**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2020-023**

**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** | 中信建投花小伟&罗乾生、招商基金、华商基金、汇添富基金、嘉实基金、广发基金、长城基金、中国人寿、中海基金、中信证券、国泰投信、太平资产、趣时资产、东吴基金、东方证券、先锋基金、新华养老等60位机构投资者参加本次电话会议。 |
| **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、公司云采平台的发展情况？**  2019年初上线的坚朗云采平台是公司自主开发的一站式建材集采服务平台，平台以“服务、支持、减负、增效”为核心目标，服务于客户和销售人员。坚朗云采平台自2019年初正式运营，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。未来云采平台将持续完善，关注客户使用痛点，提升功能优化，将更多的线下功能转到线上操作。  **2、新品类的毛利率情况？**  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，更考虑与现有品类的配套程度和市场需求，新品类中有主打成套配置的走量产品，也有需要更多时间来投入培育的产品，故不同的产品在盈利能力上也有很大区别。整体看，毛利仍有提升空间。  **3、公司的库存周转是否还能提高？**  公司的库存仍有一定的提升空间，前期对渠道下沉、拓展新品类的投入过于集中，对库存周转带来了较大压力。公司对此也做出了调整，内部实施的“大计划”项目仍在进行，库存周转也在持续改善。  **4、家居类产品和其他建筑类产品增幅较快的原因？**  公司家居类产品主要有卫浴五金、智能锁、可视对讲、智能窗控、智能晾衣架、智能遮阳、智能水槽洗碗机、智能监控、智能防盗猫眼等；其他建筑类产品主要有化学锚栓、胶条、发泡胶、管道、支吊架等。两个类别的产品基本都是近几年加入处于培育期的新品类，虽然增幅较大，但多数品类销售占比不高，后期会根据培育情况考虑从大类别中独立出来。  **5、公司的应收账款情况是否受疫情影响？**  公司对不同客户采用差异化授信模式来管理应收账款，并在季度结束时对授信额度做清算和结算。公司会和客户提前约定账期及授信额度，今年因疫情原因导致一些已交货客户,截至到六月末还没有结清应收账款的情况，送货和货款结算的周期比往年稍有滞后，但是整体影响有限。  **6、公司海外市场的开拓情况？**  公司经过多年发展，近年来已设立多个海外备货仓，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，发展相对比较缓慢。公司已在印度、越南、印尼、马来西亚等国家设立子公司，进行员工本地化布局，目前海外业务发展情况良好，但在短时间内不会有爆发式增长。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。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年7月13日 |