

双枪科技股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

双枪科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会由 8 名董事组成，董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》等相关规章制度，切实履行股东大会赋予的董事会职责，认真执行股东大会的各项决议，围绕公司发展战略和年度重点任务积极开展各项工作。

在公司经营管理上，董事会勤勉尽责地开展各项工作，以科学、严谨、审慎、客观的工作态度，积极参与公司各项重大事项的决策过程，努力维护公司及全体股东的合法权益，有力保障了公司全年各项工作目标的实现。现就 2022 年度董事会工作情况报告如下：

一、2022 年经营情况

2022 年，公司实现营业收入 95,525.96 万元，净利润-1,541.82 万元。其中，其他餐厨产品全年实现收入 24,361.08 万元，同比增长 33.00%；筷子全年实现收入 24,371.52 万元，砧板全年实现收入 31,071.18 万元，勺铲全年实现收入 9,436.12 万元。境内业务全年实现收入 79,604.86 万元；境外业务全年实现收入 15,921.11 万元，同比增长 1.46%；线上销售全年实现收入 31,753.39 万元，同比增长 15.53%；线下销售全年实现收 63,772.58 万元。

2022 年，公司围绕董事会及管理层制定的 2022 年度经营计划和主要目标有序推进各项经营管理工作，不断深化全渠道战略，持续开展新品类开拓工作，与此同时全面布局新媒体平台致力于打造精致厨具第一品牌。

渠道方面，公司已建立商超、经销商、电商、外贸、其他直营等多元化立体式的销售网络。报告期内受到国内市场环境对公司的影响，线下传统零售业困境重重，公司线下业务受市场环境冲击较大。公司积极调整销售策略，从过去重度依托大卖场的单一业态，转变为深耕渠道下沉的销售策略。通过配送访销提高营销网点的覆盖率，借助餐饮渠道打通一次性餐具的营销网络。受到市场环境的影响，公司 2022 年在渠道下沉方面处于投入期，探索并确定新的销售模式，打造样板工程。定制业务受上半年大环境影响终端仓储、物流运输，大客户订单暂缓，导致业绩下滑，但公司与双立人、宜家仍保持良好合作关系。随着公司募投项目“年产 3000 万件餐厨配件生产加工基地建设项目”的有序推

进，投产后将进一步释放产能，通过差异化产品创新，定制化服务深度绑定大客户，吸引更多高端客户群体，创造更好的盈利空间。在经贸摩擦和大环境冲击的重大考验下，外贸业务传统线下展会渠道中断，外贸获客渠道受到较大限制，业绩持续增长受到巨大挑战。2022 年公司通过布局跨境电商全球化线上营销，不断提升线上拓客能力，跨境电商新业态将成为外贸发展的新动力。市场环境影响下公司线下营收放缓，线上电商渠道营收贡献突出。2022 年公司在淘宝、天猫、京东等传统电商渠道通过差异化产品竞争实现增长，与此同时持续加强新兴平台布局，加大直播、短视频等方式的创新应用，实现抖音、拼多多等互联网平台的快速发展。线上渠道在筷子、砧板类目一如既往地保持行业领先地位。

产品方面，公司围绕厨房场景积极拓展锅具、陶瓷等新品类，打造精致厨具产品矩阵。公司的竹木材质产品取材天然，复合材料产品耐高温可消毒，植物纤维复合餐具环保可降解，抗菌系列产品作为健康新型环保的餐厨用品，以及公筷公勺倡导健康用餐，满足消费者的需求。2022 年公司通过拓宽产品组合提升业务能力，实现从筷子、砧板、勺铲三大核心产品向碗筷、刀板、锅铲三对核心 CP 的转变。与此同时公司非常注重产品的创新升级，适时推出功能丰富、设计时尚、材质多样、工艺环保的新产品，2022 年的智能砧板、国潮系列产品、可杀菌消毒的便携餐具等产品深受消费者喜爱。除了自主创新，2022 年公司与外部设计公司达成深度战略合作，聚焦厨房和餐桌两大场景，进行品类研究、策略规划和创新设计，推动公司产品竞争力的提升。

品牌方面，公司致力于打造精致厨具第一品牌，通过品牌助力产品销售和渠道拓展，让公司具备品牌优势。报告期内公司全面布局新媒体平台，深耕小红书平台以及公司官网、微信、微博、抖音等社交媒体，树立公司品牌在不同平台上的优质内容和形象，进一步提升品牌知名度。与此同时公司加强构建全方位的品牌整合营销战略，通过校企合作、终端陈列，以及内容投放、广告助推等方式向不同消费群体传递公司品牌的内涵与理念。2022 年公司对品牌 logo 进行升级调整，并在产品包装上进行全系列的系统升级，进一步加强品牌辨识度。

二、2022 年董事会日常工作情况

1、组织召开董事会情况

2022 年公司严格遵循《公司章程》及《董事会议事规则》，一共召开了 12 次董事会，通过议案 49 个。各董事会成员在会议过程中，积极履行董事职责，将理论与实践相结合，过往经验和未来展望相结合，长期目标和短期目标相结合，建言献策，就公司治理各个

角度、各个层面、各个内容，提出专业且宝贵的意见。

会议届次	召开日期	会议决议
第二届董事会第十次会议	2022年2月11日	1、审议《关于对外投资设立全资子公司的议案》。
第二届董事会第十一次会议	2022年3月29日	1、审议《关于对外投资设立全资子公司的议案》。
第二届董事会第十二次会议	2022年4月27日	1、审议《关于公司2021年年度报告及其摘要的议案》； 2、审议《关于公司<2021年度董事会工作报告>的议案》； 3、审议《关于公司<2021年度总经理工作报告>的议案》； 4、审议《关于公司<2021年度财务决算报告>的议案》； 5、审议《关于公司2021年度利润分配预案的议案》； 6、审议《关于公司<2021年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》； 7、审议《关于公司<2021年度内部控制评价报告>的议案》； 8、审议《关于公司<2022年度日常关联交易预计>的议案》； 9、审议《关于公司<2022年度担保额度预计>的议案》； 10、审议《关于补选公司独立董事的议案》； 11、审议《关于修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》； 12、审议《关于续聘公司2022年度审计机构的议案》； 13、审议《关于确认公司董事2022年度薪酬方案的议案》； 14、审议《关于确认公司高级管理人员2022年度薪酬方案的议案》； 15、审议《关于公司<2021年度独立董事述职报告>的议案》； 16、审议《关于公司2022年第一季度报告的议案》； 17、审议《关于变更会计政策的议案》； 18、审议《关于聘任内审部经理的议案》。
第二届董事会第十三次会议	2022年5月24日	1、审议《关于修订<股东大会议事规则>的议案》； 2、审议《关于修订<董事会议事规则>的议案》； 3、审议《关于修订<独立董事工作制度>的议案》； 4、审议《关于修订<关联交易管理制度>的议案》；

		<p>5、审议《关于修订<对外担保管理制度>的议案》；</p> <p>6、审议《关于修订<募集资金管理制度>的议案》；</p> <p>7、审议《关于修订<信息披露管理制度>的议案》；</p> <p>8、审议《关于修订<投资者关系管理制度>的议案》；</p> <p>9、审议《关于制定<内幕信息知情人登记管理制度>的议案》；</p> <p>10、审议《关于制定<内部审计制度>的议案》；</p> <p>11、审议《关于召开 2021 年年度股东大会的议案》。</p>
第二届董事会第十四次会议	2022 年 6 月 6 日	1、审议《关于公司及子公司向银行申请综合授信额度的议案》。
第二届董事会第十五次会议	2022 年 6 月 17 日	1、审议《关于公司及子公司以自有资产抵押向银行申请授信的议案》。
第二届董事会第十六次会议	2022 年 7 月 8 日	<p>1、审议《关于投资建设年加工 30 万吨毛竹项目暨签订项目投资合作协议的议案》；</p> <p>2、《关于聘任公司董事会秘书的议案》。</p>
第二届董事会第十七次会议	2022 年 8 月 22 日	<p>1、审议《关于公司 2022 年半年度报告及其摘要的议案》；</p> <p>2、审议《关于公司<2022 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》；</p> <p>3、审议《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》；</p> <p>4、审议《关于制定<董事、监事、高级管理人员持有公司股份及其变动管理制度>的议案》；</p> <p>5、审议《关于投资建设年加工 20 万吨毛竹项目的议案》。</p>
第二届董事会第十八次会议	2022 年 9 月 29 日	<p>1、《关于补选公司第二届董事会董事的议案》；</p> <p>2、《关于聘任公司副总经理的议案》；</p> <p>3、《关于提请召开 2022 年第一次临时股东大会的议案》。</p>
第二届董事会第十九次会议	2022 年 10 月 21 日	1、《关于使用部分闲置募集资金临时补充流动资金的议案》。
第二届董事会第二十次会议	2022 年 10 月 28 日	1、审议《关于公司 2022 年第三季度报告的议案》。
第二届董事会第二十一次会议	2022 年 12 月 14 日	<p>1、审议《关于调整募集资金投资项目实施进度的议案》；</p> <p>2、审议《关于调整募投项目拟投入募集资金金额及新增募投</p>

议		项目的议案》； 3、审议《关于开立募集资金专户并签订四方监管协议的议案》； 4、审议《关于提请召开 2022 年第二次临时股东大会的议案》。
---	--	--

2、组织召开股东大会情况

2022 年董事会严格遵循《公司章程》和《股东大会议事规则》，积极开展会议工作，为股东大会的召开提供便利，积极维护各股东权益。2022 年共召开股东大会三次，通过议案 22 个。

会议届次	召开日期	会议决议
2021 年年度股东大会	2022 年 6 月 15 日	1、审议《关于公司 2021 年年度报告及其摘要的议案》； 2、审议《关于公司<2021 年度董事会工作报告>的议案》； 3、审议《关于公司<2021 年度监事会工作报告>的议案》； 4、审议《关于公司<2021 年度财务决算报告>的议案》； 5、审议《关于公司 2021 年度利润分配预案的议案》； 6、审议《关于公司<2022 年度日常关联交易预计>的议案》； 7、审议《关于公司<2022 年度担保额度预计>的议案》； 8、审议《关于补选公司独立董事的议案》； 9、审议《关于修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》； 10、审议《关于续聘公司 2022 年度审计机构的议案》； 11、审议《关于确认公司董事 2022 年度薪酬方案的议案》； 12、审议《关于补选公司监事的议案》；

		13、审议《关于确认公司监事 2022 年度薪酬方案的议案》； 14、审议《关于修订<股东大会议事规则>的议案》； 15、审议《关于修订<董事会议事规则>的议案》； 16、审议《关于修订<监事会议事规则>的议案》； 17、审议《关于修订<独立董事工作制度>的议案》； 18、审议《关于修订<关联交易管理制度>的议案》； 19、审议《关于修订<对外担保管理制度>的议案》； 20、审议《关于修订<募集资金管理制度>的议案》。
2022 年第一次临时股东大会	2022 年 10 月 18 日	1、审议《关于补选公司第二届董事会董事的议案》。
2022 年第二次临时股东大会	2022 年 12 月 30 日	1、审议《关于调整募投项目拟投入募集资金金额及新增募投项目的议案》。

3、董事参加董事会和股东大会情况

2022 年，公司董事积极参与、认真配合、严格把关公司治理，亲自出席董事会和股东大会，无人缺席任何一场会议。每位董事都在会议上交流互动、集思广益，严格履行董事职责。

董事姓名	参会次数	现场出席次数	以通讯方式 参会次数	委托出席董 事会次数	出席股东大会次数
郑承烈	12	8	4	0	3
李朝珍	12	8	4	0	3
周兆成	12	8	4	0	3
柯茂奎	8	8	0	0	1
张美云	12	8	4	0	3
徐洪昌	3	3	0	0	1
万立祥	9	5	4	0	2
马晓军	12	2	10	0	3
余登峰	12	2	10	0	3
程志勇	3	2	1	0	1
吴玉鼎	3	2	1	0	0

4、专门委员会召开情况

2022 年，董事会专门委员会充分发挥了其专业作用和参谋作用，对公司的重大决策提出审议、评价和咨询意见，为董事会决策提供建议。

委员会名称	会议次数	召开日期	会议内容
审计委员会	5	2022年2月16日	1.审议《内审部2021年第四季度工作报告》。
		2022年4月27日	1、审议《关于公司2021年年度报告及其摘要的议案》； 2、审议《关于公司<2021年度财务决算报告>的议案》； 3、审议《关于公司<2021年度内部控制自我评价报告>的议案》； 4、审议《关于公司<2022年度日常关联交易预计>的议案》； 5、审议《关于公司<2022年度担保额度预计>的议案》； 6、审议《关于续聘公司2022年度审计机构的议案》； 7、审议《关于公司2022年一季度报告的议案》； 8、审议《关于变更会计政策的议案》； 9、审议《关于聘任内审部经理的议案》。
		2022年6月22日	1、审议《内审部2022年第一季度工作报告》。
		2022年8月22日	1.审议《关于公司2022年半年度报告及其摘要的议案》； 2.审议《内审部2022年第二季度工作报告》。
		2022年10月28日	1.审议《关于公司2022年第三季度报告的议案》； 2.审议《内审部2022年第三季度工作报告》。
提名委员会	3	2022年4月27日	1、审议《关于补选公司独立董事的议案》； 2、审议《关于补选公司监事的议案》。
		2022年7月8日	1、审议《关于聘任公司董事会秘书的议案》。
		2022年9月29日	1、审议《关于补选公司第二届董事会董事的议案》； 2、审议《关于聘任公司副总经理的议案》。
薪酬与考核委员会	1	2022年4月27日	1、审议《关于确认公司董事2022年度薪酬方案的议案》； 2、审议《关于确认公司监事2022年度薪酬方案的议案》； 3、审议《关于确认公司高级管理人员2022年度薪酬方案的议案》。
战略委员会	4	2022年2月11日	1、审议《关于对外投资设立全资子公司的议案》。
		2022年3月29日	1、审议《关于对外投资设立全资子公司的议案》。
		2022年7月8日	1、审议《关于投资建设年加工30万吨毛竹项目暨签订项目投资合作协议的议案》。
		2022年8月22日	1、审议《关于投资建设年加工20万吨毛竹项目的议案》。

三、独立董事履职情况

2022年，公司独立董事严格按照中国证监会《上市公司独立董事规则》和公司《独立董事工作细则》等规定履职，勤勉尽责，积极出席董事会会议、董事会各专门委员会会议，认真审阅相关议案资料并独立作出判断，针对2022年公司相关重大事项发表了独立意见；同时积极对公司日常经营管理、内部控制制度的建设及执行进行了核查，对董事会决议执行情况进行了监督，为维护公司和全体股东的合法权益发挥了应有的作用。

四、信息披露情况

2022年，公司董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规以及《信息披露管理制度》的规定，认真及时履行信息披露义务，严格履行信息披露程序，确保信息披露的真实、准确、完整性。2022年公司定期披露定期报告和临时公告70份（有公告编号），忠实履行了信息披露义务，确保公司股东和广大投资者及时了解公司重大事项和经营情况。

五、投资者关系管理

公司严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规以及《投资者关系管理制度》的规定，建立董事会与投资者的有效沟通机制，通过投资者热线、公司邮箱、现场调研、深交所互动易平台等交流方式，与投资者形成良性互动，确保公司所有股东能够平等地获得公司信息。

报告期内公司举办“2021年度业绩说明会”，与投资者就公司治理、发展战略、经营状况等问题进行沟通，使投资者对公司有了更加全面的了解。2022年公司通过深交所互动易平台回复投资者问题174条，回复率100%。

六、2023年工作计划

2023年随着防控政策全面优化调整，消费场景逐渐恢复，消费市场迎来复苏，公司充分利用餐厨具产品高刚需、高复购的特征，重点对公司产品品类、渠道经营进行新规划。在精致厨具方面，公司将碗筷、刀板、锅铲三大产品组合作为新一年度重点发展的战略品类，依托于公司强大的线下渠道，深耕下沉市场。在优质竹材方面，公司主要生产竹条、竹签、竹炭等产品，专注开发可降解一次性餐具，下沉餐饮渠道，打开餐饮市场新局面。在上述背景下，公司通过实施客户战略、产品战略和人才战略不断提升竞争力，加强抗风险能力。公司将坚持创新驱动发展战略，实施细分赛道的差异化竞争策略，借助新营销方式和新渠道通路，持续扩大市占率，努力实现高质量、可持续发展。新年度公司高度重视研发创新、渠道深化、品牌建设、管理改革和人才建设等工作，进一步

探索产业升级和战略发展的道路。公司将着重做好以下几方面工作：

1、坚持研发创新，保持行业领先水平

技术创新能力是市场经济条件下企业赖以生存和发展的基础，是企业核心竞争力的集中体现。公司通过多年的积累，在技术研发和产品创新等方面已建立起一定的优势。随着公司“精致厨具、优质竹材”战略的推进实施，公司将不断提升产品创新能力和生产制造水平，关注竹材技术改进，可降解材料的技术研发，以及一次性餐具领域的核心技术。随着国内市场渐渐兴起的消费个性化、多元化趋势，为紧跟市场的变化，公司坚持研发创新，打造技术先进化、设备自动化、材料多元化的生产实力。

2、深化全渠道战略，巩固行业领先优势

公司作为日用餐厨具供应商，产品属于终端消费品，完善的营销渠道是企业扩大经营、提升盈利的首要通路。为巩固和提高公司产品的市场占有率，扩大销售网点的分布范围，提升各品牌的市场影响力，公司仍将大力建设全国性的营销网络。

“商超+经销商”体系作为公司主要销售渠道之一，2023年主要方向是快速推进“渠道下沉”销售策略，通过配送访销加强终端网点的粘性，不断拓宽销售网点。用配送访销模式助力渠道下沉的同时要加强终端管理，重视效率提升，通过对经销商的培训、支持和深度服务，从而提升经销商的服务水平，进一步增强客户粘性。与此同时公司充分利用新品类拓展提供增长动力，进而打造产品价值竞争优势。

电商业务持续深挖业务潜力，专注场景化营销，通过直播、搜索、短视频三大场域共同发力，实现线上业务突破式增长。2023年深度挖掘抖音、拼多多等渠道，大力发展直播电商，以产品迭代化设计为重点，用多品类、多渠道、精细化优势，逐步实现厨房场景全覆盖，从而达到厨房用品一站式购买的终极目标。

外贸业务，公司已与美国沃尔玛、英国沃尔玛等全球性的商超建立战略合作关系，通过以点带面的方式，加大渠道建设投入，建立大客户销售体系，占领优质资源。同时降低运营成本以提高产品性价比，以综合优势争取更大的市场份额。2023年重点运营跨境电商业务，不断提升对大客户的拓客能力，利用展会+平台的引流方式，实现线上线下两边布局，促进外贸业务稳定增长。

3、持续加强品牌建设，打造精致餐厨具第一品牌

在品牌建设方面，公司希望将“双枪”打造成精致餐厨具第一品牌，塑造品牌力，实现产品溢价，用品牌来拉动产品销售和渠道拓展，最终使公司具备品牌优势。在推广策略方面，全面布局新媒体平台，增加和消费者沟通互动的场景和触点，树立品牌在不同平

台上的优质内容和形象。公司作为一家有着 20 余年生产经验的企业，且筷子是一个极具文化属性的产品，非常适合与其他知名品牌、流量品牌进行跨界联动。公司将构建全方位、立体式品牌整合营销战略，一方面继续加大品牌的线下渗透力度，向消费者提供更良好的消费体验，向消费者传递品牌的内涵与理念；另一方面，公司将加大新媒介的推广力度，优选品牌形象代言人，加速品牌传播速度，加强品牌辨识度。

4、全面提升管理效率，建设一体化管理体系

一体化管理体系是增强企业市场竞争力的重要手段，高效的管理水平能够确保制度流程的有效执行。管理效率的提升依托于数字化管理和标准化管理。公司以战略层面和业务层面为抓手，推进信息化建设，预算管理系统、生产执行系统、费用控制系统等管理工具投入，用数字化驱动管理效能提升。同时公司对产品研发、生产、检验、销售等环节实施标准化管理和控制，通过精细化管理和体系化建设防范生产安全等风险。

5、加强人才梯队建设，保障企业快速发展

公司重视人才赋能及人才梯队建设，拥有完善的招聘体系和培养体系。公司持续坚持校招为主的招聘理念，采用人才辈出的培养机制，每年为公司增添大量新思想、新人才。通过加大对创新型、技能型人才的培养力度，全面提升人才梯队综合能力素质，打造一支有经验有能力有粘性的核心团队，满足企业快速发展的人才需求。

双枪科技股份有限公司董事会

2023 年 4 月 24 日