

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2021-007

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>华西证券郁暉&庄敬杰、汐泰投资、朴道瑞富、港丽投资、海雅金控、景林资产等共计 10 位机构投资者参加本次会议。</p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 3 月 2 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>财务总监：邹志敏 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、公司的新品类拓展边界是什么？</p> <p>公司定位于建筑配套件集成供应商，近几年也拓展了很多新品类，但在新品类扩充选择时，我们对于新增品类并未做数量设定，而是考虑与现有品类的配套程度和市场需求。主要从两个方面考虑，与现有品类成套配置的产品，以及市场需求新品类，始终围绕公司定位和未来增长考虑。</p> <p>2、公司主要在哪些方面投入来实现增长目标？</p> <p>公司每年的投入主要是产品端和渠道建设，重点在于产品端。围绕建筑配套件集成供应商的定位，加强对传统品类的研发、产能扩充，以及拓展培育新品类；公司集中进行渠道下沉</p>

的阶段已经结束，进入了有针对性的增加阶段；从新产品、新市场的布局来进行合理安排，逐步增加销售人员，但人员增长会低于销售增长，根据市场情况控制节奏，更关注效率提升。随着公司渠道的下沉和多品类的延伸拓展，促进客户一站式采购需求发展趋势，将带来更多的增长机会。

3、公司的订单交付周期情况？

公司产品类别较多，且生产周期也各有差异。标准件产品可以实现目前备货生产，非标件产品为客户下单后定制化生产。在不同的建筑施工期，业务完成的时间也有差别。为了提高供货效率，公司建立统一的备货仓物流配送体系，已设立四十多个国内外备货仓，结合订单需求进行常用品类的动态备货，提升货物交付效率。

4、公司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。

5、公司云采平台的运行情况和未来规划？

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

	<p>定制类、配置类，如门窗类产品）的上线，未来将联通客户的日常采购，提高响应速度和效率。</p> <p>6、公司如何提高人均效能？</p> <p>目前公司销售系统人员效能存在一定差异性，如北京上海等地，人均效能相对较高；对于渠道下沉的新市场尚处于开拓阶段，市场基础较为薄弱，客户粘性不强，人均销售额还不高。提高人均效能是公司的长期目标，目前主要从两个方面来提高，一是充分使用信息化系统，提高业务效率；另一方面是从多元化产品集成供应角度，提高人均销售收入，从而摊薄销售费用。</p> <p>7、公司对人员招聘的规划？</p> <p>公司的人员招聘采取校招和社招相结合的方式解决，同时也存在小部分内部员工转岗。近年来，公司先后在江西、安徽等地与部分大专院校进行订单班合作模式，定向培养市场营销等相关专业人员，结合岗位需求，安排公司专业人员深入课堂互动，毕业后择优筛选。公司销售人员的扩充会按照业绩增长目标进行，但总体上人员增长会低于销售增长，更关注人均效率提升。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年3月2日