

双枪科技股份有限公司

2023 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	双枪科技	股票代码	001211
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	朱卫清	雷丽	
办公地址	浙江省杭州市余杭区百丈镇竹城路 103 号	浙江省杭州市余杭区百丈镇竹城路 103 号	
传真	0571-26268177	0571-26268177	
电话	0571-88567511	0571-88567511	
电子信箱	zwq@sqzm.com	leili@sqzm.com	

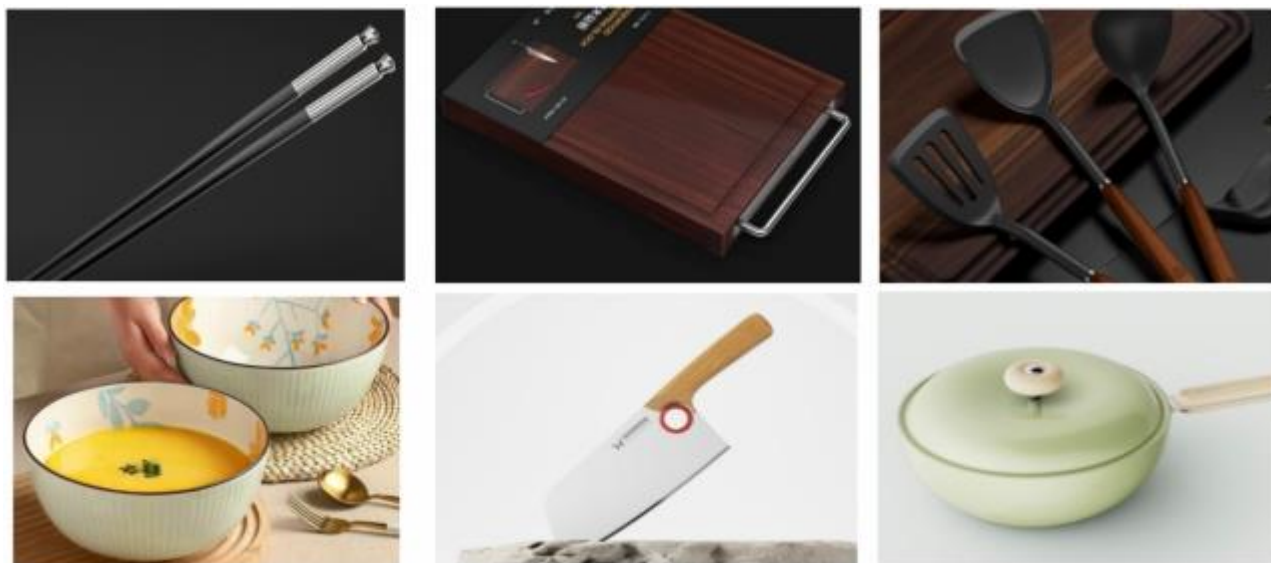
2、报告期主要业务或产品简介

公司是一家领先的日用餐厨具供应商。自成立以来，公司致力于日用餐厨具的研发、设计、生产和销售，拥有筷子、砧板、勺铲、签类和其他餐厨具 5 个大类，超过 1,000 种单品。报告期内，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。报告期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，实现线上线下一体化布局，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。

公司向国内外终端消费者供应系列齐全、设计独特、材质新颖的环保用餐厨具产品，深受消费者

喜爱。公司是 2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会、2016 年杭州 G20 峰会、2022 年北京冬奥会、2023 年杭州亚运会的餐厨具供应商，曾被评为“浙江省名牌林产品”、“浙江省著名商标”、“浙江省知名商号”等。

公司高度重视研发创新，子公司浙江双枪是高新技术企业，拥有省重点企业研究院，并设有“浙江省博士后工作站”。公司以研发设计为驱动，截至报告期末，公司及下属子公司共计拥有 51 项发明专利、141 项实用新型和 246 项外观专利，曾荣获“国家知识产权优势企业”“省级高新技术企业研究开发中心”、“浙江省专利示范企业”、“第二届中国绿色产业博览会金孔雀奖”、“浙江省专精特新中小企业”等殊荣。

公司立足于璀璨的中华文化，以市场需求为导向，以精湛工艺对竹木材料进行深加工，并以设计对产品赋能，推动文化创意与传统餐厨具的深度融合。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	1,626,392,896.34	1,407,467,693.05	15.55%	1,285,040,331.13
归属于上市公司股东的净资产	865,927,439.92	877,794,425.81	-1.35%	929,637,412.63
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	1,010,782,147.91	955,259,631.90	5.81%	975,706,801.88
归属于上市公司股东的净利润	-11,866,985.89	-15,615,809.40	24.01%	70,290,772.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-29,497,373.83	-26,569,409.47	-11.02%	63,401,441.86
经营活动产生的现金流量净额	8,154,976.73	31,411,652.37	-74.04%	23,462,788.30
基本每股收益（元/股）	-0.16	-0.21	23.81%	1.14
稀释每股收益（元/股）	-0.16	-0.21	23.81%	1.14
加权平均净资产收益率	-1.36%	-1.71%	0.35%	10.49%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	198,604,003.72	215,208,324.79	262,782,778.04	334,187,041.36

归属于上市公司股东的净利润	2,092,716.28	-17,907,840.16	11,796,474.60	-7,848,336.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-3,558,901.91	-16,539,298.92	11,078,186.46	-20,477,359.46
经营活动产生的现金流量净额	15,149,442.43	-42,238,247.49	69,990,536.36	-34,746,754.57

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	9,439	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,809	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
浙江天珺投资有限公司	境内非国有法人	32.81%	23,619,654	23,619,654	质押	7,530,000	
浙江华睿泰信创业投资有限公司	境内非国有法人	6.42%	4,622,800	0	不适用	0	
郑承烈	境内自然人	6.28%	4,524,482	4,524,482	不适用	0	
叶丽榕	境内自然人	4.72%	3,401,298	3,401,298	不适用	0	
朱敏	境内自然人	1.99%	1,430,000	0	不适用	0	
舟山金永信润禾创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.37%	984,482	0	不适用	0	
李朝珍	境内自然人	1.28%	921,402	691,051	不适用	0	
周兆成	境内自然人	1.28%	921,402	691,051	质押	921,400	
綦大勇	境内自然人	1.12%	804,300	0	不适用	0	
中国银行股份有限公司—国金量化多因子股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.07%	773,100	0	不适用	0	

上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东浙江天珺投资有限公司的实际控制人为公司实际控制人郑承烈先生，自然人股东叶丽榕为郑承烈之妻，上述股东存在一致行动关系。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 大股东中綦大勇通过投资者信用证券账户持有 529,600 股。

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

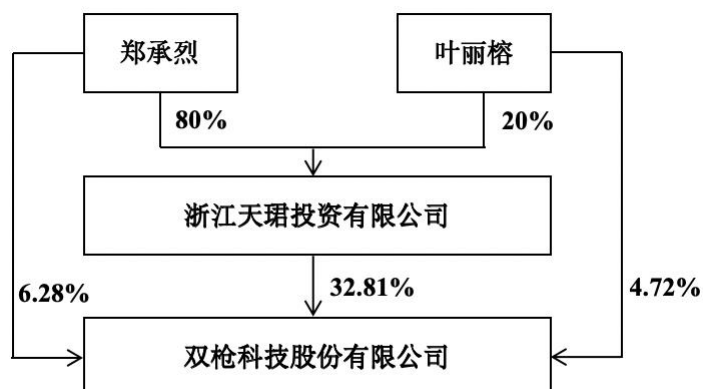
前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
綦大勇	新增	0	0.00%	804,300	1.12%
中国银行股份有限公司—国金量化多因子股票型证券投资基金	新增	0	0.00%	773,100	1.07%
杭州科发创业投资合伙企业（有限合伙）	退出	0	0.00%	0	0.00%
宁波科发海鼎创业投资合伙企业（有限合伙）	退出	0	0.00%	231,320	0.32%

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

适用 不适用

双枪科技股份有限公司董事会
2024 年 04 月 25 日