

夯实可持续发展信息披露基础

# 北交所修订可持续发展报告编制指南

近日,北交所发布修订后的《北京证券交易所上市公司可持续发展报告编制指南》。修订后的《指南》进一步明确了相关议题的风险与机遇、核算方法及披露内容,有助于上市公司提升ESG报告的编制能力和报告质量。

● 本报记者 杨洁



视觉中国图片

北交所于2025年1月17日首次发布《指南》及其附件《第一号 总体要求与披露框架》《第二号 应对气候变化》,明确了分步推进、逐步覆盖重点议题的披露体系建设路径。后来在2025年9月进行修订并向社会公开征求意见。北交所表示,本次修订在保持原

有框架基础上,新增《第三号 污染物排放》《第四号 能源利用》《第五号 水资源利用》三个应用指南,进一步细化环境维度披露要求,为上市公司提供更清晰、可操作的披露指引。新增内容注重与企业实际相结合,不增设额外强制性披露义务,旨在引导上市公司循

序渐进提升环保与资源节约责任意识,推动形成规范、透明、可持续的信息披露机制。

修订后,《指南》一是系统说明各议题涉及的主要风险与机遇,如生产运营中的环境合规风险、绿色技术应用带来的市场机遇等。二是提供披露数据的计算流程与方法,涵盖

污染物排放量统计、综合能耗计算、水资源取用与消耗计量等,增强数据可比性与可靠性。三是进一步明确信息披露要点,包括排放物对周边社区与员工的影响、节能节水目标与实施进展、资源循环利用情况等,推动企业提升可持续发展管理能力与透明度。

北交所方面表示,本次《指南》的发布,标志着北交所可持续发展披露体系进一步完善,有助于提升上市公司整体治理水平。下一步,北交所将继续做好《指南》的宣传、培训和实施支持工作,持续收集市场反馈,优化相关制度安排,推动上市公司更好履行社会责任,实现可持续发展。

业内人士认为,可持续发展报告的披露,可以给投资者带来新的视角,用以分析公司的增长质量和长期发展动力;同时,也可以提升上市公司的规范运作水平,促进上市公司可持续、健康发展,进一步保护投资者利益。2024年4月,《北京证券交易所上市公司持续监管指引第11号——可持续发展

报告(试行)》正式发布,自2024年5月1日起实施。

据初步统计,北交所上市公司披露ESG报告和可持续发展报告的数量和质量逐年提升。2022年度,北交所上市公司均按照规则要求在年报中披露社会责任履行情况,四成公司披露了污染防治、资源节约和环境保护

相关信息。2023年度,海能技术、纬达光电等14家公司披露了ESG报告。2024年度,贝特瑞、太湖雪等17家公司披露了ESG报告。2025年下半年以来,则成电子、长虹能源、同享科技、万源通等公司还宣布设立董事会ESG委员会并公布相关工作细则,可持续发展理念进一步深入人心。

以文化为魂 以科技为翼

# 太湖雪:织就新国货丝绸发展新图景

● 熊永红 程雪儿

“生在蚕桑世家,我几乎是在蚕房里长大的,太懂得‘一根丝’里包含的心血和温度;而教师历经教会我,做产品要像教学生一样,有耐心、会讲故事。”太湖雪董事长胡毓芳的这番话,道出了品牌二十余年深耕丝绸产业的初心密码。从震泽古镇的桑田起步,这家植根于千年蚕桑文明的企业,拒绝代加工的“捷径”,以“春蚕精神”为指引,走出了“文化为魂、科技为翼、渠道为脉”的新国货转型之路。2025年太湖雪业绩预告显示,其营收预计达5.95亿元-6.05亿元、归母净利润达3800万元-4100万元,分别同比增长15.59%-17.33%、35.45%-46.14%。

文化为魂:非遗筑基与IP赋能  
让千年丝绸活在当下

“震泽的每一寸土地都浸润着蚕桑记忆,它为我们提供了从桑田到成品的完整生命舞台和文化IP。”谈及文化根基,胡毓芳满是自豪。生于蚕桑世家的她,对丝绸有着刻在骨子里的热爱:“我奶奶、妈妈都养蚕,‘一根丝’里的心血和温度,是无法磨灭的记忆。”而教师经历让她深谙传播之道:“做产品和教学生一样,既要懂匠心,更要会‘讲故事’,像引导孩子一样培育市场,让古老丝绸找到现代知音。”

在她眼中,新国货的核心是“传统的魂、当代的形、全球的范”,活化的关键在于“创造性转化”:“不是简单复古,而是用当代的形与全球的范,去承载传统的魂。”依托震泽桑基鱼塘、老街丝行的底蕴,太湖雪将非遗技艺转化为消费场景:“我们有最懂蚕、最懂丝的非遗工匠,这是品牌的品质软实力。”坚守手工拉丝、自然晾干等工艺的同时,用现代设计诠释缂织、宋锦技法,让丝绸既保持天然亲肤本质,又契合当代审美。

IP联动成为文化“破圈”关键。“从龙年开始参与总台春晚文创,我们特别荣幸。”谈及2026年“骐骥驰骋”红围巾,胡毓芳难掩喜悦,“春晚这个顶流IP能帮我们极大程度地破圈,让太湖雪的品质形象通过年礼飞入千万家庭。”而要维持高毛利率,核心是深挖文化内涵、做好实用设计,把IP流量转化为品牌长期能量。此外,据她介绍,品牌还深化与苏州博物馆、苏州丝绸博物馆等文博机构的联名,计划探索数字藏品、沉浸式展览等形式,要让国潮布局成为品牌持续焕新的活水。在震泽超级体验店,“从一颗茧到一床被”的体



太湖雪马年新年礼盒

公司供图

验区让游客直观感受丝绸旅程,正如她所言:“让丝绸不再是博物馆展品,而是生活中触手可及的美好。”

科技为翼:专利攻坚与数智转型  
破解行业痛点

“‘春蚕精神’里的‘吐丝不止’,对我们来说就是持续投入研发、苦练内功的韧性。”胡毓芳将科技创新视为破局核心。她坦言,传统丝绸行业受困于效率低、功能单一、品质难标准化等痛点,而破解之道是“不做价值的‘搬运工’,要做价值的‘创造者’,专利和智造就是核心底气。”

截至2025年6月,太湖雪已积累近百项专利,构建“生产效率+材料性能+品质验证”的创新闭环。“这些专利不是虚有其表,而是直面行业挑战的实招。”她举例道,“通过特定的生物质改性及后整理技术,我们让蚕丝被具备持久抗菌、防螨功能,满足了年轻人对健康、舒适和安全的需求,深受粉丝喜爱。”这项技术解决了传统蚕丝被易滋生细菌、难清洗的难题,相关产品成为爆款。“专利体系构建了完整创新闭环,让我们从依赖经验的‘制造’,迈向依靠科技和标准的‘智造’。”

“数智未来工厂”是品牌“破茧而出”的

勇气体现。“我们不追求无人化‘黑灯工厂’,而是希望构建‘人机协同、数据驱动’的智慧工厂。”工厂引入AGV机器人、智能检测装备等,实现全流程自动化与数据采集。“建成后,生产自动化率提高80%,关键工序合格率达99.5%,还能实现多平台订单一体化集成、直播电商物流全链路闭环。”她强调,这能满足订单越来越柔性、规模越来越大的需求,成为支撑品牌全球化的重要基石。

AI技术的应用让“智造”更高效。胡毓芳将AI比作“数字助理”:"设计端能快速生成纹样草图,解放设计师专注创意;营销端能分析用户喜好,实现精准投放,提高转化效率。”对于技术投入,她态度坚定:“AI不是追赶潮流,而是面向未来的必然投资。”随着工厂建成,相关投入将持续增加。

渠道为脉:全域融合与跨境突围  
激活增长新动能

“代加工是‘捷径’,更是‘窄路’,会慢慢失去话语权和定价权。我们要抓住‘微笑曲线’两端——研发和品牌,渠道就是连接品牌与消费者的关键桥梁。”胡毓芳的战略抉择,定下直面消费者、全域触达的基调。业绩增长,正是产品、营销、渠道三股力量同频共振的结果。

线上渠道的爆发源于“流量变留量”的实践。“私域运营的核心,是把公域流量变成‘留量’。”她拆解方法论,“让内容本身成为产品,让每个渠道都成为体验场景,用数据打通公域到私域的桥梁。”品牌发力视频号、抖音、京东等平台,2025年前三季度直播电商平台成为重要增长引擎,共计实现营收6803.33万元,同比增长117.23%,其中抖音同比增长72.89%,微信小店同比增长276.08%;货架电商实现营收8418.61万元,同比增长10.67%,其中京东同比增长43.00%。

线下渠道聚焦“体验感”,她表示:“丝绸的质感要摸、要感受,线下门店是深度链接品牌的载体。”太湖雪在核心城市打造500-2000平方米“超级体验店”,设置文化展示区、缂丝体验区和定制服务区:“消费者能触摸蚕丝柔软度,体验蚕丝被蓬松感,甚至定制专属纹样。”单店年营收最高近2000万元,40余家门店形成“体验店+专柜+社区店”的多层次网络,与线上实现“种草—体验—成交”协同。

跨境布局是“全球的范”的落地,胡毓芳将之定义为“带着中国文化基因的国际化”,不是简单卖产品,而是展示东方美学理念和生活方式。以“THXSILK”为海外品牌,构建“平台电商+独立站+社交媒体”矩阵,2025年前三季度公司跨境电商销售额同比增长25.20%,其中亚马逊平台销售额实现逾40.55%的强劲增速。苏州同里店成为吴江区首家离境退税商店,进一步打开海外游客市场。

发展之余,胡毓芳坚守“织锦成章”的奉献精神:“太湖雪的根在震泽,回报家乡是分内事。”通过“公司+农户+基地”模式,建设标准化养蚕基地,“推动农民科学种养,提升蚕茧效率与质量,增加亩均收益”;构建蚕桑文旅生态圈,“带动周边餐饮、民宿发展,让乡亲们在家门口吃上‘蚕桑饭’‘旅游饭’”。她直言:“企业的价值,最终要回馈孕育它的土地。”

她表示,登陆北交所三年,资本市场带来的不仅是资金,更是格局的变化。“规范运营的要求推着我们建立现代经营体系,‘新国货丝绸第一股’的标签提升了品牌信誉,为吸引人才、拓展合作打开新局面。”展望未来3-5年,她规划清晰:“围绕‘一体两翼三化’战略,坚守新国货丝绸品牌主体,以数字智造和全球品牌为两翼,推动产品时尚化、渠道全域化、运营数字化。”正如她所期待:“探索传统非遗与现代商业共荣的转型之路,织就属于这个时代的‘数字丝绸之路’。”

## 北交所迎来 2026年首单IPO申报项目

● 本报记者 杨梓岩

1月29日,北交所网站显示,北京华电光大环境股份有限公司IPO获得受理。这是2026年首家获受理的北交所IPO申报企业。华电光大主营大气污染治理新型催化材料的研发、生产与销售,属于国家重点支持的新材料与节能环保领域高新技术企业。公司本次拟公开发行不超过3220万股,募集资金约2.6亿元。

在“双碳”政策推动下,催化材料行业迎来发展机遇,华电光大此次冲刺北交所,也反映出环保新材料企业借助资本市场实现扩张的积极动向。

拟募集资金约2.6亿元

据悉,华电光大本次拟向不特定合格投资者公开发行股票数量不超过2800万股(未考虑超额配售选择权的情况下);不超过3220万股(全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下)。其拟于北交所上市,保荐机构为开源证券。本次冲击上市,华电光大拟募集资金约2.6亿元,拟投资于年产量5000立方米CO氧化催化剂生产装备建设项目、年产10000立方米CO及脱硝板式催化剂装置技改项目、烟气治理设备及新型催化材料研发项目、补充流动资金。

公开资料显示,华电光大是一家致力于新型催化材料研发与产业化的高新技术企业,主营业务为脱除氮氧化物(NOx)、一氧化碳(CO)和挥发性有机化合物(VOCs)等大气污染物的新型催化材料的研发、设计、生产和销售,废旧催化剂回收和再生及相关服务。报告期内公司主营产品为SCR脱硝催化剂、CO氧化催化剂以及相关服务,主要应用于火电、钢铁、生物质发电、垃圾焚烧、水泥、焦化等行业和领域。

公司前身北京华电光大环保技术有限公司成立于2013年2月,2016年4月整体变更为股份有限公司,2017年6月29日挂牌新三板。公司目前注册资本1.3亿元。公司控股股东为北京华电光大新能源环保技术有限公司,实际控制人为贾文涛。贾文涛持有华电新能源51.46%的股份,通过华电新能源及其一致行动人控制公司68.42%股份的表决权。

公司表示,其所属产业系国家鼓励发展、大力支持战略性新兴产业,随着我国“碳达峰、碳中和”目标的提出,催化材料与应用技术将在“双碳”目标实现过程中发挥重要作用。近年来,国家陆续颁发多项催化剂产业及其所属新材料行业政策,有关部门对催化剂及新材料行业的支持以及政策不断推进与实施,将持续助力我国催化剂行业的稳健发展。

应收账款占营收比重较高

华电光大选择适用《北京证券交易所股票上市规则》第2.1.3条第一项之上市标准:“预计市值不低于2亿元,最近两年净利润均不低于1500万元且加权平均净资产收益率平均不低于8%,或者最近一年净利润不低于2500万元且加权平均净资产收益率不低于8%”。

招股书显示,2022年、2023年、2024年及2025年前三季度,华电光大实现营业收入分别为2.69亿元、3.3亿元、3.15亿元及2.72亿元,扣非归母净利润分别为0.19亿元、0.43亿元、0.25亿元及0.38亿元。2022年、2023年、2024年及2025年前三季度,华电光大经营活动产生的现金流量净额分别为-2648.66万元、401.38万元、1039.44万元及-3703.98万元,累计为-4911.82万元。

2023年末,华电光大应收账款余额为1.72亿元,较2022年末应收账款余额增长了51.47%,2023年度营业收入较2022年度增长了22.89%,2023年应收账款的增长幅度大于营业收入的增长幅度,2024年末应收账款余额为1.9亿元,较2023年末应收账款增长了10.72%,主因系公司客户主要包括部分国企等大中型企业,客户付款程序内控流程严格,款项结算、付款流程审批需要一定周期;另外,公司工程客户回款进度受业主回款进度的影响。

华电光大的主要客户包括大中型燃煤电厂、钢铁集团、生物质发电企业、垃圾发电企业、水泥企业及为上述企业提供服务的环保工程公司。2022年、2023年、2024年及2025年前三季度,前五大客户合计贡献收入占比分别为52.16%、52.74%、57.56%及50.24%。



视觉中国图片