

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、中泰证券、广发证券、东吴证券、中金公司、国金证券、华泰证券、瑞银、东北证券、光大证券、国投证券、国盛证券、银河证券、财通证券、平安证券、西部证券、兴业证券、国信证券、华西证券、高盛、国联证券、申万宏源、国泰君安、华源证券、国海证券、东方财富等 20 余家机构投资者参加本次会议。
时间	2025 年 1 月 16 日
地点	腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事长：白宝鲲 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、2024 年公司整体财务情况介绍。</p> <p>在宏观经济环境和行业深度调整的背景下，2024 年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 2024 年营业收入同比下降 14%-15%，累计归属于上市公司股东的净利润同比下降，第四季度降幅低于前三季度；现金流年度及第四季度均转正，约 2-3 亿元；毛利率相对稳定，同比来看略有下降；管理费用及销售费用单季度均呈下降趋势，但其降幅低于收入降幅，费用率同比略有提升</p>

2、2024年公司海外市场情况介绍。

从整体看，2024年公司海外收入占比超过10%，发展空间较大；从单季度变化来看，海外收入占比持续加大，单四季度远超全年平均收入占比。

海外收入增长中，葡萄牙子公司业绩出现20%左右的下降，但自营渠道的海外板块延续了2024年前三季度的增长情况，有大概20%左右的增长，主要得益于海外市场的进一步拓展、生产工艺与质量的提升，以及本土化运营模式提前布局等原因影响，从长远来看，海外市场仍然是公司业绩增长的重要板块。

3、2024年公司家居类产品业绩情况介绍。

2024年公司家居类产品业绩同比降幅较大，主要还是因为受到建筑市场发展空间缩减的因素影响，与地产关联的部分品类出现较大下滑，比如海贝斯智能锁等。随着需求降低，当前市场竞争会更加激烈，结合公司在新场景业务开发契机，在未来公司仍需要不断地构建新的竞争力，挖潜新的增长点。在家居类中也有部分品类实现正增长的，比如墙板产品、地板产品、高端卫浴等。

4、2024年公司销售人员布局及人均效能情况。

2024年公司国内销售人员较年初有所下降，人员数量降幅低于业绩下降水平，销售人员流动性较大，尤其是销售代表，当下国内竞争压力较大，公司销售端的人均产出效能还处于较低水平，还有较大地提升空间。

在2024年公司区域之间销售人员会根据市场及业绩变动存在互相调动的情况，比如基于海外业务板块的拓展布局，海外销售人员需求持续增加，将在国内与海外人员中做一些调整，部分国内销售人员调动至海外市场。目前公司总体销售人员持续控制在相对合理水平，更关注当前销售人员的能力培养，逐步提升人均产出。

5、公司团队管理和调整情况。

公司对员工的个人发展分为管理职和专业职双通道，根据员工的综合能力和岗位技能要求按不同的发展路径。目前整体来看流动性更大的还是销售团队，因为在这个市场环境下，对销售技能要求较高，尤其是国内市场竟争压力更大。目前工龄在三年内的销售人员占主要部分，核心骨干和管理团队都很稳定。在团队调整时，随着团队人员规模下降，可能会有管理职的人员再转为专业职，去承接对技能要求更高的新场景业务。

6、2024年公司各大产品类别业绩情况介绍。

2024年公司全年产品类别来看，门窗五金、家居类产品下降幅度较大，约在18%-20%，主要受建筑市场环境的影响，与地产直接关联的产业下降较多；门控产品、其他建筑五金产品下降约10%左右。公建类产品，如点支幕墙属于偏工程类产品，具有一定周期性，且部分项目与中字头企业资金支付改善有关，同比增长超过10%；不锈钢护栏产品受到大项目因素略有小幅增长。

7、如何看待公司毛利率的波动。

相对来说，2024年公司毛利率还处在比较稳定的状态。一方面是由于公司生产经营所需的主要原材料不锈钢、铝合金、锌合金和零配件中，目前锌铝合金的价格有一定上涨，用量最大的不锈钢材料趋于稳定。另一方面，海外毛利率较国内有一定的优势，海外市场的占比也在逐步提升中。

在当下市场竞争加剧，需求减少的环境下，客户端的售价也会有所调整，公司后端的生产也将持续通过工艺优化、自动化改善及内部生产提效等多种途径，对冲市场变化带来的影响。

8、对2025年行业和公司发展展望。

	<p>在当前形势下，我们认为对 2025 年行业整体还不能太乐观。从公开数据看，虽然国家陆续出台了不少积极地推动政策，但目前市场恢复情况还较弱，海外市场业务在相对较好一些，房地产市场在 2025 年若出台一些强有力地政策有望趋稳。</p> <p>2025 年公司的工作重心仍然会投入到新场景市场和海外业务拓展方面，加强对新场景业务的深入研究，加大新产品的开拓力度，如酒店、医院、厂房等。从市场需求和产品供应多角度挖掘，在市场实践中不断提升我们的综合集成打包能力。</p> <p>同时，公司地产业务比重预计 2025 年将进一步下降，海外市场收入占比将持续增长，对于公司整体业绩会有更大的贡献。此外在费用方面，公司随着人员收缩和业务职能调整，通过提升人均效能，以降低整体费用。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 1 月 16 日