

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：2023-001

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p> <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_____ </p>
<p>参与单位及人员</p>	<p> 1、中金公司 吕沛航、王杰睿 2、大成基金管理有限公司 黄涛 3、中国建设银行资管部-CCB AM 郑君 4、Boyu Capital Investment Management Co Ltd MAOVivian 5、Penstock Investment 施诺 6、YONG RONG (HK) ASSET MANAGEMENT LTD. 龙雨晗 7、Heisenberg Capital Management Limited ZhangXuechuan 8、深圳市尚诚资产管理有限责任公司 向红旭 9、华融证券股份有限公司 牟欣 10、JM GREAT CHINA FUND LiuNa 11、寒峰资产管理-2号 周易 12、沙钢投资控股有限公司 毛龙飞 13、长江证券股份有限公司 肖旭芳 14、华富资产管理 张恒瑞 15、长沙牧童私募基金管理有限公司 刘政科 16、西藏源乘投资管理有限公司 刘小瑛 17、上海恒穗资产管理中心（有限合伙） 骆华森 18、RS 邹煜莹 19、国金证券 张杨桓 20、汇添富基金管理股份有限公司 陈潇扬 21、嘉实基金管理有限公司 汪伦蔚 22、增远私募证券投资基金 库九睿 23、乾璐资本 张迪 24、鸿熙资产 唐润民 25、东恺投资 余济穷 26、宽城投资 吴勇 27、正圆投资 熊小铭 28、上海文多资产管理中心（有限合伙） 范虎城 29、长青藤资产 谢树平 30、长隼资本投资管理(深圳)有限公司 陈曼 31、财通证券股份有限公司 郭琦 32、深圳创富兆业金融管理有限公司 刘政科 33、东方财富 吴泰谷 34、国华兴益 韩冬伟 35、国金证券 吴翠婷 36、筌笠投资 冯挺 </p>

	<p>37、上海迎水投资管理有限公司 张捷</p> <p>38、永泉投资 刘明</p> <p>39、太平资产 赵洋</p> <p>40、沙钢投资 熊展佳</p> <p>41、重阳投资 陈 心</p> <p>42、农银汇理 周宇</p> <p>43、甬证资管 秦庆</p> <p>44、多鑫五地 成佩剑</p> <p>45、信达澳银基金 刘维华</p> <p>46、乾璐资本 李翔</p> <p>47、深圳市景泰利丰投资发展有限公司 吕伟志</p> <p>48、安和投资 王珏</p> <p>49、东方自营 罗小翼</p> <p>50、禾永投资 马正南</p> <p>51、西部利得基金 温震宇</p> <p>52、新华基金 周晓东</p> <p>53、工银瑞信基金 林梦</p> <p>54、长城财富 胡纪元</p> <p>55、贝莱德投资管理有限公司 神玉飞</p> <p>56、上投摩根基金 吴春杰</p> <p>57、天弘基金 张磊</p> <p>58、中信建投证券股份有限公司 刘岚</p>
时间	2023 年 4 月 18 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	<p>董事、总经理：夏乾良</p> <p>董事、财务总监：王现余</p> <p>董事会秘书、副总经理：平燕娜</p> <p>证券事务代表：刘世超</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023 年 4 月 18 日，公司发布了《2022 年年度报告》，并于 4 月 18 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 年年度公司经营情况</p> <p>报告期内，公司实现营业收入82,655.02万元，利润总额5,926.91万元，其中，主营业务收入81,802.15万元，占营业收入比重98.97%。传统优势产品刀剪具类目全年实现收入56,422.31万元，同比增长7.25%；厨房五金类目实现收入18,284.65万元，同比增长23.00%；家居五金类目实现收入7,042.24万元，同比下降10.48%。境内业务全年实现收入81,342.37万元，同比增长8.72%；境外业务全年实现收入1,312.65万元，同比增长10.73%。</p>

净利润下滑主要系以下几个原因：(1) 公司产品销售的渠道结构发生变化，2022 年上海地区门店停业时间较长，零售收入同比下滑，导致整体毛利率有所下滑；(2) 在整体经济下行态势下，募投项目阳江生产基地投产后尚处于产能爬坡期，产品单位生产成本较高，导致毛利率下滑且固定资产折旧摊销有所增加；(3) 随着流量碎片化的趋势愈加明显，渠道流量成本不断上升，平台推广费和销售服务费有所增加；(4) 随着公司整体规模增加以及阳江基地投产运行，公司引进行业内优秀人才，管理人员人数及平均薪酬有所增加导致费用增加。

二、提问环节

1、公司对未来刀剪行业消费需求以及竞争格局的看法？

答：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，后续我们会推出更加性能优异、性价比高的相关产品。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。

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，同时在保持开放，鼓励内部团队在创新中锐意进取。

2、今年销售、管理、研发费用率预计整体是什么样的？销售费用率会随着营销投放提升？

答：传统的电商平台方面，23 年对比 22 年投流费用的比重不会发生太大的变化；新兴电商平台方面，我们判断 22 年已经进入了平稳期，23 年会略有下降，但还需要持续观察，因为抖音平台的爆款属性会更大一些；另外，还有一些刚进入的新兴渠道，如微信视频号等，费用会相对高一些，我们也在陆续的评估这些平台的发展空间和布局，因为整体规模较小，对费用的绝对值不会造成太大的影响。

所以从整体来看，我们预计 23 年的销售费用率，特别是市场引流推广方面，和 22 年相比会呈现持平或者下降的趋势。

3、阳江工厂产能利用率？爬坡节奏？对毛利率改善的预期？

	<p>答：我们今年为阳江工厂整体规划是刀剪 770 万件的产能，从目前过去几个月的情况来看，月产量大致在 50 万件左右，在我们整个年度的规划框架内走的比较稳健。</p> <p>我们相信今年整体的产能利用率对比上一年会有明显优化和提升，也会对毛利率有提升，能降低单位制造成本，提升整个设备和空间的利用。</p> <p>4、以山东省为例，配送访销对销售业绩的影响？具体举措</p> <p>答：山东省的配送访销专项工作一开始主要是为解决经销商区域内相互穿插和渠道价盘混乱的问题，后面逐渐开始梳理经销商，强调货源管理，派驻专员，开拓多种形态的线下网点，同时辅助店铺牌面和产品陈列等方面，通过一系列的工作，整个山东省线下渠道的业绩有很快的增长，进一步提升了核心竞争力。</p> <p>5、组织架构方面调整的目的以及期待的效果？</p> <p>答：为了适应未来的发展要求和增长逻辑，公司进一步加强组织建设和人员配置水平，推行大前台加小后台的组织模型，通过共享中心模式，提升中后台对前台业务的支持水平。本次组织架构的调整主要聚焦于三个方面：第一，成立了全口径的营销中心，推进营销协同，在新兴电商、传统电商和线下渠道之间做好统筹与流量传导；第二、成立了供应链管理中心，对计划管理、仓储物流和采购统筹管理，提升效率，弱化部门墙；第三、成立品牌市场中心：强化新闻管理与会员服务团队力量，聚焦分析市场行业动态，更好服务于品牌会员。</p> <p>6、23 年一季度的经营情况是否有所改善呢？</p> <p>答：随着宏观经济转暖，全国社会消费品零售总额一季度同比增长 5.8%，公司目前线上和线下的销售情况跟去年四季度相比，也有一定程度的改善，目前公司一季报尚未披露，具体数据还请大家关注我们即将披露的 2023 年一季度报告。</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，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	2023 年 4 月 19 日