

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2021-006

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>国盛证券黄诗涛&房大磊、嘉实基金、汇添富基金、工银瑞信、国泰基金、广发基金、兴业基金、圆信永丰、鹏华基金、中信资管、Bosvalen、诺安基金、银河基金、国寿安保、永赢基金、尚雅投资、玖鹏资产、融通基金、长城基金、长盛基金、中欧基金、中银基金、博时基金、国金资管、东方资产等 119 位机构投资者参加本次会议。</p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 2 月 28 日</p>
<p>地点</p>	<p>总部会议室</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事长：白宝鲲 董事会秘书：殷建忠 财务总监：邹志敏 证券事务代表：韩爽</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>1、云采平台的运营情况？</p> <p>云采平台自 2019 年上线，定位是客户端服务平台，未来希望做到线上线下一体化。云采平台 2019 年收入占比 2%，2020 年 30%左右（1/3），云采平台销售额增长较快，主因上半年因疫情的原因多数业务转为了线上，也陆续将标准化产品和部分定制类产品（轻定制类、配置类，如门窗类产品）的上线，剩余 2/3 主要是高服务和高定制类产品，未来也将上线，最终实</p>

现线上线下一体化的目标，提高响应速度和效率。

2、公司未来三五年的规划？

公司前几年有较多调整，现在进入了相对稳定的阶段，没有大幅调整，主要是夯实现有业务，在细节上进一步优化。渠道下沉方面，地级市基本覆盖，县级市、县城还有较大拓展空间；因疫情海外市场受到了一定影响，今后仍需持续拓展，信息化系统需进一步完善优化；随着市场需求和产品增加，安装需求也在提升，安装团队的建设也是公司未来的一个重点。

3、原材料价格上涨对公司的影响？

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，本次大幅上涨的铜等材料公司使用相对较少。公司的产品主要分为标准件和非标件，非标件为定制类产品，每个订单单独询价，与原材料的价格密切相关；标准件每年统一定价，非原材料价格大幅波动不做改变。

4、安装团队的未来规划？

随着公司产品品类逐步增加，涉及安装问题也增多，尤其是工程类产品。公司门窗五金和幕墙结构类产品销售给门窗厂和幕墙公司，此类客户自行安排处理安装环节。有一些安装属性比较强，但是还没形成社会化分工的产品，客户要求产品+安装交付需求，希望更有效率的安装方式，这也导致公司提供安装的需求增加。公司选择当前市场上尚未形成成熟安装模式的进行介入，给客户提供更好的服务，未来的1-2年是新能力构建的过程。目前，公司提供安装服务的产品有智能锁、抗震支吊架、护栏以及部分智能家居、智慧小区类产品，仍以智能锁为主。目前安装团队近四百人，随着公司业务的发展和客户的需求增加，未来安装团队将扩大，能够提供安装服务的产品

	<p>也会越来越多。</p> <p>5、公司如何提高人均效能？</p> <p>目前公司销售系统人员效能存在一定差异性，如北京上海等地，人均效能相对较高；对于渠道下沉的新市场尚处于开拓阶段，市场基础较为薄弱，客户粘性不强，人均销售额还不高。提高人均效能是公司的长期目标，目前主要从两个方面来提高，一是充分使用信息化系统，提高业务效率；另一方面是从多元化产品集成供应角度，提高人均销售收入，从而摊薄销售费用。</p> <p>6、公司对销售团队、安装团队人员增长的规划？</p> <p>目前，公司国内外销售网络点超 500 个，销售团队 5000 余人。未来主要根据各营销网点的产品铺设与现有情况，针对各类产品铺设进行合理布局。公司人员的扩充会按照业绩增长目标进行，但总体上人员增长会低于销售增长，更关注人均效率提升，未来对销售团队和安装团队有序增加。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 2 月 28 日