



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。

Copyright © 2024 头豹

床上用品：行业增长放缓，数智化产品有望成为新的增长点 头豹词条报告系列



程希 · 头豹分析师

2024-06-21 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/纺织业/家用纺织制成品制造

消费品制造/纺织服饰



词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>床上用品行业又称为寝装业、寝具业、卧具业及室...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>床上用品按照产品类型分类可以分为床垫、枕芯、被...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>床上用品行业的特征包括增速放缓、数智化转型趋势...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>床上用品行业目前已达到 4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>床上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>床上用品行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>床上用品行业发展时间较长，行业呈现以下梯队分...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 床上用品行业是家用纺织业的重要组成部分，床上用品主要包括枕芯、被褥、床垫、枕套、被套等产品。消费者生活水平的不断提高，对床上用品的外观、材质、功能等的重视程度日益提高，床上用品与高科技结合将成为未来的重要发展趋势，数字化、智能化的床上用品有望成为新的增长点。

床上用品行业定义^[1]

床上用品行业又称为寝装业、寝具业、卧具业及室内软装饰业，是家用纺织业的重要组成部分，床上用品主要包括枕芯、被褥、床垫、枕套、被套等产品。消费者生活水平不断提高，对床上用品的外观、材质、功能等的重视程度日益提高，床上用品与高科技结合将成为未来的重要发展趋势，数字化、智能化的床上用品有望成为新的增长点。

[1] 1: <http://m.hometex...> | 2: 家纺网

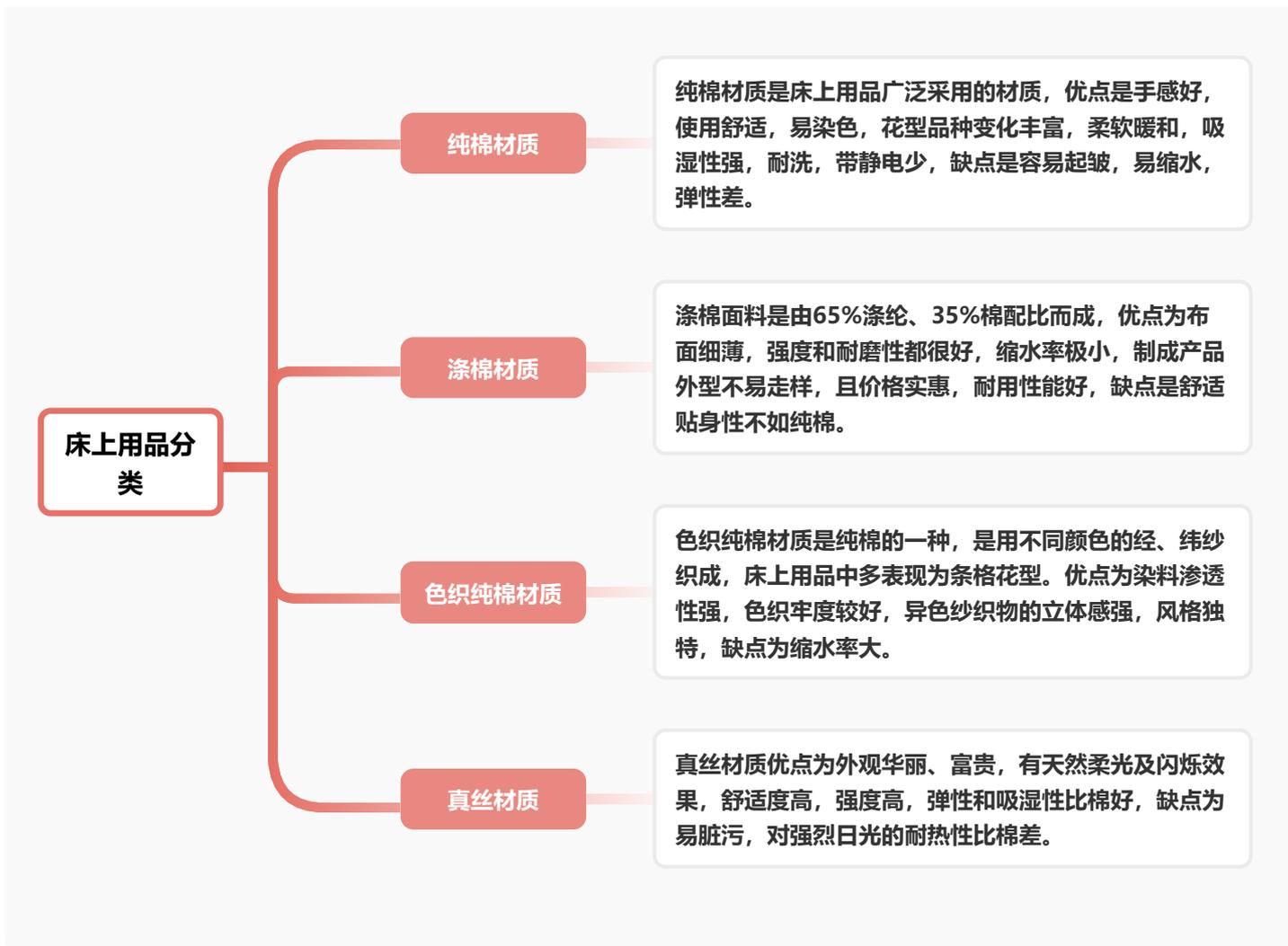
床上用品行业分类^[2]

床上用品按照产品类型分类可以分为床垫、枕芯、被芯、被套、枕套、床单，按照材质分类可以分为纯棉材质、涤棉材质、色织纯棉材质及真丝材质。

按照产品类型分类



按照材质分类



[2] 1: <https://www.snima...> | 2: <https://www.snima...> | 3: <https://www.snima...> | 4: <https://www.snima...> | 5: <https://m.sohu.co...> | 6: <https://zt.pchouse...> | 7: 诗曼妮、酒店用品平台...

床上用品行业特征^[3]

床上用品行业的特征包括增速放缓、数智化转型趋势明显、高端产品渗透率提升等。

1 床上用品行业已进入中低增长时期

床上用品行业经历了高速发展阶段，已经进入成熟发展阶段，增速相对放缓。

床上用品行业在21世纪初经历了高速发展阶段，连续几年保持两位数增长。经过多年的发展，床上用品行业已经从快速发展阶段进入优化发展阶段，增速也相对放缓。2024年一季度床上用品企业营业收入同比增长5.9%，利润总额同比出现下降8.3%，利润率为3.5%。

2 床上用品行业数智化转型趋势明显

现阶段数字化、智能化与科技化已经成为各行各业的发展趋势。床上用品行业应当紧跟时代步伐，借助数智化转型融入大健康、睡眠健康生态，由传统实体经济向科技服务型转变，注重消费者的使用体验，如采用智能家居技术、引入高科技面料等。

3 床上用品行业的高端产品渗透率逐步提升

随着消费者生活水平的提高，对于床上用品的消费水平也逐步提升，已不满足于原来的实用、保暖需求，逐渐向高端化、精品化发展，高端床上用品的渗透率有望持续提升。

在消费升级的背景下，消费者对于床上用品消费水平逐步提升，在保暖的基础上，还有设计美观、触感柔软、抗菌防螨、绿色环保等要求，也愈加重视床上用品的品质和品牌。高端产品的渗透率有所提升，预计未来高端产品需求将持续增长。

[3] 1: <http://www.homet...> | 2: 中国家纺协会

床上用品发展历程^[4]

20世纪90年代的床上用品多以保暖、实用为主，产品做工简单，行业进入门槛较低，参与者以小规模企业为主。进入90年代中期，部分企业为了拓展市场，开设专卖店，企业初步产生品牌意识。

进入21世纪，居民消费能力不断提升，房地产行业兴起，床上用品的消费频率增加，并逐渐重视产品的功能和外观，“中国名牌产品”评选亦推动了床上用品自主品牌建设，企业进入了品牌成长阶段。自2011年开始，床上用品行业零售增速趋缓。电商的出现冲击线下加盟、直营门店销量，各大床上用品品牌开始向线上渠道转型，行业进入调整阶段。2016年开始，各大品牌开始在电商渠道上发力，线上渠道增速可观，成为床上用品行业的增量市场，行业步入发展中后期，稳定增长，向高端化、数字化转型升级。

启动期 · 1996~2000

以往床上用品的生产目的多以保暖、实用为主，产品做工简单，功能单一，进入门槛较低，生产企业陆续成立。1987年，水星家纺前身“龙港江南被服厂”创建；1992年，罗莱生活前身“南通华源绣品有限公司”成立。部分企业为了拓展市场，进行营销模式的转变，开始出现品牌意识。1996年，罗莱生活导入CIS形象识别系统进行品牌建设；1998年，罗莱生活导入加盟体系模式，罗莱家纺品牌第一代形象专卖店在南通正式开张，同时期梦洁斥资500万冠名湖南卫视《快乐大本营》。

此阶段消费者开始注重产品舒适度，企业开始产生品牌意识，并出现了专卖店。

高速发展期 · 2001~2010

2001年，中国国家质检总局提出“中国名牌产品”评选，推动被芯等床上用品自主品牌建设。2003年，国务院颁布《关于促进房地产市场持续健康发展的通知》，明确提出将房地产作为国民经济发展的支柱产业，房地产行业的兴起，导致床上用品的消费频率逐渐增加。居民消费能力不断提高，为满足消费者需求，企业逐渐开展差异化的品牌建设，行业规模不断扩大。龙头企业陆续上市，2009年，罗莱生活成功登陆深交所A股市场，同年富安娜也在深交所上市。2010年，梦洁家居在深交所挂牌上市。

此阶段房地产行业兴起，床上用品行业规模迅速扩大，龙头企业陆续上市，生产厂商进入品牌成长阶段。

震荡期 · 2011~2015

经济增速放缓，内需与出口动力不足，进而影响到国内外对床上用品的需求，床上用品行业零售增速趋缓。电商的出现冲击线下加盟、直营门店销量，引导各大床上用品品牌线上渠道转型。2010年，水星家纺成立上海水星电子商务有限公司；2012年，罗莱公司电商首夺天猫双11床上用品类目冠军。

此阶段床上用品行业零售受经济增速及需求动力不足影响，增速趋缓，行业进入调整阶段。

成熟期 · 2016~2023

各大品牌注重在电商渠道上发力，线上渠道增速可观，成为床上用品行业的增量市场。2015-2021年，水星家纺连续七年双十一天猫家纺类目单店、单品牌销售第一。中大型企业逐渐进行下沉渠道铺设，朝二三线城市扩张。截至2022年，罗莱生活终端销售网络2,600多家，遍及全国多个省市。龙头企业不断寻找增长点，调整发展策略，2021年，梦洁推出“睡眠定制”理念，“优眠科技”高端睡眠系列诞生。

此阶段床上用品行业步入发展中后期，行业稳定增长，逐步向高端化、数字化转型升级。

[4] 1: 中国知网

床上用品行业上游是原材料供应商，主要包括棉花、化纤、羽绒及乳胶等，中游是床上用品的制造商及品牌商，下游是经销商、零售商及终端消费者，主要包括各品牌线下门店、家居店、超市及线上官方旗舰店等。床上用品产业链有以下三个核心研究观点：

1.棉花受下游需求不足影响，价格波动明显。截至2023年12月末，中国棉花价格指数16,462元/吨，较年初最低点上涨9.4%，较9月最高点下降10.7%；郑棉期货主力合约价格15,550元/吨，较年初上涨9.3%，较3月最低点上涨12.3%，较9月最高点下降12.6%。**2.全球经济增长放缓，家纺消费恢复动力不足，床上用品行业增长较为缓慢。**2023年全国规模以上家纺企业营业收入同比小幅下降1.2%，利润率为4.79%，较上年有所提高。2023年规模以上床品企业利润率为4.97%，床上用品出口额为145.8亿美元，同比下降1.7%。**3.线下渠道仍是床上用品行业最主要的销售渠道，线上渠道比重逐渐提高。**以罗莱生活为例，2023年罗莱生活各品牌在中国市场拥有2,730家终端门店，线下渠道营收为37.1亿元，占整体营业收入的比例为69.7%，线上渠道营收为16.1亿元，占整体营业收入比例为30.3%，较2022年上升8.7个百分点。

上 产业链上游

生产制造端

床上用品的原材料供应商

上游厂商

[荣盛石化股份有限公司 >](#)

[恒力石化股份有限公司 >](#)

[江苏东方盛虹股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

床上用品行业上游是原材料供应商，主要包括棉花、化纤、羽绒和乳胶等，上游呈现出以下特点：

1.棉花受下游需求不足影响，价格波动明显。2023年二、三季度，棉价受种植面积、天气、商业库存及抢收等预期因素炒作驱动上涨，9月郑棉期货全年最高点17,785元/吨，现货全年最高点18,433元/吨。2023年四季度，中国棉花市场供给逐渐宽裕，下游弱需求驱动棉价高位下行。截至2023年12月末，中国棉花价格指数16,462元/吨，较年初最低点上涨9.4%，较9月最高点下降10.7%；郑棉期货主力合约价格15,550元/吨，较年初上涨9.3%，较3月最低点上涨12.3%，较9月最高点下降12.6%。

2.化纤行业产量增速提升，上游原油价格波动较为平稳，化纤市场价格波动减弱。根据中国化纤协会统计，2023年化纤产量为6,872万吨，同比增长8.5%。化纤价格总体平稳波动，以涤纶为例，全年价差不超过1,000元/吨。2023年化纤行业营业收入为10,975.26亿元，同比增加6.8%。

中 产业链中游

品牌端

床上用品的制造商及品牌商

中游厂商

[罗莱生活科技股份有限公司 >](#)

[深圳市富安娜家居用品股份有限公司 >](#)

[上海水星家用纺织品股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

床上用品行业中游是制造商及品牌商，中游呈现出以下特点：**1.全球经济增长放缓，家纺消费恢复动力不足，床上用品行业增长较为缓慢。**据国家统计局数据显示，2023年全国规模以上家纺企业营业收入同比小幅下降1.2%，利润率为4.79%，较上年有所提高。2023年规模以上布艺企业实现利润率为7.23%，床品企业利润率为4.97%，毛巾企业利润率为5.7%，同比上年均有所提升。2023年床上用品出口额为145.8亿美元，同比下降1.7%。

2.中游品牌商不断加大研发投入，以新质生产力推动行业数智化转型。以喜临门为例，2015-2023年，喜临门研发投入累计超10亿元。2024年第一季度，喜临门的研发投入为4,475万元，同比增长28.1%。2023年，喜临门专利获授权192项，其中发明4项、实用新型69项、外观设计119项，涵盖智能助眠床垫、弹簧床垫、软床、家纺、海绵、新功能材料等多个领域。

产业链下游

渠道端及终端客户

床上用品的经销商、零售商及终端消费者

渠道端

[北京居然之家投资控股集团有限公司 >](#)

[红星美凯龙家居集团股份有限公司 >](#)

[月星集团有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

床上用品行业下游是经销商、零售商及终端消费者，主要包括各品牌线下门店、家居店、超市、线上渠道等，中游呈现出以下特点：**1.线下渠道仍是床上用品行业最主要的销售渠道。**以罗莱生活、喜临门为例，截至2023年12月31日，罗莱生活各品牌在中国市场拥有2,730家终端门店。2023年罗莱生活线下渠道营收为37.1亿元，占整体营业收入的比例为69.7%。2023年喜临门经销店营业收入为36.9

亿元，占整体营业收入的比例为43%。

2.随着电商的不断发展，线上渠道比重逐渐提高。以头部品牌为例，2023年罗莱生活线上渠道营收为16.1亿元，占整体营业收入比例为30.3%，较2022年上升8.7个百分点。喜临门线上销售收入为18.0亿元，较上年同比增长22.0%，占整体营业收入的比例为21.0%。水星家纺电商渠道营收为23.9亿元，较上年同比增长11.7%。

[5] 1: <https://www.china...> | 2: <https://www.ccfa.c...> | 3: <http://www.homet...> | 4: <http://www.homet...> | 5: 中国棉花协会、万德、...

床上用品行业规模

中国床上用品行业市场规模在1,000亿元上下波动，预测至2028年市场规模将达到1,037.8亿元，2023-2028年的复合年均增长率为0.5%。

中国床上用品行业市场规模呈现此趋势的原因为：**1.整体家纺行业已进入中低增长时期，行业稳中承压。**2023年全国规模以上家纺企业营业收入同比小幅下降1.2%，利润率为4.79%，较上年有所提高。2023年规模以上床品企业利润率为4.97%，床上用品出口额为145.8亿美元，同比下降1.7%。**2.中国房地产行业发展放缓，床上用品新增需求不足。**随着“房住不炒”政策的提出及房地产融资监管的进一步加强，中国房地产行业增速逐步放缓，2020年商品房住宅销售面积为831,631万平方米，较上年同比下降3.3%，这是自2015年来该指标首次为负。2023年商品房销售面积111,735万平方米，比上年下降8.5%，其中住宅销售面积下降8.2%。商品房销售额116,622亿元，下降6.5%，其中住宅销售额下降6.0%。

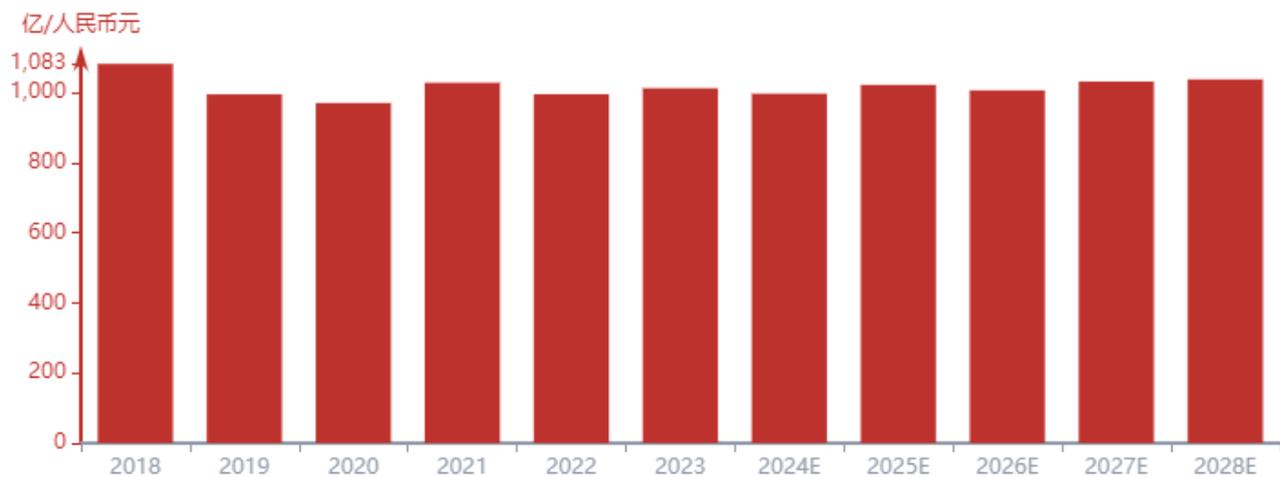
未来中国床上用品行业市场规模预计将保持波动上升趋势，主要原因为：**1.从需求端看，消费者更加注重产品质量与品质，高端床品渗透率不断提升。**2017年中国高端床品市场规模为73.4亿元，2022年高端床品市场规模为93.6亿元，复合年均增长率为5.6%。中国家纺替换需求占整体需求的40%，消费者对于高端床品的需求带动市场规模增长。**2.从供给端看，床上用品企业不断加大研发投入，不断推出优质产品与服务。**截至2023年年末，罗莱生活拥有专利168件，其中发明专利55件，实用新型专利43件，梦洁股份新申请、授权发明专利6项，实用新型专利1项，外观专利26项，2015-2023年，喜临门研发投入累计超10亿元。2024年第一季度，喜临门的研发投入为4,475万元，同比增长28.1%。

床上用品行业规模

床上用品行业规模



床上用品行业规模



数据来源：中国家纺协会

床上用品政策梳理^[6]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进家居消费若干措施》	商务部等13部门	2023-07-18	8
政策内容	政策提出要以绿色化、智能化、适老化为“发力点”，提升供给质量，创新消费场景，改善消费条件，优化消费环境，疏堵点、解难点、治痛点，促进家居消费恢复和升级。			
政策解读	该政策为促进家居消费恢复和升级提供了政策支持，床上用品作为家纺行业中重要组成部分，未来将会成为家纺行业中消费的重点领域。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《推进家居产业高质量发展行动方案》	工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局	2022-08-01	7
政策内容	政策提出到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。			

政策解读	该政策强调家居产业创新能力及家居产品的高质量供给，能够促进数字化、智能化的高端床上用品发展，推动传统床上用品企业转型升级。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》	中共中央、国务院	2022-12-14	6
政策内容	政策提出要促进居住消费健康发展。推进无障碍设施建设，促进家庭装修消费，增加智能家电消费，推动数字家庭发展。			
政策解读	该政策强调促进居住消费健康发展，家纺行业是居住消费中的重要组成部分，该政策对扩大内需、促进消费者居住消费有指导作用。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022-2035年）》	中国纺织工业联合会	2023-08-27	9
政策内容	政策提出要对推动行业进步的纺织科技创新、突出文化引领的纺织时尚升级、践行纺织绿色制造和履行社会责任、建立协调联动的纺织区域融通发展、推进双循环的国际化供应链提升、促进数字经济与纺织产业深度融合发展、支撑现代化发展的纺织人力资源建设等七个方面提出具体行动内容。			
政策解读	该纲要提出到2035年纺织现代化产业体系基本形成，加大在前沿材料、高端装备、先进工艺、智能制造等领域的研发力度，推动基础创新、关键创新、融合创新与应用创新。对整个床上用品行业有指导作用，能够促进行业高质量发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国家纺家居行业五年发展规划纲要（2023-2028年）》	中国纺织品商业协会家纺家居专业委员会	2023-05-12	9

政策内容	政策提出要落实立足新发展阶段，以创新为引领，以应用促发展，大力推动家纺家居产业协同联动、融合互通、智能互联，培育壮大新业态新模式，巩固提升国际竞争优势，以优质供给引领消费，为推动高质量发展和创造高品质生活提供有力支撑。
政策解读	该政策提出要围绕国家战略大局，家纺家居行业作出新贡献，顺应产业潮流趋势，积极建言献策、提供服务。立足于企业实际需要，积极反映行业声音、企业诉求。能够规范市场秩序，促进行业健康有序发展。
政策性质	指导性政策

[6] 1: <https://swjjiaxing...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <http://www.ccpitte...> | 5: <https://info.texnet...> | 6: 嘉兴市商务局、中华人...

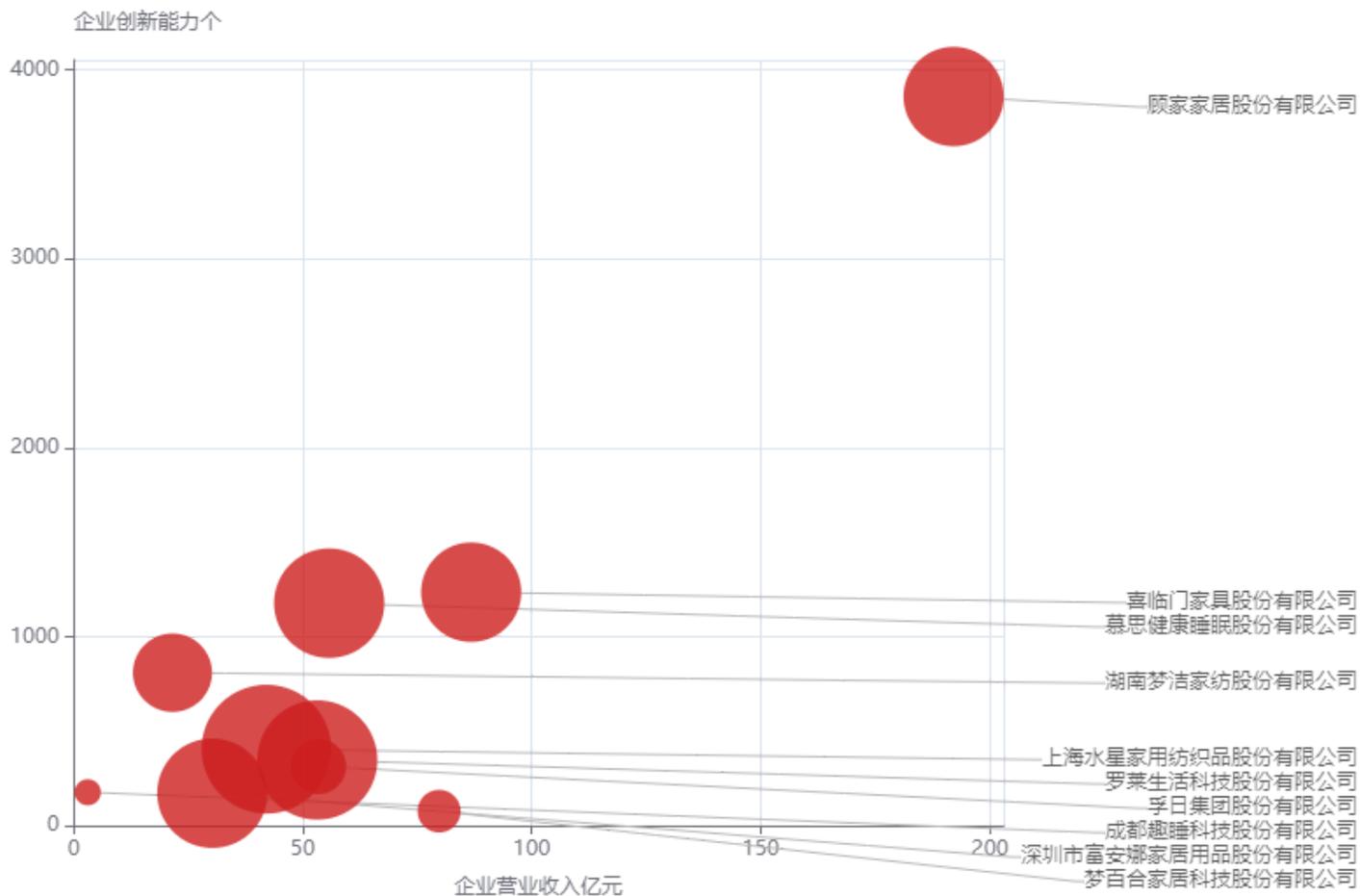
床上用品竞争格局

床上用品行业发展时间较长，行业呈现以下梯队分布情况：第一梯队公司成立时间较早，规模较大，包括顾家家居、喜临门；第二梯队公司聚焦于床上用品，知名度较高，包括水星家纺、富安娜、罗莱生活、梦洁家纺；第三梯队公司聚焦于助眠床品，包括慕思股份、趣睡科技、梦百合。

床上用品行业形成当前竞争格局的原因主要为：**1.成立较早的企业率先进入市场，形成了成熟的供应链与线下销售网络。**消费者对于床上用品等产品，更注重体验感，因此线下销售网络是重要竞争力之一，以喜临门、罗莱生活为例，喜临门在国内外已拥有超5,600家门店，2023年喜临门线下经销店营业收入为36.9亿元，占整体营收的43%；罗莱生活各品牌终端门店有2,730家，2023年罗莱生活线下渠道营业收入为37.1亿元，占整体营收的69.7%。**2.床上用品企业销售具有较强的区域属性。**例如：水星家纺主要面向华东地区消费者，2023年水星家纺华东地区营业收入为7.0亿元，占整体营业收入的16.7%，高于其他地区营收；梦洁股份主要面向华中地区消费者，2023年梦洁股份华中地区营业收入为13.4亿元，占整体营业收入的62.0%。

未来床上用品行业市场集中度有望进一步提高，主要原因如下：**1.数智化需求会进一步提升，企业将会进一步增加科技投入，头部企业具有一定优势。**梦洁股份2023年研发投入金额为6,891.7万元，研发投入占营业收入比例为3.2%，公司新申请、授权发明专利6项，实用新型专利1项，外观专利26项；富安娜2023年研发投入金额为10,795.8亿元，研发投入占营业收入比例为3.56%，截止2023年末，公司拥有包括发明专利、实用新型专利、外观专利、软件著作权、版权共1,489项，其中，2023年内新增版权、外观专利、实用新型专利、软件著作权共81项。**2.消费者生活水平提高，高端化需求提升，已建立品牌形象企业将更受消费者欢迎，市场集中度有望提高。**以水星家纺、罗莱生活为例，截至2023年11月17日，水星家纺天猫旗舰店的粉丝数量高达1,102.2万，罗莱生活天猫旗舰店粉丝数量为719.7万，远高于新兴品牌，梦百合的天猫旗舰店的粉丝数量仅42.5万，趣睡科技的天猫旗舰店粉丝数量仅0.7万。

气泡大小表示：企业品牌力(分)



上市公司速览

罗莱生活科技股份有限公司 (002293)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	37.5亿元	0.99	44.68

深圳市富安娜家居用品股份有限公司 (002327)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	19.2亿元	-2.90	54.59

喜临门家具股份有限公司 (603008)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	60.7亿元	5.71	34.22

顾家家居股份有限公司 (603816)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	88.8亿元	-1.53	31.51

梦百合家居科技股份有限公司 (603313)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	36.0亿元	-11.82	36.05

上海水星家用纺织品股份有限公司 (603365)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	18.0亿元	9.37	39.92

慕思健康睡眠股份有限公司 (001323)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	38.1亿元	-8.38	50.79

湖南梦洁家纺股份有限公司 (002397)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.6亿元	4.77	42.99

成都趣睡科技股份有限公司 (301336)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.0亿元	-20.64	24.43

孚日集团股份有限公司 (002083)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	39.9亿元	0.14	16.67

[7] 1: 万德

[8] 1: 专利之星

[9] 1: 天猫

床上用品代表企业分析

1 喜临门家具股份有限公司【603008】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	38741.7787万人民币
企业总部	绍兴市	行业	家具制造业
法人	陈阿裕	统一社会信用代码	91330000143011639A
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1996-11-06
品牌名称	喜临门家具股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	软垫家具, 钢木家具, 通用零部件, 保健器材(不含医疗器械), 电机, 电子设备, 电子元... 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	1.07	1.01	1.03	1.06	1.09	1.03	1	-	-	-
资产负债率(%)	42.1818	58.4451	44.775	52.5719	59.2181	56.7978	58.0594	59.265	58.893	55.852
营业总收入同比增长(%)	26.2903	30.753	31.3895	43.7615	32.1136	15.6845	15.4348	38.208	0.861	4.472
归属净利润同比增长(%)	-21.8806	103.006	6.8824	39.1784	-254.5392	186.7988	-17.6141	-	-	-
应收账款周转天数(天)	77.4427	89.7241	98.3687	96.8341	94.5204	86.1553	60.7441	45	48	52

流动比率	1.0808	0.8673	1.2383	1.1451	0.9938	1.0851	1.2054	1.1	1.099	1.16
每股经营现金流(元)	0.1282	0.9098	0.7291	0.5642	-0.3531	1.2744	1.9101	1.816	2.172	-1.616
毛利率(%)	37.5303	39.6112	36.9771	34.699	28.8396	34.7535	33.7589	-	-	-
流动负债/总负债(%)	99.881	79.4127	95.1589	94.3764	94.308	93.4606	96.6808	86.914	86.986	82.889
速动比率	0.7805	0.5574	0.8678	0.7706	0.6144	0.705	0.9719	0.843	0.84	0.855
摊薄总资产收益率(%)	5.3289	7.297	5.3545	5.5561	-7.1952	6.5215	4.9365	7.039	2.738	0.7
营业总收入滚动环比增长(%)	-3.5381	34.0586	26.6363	32.1254	11.2469	16.0571	46.9499	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-76.277	12.6034	-54.5761	-38.6429	-2111.9227	-92.2621	9.0418	-	-	-
加权净资产收益率(%)	8.34	15.32	12.39	11.09	-17.56	15.39	10.2	-	-	-
基本每股收益(元)	0.3	0.61	0.61	0.74	-1.13	0.98	0.8	1.45	0.62	0.16
净利率(%)	7.2199	11.2682	9.1777	8.8591	-10.0644	8.4674	6.2423	7.7888	3.4727	4.2688
总资产周转率(次)	0.7381	0.6476	0.5834	0.6272	0.7149	0.7702	0.7908	0.979	0.903	0.167
归属净利润滚动环比增长(%)	-79.3278	40.1755	-30.4078	-27.7094	-1735.1606	-30.801	-3.2051	-	-	-
每股公积金(元)	1.4817	1.4812	3.4469	3.6311	3.6348	3.5605	3.5162	3.4961	3.4182	3.4182
存货周转天数(天)	77.2499	93.7305	108.5645	112.9305	102.9807	117.7125	94.2063	65	78	109
营业总收入(元)	12.91亿	16.87亿	22.17亿	31.87亿	42.11亿	48.71亿	56.23亿	77.72亿	78.39亿	14.67亿
每股未分配利润(元)	1.012	1.5721	1.6798	2.2582	1.0957	1.9471	2.6428	3.7108	4.0488	4.2069
稀释每股收益(元)	0.3	0.61	0.61	0.73	-1.13	0.98	0.8	1.45	0.62	0.16
归属净利润(元)	9391.04万	1.91亿	2.04亿	2.84亿	-438267306.36	3.80亿	3.13亿	5.59亿	2.38亿	6163.15万
扣非每股收益(元)	0.31	0.57	0.54	0.67	-1.21	0.69	0.8	1.28	0.53	0.1291

经营现金流/营业收入	0.1282	0.9098	0.7291	0.5642	-0.3531	1.2744	1.9101	1.816	2.172	-1.616
------------	--------	--------	--------	--------	---------	--------	--------	-------	-------	--------

2 深圳市富安娜家居用品股份有限公司【002327】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	85848.3714万人民币
企业总部	深圳市	行业	纺织业
法人	林国芳	统一社会信用代码	91440300618881268A
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1994-08-11
品牌名称	深圳市富安娜家居用品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般经营项目是：新型纺织材料及其制品、床上用品、装饰布、衍缝制品及家居用品（不含... 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	1.34	1.32	1.3	1.31	1.28	1.29	-	-	-	-
资产负债率(%)	22.4017	21.8471	24.5903	21.7126	22.1411	24.2053	20.109	21.492	19.348	17.126
营业总收入同比增长(%)	5.6801	6.2363	10.4638	13.1786	11.5543	-4.4424	3.055	10.62	-3.136	-7.567
归属净利润同比增长(%)	19.5612	6.5523	9.42	12.4018	10.1135	-6.7181	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	13.2486	23.241	39.4841	43.9292	43.0421	37.8752	27	24	26	33
流动比率	3.2703	2.8565	2.4517	2.7921	2.8459	2.3785	2.821	2.785	3.648	3.913
每股经营现金流(元)	1.0181	0.3382	0.4937	0.4204	0.3966	1.0245	0.781	0.934	0.856	0.138
毛利率(%)	51.3211	51.0511	50.2354	49.579	49.8186	52.0007	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	96.9754	95.5268	97.1615	97.7203	98.2736	97.3614	97.197	83.947	87.057	86.78
速动比率	1.7703	1.5939	1.0711	1.0065	0.9265	1.5896	1.956	1.83	2.683	2.875
摊薄总资产收益率(%)	14.5613	14.0353	13.6003	13.0879	12.6593	10.9305	11.249	11.876	11.376	2.373

营业总收入滚动 环比增长(%)	50.4834	82.2828	106.5629	86.6907	87.1619	94.2106	-	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	46.4226	153.4325	170.303	199.6974	129.6446	163.747	-	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	19.06	16.33	15.73	17.05	16.19	14.17	-	-	-	-
基本每股收益 (元)	0.9	0.47	0.52	0.6	0.65	0.61	0.62	0.67	0.65	0.14
净利率(%)	19.1166	19.1735	18.9923	18.8619	18.6183	18.1749	17.9699	17.1695	17.3343	17.9084
总资产周转率 (次)	0.7617	0.732	0.7161	0.6939	0.6799	0.6014	0.626	0.692	0.656	0.133
归属净利润滚动 环比增长(%)	53.5719	123.2951	163.7036	208.5216	138.7002	186.9494	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.2123	0.1644	0.0961	0.2371	0.2807	0.0944	0.1308	0.046	0.0575	0.0575
存货周转天数 (天)	207.3733	187.1394	183.4208	185.2233	189.6434	222.4694	216	186	196	236
营业总收入(元)	19.70亿	20.93亿	23.12亿	26.16亿	29.18亿	27.89亿	28.74亿	31.79亿	30.80亿	6.20亿
每股未分配利润 (元)	2.7029	1.7364	2.1271	2.5134	2.7642	2.9834	3.0152	3.2307	3.1809	3.315
稀释每股收益 (元)	0.89	0.47	0.5	0.59	0.64	0.6	0.62	0.67	0.65	0.13
归属净利润(元)	3.77亿	4.01亿	4.39亿	4.93亿	5.43亿	5.07亿	5.16亿	5.46亿	5.34亿	1.11亿
扣非每股收益 (元)	0.86	0.45	0.48	0.56	0.59	0.53	0.58	0.63	0.59	0.1237
经营现金流/营 业收入	1.0181	0.3382	0.4937	0.4204	0.3966	1.0245	0.781	0.934	0.856	0.138

3 罗莱生活科技股份有限公司【002293】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	83472.2481万人民币
企业总部	南通市	行业	文教、工美、体育和娱乐用品制造业
法人	薛嘉琛	统一社会信用代码	913206007382887412

企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、上市)	成立时间	2002-05-23
品牌名称	罗莱生活科技股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产销售家用纺织品、酒店纺织品、鞋帽; 批发天然植物纤维编织工艺品、刺绣工艺品、地... 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	1.2	1.13	1.17	1.22	1.22	1.11	-	-	-	-
资产负债率(%)	20.1463	23.7999	31.5575	31.2857	22.6416	22.0335	26.081	34.757	39.925	37.162
营业总收入同比增长(%)	9.3967	5.5853	8.1143	47.8912	3.2381	0.9846	1.038	17.296	-7.746	-3.618
归属净利润同比增长(%)	19.8507	3.014	-22.6272	34.8507	24.9247	2.161	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	18.8158	26.2158	32.0196	29.8659	35.8188	36.5482	38	31	36	39
流动比率	3.681	3.0232	2.4028	2.4812	3.4596	3.4239	2.77	2.238	2.065	2.528
每股经营现金流(元)	1.8097	0.4838	0.7201	0.5651	0.1409	0.9167	1.028	0.868	0.514	0.201
毛利率(%)	44.8617	48.9621	48.4631	43.4647	45.5012	43.8576	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	99.1096	98.1155	91.9959	90.4313	92.7663	92.8393	94.321	78.21	76.191	66.534
速动比率	1.3874	1.1377	1.3003	0.8045	1.427	2.225	1.974	1.467	1.295	1.621
摊薄总资产收益率(%)	13.8247	12.8215	8.8082	10.3012	11.3566	10.7744	10.441	11.788	8.658	2.544
营业总收入滚动环比增长(%)	14.8092	9.2223	22.75	23.1384	8.4758	21.2892	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-7.7279	-56.7905	-60.3074	-41.1539	58.8097	32.8642	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	17.56	16.63	12.05	14.79	14.98	13.45	-	-	-	-
基本每股收益(元)	1.42	0.58	0.4521	0.6083	0.7237	0.6599	0.7065	0.8596	0.684	0.2092
净利率(%)	14.4193	14.511	10.7484	9.7187	11.321	11.5031	12.0751	12.4753	10.7924	14.2384
总资产周转率(次)	0.9588	0.8836	0.8195	1.0599	1.0031	0.9367	0.876	0.952	0.802	0.178

归属净利润滚动 环比增长(%)	1.7228	-38.4038	-46.7482	-21.1849	-0.7799	24.5349	-	-	-	-
每股公积金(元)	2.731	0.4924	0.4966	0.5261	1.1324	0.9661	0.9651	0.9888	0.9416	0.9413
存货周转天数 (天)	155.8577	156.3993	146.1098	113.7692	162.2572	170.4707	153	140	185	207
营业总收入(元)	27.61亿	29.16亿	31.52亿	46.62亿	48.13亿	48.60亿	49.11亿	57.60亿	53.14亿	12.40亿
每股未分配利润 (元)	4.1508	1.7824	1.9945	2.3259	2.4794	2.5039	2.6496	2.2971	2.3878	2.6011
稀释每股收益 (元)	1.42	0.58	0.4521	0.6083	0.7236	0.656	0.7059	0.8545	0.684	0.2092
归属净利润(元)	3.98亿	4.10亿	3.17亿	4.28亿	5.35亿	5.46亿	5.85亿	7.13亿	5.74亿	1.77亿
扣非每股收益 (元)	1.36	0.46	0.379	0.5474	0.5832	0.5643	0.6709	0.8174	0.6294	0.1934
经营现金流/营 业收入	1.8097	0.4838	0.7201	0.5651	0.1409	0.9167	1.028	0.868	0.514	0.201

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

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

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



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

