

证券代码：920262

证券简称：太湖雪

公告编号：2026-040

## 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（投资者线上交流会）

#### 二、投资者关系活动情况

活动时间：2026年4月2日

活动地点：线上会议

参会单位及人员：

由申万宏源证券王雨晴女士主持的电话会议，线上参与单位有：国富人寿保险股份有限公司、创金合信基金管理有限公司、凯联（北京）投资基金管理有限公司、兴业证券股份有限公司上海证券自营分公司、申银万国证券研究所、国泰海通证券自营、新华基金管理股份有限公司、中泰证券股份有限公司、华宝信托有限责任公司、New Silk Road Investment Pte Ltd、申万宏源证券有限公司、上海胤胜资产管理有限公司

由开源证券诸海滨先生主持的电话会议，线上参与单位有：开源证券股份

有限公司、长江证券股份有限公司、联储证券股份有限公司、创金合信基金管理有限公司、阳光资产管理股份有限公司、恒大人寿管理股份有限公司、长城财富资管有限公司、中天汇富基金管理有限公司、中汇人寿保险股份有限公司、浙江益恒投资管理有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、深圳市前海夷吾资产管理有限公司、深圳市珞瑜私募证券投资基金管理有限公司、绍兴冰剑投资管理有限公司、上海溧海投资管理有限公司、北京指南创业投资管理有限公司、北京青创伯乐投资有限公司、圆石投资有限公司

上市公司接待人员：董事、副总经理、董事会秘书代艳先生

### 三、 投资者关系活动主要内容

公司董事会秘书代艳先生首先向与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 2025 年业绩成长主要原因？直播电商实现近翻倍增长，主要原因有哪些？2026 年公司对不同线上渠道的投入策略？**

**回复：**伴随消费市场回暖趋势，公司以“品牌升级、渠道变革”为核心抓手，全面推进高质量发展，同时优化产品研发与运营效率，实现整体业绩稳健增长。其中线上营收拉动作用显著，尤其是直播电商的爆发式增长，成为业绩成长的核心引擎。

直播电商实现近翻倍增长，核心原因在于公司构建了全域直播营销网络，四大核心平台协同发力、各有侧重：抖音作为主阵地，以非遗场景、蚕丝溯源为内容核心，采用“品牌自播+垂类达人”模式，投入重点资源，实现流量与转化双提升；视频号依托微信私域生态，由专属团队运营高品质产品，构建“内容种草—私域转化”闭环，在低基数基础上实现增长；此外，前置内容种草、产品适配直播需求，叠加大促节点集中放量，成为两大平台增长的共性支撑，最终推动直播电商实现同比 93.78% 的增长。

2026 年公司渠道策略为优化线下旗舰体验店布局，深化线上精细化运营，打通全渠道数据与库存，实现线上线下协同增长。

上述事项存在不确定性，敬请广大投资者理性决策，注意投资风险。

**问题 2：核心产品蚕丝被今年增长动力是什么？目前行业内市占率，中长期看行业竞争格局如何演绎？**

**回复：**公司今明年（以 2025 年为核心）增长动力：1. 渠道端：货架电商（京东、天猫）聚焦日销精细化与新品布局，抖音（内容+头部达人）为核心增长极，视频号培育为全新高增长曲线；2. 产品端：针对不同渠道提供专属产品，618、双十一期间多款单品登顶各平台榜单，彰显品类统治力。

根据中国纺织品商业协会发布的《中国蚕丝被市场分析简报（2025）》显示，2025 年国内蚕丝被市场规模同比增 10%，近五年复合增速 8%，占丝绸制品消费比重超 40%；中国占全球市场份额超 50%，是全球最大消费市场。线上渠道占比 58%（货架电商 55%、直播电商 30%），线下占 42%；华东为核心消费区（43%），中西部下沉市场潜力大。中高端市场为主流，中端（800-2000 元）占 49%，高端（2000 元以上）占 36%。

行业整体呈“消费升级、结构优化、线上线下融合”特征，作为家纺行业增速领先细分品类，线上直播将持续成为增量核心；头部品牌凭借渠道精细化运营、产品优势及品牌影响力，有望进一步巩固领先地位，行业集中度或逐步提升。

上述事项存在不确定性，敬请广大投资者理性决策，注意投资风险。

**问题 3：丝绸饰品和服饰在 2025 年实现高增长原因有哪些？具备高增长潜力的品类有哪些？**

**回复：**丝绸饰品和丝绸服饰实现高增长的原因为公司精准把握消费潮流，以文创思维深耕业务，引进年轻设计师、聚焦需求研发；丝绸服饰以创新设计重构家居穿着体验，突破场景边界，实现实用与审美统一；丝绸饰品依托苏作工艺与江南美学，推动非遗元素时尚化、东方意境当代化，契合年轻群体审美与轻奢需求；同时受益于居民收入提升、年轻群体偏好轻小件产品及国潮消费趋势。具备高增长潜力品类以真丝丝巾、真丝发圈、真丝眼罩为主，特别是公司自主设计的非遗宋锦文创增长较快。

**问题 4：2025 年联名产品表现如何，2026 年在联名合作方面有哪些新动作？**

**回复：**2025 年，公司联名产品成果丰硕，先后与苏州博物馆、苏州丝绸博物馆达成深度合作，同时联动南京博物院、广州博物馆、上海博物馆推出多款联名好物，核心产品设计灵感多源自苏州博物馆、苏州丝绸博物馆的文化底蕴。2026 年，公司将持续深化与苏州博物馆、苏州丝绸博物馆的联名合作。与此同时，积极拓宽文创合作边界。近期，公司立足苏州定胜糕文化内涵，打造苏超相关“定

胜”主题周边产品，以多元文创载体彰显地域文化魅力。

**问题 5：2025 年毛利率同比增长近 3 Pcts，主要原因有哪些？**

**回复：**2025 年公司毛利率同比增长近 3 个百分点，核心驱动来自产品迭代升级与品牌化战略的深化落地。公司持续深耕产品研发创新，完成多轮品类迭代与品质升级，打造具备核心竞争力的差异化产品，构筑产品壁垒。同时伴随着品牌影响力与市场美誉度不断提升，消费者对品牌价值的认可度持续增高，公司依托新品上市节奏，稳步优化产品结构，实现产品溢价能力提升，最终带动整体毛利率实现增长。

苏州太湖雪丝绸股份有限公司

董事会

2026 年 4 月 7 日