

太湖雪  
TAIHU SNOW SILK



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

# 2025年年度报告摘要

公司简称:太湖雪

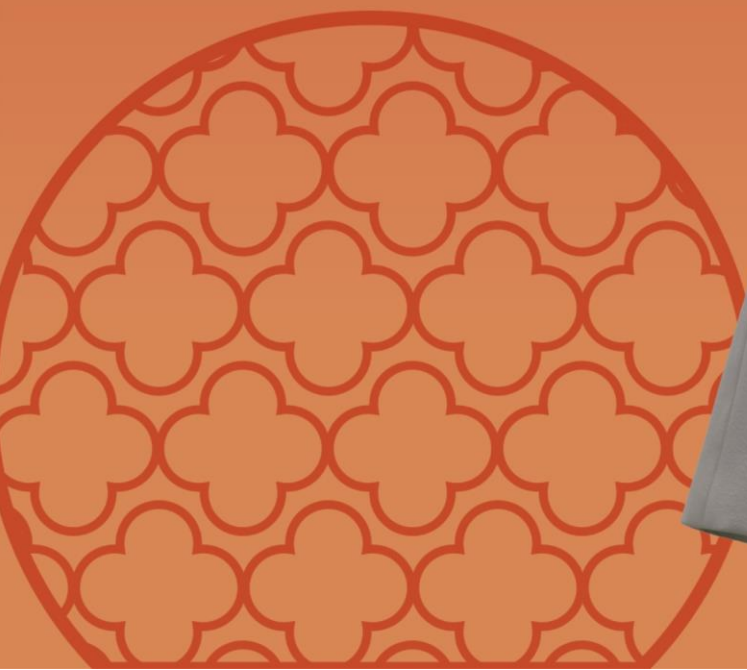
股票代码:920262



可视化年报(视频版)



可视化年报(平面版)



## 第一节 重要提示

- 1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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侯守峰保证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年度报告的董事会会议。
- 1.4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 1.5 权益分派预案  
适用 不适用

单位：元/股

项目	每 10 股派现数（含税）	每 10 股送股数	每 10 股转增数
年度分配预案	1.00	0	2

### 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）深度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的时代背景下，公司

牢牢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，现已构建起涵盖**蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰、跨界联名**五大品类的完整产品体系，**市场地位持续巩固、稳居行业前沿**。

公司战略精准**聚焦产业链高附加值环节**，依托“微笑曲线”理论，持续强化**研发创新能力与品牌溢价能力**，筑牢核心竞争优势。销售渠道采用**全域协同布局模式**：线下通过直营专卖体系及集团客户集中采购双向发力，实现市场深度渗透；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的矩阵，同时联通亚马逊及海外独立站，构建起**高效联动的全球化数字营销网络**，**形成境内境外双轨并行、线上线下融合的完整立体化渠道生态**，全方位触达全球目标消费群体。

技术创新是企业核心竞争力的坚实基础，更是公司持续发展的核心驱动力。截至 2025 年 12 月 31 日，**公司累计取得授权发明专利 12 项、实用新型专利 94 项，著作权登记达 2585 件**，以硬核技术创新赋能产品迭代升级、品质提升。在行业标准建设领域，太湖雪主动担当、深度参与行业规范制定，**主导起草国家标准 7 项、行业标准 7 项、团体标准 9 项**，显著提升产业标准化水平，牢牢掌握行业技术话语权，引领丝绸产业高质量发展。

完善的企业资质与认证体系，充分彰显公司的综合实力与行业影响力。公司先后获评**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**；成功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等多项荣誉称号。产品顺利通过江苏精品、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，以卓越品质赢得市场与消费者的广泛认可。



品牌建设成果斐然，太湖雪凭借过硬的产品品质与深厚的品牌影响力，**连续 7 年（2019-2025 年）稳居蚕丝被专营品牌全国销量第一**；先后获颁“中国十大丝绸品牌”“全国茧丝绸创新品牌”称号，成功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，其牵头的“胡毓芳全国劳模创新工作室”更入选**2025 年中华全国总工会支持建设的全国劳模工匠创新工作室**，聚焦蚕桑丝绸高质量发展关键技术，深耕核心课题开发，以创新力量赋能产业升级。

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**，以标准化体系引领丝绸产业迭代升级，以丝绸为重要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浓郁东方华彩，助力中国丝绸文化走向全球、绽放光彩。

## （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，聚焦产业链高附加值环节，构建核心发展模式，夯实领军地位。公司以“**前端研发设计+后端品牌运营**”为双核心驱动，强化竞争壁垒，提升品牌价值。

前端产品开发环节，太湖雪加大创新投入，深耕丝绸研发与设计，**强化技术壁垒和设计差异化**，打造兼具传统美学与现代品质的产品，契合新消费需求，提升核心竞争力。后端品牌营销环节，深耕渠道建设与价值传播，**布局线上线下渠道，构建全球数字化营销网络**，提升品牌影响力与市场渗透率。

同时，太湖雪依托柔性供应链管理体系，快速响应市场与消费需求，实现精准交付；通过数字化运营系统，优化全链路效率，降低成本，提升企业敏捷性与综合运营能力。

这种“**研发+品牌+供应链+数字化**”整合战略，有效保障太湖雪应对市场变化、适配消费升级的能力，强化品牌核心竞争力，为巩固行业领军地位、构建可持续优势奠定坚实基础，助力品牌持续领跑。



## 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，以**文化传承为内核、市场需求为导向**，持续驱动丝绸产业技术升级与价值跃升，为新国货发展注入强劲创新动能。

该一体化研发模式系统性整合三大核心环节，形成全链路创新闭环：在**产品研发领域**，深度融合苏州传统织造技艺与现代时尚美学，每季新品均承载鲜明文化符号与实用功能创新，兼顾传统底蕴与当代需求；在**视觉传达领域**，通过原创平面设计精准传递丝绸文化精神，强化品牌专属美学认知，提升品牌辨识度；在**商业空间领域**，依托沉浸式门店场景设计，优化消费体验，彰显丝绸产品的高端质感与文化内涵。

研发机制上，太湖雪采用“**自主创新主导+产学研协同**”双轨并行策略，筑牢技术与设计创新根基。一方面，依托省级企业技术中心、省级工业设计中心、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**五大核心平台**，集中力量突破丝绸产业核心技术，夯实产品创新硬实力。



另一方面，联合东华大学、苏州大学、浙江理工大学、北京服装学院、南京农业大学等国内顶尖高校建立产学研基地，精准洞察市场消费趋势，高效转化设计需求，打磨形成**独具辨识度的“太湖雪”专属设计语言**，始终坚守文化传承为内核、市场需求为导向，**实现文化、技术与市场的深度融合**，助力丝绸产业技术升级与价值跃升。



目前，公司产品已涵盖蚕丝被、床品套件、丝绸饰品、丝绸服饰及跨界联名五大系列，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

太湖雪蚕丝被精选 100%桑蚕长丝纤维作为填充芯材，该纤维是动物蛋白中唯一的天然长纤维，自带贴身随形、卓越调温、亲肤柔顺、高效导湿四大天然优势，从源头保障舒适睡眠体验。产品线全面覆盖全场景温控需求，涵盖春秋被、夏凉被、冬暖被及可自由组合的子母被等多元品类，精准匹配不同季节、不同睡眠环境的差异化需求，适配各类消费人群。面料系统突破传统工艺局限，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，多重防护协同构筑高效健康睡眠生态，引领寝具消费品质升级，传递舒适健康的睡眠理念。



#### (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

太湖雪床品套件深度融合丝绸艺术与功能科技，将东方美学与实用需求完美结合，打造高端舒适的睡眠体验。

太湖雪床品套件涵盖真丝、全棉两大系列，精准匹配不同睡眠场景需求。其中真丝套件甄选 100% 桑蚕长丝填充，作为动物蛋白中的天然长纤维，自带贴身随形、亲肤舒适、温湿调节三大核心优势，富含 18 种人体必需氨基酸，贴合人体皮肤肌理，带来“第二肌肤”般的极致触感。

设计层面深度萃取苏州园林、水乡风情等江南文化符号，创新运用苏绣非遗技法，通过盘金、打籽等工艺呈现浮雕式立体纹样，兼具艺术鉴赏与健康防护功能。同时融入抗菌、香氛缓释等后整理技术，搭配全场景产品线，既坚守传统丝绸文化底蕴，又通过产学研协同创新，实现艺术与功能的双重升级，重新定义新国货床品的品质标准与价值维度。



### (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，太湖雪丝绸饰品以锐意创新回应大众文化自信觉醒，立足苏作工艺底蕴与江南美学基因，打造兼具文化内涵与市场竞争力的产品矩阵。设计团队深度解构传统丝绸纹样与色彩体系，聚焦非遗元素时尚化转译、东方意境当代化表达两大核心方向，精准契合年轻化审美、个性化标签、轻奢化品质的市场需求，打破传统丝绸饰品的刻板印象。每一件丝绸饰品不仅是点缀穿搭的精致配饰，更承载着苏作工艺的匠心精神与江南美学的独特底蕴，以细腻“丝线叙事”为载体，搭建起与消费者的深度文化共鸣，让传统丝绸文化在当代生活中焕发新生，彰显新国货丝绸饰品的独特魅力。



### (4) 丝绸服饰：全场景轻奢生活提案，重构当代家居与轻社交边界

太湖雪丝绸服饰系列以革新设计为核心，重构现代家居穿着新范式，精准契合当代人对舒适与美学的双重需求。产品甄选高规格桑蚕丝面料，自带天然亲肤透气特质，搭配人体工学立体剪裁技术，在保障极致贴合度的同时，实现全天候舒适陪伴，兼顾柔软质感与穿着便捷性。该系列突破传统家居服的场景局限，采用模块化设计，可轻松实现卧室休憩、客厅会客、社区轻社交的无缝切换，无需频繁换装，高效适配多元生活场景，传递“无界生活美学”，彰显新国货丝绸服饰的品质与匠心，兼顾实用性与审美性。



#### (5) 跨界联名：依托研发与文化 IP 联动 推动品牌差异化高质量发展

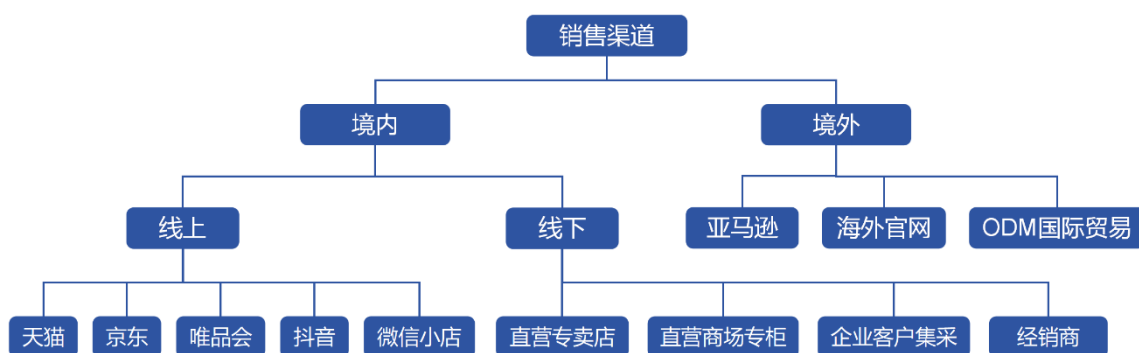
公司依托丝绸研发领先优势，深化与苏州博物馆、苏州丝绸博物馆、苏州织造署、上海博物馆、广州博物馆等文博机构及拙政园、周庄古镇等文旅地标的跨界合作，同步联动艺术家王敬贤及影视 IP 资源，构建多元文化共创生态，通过个性化、定制化的联名精品开发，将苏州文化元素与文化资源创新融入产品设计，既满足市场文化消费需求，又有效提升品牌文化内涵，助力苏州丝绸文化传播与品牌差异化发展。



### 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

太湖雪聚焦构建线上线下融合、境内外协同的立体化销售生态，以全渠道布局打通消费场景、强化品牌竞争力。线下方面，其采用“直营旗舰门店+企业定制集采”双轨模式，融合数字化引流策略，整合抖音本地生活、百度、高德等LBS场景精准触达潜在客群，同时借助小红书种草、视频号矩阵及快闪店培育私域流量，通过优化门店体验并融入丝绸文化，进一步提升转化效率；线上则打造平台电商、内容生态、直播转化协同体系，深耕天猫、京东等主流渠道，依托小红书、抖音构建丝绸文化与生活美学传播矩阵，以抖音、视频号直播联动达人，实现“内容种草-直播转化”的闭环；跨境业务以亚马逊站点与自建独立站为核心，借助TikTok、Instagram开展文化渗透式传播，逐步构建国际品牌认同；与此同时，太湖雪以统一数据平台打通全渠道会员与库存数据，强化供应链响应能力及跨境服务标准化建设，巩固全球市场壁垒，为全渠道生态稳定运行提供有力支撑。

#### 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

太湖雪以“蚕丝被，就选太湖雪”为核心战略定位，牢牢占据蚕丝被品类心智，巩固行业绝对引领地位。依托桑蚕丝核心材料与技术优势，筑牢品类延伸护城河，以此为核心增长引擎，战略布局三大高价值衍生赛道：高端真丝套件、东方美学丝绸饰品、轻奢家居丝绸服饰，打造覆盖全场景的丝绸生活解决方案。

品牌深度锚定苏州丝绸文化遗产，以专利技术创新赋能产品内核、苏绣非遗工艺实现现代表达、江南园林美学融入空间体验，构建“技术创新+文化传承+场景体验”三位一体的价值传递体系。通过全品类、全场景、全价值链路升级，太湖雪致力于从蚕丝被标杆品牌，升维为新国货丝绸文明的核心符号与东方丝绸生活方式的定义者。



### 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

面向电商市场**需求高频波动、订单碎片化**的行业特性，公司构建**供应商战略协同机制**。通过与头部供应商深度战略合作，实现**需求精准预测与产能动态匹配**；持续优化**采购全链路运营效率**，在保障多品类**快速上新**的同时，有效管控库存周转水平，全面提升**市场快速响应与风险抵御能力**。

### 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

公司构建**自主生产、委外加工、外包协同**三位一体的全链路生产模式，同步深度推进供应链系统信息化升级与数字化重构，突破丝绸行业传统采购、生产、交付模式瓶颈，全力打造行业领先的**柔性定制、小单快反**供应链协同平台。

该平台以**敏捷化、智能化、数据化**为核心能力，打通销售需求、库存状态、生产进程全流程数据链路，实现全链条信息可视化、线上化、实时化、数据化协同共享，显著提升供应链响应效率与精细化管理水平。

公司同步完成 ISO 9001 质量管理体系、OEKO-TEX®生态纺织品认证、Sedex 社会责任审核，以技术壁垒与全球合规资质构筑双维核心竞争力，夯实高质量、可持续、全球化供应能力。

### 7. 市场地位：连续 7 年蚕丝被专营品牌全国销量第一（2019-2025 年）

依据弗若斯特沙利文（上海）咨询有限公司 2026 年 3 月发布的《中国蚕丝被行业市场地位声明》权威数据：**太湖雪在 2019—2025 年期间，连续 7 年位居中国蚕丝被专营品牌全国销量第一。**



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

	2025 年末	2024 年末	增减比例%	2023 年末
资产总计	528,747,131.25	490,674,123.06	7.76%	517,049,817.29
归属于上市公司股东的净资产	358,671,957.37	330,361,060.68	8.57%	313,944,375.67
归属于上市公司股东的每股净资产	5.19	6.21	-16.43%	5.91
资产负债率%（母公司）	30.29%	29.98%	-	37.62%
资产负债率%（合并）	32.06%	32.54%	-	39.12%

	2025年	2024年	增减比例%	2023年
营业收入	600,068,310.60	515,634,513.51	16.37%	531,388,655.82
归属于上市公司股东的净利润	38,660,817.84	28,055,125.14	37.80%	34,346,040.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	40,680,050.87	24,141,123.80	68.51%	20,456,011.07
经营活动产生的现金流量净额	75,038,350.59	38,067,716.97	97.12%	857,697.42
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)	11.38%	8.74%	-	11.20%
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)	11.98%	7.52%	-	6.67%
基本每股收益(元/股)	0.5714	0.4173	36.92%	0.4995

### 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、高管	0	0%	0	0	0.00%	
	核心员工	0	0%	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、高管	0	0%	0	0	0.00%	
	核心员工	0	0%	0	0	0.00%	
总股本		53,164,758	-	15,949,427	69,114,185	-	
普通股股东人数							4,671

### 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	其他	311,361	-73,735	237,626	0.3438%	0	237,626

	两年定期开放混合型证券投资基金							
4	陈泽翔	境内自然人	100,235	101,891	202,126	0.2925%	0	202,126
5	许剑玲	境内自然人	0	164,266	164,266	0.2377%	0	164,266
6	宋宜彩	境内自然人	0	153,476	153,476	0.2221%	0	153,476
7	陈爱平	境内自然人	0	150,000	150,000	0.2170%	0	150,000
8	高在刚	境内自然人	0	120,000	120,000	0.1736%	0	120,000
9	方薇	境内自然人	0	115,898	115,898	0.1677%	0	115,898
10	#顾帅	境内自然人	0	114,600	114,600	0.1658%	0	114,600
合计		-	38,079,426	12,146,745	50,226,171	72.6714%	36,038,760	14,187,411

**持股 5%以上的股东或前十名股东间相互关系说明:**

英宝投资与湖之锦实际控制人均为胡毓芳、王安琪母女，属于一致行动人。

除前述股东关系外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。

**其他说明:**

截至 2025 年 12 月 31 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

单位：股

前十名无限售条件股东情况		
序号	股东名称	期末持有无限售条件股份数量
1	苏州英宝投资有限公司	10,779,544
2	苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙）	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	237,626
4	陈泽翔	202,126
5	许剑玲	164,266
6	宋宜彩	153,476
7	陈爱平	150,000
8	高在刚	120,000
9	方薇	115,898
10	#顾帅	114,600

**股东间相互关系说明:**

英宝投资与湖之锦的实际控制人均为胡毓芳、王安琪母女，属于一致行动人。

除前述股东关系外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。

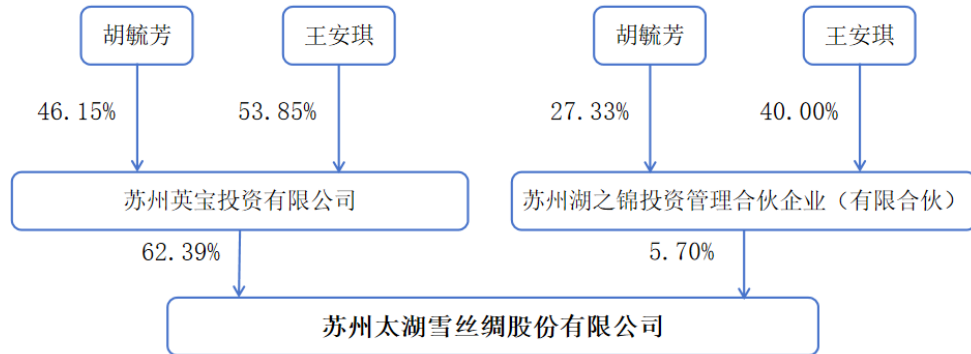
**2.5 特别表决权股份**

适用 不适用

## 2.6 控股股东、实际控制人情况

截至本报告期末，公司控股股东为苏州英宝投资有限公司，实际控制人为胡毓芳、王安琪母女，未发生变化。

胡毓芳、王安琪通过苏州英宝投资有限公司间接持有太湖雪 62.39% 股份，通过苏州湖之锦投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有太湖雪 5.70% 股份，合计占比 68.09%。



## 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债券情况

适用  不适用

# 第三节 重要事项

## 3.1 报告期内核心竞争力变化情况：

适用  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	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
是否存在资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的情况	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
是否存在年度报告披露后面临退市情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否

### 3.2.1. 被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的资产情况

单位：元

资产名称	资产类别	权利受限类型	账面价值	占总资产的比例%	发生原因
履约保证金	银行存款	冻结	100,000.00	0.02%	银行采购平台履约金

总计	-	-	100,000.00	0.02%	-
----	---	---	------------	-------	---

资产权利受限事项对公司的影响：

上述履约保证金为银行采购平台商家履约保证金，为正常商业采购合作，对公司不产生重大影响。