

证券代码：001221

证券简称：悍高集团



悍高集团股份有限公司

关于向不特定对象发行可转换公司债券

募集资金使用可行性分析报告

二〇二六年二月

为增加竞争优势，实现战略布局，增强盈利能力及提升核心竞争力，悍高集团股份有限公司（以下简称“公司”、“悍高集团”）拟向不特定对象发行可转换公司债券募集资金。公司董事会对本次发行募集资金运用的可行性分析如下：

一、本次募集资金运用计划

本次向不特定对象发行可转换公司债券拟募集资金总额不超过人民币120,000.00万元（含本数），募集资金投资项目具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟以募集资金投入额
1	悍高独角兽五金智造基地	108,486.89	105,500.00
2	研发及品质中心升级	8,367.91	5,300.00
3	营销及品牌推广	12,264.28	9,200.00
合计		129,119.08	120,000.00

在本次募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金方式先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。在不改变本次募集资金投资项目的前提下，公司董事会可根据项目实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

若本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）少于拟投入本次募集资金总额，公司董事会将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将以自筹资金方式解决。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）项目基本情况

1、悍高独角兽五金智造基地项目

（1）项目基本情况

本项目总投资为108,486.89万元，计划建设期为42个月，本项目将新建生产厂房，进行基础五金智能制造基地及相关配套设施的建设。

（2）项目投资概算

本项目总投资 108,486.89 万元，其中拟使用募集资金投入共计 105,500.00 万元。具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	总投资额	拟用募集资金金额
1	土建工程	56,940.49	54,700.00
2	软硬件购置	36,111.57	36,100.00
3	铺底流动资金	15,434.83	14,700.00
合计		108,486.89	105,500.00

（3）项目实施地点及实施主体

本项目实施地点为广东省佛山市顺德区杏坛镇，实施主体为公司全资子公司广东悍高精密科技有限公司和广东悍高家居科技有限公司。

（4）项目实施进度

本项目建设期为 42 个月。

（5）项目所涉及的报批事项进展情况

公司将根据法律法规要求履行项目相关的备案及环评等程序。

（6）项目经济效益评价

经过可行性论证，该项目具有良好的经济效益。项目达产后，能够为公司带来持续的现金流入。

2、研发及品质中心升级项目

（1）项目基本情况

本项目总投资为 8,367.91 万元，计划建设期为 36 个月，本项目将建设先进的研发检测实验室，购置先进的研发和检测软硬件设备，并引进高层次的研发技术人才。

（2）项目投资概算

本项目总投资 8,367.91 万元，其中拟使用募集资金投入共计 5,300.00 万元。具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	总投资额	拟用募集资金金额
1	装修改造	231.53	200.00
2	软硬件购置	2,444.88	2,400.00
3	研发费用	5,691.50	2,700.00
合计		8,367.91	5,300.00

（3）项目实施地点及实施主体

本项目实施地点为广东省佛山市顺德区杏坛镇，实施主体为悍高集团和全资子公司广东悍高精密科技有限公司、广东悍高家居科技有限公司。

（4）项目实施进度

本项目建设期为 36 个月。

（5）项目所涉及的报批事项进展情况

公司将根据法律法规要求履行项目相关的备案及环评等程序。

（6）项目经济效益评价

本项目不直接产生经济效益，本项目的实施有利于提升公司研发设计及品质检测能力，增强产品的市场竞争力，加速公司研发成果转化，增强公司长期盈利能力。

3、营销及品牌推广项目

（1）项目基本情况

本项目总投资为 12,264.28 万元，计划实施周期为 36 个月，本项目将通过线上推广、线下直营门店建设等多种方式扩大营销推广力度，并持续提升品牌影响力。

（2）项目投资概算

本项目总投资 12,264.28 万元，其中拟使用募集资金投入共计 9,200.00 万元。具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	总投资额	拟用募集资金金额
1	装修改造	1,241.99	1,200.00
2	软硬件购置	175.32	100.00
3	营销及品牌推广费用	8,591.50	6,900.00
4	人员费用及其他	2,255.47	1,000.00
合计		12,264.28	9,200.00

（3）项目实施地点及实施主体

本项目实施地点为广东省佛山市顺德区杏坛镇，实施主体为悍高集团股份有限公司。

（4）项目实施进度

本项目实施周期为 36 个月。

（5）项目所涉及的报批事项进展情况

公司将根据法律法规要求履行项目相关的备案及环评等程序。

（6）项目经济效益评价

本项目不直接产生经济效益，本项目的实施有利于公司提升整体营销推广能力，提高公司品牌知名度、美誉度和市场影响力。

（二）项目建设的必要性

1、突破产能瓶颈，优化产品结构，满足业务增长需求

五金配件决定家具产品的结构稳定性、功能丰富性、使用耐久性及外观精致度，是衡量家具品质与附加值的关键指标。根据中国五金制品协会数据显示，2025 年中国家具五金行业的市场规模预计为 2,691.10 亿元，行业具有较大发展潜力，同时行业集中度极为分散，市场份额提升潜力巨大。近年来公司业务持续快速增长，其中基础五金产品的收入增长速度尤为明显，从 2022 年度的 44,606.02 万元增长至 2024 年度的 122,379.80 万元，复合增长率达 65.64%，公司基础五金现有的产能亦趋于饱和，难以支撑业务规模的继续扩张。

另一方面，越来越多的消费者开始注重生活品质及美学设计的提升，对基础五金产品的要求从单一的实用性、功能性要求转向舒适化、便捷化和美观度，高

端基础五金的市场需求持续释放。

通过本次募投项目的实施，公司将新建生产基地，增加产品生产线，大幅提升原有基础五金核心品类的产能，并逐步实现三段力铰链、隐藏导轨等高附加值基础五金产品的自主生产，通过规模效应降低成本。借此，公司将覆盖从基础功能到高端体验的全产品矩阵，凭借在品牌、研发设计和本地化营销渠道等方面的优势，向高端市场突破，进一步扩大市场份额，巩固行业领先地位。

2、打造专业研发及品质中心，破解市场需求迭代和升级痛点

家居五金是家居消费的中间产品，兼具功能属性和消费属性，其品质直接决定下游产品的档次和质量，而消费者认知提升，促使产品向品质化、高端化、定制化、智能化方向发展，例如，铰链从基础开合功能升级到缓冲、悬停、隐藏设计等，导轨从基础承重功能升级到无感顺滑、静音缓冲、反弹免拉等。消费者需求的迭代和升级，促使各企业不断加大创新投入，深入考量产品的外观设计、内部结构、材料选用及制造工艺等关键要素，从而推出更具差异化和竞争力，更贴合市场需求的特色产品。

通过本次募投项目的实施，公司将建设专业的研发检测实验室，购置先进的研发软硬件设备，扩充研发团队，为各品类提供基础研究、材料测试、品质检测等支持，加速新品类孵化和现有产品迭代，为公司持续产出原创设计、打造爆款产品、维持设计领先地位奠定基础。

3、持续强化品牌影响力，增强市场竞争力

以往家居消费者首先观察家具板材花色与柜体样式，而家居五金本身多嵌于家具内部，不易发觉，作为配件被捆绑销售，品牌效应低。如今社交媒体的普及和装修种草内容的兴起，增加了家居五金在 C 端的曝光度，消费者亦开始主动比较铰链的缓冲手感、抽屉的顺滑度等。因此，橱衣柜品牌企业、经销商等下游客户为匹配消费偏好、提升产品附加值，会主动选择具有 C 端认知度的产品，具备品牌影响力的企业能够脱颖而出。

通过本次募投项目的实施，公司将通过线上线下相结合的方式，开展营销推广、渠道建设及品牌投入，进一步加强消费者对“悍高”品牌的关注和认知。

（三）项目建设的可行性

1、国家政策支持相关产业发展，为项目提供良好的政策基础

近年来，国家出台了一系列政策鼓励和扶持家居五金行业，以推动相关产业技术进步和行业持续健康发展。2025 年 1 月，国家发改委和财政部联合发布的《关于 2025 年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》提出“加大对个人消费者在开展旧房装修、厨卫等局部改造、居家适老化改造过程中购置所用物品和材料的补贴力度，积极促进智能家居消费等”；2025 年 8 月，工业和信息化部等 3 个部门联合发布的《轻工业稳增长工作方案（2025—2026 年）》提出“落实好现有家电、家装厨卫、电动自行车等消费品以旧换新政策。加强高能效、智能化、嵌入式、套系化家电产品供给，推广全屋定制、局部翻新、适老化改造等焕新模式，带动家电家居消费”；2025 年 8 月，中国人民银行等 3 个部门联合发布的《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》提出“2025 年 9 月 1 日至 2026 年 8 月 31 日期间，家居家装领域贷款贴息，年贴息比例为 1%，且最高不超过合同贷款利率 50%，单笔 5 万以上按 5 万上限贴息。”

因此，相关规划和产业政策大力支持家居五金相关行业的持续发展，本募投项目符合国家的政策导向，相关政策为项目的开展提供了有利的宏观环境和政策基础，创造了良好的发展机遇。

2、家居五金市场迈入替换周期，存量房家装需求逐步增长，为项目产能消化提供良好的市场空间

我国房地产自 2010 年前后进入快速发展阶段，根据铰链、导轨等五金核心配件 8-12 年的自然损耗周期推算，2015 年之前建成的房屋已进入二次装修周期，存量房改造需求加速释放。彼时的家居五金产品与当前逐渐成为主流的高端家居五金产品相比，其承重能力、使用寿命等核心指标存在显著差距。例如，高端的铰链产品可以支持 5 万次以上的开合，而早期的铰链产品可能不足 2 万次即出现变形或脱落；高端导轨产品的承重能力可以达到 50 公斤，并能平稳推拉 5 万次以上，而早期的导轨产品承重能力一般在 35 公斤以下。在性能迭代与消费升级的趋势下，家居五金市场即将迈入替换周期新阶段。

奥维云网的数据显示，国内存量房家装市场需求规模从 2020 年的 883 万户增长至 2025 年的 1,369 万户，年均复合增长率达 9.17%，其中自住老房翻新市场从 2020 年的 582 万户提升至 2025 年的 1,054 万户，年均复合增长率达 12.61%；存量房装修需求逐步增长并成为主要家装需求。

因此，家居五金市场进入替换周期，同时存量房翻新需求稳步增长，预计未来家居五金行业仍将保有良好的市场空间，为本次募投项目的顺利开展提供保障。

3、公司构建了多元立体的渠道网络，具备丰富的营销和品牌推广经验

在新房需求逐步下降，存量房翻新需求成为主要需求的背景下，家居五金行业的客户来源更为分散，家居消费场景更加多元化。公司目前已形成了线下经销为核心、云商模式为下沉、电商模式直达 C 端、直销及出口补充拓展的多维渠道网络，实现全域覆盖、深度下沉和零售属性强化。在家居五金行业分散、中小企业众多的格局下，多元立体的渠道网络成为公司区别于国内外竞争对手的核心优势。

此外，公司已积累二十余年的系统性品牌打造与全渠道运营经验。在线下，公司积极建设总部展厅、参与行业展会、投放户外广告、签约明星代言、设立全屋收纳旧改店和厨卫原创馆、举办新品发布会活动等；在线上，公司持续在主流电商平台及新媒体平台进行广告投放和营销推广，并结合直播带货、短视频等多种新兴方式开展内容营销。

因此，公司通过多元、立体的营销网络能确保募投项目新增产量被迅速推向市场，过往成熟的营销推广模式能保证募投项目营销资源的精准与高效配置。

4、公司拥有成熟的生产管理经验，技术与人才储备充分

公司深耕家居五金行业二十余年，对产品材料特性、结构设计、生产工艺等方面进行了较为深入地研究，并且以自动化、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从开料冲压、组装、检测到包装的全链条自动化生产，拥有完善的品质管理体系和成熟的规模化生产管理经验。

同时，公司通过长期的研发工作积累了丰富的技术经验及研发成果，形成了

一系列具有自主知识产权的核心技术，以内部选拔、外部招聘等方式逐步培养了一支专业的技术与管理人才队伍；并依托专业培训、行业交流合作、研发实践落地等多元形式，系统化培养各类核心人才。

因此，公司可以凭借多年积累的生产管理经验以及技术与人才储备，为本次募投项目的顺利实施提供保障。

三、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策以及公司战略发展的需要，项目投产后将扩大公司的经营规模，有利于公司实现长期可持续发展，并强化公司主业、提高公司核心竞争能力，促进经营业绩的提升，增加公司资产规模和抗风险能力，符合公司及公司全体股东的利益。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，将增强公司的资金实力，保障公司持续稳健发展。公司可转债完成转股后，公司净资产将得到增加，并增强公司多渠道融资的能力。此外，本次募投项目建设需要一定实施周期，短期内部分募投项目经济效益尚未完全释放，可能对公司每股收益、净资产收益率等财务指标产生阶段性影响，但随着募投项目逐步落地达产，公司盈利能力将得到进一步提升，有利于公司长远发展。

四、可行性分析结论

综上所述，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金的用途合理、可行，符合国家产业政策以及公司的战略发展规划方向。本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司业务规模，优化公司资本结构，增强公司竞争力，有利于公司可持续发展，符合全体股东的利益。因此，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金投资项目具有良好的可行性。

悍高集团股份有限公司

董事会

2026年2月10日