

证券简称：太湖雪

证券代码：838262

# 苏州太湖雪丝绸股份有限公司

江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村 318 国道北侧

太湖雪  
TAIHU SNOW SILK

## 苏州太湖雪丝绸股份有限公司招股说明书

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

 **东吴证券股份有限公司**  
SOOCHOW SECURITIES CO.,LTD.

（苏州工业园区星阳街 5 号）

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

## 声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

## 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	本次发行初始的股票发行数量为 800 万股（未考虑超额配售选择权）；本次发行公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权的股票发行数量为本次发行初始的股票发行数量的 15%（即 120 万股），若全额行使超额配售选择权，本次发行的股票数量为 920 万股。
每股面值	1.00 元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价方式确定发行价格
每股发行价格	15.00 元/股
预计发行日期	2022 年 12 月 20 日
发行后总股本	3,544.3172 万股
保荐人、主承销商	东吴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2022 年 12 月 16 日

注：行使超额配售选择权之前发行后总股本为 3,544.3172 万股，若全额行使超额配售选择权，则发行后总股本为 3,664.3172 万股。

## 重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

### 一、本次发行相关的重要承诺说明

本次发行相关的重要承诺，包括股份锁定承诺、稳定股价的承诺、填补摊薄即期回报的承诺、规范和减少关联交易的承诺等，具体参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

### 二、关于发行前滚存利润的分配安排

为兼顾新老股东的利益，公司在本次公开发行股票完成后，滚存的未分配利润将由新老股东按持股比例共同享有。

### 三、特别风险提示

#### （一）由新冠肺炎疫情引起的风险

自 2020 年 1 月新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，为有效管控疫情的传播，各级政府普遍采取了区域封锁、出行限制、道路管制、推迟复工日等多种临时性措施，对众多企业的生产经营均带来了不同程度的影响。公司销售渠道的线下直营门店、直营商场专柜、经销商渠道，与线上电商渠道，客流量与快递物流均受到不同程度影响。

2022 年上半年，公司主要生产经营地江苏苏州、上海等地连续爆发新冠肺炎疫情，受到区域管制、出行限制等封控影响，公司直营门店、直营商场专柜、线上电商等各销售渠道的客流量下降、快递物流中断，从而导致营收和利润下滑。

目前，国内疫情风险总体可控，但局部地区仍出现疫情反复的情形。同时，全球疫情防控形势仍旧严峻复杂，新冠肺炎病毒存在持续变异的可能性，具有较大的不确定性。如未来仍出现因疫情大规模反复的情形而被迫采取强制性疫情管控措施，仍可能对公司正常生产经营活动产生不利影响。

#### （二）公司线下销售渠道地域集中风险

世界丝绸看中国，中国丝绸看苏杭，自古以来苏州地区对丝绸有较好的理解和文化

底蕴，苏州地区经济较为发达、人口稠密、人均消费能力较高；同时，公司发源于我国丝绸行业集聚中心之一的吴江震泽，立足苏州根据地，在苏州区域投入的市场拓展资源较多。公司直营门店、直营商场专柜、经销商等线下渠道主要集中在苏州地区。未来公司如果无法成功开拓外部市场，公司经营业绩可能受到不利影响。

### **（三）原材料价格波动风险**

公司丝绸产品的上游行业为茧丝绸行业，公司的主要原材料为桑蚕丝绵、柞蚕丝绵等填充物，真丝面料、全棉面料等面料。随着中国东部经济快速腾飞，劳动力价格及土地成本上升背景下，中国种桑养蚕呈现“东桑西移”趋势，即从东部地区向西南方向的广西等地迁移，而且总体价格呈上升趋势。

报告期各期，发行人主营业务成本中直接材料的占比分别为 87.24%、82.31%、80.57%和 77.08%，原材料采购价格的波动对主营业务成本的影响较为显著。假设在产品售价及其他条件不变的情况下，桑蚕丝绵价格每提高 5%时，报告期各期发行人蚕丝被主营业务毛利率将分别下降 2.19%、2.27%、2.08%及 1.37%；柞蚕丝绵价格每提高 5%时，报告期各期发行人蚕丝被主营业务毛利率将分别下降 0.64%、0.56%、0.66%及 0.61%；真丝面料价格每提高 5%时，报告期各期发行人床品套件主营业务毛利率将分别下降 1.63%、1.80%、1.47%及 1.06%；全棉面料价格每提高 5%时，报告期各期发行人床品套件主营业务毛利率将分别下降 0.92%、0.56%、0.65%及 0.61%。相关产品主营业务毛利率对材料采购价格变动的敏感性较强。

主要原材料市场价格受到宏观经济、市场供需及政策层面等多种因素影响，如果未来公司主要原材料市场采购价格出现大幅波动，将对公司的生产经营和盈利水平带来一定的影响。虽然公司通过对主要原材料提前备货、不断优化供应商管理体系等方法来消化原材料价格波动的影响，但公司仍存在原材料价格大幅波动导致公司毛利率水平波动，给生产经营带来不利影响的风险。

### **（四）线上直播带货风险**

公司贴合市场潮流，通过对公司产品特性、产品受众以及直播风格等综合评估，与薇娅等多位头部主播达成合作，借助高人气直播进行产品的快速销售，快速打响公司产品知名度。报告期内，公司直播带货的收入分别为 48.10 万元、2,604.56 万元、4,425.72 万元和 343.59 万元，占公司营业收入比重分别为 0.20%、8.38%、11.87%和 2.62%，其

中 2020 年、2021 年薇娅直播产生的收入分别为 2,018.81 万元、4,425.72 万元。2021 年末，薇娅因税务问题直播间停播，公司与其暂停合作，导致 2022 年上半年公司的线上销售业绩同比出现了一定程度下滑。虽然，公司已逐步布局天猫、抖音、视频号等直播平台，结合自播、达人直播、品牌小程序等方式引流获客，不断加大线上销售拓展力度，但是未来随着国家对带货主播不断加强监管，公司直播带货业务将受到一定影响，公司线上销售收入将受到不利影响。

#### **（五）规范跨境电商亚马逊店铺新开立自营店铺流量培育风险**

公司早期为探索跨境电商业务，存在以员工名义注册亚马逊店铺事项，为规范前述事项，公司逐步关停此类店铺，并重新用公司名义注册亚马逊店铺。新开立店铺的流量培育需要时间和营销资金投入，公司存在此类营销渠道营业收入下滑的风险。

#### **（六）业绩进一步下滑风险**

2022 年以来，国内疫情呈现多点散发、局部爆发态势。其中，2022 年上半年公司主要经营地江苏苏州、上海等地连续爆发新冠肺炎疫情，受到区域管制、出行限制、道路管制各种临时性措施的影响，公司直营门店、直营商场专柜、线上电商等各销售渠道的客流量、快递物流都受到较大影响，在整体营收下降的情况下，公司仍需承担人员、房租、摊销等固定支出，导致公司 2022 年上半年经营业绩出现下滑。

其次，2021 年，公司与薇娅进行直播推广的合作，利用头部主播的高流量提高产品及品牌知名度、扩大市场占有率。2021 年末，薇娅因税务问题直播间停播，公司未继续与其合作，因此在 2022 年上半年公司线上直播带货业务相应缩减。未来，随着国家层面不断加强线上直播带货主播监管，公司线上直播带货业务将受到一定不利影响，进而影响公司整体业绩。

此外，为规范跨境电商业务，公司关闭了以前员工徐超楠名义开立的第三方亚马逊店铺，并在亚马逊平台上新开立公司自营店铺，新开立店铺的流量培育需要时间和营销投入，由此导致亚马逊平台销售收入同比有所减少。

目前苏州疫情控制良好，公司采购、生产、销售活动已恢复正常，同时公司为应对业绩下滑采取了一系列措施，不断加强线上、线下业务拓展，在稳定现有客户基础上，深入挖掘现有客户增量需求，同时积极拓展新客户，更好服务新客户产品需求，提升客户服务能力和市场份额。但是，新冠疫情影响完全消除尚需一定时间，且如果公司线上、

线下市场推广效果不佳或市场开拓不及预期,或者未来公司不能顺应消费者生活方式及丝绸产品市场状况的变化、不能精准把握消费者需求并快速响应,公司存在业绩进一步下滑的风险。

#### **四、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况**

经审阅,截至2022年9月30日,公司的资产总额为31,664.07万元,负债总额为13,392.41元,归属于母公司股东权益为18,174.39万元。2022年7-9月,公司实现营业收入8,808.04万元,较上年同期增长18.62%;归属于母公司股东的净利润为774.04万元,较上年同期增长13.78%;扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为682.62万元,较上年同期增长43.76%。2022年1-9月,公司实现的营业收入为21,917.31万元,较上年同期减少11.74%;归属于母公司股东的净利润为2,170.79万元,较上年同期减少7.14%;扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为1,533.02万元,较上年同期减少21.62%。

自2022年5月中下旬开始,苏州、上海疫情得到有效控制,社会面逐渐实现清零,公司采购、生产、销售活动逐步恢复正常,同时公司为应对业绩下滑采取了一系列措施,不断加强线上、线下业务拓展,在服务好存量客户的基础上,不断开拓新客户。2022年第三季度,公司业绩已扭转了2022年上半年业绩下滑的局势,实现了正增长,公司业绩总体上升趋势稳健。发行人报告期后具体业绩变动情况分析,请参见本节“七、发行人报告期后业绩变动情况分析”。

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日,公司经营情况正常,产业政策、税收政策、行业市场环境、主要产品的研发和销售、主要客户与供应商、公司经营模式未发生重大变化,董事、监事、高级管理人员未发生重大变更,未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

#### **五、发行失败的风险**

公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市,发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响,可能存在发行失败风险。

#### **六、报告期内存在体外代垫成本费用的不规范情形**

公司为开拓苏州市吴江区盛泽镇区域的销售市场，减少开拓市场不确定性给公司带来的风险，实际控制人用员工名义开立门店盛太丝绸，盛太丝绸作为公司的经销商，负责盛泽区域的市场销售。

盛太丝绸的实际控制方胡毓芳存在体外代垫公司成本费用的情形，报告期内，体外代垫金额分别为 58.87 万元、134.47 万元和 130.65 万元。公司相应已经于 2021 年 12 月底前整改规范，体外代垫的成本费用纳入公司相应会计期间的财务报表，从 2022 年 1 月起未再发生体外代垫成本费用情形。

## 七、发行人报告期后业绩变动情况分析

2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 13,109.27 万元，较上年同期下降 24.69%；归属于母公司股东的净利润为 1,396.75 万元，较上年同期下降 15.72%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 850.40 万元，较上年同期下降 42.58%，若剔除 2022 年半年度股份支付确认费用的影响，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 1,149.54 万元，同比下滑 22.38%。发行人 2022 年上半年经营业绩下滑主要是受新冠疫情封控影响和直播带货业务缩减所致。

### （一）发行人主要生产经营地 2022 年上半年连续爆发新冠肺炎疫情

2022 年以来，国内疫情呈现多点散发、局部爆发态势。公司主要生产经营地为江苏苏州，苏州市在 2022 年 2 月 10 日起全市范围内陆续出现新冠确诊病例，采取了区域封锁、出行限制、道路管制、推迟复工等多种临时性措施以有效控制疫情蔓延；同时因出现新冠确诊病例，苏州市陆续有区域被列为新冠疫情中高风险地区或者“三区”（防范区、管控区、封控区），外省市对来自苏州市的人员及货物流动进行了限制，物流运输配送受到一定程度影响。

苏州毗邻上海，新冠疫情发展态势与上海紧密相关。2022 年一季度上海市新冠疫情爆发，并向周边地区蔓延。2022 年 3 月 12 日，上海开始采取全市范围的防范措施；3 月 30 日，上海宣布进行全域静态管理。随着上海地区疫情的爆发及蔓延，苏州加强了社会面的疫情管控。

公司的线下直营专卖、直营商场专柜除开设在苏州外，北京亦是公司重要的区域市场布局。2022 年 3 月以来，北京疫情反复，疫情管控措施亦有所升级，线下零售业再

度受到冲击。

2022年5月底起，随着上海恢复全市正常生产生活秩序、北京疫情进入扫尾阶段，国内疫情二轮高峰期已经度过，苏州市在做好常态化疫情防控工作的前提下，生产经营活动逐步恢复正常。

## （二）2022年直播带货业务缩减对发行人持续经营能力不会产生重大不利影响

### 1、报告期直播带货业务对发行人收入影响较大、对利润影响较小

公司自2019年开始在天猫平台进行直播推广，报告期内公司通过主播带货形成销售收入48.10万元、2,604.56万元、4,425.72万元和343.59万元，占公司营业收入总额的比例为0.20%、8.38%、11.87%和2.62%。2019年至2021年期间，公司通过外部主播带货的销售收入呈快速增长，其中主要与头部主播薇娅合作，2021年末，薇娅因税务问题直播间停播，公司与其暂停合作。由于直播带货行业头部效应明显，2022年1-6月，公司虽选择了与其他主播合作继续直播带货，但流量及影响力与薇娅相比较弱，当期实现销售收入343.59万元，直播带货销售收入下滑幅度较大。

直播带货模式为公司实现品牌商品曝光量及销量提升提供了新的渠道，为公司经营业绩带来了积极影响，但考虑带货佣金、直播坑位费、年框返点等费用后，外部主播带货模式实际为公司带来的净利润有限。报告期各期，公司直播带货销售模式对公司收入、毛利、毛利率、净利润等主要业绩指标的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月			2021年		
	主播带货	公司	占比	主播带货	公司	占比
收入	343.59	13,109.27	2.62%	4,425.72	37,294.01	11.87%
毛利	129.11	5,992.25	2.19%	1,597.18	15,341.17	10.41%
毛利率	37.58%	45.71%	/	36.09%	41.14%	/
净利润	32.78	1,371.52	2.39%	235.86	3,616.12	6.52%
项目	2020年			2019年		
	主播带货	公司	占比	主播带货	公司	占比
收入	2,604.56	31,068.85	8.38%	48.10	23,646.09	0.20%
毛利	974.05	12,404.56	7.85%	21.64	9,626.16	0.22%
毛利率	37.40%	39.93%	/	44.99%	40.71%	/

净利润	251.81	2,494.73	10.09%	7.87	1,170.33	0.67%
-----	--------	----------	--------	------	----------	-------

注 1：主播带货净利润为在产品毛利的基础上考虑带货佣金、直播坑位费、年框返点、运费等直接费用后的税后金额，下同；

注 2：为了加强与带货主播的合作，2021 年公司与部分主播签订了年框返点合同，2021 年公司支付给主播的年框返点金额为 281.79 万元。

由上表可见，2019 年至 2021 年，公司通过主播带货形成销售收入 48.10 万元、2,604.56 万元和 4,425.72 万元，主播带货产生净利润 7.87 万元、251.81 万元和 235.86 万元，主播带货业务产生的净利润相对较小，其中，2021 年，在主播带货收入增长 1,821.16 万元的前提下，相关净利润却减少了 15.95 万元，外部主播带货业务为公司带来收入规模增长的同时未同步提升公司的净利润水平。

2022 年以来，公司积极调整营销策略，主动减少了与外部主播的带货合作，因此 2022 年上半年公司通过主播带货形成的销售收入、净利润与上年相比，均出现明显下降，符合公司实际经营情况。

## 2、直播带货业务缩减对发行人持续经营能力不会产生重大不利影响

随着我国电子商务行业的高速发展，各类新兴销售渠道和营销方式迅速崛起，直播带货亦是近年来兴起的营销推广模式之一。公司通过前期探索外部主播带货模式并经历薇娅直播间停播事件后，意识到虽然外部主播带货模式能够提升公司品牌的知名度和曝光度、促进线上电商平台销售，但公司亦承担了较高的带货佣金、直播坑位费、年框返点等费用，外部主播带货模式实际为公司带来的净利润有限，同时如果公司对外部主播的依赖性持续增强，当合作主播出现不当行为、未依法履行纳税义务等负面事件时，可能对公司经营业绩产生不可控影响。综合评估后，2022 年开始，公司积极调整营销策略，主动减少了与外部主播的带货合作，因此出现 2022 年起公司外部主播带货收入缩减的情况。

外部主播带货并非公司营销推广的唯一模式，并不存在不可替代性。公司对于各类新兴销售渠道和营销方式，进行了不同程度的尝试及探索，在这过程中，选择适合公司自身发展的推广模式，并根据公司资源、外部市场行情等变化，及时调整营销策略。目前，公司重点发展品牌自播，加强了对于自播的投入、人才的培养，已建立直播团队，由内部员工担任主播进行直播，让直播的形式与日常销售密切结合，为消费者带来更为即时、直观、生动的互动式购物体验。2022 年 1-9 月，公司通过自播实现销售收入 1,912.06 万元，实现销售利润 525.43 万元（扣除与自播业务直接相关的成本费用），品牌自播

已逐步替代外部主播直播，成为带动公司销售的重要工具之一。同时，公司已重点布局天猫、抖音、视频号等直播平台，结合自播、达人直播等方式引流获客，通过多渠道协同发展实现公司销售的增长。

综上所述，直播带货业务缩减仅是公司营销推广模式的变化，虽短期内对公司的销售业绩造成一定的不利影响，但公司通过发展品牌自播，布局天猫、抖音、视频号等多渠道直播的方式，已逐步代替外部主播直播，故直播带货业务缩减对发行人持续经营能力不会产生重大不利影响。

### （三）疫情影响下发行人 2022 年各个季度及各个月份收入、毛利、净利润等主要业绩指标的变化情况

2022 年各个季度及各个月份，公司收入、毛利、净利润等主要业绩指标的变化情况如下：

单位：万元

季度	项目	2022 年 1 月	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年第一季度小计
1	营业收入	2,191.40	1,118.52	1,759.97	5,069.89
	毛利额	1,046.30	539.56	900.31	2,486.16
	净利润	515.84	-3.90	121.65	633.60
季度	项目	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年第二季度小计
2	营业收入	1,980.42	2,836.17	3,222.78	8,039.38
	毛利额	890.59	1,256.92	1,358.58	3,506.09
	净利润	143.13	269.30	325.50	737.93
季度	项目	2022 年 7 月	2022 年 8 月	2022 年 9 月	2022 年第三季度小计
3	营业收入	2,459.71	2,968.76	3,379.57	8,808.04
	毛利额	1,000.05	1,228.27	1,363.95	3,592.28
	净利润	156.23	282.82	325.78	764.83

由上表数据可见，2022 年 1 月，公司营业收入、毛利额、净利润等业绩指标为公司的正常水平。2022 年 2 月，公司营业收入、毛利额大幅下滑，经营业绩出现亏损。2022 年 3 月，公司营业收入、毛利额开始回升，净利润扭亏为盈。

2022 年 4-6 月，公司营业收入、毛利额、净利润等业绩指标呈稳步提升的趋势，经营业绩相比 2022 年第一季度已明显好转。

2022 年 7-9 月，公司营业收入、毛利额、净利润等业绩指标与 2022 年第二季度相

比均实现增长。

报告期后各个季度及各个月份，公司收入、毛利、净利润等主要业绩指标的变化情况与公司生产经营情况、疫情对社会经济影响情况一致，具备商业合理性。

#### （四）发行人 2022 年各季度及各月份的线上、线下各类销售模式的业绩变动情况

##### 1、2022 年各季度公司线上、线下各类销售模式业绩与上年同期变动情况

2022 年各季度，公司线上、线下各类销售模式业绩与上年同期变动情况如下：

单位：万元

渠道	细分渠道	2022 年 第三季度	2021 年 第三季度	同比 增幅	2022 年第 二季度	2021 年第 二季度	同比 增幅	2022 年 第一季 度	2021 年 第一季 度	同比 增幅
线下 销售	直营专卖	2,145.05	1,818.93	17.93%	2,069.64	2,022.67	2.32%	1,191.82	1,599.90	-25.51%
	企业客户 集采	2,381.11	1,330.59	78.95%	1,760.59	2,205.06	-20.16%	1,277.32	1,698.65	-24.80%
	直营商场 专柜	386.86	314.61	22.97%	208.97	400.50	-47.82%	254.03	301.82	-15.83%
	经销商	264.84	156.89	68.81%	164.62	186.90	-11.92%	138.22	155.57	-11.16%
	小计	5,177.87	3,621.02	42.99%	4,203.82	4,815.14	-12.70%	2,861.39	3,755.94	-23.82%
线上 销售	自营店铺	2,955.88	3,159.10	-6.43%	3,082.95	3,989.97	-22.73%	1,605.98	2,904.25	-44.70%
	平台入仓	486.34	494.09	-1.57%	450.40	759.20	-40.67%	388.66	705.05	-44.87%
	直发模式	157.37	111.59	41.03%	273.56	251.35	8.83%	187.49	178.89	4.81%
	小计	3,599.59	3,764.78	-4.39%	3,806.91	5,000.53	-23.87%	2,182.13	3,788.18	-42.40%
<b>合计</b>		<b>8,777.46</b>	<b>7,385.80</b>	<b>18.84%</b>	<b>8,010.73</b>	<b>9,815.67</b>	<b>-18.39%</b>	<b>5,043.52</b>	<b>7,544.12</b>	<b>-33.15%</b>

##### （1）线上销售渠道变动分析

线上销售渠道方面，2022 年第一季度，除直发模式小幅增长外，公司的自营店铺、平台入仓模式实现主营业务收入 1,605.98 万元、388.66 万元，较上年同期下降 44.70%、44.87%。2022 年第二季度，公司线上销售各渠道的变动趋势与上一季度保持一致，但收入下降幅度有所减缓，公司的自营店铺、平台入仓模式实现主营业务收入 3,082.95 万元、450.40 万元，较上年同期下降 22.73%、40.67%。2022 年上半年公司线上销售渠道收入的变化主要受到以下因素的影响：

①新冠肺炎疫情对全国范围内的交通和物流运输造成了不利影响，公司的供应链稳定性和及时性不同程度的出现迟滞和放缓。

②公司积极调整营销策略，主动减少了与外部主播的带货合作，因此 2022 年公司外部主播带货业务相应缩减。

③为规范跨境电商业务，公司关闭了以前员工徐超楠名义开立的第三方亚马逊店铺，并在亚马逊平台上新开立公司自营店铺，新开立店铺流量培育需要时间和营销投入，由此导致亚马逊平台销售收入同比有所减少（2022 年上半年亚马逊销售金额 1,121.66 万元，同比下降 136.05 万元）。

随着新冠疫情影响逐步消散、公司线上市场开拓方式多元化等因素的推动下，影响公司线上销售业绩下滑的因素逐渐消除，公司线上销售业绩开始恢复性增长。2022 年第三季度，公司线上自营店铺、平台入仓实现主营业务收入 2,955.88 万元、486.34 万元，与上年同期相比仅下降 203.23 万元、7.75 万元，降幅为 6.43%、1.57%，下降金额及幅度均较小。

2021 年第三季度外部主播通过直播带货实现线上自营店铺销售收入 1,091.68 万元，剔除外部主播带货因素影响，2022 年第三季度公司线上自营店铺销售收入同比增加 39.14%。

直发模式在 2022 年第三季度实现收入 157.37 万元，增长幅度达 41.03%。

综合而言，2022 年第三季度，公司线上销售渠道实现主营业务收入 3,599.59 万元，与上年同期相比仅下降 165.19 万元，降幅为 4.39%，已基本恢复至上年同期水平。

## （2）线下销售渠道变动分析

新冠疫情期间，消费者由于担心受感染，加上社会面实施严格的卫生程序及社交距离措施，所以都尽量减少前往实体店消费，客流量受到较大影响；同时，为配合相关防疫措施，公司的部分直营专卖店和直营商场专柜存在临时关闭的情况，因此苏州、上海、北京等地的新冠疫情对公司线下销售的冲击较大。

2022 年第一季度，来势汹汹的新冠疫情对公司线下的直营专卖、企业客户集采、直营商场专柜及经销商均带来了较大冲击，与上年同期相比，公司线下销售渠道主营业务收入减少 894.55 万元，降幅为 23.82%。

2022 年第二季度，尤其自 2022 年 5 月中下旬开始，公司采购、生产、销售活动逐步恢复正常，同时公司为应对业绩下滑采取了一系列措施，不断加强业务拓展，在稳定

现有客户基础上，深入挖掘现有客户增量需求，同时积极拓展新客户，更好服务新客户产品需求，提升客户服务能力和市场份额。2022年第二季度，公司线下销售渠道主营业务收入与上年同期相比减少611.33万元，降幅为12.70%，下降的金额及幅度与第一季度相比均已趋缓，其中公司线下直营专卖店作为公司线下渠道收入的重要来源，通过开展一系列促销活动吸引客流，刺激消费，在2022年第二季度已率先实现了正增长。

2022年第三季度，随着居民对就业预期、收入信心的修复，疫情防控措施不断优化，线下消费场景逐步恢复，消费需求进一步得到释放。公司抓住发展机遇，本季度内，线下销售渠道实现主营业务收入5,177.87万元，与上年同期相比增加1,556.85万元，与上一季度相比增加974.05万元。公司线下的直营专卖、企业客户集采、直营商场专柜及经销商等各个渠道业绩快速恢复，均实现正增长，尤其是企业客户集采及经销商渠道，与上年同期相比增幅达78.95%、68.81%。第三季度虽然为蚕丝被的销售淡季，但在2022年第三季度，公司迎难而上，实现了线下销售与2021年第三季度同比增长42.99%、与2022年第二季度环比增长23.17%的良好业绩，展现了公司较强的经营韧性。

## 2、2022年各季度公司线上、线下各类销售模式业绩环比变动情况

2022年各季度，公司线上、线下各类销售模式业绩与本年上一季度变动情况如下：

单位：万元

销售渠道	细分渠道	2022年第三季度	环比增幅	2022年第二季度	环比增幅	2022年第一季度
线下销售	直营专卖	2,145.05	3.64%	2,069.64	73.65%	1,191.82
	企业客户集采	2,381.11	35.25%	1,760.59	37.83%	1,277.32
	直营商场专柜	386.86	85.13%	208.97	-17.74%	254.03
	经销商	264.84	60.88%	164.62	19.10%	138.22
	小计	5,177.87	23.17%	4,203.82	46.92%	2,861.39
线上销售	自营店铺	2,955.88	-4.12%	3,082.95	91.97%	1,605.98
	平台入仓	486.34	7.98%	450.40	15.89%	388.66
	直发模式	157.37	-42.47%	273.56	45.91%	187.49
	小计	3,599.59	-5.45%	3,806.91	74.46%	2,182.13
合计		<b>8,777.46</b>	<b>9.57%</b>	<b>8,010.73</b>	<b>58.83%</b>	<b>5,043.52</b>

由上表可见，公司2022年第二季度较第一季度主营业务收入增加2,967.21万元，环比增幅58.83%，主要系第二季度国内疫情缓解和防控常态化，消费市场开始出现恢复性增长所致。但直营商场专柜2022年第二季度较第一季度主营业务收入环比减少

45.06 万元，环比下降 17.74%，主要系直营商场专柜 1 月份年终促销频次多，力度大；加之第二季度北京区域直营商场专柜 5 月份和 6 月份受疫情影响闭店所致。

2022 年第三季度，公司主营业务收入 8,777.46 万元，与上一季度相比增加 766.72 万元，环比增幅 9.57%，在产品销售淡季仍实现了业绩的提升，其中，线下销售渠道主营业务收入与上一季度相比增加 974.05 万元，环比增幅 23.17%，线上销售渠道主营业务收入与上一季度相比减少 207.32 万元，环比增幅-5.45%，故公司 2022 年第三季度业绩的提升主要得益于公司线下销售渠道业绩的增长，虽然线上销售渠道主营业务收入与上一季度相比下滑，但下降金额较小，对公司整体销售的变化影响较小。

### 3、2022 年各月份公司线上、线下各类销售模式业绩变动情况

2022 年各月份，公司线上、线下各类销售模式业绩变动情况如下：

单位：万元

销售渠道	细分渠道	2022 年 1 月	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 8 月	2022 年 9 月
线下销售	直营专卖	731.80	186.91	273.11	573.09	770.78	725.77	660.72	718.71	765.62
	企业客户集采	500.12	329.11	448.09	409.19	703.86	647.55	611.67	684.66	1,084.78
	直营商场专柜	110.73	61.87	81.43	55.01	55.10	98.86	82.89	139.47	164.49
	经销商	48.46	21.98	67.78	23.83	42.23	98.55	30.46	112.61	121.76
	小计	1,391.11	599.87	870.41	1,061.12	1,571.96	1,570.73	1,385.75	1,655.46	2,136.66
线上销售	自营店铺	582.31	359.74	663.93	785.63	979.59	1,317.73	910.31	1,092.22	953.34
	平台入仓	109.47	130.33	148.87	76.60	111.93	261.88	110.49	168.56	207.29
	直发模式	100.17	22.86	64.45	52.00	159.88	61.67	39.96	43.15	74.27
	小计	791.95	512.93	877.25	914.23	1,251.41	1,641.27	1,060.76	1,303.93	1,234.90

#### (1) 线下销售渠道分析

线下销售渠道中，公司企业客户集采渠道整体来看受新冠疫情的直接影响较小，主要原因系公司今年进一步加大了企业集采客户的拓展力度，并在疫情期间针对集采客户推出了一系列组合产品。但国内疫情反复增加了宏观经济下行压力，对居民消费意愿及消费水平均产生了不利影响，从而间接影响了企业客户集采客户的采购意愿，报告期后各个月份企业客户集采渠道主营业务收入存在小幅波动。2022 年 9 月，公司企业客户集采实现销售收入 1,084.78 万元，主要系向京东京造销售提升所致。

线下销售渠道中的直营专卖、直营商场专柜、经销商受新冠疫情直接影响较大，在

受疫情影响较为严重的 2022 年 2 月，公司直营专卖、直营商场专柜、经销商渠道的销售额出现了明显的下滑，同时 2022 年春节自 1 月 31 日开始放假，消费者大都在假期前已采购年货，故 2022 年 2 月本身为传统消费的淡季；随着苏州疫情逐步缓解，直营专卖、经销商 5 月的销售情况已出现好转，但直营商场专柜因叠加北京疫情的影响，尚未完全恢复。自 2022 年 6 月始，公司直营专卖、直营商场专柜、经销商渠道销售收入逐渐回归正常水平并开始增长。

2022 年 8 月-9 月，公司直营商场专柜销售收入增幅较大，主要系公司专柜所在的人民商场、石路国际、苏州天虹等商场开展了年度店庆活动，从而带动销售。对于 2022 年第三季度的经销商销售收入，在 7 月份出现低点，8 月-9 月大幅提升，主要原因系各家经销商在 7 月份主要集中消化之前库存，故向公司采购较小，而之后在 8-9 月开始开展促销活动以及为婚礼旺季预热并备货。

## （2）线上销售渠道分析

线上销售渠道中，自营店铺在 2022 年 2 月销售收入最低，之后稳步提升，受销售季节及促销活动力度影响，公司的销售品类、同品类产品结构、销售价格等发生变化，故相应月份的销售收入存在波动，其中 2022 年 6 月份线上自营店铺销售收入最高，主要原因系受 618 等购物节影响，6 月份一般为公司产品线上销售旺季。

平台入仓模式主要系与京东自营、东方购物合作，受上海封控影响，公司对京东自营、东方购物的销售在 4 月份出现下降，尤其是经营地在上海的东方购物，所受影响较大，4 月份公司对其销售收入下降至 0 元，之后随着疫情影响逐渐消散，公司平台入仓模式主营业务收入逐渐增加。

公司直发模式主要合作方有唯品会、一条生活馆等综合购物网站，以及小板芽、丁香妈妈等众多母婴平台，受各平台对公司产品推广档期影响，2022 年 1-9 月期间销售情况存在一定波动。

## （五）发行人 2022 年 6 月后各类影响发行人业绩下滑的因素变化情况

2022 年 6 月后，影响发行人业绩下滑的因素变化情况如下：

**1、2022 年下半年疫情逐步趋稳，在国内消费大循环的背景下，消费行业景气度已快速恢复，公司发展稳定性及韧性将持续加强**

2022年上半年二次疫情高峰已过，随着居民对就业预期、收入信心的修复，疫情防控措施不断优化，线下消费场景逐步恢复，消费需求将进一步得到释放。国家统计局数据显示：第三季度，主要经济指标保持恢复势态，GDP同比增长3.9%，增速高于二季度3.5个百分点；环比亦增长3.9%。三季度国民经济顶住压力持续恢复，明显好于二季度，生产需求持续改善，就业物价总体稳定，民生保障有力有效，总体运行在合理区间。

疫情趋稳后，在国内消费大循环的背景下，消费行业景气度已快速恢复，并将持续走向复苏，公司发展稳定性及韧性将持续加强。

## **2、公司重点发展品牌自播，加强了对于自播的投入、人才的培养，重点布局天猫、抖音、视频号等直播平台，进一步加强“太湖雪”品牌推广，通过多渠道协同发展实现公司销售的增长**

公司对于各类新兴销售渠道和营销方式，进行了不同程度的尝试及探索，在这过程中，选择适合公司自身发展的推广模式，并根据公司资源、外部市场行情等变化，及时调整营销策略。目前，公司重点发展品牌自播，加强了对于自播的投入、人才的培养，已建立直播团队，由内部员工担任主播进行直播，让直播的形式与日常销售密切结合，为消费者带来更为即时、直观、生动的互动式购物体验。2022年1-9月，公司通过自播实现销售收入1,912.06万元，实现销售利润525.43万元（扣除与自播业务直接相关的成本费用），品牌自播已逐步替代外部主播直播，成为带动公司销售的重要工具之一。同时，公司已重点布局天猫、抖音、视频号等直播平台，进一步加强“太湖雪”品牌推广，结合自播、达人直播等方式引流获客，通过多渠道协同发展实现公司销售的增长。

## **3、亚马逊自营店铺销售收入逐步恢复并超越了关店前水平**

2022年上半年，为规范跨境电商业务，公司关闭了以前员工徐超楠名义开立的第三方亚马逊店铺，并在亚马逊平台上新开立公司自营店铺。2022年，公司加强了在Google、Facebook等渠道的推广宣传。通过一段时间的新开立店铺自有流量培育及营销投入，亚马逊自营店铺销售收入逐步恢复并超越了关店前水平，2022年7-9月，实现销售收入640.17万元，与上年同期亚马逊平台销售收入485.59万元相比，增长154.58万元，增幅31.83%。

## **（六）发行人2022年第三季度业绩未持续下滑，不存在对发行人持续经营**

## 能力构成重大不利影响的其他情形

### 1、2022年1-9月经审阅的主要财务数据

公司经审计财务报表的审计基准日为2022年6月30日，申报会计师对公司2022年9月30日的合并及母公司资产负债表，2022年1-9月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具“信会师报字[2022]第ZG12443号”审阅报告。

公司经审阅的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年 1-9月	2021年 1-9月	变动 幅度	2022年 7-9月	2021年 7-9月	变动幅度
营业收入	21,917.31	24,832.60	-11.74%	8,808.04	7,425.28	18.62%
归属于母公司所有者的净利润	2,170.79	2,337.67	-7.14%	774.04	680.31	13.78%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,533.02	1,955.88	-21.62%	682.62	474.83	43.76%

注：2022年第三季度营业收入同比增长18.62%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润同比增长43.76%，净利润增幅大于营业收入增幅的主要原因系：2021年第三季度薇娅直播带货实现收入1,091.68万元，实现销售利润49.35万元，薇娅直播带货利润贡献较小，剔除薇娅直播带货收入后，2022年第三季度营业收入同比增加2,474.44万元，增幅达39.07%，该部分收入带来的边际利润较高。

经审阅，2022年7-9月，公司实现营业收入8,808.04万元，较上年同期增长18.62%；归属于母公司股东的净利润为774.04万元，较上年同期增长13.78%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为682.62万元，较上年同期增长43.76%。2022年第三季度，公司业绩已扭转了2022年上半年业绩下滑的局势，实现了正增长，发行人期后业绩未持续下滑，亦不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的其他情形。

### 2、2022年业绩预计情况

单位：万元

项目	2022年	2021年	变动幅度
	预计区间		
营业收入	33,000—35,000	37,294.01	-11.51%至-6.15%
归属于母公司所有者的净利润	3,150-3,350	3,634.38	-13.33%至-7.82%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,500-2,700	3,063.17	-18.39%至-11.86%
剔除股份支付影响后扣除非经常	3,100-3,300	3,063.17	1.20%至7.73%

性损益后归属于母公司所有者的 净利润			
-----------------------	--	--	--

注：上述 2022 年预计数据为公司根据目前经营情况初步估算的结果，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

公司预计 2022 年实现营业收入的区间为 33,000 万元至 35,000 万元，同比下降 11.51%至 6.15%；归属于母公司股东的净利润的区间为 3,150 万元至 3,350 万元，同比下降 13.33%至 7.82%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为 2,500 万元至 2,700 万元，同比下降 18.39%至 11.86%。

公司 2022 年确认股份支付费用 703.86 万元，剔除股份支付影响后扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较 2021 年增幅为 1.20%至 7.73%。2022 年上半年受疫情影响，经营业绩出现较大幅度下滑，随着疫情趋稳，公司不断加大线上、线下业务拓展力度，在稳定现有客户基础上，深入挖掘现有客户增量需求，同时积极拓展新客户，通过多渠道协同发展实现公司销售增长，自 2022 年 3 季度开始，公司经营业绩同比已恢复增长。

综上所述，2022 年 6 月后各类影响发行人业绩下滑的因素已逐步改善，2022 年第 3 季度营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润同比分别增加 18.62%和 43.76%，因此，在发行人主要生产经营地不再大面积爆发新冠疫情导致封控的情况下，发行人期后业绩不会持续下滑，亦不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的其他情形。

# 目录

声明 .....	2
本次发行概况 .....	3
重大事项提示 .....	4
目录 .....	20
第一节 释义.....	21
第二节 概览.....	25
第三节 风险因素.....	34
第四节 发行人基本情况.....	40
第五节 业务和技术.....	76
第六节 公司治理.....	163
第七节 财务会计信息 .....	190
第八节 管理层讨论与分析 .....	264
第九节 募集资金运用 .....	397
第十节 其他重要事项 .....	427
第十一节 投资者保护 .....	428
第十二节 声明与承诺 .....	433
第十三节 备查文件 .....	444

## 第一节释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
发行人、公司、股份公司、太湖雪	指	苏州太湖雪丝绸股份有限公司
太湖雪有限、有限公司	指	苏州太湖雪丝绸有限公司
英宝投资	指	苏州英宝投资有限公司，发行人控股股东
湖之锦投资	指	苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙），发行人 5%以上股东
吴江创投	指	苏州市吴江创业投资有限公司，发行人的股东
吴江创联	指	苏州市吴江创联股权投资管理有限公司，发行人的股东
东方国资	指	苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司，通过吴江创投、吴江创联间接持有发行人 5%以上股份的股东
太湖之雪	指	上海太湖之雪科技有限公司，发行人全资子公司
太湖雪电商	指	苏州太湖雪电子商务有限公司，发行人全资子公司
湖之锦文化	指	苏州湖之锦文化传媒有限公司，发行人全资子公司
小镇故事	指	苏州小镇故事文化传播有限公司，发行人控股子公司
盛太丝绸	指	苏州市盛太丝绸有限公司，发行人全资子公司
美国 SilkBox	指	SilkBoxInc.，发行人全资子公司
太湖雪丝科	指	苏州太湖雪丝绸科技有限公司，发行人全资子公司
太湖雪丝品	指	苏州太湖雪丝品生活有限公司，发行人全资子公司，已于 2022 年 4 月 24 日注销
上海柏翊	指	上海柏翊供应链管理有限公，为发行人曾经的子公司
丝绸之路	指	苏州震泽丝绸之路农业科技发展有限公司，为发行人的关联方
琪睿文化	指	苏州琪睿文化传媒有限公司，为发行人的关联方
太湖雪贸易	指	太湖雪贸易有限公司，为报告期内发行人曾经的关联方，已于 2022 年 6 月注销
丝乡绸脉	指	苏州丝乡绸脉文化传播有限公司，为报告期内发行人曾经的关联方，已于 2022 年 2 月注销
怡泰祥纺织	指	苏州怡泰祥纺织科技有限公司，曾用名为苏州太湖雪丝织科技有限公司，为报告期内发行人曾经的关联方，于 2021 年 12 月变更
木渎蚕锦	指	吴中区木渎蚕锦针纺织品商行，为发行人的比照关联方，已于 2022 年 3 月注销
丝韵商贸	指	苏州丝韵商贸有限公司，为发行人的比照关联方，已于 2022 年 5 月注销
茗蕾商行	指	吴江区松陵镇茗蕾商贸行，为发行人的比照关联方，已于 2022 年 3 月注销
丝控文化	指	姑苏区丝控文化创意服务工作室，为发行人的比照关联方，已于 2021 年 11 月注销
頔塘水岸	指	苏州頔塘水岸文化创意设计有限公司，为发行人的比照关联方，已于 2022 年 2 月注销
安格丽农业	指	苏州安格丽农业科技有限公司，为发行人的比照关联方，已于 2022 年 2 月注销
鼎腾丝绸	指	吴江区震泽镇鼎腾丝绸用品经营部，为发行人的比照关联方，已于 2021 年 11 月注销
江村饭店	指	吴江区震泽镇江村饭店，为发行人的比照关联方，已于 2021 年 11 月注销
太湖雪家居	指	苏州太湖雪家居用品有限公司，为发行人的比照关联方，已于 2020

		年 11 月注销
怡泰祥家居	指	苏州怡泰祥家居用品有限公司，为发行人的比照关联方
怡泰祥礼品	指	吴江区震泽镇怡泰祥居家礼品商行，为发行人的比照关联方
三盛实业	指	苏州三盛实业科技有限公司，为发行人的比照关联方
如梦之初	指	吴江区震泽镇如梦之初家纺加工厂，为发行人的比照关联方
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《苏州太湖雪丝绸股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《苏州太湖雪丝绸股份有限公司章程（草案）》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股转系统、新三板	指	全国中小企业股份转让系统
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
东吴证券、保荐机构、主承销商	指	东吴证券股份有限公司
申报会计师、立信会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
申报律师、君悦律师	指	上海市君悦律师事务所
本次发行	指	发行人本次向不特定合格投资者公开发行股票的行为
报告期、最近三年一期	指	2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月
报告期各期末	指	2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月 30 日
招股说明书	指	苏州太湖雪丝绸股份有限公司招股说明书（申报稿）
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
<b>专业名词释义</b>		
丝绸	指	广义的丝绸涵盖整体产业链中的“桑、蚕、茧、丝、绸、成品”。现代所述丝绸一般指以蚕茧为原料、经过缫丝、织造、染整、印花等一系列（或部分）步骤制成的纺织品的总称。
蚕丝被	指	填充物含蚕丝 50% 以上的被类产品，分为纯蚕丝被和混合蚕丝被两类。填充物含 100% 蚕丝（包括各种蚕丝混合）的为纯蚕丝被；填充物由 50% 以上蚕丝与其他纺织原料组成的为混合蚕丝被。
桑蚕丝绵、蚕丝绵、丝绵	指	以蚕茧、茧壳或制丝加工的副产品为原料加工而成的网状或絮状产品。蚕丝绵按长度分为长丝绵、中长丝绵、短丝绵。
蚕茧	指	桑蚕所结的茧，呈长椭圆形、椭圆束腰形、球形或纺锤形等不同形状，或中部稍缢缩，茧有白、黄、淡绿、肉红等颜色。桑蚕蛹期的囊形保护层，内含蛹体。保护层包括茧衣、茧层和蛹衬等部分。
胎套	指	用于直接包裹、固定填充物的被套。
染色	指	使染料和生丝、坯绸等发生化学反应，让坯绸染上各种色彩的工序。
印花	指	使染料或涂料在织物上形成图案的过程。
拉绵	指	手工拉制蚕丝绵，使其尺寸、蓬松度、压缩回弹性等达到既定要求。
床上用品、床品	指	套件、被芯、枕芯、床护垫、毛毯等家用纺织品。
被芯	指	有两层面料与中间的填充物以适当的方式缝制而成，用于保暖的一种床上用品。
套件	指	十一、十、九、八、七、六、五、四件套；包含：床罩、床单、被套、枕套、保洁垫、抱枕等。
绗缝	指	用针线固定面料和底布等的制作。
天猫	指	浙江天猫技术有限公司旗下的互联网销售平台天猫商城，英文简称 Tmall，为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台，提供包括网站

		(www.tmall.com) 及移动客户端等多种用户接入方式。
京东	指	即京东商城, 销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等品类, 用户可通过网站 (www.jd.com) 及移动客户端等渠道进行在线购物。
亚马逊、Amazon	指	亚马逊公司 (AMAZONCOMINC), 为美国纳斯达克交易所上市公司, 旗下的亚马逊网络销售平台是全球商品种类品种最多的网上零售平台之一。
亚马逊 FBA	指	亚马逊物流服务, 即亚马逊将自身平台开放给第三方卖家, 将其库存纳入到亚马逊全球的物流网络, 为其提供拣货、包装以及终端配送的服务, 亚马逊则收取服务费用。
Shopify	指	SHOPIFYINC, 为美国纽约证券交易所及加拿大多伦多证券交易所上市公司, 是一家致力于提供针对中小型企业云端商务平台产品的公司。
京东 POP	指	京东平台开放计划 (PlatformOpenPlan), 即由第三方卖家与京东签约, 由第三方卖家自主在平台销售产品。
京东自营	指	由京东商城自主经营并向客户销售的平台, 其销售模式为京东商城提前或根据客户购买需求向第三方卖家独立采购产品, 由京东商城与线上客户进行交易并向客户开具发票, 最后由京东商城按照实际销售和收款情况定期与第三方卖家结算。
京东京造	指	京东自有品牌, 由北京京东世纪信息技术有限公司负责运营。
直营门店、直营专卖店	指	由公司开设, 由公司统一经营的专卖店。公司对各直营专卖店实施人、财、物及资金流、物流、信息流等方面的统一管理。
双十一、双 11	指	每年的 11 月 11 日, 是指由电子商务为代表的, 在全中国范围内兴起的大型购物促销狂欢日。
双十二、双 12	指	每年 12 月 12 日举行的电商购物节
618	指	每年 6 月 18 日举行的电商购物节
线上销售	指	通过电子商务渠道 (互联网、电视购物等) 进行产品销售。
线下销售	指	通过传统营销渠道 (包括直营门店、直营商场专柜等) 进行产品销售。
平台佣金	指	天猫等大型 B2C 平台按照商家在平台开设店铺实际成交额的一定比例收取的费用。
KOL	指	KeyOpinionLeader (关键意见领袖), 通常指拥有更多、更准确的产品信息, 且为相关群体所接受或信任, 并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
OEM	指	由采购方向生产厂商提出产品设计、规格、功能等方面的要求, 生产厂商按照采购方要求进行产品定制化生产的生产方式。
ODM	指	由采购方委托生产厂商提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务, 而由采购方负责销售的生产方式。
BOM表	指	物料清单, 即以数据格式来描述产品结构的数据文件, 是计算机可以识别的产品结构数据文件, 也是ERP的主导文件。
B2B	指	企业与企业之间通过互联网进行数据信息的交换、传递, 开展交易活动的商业模式。
B2C	指	电子商务的一种模式, 直接面向消费者销售产品和服务商业的零售模式。
苏州人民商场	指	苏州人民商场股份有限公司
石路国际商城	指	苏州市石路国际商城有限责任公司
苏州第一百货	指	苏州市第一百货商店有限责任公司
天虹商场 (石路店)	指	苏州天虹商场有限公司 (石路店)
天虹商场 (园区店)	指	苏州天虹商场有限公司 (园区店)

天虹商场（木渎店）	指	苏州天虹商场有限公司（木渎店）
泉屋百货	指	苏州泉屋百货有限公司
昆山商厦	指	昆山商厦股份有限公司
金科大酒店	指	苏州金科大酒店管理有限公司
新世界百货 （崇文门店）	指	新世界百货投资（中国）集团有限公司
鑫海韵通百货 （顺义店）	指	北京鑫海韵通百货有限公司
北京城乡贸易中心	指	北京城乡商业（集团）股份有限公司
物美京北大世界	指	北京物美京北大世界商贸有限公司

注：招股说明书部分数据合计数与分项合计数可能会有尾差。

## 第二节概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、 发行人基本情况

公司名称	苏州太湖雪丝绸股份有限公司	统一社会信用代码	9132050078836153X2
证券简称	太湖雪	证券代码	838262
有限公司成立日期	2006年5月18日	股份公司成立日期	2016年3月1日
注册资本	2,744.3172万元	法定代表人	胡毓芳
办公地址	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村318国道北侧		
注册地址	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村318国道北侧		
控股股东	英宝投资	实际控制人	胡毓芳、王安琪
主办券商	东吴证券	挂牌日期	2016年8月2日
证监会行业分类	制造业（C）		纺织业（C17）
管理型行业分类	制造业（C）	纺织业（C17）	家用纺织制成品制造（C177） 床上用品制造（C1771）

### 二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东为英宝投资，实际控制人为胡毓芳、王安琪母女。

### 三、 发行人主营业务情况

世界丝绸看中国，中国是桑蚕的原产地，素有“东方丝国”的美称。蚕桑文化是中华文明的重要组成部分，至今已有五千多年的历史。自古以来，丝绸随着“丝绸之路”及“海上丝绸之路”贸易传遍世界，成为中华文明的一张闪亮名片。

公司以“太湖雪”品牌为核心，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务。在新消费、新国货、新零售的背景下，努力弘扬中华丝绸文化。经过十余年的深耕发展，公司形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，“太湖雪”成为市场上具有一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。公司的“太湖雪”品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、苏州市知名商标等荣誉

称号，公司的桑蚕长丝绵被荣获“江苏精品”认证证书。

公司应用互联网思维，成功打通线上与线下、境内与境外的销售渠道。公司线下营销主要是通过直营专卖店、直营商场专柜、经销商等渠道。线上营销主要是通过天猫、京东、唯品会、亚马逊等电子商务平台宣传推广并销售。

公司为江苏省高新技术企业。2021年10月，公司被中华人民共和国工业和信息化部办公厅评为第三批服务型制造示范企业；2021年5月，公司被中共江苏省委宣传部、江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视局、江苏省市场监督管理局、江苏省统计局、江苏省工商业联合会评为2020-2021年度江苏民营文化企业30强；2020年1月，公司被苏州市工业和信息化局评为2019年苏州市“专精特新”示范中小企业；2018年4月，公司被江苏省委宣传部、省科学技术厅、省文化厅、省新闻出版局评为“江苏省重点文化科技企业”。

#### 四、主要财务数据和财务指标

项目	2022年6月30日 /2022年1月—6月	2021年12月31 日/2021年度	2020年12月31 日/2020年度	2019年12月31 日/2019年度
资产总计(元)	301,417,464.19	294,852,618.54	205,485,077.58	177,138,098.61
股东权益合计(元)	173,366,446.90	178,537,215.58	125,807,033.29	102,186,134.73
归属于母公司所有者的股东权益(元)	172,301,660.29	177,220,165.86	125,507,294.94	101,238,099.50
资产负债率(母公司)(%)	40.88%	38.42%	38.54%	41.72%
营业收入(元)	131,092,699.85	372,940,068.05	310,688,511.73	236,460,923.89
毛利率(%)	45.71%	41.14%	39.93%	40.71%
净利润(元)	13,715,217.62	36,161,151.45	24,947,304.44	11,703,255.88
归属于母公司所有者的净利润(元)	13,967,480.73	36,343,840.08	24,397,042.05	12,341,057.07
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	8,504,007.70	30,631,716.89	16,858,751.04	9,169,752.03
加权平均净资产收益率(%)	25.30%	25.30%	21.51%	12.77%
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	4.69%	21.55%	14.92%	9.49%
基本每股收益(元/股)	0.509	1.374	0.923	0.467
稀释每股收益(元/股)	0.509	1.374	0.923	0.467
经营活动产生的现金流量净额(元)	18,627,352.85	-10,712,233.65	18,565,987.36	3,488,780.22
研发投入占营业收入的比例(%)	5.96%	3.84%	3.54%	4.47%

## 五、 发行决策及审批情况

### （一）本次发行已获得的授权和批准

2022年6月1日，公司第三届董事会第三次会议、第三届监事会第三次会议审议通过了关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的相关议案。

2022年6月16日，公司召开2022年第四次临时股东大会审议通过了关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的相关议案。

### （二）本次发行尚需履行的程序

2022年11月28日，公司本次发行并上市通过北交所上市委员会审议。

2022年12月6日，公司本次发行并上市取得中国证监会【证监许可（2022）3070号】同意注册。

## 六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	1.00元
发行股数	本次发行初始的股票发行数量为800万股（未考虑超额配售选择权）；本次发行公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权的股票发行数量为本次发行初始的股票发行数量的15%（即120万股），若全额行使超额配售选择权，本次发行的股票数量为920万股。
发行股数占发行后总股本的比例	22.57（假定不行使超额配售选择权） 25.11（假定完全行使超额配售选择权）
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价方式确定发行价格
每股发行价格	15.00元/股
发行前市盈率（倍）	13.44
发行后市盈率（倍）	17.36
发行前市净率（倍）	2.32
发行后市净率（倍）	1.90
预测净利润（元）	不适用
发行后每股收益（元/股）	0.86
发行前每股净资产（元/股）	6.46
发行后每股净资产（元/股）	7.88
发行前净资产收益率（%）	25.30%
发行后净资产收益率（%）	13.02%
本次发行股票上市流通情况	本次网上发行的股票无锁定安排。战略配售股份限售期为

	6个月,限售期自本次公开发行的股票在北交所上市之日起开始计算
发行方式	战略投资者定向配售和网上向开通北京证券交易所交易权限的合格投资者定价发行相结合的方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者以及在北京证券交易所开户并符合北京证券交易所相关规定的境内自然人、法人及符合法律法规规定的其他投资者(国家法律、法规禁止购买者除外)
战略配售情况	本次发行战略配售发行数量为160万股,占超额配售选择权全额行使前本次发行数量的20.00%;占超额配售选择权全额行使后本次发行总股数的17.39%。
本次发行股份的交易限制和锁定安排	按照《公司法》《北京证券交易所股票上市规则(试行)》关于交易限制和锁定安排相关规定办理
预计募集资金总额	12,000.00万元(超额配售选择权行使前) 13,800.00万元(全额行使超额配售选择权后)
预计募集资金净额	10,193.40万元(超额配售选择权行使前) 11,858.40万元(全额行使超额配售选择权后)
发行费用概算	本次发行费用总额为1,806.60万元(行使超额配售选择权之前);1,941.60万元(若全额行使超额配售选择权),其中: 1、保荐承销费用:1,200.00万元(行使超额配售选择权之前);1,335.00万元(若全额行使超额配售选择权) 2、审计及验资费用:338.21万元 3、律师费用:164.15万元 4、用于本次发行的信息披露费用:53.77万元 5、发行手续费用及其他:50.47万元 注:上述发行费用均不含增值税税金额,最终发行费用可能由于金额四舍五入或最终发行结果而有所调整。
承销方式及承销期	余额包销
询价对象范围及其他报价条件	不适用
优先配售对象及条件	不适用

注1:发行前市盈率为本次发行价格除以每股收益,每股收益按2021年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前总股本计算;

注2:发行后市盈率为本次发行价格除以每股收益,每股收益按2021年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算;行使超额配售选择权前的发行后市盈率为17.36倍,若全额行使超额配售选择权则发行后市盈率为17.94倍;

注3:发行后基本每股收益以2021年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算;行使超额配售选择权前的发行后基本每股收益为0.86元/股,若全额行使超额配售选择权则发行后基本每股收益为0.84元/股;

注4:发行后每股净资产按本次发行后归属于母公司股东的净资产除以发行后总股本计算,其中,发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至2021年12月31日归属于母公司股东的净资产和本次募集资金净额之和计算;行使超额配售选择权前的发行后每股净资产7.88元/股,若全额行使超额配售选择权则发行后每股净资产为8.07元/股;

注5:发行前市净率以本次发行价格除以发行前每股净资产计算;

注 6: 发行前每股净资产以 2021 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者的股东权益除以本次发行前总股本计算;

注 7: 发行后市净率以本次发行价格除以发行后每股净资产计算; 行使超额配售选择权前的发行后市净率为 1.90 倍, 若全额行使超额配售选择权则发行后市净率为 1.86 倍;

注 8: 发行前净资产收益率为 2021 年度公司加权平均净资产收益率;

注 9: 发行后净资产收益率以 2021 年度经审计归属于母公司股东的净利润除以本次发行后归属于母公司股东的净资产计算, 其中发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至 2021 年 12 月 31 日归属于母公司的净资产和本次募集资金净额之和计算; 行使超额配售选择权前的发行后净资产收益率为 13.02%, 若全额行使超额配售选择权则发行后净资产收益率 12.29%。

## 七、本次发行相关机构

### (一) 保荐人、承销商

机构全称	东吴证券股份有限公司
法定代表人	范力
注册日期	1993 年 4 月 10 日
统一社会信用代码	91320000137720519P
注册地址	苏州工业园区星阳街 5 号
办公地址	苏州工业园区星阳街 5 号
联系电话	0512-62938562
传真	0512-62938500
项目负责人	邓红军、叶本顺
签字保荐代表人	邓红军、叶本顺
项目组成员	苏北、吴娇、包云云、张林致、宋钰祺、李渐飞

### (二) 律师事务所

机构全称	上海市君悦律师事务所
负责人	胡光
注册日期	1998 年 11 月 20 日
统一社会信用代码	31310000E78807762C
注册地址	上海市长宁区长宁路 88 号 6 层 6801-1 单元
办公地址	上海市静安区南京西路 1717 号会德丰国际广场 7 楼
联系电话	021-61132988
传真	021-61132913
经办律师	杜若飞、陈海

### (三) 会计师事务所

机构全称	立信会计师事务所(特殊普通合伙)
负责人	朱建弟、杨志国
注册日期	2011 年 1 月 24 日

统一社会信用代码	91310101568093764U
注册地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
办公地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
联系电话	010-56730088
传真	010-56730088
经办会计师	赵斌、林梓

#### （四）资产评估机构

适用 不适用

#### （五）股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

#### （六）收款银行

户名	东吴证券股份有限公司
开户银行	中国建设银行苏州分行营业部
账号	32201988236052500135

#### （七）其他与本次发行有关的机构

适用 不适用

### 八、发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至招股说明书签署日，东吴证券持有太湖雪 44.44 万股股票，占比为 1.62%。

除此之外，发行人与本次发行有关的证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### 九、发行人自身的创新特征

#### （一）品牌创新

公司位于中国绸都集聚地苏州、杭州、湖州等环绕中心的震泽镇，是我国著名的蚕丝之乡，富有“太湖之滨，千年古镇，蚕桑之乡，丝绸故里”的美誉，是我国蚕丝被生

产的产业集聚地之一。

公司秉承产品质量为企业的生命线，打造“太湖雪”品牌，选用优质品质的桑蚕丝绵作原料，坚持工艺与技术创新，在众多蚕丝被企业中脱颖而出，成为市场上具有一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌，公司的“太湖雪”品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、苏州市知名商标等荣誉称号，公司桑蚕长丝绵被荣获“江苏精品”认证证书。

## （二）产品创新

丝绸蕴含深厚的文化内涵，公司努力弘扬丝绸文化，将丝绸文化与蚕丝被、丝绸饰品等丝绸产品结合，公司的产品兼具实用性与文化创意，围绕蚕丝原料，积极探索，创新以丝绸作为文化艺术呈现的产品。

公司秉持“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司将中国典雅精致、温婉内敛的传统文化融入产品设计中。公司一直致力于自身品牌与苏州传统工艺、非遗文化的融合，在推广苏州蚕桑文化的同时，不断提升品牌影响力以及知名度。

## （三）工艺与技术创新

公司秉承技术创新，专注于蚕丝被等丝绸制品工艺与技术的创新。公司为高新技术企业，截至 2022 年 6 月 30 日，公司共获得 3 项发明专利、68 项实用新型专利。同时公司积极参与起草国家标准 5 项、行业标准 3 项、团体标准 2 项，具体如下：

序号	标准名称	标准类别
1	《桑蚕天然彩色茧》（GB/T29571-2013）	国家标准
2	《苏绣》（GB/T38029-2019）	国家标准
3	《蚕丝被》（GB/T24252-2019）	国家标准
4	《织锦工艺制品》（GB/T22850-2020）	国家标准
5	《纺织品丝绸术语》（GB/T26380-2022）	国家标准
6	《蚕丝拉绒围巾、披肩》（FZ/T44007-2019）	行业标准
7	《丝绒织物》（FZ/T43013-2022）	行业标准
8	《桑蚕丝罗织物》（FZ/T43059-2022）	行业标准
9	《震泽蚕丝棉》（T/ZZCS001-2018）	团体标准
10	《震泽蚕丝被》（T/ZZCS002-2018）	团体标准

公司参与制定的十项标准均已颁布实施，助力行业健康良性发展。

#### **（四）柔性供应链管理模式**

公司位于蚕丝被生产的集聚地，地理位置优越，四面临接桑蚕丝绵加工厂、面料生产制作厂、半成品缝制厂等，得天独厚的地理位置赋予其能够以快捷便利的交通方式进行物料运输、统筹安排订单生产，拥有快速响应的供应链体系，即在面临需求量大的急单情况下，具有在短时间内合理快速安排人员组织生产和供货的能力，公司具备成熟的柔性供应链管理模式。

公司可以在面对不同尺寸、不同净重含量、不同被芯面料和设计花型等定制需求上，自主生产或委托生产商和供应商进行加工制作，从而大大缩短生产时间，提高整体供货效率。

### **十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明**

发行人符合《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.3 条的第一款第（一）项标准，即预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%。

公司在全国股转系统的交易方式为集合竞价交易。截至 2022 年 4 月 11 日，公司市值为 5 亿元，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；2020 年、2021 年公司扣除非经常性损益前后归属于母公司所有者的净利润孰低分别为 1,685.88 万元、3,063.17 万元，加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润孰低计算）分别为 14.92%、21.55%，符合《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.3 条的第一款第（一）项标准。

### **十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项**

截至招股说明书签署之日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

## 十二、募集资金运用

公司本次发行拟募集资金 15,060.47 万元，用于以下项目：

单位：万元

序号	实施项目	投资总额	募集资金投入金额
1	营销渠道建设及品牌升级项目	9,058.20	9,058.20
2	研发及检测中心建设项目	3,002.27	3,002.27
3	信息化升级项目	3,000.00	3,000.00
合计		<b>15,060.47</b>	<b>15,060.47</b>

募投项目计划总投资为 15,060.47 万元，其中，拟用公开发行股票募集资金 15,060.47 万元。若本次发行股票的实际募集资金少于计划募集资金，缺口部分将由公司通过自筹资金方式解决；如本次发行股票的实际募集资金超过计划募集资金，超过部分用于补充流动资金。如本次募集资金到位时间与项目实施进度不一致，公司可以根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位后再予以置换。有关募集资金投资项目的具体情况参见本招股说明书“第九节募集资金运用”有关内容。

## 十三、其它事项

无

## 第三节 风险因素

投资者在评价发行人投资价值时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

### 一、市场风险

#### （一）宏观经济运行的风险

丝绸行业的发展与宏观经济发展和居民收入增长息息相关。丝绸产品定价较高，具有一定的消费价格弹性，随着经济水平的不断提高，人们在追求物质丰富的同时，越来越注重丝绸产品所带来的优质实用特性及精致美观的装饰特性。

当经济发展水平较高，人均收入处于较高水平时，行业迎来良好的发展机遇，将保持较快速度发展；当经济发展水平较低，人均收入处于较低水平时，行业发展也会受到影响，发展速度放缓。

如果未来全球经济发生较大波动，宏观经济增长放缓，则公司的经营业绩可能随之出现下降的风险。

#### （二）市场竞争风险

我国丝绸行业进入门槛相对较低，丝绸生产商众多，普遍议价能力较弱，行业竞争较为激烈，主要体现在品牌、营销渠道、设计研发等方面的市场竞争。公司主营产品为蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰的研发、生产与销售，若公司不能在品牌、质量、产品品类以及运营模式创新等各方面不断提高，公司将在市场竞争中处于不利地位，从而可能面临客户流失、销售收入下降的风险。

### 二、经营风险

#### （一）由新冠肺炎疫情引起的风险

自 2020 年 1 月新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，为有效管控疫情的传播，各级政府普遍采取了区域封锁、出行限制、道路管制、推迟复工日等多种临时性措施，对众多企

业的生产经营均带来了不同程度的影响。公司销售渠道的线下直营门店、直营商场专柜、经销商渠道，与线上电商渠道，客流量与快递物流均受到不同程度影响。

2022年上半年，公司主要生产经营地江苏苏州、上海等地连续爆发新冠肺炎疫情，受到区域管制、出行限制等封控影响，公司直营门店、直营商场专柜、线上电商等各销售渠道的客流量下降、快递物流中断，从而导致营收和利润下滑。

目前，国内疫情风险总体可控，但局部地区仍出现疫情反复的情形。同时，全球疫情防控形势仍旧严峻复杂，新冠肺炎病毒存在持续变异的可能性，具有较大的不确定性。如未来仍出现因疫情大规模反复的情形而被迫采取强制性疫情管控措施，仍可能对公司正常生产经营活动产生不利影响。

## **（二）公司线下销售渠道地域集中风险**

世界丝绸看中国，中国丝绸看苏杭，自古以来苏州地区对丝绸有较好的理解和文化底蕴，苏州地区经济较为发达、人口稠密、人均消费能力较高；同时，公司发源于我国丝绸行业集聚中心之一的吴江震泽，立足苏州根据地，在苏州区域投入的市场拓展资源较多。公司直营门店、直营商场专柜、经销商等线下渠道主要集中在苏州地区。未来公司如果无法成功开拓外部市场，公司经营业绩可能受到不利影响。

## **（三）原材料价格波动风险**

公司丝绸产品的上游行业为茧丝绸行业，公司的主要原材料为桑蚕丝绵、柞蚕丝绵等填充物，真丝面料、全棉面料等面料。随着中国东部经济快速腾飞，劳动力价格及土地成本上升背景下，中国种桑养蚕呈现“东桑西移”趋势，即从东部地区向西南方向的广西等地迁移，而且总体价格呈上升趋势。

报告期各期，发行人主营业务成本中直接材料的占比分别为 87.24%、82.31%、80.57%和 77.08%，原材料采购价格的波动对主营业务成本的影响较为显著。假设在产品售价及其他条件不变的情况下，桑蚕丝绵价格每提高 5%时，报告期各期发行人蚕丝被主营业务毛利率将分别下降 2.19%、2.27%、2.08%及 1.37%；柞蚕丝绵价格每提高 5%时，报告期各期发行人蚕丝被主营业务毛利率将分别下降 0.64%、0.56%、0.66%及 0.61%；真丝面料价格每提高 5%时，报告期各期发行人床品套件主营业务毛利率将分别下降 1.63%、1.80%、1.47%及 1.06%；全棉面料价格每提高 5%时，报告期各期发行人床品套件主营业务毛利率将分别下降 0.92%、0.56%、0.65%及 0.61%。相关产品主营业务毛

利率对材料采购价格变动的敏感性较强。

主要原材料市场价格受到宏观经济、市场供需及政策层面等多种因素影响，如果未来公司主要原材料市场采购价格出现大幅波动，将对公司的生产经营和盈利水平带来一定的影响。虽然公司通过对主要原材料提前备货、不断优化供应商管理体系等方法来消化原材料价格波动的影响，但公司仍存在原材料价格大幅波动导致公司毛利率水平波动，给生产经营带来不利影响的风险。

#### **（四）线上直播带货风险**

公司贴合市场潮流，通过对公司产品特性、产品受众以及直播风格等综合评估，与薇娅等多位头部主播达成合作，借助高人气直播进行产品的快速销售，快速打响公司产品知名度。报告期内，公司直播带货的收入分别为 48.10 万元、2,604.56 万元、4,425.72 万元和 343.59 万元，占公司营业收入比重分别为 0.20%、8.38%、11.87%和 2.62%，其中 2020 年、2021 年薇娅直播产生的收入分别为 2,018.81 万元、4,425.72 万元。2021 年末，薇娅因税务问题直播间停播，公司与其暂停合作，导致 2022 年上半年公司的线上销售业绩同比出现了一定程度下滑。虽然，公司已逐步布局天猫、抖音、视频号等直播平台，结合自播、达人直播、品牌小程序等方式引流获客，不断加大线上销售拓展力度，但是未来随着国家对带货主播不断加强监管，公司直播带货业务将受到一定影响，公司线上销售收入将受到不利影响。

#### **（五）规范跨境电商亚马逊店铺新开立自营店铺流量培育风险**

公司早期为探索跨境电商业务，存在以员工名义注册亚马逊店铺事项，为规范前述事项，公司逐步关停此类店铺，并重新用公司名义注册亚马逊店铺。新开立店铺的流量培育需要时间和营销资金投入，公司存在此类营销渠道营业收入下滑的风险。

#### **（六）实际控制人不当控制的风险**

截至招股说明书签署之日，公司实际控制人胡毓芳、王安琪母女合计控制公司 91.51%股份的表决权。本次发行后，实际控制人胡毓芳、王安琪仍将处于控股地位。如果公司实际控制人利用其控股地位，通过行使表决权或其他方式对本公司的发展战略、生产经营、利润分配、人事安排等进行不当控制，可能会使公司和其他中小股东的权益受到损害。

## （七）公司商号被冒用混同风险

公司产品面向终端消费者，有零售业务的属性，经过多年的深耕发展，公司逐步打造了“太湖雪”品牌，公司商号“太湖雪”是公司的核心竞争力之一。公司商号存在被其他第三方企业冒用或混同影响发行人声誉的风险。

## 三、财务风险

### （一）毛利率波动风险

报告期内，公司毛利率分别为 40.71%、39.93%、41.14% 和 45.71%。未来公司若不能及时适应市场需求变化，或者产品销售价格和产品采购成本等出现较大不利变化，将对公司的毛利率产生负面影响。

### （二）存货余额较大风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 9,088.35 万元、10,830.93 万元、12,991.62 万元和 14,909.37 万元，存货余额较大是由家用纺织品行业自身特点和公司经营特点所决定，公司产品款式众多，同时报告期内公司逐渐完善销售渠道，公司直营门店、直营商场专柜、线上电商适度备货。未来如果公司产成品价格大幅下跌，公司则存在需计提大额存货跌价准备，从而导致公司经营业绩下滑的风险。

### （三）每股收益和净资产收益率摊薄的风险

本次发行募集资金投资项目的实施和产生经济效益需要一定的时间和过程，短时间内公司净利润的规模无法与股本及净资产规模保持同步增长，募集资金到位后股本规模及净资产规模的扩大可能导致公司的每股收益和净资产收益率等指标有所下降，即期回报存在被摊薄的风险。

### （四）非经常性损益占比较高风险

报告期内，发行人非经常性损益对经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
归属于母公司股东的非经常性损益净额	546.35	571.21	753.83	317.13
归属于母公司股东的净利润	1,396.75	3,634.38	2,439.70	1,234.11

占比	39.12%	15.72%	30.90%	25.70%
----	--------	--------	--------	--------

报告期内，公司非经常性损益主要是政府补助。报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司所有者的净利润比例分别为 25.70%、30.90%、15.72%和 39.12%，公司存在因非经常性损益变动导致公司经营业绩发生波动的风险。

### **（五）业绩进一步下滑风险**

2022 年以来，国内疫情呈现多点散发、局部爆发态势。其中，2022 年上半年公司主要生产经营地江苏苏州、上海等地连续爆发新冠肺炎疫情，受到区域管制、出行限制、道路管制各种临时性措施的影响，公司直营门店、直营商场专柜、线上电商等各销售渠道的客流量、快递物流都受到较大影响，在整体营收下降的情况下，公司仍需承担人员、房租、摊销等固定支出，导致公司 2022 年上半年经营业绩出现下滑。

其次，2021 年，公司与薇娅进行直播推广的合作，利用头部主播的高流量提高产品及品牌知名度、扩大市场占有率。2021 年末，薇娅因税务问题直播间停播，公司未继续与其合作，因此在 2022 年上半年公司线上直播带货业务相应缩减。未来，随着国家层面不断加强线上直播带货主播监管，公司线上直播带货业务将受到一定不利影响，进而影响公司整体业绩。

此外，为规范跨境电商业务，公司关闭了以前员工徐超楠名义开立的第三方亚马逊店铺，并在亚马逊平台上新开立公司自营店铺，新开立店铺流量培育需要时间和营销投入，由此导致亚马逊平台销售收入同比有所减少。

目前苏州疫情控制良好，公司采购、生产、销售活动已恢复正常，同时公司为应对业绩下滑采取了一系列措施，不断加强线上、线下业务拓展，在稳定现有客户基础上，深入挖掘现有客户增量需求，同时积极拓展新客户，更好服务新客户产品需求，提升客户服务能力和市场份额。但是，新冠疫情影响完全消除尚需一定时间，且如果公司线上、线下市场推广效果不佳或市场开拓不及预期，或者未来公司不能顺应消费者生活方式及丝绸产品市场状况的变化、不能精准把握消费者需求并快速响应，公司存在业绩进一步下滑的风险。

## **四、税收优惠政策风险**

报告期内，公司为高新技术企业，企业所得税享受 15% 的优惠税率；公司发生的研

发费用未形成无形资产计入当期损益的，2019 年度至 2020 年度期间，在按规定据实扣除的基础上，再按实际发生额的 75%在税前加计扣除，自 2021 年 1 月 1 日起，按规定据实扣除的基础上，再按实际发生额的 100%在税前加计扣除；公司的出口业务享受出口企业增值税“免、抵、退”税收优惠政策。

未来，若公司不能持续被评为高新技术企业或国家调整相关税收政策，公司将无法再享受税收优惠，这将会增加公司税负并对公司盈利带来一定影响。

## **五、募集资金项目不能实现预期收益的风险**

公司本次募集资金项目投向包括太湖雪营销渠道及品牌升级项目，主要为线上与线下营销渠道拓展和品牌升级。如本次募集资金项目顺利投产，将进一步拓展公司销售渠道和提升公司品牌影响力，更好满足客户需求；但是，如募集资金项目投产后未能产生预期收益，将对公司未来经营成果造成不利影响。

## **六、发行失败的风险**

公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在发行失败风险。

## 第四节 发行人基本情况

### 一、 发行人基本信息

公司全称	苏州太湖雪丝绸股份有限公司
英文全称	SuzhouTaihusnowSilkCo.,Ltd.
证券代码	838262
证券简称	太湖雪
统一社会信用代码	9132050078836153X2
注册资本	27,443,172.00 元
法定代表人	胡毓芳
成立日期	2006 年 5 月 18 日
办公地址	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村 318 国道北侧
注册地址	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村 318 国道北侧
邮政编码	215231
电话号码	0512-65722875
传真号码	0512-63773183
电子信箱	pr@taihuxue.com
公司网址	http://www.taihuxue.com/
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
董事会秘书或者信息披露事务负责人	代艳
投资者联系电话	0512-65722875
经营范围	蚕丝被、床上用品、服装、纺织品、丝绸制品、蚕丝丝绸刺绣工艺品生产、销售；工艺品、劳保用品、办公文具用品、五金制品销售；文化创意设计、企业信息咨询、会务服务、展览展示服务、市场信息咨询；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。 一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；日用化学产品销售；鲜茧收购；与农业生产经营有关的技术、信息、设施建设运营等服务；农业科学研究和试验发展（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰等丝绸制品的研发、生产与销售
主要产品与服务项目	蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰等丝绸制品的研发、生产与销售

### 二、 发行人挂牌期间的基本情况

#### （一） 挂牌日期和目前所属层级

2016 年 8 月 2 日，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让，证券代码为 838262，证券简称为“太湖雪”。

2022 年 5 月 23 日，发行人自基础层调至创新层。截至招股说明书签署日，发行人

仍处于创新层。

## **（二）主办券商及其变动情况**

2021年10月，公司主办券商由华林证券变更为东吴证券。

## **（三）报告期内年报审计机构及其变动情况**

报告期内，公司的年报审计机构为立信会计师，未发生过变更的情况。

## **（四）股票交易方式及其变更情况**

2016年8月2日，公司股票在全国股转系统挂牌公开转让，公司股票交易方式为协议转让方式。

2018年1月15日，根据《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引》的规定，公司股票交易方式由协议转让方式变更为集合竞价转让方式。

## **（五）报告期内发行融资情况**

2021年12月，公司完成挂牌后第一次股票定向发行，股票发行总数为100万股，由东吴证券、吴江创联以现金方式认购，发行价格为人民币18元/股，共募集资金1,800万元，其中东吴证券认购800万元、吴江创联认购1,000万元，全部用于补充流动资金。

立信会计师对本次新增注册资本进行了审验并于2021年12月17日出具“信会师报字【2021】第ZG11967号”《验资报告》。

## **（六）报告期内重大资产重组情况**

报告期内，公司未进行过重大资产重组。

## **（七）报告期内控制权变动情况**

报告期内，公司控股股东为英宝投资，未发生变化。

2019年1月至2019年9月，公司实际控制人为胡掌林、胡毓芳、王安琪，其通过英宝投资、湖之锦投资间接控制太湖雪；胡掌林与胡毓芳为父女关系，胡毓芳、王安琪为母女关系。

2019年9月，胡掌林将其英宝投资的出资全部转让给王安琪后，截至招股说明书签署日，公司实际控制人一直为胡毓芳、王安琪母女，其通过英宝投资、湖之锦投资间接控制太湖雪，最近24个月公司实际控制人未发生变化。

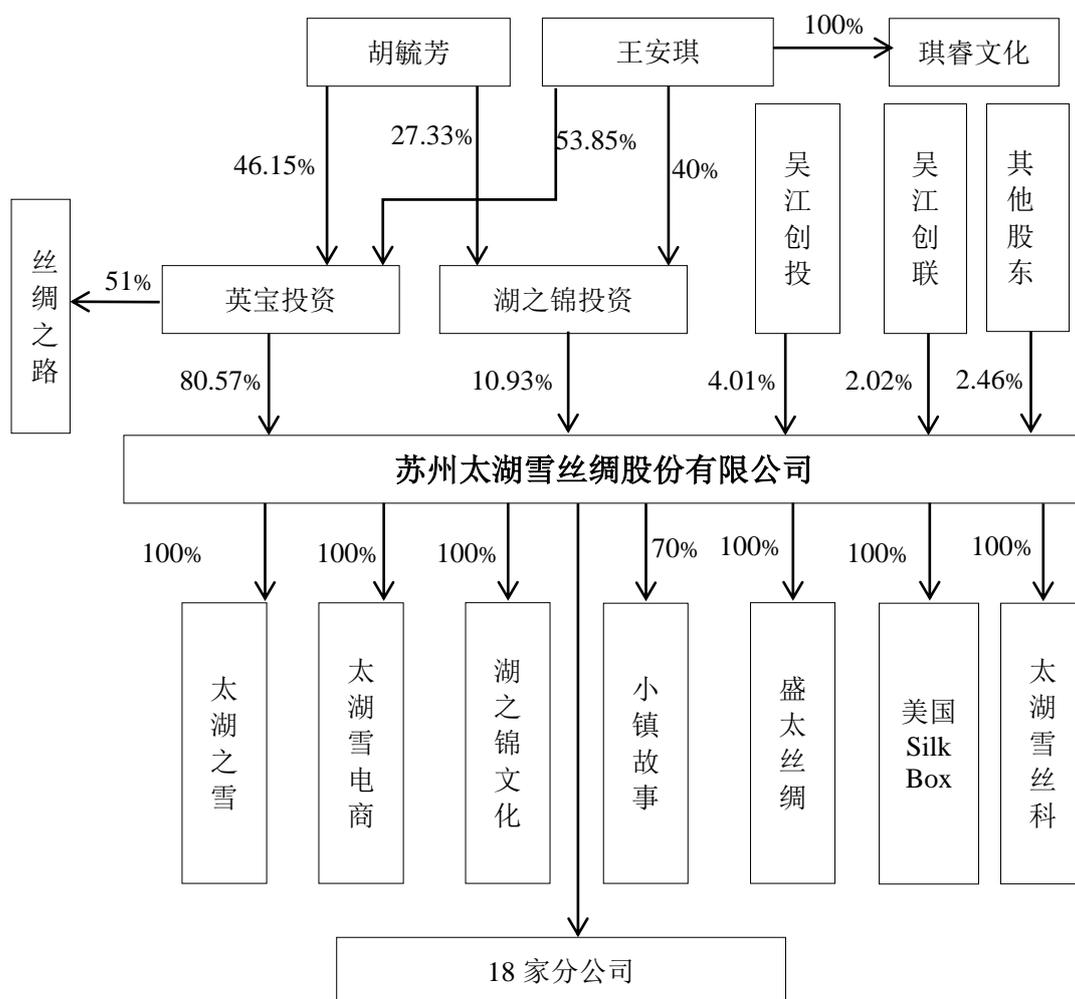
## **（八）报告期内股利分配情况**

2022年5月19日，公司2021年年度股东大会审议通过2021年度利润分配方案，每10股派发现金红利9.15元（含税），本次权益分派派发现金红利25,110,502.38元，已经于2022年7月派发完毕。

### 三、 发行人的股权结构

#### (一) 发行人的股权结构

截至招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



### 四、 发行人股东及实际控制人情况

#### (一) 控股股东、实际控制人情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东为英宝投资，实际控制人为胡毓芳、王安琪母女。

## 1、发行人控股股东英宝投资的简要情况如下：

### (1) 基本情况

名称	苏州英宝投资有限公司
注册地和主要生产经营地	苏州
法定代表人	胡毓芳
统一社会信用代码	913205090798687333
注册资本及实收资本	1,300 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立日期	2013 年 10 月 10 日
营业期限	2013 年 10 月 10 日至 2023 年 10 月 9 日
经营范围	对外实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
股东构成	王安琪持股 53.85%；胡毓芳持股 46.15%
主营业务及其与发行人主营业务的关系	英宝投资为投资持股平台，与发行人主营业务无关联

### (2) 股权结构

截至招股说明书签署日，英宝投资出资情况如下：

序号	股东名称	实缴出资额（万元）	出资比例
1	王安琪	700.00	53.85%
2	胡毓芳	600.00	46.15%
合计		<b>1,300.00</b>	<b>100.00%</b>

### (3) 主要财务数据

英宝投资最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产	7,722.71	5,929.55
净资产	3,515.79	1,540.86
净利润	1,974.93	-5.62

注：以上数据经立信会计师审计。

## 2、发行人实际控制人的简要情况如下：

**胡毓芳女士**，公司董事长、总经理，1969年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码320502196905\*\*\*\*，本科学历，工商管理专业背景。1989年9月至2002年7月担任苏州市吴江区震泽镇实验小学教师；2002年10月至2006年5月担任吴江市英宝蚕丝被服有限公司总经理；2006年5月至2013年10月担任苏州英宝丝绸有限公司监事；2013年10月至2014年9月担任苏州太湖雪丝绸有限公司执行董事；2014年9月至2016年2月担任苏州太湖雪丝绸有限公司董事长、总经理；2016年3月至今担任苏州太湖雪丝绸股份有限公司董事长、总经理。

胡毓芳女士2015年2月“优质高产家蚕新品种的育成及其产业化应用”项目荣获中华人民共和国教育部颁发的科学技术进步奖二等奖（第11完成人）；曾荣获全国劳动模范、全国纺织工业劳动模范、全国三八红旗手、中国女企业家协会“杰出创业女性”、江苏省最美巾帼人物、江苏省三八红旗手、江苏省“巾帼建功”标兵、苏州“时代先锋”荣誉称号等。

**王安琪女士**，公司董事、副总经理。1991年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码320525199104\*\*\*\*，本科学历，市场营销专业背景。2014年7月至2015年9月担任苏州太湖雪丝绸有限公司跨境电商经理；2014年9月至2016年2月担任苏州太湖雪丝绸有限公司董事；2015年9月至2016年3月担任上海金吉列出国留学服务有限公司留学规划师；2016年6月至2018年5月担任苏州广播电视总台融媒体中心运营经理；2016年3月至今担任苏州太湖雪丝绸股份有限公司董事；2019年4月至今担任苏州太湖雪丝绸股份有限公司副总经理。

## （二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东

截至招股说明书签署日，直接持有发行人5%以上股份的其他主要股东为湖之锦投资，其持股比例为10.93%，具体情况如下：

### 1、基本信息

名称	苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙）
注册地和主要生产经营地	苏州
执行事务合伙人	胡毓芳
统一社会信用代码	913205000869253299

注册资本及实收资本	200 万元
类型	有限合伙企业
成立日期	2013 年 12 月 10 日
营业期限	2013 年 12 月 10 日至 2023 年 12 月 9 日
经营范围	非证券类投资管理、投资咨询。
主营业务及其与发行人主营业务的关系	湖之锦投资主要为投资持股平台，与发行人主营业务无关联

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，湖之锦投资的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	胡毓芳	54.6667	27.33%
2	王安琪	80.0000	40.00%
3	尹蕾	6.6666	3.33%
4	孔培洁	6.6666	3.33%
5	杨禄	6.6667	3.33%
6	钱利芳	5.3333	2.67%
7	朱奇	2.6667	1.33%
8	刘伟	2.6667	1.33%
9	汤英	2.6667	1.33%
10	王国东	2.6667	1.33%
11	朱惠苹	2.0000	1.00%
12	夏兴华	2.0000	1.00%
13	储虹	1.3333	0.67%
14	钱新芳	1.3333	0.67%
15	苏振华	0.6667	0.33%
16	严建新	12.0000	6.00%
17	代艳	10.0000	5.00%
合计		<b>200.00</b>	<b>100.00%</b>

### （三）发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人和 5% 以上股东持有的公司股

份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情形。

#### （四）控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东为英宝投资，实际控制人为胡毓芳、王安琪；控股股东英宝投资控制的其他企业有丝绸之路；实际控制人控制的其他企业有琪睿文化。

##### 1、丝绸之路

###### （1）基本情况

公司名称	苏州震泽丝绸之路农业科技发展有限公司
统一社会信用代码	91320509MA1MPDCK03
成立日期	2016年7月7日
注册资本	4,000万元人民币，实缴资本4,000万元人民币
公司住所	吴江区震泽镇湿地公园
经营范围	许可项目：餐饮服务；住宿服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；蔬菜种植；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；农副产品销售；食品销售（仅销售预包装食品）；休闲观光活动；旅游开发项目策划咨询；体验式拓展活动及策划；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；礼仪服务；租赁服务（不含许可类租赁服务）；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；日用百货销售；文具用品零售；办公用品销售；化妆品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

###### （2）股权结构

截至招股说明书签署日，丝绸之路出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	英宝投资	2,040.00	51.00%
2	苏州震泽蚕丝创意产业园有限公司	1,960.00	49.00%
合计		4,000.00	100.00%

##### 2、琪睿文化

## (1) 基本情况

公司名称	苏州琪睿文化传媒有限公司
统一社会信用代码	91320509MA1YM916XU
成立日期	2019年6月28日
注册资本	10万元人民币，实缴资本0万元人民币
公司住所	苏州市吴江区松陵镇高新路938号6幢-101
经营范围	文化艺术活动组织、策划；图文设计、制作；策划创意服务；室内装饰设计服务；摄影扩印服务；文艺创作服务；企业管理咨询服务；会务服务；广告设计、制作、代理、发布；广告牌安装；工艺礼品销售；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## (2) 股权结构

截至招股说明书签署日，琪睿文化出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	王安琪	10.00	100.00%
	合计	10.00	100.00%

## 五、 发行人股本情况

### (一) 本次发行前后的股本结构情况

公司本次发行前总股本为 2,744.3172 万股，本次发行完成后公司股本为 3,664.3172 万股（假定全额行使超额配售选择权）；假定未行使超额配售选择权，本次发行完成后，公司股本为 3,544.3172 万股。

### (二) 本次发行前公司前十名股东情况

截至 2022 年 8 月 31 日，公司前十大股东如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量 (万股)	股权比例 (%)	股份性质	限售情况
1	英宝投资	2,211.19	80.57%	境内非国有法人	限售
2	湖之锦投资	300.00	10.93%	境内非国有法人	限售
3	吴江创投	110.13	4.01%	境内国有法人	非限售
4	吴江创联	55.56	2.02%	境内国有法人	非限售

5	东吴证券	44.44	1.62%	境内国有法人	非限售
6	陈强	22.03	0.80%	境内自然人	非限售
7	翟德杏	0.28	0.01%	境内自然人	非限售
8	谢凌飞	0.07	0.00%	境内自然人	非限售
9	王佩珠	0.06	0.00%	境内自然人	非限售
10	王雅君	0.03	0.00%	境内自然人	非限售
合计		<b>2,743.79</b>	<b>99.96%</b>		

### （三）其他披露事项

无

## 六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

### （一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排情况

截至招股说明书签署日，公司股权激励已经实施完毕，2021年12月湖之锦投资平台胡毓芳转让部分股权给公司核心骨干，湖之锦投资已于2022年1月办理完成工商变更。除此之外，公司无其他股权激励及相关安排。

### （二）发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间曾经存在的对赌协议等特殊协议或安排

截至招股说明书签署日，公司2021年12月定增时，投资主体吴江创联、东吴证券，与公司控股股东英宝投资，以及实际控制人胡毓芳、王安琪存在对赌条款，具体如下：

#### 1、业绩承诺：

公司控股股东和实际控制人王安琪、胡毓芳承诺并保证：公司2021年、2022年和2023年经审计的净利润(扣除非经常性损益)分别不低于4,000万元、5,500万元和7,500万元。

#### 2、赎回条款：

若2021年及2021年以后任意一年经审计的净利润(扣除非经常性损益)低于如上

业绩承诺的净利润的 70%；或者公司未能 2023 年底前申报上市材料（不限于上交所、深交所、北交所、港交所）；或者公司未能在 2024 年底前获得上市（不限于上交所、深交所、北交所、港交所）批文，包括吴江创联在内的本轮投资人均有要求公司实际控制人胡毓芳、王安琪收购本轮投资所持有公司股份，收购的价格为以下 3 种情况孰高者为准：

（1）收益率 6%，公式为：本轮投资人增资价款（1,800 万元）×（1+6%×实际天数/365），实际天数为本轮投资人将增资价款支付至公司之日起至公司控股股东、实际控制人支付完回（收）购价款之日止的累计天数；

（2）本轮投资人增资价款（1,800 万元）+本轮投资按所持公司股权比例计算的自投资之日起截至回（收）购价款支付当日目标公司已经产生但尚未支付的所有税后利润（扣除已分红部分）；

（3）公司账面净资产×本轮投资人所持公司股权比例。

### 3、对赌协议解除情况

为支持公司发展，经各方协商，一致同意解除前述对赌协议。

2022 年 11 月 21 日，各方签署对赌协议的终止协议，约定对赌协议“自太湖雪提交北京证券交易所上市申请文件并获得受理之日的前一日（即 2022 年 6 月 29 日）无条件不可撤销地终止，并视为自始未发生效力，且不因任何原因而恢复法律效力。各方不得基于《补充协议》项下任何条款主张任何权利，亦不再承担任何相关义务。”

## 七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

截至招股说明书签署日，发行人合并报表范围子公司有 7 家，分别为太湖之雪、太湖雪电商、湖之锦文化、小镇故事、盛太丝绸、美国 SilkBox 和太湖雪丝科。

### （一）太湖之雪

#### 1、基本情况

公司全称	上海太湖之雪科技有限公司
统一社会信用代码	91310115MA1K4MWW42

成立日期	2020年11月18日
法定代表人	尹蕾
注册资本	100万元
实收资本	100万元
公司住所	中国（上海）自由贸易试验区芳春路400号1幢3层
主要生产经营地	中国（上海）自由贸易试验区芳春路400号1幢3层
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；平面设计；软件开发；信息系统集成服务；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的销售，实现发行人主营业务产品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，太湖之雪为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

太湖之雪最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产	96.18	104.24
净资产	51.31	81.59
净利润	-30.28	-18.02

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

太湖之雪主要业务为蚕丝被、丝绸制品的销售。

## （二）太湖雪电商

### 1、基本情况

公司全称	苏州太湖雪电子商务有限公司
统一社会信用代码	91320509MA239NCG2J
成立日期	2020年11月23日
法定代表人	胡毓芳
注册资本	50万元

实收资本	10 万元
公司住所	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）东太湖 11188 号融和大厦南楼 18 楼
主要生产经营地	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）东太湖 11188 号融和大厦南楼 18 楼
经营范围	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；软件开发；软件销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；数据处理和存储支持服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的电商销售，实现发行人主营业务产品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，太湖雪电商为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

太湖雪电商最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产	20.66	/
净资产	4.10	/
净利润	-5.90	/

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

太湖雪电商主要业务为蚕丝被、丝绸制品的销售。

## （三）湖之锦文化

### 1、基本情况

公司全称	苏州湖之锦文化传媒有限公司
统一社会信用代码	91320509MA238F0H7L
成立日期	2020 年 11 月 20 日
法定代表人	姚静雯
注册资本	50 万元
实收资本	30 万元
公司住所	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）东太湖 11188 号融合大厦北楼 17 楼

主要生产经营地	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）东太湖 11188 号融合大厦北楼 17 楼
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动；专业设计服务；图文设计制作；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；企业形象策划；项目策划与公关服务；市场营销策划；平面设计；品牌管理；礼仪服务；会议及展览服务；非居住房地产租赁（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	太湖雪品牌推广，实现发行人品牌推广

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，湖之锦文化为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

湖之锦文化最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产	1,035.52	1,033.35
净资产	4.64	29.82
净利润	-25.18	-0.18

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

湖之锦文化主要业务为太湖雪品牌推广。

## （四）小镇故事

### 1、基本情况

公司全称	苏州小镇故事文化传播有限公司
统一社会信用代码	91320583MA1YRY7Q78
成立日期	2019年7月25日
法定代表人	张纪明
注册资本	500万元
实收资本	500万元
公司住所	昆山市周庄镇蚬园弄35号
主要生产经营地	昆山市周庄镇蚬园弄35号

经营范围	文化艺术交流活动策划（不含演出经纪）；文化创意产品的开发、设计、销售与咨询服务；会务会展服务；展览展示服务；非行政许可的商务信息咨询；蚕丝被、床上用品、丝绸制品、旅游工艺品的技术开发及销售；工艺美术品、干蚕茧、茧丝副产品、文化用品、日用百货、办公用品、劳保用品、化妆品、服装服饰、红木家具、智能家具、食用农产品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的销售，实现发行人主营业务产品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，小镇故事的股权结构如下：

单位：万元

股东	认缴出资额	认缴比例
太湖雪	350.00	70.00%
昆山市水乡周庄旅游商品经营有限公司	150.00	30.00%
<b>合计</b>	<b>500.00</b>	<b>100.00%</b>

## 3、主要财务数据

小镇故事最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产	636.15	701.49
净资产	354.93	439.02
净利润	-84.09	-60.90

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

小镇故事主要业务为蚕丝被及丝绸制品的销售。

## （五）盛太丝绸

### 1、基本情况

公司全称	苏州市盛太丝绸有限公司
统一社会信用代码	91320509MA20128C0B
成立日期	2019年9月2日
法定代表人	钱新芳

注册资本	20 万元
实收资本	0 万元
公司住所	苏州市吴江区盛泽镇中心广场 6 号
主要生产经营地	苏州市吴江区盛泽镇中心广场 6 号
经营范围	丝绸制品、蚕丝被、床上用品、纺织品、工艺品、劳保用品、办公用品、文化用品销售；广告策划、设计、制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的销售，实现发行人主营业务产品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，盛太丝绸为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

盛太丝绸最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产	468.69	482.77
净资产	364.62	333.97
净利润	23.21	185.91

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

盛太丝绸主要业务为蚕丝被及丝绸制品的销售。

## （六）美国 SilkBox

### 1、基本情况

公司全称	SilkBoxInc.
公司编号	20191855004
成立日期	2019 年 10 月 25 日
负责人	代艳
注册资本	1 万美元
实收资本	0
公司住所	9888WBelleviewAve.,Ste2142Denver,CO
主要生产经营地	9888WBelleviewAve.,Ste2142Denver,CO

经营范围	蚕丝被及丝绸之品的海外电商销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的海外电商销售，实现发行人主营业务产品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，美国 SilkBox 为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

美国 SilkBox 最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目名称	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产	1,719.32	254.39
净资产	178.22	21.21
净利润	148.03	17.72

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

美国 SilkBox 主要业务为蚕丝被及丝绸制品的海外电商销售。

## （七）太湖雪丝科

### 1、基本情况

公司全称	太湖雪丝绸科技有限公司
统一社会信用代码	91320509MA7HHQWR39
成立日期	2022年3月4日
法定代表人	王安琪
注册资本	100万元
实收资本	0元
公司住所	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）迎宾大道333号苏州湾东方创投基地6#楼
主要生产经营地	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）迎宾大道333号苏州湾东方创投基地6#楼
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；销售代理；广告设计、代理；广告制作；纺织、服装及家庭用品批发；服装服饰零售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；企业管理咨询；市

	场营销策划（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	蚕丝被及丝绸制品的销售

## 2、股权结构

截至招股说明书签署日，太湖雪丝科为发行人的全资子公司。

## 3、主要财务数据

太湖雪丝科成立于 2022 年 3 月 4 日，最近一期数据如下：

单位：万元

项目名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月
资产	83.76
净资产	-7.19
净利润	-7.19

注：以上数据经立信会计师审计

## 4、主要产品

太湖雪丝科主要业务为蚕丝被及丝绸制品的销售。

## （九）分公司

截至招股说明书签署日，发行人共有 18 家分公司，具体如下：

序号	分公司	地址
1	苏州太湖雪丝绸股份有限公司吴江高新路店	吴江区松陵镇高新路 938 号 6 幢 101-106
2	苏州太湖雪丝绸股份有限公司同里分公司	吴江区同里镇新填街明清街北入口底层商铺
3	苏州太湖雪丝绸股份有限公司吴江鲈乡路店	吴江区松陵镇鲈乡南路 1397 号
4	苏州太湖雪丝绸股份有限公司吾悦分公司	吴江区松陵镇鲈乡南路 55 号
5	苏州太湖雪丝绸股份有限公司苏州吴江黎里分公司	江苏省苏州市吴江区黎里镇平楼街 32 号
6	苏州太湖雪丝绸股份有限公司人民路分公司	苏州市人民路 802 号
7	苏州太湖雪丝绸股份有限公司观前分公司	苏州市人民路 1558 号
8	苏州太湖雪丝绸股份有限公司姑苏分公司	苏州市络香路 2 号（星辉 1976 产业园内 3#楼 1011、1012 单元）

9	苏州太湖雪丝绸股份有限公司新区绿宝分公司	苏州高新区绿宝休闲购物中心 1 幢 3 楼 L3-19
10	苏州太湖雪丝绸股份有限公司园区分公司	苏州工业园区苏州大道东 265 号第 L1 层 L105
11	苏州太湖雪丝绸股份有限公司昆山前进分公司	昆山市前进西路 1174 号
12	苏州太湖雪丝绸股份有限公司张家港暨阳路分公司	张家港市暨阳东路未来城 465-467#
13	苏州太湖雪丝绸股份有限公司北京分公司	北京市海淀区中关村南大街 12 号综合科研楼四层 4012 室
14	苏州太湖雪丝绸股份有限公司北京海淀区分公司	北京市海淀区远大路 1 号 D 段 4 层 4327 号
15	苏州太湖雪丝绸股份有限公司竹辉分公司	苏州市竹辉路 168 号（竹辉环宇荟购物中心 L107 单元）
16	苏州太湖雪丝绸股份有限公司盛泽国际大厦分公司	江苏省苏州市吴江区盛泽镇舜湖西路 88 号
17	苏州太湖雪丝绸股份有限公司北京亦庄分公司	北京市北京经济技术开发区兴海路 1 号院 1 号楼三层 3F-28
18	苏州市盛太丝绸有限公司星海分公司	苏州工业园区苏雅路 308 号 1-2 层 L110-L112,L208-L209 号

## 八、董事、监事、高级管理人员情况

### （一）董事、监事、高级管理人员的简要情况

#### 1、董事会成员

截至招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，董事会成员具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	胡毓芳	董事长、总经理	2022年4月至2025年4月
2	王安琪	董事、副总经理	2022年4月至2025年4月
3	尹蕾	董事、副总经理	2022年4月至2025年4月
4	代艳	董事、董事会秘书	2022年4月至2025年4月
5	姚静雯	董事	2022年4月至2025年4月
6	贾新华	董事	2022年4月至2025年4月
7	朱中一	独立董事	2022年5月至2025年4月
8	王德瑞	独立董事	2022年5月至2025年4月
9	王尧	独立董事	2022年5月至2025年4月

**董事胡毓芳女士**，参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“四、发行人股

东及实际控制人情况”。

**董事王安琪女士**，参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”。

**董事、副总经理尹蕾女士**：中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，化学工程与工艺专业背景，1971年5月出生。1989年至1997年，吴江东风化工厂化验室分析员；1997年至2003年，中国太平洋人寿保险股份有限公司客服主管；2003年12月至2008年1月，吴江市正亮化纤厂财务主管；2008年2月至2013年9月，苏州英宝丝绸有限公司办公室主任；2013年10月至2016年2月，苏州太湖雪丝绸有限公司董事兼副总经理；2016年3月至今，担任太湖雪董事兼副总经理。

**董事、董事会秘书代艳先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1982年7月出生，本科学历，市场营销专业背景。2004年12月至2006年9月，江苏红豆实业股份有限公司衬衫厂销售主管；2006年10月至2009年2月，苏州市大有家用纺织品有限公司销售部经理；2009年3月至2012年7月，上海罗莱家用纺织品有限公司销售部大区经理/北渠道部经理；2012年8月至2014年7月，紫罗兰家纺科技有限公司营销中心副总裁；2014年10月至2019年3月，领盛电子商务（上海）有限公司首席运营官；2019年4月至2021年11月，太湖雪新零售事业部副总经理；2021年11月至2022年5月，担任太湖雪董事会秘书；2022年5月至今，担任太湖雪董事、董事会秘书。

**董事姚静雯女士**：中国国籍，无境外永久居留权，1990年9月出生，本科学历，营销管理专业背景。2009年9月至2013年7月，西安外国语大学朝鲜语专业在读；2013年3月至2020年1月，浦项（苏州）汽车配件制造有限公司行政人事部总务团队长；2021年5月至今，担任太湖雪董事。

**董事贾新华先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1973年4月出生，本科学历，经济学专业背景。2011年9月至今，苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司创业投资部职员、副经理、经理。

**独立董事朱中一先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1975年4月出生，博士研究生学历，法律专业背景。1998年8月至今，苏州大学王健法学院教师兼副教授；2001年5月至今，江苏新天伦律师事务所律师；2022年5月至今，担任太湖雪独立董事。

**独立董事王德瑞先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1959年5月出生，硕士研

研究生学历、注册会计师、财会类专业背景。1996年7月至2005年11月，江苏华星会计师事务所部门经理；2010年2月至今，江苏华瑞会计师事务所有限公司董事长；2022年5月至今，担任太湖雪独立董事。

**独立董事王尧先生：**中国国籍，无境外永久居留权，1960年4月出生，硕士研究生学历，中国文学专业背景。1999年10月至2005年7月，苏州大学党委常委、组织部长；2005年7月至2016年6月，苏州大学文学院院长，曾兼任传媒学院院长；2015年9月至今，苏州大学学术委员会主任；2022年5月至今，担任太湖雪独立董事。

## 2、监事会成员

截至招股说明书签署日，公司监事会由3名监事组成，其中包括一名职工代表监事，监事会成员具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	刘伟	监事会主席、职工代表监事	2022年4月至2025年4月
2	朱奇	监事	2022年4月至2025年4月
3	周雪凤	监事	2022年4月至2025年4月

**监事会主席刘伟先生：**中国国籍，无境外永久居留权，1986年1月出生，本科学历，高分子材料与工程专业背景。2008年8月至2011年7月，中石化仪征化纤股份有限公司研究院技术员，助理工程师；2011年8月至2013年9月，苏州英宝丝绸有限公司，研发中心总监，中级工程师；2013年10月至2017年4月，苏州太湖雪丝绸有限公司研发中心总监；2017年4月至今，担任太湖雪监事会主席、研发中心总监。

**监事朱奇先生：**中国国籍，无境外永久居留权，1972年8月出生，大专学历，有机合成专业背景。1995年至2009年，吴江东风化工有限公司技术部经理；2009年至2012年，亨通集团亨利材料有限公司质量部经理；2012年至2013年9月，苏州英宝丝绸有限公司采购部总监；2013年10月至2016年2月，苏州太湖雪丝绸有限公司，采购部总监；2016年3月至今，担任太湖雪采购部总监、监事。

**监事周雪凤女士：**中国国籍，无境外永久居留权，1979年10月出生，硕士学历，工商管理专业背景。2009年8月至2014年4月，历任苏州市吴江东方国有资产投资经营有限公司经营策划部副经理、稽核审计部副经理、稽核审计部经理；2014年8月至今，苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司风控稽核部经理；2020年10月至今，

苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司监事会主席。

### 3、高级管理人员

截至招股说明书签署日，公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	胡毓芳	董事长、总经理	2022年4月至2025年4月
2	王安琪	董事、副总经理	2022年4月至2025年4月
3	尹蕾	董事、副总经理	2022年4月至2025年4月
4	严建新	财务总监	2022年4月至2025年4月
5	代艳	董事、董事会秘	2022年4月至2025年4月

**董事长、总经理胡毓芳女士：**参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”。

**董事、副总经理王安琪女士：**参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”。

**董事、副总经理尹蕾女士：**参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”。

**财务总监严建新先生：**中国国籍，无境外永久居留权，1974年1月出生，硕士研究生学历，注册会计师，财务专业背景。2011年2月至2013年7月，北京大学光华管理学院会计专业；2013年8月至2018年6月，历任亨通集团及其子公司财务经理；2018年7月至2021年9月，江苏鸿展新材料科技有限公司财务部总监；2021年11月至今，担任太湖雪财务总监。

**董事、董事会秘书代艳先生：**参见本招股说明书第四节“发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”。

### 4、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在发行人及控股子公司以外的主要兼职情况如下表所示：

姓名	本公司职务	兼职单位	在兼职单位所任职务	与本公司关系
胡毓芳	董事长、总经理	英宝投资	执行董事	控股股东
		湖之锦投资	执行事务合伙人	5%以上股东
		丝绸之路	执行董事	关联方
		吴江青商投资有限公司	董事	关联方
王安琪	董事、副总经理	英宝投资	监事	控股股东
		湖之锦投资	监事	5%以上股东
		琪睿文化	执行董事	关联方
贾新华	董事	苏州市吴江创联股权投资管理有限公司	副总经理	关联方
		吴江东方国发创业投资有限公司	董事	
		苏州市吴江创迅创业投资有限公司	董事	
		苏州铁近机电科技股份有限公司	董事	
		江苏达胜高聚物股份有限公司	董事	
		苏州澳冠智能装备股份有限公司	董事	
		苏州友联纺工装备科技股份有限公司	董事	
		苏州开垣航空碰撞测试有限公司	董事	
	苏州鼎安科技有限公司	监事	无关联关系	
	苏州平望产业投资有限公司			
	中联环股份有限公司			
	苏州国发东方创业投资管理有限公司			
周雪凤	监事	苏州深龙城物业管理有限公司	监事	无关联关系
		苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司		
		苏州市吴江产业投资有限公司		
		苏州市吴江创益资产管理有限公司		
		苏州市吴江创良资产管理有限公司		
		苏州创禾创业投资管理有限公司		
		苏州市吴江创迅创业投资有限公司		
		苏州市吴江创业投资有限公司		
		长三角一体化示范区（苏州）创投服务有限公司		
		苏州市吴江创联股权投资服务有限公司		
		苏州市吴江创融融资担保有限公司		

		江苏东方盛虹股份有限公司		
朱中一	独立董事	苏州大学王健法学院	教师、副教授	无关联关系
		江苏新天伦律师事务所	律师	
		苏州新亚电通股份有限公司	独立董事	关联方
王德瑞	独立董事	江苏华瑞会计师事务所有限公司	董事长	关联方
		南京新街口百货商店股份有限公司	独立董事	
		佳禾食品工业股份有限公司	独立董事	
		吴通控股集团股份有限公司	独立董事	

## 5、报告期初至今董事、监事、高级管理人员变动情况

### (1) 董事的变动情况

时间	人数	成员	选聘情况
2019年1月至2021年5月	5	胡毓芳、王安琪、尹蕾、贾新华、杨海宁	胡毓芳、王琪、尹蕾、杨海宁、贾新华为公司第二届董事会董事
2021年5月至2022年5月	5	胡毓芳、王安琪、尹蕾、贾新华、姚静雯	原董事杨海宁先生因个人原因辞去董事一职，增补姚静雯女士为公司董事
2022年5月至今	9	胡毓芳、王安琪、尹蕾、代艳、贾新华、姚静雯、朱中一、王德瑞、王尧	选举代艳为公司第三届董事会董事，朱中一、王德瑞、王尧为公司第三届董事会独立董事

### (2) 监事的变动情况

时间	人数	成员	选聘情况
2019年1月至今	3	刘伟、朱奇、周雪凤	朱奇、周雪凤担任监事会股东代表监事

### (3) 高级管理人员的变动情况

时间	人数	成员	选聘情况
2019年1月至2019年4月	4	胡毓芳、尹蕾、周新、陈孟华	胡毓芳、尹蕾、周新、陈孟华为公司高级管理人员
2019年4月至2021年11月	3	胡毓芳、王安琪、尹蕾	胡毓芳、王安琪、尹蕾为公司高级管理人员
2021年11月至今	5	胡毓芳、王安琪、尹蕾、代艳、严建新	代艳为公司董事会秘书，严建新为公司财务总监

## 6、董事、监事、高级管理人员薪酬情况

### (1) 董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员的薪酬由基本工资、奖金和

津贴组成。

公司高级管理人员（含兼任高级管理人员的董事）的薪酬主要根据其所处岗位的职责、重要性、贡献度等因素确定；公司独立董事津贴由股东大会审议决定；公司监事的薪酬主要结合其担任的行政职务、考核情况等因素根据公司薪酬管理制度确定。

## **(2) 董事、监事、高级管理人员报告期内薪酬总额及其占发行人各期利润总额的比重**

2019年、2020年、2021年和2022年1-6月，公司董事、监事、高级管理人员从公司领取的薪酬总额分别为126.80万元、114.90万元、136.00万元和66.86万元，占同期本公司合并报表利润总额的比例分别为9.81%、4.13%、3.36%和4.13%（系货币性薪酬，未含2022年1-6月确认的股份支付费用）。

## **7、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系情况**

截至招股说明书签署日，公司董事长、总经理胡毓芳与董事、副总经理王安琪为母女关系。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在其他亲属关系。

## **(二) 直接或间接持有发行人股份的情况**

### **1、直接持有发行人股份的情形**

截至招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其近亲属未直接持有发行人股份。

### **2、间接持有发行人股份的情形**

截至招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其近亲属间接持有发行人股份情况如下：

序号	姓名	职务	间接持股数量（万股）	间接持股比例
1	胡毓芳	董事长、总经理	1,102.55	40.18%
2	王安琪	董事、副总经理	1,310.64	47.76%
3	尹蕾	董事、副总经理	10.00	0.36%
4	刘伟	监事会主席	4.00	0.15%

5	朱奇	监事	4.00	0.15%
6	严建新	财务总监	18.00	0.66%
7	代艳	董事、董事会 书	15.00	0.55%
合计			2,464.19	89.79%

截至招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形，且已经履行相关信息披露义务。

### （三）对外投资情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员无与发行人业务相关的对外投资。

### （四）其他披露事项

无

## 九、重要承诺

### （一）与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
实际控制人或控股股东	2022年6月1日	-	同业竞争承诺	鉴于太湖雪拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。作为太湖雪的控股股东、实际控制人，在2016年3月出具的承诺的基础上，本公司/本人更新出具承诺如下：1、截至本承诺函出具日，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业，未从事与太湖雪现有主要业务相同或相似的业务。2、本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业将不在中国境内外以任何形式从事与太湖雪现有主要业务相同或相似的业务，包括不在中国境内外投资、收购、兼并与太湖雪现有主要业务有直接竞争的企业。3、本公司/本人在被认定为太湖雪的控股股东/实际控制人期间，若太湖雪今后从事新的业务领域，则本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业将不在中国境内外从事与太湖雪新的业务领域有直接竞争的业务，包括在中国境内外投资、收购、兼并与太湖雪今后从事的新业务有直接竞争的企业。4、如若本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业出现与太湖雪有直接竞争的经营业务时，太湖雪有权

				以优先收购或委托经营的方式将相关竞争业务集中到太湖雪经营。5、本公司/本人承诺不以太湖雪控股股东的地位谋求不正当利益，进而损害太湖雪其他股东的权益。6、以上承诺自本公司/本人签署之日起正式生效，如因本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业违反上述承诺而导致太湖雪的权益受到损害的，则本公司/本人将向太湖雪承担相应的损害赔偿责任。
实际控制人或控股股东	2022年6月1日	-	其他承诺（规范关联交易）	鉴于太湖雪拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。作为太湖雪的控股股东、实际控制人，在2016年3月出具的承诺的基础上，本公司/本人更新出具承诺如下：一、除已向相关中介机构披露的关联交易以外，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业与太湖雪及其控制的企业之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。二、在作为公司控股股东/实际控制人期间，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业尽量减少或避免与公司及其控制的企业之间的关联交易。对于确有必要的关联交易，保证按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法签署相关交易协议，并按相关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。三、在作为公司控股股东/实际控制人期间，本公司/本人不会利用控股股东、实际控制人的地位影响公司的独立性，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务。四、本承诺函在本公司/本人作为公司控股股东/实际控制人期间持续有效。本公司/本人将严格履行上述承诺，如违反上述承诺给公司及其控制的企业造成损失的，本公司/本人愿意承担赔偿责任。
董监高	2022年6月1日	-	其他承诺（规范关联交易）	鉴于太湖雪拟申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。本人作为太湖雪的董事、监事、高级管理人员，特此承诺如下：一、除已向相关中介机构披露的关联交易以外，本人及本人控制的其他企业与公司及其控制的企业之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。二、在作为公司董事、监事、高级管理人员期间，本人及本人控制的其他企业尽量减少或避免与公司及其控制的企业之间的关联交易。对于确有必要的关联交易，保证按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法签署相关交易协议，并按相关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。三、在作为公司董事、监事、高级管理人员期间，本人不会利用董事、监事、高级管理人员的地位影响公司的独立性，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务。四、本承诺函在本人作为公司董事、监事、高级管理人员期间持续有效。本人将严格履行上述承诺，如违反上述承诺给公司及其控制的企业造成损失的，本人愿意承担赔偿责任。
其他股东	2022年6月1日		其他承诺（规范关联交易）	鉴于苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“太湖雪”或“公司”）拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。湖之锦投资作为太湖雪的持股5%以上的股东，特此承诺如下：一、除已向相关中介机构披露的关联交易以外，本合伙企业及本合伙企业控制的其他企业与公司及其控制的企业之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。二、在作为公司持股5%以上股东期间，本合伙企业及本合伙企业控制的其他企业尽量减少或避免与公司及其控制的

			<p>企业之间的关联交易。对于确有必要的关联交易，保证按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法签署相关交易协议，并按相关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。三、在作为公司持股 5%以上股东期间，本合伙企业不会利用股东地位影响公司的独立性，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务。四、本承诺函在本合伙企业作为公司持股 5%以上股东期间持续有效。本合伙企业将严格履行上述承诺，如违反上述承诺给公司及其控制的企业造成损失的，本合伙企业愿意承担赔偿责任。</p>
其他股东	2022年6月1日	其他承诺（规范关联交易）	<p>鉴于苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“太湖雪”或“公司”）拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，东方国资作为间接持有太湖雪 5%以上股份的股东，特此承诺如下：一、除已向相关中介机构披露的关联交易以外，本公司及本公司控制的其他企业与公司及其控制的企业之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。二、在作为公司持股 5%以上股东期间，本公司及本公司控制的其他企业尽量减少或避免与公司及其控制的企业之间的关联交易。对于确有必要的关联交易，保证按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法签署相关交易协议，并按相关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。三、在作为公司持股 5%以上股东期间，本公司不会利用股东地位影响公司的独立性，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务。四、本承诺函在本公司作为公司持股 5%以上股东期间持续有效。本公司将严格履行上述承诺，如违反上述承诺给公司及其控制的企业造成损失的，本公司愿意承担赔偿责任。</p>

<p>控股股东、实际控制人</p>	<p>2022年6月1日</p>	<p>-</p>	<p>股份锁定承诺及约束措施</p> <p>一、自公司股票公开发行并在北交所上市之日起12个月内，本公司/本人不转让或者委托他人管理本公司/本人已直接或间接持有的公司在本次发行上市前已发行的股份，也不提议由公司回购本公司/本人直接或间接持有的该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本公司/本人直接持有公司股份发生变化的，本公司/本人仍将遵守上述承诺。二、公司上市后6个月内，如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价（如公司发生分红、派息、送股、转增股本、配股等除权除息事项，则作除权除息处理，下同），或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本公司/本人持有公司股票的锁定期自动延长6个月。三、本公司/本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。四、本公司/本人计划通过集中竞价交易减持所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：（一）在首次卖出股份的15个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过6个月；（二）拟在3个月内卖出股份总数超过公司股份总数1%的，除按照第（一）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的30个交易日前预先披露减持计划；（三）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；（四）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。本公司/本人通过北交所和全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份的，其减持不适用前款规定。五、如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北交所就股份锁定及减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足相关要求时，本公司/本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。六、本公司/本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有；如因本公司/本人未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本公司/本人将依法向公司或者其他投资者承担赔偿责任。</p>
<p>湖之锦投资</p>	<p>2022年6月1日</p>	<p>-</p>	<p>股份锁定承诺及约束措施</p> <p>一、自公司股票公开发行并在北交所上市之日起12个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接或间接持有的公司在本次发行上市前已发行的股份，也不提议由公司回购本公司直接或间接持有的该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本公司直接持有公司股份发生变化的，本公司仍将遵守上述承诺。二、本公司计划通过集中竞价交易减持所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：（一）在首次卖出股份的15个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过6个月；（二）拟在3个月内卖出股份总数超过公司股份总数1%的，除按照第（一）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的30个交易日前预先披露减持计划；（三）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；（四）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。本公司通过北交所和全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份的，其减持不适用前款规定。三、如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北交所就股份锁定及减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。四、本公司因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有；如因本公司未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本公司将依法向公司或者其他投资者承担赔偿责任。</p>

董监高	2022年6月1日	-	股份锁定承诺及约束措施	<p>一、自公司股票公开发行并在北交所上市之日起12个月内，本人不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司在本次发行上市前已发行的股份，也不提议由公司回购本人直接或间接持有的该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。二、本人应当向公司申报所持有的公司股份及其变动情况，在任职公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过直接或间接所持公司股份总数的25%，离职后6个月内不转让直接或间接持有的公司股份。三、公司上市后6个月内，如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价（如公司发生分红、派息、送股、转增股本、配股等除权除息事项，则作除权除息处理，下同），或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期自动延长6个月。四、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。五、本人计划通过集中竞价交易减持所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：（一）在首次卖出股份的15个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过6个月；（二）拟在3个月内卖出股份总数超过公司股份总数1%的，除按照第（一）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的30个交易日前预先披露减持计划；（三）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；（四）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。本人通过北交所和全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份的，其减持不适用前款规定。六、如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北交所就股份锁定及减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。七、本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有；如因本人未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本人将依法向公司或者其他投资者承担赔偿责任。</p>
发行人	2022年6月1日	-	稳定股价措施的承诺及约束措施	<p>公司将努力保持股价的稳定，自公司本次发行上市之日起三个月内，如果公司股票出现连续10个交易日的收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格；以及公司本次发行上市之日起第四个月起至三年届满之日，若公司股票连续20个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产（每股净资产是指经审计的公司最近一期合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数除以该期审计基准日公司的股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产应相应进行调整，下同），公司将根据股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中的相关规定，履行回购股票及其他义务。如公司未履行上述承诺，将按照公司股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中约定的措施予以约束。公司将忠实履行承诺，如违反上述承诺，公司将承担相应的法律责任。</p>

控股股东、实际控制人	2022年6月1日	-	稳定股价措施的承诺及约束措施	本公司/本人将努力保持公司股价的稳定，自公司本次发行上市之日起前三个月内，如果公司股票出现连续10个交易日的收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格；以及公司本次发行上市之日起第四个月起至三年届满之日，若公司股票连续20个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产（每股净资产是指经审计的公司最近一期合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数除以该期审计基准日公司的股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产应相应进行调整，下同），公司将根据股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中的相关规定，履行回购股票及其他义务。如本公司/本人未履行上述承诺，将按照公司股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中约定的措施予以约束。本公司/本人将忠实履行承诺，如违反上述承诺，本公司/本人将承担相应的法律责任。
董事（不含独立董事）、高级管理人员	2022年6月1日	-	稳定股价措施的承诺及约束措施	本人将努力保持公司股价的稳定，自公司本次发行上市之日起前三个月内，如果公司股票出现连续10个交易日的收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格；以及公司本次发行上市之日起第四个月起至三年届满之日，若公司股票连续20个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产（每股净资产是指经审计的公司最近一期合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数除以该期审计基准日公司的股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产应相应进行调整，下同），公司将根据股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中的相关规定，履行回购股票及其他义务。如本人未履行上述承诺，将按照公司股东大会审议通过的《关于公司公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》中约定的措施予以约束。本人将忠实履行承诺，如违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。
发行人	2022年6月1日	-	招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺及约束措施	一、招股说明书及其他相关信息披露材料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其所载内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。二、如招股说明书及其他相关信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购本次发行上市的全部新股。回购价格按照发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如相关法律、法规等另有规定的从其规定。三、如公司招股说明书及其他相关信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

控股股东、实际控制人	2022年6月1日	-	招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺及约束措施	一、公司招股说明书及其他相关信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、如公司招股说明书及其他相关信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司/本人将依法购回已转让的原限售股份（如有），依法督促公司回购本次发行并上市的全部新股。购回价格按照发行价（若股份公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份购回时，如相关法律、法规等另有规定的从其规定。三、如公司招股说明书及其他相关信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失。四、若控股股东、实际控制人未及时履行上述承诺，控股股东、实际控制人将在公司及证券监管机构指定的报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，同时其持有的公司股份将不得转让，直至按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。
董监高	2022年6月1日	-	招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺及约束措施	一、公司招股说明书及其他相关信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。二、如公司招股说明书及其他相关信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且本人被证券监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者损失。
发行人	2022年6月1日	-	填补摊薄即期回报的承诺及约束措施	一、加强募集资金管理，确保募集使用合法合规为规范募集资金的管理和使用，确保募集资金专款专用，公司已制定《募集资金管理制度》，明确公司对募集资金实行专户存储制度。募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，做到专款专用，便于加强对募集资金的监管和使用,保证募集资金合法、合理地使用。二、加快募投项目投资建设，尽快获得预期投资收益本次发行上市募集资金紧紧围绕公司主营业务，公司已对投资项目的可行性进行了充分论证，该等项目的建成有利于提升公司技术水平、优化业务能力并提高市场份额，将促进公司提升盈利能力、增强核心竞争力和可持续发展能力。本次发行上市所募集的资金到位后，公司将加快推进募投项目的建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期收益，提高股东回报，降低本次发行上市所导致的即期回报被摊薄的风险。三、不断提升公司治理水平，为公司发展提供制度保障公司将严格遵循《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善提升公司的治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按法律、法规和《公司章程》的规定行使职权，确保独立董事能够严格履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的权益，确保监事会能够独立有效的行使对董事、高级管理人员及公司财务等的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。四、严格执行利润分配政策，强化投资者回报机制公司在《公司章程》及《利润分配制度》中对利润分配政策作出了明确规定。同时为了更好地保证

				投资者的合理回报,进一步落实《公司章程》及《利润分配制度》中关于利润分配政策相关条款,增强股利分配决策的透明度和可操作性,便于投资者的监督,公司制订了《关于公司公开发行股票并上市后未来三年股东回报规划的议案》,对上市后三年的利润分配进行了具体安排。公司将依照证券监管机构的要求,保持利润分配政策的连续性与稳定性,重视对投资者的合理投资回报,兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。公司将忠实履行承诺,如违反上述承诺,公司将承担相应的法律责任。
控股股东、实际控制人	2022年6月1日	-	填补摊薄即期回报的承诺及约束措施	1、不越权干预公司经营管理活动,不违法侵占公司利益;2、切实履行所作出的任何有关填补回报措施的承诺,若违反该等承诺、给公司或者投资者造成损失的,依法承担对公司或投资者的补偿责任。本承诺出具日后至公司本次发行上市实施完毕前,若中国证监会、北交所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定,且上述承诺不能满足该等规定时,本公司/本人承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺,同意按照证券监管机构发布的有关规定、规则,对本公司/本人作出处罚或采取相关管理措施。
董监高	2022年6月1日	-	填补摊薄即期回报的承诺及约束措施	1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;2、承诺对本人的职务消费行为进行约束;3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动;4、承诺公司董事会制定的薪酬制度与公司填补摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩;5、若公司后续推出股权激励计划的,承诺拟公布的股权激励计划的行权条件与公司填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩;6、切实履行所作出的任何有关填补回报措施的承诺,若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的,依法承担对公司或投资者的补偿责任;本承诺出具日后至公司本次发行上市实施完毕前,若中国证监会、北交所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定,且上述承诺不能满足该等规定时,本人承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺,同意按照证券监管机构发布的有关规定、规则,对本人作出处罚或采取相关管理措施。
发行人	2022年6月1日	-	未履行承诺的约束措施	一、公司保证将严格履行本次发行上市招股说明书披露的承诺事项,并承诺严格遵守下列约束措施:1、如果公司未履行招股说明书中披露的相关承诺事项,公司将在股东大会及证券监管机构所指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况,并向股东和社会公众投资者道歉;2、如果因公司未履行相关承诺事项,致使投资者在证券交易中遭受损失的,公司将依法向投资者赔偿相关损失;3、自完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前,公司不得以任何形式对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员增发薪资或津贴。二、如因相关法律、法规、规章及规范性文件、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的,公司将采取以下措施:1、及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因;2、向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺(相关承诺需按法律、法规、《公司章程》的规定履行相关审批程序),以尽可能保护投资者的权益。上述承诺内容系承诺人的真实意思表示,承诺人自愿接受证券监管机构、自律组织及社会公众的监督,若违反上述承诺,承诺人将依法承担相应责任。

<p>控股股东、实际控制人</p>	<p>2022年6月1日</p>	<p>-</p>	<p>未履行承诺的约束措施</p> <p>1、如果本人未履行太湖雪招股说明书中披露的一、公司控股股东、实际控制人承诺将严格履行公司本次发行上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：1、如果本公司/本人未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司/本人将在股东大会及证券监管机构所指定的信息披露平台公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉；2、如果因本公司/本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本公司/本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本公司/本人当年所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时，在本公司/本人未承担前述赔偿责任期间，不得转让本公司/本人直接或间接持有的公司股份，因继承、被强制执行、公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。二、如因相关法律、法规、规章及规范性文件、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司/本人无法控制的客观原因导致本公司/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司/本人将采取以下措施：1、及时、充分披露本公司/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；2、向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、《公司章程》的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。上述承诺内容系各承诺人的真实意思表示，各承诺人自愿接受证券监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，各承诺人将依法承担相应责任。</p>
<p>董监高</p>	<p>2022年6月1日</p>	<p>-</p>	<p>未履行承诺的约束措施</p> <p>一、公司全体董事、监事、高级管理人员承诺将严格履行公司本次发行上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：1、如果本人未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在股东大会及证券监管机构所指定的信息披露平台公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉；2、如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本人当年在公司处所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任。同时，在本人未承担前述赔偿责任期间，不得转让本人直接或间接持有的公司股份（如适用），因继承、被强制执行、公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。二、如因相关法律、法规、规章及规范性文件、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：1、及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；2、向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、《公司章程》的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。上述承诺内容系各承诺人的真实意思表示，各承诺人自愿接受证券监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，各承诺人将依法承担相应责任。</p>

实际控制人或控股股东	2022年9月15日	其他承诺（违规行为为股份自愿锁定承诺）	鉴于苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“公司”）拟申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所（以下简称“北交所”）上市，作为其控股股东/实际控制人/董事长/总经理，本人/本企业承诺如下：1、自公司股票在北交所上市后，若公司发生了资金占用、违规担保、虚假陈述等严重违法违规行为的，自该违规行为发生之日起至违规行为发现后六个月内，本人/本企业承诺不对外转让本人/本企业直接及/或间接持有的公司股份，并按照北交所相关要求办理自愿限售手续。2、自公司股票在北交所上市后，若本人/本企业发生了内幕交易、操纵市场、虚假陈述等严重违法违规行为的，自该违规行为发生之日起至违规行为发现后十二个月内，本人/本企业承诺不对外转让本人/本企业直接及/或间接持有的公司股份，并按照北交所相关要求办理自愿限售手续。3、本人/本企业将遵守上述股份锁定承诺，若本人/本企业违反上述承诺的，本人/本企业转让直接及/或间接持有的公司股份的所获增值收益将归公司所有。
------------	------------	---------------------	---

## （二）前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
实际控制人、控股股东	2016年3月1日	2022年6月1日	同业竞争承诺	本公司/本人将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对苏州太湖雪丝绸股份有限公司构成竞争的业务及活动，或拥有与苏州太湖雪丝绸股份有限公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、组织的控制权。本承诺函在本公司/本人作为苏州太湖雪丝绸股份有限公司控股股东及实际控制人期间持续有效且不可变更或撤销。本公司/本人愿意承担因违反上述承诺而给苏州太湖雪丝绸股份有限公司造成的全部经济损失。
实际控制人、控股股东	2016年3月1日	2022年6月1日	减少并规范关联交易承诺函	1、本公司/本人在具有苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“股份公司”）控股股东或实际控制人身份期间，将尽可能减少与股份公司之间的关联交易。2、对于无法避免的关联交易，在不与法律、法规相抵触的前提下，本公司/本人及本公司/本人控制的或具有重要影响的企业将按照有关法律法规、《公司章程》和《关联交易管理制度》等规定的程序及市场价进行交易，不损害规范公司及其他股东的利益。3、本公司/本人愿意承担因违反上述承诺而给股份公司及其他股东造成的全部经济损失。
董监高	2016年3月1日	2022年6月1日	同业竞争承诺	本人及本人的直系亲属不存在自营或为他人经营与太湖雪同类业务的情况。本人在太湖雪前五名供应商或客户中不占有权益，不存在与太湖雪利益发生冲突的对外投资

董监高	2016年3月1日	2022年6月1日	减少并规范关联交易承诺函	本人将不利用作为太湖雪的董事及高级管理人员地位或以其他身份进行损害太湖雪及其他股东利益的行为；若本人及受本人控制的企业与太湖雪之间无法避免的发生关联交易，将严格遵循市场公平原则进行，在太湖雪董事会或股东大会对涉及己方利益的关联交易进行决策时，本人将严格按照法律、法规、规范性文件及公司章程的规定，自觉回避。本人愿意承担因违反上述承诺而给太湖雪及其他股东造成的经济损失。
-----	-----------	-----------	--------------	--

### （三）其他披露事项

无

## 十、其他事项

无

## 第五节业务和技术

### 一、发行人主营业务、主要产品或服务情况

#### (一) 主营业务、主要产品及主营业务收入的主要构成

##### 1、公司的主营业务

世界丝绸看中国，中国是桑蚕的原产地，素有“东方丝国”的美称。蚕桑文化是中华文明的重要组成部分，至今已有五千多年的历史。自古以来，丝绸随着“丝绸之路”及“海上丝绸之路”贸易传遍世界，成为中华文明的一张闪亮名片。

公司以“太湖雪”品牌为核心，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务。在新消费、新国货、新零售的背景下，努力弘扬中华丝绸文化。经过十余年的深耕发展，公司形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，“太湖雪”成为市场上具备一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。公司的“太湖雪”品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、苏州市知名商标等荣誉称号，公司的桑蚕长丝绵被荣获“江苏精品”认证证书。

公司应用互联网思维，成功打通线上与线下、境内与境外的销售渠道。公司线下营销主要是通过直营专卖店、直营商场专柜、经销商等渠道。线上营销主要是通过天猫、京东、唯品会、亚马逊等电子商务平台宣传推广并销售。

公司为江苏省高新技术企业。2021年10月，公司被中华人民共和国工业和信息化部办公厅评为第三批服务型制造示范企业；2021年5月，公司被中共江苏省委宣传部、江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视局、江苏省市场监督管理局、江苏省统计局、江苏省工商业联合会评为2020-2021年度江苏民营文化企业30强；2020年1月，公司被苏州市工业和信息化局评为2019年苏州市“专精特新”示范中小企业；2018年4月，公司被江苏省委宣传部、省科学技术厅、省文化厅、省新闻出版局评为“江苏省重点文化科技企业”。

公司秉承技术创新，专注于蚕丝被工艺与技术的创新。截至2022年6月30日，公司共获得3项发明专利、68项实用新型专利。同时公司积极参与起草国家标准5项、行业标准3项、团体标准2项，具体如下：

序号	标准名称	标准类别
1	《桑蚕天然彩色茧》（GB/T29571-2013）	国家标准
2	《苏绣》（GB/T38029-2019）	国家标
3	《蚕丝被》（GB/T24252-2019）	国家标准
4	《织锦工艺制品》（GB/T22850-2020）	国家标准
5	《纺织品丝绸术语》（GB/T26380-2022）	国家标准
6	《蚕丝拉绒围巾、披肩》（FZ/T44007-2019）	行业标准
7	《丝绒织物》（FZ/T43013-2022）	行业标准
8	《桑蚕丝罗织物》（FZ/T43059-2022）	行业标准
9	《震泽蚕丝棉》（T/ZZCS001-2018）	团体标准
10	《震泽蚕丝被》（T/ZZCS002-2018）	团体标准

公司秉持“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司将中国典雅精致、温婉内敛的传统文化融入产品设计中，以素雅为主基调，结合经典设计和现代家居审美，简洁中透精致，平淡中显奢华，既与时代同步，又彰显尊贵气质与丝绸之美。

根据中国纺织品商业协会和中国家用纺织品行业协会的统计调研，2018-2020年公司蚕丝被产品的市场占有率位居行业前三。

公司拥有较强的文创设计能力，已取得版权2,000余项。公司针对传统节日推出“橙意满满”、“万柿如意”等文创设计产品；针对女性日常装饰推出组合文创礼盒产品；为苏州广播电视总台、相城文商旅集团、碧桂园等企业客户推出定制文创礼盒；与苏州博物馆、颐和园合作推出【掩花颜、粲金珠、山色空濛】等联名设计产品。

## 2、主要产品及用途

公司主要产品为丝绸相关产品，已形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列。公司产品介绍如下：

产品系列	材质	产品名称	产品图示	产品说明
蚕丝被	桑蚕丝	夏被、春秋被、冬被、子母被		蚕丝被内部填充100%蚕丝，具有贴身保暖、天然调温、柔软亲肤、吸湿排汗等特点。蚕丝被分为春秋被、夏被、冬被、子母被等多样化产品，可满足消费者不
	柞蚕丝			
	桑柞混合			

				同场景使用需求。面料除采用传统的提花、印花等工艺外有添加抗菌，香氛等功能提升消费者的睡眠体验。
床品 套件	真丝	真丝套件		真丝套件产品采用100%真丝面料,质地柔软、触感细腻。真丝素有“纤维皇后”纤维中含有人体所必须的18种氨基酸,有人类的“第二皮肤”的美称。
	全棉	全棉套件		全棉套件产品采用柔软细腻的纱线织造而成的全棉面料缝制。质感均细腻柔软,花型经典耐看。
	真丝	真丝枕套		真丝枕套A面采用100%真丝制作,面料光泽柔和、细腻亲肤。产品有时下流行的莫兰迪等纯色系列,还有设计师手绘印花系列。
	桑蚕丝	真丝枕芯		真丝枕芯内部填充蚕丝、化纤,舒适透气、轻柔回弹,有助于提升消费者睡眠质量。枕芯面料顺滑亲肤,工艺上采用可拆卸设计,更加方便清洗。
丝绸 饰品	真丝	真丝丝巾、眼罩、口罩、发带、睡袋等		以真丝面料为原料,开发出真丝丝巾、真丝眼罩、真丝口罩、真丝发带、真丝睡袋等丝绸饰品。在吸引消费者关注的同时,将丝绸应用渗透到日常生活中,打造丝绸生活方式新理念。
丝绸 服饰	真丝	真丝睡衣		真丝睡衣产品颜色、款式、风格多样,以满足消费者多样化场景需求。真丝面料柔软亲肤,可以带来更舒适的家居生活体验。
<b>3、主营业务收入主要构成情况</b>				

公司主营业务收入按产品类别的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
蚕丝被	7,416.10	56.81%	21,054.63	56.74%	16,809.11	54.37%	12,902.09	54.96%
床品套件	4,140.01	31.71%	10,805.94	29.12%	9,367.50	30.30%	6,641.78	28.29%
丝绸饰品	1,025.57	7.86%	3,989.98	10.75%	3,828.16	12.38%	3,093.24	13.18%
丝绸服饰及其他	472.57	3.62%	1,258.39	3.39%	909.70	2.94%	840.17	3.58%
合计	13,054.25	100.00%	37,108.94	100.00%	30,914.48	100.00%	23,477.27	100.00%

公司主要生产和销售蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰等系列产品，营业收入主要来源于蚕丝被、床品套件和丝绸饰品。

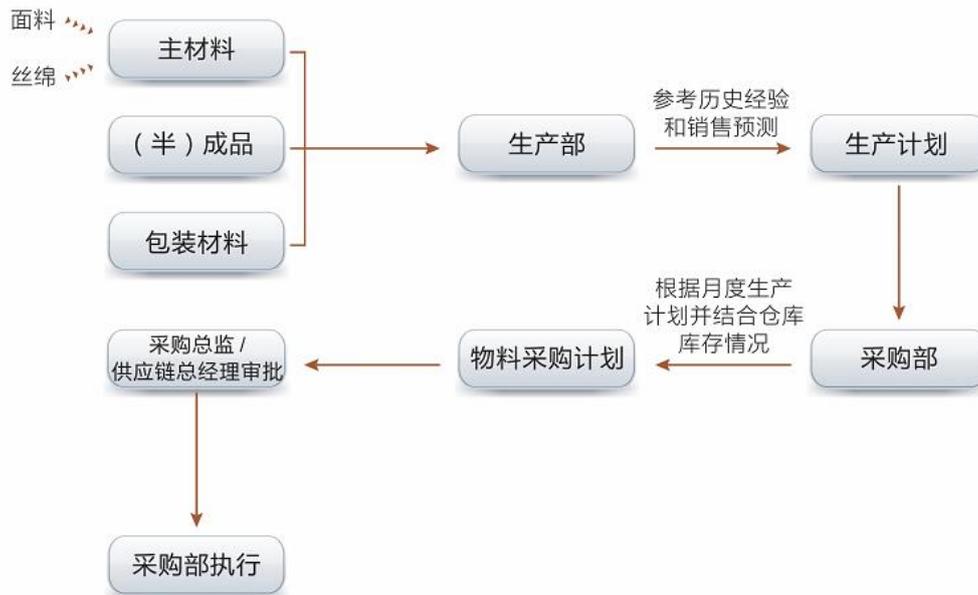
## （二）发行人经营模式

### 1、采购模式

公司采购部负责公司的采购，采购内容包括填充物、面料、辅料、包装材料等。公司综合近期订单数量和已采购的丝绵、坯布、成品布、辅料、包装材料等库存情况进行采购。同时，公司对于主要原材料丝绵适度备货。

公司采购流程图具体如下：



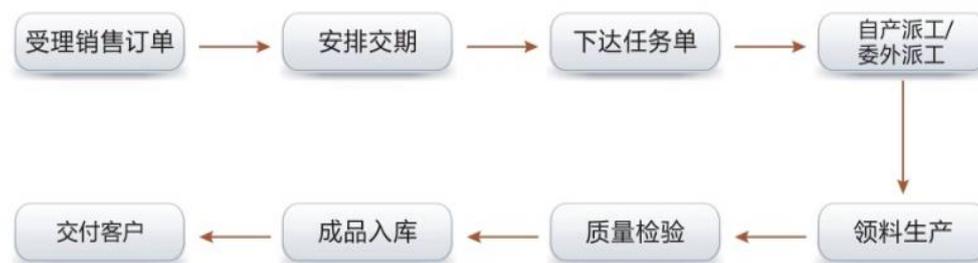


## 2、生产模式

公司生产模式分为自主生产模式、委外加工模式和外包模式。自主生产模式为公司自主采购原材料并生产，蚕丝被、床品套件中的丝绸套件、部分丝绸饰品主要采用该生产模式。

委外加工模式为公司自主采购原材料，委托其他公司提供加工服务，公司蚕丝被生产过程中的拉绵、床品套件的面料印染、印花等工序采用委外加工模式。

外包模式为向供应商采购产成品并贴“太湖雪”品牌直接对外销售，床品套件中的全棉套件、丝绸服饰主要采用该生产模式。



## 3、销售模式

公司营销渠道主要包括线下渠道和线上渠道。根据店铺经营主体，分为直销和分销。根据销售区域，分为境内和境外。公司线下渠道主要在境内，线上渠道的亚马逊、Ebay平台和太湖雪海外官网负责境外销售。

截至招股说明书签署日，公司销售模式情况如下：

销售渠道	销售模式	销售区域	细分	主要类型
线下	直销	境内	直营专卖	各直营门店
		境内	直营商场专柜	商场专柜
		境内	企业客户集采	ODM：京东京造等
				太湖雪自主品牌
	境外		ODM：B2B 国际贸易	
分销	境内	经销商	签订经销合同并有门店的商家	
线上	直销	境内	自营店铺	天猫官方旗舰店、京东 POP 店（太湖雪自营店铺）等
		境外		亚马逊、Ebay、太湖雪海外官网等
	分销	境内	平台入仓	京东自营旗舰店、东方电视购物等
			直发模式	一条生活馆等

### （1）线下营销渠道

公司线下营销主要是通过直营专卖店、直营商场专柜、经销商等渠道开发客户。截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有线下直营专卖店 20 家、直营商场专柜 14 家、经销商 11 家。

#### ①直营专卖店

公司开设直营专卖店，通过由公司拥有或租赁的门店进行产品销售，消费者可直接在各门店购买，直营专卖店同终端消费者之间的结算方式一般为先款后货。

截至 2022 年 9 月 30 日，线下直营专卖店共 20 家，其中 18 家在苏州，2 家在北京，具体情况如下：

序号	直营店名称	地址
<b>一、江苏省内</b>		
1	苏州太湖雪丝绸股份有限公司人民路分公司	江苏省苏州市人民路 802 号
2	苏州太湖雪丝绸股份有限公司园区分公司	江苏省苏州市工业园区苏州大道东 265 号第 L1 层 L105
3	苏州太湖雪丝绸股份有限公司新区绿宝分公司	江苏省苏州市高新区绿宝休闲购物广场 1 幢 3 楼 L3-19
4	苏州太湖雪丝绸股份有限公司吴江鲈乡路店	江苏省苏州市吴江区松陵镇鲈乡南路 1397 号
5	苏州太湖雪丝绸股份有限公司同里分公司	江苏省苏州市吴江区同里镇新填街明清街北入口底层商铺

6	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 吴江高新路店	江苏省苏州市吴江区松陵镇高新路938号6幢101-106
7	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 艾美酒店店	江苏省苏州市迎宾大道518号苏州湾艾美大酒店
8	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 鲈乡南路店	江苏省苏州市鲈乡南路2306号
9	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 总部直营店	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村318国道北侧
10	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 蚕桑园丝品店	江苏省苏州市震泽镇蚕桑园
11	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 昆山前进分公司	江苏省苏州市昆山市前进西路1174号
12	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 张家港暨阳路分公司	江苏省苏州市张家港市暨阳东路未来城465-467#
13	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 苏州吴江黎里分公司	江苏省苏州市吴江区黎里镇平楼街32号
14	苏州小镇故事文化传播有限公 司	江苏省苏州市昆山市周庄镇蛄园弄35号
15	苏州市盛太丝绸有限公司	江苏省苏州市吴江区盛泽中心广场6号
16	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 姑苏分公司	苏州市络香路2号
17	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 竹辉分公司	苏州市姑苏区竹辉路168号
18	苏州太湖雪丝绸 份有限公司 盛泽国际大厦分公司	江苏省苏州市吴江区盛泽镇舜湖西路88号
<b>江苏省外</b>		
19	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 北京海淀区分公司	北京市海淀区远大路1号D段4层4327号
20	苏州太湖雪丝绸股份有限公司 北京亦庄分公司	北京市北京经济技术开发区兴海路1号院1号楼三层3F-28

## ②直营商场专柜

公司直营商场专柜经营模式即公司租用商场专柜开展销售业务，消费者可直接在各商场公司所经营的专柜购买产品。公司同商场的结算方式为：公司按月与商场进行销售情况核对，取得商场的销售结算单，以终端零售价扣除商场约定扣点后的金额，确认销售收入，结算方式为银行转账。

截至2022年9月30日，公司直营商场专柜共14家，具体如下：

序号	直营商场专柜名称	地址
<b>江苏省内</b>		
1	苏州人民商场	江苏省苏州市北局22号人民商场二楼
2	石路国际商城	江苏省苏州市石路步行街18号石路国际商城六楼

3	苏州第一百货	江苏省苏州市人民路 1381 号第一百货六楼
4	天虹商场（石路店）	江苏省苏州市广济南路 219 号石路天虹 6 楼
5	天虹商场（园区店）	江苏省苏州市苏雅路 388 号天虹百货三楼 A 幢
6	天虹商（木渎店）	江苏省苏州市金山路 47 号木渎天虹 3 楼
7	泉屋百货	江苏省苏州市长江路 211 号泉屋百货 3 楼
8	昆山商厦	江苏省苏州市昆山市人民南路 146-148 号昆山商厦六楼
9	金科大酒店	江苏省苏州市高铁新城金科大酒店一楼
10	喜来登酒店店	苏州工业园区月亮湾路 8 号一楼
<b>江苏省外</b>		
11	新世界百货（崇文门店）	北京市东城区崇文门外大街 3 号新世界百货综合馆四层
12	鑫海韵通百货（顺义店）	北京市顺义区府前西街 1 号鑫海韵通二层
13	北京城乡贸易中心	北京市海淀区复兴路甲 23 号城乡华懋五层
14	物美京北大世界	北京市怀柔区龙山街道府前街 14 号京北大世界二层

### ③经销商

公司采取经销商分销的方式，同有门店的经销商采取买断式合作方式，公司在将货物交付经销商并完成签收时确认收入。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司下设经销商共 11 家，具体如下：

序号	经销商店名称	地址
<b>江苏省内</b>		
1	苏州温德姆商贸有限公司	江苏省苏州市吴江区黎里镇莘塔大街 808 号
2	苏州市吴中区木渎太湖雪床上用品商行	江苏省苏州市吴中区木渎镇金山路 201 号
3	苏州市吴中区角直舒心家纺店	江苏省苏州市吴中区角直镇海藏路 5 号-10
4	高新区东渚天下雪贸易商行	江苏省苏州高新区东渚镇美田里路 6 号 10 幢 103、104 室
5	苏州市相城区北桥小燕子床上用品店	江苏省苏州市相城区北桥街道天宇佳缘 2 幢 101 室
6	相城区望亭镇缔绣家纺用品店	江苏省苏州市相城区望亭镇商业广场 8 幢 102 室
7	苏州市相城区元和双玉家纺经营部	江苏省苏州市相城区元和街道芙蓉新村 10 幢 104 号
8	苏州金钺水韵丝绸有限公司	江苏省苏州市张家港市杨舍镇步行街 42 号三楼
9	太仓茂之庆贸易有限公司	太仓市城厢镇人杰景典苑 2 幢 112,212 室,113,213 室
10	苏州工业园区中茵文化创意商行	苏州工业园区星港街 168 号一楼

## 江苏省外

11 北京新姐说商贸有限公司

北京市西城区新街口南大街1号1层A1

### ④企业客户集采

企业客户集采指通过业务员开拓的大型电商平台客户团购或企事业单位团购销售，系公司的主要销售渠道。境内企业客户集采包括太湖雪自主品牌产品集采销售和在ODM模式下产品集采销售。太湖雪自主品牌产品集采销售系发行人业务员开拓企事业单位团购销售，主要销售太湖雪自主品牌产品。ODM模式下产品集采销售系主要面向京东京造等大型电商平台，发行人采取ODM合作方式，即发行人提供产品设计和生产制作，之后贴牌“京东京造”等大型电商平台品牌予以销售。境外企业客户集采主要为ODM模式下开展B2B国际贸易，主要面向国外企业团购销售。

### (2) 线上营销渠道

线上营销主要是通过网络营销加大线上平台的产品和企业形象宣传，以突破客户资源的地域性限制，扩大销售量。公司主要通过天猫、京东、亚马逊、太湖雪海外官网、一条生活馆等电子商务平台以及东方电视购物进行线上销售。

公司线上营销渠道主要分为线上自营店铺、平台入仓和直发模式，具体如下：

项目	自营店铺	平台入仓	直发模式
模式简介	公司主要通过入驻天猫、京东、亚马逊等第三方B2C电商平台开设自营店铺，向终端消费者销售产品；电商平台主要提供互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持，公司主要负责店铺运营、销售管理及客户管理等工作。	公司根据平台以往销售情况及营销活动预测销量进行备货，与平台沟通确定后，委托物流公司将商品发往电商平台指定的仓库，由电商平台负责商品的销售及售后服务等工作。目前平台入仓模式主要有京东自营旗舰店、东方电视购物等。	公司与电商平台或者其他线上店铺进行合作，消费者直接向电商平台或其他店铺下单并付款，公司收到电商平台或其他店铺订单后直接发货给消费者，商品的售后服务一般由电商平台或其他店铺负责。目前直发模式主要有一条生活馆等。
店铺来源	公司自行在国内外电商平台上注册并开设自营店铺或公司自行建立官网	平台提供/公司自行在电商平台注册	平台提供
销售方式	以网上店铺方式直接向消费者销售产品	平台负责销售产品	平台负责销售产品
发货方式	公司发货/亚马逊FBA仓发货	电商平台发货，少量公司发货	公司发货
结算方式	境内自营店铺为：公司发货后经客户确认收货或系统自动确认收货并收到	在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销	在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销

	货款时确认收入； 境外自营店铺为：客户在第三方电商平台或太湖雪海外官网下单并支付货款后，线上销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在将商品交付给物流公司时确认销售收入	售收入	售收入
是否为买断式销售	最终消费者买断	公司同平台间为非买断式，平台同消费者间为买断式	公司同平台间为非买断式，平台同消费者间为买断式

#### 4、研发模式

公司研发包括技术研发和创新设计两个方面。

##### (1) 技术研发

公司技术研发包括蚕丝处理技术、蚕丝纤维染色及功能整理技术，由研发部门制定研究计划，通过自主创新或合作开发，形成研发成果。

##### (2) 创新设计

创新设计包含花型、款式设计以及定制化产品设计。

花型、款式的设计工作以产品规划为基础。公司通过参加展会、市场调研等形式对市场流行趋势进行考察分析，制定产品规划。设计人员根据产品规划所确定的本季产品主题和选材范围，进行花稿、款式、工艺的具体设计。具体设计草案成型后，再进行讨论、分析并调整定案，并按定案进行新产品打样。

定制化设计需要设计人员先与客户进行沟通，确定客户对产品图案、款式的需求，然后分别从图案设计（平面）、款式设计（空间）两个维度进行方案设计，设计稿经客户确认后，再进行产品定制生产。

#### 5、盈利模式

公司主要产品为蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰，依靠优质的产品和服务，逐步建立起“太湖雪”品牌的知名度，并不断拓展线上和线下销售渠道，从而使收入、利润规模实现持续稳定增长。

#### 6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式的变化情况

公司结合主营业务、生产技术工艺的性质和特点以及国家产业政策、行业上下游发展情况、企业发展阶段等综合因素，形成了目前的经营模式。

报告期内，上述影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，经营模式亦未发生重大变化；在可预见的未来一定时期内，公司经营模式预计不会发生重大变化。

### **（三）业务模式的创新性与独特性及持续创新机制**

#### **1、业务模式的创新性与独特性**

##### **（1）品牌创新**

公司位于中国绸都集聚地苏州、杭州、湖州等环绕中心的震泽镇，是我国著名的蚕丝之乡，富有“太湖之滨，千年古镇，蚕桑之乡，丝绸故里”的美誉，是我国蚕丝被生产的产业集聚地之一。

公司秉承产品质量为企业的生命线，打造“太湖雪”品牌，选用优等品质的桑蚕丝绵作原料，坚持工艺与技术创新，在众多蚕丝被企业中脱颖而出，成为市场上具有一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌，公司的“太湖雪”品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、苏州市知名商标等荣誉称号，公司桑蚕长丝绵被荣获“江苏精品”认证证书。

##### **（2）产品创新**

丝绸蕴含深厚的文化内涵，公司努力弘扬丝绸文化，将丝绸文化与蚕丝被、丝绸饰品等丝绸产品结合，公司的产品兼具实用性与文化创意，围绕蚕丝原料，积极探索，创新以丝绸作为文化艺术呈现的产品。

公司秉持“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司将中国典雅精致、温婉内敛的传统文化融入产品设计中。公司一直致力于自身品牌与苏州传统工艺、非遗文化的融合，在推广苏州蚕桑文化的同时，不断提升品牌影响力以及知名度。。

##### **（3）工艺与技术创新**

公司秉承技术创新，专注于蚕丝被等丝绸制品工艺与技术的创新。公司为高新技术企业，截至2022年6月30日，公司共获得3项发明专利、68项实用新型专利。同时公司积极参与起草国家标准5项、行业标准3项、团体标准2项，具体如下：

序号	标准名称	标准类别
1	《桑蚕天然彩色茧》（GB/T29571-2013）	国家标准
2	《苏绣》（GB/T38029-2019）	国家标准
3	《蚕丝被》（GB/T24252-2019）	国家标准
4	《织锦工艺制品》（GB/T22850-2020）	国家标准
5	《纺织品丝绸术语》（GB/T26380-2022）	国家标准
6	《蚕丝拉绒围巾、披肩》（FZ/T44007-2019）	行业标准
7	《丝绒织物》（FZ/T43013-2022）	行业标准
8	《桑蚕丝罗织物》（FZ/T43059-2022）	行业标准
9	《震泽蚕丝棉》（T/ZZCS001-2018）	团体标准
10	《震泽蚕丝被》（T/ZZCS002-2018）	团体标准

#### （4）柔性供应链管理模式

公司位于蚕丝被生产的集聚地，地理位置优越，四面临接桑蚕丝绵加工厂、面料生产制作厂、半成品缝制厂等，得天独厚的地理位置赋予其能够以快捷便利的交通方式进行物料运输、统筹安排订单生产，拥有快速响应的供应链体系，即在面临需求量大的急单情况下，具有在短时间内合理快速安排人员组织生产和供货的能力，公司具备成熟的柔性供应链管理模式。

公司可以在面对不同尺寸、不同净重含量、不同被芯面料和设计花型等定制需求上，自主生产或委托生产商和供应商进行加工制作，从而大大缩短生产时间，提高整体供货效率。

#### 2、持续创新机制

公司深耕蚕丝被市场，坚持工艺与技术创新，为打造真丝专属品牌，生产品质真、质量优的蚕丝被等丝绸产品，公司严格把控原材料采购，选取质量上乘的丝绵作为蚕丝被芯原料，并聘请富有蚕丝被拉制生产经验的专业人员制作蚕丝被芯，从而保证被芯四周拉制薄厚均匀，触感更加蓬松柔软。

#### （四）设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

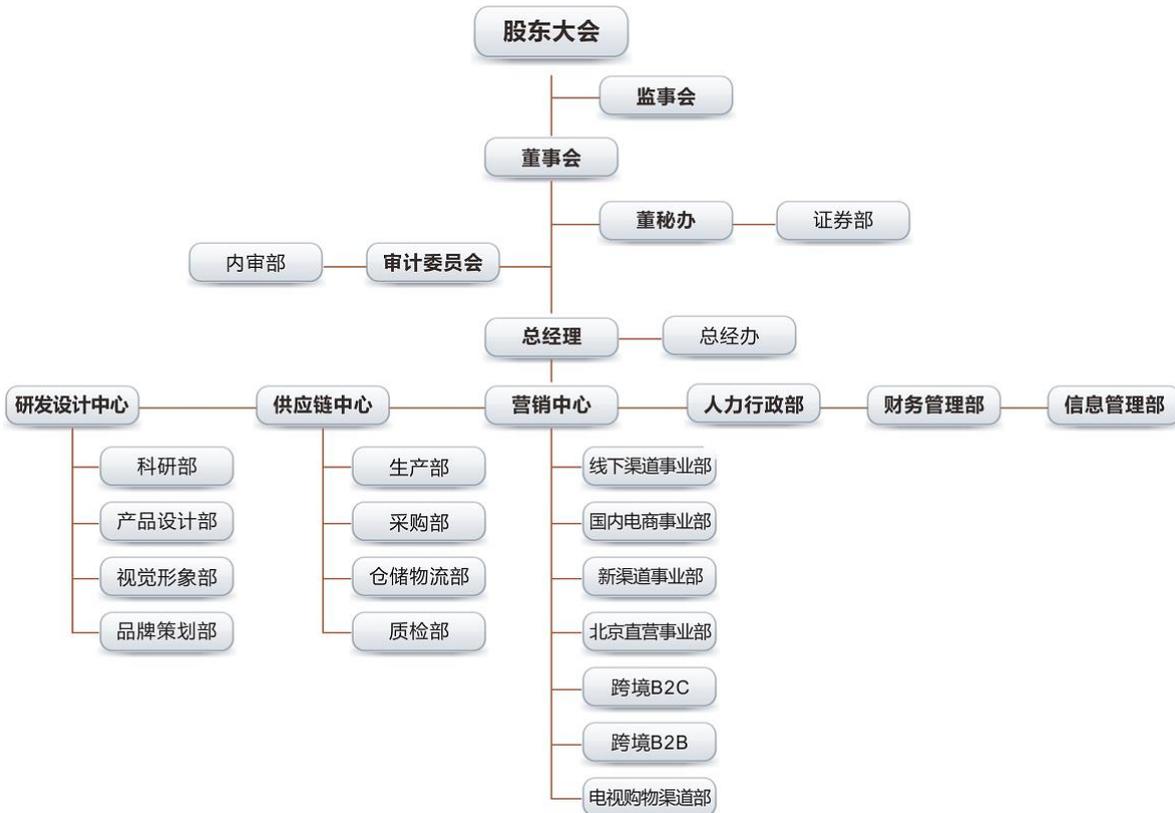
公司设立以来主营业务为丝绸相关产品的研发、生产和销售，主营业务、主要产品未发生变更，主要经营模式未发生变更，销售模式上近几年随着电商的兴起，线上渠道逐渐完善，线上销售收入相应上升。

## （五）公司组织架构、生产流程及方式

### 1、公司组织架构及其职能

#### （1）公司组织架构

截至招股说明书签署日，公司内部组织结构如下所示：



#### （2）主要部门职能情况

公司主要职能部门的基本职责和功能如下：

部门名称	主要职责和权限
研发设计中心	科研部和产品设计部根据年度、季度研发简报及研发计划并协调内外部资源进行新材料、新产品的研发设计。视觉形象部结合每年、每度新产品上新计划及品牌差异化定位，在消费者心智中实现区隔，提升太湖雪品牌形象及文化传播。品牌策划部通过市场调研及消费者需求分析，结合行业流行趋势及自身品牌定位，制定每年、每季度产品研发简报、研发计划、品牌定位、跨界合作等品牌差异化战略。
供应链中心	供应链中心分为生产部、采购部、仓储物流部、质检部。按照各渠道事业部订单需求计划，编制生产计划，通过合理配置内外部各种生产资源和技术手段，组织实施生产作业，制定生产操作规范、落实生产安全，从而持续改进产品质量，优化采购与供应成本，提高生产效率，以获得最佳的生产造成本。
营销中心	根据各渠道事业部的业务发展情况进行定性、定量分析并制定各渠道事业部年度发展规划。负责分解年度销售指标，采取各项措施确保年度销售指标达

	成。各渠道事业部根据年度发展规划及年度销售指标进行相应市场拓展、营运、销售支持、货款回收、客户服务及售后服务从而确保各项销售指标达成。负责国内外分公司、子公司的设立、运营及管理工作。
人力行政部	依据公司年度战略规划及经营计划，制定公司人力资源年度规划。组织实施员工招聘、劳动合同管理、学习培训、绩效考核、晋升晋级、员工关系、行政办公等各项工作，为公司正 开展日常工作，实现经营目标提供充分人力资源保障。
财务管理部	负责公司财务管理工作，包括日常财务管理，预决算编制，会计报表编制，财务报告提供，资产、资金、存货、分子公司监管等，保障公司正常经营需求；同时也为股东会、董事会、公司管理层经营决策提供财务分析支持。
信息管理部	依据公司战略规划和经营目标需求，制定并实施公司信息化方案；负责公司信息系统建设、系统运维、新系统培训与辅导、网络安全、计算机软硬件维护及迭代升级，提高各部门、各业务模块系统信息化运行效率。

## 2、主要产品工艺流程

目前，公司主要产品为蚕丝被和床品套件类，生产流程如下：

### (1) 蚕丝被生产流程图

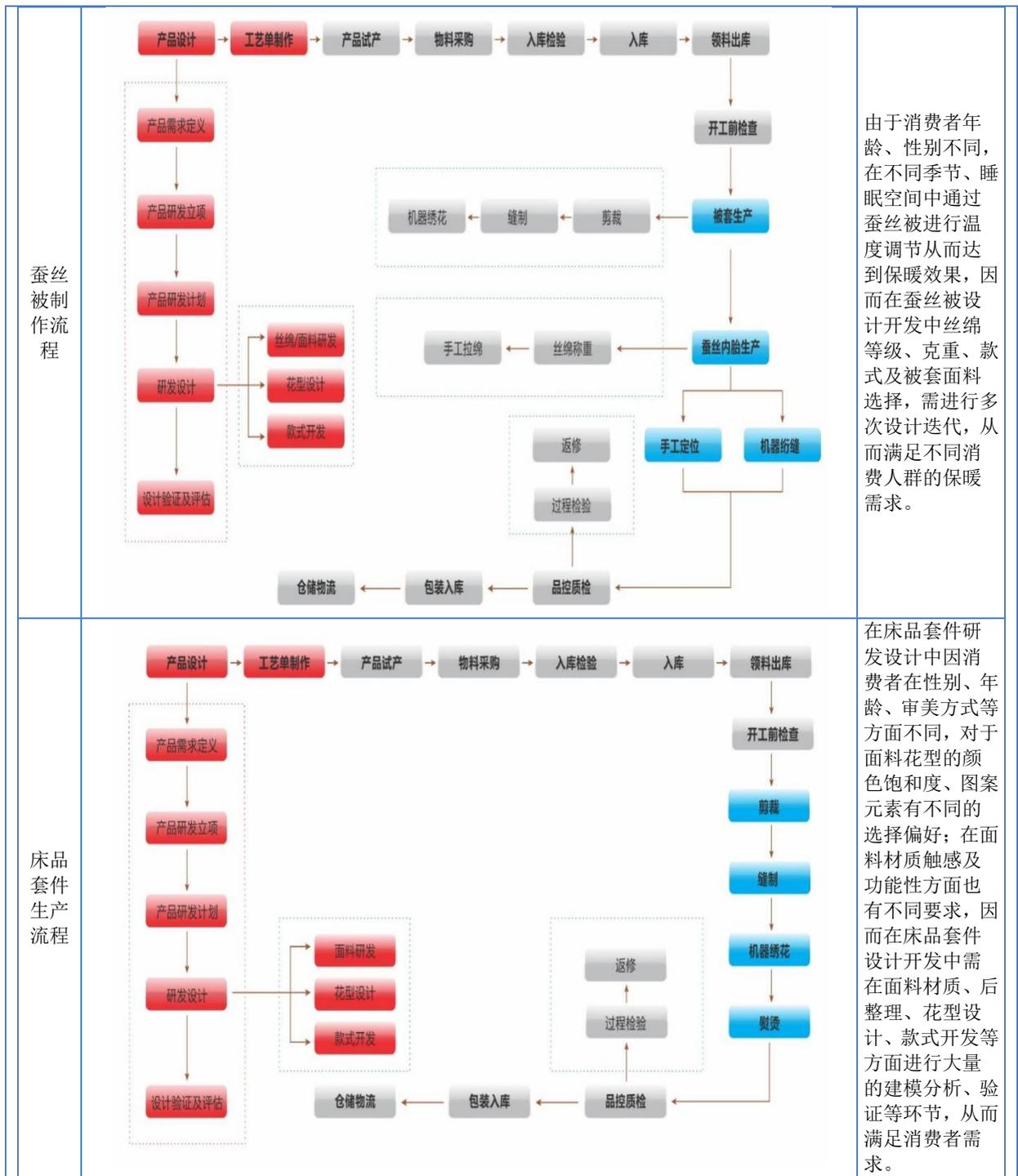


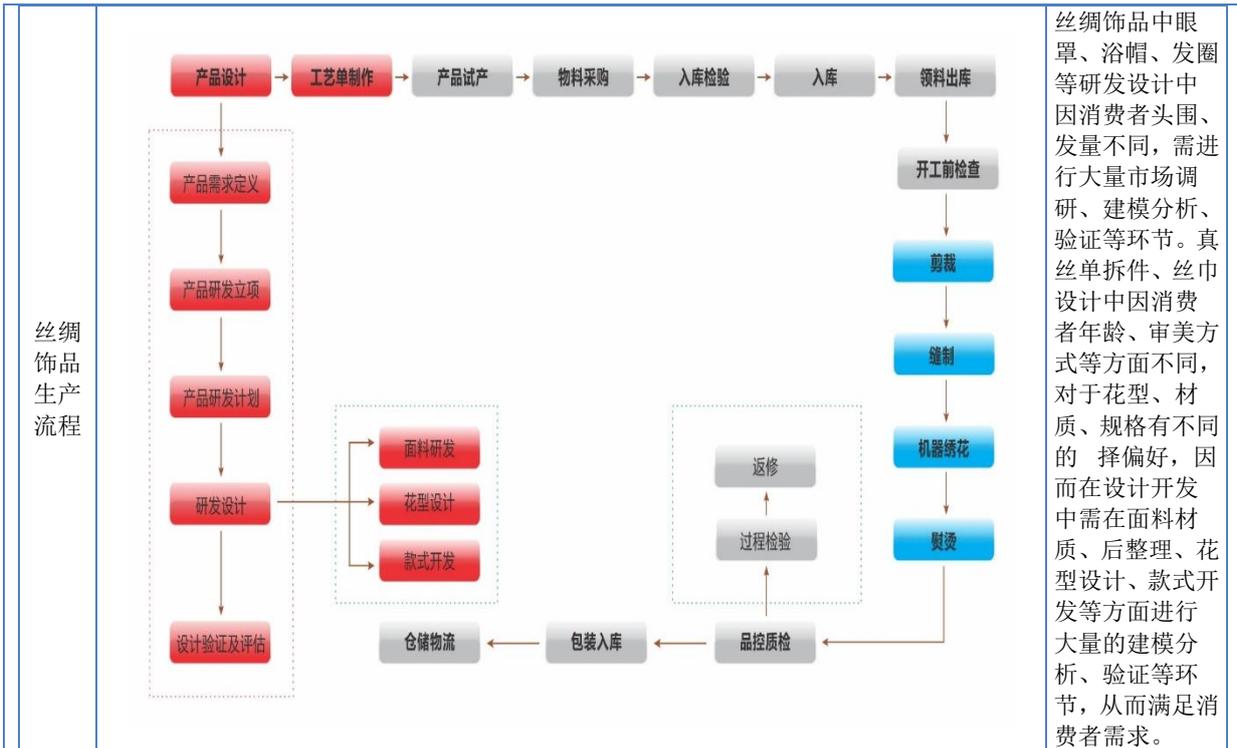
### (2) 床品套件、丝绸饰品生产流程图



公司蚕丝被、床品套件、丝绸饰品的生产工艺、核心工艺、工艺难点如下：

<b>具体制作内容</b>	工艺流程情况（红色为核心工艺，蓝色为可委外加工环节，绿框为主要生产流程的子流程）	<b>产品设计及工艺难点</b>
---------------	--	------------------





公司主要产品为蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰，公司的核心竞争力在于“太湖雪”品牌及销售渠道。

公司核心技术工艺的主要应用环节包括产品设计、工艺单制作、丝绸套件的设计与裁剪等。公司核心工艺自主掌握，将附加值相对较低的棉套件的裁剪、缝纫等工序委外，公司位于蚕丝被等丝绸产品生产的集聚地，外协厂商供应充足，公司对外协厂商不存在依赖。公司选择将部分半成品和产成品采用外协加工的方式进行生产，主要是基于以下因素：

### (1) 自有产能瓶颈

公司位于蚕丝被生产的集聚中心，周边 1 小时车程内有完整的蚕丝被产业体系，整个产业链上下游加工厂家齐全。公司经过多年发展，主营蚕丝被产品，生产均为人工手工拉制，凭借手工制产品的精细做工，公司已积累多家优质客户资源并建立了良好的客户关系，构成了公司核心竞争力的重要组成部分。随着公司不断开拓海内外线下线上的销售渠道，推广蚕丝被等真丝制品，客户采购订单数量随之增加，在面对线上急单、线下团购客户大批量购买等情形时，公司现有产能不能满足持续增加的订单需求，因此，公司有必要将部分半成品采用外协加工的方式进行生产，满足客户的订单需求。报告期内，发行人的产能利用率基本处于稳步提升的状态且已经饱和，为保证公司产品生产质量及交付效率，公司采用外协加工的方式进行部分环节生产加工。

## **(2) 生产工艺及环保要求**

公司主营业务为销售“太湖雪”品牌床上用品，得益于公司地处蚕丝被等丝绸产品生产集散中心，蚕丝被产品链上下游厂商齐全；同时，印染、印花加工工艺对生产企业资质具有特殊要求，与公司现有主营业务差异较大，且不属于公司未来发展方向，公司不会针对此类需求投资设备并办理资质，因此印染、印花等加工环节公司采取外协加工方式。

综上，基于发展方向、成本效益考虑，公司将上述工序外包生产具有必要性及合理性。发行人委外加工环节并非蚕丝被、丝绸套件生产加工的核心技术环节，发行人位于蚕丝被的集聚地，周边配套服务市场供应相对充足，发行人对委外加工供应商不存在依赖。

## **(六) 环境保护和安全生产情况**

### **1、环境保护**

根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于制造业大类中的“纺织业”，行业代码为“C17”；根据《国民经济行业分类代码》（GB/T4754-2017），公司属于“制造业-纺织业-家用纺织制成品制造”中的“床上用品制造”，行业代码为“C1771”。

根据《产业结构调整指导目录（2019年本）》，公司的蚕丝被等丝绸产品为鼓励类目录“符合环保要求的特种动物纤维、麻纤维、桑柞茧丝、彩色棉花、彩色桑茧丝类天然纤维的加工技术与产品”。

发行人主要经营活动为蚕丝被、床上用品、丝绸服饰和丝绸饰品的研发、生产与销售，采购的原材料为成品丝绵、真丝面料等，生产工艺主要为面料裁剪、缝纫、丝绵拉制等，不涉及重污染范畴。

根据《固定污染源排污许可分类管理名录》，发行人已在全国排污许可证管理信息平台进行了登记，取得了《固定污染源排污登记回执》，登记编号为：9132050078836153X2001Y，有效期至2027年6月9日。

报告期内，公司严格执行国家、省、市各项环保法律法规及政策，未发生重大环境污染事故或重大群体性环保事件。公司自设立以来始终注重环境保护工作，已通过

ISO14001 环境管理体系认证。公司坚持生产经营与环境保护工作同步发展的原则，严格执行各项环保法律法规。

## **2、安全生产**

报告期内，公司遵守国家及行业关于安全生产方面的法律、法规，制订了各项安全管理制度、各岗位安全操作规程，并获得 ISO45001 职业健康安全管理体系认证证书。公司定期对员工进行安全生产培训，加强安全生产教育，增强安全生产防范意识，保证全体人员具备必要的安全生产知识。

报告期内公司未发生重大安全生产事故。

## **（七）质量控制情况**

### **1、质量控制标准**

公司按照国家标准、行业标准及企业内部标准组织生产，并制定《太湖雪丝绸股份有限公司寝具用面料检验标准》和《太湖雪丝绸股份有限公司太湖雪单套件和芯类检验标准》，对面料和被芯类产品生产中的水洗尺寸变化、克重偏差率（g/m<sup>2</sup>）、耐水色牢度（级）、烫缩（%）、绗缝质量、包缝质量等项目进行规定。

### **2、质量管理体系及控制措施**

#### **（1）质量管理体系**

公司高度重视产品质量，建立了完善的质量管理体系。公司目前实施的质量管理体系包括 ISO9001 质量体系认证等。公司在产品订货、原材料采购、技术研发、产品检验、售后服务等各个环节建立了完善的质量控制标准和措施，保证产品质量体系的有效运行。

#### **（2）质量控制措施**

公司严格按照质量管理体系要求，管理从原材料采购到成品出厂的每一道工序。在质量控制制度层面，公司按照国家标准、行业标准，结合公司实际生产情况制定企业内部标准组织生产，具体分为《寝具用面料检验标准》和《单套件和芯类检验标准》两类。

在具体操作层面，公司对丝绵和面料实行全方位质量控制措施。从裁剪、绣花、缝制、翻制、包装到装箱，为每道工序制定了具体检验规范和标准。

公司从原材料采购、生产过程控制、库存管理等生产经营各个环节采取的质量安全管理措施如下：

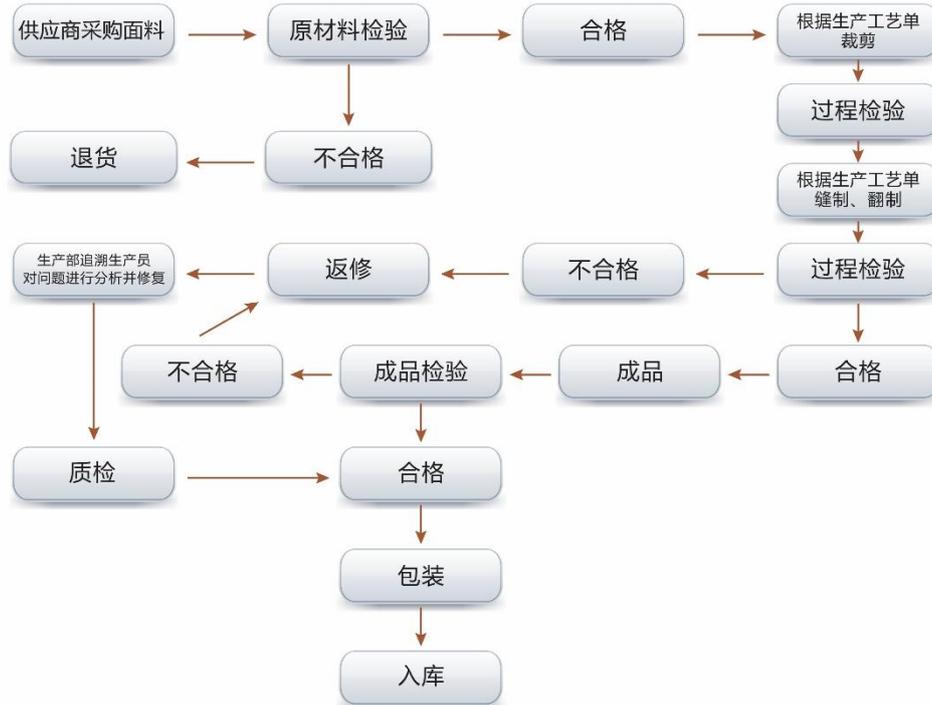
#### ①采购环节的质量控制措施

在供应商资质评审方面，由采购部主导经供应链总经理和公司总经理核准，对供应商的资质证书、工商信息、产品说明书等进行评审，经评审合格的供应商纳入《合格供应商名录》。采购部、质检中心、生产部、仓库等部门每年年初对供应商的质量稳定性、到货及时性、售后服务进行综合评价，填写《供应商能力评估表》，对评价合格的供应商列入《合格供应商名录》，对于得分低于 80 分的供应商经供应链总经理和公司总经理审批剔除出合格供应商名录，采购部定期更新合格供应商名录。

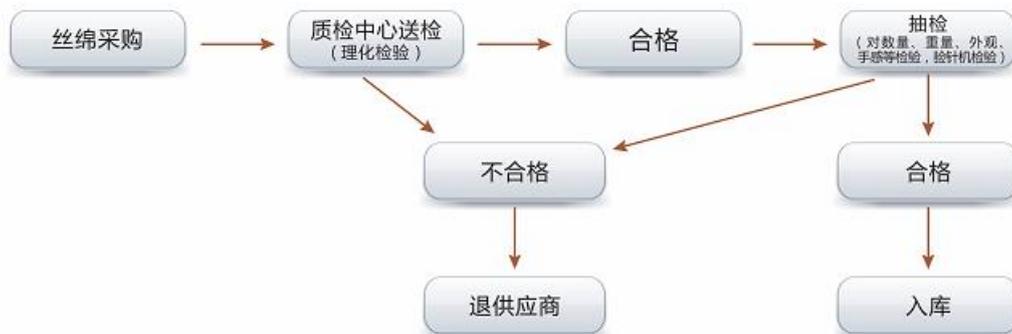
#### ②生产环节的质量控制措施

公司在不同生产模式下，采取适当的生产方式。在备货制模式下，生产部计划员制定月度生产计划，订单模式下，生产部计划员根据订单制定生产计划，经生产部负责人确认后在系统中开具生产订单。若定制类订单需修改现有生产工艺，生产部计划员根据订单更新修改商品 **BOM** 表，经生产部负责人确认后在系统中开具生产订单。生产加工领料应当根据系统中的生产计划生成的生产计划流转卡进行领料和工序流转，对应工序操作员必须扫描对应二维码后进行工序操作。当生产出现质量问题时，由质检中心提出生产品质异常单，生产部负责分析改善，查找原因并依据残次品情况决定维修或是报废。成品完工后对成品进行全检，检验合格后经仓储物流部录入成品数量后办理入库。

面料质量控制具体流程如下：



丝绵质量控制具体流程如下：



### ③库存管理的质量控制措施

库存管理方面，公司开展日常盘点和定期盘点，检查存货的实际库存数量是否与账面数量相符，所有存货原则上储存在仓库内，严禁未经批准或授权的人员进入库房或接触存货，加强护理监管，确保存货的安全、完整、有效。此外，建立健全存货的防火、防潮、防盗等措施，并建立相应责任追究机制。由采购部、质检中心、仓储物流部、生产部共同负责产品质量和数量问题，从而实现库存管理。

### (3) 产品质量纠纷及售后服务情况

公司制定了客户投诉处理控制程序，确保客户投诉得到及时有效的解决，以提升客户满意度。针对线下门店销售收到的投诉或电商平台销售收到的投诉，经门店销售员、

门店负责人或各渠道客服、渠道负责人与客户沟通了解诉求，分析投诉原因和制定相关纠正措施，必要时可进行理赔。

## 二、行业基本情况

### （一）行业界定及依据

发行人主营业务为丝绸相关产品的设计、研发、生产与销售。

根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于制造业大类中的“纺织业”，行业代码为“C17”；根据《国民经济行业分类代码》（GB/T4754-2017），公司属于“制造业-纺织业-家用纺织制成品制造”中的“床上用品制造”，行业代码为“C1771”。

此外，公司营业收入主要来自销售“太湖雪”品牌产品，通过在境内线下建立自有零售渠道，同时依托互联网平台进行海内外线上销售，近年来随着公司品牌影响力的提升和多元化渠道的拓展建设，公司“太湖雪”品牌产品销售收入逐年增长，零售行业基本情况详见后文介绍。

### （二）行业主管部门、行业监管体制和主要法律法规及政策

#### 1、行业主管部门和行业监管体制

国家发展改革委员会是国内床上用品制造业的主管部门之一，主要负责产业政策的制定，并监督、检查其执行情况，研究制定行业发展规划、指导行业结构调整、实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步、质量管理等工作。

国家茧丝绸协调办公室隶属于商务部，直接对口丝绸行业，在协调产业链布局、助力品牌建设、促进桑蚕农业与丝绸加工业前沿技术突破、面向国内外宣传特色产品、打造中国及全球丝绸知名品牌等方面发挥着关键性作用。

行业自律组织为中国纺织工业联合会和中国丝绸协会。中国纺织工业联合会主要职责为制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益，向企业提供信息咨询服务等。中国丝绸协会主要职责为开展行业调查研究，反映行业诉求，提出行业发展和立法等方面的意见和建议，参与制订行业发展规划，完善行业管理，促进行业发

展等。

## 2、行业主要法律法规和行业政策

近年来，国家对公司所属产业的主要政策法规如下：

政策名称	颁布机构	颁布时间	主要内容
《关于茧丝绸行业“十四五”发展的指导意见》	商务部	2021.9	培育国内知名丝绸品牌 50 个，重点打造 5 个以上具有国际影响力的丝绸服装家纺品牌，推动 3-5 家丝绸企业在主板上市，培育一批专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。
《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划（2021-2025 年）》	工信部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家知识产权局	2020.9	到 2025 年，实现种桑养蚕规模化、丝绸生产智能化、综合利用产业化。种桑养蚕和丝绸工业上下游协同发展，蚕桑茧丝资源综合利用水平不断提高，丝绸文化和品牌影响力持续增强，初步形成高质量发展的产业体系。提高产品质量打造丝绸精品，提升创意设计水平培育丝绸品牌，传承弘扬传统丝绸文化，保护利用丝绸文化遗产，推动蚕桑国际产能合作，支持丝绸产业国际合作。
《关于应对新冠肺炎疫情做好稳外贸稳外资促消费工作的通知》	商务部	2020.2	指导跨境电商综试区提供海外仓信息服务，帮助企业利用海外仓扩大出口。支持市场采购贸易与跨境电商融合发展，探索试点市场闭市期间成交新渠道。
《关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》	工信部	2019.8	促进消费品工业提质升级。制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布。培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制、高端定制。持续开展纺织服装创意设计园区（平台）试点示范工作，提高创意设计水平，推动产品供给向“产品+服务”转变，促进消费升级。
《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》	国务院	2018.9	培育中高端消费市场，形成若干发展势头良好、带动力强的消费新增长点。积极培育网络消费、定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等消费新热点，鼓励与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产 加快发展。
《关于开展规模化集约化蚕桑示范基地建设，推进茧丝绸产业提质增效的通知》	商务部	2017.12	到 2020 年，规模化集约化基地蚕茧产量占全国蚕茧产量的 10% 以上；基地种桑养蚕机械普及率和茧丝等级显著优于其他产地；丝绸产品质量提升，出口竞争力增强；茧丝绸产业对农民就业、创新创业、脱贫致富的带动作用明显增强，形成一批可复制、推广的经验和模式。

### （三）行业概况

#### 1、丝绸行业概述

##### （1）丝绸发展史概述

蚕丝和人体肌肤蛋白近源，具有极好的生物相容性、天然的抑菌性及亲肤、吸湿、保暖、透气等特性。世界丝绸看中国，中国是桑蚕的原产地，素有“东方丝国”的美称。蚕桑文化是中华文明的重要组成部分，至今已有 5,000 多年的历史。自古以来，丝绸随着“丝绸之路”及“海上丝绸之路”贸易传遍世界，成为中华文明的一张闪亮名片。

新中国成立之初，丝绸业是出口创汇的支柱产业，受到国家高度重视，保持了较快速发展。改革开放后，丝绸业进入一个新的发展时期，我国生丝产量快速增长，逐步主导了世界丝绸产业链的前端，尤其是 2001 年中国加入世贸组织后，生丝出口大幅增长，占世界生丝贸易量的 80% 以上。然而，这一时期国内丝绸企业品牌意识较为淡薄，在全球产业链分工中处于附加值较低的环节，全球丝绸产业的大部分利润被意大利、法国、日本等专注于丝绸深加工的品牌商所分走。

2010 年以来，随着国内居民收入不断提高，消费升级需求持续推进，加上个性化消费、绿色消费、文化消费等理念的引领，国内市场对丝绸产品的需求逐步释放，丝绸产业迎来了历史性的发展机遇。国内企业开始注重品牌打造与品牌运营，一批国内知名丝绸品牌开始成长并脱颖而出。

从地域发展来看，中国丝绸主要分布在苏州、杭州、湖州、嘉兴、无锡和中国西部地区的南充，前 5 个均集中于环太湖流域。环太湖区也因此成为我国丝绸产业最为集中和发达的地区。

## **(2) 蚕丝被概述**

蚕丝被即以蚕丝为填充物的被子。蚕丝是自然界中集轻、柔、细为一体的天然纤维，主要成份为动物蛋白质，含有人体必须的 18 种氨基酸。蚕丝被透气性好，保暖性佳，且贴肤柔软、蓬松轻盈，备受消费者青睐。据国标规定，填充物含桑蚕丝和（或）柞蚕丝 50% 及以上的被类可称为蚕丝被，填充物含 100% 蚕丝的为纯蚕丝被，填充物含 50% 及以上蚕丝为混合蚕丝被。

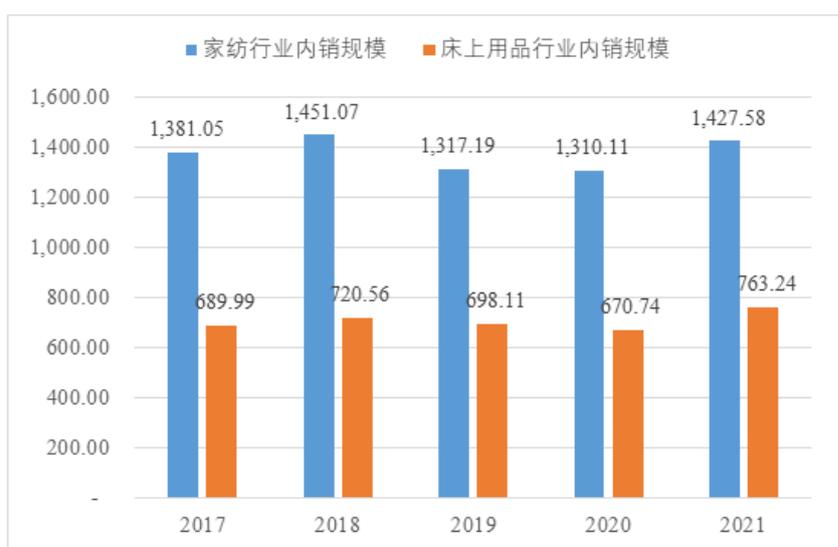
蚕丝被产量和规模的真正提升是在机制丝绵工艺和装备开发应用之后，上世纪 90 年代，机制丝绵的加工装备以及机制丝绵的加工工艺逐步趋于成熟和实用化。进入 21 世纪以来，我国蚕丝被产业真正形成规模效应经历了将近二十年的时间。蚕丝被之所以能迅速地被众多百姓家庭所接受，除了我国城乡居民生活水平不断地提高之外，蚕丝被产品自身优良的应用特性也是人们消费的主要原因。

蚕丝被产业发展至今，已经形成两大产业集群，即吴江震泽和桐乡洲泉。2010 年中国纺织工业协会等单位命名江苏省吴江市震泽镇为“中国蚕丝被家纺名镇”，浙江省桐乡市洲泉镇为“中国蚕丝被名镇”。

## 2、家纺行业和床上用品行业市场规模

蚕丝被属于家纺行业中的床上用品子行业。根据国家纺协会的数据统计显示，2017 年我国家纺行业规模以上企业内销规模为 1,381.05 亿元，随后保持平稳发展。2021 年我国家纺行业规模以上企业内销规模为 1,427.58 亿元，同比增长 8.97%。我国床上用品内销规模呈同样的发展态势，2017-2021 年发展平稳，2021 年床上用品规模以上企业内销规模达 763.24 亿元，同比增长 13.79%。在新冠疫情的影响下，家纺行业和床上用品行业内销能取得如此成绩实属不易，随着城镇化进程的持续推进及居民生活水平的不断提升，我国家纺行业和床上用品行业仍拥有广阔的市场前景。

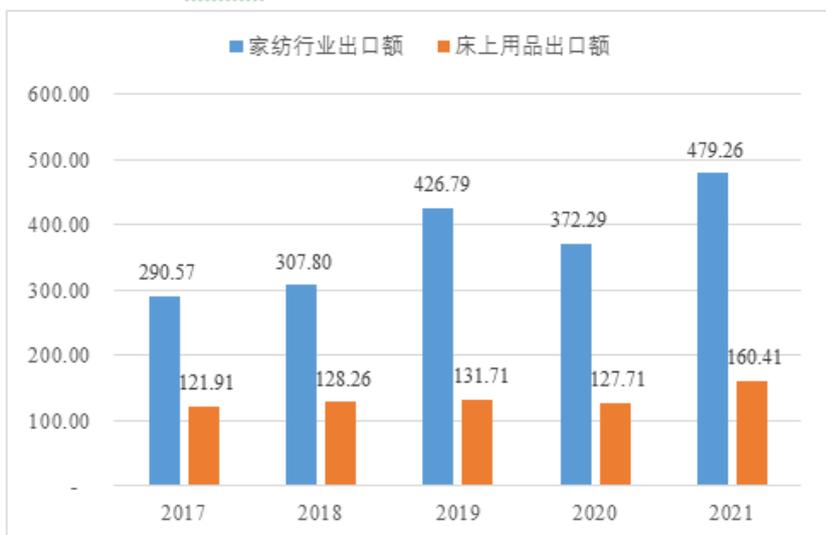
2017-2021 年家纺行业和床上用品行业内销规模（单位：亿元）



数据来源：中国纺协会

根据国家纺协会的数据统计显示，2017 年开始我国家纺行业出口规模保持稳定增长，从 2017 年的 290.57 亿美元增长到 2021 年的 479.26 亿美元，最近五年复合增长率达到 13.33%。除了 2020 年受新冠疫情影响，家纺行业出口规模有所下降外，近五年的其余年份均保持增长，2021 年家纺产品出口额达到 479.26 亿美元，同比增长 28.73%。床上用品出口规模和家纺产品的出口情况类似，除 2020 年小幅下降外，均保持增长，2021 年床上用品出口规模达到 160.41 亿美元，同比增长 25.60%。

2017-2021 年家纺行业和床上用品行业出口规模（单位：亿美元）



数据来源：中国家纺协会

### 3、丝绸行业市场情况

#### (1) 丝绸行业市场概况

2018 年以来，房地产价格上涨、中美贸易战等因素对终端消费的影响日益明显，一定程度上压制了丝绸消费市场。但 2020 年下半年以来，随着新冠肺炎疫情的有效防控和电商、直播带货、抖音小店、微商等线上营销模式的不断拓展和国潮品牌的崛起，国内丝绸消费需求开始回升，丝绸产品的内销比例进一步上升至 70% 左右。

据国家统计局统计，2021 年全国规模以上丝绸企业实现营业收入 682.59 亿元，同比增长 10.45%；利润总额 32.99 亿元，同比增长 74.30%。其中，缫丝加工营业收入 264.42 亿元，同比增长 9.14%；实现利润 12.83 亿元，同比增长 238.79%。丝织加工营业收入 336.30 亿元，同比增长 7.69%；实现利润 14.44 亿元，同比增长 29.64%。丝印染加工营业收入 81.88 亿元，同比增长 29.00%；实现利润 5.72 亿元，同比增长 42.91%。

据国家商务部监测，2021 年全国 50 家丝绸样本企业销售额为 31.35 亿元，同比增长 24.91%。从分月份销售数据看，2021 年月平均销售额同比增长 24.91%，显示出丝绸内销市场逐步得到恢复。

此外，随着业界对蚕桑茧丝资源多元开发与综合利用的加强，以及消费者对食品、医药、保健等健康产品的需求增加，桑枝食用菌、桑叶茶、桑椹酒、食用蚕蛹、雄蛾酒等产品不断受到消费者的关注与喜爱；叶绿素、桑枝总生物碱、蚕丝面膜与化妆品、高端家纺等高附加值产品不断涌现。

## **(2) 真丝绸商品进出口情况**

受中美贸易战、新冠肺炎疫情、欧美市场丝绸消费低迷的影响，2018至2020年我国真丝绸商品出口额和出口量略有下滑。2021年随着新冠肺炎疫苗广泛接种和国内疫情的有效防控，丝绸出口企稳回暖。根据中国纺织品进出口商会的数据，2021年我国真丝绸商品进出口总额为17.59亿美元，同比增长32.03%；其中真丝绸商品出口额为13.49亿美元，同比增长25.95%；进口额为4.1亿美元，同比增长56.94%。

从出口商品结构看，丝类出口2.67亿美元，同比增长9.52%，占比19.79%；真丝绸缎出口3.94亿美元，同比增长45.25%，占比29.17%；丝绸制成品出口6.89亿美元，同比增长23.75%，占比51.04%。

从进口商品结构看，丝类进口7075.62万美元，同比增长129.79%，占比17.27%；真丝绸缎进口2259.24万美元，同比增长23.82%，占比5.51%；丝绸制成品进口3.16亿美元，同比增长49.21%，占比77.22%。

综上，2020年下半年以来，国内外消费群体对真丝类产品的购买热度不断上升，蚕丝被作为家用床上用品中轻盈舒适的代表，是消费者购买除真丝丝巾等饰品外，最能感受真丝制产品优点的不二选择。

## **(3) 蚕丝被市场情况**

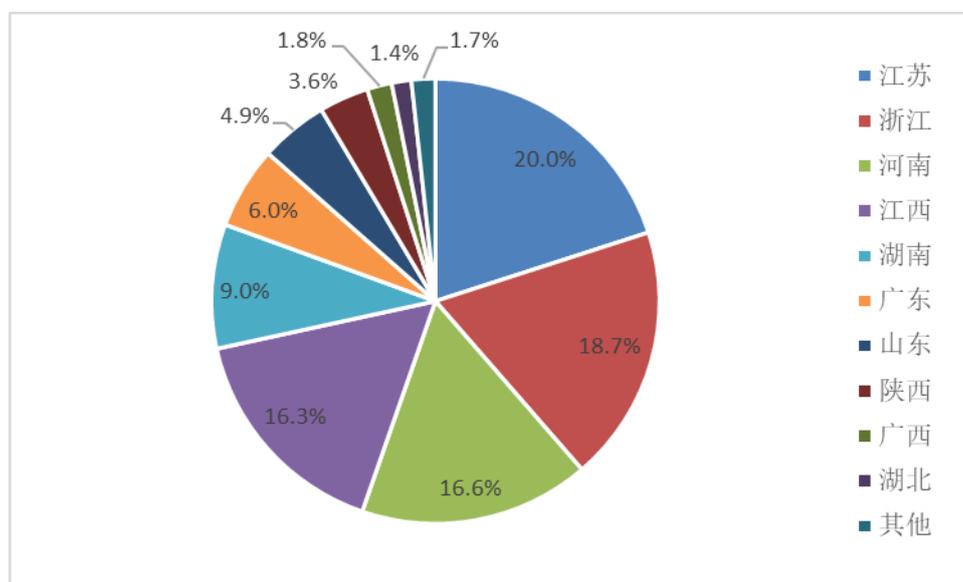
上世纪90年代，机制丝绵的加工装备以及机制丝绵的加工工艺逐步趋于成熟和实用化。进入21世纪，蚕丝被行业迎来了快速发展，市场需求急剧增长，新进生产企业众多，但行业规范标准相对宽松、产品市场检测相对滞后。

2010年起，各级政府部门和行业协会对蚕丝被行业进行了整顿，蚕丝被行业不断规范发展，至2018-2019年中国蚕丝被产量逐步稳定在1,200万条左右。2020年，受新冠疫情影响，我国蚕丝被产量达到924万条，同比减少21.5%。2021年，我国蚕丝被产量达到1,340万条，超过疫情前水平。按《2020年苏杭丝绸产业调研报告》中的蚕丝被平均单价计算，2019-2021年，我国蚕丝被市场规模分别为155.96亿元，122.44亿元及177.56亿元。

随着蚕丝被行业不断朝规范化方向发展，行业中的优秀企业开始基于优质产品来打造自身品牌，赢得消费者的品牌认同，这十分有利于行业的长远健康发展。

中国蚕丝被产区主要分布在江苏、浙江、河南、江西、湖南、广东、山东、陕西、广西、湖北等地。2021年，上述十个省市蚕丝被产量总和占全国蚕丝被总产量的98.3%，其中江苏、浙江、河南、江西蚕丝被产量分列1-4位，合计占比超过70%。

2021年中国蚕丝被产量排名前十的省市蚕丝被产量占比



数据来源：世界丝绸网

#### 4、零售行业发展现状

##### (1) 零售业发展现状

2017-2021年，全国社会消费品零售总额一直保持8%以上的较快速度增长，2020年受新冠疫情影响，社会消费品零售总额为39.20万亿元，同比下降3.9%。2021年疫情防控有序开展，社会经济消费态势逐渐向好，2021年社会消费品零售总额达44.08万亿元，同比增长12.45%。2022年1-6月，社会消费品零售总额达21.04万亿元。



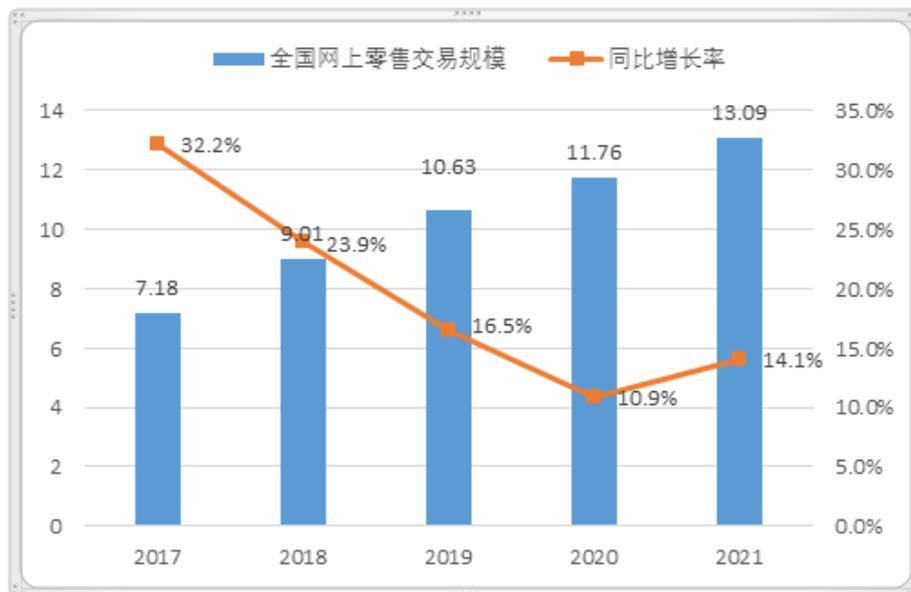
数据来源：国家统计局

## （2）网上零售业保持快速增长

2017-2019年，网上零售业一直保持快速增长。2020年新冠疫情发生后，网络零售率先回暖复苏，带动消费水平快速回升，展现出强大的韧性和活力。《中国电子商务报告2020》数据显示，2020年，全国网上零售额达11.76万亿元，同比增长10.9%（剔除价格因素后）；实物商品网上零售额9.76万亿元，同比增长14.8%，占社会消费品零售总额的比重为24.9%，较上一年提高4.2%。2021年，全国网上零售交易规模达13.09万亿元，同比增长14.1%。

从用户群体看，CNNIC数据显示，截至2022年6月，全国网民规模达10.51亿，较2021年12月增长1919万，互联网普及率达74.4%，2021年网络购物用户规模达8.42亿，网购用户占全部网民的比例已达81.6%。

2017-2021 年全国网上零售交易规模及同比增长率（单位：万亿元）

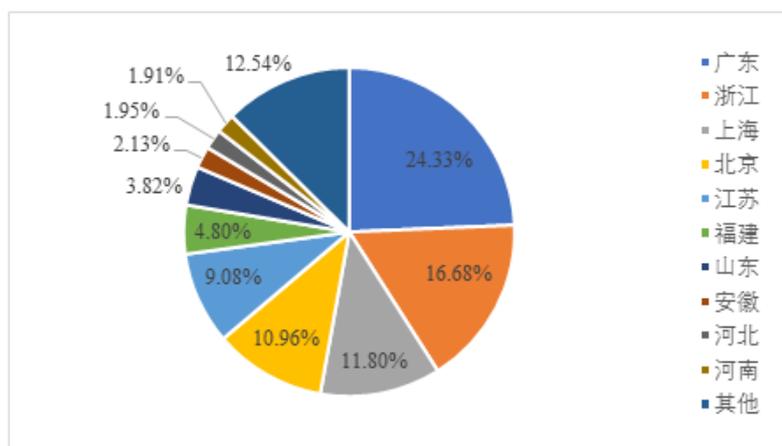


数据来源：《中国电子商务报告 2020》

注：2017-2020 年全国网上零售交易规模和同比增长率数据均来自商务部电子商务和信息化司公布的《中国电子商务报告 2020》；2021 年全国网上零售交易规模及同比增长率数据来源于中华人民共和国国家发展和改革委员会网站

从网络零售发展的区域来看，网络零售额占比排名前十省份为广东、浙江、上海、北京、江苏、福建、山东、安徽、河北、河南，合计占全国比重为 87.46%。

2020 年全国网络零售额前十位省份占比



数据来源：《中国电子商务报告 2020》

### (3) 跨境电子商务蓬勃发展

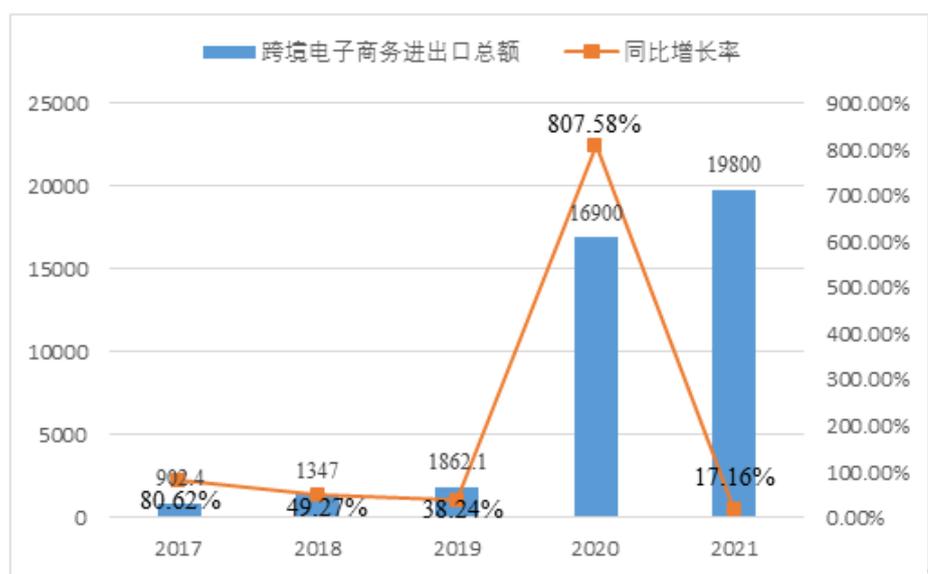
自新冠疫情发生以来，美国、欧洲、东盟等主要贸易国家和地区实施“居家隔离”等限制外出政策，线下零售受阻，网络零售迎来蓬勃发展。阿里巴巴国际站数据与亚马逊

发布的《2020 中国出口跨境电商趋势报告》均显示，疫情期间海外市场对家居用品、家用电器、个人护理、室内运动娱乐、远程办公等领域产品的需求快速增长。根据相关调研信息显示，我国家纺产品卖家绝大多数通过亚马逊平台开展出口跨境电商贸易，独立站较少。据相关新闻资料，亚马逊在欧美电商市场中占据 80% 以上的市场份额。我国的家纺生产企业卖家或者贸易商卖家大多通过亚马逊平台开展 B2C 出口贸易，卖家根据订单将货物发送至亚马逊自有海外仓，亚马逊平台负责将货物从海外仓送至消费者。B2B 出口贸易则大多通过阿里巴巴国际站平台开展，更加类似于传统贸易，卖家多是我国家纺生产企业，买家多是国际采购商。

床上用品是家纺跨境 B2B 出口的主要品类。根据阿里巴巴国际站数据，2019 年，床上用品销量占全部家纺产品销量的比重为 63%。从床上用品细分品类来看，床上套件、毯子、枕头是销量最好的品类。

我国一批优秀企业抓住机遇，通过跨境电商直接对接海外消费者，为企业发展创造了新的增长点。2020 年，我国跨境电子商务蓬勃发展，海关总署数据显示，全国跨境电商进出口总额达 1.69 万亿元，按绝对数计算增长率达 807.58%。其中，出口额为 1.12 万亿元，进口额为 0.57 万亿元。根据国务院新闻办发布的数据，2021 年，全国跨境电商进出口总额达 1.98 万亿元，按绝对数计算增长 17.16%。

2017-2021 年全国跨境电子商务进出口总额及增速（单位：亿元）



数据来源：《中国电子商务报告 2020》

注 1：2021 年跨境电子商务进出口总额数据来源国务院新闻办公室举办新闻发布会现场答记者问；

注 2：2020 年数据较 2019 年数据大幅增长，其原因在于 2020 年海关总署创新开展跨境电商企业对

企业（B2B）出口试点，增设了跨境电商 B2B 直接出口 9710 和跨境电商出口海外仓 9810 两种贸易方式，自 2020 年 9 月 1 日起，在北京、天津、南京等 10 个现有试点海关基础上，增加上海、福州、青岛、济南、武汉、长沙、拱北、湛江、南宁、重庆、成都、西安等 12 个直属海关开展跨境电商 B2B 出口监管试点，全国共增至 22 个直属海关跨境电商 B2B 试点；

注 3：图表中增长率为按各年跨境电子商务进出口总额绝对数计算得出。

2020 年跨境电商独立站爆发式增长。《中国电子商务报告 2020》数据显示，2020 年，全球社交媒体用户数量已达 42 亿，年增速 13%。在社交媒体蓬勃发展的背景下，依托社交私域流量，叠加海外用户多渠道网购习惯，跨境电子商务独立站应运而生。跨境电商独立站具有独特的竞争优势，一是可突出品牌实力和影响力，有利于用户认知与识别，提升黏性和复购；二是便于自主积累和应用客户数据，开展会员管理、优惠积分、定制化推送等多样化营销活动；三是较为丰富的快速建站工具，极大降低了企业建站门槛。

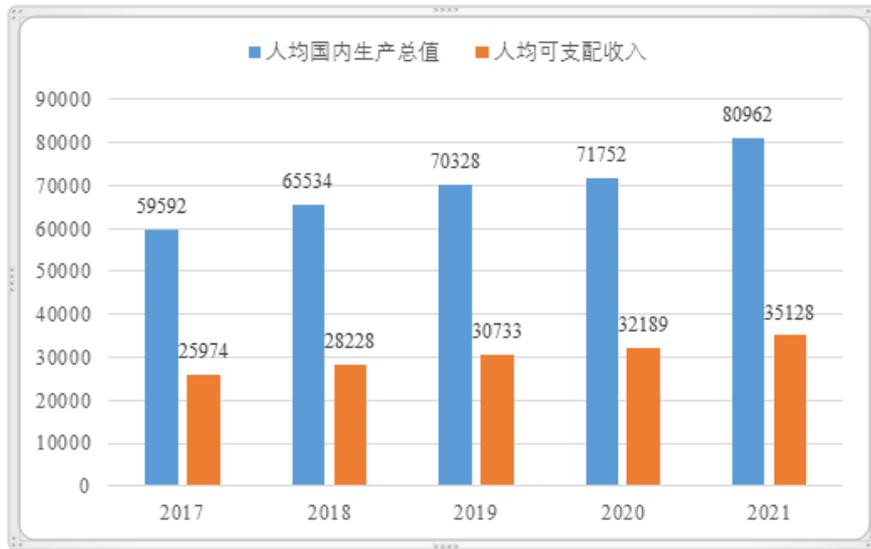
## 5、行业发展前景

### （1）消费水平不断提高、消费习惯逐步升级

丝绸产品不仅能通过其自身的实用性满足人们对更高品质生活的需求，更能通过依附于丝绸产品之上的文化创意设计寄予美好寓意，满足人们的精神需求。丝绸行业的发展与经济发展和居民收入增长息息相关。随着经济水平的不断提高，人们在满足温饱需求的同时，越来越注重生活品质及精神享受。

改革开放至今的 40 多年中，我国消费市场不断扩大，社会零售总额增长了 280 余倍，2021 年即便受新冠疫情影响，全年零售总额也达到了 44.1 万亿元。巨大的市场潜力和消费需求，让中国成为最具成长性的内需市场，以及全球最大的消费市场之一。近五年来，我国人均国内生产总值和人均可支配收入均稳步增长，2019 年，我国人均国内生产总值更是首次突破 1 万美元大关，2021 年再创新高，人均国内生产总值达到 80,962 元人民币，人均可支配收入达到 35,128 元人民币，均保持同比增长。

2017-2021 年我国人均国内生产总值和人均可支配收入（单位：元）



数据来源：国家统计局

随着我国经济的不断发展，居民生活水平的持续提高，人们的生活由“温饱型”向“小康型”转变，人们对日常生活的需求由实用性、经济性逐渐向舒适性、绿色环保和赏心悦目转变，促使丝绸产品的消费理念也在不断发生变化。随着居民消费水平的进一步提高，国内丝绸产业的成长空间将更为广阔。

## （2）蚕丝被凭借天然、舒适的特性而备受青睐

一直以来，蚕丝被以其柔软、轻盈、洁白、排湿透气性好、厚薄均匀、温暖舒适等这些有别于传统棉被的显著优点而备受消费者青睐。尽管科技迅速发展，出现了各种化学纤维被芯，消费者对于床上用品的选择面越来越宽，但蚕丝被在消费者心智中始终占据着十分重要的地位。随着现代社会人民的生活水平不断提高，人们的保健意识与环保意识不断提升，蚕丝被也凭借亲肤舒适、绿色环保、天然抑菌的特性而备受青睐，在国内外市场都有很大的发展潜能，市场前景十分广阔。

与此同时，蚕丝被生产企业通过技术研发优化产品，不断拓宽蚕丝被的使用场景。例如填充蚕丝重量 1kg 左右的冬暖被、夏凉被、空调被、婴儿被、抱枕等，通过采取合理的工艺，在水洗后压缩率及回弹性不会有明显的变化，方便洗涤；通过优化被套、胎套设计，让真丝得到充分地利用，让消费者能贴身感受真丝品质，体会到一年四季的细致呵护；建立“生态可机洗蚕丝被”产品国家标准，拟定可机洗蚕丝被的试验方法、技术要求，量化其中的关键指标，体现产品的质量水准与技术特点，在给消费者良好的体验的同时增强了蚕丝被的市场竞争力。

### **(3) 数字经济持续助力产业升级**

近年来，中国数字文化产业快速发展，结合网络新渠道、大数据、网络直播等“互联网+”新技术、新业态的广泛推动，涌现出诸多适合新一代群体需求的视频、直播、网络社区等新兴业态，丝绸产业结构从产业链到价值链不断优化升级。

行业中的优势企业以直营专卖店或展示交易厅为依托，积极开展电子商务网店和电子商务平台建设，推动线上线下融合营销模式，提高服务品质。同时企业充分应用“互联网+”及信息技术，精准定位，开发个性化定制渠道，提供差异化优质服务，持续优化客户体验，提升品牌创新能力及溢价能力。在“互联网+”、消费升级趋势下，新型终端消费模式将不断涌现，有助于扩大丝绸消费规模。行业中的优势企业更容易通过不同平台的线上流量，去触达、获得并留存更广泛的消费者人群，在这一过程中，完成从品牌认知到品牌认同再到品牌忠诚的黏性提升。

### **(4) 多因素促进跨境电商持续增长**

2020年，为了应对新冠疫情全球蔓延所带来的冲击，国家相关部门出台了零售进口试点城市扩容、鼓励新业态新模式发展、创新优化监管措施、拓展物流通道、结汇市场放开等跨境电商相关政策文件。2020年由此成为跨境电商多渠道、多平台、品牌化发展的重要转折点。

从国内来看，得益于我国网络零售市场发展和新一代信息技术的应用，目前已经有一批高品质高颜值的“新国货”品牌快速崛起，逐步形成了“品牌电商化”的发展模式。其中一批优秀品牌正在加速向海外复制，为更多中国品牌出海提供了良好示范，也带动越来越多的“新国货”借力跨境电商，走上“国内打造+海外复制”的品牌出海之路。

从国际来看，疫情导致全球经济衰退，海外很多国家会迅速地进入消费分级的阶段，不同的消费群体对于新产品、新供给、新品牌的需求将有一个井喷式爆发增长。同时，得益于中国疫情防控成效显著，中国的供给在全球结构性市场中的地位将进一步加强，国货出海将迎来重要的窗口期。

## **(四) 行业技术水平和技术特点、行业特征**

### **1、行业技术特点和技术水平**

印染机械装备及纺织印染水平决定着制成丝绸的成本及丝绸制成品的触感、纹路、

花样等要素，而手感、价格、花样创新性等要素决定着消费者所感知到的丝绸消费品的产品价值。目前，中国制丝加工装备已经基本实现国产化，国产自动缫丝机、无梭织机、机器彩板机均处于国际领先水平，但部分关键零件仍与国际产品有一定差距。

丝绸制造技术发展制约着丝绸制成品的成本、样式与质量，中国丝绸技术整体环境良好，在政府的支持与丝绸头部企业的努力下，近年来丝绸产业装备正加速实现着国产化与高端化，为控制成品价格，提高丝绸消费品工艺水平、花样丰富度等附加价值做出有利贡献。

丝绸行业产业链长涉及行业跨度大，上游可至种桑养蚕，下游可至服装/服饰及家纺行业，且下游行业具有一定时尚性质，需具备较为敏捷的流行设计理念捕捉与响应能力，要求丝绸行业通过数字化信息化等技术不断提高整体产业链的协作运转能力。目前已有部分头部丝绸企业，通过打造丝绸设计与智能制造一体化平台以及丝绸原料贸易平台等，统一协调生产制造、市场推广、消费者行为捕捉，从而不断提高与上下游信息交互的效率与能力。预计未来，随着产业转型趋势与消费者需求变化加快，打通全产业链条的信息交互系统技术将成为丝绸产业的重要技术趋势与发展动力。

## 2、行业的经营模式

丝绸企业业务环节主要涉及研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务等，根据自身业务特点，丝绸企业在生产与品牌管理环节上一般可分为专业化生产、一体化经营和品牌运营三种模式。

专业化生产模式的丝绸企业以生产加工环节作为主要盈利来源，主要以 OEM 和 ODM 两种模式向下游企业提供服务。OEM 模式下，企业根据客户要求生产，专注于产品生产加工环节和产品质量控制，充分发挥规模效益赚取加工费；ODM 模式下，企业在生产的同时为下游企业提供研发设计服务。在专业化生产模式下，企业的核心竞争力在于领先的技术能力、规模经济与成本优势，同时也面临着人工成本上涨、原材料价格波动等风险。

一体化经营模式的丝绸企业业务覆盖产品研发、生产、品牌和营销等多个环节，具备品牌运作、产品设计开发、供应链管理和营销网络管理的综合实力。该模式的优势在于企业可对价值链的各主要环节实施有效控制，在获得较高的利润空间与严格的质量控制的同时，能够通过自有供应链体系对市场需求、时尚变化做出及时响应，但该种模式

对于企业内部运营管理的要求较高。

品牌运营模式专注于设计开发与品牌运营环节，将生产加工环节外包，实现运营的轻资产化，有助于降低经营风险。采用这种模式的企业一般拥有一定规模的销售网络和较为完善的物流配送体系，能在短时间内把产品推向市场。该模式下，企业在利用外部制造资源降低产品成本的同时，需要在外部供应商、经销商与内部研发设计、品牌管理之间形成高效的供应链管理能力和。

丝绸企业向消费者提供紧贴时尚潮流、引领文化消费的产品，加快供应链响应速度，提升消费者购买体验，塑造品牌形象，并在品质、价格之间实现平衡，是参与市场竞争的关键。品牌运营模式下企业专注于附加值较高的产品开发、品牌运营和终端销售，有利于针对市场变化快速调整产品体系。整体来说公司商业模式处于一体化经营和品牌运营模式之间。

### **3、行业特征**

#### **(1) 周期性**

丝绸产品定价较高，具有一定的消费弹性，随着经济水平的不断提高，人们在追求物质丰富的同时，越来越注重丝绸产品所带来的优质实用特性及精致美观的装饰特性。消费能力提升、对生活品质需求提升和审美水平不断提高，共同推动市场对丝绸产品的需求不断提高。丝绸行业的发展和经济发展周期有很强的关联性。当经济发展水平较高，人均收入处于较高水平时，行业迎来良好的发展机遇，将保持较快速度发展；当经济发展水平较低，人均收入处于较低水平时，行业发展也会受到影响，发展速度放缓。

#### **(2) 区域性**

生产端而言，我国丝绸主要在苏州、杭州、湖州、嘉兴、无锡和中国西部地区的南充，周边均形成一定的产业集群。其中前 5 个均集中于环太湖流域，环太湖区也因此成为我国丝绸产业最为集中和发达的地区。就蚕丝被而言，已经形成两大产业集群，即吴江震泽和桐乡洲泉。

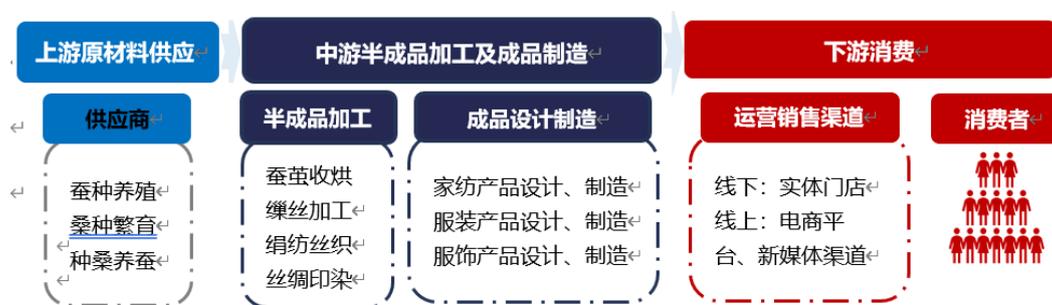
需求端而言，丝绸市场的区域性分布和各地区的经济发展水平密切相关。在长三角、珠三角和环渤海一带经济发达的一、二线城市，消费者购买力较强，对生活品质要求较高，对丝绸产品的认可度和购买率较高。

### (3) 季节性

丝绸产品的主要使用场景在室内，应用场景广泛，受季节性影响较小，因此总体而言季节性变动不明显。丝绸产品主要面向个人消费者，个人消费者的采购意愿会受到购物节活动特别是网络购物活动（如 618、双 11、双 12 等）的影响，各类购物节活动会在一定程度上激发个人消费者的采购欲望，因此丝绸产品的销售会呈现一定的季节性特征。

### (五) 与上下游行业的联系

丝绸行业产业链长涉及行业跨度大，上游可至种桑养蚕，下游可至服装/服饰及家纺行业，最终通过线下实体门店及线上电商渠道触达消费者。



#### 1、上游行业：原料生产端整体“东桑西移”

1990 至 2016 年，随着中国东部经济快速腾飞，劳动力价格及土地成本上升背景下，在商务部国家茧丝办的大力推动下，中国蚕桑生产重心从经济发达的东北（部）地区向经济欠发达气候环境又适合蚕桑生产的西南方向移动（迁移）。从 2005 年起，中国西部蚕区的家蚕茧产量超过东部，“东桑西移”的格局基本形成，同时，由于丝绸制造与生产本身特点，丝调整体产业链应以近距离为最佳选择，如蚕丝（茧）收烘应在蚕吐丝后几天内尽早进行，若在蚕吐丝后经历长时间运输后再收烘会严重影响蚕丝质量等因素，丝绸中端制造业的同步西移也成为未来不可逆转的发展趋势。

近年来我国生丝产量已占世界生丝产量的 70% 以上，我国蚕丝及交织机织物（含蚕丝≥50%）市场供应较为充足。2019 年中国生绢丝产量 6.86 万吨，其中：生丝 6.41 万吨，绢丝 0.45 万吨；2020 年中国生绢丝产量 5.3 万吨，其中：生丝 5 万吨，绢丝 0.3 万吨；2021 年中国生绢丝产量 4.76 万吨，其中：生丝 4.45 万吨，绢丝 0.31 万吨。

#### 2、下游行业

丝绸产业的下游为普通消费者，丝绸产品以家纺、服装、服饰等形式最终触达普通消费者，带有一定的时尚属性。设计外观、产品品质、渠道推广、品牌知名度均为促成销售的重要因素。

## **（六）行业壁垒**

### **1、品牌壁垒**

消费者在选择丝绸产品时会把注意力更多放在品牌知名度上，品牌效应十分明显。在激烈的竞争中，知名品牌商不仅能拥有较高的市场份额，还具有较强的多渠道融合推广能力，更易获得不同渠道消费者的青睐，获客途径更为多样化，抗风险能力更强。品牌已成为企业研发技术、工艺水平、产品质量、品牌文化、市场营销等多个因素的综合体现。品牌的规划、建立、管理和维护是一项长期、重大的工作，需要企业长期的进行建设、经营和积累，难以在短期内轻易获得。因此，本行业具有较高的品牌壁垒。

### **2、销售渠道壁垒**

营销网络是丝绸行业企业的生存基础，是其建立良好品牌的关键，是其赢得市场和消费者的根本。拓展、建设、营运、管控和利用好营销网络优势，企业可源源不断推出自己的产品，提供优质服务，传递品牌理念，抢占市场先机。由于打造适合自己品牌定位、数量与服务质量均有明显优势的销售网络，需要大量的人力、资金和长时间的投入，并对企业的组织与管理提出较高要求，新进企业难以在短时间内建立高质量的销售网络。

### **3、研发设计壁垒**

消费者消费水平的提高，对丝绸产品提出了更高的文化审美要求以及更高的创意设计要求。丝绸产品既要结合中华传统文化，激发消费者的情感共鸣，同时还要融合消费者的现代审美情趣，这些都对丝绸产品的研发设计能力提出了越来越高的要求。企业须具备较强的文化创意设计能力、扎实的技术开发能力，以及融合潮流趋势和自身品牌文化的能力。新进企业很难在短期内形成此种能力，产品开发只能停留在简单的“复制”阶段，无法满足消费群体日益提升的审美需求。

## **（七）行业面临的主要机遇与挑战**

### **1、主要机遇**

## **(1) 国家政策的有力支持**

我国是桑树原产地和丝绸发源地，也是全球最大的蚕桑丝绸生产、出口国。蚕桑文化是中华文明的起点，至今已有 5,000 多年的历史。蚕桑丝绸产业涉及种植养殖、加工制造、商贸流通、文化创意等多个领域，聚集大量中小微企业、农户、商户、合作社等经济组织，是一二三产业协同发展和大中小企业融通发展的典型。近年来，国家产业政策积极引导丝绸行业高质量发展，推动产业科技创新，促进自有品牌建设。

2020 年，工信部、农业农村部等六部门印发《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划（2021-2025 年）》，强调提升科技创新水平，支持蚕桑良种选育、开发省力智能机械等；推进蚕桑生产产业化集约化；建设现代化丝绸产业体系；实现增品种提品质创品牌“三品”专项行动；弘扬丝绸文化；加强国际合作。《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划（2021-2025 年）》针对长期以来种桑养蚕生产模式落后、丝绸制造关键技术装备进步缓慢、创新设计能力不强、品牌建设滞后等问题，进行了专题规划，致力于推动蚕桑丝绸产业高质量发展。

2021 年，商务部提出《关于茧丝绸行业“十四五”发展的指导意见》，对茧丝绸行业未来发展目标进行了量化，提出桑蚕茧年均产量稳定在 70 万吨左右，优质蚕茧产量占比达到 40% 以上；重点打造 30 个全国优质茧丝绸生产基地、5-10 个丝绸服装家纺产业集群；建设 3-5 个国家级茧丝绸科创服务平台，培育若干个企业技术中心；培育国内知名丝绸品牌 50 个，重点打造 5 个以上具有国际影响力的丝绸服装家纺品牌，推动 3-5 家丝绸企业在主板上市，培育一批专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

蚕桑丝绸产业相关国家政策支持为丝绸行业的发展营造了良好环境。

## **(2) 经济发展与收入增长激发丝绸产品消费**

丝绸行业的发展与经济发展和居民收入增长息息相关，随着人均住房面积的提高及生活品质需求的提升，我国居民潜在的对家纺、服装、服饰丝绸产品消费需求呈增长趋势。

近五年来，我国人均国内生产总值和人均可支配收入均稳步增长，2019 年，我国人均国内生产总值突破 1 万美元大关。国家统计局数据显示，我国人均国内生产总值从 2017 年的 59,592 元增长到 2021 年的 80,962 元，增长 35.86%；我国人均可支配收入从 2017 年的 25,974 元增长到 2021 年的 35,128 元，增长 35.24%。

近年来，我国经济发展动力开始发生转变，重点放在扩内需促消费，畅通国内大循环。在基本实现温饱，朝中等发达国家迈进的过程中，居民消费潜力必将被进一步激发出来，丝绸行业有望获得良好发展契机。

### **(3) 产业链较为完善**

中国是丝绸的发源地，是世界上最早从事种桑，育蚕、缫丝、织绸的国家，我国人民历来重视丝绸业，特别是改革开放以后，我国的丝绸行业取得了快速发展，独特的地理环境使我国具备了植桑养蚕的所有条件，成为世界上最大的丝绸原料出口国。

丝绸是我国传统产业，经过多年发展，我国丝绸行业形成了一条完整的产业链，从种桑养蚕到缫丝、织绸、服装及其他丝绸制成品的加工，形成了上下游衔接和配套生产。另外，丝绸产业多年发展培养了丰富的产业人才，有利于产业的长期可持续发展。

### **(4) 海外市场机遇**

经济全球化深入发展，包括丝绸在内的纺织品服装市场规模仍继续增长。发达经济体仍是丝绸商品出口的主要市场，新兴经济体购买力提升，有利于扩大国际丝绸消费需求，“一带一路”建设全面推进，将提升丝绸作为中华传统文化符号的认知度和美誉度，拓展我国丝绸产业国际市场发展空间。

自新冠疫情发生以来，美国、欧洲、东盟等主要贸易国和地区实施“居家隔离”等限制外出政策，线下零售受阻，网络零售迎来蓬勃发展。阿里巴巴国际站数据与亚马逊发布的《2020 中国出口跨境电商趋势报告》均显示，疫情期间海外市场对家居用品、家用电器、个人护理、室内运动娱乐、远程办公等领域产品的需求快速增长。丝绸相关产品将迎来良好的海外市场发展机遇。

## **2、面临挑战**

### **(1) 原材料生丝价格波动风险**

由于蚕丝的产量容易受到气候、自然灾害、国家政策等多个因素的影响，生丝价格容易产生波动，原材料价格的波动导致了丝绸产品价格的波动，而丝绸商品的价格弹性较大，所以当生丝价格波动较大时，丝绸行业企业会难以应对。

### **(2) 新冠疫情持续可能带来的不利影响**

新冠疫情的持续有可能在一定程度上降低经济活力，影响人们收入提升，降低人们

消费意愿，给丝绸行业发展带来不利影响。新冠疫情的反复加大了国内全面控制疫情的难度，有可能给生产制造、销售等带来不确定性。

## **（八）公司在行业中的竞争地位**

### **1、公司市场地位**

经过十余年的深耕发展，公司形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，“太湖雪”成为市场上具备一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。太湖雪品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、江苏精品、苏州市知名品牌等荣誉称号。

公司已经掌握了种桑养蚕及蚕丝处理技术、面料生产工艺技术、生产工艺升级及设备改造、功能型新产品开发等核心技术。截至 2022 年 6 月 30 日，公司共获得各项专利 71 项，其中发明专利 3 项，实用新型专利 68 项。截至目前，公司已取得版权 2,000 余项，并与苏州博物馆、颐和园合作推出【掩花颜、粲金珠、山色空濛】等联名设计产品。

公司共参与起草各类标准 10 项，包括 5 项国家标准、3 项行业标准和 2 项团体标准。

公司多渠道融合的营销模式带来了良好的业绩增长，为公司后续发展奠定了坚实基础。根据中国纺织品商业协会和中国家用纺织品行业协会的统计调研，2018-2020 年公司蚕丝被产品的市场占有率位居行业前三。

### **2、主要竞争对手情况**

#### **（1）罗莱生活（002293.SZ）**

罗莱生活成立于 1992 年，是国内最早涉足家用纺织品行业集研发、设计、生产、销售于一体的龙头企业。公司采用多品牌运作策略，具有较强的品牌知名度和美誉度。罗莱主品牌保持多年连续行业第一的地位，其他子品牌市场定位清晰，满足消费者多元化个性需求和对高品质生活方式的追求。在品类上不局限于传统的床上用品，还延伸至毛巾、浴巾、地垫、香氛、拖鞋、家居服等领域。

#### **（2）富安娜（002327.SZ）**

富安娜主要从事床上用品的研发、设计、生产和销售业务，是首批获得“中国名牌”产品称号的国内床上用品企业之一，其主导产品床上用品所占市场份额近几年一直处于国内行业三甲之列，“富安娜”商标荣膺“中国驰名商标”称号。旗下拥有原创自有品

牌“富安娜”（时尚经典系列）、“VERSAI 维莎”（艺术轻奢系列）、“馨而乐”（年轻温馨系列）、“酷智奇”（儿童系列）四个风格和定位不同的品牌，以满足不同消费层次需求。

### （3）水星家纺（603365.SH）

公司坐落于上海奉贤综合工业开发区，公司以“水星”品牌为主，“百丽丝”品牌为辅，以“水星家纺婚庆馆”“水星宝贝”“水星 KIDS”等品牌为组合细分品类。公司主营业务为以套件、被芯和枕芯等床上用品为主的家用纺织品研发、设计、生产和销售。公司产品涵盖床罩多件套、被子、枕芯、单件组合、靠坐垫、儿童用品、夏令用品、毛毯等八大系列 300 多个品种。

### （4）钱皇股份（836206.NQ）

自成立以来，公司一直致力于以互联网为主要渠道销售以蚕丝被为代表的高端寝居制品，主营业务未曾发生变化。公司是一家定位于高端寝居用品，并具有大数据采集及分析能力的品牌电子商务企业，主导产品为“钱皇”品牌系列床上用品。公司产品的销售渠道主要是天猫、京东商城等第三方电子商务平台。

发行人与同行业公司对比情况如下：

证券代码	002293.SZ	002327.SZ	603365.SH	836206.NQ	838262.NQ
证券名称	罗莱生活	富安娜	水星家纺	钱皇股份	太湖雪
首发上市日期	2009-09-10	2009-12-30	2017-11-20	-	-
主营业务	公司集产品研发、设计、生产与销售为一体，主要从事家用纺织品的生产与销售，主导产品为「罗莱」品牌系列床上用品。	公司致力于套件、被芯、枕芯等床上用品为主的中高端家纺产品的研发与设计、品牌塑造与市场推广、生产及销售渠道建设等业务。	公司 营业务为以套件、被芯和枕芯等床上用品为主的家用纺织品研发、设计、生产和销售。	公司以互联网为主要渠道销售以蚕丝被为代表的高端寝居制品。主导产品为“钱皇”品牌系列床上用品。	公司以“太湖雪”品牌为核心，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务
主营产品类型	标准套件类、被芯类、枕芯类、夏令用品、其他饰品类	套件、被芯、枕芯、其他家居用品	套件、被芯、枕芯、毛毯、其他	标准套件类、被芯类、枕芯类、床垫类	蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列
主要原材料采购	坯布、 充料	面料、填充材料、辅料	全棉布、涤棉布、蚕丝绵、涤短纤	蚕丝被、丝绵	丝绵、面料

生产工艺	平缝、单针绗缝、 绗绣、整烫	裁片、车缝、 梳棉	缝绣、整烫、 绗缝	蚕丝被拉制技 术	裁片、车缝、 拉松
销售模式	公司线下销售采用“特许加盟连锁+直营连锁+集采团购”的复合营销模式。线上销售在与天猫、京东、唯品会等大型电商平台开展合作基础上，积极布局网络直播、社群营销、品牌小程序等新兴销售渠道，并探索各类新营销方式。	以直营、加盟和电商三大营销渠道，逐步布局“艺术家居”的线上和线下的门店空间。	以经销、网络销售和直营为主，团购、国际贸易等为辅的多通路立体销售模式	通过B2C线上商品销售方式实现，以线上直营为主，线上分销为辅，为规避依赖一家网络平台的风险，公司也在积极探索线下社区体验店。	采取线下营销和线上营销。线下营销中，直销境内包括直营专卖店，企业客户集采，直营商场专柜，直销境外为企业客户集采（B2B国际贸易），分销境内为经销商各门店。线上营销中，直销为在京东、天猫、亚马逊等各电商平台开设自营店铺，分销境内为平台入仓和直发模式。

### 3、公司在行业内的竞争优势

#### (1) 品牌优势

公司拥有较强的品牌优势，“太湖雪”品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、江苏精品、苏州市知名品牌等荣誉称号。

公司秉持“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司将中国典雅精致、温婉内敛的传统文化融入产品设计中，积极融合苏州当地特有的传统文化元素，将苏绣、宋锦等传统工艺与产品相结合，打造了带有鲜明苏州印记的“太湖雪”品牌。公司一直致力于自身品牌与苏州传统工艺、非遗文化的融合，在推广苏州蚕桑文化的同时，不断提升品牌影响力以及知名度。

公司位于苏州市震泽镇，地处苏杭丝绸文化圈的核心，拥有深厚的蚕桑文化历史底蕴以及丰富的非物质文化遗产资源。在营销推广中，公司注重文创类产品、体验类产品的开发，在营销活动中融合非遗文化、蚕桑文化科普，在传承弘扬传统文化的同时，增加与消费者的互动交流，提高品牌与非遗文化、蚕桑文化的关联度，树立具有地方文化特色的品牌形象。

## (2) 营销渠道优势

公司经过多年发展，已经在线上、线下建立了多样化的营销渠道，通过多渠道共同发展的模式，产生多渠道协同效应，不断提升公司品牌知名度和产品市场占有率。

线下营销渠道方面，公司以苏州为大本营，通过开设直营店的方式，保证了销售信息的及时获取和高效的销售渠道管理；与此同时，公司还与商场、经销商等开展广泛合作，设立直营商场专柜、品牌经销专卖店等多种线下营销终端，提升经营管理效率。

近年来，公司通过在周庄、同里等古镇景区设立景区专卖店，以江南古镇庞大的游客流量为依托，同时将公司主打的蚕桑丝绸文化与古镇文化相融合，并借鉴时尚消费品行业的营销风格，对门店、货柜等进行升级改造，力求通过对产品的生动化陈列和丝绸融入生活体验来促进成交，取得良好效果。

公司还设立团购渠道，服务于企事业单位等企业客户。公司根据企业客户的个性化需求，如福利发放、礼品等，针对性进行丝绸家纺或丝绸文创产品的设计开发，将客户元素和公司品牌进行共同呈现。公司还推出个人定制化业务，采用刺绣工艺，将客户名字以及祝福话语定制在家纺产品中。

定制化服务案例具体情况如下：

客户类型	产品图示	产品说明
企业客户	 The image shows two logos at the top: SBS on the left and 碧桂园 (Biyu Garden) on the right. Below the logos are two photographs of custom silk products. The left photo shows a green and white patterned silk scarf or shawl. The right photo shows a blue and red silk eye mask and a matching silk scarf.	公司为企业客户提供定制化服务，打造具有企业特色的丝绸类产品。 目前已服务机构、企业客户有苏州广播电视总台、相城文商旅集团、碧桂园等。
个人客户	 The image shows two photographs of custom silk products. The left photo shows a red silk bedding set (duvet cover and pillows) on a bed. The right photo shows a red silk bag with a circular embroidered design.	个人定制化业务以婚庆产品为主。采用刺绣工艺，将新人名字以及祝福话语定制在家纺产品中。

线上渠道方面，公司在天猫、京东、唯品会等国内电商平台以及亚马逊、Ebay 等跨境电商平台均设立了品牌直营店。除直营店自销以外，公司紧跟市场潮流，通过对公

公司产品特性、产品受众以及 KOL 直播风格和前期合作效果进行综合评估，与多位 KOL 达成合作，借助 KOL 的高人气直播进行产品的快速销售，快速打响公司产品和品牌知名度。

近年来，公司也十分注重线上私域流量培育，并制定了从线下向线上进行客户引流的总体策略。公司在热门商圈、购物中心、景点设立快闪店，通过门店设计、产品展示来吸引消费者引流，并通过蚕桑丝绸文化扫盲式传播，以及太空舱养蚕等趣味互动的方式，提升消费者的文化共鸣，实现粉丝的快速转化。2020 年，公司进行了首次快闪店尝试，公司快闪店“茧日生活”于 2020 年 10 月在拙政园落地，该快闪店选址于拙政园出口处，以拙政园内古建筑为活动场地，通过向游客展示种桑、养蚕等蚕桑文化的经典场景，传播蚕桑精神，提升公司品牌形象。快闪店活动举办期间，累计参观量达 30 万人次。

拙政园快闪店活动现场照



借助多样化的渠道营销和引流，近年来公司线上销售渠道增长强劲，产品线上占有率名列前茅。

### （3）区位及产业链整合优势

公司位于苏州市吴江区震泽镇，地处丝绸集聚地杭州、苏州、嘉兴、无锡、湖州的中心位置，周边交通及产业条件十分便利，是我国茧丝绸织造及贸易聚集地。多年产业发展使震泽周边的丝绸产业链体系完备，产业相关人力资源丰富，为公司提供了大量可供整合的优质资源。

近年来，随着新零售及公司多渠道业务的不断发展，客户对丝绸产品的个性化定制需求愈加强烈，花型设计和尺寸规格的多样化。公司还积极开拓大客户业务，B 端客户的需求痛点更侧重于产品的礼品属性和针对客户的定制化属性，其产品的非标程度较 C 端渠道而言更高，个性化需求被进一步放大。公司原有从产品设计、生产到发货的全环节自主经营模式在适应多品类小批量订单时运转难度加大，转而通过产业供应链协同来

实现订单的快速响应。

另一方面，公司与天猫、抖音等多平台的头部主播合作。头部主播往往能够通过其庞大的客流量，为公司带来短期订单的爆发，这对公司订单的快速响应能力提出了更高要求。

基于上述原因，公司通过常年深耕丝绸和床上用品产业链，建立了稳定的供应链体系，在产业链各环节中均有长期稳定的合作伙伴，并根据供应商自身的生产规模、技术特点和订单饱和程度等因素建立了较为完善的供应商管理体系。同时，公司也在内部建立了高效的柔性化订单管理模式，根据订单数量、定制化程度、交货周期等因素，结合供应链合作伙伴各自的特点进行协同作业，保证订单如期交付。公司强大的供应链协同和管理能力，能够有效满足客户定制化需求，快速响应多品种小批量订单，有助于提升公司的竞争力。

#### **（4）设计与研发优势**

公司自成立以来，专注于蚕丝制品加工工艺优化以及丝绸产品创新设计，积极通过自主研发以及产学研合作等方式，保障公司的技术先进性以及创新性。公司通过人才引进以及内部培养，组建了一支优秀的研发设计团队。

经过多年发展，公司在原材料品质提升、生产工艺优化、产品创新设计等方面积累了丰富的研发经验以及技术储备，掌握了高韧性高光泽度蚕丝加工技术、蚕丝绵高效拉松技术、高保形性蚕丝被加工技术、真丝床品生产加工过程表面防磨损技术、功能性面料助剂在丝绸制品上运用技术、产品创新设计技术等多项核心技术，设计开发了配套生产设备，并获得相关知识产权。截至 2022 年 6 月 30 日，公司通过自主研发或原创设计，获得版权 2,000 余项以及各项专利 71 项，其中发明专利 3 项，实用新型专利 68 项。

产学研方面，公司早在 2006 年成立之初，就与苏州大学蚕丝研究院合作成立首个研发中心，攻克了蚕丝被位移、板结的难题。此后，公司陆续成立“苏州蚕丝家纺工程技术研究中心”、“中国生活方式设计院丝绸研发中心”、“南京农业大学校外实践教学基地合作”等教学研究基地，与苏州大学、东华大学等高校建立起良好的产学研合作关系，不断提升公司设计创新能力。除加工工艺、产品设计以外，公司积极向产业链上游延伸，针对桑蚕品种选育及养殖技术开展研究。

公司凭借强大的研发创新能力，先后取得“江苏省民营科技企业”、“江苏省认定

企业技术中心”等多项荣誉，并于2016年被评为高新技术企业，2019年复审通过高新技术企业认定。公司实际控制人胡毓芳取得“国家科学技术进步二等奖”等多项荣誉。

公司十分重视产品花型的自主原创设计，通过人才引进以及内部培养组建了一支拥有原创设计能力以及定制化设计能力的研发设计团队。公司在经典花型设计元素的基础上，广泛借鉴国际先进设计理念，并积极融合中国传统文化及非遗文化，将苏绣、版画等中国传统工艺融入产品设计中，形成了具有太湖雪特色的设计风格。近年来，公司与景区、博物馆合作打造了多款联名产品，并为企业客户及个人客户提供了大量高端定制化产品，积累了丰富的设计经验，具备高效、专业的定制化设计能力。

### 联名产品案例

联名机构	产品图示	产品说明
苏州博物馆		公司与苏州博物馆联名推出“苏州城市礼”，将丝绸与馆藏山水画相结合，打造出简约苏雅的文创产品，实现了传统工艺与传统文化的完美结合，充分展现了苏州魅力。
颐和园		公司与颐和园联名推出“颐格格被”系列产品。以工笔画手法描绘颐和园中的各色花卉以及亭台楼阁，通过丝绸的质感打造出雍容华贵的颐和园风格。

## 4、公司的竞争劣势

### (1) 融资渠道单一

目前，公司融资渠道有限，主要依靠自有资金积累和银行贷款等，制约了公司的快速发展。本次公开发行股票所募集资金将主要用于营销渠道建设及品牌升级项目、研发及检测中心建设项目、信息系统升级项目，将进一步完善公司营销渠道、提高品牌影响力、提升公司研发创新能力和信息化水平，不断强化公司产品的市场竞争力，促进公司业绩的快速增长。

## (2) 专业人才资源不足

近几年来公司快速发展，对专业人才需求量增大，但目前家纺行业人才普遍短缺，公司虽已建立起一支具有生产管理经验、研发设计经验和丰富销售经验的专业化团队，但为应对日后日益增长的专业人才需求，更好满足消费者对产品质量、款式和风格等多样化要求，目前公司现有人才资源储备量有限，人力资源结构有待进一步优化。未来公司将不断引进行业内顶尖人才，加强内部人才队伍建设。

## 三、 发行人主营业务情况

### (一) 公司主要业务及主要产品情况

#### 1、 主营业务收入及其构成

报告期内公司主营业务收入按产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
蚕丝被	7,416.10	56.81%	21,054.63	56.74%	16,809.11	54.37%	12,902.09	54.96%
床品套件	4,140.01	31.71%	10,805.94	29.12%	9,367.50	30.30%	6,641.78	28.29%
丝绸饰品	1,025.57	7.86%	3,989.98	10.75%	3,828.16	12.38%	3,093.24	13.18%
丝绸服饰及其他	472.57	3.62%	1,258.39	3.39%	909.70	2.94%	840.17	3.58%
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	10,359.96	79.36%	29,754.66	80.18%	23,894.26	77.29%	21,084.47	89.81%
境外	2,694.29	20.64%	7,354.28	19.82%	7,020.22	22.71%	2,392.81	10.19%
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入中直销和分销构成如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	------------	--------	--------	--------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	11,451.31	87.72%	32,443.10	87.43%	25,494.16	82.47%	18,080.53	77.01%
分销	1,602.94	12.28%	4,665.84	12.57%	5,420.31	17.53%	5,396.74	22.99%
<b>合计</b>	<b>13,054.25</b>	<b>100%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入按线上和线下构成如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	5,989.05	45.88%	18,437.06	49.68%	15,255.50	49.35%	8,780.09	37.40%
线下	7,065.21	54.12%	18,671.88	50.32%	15,658.98	50.65%	14,697.19	62.60%
<b>合计</b>	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

## 2、报告期前五大客户情况

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比
<b>2022年1月-6月</b>			
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	1,331.99	10.16%
2	上海蔚景商贸有限公司	183.90	1.40%
3	上海东方购物有限公司	163.71	1.25%
4	北京梅如雪科技有限公司	142.91	1.09%
5	苏州天虹商场有限公司	108.91	0.83%
<b>合计</b>		<b>1,931.42</b>	<b>14.73%</b>
<b>2021年度</b>			
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	5,264.12	14.12%
2	上海东方购物有限公司	829.00	2.22%
3	中信易家电子商务有限公司	352.27	0.94%
4	苏州天虹商场有限公司	306.88	0.82%
5	唯品会（中国）有限公司	295.57	0.79%
<b>合计</b>		<b>7,047.84</b>	<b>18.90%</b>
<b>2020年度</b>			
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	2,877.04	9.26%
2	上海东方购物有限公司	806.81	2.60%
3	唯品会（中国）有限公司	673.02	2.17%

4	苏州天虹商场有限公司	290.32	0.93%
5	苏州人民商场股份有限公司	275.90	0.89%
	<b>合计</b>	<b>4,923.09</b>	<b>15.85%</b>
<b>2019 年度</b>			
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有 公司	2,717.10	11.49%
2	唯品会（中国）有限公司	745.35	3.15%
3	上海东方购物有限公司	442.55	1.87%
4	苏州太湖雪家居用品有限公司	382.16	1.62%
5	苏州天虹商场有限公司	362.02	1.53%
	<b>合计</b>	<b>4,649.19</b>	<b>19.66%</b>

### 3、主要产品产能、产量、销量

公司主要产品为蚕丝被和床品套件，其产能、产量和销量情况如下：

产品分类	项目	单位	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
蚕丝被	自有产能	万条	13.2	27.65	26.88	20.74
	总产量	万条	15.71	38.29	29.08	20.75
	其中：自产产量	万条	12.08	26.63	23.97	19.95
	委外加工产量	万条	3.14	8.40	1.43	0.76
	半成品采购量	万条	0.49	3.25	3.68	0.04
	自有产能利用率	%	87.38	96.33	89.18	96.21
	销量	万条	14.43	35.04	25.62	19.82
	产销率	%	91.81	91.51	88.11	95.51
床 套件	自有产能	万套	5.33	10.66	10.66	8.52
	总产量	万套	8.20	23.55	19.60	16.65
	其中：自产产量	万套	4.86	9.74	10.54	7.68
	委外加工产量	万套	0.99	7.78	6.28	5.19
	成品采购量	万套	2.35	6.03	2.78	3.78
	自有产能利用率	%	91.29	91.40	98.95	90.07
	销量	万套	7.72	20.16	18.40	14.83
	产销率	%	94.17	85.58	93.87	89.06

注 1：自有产能利用率=自产产量/自有产能×100%

注 2：产销率=销量/总产量×100%

注 3：鉴于公司经营产品种类较多，各个产品面料材质、填充物类别、填充物重量、尺寸大小和工

艺复杂程度不同，公司选取主营产品桑蚕丝被作为标准产品，参考各个产品的日产量跟标准产品日产量的比例赋予各个产品相应系数，并将各个产品的产能、产量和销量按照各个产品所依据的系数进行折算，因此，上表中蚕丝被、床品套件的自有产能、总产量、自产产量、委外加工产量、成品采购量，销量均为经系数折算后统计口径。

#### 4、主要产品销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品销售价格情况如下：

项目		2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
蚕丝被	销售收入(万元)	7,416.10	21,054.63	16,809.11	12,902.09
	销量(万条)	17.12	37.29	27.76	21.88
	单价(元/条)	433.19	564.55	605.51	589.70
床品套件	销售收入(万元)	4,140.01	10,805.94	9,367.50	6,641.78
	销量(万套)	15.29	41.55	37.67	28.94
	单价(元/套)	270.84	260.06	248.67	229.52

## (二) 报告期内主要产品的原材料和能源采购情况

### 1、原材料、能源动力和辅助材料情况

报告期内公司原材料和能源采购情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	7,968.22	95.81	20,362.52	93.19	17,500.48	94.17	12,551.83	94.42
外协采购	28.30	3.95	1,444.15	6.61	1,047.22	5.64	706.74	5.32
能源动力	19.98	0.24	42.87	0.20	35.69	0.19	35.02	0.26
合计	<b>8,316.50</b>	<b>100.00</b>	<b>21,849.54</b>	<b>100.00</b>	<b>18,583.39</b>	<b>100.00</b>	<b>13,293.59</b>	<b>100.00</b>

### 2、主要原材料和能源价格变动趋势

公司主要原材料包括填充物和面料。报告期内，公司主要原材料的采购情况和价格变动趋势如下：

#### (1) 原材料采购情况

报告期内，公司对外采购原材料主要为填充物、面料原材料。填充物原材料分为桑蚕丝绵、柞蚕丝绵和其他纤维；面料原材料主要分为真丝面料、全棉面料和其他面料。公司主要原材料采购情况如下所示：

单位：万元

年份		2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
项目		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
丝绵、 面料原 材料	桑蚕丝绵	1,525.77	19.15%	5,857.89	28.77%	4,390.32	25.09%	2,304.70	18.36%
	柞蚕丝绵	2,177.19	27.32%	1,624.13	7.98%	938.05	5.36%	1,008.82	8.04%
	其他纤维	5.20	0.07%	38.59	0.19%	22.44	0.13%	29.09	0.23%
	丝绵原材料 小计	<b>3,708.16</b>	<b>46.54%</b>	<b>7,520.61</b>	<b>36.93%</b>	<b>5,350.82</b>	<b>30.58%</b>	<b>3,342.61</b>	<b>26.63%</b>
	真丝面料	1,584.60	19.89%	4,875.93	23.95%	4,549.48	26.00%	2,894.82	23.06%
	全棉面料	1,004.10	12.60%	2,684.67	13.18%	2,327.41	13.30%	1,921.31	15.31%
	其他面料	350.55	4.40%	416.17	2.04%	251.26	1.44%	306.67	2.44%
	面料原材料 小计	<b>2,939.25</b>	<b>36.89%</b>	<b>7,976.77</b>	<b>39.17%</b>	<b>7,128.16</b>	<b>40.73%</b>	<b>5,122.81</b>	<b>40.81%</b>
	合计	6,647.41	83.42%	15,497.38	76.11%	12,478.98	71.31%	8,465.42	67.44%
半成品	蚕丝丝胎	-	0.00%	759.84	3.73%	2,551.39	14.58%	1,327.10	10.57%
	被芯内套等	6.11	0.08%	36.52	0.18%	1.40	0.01%	0.96	0.01%
	合计	<b>6.11</b>	<b>0.08%</b>	<b>796.36</b>	<b>3.91%</b>	<b>2,552.79</b>	<b>14.59%</b>	<b>1,328.05</b>	<b>10.58%</b>
产成品	床品套件	570.36	7.16%	1,482.15	7.28%	821.89	4.70%	859.65	6.85%
	丝绸饰品	150.49	1.89%	1,022.79	5.02%	660.07	3.77%	951.29	7.58%
	丝绸服饰	54.05	0.68%	376.71	1.85%	124.94	0.71%	205.57	1.64%
	蚕丝被	68.30	0.86%	5.87	0.03%	2.34	0.01%	9.75	0.08%
	合计	<b>843.19</b>	<b>10.58%</b>	<b>2,887.52</b>	<b>14.18%</b>	<b>1,609.24</b>	<b>9.20%</b>	<b>2,026.26</b>	<b>16.14%</b>
包装类	471.50	5.92%	1,181.26	5.80%	859.47	4.91%	732.09	5.83%	
总计	<b>7,968.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,362.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,500.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,551.83</b>	<b>100.00%</b>	

报告期内，公司主要原材料为丝绵原材料和面料原材料，其中，丝绵原材料采购金额分别为 3,342.61 万元、5,350.82 万元、7,520.61 万元及 3,708.16 万元，占公司原材料采购总额的比例分别为 26.63%、30.58%、36.93% 及 46.54%，呈逐步上升趋势，与公司蚕丝被销售规模变动趋势一致。面料原材料采购金额分别为 5,122.81 万元、7,128.16 万元、7,976.77 万元及 2,939.25 万元，占公司原材料采购总额的比例分别为 40.81%、40.73%、39.17% 及 36.89%，2019-2021 年面料原材料采购金额整体呈上升趋势，与公司蚕丝被、床品套件销售规模变动趋势基本一致。

公司半成品主要为蚕丝丝胎，报告期内公司半成品采购金额分别为 1,328.05 万元、2,552.79 万元、796.36 万元及 6.11 万元，占公司原材料采购总额的比例分别为 10.58%、

14.59%、3.91%及0.08%。2020年公司半成品蚕丝丝胎采购金额同比增长92.25%，2021年同比下降70.22%，主要原因为2020年公司采用直播带货方式导致相关电商平台产品需求量短期内大幅增长，公司由于预估不足，导致相关产品提前备货量较线上实际购买量有较大差距，为满足短期交货要求，公司选择采购半成品蚕丝丝胎加工成蚕丝被，以缩短生产时间，之后公司积累了丰富的网络直播带货销售经验，现已能够提前充分备货满足线上订单的需求，因此，2021年公司主要通过采购丝绵原材料自产蚕丝被，相应采购半成品蚕丝丝胎金额下降。发行人2022年上半年因主要选择委外供应商进行蚕丝丝胎加工，故半成品蚕丝丝胎采购金额为零。

报告期内，公司外购产成品金额分别为2,026.26万元、1,609.24万元、2,887.52万元及843.19万元，占公司原材料采购总额的比例分别为16.14%、9.20%、14.18%及10.58%，外购产成品年度采购金额整体呈现上升趋势，公司外购产成品主要为床品套件和丝绸饰品。

报告期内，发行人包装类采购金额分别为732.09万元、859.47万元、1,181.26万元及471.50万元，占公司原材料采购总额的比例分别为5.83%、4.91%、5.80%及5.92%。包装类采购包括被芯包装、小件包装、套件包装、包装配件和纸箱等包装物，发行人包装类采购金额呈逐年增长趋势，与公司丝绸产品销售规模变动趋势一致。

## (2) 主要原材料的价格变动趋势

单位：吨（丝绵）、万米（面料）、万元/吨、元/米

项目	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
<b>丝绵原材料</b>								
桑蚕丝绵	52.97	28.81	191.67	30.56	165.30	26.56	86.53	26.63
柞蚕丝绵	162.57	13.39	122.20	13.29	74.83	12.54	72.73	13.87
<b>面料原材料</b>								
真丝面料	10.24	154.69	45.14	108.01	44.27	102.77	27.27	106.16
全棉面料	69.72	14.40	189.82	14.14	186.64	12.47	141.63	13.57

报告期内，发行人采购丝绵原材料包括桑蚕丝绵和柞蚕丝绵，桑蚕丝绵数量分别为86.53吨、165.30吨、191.67吨及52.97吨，柞蚕丝绵数量分别为72.73吨、74.83吨、122.20吨及162.57吨，年度采购数量两者均呈逐步上升趋势，同公司蚕丝被销售规模变动趋势一致。2022年上半年因柞蚕丝绵预付款合同期后到货，故数量大幅提升。桑

蚕丝绵采购单价分别为 26.63 万元/吨、26.56 万元/吨、30.56 万元/吨及 28.81 万元/吨，整体呈平稳波动趋势；柞蚕丝绵采购单价分别为 13.87 万元/吨、12.54 万元/吨、13.29 万元/吨及 13.39 万元/吨，整体保持平稳趋势。

报告期内，发行人采购面料原材料包括真丝面料和全棉面料，真丝面料数量分别为 27.27 万米、44.27 万米、45.14 万米及 10.24 万米，全棉面料数量分别为 141.63 万米、186.64 万米、189.82 万米及 69.72 万米，年度采购数量两者均呈逐步上升趋势，同公司床品套件销售规模变动趋势一致。真丝面料采购单价分别为 106.16 元/米、102.77 元/米、108.01 元/米及 154.69 元/米，全棉面料采购单价分别为 13.57 元/米、12.47 元/米、14.14 元/米及 14.40 元/米，两者采购单价 2020 年均出现小幅下降，其原因为公司凭借对市场未来价格趋势的精准判断，在真丝面料价格波动的最低点采取提前备货模式，之后由于真丝面料整体市场价格提升，因此 2021 年采购单价较 2020 年有所上升。2022 年上半年，真丝面料单价大幅提升，系公司调整产品结构采购宽幅真丝面料，较之前窄幅真丝面料价格较高，故抬高整体单价。全棉面料 2020 年采购单价小幅下降，其原因在于公司采购量大，同供应商有一定议价权，因此，获得优惠采购价格。

### (3) 主要能源的价格变动趋势

公司生产过程中的主要能源消耗是电力。报告期内公司生产耗能正常，能源供应充足，能源价格保持稳定。

项目	2022 年 1 月-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
用电量（万度）	23.03	47.73	36.74	36.52
电费总额（万元）	19.03	40.46	32.36	33.24
平均电价（元/度）	0.83	0.85	0.88	0.91
电费总额占主营业务成本比例	0.27%	0.19%	0.17%	0.24%
用水量（万吨）	0.23	0.59	0.81	0.43
水费总额（万元）	0.95	2.41	3.33	1.78
平均水费（元/吨）	4.11	4.11	4.11	4.11
水费占主营业务成本比例	0.01%	0.01%	0.02%	0.01%

### 3、前五名供应商的采购情况

报告期内，公司向前五名供应商采购金额及占采购总额的比例如下：

单位：万元

2022年1月-6月			
序号	供应商名称	采购额	占比
1	淄博大染坊丝绸集团有限公司	1,304.03	15.72%
2	广西百姓人家家纺有限公司	946.53	11.41%
3	盖州市佳兴丝绢有限责任公司	683.40	8.24%
4	盖州市东兴棉绢纺织有限公司	565.96	6.82%
5	南通喜寐纺织品有限公司、南通智禾纺织科技有限公	379.69	4.58%
合计		3,879.61	46.76%
2021年度			
序号	供应商名称	采购额	占比
1	淄博大染坊丝绸集团有限公司	2,940.67	13.49%
2	广西百姓人家家纺有限公司	2,666.37	12.23%
3	钱桑家纺有限公司	1,124.46	5.16%
4	南通喜寐纺织品有限公司、南通智禾纺织科技有限公司	1,084.00	4.97%
5	盖州市佳兴丝绢有限责任公司	990.03	4.54%
合计		8,805.53	40.38%
2020年度			
1	淄博大染坊丝绸集团有限公司	3,146.30	16.96%
2	苏州三盛实业科技有限公司	1,399.14	7.54%
3	钱桑家纺有限公司	1,138.46	6.14%
4	广西百姓人家家纺有限公司	1,079.88	5.82%
5	湖州新宇丝织有限公司	959.98	5.18%
合计		7,723.77	41.64%
2019年度			
1	苏州三盛实业科技有限公司	1,497.80	11.30%
2	淄博大染坊丝绸集团有限公司	1,348.90	10.17%
3	湖州新宇丝织有限公司	1,019.99	9.82%
4	钱桑家纺有限公司	630.02	4.75%
5	望江华丰纺织品有限责任公司	556.00	4.19%
合计		5,334.70	40.24%

注：“占比”为该供应商采购金额占当年采购总额（原材料采购金额+外协采购金额）的比例

### （三）发行人及主要关联方在前五名客户和供应商中占有权益的情况

发行人控股股东英宝投资最近 12 个月曾控制的企业的执行董事盛正芳的姐姐盛丽芬持有苏州三盛实业科技有限公司 100% 的股权；公司 2019 年的前五大客户之苏州太湖雪家居用品有限公司为公司员工曾经投资的主体。除上述情况外，截至招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、主要关联方未在上述客户或供应商中占有权益。

#### （四）发行人外协采购情况

##### 1、发行人外协采购基本情况

公司主要产品为蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰，公司的核心竞争力在于“太湖雪”品牌及销售渠道，受限于产能因素，公司将部分工序和部分产品加工委外，如蚕丝被生产过程中的拉绵、被芯内套加工、床品套件中全棉套件加工、丝绸饰品加工等委外；另外受限于环保要求，公司将真丝面料印染、印花等工序委外。报告期内，公司外协加工费主要包括蚕丝被加工费、蚕丝丝胎加工费、被芯内套加工费、床品套件加工费、丝绸服饰加工费、丝绸饰品加工费以及印染加工费。

##### 2、主要外协采购内容及金额

报告期内，公司外协加工费及占同期外协加工费总额比重如下所示：

单位：万元、%

委外加工项目	2022年1月-6月		2021		2020		2019	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
蚕丝被加工费	73.53	22.40	188.65	13.06	34.70	3.31	36.70	5.19
蚕丝丝胎加工费	17.87	5.44	101.18	7.01	89.40	8.5	3.64	0.51
被芯内套加工费	95.16	28.98	356.15	24.66	197.64	18.87	163.25	23.10
床品套件加工费	21.14	6.44	225.71	15.63	153.87	14.69	154.44	21.85
丝绸服饰加工费	35.13	10.70	108.38	7.50	67.52	6.45	44.32	6.27
丝绸饰品加工费	60.82	18.53	295.34	20.45	320.28	30.58	73.84	10.45
包装物加工费	-	-	39.29	2.72	16.07	1.53	11.21	1.59
印染加工费	24.65	7.51	91.49	6.33	130.93	12.50	174.62	24.71
其他加工费	-	-	37.97	2.63	36.81	3.52	44.71	6.33
<b>总计</b>	<b>328.30</b>	<b>100.00</b>	<b>1,444.15</b>	<b>100.00</b>	<b>1,047.22</b>	<b>100.00</b>	<b>706.74</b>	<b>100.00</b>

### 3、前五名外协供应商的采购情况

报告期内，公司前五大外协厂商交易金额及占外协加工总额如下表：

单位：万元

2022年1月-6月			
序号	外协厂商名称	外协加工费	占比
1	吴江区平望镇尚雅服装店	54.54	16.61%
2	浙江曼丝诺丝绸股份有限公司	44.01	13.40%
3	杭州杭丝坊丝绸有限公司	34.44	10.49%
4	吴江区震泽镇温之家丝绸加工厂	32.42	9.87%
5	南通悦缤纺织品有限公司	23.71	7.22%
	<b>合计</b>	<b>189.11</b>	<b>57.60%</b>
2021年度			
序号	外协厂商名称	外协加工费	占比
1	吴江区平望镇尚雅服装店	221.06	15.31%
2	南通悦缤纺织品有限公司	138.93	9.62%
3	浙江曼丝诺丝绸股份有限公司	93.82	6.50%
4	杭州杭丝坊丝绸有限公司	92.02	6.37%
5	苏州文德服饰有限公司	85.27	5.90%
	<b>合计</b>	<b>631.10</b>	<b>43.70%</b>
2020年度			
1	吴江区平望镇尚雅服装店	271.61	25.94%
2	吴江市宝利来纺织服饰有限公司	66.70	6.37%
3	吴江区震泽镇温之家丝绸加工厂	61.76	5.90%
4	吴江区震泽镇如梦之初家纺加工厂	61.60	5.88%
5	宋亚明	49.8	4.76%
	<b>合计</b>	<b>511.51</b>	<b>48.84%</b>
2019年度			
1	嘉兴上云彩数码科技有限公司	76.61	10.84%
2	宋亚明	58.31	8.25%
3	吴江区震泽镇温之家丝绸加工厂	56.65	8.02%
4	江苏圣富莱家用纺织品有限公司	47.17	6.67%
5	海盐鸳鸯丝绸印染有限公司	42.05	5.95%
	<b>合计</b>	<b>280.79</b>	<b>39.73%</b>

## （五）重要合同的基本情况

公司的重要合同是指对报告期公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。截至招股说明书签署日，公司重大合同主要为销售合同、采购合同、借款合同、租赁合同、担保合同等。

### 1、销售合同

报告期内，公司主要客户相对稳定，结合报告期内前五大客户销售金额情况，将重大销售合同披露标准定为 500 万元以上。

截至招股说明书签署日，发行人正在履行中的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同金额	合同期限
1	京东自营	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
2	京东京造	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
3	上海东方电视购物有限公司	框架合同 无具体金额	2022.7.12 至 2023.7.11

### 2、采购合同

报告期内，公司主要供应商相对稳定，根据公司报告期内前五大供应商交易金额情况，将重大采购合同披露标准定为 500 万元以上。

截至招股说明书签署日，发行人正在履行中的重大采购合同情况如下：

单位：万元

序号	供应商	合同标的	合同金额	合同期限
1	山东淄博大染坊丝绸集团有限公司	丝绸面料	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
2	湖州新宇丝织有限公司	丝绸面料	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
3	广西百姓人家家纺有限公司	桑蚕丝绵	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
4	桐乡市 家纺有限公司	桑蚕丝绵	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
5	望江华丰纺织品有限责任公司	桑蚕丝绵	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
6	南通喜寐纺织品有限公司	床品面料	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31
7	盖州市佳兴丝绢有限责任公司	柞蚕丝	框架合同，无具体金额	2022.1.1 至 2022.12.31

### 3、借款合同

截至招股说明书签署日，发行人正在履行的借款合同如下：

序号	贷款人	贷款金额 (元)	借款期限	担保方	担保合同编号
1	江苏银行股份有限公司苏州姑苏支行	700,000.00	2022.07.12-2023.08.08	胡毓芳	BZ031221000742
2	江苏银行股份有限公司苏州姑苏支行	2,300,000.00	2022.07.12-2023.08.08	胡毓芳	BZ031221000742
3	江苏银行股份有限公司苏州平江支行	3,900,000.00	20 1.11.18-2022.11.17	胡毓芳	BZ031221000742
4	江苏银行股份有限公司苏州平江支行	540,000.00	2021.11.18-2022.11.17	胡毓芳	BZ031221000742
5	江苏银行股份有限公司苏州平江支行	560,000.00	2021.11.18-2022.11.17	胡毓芳	BZ031221000742
6	江苏银行股份有限公司苏州平江支行	2,000,000.00	2021.11.24-2022.11.23	胡毓芳	BZ031221000742
7	中信银行股份有限公司苏州分行	10,000,000.00	2022.03.08-2023.03.07	胡毓芳	2022 苏银最保字第 102638 号
8	苏州银行股份有限公司吴江支行	5,000,000.00	2022.03.11-2023.03.11	胡毓芳	苏银高保字[320584001-2022]第 [533011]号
9	中国民生银行股份有限公司苏州分行	382,060.00	2022.10.31-2023.04.29	胡毓芳	2021 年苏（吴）最高保字第 0910 号
		378,447.0	2022.10.31-2023.04.29		
		785,279.00	2022.10.31-2023.04.29		
		347,222.00	2022.10.31-2023.04.29		
		1,259,467.00	2022.10.31-2023.04.29		
		246,825.00	2022.10.31-2023.04.29		
		1,261,364.00	2022.10.31-2023.04.29		
339,336.00	2022.10.31-2023.04.29				
10	中国建设银行股份有限公司苏州长三角一体化示范区分行	5,000,000.00	2022.06.22-2023.06.21	胡毓芳	HTC322997600ZGDB2022N0GD
11	中国银行股份有限公司苏州长三角一体化示范区分行	5,000,000.00	2022.08.26-2023.08.25	胡毓芳	中银（示范区中小）个保字 2021106 号
12	江苏苏州农村商业银行股份有限公司震泽支行	4,978,200.00	2022.07.06-2023.07.06	发行人	最高额抵押合同/苏农商银高抵字（D10202004821）第 13212 号
		2,321,800.00	2022.07.12-2023.08.08		
13	招商银行股份有限公司	5,000,000.00	2022.07.28-2023.07.27	胡毓	512XY202202160901

限公司苏州分行		芳	
---------	--	---	--

#### 4、租赁合同

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的重大租赁合同情况如下：

序号	房屋坐落	出租人	承租人	面积(M <sup>2</sup> )	租赁期限	用途
1	震泽镇 318 国道北侧之物业的 1-2 层	胡毓芳	太湖雪	977	2022.1.1-2026.12.31	办公
2	震泽镇勤幸村	怡泰祥纺织	太湖雪	2,250	2022.1.1-2024.12.31	仓储
3	昆山市前进西路 1174 号	邵华与	太湖雪	200	2018.10.10-2023.10.9	店铺
4	吴江同里古镇明清街	谢德圣	太湖雪	400	2018.8.1-2023.7.31	店铺
5	苏州市沧浪区人民路 802 号	沈明权	太湖雪	797.66	2019.5.1-2025.4.30	店铺
6	吴江市鲈乡南路 1401 号毛坯商业门面房 212-101 号	邱美华	太湖雪	85.16	2022.7.24-2024.7.23	店铺
7	吴江市鲈乡南路 1399 号毛坯商业门面房 212-102 号	鲍志刚	太湖雪	89.13	2022.7.24-2024.7.23	店铺
8	吴江市鲈乡南路 1397 号毛坯商业门面房 212-103 号	顾新林	太湖雪	102.7	2022.7.24-2024.7.23	店铺
9	吴江市鲈乡南路奥林清华西区 212 幢 104 号	陆盛娟	太湖雪	111.26	2019.7.24-2024.7.23	店铺
10	北京市海淀区远大路 1 号新燕莎 MALL 的四层	北京新燕莎商业有限公司	太湖雪	87.47	2022.9.1-2024.9.30	店铺
11	苏州市工业园区苏州大道东[265]号 23 层 E-G 室的广场商业楼第 L1 层	苏州现代传媒广场投资管理有限公司	太湖雪	79.24	2019.10.20-2023.10.19	店铺
12	震泽镇勤幸村之物业中的文化馆西庭院入口处的区域	丝绸之路	太湖雪	220	2021.1.1-2025.12.31	店铺
13	苏州市吴江区黎里古镇平楼街与何家滨路转角处房屋	苏州市黎里文化旅游发展有限公司	太湖雪	325	自房屋交付之日起五年	店铺
14	苏州市苏州新区长江路 436 号绿宝广场的第 3 层 19 单元的房屋以及相关的通道/露台（如有）	苏州迈大房地产发展有限公司	太湖雪	64.4	2021.4.1-2023.3.31	店铺
15	苏州市吴江区金星村 2 组的集体房产和房产范围内的土地	苏州市吴江区震泽镇金星村村民委员会	太湖雪	2787.69	2021.6.1-2023.5.31	厂房及办公楼
16	松陵镇鲈乡南路 55 号	张文娟	太湖雪	69.5	2021.7.7-2024.7.7	店铺
17	张家港市杨舍镇暨阳东路 465-467 号	张家港市工运研究会	太湖雪	232.22	2021.7.1-2024.6.30	店铺
18	苏州市姑苏区络香路 2 号星辉 1976 产业园内 3#楼 1 层 1011、1012 单元的房屋用作丝织品经营和 3#楼 2 层 2001、2017-2022 单元的房屋用作办公	天玑星辉（苏州）科技有限公司	太湖雪	1459	2021.11.1-2025.10.31	店铺、办公
19	苏州市姑苏区络香路 2 号星辉 1976 产业园内 3#楼 2 层 2016 单元	天玑星辉（苏州）科技有限公司	太湖雪	264	2021.12.20-2025.10.31	办公

20	蚕桑园一期项目范围内的181.3亩农用地及二期规划的300亩农用地	苏州震泽湿地旅游文化发展有限公司	太湖雪	481.3亩	2021.12.14-2033.9.13	经营
21	吴江区盛泽镇舜湖西路88号（盛泽广场国际大厦）1-20部分、1-21部分、1-83、1-85、1-86、1-87、1-88以及其他部分的房屋	吴江鼎盛商业经营有限公司	太湖雪	411	2022.2.20-2028.5.31	店铺
22	北京市海淀区中关村南大街12号综合科研楼4012	中国农业科学院后勤服务中心	太湖雪	110	2022.5.1-2023.4.30	办公
23	苏州市竹辉路168号的竹辉环宇荟购物中心地上一层L107单元	苏州泽安商业发展有限公司	太湖雪	216.21	2022.8.27-2027.8.26	店铺
24	北京经济技术开发区河西区X78C2地块的龙湖北京亦庄天街商场A馆-3F-28号	北京尚恒锦祥商业运营管理有限公司	太湖雪	149.89	2022.8.16-2025.8.31	店铺
25	蚬园弄35号	昆山水乡周庄游艇经营有限公司	小镇故事	1,167.1	2019.7.12-2029.7.11	店铺
26	苏州市吴江区太湖新城东太湖大道11188号融合大厦南楼18楼101室东南侧区域	湖之锦文化	太湖雪电商	120	2021.11.1-2026.10.31	办公
27	盛泽镇中心大道5号	严付生	盛太丝绸	311	2022.5.1-2022.12.31	店铺
28	盛泽镇中心大道6号	李远银、谢永红	盛太丝绸	311.03	2022.11.1-2022.12.31	店铺
29	盛泽镇中心广场7号	李汉铎	盛太丝绸	316.61	2022.6.1-2022.12.31	店铺
30	苏州星雅汇1-2层L110-112、L208-209号	苏州翔信房地产开发有限公司	盛太丝绸	542.5	2022.9.1-2028.8.31	店铺
31	苏州市吴江区迎宾大道333号苏州湾东方创投基地6栋（楼号）第一层	苏州市吴江东方国有资本投资经营有限公司	太湖雪丝科	301.67	2022.3.2-2027.3.1	办公

## 5、担保合同

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的重大担保合同情况如下：

序号	抵押权人	抵押人	合同名称及编号	担保形式	担保金额（万元）	担保债务期限
1	江苏苏州农村商业银行股份有限公司震泽支行	发行人	最高额抵押合同/苏农商银高抵字（D10202004821）第13212号	不动产抵押	1,049	2020.4.9-2026.4.9

## 四、关键资源要素

### （一）技术及研发情况

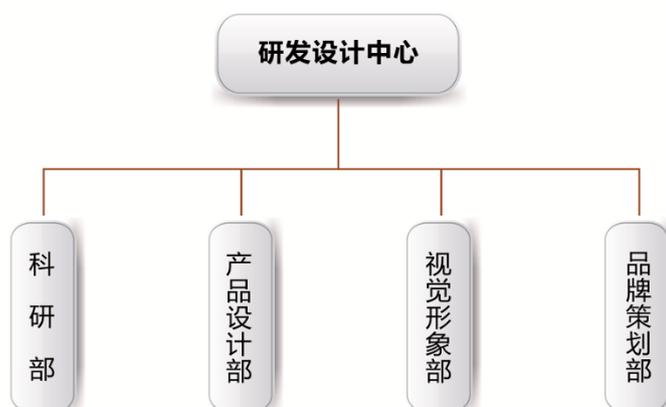
## 1、核心技术情况

序号	技术名称	技术描述	性质	所处阶段	相关专利
1	蚕丝处理技术	公司经过多年积累，掌握了蚕丝被使用的蚕丝处理相关的技术，并取得相关专利技术。专利技术的使用在提高蚕丝被品质的同时极大的提高生产效率。	自主研发	完成及丰富阶段	一种蚕丝被的蚕丝处理装置（ZL202121057053.9）；一种用于生产蚕丝被的蚕丝浸泡装置（ZL202121217520.X）等；
2	蚕丝纤维染色及功能整理技术	蚕丝纤维染色及功能整理技术主要包含印染技术、功能助剂应用技术及后整理技术等。公司研发开发了植酸染整加工方法，并取得相关专利。在功能助剂应用方面，公司通过在印染中应用多种功能助剂，已推出抑菌、消臭等多种功能性产品。	自主研发	完成及丰富阶段	用植酸对蛋白质纤维进行染整加工的方法（ZL201710161634.9）；一种高弹抑菌整理剂的制备方法及其对丝绵片的整理方法（2021101298554）；一种蚕丝纤维消臭剂及其制备方法与应用（2021101211404）；一种蚕丝纤维染色和功能整理的方法（2021101267626）等；
3	生产工艺升级及设备改造	<p>目前蚕丝被的生产制造仍以手工为主，为进一步提高生产效率扩大产能，公司针对蚕丝绵裁切、拉松等工序进行了标准化改进，并设计开发相应自动化设备，提高生产机械化程度，从而大幅度提升生产效率。</p> <p>蚕丝作为天然蛋白质纤维，与人造纤维、棉麻等短纤维相比，更容易磨损。真丝制品由于柔软顺滑，在生产过程中不易控制，轻微的磕碰也会导致产品出现瑕疵。针对这一问题，公司通过自主研发，设计了一系列生产辅助设备，减少生产过程中对真丝产品造成的磨损，有效提高生产良品率。此外，公司还通过自主研发，开发了一系列质检设备，在生产各环节进行质量把控。</p>	自主研发	完成及丰富阶段	被套面料用缝制设备机头装置（ZL201520709665.X）；蚕丝被用绗缝设备底座（ZL201520708435.1）；自动化绗缝设备用面料放置结构（ZL201520709669.8）；一种真丝面料用绗缝机的卡夹结构（ZL201521106240.6）；一种布料裁剪放置设备（ZL201620667239.9）；一种用于蚕丝被制造的丝胎拉制设备（ZL202022693463.4）；蚕丝被缝制加工装置（ZL202022681977.8）；一种用于蚕丝被提花织带机的提花头升降装置（ZL202022693347.2）；一种真丝面料裁剪成型装置（ZL202022693697.9）；真丝面料缠绕收卷整理设备（ZL202022715148.7）；一种蚕丝被撑绵装置（ZL202121057623.4）；一种蚕丝被的蚕丝处理装置（ZL202121057053.9）；一种蚕丝被加工用延展装置（ZL202121057050.5）；一种蚕丝被芯生产用加工装置（ZL202121057049.2）；用于

					真丝面料加工的熨烫装置 (ZL202121236315.8); 一种验布机 (ZL201520877626.0); 一种卷验机 (ZL201520877630.7); 一种便携式蚕丝被加工床 (ZL202121057652.0); 一种新型的蚕丝纤维面料染色辅助设备 (ZL202121213114.6) 等;
4	产品款式创新技术	公司结合家纺行业流行趋势以及市场需求, 在传统床上用品款式的基础上不断创新, 打造出符合消费者需求的多样化产品, 积累了丰富的产品款式和新技术, 并取得相关专利。	自主开发	完成及丰富阶段	一种床单 (L201720814829.4); 一种高度可调节枕头 (ZL201720814826.0); 蚕丝枕套 (ZL201720657258.8); 一种多功能被套 (ZL201720934859.9); 一种真丝口罩 (ZL201720138426.2) 等
5	产品花型设计技术	随着消费水平的提高, 消费者对家纺产品提出了更高的审美要求。公司深耕家纺行业多年, 汇聚和培养了一批专业的研发设计队伍, 积累了丰富的设计经验, 并掌握了一系列花型设计相关技术, 能够快速响应市场流行趋势或客户的定制化需求。	自主开发	完成及丰富阶段	公司已取得版权 2,000 余项

## 2、研发机构和管理体系

公司研发中心组织结构如下:



## 3、正在从事的研发项目

公司目前正在从事的主要研发项目如下:

序号	项目名称	拟达目标	目前阶段	预计投入(万元)	主要研发人员
1	优质蚕品种改良及规模化饲养技术研发	在优质高产蚕品种和特色蚕品种改良及规模化饲养技术方面开展深度合作研究以及试验示范,筛选改良优质高产蚕品种“太湖雪1号”作为太湖雪专用蚕种,以满足公司对优质原料茧的需要,推动优质蚕品种的规模化饲养以及产业化应用。	研究测试阶段	300	刘伟 朱奇 孙宝玉 张晶 朱云
2	高弹抗板结蚕丝绵片制备技术的研发	解决蚕丝被在长期使用过程中填充物丝绵片出现的板结、回弹性低及蓬松度低等问题,实现丝绵片回复弹性率 $\geq 90\%$ 、折叠弹性率 $\geq 90\%$ ,压缩弹性率 $\geq 60\%$ 。	研究测试阶段	250	朱奇 刘伟 张晶 杨慧 赵凯月
3	智能化真丝家纺产品的设计开发	真丝家纺产品开发中将温度、湿度、舒适度等数据通过传感及控制模块相结合,开发多场景、多功能、智能化真丝家纺产品。	研究测试阶段	250	刘伟 孙宝玉 杨慧 苏振华 权家莉
4	保湿护肤功能绿色整理关键技术的研发	对蚕丝被被芯材料丝绵片和胎套面料进行抗菌处理,采用透明质酸护肤加工剂、氨基酸护肤加工剂、胶原蛋白加工剂,结合维生素E整理剂、植物性抗氧化剂等,对蚕丝被胎套面料进行保湿嫩肤处理,提升蚕丝被的护肤、保湿、滋润肌肤的功效,调节人体与蚕丝被接触时的湿度环境,使肌肤保湿均衡,并捕捉皮肤表面产生的有害自由基,从而达到减缓皮肤衰老、角质化、病变的速度、促进皮肤修复、在睡眠中养肤的目的。	研究测试阶段	150	刘伟 孙宝玉 杨慧 苏振华 权家莉 朱云
5	抗菌防螨蚕丝系列产品的研发	采用天然生物活性抗菌剂对蚕丝被被芯材料丝绵片和胎套面料进行抗菌处理,有效抑制大肠杆菌、白色念珠菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌的生长和繁殖,并减少异味的产生。采用植物性防螨剂进行处理,有效防止螨虫细菌的滋生,远离螨虫细菌危害,杜绝螨虫诱发的皮炎。	研究测试阶段	100	刘伟 孙宝玉 杨慧 苏振华 权家莉
6	蚕丝抗菌消臭关键整理技术的研发	充分利用富含阴离子基团和阳离子基团两种生物物质材料,通过生物交联剂将其交联固着于蚕丝被被芯材料丝绵片上,利用它们分别与碱性臭气和酸性臭气的相互作用,提升对臭气的吸附力,并同时利用它们防止细菌繁殖的作用,抑制细菌代谢产物而引起的恶臭,达到消臭目的。	研究测试阶段	100	刘伟 孙宝玉 杨慧 苏振华 权家莉

#### 4、研发投入情况

为保持公司产品的技术领先优势及满足客户多样化的产品需求，公司一直注重新研发投入。

报告期内公司研发费用占营业收入比重如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	13,109.27	37,294.01	31,068.85	23,646.09
研发费用	780.95	1,432.42	1,098.98	1,056.46
研发费用占比	5.96%	3.84%	3.54%	4.47%

## 5、核心技术人员

报告期内，公司核心技术人员为刘伟、朱奇，未发生变动，具体情况如下：

### (1) 刘伟

姓名	刘伟
出生年月	1986年1月
主要业务经历及职务	2008年8月-2011年7月，就职于中石化仪征化纤研究院，从事高性能纤维的试验开发工作。
现任职务与任期	自2011年起，担任太湖雪科研部总监，从事科研开发与技术管理工作。
学历及专业资质	北京化工大学本科、高分子材料与工程专业
主要科研成果和奖项	取得发明专利2个，实用新型专利46个，院企合作论文发表3篇
截至报告期末持有发行人的股份情况	4万股
对外投资及兼职情况	无

### (2) 朱奇

姓名	朱奇
出生年月	1972年8月
主要业务经历及职务	1995年至2009年在吴江市东风化工有限公司任技术部经理； 2009年至2012年在亨通集团亨利材料有限公司担任质量部经理； 2012年4月至今在太湖雪工作。
现任职务与任期	自2019年起，参与公司产品研发工作
学历及专业资质	大专
主要科研成果和奖项	取得实用新型专利19个
截至报告期末持有发行人的股份情况	4万股
对外投资及兼职情况	无

上述核心技术人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况，报告期内核心技术人员无变动。

## 6、核心技术产品收入

报告期内，公司核心技术产品为抗菌透气保形多功能蚕丝被和阻燃抗菌透气蚕丝制品，其收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
核心技术产品收入	9,726.22	25,011.30	19,970.89	15,804.52
营业收入	13,109.27	37,294.01	31,068.85	23,646.09
核心技术产品收入占比	<b>74.19%</b>	<b>67.07%</b>	<b>64.28%</b>	<b>66.84%</b>

公司核心技术产品收入指通过技术创新、开展研发活动形成的业务收入，报告期内各期公司核心技术产品收入占营业收入比例均在 60% 以上，核心技术产品收入占比较高。

## 7、合作研发情况

### (1) 发行人与各个院校产学研合作情况

序号	项目名	合作机构	合作内容	权利义务划分	保密措施	合作时间
1	蚕桑集约化高效生产关键技术的研发与应用	苏州大学	新蚕种“苏秀 X 春丰”引进及配套技术指导	发行人委托苏州大学对适合集约化生产的新蚕品种及其配套饲养技术在甲方基地进行推广应用，委托苏州大学指导实际生产，协助发行人完成科研成果数据的检测、报告和科研论文的撰写等工作。项目实施过程中产生的知识成果归双方共有，按双方实际贡献量进行排名。	-	2019-2023
2	功能性蚕丝家纺产品工程技术研究中心技术研发	苏州大学	蚕丝家纺产品技术研发及成果转化	发行人负责支付研究开发经费和报酬，提供技术资料、原始数据、接受研发成果。苏州大学负责制定和实施开发计划，合理使用研究开发经费，交付研究开发成果。	双方遵循技术保密约定，不得对外泄露。	2019-2021
3	蚕丝被制绵铺网工艺技术研究	东华大学	智能化制绵铺网工艺技术改造	东华大学提供智能化制绵铺网工艺技术改造方案，协助发行人解决蚕丝被使用板结问题，开发保形性好的功能蚕丝被新产品，	-	2017-2022

				根据发行人需求，联合申报国家发明专利。发行人提供项目全部资金和实验原料样品以及技术人员食宿交通费。		
4	蚕桑丝绸高质量发展关键技术开发	苏州大学	围绕蚕桑生态种养技术、高效率饲养技术和资源高效利用技术进行开发	苏州大学按进程完成如下研究开发工作：开发高效率大蚕饲养新技术和废弃物资源循环利用技术、开发果桑生态栽培技术和规模化高效上簇新技术、开发预防农药中毒的管理技术。发行人负责提供桑园、桑树品种、养蚕技术现状等相关技术资料。	苏州大学不得在向发行人交付研究开发成果之前，自行转让给第三人。	2022-2025

## （二）主要业务资质

报告期内，发行人及其子公司业务涉及的资质许可情况如下：

序号	名称	编号	授予机构	核发日期	有效期
1	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3225962420	中华人民共和国吴江海关	2016/3/7	长期有效
2	对外贸易经营者备案登记表	02239525	江苏吴江对外贸易经营者备案登记机关	2016/3/4	长期有效
3	海关进出口货物收发货人备案回执	—	中华人民共和国上海海关	2020/12/2	长期有效

## （三）特许经营权

截至招股说明书签署之日，发行人无相关特许经营权。

## （四）主要固定资产情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要固定资产分类如下：

单位：万元

固定资产类	账面原值	累计折旧	账面净值
房屋及建筑物	2,519.89	653.38	1,866.51
机器设备	278.35	99.43	178.91
运输工具	382.90	280.46	102.45
办公设备及其他	451.66	354.77	96.90
<b>合计</b>	<b>3,632.80</b>	<b>1,388.03</b>	<b>2,244.77</b>

### 1、自有房屋建筑物

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有 10 处房产，均取得了房屋所有

权证，具体情况如下：

编号	权属人	权证号	面积 (平方米)	坐落	用途	取得 方式	是否 抵押
1	太湖雪	苏房权证吴江字第 25129619号	4,935.87	震泽镇頓塘路 2408号	工业	原始 取得	是
2	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060212号	66.18	松陵镇高新路 938 号 6 幢-101	商业服务	继受 取得	否
3	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060409号	67.27	松陵镇高新路 938 号 6 幢-102	商业服务	继受 取得	否
4	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060231号	66.18	松陵镇高新路 938 号 6 幢-103	商业服务	继受 取得	否
5	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060203号	66.18	松陵镇高新路 938 号 6 幢-104	商业服务	继受 取得	否
6	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060226号	67.27	松陵镇高新路 938 号 6 幢-105	商业服务	继受 取得	否
7	太湖雪	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9060470号	66.18	松陵镇高新路 938 号 6 幢-106	商业服务	继受 取得	否
8	湖之锦 文化	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9056288号	637.87	松陵镇东太湖大 道 11188 号融和大 厦北区 1701	商业服务	继受 取得	否
9	湖之锦 文化	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权 9056296号	620.67	松陵镇东太湖大 道 11188 号融和大 厦北区 1702	商业服务	继受 取得	否
10	湖之锦 文化	苏 2021 苏州 市吴江区不动产权第 9056339号	764.69	松陵镇东太湖大 道 11188 号融和大 厦南区 1801	商业服务	继受 取得	否

## 2、主要机器设备

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要机器设备情况如下：

单位：万元

序号	资产名称	数量（台/套）	账面原值	账面净值	成新率
1	蚕架网架	1	45.94	43.67	95.05%
2	电脑绗缝机	3	35.19	21.87	62.15%
3	干雾控湿保鲜集装箱	1	25.01	23.77	95.04%
4	共育室智控系统设备	1	20.46	19.45	95.05%
5	电脑绣花机	3	18.80	3.23	17.20%
6	催青系统测控	1	6.06	5.76	95.08%
7	自走式植保机	1	5.51	5.24	95.08%
8	电动叉车	1	5.13	1.28	24.88%
9	自走式桑枝伐条粉碎机	1	5.13	4.87	94.99%

## （五）主要无形资产

### 1、土地使用权

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有 10 处土地使用权，均取得了土地使用权证，具体情况如下：

序号	土地证号	座落地	面积（平方米）	用途	使用权类型	终止日期	是否抵押
1	吴国用 2016 第 1080414 号	震泽镇頔塘路 2408 号	2,993.70	工业用地	出让	2058-11-12	是
2	苏（2021）苏州市吴江区不动产权第 9060212 号	松陵镇高新路 938 号 6 幢-101	33.80	其他商服用地	出让	2046-12-25	否
3	苏（2021）苏州市吴江区不动产权第 9060409 号	松陵镇高新路 938 号 6 幢-102	34.50	其他商服用地	出让	2046-12-25	否
4	苏（2021）苏州市吴江区不动产权第 9060231 号	松陵镇高新路 938 号 6 幢-103	33.80	其他商服用地	出让	2046-12-25	否
5	苏（2021）苏州市吴江区不动产权第 9060203 号	松陵镇高新路 938 号 6 幢-104	33.80	其他商服用地	出让	2046-12-25	否
6	苏（2021）苏州市吴江区不动产权第 9060226 号	松陵镇高新路 938 号 6 幢-105	34.50	其他商服用地	出让	2046-12-25	否
7	苏（2021）苏州市吴江区不	松陵镇高新路 938 号 6	33.80	其他商服用地	出让	2046-12-25	否

	动产权第9060470号	幢-106					
8	苏(2021)苏州市吴江区不动产权第9056288号	松陵镇东太湖大道11188号融和大厦北区1701	-	商服用地	出让	2053-08-18	否
9	苏(2021)苏州市吴江区不动产权第9056296号	松陵镇东太湖大道11188号融和大厦北区1702	-	商服用地	出让	2053-08-18	否
10	苏(2021)苏州市吴江区不动产权第9056339号	松陵镇东太湖大道11188号融和大厦南区1801	-	商服用地	出让	2053-08-18	否

## 2、商标

截至2022年6月30日，公司拥有109项境内注册商标权，13项境外注册商标权，具体情况如下：

### (1) 境内注册商标权

序号	注册号	商标	国际分类号	产权人	申请日期	专用
1	3377065		24	太湖雪	2002-11-21	2014-06-07至2024-06-06
2	4149104		24	太湖雪	2004-07-02	2018-02-14至2028-02-13
3	4149102		25	太湖雪	2004-07-02	2018-02-14至2028-02-13
4	7846685		24	太湖雪	2009-11-19	2022-06-28至2032-06-27
5	8775253		6	太湖雪	2010-10-25	2021-11-14至2031-11-13

6	8775267	<b>英宝</b>	6	太湖雪	2010-10-25	2021-11-07 至 2031-11-06
7	10335742	<b>太湖雪</b>	14	太湖雪	2011-12-21	2013-02-28 至 2023-02-27
8	10335772	TAIHU SNOW	14	太湖雪	2011-12-21	2013-02-28 至 2023-02-27
9	10335805	TAIHU SNOW	24	太湖雪	2011-12-21	2013-02-28 至 2023-02-27
10	10335826	<b>太湖雪</b>	24	太湖雪	2011-12-21	2013-02-28 至 2023-02-27
11	10335847	<b>太湖雪</b>	25	太湖雪	2011-12-21	2013-04-28 至 2023-04-27
12	10335859	TAIHU SNOW	25	太湖雪	2011-12-21	2013-02-28 至 2023-02-27
13	11514639	<b>太湖雪</b>	35	太湖雪	2012-09-19	2014-02-21 至 2024-02-20
14	12325992	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	1	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
15	12326014	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	2	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
16	12326053	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	3	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
17	12326080	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	4	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
18	12326105	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	5	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
19	12326142	<b>太湖雪</b> TAIHU SNOW	6	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06

20	12326190	 TAIHU SNOW	7	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
21	12326288	 TAIHU SNOW	8	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
22	12326326	 TAIHU SNOW	9	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
23	12326343	 TAIHU SNOW	10	太湖雪	2013-03-26	2015-05-21 至 2025-05-20
24	12326364	 TAIHU SNOW	11	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
25	12326392	 TAIHU SNOW	12	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
26	12326419	 TAIHU SNOW	13	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
27	12326447	 TAIHU SNOW	15	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
28	12326486	 TAIHU SNOW	16	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
29	12326515	 TAIHU SNOW	17	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
30	12326549	 TAIHU SNOW	18	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
31	12326592	 TAIHU SNOW	19	太湖雪	2013-03-26	2014-11-28 至 2024-11-27
32	12326622	 TAIHU SNOW	21	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
33	12326664	 TAIHU SNOW	22	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06

34	12326684	 TAIHU SNOW	23	太湖雪	2013-03-26	2014-11-07 至 2024-11-06
35	12326716	 TAIHU SNOW	26	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
36	12326745	 TAIHU SNOW	27	太湖雪	2013-03-26	2014-12-14 至 2024-12-13
37	12326777	 TAIHU SNOW	28	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
38	12326804	 TAIHU SNOW	29	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
39	12326830	 TAIHU SNOW	31	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
40	12326852	 TAIHU SNOW	32	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
41	12326870	 TAIHU SNOW	33	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
42	12326883	 TAIHU SNOW	34	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
43	12326904	 TAIHU SNOW	36	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
44	12326927	 TAIHU SNOW	37	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
45	12327818	 TAIHU SNOW	38	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
46	12327924	 TAIHU SNOW	39	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06

47	12327941		40	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
48	12327960		41	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
49	12327975		42	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
50	12327989		43	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
51	12328012		44	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
52	12328026		45	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
53	12328065		30	太湖雪	2013-03-26	2014-09-07 至 2024-09-06
54	12361097	TAIHU SNOW	30	太湖雪	2013-04-02	2014-09-14 至 2024-09-13
55	13440061	THSO	24	太湖雪	2013-10-28	2015-04-07 至 2025-04-06
56	13440097	THSO	25	太湖雪	2013-10-28	2015-01-14 至 2025-01-13
57	13529930	湖之锦	24	太湖雪	2013-11-12	2015-02-07 至 2025-02-06
58	13529949	湖之锦	25	太湖雪	2013-11-12	2015-11-14 至 2025-11-13
59	15914305	TAIHU SNOW	35	太湖雪	2014-12-11	2016-02-14 至 2026-02-13
60	15914576		25	太湖雪	2014-12-11	2016-07-14 至 2026-07-13

61	15914370		35	太湖雪	2014-12-11	2016-07-14 至 2026-07-13
62	15914430		24	太湖雪	2014-12-11	2016-07-14 至 2026-07-13
63	15914423	太湖雪	24	太湖雪	2014-12-11	2016-02-14 至 2026-02-13
64	15914491	太湖雪	25	太湖雪	2014-12-11	2016-02-14 至 2026-02-13
65	15914427	太湖雪	35	太湖雪	2014-12-11	2016-02-14 至 2026-02-13
66	16423349	湖之锦	18	太湖雪	2015-02-28	2016-04-21 至 2026-04-20
67	16423417	湖之锦	35	太湖雪	2015-02-28	2016-06-14 至 2026-06-13
68	20002563	THXSILK	25	太湖雪	2016-05-18	2017-07-07 至 2027-07-06
69	20002605	THXSILK	24	太湖雪	2016-05-18	2017-07-07 至 2027-07-06
70	20002665	THXSILK	35	太湖雪	2016-05-18	2017-07-07 至 2027-07-06
71	20755243	太湖丝韵 TAIHU SILK RHYME	24	太湖雪	2016-07-25	2017-09-14 至 2027-09-13
72	20755430	太湖丝韵 TAIHU SILK RHYME	25	太湖雪	2016-07-25	2017-11-14 至 2027-11-13
73	23038326	太湖雲	24	太湖雪	2017-03-06	2018-02-28 至 2028-02-27

74	24294308	太湖雪 TAIHU XUE SILK	25	太湖雪	2017-05-24	2018-05-28 至 2028-05-27
75	33664883	太湖雪	20	太湖雪	2018-09-21	2019-06-07 至 2029-06-06
76	39091236	8分生活	35	太湖雪	2019-06-25	2020-05-07 至 2030-05-06
77	39091254	8分生活	24	太湖雪	2019-06-25	2020-05-07 至 2030-05-06
78	41064520	蚕猫	24	太湖雪	2019-09-16	2020-11-07 至 2030-11-06
79	42779209		25	太湖雪	2019-12-03	2020-09-21 至 2030-09-20
80	42797778		24	太湖雪	2019-12-03	2020-09-28 至 2030-09-27
81	42803939		35	太湖雪	2019-12-03	2020-09-21 至 2030-09-20
82	42942901	SILKCOON 丝控	24	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
83	42946057	SILKCOON 丝控	41	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
84	42954625	SILKCOON 丝控	35	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20

85	42959445	SILKCOON 丝控	25	太湖雪	2019-12-10	2020-12-21 至 2030-12-20
86	42951953	丝塢苏	41	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
87	42951966	丝塢苏	24	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
88	42953099	丝塢苏	25	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
89	42967553	丝塢苏	35	太湖雪	2019-12-10	2020-09-21 至 2030-09-20
90	42963812	THXSILK	41	太湖雪	2019-12-10	2020-09-28 至 2030-09-27
91	43699552	世兴源记	25	太湖雪	2020-01-09	2020-09-14 至 2030-09-13
92	43693530	世兴源记	24	太湖雪	2020-01-09	2020-09-14 至 2030-09-13
93	43704396	世兴源记	35	太湖雪	2020-01-09	2020-11-28 至 2030-11-27
94	43697614	怡和仁	35	太湖雪	2020-01-09	2020-09-14 至 2030-09-13
95	43699164	怡和仁	25	太湖雪	2020-01-09	2020-09-14 至 2030-09-13
96	43693147	怡和仁	24	太湖雪	2020-01-09	2020-09-14 至 2030-09-13
97	47257735	湖之锦	26	太湖雪	2020-06-15	2021-02-14 至 2031-02-13
98	47257774	湖之锦	25	太湖雪	2020-06-15	2021-02-14 至 2031-02-13
99	47272571	湖之锦	20	太湖雪	2020-06-15	2021-02-07 至 2031-02-06

100	47502889	瑞丝 r u i s i	20	太湖雪	2020-06-23	2021-05-14 至 2031-05-13
101	47507606	瑞丝 r u i s i	35	太湖雪	2020-06-23	2021-06-07 至 2031-06-06
102	47514994	瑞丝	35	太湖雪	2020-06-23	2021-06-07 至 2031-06-06
103	47532233	瑞丝	20	太湖雪	2020-06-23	2021-05-14 至 2031-05-13
104	50130237	THXSILK	20	太湖雪	2020-09-28	2021-08-21 至 2031-08-20
105	50142992	TAIHU SNOW	20	太湖雪	2020-09-28	2021-05-28 至 2031-05-27
106	52653148	恒懋昌	24	太湖雪	2020-12-31	2021-10-21 至 2031-10-20
107	52684785	恒懋昌	25	太湖雪	2020-12-31	2021-08-21 至 2031-08-20
108	60369771	蚕茅 CANMAO	35	太湖雪	2021-11-08	2022-04-28 至 2032-04-27
109	60387201	蚕茅 CANMAO	24	太湖雪	2021-11-08	2022-05-07 至 2032-05-06

(2) 境外注册商标权

序号	注册号	商标	国际分类号	产权人	申请日期	专用期限	国别
----	-----	----	-------	-----	------	------	----

1	302015101623		24, 25	太湖雪	2015-04-14	2015-06-10 至 2025-04-30	德国
2	302015101622	TAIHU SNOW	24, 25	太湖雪	2015-04-14	2015-06-10 至 2025-04-30	德国
3	5078825	TAIHU SNOW	24	太湖雪	2015-04-21	2016-11-08 起 十年	美国
4	015444151	THXSILK	24	太湖雪	2016-05-17	2016-05-17 至 2026-05-17	欧盟
5	5932765	THXSILK	24	太湖雪	2016-07-27	2017-03-17 至 2027-03-17	日本
6	5908565	TAIHU SNOW	25	太湖雪	2016-07-27	2016-12-22 至 2026-12-22	日本
7	015687098	TAIHU SNOW	25	太湖雪	2016-07-26	2017-07-26 至 2026-07-26	欧盟
8	5104837	THXSILK	24	太湖雪	2016-04-10	2016-12-20 起 十年	美国
9	5124399	TAIHU SNOW	25	太湖雪	2016-07-29	2017-01-17 起 十年	美国
10	TMA979250	TAIHU SNOW	25	太湖雪	2016-07-27	2017-08-24 至 2032-08-24	加拿大
11	TMA979252	THXSILK	24	太湖雪	2016-07-27	2017-08-24 至 2032-08-24	加拿大
12	1345980	THXSILK	24	太湖雪	2017-02-27	2017-02-27 至 2027-02-27	马德里商 标（新加坡 韩国英国 澳大利亚）
13	1344879	TAIHU SNOW	24	太湖雪	2017-01-23	2017-01-23 至 2027-01-23	马德里商 标（新加坡 韩国英国 澳大利亚）

### 3、专利

截至 2022 年 6 月 30 日，公司共有 71 项授权的专利，其中发明专利 3 项，实用新型 68 项，具体情况如下：

序号	类型	名称	发明人	专利号	申请日	授权公告日	取得方式	产权人
1	发明	一种数码印花专用变性淀粉的制备方法	许磊	ZL201310041858.8	2013-02-04	2015-02-11	继受取得	太湖雪

2	发明	一种纯桑蚕丝加工工艺	胡毓芳、刘伟	ZL201610074151.0	2016-02-03	2017-09-29	原始取得	太湖雪
3	发明	用植酸对蛋白质纤维进行染整加工的方法	尹蕾、胡毓芳、刘伟、程献伟、唐人成	ZL201710161634.9	2017-03-17	2018-11-02	原始取得	太湖雪
4	实用新型	被套面料用缝制设备机头装置	胡毓芳	ZL201520709665.X	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
5	实用新型	蚕丝被用绗缝设备底座	胡毓芳	ZL201520708435.1	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
6	实用新型	多功能丝绸品质检验平台结构	胡毓芳	ZL201520709661.1	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
7	实用新型	丝绸品质检测装置底座	胡毓芳	ZL201520709662.6	2015-09-14	2016-1-20	原始取得	太湖雪
8	实用新型	丝绸面料绣花装置用固定座	胡毓芳	ZL201520709663.0	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
9	实用新型	丝绸面料绣花装置定位机构	胡毓芳	ZL201520709664.5	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
10	实用新型	家纺面料用缝制设备连接架	胡毓芳	ZL201520709666.4	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
11	实用新型	混纺面料用可调节裁剪结构	胡毓芳	ZL201520709667.9	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
12	实用新型	家纺面料用自动化绗缝设备底座	胡毓芳	ZL201520709668.3	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
13	实用新型	自动化绗缝设备用面料放置结构	胡毓芳	ZL201520709669.8	2015-09-14	2016-01-20	原始取得	太湖雪
14	实用新型	一种验布机	胡毓芳、刘伟	ZL201520877626.0	2015-11-06	2016-04-13	原始取得	太湖雪
15	实用新型	一种卷验机	胡毓芳、刘伟	ZL201520877630.7	2015-11-06	2016-04-13	原始取得	太湖雪
16	实用新型	一种真丝面料用绗缝机的卡夹结构	胡毓芳、刘伟	ZL201521106240.6	2015-12-28	2016-05-25	原始取得	太湖雪
17	实用新型	一种真丝面料用绗缝机	胡毓芳、刘伟	ZL201521107768.5	2015-12-28	2016-05-25	原始取得	太湖雪
18	实用新型	一种验布装置	胡毓芳、刘伟	ZL201620659884.6	2016-06-29	2017-01-11	原始取得	太湖雪
19	实用新型	一种缝纫设备用传动装置	胡毓芳、刘伟	ZL201620659885.0	2016-06-29	2017-01-11	原始取得	太湖雪
20	实用新型	一种缝纫设备	胡毓芳、刘伟	ZL201620667078.3	2016-06-29	2016-11-30	原始取得	太湖雪
21	实用新型	一种布料裁剪放置设备	胡毓芳、刘伟	ZL201620667239.9	2016-06-29	2016-11-30	原始取得	太湖雪
22	实用新型	一种真丝旗袍	胡毓芳、尹蕾、刘伟、朱奇、沈杰、马敬振	ZL201720141278.X	2017-02-16	2017-11-10	原始取得	太湖雪
23	实用新型	一种真丝口罩	尹蕾、胡毓芳、刘伟、朱奇、沈杰、马敬振	ZL201720138426.2	2017-02-16	2017-11-10	原始取得	太湖雪
24	实用新型	一种多功能真丝枕	尹蕾、胡毓芳、刘伟、朱奇、沈杰、马敬振	ZL201720138380.4	2017-02-16	2018-02-13	原始取得	太湖雪
25	实用新型	一种宋锦面料笔记本	胡毓芳、尹蕾、刘伟、朱奇、沈杰、马敬振	ZL201720138429.6	2017-02-16	2018-02-13	原始取得	太湖雪

26	实用新型	一种便携式丝绸护套	胡毓芳、尹蕾、刘伟、朱奇、沈杰、马敬振	ZL201720138687.4	2017-02-16	2018-02-13	原始取得	太湖雪
27	实用新型	一种丝绸可调式纱窗	刘伟、胡毓芳、尹蕾、杨慧	ZL201720458408.2	2017-04-27	2017-12-05	原始取得	太湖雪
28	实用新型	一种丝绸面料手机壳	刘伟、胡毓芳、尹蕾、杨慧	ZL201720458375.1	2017-04-27	2017-12-05	原始取得	太湖雪
29	实用新型	一种丝绸装饰墙纸	尹蕾、胡毓芳、刘伟、杨慧	ZL201720457534.6	2017-04-27	2017-12-19	原始取得	太湖雪
30	实用新型	一种婴儿服	胡毓芳、尹蕾、刘伟、杨慧	ZL201720470216.3	2017-04-27	2017-12-05	原始取得	太湖雪
31	实用新型	一种养蚕架	刘伟	ZL201720658219.X	2017-06-08	2017-12-19	原始取得	太湖雪
32	实用新型	一种功能型丝绸被	刘伟	ZL201720658629.4	2017-06-08	2018-07-03	原始取得	太湖雪
33	实用新型	一种两用型丝绸面料枕套	刘伟	ZL201720658630.7	2017-06-08	2018-07-03	原始取得	太湖雪
34	实用新型	一种多功能安眠枕套	刘伟、胡毓芳	ZL201720769032.7	2017-06-27	2018-10-23	原始取得	太湖雪
35	实用新型	一种被罩	刘伟、胡毓芳	ZL201720809416.7	2017-07-06	2018-07-24	原始取得	太湖雪
36	实用新型	一种高度可调节枕头	刘伟、胡毓芳	ZL201720814826.0	2017-07-07	2018-07-31	原始取得	太湖雪
37	实用新型	一种床单	刘伟、胡毓芳	ZL201720814829.4	2017-07-07	2018-07-31	原始取得	太湖雪
38	实用新型	一种枕套	刘伟、胡毓芳	ZL201720818152.1	2017-07-07	2018-07-31	原始取得	太湖雪
39	实用新型	蚕丝枕套	刘伟、胡毓芳	ZL201720657258.8	2017-06-07	2018-08-21	原始取得	太湖雪
40	实用新型	一种拆卸便捷的被套	刘伟、胡毓芳	ZL201720853127.7	2017-7-14	2018-08-21	原始取得	太湖雪
41	实用新型	一种多功能被套	王洪、刘伟、胡毓芳	ZL201720934859.9	2017-07-28	2019-02-22	原始取得	太湖雪
42	实用新型	一种可折叠的被套	王洪、刘伟、胡毓芳	ZL201720934860.1	2017-07-28	2019-02-22	原始取得	太湖雪
43	实用新型	一种蚕丝绵专用拉松整形机	刘伟、王安琪、杨慧、胡毓芳	ZL201920252909.4	2019-02-28	2019-11-15	原始取得	太湖雪
44	实用新型	一种蚕丝绵自动裁切折叠机	杨慧、刘伟、王安琪、胡毓芳	ZL201920252908.X	2019-02-28	2020-04-21	原始取得	太湖雪
45	实用新型	一种能防踢被的智能婴童用蚕丝被	刘伟、杨慧、宋雪菲、万可	ZL201921539290.1	2019-09-17	2020-05-19	原始取得	太湖雪
46	实用新型	一种用于蚕丝被制造的丝胎控制设备	刘伟	ZL202022693463.4	2020-11-19	2021-10-08	原始取得	太湖雪
47	实用新型	一种环保纱仿真丝面料生产装置	王安琪	ZL202022679656.4	2020-11-18	2021-12-28	原始取得	太湖雪
48	实用新型	蚕丝被缝制加工装置	王安琪	ZL202022681977.8	2020-11-18	2021-12-28	原始取得	太湖雪
49	实用新型	一种蚕丝拉伸处理设备	王安琪	ZL202022683237.8	2020-11-18	2021-10-08	原始取得	太湖雪
50	实用新型	蚕丝绵被生产加工用上料辅助机构	王安琪	ZL202022683239.7	2020-11-18	2021-11-09	原始取得	太湖雪
51	实用新型	一种用于蚕丝被提花织带机	刘伟	ZL202022693347.2	2020-11-19	2021-11-09	原始取得	太湖雪

		的提花头升降装置						
52	实用新型	一种真丝面料裁剪成型装置	杨慧	ZL202022693697.9	2020-11-19	2021-10-08	原始取得	太湖雪
53	实用新型	一种真丝面料加工辅助设备	杨慧	ZL202022714641.7	2020-11-20	2021-11-09	原始取得	太湖雪
54	实用新型	真丝面料表面平整装置	宋雪菲	ZL202022714802.2	2020-11-20	2021-10-08	原始取得	太湖雪
55	实用新型	真丝面料缠绕收卷整理设备	宋雪菲	ZL202022715148.7	2020-11-20	2021-10-08	原始取得	太湖雪
56	实用新型	一种蚕丝被撑绵装置	刘伟、王安琪、朱奇、储虹、朱云	ZL202121057623.4	2021-05-18	2021-12-31	原始取得	太湖雪
57	实用新型	一种蚕丝被的蚕丝处理装置	王安琪、刘伟、朱奇、储虹、杨慧	ZL202121057053.9	2021-05-18	2021-12-31	原始取得	太湖雪
58	实用新型	一种蚕丝被加工用延展装置	王安琪、刘伟、朱奇、储虹、朱云	ZL202121057050.5	2021-05-18	2021-12-31	原始取得	太湖雪
59	实用新型	一种蚕丝被芯生产用加工装置	王安琪、刘伟、朱奇、储虹、朱云	ZL202121057049.2	2021-05-18	2021-12-31	原始取得	太湖雪
60	实用新型	一种用于蚕丝被生产的面料传送加工装置	朱奇、刘伟、王安琪、储虹、朱云	ZL202121217750.6	2021-06-02	2021-12-31	原始取得	太湖雪
61	实用新型	一种用于蚕丝加工的绕丝架	储虹、刘伟、王安琪、朱奇、杨慧	ZL202121217523.3	2021-06-02	2021-12-31	原始取得	太湖雪
62	实用新型	一种蚕丝加工用废料收集装置	王安琪、宋雪菲、朱奇	ZL202121236314.3	2021-06-03	2021-12-28	原始取得	太湖雪
63	实用新型	用于真丝面料加工的熨烫装置	杨慧、王安琪、宋雪菲	ZL202121236315.8	2021-06-03	2021-12-28	原始取得	太湖雪
64	实用新型	一种高效的蚕丝被加工用缝制设备	宋雪菲、朱奇、刘伟	ZL202121211929.0	2021-06-01	2021-12-28	原始取得	太湖雪
65	实用新型	一种新型的用于蚕丝被生产的收料机构	朱奇、刘伟、储虹	ZL202121213111.2	2021-06-01	2021-12-28	原始取得	太湖雪
66	实用新型	一种便携式蚕丝被加工床	刘伟、王安琪、朱奇、储虹、杨慧	ZL202121057652.0	2021-05-18	2022-02-08	原始取得	太湖雪
67	实用新型	一种用于生产蚕丝枕的蚕丝蒸煮桶	刘伟、王安琪、朱奇、储虹、杨慧	ZL202121057662.4	2021-05-18	2022-02-08	原始取得	太湖雪
68	实用新型	一种蚕丝烘干装置	朱奇、刘伟、王安琪、储虹、杨慧	ZL202121217760.X	2021-06-02	2022-02-08	原始取得	太湖雪
69	实用新型	一种用于生产蚕丝被的蚕丝浸泡装置	储虹、刘伟、王安琪、朱奇、朱云	ZL202121217520.X	2021-06-02	2022-02-08	原始取得	太湖雪
70	实用新型	一种新型的蚕丝纤维面料染色辅助设备	王安琪、宋雪菲、朱奇	ZL202121213114.6	2021-06-01	2022-02-22	原始取得	太湖雪
71	实用新型	一种真丝面料加工用蒸汽预缩和烘干一体	储虹、朱莹、杨慧	ZL202121228161.8	2021-06-02	2022-04-01	原始取得	太湖雪

		设备					
--	--	----	--	--	--	--	--

#### 4、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人拥有且实际使用 2 项国际域名，具体情况如下：

序号	域名	域名类型	域名所属注册机构	注册日期	到期日期
1	taihuxue.com	国际	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2005.03.29	2023.03.29
2	thxsilk.com	国际	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2014.05.20	2023.05.20

### （六）员工情况

#### 1、员工人数

报告期各期末，公司及子公司的在册员工人数合计分别为 387 人、401 人、457 人和 474 人。

#### 2、员工队伍构成情况

##### （1）员工专业结构

岗位结构	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售人员	173	36.50%	173	37.86%	161	40.15%	150	38.76%
生产人员	218	45.99%	209	45.73%	167	41.65%	172	44.44%
技术人员	49	10.34%	47	10.28%	43	10.72%	39	10.08%
行政人员	34	7.17%	28	6.13%	30	7.48%	26	6.72%
<b>总计</b>	<b>474</b>	<b>100.00%</b>	<b>457</b>	<b>100.00%</b>	<b>401</b>	<b>100.00%</b>	<b>387</b>	<b>100.00%</b>

##### （2）员工教育程度结构

教育程度	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
博士	0	0.00%	1	0.22%	0	0	0	0
硕士	2	0.42%	3	0.66%	2	0.50%	4	1.03%
本科	91	19.20%	80	17.51%	76	18.95%	71	18.35%
专科	87	18.35%	89	19.47%	78	19.45%	64	16.54%
专科以下	294	62.03%	284	62.14%	245	61.10%	248	64.08%

人员总计	474	100.00%	457	100.00%	401	100.00%	387	100.00%
------	-----	---------	-----	---------	-----	---------	-----	---------

### (3) 员工年龄分布结构

年龄分布	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
20-30岁	94	19.83%	102	22.32%	96	23.94%	99	25.58%
31-40岁	151	31.86%	147	32.17%	130	32.42%	117	30.23%
41-50岁	141	29.75%	135	29.54%	118	29.43%	113	29.20%
50岁以上	88	18.57%	73	15.97%	57	14.21%	58	14.99%
人员总计	474	100.00%	457	100.00%	401	100.00%	387	100.00%

### 3、社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人按照相关法律、法规和地方政府的有关规定，为员工办理各项社会保险和住房公积金，包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

## (七) 荣誉资质

### 1、公司获得荣誉情况

截至招股书签署日，公司获得多项荣誉，具体情况如下：

序号	颁发时间	荣誉名称	颁发部门
1	2019	蚕丝被国标起草单位	全国丝绸标准化技术委员会
2	2019	苏绣国标起草单位	全国丝绸标准化技术委员会
3	2019	江苏省高新技术企业	江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局
4	2019	中国纺织工业联合会产品开发贡献奖	中国纺织工业联合会
5	2019	江苏省工业设计中心	江苏省工业和信息化厅
6	2020	全国茧丝绸行业抗击新冠肺炎疫情先进单位	中国丝绸协会
7	2020	企业信用评价 AAA 级信用企业	江苏网信企业信用评价有限公司
8	2021	江苏省优秀版权作品产业转化重点培育项目——《花窗系列》纺织品转化项目	中共江苏省委宣传部、江苏省版权局、江苏省电影局、江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视局、江苏省作家协会
9	2021	服务型制造示范企业	工业和信息化部办公厅
10	2021	苏州市文明单位	苏州市精神文明建设指导委员会

11	2021	2020-2021 年度江苏民营文化企业 30 强	中共江苏省委宣传部、江苏省文化和 旅游厅、江苏省广播电视局、江苏省 市场监督管理局、江苏省统计局、江 苏省工商业联合会
----	------	------------------------------	--

## 2、公司产品荣誉

序	颁发时间	荣誉名称	颁发部门
1	2016	高新技术产品认定证书——香叶醇交联蛋白抗菌除螨蚕丝被	江苏省科学技术厅
2	2017	高新技术产品认定证书——一种基于天然植酸浸渍整理技术的阻燃丝绵毯	江苏省科学技术厅
3	2017	高新技术产品认定证书——一种基于黄芩苷活性整理技术的抗菌真丝被套	江苏省科学技术厅
4	2017	高新技术产品认定证书——一种基于桑蚕丝绿色加工新型专利技术的桑蚕丝被	江苏省科学技术厅
5	2019	江苏省丝绸新产品证书——防踢智能蚕丝被	江苏省丝绸协会
6	2020	江苏省丝绸新产品证书——空调温控智能蚕丝被	江苏省丝绸协会
7	2020	江苏省优秀版权作品产业转化重点培育项目——《江南风雅》	中共江苏省委宣传部、江苏省版权局、江苏省电影局、江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视台、江苏省作家协会
8	2021	“江苏精品”认证证书——桑蚕长丝绵被	杭州万泰认证有限公司

## 3、公司获得资质

序号	颁发时间	资质名称	认证机构
1	2020	授权在蚕丝被产品及产品包装物上使用“震泽蚕丝”中国地理标志集体商标	苏州市吴江区震泽蚕丝同业公会
2	2020	亚马逊自有品牌供应商合格认证	TUV
3	2020	阿里巴巴优质供应商	阿里巴巴
4	2021	ISO9001 质量管理体系认证	北京泰瑞特认证有限责任公司
5	2021	ISO14001 环境管理体系认证	北京泰瑞特认证有限责任公司
6	2021	ISO45001 职业健康安全管理体系认证	北京泰瑞特认证有限责任公司
7	2022	Sedex 认证	SGS-CSTCStandardsTechnicalServicesCo.,Ltd.
8	2022	STANDARD 100 by OEKO-TEX® 证书	TESTEX AG

## 4、公司实际控制人（胡毓芳）所获荣誉

序号	颁发时间	荣誉名称	颁发部门
1	2015	科学技术进步奖二等奖——优质高产家蚕新品种的育成及其产业化应用	中华人民共和国教育部
2	2016	“全国纺织工业劳动模范”荣誉称号	中华人民共和国人力资源社会保障部、中国纺织工业联合会
3	2018	江苏省三八红旗手标兵荣誉称号	江苏省妇女联合会
4	2018	江苏省科技企业家	中国共产党江苏省委员会、江苏省人才工作领导小组、江苏省经济和信息化委员会、江苏省科学技术厅
5	2020	全国劳动模范称号	中国共产党中央委员会、中华人民共和国国务院

## 五、境外经营情况

### （一）境外经营总体情况

公司的境外经营主要是丝绸产品的境外销售，目前公司产品境外销售主要通过亚马逊、Ebay 等电商平台及公司海外品牌官网进行。报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境内	10,359.96	79.36%	29,754.66	80.18%	23,894.26	77.29%	21,084.47	89.81%
境外	2,694.29	20.64%	7,354.28	19.82%	7,020.22	22.71%	2,392.81	10.19%
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

### （二）境外资产情况

公司在美国拥有一家全资子公司，为美国 SilkBox，系公司于 2021 年 12 月通过同一控制下企业合并方式取得，具体情况请参见“第六节公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”。

#### 1、美国 SilkBox 的基本情况

根据美国法律意见书，美国 SilkBox 于 2019 年 10 月 25 日在美国科罗拉多州成立，其中文名称为丝绸魔盒股份有限公司；公司类型为商业股份公司；公司编号为

20191855004；注册地址为美国科罗拉多州丹佛市；已发行股份数为 10,000 股，股份的表决权不受限制，总价值为 10,000 美元；发行人持有其 100% 的股权；唯一董事为代艳；美国 SilkBox 主要负责拓展欧美市场，向终端客户销售丝绸产品，该等业务范围和运营在科罗拉多州法律规定的权利和权限范围内。

## 2、美国 SilkBox 投资备案情况

2021 年 12 月 24 日，江苏省商务厅向发行人核发了《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3200202100896 号），同意公司投资美国 SilkBox。

2021 年 12 月 28 日，苏州市发展和改革委员会出具《市发改委关于苏州太湖雪丝绸股份有限公司并购美国丝绸魔盒股份有限公司 100% 股权项目备案的通知》（苏发改外[2021]81 号），对公司收购美国 SilkBox 进行了备案。

2021 年 12 月 29 日，国家外汇管理局吴江支局出具《业务登记凭证》，对上述交易中发行人“ODI 中方股东对外义务出资”进行业务登记，业务编号为 35320584202112295988。

## 六、业务活动合规情况

报告期内，公司严格按照法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为以及受到主管部门行政处罚且情节严重的情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或其他严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情况。

报告期内，公司线上销售业务存在少量刷单行为，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1 月-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
刷单金额	0.00	407.88	252.97	91.32
营业收入	13,109.27	37,294.01	31,068.85	23,646.09
占比	0.00%	1.09%	0.81%	0.39%

公司线上销售的刷单行为全部发生于境内电商平台，主要是为增加第三方平台流量以提升店铺排名，但该等刷单仅表现为电商平台订单量，公司未作收入确认，不存在虚增收入的情况。报告期各期刷单金额占营业收入比分别为 0.39%、0.81%、1.09% 和 0.00%，

总体占比相对较小。2022 年公司已彻底停止刷单行为。

根据苏州市吴江区市场监督管理局出具的合规证明,以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、苏州市吴江区市场监督管理局官方网站、信用中国等网站,公司不存在涉及不正当竞争、违法广告宣传、欺诈消费者等诉讼、仲裁、行政处罚的情形。2022 年 1 月,中共苏州吴江区委网络安全和信息化委员会办公室出具证明,证明发行人报告期内能够依法合规开展网店销售、直播带货等形式的网络营销活动,能够遵守关于互联网信息内容管理、信息传播、网络安全相关的法律法规及规范性文件规定,不存在因违反相关规定而受到本单位行政处罚或行政调查的情形。

公司已及时纠正和停止刷单行为,并制定了《预防刷单管理制度》,公司实际控制人已出具《关于禁止刷单的声明和承诺函》。

## 七、其他事项

截至招股说明书签署之日,公司无其他应披露事项。

## 第六节公司治理

### 一、公司治理概况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、全国股转公司、北交所的相关要求，建立健全了由股东大会、董事会、监事会和经营层组成的公司治理结构，并设置了独立董事、董事会秘书等人员和机构，制定和完善了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《董事会秘书工作制度》《独立董事制度》等治理文件以及对外投资、对外担保、关联交易、资金管理等方面的内控制度。

公司股东大会、董事会、监事会、经营层、董事会秘书、独立董事等机构和人员之间权责明确、相互协调和相互制衡，并能按照相关的治理文件及内控制度规范运行。

#### （一）股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

2016年3月股份公司成立时审议通过了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等制度。

##### 1、股东大会运行情况

自报告期始，截至招股说明书签署之日，公司共召开了17次股东大会，具体情况如下：

序号	届次	召开时间
1	2019年第一次临时股东大会	2019年4月17日
2	2018年年度股东大会	2019年5月9日
3	2019年第二次临时股东大会	2019年8月6日
4	2019年年度股东大会	2020年5月18日
5	2020年第一次临时股东大会	2020年7月25日
6	2020年第二次临时股东大会	2020年9月14日
7	2020年年度股东大会	2021年5月18日
8	2021年第一次临时股东大会	2021年9月15日
9	2021年第二次临时股东大会	2021年10月15日
10	2021年第三次临时股东大会	2021年11月27日
11	2022年第一次临时股东大会	2022年1月6日

12	2022 年第二次临时股东大会	2022 年 3 月 14 日
13	2022 年第三次临时股东大会	2022 年 4 月 11 日
14	2021 年度股东大会	2022 年 5 月 19 日
15	2022 年第四次临时股东大会	2022 年 6 月 16 日
16	2022 年第五次临时股东大会	2022 年 7 月 6 日
17	2022 年第六次临时股东大会	2022 年 11 月 10 日

## 2、董事会运行情况

自报告期始，截至招股说明书签署之日，公司共召开了 24 次董事会，具体情况如下：

序号	届次	召开时间
1	第一届董事会第十一次会议	2019 年 4 月 2 日
2	第二届董事会第一次会议	2019 年 4 月 17 日
3	第二届董事会第二次会议	2019 年 4 月 18 日
4	第二届董事会第三次会议	2019 年 7 月 22 日
5	第二届董事会第四次会议	2019 年 8 月 28 日
6	第二届董事会第五次会议	2020 年 4 月 28 日
7	第二届董事会第六次会议	2020 年 7 月 9 日
8	第二届董事会第七次会议	2020 年 8 月 27 日
9	第二届董事会第八次会议	2021 年 4 月 28 日
10	第二届董事会第九次会议	2021 年 8 月 26 日
11	第二届董事会第十次会议	2021 年 9 月 30 日
12	第二届董事会第十一次会议	2021 年 10 月 27 日
13	第二届董事会第十二次会议	2021 年 11 月 11 日
14	第二届董事会第十三次会议	2021 年 12 月 20 日
15	第二届董事会第十四次会议	2022 年 2 月 25 日
16	第二届董事会第十五次会议	2022 年 3 月 25 日
17	第三届董事会第一次会议	2022 年 4 月 11 日
18	第三届董事会第二次会议	2022 年 4 月 28 日
19	第三届董事会第三次会议	2022 年 6 月 1 日
20	第三届董事会第四次会议	2022 年 6 月 20 日
21	第三届董事会第五次会议	2022 年 8 月 29 日

22	第三届董事会第六次会议	2022年10月25日
23	第三届董事会第七次会议	2022年11月8日
24	第三届董事会第八次会议	2022年11月17日

### 3、监事会运行情况

自报告期始，截至招股说明书签署之日，公司共召开了 21 次监事会，具体情况如下：

序号	届次	召开时间
1	第一届监事会第九次会议	2019年4月2日
2	第二届监事会第一次会议	2019年4月17日
3	第二届监事会第二次会议	2019年4月18日
4	第二届监事会第三次会议	2019年8月28日
5	第二届监事会第四次会议	2020年4月28日
6	第二届监事会第五次会议	2020年8月27日
7	第二届监事会第六次会议	2021年4月28日
8	第二届监事会第七次会议	2021年8月26日
9	第二届监事会第八次会议	2021年10月27日
10	第二届监事会第九次会议	2021年11月11日
11	第二届监事会第十次会议	2021年12月20日
12	第二届监事会第十一次会议	2022年2月25日
13	第二届监事会第十二次会议	2022年3月25日
14	第三届监事会第一次会议	2022年4月11日
15	第三届监事会第二次会议	2022年4月28日
16	第三届监事会第三次会议	2022年6月1日
17	第三届监事会第四次会议	2022年6月20日
18	第三届监事会第五次会议	2022年8月29日
19	第三届监事会第六次会议	2022年10月25日
20	第三届监事会第七次会议	2022年11月8日
21	第三届监事会第八次会议	2022年11月17日

### （二）独立董事制度建立健全及运行情况

公司制订了《独立董事制度》，对独立董事的任职资格、选举与罢免程序、职权范围等内容进行了规定，符合有关法律、法规及公司《章程》的规定。

公司于 2022 年 5 月 19 日召开 2021 年年度股东大会，审议通过聘请朱中一、王德瑞、王尧为公司独立董事，其中王德瑞为财务专业人士。

发行人独立董事具备《公司法》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 1 号——独立董事》《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》《公务员法》《关于规范中管干部辞去公职或者退（离）休后担任上市公司、基金管理公司独立董事、独立监事的通知》《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等规定的任职资格，任职情况合法合规。

### **（三）董事会秘书制度建立健全及运行情况**

公司设立董事会秘书，作为信息披露事务负责人，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、信息披露事务、投资者关系管理等事宜。

自报告期始，截至招股说明书签署之日，公司董事会秘书严格按照公司《章程》《董事会秘书工作制度》等有关规定积极履行职责。

## **二、特别表决权**

截至招股说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

## **三、内部控制情况**

### **（一）内部控制基本情况**

根据内控规范的指导性规定，公司建立及实施了有效的内部控制，从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各方面建立健全了有效的内部控制制度，能够合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

公司已严格遵循全面性、重要性、制衡性、适应性及成本效益原则，在公司内部的各个业务环节建立健全了有效的内部控制系统，由经营层负责内部控制的贯彻、执行，由全体员工参与内部控制的具体实施，在所有重大方面均保持了有效的内部控制。

## （二）管理层的内部控制自我评价意见

公司董事会认为：“公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

## （三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信会计师对公司内部控制制度建立及运行情况进行了审核，并于 2022 年 10 月 25 日出具了《苏州太湖雪丝绸股份有限公司内部控制鉴证报告》【信会师报字[2022]第 ZG12428 号】，认为公司于 2022 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

## 四、违法违规情况

报告期内，公司存在一项行政处罚，具体情况如下：

处罚文号	张城法罚决字第 20210013 号
处罚机关	张家港市城市管理局
处罚时间	2019 年 1 月 12 日
处罚依据	《苏州市城市市容和环境卫生管理条例》第十八条：“设置户外广告应当经市容环卫管理部门批准，并按照要求和时限设置。” 《苏州市城市市容和环境卫生管理条例》第三十七条第四项：“违反本条例规定，有下列行为之一的，由市容环卫管理部门责令限期改正；逾期不改正的，按照以下规定予以处罚：……（六）违反本条例第十八条、第十九条、第二十一条第二款规定的，处以五百元以上五千元以下罚款……。”
处罚事由	发行人的行为违反了《苏州市城市市容和环境卫生管理条例》第十八条规定
处罚结果	根据《苏州市城市市容和环境卫生管理条例》第三十七条第四项规定，对发行人罚款 0.5 万元
罚款缴纳	发行人已于 2019 年 2 月 28 日缴清罚款

张家港市城市管理局于 2022 年 3 月 8 日出具的《证明》，证明发行人上述违法行为不属于重大违法；除上述违法行为外，发行人自 2019 年 1 月 1 日至该《证明》出具之日不存在违反城市管理方面法律、法规及规范性文件的情形，不存在受到该局行政处罚的情况。

发行人已于 2022 年 3 月 24 日出具书面说明，前述违法行为系因门店业务人员对相关法规认识不足、未按照规定设置广告牌所致，发行人已按照相关主管部门的要求进行

整改并缴纳了罚款，且未再发生其他违法行为。

综上，发行人因门店业务人员对相关法规认识不足、未按照规定设置广告牌导致于2019年1月被张家港市城市管理局处以罚款0.5万元的行政处罚，发行人已按照相关主管部门的要求进行整改并缴纳了罚款，张家港市城市管理局亦证明发行人上述行为不属于重大违法，发行人前述违法行为不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

## 五、资金占用及资产转移等情况

公司建立了严格的《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》，截至招股说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

## 六、同业竞争情况

### （一）发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人同业竞争情况

截至招股说明书签署日，发行人控股股东为英宝投资，实际控制人为胡毓芳、王安琪。

公司实际控制人直接控制的主体包括英宝投资、湖之锦投资、琪睿文化。

公司控股股东英宝投资控制的其他企业包括丝绸之路。

前述企业与公司不存在同业竞争。

### （二）发行人控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

太湖雪在全国股转系统挂牌时，控股股东、实际控制人、5%以上股东已出具避免同业竞争的承诺：

1、本人/本企业/本公司将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权。

2、本人/本企业/本公司在持有公司股份期间，本承诺为有效之承诺。

3、本人/本企业/本公司愿意承担因违反上述承诺，由本人/本企业/本公司直接原因造成的，并经法律认定的公司的全部经济损失。”

公司 2022 年 6 月拟申请北交所上市时，控股股东、实际控制人更新出具了避免同业竞争的承诺，具体参见“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

## 七、关联方、关联关系和关联交易情况

### （一）关联方情况

根据《公司法》《企业会计准则》以及中国证监会、北交所等的有关规定，公司的关联方及关联关系情况如下：

#### 1、控股股东、实际控制人

序号	关联方名称	关联关系
1	英宝投资	公司控股股东
2	胡毓芳、王安琪	公司实际控制人

#### 2、除控股股东、实际控制人外直接或间接持有公司 5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	湖之锦投资	持有太湖雪 10.93%的股权
2	东方国资	东方国资持有吴江创投、吴江创联 100%的股权，通过吴江创投、吴江创联间接持有发行人 6.03%的股权

#### 3、控股股东、实际控制人控制的除公司及子公司以外的其他企业

截至招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人控制的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	英宝投资	公司控股股东，公司实际控制人控制的主体
2	湖之锦投资	公司 5%以上股东，公司实际控制人控制的主体
3	丝绸之路	控股股东英宝投资控制的主体
4	琪睿文化	实际控制人王安琪控制的主体

#### 4、公司的控股子公司、参股公司

序号	关联方名称	关联关系
1	上海太湖之雪科技有限公司	发行人持有 100% 股权的子公司
2	苏州太湖雪电子商务有限公司	发行人持有 100% 股权的子公司
3	苏州湖之锦文化传媒有限公司	发行人持有 100% 股权的子公司
4	苏州盛太丝绸有限公司	发行人持有 100% 股权的子公司
5	SilkBoxInc.	发行人持有 100% 股权的子公司
6	苏州太湖雪丝绸科技有限公司	发行人持有 100% 股权的子公司
7	苏州小镇故事文化传播有限公司	发行人持有 70% 股权的子公司

### 5、公司的董事、监事和高级管理人员

1	胡毓芳	董事长、总经理
2	王安琪	董事、副总经理
3	尹蕾	董事、副总经理
4	贾新华	董事
5	姚静雯	董事
6	刘伟	监事会主席、职工代表监事
7	周雪凤	监事
8	朱奇	监事
9	严建新	财务总监
10	代艳	董事、董事会秘书
11	朱中一	独立董事
12	王德瑞	独立董事
13	王尧	独立董事

### 6、其他关联自然人

公司其他关联自然人包括公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，其中报告期内发生关联交易的关联自然人如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	胡新学	实际控制人胡毓芳的兄长
2	周建珍	董事姚静雯配偶的母亲
3	徐丽萍	监事刘伟的配偶

### 7、除上述关联方外，公司董事、监事和高级管理人员等关联自然人控制或担任董

## 事、高级管理人员，有重大影响的企业

序号	关联方名称	关联关系
1	吴江青商投资有限公司	胡毓芳担任董事
2	苏州澳冠智能装备股份有限公司	贾新华担任董事
3	吴江东方国发创业投资有限公司	贾新华担任董事
4	苏州铁近机电科技股份有限公司	贾新华担任董事
5	苏州开垣航空碰撞测试有限公司	贾新华担任董事
6	苏州友联纺工装备科技股份有限公司	贾新华担任董事
7	江苏达胜高聚物股份有限公司	贾新华担任董事
8	苏州市吴江创迅创业投资有限公司	贾新华担任董事
9	苏州市吴江创业投资有限公司	贾新华担任董事
10	苏州市吴江创联股权投资管理有限公司	贾新华担任副总经理
11	苏州英宝进出口有限公司	胡新学担任执行董事、法定代表人
12	苏州英宝科技有限公司	胡新学实际控制，并担任执行董事
13	吴中区角直张林餐饮店	董事姚静雯的配偶的母亲周建珍为其经营者
14	江苏华瑞会计师事务所有限公司	独立董事王德瑞持有 40% 股权，并担任董事长、法定代表人
15	苏州华瑞会计事务所（普通合伙）	王德瑞及其关系密切的家庭成员为实际控制人

## 8、其他潜在利益相关方（比照关联方）

序号	关联方名称	关联关系
1	苏州丝韵商贸有限公司	太湖雪的员工、胡毓芳表姐钱新芳实际控制的企业 (已于 2022 年 5 月注销)
2	姑苏区丝控文化创意服务工作室	太湖雪员工单月芳为其经营者 (已于 2021 年 11 月注销)
3	苏州頔塘水岸文化创意设计有限公司	丝绸之路的员工马敬振持有 100% 的股权 (已于 2022 年 2 月注销)
4	苏州安格丽农业科技有限公司	丝绸之路的前员工沈涛持有 100% 的股权 (已于 2022 年 2 月注销)
5	吴江区震泽镇鼎腾丝绸用品经营部	太湖雪员工倪荣华为其经营者 (已于 2021 年 11 月注销)
6	吴江区震泽镇江村饭店	太湖雪员工钱振涛为其经营者 (已于 2021 年 11 月注销)
7	苏州太湖雪家居用品有限公司	太湖雪员工谷向阳持有 100% 的股权 (已于 2020 年 11 月注销)
8	吴中区木渎蚕锦针纺织品商行	太湖雪前员工徐超楠为经营者(已于 2022 年 3 月注销)
9	苏州怡泰祥家居用品有限公司	发行人控股股东最近 12 个月曾控制的怡

		泰祥纺织的股东、执行董事盛正芳持有100%的股权
10	苏州三盛实业科技有限公司	发行人控股股东最近12个月曾控制的怡泰祥纺织的股东、执行董事盛正芳姐姐盛丽芬持有100%的股权
11	吴江区震泽镇如梦之初家纺加工厂	太湖雪员工陈功超为其经营者

## 9、报告期内曾存在关联关系的关联方

序号	名称	关联关系
1	上海柏翊供应链管理有限公司	发行人曾持有51%股权的子公司，2020年4月已对外转让
2	苏州太湖雪丝品生活有限公司	发行人曾持有100%股权的全资子公司，2022年4月已注销
3	太湖雪贸易有限公司	发行人实际控制人胡毓芳报告期内曾控制的企业，已于2022年6月注销
4	苏州怡泰祥纺织科技有限公司，原名苏州太湖雪丝织科技有限公司	发行人控股股东英宝投资最近12个月曾控制的企业，英宝投资已于2021年12月对外转让其持有的60%股权
5	苏州丝乡绸脉文化传播有限公司	徐丽萍持股100%，已于2022年2月注销
6	苏州信能精密机械有限公司	贾新华在报告期内曾担任董事的企业，已于2022年3月辞任
7	中车城市交通有限公司	贾新华在报告期内曾担任董事的企业，已于2022年8月辞任

## (二) 关联交易情况

### 1、经常性关联交易

#### (1) 销售产品、提供服务

报告期内，公司向关联方销售商品的具体情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	定价方式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
			金额	占当期营业收入比例	金额	占当期营业收入比例	金额	占当期营业收入比例	金额	占当期营业收入比例
丝绸之路	销售商品	市场价格	9.23	0.07%	198.01	0.53%	73.36	0.24%	46.18	0.20%
苏州信能精密机械有限公司	销售商品	市场价格			0.83	0.00%	0.83	0.00%	-	--
吴江创投	销售商品	市场价格							0.62	0.00%
<b>合计</b>			<b>9.23</b>	<b>0.07%</b>	<b>198.84</b>	<b>0.53%</b>	<b>74.19</b>	<b>0.24%</b>	<b>46.80</b>	<b>0.20%</b>

报告期内，公司销售给丝绸之路的产品主要有蚕丝被、围巾、套件、服饰等，丝绸之路主营业务为承办会议、展览、旅游观光等，丝绸之路在实际开展业务的过程中，部分会议主办方、会议参加方以及旅游观光的客户存在购买丝绸产品配套需求，因此报告期内丝绸之路向公司采购部分丝绸产品，作为整体服务的一部分销售给最终客户。因此，公司向丝绸之路的销售具有商业实质，具备合理性。

公司与丝绸之路合作情况良好，预计未来丝绸之路会根据客户需求继续向公司采购真丝丝巾等丝绸饰品作为其会务套餐的配套部分，具体情况请参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（四）预计未来仍将存在的关联交易”。

综上，报告期内，发行人向关联方销售产品为公司主营产品，均为正常的市场化交易行为，交易价格采用市场化定价方式协商确定，报告期内关联销售占公司营业收入的比例很小，对发行人财务状况无重大影响

## （2）购买商品、接受劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占当期采购金额的比例	金额	占当期采购金额的比例	金额	占当期采购金额的比例	金额	占当期采购金额的比例
丝绸之路	采购商品	0.88	0.01%	709.67	3.25%	695.48	3.75%	97.81	0.74%
	会议服务、旅游门票、餐饮服务			49.32	0.23%	81.59	0.44%	88.96	0.67%
张林餐饮	餐饮服务			14.68	0.07%				
丝乡绸脉	广告设计					12.68	0.07%	20.00	0.15%
东方国资	物业管理服务	1.47	0.02%						
<b>合计</b>		<b>2.35</b>	<b>0.03%</b>	<b>773.67</b>	<b>3.54%</b>	<b>789.75</b>	<b>4.26%</b>	<b>206.77</b>	<b>1.56%</b>

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 206.77 万元、789.75 万元、773.67 万元和 2.35 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.56%、4.26%、3.54%和 0.03%。公司关联采购金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

### ①采购商品

报告期内，公司因业务发展和经营的正常所需，向丝绸之路采购蚕丝绵、茧艺等，相关交易遵循公平、合理的定价原则，以市场价格为基础确定。

为了进一步减少关联方交易，公司已经收购丝绸之路养蚕板块资产，预计未来除向丝绸之路采购茧艺外，不再采购蚕丝绵等其他产品，具体情况请参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（四）预计未来仍将存在的关联交易”。

### ②采购广告设计、会议、旅游、餐饮、物业管理等服务

报告期内，发行人因业务发展，需通过利用丝绸之路旅游板块对外展示公司产品，向丝绸之路采购会议服务、旅游门票、餐饮服务，定价与其他客户一致，定价公允，且交易金额较小。

报告期内，发行人因员工用餐需要，向张林餐饮店订购工作餐，价格参照市场价，定价公允，且交易金额很小。

报告期内，发行人因业务发展、产品推广需要向丝乡绸脉采购广告设计服务，同期向其他具有资质的设计商询价，其最终成交价参照市场价格确定，定价公允，且交易金额较小。截至 2022 年 2 月，丝乡绸脉已经注销，未来发行人与丝乡绸脉不再发生关联交易。

报告期内，发行人因经营需要，向房屋出租方东方国资采购物业管理服务，价格参照市场价，定价公允，且交易金额很小。

### （3）关联租赁

单位：万元

出租方	承租方	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
胡毓芳	发行人	房屋租赁	0.00	86.00	86.00	86.00
胡新学	发行人	房屋租赁		-	-	10.00
丝绸之路	发行人	房屋租赁	0.00	18.35	18.87	18.87
怡泰祥纺织	发行人	房屋租赁	50.00	27.52	27.52	18.45
东方国资	发行人	房屋租赁	0【注】	-	-	-

注：发行人与东方国资的年租金为 22.02 万元，租赁期为 5 年，自 2022 年 3 月 2 日起至 2027 年 3 月 1 日止，租赁第一年有 6 个月的免租期。

公司报告期内承租胡毓芳的房屋办公。公司报告期内承租丝绸之路的房产作为公司产品的展厅经营使用。公司向关联方承租单价与可比承租单价区间比对情况具体如下：

单位：元/平米.日

出租方	承租方	房屋类型	2022年1-6月承租单价	2019-2021年承租单价	可比承租单价区间【注1】
胡毓芳	发行人	办公用房	-	1.60	1.42-1.5
胡毓芳	发行人	办公用房	1.40		1.42-1.5
胡新学	发行人	经营用房		2.05【注2】	1.20-1.80
丝绸之路	发行人	经营用房		2.34【注3】	/
怡泰祥纺织	发行人	经营用房		2.05	1.20-1.80
怡泰祥纺织	发行人	经营用房	0.66		0.63-0.69
东方国资	发行人	经营用房	2.00		2.00

注 1：可比承租单价区间取数来源为该办公大楼所处地段，周边相关房屋的租赁单价，并结合同区域网络查询的报价情况。

注 2：考虑到租赁房产的具体地段、装修程度等独特性的原因，同区域的房产租赁单价会略有差异。

注 3：发行人向丝绸之路承租的房屋是位于震泽镇勤幸村之蚕桑文化园中的展厅。由于该展厅在该地区具有唯一和独特性，且该地方无其他无关联第三方承租，亦不存在网络可查询承担可比承租单价。截至招股说明书签署日，太湖雪租用丝绸之路展厅的面积为 220 平方米，年租金 20 万（含税）。

综上，报告期内，公司向关联方承租房屋的作价参考同区域房产租金确认，与同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金价格不存在明显差异。

#### （4）关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员薪酬	243.86【注】	136.00	114.90	126.80

注：本期关键管理人员薪酬包括股份支付 177 万元

## 2、偶发性关联交易

### （1）向关联方购买房产

报告期内，公司向关联方购买房产情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2021年度	2020年度	2019年度
吴江青商投资有限公司	购买房产	984.89	-	-
怡泰祥纺织	购买房产	391.57		

太湖新城位于吴江区北部，是区委区政府所在地；根据公司在苏州市场“高渗透、快占领”的策略，公司拟利用太湖新城人才优势、产业优势、商业配套、交通便利等有

利因素，进一步强化在吴江区的市场占有率及品牌知名度，因此，公司全资子公司湖之锦文化向吴江青商投资有限公司购买其位于苏州市吴江区太湖新城东太湖大道 11188 号融合大厦北楼 1701 室、1702 室及南楼 1801 室房屋，用于公司设立办公场所。2019、2020 年公司向吴江青商投资有限公司合计预付购房款 750 万元，2021 年公司全资子公司湖之锦文化与吴江青商投资有限公司签订购房合同。公司购买的该房产是新房，根据市场价格成交，交易价格公允。综上，公司向关联方购买房产具有必要性，定价公允，有利于公司未来业务发展。

为了进一步减少后续关联交易，太湖雪于 2021 年 12 月 6 日以 427 万元（含税）价格与怡泰祥纺织签订了编号：苏房存吴江合同 202112060020、苏房存吴江合同 202112060031、苏房存吴江合同 202112060033、苏房存吴江合同 202112060044、苏房存吴江合同 202112060045、苏房存吴江合同 202112060047 的房屋买卖合同，购买位于吴江高新路 938 号邻里中心 6 栋 101-106 商铺，根据苏天元 S（2021）第 1152 号报告，上述房产评估价值 429 万元（含税），价格差异极小，定价公允。

### **（2）美国 SilkBox 向太湖雪贸易支付推广费**

太湖雪贸易有限公司成立于 2019 年 10 月 28 日，注册地香港，实际控制人为胡毓芳。发行人实际控制人成立太湖雪贸易主要是为了协助美国 SilkBox 拓展东南亚市场业务。

鉴于太湖雪贸易支付海外市场拓展费率更低，美国 SilkBox 分别于 2020 年 4 月 6 日、4 月 13 日向太湖雪贸易预先支付 2,000 美元、20,000 美元的业务拓展费，由于太湖雪贸易工作人员操作不当致使银行账户被冻结从而导致该款项未实际付出，该等委托代付行为均发生在发行人收购美国 SilkBox 之前。太湖雪贸易实际控制人已代其偿还前述款项，截至 2021 年 12 月 31 日相关债权债务已结清。

### **（3）发行人收购盛太丝绸**

2021 年 12 月，为减少关联交易、增强公司独立性，发行人收购了实际控制人胡毓芳控制的盛太丝绸 100% 股权，本次收购构成同一控制下企业合并。

#### **①收购盛太丝绸的背景及原因**

为开拓苏州市吴江区盛泽镇区域的销售市场，减少开拓市场不确定性给发行人带来

的风险，2019年9月，发行人实际控制人胡毓芳委派员工钱新芳设立盛太丝绸。盛太丝绸成立后，作为发行人的经销商，负责发行人产品在盛泽区域的市场销售，发行人按无关联关系的经销商同等条件向盛太丝绸销售蚕丝被等产品。

为减少关联交易、增强公司独立性，2021年12月20日，公司召开了第二届董事会第十三次会议及第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于收购苏州市盛太丝绸有限公司100%股权暨关联交易的议案》，同意公司以242.89万元收购钱新芳代为持有的盛太丝绸100%股权。

#### ②交易作价情况

2021年12月20日，公司与实际出让方胡毓芳、名义出让方钱新芳签署股权转让协议，公司以242.89万元的价格购买钱新芳代胡毓芳持有的盛太丝绸100%股权。

根据银信资产评估有限公司出具的评估报告【银信评报字（2021）沪第3300号】，盛太丝绸截至2021年9月30日经评估的净资产为242.89万元，本次交易根据盛太丝绸评估结果进行定价，定价公允。

#### ③交易实施情况

截至2021年12月30日，公司已向胡毓芳支付全部股权收购款。根据苏州市吴江区市场监管局于2021年12月29日核发的《营业执照》，盛太丝绸已就此次股权转让事项办理了变更登记手续。本次交易完成后，盛太丝绸成为发行人全资子公司。

综上，本次收购盛太丝绸能够进一步减少关联交易、增强公司独立性，有利于公司长期业务发展，符合公司未来战略发展需要，具备必要性。

#### **（4）发行人收购美国 SilkBox**

2021年12月，为减少关联交易，拓展海外市场，加快海外市场的渠道建设，发行人收购了实际控制人胡毓芳控制的美国 SilkBox 100% 股权，本次收购构成同一控制下企业合并。

#### ①收购美国 SilkBox 的背景及原因

为拓展海外跨境电商业务，2019年10月，发行人实际控制人胡毓芳委派员工储虹在美国科罗拉多州代为设立并持有美国 SilkBox 100% 的股权。美国 SilkBox 主要负责拓展欧美市场，向终端客户销售“太湖雪”系列产品。

根据美国律师 BOGCLegal 出具的法律意见书以及胡毓芳与储虹签署的《股权代持协议》、储虹与 ChristianErwinKuemmerle 签署的《股权收购协议》，2021 年 9 月 20 日，储虹受胡毓芳指示将 SilkBox100% 的股权以 2.8 万美元的价格转让给 ChristianErwinKuemmerle，由 ChristianErwinKuemmerle 为胡毓芳代持美国 SilkBox 之股权。

为减少关联交易，拓展海外市场，加快海外市场的渠道建设，2021 年 12 月 20 日，公司召开了第二届董事会第十三次会议及第二届监事会第十次会议审议通过了《关于收购 SilkBoxInc.100% 股权暨关联交易的议案》，同意公司以 2.8 万美元收购 ChristianErwinKuermmmerle 代为持有的美国 SilkBox100% 股权。

### ②交易作价情况

2021 年 12 月 20 日，公司与名义出让方 ChristianErwinKuermmmerle 签署股权转让协议，公司以 2.8 万美元的价格购买 ChristianErwinKuermmmerle 代胡毓芳持有的美国 SilkBox100% 股权。

根据银信资产评估有限公司出具的评估报告【银信评报字（2021）沪第 3301 号】，美国 SilkBox 截至 2021 年 9 月 30 日经评估的净资产为 16.91 万元人民币，本次交易价格系根据美国 SilkBox 评估结果，双方协商确定为 2.8 万美元，定价公允。

### ③交易实施情况

2021 年 12 月 24 日，江苏省商务厅向发行人核发了《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3200202100896 号），同意公司投资美国 SilkBox。

2021 年 12 月 28 日，苏州市发展和改革委员会出具《市发改委关于苏州太湖雪丝绸股份有限公司并购美国丝绸魔盒股份有限公司 100% 股权项目备案的通知》（苏发改外[2021]81 号），对公司收购美国 SilkBox 进行了备案。

2021 年 12 月 29 日，国家外汇管理局吴江支局出具《业务登记凭证》，对上述交易中发行人“ODI 中方股东对外义务出资”进行业务登记，业务编号为 35320584202112295988。

截至 2021 年 12 月 30 日，公司已将股权收购款支付给 ChristianErwinKuermmmerle。

本次交易完成后，美国 SilkBox 成为发行人全资子公司。

综上，本次收购美国 SilkBox 能够进一步减少关联交易、增强公司独立性，有利于公司长期发展及海外业务的扩展，符合公司未来战略发展需要，具备必要性。

2022 年 6 月，实际控制人胡毓芳为支持公司业务发展，将盛太丝绸和美国 SilkBox 的股权受让款合计 261.55 万元无偿捐赠给发行人。

### （5）发行人购买丝绸之路的养蚕板块资产

#### ①发行人购买丝绸之路的养蚕板块资产的背景及原因

随着公司销售规模的逐年增长，对原材料蚕丝的量和质的需求不断提升。丝绸之路在桑蚕丝织领域近年来持续进行科学研究，取得了一定的科研成果。公司收购丝绸之路的科技养蚕板块相关资产符合公司战略规划和经营发展需要，有利于提高公司蚕丝等原材料的研发能力，同时能够进一步减少公司关联交易。

2021 年 12 月 20 日，公司召开第二届董事会第十三次会议及第二届监事会第十次会议审议通过了《关于购买苏州震泽丝绸之路农业科技发展有限公司部分资产暨关联交易的议案》，同意公司以 147.45 万元向丝绸之路购买养蚕板块相关资产。

#### ②交易作价情况

根据苏州中洲房地产土地资产评估咨询有限公司出具的评估报告【苏中洲评报字（2021）第 Z0018 号】，丝绸之路养蚕板块相关资产评估金额为 147.45 万元，本次交易价格系根据评估结果确定，定价公允。

#### ③交易实施情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司已经将资产收购款支付给丝绸之路。

综上，公司购买丝绸之路养蚕板块资产有利于减少关联交易，提高公司蚕丝等原材料的研发能力，符合公司战略规划和经营发展需要。

### 3、关联担保

报告期内，公司作为被担保方的关联担保如下：

单位：万元

担保方	担保最高额度	担保债权发生起始日	担保债权发生截止日	担保期间
胡毓芳	1,000.00	2016.09.18	2021.09.18	自主合同项下的借款期限届满之次日起两年

胡毓芳	252.00	2016.09.18	2021.09.18	主债权诉讼时效期间
胡毓芳	500.00	2018.05.18	2019.05.18	各主合同项下借款期限届满之次日起两年
胡毓芳	500.00	2018.07.12	2019.06.07	各主合同项下借款期限届满之次日起两年
胡毓芳	300.00	2019.01.21	2020.01.20	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	500.00	2019.05.16	2022.05.16	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	500.00	2019.05.28	2020.05.27	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	500.00	2019.08.22	2020.08.14	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	300.00	2020.01.13	2022.01.12	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	500.00	2020.05.19	2021.05.18	自主合同项下借款期限届满之日起三年
胡毓芳	1,000.00	2020.06.12	2021.06.11	自主合同项下借款期限届满之日起两年
胡毓芳	1,000.00	2021.06.22	2026.06.21	自主合同项下借款期限届满之日起三年
胡毓芳	1,000.00	2021.08.05	2022.08.04	自主合同项下借款期限届满之日起三年
胡毓芳	1,000.00	2021.09.24	2025.09.24	自主合同项下借款期限届满之日起三年
胡毓芳	426.00	2021.09.24	2025.09.24	主债权诉讼时效期间
胡毓芳	500.00	2021.11.10	2022.11.10	自主合同项下借款期限届满之日起三年
胡毓芳	1,200.00	2022.03.01	2023.03.01	主合同项下债务履行期限届满之日起三年
胡毓芳	1,500.00	2022.03.11	2025.03.11	主合同项下债务履行期限届满之日起三年
胡毓芳	3,000.00	2022.06.22	2025.06.21	单笔授信业务的主合同签订之日起至债务人在该主合同项下的债务履行期限届满日后三年止

报告期内，公司不存在对外担保的情形。

#### 4、资金拆借

报告期内，关联方资金拆借情况如下表：

单位：万元

主体	关联方	关联交易内容	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
盛太丝绸	胡毓芳	期初拆借余额		172.46	195.55	
		累计拆出金额		487.91	575.33	359.91

		累计拆入金额		-312.05	-598.42	-164.35
		累计收回金额		-348.31		
		期末拆借余额			172.46	195.55
太湖雪	胡毓芳	期初拆借余额	-318.29	-461.34	-348.51	
		累计拆出金额				
		累计拆入金额		-29.42	-149.82	-371.35
		累计归还金额	318.29	172.47	36.99	22.84
		期末拆借余额		-318.29	-461.34	-348.51
SilkBoxInc	太湖雪 贸易有 限公司	期初拆借余额		14.03		
		累计拆出金额			14.03	
		累计拆入金额				
		累计收回金额		-14.03		
		期末拆借余额			14.03	
太湖雪	徐超楠	期初拆借余额	-0.02	-0.02	-0.02	
		累计拆出金额				
		累计拆入金额				0.02
		累计归还金额	0.02			
		期末拆借余额		-0.02	-0.02	-0.02
太湖雪	王安琪	期初拆借余额	-36.01			
		累计拆出金额				
		累计拆入金额		36.01		
		累计归还金额	36.01			
		期末拆借余额		-36.01		

注 1：上表中发行人期初、期末资金为正表示资金的拆出，期初、期末资金为负表示资金的拆入。

注 2：盛太丝绸与胡毓芳发生资金拆借的原因：胡毓芳出于个人资金临时周转需求借用盛太丝绸资金，相关资金往来均发生在发行人收购盛太丝绸之前，且已计提资金利息，在发行人收购盛太丝绸为全资子公司时已清理完毕。

注 3：太湖雪与胡毓芳发生的资金拆借主要是由胡毓芳代太湖雪支付员工薪酬及其他运营费用，太湖雪与王安琪发生的资金拆借主要是由王安琪代太湖雪支付的广宣费；相关员工薪酬及其他运营费用已作为成本费用全部计入太湖雪报表。

## 5、关联方往来款项余额

报告期各期末，发行人关联方往来余额的情况如下：

### (1) 应收项目

单位：万元

项目	关联方名称	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应收账款	丝绸之路		9.29	1.13	4.15
预付账款	太湖雪贸易			14.03	
	吴江青商投资有限公司	0.05			
其他应收款	胡毓芳			172.46	195.55
应收利息	胡毓芳			14.84	4.14

### (2) 其他非流动资产

单位：万元

项目	关联方名称	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
其他非流动资产	吴江青商投资有限公司			750.00	600.00

注：该其他非流动资产主要是预付给吴江青商投资有限公司的购房款

### (3) 应付项目

单位：万元

项目	关联方名称	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应付账款	丝绸之路	0.55	1.90	0.97	121.53
其他应付款	丝绸之路	0.01	0.01		
	吴江青商投资有限公司	177.80	153.52		
	胡毓芳		318.29	461.34	348.51
	王安琪		36.01		
	胡新学	0.07			10.00
	丝乡绸脉				20.00
	怡泰祥纺织				20.00
应付利息	胡毓芳		47.79	28.59	8.42
	王安琪		0.66		
应付股利	英宝投资	2,023.24			
	湖之锦投资	274.50			

## 6、关联交易简要汇总表

报告期内，发行人关联交易简要汇总情况如下表：

单位：万元

经常性关联交易

关联交易类别		关联方	关联交易金额			
			2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品	销售商品	丝绸之路	9.23	198.01	73.36	46.18
		苏州信能精密机械有限公司		0.83	0.83	-
		吴江创投		-	-	0.62
采购商品	采购商品	丝绸之路	0.88	709.67	695.48	97.81
接受劳务	会议服务、旅游门票、餐饮服务	丝绸之路		49.32	81.59	88.96
	餐饮服务	张林餐饮		14.68		
	广告设计	丝乡绸脉			12.68	20.00
	物业管理服务	东方国资	1.47			
承租房屋	办公用房	胡毓芳	25.00	86.00	86.00	86.00
	经营用房	胡新学				10.00
	经营用房	丝绸之路	10.00	20.00	20.00	20.00
	经营用房	怡泰祥纺织	27.25	30.00	30.00	20.00
	经营用房	东方国资	0.00			
关键管理人员薪酬	关键管理人员	关键管理人员	243.86	136.00	114.90	126.80
<b>偶发性关联交易</b>						
关联交易类别		关联方	关联交易金额			
			2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
购买资产	购买房产	吴江青商投资有限公司		984.89		
	购买房产	怡泰祥纺织		391.57		
	购买养蚕板块	丝绸之路		147.45		
购买股权	收购盛太丝绸	胡毓芳		242.89		
	收购 SilkBox	胡毓芳		2.80 【注1】		
接受捐赠	接受捐赠	胡毓芳	261.55			
<b>关联担保</b>						
交易对象	交易内容	2022年 6月末	2021年末	2020年末	2019年末	
胡毓芳	关联担保		实控人为发行人提供担保			
<b>资金拆借（万元）</b>						
主体	关联方	交易内容	2022年 6月末	2021年末	2020年末	2019年末

盛太丝绸	胡毓芳	资金拆借			172.46	195.55
太湖雪	胡毓芳	资金拆借		-318.29【注2】	-461.34	-348.51
太湖雪	徐超楠	资金拆借		-0.02	-0.02	-0.02
太湖雪	王安琪	资金拆借		-36.01		
SilkBoxInc	太湖雪贸易	资金拆借			14.03	

注 1：单位为万美元

注 2：负数表示资金的拆入，正数表示资金的拆出

报告期内，公司关联销售、关联采购等经常性交易，定价公允，且交易金额占营业收入、当期采购总额的比例总体较低。公司向关联方购买资产、购买股权等偶发性交易定价公允，均参照市场价格。因此，报告期内，公司关联交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。

### （三）比照关联交易披露的相关交易

#### 1、向其他潜在利益相关方采购商品与接受劳务

其他潜在利益相关方名称	交易内容	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额 (万元)	占当期 采购金 额的比例	金额 (万元)	占当期 采购金 额的比例	金额 (万元)	占当期 采购金 额的比例	金额 (万元)	占当期 采购金 额的比例
江村饭店	餐饮服务					1.05	0.01%		
安格丽农业	技术咨询费					12.3	0.07%		
頔塘水岸	会展广宣费					17.3	0.09%		
丝韵商贸	设计费							3.05	0.02%
鼎腾丝绸	采购真丝面料							3.01	0.02%
如梦之初	提供内套加工服务	19.51	0.24%	58.92	0.27%	61.60	0.33%	26.30	0.20%
三盛实业	采购光胎、包装物等	53.90	0.65%	273.42	1.25%	1,399.14	7.55%	1,497.80	11.30%
<b>合计</b>		<b>73.41</b>	<b>0.89%</b>	<b>332.34</b>	<b>1.52%</b>	<b>1,491.39</b>	<b>8.04%</b>	<b>1,530.16</b>	<b>11.54%</b>

上述交易对象并非公司根据《企业会计准则》等相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露，报告期内，2019年至2021年，公司向其他潜在利益相关方合计采购金额分别为1,530.16万元，1,491.39万元、332.34

万元和 73.41 万元，占当期采购金额的比重分别为 11.54%、8.04%、1.52%和 0.89%，逐年下降。

### (1) 向鼎腾丝绸采购真丝面料、三盛实业采购原料、如梦之初采购加工服务

#### ①向鼎腾丝绸采购面料

因业务需要，发行人 2019 年度向鼎腾丝绸采购真丝，采购价格参考向第三方无关联关系供应商同种规格真丝采购价格确定。

品名	2019 年度		其他供应商 2019 年度 含税单价（元）
	金额（万元）	含税单价（元）	
A 款真丝面料	3.01	220	217-233

注：为保护商业秘密，上表具体型号面料以 A 代替。

发行人 2019 年向鼎腾丝绸采购真丝面料，由于该材料的规格型号众多，采购价格一般受颜色、大小、尺寸等因素影响，发行人通过向多个供应商询价等方式确定采购价格，定价公允。截至 2021 年 11 月，鼎腾丝绸已经注销，未来不再发生关联交易。

#### ②向三盛实业采购原料

报告期内，因业务需要，发行人向三盛实业采购丝绵胎、光胎等原料以及低价值的拎袋等包装物。由于丝绵胎及光胎的规格型号众多，采购价格一般受花色、尺寸、规格型号等因素影响，发行人通过公开向多个供应商询价等方式确定采购价格，定价公允。

为了减少潜在关联交易，发行人 2021 年已经不向三盛实业采购丝绵胎、光胎等原料，仅采购低价值的产品包装拎袋。预计未来，发行人会继续向三盛实业采购拎袋，具体情况请参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（四）预计未来仍将存在的关联交易”。

#### ③向如梦之初采购加工服务

报告期内，因公司业务需要，发行人向如梦之初采购纺织品加工服务，由于需要加工的纺织品材料、款式、制造方法多种多样，不存在标准价格，发行人通过提供样品，向多家委外供应商询价等方式确定采购价格，定价公允。公司与如梦之初合作情况良好，预计会继续发生关联交易，具体情况请参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（四）预计未来仍将存在的关联交易”。

## (2) 其他向潜在利益相关方的采购

报告期内，发行人因实际业务需要，向其他潜在利益相关方采购的劳务主要是广告设计、咨询、餐饮服务等，金额较小，采购价格参考市场价格确定，定价公允。截至2022年5月底，安格丽农业、頔塘水岸、丝韵商贸已经注销，未来不再发生关联交易。

### 2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务

其他潜在利益相关方名称	交易内容	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额(万元)	占当期营业收入比例	金额(万元)	占当期营业收入比例	金额(万元)	占当期营业收入比例	金额(万元)	占当期营业收入比例
丝韵商贸	销售商品							7.53	0.03%
太湖雪家居	销售商品					138.95	0.45%	382.16	1.62%
丝控文化	销售商品					0.02	0.00%		
怡泰祥家居	销售商品			23.98	0.06%	41.05	0.13%	176.89	0.75%
<b>合计</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>23.98</b>	<b>0.06%</b>	<b>180.02</b>	<b>0.58%</b>	<b>566.58</b>	<b>2.40%</b>

注：占同类交易的比例系以当期销售收入为计算基数。

#### ①丝韵商贸

报告期内，太湖雪向丝韵商贸销售了一批定制的福字抱枕，交易价格与向无关联关系的第三方出售价格一致，完全遵循市场价格，定价公允。

#### ②太湖雪家居

报告期内，公司向太湖雪家居主要销售蚕丝被、床品套件、丝巾等真丝产品，2019年、2020年的交易金额分别为382.16万元和138.95万元。太湖雪家居主业为家居纺织用品贸易，2019年、2020年主要作为太湖雪的经销商，太湖雪向太湖雪家居销售蚕丝被、床品套件、丝绸饰品等，具备合理性，属于正常的市场化交易行为，双方交易价格遵循经销商同等价格，定价公允。后期由于太湖雪家居经营未达预期，太湖雪家居股东谷向阳于2020年11月18日将太湖雪家居注销。

#### ③丝控文化

报告期内，太湖雪向丝控文化销售了0.02万的真丝发圈，交易价格与向无关联关系的第三方出售价格一致，遵循市场价格，定价公允。为了避免关联交易，太湖雪丝控

已于 2021 年 11 月 10 日注销完毕。

#### ④怡泰祥家居

报告期内，怡泰祥家居业务范围涉及家居家纺类，由于业务的需要，向发行人采购蚕丝被、套件等产品，2019 年至 2021 年，双方交易金额分别为 176.89 万元、41.05 万元和 23.98 万元，逐年减少，且占同期销售收入占比很低，对公司利润影响较小。公司向怡泰祥销售产品的定价和向销售给无关联关系的第三方的定价原则基本一致，交易价格公允。

#### ⑤总结

报告期内，公司向部分潜在利益相关方销售丝巾、套件、枕巾等产品。上述企业并非公司根据《企业会计准则》《上市规则》等相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露。

公司与上述其他潜在利益相关方交易的价格按照市场价格确定，定价公允。2019 年至 2021 年，公司向其他潜在利益相关方合计销售金额分别为 566.58 万元、180.02 万元和 23.98 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.40%、0.58% 和 0.06%，公司向其他潜在利益相关方的销售金额较小，并且逐年递减，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

截至 2021 年 12 月底，太湖雪家居、丝控文化已经注销完毕。截至 2022 年 5 月底，丝韵商贸已经注销完毕，未来公司不再与太湖雪家居、丝控文化、丝韵商贸、怡泰祥家居发生交易。

### 3、其他潜在利益相关方应收应付款项

#### (1) 应收其他潜在利益相关方事项

报告期各期末，公司应收其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

项目	其他潜在利益相关方名称	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应收账款	怡泰祥家居		7.86	3.20	1.20
	三盛实业			16.93	16.93

#### (2) 应付其他潜在利益相关方事项

报告期各期末，公司应付其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

项目	其他潜在利益相关方名称	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应付账款	如梦之初	8.56	12.83	13.33	7.54
	三盛实业	17.90	19.27	1.00	218.47
其他应付款	徐超楠		0.02	0.02	0.02

#### 4、比照关联交易披露的相关交易简要汇总表

报告期内，公司全部比照关联交易披露的简要汇总情况如下表：

单位：万元

经常性交易						
与其他潜在利益相关方交易内容		其他潜在利益相关方	关联交易金额			
			2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
接受劳务	餐饮服务	江村饭店			1.05	
	技术咨询服务	安格丽农业			12.3	
	会展广宣服务	頔塘水岸			17.3	
	设计服务	丝韵商贸				3.05
	内套加工服务	如梦之初	19.51	58.92	61.6	26.3
采购商品	采购商品	鼎腾丝绸				3.01
		三盛实业	53.90	273.42	1,399.14	1,497.80
销售商品	销售商品	丝韵商贸				7.53
		太湖雪家居			138.95	382.16
		丝控文化			0.02	
		怡泰祥家居		23.98	41.05	176.89
偶发性交易						
无						

报告期内，公司与其他潜在利益相关方的经常性交易均参照市场价格，定价公允。报告期内，公司与其他潜在利益相关方的交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。

#### （四）预计未来仍将存在的关联交易

公司对报告期内的关联交易进行了清理规范，公司控股股东、实际控制人以及公司董事、监事和高级管理人员均出具了《减少并规范关联交易承诺函》，整改规范后，公司预计未来将存在的合理且必要的关联交易如下：

单位：万元

关联方名称	关联关系	预计关联交易内容	预计交易金额
丝绸之路	法定关联方	销售商品（真丝丝巾等丝绸饰品）	50.00
		采购商品（仅采购茧艺术品）	10.00
		采购旅游及餐饮服务	50.00
		房屋租赁	20.00
胡毓芳	法定关联方	房屋租赁	50.00
东方国资	法定关联方	房屋租赁	19.00
		物业管理费	3.67
怡泰祥纺织	法定关联方	房屋租赁	54.50
如梦之初	潜在利益相关方	采购被芯内套加工服务	70.00
三盛实业	潜在利益相关方	采购商品（包装物等）	200.00

### （五）关联交易决策程序及执行情况

公司的《公司章程》《关联交易管理制度》等公司内部管理制度已对关联交易公允决策程序作了详细规定。报告期内，公司严格遵循了内部管理的相关规定，所发生的关联交易均已按照《公司法》《公司章程》和《关联交易管理制度》等规定履行了相应的决策审批程序，不存在损害中小股东权益的情形，并已履行相关信息披露义务。

### （六）减少和规范关联交易的承诺

对于根据业务发展需要而不可避免的关联交易，公司将严格执行《公司章程》和《关联交易管理制度》等规定的关联交易决策程序与权限、回避表决制度，同时加强独立董事对关联交易的外部监督，健全公司治理结构，保证关联交易的公平、公正、公允，避免损害公司及其他中小股东的利益。

为避免或减少关联交易，2022年5月，发行人控股股东英宝投资和实际控制人更新出具《规范关联交易承诺函》，具体参见“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

## 八、其他事项

无

## 第七节财务会计信息

### 一、发行人最近三年及一期的财务报表

#### (一)合并资产负债表

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
<b>流动资产：</b>				
货币资金	45,103,852.38	46,431,623.07	43,634,584.28	15,345,671.00
结算备付金				
拆出资金				
交易性金融资产				14,626,340.57
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-			
衍生金融资产				
应收票据				
应收账款	27,349,121.55	44,230,828.85	26,007,255.42	27,858,759.73
应收款项融资				
预付款项	13,897,082.11	20,939,191.92	1,972,601.46	619,858.49
应收保费				
应收分保账款				
应收分保合同准备金				
其他应收款	2,677,472.65	2,321,342.23	3,474,365.76	6,247,755.12
其中：应收利息			148,387.67	132,914.93
应收股利				
买入返售金融资产				
存货	149,093,701.42	129,916,216.00	108,309,268.46	90,883,492.50
合同资产				
持有待售资产				
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产	11,433,000.14	4,209,818.16	3,679,829.20	4,418,826.99
<b>流动资产合计</b>	<b>249,554,230.25</b>	<b>248,049,020.23</b>	<b>187,077,904.58</b>	<b>160,000,704.40</b>
<b>非流动资产：</b>				
发放贷款及垫款				
债权投资				
可供出售金融资产	-			
其他债权投资				
持有至到期投资	-			
长期应收款				
长期股权投资				
其他权益工具投资				
其他非流动金融资产				
投资性房地产				
固定资产	22,447,675.85	22,843,314.46	6,231,760.65	6,798,486.25
在建工程				

生产性生物资产				
油气资产				
使用权资产	21,808,488.22	17,219,396.98		
无形资产	2,731,096.85	1,928,420.31	1,780,450.09	1,861,404.95
开发支出				
商誉				
长期待摊费用	2,963,949.48	3,349,866.35	1,590,527.99	1,310,306.85
递延所得税资产	1,912,023.54	1,306,658.64	1,154,434.27	1,167,196.16
其他非流动资产		155,941.57	7,650,000.00	6,000,000.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>51,863,233.94</b>	<b>46,803,598.31</b>	<b>18,407,173.00</b>	<b>17,137,394.21</b>
<b>资产总计</b>	<b>301,417,464.19</b>	<b>294,852,618.54</b>	<b>205,485,077.58</b>	<b>177,138,098.61</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	35,000,000.00	44,950,000.00	29,950,000.00	31,200,000.00
向中央银行借款				
拆入资金				
交易性金融负债				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-			
衍生金融负债				
应付票据				1,500,000.00
应付账款	15,401,687.73	18,253,796.55	20,230,728.80	20,142,701.83
预收款项				6,246,262.11
合同负债	7,142,742.64	8,397,449.79	9,601,122.95	
卖出回购金融资产款				
吸收存款及同业存放				
代理买卖证券款				
代理承销证券款				
应付职工薪酬	7,130,059.58	9,804,987.17	7,044,977.39	5,423,221.61
应交税费	9,517,990.54	4,528,349.60	3,336,371.40	3,284,393.04
其他应付款	27,458,968.45	11,094,634.37	6,628,331.55	6,301,251.69
其中：应付利息		495,582.99	292,512.17	84,201.50
应付股利	22,977,376.61			
应付手续费及佣金				
应付分保账款				
持有待售负债				
一年内到期的非流动负债	7,072,449.96	4,892,608.71		
其他流动负债	2,287,006.27	2,564,756.47	2,585,238.32	
<b>流动负债合计</b>	<b>111,010,905.17</b>	<b>104,486,582.66</b>	<b>79,376,770.41</b>	<b>74,097,830.28</b>
<b>非流动负债：</b>				
保险合同准备金				
长期借款				
应付债券				
其中：优先股				
永续债				
租赁负债	16,908,006.32	11,512,927.85		
长期应付款				
长期应付职工薪酬				
预计负债	132,105.80	315,892.45	301,273.88	854,133.60
递延收益				

递延所得税负债				
其他非流动负债				
<b>非流动负债合计</b>	<b>17,040,112.12</b>	<b>11,828,820.30</b>	<b>301,273.88</b>	<b>854,133.60</b>
<b>负债合计</b>	<b>128,051,017.29</b>	<b>116,315,402.96</b>	<b>79,678,044.29</b>	<b>74,951,963.88</b>
<b>所有者权益（或股东权益）：</b>				
股本	27,443,172.00	27,443,172.00	26,443,172.00	26,443,172.00
其他权益工具				
其中：优先股				
永续债				
资本公积	36,192,442.21	30,057,654.45	15,664,894.85	15,664,894.85
减：库存股				
其他综合收益	-61,847.05	-151,575.37	-127,846.61	-
专项储备				
盈余公积	13,280,685.02	11,732,162.58	8,220,277.22	6,098,101.83
一般风险准备				
未分配利润	95,447,208.11	108,138,752.20	75,306,797.48	53,031,930.82
归属于母公司所有者权益合计	172,301,660.29	177,220,165.86	125,507,294.94	101,238,099.50
少数股东权益	1,064,786.61	1,317,049.72	299,738.35	948,035.23
<b>所有者权益合计</b>	<b>173,366,446.90</b>	<b>178,537,215.58</b>	<b>125,807,033.29</b>	<b>102,186,134.73</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>301,417,464.19</b>	<b>294,852,618.54</b>	<b>205,485,077.58</b>	<b>177,138,098.61</b>

法定代表人：胡毓芳 主管会计工作负责人：严建新 会计机构负责人：严建新

## （二） 母公司资产负债表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
<b>流动资产：</b>				
货币资金	38,404,957.87	40,224,412.18	36,926,810.40	14,500,580.17
交易性金融资产				14,626,340.57
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-			
衍生金融资产				
应收票据				
应收账款	40,804,185.44	46,547,502.82	32,222,212.62	32,199,459.63
应收款项融资				
预付款项	10,864,947.05	20,898,906.88	1,665,336.06	541,916.02
其他应收款	11,736,965.85	11,294,122.47	1,957,748.98	1,988,905.80
其中：应收利息				
应收股利				
买入返售金融资产				
存货	139,072,597.47	127,748,260.75	107,333,137.28	89,282,683.64
合同资产				
持有待售资产				
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产	10,533,916.41	3,414,234.73	3,521,197.67	4,216,469.38

<b>流动资产合计</b>	<b>251,417,570.09</b>	<b>250,127,439.83</b>	<b>183,626,443.01</b>	<b>157,356,355.21</b>
<b>非流动资产：</b>				
债权投资				
可供出售金融资产	-			
其他债权投资				
持有至到期投资	-			
长期应收款				
长期股权投资	8,451,813.40	8,351,813.40	870,000.00	2,550,000.00
其他权益工具投资				
其他非流动金融资产				
投资性房地产				
固定资产	11,808,203.41	12,066,367.94	6,096,760.65	6,794,906.54
在建工程				
生产性生物资产				
油气资产				
使用权资产	18,681,298.64	14,661,021.55		
无形资产	2,731,096.85	1,928,420.31	1,780,450.09	1,824,346.13
开发支出				
商誉				
长期待摊费用	1,177,809.67	1,153,152.24	1,170,527.99	1,310,306.85
递延所得税资产	1,437,362.74	1,234,421.38	1,083,112.24	1,061,791.35
其他非流动资产		155,941.57	7,650,000.00	6,000,000.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>44,287,584.71</b>	<b>39,551,138.39</b>	<b>18,650,850.97</b>	<b>19,541,350.87</b>
<b>资产总计</b>	<b>295,705,154.80</b>	<b>289,678,578.22</b>	<b>202,277,293.98</b>	<b>176,897,706.08</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	35,000,000.00	44,950,000.00	29,950,000.00	31,200,000.00
交易性金融负债				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-			
衍生金融负债				
应付票据				1,500,000.00
应付账款	15,404,936.98	18,253,796.55	20,230,728.80	20,126,219.97
预收款项				5,711,986.83
卖出回购金融资产款				
应付职工薪酬	7,016,263.88	9,804,987.17	7,044,977.39	5,411,775.91
应交税费	8,643,726.56	3,517,724.89	1,867,703.39	2,729,805.02
其他应付款	25,658,251.64	9,556,926.13	6,627,579.06	6,278,877.17
其中：应付利息				
应付股利	22,977,376.61			
合同负债	6,610,787.45	8,619,987.61	9,408,507.31	
持有待售负债				
一年内到期的非流动负债	6,717,590.13	4,892,608.71		
其他流动负债	2,066,777.62	2,533,009.37	2,559,811.73	
<b>流动负债合计</b>	<b>107,118,334.26</b>	<b>102,129,040.43</b>	<b>77,689,307.68</b>	<b>72,958,664.90</b>
<b>非流动负债：</b>				
长期借款				
应付债券				
其中：优先股				
永续债				

租赁负债	13,687,861.04	8,907,974.82		
长期应付款				
长期应付职工薪酬				
预计负债	85,296.34	262,969.10	272,818.99	845,627.81
递延收益				
递延所得税负债				
其他非流动负债				
<b>非流动负债合计</b>	<b>13,773,157.38</b>	<b>9,170,943.92</b>	<b>272,818.99</b>	<b>845,627.81</b>
<b>负债合计</b>	<b>120,891,491.64</b>	<b>111,299,984.35</b>	<b>77,962,126.67</b>	<b>73,804,292.71</b>
<b>所有者权益：</b>				
股本	27,443,172.00	27,443,172.00	26,443,172.00	26,443,172.00
其他权益工具				
其中：优先股				
永续债				
资本公积	39,669,815.09	33,609,467.85	15,664,894.85	15,664,894.85
减：库存股				
其他综合收益				
专项储备				
盈余公积	13,280,685.02	11,732,162.58	8,220,277.22	6,098,101.83
一般风险准备				
未分配利润	94,419,991.05	105,593,791.44	73,986,823.24	54,887,244.69
<b>所有者权益合计</b>	<b>174,813,663.16</b>	<b>178,378,593.87</b>	<b>124,315,167.31</b>	<b>103,093,413.37</b>
<b>负债和所有者权益合计</b>	<b>295,705,154.80</b>	<b>289,678,578.22</b>	<b>202,277,293.98</b>	<b>176,897,706.08</b>

### (三)合并利润表

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、营业总收入</b>	131,092,699.85	372,940,068.05	310,688,511.73	236,460,923.89
其中：营业收入	131,092,699.85	372,940,068.05	310,688,511.73	236,460,923.89
利息收入				
已赚保费				
手续费及佣金收入				
<b>二、营业总成本</b>	120,955,463.03	332,816,076.57	284,527,763.94	223,183,647.41
其中：营业成本	71,170,221.89	219,528,381.53	186,642,940.14	140,199,277.64
利息支出				
手续费及佣金支出				
退保金				
赔付支出净额				
提取保险责任准备金净额				
保单红利支出				
分保费用				
税金及附加	834,528.67	1,558,411.46	1,694,867.52	1,472,834.20
销售费用	30,812,537.10	81,796,233.05	71,393,439.59	58,617,657.17
管理费用	9,321,141.55	11,540,227.59	10,672,240.76	10,072,800.15
研发费用	7,809,485.84	14,324,195.27	10,989,764.42	10,564,618.49
财务费用	1,007,547.98	4,068,627.67	3,134,511.51	2,256,459.76

其中：利息费用	1,903,965.42	2,511,410.68	1,735,313.09	1,853,609.78
利息收入	52,937.38	325,114.53	210,000.00	61,080.81
加：其他收益	6,677,503.36	4,667,202.92	5,328,041.61	3,266,860.00
投资收益（损失以“-”号填列）	8,600.00	113,375.58	-34,285.89	116,342.05
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）				
汇兑收益（损失以“-”号填列）				
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,127,414.04	-989,539.03	-316,792.24	-179,851.25
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,495,267.93	-3,012,170.31	-3,182,783.00	-3,348,303.29
资产处置收益（损失以“-”号填列）		5,533.39		-30,223.16
<b>三、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>16,455,486.29</b>	<b>40,908,394.03</b>	<b>27,954,928.27</b>	<b>13,102,100.83</b>
加：营业外收入	3,400.29	369,584.08	88,318.15	5,306.20
减：营业外支出	261,864.99	837,876.26	227,437.81	182,660.07
<b>四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>16,197,021.59</b>	<b>40,440,101.85</b>	<b>27,815,808.61</b>	<b>12,924,746.96</b>
减：所得税费用	2,481,803.97	4,278,950.40	2,868,504.17	1,221,491.08
<b>五、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>13,715,217.62</b>	<b>36,161,151.45</b>	<b>24,947,304.44</b>	<b>11,703,255.88</b>
其中：被合并方在合并前实现的净利润		2,036,315.78	1,241,803.75	425,269.24
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	13,715,217.62	36,161,151.45	24,947,304.44	11,703,255.88
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）				
（二）按所有权归属分类：				
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-252,263.11	-182,688.63	550,262.39	-637,801.19
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	13,967,480.73	36,343,840.08	24,397,042.05	12,341,057.07
<b>六、其他综合收益的税后净额</b>	<b>89,728.32</b>	<b>-23,728.76</b>	<b>-127,846.61</b>	
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	89,728.32	-23,728.76	-127,846.61	
1.不能重分类进损益的其他综合收益				
（1）重新计量设定受益计划变动额				

(2) 权益法下不能转损益的其他综合收益				
(3) 其他权益工具投资公允价值变动				
(4) 企业自身信用风险公允价值变动				
(5) 其他				
2.将重分类进损益的其他综合收益	89,728.32	-23,728.76	-127,846.61	
(1) 权益法下可转损益的其他综合收益				
(2) 其他债权投资公允价值变动				
(3) 可供出售金融资产公允价值变动损益	-			
(4) 金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
(5) 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-			
(6) 其他债权投资信用减值准备				
(7) 现金流量套期储备				
(8) 外币财务报表折算差额	89,728.32	-23,728.76	-127,846.61	
(9) 其他				
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额				
<b>七、综合收益总额</b>	<b>13,804,945.94</b>	<b>36,137,422.69</b>	<b>24,819,457.83</b>	<b>11,703,255.88</b>
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	14,057,209.05	36,320,111.32	24,269,195.44	12,341,057.07
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-252,263.11	-182,688.63	550,262.39	-637,801.19
<b>八、每股收益：</b>				
(一) 基本每股收益（元/股）	0.509	1.374	0.923	0.467
(二) 稀释每股收益（元/股）	0.509	1.374	0.923	0.467

法定代表人：胡毓芳主管会计工作负责人：严建新会计机构负责人：严建新

#### (四)母公司利润表

√适用□不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	132,719,463.56	364,624,049.26	298,980,801.67	235,245,853.52
减：营业成本	78,639,941.84	219,948,967.80	186,281,050.59	139,792,431.75
税金及附加	830,331.20	1,499,435.90	1,605,418.51	1,415,310.58
销售费用	24,251,281.03	75,364,189.02	62,489,145.54	57,059,125.62
管理费用	8,608,458.44	11,286,787.25	10,458,444.40	9,365,794.44
研发费用	7,809,485.84	14,324,195.27	10,989,764.42	10,564,618.49

财务费用	871,589.37	3,533,316.75	3,089,153.90	2,387,301.69
其中：利息费用	1,915,779.76	2,164,373.40	1,669,814.14	1,851,019.65
利息收入	46,255.73	26,570.34	34,700.21	14,606.10
加：其他收益	6,677,503.36	4,667,202.92	5,328,041.61	3,266,860.00
投资收益（损失以“-”号填列）	8,600.00	113,375.58	-1,024,560.94	116,342.05
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）				
汇兑收益（损失以“-”号填列）				
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,188,081.02	-1,074,830.79	-1,565,958.12	-20,964.18
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,495,267.93	-2,630,260.36	-2,816,484.74	-3,348,303.29
资产处置收益（损失以“-”号填列）		5,533.39		-30,223.16
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>18,087,292.29</b>	<b>39,748,178.01</b>	<b>23,988,862.12</b>	<b>14,644,982.37</b>
加：营业外收入	3,316.74	332,477.08	70,539.47	2,155.34
减：营业外支出	261,864.99	837,876.26	227,437.81	180,660.07
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>17,828,744.04</b>	<b>39,242,778.83</b>	<b>23,831,963.78</b>	<b>14,466,477.64</b>
减：所得税费用	2,343,519.61	4,123,925.27	2,610,209.84	1,212,273.16
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>15,485,224.43</b>	<b>35,118,853.56</b>	<b>21,221,753.94</b>	<b>13,254,204.48</b>
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	15,485,224.43	35,118,853.56	21,221,753.94	13,254,204.48
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）				
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>				
（一）不能重分类进损益的其他综合收益				
1.重新计量设定受益计划变动额				
2.权益法下不能转损益的其他综合收益				
3.其他权益工具投资公允价值变动				
4.企业自身信用风险公允价值变动				
5.其他				
（二）将重分类进损益的其他综合收益				

1.权益法下可转损益的其他综合收益				
2.其他债权投资公允价值变动				
3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-			
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-			
6.其他债权投资信用减值准备				
7.现金流量套期储备				
8.外币财务报表折算差额				
9.其他				
<b>六、综合收益总额</b>	<b>15,485,224.43</b>	<b>35,118,853.56</b>	<b>21,221,753.94</b>	<b>13,254,204.48</b>
<b>七、每股收益：</b>				
（一）基本每股收益（元/股）				
（二）稀释每股收益（元/股）				

#### (五)合并现金流量表

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务现金	152,059,473.57	374,230,795.34	325,234,451.51	250,038,866.71
客户存款和同业存放款项净增加额				
向中央银行借款净增加额				
收到原保险合同保费取得的现金				
收到再保险业务现金净额				
保户储金及投资款净增加额				
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-			
收取利息、手续费及佣金的现金				
拆入资金净增加额				
回购业务资金净增加额				
代理买卖证券收到的现金净额				
收到的税费返还	17.57	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	7,334,174.15	5,183,055.55	6,768,869.23	4,322,705.90
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>159,393,665.29</b>	<b>379,413,850.89</b>	<b>332,003,320.74</b>	<b>254,361,572.61</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	81,756,596.41	275,125,419.51	212,526,858.66	159,066,347.74
客户贷款及垫款净增加额				
存放中央银行和同业款项净				

增加额				
支付原保险合同赔付款项的现金				
为交易目的而持有的金融资产净增加额				
拆出资金净增加额				
支付利息、手续费及佣金的现金				
支付保单红利的现金				
支付给职工以及为职工支付的现金	26,453,144.12	42,523,084.18	33,664,023.43	35,830,357.34
支付的各项税费	2,563,295.78	11,055,431.15	13,320,203.00	15,928,946.31
支付其他与经营活动有关的现金	29,993,276.13	61,422,149.70	53,926,248.29	40,047,141.00
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>140,766,312.44</b>	<b>390,126,084.54</b>	<b>313,437,333.38</b>	<b>250,872,792.39</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>18,627,352.85</b>	<b>-10,712,233.65</b>	<b>18,565,987.36</b>	<b>3,488,780.22</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	2,000,000.00	88,901,000.00	165,124,231.71	88,613,657.95
取得投资收益收到的现金	8,600.00	113,375.58	525,439.06	116,342.05
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		7,000.00	-	16,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	568,881.85	3,848,230.23	509,600.00	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>2,577,481.85</b>	<b>92,869,605.81</b>	<b>166,159,270.77</b>	<b>88,746,000.00</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,253,278.21	12,848,355.12	3,518,225.02	7,521,473.22
投资支付的现金	2,000,000.00	88,901,000.00	150,404,123.77	85,759,953.70
质押贷款净增加额				
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金		518,881.85	535,185.47	2,450,000.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>4,253,278.21</b>	<b>102,268,236.97</b>	<b>154,457,534.26</b>	<b>95,731,426.92</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,675,796.36</b>	<b>-9,398,631.16</b>	<b>11,701,736.51</b>	<b>-6,985,426.92</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金		19,200,000.00	300,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		1,200,000.00	300,000.00	
取得借款收到的现金	25,000,000.00	44,950,000.00	41,150,000.00	31,200,000.00
发行债券收到的现金		-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,615,500.00	2,099,010.51	2,757,497.28	2,421,635.82
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>27,615,500.00</b>	<b>66,249,010.51</b>	<b>44,207,497.28</b>	<b>33,621,635.82</b>

偿还债务支付的现金	34,950,000.00	29,950,000.00	42,400,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,034,018.14	1,441,370.82	1,461,503.47	1,766,818.15
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润				
支付其他与筹资活动有关的现金	7,745,064.71	11,896,422.97	62,333.33	105,000.00
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>45,729,082.85</b>	<b>43,287,793.79</b>	<b>43,923,836.80</b>	<b>31,871,818.15</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-18,113,582.85</b>	<b>22,961,216.72</b>	<b>283,660.48</b>	<b>1,749,817.67</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>343,137.52</b>	<b>-572,194.97</b>	<b>-812,471.07</b>	<b>62,995.24</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-818,888.84</b>	<b>2,278,156.94</b>	<b>29,738,913.28</b>	<b>-1,683,833.79</b>
加：期初现金及现金等价物余额	45,862,741.22	43,584,584.28	13,845,671.00	15,529,504.79
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>45,043,852.38</b>	<b>45,862,741.22</b>	<b>43,584,584.28</b>	<b>13,845,671.00</b>

法定代表人：胡毓芳 主管会计工作负责人：严建新 会计机构负责人：严建新

#### (六) 母公司现金流量表

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	147,116,780.58	376,385,331.15	318,751,732.51	247,458,752.61
收到的税费返还				
收到其他与经营活动有关的现金	7,318,526.96	5,177,932.36	6,766,007.81	4,314,571.38
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>154,435,307.54</b>	<b>381,563,263.51</b>	<b>325,517,740.32</b>	<b>251,773,323.99</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	81,756,596.41	272,565,419.51	212,203,288.16	157,881,902.34
支付给职工以及为职工支付的现金	25,695,526.00	42,043,236.67	33,213,711.56	35,002,907.17
支付的各项税费	1,787,526.78	10,980,191.43	13,301,849.07	15,839,907.67
支付其他与经营活动有关的现金	26,824,921.07	59,811,629.95	52,294,781.68	39,579,897.20
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>136,064,570.26</b>	<b>385,400,477.56</b>	<b>311,013,630.47</b>	<b>248,304,614.38</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>18,370,737.28</b>	<b>-3,837,214.05</b>	<b>14,504,109.85</b>	<b>3,468,709.61</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	2,000,000.00	88,901,000.00	166,124,231.71	88,613,657.95
取得投资收益收到的现金	8,600.00	113,375.58	525,439.06	116,342.05
处置固定资产、无形资产和		7,000.00		16,000.00

其他长期资产收回的现金净额				
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金	568,881.85			
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>2,577,481.85</b>	<b>89,021,375.58</b>	<b>166,649,670.77</b>	<b>88,746,000.00</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,251,579.21	8,571,631.25	2,796,225.02	7,395,473.22
投资支付的现金	2,100,000.00	95,438,240.40	151,274,123.77	85,759,953.70
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金		518,881.85	50,000.00	
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>4,351,579.21</b>	<b>104,528,753.50</b>	<b>154,120,348.79</b>	<b>93,155,426.92</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,774,097.36</b>	<b>-15,507,377.92</b>	<b>12,529,321.98</b>	<b>-4,409,426.92</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金		18,000,000.00		
取得借款收到的现金	25,000,000.00	44,950,000.00	41,150,000.00	31,200,000.00
发行债券收到的现金				
收到其他与筹资活动有关的现金	2,615,500.00			2,421,635.82
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>27,615,500.00</b>	<b>62,950,000.00</b>	<b>41,150,000.00</b>	<b>33,621,635.82</b>
偿还债务支付的现金	34,950,000.00	29,950,000.00	42,400,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,034,018.14	1,441,370.82	1,461,503.47	1,766,818.15
支付其他与筹资活动有关的现金	7,745,064.71	9,098,706.37	62,333.33	105,000.00
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>45,729,082.85</b>	<b>40,490,077.19</b>	<b>43,923,836.80</b>	<b>31,871,818.15</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-18,113,582.85</b>	<b>22,459,922.81</b>	<b>-2,773,836.80</b>	<b>1,749,817.67</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>206,370.47</b>	<b>-336,610.91</b>	<b>-383,364.80</b>	<b>62,995.24</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-1,310,572.46</b>	<b>2,778,719.93</b>	<b>23,876,230.23</b>	<b>872,095.60</b>
加：期初现金及现金等价物余额	39,655,530.33	36,876,810.40	13,000,580.17	12,128,484.57
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>38,344,957.87</b>	<b>39,655,530.33</b>	<b>36,876,810.40</b>	<b>13,000,580.17</b>

(七)合并股东权益变动表

单位：元

项目	2022年1月—6月												
	归属于母公司所有者权益											少数股东权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	27,443,172.00				30,057,654.45		-151,575.37		11,732,162.58		108,138,752.20	1,317,049.72	178,537,215.58
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	27,443,172.00				30,057,654.45		-151,575.37		11,732,162.58		108,138,752.20	1,317,049.72	178,537,215.58
三、本期增减变动金额(减少以“－”号填列)					6,134,787.76		89,728.32		1,548,522.44		-12,691,544.09	-252,263.11	-5,170,768.68
(一)综合收益总额							89,728.32				13,967,480.73	-252,263.11	13,804,945.94
(二)所有者投入和减少资本					6,134,787.76								6,134,787.76
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额					3,519,287.76								3,519,287.76
4. 其他					2,615,500.00								2,615,500.00
(三)利润分配									1,548,522.44		-26,659,024.82		-25,110,502.38

1. 提取盈余公积								1,548,522.44		-1,548,522.44		
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配										-25,110,502.38		-25,110,502.38
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	27,443,172.00			36,192,442.21		-61,847.05		13,280,685.02		95,447,208.11	1,064,786.61	173,366,446.90

单位：元

项目	2021 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数股东权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85		-127,846.61		8,220,277.22		75,306,797.48	299,738.35	125,807,033.29
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85		-127,846.61		8,220,277.22		75,306,797.48	299,738.35	125,807,033.29
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	1,000,000.00				14,392,759.60		-23,728.76		3,511,885.36		32,831,954.72	1,017,311.37	52,730,182.29
（一）综合收益总额							-23,728.76				36,343,840.08	-182,688.63	36,137,422.69
（二）所有者投入和减少资本	1,000,000.00				14,392,759.60							1,200,000.00	16,592,759.60
1. 股东投入的普通股	1,000,000.00				17,000,000.00							1,200,000.00	19,200,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他					-2,607,240.40								-2,607,240.40
（三）利润分配									3,511,885.36		-3,511,885.36		
1. 提取盈余公积									3,511,885.36		-3,511,885.36		
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配													
4. 其他													
（四）所有者权益内部结转													

1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	27,443,172.00				30,057,654.45		-151,575.37		11,732,162.58		108,138,752.20	1,317,049.72	178,537,215.58

单位：元

项目	2020 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数股东权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		53,031,930.82	948,035.23	102,186,134.73
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		53,031,930.82	948,035.23	102,186,134.73
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）							-127,846.61		2,122,175.39		22,274,866.66	-648,296.88	23,620,898.56

(一) 综合收益总额						-127,846.61			24,397,042.05	550,262.39	24,819,457.83
(二) 所有者投入和减少资本										-1,198,559.27	-1,198,559.27
1. 股东投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额											
4. 其他										-1,198,559.27	-1,198,559.27
(三) 利润分配							2,122,175.39	-2,122,175.39			
1. 提取盈余公积							2,122,175.39	-2,122,175.39			
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者(或股东)的分配											
4. 其他											
(四) 所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定受益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85	-127,846.61	8,220,277.22	75,306,797.48	299,738.35	125,807,033.29	

单位：元

项目	2019 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数股东权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				4,772,681.38		42,016,294.20	1,585,836.42	90,482,878.85
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85				4,772,681.38		42,016,294.20	1,585,836.42	90,482,878.85
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）								1,325,420.45		11,015,636.62	-637,801.19		11,703,255.88
（一）综合收益总额										12,341,057.07	-637,801.19		11,703,255.88
（二）所有者投入和减少资本													
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他													
（三）利润分配								1,325,420.45		-1,325,420.45			
1. 提取盈余公积								1,325,420.45		-1,325,420.45			
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配													
4. 其他													
（四）所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													
3. 盈余公积弥补亏损													

4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		53,031,930.82	948,035.23	102,186,134.73

法定代表人：胡毓芳 主管会计工作负责人：严建新 会计机构负责人：严建新

### (八) 母公司股东权益变动表

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	27,443,172.00				33,609,467.85				11,732,162.58		105,593,791.44	178,378,593.87
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	27,443,172.00				33,609,467.85				11,732,162.58		105,593,791.44	178,378,593.87
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）					6,060,347.24				1,548,522.44		-11,173,800.39	-3,564,930.71
（一）综合收益总额											15,485,224.43	15,485,224.43
（二）所有者投入和减少资本					6,060,347.24							6,060,347.24
1. 股东投入的普通股												

2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额					3,444,847.24						3,444,847.24
4. 其他					2,615,500.00						2,615,500.00
(三) 利润分配								1,548,522.44		-26,659,024.82	-25,110,502.38
1. 提取盈余公积								1,548,522.44		-1,548,522.44	
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配										-25,110,502.38	-25,110,502.38
4. 其他											
(四) 所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定受益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本年期末余额	27,443,172.00				39,669,815.09			13,280,685.02		94,419,991.05	174,813,663.16

单位：元

项目	2021 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				8,220,277.22		73,986,823.24	124,315,167.31
加：会计政策变更												

前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85			8,220,277.22		73,986,823.24	124,315,167.31	
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	1,000,000.00				17,944,573.00			3,511,885.36		31,606,968.20	54,063,426.56	
（一）综合收益总额										35,118,853.56	35,118,853.56	
（二）所有者投入和减少资本	1,000,000.00				17,944,573.00						18,944,573.00	
1. 股东投入的普通股	1,000,000.00				17,000,000.00						18,000,000.00	
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他					944,573.00						944,573.00	
（三）利润分配								3,511,885.36		-3,511,885.36		
1. 提取盈余公积								3,511,885.36		-3,511,885.36		
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年年末余额	27,443,172.00				33,609,467.85			11,732,162.58		105,593,791.44	178,378,593.87	

单位：元

项目	2020 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		54,887,244.69	103,093,413.37
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		54,887,244.69	103,093,413.37
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）									2,122,175.39		19,099,578.55	21,221,753.94
（一）综合收益总额											21,221,753.94	21,221,753.94
（二）所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
（三）利润分配									2,122,175.39		-2,122,175.39	
1. 提取盈余公积									2,122,175.39		-2,122,175.39	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												

5.其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				8,220,277.22		73,986,823.24	124,315,167.31

单位：元

项目	2019 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				4,772,681.38		42,958,460.66	89,839,208.89
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	26,443,172.00				15,664,894.85				4,772,681.38		42,958,460.66	89,839,208.89
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）									1,325,420.45		11,928,784.03	13,254,204.48
(一) 综合收益总额											13,254,204.48	13,254,204.48
(二) 所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
(三) 利润分配									1,325,420.45		-1,325,420.45	
1. 提取盈余公积									1,325,420.45		-1,325,420.45	
2. 提取一般风险准备												

3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5.其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	26,443,172.00				15,664,894.85				6,098,101.83		54,887,244.69	103,093,413.37

## 二、 审计意见

<b>2022年1月—6月</b>	是否审计√是 □否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2022]第 ZG12425 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市南京东路 61 号 4 楼
审计报告日期	2022 年 10 月 25 日
注册会计师姓名	赵斌、林梓
<b>2021 年度</b>	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2022]第 ZG11756 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市南京东路 61 号 4 楼
审计报告日期	2022 年 4 月 28 日
注册会计师姓名	赵斌、林梓
<b>2020 年度</b>	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2021]第 ZG11335 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市南京东路 61 号 4 楼
审计报告日期	2021 年 4 月 28 日
注册会计师姓名	赵斌、林梓
<b>2019 年度</b>	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2020]第 ZG11046 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市南京东路 61 号 4 楼
审计报告日期	2020 年 4 月 28 日
注册会计师姓名	赵斌、龙勇

公司于 2021 年 12 月向实际控制人购买盛太丝绸和美国 SilkBox 两家公司股权，构成同一控制下企业合并。根据《企业会计准则》的相关规定，对于同一控制下的企业合并，应视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时一直是一体化存续下来的，体现在其合并财务报表上，即由合并后形成的母子公司构成的报告主体，无论是其资产规模还是其经营成果都应持续计算；编制合并财务报表时，无论该项合并发生在报告期的任一时点，合并利润表、合并现金流量表均反映的是由母子公司构成的报告主体自合并当期期初至合并日实现的损益及现金流量情况。相应地，合并资产负债表的留存收益项目，应当反映母子公司如果一直作为一个整体运行至合并日应实现的盈余公积和

未分配利润的情况；对于同一控制下的控股合并，在合并当期编制合并财务报表时，应当对合并资产负债表的期初数进行调整，同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体在以前期间一直存在。

根据上述规定，公司在编制 2021 年合并财务报表时，对 2019 年、2020 年相关财务报表数据进行了追溯调整，立信会计师对 2019 年、2020 年、2021 年追溯调整后的财务报表，出具了标准无保留意见的审计报告【信会师报字（2022）第 ZG12021 号】。

### 三、财务报表的编制基准及合并财务报表范围

#### （一）财务报表的编制基础

##### 1、编制基础

本财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的相关规定编制。

##### 2、持续经营

本财务报表以持续经营为基础编制。

#### （二）合并财务报表范围及变化情况

##### 1、企业集团的构成

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31		取得方式
				持股比例（%）		持股比例（%）		持股比例（%）		持股比例（%）		
				直接	间接	直接	间接	直接	间接	直接	间接	
苏州市盛太丝绸有限公司	江苏省苏州市	江苏省苏州市吴江区盛泽镇中心广场 6 号	批发销售	100.00		100.00		100.00		100.00		股权购买
苏州小镇故事文化传播有限公司	江苏省昆山市	江苏省昆山市周庄镇蚬园弄 35 号	批发销售	70.00		70.00		70.00		70.00		设立
上海柏翊供应链管理有限公司	上海市	上海市虹口区花园路 16 号 1207 室								51.00		设立

上海太湖之雪科技有限公司	上海市	中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号	批发销售	100.00		100.00		100.00				设立
苏州湖之锦文化传媒有限公司	江苏省苏州市	江苏省苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区	新闻和出版	100.00		100.00		100.00				设立
SilkBoxInc.	美国科罗拉多州	美国科罗拉多州丹佛市 2142 大道美景西路 9888 号	批发销售	100.00		100.00		100.00		100.00		股权购买
苏州太湖雪丝品生活有限公司	江苏省苏州市	江苏省苏州市吴江区震泽镇金星村	批发销售	100.00		100.00		100.00		100.00		设立
苏州太湖雪电子商务有限公司	江苏省苏州市	江苏省苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区	批发销售	100.00		100.00		100.00				设立
苏州太湖雪丝绸科技有限公司	江苏省苏州市	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区(太湖新城)迎宾大道 333 号苏州湾东方创投基地 6#楼	科技推广和应用服务业	100.00								设立

注：苏州太湖雪丝品生活有限公司已于 2022 年上半年度内注销，该公司无经营。

## 2、本报告期发生的同一控制下企业合并

被合并方名称	企业合并中取得的权益比例	构成同一控制下企业合并的依据	合并日	合并日的确定依据	合并当期期初至合并日被合并方的收入	合并当期期初至合并日被合并方的净利润	比较期间被合并方的收入	比较期间被合并方的净利润
苏州市盛太丝绸有限公司	100.00%	取得控制权	2021/12/29	支付股权转让款	6,022,747.34	1,859,071.64	5,847,394.66	1,055,358.59
SilkBoxInc.	100.00%	取得控制权	2021/12/30	支付股权转让款	29,009,443.51	177,244.14	23,625,295.14	186,445.16

## 四、会计政策、估计

### （一）会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

适用 不适用

#### 1、遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1 月-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

## 2、会计期间

自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止为一个会计年度。

## 3、营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

## 4、记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

## 5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

适用 不适用

### (1) 同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### (2) 非同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

非同一控制下企业合并：合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

## 6、合并财务报表的编制方法

适用 不适用

### 1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。控制，是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

### 2、合并程序

本公司将整个企业集团视为一个会计主体，按照统一的会计政策编制合并财务报表，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响予以抵销。内部交易表明相关资产发生减值损失的，全额确认该部分损失。如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

#### (1) 增加子公司或业务

在报告期内，因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，将子公司或业务合并当期期初至报告期末的经营成果和现金流量纳入合并财务报表，同时对合并财务报表的期初数和比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比

较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础自购买日起纳入合并财务报表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益。

## **(2) 处置子公司**

### **①一般处理方法**

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益。

### **②分步处置子公司**

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明该多次交易事项为一揽子交易：

- a. 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- b. 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- c. 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- d. 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资

产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

### **(3) 购买子公司少数股权**

因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### **(4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资**

处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

## **7、合营安排分类及共同经营会计处理方法**

适用 不适用

合营安排分为共同经营和合营企业。

共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

- (1) 确认本公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；
- (2) 确认本公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；
- (3) 确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- (4) 按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- (5) 确认单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

本公司对合营企业的投资采用权益法核算，详见本节“22、长期股权投资”。

## 8、现金及现金等价物的确定标准

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

## 9、外币业务和外币报表折算

适用 不适用

### (1) 外币业务

适用 不适用

外币业务采用交易发生日的即期汇率或与交易发生日即期汇率近似的汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

### (2) 外币财务报表折算

适用 不适用

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率或与交易发生日即期汇率近似的汇率。

处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

## 10、金融工具

适用 不适用

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

### (1) 金融工具的分类

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综

合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

一业务模式是以收取合同现金流量为目标；

一合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

一业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；

一合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

①该项指定能够消除或显著减少会计错配。

②根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

③该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

## **(2) 金融工具的确认依据和计量方法**

### **①以摊余成本计量的金融资产**

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

### **②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）**

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

### **③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）**

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

### **④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产**

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

### ⑤以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

### ⑥以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

### **(3) 金融资产终止确认和金融资产转移**

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

—收取金融资产现金流量的合同权利终止；

—金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

—金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

①所转移金融资产的账面价值；

②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转

移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

①终止确认部分的账面价值；

②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

#### **（4）金融负债终止确认**

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

#### **（5）金融资产和金融负债的公允价值的确定方法**

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交

易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

#### **(6) 金融资产减值的测试方法及会计处理方法**

本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

**公司执行金融工具时涉及到本公司业务的金融资产具体划分情况如下：**

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款、预付款项、其他应收款、应收款项融资以及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备，对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、发放贷款及垫款以及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、预付款项、其他应收款、应收款项融资以及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确认的组合依据和预期信用损失的办法如下：

①应收票据确认组合的依据及计算预期信用损失方法：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收票据	银行承兑汇票	以银行承兑汇票中承兑银行的信用评级作为信用风险特征
	商业承兑汇票	以商业承兑汇票中承兑公司的信用评级作为信用风险特征

②应收账款确认组合的依据及计算预期信用损失方法：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为 0

③应收款项融资确认组合的依据及计算预期信用损失方法：

项目	分类项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收款项融资	应收票据	银行承兑汇票	以银行承兑汇票中承兑银行的信用评级作为信用风险特征
		商业承兑汇票	以商业承兑汇票中承兑公司的信用评级作为信用风险特征
	应收账款	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
		合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为 0

④其他应收账款确认组合的依据及计算预期信用损失方法：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款-应收股利	合并范围外关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收股利的账龄与整个存续期逾期信用损失率对照表，计算预期信用损失
	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为0
应收其他款项	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收其他款项账龄与整个存续期逾期信用损失率对照表，计算预期信用损失
	合并范围内关联方往来款	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为0

其中上述组合中，账龄组合与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内	5	5
1-2年	10	10
2-3年	30	30
3年以上	100	100

⑤对预付款项、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

自2019年1月1日起，公司与可比公司按照预期损失率计提信用减值损失：

公司与可比公司计提信用减值损失的依据为参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

公司与可比公司的信用减值损失比例如下：

账龄	信用减值损失比例				
	发行人	罗莱生活 (002293.SZ)	富安娜 (002327.SZ)	水星家纺 (603365.SH)	钱皇股份 (836206.NQ)
1年以内	5%	5%	5%	5%	0%-5%

-6 个月内	5%	5%	5%	5%	0%
-6 个月至 1 年内	5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	10%	10%	10%	20%	10%
2-3 年	30%	30%	30%	50%	30%
3 年以上	100%	50%	100%	100%	50%
4-5 年	100%	80%	100%	100%	80%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

## 11、应收票据

√适用 □不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

## 12、应收款项

√适用 □不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

公司与可比公司的预期信用损失（坏账计提）比例及确定依据

参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

## 13、应收款项融资

√适用 □不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

## 14、其他应收款

√适用 □不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“(一)会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

## 15、存货

适用 不适用

### (1) 存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、在产品、半成品、委托加工物资等。

### (2) 发出存货的计价方法

存货发出时按月末一次加权平均法。

### (3) 存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

### (4) 存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### **(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法**

①低值易耗品采用一次转销法；②包装物采用一次转销法。

## **16、合同资产**

√适用 □不适用

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

### **(1) 合同资产的确认方法及标准**

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

### **(2) 合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法**

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

## **17、合同成本**

√适用 □不适用

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

- （1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。
- （2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

(3) 该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

(1) 因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

(2) 为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

## 18、持有待售资产

适用 不适用

主要通过出售（包括具有商业实质的非货币性资产交换）而非持续使用一项非流动资产或处置组收回其账面价值的，划分为持有待售类别。

本公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：

(1) 根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

(2) 出售极可能发生，即本公司已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求本公司相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，已经获得批准。

划分为持有待售的非流动资产（不包括金融资产、递延所得税资产、职工薪酬形成的资产）或处置组，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

## 19、债权投资

适用 不适用

## 20、其他债权投资

适用 不适用

## 21、长期应收款

适用 不适用

## 22、长期股权投资

适用 不适用

### (1) 共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对被投资单位的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

### (2) 初始投资成本的确定

#### ①企业合并形成的长期股权投资

对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付对价账面价值之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减时，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，按上述原则确认的长期股权投资的初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

对于非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和作为初

始投资成本。

#### ②通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

### **(3) 后续计量及损益确认方法**

#### ①成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

#### ②权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动（简称“其他所有者权益变动”），调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益、其他综合收益及其他所有者权益变动的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润和其他综合收益等进行调整后确认。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益，但投出或出售的资产构成业

务的除外。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。

公司对合营企业或联营企业发生的净亏损，除负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对合营企业或联营企业净投资的长期权益减记至零为限。合营企业或联营企业以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

### ③长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转，因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，确认为金融资产，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，属于一揽子交易的，各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应得长期股权投资账面价值之间的差额，在个别财务报表中，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。

## 23、投资性房地产

√适用 □不适用

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

与投资性房地产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠的计量时，计入投资性房地产成本；否则，于发生时计入当期损益。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产—出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

## 24、固定资产

√适用 □不适用

### （1）固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- ①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- ②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

### （2）固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	1.00	4.95
机器设备	年限平均法	10	1.00	9.90

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	年限平均法	4	1.00	24.75
运输设备	年限平均法	3-5	1.00	19.80-33.00

### （3）融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

适用 不适用

### （4）其他说明

适用 不适用

## 25、在建工程

适用 不适用

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

## 26、借款费用

适用 不适用

### （1）借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

### （2）借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

### **(3) 暂停资本化期间**

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

### **(4) 借款费用资本化率、资本化金额的计算方法**

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均实际利率计算确定。

在资本化期间内，外币专门借款本金及利息的汇兑差额，予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。除外币专门借款之外的其他外币借款本金及其利息所产生的汇兑差额计入当期损益。

## **27、生物资产**

适用 不适用

## **28、使用权资产**

适用 不适用

使用权资产会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“(一)会计政策和会计

估计”之“41、租赁”。

## 29、无形资产与开发支出

√适用 □不适用

### (1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

①公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

②后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	按产权证上载明的使用年限	50	0.00
专利权		-	
非专利技术		-	
软件	预计收益年限	5	0.00
商标权	按使用期限	1.5	0.00

### (2) 内部研究开发支出会计政策

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

### 30、长期资产减值

√适用 □不适用

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

### 31、长期待摊费用

√适用 □不适用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

## 32、合同负债

适用 不适用

### 自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

## 33、职工薪酬

### (1) 短期薪酬的会计处理方法

适用 不适用

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

### (2) 离职后福利的会计处理方法

适用 不适用

#### ① 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入

当期损益或相关资产成本。

## ② 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

### (3) 辞退福利的会计处理方法

适用 不适用

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

### (4) 其他长期职工福利的会计处理方法

适用 不适用

## 34、租赁负债

适用 不适用

### 35、预计负债

适用 不适用

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司将其确认为预计负债：

- (1) 该义务是本公司承担的现时义务；
- (2) 履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- (3) 该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- ①或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- ②或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

### 36、股份支付

适用 不适用

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

#### (1) 以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计

量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

## **(2) 以现金结算的股份支付及权益工具**

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的股份支付交易，本公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内的每个资产负债表日，本公司以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

## **37、优先股、永续债等其他金融工具**

适用 不适用

本公司根据所发行优先股/永续债的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融资产、金融负债或权益工具。

本公司发行的永续债/优先股等金融工具满足以下条件之一，在初始确认时将该金融工具整体或其组成部分分类为金融负债：

- (1) 存在本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产履行的合同义务；
- (2) 包含交付可变数量的自身权益工具进行结算的合同义务；
- (3) 包含以自身权益进行结算的衍生工具（例如转股权等），且该衍生工具不以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产进行结算；
- (4) 存在间接地形成合同义务的合同条款；
- (5) 发行方清算时永续债与发行方发行的普通债券和其他债务处于相同清偿顺序的。

不满足上述任何一项条件的永续债/优先股等金融工具，在初始确认时将该金融工具整体或其组成部分分类为权益工具。

### 38、收入、成本

适用 不适用

#### 收入

##### 自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

##### (1) 收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支

付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

## **(2) 具体原则**

①线下销售模式

A、直营专卖模式

将商品交付给客户，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时，确认销售收入。

#### B、企业客户集采模式

针对境内销售，将商品交付给客户，取得客户签收单或入库单等证明文件后确认收入。

针对境外销售，将产品报关、取得报关单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时，确认销售收入。

#### C、直营商场专柜模式

由商场向消费者开具发票和收款，商场按期与本公司进行已销商品的结算，根据商场提供的销售结算单确认销售收入。

#### D、经销商模式

公司交付货物，对方收到货物后在签收单上签字确认，公司在对方签收后确认销售收入。

### ②线上销售模式

#### A、自营销售模式

针对境内销售，公司发货后经由客户确认收货或系统自动确认收货并收到货款时确认收入。针对境外销售，客户在第三方电商平台或太湖雪海外官网下单并支付货款后，线上销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在将商品交付给物流公司时确认销售收入。

#### B、电商平台入仓及直发模式

在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销售收入。

### 2020年1月1日前的会计政策

#### (1) 销售商品收入确认的一般原则

①本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

②本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

③收入的金额能够可靠地计量；

④相关的经济利益很可能流入本公司；

⑤相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

## **(2) 具体原则**

### **①线下销售模式**

#### **A、直营专卖模式**

将商品交付给客户，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时，确认销售收入。

#### **B、企业客户集采模式**

针对境内销售，将商品交付给客户，取得客户签收单或入库单等证明文件后确认收入。

针对境外销售，将产品报关、取得报关单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时，确认销售收入。

#### **C、直营商场专柜模式**

由商场向消费者开具发票和收款，商场按期与本公司进行已销商品的结算，根据商场提供的销售结算单确认销售收入。

#### **D、经销商模式**

公司交付货物，对方收到货物后在签收单上签字确认，公司在对方签收后确认销售收入。

### **②线上销售模式**

#### **A、自营销售模式**

针对境内销售，公司发货后经由客户确认收货或系统自动确认收货并收到货款时确认收入。针对境外销售，客户在第三方电商平台或太湖雪海外官网下单并支付货款后，

线上销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在将商品交付给物流公司时确认销售收入。

### B、电商平台入仓及直发模式

在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销售收入。

公司收入确认原则具体如下：

销售模式	销售渠道	主要类型	所需取得的凭证	具体流程及收入确认的时点
线下	直营专卖	各直营门店	《专卖店信誉单》	将商品交付给客户后，并收取价款时，确认销售收入
	企业客户集采	ODM: 京东京造、网易严选等	客户《采购入库单》	公司以客户完成产品签收后，取得客户的《采购入库单》时，确认销售收入。
		太湖雪自主品牌	《批发销售单》	将商品交付给客户后，已收取价款或取得收款权利时，确认销售收入
	直营商场专柜	ODM:B2B 国际贸易	《批发销售单》 《报关单》	公司已根据合同约定将产品报关，取得报关单，已经收回货款或取得了收款凭证，确认销售收入。
		商场专柜	商场《结算单》	公司按月与商场进行销售情况核对，取得商场的销售结算单，以终端零售价扣除商场约定扣点后的金额，确认销售收入
	经销商	签订经销合同并有门店的商家	《批发销售单》	公司采取经销商分销的方式，同有门店的经销商采取买断式合作方式，公司在将货物交付经销商并完成签收时确认收入。
线上	自营店铺	天猫官方旗舰店、京东POP等	《平台账单流水》	公司发货后经由客户确认收货或系统自动确认收货并收到货款时确认收入。
		亚马逊、太湖雪海外官网、eBay	平台《Transactions》（结算单）、《销售订单》	客户在第三方电商平台或太湖雪海外官网下单并支付货款后，线上销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在将商品交付给物流公司时确认销售收入。
	平台入仓	京东自营旗舰店、东方电视购物等	平台《结算单》	在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销售收入
	直发模式	唯品会、一条生活馆等	平台《结算单》	在平台客户对外销售后，公司于期末根据经双方确认的当期销售清单确认销售收入

### 39、政府补助

√适用 □不适用

### **(1) 类型**

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

### **(2) 确认时点**

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

### **(3) 会计处理**

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

①财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

②财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

## **40、递延所得税资产和递延所得税负债**

适用 不适用

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

①商誉的初始确认；

②既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

①纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

②递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

## 41、租赁

√适用 □不适用

### 自 2021 年 1 月 1 日起的会计政策

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。合同中同时包含租赁和非租赁部分的，承租人和出租人将租赁和非租赁部分进行分拆。

#### (1) 本公司作为承租人

##### ①使用权资产

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

- 租赁负债的初始计量金额；
- 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；
- 本公司发生的初始直接费用；

●本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

本公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；否则，租赁资产在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

本公司按照本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“30、长期资产减值”部分。所述原则来确定使用权资产是否已发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

## ②租赁负债

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认租赁负债。租赁负债按照尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：

- 固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；
- 取决于指数或比率的可变租赁付款额；
- 根据公司提供的担保余值预计应支付的款项；
- 购买选择权的行权价格，前提是公司合理确定将行使该选择权；
- 行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权。

本公司采用租赁内含利率作为折现率，但如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用本公司的增量借款利率作为折现率。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

在租赁期开始日后，发生下列情形的，本公司重新计量租赁负债，并调整相应的使用权资产，若使用权资产的账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将差额计入当期损益：

- 当购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果发生变化，或前述选择权的实际行权情况与原评估结果不一致的，本公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债；

- 当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变动或用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动，本公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。但是，租赁付款额的变动源自浮动利率变动的，使用修订后的折现率计算现值。

### ③短期租赁和低价值资产租赁

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。低价值资产租赁，是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

### ④租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

- 该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；
- 增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

### ⑤新冠肺炎疫情相关的租金减让

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的，本公司不评估是否发生租赁变更，继续按照与减让前一致的折现率计算租赁负债的利息费用并计入当期损益，继续按

照与减让前一致的方法对使用权资产进行计提折旧。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减相关资产成本或费用，同时相应调整租赁负债；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的租赁负债。

对于短期租赁和低价值资产租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减相关资产成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项。

## **(2) 本公司作为出租人**

在租赁开始日，本公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁，是指无论所有权最终是否转移，但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁，是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

### **①经营租赁会计处理**

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。经营租赁发生变更的，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

### **②融资租赁会计处理**

在租赁开始日，本公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。本公司对应收融资租赁款进行初始计量时，将租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。

本公司按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。应收融资租赁款的终止确认和减值按照参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分进行会计处理。

未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：

- 该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；
- 增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁的变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：

●假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；

●假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，本公司按照本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分关于修改或重新议定合同的政策进行会计处理。

### ③新冠肺炎疫情相关的租金减让

●对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入；发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。

●对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算利息并确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整应收融资租赁款；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的应收融资租赁款。

### （3）售后租回交易

公司按照本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“38、收入、成本”部分所述原则评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

### ①作为承租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为承租人按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为承租人继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。金融负债的会计处理详见参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

### ②作为出租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为出租人对资产购买进行会计处理，并根据前述“2、本公司作为出租人”的政策对资产出租进行会计处理；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为出租人不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产。金融资产的会计处理详见参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”部分。

### 2021年1月1日前的会计政策

租赁分为融资租赁 and 经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对所有租赁选择采用简化方法，不评估是否发生租赁变更，也不重新评估租赁分类：

- 减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

- 减让仅针对2021年6月30日前的应付租赁付款额，2021年6月30日后应付租赁付款额增加不影响满足该条件，2021年6月30日后应付租赁付款额减少不满足该条件；以及综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

### （4）经营租赁会计处理

①公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间计入损益；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项。

②公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入；发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。

## **(5) 融资租赁会计处理**

①融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率将未确认融资费用确认为当期融资费用，继续按照与减让前一致的方法对融资租入资产进行计提折旧，对于发生的租金减免，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，计入当期损益，并相应调整长期应付款，或者按照减让前折现率折现计入当期损益并调整未确认融资费用；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的长期应付款。

②融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的租赁内含利率将未实现融资收益确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整长期应收款，或者按照减让前折现率折现计入当期损益并调整未实现融资收益；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的长期应收款。

## 42、所得税

适用 不适用

所得税会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“40、递延所得税资产和递延所得税负债”。

## 43、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况，从事项的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性水平。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额的重要性时，公司主要考虑该事项金额占资产总额、净资产、营业收入、利润总额等直接相关项目金额的比重。

## 44、重大会计判断和估计

本公司根据实际生产经营特点、历史经验和其他因素综合判断，需对财务报表项目金额进行判断和估计的重要领域包括应收款项坏账计提、金融工具减值、固定资产折旧、无形资产摊销等，相关领域会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”、“12、应收款项”、“24、固定资产”、“29、

无形资产与开发支出”相关内容。

#### 45、其他重要的会计政策和会计估计

适用 不适用

#### (二) 会计政策和会计估计分析

适用 不适用

### 五、分部信息

适用 不适用

### 六、非经常性损益

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动性资产处置损益		5,533.39	-559,724.95	-30,223.16
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免				
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	6,677,503.36	4,723,352.75	5,382,041.61	3,320,760.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		4,476.84	6,607.75	
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益				
非货币性资产交换损益				
委托他人投资或管理资产的损益				
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备				
债务重组损益				
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等				
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益				
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		2,036,315.78	1,241,803.75	425,269.24
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益				
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性	8,600.00	113,375.58	525,439.06	116,342.05

金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回				
对外委托贷款取得的损益				
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益				
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响				
受托经营取得的托管费收入				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-258,464.70	-524,442.01	-193,119.66	-177,353.87
其他符合非经常性损益定义的损益项目			2,244,369.55	
小计	6,427,638.66	6,358,612.33	8,647,417.11	3,654,794.26
减：所得税影响数	-964,150.01	646,489.14	1,109,126.10	484,371.22
少数股东权益影响额	-15.62			-882.00
<b>合计</b>	<b>6,427,638.66</b>	<b>6,358,612.33</b>	<b>8,647,417.11</b>	<b>3,654,794.26</b>
<b>非经常性损益净额</b>	<b>5,463,473.03</b>	<b>5,712,123.19</b>	<b>7,538,291.01</b>	<b>3,171,305.04</b>
<b>归属于母公司股东的净利润</b>	<b>13,967,480.73</b>	<b>36,343,840.08</b>	<b>24,397,042.05</b>	<b>12,341,057.07</b>
<b>扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润</b>	<b>8,504,007.70</b>	<b>30,631,716.89</b>	<b>16,858,751.04</b>	<b>9,169,752.03</b>
<b>归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）</b>	<b>39.12%</b>	<b>15.72%</b>	<b>30.90%</b>	<b>25.70%</b>

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要包括政府补助、疫情社保、房租减免等，报告期内归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 317.13 万元、753.83 万元、571.21 万元及 546.35 万元，占归属于母公司股东的净利润比例分别为 25.70%、30.90%、15.72% 及 39.12%，其中 2020 年度非经常性损益对净利润的影响程度较大，主要系 2020 年公司受到疫情影响，获得社保及房租减免部分金额为 224.44 万元。

对非经常性损益项目的其他说明：

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	原因
社保减免		1,654,896.60		疫情社保减免
房租减免		589,472.95		疫情房租减免

合计		2,244,369.55		
----	--	--------------	--	--

## 七、主要会计数据及财务指标

项目	2022年6月30日/2022年1月—6月	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
资产总计(元)	301,417,464.19	294,852,618.54	205,485,077.58	177,138,098.61
股东权益合计(元)	173,366,446.90	178,537,215.58	125,807,033.29	102,186,134.73
归属于母公司所有者的股东权益(元)	172,301,660.29	177,220,165.86	125,507,294.94	101,238,099.50
每股净资产(元/股)	6.46	6.51	4.76	3.86
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	6.28	6.46	4.75	3.83
资产负债率(合并)(%)	42.48%	39.45%	38.78%	42.31%
资产负债率(母公司)(%)	40.88%	38.42%	38.54%	41.72%
营业收入(元)	131,092,699.85	372,940,068.05	310,688,511.73	236,460,923.89
毛利率(%)	45.71%	41.14%	39.93%	40.71%
净利润(元)	13,715,217.62	36,161,151.45	24,947,304.44	11,703,255.88
归属于母公司所有者的净利润(元)	13,967,480.73	36,343,840.08	24,397,042.05	12,341,057.07
扣除非经常性损益后的净利润(元)	8,251,744.59	30,449,028.26	17,409,425.82	8,748,573.27
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	8,504,007.70	30,631,716.89	16,858,751.04	9,169,752.03
息税折旧摊销前利润(元)	24,246,789.53	52,718,863.80	31,809,907.79	17,309,909.66
加权平均净资产收益率(%)	25.30%	25.30%	21.51%	12.77%
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	4.69%	21.55%	14.92%	9.49%
基本每股收益(元/股)	0.509	1.374	0.923	0.467
稀释每股收益(元/股)	0.509	1.374	0.923	0.467
经营活动产生的现金流量净额(元)	18,627,352.85	-10,712,233.65	18,565,987.36	3,488,780.22
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.68	-0.39	0.70	0.13
研发投入占营业收入的比例(%)	5.96%	3.84%	3.54%	4.47%
应收账款周转率	3.46	10.01	10.89	7.87
存货周转率	0.50	1.78	1.79	1.45
流动比率	2.25	2.37	2.36	2.16
速动比率	0.68	0.89	0.92	0.86

### 主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

- 1、每股净资产=期末净资产/期末股本总额
- 2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的股东权益/期末股本总额

3、资产负债率=负债总额/资产总额

4、毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入

5、息税折旧摊销前利润

=净利润+所得税费用+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

6、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： $P_0$  分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； $NP$  为归属于公司普通股股东的净利润； $E_0$  为归属于公司普通股股东的期初净资产； $E_i$  为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； $E_j$  为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； $M_0$  为报告期月份数； $M_i$  为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； $M_j$  为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； $E_k$  为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； $M_k$  为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

7、基本每股收益= $P_0 \div SS = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： $P_0$  为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； $S$  为发行在外的普通股加权平均数； $S_0$  为期初股份总数； $S_1$  为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； $S_i$  为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； $S_j$  为报告期因回购等减少股份数； $S_k$  为报告期缩股数； $M_0$  为报告期月份数； $M_i$  为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； $M_j$  为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

8、稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， $P_1$  为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除苏州太湖雪丝绸股份有限公司招股说明书（申报稿）非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

10、研发投入占营业收入的比重=研发投入 / 营业收入

11、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

12、存货周转率=营业成本/存货平均余额

13、流动比率=流动资产/流动负债

14、速动比率=(流动资产-预付款项-存货-其他流动资产)/流动负债

## 八、盈利预测

适用 不适用

## 第八节管理层讨论与分析

### 一、经营核心因素

#### (一) 影响公司未来经营业绩的主要因素

##### 1、影响收入的主要因素

公司专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售服务。经过十余年的深耕发展，公司形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，“太湖雪”成为市场上具备一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。

近年来，受益于国家政策对丝绸行业的有力支持，居民消费水平不断提高，蚕丝被凭借天然、舒适的特性而备受青睐，公司主营业务收入呈现快速增长趋势。综合来看，国家政策导向、下游消费市场的需求规模、行业内的竞争状况、研发能力和创新能力、太湖雪品牌的市场认可度、公司的市场开拓能力、主要产品产能等是影响公司收入的主要因素。

##### 2、影响成本的主要因素

报告期内，公司产品成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用和委托加工费用，其中直接材料系公司营业成本中最主要的构成部分，因此，原材料价格是影响公司营业成本的主要因素。另外，生产工人工资水平及委外加工费单价的波动，也会对公司营业成本产生重要影响。

##### 3、影响费用的主要因素

报告期各期，公司的期间费用合计分别为 8,151.16 万元、9,618.99 万元、11,172.92 万元和 4,895.07 万元，占同期营业收入的比例分别为 34.47%、30.97%、29.95% 和 37.34%，其中以销售费用、管理费用及研发费用为主。

公司的销售费用主要由佣金及服务费、广告及业务宣传费、职工薪酬、折旧及摊销等构成；管理费用主要由职工薪酬、中介服务费、折旧及摊销等构成；研发费用主要为职工薪酬、直接投入材料等。因此，人力成本、佣金及服务费、广告及业务宣传费、研发物料价格的波动将对公司费用产生较大影响。

#### 4、影响利润的主要因素

影响公司利润的主要因素为收入规模、综合毛利率和期间费用等，有关分析详见本节“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”、“（三）毛利率分析”、“（四）主要费用情况分析”。

#### （二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司认为主营业务收入增长率、主营业务毛利率等财务指标对公司具有核心意义，其变动对业绩具有较强的预示作用。

主营业务收入增长率对公司业绩变动具有较强的预示作用，可据以判断公司主营业务发展状况和创造价值的能力。报告期内，公司主营业务收入增长较快，带动了公司盈利规模的提升，为公司持续的研发投入和产能的扩张提供了有力的保障。

主营业务毛利率体现了公司的综合竞争力，高水平的毛利率不仅表明公司具备较强的盈利能力，同时具有较强的成本控制能力，主营业务毛利率水平是公司核心竞争力及市场地位的体现。报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 40.81%、39.88%、41.08% 和 45.67%，盈利能力较强。

报告期内公司上述指标情况良好，表明公司经营情况良好，具有较强的盈利能力和持续发展能力。

此外，公司的研发和创新能力、客户资源、产品市场占有率、业务开拓能力、品牌影响力等非财务指标变化也对公司的业绩变动具有较强的预示作用。

## 二、资产负债等财务状况分析

### （一）应收款项

#### 1、应收票据

适用 不适用

#### 2、应收款项融资

适用 不适用

### 3、应收账款

√适用 □不适用

#### (1) 按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
1年以内	2,803.48	4,510.67	2,696.2	2,846.88
1至2年	72.04	144.38	30.37	72.56
2至3年	2.60	11.43	17.14	22.91
3年以上				
3至4年	5.50	15.36	21.52	0.38
4至5年		4.83	0.38	-
5年以上		0.36	-	-
合计	<b>2,883.62</b>	<b>4,687.04</b>	<b>2,765.62</b>	<b>2,942.73</b>

#### (2) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
其中：					
按组合计提坏账准备的应收账款	2,883.62	100.00%	148.71	5.16%	2,734.91
其中：信用风险特征组合	2,883.62	100.00%	148.71	5.16%	2,734.91
合计	<b>2,883.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>148.71</b>	<b>5.16%</b>	<b>2,734.91</b>

单位：万元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
其中：					
按组合计提坏账准备的应收账款	4,687.04	100.00%	263.95	5.63%	4,423.08

其中：信用风险特征组合	4,687.04	100.00%	263.95	5.63%	4,423.08
<b>合计</b>	<b>4,687.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>263.95</b>	<b>5.63%</b>	<b>4,423.08</b>

单位：万元

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收账款					
其中：					
按组合计提坏账准备的应收账款	2,765.62	100.00%	164.89	5.96%	2,600.73
其中：信用风险特征组合	2,765.62	100.00%	164.89	5.96%	2,600.73
<b>合计</b>	<b>2,765.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>164.89</b>	<b>5.96%</b>	<b>2,600.73</b>

单位：万元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收账款					
其中：					
按组合计提坏账准备的应收账款	2,942.73	100.00%	156.85	5.33%	2,785.88
其中：信用风险特征组合	2,942.73	100.00%	156.85	5.33%	2,785.88
<b>合计</b>	<b>2,942.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>156.85</b>	<b>5.33%</b>	<b>2,785.88</b>

1) 按单项计提坏账准备：

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备：

适用 不适用

单位：万元

组合名称	2022年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
信用风险特征组合	2,883.62	148.71	5.16%

合计	2,883.62	148.71	5.16
----	----------	--------	------

单位：万元

组合名称	2021年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
信用风险特征组合	4,687.04	263.95	5.63%
合计	<b>4,687.04</b>	<b>263.95</b>	<b>5.63%</b>

单位：万元

组合名称	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
信用风险特征组合	2,765.62	164.89	5.96%
合计	<b>2,765.62</b>	<b>164.89</b>	<b>5.96%</b>

单位：万元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
信用风险特征组合	2,942.73	156.85	5.33%
合计	<b>2,942.73</b>	<b>156.85</b>	<b>5.33%</b>

确定组合依据的说明：

参见“第七节财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10、金融工具”。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

适用 不适用

单位：万元

类别	2021年12月31日	本期变动金额			2022年6月30日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	263.95	-115.25			148.71
合计	<b>263.95</b>	<b>-115.25</b>			<b>148.71</b>

单位：万元

类别	2020年12月31日	本期变动金额			2021年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备					
按组合计提坏账准备	164.89	99.07			263.95
合计	<b>164.89</b>	<b>99.07</b>			<b>263.95</b>

单位：万元

类别	2019年12月31日	本期变动金额			2020年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备					
按组合计提坏账准备	156.85	8.04			164.89
<b>合计</b>	<b>156.85</b>	<b>8.04</b>			<b>164.89</b>

单位：万元

类别	2018年12月31日	本期变动金额			2019年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备					
按组合计提坏账准备	153.33	3.52			156.85
<b>合计</b>	<b>153.33</b>	<b>3.52</b>			<b>156.85</b>

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

适用 不适用

其他说明：

无

#### (4) 本期实际核销的应收账款情况

适用 不适用

#### (5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2022年6月30日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	491.60	17.05	24.58
北京京东世纪贸易有限公司	338.09	11.72	16.90
上海蔚景商贸有限公司	174.08	6.04	8.70
北京梅如雪科技有限公司	157.97	5.48	7.90
杭州丁香健康管理咨询有限公司	65.35	2.27	3.27
<b>合计</b>	<b>1,227.09</b>	<b>42.56</b>	<b>61.35</b>

单位：万元

单位名称	2021年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	1,672.42	35.68%	83.62
北京京东世纪贸易有限公司	909.06	19.40%	45.45

中信易家电子商务有限公司	273.16	5.83%	13.66
唯品会（中国）有限公司	82.51	1.76%	4.13
上海盒马物联网有限公司	82.09	1.75%	4.1
<b>合计</b>	<b>3,019.24</b>	<b>64.42%</b>	<b>150.96</b>

单位：万元

单位名称	2020年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
北京京东世纪贸易有限公司	956.35	34.58%	47.82
北京京东世纪信息技术有限公司	221.01	7.99%	11.05
唯品会（中国）有限公司	199.19	7.20%	9.96
上海东方购物有限公司	136.32	4.93%	6.82
苏州天虹商场有限公司	94.33	3.41%	4.72
<b>合计</b>	<b>1,607.20</b>	<b>58.11%</b>	<b>80.37</b>

单位：万元

单位名称	2019年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
北京京东世纪贸易有限公司	1,049.28	35.66%	52.46
唯品会（中国）有限公司	120.23	4.09%	6.01
上海东方购物有限公司	114.85	3.90%	5.74
苏州天虹商场有限公司	97.92	3.33%	4.9
北京京东世纪信息技术有限公司	88.72	3.01%	4.44
<b>合计</b>	<b>1,471</b>	<b>49.99%</b>	<b>73.55</b>

其他说明：

无

#### （6）报告期各期末信用期内的应收账款

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	2,804.15	97.24%	4,510.52	96.23%	2,695.93	97.48%	2,884.65	98.03%
信用期外应收账款	79.47	2.76%	176.51	3.77%	69.68	2.52%	58.08	1.97%
应收账款余额合计	2,883.62	100.00%	4,687.04	100.00%	2,765.62	100.00%	2,942.73	100.00%

#### （7）应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	2,883.62	-	4,687.04	-	2,765.62	-	2,942.73	-
期后回款金额	2,337.67	81.07%	4,608.29	98.32%	2,723.26	98.47%	2,934.22	99.71%
期后未回款金额	545.95	18.93%	78.75	1.68%	42.35	1.52%	8.51	0.29%

注：期后回款截至2022年9月30日。

#### (8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

适用 不适用

#### (9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

适用 不适用

#### (10) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为2,785.88万元、2,600.73万元、4,423.08万元以及2,734.91万元，占各期期末流动资产比例分别为17.41%、13.90%、17.83%以及10.96%，是公司流动资产的主要组成部分之一。

#### 4、其他披露事项：

无

#### 5、应收款项总体分析

##### (1) 应收账款变动分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为2,785.88万元、2,600.73万元、4,423.08万元及2,734.91万元，2021年末应收账款同比增幅较大的主要原因系应收京东京造货款所致，京东京造2021年销售额增长，且集中在第四季度，信用期为60天，因此导致2021年末公司对其应收账款相应增加1,451.41万元。

##### (2) 应收账款坏账准备计提政策分析

报告期内，公司采用的应收账款计提比例与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：%

可比公司	发行人	富安娜	罗莱生活	水星家纺	钱皇股份
6个月以内 (含6个月)	5	5	5	5	0
6个月-1年					5
1-2年	10	10	10	20	10
2-3年	30	30	30	50	30
3-4年	100	100	50	100	50
4-5年			80		80
5年以上			100		100

通过与可比公司比较，太湖雪应收账款坏账准备计提比例与行业水平大体一致。报告期内，公司均严格按照计提政策计提了坏账准备。

### (3) 应收账款周转率与同行业分析

发行人2022年6月末应收账款周转率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2022年1-6月营业收入	2022年6月末应收账款原值	2022年初应收账款原值	2022年6月末应收账款周转率
富安娜	133,531.55	14,665.38	20,948.96	7.50
罗莱生活	238,219.57	50,652.82	51,089.31	4.68
水星家纺	164,231.16	26,090.80	23,608.52	6.61
钱皇股份	3,243.97	774.77	1,030.98	3.59
平均值	134,806.56	23,045.94	24,169.44	5.60
发行人	13,109.27	2,883.62	4,687.04	3.46

发行人2022年6月末应收账款周转率低于同行业可比公司应收账款周转率，主要原因为：2022年6月末发行人企业客户集采的业务规模相对较高，占营业收入的比例达到23.38%，导致公司应收款项余额占收入比例略高于同行业可比公司，应收账款周转率略低于同行业可比公司。

## (二) 存货

### 1、存货

#### (1) 存货分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	4,386.37	-	4,386.37
在产品	170.43	-	170.43
库存商品	9,502.20	385.93	9,116.27
周转材料	384.25	-	384.25
委托加工物资	314.50	-	314.50
半成品	537.55	-	537.55
<b>合计</b>	<b>15,295.30</b>	<b>385.93</b>	<b>14,909.37</b>

单位：万元

项目	2021年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	3,341.86	-	3,341.86
在产品	130.03	-	130.03
库存商品	8,556.26	444.13	8,112.13
周转材料	382.37	-	382.37
委托加工物资	186.12	-	186.12
半成品	839.12	-	839.12
<b>合计</b>	<b>13,435.76</b>	<b>444.13</b>	<b>12,991.62</b>

单位：万元

项目	2020年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,761.76	-	2,761.76
在产品	176.33	-	176.33
库存商品	7,502.79	456.45	7,046.34
周转材料	210.34	-	210.34
委托加工物资	72.29	-	72.29
半成品	563.87	-	563.87
<b>合计</b>	<b>11,287.38</b>	<b>456.45</b>	<b>10,830.93</b>

单位：万元

项目	2019年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	1,708.28	-	1,708.28
在产品	351.54	-	351.54
库存商品	6,335.91	457.06	5,878.84
周转材料	251.68	-	251.68
委托加工物资	121.52	-	121.52
半成品	776.48	-	776.48
<b>合计</b>	<b>9,545.41</b>	<b>457.06</b>	<b>9,088.35</b>

## (2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2022年6月30日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料						
在产品						
库存商品	444.13	149.53		207.73		385.93
周转材料						
委托加工物资						
半成品						
<b>合计</b>	<b>444.13</b>	<b>149.53</b>		<b>207.73</b>		<b>385.93</b>

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2021年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料						
在产品						
库存商品	456.45	301.22		313.54		444.13
周转材料						
委托加工物资						
半成品						
<b>合计</b>	<b>456.45</b>	<b>301.22</b>		<b>313.54</b>		<b>444.13</b>

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2020年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料						
在产品						
库存商品	457.06	318.28		318.89		456.45
周转材料						
委托加工物资						
半成品						
<b>合计</b>	<b>457.06</b>	<b>318.28</b>		<b>318.89</b>		<b>456.45</b>

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2019年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料						
在产品						
库存商品	538.56	334.83		416.33		457.06
周转材料						
委托加工物资						
<b>合计</b>	<b>538.56</b>	<b>334.83</b>		<b>416.33</b>		<b>457.06</b>

## 存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

报告期各期末，公司存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。公司存货跌价准备的具体计提政策见本招股说明书之“第七节财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“15、存货”所述。公司存货减值测试方法符合企业会计准则的规定和公司实际经营情况。

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 457.06 万元、456.45 万元、444.13 万元和 385.93 万元，占存货账面余额的比例分别为 4.79%、4.04%、3.31%和 2.52%，存货跌价准备计提充分。

### 1、发行人存货跌价准备计提方法

发行人存货跌价准备按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值时，计提存货跌价准备。

### 2、库存商品可变现净值具体计算方法

发行人计算可变现净值时考虑的主要因素：

（1）相同款号不同库龄的存货销售折扣率不同，因此公司按照不同库龄产品分别计算存货可变现净值；

（2）产品上市时间越长，销售折扣率越低，因此，在计算存货可变现净值时公司亦充分考虑了产品未来销售折扣率。

因此，发行人在计算存货可变现净值时已充分考虑品牌差异、存货库龄、存货状态、销售折扣等多种因素，存货跌价准备计提充分、谨慎。

综合以上因素，并结合同行业可比上市公司存货可变现净值计算方法，发行人确定存货可变现净值计算公式为：

可变现净值=（平均售价\*销售折扣率\*（1-销售税费率））/（1+增值税率）

其中，平均售价、销售折扣率、销售税费率计算方式如下：

（1）平均售价：相同款号产品最近 3 年的平均售价。

（2）销售折扣率：参考可比公司可变现净值计算方法，基于谨慎性原则和历史销

售情况，公司库龄在一年以内的产品的销售折扣率为 90%，库龄在 1-2 年的产品的销售折扣率为 60%，库龄在 2 年及以上年的产品的销售折扣率为 40%。

(3) 销售税费率：销售税费率=（税金及附加+销售费用）/当期收入金额。

3、存货管理、存货状态、存货真实性、过季、库龄、市场竞争、长龄存货产生的销售费用等对存货可变现净值的影响

发行人对每件产品均设置固定的吊牌编码，可以准确区分产品库龄，计算可变现净值；发行人对照存货信息系统产品吊牌编码对存货进行盘点，以保证存货的真实性；长库龄产品销售渠道和模式并未发生改变，不会产生额外的销售费用，只是销售折扣较大导致销售价格较低。

发行人在确定库存商品的可变现售价时，综合考虑产品质量、外观、库龄等，在对存货的保管状况和销售策略分析基础上，基于以往不同类别商品实际售价，发行人销售部门在制定具体促销计划时，会根据不同季节、市场竞争等情况制定不同的促销折扣价，从而作为期末库存商品可变现销售价格的确 定依据。

综上所述，发行人在计算库存商品可变现净值时充分考虑了存货管理、存货状态、存货真实性、过季、库龄、市场竞争等对可变现净值的影响。

4、存货跌价预计金额与实际销售核算结果的差异

截至 2022 年 9 月末，发行人各报告期末，已计提存货跌价准备与期后已销售实际产生存货跌价准备比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
期后已销售产品、期末已计提存货跌价金额 (A)	166.65	293.93	366.89	412.73
按期后实际销售数据测算跌价金额 (B)	86.04	150.87	184.95	198.72
计提跌价与实际发生跌价的差额 (C=A-B)	80.60	143.06	181.93	214.01

报告期内，发行人在计算可变现净值时，采用相同款号产品最近 3 年的平均实际售价乘以相应库龄存货对应的折扣率，针对各报告期期后已销售存货，发行人按期后实际销售数据测算跌价金额小于当期末公司已计提存货跌价准备金额，存货跌价准备已充分计提。

## 5、同行业可比公司的存货跌价准备的计提政策

公司名称	存货跌价准备的计提政策	可变现净值计算方法
罗莱生活	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量, 存货成本高于其可变现净值的, 计提存货跌价准备, 计入当期损益。	<p>(1) 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货, 在正常生产经营过程中, 以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货, 以合同价格作为其可变现净值的计量基础; 如果持有存货的数量多于销售合同订购数量, 超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等, 以市场价格作为其可变现净值的计量基础。</p> <p>(2) 需要经过加工的材料存货, 在正常生产经营过程中, 以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本, 则该材料按成本计量; 如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本, 则该材料按可变现净值计量, 按其差额计提存货跌价准备。</p>
富安娜	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量, 存货成本高于其可变现净值的, 计提存货跌价准备, 计入当期损益。	<p>(1) 库存商品、在产品 and 用于出售的材料等直接用于出售的商品存货, 其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定。</p> <p>(2) 用于生产而持有的材料存货, 其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。</p>
水星家纺	资产负债表日, 存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的, 应当计提存货跌价准备。	<p>(1) 公司将库存商品分为三类进行存货跌价准备测试基础, 即二等品、库龄 2 年以上的库存商品(一等品)以及库龄在 2 年以内的库存商品(一等品)。</p> <p>(2) 计算期末二等品库存商品的存货跌价准备  二等品可变现销售价格 = 期末库存商品经销价 × 30% (公司销售部门在制订具体促销计划时, 会根据不同季节、市场竞争情况以及产品库存数量等情况针对二等品制订不同的促销折扣价, 出于维护公司品牌形象考虑, 对二等品不会以低于期末库存商品经销价 × 30% 在门店进行销售, 出于谨慎性原则, 公司以库存商品经销价 × 30% 来进行可变现销售价格测算。期末二等品库存商品可变现净值 = [二等品可变现销售价格 × (1 - 销售费用率)] × 期末库存数量。</p> <p>(3) 计算期末库龄 2 年以上库存商品(一等品)的存货跌价准备:  库龄 2 年以上库存商品可变现销售价格 = 期末库存商品经销价 × 58% (公司销售部门在制订具体促销计划时, 会根据不同季节、市场竞争情况以及产品库存数量等情况针对库龄 2 年以上产品制订不同的促销折扣价, 出于维护公司品牌形象考虑, 对库龄 2 年以上产品不会以低于期末库存商品经销价 × 58% 在门店销售, 出于谨慎性原则, 公司以库存商品经销价 × 58% 来进行可变现销售价格测算)。期末库龄 2 年以上库存商品可变现净值 = [库龄 2 年以上库存商品可变现销售价格 × (1 - 销售费用率)] × 期末库存数量</p> <p>(4) 计算期末库龄 2 年以内库存商品(一等品)的存货跌价准备:  库龄 2 年以内库存商品可变现销售价格 = 期末库存商品经销价 × 100%。期末库龄 2 年以内库存商品可变现净值 = [库龄 2 年以内库存商品可变现销售价格 × (1 - 销售费用率)] × 期末库存数量</p>
钱皇股份	资产负债表日, 存货应当按照	可变现净值是指在日常活动中, 存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。

综上所述，发行人与同行业可比公司存货跌价准备的计提政策不存在差异。

#### 6、同行业可比公司的存货跌价准备实际计提情况

报告期内，存货跌价准备余额占存货原值比例对比情况如下：

公司名称	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
罗莱生活	4.13%	4.89%	4.78%	4.78%
富安娜	0.65%	0.70%	0.77%	1.00%
水星家纺	2.39%	2.82%	2.29%	2.57%
钱皇股份	未计提	未计提	未计提	未计提
平均值	1.79%	2.80%	2.61%	2.78%
发行人	2.52%	3.31%	4.04%	4.79%

#### 7、可比公司存货跌价准备计提比例与发行人存在的差异及合理性

发行人存货跌价准备占原值的比例高于同行业可比公司平均水平，与罗莱生活相近。发行人和罗莱生活主导产品为中高档床上用品，定位于家纺用品的中高端市场，细分产品主要为标准套件、被芯、枕芯等。发行人和罗莱生活的生产模式均主要是自制生产、委托加工和贴牌加工，其中自制生产为主要的生产方式，该方式生产的产品占公司总产品的70%左右。因此，从产品类型、消费群体和生产模式上发行人与罗莱生活相似。

富安娜采取完全的原创设计，完全的自主品牌经营模式，同时拥有三大生产基地和四大物流基地，是同时在“长三角”与“珠三角”建有生产基地的床上用品企业，充分利用其地理位置，辐射周边地区，节约物流成本。水星家纺以电商和加盟销售渠道为主，与发行人相比存货周转率较高。同时聚焦被芯品类，拓展品类细分市场。因此，从销售渠道、生产和仓储模式、品牌战略上发行人与可比公司富安娜、水星家纺存在差异，公司存货跌价准备占存货原值比例较高。

报告期内，发行人与同行业可比公司存货余额及同比变动情况如下：

单位：万元

公司名称	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
------	----------	--------	--------	--------

	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
罗莱生活	156,358.17	13.22%	138,098.30	15.05%	120,032.34	-6.83%	128,834.95
富安娜	87,320.76	6.76%	81,788.87	7.21%	76,287.75	-9.04%	83,867.83
水星家纺	105,067.09	9.70%	95,776.97	27.66%	75,027.16	-12.59%	85,838.41
钱皇股份	2,786.00	25.49%	2,220.08	9.58%	2,026.03	150.89%	807.55
发行人	15,295.30	13.84%	13,435.76	19.03%	11,287.38	18.25%	9,545.41

报告期内，发行人和同行业可比公司存货余额呈增长趋势，存货跌价准备余额占存货原值比例呈下降趋势。发行人存货跌价准备余额占存货原值比例与同行业可比公司变动趋势基本一致。

报告期内，发行人库龄在1年以上的库存商品余额占比分别为18.51%、16.56%、15.50%、13.20%，长库龄的库存商品占比逐年下降，库龄结构持续优化。综上所述，发行人存货跌价准备余额占存货原值比例呈下降趋势。

### (3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

适用 不适用

### (4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

### (5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

### (6) 科目具体情况及说明

无。

## 2、其他披露事项：

无。

## 3、存货总体分析

### (1) 存货整体情况

报告期各期末，公司存货整体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
存货账面余额	15,295.30	13,435.76	11,287.38	9,545.41
存货跌价准备	385.93	444.13	456.45	457.06
存货账面价值	14,909.37	12,991.62	10,830.93	9,088.35
流动资产	24,955.42	24,804.90	18,707.79	16,000.07
存货账面价值/ 流动资产	59.74%	52.38%	57.90%	56.80%

报告期各期末，公司存货账面价值分别为9,088.35万元、10,830.93万元、12,991.62万元和14,909.37万元，占各期流动资产的比例分别为56.80%、57.90%、52.38%和59.74%，是公司流动资产的主要构成。随着公司业务规模的不断扩大，报告期内公司存货余额保持稳定增长。

#### ①原材料

发行人原材料为丝绵原材料和面料原材料，报告期各期末原材料余额如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	金额	占比	金额	占比
桑蚕丝绵	928.73	21.17%	958.48	28.68%	1,229.82	44.53%	376.29	22.03%
柞蚕丝绵	1,571.23	35.82%	122.91	3.68%	99.31	3.60%	98.82	5.78%
其他纤维	2.25	0.05%	4.46	0.13%	6.67	0.24%	6.12	0.36%
丝绵原材料小计	2,502.20	57.04%	1,085.85	32.49%	1,335.81	48.37%	481.23	28.17%
真丝面料	1,226.18	27.95%	1,669.56	49.96%	867.93	31.43%	690.33	40.41%
全棉面料	498.03	11.35%	409.63	12.26%	439.40	15.91%	403.19	23.60%
其他面料	159.96	3.65%	176.82	5.29%	118.62	4.30%	133.53	7.82%
面料原材料小计	1,884.17	42.96%	2,256.01	67.51%	1,425.94	51.63%	1,227.05	71.83%
<b>合计</b>	<b>4,386.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,341.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,761.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,708.28</b>	<b>100.00%</b>

报告期内收入增长较快，发行人根据市场预测、销售订单、产品交货期、库存情况以及原材料价格走势等综合因素，对部分重要原材料进行适度备货。

发行人采取“以产定购”及适度战略采购的采购模式，由采购中心根据营销中心的销售预测、现有库存、生产计划等因素制定原材料采购计划。桑蚕丝绵和柞蚕丝绵具有

明显的季节性周期，同时丝绵不存在过季问题且相对适宜保存。在销售淡季价格相对较低，发行人根据销售预测适度储备，增加库存。发行人营业收入中蚕丝被销售占比最高，导致丝绵原材料库存较大。2020年末较2019年末原材料大幅增加，主要系桑蚕丝绵增加所致，2020年受疫情影响，发行人及时转变经营策略，大力拓展线上销售渠道特别是天猫平台的投放量，线上自营店铺蚕丝被的销售额由2,402.78万元增加至5,890.35万元。线上蚕丝被销售额快速增长，导致桑蚕丝绵的库存也相应大幅度增加。2022年6月末，柞蚕丝绵大幅增加主要系为下半年京东京造等企业客户集采销售和线上自营店铺备货所致。

2020年初真丝面料价格处于低谷，为获取批量采购的价格优势，降低生产成本，发行人对日常生产过程中耗用量较大、存储时间较长的真丝白坯面料进行批量采购，再根据生产订单要求印染成真丝面料。同时，发行人不断加大跨境B2C和B2B业务拓展，真丝面料的床品套件销售规模不断攀升，销售额由2019年3,832.81万元增加至2021年8,019.99万元，销售快速增长带动真丝面料原材料储备增加。因此，报告期末真丝面料库存大幅度增加。

## ②库存商品

发行人库存商品为蚕丝被、床品套件、丝绸服饰和丝绸饰品四大类，报告期各期末各库存商品余额如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
蚕丝被	3,828.83	40.29%	3,676.66	42.97%	3,485.61	46.46%	2,599.87	41.03%
床品套件	4,070.80	42.84%	3,150.85	36.83%	2,720.92	36.27%	2,321.70	36.64%
丝绸服饰及其他	699.36	7.36%	748.34	8.75%	534.74	7.13%	561.94	8.87%
丝绸饰品	903.21	9.51%	980.41	11.46%	761.53	10.15%	852.41	13.45%
<b>合计</b>	<b>9,502.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,556.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,502.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,335.91</b>	<b>100.00%</b>

从产品采购周期来看，发行人产品从设计、试制、采购、加工到入库大约需要2个月时间，因此发行人一般在适销期前2个月开始设计，适销期前1-1.5个月开始订货，加工生产到质检入库周期约0.5-1个月。

从安全库存备货来看，发行人主要通过库存式和订单式进行生产备货，以满足销售

需求。库存式备货根据历史销售情况以及市场未来预计销售情况，确定年度或季度销售目标，再结合公司存货余额，确定备货数量。订单式备货根据订单进行备货，自客户下单至交货约 1-2 个月。为保证产品生产经济性、订单交付及时性以及因销售渠道扩张形成的铺货和商品陈列的需求，同时发行人根据历史经验、销售预期、市场需求、交货期对库存商品储备一定的安全库存，安全库存量一般为平均 2 个月的销售量。

从销售周期来看，发行人的家纺产品主要使用场景在室内，应用场景受季节性影响较小，发行人根据自身发展策略及产品定位及市场需求确定公司一季产品从入库到全部售罄的时间一般为 2 年左右。

因此，从采购周期、销售周期、安全库存（备货）角度来看，发行人根据客户订单及销售预测情况组织采购、安排生产，并根据产销规模保有一定的安全库存储备。报告期各期末库存商品余额呈上升趋势，其中：2020 年末库存商品余额较年初增长主要系线上自营店铺中的太湖雪海外官网及天猫平台和线下企业客户集采 2021 年一季度收入大幅增加，提前备货所致。2021 年末库存商品余额较年初增长主要系为跨境自营店铺、天猫平台及线下门店铺货所致。2022 年 6 月末库存商品余额较年初增长主要系 2022 年受新冠疫情影响存货周转速度下降以及为 2022 年下半年线上自营店铺及平台、线下门店、京东京造等企业集采客户铺货所致。

### ③半成品

半成品主要是蚕丝丝胎，公司将采购半成品蚕丝丝胎加工成蚕丝被以满足特殊临时订货及下单需求，报告期各期末，半成品变动幅度较小。

### ④周转材料

周转材料主要是包括产品包装袋、吊牌等物品，单位成本较低，各期期末余额较小。

### ⑤委托加工物资

委托加工物资主要是蚕丝被生产过程中的拉绵、床品套件的面料印染、印花等工序采用委外加工产生的加工物资，报告期各期末，委托加工物资随着发行人委托加工规模的增加而增加，各期末余额变动趋势与库存商品变动趋势一致。

### ⑥在产品

在产品主要是蚕丝被和床品套件，各期末余额呈下降趋势主要系发行人调动生产人

员劳动积极性和主动性，提高生产效率所致。

## (2) 存货构成情况

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	4,386.37	29.42%	3,341.86	25.72%	2,761.76	25.50%	1,708.28	18.80%
周转材料	384.25	2.58%	382.37	2.94%	210.34	1.94%	251.68	2.77%
委托加工物资	314.50	2.11%	186.12	1.43%	72.29	0.67%	121.52	1.34%
在产品	170.43	1.14%	130.03	1.00%	176.33	1.63%	351.54	3.87%
库存商品	9,116.27	61.14%	8,112.13	62.44%	7,046.34	65.06%	5,878.84	64.69%
半成品	537.55	3.61%	839.12	6.46%	563.87	5.21%	776.48	8.54%
<b>合计</b>	<b>14,909.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,991.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,830.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,088.35</b>	<b>100.00%</b>

公司存货主要由原材料、库存商品和半成品组成，三者合计占存货总额的比例分别为92.03%、95.76%、94.62%和94.17%，结构较为稳定。

近年来公司收入规模增长较快，公司根据销售订单及需求预测、产品交期、库存情况、生产能力以及原材料价格走势等综合因素，对部分重要原材料如丝绵等进行适度备货。同时，为保证产品生产经济性、订单交付及时性以及因销售渠道扩张形成的铺货和商品陈列的需求，公司对库存商品会储备一定的安全库存，从而库存商品占比较高。总体而言，公司存货规模及结构与生产经营特点相符。

## (3) 存货周转率

在存货管理方面，公司根据客户订单及销售预测情况组织采购、安排生产，并根据产销规模保有一定的安全库存储备。随着公司经营规模扩大，公司存货规模亦随之增加，相应对公司存货管理提出了更高要求，公司持续加强存货的库存管理和控制，存货周转率逐步提升，近三年分别为1.45次/年、1.79次/年和1.78次/年。未来公司将不断加强对业务流程及存货管理的持续优化，提高存货周转效率。

公司与同行业可比公司的存货周转率对比如下：

单位：次/年、次/半年

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
------	-----------	--------	--------	--------

罗莱生活	0.92	2.45	2.24	2.02
富安娜	0.75	1.93	1.76	1.60
水星家纺	1.03	2.76	2.44	2.26
钱皇股份	0.93	3.16	5.99	10.22
平均值	0.91	2.58	3.11	4.03
发行人	0.50	1.78	1.79	1.45

注：同行业可比公司数据根据各公司定期报告计算所得。

报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司中的罗莱生活、水星家纺、钱皇股份，与富安娜较为接近。因公司与可比公司销售模式、存货构成等方面的差异，造成了存货周转率的各有不同。

钱皇股份因其主要销售收入来源于线上电商平台，同时报告期各期末存货余额相对较小，因此其存货周转率明显高于同行业可比公司。

罗莱生活、水星家纺和富安娜三家可比公司销售渠道均涉及直营、加盟和电商，但各家发展重点存在差异。罗莱生活线下销售模式以加盟、直营和团购为主，其中特许加盟连锁为线下经营的主要模式，线上销售则持续与天猫、京东、唯品会等大型电商平台开展紧密合作。水星家纺建立了以经销、网络销售和直营为主，团购、国际贸易等为辅的多通路立体销售模式。富安娜以直营、加盟和电商三大营销渠道为主，目前是行业内直营加电商收入占比最高的企业。在众多销售渠道中，因自营渠道对铺货和陈列的商品数量有一定要求，因此自营销售占比对存货周转影响较大。罗莱生活、水星家纺和富安娜 2021 年度报告披露数据显示，三家可比公司自营销售收入占营业收入总额的比例分别为 6.44%、7.36% 和 24.13%，而太湖雪 2021 年自营销售收入（直营专卖+直营商场专柜）占营业收入总额的比例为 25.95%，该趋势与可比公司间的存货周转率波动相似。

此外，报告期内，为应对原材料价格上涨的压力，以及避免疫情对物流的影响、保证生产连续性，公司对部分重要原材料如丝绵等进行备货，由此影响了公司存货的整体周转效率。

（4）公司各类存货的库龄结构如下：

①2022 年 6 月 30 日

单位：万元

项目	账面余额	1 年以内	1-2 年	2 年以上
----	------	-------	-------	-------

库存商品	9,502.20	8,248.11	770.66	483.43
原材料	4,386.37	4,386.37		
半成品	537.55	537.55		
周转材料	384.25	384.25		
委托加工物资	314.50	314.50		
在产品	170.43	170.43		
<b>合计</b>	<b>15,295.30</b>	<b>14,041.21</b>	<b>770.66</b>	<b>483.43</b>

②2021年12月31日

单位：万元

项目	账面余额	1年以内	1-2年	2年以上
库存商品	8,556.26	7,230.06	737.66	588.54
原材料	3,341.86	3,341.86		
半成品	839.12	839.12		
周转材料	382.37	382.37		
委托加工物资	186.12	186.12		
在产品	130.03	130.03		
<b>合计</b>	<b>13,435.76</b>	<b>12,109.56</b>	<b>737.66</b>	<b>588.54</b>

③2020年12月31日

单位：万元

项目	账面余额	1年以内	1-2年	2年以上
库存商品	7,502.79	6,260.00	653.94	588.85
原材料	2,761.76	2,761.76		
半成品	563.87	563.87		
周转材料	210.34	210.34		
委托加工物资	72.29	72.29		
在产品	176.33	176.33		
<b>合计</b>	<b>11,287.38</b>	<b>10,044.59</b>	<b>653.94</b>	<b>588.85</b>

④2019年12月31日

单位：万元

项目	账面余额	1年以内	1-2年	2年以上
库存商品	6,335.91	5,163.16	639.15	533.59
原材料	1,708.28	1,708.28		

半成品	776.48	776.48		
周转材料	251.68	251.68		
委托加工物资	121.52	121.52		
在产品	351.54	351.54		
<b>合计</b>	<b>9,545.41</b>	<b>8,372.66</b>	<b>639.15</b>	<b>533.59</b>

发行人存货的库龄主要在一年以内，占比 87% 以上，除库存商品外其他存货均在一年以内。

发行人床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰类产品具备潮流特性，需要用户培养及传播。此类产品在上市初期会形成一定的库存，但是因流行趋势和营销推广被市场消费者接纳后，会逐步进入成长期以及成熟期，此类产品的库龄一般为 1 年以内及 1-2 年；发行人库龄在 2 年以上的产品主要是线下门店和商场专柜用于品牌形象展示和产品推广的真丝床品套件和蚕丝被系列产品。

### （三）金融资产、财务性投资

适用 不适用

### （四）固定资产、在建工程

#### 1、固定资产

适用 不适用

#### （1）分类列示

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
固定资产	2,244.77	2,284.33	623.18	679.85
固定资产清理				
<b>合计</b>	<b>2,244.77</b>	<b>2,284.33</b>	<b>623.18</b>	<b>679.85</b>

#### （2）固定资产情况

适用 不适用

单位：万元

2022年6月30日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						

1.期初余额	2,495.61	278.35		382.90	405.83	3,562.69
2.本期增加金额	24.28				45.83	70.11
(1) 购置	24.28				45.83	70.11
(2) 在建工程转入						
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额	2,519.89	278.35		382.90	451.66	3,632.80
二、累计折旧						
1.期初余额	591.37	88.29		262.33	336.37	1,278.36
2.本期增加金额	62.01	11.15		18.12	18.40	109.68
(1) 计提	62.01	11.15		18.12	18.40	109.68
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额	653.38	99.43		280.46	354.77	1,388.03
三、减值准备						
1.期初余额						
2.本期增加金额						
(1) 计提						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	1,866.51	178.91		102.45	96.90	2,244.77
2.期初账面价值	1,904.24	190.06		120.57	69.46	2,284.33

单位：万元

2021年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	办公及其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	1,051.59	110.5		281.33	518.66	1,962.08
2.本期增加金额	1,444.02	167.84		108.18	55.8	1,775.85
(1) 购置	1,388.26	167.84		108.18	55.8	1,720.09
(2) 在建工程转入	55.76					55.76
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额				6.61	168.63	175.24
(1) 处置或报废				6.61	168.63	175.24
4.期末余额	2,495.61	278.35		382.9	405.83	3,562.69
二、累计折旧						
1.期初余额	538.55	78.96		246.13	475.26	1,338.91
2.本期增加金额	52.82	9.33		22.75	28.05	112.94
(1) 计提	52.82	9.33		22.75	28.05	112.94
3.本期减少金额				6.55	166.94	173.49

(1) 处置或报废				6.55	166.94	173.49
4.期末余额	591.37	88.29		262.33	336.37	1,278.36
三、减值准备						
1.期初余额						
2.本期增加金额						
(1) 计提						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	1,904.24	190.06		120.57	69.46	2,284.33
2.期初账面价值	513.04	31.54		35.2	43.39	623.18

单位：万元

2020年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	办公及其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	1,051.59	106.22		265.92	497.55	1,921.28
2.本期增加金额		4.28		15.41	21.7	41.39
(1) 购置		4.28		15.41	21.7	41.39
(2) 在建工程转入						
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额					0.59	0.59
(1) 处置或报废						
(2) 企业合并减少					0.59	0.59
4.期末余额	1,051.59	110.5		281.33	518.66	1,962.08
二、累计折旧						
1.期初余额	486.42	69.09		240.38	445.55	1,241.44
2.本期增加金额	52.13	9.87		5.75	30.19	97.94
(1) 计提	52.13	9.87		5.75	30.19	97.94
3.本期减少金额					0.47	0.47
(1) 处置或报废						
(2) 企业合并减少					0.47	0.47
4.期末余额	538.55	78.96		246.13	475.26	1,338.91
三、减值准备						
1.期初余额						
2.本期增加金额						
(1) 计提						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	513.04	31.54		35.2	43.39	623.18
2.期初账面价值	565.17	37.13		25.55	52	679.85

单位：万元

2019年12月31日						
项目	房屋及建	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计

	筑物					
一、账面原值：						
1.期初余额	1,051.59	111.91		256.38	469.63	1,889.51
2.本期增加金额		2.19		22.6	27.92	52.7
（1）购置		2.19		22.6	27.92	52.7
（2）在建工程转入						
（3）企业合并增加						
3.本期减少金额		7.87		13.06		20.93
（1）处置或报废		7.87		13.06		20.93
4.期末余额	1,051.59	106.22		265.92	497.55	1,921.28
二、累计折旧						
1.期初余额	434.29	61.71		243.96	406.5	1,146.47
2.本期增加金额	52.13	10.7		9.35	39.05	111.22
（1）计提	52.13	10.7		9.35	39.05	111.22
3.本期减少金额		3.32		12.93		16.25
（1）处置或报废		3.32		12.93		16.25
4.期末余额	486.42	69.09		240.38	445.55	1,241.44
三、减值准备						
1.期初余额						
2.本期增加金额						
（1）计提						
3.本期减少金额						
（1）处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	565.17	37.13		25.55	52	679.85
2.期初账面价值	617.29	50.2		12.43	63.13	743.05

**（3）暂时闲置的固定资产情况**

适用 不适用

**（4）通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）**

适用 不适用

**（5）通过经营租赁租出的固定资产**

适用 不适用

**（6）未办妥产权证书的固定资产情况**

适用 不适用

**固定资产清理**

适用 不适用

**科目具体情况及说明**

报告期各期末，固定资产账面价值分别为 679.85 万元、623.18 万元、2,284.33 万元和 2,244.77 万元，占总资产的比例分别为 3.84%、3.03%、7.75% 和 7.45%。2021 年相比 2020 年，固定资产大幅增加主要系公司在 2021 年购买了 1,388.26 万元的房产及 167.84 万元的机器设备。

## 2、在建工程

适用 不适用

## 3、其他披露事项

无

## 4、固定资产、在建工程总体分析

### (1) 固定资产账面原值构成

报告期各期末公司固定资产账面原值构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	2,519.89	69.36	2,495.61	70.05	1,051.59	53.60	1,051.59	54.73
机器设备	278.35	7.66	278.35	7.81	110.50	5.63	106.22	5.53
运输设备	382.90	10.54	382.90	10.75	281.33	14.34	265.92	13.84
办公设备及其他	451.66	12.43	405.83	11.39	518.66	26.43	497.55	25.90
合计	<b>3,632.80</b>	<b>100.00</b>	<b>3,562.69</b>	<b>100.00</b>	<b>1,962.08</b>	<b>100.00</b>	<b>1,921.28</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人固定资产主要为房屋及建筑物、办公设备及其他。报告期各期末，上述两项资产合计占固定资产的比例分别为 80.63%、80.03%、81.44% 及 81.80%。

报告期内，发行人的固定资产账面原值分别为 1,921.28 万元、1,962.08 万元、3,562.69 万元及 3,632.80 万元，发行人的固定资产账面原值 2021 年末相比于 2020 年末增加 1,600.61 万元，主要系公司经营需要，发行人购置了房屋建筑物及机器设备。

### (2) 固定资产计提折旧情况

报告期内，发行人每年计提的折旧分别为 111.22 万元、97.94 万元及 112.94 万元及 109.68 万元。报告期内，发行人重要固定资产的折旧政策保持一致，且与同行业固定资产折旧政策基本一致，发行人固定资产折旧计提合理谨慎。具体如下：

项目	发行人	罗莱生活	富安娜	水星家纺	钱皇股份
房屋及建筑物	年限平均法 20 年；残值率 1%	年限平均法 10-35 年；残值率 10%	年限平均法 20-40 年；残值率 5%	年限平均法 20 年；残值率 4%-5%	年限平均法 20 年；残值率 5%
机器设备	年限平均法 10 年；残值率 1%	年限平均法 10-14 年；残值率 10%	年限平均法 10 年；残值率 5%	年限平均法 5-10 年；残值率 4%-5%	-
运输设备	年限平均法 4 年；残值率 1%	年限平均法 5-8 年；残值率 10%	年限平均法 5 年；残值率 5%	年限平均法 5-10 年；残值率 4%-5%	年限平均法 4 年；残值率 5%
办公设备及其他	年限平均法 3-5 年；残值率 1%	年限平均法 5-8 年；残值率 10%	年限平均法 5 年；残值率 5%	年限平均法 3-10 年；残值率 4%-5%	年限平均法 3-5 年；残值率 5%

### (3) 固定资产和在建工程减值情况

发行人与可比上市公司的固定资产减值政策一致，均按照《企业会计准则第 8 号-资产减值》再制定，于资产负债表日判断资产是否存在减值的迹象，存在减值迹象的，将估计其可回收金额，进行减值测试。截至 2022 年 6 月 30 日，公司固定资产使用状况良好，不存在重大资产闲置状况，亦不存在固定资产减值迹象，故未计提减值准备。

## (五) 无形资产、开发支出

### 1、无形资产

适用 不适用

无形资产情况

适用 不适用

单位：万元

2022 年 6 月 30 日				
项目	土地使用权	专利权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额	105.06		305.94	411.00
2.本期增加金额			108.94	108.94
(1) 购置			108.94	108.94
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				

3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	105.06		414.88	519.94
二、累计摊销				
1.期初余额	24.16		194.00	218.16
2.本期增加金额	1.05		27.62	28.67
(1) 计提	1.05		27.62	28.67
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	25.21		221.62	246.83
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	79.85		193.26	273.11
2.期初账面价值	80.90		111.95	192.84

单位：万元

2021年12月31日				
项目	土地使用权	商标权	软件	合计
一、账面原值				
1.期初余额	105.06		251.71	356.77
2.本期增加金额			54.24	54.24
(1) 购置			54.24	54.24
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	105.06		305.94	411
二、累计摊销				
1.期初余额	22.06		156.66	178.72
2.本期增加金额	2.10		37.34	39.44
(1) 计提	2.10		37.34	39.44
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	24.16		194	218.16
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				

3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	80.9		111.95	192.84
2.期初账面价值	83		95.05	178.05

单位：万元

2020年12月31日				
项目	土地使用权	商标权	软件	合计
一、账面原值				
1.期初余额	105.06	12.60	222.28	339.94
2.本期增加金额			29.42	29.42
(1) 购置			29.42	29.42
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				
3.本期减少金额		12.60		12.60
(1) 处置				
(2) 企业合并减少		12.60		12.60
4.期末余额	105.06		251.71	356.77
二、累计摊销				
1.期初余额	19.96	8.89	124.95	153.8
2.本期增加金额	2.1	2.8	31.71	36.61
(1) 计提	2.1	2.8	31.71	36.61
3.本期减少金额		11.69		11.69
(1) 处置				
(2) 企业合并减少		11.69		11.69
4.期末余额	22.06		156.66	178.72
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	83		95.05	178.05
2.期初账面价值	85.1	3.71	97.34	186.14

单位：万元

2019年12月31日				
项目	土地使用权	商标权	软件	合计
一、账面原值				
1.期初余额	105.06	12.6	180.74	298.4
2.本期增加金额			41.54	41.54
(1) 购置			41.54	41.54
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				

3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	105.06	12.6	222.28	339.94
二、累计摊销				
1.期初余额	17.86		101.24	119.1
2.本期增加金额	2.1	8.89	23.71	34.7
(1) 计提	2.1	8.89	23.71	34.7
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额	19.96	8.89	124.95	153.8
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				
3.本期减少金额				
(1) 处置				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	85.10	3.710	97.34	186.14
2.期初账面价值	87.20	12.60	79.50	179.30

其他说明：

无

#### 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

适用 不适用

#### 科目具体情况及说明

无

#### 2、开发支出

适用 不适用

#### 3、其他披露事项

无

#### 4、无形资产、开发支出总体分析

报告期各期末，发行人无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
土地使用权	79.85	29.24%	80.89	41.95%	83.00	46.62%	85.10	45.72%
商标权							3.70	1.99%
软件	193.26	70.76%	111.95	58.05%	95.05	53.38%	97.34	52.29%
<b>合计</b>	<b>273.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>192.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>178.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>186.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，发行人的无形资产包括土地使用权、商标权及软件。2022年6月末无形资产账面原值比2021年末增加108.94万元，主要为购置了软件。报告期各期末，公司对各项无形资产进行检查，未发现减值迹象的情形，故未计提无形资产减值准备。

报告期内，公司不存在开发支出资本化的情形。

## （六）商誉

适用 不适用

## （七）主要债项

### 1、短期借款

适用 不适用

#### （1）短期借款分类

单位：万元

项目	2022年6月30日
质押借款	
抵押借款	
保证借款	3,500.00
信用借款	
<b>合计</b>	<b>3,500.00</b>

短期借款分类说明：

公司依据各项贷款担保方式不同划分贷款种类。

保证借款3,500万元，由胡毓芳提供担保，向苏州银行吴江支行、江苏银行苏州吴江支行、民生银行苏州分行、中信银行苏州分行、建设银行苏州长三角一体化示范区分

行各取得的银行借款。

## (2) 已逾期未偿还的短期借款情况

适用 不适用

## (3) 科目具体情况及说明

无

## 2、交易性金融负债

适用 不适用

## 3、衍生金融负债

适用 不适用

## 4、合同负债（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

### (1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日
货款	714.27
合计	714.27

### (2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

### (3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债，具体体现为公司预收客户的合同款项。

## 5、长期借款

适用 不适用

## 6、其他流动负债

适用 不适用

### (1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日
短期应付债券	
应付退货款	142.63
合同负债待转销项税额	86.07
合计	228.70

### (2) 短期应付债券的增减变动

适用 不适用

### (3) 科目具体情况及说明

截至2022年6月末，公司其他流动负债余额为228.70万元，主要为应付退货款及待转销项税。其中，待转销项税系根据新收入准则规定，将预收货款对应的增值税转至其他流动负债科目核算。

## 7、其他非流动负债

适用 不适用

## 8、应付债券

适用 不适用

## 9、主要债项、期末偿债能力总体分析

### (1) 短期借款

报告期各期末，发行人短期借款分别为3,120.00万元、2,995.00万元及4,495.00万元及3,500.00万元，发行人根据自身的业务发展情况和资金安排向银行取得借款，报告期各期末发行人的整体借款规模较为稳定。

2022年6月末短期借款情况如下：

借款对象	借款本金(万元)	年利率(%)	借款日期	到期日期
苏州银行股份有限公司吴江支行	500.00	4.00%	2022.03.11	2023.03.11
江苏银行股份有限公司苏州平江支行	500.00	4.36%	2021.11.18	2022.11.17
江苏银行股份有限公司苏州平江支行	200.00	4.36%	2021.11.24	2022.11.23

江苏银行股份有限公司苏州平江支行	300.00	4.36%	2021.08.10	2022.08.09
中国民生银行股份有限公司苏州分行	500.00	4.30%	2021.11.10	2022.11.10
中信银行股份有限公司苏州分行	1,000.00	3.85%	2022.03.08	2023.03.07
中国建设银行股份有限公司苏州长三角一体化示范区分行	500.00	3.60%	2022.06.22	2023.06.21
<b>合计</b>	<b>3,500.00</b>			

公司资金周转及银行信用情况良好，各类银行借款未曾逾期。

## (2) 合同负债

2020年末、2021年末、2022年6月末，公司合同负债金额为960.11万元、839.74万元及714.27万元，占流动负债总额的比例为12.10%、8.04%及6.43%。2020年末、2021年末、2022年6月末余额主要系公司根据新收入准则规定，将预收货款调整至合同负债科目核算。

## (3) 其他流动负债

2020年末、2021年末、2022年6月末，其他流动负债余额为258.52万元、256.48万元、228.70万元，主要为应付退货款及待转销项税，其中，待转销项税系根据新收入准则规定，将预收货款对应的增值税转至其他流动负债科目核算。

## (4) 期末偿债能力

公司期末偿债指标如下：

项目	2022年 6月30日	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
资产负债率（合并）	42.48%	39.45%	38.78%	42.31%
流动比率	2.25	2.37	2.36	2.16
速动比率	0.68	0.89	0.92	0.86

报告期各期末，发行人的流动比率和速动比率整体较为稳定，流动比率均大于2.00、速动比率接近1.00，因此公司各期末偿债能力较好。

## (八) 股东权益

## 1、股本

单位：万元

	2021年12月31日	本期变动					2022年6月30日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	2,744.3172						2,744.3172

单位：万元

	2020年12月31日	本期变动					2021年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	2,644.3172	100				100	2,744.3172

单位：万元

	2019年12月31日	本期变动					2020年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	2,644.3172						2,644.3172

单位：万元

	2018年12月31日	本期变动					2019年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	2,644.3172						2,644.3172

### 科目具体情况及说明：

2021年11月27日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过了《关于<苏州太湖雪丝绸股份有限公司股票定向发行说明书>的议案》。本次发行已于2021年12月实施完毕，本次新增的注册资本为人民币100万元，公司股本由26,443,172.00股增加至27,443,172.00股。本次发行定价18元/股，募集资金总额1,800万元，实际募集资金净额与新增注册资本的差额1,700万元计入资本公积（股本溢价）。

## 2、其他权益工具

适用 不适用

## 3、资本公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
资本溢价（股本溢价）	3,005.77	261.55		3,267.32
其他资本公积		351.93		351.93
<b>合计</b>	<b>3,005.77</b>	<b>613.48</b>		<b>3,619.24</b>

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
资本溢价（股本溢价）	1,566.49	1,700	260.72	3,005.77
其他资本公积				
合计	<b>1,566.49</b>	<b>1,700</b>	<b>260.72</b>	<b>3,005.77</b>

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
资本溢价（股本溢价）	1,566.49			1,566.49
其他资本公积				
合计	<b>1,566.49</b>			<b>1,566.49</b>

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
资本溢价（股本溢价）	1,566.49			1,566.49
其他资本公积				
合计	<b>1,566.49</b>			<b>1,566.49</b>

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

适用 不适用

科目具体情况及说明：

2021年发行人资本公积的增加主要系公司通过非公开发行方式，发行100.00万股新股，募集资金总额为1,800.00万元，计入资本公积1,700.00万元所致。

2021年发行人资本公积的减少主要系发行人收购盛太丝绸及美国SilkBox，属于同一控制下的企业合并，合并抵减资本公积260.72万元。

2022年1-6月发行人股本溢价的增加主要系公司实际控制人胡毓芳将苏州市盛太丝绸有限公司、SilkBoxInc.全部股权受让款无偿捐赠给太湖雪，共计261.55万元人民币。

2022年1-6月发行人其他资本公积的增加主要系公司实行员工股权激励，属于以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，公司以对可解锁份额的最佳估计为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积，因此其他资本公积增加351.93万元。

#### 4、库存股

□适用 √不适用

## 5、其他综合收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2021年 12月31 日	本期发生额					2022年 6月30 日
		本期所 得税前 发生额	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 损益	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 留存收益	减：所得 税费用	税后归 属于母 公司	
一、不能重分类 进损益的其他综 合收益							
其中：重新计量 设定受益计划变 动额							
权益法下不 能转损益的其他 综合收益							
其他权益工 具投资公允价值 变动							
企业自身信 用风险公允价值 变动							
二、将重分类进 损益的其他综合 收益	-15.16	8.97				8.97	-6.18
其中：权益法下 可转损益的其他 综合收益							
其他债权投 资公允价值变动							
金融资产重 分类计入其他综 合收益的金额							
其他债权投 资信用减值准备							
现金流量套 期储备							
外币财务报 表折算差额	-15.16	8.97				8.97	-6.18

其他综合收益合计	-15.16	8.97			8.97		-6.18
----------	--------	------	--	--	------	--	-------

单位：万元

项目	2020年 12月31日	本期发生额						2021年 12月31日
		本期所 得税前 发生额	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 损益	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 留存收益	减：所得 税费用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益								
其中：重新计量设定受益计划变动额								
权益法下不能转损益的其他综合收益								
其他权益工具投资公允价值变动								
企业自身信用风险公允价值变动								
二、将重分类进损益的其他综合收益	-12.78	-2.37				-2.37		-15.16
其中：权益法下可转损益的其他综合收益								
其他债权投资公允价值变动								
金融资产重分类计入其他综合收益的金额								
其他债权投资信用减值准备								
现金流量套期储备								
外币财务报表折算差额	-12.78	-2.37				-2.37		-15.16
其他综合收益合计	-12.78	-2.37				-2.37		-15.16

单位：万元

项目	2019年 12月31日	本期发生额						2020年12月31日
		本期所 得税前	减：前期 计入其	减：前期 计入其他	减：所得 税费用	税后归属 于母公司	税后归属 于少	

	发生额	他综合 收益当 期转入 损益	综合收益 当期转入 留存收益			数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益							
其中：重新计量设定受益计划变动额							
权益法下不能转损益的其他综合收益							
其他权益工具投资公允价值变动							
企业自身信用风险公允价值变动							
二、将重分类进损益的其他综合收益	-12.78				-12.78		-12.78
其中：权益法下可转损益的其他综合收益							
其他债权投资公允价值变动							
金融资产重分类计入其他综合收益的金额							
其他债权投资信用减值准备							
现金流量套期储备							
外币财务报表折算差额	-12.78				-12.78		-12.78
其他综合收益合计	-	-12.78			-12.78		-12.78

单位：万元

项目	2018年 12月31 日	本期发生额						2019年 12月31 日
		本期所 得税前 发生额	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 损益	减：前期 计入其 他综合 收益 当期转入 留存收益	减：所得 税费用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益								

其中：重新计量 设定受益计划变 动额								
权益法下不 能转损益的其他 综合收益								
其他权益工 具投资公允价值 变动								
企业自身信 用风险公允价值 变动								
二、将重分类进 损益的其他综合 收益								
其中：权益法下 可转损益的其他 综合收益								
其他债权投 资公允价值变动								
金融资产重 分类计入其他综 合收益的金额								
其他债权投 资信用减值准备								
现金流量套 期储备								
外币财务报 表折算差额								
其他综合收益合 计	-							-

### 科目具体情况及说明：

其他综合收益主要为外币报表折算差额导致。

### 6、专项储备

适用 不适用

### 7、盈余公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
法定盈余公积	1,173.22	154.85		1,328.07
任意盈余公积				

<b>合计</b>	<b>1,173.22</b>	<b>154.85</b>		<b>1,328.07</b>

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
法定盈余公积	822.03	351.19		1,173.22
任意盈余公积				
<b>合计</b>	<b>822.03</b>	<b>351.19</b>		<b>1,173.22</b>

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
法定盈余公积	609.81	212.22		822.03
任意盈余公积				
<b>合计</b>	<b>609.81</b>	<b>212.22</b>		<b>822.03</b>

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
法定盈余公积	477.27	132.54		609.81
任意盈余公积				
<b>合计</b>	<b>477.27</b>	<b>132.54</b>		<b>609.81</b>

#### 科目具体情况及说明：

公司按净利润的 10% 提取法定盈余公积。法定盈余公积累计额达到公司注册资本 50% 以上的，不再提取。

#### 8、未分配利润

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
调整前上期末未分配利润	10,813.88	7,530.68	5,303.19	4,201.63
调整期初未分配利润合计数				
调整后期初未分配利润	10,813.88	7,530.68	5,303.19	4,201.63
加：本期归属于母公司所有者的净利润	1,396.75	3,634.38	2,439.70	1,234.11
减：提取法定盈余公积	154.85	351.19	212.22	132.54
提取任意盈余公积				
提取一般风险准备				
应付普通股股利	2,511.05			
转作股本的普通股股利				
期末未分配利润	9,544.72	10,813.88	7,530.68	5,303.19

调整期初未分配利润明细：

适用 不适用

科目具体情况及说明：

无

## 9、其他披露事项

无

## 10、股东权益总体分析

报告期各期末，公司股东权益金额分别为 10,218.61 万元、12,580.70 万元、17,853.72 万元和 17,336.64 万元。公司归属于母公司所有者权益逐年增加，主要系公司报告期内实现了较好的盈利，带来留存收益逐年增加，同时公司在 2021 年 12 月完成了定增融资 1,800 万元。

## （九）资产负债科目分析

### 1、货币资金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
库存现金	0.00	13.16	0.36	1.82
银行存款	4,050.99	4,090.64	2,979.5	1,056.1
其他货币资金	459.40	539.36	1,383.6	476.65
<b>合计</b>	<b>4,510.39</b>	<b>4,643.16</b>	<b>4,363.46</b>	<b>1,534.57</b>
其中：存放在境外的款项总额	291.14	281.52	1,118.94	330.66

使用受到限制的货币资金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
保证金		5.00	5.00	150.00
定期存款	6.00	51.89	-	
<b>合计</b>	<b>6.00</b>	<b>56.89</b>	<b>5.00</b>	<b>150.00</b>

科目具体情况及说明：

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 1,534.57 万元、4,363.46 万元、4,643.16 万元和 4,510.39 万元。货币资金余额的增加主要系公司销售规模扩大、回款情况较好，经营性资金积累逐渐增加。

2019 年末，公司存在受限的金额 150 万元，主要是公司为开具银行承兑汇票而支付的保证金。

公司其他货币资金主要为支付宝账户余额、境内及境外线上店铺收款账户余额。

## 2、预付款项

√适用 □不适用

### 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	1,389.71	100.00%	2,090.99	99.86%	195.59	99.15%	60.12	96.99%
1 至 2 年			2.31	0.11%	0.85	0.43%	1.87	3.01%
2 至 3 年			0.62	0.03%	0.82	0.42%		
3 年以上								
<b>合计</b>	<b>1,389.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,093.92</b>	<b>100.00%</b>	<b>197.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>61.99</b>	<b>100.00%</b>

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

### 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022 年 6 月 30 日	占预付账款期末余额比例 (%)
盖州市佳兴丝绢有限责任公司	600.16	43.19
PriceTraceLLC	281.62	20.26
桐乡市钱桑家纺有限公司	212.73	15.31
盖州市东兴棉绢纺织有限公司	117.17	8.43
盖州市友凤丝绢纺织有限公司	93.82	6.75%
<b>合计</b>	<b>1,305.49</b>	<b>93.94</b>

单位：万元

单位名称	2021 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
盖州市东兴棉绢纺织有限公司	634.3	30.29%
盖州市友凤丝绢纺织有限公司	420.5	20.08%
盖州市德盛丝绢有限责任公司	338.51	16.17%

盖州市润国丝绵有限公司	151.75	7.25%
盖州市佳兴丝绢有限责任公司	132.84	6.34%
<b>合计</b>	<b>1,677.9</b>	<b>80.13%</b>

单位：万元

单位名称	2020年12月31日	占预付账款期末余额比例(%)
南通伊丹诺家用纺织品有限公司	48.06	24.36%
浙江曼丝诺丝绸股份有限公司	40.01	20.28%
南通钧皓纺织科技有限公司	24.46	12.40%
深圳市新雅美包装制品有限公司	11.09	5.62%
南通宝盈纺织科技有限公司	10.01	5.07%
<b>合计</b>	<b>133.62</b>	<b>67.73%</b>

单位：万元

单位名称	2019年12月31日	占预付账款期末余额比例(%)
广西百姓人家家纺有限公司	28.8	46.46%
江苏贸促国际会展有限公司	6.58	10.62%
南通杰舒屋纺织品有限公司	5.27	8.49%
卢菊花	4.65	7.50%
高新区镇湖朱福珍绣庄	3.51	5.66%
<b>合计</b>	<b>48.81</b>	<b>78.73%</b>

### 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司预付账款账面价值分别为 61.99 万元、197.26 万元、2,093.92 万元以及 1,389.71 万元，占流动资产的比例分别为 0.39%、1.05%、8.44% 和 5.57%。2021 年末预付账款比 2020 年末预付账款大幅增加的原因主要是公司为了锁定原材料价格和保证原材料的及时供应，向盖州市东兴棉绢纺织有限责任公司、盖州市友凤丝绢纺织有限公司、盖州市德盛丝绢有限责任公司、盖州市润国丝绵有限公司、盖州市佳兴丝绢有限责任公司等预付了 1,600 多万货款。

### 3、合同资产

适用 不适用

### 4、其他应收款

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应收利息			14.84	13.29
应收股利				
其他应收款	267.75	232.13	332.60	611.48

合计	267.75	232.13	347.44	624.78
----	--------	--------	--------	--------

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022年6月30日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	287.43	100.00%	19.68	6.85%	267.75
其中：账龄组合	287.43	100.00%	19.68	6.85%	267.75
合计	287.43	100.00%	19.68	6.85%	267.75

单位：万元

类别	2021年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	250.28	100.00%	18.14	7.25%	232.13
其中：账龄组合	250.28	100.00%	18.14	7.25%	232.13
低风险信用组合					
合计	250.28	100.00%	18.14	7.25%	232.13

单位：万元

类别	2020年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	366.51	100.00%	19.07	5.42%	347.44
其中：账龄组合	351.67	95.95%	19.07	5.42%	332.6
低风险信用组合					
应收利息	14.84	4.05%			14.84
合计	366.51	100.00%	19.07	5.42%	347.44

单位：万元

类别	2019年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例	

				(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中:					
按组合计提坏账准备的其他应收款	656.96	100.00%	32.18	5.00%	624.78
其中: 账龄组合	643.67	97.98%	32.18	5.00%	611.48
低风险信用组合					
应收利息	13.29	2.02%			13.29
<b>合计</b>	<b>656.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.18</b>	<b>5.00%</b>	<b>624.78</b>

1) 按单项计提坏账准备

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

适用 不适用

单位: 万元

组合名称	2022年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
账龄组合	287.43	19.68	6.85%
<b>合计</b>	<b>287.43</b>	<b>19.68</b>	<b>6.85%</b>

单位: 万元

组合名称	2021年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
账龄组合	250.28	18.14	7.25%
低风险信用组合			
<b>合计</b>	<b>250.28</b>	<b>18.14</b>	<b>7.25%</b>

单位: 万元

组合名称	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
账龄组合	351.67	19.07	5.42%
低风险信用组合			
<b>合计</b>	<b>351.67</b>	<b>19.07</b>	<b>5.42%</b>

单位: 万元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
账龄组合	643.67	32.18	5.00%
低风险信用组合			
<b>合计</b>	<b>643.67</b>	<b>32.18</b>	<b>5.00%</b>

确定组合依据的说明:

见本招股说明书之“第七节财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“(一)

会计政策和会计估计”之“14、其他应收款”。

③如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2022 年 1 月 1 日余额	18.14			18.14
2022 年 1 月 1 日余额在本期				
--转入第二阶段				
--转入第三阶段				
--转回第二阶段				
--转回第一阶段				
本期计提	2.54			2.54
本期转回				
本期转销	1.00			1.00
本期核销				
其他变动				
2022 年 6 月 30 日余额	19.68			19.68

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

适用 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

适用 不适用

## （2）应收利息

### 1) 应收利息分类

适用 不适用

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
定期存款				
委托贷款				
债券投资				
其他			14.84	13.29
<b>合计</b>			<b>14.84</b>	<b>13.29</b>

### 2) 重要逾期利息

适用 不适用

### (3) 应收股利

适用 不适用

### (4) 其他应收款

适用 不适用

#### (一)按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
保证金及押金	229.23	206.66	151.15	156.87
备用金	14.51	10.3	6.3	27.3
往来款	0.34	0.81	172.46	440.55
代收代付款	22.53	21.27	7.21	4.3
预付款项	-	-	-	0.21
其他	20.82	11.24	14.55	14.43
合计	<b>287.43</b>	<b>250.28</b>	<b>351.67</b>	<b>643.67</b>

#### (二)按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
1年以内	139.58	109.17	232.57	524.11
其中：				
1至2年	48.18	42.73	32.56	40.17
2至3年	6.99	29.76	20.23	18.5
3年以上				
3至4年	22.75	17.23	14.5	46.95
4至5年	23.65	14.5	44.88	9.64
5年以上	46.28	36.88	6.93	4.3
合计	<b>287.43</b>	<b>250.28</b>	<b>351.67</b>	<b>643.67</b>

#### ③报告期内实际核销的其他应收款情况

适用 不适用

#### (三)按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

适用 不适用

单位：万元

单位名称	2022年6月30日			
	款项性质	2022年6月30日	账龄	占其他应收款期末余额合计

				数的比例(%)	
周立芬	履约保证金	25.00	5年以上	8.70	1.25
天玑星辉(苏州)科技有限公司	履约保证金	23.18	1年以内	8.06	1.16
北京新燕莎商业有限公司	履约保证金	22.05	1-4年	7.67	1.10
北京京东世纪贸易有限公司	履约保证金	10.00	1年以内	3.48	0.50
有品信息科技有限公司	履约保证金	10.00	1-2年	3.48	0.50
<b>合计</b>	-	<b>90.23</b>	-	<b>31.39</b>	<b>4.51</b>

单位：万元

单位名称	2021年12月31日				
	款项性质	2021年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
周立芬	履约保证金	25.00	5年以上	9.99%	1.25
天玑星辉(苏州)科技有限公司	履约保证金	23.18	1年以内	9.26%	1.16
北京新燕莎商业有限公司	履约保证金	22.05	1-3年	8.81%	1.10
北京京东世纪贸易有限公司	履约保证金	10.00	4-5年	4.00%	0.50
杭州优买科技有限公司	履约保证金	10.00	1-2年	4.00%	0.50
<b>合计</b>	-	<b>90.23</b>	-	<b>36.06%</b>	<b>4.51</b>

单位：万元

单位名称	2020年12月31日				
	款项性质	2020年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
胡毓芳	往来款	172.46	1年以内	49.04%	8.62
周立芬	履约保证金	25.00	4-5年	7.11%	1.25
北京新燕莎商业有限公司	履约保证金	23.05	1-2年	6.55%	1.15
北京京东世纪贸易有限公司	履约保证金	10.00	3-4年	2.84%	0.50
杭州优买科技有限公司	履约保证金	10.00	1年以内	2.84%	0.50
<b>合计</b>	-	<b>240.51</b>	-	<b>68.38%</b>	<b>12.02</b>

单位：万元

单位名称	2019年12月31日				
	款项性质	2019年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
周健	往来款	245.00	1年以内	38.06%	12.25
胡毓芳	往来款	195.55	1年以内	30.38%	9.78
周立芬	履约保证金	25.00	3-4年	3.88%	1.25

北京新燕莎商业有限公司	履约保证金	23.65	1年以内	3.67%	1.18
张爽英	备用金	20.00	1-2年	3.11%	1.25
<b>合计</b>	-	<b>509.20</b>	-	<b>79.10%</b>	<b>25.71</b>

### ⑤涉及政府补助的其他应收款

适用 不适用

#### (5) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 624.78 万元、347.44 万元、232.13 万元以及 267.75 万元，占流动资产的比例分别为 3.90%、1.86%、0.94% 和 1.07%。报告期各期末，公司其他应收款主要包括保证金及押金、往来款、代收代付款及备用金等，金额整体呈现下降趋势，主要原因系往来款逐年下降所致。

### 5、应付票据

适用 不适用

### 6、应付账款

适用 不适用

#### (1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2022年6月30日
材料款	1,168.12
加工费	240.07
成品款	131.98
<b>合计</b>	<b>1,540.17</b>

#### (2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2022年6月30日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例(%)	款项性质
山东淄博大染坊丝绸集团有限公司	255.31	16.58%	材料款
广西宜州市百姓人家家纺有限公司	149.69	9.72%	材料款
南通伊丹诺家用纺织品有限公司	89.98	5.84%	材料费
吴江区平望镇尚雅服装店	89.57	5.82%	加工款
浙江曼丝诺丝绸股份有限公司	72.93	4.74%	材料款
<b>合计</b>	<b>657.48</b>	<b>42.69%</b>	-

### (3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

适用 不适用

### (4) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司应付账款账面价值分别为 2,014.27 万元、2,023.07 万、1,825.38 万元以及 1,540.17 万元，占流动负债的比例分别为 27.18%、25.49%、17.47% 和 13.87%。报告期各期末，公司应付账款主要为应付材料款、加工费以及成品款等。

## 7、预收款项

适用 不适用

## 8、应付职工薪酬

适用 不适用

应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 6 月 30 日
1、短期薪酬	980.50	2,179.93	2,447.82	712.61
2、离职后福利-设定提存计划		165.48	165.08	0.40
3、辞退福利				
4、一年内到期的其他福利				
<b>合计</b>	<b>980.50</b>	<b>2,345.41</b>	<b>2,612.90</b>	<b>713.01</b>

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	704.50	4,287.08	4,011.08	980.50
2、离职后福利-设定提存计划	-	243.47	243.47	
3、辞退福利	-			
4、一年内到期的其他福利	-			
<b>合计</b>	<b>704.50</b>	<b>4,530.55</b>	<b>4,254.55</b>	<b>980.50</b>

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2020 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	541.52	3,595.1	3,432.12	704.5
2、离职后福利-设定提存计划		21.36	21.36	-
3、辞退福利	0.8		0.8	-
4、一年内到期的其他福利				-

合计	542.32	3,616.45	3,454.28	704.50
----	--------	----------	----------	--------

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、短期薪酬	498.98	3,508.14	3,465.6	541.52
2、离职后福利-设定提存计划		202.65	202.65	
3、辞退福利	0.8			0.8
4、一年内到期的其他福利				
合计	499.79	3,710.79	3,668.26	542.32

### (一)短期薪酬列示

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、工资、奖金、津贴和补贴	654.81	1,884.36	2,205.79	333.38
2、职工福利费		77.03	77.03	
3、社会保险费		78.75	78.49	0.26
其中：医疗保险费		71.38	71.13	0.26
工伤保险费		3.65	3.65	0.00
生育保险费		3.72	3.72	
4、住房公积金		76.26	76.09	0.17
5、工会经费和职工教育经费	325.69	63.53	10.41	378.81
6、短期带薪缺勤	-			
7、短期利润分享计划	-			
合计	980.50	2,179.93	2,447.82	712.61

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	492.34	3,804.88	3,642.4	654.81
2、职工福利费	-	123.44	123.44	-
3、社会保险费	-	123.39	123.39	-
其中：医疗保险费	-	107.83	107.83	-
工伤保险费	-	4.98	4.98	-
生育保险费	-	10.58	10.58	-
4、住房公积金	-	103.49	103.49	-
5、工会经费和职工教育经费	212.16	131.89	18.36	325.69
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	704.5	4,287.08	4,011.08	980.5

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	416.64	3,229.47	3,153.77	492.34
2、职工福利费	-	100.06	100.06	-
3、社会保险费	-	86.91	86.91	-
其中：医疗保险费	-	77.45	77.45	-
工伤保险费	-	0.51	0.51	-
生育保险费	-	8.94	8.94	-
4、住房公积金	-	67.07	67.07	-
5、工会经费和职工教育经费	124.88	111.59	24.31	212.16
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>541.52</b>	<b>3,595.1</b>	<b>3,432.12</b>	<b>704.5</b>

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	421.66	3,098.25	3,103.27	416.64
2、职工福利费	-	119.58	119.58	-
3、社会保险费	-	108.99	108.99	-
其中：医疗保险费	-	92.85	92.85	-
工伤保险费	-	6.83	6.83	-
生育保险费	-	9.32	9.32	-
4、住房公积金	-	75.15	75.15	-
5、工会经费和职工教育经费	77.33	106.17	58.62	124.88
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>498.98</b>	<b>3,508.14</b>	<b>3,465.6</b>	<b>541.52</b>

## (二) 设定提存计划

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、基本养老保险		160.46	160.08	0.38
2、失业保险费		5.02	5.00	0.02
3、企业年金缴费				
<b>合计</b>		<b>165.48</b>	<b>165.08</b>	<b>0.40</b>

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、基本养老保险		236	236	
2、失业保险费		7.47	7.47	
3、企业年金缴费				
<b>合计</b>	-	<b>243.47</b>	<b>243.47</b>	

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、基本养老保险		20.59	20.59	
2、失业保险费		0.76	0.76	
3、企业年金缴费				
合计		<b>21.36</b>	<b>21.36</b>	-

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、基本养老保险		196.38	196.38	
2、失业保险费		6.27	6.27	
3、企业年金缴费				
合计		<b>202.65</b>	<b>202.65</b>	

### (三)科目具体情况及说明

公司应付职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴以及职工福利费等，报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 542.32 万元、704.50 万元、980.50 万元和 713.01 万元，占流动负债比例分别为 7.32%、8.88%、9.38%和 6.42%。报告期各期末余额较为稳定。

## 9、其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应付利息		49.56	29.25	8.42
应付股利	2,297.74			
其他应付款	448.16	1,059.90	633.58	621.71
合计	<b>2,745.90</b>	<b>1,109.46</b>	<b>662.83</b>	<b>630.13</b>

### (1) 应付利息

√适用□不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
分期付款到期还本的长期借款利息				
企业债券利息				
短期借款应付利息		49.56	29.25	8.42
划分为金融负债的优先股\永续债利息				

<b>合计</b>		<b>49.56</b>	<b>29.25</b>	<b>8.42</b>

重要的已逾期未支付的利息情况：

适用 不适用

## (2) 应付股利

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
普通股股利	2,297.74			
<b>合计</b>	<b>2,297.74</b>			

其他说明：

适用 不适用

## (3) 其他应付款

适用 不适用

(一)按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
往来款	179.72	509.66	463.63	351.58
保证金	92.80	99.80	107.80	79.8
代收代付款	0.90	0.99	0.01	0.01
应付费用	174.73	449.46	62.14	190.31
<b>合计</b>	<b>448.16</b>	<b>1,059.90</b>	<b>633.58</b>	<b>621.71</b>

(二)其他应付款账龄情况

适用 不适用

单位：万元

账龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	374.16	83.49%	655.59	61.85%	257.24	40.60%	565.02	90.88%
1至2年	15.93	3.55%	239.15	22.56%	331.31	52.29%	13.10	2.11%
2至3年	31.06	6.93%	135.16	12.75%	8.06	1.27%	11.56	1.86%
3年以上	27.00	6.02%	30.00	2.83%	36.96	5.83%	32.03	5.15%
<b>合计</b>	<b>448.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,059.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>633.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>621.71</b>	<b>100.00%</b>

### ③账龄超过1年的重要其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	最近一期期末余额	未偿还或未结转的原因
赖以云	30.00	尚未到期
苏州金钺水韵丝绸有限公司	10.00	尚未到期
<b>合计</b>	<b>40.00</b>	-

### (三)其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022年6月30日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
吴江青商投资有限公司	关联方	购房款	177.80	1年以内	39.67%
重庆京东海嘉电子商务有限公司	非关联方	广宣费	51.22	1年以内	11.43%
吴江区震泽镇江盛装璜装饰服务部	非关联方	维修费	35.49	1年以内	7.92%
赖以云	非关联方	保证金	30.00	2-3年	6.69%
苏州金友信息科技有限公司	非关联方	软件费	17.00	1年以内	3.79%
<b>合计</b>	-	-	<b>311.50</b>	-	<b>69.51%</b>

√适用 □不适用

单位名称	2021年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
胡毓芳	关联方	代垫款	318.29	3年以内	30.03%
谦寻(杭州)文化传媒有限公司	非关联方	推广费	281.79	1年以内	26.59%
吴江青商投资有限公司	关联方	购房款	153.52	1年以内	14.48%
重庆京东海嘉电子商务有限公司	非关联方	广宣费	51.22	1年以内	4.83%
王安琪	关联方	代垫款	36.67	1年以内	3.46%
<b>合计</b>	-	-	<b>841.49</b>	-	<b>79.39%</b>

√适用 □不适用

单位名称	2020年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
胡毓芳	关联方	代垫款	461.34	2年以内	72.81%
广西桂合科技有限公司	非关联方	保证金	30.00	2年以内	4.73%
淘宝(中国)软件有限公司	非关联方	代扣费用	17.50	2年以内	2.76%

浙江天猫技术有限公司	非关联方	代扣费用	11.11	2年以内	1.75%
苏州金钺水韵丝绸有限公司	非关联方	保证金	10.00	1年以内	1.58%
<b>合计</b>	-	-	<b>529.95</b>	-	<b>83.64%</b>

√适用 □不适用

单位名称	2019年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
胡毓芳	关联方	代垫款	348.51	1年以内	56.06%
广西桂合科技有限公司	非关联方	保证金	30.00	1年以内	4.83%
苏州太湖雪丝织科技有限公司	潜在利益相关方	房租	20.00	1年以内	3.22%
虹世天纪科技(北京)有限责任公司	非关联方	软件费	15.00	1年以内	2.41%
淘宝(中国)软件有限公司	非关联方	代扣费用	11.13	2年以内	1.79%
<b>合计</b>	-	-	<b>424.64</b>	-	<b>68.30%</b>

#### (4) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他应付账款余额分别为 630.13 万元、662.83 万元、1,109.46 万元和 2,745.90 万元，占流动负债比例分别为 8.50%、8.35%、10.62%和 24.74%。其他应付款主要包括保证金、往来款等。

2021 年末公司其他应付款余额较 2020 年末增加，主要原因系公司 2021 年聘请了谦寻(杭州)文化传媒有限公司为公司做产品销售推广而需要支付 281.79 万元的佣金提成费以及应付给吴江青商投资有限公司 153.52 万的购房款。2022 年 6 月末其他应付款余额较 2021 年末增加，主要原因系公司年度利润分配应付股利 2,297.74 万元。

## 10、合同负债

√适用 □不适用

### 合同负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
货款	714.27	839.74	960.11	-
<b>合计</b>	<b>714.27</b>	<b>839.74</b>	<b>960.11</b>	

报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

### 科目具体情况及说明

2020年末、2021年末、2022年6月末，公司合同负债金额为960.11万元、839.74万元和714.27万元，占流动负债总额的比例为12.10%、8.04%和6.43%。2020年末和2021年末余额主要系公司根据新收入准则规定，将预收货款调整至合同负债科目核算。

### 11、长期应付款

适用 不适用

### 12、递延收益

适用 不适用

### 13、递延所得税资产/递延所得税负债

适用 不适用

#### (1) 未经抵销的递延所得税资产

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	549.08	82.17	726.22	108.86
内部交易未实现利润	294.76	44.21	60.63	6.06
可抵扣亏损	118.91	2.98	42.45	1.06
预计负债	68.31	9.99	98.58	14.68
股权激励	351.93	51.86	-	
合计	<b>1,382.99</b>	<b>191.20</b>	<b>927.88</b>	<b>130.67</b>

项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	640.41	95.81	646.10	95.77
内部交易未实现利润	59.06	5.91	81.75	8.18
可抵扣亏损	0.09	0.00	0.00	
预计负债	91.84	13.73	85.41	12.77
合计	<b>791.39</b>	<b>115.44</b>	<b>813.27</b>	<b>116.72</b>

#### (2) 未经抵销的递延所得税负债

适用 不适用

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

适用 不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
可抵扣暂时性差异	9.92	5.3	2.86	
可抵扣亏损	84.16	18.58	0.38	110.55
合计	94.08	23.88	3.24	110.55

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

适用 不适用

单位：万元

年份	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日	备注
2024				110.55	
2025	0.38	0.38	0.38		
2026	18.19	18.19			
2027	65.58				
合计	84.16	18.58	0.38	110.55	-

(6) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 116.72 万元、115.44 万、130.67 万元和 191.20 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 6.81%、6.27%、2.79% 以及 3.69%，递延所得税资产主要是计提各项资产减值准备形成的可抵扣暂时性差异。

报告期各期末，公司不存在递延所得税负债。

14、其他流动资产

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
待摊费用	716.90	209.58	198.39	207.74
预缴税金	2.67	8.09	91.72	213.9
上市发行费用	271.10	56.6	-	-

待抵扣进项税	74.29	74.58		20.24
应收退货成本	78.34	72.12	77.88	
<b>合计</b>	<b>1,143.30</b>	<b>420.98</b>	<b>367.98</b>	<b>441.88</b>

#### 科目具体情况及说明:

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 441.88 万元、367.98 万元、420.98 万元以及 1,143.30 万元，占各期末流动资产的比例分别为 2.76%、1.97%、1.70%和 4.58%，占比较小，主要为待摊费用、上市发行费用、待抵扣进项税及应收退货成本等。

### 15、其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日			2021年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
软件费				8.20		8.20
办公家具				7.39		7.39
<b>合计</b>				<b>15.59</b>		<b>15.59</b>

项目	2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
不动产预付	750.00		750.00	600.00		600.00
软件款	15.00		15.00			
<b>合计</b>	<b>765.00</b>		<b>765.00</b>	<b>600.00</b>		<b>600.00</b>

#### 科目具体情况及说明:

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 600 万元、765 万元以及 15.59 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 35.01%、41.56%以及 0.33%。其他非流动资产主要由预付的购房款及软件款。2019 年末及 2020 年末大额的预付不动产款主要是预付给吴江青商投资有限公司的购房款。

### 16、其他披露事项

无

### 17、其他资产负债科目总体分析

### (1) 使用权资产

单位：万元

项目	房屋及建筑物	机器设备	合计
1. 账面原值			
(1) 2022年1月1日余额	2,450.42		2,450.42
(2) 本期增加金额	849.81		849.81
-新增租赁	849.81		849.81
-企业合并			
(3) 本期减少金额	267.41		267.41
-转出至固定资产			
-租赁终止	267.41		267.41
(4) 期末余额	3,032.82		3,032.82
2. 累计折旧			
(1) 2022年1月1日余额	728.48		728.48
(2) 本期增加金额	390.90		390.90
-计提	390.90		390.90
(3) 本期减少金额	267.41		267.41
-转出至固定资产			
-租赁终止	267.41		267.41
(4) 2022年6月30日余额	851.97		851.97
3. 减值准备			
(1) 2022年1月1日余额			
(2) 本期增加金额			
-计提			
(3) 本期减少金额			
-转出至固定资产			
-处置			
(4) 2022年6月30日余额			
4. 账面价值			
(1) 2022年12月31日账面	2,180.85		2,180.85
(2) 2022年1月1日账面价值	1,721.94		1,721.94

注：使用权资产主要是太湖雪各个门店的租赁费用，公司自2021年1月1日起执行《企业会计准则第21号—租赁》即新租赁准则，按照增量借款利率折现，对日前已存在的经营租赁做出的调整。

### (2) 预收账款

单位：万元				
项目	2022年1-6月	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
预收账款				624.63
合计				<b>624.63</b>

### 三、盈利情况分析

#### (一) 营业收入分析

##### 1、营业收入构成情况

单位：万元								
项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收入	13,054.25	99.58%	37,108.94	99.50%	30,914.48	99.50%	23,477.27	99.29%
其他业务收入	55.02	0.42%	185.06	0.50%	154.37	0.50%	168.82	0.71%
合计	<b>13,109.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,294.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,068.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,646.09</b>	<b>100.00%</b>

##### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务收入分别为 23,477.27 万元、30,914.48 万元、37,108.94 万元和 13,054.25 万元，占当期营业收入的比例分别为 99.29%、99.50%、99.50% 和 99.58%，主营业务突出。公司主营业务收入来源于蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰等产品的销售，2019 年至 2021 年，公司主营业务收入的年均复合增长率为 25.72%，整体呈增长趋势。

公司其他业务收入主要来源于面料等销售，报告期各期，其他业务收入金额及占比均较小。

##### 2、主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元								
项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
蚕丝被	7,416.10	56.81%	21,054.63	56.74%	16,809.11	54.37%	12,902.09	54.96%
床品套件	4,140.01	31.71%	10,805.94	29.12%	9,367.50	30.30%	6,641.78	28.29%

丝绸饰品	1,025.57	7.86%	3,989.98	10.75%	3,828.16	12.38%	3,093.24	13.18%
丝绸服饰及其他	472.57	3.62%	1,258.39	3.39%	909.70	2.94%	840.17	3.58%
<b>合计</b>	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

### 科目具体情况及说明：

公司主营蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰产品的研发、生产和销售，其中蚕丝被、床品套件为公司的核心产品，也是主营业务收入的主要来源，报告期内，该两类产品销售收入占主营业务收入的比重分别为 83.25%、84.67%、85.86%和 88.52%。同时，公司对丝绸饰品及丝绸服饰产品不断推陈出新，产品市场认可度和需求量上升，收入实现稳步提升。

#### (1) 蚕丝被

报告期各期，公司蚕丝被产品的销售收入分别为 12,902.09 万元、16,809.11 万元、21,054.63 万元和 7,416.10 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 54.96%、54.37%、56.74%和 56.81%。公司的蚕丝被内部填充 100%蚕丝，为满足不同场景的使用需求，可为消费者提供春秋被、夏被、冬被、子母被等多样化产品。报告期内，公司秉承“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，积极传播引导健康的丝绸产品消费理念，通过技术创新不断提升产品品质，“太湖雪”品牌知名度日益增强。蚕丝被产品作为公司传统优势产品系列，报告期内，保持了快速稳定的增长趋势，系公司主要的业绩增长来源。

#### (2) 床品套件

报告期各期，公司床品套件的销售收入分别为 6,641.78 万元、9,367.50 万元、10,805.94 万元和 4,140.01 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 28.29%、30.30%、29.12%和 31.71%，收入规模呈逐年上升趋势。公司的床品套件产品主要包括真丝套件、全棉套件、真丝枕套、蚕丝枕芯等。

#### (3) 丝绸饰品

报告期各期，公司丝绸饰品的销售收入分别为 3,093.24 万元、3,828.16 万元、3,989.98 万元和 1,025.57 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 13.18%、12.38%、10.75%和 7.86%，收入金额稳步增长。公司的丝绸饰品产品主要包括真丝丝巾、真丝眼罩、真丝口罩、真丝发带、真丝睡袋等。

#### (4) 丝绸服饰及其他

报告期各期，公司丝绸服饰及其他的销售收入分别为 840.17 万元、909.70 万元、1,258.39 万元和 472.57 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 3.58%、2.94%、3.39% 和 3.62%，2021 年公司丝绸服饰收入增长较快。公司的丝绸服饰产品主要包括真丝睡衣等。

### 3、主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)						
境内	10,359.96	79.36%	29,754.66	80.18%	23,894.26	77.29%	21,084.47	89.81%
境外	2,694.29	20.64%	7,354.28	19.82%	7,020.22	22.71%	2,392.81	10.19%
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

#### 科目具体情况及说明：

公司主营业务收入主要来自于境内，报告期各期公司境内销售收入分别为 21,084.47 万元、23,894.26 万元、29,754.66 万元和 10,359.96 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 89.81%、77.29%、80.18% 和 79.36%。针对境外销售渠道，公司积极开拓并取得了一定成效，报告期各期公司境外销售收入分别为 2,392.81 万元、7,020.22 万元、7,354.28 万元和 2,694.29 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 10.19%、22.71%、19.82% 和 20.64%，外销业务保持了持续增长的趋势。

报告期内，公司境内主营业务收入按地区分布如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	7,591.19	73.27%	21,379.31	71.85%	17,268.98	72.27%	18,190.03	86.27%
华北地区	1,766.18	17.05%	4,756.43	15.99%	4,255.55	17.81%	1,861.90	8.83%
华南地区	387.31	3.74%	1,226.57	4.12%	653.47	2.73%	331.99	1.57%
华中地区	218.22	2.11%	804.87	2.71%	576.82	2.41%	255.77	1.21%
西南	185.59	1.79%	702.57	2.36%	521.70	2.18%	218.72	1.04%

地区								
东北地区	100.01	0.97%	567.95	1.91%	374.48	1.57%	131.04	0.62%
西北地区	111.47	1.08%	316.98	1.07%	243.26	1.02%	95.02	0.45%
合计	<b>10,359.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,754.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,894.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,084.47</b>	<b>100.00%</b>

公司深耕丝绸产品多年，凭借长期经营积累的资源 and 经验，通过对产品的精准开发和定位，为客户持续提供品质优异的丝绸产品，取得了良好的市场口碑，报告期内境内销售收入逐年增长。公司的境内销售集中于华东地区和华北地区，主要系公司位于中国绸都集聚地苏州、杭州、湖州等环绕中心的震泽镇，是我国茧丝绸织造及贸易聚集地，多年产业发展使震泽周边的丝绸产业链体系完备，周边交通及产业条件十分便利，下游消费市场成熟，为公司提供了大量可供整合的优质资源。公司在保持上述区位优势地位的同时，积极布局销售网络，加大对北京等华北地区的营销力度，持续进行市场开拓和客户服务，提升公司产品的知名度与口碑。

外销业务方面，公司一方面依托亚马逊、eBay、太湖雪海外官网等跨境电商平台，另一方面通过阿里巴巴等平台及业务人员自主开发等多种渠道，不断加强对全球市场的开拓，实现了公司境外销售收入的快速增长。

#### 4、主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
线下销售：								
直营专卖	3,261.46	24.98%	8,223.50	22.16%	7,507.23	24.28%	7,908.42	33.69%
企业客户集采	3,037.91	23.27%	8,258.64	22.26%	5,704.78	18.45%	3,850.98	16.40%
直营商场专柜	463.00	3.55%	1,455.23	3.92%	1,337.30	4.33%	1,696.30	7.23%
经销商	302.83	2.32%	734.51	1.98%	1,109.67	3.59%	1,241.49	5.29%
小计	<b>7,065.21</b>	<b>54.12%</b>	<b>18,671.88</b>	<b>50.32%</b>	<b>15,658.98</b>	<b>50.65%</b>	<b>14,697.19</b>	<b>62.60%</b>
线上销售：								
自营店铺	4,688.94	35.92%	14,505.73	39.09%	10,944.85	35.40%	4,624.84	19.70%
平台入仓	839.07	6.43%	3,208.87	8.65%	3,173.27	10.26%	3,524.76	15.01%
直发模式	461.04	3.53%	722.47	1.95%	1,137.37	3.68%	630.49	2.69%
小计	5,989.05	45.88%	<b>18,437.06</b>	<b>49.68%</b>	<b>15,255.5</b>	<b>49.35%</b>	<b>8,780.09</b>	<b>37.40%</b>
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

## 科目具体情况及说明:

公司销售渠道分为线下销售及线上销售两类。线下销售渠道有利于产品体验和即时交易，线上销售渠道有利于便捷购物和快速占领市场，通过线上线下全渠道营销网络的互相导流和协同，公司及产品知名度得到有效提升。线下渠道作为传统的销售渠道，报告期内，其销售收入分别为 14,697.19 万元、15,658.98 万元、18,671.88 万元和 7,065.21 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 62.60%、50.65%、50.32%和 54.12%，是公司主要的收入来源。同时，随着公司对线上渠道的不断开拓及发展成熟，报告期内，公司线上销售收入分别为 8,780.09 万元、15,255.50 万元、18,437.06 万元和 5,989.05 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 37.40%、49.35%、49.68%和 45.88%，为公司收入增长的主要动力。

### (1) 线下销售渠道

公司线下销售渠道分为直营专卖、企业客户集采、直营商场专柜和经销商。

公司直营专卖门店主要布局在江苏、北京等经济发达的地区或城市，该类地区或城市具有较好的品牌示范效应以及市场影响力，是公司巩固品牌优势和拓展销售网络的重要区域市场。直营专卖作为公司具有战略意义的零售终端，发挥了公司品牌宣传以及产品推广的重要作用。报告期内，公司直营专卖实现销售 7,908.42 万元、7,507.23 万元、8,223.50 万元和 3,261.46 万元。

企业客户集采系公司通过销售团队开发企事业单位等客户。公司根据客户的个性化需求，如福利发放、商务馈赠等，针对性进行丝绸家纺或丝绸文创产品的设计开发，将客户元素和公司品牌进行共同呈现。经过多年发展，公司的销售团队已积累了大批优质客户资源，与主要客户建立了长期稳定的合作关系。报告期内，企业客户集采渠道收入增速较快，已成为公司收入的重要来源，为公司收入的持续增长奠定了良好基础。

直营商场专柜作为直营专卖的补充，选址大都分布在江苏、北京的大型购物商场内，从而覆盖部分直营专卖未覆盖的、但市场影响力较强的市场区域。报告期内，公司直营商场专柜销售基本保持稳定。

公司通过发展优质经销商，借助于经销商的销售网络，进一步扩大公司丝绸产品的

销售范围。报告期内，公司经销商渠道销售收入分别为 1,241.49 万元、1,109.67 万元、734.51 万元和 302.83 万元，呈逐年下降趋势，主要原因系 2020 年公司原经销商太湖雪家居由于经营未达预期，其股东谷向阳于 2020 年 11 月将太湖雪家居注销，不再与公司合作。

报告期内，线下销售渠道收入分别为 14,697.19 万元、15,658.98 万元、18,671.88 万元和 7,065.21 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 62.60%、50.65%、50.32%和 54.12%，销售金额持续增长，而占比出现下滑。近年来我国经济增速放缓，传统零售渠道承压较大，公司致力于强化和巩固传统渠道的终端销售网络，提升线下销售渠道的抗风险能力，公司报告期内线下渠道的销售收入仍实现了持续增长，同时，公司线上销售渠道的发展较线下销售渠道更为快速，来自于线上销售渠道的收入比重逐年增加，从而导致线下销售渠道的收入比重相对降低。

## （2）线上销售渠道

基于互联网线上销售对于业务发展的助推作用，公司在不断完善线下销售渠道的同时，积极探索建立线上销售网络，通过进驻天猫、京东、东方购物、唯品会、亚马逊等国内外电商平台，构建多平台销售渠道，同时利用建站工具 Shopify 搭建独立自主销售网站，积累线上客户。公司主要通过线上自营店铺、平台入仓和直发模式等形式进行线上销售。

报告期内，公司自营店铺销售收入呈现快速增长趋势，2020 年、2021 年同比增速分别为 136.65%、32.53%，原因系公司自营店铺销售直接面向终端用户市场，能够及时获取市场需求变动情况，从而对产品性能及品类等进行全方位优化，为消费者提供高品质、高性价比的产品，同时，通过不断更新不同品类用户画像，公司进行更精准的推广，提升推广效率。报告期内，公司在天猫平台上的自营店铺实现销售收入 2,732.27 万元、5,783.15 万元、8,245.07 万元和 1,677.94 万元，占公司自营店铺收入比重为 59.08%、52.84%、56.84%和 35.79%，为公司自营店铺销售收入的主要构成。公司在天猫平台的基础上，积极开拓亚马逊、京东 POP 等其他第三方平台及太湖雪海外官网为公司产品销售带来新的流量。

平台入仓模式主要为公司向京东自营、东方购物等平台供货，报告期内销售收入分别为 3,524.76 万元、3,173.27 万元、3,208.87 万元和 839.07 万元，基本保持稳定。公司

产品入驻京东自营、东方购物等平台，拓宽了线上销售渠道。

直发模式主要合作方有一条生活馆、网易严选，以及年糕妈妈、丁香妈妈等知名母婴平台。直发业务模式下，公司充分利用店铺开设方的品牌影响力、流量等优势，同时可以掌握终端用户消费偏好等市场数据，而店铺开设方可以利用发行人的运营优势，快速实现销售的规模化增长，最终实现双方合作共赢。报告期内，公司直发模式销售收入分别为 630.49 万元、1,137.37 万元、722.47 万元和 461.04 万元，2020 年增幅较大，主要原因系与唯品会的合作模式自 2020 年 3 月由平台入仓调整成直发模式所致。2021 年度，直发模式销售收入与 2020 年相比减少 414.91 万元，主要原因系公司在唯品会、一条生活馆等平台的销售下滑较多所致。

总体而言，公司作为专业丝绸品牌零售商，其线上销售渠道已覆盖天猫、京东、亚马逊等国内外主流电商平台，面向全网用户，积累了丰富的线上渠道运营经验及终端消费者用户，与各大平台均保持较好的合作关系，线上销售收入快速增长。

## 5、主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)						
第一季度	5,043.52	38.64%	7,544.12	20.33%	4,299.62	13.91%	3,853.66	16.41%
第二季度	8,010.73	61.36%	9,815.67	26.45%	6,417.06	20.76%	6,106.94	26.01%
第三季度	-	-	7,385.80	19.90%	7,549.67	24.42%	5,332.09	22.71%
第四季度	-	-	12,363.35	33.32%	12,648.13	40.91%	8,184.58	34.86%
合计	<b>13,054.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,108.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,914.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,477.27</b>	<b>100.00%</b>

### 科目具体情况及说明：

公司主营业务收入呈现一定的季节性特征。2019 年至 2021 年，公司第四季度的主营业务收入分别为 8,184.58 万元、12,648.13 万元和 12,363.35 万元，占公司全年主营业务收入的比例分别为 34.86%、40.91%和 33.32%，第四季度主营业务收入占比较高。

上述销售季节性波动主要有以下原因：

(1) 国内每年第四季度节假日较多，且员工福利、年会庆典等活动较为集中，同时欧美国家的主要法定节日亦相对集中在下半年，例如感恩节、圣诞节等，因此公司丝

绸产品在下半年尤其是第四季度的销售情况通常较好；

(2) 每年第四季度，国内互联网电商平台开展“双十一”、“双十二”电商大促活动，欧美国家圣诞节、黑色星期五等购物节，极大促进了产品销售。

## 6、前五名客户情况

单位：万元

2022年1月—6月				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	1,331.99	10.16%	否
2	上海蔚景商贸有限公司	183.90	1.40%	否
3	上海东方购物有限公司	163.71	1.25%	否
4	北京梅如雪科技有限公司	142.91	1.09%	否
5	苏州天虹商场有限公司	108.91	0.83%	否
合计		<b>1,931.42</b>	<b>14.73%</b>	-
2021年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	5,264.12	14.12%	否
2	上海东方购物有限公司	829.00	2.22%	否
3	中信易家电子商务有限公司	352.27	0.94%	否
4	苏州天虹商场有限公司	306.88	0.82%	否
5	唯品会(中国)有限公司	295.57	0.79%	否
合计		<b>7,047.84</b>	<b>18.90%</b>	-
2020年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司	2,877.04	9.26%	否
2	上海东方购物有限公司	806.81	2.60%	否
3	唯品会(中国)有限公司	673.02	2.17%	否
4	苏州天虹商场有限公司	290.32	0.93%	否
5	苏州人民商场股份有限公司	275.90	0.89%	否
合计		<b>4,923.09</b>	<b>15.85%</b>	-
2019年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公	2,717.1	11.49%	否

	司、北京京东世纪信息技术有限公司			
2	唯品会（中国）有限公司	745.35	3.15%	否
3	上海东方购物有限公司	442.55	1.87%	否
4	苏州太湖雪家居用品有限公司	382.16	1.62%	是
5	苏州天虹商场有限公司	362.02	1.53%	否
	<b>合计</b>	<b>4,649.19</b>	<b>19.66%</b>	<b>-</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期各期，公司前五大客户合计销售金额分别为 4,649.19 万元、4,923.09 万元、7,047.84 万元和 1,931.42 万元，占当期营业收入的比例分别为 19.66%、15.85%、18.90% 和 14.73%，公司前五大客户基本稳定。

报告期内，公司不存在向单个客户销售金额超过销售总额的 50% 或严重依赖少数客户的情形；苏州太湖雪家居用品有限公司系公司员工谷向阳曾持有 100% 股权的企业，除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户中未占有权益。

### 7、其他披露事项

无。

### 8、营业收入总体分析

报告期各期，公司主营业务收入分别为 23,477.27 万元、30,914.48 万元、37,108.94 万元和 13,054.25 万元，2020 年度和 2021 年度较上年同期增长 31.68% 和 20.04%，呈稳步增长趋势。报告期内，公司主营业务收入增长主要得益于：

#### （1）紧抓消费升级需求，实施多品类发展战略

随着居民生活水平不断提升，消费升级需求持续推进。丝绸产品不仅能通过其自身实用性满足人们对更高品质生活的追求，更能通过依附于丝绸产品之上的文化创意设计寄予美好寓意，满足人们的精神需求。在注重健康生活和提高生活品质的消费心理驱动下，消费者对丝绸产品的需求逐步释放，丝绸产品销售迎来了较好的发展机遇。

公司秉持“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司通过深入研究消费者生活方式及丝绸产品市场状况，精准把握消费者需求，并快速响应进行新品研发、设计，不断丰富产品品类，在品质、价格之间实现平衡，为消费者提供高品质、高性价比的产品。

## **(2) 品牌形象的成功塑造**

公司位于苏州市震泽镇，地处苏杭丝绸文化圈的核心，拥有深厚的蚕桑文化历史底蕴以及丰富的非物质文化遗产资源。公司将中国典雅精致、温婉内敛的传统文化融入产品设计中，融合苏州当地特有的传统文化元素，将苏绣、宋锦等传统工艺与产品相结合，打造出带有鲜明苏州印记的“太湖雪”品牌。在营销推广中，公司注重文创类产品、体验类产品的开发，在营销活动中融入非遗文化、蚕桑文化科普，在传承弘扬传统文化的同时，增加与消费者的互动交流，提高品牌与非遗文化、蚕桑文化的关联度，树立具有地方文化特色的品牌形象。

经过十余年的深耕发展，“太湖雪”已成为市场上具有一定行业知名度的苏州丝绸代表品牌。太湖雪品牌荣获中国十大丝绸品牌、全国茧丝绸创新品牌、江苏精品、苏州市知名品牌等荣誉称号，公司拥有了较强的品牌优势。

消费者在选择丝绸产品时对品牌知名度的关注较高，品牌效应十分明显。“太湖雪”品牌的成功塑造，培养了公司丝绸产品的忠实客户，获得了客户的高度认可，从而带动了公司产品销量和收入的持续增长。

## **(3) 线上线下多元化销售渠道布局**

报告期内，公司充分发挥品牌优势，大力发展销售渠道，将产品销售渠道逐步从传统的线下门店、商场渗透至各类线上电商渠道，从国内市场拓展至国外市场，加速线上线下融合发展，实施多渠道、多市场运营的销售模式。

线下销售渠道方面，公司以苏州为大本营，通过开设直营店的方式，保证了销售信息的及时获取和高效的销售渠道管理；同时，公司与商场、经销商等开展广泛合作，设立直营商场专柜、品牌经销专卖店等多种线下营销终端，提升线下销售市场覆盖力。此外，公司设立企业客户集采渠道，成立专业销售团队服务于企事业单位等客户。

公司的线上销售渠道亦呈现多样化趋势。一方面，公司通过天猫、京东 POP、亚马

逊等多个线上 B2C 平台以及太湖雪海外官网向终端消费者直接销售；另一方面，公司与京东自营、东方购物等平台通过平台入仓模式开展合作，与一条生活馆、网易严选，以及年糕妈妈、丁香妈妈等知名母婴平台通过直发模式进行销售业务。

总体而言，公司丝绸产品销售渠道的多元化布局，有效实现了各类消费群体的覆盖，分散单一销售渠道受政策或市场环境影响的风险，为公司的持续稳定增长提供助力。

## （二）营业成本分析

### 1、成本归集、分配、结转方法

公司主要实行订单式生产和库存式生产相结合的生产模式，客户下达订单后，生产部门根据订单和库存情况，结合产品分类、生产工序复杂程度、交付紧急程度合理分配生产线产能，制订生产计划，安排生产活动。生产部门根据生产计划，按生产订单对应的产品物料清单（BOM）领用相应的原材料进行生产，生产完工后经质量检验无误后入库。对蚕丝被生产过程中的拉绵、床品套件的面料印染、印花等部分工序，公司采用委外加工的形式。

基于公司生产模式的特点，公司产品成本由直接材料、直接人工、制造费用和委托加工费用构成，其核算方法和核算过程如下：

#### （1）直接材料的归集分配方法

“直接材料”用于核算构成产品实体的材料。公司生产部门制订生产计划，按不同型号产品投产数量，依据产品物料清单（BOM），系统生成领料单。直接材料通过生产计划单号进行归集分配，按月末一次加权平均单价计算对应的直接材料成本。

#### （2）直接人工的归集分配方法

直接人工成本包括直接从事生产工作的生产人员的工资薪酬，财务部根据行政管理部门提交的薪酬表将当月生产人员薪酬登记入账，按产量\*单位标准工价在完工产品与在产品（按约当产量）之间进行分配。

#### （3）制造费用的归集分配方法

公司制造费用主要核算生产部门管理人员工资薪酬、与生产相关的机物料消耗、固

定资产折旧、水电等费用。各个项目的费用按照当月的发生数归集计入制造费用科目，按产量\*单位标准工价在完工产品与在产品（按约当产量）之间进行分配。

#### （4）委托加工费用的归集分配方法

委托加工费用为公司部分工序外协所产生的费用。生产部门每月根据外协产品完工入库情况统计实际产生的委托加工费，财务部月末将委托加工费分配至对应产品中。

#### （5）产品成本结转方法

每月末，公司根据当月销售数量，采用月末一次加权平均单价确认当月出库产品所对应的成本金额，结转主营业务成本。

综上所述，公司成本按照不同产品清晰归类，产品成本确认、计量与结转完整合规，符合公司的实际生产经营情况及会计准则的相关要求。

## 2、营业成本构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	7,092.75	99.66%	21,864.03	99.60%	18,585.25	99.58%	13,897.07	99.12%
其他业务成本	24.27	0.34%	88.81	0.40%	79.04	0.42%	122.86	0.88%
合计	<b>7,117.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,952.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,664.29</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,019.93</b>	<b>100.00%</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司营业成本金额分别为 14,019.93 万元、18,664.29 万元、21,952.84 万元和 7,117.02 万元，呈持续上升的趋势，主要系报告期内公司营业收入规模不断扩大，带动了营业成本的增长。

公司营业成本以主营业务成本为主，报告期内主营业务成本占营业成本的比例分别为 99.12%、99.58%、99.60% 和 99.66%，与公司营业收入的构成情况相匹配。

## 3、主营业务成本构成情况

√适用□不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
直接材料	5,467.28	77.08%	17,615.86	80.57%	15,297.8	82.31%	12,123.47	87.24%
直接人工	437.75	6.17%	806.80	3.69%	608.43	3.27%	485.48	3.49%
制造费用	362.78	5.11%	772.89	3.54%	708.46	3.81%	611.52	4.40%
委托加工费	277.43	3.91%	1,398.05	6.39%	1,005.41	5.41%	676.59	4.87%
运输费用	547.52	7.72%	1,270.43	5.81%	965.16	5.19%	-	0.00%
<b>合计</b>	<b>7,092.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,864.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,585.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,897.07</b>	<b>100.00%</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司的主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用和委托加工费等构成，其中直接材料系公司主营业务成本中最主要的构成部分，直接人工、制造费用和委托加工费占比则相对较小，该情况符合公司的生产经营模式。随着公司销售规模的增长，各项细分成本费用金额呈逐年上升趋势，构成比例有所变化。

报告期内，公司直接材料占主营业务成本的比例分别为 87.24%、82.31%、80.57% 和 77.08%，占比较高，主要原因为公司直接材料成本既包括自主生产与委外加工模式下投入的原辅料，亦包括外包生产模式下采购的丝绸饰品、丝绸服饰、床品套件中的非丝绸套件等，同时公司自主生产模式下，生产流程比较简单，除材料成本外，其余人工及制造费用的投入较少。报告期内，直接人工占主营业务成本比例分别为 3.49%、3.27%、3.69% 和 6.17%，制造费用占主营业务成本比例分别为 4.40%、3.81%、3.54% 和 5.11%，基本保持稳定。

委托加工费随着公司销售规模的增长亦同步增加，报告期内，委托加工费分别为 676.59 万元、1,005.41 万元、1,398.05 万元和 277.43 万元。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》，将构成合同履行成本的运输费用计入主营业务成本核算，2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月公司计入主营业务成本的运输费用分别为 965.16 万元、1,270.43 万元和 547.52 万元。

2019 年至 2021 年，公司主营业务成本构成保持相对稳定，原材料的比重基本保持在 80% 以上。公司积极关注原材料价格走势，一般会对原材料的价格走势形成预期并通过规模化采购、锁定远期价格、比价采购等方式，将原材料的采购成本控制在合理范围内。此外，公司的生产管理亦未发生明显变化，从而保证了公司主营业务成本构成

的稳定性。

2022年1-6月，公司主营业务成本中原材料占比稍有下降，直接人工、制造费用占比相对提升，主要原因系该期间公司营业收入下滑，故相应材料成本减少，但公司仍需承担人员、房租、摊销等固定支出，从而导致直接人工、制造费用占比相对增加。同时，公司2022年1-6月委托加工费金额下降，主要为公司自有产能可满足经营需求，需委托外部加工的项目减少所致。

#### 4、主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
蚕丝被	4,525.80	63.81%	13,448.37	61.51%	10,755.11	57.87%	8,090.50	58.22%
床品套件	1,883.54	26.56%	6,194.24	28.33%	5,622.36	30.25%	4,097.65	29.49%
丝绸饰品	491.28	6.93%	1,594.53	7.29%	1,774.29	9.55%	1,336.86	9.62%
丝绸服饰及其他	192.13	2.71%	626.89	2.87%	433.50	2.33%	372.06	2.68%
合计	<b>7,092.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,864.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,585.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,897.07</b>	<b>100.00%</b>

#### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务成本分别为13,897.07万元、18,585.25万元、21,864.03万元和7,092.75万元，其中，蚕丝被、床品套件产品成本占比较高，报告期各期合计占当期主营业务成本的比例分别为87.70%、88.12%、89.84%和90.36%。公司主营业务成本构成整体保持稳定，与主营业务收入构成基本一致。

#### 5、前五名供应商情况

单位：万元

2022年1月—6月				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比(%)	是否存在关联关系
1	淄博大染坊丝绸集团有限公司	1,304.03	15.72%	否
2	广西百姓人家家纺有限公司	946.53	11.41%	否
3	盖州市佳兴丝绢有限责任公司	683.40	8.24%	否
4	盖州市东兴棉绢纺织有限公司	565.96	6.82%	否
5	南通喜寐纺织品有限公司、南通智禾纺织科技有限公司	379.69	4.58%	否

合计		3,879.61	46.76%	-
2021 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	山东淄博大染坊丝绸集团有限公司	2,940.67	13.49%	否
2	广西百姓人家家纺有限公司	2,666.37	12.23%	否
3	钱桑家纺有限公司	1,124.46	5.16%	否
4	南通喜寐纺织品有限公司、南通智禾纺织科技有限公司	1,084.00	4.97%	否
5	盖州市佳兴丝绢有限责任公司	990.03	4.54%	否
合计		8,805.53	40.38%	-
2020 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	山东淄博大染坊丝绸集团有限公司	3,146.30	16.96%	否
2	苏州三盛实业科技有限公司	1,399.14	7.54%	是
3	钱桑家纺有限公司	1,138.46	6.14%	否
4	广西百姓人家家纺有限公司	1,079.88	5.82%	否
5	湖州新宇丝织有限公司	959.98	5.18%	否
合计		7,723.77	41.64%	-
2019 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	苏州三盛实业科技有限公司	1,497.80	11.30%	是
2	山东淄博大染坊丝绸集团有限公司	1,348.90	10.17%	否
3	湖州新宇丝织有限公司	1,301.99	9.82%	否
4	钱桑家纺有限公司	630.02	4.75%	否
5	望江华丰纺织品有限责任公司	556.00	4.19%	否
合计		5,334.70	40.24%	-

#### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司不存在对单个供应商的采购比例超过采购总额 50% 或严重依赖少数供应商的情形；发行人控股股东最近 12 个月曾控制的企业的执行董事盛正芳姐姐盛丽芬持有苏州三盛实业科技有限公司 100% 的股权，除上述情况外，公司的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述供应商中未占有权益。

## 6、其他披露事项

无。

## 7、营业成本总体分析

公司营业成本主要由主营业务成本构成，各口径成本与收入匹配。随着营业收入和销量逐年增加，主要原材料、委外加工费、运输费等采购量相应增长，由此导致营业成本同步增加。受各产品毛利率不同影响，主营业务成本增长幅度与主营业务收入增长幅度存在少量差异，但基本趋势保持一致。

### （三）毛利率分析

#### 1、毛利按产品或服务分类构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务毛利	5,961.50	99.49%	15,244.91	99.37%	12,329.22	99.39%	9,580.21	99.52%
其中：蚕丝被	2,890.30	48.23%	7,606.26	49.58%	6,054.00	48.80%	4,811.59	49.98%
床品套件	2,256.47	37.66%	4,611.70	30.06%	3,745.14	30.19%	2,544.13	26.43%
丝 绸饰品	534.29	8.92%	2,395.45	15.61%	2,053.87	16.56%	1,756.38	18.25%
丝 绸服饰及其他	280.44	4.68%	631.50	4.12%	476.21	3.84%	468.11	4.86%
其他业务毛利	30.75	0.51%	96.25	0.63%	75.33	0.61%	45.96	0.48%
合计	<b>5,992.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,341.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,404.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,626.16</b>	<b>100.00%</b>

#### 科目具体情况及说明：

报告期各期公司主营业务毛利额分别为 9,580.21 万元、12,329.22 万元、15,244.91 万元和 5,961.50 万元，呈稳步增长趋势，主营业务毛利主要来源于蚕丝被及床品套件产品。随着蚕丝被及床品套件产品竞争力逐步提升、销量稳步增长，蚕丝被及床品套件产

品毛利额分别为 7,355.72 万元、9,799.14 万元、12,217.96 万元和 5,146.78 万元，占综合毛利总额的比例分别为 76.41%、79.00%、79.64% 和 85.89%，从而带动公司整体毛利增长。

## 2、主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
蚕丝被	38.97%	56.81%	36.13%	56.74%	36.02%	54.37%	37.29%	54.96%
床品套件	54.50%	31.71%	42.68%	29.12%	39.98%	30.30%	38.30%	28.29%
丝绸饰品	52.10%	7.86%	60.04%	10.75%	53.65%	12.38%	56.78%	13.18%
丝绸服饰及其他	59.34%	3.62%	50.18%	3.39%	52.35%	2.94%	55.72%	3.58%
<b>主营业务小计</b>	<b>45.67%</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.08%</b>	<b>100.00%</b>	<b>39.88%</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.81%</b>	<b>100.00%</b>

### 科目具体情况及说明：

公司的蚕丝被及床品套件毛利占公司综合毛利的比例分别为 76.41%、79.00%、79.64% 和 85.89%，其变动决定了公司主营业务毛利率的整体变动趋势，其他类产品收入对公司主营业务毛利率影响相对较小。具体分析如下：

#### (1) 蚕丝被

报告期内，公司蚕丝被的单价、单位成本和毛利率的变动情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单价	433.19	-23.27%	564.55	-6.77%	605.51	2.68%	589.70
单位成本	264.36	-26.69%	360.60	-6.93%	387.43	4.77%	369.78
毛利率	38.97%	7.88%	36.13%	0.31%	36.02%	-3.42%	37.29%
毛利率（剔除运输费后）	41.40%	8.10%	38.30%	1.11%	37.88%	1.56%	37.29%

报告期各期，蚕丝被产品收入占主营业务收入的的比例分别为 54.96%、54.37%、56.74% 和 56.81%，为公司最主要的产品。报告期内，公司蚕丝被产品的毛利率分别为 37.29%、36.02%、36.13% 和 38.97%，2020 年度因公司执行新的收入准则，将公司承担的运输费作为合同履约义务的一部分计入营业成本，导致本年度毛利率下降，为统一口

径增强可比性，2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月将营业成本中的运输费剔除后，蚕丝被产品的毛利率为 37.88%、38.30%和 41.40%，毛利率略有增加。

## (2) 床品套件

报告期内，公司床品套件的单价、单位成本和毛利率的变动情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
单价	270.84	4.14%	260.06	4.58%	248.67	8.35%	229.52
单位成本	123.22	-17.34%	149.08	-0.12%	149.25	5.40%	141.60
毛利率	54.50%	27.71%	42.68%	6.75%	39.98%	4.37%	38.30%
毛利率（剔除运输费后）	61.51%	26.08%	48.78%	8.34%	45.03%	17.55%	38.30%

报告期各期，床品套件毛利率分别为 38.30%、39.98%、42.68%和 54.50%，剔除运输费影响后，床品套件毛利率分别为 38.30%、45.03%、48.78%和 61.51%，呈逐年上升趋势。在品牌文化积淀及影响力提升的同时，公司把握消费趋势，不断改进产品设计，适时推出高附加值的床品套件产品，产品单价逐渐提升。此外，公司积极推行成本管理，严控成本费用，在床品套件产品成本控制方面小有成效。在销售均价上涨及成本控制双重因素影响下，公司床品套件产品毛利率整体提升。

## 3、主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
境内	43.05%	79.36%	40.14%	80.18%	38.94%	77.29%	40.22%	89.81%
境外	55.73%	20.64%	44.91%	19.82%	43.07%	22.71%	45.96%	10.19%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司境内销售的毛利率分别为 40.22%、38.94%、40.14%和 43.05%，保持了较为稳定的趋势；境外销售的毛利率分别为 45.96%、43.07%、44.91%和 55.73%，呈现出一定的波动，主要原因系亚马逊及境外 B2B 销售收入及毛利率变化的综合影响。

报告期内，公司在亚马逊自营店铺销售丝绸产品的收入为 983.53 万元、1,929.03 万元、2,254.13 万元和 1,121.66 万元，相应毛利率分别为 61.77%、48.66%、47.17% 和 48.95%；境外 B2B 销售收入为 927.37 万元、2,706.43 万元、2,163.82 万元和 542.98 万元，相应毛利率分别为 25.05%、29.68%、38.79% 和 57.23%。2019 年，亚马逊境外站点与公司销售同品类丝绸产品的商家较少，在此情况下，公司产品具有较高的定价和毛利率。随着市场竞争的加剧，公司对产品价格进行适当调整，导致亚马逊自营店铺 2020 年及 2021 年收入增加的基础上毛利率有所下降。对于境外 B2B 销售，2019 年及 2020 年上半年，公司通过低价优质的方式吸引客户、开拓境外市场，随着境外市场占有率扩大及与客户的合作关系日益稳固，2020 年下半年开始，公司将毛利率作为境外 B2B 销售业务的重要考核指标，销售价格出现上涨，而部分对价格敏感的客户未继续与公司合作，因此形成了 2021 年度境外 B2B 销售收入下降但毛利率提升的情况。

报告期内，发行人的境外销售毛利率高于境内销售毛利率，主要系发行人通过亚马逊、eBay、太湖雪海外官网等跨境电商平台实现销售的产品毛利较高所致。境外客户对产品质量的整体良率要求较高，若出现退换货等售后情形，成本相对较高，且需要承担报关等相关费用。考虑上述售后服务成本、技术要求以及境外运输成本等因素，公司境外线上平台定价通常高于境内。

#### 4、主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用□不适用

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)						
线下销售：								
直营专卖	50.62%	24.98%	52.04%	22.16%	49.85%	24.28%	48.87%	33.69%
企业客户集采	44.32%	23.27%	33.55%	22.26%	34.65%	18.45%	33.66%	16.40%
直营商场专柜	43.48%	3.55%	41.84%	3.92%	41.52%	4.33%	42.07%	7.23%
经销商	29.93%	2.32%	24.89%	1.98%	24.13%	3.59%	22.47%	5.29%
线下销售小计	<b>46.56%</b>	<b>54.12%</b>	<b>42.00%</b>	<b>50.32%</b>	<b>41.78%</b>	<b>50.65%</b>	<b>41.87%</b>	<b>62.60%</b>
线上销售：								
自营店铺	48.08%	35.92%	41.93%	39.09%	43.03%	35.40%	46.90%	19.70%
平台入仓	31.96%	6.43%	32.64%	8.65%	24.77%	10.26%	28.53%	15.01%
直发模式	32.44%	3.53%	37.73%	1.95%	25.59%	3.68%	39.97%	2.69%
线上销售小计	<b>44.62%</b>	<b>45.88%</b>	<b>40.15%</b>	<b>49.68%</b>	<b>37.93%</b>	<b>49.35%</b>	<b>39.03%</b>	<b>37.40%</b>

## 科目具体情况及说明:

公司不同销售模式下毛利率水平存在一定差异，具体说明如下：

### (1) 线下销售渠道的毛利率情况

公司线下销售渠道的毛利率，直营专卖最高，其次是直营商场专柜，然后是企业客户集采，经销商销售毛利最低。

直营专卖、直营商场专柜毛利率较高的原因主要系该两类零售渠道销售的类似产品定价相对较高。直营专卖、直营商场专柜除了销售产品外，还承担了部分品牌塑造、产品展示的职能，相对于线上销售承担了更多的成本费用，因此线下零售的定价相对较高。

企业客户集采渠道下，公司销售团队面对的客户群体以企事业单位为主，除了销售太湖雪自主品牌外，诸如京东京造等以 ODM 方式采购的金额日益增长，为争取客户，维持稳定的合作关系，公司给予了较优惠的折扣价格。

经销商模式下，公司往往需与经销商分享部分销售环节利润，从而导致经销商渠道的销售毛利较低。

### (2) 线上销售渠道的毛利率情况

公司线上销售模式主要为自营店铺、平台入仓和直发模式，毛利率分析情况如下：

#### ① 自营店铺模式毛利率最高主要原因

公司通过在天猫、京东、亚马逊第三方电商平台开设直营店铺，或者自主搭建太湖雪海外官网进行独立销售，该类销售业务直接面向终端消费者，销售价格为终端零售价格，无其他中间销售环节，无须支付给经销商及平台毛利，故毛利率最高。

报告期内，公司自营店铺的毛利率分别为 46.90%、43.03%、41.93% 和 48.08%，剔除运输费影响外，公司自营店铺毛利率分别为 46.90%、48.32%、48.04% 和 55.77%，毛利率基本保持稳定。

#### ② 平台入仓、直发模式毛利率低于自营店铺毛利率的主要原因

平台入仓及直发模式下，公司将产品直接销售给京东、东方购物等，由其在自身平台上进行销售，与自营店铺模式相比，增加了平台毛利的扣除环节，故平台入仓及直发

模式毛利率低于自营店铺毛利率。

报告期内，公司平台入仓的毛利率分别为 28.53%、24.77%、32.64%和 31.96%，剔除运输费影响后，其毛利率分别为 28.53%、26.06%、34.08%和 34.19%；公司直发模式的毛利率分别为 39.97%、25.59%、37.73%和 32.44%，剔除运输费影响后，其毛利率分别为 39.97%、26.42%、37.91%和 35.38%。2019 年平台入仓及 2020 年直发模式毛利率偏低，主要系唯品会毛利率变动的影响。唯品会系以“精选品牌正品+深度折扣+限时限量”的特卖模式为用户提供多品类在线购物服务的专业网站，品牌定位决定了公司通过其销售的产品需满足“深度折扣”的特点。2019 年，公司与唯品会的合作模式为平台入仓，其毛利率为 11.91%；2020 年 3 月开始，合作模式调整为直发模式，当年直发模式下唯品会销售金额为 588.16 万元，占直发模式主营业务收入总额的比例为 51.71%，而唯品会毛利率为 11.41%，因此拉低了公司直发模式的整体毛利率。2021 年，受唯品会平台转型、整体流量下滑的影响，同时公司为提升毛利率减少了在唯品会平台的投入，当年通过唯品会实现销售收入 295.57 万元，但毛利率提升到 33.44%。

报告期内平台入仓的毛利率变化除上述因素影响外，京东自营的毛利率变化亦为重要原因。京东自营系公司平台入仓模式的主要合作客户，报告期内，京东自营销售收入占公司平台入仓主营业务收入的比例分别为 66.79%、71.75%、74.04%和 80.33%，相应毛利率分别为 33.19%、25.61%、34.02%和 28.80%，报告期内京东自营毛利率的波动，主要系公司根据京东结算条款的变动相应调整供货价格所致。

## 5、可比公司毛利率比较分析

公司名称	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
罗莱生活	43.57%	45.20%	43.38%	44.19%
富安娜	52.68%	52.15%	50.79%	51.88%
水星家纺	37.13%	38.01%	35.31%	38.44%
钱皇股份	27.00%	<b>23.53%</b>	25.17%	18.57%
平均数 (%)	<b>40.09%</b>	<b>39.72%</b>	<b>38.66%</b>	<b>38.27%</b>
发行人 (%)	<b>45.67%</b>	<b>41.08%</b>	<b>39.88%</b>	<b>40.81%</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 40.81%、39.88%、41.08%和 45.67%，处于同行业可比公司中间水平，公司主营业务毛利率的变动趋势与可比公司总体保持一致。

由于产品结构及销售渠道的差异，同行业各可比公司的主营业务毛利率存在一定差异，具体情况如下：

罗莱生活通过购物中心、百货、品牌旗舰店、社区专卖店、平台电商、直营电商（官网、小程序）、团购等线上、线下各销售渠道，覆盖超高端市场、高端市场和大众消费市场的多品牌产品，满足不同类型的消费需求。其主要产品为家用纺织品及家居品，其中标准套件类、被芯类、枕芯类产品占比较高，主要定位于大众消费市场及高端家居家纺市场。线下渠道方面，罗莱生活采取直营和加盟相结合的经营模式，在巩固扩大一线、二线市场渠道优势的同时，积极向三、四线及以下市场渗透和辐射。线上渠道方面，罗莱生活在保持与天猫、京东、唯品会等大型电商平台紧密合作的基础上，布局抖音、快手等短视频平台，结合自播、网红达人直播、社群营销、品牌小程序等新兴销售渠道和营销方式，实现线上销售的增长。

富安娜自身定位为行业高端品牌，聚焦艺术家纺，以艺术家居生活为开拓，布局“艺术家纺+艺术家居”的线上和线下的门店空间，每季商品都注入时尚原创设计，在高端产品系列中，还具备观赏和收藏价值。其产品中标标准套件类、被芯类产品销售占比较高。富安娜线下渠道分为加盟渠道和直营渠道，线上渠道方面已与国内的头部电商平台比如天猫、京东等建立长期合作关系，同时线上反补线下的趋势明显。

水星家纺专注于中高档家用纺织品的研发、设计、生产和销售，主要产品包括套件、被芯、枕芯等床上用品。水星家纺坚持以经销、网络销售和直营为主，团购、国际贸易等为辅的多通路立体销售模式。

钱皇股份主要从事蚕丝被等床上用品的生产销售，主要通过天猫商城、淘宝直播、京东商城、唯品会、考拉海购等平台旗舰店开展业务。

公司主营蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰产品的研发、生产和销售。报告期内，公司充分发挥品牌优势，大力发展销售渠道，将产品销售渠道逐步从传统的线下门店、商场渗透至各类线上电商渠道，从国内市场拓展至国外市场，加速线上线下融合发展，实施多渠道、多市场运营的销售模式。

## 6、其他披露事项

无。

## 7、毛利率总体分析

报告期各期，公司综合毛利率分别为 40.71%、39.93%、41.14%和 45.71%，主营业务毛利率分别为 40.81%、39.88%、41.08%和 45.67%。2020 年开始，公司因执行新收入准则，将公司承担的运输费作为合同履约义务的一部分计入营业成本，导致本年度毛利率下降，剔除运输费影响，公司 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月主营业务毛利率分别为 43.00%、44.51%和 49.86%，主营业务毛利率稳中有升。公司依托多年丝绸产品终端消费市场深耕经验，通过线上销售与线下销售渠道的开拓，不断提升品牌影响力。在此基础上，公司确立品牌赋能与产品优选、产品制造与新零售相结合的经营理念。报告期内，公司基于品牌优势、优异的产品质量与服务，不断提升自主生产能力与研发能力，综合毛利率持续提升。

## （四）主要费用情况分析

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	3,081.25	23.50%	8,179.62	21.93%	7,139.34	22.98%	5,861.77	24.79%
管理费用	932.11	7.11%	1,154.02	3.09%	1,067.22	3.44%	1,007.28	4.26%
研发费用	780.95	5.96%	1,432.42	3.84%	1,098.98	3.54%	1,056.46	4.47%
财务费用	100.75	0.77%	406.86	1.09%	313.45	1.01%	225.65	0.95%
合计	<b>4,895.07</b>	<b>37.34%</b>	<b>11,172.92</b>	<b>29.95%</b>	<b>9,618.99</b>	<b>30.97%</b>	<b>8,151.16</b>	<b>34.47%</b>

### 科目具体情况及说明：

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，报告期内，公司期间费用逐年增长，合计分别为 8,151.16 万元、9,618.99 万元、11,172.92 万元和 4,895.07 万元，占同期营业收入的比例分别为 34.47%、30.97%、29.95%和 37.34%。2019 年至

2021年期间费用占营业收入比例逐年下降，主要原因系公司营业收入迅速增长。2022年上半年公司积极布局，营销、研发团队规模日渐增强，除此之外，公司对于公司员工实施股权激励计划，对于从而导致费用率增长。

公司的销售费用主要由广告及业务宣传费、职工薪酬、折旧费等构成，影响销售费用的主要因素为销售人员数量、薪酬水平、公司业务规模及广告宣传力度等。

公司的管理费用主要由行政管理部门人员工资薪酬、折旧及摊销、中介服务等构成，影响管理费用的主要因素为行政管理部门人员数量及薪酬水平、公司经营规模、业务发展状况等。

研发费用主要由人工费用及直接投入材料费等构成，影响研发费用的主要因素为研发项目的数量和进展、研发人员数量及薪酬水平等，为提升公司技术实力和公司在行业内的核心竞争力，公司不断加大研发投入，研发费用整体呈上升趋势。

公司的财务费用主要由银行贷款的利息支出、银行手续费、利息收入及汇兑损益等构成，影响公司财务费用的主要因素为各期银行贷款规模、银行手续费、汇率变动等情况。

## 1、销售费用分析

销售费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
电商平台佣金及服务费	668.28	21.69%	2,740.47	33.50%	2,212.9	31.00%	996.12	16.99%
广告及业务宣传费	745.62	24.20%	2,023.94	24.74%	2,085.31	29.21%	1,059.4	18.07%
职工薪酬	1,019.03	33.07%	2,115.6	25.86%	1,641.57	22.99%	1,864.62	31.81%
折旧及摊销	342.86	11.13%	542.03	6.63%	24.87	0.35%	40.44	0.69%
商场管理费	62.17	2.02%	208.31	2.55%	219.65	3.08%	256.81	4.38%
办公费	20.45	0.66%	145.24	1.78%	176.05	2.47%	91.62	1.56%
装修费	91.27	2.96%	132.39	1.62%	95.67	1.34%	153.03	2.61%
差旅费	25.82	0.84%	62.97	0.77%	48.88	0.68%	154.03	2.63%
租赁费	7.22	0.23%	45.95	0.56%	423.45	5.93%	496.35	8.47%
运输装卸费	4.86	0.16%	36.44	0.45%	57.34	0.80%	509.37	8.69%
业务招待费	14.95	0.49%	36.01	0.44%	19.42	0.27%	57.38	0.98%
股权激励	44.66	1.45%	-	-	-	-	-	-

展会费用	0.20	0.01%	17.89	0.22%	43.32	0.61%	56.03	0.96%
会议费	0.34	0.01%	13.14	0.16%	14.84	0.21%	36.71	0.63%
其他	33.52	1.09%	59.24	0.72%	76.07	1.06%	89.86	1.53%
<b>合计</b>	<b>3,081.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,179.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,139.34</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,861.77</b>	<b>100.00%</b>

### (1) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
罗莱生活（002293.SZ）	21.59%	19.61%	19.09%	21.00%
富安娜（002327.SZ）	26.39%	23.09%	26.55%	26.01%
水星家纺（603365.SH）	23.57%	19.85%	18.73%	19.43%
钱皇股份（836206.NQ）	21.36%	17.55%	23.49%	14.32%
<b>平均数（%）</b>	<b>23.23%</b>	<b>20.02%</b>	<b>21.97%</b>	<b>20.19%</b>
<b>发行人（%）</b>	<b>23.50%</b>	<b>21.93%</b>	<b>22.98%</b>	<b>24.79%</b>
<b>原因、匹配性分析</b>	报告期内，公司与同行业可比公司相比，公司销售费用占营业收入的比例略高于可比公司平均数。主要是报告期内同行业可比公司建立了较为稳定的主要客户群，已经达成了良好的长期合作关系，而公司处于稳步上升发展阶段，在客户拓展及市场营销方面投入较多。			

### (2) 科目具体情况及说明

报告期内，随着公司销售规模的持续扩大，公司销售费用呈逐年上升趋势。

#### ① 电商平台佣金及服务费用

报告期内，公司主要电商平台佣金及服务费用如下：

单位：万元

电商平台名称	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
天猫	174.50	1,732.07	967.06	149.94
京东	146.78	522.61	826.18	627.09
亚马逊	177.14	380.44	324.37	164.38
其他	169.86	105.36	95.29	54.71
<b>合计</b>	<b>668.28</b>	<b>2,740.47</b>	<b>2,212.90</b>	<b>996.12</b>

注：京东包括“京东自营”和“京东 pop”。

报告期内，天猫平台的电商平台佣金及服务费用分别为 149.94 万元、967.06 万元、1,732.07 万元及 174.50 万元，主要系天猫日常佣金及主播带货费用。其中，天猫日常佣金主要是天猫平台每年收取的技术服务费、天猫保证金及扣点费用；主播带货费用主要包含带货佣金、直播坑位费等，通常情况主播带货费用占带货收入的 25%-30%。

报告期内，京东平台的电商平台佣金及服务费用分别为 627.09 万元、826.18 万元、

522.61 万元及 146.78 万元，其中 2020 年京东收取的电商平台佣金较高，主要系京东自营平台要求商家提高折扣促销力度，导致公司促销费用投入增长幅度较高，后经与京东自营平台协商后公司拥有了较高促销活动的自主权，2021 年京东平台佣金及服务费用有所下降。

报告期内，亚马逊平台上的电商平台佣金及服务费分别为 164.38 万元、324.37 万元、380.44 万元及 177.14 万元，亚马逊平台佣金及服务费主要是商家在亚马逊平台开立官方店铺，每年需缴纳一定比例的平台佣金费用，亚马逊官方针对店铺内不同类目商品有不同的收费比例要求，对于公司主要销售产品床品及睡衣，亚马逊大致收取约 15%-17% 的佣金及扣点。

公司的独立自建站 Shopify 于 2019 年下半年投入使用，自建平台无需缴纳平台佣金费用，故无电商平台佣金及服务费支出。

## ②广告及业务宣传费

报告期内，公司广告及业务宣传费主要是公司向线上平台商或线下广告供应商支付的推广宣传费，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1 月-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内线上广告宣传费	91.89	12.32%	676.21	33.41%	584.05	28.01%	473.66	44.71%
国内线下广告宣传费	137.79	18.48%	448.26	22.15%	303.40	14.55%	346.81	32.74%
国外线上广告宣传费	515.94	69.20%	899.47	44.44%	1,197.87	57.44%	238.93	22.55%
<b>总计</b>	<b>745.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,023.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,085.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,059.40</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，国内线上广告宣传费分别为 473.66 万元、584.05 万元、676.21 万元及 91.89 万元，呈上升趋势，主要系支付给国内电商平台的推广费，包括淘宝直通车、京东京准通及京豆充值费用。

报告期内，国内线下广告宣传费分别为 346.81 万元、303.40 万元 448.26 万元及 137.79 万元，其中 2020 年受国内疫情影响，线下推广营销政策有所调整，导致线下推广费用减少。

报告期内，国外线上广告宣传费分别为 238.93 万元、1,197.87 万元、899.47 万元及 515.94 万元，其中 2020 年较 2019 年增加 958.94 万元，主要原因系公司的独立自建站 Shopify 于 2019 年下半年投入使用后，公司于 2020 年加大了太湖雪海外品牌(THXSILK) 的宣传力度，通过在 Google 网站投入广告不断积累产品口碑及信誉，加深与海外 KOL 合作，陆续在 Facebook 等社交媒体进行品牌宣传。

### ③职工薪酬

报告期内，职工薪酬分别为 1,864.62 万元、1,641.57 万元、2,115.60 万元及 1,019.03 万元，占销售费用总额的比例分别为 31.81%、22.99%、25.86%及 33.07%，公司销售人员占员工总数的比例约为 40%，销售人员主要由直营店和直营商场专柜的导购及销售助理、电商部和客服人员等业务人员构成。2019 年为拓展业务收入，公司大量引进销售人员，导致 2019 年职工薪酬基数较大，2020 年由于疫情的持续影响，销售人员薪酬总额略有减少，人均工资下降，2021 年及 2022 年销售业绩实现情况较好，人均薪酬略有上涨。报告期内销售人员人均薪酬如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
销售职工薪酬总额 (万元)	1,019.03	2,115.60	1,641.57	1,864.62
销售人员总数(人)	173	173	161	150
平均薪酬数(万元)	5.89	12.23	10.20	12.43

### ④折旧费

报告期内，折旧费分别为 40.44 万元、24.87 万元、542.03 万元及 342.86 万元，占销售费用总额的比例分别为 0.69%、0.35%、6.63%及 11.13%，主要构成为销售用固定资产及使用权资产的折旧费。

2021 年折旧及摊销较 2020 年增加 517.16 万元，增幅 2,079.45%，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》即新租赁准则，导致公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁做出调整，导致公司内使用权资产期初余额增加 131.62 万元，同时本期使用权资产增加 2,318.80 万元，最终导致销售用使用权资产折旧增长幅度较高。

### ⑤运输装卸费

自 2020 年 1 月 1 日起，公司根据新收入准则，将属于合同履行成本的运输装卸费调整至“营业成本”。报告期内，还原后的运输装卸费分别为 509.37 万元、1,022.50 万元、1,306.87 万元及 552.38 万元，还原后的运输装卸费明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
计入销售费用的运输装卸费	4.86	36.44	57.34	509.37
计入营业成本的运输装卸费	547.52	1,270.43	965.16	-
还原后的运输装卸费	552.38	1,306.87	1,022.50	509.37
营业收入	13,109.27	37,294.01	31,068.85	23,646.09
运输装卸费率	4.21%	3.50%	3.29%	2.15%

报告期内，运费装卸费率分别为 2.15%、3.29%、3.50% 及 4.21%，呈增长趋势，主要系电商平台订单量增加的同时物流运输成本增加，国内快递逐步涨价以及跨境电商平台运费受疫情影响国际物流运输费用上涨所致，符合业务发展趋势。

#### ⑥租赁费

报告期内，租赁费分别为 496.35 万元、423.45 万元、45.95 万元及 7.22 万元，主要构成为销售场地的租赁费用。2021 年租赁费较 2020 年减幅达 89.15%，主要是由于公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》即新租赁准则，导致公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁做出调整，因此租赁费自 2021 年 1 月 1 日起在“租赁费”科目中只保留短期租赁部分费用，其余长期租赁费均转入使用权资产中。

#### ⑦商场管理费

报告期内，商场管理费分别为 256.81 万元、219.65 万元、208.31 万元及 62.17 万元，主要构成为线下直营商场专柜及直营店的商场管理费用，由于线下商场持续受到疫情影响，各线下商场对于公司线下门店管理费用给予了优惠，因此最近两年商场管理费略有下降。

## 2、管理费用分析

## 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	300.85	32.28%	553.93	48.00%	507.6	47.56%	521.83	51.81%
股权激励	199.34	21.39%	-	-	-	-	-	-
中介机构服务费	137.94	14.80%	168.63	14.61%	137.28	12.86%	105.21	10.45%
折旧及摊销	112.55	12.07%	144.51	12.52%	57.49	5.39%	52.52	5.21%
业务招待费	59.17	6.35%	83.83	7.26%	62.1	5.82%	47.58	4.72%
办公费	20.76	2.23%	79.92	6.93%	46.93	4.40%	29.08	2.89%
差旅费	4.55	0.49%	22.15	1.92%	17.22	1.61%	40.76	4.05%
保险费	11.92	1.28%	17.86	1.55%	5.09	0.48%	5.02	0.50%
运输费	2.73	0.29%	14.26	1.24%	20.91	1.96%	15.88	1.58%
租赁费	0.72	0.08%	6.94	0.60%	103.75	9.72%	116.36	11.55%
其他	81.60	8.75%	61.99	5.37%	108.85	10.20%	73.04	7.24%
<b>合计</b>	<b>932.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,154.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,067.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,007.28</b>	<b>100.00%</b>

## 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
罗莱生活（002293.SZ）	6.61%	6.89%	6.51%	6.67%
富安娜（002327.SZ）	4.35%	4.81%	4.32%	3.66%
水星家纺（603365.SH）	4.74%	4.00%	4.75%	4.21%
钱皇股份（836206.NQ）	4.88%	5.24%	4.88%	3.25%
<b>平均数（%）</b>	<b>5.15%</b>	<b>5.24%</b>	<b>5.12%</b>	<b>4.45%</b>
<b>发行人（%）</b>	<b>7.11%</b>	<b>3.09%</b>	<b>3.44%</b>	<b>4.26%</b>
<b>原因、匹配性分析</b>	<p>报告期内，公司管理费用率分别为4.26%、3.44%、3.09%及7.11%，略低于行业平均水平，2022年上半年呈上升趋势。主要原因系：</p> <p>①报告期内，公司在业务规模扩大及营业收入增加的同时严格管控各项支出，管理费用逐年增加但幅度减小，导致管理费用率逐年降低。</p> <p>②同行业上市公司罗莱生活、富安娜、水星家纺属于家纺行业头部企业，业务体量较大、资金实力雄厚，报告期内不断优化管理架构，加强管理团队建设，在行政管理部门人员薪酬方面支出较大，导致管理费用占收入的比例较高，拉高了行业平均值。</p> <p>③公司于2022年度对部分管理人员实施股权激励计划，致管理费用增加，管理费用率上升。</p>			

## 科目具体情况及说明

报告期各期，公司管理费用分别为 1,007.28 万元、1,067.22 万元、1,154.02 万元及 932.11 万元，占营业收入的比例分别为 4.26%、3.44%、3.09% 及 7.11%。管理费用主要由职工薪酬、中介机构服务费、折旧及摊销构成。

#### ①职工薪酬、股权激励

报告期内，公司管理人员职工薪酬分别为 521.83 万元、507.60 万元、553.93 万元及 300.85 万元，占管理费用的比重分别为 51.81%、47.56%、48.00% 及 32.28%，其中 2022 年上半年度公司对部分管理人员实施股权激励计划，股权激励费为 199.34 万元，占管理费用的比重为 21.39%，总体趋于稳定。

报告期内，公司管理人员职工薪酬水平及与同行业可比公司的管理人员职工薪酬水平对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1 月-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
管理人员职工薪酬总额	300.85	553.93	507.60	521.83
管理人员总数（人）	34	28	30	26
管理人员平均薪酬	8.85	19.78	16.92	20.07

报告期内，发行人管理人员平均薪酬略有波动，2020 年平均薪酬同比下降的主要原因系受疫情影响管理人员主动降薪，符合公司实际情况。

2021 年，公司管理人员平均薪酬与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司	发行人	钱皇股份	富安娜	水星家纺	罗莱生活
管理人员职工薪酬	553.93	51.82	3,967.15	9,728.18	26,029.81
管理人员人数（人）	28	8	322	458	345
管理人员平均薪酬	19.78	6.48	12.32	21.24	75.45

同行业上市可比公司罗莱生活、富安娜、水星家纺属于家纺行业头部企业，业务体量较大，资金实力相对雄厚，在管理团队建设方面投入资金量较大，水星家纺及罗莱生活均在管理人员平均薪酬方面体现出较高薪资水平，罗莱生活的管理人员薪酬中已包含股权激励计划部分，富安娜除给予管理人员基本薪酬以外还对员工进行了持续的股票激励计划，并已实施了两期股票期权、五期限限制性股票和一期员工持股计划在内的八次股

票激励计划。因此与头部企业相比，报告期内发行人管理人员平均薪酬相对较低，于 2022 年公司也实施了股权激励计划，推动优化管理团队，提升管理效益。

#### ②中介机构服务费

报告期内，中介机构服务费分别为 105.21 万元、137.28 万元、168.63 万元及 137.94 万元，占管理费用总额的比例分别为 10.45%、12.86%、14.61% 及 14.80%，主要构成为聘请中介机构提供转型咨询服务费、审计费、券商持续督导费等相关中介机构服务费。

2020 年中介机构服务费较 2019 年增加 32.07 万元，增幅 30.48%，2021 年中介机构服务费较 2020 年增加 31.35 万元，增幅 22.84%，主要系公司因申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市聘请募投项目可研机构及资产评估机构等并支付相应的咨询费。

#### ③折旧及摊销

报告期内，折旧及摊销分别为 52.52 万元、57.49 万元、144.51 万元及 112.55 万元，占管理费用总额的比例分别为 5.21%、5.39%、12.52% 及 12.07%，主要构成为管理用固定资产及使用权资产的折旧及管理用无形资产的摊销。

2021 年折旧及摊销较 2020 年增加 87.02 万元，增幅 151.36%，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》即新租赁准则，导致公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁做出调整，导致公司使用权资产期初余额增加 131.62 万元，同时本期使用权资产增加 2,318.80 万元，最终导致管理用使用权资产折旧增长幅度较高。

#### ④租赁费

报告期内，租赁费分别为 116.36 万元、103.75 万元、6.94 万元及 0.72 万元，主要构成为管理办公场所的租赁费用。2021 年租赁费较 2020 年减幅达 93.31%，主要是由于公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》即新租赁准则，导致公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁做出调整，因此租赁费自 2021 年 1 月 1 日起在“租赁费”科目中只保留短期租赁部分费用，其余长期租赁费均转入使用权资产中。

### 3、研发费用分析

#### 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	287.83	36.86%	672.45	46.95%	596.03	54.23%	487.48	46.14%
直接投入	312.02	39.95%	571.72	39.91%	316.98	28.84%	385.27	36.47%
股权激励	107.93	13.82%						
折旧费	16.08	2.06%	92.98	6.49%	1.83	0.17%	1.67	0.16%
中介机构服务费	30.22	3.87%	62.35	4.35%	92.35	8.40%	138.39	13.10%
办公费	24.55	3.14%	28.59	2.00%	11.51	1.05%	10.25	0.97%
差旅费	2.31	0.30%	4.33	0.30%	5.03	0.46%	5.74	0.54%
租赁费	-	-		0.00%	75.25	6.85%	27.66	2.62%
<b>合计</b>	<b>780.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,432.42</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,098.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,056.46</b>	<b>100.00%</b>

#### 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
罗莱生活（002293.SZ）	2.41%	2.17%	2.07%	2.06%
富安娜（002327.SZ）	3.49%	2.39%	2.44%	2.75%
水星家纺（603365.SH）	2.03%	1.72%	2.11%	2.54%
钱皇股份（836206.NQ）	0.37%	0.00%	0.10%	0.00%
平均数（%）	<b>2.07%</b>	<b>2.09%</b>	<b>1.68%</b>	<b>1.84%</b>
发行人（%）	<b>5.96%</b>	<b>3.84%</b>	<b>3.54%</b>	<b>4.47%</b>
原因、匹配性分析	<p>报告期内，公司研发费用率分别为 4.47%、3.54%、3.84%及 5.96%，高于同行业可比公司平均水平。主要原因系公司高度重视产品研发，增加研发投入，从而导致研发支出保持较高的水平；同时发行人业务体量较小，尚未形成收入规模效应，研发产业成果转化的收益相较同行业可比公司而言存在一定差距，因此研发费用率在在一定程度上高于同行业可比公司。</p>			

#### 科目具体情况及说明

报告期内，公司研发费用分别为 1,056.46 万元、1,098.98 万元、1,432.42 万元及 780.95 万元，占营业收入的比重分别为 4.47%、3.54%、3.84%及 5.96%。研发费用的主要构成

为职工薪酬、直接投入等。

报告期内，研发费用逐年稳步增长，主要系公司高度重视产品研发，加大研发投入，在项目的质量及成果方面严格把关，在深度与精度方面不断精进，导致研发人员薪酬、

材料投入等费用的增长。

#### 4、财务费用分析

财务费用构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
利息费用	1,903,965.42	2,511,410.68	1,735,313.09	1,853,609.78
减：利息资本化				
减：利息收入	52,937.38	325,114.53	210,000.00	61,080.81
汇兑损益	-1,059,353.98	668,301.33	852,275.97	101,500.09
银行手续费	215,873.92	1,214,030.19	756,922.45	362,430.70
其他				
<b>合计</b>	<b>1,007,547.98</b>	<b>4,068,627.67</b>	<b>3,134,511.51</b>	<b>2,256,459.76</b>

##### (一)财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
罗莱生活(002293.SZ)	-0.45%	-0.68%	-1.24%	-0.80%
富安娜(002327.SZ)	-0.34%	0.30%	-0.07%	0.07%
水星家纺(603365.SH)	-0.27%	-0.29%	-0.40%	-0.29%
钱皇股份(836206.NQ)	1.01%	0.95%	0.77%	-0.01%
<b>平均数(%)</b>	<b>-0.01%</b>	<b>0.07%</b>	<b>-0.23%</b>	<b>-0.26%</b>
<b>发行人(%)</b>	<b>0.77%</b>	<b>1.09%</b>	<b>1.01%</b>	<b>0.95%</b>
<b>原因、匹配性分析</b>	<p>报告期内，公司财务费用率分别为0.95%、1.01%、1.09%及0.77%，略高于行业平均水平。主要原因系公司处于成长期，主要通过借款方式满足公司日常经营资金需要，因此借款所产生的利息费用相较同行业可比公司而言偏高。报告期内，公司逐步拓宽跨境销售渠道，外销收入逐年增加，由于跨境资金收款渠道的手续费相对较高，导致报告期内公司银行手续费金额不断增加。</p> <p>与此同时，同行业可比公司的募集资金账户每年均会产生高额利息收入，这对于冲抵利息费用及手续费会产生正面效应，因此同行业可比公司财务费用率较低。</p>			

##### (二)科目具体情况及说明

报告期内，公司财务费用分别为225.65万元、313.45万元、406.86万元及100.75

万元，占营业收入的比重分别为 0.95%、1.01%、1.09%及 0.77%，主要由利息费用及银行手续费构成。目前公司处于成长期，主要通过借款方式满足公司日常经营资金需要，因此产生借款利息费用。截至目前，公司还款能力保持正常水平，未出现逾期或无力还款的情形。另外，公司的银行手续费分别为 36.24 万元、75.69 万元、121.40 万元及 21.59 万元，2019 年至 2021 年呈快速增加趋势，主要是由于公司海外业务规模不断扩大，其中公司海外官网 Shopify 网站 2021 年产生的收入与提款金额均比 2020 年高出 200 万元至 300 万元左右，导致公司对于收款渠道多样性的需求逐步提升，海外各收款渠道的费率通常在 3%~5%左右，从而导致银行手续费逐年增加。

## 5、其他披露事项

无

## 6、主要费用情况总体分析

### (1) 销售费用

报告期各期，公司销售费用分别为 5,861.77 万元、7,139.34 万元、8,179.62 万元及 3,081.25 万元，占营业收入的比例分别为 24.79%、22.98%、21.93%及 23.50%。销售费用主要由电商平台佣金及服务费、广告及业务宣传费、职工薪酬、折旧及摊销等构成。公司销售费用与公司生产经营规模呈同向变动。

### (2) 管理费用

报告期各期，公司管理费用分别为 1,007.28 万元、1,067.22 万元、1,154.02 万元及 932.11 万元，占营业收入的比例分别为 4.26%、3.44%、3.09%及 7.11%。管理费用主要由职工薪酬、中介机构服务费、折旧及摊销等构成。

公司管理费用总额保持相对稳定，报告期内，公司业务规模不断扩大，受规模效应影响及控制成本等因素的影响，管理费用率逐年降低。

### (3) 研发费用

报告期内，公司研发费用分别为 1,056.46 万元、1,098.98 万元、1,432.42 万元及 780.95 万元，占营业收入的比重分别为 4.47%、3.54%、3.84%及 5.96%。研发费用的主要构成

为职工薪酬、直接投入材料费、折旧与摊销及相关试验费等。

报告期内，公司研发费用保持稳步增长，主要系公司高度重视产品研发，增加研发投入，在项目的质量及成果方面严格把关，致使研发人员薪酬、研发材料投入等有所增长。

#### (4) 财务费用

报告期内，公司财务费用分别为 225.65 万元、313.45 万元、406.86 万元及 100.75 万元，占营业收入的比重分别为 0.95%、1.01%、1.09% 及 0.77%。主要由利息费用及银行手续费构成。主要原因系公司处于高速发展阶段，通过借款方式可以满足公司日常经营需要，因此所产生利息费用较高。除此之外，为匹配企业跨境业务的发展势头，跨境收款渠道多样性也逐步提高，致使银行手续费也在逐年提高。

综上，各费用支出合理，且与业务规模相匹配。未来，公司将进一步加强费用管理，提升盈利水平。

### (五) 利润情况分析

#### 1、利润变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	1,645.55	12.55%	4,090.84	10.97%	2,795.49	9.00%	1,310.21	5.54%
营业外收入	0.34	0.003%	36.96	0.10%	8.83	0.03%	0.53	0.00%
营业外支出	26.19	0.20%	83.79	0.22%	22.74	0.07%	18.27	0.08%
利润总额	1,619.70	12.36%	4,044.01	10.84%	2,781.58	8.95%	1,292.47	5.47%
所得税费用	248.18	1.89%	427.90	1.15%	286.85	0.92%	122.15	0.52%
净利润	<b>1,371.52</b>	<b>10.46%</b>	<b>3,616.115</b>	<b>9.70%</b>	<b>2,494.73</b>	<b>8.03%</b>	<b>1,170.33</b>	<b>4.95%</b>

科目具体情况及说明：

无

#### 2、营业外收入情况

适用 不适用

### (1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
接受捐赠				
政府补助		5.61	5.4	
盘盈利得				
无法支付的应付款项		19.72		
其他	0.34	11.62	3.43	0.53
合计	<b>0.34</b>	<b>36.96</b>	<b>8.83</b>	<b>0.53</b>

### (2) 计入当期损益的政府补助：

适用 不适用

### (3) 科目具体情况及说明

公司报告期内计入营业外收入的政府补助主要包括疫情补贴、以工代训补贴、社保补贴及职业代训补贴。当期损益的政府补助详见本节“三、盈利情况分析”之“（七）其他影响损益的科目分析”之“3、其他收益”。计入营业外收入的“无法支付的应付款项”主要系往来款核销，计入“其他”主要系盛太丝绸未达起征点减免税额及零料销售。

### 3、营业外支出情况

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
对外捐赠	16.48	72.30	19.90	10.20
非流动资产毁损报废损失	8.00	1.69		
滞纳金支出	0.00	1.09	0.03	0.07
其他	1.71	8.71	2.81	8.00
合计	<b>26.19</b>	<b>83.79</b>	<b>22.74</b>	<b>18.27</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司营业外支出主要为对外捐赠。主要包括慈善捐款及爱心助学款等。

对外捐赠大额项目明细如下：

单位：万元

对外捐赠项目	对外捐赠时间	捐赠金额	捐赠对象
太湖雪一元筑梦	2021年5月1日	30.00	苏州市儿童少年基金会
育英中学捐款	2021年9月3日	30.00	苏州市吴江区震泽镇商会
慈善捐款	2021年1月25日	10.00	苏州市吴江区慈善基金会
捐款	2020年1月6日	10.00	苏州市吴江区财政局震泽分局代管资金专户
捐款	2019年1月18日	10.00	苏州市吴江区财政局震泽分局代管资金专户

#### 4、所得税费用情况

##### (1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
当期所得税费用	308.72	443.12	285.57	123.72
递延所得税费用	-60.54	-15.22	1.28	-1.58
合计	<b>248.18</b>	<b>427.90</b>	<b>286.85</b>	<b>122.15</b>

##### (2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
利润总额	1,619.70	4,044.01	2,781.58	1,292.47
按适用税率15%计算的所得税费用	242.96	606.6	417.24	193.87
部分子公司适用不同税率的影响	35.03	2.82	-12.37	1.48
调整以前期间所得税的影响	-	-	-	-
税收优惠的影响	-	-	-	-
非应税收入的纳税影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	83.82	15.64	2.17	25.82
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-10.2	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	3.46	0.45	0.02	13
研发费用加计扣除的影响	-117.09	-197.62	-110.02	-112.02
所得税费用	<b>248.18</b>	<b>427.90</b>	<b>286.85</b>	<b>122.15</b>

#### 科目具体情况及说明

报告期内，公司的所得税费用占利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度
所得税费用	248.18	427.90	286.85	122.15
利润总额	1,619.70	4,044.01	2,781.58	1,292.47
所得税费用占比	15.32%	10.58%	10.31%	9.45%

报告期内，公司的所得税费用分别为 122.15 万元、286.85 万元、427.90 万元及 248.18 万元，占利润总额的比例分别为 9.45%、10.31%、10.58% 及 15.32%。

2022 年上半年度所得税费用占比较高主要受子公司适用不同税率的影响，其中 Silkbox 的营业收入增长幅度较高，且海外企业所得税税率较高，最终导致上半年度所得税费用占比上升。

1、2019 年 11 月 7 日，苏州太湖雪丝绸股份有限公司高新技术企业复审通过，取得高新技术企业证书（证书编号：GR201932000181），有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税实施条例》等相关法律法规规定，企业自通过高新技术企业认定并向主管税务机关办理完减免手续后，三年内可享受国家关于高新技术企业相关税收优惠政策，即按 2019 年至 2021 所得税率减按 15% 计缴。

2、苏州市盛太丝绸有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13 号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

根据财税【2021】12 号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税（2019）13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

3、苏州小镇故事文化传播有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13 号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12 号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部税

务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

4、上海柏翊供应链管理有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

5、上海太湖之雪科技有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

6、苏州湖之锦文化传媒有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

7、苏州太湖雪丝品生活有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税

务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

8、苏州太湖雪丝绸科技有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

9、苏州太湖雪电子商务有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

报告期内公司合理享受企业所得税税收优惠，按15%计缴企业所得税，同时，公司研发投入较高，享受研发支出加计扣除的优惠，综上，公司实际税率与公司实际经营情况相符。

## 5、其他披露事项

无

## 6、利润变动情况分析

报告期内，公司营业利润分别为1,310.21万元、2,795.49万元、4,090.84万元及1,645.55万元，利润总额分别为1,292.47万元、2,781.58万元、4,044.01万元及1,619.70万元，净利润分别为1,170.33万元、2,494.73万元、3,616.12万元及1,371.52万元。报

告期内公司业绩快速增长，符合公司的发展阶段和实际经营状况。

## （六）研发投入分析

### 1、研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
职工薪酬	287.83	672.45	596.03	487.48
直接投入	312.02	571.72	316.98	385.27
股权激励	107.93			
折旧费	16.08	92.98	1.83	1.67
中介机构服务费	30.22	62.35	92.35	138.39
办公费	24.55	28.59	11.51	10.25
差旅费	2.31	4.33	5.03	5.74
租赁费	-		75.25	27.66
<b>合计</b>	<b>780.95</b>	<b>1,432.42</b>	<b>1,098.98</b>	<b>1,056.46</b>
<b>研发投入占营业收入的比例（%）</b>	<b>5.96%</b>	<b>3.84%</b>	<b>3.54%</b>	<b>4.47%</b>
<b>原因、匹配性分析</b>	报告期内，研发费用逐年稳步增长，主要系公司高度重视产品研发，加大研发投入，在项目的质量及成果方面严格把关，在深度与精度方面不断精进，导致研发人员薪酬、材料投入等费用的增长。2022年上半年度公司对部分研发人员实行股权激励，导致研发费用率增长较快。			

### 科目具体情况及说明：

无

### 2、报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司研发项目情况如下表：

单位：万元

序号	项目名称	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年	总计
1	蚕丝家纺产品卫生保健整理关键技术及产品的研发	-	131.40	78.81	115.07	325.28
2	真丝床品生产加工过程表面防磨损工艺的研发	-	124.91	113.00	123.14	361.06
3	蚕丝被用提花头高效	-	152.20	134.39	128.80	415.40

	低阻升降技术的研发					
4	蚕丝纤维染色和功能整理关键技术及产品的研发	71.89	162.59	84.71		247.30
5	蚕丝纤维消臭剂制备及应用技术的研发	35.03	166.54	138.08		304.62
6	高弹抗菌抗皱蚕丝绵片制备技术的研发	102.08	180.69	120.10		300.78
7	真丝面料裁剪加工工艺技术的研究	-	125.10	23.12		148.21
8	蚕丝绵拉伸工艺的研发	-	102.25	38.30		140.55
9	紧密型高保形真丝家纺产品的研发	-	75.92			75.92
10	透气性好的清凉型真丝枕头的研发	-	89.38			89.38
11	蚕桑养殖用高洁净消毒技术的研发	128.71	54.94			54.94
12	多功能易整理蚕丝被的研发	71.55	66.50			66.50
13	多组分纤维蚕丝家纺产品功能整理技术及产品研发	-		117.38	120.41	237.80
14	高韧性高光泽度的蚕丝加工工艺技术的研发	-		132.88	136.18	269.06
15	高保形性蚕丝被加工技术的研发	-		118.20	102.47	220.67
16	蚕丝家纺产品阻燃整理关键技术及产品的研发	-			67.71	67.71
17	蚕丝绵高效拉松工艺技术的研发	-			40.81	40.81
18	蚕丝绵标准化裁切工艺技术的研发	-			52.60	52.60
19	智能温感蚕丝被的研发	-			106.23	106.23
20	蚕丝高效烘干技术的研发	-			63.04	63.04
21	抗菌防螨蚕丝系列产品的研发	48.81				
22	蚕丝抗菌消臭关键整理技术的研发	51.97				
23	保湿护肤功能绿色整理关键技术的研发	51.73				
24	高弹抗板结蚕丝绵片制备技术的研发	41.66				
25	石墨烯真丝眼罩除菌消毒技术研究与产品	48.62				

	开发					
26	优质蚕品种改良及规模化饲养技术研发	81.21				
27	智能化真丝家纺产品的设计开发	47.68				
总计		<b>780.95</b>	<b>1,432.42</b>	<b>1,098.98</b>	<b>1,056.46</b>	<b>3,587.86</b>

报告期内，公司研发费用分别为 1,056.46 万元、1,098.98 万元、1,432.42 万元及 780.95 万元，占营业收入的比重分别为 4.47%、3.54%、3.84% 及 5.96%。研发费用的主要构成成为职工薪酬、直接投入材料、折旧与摊销、相关试验费及股权激励等。

报告期内，公司研发项目不断增加，2019 年公司进行了“智能温感蚕丝被的研发”等 11 个项目；2020 年度增加了“蚕丝纤维染色和功能整理关键技术及产品的研发”等 5 个项目；2021 年度增加了“紧密型高保形真丝家纺产品的研发”等 4 个项目，2022 年上半年度增加了“抗菌防螨蚕丝系列产品的研发”等 7 个项目。报告期内，公司高度重视产品研发，专注于上述 20 余个项目的研发工作，在项目的质量及成果方面严格把关，在深度与精度方面不断精进。公司按照具体研发的项目的职工薪酬、原材料直接投入量分别计入到各年度的研发费用中，报告期内公司各项目投入与各期研发费用金额较为匹配。

### 3、研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
罗莱生活（002293.SZ）	2.41%	2.17%	2.07%	2.06%
富安娜（002327.SZ）	3.49%	2.39%	2.44%	2.75%
水星家纺（603365.SH）	2.03%	1.72%	2.11%	2.54%
钱皇股份（836206.NQ）	0.37%	-	0.10%	0.00%
平均数（%）	<b>2.07%</b>	<b>2.09%</b>	<b>1.68%</b>	<b>1.84%</b>
发行人（%）	<b>5.96%</b>	<b>3.84%</b>	<b>3.54%</b>	<b>4.47%</b>

#### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司研发费用率分别为 4.47%、3.54%、3.84% 及 5.96%，高于行业平均水平。主要原因系公司高度重视产品研发，增加研发投入，从而导致研发支出保持较高的水平。此外，公司业务体量相对较小，目前尚未形成收入规模效应，导致研发费用率

在一定程度上高于同行业可比公司。

#### 4、其他披露事项

无

#### 5、研发投入总体分析

报告期内，公司研发费用分别为1,056.46万元、1,098.98万元、1,432.42万元及780.95万元，占营业收入的比重分别为4.47%、3.54%、3.84%及5.96%。研发费用的主要构成成为职工薪酬、直接投入材料、折旧与摊销、相关试验费及股权激励等。

报告期内，研发费用逐年稳步增长，主要系公司高度重视产品研发，增加研发投入，在项目的质量及成果方面严格把关，导致研发人员薪酬、材料投入等有所增长。2022年上半年度公司对部分研发人员实行股权激励，导致研发费用率增长较快。

### （七）其他影响损益的科目分析

#### 1、投资收益

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
权益法核算的长期股权投资收益				
处置长期股权投资产生的投资收益			-55.97	
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得				
交易性金融资产在持有期间的投资收益		11.34	52.54	11.63
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入				
债权投资在持有期间取得的利息收入				
其他债权投资在持有期间取得的利息收入				
处置交易性金融资产取得的投资收益	0.86			
处置债权投资取得的投资收益				
处置其他债权投资取得的投资收益				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益				
处置以公允价值计量且其变动计入当				

期损益的金融资产取得的投资收益				
持有至到期投资在持有期间的投资收益				
可供出售金融资产在持有期间的投资收益				
处置可供出售金融资产取得的投资收益				
处置持有至到期投资取得的投资收益				
<b>合计</b>	<b>0.86</b>	<b>11.34</b>	<b>-3.43</b>	<b>11.63</b>

科目具体情况及说明：

无
---

2、公允价值变动收益

适用 不适用

3、其他收益

适用 不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
政府补助	666.80	466.72	532.8	326.69
代扣个人所得税手续费	0.95			
<b>合计</b>	<b>667.75</b>	<b>466.72</b>	<b>532.80</b>	<b>326.69</b>

科目具体情况及说明：

报告期内，公司政府补助如下：								
单位：万元								
序号	补助项目	是否影响盈亏	是否特殊项目补助	2022年1月-6月	2021年度	2020年度	2019年度	与资产相关/与收益相关
1	2020年第二批苏州市文化产业发展奖励和补贴项目资金	否	否		20.00	-	-	与收益相关
2	2020年苏州文化和旅游“走出去”项目奖励补贴经费	否	否		5.55	-	-	与收益相关
3	2020年商务发展专项资金第七批	否	否		1.00	-	-	与收益相关

4	2020年工业奖励	否	否		123.80	-	-	与收益相关
5	2020年苏州市第三批科技发展计划:技术标准资助项目经费	否	否		2.70	-	-	与收益相关
6	2021年农业生产和公共服务:农业农村信息化建设项目资金-智慧农业品牌案例	否	否		10.00	-	-	与收益相关
7	2021年苏州市级打造先进制造业基地专项资金-关键技术攻关项目:工业设计奖励	否	否		50.00	-	-	与收益相关
8	2020年信用体系类政策奖励资金-苏州市信用管理示范	否	否		5.00	-	-	与收益相关
9	苏州市吴江区人力资源和社会保障局一次性就业补贴	否	否		0.10	-	-	与收益相关
10	2020年度实施商标战略和技术标准战略及质量强区建设项目奖励资金	否	否		5.00	-	-	与收益相关
11	2021年度文体旅产业高质量发展扶持资金	否	否		30.00	-	-	与收益相关
12	2021年度吴江区版权产业和新闻出版产业高质量发展扶持资金	否	否		50.00	-	-	与收益相关
13	境外展会补贴	否	否		0.88	-	-	与收益相关
14	苏州市吴江区盛泽镇财政和资产管理局奖励款	否	否		5.00	-	-	与收益相关
15	2021年度吴江区第一批专利专项资助经费	否	否		0.51	-	-	与收益相关
16	2020年度平台经济奖励	否	否		50.00	-	-	与收益相关
17	2020年度吴江区工业高质量发展资金	否	否		20.00	-	-	与收益相关
18	2019年度苏州市商务发展切块资金	否	否		11.59	-	-	与收益相关
19	2020年度吴江区商务发展奖励资金	否	否		32.83	-	-	与收益相关
20	2020年度苏州市产“十佳”农产品加工示范企业奖补	否	否		10.00	-	-	与收益相关
21	2021年市级新型农业经营主体贷款贴息项目奖补	否	否		7.82	-	-	与收益相关
22	2020年度姑苏宣传文化人才项目资助	否	否		24.00	-	-	与收益相关
23	2019年度工业奖励	否	否		-	75.50	-	与收益相关

24	2020年苏州市打造先进制造业基地专项资金专精特新企业培育项目	否	否			-	60.00	-	与收益相关
25	2019年市级农村绿化项目补助资金(成片林建设)	否	否			-	53.40	-	与收益相关
26	2019年度吴江区文化产业高质量发展产业资金-苏州非遗文化文创产品设计研发与产业化	否	否			-	50.00	-	与收益相关
27	2019年度平台经济奖励资金	否	否			-	50.00	-	与收益相关
28	苏州市文化广电和旅游局2018年姑苏旅游人才创业团队奖励	否	否			-	40.00	-	与收益相关
29	2019年度吴江区工业高质量发展扶持资金-省级工业设计中心	否	否			-	30.00	-	与收益相关
30	商务发展专项资金丝绸品牌宣传销售首超1亿	否	否			-	24.50	-	与收益相关
31	2019年吴江区工业高质量发展扶持资金-专精特新项目	否	否			-	20.00	-	与收益相关
32	2020年苏州市打造先进制造业基地专项资金生产性服务业-工业设计奖励	否	否			-	20.00	-	与收益相关
33	2019年姑苏宣传文化人才项目资助	否	否			-	20.00	-	与收益相关
34	2020年苏州重大版权推广运用计划项目补助经费	否	否			-	15.00	-	与收益相关
35	2020年市级以上农业产业龙头企业贷款贴息补助	否	否			-	12.84	-	与收益相关
36	应对新冠肺炎疫情本地农产品线上销售奖励补助	否	否			-	10.00	-	与收益相关
37	2018年、2019年省以上现代农业发展专项资金	否	否			-	10.00	5.00	与收益相关
38	2019年高新技术企业认定奖励金	否	否			-	5.00	-	与收益相关
39	2019年吴江区工业高质量发展扶持资金-市级工业设计中心	否	否			-	5.00	-	与收益相关

40	应对新冠肺炎疫情支持新型农业经营主体贷款贴息项目资助资金	否	否			-	5.00	-	与收益相关
41	2019年吴江区工业高质量发展扶持资金-三星级上云企业	否	否			-	3.00	-	与收益相关
42	2019年度第一批省级工业和信息产业转型升级专项资金	否	否			-	2.00	-	与收益相关
43	大众创业万众创新优秀案例项目奖补资金	否	否			-	2.00	-	与收益相关
44	苏州市2020年度第十九批科技发展计划科技金融专项项目经费	否	否			-	0.84	-	与收益相关
45	2020年度第一批专利资助经费	否	否			-	0.66	-	与收益相关
46	稳岗补贴	否	否	15.18	0.95		18.07	-	与收益相关
47	2019年度省级商务发展切块资金-2017-2018年度江苏省电商示范企业	否	否			-	-	100.00	与收益相关
48	姑苏旅游创新团队奖励	否	否			-	-	40.00	与收益相关
49	苏州市优秀新兴业态文化创意企业奖励	否	否			-	-	30.00	与收益相关
50	2019年度苏州丝绸新产品项目奖励资金	否	否			-	-	30.00	与收益相关
51	2018年度吴江区文化产业高质量发展专项资金(苏州市文化产业示范基地)	否	否			-	-	20.00	与收益相关
52	2018年姑苏宣传文化人才项目	否	否			-	-	20.00	与收益相关
53	2019年度第九批科技发展计划(科技创新政策性资助)项目及经费	否	否			-	-	20.00	与收益相关
54	2018年度吴江区农业高质量发展扶持政策——休闲创意农业	否	否			-	-	10.00	与收益相关
55	2018年度吴江区商务发展专项资金(电子商务)	否	否			-	-	10.00	与收益相关
56	2018年度吴江区农业科技示范基地结转经费	否	否			-	-	10.00	与收益相关
57	2018年度省现代服务业发展专项奖励(苏州市十佳农业科技企业)	否	否			-	-	10.00	与收益相关

58	苏州市第十二批科技发展计划项目(科技金融专项)	否	否			-	-	8.84	与收益相关
59	2019年度省级商务发展切块资金-中小企业市场拓展	否	否			-	-	5.47	与收益相关
60	2018年度农产品品牌补贴(太湖雪生丝)	否	否			-	-	5.00	与收益相关
61	2017年商务发展奖励资金	否	否			-	-	1.20	与收益相关
62	2019吴江区第三批专利资助	否	否			-	-	0.63	与收益相关
63	2019吴江区第一批专利资助	否	否			-	-	0.45	与收益相关
64	2019年度知识产权省级专项资金资助	否	否			-	-	0.10	与收益相关
65	2021年度中央外经贸发展专项资金茧丝绸和国际服务外包项目	否	否	240.00					
66	2021年度工业经济奖励	否	否	114.50					
67	2021年第二批苏州市文化产业发展专项资金扶持项目	否	否	100.00					
68	首批吴江区生产性服务业高质量发展政策和2021年度服务业集聚区优惠政策奖励资金	否	否	100.00					
69	2021年度实施商标战略和技术标准战略及质量强区建设项目奖励资金	否	否	66.00					
70	2022年度苏州市市级打造先进制造业基地专项资金	否	否	15.00					
71	2020年度苏州市商务发展专项资金	否	否	10.00					
72	2021年度第一批企业资本支窗奖励资金	否	否	3.60					
73	苏州市吴江区震泽镇人力资源和社保保障服务中心	否	否	1.97					
74	2021年苏州市商务发展专项资金(第一批)	否	否	0.56					
<b>合计</b>				<b>666.80</b>	<b>466.72</b>	<b>532.80</b>	<b>326.69</b>		<b>与收益相关</b>
<p>报告期内，公司经营业绩对政府补助不存在较大依赖。</p>									

#### 4、信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款坏账损失	115.28	-99.07	-8.04	-3.52
应收票据坏账损失				
其他应收款坏账损失	-2.54	0.11	-23.64	-14.46
应收款项融资减值损失				
长期应收款坏账损失				
债权投资减值损失				
其他债权投资减值损失				
合同资产减值损失				
财务担保合同减值				
合计	112.74	-98.95	-31.68	-17.99

#### 科目具体情况及说明：

损失以“-”号表示，信用减值损失主要发生在应收账款及其他应收款，详见本节“二、资产负债等财务状况分析”之“（一）应收款项”。

#### 5、资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
坏账损失	-			
存货跌价损失				
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）	-149.53	-301.22	-318.28	-334.83
可供出售金融资产减值损失	-			
持有至到期投资减值损失	-			
长期股权投资减值损失				
投资性房地产减值损失				
固定资产减值损失				
在建工程减值损失				
生产性生物资产减值损失				
油气资产减值损失				
无形资产减值损失				
商誉减值损失				
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）				
其他				
合计	-149.53	-301.22	-318.28	-334.83

### 科目具体情况及说明：

损失以“-”号表示，资产减值损失主要发生为存货跌价损失，报告期各期末，公司存货主要为库存商品及用于加工的原材料等。资产负债表日，公司以相应合同售价或一般售价为基础计算存货可变现净值，经测算，由于公司存货中的部分存货可变现净值低于账面成本，报告期内，公司分别确认存货跌价损失 334.83 万元、318.28 万元、301.22 万元及 149.53 万元。详见本节“二、资产负债等财务状况分析”之“（二）存货”。

## 6、资产处置收益

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益				
其中：固定资产处置收益		0.55		-3.02
无形资产处置收益				
持有待售处置组处置收益				
未划分为持有待售的非流动资产处置收益				
其中：固定资产处置收益				
无形资产处置收益				
合计	-	0.55		-3.02

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司发生的资产处置损益金额较小，具有一定偶发性，详见本节“二、资产负债等财务状况分析”之“（四）固定资产、在建工程”。

## 7、其他披露事项

无

## 8、其他影响损益的科目分析

□适用 √不适用

## 四、现金流量分析

### (一) 经营活动现金流量分析

#### 1、经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	15,205.95	37,423.08	32,523.45	25,003.89
收到的税费返还	0.0018	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	733.42	518.31	676.89	432.27
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>15,939.37</b>	<b>37,941.39</b>	<b>33,200.33</b>	<b>25,436.16</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	8,175.66	27,512.54	21,252.69	15,906.63
支付给职工以及为职工支付的现金	2,645.31	4,252.31	3,366.40	3,583.04
支付的各项税费	256.33	1,105.54	1,332.02	1,592.89
支付其他与经营活动有关的现金	2,999.33	6,142.21	5,392.62	4,004.71
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>14,076.63</b>	<b>39,012.61</b>	<b>31,343.73</b>	<b>25,087.28</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,862.74</b>	<b>-1,071.22</b>	<b>1,856.60</b>	<b>348.88</b>

#### 科目具体情况及说明：

公司经营活动现金流入主要来源为销售商品、提供劳务收到的现金，每年随营业收入增长而相应增加。公司销售商品、提供劳务收到的现金占同期经营活动现金流入的比重分别为 98.30%、97.96%、98.63%及 95.40%，为经营活动现金流入的主要来源。

公司经营活动现金流出主要为与经营活动相关的各项成本、费用。报告期内各期购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金合计占经营活动现金流出的比例分别为 77.69%、78.55%、81.42%及 76.87%。其中，支付的各项税费分别为 1,592.89 万元、1,332.02 万元、1,105.54 万元及 256.33 万元，呈逐年递减趋势，主要是由于公司在报告期内业务规模不断提高对于采购的需求量倍增，导致增值税中进项税逐年增加，抵扣效应显著。报告期内进项税额分别为 1,963.74 万元、2,318.35 万元、3,290.21 万元及 1,085.67 万元。2022 年 1-6 月较去年同期下降了 88.78%，主要系当期疫情原因而缓缴税款 235.87 万元。

## 2、收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
政府补助	667.75	472.34	538.2	332.08
收到的各种往来款	59.04	-	-	-
利息收入	5.29	2.48	3.31	1.7
收到的押金、保证金、备用金	1.33	36.79	128.83	94.11
代收代付款项	-	6.67	6.54	4.3
其他	-	0.03		0.09
<b>合计</b>	<b>733.42</b>	<b>518.31</b>	<b>676.89</b>	<b>432.27</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期各期，公司收到其他与经营活动有关的现金分别为 432.27 万元、676.89 万元、518.31 万元及 733.42 万元。主要系政府补助及收到的押金、保证金等。

## 3、支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付的各项费用	2,903.40	5,965.61	5,261.73	3,829.1
支付的押金、保证金、备用金	70.52	99.67	102.78	157.55
营业外支出	25.41	75.1	22.74	18.07
代收代付款项		1.83	5.36	
<b>合计</b>	<b>2,999.33</b>	<b>6,142.21</b>	<b>5,392.62</b>	<b>4,004.71</b>

### 科目具体情况及说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 4,004.71 万元、5,392.62 万元、6,142.21 万元及 2,999.33 万元。主要系企业期间费用的付现支出。

## 4、经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	1,371.52	3,616.12	2,494.73	1,170.33
加：资产减值准备	149.53	301.22	318.28	334.83

信用减值损失	-112.74	98.95	31.68	17.99
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	109.68	112.94	97.94	111.22
使用权资产折旧	390.90	728.48	-	-
无形资产摊销	28.67	39.44	36.61	34.7
长期待摊费用摊销	85.33	95.87	91.33	107.23
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	-0.55	-	3.02
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	1.69	-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	224.71	242.03	202.52	178.38
投资损失（收益以“-”号填列）	-0.86	-11.34	3.43	-11.63
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-60.54	-15.22	1.28	-1.58
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-2,067.28	-2,461.36	-2,112.29	-201.13
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	2,111.65	-3,874.33	202.83	-68.74
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-719.77	54.84	488.26	-1,325.73
其他	351.93	-	-	-
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,862.74</b>	<b>-1,071.22</b>	<b>1,856.60</b>	<b>348.88</b>

### 其他披露事项

无

### 经营活动现金流量分析

公司经营活动现金流入主要来源为销售商品、提供劳务收到的现金，经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金，与公司实际业务情况相符。

报告期内，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额差异情况：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	1,371.52	3,616.12	2,494.73	1,170.33

经营活动产生的现金流量净额	1,862.74	-1,071.22	1,856.60	348.88
净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异	-491.21	4,687.34	638.13	821.45

注：净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异=净利润-经营活动产生的现金流量净额

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 348.88 万元、1,856.60 万元、-1,071.22 万元及 1,862.74 万元，与净利润的差异分别为 821.45 万元、638.13 万元、4,687.34 万元及 -491.21 万元。

2019 年度，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异为 821.45 万元，主要原因系经营性应付项目同比减少 1,325.73 万元，本期付现增加导致应付款项减少较多；另存货期末增加了 201.13 万元，系因为收入持续增加，公司本期进行备货。

2020 年度，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异为 638.13 万元，主要原因系存货余额同比增加 2,112.29 万元，公司属于零售行业，因收入持续增加，公司进行大量备货，以保证后续订单能够正常生产交付，防止出现供应链短缺情况。

2021 年度，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异为 4,687.34 万元，主要原因系经营性应收项目同比增加 3,874.33 万元、存货余额同比增加 2,461.36 万元。经营性应收项目增加较多的主要原因系：2021 年公司向北京京东世纪信息技术有限公司的销售收入同比大幅增加 2,288.35 万元，导致公司期末对其应收账款相应增加 1,451.41 万元；同时，公司为了锁定原材料价格和保证原材料的及时供应，2021 年向盖州市东兴棉绢纺织有限责任公司、盖州市友凤丝绢纺织有限公司、盖州市德盛丝绢有限责任公司、盖州市润国丝绵有限公司、盖州市佳兴丝绢有限责任公司等预付了 1,600 多万元原材料货款，导致 2021 年末预付账款同比大幅增加 1,896.66 万元。

2022 年上半年度，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异为 -491.21 万元，主要原因系公司加强了对下游收款环节的把控，同时提升对上游供应商的议价能力，从而使应收账款余额较上年期末减少了 1,803.42 万元，预付账款较上年末减少了 704.21 万元，经营性应收项目较上年期末减少。

综上，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异具有合理性，未见明显异常。

## （二）投资活动现金流量分析

### 1、投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	200.00	8,890.10	16,512.42	8,861.37
取得投资收益收到的现金	0.86	11.34	52.54	11.63
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	0.70	-	1.60
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	56.89	384.82	50.96	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>257.75</b>	<b>9,286.96</b>	<b>16,615.93</b>	<b>8,874.60</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	225.33	1,284.84	351.82	752.15
投资支付的现金	200.00	8,890.10	15,040.41	8,576.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	51.89	53.52	245.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>425.33</b>	<b>10,226.82</b>	<b>15,445.75</b>	<b>9,573.14</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-167.58</b>	<b>-939.86</b>	<b>1,170.17</b>	<b>-698.54</b>

科目具体情况及说明：

无

### 2、收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
关联方往来款	-	384.82	50.96	
定期存款到期	56.89			
<b>合计</b>	<b>56.89</b>	<b>384.82</b>	<b>50.96</b>	<b>-</b>

科目具体情况及说明：

收到的其他与投资活动有关的现金主要系关联方往来款，2021年关联方往来款主要为子公司盛太丝绸及美国 SilkBox 收回的拆出资金本金及利息，其中盛太丝绸收回 372.07 万元，美国 SilkBox 收回 12.75 万元。2020年关联方往来款主要为上海柏翊收回

的拆出资金及利息。对于盛太丝绸、美国 SilkBox 的资金拆借均发生在发行人收购盛太丝绸、美国 SilkBox 之前，在发行人收购盛太丝绸、美国 SilkBox 为全资子公司时均已清理完毕，具体情况请参见“第六节公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“4、资金拆借”。

### 3、支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
关联方往来款	-		14.03	245.00
支付定期存款	-	51.89	5.00	
处置子公司现金净额	-		34.49	
<b>合计</b>	-	<b>51.89</b>	<b>53.52</b>	<b>245.00</b>

科目具体情况及说明：

无

### 4、其他披露事项

无

### 5、投资活动现金流量分析

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-698.54万元、1,170.17万元、-939.86万元及-167.58万元。2019年、2021及2022年上半年度年公司投资活动产生的现金流量净额为负值，主要原因系公司为构建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金较多所致。2020年净额为正数主要原因是减少了在此方面的投资，同时收回了大量投资收到的现金。

报告期各期，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为752.15万元、351.82万元、1,284.84万元及225.33万元，2021年公司购买了高新路938号房屋用于新门店展销及宣传，建设投入较大，导致“购建固定资产、无形资产和其他

长期资产支付的现金”增加达 697.69 万元。

### （三）筹资活动现金流量分析

#### 1、筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金		1,920.00	30.00	-
取得借款收到的现金	2,500.00	4,495.00	4,115.00	3,120.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	261.55	209.90	275.75	242.16
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>2,761.55</b>	<b>6,624.90</b>	<b>4,420.75</b>	<b>3,362.16</b>
偿还债务支付的现金	3,495.00	2,995.00	4,240.00	3,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	303.40	144.14	146.15	176.68
支付其他与筹资活动有关的现金	774.51	1,189.64	6.23	10.50
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>4,572.91</b>	<b>4,328.78</b>	<b>4,392.38</b>	<b>3,187.18</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,811.36</b>	<b>2,296.12</b>	<b>28.37</b>	<b>174.98</b>

科目具体情况及说明：

无

#### 2、收到的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
关联方往来款		209.90	275.75	242.16
股东捐赠	261.55			
<b>合计</b>	<b>261.55</b>	<b>209.90</b>	<b>275.75</b>	<b>242.16</b>

科目具体情况及说明：

收到的其他与筹资活动有关的现金主要系关联方往来款，为发行人向实际控制人等关联方借入资金支付员工薪酬及其他运营费用，具体情况参见“第六节公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“4、资金拆借”。

### 3、支付的其他与筹资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
长期租赁	151.89	699.19		
同一控制下企业合并支付的现金	-	260.72		
关联方往来款	-	163.13		
上市中介费用、财务顾问费	214.50	56.60		
融资担保费	-	10.00	6.23	10.50
资金拆借还款	408.12			
合计	<b>774.51</b>	<b>1,189.64</b>	<b>6.23</b>	<b>10.50</b>

#### 科目具体情况及说明：

无

#### 4、其他披露事项

无

#### 5、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 174.98 万元、28.37 万元、2,296.12 万元及-1,811.36 万元。

2021 年度，公司筹资活动产生的现金流入主要是吸收投资收到的现金及获得银行借款。2021 年 12 月，苏州市吴江创联股权投资管理有限公司和东吴证券股份有限公司以货币方式对本公司增资，增资价格为每股人民币 18.00 元，其中：苏州市吴江创联股权投资管理有限公司以货币方式缴纳出资人民币 1,000 万元，新增股份 555,556 股；东吴证券股份有限公司以货币方式缴纳出资人民币 800 万元，新增股份 444,444 股，导致股本及资本公积大幅增加，共计 1,800,00 万元。2022 上半年度筹资活动产生的现金流出主要是归还银行借款和利息以及支付其它与筹资活动有关的现金，导致筹资活动产生的现金流量净额为负数。

## 五、资本性支出

### （一）报告期内重大资产支出情况

报告期内，公司资本性支出主要为企业购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，报告期内，分别为 752.15 万元、351.82 万元、1,284.84 万元及 225.33 万元，主要包括工程款、购置房屋、生产设备的款项等。

### （二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求

截至招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司无可预见的重大资本性支出计划。募集资金使用情况详见“第九节募集资金运用”。

## 六、税项

### （一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%	16%、13%
消费税	-	-	-	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	7%、5%	7%、5%	7%、5%	7%、5%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	4.55%、20%、15%、21%	4.55%、20%、15%、21%	4.5%、4.55%、20%、15%、21%	20%、15%、
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

适用  不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
苏州太湖雪丝绸股份有限	15%	15%	15%	15%

公司				
苏州市盛太丝绸有限公司	20%	20%	20%	20%
苏州小镇故事文化传播有限公司	20%	20%	20%	20%
上海柏翊供应链管理有限公司	-	-	20%	20%
上海太湖之雪科技有限公司	20%	20%	20%	
苏州湖之锦文化传媒有限公司	20%	20%	20%	
SilkBoxInc.	联邦税：21%、州税：4.55%	联邦税：21%、州税：4.55%	联邦税：21%、州税：4.5%、4.55%	
苏州太湖雪丝品生活有限公司	-	20%	20%	20%
苏州太湖雪电子商务有限公司	20%	20%	20%	
苏州太湖雪丝绸科技有限公司	20%			

**具体情况及说明：**

无

**（二）税收优惠**

适用 不适用

1、2019年11月7日，苏州太湖雪丝绸股份有限公司高新技术企业复审通过，取得高新技术企业证书（证书编号：GR201932000181），有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税实施条例》等相关法律法规规定，企业自通过高新技术企业认定并向主管税务机关办理完减免手续后，三年内可享受国家关于高新技术企业相关税收优惠政策，即按2019年至2021所得税率减按15%计缴。

2、苏州市盛太丝绸有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税

〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

3、苏州小镇故事文化传播有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

4、上海柏翊供应链管理有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

5、上海太湖之雪科技有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

6、苏州湖之锦文化传媒有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条

规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

7、苏州太湖雪丝品生活有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

8、苏州太湖雪丝绸科技有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

9、苏州太湖雪电子商务有限公司属于小微企业，根据财税【2019】13号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。根据财税【2021】12号文规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

### （三）其他披露事项

无

## 七、会计政策、估计变更及会计差错

### （一）会计政策变更

√适用 □不适用

## 1、会计政策变更基本情况

单位：万元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2020年1月1日	《企业会计准则第14号——收入》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	详见本节“七、会计政策、估计变更及会计差错”之“（一）会计政策变更”之“2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”			
2021年1月1日	《企业会计准则第21号——租赁》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	详见本节“七、会计政策、估计变更及会计差错”之“（一）会计政策变更”之“2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”			
2019年	《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2019年	《企业会计准则第12号——债务重组》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2020年	《企业会计准则解释第13号》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2020年1月1日	《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2019年	《关于修订印发2019年度一	系法律法规要求的变	对报告期内科目无影响			

	般企业财务报表格式的通知》	更，不涉及内部审议				
2020年	《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2020年	《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2021年	《企业会计准则解释第14号》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			
2021年	《企业会计准则解释第15号》 《企业会计准则解释第15号》	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议	对报告期内科目无影响			

具体情况及说明：

无
---

2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

√适用 □不适用

(1) 2020年1月1日首次执行新收入准则调整2020年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：万元

项目	2019年12月31日余额	2020年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	624.63	-	-624.63	-	-624.63
合同负债	-	552.77	552.77	-	552.77
其他流动负债	-	71.86	71.86	-	71.86

母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019年12月31	2020年1月1	调整数
----	------------	----------	-----

	日余额	日余额	重分类	重新计量	合计
预收账款	571.20	-	-571.20	-	-571.20
合同负债	-	505.49	505.49	-	505.49
其他流动负债	-	65.71	65.71	-	65.71

(2) 2021年1月1日首次执行新租赁准则调整2021年年初财务报表相关项目情况

### 合并资产负债表

单位：万元

项目	2020年12月31日余额	2021年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
使用权资产	-	131.62	-	131.62	131.62
其他流动资产	131.62	-	-	-131.62	131.62

### 母公司资产负债表

单位：万元

项目	2020年12月31日余额	2021年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
使用权资产	-	117.60	-	117.60	117.60
其他流动资产	117.60	-	-	-117.60	-117.60

## (二) 会计估计变更

适用 不适用

## (三) 会计差错更正

适用 不适用

### 1、追溯重述法

适用 不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2019年度	调整电商平台收入确认时点、调整收入及费用归属期间、原控股子公司上海柏翊供应链管理有限公司(以下	第三届董事会第四次会议和第三届监事会第四次会议	货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款、存货、其他流动资产、递延所得税资产、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交	-

	简称“上海柏翊”)的应付 款项无法支付、苏州市盛太 丝绸有限公司自 2019 年纳 入合并报表范围		税费、其他应付款、预计负债、 盈余公积、未分配利润、归属于 母公司所有者权益合计、*少数股 东权益、营业收入、营业成本、 税金及附加、销售费用、管理费 用、财务费用、信用减值损失、 资产减值损失、营业外收入、所 得税费用、归属于母公司所有者 的净利润、销售商品、提供劳务 收到的现金、收到其他与经营活 动有关的现金、购买商品、接受 劳务支付的现金、支付给职工及 为职工支付的现金、支付的各项 税费、支付其他与经营活动有关 的现金、收回投资收到的现金、 取得投资收益收到的现金、购建 固定资产、无形资产和其他长期 资产支付的现金、投资支付的现 金、支付其他与投资活动有关的 现金、收到其他与筹资活动有关 的现金、汇率变动对现金及现金 等价物的影响、现金及现金等价 物净增加额、期初现金及现金等 价物余额、期末现金及现金等价 物余额	
2020 年度	调整电商平台收入确认时 点、调整收入及费用归属期 间、原控股子公司上海柏翊 供应链管理有限公司(以下 简称“上海柏翊”)的应付 款项无法支付,调整处置上 海柏翊股权的投资损失、 SilkBoxInc.自 2020 年纳入 合并报表范围	第三届董事会 第四次会议和 第三届监事会 第四次会议	货币资金、应收账款、预付款项、 其他应收款、存货、其他流动资 产、长期待摊费用、递延所得税 资产、其他非流动资产、应付账 款、☆合同负债、应付职工薪酬、 应交税费、其他应付款、其他流 动负债、预计负债、盈余公积、 未分配利润、归属于母公司所有 者权益合计、*少数股东权益、营 业收入、营业成本、税金及附加、 销售费用、管理费用、财务费用、 投资收益、信用减值损失、资产 减值损失、所得税费用、归属于 母公司所有者的净利润、销售商 品、提供劳务收到的现金、收到 其他与经营活动有关的现金、购 买商品、接受劳务支付的现金、 支付给职工及为职工支付的现 金、支付的各项税费、支付其他 与经营活动有关的现金、收到其 他与投资活动有关的现金、购建 固定资产、无形资产和其他长期 资产支付的现金、支付其他与投 资活动有关的现金、汇率变动对 现金及现金等价物的影响、现金 及现金等价物净增加额、期初现	

			金及现金等价物余额、期末现金及现金等价物余额	
2021 年度	调整境外线上自营店铺销售模式的收入确认方法、调整境内电商平台销售模式的收入确认时点、调整收入及费用归属期间、预计附有销售退回条件的商品销售退回确认预计负债	第三届董事会第四次会议和第三届监事会第四次会议	货币资金、应收账款、其他应收款、存货、其他流动资产、递延所得税资产、☆合同负债、其他流动负债、盈余公积、未分配利润、归属于母公司所有者权益合计、*少数股东权益、营业收入、营业成本、信用减值损失、营业外支出、所得税费用、归属于母公司所有者的净利润、销售商品、提供劳务收到的现金、收到其他与经营活动有关的现金、购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工及为职工支付的现金、支付的各项税费、支付其他与经营活动有关的现金、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金、投资支付的现金、收到其他与筹资活动有关的现金、支付其他与筹资活动有关的现金、汇率变动对现金及现金等价物的影响、现金及现金等价物净增加额、期初现金及现金等价物余额、期末现金及现金等价物余额	-

具体情况及说明：

无

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日和 2020 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	19,297.67	930.78	20,228.45	4.82%
负债合计	7,146.96	649.26	7,796.21	9.08%
未分配利润	7,111.19	261.12	7,372.31	3.67%
归属于母公司所有者权益合计	12,120.74	281.52	12,402.26	2.32%
少数股东权益	29.97	0.00	29.97	0.00%
所有者权益合计	12,150.71	281.52	12,432.24	2.32%
营业收入	28,756.05	1,245.77	30,001.82	4.33%
净利润	2,170.33	171.67	2,342.00	7.91%
其中：归属于母公司所有者的净利润	2,174.46	112.52	2,286.98	5.17%

少数股东损益	-4.13	59.15	55.03	-1433.71%
--------	-------	-------	-------	-----------

## 2、未来适用法

适用 不适用

## 八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

### （一）财务报告审计截至日后主要财务信息及经营状况

适用 不适用

#### 1、立信会计师的审阅意见

立信会计师对公司 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2022 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（信会师报字[2022]第 ZG12443 号）。审阅意见如下：

“根据我们的审阅,我们没有注意到任何事项使我们相信上述财务报表没有按照企业会计准则的规定编制,未能在所有重大方面公允反映太湖雪 2022 年 9 月 30 日的财务状况、2022 年 1-9 月的经营成果和现金流量。”

#### 2、发行人的专项声明

公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公司 2022 年 1-9 月财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2022 年 1-9 月财务报表真实、准确、完整。

#### 3、财务报告审计截至日后主要财务信息

公司 2022 年 1-9 月经审阅的主要经营数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 9 月 30 日	2021 年 12 月 31 日
总资产	31,664.07	29,485.26
所有者权益	18,271.66	17,853.72

单位：万元

项目	2022年7-9月	2021年7-9月	2022年1-9月	2021年1-9月
营业收入	8,808.04	7,425.28	21,917.31	24,832.60
营业利润	777.47	588.58	2,423.02	2,630.23
利润总额	754.96	551.68	2,374.66	2,567.10
净利润	764.83	669.47	2,136.35	2,326.96
归属于母公司股东的净利润	774.04	680.31	2,170.79	2,337.67
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	682.62	474.83	1,533.02	1,955.88
经营活动产生的现金流量净额	-490.60	-86.73	1,372.13	-2,922.45

公司 2022 年 1-9 月非经常性损益主要项目如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月
非流动资产处置损益	
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	797.81
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	0.86
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-48.35
小计	750.32
减：所得税影响额	-112.55
减：归属于少数股东的非经常性损益净额	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	637.77

经审阅，截至 2022 年 9 月 30 日，公司的资产总额为 31,664.07 万元，负债总额为 13,392.41 元，归属于母公司股东权益为 18,174.39 万元。2022 年 7-9 月，公司实现营业收入 8,808.04 万元，较上年同期增长 18.62%；归属于母公司股东的净利润为 774.04 万元，较上年同期增长 13.78%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 682.62 万元，较上年同期增长 43.76%。2022 年 1-9 月，公司实现的营业收入为 21,917.31 万元，较上年同期减少 11.74%；归属于母公司股东的净利润为 2,170.79 万元，较上年同期减少 7.14%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 1,533.02 万元，较上年同

期减少 21.62%。

自 2022 年 5 月中下旬开始，苏州、上海疫情得到有效控制，社会面逐渐实现清零，公司采购、生产、销售活动逐步恢复正常，同时公司为应对业绩下滑采取了一系列措施，不断加强线上、线下业务拓展，在服务好存量客户的基础上，不断开拓新客户。2022 年第三季度，公司业绩已扭转了 2022 年上半年业绩下滑的局势，实现了正增长，公司业绩总体上升趋势稳健。

财务报告审计截至日后至本招股说明书签署日，公司经营情况正常，产业政策、税收政策、行业市场环境、主要产品的研发和销售、主要客户与供应商、公司经营模式未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

## （二）重大期后事项

适用 不适用

公司于 2022 年 4 月 28 日召开的第三届董事会第二次会议，审议通过了《关于 2021 年度权益分派预案》，具体方案如下：公司总股本为 27,443,172 股，拟以权益分派实施时股权登记日应分配股数为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 9.15 元（含税）。本次权益分派共预计派发现金红利 25,110,502.38 元。本议案已经公司 2021 年度股东大会审议通过，并于 2022 年 7 月派发完毕。

## （三）或有事项

适用 不适用

## （四）其他重要事项

适用 不适用

## 九、滚存利润披露

适用 不适用

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过，本次发行完成后由新老股东按持股比例共享本次公开发行前的滚存未分配利润。

## 第九节募集资金运用

### 一、募集资金概况

#### (一) 本次募集资金投资项目基本情况

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行股票所筹的资金扣除发行费用后，将根据所处行业发展态势及公司发展战略，由董事会实施，投向以下三个项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金
1	营销渠道建设及品牌升级项目	9,058.20	9,058.20
2	研发及检测中心建设项目	3,002.27	3,002.27
3	信息化升级项目	3,000.00	3,000.00
合计		<b>15,060.47</b>	<b>15,060.47</b>

本次发行募集资金到位前，公司可以根据实际需要调整募投项目的实际进度，先行以自筹资金支付项目所需款项，待募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于以上项目所需资金总额，则不足部分由公司通过自有资金或其他方式自筹解决；如募集资金超过项目投资所需，则剩余部分用于补充公司流动资金。

#### (二) 募集资金专户存储安排

公司已根据相关法律、法规、规范性文件制定了《募集资金管理制度》，建立了募集资金专项存储制度，明确了募集资金存储、使用和管理的内部控制制度，确保本次募集资金的规范使用与管理。募集资金将存放于董事会决定的专户集中管理，专款专用，公司将与保荐机构以及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

#### (三) 募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

根据公司现有的管理水平、技术水平、人员配置及采购、生产、销售、内部控制体系，公司有能力独立实施本次募集资金投资项目。本次募集资金投资项目不会使公司与关联方产生同业竞争，也不会对公司的独立性产生不利影响。

## **（四）董事会对募集资金投资项目的可行性分析**

发行人 2022 年第四次临时股东大会审议通过了《关于公司公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，认为本次募集资金投资项目切实可行，募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

## **二、募集资金运用情况**

### **（一）营销渠道建设及品牌升级项目**

#### **1、项目概况**

公司自成立以来，深耕丝绸市场，致力于将丝绸融入生活，以优质丝绸产品来美化家居空间、营造舒适体验、提升生活品质。公司已形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，凭借过硬的产品质量、结合传统文化的创新设计、多渠道融合的营销推广，公司具备较强的市场竞争力，深受消费者青睐。

近年来，我国居民收入与消费水平不断提高，数字经济促进新零售不断发展，新冠疫情的全球蔓延催生了跨境电商迅猛发展，这些都为丝绸产业的发展带来了新的机遇。为了紧抓市场机遇，公司计划投资升级营销渠道并进行品牌提升，为公司新一轮的快速增长打下坚实基础。

本项目中，公司将依托于长三角地区对于丝绸产品认知程度较高的消费者群体和公司成熟的市场管理能力，持续对线下直营终端进行升级；此外，公司将顺应以互联网电商为代表的新零售模式，通过对线上进行营销费用和全渠道融合建设费用的投入，保持公司线上销售的持续快速增长。

本项目实施期为 3 年，预计投资总额为 9,058.20 万元，具体包括线下渠道建设费用 5,056.20 万元，线上渠道营销推广费用 3,000.00 万元和全渠道融合建设投入 1,002.00 万元。本项目所需资金全部来自于公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金，不足部分由公司自有资金补足。

#### **2、项目建设的必要性**

##### **（1）项目实施有助于提升公司的盈利能力**

公司自成立以来，始终坚持多渠道营销战略，通过线上线下的联动发力，促进销售业绩和成交转化。在线下渠道方面，公司通过对线下多种场景的多年调研和消费者画像，对于不同类型的客户采取针对性的营销策略，相继拓展了包括针对线下个人消费者的街边店、商场店、景区店、高档酒店店在内的多种类线下直营店，以及针对线下 B 端客户的大客户礼品定制销售渠道。近年来，随着居民收入水平的不断提升和对蚕丝类家纺产品认知水平的不断提高，公司线下渠道收入呈现了持续、稳定的增长态势。相较于其他销售模式而言，线下直营店由于不需要向其他公司或个人支付额外的渠道费用或让利，因而具备较高的毛利率；同时，由于公司长期深耕苏州及周边地区，在目标市场店铺选址、线下营销终端经营管理等方面积累了丰富的成功经验，能够有效提升未来公司留存和新增营销终端的留存率和销售业绩。

本项目中，公司将在继续坚持现有发展战略的基础上，持续在苏州及周边地区开设线下店铺。在项目实施期内，公司将开设 MINI 店、标准店和形象店等线下实体门店共计 23 家；本项目将通过实体店铺的开设，进一步提升公司盈利能力，为公司未来持续提升销售业绩和产品市场渗透率奠定坚实基础。

### **(2) 项目实施有助于拉动公司线上销售业绩**

近年来，随着互联网的不断普及，线上消费已逐步成为当代国内消费者的主要购物渠道。在这一背景下，公司顺应时代潮流，成为家纺行业首批开展线上销售的企业之一。

目前，公司已经在包括天猫、京东等国内主要电商平台以及亚马逊、ebay 等跨境电商平台建立了线上直营店铺。本项目中，公司将持续加大在电商平台方面的广告费、站内资源包购买以及直播费用等效果类营销费用的投入，以进一步拉动公司线上销售业绩，保持公司线上销售收入持续增长。

### **(3) 项目有助于提升公司品牌影响力**

我国丝绸行业竞争格局较为分散，行业技术门槛相对较低，产品存在一定同质化，规模较小的企业或行业新进入者多以低价竞争来吸引消费者。随着收入提高和消费水平的提升，近年来消费者更偏向于选择口碑较好、品牌知名度较高、产品质量过硬的丝绸产品。因此，打造与运营品牌，增加品牌曝光度，提升品牌在消费者心中的情感认知将成为行业竞争的主要发力点。

本项目不仅通过线下营销终端拓展和线上平台营销资源投放来进行品牌运营，还将

尝试借助品牌快闪店这一新兴营销方式，提升公司的品牌影响力。公司将以苏州为大本营，逐步向无锡、常州、上海、杭州等经济发展水平较高的长三角城市进行扩张。公司将重点选择人流量大的商圈购物中心、旅游景点推行品牌快闪店。快闪店不以实现销售为主要目标，而是侧重于品牌文化的营造与传递、引导与留存潜在客户，主要活动内容有：桑蚕文化、丝绸文化的宣传与普及；趣味游戏、太空舱养蚕、手工茧艺等现场互动；太湖雪丝绸生活理念宣传；创意新品发布等。通过将“懂丝绸，更懂生活”的品牌价值主张和丝绸融入生活的精致生活理念灌输给参与者，在潜移默化中实现将活动参与者转化为产品消费者，进而升级为品牌喜爱者。

### **3、项目建设的可行性**

#### **(1) 家纺行业规模庞大**

公司产品系家纺产品。2017年，我国家纺产业市场规模达1,381.05亿元；2017-2020年，家纺行业市场规模总体保持在1,300-1,400亿元之间，市场规模十分庞大。家纺行业的发展为公司发展营造了良好的市场环境，也为本项目的实施提供了良好的市场可行性。

#### **(2) 公司具备强大的供应链管理能力和**

公司位于中国绸都集聚地苏州、杭州、湖州等环绕中心的震泽镇，周边交通及产业条件十分便利，是我国茧丝绸织造及贸易聚集地。多年产业发展使震泽周边的丝绸产业链体系完备，产业相关人力资源丰富，为公司提供了大量可供整合的优质资源。

近年来，随着新零售及公司多渠道业务的不断发展，客户对丝绸产品的个性化定制需求愈加强烈，花型设计和尺寸规格愈发多样化。公司还积极开拓大客户业务，B端客户的需求痛点更侧重于产品的礼品属性和针对客户的定制化属性，其产品的非标程度较C端客户而言更高，个性化需求被进一步放大。公司原有从产品设计、生产到发货的全环节自主经营模式在适应多品类小批量订单时运转难度加大，转而通过产业供应链协同来实现订单的快速响应。

另一方面，公司与天猫等电商平台的头部主播合作。头部主播往往能够通过其庞大的客流量，为公司带来短期订单的爆发，这对公司订单的快速响应能力提出了更高要求。

基于上述原因，公司通过常年深耕丝绸和床上用品产业链，建立了稳定的供应链体系，在产业链各环节中均有长期稳定的合作伙伴，并根据供应商自身的生产规模、技术

特点和订单饱和程度等因素建立了较为完善的供应商管理体系。同时，公司也在内部建立了高效的柔性化订单管理模式，根据订单数量、定制化程度、交货周期等因素，结合供应链合作伙伴各自的特点进行协同作业，保证订单如期交付。公司较强的供应链协同和管理能力，能够有效满足客户定制化需求，快速响应多品种小批量订单，有助于提升公司的竞争力，保障本项目实施后的产品供给。

### **(3) 公司具备丰富的营销渠道管理经验**

公司成立以来，通过对丝绸产品消费者的画像研究，针对个人、团体消费者建立了线上、线下和团购销售渠道。

线上销售方面，公司在天猫、京东等国内电商平台以及亚马逊、Ebay 等跨境电商平台均设立了品牌直营店。除线上直营店铺自销以外，公司还与多位头部流量 KOL 达成合作，借助 KOL 的高人气直播进行产品的快速销售，快速打响公司产品和品牌知名度。

线下销售方面，公司主要通过热门街区、商场和高档酒店开设直营店的方式进行产品销售；近年来，公司还在周庄、同里等古镇景区设立景区专卖店，以江南古镇庞大的游客流量为依托，借鉴快销产品时尚现代的风格，并将公司主打的蚕桑丝绸文化与江南水乡和古镇文化进行有机融合，打造既有现代时尚风又兼具古典丝绸柔美的独特店铺风格。同时，公司通过对货架、产品的生动化陈列以及丝绸生活体验模式来吸引客户心智，促进成交。

团购销售渠道方面，公司为各类型企事业单位等团体企业客户进行节日员工福利发放以及客户/友商答谢礼物的定制化设计，利用丝绸产品价值高、设计感强的特性，将客户元素和公司品牌共同在产品 and 包装中进行呈现。

近年来，公司也十分注重线上私域流量培育，并制定了从线下向线上进行客户引流的总体策略。公司在热门商圈、购物中心、景点设立快闪店，通过门店设计、产品展示来吸引消费者，并通过蚕桑丝绸文化扫盲式传播，以及太空舱养蚕等趣味互动的方式，提升消费者的文化共鸣，实现粉丝的快速转化。2020 年，公司进行了首次快闪店尝试，公司快闪店“茧曰生活”于 2020 年 10 月在拙政园落地，该快闪店选址于拙政园出口处，以拙政园内古建筑为活动场地，通过向游客展示种桑、养蚕等蚕桑文化的经典场景，传播蚕桑精神，提升公司品牌形象。快闪店活动举办期间，累计参观量达 30 万人次。

### 拙政园快闪店活动场照



公司丰富的营销渠道管理经验，为本项目提供了充分保障。

#### **(4) 公司具备成熟的产品技术和多样化的产品花型设计**

公司始终专注于丝绸产品加工工艺及丝绸产品的创新设计，积极通过内部发掘、人才引荐以及外部产学研合作等方式，保持公司在行业中的设计创新能力和技术创新能力。

目前，公司建立了一支成熟、高效的研发设计团队，在原材料品质提升、生产工艺优化、产品创新设计等方面积累了丰富的研发经验以及技术储备，掌握了高韧性高光泽度蚕丝加工技术、蚕丝绵高效拉松技术、高保形性蚕丝被加工技术、真丝床品生产加工过程表面防磨损技术、功能性面料助剂在丝绸制品上运用技术、产品创新设计技术等多项核心技术；在产品设计方面，公司在经典花型设计元素的基础上，广泛借鉴国际先进设计理念，并积极融合中国传统文化及非遗文化，将苏绣、版画等中国传统工艺融入产品设计中，形成了具有太湖雪特色的设计风格。

近年来，公司与景区、博物馆合作打造了多款联名产品，并为企业客户及个人用客户提供了大量高端定制化产品，积累了丰富的设计经验，具备高效、专业的定制化设计能力。截至 2022 年 6 月 30 日，公司已取得各项专利共计 71 项，另有超 2,000 项版权。

深厚的行业经验积累、研发设计经验积累以及技术储备，为本项目的顺利实施奠定了良好基础，也为公司未来持续的技术研发、创新设计提供了保障。

#### **4、项目投资概算**

本项目实施期为 3 年，预计投资总额为 9,058.20 万元，具体包括线下渠道建设费用 5,056.20 万元，线上渠道营销推广费用 3,000.00 万元和全渠道融合建设投入 1,002.00 万元。本项目所需资金全部来自于公司向不特定合格投资者公开发行股票所募资金，不足部分由公司自有资金补足。具体金额及比例如下表所示：

单位：万元

序号	项目	总投资金额	占比
一	线下渠道建设	5,056.20	55.82%
1	场地租金	1,331.20	14.70%
2	场地装修	1,400.00	15.46%
3	铺货资金	2,325.00	25.67%
二	线上渠道营销推广	3,000.00	33.12%
1	国内电商	1,500.00	16.56%
2	跨境电商	1,500.00	16.56%
三	全渠道融合建设	1,002.00	11.06%
1	场租费	580.00	6.40%
2	人员工资	87.00	0.96%
3	营销物料	290.00	3.20%
4	场地布置道具	45.00	0.50%
	<b>合计</b>	<b>9,058.20</b>	<b>100.00%</b>

## 5、项目实施进度安排

### (1) 店铺建设投入

本项目实施期内线下线下直营店的建设进度如下表所示：

单位：家

终端类型	现有（2021）	T+1	T+2	T+3	新建合计
MINI 店	4	1	2	3	6
标准店	6	1	2	4	7
形象店	10	2	3	5	10
<b>合计</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>23</b>

本项目店铺建设投入具体包括场地租金、场地装修和铺货资金，具体如下：

#### ① 场地租金投入情况如下：

单位：万元

终端类型	租金投入金额		
	T+1	T+2	T+3
MINI 店	25.20	50.40	75.60
标准店	40.00	80.00	160.00

形象店	180.00	270.00	450.00
<b>合计</b>	<b>245.20</b>	<b>400.40</b>	<b>685.60</b>

②场地装修投入情况

单位：万元

终端类型	装修投入金额		
	T+1	T+2	T+3
MINI 店	20.00	40.00	60.00
标准店	40.00	80.00	160.00
形象店	200.00	300.00	500.00
<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>420.00</b>	<b>720.00</b>

③铺货资金投入情况

单位：万元

终端类型	铺货资金投入		
	T+1	T+2	T+3
MINI 店	50.00	100.00	150.00
标准店	75.00	150.00	300.00
形象店	300.00	450.00	750.00
<b>合计</b>	<b>425.00</b>	<b>700.00</b>	<b>1,200.00</b>

(2) 线上营销渠道推广

线上营销渠道推广包括国内电商和跨境电商营销推广费用，具体如下所示：

①本项目线上营销渠道推广费具体如下表所示：

单位：万元

费用科目	T+1	T+2	T+3
国内电商	400.00	500.00	600.00
跨境电商	400.00	500.00	600.00
<b>小计</b>	<b>800.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,200.00</b>

②本项目线上营销推广所需的线上渠道铺货资金如下表所示：

单位：万元

科目	T+1	T+2	T+3
收入	3,200.00	4,000.00	4,800.00

成本	2,090.56	2,613.20	3,135.84
周转率	4.00	4.00	4.00
铺货资金	522.64	653.30	783.96

由于线上营销推广不涉及实物展示，无需在销售前期进行库存转移，故线上渠道铺货资金不使用募集资金。

### (3) 全渠道融合建设费

本项目全渠道融合建设费主要系快闪店展示投入。本项目实施期内，公司将举办快闪店共计 58 场，建设投入包括场租费、运营费用、营销物料（赠品等）和快闪店陈列费用，具体如下：

单位：万元

项目	数量			单价	金额		
	T+1	T+2	T+3		T+1	T+2	T+3
举办场次	8	20	30	——	——	——	——
场租费	8	20	30	10.00	80.00	200.00	300.00
运营费用	8	20	30	1.50	12.00	30.00	45.00
营销物料（赠品等）	8	20	30	5.00	40.00	100.00	150.00
快闪店陈列费用	1	1	1	15.00	15.00	15.00	15.00
<b>合计</b>					<b>147.00</b>	<b>345.00</b>	<b>510.00</b>

### 6、项目涉及环保问题

本项目主要从事营销渠道及品牌建设，不会对外部环境产生不利影响，无需取得环保部门批复。

### 7、项目备案情况

苏州市吴江区行政审批局于 2022 年 6 月 6 日出具《关于太湖雪丝绸股份有限公司项目备案咨询的回复函》，说明发行人营销渠道建设及品牌升级项目为企业品牌提升和营销升级投入，不属于固定资产投资项，无需办理项目立项手续。

### 8、项目的经济效益情况

本项目主要经济指标如下所示：

序号	经济指标	单位	所得税前	所得税后
1	投资回收期	年	6.32	7.42
2	内部收益率	%	24.52	20.41
3	财务净现值（IRR=10%）	万元	3,383.68	2,480.78

## （二）研发及检测中心建设项目

### 1、项目概况

公司自成立以来专注于蚕丝制品加工工艺以及丝绸产品设计的研发创新，已经形成蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大产品系列，掌握了蚕丝被生产工艺、真丝床品加工技术等核心技术，拥有较强的文创设计能力，已取得版权 2,000 余项。

随着人们生活水平的提高以及对蚕丝天然优良性能的进一步认识，丝绸产品越来越受到消费者的青睐。为了继续保持公司核心竞争力，助力行业健康发展，公司计划通过本项目建设行业领先的蚕桑丝绸产业研发中心，打造专业化的茧丝绸产品质量检测中心，针对性地开展项目研究，在提升公司研发创新水平的同时，推动行业质量体系的完善。

研发中心的拟研发项目包含优质蚕品种改良及规模化饲养技术研发、蚕桑生态安全种养技术的研发、功能性产品研究及应用、非遗文化类文创产品设计研发、蚕桑文化科普体验类产品开发、睡眠健康产业发展趋势分析研究、丝绸产品花型及款式设计开发、质量检测能力升级等八个研究项目。新研发项目涉及原材料品质优化、产品创新设计研发、睡眠健康行业研究、质检技术提升等多个方面。本项目的建设将显著提升公司的研发实力，为公司的可持续发展提供技术支持、产品储备以及人才储备。

### 2、本次募集资金投资项目实施的可行性

#### （1）政策大力支持丝绸行业科技创新

我国是桑树原产地和丝绸发祥地，也是全球最大的蚕桑丝绸生产、出口国。蚕桑文化是中华文明的起点，至今已有 5,000 多年的历史。蚕桑丝绸产业涉及种植养殖、加工制造、商贸流通、文化创意等多个领域，聚集大量中小微企业、农户、商户、合作社等经济组织，是一二三产业协同发展和大中小企业融通发展的典型。近年来，国家产业政策积极引导丝绸行业高质量发展，推动产业科技创新，促进自有品牌建设。

2020 年，工信部、农业农村部等六部门印发《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划

（2021-2025 年）》，强调提升科技创新水平，支持蚕桑良种选育、开发省力智能机械等；推进蚕桑生产产业化集约化；建设现代化丝绸产业体系；实现增品种提品质创品牌“三品”专项行动；弘扬丝绸文化；加强国际合作。《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划》针对长期以来种桑养蚕生产模式落后、丝绸制造关键技术装备进步缓慢、创新设计能力不强、品牌建设滞后等问题，进行了专题规划，致力于推动蚕桑丝绸产业高质量发展。

2021 年，商务部提出《关于茧丝绸行业“十四五”发展的指导意见》，对茧丝绸行业未来发展目标进行了量化，提出桑蚕茧年均产量稳定在 70 万吨左右，优质蚕茧产量占比达到 40% 以上；重点打造 30 个全国优质茧丝绸生产基地、5-10 个丝绸服装家纺产业集群；建设 3-5 个国家级茧丝绸科创服务平台，培育若干个企业技术中心；培育国内知名丝绸品牌 50 个，重点打造 5 个以上具有国际影响力的丝绸服装家纺品牌，推动 3-5 家丝绸企业在主板上市，培育一批专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

蚕桑丝绸产业相关国家政策，均围绕着产业升级、技术水平提升展开，充分体现了科技创新对于实现行业高质量发展的必要性，为本项目的实施提供了良好的政策环境。

## **（2）公司现有研发设计基础为项目实施提供保障**

公司自成立以来，专注于蚕丝制品加工工艺以及产品设计的研发创新，通过自主创新以及产学研合作等方式，保障公司的技术先进性以及创新性，并于 2016 年被评为高新技术企业。

在技术研发方面，公司已组建培养了一支优秀的研发团队，在生产工艺优化、产品功能开发等方面积累了丰富的研发经验以及成果转化经验，拥有较强的研发创新能力，为本项目的顺利实施提供了技术保障以及技术储备。

在产品设计方面，公司经过多年发展，积累了丰富的家纺设计经验，并取得版权 2,000 余项，拥有深厚的行业经验以及创新设计能力，为本项目的顺利实施奠定了良好基础。

## **（3）现有产学研基础为本项目的实施提供技术、人才支撑**

高校拥有先进的研发设备和优秀的专业技术人才，具备行业基础研究和应用研究的资源基础，可以有效解决企业研发资源不足等问题。公司长期以来，通过产学研合作，进行了一系列技术研究、产品开发，并实现了研究成果转化。

公司在 2006 年成立之初，就与苏州大学蚕丝研究院合作成立首个研发中心，攻克了蚕丝被位移、板结的难题。除加工工艺、产品设计以外，公司积极向产业链上游延伸，针对桑蚕品种以及养殖技术开展研究。

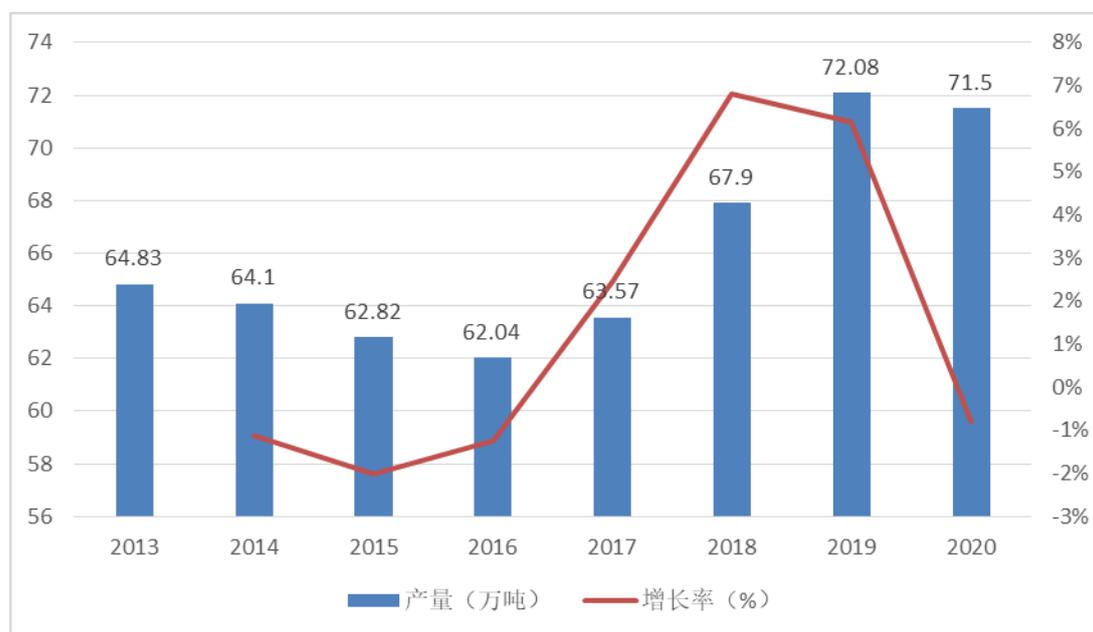
公司现有产学研合作基础，有效提升了公司的研发效率，不断推动行业技术突破，也为本项目的实施提供了技术支撑以及人才支撑。

### 3、本次募集资金投资项目实施的必要性

#### (1) 我国蚕茧产业转型需求迫切

目前，我国蚕茧生产以人工养殖为主，技术水平以及机械化程度较低，因此蚕茧产量受土地和人力资源制约较大。近年来随着经济的快速增长，土地资源矛盾突出，人工成本不断推高，蚕茧产量受到一定限制。尤其是经济发展较快的东部沿海地区，蚕茧产量下降明显。

在“东桑西移”的政策引导下，蚕桑产业逐渐向西部内陆地区转移，广西、四川、云南等西部地区的蚕茧产量逐年提升，全国蚕茧产量自 2017 年起实现了小幅度回升，具体如下：



数据来源：中国茧丝绸行业发展报告

尽管蚕茧产量有所回升，但始终无法实现产量较大突破。目前劳动密集型的养蚕方式，劳动强度大、机械化水平低且工作环境差，随着经济发展，西部地区终将面临着劳动力日益减少、生产效率提升难的问题。此外，由于蚕茧市场运行不规范、监管不到位、

标准化程度低等原因，蚕茧品质良莠不齐，整体质量难以保障。优质蚕茧的价格也因此居高不下。

蚕茧原材料供应不足、蚕茧质量不稳定等问题，给下游丝绸企业的生产经营带来了较大风险，不利于茧丝绸行业的高质量发展。为保障丝绸行业长远健康发展，我国蚕茧产业需要通过科技化、机械化、规模化来进行产业转型，提升种桑养蚕这一前端产业链的生产效率，提高蚕桑茧丝资源的综合利用水平。

## **(2) 科技创新成为丝绸行业发展重要方向**

丝绸行业作为劳动密集型产业，经过几千年的发展，已形成了从种桑养蚕、缫丝到丝绸制品加工的完整产业链。由于行业准入门槛较低，各规模较小企业及新进入者由于生产技术、管理水平不高，生产出的丝绸产品质量较低，以低价竞争损害了整个丝绸行业的口碑与发展。

近年来，国家加大产业结构调整力度，加快整合产业资源，规模以上丝绸企业数量逐年减少。据国家统计局数据，2020年末全国规模以上丝绸工业企业641家，较2019年减少34家。随着规模以上企业数量减少，企业技术含量和科技成果转化水平在稳步提升，丝绸行业市场竞争从简单的规模竞争，转向生产工艺技术、产品技术的竞争，科技创新成为了丝绸行业未来发展的重要方向。

生产工艺的技术创新，包含了优质蚕种选育、机械化装备开发、智能化数字化生产、绿色制造等多个方向。企业可以通过提升自动化水平严格把控产品质量，而且还能提高生产效率，控制成本，提高盈利能力。

随着消费水平的不断升级，消费者需求趋于多样化，除产品质量以外，个性化、复合型的功能也将成为丝绸相关产品的重要竞争力。未来，科技创新水平将在丝绸企业核心竞争力中占有越来越重要的地位，丝绸行业也将建立起科学完善的产业链体系。为应对未来日益加剧的行业竞争，研发中心的建设是保持公司技术先进性，持续提升公司市场竞争力的重要基础。

## **(3) 改善研发环境满足产品开发需求**

随着人民生活水平的提高以及科技的不断进步，消费需求呈现多样化、个性化的发展趋势，消费者对家纺产品的舒适性、功能性以及绿色环保提出了更高的要求，功能复合面料等新材料技术被越来越多的应用到床上用品的新产品开发中。

为满足消费者的新需求、提升公司产品竞争力，公司通过产学研合作的方式，开展了功能性面料助剂在丝绸制品上运用的技术研发，并取得了相关专利。目前，公司研发场地、设备有限，已无法满足公司未来研发需求。随着消费者对功能型、智能化产品需求的不断提升，公司需要完善场地及软硬件配置，进一步提升新产品开发效率，以满足市场日益加快的产品迭代速度。

公司计划在本项目中，通过改造研发场地、采购研发实验设备，打造先进的独立实验室，创造优质的研发环境。此外，公司还将持续引进高端研发人才，强化公司研发团队，进一步提升公司自主研发能力。

#### **(4) 强化创新设计能力助力品牌建设**

随着居民收入提高和消费水平升级，消费者在选购丝绸产品时，不仅会考虑实用性和舒适性，时尚感、设计感、个性化的花型设计，逐渐成为吸引消费者的重要因素。

公司十分重视产品花型的自主原创设计，通过人才引进以及内部培养组建了一支拥有原创设计能力以及定制化设计能力的研发设计团队。公司在经典花型设计元素的基础上，广泛借鉴国际先进设计理念，并积极融合中国传统文化及非遗文化，将苏绣、版画等中国传统工艺融入产品设计中，形成了具有太湖雪特色的设计风格。近年来，公司与景区、博物馆合作打造了多款联名产品，并为企业客户及个人客户提供了大量高端定制化产品，积累了丰富的设计经验，具备高效、专业的定制化设计能力。

本项目中，公司将通过扩招设计团队、开展针对性课题研究的方式，强化创新设计能力。一方面，公司将针对家纺流行趋势进行分析研究，建立花型设计数据库，更好地把握家纺行业时尚流行趋势，提升公司对个性化产品设计需求的响应速度。另一方面，公司将开展文创类产品、体验类产品的开发，在营销活动中进行非遗文化、蚕桑文化科普以及消费者教育。在传承弘扬传统文化的同时，增加与消费者的互动交流，提高品牌与非遗文化、蚕桑文化的关联度，树立具有地方文化特色的品牌形象。

#### **(5) 提升质控能力为供应链整合提供技术支持**

公司位于中国绸都集聚地苏州、杭州、湖州等环绕中心的震泽镇。环太湖区也因此成为我国丝绸产业最为集中和发达的地区。公司所在地震泽，位于环太湖区中心，蚕丝、面料、丝绸印染加工等环节的供应商相对集中，因此公司拥有供应链整合的地理优势。同时，震泽当地有大量的服装厂以及家庭作坊，具备大量的熟练劳动力，为公司打造分布式委托加工模式、构建供应商协同体系提供了可能性。

整合供应链、打造供应商协同体系，有利于提高公司对定制化订单的快速响应能力以及对大批量订单的承接能力。然而外协采购、委托加工的模式，不可避免的存在产品质量隐患。为了保障产品质量，公司计划通过本项目建立自有茧丝绸产品质量检测体系，严格把控每一个供应链环节。

本项目将通过采购先进检测设备、引进专业检测人才等方式，打造专业化的茧丝绸产品质量检测中心，提升公司从产品材质到性能的全方面的质量检测能力。本项目的实施将有效提升公司质控能力，为公司未来开展供应链整合提供技术支持，有利于公司构建柔性高效的供应商协同体系。

#### **(6) 吸引优秀研发人才保持公司持续创新能力**

研发人才是公司技术创新的基础，也是公司核心竞争力的主要体现之一。面对不断升级的市场需求，公司需要极强的研发创新以及产品设计能力，在有限时间内快速反应，设计研发出适合市场的产品。

公司深耕行业多年，已培养一支优秀的研发设计团队，并积累了丰富的科研经验。然而随着公司经营规模的持续扩大，以及行业技术的不断进步、行业竞争环境的日益加剧，公司必须不断提升技术创新能力，维持行业内领先的研发设计水平。

本项目中，公司计划通过改造研发场地、采购先进研发设备，打造良好的技术研发环境，将研发中心打造为行业领先的蚕桑产业科研基地，形成集技术创新、人才培养、对外交流于一身的开放式合作平台。本项目的实施将优化工作环境、提升研发软硬件配置、扩充研发团队，有助于吸引国内外专家及专业技术人才的加入，进而为公司研发创新能力及技术水平提供智力保障，持续提高公司的核心竞争力。

#### **4、研发项目具体内容**

本项目计划开展研发项目 8 项，具体内容如下：

序号	项目名称	项目简介
1	优质蚕品种改良及规模化饲养技术研发	在优质高产蚕品种和特色蚕品种改良及规模化饲养技术方面开展深度合作研究以及试验示范，筛选改良优质高产蚕品种“太湖雪 1 号”作为太湖雪专用蚕种，以满足公司对优质原料茧的需要，推动优质蚕品种的规模化饲养以及产业化应用。
2	蚕桑生态安全种养技术的研发	为了适应生态友好型蚕丝的发展，桑树种植病虫害采用生态防治；由于蚕宝宝的饲养对生存环境的要求较高，除了温度适宜以外，还需要清洁卫生、无环境污染

		的环境。公司计划筛选无刺激性无腐蚀性的养蚕洁净消毒剂，并开发配套自动化消毒装置及综合消毒技术，实现生态绿色养殖；开发养蚕废弃物变废为有机肥的有机生态循环利用技术。
3	功能性产品研发及应用	<p>通过在生产过程中或后整理时添加各种助剂，可以改变面料性质，赋予面料功能属性。公司计划研发防霉抗菌、防螨、抗病毒、防蚊虫等功能的面料助剂，并应用于公司家纺产品。通过开发具有多种功能的新型产品，进一步提升公司产品档次，提高产品附加值。</p> <p><b>抗菌防螨系列蚕丝被：</b>采用天然生物活性抗菌剂对蚕丝被被芯材料丝绵片和胎套面料进行抗菌处理，有效抑制大肠杆菌、白色念珠菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌的生长和繁殖，并减少异味的产生。采用植物性防螨剂进行处理，有效防止螨虫细菌的滋生，远离螨虫细菌危害，杜绝螨虫诱发的皮炎。</p> <p><b>抗菌消臭系列蚕丝被：</b>充分利用富含阴离子基团和阳离子基团两种生物物质材料，通过生物交联剂将其交联固着于蚕丝被被芯材料丝绵片上，利用它们分别与碱性臭气和酸性臭气的相互作用，提升对臭气的吸附力，并同时利用它们防止细菌繁殖的作用，抑制细菌代谢产物而引起的恶臭，达到消臭目的。</p> <p><b>保湿护肤系列蚕丝被：</b>对蚕丝被被芯材料丝绵片和胎套面料进行抗菌处理，采用透明质酸护肤加工剂、氨基酸护肤加工剂、胶原蛋白加工剂，结合维生素 E 整理剂、植物性抗氧化剂等，对蚕丝被胎套面料进行保湿嫩肤处理，提升蚕丝被的护肤、保湿、滋润肌肤的功效，调节人体与蚕丝被接触时的湿度环境，使肌肤保湿均衡，并捕捉皮肤表面产生的有害自由基，从而达到减缓皮肤衰老、角质化、病变的速度、促进皮肤修复、在睡眠中养肤的目的。</p> <p><b>高弹抗板结系列蚕丝被：</b>解决蚕丝被在长期使用过程中填充物丝绵片出现的板结、回弹性低及蓬松度低等问题，实现丝绵片回复弹性率<math>\geq 90\%</math>、折叠弹性率<math>\geq 90\%</math>，压缩弹性率<math>\geq 60\%</math>。</p>
4	非遗文化类文创产品设计研发	公司计划基于苏绣、昆曲、园林等带有苏州特色的非遗文化进行文创产品研发，探索蚕丝制品与苏州传统文化的多样化融合。通过相关文创产品的设计、销售，体现茧丝绸产品在不同生活场景的应用。在继承发扬传统文化的同时，宣传推广“丝绸生活方式”，塑造公司传承与创新并重的品牌形象，打造具有“太湖雪特色”的品牌风格，实现品牌升级和推广，提升品牌知名度。
5	蚕桑文化科普体验类产品开发	公司计划开发带有科普性质的趣味体验产品，在吸引消费者兴趣的同时，进行蚕桑文化的知识科普以及消费者教育。一方面通过增加与客户之间的互动交流，提高现有客户的粘性；另一方面，通过科普教育，帮助大众对蚕丝及茧丝绸产品树立正确的认知，扩大茧丝绸产品受众群体，激发行业潜在市场需求。
6	睡眠健康产业发展趋势分析研究	随着消费者对生活品质要求的提升，以及国民睡眠质量的普遍降低，助眠产品的种类不断丰富、相关技术水平持续提升，睡眠健康产业发展前景广阔。本项目中，

		公司计划通过市场调研、大数据分析等方式，针对睡眠健康产业发展趋势展开专题研究，更好地把握睡眠经济消费主体，洞悉消费者需求。同时，公司将针对性地进行产品功能开发，推进助眠技术在公司产品中的应用，提升产品品质和体验，满足消费者的睡眠健康管理需求。
7	丝绸产品花型及款式设计开发	公司将基于对丝绸行业流行趋势的分析判断，进行蚕丝被以及丝绸饰品、丝绸服饰等产品的花型设计与开发，并建立设计素材库。产品设计能力的提升，将进一步提高公司对定制化业务的响应速度以及服务能力，有助于企业集采客户、高端客户的开发维护。花型数据库的建设，还有助于公司建立更加完善的产品体系，满足不同客户群体的多样化、个性化需求。
8	质量检测能力升级	公司计划打造茧丝绸质量检测中心以及专业质检团队，提升质检能力，实现对采购原材料、外协产品质量的严格把控，形成从供应链源头到销售终端的全链条质量管理体系。通过提高产业链各环节的品控能力，推动蚕丝被产业高质量发展。质检能力的提升，还将为公司未来供应链的整合提供技术储备，助力公司打造分布式委托加工模式。在强化公司定制化订单响应速度以及大规模订单应对能力的同时，保障柔性供应链体系下的产品质量。

## 5、项目投资测算

项目建设期 2 年，投资总额为 3,002.27 万元，其中场地改造费用 136.88 万元，软硬件设备购置费 1,051.00 万元，预备费 59.39 万元，研发费用 1,755.00 万元。具体投资情况如下：

序号	建设项目	金额	投资比例	T1	T2
一	工程费用	1,187.88			
1	场地改造费用	136.88	4.56%	136.88	
2	硬件设备购置费	988.00	32.91%	988	
3	软件购置费	63.00	2.10%		63.00
二	预备费	59.39	1.98%	56.24	3.15
三	研发费用	1,755.00			
1	研发人员费用	635.00	21.15%	247.50	387.50
2	研发项目费用	1,120.00	37.31%	373.33	746.67
	<b>合计</b>	<b>3,002.27</b>	<b>100.00%</b>		

本项目计划利用公司自有厂房，改造为研发及检测中心。改造面积为 1000 平米，产生场地改造费用 136.88 万元。具体投资如下：

改造建筑面积 (m <sup>2</sup> )	装修改造单价 (元/m <sup>2</sup> )	金额 (万元)
1000	1368.8	136.88
合计		<b>136.88</b>

本项目投入设备购置费 1,051 万元，硬件设备具体投资情况如下：

实验设备				
序号	设备名称	设备单价	设备数量	购置金额 (万元)
1	电脑	1.0	40	40.00
2	多孔恒温水浴锅	0.5	2	1.00
3	常温振荡式染色小样机	1.0	1	1.00
4	实验室烘蒸两用机	1.0	1	1.00
5	脊柱弯曲度测量仪	15.0	1	15.00
6	睡眠呼吸检测系统	80.0	1	80.00
7	便携式睡眠呼吸监控系统	10.0	1	10.00
8	纤维长度分析仪	15.0	1	15.00
9	含油量测试仪	3.0	1	3.00
10	透湿性测试仪	8.0	1	8.00
11	透气性测试仪	10.0	1	10.00
12	静电测试仪	6.0	1	6.00
13	排汗导湿测试仪	8.0	1	8.00
14	恒温恒湿设备	40.0	1	40.00
研发设计设备				
15	专业设计电脑	2	15	30.00
16	数码相机	0.5	6	3.00
17	配套摄影器材	20.0	1	20.00
18	拷贝台+画稿台	1.0	20	20.00
19	彩色打印机	0.5	20	10.00
20	A3 彩色复印机	8.0	2	16.00
21				
试制打样设备				
22	连续式定型烘干机	10.0	2	20.00
23	电脑绣花机	2.0	2	4.00
24	打孔机	2.0	2	4.00
25	全自动机织打样机	15.0	2	30.00

检测设备				
26	气/质联用仪	200.0	1	200.00
27	IC-ICP-MS 痕量元素分析仪	130.0	1	130.00
28	电脑测色配色仪	20.0	1	20.00
29	白度仪	1.0	1	1.00
30	对色灯箱	0.6	5	3.00
31	耐摩擦色牢度测试仪	0.5	2	1.00
32	耐光色牢度测试仪	50.0	2	100.00
33	耐皂洗色牢度测试仪	1.0	2	2.00
34	耐汗渍色牢度测试仪	0.5	2	1.00
35	纤维定性分析系统(含显微镜)	2.0	2	4.00
36	纤维蓬松性能测试仪	3.0	2	6.00
37	毛效测试仪	1.5	2	3.00
38	Instron 拉伸强力测试仪	5.0	2	10.00
39	织物弹力测试仪	5.0	2	10.00
40	折皱回复性能测试仪	2.0	2	4.00
41	紫外可见分光光度计	5.0	2	10.00
42	甲醛含量分析仪	3.0	2	6.00
43	FTIR 红外分光光度计	25.0	2	50.00
44	纺织品热阻测试仪	12.0	1	12.00
45	单纤维轮廓力学分析仪	15.0	1	15.00
46	干洗试验机	2.0	1	2.00
47	全自动缩水率试验机	3.0	1	3.00
	<b>合计</b>			<b>988.00</b>

软件设备具体投资情况如下：

序号	软件名称	软件单价	软件数量	购置金额
1	办公软件	0.1	40	4.00
2	绘图软件	0.5	30	15.00
3	打版软件	2.0	2	4.00
4	AdobeIllustrator	0.5	20	10.00
5	AdobePhotoshop	0.5	20	10.00
6	CORELDraw12.0	1.0	20	20.00
	<b>合计</b>			<b>63.00</b>

本项目预计将招募研发人员 23 名，项目实施期内预计将新增人员薪酬 635 万元。人员招募计划以及费用如下：

职位名称	人数	年薪（万元）	T1	T2	合计（万元）
研发中心主管	1	50	1		
高级研发工程师	2	25	1	1	
产品开发工程师	2	25	1	1	
质量体系工程师	2	20	1	1	
助理研究员	2	10	1	1	
产品经理	1	22.5	1		
试制打样人员	2	10	2		
检测中心主管	1	25	1		
检测人员	5	10	2	3	
花型设计师	5	10	3	3	
<b>合计</b>	<b>23</b>		<b>247.50</b>	<b>387.50</b>	<b>635</b>

本项目计划开展研发项目 8 项，预计投入研发费用 1,120.00 万元，具体研发投入项目内容及研发投入金额如下：

序号	项目名称	投入金额（万元）
1	优质蚕品种改良及规模化饲养技术研发	300
2	蚕桑生态安全种养技术的研发	50
3	功能性产品研发及应用	450
4	非遗文化类文创产品设计研发	30
5	蚕桑文化科普体验类产品开发	20
6	睡眠健康产业发展趋势分析研究	20
7	丝绸产品花型及款式设计开发	150
8	质量检测能力升级	100
<b>合计（万元）</b>		<b>1,120</b>

基本预备费情况如下：

基本预备费是针对在项目实施过程中可能发生难以预料的支出，需要事先预留的费用，基本预备费=工程费用×基本预备费率，根据《建设项目经济评价方法与参数》第三版指导标准，基本预备费率取 5%，本项目基本预备费 59.39 万元。

## 6、项目实施进度安排

本项目计划 24 个月完成，建设期从 T1 年 Q1 开始实施，至 T2 年 Q4 结束。为使研发中心项目早日投入运营，项目实施的各个阶段将交叉进行。初步工程实施进度安排如下：

序号	项目	T1				T2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	研发中心配套设施建设	■	■	■	■				
2	研发设备购置		■	■	■	■			
3	研发设备安装测试			■	■		■		
4	研发人员招募	■	■	■	■	■	■		
5	研发项目实施			■	■	■	■	■	■

## 7、项目涉及环保问题

本项目为研发项目，不会对外部环境产生不利影响，无需取得环保部门批复。

## 8、项目备案情况

发行人于 2022 年 5 月 27 日取得苏州市吴江区行政审批局出具的《新建研发及检测中心项目》的江苏省投资项目备案证，备案证号：吴行审备（2022）216 号，项目代码：2205-320509-89-01-869950。

## 9、项目的经济效益情况

本项目产出为科研成果，主要为公司的产品研发、生产销售提供技术支持，不会产生直接的经济效益，但是对公司经济效益的持续增长具有十分重要的间接影响。本项目的建成将有效缩短产品与技术研发周期，提高公司科技创新能力，提高产品的竞争力和盈利能力；同时，还将催化更多的新技术与新产品，有利于公司长期发展。

## （三）信息化升级项目

### 1、项目基本情况

为了满足未来业务布局及发展，进一步提高生产管理水平，建设数字化营销体系，加强供应链管理，公司计划通过采购软硬件设备、招募人员等方式，对现有信息化系统进行升级，打造更加完善的信息化管理体系，为公司营销活动开展、供应链整合提供基

础数据支持。

本项目建设内容包含 ERP（企业资源计划）系统、财务系统、CRM（客户关系管理）系统升级，以及 PLM（产品生命周期管理）系统、OA（办公自动化）系统、OMS（订单管理）系统、BI（商业智能）系统、大数据分析模型、WMS（物流仓储管理）系统、TMS（运输管理）系统、SRM（供应商关系管理）系统搭建等项目。本项目建设有助于提升公司生产运营管理效率、建立数字化营销体系、强化供应链管理体系。通过信息化系统建设对公司的研发、采购、生产、销售、企业管理全流程进行梳理优化，为公司进一步发展奠定基础。

项目建设期 2 年，投资总额为 3,000.00 万元，其中硬件设备购置费 780.00 万元，软件设备购置及实施费 1,550.00 万元，人员薪酬 670.00 万元。

## 2、本次募集资金投资项目实施的可行性

### （1）项目实施具有良好政策环境

近年来，政府推出一系列政策，鼓励信息技术、互联网技术与企业经营环节的深度融合，推动企业数字化转型；积极引导线上线下融合发展的新消费趋势；鼓励企业开展供应链整合。

在推动企业数字化转型方面，工信部于 2020 年印发《中小企业数字化赋能专项行动方案》，提出以新一代信息技术与应用为支撑，加快中小企业数字化转型，提升企业应对危机能力、夯实可持续发展基础，激发中小企业数据资产活力。

在引导线上线下融合发展方面，国务院 2016 年印发《关于推动实体零售创新转型的意见》，提出以信息技术应用激发转型新动能，推动实体零售由销售商品向引导生产和创新生活方式转变，由粗放式发展向注重质量效益转变，由分散独立的竞争主体向融合协同新生态转变，进一步降低流通成本、提高流通效率。

在鼓励企业进行供应链整合方面，2017 年国务院印发《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，提出以供应链与互联网、物联网深度融合为路径，创新发展供应链新理念、新技术、新模式，高效整合各类资源和要素，提升产业集成和协同水平，打造大数据支撑、网络化共享、智能化协作的智慧供应链体系。

综上，本项目建设内容与宏观政策方向高度契合，良好的政策环境为本项目的顺利

实施提供了保障。

## **(2) 公司已有信息化体系为项目奠定基础**

目前公司已上线 ERP 系统、CRM 系统、MES 系统等信息化管理系统，积累了一定的信息化系统搭建、运营的经验，培养了一支专业的技术团队。

公司通过自主开发和外部协作开发相结合的方式，构建了相对成熟的基础信息化系统。目前，公司已经完成了包括运营管理、销售管理及财务管理系统等基础业务系统的构建，实现了对基础管理业务的信息化支撑。通过对基础信息化系统长时间的运营、维护和升级，公司管理人员不断加深对系统的理解。因此，公司可更灵活地根据项目实施过程中的具体需要，对现有系统进行调整或升级，以及时应对竞争环境的变化发展，充分保证项目的实施效果。

公司多年来积累的信息化系统建设经验将为本项目的顺利实施提供有力支持。同时，公司也储备了一支具备信息技术管理经验的专业技术团队，为此次项目提供人才保障。信息化团队对公司现有信息系统与公司的业务运作流程较为熟悉，相关的技术人员已经积累了对信息系统进行持续改进的经验，有能力组织执行信息化系统完善与升级，为项目的实施奠定了基础。

## **(3) 公司具备完善的管理制度和人才培养办法**

公司经过多年发展，建立了完善的管理制度以及工作流程体系，信息化管理体系相对成熟。与此同时，公司还建立了完善的人才培养办法，通过内部培养和外部引进等方式，持续优化团队配置，提高团队技术水平。

完善的管理制度和人才培养办法，为本项目的实施提供了有力保障，也为信息中心的运行，奠定了基础。未来，先进管理制度与完善的人才培养机制，将有效提升公司的信息技术管理、开发能力，吸引更多优秀的专业人才，为公司的持续发展提供技术保障。

### **3、本次募集资金投资项目实施的必要性**

#### **(1) 国家政策推动智慧零售行业加速发展**

公司经过多年发展已具备行业领先的生产规模，积累了大量的技术储备以及供应链资源。为进一步提升公司盈利能力、扩大经营规模，公司制定了由传统制造型企业向零售型企业转型的战略目标。未来，公司将在维持现有生产水平的基础上，进行供应链整

合，打造柔性供应链，建设数字化营销体系，积极开拓智慧零售业务模式。

智慧零售是一种以互联网为依托，运用信息化、智能化等先进技术手段，对线上服务、线下体验以及现代化物流进行深度融合的零售新模式。智慧零售的发展不仅能够催生新的商业模式，有效提升流通效率，降低流通业成本，还能创造经济新动能，通过平台型企业带动作用，让大数据和互联网技术应用于商业，优化生产制造，降低交易成本，提升消费潜力。因此，近年来我国大力推动智慧零售模式持续发展。

2019 年，国务院印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，提出促进流通新业态新模式发展。顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式。

2021 年，第十三届全国人大四次会议审议批准了《政府工作报告》以及《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》。其中，《政府工作报告》提出，“运用好‘互联网+’，推进线上线下更广更深融合，发展新业态新模式，为消费者提供更多便捷舒心的服务和产品。”《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》指出要“发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”、“增强消费对经济发展的基础性作用，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费”。

近年来在政策的推动下，我国零售行业以及相关企业正加速数字化升级，向全场景、多渠道、智能化的零售转型。当前，随着新冠疫情的催化，大数据、人工智能等数字化技术在零售领域的应用落地速度不断加快，智慧零售正进入高速发展阶段。未来，在大力发展战略性新兴产业的政策背景下，智慧零售作为新技术应用、新业态的孵化集中地，将继续深入推进新兴产业与传统产业的创新融合。

## **(2) 本项目的实施有助于提升公司运营管理效率**

公司一直以来重视信息化管理的建设，不断提升信息技术在生产管理、企业运营中的应用。目前公司已上线 ERP 系统、财务系统以及 CRM 系统，初步实现了生产流程各环节的数据收集以及客户基础数据的升级。未来公司将不断扩大业务范围和规模，因此对信息化建设的要求也会进一步提高。信息化系统作为公司研发设计、生产制造体系正

常运转的重要支撑，在提高公司整体运营效率上起到关键作用。

本项目将在现有 ERP 系统的基础上，添加 PLM 生命周期管理系统，实现研发、生产的一体化管理。通过构建完整的数字化产品数据模型和产品信息库，提升公司研发、制造的信息化、自动化程度，实现研发效率的提升以及对生产环节的精准把握。在日常管理沟通方面，公司将通过搭建 OA 系统，搭建跨终端、跨地域的统一沟通平台，对公司中有价值的方案、成果、经验等知识进行分类存储和管理，促进知识的共享、培训和创新，提高沟通效率，降低公司运营成本。

此外，公司还将对现有 ERP 系统中的 MES 功能模块进行优化升级，使模块更加贴合公司生产特色以及实际生产需求。针对生产工序、流程进行梳理，提高生产环节与信息系统的匹配程度，加强生产管理效率。

本项目的实施将实现对现有信息化系统架构的升级、集成，丰富信息化管理系统功能，加快系统间信息流通，有效串联研发、生产、管理、销售等各个环节，使各项信息化功能更加贴合公司实际需求，实现公司企业生产运营管理效率的提升。

### **(3) 整合线上线下渠道，建立数字化营销体系**

公司经过多年积累，已建立起了包含直营专卖店、直营商场专柜、经销商等多渠道的线下营销体系，并在各大电商平台建立起线上营销体系，以突破客户资源的地域性限制，扩大销售量。近年来，线上线下销售体系均取得了良好发展，但彼此融合程度还需完善。为满足公司未来业务发展需求，公司将着手建立数字化营销体系，进一步加强线上线下渠道融合发展，为公司业务规模的持续扩张提供保障。

公司将通过本项目进行微信小程序以及企业微信开发能力的提升，配合营销活动打造趣味性的互动小程序，丰富与目标客户之间的交流方式。在科普蚕桑知识、弘扬传承丝绸文化的同时，进行消费者教育以及品牌宣传推广。利用线下渠道体验感强、利于拉近客户关系等优势，积累客户资源并积极转化，从而将线下客户引流至线上。公司还将打造线上线下统一的会员管理制度，促进线下流量的转化，并结合企业微信做好客户资源深度运营。

在加快客户资源积累基础上，为进一步提高公司的客户信息管理能力和客户资源利用效率，公司将通过升级 CRM 系统，进一步完善客户资料库，并对客户信息进行整合、深度挖掘。通过搭建 BI 系统以及大数据分析模型，对企业内部数据以及外部市场

数据进行归集、整理分析，并进行科学预测，强化公司提供个性化、定制化服务的能力，保障公司产品始终符合消费者需求。

本项目的实施将打造线上线下一体化的数字化营销体系，提升公司对营销活动以及相关数据的挖掘应用能力，强化公司的盈利能力以及核心竞争力。

#### **(4) 打造现代化物流仓储体系，为供应链整合奠定基础**

高效的数字化物流仓储体系，为企业的平台运营、原料采购、商品供给、用户体验提供着保障，因此是传统行业进行供应链整合、发展智慧零售的重要支撑。公司现有物流仓储体系已满负荷运转，随着公司业务规模的进一步发展，物流仓储体系亟需进行升级优化。

本项目中，公司将通过搭建 WMS（仓库管理）系统，采集从采购入库到销售出库的整个仓储环节的数据，进行数字化管理，减少不必要的作业流程以及失误，准确实时地掌握所需的仓库数据以及运营数据。在仓储环节数字化管理的基础上，公司还将搭配 TMS 系统建设物流运输平台。物流运输平台也是供应链管理体系中的一部分，公司将通过搭建 TMS 系统对物流信息进行整合，优化配置物流资源，协助供应商降低物流成本并提供物流管理服务。与数字化仓库结合，构建现代化仓储物流中心，加快原材料、产成品的流转效率，降低运营成本。

此外，公司还将通过搭建 SRM（供应商协同）系统，加强采购比价、供应商评选、采购订单管理、合同管理，提升公司的供应链管理能力和公司未来整合供应链、打造柔性供应商管理体系奠定基础。

本项目的实施将实现平台搭建和公司互联网技术水平的提升，对公司未来业务拓展具有重要意义。

#### **(5) 组建专业化团队为公司提供人才储备**

公司目前信息化团队以生产管理信息技术人员为主，缺乏互联网开发、软件应用开发的相关经验。为满足公司未来业务发展需求，信息化人才队伍的转型和升级至为关键。

在本项目中，企业将大力引进信息安全、互联网技术、系统开发等方面的优秀专业人才，满足公司信息化管理体系升级的需要。此外，公司还将招募、培养大数据分析、前端开发相关的专业技术人才，为公司打造数字化营销体系奠定人才基础。

本项目的实施将通过人员招募与培训，组建更加专业的信息化技术团队，为公司将来信息化水平提升、数字化发展提供人才储备。

#### 4、项目投资概算

项目建设期 2 年，投资总额为 3,000.00 万元，其中硬件设备购置费 780.00 万元，软件设备购置及实施费 1,550.00 万元，人员薪酬 670.00 万元。具体投资概算及投资进度情况如下：

单位：万元

序号	投资项目	总投资金额	占比	T1	T2
1	硬件设备购置	780.00	26.00%	750.00	30.00
2	软件设备购置及实施	1,550.00	51.67%	1,250.00	300.00
3	人员薪酬	670.00	22.33%	335.00	335.00
合计		<b>3,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,335.00</b>	<b>665.00</b>

本项目规划软硬件设备购置及实施费用 2,330 万元。

其中，硬件设备具体投资情况如下：

序号	设备名称	型号	单位	数量	单价(万元)	总价(万元)
1	自建机房	基础建设, 弱电, 机柜, 服务器, UPS 等	套	1	80	80
2	超融合服务器	DellEMCVXRAIL	套	1	100	100
3	备份服务器集群	DELLPowerEdgeR941 服务器	台	1	70	70
4	云服务器	阿里云	台	10	10	100
5	存储设备	DellEMCSC460	台	1	50	50
6	车间、仓库内部网络	锐捷 RG-2952 接入交换机	台	10	1	10
7	车间、仓库内部网络	综合布线	套	1	20	20
8	无线覆盖	锐捷 AP830	台	30	1	30
9	智能考勤、门禁、访客、停车	中控园区智能控制系统	套	1	50	50
10	智能仓储网络建设		套	1	50	50
11	智能物流设备		套	1	80	80
12	软件版权	虚拟化, 集群, 备份, 数据库, 光交换机 (2 台主备)+数据机房交换机 (2 台主备)	套	1	100	100
13	安全设备	出口防火墙 (2 台)+数据机房防火墙 (2 台)+主机安全+预警平台+行为管控	套	1	120	120

合计	780
----	-----

软件设备购置及实施具体投资情况如下：

序号	分类	系统名称	数量 (套)	单价 (万元)	购置金额 (万元)	实施费用 (万元)	
						T1	T2
1	企业运营效率提升	ERP（企业资源规划）系统升级	1	120	120	25	20
2		PLM（产品生命周期管理）系统	1	80	80	20	30
3		OA（办公自动化）系统	1	60	60	20	20
4	数字化营销体系建设	CRM（客户关系管理）系统升级	1	80	80	20	20
5		财务系统升级				20	20
6		OMS（订单管理）系统	1	80	80	10	20
7		公有云平台	1	100	100	15	30
8		BI（商务智能）系统	1	100	100	20	30
9		大数据分析平台	1	120	120	20	30
10	供应链管理体系强化	SRM（供应商协同）系统	1	80	80	20	30
11		WMS（仓库管理）系统	1	80	80	20	30
12		TMS（运输管理）系统	1	120	120	20	20
合计					1020	230	300
软件购置及实施费用合计（万元）					1550		

本项目计划招募信息技术人员 10 名，具体招募计划以及费用如下：

序号	岗位名称	计划新增	年薪（万元）	合计（万元）
1	系统开发经理（产品经理）	1	50	50
2	高级运维经理	1	40	40
3	信息安全经理	1	40	40
4	数据分析工程师	1	30	30
5	ETL 工程师	1	25	30
6	ERP 开发工程师	1	25	25
7	运维工程师	1	25	25
8	资深开发工程师（架构）	1	45	45
9	前端小程序开发工程师	2	25	50
合计		10		335

### 5、项目建设进度安排

本项目计划 2 年时间完成（24 个月）完成，项目实施的各个阶段将交叉进行。初步工程实施进度安排如下：

	T1				T2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
硬件设备采购	■	■			■	■		
设备安装调试			■	■			■	■
软件采购及实施			■	■	■	■		
人员招募及培训	■	■			■	■		

### 6、项目涉及环保问题

本项目主要从事信息系统升级项目建设，不会对外部环境产生不利影响，无需取得环保部门批复。

### 7、项目备案情况

苏州市吴江区行政审批局于 2022 年 6 月 6 日出具了《关于太湖雪丝绸股份有限公司项目备案咨询的回复函》，说明信息化升级项目为企业品牌提升投入，不属于固定资产投资项，无需办理项目立项手续。

### 8、投资项目的效益分析

本项目建设完成并投入运行后，可以提升公司信息化水平，满足公司未来随着生产销售规模迅速扩张而日益增长的信息化管理和数字化赋能需求，本身并不直接产生经济效益。

## 三、历次募集资金基本情况

报告期内，发行人完成一次股票定向发行，具体情况如下：

### 1、基本情况

2021 年 11 月 27 日，太湖雪召开 2021 年第三次临时股东大会审议通过《关于〈苏州太湖雪丝绸股份有限公司股票定向发行说明书〉的议案》。本次定向发行价格为每股

人民币 18.00 元，拟发行股票数量不超过 100 万股（含本数），预计募集资金总额不超过 1,800 万元（含本数）。本次发行对象为符合《非上市公司监督管理办法》以及《全国中小企业股份转让系统投资者适当性管理办法》规定的投资者，本次发行为确定对象的定向发行，发行对象共 2 名，发行对象均以现金认购，认购信息如下：

序号	认购人名称	拟认购数量 (股)	认购价格 (元/股)	认购金额 (万元)	认购方式
1	吴江创联	555,556	18	1,000	现金
2	东吴证券	444,444	18	800	现金
合计	-	<b>1,000,000</b>	-	<b>1,800</b>	-

2021 年 12 月 17 日，立信会计师对本次股票发行认缴资金进行了验资，并出具了信会师报字[2021]第 ZG11967 号《验资报告》，确认太湖雪已收到认购人出资款 1,800 万元。

## 2、募集资金使用情况

本次发行募集资金用途如下：

序号	用途	拟投入金额 (万元)
1	补充流动资金	1,800.00
合计	-	1,800.00

公司不存在变更募集资金使用用途的情况

## 3、募集资金鉴证情况

立信会计师出具了《前次募集资金使用情况报告的鉴证报告》【信会师报字[2022]第 ZG12426 号】，认为太湖雪截至 2022 年 6 月 30 日止前次募集资金使用情况报告在所有重大方面按照中国证券监督管理委员会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007]500 号）编制，如实反映了太湖雪截至 2022 年 6 月 30 日止前次募集资金使用情况。

## 四、其他事项

无。

## 第十节其他重要事项

### 一、 尚未盈利企业

公司已经盈利，不适用。

### 二、 对外担保事项

适用 不适用

### 三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

适用 不适用

### 四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

### 五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

### 六、 其他事项

无

## 第十一节投资者保护

### 一、投资者关系安排

公司按照《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等有关法律法规的规定，制定了《公司章程（草案）》《信息披露管理办法》以及《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策和享有资产收益等股东权利，切实保护投资者合法权益。

#### （一）信息披露制度和流程

公司《信息披露管理办法》对信息披露的基本原则、内容（临时公告、定期报告等）、应当及时披露的重大事件、信息内容的编制方式、审议和披露流程进行了明确规定，更明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

#### （二）投资者沟通渠道的建立情况及未来开展投资者关系规划

##### 1、投资者沟通渠道的建立情况

公司已经根据《公司法》《证券法》等相关要求制订了《信息披露管理制度》，以增加公司信息披露透明度，改善公司治理。

公司可以通过公告、股东大会、公司网站、一对一沟通、邮寄资料、电话咨询、广告、宣传或其他宣传材料、媒体采访和报道、现场参观等方式进行投资者关系管理的活动。

公司负责信息披露的部门及相关人员的情况如下：

负责信息披露的部门：	公司证券部
董事会秘书：	代艳
联系地址：	江苏省苏州市姑苏区络香路2号星辉产业园3号楼2楼太湖雪
投资者联系电话：	0512-65722875
传真号码：	0512-63773183

电子信箱：

pr@taihuxue.com

## 2、未来开展投资者关系管理的基本原则

公司未来开展投资者关系管理的基本原则包括：（1）充分披露信息原则；（2）合规披露信息原则；（3）投资者机会均等原则；（4）诚实守信原则；（5）高效低耗原则；（6）互动沟通原则。

## 3、投资者关系管理的管理机构

投资者关系管理事务的第一负责人是公司董事长。董事会秘书为公司投资者关系管理事务主要负责人，董事长、董事会秘书或董事会指定的其他人员为公司对外发言人。除得到公司明确授权外，公司其他董事、监事、高级管理人员和其他员工不得在投资者关系活动中代表公司发言。公司董事会是公司投资者关系管理的决策机构，负责制定投资者关系管理的制度，并负责检查核查投资者关系管理事务的落实、运行情况。

在不影响生产经营和泄露商业秘密的前提下，公司的其他职能部门、公司控股的子公司及公司全体员工有义务协助董事会秘书和投资者关系管理职能部门开展投资者关系管理工作。

## 二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2022 年 6 月 16 日召开的 2022 年第四次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，以及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年股东分红回报规划》议案，公司发行上市后的主要股利分配政策和规划如下：

### （一）决策机制与程序

董事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司在进行利润分配时，公司董事会应当先制定分配预案并进行审议。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例等事宜。

股东大会审议利润分配需履行的程序和要求：公司董事会审议通过的公司利润分配方案，应当提交公司股东大会进行审议。并由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的二分之一以上通过。

## **（二）利润分配原则**

公司应当实行持续、稳定的利润分配政策，利润分配应重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的长远及可持续发展，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的有关规定。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力，并坚持如下原则：1、按法定顺序分配的原则；2、存在未弥补亏损，不得向股东分配利润的原则；3、公司持有的本公司股份不得分配利润的原则。

## **（三）利润分配的形式**

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式分配利润。公司优先以现金方式分配股利，在确保足额现金股利分配、保证公司股份规模和股权结构合理的前提下，为保持股本增长与业绩扩张相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

## **（四）利润分配的时间间隔**

公司经营所得利润将首先满足公司经营需要，在满足公司正常生产经营资金需求前提下，根据相关法律法规的规定，经公司股东大会审议通过后方可进行利润分配。

## **（五）现金分红的条件和比例**

公司实施现金分红时须同时满足如下条件：

- 1、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 2、当年合并报表后的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续的持续经营和长远发展。

现金分红基本政策：满足现金分红条件时，现金分红比例原则上不少于当年实现的可分配利润的 10%，具体分红比例由董事会根据相关规定和公司实际经营情况拟定，提交股东大会审议决定。

若不满足现金分红条件或未来十二个月内存在重大投资计划或重大现金支出事项的，公司可不进行现金分红。本规划所称“重大投资计划或重大现金支出”是指公司未来十二个月内交易涉及资产总额或者成交金额累计超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项。

## **（六）股票股利分配条件**

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值考虑，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以发放股票股利，具体方案需经公司董事会审议后提交股东大会批准。

## **（七）利润分配的执行与信息披露**

公司应当在董事会审议通过利润分配或资本公积转增股本方案后，及时披露方案具体内容，并于实施方案的股权登记日前披露方案实施公告。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司应严格按照有关规定在年度报告或半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况。

## **三、本次发行前后股利分配政策的差异情况**

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

## **四、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序**

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过的公司本次发行并在北交所上市的相关议案，公司本次发行前的滚存未分配利润，由本次发行后的新老股东按其持股比例共同享有。

## **五、股东投票机制的建立情况**

根据上市后适用的《公司章程（草案）》相关规定，公司将通过建立和完善累积投票制度、中小投资者单独计票机制、股东大会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

### **（一）累积投票制度**

根据《公司章程（草案）》的规定，公司选举两名以上董事或监事时，实行累积投票制，即股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的

表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。获选董事、监事分别按应选董事、监事人数依次以得票较高者确定。

## **（二）中小投资者单独计票机制**

根据《公司章程（草案）》的规定，公司建立了中小投资者单独计票机制。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

## **（三）网络投票制**

根据《公司章程（草案）》的规定，股东大会将设置会场，以现场会议方式召开。特殊情况下，可以以电话或视频会议形式召开。公司同时提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。

## **（四）征集投票权**

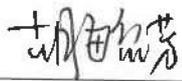
根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事和符合相关条件的股东可以征集股东投票权。征集投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息，且不得以有偿或者变相有偿的方式进行。

## 第十二节声明与承诺

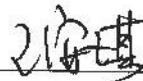
### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺（一）

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

全体董事签署：



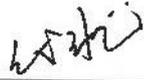
胡毓芳



王安琪



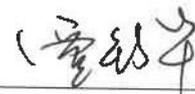
尹蕾



代艳



姚静雯



贾新华



朱中一



王德瑞



王尧

苏州太湖雪丝绸股份有限公司

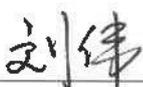
2022年12月16日

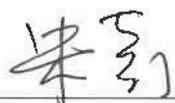


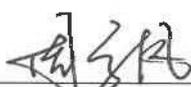
## 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺（二）

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

全体监事签署：

  
刘 伟

  
朱 奇

  
周雪凤

苏州太湖雪丝绸股份有限公司

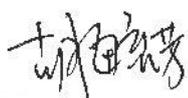


2022年12月16日

### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺（三）

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

全体高级管理人员签署：



胡毓芳



王安琪



尹蕾



严建新



代艳

苏州太湖雪丝绸股份有限公司



2022年12月16日

## 二、发行人控股股东声明

本公司控股股东承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

  
苏州英宝投资有限公司（盖章）

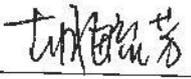
法定代表人：   
胡毓芳

  
苏州太湖雪丝绸股份有限公司  
2022年12月16日

### 三、发行人实际控制人声明

本公司实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

实际控制人签署：

  
胡毓芳

  
王安琪



#### 四、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

保荐代表人： 叶本顺  
叶本顺

邓红军  
邓红军

保荐机构法定代表人、董事长： 范力  
范力



## 保荐机构（主承销商）法定代表人、董事长、总经理声明

本人已认真阅读苏州太湖雪丝绸股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总裁（总经理）：



薛 臻

保荐机构法定代表人、董事长：



范 力



东吴证券股份有限公司

2022年12月16日

## 五、 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

签字律师: 杜若飞  
杜若飞

陈海  
陈海

律师事务所负责人: 胡光  
胡光



## 六、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。

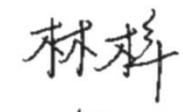
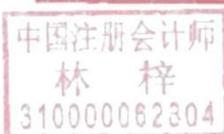
本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供苏州太湖雪丝绸股份有限公司申请向不特定合格投资者公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

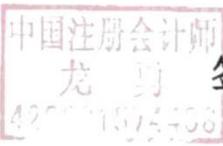
签字注册会计师：赵斌

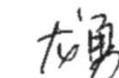
签名： 

签字注册会计师：林梓

签名： 

签字注册会计师：龙勇



签名：

会计师事务所负责人：杨志国

签名： 



二〇二二年七月十六日

## 七、承担评估业务的资产评估机构声明

适用 不适用

## 八、其他声明

适用 不适用

## 第十三节备查文件

### 一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报表及审计报告；
- (五) 发行人公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (七) 内部控制鉴证报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (九) 中国证监会同意本次发行注册的文件；
- (十) 其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、文件查阅时间

工作日上午：09:30-11:30；下午：13:30-16:30

### 三、文件查阅地址

#### **(一) 发行人：苏州太湖雪丝绸股份有限公司**

地址：江苏省苏州市姑苏区络香路2号星辉产业园3号楼2楼太湖雪

联系人：代艳

电话：0512-65722875

传真：0512-63773183

#### **(二) 保荐人（主承销商）：东吴证券股份有限公司**

地址：苏州工业园区星阳街5号

联系人：叶本顺、邓红军

电话：0512-62938562

传真：0512-62938500

**(三) 招股说明书全文可通过北交所指定信息披露网站查阅**