

双枪科技股份有限公司

2023 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 2023 年度董事会工作情况报告如下：

一、2023 年经营情况

2023 年，公司实现营业收入 101,078.21 万元，净利润-1,196.19 万元。其中，其他餐厨具产品全年实现收入 35,495.58 万元，同比增长 46.15%；筷子全年实现收入 20,166.09 万元，砧板全年实现收入 25,724.96 万元，勺铲全年实现收入 9,120.16 万元。境内业务全年实现收入 79,323.68 万元；境外业务全年实现收入 21,754.54 万元，同比增长 36.64%；线上销售全年实现收入 31,745.49 万元；线下销售全年实现收 69,332.73 万元。

2023 年，公司围绕董事会及管理层制定的 2023 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。公司积极推进“精致厨具、优质竹材”战略定位，提出“精致厨具、生活耗品，优质竹材、极野鲜笋”的经营思路。

（一）精致厨具方面

在精致厨具方面，公司将碗筷、刀板、锅铲三大产品组合作为重点发展的战略品类，积极布局一次性餐具等生活耗品。2023 年内公司围绕厨房场景积极打造精致厨具产品矩

阵，同时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，2023年推出的奶盖锅、动物筷等产品深受消费者喜爱。

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，实现国内外全渠道覆盖，线上品类销售行业领先，线下大客户深度绑定，跨境电商推动品牌出海。

报告期内线上电商价格战竞争愈发激烈，各大平台推出百亿补贴等活动优惠争抢流量。面对线上平台之间的价格竞争以及白牌商家的低价冲击，公司积极调整营销方式，实现线上业务利润水平与去年持平。2023年公司线上业务深度挖掘渠道潜力，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。线上渠道在筷子、砧板类目一如既往地保持行业领先地位。

线下业务方面，近年来线下传统商超面临国内市场环境的多重冲击，传统大而全的铺货模式难以满足当前消费者需求，传统商超面临营收下滑压力。2023年公司线下业务在做市场重心调整，一方面更加注重销售的回款和动销，降本增效成为工作重点；一方面持续调整渠道结构，全面拥抱仓储式会员超市；与此同时进入生活耗材领域，加大一次性餐具等生活耗品的销售。线下定制业务随着公司募投项目“年产 3000 万件餐厨配件生产加工基地建设项目”逐步投入生产，公司通过差异化产品创新，定制化服务深度绑定宜家、双立人等大客户，吸引更多高端客户群体，创造更好的盈利空间。

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，得益于跨境电商的加速布局，公司外贸业务近两年呈现持续增长态势，通过整合供应链优势、强化 ODM 定制服务能力，实现国外主流商超、国外品牌商的多元化发展。2023年公司重点运营跨境电商业务，不断提升对大客户的拓客能力，同时外贸团队积极参加中国进出口商品交易会、美国芝加哥国际家庭用品博览会等国内外展会，利用展会+平台的引流方式，进一步拓展欧美市场的传统商超及当地品牌商，实现线上线下两边布局，促进外贸业务稳定增长。

（二）优质竹材方面

优质竹材作为公司的第二增长曲线，报告期内公司首次提出笋竹两用、五大产品、吃干榨净的经营模式，利用连锁工厂加工竹筷、竹板、竹签等产品，此外重点发力聚焦

餐饮市场的竹炭、竹笋新产品。竹炭是对竹材加工过程中产生的下脚料竹粉进行再次加工生产而来的，是一种自然资源综合利用下的产物，竹炭项目主要以烧烤炭为代表产品。竹笋具有高蛋白、高膳食纤维、低糖低脂等食用价值，公司推出的食材笋、调味笋、零食笋三大品类，利用低温锁鲜专利技术，可以实现一年四季吃鲜笋。优质竹材从连锁工厂布局和五大产品规划展开，利用公司过去近 30 年积累的竹材加工技术以及全渠道营销能力，实现全竹产业综合利用，促进竹业领域三产协同发展。同时为积极应对市场环境变化，提高产品附加值，培育极野鲜笋拓展公司发展空间。

连锁工厂下的烧烤炭主要聚焦餐饮渠道，通过公司自营和经销商两种模式开展，利用公司既有的经销商网络、现有的服务团队进行复制开发，快速低成本切入竹炭市场。线下以大中型连锁餐饮客户、经销商为重点，同时也将通过社群电商等渠道线上销售户外场景的烧烤炭。在笋竹两用的经营理念下，报告期内公司推出极野鲜笋项目，主攻餐饮大客户的营销思路，并在传统超市、生鲜超市、零食超市三大超市全渠道覆盖，同时也将陆续在天猫、京东、抖音等电商全平台分销。2023 年公司成立全资子公司浙江极野食品饮料有限公司，进军中国竹笋市场，陆续在沈阳、上海、重庆、广州等地举办餐饮展、火锅展，通过参加各种大型展会推广公司产品，采用展会营销等方式开发经销商、地方性超市、餐饮客户，结合原有的餐饮渠道拓展新市场，助力公司实现新的业绩增长。

二、2023 年董事会日常工作情况

1、组织召开董事会情况

2023 年公司严格遵循《公司章程》及《董事会议事规则》，一共召开 6 次董事会，通过议案 32 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
第二届董事会第二十二次会议	2023 年 4 月 24 日	1、审议《关于公司 2022 年年度报告及其摘要的议案》； 2、审议《关于公司<2022 年度董事会工作报告>的议案》； 3、审议《关于公司<2022 年度总经理工作报告>的议案》； 4、审议《关于公司<2022 年度财务决算报告>的议案》；

		<p>5、审议《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》；</p> <p>6、审议《关于公司<2022 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》；</p> <p>7、审议《关于公司<2022 年度内部控制自我评价报告>的议案》；</p> <p>8、审议《关于公司<2023 年度日常关联交易预计>的议案》；</p> <p>9、审议《关于公司<2023 年度综合授信额度暨担保额度预计>的议案》；</p> <p>10、审议《关于变更经营范围，修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》；</p> <p>11、审议《关于续聘公司 2023 年度审计机构的议案》；</p> <p>12、审议《关于确认公司董事 2023 年度薪酬方案的议案》；</p> <p>13、审议《关于确认公司高级管理人员 2023 年度薪酬方案的议案》；</p> <p>14、审议《关于公司<2022 年度独立董事述职报告>的议案》；</p> <p>15、审议《关于公司 2023 年第一季度报告的议案》；</p> <p>16、审议《关于变更会计政策的议案》；</p> <p>17、审议《关于提请召开 2022 年年度股东大会的议案》。</p>
<p>第二届董事会第二十三次会议</p>	<p>2023 年 8 月 23 日</p>	<p>1、审议《关于公司 2023 年半年度报告及其摘要的议案》；</p> <p>2、审议《关于公司<2023 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《关于换届选举公司第三届董事会非独立董事的议案》；</p> <p>5、审议《关于换届选举公司第三届董事会独立董事的议案》；</p>

		6、审议《关于变更经营范围，修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》。
第二届董事会第二十四次会议	2023年9月18日	1、审议《关于公司拟对子公司增资暨现金收购股权的议案》； 2、审议《关于提请召开2023年第一次临时股东大会的议案》。
第二届董事会第二十五次会议	2023年10月9日	1、审议《关于延期召开2023年第一次临时股东大会的议案》。
第三届董事会第一次会议	2023年10月20日	1、审议《关于选举第三届董事会董事长的议案》； 2、审议《关于选举第三届董事会专门委员会委员的议案》； 3、审议《关于聘任公司高级管理人员的议案》； 4、审议《关于使用部分闲置募集资金临时补充流动资金的议案》。
第三届董事会第二次会议	2023年10月26日	1、审议《关于公司2023年第三季度报告的议案》； 2、审议《关于调整募集资金投资项目实施进度的议案》。

2、组织召开股东大会情况

2023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。2023年共召开股东大会2次，通过议案15个。

会议届次	召开日期	会议决议
2022年年度股东大会	2023年5月16日	1、审议《关于公司2022年年度报告及其摘要的议案》； 2、审议《关于公司<2022年度董事会工作报告>的议案》； 3、审议《关于公司<2022年度财务决算报告>的议案》； 4、审议《关于公司2022年度利润分配预案的议案》；

		<p>5、审议《关于公司<2023年度日常关联交易预计>的议案》；</p> <p>6、审议《关于公司<2023年度综合授信额度暨担保额度预计>的议案》；</p> <p>7、审议《关于变更经营范围，修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》；</p> <p>8、审议《关于续聘公司2023年度审计机构的议案》；</p> <p>9、审议《关于确认公司董事2023年度薪酬方案的议案》；</p> <p>10、审议《关于公司<2022年度监事会工作报告>的议案》；</p> <p>11、审议《关于确认公司监事2023年度薪酬方案的议案》。</p>
2023年第一次临时股东大会	2023年10月19日	<p>1、审议《关于换届选举公司第三届董事会非独立董事的议案》；</p> <p>2、审议《关于换届选举公司第三届董事会独立董事的议案》；</p> <p>3、《关于换届选举公司第三届监事会非职工代表监事的议案》；</p> <p>4、《关于变更经营范围，修订《公司章程》并办理工商变更登记的议案》。</p>

3、董事参加董事会和股东大会情况

2023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。

4、专门委员会召开情况

2023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	召开会议次数	召开日期	会议内容
审计委员会	6	2023年3月3日	1. 审议《内审部 2022 年第四季度工作报告》。
		2023年4月24日	1、《关于公司 2022 年年度报告及其摘要的议案》； 2、《关于公司<2022 年度财务决算报告>的议案》； 3、《关于公司<2022 年度内部控制自我评价报告>的议案》； 4、《关于公司<2023 年度日常关联交易预计>的议案》； 5、《关于公司<2023 年度综合授信额度暨担保额度预计>的议案》； 6、《关于续聘公司 2023 年度审计机构的议案》； 7、《关于公司 2023 年第一季度报告的议案》； 8、《关于变更会计政策的议案》。
		2023年5月16日	1、《内审部 2023 年第一季度工作报告》。
		2023年8月23日	1、《关于公司 2023 年半年度报告及其摘要的议案》； 2、《内审部 2023 年第二季度工作报告》。
		2023年10月19日	1、《关于聘任财务总监的议案》。
		2023年10月26日	1、《关于公司 2023 年第三季度报告的议案》； 2、《内审部 2023 年第三季度工作报告》。

提名委员会	2	2023年8月23日	1、《关于换届选举公司第三届董事会非独立董事的议案》； 2、《关于换届选举公司第三届董事会独立董事的议案》； 3、《关于换届选举公司第三届监事会非职工代表监事的议案》。
		2023年10月19日	1、《关于聘任高级管理人员的议案》。
薪酬与考核委员会	1	2023年4月24日	1、《关于确认公司董事2023年度薪酬方案的议案》； 2、《于确认公司监事2023年度薪酬方案的议案》； 3、《关于确认公司高级管理人员2023年度薪酬方案的议案》。
战略委员会	1	2023年9月18日	1、《关于公司拟对子公司增资暨现金收购股权的议案》。

三、独立董事履职情况

2023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2023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

2023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。2023年公司定期披露定期报告和临时公告64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。

2023年内公司举办“2022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。2023年公司通过深交所互动易平台回复投资者问题 112 条，回复率 100%。

六、2024 年工作计划

2024 年公司将更加注重经营效率的提升，稳步有序推进转型。新一年度公司在原有碗筷、刀板、锅铲三大产品组合销售以外，配套加入一次性餐具等生活耗品，餐饮市场的竹笋、竹炭等，有望大大提升产品的复购率和周转率。通过产品结构的调整，餐饮客户的积累，不断加快库存和应收款的周转效率，同时采取各项措施降本增效，着力提高资产的运营效率。

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、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，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尤其关注餐饮渠道。

线下业务全面拥抱仓储式会员超市，重点发力一次性餐具等生活耗品。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。线上业务专注增长策略，通过开拓新渠道来扩充销售视野，加快品类扩充打造厨房生态链，同时以创新迭代设计为重点打造产品护城河。2024年将更加重视线上品牌营销，通过短视频、直播等多种形式获取曝光。外贸业务，公司更加注重客户类型的多元化发展，利用强大的定制化服务能力，利用展会+平台的引流方式，实现线上线下双边布局，加速品牌出海，促进外贸业务稳定增长。

（3）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。

（4）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

2024年4月25日