

证券代码：001211

证券简称：双枪科技

双枪科技股份有限公司

2026年2月5日投资者关系活动记录表

编号：2026-001

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 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	兴业证券赵宇、浙商证券史凡可、浙商证券曹馨茗、国投证券罗乾生、华安证券徐偲、华安证券余倩莹、国泰海通毛宇翔、申银万国魏雨辰、天风证券张彤、华西证券杜磊、财通证券戚志圣、华福证券汪浚哲、国元证券朱宇昊、东方财富叶柏辉、信达证券李晨、华夏基金郑楷樾、华创证券周星宇等
时间	2026年2月5日（星期四）15:00-14:30
地点	线上调研会议
上市公司接待人员	董事会秘书兼财务总监：朱卫清先生 董事、副总经理、新材料事业部总经理：徐洪昌先生 证券事务代表：张驰女士、雷丽女士
交流内容及具体问 答记录	<p>一、公司介绍</p> <p>公司定位于“精致厨具，优质竹材”产品战略，根据公司已披露的2025年业绩预告，2025年公司实现营业收入为约16.1亿元左右，同比增长约18%。在2026年春节营销期间，公司积极把握市场机遇，通过商超主题促销、马年地堆“小火车”展示等方式加强品牌露出。同时，公司对景区专卖店进行自有品牌（双枪国礼）升级，进一步契合春节旅游消费旺季需求。在渠道与品牌建设上，公司持续深化大客户战略，继续深耕山姆、海底捞、胖东来等客户，并借助知名IP联名等方式，提升市场影响力。</p>

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。近期，公司与中国科学院宁波材料技术与工程研究所（以下简称“宁波材料所”）基于其原创的竹基禾塑新材料技术进行合作，未来该技术还可拓展至秸秆、稻壳、芦苇杆等其他禾本科生物质原料。公司现阶段优先选用竹粉，一方面因公司“连锁工厂”在竹制品加工过程中产生大量富余竹粉，可以实现竹粉高附加值的转化及资源循环利用；另一方面，竹纤维长度长、力学性能优异，对复合材料的强度贡献显著。本次合作是双方继“金钢瓷”材料后开展的第二次技术合作。通过本次合作，双方将从发展绿色环保的“金钢瓷”新材料餐具对传统密胺餐具进行替代，跨越升级到由可再生竹材餐具制品加工余料制备高性能竹基禾塑复合材料工业物流托盘，对传统木托盘、塑料托盘进行替代，将合作从生活用品材料技术领域延伸到更为广阔的工业用品技术领域，并且后续也将探索竹基禾塑材料基于刚性特性在光伏面板支撑架、汽车零部件等轻量化材料以及基于耐腐蚀特性在海洋养殖的漂浮球等方向的应用。

二、问答环节

问题：请介绍一下公司的竹基禾塑复合材料是什么样的材料，有什么特性？

回复：竹基禾塑复合材料是以竹材加工余料与塑料基材复合而成的新型高性能生物基环保材料，该材料基于宁波材料所生物基高分子团队原创的禾塑复合材料技术，禾塑复合材料是宁波材料所生物基高分子团队研发、朱锦研究员命名的新材料，朱锦研究员从海外归来，是浙江省全省生物基高分子材料重点实验室主任，20多年来专注于生物基材料领域的研究。公司将与宁波材料所围绕竹材加工余料开展高质材料化利用，在高性能材料、制品的产业应

用端开展深入的产学研合作。

材料特性方面，在比重减轻 20%的前提下竹基禾塑材料具有刚性、韧性、耐温、耐腐及轻量化等综合性能优势，主要性能特征包括：

刚性突破成果方面，竹基禾塑材料竹粉含量高，刚性突出，承重抗冲击性能优异，弯曲模量直接与托盘的承重变形量正相关，弯曲模量从传统塑料 1800MPa 提升到了 4000MPa（塑料托盘即使插 12 根钢管，整体弯曲模量在 2500-3500MPa）；缺口冲击强度与托盘的角跌落和防撞性能正相关，目前未增韧普通塑料材料的冲击强度为 4kJ/m² 左右，增韧竹塑材料在 6kJ/m²以上。

高低温力学性能突破方面，高低温适应性极强，极端环境性能稳定，高温下（高达 80℃），竹塑材料弯曲模量也远高于塑料托盘使用的 K8003 常温弯曲模量；低温下，竹塑材料的弯曲强度和弯曲模量都明显提升；-20℃/2h 后，竹塑材料的缺口冲击强度保持率高达 90%以上。

耐候耐腐：耐腐防虫、抗老化耐用；

原料可再生、绿色无危害。

提问：基于上述特性，竹基禾塑材料的主要应用方向与场景如何？

回复：基于竹基禾塑复合材料在刚性、韧性、耐温、耐腐及轻量化等综合性能优势，其制品相比传统塑料或木质制品具有显著竞争力，应用场景广泛。公司首要应用与推广方向是工业物流托盘。

竹基禾塑托盘较之塑料托盘更加耐摔、抗变形、耐腐蚀性强、低温性能更优（-20℃仍保持 90%以上韧性）和可离火自熄；应用场景还可向汽车、工业、建材等多个领域

延伸，如用于电动汽车的非结构型装饰零部件、室外装饰件等建材，用于替代传统塑料、木塑和木材，后续也可探索竹基禾塑材料基于刚性特性在光伏面板支撑架、汽车零部件等轻量化材料以及基于耐腐蚀特性在海洋养殖的漂浮球等方向的应用；竹基禾塑托盘可服务于光伏产业太阳能光伏板运输、新能源锂电池产业的运输、大型物流企业、港口集团、化工企业等，未来前景广阔。

问题：请问一下目前托盘的市场规模如何，公司有什么产能规划的布局，竹基禾塑材料的未来的增量节奏是怎么样的，开始量产了吗？

回复：全球托盘市场规模庞大，据相关机构数据保有量估计高达 100-120 亿片，市场规模约为 6000 亿元，且保持稳定增长。传统木质托盘因资源的短期不可再生、环保性差及标准化不足，市场份额逐年下降，而塑料托盘年增速超 15%，成为主流替代方向。公司的竹基禾塑复合托盘，可以实现低端塑料托盘和传统木托盘的全面替代，并逐步切入高端仓储（如立库）场景。

公司的竹基禾塑工业托盘，添加高比例竹材加工余料替代塑料基材，兼具成本与性能优势。公司目前试产产品经测试可实现静载 4 吨、动载 1.5 吨、货架载 1.5 吨，满足高端工业需求，后续如规模化生产，材料成本也将较普通塑料工业托盘大幅降低。目前公司已向工厂、物流企业及石化企业等投放近千个托盘进行实地测试，反馈良好。

现阶段公司的重点在于聚焦竹基禾塑托盘的产线搭建及调试，优先完成产线布局，并在产品性能方面进行不断提升，预计 3 月末完成竹基禾塑托盘首条中试线搭建，4 月末完成中试线调试并具备连续化生产条件，5 月依托中试线具备批量交货能力；增量节奏方面，2026 年为积累期，

随着产线逐步落地、客户测试不断深入，待技术成熟后将在多个工厂同步布线，实现规模化销售，预计 2026 年底可实现 2 亿元产能目标、2027 年底可实现 5 亿元产能目标。

问题：请问金钢瓷产品前期测试的大客户的反馈如何，2026 年增量预期如何，以及金钢瓷业务的盈利预判情况

回复：

1、大客户反馈及增量预期：金钢瓷产品 2025 年完成市场调研及技术打磨，目前已无明显技术问题；华南地区（包括广州、惠州、佛山、深圳等地）的客户反馈良好，初步预估后续业绩有望实现较好增长；老娘舅、季季红、海底捞无名缘等客户的模具已开制完毕，老娘舅目前已使用金钢瓷对密胺炖罐餐具进行全面替代，后续将持续推进；若 2026 年餐饮行业回暖、消费复苏，增长预期有望提前实现。

2、与海底捞合作的进展：前期已在 4 家门店进行送样测试，测试产品为八方碟、食盒小，均已通过测试，且破损率极低；测试通过后未大规模推进的原因是海底捞 2025 年初开始启动餐具器型升级（从老器型改为双色新器型），公司需同步研发适配新器型的产品，2025 年 12 月公司已完成双色模具产品研发，目前处于调整阶段，预计 2026 年上半年将在海底捞部分门店进行试销，测试通过后全面推广。

3、公司金钢瓷业务具备规模化、标准化加工潜力，随着产能爬坡及订单释放，为确保市场供应并匹配公司战略发展节奏，公司会持续优化产线，提高效率，根据市场需求爬坡投产，预计今年 9 月份可以满足市场月销售 1000 万的产能需求、今年 12 月份可以满足市场月销售 2000 万的产能需求，未来公司产能规划也将根据市场需求及实际运

营情况进行随时调整。

问题：请问公司毛利率小幅下行、销售费用率上升的原因，及后续提升毛利率、优化费用的具体动作措施，未来利润率提升的路径。

回复：公司管理层已充分关注到近年来毛利率变化及销售费用上升趋势，并深入分析了其背后的结构性原因。我们认为核心在于客户结构的主动调整，公司已制定了系统性优化策略，相应的优化措施如下：

1、提升资产使用效率，激活产能价值

公司在 2020 年前客户结构高度集中于传统大型商超，早期产能围绕传统 KA 渠道构建。随着市场变化及公司向新材料、新渠道拓展，导致部分为原渠道配置的产能出现阶段性闲置。同时，2024 年及 2025 年公司募投项目的相继竣工，在为公司带来新增长点的同时，也对整体产能的协同与效率提出了新要求。为系统性地提升资产使用效率，激活产能价值，公司一方面通过供应链产品内移，将具备加工能力的产品转移至公司内部生产；另一方面加速新产品落地，全力推进金钢瓷餐具、竹基禾塑托盘等新材料产品的规模化进程。

2、推动生产制造向智能化、标准化升级

为实现长期的成本与质量优势，公司生产端的自动化、智能化水平有待进一步提升。公司于 2025 年 10 月开始引入深圳远大方略管理咨询公司，对核心工厂进行精益生产改造。在推进精益生产的基础上，公司将逐步在新项目（如新材料产线）中落地智能化生产方案，如通过在生产场景中引入工业机器人，为大模型训练提供所需的数据积累，同时可替代人工，提升生产效率与产品品质，降低制造成本，最终实现标准化、自动化的“黑灯工厂”。

3、优化经营模式，实现费用结构的动态平衡

近年费用率的变化主要源于经营模式的主动转型，过去以经销为主的模式，近两年直营占比不断提升，在这个过程中承担了必要的渠道建设与市场推广费用。2021年以前，公司业务主要依赖以省级经销商为主的经销网络，该模式下经销商承担了区域市场渗透、终端维护及部分账期压力，公司销售费用率相对较低。近年来，公司战略性地加大了直营渠道建设，尤其是电商和竹炭业务。此举使公司直接面对终端市场竞争，虽巩固了线上渠道的市场地位，但也同样承接了大额的市场推广费用。随着 To C 业务及直营占比提升，与之配套的直营团队、运营等费用也相应增加。

为此公司将从客户结构和预算管理两个方面优化费用结构，推动毛利率企稳回升：

(1) 客户结构优化：重点平衡直营与经销比重，针对不同业务特点，灵活采用不同模式。针对竹炭这类产品，在前期市场开拓阶段采用自营模式后，公司将在成熟区域探索优化经营模式，如通过经销商网络优化公司直接销售费用。对于未来增长的重点产品，如金钢瓷餐具、竹基禾塑托盘等 To B 业务，费用集中在前期的产品开发与客户导入阶段，一旦通过验证形成合作，后续依靠持续复购即可维持稳定收入，预期将减少持续性的引流费用投入。客户结构的迁移将在很大程度上改善公司的费用率水平。

(2) 加强预算管控与费用投放：公司将实施更精细化的销售费用管控，特别是对于新渠道开拓期的费用进行严格控制，追求更优的投入产出比。同时，对于已成熟的业务板块，也将通过预算干预，优化各项费用的投放效率。

随着新产品放量、生产效率提升及客户结构优化，公司的规模效应将进一步显现，各项费用率有望得到有效摊

	<p>薄。公司对未来年度逐步改善盈利水平、提升经营质量充满信心。</p> <p>问题：公司有没有传统领域爆品打造计划</p> <p>回复：公司未来的爆品打造将从两方面推进：1、与胖东来、山姆等标杆零售客户协同结合其定制化需求打造爆品；2、拓展新品类、新场景，如锅具、刀具等，通过整合市场资源及成熟供应链的方式，借助后发优势，联合知名设计公司打造差异化产品；目前公司已在电商锅具、刀具领域布局，2026年计划进一步整合锅具供应链，完善产能布局。</p> <p>本文中涉及的未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，能否实现取决于环境变化、市场竞争程度等多种因素，存在较大不确定性，敬请投资者注意投资风险。</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	2026年2月5日