

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2021-037

## 广东坚朗五金制品股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input 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 checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>西部证券李华丰、中信资管、工银瑞信、长盛基金、中银基金、宝盈基金、成泉资本、博道基金、德邦基金、华富基金、嘉实基金、诺德基金、石锋资产、银河基金、长信基金、国寿安保基金、国寿养老等 50 余位机构投资者参加本次电话会议。</p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 9 月 8 日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事会秘书：殷建忠</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p><b>1、公司未来发展规划以及行业发展的看法？</b></p> <p>国内建筑配套件行业具有高离散、品类众多的特性，集中度低。随着建筑配套件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。</p> <p>公司的战略定位是以建筑门窗幕墙五金为核心的建筑配套件集成供应商布局。当前公司进入了相对稳定的阶段，公司一站式服务的销售模式也逐步得到客户的认可，随着规模的扩大规模效应也愈发明显。公司对新品类拓展、渠道下沉、海外市场拓展等，都还有一定空间，管理层会保持初心、科学决策，带领团队围绕公司的战略，精耕细作，夯实现有业务。</p>

## 2、从当前行业面临的问题考量，公司未来是否改变销售模式？

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。

2020年下半年房地产资管新规“三条红线”的出台，导致行业资金收紧，建筑行业面临的资金压力较为明显，应收票据金额增加。公司采取有效措施，积极应对。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。

## 3、对于目前市场上的“一站式”采购平台，公司有哪些优势？

建筑五金行业的高离散型特性，随着客户需求多元化，以及以大型房产商为代表的上游客户不断整合，对建筑配套件的集成供应要求和产品集成化能力也越来越高。

建筑五金等产品分为标准产品和定制产品，为客户提供“一站式”采购的同时，需要一定的产品设计制造等能力，提供专业化服务，为客户减负，更是客户的需求。公司的竞争优势在于：拥有资本市场及品牌优势的情况下，运用高效规范的现代化管理体系，高水平的技术研发及检测试验能力，通过集成的信息化管理平台将产品集成做得越来越全面，为客户提供更专业化的服务。

## 4、公司进一步发展的思考和公司战略定位？

公司的战略定位是以建筑门窗幕墙五金为核心的建筑配套件集成供应商布局。

相比前几年，公司进入了相对稳定的阶段。公司一站式服务的销售模式也逐步得到客户的认可，随着规模的扩大规模效

应也愈发明显。公司对新品类拓展、渠道下沉、海外市场拓展等，都还有一定空间，管理层会保持初心，带领团队围绕公司的战略，精耕细作，夯实现有业务。

#### **5、公司 2021 年拓展了哪些新品类？**

2021 年上半年成立了几家新公司进行产能布局，如间隔条、橱柜、美盛发泡胶和硅酮胶，进一步丰富产品线，强化我们产品的优势。未来将持续围绕客户的“一站式”采购需求，以及市场变化有节奏的导入新产品，扩充集成配套产品线。

#### **6、公司对新品类拓展的规划？**

公司定位是建筑配套件集成供应商，坚持围绕市场变化和客户需求有节奏的导入新产品，扩充集成配套产品线。在选择上，公司更倾向于生产、销售与我们现有模式存在互补和高度协同的品类和行业，具有行业的技术积淀和产品优势，拥有较好价值观的管理层团队；同时，也会利用现有公司及旗下生产情况推出新品类。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。

#### **7、公司海外市场的拓展情况？**

公司多年以来，一直积极开拓海外市场。原本去年能够逐步进入收获期，但因疫情受到了一定影响。海外市场拓展策略与国内相似，其一，通过在国外设立子公司和办事处、以及备货仓储式直销模式扩展海外市场。近年来已设立 10 余个海外备货仓，以快速响应客户供货需求。其二，采用员工本地化布局，并使用国内相同的信息化系统对接业务流程，这在疫情期间起到了良好作用，同时也能共享学习资料等。

	目前，公司已在印度、越南、印尼、马来西亚、墨西哥、阿联酋等国家设立子公司，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	2021年9月8日