

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：2026-014

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 type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	光大证券：孙未未、朱洁宇 天风证券：龚理 西部证券：于佳琦、张晓艳
时间	2026年6月4日
地点	临海
上市公司接待人员姓名	黄志强、郑婷燕、邱逸远
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、近期接单情况如何？</b></p> <p>答：近期公司接单情况良好，但受原材料涨价以及费用增加等综合影响，预计会对公司盈利造成一定压力。</p> <p><b>2、公司订单交期是多久？</b></p> <p>答：公司产品的生产周期一般在3-15天，具体受公司产能饱和度、订单量和客户实际需求等影响而表现不一，其中忙季时生产订单相对较为饱和，交期会适当延长。</p> <p><b>3、公司接单恢复和后续增量的主要来源？</b></p> <p>答：经过长期发展，纺织服装行业已形成较为成熟的市场格局和稳定的供应链体系，行业内生性增长相对有限，行业景气度主要受终端消费需求波动影响。与此同时，消费者的个性化需求以及品牌客户对经营质量的追求，都导致品牌客户对于辅料产品的快速响应、时尚设计等提出了更高的要求。在此背景下，公司重点推进智能制造战略以及加强时尚开发等，持续强化核心竞争力，并加速推进全球化布局，既着眼于现有客户份额的持续提升，也不断拓展新的客户群体以及应用场景，从而推动公司长期可持续发展。</p> <p><b>4、原材料涨价对公司毛利率的影响程度？</b></p>

答：受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。同时，公司辅料产品主要为非标准化产品，品类丰富，因此不同材质构成的产品受到的影响程度不同。尽管公司采用成本加成的定价模式，并采取多种措施以降低影响，但价格的传导需要一定过程，可能导致公司盈利在短期会受到一定影响。

#### **5、公司的客户集中度如何？**

答：2025 年度，公司前五大客户占比为 8.68%。但穿透到终端品牌来看，公司已成为全球众多知名服饰品牌的战略合作伙伴，实际的前五大品牌客户占比高于前述水平。

#### **6、相比 YKK，公司有哪些差异和竞争优势？**

答：YKK 的优势主要在于品牌知名度、精工制造以及全球化运营能力，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。目前下游服装品牌客户对前述需求越来越高，为行业发展重要趋势。

#### **7、公司汇兑损益的具体构成？**

答：公司的汇兑损益主要分两种：一是结汇带来的损益，二是外币存量及往来挂账带来的损益。针对前者，公司通常会要求业务部门及时结汇；而针对后者，公司通过提高海外园区的本土化采购等方式降低存量规模，以降低汇率波动的影响。此外，公司也在积极探索其他有效措施，以降低汇兑损益波动对公司业绩的影响。

#### **8、公司未来的产能拓展规划？**

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。未来几年，公司资本开支的主要方向预计包括现有工厂智能制造水平的改进提升、推进募投项目达产达效以及海外产能扩张等。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。

#### **9、当前公司快反订单的占比有多少？**

	<p>答：综合来看，当前公司常规订单的比重更高。但近年来，随着消费者对于服装个性化的需求日益凸显，以及品牌客户为了提升运营质量，严格控制库存风险，“小批量、多批次、快交期”的行业订单趋势愈发明显。公司也在不断通过智能制造战略的实施和柔性制造体系的打造来提升生产效率，从而更好地满足客户的需求。</p> <p><b>10、公司纽扣、拉链以及其他辅料品类的发展过程？</b></p> <p>答：公司纽扣业务最早可以追溯到 1976 年，后伴随着改革开放，我国以劳动力充裕等优势参与国际分工，纺织服装行业实现了快速发展，公司也在此浪潮中迅速成长。依靠纽扣业务所积累的品牌影响力和客户等资源，公司于 2000 年左右拓展了拉链等多个品类，以及随后持续推进数智化转型、全球化战略等重点工作，公司核心竞争力进一步提升，业绩持续稳健增长。</p> <p>对于织带等其他辅料产品，其在服饰和箱包等领域有广泛的应用，市场容量较大，是很好的补充品类。但当前阶段，公司织带业务尚处于培育过程中，规模效应未能充分体现。公司已制定了具体的经营策略，在销售端和生产端均增加资源投入，相信未来将逐渐成为公司长期可持续发展中的发力点之一。</p>
<b>附件清单</b>	无
<b>日期</b>	2026 年 6 月 4 日