

证券代码：002791
2020-030

证券简称：坚朗五金

编号：

广东坚朗五金制品股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	长江证券范超、工银瑞信、华夏基金、长城基金、长江养老、嘉实基金、太平基金、中欧基金、圆信永丰、东方资管、敦和资产、同犇投资、华菁资管、金广资产、财信证券、光大保德信基金、国寿安保基金、建信资产、巨杉资产、诺安基金、国寿养老、创金合信、中欧瑞博、中信保诚基金、源乘投资等96位机构投资者参加本次电话会议。
时间	2020年8月27日
地点	总部会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长：白宝鲲 董事会秘书：殷建忠 财务总监：邹志敏 证券事务代表：韩爽
投资者关系活动 主要内容介绍	1、公司毛利率增长的原因？ 主要是受以下几个方面的影响： （1）疫情期间，主要原材料成本下降。公司生产经营所需的主要材料为不锈钢、铝合金、锌合金和零配件，近三年主要原材料合计占公司生产成本比重约65%-70%，疫情期间主要原材料价格有所下降带来了毛利率的增长。 （2）内部管理提升 公司各事业部对不同产能工序进行合并改善，提升生产效率和产能利用率。同时智能化生产，设备的升级改造也推动了毛利率提升。 （3）子公司端效能改善

随着子公司规模产量扩大，以及子公司精益化的制造管理，对整体毛利率也有一定贡献度。

2、建材销售子公司介绍？

随着公司在建筑领域的长期发展和产品线持续延伸，公司定位建筑配套件集成供应商的战略优势日益突显。为了更好地提升公司的运营效率，对各核心业务模块做科学管理和考核结算，降低运营成本，并提高对销售市场及客户的服务和支持力度，公司在2020年1月设立了全资子公司广东坚朗建材销售有限公司。销售子公司主要负责国内销售业务的开展和运作，原有生产事业部和生产子公司转为销售子公司的供应商，国内销售业务相关的人员及其收入、费用都转移至销售子公司运作。销售子公司的设立使公司组织架构更为清晰，运营管理和客户服务更高效。

3、公司上半年海外市场的情况？

公司上半年度海外市场营业收入2.75亿元，占公司营业收入10.59%，同比增长30.01%。实现增长的原因主要是疫情期间的口罩业务和葡萄牙子公司并表因素，摒弃这两个因素后，海外市场综合情况呈现负增长，东南亚各别区域实现正增长。

4、公司点支承玻璃幕墙产品收入下降的原因？

公司幕墙产品主要应用于大型公共和商业工程项目，以省会、一线城市和海外市场居多，早期这类产品在公司收入占比较大。近几年，公司的渠道下沉布局优势明显，门窗五金类产品整体增长较好，而地级市的大型工程类相对较少。同时因疫情的爆发，海外和国内都受到不同程度的影响，部分工程进度滞后。

5、公司的客户群体有哪些？

公司的客户数量较多且集中度较低，客户群体如果从建筑的建设周期可以分为三大类：开发商、顾问或设计单位、

	<p>施工单位，从订单上看主要是地产公司、幕墙公司、门窗公司、装饰公司。</p> <p>6、公司销售人员规划情况？</p> <p>目前公司销售团队近 5000 人，国内外销售网络点超过 500 个。2016-2018 年公司销售人员增长相对较快，这个阶段是因为公司上市以后集中进行渠道下沉。从 2019 年开始，公司集中进行渠道下沉的阶段已经过去，开始进入有针对性的增加阶段，未来销售人员会持续增长，但总体上人员增长会低于销售增长，更关注效率提升。公司将根据市场情况控制节奏，调整中长期的人员增长策略。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 8 月 27 日