

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

编号：2022-025

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	瑞银证券李欣蕾&张桂燕、Times Square Capital Management、Polymer Capital Management、Point72 Asset Management、Pacific Crest Partners Limited、Norges Bank、Mirae Asset Global Investments、Luxence Capital Limited、Lazard Asset Management、Canada Pension Plan Investment Board、Aspoon Capital、APG Asset Management 12家机构投资者参加本次会议。
时间	2022年9月2日
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：殷建忠
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、当前疫情对公司物流的影响？</p> <p>公司主要的生产基地在东莞总部，当前产品生产和物流都正常开展，个别地区因疫情原因管控有阶段性的影响。</p> <p>2、原材料价格下降在财务报表的体现？</p> <p>公司主要原材料为不锈钢、锌合金及铝合金，不锈钢价格呈稳定下降趋势，锌合金及铝合金较最高点略有下降，近期呈波动状态。从原材料采购到最终完成订单交付，需要一定周期。</p> <p>3、从战略来看，公司接下来有哪些规划？</p>

近年来公司战略布局采用渠道下沉和产品线扩充的策略，处于持续投入状态，还没有达到长远规划目标。当前整个行业压力较大，上下游企业都在经受着严峻地挑战。危机即机遇，公司围绕建筑配套件集成供应商的战略定位，进行销售渠道下沉，在此阶段，公司抓住人员布局和产品拓展机会，采取了积极的经营策略，利用渠道下沉契机和新品类的长尾效应，关注和开发更多的新场景和新市场业务，人员储备较多，销售费用投入较大，同时近几年销售人均效能持续提升，为实现收入良好增长奠定基石。

4、公司对销售团队的拓展规划？

今年上半年我们按照年初的规划布局渠道的下沉，所以销售人数在一季度做了补充，二季度亦有少量补充，主要是去年三季度人员补充较多，到今年半年度同比增长约 20%。从长期的渠道下沉来看整体布局尚未完成，因今年受大环境影响，结合投入产出平衡的综合考虑，人员补充节奏将暂缓，更关注当前已布局人员的能力培养。

5、公司的新品类与头部品牌的竞争情况？

原先公司的传统品类，例如门窗五金，我们都是从省会和一线城市向下拓展的，这与我们的销售渠道拓展和产品定位有很大关系；后来拓展的第一个新品类智能锁，则先从下沉市场往省会和一线市场发展。市场的竞争一直都是存在的，当前在县城市场发现我们的竞争对手主要是当地的二线三线品牌，并没有跟头部企业太多竞争。当前我们的渠道下沉已经进入了新阶段，下沉到更深的县城市场，新品类拓展与渠道下沉有着相辅相成的作用。

从我们的角度看，主要原因是我们现在走的直销渠道，可能下沉的更深一些，终端我们是直接去面对的业主的单位。这

	<p>些头部企业，可能更多的是在一线市场或者大项目重点项目当中。我们跟这些行业的投资企业是做了这个行业的两端，市场的两端，双方在相当长一段时间里是不会有竞争关系的，我们更多的是关注离散的长尾市场。</p> <p>6、公司未来是否还会有进一步的激励计划？</p> <p>关于员工购房借款政策和实施的股权激励，都属于公司薪酬体系的重要组成部分，是根据各板块特性和人员需求形成的差异化激励形式。</p> <p>公司先后进行了三次股权激励：第一次是上市前股改时的激励；第二次是上市后于 2019 年利用进行股票回购实施的员工持股计划；第三次 2021 年做的股票期权激励计划，目前该激励计划处于存续期间，由于受到股价波动影响尚未形成收益。</p> <p>公司会持续关注员工的职业发展通道及建立完善的薪酬体系，培养和公司共同长期发展的人才，让更多同事在公司大平台中进步成长。</p> <p>7、公司是否调整今年的业绩目标？</p> <p>按照公司 2021 年期权激励方案，2022 年业绩目标是同比增长 28%。从目前看整个市场恢复还不是理想状态，仍存在一定的波动。公司在资源、人力配备上已基本完成预期规划，虽然完成今年的业绩目标还较为困难，但正如我们的战略规划方向，既要着眼于当下，更寄希望于未来发展。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 9 月 2 日