



客服电话：400-072-5588

破壁机 头豹词条报告系列

 **张文静**
2023-03-15  未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/计算机、通信和其他电子设备制造业/智能消费设备制造/服务消费机器人制造

消费品制造/家电家用

 **词条目录**

 行业定义 国家市场监督管理总局和国家 标准化管理委员会在2021... AI访谈	 行业分类 破壁机按操作方式分类，可分 为触控式破壁机、旋钮式破... AI访谈	 行业特征 破壁机行业特征有头部效应明 显，市场集中度高，在破壁... AI访谈	 发展历程 破壁机行业 目前已达到 4个 阶段 AI访谈
 产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	 行业规模 中国破壁机行业的市场规模由 2018年的46.1亿元下降到... AI访谈 数据图表	 政策梳理 破壁机行业 相关政策 5篇 AI访谈	 竞争格局 中国破壁机行业现阶段头部效 应明显，市场集中度高。九... AI访谈 数据图表

摘要

中国破壁机行业的市场规模由2018年的46.1亿元下降到2022年的41.2亿元，年复合增长率为-2.8%。2018年至2022年的市场规模总体呈现下降趋势，但在2020年上半年，疫情导致大部分消费者被迫居家，“宅经济”使得破壁机零售额同比增长约55%，其中线上渠道占比达到约45.8%，破壁机的市场规模在2020年呈现短时间的迅速增长。未来中国破壁机行业的市场规模呈现小幅度的上升趋势。破壁机行业发展时间较短，产品的市场发展空间相对充足，现阶段破壁机存在的一些消费痛点，如清洗困难、噪音大、杯体较重等，在未来行业发展的过程中将会进一步解决。新兴宣传渠道对破壁机未来市场规模的增长有积极作用。通过主播在线上直播时为消费者讲解产品的功能及用法，能刺激消费者的购买欲。预计中国破壁机行业2027年市场规模为47.7亿元，2022年至2027年的年复合增长率为3.0%。

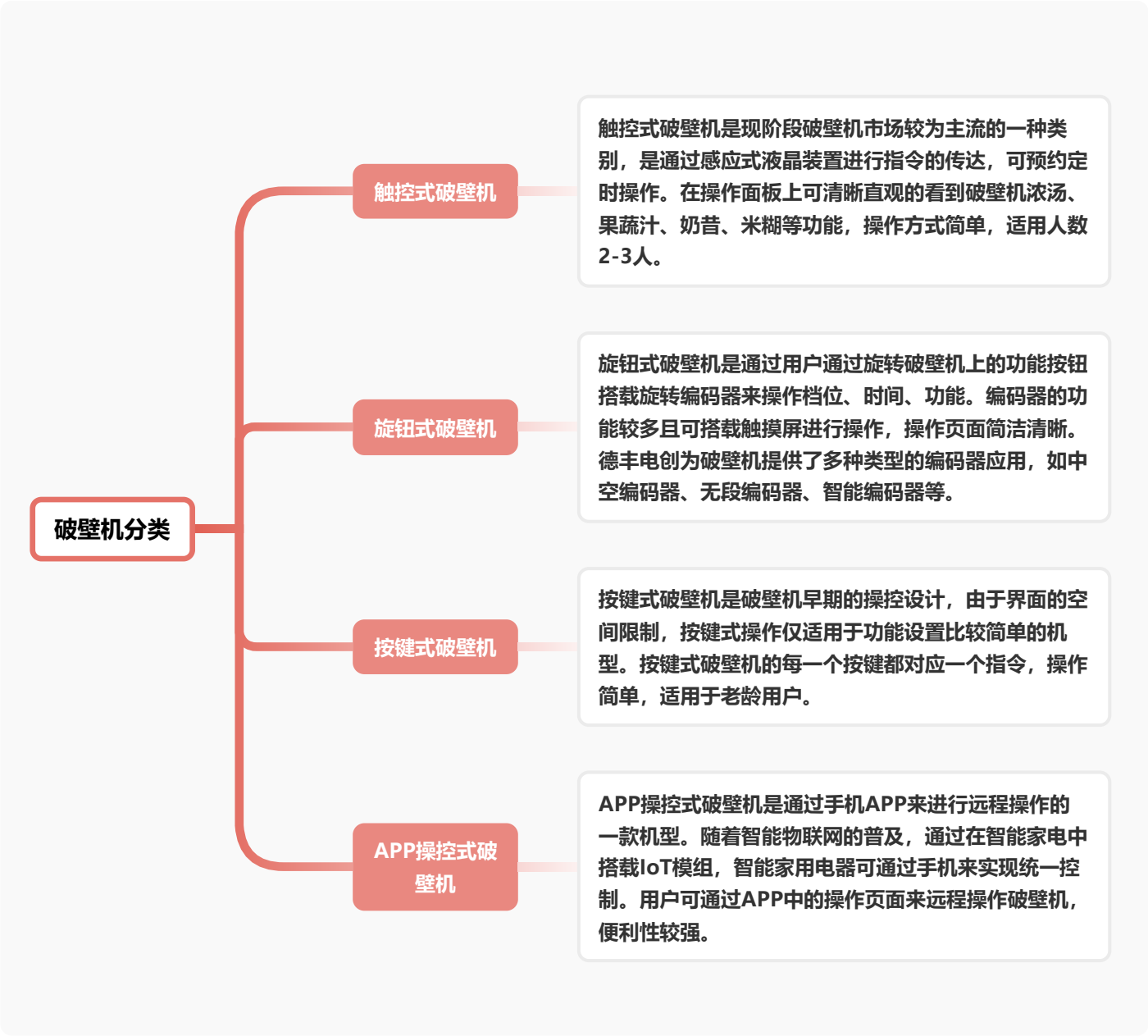
破壁机行业定义^[1]

国家市场监督管理总局和国家标准化管理委员会在2021年11月发布的《食物搅拌器》（GB/T15854-2021）的国家标准中将破壁定义为通过旋转刀片将细胞壁打破，使食材细胞内的蛋白质、脂肪、矿物质、维生素等充分释出，同时使食材充分搅拌粉碎。破壁机的工作原理是破壁机内部的刀片以每分钟数万转的速度冲破食物细胞壁，将食物中的植物化学物质分解，使不易消化吸收的用户能更方便的获取食物中的膳食纤维、植化素等。

[1] 1: 国家标准全文公开系统...

破壁机行业分类^[2]

破壁机按操作方式分类，可分为触控式破壁机、旋钮式破壁机、按键式破壁机和APP操控式破壁机。



[2] 1: 京东、德丰电创公司

破壁机行业特征^[3]

破壁机行业特征有头部效应明显，市场集中度高，在破壁机众多品牌中，2022年线上销售渠道中九阳、苏泊尔、美的共占据超过60%的破壁机线上市场份额。女性群体关注度高，在2022.01.01-2022.12.31期间检索关键词“破壁机”的抖音用户以女性为主，占比为71.0%。中国破壁机行业以线上销售为主，2022年，中国破壁机行业线上销售渠道销售额为36.1亿元，线下销售渠道销售额为5.1亿元。

1 市场集中度高

中国破壁机行业头部效应明显，市场集中度高

中国破壁机行业头部效应明显，市场集中度高。九阳破壁机在双渠道销售中都占据较高的市场份额。在破壁机众多品牌中，九阳、苏泊尔、美的在2022年线上破壁机市场的销售额处于领先地位。九阳以39.1%的销售份额占比位居第一，苏泊尔以15.5%的销售份额占比占据第二。九阳、苏泊尔、美的共占据超过60%的破壁机线上市场份额。2022年线下破壁机销售渠道中，九阳、美的和苏泊尔排名前三，九阳以41.1%的市场份额排名第一。

2 女性群体关注度高

破壁机行业的关注群体以女性为主

从消费人群来看，在2022.01.01-2022.12.31期间检索关键词“破壁机”的抖音用户以女性为主，占比为71.0%。从年龄分布来看，24至40岁的抖音用户群体对破壁机最为关注，占比为63.8%。因此，以中国中青年女性为主的消费群体对破壁机有较高的关注度。

3 线上销售为主流

中国破壁机行业以线上销售为主

中国破壁机行业销售渠道以线上销售渠道为主。2021年，中国破壁机行业线上销售渠道销售额为37.4亿元，线下销售渠道销售额为8.1亿元。2022年，中国破壁机行业线上销售渠道销售额为36.1亿元，线下销售渠道销售额为5.1亿元。

[3] 1: 奥维云网、巨量算数

破壁机发展历程^[4]

中国破壁机行业主要经历萌芽期、高速发展期、震荡期和成熟期。由于豆浆机、榨汁机产品功能单一，缺乏创新性，市场规模呈现下降趋势，这时集多功能于一体的破壁机开始出现在消费市场。在2016年之后，破壁机的关注指数逐年上涨，在2017年达到高峰。破壁机的市场规模也呈现迅速上升趋势，2018年的市场规模实现翻倍增长。但在2020年由于疫情的原因，各类小家电市场的消费被严重限制，各品牌之间的低价策略使行业内的竞争加剧，加之产品本身的质量层次不齐，价格也相对混乱。在2022年之后，基于发展空间充足、新兴宣传渠道的加持以及消费痛点的解决，破壁机行业逐渐迈入发展的成熟期。

萌芽期 · 2013~2015

2013年，由于豆浆机、榨汁机的产品功能单一等原因，市场上开始出现了多种功能并存的破壁机。2015年，九阳推出了中国人的第一台冷热型破壁机。

该时期是中国破壁机行业的萌芽期，由于豆浆机、榨汁机产品功能单一，缺乏创新性，市场规模呈现下降趋势，这时集多功能于一体的破壁机开始出现在消费市场。破壁机除了具备豆浆机、榨汁机的功能，还可以熬粥、制汤等。

高速发展期 · 2016~2018

2016年，针对国人偏好热饮的生活习惯，美的推出了国内首款带加热功能的破壁机。2018年，九阳推出第一台静音破壁机YJ08。2017年12月，由美的小家电主导的中国第一个破壁机国家标准发布。该时期是中国破壁机行业的高速发展期，陆续有企业进入市场，市场活跃度高。在2016年之后，破壁机的关注指数逐年上涨，在2017年达到高峰。破壁机的市场规模也呈现迅速上升趋势，中国破壁机行业市场规模从2017年22.6亿元增长到2018年的46.1亿元，实现翻倍增长。

震荡期 · 2019~2021

2020年，受新冠疫情的影响，破壁机的产品均价下降。2020年线上累计破壁机均价488元，同比下降24.3%；2020年线下累计破壁机均价1062，同比下降21.2%。2021年，破壁机需求低迷加之高基数背景，规模持续降低，由2020年的60.1亿元下降到2022年的41.2亿元，年复合增长率为-1.2%。该时期中国破壁机行业进入震荡期。由于疫情的原因，各类小家电市场的消费被严重限制，品牌通过采取低价促销的方式来带动产品的销售，破壁机的均价下调最多。各品牌之间的低价策略使行业内的竞争加剧，加之产品本身的质量层次不齐，价格也相对混乱。

成熟期 · 2022~2027

2022年之后，破壁机市场在消费痛点解决等因素的加持下有小幅度的回升，增长趋势较为稳定。

该时期是中国破壁机行业的成熟期，市场规模有小幅回升主要归因于产品发展时间较短，市场空间充足；新兴宣传渠道的加持以及消费痛点的解决。预计中国破壁机行业2027年市场规模为47.7亿元，2022年至2027年的年复合增长率为3.0%。

[4] 1: <http://caijing.chin...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://mp.weixin....> 4: 中国日报网、中国家电网

破壁机产业链分析^[5]

中国破壁机行业产业链的上游为零部件供应商，代表企业有济南天宇、兆威机电、益汇塑胶等；产业链中游为破壁机生产制造商，代表企业有九阳、苏泊尔、美的等；产业链下游为破壁机消费端，代表企业有京东、天猫、苏宁易购、各品牌自营店等。

产业链的上游从原材料角度分析，上游原材料的价格变化直接影响到破壁机生产商的采购成本，影响企业的盈利能力。综合不锈钢、ABS和铜的价格走势可看出，近几年价格相对稳定，整体有回落的趋势，破壁机生产商的成本也随之减少，企业的盈利能力可进一步提高。从议价权角度分析，原材料供应商对破壁机制造商的议价能力低。产业链的中游从竞争格局角度分析，中国破壁机行业头部效应明显，市场集中度高。从头部企业角度分析，以九阳为例，九阳破壁机在破壁机线上和线下销售市场中均排名第一，2022年线上市场份额占比39.1%，线下市场份额占比41.1%。在技术专利方面，九阳有关破壁机的专利数量有140个。在2022年破壁机畅销机型统计中，九阳以11款畅销机型排名第一。产业链的下游从用户画像角度分析，以中国中青年女性为主的消费群体对破壁机有较高的关注度。从销售渠道角度分析，中国破壁机行业销售渠道未来以线上销售渠道为主。

上 产业链上游

生产制造端

零部件供应商

上游厂商

- 济南天宇专用设备有限公司 >
- 深圳市兆威机电股份有限公司 >
- 广东长锦成智能制造有限公司 >
- 查看全部 ▾

产业链上游说明

破壁机主要由主机、杯体及配用附件构成。主机包含电机、传动器件、安全开关组件、外壳、控制按键、电机安装支架以及散热系统。杯体是由传动器件、刀座组、杯体、杯盖、投料盖和密封件组成。

从原材料角度分析，上游原材料的价格变化直接影响到破壁机生产商的采购成本，影响企业的盈利能

力。不锈钢的价格从2021年下半年开始迅速增长，在2021年9月上涨到1,038.3元，达到顶峰。从价格走势可看出2021年下半年不锈钢的价格高于往年的平均价格。玻璃的价格在2021年9月达到顶峰之后呈现迅速下降的趋势，虽有小规模的价格回升，但整体的价格趋势是下降的。破壁机外壳塑料材质主要为食品接触级ABS，ABS的价格指数在前期呈现缓慢下降的趋势，在2020年4月达到最低值698.1，在2020年5月又呈现快速上升的趋势，但在2020年11月达到顶峰之后又呈现下降趋势。电机是破壁机的核心部件，电机质量与破壁机的噪音、使用寿命等有直接联系，会影响消费者的使用体验。电机的价格主要受到铜线价格的影响，铜的现货价格在2020年3月之后持续上涨，但近两年铜价保持较为稳定的发展趋势，因此铜的价格不会对电机的价格产生较为明显的影响，不会对破壁机生产商的生产成本产生大范围影响。**综合不锈钢、ABS和铜的价格走势可看出，近几年价格相对稳定，整体有回落的趋势，破壁机生产商的成本也随之减少，企业的盈利能力可进一步提高。从议价权角度分析，中国原材料市场集中度低且原材料行业准入门槛低，产品附加值低，原材料供应商数量较多，可供中游破壁机制造商选择的企业较多，行业内竞争激烈，因此，原材料供应商对破壁机制造商的议价能力低。**

中

产业链中游

品牌端

破壁机生产制造商

中游厂商

九阳股份有限公司 >

美的集团股份有限公司 >

浙江苏泊尔股份有限公司 >

查看全部 >

产业链中游说明

产业链的中游为破壁机的生产制造商。**从竞争格局角度分析，中国破壁机行业头部效应明显，市场集中度高。**九阳破壁机在双渠道销售中都占据较高的市场份额。在破壁机众多品牌中，九阳、苏泊尔、美的在2022年线上破壁机市场的销售额处于领先地位。九阳以39.1%的销售份额占比位居第一，苏泊尔以15.5%的销售份额占比占据第二。九阳、苏泊尔、美的共占据超过60%的破壁机线上市场份额。2022年线下破壁机销售渠道中，九阳、美的和苏泊尔排名前三，九阳以41.1%的市场份额排名第一。**从头部企业角度分析，**以九阳为例，九阳破壁机在破壁机线上和线下销售市场中均排名第一，2022年线上市场份额占比39.1%，线下市场份额占比41.1%。公司继续聚焦核心主流品类，通过洞察消费者需求，结合自建的三级研发体系不断推出解决用户生活中“痛点”的产品，重点推出了鸿蒙智联免手洗破壁机Y521。为了进一步完善产品性能，九阳设置了《具有更新功能的破壁机研究与应用》的研究项目，旨在提升破壁机的智能水平，提升用户体验，从而进一步提升九阳的市场竞争力。在技术专利方面，九阳有关破壁机的专利数量有140个。在2022年破壁机畅销机型统计中，九阳以11款畅销机型排名第一。

渠道端及终端客户

破壁机的消费端

渠道端

北京京东世纪贸易有限公司 >

浙江天猫技术有限公司 >

上海寻梦信息技术有限公司 >

查看全部

产业链下游说明

破壁机的消费端产业链的下游为破壁机的消费端，消费端可分为渠道端和消费者端。**从用户画像角度分析**，从消费人群来看，在2022.01.01-2022.12.31期间检索关键词“破壁机”的抖音用户以女性为主，占比为71.0%。从年龄分布来看，24至40岁的抖音用户群体对破壁机最为关注，占比为63.8%。因此，**以中国中青年女性为主的消费群体对破壁机有较高的关注度**。**从销售渠道角度分析**，破壁机行业的销售渠道主要分为线上销售和线下销售。线上销售渠道为电商平台，如淘宝、天猫、京东等；线下销售渠道包括家电连锁店、商场、超市、品牌专卖店等。2021年，中国破壁机行业线上销售渠道销售额为37.4亿元，线下销售渠道销售额为8.1亿元。2022年，中国破壁机行业线上销售渠道销售额为36.1亿元，线下销售渠道销售额为5.1亿元。**中国破壁机行业销售渠道未来以线上销售渠道为主。**

[5] 1: 九阳2021年年报、企查...

破壁机行业规模

中国破壁机行业的市场规模由2018年的46.1亿元下降到2022年的41.2亿元，年复合增长率为-2.8%。预计中国破壁机行业2027年市场规模为47.7亿元，2022年至2027年的年复合增长率为3.0%。

2018年至2022年的市场规模总体呈现下降趋势，但在2020年上半年，疫情导致大部分消费者被迫居家，“宅经济”使得破壁机零售额同比增长约55%，其中线上渠道占比达到约45.8%，破壁机的市场规模在2020年呈现短时间的迅速增长。市场规模下降的原因有：（1）破壁机在工作过程中的噪音太大。由于各品牌破壁机的功能相差不大，为了更好的抢占市场份额，部分品牌追求电机的转速和粉碎效果，但较快的转速也造成了噪音大的问题。（2）破壁机清洗困难。破壁机的刀片一般为双层6叶式刀片，因为破壁机是底盘加热，所以操作不当时，容易造成残渣糊底，不易清洗。虽然市场上部分破壁机具备自清洁功能，但缝隙死角处仍会有残渣。

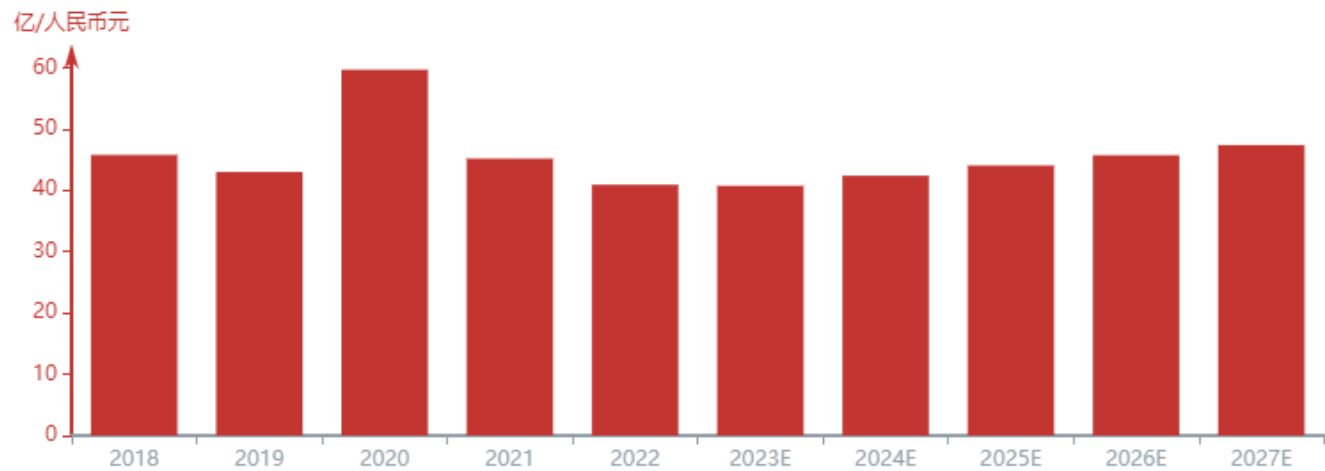
破壁机行业市场规模的测算逻辑为预测出未来厨房小家电的市场规模，通过破壁机在厨房小家电中的占比，再预测出破壁机行业未来的市场规模。**未来中国破壁机行业的市场规模呈现小幅度的上升趋势。**破壁机行业发展时间较短，产品的市场发展空间相对充足，现阶段破壁机存在的一些消费痛点，如清洗困难、噪音大、杯体较重等，在未来行业发展的过程中将会进一步解决。新兴宣传渠道对破壁机未来市场规模的增长有积极作用。通过主播在线上直播时为消费者讲解产品的功能及用法，能刺激消费者的购买欲。

中国破壁机市场规模（按销售额计算）

比依电器招股说明书

下载原始数据

中国破壁机市场规模（按销售额计算）



中国破壁机市场规模（按销售额计算）=破壁机在厨房小家电中占比*厨房小家电市场规模

破壁机政策梳理^[6]

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”推进农业农村现代化规划》	国务院	2021-11	6
政策内容	鼓励有条件的地区开展农村家电更新行动、实施家具家装下乡补贴和新一轮汽车下乡，促进农村居民耐用消费品更新换代。			
政策解读	《“十四五”推进农业农村现代化规划》中对促进农村发展提出了意见，家电下乡的政策有利于破壁机进入下沉市场，发展范围进一步扩大。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于做好近期促进消费工作的通知》	国家发改委	2022-01	7
政策内容	鼓励有条件的地方对绿色建材、低碳节能产品等消费品予以适当补贴或贷款贴息。加快构建废旧物资循环利用体系。支持家电、家具等企业开展“以旧换新”、“以换代弃”活动，加强家电安全使用年限标准等宣传解读，鼓励家电合理更新。			
政策解读	《关于做好近期促进消费工作的通知》中鼓励有能力的地区对绿色消费品进行适当的补贴，支持家电以旧换新，给破壁机行业带来了发展机遇。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《促进绿色消费实施方案》	国家发改委等7个部门	2022-01	7
政策内容	加强绿色低碳产品质量和品牌建设。鼓励引导消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品。大力推广智能家电，通过优化开关时间、错峰启停，减少非必要耗能、参与电网调峰。			
政策解读	《促进绿色消费实施方案》中鼓励购买绿色家电、推广智能家电，国家近几年提出多项绿色消费的政策，绿色和节能已然成为了厨房小家电行业未来的发展方向，促进厨房小家电产品进一步升级。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅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	7
政策内容	大力发展绿色家装，鼓励消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品。加快构建废旧物资循环利用体系，推动汽车、家电、家具、电池、电子产品等回收利用，适当放宽废旧物资回收车辆进城、进小区限制。推进商品包装和流通环节包装绿色化、减量化、循环化。			
政策解读	《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》中支持发展绿色消费，鼓励消费者购买绿色智能家电，对破壁机行业的发展有促进作用。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发加力帮扶中小微企业纾困解难若干措施的通知》	工信部	2022-05	8
政策内容	鼓励开展绿色智能家电、绿色建材下乡活动和农产品产地市场建设，大力支持开展公共领域车辆电动化城市试点示范，努力扩大市场需求。			
政策解读	《关于印发加力帮扶中小微企业纾困解难若干措施的通知》中指出鼓励发展绿色智能家电，对厨房小家电行业给予支持，该项政策给破壁机行业提供了更多的发展机会。			
政策性质	鼓励性政策			

[6]

1: 中国政府网

备注: 1. <http://www.gov.cn>

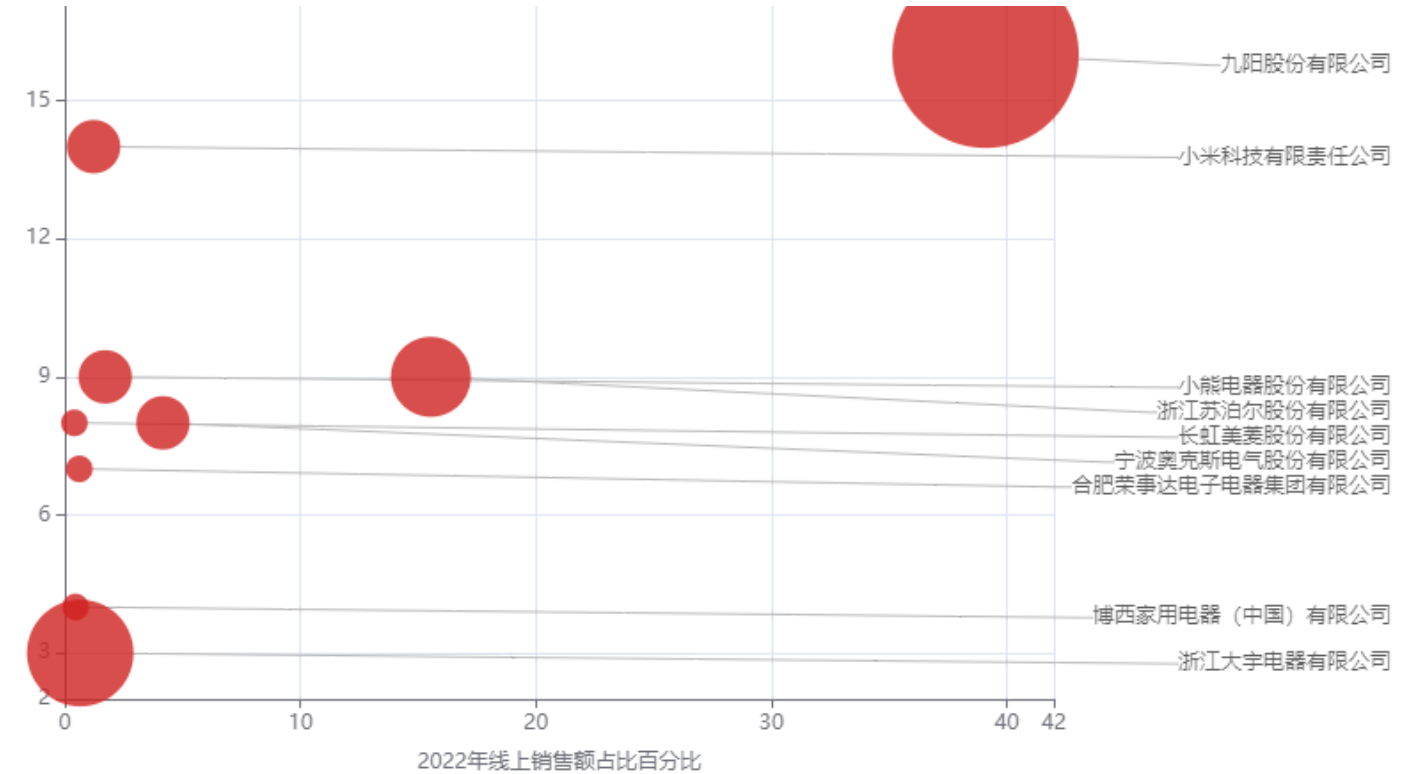
破壁机竞争格局^[7]

中国破壁机行业现阶段头部效应明显，市场集中度高。九阳破壁机在双渠道销售中都占据较高的市场份额。在破壁机众多品牌中，九阳、苏泊尔、美的在2022年线上破壁机市场的销售额处于领先地位。九阳以39.1%的销售份额占比位居第一，苏泊尔以15.5%的销售份额占比占据第二。九阳、苏泊尔、美的共占据超过60%的破壁机线上市场份额。2022年线下破壁机销售渠道中，九阳、美的和苏泊尔排名前三，九阳以41.1%的市场份额排名第一。

九阳自1994年发明第一台豆浆机之后就开始专注破壁技术，也在破壁机技术研发上取得了重大成就，九阳针对中国人的饮食习惯及营养需求，在破壁机领域率先推出了冷热双杯、防溢电极以及二十三年的熬煮技术等一系列中国化创造，推动了破壁机在中国的快速发展。随着购买破壁机的消费者不断增多，大量家电企业进入破壁机市场，如美的、苏泊尔、小熊等，大量企业的加入为破壁机行业带来了市场活力，推动了破壁机行业的发展。

未来中国破壁机行业的市场集中度持续上升，竞争优势较弱的企业加速出清，但九阳龙头企业的地位仍旧稳固。破壁机市场饱和度较高，破壁机功能上没有较大创新，消费者换新速度慢，竞争格局中的中小型企业之间竞争激烈，品牌效应差的企业会被逐渐清出市场，其挤占的市场份额最终落回头部企业中，进一步巩固了头部企业的地位。





上市公司速览

九阳股份有限公司 (002242)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	23.3亿元	3.83	26.63

浙江苏泊尔股份有限公司 (002032)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	56.1亿元	9.25	25.36

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(%)
-	909.4亿元	9.55	22.18

小熊电器股份有限公司 (002959)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	27.0亿元	14.12	35.80

小米集团 (01810)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8千亿	3.3千亿	33.5300	17.75

奥克斯国际控股有限公司 (02080)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
4.5亿	3.6亿	17.9400	--

长虹美菱股份有限公司 (000521)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	40.1亿元	-2.84	12.65

[7] 1: <https://new.qq.co...> 2: 腾讯网 (央视《消费主...

[8] 1: 奥维云网

破壁机代表企业分析

1 美的集团股份有限公司【000333】 [10]

^

▪ 公司信息			
企业状态	开业	注册资本	699705.3441万人民币
企业总部	佛山市	行业	商务服务业
法人	方洪波	统一社会信用代码	91440606722473344C
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2000-04-07
股票类型	A股	品牌名称	美的集团股份有限公司
经营范围	生产经营家用电器、电机及其零部件；中央空调、采暖设备、通风设备、热泵设备、照明设... 查看更多		

▪ 财务数据分析 [10]								
财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
销售现金流/营业收入	0.64	0.74	0.91	0.96	0.81	0.81	0.86	-
资产负债率(%)	59.6883	61.983	56.5113	59.5683	66.5768	64.9397	64.4	65.526
营业总收入同比增长(%)	18.0621	17.3552	-2.0827	14.7076	51.3491	8.2262	6.7072	2.158
归属净利润同比增长(%)	63.1477	97.5045	20.9908	15.5637	17.7014	17.0513	19.6752	-
应收账款周转天数(天)	26.4745	21.9689	25.6577	26.9657	23.1687	25.5922	24.6201	26
流动比率	1.1532	1.1816	1.2967	1.3525	1.4259	1.4028	1.5	1.312
每股经营现金流(元)	5.9622	5.8799	6.2726	4.1331	3.7254	4.1814	5.5351	4.204
毛利率(%)	23.275	25.4104	25.8438	27.306	25.0306	27.5356	28.8632	6.79
流动负债/总负债(%)	97.895	98.0985	98.8924	87.7588	72.0975	76.0488	74.2153	77.982
速动比率	0.8338	0.5933	0.6681	0.6714	0.7712	0.5709	0.8092	1.144

摊薄总资产收益率(%)	8.9857	10.7222	10.9376	10.5943	8.8898	8.4604	8.9373	8.22
营业总收入滚动环比增长(%)	-1.3878	2.6389	-6.3292	9.453	-13.7679	-14.5344	-14.583	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-25.1032	-56.7302	-20.9411	-59.7344	-59.6838	-40.9464	-64.8072	-
加权净资产收益率(%)	24.87	29.49	29.06	26.88	25.88	25.66	26.43	-
基本每股收益(元)	4.33	2.49	2.99	2.29	2.66	3.08	3.6	3.93
净利率(%)	6.8589	8.2209	9.8415	9.9733	7.7317	8.3378	9.0854	9.6779
总资产周转率(次)	1.3101	1.3043	1.1114	1.0623	1.1498	1.0147	0.9837	0.858
归属净利润滚动环比增长(%)	-5.2345	-33.8719	-36.9555	-43.3379	-45.4121	-53.0454	-52.7606	-
每股公积金(元)	9.2632	3.0895	3.4009	2.1051	2.4251	2.7692	2.8171	3.1989
存货周转天数(天)	55.3616	51.4734	44.655	40.5972	44.9562	56.5256	56.4688	54
营业总收入(元)	1212.65亿	1423.11亿	1393.47亿	1598.42亿	2419.19亿	2618.20亿	2793.81亿	2857.10亿
每股未分配利润(元)	9.076	5.1744	6.9208	5.8998	7.2591	8.8192	10.4295	12.3862
稀释每股收益(元)	4.33	2.49	2.99	2.28	2.63	3.05	3.58	3.9
归属净利润(元)	53.17亿	105.02亿	127.07亿	146.84亿	172.84亿	202.31亿	242.11亿	272.23亿
扣非每股收益(元)	3.18	2.25	2.57	2.1	2.41	3.05	3.38	3.55
经营现金流/营业收入	5.9622	5.8799	6.2726	4.1331	3.7254	4.1814	5.5351	4.204

▪ 竞争优势

美的以用户为中心，聚焦场景化产品布局，利用美的多品类优势和数字化手段，持续推动全价值链优化，以实现业务场景、产品和服务升级。美的作为主要产品品类皆占据领导地位的全球家电行业龙头，可为用户提供覆盖全品类的一站式高品质家庭生活服务方案。2022年，美的在破壁机行业线下销售渠道中销售额占比排名第二，为29.9%，线上排名第三，为11.3%。美的破壁机的主要优势是轻音降噪和全自动免手洗。德国VDE电器工程师协会认证美的破壁机PB80S2的噪音低至43dB(A)。美的也注重技术的研发，在破壁机方面，美的拥有114项专利。

2 浙江苏泊尔股份有限公司【002032】^[11]



▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	80865.4476万人民币
企业总部	台州市	行业	金属制品业
法人	THIERRY DE LA TOUR D' ARTAISE	统一社会信用代码	913300007046976861
企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	1998-07-17
股票类型	A股	品牌名称	浙江苏泊尔股份有限公司
经营范围	厨房用具、不锈钢制品、日用五金、小型家电及炊具的制造、销售、技术开发；经营进出口... 查看更多		

▪ 财务数据分析

^[11]

财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
销售现金流/营业收入	1.11	1.1	1.1	1.11	1.14	1.05	1.06	1.07	-
资产负债率(%)	34.938	35.4983	32.2653	41.9643	43.3202	44.4467	42.2296	41.1278	44.902
营业总收入同比增长(%)	21.6822	13.7345	14.4215	9.5093	18.7512	22.755	11.2161	-6.329	16.069
归属净利润同比增长(%)	25.4445	17.2271	28.8614	21.2051	21.3734	25.9145	14.9736	-3.8383	-
应收账款周转天数(天)	28.4053	31.3354	34.0114	33.406	32.4129	31.4826	31.9548	38.9602	41
流动比率	2.23	2.2561	2.5489	1.9857	1.9547	1.9101	1.9754	2.0087	1.839
每股经营现金流(元)	0.9269	1.3145	1.7904	2.1986	1.3168	2.452	2.1105	2.5291	2.535
毛利率(%)	28.5415	29.0295	28.9695	30.5272	29.5567	30.8624	31.1545	26.4219	-
流动负债/总负债(%)	99.2187	99.0735	99.4969	99.3641	99.3685	99.6211	99.455	99.6228	97.243
速动比率	1.4355	1.318	1.323	1.1197	1.0585	0.9397	1.1195	0.9273	1.328
摊薄总资产收益率(%)	11.9829	12.3666	14.0631	14.8712	15.363	16.8523	17.0423	15.266	14.844
营业总收入滚动环比增长(%)	-4.4992	-6.075	-9.2438	1.1645	0.402	-1.9087	-2.0465	3.4156	-

扣非净利润滚动 环比增长(%)	8.5728	11.3686	6.4638	10.5723	22.6885	33.9383	26.5238	56.743	-
加权净资产收益 率(%)	18.54	19.63	21.9	22.79	26.87	28.84	30.54	26.97	-
基本每股收益 (元)	0.927	1.088	1.416	1.712	1.601	2.043	2.347	2.254	2.4
净利率(%)	7.6456	8.0228	9.0425	9.4914	9.2184	9.3483	9.649	9.9082	8.9939
总资产周转率 (次)	1.5673	1.5414	1.5552	1.5668	1.6666	1.8027	1.7662	1.5407	1.648
归属净利润滚动 环比增长(%)	-1.2404	2.7246	4.1622	23.481	35.4781	54.937	63.6821	84.6784	-
每股公积金(元)	0.8381	0.8587	0.881	0.0631	0.1143	0.1699	0.237	0.2763	0.1521
存货周转天数 (天)	72.0764	76.9774	69.5733	67.743	69.9328	66.324	60.7001	61.261	60
营业总收入(元)	83.83亿	95.35亿	109.10亿	119.47亿	141.87亿	178.51亿	198.53亿	185.97亿	215.85亿
每股未分配利润 (元)	3.2126	3.9111	4.8248	5.689	4.7974	5.5687	6.6296	7.5541	7.9781
稀释每股收益 (元)	0.927	1.088	1.404	1.705	1.592	2.033	2.338	2.248	2.395
归属净利润(元)	5.89亿	6.90亿	8.89亿	10.78亿	13.08亿	16.70亿	19.20亿	18.46亿	19.44亿
扣非每股收益 (元)	0.928	1.045	1.322	1.559	1.456	1.851	2.12	1.948	2.294
经营现金流/营 业收入	0.9269	1.3145	1.7904	2.1986	1.3168	2.452	2.1105	2.5291	2.535

▪ 竞争优势

浙江苏泊尔股份有限公司是国内著名的炊具研发制造商，中国厨房小家电的领先品牌，是中国炊具行业首家上市公司。2022年，苏泊尔在破壁机行业线上销售渠道中销售额占比排名第二，为15.5%，线下排名第三，为27.8%。苏泊尔深耕厨房小家电行业，2021年苏泊尔小家电十一大品类（电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、电炖锅、破壁机、搅拌机、榨汁机、电饼铛、养生壶）线下合计市场份额累计达到30.1%，稳居行业第二。在厨房小家电业务上，苏泊尔始终坚持差异化的产品创新战略，不断推出创新智巧、健康营养烹饪功能的创意产品。

3 九阳股份有限公司【002242】^[12]



▪ 公司信息

企业状态	开业	注册资本	76701.7万人民币
企业总部	济南市	行业	批发业
法人	杨宁宁	统一社会信用代码	91370100742442772T
企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	2002-07-08
股票类型	A股	品牌名称	九阳股份有限公司
经营范围	小家电产品和厨房用具的研发、生产及技术咨询；粮食的储藏及加工，食品生产和加工（凭... 查看更多		

▪ 财务数据分析

[12]

财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
销售现金流/营业收入	1.09	1.14	1.15	1.16	1.1	1.1	1.12	1.07	-
资产负债率(%)	31.8973	35.2255	42.9839	37.1685	33.052	42.4953	49.7712	53.1191	50.193
营业总收入同比增长(%)	7.8166	11.5499	18.7865	3.6078	-0.9198	12.7103	14.4788	20.0216	-6.088
归属净利润同比增长(%)	3.1782	13.1893	16.6242	12.5291	-1.2624	9.4839	9.2608	14.0728	-
应收账款周转天数(天)	7.6519	6.034	4.2643	4.2841	5.3096	6.5856	7.2374	6.706	14
流动比率	2.2514	2.0594	1.7451	1.8405	2.0378	1.7042	1.4924	1.5209	1.561
每股经营现金流(元)	0.3225	0.7754	1.1218	1.3116	0.0637	0.5325	1.633	2.6191	-0.045
毛利率(%)	34.3865	32.6468	31.8869	32.6988	33.0077	32.1286	32.5218	32.0518	-
流动负债/总负债(%)	98.7492	98.0315	99.0681	99.5108	99.6553	99.9071	99.5497	98.9145	97.755
速动比率	1.7235	1.6612	1.1632	1.1205	1.5315	1.3472	1.1683	1.3008	1.31
摊薄总资产收益率(%)	12.9634	12.9582	12.36	12.7728	12.9743	12.3499	11.4067	11.0382	8.448
营业总收入滚动环比增长(%)	22.7663	14.8406	10.5529	32.2586	21.4	51.8215	49.7301	64.0303	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-70.5512	-51.2212	-33.9175	-27.3277	-22.5682	-39.9336	-16.4236	-62.5328	-
加权净资产收益率(%)	16.38	17.79	19.72	21.36	18.4	20.7	21.22	23.83	-

基本每股收益 (元)	0.62	0.7	0.81	0.91	0.9	0.99	1.07	1.23	0.97
净利率(%)	10.6979	10.3546	9.5031	10.0257	9.7952	9.0793	8.6164	8.1641	6.6535
总资产周转率 (次)	1.2118	1.2514	1.3006	1.274	1.3246	1.3602	1.3238	1.352	1.194
归属净利润滚动 环比增长(%)	-59.7781	-40.3097	-38.036	-16.9152	-15.2595	-7.0892	-2.6179	30.886	-
每股公积金(元)	1.1877	1.2107	1.2172	1.2186	1.1679	1.0986	1.1566	1.2172	1.2198
存货周转天数 (天)	53.8245	39.3013	38.1194	34.6021	34.2838	41.0261	52.3066	47.9425	47
营业总收入(元)	53.28亿	59.44亿	70.60亿	73.15亿	72.48亿	81.69亿	93.51亿	112.24亿	105.40亿
每股未分配利润 (元)	1.1584	1.3448	1.5527	1.762	2.0598	2.3556	2.1741	2.82	2.7894
稀释每股收益 (元)	0.62	0.7	0.81	0.91	0.9	0.99	1.08	1.23	0.97
归属净利润(元)	4.70亿	5.32亿	6.20亿	6.98亿	6.89亿	7.54亿	8.24亿	9.40亿	7.46亿
扣非每股收益 (元)	0.57	0.62	0.71	0.78	0.79	0.75	0.98	0.89	0.78
经营现金流/营 业收入	0.3225	0.7754	1.1218	1.3116	0.0637	0.5325	1.633	2.6191	-0.045

▪ 竞争优势

九阳品牌主要涵盖豆浆机、破壁机、电饭煲、空气炸锅、炊具、净水机、炒菜机、电压力煲、电炖锅、开水煲、面条机、原汁机、烤箱、洗碗机等产品，其中豆浆机、破壁机、空气炸锅、面条机、榨汁机等优势品类牢牢占据市场第一的位置，其他大部分品类也位列行业前三。2022年，九阳在破壁机行业双销售渠道的销售额占比均排名第一，线上占比39.1%，线下占比41.1%。公司继续聚焦核心主流品类，通过洞察消费者需求，结合自建的三级研发体系不断推出解决用户生活中“痛点”的产品，重点推出了鸿蒙智联免手洗破壁机Y521。为了进一步完善产品性能，九阳设置了《具有更新功能的破壁机研究与应用》，旨在提升破壁机的智能水平，提升用户体验，从而进一步提升九阳的市场竞争力。

[10] 1: 九阳2021年年报

[11] 1: 苏泊尔2021年年报

[12] 1: 美的官网、企查查、美... 备注: 1. <https://www.mid...>

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。