



# 2024年 功能沙发行业词条报告

头豹分类/制造业/家具制造业/其他家具制造、港股分类法/消费品制造/家电家用

# 功能沙发：舒适经济方兴未艾，功能沙发消费潜力亟待释放 头豹词条报告系列

段相域 · 头豹分析师

2025-08-29

未经平台授权，禁止转载

行业分类：

制造业/其他家具制造

消费品制造/家电家用

**摘要** 沙发是指以木质、金属或其他刚性材料为主体框架，表面覆以包覆弹性材料或其他软质材料构成的座具。功能沙发指在沙发基础上，新增姿态调整、转向、摇摆、按摩及储藏等功能新型软体座具。按照包裹材料不同，功能沙发可分为皮类及布类两种类型。从市场规模上看，随着消费者对功能沙发产品认可度的快速提升，中国功能沙发行业实现快速增长。行业市场规模由2019年的65.2亿元增长至2023年的125.9亿元，期间CAGR达17.9%。展望未来，悦己消费趋势推动下行业或将进一步实现稳健增长，2028年市场规模有望超170亿元。

## 行业定义

据工信部2023年发布的QB/T1952.1-2023《软体家具沙发》。沙发是一种以木质、金属或其他刚性材料为主体框架，表面覆以包覆弹性材料或其他软质材料构成，以坐卧休息为主要目的的座具。它通常设有软垫和靠背，用于居家、办公等场景的休闲和社交活动。功能沙发指在沙发基础上，新增姿态调整、转向、摇摆、按摩及储藏等功能新型软体座具。近年来受居民消费升级及健康化家居产品需求提升双重驱动，消费者对家居产品的要求不再局限于基本的实用功能，更关注舒适性和多样化功能，功能沙发行业有望实现高速发展。

## 行业分类

根据沙发产品的包裹材料分类，功能沙发主要包括皮革沙发、布艺沙发及布革沙发。从产品特征上看，皮革沙发质感优良，但价格较高；布艺沙发及布革沙发触感较好，透气性强，款式丰富且价格相对较低。依据动力来源，功能沙发产品可进一步细分为手动功能沙发与智能电动沙发。基于产品价格带及消费群体分类，中国功能沙发行业可以分为高端功能沙发市场，中端功能沙发市场及大众功能沙发市场。

### 基于包裹材料分类

根据沙发产品的包裹材料分类，功能沙发主要包括皮革沙发、布艺沙发及布革沙发。

#### 按包裹材料分类

皮革功能沙发指包裹材料使用天然动物皮革或人造革的功能沙发产品，其中天然动物皮革含量为100%的功能沙发又被称为真皮功能沙发。外表包裹材料为纺织面料的功能沙发被称为布艺功能沙发。此外，包裹材料由纺织面料及皮革混合制成的功能沙发被称为布革功能沙发。

## 行业特征

功能沙发的行业特征包括中国功能沙发市场渗透率较低、沙发出口规模庞大、头部企业市场份额优势显著。

### 1 中国功能沙发市场渗透率较低

**受益于高消费水平及成熟消费理念，美国功能沙发市场渗透率显著高于中国市场。**中国功能沙发行业起步较晚，功能沙发尚属于小众家居产品，2018年渗透率仅为4.2%。相较而言，功能沙发诞生地美国得益于长期的消费者教育及较高的人均收入水平，其市场渗透率长期保持在49%左右的高位。从变化趋势上看，中国功能沙发市场渗透率近年来增长迅速，2025年有望达8.7%。

### 2 沙发出口规模庞大

从出口数据上看，中国是全球最重要的沙发出口国之一。据海关总署数据，带软垫的金属框架坐具出口金额呈现先升后降的增长趋势。2022-2023年受海外消费场景气度低迷影响，沙发出口规模有所收紧。

3 头部企业市场份额优势显著

中国功能沙发市场头部企业市场竞争力优势较大。以头部企业敏华控股为例，据敏华控股年报数据，敏华控股2023年营收规模为184.1亿港元，同比增长6.1%。敏华控股2023年沙发及配套产品业务收入为126.6亿港元，同比增长2.9%。从敏华旗下功能沙发品牌芝华仕门店数据上看，芝华仕门店数量由2017年Q1的1,975家增长至2023年Q3的6,888家，品牌影响力持续扩大。

发展历程

中国功能沙发行业经历了萌芽期、启动期和高速发展期三个主要阶段。行业最早萌芽于20世纪80年代，随着国际品牌进入中国市场，功能沙发产品认可度有所提升，但仍局限于高端消费群体。2001年随着中国加入WTO，行业进入启动期，受益于中国经济快速增长和居民生活水平日益提升，国内企业开始模仿国外产品，但功能沙发仍属于小众产品，市场规模较小。2016年后，行业步入高速发展期，敏华控股等国内头部企业通过技术创新和规模化生产，不断降低生产成本，同时消费者健康意识及对舒适生活的追求迅速提升，为功能沙发在大众消费市场扩容奠定基础。目前行业整体处于快速增长和集中度提升阶段，头部企业加速布局中高端市场，但中低端功能沙发市场同质化竞争依旧为行业长期面临的重要挑战之一。展望未来，中国功能沙发行业有望在生产智能化、产品定制化和绿色环保化趋势下实现高质量发展。



萌芽期 · 1980-01-01~2000-01-01

功能沙发最早由国际品牌引入中国市场。行业启动初期由于产品价格较高及品牌认知度不足，功能沙发主要面向小众高端消费者，国内企业多处于仿制阶段，研发制造能力较弱，加工设备主要依赖进口或低水平手工制作，导致功能沙发的质量和技术含量无法满足国际市场需求。敏华控股、顾家家居等头部家具制造企业开始进入功能沙发市场。功能沙发逐渐被中产消费群体接受。消费者对生活品质的追求及城市化进程加快共同促进对功能沙发消费需求增长。技术进步使国内功能沙发产品质量不断上升，出口市场进一步扩大。1992年，全球功能沙发头部品牌敏华控股成立，专注于功能沙发产品的生产、加工和销售，是中国最早进入功能沙发行业的头部企业。1994年，敏华控股在中国深圳开设第一家芝华仕专卖店。1998年，首届广州国际家具博览会创立，为中国功能沙发企业提供了展示与交流平台，促进行业高质量发展。



启动期 · 2001-01-01~2015-01-01

敏华控股、顾家家居等头部家具制造企业开始进入功能沙发市场。功能沙发逐渐被中产消费群体接受。消费者对生活品质的追求及城市化进程加快共同促进对功能沙发消费需求增长。技术进步使国内功能沙发产品质量不断上升，出口市场进一步扩大。2009年，敏华控股旗下芝华仕头等舱沙发正式签约著名明星孙红雷为品牌代言人，快速提升品牌知名度。2010年，功能沙发头部品牌敏华控股在香港联交所上市。2012年，全球功能沙发头部品牌乐至宝La-Z-Boy与顾家家居达成战略合作，正式进入中国市场。



高速发展期 · 2016-01-01~至今

疫情冲击、导致功能沙发消费需求显著下滑，行业增速呈现放缓趋势。原材料价格波动及国际供应链收紧对功能沙发出口市场造成一定负面影响。与此同时，消费者对家居产品的健康环保属性关注度日益上升，推动功能沙发在材料选择和产品研发设计上向绿色环保方向转型。敏华控股等功能沙发头部品牌通过引入可回收材料和环保认证以适应新消费趋势。2018年，顾家家居先后收购德国软体家具品牌Rolf Benz及意大利知名家居品牌Natuzzi。2021年，中国电动功能沙发知名品牌匠心家居在深交所上市。2023年，工信部发布《中华人民共和国轻工行业标准：软体家具沙发》，进一步明确了功能沙发的产品定义及行业

## 产业链分析

### 功能沙发产业链的发展现状

中国功能沙发行业产业链上游参与者主要为铁架、海绵、羽绒、电机、木材布料皮革等原材料生产供应商；中游为功能沙发生产制造商，下游则是线上线下零售渠道商及终端消费群体。

### 功能沙发行业产业链主要有以下核心研究观点：

#### 上游：原料成本占比较高，原材料价格呈现普跌趋势

功能沙发生产成本中原材料成本占比较高。据敏华控股年报数据，2023年敏华控股已售商品成本为111.6亿港元，其中原材料成本、员工成本及生产开支分别为84.9亿港元、20.6亿港元及6.2亿港元，生产成本占比分别为76.0%、18.4%及5.6%。原料成本占比中，钢材、真皮及包装材料比重较高。据敏华控股年报数据，2023年敏华控股原材料成本构成中，钢材、真皮、包装材料、化学品、木制品及布料成本占比分别为31.0%、25.7%、12.9%、12.5%、10.1%及7.8%。从功能沙发核心原材料价格变动趋势上看，多数原材料价格近年来呈现下降趋势。其中化学品、铁架、包装材料及布料跌势较大，2023年价格分别较2019年下跌33%、30%、21%及19%。木制品及真皮价格变化较小，较2019年价格基本持平。

#### 中游：沙发业务易受地产周期影响，头部品牌快速成长

从细分沙发业务上看，中国沙发业务成长性与地产周期紧密相关。沙发作为大件耐用消费品，消费需求易受房地产竣工交付节奏影响。据敏华财报数据，敏华控股沙发业务在2021年达到营收峰值后，2022年因地产行业低迷出现显著下滑，营收降至123亿港元。2023年随着房地产竣工复苏，敏华控股沙发业务营收回升至126.6亿港元。从头部功能沙发品牌发展趋势上看，受益于中国功能沙发市场的持续扩容，敏华控股、顾家家居、乐至宝等头部功能沙发企业近年来营收实现快速增长。据各企业年报数据，敏华控股、顾家家居及乐至宝2023年营收分别达170、192及147亿元。从增速视角上看，敏华控股和顾家家居凭借强大的品牌影响力和完善的销售网络，充分把握中国本土市场消费升级红利，近8年营收复合增长率实现双位数增长。

### 产业链上游环节分析

#### 生产制造端

中国功能沙发行业产业链上游参与者主要为铁架、海绵、羽绒、电机、木材布料皮革等原材料生产供应商

#### 上游厂商

江苏明星沙发配件有限公司

江苏杰科威视讯科技有限公司

锐迈科技股份有限公司

青岛东亚海绵制品有限公司

江苏金世缘乳胶制品股份有限公司

兴业皮革科技股份有限公司

鲁泰纺织股份有限公司

惠州市忠邦电子有限公司

德沃康科技集团有限公司

#### 上游分析

##### 成本结构：原材料成本占比较高

功能沙发生产成本中原材料成本占比较高。据敏华控股年报数据，2023年敏华控股已售商品成本为111.6亿港元，其中原材料成本、员工成本及生产开支分别为84.9亿港元、20.6亿港元及6.2亿港元，生产成本占比分别为76.0%、18.4%及5.6%。原料成本占比中，钢

**材、真皮及包装材料比重较高。**据敏华控股年报数据，2023年敏华控股原材料成本构成中，钢材、真皮、包装材料、化学品、木制品及布料成本占比分别为31.0%、25.7%、12.9%、12.5%、10.1%及7.8%。

**成本变动：功能沙发原材料价格呈现普跌趋势**

**从原材料价格波动上看，受地产周期景气度影响，多数原料价格呈现下降趋势。**据敏华控股业绩交流会PPT数据，功能沙发主要原材料中，化学品、铁架、包装材料及布料跌势较大，2023年价格分别较2019年下跌33%、30%、21%及19%。木制品及真皮价格变化较小，较2019年价格基本持平。从价格变动成因上看，房地产行业周期性降温导致对基础建材需求大幅减少，同时制造业产业升级带来的规模效应和供应链效率提升进一步压低了原料成本。相较而言，木制品和真皮等原材料因供应刚性及定制化需求较强，价格波动较小，与2019年基本持平。原材料价格的普跌在一定程度上缓解了企业的生产成本压力，为行业扩大市场及推出中高端功能沙发产品提供了广阔空间。然而，持续的价格下降也可能引发低价竞争和产品同质化等问题，企业需在控制成本的同时，通过差异化创新提升产品价值，以期在激烈市场竞争中占据优势。

**中 产业链中游环节分析**

**品牌端**

中国功能沙发产业链中游环节主要涵盖功能沙发产品生产制造商，品牌运营商等。

**中游厂商**



**中游分析**

**头部功能沙发品牌实现高速增长**

**受益于中国功能沙发市场的持续扩容，敏华控股、顾家家居、乐至宝等头部功能沙发企业近年来营收实现快速增长。**据各企业年报数据，敏华控股、顾家家居及乐至宝2023年营收分别达170、192及147亿元。从增速视角上看，敏华控股和顾家家居凭借强大的品牌影响力和完善的销售网络，充分把握中国本土市场消费升级红利，近8年营收复合增长率实现双位数增长。

**沙发业务弹性易受地产周期影响**

**沙发作为大件耐用消费品，消费需求易受房地产竣工交付节奏影响。**从头部功能沙发品牌财务数据上看，中国沙发业务成长性与地产周期紧密相关。据敏华财报数据，敏华控股沙发业务在2021年达到营收峰值，主要得益于彼时房地产市场的高景气度和大量新房交付。然而，2022年受地产行业低迷影响，竣工节奏放缓，敏华沙发业务营收显著下滑至123亿港元，销量也同步下降至150.2万套，反映出市场需求明显收缩。2023年，随着房地产竣工复苏和存量房市的带动，敏华沙发业务出现企稳回升，营收增至126.6亿港元，沙发销量也反弹至190.2万套。由此可见，房地产行业的周期性波动直接影响沙发业务的市场表现，尤其在竣工交付阶段，沙发作为新居刚需的重要消费品，其需求波动性更为突出。未来，若地产市场进入存量房翻新和旧改周期，沙发业务或将迎来新的需求增长点。

**下 产业链下游环节分析**

**渠道端及终端客户**

中国功能沙发行业下游环节主要包括线上线下零售渠道商及终端消费者。

**渠道端**

红星美凯龙家居集团股份有限公司

宜家（中国）投资有限公司

东莞乐至宝贸易有限公司

敏华家具总部（吴江）有限公司

上海寻梦信息技术有限公司

北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司

苏宁控股集团有限公司

淘宝（中国）软件有限公司

抖音有限公司

小红书科技有限公司

北京快手科技有限公司

下游分析

头部品牌线上渠道营收占比稳步提升

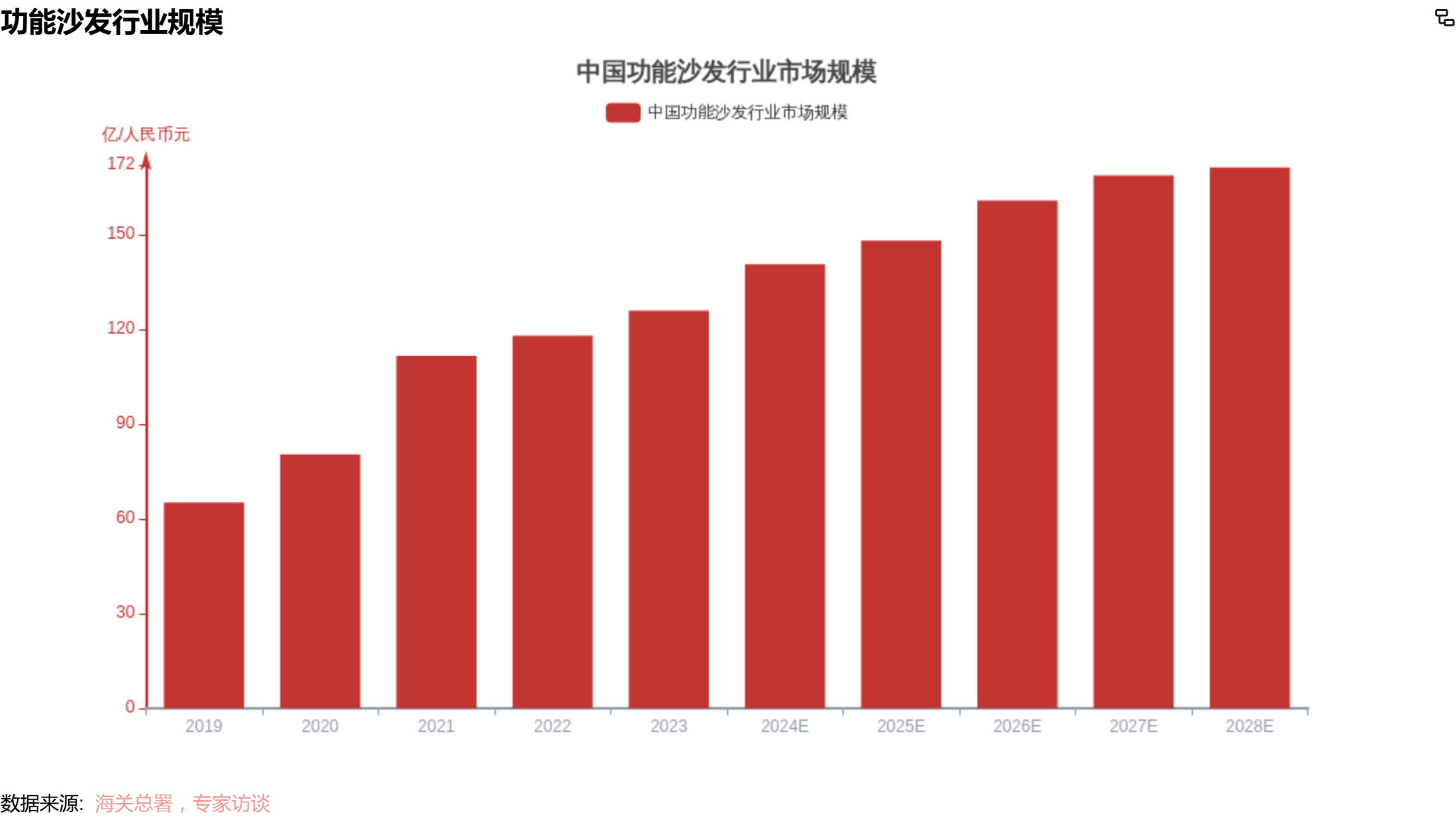
**敏华控股等头部功能沙发品牌持续精耕线上零售平台，线上渠道营收占比逐年上升。**敏华控股在天猫、京东等传统电商零售平台及抖音等直播电商平台具备较强的先发优势，通过短视频推广、自有店铺直播及KOL主播深度合作等方式持续加强品牌影响力，利用过去十余年积累的百万级用户粉丝及品牌效益，实现功能沙发销售规模稳健增长。从营收数据上看，敏华控股2022年线上渠道实现营收25.7亿元，线上渠道营收占比由2018年的18.6%上升至2022年的25.0%，表明线上零售渠道重要性日益增强。

功能沙发线上销售额增速远超其余沙发品类

**功能沙发线上渠道表现亮眼，2024年1-4月销售额增速远超其他沙发品类。**据魔镜洞察数据，2024年1-4月功能沙发产品在淘宝、京东、抖音三大线上平台的总销售额达5.6亿元，较去年同期同比增长31.5%，成为沙发细分品类中增速最快的细分赛道。功能沙发凭借其多样化功能设计和性价比优势吸引了更多消费者，尤其在后疫情时代，居家消费升级趋势带动该品类销量快速扩张。同时，随着功能沙发新锐品牌的快速崛起和头部品牌的市场渗透率持续加深，功能沙发品类在沙发市场中的整体竞争力或将进一步提升。

行业规模

规模预测业市场规模



## 功能沙发行业规模的概况

2019年—2023年，中国功能沙发行业市场规模由65.2亿元增长至125.9亿元，期间年复合增长率为17.9%。预计2024年—2028年，中国功能沙发行业市场规模将由140.5亿元增长至171.3亿元，期间年复合增长率为5.1%。

## 功能沙发行业市场规模历史变化的原因如下：

### 城镇化提振住房改善需求，推动行业快速扩容

**中国的快速城镇化进程提振居民住房改善性需求，进而刺激了以功能沙发产品为代表的高端家居产品消费需求。**据国家统计局数据，中国城镇化率呈现稳步增长趋势，城镇化率由2012年的53.1%升至2023年的66.2%。随着城市居民对生活品质要求的提高，功能沙发作为提升居住舒适度的重要家具，愈发受消费者青睐。此外，以功能沙发为代表的改善性软体家居产品的消费属性较强，相较于传统沙发使用年限较短，换新频率提高，行业增速高于传统沙发品类。

### 消费者认可度快速提升，推动行业高速增长

**消费者对功能沙发产品认可度近年来实现快速提升，推动行业规模高速增长。**一方面，功能沙发企业不断加大研发投入，推出多功能、高性能沙发产品。如按摩、加热、摇摆、储物等功能的增加，以及智能化控制系统的应用，使得功能沙发产品能更好地满足消费者多样化需求。另一方面，功能沙发品牌通过多元化零售渠道加强市场教育和品牌推广，推动消费者对功能沙发产品认可度逐步提升。例如，企业通过线上线下的广告宣传、产品展示等方式，让消费者更直观地了解功能沙发的使用优势和功能特点。此外，消费者认可度的快速提升与沙发产品价格下降趋势密不可分。随着生产技术的进步和规模效应的显现，功能沙发的生产成本有所降低，市场价格也相对下降。据敏华控股年报数据，敏华控股沙发价格由2022年的8,188元/套降至6,656元/套，跌幅达18.7%。

## 功能沙发行业市场规模未来变化的原因主要包括：

### 人口老龄化趋势预计将为行业提供新增长点

**“银发经济”趋势预计将为中国功能沙发行业提供新增长点。**功能沙发产品具有智能驱动、人机交互、实时身体机能检测、增强起身辅助、贴身按摩等定制化功能，不仅可以为老人提供更便捷的智能家居服务，亦可以实时监测记录分析老人的健康数据，在养老消费市场占据天然优势。据国家统计局数据，中国人口结构近年来呈现出清晰的老龄化趋势。65岁以上年龄人口数量由2014年的1.39亿人增至2023年的2.17亿人，2023年65岁以上人口占比达15.4%。未来随着银发经济规模体量的进一步增长，预计功能沙发产品在养老市场的需求将进一步上升。

### 技术创新将成为推动行业长期增长的重要动力

**技术创新已成为推动全球功能沙发市场增长的重要驱动力。**功能沙发行业正积极引入智能技术，包括电动调节、按摩功能、温控、语音控制、无线充电等。这些技术极大提升了功能沙发产品附加值，吸引了更多注重生活品类的消费者。据Statista数据，2024年全球智能家居市场规模将达到1,216亿美元，预计到2032年将增长至6,332亿美元，期间CAGR高达22.9%。这将对功能沙发等智能家居产品形成正向拉动作用。同时，这类技术创新也提升了消费者对功能沙发品牌的忠诚度，推动企业利润增长。

## 政策梳理

|      | 政策名称                                                                                                          | 颁布主体 | 生效日期       | 影响 |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------------|----|
|      | 关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知                                                                                 | 商务部  | 2021-01-01 | 8  |
| 政策内容 | 通知有利于促进家居家装消费。鼓励有条件地区推出旧家电家具置换政策并对购买绿色智能家电、环保家具的消费者给予补贴。支持废旧物资回收体系建设，合理设置废旧大宗商品回收处理中心、回收运输中转站，按照城市公共基础设施给予保障。 |      |            |    |
| 政策解读 | 针对绿色智能家具的补贴政策将推动功能沙发行业产品创新，促进绿色环保材料与智能化功能沙发产品的研发，以满足市场需求。农村消费潜力的释放将促使企业拓展乡镇市场，通过电商与物流优化下沉渠道以提振消费者购买意愿。        |      |            |    |
| 政策性质 | 支持类政策                                                                                                         |      |            |    |

|      | 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 | 2022-04-01 | 10 |
| 政策内容 | 政策提出通过稳定消费、优化供需、提升消费环境等措施，推动国内消费市场复苏。政策聚焦促进传统消费业态恢复、支持线上线下融合发展、推动绿色和品质消费，同时注重服务消费、农村消费的扩容提质。 |        |            |    |
| 政策解读 | 随着居民消费信心回升，高品质和个性化功能沙发的消费需求有望增长，推动行业升级。政策支持绿色消费将加速功能沙发制造企业向环保材料和绿色生产工艺转型，以提高生产效率与降低生产成本。     |        |            |    |
| 政策性质 | 支持类政策                                                                                        |        |            |    |

|      | 政策名称                                                                                                                     | 颁布主体 | 生效日期       | 影响 |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------------|----|
|      | 关于促进服务消费高质量发展的意见                                                                                                         | 国务院  | 2024-07-01 | 8  |
| 政策内容 | 政策提出通过优化服务供给、丰富消费场景、创新服务模式等方式，推动服务消费提质扩容。文件重点涵盖餐饮、家政、养老、文化娱乐、体育、教育等多领域消费，强调绿色、数字化、智能化发展方向。                               |      |            |    |
| 政策解读 | 政策提及居住服务消费和智能家居发展，为中国功能沙发行业创造新增长机会。居民对高品质智能化家居需求的增长，推动企业研发舒适性 with 科技感兼具的功能沙发产品，此外，绿色消费和数字化赋能的政策支持，促使行业在环保材料和线上营销方面加速转型。 |      |            |    |
| 政策性质 | 支持类政策                                                                                                                    |      |            |    |

|      | 政策名称                                                                               | 颁布主体    | 生效日期       | 影响 |
|------|------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------|----|
|      | 关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施                                                         | 发改委、财政部 | 2024-07-16 | 10 |
| 政策内容 | 政策提出支持地方提升消费品以旧换新能力。各地区要重点支持家电产品以旧换新，促进智能家居消费。落实废弃电器电子产品回收处理资金支持政策。                |         |            |    |
| 政策解读 | 政策通过家具以旧换新提振居民对功能沙发的消费需求，尤其是对环保智能化产品的消费需求。此外，政策提高家电的报废更新补贴标准，将有效提升消费者对功能沙发产品的更新意愿。 |         |            |    |
| 政策性质 | 支持类政策                                                                              |         |            |    |

|      | 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的通知                                                                                                                                                                                           | 商务部  | 2023-07-01 | 10 |
| 政策内容 | 政策旨在通过提升供给质量、创新消费场景、改善消费条件和优化消费环境四大措施促进家居消费。政策鼓励绿色制造和智能家居产品的研发，提高适老化家居水平，推动线上线下融合，支持旧房装修和促消费活动，发展社区便民服务，完善废旧物资回收网络，并促进农村家居消费。                                                                             |      |            |    |
| 政策解读 | 该政策对中国功能沙发行业产生积极影响。首先，政策鼓励智能家居产品的研发和创新，功能沙发作为智能家居的一部分，将受益于技术进步和市场需求的增长。其次，政策支持适老化家居产品的发展，功能沙发行业可通过开发适合老年人使用的产品来拓展市场。此外，政策推动线上线下融合和促消费活动，有助于功能沙发企业拓展销售渠道和提升品牌影响力。最后，政策的实施将增强消费者对家居产品的消费意愿，为功能沙发行业带来新的增长机遇。 |      |            |    |
| 政策性质 | 支持类政策                                                                                                                                                                                                     |      |            |    |

## 竞争格局

### 功能沙发竞争格局概况

中国功能沙发行业企业众多，行业集中度较高。现阶段中国功能沙发企业主要包括三类，一是全球知名功能沙发企业，以Ashley、LAZBOY等为代表，此类企业成立时间较早，专业从事功能沙发产品研发制造，历经多年品牌积淀，功能沙发产品知名度高；二是中国本土的功能沙发头部企业，以敏华控股及顾家家居为代表，此类企业在中国本土的功能沙发业务规模较大；第三类企业为地区性功能沙发制造企业或品牌，如Natuzzi纳图兹家居、匠心家居、中源家居等，此类企业虽从事功能沙发制造业务但规模体量相对较小，市场影响力相对较低。

中国功能沙发行业呈现出以下梯队情况：第一梯队公司有Ashley爱室丽家居、乐至宝LAZBOY家居、敏华控股及顾家家居等；第二梯队公司为恒林家居、尚品宅配、永艺家居等；第三梯队有Natuzzi纳图兹家居、匠心家居及中源家居等。

## 功能沙发行业竞争格局的历史原因

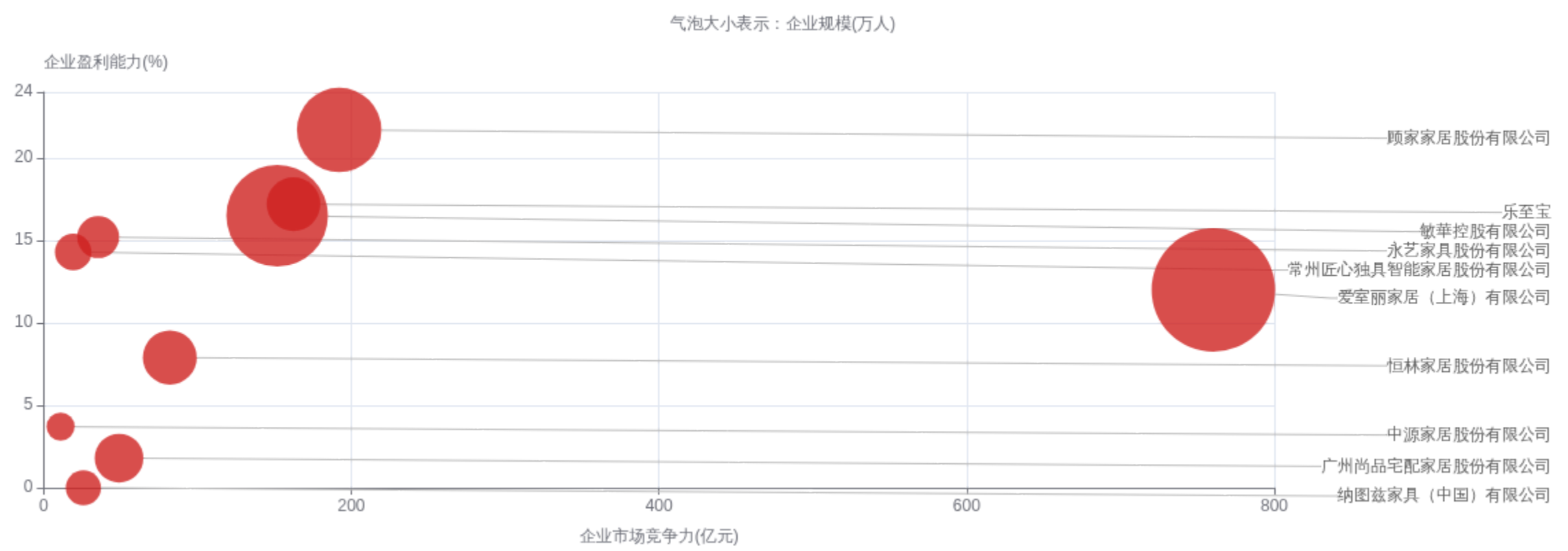
**头部功能沙发企业营销实力强大，品牌知名度深入人心**

**中国功能沙发头部品牌通过定制化消费场景、形象代言人赋能及央视新媒体运营等多维度全渠道营销策略，有效占领消费者心智，品牌知名度实现快速提升。**以中国功能沙发头部品牌芝华仕Cheers为例，针对目标消费者画像，芝华仕选择在高铁站、飞机场、电影院等场景投放户外广告，精准引流潜在用户；2021年12月，品牌方邀请演员吴京担任品牌代言人，通过其“硬核”与家庭责任感的形象，强化芝华仕“耐用舒适”的品牌认知；2024年3月，品牌方携手央视主持人朱广权作为“升舱大使”，通过央视与短视频平台的联合传播，将品牌“高端舒适”定位进一步传递至大众视野。

## 功能沙发行业竞争格局未来变化原因

**海外功能沙发品牌市场份额或将显著提升，加速行业出清进程**

**海外功能沙发品牌市场份额或将显著提升，加速中国功能沙发行业出清进程。**从行业发展历程来看，海外功能沙发市场成熟度相对较高，品牌运营经验丰富。以美国市场为例，2024年功能沙发产品的渗透率接近50%，表明成熟市场中消费者对功能沙发的认可度已相当高。从功能沙发品牌发展现状上看，全球头部品牌正展现出强大的品牌影响力。例如创立于1927年的LAZBOY乐至宝功能沙发品牌，目前在全球65个国家及地区拥有近6,000家门店，品牌影响力和市场渗透能力突出。近年来，LAZBOY、Ashley、Natuzzi等全球知名品牌持续深耕中国市场，凭借高质量产品、强大品牌溢价和全球化运营能力，逐步扩大市场份额。相较而言，国内中小型功能沙发企业因缺乏品牌竞争力和市场抗风险能力，或将面临加速出清局面。同时，大型头部功能沙发企业之间的市场竞争预计将更为激烈，市场份额分化趋势显现，推动行业集中度进一步提升。这一趋势不仅反映出中国功能沙发市场的开放性和竞争性，也标志着行业向高质量发展阶段迈进。



## 上市公司速览

| 顾家家居（603816.SH） |        |         |        |
|-----------------|--------|---------|--------|
| 总市值             | 营收规模   | 同比增长(%) | 毛利率(%) |
| 240.0 >         | 98.0 > | 10.0    | 32.7   |

## 企业分析

- 1 敏华控股（中国）有限公司

| ▪ 公司信息 |                 |          |                                                                                                                                                                                        |
|--------|-----------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企业状态   | 存续              | 注册资本     | 150000万人民币                                                                                                                                                                             |
| 企业总部   | 深圳市             | 行业       | 房地产业                                                                                                                                                                                   |
| 法人     | 黄影影             | 统一社会信用代码 | 91440300MA5FDPN3XU                                                                                                                                                                     |
| 企业类型   | 有限责任公司(台港澳法人独资) | 成立时间     | 1543420800000                                                                                                                                                                          |
| 品牌名称   | 敏华控股（中国）有限公司    | 经营范围     | 一般经营项目是：在T201-0113宗地上从事商业项目、酒店项目、公寓、写字楼及其他配套物业的开发、建设、经营；物业管理；自有物业租赁；供应链管理服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；国内集装箱货物运输代理。家具销售；家具零配件销售；家居用品销售；信息技术咨询服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是： |

公司竞争优势

| ▪ 竞争优势 |
|--------|
|        |

2 顾家家居股份有限公司【603816】

| ▪ 公司信息 |                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企业状态   | 存续               | 注册资本     | 82189.1519万人民币                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 企业总部   | 杭州市              | 行业       | 家具制造业                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 法人     | 李东来              | 统一社会信用代码 | 91330100793655954W                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 企业类型   | 股份有限公司（港澳台投资、上市） | 成立时间     | 1162224000000                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 品牌名称   | 顾家家居股份有限公司       | 经营范围     | 许可项目：货物进出口；艺术品进出口；技术进出口；第二类增值电信业务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：家具制造；家具销售；家具零配件生产；家具零配件销售；家具安装和维修服务；门窗销售；采购代理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；家用电器安装服务；日用电器修理；家居用品制造；日用品销售；日用百货销售；日用品批发；日用产品修理；搪瓷制品销售；制镜及类似品加工；建筑用金属配件销售；五金产品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。 |

| ■ 财务数据分析       |               |               |               |               |                |                |                |                |                |               |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| 财务指标           | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           | 2024(Q1)      |
| 销售现金流/营业收入     | 1.15          | 1.17          | 1.13          | 1.08          | 1.13           | 1.14           | 1.07           | 1.06           | 1.07           | /             |
| 扣非净利润同比增长(%)   | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 资产负债率(%)       | 56.2803       | 33.9238       | 38.6344       | 52.2792       | 48.6088        | 45.5156        | 47.2799        | 43.6624        | 41.6405        | /             |
| 营业总收入同比增长(%)   | 13.7399       | 30.1149       | 39.0217       | 37.607        | 20.9491        | 14.1739        | 44.8126        | -1.8074        | 6.6716         | /             |
| 归属净利润同比增长(%)   | 17.4238       | 15.3999       | 43.0212       | 20.2949       | 17.365         | -27.1879       | 96.8675        | 8.8676         | 10.7014        | /             |
| 摊薄净资产收益率(%)    | 48.42         | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 实际税率(%)        | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 应收账款周转天数(天)    | 19.4288       | 21.0127       | 20.7573       | 26.69         | 31.5474        | 30.1437        | 27.55          | 27.3211        | 22.3714        | /             |
| 预收款/营业收入       | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 流动比率           | 0.9548        | 2.1423        | 1.68          | 1.3754        | 1.3592         | 1.1766         | 1.2045         | 1.2642         | 1.1639         | /             |
| 每股经营现金流(元)     | 2.31          | 2.3627        | 2.6538        | 2.3465        | 3.5296         | 3.4478         | 3.2276         | 2.9317         | 2.9722         | /             |
| 毛利率(%)         | 41.1293       | 40.4362       | 37.2588       | 36.3738       | 34.8615        | 35.2084        | 28.8652        | 30.8321        | 32.8328        | /             |
| 流动负债/总负债(%)    | 87.0258       | 99.7905       | 99.5178       | 65.4745       | 75.4718        | 91.0794        | 92.9912        | 94.1299        | 92.6729        | /             |
| 速动比率           | 0.461         | 0.9306        | 0.6646        | 0.7915        | 1.0248         | 0.8304         | 0.8562         | 0.9797         | 0.86           | /             |
| 摊薄总资产收益率(%)    | 22.1055       | 15.0812       | 14.1057       | 11.7995       | 10.7246        | 6.8513         | 11.7385        | 11.5312        | 12.2742        | /             |
| 营业总收入滚动环比增长(%) | 15.3254       | 25.0688       | 4.6364        | 18.5674       | 20.0464        | /              | /              | /              | /              | /             |
| 扣非净利润滚动环比增长(%) | /             | 15.8953       | -10.6937      | -25.8504      | -20.9133       | /              | /              | /              | /              | /             |
| 加权净资产收益率(%)    | 49.88         | 37.25         | 22.26         | 22.96         | 21.98          | 13.76          | 23.18          | 21.61          | 21.87          | /             |
| 基本每股收益(元)      | 1.51          | 1.67          | 1.99          | 2.36          | 1.98           | 1.39           | 2.65           | 2.2            | 2.44           | 0.51          |
| 净利率(%)         | 13.312        | 11.9397       | 12.4653       | 10.974        | 11.0014        | 6.8421         | 9.2724         | 10.2583        | 10.5049        | /             |
| 总资产周转率(次)      | 1.6606        | 1.2631        | 1.1316        | 1.0752        | 0.9748         | 1.0013         | 1.266          | 1.1241         | 1.1684         | /             |
| 归属净利润滚动环比增长(%) | 54.7991       | 5.3183        | -12.7503      | -32.7404      | -31.9094       | /              | /              | /              | /              | /             |
| 每股净资产(元)       | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 每股公积金(元)       | 0.3132        | 4.8048        | 5.6341        | 5.3991        | 3.6633         | 5.4147         | 5.9308         | 4.3316         | 4.324          | /             |
| 扣非净利润(元)       | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 存货周转天数(天)      | 80.573        | 71.2068       | 67.2256       | 62.9426       | 60.491         | 68.8165        | 59.4923        | 62.4826        | 53.7169        | /             |
| 营业总收入(元)       | 3684846009.81 | 4794534971.74 | 6665443958.05 | 9172118015.49 | 11093593126.21 | 12665990727.49 | 18341952307.92 | 18010446853.78 | 19212030715.94 | 4350447164.38 |
| 每股未分配利润(元)     | 1.2449        | 1.9824        | 2.9791        | 4.2837        | 4.1747         | 4.2516         | 5.97           | 5.6505         | 6.955          | /             |
| 稀释每股收益(元)      | 1.51          | 1.67          | 1.99          | 2.36          | 1.97           | 1.39           | 2.65           | 2.2            | 2.44           | 0.51          |
| 归属净利润(元)       | 498311897     | 575051539.07  | 822445572.45  | 989359856.73  | 1161162368.24  | 845467058.46   | 1664450239.44  | 1812047834.71  | 2005962847.9   | 420192211.99  |
| 扣非每股收益(元)      | 1.34          | 1.48          | 1.48          | 1.95          | 1.44           | 0.97           | 2.27           | 1.88           | 2.17           | /             |
| 毛利润（元）         | /             | /             | /             | /             | /              | /              | /              | /              | /              | /             |
| 经营现金流/营业收入     | 2.31          | 2.3627        | 2.6538        | 2.3465        | 3.5296         | 3.4478         | 3.2276         | 2.9317         | 2.9722         | /             |

公司竞争优势

|        |
|--------|
| ▪ 竞争优势 |
|        |

## 附录

### 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，并应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、提起诉讼、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。

# 成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

## 报告次卡

任意10本报告  
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

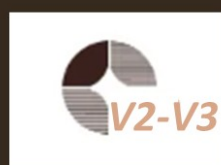
## 企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业  
无限量阅读全站报告  
升级报告下载量  
专享企业服务  
定制词条报告

¥50,000 /年

## 企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户  
定制深度研究报告  
按需下载报告  
分析师一对一沟通  
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

## 购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchi  
na.com

客服电话：

400-072-5588



头豹  
LeadLeo

www.leadleo.com  
400-072-5588