证券代码：603365　　证券简称：水星家纺　　公告编号：2026-044

上海水星家用纺织品股份有限公司

2027年度“提质增效重回报”2.0行动方案

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示：

本行动方案包含的发展战略、经营目标等前瞻性表述，系公司现阶段拟定的规划安排，不构成对投资者的业绩承诺，敬请广大投资者注意投资风险。

上海水星家用纺织品股份有限公司（以下简称“公司”）为落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》相关要求，积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”2.0 专项行动的倡议》及配套示范文本，公司践行“以投资者为本”的发展理念，切实履行上市公司主体责任，推动公司实现高质量发展，围绕经营发展、公司治理、信息披露、投资者回报、社会责任五大领域，通过量化指标、定量分析、目标设定和改善举措等方面制定本专项行动方案，现报告如下：

一、公司经营情况概述

公司系国内家用纺织品行业龙头企业，深耕家纺主业，长期专注于家纺产品的研发、设计、生产与销售，核心产品涵盖被芯、枕芯、套件、床垫、毯类等床上用品，聚焦健康睡眠赛道，实行多品牌、全渠道运营模式。家纺行业属于民生消费品行业，当前行业已由地产驱动转为存量换新为主的发展阶段，市场呈现总量平稳、结构分化的特征，消费需求向健康化、功能化、品质化升级，睡眠经济、绿色消费、科技赋能成为行业核心增长主线，资源逐步向具备研发能力、品牌优势、精细化运营能力的龙头企业集聚。

公司坚守主业赛道，围绕床上用品构建产品矩阵，旗下水星 STARZHOME、水星家纺、百丽丝、水星 kids 等多品牌矩阵运营。公司采用自主生产、外协生产模式，以上海总部为中心，覆盖上海、南通自有产业基地，辐射产业带。公司

线下以经销、直营、特渠遍布全国市场，覆盖一二线城市核心商圈、三四线城市及下沉市场。线下门店向 31 个省、自治区、直辖市终端持续渗透，满足全国产品升级需求。线上深耕传统电商、直播电商、内容电商，连续多年稳居家纺类头部地位，形成全网声量。

2026 年，纺织行业多项支持政策落地，为行业高质量发展创造有利环境。工信部等多部门印发《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028 年）》《标准引领纺织工业优化升级行动方案（2026—2028 年）》，引导纺织企业强化品牌建设、标准创新、绿色转型，鼓励企业深耕功能性、健康化产品研发，培育优势自主品牌；商务部等七部门《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》，支持健康家居消费、睡眠场景消费品创新；同期工信部牵头发布《轻工纺织产业发展“十五五”规划》，引导家纺产品向功能化、健康化、品牌化升级，支持龙头企业打造标志性大单品。

依托长期的产品积淀、渠道布局与品牌投入，公司市场地位稳固，保持被芯品类领先优势，婚庆、儿童等多个核心细分品类销量位居行业前列。公司凭借技术创新与产品落地，以及规范治理、良好的信息披露质量等综合表现，斩获多项荣誉：2026 年保有高新技术企业、获得纺织行业功能性床上用品技术创新中心资质、信息披露维持上海证券交易所 A 级评价，品牌价值与行业影响力稳步提升。

2026 年度，公司以大单品战略为引领，加大功能性家纺业务布局，统筹产品规划、深化渠道精细化运营，推动资源向爆款品类、适配渠道及高效业务倾斜，经营质量稳步优化。公司推行“大单品+爆款群”业务发展模式，依托科技睡眠赛道机遇优化产品结构，聚焦人体工学枕、雪糕被、蚕丝被等核心功能性产品，深耕睡眠技术创新，迭代开发具备规模化推广潜力的高附加值新品，着力培育“单品构筑品类优势、品类夯实品牌根基”的市场认知，巩固差异化竞争壁垒。

公司近三年相关经营指标具体如下：

单位：亿元 币种：人民币

经营指标	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年 9 月 30 日 /2026 年 1-9 月
营业收入	42.11	41.93	45.28	30.24
归母净利润	3.79	3.67	4.07	2.21

扣非归母净利润	3.28	3.33	3.54	1.97
总资产	36.47	38.03	40.21	39.92
净资产	29.45	29.78	31.32	31.61
毛利率	40.04%	41.40%	44.95%	45.80%
销售费用占营收比重	24.11%	24.43%	28.00%	29.22%
管理费用占营收比重	4.30%	4.47%	4.50%	4.84%
经营活动产生的现金流量净额	4.93	5.16	5.32	-1.68
存货周转率（次）	2.55	2.49	2.48	1.50
现金分红	2.36	2.33	2.59	0.52（中期）
股利支付率	62.38%	63.58%	63.62%	—

主要指标变化趋势及变动原因：

（一）营业收入、净利润及扣非归母净利润

家纺行业处于存量换新周期，但终端消费偏谨慎。2023 至 2025 年，公司营业收入复合增长率约 3.70%，归母净利润复合增长率约 3.60%，扣非归母净利润复合增长率约 4.00%，经营基本面保持稳健。2024 年虽然营收、归母净利润小幅下滑，但扣非归母净利润依然实现正增长，主业经营韧性较强。2025 年行业回暖叠加前期大单品投放效果显现，营收、利润同步修复抬升，带动 2023 至 2025 年复合增速。

公司 2026 年前三季度营业收入 30.24 亿元，同比增长 1.62%；归母净利润 2.21 亿元，同比下降 4.69%；扣非归母净利润 1.97 亿元，同比增长 6.62%。2026 年前三季度，在外部消费复苏节奏分化、家纺行业总量平稳但结构加速升级的背景下，公司经营底盘保持稳定，收入实现正增长，扣非利润保持较好增长，盈利质量继续改善。

（二）毛利率

2023 至 2025 年，公司毛利率持续上行，由 40.04%提升至 44.95%，2026 年前三季度进一步抬升至 45.80%，主要得益于功能性大单品占比提升与产品结构优化。公司落地功能性睡眠家纺产品，产品结构向价值型转型。与此同时，床上用品属于民生消费品，消费者价格敏感度较高，持续大幅提价空间有限；产品研发及营销投放将带来阶段性费用压力，毛利率提升存在一定约束。公司将立足现有业务基本盘推进产品价值分层，加大功能化、高品质产品推广销售，优化产品结构，同时持续管控原材料、生产端成本，对冲成本波动压力，推动毛利率实现

边际改善。

（三）资本结构

2023 至 2025 年，公司总资产复合增长率约 5.00%，净资产复合增长率约 3.13%，温和扩表，资产的增长以内生积累为主，有息负债规模较低，2026 年前三季度资产负债率约 20.82%。公司具备充足的货币资金及理财产品，在消费行业波动、渠道投入、新品研发需要资金投入的环境下，低负债及充足现金储备的资产负债结构，为公司投入睡眠科技研发、大单品市场推广、渠道迭代提供安全垫，能够平滑行业周期波动。

（四）费用

2023 至 2025 年，公司管理费用率小幅稳步上行，整体刚性可控；销售费用率走高，系公司线上业务占比提升，行业竞争加剧、平台的行业成本中枢上行的背景约束。2026 年前三季度管理费用率同比小幅下降 0.10 个百分点，销售费用率同比略增 0.79 个百分点。近两年公司执行睡眠大单品战略，积极建立用户心智，主动加大线上流量与大单品营销投放。为应对销售费用压力，公司未来将在产品上做“爆品带品类、品类带品牌”；在渠道上追求高质量增长而非粗放扩张。

（五）营运能力及现金流

2023 至 2025 年，公司存货周转率维持在行业优良区间，库存运营效率稳定；2026 年前三季度存货周转率波动，主要系为销售旺季提前备货，渠道去化偏慢，形成阶段性库存增加。公司结合家纺季节性特点与大单品推广需求实施柔性备货，把提升存货管理水平作为重要经营目标。公司 2023 至 2025 年经营活动产生的现金流量净额均超过 4.9 亿元，高于扣非归母净利润，主业造血能力稳定，现金流强健，利润具备真实现金支撑，盈利质量扎实。2026 年前三季度经营活动产生的现金流量净额为负主要为支付货款、支付销售费用增加所致。家纺渠道特征支撑较好的回款质量，应收账款周转稳健；公司积极管控存货水平，旺季备货节奏可控，合理安排采购付款账期，全年的经营性现金流表现将有所好转。

（六）现金分红

公司建立了与经营业绩、现金流水平相匹配的分红机制，在保障战略投入所需资金前提下，积极落实现金分红。2023 至 2025 年实施现金分红，股利支付率均超过 60%。公司自 2025 年起实施中期现金分红，增加分红频次。在主业稳健造血、现金流充沛的基础上回馈全体股东，分红连续性、稳定性突出，充分兼顾

业务长期投入与股东回报。

二、管理层对公司提质增效重回报现状的讨论与分析

（一）经营类指标分析

家纺属于民生刚需消费品，床上用品具备换新复购性、季节性、地域性、款式驱动等行业特征，产品兼具功能性与时尚需求双重特点，渠道布局是消费品触达大众，提升周转效率、优化现金流的重要载体。结合行业属性，对核心经营指标分析如下：

1、经营类指标选取

序号	指标类别	2025 年	2026 年前三季度	2027 年目标
1	存货周转率（次）	2.48 次	1.50 次	不少于 2.4 次
2	经营活动产生的现金流量净额	5.32 亿元	-1.68 亿元	不低于 5 亿元，全年经营活动产生的现金流量净额与扣非归母净利润之比不低于 1

2、经营类指标改善措施

（1）存货周转率

公司 2025 年存货周转率 2.48 次，在头部家纺公司中处于偏上水平；2026 年前三季度存货周转率 1.50 次，同比减少 0.04 次。公司 2026 年三季度末存货 11.87 亿元，同比增长 3.98%，存货增长主要为备货偏多、渠道去化偏慢。家纺行业具备明显季节性特征，四季度为传统销售旺季，受秋冬换购、年终促销等带动，公司需提前备货；叠加新品矩阵扩充、线上线下渠道布局等因素，存货规模阶段性上升，存货周转效率仍存在优化空间。

2027 年公司将控制整体库存规模，优化前端需求预测及产品规划，推行滚动补单模式，渠道端建立进销存数据回传机制，对产品分类制定去化策略，完善商品全生命周期分级管理。通过面辅料集中采购、缩短采购与生产周期，提升订单交付质效。在兼顾旺季合理备货的前提下，推动存货周转率恢复至较好水平。

（2）经营活动产生的现金流量净额

2025 年公司经营活动产生的现金流量净额表现稳健，盈利现金保障水平良好；2026 年前三季度受家纺行业季节性因素影响，为销售旺季提前备货、支付采购货款及渠道营销投入增加，经营现金流阶段性承压，扣非归母净利润与经营

现金流匹配度有所弱化。

为改善盈利现金质量，2027 年公司将围绕营运资本全链条开展现金流管控：强化客户信用评级与账期管理；与核心供应商协商账期与票据结算安排，使采购付款节奏与销售回款节奏匹配，减少资金错配；通过库存压降措施减少存货对资金的占用，以销定采、以销定产，控制备货性采购支出；严控期间费用与非必要开支，推动经营活动现金流净额与扣非归母净利润更加匹配，力争盈利现金质量恢复至良好水平。

（二）回报类指标分析

回报类指标

指标	现状	2027 年目标
现金分红	公司坚持常态化现金分红，2025 年实施中期分红 10 派 2 元（含税）及年度分红 10 派 8 元（含税），全年现金分红总额 2.59 亿元、股利支付率 63.62%。 2026 年至今已实施中期现金分红 10 派 2 元（含税），派发现金总额 5,176.52 万元（含税），占 2026 年 1-6 月归属于上市公司股东净利润的 34.47%。	1、2027 年实施 2026 年年度权益分派，2026 全年股利支付率不低于 60%； 2、2027 年度现金分红次数不少于 2 次，股利支付率不低于 60%。
投资者关系管理	2025 年度：召开业绩说明会 3 场；召开定期报告电话会 3 场； 2026 年 1-9 月：已召开业绩说明会 2 场，召开定期报告电话会 3 场；计划召开业绩说明会 1 场。	增加投资者交流覆盖的广度及深度： 2027 年度计划召开业绩说明会不少于 3 场；召开定期报告电话会不少于 3 场。
社会责任报告（ESG）	公司已搭建董事会、ESG 领导小组、执行小组三级 ESG 管理架构，连续三年独立披露 ESG 报告，依托双重重要性矩阵识别实质性议题；环境端通过环保投入、推广光伏节能、推进可持续棉花项目与环保面料应用，降低单位能耗、水耗；社会端聚焦产品质量安全、员工权益保障、公益捐赠与产学研合作；治理端完善内控与信息披露体系，逐步将 ESG 理念融入经营主线，稳步推进供应链效率提升。	2026 至 2027 年，公司将夯实 ESG 治理体系，完善 ESG 指标常态化归集机制；环境端扩大可持续原材料、可回收包材应用，推进节能改造、光伏利用；社会端深化负责任供应链管理，推动上游供应商环保准入与评价，保障产品安全、员工发展与公益投入；治理端保持 ESG 信息披露，把绿色、可持续要素嵌入产品研发与供应链全链路，提升 ESG 绩效。

指标说明及改善措施：

1、现金分红

2023 至 2025 年公司年度股利支付率均超 60%，2025 年度派现 2.59 亿元、股利支付率 63.62%，保持分红稳定持续；2025 年、2026 年均实施中期分红，每

10 股派 2 元（含税），落地中期及年度多频次分红安排。公司自 2017 年上市以来坚持常态化现金分红，统筹主业发展与股东收益，保障中小股东权益，2026 年 5 月股东会审议通过《未来三年（2026-2028 年）股东分红回报规划》。

2026 年进展及 2027 年规划：2026 年评估现金分红及一年多次分红实施条件，并已实施中期分红。2027 年在满足分红前提下优先现金分红，稳定中期、年度分红模式。公司结合估值、现金流适时开展股份回购，及时回购注销限制性股票（如有）。当前回购专户持有 367.01 万股，后续将按相关规则处置。

2、投资者关系管理

公司常态化开展现场调研、业绩说明会、线上交流、上证路演互动等活动，及时回应市场关注的盈利能力、现金流、分红、渠道、库存等问题。2026 年以来召开 2 场线上业绩说明会、3 场定期报告电话会，接待调研并参与“我是股东”走进上市公司活动。依托上证 e 互动、热线、邮箱、股东会等多渠道做好沟通。

2026 年进展及 2027 年规划：2026 年搭建标准化投关材料库，建立投资者交流档案，常态化投资者交流活动；2027 年将丰富面向投资者的交流形式，优化公告表达方式，利用图表、要点纪要、专项问答，降低信息理解门槛，提升信息可读性与投资者获得感。

3、ESG 披露

公司严格按照监管要求按期发布 ESG（社会责任）报告，2024 至 2026 年连续三年披露社会责任报告，覆盖绿色生产、供应链、员工、消费者权益、公益、内控治理等板块，披露内容完整，无重大遗漏及差错更正。公司开展 ESG 自评，完善可治理架构，充实量化指标。

2026 年进展及 2027 年规划：2026 年及 2027 年持续充实 ESG 数据归集体系，对标行业标准提升 ESG 披露质量，夯实长期价值。

（三）规范类指标分析

公司规范类指标整体表现稳健，连续多年保持较高规范质量，为经营稳健与资本市场信用提供支撑。

规范类指标

回报指标	现状	2027 年目标
公司治理	2025 年，公司对照新监管要求集中修订《公司章程》、三会议事规则、独立董	实现治理从“合规达标”向“提质增效”升级。根据新规及公司实际

	事制度、各专门委员会议事规则、董事高管薪酬制度等治理文件，新增董事离职管理制度与信息披露暂缓与豁免管理制度。完成董事会换届及新一届专门委员会组建，理顺决策前置程序。2026年至今，公司持续更新《公司章程》，常态化运行董事高管履职培训，完善重大节点、重大事项提醒，巩固规范透明、权责清晰的公司治理体系。	情况梳理修订《公司章程》等制度。强化董事、高管专项培训，月度学习资本市场监管信息，针对“关键少数”开展专项合规培训不少于 4 场；对关键业务岗位人员开展公司治理和规范运作、ESG 等实务培训不少于 2 次。
信息披露	公司已连续3年获得上海证券交易所信息披露工作评价“A”评级。2025 年共披露 115 份公告、2026 年前三季度共披露 67 份公告。 公司持续落实高标准信息披露管理，优化公告呈现形式，不断增强信息披露可读性，提升价值信息传递效果。	执行《信息披露管理办法》，巩固信息披露质量，严把公告编制审核关口，确保 0 重大披露差错，力争做到 0 更正；在合规框架下优化经营信息解读，提升指标、战略叙事的清晰度，减少信息不对称，稳定市场预期。
独立董事履职	公司充分保障独立董事履职知情权，建立常态化沟通与资料报送机制，支持独立董事开展现场办公、实地调研及专项核查。2025 年独立董事现场工作天数不少于 15 天，依托现场办公听取专项汇报、调阅业务资料，深入生产、销售、运营等各环节实地调研；2026 年前三季度持续落实独立董事现场履职安排，稳步开展现场办公、实地走访与问询沟通，有效落实独立履职监督职能。	2027 年，公司将进一步优化独立董事履职支撑流程，落实调研事项提前筹划、业务资料前置送达，持续为独立董事现场办公、实地调研、专项核查创造条件；确保独立董事年度现场工作天数不低于 15 天，引导独立董事围绕供应链管控、渠道运营、内控风险等重点领域开展深度调研问询，强化独立研判，提升董事会决策的科学性与公允性。

指标说明及改善措施：

1、公司治理

现状：在公司治理指标层面，公司已建立“股东会—董事会—高级管理层”权责清晰、相互制衡的治理架构，董事会下设审计、薪酬与考核、战略、提名等专门委员会。2025 年按期完成董事会换届，对公司章程、议事规则、对外担保、关联交易、内幕信息管理等核心内控制度动态修订更新；2026 年至今公司持续更新《公司章程》，常态化运行董事高管履职培训。除积极参加证监会、交易所、上市公司协会等组织的培训，为增加关键少数人员利用碎片化时间提升资本市场合规意识，公司制作数字人培训视频对实控人、董事、高管等“关键少数”开展证券交易合规专题培训。

2027 年目标：紧跟治理准则迭代制度体系，优化决策流程，健全权责制衡机制。建立常态化监管研学机制，按月向董事、高管推送资本市场监管动态学习研讨；聚焦“关键少数”，开展公司治理、信息披露、资本运作、履职风险防控

等方面合规培训。将合规培训覆盖范围延伸至关键岗位，通过分层分类、常态化的培训体系，持续夯实各层级主体的合规履职意识与实务能力。

2、信息披露

现状：公司上市以来，已完成上海证券交易所 8 个年度信息披露工作评价，累计 6 次获评 A 级，其中近 3 年连续获评 A 级。定期报告、临时公告披露及时、完整，财务报告连续多年收到会计师标准无保留审计意见；投资者沟通渠道稳定，业绩说明会、互动答复、机构交流记录留存规范，内幕信息知情人登记管理常态化，无信息披露差错，信息披露透明度与可理解性较好。

2027 年目标：巩固信息披露评级，严把公告多级审核关口，力争做到 0 更正；统一经营指标披露口径，在合规前提下优化经营数据与战略叙事，增加财报图文解读，提升信息可读性；完善内幕信息管理，常态化开展舆情监测，稳定资本市场预期，不断缩小信息不对称。

3、独立董事履职

现状：公司将保障独立董事充分履职作为公司治理重点抓手，构建常态化信息供给、面对面沟通保障机制，为独立董事独立开展核查、调研工作提供配套支撑。2025 年度独立董事现场履职天数不少于 15 天，履职过程中结合现场办公开展资料核验、专题访谈，覆盖生产、销售、运营等业务链条；2026 年前三季度持续维持该履职保障安排，通过实地走访、业务问询等方式保障独立董事掌握经营情况，独立意见有据可依，切实落地独立董事监督制衡的治理职能。

2027 年目标：针对独立董事调研计划性、资料供给时效性持续优化履职保障举措，建立调研方案预沟通、资料提前归集送达机制，进一步降低独立董事信息获取成本；维持独立董事年度现场履职天数不低于 15 天的标准，引导独立董事聚焦供应链管理、渠道经营、内控风险等关键风险领域定向开展调研核查，强化针对性的独立分析研判，充分发挥独立董事专业价值，助力董事会决策更加审慎、科学。

三、提质增效重回报行动方案目标汇总

公司 2027 年度“提质增效重回报”行动方案的目标汇总如下：

财务类或经营类指标及行动计划

指标	现状	2027 年目标	计划	风险
存货周转率（次）	2025 年度 2.48 次，2026 年前	不少于 2.4 次	优化需求预测与产品规划，推行滚动补单，打通	终端需求偏弱、新品动销不及预期，渠道去化

	三季度 1.50 次		渠道进销存数据，实施商品全生命周期管理；集中采购面辅料、缩短产销周期，兼顾旺季备货，控制库存规模，改善存货周转效率。	偏慢，旺季备货预判偏差，库存压降、周转改善目标存在不确定性。
经营活动产生的现金流量净额	2025 年度 5.32 亿元，2026 年前三季度-1.68 亿元	不低于 5 亿元，全年经营活动产生的现金流量净额与扣非归母净利润之比不低于 1	精细化管控营运资金，加强客户回款管理；优化供应商结算安排，匹配回款节奏；以销定采、以销定产，压降存货资金占用；严控非必要支出，提升现金流与利润匹配度。	终端市场疲软导致回款不及预期；旺季备货、采购付款、营销投入集中释放，现金流出阶段性加大；库存去化不及预期持续占用营运资金等风险。

回报类、规范类等非财务类指标及行动计划

指标	现状	2027 年计划
现金分红	公司实施常态化现金分红：2025 年实施中期及年度分红，合计分红 2.59 亿元，股利支付率 63.62%；2026 年已实施中期分红，分红总额5,176.52 万元（含税），占上半年归母净利润 34.47%。	1、完成 2026 年度权益分派，2026 全年股利支付率不低于 60%； 2、2027 年度现金分红不少于 2 次，股利支付率不低于 60%。
投资者关系管理	2025 年：业绩说明会 3 场、定期报告电话会 3 场；2026 年 1-9 月：业绩说明会 2 场、定期报告电话会 3 场，计划召开业绩说明会 1 场。	拓宽投资者交流广度与深度；2027 年业绩说明会不少于 3 场，定期报告电话会不少于 3 场。
社会责任报告（ESG）	建立三级 ESG 管理架构，连续三年披露 ESG 报告；落实绿色原材料、节能改造、负责任供应链、产品安全、员工保障等工作，将 ESG 融入经营。	完善 ESG 归集机制，扩大可持续原材料、可回收包材应用，提升 ESG 绩效。
公司治理	2025 年对照新规修订章程、三会议事规则、独立董事及各专门委员会议事规则、董高薪酬等治理制度，新增董事离职、信披暂缓豁免相关制度，完成董事会换届及新一届专门委员会组建；2026 年持续更新公司章程，常态化开展董高履职培训、重大事项节点提醒，完善治理体系。	坚持月度监管信息研学，面向董事、高管开展专项合规培训不少于 4 场，面向关键业务岗位开设治理规范、ESG 等实务培训不少于 2 次。
信息披露	公司连续三年获上海证券交易所信息披露 A 级评价；2025 年披露公告 115 份，2026 年前三季度披露公告 67 份；持续高标准开展信息披露，优化公告呈现形式，提升披露可读性与信息传递效能。	严格落实《信息披露管理办法》，巩固信息披露质量；严控审核关口，重大披露差错 0 发生，力争 0 更正；优化信息解读，清晰传递经营与战略信息，稳定市场预期。
独立董事履职	建立常态化沟通与资料报送机制，保障独立董事知情权，支持现场办公、实地	优化独立董事履职支撑流程，落实调研提前筹划、资料前置送达；保障独

	调研与专项核查。2025 年独立董事现场工作天数达 15 天，深入业务环节调研；2026 年前三季度持续落实独立董事现场履职安排，开展走访问询，发挥独立监督作用。	立董事年度现场履职天数不少于 15 天，引导独立董事围绕供应链、渠道、内控风险等重点领域深度调研，强化独立研判，提升董事会决策科学性与公允性。

四、投资者交流渠道

投资者热线电话：021-57435982

邮箱：sxjf@shuixing.com

联系地址：上海市奉贤区沪杭公路 1487 号

联系人：董事会秘书办公室

本行动方案包含的发展战略、经营目标等前瞻性表述，系公司现阶段拟定的规划安排，不构成对投资者的业绩承诺。受宏观环境、行业政策、市场需求变化等多重因素影响，方案后续实际实施结果与预期可能存在差异，存在不确定性，敬请投资者理性判断、注意投资风险。

上海水星家用纺织品股份有限公司

董　事　会

2026 年 11 月 11 日