

证券代码：838262

证券简称：太湖雪

公告编号：2025-129

## 苏州太湖雪丝绸股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、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法律责任。

#### 一、投资者关系活动类别

特定对象调研

业绩说明会

媒体采访

现场参观

新闻发布会

分析师会议

路演活动

其他

#### 二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年8月25日

活动地点：苏州太湖雪丝绸股份有限公司展厅、会议室

参会单位及人员：中泰证券、东吴证券、东北证券、广发证券、北京鸿道投资管理有限责任公司、国新国证基金管理有限公司、深圳市泰石投资管理有限公司、北京星允投资管理有限公司、大博通商医疗投资管理有限公司

上市公司接待人员：董事、副总经理、董事会秘书代艳先生，证券事务代表张保静女士

#### 三、投资者关系活动主要内容

公司董事、副总经理、董事会秘书代艳先生首先向参会人员介绍了公司概况，然后进行了问答交流环节，本次交流的主要内容如下：

**问题 1：公司针对母婴市场的产品类型？毛利率情况如何？**

**回答：**公司依托蚕丝天然亲肤、吸湿排汗、调温保暖等优异特性，围绕不同年龄段婴童和青少年的睡眠与家居生活需求，系统性布局母婴产品线。其中，“呵护系列”专为 0-3 岁婴童设计，主要产品包括印花真丝枕呵护版、刺绣真丝枕呵护版、国潮宝贝真丝套装等；“成长系列”面向 3-6 岁中大童设计，主要产品包括小可爱真丝被二件套、小可爱舒眠蚕丝组合被等；“青春系列”则覆盖学龄及青少年阶段，主要产品包括萌萌羊真丝组合被、青春有你蚕丝组合被、青春有你宿舍三件套等。未来，公司将持续加大研发投入，拓展产品广度与深度，满足母婴消费市场的多元化与精细化需求。目前该产品毛利率在 40% 以上，展现出良好的盈利能力与市场潜力。

**问题 2：公司产品类型非常丰富，截至目前 SKU 有多少个？丝绸服饰的品类增长速度如何？未来在丝绸服饰市场的发展战略？**

**回答：**公司目前的产品类型为蚕丝被、床品套件、丝绸饰品和丝绸服饰。公司目前在售 SKU 在 3500 个左右。近年来丝绸服饰品类销售保持持续增长态势。公司丝绸服饰产品以真丝家居服为核心，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础上实现全天候舒适陪伴，产品设计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”。未来公司将在丝绸服饰领域加大研发投入，重点聚焦新型丝绸面料开发与款式创新，进一步提升产品竞争力与时尚表现力。

**问题 3：2025H1 公司线上渠道爆发式增长，线上收入占比 53.29%（1.49 亿元），微信小店增 813%、抖音增 59.62%，私域流量转化模型（如“内容种草—私域闭环”）的具体运营策略是什么？**

**回答：**公司线上渠道运营聚焦“全域内容提质+直播矩阵增效”，优化全域内容生态，升级小红书、短视频等内容质量，构建“自播+达播”协同的矩阵式直播体系，利用抖音本地生活、短视频等形式有效拓展公域流量入口，加强私域流量池的精细化运营。在天猫和京东等货架电商平台，持续优化其运营效能，通过精准广告投放与新品迭代策略，巩固蚕丝被品类头部地位。在微信生态通过视频号深度联动内容达人，创新打造“内容种草—私域转化”闭环式营销模型，充分

挖掘腾讯生态在“私域流量变现”和社交裂变上具备独特优势，通过小程序、公众号和视频号的闭环整合，构建了“社交+内容+电商”生态。抖音电商成功落实“精品自播与头部机构合作”的双引擎营销策略，品牌自播间以“非遗技艺场景化”为核心；同步联动垂类达人矩阵（文化/家居类等头部机构），打造“蚕丝溯源”等主题，从而推动销售增长。

**问题 4：太湖雪未来工厂项目的发展规划、产能规划如何？预计什么时候能投产？**

回答：“太湖雪未来工厂项目”主要为生产性项目，建成后将为公司提供更大的发展空间，进一步优化生产布局，打造“智能制造+智能仓储+跨境服务”一体化未来工厂标杆，项目建成后，有利于扩大产能，提升市场占有率，全面赋能企业数字化转型与全球化布局。目前拟规划产能为“年产 400 万件丝绸制品及 20 万件丝绸服饰”，目前项目尚在前期筹备阶段，预计将于 2027 年投入使用。

**问题 5：2025H1 公司销售毛利率同比+2.80pp 至 43.1%，主要贡献来自单位成本的优化还是单价的提升？**

回答：2025 年上半年，公司毛利率同比提升 2.80 个百分点至 43.1%，主要得益于消费市场回暖，公司精准实施“卓越引领、对标先进、提质增效、稳健发展”的经营方针，毛利率提升是产品结构优化、运营效率改善与品牌溢价能力增强共同作用的结果。一方面，公司持续推进品牌重塑与渠道变革，提升高毛利产品占比；另一方面，通过供应链管理优化与生产效率提升，有效控制单位成本。同时，品牌力的增强也支持了合理的价格策略，实现单价与成本的良性互动，共同推动整体盈利能力提升。

**问题 6：公司 Q2 净利润增速（187.3%）显著高于 Q1，是否受季节性政策（如离境退税）或渠道爆发影响？后续能否持续？**

回答：第二季度净利润的显著增长，主要得益于多重积极因素的叠加：公司积极响应“家居家装国补”及“离境退税”等政策，迅速在京东、天猫、抖音等平台上线补贴活动，借助专项流量入口与优惠叠加机制，有效拉动销售转化；激活线下场景，以苏州门店为示范，强化“政策补贴+沉浸式场景体验”双轮驱动，吸引文旅客流与本地消费者；抖音、微信小店等新兴渠道增长迅猛，直播与私域

运营成效显著；结合各大平台促销节奏，实施精细化运营，通过精准投放与新品迭代，持续提升转化效率与品牌渗透率。当前增长动力兼具政策支持与内生动能，具备较强可持续性。公司将持续优化产品结构、深化渠道布局、强化品牌建设，确保业绩稳健增长。

苏州太湖雪丝绸股份有限公司

董事会

2025年8月26日