公司代码:688169　　公司简称:石头科技

北京石头世纪科技股份有限公司

2023 年度报告摘要

第一节 重要提示

1本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)网站仔细阅读年度报告全文。

2重大风险提示

公司已在本报告中详细阐述公司在经营过程中可能面临的各种风险,敬请查阅本报告第三节“管理层讨论与分析”中“四、风险因素”相关的内容。

3本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

4公司全体董事出席董事会会议。

5普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

6董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至2023年12月31日,公司母公司报表中期末未分配利润为人民币3,977,379,718元,2023年度公司实现归属于公司股东的净利润2,051,217,414元(合并报表)。

经公司第二届董事会第二十三次会议、第二届监事会第二十一次会议审议通过,公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户中的股份数后为基数分配利润。本次利润分配方案如下:

1,以权益分派的股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户中的股份数后为基数,拟向全体股东每股派发现金红利4.68元(含税)。截至2024年3月28日,公司总股本131,477,470股,扣除目前回购专户的股份余额170,285股后参与分配股数共131,307,185股,以此计算合计拟派发现金红利614,517,625.80元(含税),占公司当年度合并报表归属上市公司股东净利润的比例为29.96%。2023年度公司不送红股。

2,公司拟以资本公积向全体股东每10股转增4股。截至2024年3月28日,公司总股本为131,477,470股,扣除目前回购专户的股份余额170,285股后参与转增股数共131,307,185股,合计转增52,522,874股,转增后公司总股本增加至184,000,344股。(公司总股本数以中国证券登记结算有限责任公司上海分公司最终登记结果为准,如有尾差,系取整所致)。根据《上市公司股份回购规则》第十八条等有关规定:上市公司以现金为对价,采用要约方式、集中竞价方式回购股份的,视同上市公司现金分红,纳入现金分红的相关比例计算。2023年公司以集中竞价交易方式累计回购公司股份334,350股,支付的资金总额为人民币102,715,029.18元(不含印花税、交易佣金等交易费用)。公司通过回购专用账户所持有公司的股份170,285股(截至2024年3月28日),不参与本次利润分配及资本公积金转增股本。

2023年半年度利润分配方案经2023年9月20日的2023年第三次临时股东大会审议通过,以2023年半年度权益分派股权登记日公司总股本扣除公司回购专用证券账户持有股数为基数,向全体股东每股派发现金红利0.91910元(含税,保留小数点后 5 位),利润分配总额为120,773,802.42元。

综上,公司2023年度合计分红金额(含税)为838,006,457.40元,合计分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率为40.85%。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例,将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交2023年度股东大会审议。

7是否存在公司治理特殊安排等重要事项

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1公司简介

公司股票简况

√适用 □不适用

公司股票简况					
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称	
A股	上海证券交易所科创板	石头科技	688169	不适用	

公司存托凭证简况

□适用 √不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书(信息披露境内代表)	证券事务代表
姓名	孙佳	石睿
办公地址	北京市昌平区安居路17号院3号楼10层1001	北京市昌平区安居路17号院3号楼10层1001
电话	010-80701697	010-80701697
电子信箱	ir@roborock.com	ir@roborock.com

2报告期公司主要业务简介

(一)主要业务,主要产品或服务情况

公司主营业务为智能清洁机器人等智能硬件的设计、研发、生产和销售,主要产品包括智能扫地机器人、洗地机、洗烘一体机及其他智能电器:

1,智能扫地机器人

公司是国际上将激光雷达技术,精密光学模觉导航建图及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先企业。

智能扫地机器人是通过基于激光测距传感器、视觉传感器、惯性测量单元等传感器的SLAM算法构建出户型地图后,再根据户型地图进行定位,同时通过AI算法规划出智能、高效的清扫路径,可以有效避免漏扫、重扫。服务器端通过对互联网产品数据进行深度学习,算法优化从而不断迭代升级机器人算法。

同时,扫地机全线新品开发了全功能基站,除原有充电基站功能外,增加了抹布自清洁、自动集尘、抹布烘干、清洗槽烘干等功能,促使扫地机器人在智能化发展的道路上实现了质的跨越。

2,洗地机

为改善清洁效果和使用体验,公司深入研发并将最新研发成果应用于相关产品中,包括双滚刷系统、智能洗烘及全链路抗菌、智能脏污检测、自动投放清洁液等技术,使洗地机地面清洁与自清洁能力得到了提升,增强了抑菌与防臭效果,提升了使用便利性,干湿拖拽清洁一步到位。

3,洗烘一体机

随着现代生活的发展,用户在衣物清洁方面逐渐产生对衣物烘干的较强需求,现有洗烘一体机存在很多体验上的不足,无法为客户带来极致的体验,难以满足用户对产品的期望。基于洗烘一体机领域的市场现状及客户潜在的需求,公司自研了“第三种烘干技术(分子筛吸附式烘干)洗烘一体机”,解决了烘干温度过高、毛绒损耗过快、烘干效率低、烘干时间过长等问题,同时也满足主流的嵌入式家装场景,不会额外占用更多的家装空间。不同于冷凝或热泵式烘干,公司分子筛烘干产品不需采用管路收集冷凝水,利用分子筛超强的吸湿能力对衣物进行除湿,配合行业首创的双风路循环系统,独立分区,保持主循环风路相对干燥的循环暖风,循环风路无主动热源,从而实现低温不衣护理,该产品不仅可以快真丝羊毛等高端面料,而且还提高了烘干效率,达到高效干衣的效果;另外,该产品还解决了传统洗烘一体机毛刷附着、残屑污染等问题。

(二)主要经营模式

公司紧紧围绕技术研发和品牌建设持续打造并提升公司的核心竞争力,通过技术和产品的领先性以及卓越的品牌形象获取市场份额和利润。在采购方面,公司是以直接采购为主,工厂自行采购为辅,在生产方面,公司已自建了工,上半年目建工厂已经开始投产,公司生产模式转变为自主生产和委外加工相结合的方式。委外加工方面,公司与代工厂商签署委托加工合同,由公司以书面或电子方式传送订单给代工厂商,订单包含产品的种类、数量、送达交货时间以及公司指定的交货地点、联系人和单价等。在销售方面,公司采用线上与线下相结合的销售模式。

(三)所处行业情况

1,行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

(1)行业发展阶段

从2020年至2023年,清洁电器行业的发展阶段:在2020至2022年,行业受益于全球疫情引发的居家生活趋势以及技术创新的推动,实现了快速增长。消费者对家庭清洁和睡眠生活的需求激增,促使扫地机等清洁电器的销量和市场份额迅速扩大,这一时期,产品创新如激光雷达导航,视觉导航避障,全功能基站等成为了行业发展的主要驱动力。

进入2022年后,宏观经济的不确定性给清洁电器行业带来新的挑战。为了应对挑战,行业内企业开始采取更为灵活的市场策略,如通过成本优化调整定价以吸引更广泛的消费者群体,以期维持市场竞争力。此外,全功能基站扫地机器人因其便捷的自动充电和清洁功能,逐渐成为市场的主流趋势,其市场份额和消费者接受度持续上升。奥维云网(AVC)推总数据显示,2023年中国清洁电器零售额344亿元,同比增长6.8%,零售量2534万台。

在国内市场方面,自2017年以来智能家居产业掀起一轮创新浪潮,GFK数据显示,从2012年到2022年,清洁电器的销售额复合增长率达到28%,市场规模从29亿元上升到340亿元。作为新晋生活刚需,清洁电器当前的渗透率依然较低,2022年的吸尘器每百户平均拥有量仅有235台,其中主流发达地区国人达1台,洗地机有1台,而发达国家的平均拥有量大多达到3台以上。这一数据表明,清洁电器的市场规模增长空间600亿元,4000万台左右。洗地机和扫地机器人分别作为深度清洁和日常清洁的典型代表,现在以及未来都是典型品类。由于清洁需求的属性明确、稳定,清洁效果与清洁工作自动化将是清洁电器步庸置疑的核心发展方向。随着产品的不断迭代进化,洗地机和扫地机器人的功能特点最终将以某种形式融合,在这个大方向上,持续的技术创新将是未来清洁电器行业发展的原动力。

在海外市场方面,IDC报出,2023-2027年全球智能家居市场的规模将持续增长,这一增长动力来自于对便利性、能源效率和安全性的需求。全球消费者都在寻找方法简化他们的日常生活,并提高它们家居加舒适和安全。IDC预测,到2027年,全球智能家居市场的规模将超过10亿,配合年增长率(CAGR)为5.6%,北美、欧洲和亚太地区将持续增长。到2027年,全球扫地机的市场容量将增长至2320万台,产品功能的改进和使用场景的扩展将推动扫地机市场的增长,扫地机市场的年增长率高于整体智能家居市场。

技术的进步和消费者对于便利生活追求的不断提高,共同催生了智能清洁电器市场的蓬勃发展,全球范围内扫地机的普及和需求呈现出显著增长趋势,随着人工智能和物联网技术的深度融合,清洁电器的功能和效率正在不断突破,为用户提供了更加智能化、个性化的清洁解决方案。展望未来,随着技术的不断演进和市场的进一步拓展,清洁电器行业有望将迎来更广阔的发展空间和机遇,成为智能家居领域的一大亮点。

(2)行业基本特点

智能清洁电器行业是一个技术驱动性强、市场需求日益增长的行业,其产品种类和功能正变得日益多样化,以满足不同消费者的需求。随着人工智能、机器视觉、传感器技术以及物联网技术的进步,扫地机的功能和效率将进一步提升,变得更加智能化和自动化。同时,行业具有国际化的特点,随着全球化的推进,头部企业不仅在本国市场大放异彩,还积极拓展海外市场,随着消费者对产品使用体验和售后服务要求的提升,提高用户体验和服务逐步成为企业的重点。技术创新、市场需求的多样化及对高质量用户体验的追求,共同推动着该行业的快速发展。

(3)主要技术门槛

智能清洁电器是人工智能、光电、机电、声学、力学、材料学、流体动力学等多领域技术高集成的行业。产品性能提升的根基在于算法、核心算法(如SLAM算法、AI导航算法等)、数据积累、算法能力是行业的关键壁垒,从更长远的维度看,智能清洁电器行业是一个快速迭代的朝阳行业。随着5G和大数据时代的发展,一些行业领先的企业可以实现智能操控,用户能够通过APP对智能扫地机器人进行实时远程观察和控制,用户体验显著增强。同时企业通过跟踪产品情况,收集用户反馈,了解用户需求和产品性能表现,进一步对产品进行优化升级。随着消费升级浪潮的来临,国内外消费者对该类产品的清洁功能、智能性、静音等方面提出了越来越高的要求。

2,公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司是国际上自激光雷达技术及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先企业。智能扫地机器人在通过基于激光测距传感器、惯性测量单元等传感器的SLAM算法构建出户型地图后,再根据户型地图进行定位,同时通过AI算法规划出智能、高效的清扫路径,可以有效避免漏扫、重扫。服务器端通过对互联网产品数据进行深度学习,算法优化从而不断迭代升级机器人算法。

2023年公司研发投入6.19亿元,截至2023年12月31日,公司研发人员622人,新增获得境内外授权专利522项。推出的新品智能扫地机器人G20系列、P10系列、洗地机A10系列等收获了良好的口碑,进一步加深了用户对公司品牌的认知程度,持续提升公司市场占有率。根据奥维云网数据,在2023年,公司扫地机器人线上市场零售额份额达到23.89%,同比提升2.61个百分点。

同时,公司在研发与产品设计方面处于行业前列。近年来,公司及主要控股子公司分别授予“国家鼓励的重点软件企业”、“国家高新技术企业”、“计算机软新技术企业”、“北京市知识产权示范单位”、“中国机器人产业联盟会员”、“北京半导体行业协会会员”、“北京市企业技术中心”、“北京市创新型中小企业”、“北京市专精特新‘小巨人’企业”等资质,公司和公司产品曾被授予“中国轻工业联合会科学技术进步奖”、“北京市新技术新产品(服务)”、“北京工业设计促进专项设计领军机构”、“国际IF设计大奖”、“Best of IFA”、“台湾金点奖”、“中国优秀工业设计奖”、“红点奖”、“中国设计红星奖”、“北京市科学技术奖”、“时代财经A100创新奖”和“创客北京2023”“高端制造产业三等奖”等多项荣誉。

3,报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

2023年,我国家电市场环境持续回暖,奥维云网(AVC)推总数据显示,2023年中国清洁电器零售额344亿元,同比增长6.8%,零售量达到2534万台。根据奥维云网数据,在各类清洁电器中,扫地机器人以40%的市场份额领先,国内2023年扫地机器人销售额同比增长10%。

2023年,中国品牌的扫地机及清洁电器在海外市场取得了显著的成就,实现了销量与价格的同步提升。中高端产品因其技术领先和功能完备而受到市场的追捧,中国品牌凭借优秀的产品力成功抗衡了国际市场,有效推动了产品结构的升级,进而提高了市场渗透率。

在市场端市场政策方面,消费者对产品的选择不再仅仅基于价格,而是更加注重技术优势和功能的全面性,中国品牌凭借多年的技术积累和对用户体验的深入洞察,成功将技术创新转化为卓越的产品性能,加速了海外市场产品结构的优化和升级,中国品牌的产品线正逐步从单一功能的设备转变为具备自清洁、自集尘、烘干以及智能上下水等多功能的复合型产品,以适应全球消费者对智能家居解决方案的日益增长的需求。

这一转变不仅标志着中国品牌在国际市场上的竞争力提升,也反映了中国制造业在全球价值链中的地位提升,展望未来,中国品牌将继续致力于技术创新和产品升级,以满足全球消费者对高品质生活的追求,进一步巩固和扩大在国际市场的影响力。

3公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

	2023年	2022年	本年比上年增减(%)	2021年
总资产	14,376,641,614	10,833,053,890	32.71	9,807,393,894
归属于上市公司股东的净资产	11,380,526,122	9,556,378,416	19.09	8,491,558,715
营业收入	8,653,783,788	6,628,716,402	30.55	5,837,051,346
归属于上市公司股东的净利润	2,051,217,414	1,183,476,942	73.32	1,402,476,092
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,826,089,668	1,197,719,439	52.46	1,190,170,336
经营活动产生的现金流量净额	2,185,931,368	1,120,467,567	95.09	1,518,872,092
加权平均净资产收益率(%)	19.56	13.16	增加6.40个百分点	18.00
基本每股收益(元/股)	15.66	9.04	73.23	10.73
稀释每股收益(元/股)	15.58	9.01	72.92	10.66
研发投入占营业收入的比例(%)	7.15	7.37	减少0.22个百分点	7.55

3.2报告期分季度的主要会计数据

4股东情况

4.1普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

截至报告期末普通股股东总数(户)	8,170
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,553
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	包含转融通借出的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
						股份状态	数量	
昌敬	7,365,271	29,059,370	22.10	0		无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	5,709,777	7,974,499	6.07	0		无	0	未知
Shunwei Ventures III (Hong Kong)Limited	-1,067,434	7,110,593	5.41	0		无	0	境外法人
丁迪	1,751,483	6,949,102	5.29	0		无	0	境内自然人
天津金米投资合伙企业(有限合伙)	-527,208	5,901,826	4.49			无	0	境内非国有法人
招商银行股份有限公司-华夏上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	2,612,176	5,444,226	4.14	0		无	0	其他
BANYAN CONSULTING LIMITED	-513,502	2,768,715	2.11	0		无	0	境外法人
毛国华	717,678	2,686,626	2.04	0		无	0	境内自然人
天津石头时代企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	-584,747	2,559,855	1.95	0		无	0	其他
中国工商银行股份有限公司-易方达上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	1,290,016	2,108,542	1.60	0		无	0	其他

上述股东关联关系或一致行动的说明　昌敬、Shunwei Ventures III(Hong Kong)Limited、丁迪不存在关联关系且不属于上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明　不适用

存托凭证持有人情况

□适用 √不适用

截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

□适用 √不适用

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

4.4报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内,公司实现营业收入865,378.38万元,同比增长 30.55%;发生营业成本388,255.26万元,同比增长 15.44%;截至 2023 年 12 月 31 日,公司资产总计1,437,664.16万元,比年初增长32.71%;总负债 299,513.87万元,比年初增长134.79 %;资产负债率为 20.83%;归属于股东的净利润 205,121.74万元,同比增长73.32%。

2公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

不适用

董事长:昌敬

董事会批准报送日期:2024年3月29日

证券代码:688169　证券简称:石头科技　公告编号:2024-013

北京石头世纪科技股份有限公司 2023年年度利润分配方案及资本公积转增股本方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示:

● 每股分配比例:北京石头世纪科技股份有限公司(以下简称“公司”)本年度人民币股权派发现金红利4.68元(含税),不送红股,以资本公积向全体股东每10股转增4股。

● 本次利润分配方案及资本公积转增股本方案以实施权益分派的股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户中的股份数后为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确。

● 在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配金额比例,并将另行公告具体调整情况。

● 本次利润分配方案及资本公积转增股本方案尚需提交公司2023年年度股东大会审议,审议通过之后方可实施。

一,利润分配方案内容

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至2023年12月31日,公司母公司报表中期末未分配利润为人民币3,977,379,718元,2023年度公司实现归属于公司股东的净利润2,051,217,414元(合并报表)。

经公司第二届董事会第二十三次会议、第二届监事会第二十一次会议审议通过,公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户中的股份数后为基数分配利润。本次利润分配方案如下:

1,以权益分派的股权登记日登记的总股本扣除公司回购专户中的股份数后为基数,拟向全体股东每股派发现金红利4.68元(含税)。截至2024年3月28日,公司总股本131,477,470股,扣除目前回购专户的股份余额170,285股后参与分配股数共131,307,185股,以此计算合计拟派发现金红利614,517,625.80元(含税),占公司当年度合并报表归属上市公司股东净利润的比例为29.96%。2023年度公司不送红股。

2,公司拟以资本公积向全体股东每10股转增4股。截至2024年3月28日,公司总股本为131,477,470股,扣除目前回购专户的股份余额170,285股后参与转增股数共131,307,185股,合计转增52,522,874股,转增后公司总股本增加至184,000,344股。(公司总股本数以中国证券登记结算有限责任公司上海分公司最终登记结果为准,如有尾差,系取整所致)。根据《上市公司股份回购规则》第十八条等有关规定:上市公司以现金为对价,采用要约方式、集中竞价方式回购股份的,视同上市公司现金分红,纳入现金分红的相关比例计算。2023年公司以集中竞价交易方式累计回购公司股份334,350股,支付的资金总额为人民币102,715,029.18元(不含印花税、交易佣金等交易费用)。公司通过回购专用账户所持有公司的股份170,285股(截至2024年3月28日),不参与本次利润分配及资本公积金转增股本。

2023年半年度利润分配方案经2023年9月20日的2023年第三次临时股东大会审议通过,以2023年半年度权益分派股权登记日公司总股本扣除公司回购专用证券账户持有股数为基数,向全体股东每股派发现金红利0.91910元(含税,保留小数点后 5 位),利润分配总额为120,773,802.42元。

综上,公司2023年度合计分红金额(含税)为838,006,457.40元,合计分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率为40.85%。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例,将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交2023年度股东大会审议。

7是否存在公司治理特殊安排等重要事项

□适用 √不适用

1公司简介

公司股票简况

√适用 □不适用

公司股票简况					
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称	
A股	上海证券交易所科创板	石头科技	688169	不适用	

公司存托凭证简况

□适用 √不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书(信息披露境内代表)	证券事务代表
姓名	孙佳	石睿
办公地址	北京市昌平区安居路17号院3号楼10层1001	北京市昌平区安居路17号院3号楼10层1001
电话	010-80701697	010-80701697
电子信箱	ir@roborock.com	ir@roborock.com

2报告期公司主要业务简介

(一)主要业务,主要产品或服务情况

公司主营业务为智能清洁机器人等智能硬件的设计、研发、生产和销售,主要产品包括智能扫地机器人、洗地机、洗烘一体机及其他智能电器:

1,智能扫地机器人

公司是国际上将激光雷达技术,精密光学模觉导航建图及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先企业。

智能扫地机器人是通过基于激光测距传感器、视觉传感器、惯性测量单元等传感器的SLAM算法构建出户型地图后,再根据户型地图进行定位,同时通过AI算法规划出智能、高效的清扫路径,可以有效避免漏扫、重扫。服务器端通过对互联网产品数据进行深度学习,算法优化从而不断迭代升级机器人算法。

同时,扫地机全线新品开发了全功能基站,除原有充电基站功能外,增加了抹布自清洁、自动集尘、抹布烘干、清洗槽烘干等功能,促使扫地机器人在智能化发展的道路上实现了质的跨越。

2,洗地机

为改善清洁效果和使用体验,公司深入研发并将最新研发成果应用于相关产品中,包括双滚刷系统、智能洗烘及全链路抗菌、智能脏污检测、自动投放清洁液等技术,使洗地机地面清洁与自清洁能力得到了提升,增强了抑菌与防臭效果,提升了使用便利性,干湿拖拽清洁一步到位。

3,洗烘一体机

随着现代生活的发展,用户在衣物清洁方面逐渐产生对衣物烘干的较强需求,现有洗烘一体机存在很多体验上的不足,无法为客户带来极致的体验,难以满足用户对产品的期望。基于洗烘一体机领域的市场现状及客户潜在的需求,公司自研了“第三种烘干技术(分子筛吸附式烘干)洗烘一体机”,解决了烘干温度过高、毛绒损耗过快、烘干效率低、烘干时间过长等问题,同时也满足主流的嵌入式家装场景,不会额外占用更多的家装空间。不同于冷凝或热泵式烘干,公司分子筛烘干产品不需采用管路收集冷凝水,利用分子筛超强的吸湿能力对衣物进行除湿,配合行业首创的双风路循环系统,独立分区,保持主循环风路相对干燥的循环暖风,循环风路无主动热源,从而实现低温不衣护理,该产品不仅可以快真丝羊毛等高端面料,而且还提高了烘干效率,达到高效干衣的效果;另外,该产品还解决了传统洗烘一体机毛刷附着、残屑污染等问题。

(二)主要经营模式

公司紧紧围绕技术研发和品牌建设持续打造并提升公司的核心竞争力,通过技术和产品的领先性以及卓越的品牌形象获取市场份额和利润。在采购方面,公司是以直接采购为主,工厂自行采购为辅,在生产方面,公司已自建了工,上半年目建工厂已经开始投产,公司生产模式转变为自主生产和委外加工相结合的方式。委外加工方面,公司与代工厂商签署委托加工合同,由公司以书面或电子方式传送订单给代工厂商,订单包含产品的种类、数量、送达交货时间以及公司指定的交货地点、联系人和单价等。在销售方面,公司采用线上与线下相结合的销售模式。

(三)所处行业情况

1,行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

(1)行业发展阶段

从2020年至2023年,清洁电器行业的发展阶段:在2020至2022年,行业受益于全球疫情引发的居家生活趋势以及技术创新的推动,实现了快速增长。消费者对家庭清洁和睡眠生活的需求激增,促使扫地机等清洁电器的销量和市场份额迅速扩大,这一时期,产品创新如激光雷达导航,视觉导航避障,全功能基站等成为了行业发展的主要驱动力。

进入2022年后,宏观经济的不确定性给清洁电器行业带来新的挑战。为了应对挑战,行业内企业开始采取更为灵活的市场策略,如通过成本优化调整定价以吸引更广泛的消费者群体,以期维持市场竞争力。此外,全功能基站扫地机器人因其便捷的自动充电和清洁功能,逐渐成为市场的主流趋势,其市场份额和消费者接受度持续上升。奥维云网(AVC)推总数据显示,2023年中国清洁电器零售额344亿元,同比增长6.8%,零售量2534万台。

在国内市场方面,自2017年以来智能家居产业掀起一轮创新浪潮,GFK数据显示,从2012年到2022年,清洁电器的销售额复合增长率达到28%,市场规模从29亿元上升到340亿元。作为新晋生活刚需,清洁电器当前的渗透率依然较低,2022年的吸尘器每百户平均拥有量仅有235台,其中主流发达地区国人达1台,洗地机有1台,而发达国家的平均拥有量大多达到3台以上。这一数据表明,清洁电器的市场规模增长空间600亿元,4000万台左右。洗地机和扫地机器人分别作为深度清洁和日常清洁的典型代表,现在以及未来都是典型品类。由于清洁需求的属性明确、稳定,清洁效果与清洁工作自动化将是清洁电器步庸置疑的核心发展方向。随着产品的不断迭代进化,洗地机和扫地机器人的功能特点最终将以某种形式融合,在这个大方向上,持续的技术创新将是未来清洁电器行业发展的原动力。

在海外市场方面,IDC报出,2023-2027年全球智能家居市场的规模将持续增长,这一增长动力来自于对便利性、能源效率和安全性的需求。全球消费者都在寻找方法简化他们的日常生活,并提高它们家居加舒适和安全。IDC预测,到2027年,全球智能家居市场的规模将超过10亿,配合年增长率(CAGR)为5.6%,北美、欧洲和亚太地区将持续增长。到2027年,全球扫地机的市场容量将增长至2320万台,产品功能的改进和使用场景的扩展将推动扫地机市场的增长,扫地机市场的年增长率高于整体智能家居市场。

技术的进步和消费者对于便利生活追求的不断提高,共同催生了智能清洁电器市场的蓬勃发展,全球范围内扫地机的普及和需求呈现出显著增长趋势,随着人工智能和物联网技术的深度融合,清洁电器的功能和效率正在不断突破,为用户提供了更加智能化、个性化的清洁解决方案。展望未来,随着技术的不断演进和市场的进一步拓展,清洁电器行业有望将迎来更广阔的发展空间和机遇,成为智能家居领域的一大亮点。

(2)行业基本特点

智能清洁电器行业是一个技术驱动性强、市场需求日益增长的行业,其产品种类和功能正变得日益多样化,以满足不同消费者的需求。随着人工智能、机器视觉、传感器技术以及物联网技术的进步,扫地机的功能和效率将进一步提升,变得更加智能化和自动化。同时,行业具有国际化的特点,随着全球化的推进,头部企业不仅在本国市场大放异彩,还积极拓展海外市场,随着消费者对产品使用体验和售后服务要求的提升,提高用户体验和服务逐步成为企业的重点。技术创新、市场需求的多样化及对高质量用户体验的追求,共同推动着该行业的快速发展。

(3)主要技术门槛

智能清洁电器是人工智能、光电、机电、声学、力学、材料学、流体动力学等多领域技术高集成的行业。产品性能提升的根基在于算法、核心算法(如SLAM算法、AI导航算法等)、数据积累、算法能力是行业的关键壁垒,从更长远的维度看,智能清洁电器行业是一个快速迭代的朝阳行业。随着5G和大数据时代的发展,一些行业领先的企业可以实现智能操控,用户能够通过APP对智能扫地机器人进行实时远程观察和控制,用户体验显著增强。同时企业通过跟踪产品情况,收集用户反馈,了解用户需求和产品性能表现,进一步对产品进行优化升级。随着消费升级浪潮的来临,国内外消费者对该类产品的清洁功能、智能性、静音等方面提出了越来越高的要求。

2,公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司是国际上自激光雷达技术及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先企业。智能扫地机器人在通过基于激光测距传感器、惯性测量单元等传感器的SLAM算法构建出户型地图后,再根据户型地图进行定位,同时通过AI算法规划出智能、高效的清扫路径,可以有效避免漏扫、重扫。服务器端通过对互联网产品数据进行深度学习,算法优化从而不断迭代升级机器人算法。

2023年公司研发投入6.19亿元,截至2023年12月31日,公司研发人员622人,新增获得境内外授权专利522项。推出的新品智能扫地机器人G20系列、P10系列、洗地机A10系列等收获了良好的口碑,进一步加深了用户对公司品牌的认知程度,持续提升公司市场占有率。根据奥维云网数据,在2023年,公司扫地机器人线上市场零售额份额达到23.89%,同比提升2.61个百分点。

同时,公司在研发与产品设计方面处于行业前列。近年来,公司及主要控股子公司分别授予“国家鼓励的重点软件企业”、“国家高新技术企业”、“计算机软新技术企业”、“北京市知识产权示范单位”、“中国机器人产业联盟会员”、“北京半导体行业协会会员”、“北京市企业技术中心”、“北京市创新型中小企业”、“北京市专精特新‘小巨人’企业”等资质,公司和公司产品曾被授予“中国轻工业联合会科学技术进步奖”、“北京市新技术新产品(服务)”、“北京工业设计促进专项设计领军机构”、“国际IF设计大奖”、“Best of IFA”、“台湾金点奖”、“中国优秀工业设计奖”、“红点奖”、“中国设计红星奖”、“北京市科学技术奖”、“时代财经A100创新奖”和“创客北京2023”“高端制造产业三等奖”等多项荣誉。

3,报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

2023年,我国家电市场环境持续回暖,奥维云网(AVC)推总数据显示,2023年中国清洁电器零售额344亿元,同比增长6.8%,零售量达到2534万台。根据奥维云网数据,在各类清洁电器中,扫地机器人以40%的市场份额领先,国内2023年扫地机器人销售额同比增长10%。

2023年,中国品牌的扫地机及清洁电器在海外市场取得了显著的成就,实现了销量与价格的同步提升。中高端产品因其技术领先和功能完备而受到市场的追捧,中国品牌凭借优秀的产品力成功抗衡了国际市场,有效推动了产品结构的升级,进而提高了市场渗透率。

在市场端市场政策方面,消费者对产品的选择不再仅仅基于价格,而是更加注重技术优势和功能的全面性,中国品牌凭借多年的技术积累和对用户体验的深入洞察,成功将技术创新转化为卓越的产品性能,加速了海外市场产品结构的优化和升级,中国品牌的产品线正逐步从单一功能的设备转变为具备自清洁、自集尘、烘干以及智能上下水等多功能的复合型产品,以适应全球消费者对智能家居解决方案的日益增长的需求。

这一转变不仅标志着中国品牌在国际市场上的竞争力提升,也反映了中国制造业在全球价值链中的地位提升,展望未来,中国品牌将继续致力于技术创新和产品升级,以满足全球消费者对高品质生活的追求,进一步巩固和扩大在国际市场的影响力。

3公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

	2023年	2022年	本年比上年增减(%)	2021年
总资产	14,376,641,614	10,833,053,890	32.71	9,807,393,894
归属于上市公司股东的净资产	11,380,526,122	9,556,378,416	19.09	8,491,558,715
营业收入	8,653,783,788	6,628,716,402	30.55	5,837,051,346
归属于上市公司股东的净利润	2,051,217,414	1,183,476,942	73.32	1,402,476,092
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,826,089,668	1,197,719,439	52.46	1,190,170,336
经营活动产生的现金流量净额	2,185,931,368	1,120,467,567	95.09	1,518,872,092
加权平均净资产收益率(%)	19.56	13.16	增加6.40个百分点	18.00
基本每股收益(元/股)	15.66	9.04	73.23	10.73
稀释每股收益(元/股)	15.58	9.01	72.92	10.66
研发投入占营业收入的比例(%)	7.15	7.37	减少0.22个百分点	7.55

3.2报告期分季度的主要会计数据

4股东情况

4.1普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

截至报告期末普通股股东总数(户)	8,170
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,553
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	包含转融通借出的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
						股份状态	数量	
昌敬	7,365,271	29,059,370	22.10	0		无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	5,709,777	7,974,499	6.07