

悍高集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号 : 2026-002

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>投资者走进上市公司活动</u>
参与单位名 称及人员	中金公司、财通资管、大成基金、东方财富证券、固禾资产、国金证券、国寿安保、海融鑫投、灏达投资、和谐汇一、华金证券、华能信托、华泰资管、雷天海泰、麻王投资、诺德基金、平安地产、平安证券、平安资管、葡萄牙商业银行、前海联合、仁桥资管、杉树资产、天风证券、彤心雕珑、外贸信托、兴业证券、兴证全球基金、阳光资产、永赢基金、源峰基金、长江证券、长信基金、招商证券、中汇人寿、中金资本、中科沃土、红筹投资、高毅资产、天风证券 40 家机构共 59 人；以及参加 1 月 21 日“投资者走进上市公司活动”的个人投资者 38 位。（排名不分先后）
时间	2026 年 1 月 17 日 -2 月 9 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 证券事务助理 贺薇

交流内容及 具体问答记 录	<p>主要交流内容：</p> <p>一、业务与产品相关</p> <p>问：公司核心产品体系包含哪些？各业务板块定位与发展情况如何？</p> <p>答：公司核心产品体系涵盖基础五金、收纳五金、厨卫五金、户外家具等板块，各板块协同发力，为公司业务高质量发展筑牢坚实基础。其中，基础五金业务作为公司核心增长引擎，凭借高端性价比与稳定可靠的产品品质保持较强市场竞争力，核心爆款产品在细分品类中优势显著，市场份额实现稳步提升；收纳五金作为公司传统优势业务，行业领先地位持续稳固，产品市场渗透率与终端品牌认知度不断提高；厨卫五金业务兼顾产品原创设计、高端品质与消费体验，市场认可度及市场占有率逐步攀升；户外家具深耕高端市场，主要面向海外消费者，与国内业务形成有效互补。</p> <p>问：公司产品设计理念是什么？如何保持产品竞争力？</p> <p>答：公司秉持“美学与实用功能深度融合”的产品设计理念，创始人的工业设计背景与高端审美追求贯穿产品研发全过程，推动产品从“满足基础功能”向“兼具美学价值与优质体验”升级。</p> <p>为持续巩固产品核心竞争力，公司落地两大核心举措：一是坚持产品迭代创新，公司每年持续推进新品研发与现有产品优化升级，以确保产品在设计理念与功能体验上始终处于行业领先地位；二是聚焦爆款产品打造，公司集中优质资源培育核心产品，依托自主设计的自动化</p>
---------------------	--

产线实现规模化生产，在严格保障品质的同时有效控制生产成本，最终构筑起“高端性价比+高品质”的差异化竞争优势。

问：公司是否考虑融入中式美学等特色设计元素？

答：五金产品作为家居空间的重要构成，需精准适配多元风格的家居场景。公司高度重视产品设计与多元文化美学的协同融合，持续携手专业设计师团队，深度探索现代简约、北欧轻奢、中式等多种美学风格在全球家居语境下的现代表达与创新融合，并结合全屋家居五金产品功能与使用场景进行系统性规划，既保留自身材质与产品属性，又满足不同场景下消费者对美学的需求，实现产品与家居风格的适配统一。

问：公司智能化产品布局与发展规划如何？

答：智能化是公司未来发展的重要战略布局方向。目前，公司已陆续推出智能升降拉篮、智能水槽（搭载智能清洗、解冻功能）等多款智能产品，兼具优质使用体验与实用功能属性。未来，公司将持续深化智能化布局，一方面积极探索与智能家居企业的生态合作；另一方面不断优化成本结构，让消费者以亲民价格享受高品质智能化产品，促进智能化业务不断发展。

二、生产与供应链相关

	<p>问：公司生产自动化水平如何？</p> <p>答：公司高度重视智能制造，以“自动化+数字化+精益化”深度融合驱动制造体系升级，在业内率先实现了铰链开料冲压、组装、检测到包装的全链条自动化生产。公司通过与设备供应商共同定制开发全自动制造设备，并打通ERP、MES、WMS、QMS等系统实现全流程数字化管控，从根源上转变五金行业传统手工作业模式。此举不仅显著降低了生产端人工成本，更大幅提升了产品品质的一致性与稳定性。</p> <p>问：公司如何应对原材料价格波动风险？</p> <p>答：当前公司原材料价格波动相对平缓，公司已构建全方位的原材料价格风险管控机制：一是公司已与核心供应商建立保价机制，依托规模化采购优势稳定采购成本；二是持续通过规模化生产、工艺流程优化等方式，实现产品生产成本持续降低；三是稳步推进核心零部件自研自产，进一步提升成本可控性与供应链稳定性。</p>
	<h3>三、销售渠道与经销商相关</h3> <p>问：公司经销商体系管理与赋能政策有哪些？</p> <p>答：公司对经销商体系实行精细化运营管理，在渠道赋能层面，为经销商提供全流程支持，覆盖门店选址、装修设计、产品上样、市场推广等环节，部分区域还会根据当地市场实际情况派驻专业团队驻场帮</p>

	<p>扶，助力经销商拓展客户资源、开展市场活动；同时，公司建立经销商体系动态优化调整机制，持续完善区域市场布局，促进良性竞争。此外，公司通过开展统一培训、共享资源等方式，全方位赋能经销商提升面向 C 端市场的服务能力，共同提升渠道效率与市场竞争力。</p> <p>问：公司将如何提升市场份额？</p> <p>答：目前家居五金行业市场竞争格局较为分散，公司市占率较低。未来公司计划从四大维度提升市场份额：一是产品维度，公司将深化爆品战略布局，持续强化细分品类竞争优势；二是渠道维度，公司将不断优化经销商体系运营效率，推动单商销售额与区域市场渗透率稳步提升，同时深化下沉市场布局；三是业务维度，公司将积极推进卫浴业务拓展，加大海外市场开拓力度，持续扩大公司业务覆盖范围；四是产能维度，公司持续推进产品研发，稳步推进产能扩张建设，为市场份额提升提供坚实的产品与产能保障基础，进一步巩固公司在行业内的领先地位。</p>
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 2 月 9 日