**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2020-025**

**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 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国信证券股份有限公司：黄道立、陈颖、杨畅易方达基金管理有限公司：林海、王灿、张晓宇 |
| **时间** | 2020年7月14日 |
| **地点** | 总部会议室 |
| **上市公司接待****人员姓名** | 董事长：白宝鲲财务总监：邹志敏 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **1、公司的发展规划？** 公司主要在原有建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等的基础上，加大投入进入智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品、安防、地下综合管廊、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，公司初步形成了以建筑门窗幕墙五金为核心的建筑配套件集成供应商的战略布局。未来，公司还将继续坚持该战略布局的发展。**2、公司半年报超预期的原因？**随着疫情得到控制，整个行业得以复苏，第二季度从公司产品结构和业绩构成方面分析都没有产生巨大变动。因为疫情原因影响，导致公司减少了部分阶段性销售费用支出，同时今年的社保和公积金减免等扶持政策也降低了部分费用。**3、对今后行业发展的看法？** 国内建筑五金行业具有高离散、品类众多的特性，集中度低。公司在该行业占有领先地位，但目前的销售额的市场占有率还相对较小。随着建筑五金行业的规范要求增多，逐渐将各企业的成本差距缩小，而大公司的规模效应会愈发凸显。同时，在节约采购成本的基础上，客户越来越倾向于“一站式采购”，未来，对建筑配套件的集成供应要求和产品集成化能力也会越来越高。**4、公司产品繁多、客户离散，如何整合？**传统品类在价格、服务和品牌上有较大优势，对于新品类因各个产品所处的周期不同而有较大差异，需要一段时间培育。公司通过协调资源和建立规则让产品得到更好的推广，内部的一系列信息化学习平台，也能不断总结、优化产品推广的路径与方式。面对的客户较为离散，目前仍以原有客户为主体，集成化产品供应为客户提供更多品类的选择，解决客户分散采购的成本和提高效率。同时，在渠道下沉和市场推广过程中，新产品也挖掘出新的客户群，拓展了客户资源。**5、公司的大量订单对生产端的压力？** 公司建设了信息化系统和仓储物流体系。实施信息化系统管理平台能够提升公司处理多品类、复杂订单的管理能力，整合产品线，提升公司全链条、端到端的业务高效协同；公司对标准类产品提前储备在各地仓库，标准类产品订单从仓库拦截出库，提高效率的同时也缓解了生产压力。**6、公司产品是否存在运输半径？** 不同产品对运输半径有不同的要求。公司通过建立统一的备货仓物流配送体系，已设立30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。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年7月14日 |