

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：2021-003

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 checked="" 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	招商证券：赵中平、李宏鹏；平安基金：王修宝；恒越基金：杨晓洋
时间	2021年9月24日上午10:00-11:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事副总经理、董秘：汪永建 证券投资部工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2021年9月24日上午10:00-11:30在公司会议室举行了投资者关系活动。活动的主要内容如下：</p> <p>一、参观公司展厅、介绍公司产品；</p> <p>二、互动提问：</p> <p>1、未来品牌如何进一步保持年轻化，把我们的品牌做延伸和发展？ 答：张小泉品牌有393年，在保持良钢精作传承的同时，将坚持年轻化路线：1、品牌拓展方面，有微信表情包，泉叔形象，2、产品设计方面，颜色结构都比较新颖，例如不正系列剪刀。 同时，坚持品类扩张：一直在尝试，顺应消费者追求品质生活趋势。张小泉最早是做剪刀，第一次品类扩张是从剪刀到菜刀的扩张。我们积极寻找两者之间的共性：金属处理，带刃口，工序比剪刀简单。菜刀和剪刀都在厨房场景应用。 品牌拓展的原则：一、跟金属有关。二、锁定家居生活场景。三、目标品类市场容量大。四、目标品类中是否有强势的品牌。</p> <p>2、公司未来战略如何？ 答：以金属刀具为核心，再往外发展。圈定厨房家居领域。</p> <p>3、3-5年，品类拓展从高到底排序如何？ 答：品类扩张只要有机会都愿意尝试，根据实际发展配备资源。公司将积极布局小家电、个护、厨房杂件等比较有潜力、市场发展空间大的领域。</p> <p>4、小家电是用张小泉品牌吗？ 答：目前使用的是张小泉品牌。</p> <p>5、线下渠道如何支撑新品？ 答：推新品小电基本以电商渠道和礼赠为主。线下渠道主要经销商、超市、直营零售店等。</p> <p>6、主品牌在未来产品还有升级空间吗？ 答：一直在往升级的方向努力，过去几年套刀从100左右均价已经上升到300左右均价。公司已推出大马士革类高端产品，推出泉近等高端系列，中端、高端产品一直保持增长。</p> <p>7、请介绍员工激励情况如何？ 答：在第一次股改时，主要骨干均进入两个员工持股平台，后续引进关键岗位员</p>

工未进入持股平台，公司上市后将推进相关激励方案。

8、我们的发明专利很少，怎么体现刀具品牌竞争力？

答：本身行业变革不是很快，所以发明专利相对其他行业比较少，主要是工艺和设计上的一些变化。公司各项数据都有技术沉淀，检测分析仪器都相对齐备。消费者对张小泉产品的认可度更高，我们的设计研发团队更强，对消费者的使用习惯理解更透彻。