

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：2026-003

投资者关系活动类别	<div>√ 特定对象调研 □ 分析师会议</div> <div>□ 媒体采访 □ 业绩说明会</div> <div>□ 新闻发布会 □ 路演活动</div> <div>√ 现场参观 □ 其他：</div>
参与单位名称及人员姓名	兴全基金：伍修毅 文渊资本：孙丹童 浙商证券资管：唐靓 东北证券：苏浩洋、刘家薇 国盛证券：杨莹、王佳伟 开源证券：郭彬
时间	2026 年 1 月 16 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	<div>1、公司对行业景气度有何看法？</div> <div>答：受益于冬装补单，公司 2025 年第四季度接单有所改善，但综合当前国际贸易环境、终端消费景气度以及客户下单意愿等，短期内公司对行业景气度复苏依然持审慎的态度。从中长期看，公司坚定看好其未来发展前景，并将坚持聚焦服饰辅料主业，持续提升品牌影响力和产品竞争力。</div> <div>2、公司如何看待行业价格竞争？</div> <div>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。然而对于公司所服务的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，其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。因此，我们认为产品价格只是下游客户的考量因素之一。</div> <div>3、近期，铜等金属原材料涨价较多，对公司有哪些影响？公司有哪些措施？</div> <div>答：近期，铜等大宗商品价格涨幅明显，对公司原材料成本造成一定影响。但公司产品采用成本加成的定价模式，依照客户的实际要求，根据生产过程中涉</div>

及到的材质、工艺、难度等进行合理定价。同时，公司一方面会积极根据存量订单、原材料价格趋势等进行综合判断，多方权衡后进行采购、备库；另一方面也在积极推进新材料、新工艺研发，以满足客户需求。

4、公司未来的增量主要来自老客户还是新客户？

答：从过往业务实际情况看，一个全新的品牌客户往往需要持续多年的努力，才可能与客户建立合作关系并拥有一定的份额，因此每年增量往往更多来自于现有客户份额的提升；但随着公司全球化战略持续推进，公司将不断深化与现有客户的合作，提升客户认可度，同时积极拓展新的品牌客户，保障公司中长期稳健发展。

5、公司客户中哪些品牌增速较快？

答：具体客户信息不方便透露。但从服饰类型来看，近几年运动户外类品牌客户整体表现更好；但同时，每个类型都有其表现突出的品牌企业。

6、和 YKK、浔兴股份相比，公司的差异和竞争优势？

答：公司与 YKK、浔兴股份在经营选择和营销策略上有所不同，大家各有所长。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，而公司是“产品+服务”的经营理念，注重在为客户供应优质产品的同时提供“一站全程”和快速响应等服务，在国际化进程上也逐步迈入行业内的领先水平。另外，公司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；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。

公司与浔兴股份都属于民族拉链企业，但公司拉链业务脱胎于钮扣业务，主要服务于服饰、鞋帽、箱包、体育休闲用品等领域的品牌客户，基本为条装拉链；浔兴股份的拉链业务包括条装拉链和码装拉链等。两家公司在产品结构以及客户结构等方面存在一定的差异。

7、公司海外工业园情况如何？未来规划？

答：目前孟加拉和越南两家海外工厂均呈现良性发展态势。其中，公司孟加拉工业园经过多年发展，目前处于稳健运营状态；公司越南工业园自 2024 年上半年投产后，2025 年接单和营收快速增长，经营情况改善明显，我们持续看好其未来发展前景，但产能爬坡仍需要时间。未来公司将通过对现有海外园区的技改和生产的全球化布局来提升全球制造保障能力。

	<p>8、公司的生产周期是多久？</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、具体订单数量和客户实际需求等影响而表现不一。</p> <p>9、公司在智能制造方面的进展？</p> <p>答：智能制造是公司的核心战略之一。公司以智慧工厂为目标，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。后续来看，公司将在智能制造上持续投入，进一步打通核心节点和痛点，实现保障能力的系统性提升。</p> <p>10、公司 2025 年汇兑情况如何？</p> <p>答：受国际汇率影响，公司 2025 年前三季度为汇兑净损失 2,285.85 万元，在整体利润中的占比不大。业务端，公司通常会要求业务部门及时结汇，以降低汇率波动的影响。有关全年情况，敬请关注公司后续披露的定期报告。</p> <p>11、公司的销售费用有所提升，未来趋势会怎样？</p> <p>答：公司采用直营模式，注重对下游客户综合需求的解决；该模式特点导致销售费用占比不会低。未来，随着公司全球化战略的持续推进，预计销售费用总额仍会有所增长，但销售费用率会相对稳定。</p> <p>12、公司的分红政策？</p> <p>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。</p>
附件清单	无
日期	2026 年 1 月 16 日