

扫地机器人 头豹词条报告系列



秦培瑶 · 头豹分析师

2023-12-01 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: [综合及概念/智能制造/应用/智能家居](#) [消费品制造/家电家用](#)

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>扫地机器人作为新一代智能家用电器，其通过传感器...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>扫地机器人可按清洁系统和侦测系统进行分类：(1) ...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>扫地机器人行业特征包括：技术壁垒高，利好头部优...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>扫地机器人行业目前已达到 3个阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>扫地机器人行业规模暂无评级报告</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>扫地机器人行业相关政策 6篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>扫地机器人行业市场集中度高，2022年整体行业CR5...</p> AI访谈 数据图表

摘要 扫地机器人作为新一代智能家用电器，具有省时、省力、功能多样化和操作简单等优点。随着懒人经济和科技消费兴起、人口老龄化及国家政策的重点支持，未来扫地机器人行业渗透率提升空间较大，市场规模有望进一步扩大。产业链的核心掌握在中游的本土制造商手中，行业集中度高，2022年整体行业CR5为92.6%，科沃斯、石头双龙头地位稳固。随着行业竞争持续加剧，研发和创新是企业的核心竞争力，未来仍将继续朝着智能化、高效化、人性化的方向发展。(该词条由暨南大学会计专业秦培瑶于10月撰写完成)

扫地机器人行业定义^[1]

扫地机器人作为新一代智能家用电器，其通过传感器进行识别和感应，并由内部微电脑芯片进行运算和判断，能自动完成房间内的地板清理工作，亦无需人工操作或看管，从而减轻消费者的劳动负担，具有省时、省力、功能多样化和操作简单等优点。该行业涉及电子、机械、计算机等多个领域，是智能家居和智能办公的重要组成部分。随着消费者对智能家居需求的不断增加，扫地机器人行业亦将会继续保持快速增长的态势。

[1] 1: 论文文献：梁文莉，竞...

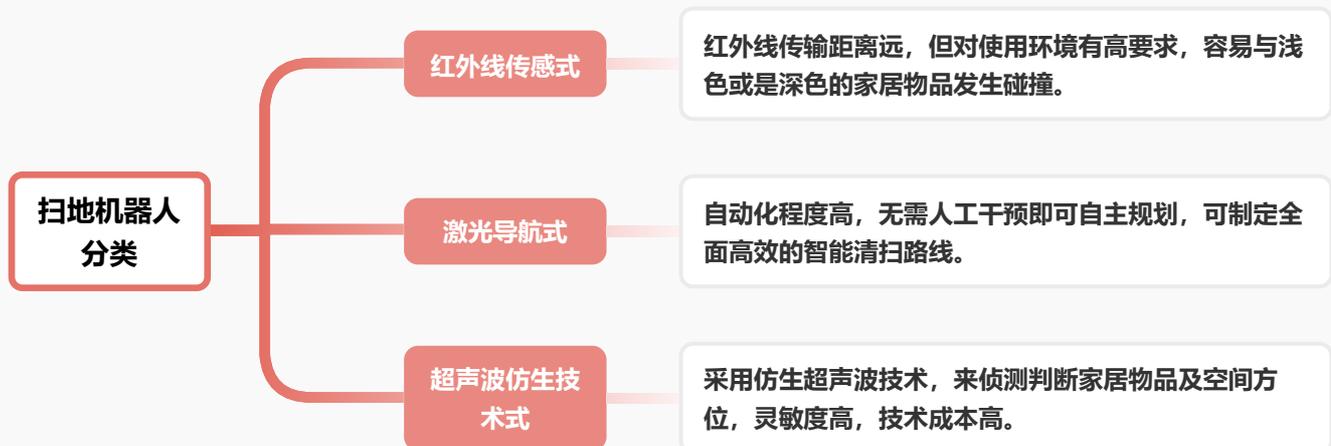
扫地机器人行业分类^[2]

扫地机器人可按清洁系统和侦测系统进行分类：（1）按照清洁系统的不同，可将扫地机器人分为单吸口式、中刷对夹式、升降V刷清扫式。其中单吸口式设计简单，中刷对夹式更适合全地毯的家居环境，升降V刷清扫式更适用于利用静电吸附灰尘；（2）按侦测系统的不同，可将扫地机器人分为红外线传感式、激光导航式、超声波仿生技术式，其中超声波仿生技术式的灵敏度较高。^[3]

按清洁系统分类



按侦测系统分类



[2] 1: 石头科技招股说明书

[3] 1: [https://robot.ofwe...](https://robot.ofweek.com) | 2: OFweek机器人网

扫地机器人行业特征^[4]

扫地机器人行业特征包括：技术壁垒高，利好头部优势明显；需求广泛，成长空间广阔；线上销售占比加重，线下重体验三个特征。

1 技术壁垒高，利好头部企业

技术壁垒带来头部优势，行业集中度持续加强。

扫地机器人产品的更新换代速度快，并且随着应用场景的日益多样化，对环境和物体的识别、感知和反应能力的要求亦在不断提高。因此，对于研发水平不足的新企业而言，行业技术壁垒较高。由于头部企业在技术优势和资金支持等方面具有优势，且通过数据的深入挖掘和分析能够更好地理解用户需求，使得头部企业将会进一步拉大与中小品牌之间的差距。

2 需求广泛，成长空间广阔

随着居民消费需求转变、人口老龄化及国家政策的重点支持，扫地机器人存在巨大的市场空间，渗透率提升空间较大。

目前中国扫地机器人的渗透率仍处于较低水平，2022年中国扫地机器人户渗透率仅为5.6%，远未能达到其他海外国家的渗透率，未来扫地机器人渗透率提升空间较大，由以下原因导致：（1）居民消费需求转变：扫地机器人作为一种智能家居产品，由于其便利性和高效性，正逐渐被广大消费者所接受；（2）人口老龄化的加剧：根据2020年第七次全国人口普查数据，老年人口的比例在10年间升高了5.4%，老龄化趋势日益明显，使用机器代替人工逐渐成为一种流行趋势；（3）国家政策重点支持：2021年12月28日，工业和信息化部、国家发展和改革委员会等十五部门正式印发《“十四五”机器人产业发展规划》，提出到2025年，中国成为全球机器人技术创新策源地、高端制造集聚地和集成应用新高地；到2035年，中国机器人产业综合实力达到国际领先水平，机器人成为经济发展、人民生活、社会治理的重要组成。

3 线上销售为主，线下重体验

线上价格优势及厂商运营成本的减少，线上销售愈加成为主流。

2023年上半年，传统电商、社交电商和线下渠道扫地机器人的零售额占比分别为77%、14%和9%。线上渠道较线下渠道在产品售价及运营成本具有相对优势，是扫地机器人产品实现销售收入的主要来源。线下

[5]

渠道更多用来进行产品展示及用户体验，通过实体店，消费者可亲自了解并试用扫地机器人的各项功能和特性，从而更直观地感受到产品的特点，为消费者提供更个性化的服务，增强消费者对品牌的信任感和归属感，进一步提升品牌形象。

[4] 1: <http://www.stats.g...> | 2: 科沃斯招股说明书、中...

[5] 1: <https://www.jiemia...> | 2: 界面新闻

扫地机器人发展历程^[6]

2002年，iRobot公司推出了Roomba扫地机器人，行业正式迈入家用级门槛；随着SLAM革命性技术的出现，扫地机器人开始变得更为智能化，在此期间科沃斯公司推出高性价比产品，快速崛起，构建起多元化的产品布局；2016年9月石头科技发布了基于LDS SLAM的米家扫地机器人，新势力玩家亦陆续入局，行业进入快速发展期，**未来仍将继续朝着智能化、高效化、人性化的方向发展。**

萌芽期 · 2001~2008

2001年，家电巨头伊莱克斯推出了第一代智能扫地机器人——三叶虫（Trilobite）智能扫地机器人，这一阶段的产品不具备智能规划的能力，清扫路线主要依靠碰撞旋转来识别，因此存在漏扫、重复清扫的问题，效率相对较低。2002年，iRobot公司进入民用机器人市场，并推出了Roomba扫地机器人，其采用的随机清扫算法减少了冗余且昂贵的传感器，并不断进行优化创新，行业正式迈入家用级门槛。

由于技术限制和价格高昂，早期产品只能吸引到少数消费者。iRobot公司迅速成为市场的领头羊，推动扫地机器人市场初步商业化。

启动期 · 2009~2015

智能扫地机器人相关技术快速发展，激光、算法等技术不断得到运用，产品向智能化发展，SLAM（360度旋转的激光测距仪扫描周围的环境并进行即时定位与环境地图构建）技术的出现使扫地机器人的清扫效率得到有效改善，这亦是目前第五代扫地机器人的智能识别技术。科沃斯公司基于代工的制造优势推出高性价比产品，快速崛起，构建起多元化的产品布局。

革命性技术的出现，扫地机器人开始变得更为智能化。

高速发展期 · 2016~2023

2016年9月石头科技发布了基于LDS SLAM的米家扫地机器人，在提升吸力与电池容量的同时大幅压低价格，售价仅为1,699元/台，高性价比的产品依托小米的品牌影响力使更多消费者愿意尝试使用。新势力如云鲸、追觅等玩家陆续入局，产品功能日益差异化。但扫地机器人行业在高度竞争下，出现企业从营销到产品功能，再到价格定位的同质化的现象。

扫地机器人市场竞争愈加激烈，产品性能和用户体验成为竞争的关键因素。

[6] 1: 石头科技招股说明书、...

扫地机器人产业链^[7]

扫地机器人产业链上游主要由原材料及零部件构成，包括锂金属、塑料包材、芯片、传感器、控制器、执行器、伺服电机、电池、减速器、地刷等。中游扫地机器人制造商中，包括自主品牌商及做ODM和OEM代工的企业。下游为销售渠道，主要参与者包括京东、阿里巴巴、苏宁易购等线上电商平台；永辉超市、小米之家等线下销售门店。

扫地机器人产业链涉及多个环节，包括上游的零部件制造、中游的扫地机器人制造商以及下游的销售渠道。**在上游产业链中，原材料占成本比重大，价格波动会对整个产品的成本产生较大影响；在中游环节，扫地机器人行业集中度高，产业链的核心掌握在中游的本土制造商手中，尤其是具备自主品牌的制造商；下游主要为线下和线上销售渠道，以线上渠道为主，线下渠道为辅，逐渐向二线甚至三线城市延伸，在消费者层面，中青年群体特别是年轻的一代消费者对扫地机器人的接受度逐渐提高，成为该行业的主要消费力量。**

上 产业链上游

生产制造端

原材料、零部件制造商

上游厂商

深圳市德赛电池科技股份有限公司 >

欣旺达电子股份有限公司 >

长虹华意压缩机股份有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链上游说明

扫地机器人上游产业链的原材料及零部件主要包括锂金属、塑料包材、芯片、传感器、控制器、执行器、伺服电机、电池、减速器、地刷等。行业发展状况较为成熟，供给充分。除电源管理芯片、电机和少量CPU需要进口，其余零部件基本国产化，代表企业有欣旺达、德赛电池等。

(1) 原材料占成本比重大，价格波动会对整个产品的成本产生较大影响，根据2022年石头科技年报，扫地机器人产品原材料占成本比例为45.81%。**(2) 扫地机器人头部企业如科沃斯基本实现全部自产，石头科技生产模式将逐步转变为自主生产为主、委外加工为辅，提高对于成本、质量、产能的控制能力。2022年石头科技智能扫地机、手持清洁产品及配件外购配件成本较上年同期分别降低3.86%、50.36%，外采比例逐年下降。**

中 产业链中游

品牌端

扫地机器人制造商

中游厂商

[科沃斯机器人股份有限公司 >](#)

[北京石头世纪科技股份有限公司 >](#)

[小米科技有限责任公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

产业链中游是生产制造企业，一类是拥有独立品牌的自主品牌商，另一类是做ODM和OEM代工的企业。**(1) 扫地机器人行业集中度高，龙头企业加大研发投入。**科沃斯2022年研发支出达7.44亿元人民币，较上年增长35.5%；石头科技2022年研发费用达4.89亿元人民币，较上年增长10.8%，推动产品创新，增加市场竞争力，科沃斯、石头双龙头地位稳固，CR5销售额从2020年的83.1%提升至2022年的92.6%。**(2) 其中拥有独立品牌的自主品牌商能够更快地响应市场需求、降低成本**，如产业龙头企业科沃斯聚焦于自主品牌业务，不断拓展自身在服务机器人行业的业务边界，打造多场景机器人矩阵，赋能多元化应用场景，涵盖了入门级超薄产品、规划式与高端全局规划式机器人，在导航技术上也覆盖了LDS以及VSLAM导航技术，且是首个将人工智能与视觉识别技术引用到产品的企业。科沃斯凭借先发优势形成第一梯队，全渠道销售额市场占有率约50%，线上零售额占比38.9%，零售量占比33.1%。同业小米生态、石头科技，则选择与第三方公司——欣旺达等合作采购锂离子电池及配件等，二者线上零售量占比分别为17.2%、14.8%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

经销商、消费者

渠道端

苏宁易购集团股份有限公司 >

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 >

查看全部 v

产业链下游说明

1.销售渠道方面：(1) 以线上渠道为主，线下渠道为辅，扫地机器人线上渠道销售占比高达87%，线下仅占13%。主要参与者包括京东、阿里巴巴、苏宁易购等线上电商平台；永辉超市、小米之家等线下销售门店。(2) 渠道下行，逐渐向二线甚至三线城市延伸。如2023上半年青海区域的扫地机器人市场规模同比增幅达到179.15%。

2.用户画像方面：(1) 从地域分布上看，关注扫地机器人的用户主要集中在一线城市和部分经济发达的二线城市，如北京、广州、深圳、上海等。(2) 从年龄分布上看，扫地机器人的主要关注群体集中在21-40岁之间，其中21-30岁群体占比为42.33%，31-40岁群体占比为34.95%。此外，扫地机器人行业亦受到经济发展的影响。随着经济的迅猛发展，催生了大量的中产阶级，为消费升级提供了强有力的购买支撑。因此，中青年群体特别是年轻的一代消费者对扫地机器人的接受度逐渐提高，成为该行业的主要消费力量。

[7] 1: 2022年科沃斯年报、20...

扫地机器人行业规模

中国扫地机器人市场规模由2018年的62.16亿元人民币增加至2022年的167.63亿元人民币，预测至2027年市场规模将达到451.42亿元人民币，2023-2027年年复合增长率为10.2%。

过往行业市场规模增加的原因如下：1.消费升级浪潮势不可当，叠加“懒人经济”和科技消费等因素。扫地机器人具备替代人力清扫的本质功能及全自动化产品受到市场热烈追捧，自清洁款扫地机器人线上销售额占比从2021H1的31.4%增长至2022年48.5%，自清洁&自集尘款从0迅速升至33%；2.中国扫地机器人行业仍处于行业初期，渗透率增长空间巨大。中国市场扫地机器人2022年渗透率仅为5%，同期欧美扫地机器人渗透率约为12%，而近年扫地机器人技术与功能的发展持续驱动中国扫地机器人行业增长。此外，中国60岁及以上人口占比上升了5.44%，老年群体、残疾人等特殊群体庞大的需求使得家务劳动的替代日益受到重视，同时劳动力成本持续攀升，用机器代替人工、使消费者从家务中解放出来的需求愈发“刚性”。

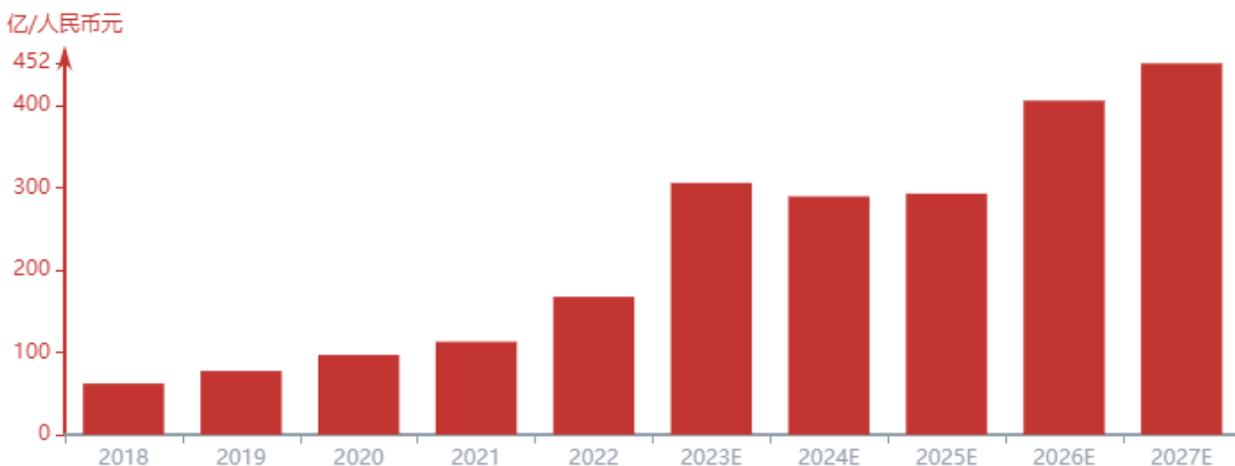
未来扫地机器人行业市场规模有望持续增长：1.需求端：目前低渗透率的背景下，中国扫地机器人渗透率水平低于发达国家。根据iRobot公司公告，美国扫地机器人渗透率为15%，而中国城镇居民2022年的扫地机器人渗透率仅5.6%，相较于其他发达国家的扫地机器人渗透率仍有较大的提升空间，同时随着城镇化率进一步提升，中国扫地机器人市场将进一步被打开；2.供给端：扫地机器人行业零部件国产化，技术改进与规模提升降低生产

成本，扫地机成本存在下降空间，有助于激活下沉市场；中国扫地行业当前产品迭代快，已基本过渡到自清洁产品，功能愈发强大。2021年市场上全能版扫地机器人寥寥无几，但2022年自清洁&自集尘版全能扫地机器人开创并迅速占领了4,000元以上的高端市场，该价格段全能版扫地机器人销售额占比超过84%。**3.政策端：**从中央到地方出台多项利好政策，行业政策红利期延续。如2021年3月国务院颁布的《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》明确指出，推动机器人产业创新发展和顺应居民消费升级趋势成为“十四五”时期的重要任务。

扫地机器人行业规模

扫地机器人行业规模

扫地机器人行业规模



数据来源：国家统计局、中国家电网、奥维云网

扫地机器人政策梳理^[8]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进机器人产业健康发展的通知》	工信部等三部门	2016-12	5
政策内容	明确要从推动机器人产业理性发展、强化技术创新能力、加快创新科技成果转化、突破零部件等关键短板、开拓工业机器人应用市场、推进服务机器人试点示范、建立认证采信制度、实施工业机器人规范条件、完善公平竞争制度、鼓励企业参与人才培养等10个方面引导中国机器人产业协调健康发展。			
政策解读	该政策将有助于推动中国扫地机器人产业的理性发展，提高企业的技术创新能力，加快科技成果转化，提高企业的生产效率，降低成本，增强市场竞争力强化技术创新能力，加快创新科技成果转化。			

政策性质	规范类政策
-------------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《新一代人工智能发展规划》	国务院	2017-07	8
政策内容	明确了中国新一代人工智能发展的战略目标：到2025年，人工智能基础理论实现重大突破，部分技术与应用达到世界领先水平，人工智能成为中国产业升级和经济转型的主要动力，智能社会建设取得积极进展；到2030年，人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平，成为世界主要人工智能创新中心。			
政策解读	该政策将推动人工智能技术的发展和應用，为扫地机器人企业提供了新的商业机会和竞争优势。例如，在智能制造、智慧城市、智能医疗等领域，具有人工智能技术的企业将更具竞争力。其次，政策仍将促进创新和人才培养，为扫地机器人行业提供更多的人才资源和技术支持。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进养老托育服务健康发展的意见》	国务院	2020-01	6
政策内容	健全老有所养、幼有所育的政策体系；统筹推进城乡养老托育发展，积极支持普惠性服务发展；强化产品研发和创新设计，促进用品制造提质升级，培育智慧养老托育新业态。			
政策解读	政策鼓励产品的研发和创新设计，刺激扫地机器人行业进行更多的技术创新，提升产品的质量和效率。此外，政策仍鼓励培育智慧养老托育新业态，进一步推动扫地机器人行业的现代化和智能化。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》	国务院	2021-03	10
政策内容	《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》系统地从事供给端、需求端、空间布局及产业链发展等多维度着手来构建国内大循环，指导思想中提出：坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。			
政策解读	该政策将有助于提高扫地机器人企业的市场竞争力，推动企业向高端制造业和服务业转型；扩大内需市场，促进消费升级，为扫地机器人企业带来更多的商机。但与此同时，供给侧结构性改革需要扫地机器人			

	企业加强技术创新和人才培养等投入，需要一定的时间和资金成本。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”机器人产业发展规划》	工业和信息化部、国家发展和改革委员会、科学技术部等十五部门	2021-12	10
政策内容	提出到2035年，中国机器人产业综合实力达到国际领先水平，机器人成为经济发展、人民生活、社会治理的重要组成。《“十四五”机器人产业发展规划》部署了提高产业创新能力、夯实产业发展基础、增加高端产品供给、拓展应用深度广度、优化产业组织结构等五项主要任务。			
政策解读	该政策引导和鼓励扫地机器人企业加大对机器人技术的投入和研究，推动产业发展；通过优化产业结构，提升中国在全球机器人产业链中的地位。这意味着扫地机器人企业需要加强研发投入，提高技术创新能力，以适应不断变化的市场需求；加强产业链建设，提高供应链的稳定性；增加高端产品供给，以满足高端市场的需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	工信部	2022-06	9
政策内容	提出到2025年，轻工业综合实力显著提升，占工业比重基本稳定，深入实施数字化助力消费品工业“三品”行动，构建具有更强创新力、更高附加值、更加可持续发展的现代轻工产业体系，实现中国轻工业由大到强的跨越。			
政策解读	就具有创新能力和市场竞争力的扫地机器人企业而言，该政策将提供更多的发展机会。政府对数字化转型和现代产业体系的推动，将有助于企业提升技术水平、优化生产流程、提高产品质量和附加值，从而获取更多的市场份额和利润；而就技术落后、管理粗放、缺乏创新能力的企业而言，预计面临更大的竞争压力。政府对环保要求的提高，预测加大扫地机器人企业的环保成本。同时，数字化转型需要一定的投资和技术支持，预计给扫地机器人企业带来一定的经济压力。			
政策性质	规范类政策			

[8] 1: <https://www.miit.g...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.gov.c...>
5: <https://www.miit.g...> 6: <https://www.miit.g...> 7: 工信部：三部门关于促...

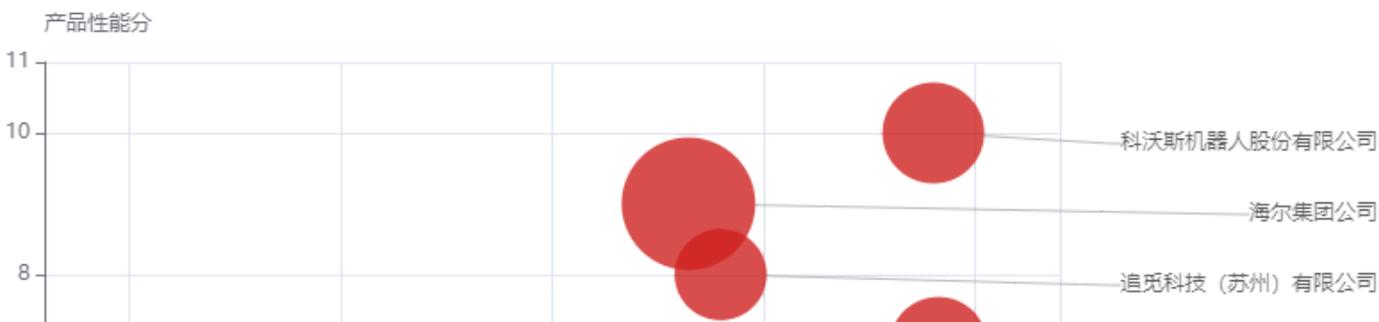
扫地机器人竞争格局^[9]

扫地机器人行业市场集中度高，2022年整体行业CR5为92.6%，寡头垄断态势显现，行业集中度持续上升。行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有科沃斯、石头科技、云鲸；第二梯队公司有小米、追觅、美的等；第三梯队公司包括栗子科技、银星智能、浦桑尼克等。

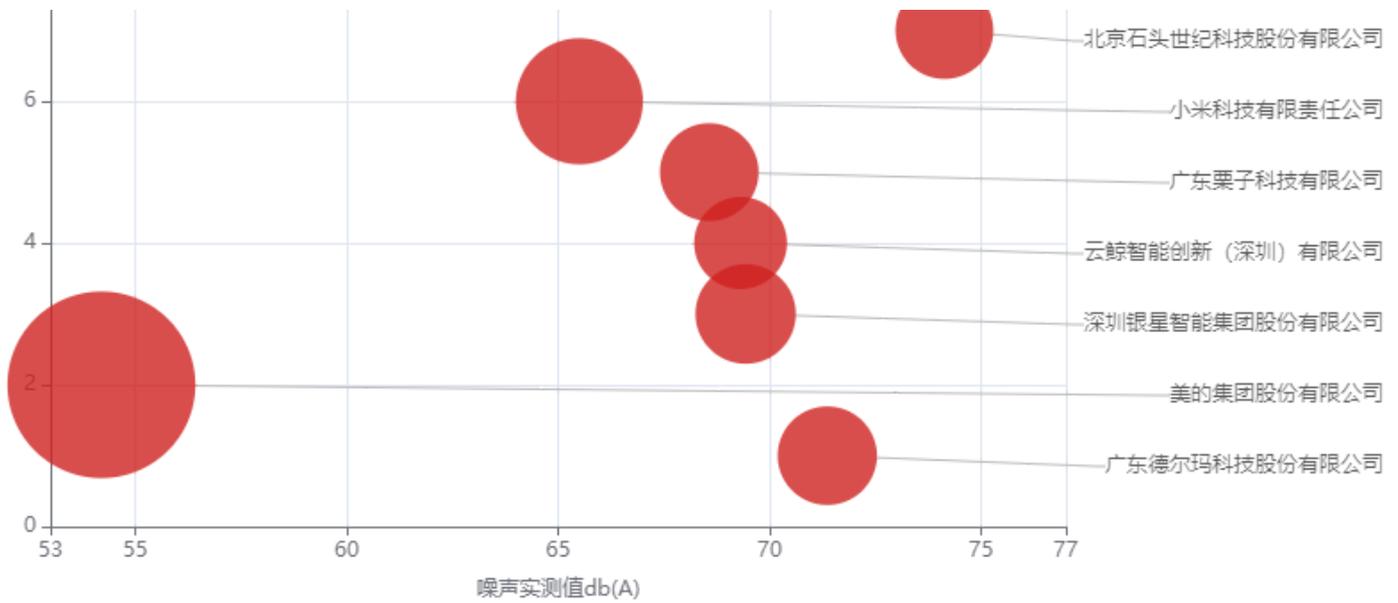
扫地机器人行业市场集中度高的原因主要有以下几点：1. **技术门槛高**：扫地机器人涉及到的技术门槛较高，包括传感器技术、人工智能算法、语音识别技术等，需要大量研发投入，石头科技研发投入从2020年2.6亿元上升至2022年4.9亿元，研发投入占营收比例从5.8%上升至7.4%。行业内拥有足够技术实力的企业较少，市场主要由少数几家领先企业主导，如石头科技研发的T7 Pro，一款以“AI双目避障+LDS激光导航”技术为核心的创新产品，使得石头品牌的市场占有率同比增长了10.7%。2. **资金投入大**：扫地机器人研发和生产需要大量的资金投入，包括技术研发、生产设备、渠道推广等方面，新进入市场的企业很难在短时间内获得足够的资金和资源来与领先企业竞争。如2022年科沃斯研发费用高达7.44亿元人民币，2020至2022年公司研发费用复合增长率达48.4%。3. **产品同质化**：扫地机器人属于技术驱动型企业，突破现有技术壁垒的难度不断增加，尽管扫地机器人市场涌现出众多品牌，但是大多数品牌的产品差异化程度不高，缺乏独特的竞争优势，消费者更倾向于选择具有明显竞争优势的领先品牌，从而进一步提高了市场的集中度。如2022年科沃斯推出了价格更具亲和力的T10系列扫地机器人产品，价格覆盖2799-5799元，不断完善产品矩阵同时推动品类渗透率提升。

未来扫地机器人行业渗透率提升空间较大，行业竞争持续加剧，研发和创新是企业的核心竞争力。主要原因如下：**(1) 扫地机器人行业中清洁力为产品的核心竞争力，持续提升清洁能力和便捷性将是未来竞争的关键点。**各大厂商持续在清洁能力上发力，例如：iRobot独创Aeroforce®技术，其无毛刷设计有效避免刷头清洁过程中与毛发缠绕，配合AeroForce Extractors气流加速和真空吸力提升清洁效率，而科沃斯也推出扫拖一体宝DD3系列产品，产品清洁能力和便捷性大幅度提升。**(2) 扫地机器人产品更新换代速度快，对企业研发创新能力要求较高。**随着主流扫地机器人产品的智能化程度不断提高，2022年第一梯队科沃斯、石头科技研发投入分别达到7.4亿元、4.9亿元，在此背景下，研发水平较低的中小企业，未来将逐渐失去市场份额，而科沃斯将凭借先发及技术优势在未来一段时间内都将占据扫地机器人行业第一梯队的位置。

气泡大小表示：专利数量（截至2023年10月企业专利数量）（件）



[11]



上市公司速览

科沃斯机器人股份有限公司 (603486)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	32.4亿元	1.09	50.67

北京石头世纪科技股份有限公司 (688169)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	11.6亿元	-14.68	49.85

海尔电器集团有限公司 (01169)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	350.8亿	-14.8300	-

美的集团股份有限公司 (000333)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.7千亿元	3.45	23.61

小米集团 (01810)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8千亿	2.8千亿	-14.7000	-

广东德尔玛科技股份有限公司 (301332)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	33.1亿元	-	-

[9] 1: 科沃斯2022年年报

[10] 1: 专利顾如: 各公司专利...

[11] 1: <https://m.mp.oeee...> | 2: 南方消协: 扫地机器人...

扫地机器人代表企业分析

1 科沃斯机器人股份有限公司【603486】



公司信息			
企业状态	存续	注册资本	57239.7925万人民币
企业总部	苏州市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	庄建华	统一社会信用代码	91320500628396530U
企业类型	股份有限公司（港澳台投资、上市）	成立时间	1998-03-11
品牌名称	科沃斯机器人股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	研发、设计、制造家庭服务机器人、智能化清洁机械及设备、电子产品及相关零部件、机电... 查看更多		

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	1.04	-	1.1	1	0.99	1.03	-	-	-	-
资产负债率(%)	49.9445	65.188	58.4164	53.2158	40.6642	42.6286	49.484	52.365	51.685	49.895
营业总收入同比增长(%)	18.9377	-	21.5934	38.8885	25.1071	-6.6998	36.173	80.902	17.108	1.09
归属净利润同比增长(%)	-3.8833	-	-71.4678	636.4791	29.1278	-75.1167	-	-	-	-
摊薄净资产收益率(%)	-	31.24	5.8	29.91	-	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	72.9291	-	44.5898	41.8391	45.8149	61.3194	55	42	44	47
流动比率	1.5359	1.113	1.2654	1.4583	1.9781	1.7279	1.637	1.95	1.917	1.951
每股经营现金流(元)	0.99	3.16	0.81	1.35	0.0383	0.4634	2.121	3.072	3.012	0.029
毛利率(%)	29.5865	31.7149	33.8822	36.5847	37.841	38.2921	-	51.41	-	-
流动负债/总负债(%)	98.943	99.598	99.809	99.4905	99.2731	99.2253	99.647	82.82	84.384	83.816
速动比率	1.0061	0.689	0.69	0.9575	1.217	1.133	1.214	1.43	1.416	1.422
摊薄总资产收益率(%)	11.3204	-	2.7395	15.4977	14.0433	2.8398	12.22	23.815	14.136	2.436
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	69.2741	58.1371	83.6005	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	343.5913	130.8396	137.1418	-	-	-	-

加权净资产收益率(%)	22.98	26.63	7.54	35.2	25.05	4.92	-	-	-	-
基本每股收益(元)	1.08	1.15	0.21	1.04	1.27	0.22	1.14	3.59	3.02	0.58
净利率(%)	7.1785	6.6476	1.6132	8.2358	8.5209	2.2827	8.9025	15.387	11.0959	10.0782
总资产周转率(次)	1.577	-	1.6982	1.8817	1.6481	1.244	1.379	1.55	1.275	0.242
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	200.677	147.1414	164.3192	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.6078	-	1.0658	1.0658	2.7339	1.7534	1.7849	2.6552	3.0002	2.8891
存货周转天数(天)	72.8303	-	87.7856	75.7082	91.893	119.3871	99	105	129	166
营业总收入(元)	23.14亿	26.95亿	32.77亿	45.51亿	56.94亿	53.12亿	72.34亿	130.86亿	153.25亿	32.36亿
每股未分配利润(元)	3.0762	-	0.3252	1.2777	2.2665	1.5648	2.6572	5.5627	7.3152	7.899
稀释每股收益(元)	1.08	1.15	0.21	1.04	1.27	0.22	1.14	3.53	2.96	0.57
归属净利润(元)	1.57亿	1.79亿	5100.79万	3.76亿	4.85亿	1.21亿	6.41亿	20.10亿	16.98亿	3.26亿
扣非每股收益(元)	1.05	1.09	0.91	0.97	1.21	0.18	0.95	3.33	2.89	0.4993
经营现金流/营业收入	0.99	3.16	0.81	1.35	0.0383	0.4634	2.121	3.072	3.012	0.029

2 云鲸智能创新（深圳）有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	245.2199万人民币
企业总部	深圳市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	张峻彬	统一社会信用代码	91441900MA4UWYNH4P
企业类型	有限责任公司（港澳台投资、非独资）	成立时间	2016-10-28
品牌名称	云鲸智能创新（深圳）有限公司		
经营范围	一般经营项目是：研发、生产和销售智能机器人及相关零部件、电子产品及相关零部件、机... 查看更多		

融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2022-08-17	腾讯投资	未披露	D轮	-	-
-	2021-11-05	创湾投资, 云泰创新投资	未披露	Pre-D轮	-	-
-	2020-06-22	红杉中国, 源码资本, 高瓴创投, 字节跳动战略投资部, 德迅投资, 盈峰集团, 明势资本	亿元级人民币	C轮	-	-
-	2020-04-02	源码资本, 盈峰资本, 大米创投	近亿人民币	B轮	-	-
-	2020-03-24	字节跳动战略投资部	未披露	A+轮	-	-
-	2019-08-17	大米创投, 盈峰资本, 盈峰集团	未披露	A轮	-	-
-	2017-12-22	明势资本	千万级人民币	Pre-A轮	-	-
-	2017-01-01	XBOTPARK基金	未披露	天使轮	-	-

天使轮
未披露

2017-01-01

A轮

未披露

2019-08-17

B轮

近亿人民币

2020-04-02

Pre-A轮

千万级人民币

2017-12-22

A+轮

未披露

2020-03-24

C轮

亿元级人民币

2020-06-22

D轮

未披露

2022-08-17

Pre-D轮

未披露

2021-11-05

3 北京石头世纪科技股份有限公司【688169】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	9368.7403万人民币
企业总部	市辖区	行业	科技推广和应用服务业
法人	昌敬	统一社会信用代码	91110108306467260B

企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	2014-07-04
品牌名称	北京石头世纪科技股份有限公司	股票类型	科创板
经营范围	软件及智能清洁设备的技术研发、技术转让、技术咨询、技术服务；智能清洁设备的委托加... 查看更多		

• 财务数据分析

财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)	2023(Q2)
销售现金流/营业收入	-	-	1.15	1.17	-	-	-	-	-
资产负债率(%)	44.23	55.424	45.2385	24.3846	9.351	13.407	11.776	10.97	17.059
营业总收入同比增长(%)	-	510.952	172.721	37.8091	7.742	28.841	13.563	-14.677	15.409
归属净利润同比增长(%)	-	-	359.1124	154.5156	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	-	81	44.9119	24.8464	13	8	12	19	12
流动比率	2.163	1.73	2.0688	3.8215	8.4	5.023	6.051	6.045	3.608
每股经营现金流(元)	-1.01	0.87	8.5	15.1095	22.773	22.736	11.959	1.461	10.877
毛利率(%)	19.2141	21.6413	28.7873	36.1224	-	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	100	100	100	99.9113	97.926	98.726	94.39	92.877	96.678
速动比率	1.964	1.573	1.5571	3.0222	7.87	4.564	5.474	5.442	3.231
摊薄总资产收益率(%)	-	15.478	32.6958	48.3162	27.915	15.887	11.468	1.871	6.408
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	44.2315	29.8695	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	3.1222	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	-10.16	32.29	62.14	71.72	-	-	-	-	-
基本每股收益(元)	-	-	6.15	15.66	21.43	21.03	12.66	2.18	5.65
净利率(%)	-6.1378	5.9881	10.0807	18.6178	30.227	24.0269	17.8536	17.6076	21.9171
总资产周转率(次)	-	2.585	3.2434	2.5952	0.924	0.661	0.642	0.106	0.292

归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	367.4764	2.0823	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	11.0596	11.06	74.1121	75.7166	54.396	54.7076	54.9334
存货周转天数 (天)	-	16	27.3569	38.4854	55	58	69	106	79
营业总收入(元)	1.83亿	11.19亿	30.51亿	42.05亿	45.30亿	58.37亿	66.29亿	11.60亿	33.74亿
每股未分配利润 (元)	-	-	1.6929	17.0612	31.2121	50.0883	46.7059	48.886	53.328
稀释每股收益 (元)	-	-	6.15	15.66	21.39	20.91	12.62	2.17	5.62
归属净利润(元)	-1123993 5	6699.62万	3.08亿	7.83亿	13.69亿	14.02亿	11.83亿	2.04亿	7.39亿
扣非每股收益 (元)	-	-	9.16	15.13	18.91	17.84	12.81	1.7373	5.04
经营现金流/营 业收入	-1.01	0.87	8.5	15.1095	22.773	22.736	11.959	1.461	10.877

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。

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，在未详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

