

杭州巨星科技股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

一、报告期内公司所处行业情况

公司所处行业为工具（Tools）行业，主要产品包括手工具（Hand Tools）、电动工具（Power Tools）及工业工具（Industrial tools）类，主要用于家庭住宅维护、建筑工程、车辆维修养护、地图测量测绘等领域。其中家庭建筑及其相关维修维护产业是最重要也是占比最高的应用渠道。如果按照终端客户群体划分，可以分为家用工具（DIY tools）和专业工具（Professional tools）

在北美洲和欧洲大部分地区，由于居民大量使用独立式建筑，且人均面积较大，造成居民房屋的维修维护成本高昂且费时。由于劳动力成本相对较高，欧洲和北美洲的居民更乐于自行开展房屋及其附属建筑的维修维护工作，由此产生了著名的欧美 DIY 文化。同时欧美家庭保有大量的汽车，汽车日常维修维护包括车辆部件的检查和更换等也是欧美 DIY 的重要组成部分。各类工具产品作为维修维护的必需品之一，在北美和欧洲存在大量的专业级和 DIY 级的家庭工具需求，因此，北美和欧洲地区成为全球工具行业最主要也是占比最高的市场。

工具行业作为历史最悠久的行业，可以说随着人类诞生发展而发展，近百年来随着工业化浪潮的到来，工具作为人类生产制造各类用品和商品的必要助力，规模一直不断稳定上升并且越来越细化，得益于产品刚需和更换周期稳定等特性，工业工具行业增速规模一直较为稳定，即使遇到 2008 年的金融危机，在短暂的波动后行业仍能依据 GDP 增速维持稳定增长。

2024 年，欧美的高利率环境对房屋交易和工业需求仍然产生明显的抑制作用，北美的房屋换手率进入历史最低区间，依靠房屋维修维护需求的持续增加，行业全年获得了近 1% 的增长，整体看 2021-2024 四年行业规模年化增长低于 1%，再次说明了利率对于行业需求的明显抑制。其中北美工具市场在一季度彻底结束了持续了 7 个季度的零售商去库周期，渠道零售商的订单逐步和终端销售匹配，同时高通胀后带来的终端消费者消费降级叠加带动公司的订单水平同比大幅上涨。

2025 年，欧美偏高的利率水平对终端需求的压制仍然存在，而美国政府不计后果的关税壁垒行为给行业发展带来的了更多的不确定性，行业格局特别是全球供应链体系势必将发生巨大的变化，美国可能发生再次通胀和市场预期美联储降息救市的矛盾状况将使得问题更加复杂，预计 2025 年全球工具市场将继续保持稳定增长，但不会回到 4% 左右的过去 20 年行业平均增速区间。

二、报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司继续重点发展欧美家庭消费用手工具及电动工具（Consumer Hand Tools & Power Tools）领域兼顾布局工业工具（Industrial tools），同时大力推进新品类扩张和全球化布局，客户品牌（ODM）业务快速恢复且取得超预期增长，自有品牌（OBM）业务持续取得市场份额提升，工业工具业务继续保持增长。

报告期内，公司实现营业收入 1,479,545.33 万元，同比增长 35.37%。2024 年公司归属于上市公司股东的净利润 230,362.43 万元，同比增长 36.18%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 230,410.71 万元，同比增长 35.74%。

三、核心竞争力分析

1、国际化优势

公司经过近 10 年的努力，已经建立了行业内最完善的全球化生产和供应链管理体系，与全球数千家供应商建立了良好的合作关系，确保公司不局限于任何单一国家和自身产能，可以快速响应市场需求并完成各类大额订单的及时交付。在当下全球贸易环境不断变动的情况下，依托中美欧三地完善的仓储物流配送体系和以及全球 23 处生产制造基地公司可以做到全球采购、全球制造、全球分发。同时公司自身完善的全球一体化分布式制造加工体系，可以极大的降低综合制造采购成本，提升公司产品的终端市场竞争力，并且能够全面满足各类需求和应对各自复杂的外部环境。报告期内，公司继续新增东南亚制造产能，并积极在全球各地寻求制造方案，目前正在加快推动包括墨西哥、新加坡和马来西亚全球产能落地。公司正加速成为一家集欧美本土服务、全球产业链制造和中国管理研发的全球资源配置型公司。

2、创新优势

创新一直是公司发展的灵魂，品类扩张一直是公司发展的核心动力。公司拥有一支资深的专业工具产品和非工具类消费品研发团队，始终致力于新产品的研发创新，秉持细节决定成败的理念，提升产品的功能性和附加值，确保公司的长期核心竞争力。报告期内公司研发投入 3.66 亿元，设计新产品 1937 项。公司创新研发了木工系列产品、20V 无绳锂电池电动工具系列和相关零配件、智能工具柜在内的多款新产品并取得了良好的市场反馈。报告期内，公司持续开展动力工具特别是锂电池电动工具的大规模创新，凭借一大批高性价比的创新产品，取得美国某大型零售业公司的 20V 无绳锂电池电动工具系列和相关零配件订单。面对全球工具行业不断发生的变化，公司的创新优势保证了公司能够及时响应并把握市场机遇，持续获取市场份额，维持长期稳定的发展。

3、品牌优势

公司主营产品是针对家庭的耐用消费品和专业人士的工业级产品，而品牌则是公司向消费者长期提供产品和服务的最有效保证，所以公司长期致力于自有品牌的打造和发展。报告期内，公司大力发展自有品牌，提升自有品牌影响力，增厚自有品牌优势，自有品牌特别是电商品牌持续增长，WORKPRO、DURATECH、EverBrite、Prexiso 等品牌的销售收入同比快速增长，自有品牌销售收入同比增长 35.97%。品牌优势不仅进一步提升公司产品的国际竞争力，还有效提高了公司的毛利润率和业务稳定性，为公司长期健康的发展提供了保证。

4、渠道优势

公司拥有的销售渠道和客户信赖，是巨星得以不断持续发展的保证。公司多样化的产品结构和持续的创新能力，不但可以最大程度上满足了渠道客户一站式采购的需要，而且不断节约渠道客户的采购成本和管理成本，持续提高对渠道客户的粘性。公司已成为美国 HOME DEPOT、美国 WALMART、美国 LOWES、欧洲 Kingfisher、加拿大 CTC 等多家大型连锁超市最大的工具和储物柜 (Tools and Storage) 供应商之一，并且依托这些客户不断拓展新的产品品类。目前在全球范围内，有两万家以上的大型五金、建材、汽配等连锁超市同时销售公司的各类产品，这些渠道有效保证了公司各类创新型产品的高速发展。巨星通过直营跨境电商，收购欧美分销渠道和建立亚太经销渠道三大措施并行，切实提高 DTC(Direct To Customer)业务的占比，将零售用户需求放在首位，切实直接触达终端零售客户，既有效提升了单位产品的价值量又获得了一手的客户反馈为研发创新提供了直接依据。依托上述渠道优势，公司可以不断发展开拓市场前期良好的新产品品类并将之持续发展，历史上成功实现了包括激光测量仪器、储物柜、电动工具这些大品类的突破。

四、主营业务分析

1、概述

报告期内，全球工具市场需求稳定，维修维护的需求明显回暖，行业回归增长，公司下游客户去库存结束后公司订单逐步和终端销售情况匹配，同时公司依靠自身竞争力研发了大量新的产品品类，获得了新的客户订单，随着公司东南亚产能不断释放，产能瓶颈也得以突破；公司跨境电商继续保持高速增长，非美地区渠道拓展和自有品牌发展取得进展，带动公司盈利能力继续提升。

报告期内公司实现营业收入 1,479,545.33 万元，同比增长 35.37%。2024 年公司归属于上市公司股东的净利润 230,362.43 万元，同比增长 36.18%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 230,410.71 万元，同比增长 35.74%。各业务板块完成情况如下：

1、手工具 (Tools)

报告期内，公司以品牌和产品驱动业务发展，跨境电商业务保持 45%以上的增速，将 workpro 品牌打造为线上工具类知名品牌，助推公司品牌知名度和份额提升；继续拓展全球经销商网络，助力非美地区尤其是“一带一路”地区自有品牌的发展，自有品牌的迅猛发展带动公司盈利能力继续提升。公司针对市场需求开发全新系列产品，开发了针对非美地区的全新系列产品，完善现有产品系列，取得客户新订单；东南亚产能的投放提升了公司的产能天花板，帮助公司更好满足客户的订单需求。手工具业务收入同比增长 40.46%。

2、电动工具 (Power Tools)

报告期内，公司实现了 20v 锂电池工具的决定性突破，自 2021 年将电动工具列入公司战略发展的业务以来，这是首次实现主流市场主流产品的突破。同时在全球多个国家投产电动工具产业，也为公司打好了后续大规模发展电动工具的基础。电动工具业务收入同比增长 36.53%。

3、工业工具 (Industrial tools)

报告期内，由于工业工具的开发周期较长，新产品的开发速度远不及消费级工具，同时全球工业投资同比继续下降，欧洲经济复苏缓慢，导致工业工具的整体增速低于公司平均水平。工业工具业务收入同比增长 22.14%。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2024 年		2023 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	14,795,453,293.25	100%	10,929,992,802.32	100%	35.37%
分行业					
工具五金	14,735,499,758.36	99.59%	10,865,309,434.63	99.41%	35.62%
其他业务收入	59,953,534.89	0.41%	64,683,367.69	0.59%	-7.31%
分产品					
手工具	10,068,822,637.63	68.05%	7,168,642,478.60	65.59%	40.46%
电动工具	1,437,910,630.20	9.72%	1,053,210,164.69	9.64%	36.53%
工业工具	3,228,766,490.53	21.82%	2,643,456,791.34	24.19%	22.14%
其他业务收入	59,953,534.89	0.41%	64,683,367.69	0.59%	-7.31%
分地区					

美洲	9,386,789,108.12	63.44%	6,968,627,907.78	63.76%	34.70%
欧洲	3,645,853,524.62	24.64%	2,791,945,594.80	25.54%	30.58%
其他	1,001,929,091.21	6.77%	479,301,687.92	4.39%	109.04%
国内（中国）	700,928,034.41	4.74%	625,434,244.13	5.72%	12.07%
其他业务收入	59,953,534.89	0.41%	64,683,367.69	0.59%	-7.31%
分销售模式					
自有品牌（OBM）	7,090,396,049.91	47.92%	5,214,848,471.29	47.71%	35.97%
客户品牌（ODM）	7,645,103,708.45	51.67%	5,650,460,963.34	51.70%	35.30%
其他业务收入	59,953,534.89	0.41%	64,683,367.69	0.59%	-7.31%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
工具五金	14,735,499,758.36	10,013,591,820.11	32.04%	35.62%	34.90%	0.36%
分产品						
手工具	10,068,822,637.63	6,837,963,556.46	32.09%	40.46%	40.21%	0.12%
电动工具	1,437,910,630.20	1,095,217,050.13	23.83%	36.53%	29.99%	3.83%
工业工具	3,228,766,490.53	2,080,411,213.52	35.57%	22.14%	22.11%	0.02%
分地区						
美洲	9,386,789,108.12	6,477,442,514.63	30.99%	34.70%	33.81%	0.45%
欧洲	3,645,853,524.62	2,363,742,617.76	35.17%	30.58%	29.88%	0.36%
分销售模式						
自有品牌（OBM）	7,090,396,049.91	4,561,848,066.61	35.66%	35.97%	26.90%	4.60%
客户品牌（ODM）	7,645,103,708.45	5,451,743,753.50	28.69%	35.30%	42.41%	-3.56%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
工具五金	14,735,499,758.36	10,013,591,820.11	32.04%	35.62%	34.90%	0.36%
分产品						
手工具	10,068,822,637.63	6,837,963,556.46	32.09%	40.46%	40.21%	0.12%
电动工具	1,437,910,630.20	1,095,217,050.13	23.83%	36.53%	29.99%	3.83%
工业工具	3,228,766,490.53	2,080,411,213.52	35.57%	22.14%	22.11%	0.02%
分地区						
美洲	9,386,789,108.12	6,477,442,514.63	30.99%	34.70%	33.81%	0.45%
欧洲	3,645,853,524.62	2,363,742,617.76	35.17%	30.58%	29.88%	0.36%
分销售模式						
自有品牌（OBM）	7,090,396,049.91	4,561,848,066.61	35.66%	35.97%	26.90%	4.60%
客户品牌（ODM）	7,645,103,708.45	5,451,743,753.50	28.69%	35.30%	42.41%	-3.56%

变更口径的理由

参考了国际同行披露的数据统计口径，且考虑公司发展处于成长期，便于投资者更好的理解公司业务的发展。

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2024年	2023年	同比增减
五金工具	销售量	PCS	491,820,869	467,668,618	5.16%
	生产量	PCS	510,146,746	465,149,330	9.67%
	库存量	PCS	139,751,851	121,425,975	15.09%

相关数据同比发生变动 30%以上的原因说明

适用 不适用

(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2024年		2023年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
工具五金	/	10,013,591,820.11	99.55%	7,423,231,250.13	99.59%	34.90%
其他业务成本	/	45,246,763.47	0.45%	30,890,842.06	0.41%	46.47%

单位：元

产品分类	项目	2024年		2023年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
手工具	/	6,837,963,556.46	67.98%	4,876,983,279.64	65.43%	40.21%
电动工具	/	1,095,217,050.13	10.89%	842,556,568.56	11.30%	29.99%
工业工具	/	2,080,411,213.52	20.68%	1,703,691,401.94	22.86%	22.11%
其他业务成本	/	45,246,763.47	0.45%	30,890,842.06	0.41%	46.47%

五、公司未来发展的展望

(一) 公司发展战略

公司的总体发展战略是：聚焦主业，创新产品，运营品牌，布局全球。

聚焦主业，就是公司将继续利用现有的欧美大型商超和自营渠道，聚焦工具（TOOLS）产品为核心的主营业务，同时将继续处置非核心业务资产回收现金，并将之用于主营业务的发展。公司也将依靠外延并购，全力发展包括动力工具和户外用品在内的非手工具类工具产品。

创新产品，就是公司在不断研发升级现有产品，使得人们生活工作更便利的同时，将不断开发适合自身供应链和销售渠道的全新产品。依靠全球化的供应链网络和中国工程师红利，主导本轮工具行业全球供应链分工，继续扩大行业龙头优势地位，引领国际工具行业发展，在未来逐步接过欧美本轮以创造客户需求为核心的创新经济时代的产业转移。

运营品牌，就是公司将继承和发展现有的国际知名工具品牌，同时发展适合新时代的电商工具品牌，继续加强欧美自有品牌服务体系建设，依托耐用消费品领域增速平缓现金流稳定的特征，长周期规划自有品牌业务和发展路径，逐步提高品牌价值。

最后，布局全球，就是公司无惧逆全球化的浪潮，继续积极加大全球投资布局，选取国外优质公司进行产业并购整合，更好的获取国际资源和国际市场，继续将公司成长为全球化的公司。

（二）经营计划

当前随着美国升起全球贸易壁垒，全球供应链和行业格局呈现巨大挑战的同时也出现了一个难得的战略发展机遇，公司自 2016 年以来在国际化布局以及全球化的运营能力上的持续投入，将在未来帮助公司更好的加强行业地位；公司将继续推动全球化布局，争取早日成为一家欧美本土服务、全球生产制造、中国管理研发为一体的国际化公司。2025 年，公司将力争实现主营业务稳中有升。

（三）可能面对的风险

综合分析公司的外部环境和企业实际情况，公司面临的主要经营风险包括：

1、贸易摩擦风险

目前美国是公司的最大单一市场，美国对全球加征“对等关税”后，公司从中国向美国出口的绝大部分产品被征收高达 170%的关税，从东南亚国家向美国出口的产品也将被征收至少 10%的关税，关税给行业发展对和公司长期发展战略带来不利影响和不确定性。对此，公司将密切关注国际局势，继续实施国际化战略，推进海外制造基地建设，培育海外供应链，建立全球化的产能布局和供应链体系，确保公司业务稳定发展。

2、汇率波动风险

目前公司营业收入基本来自于境外市场，如人民币汇率宽幅波动，将对公司的营业收入产生一定影响。公司主营业务订单大部分以美元计价，人民币对美元汇率波动直接影响产品的价格竞争力，从而对公司经营业绩产生影响。对此，公司将进一步加强海外布局和结汇调控，对冲和降低汇率波动对公司业绩的影响。

3、原材料价格上升风险

近年来，公司主要原材料价格波动较大，造成公司生产成本也有所波动。尽管公司产能以外协生产为主，且对上游外协厂商议价能力较强，但若原材料价格持续上升，仍可能对公司盈利能力产生一定影响。对此，公司将进一步加强采购和成本控制，与供应商建立战略合作关系并签订长期协议来消化原材料价格波动风险；同时持续优化产品结构，加强新产品的研发，依靠创新型产品确定合理价格，维持产品毛利率。

六、董事会日常工作情况

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2024 年度，公司董事会共召开 7 次董事会会议，参加会议的董事人数符合法定要求，董事会的召集、召开、表决程序及会议的提案、议案等符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等法律、法规和公司制度的要求，具体情况如下：

1、第六届董事会第五次会议

公司第六届董事会第五次会议于 2024 年 1 月 24 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《关于修订〈公司章程〉的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 1 月 25 日的《证券日报》、《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

2、第六届董事会第六次会议

公司第六届董事会第六次会议于 2024 年 4 月 24 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

《2023 年度董事会工作报告》；

《2023 年度总裁工作报告》；

《2023 年年度报告》全文及其摘要；

《关于 2024 年度公司董事薪酬方案的议案》；

《关于 2024 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》；

《2023 年度财务决算报告》；

《关于公司 2023 年度利润分配预案的议案》；

《公司 2023 年度内部控制自我评价报告》；

《关于公司向银行申请银行授信额度的议案》；

《关于续聘天健会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司 2024 年度审计机构的议案》；

《关于公司 2024 年度日常关联交易预计的议案》；

《关于开展 2024 年度外汇衍生品交易的议案》；

《关于开展外汇衍生品交易的可行性分析报告》；

《关于使用闲置自有资金进行委托理财的议案》；

《公司 2023 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》；

《公司未来三年股东回报规划（2024-2026 年）》；

《关于会计政策变更的议案》；

《关于补选公司非独立董事的议案》；

《杭州巨星科技股份有限公司会计师事务所选聘制度》；

《关于召开 2023 年年度股东大会的议案》；

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 4 月 25 日的《证券日报》、《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

3、第六届董事会第七次会议

公司第六届董事会第七次会议于 2024 年 4 月 26 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《2024 年第一季度报告》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 4 月 27 日的《证券日报》、《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

4、第六届董事会第八次会议

公司第六届董事会第八次会议于 2024 年 7 月 1 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《关于实施一揽子关联交易的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 7 月 2 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

5、第六届董事会第九次会议

公司第六届董事会第九次会议于 2024 年 8 月 29 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

- (1) 《2024 年半年度报告》全文及其摘要；
- (2) 《公司 2024 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告》；
- (3) 《杭州巨星科技股份有限公司募集资金管理办法》；
- (4) 《关于为全资孙公司 Prime-Line Products Company 提供担保的议案》；
- (5) 《关于部分募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》；
- (6) 《关于公司 2024 年半年度利润分配预案的议案》；
- (7) 《关于召开公司 2024 年第二次临时股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 8 月 30 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

6、第六届董事会第十次会议

公司第六届董事会第十次会议于 2024 年 10 月 11 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

- (1) 《关于修订〈公司章程〉的议案》；
- (2) 《关于聘任公司副总裁的议案》；
- (3) 《关于召开公司 2024 年第三次临时股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 10 月 12 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

7、第六届董事会第十一次会议

公司第六届董事会第十次会议于 2024 年 10 月 30 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

- (1) 《2024 年第三季度报告》；
- (2) 《关于公司 2024 年前三季度利润分配预案的议案》；
- (3) 《关于变更回购股份用途并注销的议案》；
- (4) 《关于减少注册资本并修订〈公司章程〉的议案》；
- (5) 《关于召开公司 2024 年第四次临时股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2024 年 10 月 31 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内，公司共召开一次年度股东大会和四次临时股东大会，公司董事会严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定履行职责，认真执行股东大会通过的各项决议。

（三）董事会下设的专门委员会履职情况

1、董事会审计委员会

报告期内，董事会审计委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《审计委员会实施细则》的规定，勤勉尽责，指导公司审计部对公司内部控制制度及执行情况、重要会计政策及财务状况和经营情况、募集资金使用和管理情况进行了审查，督促公司财务部完善财务管理制度。本年度，共召开 4 次会议，审议了公司定期报告财务报表等事项，详细了解公司财务状况和经营情况，严格审查公司内部控制制度的建设及执行情况，对公司财务状况和经营情况实施了有效地指导和监督。在 2024 年度审计工作过程中，审计委员会在审计机构进场前与审计机构协商确定年度财务报告审计工作的时间安排和重点审计范围；督促会计师事务所的审计工作进展，保持与年审注册会计师的沟通，就审计过程中发现的问题及时交换意见，确保审计工作按时保质完成。同时，审阅了审计机构出具的审计报告，并对审计机构 2024 年度审计工作进行了评价和总结。

2、董事会薪酬与考核委员会

报告期内，董事会薪酬与考核委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《薪酬与考核委员会实施细则》的规定，对2024年公司董事、高级管理人员的薪酬情况进行了审核。

3、董事会战略委员会

报告期内，董事会战略委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《战略与发展委员会实施细则》的规定组织开展工作，对公司整体未来发展规划及战略部署进行商议，为公司重大事项进行研究并提出专业意见，为重大事项的落地和后续规划献言献计。

4、董事会提名委员会

报告期内，董事会提名委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《提名委员会实施细则》的规定组织开展工作，对公司董事会补选董事和聘任高管工作进行审查后提出建议，并将相关议案提交公司董事会审议。

七、公司普通股利润分配及资本公积金转增股本情况

报告期内利润分配政策，特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

适用 不适用

公司于2024年5月31日召开2023年年度股东大会，审议通过了《公司未来三年股东回报规划（2024-2026年）》，综合考虑公司盈利能力、发展战略规划、股东回报、社会资金成本、外部融资环境等因素，公司董事会制订了《公司未来三年股东回报规划（2024-2026年）》。

报告期内，公司利润分配政策的制定及执行情况，符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号--上市公司现金分红》和《公司章程》等相关规定，相关决策程序和机制完备，独立董事勤勉尽责，充分维护了中小股东的合法权益。

现金分红政策的专项说明	
是否符合公司章程的规定或股东大会决议的要求：	是
分红标准和比例是否明确和清晰：	是
相关的决策程序和机制是否完备：	是
独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用：	是
公司未进行现金分红的，应当披露具体原因，以及下一步为增强投资者回报水平拟采取的举措：	是
中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，其合法权益是否得到了充分保护：	是
现金分红政策进行调整或变更的，条件及程序是否合规、透明：	是

公司报告期内盈利且母公司可供股东分配利润为正但未提出现金红利分配预案

适用 不适用

本报告期利润分配及资本公积金转增股本情况

适用 不适用

公司计划年度不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

八、报告期内接待调研、沟通、采访等活动

适用 不适用

接待时间	接待地点	接待方式	接待对象类型	接待对象	谈论的主要内容及提供的资料	调研的基本情况索引
2024-	杭州市上城区	电话沟通	其他	机构投资者、	2023 年度业绩	2023 年度业绩

01-22	九环路 35 号			个人投资者	预告相关情况	预告相关情况
2024-01-23	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2023 年度业绩预告相关情况	2023 年度业绩预告相关情况
2024-04-25	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	个人	个人投资者	2023 年度经营情况及经营计划	2023 年度经营情况及经营计划
2024-04-26	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	个人	个人投资者	2023 年度经营情况及经营计划	2023 年度经营情况及经营计划
2024-04-29	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年第一季度经营情况	披露在深交所互动易的《杭州巨星科技股份有限公司投资者关系活动记录表》
2024-04-30	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年第一季度经营情况	2024 年第一季度经营情况
2024-08-30	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年半年度经营情况	2024 年半年度经营情况
2024-09-02	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年半年度经营情况	2024 年半年度经营情况
2024-10-31	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年前三季度经营情况	2024 年前三季度经营情况
2024-11-01	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年前三季度经营情况	2024 年前三季度经营情况
2024-12-23	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	机构投资者、个人投资者	2024 年度业绩预告情况	2024 年度业绩预告情况

杭州巨星科技股份有限公司董事会

二〇二五年四月二十二日