

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2023-008

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、中信证券、东方证券、广发证券、华西证券、德邦证券、国盛证券、华泰证券、光大证券、东吴证券、天风证券、兴业证券、华安证券、国信证券、海通证券、中金公司、银河证券、长城证券、财通证券、东北证券、西部证券、高盛、瑞银证券、平安证券、民生证券、华创证券、嘉实基金、泉果基金、博时基金、博道基金、圆信永丰、中欧基金、华宝基金、工银瑞信、淡水泉、柏基投资、万家基金、景顺长城、人保基金、阳光保险等 130 余家机构投资者参加本次会议。
时间	2023 年 8 月 29 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、公司 2023 年半年报的简要介绍。</p> <p>2023 年上半年公司营业收入同比增长 3.31%，毛利率逐渐回升至 32%的水平；销售费用绝对值同比去年有所增加，管理费用略有上升，财务费用与去年相比有所下降；经营现金流状况良好，收现比和付现比有所上升。由于国内市场需求存在一定波动，市场修复较弱，公司二季度国内市场增长较慢，相比来看海外市场增速较好。总体而言，二季度市场情况有一定好转，公司整体财务状况表现稳健，盈利能力得到提升。</p>

2、公司应收账款账龄结构的变化情况。

公司 2023 年上半年，应收账款 1 年以内占比 76%，较年初占比下降 7.6%，2-3 年的账龄均有所升。近两年整体建材类地产流动性趋紧，应收账款账龄拉长主要受大地产链条和国企客户影响。公司客户群体分散，整体应收风险可控，今年公司也在采取适当控制集采业务，同时通过抵房等方式加快应收账款回收和周转。

3、公司 2023 半年度海外业绩增长情况。

公司 2023 年半年度海外业绩整体占比 10%左右，其中葡萄牙子公司占比约为 3%，其他为海外销售渠道业绩贡献，主要来自于越南子公司的市场份额贡献。2023 年第一季度海外呈现较强的增长势头，二季度由于主要海外市场有斋月及个别客户业务延缓导致整体增速阶段性有所下降，预计在三季度将会回归正常的水平。经过近几年的持续耕耘，海外市场采用销售人员本地化直销模式和备货仓快速响应的经营策略，同时也在原有产品类别基础上，关注更多新产品和新场景的开发拓展，为业绩增长持续发力。

4、公司县城市场的业绩增长情况。

2023 年半年度县城市场销售额占比在 21%左右，较 2022 年同期对比增加 3%。县城的收入占比保持持续增长，主要在于渠道下沉至更多的新市场、新场景，除了房地产项目之外，公司也聚焦在医院、厂房、学校、商务酒店等方面，此类项目带来的效益比较明显，预计未来仍会拉升县城市场的收入占比。

5、公司在家装市场业务开展情况。

公司涉及家装市场的产品主要是精装修和家装门窗两个大类的产品，同时近年来公司也在持续完善相关品类的集成配套能力。家装门窗和工装类相比，在外观、造型、工艺等方面存在一定差异。针对家装领域需求，公司在原有门窗产品基础上，进行了针

对性的新开发，提高产品的适配性。家装市场的相关产品在业务场景上也有一定的延伸，相比原先的更多和地产关联，也在公司新开发场景中得到应用，例如学校、医院、酒店等。目前此类市场整体来说增长较快，但业务体量还相对较小。

6、公司家居类占比情况及产品分类情况。

2023年上半年公司家居类产品收入占比约15%，其中智能锁单品下滑超15%。家居类主要分布在三大系列：以智能锁为代表的精装修类产品；智能家居智慧社区类的产品主要有新风系统、可视对讲等；卫浴产品系列，如淋浴房、葡萄牙的高端卫浴以及坚朗自有品牌的卫浴产品。家居类产品主要应用在公共建筑和房地产精装房、以及一些医院、学校等项目。

7、原材料变化情况？

受大宗原材料降价，今年公司原材料价格有一定下降，特别是锌合金、不锈钢下降幅度较大，铝合金略有下降，总体来说，比去年同期有较大幅度下降。原材料降价对行业有利带来一定利好，从生产端来看，随着生产规模的上升，成本会摊薄。最近的原材料价格也处于较为稳定状态。

8、公司上半年毛利率变化情况？

今年上半年毛利率总体保持在32%左右，主要是因为上半年原材料价格有比较稳定的下降、以及公司生产端规模的改善可以对冲产品售价下降导致的一部分影响，使毛利率能保持一定的稳定。上半年门窗五金毛利率约为39%，回归到了正常的状态，其他建筑五金产品毛利率约15%，各大类产品中不同细分产品也存在较大差异。近两年公司也不断持续跟踪和关注产品结构，逐步改善整体毛利率。

9、公司对未来发展展望？

近年来受外部环境等因素影响的背景下，导致整个建筑行业经营状况受到较大影响，外部市场变化对企业生存环境产生了较多改变。公司坚持围绕建筑配套件集成供应商的战略定位，在建筑门窗幕墙五金等传统优势产业的基础上，根据市场发展和客户需要继续扩充新品类，提升和强化建筑配套件集成供应能力。当前对于整个市场复苏的预期及未来发展，我们还是比较坚定的。因为中国仍然是全世界最好的建筑市场，很多中西部的县城及地级市仍在发展阶段，一线和省会城市也存在发展和更新需求。未来建筑市场会呈现出多样化需求特征，但整个地产板块的恢复仍需要时间，长期来看行业能得到更良好的发展。

10、公司销售费用的增长情况？

公司销售费用同比去年略有增加，费用率同比和环比仍是下降趋势。销售薪酬部分有小幅下降，主要是销售人数有所减少，但是结合公司年度薪资调整等，整体销售薪酬方面的下降幅度不是特明显；其次今年上半年新设网点增多，房租费用增幅明显；今年一、二季度业务逐步恢复到正常状态后，差旅费、车辆交通费、展会展览费较去年同期相对增长趋势较为明显；综上所述，销售费用绝对值略有上升，但其上升的幅度低于销售幅度，所以整体而言上半年销售费用略有摊薄。

11、公司分品类增长情况？

2023年上半年公司大类产品中，门窗五金系统占比约49%，家居类产品收入占比15%，其他建筑五金产品占比13%。家居类产品、其他建筑五金产品较去年占比分别增长1%、1.3%，整体分品类收入占比增长较平缓，略有变动。公司在持续的进行产品线完善和渠道下沉，在原有市场开发的基础上，从多元化产品集成供应角度，增加产品品类，围绕酒店、学校、医院、厂房、海外市

	<p>场等挖掘和拓展新场景的市场机会。</p> <p>12、公司经营性现金流情况？</p> <p>公司上半年在保持业务增长的同时也注意控制风险方面，经营现金流保持稳定且良好状况。收现比和付现比较去年同期均上升。收现方面公司仍保持 100%收现率，付现比方面公司也仍是保持一定供应商采购账期的优化，但采购端仍需结合供应商成本和价格综合评估，因此需要在经营策略上进行调整。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 8 月 29 日