

悍高集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议
	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会
	<input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动
	<input checked="" type="checkbox"/> 现场参观
	<input checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <u>走进上市公司活动</u>
参与单位名 称及人员	华泰证券、广发基金、全景网、平安证券以及参加走进上市公司活动的 20 余位个人投资者，详细名单见附件
时间	2026 年 1 月 15 日-1 月 16 日
地点	公司星际总部
接待人员 姓名	副总经理、董事会秘书 夏祺 证券事务代表 刘平 高级投资者关系经理 张峻宜
交流内容及 具体问答记 录	<p>主要交流内容：</p> <p>问：请简要介绍公司的发展历程及核心业务架构？</p> <p>答：公司成立于 2004 年，深耕家居五金行业二十余年，历经初创代工、自主品牌培育、智能化升级及资本化上市等发展阶段。核心业务涵盖收纳五金、基础五金、厨卫五金三大品类，同时战略布局高端户外家具赛道，致力于为全球客户提供一站式全屋高端五金解决方案。</p>

目前，公司已建成星际总部、六角大楼超级工厂两大智能化生产基地，独角兽基地（在建）项目有序推进。此外，公司产品远销全球 110 余个国家和地区，构建起经销、直销、电商、云商“四位一体”的立体化销售网络，渠道竞争力持续强化。

问：当前家居五金行业的主要发展趋势是什么？

答：当前家居五金行业主要呈现四大发展趋势：一是存量房二次装修需求持续释放，家居五金作为高频易损耗配件迎来集中替换周期，带动行业市场规模稳步增长；二是消费升级驱动下，消费者对产品品牌力、设计感、品质稳定性及智能化功能的需求显著提升，中高端市场逐步向头部企业聚集；三是整装大家居发展趋势下，具备全品类产品矩阵及系统解决方案能力的五金产品供应商更能构筑竞争壁垒；四是国产替代进程持续加速，本土品牌凭借高性价比优势、本土化快速响应服务能力持续抢占外资品牌市场份额。

问：公司业绩保持高增长的核心逻辑是什么？

答：公司业绩增长核心源于差异化竞争策略：

一是品牌差异化，公司品牌定位高端原创，始终坚持自主品牌发展战略，摆脱行业对传统代工模式的路径依赖。截至 2025 年 6 月 30 日，公司累计拥有 1193 项境内外专利，多次斩获国际设计大奖，成功塑造了“高品质+原创设计”的高端品牌形象。

二是产品差异化，公司以用户需求为核心构建了多品类、多场景的产品矩阵，通过持续推动产品迭代升级，聚焦智能化、场景化创新方向，通过快速产品迭代构筑技术壁垒，有效应对同质化竞争。

三是生产差异化，公司通过搭建全链条自动化生产体系，实现规模化生产与精益化管理的有机结合，在严控产品品质的情况下有效控制成本，核心生产基地产能利用率与合格率均位于行业领先地位。

四是渠道差异化，公司已建成覆盖 191 个地级市的立体化销售网络，融合多渠道模式，实现线上线下深度协同，客户结构呈分散化特征，不存在单一大客户依赖风险，同时推进海外市场拓展，持续提升抗风险能力与全渠道的市场渗透力。

问：公司产品未来是否考虑与人工智能结合？

答：公司始终秉持消费者需求导向，紧跟智能家居行业发展趋势，持续推进产品智能化创新升级。目前已成功推出电动升降拉篮、智能水槽、智能照明等系列智能产品，精准匹配了用户居家场景下的智能化需求。未来公司将持续深化智能化产品研发投入，积极探索与头部智能家居企业的战略合作，持续完善全屋智能一体化解决方案，满足消费者日益增长的智能化需求。

问：公司品牌推广的主要思路和平台是什么？

答：公司品牌推广主要围绕三个方面展开：一是行业端推广，公司通

	<p>过参与广州建博会、广交会、德国科隆展、美国高点家具展等国内外知名行业展会，集中展示产品创新成果与品牌实力，持续巩固并提升在行业内的影响力与话语权；二是市场端推广，公司每年组织 80 余场新品发布会，向经销商与合作客户精准传递产品核心价值与市场布局策略，实现对渠道伙伴的深度赋能；三是消费者端推广，近年来公司重点布局 C 端市场，在主流新媒体平台搭建多元化品牌传播矩阵，目前在五金品类的搜索量、粉丝积累量稳居行业领先梯队，终端品牌势能持续提升。</p> <p>后续，公司将持续加大 C 端推广资源投入，同步提升海外市场品牌曝光度，通过“线上内容传播引流+线下实体店场景体验”相融合的模式，进一步拓宽消费者触达路径，持续强化品牌在终端市场的认知度与美誉度。</p> <p>问：公司未来是否有员工持股计划安排？</p> <p>答：公司将持续聚焦主营业务发展，未来将结合战略发展规划与业务拓展需要，依托多元化激励工具实现核心员工激励。公司将持续强化核心团队建设，健全人才培养机制，提升优秀人才的吸引力与凝聚力，从而保障经营管理团队的稳定和发展。相关事项进展将严格按照监管要求及时履行信息披露义务。</p> <p>问：公司在投资者回报方面有哪些安排？</p>
--	---

	答：公司高度重视投资者回报，已制定明确的股东分红回报规划，详情请关注公司公告《悍高集团股份有限公司未来三年（2025-2027年）股东分红回报规划》。
关于本次活 动是否涉及 应披露重大 信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息。
日期	2026年1月16日

2026年1月15日平安证券及全景网“上市公司价值发现之旅·佛山站”活动参会者名单：

姓名	机构名称
郜艳梅	全景网
周斌	平安证券
钟美斯	平安证券
曾乐珠	平安证券
石慧芳	平安证券
林孝威	平安证券
李成	平安证券
骆添珍	平安证券
刘梦云	平安证券
王秀琼	平安证券
黄好辉	平安证券
朱耿槟	平安证券
周芬	平安证券
曹静	平安证券
王炎生	个人投资者
吉天凤	个人投资者
吴俏丛	个人投资者
庄惠	个人投资者
王超	个人投资者
邱绍雄	个人投资者
邱育华	个人投资者
杨克峰	个人投资者
关玉婷	个人投资者
梁宇深	个人投资者
钟德	个人投资者
陈晋	个人投资者
朱华	个人投资者
钟海滨	个人投资者

周娜	个人投资者
钟予辰	个人投资者
余墉胜	个人投资者
张吉海	个人投资者
徐学东	个人投资者
张勇	个人投资者
盛晓玫	个人投资者
王晓明	个人投资者
刘园芳	个人投资者
张勇	个人投资者
李宛融	个人投资者

2026年1月16日现场调研参会者名单：

姓名	机构名称
曾刚	广发基金
姚秋	广发基金
王予柯	广发基金
张雪	广发基金
朱琪	广发基金
李骁	广发基金
李晓博	广发基金
甄茂生	广发基金
吴晓刚	广发基金
方晏荷	华泰证券
符优	华泰证券