

# 牧高笛户外用品股份有限公司

## 2023 年度董事会工作报告

2023 年度，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《公司章程》及《董事会议事规则》等法律法规的要求，勤勉尽职、诚实守信、忠实履行股东会决议，自觉参与各项重大事项的决策，努力维护公司及全体股东的合法权益。在此，我谨代表董事会向一年来支持公司发展的各位股东代表、各位董事、监事，致以最诚挚的感谢！

### 一、2023 年经营总结

#### (一) 行业概况

##### 1、以露营为爆发点，国内户外行业保持高速增长

近年来户外产业在中国势头强劲，无论公众参与热情还是消费规模，都呈现出蓬勃发展的态势。经过前 20 年的发展，户外运动在 2020 至 2022 年间开始“破圈”，随着露营的率先爆火，冰雪、路跑、骑行、越野等户外运动呈现爆发式增长，围绕“户外”产生了超百亿规模的新消费市场。根据小红书发布的平台数据，2023 年与户外相关的笔记内容达到了 1.3 亿，同比增长 270%。根据国家体育总局、国家发展改革委等八部门共同印发的《户外运动产业发展规划（2022-2025 年）》显示，2021 年，全国户外运动参与人数已超过 4 亿人，国内户外用品行业规模达到 1831 亿元，同比增长 8.2%；预计 2025 年，户外运动全行业规模将超过 3 万亿元。根据小红书发布的《2023 户外生活趋势报告》显示，2021 年底，中国户外运动市场渗透率达到约 28%，与海外超 50% 的渗透率相比仍有较大的上升空间，庞大的人口基数为我国户外用品提供了广阔的需求市场。

##### 2、户外已逐步走向年轻化、生活化、全民化

根据小红书发布的《2023 户外生活趋势报告》显示，户外已逐步走向年轻化、生活化、全民化，成为越来越多人新的生活方式。报告指出，年轻人是户外大军中的主力军，但是中老年人和未成年人参与人数也可观，在小红书户外日活中 19-30 岁的用户占比近 50%；31-40 岁的用户占到 20%；超过 40 岁的人群以及 18 岁以下的未成年人占比分别为 10%和 9%。一方面，登山、滑雪等有一定专业要求的运动逐渐大众化，另一方面，露营、徒步登山等较之前者更为轻量化的户

外项目或新兴运动更是成为年轻人生活的一部分。随着人们生活习惯和健康观念的改变以及户外文化的传播，户外运动开始更深层次融入大众生活。根据天猫发布的《2024 春夏运动户外行业趋势白皮书》中显示，18-29 岁的年轻群体在天猫春夏运动户外市场消费占比近 4 成，且年轻人在户外活动中更倾向于娱乐社交、增长见识，精神追求和社交属性更强。

### **3、户外服装开始破圈**

户外品类的消费场景正逐步从专业户外活动向都市商务和休闲拓展。根据魔镜洞察的数据显示，2022 年 10 月至 2023 年 9 月，冲锋衣在主流电商平台的销售额已经达到 75 亿元左右，销量在 1752 万件左右。双 11 期间，京东冲锋衣销售同比增长超 100%。冲锋衣的爆火，一方面与户外运动风潮涌动息息相关；另一方面，随着冲锋衣逐渐脱离单一的户外性，转面也注重时尚、休闲、通勤属性，足以应付从户外到通勤的多种场景，显得更具性价比。随着社交需求的增长，人们更注重户外活动对个性的展示，不仅要有传统户外运动的体验，还增加了更多的舒适与美感。随着户外服装的加速破圈，消费场景的边界会越来越模糊。

#### **(二) 2023 年度重点工作**

报告期内，公司实现营业收入 14.56 亿元，同比 1.40%，实现净利润 1.07 亿元，同比-24.05%。其中，自主品牌业务实现收入 9.26 亿元，同比增长 31.25%；OEM/ODM 业务实现收入 5.29 亿元，同比下降 26.15%。

自主品牌业务重点工作如下：

#### **1、重磅推出户外徒步产品线——重回徒步登山**

公司以“冷山”帐篷为起点，根据中国的地形、气候以及户外爱好者的使用习惯，开发适用于国人的徒步帐篷。报告期内，公司重磅推出户外徒步产品线，如轻量露营系列-冷山UL、轻骑UL、冷山软胃甲冲锋衣等产品，深受专业人士认可和喜爱。

#### **2、聆听用户需求，探索多种生活方式**

报告期内，公司持续探索多种生活方式，以用户需求为导向，打造更人性化的产品。报告期内，公司持续丰富露营场景，布局汽车露营、水系露营等新场景下的露营装备需求。其中，针对汽车露营，开发驱风车载侧边天幕、揽盛3一体充车尾帐等产品，将追求高品质出行的露营文化延伸至汽车文化之中，在行业内

率先推动汽车和露营的结合，引领2023年露营新趋势。

### **3、品牌创立 20 年，全新升级品牌理念**

2023 年，牧高笛品牌创立二十周年，从冷山问世填补中国露营空白；从代表中国露营品牌，走向世界舞台；从近年引领精致露营融入大众生活；2023 年，牧高笛又带领露营生活方式进入新纪元，探索玩转全场景露营。牧高笛秉承专业、坚持、探索的精神，一再引领行业风潮。

### **4、重塑专业基因，提升品牌势能**

公司持续助力专业队伍，共赴户外探索之旅。报告期内，公司助力北大山鹰社成功登顶海拔 6222 米的萨利依阿其峰，并成为中国首支登顶的队伍；助力农大登山队成功登顶慕士塔格峰；此外，在专业赛事方面，赞助并冠名中大岭院戈 19 战队，以专业品质为参赛队伍保驾护航，征战荒漠，挑战自我！

### **5、跨领域多元合作，助力品牌破圈**

公司致力于推动露营文化和多元文化的结合，围绕生活方式露营+的概念，多维度触达和吸引年轻一代的消费人群。

报告期内，牧高笛 X2023 阿那亚戏剧节 X 候鸟 300，戏剧与露营的碰撞，让帐篷容纳生活艺术的想象，带来全新的露营生活方式。此外，牧高笛 X 天猫乐活露营节，牧高笛 X 小红书 Urbancore 运动市集，牧高笛全新携手娇兰、小红书、一帐露营大会、FujiRock 音乐节等，解锁更多露营+，用对露营的热爱去享受生活的松弛感。

报告期内，牧高笛打造 MOBI 自在露营节，是牧高笛 2023 年全新打造的社群专属线下活动，旨在增进品牌与用户之间的相互了解。牧高笛与头部营地保持联动，围绕精致野餐、宠物露营、公园露营等场景进行新品巡展。

### **OEM/ODM业务重点工作如下：**

#### **1、开拓北美市场**

报告期内，公司继续秉承做大做强现有市场和客户的同时，积极开拓北美市场。在2022年的基础上持续拓展。目前已见成效，公司成功和美国、加拿大等目标客户建立合作，潜在目标客户陆续建立业务联系。

结合目标客户的全球化采购策略及友岸外包等贸易政策变化，及时调整客户产能供应，启动战略产能布局项目。

## 2、完善供应链管理

公司以S&OP敏捷交付为目标，国内市场较大幅度缩短订单生产周期，通过建立供应商管理体系和质量管理体系优化供应商库，确保按质，按期交付；通过搭建全生命周期的供应商管理，完善采购品类，提高采购竞争力；

同时为贯彻可持续发展，开启推动和评估上游供应商使用绿色能源，可降解原材料，降低制造过程能耗等，在原材料开发时开始使用绿色替代产品。

## 3、数字化升级

报告期内，通过建立标准化流程和数据标准化，提高信息化管理水平，提升运营水平，为公司各项业务做大做强提供强有力的支撑。公司在报告期内顺利完成SAP-ERP系统上线，进一步加强业务协同，覆盖海外和所有制造模块，提升国际化运营管理水平；上线仓库管理系统WMS以提高原材料和成品库存的管理水平；上线设备能源管理系统ENMS以管控能源的使用情况助力绿色制造；升级MES系统实现对生产过程关键要素的全面记录和完整的质量溯源；主业务流程上各模块数字化升级，打通业财一体，进一步提升精细化管理水平。

## 4、智能装配仓储中心投入使用

报告期内，公司筹建两年的智能装配仓储中心顺利投入使用。该智能装配仓储中心通过自动化技术、信息技术，物联网及制造业的深度融合，实现公司自动化包装和智能化仓储水平。同时该优化仓储空间，引进先进的智能仓储设备，在提升仓储效率的同时降低了人工和仓租成本。提高公司的业务配套和保障能力。

## 二、2023年董事会日常工作总结

### （一）董事会会议召开及执行情况

公司董事会 2023 年共召开了四次会议，历次董事会均按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的要求规范运作，会议通过的事项，均由董事会组织有效实施。具体情况如下：

序号	召开时间	会议届次	会议议案
1	2023年4月26日	第六届董事会第九次会议	1、审议《2022年度总经理工作报告》 2、审议《2022年度董事会工作报告》 3、审议《2022年度财务决算报告》

			<p>4、审议《2023 年度财务预算报告》</p> <p>5、审议《2022 年年度报告全文及摘要》</p> <p>6、审议《关于公司 2023 年第一季度报告的议案》</p> <p>7、审议《2022 年度独立董事述职报告》</p> <p>8、审议《2022 年度董事会审计委员会履职情况报告》</p> <p>9、审议《关于 2022 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》</p> <p>10、审议《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》</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 2023 年度申请银行综合授信额度的议案》</p> <p>13、审议《关于公司 2023 年度为子公司提供担保额度的议案》</p> <p>14、审议《关于 2022 年内部控制评价报告的议案》</p> <p>15、审议《关于确认公司 2022 年度董事及高级管理人员薪酬的议案》</p> <p>16、审议《关于开展外汇套期保值业务的议案》</p> <p>17、审议《关于以存单等资产进行质押向银行申请开具承兑汇票等业务的议案》</p> <p>18、审议《关于使用部分暂时闲置募集资金进行现金管理的议案》</p> <p>19、审议《关于制定&lt;牧高笛户外用品股份有限公司外汇套期保值业务管理制度&gt;的议案》</p> <p>20、审议《关于向全资子公司增资的议案》</p> <p>21、审议《关于会计政策变更的议案》</p>
--	--	--	--

			22、审议《关于召开 2022 年年度股东大会的议案》
2	2023 年 8 月 11 日	第六届董事会第十次会议	1、审议《关于<牧高笛户外用品股份有限公司 2023 年员工持股计划(草案)>及其摘要的议案》； 2、审议《关于<牧高笛户外用品股份有限公司 2023 年员工持股计划管理办法>的议案》； 3、审议《关于提请股东大会授权董事会办理公司 2023 年员工持股计划相关事宜的议案》； 4、审议《关于提请召开 2023 年第一次临时股东大会的议案》。
3	2023 年 8 月 29 日	第六届董事会第十一次会议	1、审议《2023 年半年度报告全文及摘要》； 2、审议《关于 2023 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》； 3、审议《关于向全资子公司增资的议案》； 4、审议《关于补选独立董事的议案》； 5、审议《关于提请召开 2023 年第二次临时股东大会的议案》。
4	2023 年 10 月 30 日	第六届董事会第十二次会议	1、审议《关于公司 2023 年第三季度报告的议案》； 2、审议《关于修订<牧高笛户外用品股份有限公司独立董事工作制度>的议案》； 3、审议《关于修订<牧高笛户外用品股份有限公司董事会审计委员会工作细则>的议案》； 4、审议《关于修订<牧高笛户外用品股份有限公司董事会提名、薪酬与考核委员会工作细则>的议案》； 5、审议《关于调整董事会审计委员会委员的议案》； 6、审议《关于聘任公司高级管理人员的议案》。

## （二）董事会对股东大会决议的执行情况

2023 年度，公司共召开三次股东大会，董事会本着对全体股东认真负责的态度，积极履行职责，并及时向股东大会汇报工作，依据《公司法》和《公司章程》等规定，严格执行股东大会的各项决议。

## （三）董事会下设各委员会履职情况

公司董事会下设战略与投资委员会、审计委员会、提名薪酬与考核委员会三个专门委员会。2023 年各委员会依据各自工作细则规范运作，并就专业性事项进行研究，提出意见及建议，供董事会决策参考。

## （四）独立董事履职情况

公司的三名独立董事根据《公司法》、《证券法》及《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》的有关规定，认真履行独立董事的职责，勤勉尽责，按时参加股东大会、董事会，参与公司重大事项的决策。独立董事对 2023 年召开的历次董事会会议审议的议案以及公司其它事项均未提出异议。

## （五）信息披露情况

公司董事会依照《公司法》、《证券法》和《公司章程》等法律、法规等规范性文件，认真自觉履行信息披露义务，严把信息披露关，切实提高公司规范运作水平和透明度。公司信息披露真实、准确、及时、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，保证了披露信息的准确性、可靠性和有用性。

## （六）投资者关系管理工作

公司注重推进投资者关系管理工作的质量，以期实现公司价值和股东利益最大化。报告期内，公司通过投资者热线、邮箱和投资者关系互动平台等渠道及时回应投资者的咨询、提问和沟通，并切实做好未公开信息的保密工作，保障投资者公平获取信息的权利。公司股东大会采取现场会议和网络投票相结合的方式召开，以便广大中小投资者的参与。此外，定期报告披露之后，积极组织召开业绩说明会。

## 三、2024 年工作计划

公司致力于推动硬核户外成为户外爱好者的生活和社交方式。未来将通过以人为本的设计理念，以户外科技和可持续为重要属性，打造“舒适，高品质，高性能”的超级产品，覆盖从运动情感到专业运动全场景。

2024 年，全球经济发展仍将面临诸多不确定性因素的影响，根据公司年度的经营目标，计划如下：

自主品牌重点工作计划如下：

### **1、产品创新**

公司不仅仅关注产品的功能性，我们更关注产品的设计和技术的普及，以及对日常生活场景的赋能。因为我们坚信，“出去，是为了更好的回来”。

### **2、打造品牌势能**

以高海拔攀登、远距离徒步势能产品和人群为核心，以真实品牌资产和原点用户故事为载体，占据在本土中高端专业户外装备的引领者高位，传递中国户外品牌精神。梳理科技故事系统，强化内容力表达护城河。延续户外装备的品牌影响力，牵引消费者进入鞋服赛道；并以线上 DTC、线下零售与私域系统为基础，打造全户外场景的整体解决方案和体验，建立和用户的长期成长关系。

### **3、供应链改造**

打造差异化供应链体系，确保关键产品品类的产能，不断优化供应商结构，引入外部创新资源，助力新产品开发和快速推向市场，满足不断变化的户外产品用户需求；利用数字化基础设施提升供应链整体的韧性和弹性以满足业务扩张的需求，并提升对市场波动的应对能力；持续提升供应链的可视、分析、预测和实时应对变化的管理能力；初步构建全面质量管理体系，为未来几年质量不断提升打下坚实基础。

### **4、渠道发展**

面对市场日新月异的变化，对潜力渠道进行精细化运作，积极拓展跨行业/跨领域相关新兴渠道，通过细分场景的打造及营销，吸引新客群；同时，探索直营零售新业态，布局零售升级门店，增强用户粘性，提升品牌势能。

### **5、组织变革**

启动组织变革，构建和升级核心管理团队，为 3 年战略规划达成搭建人才梯队。打造围绕用户和战略的组织架构，推动最小业务经营单位，保持组织敏捷度，以满足业务发展的需求。

OEM/ODM 业务经营计划：

### **1、以全球制造能力驱动内外销协同并进，外销拓展北美市场**



公司充分利用全球化孟加拉、越南、中国的产能布局，服务好自主品牌业务和外销核心客户的产能需求，做到订单的敏捷交付；同时在 OEM/ODM 业务上利用多区域供应链协同，抓住客户订单外移机遇，维系现有优质客户的同时，持续拓展，深耕北美市场。

## **2、通过数字化，信息化等深入业务，提升运营竞争力，**

海外基地将把成本领先作为重要战略，以提高公司制造效率，提升公司竞争力。使用 SAP 系统及周边系统的数据分析以及精益制造等方式有效提升制造效率以及优化材料利用率，深抓质量成本，进一步加快海外供应链的开发，在保证材料成本可控的同时优化采购周期，加速订单交付。通过全球广度的产能配置，深度挖掘成本优势，发展新的订单以及新客户，在现有基础上提升稳定，优化成本，提升管理能力，形成良性循环。

## **3. 新质生产力战略**

**工艺创新：**在生产工艺方面，引进半自动，自动化设备等，并结合工艺、工具标准化建设，对生产流程进行精细化改造。通过标准化建设，自动化与智能化设备的引入，大幅提升生产效率和产品质量。

**产品创新：**从用户需求着手，加以快速响应。不断推出适应市场新需求、功能性与舒适性兼备的户外产品。

**材料创新：**从户外产品的耐用性、舒适性和性能着手，从使用终端的调研着手与国内外材料供应商紧密合作，研发和引进可循环材料、易降解材料、制程低能耗材料等，为户外产品赋予多样性的功能。

**技术创新：**不断探索新技术在户外产品中的应用，如数字化开发技术，融入到产品研发过程中，这将大大缩短新产品开发周期和减少资源的浪费。提供户外活动解决方案：通过整合各类户外产品，为新能源车企提供从户外装备选择、产品定制开发等服务，满足用户在不同户外场景下的需求。

**结构创新：**产品结构设计上做了升级创新，通过优化结构、内置配件、连接通、功能优化等，实现了更合理的空间利用和更舒适的使用体验。这些创新结构不仅提升了产品的实用性，也增强了产品的市场竞争力。

牧高笛户外用品股份有限公司董事会

2024 年 4 月 29 日