

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：2022-007

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位及人员	1、中信证券：李鑫、郭韵 2、国金证券：张杨桓、尹新悦 3、天风证券：吴慧迪、李原竹 4、中金公司：吕沛航、王杰睿、彭琪、陈泰屹 5、中信建投证券：叶乐、魏中泰、袁旭东 6、嘉实基金：曲盛伟 7、荣源鼎丰：项春民 8、中汇金投资：石书昊 9、中欧基金：汤洁 10、源乘投资：李婷婷、邬安沙 11、兴华基金：刘会铭 12、华夏基金：林瑶 13、中锦控股：康思齐 14、兰权资产：薛康 15、兴全基金：黄琳蔚 16、上海文多资产管理：范虎城 17、国华兴益：韩冬伟 18、环懿投资：杨伟 19、瑞达基金：孟灿 20、宽潭资本：戎勉 21、师正投资：文洲 22、中汇金：石书昊 23、国金基金：杨哲畅 24、淳厚基金：顾伟 25、珠江投资：张小秦 26、太平基金：王伟 27、景泰利丰：吕伟志 28、裕兰资本：陈作佳 29、银华基金：苏静然 30、鸿涵投资：白玉兰 31、海燕投资：程伶君 32、长隽资本：龙娴 33、成都万象华成：刘子立 34、上海环翰投资：周波 35、乾元投资：檀伟伟 36、青岛韬观：李晓鹏

	37、光大保德信：唐靓
时间	2022年04月29日
地点	电话会议
上市公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书：汪永建 财务总监：王现余 证券事务代表：平燕娜 证券投资部副经理：刘世超
参与单位及人员	1、中信建投：叶乐 2、华夏基金：林瑶、孙轶佳
时间	2022年05月05日
地点	电话会议
上市公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书：汪永建 证券事务代表：平燕娜 证券投资部副经理：刘世超
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2022年04月29日，公司发布了《2022年第一季度报告》，并分别于4月29日和5月5日采用电话会议的方式举行了投资者关系活动，主要交流内容如下：</p> <p>一、重点介绍2022年第一季度报告和公司经营情况</p> <p>公司2022年一季度实现营业收入2.09亿元，同比增长28.09%，归属于上市公司股东的净利润为1,245.75万元，同比下降45.96%。</p> <p>净利润下降的主要原因：（1）子公司阳江市张小泉智能制造有限公司于今年初正式投产，因处于产能爬坡初期，本季度亏损较上年同期大幅增加；（2）国内疫情反复，多地区物流及快递持续受阻，收入不及预期；尤其公司零售渠道管理部门及核心门店位于上海区域，受疫情影响销售基本停滞；（3）疫情影响下，公司加大抖音等电商平台营销推广力度，相应销售费用增加。</p> <p>经营活动现金流量下降的主要原因：（1）去年年底公司根据往年经验，为应对春节停产及疫情影响提前做了备货，相应应付账款今年一季度到期支付；（2）受疫情的影响，公司销售交付受阻导致存货的增加，资金占用同比提升较大。</p> <p>二、提问环节</p> <p>1、分产品和渠道来看一季度的增长如何？</p> <p>答：（1）从线上、线下、零售和外贸4个渠道来分，线上渠道和去年同期相比增长39%左右；外贸规模比较小，一季度实现了437万收入，同比增长184%；线下渠道同比增长17%左右；零售因为受影响比较大，下降了大概25%。（2）分产品方面，从刀剪具本部来看，同比增长7.43%，其他厨具厨电以及家居五金两大事业部集群产品合计同比增长94.5%。</p> <p>2、2022年Q1疫情影响下，公司线上线下的毛利率水平和盈利能力怎么样？</p>

答：去除阳江生产基地的影响，线上与线下毛利率与去年同期基本持平，甚至略有上涨。而阳江生产基地目前处于产能爬坡期，产品单位生产成本还比较高，影响公司毛利率水平，所以公司 2022Q1 毛利率同比有所下滑。

今年，公司加大了对抖音、拼多多等平台的投入，例如在抖音平台 2022 年 Q1 有约 2000 万收入，去年同期 140 万左右，但抖音平台相对于淘系和京东费用率增加 7-10 个百分点，销售净利率相对偏低，这也是造成今年一季度利润率下滑的原因之一。

3、渠道开拓的进展怎么样，有什么具体的举措？

答：渠道上的投入是两个方向，一是线上，我们一季度积极推进了在抖音新兴电商平台的业务发展，抖音的销售增长很快，一季度大概销售 2,000 万左右，去年只有 140 多万的销售额；二是线下，我们主要加快了在部分省份的渠道精细化试点运营推广，持续加强对消费终端的控制力。

4、大宗商品价格上涨影响公司成本，对公司的毛利率的影响程度是怎样？

答：2022 年 Q1 公司原材料价格同比综合涨幅在 15-18%，对毛利率造成一定影响。但是公司今年年初进行了涨价，消化了大部分原材料涨价的压力。此外，公司也同供应商进行议价，2022 年 4 月份公司采购部已与供应商进行一轮价格的谈判，公司预计该轮议价有大概 300 万/年左右的降本效果。同时公司也于阳江成立一家供应链公司，对钢材等原材料进行集采，进而降低成本。

对公司影响较大的原材料主要是钢材、塑料和包材。尤其塑料的涨价较高。公司使用的特钢价格波动相对平稳。

5、阳江生产基地毛利率会在 Q3 停止下降或企稳吗？

答：阳江生产基地有两个车间，自动化程度比杭州基地更高。目前想法是一个车间正式投产，待整体磨合较好，复制成功模式到车间二。车间一设计年产能 1600 万把左右，预计年底可以实现设计产能。

阳江生产基地产能提升目前看符合预期，随着产能提升，亏损会慢慢减小。预计到年底，当月可实现盈亏平衡，覆盖整个管理费用。

6、如何获取终端客户需求改变的趋势？

答：获取消费者信息的渠道中电商是最直接的，公司的线上销售比例目前是很高的，所以通过线上渠道获取消费者需求信息是比较直接，也是比较有效的方式，公司非常注重分析线上销售数据以获取相关信息，除此之外，公司通过渠道下沉、缩减产品触达最终消费者的环节以获取终端需求信息，设计研发部门也会重点研究消费品的最新市场动态以把控市场趋势，通过多种方式和渠道相结合，公司希望能够设计出更吸引消费者的产品。今年公司会结合国潮推出“梦三国”系

	<p>列产品，同时，结合春晚“只此青绿”节目，公司也有相关产品推出。</p> <p>7、未来公司主要做性价比还是高端？</p> <p>答：公司大力推进高端产品的开发和销售，并相继引入“泉近”和“海云浴日”家徽作为高端产品线的标识，目前标识两个家徽的产品销售收入在总收入中的比重已接近 10%；与此同时，公司也一直致力于满足广大普通消费者的需求，向市场提供大量价廉物美的产品。</p> <p>8、未来三年公司给各品类展望目标是什么？</p> <p>答：公司对每一个品类都会有细致的整体规划和调研，会从若干维度考虑品类发展，包括品牌影响力、市场容量、市场竞争格局等。在后续经营中，公司会根据产品市场表现调整资源的分配模式，比如某个项目启动时，只会在内部成立 2-3 人的项目组去负责；经营一段时间后，如果该产品能做到 5000 万-1 亿，公司会成立事业部，将项目组提升至 7-8 人；如果能做到 2-3 亿，则可能会成立子公司支持其发展。</p> <p>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。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 6 日