

证券代码：001211

证券简称：双枪科技

双枪科技股份有限公司

2024年5月15日投资者关系活动记录表

编号：2024-002

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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"/> 其他____
活动参与人员	线上参与双枪科技 2023 年度暨 2024 年第一季度网上业绩说明会的投资者 国投证券 刘夏凡 银河证券 刘立思 浙商证券 褚远熙 中泰证券 苑亚朝
时间	2024 年 5 月 15 日 下午 14:00-16:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）、腾讯会议
上市公司接待人员	董事长、总经理：郑承烈 董事会秘书、财务负责人：朱卫清 独立董事：万立祥 证券事务代表：雷丽
交流内容及具体问答记录	一、公司就调研对象在本次交流会中提出的问题进行了回复： Q1: 您好！请介绍一下公司优质竹材战略的产品逻辑。 A1: 公司优质竹材战略下提出“笋竹两用、五大产品、吃干榨净”的经营模式，五大产品包括竹筷、竹板、竹签、竹炭和竹笋。双枪公司有着近 30 年的竹材加工优势，我们

可以实现全竹综合利用，绿色循环加工，将一根竹子做到极致的加工水平。竹子在加工过程中会有 55%左右的下脚料竹粉。公司基于内部的加工优势、规模优势，可以将竹粉再次加工，通过碳化烘干、制棒、烧炭的工艺最终做成竹炭。用竹粉烧成的竹炭，它有很强的吸附性可以用来净化除异味，也可以当作燃料用来烧烤。我们是制成烧烤炭用来开发餐饮市场。因为公司就是做餐厨用具的，现在做一次性耗材向餐饮客户供货，与我们的目标客户群体有一个高度的关联。

Q2: 公司的筷子、砧板都是比较传统的产品，请问公司用什么思路来做爆品的差异化竞争。

A2: 在筷子、砧板主营产品上，公司在过去主要通过产品创新、材料创新来做差异化，包括可降解系列产品、抗菌系列产品，以及对抗菌不锈钢等新材料的运用和研发。近两年市场上消费降级明显，愿意为差异化买单的消费者越来越少。因此公司也在做调整，比如线下超市不再追求高排面，减少 SKU 数量，减少无效的差异化。线上电商平台通过迭代化设计提升产品竞争力。工厂端不断提升自动化、集约化加工水平来深挖成本优势、规模优势。

Q3: 请问公司现在在各个渠道的体量和占比大概分别是什么样的？包括说未来的增速，我们预期会是怎么样的？

A3: 公司渠道从线上线下角度来说，线上渠道全平台覆盖，从传统的天猫京东，到抖音、拼多多、小红书各大电商平台，2023 年线上收入是 3.17 亿元，销售占比 31.41%。未来增长主要来自对各大品类的拓品增量。线下外贸业务近五年高速增长，2023 年收入 2.18 亿元，销售占比 21.52%。外贸增量一方面公司在考虑东南亚布局工厂的规划，另一方面跨境电商业务保持比较好的增长态势。与此同时外贸

业务与美国、英国等前几大主流商超已经形成战略合作，继续挖掘海外客户的多元化。线下渠道包括还有超市和定制业务。超市业务分为公司直营和授权经销商两种模式，过去两年受到疫情影响线下实体消费场景景气度下降，超市板块的销售规模相应缩减，公司更加注重销售的回款和动销，保留优质超市客户，同时调整结构与仓储式会员超市展开合作。

公司推行的是事业部制管理，制定事业部考核目标，同时以结果为导向，对各渠道事业部建立富有激励性的薪酬与绩效考核机制，设置专项奖励方案，为实现经营目标提供有力的支撑。

Q4: 请问公司对竹笋业务的规划是怎么样的？

A4: 公司通过收购做竹笋精深加工的两大工厂，快速切入食品赛道。产品端会进一步丰富产品链，推出食材笋、调味笋、零食笋三大品类。业务规划来自三个板块：1、收购标的原有业务中 50%出口日本，50%做国内客户，上述客户都将并入公司业务。2、公司具备服务大客户的基因，通过展会营销开拓新客户。3、在现有客户上做品类扩充销售，公司原有做火锅筷、烧烤签、一次性餐具包等产品的餐饮客户。客户开拓以 B 端为主，C 端主要做零食笋，C 端会通过电商平台直播分销的方式实现。2024 年将重点服务好线下 B 端客户，获得大客户稳定订单需求，优化产能、产品研发，形成稳定的供应链体系，强大的客户服务团队。目前潜在大客户对竹笋原料需求量较大，公司将做好原料收储做好大客户服务，适当做线上销售。

Q5: 看到公司 2023 年销售费用率较高，是不是公司过去做业务调整造成的。

A5: 销售费用增加来自两大方面，其一是电商业务、跨境电商业务的平台费用占比高，上述渠道的业绩贡献仍

然比较好。其二是线下商超业务，该渠道下的人员薪酬、商超渠道费等费用刚性较大，上述渠道在销售端的业绩是下滑的。因此2023年公司一大重心就是调整线下渠道结构，同时更加注重销售的回款和动销。

Q6: 请问 2024 年公司对超市业务的展望如何。

A6: 首先是不设增量，超市业务维持 2023 年的保有业绩。但是会重点关注应收和库存两个重要指标，采取备货库存无条件降低，应收账款不允许超账期等一系列降本增效举措。

Q7: 公司后续如何考虑分红规划。

A7: 公司在 2021 年 8 月上市以后，对 2021 年半年度和 2021 年年度分别实施了分红方案。2022 年和 2023 年基于公司业绩亏损没有进行分红。未来在公司业绩好转的情况下，满足分红条件的情况下，公司将积极增加分红频次，让更多投资者能够享受到公司发展的红利。

二、公司就投资者在本次业绩说明会中提出的问题进行了回复：

Q1: 请郑总说明下，极野鲜笋 2024 年战略，以及 2024 年预计营收利润。

A1: 尊敬的投资者您好！为积极应对市场环境变化，提高产品附加值，公司在 2023 年提出笋竹两用的经营模式，通过找到业内专业做竹笋精深加工的企业，收购了湖南桃江和福建三明两大工厂。2024 年公司将主攻餐饮大客户的营销思路，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，同时也将陆续在天猫、京东、抖音等电商做全平台分销，助力公司实现新的业绩增长。感谢您的关注！

Q2: 公司以前上市募集的 4 个多亿，3000 万日用餐厨

具配件，是否开业？是否投入生产，2024年预期业绩跟营收是。

A2: 尊敬的投资者您好！公司募投项目年产3000万件餐厨配件生产基地建设项目的工厂主体建设已初步完成，一期设备调试完毕并进入试生产阶段。配套设施建设在按计划有序推进当中，后续进展情况请关注公司定期报告及相关公告。感谢您的关注！

Q3: 请问郑总 2024年营收是否有希望占上15亿，甚至是20亿。

A3: 尊敬的投资者您好！2024年公司将更加注重经营效率的提升，稳步有序推进公司业务转型。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、竹炭等产品，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。公司将持续发挥全渠道营销优势，助力公司业绩增长以回馈广大投资者。谢谢。

Q4: 请郑总说明下，江西双枪竹木 2024年预计营收和利润。

A4: 江西双枪作为公司一号连锁工厂于2023年年底开业，现阶段主要加工竹筷、竹签、竹炭等高周转产品。2024年公司将有序推进工厂的产能释放，大量使用原竹加工一次性消耗品，就地生产、就近销售，以实现既定的营收目标，提升市场竞争力。感谢您对公司的关注！

Q5: 针对贵公司年报亮点中的第2点，请问贵公司如何确保在开设连锁工厂的过程中，实现全竹产业的综合利用，并维持和提高产品的竞争力？

A5: 尊敬的投资者您好！公司连锁工厂模式主要有竹

筷、竹板、竹签、竹炭和竹笋五大产品，竹制品加工主要为前四大产品。公司在竹制品加工方面已积累 29 年的经验，可将一根毛竹几乎全部转化为具有经济价值的产品，具备自动化、集约化生产优势，通过就地生产、就近销售，有效降低产品成本。同时核心产品竹炭在市场上存在需求旺盛供给不足的现状，公司通过前段的规模加工优势以及享受的税收优惠政策能够提升产品盈利水平，进而提升产品竞争力。感谢您的关注。

Q6: 2024 年双枪科技如果继续亏损或者不分红，公司是否会被 st，公司是否有对应方案，避免公司 st。

A6: 尊敬的投资者您好，公司严格按照相关法律法规及《公司章程》的有关规定实施分红，2023 年度拟不实施利润分配主要是公司不满足分红条件所致，详见公司于 2024 年 4 月 26 日披露的《关于 2023 年度利润分配预案的公告》。后续，公司将在符合分红条件的前提下，结合公司的经营发展规划，积极实施分红回报投资者。谢谢。

Q7: 针对贵公司年报亮点中的第 3 点，请问贵公司在提升经营效率和推进转型的过程中，有哪些具体的策略和计划？特别是在产品结构调整和餐饮客户积累方面，您有何具体的实施路径？

A7: 尊敬的投资者您好！2024 年公司将更加注重经营效率的提升，稳步有序推进公司业务转型。产品上公司在原有碗筷、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、竹炭等产品，有望大大提升产品的复购率和周转率。渠道上公司持续发挥全渠道营销优势，加快对餐饮市场的开拓和营销。餐饮业务主攻大客户的营销思路，结合原有的餐饮渠道拓展新市场，借助展会营销开拓新客户，深挖传统超市、生鲜超市、零食超市的业务潜力，同时也将陆续在天猫、京东、

抖音等电商全平台分销。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。感谢您的关注！

Q8：公司为何上市就连续亏损，是否有退市风险。

A8：尊敬的投资者您好！公司 2024 年第一季度业绩取得显著增长，一季度营收达到 3.05 亿元，同比增长 53.74%；归属于母公司股东净利润为 1072.51 万元，同比增长 412.5%。通过销售业态和产品结构的调整，公司在 2024 年将积极推进业务运营降本增效，推动净利润增长。感谢您的关注，谢谢。

Q9：公司营收创历史最好水平，但是增持计划还没有完成，公司能否给予投资者信心尽快完成增持。

A9：尊敬的投资者您好！公司目前未发布增持计划，未来如有增持计划公司会严格按照有关规则要求履行信息披露义务。感谢您的关注。

Q10：针对贵公司年报亮点中的第 4 点，请问贵公司在完善公司治理结构和内部控制体系方面，未来还有哪些进一步的规划或改进措施？这些措施将如何帮助公司更好地应对市场挑战和抓住发展机遇？

A10：尊敬的投资者您好！公司管理层一直将社会责任、公司治理放在公司发展的重要位置，随着公司日渐发展壮大，连锁工厂模式大力推行的过程中，我们将继续致力于提升信息披露的质量，努力提升精细化管理水平。同时按照企业内部控制规范体系要求，根据企业自身经营情况和管理需求，建立适合公司内部控制的制度体系，未来公司将继续以严谨的决策程序监督公司日常经营活动，持续提升内控管理水平，夯实公司经营风险识别能力，促进公司高质量发展。感谢您对公司的关注。

Q11: 针对贵公司年报亮点中的第 5 点，请问贵公司在环境保护和减少碳排放方面采取了哪些具体措施？这些措施对公司的长期可持续发展有何积极影响？未来贵公司还将如何加强环境保护和履行社会责任？

A11: 尊敬的投资者您好！公司在发展过程中积极响应“以竹代塑”的国家政策，推动竹产业结构的调整与升级，努力践行企业的社会责任。竹材作为公司主要原材料之一，其固碳能力较强。公司利用良好的技术水平、自动化设备实现竹材的综合利用。公司建立的气炭联产生产线，在生产过程中产生的边角料可全部用作气炭联产生产线的原材料，最终产出热能、竹炭等经济产物，实现竹材利用的“绿色经济”。公司将持续努力做大做强竹制品，竹笋、竹炭等产品，致力于推动竹资源生态产品的价值实现，打造全竹产业链加工模式。同时公司作为一家有社会责任感和远大企业理想的企业，积极承担投资者、员工、供应商、客户和消费者、环境保护等责任，实现社会、股东、公司、员工等各方利益的协调平衡。感谢您的关注！

Q12: 请问公司今年二季度海外订单是否大增？出海业务目前如何？

A12: 尊敬的投资者您好！公司外贸业务以欧美市场为主，并与国外主流商超建立战略合作关系，得益于跨境电商的加速布局，近两年呈持续增长态势，2023 年外贸业务同比增长 36.64%，2024 年一季度同比增长超过 70%。海外业务将持续利用展会+平台的引流方式，加快线上线下两边布局，实现海外客户多元化发展，促进外贸业务稳定增长。感谢您的关注。

Q13: 各地房地产限购政策放开后，对双枪是否有正面影响？双枪在家居方面的规划是什么？

A13: 尊敬的投资者您好！公司围绕“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。2024 年公司在原有碗筷、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、竹炭等产品，不断提升产品的复购率和周转率。感谢您对公司的关注！

Q14: 郑总您好！麻纤维成本太高，竹纤维可以替代麻纤维作为制作汽车饰品，家居用品，日常用品的原材料，用途广泛，公司有没有计划生产竹纤维？公司正处在扩展壮大期，公司自有资金毕竟有限，您是否考虑过充分利用资本市场的融资功能募集外部资金通过定增 兼并 收购 等手段来壮大公司？公司的筷子砧板营业收入和利润下滑厉害，啥原因？2024 还会持续下滑吗？

A14: 尊敬的投资者您好！2023 年公司线下业务在做市场重心调整，围绕渠道结构和产品结构两大方面，加大对餐饮市场的开拓与营销，重视对竹笋、竹炭等新产品的试销，同时配套加入一次性餐具等生活耗品。线上业务积极开拓品类，不断丰富厨房场景下的其他餐厨具产品矩阵。2024 年公司将更加注重经营效率的提升，稳步有序推进业务转型。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，着力提高公司利润水平。感谢您的关注。

Q15: 您好，请问公司在主要竹产区开设连锁工厂现阶段建设进程如何？完成建设后会对公司盈利产生什么影响？

A15: 尊敬的投资者您好！公司在“优质竹材、连锁工厂”的战略模式下，陆续在浙江安吉、江西资溪、安徽广德等竹资源聚集地投资建设加工基地，目前江西资溪工厂已投入生产并在 2024 年逐步释放产能，其他工厂按计划推进前期审批工作，后续进展请关注公司披露的相关公告。感谢您的关注。

	<p>Q16: 公司外贸发展迅速,最近国际航运成本急速增加,公司在成本控制这块是否可以加强下,看公司营收非常好,但是净利润非常薄。</p> <p>A16: 尊敬的投资者您好!感谢您对公司的关注和建议,公司将更加注重成本管控,努力保持在行业内的竞争优势。谢谢。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及应披露重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作为附件)	无
日期	2024年5月15日