

证券代码：838262

证券简称：太湖雪

公告编号：2023-040

苏州太湖雪丝绸股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

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。

苏州太湖雪丝绸股份有限公司（以下简称“太湖雪”或“公司”）于 2023 年 3 月 14 日接待了 1 家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、调研情况

调研时间：2023 年 3 月 14 日 14:00

调研地点：苏州市姑苏区星辉 1976 产业园 3 栋 2 层

调研形式：现场接待

调研机构：深圳高申资产管理有限公司

上市公司接待人员：董事会秘书代艳、证券事务代表罗倩倩

二、调研的主要问题及公司回复概要

1、随着疫情的结束，公司业绩情况如何？

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，毗邻上海，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、直营商场专柜主要开设在苏州，部分布局在北京。新冠疫情期间，消费者减少外出消费，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。随着上半年疫情高峰的结束，苏州市在做好常态化疫情防控工作的前提下，公司生产经营活动逐步恢复正常。

2022 年第一季度公司线下销售渠道主营业务收入同比减少 894.55 万元，降幅为 23.82%。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。

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。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、目前非常流行直播带货，公司是否有在直播平台布局？

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。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，目前公司已重点布局天猫、抖音、视频号等直播平台，积极培育私域流量，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，运用直播带货实现品牌知名度提升及带动业绩增长，2022 年 1-9 月，公司通过品牌自播实现销售收入 1,912.06 万元。

3、丝绸是中国传统文化的代表，公司未来将如何通过研发将品牌和产品价值进一步附加蚕桑丝绸文化的属性，提升品牌和产品附加值？

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，公司所在地苏州，为中国丝绸文化源头之一。为提升现代丝绸文化的技术先进性及产品创新性，公司研发采用包含产品研发、平面视觉设计、门店商业空间构建的一体化研发价值链。在产品研发设计中专注产品设计和工艺开发，每季产品中融合中国传统丝绸文化和时尚原创设计，在“新国潮、新国货、新消费”的消费趋势中，通过丝绸文化传播展现民族自豪感及文化自信。

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。

同时太湖雪还注重产学研基础。公司先后创立了“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，与多个高校建立起良好的产学研合作关系，持续推进创新研究成果转化。公司与苏州大学蚕丝研究院合作成立的首个研发中心，攻克了蚕丝被位移、板结的难题。

依托自主原创设计能力提升，太湖雪广泛借鉴国际先进设计理念，积极融合中国传统文化及非遗文化，形成了具有品牌特色的设计风格，并逐步积累了鲜明的品牌优势。“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、苏州市知名品牌等多项荣誉称号。

4、公司海外市场的布局发展情况？

公司目前海外销售渠道主要通过亚马逊、Ebay 平台和太湖雪海外官网负责境外销售，公司海外市场的销售占比约为 20%。

随着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。公司看好海外市场的机会与发展，未来将持续加大对海外电商平台的投入，进一步拓展海外市场，加快海外市场的渠道建设。根据中国国际贸易单一窗口查询获悉，太湖雪 2023 年 1-2 月出口 934,802.75 美元，2022 年 1-2 月出口 854,186.34 美元，同比增长 9.44%。

5、未来公司线下门店如何布局？

持续推进渠道扩张是公司长期战略中的重要一步，2022 年因为疫情原因新店开店和装修的节奏均有所放缓，随着疫情的结束，消费市场也稳步回暖，后期公司将重点布局苏州市场及长三角市场的网点，会持续稳健的推进新开设店铺，争取提升现有网点质量和数量，力争苏州市场及长三角的网点增加至 100 家左右。

6、随着公司业务的发展，公司产能未来可能会更紧张，公司对产能的规划？

目前公司的产能利用率基本处于稳步提升的状态且已经饱和，随着未来公司

销售收入的持续增长，产能不足将成为常态化。

公司目前的生产模式以自主生产为主、委外加工和外包模式为辅。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，蚕丝被生产的集聚中心。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，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，公司强大的供应链协同和管理能力，能够保证订单快速响应，如期交付。

苏州太湖雪丝绸股份有限公司

董事会

2023 年 3 月 14 日