

苏州太湖雪丝绸股份有限公司
SUZHOU TAIHUSNOW SILK CO., LTD.

2025年半年度报告摘要

公司简称：太湖雪

股票代码：838262



第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到北京证券交易所网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 公司董事、高级管理人员保证本报告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、准确性和完整性承担个别及连带责任
- 公司负责人胡毓芳、主管会计工作负责人侯守峰及会计机构负责人（会计主管人员）侯守峰保证半年度报告中财务报告的真实、准确、完整。
- 1.3 公司全体董事出席了审议本次半年度报告的董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 权益分派预案
- ☐适用 ☒不适用
- 1.6 公司联系方式

董事会秘书姓名	代艳
联系地址	苏州市吴江区震泽镇 318 国道 2428 号
电话	0512-65722875
传真	0512-63773183
董秘邮箱	pr@taihuxue.com
公司网址	www.taihuxue.com
办公地址	苏州市姑苏区人民路 1558 号太湖雪丝绸大厦
邮政编码	215004
公司邮箱	pr@taihuxue.com
公司披露半年度报告的证券交易所网站	www.bse.cn

第二节 公司基本情况

2.1 报告期公司主要业务及变化情况简介

（一）公司简介：

中国作为蚕桑丝绸文明的发祥地，五千载岁月积淀孕育了以丝绸之路为载体的东方织造瑰宝。**太湖雪（海外品牌 THXSILK）承袭苏州丝绸文化精髓**，以研发设计、生产制造、品牌运营及渠道建设为核心业务板块，致力于丝绸产业的创新发展与价值提升。在新消费升级与国货崛起背景下，公司**立足苏州丝绸非物质文化遗产，矢志打造兼具传统美学与现代品质的新国货丝绸领导品牌**。历经十余年精耕细作，现已构建涵盖**蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰**四大品类的完整产品体系，市场地位持续巩固。

公司战略聚焦产业链高附加值环节，依托“微笑曲线”理论**强化研发创新与品牌溢价能力**。销售渠道采用全域协同模式：线下通过直营专卖体系及集团客户集中采购实现深度市场渗透；线上搭建覆盖天

猫、京东、唯品会、抖音、微信小店、小红书等国内主流电商平台，并联通亚马逊及海外独立站，形成全球化数字营销网络。**境内境外双轨并行，构建完整的立体化渠道生态。**

技术创新构成企业核心竞争力基石。截至 2025 年 6 月 30 日，**累计取得授权发明专利 8 项、实用新型专利 91 项，著作权登记达 2507 件。**在标准建设领域深度参与行业规范制定，主导起草国家标准 7 项、行业标准 6 项、团体标准 9 项，显著提升产业标准化水平与技术话语权。



企业资质与认证体系彰显综合实力。获评**高新技术企业、国家级服务型制造示范单位、国家文化产业示范基地、全国科技型中小企业及国家版权示范单位**；入选江苏省专精特新中小企业名录，荣列江苏省民营文化企业 30 强，获授江苏省现代服务业高质量发展领军企业、农业产业化龙头企业、重点文化科技企业、电子商务示范企业、产教融合型试点培育企业及内外贸一体化试点企业称号。产品通过**江苏精品、中国绿色产品、高档丝绸标志权威认证**，荣获苏州市纺织丝绸科学技术进步奖。



品牌建设成果斐然，**连续 6 年蚕丝被专营品牌全国销量第一（2019-2024 年）**；获颁“中国十大丝绸品牌”、“全国茧丝绸创新品牌”称号；入选江苏省重点培育国际知名品牌和跨境电商知名品牌名录。董事长胡毓芳女士荣膺**全国劳动模范、全国三八红旗手及纺织工业部劳动模范**殊荣。

展望未来，太湖雪将持续深化技术创新、文化赋能与全球渠道布局，以标准化体系引领产业升级，通过丝绸载体弘扬中华文明美学价值，矢志推动苏州丝绸从传统工艺向国际化奢侈生活方式品牌演进，为世界织造版图增添东方华彩。

（二）主要商业模式：

1. 高附加值业务模式：深耕“微笑曲线”两端，强化核心竞争力

太湖雪作为丝绸行业领导品牌，专注践行“微笑曲线”战略理论，聚焦高附加值业务环节构建核心发展模式。公司以前端研发设计与后端品牌运营为双核心驱动：在产品开发环节持续投入创新资源，强

化技术壁垒与设计差异化；在品牌营销环节深耕市场渠道建设与价值传播，构建全球化营销网络。同时，依托柔性供应链管理体系实现快速响应市场需求，并通过数字化运营系统优化全链路效率。这种整合战略不仅保障了企业敏捷应对市场变化的能力，更系统性地强化了品牌核心竞争力，为巩固丝绸行业领军地位及构建可持续竞争优势奠定了坚实基础。



2. 一体化研发体系：文化赋能的丝绸新国货创新引擎

太湖雪根植于“东方丝国”苏州的深厚丝绸文化底蕴，构建了以蚕丝被为核心、贯通产品创新与终端落地的新国货一体化研发体系。该模式系统性整合三大核心环节：在产品研发领域深度融合传统织造技艺与现代时尚美学，每季新品均承载文化符号与功能创新；在视觉传达领域通过原创平面设计传递丝绸文化精神，强化品牌美学认知；在商业空间领域依托沉浸式门店场景设计提升消费体验价值。研发机制采用“自主创新主导+产学研协同”双轨并行策略。

依托省级企业技术中心、省级工艺设计中心和省级工程技术研究中心、高质量茧丝绸协同创新中心、江苏吴江蚕桑科技小院五大平台突破核心技术。



同时联合东华大学、苏州大学、浙江理工大学、北京服装学院、南京农业大学等高校建立产学研基地，精准洞察消费趋势并转化设计需求，形成独具辨识度的“太湖雪”设计语言。



该体系以文化传承为内核、市场需求为导向，持续驱动丝绸产业的技术升级与价值跃升，为新国货发展注入创新动能。

目前，公司产品已涵盖蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰四大系列，具体如下：

（1）蚕丝被：非遗苏绣邂逅“纤维皇后”，缔造新国货丝绸美学典范

蚕丝被采用 **100%桑蚕长丝纤维**（动物蛋白中唯一的天然长纤维）作为填充芯材，具备贴身随形、卓越调温、亲肤柔顺及高效导湿四大天然特性。**产品线覆盖全场景温控需求**：春秋被、夏凉被、冬暖被及可自由组合的子母被等品类，**满足差异化睡眠环境需求**。面料系统突破传统工艺界限，在提花、印花等经典工艺基础上，**创新融入抗菌抗敏与香氛微胶囊释放等后整理技术**，协同构筑高效健康睡眠生态，引领寝具消费品质升级。

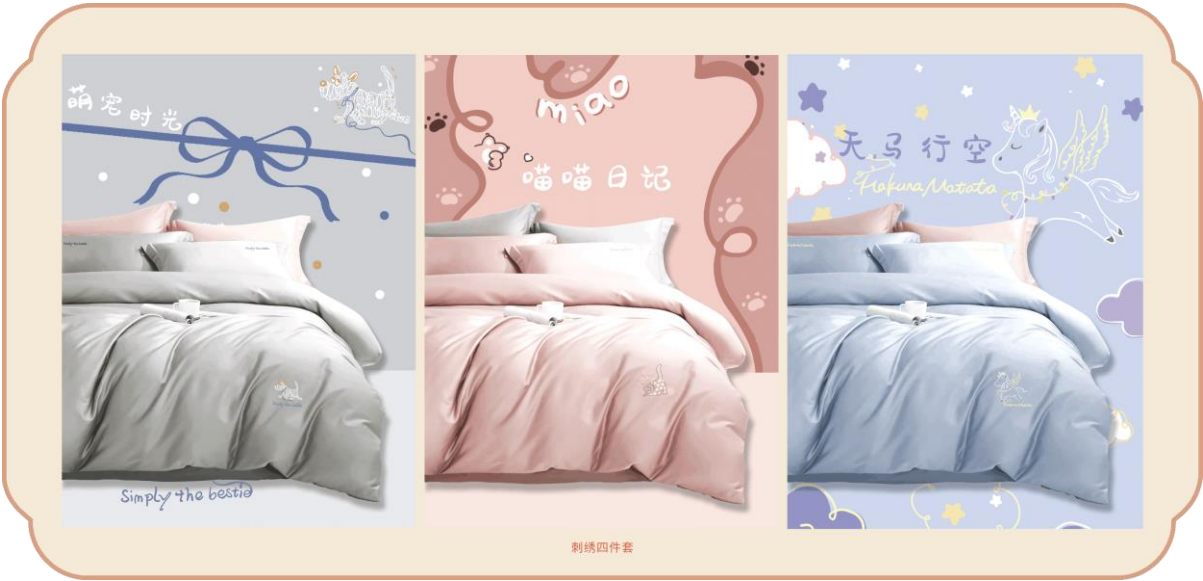


（2）床品套件：苏绣技法与“纤维皇后”碰撞 展现新国货丝绸之美

床品套件系列**深度演绎丝绸艺术与功能科技的交融**。真丝套件甄选 100%桑蚕丝面料——被誉为“纤维皇后”的天然蛋白纤维，富含 18 种人体必需氨基酸，其结构与人体皮肤高度契合，赋予产品“第二肌肤”般的**极致亲肤性、柔滑触感及温湿调节功能**。全棉套件则采用高支长绒棉精纺，以细腻纱线织就蓬松透气肌理。

设计层面深度融合江南文脉精髓，萃取苏州园林、水乡纹样等地域文化符号，**创新运用苏绣非遗技法**中的盘金、打籽等工艺，在真丝与棉缎上呈现浮雕式立体纹样。每件作品既承载东方美学意境，又通

过抗菌、抗皱等功能后整理满足高端睡眠场景中艺术鉴赏与健康呵护的双重诉求，重新定义新国货床品的价值维度。



（3）丝绸饰品：国潮轻奢美学，激活 Z 世代文化消费新势能
在国货复兴浪潮中，丝绸饰品以锐意创新回应文化自信觉醒。设计团队深度解构传统丝绸纹样与色彩体系，通过非遗元素时尚化转译、东方意境当代化表达，打造兼具个性化标签、年轻化审美、轻奢化品质的新锐产品矩阵。每件作品不仅是配饰，更承载苏作工艺精神与江南美学基因，以“丝线叙事”建立与消费者的深度文化共鸣。



（4）丝绸服饰：全场景精奢生活提案，重构当代家居与轻社交边界
丝绸服饰系列以革新设计重构家居穿着范式。甄选高规格桑蚕丝面料，结合人体工学立体剪裁技术，在极致亲肤透气的基底上实现全天候舒适陪伴。产品突破传统家居服局限，通过模块化设计语言实现卧室休憩、客厅会客、社区轻社交的 3 秒优雅切换，构建“无界生活美学”。



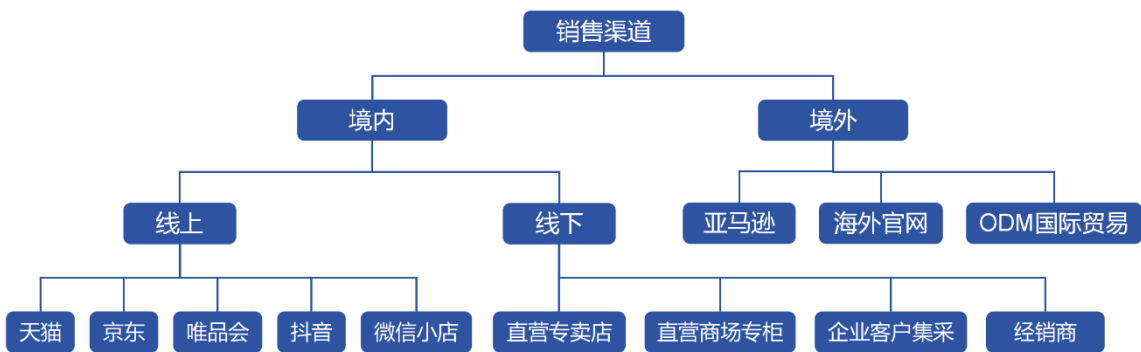
3. 全域渠道战略：构建线上线下融合、境内外协同的立体化销售生态

公司构建线上线下融合、境内外协同的立体化销售生态。线下渠道通过直营旗舰门店与企业客户定制化集采双轨并行，深度融合数字化引流策略，整合抖音本地生活服务、百度、高德商户平台等 LBS 地理位置场景精准获客，并借助小红书生活方式内容种草、品牌视频号生态矩阵及限时快闪店等沉浸式触点，系统培育私域流量运营体系，实现线下场景价值持续升级。

线上渠道建立多维度协同发展路径：在平台电商侧深化天猫、京东、唯品会等成熟渠道的精细运营与用户生命周期管理；内容生态侧依托小红书深度图文解析与抖音短视频内容，构建丝绸文化与生活美学的叙事体系；抖音、视频号直播转化模块则作为重要补充，通过专业达人协作增强商品场景化演绎深度。跨境业务实施品牌出海战略，以亚马逊官方站点与自建独立站双核驱动，结合 TikTok、Instagram 等全球社交媒体文化渗透式传播，逐步构建国际消费文化认同。

运营中枢依托统一数据平台打通全渠道会员服务与库存智能调配系统，强化供应链响应效率与跨境服务标准化能力，为全球市场竞争壁垒的持续巩固提供系统性支撑。

线上线下融合、境内外协同的立体化销售生态



4. 品牌战略升级：聚焦“蚕丝被，就选太湖雪”，构建丝绸全品类价值生态

公司以“蚕丝被，就选太湖雪”为核心战略支点，强化蚕丝被品类市场绝对引领地位，并基于桑蚕丝材料技术优势构建品类延伸护城河。以此为核心动能，**战略性拓展高端真丝套件、东方美学丝绸饰品及轻奢家居丝绸服饰三大衍生品类**，形成丝绸生活全场景解决方案。品牌建设深度融合苏州丝绸文化遗产，通过专利技术创新诠释、苏绣非遗工艺现代表达及江南园林美学植入，构建“技术+文化+场景”三

位一体的价值传递体系，将“太湖雪”升维为新国货丝绸文明的核心标识与生活方式定义者。



5. 敏捷采购体系：柔性供应链协同响应电商多品种小批量需求

针对电商市场需求波动大、碎片化订单多的特性，公司构建供应商战略协同机制。与头部供应商深化合作，实现需求预测与产能动态匹配。通过优化采购全链路效率，在保障多品类快速上新的同时，有效控制库存周转水平，全面强化市场应变能力。

6. 生产模式：重塑丝绸行业供应链格局，敏捷协同平台助力扬帆起航

公司生产模式涵盖自主生产、委外加工与外包三大方式。公司全力推进供应链系统的信息化升级改造，颠覆传统采购生产模式，旨在打造丝绸行业的柔性定制小单快反供应链协同平台。这一平台集敏捷化、智能化、数据化于一身，实现了销售需求、库存状态、生产进程的全面可视化、线上化、数据化共享，极大提升了供应链管理能力和同步完成 IS09001、OEKO-TEX®生态纺织认证及 Sedex 社会责任审核，形成技术护城河与全球供应资质的双维竞争力。

7. 市场地位：连续 6 年蚕丝被专营品牌全国销量第一（2019-2024 年）

根据弗若斯特沙利文（北京）咨询有限公司于 2025 年 5 月出具《中国蚕丝被行业市场地位声明》中显示太湖雪连续 6 年蚕丝被专营品牌全国销量第一（2019-2024 年）。



报告期内，公司商业模式未发生变化。

2.2 公司主要财务数据

单位：元

	本报告期末	上年期末	增减比例%
资产总计	518,252,822.13	490,674,123.06	5.62%
归属于上市公司股东的净资产	334,284,384.51	330,361,060.68	1.19%
归属于上市公司股东的每股净资产	4.84	6.21	-22.06%
资产负债率%（母公司）	33.50%	29.98%	-
资产负债率%（合并）	35.38%	32.54%	-
	本报告期	上年同期	增减比例%
营业收入	280,822,272.21	238,490,146.41	17.75%
归属于上市公司股东的净利润	18,984,922.98	11,183,011.09	69.77%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	19,190,517.12	9,272,777.11	106.96%
经营活动产生的现金流量净额	42,060,566.24	-4,389,842.06	1,058.13%
加权平均净资产收益率%（依据归属于上市公司股东的净利润计算）	5.72%	3.52%	-
加权平均净资产收益率%（依据归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	5.78%	2.92%	-
基本每股收益（元/股）	0.2824	0.1641	72.09%
	本报告期末	上年期末	增减比例%
利息保障倍数	29.59	16.51	-

2.3 普通股股本结构

单位：股

股份性质		期初		本期变动	期末	
		数量	比例%		数量	比例%
无限售条件股份	无限售股份总数	23,988,775	45.12%	7,196,632	31,185,407	45.12%
	其中：控股股东、实际控制人	9,945,707	18.71%	2,983,712	12,929,419	18.71%
	董事、监事及高管	0	0.00%	0	0	0.00%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
有限售条件股份	有限售股份总数	29,175,983	54.88%	8,752,795	37,928,778	54.88%
	其中：控股股东、实际控制人	27,722,123	52.14%	8,316,637	36,038,760	52.14%
	董事、监事及高管	0	0.00%	0	0	0.00%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
总股本		53,164,758	-	15,949,427	69,114,185	-
普通股股东人数		5,380				

2.4 持股5%以上的股东或前十名股东情况

单位：股

序号	股东名称	股东性质	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	苏州英宝投资有限公司	境内非国有法人	33,167,830	9,950,349	43,118,179	62.3869%	32,338,635	10,779,544
2	苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4,500,000	1,350,000	5,850,000	8.4643%	3,700,125	2,149,875
3	招商银行股份有限公司－嘉实北交所精选两年定期开放混合型证券投资基金	其他	311,361	93,408	404,769	0.5857%	0	404,769
4	陈泽翔	境内自然人	100,235	90,623	190,858	0.2761%	0	190,858
5	卢玲	境内自然人	100,000	80,000	180,000	0.2604%	0	180,000
6	宋宜彩	境内自然人	0	169,341	169,341	0.2450%	0	169,341
7	财通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	境内非国有法人	10,000	152,921	162,921	0.2357%	0	162,921
8	国信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	境内非国有法人	74,226	62,252	136,478	0.1975%	0	136,478
9	深圳前海汇杰达理资本有限公司－达理4号私募证券投资基金	其他	100,000	30,000	130,000	0.1881%	0	130,000
10	杨银仙	境内自然人	0	114,969	114,969	0.1663%	0	114,969
合计			38,363,652	12,093,863	50,457,515	73.0060%	36,038,760	14,418,755
持股5%以上的股东或前十名股东间相互关系说明： 苏州英宝投资有限公司与苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙）实际控制人均为胡毓芳、王安琪母女，属于一致行动人。 其他说明： 截至2025年6月30日，“苏州太湖雪丝绸股份有限公司-2024年员工持股计划”专用证券账户持有股份合计1,890,018股，持股比例2.7346%。								

持股 5%以上的股东或前十名股东是否存在质押、司法冻结股份

☐适用 ☒不适用

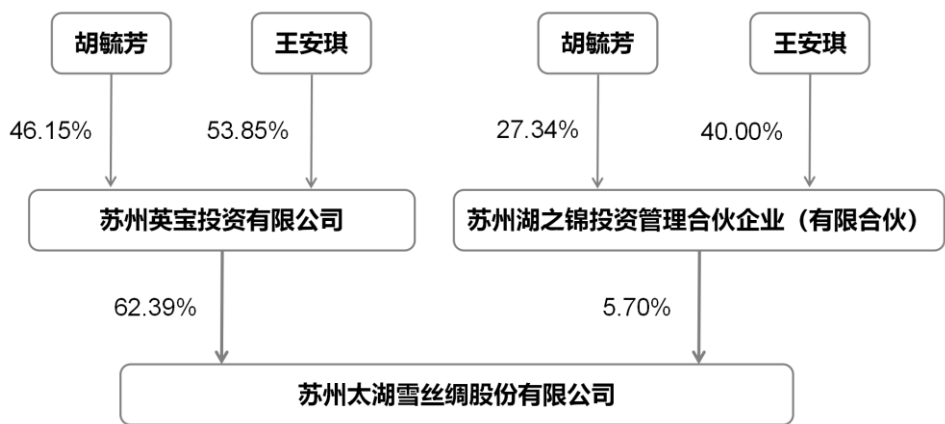
2.5 特别表决权安排情况

☐适用 ☒不适用

2.6 控股股东、实际控制人变化情况

☐适用 ☒不适用

截至本报告期末，公司控股股东为苏州英宝投资有限公司，公司实际控制人为胡毓芳、王安琪母女，具体如图所示：



2.7 存续至本期的优先股股票相关情况

☐适用 ☒不适用

2.8 存续至半年度报告批准报出日的债券融资情况

☐适用 ☒不适用

2.9 存续至本期的可转换公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

3.1 重要事项说明

不适用。

3.2 其他事项

事项	是或否
是否存在股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况	☐ 是 ☒ 否
是否存在资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的情况	☐ 是 ☒ 否