

证券代码：002003

证券简称：伟星股份

浙江伟星实业发展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-009

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他：投资者接待日活动
参与单位名称及人员姓名	谦象资本：方芳、付喻、彭俊斌；兴证全球基金：伍修毅；安信基金：陈思、陈嵩昆；新华资产：朱婕；重阳投资：许一欣；招银理财：杨钊毅；华能贵诚：张敏琦、郭宝运；第一北京投资：王晨昊；中信资管：李有为、刘将超；华泰证券资管：郑武；宽潭资本：蔡寒；山西证券自营：沈一心；个人投资者：付良愿；财通证券：赵嘉宁；光大证券：孙未未；广发证券：糜韩杰、左琴琴；国盛证券：王佳伟；华泰证券：张霜凝；山西证券：王冯、孙萌；申万宏源研究：朱本伦；招商证券：唐圣炀；浙商证券：周敏；中信证券：杨奕成
时间	2026年4月29日
地点	临海市远洲国际大酒店
上市公司接待人员姓名	郑阳、谢瑾琨、沈利勇、林娜、黄志强等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司如何提升在生产和经营方面的竞争力？</p> <p>答：在生产端，纺织服装产业链加速向低人力成本国家和地区迁徙，同时下游品牌客户也对本地化生产配套提出较为强烈的需求。因此，公司先后建设孟加拉和越南工业园，高效协同的全球生产保障体系持续提升公司的核心竞争力。</p> <p>在市场端，公司聚焦欧美源头市场及以东南亚地区为代表的服装加工区域，构建了辐射全球五十多个国家和地区的国际营销和服务体系。完善的营销网络和强大的服务体系为全球客户提供专业、优质的一站式（全程）保障，促进公司与市场的紧密互动。同时，以数字化转型为契机，全面推行生产标准化、设备智能化、管理数据化，打造产业协同平台，数智制造水平全球领先，得到客户的广泛认可。</p> <p>2、近期接单情况如何？</p> <p>答：目前，公司接单情况正常。但原材料等各类生产要素成本的持续上升以及折旧摊销等固定费用增加，预计会对公司盈利造成一定压力。</p>

3、公司接单恢复和后续增量的主要来源？

答：从客户角度，一个全新的品牌客户往往需要持续多年的努力，才可能与之建立合作关系并拥有一定的份额。为此，现有客户的份额提升是公司业绩增长的重要来源；此外，公司聚焦欧美源头市场及以东南亚地区为代表的服装加工区域，不断拓展新的客户，保障公司中长期稳健发展。

4、公司对于下一年度及中长期分别的发展目标？

答：公司 2026 年经营目标为力争实现营业收入 53.00 亿元，营业总成本控制在 45.40 亿元左右。

对公司来说，近两年是一个承上启下的阶段。中长期看，公司将聚焦服饰辅料主业，持续提升品牌影响力和产品竞争力，并希望通过五至十年的努力，致力于成为“全球化、创新型的时尚辅料王国”，成为全球众多知名服饰品牌的战略合作伙伴。

5、原材料涨价对公司有多大影响？

答：受近期美以伊冲突等因素影响，全球能源供应面临前所未有的压力，并推动石化等大宗商品价格不断上涨，而公司生产所需的铜、锌合金、化纤等原材料价格也随之持续走高。尽管公司采用成本加成的定价模式，并积极采取多种措施以降低影响，但短期内公司盈利能力仍会受到一定影响。

6、辅料生产需要哪些关键技术？和 YKK 相比，公司的差异和竞争优势？

答：纽扣、拉链等辅料生产包括但不限于设备研制、材料研究、工艺配方、模具开发、表面处理、智能检测等关键技术环节。近年来，公司持续对标国际一流服饰辅料企业，大力推进技术创新与产品升级，主要产品核心技术总体处于行业领先水平。

YKK 的优势主要体现在精工制造、品牌知名度以及全球化运营能力等方面，而公司践行“产品+服务”的经营模式，注重为客户提供优质产品和“一站全程”、快速响应等服务，在产品品类的多样性、时尚性、创新能力以及产品的配套能力等方面都形成了较强的竞争优势；同时，持续提升海外营销与海外制造能力，在国际化进程中逐步迈入行业领先水平。

7、公司在越南是否面临当地同行的价格竞争，如何看待？

答：服饰辅料行业是一个充分竞争的市场，价格竞争也是其中的正常商业行

为。然而对于中高档品牌客户来说，钮扣、拉链等服饰辅料产品占成衣成本的比重较小；相较于价格，品牌客户更重视服饰辅料供应商的产品研发能力、交期和服务等综合保障能力。公司越南工业园的布局较好地顺应了国际品牌客户的需求，有效增加了其供应链的安全和稳定性。

8、公司未来的市场定位？

答：公司将立足全球、持续深耕中高档市场，不断强化技术研发、产品领先、数智制造和综合服务等方面的优势，一站式、一体化解决客户痛点与难点问题，全面提升 SAB 品牌在国际市场的影响力，与客户实现合作共赢。

9、公司的客户结构？

答：从服饰类型来看，公司客户广泛分布于休闲、运动户外、羽绒、童装、女装、男装和工装等领域。近几年，运动户外类品牌客户整体表现更好；当然每个类型都有其表现突出的品牌企业。

10、公司未来的资本开支计划？海外产能拓展规划？

答：总体来说，公司会在风险控制第一的前提下，审慎决策重大资本开支。海外方面，公司将通过对现有海外园区进行技改、扩充品类等，不断提升全球制造保障能力。其中，公司孟加拉工业园经过技改，目前生产运营处于稳健状态；越南工业园虽然尚处于产能爬坡阶段，但接单和营收呈现快速增长，我们持续看好越南工业园的未来发展前景，并将根据其后续经营情况决定是否进行扩张。

11、为什么公司产能利用率水平不高？

答：纺织服装行业存在明显的季节性差异，一季度属于传统淡季，二、三季度则属于传统旺季，同时行业“多批量、小批次”的订单趋势越来越明显，为了在不同季节均能为客户提供交期等良好保障，公司在设备配置和产能规划时需要综合考虑。因此，行业产能利用率总体不高。

12、公司在企业文化与管理团队上有哪些优势？

答：企业文化与管理团队是公司的核心竞争力之一。“可持续发展”的核心价值观、“稳中求进”的经营理念 and 几十年的文化沉淀，锤炼了一支经营管理经验丰富的优秀团队，管理团队勤勉务实，守正创新，具备较强的行业趋势研判能力和出色的团队协作理念，不断攻坚克难，推动公司长期持续健康发展。

13、公司的分红政策？

	答：公司一直坚持“可持续发展”和“共赢”的理念，每年综合考虑年度盈利状况、未来发展需求和股东意愿等因素，合理制定年度利润分配方案，积极回馈公司股东。
附件清单	无
日期	2026年4月29日