**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2020-026**

**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** | 国信证券黄道立、人保资产、长江养老、恒生前海基金、中银基金、盈峰资本、安信证券、国投瑞银、大家资产、大成基金、南方基金、中信保诚、人寿养老等28位机构投资者参加本次电话会议。 |
| **时间** | 2020年7月16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  证券事务代表：韩爽 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **1、公司上半年的收入增长情况？**  公司近期披露了《2020年半年度业绩预告》，预计2020年1-6月归属于上市公司股东的净利润为1.94—2.41亿元，同比增长60.78%—99.32%。主要因为新冠疫情期间，公司做好防控工作的同时积极推动复产复工，整体生产、经营情况良好，销售收入较上年同期有所增长，销售费用进一步摊薄。  **2、云采平台的订单情况？**  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。云采平台中虽有一部分是新客户群体，但在线上下单是公司业务形式上的转变，是一个提升销售效能的方式，并非新的业务拓展。  **3、原材料价格对公司的影响？**  公司的产品分为标准类和定制类，定制类产品会结合当期的原材料价格等因素来定价，受原材料价格等综合因素影响；标准类产品为每年统一定价，非大幅原材料价格波动不做改变。  **4、云采平台的服务如何体现？**  云采平台至2019年初上线之后，始终围绕“服务、支持、减负、增效”的核心目标进行优化升级，目标是对内支持、服务销售，对外服务客户，满足客户自主采购需求。  公司将一些基础的标准化流程放到云采平台上，例如，以往需要销售人员与客户交流之后，再将订单信息录入CRM管理平台，而不是由客户直接交互的信息反映；随着公司品类的拓展，产品图册也越来越多，众多的产品图册不利于销售人员携带和客户查阅；公司将此类基础工作放在云采平台，给销售人员减负，从而增加人均产出。客户可以通过线上查阅图册，自主下单或联系销售/技术人员，提升了响应速度且更加便捷。  **5、公司现有产能情况及未来规划？**  从公司2016年上市至今，公司的产能一直保持较为饱和的状态。现阶段正在进行的有两个增资扩产项目。位于东莞总部的塘厦增资扩产项目和位于河南卫辉市的华北生产基地。塘厦增资扩产项目主要用于扩大现有的产品线及新增产品；华北生产基地主要用于建设建筑五金及配套产品的生产线、华北仓储配送中心及相关设施。若三五年后公司业务仍处在高速发展状态，还需要另外考虑扩张计划，公司也在密切关注。  **6、公司直销和经销的占比情况？未来是否改变？**  公司销售模式以直销为主，并结合网络销售平台的线上辅助销售。销售团队在市场开拓业务中，能够充分发挥团队协同平台优势，将销售人员与产品经理相结合，通过专业的技术支持、良好的营销服务能力，发挥信息化管理工具的优势，形成销售业务前端、订单处理、生产交付、售后服务等整个业务链条的大协同，解决不同类型客户在项目跟进过程中的需求。根据目前公司战略规划和竞争优势，还将继续采用直销的销售模式。  **7、公司对应收账款的管理？**  公司对不同的客户群体，通过加强信用等级的评定，采取了差异化授信模式管理，积极提升授信使用效率。因工程类订单回款周期较长，公司通过采取积极有效的管控措施，对应账款余额进行持续监控管理，以确保采取必要的措施回收过期债权以减少公司发生重大坏账风险。公司账龄在1年以内的应收账款占比约90%，应收余额较大的公司多为上市或大型客户，抗风险能力强，应收款账款质量良好。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年7月16日 |