

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

公告编号：2019-057

广东坚朗五金制品股份有限公司 2019 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明：无

非标准审计意见提示

☐ 适用 ☒ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

☐ 适用 ☒ 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 ☒ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	坚朗五金	股票代码	002791
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	殷建忠	韩爽	
办公地址	广东省东莞市塘厦镇大坪坚朗路 3 号	广东省东莞市塘厦镇大坪坚朗路 3 号	
电话	0769-82955232	0769-82955232	
电子信箱	dsb@kinlong.com	dsb@kinlong.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	2,088,778,770.90	1,582,889,754.47	31.96%
归属于上市公司股东的净利润 （元）	120,658,986.04	31,447,265.36	283.69%
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润（元）	118,627,339.80	26,641,545.76	345.27%
经营活动产生的现金流量净额 （元）	-394,227,978.12	-461,991,980.92	14.67%
基本每股收益（元/股）	0.38	0.10	280.00%
稀释每股收益（元/股）	0.38	0.10	280.00%
加权平均净资产收益率	4.36%	1.20%	3.16%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减
总资产（元）	4,617,082,924.63	4,029,658,072.67	14.58%
归属于上市公司股东的净资产 （元）	2,745,935,316.28	2,755,406,125.21	-0.34%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数		15,164		报告期末表决权恢复的 优先股股东总数（如有）	0	
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份 数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
白宝鲲	境内自然人	35.39%	113,789,676	85,342,257		
闫桂林	境内自然人	8.78%	28,215,135	21,161,351		
陈平	境内自然人	7.43%	23,874,345	17,905,759		
白宝萍	境内自然人	7.43%	23,874,345	17,905,759		
王晓丽	境内自然人	4.05%	13,022,370	9,766,777		
全国社保基金四一三组合	其他	1.69%	5,434,403	0		
坚兴公司	境内非国有法人	1.54%	4,964,956	0		
幸源公司	境内非国有法人	1.54%	4,964,956	0		
白宝鹏	境内自然人	1.50%	4,823,100	0		
殷建忠	境内自然人	1.13%	3,617,325	2,712,994		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，白宝鲲是公司的实际控制人，白宝鲲与白宝萍为兄妹关系，白				

	宝鲲与白宝鹏为兄弟关系，白宝鲲的弟弟白宝鹏的配偶为陈平之妹；殷建忠配偶之父与白宝鲲之父系兄弟关系。白宝鲲实际控制坚兴公司、幸源公司。除此以外，未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。
--	---

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

（一）公司经营业务概要

2019 年中国宏观经济保持了总体平稳增长，2019 年 1-6 月，全国房地产开发投资 61,609 亿元，同比名义增长 10.9%，全国商品房销售面积 7.58 亿平方米，同比下降 1.8%。城市化进程的快速推进，为建筑五金带来持续的市场需求和发展空间。报告期内，公司实现营业总收入 20.89 亿元，较上年同期增长 31.96%，持续保持健康增长。

作为建筑五金领域的领导企业，坚朗五金多年来专注经营发展。公司利用上市平台优势，围绕建筑构件配件集成供应商的战略定位不断拓展新产品、加大投入积极整合行业优质资源、夯实渠道建设，拓展三四

线市场，利用“一带一路”的有利契机，积极布局海外建立子公司。同时公司在已有印度、越南、印尼、马来西亚、泰国等子公司，加大对“一带一路”市场拓展。随着各项措施的有序推进，已初步取得了积极的效果。

报告期内建筑五金行业处于一个集中度快速提高的时期，市场价格竞争激烈。众多新产品在培育期内收入增长迅速，报告期内实现归属于上市公司股东的净利润 12,065.90 万元，同比上升 283.69%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 11,862.73 万元，同比上升 345.27%。

按照发展规划，公司将继续围绕建筑五金产品集成化方向发展：一方面继续保持对现有优势产业的增资扩产和新增关联产品的延伸投入；另一方面，整合建筑行业内优势资源，积极通过战略投资与合作提升产业发展能力；丰富门窗类产品，布局建筑节能和绿色建筑；战略布局智能家居与安防市场；完善锚固技术产品体系，助推地下综合管廊业务发展；战略代理国外高端品牌，满足消费升级需求；构建劳动安全防护用品综合提供能力。

坚朗旗下主要品牌有“KIN LONG 坚朗”、“KINEX 坚宜佳”、“HBS 海贝斯”、“新安东”、“GTI 秦泰”、“春光间隔条”、“TRENITE 特灵”、“GIVEN 坚稳”、“PRECSIO 精高”、“GRIWIND 格兰斯柯”及“LIFPROT 莱法特”等；截止报告期末参股品牌有“君和睿通”、“美盛”、“道尔”、“金鹏”、“快螺”等；战略合作品牌主要有“MACO”、“Fapim”、“GILGEN”及“FLEX”“Ensinger”等。随着渠道优势和产品集成优势的逐步体现，将有利于推动公司建筑配套件集成供应商的战略布局。

公司旗下品牌、参股品牌及战略合作品牌明细如下：

坚朗旗下品牌

 KIN LONG 坚朗 Construction Hardware Expert 建筑五金专家	 Kinex 坚宜佳	 Trenite 特灵	 坚稳 GIVEN	 精高 PRECSIO
 HBS 海贝斯 智能门锁	 新安东 — SINCE 1962 —	 GTI 香港秦泰	 春光间隔条 CHUNGANG SPACER	 LIFPROT 莱法特防火材料
 GRIWIND 格兰斯柯	 特灵特			

坚朗参股品牌

 gemvary 君和睿通	 GNS	 道尔 DOOR	 金鹏 Kinpeng	 快螺 紧固件
--	--	---	---	--

坚朗战略合作品牌

 maco 奥地利五金系列	 fapim 意大利铝门窗五金	 GILGEN DOOR SYSTEMS 瑞士铝门窗	 FLEX 源自德国 高端电动工具	 Ensinger 密封胶、密封胶条、密封胶膏
 tremco illbruck 门窗节能安装系统	 3M 玻璃胶、密封胶、密封胶条	 BATIC 巴地格 地板	 nVent 艾力高防霉 ERICO	 SHEFFIELD 工业级工具
 belite Where excellence lives 贝利泰				

同时，公司积极拓展渠道建设，目前国内外销售网点近500个。大力完善上游供应商资源，建立合作共赢的供应链管理体系。通过合资控股以及推进信息化，加强与供应链的管理，建立质量有保证、成本有

优势、响应速度快、合作能共赢的供应体系。同时，利用资本市场优势，将公司打造成为建筑五金行业的持续领导者。

夯实内部管理，引进高端人才。为了适应快速发展的人才需要，公司先后引进具有先进企业、先进经验的高端人才，快速推动完善品牌建设、信息化建设、优化供应链管理等。在内部人才培育上，公司通过完善绩效考核体系和培训课程体系，对不同岗位的员工开展专项培训，提升职业技能和职业素养。

（二）核心竞争力分析

（1）营销渠道优势

坚朗五金定位于建筑配套件集成供应商，以“研发+制造+服务”的全链条销售模式不断满足客户需求和市场变化。以顾客需求为导向、自建营销渠道，直接面对客户提供产品和技术服务。报告期内，公司持续提升自身销售服务能力，在巩固门窗五金系统及点支承玻璃幕墙构配件产品的市场领先地位的基础上，充分利用销售渠道的共享，通过品牌带动，不断扩大门控五金、智能家居等市场。国际化是公司发展的重要战略组成部分，公司借助国家推动“一带一路”大战略的有利契机，积极开发“一带一路”相关新兴国家的市场。同时继续加强海外市场营销网络建设，扩大中东等地区市场份额，通过海外库存前置，缩短交货周期，人员本地化管理，有力的促进销售增长。

（2）产品集成优势

随着房地产行业上下游集中度的不断提高，客户多样化需求使得集成化产品销售的综合优势显现。马太效应催生的以坚朗五金为代表的大型建筑五金集成供应商出现，建筑五金行业向着“研发+制造+服务”的方向发展。公司产品线丰富，涵盖门窗五金系统、门控五金系统、点支承玻璃幕墙构配件、不锈钢护栏构配件以及卫浴挂件、高档门锁等其他建筑五金产品，并根据国家投资方向，布局管廊产品。

2019年公司继续加大投入智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品，开始进入安防、地下综合管廊、自然消防排烟与智能通风窗、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，基本可满足公共建筑、商业建筑、房地产、地铁、机场、管廊等各类型建筑五金的订单一站式采购需求。本公司依托其强大的生产设计能力，快速响应的生产管理水平，集中行业内优秀的品牌企业资源，能够为客户提供一站式的采购服务，不仅可以保证产品质量，而且可以帮助客户大大降低多个供应商采购的管理成本。

（3）高效规范的现代化管理体系优势

建筑五金属于高度离散为主的制造业，具有产品应用面广、产品种类繁多、定制产品占比高、客户和订单相对分散等特点。本公司以信息化的深度应用为基础，依靠柔性化的生产管理、专业稳定的管理团队、不断完善的管理流程，经过多年沉淀和积累，而形成的服务于B端客户的高效规范的现代化管理体系，已取得国内建筑五金企业中较领先的竞争优势。

（4）资本市场及品牌优势

公司是目前为止国内A股上市公司中建筑配套件品类最多的集成供应商，具有较高的行业品牌形象和品牌优势。经过多年品牌建设，本公司拥有的“坚朗”、“坚宜佳”、“海贝斯”、“新安东”、“GTI”（秦

泰)等品牌已经成为建筑五金行业的著名品牌,在行业内赢得了较高的知名度和美誉度。公司将选择生产、销售与我们现有模式存在互补和高度协同的品类和行业进行关联产业的并购或战略合作,继续扩大和延伸公司产品线,将公司打造成为建筑五金行业的持续领导者。

(5) 高水平的技术研发及检测试验能力

公司利用信息化工具及大数据分析技术相结合搭建起具有坚朗特色的“研发体系管理信息化平台”,快速响应市场需求,精准定位产品研发方向,由单点需求研发向集成产品研发升级;加大产品供给的资源整合力度,打造一体化的“研、产、供、销”智能化管理平台,推动产品智能化生产供给的实现步伐。

1) 经过多年的技术积累和工艺开发,本公司的研发生产技术水平已处于行业先进水平:2016年“预应力整体张拉结构关键技术创新与应用”项目获得国家科学技术进步奖二等奖。报告期内获得新增专利30余项,其中发明专利8项,累计获得专利约700项。发明专利数量和专利总量在行业内处于较为领先的地位。

2) 经过多年的检测试验技术的研究实践,本公司已经拥有了“通过国家合格评定认可委员会(CNAS)”认可的检测实验室。依托强大的技术研发及检测实力,公司积极参与主编参编国家标准、行业标准、地方标准、团体标准的编制工作,截止报告期末,共完成主编标准和参编标准150多项。

3) 公司获得了研发科技创新多项荣誉:本公司于2009年被认定为高新技术企业并于2012年通过复审,2015年、2018年再次通过高新技术企业认定评审。2014年被授予“省级企业技术中心”。2015年被授予“广东省建筑构配件工程技术研究中心”。2015年被授予“国家知识产权优势企业”。公司连续三届荣获建筑门窗幕墙行业“金轩奖”最具影响力品牌,2017年公司参建工程荣获中国钢结构金奖,还被评为中国门窗幕墙行业五金十大首选品牌,广东省出口名牌企业,2018年授予坚朗“国家知识产权示范企业”。

(6) 专业化的服务

公司将专业化技术服务配置于整个销售过程中:售前,经过技术服务人员、研发人员与客户充分沟通,使目标工程项目实现最佳技术方案;售中,通过技术培训、详尽的产品安装说明,让客户方便安装、使用;售后,通过回访、客户满意度调查等形式保持与客户良好的关系。根据不同产品特点扩大自建安装团队,拓宽服务范围,满足客户的安装需求。报告期内,公司上线售后安装信息化管理系统,完善了400电话服务平台,实现售后的快速响应,进一步加强与终端客户的联系沟通,提升响应速度和客户满意度。有利于突破智能锁售后安装的瓶颈,为智能锁和智能家居产品的增长提供良好的售后保证。

(7) 集成的信息化管理平台

公司一直以来对信息化建设高度重视,十多年的信息化发展历程伴随和证明了公司的快速发展,各项业务产生的数据分析对决策层提供了各种决策依据和参考。公司各主流业务系统均采用全球最大的系统集成解决方案供应商ORACLE(甲骨文公司)提供的系统平台,涵盖和整合了供应链、客户关系、计划及生产制造、成本及财务管理,打通了端到端的整个业务链条。为了提升配送效率,快速交货客户,公司规划并上线了仓储和物流运输管理系统,并将安装和售后服务的产品也纳入到系统平台,实现了完整的交付链条管理;同时,为了适应时代的发展需求,公司正着力打造针对B端客户的线上服务平台,并针对公司部

分产品售后服务需要，已启用线上售后服务平台，探索“线上下单+线下服务”新的业务模式，以企业微信为移动平台，辅以公众号、小程序、呼叫中心等载体，快速复制并推广给客户，涵盖PC+移动的不同业务场景，满足不同客户的下单需要，提升客户体验！

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

(1) 重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
2017年3月31日，财政部发布了《关于印发修订〈企业会计准则第22号——金融工具确认和计量〉的通知》（财会〔2017〕7号）、《关于印发修订〈企业会计准则第23号——金融资产转移〉的通知》（财会〔2017〕8号）、《关于印发修订〈企业会计准则第24号——套期会计〉的通知》（财会〔2017〕9号）；2017年5月2日，财政部发布了《关于印发修订〈企业会计准则第37号——金融工具列报〉的通知》（财会〔2017〕14号），要求境内上市企业自2019年1月1日起施行上述准则。根据上述文件的要求，公司对会计政策予以相应变更，于2019年1月1日起开始执行上述企业会计准则。	公司于2019年4月17日召开的第三届董事会第三次会议、第三届监事会第二次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》	内容详见公司于2019年4月19日披露的《关于会计政策变更的公告》（公告编号：2019-039）
财政部于2019年4月30日发布《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号），对企业财务报表格式进行调整。	公司于2019年8月27日召开第三届董事会第五次会议及第三届监事会第四次会议，审议通过了《关于会计政策变更、会计估计变更的议案》	内容详见公司披露的《关于会计政策变更、会计估计变更的公告》（公告编号：2019-060）

财务报表格式修订对2018年度财务报表受重要影响的报表项目和金额如下表：（单位：元）

2018年12月31日	合并报表		母公司报表	
	调整前	调整后	调整前	调整后
应收票据及应收账款	1,390,417,524.99		1,327,399,541.04	
应收票据		394,403,205.06		387,867,611.49
应收账款		996,014,319.93		939,531,929.55
应付票据及应付账款	694,303,676.80		680,907,770.87	
应付票据		189,423,538.03		210,337,538.03
应付账款		504,880,138.77		470,570,232.84

(2) 重要会计估计变更

无

(3) 核算方法变更

无

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

本公司本报告期纳入合并范围的子公司共21户，其中本报告期新增下表1户，详见全文第十节、八“合并范围的变更”。

公司名称	主要经营地	注册地	注册资本（元）	持股比例（%）	取得方式
天津金鹏管业发展有限公司	中国天津	中国天津	RMB120,000,000	51	设立