公司明确建立“使用一代、研发一代、储备

一代”的开发机制，并通过不断迭代开发机制和趋势开发逻辑，以及二者的共同作用推动上述开发机制的执行。

（二）2026 年度董事会工作计划

2026 年度，董事会将积极发挥其在公司治理中的核心作用，将继续秉持对全体股东负责的原则，认真贯彻落实股东会决议，扎实做好董事会日常工作，科学高效决策重大事项，确保经营管理工作有序开展，实现全体股东和公司利益最大化。

在董事会日常工作方面，董事会将根据资本市场规范要求，继续提升公司规范运作和治理水平；严格遵守相关法律法规的规定，认真自觉履行信息披露义务，确保信息披露的及时、真实、准确和完整；认真做好投资者关系管理工作，通过多种渠道加强与投资者的联系和沟通，以便于投资者快捷、全面获取公司信息，树立公司良好的资本市场形象。

张小泉股份有限公司

董事会

2026 年 4 月 24 日