

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2024-003

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	<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）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、东吴证券、中泰证券、广发证券、中信证券、中金公司、民生证券、申万宏源证券、泉果基金、博时基金、嘉实基金、国寿资产、宝盈基金、贝莱德、博道基金、淡水泉、东方资管、工银瑞信、光大保德信、广发基金、国泰基金、华安基金、泓澄投资、华安基金、华富基金、南方基金、农银基金、鹏华基金、平安基金、人保基金、东兴基金、敦和资产、富国基金、西部利得、圆信永丰、中邮证券、上银基金、金鹰基金、太平资产、中汇人寿、农银人寿、友邦人寿、固禾资产、等 70 余家机构投资者参加本次会议。
时间	2024 年 3 月 27 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：白宝鲲 董事会秘书：殷建忠 财务总监：邹志敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2023 年公司整体经营情况。</p> <p>公司 2023 年实现营业收入 78.02 亿元,同比增长约 2%,从单季度来看,第四季度增长略低于预期,但仍在全年结构中占比最高。较去年同期不同市场增长情况分别为:国内省会城市增长 2%,地级市负增长 3%,县城市场增长 10%;海外略有增长。</p> <p>公司 2023 年实现归属于上市公司股东的净利润 3.24 亿元,同比增长上升 393.89%,在公司公告的业绩预告范围内。毛利率受到原材料价格下降影响,较去年同期增长约 2%,同时第四季度毛利率同比及环比均有所增长。2023 年销售费用略有下降,管理费用</p>

与去年基本持平，但因收入增速不高，所以整体费用摊薄效应不明显。经营活动产生的现金流量净额约 5 亿元，去年同期 9.35 亿元，同比下降 46.61%。公司整体经营状况得到进一步改善

2、公司县城市场的开拓进展情况。

近年来，受房地产行业对市场的冲击，为更好的应对复杂的市场变化，在县城市场上，我们加大了非地产类的新场景、新市场的开发工作，例如工厂、学校、医院、中小酒店等场景。县城资源相对匮乏，一般项目体量小，品类分散，客户群体更加多样，产品集成化供应成为我们在县城市场开发的核心竞争优势。

接下来，我们将持续以北方等市场为先行突破口，加大对县城市场的渠道下沉工作，利用渠道下沉契机和多品类集成供应优势，复制项目拓展成功的经验，不断提升在县城市场的业绩增长。2023 年度，公司在县城市场业绩增速约为 10%，占比超过 20%，未来县城市场将持续发力，为公司整体业绩带来更多贡献。

3、公司 2024 年对海外市场的规划和策略？

今年海外市场整体表现与去年相比略有增长，全年海外市场占比约 10%，其中葡萄牙子公司占比约为 1%，其他为海外销售渠道业绩贡献。

公司多年以来，一直积极开拓海外市场。公司通过以下策略提高整体运营组织效率：在国外设立子公司和办事处、设立备货仓采用直销模式扩展海外市场；同时与国内使用相同的信息化系统对接，员工本地化布局。目前海外市场主要以产品加服务的商业模式推广，除了注重产品工艺外提供较好的服务会获得客户更大的认同感。经过近年来海外市场的调整和修复，持续成为公司业绩增长的一个重要组成部分。

4、公司 2023 年的毛利率改善较多的原因？

公司 2023 年毛利率有所改善，同比增长率为 2.1%，主要原因是 2023 年主要原材料价格相对稳定，比 2022 年同期有较大幅度下降，不锈钢及锌合金同比降幅超过 10%、铝合金降幅约为 5%，原材料降价为整体毛利率提升带来较大利好；同时部分新产品经过一定时间的培育，在 2023 年规模初现，产生规模效益摊薄成本，对整体毛利率提升有小幅拉升。

5、公司在进行的融资项目进展情况。

公司再融资项目已于 2023 年取得中国证监会同意注册的批复，公司将结合外部市场情况、募投项目实施需求及资金安排等综合因素，审慎评估并有序推进再融资后续发行工作。

6、公司对激励计划的规划？

公司近期披露了关于回购公司股份方案的公告，股份回购后将用于实施股权激励或员工持股计划。公司从上市前至今已先后进行了三次股权激励，会持续关注员工的职业发展通道及建立完善的薪酬体系，培养和公司共同长期发展的人才，让更多同事在公司大平台中进步成长。

7、公司 2023 年施工业务情况。

公司从事施工类业务主要是基于配套满足客户需求，目前施工业务主要是由坚稳及特灵子公司负责，以精装类场景及智能化场景装修为主。施工业务和项目在 23 年有一定增长，同步带动了产品销售，如其他类产品在 2023 年实现 20%增长，施工业务对其他类产品增长起到较好的推动作用。

施工业务新场景主要集中在中小新业务板块，如快捷酒店、中小地产智能化升级等，公司为产品提供施工业务的模式，同时持续做好售后服务工作，有利于提升客户体验与满意度，增强客户粘性。

未来公司将进一步强化和提升施工方面的专业能力，结合施工

系统上线进行精细化管理，将有力推动公司新场景和下沉渠道业务，施工业务仍围绕产品销售提供服务支持。

8、2023 年公司现金流情况。

2023 年公司经营活动现金流量净额约 5 亿元，同比下降。主要原因在付现方面，公司 2022 年在供应链支付端开具的票据、保理等在 2023 年融资到期进行兑付，其对应的应付账款明显下降，所以 2023 年付现比较 2022 年明显升高。2023 年收现比接近 110%，较去年同期有所增长，全年整体来看，经营活动净现金流相对稳健。

公司持续关注现金流指标情况，在当前整个市场流动性较为紧张情况下，在达成业绩的同时更关注风险管理，对回款的管控愈加严格，坚持用市场化的竞争策略来长期发展。

9、公司的经营情况和策略的变化？

公司的经营策略没有发生变化，围绕建筑配套件集成供应商定位持续开展工作。近年来市场环境和行业环境都发生了多因素变化，尤其是整个行业和产业链企业受到不同程度的冲击，导致行业资金相对紧张，对业务开展带来了较大挑战，地产行业回暖需要一定过程。虽然没有对单一大客户的依赖性较低，且订单和客户都较为离散，但还是存在一定的潜在风险。在这种背景下，公司在新产品布局和县城地级市布局基础上，公司加快了新场景和新市场的业务开发，以此来对冲地产业务影响。

公司在渠道下沉的过程中开发了新的业务场景，比较多的仍然是中小订单，降低地产类业务的占比和风险，从离散的中小订单、新场景业务、县城和海外市场中寻找增长机会，不依赖资金去置换订单，保持有质量的经营增长。

10、公司 2023 年存货结构变动情况。

	<p>2023 年公司存货整体略有增长，其中原材料、在产品、库存消化较期初下降，合同履行成本略有增长，主要是随着公司新产品和安装业务的增多，部分未完工项目处于安装过程中，工程及产品未达到验收状态，均体现在合同履行成本，对存货结构略有影响。公司持续关注存货结构的变化，提升存货周转效率。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 3 月 27 日