



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。

# 移动插座：拥抱物联新场景，智能插座引领未来家居新风潮 头豹词条报告系列



程希 · 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: 制造业/电气机械和器材制造业/其他电气机械及器材制造/其他未列明电气机械及器材制造

工业制品/工业制造

## 词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>移动式插座是连接到软缆上或与软缆构成整体的、且...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照结构样式分类，移动式插座可分为线型移动插座...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>移动插座行业的特征包括市场集中度高、中游盈利能...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>移动插座行业目前已达到 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>移动插座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>移动插座行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国移动插座行业呈现以下梯队分布情况：第一梯队...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

**摘要** 移动式插座是连接到软缆上或与软缆构成整体的、且在电源连接时易于从一地移到另一地的插座。移动式插座又叫做插排、接线板，是一个把多个插座集中放在一起形成的多孔插座。龙头企业形成了较难复制的线下营销网络，铸就了较高的品牌壁垒，市场集中度高。移动插座中游议价能力较强，盈利能力较为稳定。随着物联网的快速发展，未来智能插座有望成为移动插座行业新的增长点。中国移动插座行业规模近年来保持增长趋势，主要得益于家电保有量、小家电品类的提升及智能电子消费产品消费量。

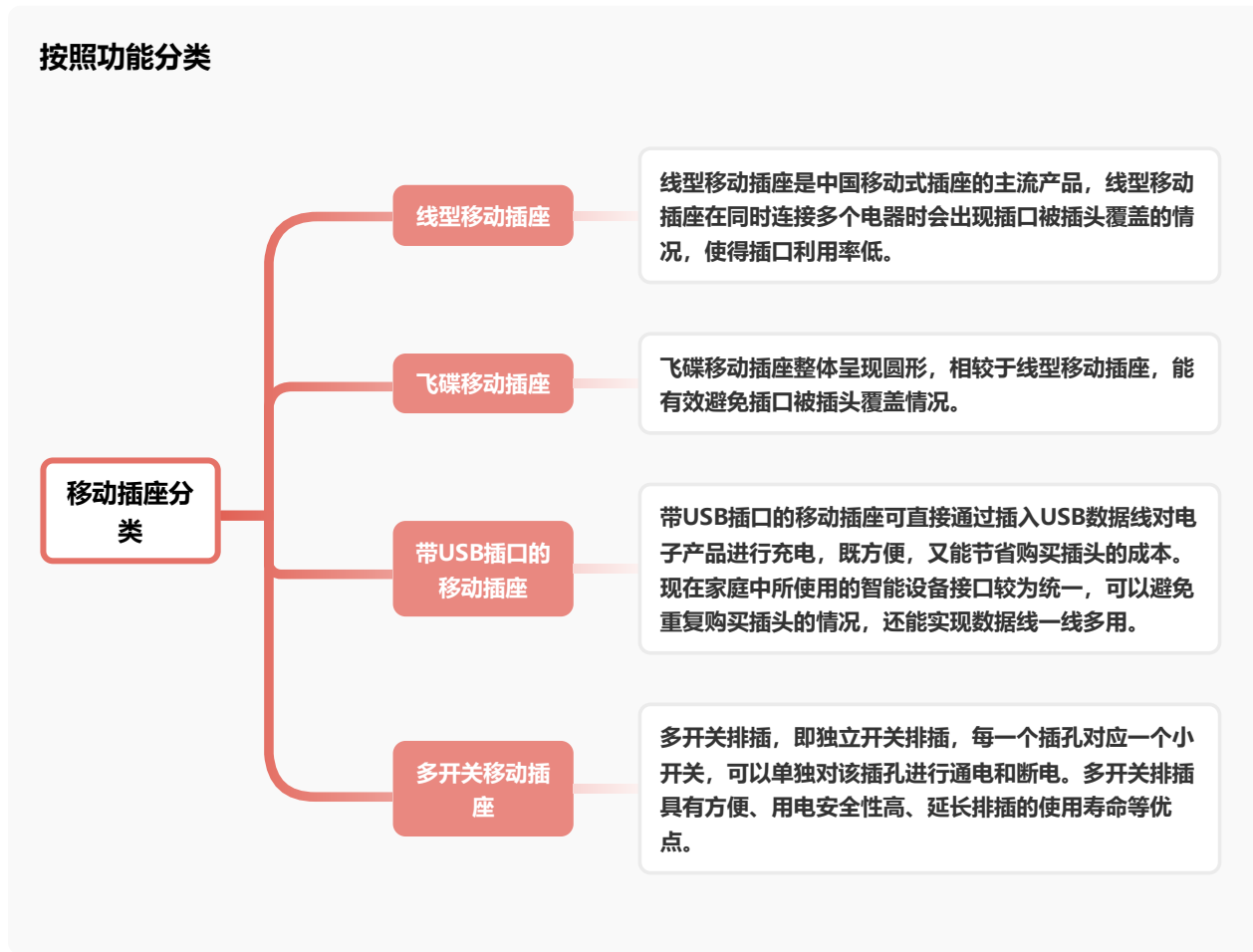
## 移动插座行业定义<sup>[1]</sup>

移动式插座是连接到软缆上或与软缆构成整体的、且在电源连接时易于从一地移到另一地的插座。移动式插座又叫做插排、接线板，是一个把多个插座集中放在一起形成的多孔插座。移动插座可同时连接不同的电器设备，具有节省空间，节省线路，简单实用的优点，被广泛应用于各种场所。移动插座行业的发展与电器行业的繁荣密切相关，随着电器设备种类的不断增长和用电需求的不断增长，移动插座行业将迎来更加广阔的发展空间。

[1] 1: 中华人民共和国国家标准

## 移动插座行业分类<sup>[2]</sup>

按照结构样式分类，移动式插座可分为线型移动插座、飞碟移动插座、带USB插口的移动插座及多开关移动插座等。



[2] 1: <https://www.itme...> | 2: 京东、淘宝、IT备忘录

## 移动插座行业特征<sup>[3]</sup>

移动插座行业的特征包括市场集中度高、中游盈利能力稳定、智能插座增长空间大。

### 1 龙头企业具有品牌壁垒，市场集中度高

移动插座行业起步较晚，率先进入市场的企业抢占了线下渠道，形成较高的品牌壁垒，行业市场集中度高。

20世纪80年代，家电行业的快速发展以及房地产市场的形成使得中国对于插座的需求量激增，中国移动插座行业开始发展。1995年，公牛成立，凭借优质的产品迅速打开市场，并将自身品牌与广大下沉市场五金店牢牢联系在一起，2022年公牛设立了75万余家五金渠道售点（含五金店、日杂店、办公用品店、超市等）、12万余家专业装饰及灯饰渠道售点及25万余家数码配件渠道售点，上述渠道将销售网点拓展到城乡的门店、卖场、专业市场等各种场所，形成了较难复制的线下营销网络，铸就了较高的品牌壁垒，公牛的市场占有率达到70%。

## 2 中游议价能力较强，盈利能力较为稳定

中游制造商掌握核心技术，且市场集中度高，相较于上游原材料有色金属、塑料、电子元器件行业及下游渠道商而言，具有较强的议价能力，盈利能力较为稳定。

上游原材料包括以铜为主的有色金属行业、以PC、PP材料为主的塑料行业以及电子元器件行业，上游行业供应较为稳定，且市场集中度低，议价能力较弱，铜、塑料等大宗商品价格的波动对中游产品制造商的影响较小。同理，下游渠道经销商以五金店、日杂店、办公用品店、超市为主，此类经销商规模较小，亦不具备较强的议价能力。中游产品制造商以公牛为例，每年毛利率保持在35%以上，盈利能力较为稳定。

## 3 行业处于成熟发展阶段，智能插座有望成为新的业务增长点

行业已经度过了高速发展阶段，进入成熟发展阶段，传统插座新要求新求变以带来消费者的替换需求，随着物联网的快速发展，智能插座有望成为新的业务增长点。

自20世纪90年代开始，中国移动插座行业进入了高速发展阶段，当前行业已进入成熟发展阶段。2015年小米推出了首款带USB接口的移动插座，一经推出就收获了消费者的肯定，该移动插座上市首日销量达24.7万，上市3个月后的销量达到了100万。随着物联网的快速发展，未来将进入智能家居时代，移动插座会成为重要的中控，未来智能插座有望成为移动插座行业新的增长点。

[3] 1: <https://m.linkshop...> | 2: <https://m.linkshop...> | 3: 公牛集团年报、联商

## 移动插座发展历程<sup>[4]</sup>

20世纪70年代，电灯、电扇、电视机等电器开始走进千家万户，电器插座亦相继在市场上出现，但多为结构简单黑色胶木插座。80年代，在改革开放的背景下，彩电、冰箱、洗衣机等电器数量逐渐增加，并且随着中国房地产市场的逐步形成，中国对插座的需求量大幅增长。国外厂商觉察到了中国插座市场的快速扩张，迅速入华布局，但由于其战略有误，并未占领中国市场，中国本土企业相继成立。

1995年，公牛成立，潜心打造开关插座、转换器等产品。1996年公牛推出插座专用按压式开关，获得广泛好评，国产插座行业迎来了高光时刻，进入高速发展阶段。随着智能手机等智能终端产品的普及，传统插座行业暴露出发展短板，小米旗下带有USB接口的移动插座产品一经推出便快速收获了消费者的认可。在未来的智能家居时代，智能插座业务将会成为移动插座业务的新增长点，传统插座行业亟需转型。

### 启动期 · 1970~1989

1970年代，电灯、电扇、电视机开始走进千家万户，市场上的插座产品多为结构简单的黑色胶木插座。1980年代，彩电、冰箱、洗衣机等电器开始进入中国家庭，且随着1988年深圳颁布《深圳经济特区住房制度改革方案》，中国房地产市场逐步成型，中国对于插座的需求量大幅增长。1981年，鸿雁电器成立，1982年打造了首款中国自主研发的86型电器装置件产品。

此阶段随着居民生活水平的提高，家电数量逐步增长，叠加房地产市场的发展，中国对于插座的需求量大幅增长，需求端拉动插座行业发展。

### 高速发展期 · 1990~2014

1995年，公牛成立，潜心打造开关插座、转换器等产品。1996年公牛推出插座专用按压式开关，获得广泛好评。1997年，中国颁布了首个插座国标《GB2099.3-1997家用和类似用途，插头插座第二部分：转换器的特殊要求》。

此阶段中国颁布了首个插座国标，规范国产插座行业的发展，行业进入高速发展阶段。

### 成熟期 · 2015~2023

2015年，进军IoT领域的小米推出了一款自带USB接口的移动插座，公牛随之推出带有USB接口的移动插座。2016年公牛意识到传统插座与年轻消费者的品味不符，提出数码精品策略，开始打造年轻化的插排产品。在未来的智能家居时代，插排可能成为最重要的中控，各厂商开始布局智能插座业务。

此阶段国产插座行业开始出现带有USB接口的、年轻化的产品。未来智能家居时代，智能插座有望成为行业新的业务增长点。

[4] 1: <https://m.linkshop...> 2: <https://m.linkshop...> 3: <https://m.linkshop...> 4: <https://m.linkshop...>  
5: <https://m.linkshop...> 6: 壹览商业

## 移动插座产业链分析<sup>[5]</sup>

移动插座行业产业链上游是原材料供应商，包括以铜为主的有色金属行业、数量行业及电子元器件行业，中游为产品制造商，包括移动插座的制造商和品牌商，下游是渠道经销商，包括五金渠道、商超、建材灯饰专业市场、数码配件市场、电商等。移动插座产业链有以下三个核心研究观点：

**1.上游原材料行业发展稳定，供应有所保障。**2023年，有色金属行业工业增加值同比增长7.5%，增幅较工业平均水平高2.9个百分点。精炼铜产量1,299万吨，同比增长13.5%。2023年，中国塑料制品行业汇总统计企业完成产量7,488.5万吨，同比增长3.0%。**2.中游本土企业竞争优势较为明显，具有一定的品牌壁垒，盈利能力较强。**以公牛为例，公牛已在全国范围内建立了75万多家五金渠道售点（含五金店、日杂店、办公用品店、超市等）、12万多家专业装饰及灯饰渠道售点及25万多家数码配件渠道售点，这些渠道将销售网点拓展到城乡的门店、卖场、专业市场等各种场所，形成了较难复制的线下营销网络。**3.家用电器市场规模企稳回升，带动移动插座等电器附件规模稳步提升。**2023年中国家电市场零售额7,736亿元，同比增长1.7%，家用电器出口额6,174亿元，同比增长9.9%。其中大家电市场零售额为4,617亿元，同比增长3.4%，厨卫电器市场零售额为1,872亿元，同比增长2.2%。

## 上 产业链上游

### 生产制造端

原材料供应商

### 上游厂商

[江西铜业集团有限公司 >](#)

[铜陵有色金属集团股份有限公司 >](#)

[西部矿业股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

### 产业链上游说明

移动插座产业链上游主要包括以铜为主的有色金属行业、以PC料和PP料为主的塑料行业及电子元器件行业，上游产业具有以下特征：**1.原材料是常规材料，行业发展稳定，供应有所保障。**2023年，有色金属行业工业增加值同比增长7.5%，增幅较工业平均水平高2.9个百分点。精炼铜产量1,299万吨，同比增长13.5%。2023年，中国塑料制品行业汇总统计企业完成产量7,488.5万吨，同比增长3.0%。**2.有色金属行业景气度波动较大且易受国际整体供需形势影响。**2024年一季度，有色金属企业信心指数为49.8，低于临界点50，比2023年四季度上升0.9个点。一季度即期指数为48.4，较2023年四季度回落1.5个点；预期指数为50.8，较2023年四季度上升2.4个点，行业呈现出一定的回暖趋势。

## 中 产业链中游

### 品牌端

产品制造商

### 中游厂商

[公牛集团股份有限公司 >](#)

[TCL科技集团股份有限公司 >](#)

[中山市子弹头电器有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

### 产业链中游说明

移动插座产业链中游主要为产品制造商，中游呈现以下特点：**1.中游本土企业竞争优势较为明显，具有一定的品牌壁垒，盈利能力较强。**以公牛为例，公牛已在全国范围内建立了75万多家五金渠道售点（含五金店、日杂店、办公用品店、超市等）、12万多家专业装饰及灯饰渠道售点及25万多家数码配件渠道售点，这些渠道将销售网点拓展到城乡的门店、卖场、专业市场等各种场所，形成了较难复制的线下营销网络。2022年公牛电连接产品营业收入70.5亿元，较上年同比增长9.9%，毛利率达34.3%，较2021年上升1.3个百分点。**2.智能插座有望成为新的行业增长点，多家公司布局该领域。**进入智能家居时代，以小米、华为为代表的科技企业，以海尔智家为代表的家居企业，纷纷布局智能插座领域。以小米为例，2023年小米IoT与生活消费产品收入为801亿元，同比增长0.4%，毛利率为16.3%，同比提升1.9个百分点，已连

接的IoT设备达7.4亿台，米家APP月活跃用户同比增长13.2%，小米的整合能力和流量优势有望强化小米智能插座类产品。

## 产业链下游

### 渠道端及终端客户

渠道经销商及终端消费者

#### 渠道端

浙江天猫技术有限公司 >

淘宝（中国）软件有限公司 >

京东科技控股股份有限公司 >

查看全部 >

### 产业链下游说明

移动插座产业链下游为渠道经销商及终端消费者，包括五金渠道、商超、建材灯饰专业市场、数码配件市场、电商等，下游呈现以下特点：**1.家用电器市场规模企稳回升，带动移动插座等电器附件规模稳步提升。**由中国家用电器研究院指导、全国家用电器工业信息中心编制的《2023年中国家电行业年度报告》显示，2023年中国家电市场零售额7,736亿元，同比增长1.7%，家用电器出口额6,174亿元，同比增长9.9%。其中大家电市场零售额为4,617亿元，同比增长3.4%，厨卫电器市场零售额为1,872亿元，同比增长2.2%，生活电器市场零售额为1,246亿元。

**2.移动物联网用户规模快速扩大，智能插座未来发展空间广阔。**第53次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，中国移动物联网用户规模快速扩大，截至2023年底，发展蜂窝物联网终端用户23.3亿户，较2022年12月净增4.9亿户，占移动网终端连接数的比例达57.5%。随着物联网用户规模的扩大，中国逐步进入智能家居时代，智能插座作为智能家居时代的重要中控，未来发展空间广阔。

[5] 1: 国家统计局、Wind、中...

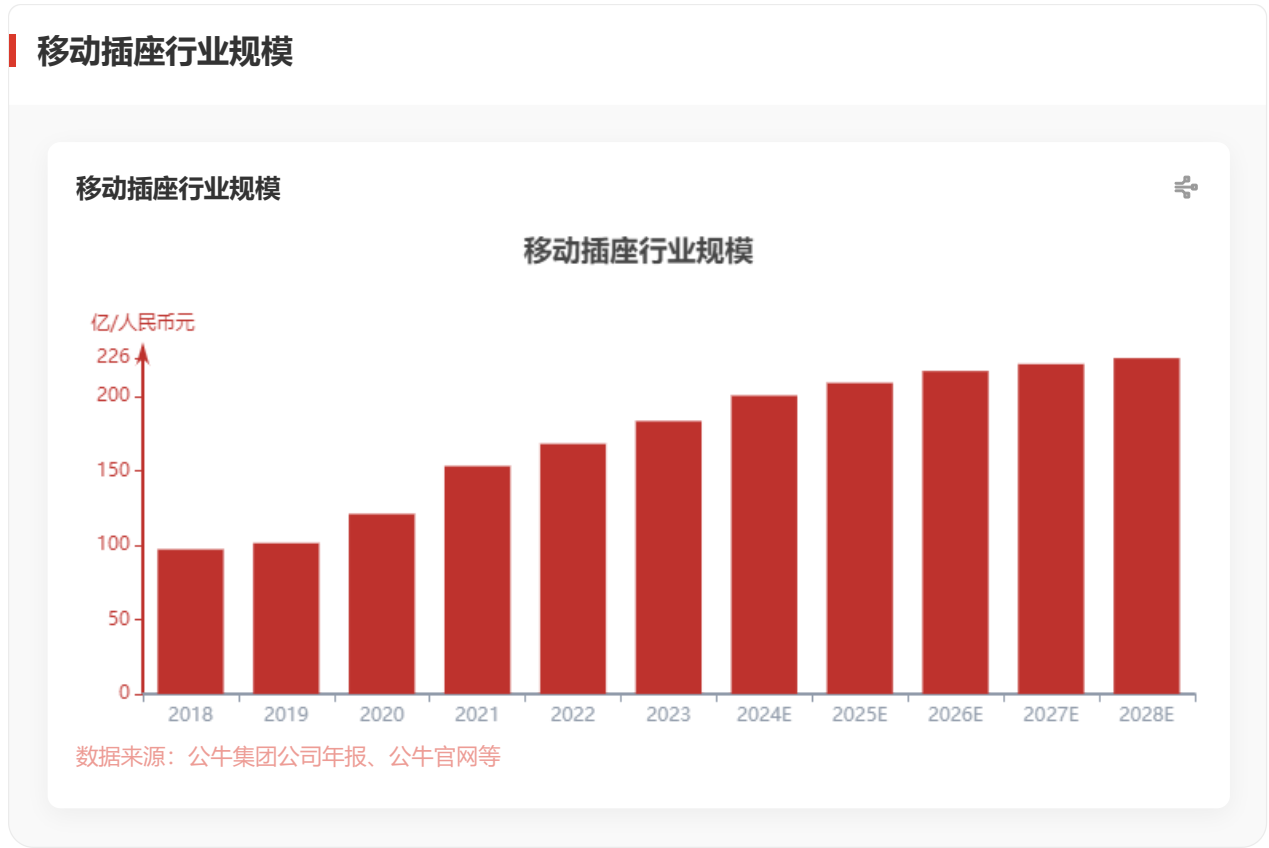
## 移动插座行业规模<sup>[6]</sup>

移动插座市场规模由2018年的97.3亿元增长至2023年的183.6亿元，预测至2028年市场规模将达到225.9亿元，2023—2028年复合年均增长率为4.2%。

过往行业市场规模增加的原因如下：**1.家用电器品类不断扩张，小家电品类提升带动移动插座市场规模扩大。**中国小家电品类经历快速增长阶段，小家电品类已超过200种，2023年中国家电市场零售额7,736亿元，其中美发系列个护小家电市场零售额为118亿元，较2022年同比增长4.4%，扫地机器人市场零售额为132亿元，较2022年同比增长9.2%，洗地机市场零售额为115亿元，较2022年同比增长14.2%。**2.智能手机以及其他智能电子产品消费量带动移动插座的需求量增加。**第53次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，2023年

中国市场手机总出货量为2.9亿部，同比增长6.5%，其中5G手机出货量为2.4亿部，同比增长11.9%，占同期手机出货量的82.8%。

未来移动插座规模将保持相对平稳：**1.房地产市场发展放缓，新房装修带来的移动插座新增需求有所回落。**2023年商品房销售面积为11.2亿平方米，较2022年下降8.5%，商品房销售额为116,622.2亿元，较2022年下降6.5%，其中住宅销售面积为9.5亿平方米，较2022年下降8.2%。商品房销售下降导致新房装修带来移动插座需求量下降。**2.存量房产的翻新需求逐步释放，装修装饰行业稳步增长，翻新装修有望成为移动插座替换需求的增长点。**2023年中国装修装饰行业总产值为13,727亿元，较2022年增长6.4%，翻新装修需求与智能插座的替换需求将成为移动插座新的增长点。



[6] 1: <http://opinion.peo...> | 2: <https://www.ndrc...> | 3: 人民网、国家发展和改...

### 移动插座政策梳理<sup>[7]</sup>

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》	国家发展改革委、科技部、财政部、环境保护部、商务部、海关总署、质检总局	2016-07-01	7
政策内容	该管理办法界定了电器电子产品以及电器电子产品污染的相关概念，列明了为减少或消除电器电子产品污染而采取的相关措施等。			



<b>政策解读</b>	该管理办法实施目的是控制和减少电器电子产品废弃后对环境造成的污染，促进电器电子行业清洁生产和资源综合利用，规范移动插座等电器电子行业的发展。
<b>政策性质</b>	规范类政策

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》	国务院	2022-09-23	8
<b>政策内容</b>	政策提出了深化电子电器行业管理制度改革的相关意见，包括优化电子电器产品准入管理制度、整合绿色产品评定认证制度、完善支持基础电子产业高质量发展的制度体系、优化电子电器行业流通管理制度、加强事前事中事后全链条全领域监管等。			
<b>政策解读</b>	该政策目的是深化电子电器行业管理制度改革，进一步破除制约行业高质量发展的体制机制障碍，提高政府监管效能，激发市场主体活力，促进移动插座等电子电器产业转型升级。			
<b>政策性质</b>	指导性政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《废弃电器电子产品回收处理管理条例》	国务院	2019-03-18	6
<b>政策内容</b>	该管理条例界定了电器电子产品处理活动的相关概念，规定了条例的适用范围、相关方责任，监督管理、法律责任等相关内容。			
<b>政策解读</b>	该管理条例规范了废弃电器电子产品的回收处理活动，能够促进移动插座行业的资源综合利用和循环经济发展，达到保护环境及保障人体健康的目的。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《关于进一步释放消费潜力 促进消费持续恢复的意见》	国务院	2022-04-30	7
<b>政策内容</b>	该政策按照目标导向与问题导向相结合、短期支持和中长期促进相兼顾的要求，从系统全面促进消费的角度，提出了五大方面20项重点举措。			
<b>政策解读</b>	该政策的出台旨在更好满足人民日益增长的美好生活需要，进一步巩固消费对经济发展的基础性作用，为培育完整内需体系、形成强大中国市场和构建新发展格局提供更加坚实的支撑。家电等耐用消费品消费量的增长能够带动移动插座需求量的增长。			

政策性质	鼓励性政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》	商务部、工业和信息化部、市场监管总局	2022-07-23	7
政策内容	该政策推出多项促进绿色智能家电消费的举措。例如开展全国家电以旧换新活动，推进绿色智能家电下乡，强化全链条服务保障等。			
政策解读	该政策重点以市场化手段激发消费潜力，家电以旧换新、绿色智能家电下乡活动等充分发挥市场机制作用，全面提升家电从生产到销售、从安装到维修、从更新到回收的全链条服务水平。绿色智能家电消费量的增长能够带动智能插座替换需求的增长。			
政策性质	鼓励性政策			

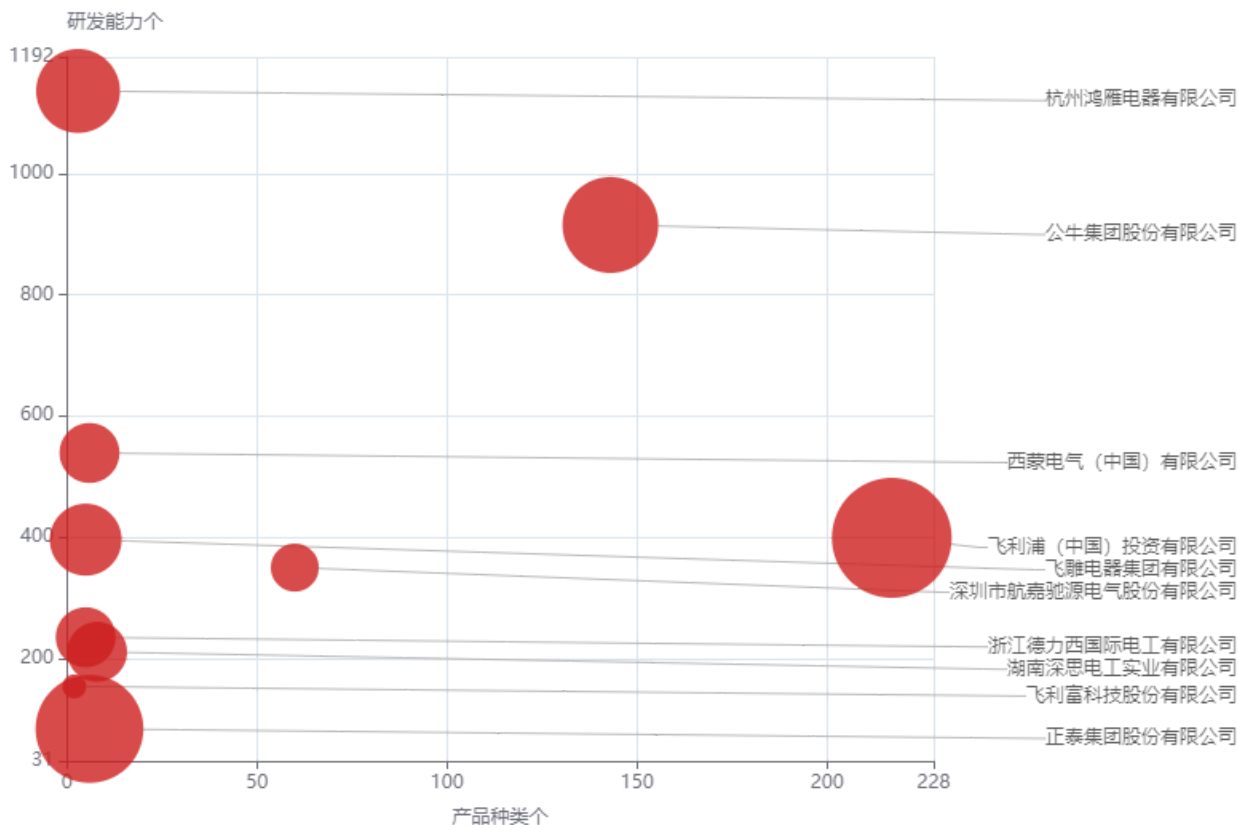
- [7] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.mee...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: <https://www.gov.c...> | 6: 中华人民共和国中央人...

## 移动插座竞争格局<sup>[8]</sup>

中国移动插座行业呈现以下梯队分布情况：第一梯队是专利数量较多，品牌知名度较高的品牌，包括公牛、飞利浦（中国）、鸿雁电器；第二梯队是成立时间较长的品牌，包括西蒙电气（中国）、飞雕电器、深圳航嘉等；第三梯队是产品种类较少的品牌，包括浙江德力西、湖南深思、飞利富、正泰集团。

中国移动插座行业形成当前竞争格局的原因如下：**1.公牛等老牌公司进入市场较早，率先占领市场。**鸿雁电器1982年打造了首款中国自主研发的86型电器装置件产品。公牛建立了自身庞大的线下营销网络，2023年公牛拥有6大制造基地，110多万家线下销售网点，主导参与了124项国家及行业标准制定。**2.国外企业起步较早，具有技术优势，亦占据了部分中国市场。**国外移动插座行业起步较早，具有一定的技术优势，西蒙电气1999年进入中国市场，截至2024年4月，天猫旗舰店粉丝数量为23万；西门子1872年进入中国市场，截至2024年4月，天猫旗舰店粉丝数量为258万，2023年西门子销售额同比增长11%。

智能家居时代倒逼移动插座企业转型升级，小米等新兴移动插座厂商可能会占据更多的市场份额，主要原因如下：**1.随着智能家居时代的到来，移动插座可能成为最重要的中控，随着IoT的快速发展，有望带动移动插座产品转型升级。**工信部数据显示，截至2023年8月末，应用于公共服务、车联网、智慧零售、智慧家居的物联网终端规模已分别达7亿、4.4亿、3.2亿、2.4亿户，行业应用正不断向智能制造、智慧农业、智能交通、智能物流以及消费者物联网等领域拓展。**2.物联网公司相较于传统移动插座公司有流量优势，小米等新兴厂商未来可能会占据更多的市场份额。**截至2023年末，小米全球月活跃用户数达641.2万，较2022年增长10.2%，小米AIoT平台已连接的IoT设备（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）数增长至7.4亿，较2022年增长25.5%，小米的流量优势有望强化小米智能插座类产品。



## 上市公司速览

### 公牛集团股份有限公司 (603195)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	33.3亿元	8.31	37.15

### 小米集团 (1810)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
4.1千亿元	2.7千亿元	-3.24	21.2

[8] 1: <https://www.theipa...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: 澎湃新闻、天猫、人民...

[9] 1: 公司官网

[10] 1: 专利之星

[11] 1: <https://www.jinga...> | 2: 公司官网、淘宝

## 移动插座代表企业分析

### 1 公牛集团股份有限公司【603195】

#### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	89178.4659万人民币
企业总部	宁波市	行业	电气机械和器材制造业
法人	阮立平	统一社会信用代码	91330282671205242Y

<b>企业类型 品牌名称</b>	其他股份有限公司(上市) 公牛集团股份有限公司	<b>成立时间 股票类型</b>	2008-01-18 A股
<b>经营范围</b>	一般项目：家用电力器具、配电开关控制设备、电线、电缆、五金工具、电工器材、电器配... <a href="#">查看更多</a>		

### 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)	2023(Q2)
销售现金流/营业收入	1.14	-	1.16	1.15	1.14	-	-	-	-	-
资产负债率(%)	39.2369	37.526	60.3019	37.1126	25.1499	26.534	30.491	25.435	26.239	30.227
营业总收入同比增长(%)	-	-	34.9128	25.2059	10.7605	0.106	23.219	13.698	8.307	11.028
归属净利润同比增长(%)	-	-	-8.6697	30.4516	37.3829	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	-	-	4.8716	6.572	7.3234	7	6	6	6	5
流动比率	1.832	1.75	1.085	1.872	3.0834	3.432	2.872	3.319	3.226	2.813
每股经营现金流(元)	13.27	22.06	2.16	3.54	4.2543	5.723	5.014	5.087	2.394	3.341
毛利率(%)	41.6065	45.1694	37.7359	36.6273	41.4121	-	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	100	100	100	98.212	98.0909	92.853	97.849	96.47	96.55	95.391
速动比率	0.1635	1.436	0.1117	0.2446	0.9918	3.175	2.573	3.004	3.011	2.605
摊薄总资产收益率(%)	37.3285	-	32.6431	36.7702	36.6232	23.304	19.923	19.852	4.265	10.615
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	13.3983	-2	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-23.6996	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	75.4	71.72	59.75	69.6	52.36	-	-	-	-	-
基本每股收益(元)	-	-	2.38	3.11	4.27	3.89	4.63	5.32	1.23	2.05
净利率(%)	22.4212	26.2267	17.7544	18.4982	22.9444	23.0166	22.4496	22.6218	22.0646	23.9769
总资产周转率(次)	1.6649	-	1.8386	1.9878	1.5962	1.012	0.887	0.877	0.193	0.442
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	36.2839	-19.7127	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	0.5746	0.5745	0.5745	6.3605	6.5106	6.4277	6.4667	4.1812

存货周转天数(天)	53.9075	-	56.8478	55.5899	54.797	53	50	55	48	47
营业总收入(元)	44.59亿	53.66亿	72.40亿	90.65亿	100.40亿	100.51亿	123.85亿	140.81亿	33.34亿	75.92亿
每股未分配利润(元)	-	-	1.3087	4.2771	8.1449	7.3786	9.9985	12.9046	14.129	8.5167
稀释每股收益(元)	-	-	2.38	3.11	4.27	3.89	4.63	5.3	1.22	2.05
归属净利润(元)	10.00亿	14.07亿	12.85亿	16.77亿	23.04亿	23.13亿	27.80亿	31.89亿	7.36亿	18.22亿
扣非每股收益(元)	-	-	2.22	2.88	4.12	3.73	4.39	4.84	1.0738	1.87
经营现金流/营业收入	13.27	22.06	2.16	3.54	4.2543	5.723	5.014	5.087	2.394	3.341

## 2 杭州鸿雁电器有限公司

### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	8000万人民币
企业总部	杭州市	行业	电气机械和器材制造业
法人	靳慧泉	统一社会信用代码	91330100143054524X
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	1984-12-30
品牌名称	杭州鸿雁电器有限公司		
经营范围	一般项目：电工器材制造；电工仪器仪表制造；五金产品制造；机械电气设备制造；智能家... <a href="#">查看更多</a>		

### 融资信息

**A轮**  
未披露  
2021-12-09

## 3 飞雕电器集团有限公司

### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	10960万人民币
企业总部	市辖区	行业	电气机械和器材制造业
法人	徐益忠	统一社会信用代码	913100006317435642
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2000-04-13
品牌名称	飞雕电器集团有限公司		

## 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归属进行保证，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