

哈尔滨森鹰窗业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2026年5月13日 14:00-16:30
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长、总经理边可仁 2、董事、财务总监刘楚洁 3、董事会秘书、副总经理邢友伟 4、独立董事李沐瑶 5、独立董事董嘉鹏 6、独立董事刘志伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>Q1：2025年公司亏损4808万元，连续两年亏损，主要原因是什么？今年能否扭亏？</p> <p>A：尊敬的投资者，您好！近年来，国内房地产市场持续处于深度调整周期，行业增量需求收缩、市场竞争加剧，大宗业务及零售市场需求整体承压。同时公司正处于渠道转型、新品市场培育的战略调整期，产能利用率不足，单位成本有所增加；受行业环境变化影响，部分大宗业务客户回款周期拉长，公司基于谨慎性原则计提信用减值损失同比有所增加；叠加实施股权激励计划，股份支付费用同比增长，上述行业环境、经营转型及阶段性费用因</p>

素共同导致公司连续两年经营亏损。2026年，公司将持续深化渠道结构优化，重点深耕城市更新、存量旧改及零售终端市场，稳步拓展海外业务布局；加快新塑窗、入户门等新品规模化投放，着力提升产能利用效率；持续加强应收账款全流程风控与存量款项清收，深入推进内部降本增效，多措并举夯实经营基本面、努力改善盈利水平。具体经营业绩与财务状况还请关注公司后续披露的定期报告及相关公告。敬请投资者理性投资，注意投资风险。感谢您的关注！谢谢！

Q2：管理层您好。面对目前行业内较为激烈的市场竞争态势，公司在今年的市场开拓（例如渠道下沉、新客户拓展或海外市场布局）上，主要有哪些侧重点或新的规划思路？

A：尊敬的投资者，您好！面对行业激烈竞争，公司今年市场开拓重点围绕品牌传播、渠道下沉、海外布局、产品迭代、组织赋能五大方向推进：一是品牌与渠道升级，深耕设计师渠道和新媒体内容传播，升级工厂品牌形象馆，强化专业领域品牌影响力；坚持中高端定位，落实多品类全渠道战略。二是国内渠道下沉，稳健优化大宗业务结构，战略重心向零售终端转移；紧抓旧房以旧换新、城市更新机遇，向地级市、百强县下沉终端网点，搭建线上线下的协同获客体系。三是海外市场拓展，稳固北美、澳洲、日韩成熟市场，依托跨境电商拓宽线上渠道，同步布局东南亚新兴市场城镇化及旧改需求，稳步推进出海战略。四是产品与研发发力，持续落地“三窗一门”产品策略，迭代升级铝包木、铝合金核心产品，培育新塑窗、入户门、阳光房等新品；保持研发投入，聚焦节能、低碳、智能化方向，用产品力构筑竞争壁垒。五是组织与风控保障，优化组织架构与考核激励，资源向一线营销倾斜；同时健全全面风险管理，严控客户信用、回款及市场经营风险，支撑渠道拓展与市场开拓稳健落地。敬请投资者理性投资，注意投资风险。感谢您的关注！谢谢！

Q3：公司新塑窗、铝合金窗等新产品收入增长较快，但毛利率为负，何时能转正并贡献利润？

A：尊敬的投资者，您好！2025年公司铝合金窗毛利率13.17%、同比提升3.85个百分点；新塑窗因处于市场导入期，产能及销量

均较小，相关成本尚未有效分摊导致毛利率偏低。公司对各产品线有清晰规划，但受市场需求、原材料价格、竞争格局等因素影响，实际进展存在不确定性。敬请投资者理性投资，注意投资风险。感谢您的关注！谢谢！

Q4: 应收账款账面余额 4 亿元，坏账准备高达 2 亿元，回款风险有多大？今年如何改善？

A: 尊敬的投资者，您好！公司严格遵循会计准则，基于谨慎性原则对应收账款计提减值，对财务困难、涉诉失信等高风险客户足额计提坏账，真实公允反映公司资产质量。2026 年公司将持续强化回款管理、加大存量欠款清收、严控新增业务风险，保障现金流安全。敬请投资者理性投资，注意投资风险。感谢您的关注！谢谢！

Q5: 大宗业务和经销模式收入一增一减，渠道转型进展如何？零售端有何具体规划？

A: 尊敬的投资者，您好！2025 年大宗业务收入增长源于华北、东北地产竣工回暖，经销收入微降系市场偏弱及渠道优化所致，公司正稳步推进渠道向零售转型。2025 年度，公司通过门店加密下沉、优化经销商、参与以旧换新、升级旗舰门店夯实零售基础。展望未来，公司在零售市场的主要策略如下：一是继续深耕存量房翻新、改善型家居需求市场；二是零售网络持续下沉至地级市、百强县镇，挖掘下沉市场消费潜力；三是加大线上推广力度，拓展线上销售渠道，同时拓展家装、社区、异业合作、城市更新等多元消费场景；四是继续布局北美、澳大利亚、日韩等海外零售市场；五是继续完善“三窗一门”产品矩阵，满足消费者个性化定制需求。感谢您的关注！谢谢！

Q6: 公司计划以资本公积金每 10 股转增 4 股，是基于什么考虑？后续会考虑现金分红吗？

A: 尊敬的投资者，您好！公司本次资本公积转增股本方案的制定，主要是根据公司发展战略规划并综合当前行业发展情况、公司经营现状、资金状况及资本结构优化等因素，旨在维护股东权益、提升投资者信心。同时公司目前总股本相对偏小，资本公积转增

	股本实施后，可适度扩大股本，提升股票二级市场流动性。公司高度重视股东回报，公司将继续努力改善经营业绩，后续在符合分红条件的前提下，将积极落实利润分配政策，与投资者共享发展红利。敬请投资者理性投资，注意投资风险。感谢您的关注！ 谢谢！
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
附件清单（如有）	无
日期	2026年5月13日