**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2020-022**

**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** | □特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动 □现场参观 ☑其他（电话会议） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中信证券陈中亮、中信资管张妮、魏来、张晓亮、丁俊 |
| **时间** | 2020年7月13日 |
| **地点** | 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 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **1、公司的新品类拓展边界是什么？**  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。**2、信息化系统的建设情况？**公司信息化系统从2005年开始建设，随着经营发展的不断变化，逐渐建立了以客户需求为导向，并解决建筑五金行业中离散、品类众多等问题的信息化系统管理平台，用于提升公司处理多品类、复杂订单的管理能力，整合产品线，强化产品集成化能力，提升公司全链条、端到端的业务高效协同，同时通过强大的客户资源管理能力、全方位的供应链管理能力为客户提供更丰富、更灵活、更快捷的服务。**3、公司订单客户的采购模式？**公司的订单采购基本采取“甲指乙供”的模式开展业务，实际业务中较多直接与建筑分包商、建设单位等主体签约。**4、云采平台的订单情况？** 2019年初公司云采平台上线，定位为客户端服务平台。以“服务、支持、减负、增效”为核心目标，服务对象定位是客户与销售人员，致力于将业务简单化、可视化，形成信息交互平台。云采平台2019年度出库额约1亿元左右，2020年第一季度约5千万元左右，现有客户中有一部分是由线下业务转为线上采购，同时通过云台平台也发展了一批新客户群体。**5、研发投入主要用在哪些方面？** 公司长期以来坚持科技创新发展，现已拥有“通过国家合格评定认可委员会（CNAS）”认可的检测实验室。公司研发费用一方面是做新业务研发的前瞻性投入，为了匹配市场需求，对一些新品类的投入；另一方面是针对原有品类保持领先地位做投入，对产品做各项功能性测试，以及在结构上的改进。**6、公司以何种形式增加新品类？** 公司会根据产品具体情况做深入研究和评估分析，初期先和产品方签订战略合作协议，通过尝试销售，经过市场推广后视销售情况而决定是否采取进一步的合作关系，对于其中发展前景较好或优势明显的产品，会优先考虑股权合作。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年7月13日 |