

证券代码：301381

证券简称：赛维时代

赛维时代科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input 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 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：电话会议
参与单位名称及人员姓名	长江证券、国泰海通证券、中信证券、开源证券、信达证券、国海证券、方正证券、浙商证券、华泰证券、安信证券、财通证券、东方证券、世纪证券、中金公司、金鹰基金、创金合信基金、前海开源基金、华富基金、天治基金、东方证券资管、浦银安盛基金、惠升基金等机构
时间	2026年4月28-30日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	财务负责人 林文佳 董事会秘书 张爱宁
投资者关系活动主要内容介绍	1、Q1 汇兑亏损对业绩影响较大，公司后续的套保规划？ 公司境外收入占比高，生产及原材料采购大部分以人民币结算，海外销售主要以美元、欧元计价回款，人民币兑美元、欧元双向波动会影响营收规模、综合毛利率、海外定价竞争力，并实时产生账面汇兑损益，对阶段性盈利形成扰动。26年Q1单季汇兑损失较大主要由于美元、欧元季度内快速贬值，同时

汇率行情大幅波动导致行情预判难度抬升所致。公司常态化坚守汇率中性风控策略，日常密切跟踪全球汇率走势，合理把控结汇节奏，并联动多家金融机构配置和优化外汇套期保值等多元化专业避险对冲工具，降低敞口风险。

2、近期运价波动，公司是否有签订长协锁价对冲运价成本波动风险？

公司已建立常态化运输成本稳定机制。公司基于业务特性，针对不同运输方式的特性及与公司业务的适配情况，采用大比例长协锁价+部分比例灵活调控的精细化管理模式，对冲运输价格波动风险并且实现成本最优。目前公司已完成核心运输方式的长协落地，运输成本的基础价格得到有效保障。若后续未锁定之运价或者附加费等出现大幅上行，公司将适时适度调整终端产品售价，传导成本压力，保障整体盈利水平稳定。

3、2025 年公司服饰业务利润率较 2024 年有所修复，如何展望 2026 年的利润率情况？

公司服饰主业经营扎实、长期运营稳健，历史盈利稳定性与确定性较强。2024 年因阶段性加大新品上新及营销推广投入，利润率短期承压出现波动；剔除该阶段性特殊因素后，服饰业务盈利水平整体保持稳健态势。2025 年，公司服饰业务实际利润率水平也维持在正常健康水平。

展望 2026 年，公司的服饰业务将结合业务规模扩张、行业竞争格局及原材料与运营成本变动等多重因素，动态优化新品上新节奏与营销投放力度，保持规模增长与盈利水平的合理平衡。依托成熟完善的服饰主业运营体系，预计 2026 年公司服饰业务净利率将维持历史中枢平均水平。

4、2026 年非服饰业务收缩节奏及去库进度如何？

公司自 2024 年下半年开始推进非服饰品类的库存清理与

品类精简工作，经过近两年的重度去库、人员清理与产品线收缩，加上对非服饰品类备货的严格管控，非服饰品类库存规模已从 2024 年高点的 8.25 亿元下降至 2025 年底的 2.93 亿元，库存风险已大幅降低，大部分非服饰产品线库存已回归合理健康水平，仅个别品类需等待即将到来的 Q2 旺季进行加速清理，以实现最大限度回笼资金、降低清理损失的效果，这部分库存体量不大。整体来看，随着库存风险显著下降，2026 年非服饰业务亏损规模有望同比大幅收窄。

5、2026Q1 服饰业务收入的同比增速较去年下半年有所提速，核心驱动原因是什么？

2026 年 Q1 公司服饰业务同比增速较 2025 年下半年有所提升，核心驱动在于公司经营节奏恢复正常。2025 年受中美关税政策变化影响，公司曾出现短期发货延迟、供应链布局优化调整等情况，公司通过灵活调整终端售价、管控新品开发数量和进度等方式优化经营节奏，平衡风险。受新品数量减少、新品上架延迟、价格调整等因素影响，2025 年 Q3-Q4 服饰品类的增速有所放缓。进入 2026 年，公司已全面恢复正常运营节奏，Q1 服饰业务增速稳步回升，未来，公司将继续深耕已布局细分赛道，持续挖掘并高效转化市场需求，推动服饰品类收入持续稳健增长。

6、供应链布局情况？目前国内外产能布局占比多少？

公司在中美关税摩擦升级前已提前布局海外供应链，积极推进核心品类的海外供应链洽谈与储备工作。但综合考虑当前中美关税形势及国内外产能优劣势，公司目前核心主力产能仍集中于国内，主要基于国内供应链供给稳定性更强、品控标准更高、履约效率更优，且小单快反的柔性能力显著优于海外。目前，公司已完成海外供应商资源的充足储备，以自建越南工厂及东南亚外协资源作为战略备份，逐步开展自有工厂生产与

外协订单磨合，对冲极端关税波动风险。公司将持续进行多区域海外产能的洽谈和储备，后续将实时对比海内外成本及备货灵活度，动态择优分配订单，并基于不断扩大的供应链储备版图，战略性分配订单至海外多地供应链进行磨合储备，巩固现有产能格局。

7、AI 深度落地后，后续人员优化和成本压降空间有多大？和中小卖家的差距是不是会进一步拉大？

跨境电商业务链条长、细分场景丰富，各业务环节均具备可观的 AI 提效降本空间。目前 AI 已深度融入公司日常经营，在产品设计、供应链管理、广告营销、客户服务等方面实现全链路覆盖。

公司与中小卖家的核心差异在于长期耕耘的全链路数字化基础，目前公司正围绕业务各链路环节专项开发 AI Agent，同时以 AI 场景化落地成效为抓手，常态化推动全员智能化提效。现阶段内部已形成全员应用 AI 的成熟氛围与运营文化，后续将重点兑现经营降本与运营提效成果，持续放大智能化运营优势，进一步巩固竞争壁垒。

8、自《互联网平台企业涉税信息报送规定》实施以来，对公司有什么影响？

2025 年以来，国家税务总局陆续出台相关政策规定，明确了互联网平台企业的涉税信息报送责任，旨在推动平台经济从粗放扩张迈向规范有序、公平竞争的新发展阶段。对于公司而言，新规有助于引导全行业筑牢合规经营底线，让企业在更加公平的市场环境中持续健康发展。

9、美国关税退税，公司进展如何？

就公开信息看，美国海关与边境保护局相关退税申报流程已于 2026 年 4 月 20 日启动第一阶段，相关系统目前处于刚上

	<p>线阶段，公司后续将密切关注相关进展，按照要求准备相关材料。</p> <p>10、公司线下 KA 目前拓展进度如何？</p> <p>公司线下 KA 渠道目前整体保持稳步拓展节奏。线下渠道的准入审核环节多、合作落地周期长，公司聚焦大型头部商超渠道进行重点突破。经过前期多轮深度对接与商务洽谈，公司已与 Walmart、Target 等头部商超开展线上和线下联动合作，当前正有序推进选品、报价等落地流程，其中与 Walmart 线下渠道的首批合作订单已进入落地推进阶段。同时，公司与 TJ Maxx、Costco 等商超的合作洽谈也在稳步推进中。</p> <p>11、公司区域拓展后续规划？</p> <p>公司的市场拓展方向未变，仍关注区域消费力水平与增长潜力，以北美和欧洲为主。近两年公司服装业务在欧洲市场高速增长，2025 年欧洲收入占比进一步提升，未来我们将继续加大欧洲市场投入，深化区域布局。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 4 月 30 日