

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

KIN LONG 坚朗

一切为了改善人类居住环境

广东坚朗五金制品股份有限公司

向特定对象发行 A 股股票

募集说明书

(二次修订稿)

保荐人（主承销商）

CMS  **招商证券**

二〇二三年八月

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本募集说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、重大风险提示

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“第七节 与本次发行相关的风险因素”全文，并特别注意以下风险：

（一）经营业绩下滑风险

2022 年公司营业收入为 764,827.03 万元，较 2021 年同比下降 13.16%；2022 年公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 3,838.72 万元，较 2021 年同比下降 95.64%。

2022 年度和 2021 年度，公司营业收入、营业成本、期间费用、归母净利润、扣非归母净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度	
	金额	占当期营业收入比例	变动率	金额	占当期营业收入比例
营业收入	764,827.03	100.00%	-13.16%	880,682.54	100.00%
营业成本	533,830.92	69.80%	-6.40%	570,309.69	64.76%
销售费用	127,630.87	16.69%	15.16%	110,833.45	12.58%
管理费用	38,575.09	5.04%	6.61%	36,184.63	4.11%
研发费用	28,662.99	3.75%	-7.56%	31,008.26	3.52%
财务费用	4,958.15	0.65%	202.02%	1,641.66	0.19%
归母净利润	6,555.94	0.86%	-92.63%	88,938.28	10.10%
扣非归母净利润	3,838.72	0.50%	-95.64%	88,097.52	10.00%

受 2022 年房地产基本面持续下行、我国经济增速下降的影响，公司各类产品销量均有一定程度的下滑，收入下降的同时原材料采购价格上升、销售渠道持续扩张等导致成本和费用相对刚性。因此，2022 年营业收入的下降、毛利率的下降和销售费用率的上升是公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的主要因素。

未来如果公司原材料价格持续上升、公司无法及时消化销售渠道扩张所产生的成本和费用、我国房地产行业政策出现重大不利变化、房地产成交市场持续低迷、建筑五金市场竞争加剧、公司的经营管理出现重大问题、募投项目实施后效益不达预期等，或者公司针对业绩下降采取的措施未达到预期效果，公司业绩存在继续下滑甚至出现亏损的风险。

（二）我国房地产行业波动、政策变化以及房地产客户应收账款回收的风险

公司生产的建筑配套件产品合计百余个大类、上万个种类，主要为住宅建筑和公共建筑建设、装潢时所使用的中高端建筑五金制品。建筑五金行业的下游主要为房地产开发商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等，主要受房地产开发情况、存量房改造与翻新情况、城镇化建设等因素影响。因此，公司所处建筑五金行业的市场空间、发展概况与我国房地产开发、存量房改造与翻新的市场空间和城镇化建设的发展概况息息相关。此外，公司应收款项的回收情况也与房地产调控政策、房地产企业融资环境、各房地产企业资金实力等息息相关。

近年来，房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况对包括公司在内的建筑五金企业的影响主要体现在对建筑五金产品的市场需求和回款周期等方面，进而影响建筑五金产品的销售价格和回款速度。受房地产行业的不利影响，报告期内，公司主要产品的销售价格呈下降趋势，公司应收款项金额增长。

最近三年末，公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，占公司总资产的比例分别为 26.13%、34.38%和 36.99%，所占比例较高。因此，应收款项能否回收对公司的持续稳健经营具有重要意义，应收账款坏账计提是否充分对公司财务状况具有重大影响。尤其是公司客户中的房地产客户受我国政府出台的“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策影响，房地产企业融资环境恶化，加之房地产行业下行和宏观经济增速下行，公司房地产客户资金压力变大，部分房地产客户甚至出现经营困难、债券违约的情形，其应收款项的回收情况、坏账准备计提情况对公司的持续稳健经营、财务状况变化具有较大影响。

最近三年，公司营业收入分别为 673,703.05 万元、880,682.54 万元和 764,827.03 万元，营业收入中直接来源于房地产公司的占比分别为 6.25%、7.51% 和 8.12%；公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，应收账款中直接来源于房地产公司的占比分别为 13.41%、16.62% 和 16.99%。公司对房地产客户计提的坏账准备分别为 1,922.94 万元、4,700.13 万元和 9,027.74 万元，坏账准备计提比例分别为 7.43%、7.71%和 12.47%。截至 2023 年 6 月末，公司 2022 年末房地产客户应收账款期后回款比例为 49.42%，其中，现金期后回款比例为 43.66%，以房抵债回款比例为 2.90%，正在签署以房抵债协议占 2022 年末应收账款的比例为 2.86%。

在我国房地产企业资金压力增大、资金紧张的行业背景下，公司客户中的房地产客户的收入和应收账款余额占比较小，使得公司一定程度上隔离了房地产客户的信用风险事件，但是最近三年房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况依然传导给公司，对公司生产经营带来了不利变化。

相比于部分上市公司，因公司房地产客户应收账款占比较低，公司房地产客户坏账准备计提比例相对较低、按单项计提坏账准备的应收账款占比也相对较低。2022 年末，对于应收账款余额超过 1,000 万元的主要房地产客户（包括恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团、新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国），公司结合自身建立的客户风险评估体系，参考企业信用分类、三条红线情况、资产负债率、企业运营情况、期后回款情况、以房抵债情况、配合意愿、诉讼情况、暴雷情况以及管理层评价等，将客户分为不同等级。根据对客户确定的不同风险等级，计算对应客户风险系数，并参考其他上市公司对同类客户计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法和计提比例。其中，公司对恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团分别按照 100%、80%、30%和 30%单项计提坏账准备，对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国按照账龄组合计提坏账准备，与部分上市公司按照单项计提坏账准备的方式有所差异。对于应收账款余额低于 1,000 万元的非主要房地产客户，公司主要按照账龄组合方法对其计提坏账准备。如果未来房地产客户财务状况、回款能力未来持续恶化，公司将对相应债务人的风险评级进行下调，从而提高公司的信用减值损失，进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。以 2022

年为例,假设主要房地产客户下调一个风险评级(即阳光城和绿地集团按照 80% 单项计提坏账准备;新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国按照 30% 单项计提坏账准备),公司 2022 年坏账准备计提增加额为 3,159.44 万元,并减少公司 2022 年净利润 2,685.53 万元。同时,若公司客户风险评估情况和客户最终应收账款实际回款情况出现偏差或不达预期等情形,或公司与主要房地产客户以房抵债未来执行发生不利变化,或抵债房产出现无法交割、去化、抵债房产价格出现下降等情况,也会提高公司应收账款回收风险或将提高公司的信用减值损失,进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。

为降低应收账款回款风险,“以房抵债”已成为公司房地产客户应收账款期后回款的重要补充部分。公司针对“以房抵债”建立了相应的管理制度,获取的房源需要繁华地带、学区配套好的小型住宅,提高抵债房产的流动性;同时,公司将抵房后房产价值的变动直接与对应区域的销售人员薪酬相挂钩,促进抵债房产的变现能力,以保证应收账款期后回款的有效性。但是,不同于现金回款,抵债房产会受当地房产情况、地产销售景气度等因素影响,公司对抵债房产的去化需要一定时间,抵债房产可能出现无法交割或去化的现象,会导致公司无法收回款项;此外,在公司处置相关房产的过程中,抵债房产价格出现下降,也会导致公司无法足额收回款项,进而提高公司应收账款回收风险。此外,正在签署以房抵债协议是公司已与房地产客户商谈并达成以房抵债的共识且抵债房源已基本确定但尚未签署具体以房抵债协议等情形。虽然该情况体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向,降低了应收账款的信用风险。但是,因房地产企业普遍存在内部审批流程复杂且用时较长等情况,公司最终签署以房抵债协议的具体时间存在一定不确定性,或出现房地产客户私自将用于抵债给公司的房产出售或抵债给第三方等违约情形,或最终签署以房抵债协议的协议内容有所调整等,进而影响房地产客户应收账款的最终回收时间和回收情况。

此外,未来如果宏观经济形势、房地产行业融资政策等因素发生不利变化,公司其他下游客户经营状况、融资状况发生重大困难,也会直接对公司经营活动产生的现金流量净额带来不利影响。公司可能面临应收账款无法收回而发生坏账的风险,或应收账款回收周期延长而发生流动性风险,进而对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

（三）募投项目产能消化风险

公司本次募集资金投资的项目中涉及生产类的项目分别为“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”和“坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目”，项目建成后将增加智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料等产品的产能。

最近三年，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品（含淋浴房）已有年产能及产能利用率情况如下：

产品分类	项目	单位	2022年度	2021年度	2020年度
智能锁	产能	万套	120.00	120.00	88.00
	产能利用率	/	90.35%	98.86%	85.26%
机械电子锁	产能	万套	115.00	115.00	80.00
	产能利用率	/	81.28%	88.93%	85.96%
照明灯具	产能	万套	80.00	80.00	40.00
	产能利用率	/	80.53%	85.68%	80.55%
卫浴产品（含淋浴房）	产能	万套	16.00	16.00	12.00
	产能利用率	/	78.50%	86.31%	80.33%

注：报告期内，公司无装配式金属复合装饰材料（钢制装饰板、钢制门）的产能。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，将新增智能锁年产能 324 万套、机械电子锁 274.5 万套及配套合页 684 万副、照明灯具年产能 309 万套、淋浴房年产能 59.4 万套、水龙头年产能 33 万件、地漏年产能 99 万件等；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，将新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘等。

因此，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅提升智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能，具体扩张幅度如下：

序号	产品分类	现有产能（万套）	本次募投新增产能（万套）	扩张幅度
1	智能锁	120.00	324.00	270.00%
2	机械电子锁	115.00	274.50	238.70%
3	照明灯具	80.00	309.00	386.25%
4	卫浴产品（含淋浴房）	16.00	59.40	371.25%

注：1、合页为机械电子锁配套件，故本次募投新增的机械电子锁具产能按照 274.50 万套计算；

2、水龙头、地漏为淋浴房配件，故本次募投新增的卫浴产品产能按照 59.40 万套计算。

根据公司的测算，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目从开工建设到完全达产的期限为 5 年。若结合该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）的销量复合增长率测算，公司智能锁、机械电子锁、卫浴产品和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。

若结合该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 3 年（2020 年至 2022 年）的销量平均增长率测算，公司智能锁和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。但是，机械电子锁、卫浴产品在达产年预期的销量增长量未超过本次募投项目测算的销量增长量。

由于本次募投项目将大幅新增产能，未来若下游市场需求缩减或公司采取的各类产能消化措施不及预期；或若国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司在设计研发、经营管理、市场开拓等方面不能与扩张后的业务规模相匹配，最终导致未来 5 年智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的实际销量增长率未达到过去 5 年的销量复合增长率或未高于过去 3 年的销量平均增长率，甚至出现未来 5 年未能扭转 2022 年销量下滑的情况，则会导致公司新建募投项目的产能无法完全消化，面临新增产能无法及时消化的风险，进而对公司业绩产生重大不利影响。

此外，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，具体扩张情况如下：

序号	产品分类	现有产能	本次募投新增产能
1	钢制装饰板（万平方）	-	105.00
2	钢制门（万樘）	-	9.00

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能是公司对于涉及相关业务的上市及非上市公司进行调研后，并结合自身经营规模、销售渠道以及市场需求等情况进行确定的。若国内外经济环境、国家产

业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司钢制装饰板、钢制门销售渠道开拓、市场需求等不达预期，则可能导致钢制装饰板、钢制门等新产品的产能无法完全消化，进而对公司业绩产生重大不利影响。

（四）募投项目效益测算未达预期的风险

根据公司的测算，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，预计可实现年均销售收入 336,448.91 万元，年均净利润 23,998.24 万元，内部收益率（税后）为 14.97%；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，可实现年均销售收入 33,206.65 万元，年均净利润 2,846.59 万元，内部收益率（税后）为 13.70%。上述募投项目的预计效益是基于本次募投产品报告期内销售价格、单位成本、期间费用率、税率等财务指标并结合本次募投项目的产能规划进行的测算。

若未来国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化导致下游市场需求缩减，公司采取的各类产能消化措施不及预期，导致本次募投项目达产后实现的产量、销量低于本次募投项目规划的产销量；若未来下游市场需求缩减、公司产品竞争力下降等导致本次募投产品实际销售价格低于本次募投项目的预计销售价格；若原材料价格、人工成本等大幅上涨等导致本次募投项目的单位成本高于本次募投项目的预计单位成本；若未来公司管理不善或市场开拓不及预期等导致本次募投项目的实际期间费用率高于本次募投项目的预计销售费用率。上述情况可能导致本次募投项目达产后实现的效益低于本次募投项目预计的效益，并对公司未来的经营业绩产生不利影响。

（五）市场竞争加剧的风险

我国建筑五金行业呈现分散化、多层次的市场竞争格局。行业内企业的规模普遍较小，行业集中度低。随着行业的发展，市场竞争已经由最初的价格竞争转变为品牌、渠道、管理、技术、规模等多方面的综合竞争，市场竞争不断加剧。

如果公司未来不能持续提升生产管理能力、销售能力、研发与设计能力、信息化能力及产品质量等以应对市场竞争，巩固并不断提高现有市场地位，公司可能面临市场份额下降的风险，进而对未来持续发展造成不利影响。

（六）原材料价格波动的风险

公司生产经营所需的主要材料为不锈钢、铝合金、锌合金和零配件，公司采购的零配件材料也主要由不锈钢、铝合金和锌合金构成。报告期内，材料成本占公司主营业务成本比例约为 80%，占比较高，原材料价格波动，将会给公司生产经营及盈利水平带来影响。

在其他因素不发生变化的情况下，以 2022 年数据为基准，原材料价格变动对公司主营业务毛利率影响的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	以 2022 年数据为基准，原材料价格变动对公司主营业务毛利率影响的敏感性分析						
原材料价格变动比例	20%	10%	5%	0%	-5%	-10%	-20%
主营业务原材料成本	519,219.05	475,950.79	454,316.67	432,682.54	411,048.41	389,414.29	346,146.03
主营业务毛利率	18.85%	24.57%	27.43%	30.29%	33.15%	36.01%	41.73%
主营业务毛利率变动	-11.44%	-5.72%	-2.86%	-	2.86%	5.72%	11.44%

根据上表可见，在其他条件不变的情况下，原材料平均价格每上涨 5%，公司主营业务毛利率下降 2.86 个百分点。如果未来原材料价格大幅上涨而公司不能将原材料价格上涨的影响及时、有效地通过提高产品销售价格等方式向下游客户传导，公司的经营业绩将受到重大不利影响。

（七）存货库存管理及减值风险

截至 2023 年 3 月 31 日，公司存货账面价值为 131,454.45 万元，金额较大。随着公司未来经营规模的持续扩大，如果宏观经济形势、房地产政策等因素发生不利变化，或公司对行业发展趋势判断失误，可能导致公司存货周转速度下降，公司资产运营效率降低，进而导致大额存货减值风险并对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

（八）募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险

公司本次募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目及补充流动资金。除补充流动资金外，公司其余募投项目总投资规模为 161,435.91 万元，这些募投项目全部建成达产后，公司预计每年新增最大折旧摊销费用 10,237.26 万元，占 2022 年营业收入的比例为 1.34%。

若未来建筑五金行业市场环境发生重大不利变化，或募集资金投资项目在投产后未能及时产生预期效益，公司将面临收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，募集资金投资项目实现效益较低或出现项目初期亏损，将对公司未来的经营业绩产生较大的不利影响。

（九）部分募投项目用地尚未取得的风险

本次募投项目的“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”建设选址位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道。截至募集说明书签署日，公司虽然取得了中山市小榄镇人民政府出具的《关于广东中山坚朗科技有限公司募投项目用地事宜的说明函》，但是尚未取得募集资金投资项目土地的使用权。

如公司未能如期取得本募投项目的土地使用权，或公司另行安排其他合适地点进行建设，本募投项目的建设成本和项目运行效益都会存在差异，且可能会对本募投项目的实施进度产生不利影响。

二、本次向特定对象发行股票情况

1、本次向特定对象发行股票相关事项已经公司第四届董事会第六次会议、**第四届董事会第九次会议**以及 2023 年第一次临时股东大会审议通过，本次向特定对象发行股票尚需深圳证券交易所审核通过，并获得中国证监会做出同意注册的决定后方可实施。

2、本次发行的发行对象为包括公司控股股东白宝鲲先生在内的不超过 35 名符合中国证监会规定条件的特定对象。除白宝鲲先生以外的其他发行对象范围

为包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他机构投资者等。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

公司控股股东白宝鲲先生拟以现金认购本次向特定对象发行的股票，认购金额不少于 10,000 万元（含本数）且不超过 15,000 万元（含本数），同时认购股票数量不超过公司已发行股份的 2%。本次发行的最终发行对象由董事会根据股东大会的授权在本次发行通过深圳证券交易所审核并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定除白宝鲲先生以外的其他发行对象。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

本次发行的发行对象均以现金方式认购本次发行的股票。

3、本次发行的定价基准日为发行期首日，本次向特定对象发行股票的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%。定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，本次发行将按照深交所的相关规则对发行价格进行相应调整。

最终发行价格将在公司在经深圳证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，根据投资者申购报价情况，遵循价格优先等原则，由董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。白宝鲲先生不参与本次发行的竞价过程，并承诺接受市场竞价结果并以与其他特定投资者相同的价格认购本次发行的股票。若本次发行未能通过竞价方式产生发行价格，公司控股股东白宝鲲先生将继续参与认购，按本次发行的发行底价参与认购。

4、本次向特定对象发行的股票数量按照募集资金总额除以发行价格计算得

出，且不超过本次发行前总股本的 15%，即不超过 48,231,000 股（含本数）。最终发行数量将在本次发行经深圳证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，由公司董事会根据公司股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行董事会决议公告日至发行日期间发生派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则本次向特定对象发行的股票数量上限将按照相关规定进行相应调整。

5、本次向特定对象发行的认购对象中，公司实际控制人白宝鲲先生认购的本次发行的股票自发行结束之日起 18 个月内不得转让；除白宝鲲以外的其他发行对象认购的股份自发行结束之日起 6 个月内不得转让。

本次发行对象所取得本次发行的股票由于公司送红股、资本公积金转增股本等形式衍生取得的股票亦应遵守上述股份锁定安排。限售期后，发行对象减持认购的本次发行的股票按届时有效之法律、法规及深圳证券交易所的相关规定办理解锁事宜。

6、本次发行募集资金总额不超过 **198,500.00** 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金金额
1	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	103,378.78	91,200.00
2	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	15,230.30	13,800.00
3	坚朗五金信息化系统升级建设项目	24,753.99	17,700.00
4	坚朗五金总部自动化升级改造项目	18,072.84	16,900.00
5	补充流动资金	58,900.00	58,900.00
合计		220,335.91	198,500.00

在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投

资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

7、本次向特定对象发行股票完成后，不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，亦不会导致公司股权分布不具备上市条件。

8、本次发行完成后，本次发行前公司滚存的未分配利润由公司新老股东按照发行后的股份比例共享。

9、根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》等相关法律法规、规范性文件和《公司章程》等相关文件规定，结合公司实际情况，公司制定了《广东坚朗五金制品股份有限公司未来三年分红回报规划（2023年-2025年）》，并在本募集说明书“第六节 公司利润分配政策的制定和执行情况”对公司现行的利润分配政策、公司最近三年股利分配情况等进行了说明，提请广大投资者注意。

10、根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等规定的要求，为保障中小投资者利益，公司就本次发行股票事项对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行做出了承诺，具体见本募集说明书“第八节 本次发行的相关声明”之“六、发行人董事会声明”的内容。

公司特别提醒投资者注意：公司所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润作出保证，投资者不应据此进行投资决策。投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证募集说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

释义

在本募集说明书中，除非文义另有说明，下列词语具有如下特定含义：

一、一般名词释义

本公司、公司、上市公司、发行人、坚朗五金	指	广东坚朗五金制品股份有限公司
发行人前身、坚朗有限	指	广东坚朗五金制品有限公司
坚信实业	指	东莞市坚信实业投资有限公司，发行人之原股东
幸源实业	指	东莞市幸源实业投资有限公司，发行人之原股东
坚守实业	指	东莞市坚守实业投资有限公司，发行人之原股东
坚稳机电	指	广东坚稳机电设备系统有限公司，发行人之全资子公司
坚朗五金河南分公司	指	广东坚朗五金制品股份有限公司河南分公司，发行人之分公司
坚朗五金济南分公司	指	广东坚朗五金制品股份有限公司济南分公司，发行人之分公司
坚朗五金北京分公司	指	广东坚朗五金制品股份有限公司北京分公司，发行人之分公司
坚朗建材无锡分公司	指	广东坚朗建材销售有限公司无锡分公司，发行人子公司坚朗建材之分公司
苏州格兰熔	指	苏州格兰熔环保科技有限公司，发行人子公司苏州格兰斯柯之原控股子公司
坚朗建材	指	广东坚朗建材销售有限公司，发行人之全资子公司
东莞坚逸	指	东莞坚逸销售有限公司，发行人子公司坚朗建材之全资子公司
东莞朗固	指	东莞朗固欣销售有限公司，发行人子公司坚朗建材之全资子公司
东莞朗石	指	东莞朗石销售有限公司，发行人子公司坚朗建材之全资子公司
坚宜佳	指	广东坚宜佳五金制品有限公司，发行人之全资子公司
塔奥帝诺	指	塔奥帝诺智能科技（东莞）有限公司，发行人子公司坚宜佳之全资子公司
舒美惠	指	广东舒美惠智能家居科技有限公司，发行人子公司坚宜佳之全资子公司
深圳海贝斯	指	深圳坚朗海贝斯智能科技有限公司，发行人的控股子公司
广东海贝斯	指	广东坚朗海贝斯智能科技有限公司，发行人子公司深圳海贝斯之全资子公司
北京坚朗	指	北京坚朗五金制品有限公司，发行人之全资子公司
坚朗精密	指	广东坚朗精密制造有限公司，发行人之全资子公司
欧超建材	指	北京欧超建材有限公司，发行人之全资子公司
宁波新安东	指	宁波新安东密封保温系统有限公司，发行人之控股子公司
新安东亿安	指	新安东亿安（天津）高分子科技发展有限公司，发行人子公司宁波新安东之控股子公司
新安东周信	指	新安东周信（广东）高分子科技发展有限公司，发行人子公司宁波新安东之控股子公司
秦泰机电	指	广东坚朗秦泰机电窗控系统有限公司，发行人之控股子公司

科兴精密	指	宁波坚朗科兴精密制造有限公司，发行人之控股子公司
特灵工程	指	广东特灵工程安装有限公司，发行人之全资子公司
坚朗春光	指	河北坚朗春光节能材料科技有限公司，发行人之控股子公司
春光禾顺	指	春光禾顺节能材料（江苏）有限公司，发行人子公司坚朗春光之控股子公司
河北莱法特	指	莱法特防火材料河北有限公司，发行人之控股子公司
坚果智能	指	东莞市坚果智能科技有限公司，发行人之全资子公司
苏州格兰斯柯	指	苏州格兰斯柯光电科技有限公司，发行人之控股子公司
格莱威科	指	苏州格莱威科环保科技有限公司，发行人子公司苏州格兰斯柯之控股子公司
浙江格兰斯柯	指	浙江格兰斯柯智能科技有限公司，发行人子公司苏州格兰斯柯之全资子公司
湖州嘉利得	指	湖州市嘉利得新材料有限公司，发行人子公司苏州格兰斯柯之全资子公司浙江格兰斯柯之全资子公司
金鹏管业	指	天津金鹏管业发展有限公司，发行人之全资子公司
坚朗照明	指	广东坚朗照明科技有限公司，发行人之全资子公司
坚朗科技	指	广东中山坚朗科技有限公司，发行人之全资子公司
河北路泽	指	河北路泽新材料科技有限公司，发行人之控股子公司
香港坚朗	指	广东坚朗五金制品（香港）股份有限公司（英文名称：GUANG DONG KINLONG HARDWARE PRODUCTS (HK) CO., LIMITED），发行人之全资子公司
秦泰自动化	指	秦泰自动化产业集团有限公司（英文名称：GTI Group Limited），发行人子公司香港坚朗之控股子公司
菲律宾坚朗	指	坚朗五金（菲律宾）有限公司（英文名称：KIN LONG INDUSTRIAL (PHILIPPINES) INC.），发行人子公司香港坚朗之控股子公司
墨西哥坚朗	指	坚朗（墨西哥）有限责任公司（英文名称：MEXICO KIN LONG, S.A. DE C.V.），发行人子公司香港坚朗之控股子公司
葡萄牙坚朗	指	CIFIAL,S.A.，发行人子公司新加坡坚朗之控股子公司
阿联酋坚朗	指	坚朗建筑材料贸易有限公司（英文名称：Kin Long Construction Materials Trading LLC），发行人子公司香港坚朗之控股子公司
斯里兰卡坚朗	指	坚朗五金（兰卡）私人有限公司（英文名称：Guangdong Kin Long Lanka (Private) Limited），发行人子公司香港坚朗之全资子公司
印度坚朗	指	坚朗五金（印度）私人有限公司（英文名称：KINLONG HARDWARE (INDIA) PRIVATE LIMITED），发行人之控股子公司
越南坚朗	指	越南坚朗有限责任公司（英文名称：VIET NAM KIN LONG COMPANY LIMITED），发行人之全资子公司
马来西亚坚朗	指	坚朗（马来西亚）有限公司（英文名称：KIN LONG (MALAYSIA) SDN. BHD.），发行人之控股子公司
印尼坚朗	指	坚朗五金印尼有限责任公司（英文名称：PT Kinlong Hardware Indonesia），发行人之控股子公司
泰国坚朗	指	坚朗五金（泰国）有限公司（英文名称：Kinlong Hardware (Thailand) Co., Ltd），发行人之控股子公司
新加坡坚朗	指	坚朗（新加坡）私人有限公司（英文名称：KIN LONG(SINGAPORE)PRIVATE LIMITED），发行人之全资子公司
美盛新材	指	天津坚朗美盛新材料有限责任公司，发行人之控股子公司
森奥建材	指	广东坚朗森奥建材有限公司，发行人之控股子公司
朗石涂料	指	广东朗石涂料有限公司，发行人之控股子公司
河南坚朗	指	河南坚朗五金制品有限公司，发行人之全资子公司

山西新安东	指	山西新安东密封保温系统有限公司，发行人之控股子公司
坚朗斯博锐	指	广东坚朗斯博锐建筑工程有限公司，发行人之控股子公司
斯飞奥博泰	指	广东斯飞奥博泰智能卫浴科技有限公司，发行人之控股子公司
莱法特天津	指	莱法特防火材料（天津）有限公司，发行人之控股子公司
坚朗优利德	指	东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司，发行人之参股公司
君和睿通	指	深圳市君和睿通科技股份有限公司，发行人之参股公司
工品一号	指	苏州工品一号网络科技有限公司，发行人之参股公司
固诺天津	指	固诺（天津）实业有限公司，发行人之参股公司
深圳道尔	指	深圳市道尔智控科技股份有限公司，发行人之参股公司
广东道尔	指	广东道尔电科技术有限公司，发行人之参股公司
深圳晶泓	指	深圳市晶泓科技有限公司，发行人之参股公司
宁波信高	指	宁波信高节能材料有限公司，发行人之参股公司
杭州嘉翔	指	杭州嘉翔高强螺栓股份有限公司，发行人之参股公司
惠洁管业	指	河南惠洁管业销售有限公司，发行人之参股公司
阿路美格	指	江苏阿路美格销售有限公司，发行人之参股公司
东莞普赛达	指	东莞普赛达建筑材料有限公司，发行人之参股公司
乘方自动门	指	上海乘方自动门科技有限公司，发行人之参股公司
和成坚朗	指	和成坚朗（上海）厨卫有限公司，发行人之参股公司
四季沐歌	指	江苏四季沐歌净水科技有限公司，发行人之参股公司
河南颂源	指	河南颂源涂料有限公司，发行人之参股公司
巴地格建材	指	巴地格新型建材有限公司，发行人之参股公司
苏州禧屋	指	苏州禧屋新材料科技股份有限公司，发行人之参股公司
中和胶业	指	天津中和胶业股份有限公司，发行人之参股公司
浙江帅康	指	浙江帅康工程技术有限公司，发行人之参股公司
安阳贝朗	指	安阳贝朗陶瓷有限公司，发行人之参股公司
斯博锐化学	指	斯博锐精细化学品（广东）有限公司，发行人之参股公司
太阳雨工程	指	太阳雨工程技术有限公司，发行人之参股公司，已于 2023 年 3 月 15 日对外转让
湖北九阳	指	湖北九阳防水材料科技有限公司，发行人之参股公司
襄阳九阳	指	襄阳九阳防水工程有限公司，发行人之参股公司
狮盾电气	指	中山市狮盾电气有限公司，发行人之参股公司
亚萨合莱	指	亚萨合莱集团（ASSA ABLOY）由瑞典的 ASSA 和芬兰的 Abloy 兼并而成
诺托	指	德国诺托·弗朗克国际集团（ROTO）于 1935 年成立于斯图加特，是世界最大的专业门窗多点锁五金系统制造商
兴三星	指	兴三星云科技股份有限公司

合和	指	广东合和建筑五金制品有限公司
德施曼	指	浙江德施曼科技智能股份有限公司
亚太天能	指	广东亚太天能科技股份有限公司
凯迪仕	指	深圳市凯迪仕智能科技股份有限公司
王力安防	指	王力安防科技股份有限公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司
爱克股份	指	深圳爱克莱特科技股份有限公司
华体科技	指	四川华体照明科技股份有限公司
欧普照明	指	欧普照明股份有限公司
九牧集团	指	九牧集团有限公司
海鸥住工	指	广州海鸥住宅工业股份有限公司
惠达卫浴	指	惠达卫浴股份有限公司
格菲尔	指	格菲尔新材料科技（江苏）有限公司
汉尔姆	指	汉尔姆建筑科技有限公司
崇佑集团	指	崇佑（中国）新材料有限公司
董事会	指	广东坚朗五金制品股份有限公司董事会
监事会	指	广东坚朗五金制品股份有限公司监事会
股东大会	指	广东坚朗五金制品股份有限公司股东大会
《公司章程》	指	《广东坚朗五金制品股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《注册管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
报告期	指	2020 年度、2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-3 月
报告期各期末	指	2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日和 2023 年 3 月 31 日
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
重大不利影响	指	因发生产品价格、原材料价格波动等不可抗力以及募投项目新增产能消化、我国经济增速、产业政策、市场环境、核心技术、生产、研发、采购、销售、质量控制、贷款回收等方面出现重大不利变化等各种因素，导致发行人营业收入、营业利润、净利润、净资产收益率等盈利指标大幅下降甚至为负或其它风险事件出现等影响

二、专业名词释义

智能锁	指	以门为载体，附着在门上五金锁具通过生物识别、电子控制、传感、射频、通信等技术手段实现锁舌开与闭合并监测锁的工作状态，具备生物识别、传感侦测、音视频、联网远程及全屋智能接口联动等功能特征，以保障人与物的各种生活场景的安全智能化设备
机械电子锁	指	一种基于机械原理设计的安全装置，用于控制和限制物体的开启和关闭。是一种传统的锁具类型，使用物理结构和机械部件来实现锁定和解锁功能，而不涉及电子或电气元件。被广泛应用于门、柜子、保险箱、汽车和其他需要控制和保护的物体上，提供基本的物理安全和防护功能
照明产品	指	用于提供光线和照明效果的设备或产品。它们被广泛应用于各种场所，包括家庭、商业、工业和公共领域。随着技术的发展及创新，相关产品不仅提供基本的照明功能，还可以影响环境氛围、营造舒适的空间，同时具备节能、环保和智能化的特点
卫浴产品	指	用于卫生间和浴室环境中的各种设备、用品和装饰品。它们旨在提供与个人卫生和舒适相关的功能和体验。产品包括洁具、淋浴设备、卫浴配件等。现代的卫浴产品注重环保、节水和智能化的特点，以满足人们对个人卫生和舒适体验的需求
钢制装饰板	指	钢制装饰板作为室内墙面材料的一种，是一种专业化设计、工业化制造、模块化安装的绿色环保装饰，主要应用于医疗、生物制药、食品生产、洁净建设系统、写字楼、会议厅、机房和公共商业建筑等场景
钢制门	指	钢制门主要由镀锌钢冷弯封闭式门框型材和钢制门扇组成，具有耐磨、耐腐蚀、抗污、阻燃、防水以及无有害气体释放等作用，主要应用于医疗、生物制药、食品生产和洁净系统等领域
门窗五金系统	指	安装在门窗型材专用标准结构上的五金件的系统组合，对门窗的安全性能、抗风压性能、气密性能、启闭力等指标起到重要作用。
家居类产品	指	用于家庭居住环境中的各种物品和设备，旨在提供舒适、实用、美观和安全的居住体验。
门窗配套件系统	指	与门窗产品相配合使用的各种组件、附件和配件。通常用于安装、操作、装饰和增强门窗的功能和性能。
点支承玻璃幕墙构配件	指	应用于点支承玻璃幕墙、采光顶、雨棚等点支承结构中的不锈钢金属构配件。
门控五金系统	指	安装在无框玻璃门等非型材门扇上的五金件的系统组合，具有保护门框和门体，实现门扇自动平稳关闭、选择性停位以及门禁等功能。
不锈钢护栏构配件	指	应用在不锈钢护栏上的金属构配件，既是不锈钢护栏的受力构件，也是装饰性部件。
铝合金门窗	指	采用铝合金建筑型材制作框、扇杆件结构的门、窗的总称
执手	指	驱动传动锁闭器、多点锁闭器，实现门窗扇启闭的操纵装置
传动锁闭器	指	控制门窗扇锁闭和开启的杆形、带锁点的传动装置
多点锁闭器	指	对门窗实现多点锁闭功能的装置
点支承玻璃幕墙	指	由玻璃面板、点支承装置和支承结构构成的建筑幕墙
驳接头	指	固定于爪件或支承结构上，直接夹持紧固玻璃面板，以提供支承并传递荷载或作用的组件
驳接爪	指	固定于支承结构上，支承驳接头并传递荷载或作用的构件
钢绞线	指	由若干根钢丝绞捻而成的螺旋状钢丝束
CNAS	指	China National Accreditation Service for Conformity Assessment, 中国合格评定国家认可委员会
B 端客户	指	交易对象为房地产开放商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等企业、组织等，其购买的产品或服务一般用于支持其业务经营。
小 B 端客户	指	交易规模较小的企业客户或组织。
大 B 端客户	指	交易规模较大的企业客户或组织。

C 端客户	指	交易对象为个人消费者，其购买的产品或服务一般用于满足个人消费者在各生活场景下的个人日常需求。
-------	---	--

注：本募集说明书中若出现合计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

重大事项提示	2
一、重大风险提示.....	2
二、本次向特定对象发行股票情况.....	10
声明	14
释义	15
一、一般名词释义.....	15
二、专业名词释义.....	19
第一节 发行人基本情况	24
一、公司基本情况.....	24
二、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	24
三、公司所处行业的主要特点及行业竞争情况.....	25
四、公司主要业务模式、产品或服务的主要内容.....	57
五、固定资产情况.....	74
六、公司现有业务发展安排及未来发展战略.....	80
七、发行人商业信用情况.....	83
八、最近一期末公司财务性投资相关情况.....	92
第二节 本次证券发行概要	101
一、本次发行的背景和目的.....	101
二、发行对象及其与公司的关系.....	105
三、附条件生效的股份认购协议内容摘要.....	107
四、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期.....	110
五、募集资金金额及投向.....	112
六、本次发行是否构成关联交易.....	112
七、本次发行是否将导致公司控制权发生变化.....	113
八、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序.....	113
九、实际控制人免于要约方式增持股份的说明	114

第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	115
一、本次募集资金使用计划.....	115
二、本次募集资金投资项目的实施背景与目的.....	115
三、本次募集资金投资项目的必要性和可行性.....	120
四、本次募集资金投资项目基本情况.....	131
五、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式.....	152
六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响.....	154
七、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的区别和联系.....	155
八、本次募投项目是否符合国家产业政策情况.....	156
九、募集资金用于拓展新业务、新产品情况.....	157
十、本次募投项目新增产能的消化措施	157
第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	167
一、本次发行后公司业务及资产整合计划.....	167
二、本次发行后公司章程、股东结构、高管人员结构及业务结构的变动情况	167
三、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	168
四、本次向特定对象发行不会导致控制权发生变更.....	168
五、本次发行后公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况.....	169
六、本次发行后公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况.....	169
第五节 历次募集资金情况	170
一、最近五年内募集资金的基本情况.....	170
第六节 公司利润分配政策的制定和执行情况	171
一、公司现行的股利分配政策.....	171
二、最近三年公司现金股利分配情况.....	174
三、最近三年未分配利润的使用情况.....	174
四、公司股东回报规划.....	174

第七节 与本次发行相关的风险因素	177
一、募投项目相关的风险.....	177
二、市场及经营风险.....	180
三、财务风险.....	187
四、本次发行相关风险.....	187
第八节 本次发行的相关声明	189
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	189
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	192
三、保荐人（主承销商）声明.....	193
四、发行人律师声明.....	195
五、审计机构声明.....	196
六、发行人董事会声明.....	197

第一节 发行人基本情况

一、公司基本情况

中文名称	广东坚朗五金制品股份有限公司
英文名称	Guangdong KinLong Hardware Products Co.,Ltd.
成立日期	2003年6月26日
股本总额	321,540,000.00元
法定代表人	白宝鲲
股票简称	坚朗五金
股票代码	002791
股票上市地	深圳证券交易所
住所	广东省东莞市塘厦镇坚朗路3号
联系电话	0769-82955232
传真号码	0769-87947885
网址	http://www.kinlong.com
电子信箱	dsb@kinlong.com
经营范围	研发、生产、销售；建筑五金及金属构配件、装配式建筑五金构配件、不锈钢制品、智能楼宇产品、智能家居产品、物联网产品、智慧社区产品、电子产品、建筑门锁、门禁系统、紧固件、管廊产品、预埋槽道、抗震支吊架、橡胶制品、塑胶制品、硅胶制品、陶瓷制品、劳保用品、安防器材、家居产品、家用电器、照明器具、物料搬运设备、智能装备、机电设备、环卫设备、环保辅材、建筑工具、金属工具、化工产品（不含危险化学品）、钢丝绳、钢丝绳索具、钢绞线、建筑钢拉杆、桥梁缆索、索锚具、铸钢件、整体浴室、卫浴洁具、整体橱柜、密封胶条（含三元乙丙胶条）、防水材料、耐火材料、包装材料、轨道交通配套设备、商业通道闸机、净水设备及配件、智能养老系统、运动器材、智能测量设备、建筑及装饰装潢材料、办公用品及设备；工程安装与维修；技术及货物进出口；增值电信业务经营；普通货运（仅限分支机构经营）；销售；电脑软件、日用品；第二类医疗器械经营；机械设备租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况

（一）发行人前十大股东情况

截至2023年3月31日，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	股东性质	持股比例	持股数量 (股)	持有有限售条件的 股份数量(股)	质押或冻结情况
1	白宝鲲	境内自然人	37.41%	120,283,973	90,212,980	无
2	闫桂林	境内自然人	7.78%	24,999,835	18,749,876	无
3	白宝萍	境内自然人	7.43%	23,874,345	17,905,759	1,139,602 股
4	陈平	境内自然人	7.02%	22,574,345	16,930,759	无
5	王晓丽	境内自然人	3.43%	11,041,370	8,281,027	无
6	香港中央结算有限公司	境外法人	3.29%	10,576,975	-	无
7	全国社保基金四一三组合	其他	1.53%	4,926,103	-	无
8	广东坚朗五金制品股份有限公司第一期员工持股计划	其他	1.37%	4,407,735	-	无
9	全国社保基金一零八组合	其他	1.19%	3,833,880	-	无
10	基本养老保险基金一六零三二组合	其他	1.11%	3,577,369	-	无
合计		-	71.56%	230,095,930	152,080,401	-

注：上述股东中，白宝鲲与白宝萍为兄妹关系。

（二）控股股东和实际控制人情况

截至 2023 年 3 月 31 日，白宝鲲持有发行人 120,283,973 股股份，占发行人总股本的 37.41%，为发行人的控股股东和实际控制人。

三、公司所处行业的主要特点及行业竞争情况

公司产品品类达百余种，根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司产品直接涵盖了制造业（C）项下的金属制品业（C33）、非金属矿物制品业（C30）、电气机械和器材制造业（C38）等。根据中国证监会于发布的《2021 年 3 季度上市公司行业分类结果》，公司所属行业为金属制品业（C33）。

（一）行业概述

建筑配套件是建筑物或构筑物中使用的金属和非金属制品、配件的总称。作为现代建筑的关键部件，建筑配套件发展至今市场空间巨大，衍生出的产品种类

极其繁多，具有应用领域广泛、功能和结构复杂多变、客户需求多元、单品价值较低等特点。公司生产的建筑配套件产品合计百余个大类、上万个种类，主要为住宅建筑和公共建筑建设、装潢时所使用的中高端建筑五金制品。

（二）行业主管部门、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

公司所属行业的宏观管理部门为国家发展和改革委员会、住建部及工信部承担。国家发展和改革委员会主要负责制定行业政策及发展规划，指导行业体制改革、结构调整及技术改造，审批和管理大型投资项目等；住建部及工信部主要负责提出相关行业发展战略和政策，制定并组织实施工业规划、计划和产业政策，对公司所属行业的发展进行指导和规范；工信部负责拟订并组织实施工业行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新。

2、自律性组织

公司所属行业的自律性组织主要包括中国建筑金属结构协会、中国建筑装饰协会、中国五金制品协会、中国钢结构协会等行业协会，这些协会的主要职责为建立行业自律机制、研究和探讨行业未来发展方向、组织行业交流工作、维护会员合法权益，从而达到行业稳定、健康发展的目的。

3、行业主要法律法规及产业政策

公司所属行业的法律法规及行业政策如下：

序号	名称	颁布时间	发布单位	相关要点
1	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	2022年6月	工信部等5部门	<p>增加升级创新产品。培育一批国家级工业设计中心，壮大一批设计园区、设计小镇，支持家用电器、家具、皮革、五金制品、玩具和婴童用品等行业设计创新。智能锁、智能高档工具等智能五金制品，节水型卫浴五金产品等、功能型照明产品，智能化、集成化照明系统解决方案列入升级创新产品制造工程。</p> <p>强化品牌培育服务。在家用电器、皮革、五金制品、钟表、自行车、家具、化妆品、洗涤用品、乳制品、酿酒、功能性食品等领域培育一批国际</p>

序号	名称	颁布时间	发布单位	相关要点
				知名品牌。 深入实施数字化转型。引导企业综合应用新一代数字技术，逐步实现研发、设计、制造、营销、服务全链条数字化、网络化、智能化。支持龙头企业构建智能制造平台，争创国家级工业互联网、两化融合项目。在家用电器、家具、皮革、造纸、塑料制品、缝制机械、五金制品、洗涤用品、食品等行业推广一批智能制造优秀场景。
2	《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》	2021年6月	工信部等6部门	推动产业数字化发展，大力推动自主可控工业软件推广应用，提高企业软件化水平。
3	《关于推动智能建造与建筑工业化协同发展的指导意见》	2020年7月	住建部	到2025年，我国智能建造与建筑工业化协同发展的政策体系和产业体系基本建立，建筑工业化、数字化、智能化水平显著提高，建筑产业互联网平台初步建立，产业基础、技术装备、科技创新能力以及建筑安全质量水平全面提升，劳动生产率明显提高，能源资源消耗及污染排放大幅下降，环境保护效应显著。推动形成一批智能建造龙头企业，引领并带动广大中小企业向智能建造转型升级，打造“中国建造”升级版。
4	《关于进一步促进服务型制造发展的指导意见》	2020年6月	工业和信息化部等十五部门	强化制造业企业主体地位，完善政策和营商环境，加强示范引领，健全服务型制造发展生态，积极利用工业互联网等新一代信息技术赋能新制造、催生新服务，加快培育发展服务型制造新业态新模式，促进制造业提质增效和转型升级，为制造强国建设提供有力支撑。
5	《升级和创新消费品指南（轻工第五批）》	2018年12月	中国轻工业联合会	工具五金、建筑五金、日用五金、卫浴、燃气用具等多项五金产品入围，要求入选指南的各生产企业进一步加强科技创新，生产出更多更好的升级和创新产品，满足人们日益增长的美好生活需要。
6	《轻工业发展规划（2016-2020）》	2016年8月	工业和信息化部	推动五金制品工业向机械化、自动化和智能化方向发展。
7	《中国制造2025》	2015年5月19日	国务院	就是从制造业大国向制造业强国转变，最终实现制造业强国的目标。

（三）行业发展概况

1、我国房地产开发、存量房改造与翻新、城镇化建设概况

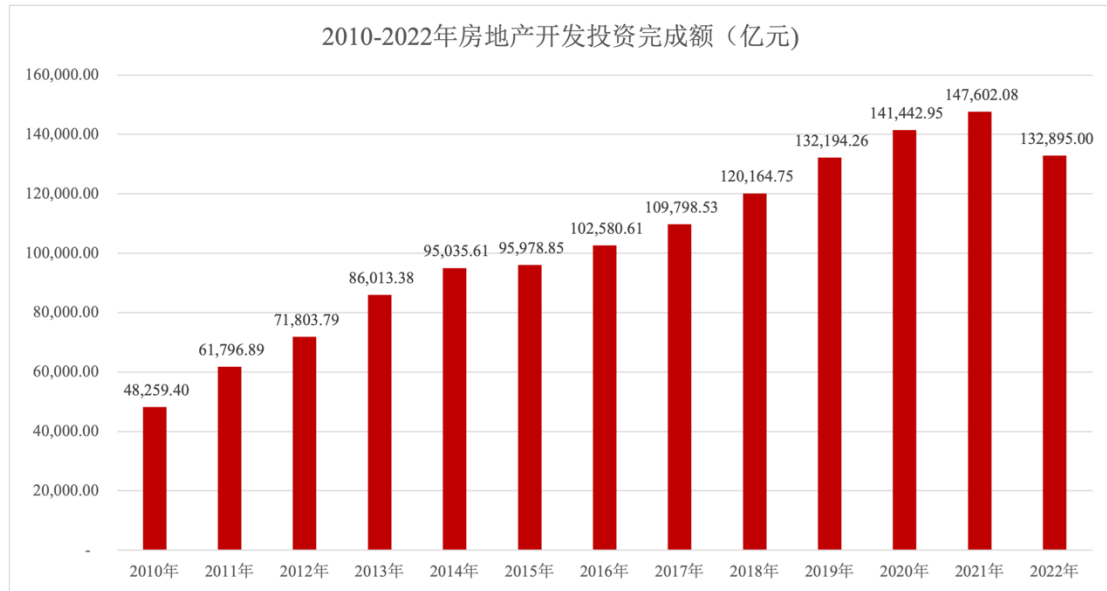
建筑五金行业的市场空间、发展概况与我国房地产开发、存量房改造与翻新

的市场空间和城镇化建设的发展概况息息相关。

(1) 我国房地产开发概况

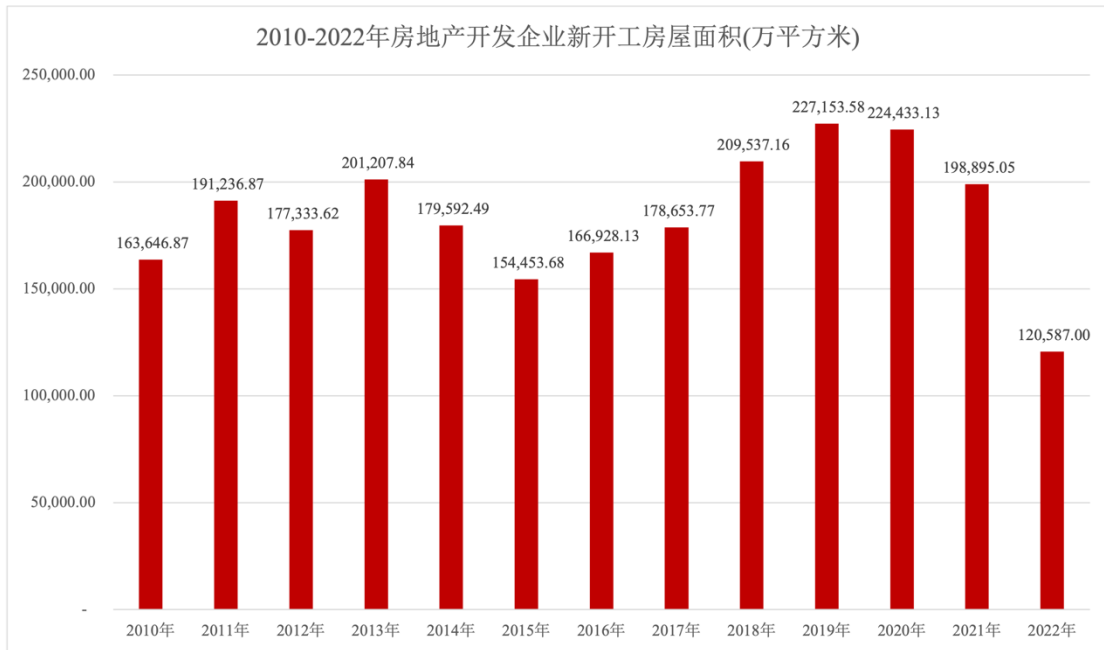
伴随近二三十年我国经济的快速发展，居民购房需求持续释放，房地产行业已成为中国国民经济的支柱产业，为建筑五金行业提供了广阔的市场空间。

2010年至2022年，我国房地产开发投资金额情况如下：



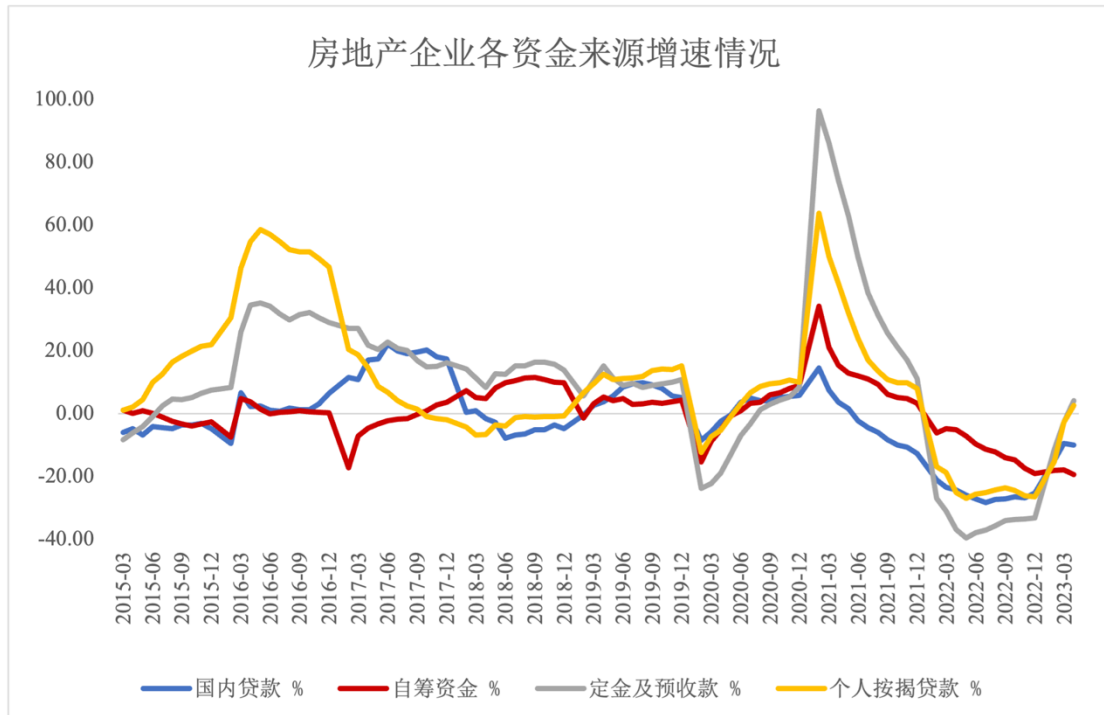
数据来源：国家统计局

2010年至2022年，我国房屋新开工面积情况如下：



数据来源：国家统计局

房地产企业各资金来源增速情况如下：



数据来源：Wind

2010 年至 2020 年，我国房地产开发投资金额从 48,259.40 亿元增长至 141,442.95 亿元，年均复合增长率达 11.35%；我国房屋新开工面积从 163,646.87 万 m² 增长至 224,433.13 万 m²，年均复合增长率达 3.21%。我国房地产行业的支柱产业地位以及投资金额、开工面积持续增长为建筑五金的市场需求提供了广阔市场空间和创造了良好的发展态势。

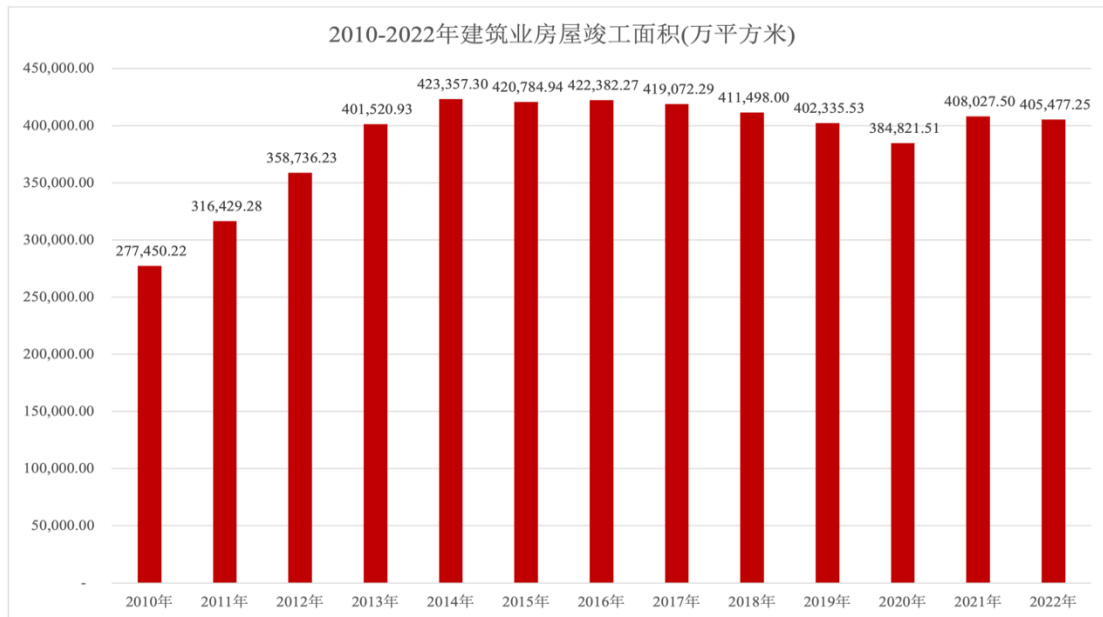
在坚持房地产行业“房住不炒”的总基调下，为控制住宅房地产的非居住性需求、遏制房价过快上涨、解决传统的高杠杆发展模式，我国政府在 2020 年和 2021 年连续出台了“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策。受此影响，2021 年以来，我国房地产开发投资金额、房屋新开工面积出现下滑，房地产企业各资金来源增速出现显著下滑甚至出现负增长，房地产企业融资环境恶化，房地产企业资金压力增大、资金紧张。我国房地产行业下行、房地产企业资金压力增大、资金紧张的状况也传导到包括建筑五金行业在内的各个下游产业，也直接影响了我国建筑五金的市场需求和回款周期。

2022 年 4 季度以来，我国多部门出台政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境得到改善。2022 年 11 月以来，中国人民银行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加力》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022 年 12 月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；2023 年 1 月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比连续 3 个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”房地产支持政策不断出台，建筑五金行业的经营环境有所改善。

(2) 我国存量房改造与翻新概况

随着房地产行业近二十年的发展，大量土地被开发，尤其是城市中心城区已无法大批量供应优质土地，我国房地产逐渐由增量市场向存量市场转变，二手房成为更多购房者的首选。我国二手房交易规模总体呈上升趋势，根据贝壳研究院发布的数据，我国二手房交易规模由 2014 年 2.6 万亿元增至 2021 年 7 万亿元。此外，2010 年以来，我国房屋累计竣工面积为 505.19 亿平方米，其中，住宅累计竣工面积为 330.37 亿平方米，构成了庞大的存量建筑面积。

2010 年至 2022 年，我国房屋竣工面积情况如下：



数据来源：国家统计局

2010 年至 2022 年，我国住宅竣工面积情况如下：

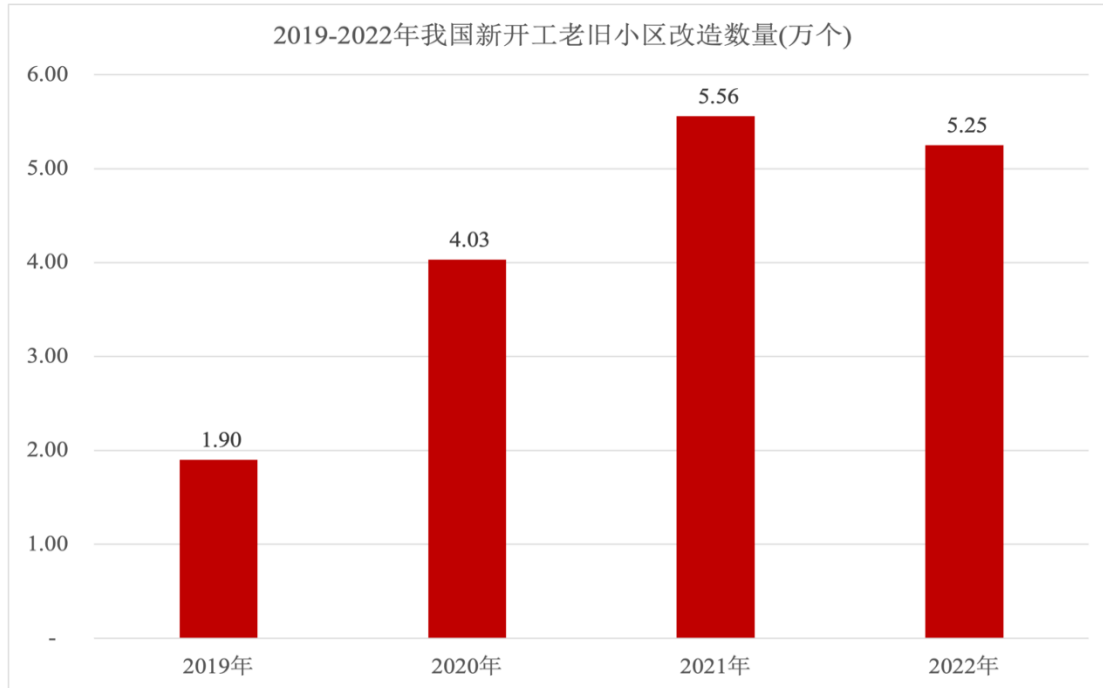


数据来源：国家统计局

大量的二手房交易和庞大的存量建筑面积为建筑五金行业带来了新的市场空间。

此外，为保障居民住房需求，改善居住环境，我国于 2017 年启动老旧小区改造试点工作。根据住建部的数据，2019 年至 2022 年，我国新开工老旧小区改造数量分别为 1.9 万个、4.03 万个、5.56 万个和 5.25 万个，2023 年计划新开工改造城镇老旧小区 5.3 万个以上。根据国务院办公厅印发《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》（国办发〔2020〕23 号），要求力争在“十四五”期末基本完成 2000 年底前建成需改造城镇老旧小区的改造任务。

2019 年至 2022 年，我国新开工老旧小区改造数量情况如下：



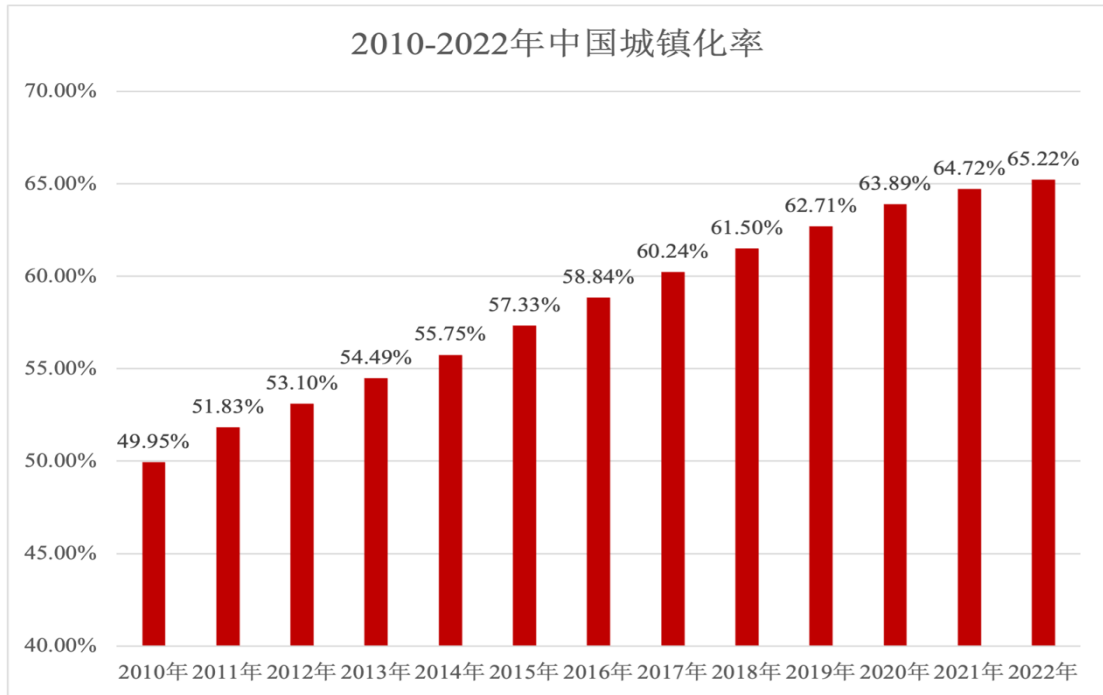
数据来源：住建部

旧改项目的持续落地一定程度上弥补了房屋新开工面积下滑带来的建筑五金市场需求疲软的局面。

（3）我国城镇化建设概况

我国城镇化建设自 1990 年代中期开始大力推进，我国城镇化率从 2010 年的 49.95% 提高到了 2022 年的 65.22%，持续提升。伴随着我国城镇化的持续推进和城镇人口规模的持续扩大，居民购房需求持续释放，带动了包括建筑五金行业在内的各个房地产下游产业的发展。

2010 年至 2022 年，我国城镇化率情况如下：



数据来源：国家统计局

目前，我国城镇化率水平与发达国家的水平仍然存在一定的差距，还存在一定的发展空间。2022 年 12 月，刘鹤副总理指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”。因此，未来，随着我国城镇化的进一步推进，常住人口将继续由农村向城市转移，将推动我国各类房屋建设规模持续保持在较高水平，拉动建筑五金产品的需求。

2、我国建筑五金行业发展概况

(1)我国建筑五金行业市场空间巨大、产品种类极其繁多、应用领域广泛、功能和结构复杂多变、客户需求多元、单品价值较低

作为现代建筑的关键部件，建筑五金行业发展至今市场空间巨大，衍生出的产品种类极其繁多，产品具有应用领域广泛、功能和结构复杂多变、客户需求多元、单品价值较低等特点。

根据国家统计局的数据，2022 年，我国建筑及装潢材料类商品零售额 1,910.70 亿元，显示了我国建筑五金行业市场空间巨大。建筑五金按用途可分为门窗五金、水暖五金、装潢五金、丝钉网类五金、厨房五金等，产品种类极其繁

多，单一产品价值量低。

建筑五金被广泛应用于住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂/产业园建筑等公共建筑。应用领域的广泛、建筑结构的多元使得客户需求多元、产品功能和结构复杂多变。

巨大的市场空间、极其繁多的产品种类、广泛的应用领域、多元化的客户需求等特点也为我国大型建筑五金企业的横向产品品类扩张创造了良好的发展条件。

(2) 我国建筑五金行业集中度较低，为大型建筑五金企业提供了良好的竞争、整合空间

由于生产工艺已较为成熟、单品价值较低、产品种类极其繁多等，在庞大的建筑五金市场中充斥着众多从业企业。根据中国五金制品协会的数据，我国建筑五金行业拥有超过 4,000 家企业，市场竞争格局较为分散，行业集中度较低。

相比中小型建筑五金企业，大型建筑五金企业能够依托自身较强的研发能力、制造能力、销售能力与资金实力，不断丰富产品品类、提高产品品质与质量、拓宽销售渠道、形成品牌效应与规模效应，并快速响应客户需求多元化与及时供货等需求。因此，大型建筑五金企业所具有更强的市场竞争力，使得行业内资源将不断重新优化配置，市场集中度逐步提高，中小型建筑五金企业将被逐步淘汰、收购。因此，我国建筑五金行业较为分散的市场竞争格局也为大型建筑五金企业提供了良好的竞争、整合空间。

(3) 建筑五金行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台

近年来，建筑五金行业生产工艺已较为成熟，行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

近年来，建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，消费者对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新

等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。

房地产市场由增量向存量切换的趋势使建筑五金的需求客户日趋零散化，B端客户业务分化，大B端客户集采持续承压，小B端客户业务重要性持续提升。随着我国经济持续、快速发展，近年来，我国人力资源成本显著上升。在传统的多供应商采购模式下，由于建筑五金的订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金的需求客户往往需要配置更多的工作人员，以应对不同种类产品的及时采购需要，且通常会付出比集中采购更高的价格来购买所需产品，尤其是小B端客户。相比传统的多供应商采购模式，一站式集成采购模式能够帮助客户提供一站式采购解决方案与一站式采购服务，节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的。

(4) 建筑五金生产、制造与销售向自动化、智能化、信息化升级

在一站式采购需求日益提升背景下，客户订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金企业需要对生产、制造系统进行进一步升级，并搭建高效的信息化体系来支撑发展需要。

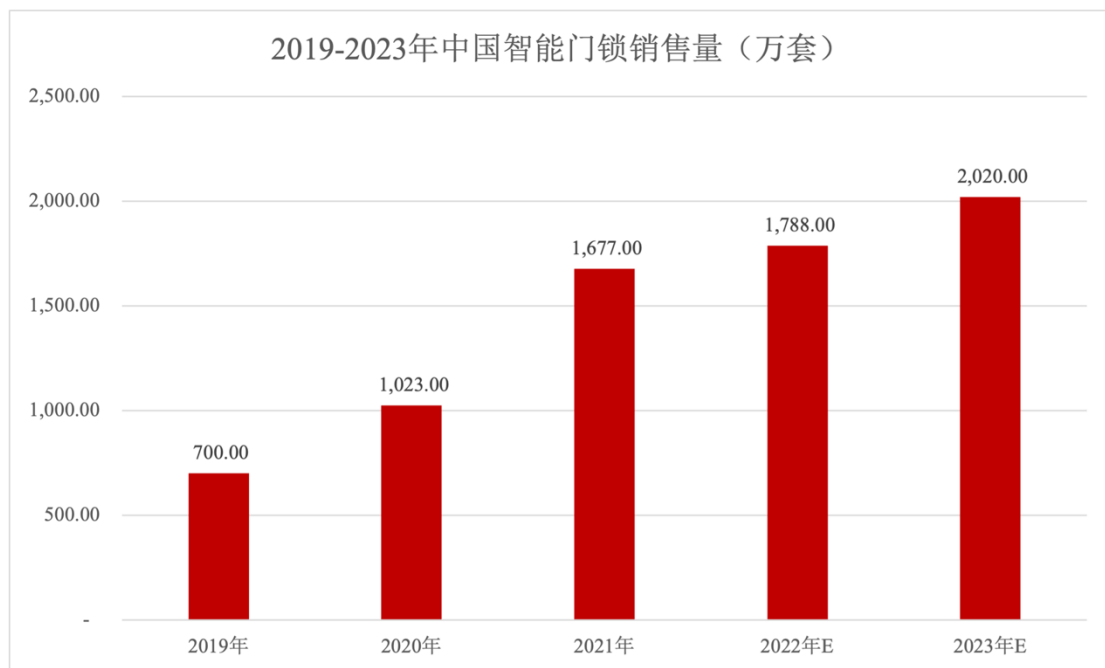
因此，加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，推进生产过程自动化、智能化，全面提升企业生产、制造的自动化、柔性化、智能化水平已成为建筑五金行业内企业生产制造系统升级的必然方向。此外，大型建筑五金企业丰富的产品品类和庞大的订单数量，必须以高效的信息化系统为基石，以满足产品合理生产、及时调配、快速交付等的要求。

3、本次募投项目涉及新增产能的主要产品发展概况

本次募投项目涉及新增产能的主要产品包括智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料等。因此，以下重点分析智能锁、机械锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料的发展概况。

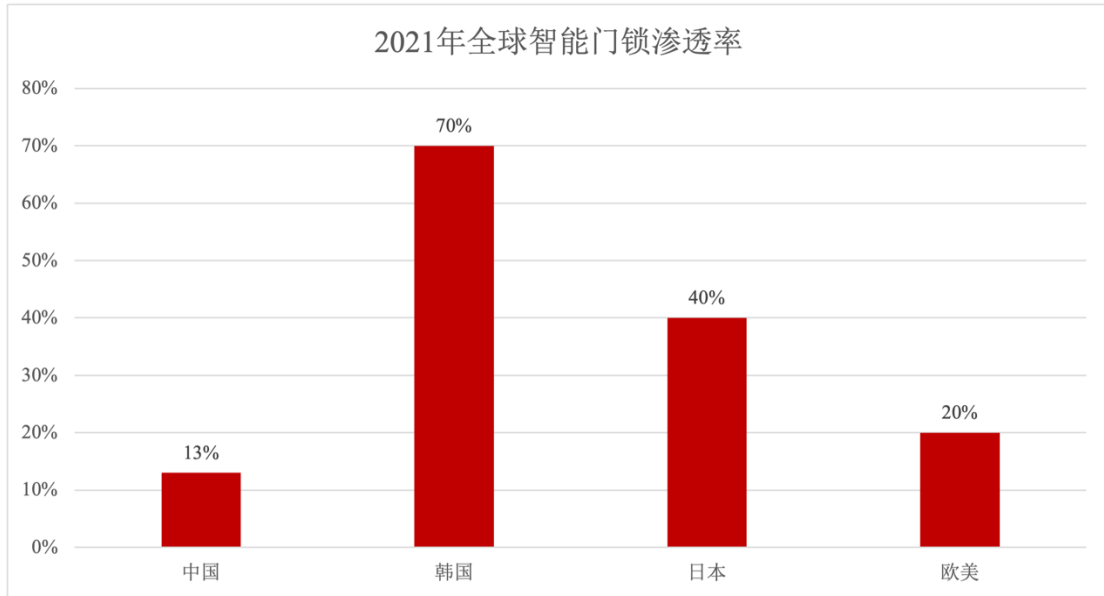
(1) 智能锁行业发展概况

相较于机械门锁等传统门锁，智能锁具备较高的安全性和便捷性，因此近年来，我国智能锁销量快速增长，渗透率逐年上升。但是，与发达国家相比，我国智能锁的渗透率仍属低位，未来发展空间广阔。根据京东 C2M 智造平台及 GfK 中怡康联合发布的《2022 智能门锁趋势白皮书》，2021 年，智能门锁销售量（全渠道）为 1,677 万套，相较于 2019 年的 700 万套翻倍增长。预计 2022 年和 2023 年智能门锁销售量（全渠道）分别达 1,788 万套和 2,020 万套，保持快速增长态势。2019 年至 2023 年，我国智能门锁销售量（全渠道）情况如下：



数据来源：GfK 中怡康

此外，相较于发达国家，我国智能锁渗透率较低，随着用户消费升级的需求与数字化城市建设发展进程加速，未来发展空间广阔。2021 年，我国智能锁的渗透率与日本、韩国、欧美的对比情况如下：

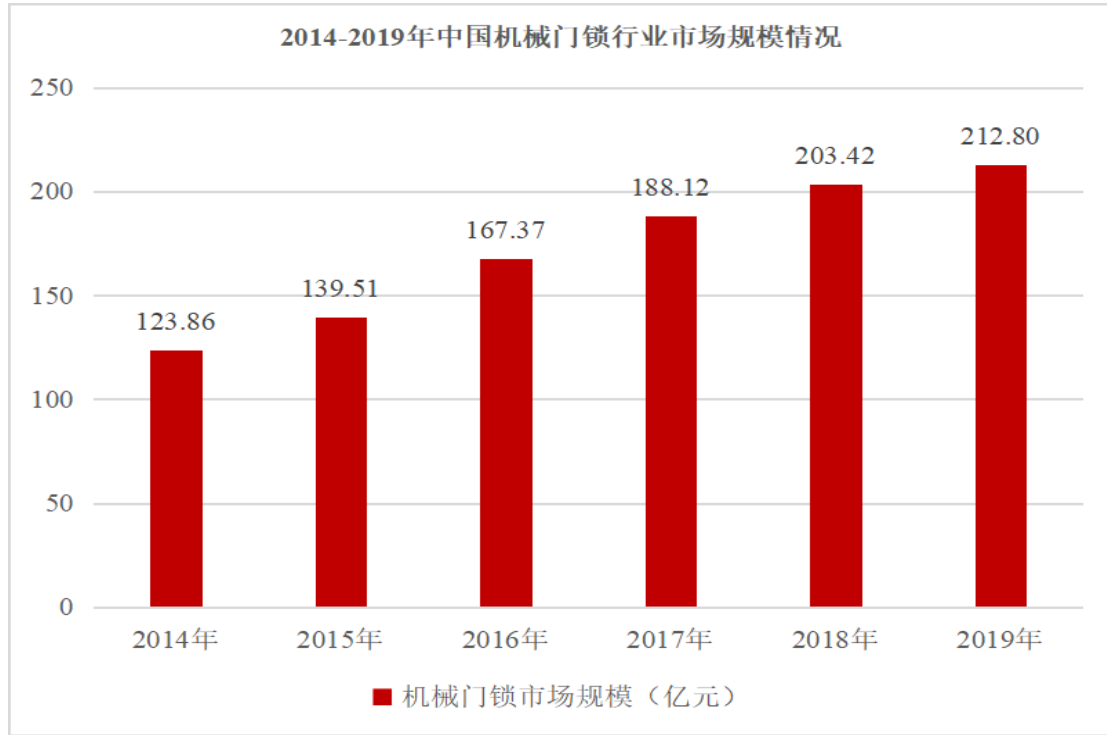


数据来源：GfK 中怡康

（2）机械电子锁具行业发展概况

机械电子锁市场空间大、产品种类众多、应用场景广泛。根据《2020-2026年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》，2019年，我国机械锁市场规模为212.80亿元，预计2026年我国机械门锁市场规模将达374.01亿元。我国机械锁主要生产基地集中在浙江、广东、山东、江苏等地区。

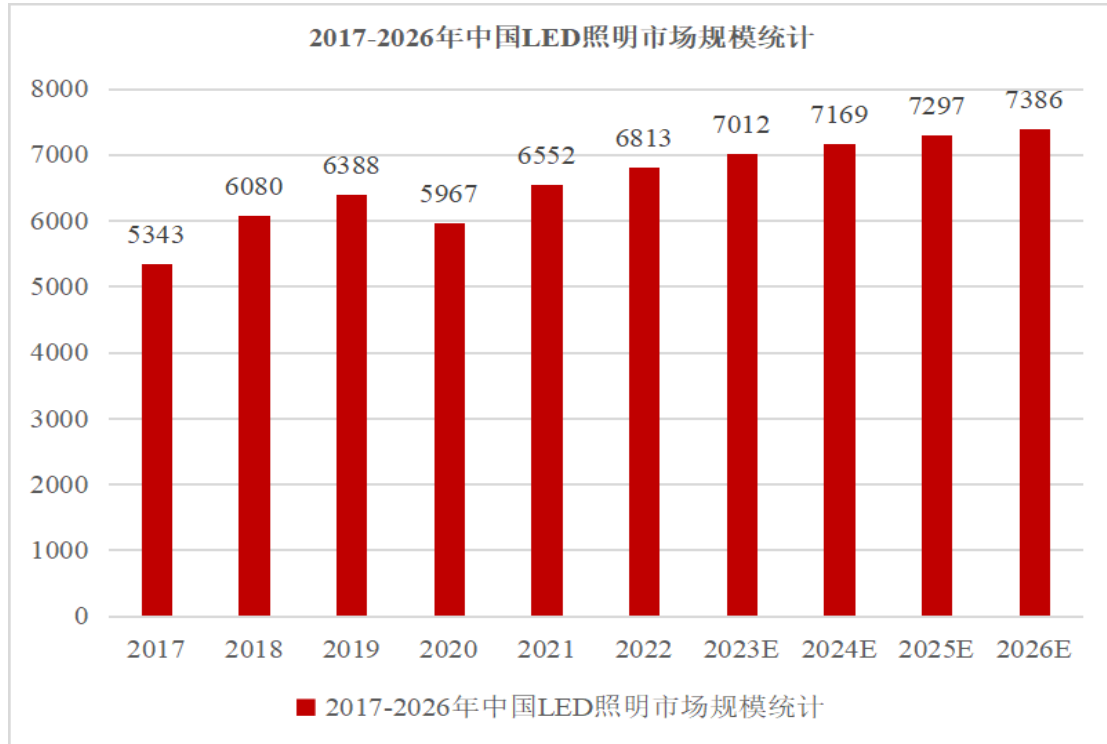
2014 年至 2019 年，我国机械门锁行业市场规模情况如下：



资料来源：《2020-2026 年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》

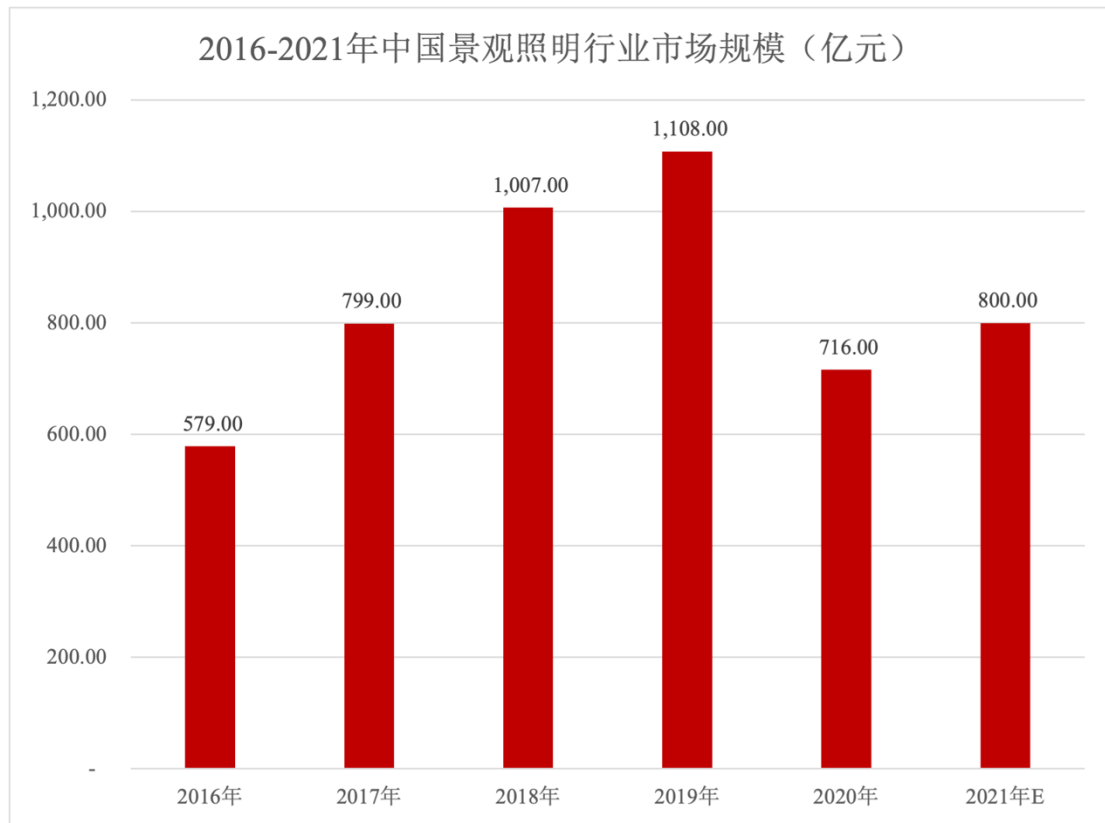
(3) 照明行业发展概况

照明的应用领域包括通用照明、景观照明、汽车照明、背光应用、信号及指示等。近年来，照明行业已进入稳定增长阶段，根据中国照明电器协会数据，2021 年，我国 LED 照明市场规模达 6,552 亿元，预计 2026 年我国 LED 照明市场规模将达 7,386 亿元。2017 年至 2026 年，我国 LED 照明市场规模情况如下：



数据来源：中国照明电器协会数据

在景观照明方面，景观照明兼具文化艺术体验和照明双重功能，逐渐成为城市照明发展趋势。近年来，随着我国城镇化率的持续提升、各地政策的推动，我国景观照明行业发展较为迅速，已成为全球最大的景观照明市场。根据国家半导体照明工程研发及产业联盟的数据，受我国、全球经济增速下降的不利影响，2021年，我国景观照明市场规模依然达 800 亿元。2016 年至 2021 年，我国景观照明市场规模情况如下：

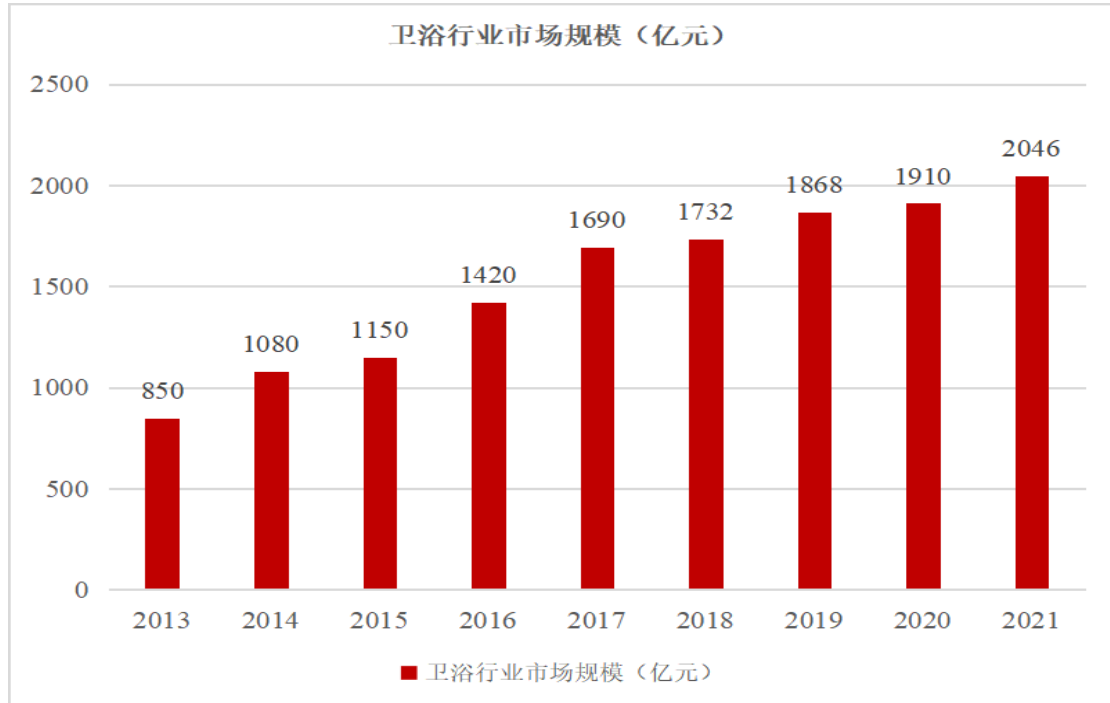


数据来源：国家半导体照明工程研发及产业联盟

随着我国城镇化的持续推进，以及特色小镇、夜间经济、智慧社区等新型城市建设需求的带动下，我国景观照明市场未来空间广阔。

（4）卫浴行业发展概况

卫浴行业由卫生陶瓷、卫浴五金、浴室浴柜、浴缸浴房等产品构成。根据奥维云网的数据，2021年，中国卫浴市场规模达2,046亿元，市场空间大。近年来，卫浴行业已进入稳定增长阶段。2013年至2021年，我国卫浴行业市场规模情况如下：



数据来源：奥维云网

（5）装配式金属复合装饰材料发展概况

建筑装饰是指为使建筑物、构筑物内外空间达到一定的环境质量要求，使用装饰装修材料，对建筑物、构筑物外表和内部进行装饰处理的工程建筑活动。近年来，伴随着我国经济的持续增长、我国城镇化的持续推进、我国房地产业、建筑业的增长，建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速。

根据《中国建筑年鉴》，2015年我国建筑装饰业总产值为3.40万亿元，2021年我国建筑装饰总产值达到5.24万亿元，2015年至2021年复合增长率为7.48%。根据《建筑装饰行业“十四五”发展规划》设定目标，到2025年力争实现行业产值规模达到6.5万亿元。



数据来源：《中国建筑年鉴》，《建筑装饰行业“十四五”发展规划》

建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速，带动了国内建筑装饰材料产品的快速发展。此外，近年来，无论是公装领域（公共建筑装饰）还是家装（住宅装饰等装修）领域，建筑装饰工程正逐渐摆脱对材料的堆砌，取而代之的趋势是以个性化、艺术化及功能化为导向的产品需求，从而对装饰材料的多样化及品质提出了更高的要求，对装饰材料材质的选取范围也亦日趋宽泛。

钢制装饰板作为新型室内墙面材料，其抗刮、防火、环保、防潮、装配式安装、配管走线和无辐射等特性均受到设计师和客户的青睐，可同时满足建筑空间对于防火、防污、抗震、抗菌的要求，是替代传统墙面材料的优良选择。近年来，钢制装饰板普遍运用在地铁、机场、会议厅、医院等场景中。钢制门主要应用于医疗、生物制药、食品生产以及洁净系统等场景，在常见的应用场景中，通常以钢制门为切入点，与钢制装饰板同时进行招标。基于此市场现状，钢制门的配套生产与销售将有利于钢制装饰板的市场推广应用。

（四）行业竞争格局

我国建筑五金行业呈现分散化、多层次的竞争格局，行业集中度较低。由于生产工艺已较为成熟、单品价值较低、产品种类极其繁多等，在庞大的建筑五金

市场中充斥着众多从业企业，我国建筑五金市场呈现出分散化的竞争格局。同时，由于产品种类极其繁多、应用领域广泛，涉及大量的标准件及非标准件，我国建筑五金市场也呈现出多层次的竞争格局。

建筑五金产品根据生产工艺、品质、质量、品牌、价格等方面可划分为中高端产品和低端产品，在中高端市场，企业主要依靠其品牌、渠道、技术、管理及规模等优势，参与全国甚至全球市场的竞争；而在低端市场，企业生产规模较小，品牌意识较弱，大量中小建筑五金企业以零散的形式参与区域市场的竞争，存在无序、低价竞争，同质化现象严重等问题，产品技术含量相对中高端市场较。

（五）进入本行业的主要障碍

由于生产工艺已较为成熟、单品价值较低、产品种类极其繁多等，建筑五金行业的行业准入门槛较低。但是，行业内企业要形成一定的经营规模、研发能力和品牌价值，从而成为大型建筑五金企业并参与全国甚至全球市场的竞争，则面临较高的行业壁垒，具体情况如下：

1、规模和资金壁垒

规模化生产的大型建筑五金企业具有一定的规模效应，在采购议价、生产成本摊薄等方面具备优势，使得在市场竞争中具有更强的市场竞争力。但是，形成规模化的生产需要企业投入大量资金购置厂房和设备、维持研究开发与营运资金周转，这就要求企业具备较强的资金实力。因此，本行业存在着较为明显的规模和资金壁垒。

2、品牌壁垒

由于建筑五金件使用频率高，且功能性较强，其品质和设计直接关系到整个项目的整体品质。高品质的产品可以完美实现建筑结构的功能发挥，在保障安全、节能、美观等方面尤为重要。建筑五金企业的客户都十分关注五金产品的成熟度和实际应用情况。因此，在中高端市场，客户更加重视建筑五金企业的品牌形象及工程业绩，而产品口碑、品牌价值等则需要通过长期参与并出色完成项目累积，行业新进入者通常很难在较短时间内建立起品牌优势。

3、营销网络壁垒

建筑五金产品具有市场应用场景复杂化以及顾客需求个性化、多样化的特点,该特点决定了营销网络的建设、销售能力的提升、产品服务的兜底是建筑五金企业生存、发展的核心与基石。但是,成熟营销网络的形成涉及营销制度与政策的制定、销售架构和组织的建立与健全、销售模式和销售战略的确定、合适销售人员的招聘与激励及对公司文化与产品的认知、全国甚至全球销售网络及配套的仓储物流网络的搭建与下沉,支撑的信息化系统的建设、客户的有效拓展等非常多的维度,一般需要较长时间的沉淀与发展。新进入者通常很难在较短时间内建立起完善的营销网络。

对于参与全国甚至全球竞争的大型建筑五金企业,销售团队扩张、销售渠道下沉、信息化系统建设、宣传费用支出等营销网络建设与维持需投入大额资金。该些大额资金的投入依赖建筑五金企业长期发展积累的自有资金或建筑五金企业达到规模化后拥有通畅的融资渠道。新进入者通常很难在较短时间内即积累充足的自有资金或形成规模化效应。因此,本行业存在着较为明显的营销网络壁垒。

4、设计与研发壁垒

随着近年来,建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声,逐步步入“高品质发展时代”,消费群体改善需求逐步得到释放,消费者对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新、节能与环保等要求不断提升。客户需求的多样化、个性化加之建筑五金产品应用领域广泛、功能和结构复杂多变等特点,决定了在当前激烈的市场竞争环境,大型建筑五金企业必需具备强大的研发与设计能力,主要包括以下几个方面:完善的研发体系,包括人才储备与管理、软硬件投入、激励机制建设;敏锐的市场信息跟踪能力与市场发展趋势把握能力;与研发、设计能力配套的制造工艺与营销体系。强大的研发、设计能力将是建筑五金企业核心竞争力的体现,是企业立足市场、占领市场的根本,新进入者短期内很难具备这种能力。因此,本行业存在着较为明显的设计与研发壁垒。

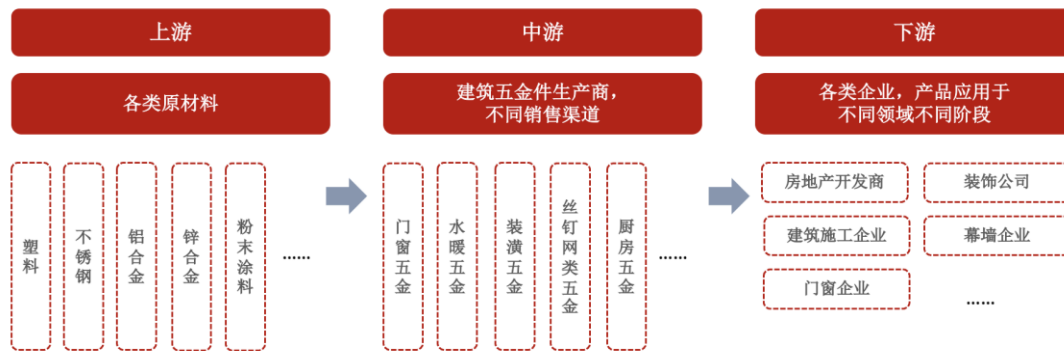
5、信息化能力壁垒

对于参与全国甚至全球竞争的大型建筑五金企业,由于其经营的产品种类繁

多、客户需求多元、销售网络及配套的仓储物流网络庞大、单品订单价值较低、订单数量巨大等，为有效应对上述经营特点、提升公司经营效率，大型建筑五金企业必须以高效的信息化系统为基石，实现产品及时调配、快速交付的高效服务能力。但是，信息化系统及其 IT 人才队伍的建设和顺利运行不仅需要较长的时间，还需要大额资金投入购置与升级软件及硬件、引入合适的 IT 人才，新进入者短期内很难建立起完善的信息化能力。因此，本行业存在着较为明显的信息化能力壁垒。

（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因

建筑五金行业的产业链如下：



建筑五金行业利润水平的变动主要受原材料价格和产品销售价格的影响。

建筑五金行业上游主要为大宗原材料供应商、贸易商，建筑五金企业生产所需的原材料主要包括不锈钢、铝合金、锌合金等，属于大宗原材料，大宗原材料的价格波动会对建筑五金行业利润水平产生较大影响。

报告期内，我国不锈钢、铝合金、锌合金价格变动情况如下：



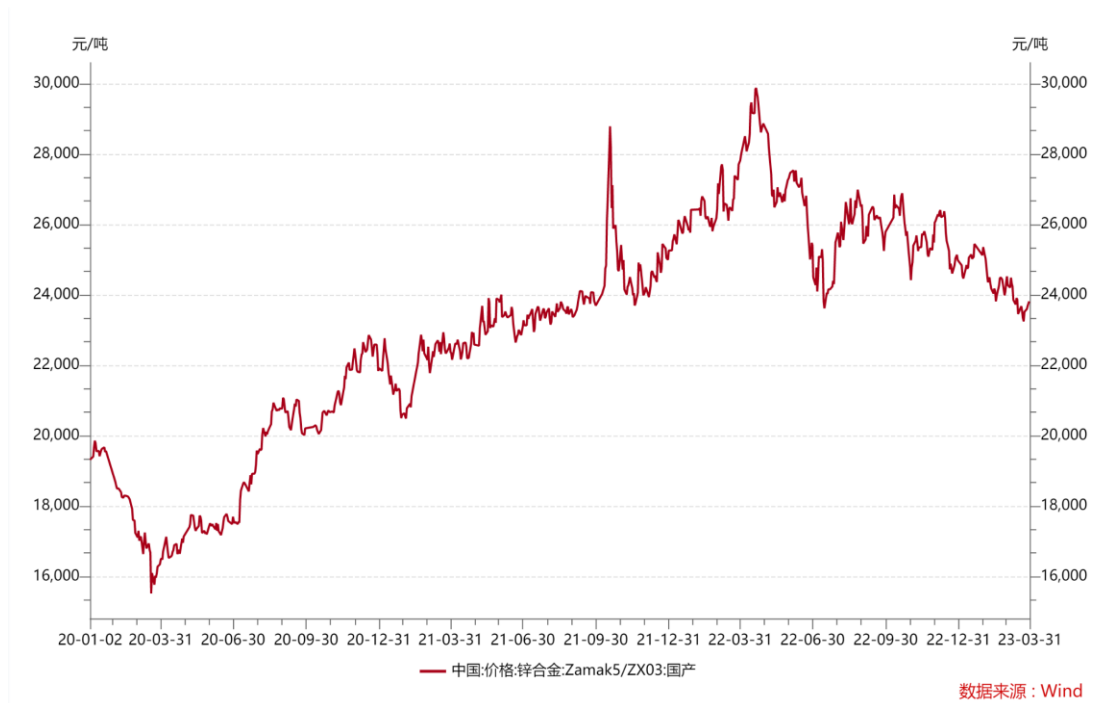
数据来源：Wind

数据来源：Wind



数据来源：Wind

数据来源：Wind



数据来源: Wind

建筑五金行业的下游主要为房地产开发商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等,主要受房地产开发情况、存量房改造与翻新情况、城镇化建设等因素影响。下游对建筑五金行业的影响主要体现在对建筑五金产品的市场需求和回款周期等方面,进而影响建筑五金产品的销售价格和回款速度。

报告期内,我国房地产开发发展概况及建筑五金产品市场需求变动情况详见本募集说明书本章节之“三、公司所处行业的主要特点及行业竞争情况”之“(三)行业发展概况”之“1、我国房地产开发、存量房改造与翻新、城镇化建设概况”之“(1)我国房地产开发概况”的分析。

(七) 影响行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展的有利因素

(1) 国家政策支持我国建筑五金行业进行产业升级、数字化转型和培育知名品牌

近年来,国家已出台多项政策,大力引导、鼓励我国建筑五金行业进行产业升级、数字化转型和培育知名品牌,具体内容详见本募集说明书本章节之“三、公司所处行业的主要特点及行业竞争情况”之“(二)行业主管部门、主要法律法

规及政策”之“3、行业主要法律法规及产业政策”。此外，行业协会协助相关部门编制了大量建筑五金的国家标准、行业标准等。这些法律、法规、规章、国家标准、行业标准的实施，引导了行业发展方向，有利于业内企业健康发展、有序竞争。

(2) 我国城镇化的进一步推进利于拉动建筑五金的需求

我国城镇化率从 2010 年的 49.95% 提高到了 2022 年的 65.22%，持续提升。此外，我国目前的城镇化率水平与发达国家的水平仍然存在一定的差距，还存在一定的发展空间。2022 年 12 月，刘鹤副总理指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”。因此，未来，随着我国城镇化的进一步推进，常住人口将继续由农村向城市转移，将推动我国各类房屋建设规模持续保持在较高水平，拉动建筑五金产品的需求。

(3) 存量房的改造与翻新将为建筑五金行业带来新的市场空间

目前，我国房地产逐渐由增量市场向存量市场转变。2010 年以来，我国房屋累计竣工面积为 505.19 亿平方米，其中，住宅累计竣工面积为 330.37 亿平方米，构成了庞大的存量建筑面积。一般而言，在房产的完整寿命周期中，本身就存在多次装修的需要。同时，我国二手房交易规模总体呈上升趋势将加快存量住宅重新改造与翻修的频率。大量的二手房交易和庞大的存量建筑面积为建筑五金行业带来了新的市场空间。

此外，为保障居民住房需求，改善居住环境，我国近年来启动老旧小区改造工作，旧改项目逐年上升，旧改项目的加速落地一定程度上弥补房屋新开工面积下行带来的建筑五金的市场需求下滑局面。

(4) 建筑五金行业巨大的市场空间、分散的市场竞争格局为大型建筑五金企业发展创造了良好的发展条件

建筑五金行业巨大的市场空间、分散的市场竞争格局使得大型建筑五金企业通过增加销量、抢占市场等扩张规模的外延式发展空间大。此外，虽然建筑五金产品种类极其繁多，但是不同种类的建筑五金产品最终均是用于房产、建筑，不同种类产品的需求客户存在重叠，加之近年来，下游客户对建筑五金产品的单一

偏好逐步转为整合式需求，对建筑五金企业一站式采购需求呈上升趋势，也为我国大型建筑五金企业的横向产品品类扩张创造了良好的发展条件。

(5) “双碳”背景下，建筑节能高要求更利于大型建筑五金企业的做大做强

2020年9月，“碳中和”和“碳达峰”的正式提出标志着我国工业发展由求量向求质转变，在“环保整治攻坚战”持续推进和行业准入趋严情况下，技术落后、能耗大、规模小的中小型建筑五金企业将逐步被淘汰或兼并，具有技术、规模、品牌优势的大型建筑五金企业将得到扶持和壮大，市场将呈现不断向行业领先企业集中的态势。

2022年3月11日，住建部发布了《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》。相较于旧规，公共建筑节能要求相比整体提升20%以上，居住建筑要求相比整体提升30%以上。以建筑门窗为例，建筑门窗能耗散失占建筑总体能耗比例较高，为建筑节能重要环节之一，而建筑门窗的保温效果受玻璃导热性和门窗密闭性影响，门窗所用五金构件直接决定了门窗的密闭性。

因此，“双碳”背景下，客户会更倾向于使用具有技术、规模、品牌优势的大型建筑五金企业生产的高品质建筑五金件，以确保建筑物节能保温达标。

2、影响行业发展的不利因素

(1) 房地产周期性波动

房地产的景气状况在一定程度上影响着建筑五金行业的发展状况，房地产开发投资金额、房屋新开工面积、商品房销售面积的变动与建筑五金产品的市场需求存在着一定的关系。受国家的房地产宏观调控政策的影响，房地产行业有着显著的周期性。房地产投机活动升温，国家出台遏制政策；房地产销售低迷，国家放松调控政策。受此影响，房地产存在周期性波动，从而也对建筑五金行业的景气度产生一定影响。

（2）行业集中度较低

目前，我国建筑五金的市场竞争格局较为分散，行业集中度较低，企业众多。除国际知名品牌企业及少部分本土知名品牌企业外，其他企业普遍存在资产规模小、产品同质化严重、产品质量参差不齐、缺乏自主创新等情况，该企业主要通过降低价格方式获取市场份额或出于控制成本考虑降低产品质量，从而留下安全隐患。行业集中度较低及中小建筑五金企业无序化的竞争一定程度上制约着建筑五金行业的健康发展。

（八）行业技术水平及技术特点

我国建筑五金整体上是在引进、消化、吸收国外技术基础上逐步发展起来的。经过多年发展，我国建筑五金的制造技术进步明显。但是，我国建筑五金企业众多，产品质量、技术水平参差不齐。中小型建筑五金企业，由于其资金、人员、技术等实力较弱，产品设计能力、产品技术解决能力等方面较弱，生产装备较为落后，主要生产中高端产品。大型建筑五金企业，具有较强的设计能力、产品技术解决能力，能够为客户生产工艺复杂、技术突出、功能丰富的中高端产品，满足客户的定制化需求，并提供产品技术解决能力，并兼顾节能环保和安全便利。

总体而言，建筑五金行业技术水平整体呈现出以下特点：

1、生产技术和工艺水平不断提高。近年来，建筑五金企业纷纷加大在生产技术改进和工艺提升方面的投入，研发应用新型材料，配备新型高效自动化、信息化、柔性化设备，提升生产效率和智能制造水平。

2、注重技术创新、产品创新、设计创新。建筑五金产品通过技术创新、产品创新、设计创新等使得产品在使用功能上更加丰富、科学，不仅充分提升了产品品质与质量，还增加了产品的功能性、个性化。

3、注重节能环保。随着 2020 年 9 月“碳中和”和“碳达峰”的正式提出标志着我国工业发展由求量向求质转变。因此，建筑五金企业也在不断优化生产方式，研发利用新材料、新技术、新工艺，生产销售更加节能环保的新产品。

（九）行业经营模式

1、生产模式

建筑五金行业的生产模式主要有备货式生产模式、订单式生产模式。

（1）备货式生产模式：备货式生产是企业在对市场需求量进行预测的基础上有计划的安排生产，保持一定量的库存产品。这种生产模式通常用于大批量、标准化产品的生产，该模式能有效地提高生产效率，快速响应客户供货需求。

（2）订单式生产模式：订单式生产模式是在收到客户的订单后，按客户的具体要求组织生产。由于是按订单的交货日期生产，产品生产出来以后按照客户要求交货，所以成品库存量很少。这种生产模式通常用于非标准化产品的生产。

对于发展一站式建筑配套件集成供应的大型建筑五金企业而言，由于订单呈现客户多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金企业需采用两种生产模式相结合的生产模式，对于大批量、标准化产品，结合市场需求量进行预测的基础上有计划的安排生产；对于客户定制的非标准件，采用“以销定产”的生产策略，收到客户的具体订单后组织生产。

2、销售模式

建筑五金行业的销售模式主要有直销、经销两种。

经销模式是建筑五金企业与自身筛选的经销商或代理商签订合同，给予经销商或代理商在特定区域销售公司产品和使用该建筑五金企业的品牌等权力并向其供货，由经销商或代理商自行完成对外销售。

直销模式是建筑五金企业自建销售渠道，以自身主体进行对外销售。直销模式分为B端销售模式、C端零售模式等。B端销售模式是建筑五金企业与房地产开发商、工程施工企业、幕墙企业、门窗企业、装饰公司等B端客户直接签订产品销售协议，直接向其销售建筑五金产品的业务模式。C端零售模式是建筑五金企业通过线下直营店铺以及天猫、京东等平台开设线上店铺等，将建筑五金产品直接销售给终端消费者。

（十）行业的周期性、区域性及季节性特征

1、周期性

房地产是建筑五金的主要应用场景之一。因此，建筑五金行业与房地产行业具有密切的相关性。在过去 20 年，受住房需求和调控政策的双重影响，中国房地产投资、开发企业土地购置面积、全国商品房交易面积及总额均呈现出周期性波动的趋势。

为控制住宅房地产的非居住性需求，遏制房价过快上涨，2020 年以来，我国陆续出台了“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策，我国房地产行业进入深度调整期，我国房地产行业下行，房地产企业融资环境恶化，房地产企业资金压力增大、资金紧张。2022 年 4 季度以来，我国多部门出台信贷、债券、股权融资“三箭齐发”等政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境得到明显改善。

综上，房地产行业政策变化导致房地产市场呈现一定程度的周期性波动，进而一定程度影响建筑五金企业的业务发展。

2、区域性

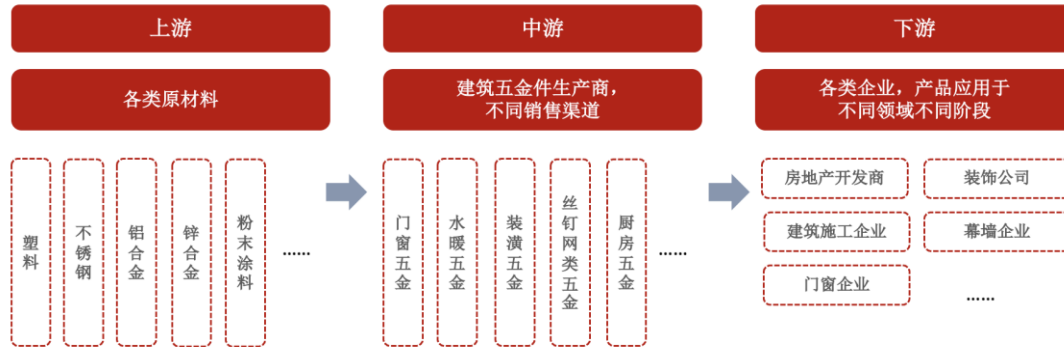
总体而言，建筑五金行业的销售不存在明显的区域性特征。但是，由于我国各区域的气候、经济发展等方面存在一定差异，我国各区域使用部分产品的产品类型及档次会有一定的差异。以门窗五金为例，我国南方地区主要采用与防潮性更好、较为美观的铝门窗对应的五金系统；而我国北方因气候较为寒冷，主要采用密封性更好的塑料门窗对应的五金系统。此外，我国经济发展较好、收入较高的北京、上海、广州、深圳等发达地区会更倾向于使用中高端产品。

3、季节性

建筑五金行业存在一定季节性。受北方冬天气候和春节放假等因素的影响，农历新年前后的 1 月、2 月是建筑、装修、装饰的淡季，对建筑五金产品的需求量较少。因此，每年一季度开工量较小，处于全年低点，而后逐渐回暖，下半年进入市场旺季。

（十一）行业与上、下游行业之间的关联性

建筑五金行业的产业链如下：



建筑五金行业的上游主要为大宗原材料供应商、贸易商，建筑五金企业生产所需的原材料主要包括不锈钢、铝合金、锌合金、塑料、粉末涂料等。不锈钢、铝合金、锌合金等均属于大宗原材料，原材料供应充足，行业竞争充分，基本采取市场化定价机制。大宗原材料的价格波动会对建筑五金行业利润水平产生较大影响。

建筑五金行业的下游主要为房地产开发商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等，主要受房地产开发情况、存量房改造与翻新情况、城镇化建设等因素影响。下游对建筑五金行业的影响主要体现在对建筑五金产品的市场需求和回款周期等方面，进而影响建筑五金产品的销售价格和回款速度。

（十二）公司主要竞争对手情况

全球及我国规模较大的建筑五金企业主要有：ASSA ABLOY（亚萨合莱）、Siegenia-aubi（丝吉利娅-奥彼）、Roto（诺托）、广东合和建筑五金制品有限公司、兴三星云科技股份有限公司等。

1、建筑五金的主要竞争对手

（1）ASSA ABLOY（以下简称“亚萨合莱”）

亚萨合莱由瑞典的ASSA和芬兰的Abloy兼并而成，是瑞典知名锁具公司，集团总部位于瑞典首都斯德哥尔摩市，于1994年11月在斯德哥尔摩证券交易所上市。亚萨合莱是当今世界领先的锁具制造商和全球顶尖的锁具供应商，2012

年并购原山东国强五金科技股份有限公司，主要品牌有“GULI”、“国强五金”、“Yale”等。

(2) Siegenia-auri (以下简称“丝吉利娅-奥彼”)

丝吉利娅-弗兰克公司 1914 年创建于德国思义根市,1999 年兼并德国知名五金件制造公司 AUBI (奥彼),2003 年合并为 Siegenia-auri (丝吉利娅-奥彼) 公司。该公司是欧洲最大的窗门五金生产商之一,并于 2001 年进入中国市场,设立了丝吉利娅-奥彼窗门五金(北京)有限公司,主要品牌为“Siegenia-auri”等。

(3) ROTO (以下简称“诺托”)

德国诺托·弗朗克国际集团 1935 年成立于斯图加特,是世界最大的专业门窗多点锁五金系统制造商。该公司于 1997 年在中国设立了服务中国和亚太地区的销售子公司—诺托·弗朗克建筑五金(北京)有限公司,主要品牌为“Roto”等。

(4) 广东合和建筑五金制品有限公司(以下简称“广东合和”)

广东合和创建于 1981 年,三十多年来专注铝合金门窗五金系统产品的研发、生产及销售,主要产品包括铝合金、塑料以及木门窗五金、幕墙门控五金和门窗密封胶条等,主要品牌为“合和”等。

(5) 兴三星云科技股份有限公司(以下简称“兴三星”)

兴三星始创于 1988 年,前身浙江兴三星五金有限公司,专注于幕墙、门窗、门控五金配套研发生产及相关技术服务,同时布局未来门窗智能化技术和产品,主要品牌为“兴三星”等。

2、本次募投项目涉及的主要产品的主要竞争对手

本次募投项目涉及的主要产品包括智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品等。

(1) 智能锁的主要竞争对手

我国规模较大的智能锁企业主要有:浙江德施曼科技智能股份有限公司、广东亚太天能科技股份有限公司、深圳市凯迪仕智能科技股份有限公司等,具体如

下：

序号	公司名称	公司简介
1	浙江德施曼科技智能股份有限公司	德施曼建立了集研发、生产、销售、服务为一体的高科技家居安防基地，并在全国设立了近百个集销售和服务为一体的分支机构。
2	广东亚太天能科技股份有限公司（833559.NQ）	亚太天能是一家集智能锁、其他周边智能家居电子设备以及智能家居系统平台的研发、生产、销售与服务为一体的专业供应商，并致力打造成为中国顶尖的智能家居行业内移动互联网公司。
3	深圳市凯迪仕智能科技股份有限公司	凯迪仕专注于智能锁领域，是一家集产品研发、制造、销售、安装、售后于一体的全产业链公司。

（2）机械电子锁具的主要竞争对手

我国规模较大的机械电子锁具企业主要有：王力安防科技股份有限公司、广东顶固集创家居股份有限公司等，具体如下：

序号	公司名称	公司简介
1	王力安防科技股份有限公司（605268.SH）	王力安防的主营业务为安全门等门类产品以及机械锁和智能锁等锁具产品的研发设计、生产和销售。以锁具研发为核心，以成熟的安全门研发、生产体系为支撑，向市场提供优质的门、锁产品。
2	广东顶固集创家居股份有限公司（300749.SZ）	顶固集创是国内定制衣柜及五金门锁领域知名品牌之一。顶固集创在中山、佛山、成都、温州建有生产基地，建设有标准化终端门店超过 1000 家，营销网络已覆盖全国 34 个省市自治区。

（3）照明灯具的主要竞争对手

我国规模较大的照明灯具企业主要有：深圳爱克莱特科技股份有限公司、四川华体照明科技股份有限公司、欧普照明股份有限公司等，具体如下：

序号	公司名称	公司简介
1	深圳爱克莱特科技股份有限公司（300889.SZ）	爱克股份成立于 2009 年 9 月，是一家集 LED 智能照明产品、智慧城市管控云平台设计、研发、生产、销售、服务于一体的国家级高新技术企业，致力于为全球客户提供技术领先稳定可靠的智能照明及物联网控制系统综合解决方案。
2	四川华体照明科技股份有限公司（603679.SH）	华体科技成立于 2004 年，总部位于四川成都，是一家以新型智慧城市建设和文化照明为主营业务的国家高新技术企业，是中国道路照明领域第一家主板上市企业。
3	欧普照明股份有限公司（603515.SH）	欧普照明始于 1996 年，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的综合型照明企业。其产品线包括全屋智能照明、家居照明、商用照明、道路照明等。

(4) 卫浴产品的主要竞争对手

我国规模较大的卫浴产品企业主要有：九牧集团有限公司、广州海鸥住宅工业股份有限公司、惠达卫浴股份有限公司等，具体如下：

序号	公司名称	公司简介
1	九牧集团有限公司	九牧集团创立于1990年，是一家以数智卫浴为核心，集研发、制造、营销、服务于一体的全产业链、创新型国际化企业，全球设有16个研发中心，在德国、法国、泉州、厦门、武汉、滁州、成都设有15家高端数智工厂。
2	广州海鸥住宅工业股份有限公司（002084.SZ）	海鸥住工主要从事装配式整装厨卫空间内高档卫生洁具、陶瓷、浴缸、淋浴房、浴室柜、整体橱柜、瓷砖等全品类部品部件的研发、制造和服务，在智能家居领域主要从事智能门户、安防工程的持续布局。
3	惠达卫浴股份有限公司（603385.SH）	惠达卫浴实施全球化运营战略，构建了完善的销售和服务体系。旗下产品包括卫浴、瓷砖、薄板（LA'BOBO）、整体浴室（惠达住工）等，通过覆盖全球主要市场的销售网络，为全球消费者提供一站式综合卫浴解决方案。

(5) 装配式金属复合装饰材料的主要竞争对手

我国规模较大的装配式金属复合装饰材料企业主要有：格菲尔新材料科技（江苏）有限公司、汉尔姆建筑科技有限公司、崇佑（中国）新材料有限公司等，具体如下：

序号	公司名称	公司简介
1	格菲尔新材料科技（江苏）有限公司	格菲尔成立于2019年4月，位于江苏省靖江市，专注于金属钢制墙板复合材料开发、生产和销售的企业。
2	汉尔姆建筑科技有限公司	汉尔姆成立于2007年9月，位于浙江省杭州市，致力于新型建筑工业化和装配式建筑整体集成解决方案的创新研发与推广应用。
3	崇佑（中国）新材料有限公司	崇佑集团20年来专注于金属制品研发设计以及加工制造，拥有防火龙骨、抗震龙骨等众多专利，由于金属材料具备可回收、易造型、防潮耐火等特性，在未来的建筑及其他材料市场将会被广泛使用。

四、公司主要业务模式、产品或服务的主要内容

(一) 公司的主营业务

公司的主营业务为建筑配套件的研发、生产和销售。

公司秉持“一切为了改善人类居住环境”发展使命，致力于成为全球领先的一站式建筑配套件集成供应商。公司围绕着一站式建筑配套件集成供应的发展战略，以顾客需求为导向，自建销售渠道和备货仓，丰富产品品类，扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，向客户提供高品质、多品类的集成产品，并为客户提供一站式建筑配套件集成解决方案与服务。

凭借多年的发展、沉淀和积累，公司在经营规模、品牌价值、创新能力等方面位居行业前列。

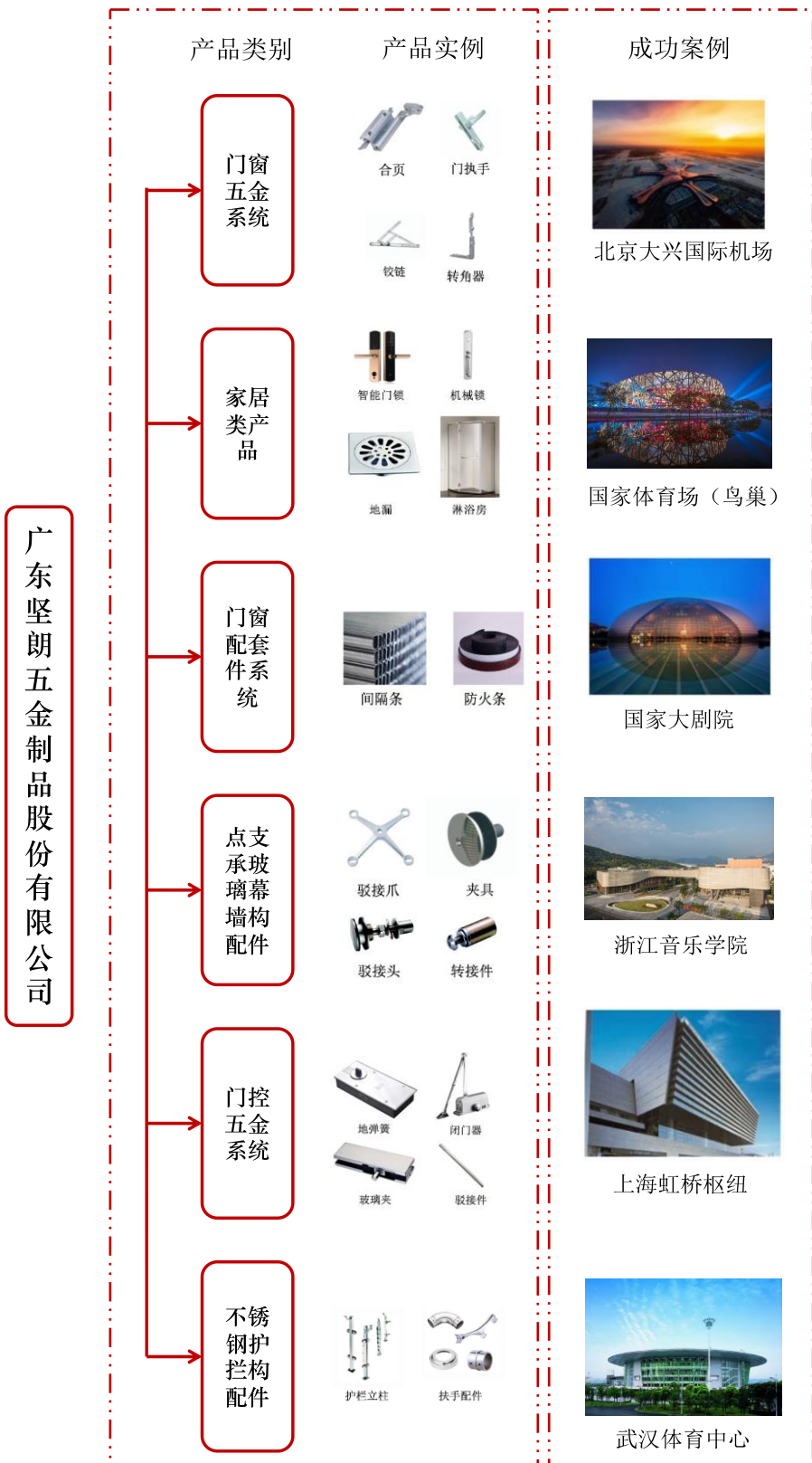
公司是国内最大的建筑五金生产商及销售商之一，是广东省制造企业百强企业。凭借多年的发展、沉淀和积累，公司建立了覆盖全国、辐射海外的直销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构，打造了一支高效的直销销售团队。截至 2023 年 3 月末，国内方面，公司设立了三大营销中心，划分了 93 个销售大区，设立了 934 个销售联络点。海外方面，公司设立了大海外销售区，在 13 个国家设立了 58 个销售联络点。为快速响应客户供货需求、缩短产品交付周期，公司在国内自建了 34 个备货仓及快速响应的物流配送体系。同时，公司积极开发“一带一路”相关新兴国家的市场，在海外亦建立了 15 个备货仓。

“坚朗”品牌、“KIN LONG”品牌分别于 2010 年、2014 年被国家工商行政管理总局认定为中国驰名商标；“坚朗”品牌连续多年被中国房地产业协会评定门窗五金类品牌首选第 1 名，2023 年的首选率达 22%；“坚朗”品牌在 2022 年“建筑门窗幕墙行业金轩奖”评选中荣获行业影响力品牌 TOP 榜殊荣。

公司坚持创新驱动发展，是高新技术企业、国家知识产权优势企业。公司建立了以市场需求为导向的产品开发机制，产生专利达上千项，其中授权发明专利达百余项。公司参与了 260 余项国家、行业、地方、团体标准的起草和修订，涵盖了试验、技术、生产、质量管理等多个方面，引领行业进步。公司自主研发的大跨度索结构关键技术与工程应用获得 2022 年华夏建设科学技术一等奖、规则倾斜较接柱-平面环架支承轮辐式索析架结构建造关键技术获得 2022 年中国钢结构协会科学技术奖一等奖。公司检测实验中心通过 CNAS 国家实验室认证，发行人被认定为广东省省级企业技术中心、广东省建筑构配件工程技术研究中心，发行人子公司坚宜佳被认定为广东省预应力钢结构工程技术研究中心。

（二）公司的主要产品及服务

公司产品品类达百余种，主要可分为门窗五金系统、家居类产品、门窗配套件系统、点支承玻璃幕墙构配件、门控五金系统、不锈钢护拦构配件等品类，对应的主要细分品种情况如下：



公司产品被广泛应用于住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂/产业园建筑等公共建筑。公司产品在各应用场景的运用情况如下：

住宅建筑集成解决方案

住宅建筑集成解决方案展示图，包含内装产品、智慧社区产品、电气产品、外墙产品等分类，并配有住宅建筑3D模型。

轨道交通集成解决方案

轨道交通集成解决方案展示图，包含盾构区(洞通)、机电装修(轨道)、公区精装修(站通)等分类，并配有轨道交通站厅3D模型。

体育建筑集成解决方案

体育建筑集成解决方案展示图，包含主体混凝土结构、空间钢结构/屋面结构、弱电工程等分类，并配有体育场馆3D模型。

商业综合体集成解决方案

商业综合体集成解决方案展示图，包含外墙装饰、地库施工、停车场、公共场所装修、室外景观、外墙施工、内装施工等分类，并配有商业综合体3D模型。

学校/幼儿园集成解决方案

学校/幼儿园集成解决方案展示图，包含工程集成、门窗集成、精装修集成、弱电集成、门窗幕墙集成等分类，并配有学校/幼儿园3D模型。

医疗建筑集成解决方案

医疗建筑集成解决方案展示图，包含工程集成、精装修集成、智能化集成、配套集成等分类，并配有医院3D模型。

工厂/产业园集成解决方案

工厂/产业园集成解决方案展示图，包含厂房区域产品、办公楼及宿舍楼部分/五金类、其他配套、内装产品、外装施工、园区公共区域产品等分类，并配有工厂/产业园3D模型。

酒店/度假村集成解决方案

酒店/度假村集成解决方案展示图，包含内装施工、地库施工、公共区域、外装施工、配套产品等分类，并配有酒店/度假村3D模型。

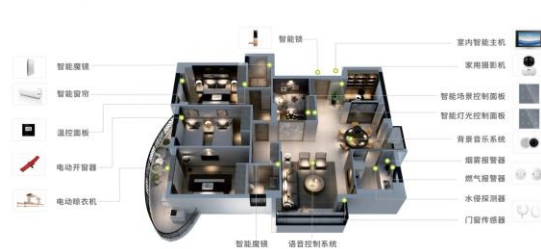
智慧社区集成解决方案

数据信息互联互通,集社区服务与设备管理于一平台的新管理形态小区。



智能家居集成解决方案

全屋AI智能,极简操控,囊括便捷、舒适、安全、健康等智能家居场景



停车场集成解决方案

弱电智能化

出入口道闸 车位管理 充电桩 自动门

照明 监控

背景音乐 门禁

安防系统

网络系统

消防系统

楼宇对讲

公共广播

信息发布

视频会议

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

远程办公

远程培训

远程医疗

远程教学

远程会议

远程协作

园林建筑集成解决方案

园建产品系列

水景产品系列 景观照明 户外照明 水上乐园设备

防水材料 园林铺装 景观雕塑

智能健身器材 游泳池 无边际游泳池

景观灯 景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

景观灯

报告期内, 公司主营业务及主要产品及服务未发生重大变化。

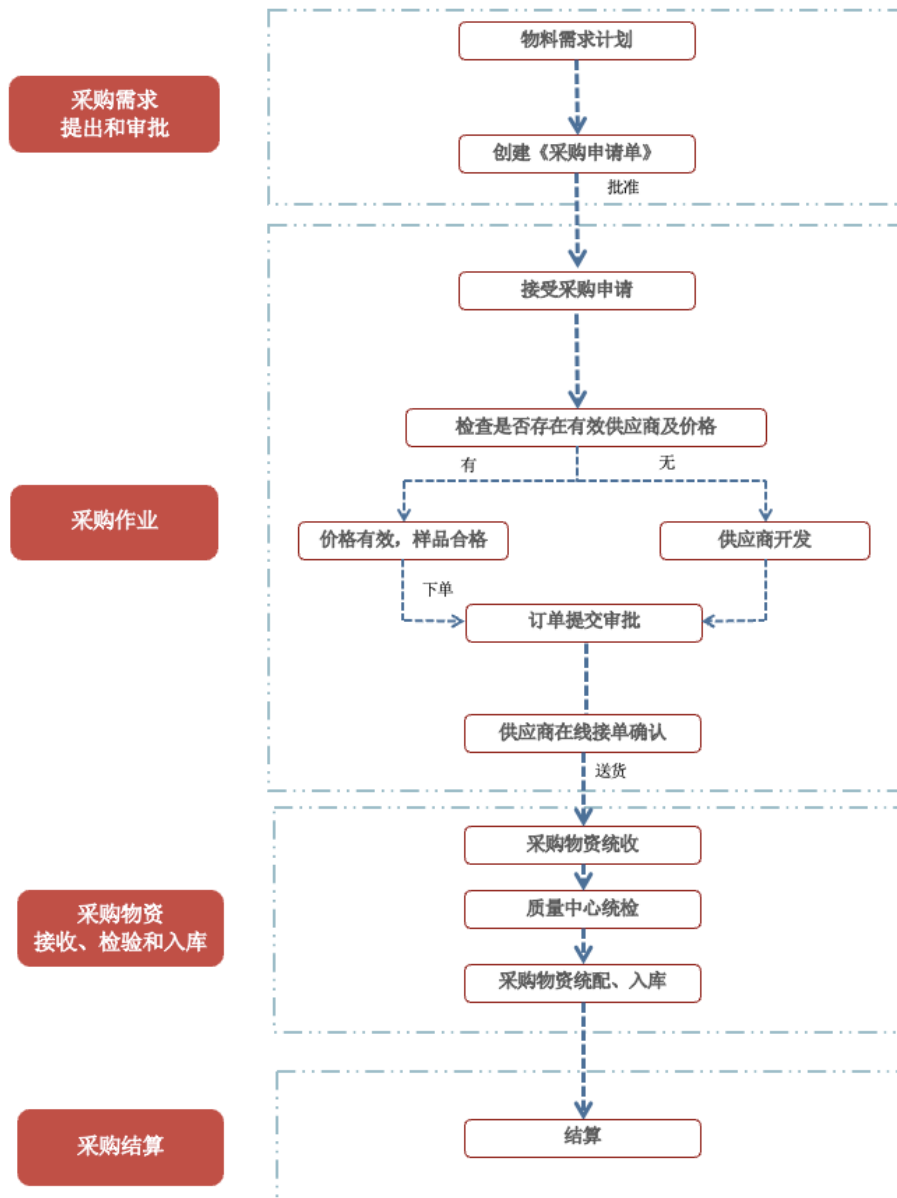
(三) 公司主要经营模式

1、采购模式

公司采购的主要原材料为不锈钢、锌合金、铝合金及零配件等, 主要采取以销定采的采购模式。公司设立了采供中心, 统一负责采购, 各子公司成立了采购部, 自行采购。公司的采供中心负责所有外购物资、委外加工与服务的询价、议价、定价和采购业务, 打样以及供应商日常管理。公司各事业部、质量管理中心、供应商资源管理部等部门协助进行材料质量检验、维护供应商资质库等程序。公司通过信息化、集约化管理有效支撑公司整体发展战略, 实现采购规模效益。

公司依据自身情况, 制定了《采购控制程序》《采购结算管理办法》《产品部供应商开发管理办法》《采供业务供应商对接规范管理办法》《供应商管理控制程序》等文件, 对采购流程、供应商管理、价格制定、结算方式等做出了详尽的要求。同时, 公司还成立了采购管理委员会对原材料市场价格等情况展开定期分析并提出对应采购计划。

公司采购流程图如下:



公司还对供应商进行了完善的日常性管理，若供应商日常交货过程中发生品质、交期等异常时，要求供应商进行检讨和改善。当供应商发生重大变动时（如重要原料的原产地、关键工艺等影响采购物资的品质和交期的重大变动），必须提前反馈给采购人员，由采购人员通知计划、质量和技术等相关部门综合评定通过后，方可准许变动。

2、生产模式

公司的生产主要由生产管理中心负责，各生产子公司也设置了独立的生产部门。公司的生产主要通过自产模式完成，辅以少量外协加工模式。公司生产的产品可以分为标准件和非标准件（或定制件）。

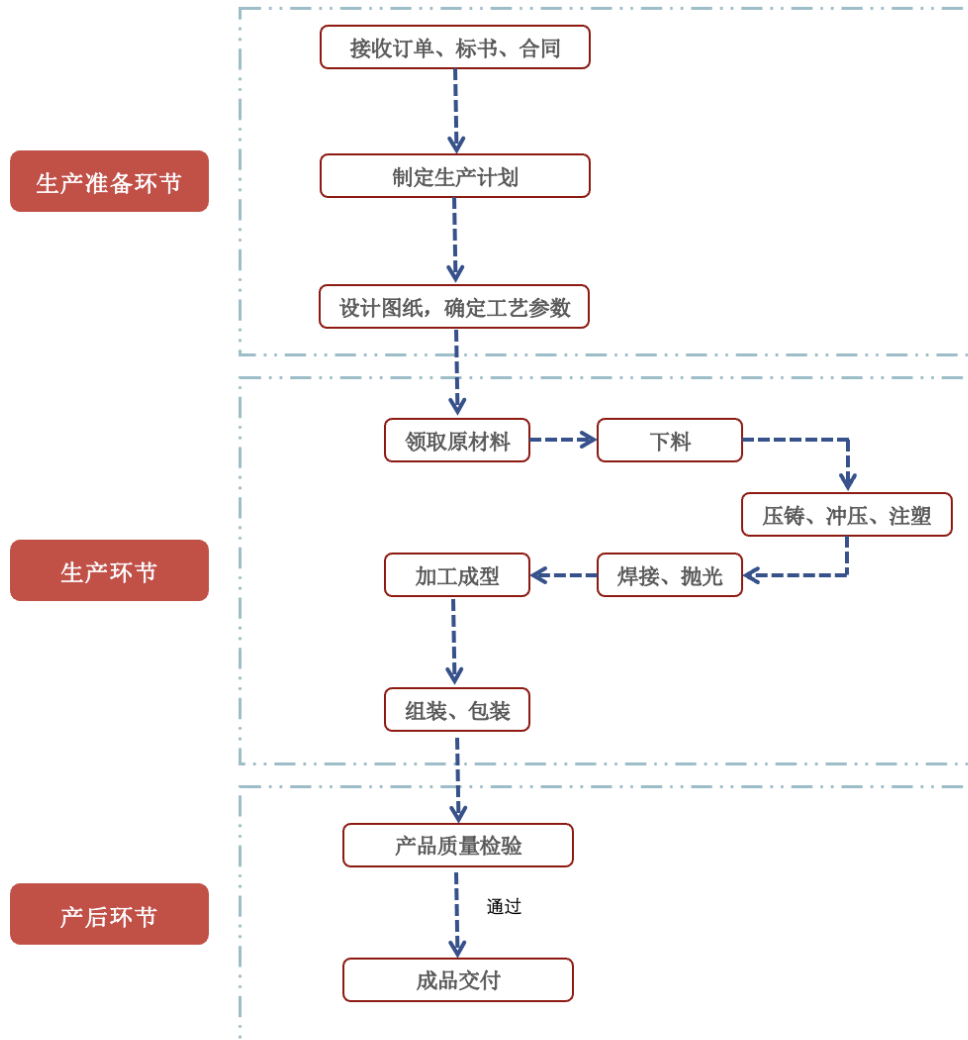
（1）自产模式

针对非标准件（或定制件），公司采取“以销定产”的生产策略，采用订单式生产模式。公司在收到客户订单后，根据客户对产品样式、规格、性能等方面的个性化需求安排生产；针对于大批量、标准化件，公司采取备货式生产模式。公司前段仓储部门在对销售淡旺季产品与交付需求情况及库存情况进行分析、预测的基础上有计划的安排生产，保持一定量的库存产品。公司的生产模式是与公司订单呈现客户多品类、小批量、高要求、短交期等特点相匹配的。

针对客户多品类、小批量、高要求、短交期的订单特点，公司建立了快速反应的柔性制造体系，能够对客户产品订单做出及时响应，并能够根据客户反馈及时改进生产工艺及过程控制，以达到最佳生产效果及最优产品品质。

公司按照国家标准、行业标准、企业标准组织生产，对各类产品都制定了规范的生产控制流程并通过了 ISO9001: 2015 质量管理体系认证。在整个生产过程中，公司研发中心、质量管理中心和生产管理中心密切配合，以实现对产品的制造过程进行监控和反馈，为客户提供高品质的产品解决方案。

公司生产流程图如下：



(2) 外协加工模式

除自产外，公司还存在少量的外协加工，外协厂商根据公司的设计要求、工艺流程以及质量要求进行生产。

公司部分客户订单要进行特殊的表面处理，如电镀等，而此类表面处理工序的生产需要由专业资质许可的企业来完成，因此公司将此类表面处理环节进行外协加工。此外，为了应对季节性的市场需求变化导致的公司产能不足，生产、销售旺季时，公司将部分生产工艺较简单、技术含量较低工序外包给具有相应加工能力的生产性企业进行外协加工。

3、销售模式

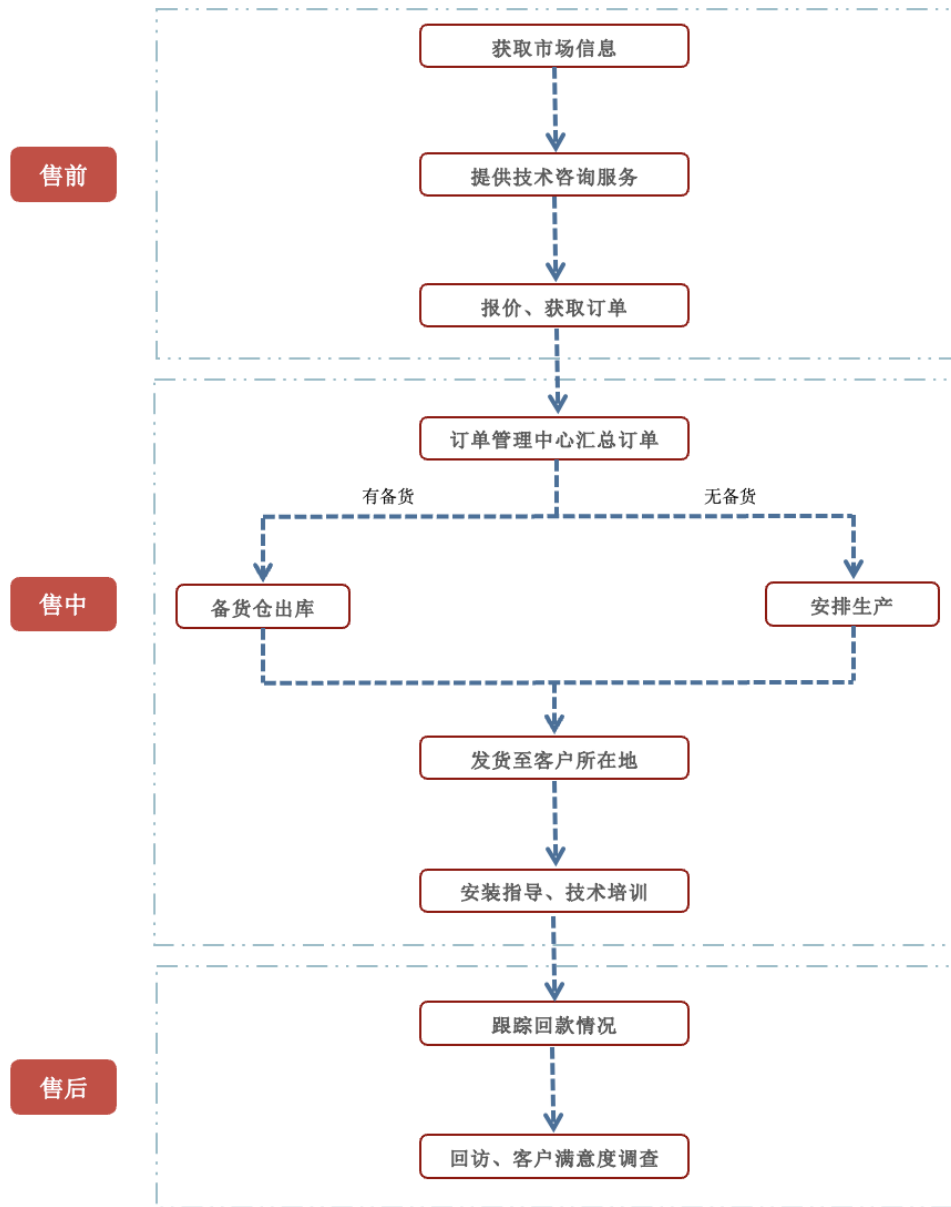
公司销售模式以直销为主、经销为辅。公司直销模式主要以 B 端销售模式为主，直销客户主要包括房地产开发商、工程施工企业、幕墙企业、门窗企业、装饰公司，房地产开发商收入占比较低。报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-3月		2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直销	133,130.26	99.32%	751,315.44	99.34%	865,786.64	99.36%	658,358.14	98.64%
经销	910.79	0.68%	4,972.53	0.66%	5,610.97	0.64%	9,098.49	1.36%
合计	134,041.05	100.00%	756,287.97	100.00%	871,397.61	100.00%	667,456.63	100.00%

公司立足于市场的发展前景，在战略层面上以销售联络点为主的营销网络进行合理布局，并通过设立营销中心、大海外销售区负责管理各地区的销售联络点。近年来，公司国内营销网络并由城市市场逐渐向县级市场下沉。

公司销售流程图如下：



(四) 公司主要产品的产销情况

1、公司主要产品的产销率情况

报告期内，公司主要产品的产销率情况如下：

产品分类	项目	单位	2023年1-3月	2022年度	2021年度	2020年度
门窗五金系统	销量	万套	1,391.24	7,328.14	8,431.83	7,519.35
	产量	万套	1,659.42	6,914.90	8,685.92	7,600.11
	产销率	/	83.84%	105.98%	97.07%	98.94%
家居类产品	销量	万套	34.09	239.38	248.89	139.58
	产量	万套	37.90	242.81	256.58	129.43

产品分类	项目	单位	2023年1-3月	2022年度	2021年度	2020年度
	产销率	/	89.97%	98.59%	97.00%	107.84%
门窗配套件系统	销量	万套	167.65	819.19	989.62	701.07
	产量	万套	173.54	805.32	1,012.69	702.23
	产销率	/	96.61%	101.72%	97.72%	99.83%
门控五金系统	销量	万套	78.08	419.32	481.03	385.27
	产量	万套	89.39	405.78	492.51	391.68
	产销率	/	87.35%	103.34%	97.67%	98.36%
点支承玻璃幕墙构配件	销量	万套	36.36	248.50	326.85	241.54
	产量	万套	27.36	250.46	323.09	241.79
	产销率	/	132.89%	99.22%	101.16%	99.90%
不锈钢护栏构配件	销量	万套	36.72	252.38	251.68	213.64
	产量	万套	28.36	266.58	248.41	195.51
	产销率	/	129.47%	94.67%	101.32%	109.27%

2、公司主要产品的产能利用率情况

报告期内，公司主要产品的产能利用率情况如下：

产品分类	项目	单位	2023年1-3月	2022年度	2021年度	2020年度
门窗五金系统	产能	万套	1,881.82	9,000.00	8,900.00	7,600.00
	产量	万套	1,659.42	6,914.90	8,685.92	7,600.11
	产能利用率	/	88.18%	76.83%	97.59%	100.00%
家居类产品	产能	万套	49.09	270.00	270.00	180.00
	产量	万套	37.90	242.81	256.58	129.43
	产能利用率	/	77.19%	89.93%	95.03%	71.91%
门窗配套件系统	产能	万套	184.18	1,013.00	1,013.00	900.00
	产量	万套	173.54	805.32	1,012.69	702.23
	产能利用率	/	94.22%	79.50%	99.97%	78.03%
门控五金系统	产能	万套	90.91	500.00	500.00	400.00
	产量	万套	89.39	405.78	492.51	391.68
	产能利用率	/	98.33%	81.16%	98.50%	97.92%
点支承玻璃幕墙构配件	产能	万套	61.82	340.00	340.00	280.00
	产量	万套	27.36	250.46	323.09	241.79
	产能利用率	/	44.26%	73.66%	95.03%	86.35%

产品分类	项目	单位	2023年1-3月	2022年度	2021年度	2020年度
不锈钢护栏 构配件	产能	万套	49.09	270.00	250.00	220.00
	产量	万套	28.36	266.58	248.41	195.51
	产能利用率	/	57.78%	98.74%	99.36%	88.87%

3、公司主要产品销售价格的基本情况

报告期内，公司主要产品的销售均价情况如下：

单位：元/套

产品类别	2023年1-3月		2022年度		2021年度		2020年度
	销售均价	变动率	销售均价	变动率	销售均价	变动率	销售均价
门窗五金系统	47.58	-1.93%	48.52	-2.01%	49.51	0.18%	49.42
家居类产品	555.44	-2.83%	571.64	-1.50%	580.34	-2.66%	596.19
门窗配套件系统	70.62	-9.46%	78.00	-5.68%	82.70	-2.76%	85.05
门控五金系统	91.46	-0.53%	91.94	-1.42%	93.27	-2.22%	95.39
点支承玻璃幕墙构配件	171.92	-1.92%	175.29	-3.46%	181.58	-4.68%	190.48
不锈钢护栏构配件	85.54	-11.27%	96.40	-4.29%	100.72	-3.11%	103.96

报告期内，公司主要产品的销售价格呈下降趋势，主要原因系受房地产行业下行、宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软所致。

4、公司向前五名客户的销售收入占当期营业收入的比例

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占比
2023年 1-3月	1	CONGTY TNHH DAU TU HOP TAC TAM PHAT	1,546.19	1.14%
	2	中国建筑集团有限公司	1,277.72	0.94%
	3	广西凭祥立荣进出口贸易有限公司	435.43	0.32%
	4	凭祥华邵进出口贸易有限公司	432.23	0.32%
	5	深圳领潮供应链管理有限公司	380.67	0.28%
			合计	4,072.24
2022年度	1	中国建筑集团有限公司	10,697.60	1.40%

年份	序号	客户名称	销售金额	占比
	2	CONG TY TNHH DAU TU HOP TAC TAM PHAT	6,540.61	0.86%
	3	广西凭祥立荣进出口贸易有限公司	5,541.21	0.72%
	4	北京千丁智能技术有限公司	3,391.92	0.44%
	5	浙江中南建设集团有限公司	2,930.06	0.38%
	合计		29,101.41	3.80%
2021 年度	1	中国建筑集团有限公司	15,108.75	1.72%
	2	CONG TY TNHH THUONG MAI VAN SON	6,165.23	0.70%
	3	上海煜璞贸易有限公司	4,842.92	0.55%
	4	江河创建集团股份有限公司	3,130.07	0.36%
	5	浙江中南建设集团有限公司	3,075.90	0.35%
	合计		32,322.88	3.67%
2020 年度	1	中国建筑集团有限公司	9,052.88	1.34%
	2	Tivuna, Inc	4,491.42	0.67%
	3	上海煜璞贸易有限公司	3,527.54	0.52%
	4	江河创建集团股份有限公司	3,410.23	0.51%
	5	成都承实建材有限公司	3,397.17	0.50%
	合计		23,879.25	3.54%

注：同一控制集团下各公司合并进行披露。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过 50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在前五大客户中占有任何权益。

（五）主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、主要原料和能源供应情况

（1）主要原料情况

公司生产所需主要原材料包括不锈钢、锌合金、铝合金及零配件等。报告期内，公司采购的主要原材料占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-3月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
不锈钢	10,413.91	14.48%	49,585.31	11.28%	53,973.24	10.63%	44,903.18	12.89%
锌合金	1,979.60	2.75%	12,149.43	2.76%	9,708.81	1.91%	9,740.22	2.80%
铝合金	6,415.57	8.92%	28,349.88	6.45%	33,698.74	6.64%	22,924.84	6.58%
零配件	36,965.37	51.40%	252,675.84	57.46%	308,117.11	60.69%	199,397.51	57.24%
合计	55,774.45	77.56%	342,760.46	77.94%	405,497.90	79.88%	276,965.75	79.51%

报告期内，公司主要原材料的采购均价情况如下：

单位：元/吨

项目	2023年1-3月		2022年度		2021年度		2020年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
不锈钢	16,960.00	-8.75%	18,586.94	11.45%	16,677.29	20.64%	13,824.45
锌合金	21,530.00	-7.18%	23,195.73	12.61%	20,598.88	27.18%	16,197.16
铝合金	18,650.00	-5.32%	19,698.84	4.56%	18,840.00	32.60%	14,207.89

注：零配件种类繁多，无标准单位进行统计，因此未列示其采购均价。

报告期内，公司主要原材料采购均价的变动趋势与不锈钢、锌合金、铝合金原材料市场价格的波动趋势保持一致。不锈钢、锌合金、铝合金原材料市场价格的波动趋势详见本募集说明书本章节之“三、公司所处行业的主要特点及行业竞争情况”之“（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因”。

（2）主要能源情况

公司使用的能源主要是电和天然气。报告期内，公司主要能源消耗情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-3月		2022年度		2021年度		2020年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
天然气（万立方）	75.70	314.22	333.30	1,303.86	339.70	1,199.85	317.90	1,180.64
电（万度）	1,171.48	1,155.71	6,483.67	6,100.17	6,985.13	5,753.03	5,884.10	4,518.41

最近三年，公司使用天然气及电总量呈先升后降的趋势，与报告期内公司产量的变动趋势一致。

2、公司向前五名供应商的采购金额及占当期采购总额的比例

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占比
2023年1-3月	1	佛山宝钢不锈钢贸易有限公司	2,980.14	4.14%
	2	佛山市建春友金属科技有限公司	2,404.78	3.34%
	3	佛山市桂和金属贸易有限公司	1,875.23	2.61%
	4	固诺（天津）实业有限公司	1,545.08	2.15%
	5	天津中和胶业股份有限公司	1,516.90	2.11%
	合计			10,322.14
2022年度	1	佛山市建春友金属科技有限公司	9,610.38	2.19%
	2	佛山宝钢不锈钢贸易有限公司	9,465.23	2.15%
	3	佛山新展金属材料有限公司	9,231.25	2.10%
	4	佛山市桂和金属贸易有限公司	8,571.99	1.95%
	5	佛山市萧远金属材料有限公司	7,922.15	1.80%
	合计			44,801.00
2021年度	1	固诺（天津）实业有限公司	16,464.50	3.24%
	2	佛山市萧远金属材料有限公司	10,615.83	2.09%
	3	佛山市建春友金属科技有限公司	10,333.27	2.04%
	4	重庆山城鸽皇电缆（集团）有限公司	9,332.87	1.84%
	5	东莞市群上鑫五金制品有限公司	8,868.97	1.75%
	合计			55,615.44
2020年度	1	固诺（天津）实业有限公司	19,081.61	5.48%
	2	佛山市建春友金属科技有限公司	11,884.63	3.41%
	3	佛山宝钢不锈钢贸易有限公司	7,214.36	2.07%
	4	东莞市群上鑫五金制品有限公司	6,601.21	1.89%
	5	佛山新展金属材料有限公司	6,240.82	1.89%
	合计			51,022.63

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过 50% 的情况。固诺(天津)实业有限公司是公司的参股公司，公司持有固诺(天津)实业有限公司 10% 股份。公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或者持有公司 5% 以上股份的股东在上述前五名供应商中未占有任何权益。

（六）公司核心技术情况

公司坚持创新驱动发展，是高新技术企业、国家知识产权优势企业。公司建立了以市场需求为导向的产品开发机制，近年来，每年研发投入约2亿元用于新技术、新产品的研发与开发，产生的专利达上千项，其中授权发明专利达百余项。同时，公司参与了260余项国家、行业、地方、团体标准的起草和修订，涵盖了试验、技术、生产、质量管理等多个方面，引领行业进步。

依靠较强的研发优势，发行人被认定为广东省省级企业技术中心、广东省建筑构配件工程技术研究中心，发行人子公司坚宜佳被认定为广东省预应力钢结构工程技术研究中心。公司自主研发的成果更是多次获奖，例如，近年来，公司自主研发的大跨度索结构关键技术与工程应用获得2022年华夏建设科学技术一等奖、规则倾斜较接柱-平面环架支承轮辐式索析架结构建造关键技术获得2022年中国钢结构协会科学技术奖一等奖。

此外，公司技术检测能力亦达到了国内领先水平，在行业内具有一定的优势。经过十余年的质检实践及经验，公司检测实验中心通过CNAS国家实验室认证，并与多家全球知名专业检测机构建立了检测技术研究和创新合作关系。公司不断优化实验室信息管理系统，提升检测业务效率及检测数据传递与溯源管理水平，高效为公司各大业务模块提供检测数据共享。

（七）业务经营资质情况

截至2023年6月6日，发行人及其控股子公司拥有以下与经营活动相关的资质、许可和认证：

公司	许可认证文件
发行人	《对外贸易经营者备案登记表》
	《海关进出口货物收发货人备案回执》
	《第二类医疗器械经营备案凭证》
坚朗建材	《建筑业企业资质证书》
	《安全生产许可证》
	《第二类医疗器械经营备案凭证》
	《对外贸易经营者备案登记表》

	《海关进出口货物收发货人备案回执》
坚稳机电	《建筑业企业资质证书》
	《建筑业企业资质证书》
	《安全生产许可证》
坚宜佳	《对外贸易经营者备案登记表》
	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》
特灵工程	《建筑业企业资质证书》
	《安全生产许可证》
	《对外贸易经营者备案登记表》
	《报关单位备案证明》
宁波新安东	《对外贸易经营者备案登记表》
	《海关进出口货物收发货人备案回执》
新安东亿安	《对外贸易经营者备案登记表》
	《报关单位备案证明》
坚朗秦泰	《对外贸易经营者备案登记表》
	《中华人民共和国报关单位注册登记证书》
坚朗科兴	《对外贸易经营者备案登记表》
	《中华人民共和国报关单位注册登记证书》
春光禾顺	《对外贸易经营者备案登记表》
	《海关进出口货物收发货人备案回执》
苏州格兰斯柯	《对外贸易经营者备案登记表》
	《报关单位备案证明》
格莱威科	《对外贸易经营者备案登记表》
	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》
坚朗斯博锐	《建筑业企业资质证书》
	《安全生产许可证》
河北路泽	《建筑业企业资质证书》
	《安全生产许可证》

五、固定资产情况

（一）主要固定资产情况

公司的固定资产主要由房屋及建筑物、机器设备等构成。截至 2023 年 3 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	112,844.39	36,986.33	-	75,858.05	67.22%
机器设备	76,719.42	41,114.87	253.95	35,350.60	46.08%
运输设备	2,248.94	1,592.49	-	656.45	29.19%
其他	20,997.43	16,750.14	-	4,247.30	20.23%
合计	212,810.17	96,443.82	253.95	116,112.40	54.56%

(二) 房屋与土地情况

1、自有房屋及建筑物

截至 2023 年 6 月 6 日，发行人及其控股子公司拥有房屋建筑物的情况如下：

序号	证书编号	所有权人	面积 (m ²)	坐落	用途	取得方式	他项权利
1	粤房地权证莞字第 2400390180 号	发行人	7,749.21	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A1 号	工业	自建	抵押
2	粤房地权证莞字第 2400390179 号	发行人	7,749.21	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A2 号	工业	自建	抵押
3	粤房地权证莞字第 2400390184 号	发行人	7,746.90	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A3 号 厂房	工业	自建	抵押
4	粤房地权证莞字第 2400390181 号	发行人	7,746.90	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A4 号 厂房	工业	自建	抵押
5	粤房地权证莞字第 2400390183 号	发行人	1,980.00	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A5 号	工业	自建	抵押
6	粤房地权证莞字第 2400390182 号	发行人	7,688.90	东莞市塘厦镇大坪卢地坑路 3A6 号	工业	自建	抵押
7	粤（2022）东莞不动产权第 0104747 号	发行人	7,668.00	东莞市塘厦镇坚朗路 5 号 7 栋	工业	自建	无

序号	证书编号	所有权人	面积(m ²)	坐落	用途	取得方式	他项权利
8	粤(2022)东莞不动产权第0104629号	发行人	7,668.00	东莞市塘厦镇坚朗路5号8栋	工业	自建	无
9	粤(2022)东莞不动产权第0104648号	发行人	7,691.20	东莞市塘厦镇坚朗路5号9栋	工业	自建	无
10	粤(2022)东莞不动产权第0104678号	发行人	16,412.97	东莞市塘厦镇坚朗路5号10栋	工业	自建	无
11	粤(2022)东莞不动产权第0104697号	发行人	26,339.29	东莞市塘厦镇坚朗路5号11栋	工业	自建	无
12	粤(2022)东莞不动产权第0104721号	发行人	15,805.75	东莞市塘厦镇坚朗路5号12栋	工业	自建	无
13	粤(2022)东莞不动产权第0126267号	发行人	15,820.70	东莞市塘厦镇坚朗路5号13栋	工业	自建	无
14	粤(2022)东莞不动产权第0104741号	发行人	15,818.07	东莞市塘厦镇坚朗路5号14栋	工业	自建	无
15	粤(2022)东莞不动产权第0195871号	发行人	13,586.18	东莞市塘厦镇坚朗路5号15栋	工业	自建	无
16	粤(2022)东莞不动产权第0195891号	发行人	10,225.16	东莞市塘厦镇坚朗路5号17栋	工业	自建	无
17	粤(2022)东莞不动产权第0201774号	发行人	10,574.60	东莞市塘厦镇坚朗路5号18栋	工业	自建	无
18	粤(2022)东莞不动产权第0195893号	发行人	16,343.84	东莞市塘厦镇坚朗路5号19栋	工业	自建	无
19	粤(2022)东莞不动产权第0195881号	发行人	16,410.92	东莞市塘厦镇坚朗路5号20栋	工业	自建	无

序号	证书编号	所有人	面积 (m ²)	坐落	用途	取得方式	他项权利
20	粤(2022)东莞不动产权第0212619号	发行人	16,719.90	东莞市塘厦镇坚朗路5号21栋	工业	自建	无
21	粤(2022)东莞不动产权第0223821号	发行人	16,506.92	东莞市塘厦镇坚朗路3号1栋	办公	自建	无
22	粤(2022)东莞不动产权第0225401号	发行人	7,762.12	东莞市塘厦镇坚朗路3号负101室	车库/车位	自建	无
23	黔(2019)南明区不动产权第0018899号	发行人	175.97	南明区花果园五里冲项目R2区2栋1单元10层11号	办公	以房抵债	无
24	黔(2019)南明区不动产权第0018865号	发行人	175.97	南明区花果园五里冲项目R2区2栋1单元10层12号	办公	以房抵债	无
25	黔(2019)南明区不动产权第0018957号	发行人	175.97	南明区花果园五里冲项目R2区2栋1单元10层23号	办公	以房抵债	无
26	辽(2019)大洼区不动产权第0011535号	发行人	65.9	盘锦市大洼区田家街道林海景天三期15#楼2单元101室	住宅	以房抵债	无
27	豫(2021)郑州市不动产权第0319236号	发行人	140.91	中原区车兴街6号院1号楼1单元24层2404号	住宅	以房抵债	无
28	辽(2021)锦州市不动产权第0051781号	发行人	183.35	中央大街二段136-61号	住宅	以房抵债	无

序号	证书编号	所有权人	面积(m ²)	坐落	用途	取得方式	他项权利
29	黑(2021)大庆市不动产权第0048494号	发行人	63.17	开发区尚都大厦1单元5层公寓504号房	公寓	以房抵债	无
30	辽(2021)沈阳市不动产权第0568974号	发行人	75.53	浑南区富民南街33-12号(2-6-1)	住宅	以房抵债	无
31	鲁(2022)枣庄市不动产权第4010303号	发行人	217.71	枣庄市薛城区黄河路266号正信领秀城(二期)C3号楼1单元301室	住宅	以房抵债	无
32	粤房地权证莞字第2400428448号	发行人	81.31	东莞市塘厦镇大坪林坪路39号骏豪商务中心商务楼20号20幢办公724	办公	购买	无
33	京房权证通字第1405621号	北京坚朗	4,554.70	通州区张家湾镇光华路甲3号1幢2幢3幢4幢	工业	自建	无
34	浙(2022)长兴县不动产权第0017681号	浙江格兰斯柯	34,188.97	太湖街道钮店湾村	工业	购买	抵押
35	沪(2023)青字不动产权第009652号	坚朗建材	95.20	青浦区朱家角镇课植园路339弄12号410工作室	商业	以房抵债	无

2、租赁土地和房产

截至2023年6月6日，发行人及其子公司存在以下租赁面积在10,000 m²以上的房屋的情形：

序号	承租人	出租人	房屋用途	坐落	面积 (m ²)	租赁期限	产权证书编号
1	坚朗科兴	王军培	厂房	宁波市鄞州区姜山镇上张村、井亭村	11,800.00	2023.03.01-2024.02.28	(2020) 宁波市鄞州不动产权第 0242087 号、(2020) 宁波市鄞州不动产权第 0250950 号
2	深圳海贝斯	中山市小榄镇联丰股份合作经济联合社	厂房	中山市小榄镇联丰聚新路 61 号聚新工业园内的 3 号楼	15,506.41	2022.09.08-2032.09.07	粤 (2021) 中山市不动产权第 030 7766 号
3	坚朗精密	中山市小榄镇联丰股份合作经济联合社	厂房	联丰聚新工业园 5 号楼及空地	16,552.41	2021.04.01-2031.03.31	粤 (2021) 中山市不动产权第 030 7766 号
				6 号楼及空地	16,764.96		
4	天津坚朗美盛新材料有限责任公司	固诺(天津)实业有限公司	厂房	天津市武清区京津科技谷产业园福远路 112 号 10#车间	16,467.25	2021.01.01-2025.12.31	津 (2020) 武清区不动产权第 101 3825 号
5	斯飞奥博泰	东莞市金泰厨卫科技有限公司	厂房	东莞市虎门镇赤岗村白马路 10 号	13,500	2022.10.01-2025.09.30	未取得房屋权属证书
6	舒美惠	东莞市千顺五金有限公司	厂房	东莞市清溪镇三和管理区莲塘湖村 53-1	16,188	2021.06.01-2027.06.01	粤房地证字第 C129926 5 号
7	坚宜佳	东莞市塘厦镇大坪股份经济联合社	厂房	东莞市塘厦镇大坪长塘街 10 号	25,634	2010.12.01-2030.12.01	未取得房屋权属证书

截至 2023 年 6 月 6 日，发行人及其子公司上述租赁合同尚有部分未办理租赁登记备案手续。根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条：“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力”；同时，前述合同均未约定以办理登记备案手续为合同生效条件，因此，发行人和出租方未办理租赁登记手续不影响前述租赁合同的有效性。发行人及其子公司与相关主体签署的租赁合同符合有关法律、法规的规定，对合同双方均具有约束力，合法、有效。上述房屋租赁合同中部分房屋存在未取得产权证书及未办理租赁登记备案的情形不会对发行人持续经营及本次发行构成实质性法律障碍。

六、公司现有业务发展安排及未来发展战略

（一）公司未来业务发展目标

1、营销和市场开拓计划

公司的策略符合国家加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局要求。在国内销售方面，公司将积极拓展和下沉市场，关注住宅建筑、商用建筑和公共建筑市场的变化，并开发城市更新、大基建、新场景和家装市场。公司营销模式将主要以 B2B 为主，同时推进 B2C 模式和电子商务业务。在海外销售方面，公司将加强市场营销网络建设，巩固现有市场份额，并积极开发新兴市场。利用现代信息技术和跨境电商等手段进行多方位营销，提高海外市场销售规模和品牌的国际影响力。

2、人才储备计划

公司将以“以人为本”为宗旨，通过选人、培养人、有效利用人才和留住人才等多方面的措施，优化人员配置，建立高素质的人才队伍，以实现人、组织和订单之间的优化。公司将建设独特的企业文化，营造良好的工作和文化氛围，增强员工的企业归属感和凝聚力。

公司计划进一步完善员工招聘、考核、奖惩、晋升等劳动用工制度，为员工提供良好的用人机制和广阔的发展空间。同时，公司将加大对市场营销、经营管理、技术研发、财务金融等专业高端人才的引进力度，填补人才缺口并保持一定

的人才储备。公司还拟开展各种形式的培训教育，提升员工的整体素质，提高公司的管理水平和技术水平。

3、产品集成计划

公司的产品线不仅涵盖了建筑门窗幕墙五金和门控五金系统等传统领域，还扩展到智能锁、智能家居、卫浴五金、精装房五金等领域，初步形成了以建筑门窗幕墙五金为核心的建筑配套件集成供应商的战略布局。

未来，公司将继续围绕建筑配套件集成供应的方向发展。公司计划保持对现有优势产业的增资扩产，并投入新关联产品的研发。同时，公司将整合建筑行业内的优势资源，通过战略投资和合作等方式提升产业发展能力。公司还将丰富门窗类产品，布局建筑节能和绿色建筑领域，发展智能家居和安防市场，并完善锚固技术产品体系以推动地下综合管廊业务发展。此外，公司还计划战略代理国外高端品牌，以满足消费升级需求，并构建劳动安全防护用品的综合提供能力。

4、数字化转型计划

信息化建设受到公司高度重视，并在公司发展历程中扮演了重要角色。目前，公司实现了整个业务链条的端到端整合、完整的交付链条管理，信息化建设卓有成效。

未来，公司将通过信息化系统升级改造项目，加强网络基础建设，提升信息系统水平。公司将加强各系统数据交流，实现信息共享和系统集成，并通过加大信息化应用的深度和广度，将数字化和业务流程、日常管理相结合，提升公司的管理水平。

5、科技创新计划

作为国内领先的建筑五金产品及服务的供应商，产品开发能力和技术创新一直是公司持续发展的根本动力。

未来，公司将继续增加研发投入，加强技术人才的培养和引进，提升研发部门的设备配置，提升公司的综合研发实力。同时，公司将以门窗幕墙五金为核心，

进行多品种的产品开发,并加大基础研究与开发力度,涵盖工艺装备、材料应用、生产设备自动化、产品性能检测仪器等方面。

公司将通过增加研发投入、强化技术人才队伍、加强合作与引进,以及拓展产品领域,不断提升产品开发能力和技术创新水平,以满足市场需求并保持竞争优势。

6、品牌建设计划

公司是国内建筑配套件领域中品类最丰富的集成供应商之一,具备强大的行业品牌形象和优势。

未来,公司计划选择与现有模式互补且高度协同的品类和行业进行并购或战略合作,进一步扩大和延伸产品线,进一步提升公司品牌影响力,进一步扩大渠道优势和产品集成优势,推动建筑配套件集成供应商的战略布局。

(二) 公司完成目标拟采取的措施

1、规范运作和加强治理:公司将规范运作,加强公司治理,完善内部控制制度,提高风险防范能力;

2、市场营销和品牌建设:公司将加强市场营销工作,积极开拓国内外市场,增加产品的市场占有率;

3、知识产权和研发投入:公司将通过创新研发和产学研合作,推动新产品和新技术的升级换代,提高核心竞争力;

4、人才培养和引进:公司将培养和引入高端人才,引进先进的管理理念和运行机制,提高公司的管理水平;

5、信息系统和数字化转型:公司将借助信息系统和数字化转型,优化公司业务流程,提升运营效率。

(三) 公司完成目标的假设条件及困难

公司拟定上述业务发展战略和经营计划,主要是基于以下假设条件:

1、公司所处的宏观经济环境、政治和社会环境处于正常状态，没有对公司经营产生重大不利影响的不可抗力事件发生；

2、公司遵循的现行法律、法规政策无重大变化，目前执行的主要税收政策无重大调整，税赋水平无大幅上升；

3、公司所处行业和市场正常发展，没有出现重大不利因素。

公司实现上述目标面临的主要困难是：

1、随着经营规模的扩大，公司在经营决策、组织架构、内部控制、运营管理、信息传递等方面都将面临更大挑战；

2、我国政府在 2020 年和 2021 年连续出台了“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策，我国房地产行业进入深度调整期，房地产行业下行，并造成房地产行业融资的紧缩，对公司经营产生不利影响；

3、实施前述发展计划存在大量资金需求，公司需采取有效措施进行筹融资以保证发展计划的顺利执行。

七、发行人商业信用情况

（一）行政处罚

报告期内，公司不存在重大违法行为，也未受到重大行政处罚。报告期内，公司涉及的行政处罚主要情况如下：

1、简易税务行政处罚

报告期内，公司受到的简易税务行政处罚情况如下：

处罚时间	处罚主体	被处罚人	行政处罚决定书文号	违法行为	处罚及依据
2020.01.05	国家税务总局成都市青羊区税务局	广东坚朗五金制品股份有限公司成都分公司	青羊税一税简罚（2020）215号	未按期限办理纳税申报和报送纳税资料	罚款 50 元；《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条
2021.01.06	国家税务总局无锡国家高新	坚朗建材	锡新税简罚（2021）161号	未按期办理个人所得税	罚款 50 元；《中华人民共和国税收征收管理

处罚时间	处罚主体	被处罚人	行政处罚决定书文号	违法行为	处罚及依据
	技术产业开发区(无锡市新吴区)税务局			(工资薪金所得)申报	法》第六十二条
2022.01.07	国家税务总局北京市西城区税务局第六税务所	坚朗建材	京西六税简罚(2022)18号	未按期办理个人所得税(工资薪金所得)申报	罚款800元;《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条
2022.07.14	国家税务总局卫辉市税务局城郊税务分局	河南坚朗	卫税简罚(2022)342号	未按期办理印花税(加工承揽合同)申报	罚款50元;《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条
2022.07.20	国家税务总局卫辉市税务局城郊税务分局	河南坚朗	卫税简罚(2022)390号	未按期办理个人所得税(工资薪金所得)申报	罚款60元;《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条

上述被处罚主体均已按照行政处罚文书的要求缴纳了罚款,并已补充办理相关税款申报,履行税收征管法律、法规要求的义务。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条:“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的,或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的,由税务机关责令限期改正,可以处二千元以下的罚款;情节严重的,可以处二千元以上一万元以下的罚款。”公司被处罚的金额均在2,000元以下,根据上述处罚金额,不属于《中华人民共和国税收征收管理法》规定的情节严重的行政处罚。

综上,公司上述违法行为不属于重大违法行为,上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚,且不构成《注册管理办法》第十一条第(六)项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为”。

2、2021年2月4日,坚朗五金济南分公司被处罚款18,000.00元

2021年2月4日,因未按规定定期组织应急预案演练,坚朗五金济南分公司违反《中华人民共和国安全生产法》第七十八条的规定,被济南市历城区应急管理局出具“(历城)应急罚【2021】3002号”《行政处罚决定书》,处以罚

款 18,000 元。在处罚决定书下达后，坚朗五金济南分公司积极进行整改，已制定安全生产事故应急救援预案、组织消防演练，并缴纳了罚款。

根据当时有效的《中华人民共和国安全生产法》第九十四条：“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处五万元以上十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款：……（六）未按照规定制定生产安全事故应急救援预案或者未定期组织演练的……”；坚朗五金济南分公司被处罚的金额 18,000 元，属于《中华人民共和国安全生产法》规定的“责令限期改正”情形，不属于“逾期未改正的，责令停产停业整顿”情形，不属于情节严重的行政处罚。

根据《山东省安全生产行政处罚自由裁量基准（试行）》第 326 项裁量档次 1，违法情节为“定期开展了现场处置方案演练，但未定期开展了综合应急预案演练或者专项应急预案演练的”，其对应的处罚标准为“责令限期改正，可以处 2 万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处 5 万元以上 6 万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处 1 万元以上 1.5 万元以下的罚款”。坚朗五金济南分公司被处罚的金额 18,000 元，属于《山东省安全生产行政处罚自由裁量基准（试行）》规定的“责令限期改正”情形，不属于“逾期未改正的，责令停产停业整顿”情形，不属于情节严重的行政处罚。

综上，坚朗五金济南分公司的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

3、2021 年 10 月 9 日，坚朗五金北京分公司被处罚款 28,500.00 元

2021 年 10 月 9 日，坚朗五金北京分公司因占用疏散通道、安全出口，违反《中华人民共和国消防法》第六十条规定，北京市通州区消防救援支队出具“通（消）行罚决字（2021）100157 号”《行政处罚决定书》，处以罚款 28,500 元。在处罚决定书下达后，坚朗五金北京分公司积极进行整改，移除了堆放杂物，保障消防通道、安全出口可通行，并缴纳了罚款。

根据《中华人民共和国消防法》第六十条：“单位违反本法规定，有下列行为之一的，责令改正，处五千元以上五万元以下罚款：……（三）占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口或者有其他妨碍安全疏散行为的”；同时，根据《北京市消防管理行政处罚处罚裁量基准》，违法情节为“占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口的行为”的，“情节一般，能够整改，未造成严重后果的”，“对单位处 18500 元以上 36500 元以下罚款”。坚朗五金北京分公司被处罚的金额 28,500 元，属于《北京市消防管理行政处罚处罚裁量基准》规定的“情节一般，能够整改，未造成严重后果的”情形，不属于“情节严重，拒不整改，或者虽然整改但造成严重后果的”情形。

综上，坚朗五金北京分公司的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

4、2021 年 11 月 24 日，坚稳机电被处罚款 20,000.00 元

2021 年 11 月 24 日，坚稳机电因施工现场作业未采取防护措施，将作业过程中产生的粉尘直接排放污染大气环境，违反了《北京市大气污染防治条例》第六十条的规定，北京市丰台区生态环境局出具了“丰环境监察罚字〔2021〕173 号”《行政处罚决定书》，处以罚款 20,000 元。在处罚决定书下达后，坚稳机电积极进行整改，并缴纳了罚款。

根据《北京市大气污染防治条例》第一百零九条：“违反本条例第六十条规定，未安装净化装置或者采取其他措施防止污染周边环境的，由环境保护行政主管部门责令限期改正，处一万元以上十万元以下罚款；拒不改正的，责令停工整治或者停业整治。”坚稳机电被处罚的金额 20,000.00 元，属于《北京市大气污染防治条例》规定的“责令限期改正”情形，不属于“拒不改正的，责令停工整治或者停业整治”情形，不属于情节严重的行政处罚。

根据北京市生态环境局“京环发〔2021〕5 号”文公布的《北京市生态环境行政处罚自由裁量基准（2021 版）》，“排放粉尘的其他单位、排放有毒有害气体的单位”有“未安装净化装置或者采取其他措施，防止污染周边环境”情形的，对

应裁量基准为罚款 10,000 至 40,000 元，有“未安装净化装置或者采取其他措施，产生较大的环境污染或社会影响”情形的，对应裁量基准为罚款 40,000 至 100,000 元。坚稳机电被处罚的金额 20,000.00 元，不属于《北京市生态环境行政处罚自由裁量基准（2021 版）》规定的“产生较大的环境污染或社会影响”情形，不属于情节严重的行政处罚。

此外，北京市丰台区生态环境局已于 2023 年 2 月 15 日出具的专项说明，坚稳机电已积极整改并完全履行了上述行政处罚决定书所要求的各项义务，坚稳机电上述行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。

综上，坚稳机电的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

5、2022 年 3 月 11 日，坚朗建材无锡分公司被处罚款 50,000.00 元

2022 年 3 月 11 日，坚朗建材无锡分公司因使用超期未检特种设备，违反《中华人民共和国特种设备安全法》第四十条的规定，无锡市新吴区市场监督管理局出具“锡新市监处罚〔2022〕04 第 016 号”《行政处罚决定书》，处以罚款 50,000 元。在处罚决定书下达后，坚朗建材无锡分公司积极进行整改，对其所使用的叉车定期检验并取得检验报告，并缴纳了罚款。

根据《中华人民共和国特种设备安全法》第八十四条：“违反本法规定，特种设备使用单位有下列行为之一的，责令停止使用有关特种设备，处三万元以上三十万元以下罚款：（一）使用未取得许可生产，未经检验或者检验不合格的特种设备，或者国家明令淘汰、已经报废的特种设备的……。”同时，根据《江苏省市场监督管理行政处罚裁量权适用规则（试行）》第十条：“从轻行政处罚是指在行政处罚的法定种类和法定幅度内适用较轻的种类或者选择法定幅度中较低的部分予以处罚。其中，罚款的数额应当为从最低限到最高限这一幅度中较低的 30% 部分。”坚朗建材无锡分公司被处罚的金额 50,000 元，属于《江苏省市场监督管理行政处罚裁量权适用规则（试行）》适用从轻处罚的情形，根据上述处罚金额，不属于情节严重或从重处罚的情形。

综上，坚朗建材无锡分公司的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

6、2022年6月15日，河北莱法特被处罚款52,000.00元

2022年6月15日，河北莱法特因直接排放挥发性有机废气，未按规定使用污染防治设施，未采取减少废气排放措施，违反《中华人民共和国大气污染防治法》第一百零八条的规定，唐山市生态环境局曹妃甸区分局出具了“唐环罚(2022)08-35号”《行政处罚决定书》，处以罚款52,000元。在处罚决定书下达后，河北莱法特已缴纳罚款；根据河北莱法特提供的相关股东会决议及刊载于报纸的公告文件，河北莱法特已进入注销程序。

根据《中华人民共和国大气污染防治法》第一百零八条：“违反本法规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府生态环境主管部门责令改正，处二万元以上二十万元以下的罚款；拒不改正的，责令停产整治：（一）产生含挥发性有机物废气的生产和服务活动，未在密闭空间或者设备中进行，未按照规定安装、使用污染防治设施，或者未采取减少废气排放措施的……”河北莱法特被处罚的金额52,000.00元，属于《中华人民共和国大气污染防治法》规定的“责令改正”情形，不属于“拒不改正的，责令停产整治”情形，不属于情节严重的行政处罚。

根据《河北省大气污染防治条例》第八十三条：“违反本条例规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府环境保护主管部门责令改正，处二万元以上五万元以下罚款；情节较重的，处五万元以上十万元以下罚款；情节严重的，处十万元以上二十万元以下罚款；拒不改正的，责令停产整治或者报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭：（一）产生含挥发性有机物废气的生产和服务活动，未在密闭空间或者设备中进行，未按照规定安装、使用污染防治设施，或者未采取减少废气排放措施的；……”河北莱法特被处罚的金额52,000.00元，不属于《河北省大气污染防治条例》规定的“情节严重”情形，不属于情节严重的行政处罚。

同时，根据《唐山市生态环境局环境行政处罚自由裁量权裁量标准（试行）》和前述行政处罚决定书，处罚机关在对河北莱法特作出行政处罚时的裁定幅度考核标准为：“根据环境影响程度方面为已在密闭空间或者设备中进行，但未按照规定安装、使用污染防治设施的，取值为 21%；违法频次方面为一年内首次实施违法行为的，取值为 5%；整改情况方面为全面整改并停止违法行为的，取值为 0%；配合调查取证情况为配合检查的，取值为 0%，对社会影响或生态破坏程度为未造成社会影响与生态破坏的，取值为 0%；合并以上综合裁定幅度为 26%。”据此，在行政处罚决定下达前，河北莱法特已进行全面整改并停止违法行为，且原违法行为未造成社会影响与生态破坏。

综上，河北莱法特的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

7、2022 年 7 月 5 日，苏州格兰熔被处罚款 46,980.60 元

2022 年 7 月 5 日，公司曾经的子公司苏州格兰熔因未按规定代扣代缴“偶然所得”个人所得税，违反了《中华人民共和国税收征收管理法》第六十九条规定，国家税务总局苏州市税务局第一稽查局出具了“苏州税一稽罚〔2022〕69 号”《税务行政处罚决定书》，处以罚款 46,980.60 元。在处罚决定书下达后，苏州格兰熔积极进行整改，对相关财务人员加强管理与教育，调整财务部门工作分工，并缴纳了罚款。发行人已于 2022 年 9 月将所持苏州格兰熔股权转让给第三方，不再持有苏州格兰熔股权。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十九条：“扣缴义务人应扣未扣、应收而不收税款的，由税务机关向纳税人追缴税款，对扣缴义务人处应扣未扣、应收未收税款百分之五十以上三倍以下的罚款”，苏州格兰熔被处罚的金额 46,980.60 元，该处罚金额位于《中华人民共和国税收征收管理法》规定的罚款额度的中间幅度，不属于顶格处罚。

根据《国家税务总局江苏省税务局关于明确江苏省税务系统重大税务处理处罚案件标准的通知》“（一）南京、无锡、苏州市税务局重大税务处理处罚案件标准为拟罚款金额 200 万元（含）以上或拟查补税款 1000 万元（含）以上的稽

查案件。”，苏州格兰熔被处罚的金额 46,980.60 元，未达到《国家税务总局江苏省税务局关于明确江苏省税务系统重大税务处理处罚案件标准的通知》规定的苏州市税务局重大税务处理处罚案件标准。

此外，“苏州税一稽罚〔2022〕69 号”《税务行政处罚决定书》也未将该项行政处罚涉及的违法行为认定为重大违法行为或情节严重的违法行为。

综上，苏州格兰熔的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

8、2023 年 2 月 22 日，坚朗建材被处罚款 4,470.70 元

2023 年 2 月 22 日，坚朗建材因进口保管商品价格申报有误，少缴税款 8,941.41 元，违反了《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条（四）项的规定，西安车站海关出具了“西车关简罚字〔2023〕0002 号”《行政处罚决定书》，处以罚款 4,470.70 元。在处罚决定书下达后，坚朗建材积极进行整改，并缴纳了罚款。

根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条的规定：“进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：（四）影响国家税款征收的，处漏缴税款 30% 以上 2 倍以下罚款。”坚朗建材被处罚金额 4,470.70 元，罚款金额较小。

此外，“西车关简罚字〔2023〕0002 号”《行政处罚决定书》也未将该项行政处罚涉及的违法行为认定为重大违法行为或情节严重的违法行为。

综上，坚朗建材的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

9、2022 年 10 月 11 日，朗石涂料被处罚款 10,000.00 元

2022年10月11日，朗石涂料因货运车辆超限超载配货，违反了《广东省道路运输条例》第49条的规定，佛山市交通运输局出具了“粤佛交罚〔2022〕02839号”《行政处罚决定书》，处以罚款10,000.00元。在处罚决定书下达后，朗石涂料积极进行整改，加大了对车辆载重的核查力度，并缴纳了罚款。

根据《广东省道路运输条例》第六十五条：“违反本条例第二十八条、第三十条、第四十一条第二款、第四十九条规定的，由县级以上人民政府交通运输主管部门责令改正，处一万元以上三万元以下的罚款；情节严重的，由原许可机关吊销道路运输经营许可证或者相应的经营许可。”朗石涂料被处罚金额10,000.00元，该处罚金额位于《广东省道路运输条例》规定的罚款额度的下限，且不属于《广东省道路运输条例》规定的“情节严重的，由原许可机关吊销道路运输经营许可证或者相应的经营许可”情形，不属于情节严重的行政处罚。

此外，根据“粤佛交罚〔2022〕02839号”《行政处罚决定书》，行政机关已在行政处罚决定书中认定朗石涂料的该项违法行为较轻。

综上，朗石涂料的上述违法行为不属于重大违法行为，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，且不构成《注册管理办法》第十一条第（六）项规定的“最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。”

10、葡萄牙坚朗潜在行政处罚

截至2023年6月6日，公司境外子公司 Cifial, S.A.就4起环保违法案件处于葡萄牙农业、海洋、环境和空间规划总监察局（IGAMAOT）的调查中。根据 António Arribança & Associados（以下称“葡萄牙律师”）出具的《法律意见书》并经发行人确认，该等案件情况如下：

序号	案件编号	收到立案调查通知的日期	可能的处罚情况	案件进展
1	NUI/CO/00001282 /17.4.AMB	2017.04.11	1.2万欧元	已提出申辩， 待作出决定
2	NUI/CO/001578 /19.0.CGI	2019.11.11	2.40万欧元-4.80万欧元	已提出申辩， 待作出决定
3	NUI/CO/000374 /20.7CGI	2020.05.28	2.40万欧元-12.00万欧元	已提出申辩， 待作出决定
4	NUI/CO/000036 /23.3CGI	2023.01.06	警告	已提出申辩， 待作出决定

根据葡萄牙律师出具的法律意见书，并经访谈葡萄牙律师及 Cifial, S.A. 负责人，上述案件均为行政违法案件，不涉及刑事责任，亦不涉及除警告或罚款以外的其他处罚措施。即使执法机构对该主体作出罚款，所涉的潜在罚款金额也较小，占发行人 2022 年营业收入、净利润和净资产的比例均未超过 5%，占比较小。据此，即使当地执法机构最终对 Cifial, S.A. 作出处罚，该等行政处罚也不会对发行人造成重大不利影响。据此，Cifial, S.A. 涉嫌的违法行为不属于重大违法行为。

综上，上述行政处罚所涉行为不属于重大违法违规，不属于严重损害投资者合法权益、社会公共利益的行为，不会对发行人的日常生产经营产生重大不利影响，亦不会构成本次发行的实质性法律障碍。

（二）资信状况与履约情况

报告期内，公司资信状况良好，不存在拖欠银行借款利息、本金的情形，不存在大额违约、逾期记录，债务履约情况良好。

八、最近一期末公司财务性投资相关情况

最近一期末，公司不存在已实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情况，具体情况如下：

序号	类型	截至 2023 年 3 月 31 日是否实施	是否属于财务性投资及类金融业务
1	投资类金融业务，包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务	不存在	不涉及
2	非金融企业投资金融业务	不存在	不涉及
3	与公司主营业务无关的股权投资	除东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司外，其他股权投资符合公司主营业务及战略发展方向的实业经营投资	对东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司的投资属于财务性投资，其他股权投资不属于财务性投资
4	投资产业基金、并购基金	不存在	不涉及
5	拆借资金	存在向员工提供住房借款	不属于

6	委托贷款	不存在	不涉及
7	购买收益波动大且风险较高的金融产品等	存在购买银行理财和结构性存款的行为,但不属于收益波动大且风险较高的金融产品	不属于

(一) 最近一期末公司持有的财务性投资情况

截至 2023 年 3 月 31 日,公司资产负债表中可能与财务性投资相关的会计科目情况如下:

单位: 万元

项目	2023.3.31	属于财务性投资金额
交易性金融资产	31,412.86	否
其他应收款	10,610.88	否
其他流动资产	6,826.86	否
长期股权投资	40,119.35	除对东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔(北京)环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司的投资金额 602.00 万元属于财务性投资外;其他长期股权投资不属于财务性投资
其他权益工具	1,000.00	否
其他非流动资产	3,412.65	否
合计	93,382.60	-

1、交易性金融资产

截至 2023 年 3 月 31 日,公司持有的交易性金融资产金额为 31,412.86 万元,具体构成情况如下:

单位: 万元

项目	2023.3.31		是否属于财务性投资
	金额	比例	
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	31,412.86	100.00%	否
其中: 银行理财	25,401.00	80.86%	否
结构性存款	6,011.86	19.14%	否
合计	31,412.86	100.00%	-

公司的交易性金融资产由银行理财和结构性存款构成。公司适时购买的银行

理财和结构性存款为短期、风险较低的金融产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，故不属于财务性投资。

2、其他应收款

截至 2023 年 3 月 31 日，公司其他应收款账面金额为 11,248.20 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023.3.31		是否属于财务性投资
	金额	比例	
应收股利	40.00	0.36%	否
押金保证金	4,311.85	38.33%	否
备用金	1,960.42	17.43%	否
往来款	4,935.93	43.88%	否
合计	11,248.20	100.00%	-
减：坏账准备	637.32	-	-
合计	10,610.88	-	-

公司其他应收款主要为业务正常开展过程中产生的押金保证金、员工备用金、单位往来款、员工住房借款等。公司押金保证金、员工备用金、单位往来款等均为公司正常业务开展过程中产生的，不属于财务性投资。

公司向员工提供住房借款，主要目的是稳定员工、吸引人才，激励员工工作积极性，不是以借出资金获利为目的，而是公司对内部员工提供的房贷借款福利，是公司员工福利的一部分，不属于财务性投资。

经查阅上市公司存在员工住房借款的部分同类型案例，未将员工住房借款认定为财务性投资，具体情况如下：

公司名称	员工住房借款是否属于财务性投资的认定情况
深信服 (300454.SZ)	2023年3月末，公司账面上员工购房借款账面价值总计24,745.54万元。公司对内部员工的借款主要为员工购房借款，公司主要办公地点集中在深圳等中心城市，近年来该等区域的房价上涨较快，而公司员工普遍较为年轻，面临较大的置业安居压力。为稳定员工队伍，协助员工置业安居，公司对内部员工实施房贷借款福利，对于满足《员工购房借款管理规定》的员工提供购房贷款，借款最长期限为5年，且前两年按规定需要支付最低还款额。若前两年未按规定还款，员工自第三年起需要按规定支付违约金，员工最迟自借款之日5年内还清全部借款及违约金，

	<p>如在未还清借款前离职，余款应在离职前一次性还清。</p> <p>公司向员工提供借款，主要目的是稳定员工、吸引人才，不是以借出资金获利为目的，而是公司对内部员工提供的房贷借款福利，是公司员工福利的一部分，不属于财务性投资。</p>
集智股份 (300553.SZ)	截至2023年3月末，公司长期应收款金额为115.00万元，系员工购房借款，不属于财务性投资。
泰嘉股份 (002843.SZ)	截至2023年3月31日，公司其他应收款账面价值为894.34万元，主要为公司支付的押金、保证金以及向员工提供的普惠性购房借款，不存在对外资金拆借，不属于财务性投资。
宏柏新材 (605366.SH)	截至2022年底，公司长期应收款账面价值为272.59万元，主要为向员工提供的购房借款，不属于财务性投资。
中科创达 (300496.SZ)	应收员工借款系发行人根据公司员工购房借款相关管理办法使用部分自有资金为员工购房提供借款，该等借款在员工不提前离职、按时还清的情况下不收取利息，不以获得投资收益为目的，不属于财务性投资。
杰克股份 (603337.SH)	截至2021年6月30日，公司其他应收款具体为与业务直接相关的退税款、保证金、备用金、代扣代缴款及员工购房借款，其中员工购房借款系公司提供给员工的无息购房借款，不属于财务性投资。
宏发股份 (600885.SH)	截至2021年3月31日，发行人长期应收款账面价值3,237.79万元，主要系员工无息购房借款，是发行人给予的员工福利，不属于公司财务性投资。
大华股份 (002236.SZ)	截至报告期末（2021.3.31），公司其他应收款主要为转让子公司华图微芯的股权受让款、保证金、暂付垫付款、员工购房借款等。其中：暂付、垫付款主要为暂付电费、公积金、保险费等费用类支出、员工备用金支出等，员工购房借款系公司提供给员工的无息购房借款，其他主要系暂付社会保险费、应收物料赔款，均不属于财务性投资。
三花智控 (002050.SZ)	截至2020年12月31日，公司长期应收款账面价值为207.48万元，系员工购房借款，不涉及财务性投资及类金融业务。
杭叉集团 (603298.SH)	截至报告期末（2020年9月30日），公司其他应收款主要为押金保证金、出口退税和应收暂付款，职工暂借款系公司提供给员工的无息购房借款，其他主要系员工备用金，均不属于财务性投资。

综上，公司向员工提供住房借款，不属于财务性投资，无需扣减募集资金投资金额，公司其他应收款不属于财务性投资。

除员工住房借款外，不存在拆借资金、委托贷款等情形。

3、其他流动资产

截至2023年3月31日，公司其他流动资产的金额为6,826.86万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023.3.31	是否属于财务性投资
应收退货成本	2,344.81	否

项目	2023.3.31	是否属于财务性投资
增值税留抵税额	3,832.76	否
预缴企业所得税	649.29	否
合计	6,826.86	-

报告期内，公司其他流动资产主要为应收退货成本和增值税留抵税额等，不属于财务性投资。

4、长期股权投资

截至 2023 年 3 月 31 日，公司长期股权投资的账面金额为 41,179.77 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023.03.31		是否属于财务性投资
	账面金额	比例	
合营企业：	-	-	-
和成坚朗（上海）厨卫有限公司	19.28	0.05%	否
巴地格新型建材有限公司	1,043.77	2.53%	否
合营企业小计	1,063.05	2.58%	-
联营企业：	-	-	-
东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司	1.73	0.00%	是
深圳市君和睿通科技股份有限公司	2,967.20	7.21%	否
苏州工品一号网络科技有限公司	2,965.45	7.20%	否
固诺（天津）实业有限公司	1,027.40	2.49%	否
深圳市道尔智控科技股份有限公司	4,150.17	10.08%	否
深圳市晶泓科技有限公司	2,335.11	5.67%	否
宁波信高节能材料有限公司	1,527.61	3.71%	否
杭州嘉翔高强螺栓股份有限公司	2,293.36	5.57%	否
上海乘方自动门科技有限公司	1,192.64	2.90%	否
东莞普赛达建筑材料有限公司	232.33	0.56%	否
江苏阿路美格销售有限公司	0.00	0.00%	否
江苏四季沐歌净水科技有限公司	1,971.78	4.79%	否
河南惠洁管业销售有限公司	124.52	0.30%	否
河南颂源涂料有限公司	3,879.34	9.42%	否

安阳贝朗陶瓷有限公司	50.62	0.12%	否
广东道尔电科技术有限公司	447.32	1.09%	否
湖北九阳防水材料科技有限公司	2,631.31	6.39%	否
斯博锐精细化学品（广东）有限公司	147.72	0.36%	否
天津中和胶业股份有限公司	8,274.28	20.09%	否
襄阳九阳防水工程有限公司	222.10	0.54%	是
浙江帅康工程技术有限公司	235.46	0.57%	否
中山市狮盾电气有限公司	3,439.27	8.35%	否
易能韦尔（北京）环境技术有限公司	0.00	0.00%	是
云南路泽新材料科技有限公司	0.00	0.00%	是
联营企业小计	40,116.72	97.42%	-
合计	41,179.77	100.00%	-
减：减值准备	1,060.42	-	-
合计	40,119.35	-	-

公司长期股权投资主要系与合作伙伴共同设立的联营企业和合营企业，该企业均为实体类制造、经营企业，且经营业务均与公司主营业务密切相关，公司投资其目的系丰富产品品类，扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

截至 2023 年 3 月末，公司财务性投资的东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司的投资情况如下：

序号	公司名称	投资金额（万元）	占最近一期末归属于母公司净资产比例
1	东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司	2.00	0.0004%
2	易能韦尔（北京）环境技术有限公司	-	-
3	云南路泽新材料科技有限公司	-	-
4	襄阳九阳防水工程有限公司	600.00	0.13%
	合计	602.00	0.13%

注：上述投资金额包括已经投资的金额及拟投资的金额。

根据上表可见，公司已持有和拟持有的财务性投资金额为 602 万元，金额较小，且未超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%，符合《上市公司证券

发行注册管理办法》第九条、《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条等的规定。

综上，除对东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司认定为财务性投资以外，公司投资的其他联营企业和合营企业从事实业经营，与公司主营业务相关或存在协同效益，符合公司主营业务及战略发展方向，该项投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

5、其他权益工具投资

截至 2023 年 3 月 31 日，公司其他权益工具投资的金额为 1,000.00 万元，系公司对苏州禧屋新材料科技股份有限公司的股权投资。

苏州禧屋新材料科技股份有限公司（以下简称“苏州禧屋”）成立于 2014 年 3 月 27 日，公司投资 1,000.00 万元，持有 3.92% 的股份。苏州禧屋主要从事整体卫浴的研发、设计、生产、销售、安装及售后服务，主要产品为整体卫浴。公司的投资目的是通过参股切入整体卫浴领域，加强对整体卫浴领域布局。

综上，公司投资的对象从事实业经营，与公司主营业务相关或存在协同效益，符合公司主营业务及战略发展方向，该项投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

6、其他非流动资产

截至 2023 年 3 月 31 日，公司其他非流动资产金额为 3,412.65 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2023.3.31		是否属于财务性投资
	金额	占比	
预付工程及设备款	3,398.56	99.59%	否
其他	14.10	0.41%	否
合计	3,412.65	100.00%	-

公司其他非流动资产主要为预付工程及设备款，不属于财务性投资。

综上所述，最近一期末，公司不存在已实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情况。

（二）自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况

1、自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至募集说明书签署日），公司购买的银行理财和结构性存款为短期、风险较低的金融产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资。

2、自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至募集说明书签署日），公司新投入和拟投入（含认缴与实缴的差额）的员工住房借款、长期股权投资和其他权益工具的情况如下：

项目	金额（万元）	具体情况	是否属于财务性投资金额
员工住房借款	708.00	新增员工住房借款	否
长期股权投资	3,500.00	2022年10月，投入中山市狮盾电气有限公司3,500.00万元	否
	484.11	2022年12月，投入襄阳九阳防水工程有限公司106.33万元；2023年4月，投入襄阳九阳防水工程有限公司200.00万元；拟投入襄阳九阳防水工程有限公司177.78万元	是
其他权益工具	0.00	不存在新投入和拟投入其他权益工具的情况	否
合计	4,692.11	-	-

（1）公司向员工提供住房借款，主要目的是稳定员工、吸引人才，减轻员工购房负担，激励员工工作积极性，完善公司员工福利制度体系建设，此借款不以借出资金获利为目的，而是公司对内部员工提供的房贷借款福利，是公司员工福利的一部分，不属于财务性投资。

（2）中山市狮盾电气有限公司从事实业经营，与公司主营业务相关或存在协同效益，符合公司主营业务及战略发展方向，该些投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

(3) 公司对襄阳九阳防水工程有限公司的投资为财务性投资。自本次发行董事会决议日前六个月至今(截至募集说明书签署日), 公司对襄阳九阳防水工程有限公司新投入 306.33 万元, 拟投入 177.78 万元, 合计 484.11 万元。2023 年 7 月 26 日, 公司召开第四届董事会第九次会议, 公司调减募集资金总额 500.00 万元。因此, 自本次发行董事会决议日前六个月至今(截至募集说明书签署日), 公司已实施或拟实施的财务性投资已从本次募集资金总额中扣除, 符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条相关规定。

三、除上述情况外, 自本次发行董事会决议日前六个月至今(截至募集说明书签署日), 公司也不存在其他新投入和拟投入财务性投资的情况。

第二节 本次证券发行概要

一、本次发行的背景和目的

（一）本次发行的背景

1、2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善

2021年以来，房地产基本面的持续下行、我国经济增速的下降，对建筑五金行业冲击较大，公司2022年收入、利润承压。但是，随着2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善。

2022年4季度以来，我国多部门出台政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境等明显改善。2022年11月以来，中国人民银行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加力》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022年12月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；2023年1月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比连续3个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”

此外，根据国家统计局发布的《1-2月份国民经济企稳回升》，2023年1-2月，全国规模以上工业增加值同比增长2.4%，比2022年12月份加快1.1个百分点，结束了自2022年4季度以来的逐月回落态势。随着经济循环加快畅通，生产需求明显改善，我国2023年经济运行企稳回升。

2、公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，打造一站式建筑配套件集成供应平台

近年来，公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，在深耕、巩固建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类的同时，加大卫浴、照明、锁具等品类产品的投入，扩展、丰富产品品类，以积极应对消费群体对建筑多样化、个性化、整合式的消费需求，解决传统的多供应商采购模式采购效率较低、采购成本较高的痛点，拓展客户、市场、场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，为客户提供一站式场景化采购需求。

近年来，建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。

随着我国经济持续、快速发展，近年来，我国人力资源成本显著上升。在传统的多供应商采购模式下，由于建筑五金的订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金需求客户往往需要配置更多的工作人员，以应对不同种类产品的及时采购需要，且通常会付出比集中采购更高的价格来购买所需产品，尤其是小 B 端客户。相比传统的多供应商采购模式，一站式集成采购模式能够帮助客户提供一站式采购解决方案与一站式采购服务，节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的。

此外，随着公司产品线的扩展和丰富，公司产品应用场景从住宅建筑延伸和拓展至商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑，从而拓展更多的客户、市场，完善业务布局，丰富业务收入来源，构建多元化发展格局。

3、公司持续建设完善、高效、安全的信息化系统，保障“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地

公司的客户群体呈现数量众多、订单分散的特征。同时，为支撑一站式建筑配套件集成供应的需求，近年来，公司产品品类不断增加，产品线日益丰富。分散的客户群体及订单和丰富的产品品类，加之公司采购、生产、销售、管理等规模持续扩大，决定了公司经营需要依赖完善、高效、安全的信息化系统，以支撑公司快速响应、精细化服务客户，提高经营效率。

因此，公司非常注重信息化系统的建设以及信息安全的保障。公司自 2013 年以来，引入甲骨文 ORACLE 软件，并陆续上线了 BI 数据分析、SRM 供应商关系管理、WMS/TMS 物流仓储管理、Callidus 销售提成等核心业务系统，并上线了 LMS 在线培训、KM 知识管理、OA 办公自动化等辅助软件，实现了产、供、销、人、财、物的全链条的信息化管理和数据的智能挖掘。2019 年，公司自主研发坚朗云采平台，围绕“服务+社交+电商”的核心理念，打造一站式建筑配套件集采服务平台，为客户提供优质、高效的一站式采购服务。

但是，近年来，由于公司各类新业务系统的上线及业务数据的激增，机房负载加重；公司主数据中心机房的服务器、存储设施及网络设备等投入使用时间已较长，亟需进行更换或升级；部分信息化系统上线时间较早，各项技术参数已无法满足业务长期发展的需求；“坚朗云采”平台在架构与功能上仍存在改进的空间。因此，公司需要持续投入大额资金建设完善、高效、安全的信息化系统，保障“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地。

4、公司持续对生产设备进行更换升级及技术改造，提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本

由于公司部分老旧设备，其在加工精度、操作方式、环保程度方面将无法满足未来更精细化、自动化、信息化、环保化发展的要求，因此亟需更换一批符合现代制造业发展需求的生产设备。此外，近年来，随着我国人力资源成本显著上升、公司产品线日益丰富及业务规模的扩张，公司也亟需对原有生产线逐步进行自动化、信息化、柔性化技术改造，从而提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本。因此，公司大力推进生产设备更换升级及技术改造。

（二）本次发行的目的

1、扩大卫浴、照明、锁具等品类产品产能，新增钢制装饰板、钢制门等产品的产能，完善业务布局

由于一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化、整合式的消费需求以及解决传统的多供应商采购模式采购效率较低、采购成本较高的痛点，近年来，公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，深耕、巩固传统品类的同时，加大智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品等的投入，开始进入安防、地下综合管廊、自然消防排烟与智能通风窗、劳动安全防护类产品、防火防水材料、机电设备与精密仪器等新业务领域。

建设坚朗五金中山数字化智能化产业园项目及坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目即是公司推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略的重要业务布局。坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将扩大卫浴、照明及锁具等原品类产品的产能，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，使得公司产品能够适用于更多的客户、市场、场景，不断完善业务布局，丰富业务收入来源。

2、完善灾备机房及信息安全，优化信息化系统与数字化网络营销平台，提升公司经营效率

近年来，随着公司各类新业务系统的上线及业务数据的激增，公司机房负载加重且部分设备老旧、部分信息化系技术参数统已无法满足业务长期发展的需求。公司亟需建设完善、高效、安全的信息化系统。

通过实施本次募投项目中的坚朗五金信息化系统升级建设项目，公司将加强并完善主数据中心机房的建设，以更高效地承接逐步扩大的业务量，并对现有数字化网络营销平台进行技术迭代，将针对不同的使用群体，打造更为细分的网络营销平台。同时，公司将建设灾备机房与双活机房，从而实现两地三中心的数据中心架构，建立安全可靠的信息安全保障体系。当主数据中心机房出现数据丢失或灾难性事件时可快速从灾备机房恢复故障服务器的数据，亦可以将数据恢复至灾备机房的服务器中，启用灾备机房，达到安全的容灾能力。最终提升公司经营

效率。

3、通过生产设备进行更换升级及技术改造，提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本

近年来，公司存在部分生产设备进行更换升级及技术改造的需求。通过实施本次募投项目中的坚朗五金总部自动化升级改造项目，公司将部分老旧设备进行淘汰，引进生产效率更高的新设备。同时，提高公司的自动化、信息化、柔性化水平，代替人工完成产线的基础、重复性工作，从而提高公司生产效率，有效降低公司人员投入，节约生产成本。

生产设备进行更换升级及技术改造，也将为公司未来实施更深入的信息信息化建设与厂区物流化建设打下良好的基础，利于公司未来的可持续发展。

4、助力“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，优化资本结构，增强抗风险能力

近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司经营规模持续扩大，对公司日常的营运资金提出了更高的要求。为满足业务快速发展的资金需求，公司融资主要以银行贷款为主，公司资产负债率（合并口径）由 2019 年末的 36.17% 已上升至 2023 年 3 月末的 49.77%。

因此，公司本次发行将有利于其充分借助资本市场的融资渠道，引入股权融资资金，为本次募集资金投资项目建设及长期发展提供支持和保障，并助力“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地。同时，本次发行将充实资金实力，优化资本结构，降低融资成本，降低资产负债率，提高公司偿债能力，增强公司抗风险能力。

二、发行对象及其与公司的关系

本次发行的发行对象为包括公司控股股东白宝鲲先生在内的不超过 35 名符合中国证监会规定条件的特定对象。除白宝鲲先生以外的其他发行对象范围为包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他机构

投资者等。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

截至本募集说明书签署日，白宝鲲先生为公司的控股股东、实际控制人，除白宝鲲先生外，公司本次发行的其他发行对象尚未确定，因而无法确定除白宝鲲先生外的其他发行对象与公司的关系。

本次发行的最终发行对象由董事会根据股东大会的授权在本次发行通过深圳证券交易所审核并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定除白宝鲲先生以外的其他发行对象。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。具体发行对象及其与公司之间的关系将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中披露。

（一）发行对象基本情况

白宝鲲，男，中国国籍，无境外永久居留权，1970 年出生，工商管理学博士（DBA），住址为河南省新乡县小冀镇****。白宝鲲先生自 2003 年初创办公司，长期专注于建筑五金领域的发展，现担任中国建筑金属结构协会名誉副会长、中国建筑装饰协会第八届理事会副会长、全联房地产商会副会长、深圳市装饰行业协会副会长、中国房地产与门窗幕墙产业合作联盟副理事长、东莞市政协委员、东莞工商联副主席。曾荣获中国建筑装饰协会功勋人物；国家科学技术进步奖二等奖；全国优秀企业家，现任公司董事长兼总裁职务、立高食品股份有限公司董事。

（二）发行对象最近十二个月内与上市公司之间的重大交易情况

白宝鲲先生与公司之间不存在重大关联交易情况。

最近一年一期，白宝鲲先生与公司之间的交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2023 年 1-3 月	2022 年度
白宝鲲	云采平台销售	4.02	8.78

（三）发行对象与公司的关系

本次发行的发行对象白宝鲲先生系公司控股股东、实际控制人，构成上市公司关联方。根据《深圳证券交易所股票上市规则》关于关联方及关联交易的相关规定，本次发行构成关联交易。

（四）发行对象资金来源

白宝鲲先生拟以自有资金及合法自筹资金参与认购本次向特定对象发行的股票。

三、附条件生效的股份认购协议内容摘要

（一）协议主体和签订时间

甲方（发行人）：广东坚朗五金制品股份有限公司

乙方（认购人）：白宝鲲

协议签订时间：2023年4月14日

（二）认购价格、认购数量及调整机制

1、认购价格：

甲方本次向特定对象发行股票采取竞价发行方式，发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的80%（定价基准日前20个交易日公司股票均价=定价基准日前20个交易日公司股票总额/定价基准日前20个交易日公司股票交易总量，并按照“进一法”保留两位小数位小数，以下简称“发行底价”）。

乙方不参与本次发行定价的竞价过程，但接受其他发行对象申购竞价结果并与其他发行对象以相同价格认购本次发行的股票。若本次发行未能通过竞价方式产生发行价格，乙方将继续参与认购，认购价格为不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的80%。若本次发行未能通过上述竞价方式产生发行价格，则乙方同意按本次发行的发行底价参与认购。

最终发行价格将在甲方取得中国证监会对本次发行予以注册的决定后，由董事会根据股东大会的授权和保荐机构（主承销商）按照相关法律法规的规定和监

管部门的要求，遵照价格优先等原则，根据发行对象申购报价情况协商确定。

若甲方股票在本次发行的定价基准日至发行日期间发生派息、送股或资本公积转增股本等除息、除权事项，本次发行底价将作相应调整。调整方式如下：

派发现金股利： $P_1=P_0-D$ ；

送红股或转增股本： $P_1=P_0/(1+N)$ ；

两项同时进行： $P_1=(P_0-D)/(1+N)$ ；

其中， P_0 为调整前发行价格， D 为每股派发现金股利， N 为每股送红股或转增股本数， P_1 为调整后发行价格。

2、认购金额和认购数量：

乙方拟以现金认购甲方发行的股票，认购金额不少于 10,000 万元（含本数）且不超过 15,000 万元（含本数），同时认购股票数量不超过公司已发行股份的 2%。

乙方认购本次发行股票的数量计算公式为：

乙方认购的本次发行股票的股份数量=股份认购金额÷发行价格。

依据上述公式计算的发行数量应精确至个位，不足一股应当舍去取整。乙方将在发行价格确定后，根据前述股份认购金额及发行价格计算具体的认购数量。

本协议生效后，若本次发行募集资金总额因监管政策变化或根据审核文件的要求予以调减的，乙方同意按照甲方决定的方案认购调减后的股份数额。在其他情形下，如果一方后续拟调减乙方的股份认购款金额，应当提前取得另一方的书面同意并签订补充协议。

3、乙方最终认购数量和认购金额由甲乙双方在发行价格确定后签订补充协议确定。

（三）乙方认购价款的支付

1、在本次向特定对象发行股份获中国证监会同意注册后，乙方应在接到甲方的保荐机构（主承销商）发出的认购款缴纳通知后 7 个工作日内，按照认购款缴纳通知的要求以现金方式将认购价款全额划入甲方的保荐机构（主承销商）指

定的账户。在本次发行聘请的会计师事务所验资完毕后，保荐机构（主承销商）扣除相关费用再划入甲方募集资金专项存储账户。

2、在收到乙方支付的股份认购款后，甲方应尽快按照中国证监会、深圳证券交易所和证券登记结算机构规定的程序，向相关部门提交办理为乙方认购的甲方股份办理股票登记手续的相关资料，以确保乙方成为所认购股份的合法持有人。

3、在前述股票登记手续办理完成后，甲方应及时修改其现行的公司章程，并办理工商变更登记等有关手续。

（四）滚存未分配利润

甲方本次发行前公司滚存的未分配利润在本次向特定对象发行完成后由公司新老股东按照发行后的股份比例共享。

（五）股份锁定期

1、乙方就通过本次发行认购的股份的限售期作出承诺：乙方通过本次发行认购的股份自本次发行结束之日起 18 个月内不进行转让。

乙方所取得本次发行的股票由于公司送红股、资本公积金转增股本等形式衍生取得的股票亦应遵守上述股份锁定安排。

2、乙方应该按照相关法律法规和中国证监会、深圳证券交易所的相关规定以及甲方的要求就认购本次向特定对象发行的股份出具锁定承诺，并办理相关股份锁定事宜。

3、限售期后，乙方减持认购的本次发行的股票按届时有效之法律、法规及深圳证券交易所的相关规定办理解锁事宜。

（六）违约责任

1、甲乙双方同意并确认，在本协议签署后，甲乙双方均应依照诚实信用原则严格遵守和履行本协议的规定。任何一方对因其违反协议或其项下任何声明、承诺及保证而使对方承担或遭受的任何损失、索赔及费用，应向对方进行足额赔偿。

2、本协议生效后，乙方违反本协议的约定迟延支付认购价款，每延迟一日应向甲方支付认购款 0.01% 的滞纳金，且乙方还应负责赔偿其迟延支付行为给甲方造成的一切直接经济损失，并继续履行其在本协议项下的付款义务。

3、本协议生效后，如乙方明确表示放弃认购的，或在甲方保荐机构（主承销商）发出认购款缴款通知后 30 日内仍未支付认购款的，甲方有权以书面通知方式单方面解除本协议，并无需承担任何责任，本协议将于甲方发出解除本协议的书面通知之次日解除；并且，乙方除应向甲方支付迟延付款滞纳金外，还应向甲方支付相当于本协议项下认购款 1% 的违约金，并赔偿甲方因该等违约而承受或招致的与该等违约相关的损失（包括但不限于甲方为本次向特定对象发行支付的承销费用、律师费、会计师费用等）。

4、如果甲方本次向特定对象发行股份事宜：（1）未获甲方董事会/股东大会审议通过或未获得中国证监会同意注册而导致本协议未生效的，或（2）甲方根据其实际情况及相关法律规定认为本次发行已不能达到发行目的而主动向证券交易所撤回申请材料的，或（3）因非归属于乙方的其他原因，导致本次向特定对象发行股票事宜无法进行，不视为甲方或乙方违约，甲乙双方互不追究违约责任。

（七）协议生效条件

本认购协议由双方盖章或签字后成立，在下列全部条件满足时生效：

- 1、甲方董事会、股东大会批准与本次向特定对象发行股份有关的议案；
- 2、本次发行经深圳证券交易所审核通过，并取得中国证监会予以同意注册的批复。

四、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期

（一）发行价格及定价原则

本次发行的定价基准日为发行期首日，本次向特定对象发行股票的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%。定价基准日前 20

个交易日公司股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，本次发行将按照深交所的相关规则对发行价格进行相应调整。调整公式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$ ；

送红股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$ ；

两项同时进行： $P1=(P0-D)/(1+N)$ ；

其中， $P0$ 为调整前发行价格，每股派发现金股利为 D ，每股送红股或转增股本数为 N ，调整后发行价格为 $P1$ 。

最终发行价格将在公司在经深圳证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，根据投资者申购报价情况，遵循价格优先等原则，由董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。白宝鲲先生不参与本次发行的竞价过程，并承诺接受市场竞价结果并以与其他特定投资者相同的价格认购本次发行的股票。若本次发行未能通过竞价方式产生发行价格，公司控股股东白宝鲲先生将继续参与认购，按本次发行的发行底价参与认购。

（二）发行数量

本次向特定对象发行的股票数量按照募集资金总额除以发行价格计算得出，且不超过本次发行前总股本的 15%，即不超过 48,231,000 股（含本数）。最终发行数量将在本次发行经深圳证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，由公司董事会根据公司股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行董事会决议公告日至发行日期间发生派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则本次向特定对象发行的股票数量上限将按照相关规定进行相应调整。

（三）限售期

本次向特定对象发行的认购对象中，公司实际控制人白宝鲲先生认购的本次发行的股票自发行结束之日起 18 个月内不得转让；除白宝鲲以外的其他发行对象认购的股份自发行结束之日起 6 个月内不得转让。

本次发行对象所取得本次发行的股票由于公司送红股、资本公积金转增股本等形式衍生取得的股票亦应遵守上述股份锁定安排。限售期后，发行对象减持认购的本次发行的股票按届时有效之法律、法规及深圳证券交易所的相关规定办理解锁事宜。

五、募集资金金额及投向

本次发行股票拟募集资金总额不超过 **198,500.00** 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目。具体情况如下：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 额(万元)	项目建设周 期
1	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	103,378.78	91,200.00	2 年
2	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	15,230.30	13,800.00	2 年
3	坚朗五金信息化系统升级建设项目	24,753.99	17,700.00	3 年
4	坚朗五金总部自动化升级改造项目	18,072.84	16,900.00	3 年
5	补充流动资金	58,900.00	58,900.00	—
合计		220,335.91	198,500.00	

在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

六、本次发行是否构成关联交易

本次发行的发行对象白宝鲲先生系公司控股股东、实际控制人，构成上市公

司关联方。根据《深圳证券交易所股票上市规则》关于关联方及关联交易的相关规定，本次发行构成关联交易。

在公司董事会审议相关议案时，已严格按照相关法律、法规以及公司内部制度的规定，履行了关联交易的审议和表决程序，独立董事发表了事前认可意见和独立意见，关联董事已回避表决。经公司股东大会审议时，关联股东在股东大会上对本次发行相关事项将回避表决。

七、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

截至本募集说明书签署日，公司总股本为 321,540,000 股，白宝鲲先生持有公司 120,283,973 股，持股比例为 37.41%，为公司的控股股东、实际控制人。

本次发行完成后，白宝鲲先生仍为公司的控股股东、实际控制人。

本次发行不会导致公司控制权发生变化。

八、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

（一）本次发行方案已取得的批准

本次发行的相关事项已经公司第四届董事会第六次会议、**第四届董事会第九次会议**以及 2023 年度第一次临时股东大会审议通过，公司独立董事发表了独立意见。

（二）本次发行方案尚需呈报批准的程序

本次向特定对象发行股票尚需深圳证券交易所审核通过和中国证监会作出同意注册的决定后方可实施。

在中国证监会同意注册后，公司将依法实施本次向特定对象发行股票，并向深圳证券交易所和中登深圳分公司申请办理股票发行、登记和上市事宜，履行本次发行股票的相关程序。

九、实际控制人免于要约方式增持股份的说明

本次发行的发行对象为包括公司控股股东白宝鲲先生在内的不超过 35 名符合中国证监会规定条件的特定对象。根据公司与控股股东、实际控制人白宝鲲先生签订的《附条件生效的股份认购协议》，白宝鲲先生拟以现金认购甲方发行的股票，认购金额不少于 10,000 万元（含本数）且不超过 15,000 万元（含本数），同时认购股票数量不超过公司已发行股份的 2%。

控股股东、实际控制人白宝鲲先生持有公司股权比例为 37.41%，已超过了 30%，最近一年白宝鲲先生未增持公司的股票，且其本次认购的股份数量不超过公司已发行股份的 2%。因此，根据《上市公司收购管理办法》第六十三条“有下列情形之一的，收购人可以免于要约方式增持股份：（四）在一个上市公司中拥有权益的股份达到或者超过该公司已发行股份的 30%的，自上述事实发生之日起一年后，每 12 个月内增持不超过该公司已发行的 2%的股份。”的规定，白宝鲲先生认购本次发行股票属于《上市公司收购管理办法》第六十三条规定免于发出要约的情形。此外，白宝鲲先生认购本次发行股票免于发出要约已经公司第四届董事会第六次会议、2023 年第一次临时股东大会审议通过。

第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次发行股票拟募集资金总额不超过 **198,500.00** 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目。具体情况如下：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 额(万元)	项目建设周 期
1	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	103,378.78	91,200.00	2年
2	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	15,230.30	13,800.00	2年
3	坚朗五金信息化系统升级建设项目	24,753.99	17,700.00	3年
4	坚朗五金总部自动化升级改造项目	18,072.84	16,900.00	3年
5	补充流动资金	58,900.00	58,900.00	—
合计		220,335.91	198,500.00	

在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的实施背景与目的

（一）本次向特定对象发行的背景

1、2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善

2021年以来，房地产基本面的持续下行、我国经济增速的下降，对建筑五金行业冲击较大，公司2022年收入、利润承压。但是，随着2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善。

2022年4季度以来，我国多部门出台政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境等明显改善。2022年11月以来，中国人民银行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加力》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022年12月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；2023年1月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比连续3个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”

此外，根据国家统计局发布的《1-2月份国民经济企稳回升》，2023年1-2月，全国规模以上工业增加值同比增长2.4%，比2022年12月份加快1.1个百分点，结束了自2022年4季度以来的逐月回落态势。随着经济循环加快畅通，生产需求明显改善，我国2023年经济运行企稳回升。

2、公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，打造一站式建筑配套件集成供应平台

近年来，公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，在深耕、巩固建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类的同时，加大卫浴、照明、锁具等品类产品的投入，扩展、丰富产品品类，以积极应对消费群体对建筑多样化、个性化、整合式的消费需求，解决传统的多供应商采购模式采购效率较低、采购成本较高的痛点，拓展客户、市场、场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，为客户提供一站式场景化采购需求。

近年来，建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善

需求逐步得到释放，对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。

随着我国经济持续、快速发展，近年来，我国人力资源成本显著上升。在传统的多供应商采购模式下，由于建筑五金的订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金需求客户往往需要配置更多的工作人员，以应对不同种类产品的及时采购需要，且通常会付出比集中采购更高的价格来购买所需产品，尤其是小 B 端客户。相比传统的多供应商采购模式，一站式集成采购模式能够帮助客户提供一站式采购解决方案与一站式采购服务，节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的。

此外，随着公司产品线的扩展和丰富，公司产品应用场景从住宅建筑延伸和拓展至商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑，从而拓展更多的客户、市场，完善业务布局，丰富业务收入来源，构建多元化发展格局。

3、公司持续建设完善、高效、安全的信息化系统，保障“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地

公司的客户群体呈现数量众多、订单分散的特征。同时，为支撑一站式建筑配套件集成供应的需求，近年来，公司产品品类不断增加，产品线日益丰富。分散的客户群体及订单和丰富的产品品类，加之公司采购、生产、销售、管理等规模持续扩大，决定了公司经营需要依赖完善、高效、安全的信息化系统，以支撑公司快速响应、精细化服务客户，提高经营效率。

因此，公司非常注重信息化系统的建设以及信息安全的保障。公司自 2013 年以来，引入甲骨文 ORACLE 软件，并陆续上线了 BI 数据分析、SRM 供应商关系管理、WMS/TMS 物流仓储管理、Callidus 销售提成等核心业务系统，并上线了 LMS 在线培训、KM 知识管理、OA 办公自动化等辅助软件，实现了产、供、销、人、财、物的全链条的信息化管理和数据的智能挖掘。2019 年，公司

自主研发坚朗云采平台，围绕“服务+社交+电商”的核心理念，打造一站式建筑配套件集采服务平台，为客户提供优质、高效的一站式采购服务。

但是，近年来，由于公司各类新业务系统的上线及业务数据的激增，机房负载加重；公司主数据中心机房的服务器、存储设施及网络设备等投入使用时间已较长，亟需进行更换或升级；部分信息化系统上线时间较早，各项技术参数已无法满足业务长期发展的需求；“坚朗云采”平台在架构与功能上仍存在改进的空间。因此，公司需要持续投入大额资金建设完善、高效、安全的信息化系统，保障“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地。

4、公司持续对生产设备进行更换升级及技术改造，提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本

由于公司部分老旧设备，其在加工精度、操作方式、环保程度方面将无法满足未来更精细化、自动化、信息化、环保化发展的要求，因此亟需更换一批符合现代制造业发展需求的生产设备。此外，近年来，随着我国人力资源成本显著上升、公司产品线日益丰富及业务规模的扩张，公司也亟需对原有生产线逐步进行自动化、信息化、柔性化技术改造，从而提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本。因此，公司大力推进生产设备更换升级及技术改造。

（二）本次向特定对象发行的目的

1、扩大卫浴、照明、锁具等品类产品产能，新增钢制装饰板、钢制门等产品的产能，完善业务布局

由于一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化、整合式的消费需求以及解决传统的多供应商采购模式采购效率较低、采购成本较高的痛点，近年来，公司持续推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略实施，深耕、巩固传统品类的同时，加大智能锁等智能家居、卫浴及精装房五金产品等的投入，开始进入安防、地下综合管廊、自然消防排烟与智能通风窗、劳动安全防护类产品、防火防水材料、机电设备与精密仪器等新业务领域。

建设坚朗五金中山数字化智能化产业园项目及坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目即是公司推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略的重要

业务布局。坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将扩大卫浴、照明及锁具等原品类产品的产能，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，使得公司产品能够适用于更多的客户、市场、场景，不断完善业务布局，丰富业务收入来源。

2、完善灾备机房及信息安全，优化信息化系统与数字化网络营销平台，提升公司经营效率

近年来，随着公司各类新业务系统的上线及业务数据的激增，公司机房负载加重且部分设备老旧、部分信息化系技术参数统已无法满足业务长期发展的需求。公司亟需建设完善、高效、安全的信息化系统。

通过实施本次募投项目中的坚朗五金信息化系统升级建设项目，公司将加强并完善主数据中心机房的建设，以更高效地承接逐步扩大的业务量，并对现有数字化网络营销平台进行技术迭代，将针对不同的使用群体，打造更为细分的网络营销平台。同时，公司将建设灾备机房与双活机房，从而实现两地三中心的数据中心架构，建立安全可靠的信息安全保障体系。当主数据中心机房出现数据丢失或灾难性事件时可快速从灾备机房恢复故障服务器的数据，亦可以将数据恢复至灾备机房的服务器中，启用灾备机房，达到安全的容灾能力。最终提升公司经营效率。

3、通过生产设备进行更换升级及技术改造，提高生产效率、保障产品质量和节约生产成本

近年来，公司存在部分生产设备进行更换升级及技术改造的需求。通过实施本次募投项目中的坚朗五金总部自动化升级改造项目，公司将部分老旧设备进行淘汰，引进生产效率更高的新设备。同时，提高公司的自动化、信息化、柔性化水平，代替人工完成产线的基础、重复性工作，从而提高公司生产效率，有效降低公司人员投入，节约生产成本。

生产设备进行更换升级及技术改造，也将为公司未来实施更深入的信息化建设与厂区物流化建设打下良好的基础，利于公司未来的可持续发展。

4、助力“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，优化资本结构，增强抗风险能力

近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司经营规模持续扩大，对公司日常的营运资金提出了更高的要求。为满足业务快速发展的资金需求，公司融资主要以银行贷款为主，公司资产负债率（合并口径）由2019年末的36.17%已上升至2023年3月末的49.77%。

因此，公司本次发行将有利于其充分借助资本市场的融资渠道，引入股权融资资金，为本次募集资金投资项目建设及长期发展提供支持和保障，并助力“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地。同时，本次发行将充实资金实力，优化资本结构，降低融资成本，降低资产负债率，提高公司偿债能力，增强公司抗风险能力。

三、本次募集资金投资项目的必要性和可行性

（一）坚朗五金中山数字化智能化产业园项目

1、项目实施的必要性

（1）建设坚朗五金中山数字化智能化产业园项目是公司推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略的重要业务布局

经过20余年的发展，以住宅建筑为代表的房地产行业粗放式发展模式已发生变化，正向着以高品质的方向发展。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化、整合式的消费需求。

随着我国经济持续、快速发展，近年来，我国人力资源成本显著上升。在传统的多供应商采购模式下，由于建筑五金的订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金需求客户往往需要配置更多的工作人员，以应对不同种

类产品的及时采购需要，且通常会付出比集中采购更高的价格来购买所需产品，尤其是小 B 端客户。相比传统的多供应商采购模式，一站式集成采购模式能够帮助客户提供一站式采购解决方案与一站式采购服务，节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的。

此外，相比之前住宅建筑单一的应用场景，近年来，公司产品应用场景已从住宅建筑延伸和拓展至商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校幼儿园、医疗建筑、工厂/产业园建筑等公共建筑。产品应用场景的拓展决定了公司客户群体的多元化和产品需求的多样化。通过产品线的丰富、品类扩张和销售渠道下沉，打造一站式集成供应平台，方能满足客户一站式场景化采购需求。

综上，房地产行业的发展趋势和公司客户与产品应用场景的拓展，决定了公司在深耕、巩固建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类的同时，需要进一步扩大公司卫浴、照明、锁具等品类产品的生产与供货能力，提升公司市场竞争力。因此，建设坚朗五金中山数字化智能化产业园项目是公司推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略的重要业务布局。

(2) 扩大卫浴、照明、锁具等品类产品的生产规模，满足市场需求

近年来，卫浴、照明、锁具等品类产品的销售收入实现了快速增长。2022 年，公司卫浴(含淋浴房)、照明、智能锁、机械电子锁的销售收入分别为 13,183.14 万元、3,683.98 万元、48,615.99 万元、25,089.99 万元，较 2020 年分别增长 170.54%、158.74%、23.37%和 2.93%。

随着“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略持续实施、销售渠道的下沉、应用场景的拓展，公司卫浴、照明、锁具等品类产品的市场需求将进一步提升，对产能的需求也相应加大。本项目实施后，将进一步扩大公司卫浴、照明、锁具等品类产品的生产与供货能力，提升公司市场竞争力。

2、项目实施的可行性

(1) 良好的下游政策环境为需求增长提供有力支持

2022 年 4 季度以来，我国多部门出台政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境等明显改善。2022 年 11 月以来，中国人民银

行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加力》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022年12月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；2023年1月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比连续3个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”

此外，根据国家统计局发布的《1-2月份国民经济企稳回升》，2023年1-2月，全国规模以上工业增加值同比增长2.4%，比2022年12月份加快1.1个百分点，结束了自2022年4季度以来的逐月回落态势。随着经济循环加快畅通，生产需求明显改善，我国2023年经济运行企稳回升。

综上，2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，为本项目的实施提供了良好的政策环境，最终实现本项目顺利推进。

(2) 中山当地产业集群为项目实施提供产业链基础

公司本次实施地点的中山市小榄镇，中山市产业以五金制品、家居和建材等产品为主，具有良好的产业配套基础。

在家居及建筑配套领域，中山产业集群坚持家居产业数字化智能化绿色化发展的总体方向，现已成为中国锁具、卫浴以及照明行业重镇。在照明领域，中山拥有较为完整的产业集群。中山市已搭建了灯饰光源行业工业互联网平台、设计公共平台以及公共销售平台等公共服务平台，2022年集群规上工业产值超百亿元。在锁具领域，作为中国主要的智能锁制造集成中心之一，中山市拥有锁具配套产业链企业上千家，素有“南方锁城”的称号。在卫浴领域，卫浴行业作为“中

山美居”产业集群的重要组成部分，其产业发展水平享誉全国。

在此背景下，公司将广东省中山市作为本项目实施地点，利用当地丰富的生产技术经验、成熟的生产配套产业链和完善的销售渠道网络，与产业园区内上下游企业协同发展，延伸和补充行业经济产业链条。通过降低生产、物流与人力成本，提升产品竞争力，更好的实现产品的研发、经营与销售。

(3) 丰富的工艺技术和人员储备奠定项目实施基础

公司高度重视对产品工艺技术的研发，在研发方面，公司至今已培养出一支高素质的研发创新队伍，设立了专门负责智能锁、机械电子锁、卫浴等产品的技术团队，负责产品的技术研发、工艺改进、应用技术服务的协助与支持等，并积累了丰富的智能锁、机械电子锁、卫浴等多品类产品的核心技术。在生产方面，公司锁具、卫浴、照明等品类产品已生产多年，积累了丰富的、成熟的生产工艺技术和熟练工人。因此，丰富的工艺技术和人员储备将为本项目的实施提供保障。

(二) 坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目

1、项目实施的必要性

(1) 布局装配式建筑装饰材料，新增钢制装饰板、钢制门等产品的产能

装配式建筑装饰材料中的钢制装饰板，作为新型室内墙面材料，其抗刮、防火、环保、防潮、装配式安装、配管走线和无辐射等特性均受到设计师和客户的青睐，可同时满足建筑空间对于防火、防污、抗震、抗菌的要求，是替代传统墙面材料的优良选择之一。近年来，钢制装饰板普遍运用在地铁、机场、会议厅、医院等场景中。

近年来，公司在承接医院、酒店、产房、地铁、机场等大型设施项目的招投标过程中，钢制装饰板产品时常与公司众多建筑配套件产品互补，共同构成了客户建设装修需求。因此，在钢制装饰板实用表现优异、下游需求旺盛的产业背景下，公司亟需投入钢制装饰板产线建设，以填补公司在墙面装饰材料上的产品空缺，并丰富公司在精装类集成配套市场的产品供应。

此外，在常见的销售场景中，通常以钢制门为切入点，与钢制装饰板同时配

套销售。基于此市场现状，钢制门的配套生产与销售将有利于钢制装饰板的市场推广应用。通过将钢制装饰板与钢制门共同销售，并提供钢制装饰板配套所需的龙骨，公司将提高墙面系统整体价值量与盈利空间，并提高项目整体经济效益。同时，随着以钢制装饰板为主体的墙面系统实现销售，还将带动公司现有各类型石膏板、钙塑板、金属吊顶、硅酸钙板等产品的配套销量，为公司增加更多盈利空间。

(2) 深化装配式装修理念，紧跟建筑政策规范要求

装配式装修是指采用干式工法，将工厂生产的内装部品在现场进行组合安装的装修方式。装配式装修将房屋装修拆解为多个模块，以制造业的生产方式有效解决了传统装修的痛点，同时也方便了后期的更换及维修。与传统建筑相比，装配式装修可实现提高工程质量、降低安全隐患、且节能环保等优点，而对于施工方而言，装配式装修还具有减少人力成本、提高工作效率与缩短工期并创造更高利润空间等优点。国家在《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》中提出要积极发展装配化装修。

在钢制装饰板、钢制门所处的墙面系统中，施工过程中装配式装修与传统装修在施工工艺或材料选择上均有较大不同。相较于传统装修，装配式墙面系统的工期将大大缩短，同时施工质量能够得到更大程度保证。施工工艺方面，钢制装饰板及钢制门将通过尽可能减少湿法作业、改进安装系统，以提高安装效率、降低安装难度。

因此，通过本项目的实施，公司将深度响应国家大力发展装配式建筑装修材料和构件的号召，为下游客户提供更高质量精装类产品与服务。

2、项目实施的可行性

(1) 公司现有产业基础、采购资源等为产品顺利投产提供保障

目前，公司已为本项目的顺利实施进行了详实的产业调研。生产方面，钢制装饰板产品加工的相应硬件设备与公司现有众多产业产线相似，存在众多相似工艺，因此在设备方面，公司将依托现有产业基础，快速展开产线建设；原材料方面，项目所需原材料主要为镀锌钢卷、彩钢卷以及氟碳类涂料等，对于前述原材

料供应，公司与市场上众多品牌均保持着长期的合作基础，能够有效降低采购成本并保障供货稳定；人员方面，钢制装饰板的生产需要一批成熟的工程技术团队与生产技工类团队，项目将依托于历年来公司积累的人员培养及管理经验，通过标准化、精细化与制度化管理，为钢制装饰板产品提前储备相关技术人才，以实现项目实施阶段的快速响应。

因此，公司现有产业基础、采购资源等将为钢制装饰板、钢制门的生产及销售奠定有力的产业基础。

（2）装配式设计特点为产品应用提供众多优势

为紧跟客户对产品的要求，本项目所生产的钢制装饰板将从产品设计、生产加工、品质把控、施工模式、人员要求及售后服务方面等多方面入手，向客户提供高质量的产品与服务。设计方面，产品将遵循装配式设计，施工前可将所有节点、工法、完成效果与下游客户进行沟通、协调、规划以及确认，有效地避免传统内装效果图与实际安装效果差别大、效果图还原低的问题；生产及品控方面，钢制装饰板可实现全工序自动化加工，且产品具有完善的系统结构，具有专业机构测试的抗压及抗冲击性能认证；作业模式方面，钢制装饰板采用装配式施工方法，按图施工，以解决传统产品因施工人员能力不同所造成施工精度的不足问题，同时产品采用系统化拼装结构避免了传统内装焊接方式所带来的明火隐患；人员方面，钢制装饰板在墙面、天花、门窗等施工区域只需要一种类型安装人员，可避免传统内装需管控工种繁多、素质不一以及管理不易等问题；售后服务方面，由于采用装配式的安装结构，若产品后期出现品质问题，可便捷拆装，避免了传统产品由于焊接或粘贴方式加工所带来的不可逆安装过程。因此，本项目所生产的钢制装饰板产品将在产品表现及施工便捷度上相较传统产品具备优势，将助力产品顺利实现销售。

（3）公司成熟的销售渠道与品牌效应为产能消化提供充足保障

目前，大部分钢制装饰板项目应用于大型公建类工程项目，单个项目体量较大。近年来，公司承接医院、酒店、产房、地铁、机场等大型设施项目也逐年增多；随着钢制装饰板、钢制门的应用趋势越发明朗，依托公司成熟的销售渠道与品牌效应，通过已进入供应的室内精装、工程业务项目带动钢制装饰板、钢制门

订单增长。

（三）坚朗五金信息化系统升级建设项目

1、项目实施的必要性

（1）完善灾备机房及信息安全建设，夯实公司信息化基础

建筑五金行业产品种类繁多、应用面广、定制化产品占比高，由此导致行业存在数据量大、客户、SKU 数量众多、信息化系统繁多等特点。随着各类新业务系统的上线及业务规模扩大导致的业务数据的激增，公司机房的服务器、存储等需求量增大，机房负载加重。同时，公司业务流程亦会产生众多生产信息及客户数据，因此数据安全将越发重要，需要公司投入更多人力与物力完善信息安全建设及机房数据备份工作。

目前，公司的主数据中心机房位于东莞塘厦总部，使用时间已较长，且部分设备已达到使用年限，亟需对设备进行更换或升级。在信息安全建设方面，目前，公司缺乏完备的信息安全设备与软件。

通过本项目的实施，公司将加强并完善主数据中心机房的建设，为信息化的持续建设提供保障，以更高效地承接逐步扩大的业务量。同时，通过灾备机房与双活机房的建设，公司将实现两地三中心的数据中心架构，建立安全可靠的信息安全保障体系。当主数据中心机房出现数据丢失或灾难性事件时可快速从灾备机房恢复故障服务器的数据，同时也可以将数据恢复至灾备机房的服务器中，启用灾备机房，达到安全的容灾能力。

（2）构建开发平台及信息化系统，助力数字化建设

公司高度分散的产品种类、逐年增加的客户数量以及庞大的销售团队对公司研发、生产、销售及后期服务等流程的设计提出了考验。在此需求下，公司多年来通过对多种信息化系统进行开发应用，保障了公司业务的高效运转。但在公司业务规模不断提升以及人力成本上升等因素的不断驱使下，公司亟需在信息化系统上投入更多精力，降低费用率、提高存货运营能力、优化内部管理流程、提升内部协同能力以及研发生产效率。

公司部分系统上线时间较早，各项技术参数已无法满足业务长期发展的需求。此外，由于公司业务种类不断增加、业务模式不断丰富，公司还需要基于业务需要定期引入新的信息化系统。

因此，公司需要完善并构建信息化系统，助力数字化建设。

(3) 完善数字化网络营销平台，助力海内外市场开拓

近年来，公司通过一系列数字化网络营销平台的尝试，扩大了客户群体，提升了用户体验，同时也为销售人员减负，提高服务效率。然而，公司网络营销平台由于立项时间较早，虽经过数轮技术迭代，但相较国内其他成熟电商平台仍有一定的技术差距，在大流量场景下仍存在卡顿问题，影响客户采购体验。除此之外，在公司海外业务量不断提升的当下，公司仍旧缺失海外网络营销平台，亟需针对海外特定市场设计电商平台以匹配当地语言、当地法规及产品应用场景等。

因此，本项目实施后，公司数字化网络营销平台将得到完善，并助力公司海内外市场开拓。

2、项目实施的可行性

(1) 信息数字化建设符合政策鼓励方向

我国对制造业数字化转型的关注随着《中国制造 2025》政策的出台逐渐加强。《中国制造 2025》明确提出提高制造业创新能力、推进信息化与工业化融合、主攻智能制造。随后，这一主题在“十四五”期间上升为国家战略，《十四五规划》提出“以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革”。近年来，国务院及相关部委陆续出台支持政策，充分体现了政策层面对制造业的重视，以及国家对数字化转型的迫切要求。

通过实施本项目，公司将在信息化基础建设、开发平台及核心系统、网络营销平台等方面的建设水平得到长足的发展，公司数字化、信息化水平得以提升。综上，本项目建设符合我国制造业数字化转型升级的趋势，符合国家政策导向。

(2) 完善的管理制度是本项目顺利开展的重要支撑

企业信息化建设的本质即通过梳理各业务现状及需求，利用计算机技术、网

络技术等一系列现代化技术将各业务的工作内容及工作流程进行数字化、电子化、智能化处理,以实现业务信息无缝衔接、业务资源开放共享、业务内容自动执行、业务决策智能分析等功能,进而达到提高运营效率、缩减经营成本、降低运营风险等目的,以此增强企业盈利能力和可持续发展能力。

目前,公司对各业务部门的组织架构、工作内容及业务流程进行全面系统地梳理,并将各业务部门的业务需求纳入企业信息化的整体规划中,以避免企业信息化的建设脱离业务实际。受益于公司精细化的管理模式,公司各部门的工作内容及业务流程均经过系统性地梳理,并形成了规范性的制度文件。公司发布的制度文件涵盖财务管理、研发项目管理、员工管理、环境保护管理、生产管理、销售服务管理等各项内容。在本项目建设过程中,公司完善的管理制度可减轻项目建设前期各部门业务梳理的难度,缩短项目前期工作周期,推动项目建设的顺利开展。因此,公司完善的管理制度为本项目的顺利实施奠定了良好的基础。

(3) 丰富的人员储备是本项目顺利实施的有力保障

公司一直高度重视对核心技术人才、管理人才的培养和引进,现阶段已形成了一支高素质的 IT 团队,该 IT 团队开发经验丰富、团队结构合理。因此,丰富的人员储备是本项目顺利实施的有力保障。

(四) 坚朗五金总部自动化升级改造项目

1、项目实施的必要性

(1) 建设精益制造体系,助力产品提质升级

近年来,公司持续推进生产设备技术改造,但由于公司事业部众多且产业发展进程不一,部分事业部中仍存在部分老旧设备,其在加工精度、操作方式、环保程度方面将无法满足行业未来向着更精细化、安全化、环保化发展的要求,因此亟需更换一批符合现代制造业发展需求的生产设备。

本项目中,公司将在未来 3 年内,针对各事业部现阶段发展进程及未来订单量规划技术改造方案,引进先进生产设备及环保设备,实现更高标准产线建设。项目的顺利实施将实现公司生产设备及生产环境的优化,并实现各事业部产品的提质升级,助力公司实现精益制造体系,以匹配市场需求。

(2) 提高生产设备自动化水平，实现产品降本增效

近年来，随着公司经营规模的逐步扩大，叠加上游原料采购成本提升与下游客户价格敏感性较大等因素，公司亟需采取措施，降低生产成本并提高产品质量，以实现公司在建筑五金市场的可持续发展。

基于此现状，近年来，公司已对业务量较大的产品组装设备进行自动化升级，尝试对关键设备进行生产数据收集，并建立了安全设备全生命周期管理制度，自动化实施取得了阶段性成果。未来，公司仍需对自动化改造加大投入，并将从自动化基础建设向生产车间信息化、物流化迈进，以实现更大程度的降本增效。

本项目中，公司将对自动化技术改造加大投入力度。随着自动化实施任务的逐步推进，未来公司将从系统化的方向入手，全面优化生产环节，配合自动化与信息化，最终实现减少人力，推进产业从劳动密集向技术密集转变的目标。同时，众多自动化设备的引入，将为公司未来实施更深入的信息化建设与厂区物流化建设打下良好的基础，利于公司未来的可持续发展。

(3) 提高柔性化与准时化生产，提高生产效率

随着公司业务种类的增加与业务规模的扩张，公司订单排产、质量检测、物流交付等各环节的运营压力也随之增大。因此，实现柔性化、准时化生产与高质高效的检测实验能力的必要性正不断增强。其中，柔性化即为应对多品种少批量的需求，将设备向柔性化方向进行设计，通过简单快速的夹具更换实现在产品的快速切换。准时化生产（JIT）则是通过自动化设备保质保量生产，并结合信息化 MOM 系统为下道工序提示准确提供产品。本项目的成功实施将有效优化产品的生产效率与交付时长，并通过检测效率的提升有效保障公司产品交付质量。

2、项目实施的可行性

(1) 丰富的技改经验为项目的顺利实施提供实践支撑

近年来，公司大力推进自动化设备应用，并已形成完善的自动化设备引入体系。公司实现了从设备需求评估、方案可实现性、风险把控、技术要求、供应商能力评估、设备验收等环节的严格把控。因此，公司前期技术改造项目顺利实施所积累下的丰富经验将为本项目顺利实施提供保障。

(2) 公司对技术改造方案的清晰规划将为项目的有序实施提供保障

本次坚朗五金总部自动化升级改造项目，公司计划于未来3年对10余个事业部生产车间进行技术改造。公司为此对所涉及的众多产业前景及技术路线进行预判，并对各产业制定了相应的具体的技术改造方案规划。因此，公司对技术改造方案的清晰规划将助力本项目的顺利实施。

(3) 成熟的管理团队与健全的设备管理体系为项目的高效实施提供保障

公司早于2014年即成立生产管理中心IE部，并在公司范围内推进自动化改造及导入新技术。目前，IE部门设备管理团队已发展成熟，可实现熟悉生产工艺、机械结构以及风险控制，部门对引入的设备技术要求严格把关。同时，公司的设备周期管理体系也已发展成熟，使得公司能够充分发挥设备的价值，保障生产的顺畅、低能耗、高效率。因此，公司成熟的设备管理人员队伍与健全的设备全周期管理体系将为本次项目实施提供保障。

(五) 补充流动资金

1、项目实施的必要性

近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司经营规模持续扩大，对公司日常的流动资金提出了更高的要求。为满足业务快速发展的资金需求，公司融资主要以银行贷款为主，公司资产负债率（合并口径）由2019年末的36.17%已上升至2023年3月末的49.77%。因此，公司在业务规模迅速扩大的同时也面临着持续性的流动资金压力，流动资金不足将成为制约公司未来进一步发展的重要因素。

公司本次发行将有利于其充分借助资本市场的融资渠道，引入股权融资资金，为本次募集资金投资项目建设及长期发展提供支持和保障。同时，本次发行将充实资金实力，优化资本结构，降低融资成本，降低资产负债率，提高公司偿债能力，增强公司抗风险能力。

2、项目实施的可行性

公司本次募集资金中用于补充流动资金的比例未超过本次募集资金总额的30%，符合相关政策和法律法规。本次募集资金到位后，有利于缓解公司流动资金压力，满足公司经营规模持续扩大对流动资金的需求，助力公司“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，优化资本结构，增强抗风险能力。因此，补充流动资金项目具有可行性。

四、本次募集资金投资项目基本情况

（一）坚朗五金中山数字化智能化产业园项目

1、项目概况和经营前景

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目由坚朗科技（全资子公司）、坚朗精密（全资子公司）、坚朗照明（全资子公司）和广东海贝斯（控股子公司）共同实施，项目总投资为103,378.78万元，实施地点位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道，建设期为24个月，本项目达产后，公司能够新增智能锁年产能324万套、机械电子锁274.5万套及配套合页684万副、照明灯具年产能309万套、淋浴房年产能59.4万套、水龙头年产能33万件、地漏年产能99万件、保护膜4,320吨等。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目新增产品涉及的产品市场空间巨大、发展空间广阔，经营前景良好。

2、项目实施主体

本项目由坚朗科技、坚朗精密、坚朗照明和广东海贝斯共同实施。其中，坚朗科技负责项目的土建工程，坚朗精密、坚朗照明和广东海贝斯负责设备与软件的购置、安装及后续日常生产运营。本项目各实施主体的具体分工如下：

序号	实施主体	企业性质	分工情况
1	广东中山坚朗科技有限公司	全资子公司	负责本项目土地购置、厂房建设及装修
2	广东坚朗精密制造有限公司	全资子公司	负责机械电子锁具及配套合页、淋浴房、水龙头、地漏等卫浴产品及保护膜的设备与软件购置、安装及后续日常生产运营

3	广东坚朗照明科技有限公司	全资子公司	负责照明灯具的设备购置、安装及后续日常生产运营
4	广东坚朗海贝斯智能科技有限公司	控股子公司	负责智能锁的设备与软件购置、安装及后续日常生产运营

本项目采用多主体实施的主要原因系公司产品品类众多，为提高生产效率、降低生产成本和便利生产管理，公司委托各生产事业部、子公司、参股公司分别负责某品类产品的生产。由于本项目涉及机械电子锁及配套合页、卫浴产品、保护膜、照明灯具、智能锁等多个类别产品，报告期内，机械电子锁及配套合页、卫浴产品、保护膜的生产运营由坚朗精密负责，照明灯具的生产运营由坚朗照明负责，智能锁的生产运营由广东海贝斯负责。故本项目也延用了公司之前的生产方式。此外，为对本项目的土建进行统一规划、统一实施、统一管理，公司成立了坚朗科技负责本项目的土地购置、厂房建设及装修。

上述实施主体中，广东海贝斯系公司控股子公司深圳海贝斯的全资子公司（公司持有深圳海贝斯 56% 的股份，超过了 50%）。根据《监管规则适用指引—发行类第 6 号》之“6-8 募投项目实施方式”的规定：“通过非全资控股子公司或参股公司实施募投项目的，应当说明中小股东或其他股东是否同比例增资或提供贷款，同时需明确增资价格和借款的主要条款（贷款利率）。”的规定，公司承诺拟在募集资金到位后与广东海贝斯签订相关借款合同，明确借款利率为同期银行贷款利率（LPR），借款利息自广东海贝斯实际收到借款之日起算。同时，公司承诺将在借款合同中约定借款用途，即借款用于广东海贝斯实施本次募投项目之“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”，如果广东海贝斯拟将实施本次募投项目的借款用于任何其他用途，需向发行人申请，双方按照相关法律法规及发行人公司章程的规定履行相应的程序后方可变更。广东海贝斯的其他股东不提供同比例借款。上述约定符合《监管规则适用指引—发行类第 6 号》的要求。

3、投资概算

（1）项目投资构成

本项目计划投资 103,378.78 万元，拟使用募集资金 91,200.00 万元，项目总投资概算如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资金额	投资比例	资本性支出
1	建设投资	95,593.91	92.47%	-
1.1	土地购置费用	8,816.80	8.53%	是
1.2	建筑工程费用	49,750.00	48.12%	是
1.3	工程建设其他费用	1,862.93	1.80%	否
1.4	设备购置及安装费用	31,596.69	30.56%	是
1.5	软件购置费用	1,040.00	1.01%	是
1.6	基本预备费用	2,527.49	2.44%	否
2	铺底流动资金	7,784.87	7.53%	否
合计		103,378.78	100.00%	-

本项目资本性支出合计 91,203.49 万元，大于拟使用募集资金 91,200.00 万元，本项目不存在使用募集资金用于非资本性支出的情况。

(2) 项目具体投资概算

①土地购置费用

本项目位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道。本项目的土地购置费用明细如下：

序号	项目类型	金额（万元）	总面积（亩）
1	土地购置费用	8,816.80	107.00

截至本募集说明书签署日，公司尚未取得本项目所需的土地使用权。为落实本项目用地、保证本项目顺利实施，2023 年 5 月，中山市小榄镇人民政府出具了《关于广东中山坚朗科技有限公司项目用地事宜的说明函》，说明的主要内容如下：

“目标地块正在完善土地出让前期手续，目前处于待征收阶段，预计一期约 67 亩，在 2023 年 9 月及之前完成招拍挂程序；二期约 40 亩，在 2024 年 4 月及之前完成招拍挂程序。预留目标地块予中山坚朗投资建设“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”，我方将协助中山坚朗在竞得项目地块后 1 个月内(或尽快)与相关部门签订土地出让合同，并协助中山坚朗在交地手续完成后办理土地权属证明文件/不动产权证。

中山坚朗在合法合规程序下取得前述项目规划用地的土地使用权不存在实质性障碍。截至该说明出具之日，各方正在积极推进项目土地取得应履行的各项手续。如该项目用地无法按照计划取得，我方将与相关部门积极协调附近其他可用地块，以满足中山坚朗项目的用地需求，保证中山坚朗项目的顺利实施。”

根据中山市小榄镇人民政府出具的说明，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目涉及的土地符合当地的土地政策及城市规划，后续取得不存在实质性障碍。若无法取得相关用地，中山市小榄镇人民政府将与相关部门积极协调附近其他可用地块，以满足发行人本项目的用地需求。

②建筑工程费用

本项目的建筑工程费用投资额为 49,750.00 万元，具体明细如下：

厂房编号	功能用途	建造成本（万元）
1号厂房	照明灯具	5,457.04
2号厂房	照明灯具	5,457.04
3号厂房	照明灯具	7,639.85
4号厂房	智能锁	4,774.91
5号厂房	智能锁	4,774.91
6号厂房	锁具、合页	4,774.91
7号厂房	淋浴房、水龙头、地漏、保护膜	4,297.42
8号厂房	淋浴房、水龙头、地漏	4,297.42
9号厂房	锁具、合页	3,819.93
10号厂房	智能锁	4,456.58
合计		49,750.00

③工程建设其他费用

本项目的工程建设其他费用投资额为 1,862.93 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	建设单位管理费	248.75
2	建设场地准备及临时设施费	49.75
3	工程设计费	200.00

4	工程勘察费	300.00
5	工程监理费	200.00
6	项目前期工作及可行性研究费用	100.00
7	招投标代理费	300.00
8	工程保险费	4.98
9	白蚁防治费	59.70
10	工程造价咨询费	300.00
11	联合试运转费	49.75
12	设备搬迁费用	50.00
合计		1,862.93

④设备购置及安装费用

本项目的设备购置及安装费用投资额为 31,596.69 万元，其中设备购置费用为 30,092.09 万元，设备安装费用为 1,504.60 万元。设备购置费用的具体明细如下：

序号	项目类型	金额（万元）
1	生产设备	27,089.70
2	配套设备	824.00
3	研发测试设备	329.39
4	环保设备	1,849.00
合计		30,092.09

其中，坚朗精密、坚朗照明和广东海贝斯的设备购置费用投资额情况如下：

序号	项目类型	金额（万元）
1	广东海贝斯	10,251.39
2	坚朗照明	6,717.00
3	坚朗精密	13,123.70
合计		30,092.09

⑤软件购置费用

本项目的软件购置费用投资额为 1,040.00 万元，具体明细如下：

序号	项目类型	金额（万元）
----	------	--------

序号	项目类型	金额（万元）
1	生产制造软件	550.00
2	其他类型软件	490.00
合计		1,040.00

其中，坚朗精密和广东海贝斯的软件购置费用投资额情况如下：

序号	项目类型	金额（万元）
1	广东海贝斯	640.00
2	坚朗精密	400.00
合计		1,040.00

⑥预备费与铺底流动资金

本项目的预备费为 2,527.49 万元，占比为 2.44%。铺底流动资金为 7,784.87 万元，占比为 7.53%。

4、项目实施安排

(1) 项目的实施准备和进展情况

本项目建设地点位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道，由坚朗科技、坚朗精密、坚朗照明和广东海贝斯共同实施。截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案及环评文件，目前处于前期规划阶段。

(2) 预计实施时间和整体进度安排

本项目预计建设期为 24 个月，具体实施进度如下：

实施步骤	T+1 年		T+2 年	
	H1	H2	H1	H2
工程设计报批报建				
项目土建工程				
项目装修工程				
设备订购及安装				
人员招募及培训				

5、募集资金预计使用进度，是否包含董事会前投入资金

本项目预计建设期为 24 个月，预计项目总投资额为 103,378.78 万元。在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

本项目不存在使用募集资金置换本次董事会前投入资金的情形。

6、经济效益情况

本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 336,448.91 万元，年均净利润 23,998.24 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.64 年；内部收益率（税后）为 14.97%。

7、项目涉及的备案、环评等报批事项

本项目已取得经中山市发展和改革局备案的《广东省企业投资项目备案证》（项目代码 2304-442000-04-01-571672）。

本项目已取得中山市生态环境局出具的关于《坚朗五金中山数字化智能化产业园项目环境影响报告表》的批复，文件编号为“中（榄）环建表[2023]0031 号”。

8、项目预计效益的假设条件、计算基础及计算过程

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目建设期为 24 个月，计算期为 10 年（含项目建设期）。

（1）效益测算的主要计算过程

①销售收入

本项目各产品的销量按照年产能及产能利用率进行预测，第 1 年和第 2 年为建设期，无销量；第 3 年产能利用率达 60%；第 4 年产能利用率达 80%；第 5 年完全达产。本项目各产品的销售单价主要依据各产品 2022 年的销售价格进行

预测。本项目达产后，本项目达产后，公司能够新增智能锁年产能 324 万套、机械电子锁 274.5 万套及配套合页 684 万副、照明灯具年产能 309 万套、淋浴房年产能 59.4 万套、水龙头年产能 33 万件、地漏年产能 99 万、保护膜 4,320 吨。可实现年均销售收入 336,448.91 万元。

②成本费用

A、营业成本

本项目的营业成本主要包括原材料、直接人工、制造费用等。本项目各产品的营业原材料成本主要依据各产品 2022 年单位成本及 2022 年原材料采购价格及产量计算得出，智能锁中的公寓智能锁主要根据前期研发打样及产品物料清单预测得出。

B、期间费用

本项目的期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用。各期间费用率主要依据公司 2020 年至 2022 年的平均费率得出。

③企业所得税

本项目的企业所得税率为 25%。

(2) 本项目盈利情况

本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 336,448.91 万元，年均净利润 23,998.24 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.64 年；内部收益率（税后）为 14.97%。本项目的效益测算具有合理性。

(二) 坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目

1、项目概况和经营前景

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目由坚朗五金河南分公司（母公司的分公司）、河南坚朗五金（全资子公司）共同实施，项目总投资为 15,230.30 万元，实施地点位于河南省新乡市卫辉市后河镇专业园区园区西路 1 号，建设期为 24 个月。本项目达产后，公司能够新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万

槿等。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等产品的产能，发展空间广阔，且公司现有成熟的产业基础、品牌效应、销售渠道资源等将为钢制装饰板、钢制门的销售奠定有力的基础，带动钢制装饰板、钢制门销量的增长，经营前景良好。

2、项目的实施主体

本项目由坚朗五金河南分公司（母公司的分公司）、河南坚朗五金（全资子公司）共同实施。其中，坚朗五金河南分公司负责土建工程，河南坚朗五金负责设备与软件的购置、安装及后续日常生产运营。

本项目采用多主体实施的主要原因系本项目的国有土地权利人为坚朗五金河南分公司，但是本项目涉及的钢制装饰板、钢制门产品则由河南坚朗五金（全资子公司）负责生产。

3、投资概算

（1）项目投资构成

本项目计划投资 15,230.30 万元，拟使用募集资金 13,800.00 万元，项目总投资概算如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资金额	投资比例	资本性支出
1	建设投资	14,487.33	95.12%	-
1.1	建筑工程费用	7,798.90	51.21%	是
1.2	工程建设其他费用	229.81	1.51%	否
1.3	设备购置及安装费用	5,976.60	39.24%	是
1.4	软件购置费用	60.06	0.39%	是
1.5	基本预备费用	421.96	2.77%	否
2	铺底流动资金	742.98	4.88%	否
	合计	15,230.30	100.00%	-

本项目资本性支出合计 13,835.56 万元，大于拟使用募集资金 13,800.00 万元，本项目不存在使用募集资金用于非资本性支出的情况。

(2) 项目具体投资概算

本项目涉及的国有土地使用权已取得，具体情况如下：

证书编号	土地使用权人	终止日期	地址	用途	面积 (m ²)
豫(2021)卫辉市不动产权第0002279号	坚朗五金河南分公司	2069.12.10	河南省新乡市卫辉市后河镇专业园区园区西路1号	工业	92,092.76
豫(2021)卫辉市不动产权第0002277号	坚朗五金河南分公司	2070.03.19	河南省新乡市卫辉市后河镇专业园区园区西路1号	工业	57,287.81

① 建筑工程费用

本项目的建筑工程费用投资额为 7,798.90 万元，具体明细如下：

产品	建造成本 (万元)
1号厂房(龙骨加工)	1,239.50
2号厂房(装配包装、成品仓)	1,733.08
6号厂房(下料、钣金、喷涂)	4,826.32
合计	7,798.90

② 工程建设其他费用

本项目的工程建设其他费用投资额为 229.81 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额 (万元)
1	建设场地准备及临时设施费	116.89
2	工程设计费	35.66
3	工程监理费	47.54
4	项目前期工作及可行性研究费用	9.91
5	联合试运转费	19.81
	合计	229.81

③ 设备购置及安装费用

本项目的设备购置及安装费用投资额为 5,976.60 万元，其中设备购置费用为

5,692.00 万元，设备安装费用为 284.60 万元。设备购置费用的具体明细如下：

序号	项目类型	金额（万元）
1	钢制装饰板生产设备	2,911.00
2	钢制门生产线设备	2,473.00
3	环保设备	200.00
4	配套设备	108.00
合计		5,692.00

④软件购置费用

本项目的软件费用投资额为 60.06 万元，系付费软件购置费用。

⑤预备费与铺底流动资金

本项目的预备费为 421.96 万元，占比为 2.77%；本项目的铺底流动资金为 742.98 万元，占比为 4.88%。

4、项目实施安排

(1) 项目的实施准备和进展情况

本项目建设地点位于河南省新乡市卫辉市后河镇专业园区园区西路 1 号，由坚朗五金河南分公司（母公司的分公司）、河南坚朗五金（全资子公司）共同实施。截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案及环评文件和项目用地，目前处于前期规划阶段。

(2) 预计实施时间和整体进度安排

本项目的预计建设期 24 个月，具体实施进度如下：

建设内容	T+1 年	T+2 年
场地设计规划		
土建装修		
设备采购		
设备安装调试		
人员招募及培训		

5、募集资金预计使用进度，是否包含董事会前投入资金

本项目预计建设期为 24 个月，预计项目总投资额为 15,230.30 万元。在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

本项目不存在使用募集资金置换本次董事会前投入资金的情形。

6、经济效益情况

本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 33,206.65 万元，年均净利润 2,846.59 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.78 年；内部收益率（税后）为 13.70%。

7、项目涉及的备案、环评等报批事项

本项目已取得经卫辉市发展和改革委员会备案的《河南省企业投资项目备案证明》（项目代码 2304-410781-04-01-837823）。

本项目已取得卫辉市环境保护局出具的关于《广东坚朗五金制品股份有限公司坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目环境影响报告表》的批复，文件编号为“卫环监[2023]11 号”。

8、项目预计效益的假设条件、计算基础及计算过程

项目建设期为 24 个月，计算期为 10 年（含项目建设期）。

（1）效益测算的主要计算过程

①销售收入

本项目各产品的销量按照年产能及产能利用率进行预测，第 1 年和第 2 年为建设期，无销量；第 3 年产能利用率达 60%；第 4 年产能利用率达 80%；第 5 年完全达产。本项目各产品的销售单价主要依据同类型产品生产企业的市场售价

进行预测。本项目达产后，公司能够新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘，可实现年均销售收入 33,206.65 万元。

②成本费用

A、营业成本

本项目的营业成本主要包括原材料、直接人工、制造费用。原材料成本主要依据近期原材料采购价格、生产损耗及产量计算得出。直接人工主要依据劳动定员数量及人均薪酬计算得出。制造费用主要依据公司 2022 年水电费、折旧摊销等费用及产量计算得出。

B、期间费用测算

本项目的期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用。各期间费用率主要依据公司 2020 年至 2022 年的平均费率得出。

③企业所得税

本项目的企业所得税率为 25%。

(2) 本项目盈利情况

本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 33,206.65 万元，年均净利润 2,846.59 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.78 年；内部收益率（税后）为 13.70%。本项目的效益测算具有合理性。

(三) 坚朗五金信息化系统升级建设项目

1、项目概况和经营前景

坚朗五金信息化系统升级建设项目由坚朗五金（母公司）实施，项目总投资为 24,753.99 万元，建设期为 36 个月。本项目通过加强并完善主数据中心机房的建设，以更高效地承接逐步扩大的业务量，并对现有数字化网络营销平台进行技术迭代，将针对不同的使用群体，打造更为细分的网络营销平台。同时，公司将建设灾备机房与双活机房，从而实现两地三中心的数据中心架构，建立安全可靠的信息安全保障体系。

坚朗五金信息化系统升级建设项目将完善灾备机房及信息安全，优化信息化系统与数字化网络营销平台，提升公司经营效率。

2、项目的实施主体

项目的实施主体为广东坚朗五金制品股份有限公司（母公司）。

3、投资概算

（1）项目投资构成

本项目计划投资 24,753.99 万元，拟使用募集资金 17,700.00 万元，项目总投资概算如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资金额	投资比例	资本性支出
1	建设投资	24,033.00	97.09%	-
1.1	设备购置费用	11,359.00	45.89%	是
1.2	软件购置费用	6,400.00	25.85%	是
1.3	项目实施费用	5,400.00	21.81%	否
1.4	项目咨询费用	874.00	3.53%	否
2	基本预备费用	720.99	2.91%	否
合计		24,753.99	100.00%	-

本项目资本性支出合计 17,759.00 万元，大于拟使用募集资金 17,700.00 万元，本项目不存在使用募集资金用于非资本性支出的情况。

（2）项目具体投资概算

①设备购置费用

本项目的设备购置费用投资额为 11,359.00 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	基础架构建设设备	8,911.00
2	信息安全设备	1,040.00
3	大数据平台和数字化系统建设设备	1,108.00
4	构建低代码开发平台和重构核心系统设备	160.00
5	数字化网络营销平台设备	140.00

序号	项目	金额（万元）
合计		11,359.00

②软件购置费用

本项目的软件购置费用投资额为 6,400.00 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	基础架构建设软件	2,040.00
2	信息安全软件	1,200.00
3	大数据平台和数字化系统建设软件	950.00
4	构建低代码开发平台和重构核心系统软件	750.00
5	数字化网络营销平台软件	1,460.00
合计		6,400.00

③项目实施费用

本项目的项目实施费用投资额为 5,400.00 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	大数据平台和数字化系统建设	1,700.00
2	构建低代码开发平台和重构核心系统	1,900.00
3	数字化网络营销平台	1,800.00
合计		5,400.00

④项目咨询费用

本项目的咨询费用投资额为 874.00 万元，具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	信息安全	90.00
2	大数据平台和数字化系统建设	184.00
3	构建低代码开发平台和重构核心系统	176.00
4	数字化网络营销平台	424.00
合计		874.00

⑤基本预备费用

本项目的预备费为 720.99 万元，占比为 2.91%。

4、项目实施安排

(1) 项目的实施准备和进展情况

本项目由广东坚朗五金制品股份有限公司（母公司）实施。截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案文件及豁免环评说明，目前处于前期规划阶段。

(2) 预计实施时间和整体进度安排

本项目预计建设期为 36 个月，具体实施进度如下：

建设内容	T+1 年		T+2 年		T+3 年	
	H1	H2	H1	H2	H1	H2
前期准备及方案论证	■					
硬件及软件采购、安装		■	■	■	■	■
人员招募及培训	■	■	■	■	■	■
平台研究及开发		■	■	■	■	■
系统调试						■
试运行						■
项目持续运行及维护						■

5、募集资金预计使用进度，是否包含董事会前投入资金

本项目预计建设期为 36 个月，预计项目总投资额为 24,753.99 万元。在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司以自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

本项目不存在使用募集资金置换本次董事会前投入资金的情形。

6、经济效益情况

本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

7、项目涉及的备案、环评等报批事项

本项目已取得经东莞市发展和改革局备案的《广东省企业投资项目备案证》（项目代码 2304-441900-04-04-345313），备案主体为广东坚朗五金制品股份有限公司。

本项目建设内容不存在环境污染的情况，根据《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定，发行人募集资金投资项目不属于环保法律法规规定的建设项目，无需进行环境影响评价，亦不需要取得环保主管部门对上述项目的审批文件。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》（生态环境部令第 16 号）第五条规定：“本名录未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理”，以及《广东省人民政府办公厅印发关于深化我省环境影响评价制度改革指导意见的通知》（粤办函〔2020〕44 号）有关对基本不产生生态环境影响的建设项目不纳入环评管理范围的精神，该项目在不涉及有毒、有害、危险品仓储的情况下，豁免环境影响评价手续办理。本项目已取得由东莞市生态环境局塘厦分局出具的《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司信息化系统升级建设项目豁免环评管理的意见》。

（四）坚朗五金总部自动化升级改造项目

1、项目概况和经营前景

坚朗五金总部自动化升级改造项目由坚朗五金（母公司）实施，项目总投资为 18,072.84 万元，实施地点位于广东省东莞市塘厦镇坚朗路 3 号，建设期为 36 个月。本项目主要是公司将部分老旧设备进行淘汰，引进生产效率更高的新设备。同时，提高公司的自动化、信息化、柔性化水平，代替人工完成产线的基础、重复性工作，从而提高公司生产效率，有效降低公司人员投入，节约生产成本。

坚朗五金总部自动化升级改造项目将提升公司生产自动化水平，提高生产效率。

2、项目的实施主体

项目的实施主体为广东坚朗五金制品股份有限公司（母公司）。

3、投资概算

(1) 本项目的投资构成

本项目计划投资 18,072.84 万元，拟使用募集资金 16,900.00 万元，项目总投资概算如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资金额	投资比例	资本性支出
1	设备购置及安装费用	17,546.45	97.09%	是
2	基本预备费用	526.39	2.91%	否
合计		18,072.84	100.00%	-

本项目资本性支出合计 17,546.45 万元，扣除董事会前已经投入的 551.00 万元，大于拟使用募集资金 16,900.00 万元，故本项目不存在募集资金用于非资本性支出的情况。

(2) 项目具体投资概算

①设备购置及安装费用

本项目的设备购置及安装费用投资额为 17,546.45 万元，其中设备购置费用 16,710.90 万元，具体明细如下：

序号	设备类型	金额（万元）
1	生产系统设备	14,231.40
2	安全环保设备	2,147.10
3	实验检测设备	332.40
合计		16,710.90

②基本预备费用

本项目的预备费为 526.39 万元，占比为 2.91%。

4、项目实施安排

(1) 项目的实施准备和进展情况

本项目由广东坚朗五金制品股份有限公司（母公司）实施。截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案文件及豁免环评说明，目前已开始逐步实施。

(2) 预计实施时间和整体进度安排

本项目的预计建设期为 36 个月，具体实施进度如下：

实施步骤	T+1 年		T+2 年		T+3 年	
	H1	H2	H1	H2	H3	H4
项目立项						
设备购置						
设备安装调试						
人员招募及培训						

5、募集资金预计使用进度，是否包含董事会前投入资金

本项目预计建设期为 36 个月，预计项目总投资额为 18,072.84 万元。在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

本项目在董事会前已经投入 551.00 万元，本项目资本性支出合计 17,546.45 万元，扣除董事会前已经投入的 551.00 万元，大于拟使用募集资金 16,900.00 万元，故本项目不存在使用募集资金置换本次董事会前投入资金的情形。

6、经济效益情况

本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

7、项目涉及的备案、环评等报批事项

本项目已取得经东莞市发展和改革局备案的《广东省企业投资项目备案证》（项目代码 2304-441900-04-02-775440），备案主体为广东坚朗五金制品股份有限公司。

本项目建设内容不存在环境污染的情况，根据《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定，发行人募集资金投

资项目不属于环保法律法规规定的建设项目，无需进行环境影响评价，亦不需要取得环保主管部门对上述项目的审批文件。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》（生态环境部部令第16号）第五条规定：“本名录未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理”，以及《广东省人民政府办公厅印发关于深化我省环境影响评价制度改革指导意见的通知》（粤办函〔2020〕44号）有关对基本不产生生态环境影响的建设项目不纳入环评管理范围的精神，该项目在不涉及有毒、有害、危险品仓储的情况下，豁免环境影响评价手续办理。本项目已取得由东莞市生态环境局塘厦分局出具的《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司总部自动化升级改造项目豁免环评管理的意见》。

（五）补充流动资金

1、项目概况和经营前景

公司拟使用募集资金 **58,900.00** 万元，实施补充流动资金项目。

公司将根据业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用，不断提高股东收益。

在具体资金支付环节，公司将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行使用。

补充流动资金将有效优化公司资本结构、满足未来业务快速增长的营运资金需求。

2、补充流动资金的原因及合理性

近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司经营规模持续扩大，对公司日常的流动资金提出了更高的要求。因此，公司在业务规模迅速扩大的同时也面临着持续性的流动资金压力，流动资金不足将成为制约公司未来进一步发展的重要因素。本次补充流动资金能够部分满足公司未来业务持续发展产生营运资金缺口的需求。未来3年，公司补充流动资金的金额测算如下：

最近3年，公司营业收入年均平均增长率达15.26%，假设公司未来3年的

营业收入保持同样增长率的情况下，未来3年，公司营业收入预计情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2023年度(E)	2024年度(E)	2025年度(E)
营业收入	764,827.03	881,505.34	1,015,983.54	1,170,977.08

注：上表的营业收入预测仅用于估算未来3年的补充流动资金金额，不构成公司对未来3年的盈利预测或业绩承诺。

假设公司经营性流动资产（应收票据、应收账款、应收款项融资、预付款项、存货）、经营性流动负债（应付票据、应付账款、合同负债）占营业收入比例在未来3年保持不变，且与2022年公司经营性流动资产、经营性流动负债占营业收入比例保持一致，则未来3年经营性流动资产和经营性流动负债预计情况如下：

项目	2022年度	2023年度(E)	2024年度(E)	2025年度(E)
经营性流动资产占营业收入比例	77.27%	77.27%	77.27%	77.27%
经营性流动负债占营业收入比例	48.44%	48.44%	48.44%	48.44%

根据上述基本假设条件，公司补充流动资金的测算过程如下：

单位：万元

项目	2022年度	2023年度(E)	2024年度(E)	2025年度(E)
经营性流动资产	591,018.72	681,181.68	785,099.46	904,870.44
经营性流动负债	370,448.54	426,962.37	492,097.69	567,169.74
流动资金需求量	220,570.18	254,219.30	293,001.77	337,700.70
营业收入	764,827.03	881,505.34	1,015,983.54	1,170,977.08
需补充流动资金	-	33,649.12	38,782.47	44,698.93
流动资金缺口				117,130.52

注：上表的营业收入预测仅用于估算未来3年的补充流动资金金额，不构成公司对未来3年的盈利预测或业绩承诺。

本次向特定对象发行募集资金中 **58,900.00** 万元用于补充流动资金，小于公司未来3年预计流动资金缺口合计 117,130.52 万元。

五、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式

（一）实施能力

1、人员储备

公司在人员储备方面坚持“以人为本”为宗旨，通过选人、培养人、有效利用人才和留住人才等多方面的措施，优化人员配置，建立高素质的人才队伍，以实现人、组织和订单之间的优化。公司将建设独特的企业文化，营造良好的工作和文化氛围，增强员工的企业归属感和凝聚力。

未来，公司计划进一步完善员工招聘、考核、奖惩、晋升等劳动用工制度，为员工提供良好的用人机制和广阔的发展空间。同时，公司将加大对市场营销、经营管理、技术研发、财务金融等专业高端人才的引进力度，填补人才缺口并保持一定的人才储备。公司还拟开展各种形式的培训教育，提升员工的整体素质，提高公司的管理水平和技术水平。

2、技术储备

公司深耕建筑五金行业多年，高度重视新技术和新产品的研究开发工作，公司每年研发投入约 2 亿元用于新技术、新产品的研发与开发,产生的专利达上千项,其中授权发明专利达百余项。同时，公司参与了 260 余项国家、行业、地方、团体标准的起草和修订，涵盖了试验、技术、生产、质量管理等多个方面，引领行业进步。

依靠较强的研发优势，发行人被认定为广东省省级企业技术中心、广东省建筑构配件工程技术研究中心,发行人子公司坚宜佳被认定为广东省预应力钢结构工程技术研究中心。公司自主研发的成果更是多次获奖，例如，近年来，公司自主研发的大跨度索结构关键技术与工程应用获得 2022 年华夏建设科学技术一等奖、规则倾斜较接柱_平面环架支承轮辐式索析架结构建造关键技术获得 2022 年中国钢结构协会科学技术奖一等奖。

综上，公司的技术储备为项目实施提供了有力的技术支撑。

3、市场储备

公司通过自建销售渠道的方式建立健全了成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构及庞大的直销销售团队。

在国内市场，公司通过设立“营销中心—销售大区—销售联络点”的方式建立了覆盖全国的直销渠道，并加速推动销售渠道下沉并在县级市及县(区)等区域，截至2023年3月末，公司已设立了三大营销中心，划分了93个销售大区，并设立了934个销售联络点。通过这些直销渠道深入、下沉市场，直接与客户进行对接、交易。在海外市场，公司通过设立“大海外销售区—销售联络点”的方式建立了覆盖100多个国家和地区的直销渠道。截至2023年3月末，公司在13个国家设立了58个销售联络点。此外，为快速响应客户供货需求、缩短产品交付周期，公司在国内自建了34个备货仓及快速响应的物流配送体系，并在海外亦建立了15个备货仓。成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络使得公司具有显著的营销渠道优势。

公司成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络不仅有效地拓宽了应用场景、市场和客户，使得公司产品覆盖了从住宅建筑到商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑在内的多个应用场景，每年服务的客户数量接近5万个，还为门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类以外的其他品类产品奠定了良好的渠道基础和客户基础，使得其他品类产品能够充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，带动产能的消化和收入的增长，更进一步推动了公司“一站式建筑配套件集成供应商”的发展战略的落地。为公司募投项目实施后的产能消化提供了良好基础。

(二) 资金缺口的解决方式

本次募集资金投资项目的投资总额为**220,335.91**万元，拟使用募集资金总额不超过**198,500.00**万元（含本数）。

在本次向特定对象发行股票募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。若本次募集资金净额

少于上述项目拟使用募集资金总额，由公司自筹资金解决。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金使用金额进行适当调整。

六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）对公司经营状况的影响

本次募投项目符合国家相关产业政策以及公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景。

本次募集资金投资项目围绕公司既有主营业务展开。坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将有效提升公司锁具、照明灯具和淋浴房等产品的产能，构建多元发展格局；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等产品的产能，完善业务布局，丰富业务收入来源；坚朗五金信息化系统升级建设项目将完善灾备机房及信息安全，优化信息化系统与数字化网络营销平台，提升公司经营效率；坚朗五金总部自动化升级改造项目将提升公司生产自动化水平，提高生产效率；补充流动资金将有效优化公司资本结构、满足未来业务快速增长的营运资金需求。

因此，本次募集资金投资项目实施后，公司主营业务的竞争力将得到进一步提升，有利于进一步提高公司的盈利能力，提高生产与经营效率，巩固行业优势地位，增强市场竞争力，满足业务持续发展资金需求，为公司的可持续发展奠定坚实的基础。

（二）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的总资产、净资产将会相应增加，能够增强公司资金实力，为后续发展提供有力保障。公司资产负债率将相应降低，财务结构得到进一步优化，缓解未来发展的资金压力，为公司的经营发展提供有力支持，抵御风险能力也将进一步增强。

此外，由于本次募集资金投资项目产生经营效益需要一定的时间，短期内可能摊薄原有股东的即期回报。但是，随着本次募集资金投资项目的建成达产，实

现经济效益或提高生产与经营效率，将进一步提升公司效益，增强公司市场竞争力。

七、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的区别和联系

（一）与公司既有业务的区别与联系

本次募投项目是公司推进“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略的重要业务布局，与公司既有业务直接相关。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目涉及的机械电子锁及配套合页、卫浴、保护膜、照明灯具、智能锁等产品系公司现有产品，本项目旨在扩大该些现有产品的产能，是公司既有业务的巩固、提升和发展。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，是公司现有业务产品线的拓展，不涉及拓展新业务的情形。新增的钢制装饰板、钢制门使得公司产品能够适用于更多的客户、市场、场景，完善业务布局，丰富业务收入来源。

坚朗五金信息化系统升级建设项目旨在对现有信息化系统的安全性、运营效率进行升级，以更高效地承接逐步扩大的业务量，打造更为细分的网络营销平台，建立安全可靠的信息安全保障体系。

坚朗五金总部自动化升级改造项目旨在对现有生产设备进行更换升级及技术改造，提高生产的自动化、信息化、柔性化水平。

补充流动资金项目旨在为本次募集资金投资项目建设及长期发展提供支持和保障，并助力“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地。同时，优化资本结构，降低资产负债率，提高偿债能力，增强抗风险能力。

（二）与公司前次募投项目的区别与联系

发行人前次募集资金为 2016 年首次公开发行股票的募集资金，用于不锈钢建筑构配件扩产项目、信息化系统升级改造项目和补充流动资金。

本次募投项目与前次募投项目均包含信息化系统升级项目、补充流动资金项

目。

本次募投项目的信息化系统升级建设项目旨在对现有信息化系统的安全性、运营效率进行升级，以更高效地承接逐步扩大的业务量，打造更为细分的网络营销平台，建立安全可靠的信息安全保障体系；前次募投项目的信息化系统升级改造旨在优化信息网络、建立规范统一的数据中心、搭建专业的信息处理平台，提高公司营运各环节的快速反应效率。本次募投项目的信息化系统升级建设项目与前次募投项目的建设目的及建设规划有所区别。

前次募投项目的补充流动资金项目旨在补充2015年至2017年的预计流动资金缺口，而本次募投项目的补充流动资金项目旨在补充2023年至2025年的预计流动资金缺口。本次募投项目与前次募投项目补充流动资金缺口的年份不存在重叠的情况。

前次募投项目的不锈钢建筑构配件扩产项目生产的产品为点支承玻璃幕墙构配件和不锈钢护栏构配件，实施主体为发行人，实施地点为东莞市塘厦镇大坪村坚朗五金总部。该前次募投项目与本次募投项目中的生产产品的产品类别、实施地点等存在显著差异。

八、本次募投项目是否符合国家产业政策情况

经核查，本次发行满足《注册办法》第三十条关于符合国家产业政策和板块定位（募集资金主要投向主业）的规定。

发行人所属行业为金属制品业（C33），主营业务为建筑配套件的研发、生产和销售，本次募集资金投向为坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目以及补充流动资金。

本次募投项目不属于《产业结构调整指导目录（2019年本）》中的淘汰类、限制类产业，本次募投项目不涉及产能过剩行业、限制类及淘汰类行业。发行人已在募集说明书中披露本次募投项目涉及的备案、环评等报批事项，以上备案或审批仍在有效期以内，本次募投项目涉及的备案、环评等报批事项均合法、有效。

本次募集资金投向符合国家产业政策要求，不存在需要取得主管部门意见的情形。

九、募集资金用于拓展新业务、新产品情况

本次募投项目不存在用于拓展新业务的情形，本次募投项目中的坚朗五金中山数字化智能化产业园项目系公司现有业务、现有产品的产能扩张，不涉及拓展新业务、新产品的情形。

本次募投项目中的坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能。钢制装饰板、钢制门属于公司现有业务产品线的拓展，不涉及拓展新业务的情形。

公司致力于成为全球领先的一站式建筑配套件集成供应商。公司围绕着该发展战略，不断丰富产品品类、扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台。钢制装饰板、钢制门属于公司现有业务产品线的拓展，使得发行人在承接医院、酒店、产房、地铁、机场等大型设施项目中，与现有众多建筑配套件产品形成互补，共同满足客户需求。因此，公司本次募投项目拓展钢制装饰板、钢制门等新产品契合公司发展战略。

钢制装饰板、钢制门的生产工序与发行人现有建筑配套件的生产工序相似，公司具备开展本募投项目所需的技术、人员储备；钢制装饰板、钢制门的应用场景、客户结构与公司现有众多建筑配套件产品的应用场景、客户结构重叠，故其经营模式、盈利模式与公司现有建筑配套件产品保持一致，且公司现有成熟的产业基础、品牌效应、销售渠道资源等将为钢制装饰板、钢制门的销售奠定有力的基础，带动钢制装饰板、钢制门销量的增长。

十、本次募投项目新增产能的消化措施

针对本次募投项目新增的产能，公司拟采取的产能消化措施包括：

（一）公司新增产能涉及的产品市场空间大，公司各类产品新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化

智能锁方面，根据京东 C2M 智造平台及 GfK 中怡康联合发布的《2022 智能

门锁趋势白皮书》，预计 2023 年智能门锁销售额（全渠道）达 256 亿元。本次新增智能锁产能达产后预计的销售收入合计占预计 2023 年智能门锁销售额（全渠道）比例为 5.71%。2023 年，“海贝斯”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 智能门锁类品牌首选第 4 名，首选率达 9%；根据建博云网发布的《2022 智能门锁行业白皮书》，“海贝斯”品牌在 2022 年房地产住宅渠道销量排名第一。因此，我国智能锁快速增长的销量，未来广阔的发展空间、新增产能占该产品市场规模比例较小和公司在智能锁细分行业中突出的品牌地位，将利于新增产能的消化。

机械电子锁方面，根据《2020-2026 年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》，预计 2026 年我国机械门锁市场规模将达 374.01 亿元。本次新增机械电子锁产能达产后预计的销售收入合计占预计 2026 年我国机械门锁市场规模比例仅为 2.16%，占比较小。因此，我国机械电子锁巨大的市场空间、广泛的应用场景、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

照明灯具方面，根据中国照明电器协会数据，预计 2026 年我国 LED 照明市场规模将达 7,386 亿元。本次新增照明灯具产能达产后预计的销售收入合计占预计 2026 年我国 LED 照明市场规模比例仅为 0.04%，占比较小。因此，我国照明灯具巨大的市场空间、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

卫浴产品方面，根据奥维云网的数据，2021 年，中国卫浴市场规模达 2,046 亿元。本次新增卫浴产品产能达产后预计的销售收入合计占 2021 年中国卫浴市场规模比例仅为 0.36%，占比较小。因此，我国卫浴产品巨大的市场空间、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

钢制装饰板、钢制门方面，根据《建筑装饰行业“十四五”发展规划》设定目标，到 2025 年力争实现建筑装饰行业产值规模达到 6.5 万亿元。建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速，带动了国内建筑装饰材料产品的快速发展。钢制装饰板、钢制门属于公司现有业务产品线的拓展，使得公司在承接医院、酒店、产房、地铁、机场等大型设施项目中，与现有众多建筑配套件产品形成互补，共同满足客户需求。因此，我国装饰行业巨大的市场空间将利于新增产能

的消化。

综上所述，公司新增产能涉及的产品市场空间大，公司各类产品新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

（二）充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，拓展销售渠道，积极进行渠道下沉

凭借多年的发展、沉淀和积累，公司通过自建销售渠道的方式建立健全了成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构及庞大的直销销售团队，产品应用场景覆盖住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑，每年服务接近5万个客户。

在国内市场，截至2023年3月末，公司设立了三大营销中心，分别为北方营销中心、华东营销中心和南方营销中心，并划分了93个销售大区，设立了934个销售联络点。在海外市场，公司设立了大海外销售区，在13个国家设立了58个销售联络点。为快速响应客户供货需求、缩短产品交付周期，公司在国内自建了34个备货仓及快速响应的物流配送体系。同时，公司积极开发“一带一路”相关新兴国家的市场，在海外亦建立了15个备货仓。公司现有产品形成的覆盖全国的直销渠道、广泛的应用场景、丰富的客户资源，为本次募投项目涉及的各个产品等奠定了良好的渠道基础和客户基础，使得本次募投项目涉及的产品能够充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，带动本次募投项目新增产能的消化。

此外，未来，公司将进一步推动销售渠道下沉并在县级市及县（区）等区域打造更多销售联络点。相较于竞争格局较为成熟的城市市场，下沉的县级市场人口规模较为庞大且消费者需求及消费习惯尚未形成固定市场格局，提早布局销售渠道下沉可以有效拓展公司在县级市及县（区）客户群体并打造品牌效应。公司对销售渠道的进一步下沉将带来更多客户群体，利于本次募投项目新增产能的消化。

（三）加速推进“一站式建筑配套件集成供应”发展战略

建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。因此，未来行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

未来，公司围绕着一站式建筑配套件集成供应的发展战略，以顾客需求为导向，自建销售渠道和备货仓，丰富产品品类，扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，增强老客户黏性的同时拓展新的销售机会及客户群体，带动客户数量的上升和应用场景的拓宽，提高公司产品需求。

（四）高效的信息化系统有助于本次募投项目新增产能的消化

公司一直高度重视信息化建设，目前，公司信息化水平已达到了国内领先水平，成为公司业务拓展的重要基石。自2013年以来，公司引入甲骨文ORACLE软件，并陆续上线了BI数据分析、SRM供应商关系管理、WMS/TMS物流仓储管理、Callidus销售提成等核心业务系统，并上线了LMS在线培训、KM知识管理、OA办公自动化等辅助软件，实现了产、供、销、人、财、物的全链条的信息化管理和数据的智能挖掘。高效的信息化系统有效地收集了各项业务所产生的数据，并协助生产、销售等环节进行分析，为决策层提供了各种决策依据和参考。高效的信息平台将帮助各个业务板块整合数据，并为各经营单元提供及时的数据分析和有效的改善建议，协助实现精细化的过程管理，大大提升了各业务链条的经营效率。

此外，为了满足客户日益增长的“一站式采购服务”的需求，公司启动了项目协同平台建设项目，并通过持续探索业务需求，建立了一套完整的项目协同系统服务平台，以构建项目协同业务的一站式服务体系，提升销售系统和产品安装市场的整体服务水平，有效地提高了客户粘性。

综上，高效的信息化系统能够有效提高公司经营效率、创造业务机会、增加客户粘性，从而助力本次募投项目新增产能的消化。

（五）加强人才储备以保证产能顺利消化

公司始终专注于建筑配套件的研发、生产和销售，多年的发展使公司积累了丰富的行业经营经验。公司拥有成熟的管理团队和研发团队，并在生产线建设与运营领域有着丰富的经验。未来，公司将坚持“以人为本”的宗旨，从“选、育、用、留”等多方面采取措施优化人力资源配置，建立从研发、生产、销售的全流程专业化人才队伍，保证本次募投项目新增产能的消化。

（六）良好的品牌形象、位居行业先列的品牌价值将利于本次新增产能的消化

品牌形象能够体现公司产品和服务的价值，是企业无形资产的重要组成部分。良好的品牌形象能够为公司产品的销售提供有力的帮助。凭借多年的发展、沉淀和积累，公司品牌价值位居行业先列。公司的“坚朗”品牌、“KIN LONG”品牌分别于2010年、2014年被国家工商行政管理总局认定为中国驰名商标，“坚朗”品牌连续多年被中国房地产业协会评定门窗五金类品牌首选第1名，2023年的首选率达22%；“坚朗”品牌在2022年“建筑门窗幕墙行业金轩奖”评选中荣获行业影响力品牌TOP榜殊荣。“海贝斯”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力TOP500智能门锁类品牌首选第4名，首选率达9%。因此，公司良好的品牌形象、位居行业先列的品牌价值将利于本次新增产能的消化。

（七）本次募投项目产能逐步释放将利于本次新增产能的消化

公司在对生产类募投项目进行效益测算时，已充分考虑了新增产能的释放与消化过程。本次生产类募投项目“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”和“坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目”建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年（T3）及第四年（T4）分别实现60%和80%的产能，第五年（T5）实现100%的产能。

1、坚朗五金中山数字化智能化产业园项目涉及产品的产能消化情况

本次募投项目—坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅度提升智能

锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能。

根据公司的规划，该项目建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年(T3)及第四年(T4)分别实现 60%和 80%的产能，第五年(T5)实现 100%的产能。

结合中山市小榄镇人民政府于 2023 年 5 月出具的《关于广东中山坚朗科技有限公司项目用地事宜的说明函》，该项目建设所需的所有土地预计在 2024 年 2 季度取得。假设该项目于 2024 年 6 月开工建设，则该项目于 2026 年 6 月建设完成，于 2029 年 6 月完全达产。

结合上述建设、投资计划，对这些产品产能消化的量化分析情况如下：

(1) 公司各类募投产品 2018 年至 2022 的销量增长情况分析

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目从开工建设到完全达产的期限为 5 年。因此，以下重点分析了该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）的销量增长情况。

2018 年至 2022 年，公司智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量增长情况如下：

单位：万套

项目	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	复合增长率
智能锁	95.41	99.65	63.03	34.65	22.52	43.47%
机械电子锁	83.19	85.91	57.77	46.22	27.73	31.61%
卫浴（含淋浴房）	14.00	13.33	9.56	8.24	4.40	33.56%
照明	54.76	58.26	27.39	17.80	3.40	100.33%
合计	247.36	257.15	157.75	106.91	58.05	43.68%

注：照明产品为公司 2018 年新拓展产品，故其 2018 年销量明显较小，进而导致该产品 2018 年至 2022 年销量复合增长率显著偏高。因此，下述分析未来照明产品销量增长量使用的是其 2019 年至 2022 年销售数量复合增长率，即 45.44%。

2020 年至 2022 年，公司智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量增长情况如下：

单位：万套

项目	2022年	2021年	2020年	平均增长率
智能锁	95.41	99.65	63.03	26.92%
机械电子锁	83.19	85.91	57.77	22.77%
卫浴（含淋浴房）	14.00	13.33	9.56	22.23%
照明	54.76	58.26	27.39	53.35%
合计	247.36	257.15	157.75	29.60%

根据上表可见，近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量总体呈现增长趋势。

2022年，受房地产基本面下行、宏观经济增速下行等不利因素的影响，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量较2021年均有所下降，但是相比2018年、2019年和2020年依然是保持增长态势。

(2) 公司各类募投产品未来各年预期的销售收入增长额与本次募投项目测算的销售收入增长额的对比情况

假设公司智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来5年的销售收入增长率能够保持过去5年（2018年至2022年）的销量复合增长率，则这些募投产品在达产年（2029年）预期的销量、增长幅度及与本次募投项目测算的销量增长量的对比情况如下：

单位：万套

项目	达产年预计销量	达产年预期销量增长量	2022年度销量	募投项目达产年销量增长量	差额
公式	A	B=A-C	C	D	F=B-D
智能锁	1,193.68	1,098.27	95.41	324.00	774.27
机械电子锁	568.90	485.71	83.19	274.50	211.21
卫浴（含淋浴房）	106.12	92.12	14.00	59.40	32.72
照明	753.76	699.00	54.76	309.00	390.00
合计	2,622.46	2,375.10	247.36	966.90	1,408.20

注：1、照明产品为公司2018年新拓展产品，故其2018年销量明显较小，进而导致该产品2018年至2022年销量复合增长率显著偏高。因此，下述分析未来照明产品销量增长

量使用的是其 2019 年至 2022 年销售数量复合增长率，即 45.44%；

2、达产年销量增长量=达产年预计销量—2022 年销量；

3、项目于 2026 年二季度末正式投产，因此达产年募投项目销量增长量=50%×2028 年销量+50%×2029 年销量；

4、上表智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品预期的销量及增长率仅用于与本次募投项目测算的销量增长量进行对比分析以说明产能消化情况，不构成公司对智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来的盈利预测或业绩承诺。

结合上述测算，按照智能锁、机械电子锁和卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）销售收入复合增长率测算，按照照明产品过去 4 年（2019 年至 2022 年）销售收入复合增长率测算，公司智能锁、机械电子锁、卫浴产品和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。因此，产能消化具有保障。结合上述定量分析，本次募投项目不存在产能过剩风险。

假设公司智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来 5 年的销售收入增长率能够保持过去 3 年（2020 年至 2022 年）的销量平均增长率，则这些募投产品在达产年（2029 年）预期的销量、增长幅度及与本次募投项目测算的销量增长量的对比情况如下：

单位：万套

项目	达产年预计销量	达产年预期销量增长量	2022 年度销量	募投项目达产年销量增长量	差额
公式	A	B=A-C	C	D	F=B-D
智能锁	506.24	410.83	95.41	324.00	86.83
机械电子锁	349.76	266.57	83.19	274.50	-7.93
卫浴(含淋浴房)	57.07	43.07	14.00	59.40	-16.33
照明	1,092.01	1,037.25	54.76	309.00	728.25
合计	2,005.08	1,757.72	247.36	966.90	790.82

注：1、达产年销量增长量=达产年预计销量—2022 年销量；

2、项目于 2026 年二季度末正式投产，因此达产年募投项目销量增长量=50%×2028 年销量+50%×2029 年销量；

3、上表智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品预期的销量及增长率仅用于与本次募投项目测算的销量增长量进行对比分析以说明产能消化情况，不构成公司对智能锁、机

械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来的盈利预测或业绩承诺。

结合上述测算，按照智能锁、机械电子锁、卫浴产品和照明产品过去 3 年（2020 年至 2022 年）销售收入平均增长率测算，公司智能锁和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量，但是机械电子锁、卫浴产品在达产年预期的销量增长量未超过本次募投项目测算的销量增长量，但是总体相差较小。

2、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及产品的产能消化情况

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能的情况，达产后，公司能够新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘等产能。

根据公司的规划，该项目建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年（T3）及第四年（T4）分别实现 60%和 80%的产能，第五年（T5）实现 100%的产能。

（1）建筑装饰行业容量巨大且保持增长、装配式建筑面积渗透率持续提升等行业发展趋势为钢制装饰板、钢制门新增产能的消化提供了保障

建筑装饰业及装配式建筑行业的增长情况预测情况如下：

项目	单位	公式	2021 年	2025 年 (E)	复合增长率
建筑装饰业	万亿元	A	5.24	6.50	5.53%
新建装配式建筑面积占新建建筑比例	%	B	24.50%	30.00%	5.19%
装配式建筑预计市场规模	万亿元	C=A*B	1.28	1.95	11.02%

注：1、建筑装饰业 2021 年市场容量来源于《中国建筑年鉴》；

2、建筑装饰业 2025 年市场容量来源于《建筑装饰行业“十四五”发展规划》；

3、2021 年新建装配式建筑面积占新建建筑比例数据来源于住建部发布数据；

4、2025 年新建装配式建筑面积占新建建筑比例预测数据来源于《“十四五”建筑业发展规划》。

根据上表可见，建筑装饰行业市场规模巨大且保持增长、装配式建筑面积

渗透率持续提升，保障了公司未来钢制装饰板、钢制门新增产能的消化。

(2) 钢制装饰板、钢制门产能扩张幅度合理，产能消化具有保障

本次坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能是公司对于涉及相关业务的上市及非上市公司进行调研后，并结合自身经营规模、销售渠道以及市场需求等情况进行确定的，能够有效消化未来新增的钢制装饰板、钢制门产能。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目完全达产后，钢制装饰板、钢制门预计年销售规模与涉及相关业务的上市及非上市公司现有销售规模的对比情况如下：

项目	单位	发行人	广东易众洁净科技有限公司	亚士创能	物产金轮	王力安防
钢制装饰板销量	万平方米	105.00	-	449.23	12.58万吨	-
钢制门销量	万樘	9.00	-	-	-	145.23
钢制装饰板销售金额	万元	23,878.12	约 80,000.00	38,636.55	211,647.91	-
钢制门销售金额	万元	9,328.53		-	-	155,152.93

注：1、发行人钢制装饰板、钢制门的年销量及销售金额数据均为本次募投项目完全达产后的数据；

2、广东易众洁净科技有限公司钢制装饰板、钢制门的销售金额来源于公司调研数据；

3、亚士创能数据为保温装饰板销量及销售金额，数据来源其于 2022 年年报；

4、物产金轮数据为不锈钢装饰板销量及销售金额，单位为吨，数据来源于其 2022 年年报；

5、王力安防数据为钢质安全门销量及销售金额，数据来源于 2022 年报。

根据上表可见，本次坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目的产能设计远小于涉及相关业务的上市及非上市公司现有销售规模，显示了公司产能设计的谨慎性，也确保了能够有效消化未来新增的钢制装饰板、钢制门产能。

第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产整合计划

本次发行募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目和补充流动资金，均围绕公司主营业务展开。本次募集资金投资项目实施后，进一步提高公司的盈利能力、提高生产与经营效率、巩固公司的行业领先地位、增强市场竞争力，有利于公司长远经营发展，但不涉及对公司现有业务及资产的整合，不会导致公司业务及资产整合。

二、本次发行后公司章程、股东结构、高管人员结构及业务结构的变动情况

（一）本次发行对公司章程的影响

本次发行完成后，公司注册资本、股份总数及股本结构将发生变化。公司将根据发行结果对公司章程进行相应修改，并办理工商变更登记。截至本募集说明书签署日，公司尚无对章程其他事项有调整计划。

（二）本次发行对股东结构的影响

本次发行完成后，公司股本将相应增加，公司的股东结构将发生变化，公司原股东的持股比例也将相应发生变化。本次发行的实施不会导致公司股权分布不具备上市条件，也不会导致公司控股股东、实际控制人发生变化。

（三）本次发行对高管人员结构的影响

截至本募集说明书签署日，公司尚无对高级管理人员进行调整的计划。本次发行后，公司高级管理人员结构不会发生变化。公司的高级管理人员结构不会因本次发行而发生变化。若公司未来拟调整高级管理人员结构，将根据有关规定履行必要的法律程序和信息披露义务。

（四）本次发行对公司业务结构的影响

本次发行募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装

配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目和补充流动资金，均围绕公司主营业务展开。本次募集资金投资项目实施后，将进一步增加公司主营业务收入，公司的业务结构不会因本次发行而发生变化。

三、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）对财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的总资产、净资产会将相应增加，能够增强公司资金实力，为后续发展提供有力保障。公司资产负债率将相应降低，资本结构得到进一步优化，缓解未来发展的资金压力，为公司的经营发展提供有力支持。

（二）对盈利能力的影响

本次发行完成后，公司的总股本和净资产将有所增加，由于本次募集资金投资项目产生经营效益需要一定的时间，短期内可能摊薄公司净资产收益率、每股收益等财务指标，从而摊薄原有股东的即期回报。但是，随着本次募集资金投资项目的建成达产，实现经济效益或提高生产与经营效率，将进一步提升公司效益，增强公司市场竞争力。

（三）对现金流量的影响

本次发行完成后，公司筹资活动产生的现金流入将显著增加，在资金开始投入募集资金投资项目后，公司投资活动产生的现金流出也将相应增加。随着募集资金投资项目的实施以及逐步投产，未来经营活动产生的现金流入预计将有所增加，公司总体现金流状况将得到进一步优化。

四、本次向特定对象发行不会导致控制权发生变更

本次发行前后，公司的控股股东、实际控制人均为白宝鲲先生，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

五、本次发行后公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况

本次发行的发行对象为包括公司控股股东白宝鲲先生在内的不超过 35 名符合中国证监会规定条件的特定对象。公司与白宝鲲先生之间的业务关系、管理关系不会因本次发行而发生变化，亦不会因为本次发行导致同业竞争或者潜在同业竞争。

六、本次发行后公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况

本次发行前，公司在业务、人员、资产、机构、财务等方面均独立运行。本次发行后，公司与控股股东及其关联方之间的业务关系、管理关系不会因本次发行而发生变化，公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间不会因本次发行而新增显失公允的重大关联交易。

本次向特定对象发行的发行对象白宝鲲先生系公司控股股东、实际控制人，构成上市公司关联方。根据《深圳证券交易所股票上市规则》关于关联方及关联交易的相关规定，本次发行构成关联交易。

第五节 历次募集资金情况

一、最近五年内募集资金的基本情况

公司前次募集资金为公司 2016 年首次公开发行股票募集资金，到账时间为 2016 年 3 月 24 日。截至本募集说明书签署日，前次募集资金到账时间距今已超过 5 个会计年度，不存在前次募集资金到账时间距今未满五个会计年度的情形。截至 2020 年 12 月 31 日，前次募集资金已使用完毕，募集资金账户已销户。

第六节 公司利润分配政策的制定和执行情况

一、公司现行的股利分配政策

公司现行有效的《公司章程》对利润分配政策进行了明确的规定，具体内容如下：

“第一百六十条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百六十一条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百六十二条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百六十三条 公司的利润分配政策为：

（一）决策机制与程序：公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

(二) 利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

(三) 利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

(四) 公司利润分配的具体条件：公司上一会计年度实现盈利且不存在未弥补亏损的情况下，应当进行现金分红。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1. 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2. 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3. 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

(五) 公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司采取股票或者现金股票相结合的方式分配利润或调整利润分配政策时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（六）公司根据生产经营、重大投资、发展规划等方面的资金需求情况，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（七）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1.是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- 2.分红标准和比例是否明确和清晰；
- 3.相关的决策程序和机制是否完备；
- 4.独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- 5.中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（八）公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

二、最近三年公司现金股利分配情况

单位：万元

分红年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
现金分红金额（含税）	3,215.40	11,253.90	17,684.70
归属于上市公司股东的净利润	6,555.94	88,938.28	81,719.53
现金分红占归属于上市公司股东净利润的比率	49.05%	12.65%	21.64%
最近三年累计现金分红占最近三年合并报表中归属于上市公司股东的年均净利润的比例	54.43%		

三、最近三年未分配利润的使用情况

为保持公司的可持续发展，公司历年滚存的未分配利润作为公司业务发展资金的一部分，继续投入公司生产经营，包括用于资本性支出和补充流动资金等，提高公司的市场竞争力和盈利能力。

四、公司股东回报规划

为进一步完善和健全公司利润分配决策和监督机制，保障股东的合法权益，增强现金分红的透明度，根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》《公司章程》等相关文件规定，制定《广东坚朗五金制品股份有限公司未来三年分红回报规划（2023年-2025年）》，具体内容如下：

（一）本规划的考虑因素及制定原则

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业发展战略、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，对利润分配做出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的分红回报机制，以保证公司利润分配政策的连续性和稳定性。

（二）未来三年(2023年-2025年)具体股东回报规划

1、公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，应重视对投资者的合理投

资回报，并兼顾公司的可持续发展。

2、公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利，并优先采用现金方式分配股利，利润分配不得超过累计可分配利润的范围。在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司应当采取现金方式分配股利；若董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在符合公司现金分红政策的前提下，制定股票股利分配预案。

3、公司现金分红的具体条件和比例：在公司无重大投资计划或重大资金支出，且在满足《公司章程》规定的现金分红条件的前提下，未来三年，每年以现金方式分配的利润应当不低于当年实现的可供分配利润的10%。同时，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、公司可以根据盈利情况及资金需求状况进行中期现金分红。具体分配方案由公司董事会制订，经公司股东大会批准后实施。

5、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（三）利润分配的决策程序和机制

每个会计年度结束后，由公司董事会提出利润分配预案，公司董事会在利润

分配预案论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案。公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会审议通过后，应将利润分配预案提交公司股东大会审议。利润分配方案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持表决权的过半数通过。公司董事会需在股东大会审议通过利润分配决议后的2个月内完成利润分配方案的实施。

公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则外部监事应当对审议的利润分配预案发表意见。

董事会及监事会审议通过利润分配预案后应提交股东大会审议批准。股东大会对利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（四）利润分配政策调整的决策程序和机制

公司将保持股利分配政策的连续性、稳定性。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经公司董事会、监事会审议通过后提交公司股东大会审议并须经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。审议时公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益。

（五）其他

本规划未尽事宜，依照相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定执行。

第七节 与本次发行相关的风险因素

一、募投项目相关的风险

(一) 募投项目产能消化风险

公司本次募集资金投资的项目中涉及生产类的项目分别为“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”和“坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目”，项目建成后将增加智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料等产品的产能。

最近三年，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品（含淋浴房）已有年产能及产能利用率情况如下：

产品分类	项目	单位	2022年度	2021年度	2020年度
智能锁	产能	万套	120.00	120.00	88.00
	产能利用率	/	90.35%	98.86%	85.26%
机械电子锁	产能	万套	115.00	115.00	80.00
	产能利用率	/	81.28%	88.93%	85.96%
照明灯具	产能	万套	80.00	80.00	40.00
	产能利用率	/	80.53%	85.68%	80.55%
卫浴产品（含淋浴房）	产能	万套	16.00	16.00	12.00
	产能利用率	/	78.50%	86.31%	80.33%

注：报告期内，公司无装配式金属复合装饰材料（钢制装饰板、钢制门）的产能。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，将新增智能锁年产能 324 万套、机械电子锁 274.5 万套及配套合页 684 万副、照明灯具年产能 309 万套、淋浴房年产能 59.4 万套、水龙头年产能 33 万件、地漏年产能 99 万件等；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，将新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘等。

因此，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅提升智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能，具体扩张幅度如下：

序号	产品分类	现有产能（万套）	本次募投新增产能（万套）	扩张幅度
----	------	----------	--------------	------

序号	产品分类	现有产能(万套)	本次募投新增产能(万套)	扩张幅度
1	智能锁	120.00	324.00	270.00%
2	机械电子锁	115.00	274.50	238.70%
3	照明灯具	80.00	309.00	386.25%
4	卫浴产品(含淋浴房)	16.00	59.40	371.25%

注：1、合页为机械电子锁配套件，故本次募投新增的机械电子锁具产能按照 274.50 万套计算；

2、水龙头、地漏为淋浴房配件，故本次募投新增的卫浴产品产能按照 59.40 万套计算。

根据公司的测算，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目从开工建设到完全达产的期限为 5 年。若结合该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）的销量复合增长率测算，公司智能锁、机械电子锁、卫浴产品和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。

若结合该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 3 年（2020 年至 2022 年）的销量平均增长率测算，公司智能锁和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。但是，机械电子锁、卫浴产品在达产年预期的销量增长量未超过本次募投项目测算的销量增长量。

由于本次募投项目将大幅新增产能，未来若下游市场需求缩减或公司采取的各类产能消化措施不及预期；或若国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司在设计研发、经营管理、市场开拓等方面不能与扩张后的业务规模相匹配，最终导致未来 5 年智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的实际销量增长率未达到过去 5 年的销量复合增长率或未高于过去 3 年的销量平均增长率，甚至出现未来 5 年未能扭转 2022 年销量下滑的情况，则会导致公司新建募投项目的产能无法完全消化，面临新增产能无法及时消化的风险，进而对公司业绩产生重大不利影响。

此外，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，具体扩张情况如下：

序号	产品分类	现有产能	本次募投新增产能
----	------	------	----------

序号	产品分类	现有产能	本次募投新增产能
1	钢制装饰板（万平方）	-	105.00
2	钢制门（万樘）	-	9.00

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能是公司对于涉及相关业务的上市及非上市公司进行调研后，并结合自身经营规模、销售渠道以及市场需求等情况进行确定的。若国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司钢制装饰板、钢制门销售渠道开拓、市场需求等不达预期，则可能导致钢制装饰板、钢制门等新产品的产能无法完全消化，进而对公司业绩产生重大不利影响。

（二）部分募投项目用地尚未取得的风险

本次募投项目的“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”建设选址位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道。截至募集说明书签署日，公司虽然取得了中山市小榄镇人民政府出具的《关于广东中山坚朗科技有限公司募投项目用地事宜的说明函》，但是尚未取得募集资金投资项目土地的使用权。

如公司未能如期取得本募投项目的土地使用权，或公司另行安排其他合适地点进行建设，本募投项目的建设成本和项目运行效益都会存在差异，且可能会对本募投项目的实施进度产生不利影响。

（三）募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险

公司本次募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目及补充流动资金。除补充流动资金外，公司其余募投项目总投资规模为 161,435.91 万元，该些募投项目全部建成达产后，公司预计每年新增最大折旧摊销费用 10,237.26 万元，占 2022 年营业收入的比例为 1.34%。

若未来建筑五金行业市场环境发生重大不利变化，或募集资金投资项目在投产后未能及时产生预期效益，公司将面临收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，募集资金投资项目实现效益较低或出现项目初期亏损，将对公司未来的经营业绩产生较大的不利影响。

（四）募投项目效益测算未达预期的风险

根据公司的测算，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，预计可实现年均销售收入 336,448.91 万元，年均净利润 23,998.24 万元，内部收益率（税后）为 14.97%；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，可实现年均销售收入 33,206.65 万元，年均净利润 2,846.59 万元，内部收益率（税后）为 13.70%。上述募投项目的预计效益是基于本次募投产品报告期内销售价格、单位成本、期间费用率、税率等财务指标并结合本次募投项目的产能规划进行的测算。

若未来国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化导致下游市场需求缩减，公司采取的各类产能消化措施不及预期，导致本次募投项目达产后实现的产量、销量低于本次募投项目规划的产销量；若未来下游市场需求缩减、公司产品竞争力下降等导致本次募投产品实际销售价格低于本次募投项目的预计销售价格；若原材料价格、人工成本等大幅上涨等导致本次募投项目的单位成本高于本次募投项目的预计单位成本；若未来公司管理不善或市场开拓不及预期等导致本次募投项目的实际期间费用率高于本次募投项目的预计销售费用率。上述情况可能导致本次募投项目达产后实现的效益低于本次募投项目预计的效益，并对公司未来的经营业绩产生不利影响。

二、市场及经营风险

（一）经营业绩下滑风险

2022 年公司营业收入为 764,827.03 万元，较 2021 年同比下降 13.16%；2022 年公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 3,838.72 万元，较 2021 年同比下降 95.64%。

2022 年度和 2021 年度，公司营业收入、营业成本、期间费用、归母净利润、扣非归母净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度
----	---------	---------

	金额	占当期营业收入比例	变动率	金额	占当期营业收入比例
营业收入	764,827.03	100.00%	-13.16%	880,682.54	100.00%
营业成本	533,830.92	69.80%	-6.40%	570,309.69	64.76%
销售费用	127,630.87	16.69%	15.16%	110,833.45	12.58%
管理费用	38,575.09	5.04%	6.61%	36,184.63	4.11%
研发费用	28,662.99	3.75%	-7.56%	31,008.26	3.52%
财务费用	4,958.15	0.65%	202.02%	1,641.66	0.19%
归母净利润	6,555.94	0.86%	-92.63%	88,938.28	10.10%
扣非归母净利润	3,838.72	0.50%	-95.64%	88,097.52	10.00%

受 2022 年房地产基本面持续下行、我国经济增速下降的影响，公司各类产品销量均有一定程度的下滑，收入下降的同时原材料采购价格上升、销售渠道持续扩张等导致成本和费用相对刚性。因此，2022 年营业收入的下降、毛利率的下降和销售费用率的上升是公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的主要因素。

未来如果公司原材料价格持续上升、公司无法及时消化销售渠道扩张所产生的成本和费用、我国房地产行业政策出现重大不利变化、房地产成交市场持续低迷、建筑五金市场竞争加剧、公司的经营管理出现重大问题、募投项目实施后效益不达预期等，或者公司针对业绩下降采取的措施未达到预期效果，公司业绩存在继续下滑甚至出现亏损的风险。

（二）我国房地产行业波动、政策变化以及房地产客户应收账款回收的风险

公司生产的建筑配套件产品合计百余个大类、上万个种类，主要为住宅建筑和公共建筑建设、装潢时所使用的中高端建筑五金制品。建筑五金行业的下游主要为房地产开发商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等，主要受房地产开发情况、存量房改造与翻新情况、城镇化建设等因素影响。因此，公司所处建筑五金行业的市场空间、发展概况与我国房地产开发、存量房改造与翻新的市场空间和城镇化建设的发展概况息息相关。此外，公司应收款项的回收情况也与房地产调控政策、房地产企业融资环境、各房地产企业资金实力等息息相关。

近年来，房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况对包括公司在内的建筑五金企业的影响主要体现在对建筑五金产品的市场需求和回款周期等方面，进而影响建筑五金产品的销售价格和回款速度。受房地产行业的不利影响，报告期内，公司主要产品的销售价格呈下降趋势，公司应收款项金额增长。

最近三年末，公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，占公司总资产的比例分别为 26.13%、34.38%和 36.99%，所占比例较高。因此，应收款项能否回收对公司的持续稳健经营具有重要意义，应收账款坏账计提是否充分对公司财务状况具有重大影响。尤其是公司客户中的房地产客户受我国政府出台的“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策影响，房地产企业融资环境恶化，加之房地产行业下行和宏观经济增速下行，公司房地产客户资金压力变大，部分房地产客户甚至出现经营困难、债券违约的情形，其应收款项的回收情况、坏账准备计提情况对公司的持续稳健经营、财务状况变化具有较大影响。

最近三年，公司营业收入分别为 673,703.05 万元、880,682.54 万元和 764,827.03 万元，营业收入中直接来源于房地产公司的占比分别为 6.25%、7.51%和 8.12%；公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，应收账款中直接来源于房地产公司的占比分别为 13.41%、16.62%和 16.99%。公司对房地产客户计提的坏账准备分别为 1,922.94 万元、4,700.13 万元和 9,027.74 万元，坏账准备计提比例分别为 7.43%、7.71%和 12.47%。截至 2023 年 6 月末，公司 2022 年末房地产客户应收账款期后回款比例为 49.42%，其中，现金期后回款比例为 43.66%，以房抵债回款比例为 2.90%，正在签署以房抵债协议占 2022 年末应收账款的比例为 2.86%。

在我国房地产企业资金压力增大、资金紧张的行业背景下，公司客户中的房地产客户的收入和应收账款余额占比较小，使得公司一定程度上隔离了房地产客户的信用风险事件，但是最近三年房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况依然传导给公司，对公司生产经营带来了不利变化。

相比于部分上市公司，因公司房地产客户应收账款占比较低，公司房地产客户坏账准备计提比例相对较低、按单项计提坏账准备的应收账款占比也相对

较低。2022年末，对于应收账款余额超过1,000万元的主要房地产客户（包括恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团、新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国），公司结合自身建立的客户风险评估体系，参考企业信用分类、三条红线情况、资产负债率、企业运营情况、期后回款情况、以房抵债情况、配合意愿、诉讼情况、暴雷情况以及管理层评价等，将客户分为不同等级。根据对客户确定的不同风险等级，计算对应客户风险系数，并参考其他上市公司对同类客户计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法和计提比例。其中，公司对恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团分别按照100%、80%、30%和30%单项计提坏账准备，对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国按照账龄组合计提坏账准备，与部分上市公司按照单项计提坏账准备的方式有所差异。对于应收账款余额低于1,000万元的非主要房地产客户，公司主要按照账龄组合方法对其计提坏账准备。如果未来房地产客户财务状况、回款能力未来持续恶化，公司将对相应债务人的风险评级进行下调，从而提高公司的信用减值损失，进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。以2022年为例，假设主要房地产客户下调一个风险评级（即阳光城和绿地集团按照80%单项计提坏账准备；新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国按照30%单项计提坏账准备），公司2022年坏账准备计提增加额为3,159.44万元，并减少公司2022年净利润2,685.53万元。同时，若公司客户风险评估情况和客户最终应收账款实际回款情况出现偏差或不达预期等情形，或公司与主要房地产客户以房抵债未来执行发生不利变化，或抵债房产出现无法交割、去化、抵债房产价格出现下降等情况，也会提高公司应收账款回收风险或将提高公司的信用减值损失，进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。

为降低应收账款回款风险，“以房抵债”已成为公司房地产客户应收账款期后回款的重要补充部分。公司针对“以房抵债”建立了相应的管理制度，获取的房源需要繁华地带、学区配套好的小型住宅，提高抵债房产的流动性；同时，公司将抵房后房产价值的变动直接与对应区域的销售人员薪酬相挂钩，促进抵债房产的变现能力，以保证应收账款期后回款的有效性。但是，不同于现金回款，抵债房产会受当地房产情况、地产销售景气度等因素影响，公司对抵债房产的去化需要一定时间，抵债房产可能出现无法交割或去化的现象，会导致公

司无法收回款项；此外，在公司处置相关房产的过程中，抵债房产价格出现下降，也会导致公司无法足额收回款项，进而提高公司应收账款回收风险。此外，正在签署以房抵债协议是公司已与房地产客户商谈并达成以房抵债的共识且抵债房源已基本确定但尚未签署具体以房抵债协议等情形。虽然该情况体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，降低了应收账款的信用风险。但是，因房地产企业普遍存在内部审批流程复杂且用时较长等情况，公司最终签署以房抵债协议的具体时间存在一定不确定性，或出现房地产客户私自将用于抵债给公司的房产出售或抵债给第三方等违约情形，或最终签署以房抵债协议的协议内容有所调整等，进而影响房地产客户应收账款的最终回收时间和回收情况。

此外，未来如果宏观经济形势、房地产行业融资政策等因素发生不利变化，公司其他下游客户经营状况、融资状况发生重大困难，也会直接对公司经营活动产生的现金流量净额带来不利影响。公司可能面临应收账款无法收回而发生坏账的风险，或应收账款回收周期延长而发生流动性风险，进而对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

（三）原材料价格波动的风险

公司生产经营所需的主要材料为不锈钢、铝合金、锌合金和零配件，公司采购的零配件材料也主要由不锈钢、铝合金和锌合金构成。报告期内，材料成本占公司主营业务成本比例约为 80%，占比较高，原材料价格波动，将会给公司生产经营及盈利水平带来影响。

在其他因素不发生变化的情况下，以 2022 年数据为基准，原材料价格变动对公司主营业务毛利率影响的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	以 2022 年数据为基准，原材料价格变动对公司主营业务毛利率影响的敏感性分析						
原材料价格变动比例	20%	10%	5%	0%	-5%	-10%	-20%
主营业务原材料成本	519,219.05	475,950.79	454,316.67	432,682.54	411,048.41	389,414.29	346,146.03
主营业务毛利率	18.85%	24.57%	27.43%	30.29%	33.15%	36.01%	41.73%
主营业务毛利率变动	-11.44%	-5.72%	-2.86%	-	2.86%	5.72%	11.44%

根据上表可见，在其他条件不变的情况下，原材料平均价格每上涨 5%，公司主营业务毛利率下降 2.86 个百分点。如果未来原材料价格大幅上涨而公司不能将原材料价格上涨的影响及时、有效地通过提高产品销售价格等方式向下游客户传导，公司的经营业绩将受到重大不利影响。

（四）市场竞争加剧的风险

我国建筑五金行业呈现分散化、多层次的市场竞争格局。行业内企业的规模普遍较小，行业集中度低。随着行业的发展，市场竞争已经由最初的价格竞争转变为品牌、渠道、管理、技术、规模等多方面的综合竞争，市场竞争不断加剧。

如果公司未来不能持续提升生产管理能力和销售能力、研发与设计能力、信息化能力及产品质量等以应对市场竞争，巩固并不断提高现有市场地位，公司可能面临市场份额下降的风险，进而对未来持续发展造成不利影响。

（五）产品质量风险

公司是国内最大的建筑五金制造商及销售商之一，产品被广泛应用于住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂/产业园建筑等公共建筑，行业主管部门、下游客户对相关产品的稳定性、可靠性、节能环保等要求较高。

公司产品的强度、刚度、防火、耐久、环保等性能指标对房屋建筑的安全性、稳定性、舒适性、美观性和节能环保均有着重要影响。如果公司未来产品出现质量不合格或者质量缺陷的情况，将会影响建筑工程的质量，导致出现客户批量退货或索赔的情况，给公司带来经济损失并影响公司声誉，进而对公司的生产经营造成不利影响。

（六）市场开拓风险

凭借突出的设计研发能力和市场开拓能力，公司在建筑五金行业已具有较高的知名度与影响力。为适应国内外城镇化全面发展的趋势，公司在拓展一二线城市的同时，积极推动渠道下沉，开拓区、县级城市；同时，凭借较高的品牌知名度和强大的营销网络建设能力，公司不断开拓新的产品系列，培育新的利润增长

点。若公司未来销售渠道拓展或者新产品推广不及预期，将可能对公司未来盈利能力的稳定性和持续性产生较大不利影响。

（七）品牌风险

经过多年的专注发展，公司的“坚朗”品牌已在建筑五金行业已具有较高的知名度和美誉度。品牌优势对于公司保持行业地位和市场份额、开拓新客户具有重要作用。但若公司未来在经营过程中出现因产品和服务质量、售后服务等问题引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象；同时，建筑五金行业生产企业众多，公司销售市场分布区域广泛、市场监管难度较大，公司产品存在被模仿及仿冒的风险。若这些事件发生，都将影响公司的品牌形象及美誉度，从而对公司的经营带来不利影响。

（八）管理风险

随着公司销售渠道的下沉和本次募投项目的实施，公司的资产、人员和业务规模都将进一步扩大，公司经营管理的复杂度也在不断上升，这对公司研发、采购、生产和销售等部门在管理模式和管理能力等方面也提出了更高的要求。如果公司不能及时提高自身组织管理能力，健全管理体系和制度以适应公司快速发展，公司业务的正常推进可能遇到阻碍或错失发展机遇，从而影响公司的长远发展。

（九）实际控制人控制风险

截至本募集说明书签署日，白宝鲲先生直接持有公司 37.41% 的股份，系公司的控股股东、实际控制人。公司已建立了较完善的法人治理结构，并在《公司章程》等法律文件中对大股东利用其控股地位损害公司及其他股东的利益进行了约束与限制。但是，如果实际控制人利用其控股地位，通过行使表决权对公司的经营决策、人事安排等重大事项实施影响，也可能形成有利于大股东利益的决策和行为，降低公司决策的科学性和合理性，进而可能影响中小股东的利益。

三、财务风险

（一）存货库存管理及减值风险

截至 2023 年 3 月 31 日，公司存货账面价值为 131,454.45 万元，金额较大。随着公司未来经营规模的持续扩大，如果宏观经济形势、房地产政策等因素发生不利变化，或公司对行业发展趋势判断失误，可能导致公司存货周转速度下降，公司资产运营效率降低，进而导致大额存货减值风险并对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

（二）税收优惠政策发生变化的风险

公司于 2021 年 12 月取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，有效期为三年，证书编号为 GR202144000501，公司在此期间将按 15% 的高新技术企业优惠税率缴纳企业所得税。如果公司未来不能通过高新技术企业复审或上述税收优惠政策发生变化，将对公司未来的经营业绩产生较大的不利影响。

四、本次发行相关风险

（一）即期回报摊薄的风险

本次发行后公司净资产和总股本规模将有一定增长。由于募集资金投资项目建设周期较长，募集资金使用产生效益需要一定时间，在项目建设期及投产初期，募集资金投资项目对公司业绩增长贡献较小，募集资金投资项目预期利润难以在短期内释放出来，股本规模及净资产规模的扩大有可能导致公司净资产收益率及每股收益下降，公司存在净资产收益率及每股收益下降的风险。

（二）审批风险

本次向特定对象发行股票方案已经公司第四届董事会第六次会议、**第四届董事会第九次会议**以及 2023 年第一次临时股东大会审议通过。根据《证券法》《公司法》《注册管理办法》等相关法律、法规和规范性文件的规定，本次发行尚需取得深圳证券交易所的审核通过以及中国证监会的注册批复。能否获得审核通过及注册批复，以及最终取得相关核准或批复的时间都存在不确定性。

（三）发行风险

截至本募集说明书签署日，除白宝鲲先生以外，公司本次发行的其他发行对象尚未确定。本次发行能否成功仍受到宏观经济环境、证券市场波动、公司股票价格走势、发行对象自身情况等多种因素的影响，从而存在发行募集资金不足甚至发行失败的风险。

第八节 本次发行的相关声明


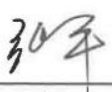

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事（签字）：

 白宝鲲	 陈平	 白宝萍	 王晓丽
 殷建忠	 闫桂林	 赵键	 王立军
 高刚	 赵正挺	 许怀斌	

全体监事（签字）：

 马龙	 张平	 詹美连
---	---	---

其他高级管理人员（签字）：

 张德凯	 黄庭来	 陈志明	 邹志敏
--	--	---	--

广东坚朗五金制品股份有限公司

2023年 8 月 2 日



第八节 本次发行的相关声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事（签字）：

白宝鲲	陈平	白宝萍	王晓丽
			
殷建忠	闫桂林	赵键	王立军
高刚	赵正挺	许怀斌	

全体监事（签字）：

马龙	张平	詹美连
----	----	-----

其他高级管理人员（签字）：

张德凯	黄庭来	陈志明	邹志敏
-----	-----	-----	-----

广东坚朗五金制品股份有限公司



2023年8月2日

第八节 本次发行的相关声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事（签字）：

_____ 白宝鲲	_____ 陈平	_____ 白宝萍	_____ 王晓丽
_____ 殷建忠	_____ 闫桂林	 _____ 赵键	_____ 王立军
_____ 高刚	_____ 赵正挺	_____ 许怀斌	

全体监事（签字）：

_____ 马龙	_____ 张平	_____ 詹美连
-------------	-------------	--------------

其他高级管理人员（签字）：

_____ 张德凯	_____ 黄庭来	_____ 陈志明	_____ 邹志敏
--------------	--------------	--------------	--------------

广东坚朗五金制品股份有限公司

2023年8月2日



二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人: 

白宝鲲


广东坚朗五金制品股份有限公司
2023年8月2日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：



刘东方

保荐代表人：



张 燚



汤 玮

法定代表人：



霍 达



2023年 8 月 2 日

发行人律师声明

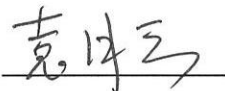
本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：




张利国

经办律师：



袁月云



赵耀



付雄师





大华会计师事务所

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层 [100039]
电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006
www.dahua-cpa.com

审计机构声明

大华特字[2023]003552 号

本所及签字注册会计师已阅读《广东坚朗五金制品股份有限公司向特定对象发行 A 股股票募集说明书》（以下简称募集说明书）确认募集说明书内容与本所出具的审计报告（大华审字[2021]005365 号、大华审字[2022]0010910 号、大华审字[2023]002884 号）、内部控制审计报告（大华内字[2023]000248 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表（大华核字[2023]0012122 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对广东坚朗五金制品股份有限公司在募集说明书中引用的上述审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认募集说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁春

签字注册会计师：



王海第





叶庚波



大华会计师事务所（特殊普通合伙）



二〇二三年八月二日

六、发行人董事会声明

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等法律、法规、规范性文件的要求，为维护中小投资者利益，公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了分析，并制定了具体的填补回报措施，并且相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺。具体如下：

（一）公司应对本次发行摊薄即期回报的具体措施

公司将通过加强募集资金管理、提升公司盈利能力和水平、严格执行分红政策等措施，以提高投资者回报。具体如下：

1、加强募集资金管理

本次发行募集资金到位后，公司将加强募集资金安全管理，对募集资金进行专项存储，保证募集资金合理、规范、有效地使用，防范募集资金使用风险，从根本上保障投资者特别是中小投资者利益。

2、提高公司盈利能力和水平

（1）公司将继续加大对公司主营业务的投入，在深耕、巩固建筑门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类的同时，加大卫浴、照明、锁具等产品的投入，并扩展、丰富产品品类，以提升公司的销售规模和盈利能力；

（2）实行成本管理，加大成本控制力度。公司积极推行成本管理，严控成本费用，提升公司利润率水平。即：根据公司整体经营目标，按各部门职能分担成本优化任务，明确成本管理的地位和作用，加大成本控制力度，提升公司盈利水平。

3、完善公司治理，加大人才引进，保障公司持续发展

公司将严格遵循《公司法》《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，

不断完善公司治理结构,确保股东能够充分行使权利,确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权,做出科学、迅速和谨慎的决策。确保独立董事能够认真履行职责,维护公司整体利益,尤其是中小股东的合法权益。确保公司监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权,为公司发展提供制度保障。同时,公司将不断加大人才引进力度,完善激励机制,吸引和培养一大批优秀人才,进一步加强内部管理流程制度建设,为公司的发展壮大提供强有力的人才和制度保障。

4、改善财务指标,为未来持续发展奠定基础

本次发行完成后,公司将合理运用募集资金。随着募集资金的有效使用,公司的净资产将增加,资产负债率下降,提升净利润水平。同时,公司的抗风险能力、长远发展能力和综合实力增强。

公司提请投资者注意,制定上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

(二) 公司董事、高级管理人员和控股股东及实际控制人的承诺

1、全体董事、高级管理人员的承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责,维护公司和全体股东的合法权益,并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺:

“1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;

2、对本人的职务消费行为进行约束;

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动;

4、由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;

5、拟公布的公司股权激励(如有)的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;

6、自本承诺出具日后至本次向特定对象发行股票实施完毕前,若中国证监

会、深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构的最新规定出具补充承诺；

7、切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

2、控股股东及实际控制人的承诺

公司的控股股东、实际控制人白宝鲲就公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1、本人在作为公司控股股东/实际控制人期间，不得越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、自本承诺出具日后至本次向特定对象发行股票实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构的最新规定出具补充承诺；

3、切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的有关填补回报措施的承诺，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

广东坚朗五金制品股份有限公司董事会



2023年8月2日