

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2024-001

## 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、中信证券、东吴证券、中金公司、民生证券、天风证券、华泰证券、上海证券、瑞银、西南证券、东北证券、光大证券、长城证券、安信证券、国盛证券、海通证券、银河证券、财通证券、华创证券、平安证券、西部证券、兴业证券、国信证券、高盛、中银证券、华安证券、德邦证券、东方证券、国联证券，共 31 家机构投资者参加本次会议。
时间	2024 年 1 月 25 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><b>1、2023 年公司整体经营情况。</b></p> <p>2023 年公司营业收入同比增长约 2%-3%，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；毛利率受到原材料价格下降影响，较去年同期增长，同时第四季度毛利率同比及环比均有所增长；在经营现金流方面，全年收现比和付现比都高于去年同期，同时第四季度现金流也高于前期各季度。公司整体经营状况得到进一步改善。</p> <p><b>2、2023 年公司毛利率变化情况。</b></p> <p>2023 年及第四季度公司毛利率同比有所改善，略有增长，主</p>

要原因是 2023 年原材料价格相对稳定，比 2022 年同期有较大幅度下降，原材料降价为整体毛利率提升带来较大利好；加之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。

### **3、2023 年公司各类产品的增长情况。**

2023 年公司各大类产品因受到多因素影响，增长变化存在一定差异。其中门窗五金系统较 2022 年同比略有增长，公建类产品受工程项目长周期特点及竣工影响下降较多；新产品类同比稳定增长；家居和门控类同比也有个位数的增长。

### **4、公司 2023 年的现金流情况。**

公司第四季度现金流情况延续前三季度的趋势，单季度的收现比和付现比都在正常范围内，经营活动净现金流相对稳健。全年整体来看，收现比和付现比较去年都有所增长，2023 年付现比较 2022 年高，主要系 2022 年开具的票据、保理等在 2023 年融资到期进行兑付影响。

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。

### **5、2023 年公司净利率增长情况。**

2023 年公司净利润盈利 32,000 万元至 34,000 万元，比上年同期增加 388.11%至 418.61%，主要系毛利率的提升和费用有所摊薄。

### **6、2023 年公司整体及县城市场的人均产出情况？**

2023 年公司整体销售人均产出同比有所提升，主要是销售额提升及部分超编人员自然流失不再进行补充，但尚未恢复至 2021 年

人均产出的水平。

从县城销售额增长情况来看，主要是公司进行多品类销售渠道下沉，给客户带来一站式集成采购，且已在成熟的县城市场取得了不错的成效。县城人均产出同比亦相应提升。

#### **7、2023 年公司海外市场销售增长情况。**

2023 年公司海外销售业绩较去年基本持平。海外市场较早复苏后在 2022 年增长良好，但 2023 年增长没有达到预期，主要系美联储加息影响，东南亚新兴国家市场资金紧张，导致部分订单在手交不了货。中东、越南等市场受到阶段性因素影响有较大下降，公司会结合海外不同市场的持续逐渐加强海外信息化、本土化，带动其市场增长

#### **8、公司海外市场及布局情况。**

公司海外市场主要分布 100 多个国家，各市场之间差异较大，主要分为三类市场：第一类是有本地化员工、设置子公司及备货仓，管理一体化接近于国内模式；第二类是有当地员工，未设置子公司但有设立办事处直面客户，是成长性比较大的板块；第三类是通过线上或者定期拜访对接，每年定期参加当地展会，与前两类有较大的差异。

同时，经过近几年的持续耕耘，海外市场也在原有产品类别基础上，开拓更多新产品和新场景，未来海外市场仍是我们一个重要的增长板块。

#### **9、公司今年的销售团队情况及 2024 年的规划？**

公司 2023 年整体销售人员有所下降，海外部分地区有适当补充。2024 年，公司将结合投入产出情况，对销售人数增长节奏进行适当控制，对于部分超额完成年度目标的大区进行适当补充，预计

	<p>总体销售人数增加相对有限，更关注当前已布局人员的能力培养。</p> <p><b>10、公司对销售网点的拓展情况。</b></p> <p>公司 2023 年度销售网点整体情况变化不大，主要围绕县城市场和新场景销售的进行开拓，夯实现有业务。目前县城市场还有较大的开拓空间，未来我们会持续推进。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 1 月 25 日