

2025北交所万里行

# 太湖雪：千年“软黄金”焕发新生

■本报记者 陈 红

“缱绻缱绻何所似？不似罗绮与纨绮。应似天台山上明月前，四十五尺瀑布泉。中有文章又奇绝，地铺白烟花簇雪。”唐代诗人白居易曾如此咏叹丝绸的华美。

世界丝绸看中国，中国丝绸看苏杭。在这条被历史经纬交织的产业带上，苏州市吴江区始终占据着举足轻重的地位——这里既有“中国蚕丝之乡”之称的震泽镇，也有“四大绸都”之一的盛泽镇。

发端于此的太湖雪股份有限公司（以下简称“太湖雪”），是一家以蚕丝被为核心，覆盖真丝床品、服饰、饰品及文艺文创的全品类企业，深耕行业二十余年，以“文化活化+科技革新+全域渠道”三重驱动，将非遗技艺与现代发展深度融合，成为中国传统产业创新发展的鲜活样本。

日前，由《证券日报》与北京证券交易所联合策划的“2025北交所万里行”全媒体系列调研活动走进太湖雪。记者深入企业蚕桑文化园、智能化生产车间与产品展示区，沉浸式探寻这家企业如何让丝绸文化“活化”，用技术破解传统产业痛点，以多元渠道链接全球消费者，完成从区域品牌到丝绸产业领航者的蝶变。

## 文化为魂：让传统产业真正破圈

丝绸自古便有“软黄金”的美誉，它不仅是一种奢华面料，更是承载中华文明的重要符号。白居易笔下的丝绸风华，如今在太湖雪的蚕桑文化园中被赋予了可触摸的形态。稻草编织的架架间缀满雪白蚕茧，透明饲养盒中蚂蚁啃食桑叶，网格架上陈列着金黄、莹白的彩色蚕茧标本。这里不仅是国家级蚕桑农业示范基地，更是一个文化“转译场”。

“太湖雪的成长，从来不是抛开传统求新，而是踩着文化的根基往前走。丝绸的魂在文化，命在创新，只有让千年蚕桑文化真正落地，传统产业才能真正破圈。”太湖雪董事、副总经理代艳对记者表示，在消费分层日益显著的当下，挖掘文化

价值、提升品牌溢价成为丝绸企业突围的关键，而太湖雪的破局之道是“文化活化”。

“文化活化”以数字技术为桥，让非遗技艺实现沉浸式传播。作为苏州丝绸博物馆首个馆外数字场景项目“寰和TA的朋友们”的首席合作伙伴，太湖雪深度参与展馆设计与非遗内容策划，通过硅基视网膜等技术还原清代宸服“通经断纬”的织造工艺，让观众近距离感受传统技艺的精妙。同时，品牌还联动苏州戏曲博物馆推出“丝绸+昆曲”服饰妆造体验，让江南文化的多元魅力触手可及。

“文化活化”更以商业为载体，让古老符号融入日常美学。在“国潮”趋势下，太湖雪不仅与苏州博物馆、上海博物馆等十余家文博机构深度合作，更在数字展中推出“祥龙御锦”“国色华章”等联名系列，将清代八达晕纹、金龙纹等传统元素转化为丝巾、眼罩等可穿戴、可收藏的时尚单品。

“一个不到一角钱的蚕茧，经过文创设计和工艺加工，价值能提升数十倍甚至上百倍。”代艳拿起一款联名窄丝巾介绍道。当前，太湖雪文创系列产品赢得市场广泛认可。数据显示，今年前三季度，该板块不仅实现销售收入同比增长32.42%，更凭借59.74%的高毛利率成为品牌溢价的核心载体。

## 科技创新：攻克产业发展难题

然而，仅凭文化溢价，难以让丝绸真正走入寻常百姓家。“蚕丝被不能水洗、生产效率低、品质不稳定。”代艳表示，若无法解决这些难题，丝绸永远只能是小众市场的“奢侈品”，难以走进大众日常生活。为了打破这一瓶颈，太湖雪构建起“桑园到丝被”的全产业链闭环，这不仅保证了原料品质的可控，更为数字化改造筑牢根基。“我们的数字化不是为了炫技，而是为了解决实际问题。”代艳表示。

在上游，科技赋能田间地头。在千亩标准化桑蚕种植基地，物联网传感器实时监测土壤湿度、光照

等参数，虫情与环境监测站构筑立体防护网；在数字化大蚕车间中，通过智能系统调节环境，保障蚕丝原料品质稳定。

在中游，原料稳定保障智能制造。在生产车间，太湖雪探索出了“现代技术+传统工艺”的融合模式。智能剪裁设备按设计图纸精准裁切蚕丝棉片，保障了批量生产的尺寸一致性；而手工拉丝这一核心非遗工艺被完整保留，工人们身着统一的蓝色工装，按标准将棉片层层拉伸梳理，铺展成均匀蓬松的被芯。这种人机协作的方式，既保证了蚕丝被的天然蓬松度，又解决了规模化生产的效率与标准化难题。

在下游，技术研发直击消费痛点。该公司自主研发的蚕丝处理技术实现了丝棉多次漂洗后仍保持蓬松的效果，大幅拓展了产品使用场景与生命周期，让丝绸产品真正变得“好用、耐用”。

数据显示，今年前三季度，太湖雪研发投入达2135.78万元，占营业收入比重3.87%。截至2025年6月30日，该公司累计拥有发明专利8件、实用新型专利91件。

## 搭建高效通路：精准触达消费者

有了文化赋予的高溢价，又有了科技保障的硬品质，搭建高效通路让优质产品精准触达消费者，成为太湖雪市场突围的关键。“消费者在哪里，我们的渠道就延伸到哪里。”代艳向记者介绍，太湖雪采取了“线上抓流量红利，线下做体验沉淀，境内外协同发力”的全域渠道战略。

线上已成为太湖雪的核心增长引擎。2025年前三季度，该公司线上收入3.21亿元，占主营业务收入的58.15%，同比增长26.34%。

在公域流量端，太湖雪精准聚焦家居类、知识型博主，通过“文化+直播”模式提升转化效率。其中，视频号“自播+达播”渠道营收同比激增3309.04%，成为拉动线上增长的新爆发点。

在私域流量端，太湖雪构建了



图①工人手工拉伸蚕丝棉片制被芯  
图②公司展示的多款纹样真丝丝巾

陈红/摄

“内容种草—私域转化”的完整闭环。目前已积累超10万忠实用户，形成了稳定的复购群体。

线下渠道则走的是“体验+精准”路线。在苏州、北京等文旅核心城市，太湖雪打造了500平方米至2000平方米的超级体验店，集产品展示、文化体验、定制服务于一体，单店年营收最高接近2000万元。“门店里不仅陈列着真丝床品、服饰，还设置了蚕桑文化展示角，消费者可亲手触摸真丝床品质感，孩子能观察蚕宝宝生长。”代艳介绍道。这种沉浸式体验既弥补了线上消费感官缺失，又强化了品牌文化认知，极大地增强了消费者黏性。

境外市场的拓展，让太湖雪的“丝路”越走越远。该公司采取“亚马逊+独立站”的双轮驱动模式，聚焦欧美市场。2025年前三季度，该公司境外市场收入达8965.43万元，同比增长18.36%，其中亚马逊平台增速超过40.55%。

值得注意的是，承载中国丝绸文化的文创饰品类产品成为“文化出海”的重要载体，尤其受到海外年轻女性消费者青睐，这些融入非遗元素的丝绸饰品凭借独特东方美学脱颖而出，实现了产品出口与文化输出的双重价值。

面向“十五五”，太湖雪已锚定了清晰的发展蓝图。代艳表示：“我们聘请苏州大学陆小平教授作为科技养蚕首席科学家，启动蚕种培育、养蚕技术等基础性研究，相关成果将无偿共享给行业，推动整个丝绸产业的高质量发展。”

在产能布局上，太湖雪计划投资3亿元建设跨境电商总部产业园，覆盖研发、生产、销售、交付全链路，为品牌“出海”筑牢根基；拟建的未来工厂计划2027年达产，拟年产400万件丝绸制品、20万件丝绸服饰。

“我们将扎根苏州，深挖丝绸历史文化，把文化内涵转化为解决用户痛点的产品力，助力中国丝绸品牌扬帆‘出海’。”代艳表示，该公司将持续聚焦高增长赛道，以AI（人工智能）技术全链路赋能生产、销售与服务，推动传统产业与数字经济深度融合。

从震泽桑园的一片绿叶到国际市场的一件精品，太湖雪以科技为笔，文化为墨，让丝绸这千年“软黄金”焕发新生。太湖雪的实践揭示了一条路径：传统产业的复兴，需要文化价值、产品功能与商业模式的同步创新，才能在时代浪潮中站稳脚跟。这条被科技、文化与商业共同照亮的“新丝路”，正引领中国丝绸产业驶向更广阔的未来。

# 万通液压：液压“老将”成功突围



图①②万通液压生产车间

王倩/摄

■本报记者 王 倩

步入山东万通液压股份有限公司（以下简称“万通液压”）的车间，目之所及皆是井然有序的生产图景。墙上“做就要做好，做就要做强”的标语格外醒目，它并非一句空洞口号，而是渗透在每道工序的行动纲领：身着迷彩工装的工人在设备前全神贯注，亲手将钢坯锻造造成精度以微米计的液压缸筒；自动化产线则严格执行指令，机械臂抓取沉重的缸筒，完成精准定位与加工。

这里没有互联网企业的炫目科技感，却处处彰显着重型制造业的核心底色——可靠。这份源自军工标准的极致追求，正是这家以液压缸筒为核心产品的企业立身之本。

面对行业的激烈竞争，万通液压这位液压“老将”，如何能在巩固传统优势的同时，在新能源、机器人等新兴赛道崭露头角？其“通达”四方的奥秘何在？日前，《证券日报》与北京证券交易所联合策划的“2025北交所万里行”全媒体系列调

研活动专程赴山东五莲县，深入万通液压寻找答案。

## 三次关键选择

液压，被称为装备制造业的“肌肉”与“关节”，它深藏在自卸车、煤矿支架、工程机械乃至未来机器人的核心部件中，默默传递动能、支撑整机高效运转。

万通液压的故事始于2004年。彼时，我国液压行业工业总产值首次突破100亿元大关，市场呈现出规模越发庞大、门类繁多的蓬勃发展态势。新生的万通液压并未好高骛远，而是选择“扎下根”，从汽车自卸车油缸做起，随后向可靠性与耐久性要求苛刻的煤矿液压支架油缸拓展。2015年，我国把军民融合发展上升为国家战略，万通液压抢抓机遇，积极通过军品承制资格认证，为其后续向军品领域拓展奠定基础。

“我们用十几年时间，在这些细分市场做到了头部。”万通液压公司董事、副总经理、董事会秘书王梦君介绍称，特别是凭借在煤矿井下高

湿、高粉尘的极端环境中打磨产品锻造的功力，该公司不仅积累了一批优质客户，构筑了稳固的“基本盘”，并形成了“定制化与标准化并重”的业务格局，为后续的模式融合与创新奠定了基石。

2017年前后，万通液压管理层觉察到传统产品发展的局限性，做出公司发展史上第二个关键选择——谋转型。该公司前瞻性地布局了油气弹簧技术，这是一款新型悬架形式，具有良好的缓冲能力和减振作用。

王梦君透露，油气弹簧的研发推广路径极具“万通特色”：该公司先针对某些特种车辆等特殊工况需求，进行“小批量定制化”开发，攻克技术难关、验证产品性能；待技术成熟、共性需求明确后，迅速转向“大批量标准化”生产。在这个过程中，万通液压逐步实现从一家“跟着订单走”的制造商，向“看着趋势走”的技术方案提供商的转型。

如今，万通液压的油气弹簧已覆盖非公路宽体矿用、多桥重型运输车、AGV（自动导航车）、特种作业车等多类车型，成为驱动公司前进的强劲“增长极”——2024年，该产品营业收入同比大增93.34%，2025年上半年，该产品收入继续保持增长态势。

第三次抉择，是借力资本实现能级跃升。2021年，万通液压成功登陆北交所，公司将此次上市比作从“火车”升级为“动车组”。王梦君说：“要想跑得快，就得靠‘车头带’，我们上市后通过融资和股权激励，等于让每一节‘车厢’都有了动力。”

数据显示，上市以来，截至2024年末，万通液压营收年复合增长率超过23%，净利润增速更为显著。一条依托主业深耕与技术积累、“波动式上升”曲线清晰可见，而资本市场，正为此条曲线的延伸提供

着源源不断的加速度。

## “通达”客户内心

精准的战略抉择解决了生存与发展问题，而要“通达”客户内心，建立长期高黏性合作，则需要更深层次的价值支撑。在王梦君看来，万通液压在客户心中扮演了三个角色：一是“懂行的专家”，能精准洞察下游行业痛点；二是“前瞻的伙伴”，提前布局智能化、电动化趋势，与客户共同创造需求；三是“敏捷的响应者”，将研发体系延伸至客户端，实现快速迭代。

在万通液压的实验室，记者看到，最新下线的油气弹簧样品正在专用的试验台上进行测试，模拟的是车辆在极端颠簸路面上的高频冲击与往复运动。一旁的屏幕上，载荷、频率、温度等数据实时跳动，工程师们紧盯着它们，直到计数器稳稳地跃过“200万次”大关——这标志着该批产品使用寿命已达到设计标准的两倍以上，远超市面上主流同类产品。

这样近乎“残酷”的测试标准，背后则是万通液压“军工血脉”中流淌的“可靠性基因”。“军工业务本身就是一块‘试金石’，这意味着管理体系、质量控制和产品可靠性都经历了最严苛的检验。这套‘军工标准’沉淀下来，就成了我们民用产品的‘高起点’。”王梦君如是说。

油气弹簧正是“以军兴民”的典型案例，其在极端军环环境中攻克的高效密封、系统匹配等技术难题，转化为民用矿卡、宽体自卸车上的“降维打击”优势；而民用市场的规模化生产与成本控制经验，又反哺军工项目，实现“以民促军”的良性循环。

在此过程中，万通液压通过参与制定《用于非公路自卸车的油气弹簧》等行业标准，将技术优势转化为行业话语权，实现了更高维度的

生态绑定。

## 高附加值产品“出海”

如今的万通液压，视野早已跳出传统工程机械领域。它的“通”，也体现在推动核心液压能力跨场景、行业拓展。

在研发实验室内，陈列着为新能源乘用车量身定制的多款油气悬架样品。这项技术探索，将历经百吨级矿卡极端工况验证的硬核悬架技术进行转化，是向新能源领域拓展的关键一步。

产业资本的引入，为万通液压的跨界拓展按下了加速键。今年10月22日，万通液压发布《向特定对象发行可转换公司债券发行情况报告书》，发行对象包括青岛盘古智能制造股份有限公司（以下简称“盘古智能”）、上海汽车集团金融管理有限公司（以下简称“上汽金控”）等。

王梦君表示，万通液压与风电润滑龙头盘古智能合作，意在共同开拓风电变桨、偏航系统的液压新蓝海；与上汽金控携手，则为智能悬架等技术加持汽车供应链大门提供了通道。

在海外市场上，凭借“高可靠性+高性价比”双重优势，2025年上半年，万通液压海外收入同比增长41.24%，油气弹簧等高附加值产品成功“出海”，标志着该公司从成本优势迈向技术与品牌输出。

采访尾声，成品区一批即将发货的纯水液压缸映入眼帘。这种采用纯水介质、彻底解决泄漏污染问题的产品，恰似一滴精准响应时代命题的水珠，折射出这家液压“老将”始终与行业同频、与时代共振的发展智慧。从军工标准到民用市场，从传统制造到资本赋能，从单一产品到系统方案，万通液压的“通达之道”，正是中国制造业坚守初心、勇毅创新的生动缩影。

# 智谱、MiniMax相继通过港交所上市聆讯

两公司正冲刺“基座模型”与“多模态模型”全球第一股

■本报记者 梁傲男

12月17日，北京智谱华章科技股份有限公司（以下简称“智谱”）通过港交所上市聆讯，迈出其登陆资本市场的关键一步。若后续进程顺利，智谱有望成为“全球基座大模型第一股”。

同日晚间，上海稀宇极智科技有限公司（以下简称“MiniMax”）同样通过了港交所上市聆讯，冲刺“全球多模态大模型第一股”。

这意味着，被业界视为文本基座模型和多模态模型的两大独角兽，正式进入了赴港IPO的最后冲刺阶段，预计最快将于2026年初登陆资本市场。

## 均获阿里、腾讯投资

智谱由清华大学研究人员于2019年创立，该公司以“让机器像人一样思考”为愿景，专注于AGI的研发。据了解，智谱是国内最早启动大模型研究工作的团队，研发出基于自回归填空的全国产预训练架构GLM系列模型，适配了40余款国产芯片，为业内通用性最高的模型之一。

据记者梳理，自成立以来，智谱已完成多轮融资，投资方包括高瓴资本、启明创投、君联资本等投资机构，以及美团、阿里、腾讯、小米在内的互联网公司。

今年3月初，智谱完成超10亿元的战略融资，参投方包括杭州城投产业基金、上城资本等；3月13日，珠海华发集团以5亿元战略投资智谱；3月19日，成都高新区以3亿元战略投资智谱；4月份，北京市人工智能产业投资基金追加投资智谱2亿元；7月份，浦东创投集团和张江集团对智谱进行总额10亿元战略投资。数据显示，智谱最新估值已达到400亿元，也是大模型“六小虎”中首家启动IPO流程的公司。

紧跟智谱通过港交所聆讯的MiniMax，成立于2021年，该公司从诞生之初就展现出强大的产品化与全球化基因，其聚焦于“模型—多模态—应用”的一体化发展，尤其在AI视频生成、语音合成等多模态模型感知层面展现了强大的爆发力，其视频生成模型“海螺AI”曾创下全球内容播放量纪录。

据公开信息，MiniMax在2025年7月份，完成新一轮近3亿美元的C轮融资，公司估值超过40亿美元，其股东包括阿里、腾讯、米哈游、高瓴、IDG、红杉中国、经纬等顶级机构。

## 持续输出AI能力

面对市场对AI企业盈利能力的关注，智谱CEO张鹏此前对记者透露，截至12月份，智谱面向开发者的软件工具和模型业务收入已经获得超过1亿元的年度经常性收入。目前，该公司将模型应用及API（应用程序编程接口）放在优先位置，希望将API业务收入占比提升至一半。

与此同时，智谱海外布局也在加速，OpenAI发布的分析报告显示，智谱已经在马来西亚、新加坡、阿联酋、沙特等地落地大模型基础设施，并与其他硬件厂商的合作提供本地化私有硬件解决方案。这种AI能力的输出，不仅让这些国家在数据安全和系统独立性方面有了更多选择，也反映出智谱试图跳出传统技术依赖路径，以更低的部署成本和更灵活的模型适配能力，在全球新兴市场中建立起智谱方案的替代逻辑。

同样，“出海”也成为MiniMax营收主要来源，70%的收入来自海外市场。公开数据显示，MiniMax的自研多模态模型及AI原生应用已累计拥有超过200个国家及地区的逾2.12亿名个人用户，覆盖超过100个国家及地区的10万余名企业客户以及开发者。

## 2025年为“开源年”

作为国内业务规模最大的独立大模型厂商，智谱从基座大模型的底层架构起步，坚持深度自研，确保完全自主可控。自成立以来，该公司陆续推出中国首个百亿模型、首个开源千亿模型、首个对话模型、首个多模态模型和全球首个设备操控智能体，打造了世界范围内最为先进而全面的模型组合及智能体（AI Agent）产品。

12月8日至12月14日期间，智谱陆续发布了GLM多模态和智能体系列模型。12月8日，智谱上线并开源GLM-4.6V系列多模态大模型；12月9日，开源其核心AI Agent模型AutoGLM；12月10日，发布并开源GLM-ASR系列语音识别模型，并推出基于该系列模型打造的桌面端智谱AI输入法。

与智谱同为大模型“六小虎”的MiniMax，在10月底发布了新一代开源文本大模型M2，主攻Agent和代码编程。与此同时，该公司发布的产品还有全新升级的语音模型Speech2.6和音乐模型Music2.0。

一位科技行业分析师对《证券日报》记者表示，此次智谱与MiniMax先后通过港交所聆讯，不仅将作为火热的大模型赛道注入新的资本动力，也有助于加速中国AI全球品牌提升与产业链协同创新。在AI技术竞争日趋白热化的背景下，基座模型和多模态模型的持续技术突破与资本化进程，正是中国AI企业参与全球角逐的一个生动缩影。