

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2021-031

## 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<br/>活动类别</p>     | <p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input type="checkbox"/>分析师会议<br/> <input type="checkbox"/>媒体采访                                <input type="checkbox"/>业绩说明会<br/> <input type="checkbox"/>新闻发布会                               <input type="checkbox"/>路演活动<br/> <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<br/>人员姓名</p>   | <p>国盛证券黄诗涛、长江证券范超&amp;张佩、中泰建材孙颖、中金公司杨茂达、嘉实基金、长盛基金、博时基金、光大信托、交银基金、鹏扬基金、太平资产、万家基金、长信基金、招商基金、中欧基金、中信资管、大成基金、泓澄投资、工银瑞信、光大保德信、国泰基金、建信基金、鹏华基金、睿远基金、天治基金、驼铃资产、Bosvalen、Library Research Limited、博道基金、固禾资产、南方基金、汇添富基金、平安养老、石锋资产、西部利得基金、汐泰基金、彤源投资、新华基金、兴业基金、长城基金、Piont72、财信证券、大成基金、东方阿尔法、广发证券、交银施罗德、农银汇理、东吴人寿、国寿养老等 480 余位机构投资者参加本次电话会议。</p>                                                                 |
| <p>时间</p>                 | <p>2021 年 8 月 18 日</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>地点</p>                 | <p>公司会议室</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>上市公司接待<br/>人员姓名</p>    | <p>董事长：白宝鲲<br/>         董事会秘书：殷建忠<br/>         财务总监：邹志敏</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>投资者关系活动<br/>主要内容介绍</p> | <p>1、公司 2021 年半年度报告简要介绍。<br/>         公司 2021 年半年度营业收入 34.87 亿元，同比增长 34.25%；持续经营净利润 3.92 亿，同比增长 53.67%；归属于母公司所有者的净利润 3.79 亿，同比增长 63.95%。经营活动产生的现金流量净额为-5.49 亿，去年同期-3.68 亿，第二季</p>                                                                                                                                                                                                                   |

度经营活动产生的现金流量净额为 1.3 亿。

## 2、公司云采平台 2021 年半年度的运营情况？

公司在 2019 年初上线了云采平台，定位为公司的客户端服务平台，始终围绕“服务、支持、减负、增效”的核心目标进行优化升级。目标是对内支持、服务销售、提高效率，对外服务客户，连通客户的日常采购，做到线上线下一体化，提高响应速度和效率。

2021 年半年度云采平台的销售额占比 40%左右，在 2020 年度基础上对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）的业务流程做进一步优化，剩余 2/3 主要是高服务和高定制类产品，未来也将上线，最终实现线上线下一体化的目标，提高响应速度和效率。

## 3、公司经营性现金流的情况介绍。

2021 年半年度经营活动产生的现金流量净额为-5.49 亿元，去年同期-3.67 亿元，今年二季度 1.3 亿元，单季度是正的现金流。

在建筑降杠杆的大背景下，整个地产调控影响会相互传导，尽管公司主要是跟分包商、门窗厂等合作单位进行交易结算，但还是会受一定影响，收款的方式上也票据的量会更大一点，收现比会有下降。从整个产业链上看，受大环境影响，付现比同比也有下降。

## 4、公司对海外市场的拓展规划？

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，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。

#### **5、公司家居类产品具体细分品类介绍。**

家居类产品 2021 年上半年整体取得 55% 增长，家居类主要分布在三大系列：以智能锁为代表的精装修类产品；智能家居智慧小区类的涉及产品主要有可视对讲等；卫浴产品系列，如葡萄牙的高端卫浴，以及坚朗自有品牌的卫浴产品。

#### **6、公司家居类产品增速较快，具体单品类的增长情况介绍。**

2021 年上半年家居类产品增长较好的是海贝斯智能锁产品，上半年业绩约 2 亿；还有卫浴产品中，葡萄牙卫浴产品 6000 万，坚朗品牌卫浴也有保持良好的增速；其他精装修的业务线以及智慧小区产品尚在孵化当中。

#### **7、公司其他建筑五金产品同比增长有所放缓，主要原因及对这块业务未来的展望？**

公司其他建筑五金业务 2021 年上半年营收同比增长 36.6%，原因是 2020 年同期在其他建筑五金收入中包含了口罩、熔喷布等防疫用品合计约 1.4 亿，扣除该部分收入，其他建筑五金产品收入上半年增速为 103%。

2020 年下半年至年底，口罩业务量很小。熔喷布主要是格兰斯柯下属子公司的业务，这块业务是有常态化的产能需求的，故该业务线还继续存在。

#### **8、公司目前的新品类扩张情况？**

公司定位是建筑配套件集成供应商,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。

#### **9、公司企业所得税及少数股东权益下降的原因?**

公司企业所得税率下降的原因,主要有两方面:一是过去子公司多为非高新技术企业,适用25%所得税税率,这两年较多生产型子公司运营盈利良好并申请获批为高新技术企业,适用15%的优惠税率;二是去年4月销售公司正式运营之初,公司将原有备货仓库存一次性转移至建材公司,独立法人主体形成了销售造成了阶段性偏高所致。

少数股权权益下降,主要是系公司之孙公司生产熔喷布,去年受疫情影响熔喷布需求爆发,该业务去年对利润有阶段性贡献,则对应的少数股东权益增加,目前不少子公司经过多年的培育已逐步进入高效运营阶段,未来少数股东权益将保持稳定增长。

#### **10、公司仓储体系的建设情况以及未来规划?**

目前公司在全国建有三十多个备货仓,在海外多个子公司所在地也设有仓库。公司备货仓是专设支持部门进行管理,根据区域市场需求情况租赁仓库,通过第三方物流运输资源配送。有计划地扩大国内外备货仓,以快速响应订单交付,解决产品运输半径问题。通过这两三年的有效运作和不断优化改善,已经逐渐建立起快速响应的仓储物流体系,较好地满足了客户需求。

未来将以建立中心仓模式来加快备货仓的周转和使用效率,当前公司已设立了总部中心仓和华北中心仓,正在良好运

营。

#### 11、公司未来将通过哪些方便提升？

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。目前处于相对稳定的阶段，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。

#### 12、公司对原材料价格波动采取的措施？

公司的产品分为标准类和定制类，定制类产品会结合当期的原材料价格等因素来定价，受原材料价格等综合因素影响；标准类产品根据材料价格变化，视需要做不定期调价。原先签订的未完结订单，按原价格执行完成，部分参与年度集采的产品，会在材料涨跌幅较大以后才调价。

#### 13、公司启动的业财税一体化项目，对经营管理起到怎样的作用？

业财税项目可以理解为数字化改革。从报表角度来讲，它是重新梳理数据并实时反馈的系统。从经营角度来说，能够有详实、实时、量化的数据输出来支撑我们经营的改善。

#### 14、公司如何管理应收账款？

自 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。同时，受疫情影响导致公司送货和货款结算的周期比往年稍有滞后，交付链延长，期末应收款较往年有所增长。面对外部市场环境的变化，公司积极应对，对收款方式做

|          |                                                                                                                                                 |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>了阶段性调整，适度增加了商承的收款额度。并对不同的客户群体，通过加强信用等级的评定，采取了差异化授信模式管理，对应账款余额进行持续监控管理，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。应收余额较大的公司多为上市或大型客户，抗风险能力强，应收账款总体质量良好。</p> |
| 附件清单（如有） | 无                                                                                                                                               |
| 日期       | 2021年8月18日                                                                                                                                      |