

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2020-016

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	中信建投杨欣达&杨光、广发基金、嘉实基金、融通基金、农银汇理基金、易方达基金、长城财富资管、银河基金、中海基金、金鹰基金、华南基金、光大保德信基金、泓德基金、华润元基金、银华基金、前海联合基金、申万菱信基金、博道基金、东方证券、巨杉投资等 33 家机构和个人投资者参加本次电话会议。
时间	2020 年 3 月 2
地点	电话会议形式
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总裁：白宝鲲 董事会秘书：殷建忠 财务总监：邹志敏 证券事务代表：韩爽
投资者关系活动 主要内容介绍	1、公司仓储物流建设情况？ 随着公司布局和丰富新的产品线，产品类别多且较为零散，加上地域和客户不同，对备货也有不同需求。近年来公司有计划地扩大国内外备货仓，目前全国建有三十多个备货仓，对于支持部门也在不断做优化改善，关注人均支持额提高。第一关注每万元销售额备货仓费用指标，包括仓储费、人

员费、一次物流、二次物流、综合费用；第二关注响应速度，考察从提出销售需求到平均交付给客户的时间。在这两点上中心仓也在做一些优化，比如尝试中心仓做两班制甚至三班制的调整，增加反应速度、集中送货，改变仓库分散化、碎片化、跟销售不一体的局面。2019年仓储取得一定成果，一方面库存周转率有明显提升，第二响应速度加快，第三费用率下降，如果试点好再逐步推广。

2、公司新产品拓展情况介绍？

公司定位是建筑配套件的集成供应商，随着房地产精装房市场的发展，以及消费者对高质量生活的要求，都带动了新的消费升级。公司根据市场变化和客户需求有节奏的导入新产品，扩充产品线。客户需求比较集中的产品是优先生产供应的产品，这是决定性因素。在选择上更倾向于生产、销售与我们现有模式存在互补和高度协同的品类和行业，进行关联产业的并购或者战略合作；同时，也会利用现有公司及旗下生产情况推出新品类。

2016年上市以来公司从20多个品类，到目前坚朗云采展示的品种达到110个，每年都会有新品类在不断导入。导入品类也有一个过程，根据客户需求寻找合作方导入产品库，之后通过我们的渠道去试点，如果客户需求比较集中，我们会加大投入，基本分为导入阶段、培育阶段、再到加大投入阶段。

3、疫情对下游复工以及生产备货的影响情况？

公司于2月10号开始上班，但全国各地情况不一样，复工进度也有所不同的。从供应端来看，广东当地大型企业复工早一点，中小企业复工会慢一点，现在整体复工率达到70%以上，我们的供应商复工率会高一点。从需求端来看，销售恢复情况也在快速提高，全面恢复情况公司也在持续关注。从物流

	<p>方面，除了重点疫区物流有障碍外，其他地区运输没有太大问题。</p> <p>4、公司应收账款管理情况？</p> <p>公司面对的客户群体类型较多，单一客户的应收账款余额相对不高，较为分散。在公司业务拓展同时，一直重视回款管理，将应收账款回收和销售激励挂钩，加大内控管理。随着工程类订单的增加，回款周期较长，公司通过采取积极有效的管控措施，对应账款余额进行持续监控管理，以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。</p> <p>5、公司与全国地产商客户合作情况？</p> <p>目前，公司与全国前百强地产商中超过 80%的客户都有合作关系，基本采取“甲指乙供”的模式开展业务，实际业务中直接与建筑分包商、建设单位等主体签约。</p> <p>6、公司销售人员拓展计划？</p> <p>目前，公司国内外销售网络点近 500 个，销售团队约 4000 人。未来主要根据各营销网点的产品铺设与现有情况，针对各类产品铺设进行合理布局，关注人均产值提升，对销售团队和销售人员的有序增加。对新加入的销售人员，充分发挥团队协作平台优势，从点对点、端到端的系统培训、知识平台分享，通过建立学习平台培训系统、结合线下培训学习交流，快速提升专业的技术支持能力、营销服务能力和综合素质，并同步实现销售人员移动办公，独立承担销售业务并更好的服务于客户。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 3 月 2 日