**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2019-022**

**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 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国盛证券有限责任公司：黄诗涛  嘉实基金管理有限公司：沈玉梁  融通基金管理有限公司：付伟琦  长城基金管理有限公司：周诗博  招商基金管理有限公司：巫亚军  中欧基金管理有限公司：王峻  中融基金管理有限公司：熊键  博道基金管理有限公司：袁争光  长信基金管理有限责任公司：程昕  中国人寿资产管理有限公司：和川  天津远望资产管理咨询有限公司：刘程康  深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司：蒲仁杰  国投瑞银基金管理有限公司：代振华、孙文龙、伍智勇、吉莉 |
| **时间** | 2019年12月9日 |
| **地点** | 公司总部会议室 |
| **上市公司接待**  **人员姓名** | 董事长兼总裁：白宝鲲  财务总监;邹志敏  证券事务代表：韩爽 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **1、公司未来三至五年主要往哪方面发展？**  公司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。未来仍继续对传统的建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等做精做细，同时根据市场变化和客户需求选择合适的新品类丰富产品线。加大投入进入智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品，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。目前已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、公司门窗类增长的原因？**  随着销售渠道的下沉和推进，公司门窗五金产品的收入加速增长，同时主要原材料价格趋于稳定，事业部生产端设备和自动化升级改造，有效提升了产能利用率，毛利率同比有所增加。  **3、公司如何管理应收账款？**  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，仅针对部分信用较好的优质战略客户调整授信额度，积极提升授信使用效率。且随着工程类订单的增加，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。  **4、公司的产能使用情况？**  目前公司生产按照客户的需求正常进行，随着公司市场的进一步拓展和产品品类延伸，公司结合订单增长情况有序扩大产能项目建设。公司“不锈钢建筑构配件扩产项目”基础厂房建设已基本完成，预计2019年底建成投产；推动“塘厦坚朗五金增资扩产项目”和“坚朗五金华北生产基地”项目首期规划建设工作，早日实现效益。  **5、建筑五金行业的现状及发展前景？**  公司定位为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。建筑五金行业有着高离散型特性，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，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。  **6、公司致力投入信息化的原因？**  由于建筑五金行业的高离散、品类众多的特性，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，强化产品集成化能力，提升公司全链条、端到端的业务高效协同，同时通过强大的客户资源管理能力、全方位的供应链管理能力为客户提供更丰富、更灵活、更快捷的服务。  **7、公司营销模式？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，公司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。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2019年12月9日 |