



头豹  
LeadLeo

# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 驱蚊用品：户外和母婴市场需求助推驱蚊用品行业高速发展，龙头企业市场份额不断增长 头豹词条报告系列



黄之婧 · 头豹分析师

2024-05-17 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

批发和零售业/零售业/纺织、服装及日用品专门零售

消费品制造/家电家用

制造业

## 词目录

<h3>行业定义</h3> <p>驱蚊用品是指用于居民防治蚊虫的日常卫生杀虫用品...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>驱蚊用品可分为如下类别：</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>驱蚊用品行业特征包括“清凉经济”效益明显、驱蚊...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>驱蚊用品行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>驱蚊用品行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>驱蚊用品行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>驱蚊用品市场的竞争格局呈现出多元化的特点，主要...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

**摘要** 夏秋季是蚊虫活动的高峰期，意味着中国的驱蚊市场在这段时间将会迎来旺季，各大品牌和电商平台纷纷推出各种防蚊防虫产品，以满足消费者的需求。随着消费者健康观念、生活方式和消费水平的提高，更多消费者不再依赖传统的驱蚊产品，而是转而关注适用于户外运动和多种户外生活方式场景的新型驱蚊产品。未来，驱蚊用品市场规模预计将以7.2%的增长率上升，2028年突破160亿元。

## 驱蚊用品行业定义<sup>[1]</sup>

驱蚊用品是指用于居民防治蚊虫的日常卫生杀虫用品。传统的盘式蚊香、电蚊香片以及电热液体蚊香的有效成分均为含有杀虫剂的化学制剂，原材料及驱蚊原理相同，唯一的区别在于载体不同。目前，植物源性成分已广泛用于制成驱蚊产品。根据《农药管理条例》及《农业农村部办公厅关于防蚊驱蚊类产品认定的意见》，无论其有效成分是化学成分还是植物源性成分，该产品均属于农药产品。

[1] 1: <http://nyncj.zhang...> 2: 漳州市农业农村

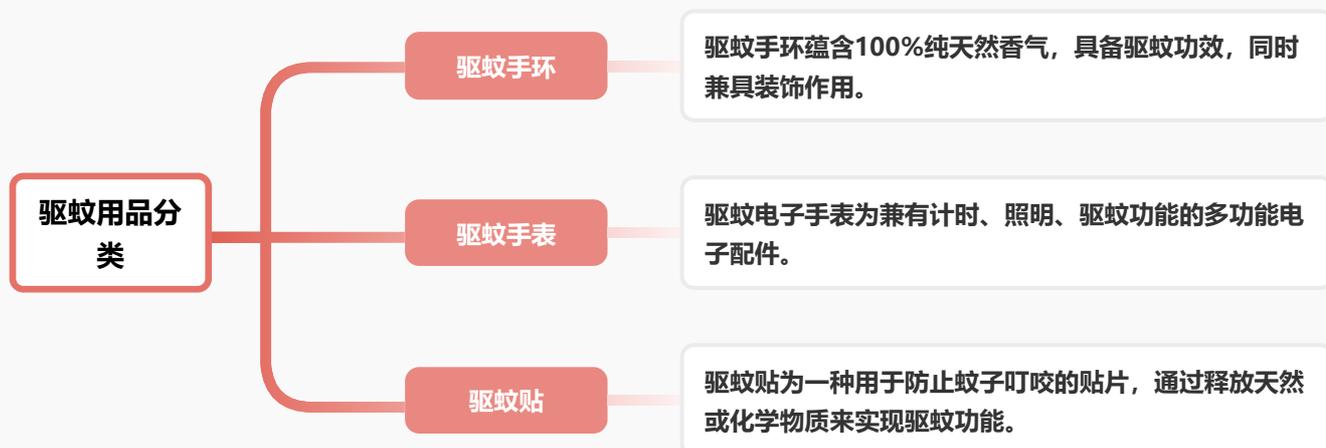
## 驱蚊用品行业分类<sup>[2]</sup>

驱蚊用品可分为如下类别：<sup>[3]</sup>

## 传统驱蚊用品



## 新型驱蚊用品



[2] 1: <http://shaoer.cctv...> | 2: 央视网

[3] 1: <https://www.gov.c...> | 2: 河北日报

[4] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 厦门疾控

[5] 1: <http://www.falvda...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: 环球健康网, 专利申请...

## 驱蚊用品行业特征<sup>[6]</sup>

驱蚊用品行业特征包括“清凉经济”效益明显、驱蚊产品种类多样、消费者品牌粘性高。

### 1 “清凉经济”效益明显

随着天气逐渐变热，各种防蚊产品开始迎来旺销期。

夏秋季是蚊虫活动的高峰期，意味着中国的驱蚊市场在这段时间将会迎来旺季，展现出明显的季节性特征。根据鲸参谋电商数据显示，2023年3月份在天猫平台上，防蚊防虫产品的月销量达到21万件，环比增长约285%，同时，月销售额达到了近514万元，环比增长275%。在市场需求旺盛的时期，各大品牌和电商平台纷纷推出各种防蚊防虫产品，以满足消费者的需求。

### 2 驱蚊产品种类多样

随着消费市场的不断发展，各种新型驱蚊产品不断涌现。

随着消费者健康观念、生活方式和消费水平的提高，更多消费者不再依赖传统的驱蚊产品，而是转而关注适用于户外运动和多种户外生活方式场景的新型驱蚊产品，例如驱蚊手环、驱蚊贴、驱蚊灯等。根据新京报，对于年轻一代用户，更加关注驱蚊手环等产品，而31-40岁的用户更倾向于进行综合对比，选择那些最适合其家庭需求的产品，41-50岁的用户则对蚊帐产品表现出较高的兴趣。

### 3 消费者品牌粘性高

中国驱蚊行业企业数量较多，行业竞争较激烈。

根据新京报，线下母婴门店进货驱蚊产品更看重品牌知名因素，占比61.2%，表明消费者普遍偏向于购买那些声誉较好且具备出色驱蚊效果的品牌。国际市场上有庄臣、日本安速、日本Vape等企业，中国驱蚊用品市场以本土企业为主导，有润本股份、上海家化、朝云集团、彩虹集团、中山榄菊等知名企业。其中，自2022年起，润本连续五年全网驱蚊产品销量第一，消费者对润本产品的高度认可亦是销量上升的原因之一。

[6] 1: 新京报官微

[7] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: 新潮传媒集团, 新京报...

## 驱蚊用品发展历程<sup>[8]</sup>

驱蚊用品行业共经历了3个时期，包括启动期、快速发展期及稳定期。1880年，日本发明了盘式蚊香并将其引入中国。随着时间的推移，中国相继兴起了蚊香厂，为行业带来了巨大的发展空间。目前，中国驱蚊用品行业进入稳定发展期，行业政策的发布有助于维持市场稳定，驱蚊产品的形式亦更加多元化。

### 启动期 · 1880~1940

1880年，盘式蚊香由日本发明并传入中国。随后，中国蚊香厂相继成立。厦门蚊香厂的前身是馥香堂，成立于1904年，在民国时期，该厂的双龙伴塔蚊香多次在国际博览会上获得大奖，享誉海内外。1920年，“福禄寿三星蚊香”开始跻身市场。

20世纪20年代中期，蚊香的主要生产原料，如除虫菊等，主要依赖于日本进口，为确保原材料供应的安全性，浙江余杭瓶窑镇及上海北新泾等地开设农场试种除虫菊。

盘式蚊香的引入开创了中国蚊香产业的新纪元，为未来的发展打下了坚实基础。

### 高速发展期 · 1941~1984

1949年，上海日化一厂率先采用冲模冲制技术代替人工生产蚊香，将蚊香的生产过程从传统的人工制作方式转变为机械化生产。

1954年，原上海市化学工业社研制出滴滴涕（DDT）蚊香。进入20世纪70年代，消费者逐渐认可盘式蚊香的驱蚊效果。

随着市场需求的激增，蚊香生产企业数量增加，至1983年，中国已有超过300家专门从事蚊香生产的企业。同年6月，DDT作为蚊香有效成分被禁用。

这一阶段，中国的蚊香行业迅速发展，更多的企业加入其中。机械化生产成为驱蚊用品行业快速增长的关键推动力。

### 成熟期 · 1985~2023

20世纪80年代中期后，适合蚊香用的拟除虫菊酯逐渐被广泛使用，其具有高效、广谱、低毒、低残留等优点，推动了行业的进步和升级。

随着1997年5月8日《农药管理条例》的颁布实施，标志着蚊香类产品的管理开始迈向与国际接轨的法制化时代。

驱蚊产品已步入标准化发展阶段，新型款式不断出现，为消费者带来更多选择。

[8] 1: <https://baijiahao.b...>

2: 香港财华社

[9] 1: <https://www.sohu...>

2: <https://baijiahao.b...>

3: <https://m.thepape...>

4: 厦门手绘地图, 香港财...

[11]

## 驱蚊用品产业链分析<sup>[10]</sup>

驱蚊用品产业链上游为原料溶剂供应环节，主要作用是提炼出对蚊虫有驱避作用的有效成分；产业链中游为驱蚊用品生产环节，主要作用为确保驱蚊用品的质量和生产效率；产业链下游为驱蚊用品销售环节，主要作用为提供各种驱蚊产品的销售和推广服务。

驱蚊用品行业产业链主要有以下研究观点：

**1.原料溶剂的选择对驱蚊产品的质量至关重要，而供应商在这一过程中扮演着关键角色。**拟除虫菊酯、驱蚊酯、避蚊胺、羟哌酯等人工合成物质被广泛用作驱蚊产品原材料。根据企查查统计，截至2024年4月，拟除虫菊酯、避蚊胺的相关企业分别为139家、23家。随着拟除虫菊酯、避蚊胺相关企业的不断增加，市场上驱蚊产品的供应更加丰富和稳定。

**2.驱蚊用品行业市场参与者众多，龙头企业则通过进入资本市场实现了快速发展。**截至2022年6月，中国共有8,502家驱蚊相关企业，江苏相关企业数量最多，达2,795家，市场集中度较高。从资本市场上看，2023年，润本股份、上海家化、朝云集团驱蚊用品或含驱蚊用品在内的品类毛利率均超45%，表明其在产品定价及成本控制方面取得了一定的竞争优势。

**3.消费者对驱蚊用品的需求不断增长，而线上购物平台逐渐成为其首选的购买渠道。**2023年3月份，天猫平台上防蚊防虫产品的月销量达到21万件，环比增长285%，其中，Sawyer品牌的驱蚊喷雾的月销量超过3,500件，数据表明驱蚊喷雾等产品在消费者心目中占据着极高的地位。此外，各大品牌纷纷加大对线上销售渠道的投入，以迎合消费者不断增长的需求。

## 产业链上游

### 生产制造端

原料溶剂

### 上游厂商

[福建神狮日化有限公司 >](#)

[广州市扬农贸易有限公司 >](#)

[上海鹿桥化工科技有限公司 >](#)

[查看全部](#)

### 产业链上游说明

**1.人工合成物质和植物源性成分的结合，为驱蚊产品的研发带来了新的可能性。**拟除虫菊酯、驱蚊酯、避蚊胺、羟哌酯等人工合成物质被广泛用作驱蚊产品原材料，此外，植物源性成分指直接来源于植物体的成分，如薄荷、樟脑、柠檬桉。根据一种亲肤强效的防蚊组合物及防蚊喷雾剂的发明专利，提出原料包括驱蚊剂10%至30%、植物萃取香料1%至20%和余量为护肤剂，可达到长效驱蚊的目的，同时具有清爽气息。

**2.原料溶剂的选择在驱蚊产品的质量中起到决定性的作用，供应商在其中扮演着重要的角色。**根据企查查统计，截至2024年4月，拟除虫菊酯、避蚊胺的相关企业分别为139家、23家，在相关领域展现出了较高的参与度和市场竞争力。

## 中 产业链中游

### 品牌端

驱蚊用品

### 中游厂商

[润本生物技术股份有限公司 >](#)

[上海家化联合股份有限公司 >](#)

[中山榄菊日化实业有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### 产业链中游说明

**1.中国的驱蚊用品行业拥有众多参与者，主要聚集在江苏等地区。**根据企查查数据，截至2022年6月，中国共有8,502家驱蚊相关企业。从地区分布来看，江苏拥有最多的驱蚊相关企业，达2,795家，河北和湖南分别有808家和773家，位列前三。随着驱蚊行业的发展，未来将有更多的企业加入到这一领域。

**2.资本市场上主打驱蚊产品的公司包括，专注驱蚊领域的润本股份，有六神品牌的上海家化，有超威品牌的朝云集团。**2023年，润本股份驱蚊系列产品营业收入为3.2亿元，较上年增加19.2%，毛利率为50.3%；同年，上海家化含驱蚊用品在内的个护家清品类营业收入为25.4亿元，较上年下降4.9%，毛利率为58.4%；此外，朝云集团含驱蚊用品在内的家居护理品类营业收入为14.7亿元，较上年上升13.5%，毛利率为45.0%。三家公司在资本市场上展现出了不俗的业绩表现，展现了驱蚊产品市场的潜力和竞争激烈程度。

## 下 产业链下游

### 渠道端及终端客户

消费终端

## 渠道端

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 >

京东科技控股股份有限公司 >

北京美团金融科技有限公司 >

查看全部 >

## 产业链下游说明

**1.蚊虫滋生给消费者的生活带来了不便，因此对驱蚊用品的需求与日俱增。**据世界卫生组织统计，每年有超过7亿人因蚊子传染各类疾病，造成多达72.5万人死亡。在卫生防疫领域，化学防治是一种不可或缺的重要手段，而传统的防蚊驱蚊产品占据了超过98%的份额。在日常驱蚊领域，驱蚊效果良好且品质过关的产品在消费者心目中占据着极高的地位，其中，电蚊香液、驱蚊喷雾、止痒膏及凝露销量较好。根据鲸参谋电商数据，2023年3月，Sawyer品牌的驱蚊喷雾的月销量超过3,500件。

**2.随着消费者对线上购物的偏爱，各大品牌纷纷加大对线上销售渠道的投入。**根据鲸参谋电商数据，2023年3月份，天猫平台上防蚊防虫产品的月销量达到21万件，环比增长285%。线上销售平台的重要性日益凸显，各大品牌纷纷布局。朝云集团通过线上线下双重渠道发力，采用多元化的销售策略，此外，润本股份主打线上销售渠道，近80%的收入来自线上渠道。

[10] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: 新京报

[11] 1: <https://news.cctv.c...> | 2: <https://www.cirs-g...> | 3: <https://baijiahao.b...> | 4: 润本股份，科技日报，...

## 驱蚊用品行业规模

2018-2023年，驱蚊用品行业规模由77.0亿元增长至116.6亿元，期间年复合增长率为8.7%。预计2024-2028年，驱蚊用品行业市场规模由127.5亿元增长至168.4亿元，期间年复合增长率为7.2%。

驱蚊用品行业市场规模历史变化原因如下：

**1.近年来，驱蚊产品的普及程度逐渐增加，新型驱蚊产品如驱蚊手环和驱蚊贴成为市场的增长引擎。**自《农业农村部办公厅关于防蚊驱蚊类产品认定的意见》发布以来，2021年9月至2023年7月间，新登记在防蚊上的卫生用品有超过120个，其中新型防蚊驱蚊产品近20个，数据表明新型驱蚊产品的研发和推广进入了一个快速发展的阶段。此外，消费者对新型驱蚊产品的需求高涨，成为促进增长的主要动力。根据淘宝平台数据，2023年，防蚊贴月销量高达20余万，防蚊喷雾月销量10余万。

**2.从价格端来看，随着驱蚊用品更新迭代，植物源针对性产品相继上市，其价格亦逐渐上升。**在中国儿童适用杀虫驱蚊领域，2019年至2021年期间，朝云旗下的品牌贝贝健在儿童适用杀虫驱蚊产品市场上份额排名第一，2019年达41.4%。此外，2023年3月，Sawyer品牌推出的婴童、孕妇人群适用的防蚊乳液较受市场欢迎，

在淘宝平台的月销量超过2,600件。数据表明，儿童等细分人群适用产品存在市场，其多为植物源产品，相比普通驱蚊产品价格略高约10%。

驱蚊用品行业市场规模未来变化原因如下：

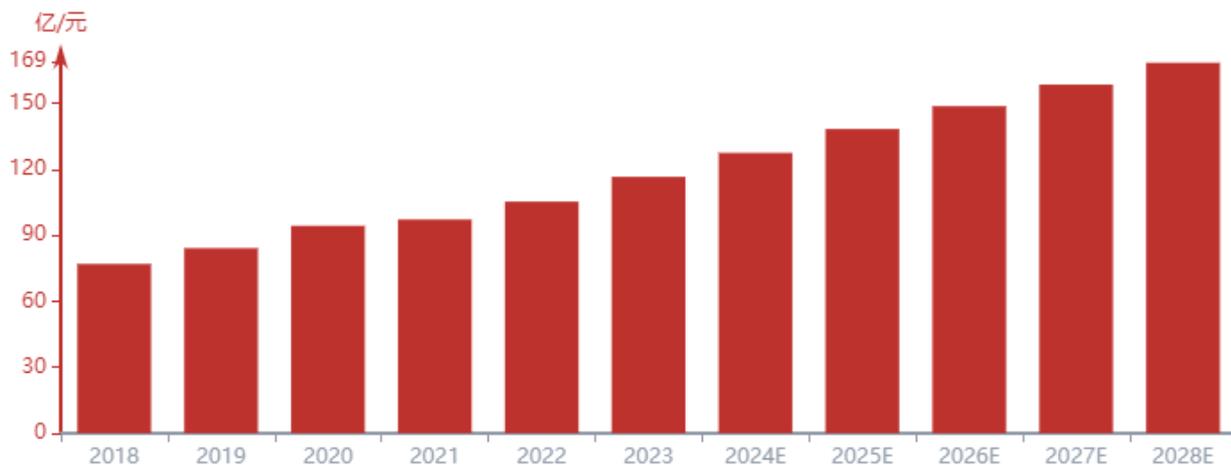
**1.随着户外运动爱好者数量的不断增加，未来户外便携驱蚊产品将成为行业增长的关键因素。**《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》提出，随着户外运动场地设施的不断增加和普及程度的大幅提升，参与户外活动的人数持续增长，到2025年，户外运动产业的总规模预计将超过3万亿元。此外，户外可携带驱蚊产品淘宝平台历史销量复合增长率约为32.6%。可预见，未来中国驱蚊用品行业的主要增长动力将来自户外便携式驱蚊产品。

**2.未来，功能性驱蚊手环产品将不断升级，品牌正逐步以更高的价格打入高端市场。**例如，纽约大学的儿童皮肤科医生设计研发出了一款儿童驱蚊手表，并与小黄人联名，曾1分钟销量达100万，此外，含运动计步、手表、测温等功能的成人驱蚊手环价格通常在50元以上。随着科技的不断进步，功能性驱蚊手环产品将迎来更多创新。<sup>[12]</sup>

## 中国驱蚊杀虫行业规模

驱蚊杀虫行业规模

中国驱蚊杀虫行业规模



数据来源：国家统计局

[12] 1: <https://baijiahao.b...>

2: <https://baijiahao.b...>

3: 松针信用, 新京报

## 驱蚊用品政策梳理<sup>[13]</sup>

[14]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《农药管理条例》	国务院	2017-04-01	9
政策内容	《条例》规定，农药生产企业在采购原材料时，必须核查产品质量检验合格证和相关许可证明文件；同时，企业需建立原材料进货记录制度，并保存记录至少2年；此外，企业必须严格遵守产品质量标准，从而保障产品质量和安全性。			
政策解读	驱蚊产品属于农药类别，《条例》规范了驱蚊用品等生产者的行为，以确保其遵循严格的生产流程和标准，从而保证驱蚊产品的质量。			
政策性质	规范类政策			

[14]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《农药生产许可管理办法》	农业部	2017-08-01	9
政策内容	《办法》要求各级农业部门加强农药生产许可信息化建设。农业部正在加速建设中国统一的农药管理信息平台，逐步实现农药生产许可证的全流程管理，包括申请、受理、审核、核发和打印，均将在这一统一平台上进行操作。			
政策解读	《办法》的实施将有助于规范农药生产行为，加强农药生产管理，并确保生产的农药产品质量达到标准要求。驱蚊用品行业在《办法》的影响下将更为规范。			
政策性质	规范类政策			

[14]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《农业农村部办公厅关于防蚊驱蚊类产品认定的意见》	农业农村部	2021-09-23	9
政策内容	根据《意见》，只要产品的标签或说明书声称具备驱蚊功能，不论其成分是化学的还是植物来源的，均应被视为农药并受到相应管理法规的监管。			
政策解读	《意见》明确要求产品说明书必须清晰标注产品具备驱蚊功能并归类为农药。《意见》的发布将有助于行业分类更加明确。			

政策性质	规范类政策
------	-------

[14]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国轻工行业标准 驱蚊花露水》	中华人民共和国工业和信息化部	2020-07-01	9
政策内容	按照《标准》的规定，药品的有效成分使用要求、药效、净含量、有效成分含量及允许波动范围、pH值、稳定性、卫生指标等方面必须符合相应要求；此外，药品的毒理指标必须与农药登记证上的毒性标识一致。			
政策解读	《标准》明确了驱蚊花露水的要求、试验方法、检验规则、标志和包装等方面的规定，有助于提升驱蚊花露水产品的质量和安全性水平。			
政策性质	规范类政策			

[14]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国国家标准 家用卫生杀虫用品安全通用技术条件》	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	2022-01-01	9
政策内容	《条件》规定，无烟和微烟的蚊香、线香等产品，在产品包装上应清晰标明其分类；杀虫气雾剂的净含量应当在罐体上明示，并采用容积或质量单位进行标注；而其他类型的杀虫产品，其净含量应在产品或包装上清晰标示。			
政策解读	《标准》规定了家用卫生杀虫用品类产品必须符合人身健康和环境保护等方面的安全通用要求，并制定了相应的试验方法，有助于保障消费者的健康和安全。			
政策性质	规范类政策			

[13] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: 国务院，农业农村部

[14] 1: 中华人民共和国工业和...

## 驱蚊用品竞争格局

驱蚊用品市场的竞争格局呈现出多元化的特点，主要由传统蚊香杀虫企业及新兴品牌组成。传统蚊香杀虫企业凭借多年的市场经验和品牌影响力，在市场上占据着一席之地；而新兴品牌则通过创新的产品设计和营销策略

不断渗透市场。

驱蚊用品行业呈现以下梯队情况：第一梯队有上海家化、中山榄菊、润本生物；第二梯队有彩虹集团、河北康达、朝云控股等；第三梯队有金鹿日化、正点实业、李字日化等。

驱蚊用品行业竞争格局的形成原因包括：

**1.龙头企业积极延伸产品线，推出具有竞争力的新产品，以满足消费者不断变化的需求。**以上海家化为例，其专注于美妆、个护家清、母婴三大品类领域，在众多细分市场上建立了领先地位，其中，2023年含驱蚊用品在内的个护家清品类营业收入为25.4亿元，占总营业收入的38.6%。此外，润本生物专注驱蚊、婴童护理、精油三大系列产品，其中，2023年驱蚊系列产品营业收入为3.2亿元，占总营业收入的31.4%。数据表明，龙头企业主营业务丰富，驱蚊领域的市场份额不断增长，成为其收入的重要来源之一。

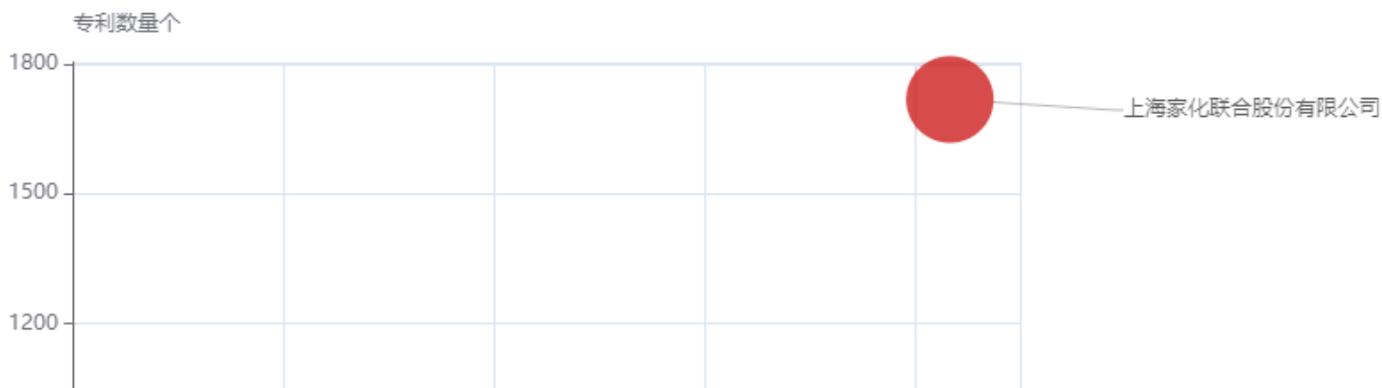
**2.龙头企业积极加大驱蚊产品研发力度，通过产品更新迭代，不断提升产品性能和用户体验。**截至2024年4月，上海家化专利数量为1,719个，处于行业领先地位，其中，发明成果包括无酒精的驱蚊/止痒组合物及其制备方法、检测驱蚊酯含量的分析方法等。六神为上海家化旗下驱蚊品牌，通过不断研发创新，六神旗下已囊括驱蚊花露水、驱蚊蛋、冰凉蛋等驱蚊产品。随着科技的进步和消费者对品质的不断追求，驱蚊产品的研发工作日益被重视。

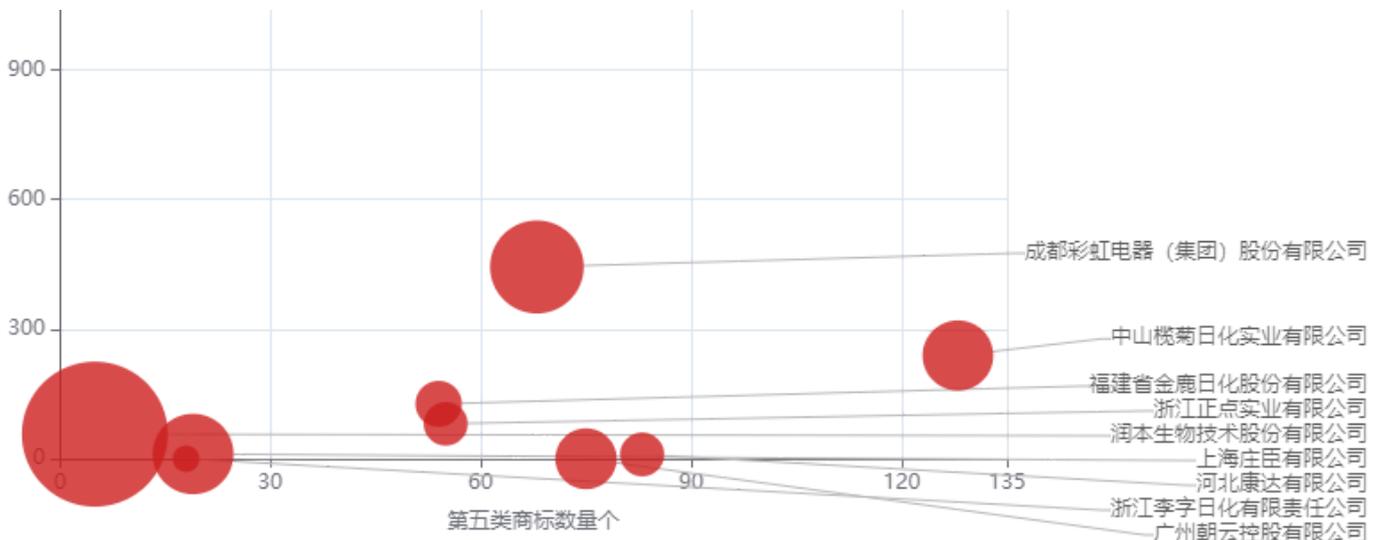
驱蚊用品行业竞争格局未来变化原因包括：

**1.线上购物平台的普及，为消费者带来了更多的选择和便利，同时为企业创造了更多的效益。**根据鲸参谋电商数据，2023年3月份，天猫平台上防蚊防虫产品的月销量达到21万件，环比增长285%，线上销售平台的重要性日益凸显。各大品牌加速对电商平台的布局，其中，上海家化在天猫平台的业务发展迅速，销量增速超100%。未来，随着科技的不断发展，驱蚊用品的购买渠道将会更加多样化和智能化，企业竞争力将不断提升。

**2.政府相继推出了一系列优惠政策，为驱蚊用品企业的发展提供有力支持。**以温州市为例，浙江硕而博科技为一家生产户外灭蚊灯等产品的专精特新企业，2016年至2024年，其累计已享受研发费用加计扣除金额3,000多万元，减免企业所得税500余万元，温州市税务系统积极落实落细税费优惠政策，为促进企业发展提供了有力支持。未来，在政府的政策支持下，驱蚊用品企业将在技术创新、产品质量和品牌建设方面取得更多进步。

气泡大小表示：产品力(分)





## 上市公司速览

### 上海家化联合股份有限公司 (600315)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
147.7亿元	50.9亿元	-4.91	59.52

### 润本生物技术股份有限公司 (603193)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
79.8亿元	8.6亿元	-	-

- [15] 1: <https://weibo.com...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <http://www.lanju.c...> 4: <http://www.cdqy1...>
- 5: <http://www.zjzhen...> 6: <http://www.goldee...> 7: <http://jyb.zstu.edu...> 8: <https://baijiahao.b...>
- 9: 炼丹炉, Raid雷达官方...

[16] 1: 企查查

[17] 1: 专利之星

[18] 1: 淘宝

## 驱蚊用品企业分析

### 1 上海家化联合股份有限公司【600315】

#### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	67887.3194万人民币
企业总部	市辖区	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	潘秋生	统一社会信用代码	913100006073349399
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1995-12-01

品牌名称	上海家化联合股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：药品零售；药品批发；食品销售；第三类医疗器械经营。（依法须经批准的项目... <a href="#">查看更多</a>		

### 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.15	1.12	1.19	1.08	1.09	1.05	1.15	-	-	-
资产负债率(%)	31.2349	29.7895	31.0296	44.0173	42.7852	43.6129	42.4609	42.668	40.915	40.454
营业总收入同比增长(%)	19.3836	9.5827	-8.975	8.8217	10.0135	6.4305	-7.4315	8.727	-7.06	-6.491
归属净利润同比增长(%)	12.2185	146.1198	-90.2253	93.95	38.6294	3.0925	-22.7772	-	-	-
应收账款周转天数(天)	32.3639	39.7953	46.9447	43.0653	49.3543	53.5292	59.3433	52	62	57
流动比率	2.6878	3.3317	2.896	1.7424	1.7751	2.0515	2.1403	2.112	1.855	1.729
每股经营现金流(元)	1.68	0.7456	0.0802	1.2797	1.3329	1.1155	0.9491	1.461	0.979	0.672
毛利率(%)	61.8159	59.1796	61.2607	64.9278	62.7916	61.8794	59.9544	23.93	-	-
流动负债/总负债(%)	91.7663	85.5276	78.9247	59.3289	61.9146	58.9298	59.9595	61.938	70.383	76.432
速动比率	2.0183	2.239	1.6521	0.9295	0.8069	1.6888	1.8068	1.841	1.592	1.454
摊薄总资产收益率(%)	18.0534	32.2787	2.7358	4.523	5.4683	5.229	3.8338	5.539	3.867	1.855
营业总收入滚动环比增长(%)	-13.5292	-12.4207	-15.4466	62.4893	-2.1224	2.7029	-0.4374	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	0.0438	-58.8441	-459.5802	-91.0528	-37.2989	-100.3308	6.3267	-	-	-
加权净资产收益率(%)	26.53	46.5	3.88	7.16	9.68	9.21	6.73	-	-	-
基本每股收益(元)	1.34	3.31	0.32	0.58	0.81	0.83	0.64	0.97	0.7	0.34
净利率(%)	17.012	37.8038	4.0595	6.0078	7.5705	7.3331	6.1174	8.4913	6.6425	11.6401
总资产周转率(次)	1.0612	0.8538	0.6739	0.7529	0.7223	0.7131	0.6267	0.652	0.582	0.159

归属净利润滚动 环比增长(%)	9.871	848.6288	-455.968 2	-15.7386	-36.7881	-82.7326	-8.2407	-	-	-
每股公积金(元)	1.7021	1.6965	1.6729	1.3034	1.2776	1.2898	1.4431	1.5916	1.5769	1.5835
存货周转天数 (天)	84.9197	90.6344	110.9673	106.3201	110.149	111.8777	114.5184	99	106	117
营业总收入(元)	53.35亿	58.46亿	53.21亿	64.88亿	71.38亿	75.97亿	70.32亿	76.46亿	71.06亿	19.80亿
每股未分配利润 (元)	2.5578	5.2217	4.5563	5.0128	5.6539	6.4297	6.753	7.4925	7.9087	8.2481
稀释每股收益 (元)	1.34	3.3	0.32	0.58	0.81	0.83	0.64	0.96	0.7	0.34
归属净利润(元)	8.98亿	22.10亿	2.16亿	3.90亿	5.40亿	5.57亿	4.30亿	6.49亿	4.72亿	2.30亿
扣非每股收益 (元)	1.3	1.22	0.3	0.49	0.68	0.57	0.59	1	0.81	0.3346
经营现金流/营 业收入	1.68	0.7456	0.0802	1.2797	1.3329	1.1155	0.9491	1.461	0.979	0.672

## 2 润本生物技术股份有限公司



### · 公司信息

企业状态	开业	注册资本	34390.3314万人民币
企业总部	广州市	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	赵贵钦	统一社会信用代码	914401160877481258
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	2013-12-30
品牌名称	润本生物技术股份有限公司		
经营范围	生物化工产品技术研发;母婴用品制造;母婴用品销售;化妆品零售;化妆品批发;室内卫生杀虫... <a href="#">查看更多</a>		

### 法律声明

**权利归属:** 头豹上关于页面内容的补充说明、描述, 以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等, 相关知识产权归头豹所有, 均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创:** 头豹上发布的内容(包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等), 著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核, 有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证, 并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益, 可依法向头豹(联系邮箱: support@leadleo.com)发出书面说明, 并提供具有

证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：[support@leadleo.com](mailto:support@leadleo.com)。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

## 商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

### 会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

### 定制报告/词条

定制公司的第一本

### 白皮书

内容授权商用、上市

### 招股书引用

企业产品宣传

### 市场地位确认

丰富简历履历，报名

### 云实习课程

## 头豹研究院

咨询/合作

网址：[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室