



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。

干擦拭巾：从洗脸巾到棉柔巾，擦拭巾迎来细分“革命” 头豹词条报告系列



程希 · 头豹分析师

2024-06-07 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/纺织服饰](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>擦拭巾是指以纸或非织造布为基材，用于清洁、擦拭...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>干擦拭巾按照使用场景可以分为棉柔巾、厨房纸巾、...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>干擦拭巾行业的特征包括发展时间短、潜在市场空间...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>干擦拭巾行业目前已达到 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>干擦拭巾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>干擦拭巾行业相关政策 5 篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>干擦拭巾行业集中度较低，行业呈现以下梯队情况：...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 干擦拭巾是以纺织纤维为原料，经非织造工艺加工而成的清洁人体皮肤或物体表面的干态擦拭巾，具有较好的吸水性和强度，涵盖了棉柔巾、厨房纸巾、擦手纸、懒人抹布等产品。干擦拭巾行业处于成长期，随着消费者生活水平的提高，在可负担的范围内，消费者乐于购买提高生活质感的产品，一次性擦拭用品在家庭清洁和个人护理场景中出现地愈加频繁。并且随着洗脸巾等细分产品的出现，干擦拭巾在擦拭巾中的占比迅速攀升。企业不断挖掘垂直纵深的需求和场景，填补现有消费市场空白，未来干擦拭巾市场规模将持续增长。

干擦拭巾行业定义^[1]

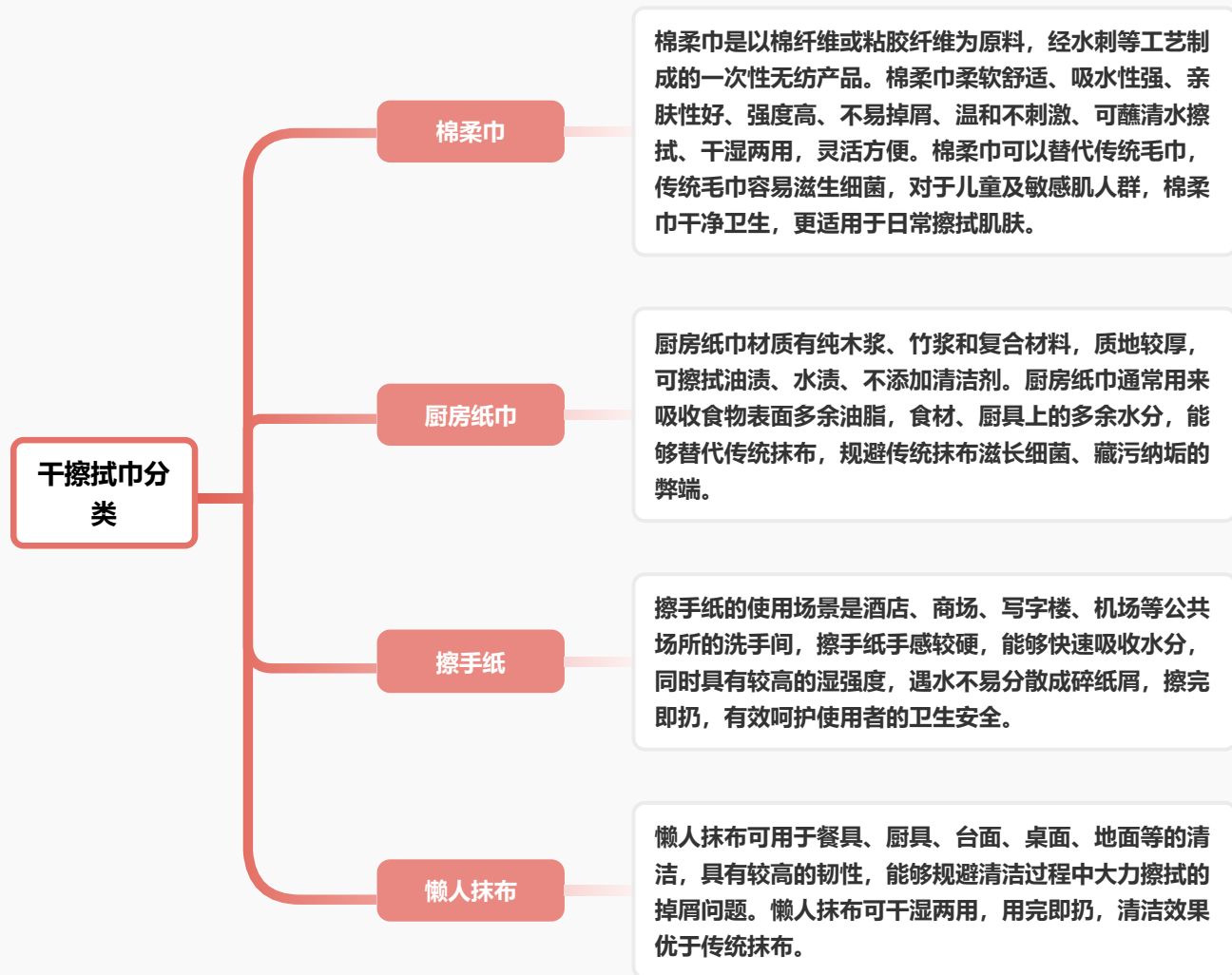
擦拭巾是指以纸或非织造布为基材，用于清洁、擦拭人体、物体等表面的各种产品的总称。擦拭巾产品家族庞大，包括两个分支——干擦拭巾和湿擦拭巾。干擦拭巾是以纺织纤维为原料，经非织造工艺加工而成的清洁人体皮肤或物体表面的干态擦拭巾，具有较好的吸水性和强度，主要涵盖了棉柔巾、厨房纸巾、擦手纸、懒人抹布等产品。干擦拭巾行业处于成长期，随着消费者生活水平的提高，干擦拭巾或将进一步取代可循环使用的毛巾、抹布类产品。

[1] 1: <http://www.news.c...> 2: 中国制浆造纸研究院有...

干擦拭巾行业分类^[2]

干擦拭巾按照使用场景可以分为棉柔巾、厨房纸巾、擦手纸、懒人抹布等。

按照使用场景分类



- [2] 1: <https://caijing.chin...> | 2: <https://www.cbnd...> | 3: <https://caijing.chin...> | 4: <https://caijing.chin...> | 5: <https://caijing.chin...> | 6: <https://caijing.chin...> | 7: 中国造纸协会生活用纸...

干擦拭巾行业特征^[3]

干擦拭巾行业的特征包括发展时间短、潜在市场空间大、产品同质化严重、新兴国产品牌崛起等。

1 中国干擦拭巾发展时间短，潜在市场空间大

相较于欧美发达国家，中国干擦拭巾行业发展时间短，仍处于成长阶段，自2015年后才逐步进入大众视野。随着消费者生活水平的提高及卫生意识的加强，“懒人经济”盛行，一次性擦拭用品在家庭清洁和个

人护理场景中出现地愈加频繁。干擦拭巾能够替代以往循环使用的毛巾、抹布等产品，未来潜在市场空间大。

2 干擦拭巾产品同质化严重，未来市场将持续细化

随着消费者对干擦拭巾接受度的提高，且擦拭巾的进入门槛较低，大量厂商涌入市场，干擦拭巾市场产品同质化严重。但现阶段消费者对于干擦拭巾的需求逐步细化，除了婴儿使用的棉柔巾和代替毛巾的洗脸巾，还出现了卸妆巾、湿敷巾、地板清洁用的静电擦拭巾等。未来市场将持续细化，逐步丰富的使用场景及多元化的需求细分会逐步模糊消费群体的边界，从而带动干擦拭巾行业整体规模增长。

3 电商平台助力新兴国产品牌崛起

干擦拭巾行业发展时间较短，该赛道厂商尚未建立起品牌壁垒，且现阶段消费者更倾向于被性价比高的产品所吸引，会主动搜索相关信息。新电商平台的沉浸式短视频和推广软文则借此成为了新的营销渠道。除此之外，当前大环境下，中国消费者更倾向于购买本土企业的产品，对于本土企业的消费行为会为中国消费者带来民族自豪感，中国消费者的消费倾向叠加新电商平台的渠道营销为国有品牌崛起提供了有利条件。

[3] 1: <https://finance.sin...> | 2: 界面新闻

干擦拭巾发展历程^[4]

1907年，美国的斯科特纸业公司首次推出了一次性擦拭巾用品来防止布巾传播感冒。1931年，一次性擦拭巾被引入厨房，史谷脱纸业推出了厨房纸巾。20世纪末，非织造布生产技能更加先进，设备更加精巧，生产能力大幅提高，非织造布在强度、手感、卫生度等方面均有一定优势，逐渐成为了擦拭巾的主要原材料。21世纪初，中国开始有企业进行干擦拭巾的生产，但受限于当时消费者的生活水平，并没有得到广泛推广。2008年，稳健集团实现了棉柔巾的批量生产，棉柔巾此阶段大多是为婴幼儿擦拭身体使用。2013年后，随着使用棉柔巾来洗脸或者擦脸的消费者愈多，“洗脸巾”应运而生。2017年后凭借明星和网红带货效应，洗脸巾等细分产品快速增长。

萌芽期 · 1907~2000

1907年，美国的斯科特纸业公司首次推出了一次性擦拭巾用来代替布巾，防止感冒的传播；随后公司推出Sani-Towels这一品牌，将产品销售至学校、餐馆、酒店和火车站等公共场所的洗手间；1931年，干擦拭巾被引入厨房，厨房纸巾正式被推出。

此阶段为干擦拭巾的萌芽期，干擦拭巾最早由美国公司推出，并逐渐推广至学校、餐馆、酒店、火车站及厨房等场所。

启动期 · 2001~2014

21世纪初，中国开始有企业进行擦拭巾的生产；2005年，稳健集团开始研发全棉水刺非织造布；2008年，稳健集团经过三、四年的测试后，实现了棉柔巾的批量生产，棉柔巾早期是为婴幼儿擦拭身体使用。2013年后，随着使用棉柔巾来洗脸或者擦脸的消费者愈加增多，“洗脸巾”应运而生。此阶段为干擦拭巾的启动期，中国企业开始进行擦拭巾的生产，随着全棉水刺非织造布的发展，出现了棉柔巾、一次性洗脸巾等新品类。

高速发展期 · 2015~2023

2017年，明星的洗脸直播引发了广大网友的关注，一次性洗脸巾迅速进入大众视野；自此之后，大量明星和网红开始推荐洗脸巾，洗脸巾销量实现大幅增长；2018年，毛巾品牌洁丽雅推出洗脸巾产品；随着消费者生活水平的提高，一次性擦拭用品需求持续增长。

此阶段为干擦拭巾的高速发展阶段，产品种类逐渐丰富，受益于明星和网红的带货效应，洗脸巾等细分产品需求快速增长。

[4] 1: <http://www.toiletp...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: 中国造纸协会生活用纸...

干擦拭巾产业链分析^[5]

干擦拭巾行业产业链上游为原材料供应环节，主要参与者为非织造布与化学纤维等原材料供应商；产业链中游为生产制造环节，主要参与者为干擦拭巾的生产商与品牌商；产业链下游为销售环节，主要参与者为干擦拭巾的批发商、零售商及终端消费者。干擦拭巾产业链有以下三个核心研究观点

1.非织造布行业产能利用率平稳回升，生产稳步增长，但行业盈利能力承压。2023年非织造布行业产量为814.3万吨，与2022年基本持平。2023年中国非织造布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降5.2%和19.1%，利润总额增速较上半年大幅收窄46.8个百分点，毛利润率和营业利润率分别为13.4%和3.2%。**2.擦拭巾市场份额大幅增加，母婴品牌及部分新兴品牌表现良好，国产品牌逐步崛起。**2023年主流电商平台线上干、湿巾销售总额超过150亿元，同比增长约15%。由于棉柔巾早期多使用于母婴场景，Babycare等母婴品牌表现良好，截至2023年，小熊加厚棉柔巾累计销售23亿张，2023年上半年，全棉时代干湿棉柔巾销售额为5.5亿元，同步增长10%。**3.互联网高速发展，销售渠道多元化，线上渠道销售额持续增长。**2023年上半年，稳健医疗

健康生活消费品电商销售额为12.4亿元，较上年同比增长10.4%，电子商务渠道销售额占全渠道销售额比例为60.2%。

上 产业链上游

生产制造端

非织造布等原材料的供应商

上游厂商

[安徽金春无纺布股份有限公司 >](#)

[大连瑞光非织造布集团有限公司 >](#)

[佛山市南海必得福无纺布有限公司工会委员会 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

干擦拭巾产业链上游为原材料供应环节，参与者包括非织造布与化学纤维等原材料供应商，产业链上游呈现以下特点：**1.非织造布行业产能利用率平稳回升，生产稳步增长。**2023年非织造布行业产量为814.3万吨，与2022年基本持平，2001—2023年非织造布行业产量年均增速约12.9%。2001年至2023年中国非织造布的出口额由1.1亿美元增长至38.1亿美元，年均增长率为17.5%。

2.非织造布行业盈利能力承压，企业分化进一步加速。2023年产业用纺织品行业规模以上企业数量相比2019年大幅增长53.2%，新进入者加剧了市场竞争的激烈程度，企业议价空间进一步缩小。2023年产业用纺织品企业主要产品价格指数为40.1，尽管相比2022年同期（38.7）有所回升，但仍处于低位。2023年中国非织造布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降5.2%和19.1%，利润总额增速较上半年大幅收窄46.8个百分点，毛利润率和营业利润率分别为13.4%和3.2%。

中 产业链中游

品牌端

生产制造商及品牌商

中游厂商

[稳健医疗用品股份有限公司 >](#)

[深圳全棉时代科技有限公司 >](#)

[恒安國際集團有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

干擦拭巾产业链中游为产品生产制造环节，参与者包括干擦拭巾的制造商与品牌商，产业链中游呈现以下特点：**1.干擦拭巾准入门槛较低，市场集中度不高。**根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计

数据，排名前15位擦拭巾生产商的销售额约占总销售额的52.1%。**2.擦拭巾市场份额大幅增加，母婴品牌及部分新兴品牌表现良好，国产品牌逐步崛起。**2023年中国非织造擦拭材料总计消耗非织造布约90万吨，市场规模约290亿元。2023年主流电商平台线上干、湿巾销售总额超过150亿元，同比增长约15%。由于棉柔巾早期多使用于母婴场景，Babycare等母婴品牌表现良好，截至2023年，小熊加厚棉柔巾累计销售23亿张，2023年618购物节，Babycare全渠道销售额超14亿元。稳健医疗等国产品牌逐步崛起，2023年上半年，干湿棉柔巾销售额为5.5亿元，同步增长10%，产品不断迭代升级带动销售额上涨。

产业链下游

渠道端及终端客户

渠道商及终端客户

渠道端

淘宝（中国）软件有限公司 >

京東集團股份有限公司 >

拼多多（上海）网络科技有限公司 >

查看全部 v

产业链下游说明

干擦拭巾产业链下游为销售环节，参与者包括干擦拭巾的渠道商及终端客户，产业链下游呈现以下特点：**1.互联网高速发展，销售渠道多元化，线上渠道销售额持续增长。**2023年全年社会消费品零售总额47.15万亿元，同比增长7.2%，网上零售额15.43万亿元，同比增长11.0%，占社会消费品零售总额的比重为32.7%。2023年上半年，稳健医疗健康生活消费品电商销售额为12.4亿元，较上年同比增长10.4%，电子商务渠道销售额占全渠道销售额比例为60.2%。

2.新电商平台的兴起为干擦拭巾打开了新的营销渠道，沉浸式短视频和推广软文有望带动干擦拭巾渗透率进一步提升。截至2024年4月23日，小红书上有关棉柔巾的笔记超24万篇，相关商品超12万件，有关洗脸巾的笔记超68万篇，相关商品超11万件，有关厨房纸巾的笔记超34万篇，相关商品超8万件。

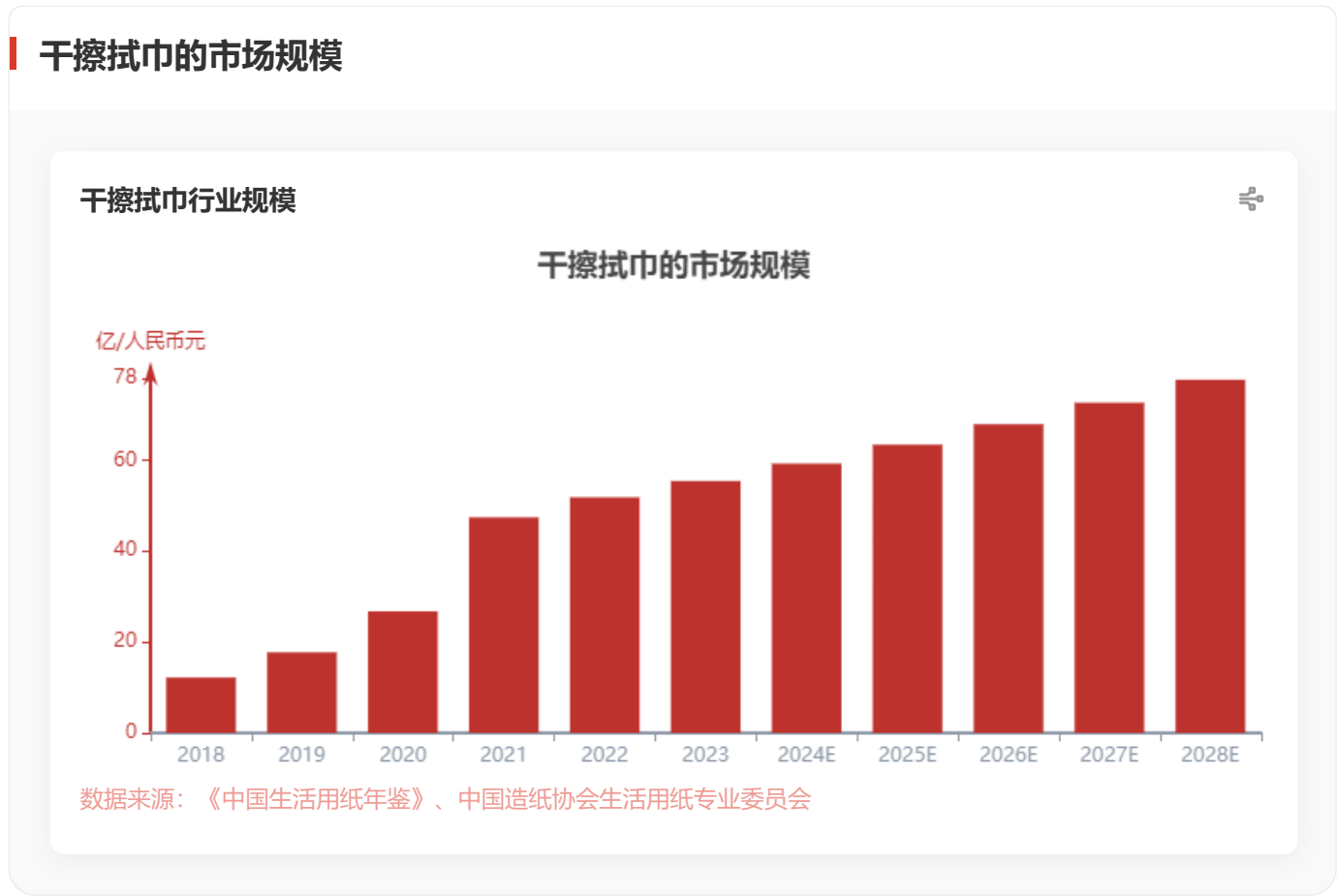
[5] 1: <https://caijing.chin...> | 2: 中国造纸协会生活用纸...

干擦拭巾行业规模^[6]

干擦拭巾行业市场规模由2018年的12.2亿元增长至2023年的55.4亿元，预测至2028年市场规模将达到77.7亿元，2023-2028年的复合年均增长率为7.0%。

中国干擦拭巾行业近年来保持增长趋势，主要得益于以下两方面原因：**1.消费者健康意识的显著提升带动了清洁需求，擦拭巾的消费需求上升。**2021年中国擦拭巾市场规模约为214.2亿元，2018—2021年的复合平均增长率为4.2%。2023年中国非织造擦拭材料总计消耗非织造布约90万吨，市场规模约290亿元。2023年主流电商平台线上干、湿巾销售总额超过150亿元，同比增长约15%。**2.棉柔巾、洗脸巾等细分产品受明星及网红带货效应影响，销售量稳步增长。**棉柔巾开创者全棉时代，2023年上半年，全棉时代实现营业收入20.6亿元，毛利率58.2%，实现营业利润额2.7亿元，同比增长28.7%，实现营业利润率12.9%，其中干湿棉柔巾实现营业收入5.5亿元，同比增长10.0%。

未来干擦拭巾行业市场规模有望持续增长，主要有以下两大驱动因素：**1.干擦拭巾使用场景趋于多元化，渗透率有望持续提高。**消费者对于干擦拭巾的需求逐步细化，干擦拭巾的使用场景趋于多元化，例如出现了一次性浴巾、一次性毛巾等细分品类，2023年中国出游人次48.9亿，比上年同期增加23.6亿，同比增长93.3%，游客出游总花费4.9万亿元，比上年增加2.9万亿元，同比增长140.3%，旅游出行有望带动一次性浴巾等擦拭巾细分品类需求量提升。**2.新兴电商平台为干擦拭巾开拓了营销渠道，消费者对于干擦拭巾的认知度日渐提高。**受益于互联网的快速发展，干擦拭巾借助小红书、微博、抖音等线上平台进行营销推广、精准推送，小红书月活用户达2.6亿，其中90后占比高达70%，微博月活跃用户达到6.05亿，日活跃用户达到2.6亿，抖音月活用户达到7亿。线上平台的精准推送能够满足消费者的个性化需求，带动行业规模进一步增长。



[6] 1: <https://finance.yah...> | 2: <https://finance.yah...> | 3: yahoo finance、证券时...

干擦拭巾政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》	工业和信息化部 国家发展改革委	2022-04-12	8
政策内容	产业用纺织品用于工业、农业、基础设施、医疗卫生、环境保护等领域，是新材料产业重要组成部分，亦是纺织工业高端化的重要方向。政策内容包括总体要求、重点任务、重点领域提升行动、政策措施四部分内容。			
政策解读	政策提到推动产业用纺织品行业高质量发展，更好服务国民经济发展和满足人民美好生活需要。产业用纺织用品行业作为干擦拭巾行业的上游，其高质量发展有望带动下游产业（干擦拭巾）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
	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	工业和信息化部等	2022-06-08	7
政策内容	该政策为推动轻工业高质量发展提出指导意见，政策包括总体要求、强化科技创新战略支撑、构建高质量供给体系、提升产业链现代化水平、深入推进绿色低碳转型、优化协调发展的产业生态、加大组织保障实施力度七部分内容。			
政策解读	该政策提出应针对造纸行业的薄弱环节，研究制定和发布一批重点领域技术创新路线图，深入推进技术研发与工程化、产业化，加快建立核心技术体系，提升行业技术水平。整体行业技术水平的提升有望带动擦拭巾等细分行业技术突破。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国务院办公厅	2022-04-25	6
政策内容	政策提出应综合施策释放消费潜力，促进消费持续。政策内容包括促进消费有序恢复发展、着力稳住消费基本盘、不断增强消费发展综合能力、全力营造安全放心诚信消费环境、进一步夯实消费高质量发展基础。			

政策解读	该政策提到应创新消费业态和模式，促进新型消费，积极拓展沉浸式、体验式、互动式消费新场景，擦拭巾作为新型消费产品，消费潜力的进一步释放有利于带动擦拭巾市场规模提升。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推动制造业绿色化发展的指导意见》	工业和信息化部、国家发展改革委等	2024-03-11	6
政策内容	政策提出到2035年，制造业绿色发展内生动力显著增强，碳排放达峰后稳中有降，碳中和能力稳步提升，在全球产业链供应链绿色低碳竞争优势凸显，绿色发展成为新型工业化的普遍形态。政策共包含总体要求、加快传统产业绿色低碳转型升级、推动新兴产业绿色低碳高起点发展等六部分内容。			
政策解读	该政策提出要加快传统产业绿色低碳转型升级。推广钢铁、石化化工、有色金属、纺织、机械等行业短流程工艺技术。擦拭巾作为产业用纺织品行业下游，纺织业绿色低碳转型升级有望带动擦拭巾行业绿色发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》	工业和信息化部、国家发展改革委等	2024-01-08	6
政策内容	政策提出到2027年，中国传统制造业高端化、智能化、绿色化、融合化发展水平明显提升，有效支撑制造业比重保持基本稳定，在全球产业分工中的地位和竞争力进一步巩固增强。政策共包含发展基础和总体要求、坚持创新驱动发展，加快迈向价值链中高端等六大部分内容。			
政策解读	该政策提出要加快推动石化化工、钢铁、有色、建材、机械、汽车、轻工、纺织等传统制造业转型升级。产业用纺织品等传统产业的高端化、智能化、绿色化、融合化发展有望带动下游擦拭巾产业转型升级。			
政策性质	指导性政策			

[7] 1: <http://www.cnita.o...> | 2: <http://www.cnita.o...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: 中国产业用纺织品行业...

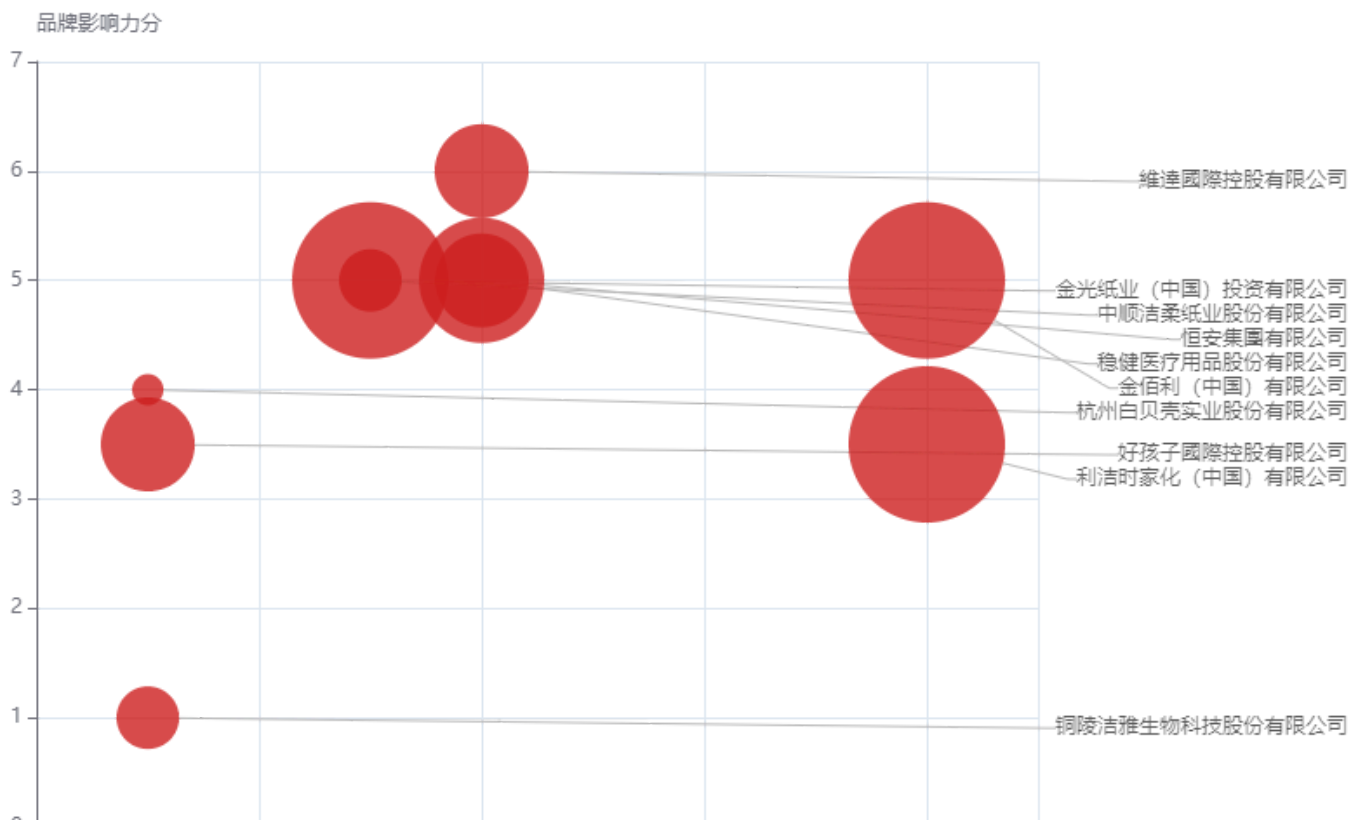
干擦拭巾行业集中度较低，行业呈现以下梯队情况：第一梯队为传统纸品品牌，发展时间较长，品牌知名度较高，包括维达、恒安旗下心相印、金光纸业旗下清风、中顺洁柔等；第二梯队为新兴品牌，发展时间较短，但依托新电商平台提高了品牌知名度，包括稳健医疗旗下全棉时代、Babycare等；第三梯队为母婴品牌，品牌知名度高，但覆盖目标人群相对有限，包括好孩子等。

干擦拭巾行业形成当前竞争格局的原因主要为：**1.传统纸品品牌发展时间长，凭借其品牌影响力和渠道优势占据一定的市场份额。**中顺洁柔产品覆盖全国2,000多个城镇，拥有经销商、KA、商用消费、电商及新零售五大渠道，2,000多个合作伙伴、超200万个终端销售网点，2023年中顺洁柔传统渠道销售收入为44.1亿元。**2.新兴纸品品牌凭借新电商平台提高品牌知名度，带动产品销售。**全棉时代已完成天猫、京东、拼多多、唯品会、亚马逊等第三方主流电商平台布局，亦与抖音、快手、小红书等社交类新零售平台合作，2023年全棉时代在微博、微信、小红书、抖音、电梯广告等渠道的曝光总量超过7.3亿，线上渠道实现营业收入25.8亿元，同比增长1.2%。截至2023年11月11日23时59分，Babycare双11全渠道销售额达16亿元。

未来干擦拭巾行业竞争较为激烈，主要原因有以下两点：**1.传统纸品品牌积极布局线上，电商及新零售渠道销售额进一步增长。**恒安集团加强渠道营销，拓宽渠道覆盖，在电商及新零售渠道方面进一步挖掘增长空间，2023年恒安集团电商及新零售渠道的销售同比增长17.7%，占比逐步提升至整体销售的30.1%，其中新零售渠道销售同比增长21.4%，销售占整体比例达7.4%。2023年维达国际电商客户销售占整体销售的46%，销售收益同比增长12.6%。**2.新兴品牌布局线下，线下门店覆盖范围逐步扩大，分食线下市场份额。**全棉时代的线下门店在提升运营效率的基础上，稳步提速开店，提升门店的渗透率，截至2023年12月31日，全棉时代已在深圳、上海、北京、广州等全国90余个重点城市的中高端购物中心开设了411家线下门店（其中加盟店74家），2023年全棉时代线下门店营业收入为13.6亿元，占总营收比例为16.7%。截至2023年6月18日，Babycare线下门店数量达100家，遍布北京、上海、广州、深圳、杭州、长沙等一二线城市。

气泡大小表示：企业规模(分)

[11]





上市公司速览

稳健医疗用品股份有限公司 (300888)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
251.4亿元	23.5亿元	1.28	50.97

中顺洁柔纸业股份有限公司 (002511)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
144.4亿元	20.6亿元	9.35	27.46

铜陵洁雅生物科技股份有限公司 (301108)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
29.7亿元	1.3亿元	-29.24	37.60

[8] 1: 公司年报、中国网、亿...

[9] 1: wind

[10] 1: 淘宝、京东官网

[11] 1: wind

干擦拭巾代表企业分析

1 中顺洁柔纸业股份有限公司【002511】

公司信息

企业状态	开业	注册资本	133124.2069万人民币
企业总部	中山市	行业	造纸和纸制品业
法人	刘鹏	统一社会信用代码	914420007123239244
企业类型	股份有限公司（港澳台与境内合资、上市）	成立时间	1999-05-28
品牌名称	中顺洁柔纸业股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：纸制品制造；纸制品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；日用百货销... 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	1.08	1.07	1.06	1.06	1.05	-	-	-	-
资产负债率(%)	48.3555	46.4388	40.2458	47.4443	35.6529	32.3462	32.578	34.778	37.845	38.825
营业总收入同比增长(%)	0.8019	17.3368	28.7387	21.7623	22.4254	16.8424	17.915	16.953	-6.341	9.351
归属净利润同比增长(%)	-41.7759	30.6567	195.2699	34.0412	16.595	48.3643	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	48.1232	47.1426	46.1361	44.2027	42.3794	41.9419	43	44	48	42
流动比率	2.0975	1.8062	2.1533	1.1717	1.2676	1.5124	1.768	1.525	1.562	1.567
每股经营现金流(元)	0.6466	0.8818	1.8384	0.7729	0.3398	1.0393	0.631	1.005	0.298	0.142
毛利率(%)	30.0413	32.0282	35.9157	34.9206	34.0654	39.6312	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	42.827	53.3969	53.0374	93.6129	92.7422	93.0803	93.802	94.016	95.36	95.834
速动比率	1.1463	1.0079	1.5655	0.6617	0.6847	0.8692	1.041	0.929	0.927	1.041
摊薄总资产收益率(%)	1.4929	1.9396	5.7508	6.7751	7.442	10.8096	13.416	7.747	4.414	1.054
营业总收入滚动环比增长(%)	17.4146	16.1057	10.2107	4.6625	6.8641	10.1696	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	1.4619	85.8711	3.9746	12.3221	9.1761	3.9171	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	2.91	3.69	10.21	12.28	12.67	16.42	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.17	0.18	0.54	0.47	0.32	0.47	0.7	0.45	0.27	0.07
净利率(%)	2.6768	2.9806	6.8362	7.5256	7.1672	9.1008	11.579	6.3503	4.0687	4.3267
总资产周转率(次)	0.5577	0.6507	0.8412	0.9003	1.0383	1.1878	1.159	1.22	1.081	0.243
归属净利润滚动环比增长(%)	11.7921	8.4828	5.267	13.6018	-16.6689	1.8977	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.3419	2.6183	2.6954	1.4954	0.4736	0.5812	0.6916	0.7168	0.7288	0.8045
存货周转天数(天)	125.7994	121.6915	84.7937	57.7293	67.5219	82.8653	104	96	104	108
营业总收入(元)	25.22亿	29.59亿	38.09亿	46.38亿	56.79亿	66.35亿	78.24亿	91.50亿	85.70亿	20.61亿

每股未分配利润(元)	1.3848	1.3269	1.7438	1.5335	1.1586	1.5731	2.1797	2.4882	2.6227	2.647
稀释每股收益(元)	0.17	0.18	0.52	0.47	0.32	0.46	0.69	0.44	0.27	0.07
归属净利润(元)	6750.22万	8819.61万	2.60亿	3.49亿	4.07亿	6.04亿	9.06亿	5.81亿	3.50亿	8943.67万
扣非每股收益(元)	0.16	0.14	0.52	0.44	0.31	0.46	0.69	0.44	0.24	0.0614
经营现金流/营业收入	0.6466	0.8818	1.8384	0.7729	0.3398	1.0393	0.631	1.005	0.298	0.142

2 稳健医疗用品股份有限公司【300888】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	59438.7367万人民币
企业总部	深圳市	行业	医药制造业
法人	李健全	统一社会信用代码	91440300723009295R
企业类型	股份有限公司(外商投资、上市)	成立时间	2000-08-24
品牌名称	稳健医疗用品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般经营项目是：特种劳动防护用品生产；特种劳动防护用品销售；劳动保护用品生产；劳... 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	1.07	1.09	1.11	1.09	1.09	1.04	-	-	-
资产负债率(%)	24.2049	22.0779	28.1405	41.6721	32.7863	30.1872	19.4879	19.444	33.2	30.139
营业总收入同比增长(%)	18.7028	20.4813	40.7223	36.6298	9.7592	19.1645	173.9884	-35.875	41.231	1.282
归属净利润同比增长(%)	46.4276	70.8826	85.7449	4.2876	-0.5899	28.6351	597.5026	-	-	-
应收账款周转天数(天)	44.5473	44.6135	37.5744	31.4292	34.7846	32.9791	18.1044	36	27	35
流动比率	2.6033	2.4355	1.9325	1.2655	1.5438	2.2532	4.5287	4.987	2.21	2.565
每股经营现金流(元)	-	0.73	1.22	0.97	1.24	1.59	11.1784	2.044	6.995	-0.523

毛利率(%)	34.4096	42.134	48.7061	47.7723	49.1619	51.6479	59.5465	-	-	-
流动负债/总负债(%)	91.1172	91.0013	94.4631	97.6011	96.7928	86.7742	95.7738	80.431	90.627	83.946
速动比率	1.2911	1.449	1.1322	0.6394	0.7542	1.265	3.9618	4.217	1.926	2.245
摊薄总资产收益率(%)	9.7866	13.889	20.6169	15.0342	11.5794	12.8906	43.6022	9.436	10.478	2.071
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	43.6957	-43.6536	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-	-70.6804	-	-	-
加权净资产收益率(%)	15.09	18.18	27.92	23.65	18.34	18.8	64.68	-	-	-
基本每股收益(元)	-	0.6	1.11	1.16	1.14	1.45	9.8	2.91	3.9	0.89
净利率(%)	8.5928	12.1691	16.0347	12.2317	11.0832	11.9616	30.4976	15.396	14.749	16.4933
总资产周转率(次)	1.1389	1.1413	1.2858	1.2291	1.0448	1.0777	1.4297	0.612	0.721	0.129
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-18.8423	-68.8219	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	1.7864	1.7864	2.5204	2.5204	10.5083	10.6675	10.6596	10.6845
存货周转天数(天)	83.8418	91.3057	100.192	118.0676	148.0446	149.3652	78.416	126	95	118
营业总收入(元)	15.10亿	18.19亿	25.60亿	34.98亿	38.39亿	45.75亿	125.34亿	80.37亿	113.51亿	23.52亿
每股未分配利润(元)	-	-	1.609	2.4286	3.3153	4.5634	12.0205	12.9853	15.9697	16.8891
稀释每股收益(元)	-	0.6	1.11	1.16	1.14	1.45	9.79	2.91	3.9	0.89
归属净利润(元)	1.29亿	2.21亿	4.10亿	4.27亿	4.25亿	5.46亿	38.10亿	12.39亿	16.51亿	3.77亿
扣非每股收益(元)	-	0.59	1.11	1.13	1.1	1.28	9.64	2.41	3.69	0.7265
经营现金流/营业收入	-	0.73	1.22	0.97	1.24	1.59	11.1784	2.044	6.995	-0.523

公司信息

企业状态	存续	注册资本	2258.4674万人民币
企业总部	杭州市	行业	批发业
法人	李阔	统一社会信用代码	91330110MA2GPFMQ5F
企业类型	股份有限公司（港澳台投资、未上市）	成立时间	2019-08-14
品牌名称	杭州白贝壳实业股份有限公司		
经营范围	许可项目：出版物批发；出版物零售；出版物互联网销售；职业中介活动；第二类增值电信... 查看更多		

融资信息



A轮

3亿人民币
2019-08-13



B轮

7亿人民币
2021-02-03



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

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

