

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2024-008

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	<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）
参与单位名称 及人员姓名	招商证券、圆信永丰、大成基金、南方基金、恒泰证券、东莞证券、第一创业投资、迪策投资、达晨财智、国惠基金、国泰君安、纽富斯投资、泰德圣投资、远信基金、大华信安基金、华宝万盈资产、前海拓扑投资、吉富创投、鼎睿资本、智牛投资、中非信银投资、乾成投资、信泽基金等 40 余位机构、个人投资者参加本次会议。
时间	2024 年 5 月 23 日
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长：白宝鲲 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	<p>1、公司的海外业务模式？</p> <p>公司多年以来一直积极开拓海外市场。公司的海外业务模式经历了几个发展阶段。阶段一，早期的海外模式是通过参加展会和客户资源积累开展销售业务；阶段二，公司在海外东南亚市场进行市场开拓，通过设立海外子公司复制成熟的国内模式开展业务；到了现阶段，通过在国外成立多家销售子公司和办事处、以及设立备货仓采用直销模式扩展海外市场。同时，海外业务与国内使用相同的信息化系统对接，通过招聘本土化员工等加大本土化运营，公司也在原有产品类别基础上，关注和开发更多海外新产品，满足海外市场更多新场景的业务拓展。</p> <p>海外市场经过近几年的调整和修复，相信会成为公司业绩增长</p>

的一个重要组成部分。

2、原材料价格趋势及价格波动应对措施？

公司生产经营所需的主要材料为不锈钢、铝合金、锌合金和零配件，价格趋势相对稳定，目前主要原材料价格较年初略有增长；公司围绕交付全链条，持续进行销售计划与产能管理各环节优化，提升采购需求预测能力，结合原材料波动趋势制定合理的采购策略，从而降低采购成本。

3、公司拓展新品类的思路？

近些年公司一直在坚持做新品类的拓展和培育工作。公司新产品拓展的方向一直很明确，主要是两个方向：一个是围绕我们的新场景销售进行拓展，另一个是对已有产品进一步强化进行横向拓宽。同时，也会利用现有公司及旗下产业情况推出新品类。总体来说是与我们现有的客户能够形成协同效应，不会拓展一个完全跟我们不相关的产品。接下来，根据公司业务发展和市场需求情况会适当进行节奏调整，将更多关注新品类的培育情况。

4、公司拓展新品类的模式？

公司在新产品导入时会做多维度的评估，从市场端分析其是否具有协同效应、是否围绕主业拓展，选择在行业内良好口碑及具有一定知名度的品牌进行合作。产品导入后能否做好涉及多方面因素，每个产业发展都需要一定时间，新品类培育需要时间过程，各方需要协同发展。因此，公司在新产品拓展的初期，首先会先与产品方签订战略合作协议，通过尝试销售，经过市场推广后根据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，优先考虑股权合作，增加与产品方粘性，同时通过共享供应链平台及物流资源整合，展现集成化优势。

5、公司在县城市场的开展情况？

在过去几年，由于受房地产行业深度调整对市场的冲击影响，为更好的应对复杂的市场变化，公司在县城加大了非地产类的新场景、新市场的开发工作，例如关注和开拓工厂、学校、医院、中小酒店等场景。县城资源相对匮乏，一般项目体量小，品类分散，客户群体更加多样，产品集成化供应成为我们在县城市场开发的核心竞争优势。

我们将持续推动对县城市场的渠道下沉工作，利用渠道下沉契机和多品类集成供应优势，关注率先形成突破的区域和项目，复制项目拓展成功的经验，不断提升在县城市场的业绩增长。今年以来房地产也有较多的新政策调整和动向，对公司县城市场和渠道下沉也将带来积极推动。

6、公司在县城的人均产出如何？

公司产品统一报价，产品的毛利是一致的。县城的利润归根还是主要与人均产出相关。由于内部组织人员布局情况，以大区为经营单元经营分析，目前很难单独从盈利角度拆分县城的盈利情况。

从县城销售额增长来看，公司通过多品类销售渠道下沉，给客户带来一站式集成采购，且已在成熟的县城市场取得了不错的成效。县城人均产出同比亦相应提升。随着未来县城业绩占比的逐渐增长和产品结构调整等推动，县城整体来看是可以实现收支平衡。

7、公司云采平台的介绍。

公司云采平台于2019年初上线，其定位是客户端服务平台，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、提高人均效能；对外服务客户，连通客户的日常采购，做到线上线下一体化，提高响应速度和效率。云采平台可以做到从设计图到产品分解和设计展示、实际安装效果展示的功能，同时也实现了安装服务的线上响应。随着公司国内云采平台的

	使用率在进一步提高，目前通过云采的订单接近 2/3。平台自上线以来，有专门团队负责运维和开发，不断进行迭代升级，为销售人员提供更多支持，同时也能增加客户粘性。
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 5 月 23 日