

证券代码：001221

证券简称：悍高集团

悍高集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-003

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> 券商策略会 </u>
参与单位名 称及人员	国海证券、东北证券、华泰证券、申万宏源、广发证券、中金公司、国金证券、长江证券、中信证券、国泰海通、长城证券、博时基金、中欧基金、国寿养老、景林资产、复胜资产、嘉实基金、交银施罗德基金、南方基金、中银基金、广发基金、易方达基金、永赢基金、国投瑞银、红杉中国、中信保诚、泰康基金、鹏华基金、平安基金、汇添富基金、天弘基金、信达澳亚、工银瑞信、宏利基金、摩根基金等 169 家机构共 254 人。（排名不分先后）
时间	2026 年 3 月 1 日-3 月 27 日
地点	上海、北京、深圳、公司
接待人员 姓名	副总经理、董事会秘书 夏祺 高级投资者关系经理 张峻宜

<p>交流内容及 具体问答记 录</p>	<p>主要交流内容：</p> <p>一、公司业绩</p> <p>问：公司近年来收入增长的主要驱动力是什么？</p> <p>答：近年来，公司营业收入与净利润均实现高速增长，主要系产品结构优化与渠道协同拓展双轮驱动所致。</p> <p>产品层面：公司基础五金板块收入增速持续领先，收纳五金、厨卫五金亦保持较快增长，三大核心品类共同支撑公司业绩稳健增长。公司通过聚焦核心 SKU，并持续推动智能制造基地群建设，有效实现降本增效，构筑了产品层面在终端市场的综合竞争优势。</p> <p>渠道层面：公司依托自有品牌与全渠道立体网络持续推进市场渗透，不断强化产品力与品牌力相互协同，进而在细分市场建立起领先的规模效应与盈利韧性，各渠道均实现销售规模快速增长。</p> <p>问：2026 年及未来的业绩增长目标如何规划？</p> <p>答：公司多年来坚持稳健增长与高质量发展，2026 年将围绕核心主营业务放量、渠道深耕下沉、新业务与新市场拓展，持续推进产品升级与降本增效。具体业绩情况以公司定期报告披露为准。</p> <p>二、核心业务与产品布局相关</p> <p>问：公司新品研发与迭代有哪些重点方向？</p> <p>答：公司新品研发坚持“爆品聚焦+持续迭代”双轮驱动策略：</p>
------------------------------	---

一方面，公司通过优化 SKU 结构、强化规模化智能制造，持续巩固核心单品的成本与品质优势。另一方面，公司围绕市场消费升级的需求，积极布局三段力铰链、高端隐藏轨等高附加值新品，不断完善产品矩阵，提升市场竞争力。

问：公司如何看待未来基础五金的发展预期？

答：公司认为基础五金业务具备广阔的成长空间，主要基于以下三方面的行业与公司特征：

从行业格局层面：当前细分领域集中度仍相对较低，这为已建立产品与效率优势的公司提供了结构性发展机遇。

从公司能力层面：依托庞大的智能制造生产基地群所构建的成本优势，为公司市场份额的进一步扩大奠定了扎实的产能与运营基础。

从下游需求层面：客户群体相对分散，对公司品牌信誉、综合服务能力的要求日趋提升，将持续驱动行业份额向具备品牌、渠道及服务优势的头部企业集中。

问：公司卫浴产品线作为第二增长曲线，其市场策略、销售进展及战略意义是怎样的？

答：公司将卫浴业务定位为重要的第二增长曲线，致力于通过系统化市场开拓构建长期竞争优势。

在产品层面：公司始终坚持产品原创设计，致力于全面提升消费者的

使用体验，现已完成对浴室柜、智能马桶、花洒、淋浴房、卫浴五金等核心品类的全矩阵布局。并通过共享集团供应链及研发设计资源，公司产品性能与品质对标国际高端品牌的同时，实现了具备市场竞争力的成本控制与终端定价。

在渠道层面：公司采取现有渠道高效复用与 C 端门店深度下沉相结合的策略，一方面依托现有已覆盖超 190 个地级市的立体化经销网络实现协同渗透，另一方面以“厨卫原创馆”门店模式打造标杆体验场景，推动卫浴产品高效触达潜在消费群体，稳步推进“千城万店”的 C 端全域覆盖目标。

在服务层面：公司构建了从产品展示、方案设计到售后服务的全链路服务体系，并通过数字化提效形成差异化竞争，致力于持续打造高端品质与专业服务于一体的高端卫浴品牌形象，强化消费者的认知与信任。

在战略价值层面：公司布局卫浴业务不仅是对品类边界的有效拓展，更是提升终端消费者对“悍高”品牌的整体感知与产品使用体验的有力举措，进而赋能公司核心品类业务，为公司持续增长提供坚实支撑。

三、产能相关

问：公司当前产能利用情况如何？产能规划将如何匹配业务增长？

答：公司当前整体产能利用率持续处于高位，基础五金、收纳五金、厨卫五金等核心品类产能均接近饱和，公司产品市场需求旺盛，现有

产能已难以匹配公司业务快速发展需要。

为支撑未来市场份额持续提升及新品类拓展,公司正通过可转债融资有序推进第三生产基地——“独角兽”五金智造基地建设,项目总投资约 10 亿元,该基地产能将于 2026 年底开始逐步释放,为公司在基础五金、收纳五金、厨卫五金等核心领域进一步扩大市场份额、提升核心竞争力提供坚实产能保障。

四、渠道布局与市场拓展相关

问：公司在 C 端门店布局上有什么规划和进展？

答：公司持续拓展 C 端渠道网络,目前已形成两类差异化门店模式,以适配不同业务属性协同推进。其中,一类是旧改收纳店,主要聚焦社区存量房焕新+全屋收纳+厨卫五金等场景,由经销商主导开设,以加快面向消费者 C 端触达渠道的覆盖;另一类是定位高端体验的厨卫原创馆,现行直营店试点运营情况良好,未来公司将加快直营门店的区域性布局,并进一步加强经销商渠道的覆盖和推广。

问：公司海外业务扩张的具体策略是什么？

答：公司的海外业务正经历从“产品出海”到“品牌出海”的全球化战略升级,其核心策略是通过系统化能力建设,持续提升全球品牌影响力,具体围绕以下方面推进：

一是产品与定位升级：公司海外业务聚焦中高端市场,以“家居五金

+户外家具”为核心产品矩阵，坚持“中国智造、全球设计、本土化服务”三位一体的运营策略，实现产品价值与用户体验的双重提升。

二是市场拓展与品牌建设：公司不断深化覆盖 110+ 国家的全球网络，推动合作模式由传统贸易向品牌共建升级；并通过不断参与全球主流行业展会树立专业品牌形象，持续链接海外大型商超、零售商以及经销商、设计师等合作伙伴资源；同时，公司将复制越南子公司运营经验，在东南亚、中亚等新兴市场加快本地化团队布局，拓展自主渠道，强化品牌渗透。

三是产能与交付保障：公司将以星际总部基地、六角大楼基地、独角兽基地及超时空要塞基地等制造集群为支撑，通过规模化生产与柔性供应链实现全球订单稳定交付与快速响应，为海外业务持续增长筑牢产能基础。

五、再融资相关

问：公司可转债预计发行时间？

答：公司可转债发行工作正按计划推进，相关方案已通过董事会审议，尚需股东会批准及监管部门核准。后续进展公司将严格依规披露，请投资者关注公告。

问：公司可转债募投项目以及近期发布的拍地及投资项目各自战略定位如何？

答：公司可转债募投项目“独角兽五金智造基地项目”旨在解决基础五金等核心品类现有产能瓶颈，匹配高速增长需求，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，进一步扩大市场份额，巩固行业领先地位。

公司近日公告所拍得广东省佛山市顺德高新区二期工业用地，系公司基于主营业务不断增长的背景下，对未来产能规划作出的重要布局，旨在为公司未来的业务拓展、技术升级及产能储备等方面提供充足的空间。后续进展公司将严格依规披露，请投资者关注公告。

六、公司治理与其他问题

问：公司是否有并购或产业链整合计划？

答：公司发展战略清晰，始终专注于家居五金主业相关。在资本运作方面，公司也将严格遵循“聚焦主业、行稳致远”的原则，围绕主营业务及相关产业链，积极关注并寻找能够产生协同效应的优质投资与整合机会，以巩固和扩大公司的核心竞争力。后续进展公司将严格依规披露，请投资者关注公告。

问：公司是否有股权激励计划？

答：公司始终重视人才发展与团队建设，将持续健全人才培养机制，依托多元化激励工具实现核心员工激励。后续进展公司将严格依规披露，请投资者关注公告。

	<p>问：公司未来分红计划如何？</p> <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》。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息。</p>
<p>日期</p>	<p>2026年3月27日</p>