

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2024-012

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	中信证券、工银瑞信、招商基金、云富投资、至濮投资、信复投资、华泰资产、鹏华基金、泰康资产、惠理投资、立格资本、方瀛投资、明己投资、闻天基金、君阳基金、国华兴益资产、富德生命人寿等20余位机构投资者参加本次会议。
时间	2024年10月30日
地点	公司总部
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：殷建忠先生 财务总监：邹志敏先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司2024年三季度报告的基本财务情况</p> <p>在当前经济环境和行业发展情况背景下，2024年前三季度公司依然围绕建筑配套件集成供应战略定位开展工作，在开拓原有市场的基础上，努力在新产品布局和新场景业务方面深耕发展，寻找更多的订单机会。同时，公司针对海外市场形势积极进行内部调整，以此对冲地产业务带来的影响。</p> <p>公司累计三季度营业收入同比下降11.51%，累计归属于上市公司股东的净利润约3287万，现金流累计小幅转正，约1000万元，毛利率相对稳定，同比来看略下降。</p> <p>从单季度来看，公司营业收入同比下降22.46%，单季度归属于上市公司股东的净利润约2800万，单季度现金流约20000万元。</p>

2、公司现金流的情况。

公司现金流累计到三季度是刚好转正了，在今年的市场业务拓展中，我们会审慎评估订单执行的资金风险，主动放弃一些回款较差的项目。公司结合当前市场情况，从风险角度主动在做一些合理控制和调整，比如对于偏工程类的产品，其中央国企之前的欠款加速对接处理，尽快的回收历史欠款，同时现有项目结算去推进缩短账期，同比来看偏工程的账期在现阶段会有所改善。

另外，在整个当前经济环境下，市场回款压力还较为严峻，这是普遍存在的现象。我们也在不断通过多种结算方式加快清理应收，但整体行业的资金较紧张，尤其是与地产相关项目的回款推进速度还是较慢的。随着多部门相继推出积极地资金政策和多种融资渠道，我们相信整个产业链的资金压力会逐渐得到缓解。

3、公司县城市场的人均效能情况。

销售人员人均效能提升一直是公司关注的问题。目前公司对销售区域管理是按“副大区”为单位来划分的，“副大区”中可能会覆盖部分省会、地级市和县城多个市场，目前我们还无法准确计算单独的县城市场人效。从部分只有县城市场的销售区域来看，其开发时间一般设立五年基本能够达到公司平均出单水平。目前总体来讲县城市场人效还相对较低，随着未来县城业绩占比的逐渐增长，随着公司多品类集成化模式下产品结构更加丰富，县城市场的人均能有所提高。

4、今年公司的销售人员情况。

公司 2024 年 1-3 季季度，国内销售人员较年初下降约 9%，人员数量降幅低于业绩下降水平，销售人均产出未能有效提升。

公司主要围绕提升人均产出进行销售人员调整，销售人员预计将持续控制在相对合理水平，同时区域之间销售人员根据市场及

业绩变动存在互相调动的情况，更关注当前销售人员的能力培养，逐步提升人均产出。

前三季度，公司海外市场业绩同比增长，为了支持和拓展海外市场，海外销售人员略有增加，选派部分国内销售人员调至海外市场。

5、公司不同市场的业绩情况。

2024年1-3季度，公司国内业绩下降约为14%，海外业绩（含葡萄牙子公司）增长超过10%。其中国内省会市场累计同比下降约12%，地级市累计同比下降约14%，县城累计同比下降约15%。

国内业绩下降主要是受到地产行业需求整体下降影响，其中与地产关联度较高的门窗五金、门窗配套件产品业绩降幅超过平均水平；家居类与其他类产品降幅低于平均水平；与工程类相关的产品如点支与护栏类产品同比增长超过15%。

国内市场随着有关部门陆续出台的推动经济向好发展的政策，政策出台到执行落地需要经历一定的过程，市场情况将会逐步回暖。

6、公司如何看待县城市场的发展机会？

县城市场是公司这几年重点关注板块之一，是渠道下沉战略布局的关键。虽然今年公司在县城市场的业绩表现不理想，与短期内这个市场的政府投资下降有一定关联，但是从未来市场需求看，不要低估县城市场的发展机会。

今年在与几个县城客户的接触交流时，他们对于县城市场目标客户群体的需求理解和感触更加深刻。在早些年，我们通常会认为县城市场的消费水平和档次较低端，但随着社会发展，县城市场同样存在有较高要求的消费群体，他们的需求定位并不低。我们认为未来县城市场不会往低端档次发展，差异化的需求更加明显，会持续消费提升。

附件清单（如有）	无
日期	2024年10月30日