

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2021-005

广东坚朗五金制品股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><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（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>长江证券范超&张佩、国泰基金、前海人寿、上银基金、信达澳银、中融基金、博时基金、南方基金、中庚基金、东方资管、博道基金、西部利得、长江资管、恒越基金、华能信托、敦和资本、金广资本、财信证券共计 29 位机构投资者参加本次会议。</p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 2 月 26 日</p>
<p>地点</p>	<p>总部会议室</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事长：白宝鲲 董事会秘书：殷建忠 证券事务代表：韩爽</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>1、公司对新品类的拓展思路和规划？</p> <p>公司定位是建筑配套件集成供应商，坚持围绕市场变化和客户需求有节奏的导入新产品，扩充集成配套产品线。在选择上更倾向于生产、销售与我们现有模式存在互补和高度协同的品类和行业，进行关联产业的并购或者战略合作；同时，也会利用现有公司及旗下生产情况推出新品类。</p> <p>目前，公司产品达到一百多个大类，没有设置数量上限，每年都会有新品类在不断导入，更关注新品类培育。多数新产品尚处于推广培育期，其基数较低、市场占有率还不高，但增</p>

速相对较快。

2、公司渠道下沉的进展情况？

公司在 2016-2018 年集中进行渠道下沉，销售人员增长较快。从 2019 年开始，公司集中进行渠道下沉的阶段已经结束，开始进入有针对性的增加阶段；除西藏外所有的地级市都已覆盖，部分销售网点覆盖多个县级市或县城，未来还会根据实际情况继续下沉；公司对销售网点的设立没有数量限制，由销售大区根据市场投资等情况设立和管理。

3、公司客户群体主要有哪些？

公司客户数量较多且集中度较低，从建筑的建设周期可以分为三大类：开发商、顾问单位、施工单位；从产品来看主要客户群体包括地产公司、幕墙公司、门窗公司、装饰公司，随着产品类别的不断延伸，也开始新增了部分客户群体，如机电公司、中空玻璃厂等。

4、云采平台的未来规划？

云采平台自 2019 年上线，定位是客户端服务平台，未来希望做到线上线下一体化。目前有 1/3 的业务在云采平台进行，是一个线上服务线下的平台，服务内部销售人员，从而提高销售人员对客户的服务。坚朗的产品从生产上可分为标准产品和定制产品，现在基本完成了标准化产品和部分定制类产品（轻定制类、配置类，如门窗类产品）的上线，未来将连通客户的日常采购，提高响应速度和效率。

5、公司在新品类上有何竞争优势？

公司以“研发+制造+服务”的全链条销售模式不断满足客户需求和市场变化，从行业的高离散型、客户需求多元化的特

性上，为节约采购成本，会有越来越多的客户倾向于“一站式采购”。公司的竞争优势主要体现在：产品集成优势；高效规范的现代化管理体系优势；资本市场及品牌优势；高水平的技术研发及检测试验能力；专业化的服务；集成的信息化管理平台等。

6、原材料价格波动带来的影响？

原材料价格波动是较常态化的市场现象，公司的产品分为标准类和定制类，定制类产品会结合当期的原材料价格等因素来定价，受原材料价格等综合因素影响；标准类产品为每年统一定价，非原材料价格大幅波动不做改变。

7、公司对仓储物流体系的未来规划？

近年来，公司有计划地扩大国内外备货仓，以快速响应订单交付，解决产品运输半径问题。目前全国建有三十多个备货仓，在海外多个子公司所在地也设有仓库。公司备货仓是专设支持部门进行管理，根据区域市场需求情况租赁仓库，通过第三方物流运输资源配送。通过这两三年的有效运作和不断优化改善，已经逐渐建立起快速响应的仓储物流体系，较好地满足了客户需求。未来将以建立中心仓模式来加快备货仓的周转和使用效率，目前华北中心仓已正式运营。

8、海外市场的拓展情况？

公司经过多年发展，近年来已设立 12 个海外备货仓，将中国仓储式销售复制到海外，以快速响应客户供货需求。海外建筑市场与中国市场区别很大，市场规模没有中国大。公司已在印度、越南、印尼、马来西亚、墨西哥、阿联酋等国家设立子公司，使用相同的信息化系统对接，员工本地化布局。因疫情原因，海外业务受到了一定影响。公司会针对有市场潜力的

国家地区，继续做好海外市场拓展和服务工作。

9、公司如何管理子公司？

公司会根据旗下子公司的自身情况和特点进行差异化管理，并从其业务形态和所处阶段，在坚朗的总体业务体系下，有针对性的选择合适的管理方式，确保我们最终出去的产品、质量和服务是一致性的。

如以坚宜佳、中山精密、中山照明为代表的全资子公司，由公司安排管理团队直接管理；葡萄牙子公司仍保留其原有的管理层团队，公司派一位副总裁来分管；对于其他控股或参股公司，我们会综合考虑公司状况，有选择性地安排管理人员参与其中，做好双方的团队融合。

公司建立起完善的内部管理机制，形成从产品导入、上线、流程对接等完整工作方案。在双方融合的过程中，只要产品引入到坚朗平台销售，信息化系统是必须打通的，多方的引入端都按照统一规则管理，唯一的出口端是面向客户。

经过这几年在子公司管理业务中不断摸索和总结出来的有效经验，通过团队组织化的运作模式，为子公司经营管理和发展赋能，子公司整体经营情况趋向良性健康发展。

10、销售人员如何快速掌握众多类别的产品？

公司主要从两个方面来处理：一是通过信息化系统平台，实行组织化运营，构建“铁三角”战略，客户经理面向客户，产品经理面向产品线，服务支持则负责仓储、物流和安装等，充分发挥团队协同平台优势；另一方面从点对点、端到端的系统培训、知识平台分享，通过建立学习平台培训系统、结合线下培训学习交流，快速提升专业能力，独立承担销售业务并为客户提供增值服务。

附件清单（如有）	无
日期	2021 年 2 月 26 日