

## 双枪科技股份有限公司

### 2021 年度董事会工作报告

2021 年是“十四五”规划的开局之年，为了响应国家政策，推动中国经济取得新成效，适应当今世界百年之大变局，双枪科技股份有限公司(以下简称“公司”)董事会严格遵守《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》等相关规章制度，对股东大会负责。志不求易，事不避难。在新冠疫情带来的巨大挑战下，公司董事会坚持落实股东大会决策，积极推动企业绿色发展，贯彻实行“高质量、高水平、高标准”风险把控。现就 2021 年度董事会工作情况报告如下：

#### 一、2021 年经营情况

报告期内，公司实现营业收入 97,570.68 万元，同比增长 17.00%，净利润 7,029.08 万元。其中，筷子、砧板作为公司主要产品，全年实现收入 62,763.40 万元，同比增长 3.61%；勺铲及其他餐厨具产品全年实现收入 28,582.99 万元，同比增长 66.19%；境内业务全年实现收入 81,878.96 万元，同比增长 9.09%；境外业务全年实现收入 15,691.72 万元，同比增长 88.18%；线上销售全年实现收入 27,484.57 万元，同比增长 18.57%；线下销售全年实现收入 70,086.11 万元，同比增长 16.39%。

2021 年，公司围绕董事会及管理层制定的 2021 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，实现整体经营业绩稳步增长。

渠道方面，公司经过 20 多年的渠道深耕，已经形成全渠道的经营网络。2021 年，持续深化全渠道战略，不断拓宽渠道护城河，进一步提升竞争力。线上渠道，公司不断优化运营管理，积极布局淘系、京东、唯品会等传统电商渠道，逐步拓展以拼多多为代表的社交电商，以及抖音、快手等兴趣电商，在筷子、砧板类目一如既往地保持行业领先地位。线下渠道，经销商网络进一步下沉，并在配送访销、社区电商等模式上开展试点；国内疫情反复背景下，零售业整体受到一定冲击，商超模式通过自身经营调整，增

强服务能力，调整产品策略，实现逆势增长。定制业务通过聚焦大客户，通过产品创新，实现持续增长。面临复杂的国际环境，外贸业务利用强大的供应链体系、定制化服务能力深耕美国沃尔玛等传统客户，同时布局跨境电商全球化线上营销，依旧实现高速增长。总体而言，公司各销售渠道都实现了良性增长，渠道护城河进一步加强。

产品方面，在疫情防控常态化的背景下，消费升级下的全民健康理念不断强化。2021 年公司坚持“健康环保”的产品理念，适时推出功能丰富、设计时尚、材质多样、工艺环保的新产品。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。

品牌方面，2021 年是公司的上市年，公司持续加强品牌建设，致力于打造筷子与双枪品牌的强关联。本年度公司主要围绕媒体运营推广，品牌信息规范，营销活动组织三方面开展工作。公司聘请了胡可作为代言人进行宣传推广，通过社交媒体，包括公司官网、微信、微博、抖音、小红书等渠道进一步提升品牌知名度。公司设计了全新的 logo 商标，优化并规范了品牌资料。公司携手国潮头部 IP 演绎传统国货，并加强品宣资源投放，加大在市场推广方面的费用投入。

## 二、2021 年董事会日常工作情况

### 1、组织召开董事会情况

2021 年公司严格遵循《公司章程》及《董事会议事规则》，一共召开了 7 次董事会，通过议案 28 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 第三次会议	2021 年 1 月 15 日	1. 审议《关于变更募集资金投资项目的议案》； 2. 审议《关于召开 2021 年第一次临时股东大会的议案》。
第二届董事会 第四次会议	2021 年 2 月 2 日	1. 审议《2020 年度财务报告》。

第二届董事会 第五次会议	2021年6月1日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 审议《关于&lt;2020年度总经理工作报告&gt;的议案》；</li> <li>2. 审议《关于&lt;2020年度董事会工作报告&gt;的议案》；</li> <li>3. 审议《关于&lt;2020年度财务决算报告&gt;的议案》；</li> <li>4. 审议《关于&lt;2021年度财务预算报告&gt;的议案》；</li> <li>5. 审议《关于2020年度利润分配方案的议案》；</li> <li>6. 审议《关于续聘会计师事务所的议案》；</li> <li>7. 审议《关于公司2020年关联交易确认的议案》；</li> <li>8. 审议《关于公司2020年度董事、监事报酬的确认的议案》；</li> <li>9. 审议《关于公司2020年度高级管理人员报酬的确认的议案》；</li> <li>10. 审议《关于公司2021年度预计日常关联交易相关事项的议案》；</li> <li>11. 审议《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》；</li> <li>12. 审议《关于开立募集资金账户的议案》；</li> <li>13. 审议《关于聘任公司证券事务代表的议案》；</li> <li>14. 审议《关于提请召开公司2020年年度股东大会的议案》。</li> </ol>
第二届董事会 第六次会议	2021年8月19日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 审议《关于对外投资设立全资子公司的议案》；</li> <li>2. 审议《关于实施募集资金补充流动资金项目的议案》；</li> </ol>
第二届董事会 第七次会议	2021年8月27日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 审议《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》；</li> <li>2. 审议《关于使用募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金的议案》</li> <li>3. 审议《关于变更公司注册资本、公司类型及修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》；</li> </ol>

		<p>4. 审议《关于公司 2021 年半年度利润分配预案》；</p> <p>5. 审议《关于公司 2021 年半年度报告及其摘要的议案》；</p> <p>6. 审议《关于提请召开 2021 年第二次临时股东大会的议案》。</p>
第二届董事会第八次会议	2021 年 10 月 22 日	<p>1. 审议《关于公司 2021 年第三季度报告的议案》；</p> <p>2. 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》。</p>
第二届董事会第九次会议	2021 年 12 月 27 日	1. 审议《关于全资子公司年产 3000 万件餐厨配件生产基地建设项目的议案》

## 2、组织召开股东大会情况

2021 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。2021 年共召开股东大会三次，通过议案 14 个。

会议届次	召开日期	会议决议
2021 年第一次临时股东大会	2021 年 2 月 1 日	1. 审议《关于变更募集资金投资项目的议案》；
2020 年度股东大会	2021 年 6 月 23 日	<p>1. 审议《关于&lt;2020 年度董事会工作报告&gt;的议案》；</p> <p>2. 审议《关于&lt;2020 年度监事会工作报告&gt;的议案》；</p> <p>3. 审议《关于&lt;2020 年度财务决算报告&gt;的议案》；</p> <p>4. 审议《关于&lt;2021 年度财务预算报告&gt;的议案》；</p> <p>5. 审议《关于 2020 年度利润分配方案的议案》；</p> <p>6. 审议《关于续聘会计师事务所的议案》；</p> <p>7. 审议《关于公司 2020 年关联交易确认的议案》；</p>

		<p>8. 审议《关于公司 2020 年度董事、监事报酬的确认的议案》；</p> <p>9. 审议《关于公司 2021 年度预计日常关联交易相关事项的议案》；</p> <p>10. 审议《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》。</p>
2021 年第二次临时股东大会	2021 年 9 月 16 日	<p>1. 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>2. 审议《关于变更公司注册资本、公司类型及修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》；</p> <p>3. 审议《关于公司 2021 年半年度利润分配预案》。</p>

### 3、董事参加董事会和股东大会情况

2021 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	7	7	0	0	3
李朝珍	7	7	0	0	3
周兆成	7	7	0	0	3
柯茂奎	7	7	0	0	3
张美云	7	7	0	0	3
吴玉鼎	7	4	3	0	3
马晓军	7	4	3	0	3

余登峰	7	4	3	0	3
程志勇	7	5	2	0	3

#### 4、专门委员会召开情况

2021 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	4 次	2021 年 1 月 27 日 第二届审计委员会第 三次会议	1. 审议《公司 2020 年第四季度财务报表》； 2. 审议《内审部 2020 年第四季度工作报告》； 3. 审议《公司 2020 年度内部控制评价报告》。
		2021 年 6 月 1 日 第二届审计委员会第 四次会议	1. 审议《公司 2021 年第一季度财务报表》； 2. 审议《内审部 2021 年第一季度工作报告》； 3. 审议《关于<2020 年度财务决算报告>的议 案》； 4. 审议《关于<2021 年度财务预算报告>的议 案》； 5. 审议《关于 2020 年度利润分配方案的议案》； 6. 审议《关于续聘会计师事务所的议案》； 7. 审议《关于公司 2020 年关联交易确认的议 案》； 8. 《关于公司 2021 年度预计日常关联交易相 关事项的议案》。
		2021 年 8 月 17 日 第二届审计委员会第	1. 审议《公司 2021 年半年度财务报告》； 2. 审议《内审部 2021 年第二季度工作报告》。

		五次会议	
		2021年12月16日 第二届审计委员会第六次会议	1. 审议《公司2021年第三季度财务报表》； 2. 审议《内审部2021年第三季度工作报告》。
薪酬与考核委员会	1次	2021年6月1日 第二届薪酬与考核委员会第一次会议	1. 审议《关于公司2020年度董事、监事报酬确认的议案》； 2. 审议《关于公司2020年度高级管理人员报酬确认的议案》。
战略委员会	3次	2021年1月8日 第二届战略委员会第一次会议	《关于变更募集资金投资项目的议案》
		2021年8月12日 第二届战略委员会第二次会议	《关于对外投资设立全资子公司的议案》
		2021年12月16日 第二届战略委员会第三次会议	《关于全资子公司年产3000万件餐厨配件生产基地建设项目的议案》

### 三、独立董事履职情况

报告期内，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，针对报告期内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

报告期内，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。

## 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。

公司于 2021 年 8 月 5 日正式上市，2021 年通过深交所互动易平台回复投资者问题 106 条，回复率 100%；接待机构调研 2 次。2021 年召开年度股东大会 1 次，临时股东大会 2 次。

## 六、2022 年工作计划

2022 年新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，公司作为日用餐厨具的生产企业，成长战略受到巨大挑战。在此背景下，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。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一，2022 年主要方向是继续增加渠道深



度、细化销售渠道。通过对经销商进行优化管理，向经销商提供品牌推广、人员培训、终端管理等专业支持，从而提升经销商对商超系统的服务水平，进一步增强商超客户的粘性。利用渠道份额优势扩充产品分类，进而打造产品价值竞争优势。

电商业务持续深挖业务潜力，全面完善销售网络。随着互联网的快速发展，直播电商成为消费新引擎。2022 年重点发力抖音等兴趣电商，以产品创新设计为中心，打造爆款为重点，用多品类优势，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。为提升抗风险能力，公司重点运营跨境电商业务，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

2022 年 4 月 27 日