

证券代码：002791 证券简称：坚朗五金编号：2025-004

## 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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称 及人员姓名	长江证券、广发证券、中信证券、东吴证券、国金证券、华泰证券、华源证券、财通证券、方正证券、国盛证券、华西证券、申万宏源证券 20 余位机构投资者。
时间	2025 年 07 月 14 日（星期一） 19:00-20:30
地点	线上会议
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总裁：白宝鲲先生 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><b>1、2025 年上半年经营情况。</b></p> <p>2025 年半年度公司预计归属于上市公司股东的净利润亏损 2500 万元至 3500 万元；扣除非经常性损益后的净利润亏损 4000 万元至 4700 万元。公司 2025 年半年度累计营业收入同比下降约 14%-15%。</p> <p>收入方面,2025 年上半年国内建筑行业弱复苏,市场需求萎缩,竞争激烈。因国内新增项目减少,与房地产关联度高的国内业务持续承压,新产品和新场景业务开拓进度也相对缓慢。二季度国内收入降幅比一季度有所扩大,部分带安装属性产品项目竣工验收缓慢,单季度来看影响较大。海外市场凭借前期积累和客户资源,保持良好了增长,但因海外业务占比较小,公司整体营业收入仍呈现下降趋势。</p>

利润方面，二季度单季度盈利，但上半年累计仍亏损，第二季度的毛利率略有下降。费用来看，累计销售费用率与去年同期相比预计略摊薄，管理费用略有增长，整体费用控制平稳，但由于收入绝对值下降幅度较大，累计亏损。

公司现金流维持良好态势，收现比比去年同期有一定提高，应收款较年初略有下降。这得益于公司推行高质量经营策略，在授信和风险管理上更为谨慎，减少了票据支付，优化了资金回收流程，保障了资金回笼效率。

总体而言，2025年上半年公司国内业务面临一定挑战，海外业务增长态势良好但占比有待提升。公司通过强化风险管控和经营质量把控，维持了现金流的良性循环，后续将持续优化业务结构，提升市场竞争力。

## **2、公司海外市场业务的发展现状、接下来规划和未来展望。**

今年上半年公司海外市场延续各板块全面增长趋势，海外业务总体营业收入保持30%以上的增长。正是前期公司持续投入和组织化运营的基础，中国制造在海外赢得了较好的增长机会。

此前公司海外业务主要为单纯的贸易型模式，中大型工程项目或长期合作客户，项目周期一般会较长。2024年公司2/3的海外收入来自当地备货仓出库，这一变化反映出海外业务收入结构的本质变化，海外客户更加细分，渠道更下沉，出现更多的零散客户和订单交付，这一特点与国内情况也较为类似。这两年海外市场保持高速发展，与公司在海外布局云采线上平台交易有较大关系，通过不同版本的语言替换，信息化打通的效率提升作用明显。

多年来海外市场坚持推行本土化运作模式，海外能够持续实现高增长趋势在于从市场端把基础打好，海外团队建设工作是重要因素之一。同时，在海外不同市场销售的产品存在较大差异。由于每个国家和地区发展阶段不同，不同档次和需求、产品标准等因素导致供应的产品有较多不同，如何开发出适配性产品，是我们产

业端需要进行调整的重点工作，不断提升适销产品供应能力。

海外市场经营方面，公司不断从前后端配合上进行优化，在公司政策端，我们对不同国家的销售政策进行研究，通过销售策略、配套政策、后端快速支持响应等多方面调整。在当前国内市场还在深度调整阶段，我们希望海外业务保持持续增长能够给公司总体业绩带来积极贡献。

### **3、在行业下行和需求变差的背景下，公司集成化销售推进情况和变化趋势。**

今年公司的集成化销售业务有所下滑，这其中存在一些安装施工类项目竣工验收确认滞后性的关联影响。今年我们在跟踪的项目数量存在一定下滑，实际成单的集成项目成交的产品类别还较少，订单金额不够大。

公司的集成化发展也是在不断演变，第一阶段是产品多元化，不断增加品类；第二阶段是产品集成，集成能力的磨合和产品的深度调整，再向新的阶段发展提升。在当前市场环境下，如何做好差异化小订单的服务能力，目前公司在以酒店场景为突破试点，通过产品之间的协同响应能力构建，产品结构也在不断调整。希望通过实践探索和经验总结，将集成化经营模式应用到其他场景上。

### **4、公司在海外市场的费用投入情况。**

相较于国内市场而言，公司海外市场目前处于高增长阶段，公司针对海外的不同国家和地区的发展阶段和业务特点情况也做了一些差异化的区分。目前来看，海外市场仍会有一些的费用投入，但海外市场总体的费用率仍是在持续摊薄的。

### **5、公司半年度销售人员数量变化情况。**

2025年上半年公司销售人员数量较年初有所减少。年初国内销售人员规模约为5000人，截至6月底，销售人员规模下降至4000余人，减少约600人，降幅与同期国内收入降幅基本持平。这一调

整主要源于公司对人均销售额指标的严格管控。鉴于去年新增人员的效能尚未完全释放，公司在本年度对人力规模进行控制。对于上半年出现的人员自然流失，优先通过内部人力资源调配予以补充，适度开展人员补充或区域内部调整，同时，为匹配海外业务的增长节奏，与海外业务相关部门调整配套人员，核心还是提升人均效能。

#### **6、公司今年上半年的应收账款情况。**

2025年上半年公司应收账款比年初略有下降。今年公司在授信和风控方面比以往更为严格，对一些相对高风险的订单和客户采取收紧政策。当前国内市场需求较弱，这对订单有一定影响，为了保持公司经营健康发展，在经营策略上加大应收账款的财务风险管控力度，追求更有质量的订单。

#### **7、公司海外市场毛利与盈利情况分析。**

一直以来公司海外市场的毛利相较于国内要高出 7%-8%，海外业务的毛利相对稳定。预计海外市场仍有一定阶段的费用投入，但整体来看海外的净利润率将会持续提升。同时，因当前海外不同市场的发展情况有不同，盈利水平有所差异，预计盈利水平仍有一定的提升空间。

#### **8、公司云采平台在国内和国外业务的支持和变化情况。**

公司云采平台经过多次迭代优化之后，也发生了较大变化。今年公司也在推进上线 AI 客服，平台的响应效率也将进一步提高。受国内市场的波动影响，国内云采平台的效率提升不那么明显，趋于稳定。目前云采平台的核心团队更多转向了海外版云采的系统开发搭建和优化工作，根据海外不同国家的业务特点和语言要求，配合公司在海外市场的拓展做更多的有效协同。

#### **9、门窗厂客户调整 and 变化情况。**

	<p>一直以来门窗市场和地产的关联度比较高，当前门窗市场总量有所下滑。近两年受市场波动的影响，一部分门窗客户转型做家装业务，也有些向海外市场拓展，但门窗厂重资产的特点导致更多的业务还是在国内发展。这其中也存在部分门窗厂客户因受地产业务拖累出现倒闭的情况，因此导致公司部分应收款无法及时收回，我们已按会计准则做了相应计提，应收账款风险也逐步处理了。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年7月14日