

证券代码：002791  
2018-004

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 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东方证券股份有限公司：黄顺卿 南方基金管理股份有限公司：余一鸣 农银汇理基金管理有限公司：宋磊
时间	2018年12月11日
地点	公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	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	<p>1、主要的下游客户有哪些，今年以来，下游的需求的构成情况如何？</p> <p>公司营销模式以直销为主，客户数量较多但集中度较低，主要客户群体包括幕墙企业、门窗企业、工程公司等。公司以CRM应用为基础，依托专业化的营销团队、合理有效的制度安排，对建筑施工单位、房地产开发商、建筑设计院、建筑顾问公司进行系统跟踪服务，建立密切的合作关系，合作范围包括咨询、设计、选型，快捷的直销服务以及为工程提供检测、验收的咨询服务。公司下游的需求构成没有发生明显变化。</p> <p>2、今年以来应收账款和应收票据都大幅增长主要原因是什么？</p> <p>主要受宏观经济整体流动性趋紧、下游行业资金面偏紧。</p>

公司的客户群体较为分散，随着房地产行业集中度的不断提高，集采模式加强，房地产整体资金链偏紧，部分付款方式通过票据的方式进行流转，上游的供应商整体资金链将受到较为明显影响。

### **3、公司毛利率下降主要原因是什么？**

公司本年度三季度止，较去年全年毛利水平略有下降，但没有发生明显变化，主要两个方面原因：

一是公司产品结构略有变化，众多新产品在培育期内收入增长迅速，但是新产品初期营销费用较高，毛利水平仍有较大的提升空间。

二是受国家环保政策调控和去产能政策影响，较多上游行业供应商受到较大影响，导致公司的主要原材料不锈钢、铝合金和锌合金采购价格仍处于历史较高水平。建筑五金行业处于一个集中度快速提高的时期，市场价格竞争激烈，公司在较为激烈的市场竞争中为持续扩大市场份额，强化可持续的市场竞争优势，传统产品销售价格政策没有明显变化，毛利空间受此项因素影响略有下降。

### **4、公司门窗五金增速是否到达一个瓶颈的状态？公司幕墙五金快速增长原因是什么？**

随着房地产行业集中度的不断提高，单一品类的产品将越来越难满足客户多样化的需求。公司依托其强大的生产设计能力，快速响应的生产管理水平和集中行业中优秀的品牌企业资源，致力成为国内大型五金集成供应商，为客户提供一站式的采购服务，不仅可以保证产品质量，而且可以帮助客户大大降低多个供应商采购的管理成本。

目前，公司拥有丰富的产品线，涵盖门窗五金系统、门控五金系统、点支承玻璃幕墙构配件、不锈钢护栏构配件以及卫浴挂件、高档门锁等其他建筑五金产品，并根据国家投资方向，

布局管廊产品。2017年加大投入智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品，开始进入安防、地下综合管廊、自然消防排烟与智能通风窗、劳动安全防护类产品、防火防水材料、机电设备与精密仪器等业务领域，基本可满足公共建筑、商业建筑、房地产、地铁、机场、管廊等各类型建筑五金的订单一站式采购需求。门窗五金仍是公司重要的核心产业，市场占有率仍是保持在原有水平，但随着基数的加大，增速有所放缓，但趋势仍较良好。幕墙五金主要应用于公建领域，上半年增速较为明显，主要得益于个别大项目的贡献，预计年度增长情况将回归至正常增速水平。

#### **5、公司目前已有多少个直销网点？**

目前公司根据市场发展需要，已经先后在国内外设立近400个销售网络点。后续将会根据市场形势，结合各地客户和工程项目拓展需求，综合考虑增设新的销售网点。

#### **6、公司是否也会打算布局智能家居？**

公司从2012年起就开始布局智能家居产品，上市后加快智能家居产品拓展业务，目前已拥有如海贝斯智能锁，君和睿通可视对讲系统，秦泰智能开窗系统、智能晾衣架、格兰斯柯新风机等多类产品，形成产品生产、销售、安装及售后服务的配套能力。未来，公司也将继续加大智能家居领域的业务拓展，满足不同类型消费者多样化需求。

#### **7、公司的产品定价模式？如何抵消原材料波动？**

公司产品定位于中高端建筑五金市场，采用成本加成的报价模式。产品分为标准件和非标件两类，主要依据原材料及加工成本，按照订单安排原材料采购和产品生产；并且从确定订单到组织原材料采购的时间间隔较短。这使得公司能够有效避免原材料价格波动对公司经营的不利影响。对于标准件产

	品，一般按照市场行情定价；对于非标件产品，还会考虑加工工艺难易程度、市场竞争导向等综合因素评估定价。
附件清单（如有）	无
日期	2018年12月11日