**证券代码：002791 证券简称：坚朗五金 编号：2020-042**

**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** | 上海申银万国证券研究所有限公司：戴铭余、刘爽  瑞银证券有限责任公司：李欣蕾 |
| **时间** | 2020年12月24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、公司的竞争优势？**  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，在节约采购成本的基础上，客户越来越倾向于“一站式采购”，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。而我们的竞争优势恰好体现在：产品集成优势；高效规范的现代化管理体系优势；资本市场及品牌优势；高水平的技术研发及检测试验能力；专业化的服务；集成的信息化管理平台等。  **2、公司客户群体以哪些为主？**  公司的客户数量较多且集中度较低，主要客户群体包括地产公司、幕墙公司、门窗公司、装饰公司等。  **3、公司对销售网点、渠道下沉的拓展规划？**  公司在2016-2018年集中进行渠道下沉，销售人员增长较快。从2019年开始，公司集中进行渠道下沉的阶段已经结束，开始进入有针对性的增加阶段；公司对销售网点的设立没有数量限制，销售大区根据市场投资等情况设立和管理。  **4、公司对销售人员的培养体系是什么？**  公司通过多渠道模式实现协同，依托强大的信息化系统平台，实行组织化运营，充分发挥团队协同平台优势，从点对点、端到端的系统培训、知识平台分享，通过建立学习平台培训系统、结合线下培训学习交流，快速提升专业的技术支持能力、营销服务能力和综合素质，并同步实现销售人员移动办公，独立承担销售业务并更好的服务于客户。  **5、公司为什么建立备货仓体系？**  公司产品类别较多，且生产周期也各有差异。为了提高供货效率，公司通过建立统一的备货仓物流配送体系，已设立四十多个国内外备货仓，进行多品类的标准件产品储备，提升订单交付效率，节省运输成本。  **6、公司会选择怎样的新品类进行拓展？**  公司可以拓展的品类还有很多，主要依据市场需求优先选择与我们现有模式存在互补和高度协同的品类；公司会根据产品具体情况做深入研究和评估分析，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、公司选择直销模式的原因？**  公司销售团队在市场开拓业务时，能够充分发挥团队协同平台优势，将销售人员、产品经理和服务支持团体相结合，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。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年12月24日 |