

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2022-032

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	兴业证券黄杨、中金公司杨茂达、嘉实基金、博时基金、东吴基金、趣时资产、石锋资产、圆信永丰、长城基金、长盛基金、中欧基金、汐泰基金、友邦人寿、国华人寿、泓澄投资、敦和资产、金鹰基金、未来资产、希瓦资产、华夏基金、Point 72、TX Capital (HK) Limited、APS Asset Management Pte. Ltd、ORIX Asia Capital Limited 等 60 余家机构投资者参加本次会议。
时间	2022 年 11 月 15 日至 16 日
地点	公司会议室
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、目前公司在县城市场布局情况？ 公司在销售渠道下沉工作中加大对县城市场的布局开发。目前销售网络点新增主要集中在县城地区，最近几年新增县城市场在中西部、北方地区较多，因为南方、华东一带经济发展较好，此前已经做了一些渠道下沉布局。 前几年公司县城市场基数虽然不大，但由于加大布局和拓展力度加强，业绩增速最快。主要受防疫政策影响，县城市场前三季度同比下降 2%，没有发挥出业绩贡献。随着疫情管控宽松政策推动，相信县城市场是公司业绩增长的。 2、公司的销售团队拓展情况以及人均效能如何提高？

	公司上半年按照年初的布局渠道下沉策略,销售人员在一季度做了补充,二季度亦有少量补充,三季度已经暂缓扩招。 2021 年度公司人均产出约 150 万元(含税);提高人均效能是公司的长期目标,公司围绕“服务、支持、减负、增效”的核心目标来开展。一是通过信息化系统平台,实行组织化运营,构建“铁三角”战略,客户经理面向客户,产品经理面向产品线,服务支持则负责仓储、物流和安装等,建立客户端服务平台“云采”等,充分发挥团队协同平台优势;另一方面是从多元化产品集成供应角度,增加产品品类,提高人均销售收入,从而摊薄销售费用。 3、公司的新品类为何先在地级市和县城市场先培育? 这与我们的销售渠道拓展和产品定位有很大关系,原先公司的传统品类,例如门窗五金,我们都是从省会和一线城市向下拓展的,后来拓展的第一个新品类智能锁,则先从下沉市场往省会和一线市场发展。公司拓展的新品类其实都处于充分竞争的行业,在不同的阶段情况会有较大差异。市场的竞争一直都是存在的,当前在县城市场我们的竞争对手主要是当地的二线三线品牌,并没有跟头部企业太多竞争。而且我们的渠道下沉已经进入了新阶段,下沉到更深的县城市场,新品类拓展与渠道下沉有着相辅相成的作用。 4、销售人员如何开拓县城市场? 公司的销售人员多数是本土化的,一方面他可以上门拜访了解,或者是自己的亲友介绍等。对于学校、医院等项目主要以招标形式开展,酒店等客户更多考虑产品的性价比和团队服务能力。公司内部也会不定期开展交流会,分享经验,团队协作。 5、公司海外市场的拓展情况?
--	---

海外市场一直是公司长期关注和布局的市场。尤其是近几年陆续在东南亚等地成立了一些销售子公司，加大本土化运营和设立备货仓快速交付，持续进行投入。海外多地疫情逐步放开，海外市场触底反弹后开始复苏，三季度增长超 35%，预计全年增长较为平稳，海外市场业绩虽然占比较小，但是在当前国内增长压力情况下，海外市场对整体业绩带来正向驱动作用。

公司海外市场开拓时间年限较长，人员本地化逐渐形成规模，备货仓也发挥出一定效能，客户交付可以得到快速响应。海外疫情影响到现在已经逐步复苏，综合看目前仍呈现出良好的增长势头。未来海外市场仍是我们一个重要的增长板块。

6、公司门窗五金产品的增长情况以及未来趋势？

公司的门窗五金产品跟地产客户的关联度更高，主要受地产行业的影响。门窗五金也用于新场景中，所以我们进行的渠道下沉和新场景开拓对冲了一部分因地产行业下行带来的影响，短期内门窗五金的增长还是会跟地产关联度更高一些。未来主要看整体的地产复苏趋势，另一方面是我们对中小地产的开拓力度。

7、公司的防水和涂料等产品的竞争情况？

从我们的角度看，主要原因是我们现在走的直销渠道，可能下沉的更深一些，终端我们是直接去面对的业主的单位。从目前的市场情况看，我们的竞争对手主要是当地的二线三线品牌，头部企业可能更多的是在一线市场或者大项目重点项目当中。我们和头部企业是做了这个市场的两端，双方在相当长一段时间里是不会有竞争关系的，我们更多的是关注离散的长尾市场。

8、公司哪些新品类增长更好？

三季度单季度同比来看，公司家居类产品中的新风系统、卫浴产品、瓷砖地板、阳台、橱柜、紧固件零部件产品等都增长较好，

	但整体基数较小。 9、公司的应收账款情况？ 公司应收账款在三季度处于年度最高位，四季度为结算回款高峰，年度应收款情况需结合公司四季度送货及回款进展。因公司客户群体分散，单一客户应收账款体量都相对较小。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 11 月 15 日至 16 日