

张小泉股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input 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	兴业证券：颜晓晴；财通基金：沈犁
时间	2021年9月27日下午1:30-2:30
地点	电话会议
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>主要交流内容如下：</p> <p>1、未来几年增长的主要来源是什么？ 答：主要通过渠道扩张和品类拓展实现。通过销售渠道下沉，销售网络不断细化，向网络中不断投放新品扩大市场；根据厨房、阳台、梳妆台等场景设立事业部，进行品类拓展。</p> <p>2、产品端除了刀剪，其他品类增长情况如何？ 答：属于高消耗品的厨师刀增长最快，其次是个护和园林工具产品。</p> <p>3、公司如何抢占厨师刀市场？ 答：厨师刀的销售渠道主要是通过招投标和对酒店用品市场的批发。厨师刀跟消费者的使用习惯密切相关，我们主要从厨师类培训机构入手，培养消费者使用习惯，培育未来市场，从而对销售渠道进行强有力的支撑。</p> <p>4、个护产品情况如何，通过什么渠道推广？ 答：个护主要是工具类产品如指甲钳、修眉刀、死皮钳等，逐步增加如宠物用剪具等品类。个护产品的切入思路主要还是依托张小泉品牌的“可靠性”，通过电商和零售渠道销售。</p> <p>5、请介绍直营店和加盟店情况？ 答：目前直营店有11家。加盟店实质上是经销商，并没有加盟体系和加盟费，但装修风格和价格由公司管控。</p> <p>6、请介绍园林工具情况？ 答：园林工具产品主要是家用整枝剪，修理剪。主要根据阳台场景布局，一方面社会老龄化加剧，家用园林工具需求上升；其次消费者生活水平提高，居住环境改善，有更多地场使用园林工具。目前体量较小，未来增长空间较大。</p> <p>7、请介绍保温杯情况？ 答：保温杯壶主要技术指标是金属内胆，我们在金属内胆材料分析研究方面有优势，经过对市场容量的分析，认为有发展潜力，目前已成立事业部。</p> <p>8、请介绍锅具情况？ 答：锅具目前不属于主推品类，主要满足部分经销商的礼赠品需求，利润尚可。</p> <p>9、请介绍小家电情况？ 答：小家电我们主要选了一个细分领域，利用张小泉产品的可靠性（品牌好、用</p>

材好) 赢得市场, 走健康小电的路线; 推出降糖电饭煲、消毒刀座、超声波餐具清洗器等小家电产品。

10、刀剪情况? 竞争优势?

答: 刀剪本身是耐用品, 整个市场容量比较稳定, 增速主要在于抢占竞对市场份额。伴随国货潮的兴起, 在流量碎片化时代, 公司将通过拼多多、抖音等平台的助推, 进一步提升市场占有率。

11、未来渠道如何发展?

答: 线上渠道公司积极介入电商平台新渠道跟抖音拼多多等新兴平台合作; 线下渠道积极稳健布局, 通过渠道下沉, 销售网络更细化。同时开始细化客户分类, 设立具体目标。

12、渠道拓展对销售人员增加的规划?

答: 公司将进一步增加销售人员, 做细渠道。

13、毛利率水平如何?

答: 毛利率水平整体稳定, 短时间波动原因有国家政策影响, 比如增值税税率调整, 内部短期波动主要是产品结构调整的影响, 长期来看毛利率水平保持平稳。

14、新事业部毛利率如何? 是否拉低整体水平?

答: 新事业品类拓展之前公司会作整体评估, 毛利率基本趋于平均水平, 不会影响整体水平。

15、公司未来资本开支如何?

答: 公司未来不会有太大的资本开支。阳江工厂已经建成后, 质量一致性更好, 一些产品成本会低。

16、请介绍公司线上团队?

答: 杭州张小泉电子商务有限公司是公司专门的电商公司, 电商团队已有十几年的经验, 每个电商渠道都有专人负责。