

悍高HIGOLD®

悍高集团

2025年度可持续发展报告

2025 Annual Sustainable Development Report

主板上市企业

股票代码：001221

悍高集团股份有限公司
HIGOLD GROUP CO.,Ltd.

公司官网：www.higold.com

联系电话：400-018-9990

公司地址：广东省佛山市顺德区杏坛顺业东路36号之一

关于本报告

Regarding this report

本报告是悍高集团股份有限公司（以下简称“悍高集团”“集团”）发布的首份可持续发展类的报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，系统展示了悍高集团的可持续发展理念、实践及报告年度主要可持续发展工作进展。集团希望通过发布报告这一方式，加强与内外部利益相关方之间的沟通与交流。

编制依据

本报告依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》（深证上〔2026〕133号）以及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作（2025年修订）》，同时参考了全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国发布的《联合国可持续发展目标》（SDGs）。

报告范围

本报告以年度财务报告合并范围为基础，披露本集团从2025年1月1日起至2025年12月31日在环境、社会和公司治理方面的管理方法、举措及绩效表现，报告内容范畴涵盖悍高集团及控股子公司。为增强报告可比性和前瞻性，部分内容有所延伸。

数据来源

本报告中的财务数据来自2025年年度财务报告，其他信息来自集团正式文件、统计报告及公开资料。报告中所涉及的货币金额，除非另有注明，均以人民币为计量单位。集团董事会对本报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

本报告发布中文版本，并以PDF电子版方式发布。欢迎读者及各利益相关方登录巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn），或深圳证券交易所网站查阅下载本报告。如需进一步查询，或对本报告有任何意见或建议，请通过电子邮箱与集团联系。



悍高品牌代言人
甄子丹





目录 Contents

前言

董事长致辞	001
关于悍高集团	003
可持续发展管理	011

附录

报告后言	115
ESG关键绩效	117
深交所指标索引	124
GRI指标索引	125

可持续治理： 全面筑牢发展根基

完善治理机制	019
强化合规管理	023
恪守商业道德	025

绿色低碳转型： 共建环境友好新格局

筑牢韧性体系	033
应对气候减碳	038
优化资源降耗	044
深化治污攻坚	049
引领绿色生产	054

供应链协同： 构建可持续生态链

可持续采购	061
供应商管理	063
经销商管理	073

创新品质服务： 赋能产业高质量发展

创新驱动发展	077
匠心锻造品质	083
倾心服务客户	091
助推行业发展	094

共建和谐社会： 践行价值共享与社会责任

聚力成就员工	103
践行社会责任	114

前言

INTRODUCTION



董事长致辞

Chairman's Address

2025年，悍高集团正式步入资本市场，这既是对过去二十余年深耕厚植的肯定，也对未来经营提出了更规范、更透明的要求。在此背景下，集团正式发布首份可持续发展报告，旨在以务实的责任践行，为高质量发展夯实根基。

悍高集团始终铭记“为提高人类生活品质而奋斗”的使命，笃行“履行社会责任，提升企业价值，实现可持续发展”的理念。在这一理念引领下，集团紧扣“稳健治理、绿色实践、开放合作、卓越品质、人文关怀”五大核心维度，全面构建可持续发展体系，并借此报告实事求是地向各位利益相关方汇报责任践行的最新成果与未来愿景。

稳健治理，全面筑牢发展根基

集团始终将可持续发展理念深度融入战略与运营，积极构建由决策层、管理层和执行层组成的三级ESG治理架构，切实保障可持续发展目标稳步推进。2025年，集团全面升级内控与风险管理体系，同步健全反贪腐制度体系与监管机制，致力于打造可持续发展的伙伴关系。集团持续提升信息披露质量，主动传递集团在高端家居五金、智能收纳系统及全球化布局等方面的经营进展与长期价值。在投资者关系方面，通过《证券时报》《中国证券报》及巨潮资讯网等法定信息披露平台及时、准确、完整地披露公司信息，并认真回复投资者在深交所互动易平台的咨询提问，切实保障全体投资者公平、对称地获取公司信息。同时，集团并实施制定《2025-2027年股东分红回报规划》，向全体股东派发现金红利0.53元/股（含税），全年合计派发现金红利总额2.12亿元（含已派发及预计派发），切实履行了对投资者的回报承诺。

绿色实践，助力绿色低碳经济

集团深入践行绿色低碳发展理念，以《2025年生产能源管控目标及实施考核办法》为纲领，确立各厂区单位产值能耗目标，依托能源智慧化管理平台，实现能耗强度的精准追踪与稳步压降。在生产端，集团坚持“绿色设计”与“清洁生产”双轮驱动，基于循环经济理念重塑生产消费模式，全力打造绿色家居五金标杆产品。同时，集团加速构建清洁能源供应体系，集团累计建成光伏项目装机容量达1.95兆瓦，光伏项目总发电量为1,953.32兆瓦时，有效削减二氧化碳排放量约1,246.90吨，节约标准煤约590.68吨。此外，集团全面锚定“无废工厂”建设目标，通过深化固废分类资源化利用、推行全生命周期绿色供应链管理，从源头至终端构建零废弃的绿色制造闭环。

开放合作，打造可持续供应链

集团全面深化供应链全生命周期管理体系建设，共建合规、高效、绿色的可持续供应链生态。集团持续深化可持续采购实践，将绿色采购作为构建可持续供应链的核心抓手，将材料安全与质量稳定视为供应链管理生命线，严格筛选原材料，优先采购可回收、可再生的环保型材料。2025年，集团持续推动供应商可持续认证与能力提升，组织开展供应商培训交流280次，覆盖157家核心合作伙伴。同时，成功举办“2025全球经销商大会”及“2025海外经销商大会”，搭建起高效沟通与战略对话平台，携手合作伙伴共促市场拓展与品牌价值提升，共促产业高质量发展。

卓越品质，坚实铸就品牌信誉

作为“中国功能五金第一股”，集团依托卓越的研发制造底蕴，构建起从原材料筛选到成品出厂的全流程品质管控闭环。集团通过ERP、MES等系统打通产销全链路，实现生产数据的实时采集与高效交互，全面驱动数智化转型，实现整体自动化率显著提升。集团秉持“以消费者为中心”的责任理念，以“服务无忧”为客户服务理念，构建全链路服务体系，实现工单响应及时率达99%，客户满意度达98.3%，以实打实的服务成效践行客户价值导向。2025年，集团荣膺“2025年广东省省级制造业单项冠军”及“2025年佛山制造业企业100强”等多项殊荣，品牌影响力与行业地位持续跃升。

人文关怀，主动践行社会责任

集团秉持“悍立潮头、高筑价值”的人文内核，在充分保障员工的合法权益与身心健康的基础上，积极投身社会公益事业，主动践行社会责任。2025年，集团全力构建安全、健康、和谐的工作环境，一方面通过打造分层分类的培训矩阵促进员工成长，设立纵向晋升与横向发展相结合的双通道职业发展模式，切实畅通员工晋升渠道，全年开展员工培训125场次；另一方面积极开展员工文体活动和员工关怀，累计慰问帮扶职工百人次，开展各类福利及文体活动45场，将人文关怀深度融入员工成长与生活，有效提升团队凝聚力。此外，集团坚守回馈社会的初心，深耕公益领域，在教育赋能、困难帮扶、敬老助老方面持续发力，全年捐赠善款676万元，以实际行动践行企业公民义务，传递品牌温度。

前路漫漫，责任在肩。集团衷心感谢全体员工、合作伙伴、政府及其他利益相关方在2025年度与悍高集团并肩前行。未来，集团将以本次上市和首份可持续发展报告的发布为新起点，继续脚踏实地，将可持续发展理念融入每日运营实践，致力打造享誉世界的家居五金品牌，践行“为提高人类生活品质而奋斗”的使命。

关于悍高集团

集团简介

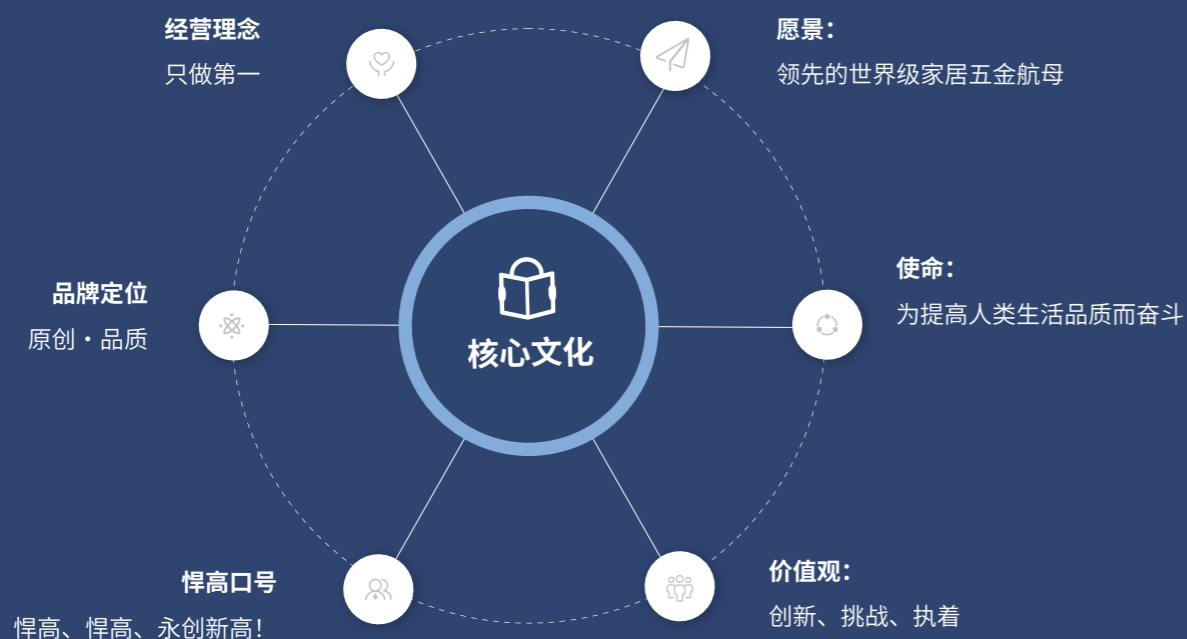
悍高集团股份有限公司创始于2004年，股票代码001221，是一家以家居五金为核心，包括功能五金、基础五金、厨卫五金、柜类照明、户外家具于一体的多元化创新型企业。自成立以来，集团以精心品质与创新设计闻名业界，致力于打造享誉世界的家居五金品牌，为提高人类的生活品质而奋斗。2025年7月30日，集团在深圳证券交易所成功上市，铸就“中国功能五金第一股”里程碑，开启资本市场新征程。

2025年度营业收入35.95亿元

2025年度归母净利润7.04亿元

2025年度纳税额2.61亿元

企业文化



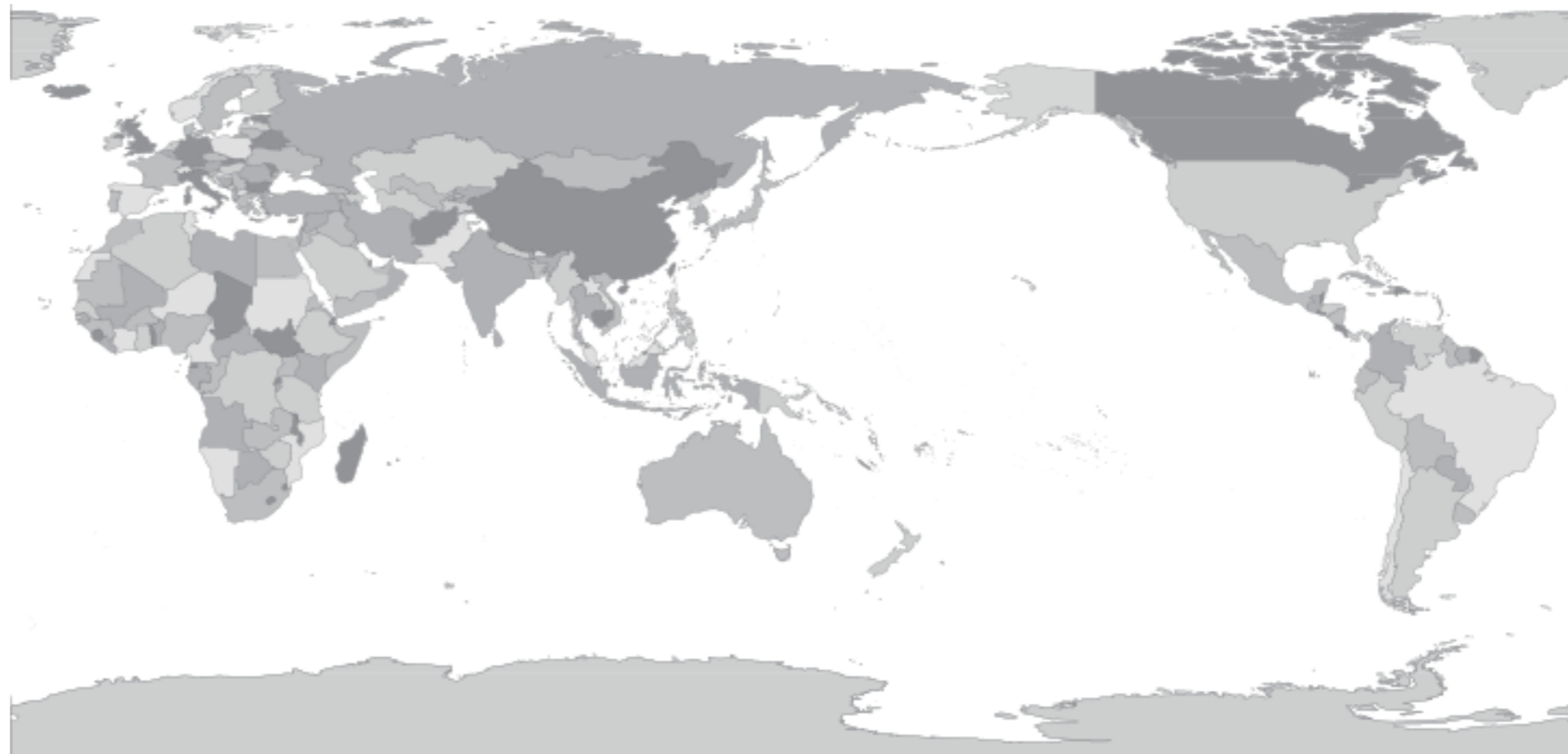
H 业务布局

全球品牌

五金产业群 国际品牌 全球拓展 目标国销售分公司

- 01 From: 局部国家悍高牌拉篮
To: 横跨全五金品类的国际品牌
- 02 From: 参展、接单
To: 目标国家开设办事处、分公司、经销商
- 03 From: 工厂制造为中心, 全球出口
To: 目标国为中心, 反推产品布局与供给

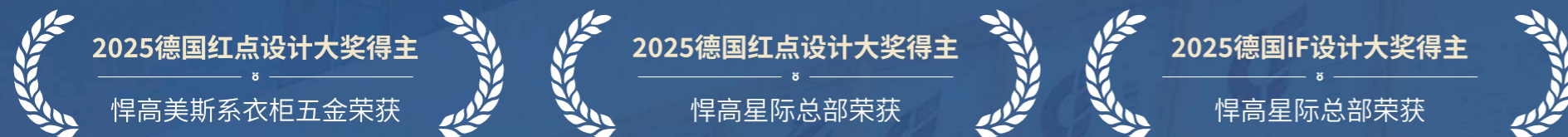
集团以五金产业群为根基, 致力于打造具有全球影响力的国际品牌。通过在目标国家设立销售分公司, 积极推进全球化战略布局, 深度融入当地市场, 实现从产品输出向品牌扎根的跨越。



审图号:GS(2016)1664号



年度荣誉



BRAND
HONOR
悍高·品牌荣誉

H 发展历程

2004

悍高集团前身“凯高”成立，从事五金加工与出口。

2007

进军中国市场，转型厨房功能五金产品业务；集团名字由“凯高”改为“悍高”，正式开启自主品牌战略。

2014

凭原创设计“太空舱”斩获全球知名的德国红点大奖；在荷兰阿姆斯特丹开设1,000平方米悍高户外家具旗舰店；成立电商公司，在天猫、京东等电商平台销售产品。

2021

集团星际总部顺利封顶；悍高六角大楼101亩制造基地奠基，着力打造20万m²的数字化超级工厂；悍高希勒飞碟3.0获国家发明专利，成功突破欧洲同行的技术垄断。

2025

集团在深圳证券交易所成功上市，铸就“中国功能五金第一股”里程碑，开启资本市场新征程；悍高星际总部、美斯衣柜五金分别荣获2025年德国红点设计大奖；独角兽基地开工。

2006

成立“悍高户外家具公司”，开始进入户外家具领域，探索多元化发展。

2012

获评顺德龙腾企业；生产基地扩展至40,000平方米；产品全球销售至56个国家和地区。

2015

在全国70个城市建立品牌体验馆；五金、家具产品销售至全球86个国家；获评国家高新技术企业；被选为《家用厨房设备》国家标准起草单位。

2024

启动以人为本的“最佳雇主计划”，旨在把悍高打造成为优秀人才最向往的俱乐部；“陀飞轮高柜旋转篮”荣获国家发明专利；悍高BL3.0水槽、希勒3.0Pro拉篮、B2系列恒温多功能花洒等多款产品荣获德国红点设计大奖与德国IF设计大奖。

2025年可持续发展亮点绩效

稳健治理

3次 召开股东会会议
7次 召开董事会会议
6次 召开专业委员会会议
408人次 合规专项培训覆盖

100% 《廉洁自律承诺书》员工签署率为
10场 开展廉洁文化培训
323人次 廉洁文化培训覆盖

绿色实践

100% 生产能源管控目标完成率达
621.16万元 环保投入总金额
1,953.32兆瓦时 光伏项目总发电量

100% 污染物监测合格率为
100% 无害废弃物回收处理率为
70.70吨/百万营收 水资源消耗强度为
0件 环境违法违规事件

开放合作

730家 供应商数量
99.73% 供应商本地化比例
99.97% 本地化采购金额比例
67家 可持续认证供应商数量

171家 开发遴选新供应商数量
157家 参加培训交流的供应商数量
280次 供应商培训交流次数

赋能发展

1,235项 报告期末拥有授权专利数
100% 市场监督抽查检验合格率达
1,500人次 质量培训覆盖
5项 新增iF设计奖数

2项 新增红点设计奖数
0件 信息安全与隐私保护违规事件
98.3分 客户满意度

践行责任

161.20万元 员工培训投入
12,648小时 员工培训总时长(含线上)
100% 员工培训覆盖率
95% 员工满意度
100% 职业病危害因素检测率
0% 职业病发病率

269.48万元 安全生产投入额
676万元 捐赠善款







可持续发展管理

悍高集团始终以“为提高人类生活品质而奋斗”为使命，秉持“履行社会责任，提升企业价值，实现可持续发展”的核心理念，系统构建以环境（Environmental）、社会（Social）和治理（Governance）为核心的ESG管理体系。集团建立覆盖决策层、管理层及执行层的三级治理架构，为可持续发展目标的高效落地与稳步推进提供坚实保障。



H 利益相关方沟通

集团始终将利益相关方沟通作为可持续发展的基石，构建开放透明高效的内外部对话机制，倾听各方声音并融入战略决策与日常运营。报告期内，通过多元化渠道，与各关键利益相关方紧密互动，主动识别其关切、回应其需求，为集团可持续发展筑牢根基。

利益相关方	重点关注议题	沟通渠道与方式	
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规经营 应对气候变化 能源管理及资源利用 职业健康及安全 	<ul style="list-style-type: none"> 可持续发展管理 知识产权保护 碳排放管理 污染防治 研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 监管考核 定期汇报沟通 专项会议 调研问卷等
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规经营 投资者权益保障 应对气候变化 研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 可持续发展管理 商业道德 产品质量与安全 碳排放管理 职业健康及安全 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 股东会 投资者交流活动 深交所互动易平台 官网及投资者关系热线等
 客户	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 产品安全与质量 信息安全与隐私保护 生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> 绿色环保生产 客户权益保障 负责任营销 	<ul style="list-style-type: none"> 官网、官微与客服热线 社交媒体互动 客户投诉与回访 满意度调查等
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 合规用工及平等机会 薪酬福利与绩效 员工沟通与申诉 	<ul style="list-style-type: none"> 员工培训及发展 职业健康及安全 	<ul style="list-style-type: none"> 员工培训 员工活动 职工代表大会 员工手册等
 价值合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 供应链管理 研发与创新 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 碳排放管理 产品安全与质量 信息安全与隐私保护 促进行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 官网、官微与客服热线 供应商、经销商大会 行业会议等
 社区及环境	<ul style="list-style-type: none"> 社区参与 气候变化风险与机遇 能源消耗及管理 污染防治 生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> 职业健康及安全 碳排放管理 水资源使用管理 绿色环保生产 	<ul style="list-style-type: none"> 官网、官微与客服热线 公益活动 信息披露 实地走访等

H 重要性议题识别与评估

集团基于《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》中的“双重重要性”原则及全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards），积极开展2025年可持续发展议题的识别、评估和披露工作，明确对于集团和利益相关方均具有双重重要性的议题，并最终形成实质性议题矩阵。

实质性议题识别

- 《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》；
- 《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》；
- GRI《可持续发展报告标准》；
- 利益相关方关注；
- 家居五金与智能收纳行业趋势；
- 集团业务特征；

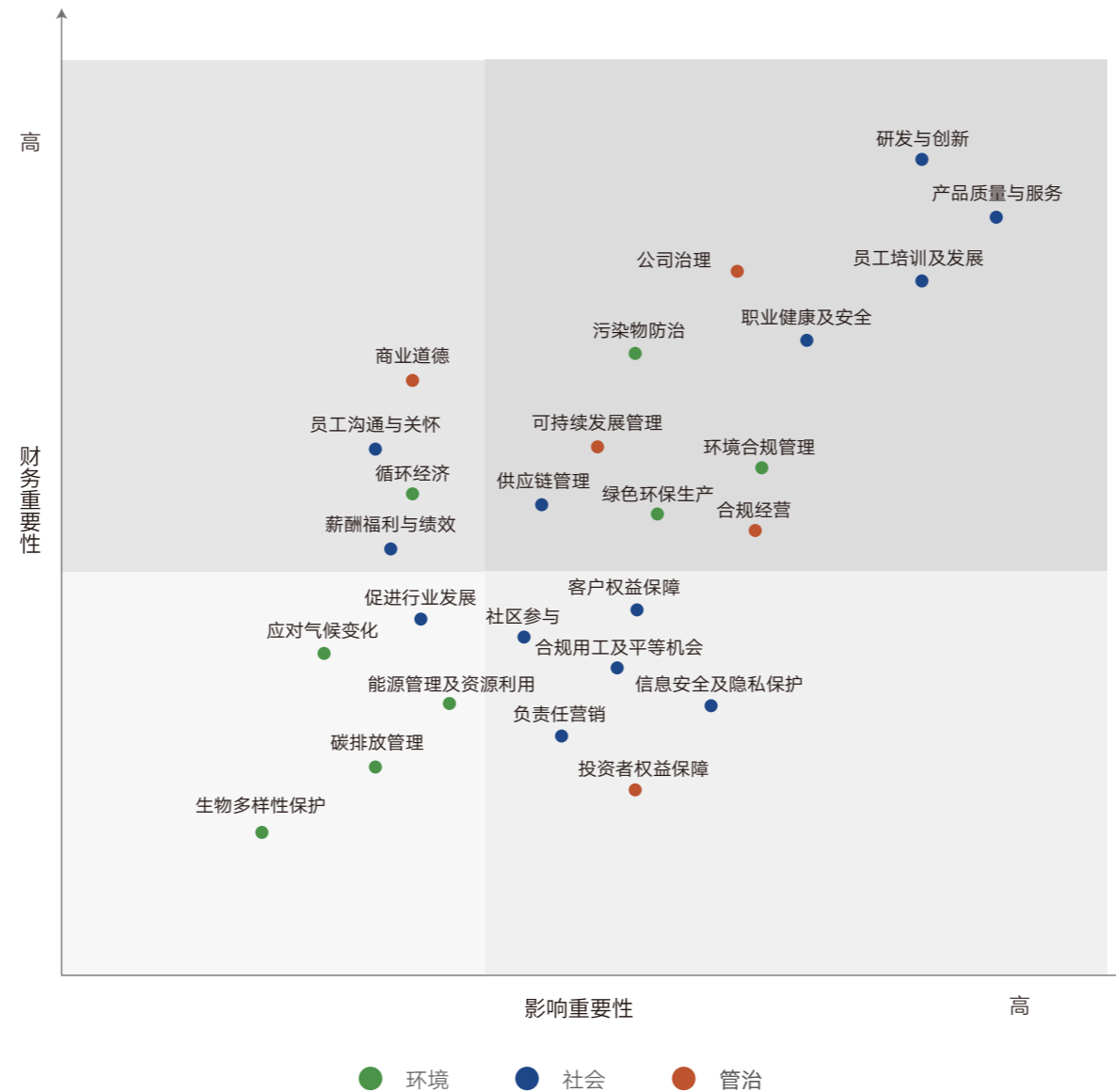
开展双重重要性评估

- 影响重要性：围绕影响规模、影响范围、不可逆性及发生可能性四个维度，开展结构化、量化的影响重要性评估；
- 财务重要性：围绕风险/机遇发生可能性、资源依赖度、运营连续性影响及财务相关性四个维度，开展结构化财务重要性评估；
- 整合影响与财务重要性结果。

可持续发展披露与实践

- 经董事会授权，ESG管理部门审定双重重要性评估结论，并基于财务重要性与影响重要性的交叉矩阵，识别需优先管理与披露的关键议题，将其深度融入集团战略规划与日常运营，切实将双重重要性转化为可持续价值。

悍高集团ESG议题重要性矩阵



悍高集团2025实质性议题清单	
核心议题	研发与创新
	产品质量与服务
	员工培训及发展
	职业健康及安全
	公司治理
	污染防治
	环境合规管理
	合规经营
	可持续发展管理
	绿色环保生产
重要议题	供应链管理
	商业道德
	客户权益保障
	信息安全及隐私保护
	员工沟通与关怀
	循环经济
	合规用工及平等机会
	社区参与
	薪酬福利与绩效
	投资者权益保障
相关议题	负责任营销
	促进行业发展
	能源管理及资源利用
	应对气候变化
	碳排放管理
生物多样性保护	

可持续治理： 全面筑牢发展根基

悍高集团始终将健全公司治理作为行稳致远的根本保障。通过构建权责清晰、制衡有效的治理体系，持续完善管理制度、强化内控合规，系统提升反贪腐、反不正当竞争等商业道德议题的管控能力，切实支撑集团长期稳健运营，为股东、员工、客户及社会持续创造价值。

本章数据亮点

3次

召开股东会会议

7次

召开董事会会议

100%

董事会成员出席率

408人次

合规专项培训覆盖

100%

《廉洁自律承诺书》员工签署率

10场

开展廉洁文化培训

323人次

廉洁文化培训覆盖

12小时

廉洁文化培训总时长

3场

反腐败与反贿赂专题培训

271人次

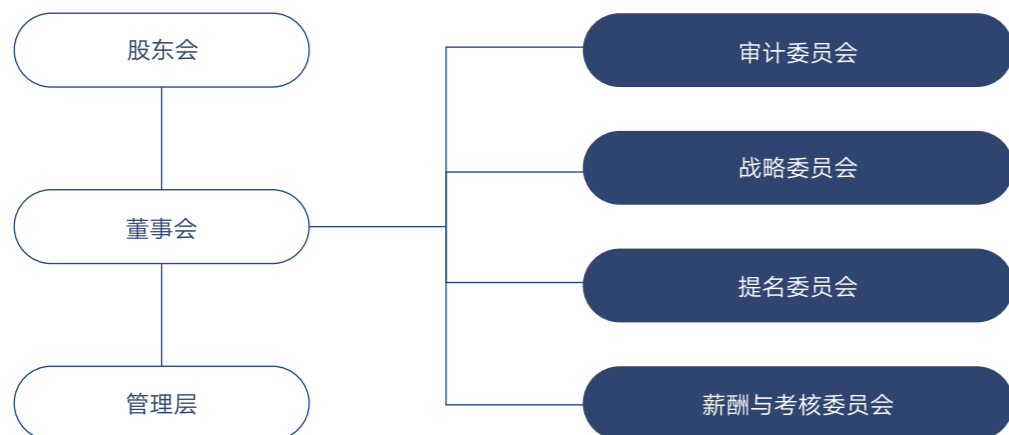
反腐败与反贿赂专题培训覆盖

完善治理机制

科学完善的公司治理机制是企业实现可持续、高质量发展的基石。集团严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规，建立了现代化法人治理架构，并配套制定《悍高集团公司章程》《悍高集团股东会议事规则》等治理制度，规范开展治理实践，压实信息披露责任，持续提升股东回报与治理效能，为企业稳健发展筑牢根基。

H 治理实践

集团构建了由股东会、董事会及专门委员会、高级管理层组成的法人治理架构，严格遵循上市公司监管要求，规范召开各类会议，保障决策科学、监督有效。



> 股东会

股东会作为集团权力机构，依据相关法规及《公司章程》制定《股东会议事规则》，确保股东会依法行使职权。会议召集、召开、表决等流程均严格合规。股东会采用现场与网络投票相结合方式，为股东参会提供便利；对涉及中小投资者利益的重大事项实行单独计票并及时披露，切实维护中小投资者权益。

报告期内，集团累计召开股东会会议3次，审议通过定期报告、利润分配、续聘会计师事务所、募集资金使用、股东分红回报规划等重大事项。

数读2025

3次

召开股东会会议

> 董事会

董事会是集团经营决策常设机构、股东会执行机构。集团依据相关法规及公司章程制定《董事会议事规则》，保障科学决策、高效履职。董事会由6名董事组成，独立董事占比不低于1/3。董事会下设专业委员会，包括：审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，各委员会根据工作细则规范履职，有效强化了董事会的科学决策能力与规范化运作水平。

集团将多元化、专业化与独立性作为夯实董事会治理效能的核心支撑，持续优化董事成员结构，注重专业背景、行业经验与履职能力的互补匹配。同时不断健全制度体系，切实保障独立董事依法独立履职，持续完善董事会运作机制，确保董事全面、及时、充分获取决策所需信息，推动董事深度参与重大事项研讨与关键议题决策，切实将高效治理效能转化为企业可持续发展的核心动能。

报告期内，集团累计召开董事会会议7次，审议通过定期报告、利润分配、续聘会计师事务所、关联交易、募集资金使用、高级管理人员聘任及股东分红回报规划等多项议案。董事会成员出席率100%。累计召开专业委员会会议6次，切实保障公司及股东利益。

数读2025

7次

召开董事会会议

100%

董事会成员出席率

6次

召开专业委员会会议

> 管理层

管理层负责集团日常生产经营管理工作，主要职责包括：组织实施董事会决议并向董事会报告执行情况；落实公司年度经营计划和投资方案；拟定公司内部管理规章；以及行使《公司章程》或董事会授予的其他职权等。

报告期内，集团高级管理人员共4名，其中女性高管1名，女性高管占比为25%。

数读2025

4名

高级管理人员

1名

女性高管

25%

女性高管占比为

H 信息披露

集团高度重视信息披露工作，严格遵循《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》及深圳证券交易所相关规则，建立了全覆盖、全流程、全链条的信息披露管理体系，全面规范集团的信息披露行为，提高信息披露质量，维护公司、投资者及其他利益相关者的合法权益。

报告期内，集团严格落实信息披露要求，高质量完成各项信息披露工作。未来，集团将持续以高质量标准开展信息披露工作，主动向市场传递公司发展动态与经营成果，切实保障全体投资者的平等知情权，全力维护资本市场的透明度与公信力。

H 保护股东权益

集团践行“以投资者为本”理念，将投资者权益保护融入公司治理全过程，通过相关管理制度规范信息披露与沟通机制，保障信息公平、渠道畅通；以股东分红回报规划制度化，提升利润分配的稳定性与透明度，切实履行回报股东、提升投资价值的主体责任。

投资者关系管理

集团高度重视投资者关系管理，以畅通沟通、保障权益为核心，持续构建规范透明的投资者沟通体系。通过机构调研、电话、邮件、社交平台及深交所互动易等多元渠道，主动披露经营进展、全球化布局与长期发展价值，增进市场对集团业务与战略的认知。集团不断深化互信共赢的投资者关系，切实维护投资者合法权益，持续提升资本市场品牌形象与认可度。

报告期内，集团累计接听投资者来电超300次，处理邮件及社交平台咨询逾100次；解答投资者提问24项，回复率达100%；通过深交所“互动易”平台互动5次，集中回应投资者关切问题17个，助力构建良性投资者关系。



数读2025

300次

累计接听投资者来电超

100次

处理邮件及社交平台咨询逾

24项

解答投资者提问

100%

回复率达

5次

深交所“互动易”平台互动

17个

回应投资者关切问题



案例：成功举办首届投资者调研交流会

2025年9月，集团成功举办首届投资者调研交流会，近百家知名投研机构、120余位投资者代表参会，围绕核心竞争力、业务布局及未来战略深入交流，董事长欧锦锋率核心管理团队出席沟通。本次投资者调研交流会是集团强化市场沟通、落实市值管理计划的重要举措之一，不仅为集团战略转型征集了宝贵建议，也为投资者全面深入了解集团提供了有效途径，实现了集团与投资者的“双向奔赴”。



提升股东回报

集团坚持持续、稳定、积极的利润分配政策，兼顾股东回报与企业长远发展，构建科学可持续的投资者回报机制。综合经营实际、发展规划、股东诉求及外部环境等因素，集团不断完善利润分配决策程序，制定并发布《2025—2027年股东分红回报规划》，以制度化安排提升利润分配的稳定性与透明度，切实保护中小股东权益。未来，集团将持续完善利润分配机制，夯实长期投资价值，助力企业与股东共同成长。

报告期内，集团向全体股东派发现金红利每股0.53元（含税），全年合计派发现金红利总额2.12亿元（含已派发及预计派发），占当期归母净利润的30.14%，切实履行了对投资者的回报承诺。

数读2025

0.53元（含税）

向全体股东派发现金红利每股

2.12亿元

合计派发现金红利总额（含已派发及预计派发）

30.14%

占当期归母净利润的

强化合规管理

集团自成立以来，始终坚守合规经营底线，统筹推进风险管理、内部控制及专业能力建设，持续强化合规管理，为集团高质量发展筑牢合规根基。

H 合规风险管理

集团将合规风险管理深度融入公司治理与经营决策全过程，通过健全内控体系、强化监督考核、优化应对措施，确保合规风险全程可控。集团以合规风险管理为核心导向，在战略规划与年度经营计划制定中，系统识别、审慎评估内外部合规风险，引导各部门主动排查业务流程中的潜在风险点，动态优化风险管理政策；并完善内控监督检查机制，将内控目标纳入绩效考核，推动全员落实合规要求。同时，集团构建覆盖多关键领域的合规风险防控体系，通过动态风险评估、实施多层次控制活动，有效防范化解重大合规风险，并结合经营环境变化优化控制机制，推动合规风险管理融入全员、全业务、全流程。

报告期内，集团制定《悍高集团内部控制管理手册》，系统构建覆盖战略、运营、财务报告及合规等关键领域的风险防控“防火墙”。未来，集团将持续深化合规风险管理，完善风险防控体系，实现合规风控与高效运营有机统一，为企业稳健发展提供坚实保障。

H 合规能力建设

集团持续加强合规能力建设，通过有针对性地开展合规赋能课程，系统提升全员合规意识与法律素养，切实将“合规创造价值、诚信铸就品牌”的理念内化于心、外化于行。

集团聚焦业务一线需求与监管动态，围绕采购合同管理、所得税费用深度解析、年度财务报告重点科目核算、金融工具准则及实务案例等关键主题，组织开展多场专题培训。同时创新普法形式，开设“法律小课堂”系列推文，聚焦高频实务问题，以简明易懂的方式普及法律知识，持续强化全员法治意识和风险防范能力，推动合规理念融入日常、落在实处。报告期内，集团累计开展合规专项培训3场，覆盖员工408人次。

H 内部控制管理

集团严格遵循《企业内部控制基本规范》《企业内部控制评价指引》等监管要求，制定《内部控制自我评价工作管理制度》，按照“全面性、重要性、客观性、及时性”的原则规范自评工作开展，持续健全内控体系，确保内控目标实现，满足上市公司合规监管要求。

集团结合监管要求、会计师事务所协调要求及自身实际，每年组织一次集中内控自评工作。结合业务特点与内控建设情况，集团围绕控制环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等内控管理要素，将内控自评业务划分为18个模块，涵盖组织架构、资金活动、财务报告等关键领域；在自评计划制定阶段，聚焦重要业务单位、重大事项及高风险领域确定重点评价模块；在实施阶段，综合运用访谈、问卷调查、穿行测试、抽样检查等多种评价方法，广泛收集佐证资料，保障评价结论客观准确、可追溯。

集团通过规范、系统的内控自评工作，持续完善内控体系运行，切实筑牢合规经营根基，满足上市公司监管要求。

未来，集团将持续深化合规建设，丰富赋能与宣传形式，推动合规理念深入人心，将合规要求融入企业运营各环节，为企业稳健发展提供坚实保障。

数读2025

3场

合规专项培训

408人次

覆盖员工



案例：成功举办《采购合同流程管理实务》专题培训

2025年12月，悍高集团商学院面向集团及各事业部全体采购相关岗位人员，成功举办采购合同流程管理专题培训。本次培训围绕合同全生命周期管理，结合民法典相关条款，系统讲解合同法律效力、构成要件，梳理集团内部合同管理制度与OA操作规范，明确合同起草、审批、签署等关键环节要求，并结合实务案例，分享合同履行中各类场景的风险应对策略与证据留存要点。

本次培训采用“理论+案例+实操”模式，聚焦提升采购人员合同全流程专业能力与合规意识，将风险防控融入业务前端，为集团高质量、合规化运营筑牢基础。





案例：“宪法守护·诚信兴企”宣传周筑牢合规根基

2025年12月，集团组织管理及关键岗位人员开展宪法宣传日专题培训，重点解读宪法中与企业经营相关的根本原则，梳理资本市场相关法律法规对宪法精神的落实路径，通过法务部专家的系统讲解与要点剖析，帮助员工深刻理解宪法对企业经营的宏观指引与根本约束。



恪守商业道德

集团始终将商业道德作为企业治理的基石，建立健全反贪腐制度体系与监管机制，坚决抵制任何限制市场竞争的不正当行为，持续构建守廉洁、反贪腐的工作秩序，致力于营造公平、透明、健康的商业环境，打造可持续发展的伙伴关系。2023年12月，集团正式成为反舞弊联盟会员单位，开启反舞弊合作新篇章。

反贪腐管理

集团全面推进反腐倡廉体系建设，对贪腐行为始终保持“零容忍”。集团以廉洁文化建设与供应链反贪腐管理为抓手，组织全员签订“廉洁自律承诺书”，不断巩固廉洁防线。通过全方位、全流程的廉洁管理举措，集团持续筑牢廉洁风险防线，为高质量可持续发展提供坚实保障。报告期内，集团所属员工《廉洁自律承诺书》签署率为100%。

数读2025

100%

所属员工《廉洁自律承诺书》签署率

廉洁理念



廉洁管理准则

爱岗敬业
遵章守纪

自律律人
善用权力

慎独慎微
不贪不腐

廉洁管理举措

新员工入职环节

廉洁教育被列为新员工入职培训必修模块，由监察部联合商学院每月定期开展，切实筑牢新员工廉洁从业“第一道防线”。

关键岗位廉洁管理

聚焦采购开发、会计出纳、支付渠道、供应商管理等关键岗位及职员级以上人员，监察部每月常态化开展廉洁谈话，强化全员纪律意识、压实廉洁责任，推动“不敢腐、不能腐、不想腐”机制在基层落地见效。

重点领域廉洁管控

围绕员工关系管理、利益冲突备案、利害关系人回避、礼品上交、商务接待、公务外出、费用报销等重点领域，制定并实施系列廉洁管控细则，织密制度防护网，严控廉洁风险。

违反廉洁管理的“四个不论”原则

不论什么关系

不论什么岗位

不论曾经做过多大贡献

不论金额多少

一旦查实存在贪腐行为，公司有权无偿解除其劳动合同。

廉洁文化建设

集团积极宣扬“诚信、公正、合规、共赢”的廉洁理念，将廉洁文化深度融入员工全周期管理。报告期内，开展反腐败与反贿赂专题培训3场，覆盖271人次；开展廉洁文化培训10场，覆盖323人次，总培训时长达12小时。

数读2025



供应链反贪腐

廉洁是商业合作的生命线，更是可持续发展的基石。集团始终秉持“不索贿、不行贿、不搞特殊化”的铁律，坚持公平、公正、透明地对待每一家供应商，让优质产品与服务真正赢得市场。集团将反贪腐要求深度嵌入全链条管理，坚决杜绝任何形式的利益输送与暗箱操作，全力构建平等互信、阳光透明、资源共享、互利共赢的供应链生态。同时，集团高度重视来自内部及外部的举报线索，已建立严格、规范、保密的举报受理与核查机制。对查证属实的举报，将依法依规处理，并视情况给予奖励，切实保护举报人权益。集团诚挚邀请每一位合作伙伴携手并肩，以诚信为舟、以合规为舵，共同筑牢供应链廉洁防线。

报告期内，集团组织了年度供应链反贪腐专题培训，覆盖了138家核心供应商，超过200+名供应商管理人员参与，重点解读了集团的《商业行为准则》与《反舞弊政策》，并通过典型案例剖析了供应链环节的舞弊风险与防范措施。

数读2025



供应商反贪腐培训

贪腐投诉举报方式

电话：18138340326
 电子信箱：LJHG@HIGOLD.COM.CN
 公众号：廉洁悍高 HIGOLD

反贪腐对举报人的保护机制

- 信息保密机制**：您的举报信息将被严格加密，全程匿名处理；
- 合作激励计划**：举报违规行为的供应商，可获最高100万元现金奖励，并优先获得技术协同支持；
- 黑名单全共享**：集团与“企业反舞弊联盟”互通数据，共同监督。

H 反不正当竞争

集团严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》及相关法律法规，制定《禁止不正当竞争行为协议》，明确要求全体员工及合作伙伴恪守诚实信用原则，坚决抵制混淆仿冒、虚假宣传、商业诋毁、侵犯商业秘密等各类不正当竞争行为，全力维护公平、有序的市场秩序。

集团始终将保护消费者权益、捍卫品牌价值、守护公平竞争环境置于战略核心

制定《打假维权管理办法》，统筹打假工作；针对制假售假行为，及时向市场监管部门、公安机关投诉报案；同时在官网公布授权销售白名单店铺，保护消费者合法权益。

集团对任何侵犯悍高商标权、专利权、著作权及商誉的行为秉持“零容忍”态度

针对网络平台上频发的仿冒产品、恶意比价、虚假测评、盗用图文等不正当竞争行为，集团已建立快速响应机制，通过发出权利主张函、投诉举报、法律诉讼等方式，捍卫集团合法权益与市场公平正义。

未来，集团将持续完善反不正当竞争管理，不断强化打假维权与风险防控能力，切实维护市场公平秩序与消费者合法权益，以稳健治理护航企业长期可持续发展。

截至报告期末，集团打假行动覆盖全国22个省级地区，合计查处案件170起，查获假冒伪劣产品近500万件，涉案市场估值约3,000万元。发送律师函、平台投诉函等法律文书100余份，提起民事诉讼61宗，其中已结案的12宗均获得胜诉或有利判决/调解。



组织开展反不正当竞争学习宣导

集团成立伊始，便确立以可持续治理为核心的战略导向，致力夯实高质量发展基础。构建了高效协同的现代化治理体系，强化合规管理，坚持价值共生，确保治理透明与回报持续。未来，集团将继续发挥高质量治理的引领效应，汇聚各方合力，护航企业行稳致远，充分彰显深耕可持续领域的战略远见与责任担当。



绿色低碳转型： 共建环境友好新格局

悍高集团以绿色低碳转型为战略导向，围绕“减碳、降耗、治污、护生态”，构建环境韧性体系，强化气候应对，提升资源能源利用效率，发展循环经济，严控碳排放与污染物排放，持续提升生态管理效能，打造行业绿色低碳转型标杆，共建环境友好新格局。

本章数据亮点

18,062.53 吨二氧化碳当量
温室气体（范围一及范围二）排放总量

1,821.39 吨二氧化碳当量
温室气体（范围一）排放总量

16,241.14 吨二氧化碳当量
温室气体（范围二）排放总量

621.16 万元
环保投入总金额

1,953.32 兆瓦时
光伏项目总发电量

100%
污染物监测合格率

100%
无害废弃物回收处理率

100%
危险废弃物妥善处置率

100%
废水达标排放率

100%
生产能源管控目标完成率

0 件
环境违法违规事件

筑牢韧性体系

环境健康是构筑“绿色健康人居”的前提。作为家居五金行业的领跑者，集团高度重视环境管理与保护工作，以**系统性思维统筹推进**。从确立清晰的环境管理方针与可衡量的目标引领方向，到搭建覆盖全流程的环境管理体系夯实基础，再到严控环境风险与强化监测管理筑牢防线。集团稳步构建起科学、规范且行之有效的环境管理体系，以系统化风险防控、资源优化与品牌赋能，驱动运营成本持续精益，赋能企业的业务竞争力与可持续发展动力。

报告期内，集团年度环保投入总金额为621.16万元，环境领域未发生违法违规事件。

数读2025

621.16万元
年度环保投入总金额为

环境管理体系

集团锚定“省资源、省能源、减污染”战略内核，编制《质量环境管理手册》《环境审查管理制度》等文件，搭建以**方针目标、组织机制、监测管理为核心的环境管理体系**。集团以明晰的环境管理方针和可量化的环境目标为引领，建立由行政总监牵头、各部门协同履责的管理架构，依托年度监测计划，委托第三方专业机构对废水、废气、噪声等重点环境要素开展常态化、全覆盖监测，确保环境风险全程受控。通过将环境责任内化为发展基因，以绿色合规优势增强市场竞争力，塑造可持续发展品牌价值，推动企业实现经济与环境效益的协同共赢。截至报告期末，集团已通过ISO 14001环境管理体系认证。

环境管理方针

遵章守法，环保在先；
节约资源，清洁生产；
持续改善，降低污染。

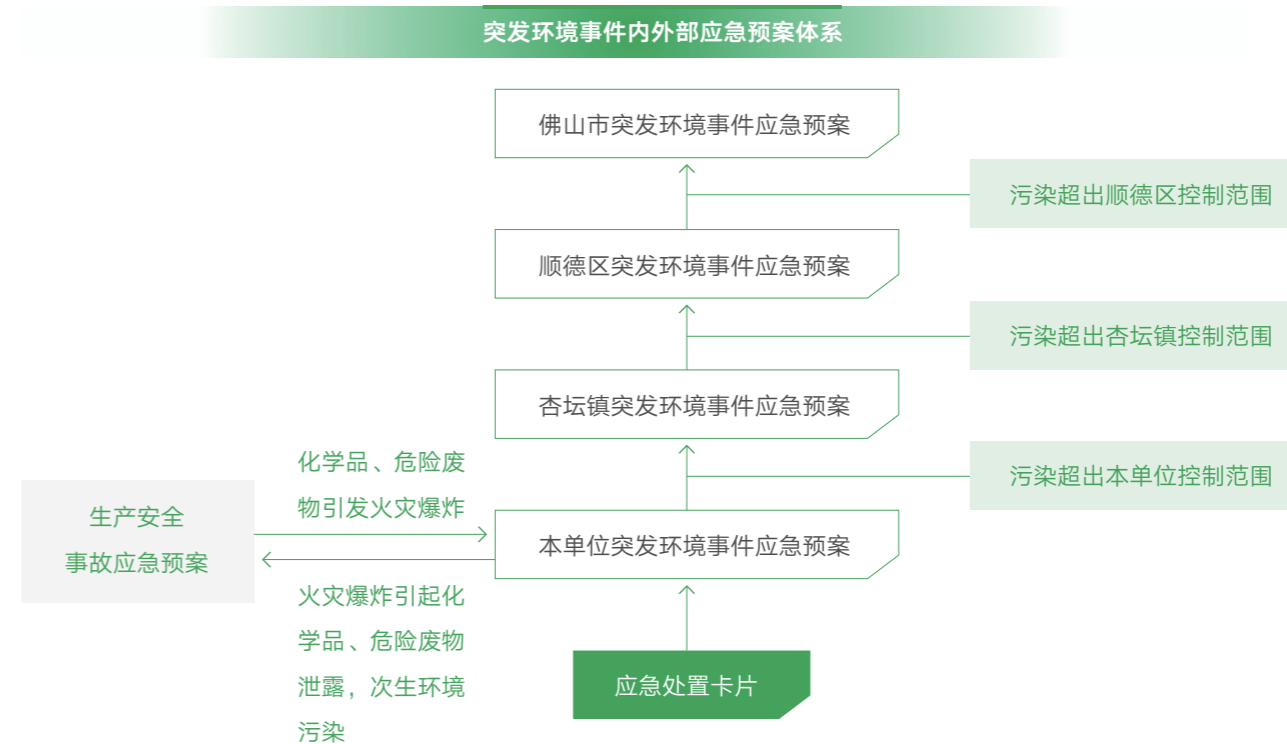
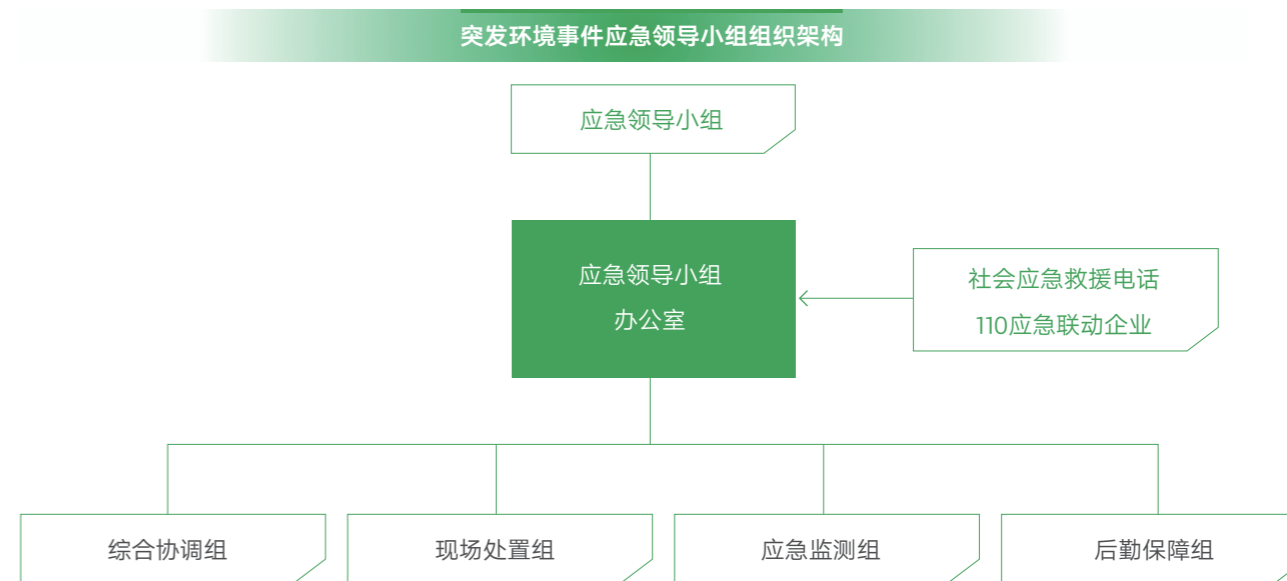
环境管理目标

废气排放达标率100%；
废水排放达标率100%；
危险废弃物处理达标率100%；
发生环境事故次数为0。

悍高集团ISO 14001环境管理体系认证证书

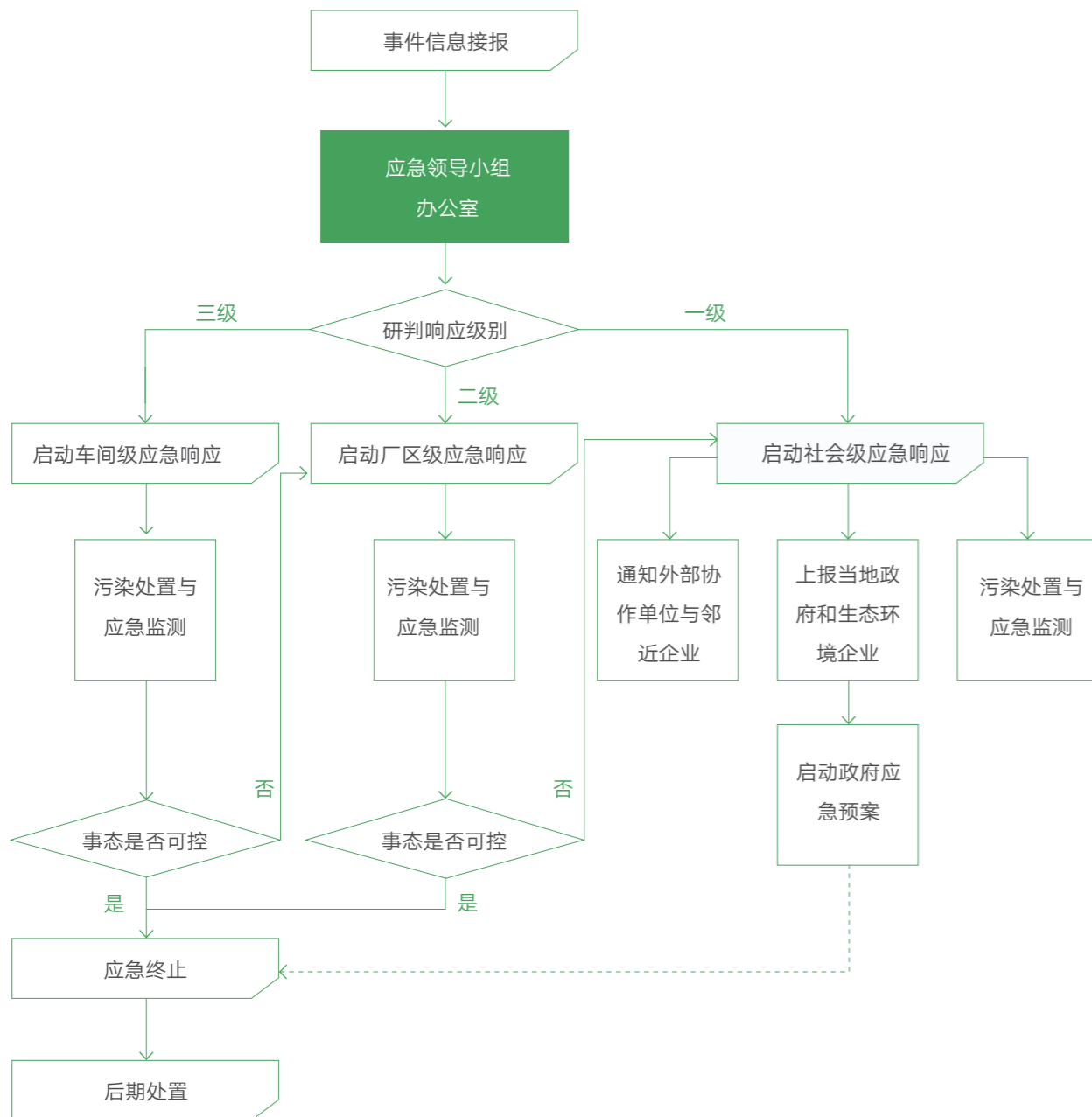
环境风险管理

为加强环境风险管控，集团构建从源头识别到应急响应的全链条管理体系，系统强化环境安全与业务韧性。通过建立环境因素识别与评价控制程序，全面辨识设计、生产、服务等各环节的环境风险单元并确定重要环境因素；在此基础上，制定《突发环境事件应急预案》，针对废水事故、化学品泄漏等典型情境建立分级响应与内外联动机制，统筹预防预警、应急响应与善后处置各环节形成闭环管理；此外，集团成立突发环境事件应急领导小组，由行政总监担任总指挥，统一调度、高效应对，有效防范环境风险事故发生，为集团安全生产构筑坚实可靠的环境风险屏障。



案例：分级应急响应机制

依据事故可能影响范围、潜在危害程度及所需应急资源，集团科学划分应急响应级别，明确 I 级响应（社会级）、II 级响应（厂区级）、III 级响应（车间级），并针对性制定差异化的预警启动条件、信息传递路径与响应处置流程，配套形成分级控制流程措施，确保在突发环境事件中能够快速判断事态、精准调配资源、有序开展处置，有效防范风险扩大并降低事故影响。



案例：化学品泄漏应急处置演练

2025年3月，集团依据《突发环境事件应急预案》组织开展化学品泄漏处置现场演练，模拟危险化学品转运因地面不平致铁桶跌落泄漏情景。对此，突发环境事件应急领导小组迅速按职责分工开展应急处置，圆满完成演练任务，有效检验预案可行性与团队协同处置能力，为突发环境事件快速响应积累实战经验。

H 践行环保理念

集团深入践行环保理念，将绿色行动融入日常运营，倡导环保节能的办公风尚，全面推动绿色企业文化与可持续制造体系建设。集团常态化组织环保公益活动，通过“清捡一片绿地、守护一方洁净”的具象化实践传递责任担当；主动投身各类生态保护实践，切实守护运营所在地的生物多样性和生态系统；同时，锚定“无废工厂”建设这一核心抓手，主动申报、系统谋划、扎实推进创建任务，深化全员对无废理念的认知认同与行动自觉，构建环境友好型制造体系，提升产品生态价值，强化品牌可持续竞争力，共同奔赴绿色发展新征程。

截至报告期末，集团及生产基地所在地均未纳入国家级自然保护区或生物多样性优先保护区，不存在对生物多样性有重大影响的项目，有力保障运营的生态合规性与环境韧性，降低潜在的生态修复与法律风险。

案例：“悍蓝行动”环保公益

报告期内，集团组织开展垃圾捡拾环保公益活动，带领员工走进公园、水域清理散落垃圾，于躬身实践中厚植文明意识、倡树爱绿护绿自觉，用点滴行动为生活擦亮“蓝天白云、青山绿水”的纯净底色。





案例：绿美广东，青年先行

报告期内，集团积极参与“绿美广东”生态建设，组织青年员工投身义务植树等环保志愿行动，用双手播种绿意、以行动守护生态本底，切实将“珍爱自然、美化环境”的环保理念转化为真切实践，在点滴行动中汇聚守护生态的坚实力量。



应对气候减碳

面对日益严峻的全球气候变化挑战，集团深刻认识到其作为负责任企业的时代使命，将应对气候变化、推动绿色低碳发展深度融入战略核心。集团坚持以国家“双碳”目标为引领，积极响应全球可持续发展议程，主动参照气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架，系统识别评估气候变化为业务带来的风险与机遇，贯彻落实气候变化应对措施，提升应对气候风险事件的韧性，以实际行动助力全球气候治理，为实现社会绿色永续发展贡献悍高力量。

H 气候管理体系

为科学、系统地应对气候变化带来的复杂挑战，集团将应对气候变化确立为核心战略议题，并将其相关风险与机遇全面纳入ESG管理范畴，确保气候考量贯穿于集团决策与资源配置全过程。基于此，集团系统构建以“风险管控为基石、节能降耗为抓手、清洁能源替代为路径、资源循环为闭环”的综合性气候变化管理体系。通过深入推进节能技术改造、扩大可再生能源应用、打造绿色供应链，以及构建废弃物资源化处置与循环利用等举措，持续提升气候风险管理效能，有效降低运营碳足迹，不断增强整体抗风险能力与可持续发展韧性。

H 气候风险机遇

集团前瞻性布局气候风险与机遇管理，系统提升应对气候变化的韧性与可持续发展能力。参考气候相关财务信息披露工作组（TCFD）及深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）建议，通过开展政策调研、同业对标，结合专家意见，充分识别集团可能受到影响的气候相关风险（包括转型风险和实体风险），并采取有效应对措施，从而将气候变化风险融入集团可持续发展管理框架及风险管理体系当中。

转型风险

政策和法律风险

 影响时期 中期和长期

风险描述

自2020年我国正式提出碳达峰、碳中和目标以来，全国及各地政府相继推出绿色低碳相关法律法规以减缓气候变化，企业运营的合规要求随之提升，相关诉讼或索赔风险亦可能随之上升。

应对措施

密切关注各地政府和相关机构对污染物排放及环境信息披露的要求，确保集团遵守相关环保法规，及时调整运营策略和行为，降低合规风险。

 影响时期 中期和长期

风险描述

行业“双碳”要求逐渐明确，温室气体减排的政策压力增大。

应对措施

积极开展节能减排工作，增加清洁能源使用占比。

 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

全球范围内碳排放权配套管控和调节机制陆续出台，可能导致业务运营和财务成本增加。

应对措施

持续落实节能减排战略，密切关注资产所在国和全球范围内碳定价机制，积极灵活迎接挑战。

 影响时期 中期和长期

风险描述

由于员工地区或语言障碍，未能理解海外办公地区的当地工作程序而导致的环境相关合规风险。

应对措施

积极开展业务当地的相关法律法规培训，配备法律合规专职人员，严格执行相关政策要求。

技术风险

 影响时期 中期和长期

风险描述

对于节能环保技术研发和改造的投资失败。

应对措施

通过专业人才引进与培养，创造良好的人才工作空间，加强技术引进，积极开展对外学习，提升集团研发能力。

 影响时期 中期和长期

风险描述

未能及时识别并应用节能环保技术，导致工厂、产品低碳转型落后于同业。

应对措施

加强市场调研，持续加大低碳节能技术创新研究，积极开展行业交流合作。

市场风险

 影响时期 中期和长期

风险描述

原材料及能源成本逐渐上升。

应对措施

- 加强资源循环利用；
- 与原材料供应商建立长期稳定的可持续发展合作关系；
- 持续推动节能技术的研发与应用，并加大清洁能源的使用占比。

 影响时期 中期和长期

风险描述

未能有效满足消费者对绿色环保产品的需求。

应对措施

- 积极开发绿色环保产品，满足消费者的需求；
- 加大对消费者调研与需求分析，基于消费者需求分析结果，进行产品创新和优化。

声誉风险

 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

集团或供应商、经销商在生产经营过程中，对气候或环境造成负面影响，导致集团声誉受损，利益相关方投资意愿下降。

应对措施

- 加强集团本身的可持续发展管理，积极应对气候变化；
- 严格要求集团上下游产业链遵循可持续发展原则，合法合规绿色运营；
- 提高集团相关信息披露透明度，通过年报、可持续发展报告等途径定期、不定期披露相关管理信息。

实体风险

急性风险

台风、暴雨、洪涝等极端天气

🔦 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

极端天气可能会破坏工厂、办公建筑及设备，造成财产损失。

应对措施

- 定期检查与维护建筑和设备，识别潜在的资产损坏风险，并为必要的设施设备购买保险；
- 建立灾害应急预案，加强监测和预警。

🔦 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

极端天气造成设备损坏、员工无法正常工作、运输受阻，影响集团正常经营及生产。

应对措施

- 开展极端恶劣天气应对和防护培训，不断完善自然灾害应急响应机制；
- 识别可能的资产损坏，购买必要的保险。

慢性风险

持续高温、干旱等

🔦 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

持续高温导致电力设施和设备运行故障、事故风险增加，影响生产效率，产生安全隐患。

应对措施

- 加强设备巡查、养护，及时排查各种故障；
- 配备制冷降温系统。

🔦 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

高温影响员工身体健康，无法长时间户外工作，影响运营效率。

应对措施

- 工作生产区域配备相应的制冷降温设施，合理管理和控制室内温度，根据实际需求调整制冷设备的运行，并向一线员工发放防暑降温物资；
- 保证生活生产用水，做好防暑工作及制定完善的卫生应急救援措施；
- 科学安排生产计划，必要时调整作息时间，或采取停止作业措施。

🔦 影响时期 短期、中期和长期

风险描述

长期干旱可能导致供水不足，影响生产经营的稳定性。

应对措施

- 储备生产生活用水，加强循环用水；
- 避免在供水风险较高的地区建设工厂，并持续推动节水环保改造；
- 开展系统性水资源管理，节约用水，调节供水结构，多元化供水来源。

机遇

资源效率

🔦 影响时期 中期和长期

风险描述

- 研发或使用更高能效的设备及技术；
- 国家及地区支持性政策激励。

应对措施

- 积极探索研发或应用新技术、新设备、新工艺，充分提高资源使用效率，降低能源成本；
- 积极响应政府支持性政策，通过政府财政资助引进新技术、投入绿色项目等。

产品及服务

🔦 影响时期 中期和长期

风险描述

绿色低碳产品的研发及应用。

应对措施

加强绿色环保产品的研发与投入，积极探索应用新技术、新设备、新工艺。

市场

🔦 影响时期 中期和长期

风险描述

- 消费者对低碳产品的需求增加；
- 综合能源服务需求增加；
- 新兴市场的开发。

应对措施

- 提高绿色环保产品的市场占比；
- 优化资源利用减少能源消耗和温室气体排放，推动技术创新；
- 积极识别、参与新兴市场。

适应力

🔦 影响时期 中期和长期

风险描述

- 使用可再生能源；
- 能源替代及多元化方案。

应对措施

减少对传统化石燃料的依赖，加大可再生能源的开发与利用。

H 科学碳排管理

集团积极响应国家“双碳”战略目标，全面推进温室气体排放的系统化管理与科学化减排。依据《企业温室气体排放报告核查指南（试行）》等标准，自主开展温室气体排放盘查工作，持续优化温室气体排放管理体系，主动识别并把握减排契机，落实节能降碳举措，稳步缩减集团碳足迹。同时，集团密切关注所属行业碳核算标准的政策动态，提升碳排放统计的准确性与完整性，确保在充分掌握基线排放数据的前提下，制定科学合理、可执行的减排路径，推动集团降碳减排工作向纵深迈进，为实现企业绿色低碳转型提供坚实支撑。

报告期内，集团合计排放温室气体（范围一及范围二）总量约18,062.53吨二氧化碳当量，其中范围一排放约1,821.39吨、范围二排放约16,241.14吨，温室气体（范围一及范围二）排放强度为5.02吨二氧化碳当量/百万元营收。

2025年度集团温室气体排放情况（单位：吨二氧化碳当量）

各基地	直接温室气体排放 (范围一)	间接温室气体排放 (范围二)	温室气体排放总和 (范围一和范围二)
星际总部生产基地	1,392.65	6,255.24	7,647.89
光华六角大楼生产基地	428.74	9,985.89	10,414.63
合计	1,821.39	16,241.14	18,062.53

2025年度集团温室气体排放强度情况（单位：吨二氧化碳当量/百万元营收）

类别	温室气体排放强度
直接温室气体排放（范围一）	0.51
间接温室气体排放（范围二）	4.52
温室气体排放总和（范围一和范围二）	5.02

优化资源降耗

集团将可持续发展理念深植于生产经营全流程，持续强化全品类资源管理，以实际行动践行绿色发展。集团严格遵循《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水法》《中华人民共和国循环经济促进法》等法律法规，通过设定科学的管控目标、深入分析使用状况、不断完善管理机制并落实针对性措施，以“结构优化”和“效率提升”为抓手，系统降低资源消耗与运营成本，塑造企业核心竞争力和长期韧性，筑牢高质量发展的绿色根基。

H 能源消耗管理

集团秉承节能降耗、绿色低碳的可持续发展方针，以系统化策划、实施、监测与持续改进为路径，全面推进能源管理体系建设。通过设定清晰的能源管控目标，坚持“开源”与“节流”并举，加快布局光伏等清洁能源，深化节能降耗举措，持续提升能源使用效率，有效压降运营碳足迹，实现成本精控、绿色品牌溢价与长期稳健收益的价值闭环。

能源管控目标

为指导能源管控实践，集团制定并实施《2025年生产能源管控目标及实施考核办法》，将其作为驱动年度能耗管控总目标达成的核心行动纲领，以系统性管理赋能绿色实践。通过健全目标分解、过程监控、月度评估及奖惩激励体系，持续推进现有生产系统的能效挖潜与优化；同步推动能源智慧化管理，升级数字化监测工具，实现能耗强度的精准追踪与稳步压降，逐步减少传统化石能源消耗，持续提升能源管理对业务可持续发展的支撑能力。

截至报告期末，2025年生产能源管控目标完成率为100%。

数读2025

100%

生产能源管控目标完成率为

能源管控目标月度评估奖惩实施管理办法

考核目标	管理措施
当月实际单位产值能耗 \geq 目标值 $\times 1.2$	责任人奖励500元
目标值 $\times 1.2 >$ 当月实际单位产值能耗 $>$ 目标值	责任人奖励300元
当月实际单位产值能耗=目标值	责任人不奖不罚
目标值 $>$ 当月实际单位产值能耗 $>$ 目标值 $\times 80\%$	责任人处罚300元
当月实际单位产值能耗 \leq 目标值 $\times 80\%$	责任人处罚500元



清洁能源利用

为积极响应国家绿色低碳能源转型战略，集团将屋顶分布式光伏定位为能源转型战略支点，在总部及生产基地各厂区有序布局分布式光伏发电项目。集团采用“自发自用”的运营模式，最大限度消纳清洁能源，持续降低对传统电网的依赖，有效削减因外购电力产生的传统化石能源消耗及间接温室气体排放，显著降低用电成本，进一步提升绿色制造竞争力。

报告期内，集团新建光伏项目装机容量为1.20兆瓦；截至报告期末，集团累计建成光伏项目装机容量达1.95兆瓦，光伏项目总发电量为1,953.32兆瓦时，有效削减二氧化碳排放量约1,246.90吨，节约标准煤约590.68吨，形成规模可观、运行稳定的绿色能源供应体系，以实际行动为国家“双碳”目标贡献悍高力量。

数读2025



分布式光伏发电项目节能减排环境效益

项目地点	装机容量 (兆瓦)	年度发电量 (兆瓦时)	年度二氧化碳当量减排量 (吨CO ₂)	年度标准煤节约量 (吨)	年度二氧化硫削减量 (吨)	年度氮氧化物削减量 (吨)
星际总部生产基地	1.20	977.12	623.74	295.48	0.08	0.14
光华六角大楼生产基地	0.75	976.20	623.16	295.20	0.08	0.14
合计	1.95	1,953.32	1,246.90	590.68	0.17	0.27

注：二氧化碳减排计算因子参考《2024年减排项目中国区域电网二氧化碳基准线排放因子》计算。



分布式光伏发电项目

节能降耗管理

集团以绿色生产和节能降耗为指引，系统推进各厂区的能源管控实践。立足生产实际，精准实施悬挂烘干节能工艺改造等技改项目，多管齐下落实结构节能、技术革新与管理提效，全方位压降能耗强度；同时，大力倡树绿色办公风尚，通过建章立制、宣教引导与动态督查相结合，将节能要求融入日常运营的每一处细节，合力打造环境友好型企业。



悬挂烘干节能工艺改造

报告期内，集团三厂围绕喷漆工艺实施悬挂烘干节能改造，立足精益生产、降本节能与自动化设计理念，引入自动化设备并运用精益方法，将原“皮带线输送+电发热管加热烘干”升级为天然气加热烘干工艺。改造后，产能提升100%，能耗由200kW/h降至约140kW/h，降幅约30%，同步实现场地高效利用、操作便捷优化与能源消耗降低目标。

倡导节约用电

集团倡导全体员工树立节约意识，在下班离开前，须主动关闭办公、生产区域内的空调、电灯、电脑等电器设备；针对会议室等公共空间，使用完毕后，须由申请使用部门/人员主动关闭相关电源，做到人走电断。

报告期内，集团以精准能源战略目标为引领，加快清洁能源替代与全流程节能降耗，促进能源结构优化、能效提升与碳排放强度下降，实现量化的成本节约与环境效益，构筑产品绿色制造竞争壁垒。面向未来，集团将持续深化管理与技术创新，拓展可再生能源应用，以更高标准推进低碳运营，引领行业绿色转型，夯实经济与环境价值共生的长远根基。

水资源高效管理

为系统提升水资源管理水平，有效应对潜在的水资源压力与风险，集团积极推进节水提升改造工程，并深入开展全员节水行动。在生产环节，通过研发3D力学涡流导流等节水工艺，应用AI智能感应等节水系统，最大限度降低新水取用量与废水排放；在生活办公环节，全面推广节水型器具，强化用水设施巡检与维护，杜绝“跑冒滴漏”，并辅以宣传教育，引导员工养成随手关水、一水多用的良好习惯，显著提升用水效率，有效降低运营成本，增强应对水资源风险的业务韧性与可持续发展能力。

报告期内，集团用水总量为254,150吨，水资源消耗强度为70.70吨/百万营收。

中国水效标识
CHINA WATER EFFICIENCY LABEL

耗水低

耗水高

生产者名称: 悍高集团股份有限公司
规格型号: 980094

流量 (L/min)	4.5
类别	厨房水嘴

依据国家标准: GB 25501-2019

推广使用节水型器具

数读2025

254,150 吨
用水总量

70.70 吨/百万营收
水资源消耗强度为

资源循环利用

集团在生产经营过程中充分践行循环回收理念，依托循环经济模式重塑生产消费链路。通过标准化组件与易拆解结构设计，提升报废产品材料回收效率，减少回收过程中分拣成本，降低资源消耗与环境负担；同时，建立资源循环回收体系，持续推进各类废弃物的回收与再利用，将生产及使用环节的可用资源重新导入制造流程，有效减少原材料消耗与废弃物处置压力，降低原材料采购及末端处置成本，提升产品的可回收属性与绿色认证价值。

户外家具循环回收实践

集团户外家具板块积极探索资源循环利用路径，将循环经济理念深度融入生产与运营全流程，通过构建多品类材料回收体系，有效减少资源消耗与环境负荷，从细节处践行“全链条循环减废”理念。报告期内，集团户外家具板块实现铝材回收19.48吨，布料循环回收8.96吨，藤料回收1.78吨。



模块化可拆解结构铰链产品



深化治污攻坚

集团立足全生命周期污染物管控视角，聚焦废弃物、废气、废水分类治理，构建从源头减量、过程严控到末端安全处置的闭环管理体系。通过实施《危险废弃物管理标准程序》《生产废水排放管理制度》等，全面规范各类污染物的产生、收集、贮存、运输及处置环节，持续推进环境管理规范化、排污行为透明化，确保污染物受控、可追溯、可评估，助力企业降低环保合规风险，提升绿色竞争力与社会责任形象，为可持续业务拓展奠定坚实环境基础。

H 废弃物分类治理

集团严格落实《生产废料分类处理管理制度》《关于危险废弃物分类处理的规定》，对各类生产废料实施统一分类与规范管理，夯实绿色生产基础。明确各车间、仓库及相关职能部门在废料处置各环节的职责边界，建立报废数据动态管理机制，对报废时间、地点、内容等实施精准统计与全程监督；同时按废弃物类别遴选具备国家认可资质的专业机构，构建分类处置合作网络，确保无害与危险废弃物安全妥善处置，有效防控环境隐患，保障运营合规、降低环境事故与法律风险。

生产废料分类

类别	具体分类	具体内容
无害废弃物	可回收废弃物	1、包材类（废报纸、废纸皮、废围膜、废塑料、废泡沫、废藤、废布、废棉等）； 2、金属类（废铝、废铁、废不锈钢等）。
	工业固废	玻璃、废木、石料、车间清扫垃圾等废料。
危险废弃物	危险废弃物（包装类）	油漆桶、天那水包装桶、酒精桶、油桶、喷漆罐、玻璃胶罐、沾有化学品的清洁抹布等化学品容器和污染物。
	危险废弃物（污泥类）	抛光金属粉尘沉渣，陶化、超声波清洗等污水净化后沉渣污泥。

无害废弃物

集团秉持绿色低碳发展理念，对厂区内产生的无害废弃物实施系统化分类储存与合规处置。其中，可回收物定期交由具备资质的资源回收利用厂家进行回收处理，生活垃圾则集中收集于垃圾桶存放，并交由环卫部门按计划清运及无害化处理，形成从源头分拣到末端处置的闭环管理。依托该体系，集团持续优化废弃物处置链条，显著降低综合运营成本，实现资源化效率最大化及环境风险最小化，进一步巩固在循环经济与可持续发展领域的领先优势。

报告期内，集团累计产生无害废弃物572.32吨，每百万营收产生的无害废弃物为0.16吨，累计回收处理无害废弃物572.32吨，回收处理率为100%。

数读2025

572.32吨

累计产生无害废弃物

0.16吨

每百万营收产生的无害废弃物为

572.32吨

回收处理无害废弃物

100%

回收处理率

危险废弃物

集团以《危险废弃物管理制度》为依托，确立“分类管理、集中贮存、依法处置”核心原则，对危险废弃物产废各环节实施严格管控。针对生产过程中产生的危险废弃物，统一委托具备专业资质的第三方机构合规处置，确保其储存、使用及末端处置环节均符合法规标准；同步健全危险废弃物事故防范措施与应急预案，配齐配足应急装备设施，定期组织开展应急演练，持续提升响应与处置水平，强化环境风险抵御能力，保障生产连续性与运营安全。

报告期内，集团产生危险废弃物共计114.32吨，每百万营收产生的危险废弃物为0.03吨，妥善处理危险废弃物共计114.32吨，危险废弃物妥善处置率为100%。

数读2025

114.32吨

产生危险废弃物共计

0.03吨

每百万营收产生的危险废弃物为

114.32吨

妥善处理危险废弃物

100%

危险废弃物妥善处置率为

危险废弃物产生/妥善处理量

危险废弃物类别	产生/妥善处理量 (吨)
废油漆渣 (HW12类物质)	6.04
废空桶 (HW49类物质)	10.09
废沾染物 (HW49类物质)	37.18
废活性炭 (HW49类物质)	9.14
污泥 (HW08类物质)	12.92
污泥 (HW17类物质)	30.95
除油池废渣 (HW08类物质)	8.01

危险废弃物处置体系

危险废弃物收集

严格按照危险废弃物特性，结合《国家危险废物名录》，制定《车间6S目视化标准手册》，对危险废弃物进行识别和分类，设置相应的危险废弃物识别标志。

危险废弃物贮存

严格按照《危险废物贮存污染控制标准》(GB 18597-2001)要求，在厂区设置危险废物仓，对危险废弃物贮存点采取硬底化、防腐、防风、防雨、防晒、防漏等防治措施；同时，地面要设置泄漏液体收集装置，并设置危险废弃物置场挡墙。

危险废弃物转移

当库存危险废弃物贮存到一定量时，需委托有资质的单位进行运输与处置，并核对接收单位及收运人员的证件、手续，向收运人员说明危险废弃物的种类、性质、安全运输注意事项及发生事故时的应急处理方法。

危险废弃物合规管理

危险废弃物产生部门为危废收集、存储、移交的第一责任人，必须严格按照规程收集、临存、移交本部门管辖区域的危险废弃物，并按时移交至指定的危废仓库。危废仓须建立出入库管理台账，并书面移交废弃物，所有危险废弃物按仓库现场张贴品类和安全指示分类，不得混放乱放。

H 废气精准治理

集团依托《车间粉尘清扫管理规定》，对生产经营中的废气污染实施精准治理。有组织废气经由“收集、水喷淋、干式过滤、二级活性炭吸附”工艺净化，无组织废气则通过“收集、旋风除尘、布袋除尘”工艺处理。两类废气在确保稳定达标后，均通过50米高排气筒进行高空排放，实现对氮氧化物、硫化物、颗粒物及VOCs等关键大气污染物的系统性控制，显著改善厂区及周边环境的空气质量，塑造负责任的企业形象。报告期内，集团废气达标排放率为100%。

数读2025

100%

废气达标排放率为

废气污染物排放量

废气污染物类别	排放量 (吨)
氮氧化物 (NOx)	0.14
硫氧化物 (SOx)	0.14
挥发性有机化合物 (VOC)	0.19
颗粒物 (PM)	7.33

H 废水达标治理

集团依托《生产废水排放管理制度》《生产污水排放规范》建立完善的废水管控体系，全面推行废水分类治理。针对生活污水，集团实行统一收集，经厌氧预处理后，接入市政管网并输送至城市污水处理厂集中处置；针对生产废水，集团配置先进污水处理设施与在线水质监测系统，采用“收集、物化、水解酸化、接触氧化、沉淀、机械过滤”工艺链，确保废水稳定达标后排入市政污水管网，最大限度降低对受纳水体的环境影响。

报告期内，集团废水排放总量约250,922吨，废水达标排放率为100%，且不涉及任何污水违规排放相关处罚。

数读2025

250,922吨

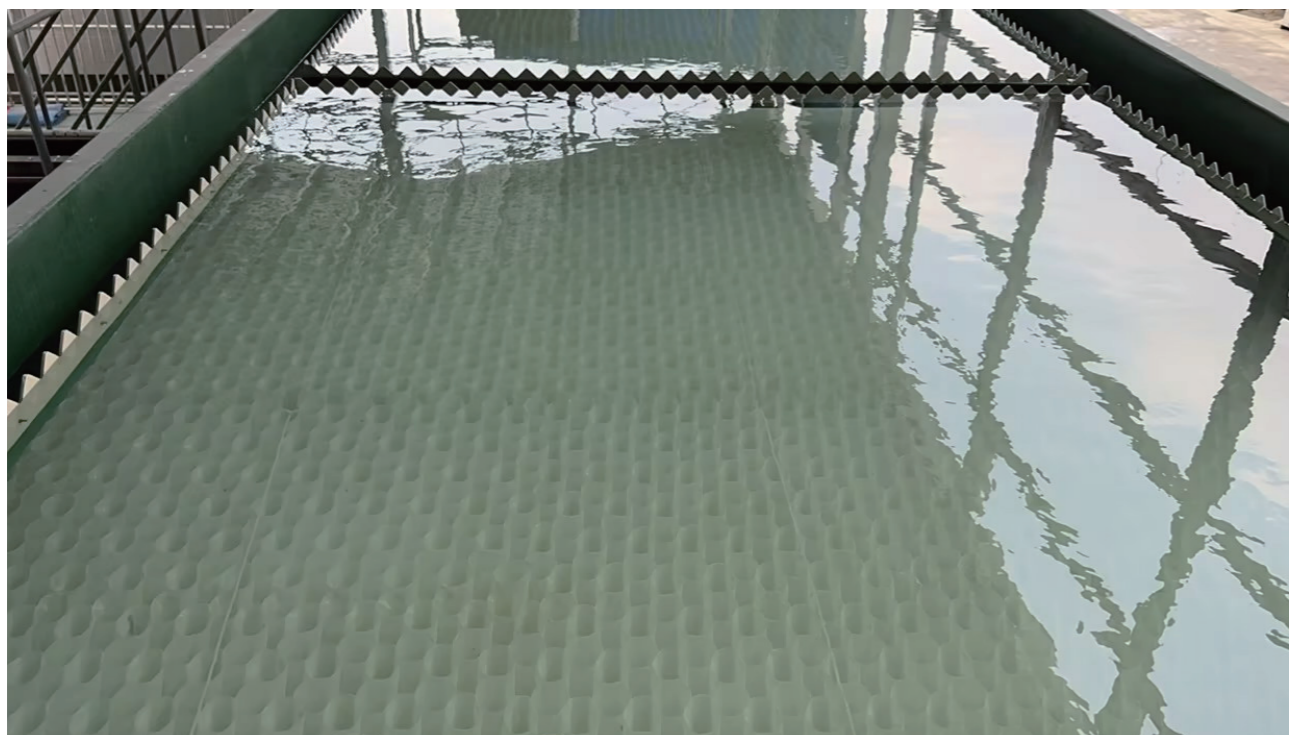
废水排放总量约

100%

废水达标排放率为

废水达标排放量

废水类别	达标排放量 (吨)
生产废水	232,932
生活污水	17,990
合计	250,922



废水收集处理设施

报告期内，集团以污染物减量化与资源化为核心抓手，实现环保设施同步运转率100%，污染物监测合格率100%，全年未发生任何环境污染事故，未受到环境保护主管部门的行政处罚，污染防治成效显著。展望未来，集团将继续以全链条污染防治与零排放愿景为导向，将生态责任内化为发展动力，引领行业迈向更清洁、更高效、更可持续的生产新范式。

数读2025

100%

环保设施同步运转率

100%

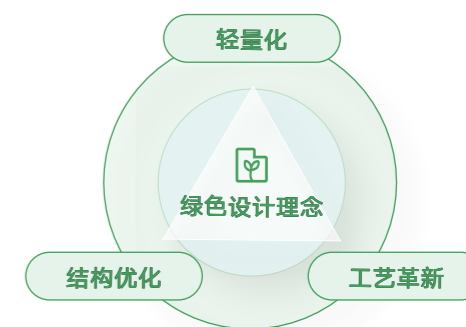
污染物监测合格率

引领绿色生产

随着用户消费升级和环保意识觉醒，健康、环保与可持续发展正加速成为行业主流趋势。对此，集团顺势而为，坚定践行绿色生产经营原则，专注打造健康环保型家居五金产品，贯通原材料甄选、设计研发至生产制造全链路，系统构建科学严谨的绿色环保生产体系。通过源头管控、工艺优化与资源循环利用多维协同，实现资源减量化与污染有效控制，增强产品绿色属性与市场认可度，全面加快集团绿色转型进程，以绿色产品力驱动市场渗透与品牌溢价，构筑可持续的竞争优势与产业引领地位。

H 绿色设计筑基

绿色设计作为源头减碳与资源高效利用的重要切入点，是构建绿色环保生产体系的首要抓手。集团坚持轻量化、结构优化与工艺革新的绿色设计理念，依托一体化成型、创新结构与新型材料应用等手段，在保障产品功能与品质的前提下，显著提升原材料利用率，削减材料消耗与生产环节浪费，并同步提升产品的使用安全性、操作便捷性与场景适配性；同时，绿色设计理念进一步延伸至安装与运维环节，通过结构简化与装配效率提升，降低产品全生命周期的资源投入与能源消耗，以源头绿色创新赋能产品高性价比与差异化竞争力。



产品绿色设计举措及成果

产品系列	绿色设计举措	环保成果
厨卫水槽	采用一体拉伸成型技术，减少焊接工序和材料浪费，提升结构强度。	减少15%钢材使用
M系列全拉出反弹隐藏轨	采用高强度薄钢板+空心结构设计，重量减轻20%，承重仍达35kg。	材料利用率提升至85%
金刚2.0一字底座铰链	创新一字底座设计，保持14-25mm薄厚门板通用兼容性。	减少15%钢材使用
G2.0系列二节小全拉隐藏轨	创新尾勾设计突破柜深限制，适用于95%家居空间。	减少定制化材料浪费



安格斯B1pro一体式水槽



金刚2.0铝框门一字铰链

H 清洁生产赋能

集团始终将环保减排作为产品生产制造的价值基准，赋能绿色制造体系由理念转化为系统性实践。坚持源头绿色选材，全面禁用铅、汞、氰化物、六价铬等有毒有害及高风险物质；在此基础上，系统推进低碳材料、先进工艺与节能设备的集成应用，依托自动化技术及高效治污设施，以低污染、低能耗、高效率的新工艺取代传统高耗工序，全面提升资源利用效率与材料回收率，实现生产链条绿色管控，切实守护生态安全与用户健康，赢得品牌信任。

产品清洁生产举措及成果

产品类型	环保工艺举措	环保成果
五金产品	广泛应用“无氰电镀”技术替代高污染氰化物电镀；对部分外观件，采用PVD（物理气相沉积）真空镀膜替代水电镀。	该工艺无废水排放、金属利用率高、涂层更耐磨环保。
	全面采用水性漆喷涂替代油性漆，在适用部件上采用粉末喷涂。	大幅减少VOCs（挥发性有机物）排放，且过喷粉末可回收利用。
户外家具产品	通过铝材结构更改、铝材冲缺口、铝材弯形等举措，实现免打胶工艺改善。	减少VOCs（挥发性有机物）等化学污染物排放。

严控有毒有害物质使用举措及成果

产品类型	管控举措及成果
铰链产品	铰链装饰性镀层采用无氰电镀工艺，杜绝氰化物使用，废水毒性降低99%，处理难度大幅下降。
滑轨产品	采用低铬钝化或无铬钝化镀锌工艺，钝化液不含六价铬，符合欧盟REACH法规要求，同时保持优异的防腐性能。
水龙头产品	采用304不锈钢或无铅铜合金材质，表面处理工艺禁用铅、汞等重金属添加剂，符合欧盟RoHS与中国GB/T 26572-2011标准，切实保障用户用水安全。



滑轨产品



水龙头产品

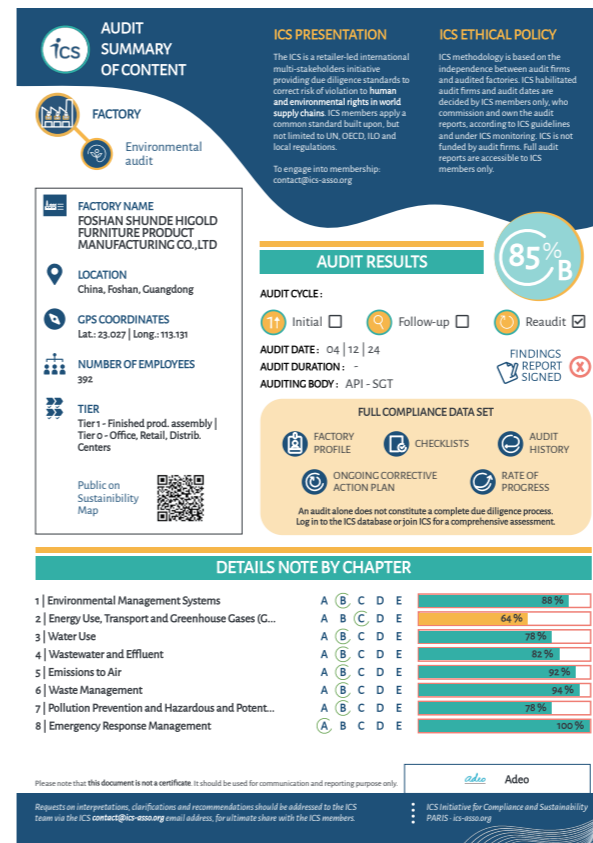


H 环保产品树帜

集团始终以打造环境友好型家居五金产品为己任，聚焦产品使用环节的环保表现，持续推动兼具绿色属性与卓越品质的创新产品进入市场，全面兑现环境友好与社会责任承诺。立足实际使用场景，集团对产品的节水、节能及环保性能进行创新集成与系统优化，在保障功能体验的同时，显著降低资源消耗；同时，主动接受权威第三方审核，获得环境与社会相关认证，印证产品在生态保护与人文关怀维度的综合价值，形成高门槛的市场准入优势与高黏性客户基础，显著提升产品的市场环保辨识度，巩固企业长期差异化竞争优势。

环保产品节能节水实践

产品系列	节能节水创新点
BL系列石纹纳米水槽	3D力学涡流导流设计，排水效率提升30%；抗刮耐磨疏油层覆盖槽体，油污遇水自净，减少冲洗用水。
BN6.0集成龙头	创新搭载水力发电机，利用水能驱动发电，为智能控制模块提供自给自足电力，无需外接电源或更换电池。
飞雨瀑布龙头	瑞士纽珀起泡器，出水柔和静音，节水性能强大；200mm宽幕喷淋，广域冲洗减少重复用水。
CB2.0解冻轻智能水槽	超声波净洗技术，碗碟油污一冲即净，减少清洁剂使用和冲洗用水；专利增压泵实现节水30%。
智能感应龙头	AI智能感应系统自动识别手部位置，精准出水，杜绝滴漏烦恼；陶瓷阀芯经久耐用，不滴漏。



户外家具获得ICS环境责任审核认证报告



户外家具获得ICS社会责任审核认证报告

集团坚信，卓越的环境管理不仅是企业高质量发展的保障，更是推动产业文明进步与生态文明建设的先行应答。一直以来，集团通过持续优化能源结构、提升资源利用效率、强化污染防控与减排措施，在降低单位产值能耗、减少废水废气排放等方面取得显著成效，实现环境绩效与经济价值的同步提升。面向未来，集团将以更前瞻的视野、更坚定的行动，将环境管理升维为企业价值创造的重要引擎，在绿色转型的时代浪潮中，勇立潮头，为行业树立标杆，为社会守护绿水青山。

供应链协同： 构建可持续生态链

悍高集团将可持续发展与责任治理贯穿于供应链全链路，以“链主”担当引领价值链重构，摒弃传统零和博弈模式，转而追求价值链深度协同与共创共享新范式。集团致力于构建覆盖采购、供应商及经销商的可持续生态圈，通过战略联动与价值赋能，携手合作伙伴在可持续发展的航道上同频共振，持续提升供应商质量与协同效能，驱动产品力进阶与品牌价值持续释放，共同增强供应链韧性与抗风险能力，推动产业生态由内而外实现可持续跃迁。

本章数据亮点

730家

供应商数量

99.73%

供应商本地化比例

99.97%

本地化采购金额比例

45家

获ISO 14001环境管理体系认证的供应商数量

39家

获ISO 9001质量管理体系认证的供应商数量

67家

可持续认证供应商数量

171家

开发遴选新供应商数量

157家

参加培训交流的供应商数量

280次

供应商培训交流次数

可持续采购

集团持续深化可持续采购实践，全面规范招标采购行为，保障重点采购过程公开、公平、公正。通过构建以《对外采购管理制度》《招标管理制度》《物料采购管理制度》为核心的制度体系，在产品原材料选择上精益求精，严把进货检验关，优先选用可回收、可再生及环境负荷低的环保型材料，严守材料质量安全标准，降低因环保不达标或质量问题引发的召回与停工损失，提升生产稳定性与客户满意度，确保产品安全与环境友好并重。

绿色采购

集团将绿色采购作为构建可持续供应链的核心抓手，从材料源头践行环境责任。集团坚持“安全、环保、可再生”原则，严格筛选原材料，对板材、铝材等关键物料实施严苛的进货检验，确保所有投入品均符合国家标准及集团内部严于国标的环保要求，为打造绿色环保产品提供坚实保障。此外，集团优先选择对木材来源严格监管的供应商，严禁非法采伐原料流入，确保木材供应的可追溯性与森林可持续性，降低产品出口贸易壁垒。

报告期内，集团采购经FSC环保认证的木材达349.77吨当量；同时，集团注重供应商的环境管理能力，持续提升原材料认证比例。截至报告期末，集团获ISO 14001环境管理体系认证的供应商共45家，通过体系化管理推动供应商在生产过程中降低能耗、减少排放，共同构建绿色、低碳的供应链生态。



集团供应商森林管理委员会（FSC）认证证书

数读2025

349.77 吨当量

采购经FSC环保认证的木材

45家

获ISO 14001环境管理体系认证的供应商

安全采购

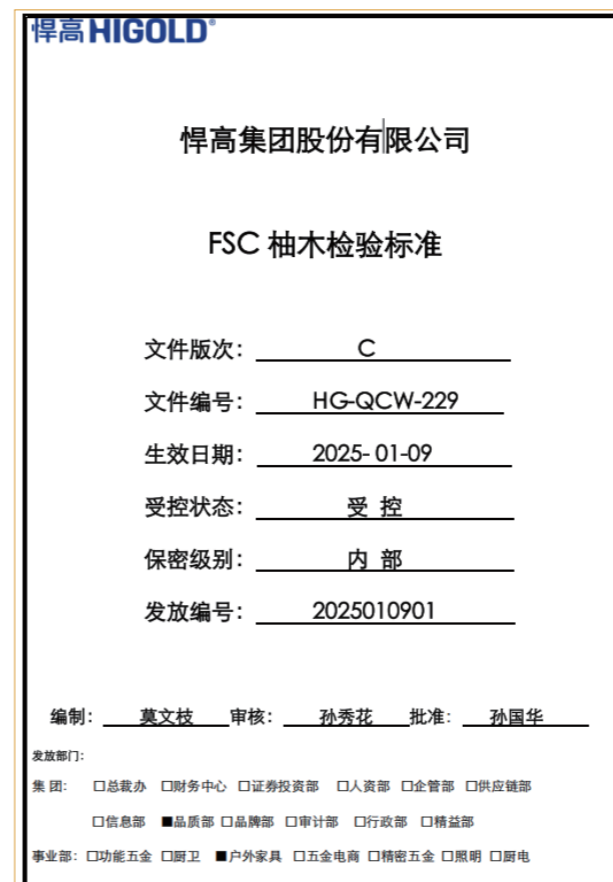
集团始终将材料安全与质量稳定视为供应链管理生命线，通过“认证准入、标准管控、协议约束”三维体系，全方位筑牢安全防线。在准入端，集团严选优质伙伴，优先引入拥有完善质量管理能力的供应商；在过程端，集团推行精细化管理，针对关键原材料制定覆盖全品类的精细化检验标准，明确界定材料性能、环保指标及安全阈值，确保每批入厂物料均精准符合生产需求；在机制端，集团落实契约管理，与供应商签订《质量协议》《安全管理协议书》，固化双方在质量责任与安全风控方面的权责义务，确立“事前有约定、事中有监督、事后可追溯”的闭环管理机制，切实保障产品质量的稳定性与供应链的安全韧性。

截至报告期末，集团获ISO 9001质量管理体系认证的供应商共39家，从源头确保供应链具备稳定的质量保障能力。

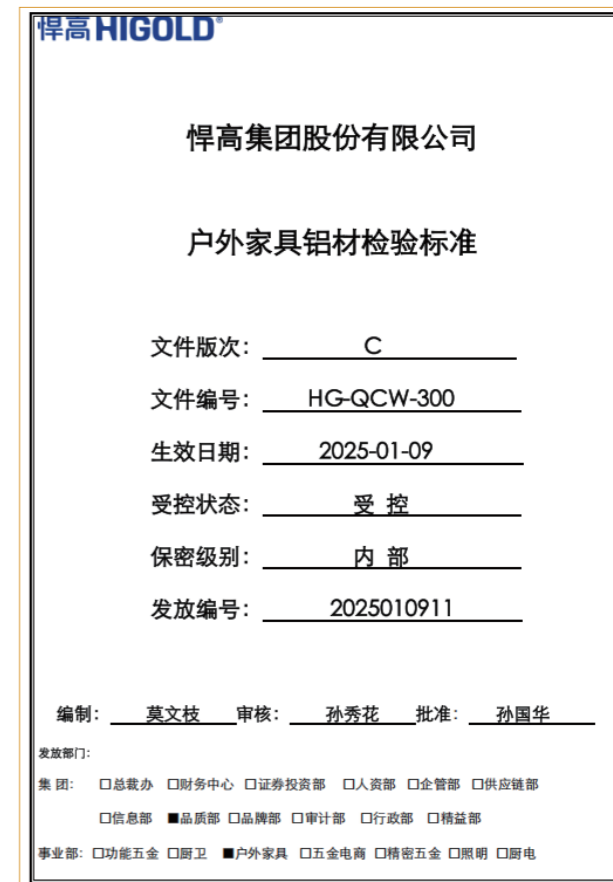
数读2025

39家

获ISO 9001质量管理体系认证的供应商



《FSC柚木检验标准》



《户外家具铝材检验标准》

供应商管理

集团坚持“严准入、强管理、重赋能”的原则，全面构建可持续供应商生态，实现端到端的精益化管理。通过严格的尽职调查、分类分级与绩效考核机制，实现从准入到退出的精细化闭环管理；依托数字化与流程化双轮驱动，大幅提升供应链透明度、协同效率及风险管控能力，达成降本增效目标；完善供应链安全策略，强化供应链风险管控，增强业务韧性与稳定性；坚持平等对待中小企业，通过常态化培训交流建立互信互利的长期伙伴关系。依托优质供应商的持续引入与深度赋能，显著提升原材料供应的稳定性与可靠性，从源头保障产品品质的稳步提升，赢得更高的市场认可度与品牌溢价，构筑面向未来的核心竞争力。

报告期内，集团供应商库涵盖730家合作方，供应商本地化比例达99.73%，本地化采购金额比例为99.97%，可持续认证供应商共67家，本地化战略成效显著，强化绿色供应链竞争优势。

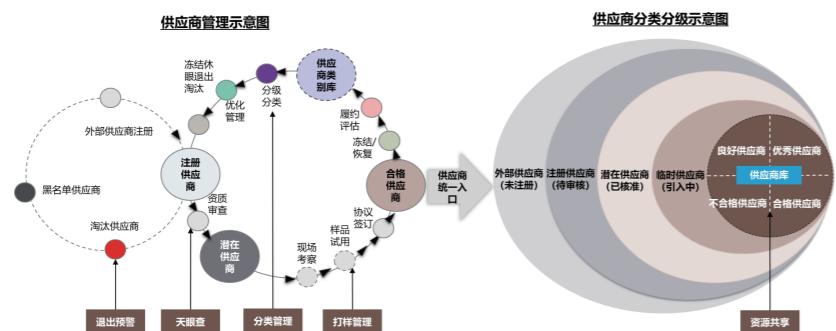
数读2025



供应商全流程管理

集团高度重视供应商的全流程规范化管理，持续优化供应链生态。依托完善的供应商管理制度体系，从评审引入、分类分级、绩效考核、淘汰退出等维度，对供应商实施动态闭环管理，确保其在商业道德、财务健康与透明度、质量保证体系及技术研发能力等核心维度持续达标，驱动供应商持续改善，携手锻造质量更稳、交付更准、责任更实、韧性更强的供应体系，打造卓越产品品质巩固客户黏性与渠道信任。

供应商生命周期管理框架

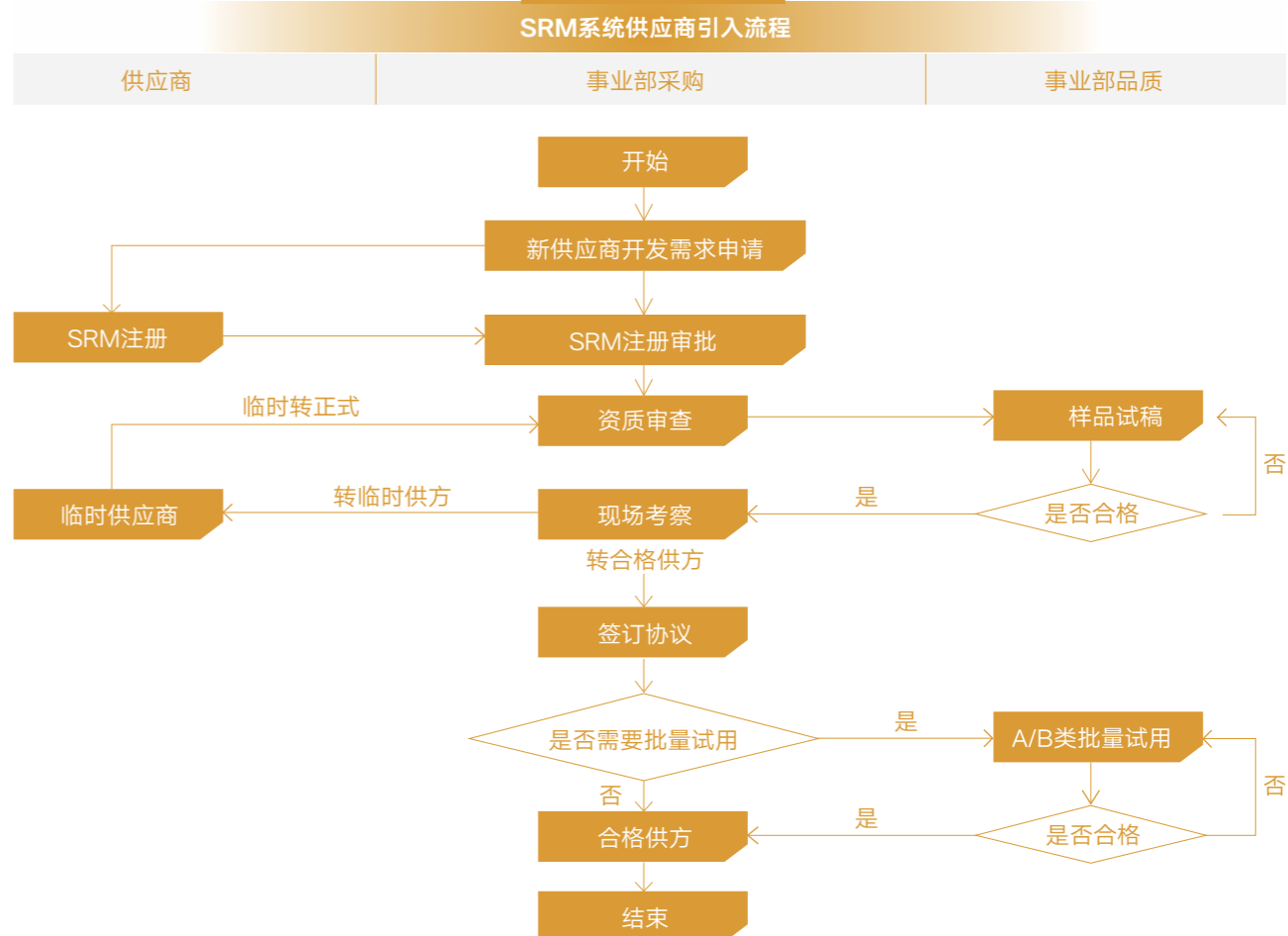


评价准入

集团持续健全材料类供应商的引入标准，依托《新供应商引入及评审管理制度》，严控源头质量并提升引入效率与精准度。通过明确供应商引入流程、准入要求、评审时机、频次及人员配置，采取“资质+综合评分”双标准，严把资质审查、现场考察、现场评审、小批试用四大核心关口，确保供应商质量可控。基于业务属性与物料特性，对材料供应商和物料品质等级实施“双维度”精细化分类管理，针对不同类别的供应商与物料，匹配差异化的资质文件审核、现场考察和现场评审标准，在确保质量底线达标的基础上，加速优质供应的流转筛选，显著缩短新品开发周期与量产爬坡进程，实现供应链对产品的深度价值赋能。

报告期内，集团开发遴选新供应商共171家，综合评估转正的临时供应商共130家。

数读2025



材料供应商类型



物料品质等级类型



尽职调查

集团高度重视对供应商的尽职调查，针对新供应商引入、新增物料品类、变更/新增生产地址等关键场景，建立并执行严格的现场评审机制。集团明确要求A/B/C级生产型供应商必须接受现场评审，由事业部品质部门牵头组建跨职能评审小组，严格依循《悍高供应商现场审核指南》，执行“先考察、后评审”两步走策略，前期以实地或远程考察形成《现场勘探报告》并形成纸面引入意见，评审阶段则运用《供应商保证能力调查表》等标准化评审工具，全面验证供应商的质量保证能力、技术实力及经营管理水平，为产品注入稳定、先进、可持续的生命力。

报告期内，集团年度走访目标为216家，实际走访217家，累计输出走访报告100份，走访目标完成率为100%。

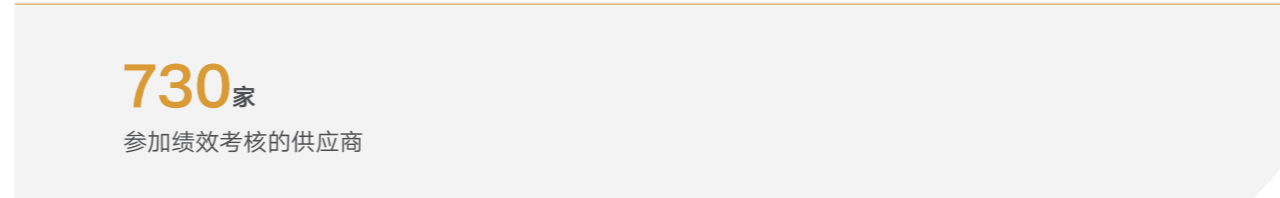
数读2025



动态考核

为推动供应商规范化管理，集团制定《供应商绩效和考核管理》《供应商年度审核管理制度》等规范，构建“月度考评+年度评审”的双轨考核机制，实现全周期、多维度的规范化管理。月度考评以业务、成本、品质为核心指标，依托ERP系统自动抓取交货数据，对合格供应商进行实时、客观的量化评分；年度评审则严格执行入网供应商强制资质评审，并按类别设定差异化抽样审核比例与频次，系统评估其生产资质、过程能力、技术水平及质量保障体系等，综合评定形成A至E五级分类，实施差异化应用策略。该体系显著提升供应商履约透明度与可控性，推动供应链协同优化与价值跃升，降低运营风险，为产品稳定交付和业务持续发展筑牢根基。报告期内，参与集团绩效考核的供应商共730家。

数读2025



年度评审结果分级与应用			
供应商类别	A类物料供应商 (战略/关键)	B类物料供应商 (重要)	C类物料供应商 (一般)
审核方式	现场审核，年度抽审比例不低于10%		抽样审核或文件审核
及格分数线	80分	70分	60分
A级(优秀) 90—100分	战略合作，新项目优先定 点，酌情增加份额，可豁 免次年现场审核。	优先合作，新项目优先考 虑，酌情增加份额，可豁 免次年现场审核。	保持合作，作为优先询价 来源。
B级(良好) 80—89分	保持正常业务往来。	保持正常业务往来。	保持正常业务往来。
C级(合格) 70—79分	限期整改，并同步提交 《待改进项及纠正预防措 施要求》；整改期间将予 以重点监控，且不增加其 合作份额。若3个月内未 能完成有效整改，将依据 红黄牌评定结果执行相应 处理。	保持正常业务往来。	保持正常业务往来。
D级(待改进) 60—69分	3个月内未能完成有效整 改，将依据红黄牌评定结 果执行相应处理。	限期整改，并同步提交《待 改进项及纠正预防措施要 求》；整改期间将予以重点 监控，且不增加其合作份 额。若3个月内未能完成有 效整改，将依据红黄牌评 定结果执行相应处理。	提出书面改进建议，保持 合作。
E级(不合格) 60分以下	启动淘汰/替代程序，6个 月内完成新供应商辅配。	启动淘汰/替代程序，6个 月内完成新供应商辅配。	限期整改，并同步提交《待 改进项及纠正预防措施要 求》；整改期间将予以重点 监控，且不增加其合作份 额。若3个月内未能完成有 效整改，将依据红黄牌评 定结果执行相应处理。

分级分类

依托差异化管理策略，集团制定《供应商分级管理制度》，构建覆盖供应商准入、评价、退出等全生命周期的分类分级体系。在准入维度，将供应商划分为未入库与入库两大层级，实施严格的准入审核与动态监控；在评价维度，基于绩效考核结果，从业务、成本、品质绩效出发对入库供应商进行综合评定与分级分类，全景式掌握供应商的结构构成与动态表现。基于此，集团实施精准的差异化管理策略，对库内的良好与优秀供应商，开放更多资源共享与协同创新机会，明确不合格供应商的退出机制，及时淘汰不达标者，有效保障供应链的质量稳定性。通过科学分类分级，优化资源配置效率，增强供应链韧性及竞争力，赋能产品卓越品质与敏捷创新，构筑企业在复杂市场环境下的持续增长引擎与差异化竞争护城河。



供应商分级管理策略				
维度	一级供应商	二级供应商	三级供应商	四级供应商
采购策略	①当期采购比例提高10%以上； ②该细分品可独家； ③年度战略协议，确保年度供需保障； ④收发货优先权。	①当期采购比例提高5%以上； ②该细分品类需维持两家； ③年度框架协议，确保年度供需保障。	①年度重点复审扶持； ②设立整改目标，限期整改提升。	①当期采购比例不高于20%； ②该细分品类不允许独家； ③开发新供应商替代。
新品策略	①新品开发优选； ②老品开发优选； ③新品战略年度分享。	新品竞争开发	新品竞争开发	新品禁止开发
激励策略	①年度优秀供应商荣誉； ②每年3次品质特采或交付异常免除扣罚。	①可参与年度优秀供应商评比； ②每年2次品质特采或交付异常免除扣罚。	-	①月度绩效警示； ②全集团通报； ③淘汰公示。

退出机制

集团秉持“动态优化、优胜劣汰”的管理原则，持续健全供应商退出与淘汰机制。通过制定《供应商品质淘汰管理制度》《供应商退出管理制度》等规范性文件，建立完善供应商淘汰与退出环节的操作流程及要求，推动供应链持续优化与资源高效配置，显著提升采购质量与交付效能，支撑高品质产品与服务，维护企业品牌与市场声誉。

报告期内，集团开展在册供应商专项现场复审共131家，其中，因复审不合格被列入为期6个月观察改进名单的供应商共7家，另有因不合规操作被中止合作的供应商11家。

数读2025

131家

在册供应商专项现场复审

7家

列入为期6个月观察改进名单的供应商

11家

被中止合作的供应商

供应商退出类型

退出类别

退出条件（包括以下之一）



供应商布局优化

- 供应商在所供应组织中的编码覆盖率、金额覆盖率较低；
- 价格无法满足悍高要求；
- 交货经常延误，严重影响生产(悍高内部责任除外)；
- 合作意愿差；
- 红牌供应商；
- 一年内未发生采购交易的供应商；
- 没有签订合同（特殊申请除外）。



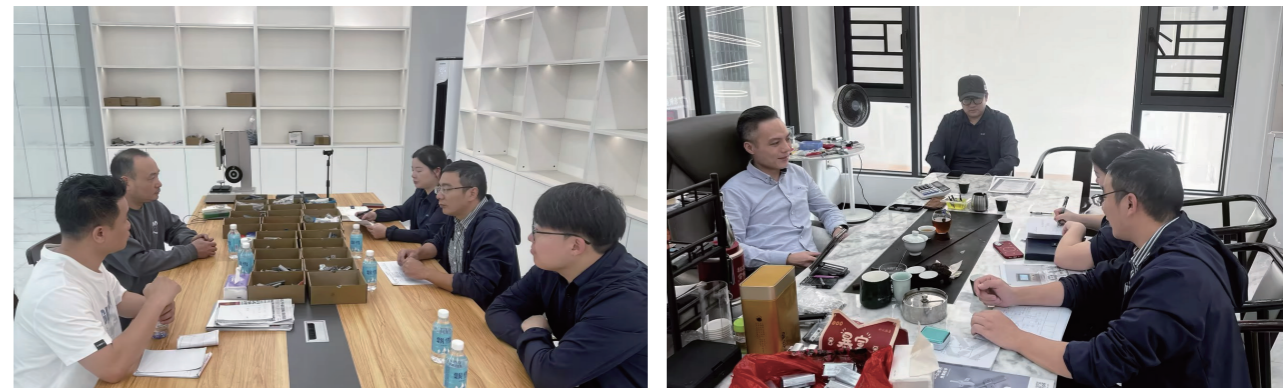
主动退出

- 供应商由于意愿、价格等原因主动申请退出事业部供应体系时，应以书面形式向采购负责人提出退出申请；
- 供方因将要发生或已经发生转让、破产、重大纠纷等情况主动申请退出。



淘汰管理

- 违规供应商；
- 黑名单供应商。



供应商专项现场复审

集团坚持以严苛标准和前瞻视角审视合作伙伴的综合表现，确保供应链稳健、透明且富有韧性。通过源头把控，持续优化供应商质量，夯实产品品质根基与安全可靠性，提升运营效率与市场响应速度，强化品牌信任与客户价值创造能力。展望未来，集团将以更高站位引领供应链绿色转型与价值共创，携手合作伙伴共塑高质量、负责任且具有竞争力的全球产业价值链，为企业永续发展与行业进步注入坚实动力。

供应链数字化管理

集团锚定“以数字化采购平台为中心，以数据驱动管理”的核心战略，采用“SRM+MES+ERP”多系统协同模式，优化数字化管理解决方案，系统性重塑供应链全链路业务流程，持续推进供应商管理数字化转型进程。通过构建统一的数字化供应商管理体系，实现寻源至退出的全环节线上化与流程化，确保管理动作的标准化、可视化与全程可追溯；依托集成化供应商门户，打造集在线注册、资质提报、投标竞价等功能于一体的统一交互入口，实现采购全流程线上化管理，显著削减线下沟通壁垒，提升供应链的透明度、响应速率与多方协同效能，实现真正的阳光采购与精细管控。



H 供应链风险管理

集团秉持“负责任采购”与“风险共治”原则，构建覆盖事前预防、事中控制与事后优化的全链条风险管理策略。通过建立《品质危机事件管理办法》《物料影响责任追溯管理制度》规范，依托严格的准入甄别、动态的风险评估及持续的赋能协同，实现对供应链潜在风险的系统预判与敏捷应对，从源头筑牢产品品质的稳定根基，显著提升业务运行的连续性与抗冲击能力。

报告期内，集团高效处置涉及龙头配件及阻尼器质量的供应链重大风险与影响事件2起，追责供应商及相关人员14人，全面保障供应链的安全性、可靠性与整体韧性。

数读2025

2起

高效处置供应链重大风险与影响事件

14人

追责供应商及相关人员

供应链风险管理策略		
策略层级	核心目标	关键措施与示例
长期策略（事前预防）	从源头增强供应链的稳定性和韧性，防患于未然。	1、严格供应商准入与管理：对供应商进行现场审核、资质认证（如ISO14001）。 2、提升供应链可视化与预测：构建数字化平台，整合从采购到生产的数据，通过数据分析预测风险。 3、供应链网络多元化：避免单一来源依赖，开发多元化的采购和物流渠道，避免独家供应风险。 4、优化内部库存策略：针对关键物料建立安全库存。
中期响应（事中控制）	在风险或中断事件发生时，快速响应，最大限度保障业务连续性。	启动应急流程：对关键物料开通采购“绿色通道”；利用替补供应商、生产计划调整等应急方案。
短期恢复（事后优化）	在事件平息后，快速恢复运营，并总结经验以强化未来应对能力。	1、执行业务恢复计划：根据预案，有序切换回正常供应商，补充安全库存，恢复生产节奏。 2、事件复盘与流程优化：分析事件原因与响应效果，优化预警指标和应急流程。

H 供应商培训交流

集团视供应商为休戚与共的战略伙伴，通过系统化的培训交流，积极发挥“链主”企业的技术溢出效应，推动供应链整体向高质量、高效率转型。通过举办高规格供应商大会，围绕品质升级、成本优化等关键议题与合作伙伴开展深度协同，输出集团管理标准，构建开放、互信、共赢的供应链创新生态；同时，常态化开展供应商交流与培训，以技术赋能方式向中小供应商推广精益生产与品质改善经验，提升供应链整体技术水平与运营效率，打造稳定、高素质、持续改进的供应梯队，为产品高端化、差异化与全球化拓展提供稳定持久动能。

报告期内，集团组织开展供应商培训交流280次，覆盖供应商157家。

数读2025

280次

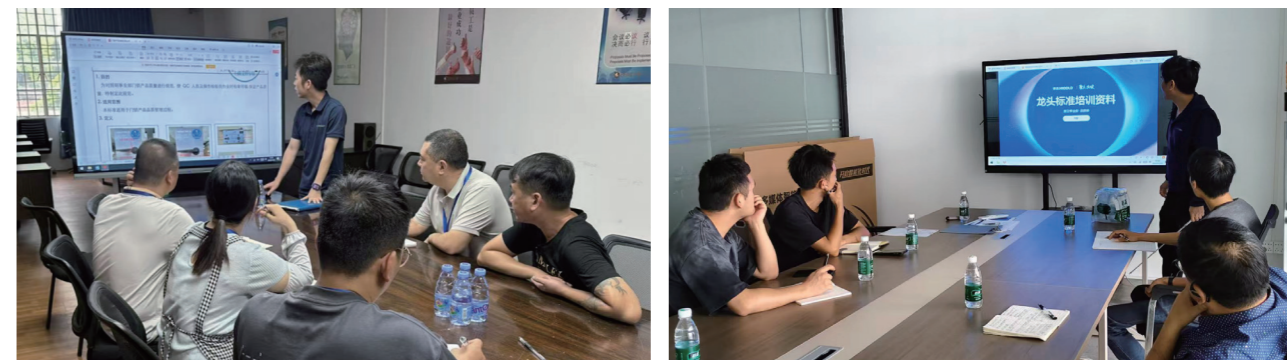
供应商培训交流

157家

覆盖供应商



集团第一届供应商大会



中小供应商技术赋能

经销商管理

在经销商管理方面，集团坚持规范管理、价值共创与协同发展并重，构建稳定高效的全球经销网络体系。依托《经销商管理制度》《经销商授信管理制度》等，明确经销商准入、运营、考核及退出全流程标准，强化信用风险管控，有力保障集团资产安全与双方合法权益；此外，通过举办“2025全球经销商大会”“2025海外经销商大会”等，搭建高效沟通与战略对话平台，进一步凝聚发展共识，携手合作伙伴共促市场拓展与品牌价值提升，构建起稳定、高效、互信的全球供应链终端服务体系，持续增强产品市场竞争力与品牌国际影响力。



案例：悍高2025全球经销商大会

2025年3月，“韧性增长”悍高集团2025全球经销商大会暨新品发布会在顺德喜来登酒店启幕。本次大会汇聚全球经销商伙伴，围绕构建共赢生态闭环、深耕全球渠道网络、缔造共生型业态展开布局，明确将持续赋能代理商，提升产品盈利空间，筑起竞争护城河，锻造市场突围尖刀，携手全球代理商共促韧性增长。



案例：悍高2025海外经销商大会

2025年3月，“Resilient Growth”悍高集团2025海外经销商大会暨新品发布会于悍高星际总部隆重召开，来自印度、荷兰、韩国、蒙古、乌兹别克斯坦、美国、俄罗斯、澳大利亚等全球各地的海外合作伙伴荣归共聚。大会以全新战略布局发布与创新新品首秀为核心亮点，与全球伙伴携手锚定国际市场新增长极，持续赋能海外经销商发展壮大并实现长效增长，共同引领全球家居产业实现价值跃迁。



从资源到责任，从速度到韧性，集团充分发挥自身供应链统筹优势，将品质保障、效率提升与责任实践有机嵌入供应商合作全流程，织就安全可控、开放协同且具备持续抗风险能力的全球供应网络，为产品品质领先与业务稳健发展提供坚实基础。立足新阶段，集团将以更广阔的视野推动供应链向绿色低碳与价值共生迈进，携手合作伙伴共建创新驱动、责任共担的产业共同体，使可持续供应链成为赋能企业高质量跃升与行业革新的关键支柱，并为社会持续贡献多元价值。

创新品质服务： 赋能产业高质量发展

悍高集团作为“中国功能五金第一股”，致力于为全球用户提供一站式全屋高端五金解决方案。集团凭借优异的产品性能与广泛的市场布局，品牌影响力及经营规模正持续提升，先后荣获“中国家居制造业五金行业10强”“中国家居五金行业标志性品牌”“佛山高新区制造业单打冠军企业”等多项行业重要荣誉。报告期内，集团获评“2025年广东省省级制造业单项冠军”“2025年佛山制造业企业100强”，充分体现市场对公司产品质量与综合实力的认可。

悍高HIGOLD®

本章数据亮点

5项

年度新增iF设计奖数

2项

年度新增红点设计奖数

1,235项

报告期末拥有授权专利

100%

市场监督抽查检验合格率

1,500人次

质量培训覆盖

0件

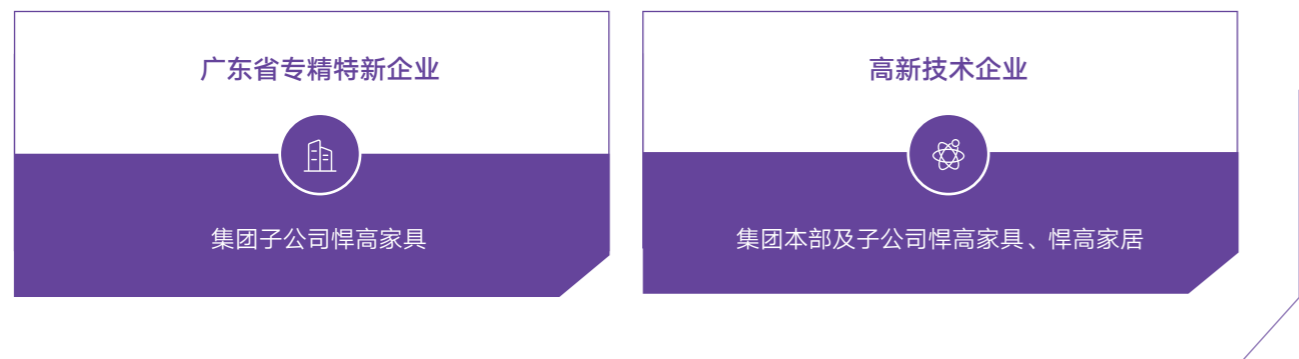
信息安全与隐私保护违规事件

98.3分

客户满意度

创新驱动发展

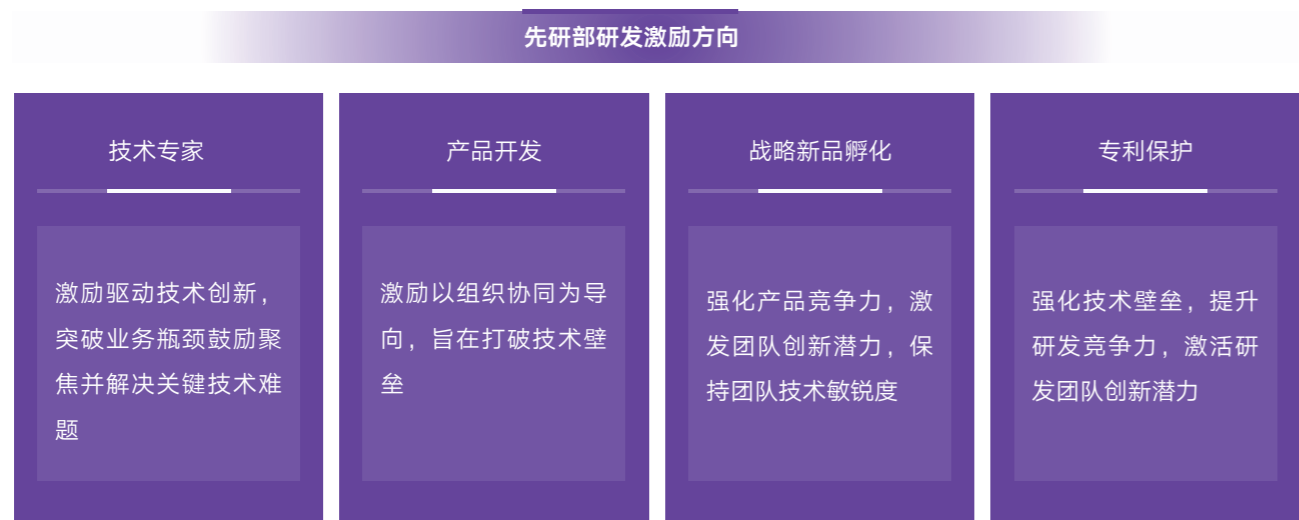
研发创新是集团可持续发展的核心引擎，集团以客户需求为导向，通过完善的研发体系、全流程的研发管理、全方位的知识产权保护与全链条数智化转型，持续突破核心技术，助力行业创新升级。



H 研发体系建设

集团建立了完善的研发管理体系，制定《产品开发设计评审操作规范》《产品试制操作规范》等制度文件，实现新产品全生命周期规范化管理；设立省级工业设计中心，组建专业研发团队，成立先研部，系统开展技术研究赋能、前沿技术储备与战略新品孵化工作。研发团队通过市场调研、竞品分析及客户需求对接明确研发方向，推进研发全流程落地实施，形成多项专利技术，持续提升核心市场竞争力。

报告期内，集团制定《先研部研发激励方案》，结合研发人员岗位职责，设立技术专家、产品开发、战略新品孵化及专利保护四类激励机制，有效激发研发团队创新活力，推动研发方向与集团战略、市场需求深度契合。

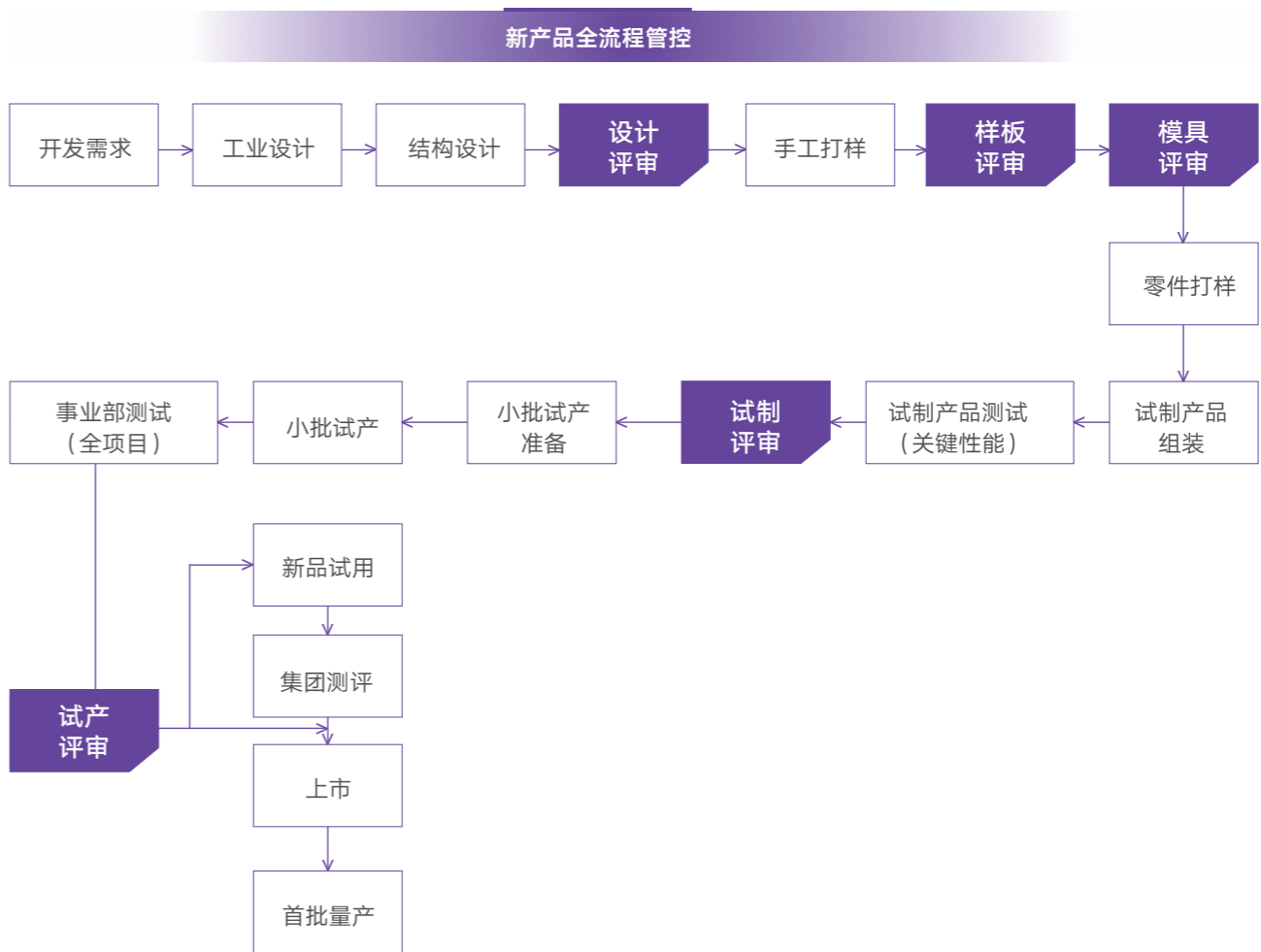


集团未来将持续加大研发投入，并在现有研发力量基础上，按计划推进“悍高集团研发中心建设项目”，进一步强化技术研发与创新能力，为核心技术突破、战略新品孵化提供硬件保障与人才支撑，持续提升集团市场竞争力。

H 研发流程管理

集团高度重视研发流程规范化建设，以数字化、精细化管理为抓手，搭建全流程、闭环式研发管理体系，兼顾研发效率提升、风险防控与客户需求适配，推动研发管理提质增效，助力技术创新成果落地转化。

集团已建成覆盖新产品立项评审、概念设计、详细设计、样机开发、小批试产、试用测评、商投量产及上市复盘的全流程线上化管控体系；通过全流程闭环管控与线上化运行，有效提升研发过程管控精度与执行效率，缩短新品研发周期、降低研发风险，保障新品从设计开发到量产上市全链条规范有序推进，为技术创新成果高效转化、产品品质稳定可控提供坚实支撑。



报告期内，集团持续细化全流程管理颗粒度，完善新品研发管理规则，优化测评方案，前移管理节点，健全闭环管理机制，推动新品研发管理提质增效。

新品研发管理提升举措

新品流程精细化管理	新品全流程赋能、诊断，优化90条流程。
新品测评体系迭代	新增测试大纲7份；测试大纲增加测评新增37项，修订12项。
强化新品过程管理	集团介入试产评审58次；新品开箱49款；新品安装指引新增44款。
新品问题闭环管理	新品测评问题闭环275项；试产OKR现场稽查58项，稽查符合率98%。

聚焦客户需求

集团始终以客户需求为核心导向，致力于为消费者提供兼具极致性价比与美学设计的优质产品。

集团组建专项调研团队，深入市场一线调研客户需求，推动产品设计与客户需求精准同频。战略新产品开发前期，专业人员通过线上调研、入户访谈、门店走访、代理商座谈等多种形式，精准捕捉客户核心诉求；产品上市后，通过深度访谈等方式，系统梳理客户满意点与使用痛点，复盘优化方向、推动产品持续迭代，确保每件产品贴合客户实际需求。



知识产权管理

集团高度重视知识产权管理工作，严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》等相关法律法规要求，通过制度建设与体系规范，夯实知识产权管理基础。

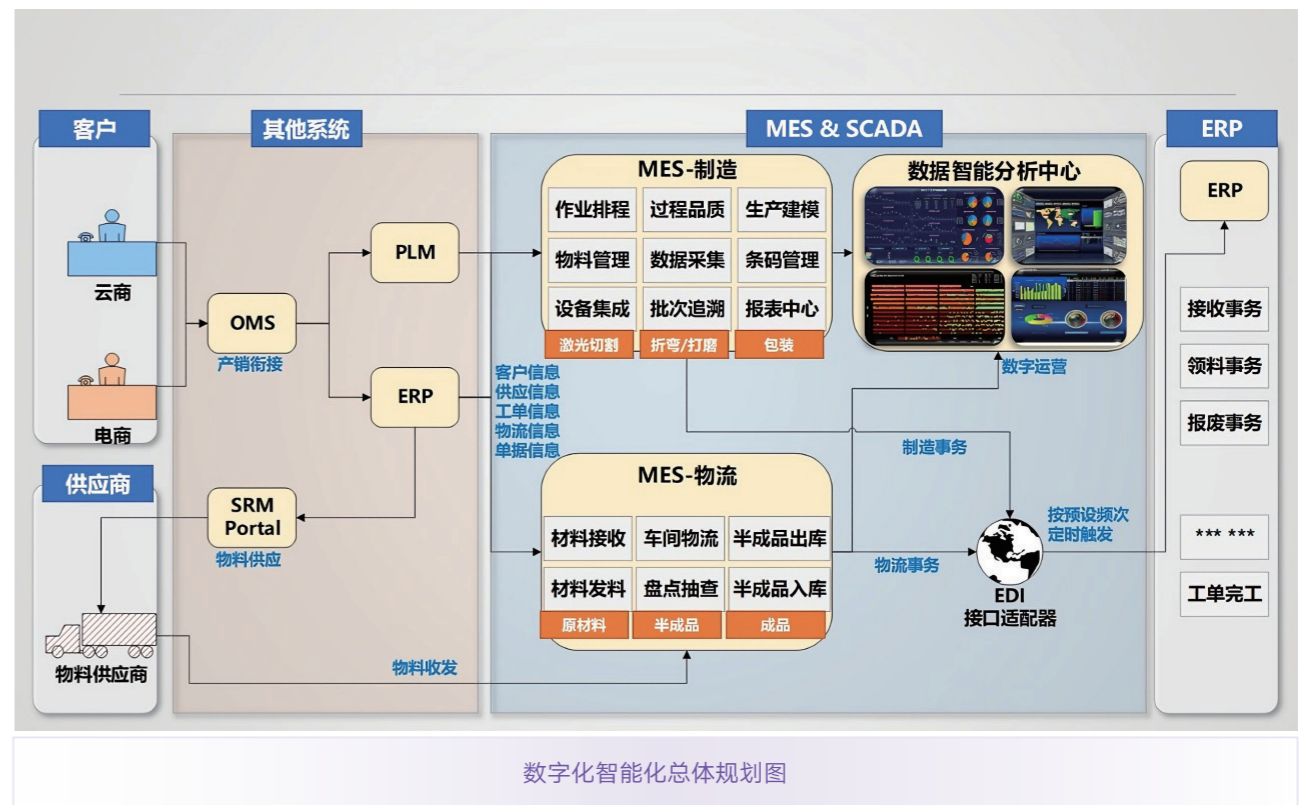
集团制定《知识产权管理制度》等内部规范性文件，优化知识产权管理流程，搭建以总裁办为核心统筹、法务部与各事业部协同联动的管理架构，明确各主体权责边界，建立奖惩机制，强化全员知识产权保护意识；同时聚焦知识产权风险管理，构建全流程闭环管理体系，在创新产品研发环节前置风险防控，梳理分析市场同类产品知识产权布局、精准识别核心技术专利并遵循“先申请后公开”原则，在技术引进、设备购置涉及第三方专利或专有技术时，通过合同专利条款明确双方权责，杜绝未获许可擅自使用行为，筑牢企业知识产权安全防线。

截至报告期末，集团拥有授权专利1,235项。

数智化赋能增效

集团数智化转型升级以战略规划为引领、以系统建设为支撑、以智能制造为核心、以精益管理为保障，通过分阶段、全链条推进数字化布局与智能化应用，实现生产效率、产品品质、成本管控与产业链协同能力的全面提升。

集团依托企业资源管理计划ERP系统、生产执行MES系统等核心信息系统，建立起产供销全环节数据连通与交互环境，在提升生产效率、稳定生产工艺的同时，为经营决策提供精准数据支撑。同时依托工业互联网应用，实现生产设备云端管控与远程运维，破除信息孤岛，推动生产全流程向自动化、智能化方向升级，夯实企业可持续发展的数字化基础。



数字化进程

集团以中长期发展目标为引领，制定专项《数字化发展规划》，分阶段推进系统布局与场景应用，构建覆盖全经营环节的数字化管控体系。

截至报告期末，集团已落地应用企业资源管理计划ERP系统、研发管理PLM系统、采购管理SRM系统、生产执行MES系统、仓储管理WMS系统等行业先进的核心信息化系统，覆盖管理计划、生产执行、内部物流管理、设备管理、质量管理等生产经营全环节，形成全方位、多层次的信息化管控体系，为提升生产运营效率、稳定生产工艺水平，为经营决策提供科学、精准的数据支撑。



智能化进程

集团聚焦制造环节提质增效，以打造高水平智能工厂为目标，推进自动化产线与智能车间建设，破解传统制造行业痛点，提升制造体系稳定性与核心竞争力。

集团以建设黑灯工厂级智能化制造体系为核心方向，围绕柔性化生产、精益化管理、数据化决策，通过精密模具与定制化自动化设备替代传统手工作业，提升产品品质稳定性，实现品质缺陷快速追溯与工艺优化，有效缩短品质改善周期，减少品质管控的滞后问题。

截至报告期末，集团已建成铰链产品加工智能车间，为数智化转型升级提供了可复制、可推广的实践样板。



铰链组装智能车间

铰链组装智能车间以数字化、智能化转型为核心，系统推进生产体系升级，有序引入PLM、MES、WMS等信息化管理项目，同步引进182套先进数控设备，实现设备联网率100%，成功构建起全方位、全流程、信息化、目视化的智能生产管控体系。

车间改造完成后，生产效能实现全方位跃升，实现以智能化升级赋能企业高质量发展。

集团数字化进程

2020年

数字化转型启动

提出“一个企业、一个体系、一个标准、一个平台”的数字化转型目标。

2022年

智能工厂奠基

六角大楼智能工厂（一期）全面投产；按照“黑灯工厂”标准建设铰链与导轨的自动化生产车间；以ERP为核心，集成CRM、PLM、MES、WMS等信息系统的架构，覆盖研产销一体化。

2024年

研发布局与全球发布

数字化对降本增效的贡献持续凸显；打造总规模达60万平方米的数字化生产基地群；集成PLM等系统助力产品创新。

2021年

系统集成

获评“佛山市工业互联网标杆示范项目”；加速推进智能车间改造，实现生产设备数据采集。

2023年

深化应用与绩效提升

通过数据驱动管理变革，提升市场洞察力；推进产品生命周期管理体系升级；实现订单可视化。

2025年

新征程与未来展望

持续优化ERP、MES、PLM等系统，探索AI应用，深化工业互联网建设；“独角兽”超级工厂预计2027年竣工，致力于推进工业4.0自动化制造。

深化精益管理

精益管理作为数智化转型升级的重要支撑，通过理顺流程、消除浪费、统一标准，为智能化落地扫清障碍、夯实基础，协同推动生产提质、增效、降本。集团通过体系化制度搭建、项目推进和人才培育，推动精益管理落地见效。报告期内，精益改善提案数量同比提升77%，专业精益人才队伍持续壮大，精益金种子认证累计达1,134人周次。

集团数智化能力的转型不仅显著提升生产效能、降低运营成本与资源消耗，预期将通过柔性制造、精准管控与产业链协同，强化长期竞争力，实现经济效益、运营效益与可持续发展价值的协同提升。

数读2025

77%

精益改善提案数量同比提升

1,134人周次

精益金种子认证累计达

匠心锻造品质

质量是企业发展的生命线，也是品牌立足市场的核心。集团坚持以客户需求为导向，将质量理念贯穿经营全流程，通过不断完善质量管理体系、实施全环节质量管控等具体措施，持续提升产品品质。

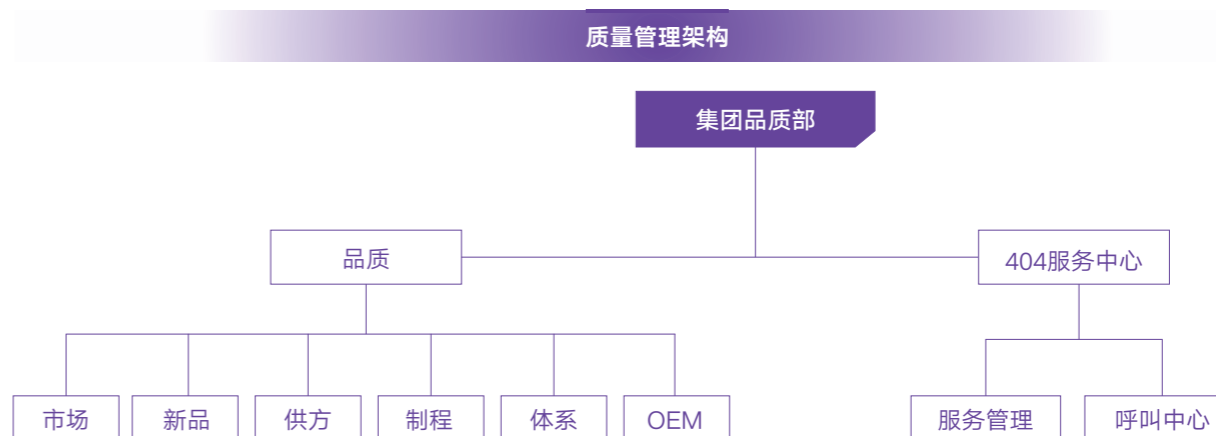
质量管理体系

集团严格遵循《中华人民共和国质量法》等相关法律法规，全面对标国家及行业现行标准，构建了完善的质量管理体系及产品标准体系，已通过ISO 9001质量管理认证、质量管理成熟度3A级认证。



质量管理架构

集团以品质部为核心，系统性搭建全覆盖的质量管理架构，制定《制程品质管控制度》《关键工序管理制度》《VOP品质管理制度》《成品检验管理制度》等一系列标准化内部质量体系文件，形成从源头管控、过程监督到成品检验的全流程质量管理闭环。



质量管理方针与目标

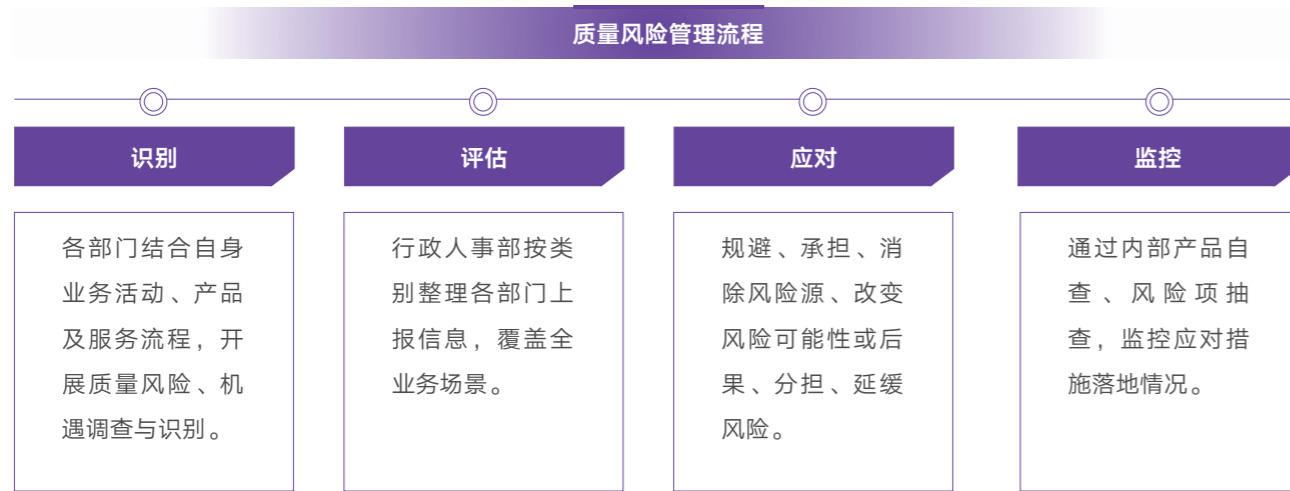
集团秉持“以人为本、诚信服务、质量求精、持续改进”的质量管理方针，以顾客需求为核心，将质量意识融入经营全流程，通过完善管理体系、创新管理观念、严控过程环节，推动产品品质持续提升。

集团建立闭环式质量目标管理机制，设定质量管理目标并层层分解；各部门据此制定实施方案、跟踪实际指标表现，每年召开管理审查会议对质量目标达成情况进行绩效评估，总结经验并动态调整下一年度质量管理方案。

H 质量风险与机遇管理

集团以全流程闭环管理为核心，统筹质量风险防控与发展机遇挖掘，通过制度化建设与常态化管控，在筑牢产品质量安全底线的同时，依托技术创新与模式优化抢抓行业发展契机。

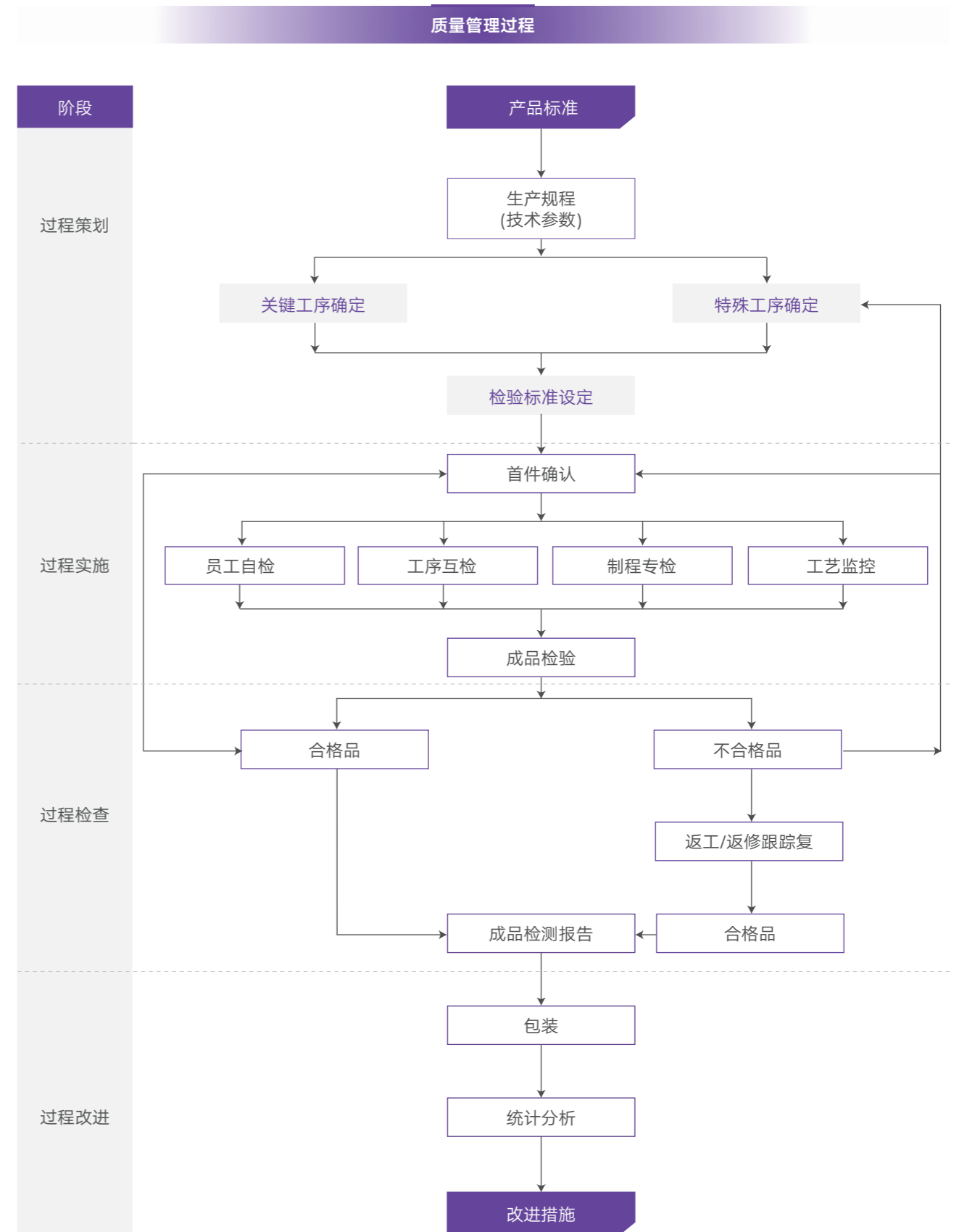
集团建立标准化、体系化的质量风险与机遇管理体系，发布《风险和机遇应对措施控制程序》，清晰界定质量相关风险与机遇的识别范畴、评估准则、应对方案编制要求及成效验证标准，搭建形成“识别-评估-应对-监控”闭环式全流程质量风险管理体系。在此基础上，集团主动研判质量领域发展趋势，通过技术创新应用、新产品迭代研发、多元化合作模式拓展等方式，将潜在机遇转化为支撑企业高质量发展的核心动力。



报告期内，集团持续深化质量风险落地管控，一方面常态化开展内部产品自查与风险项抽查，夯实内部质量管控基础；另一方面引入第三方专业检测机构开展外部质量核验，其中电器、卫浴类新品实现100%第三方检测覆盖，有效降低产品质量风险与市场合规风险。

H 全生命周期质量管控

集团构建全生命周期质量管控体系，贯穿新品研发、供应链管理、生产制程及市场售后各个环节，以严苛标准筑牢产品品质根基。



环节质量管控

在新品研发环节，集团从设计评审、样板验证、试制试产到集团级全项目测试，层层严苛把关，切实筑牢新品合规性与可靠性防线；在供方环节，集团建立供应商准入审核、现场实地评审、动态考核淘汰的全流程闭环管控机制，同步强化物料样品确认、试用管理及来料检验全流程管控，保障上游物料品质可控；在生产制程环节，集团全面融入VOP¹品质管理方法论，以制程44要素为核心抓手，稳步推进品质标杆线建设，建立首巡检、自互检、成品抽检相结合的全流程检验机制，明确不合格品处置标准与停线管理规则，持续保障生产过程的稳定性与产品质量的一致性；在市场售后环节，构建完善的投诉快速处理、规范退换货管理及高效备件保障体系。

不合格品控制

集团建立标准化不合格品管控体系，通过制度约束、分级管理、闭环处置与持续改进，实现不合格品全流程可控，坚决杜绝非预期交付。

制度与分级管理层面，执行《不合格产品控制程序》，秉持“不接收不良品、不制造不良品、不传递不良品”原则，建立四级分级标准，明确各部门质量职责，根据不合格品类型与等级采取退货、挑选、特采、返工返修、报废等差异化处置方式。

产品召回

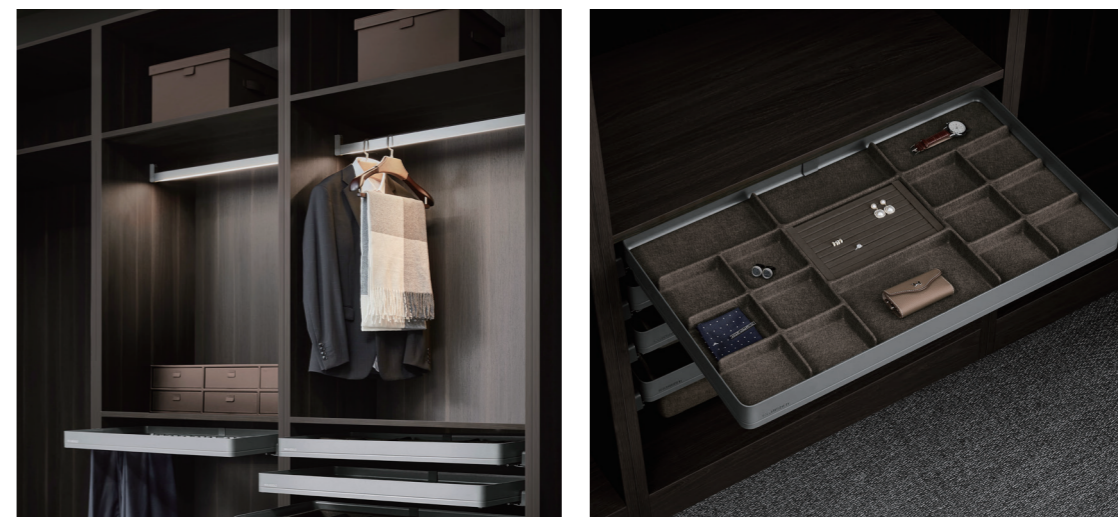
集团建立健全产品召回管理机制，对交付后产品质量问题实施快速响应与闭环处置，切实履行产品质量保障主体责任。针对产品交付使用后出现的质量不合格问题，开展系统问题排查、风险预警与用户沟通，必要时依法启动产品召回程序，及时阻断风险，保障消费者人身及财产安全。



悍高美斯系列衣柜五金

2025年，悍高美斯系列衣柜五金斩获德国红点设计大奖与德国iF设计大奖两项大奖，再次彰显了集团在产品设计领域的专业实力与责任担当。

该系列以用户需求为核心，兼顾美学，复古配色与模块化设计实现美感与实用性的协同。采用一体成型大R角设计规避使用风险；创新性地选用琥珀棕绒材质，以细腻柔软的触感守护每一次衣物收纳；依托高温成型技术实现模块间无缝衔接，彻底消除灰尘藏匿死角；模块化设计提供了多样化的收纳体验和功能性的灵活搭配，真正让衣柜实现了“一目了然的秩序感”，有效提升了家居生活品质。



质量提升举措

集团构建常态化品质提升机制，将品质管理深度融入企业生产全流程。

制度层面

集团出台《品质改善管理制度》，明确品质提升的核心准则、实施流程与责任分工，筑牢品质提升制度基础。

保障层面

集团建立配套激励机制，以质量提升项目验收评审结果为核心依据，设立项目整改奖、整改推进积分奖等奖项，充分调动员工参与品质提升的主动性与创造性。

实施层面

常态化推进质量提升工作，聚焦市场反馈、生产全流程管控及零部件品质管控核心维度，开展问题分级立项、精准整改，同步强化事前预防管控，实现整改与预防并重。

H 匠造贴心好产品

集团坚持为客户打造安全舒适有爱的居家环境，以人体工程学为设计原则，将便利化、人性化、安全化要求融入产品设计全过程，把人文关怀渗透到每一个设计细节。凭借扎实的原创实力，集团多次斩获喜马拉雅设计之巅大奖、德国红点设计大奖、德国iF设计大奖、广交会出口产品设计奖，同时获得中国红棉奖-产品设计奖、美国尖峰亚太奖等多项设计奖项。

报告期内，集团新增德国红点设计奖2项，德国iF设计奖5项。



数读2025

2项

新增德国红点设计奖

5项

德国iF设计奖

¹VOP (Voice of the Process, 过程之声)，用于识别制程波动、提升品质稳定性。
087

制程端品质提升

以制程端品质提升为例，集团2025年以VOP方法论为牵引，围绕六大专项维度展开，核心品质指标均得到明显提升，制程稳定性与产品合格率得到显著改善。

25年制程品质以VOP方法论为牵引，围绕六大专项维度开展!



质量文化建设

集团注重质量管理文化培育，将质量培训融入员工能力提升计划，借助岗前引导、线上研习、案例剖析等多样化培训模式，提高员工质量意识。

报告期内，集团开展各类质量培训30余场，共计70小时，覆盖员工1,500人次；培训内容涵盖六西格玛、VOP方法论等新工具赋能应用，以及供方模块赋能等基础能力提升，有效提升参训员工品质管理专业能力。

数读2025

30余场
开展各类质量培训

70小时
质量培训共计

1,500人次
覆盖员工



精益六西格玛绿带进阶项目

2025年11月，集团开展精益六西格玛绿带训练营二期进阶项目，35名各事业部核心骨干参与，聚焦DMAIC流程分析、改善与控制环节，系统学习各类质量分析工具并实现实战应用转化，持续夯实质量管控专业基础。



质量提升成效显著

依托体系化质量管理、常态化质量提升与浸润式质量文化建设，集团2025年质量管理成效显著，核心质量指标保持行业领先水平，产品出厂合格率稳定在98%以上，委外检测220次，检测通过率为100%；接受市场监督抽查27批次，检验合格率为100%，成功斩获“顺德政府质量奖”。

集团未来仍将聚焦主业，恪守“原创·品质”的品牌定位，持续巩固并提升行业头部企业引领优势，以稳健的发展态势、过硬的发展质效，为高端五金制造业高质量发展注入强劲的动能。



倾心服务客户

集团以“服务无忧”为客户服务理念，构建产品全生命周期的客户服务体系，通过标准化制度、专业化赋能、精细化与数字化管控，持续提升服务质量与客户体验。

H 客户服务体系

集团围绕客户全流程需求搭建规范化、专业化、数字化的客户服务体系，以制度筑基、以赋能提效、以管控提质、以渠道扩面，实现服务能力与客户体验同步提升。



集团构建了以“标准 - 赋能 - 应用”为核心的客户服务管理体系，全面覆盖客户咨询、订单下达、产品交付、售后运维等环节。在制度层面，制定《产品技术服务流程》《售后服务商全生命周期管理制度》等多项服务管理制度及操作规范，筑牢服务标准化根基；在赋能层面，搭建覆盖全品类产品的共享知识库，累计收录产品知识材料1,084份，并建立常态化培训机制，持续提升一线服务人员的专业素养与实操能力；在提质层面，聚焦400服务提质、服务流程提效、工单管理闭环三大重点，推进服务过程精细化、规范化管控，保障服务质量可控。

为拓宽服务触达渠道、丰富服务应用场景、提升客户服务便捷度，集团依托微信公众号搭建售前、售中、售后一体化服务矩阵，构建从产品选购、咨询答疑到售后运维、意见收集的一站式服务闭环，实现服务全场景、全流程覆盖。

报告期内，集团客户服务体系建设成效显著，工单响应及时率99%、重点工单100%闭环管理，客户满意度达98.3分，服务体系建设成果有效助力客户满意度提升。

数读2025

99%

工单响应及时率

100%

重点工单闭环管理

98.3分

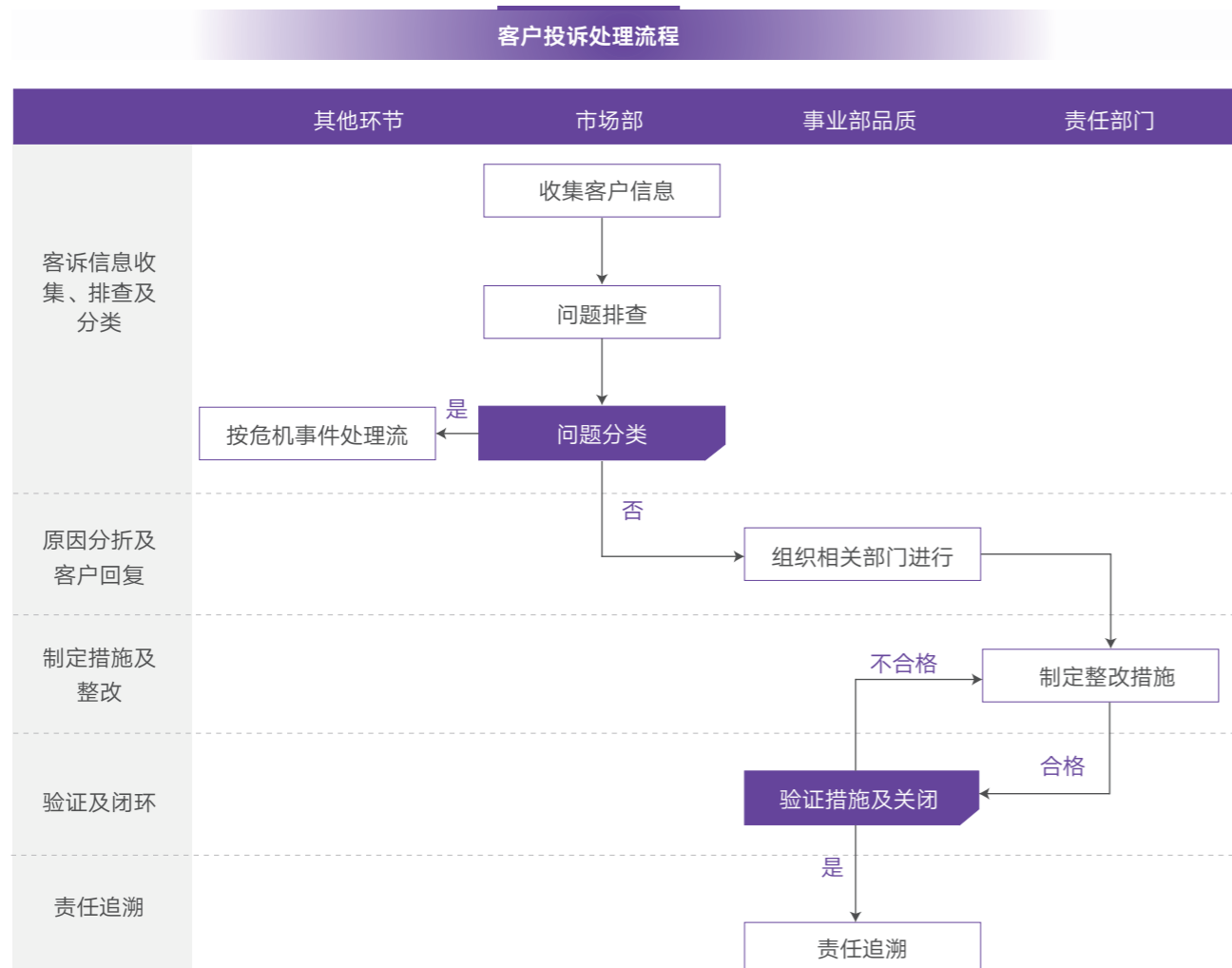
客户满意度达

H 客户投诉管理

集团搭建了闭环式客户投诉管理体系，形成标准化、规范化、可追溯的投诉管理机制，确保客户诉求得到及时响应，客户服务能力稳步提升。

在制度体系建设层面，集团制定《市场品质管理程序大纲》《呼叫中心运营管理制度》《售后服务商全生命周期管理制度》等系列文件，明确管理职责与运行规范，构建覆盖全面、多方协同、闭环运行的系统化管理架构。在售后服务规范化管理层面，集团细化售后全流程操作标准与人员行为准则，保障客户诉求快速响应与高效处理；同步建立监督考核机制，对违规处理投诉及售后问题的责任主体设置罚款、合同终止等惩戒措施，以刚性约束推动服务质量提升，维护客户合法权益，优化客户服务体验。在投诉受理渠道建设层面，集团整合全国统一客服热线与线上自助报单入口，实现多元化、全覆盖受理，并规范工单派发流程，确保投诉事项精准及时转办，提升处置效率与规范性。





H 客户隐私保护

集团严守信息安全与数据合规底线，对数据全生命周期实施标准化管控，强化业务系统安全运维，全面守护客户信息安全。

报告期内，集团完成全网检测并落地防护策略，有效降低安全事件发生概率，持续提升信息安全防护能力；累计开展信息安全培训3场次，覆盖1,094人次，有效强化全体员工的信息安全意识与操作规范性，切实守护客户信息安全。

数读2025

3场

开展信息安全培训

1,094人

覆盖

H 客户满意度提升

客户满意度是衡量集团服务质量与市场口碑的核心指标。集团建立“调研-分析-改进-复盘”的常态化客户满意度管理体系，以客户真实反馈驱动服务流程持续优化，推动服务品质稳步提升。

集团建立常态化客户满意度调研机制，每年开展专项调查，围绕产品质量、交付效率、服务水准、价格合理性及需求理解匹配度等关键维度，全面收集客户诉求与改进建议。各业务部门依托调研数据深入分析问题根源，识别服务短板，制定并落地针对性改善措施，不断优化服务流程、提升管理效能，形成闭环管理模式。报告期内，集团客户基础服务满意度达98.3分，较2024年提升1.5分，是集团始终以客户需求为导向开展产品设计与研发，持续精进产品质量、优化客户服务体系的有力体现。

数读2025

98.3分

客户基础服务满意度达

1.5分

较2024年提升

助推行业发展

集团始终立足行业发展全局，以推动产业可持续高质量发展为己任，主动聚焦行业标准化建设、产业链协同、原创设计赋能等核心发展议题，通过标准输出、生态构建、交流合作等多元举措，发挥头部企业引领作用，助力行业迭代升级、实现高质量发展。



佛山企业国际化top30



品牌佛山 - 年度致敬品牌

H 参编行业标准

作为高新技术企业及省级工业设计中心，集团深耕标准规范化建设，持续向行业输出高质量产品标准。集团是《家居用功能五金拉篮》《智能净化不锈钢水槽》《柜类照明用LED灯具通用技术要求》三项团体标准主编单位，《家用厨房设备》国家标准参编单位，多项行业标准参编单位，以及橱柜行业首套教材参编单位。

报告期内，集团深入参与《家具五金件铰链及其部件的强度和耐久性绕垂直轴转动的铰链》《智能坐便器能效水效限定值及等级》两项国家标准编制，持续以技术实力与行业担当助力行业规范化、高质量发展。

序号	标准号	标准类型	标准名称	作用
1	GB/T18884.1-2015	国家标准	家用厨房设备第1部分：术语	参编
2	GB/T18884.2-2015	国家标准	家用厨房设备第2部分：通用技术要求	参编
3	GB/T18884.3-2015	国家标准	家用厨房设备第3部分：试验方法与检验规则	参编
4	GB/T 18884.4-2015	国家标准	家用厨房设备第4部分：设计与安装	参编
5	T/CNHA 1008-2017	团体标准	家居用功能五金拉篮	主编
6	T/HDHW 0004-2019	团体标准	智能净化清洗不锈钢水槽	主编
7	T/CFDCC 0212-2021	团体标准	家居产品质量评价准则	参编
8	T/CFDCC 0206-2020	团体标准	智能家居场景功能指南	参编
9	T/FSS 43-2022	团体标准	佛山标准 家居五金 抽屉导轨	参编
10	T/FSS 44-2022	团体标准	佛山标准 家居五金 暗铰链	参编
11	T/FSS 94-2023	团体标准	佛山标准 家用不锈钢水槽	参编
12	T/FSLA 002—2024	团体标准	《柜类照明用LED灯具通用技术要求》	主编
13	GB/T 46146-2025	国家标准	家具五金件 铰链及其部件的强度和耐久性绕垂直轴转动的铰链	参编
14	GB38448—2025	国家标准	智能坐便器能效水效限定值及等级	参编
15	GB/T 28478-2024	国家标准	户外家具桌椅类通用技术条件	参编

H 构建协同产业链

集团以推动家居产业可持续发展为目标，积极构建开放协同、责任共担的产业链生态，通过与行业头部企业深化战略合作，打造产业协同发展新范式。依托长期以来的互信合作基础，集团与各合作伙伴打破单一产品配套模式，实现从供应链协同到资源共享、价值共创的多维度深度融合，合作广度持续拓展、合作黏性稳步提升。

报告期内，集团与顾家家居、索菲亚、威乃达、兔宝宝等行业领军企业正式签署战略合作协议，推动合作迈入全新阶段。这不仅是集团与商业伙伴合作关系的进一步升级，还将是行业标杆企业携手共促产业可持续发展的重要实践。



H 深化行业交流合作

集团致力于将艺术融入家居空间，以极致匠心拓展生活美学边界。多年来，集团立足原创设计核心，依托智能制造实力与全球化布局优势，搭建起全链条的设计赋能与传播体系，聚焦中国原创设计力量的发掘、培育与推广，凭借深厚的艺术基因与全链条产业化能力，全力助推中国原创设计走向国门、对话世界，让全球市场看见中国设计的独特魅力与硬核实力。

亮相顶级展会

集团主动布局国内外顶级行业展会，以展会为载体，对接全球标准，展示中国原创设计的专业底蕴与全屋五金一站式解决方案的创新智慧，勇拓行业增长新路径。



悍高家居五金博物馆登陆中国建博会

2025年7月，悍高原创五金能量馆重磅亮相2025中国建博会（广州），立足大家居建装行业顶级展会平台，集中展现品牌原创实力与造物理念，以特色展馆与创新产品矩阵，助力行业价值激活与智造升级。

展会期间，悍高展馆凭借鲜明设计吸引全球客商、设计精英及主流媒体广泛关注，搭建起高效的行业交流平台，以创新成果激发行业共振，传递居住美学新方向，以头部企业担当为家居五金行业高质量发展持续注入动能。



原创五金产品矩阵亮相德国Interzum展

集团携原创五金产品矩阵亮相Interzum德国科隆展，该展会作为全球首屈一指的行业国际盛会，汇聚了60多个国家的千余顶尖企业。

依托这一国际平台，集团将中国制造精工基因融入全球产业链，以创新设计与精密工艺对接国际标准，通过场景化展示传递产品核心价值，凭借产能与产品线优势输出全场景解决方案，彰显中国五金品牌的原创实力，助力中国五金走向世界。



赋能原创设计

集团始终以推动行业创新发展为己任，积极挖掘本土原创设计潜力，赋能设计人才成长，助力原创设计与家居五金产业深度融合。



中国原创设计先锋之夜

报告期内，集团冠名第15届金堂奖，在“中国原创设计先锋人物榜”环节，特邀梁建国、姜峰、杨邦胜、黄志达、高志强五位业内顶尖设计大咖组成专业评审团，以严苛标准发掘设计精英，为中国设计人才提供展示与交流平台。



在设计交流与产业生态支撑层面，集团依托星际总部、六角大楼及独角兽三大数字化生产基地，打造原创设计沉浸式体验与高品质交流阵地，接待全国多地设计师团体到访游学，并组织多场线下设计交流活动，促进设计理念互通互鉴，实现产业与设计的深度联动。





设计师游学悍高星际总部

集团以星际总部为核心载体，为设计师提供沉浸式产业体验与交流场景。近4万平方米的星际总部大楼以星际主题为设计核心，集成产品研发、全球销售、家居五金博物馆、生态链投资、多功能会议等多元功能，馆内陈列的各类五金展品，为设计师提供工艺钻研、材质探讨、细节研究的实地场景，让设计师直观感受匠心工艺与品牌美学内涵，全方位体会产品设计、空间应用、场景体验等方面的创新理念。

集团以深度链接为纽带，开拓创新，打造兼具美学价值与实用功能的空间作品，推动设计行业稳步前行。

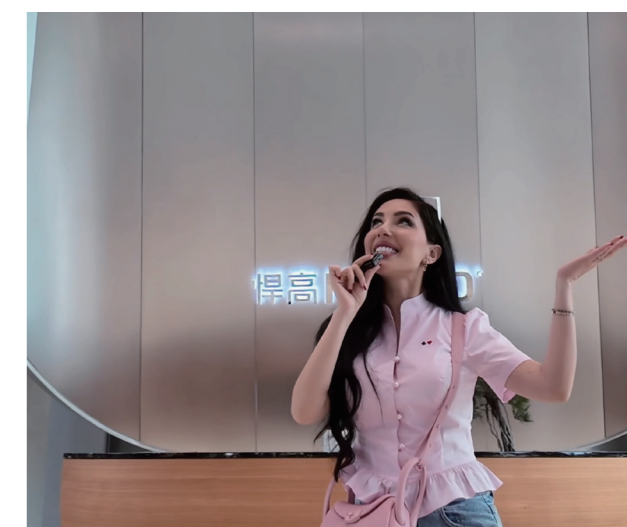


全球红人打卡计划

集团于2025年启动“全球红人打卡计划”，以设计为纽带、以文化为桥梁，通过本土化KOL²合作实现精准市场渗透，构建“总部美学沉浸—产品创新体验—本地门店联动”三维传播路径。

报告期内，集团邀请24组抖音头部KOL及越南、阿拉伯、乌兹别克斯坦等12组国际达人探访星际总部，打造立体化国际传播矩阵，系统性提升全球品牌认知度，让中国设计之美跨越地域界限，真正走向世界舞台。

未来，集团将继续坚守原创初心，在时代变革中激荡设计菁英的创新勇气，突破原创设计的固有边界，以行业引领者之姿推动中国原创设计再攀新高峰，为中国家居五金产业与中国设计的全球化发展贡献不竭力量。



红人打卡计划

²Key Opinion Leader, 关键意见领袖。

共建和谐社会： 践行价值共享与社会责任

悍高集团坚持“以人为本”发展理念，注重员工成长与企业发展同频共振，持续推进员工与企业双向赋能、共同进步，同时积极履行社会责任，投身公益事业与社区建设，努力实现企业与员工、企业与社会的共生共荣、协同发展。

本章数据亮点

161.20万元

员工培训投入

12,648小时

员工培训总时长(含线上)

100%

员工培训覆盖率

95%

员工满意度

269.48万元

安全生产投入

100%

职业病危害因素检测率

0%

职业病发病率

676万元

捐赠善款

聚力成就员工

集团秉持“悍立潮头、高筑价值”的人文内核，充分尊重并保障每一位员工的合法权益，搭建公平公正的职业发展通道，营造安全健康的工作环境，以多元培训赋能员工成长，用全方位人文关怀温暖员工身心，不断丰富员工职业成长体验，切实增强员工的获得感、归属感与幸福感。

H 保障员工权益

集团严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规及国际劳工标准，将员工权益保障融入经营管理各环节，持续完善雇佣管理与薪酬绩效体系，维护员工合法权益。

员工雇佣

集团制定《招聘管理制度》《内部竞聘管理制度》《新员工入职管理制度》等专项制度，规范招聘、内聘等全流程管理；与所有在职员工订立书面劳动合同，杜绝任何形式的就业歧视，严禁雇用童工、强迫劳动等违法用工行为，全力构建安全、健康、和谐的工作环境。

招聘选拔流程透明、公开

招聘信息公开

内部招聘信息通过集团内部平台、公众号、宣传栏等渠道精准发布，外部招聘信息依托多渠道统一推送，保障所有潜在应聘者平等获取招聘信息、公平参与竞争。

选拔流程标准化

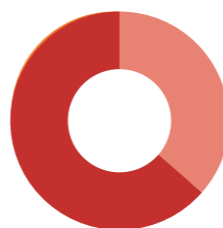
所有应聘者均需经过简历筛选、面试、背景调查、关键岗位人才测评等流程统一，录用决策及评分严格基于客观考核结果，排除主观偏好、特殊关系等因素干扰。

招聘回避制度

明确亲属任职限制、实行推荐人与被推荐人岗位隔离等规则，规避利益倾斜，为所有应聘者营造无利益干扰的公平竞争环境。

截至报告期末，集团员工总数3,505人，其中少数民族员工311人，残疾员工53人，女性员工1,266人，女性员工占比36.12%。

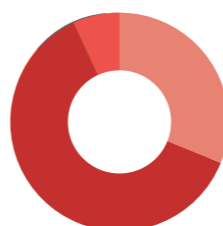
性别分布图



女性员工
1,266人

男性员工
2,239人

年龄分布图



30岁以下员工数（不含30岁）
1,109人

30-50岁员工数（含30岁，不含50岁）
2,150人

50岁及以上员工数
246人

薪酬绩效管理

集团将薪酬福利管理作为员工权益保障与价值回馈的重要抓手，致力于构建科学规范、公平公正且具有市场竞争力的薪酬体系，携手员工与企业共成长、共发展。

保障员工薪酬体系公平公正。集团建立以“以岗定级、以级定薪、人岗匹配、岗变薪变”为核心的现代化薪酬体系，严格遵循外部竞争性、内部公平性、高效激励性、总量可控性四大原则，通过《薪酬管理制度》予以规范。

薪酬管理机制	
动态对标	集团高度重视薪酬的市场适配性与竞争力，每年定期开展市场薪酬数据回顾与分析，确保薪酬水平贴合高端行业人才需求，保持行业竞争力。
以绩定奖	集团全面推行以绩定奖机制，明确激励重点，构建浮动薪酬与集团整体业绩、部门目标达成、个人绩效表现深度挂钩的机制，充分调动个体与团队的积极性、主动性。
规范调薪	集团建立了覆盖年度调薪、晋升调薪、岗位变动调薪及特殊贡献调薪的规范化调薪体系，其中年度调薪于每年四月定期实施，与集团整体经营及员工个人绩效挂钩，重点向绩效优秀员工倾斜。
年终奖励	年终奖是集团整体销售收入同比增长前提下的或有奖金，覆盖成熟事业部与创新事业部，既肯定了成熟业务的稳健经营成果，也鼓励了创新业务的开拓探索，引导各类资源向集团战略重点领域汇聚，推动企业高质量发展。

集团以战略为导向建立规范化绩效管理体系，将战略与年度经营目标逐层分解为各层级绩效指标，实行五级考核评定与月度常态化管理。公司绩效考核结果与薪酬、晋升、培训发展直接挂钩，能够形成有效激励约束，同时依托线上化管理、绩效面谈及申诉复核机制，保障考核公开公正，维护员工合法权益。

深化民主管理

集团高度重视民主管理，将其作为完善企业治理的重要举措，持续推进以职工代表大会和工会为核心的基层民主管理体系建设，同时依托跨部门高管沟通协调会、反馈信箱等多元渠道广泛收集员工意见与建议，并及时调查、处理与反馈。

报告期内，集团组织民主沟通活动5次，有效解决员工生活福利、办公环境等重点事项6项，落地生产、福利相关合理化建议200余条，充分发挥员工智慧，为企业发展注入实效。

数读2025

5次

组织民主沟通活动

6项

解决员工生活福利、办公环境等重点事项

200余条

落地生产、福利相关合理化建议

H 促进员工成长

在可持续发展成为全球共识的时代背景下，人才能力的迭代升级与职业价值的长效沉淀，已成为制造业企业锚定长期发展、构建核心竞争力的关键纽带。集团始终将员工培训作为赋能员工成长、激活组织活力的关键支点，紧密匹配员工职业成长通道，着力构建良性人才发展生态，实现员工成长与企业发展同频共振。

员工培训

集团以业务发展需求为核心导向，围绕“发现人才、培养人才、成就人才”的核心目标，建立起分层分类、精准高效的培养机制，聚焦员工综合素质、专业能力与工作绩效的全方位提升，助力员工精准匹配岗位要求、持续拓展职业边界，实现人才技能与业务需求的动态匹配。

为保障培训工作规范落地，集团制定《培训管理制度》；建立形成权责清晰、协同高效的培训管理架构，其中集团商学院作为归口管理部门，负责培训体系搭建、需求调研、计划落地、学习系统运营及外部资源管理，各事业部负责落实本单位培训落地；集团打造分层分类的培训矩阵，精准匹配各岗位人才成长需求与业务发展痛点，助力员工综合素养持续提升。报告期内，累计开展员工培训125场次，投入培训经费161.20万元，参与覆盖率达100%。

数读2025

125场次

开展员工培训

161.20万元

投入培训经费

100%

参与覆盖率达

员工培训矩阵



内部专项培训

集团公开课、新员工入职培训、精益六西格玛绿带训练营、启航计划、未来之星 - 系统思维培训、销售精英赋能训练营等。



外部专项提升

学历教育、专业技术资质/资格/职称认证培训、外派学习、外聘讲师授课等。下降。





销售铁军训练营

2025年10月，悍高集团开展主题为“志气汹涌争先登峰”的销售铁军户外极限挑战营，130名悍高勇士齐聚青山绿水间，共赴这场关乎体力、毅力与团队协作的综合历练。本次挑战营设置破冰协作、10公里实战征程、战术复盘、“生命云梯”等环节，在锤炼参训人员体能与意志品质的同时，进一步提升组织协同效率、战略执行能力与团队互信水平，助力销售铁军以更饱满的状态与更强战力投身市场攻坚实践。



第二期金牌店长特训营

2025年7月，集团汇聚全国各地门店店长，正式启动第二期金牌店长特训营。培训聚焦“流量破局”与“金牌服务”两大模块，通过线上引流、本地团购、服务体系搭建等实战课程，配合情景模拟和案例研讨，输出门店运营方案模板，帮助店长突破业绩瓶颈，为终端市场竞争力的持续提升注入强劲动能。



职业发展

集团坚持以岗位为基础、以能力为核心，兼顾员工自我成长与组织协同培育，树立“能上能下、优中选优”的人才导向，实现员工发展与企业长期发展同频共振。

集团将全部岗位划分为管理序列、专业序列、销售序列、生产序列四大序列，涵盖25个职位类，实行四大序列并行、可相互转换的职级管理体系，为不同岗位、不同专长的员工搭建适配的成长平台；设立纵向晋升与横向发展相结合的双通道职业发展模式，以此构建稳定且可持续的人才发展生态。

晋升晋级核心原则

公开原则	确保晋升通知、标准、流程、规则等信息公开、透明，经理级及以上人员晋升以人事任命书公布。
公正原则	确保晋升晋级评审流程的公正规范。
择优原则	晋升核心依据为员工能力、工作绩效与发展潜能，坚决摒弃论资排辈，让优秀人才获得公平发展机会。

用心关怀员工

在员工关怀与文化建设领域，集团始终坚守以人为本核心理念，构建起覆盖身心健康、文化生活、福利保障的员工关怀体系。

报告期内，员工满意度达95%，企业凝聚力与团队稳定性稳步增强。

数读2025

95%
员工满意度

女性员工关爱

集团高度重视女性员工权益与健康保障，持续推动构建兼具温度与活力的多元化职场生态。报告期内，集团以“春光造物”为主题，精心组织开展一系列聚焦女性员工健康与身心福祉的专项关爱活动，覆盖女性员工健康科普、权益保障宣传等多个维度，以务实举措传递企业温情。

“春光造物”女性员工关爱活动

健康赋能

邀请杏坛医院妇科专家入司，开展妇女健康知识讲座，围绕女性生理健康、常见疾病防治及心理健康调适等内容，通过专业科普与案例分析，提升员工健康认知与自我照护能力。

身心关怀

设置穴位贴敷体验服务，帮助员工舒缓肌肉紧张、防治职业病；同时提供精致下午茶，营造轻松愉悦的氛围，让员工在工作间隙放松身心。

节日祝福

向女性骨干送上节日礼物，致敬其在技术攻坚、团队协作中的辛勤付出与不懈努力。



“春光造物”女性员工关爱活动



妇女健康知识讲座

困难员工帮扶

集团持续开展“送温暖”工程，对困难职工、患病职工等群体开展常态化走访慰问，传递组织温暖与关怀。报告期内，累计慰问帮扶职工百人次。

硬件服务优化

在硬件保障与基础服务优化方面，集团持续加大投入，推进健康小屋、图书角、员工活动室等文体生活阵地的建设与完善，同时不断优化职工食堂餐饮品质、改善员工宿舍居住环境、丰富文体活动设施配置，从工作生活各基础场景入手，全方位提升职工生活品质与幸福感。为保障残障员工安全，集团对厂区基础设施进行了系统性升级，铺设无障碍通道、增设专项安全防护设施。



现代化办公环境



多元风味员工餐厅

文化活动提质

集团组织开展春节联欢、趣味运动会、球类赛事、户外拓展、读书分享会等多元化文体活动，同步落地年度旅游、新春游园会、家庭开放日、职工才艺展示赛、厂庆庆典等特色企业文化活动，有效打破部门与岗位壁垒，强化员工间的沟通交流与协同协作。

报告期内，集团围绕员工关怀与文化建设累计开展各类福利及文体活动45场，实现员工全覆盖，其中家庭开放日、年度旅游等重点特色活动10场，员工生日会14场，入职周年礼品派发活动9场，切实将关怀融入员工成长与生活，有效提升团队凝聚力。

数读2025

45场

开展各类福利及文体活动

10场

重点特色活动

14场

员工生日会

9场

入职周年礼品派发活动



年度团建活动



优秀员工家庭开放日



员工生日会活动



员工生日会活动



第八届篮球公开赛



第二届职工才艺展示赛

集团通过公平规范的雇佣机制、科学完善的薪酬绩效体系、多元化的员工关怀举措、系统化的培训发展机制及全方位的职业健康安全保障，全面维护员工合法权益，有效实现员工与企业协同成长、共同发展。报告期内，员工满意度、培训覆盖率、职业健康防护等关键指标均保持优良水平，一支高素质、高凝聚力的人才队伍已成为集团可持续发展的核心支撑。

守护职业健康与安全

集团高度重视员工的职业健康安全，致力于为员工提供健康安全的工作环境。报告期内，集团未发生重大安全事故。

职业健康管理

集团严格履行职业卫生管理法定职责，持续完善职业卫生管理制度体系，清晰划分各岗位职业病危害防治主体责任，针对重点岗位，制定专项作业规范并严格监督执行，从源头规范各环节作业行为。为守护员工健康权益，集团建立完善职业健康监护体系，按规定组织高危岗位员工开展职业健康检查，为员工建立健康档案，实现健康状况动态跟踪管理。

在应急保障层面，集团制定职业病危害事故专项应急预案，定期组织应急演练，提升员工应急处置与自救互救能力。

报告期内，集团持续完善职业健康管理体系，积极开展《中华人民共和国职业病防治法》宣传周活动，组织员工开展两场专项体检，切实保障员工职业健康。

数读2025

2场
组织员工开展专项体检



■ 安全生产体系

集团严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，系统性推进安全生产标准化建设，制定《安全生产守则》《安全教育培训管理制度》等制度文件，成立安全生产领导小组进行综合监督管理；实行全员安全生产责任制，明确各岗位职责，签订责任书并纳入绩效考核，确保安全生产工作有序推进。

集团在安全生产风险管理、培训及应急能力建设方面持续发力，建立全方位、多层次、闭环式安全风险管控与隐患排查机制，开展全厂安全风险辨识并绘制厂区风险四色图，实施三级排查机制及隐患闭环管理，结合信息化手段提升管控精度；注重安全文化营造，通过多种形式向全员灌输安全核心理念；同时修订完善应急预案，组建专业应急救援队伍并定期开展演练，完善极端天气应对体系，保障生产经营连续性。

报告期内，集团紧扣“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题，组织开展系列安全生产月活动，以提升全员安全意识与应急处置能力，强化全员安全责任担当。



应急救援培训

为提升员工应对突发事件的自救互救能力，集团组织开展应急急救技能专项培训。培训邀请专业讲师团队，围绕心肺复苏（CPR）、自动体外除颤器（AED）操作及气道异物梗阻急救等核心内容，采用理论讲解与实操演练相结合的方式开展教学，确保参训人员熟练掌握规范急救流程，进一步强化了员工“生命至上、科学施救”的安全理念，有效提升了现场应急处置水平，为构建安全健康的工作环境提供了实践支撑。



践行社会责任

集团始终以赤诚之心践行社会责任，将善意融入发展脉络，以善举回应社区民生期盼。报告期内，集团聚焦当地民生，在教育赋能、困难帮扶、敬老助老方面持续发力，用点滴行动传递正能量，为构建和谐社会贡献企业力量，全年累计捐赠善款676万元。

向杏坛镇慈善会专项捐赠教育基金300万元，助力本土教育高质量发展，为孩子们求知路铺就坚实基石。

携手杏坛镇慈善会开展2025年顺德慈善“圆梦行动”活动，点亮困难家庭173个“微心愿”，切实解决困难家庭的急难愁盼问题。

传承敬老美德，参与周边村落敬老节捐赠，捐赠4万余元，用于改善老年群体生活品质，助力营造“敬老、爱老、助老”的良好社会风尚。

捐赠杏坛应急消防发展基金8万元，支持地方应急消防能力建设，助力地方应急防护能力提升，护航当地群众生命财产安全。



杏坛站物资派发仪式

未来，集团将坚守回馈社会初心，深耕公益领域，践行责任担当，传递善意温度，为民生改善与社会发展贡献更多悍高力量。

附录

报告后言

展望未来，悍高集团将持续深化ESG治理理念，统筹环境、社会与治理协同发展，以更高标准推动企业可持续高质量发展。

在环境层面，集团将持续推进绿色低碳转型，优化资源利用与能源结构，降低全流程环境影响；在供应链层面，深化上下游协同管理，提升供应链合规与绿色透明度，共筑负责任产业生态；在社会层面，持续完善员工发展体系，积极投身社区共建，切实履行社会责任。

未来，悍高集团将坚守初心、持续精进，以扎实的ESG实践创造长期价值，为行业与社会可持续发展贡献更大力量。



ESG关键绩效

可持续治理

指标	单位	2025年绩效
完善治理机制		
年度营业收入	亿元	35.95
年度归母净利润	亿元	7.04
纳税总额	亿元	2.61
董事会人数	人	6
其中： 独立董事	人	2
非独立董事	人	4
高管人数	人	4
其中： 男性高管	人	3
女性高管	人	1
股东会召开次数	次	3
其中： 临时股东大会会议	次	2
董事会召开次数	次	7
董事会审议议案数量	项	32
董事会成员出席率	%	100
审计委员会召开次数	次	4
薪酬与考核委员会召开次数	次	1
战略与可持续发展委员会召开次数	次	0
提名委员会召开次数	次	1
专门委员会召开次数合计	次	6
接听投资者电话	次	300+
解答投资者提问	项	24
深交所“互动易”平台互动次数	次	5
每股现金分红（含税）	元	0.53
合计派发现金红利总额（含已派发及预计派发）	亿元	2.12
现金分红总额占当期归母净利润比例	%	30.14

指标	单位	2025年绩效
强化合规管控		
开展合规专项培训场次	场	3
合规专项培训覆盖员工人次	人次	408
恪守商业道德		
员工《廉洁自律确认书》签署率	%	100
开展廉洁文化培训	场	10
廉洁文化培训覆盖人次	人次	323
廉洁文化培训总时长	小时	12
对商业伙伴进行反贪腐培训次数	次	1
供应链反贪腐培训覆盖核心供应商	家	138
供应链反贪腐培训覆盖供应商管理人员	名	200+

绿色低碳转型

指标	单位	2025年绩效
资源消耗及管理		
水资源消耗	公吨	254,150.00
水资源消耗强度	公吨/百万营收	70.70
废水排放总量	公吨	250,922.00
其中： 生活污水	公吨	17,990.00
工业废水	公吨	232,932.00
天然气消耗量	立方米	806,066.00
柴油消耗量	公升	5,998.00
汽油消耗量	公升	28,020.00
外购电力	兆瓦时	30,609.00
电力消耗强度	兆瓦时/百万营收	8.52
总能源折标准煤消耗量	吨标准煤	13,579.93
能源消耗强度	吨标准煤/百万营收	3.78
可再生能源消耗占比	%	1.74

指标	单位	2025年绩效
光伏装机容量	兆瓦	1.95
光伏发电量	兆瓦时	1,953.32
年度标准煤节约量i)	公吨	590.68
年度二氧化碳当量减排ii)	吨CO2	1,246.90
年度二氧化硫削减量iii)	公吨	0.17
年度氮氧化物削减量	公吨	0.27
排放物管理		
环保设施同步运转率	%	100.00
污染物监测合格率	%	100.00
直接温室气体排放(范围 1)iv)	tCO2	1,821.39
间接温室气体排放(范围 2)v)	tCO2	16,241.14
总温室气体排放(范围 1+2)	tCO2	18,062.53
总温室气体排放强度	tCO2/百万营收	5.02
NOx(氮氧化物)排放量	公吨	0.14
SOx(硫氧化物)排放量	公吨	0.14
VOC(挥发性有机物)排放量	公吨	0.19
颗粒物排放量	公吨	7.33
废弃物管理		
无害废弃物产生总量	公吨	572.32
无害废弃物回收量	公吨	572.32
无害废弃物回收率	%	100.00
无害废弃物排放强度	公吨/百万营收	0.16
危险废弃物产生总量	公吨	114.32
其中: 废油漆渣(HW12类物质)	公吨	6.04
废空桶(HW49类物质)	公吨	10.09
废沾染物(HW49类物质)	公吨	37.18
废活性炭(HW49类物质)	公吨	9.14
污泥(HW08类物质)	公吨	12.92
污泥(HW17类物质)	公吨	30.95
除油池废渣(HW08类物质)	公吨	8.01

指标	单位	2025年绩效
危险废弃物排放强度	公吨/百万营收	0.03
危险废弃物妥善处置率	%	100.00
践行环保理		
环保投入	万元	621.16

附注:

- i) 能耗折标计算参考国家市场监督管理总局、中国国家标准化管理委员会《综合能耗计算通则》(GB/T 2589-2008);
- ii) 2025年光伏发电量二氧化碳减排计算因子参考中国生态环境部国家气候战略中心《2024年减排项目中国区域电网二氧化碳基准线排放因子》;
- iii) 2024年度全国平均火电供电煤耗参考中国电力企业联合会公布《电力行业年度发展报告(2025)》;
- iv) 范围1温室气体排放包括汽油、柴油、天然气产生的直接排放;温室气体排放计算参考中国生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施(2022年修订版)》;
- v) 范围2温室气体排放包括外购电力产生的间接排放;范围2温室气体排放计算因子参考中国生态环境部、国家统计局发布《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》,采用2023年电力二氧化碳排放因子;

供应链协同

指标	单位	2025年绩效
可持续采购		
采购经FSC环保认证的木材数量	吨	349.77
供应商管理		
供应商总量	家	730
供应商本地化比例	%	99.73
总采购金额	万元	201,065.30
大陆地区供应商采购金额	万元	201,009.08
其中: 华北地区	万元	1.02
华东地区	万元	5,452.37
华南地区	万元	195,069.94
华中地区	万元	69.46
西北地区	万元	3.56
西南地区	万元	412.75

供应链协同

指标	单位	2025年绩效
海外供应商采购金额	万元	56.22
大陆地区供应商采购金额比例	%	99.97
海外供应商采购金额比例	%	0.03
供应商开发遴选数量	家	171
其中： 转正供应商数量	家	130
参与现场考察的新进供应商数量	家	216
参与年度绩效考核的供应商数量	家	730
拥有可持续认证的供应商数目	家	67
拥有质量管理体系认证的供应商数目	家	39
拥有环境管理体系认证的供应商数目	家	45
因不合规被中止合作的供应商数量	家	11
因复审不合格被列入观察改进名单的供应商数量	家	7
处置供应链重大风险与影响事件数量	起	2
追责供应商及相关人员数量	人	14
供应商交流与培训次数	次	280
受培训供应商数量	家	157

创新品质服务

指标	单位	2025年绩效
产品品质升级		
产品外部抽检合格率	%	100
质量文化培训次数	场次	30余
质量文化培训时数	小时	70
质量文化培训覆盖人次	人次	1,500
研发与创新		
新增德国红点设计奖	项	2
新增德国iF设计奖	项	5

指标	单位	2025年绩效
研发与创新		
报告期末拥有授权专利	项	1,229
推动行业发展		
年度新增参编标准	项	2
累计参编标准	项	15
其中： 国家标准	项	7
团体标准	项	8
客户权益保障		
客户满意度	分	98.3
客户投诉响应专项培训人次	人次	648
客户投诉响应专项培训总时长	小时	24
客户投诉响应专项培训次数	次	12
客户信息泄露事件次数	次	0
信息安全培训及实践次数	次	3
信息安全培训及实践覆盖人次	人次	1,094

共建和谐社会

指标	单位	2025年绩效
合理用工及平等机会		
在报告期内发现童工人数	人	0
在报告期内发现强制劳工人数	人	0
在报告期内罢工/停工次数	次	0
劳动合同签订率	%	100
员工总数	人	3,505
性别 女性雇员总数	人	1,266
男性雇员总数	人	2,239
年龄 30岁以下员工总数	人	1,109
30-50岁（不含）员工总数	人	2,510
50岁及以上员工总数	人	246

指标	单位	2025年绩效
少数民族员工总数	人	311
残疾员工数	人	53
薪酬福利与绩效		
激励奖金及绩效覆盖员工数	人	1,137
慰问帮扶困难员工	人	100余
开展文体关怀活动	场	45
集团员工满意度	%	95
培训与职业发展		
员工培训投入	万元	161
员工培训场次	场次	125
员工培训覆盖率	%	100
职业健康与安全		
累计开展消防及其他专项应急演练次数	次	12
隐患排查整改率	%	100
安全风险防护培训覆盖率	%	100
职业病危害因素检测率	%	100
新增职业病数量	宗	0
员工沟通与申诉		
民主沟通活动	次	5
采纳员工合理化建议数量	条	200余
社会责任		
集团公益捐赠	万元	676

深交所指标索引

【参考标准】《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制(2026年修订)》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告(试行)》

维度	议题	对应本报告章节
环境	应对气候变化	应对气候减碳
	污染物排放	深化治污攻坚
	废弃物处理	深化治污攻坚
	生态系统和生物多样性保护	筑牢韧性管理
	环境合规管理	筑牢韧性管理
	能源利用	优化资源降耗
	水资源利用	优化资源降耗
	循环经济	优化资源降耗
	社会	乡村振兴
社会贡献		践行社会责任
创新驱动		创新驱动发展
科技伦理		创新驱动发展
供应链安全		可持续采购；供应商管理
平等对待中小企业		供应商管理；经销商管理
产品和服务安全与质量		匠心锻造品质；倾心服务客户
数据安全与客户隐私保护		倾心服务客户
员工		聚力成就员工
可持续发展相关治理	尽职调查	可持续发展管理；供应商管理
	利益相关方沟通	可持续发展管理
	反商业贿赂及反贪污	恪守商业道德
	反不正当竞争	恪守商业道德

GRI指标索引

【使用说明】悍高集团股份有限公司及其附属子公司在2025年1月1日至2025年12月31日参照GRI标准报告了在此份GRI内容索引中引用的信息。

【使用的GRI 1】GRI 1:基础 2021

可持续发展报告标准	披露项	所在章节	
GRI 2：一般披露 2021	1. 组织以及报告方法	2-1 组织详细情况	关于本报告
		2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
		2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
	2. 活动和员工	2-6 活动、价值链和其他业务关系	董事长致辞;关于悍高集团
		2-7 员工	聚力成就员工
		2-8 员工之外的工作者	聚力成就员工
	3. 管治	2-9 可持续治理架构和组成	可持续发展管理;完善治理机制
		2-10 最高可持续治理机构的提名和遴选	可持续发展管理;完善治理机制
		2-11 最高可持续治理机构主席	可持续发展管理;完善治理机制
		2-12 在管理影响方面,最高可持续治理机构的监督作用	可持续发展管理;完善治理机制
		2-13 为管理影响的责任授权	可持续发展管理;完善治理机制
		2-14 最高可持续治理机构在可持续发展报告中的作用	可持续发展管理
		2-15 利益冲突	完善治理机制;参考集团2025年年度报告
		2-16 重要关切问题的沟通	可持续发展管理
		2-17 最高可持续治理机构的共同知识	可持续发展管理
		2-19 薪酬政策	参考集团2025年年度报告
		2-20 确定薪酬的程序	参考集团2025年年度报告;聚力成就员工

可持续发展报告标准	披露项	所在章节	
GRI 2：一般披露 2021	4. 战略、政策和实践	2-22 关于可持续发展战略的声明	董事长致辞;可持续发展管理
		2-23 政策承诺	关于本报告
		2-24 融合政策承诺	完善治理机制;恪守商业道德
		2-25 补救负面影响的程序	强化合规管理;恪守商业道德
		2-26 寻求建议和提出关切的机制	恪守商业道德;聚力成就员工
		2-27 遵守法律法规	恪守商业道德
		2-28 协会的成员资格	关于悍高集团;助推行业发展
	5. 利益相关方参与	2-29 利益相关方参与的方法	可持续发展管理;完善治理机制
		2-30 集体谈判协议	聚力成就员工
GRI 3：实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	可持续发展管理	
	3-2 实质性议题清单	可持续发展管理	
	3-3 实质性议题的管理	可持续发展管理	
GRI 101: 生物多样性 2024	101-1 阻止和扭转生物多样性丧失的政策	筑牢韧性体系	
	101-2 生物多样性影响的管理	应对气候减碳;深化治污攻坚	
	101-4 确定生物多样性影响	筑牢韧性体系	
	201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	应对气候减碳	
GRI 204: 采购实践 2016	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	聚力成就员工	
	204-1 向当地供应商采购的支出比例	供应商管理;ESG绩效表-供应链	
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	恪守商业道德	
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	恪守商业道德	
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	恪守商业道德	
GRI 206: 不正当竞争行为2016	206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	恪守商业道德	
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	可持续采购	
	301-2 所用循环利用的进料	优化资源降耗	
	301-3 再生产品及其包装材料	引领绿色生产	

可持续发展报告标准	披露项	所在章节
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	优化资源降耗
	302-3 能源强度	ESG绩效表-环境
	302-4 降低能源消耗量	优化资源降耗
	302-5 降低产品和服务的能源需求量	优化资源降耗
GRI 303: 水资源与污水 2018	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	优化资源降耗
	303-2 管理与排水相关的影响	优化资源降耗
	303-3 取水	优化资源降耗
	303-4 排水	优化资源降耗; ESG绩效表-环境
	303-5 耗水	优化资源降耗; ESG绩效表-环境
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1 组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	筑牢韧性体系
	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	筑牢韧性体系
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接(范围1) 温室气体排放	应对气候减碳; ESG绩效表-环境
	305-2 能源间接(范围2)温室气体排放	应对气候减碳; ESG绩效表-环境
	305-3 其他间接(范围3) 温室气体排放	应对气候减碳; ESG绩效表-环境
	305-4 温室气体排放强度	应对气候减碳; ESG绩效表-环境
	305-5 温室气体减排量	优化资源降耗
	305-7 氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx) 和其他重大气体排放	深化治污攻坚
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关的重大影响	深化治污攻坚
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	深化治污攻坚
	306-3 产生的废弃物	深化治污攻坚; ESG绩效表-环境
	306-4 从处置中转移的废弃物	深化治污攻坚
	306-5 进入处置的废弃物	深化治污攻坚; ESG绩效表-环境
GRI 308: 供应商绿色低碳转型评估 2016	308-1 使用绿色低碳转型评价维度筛选的新供应商	供应商管理
	308-2 供应链的负面绿色低碳转型影响以及采取的行动	供应商管理

可持续发展报告标准	披露项	所在章节
	401-2 提供给全职员工(不包括临时或兼职员工) 的福利	聚力成就员工
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	聚力成就员工
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	聚力成就员工
	403-3 职业健康服务	聚力成就员工
	403-5 工作者职业健康安全培训	聚力成就员工
	403-6 促进工作者健康	聚力成就员工
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	聚力成就员工
	GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数
404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案		聚力成就员工
404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比		聚力成就员工
GRI 405: 多元化与平等机会2016	405-1 可持续治理机构与员工的多元化	完善治理机制; 聚力成就员工
GRI 414: 供应商社会评估2016	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	供应商管理
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	供应商管理