

证券代码: 300824

证券简称: 北鼎股份

公告编号: 2021-018

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况:公司本年度会计师事务所未发生变更,为信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以 217,400,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 2.5 元(含税),送红股 0 股(含税),以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

| | | | |
|----------|--|--|--------|
| 股票简称 | 北鼎股份 | 股票代码 | 300824 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 牛文娇 | 李冠楠、车舟 | |
| 办公地址 | 深圳市南山区桃源街道福光社区留仙大道 3333 号塘朗城广场(西区)A 座、B 座、C 座 A 座 3801 | 深圳市南山区桃源街道福光社区留仙大道 3333 号塘朗城广场(西区)A 座、B 座、C 座 A 座 3801 | |
| 传真 | 0755-86021261 | 0755-86021261 | |
| 电话 | 0755-26559930 | 0755-26559930 | |
| 电子信箱 | buydeem@crystal.com | buydeem@crystal.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 主要业务

公司立足改善型饮食需求，围绕用户饮食场景构建实用生活美学，努力为全球消费者提供兼具卓越美感、功能与品质的产品和负责任、有温度的服务，致力于成为具有国际竞争力的生活方式品牌。

目前，公司主要业务包括“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务和OEM/ODM业务。其中，“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务，聚焦改善型饮食需求，围绕不同饮食场景提供高品质电器、用品、食材等产品及服务，如养生壶、烤箱、蒸炖锅、珐琅铸铁锅、汤包茶饮等产品，以及北鼎生活家美食社群、名师指导、体验课程等服务。借助电商全球化发展趋势，公司将持续拓展自主品牌全球业务。OEM/ODM业务，依托多年高端生活电器生产体系及经验，为世界知名品牌提供高品质生活电器的研发、设计、生产一体化服务。

(二) 主要产品及其用途

公司主要产品围绕“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务和OEM/ODM业务各自展开。

2.1 “北鼎BUYDEEM”自主品牌

“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务，聚焦改善型饮食需求，围绕不同饮食场景提供高品质电器、用品、食材等产品及服务，如养生壶、烤箱、蒸炖锅、珐琅铸铁锅、汤包茶饮等产品，以及北鼎生活家美食社群、名师指导、体验课程等服务。借助电商全球化发展趋势，公司将持续拓展自主品牌全球业务。

(1) 养生场景



| | | | |
|------|--|--|--|
| 电器 | | | |
| 用品配件 | | | |
| 食材 | | | |
| 服务 | | | |

(2) 饮水场景



| | | | |
|------|--|--|--|
| 电器 | | | |
| 用品配件 | | | |
| 食材 | | | |
| 服务 | | | |

(3) 烹饪场景



电器



用品配件



服务



电器



用品食材



服务



(4) 北鼎海外



2.2 OEM/ODM业务

OEM/ODM业务，依托多年高端生活电器生产体系及经验，为世界知名品牌提供高品质生活电器的研发、设计、生产一体化服务。



3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

| | 2020 年 | 2019 年 | 本年比上年增减 | 2018 年 |
|------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| 营业收入 | 700,875,386.58 | 551,151,210.48 | 27.17% | 606,694,722.35 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 100,349,795.95 | 65,777,701.00 | 52.56% | 68,016,531.87 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 90,591,037.35 | 58,376,160.53 | 55.18% | 62,825,341.06 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 94,088,840.08 | 82,460,331.25 | 14.10% | 53,480,398.65 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.5275 | 0.4034 | 30.76% | 0.4172 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.5275 | 0.4034 | 30.76% | 0.4172 |
| 加权平均净资产收益率 | 19.98% | 22.20% | 下降 2.22 个百分点 | 23.58% |
| | 2020 年末 | 2019 年末 | 本年末比上年末增减 | 2018 年末 |
| 资产总额 | 810,442,623.93 | 414,424,238.07 | 95.56% | 413,435,476.90 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 660,727,447.65 | 321,249,251.70 | 105.67% | 287,391,490.70 |

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

| | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业收入 | 113,799,379.50 | 166,138,454.16 | 160,839,093.47 | 260,098,459.45 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 21,597,643.57 | 23,275,872.46 | 23,239,932.32 | 32,236,347.60 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 20,928,921.90 | 20,446,738.16 | 21,573,317.21 | 27,642,060.08 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 14,850,293.88 | 27,226,918.20 | -23,513,278.08 | 75,524,906.08 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| | | | | | | | |
|-------------|--------|---------------------|--------|-------------------|---|--------------------|---|
| 报告期末普通股股东总数 | 21,558 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 19,136 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的 | 0 |
|-------------|--------|---------------------|--------|-------------------|---|--------------------|---|

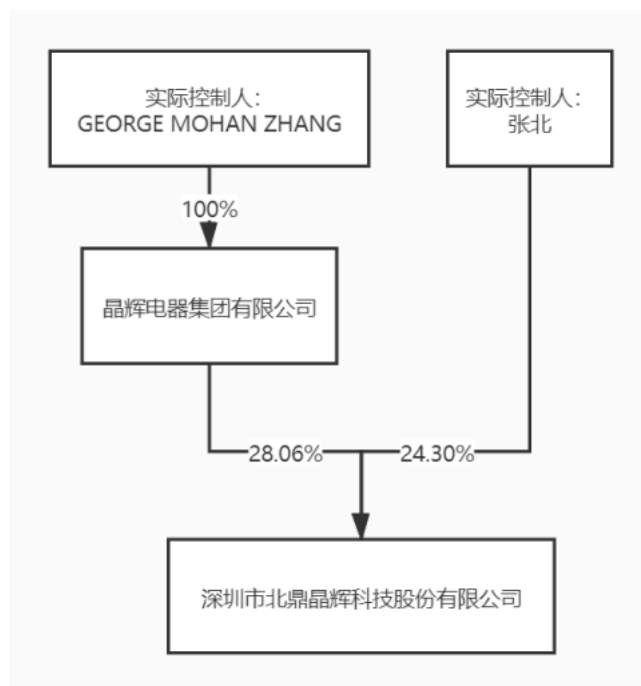
| | | 数 | | | 优先股股东总 数 | |
|---------------------------|---|--------|------------|------------------|-------------|-----------|
| 前 10 名股东持股情况 | | | | | | |
| 股东名称 | 股东性质 | 持股比例 | 持股数量 | 持有有限售条件的股份数 量 | 质押或冻结情况 | |
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 晶辉电器集团有限公司 | 境外法人 | 28.06% | 61,000,000 | 61,000,000 | | |
| 张北 | 境内自然人 | 24.30% | 52,836,000 | 52,836,000 | | |
| 张席中夏 | 境内自然人 | 7.42% | 16,124,000 | 16,124,000 | | |
| 方镇 | 境内自然人 | 3.76% | 8,179,000 | 8,179,000 | 质押 | 4,500,000 |
| 席冰 | 境内自然人 | 3.49% | 7,580,000 | 7,580,000 | | |
| 广东广垦太证现代农业股权投资基金(有限合伙) | 境内非国有法人 | 1.67% | 3,620,000 | 3,620,000 | | |
| 彭治霖 | 境内自然人 | 1.38% | 3,000,000 | 3,000,000 | | |
| 交通银行一华夏蓝筹核心混合型证券投资基金(LOF) | 其他 | 1.00% | 2,181,656 | 0 | | |
| 牛文娇 | 境内自然人 | 0.76% | 1,650,000 | 1,650,000 | | |
| 徐声林 | 境内自然人 | 0.70% | 1,532,100 | 1,530,000 | 质押 | 600,000 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 1、公司股东晶辉电器集团由 GEORGE MOHAN ZHANG 100%持股,公司股东张北与 GEORGE MOHAN ZHANG 为父子关系,两人为公司实际控制人。 2、公司股东席冰与张席中夏为母子关系。 除此之外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知其是否属于一致行动人。 | | | | | |

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，公司整体经营规模不断扩大，品牌影响力持续增强。“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务，加速推出更多出色的产品，持续改善用户服务与体验，不断探索更直观、更多元、更丰富的品牌呈现方式。此外公司积极拓展海外市场，在提升用户黏性的同时进一步覆盖更多用户，实现“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务结构性显著增长。与此同时，OEM/ODM业务在下半年逐步恢复，合力推动公司整体营业收入持续增长。

未来，面对富有活力的中国市场以及广阔的海外市场需求，公司将有序推进长期业务布局，持续提升“北鼎BUYDEEM”自主品牌竞争力，同时保障OEM/ODM业务稳定发展。此外，不断加强内部管理质量提升和数字化转型，推动公司形成长期可持续的高质量增长。

3.1 公司整体经营表现

报告期内，公司整体实现营业收入70,087.53万元，较上年同期增长27.17%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润9,059.10万元，较上年同期增长55.18%。其中，“北鼎BUYDEEM”自主品牌业务实现营业收入50,110.75万元，较上年同期增长56.06%，占比增加13.24个百分点。OEM/ODM业务实现营业收入19,976.78万元，较上年同期变动-13.17%，主要因疫情在初期对海外订单及海外运输造成一定短期影响。在这不平凡的一年中，面对复杂形势和困难局面，全体员工勠力同心，实现整体业绩高质量增长，符合公司预期。

公司整体营业收入

| 项目 | 2020年 | | 2019年 | | 同比变动 | 占比变动 |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|---------|-------------|
| | 金额（万元） | 占比 | 金额（万元） | 占比 | | |
| “北鼎BUYDEEM” | 50,110.75 | 71.50% | 32,109.33 | 58.26% | 56.06% | 增加13.24个百分点 |
| OEM/ODM | 19,976.78 | 28.50% | 23,005.79 | 41.74% | -13.17% | 减少13.24个百分点 |

| | | | | | | |
|----|-----------|---------|-----------|---------|--------|---|
| 合计 | 70,087.53 | 100.00% | 55,115.12 | 100.00% | 27.17% | - |
|----|-----------|---------|-----------|---------|--------|---|

3.2 “北鼎BUYDEEM”自主品牌经营表现

3.2.1 赏味生活 探索优美器具和美味食物

报告期内，“北鼎BUYDEEM”实现营业收入50,110.75万元。其中，电器类产品实现营业收入40,361.51万元，同比增长54.36%；周边用品及食材等非电器类产品实现营业收入9,749.24万元，同比增长63.52%，占比增加0.89个百分点。

“北鼎BUYDEEM”自主品牌整体营业收入
(按产品及服务)

| 项目 | 2020年 | | 2019年 | | 同比变动 | 占比变动 |
|-------------|-----------|---------|-----------|---------|---------|------------|
| | 金额(万元) | 占比 | 金额(万元) | 占比 | | |
| 电器类 | 40,361.51 | 80.54% | 26,147.13 | 81.43% | 54.36% | 减少0.89个百分点 |
| 养生壶 | 15,162.25 | 30.26% | 12,095.76 | 37.67% | 25.35% | 减少7.41个百分点 |
| 饮水机 | 9,819.57 | 19.60% | 6,461.88 | 20.12% | 51.96% | 减少0.53个百分点 |
| 烤箱 | 5,335.28 | 10.65% | 3,741.84 | 11.65% | 42.58% | 减少1.01个百分点 |
| 蒸炖锅 | 6,256.84 | 12.49% | 1,576.34 | 4.91% | 296.92% | 增加7.58个百分点 |
| 电热水壶、多士炉及其他 | 3,787.57 | 7.56% | 2,271.32 | 7.07% | 66.76% | 增加0.48个百分点 |
| 周边用品及食材类 | 9,749.24 | 19.46% | 5,962.20 | 18.57% | 63.52% | 增加0.89个百分点 |
| 合计 | 50,110.75 | 100.00% | 32,109.33 | 100.00% | 56.06% | - |

覆盖更多场景，拓展多元化产品矩阵

公司从养生场景延伸，围绕用户改善型饮食行为，积极拓展烘焙场景及饮水场景，构建多元化产品矩阵，探索全场景解决方案。报告期内，公司围绕用户烘焙烹煮场景，推出“T535紫罗兰家用多功能烤箱”、“北鼎铸铁焖炖珐琅锅”、“北鼎铸铁焖焗珐琅锅”等产品；围绕用户饮水场景，推出“Speedy S系列即热式桌面饮水机”、“保温杯垫”、“JING系列泡茶”、“泡茶随手杯”、“消消乐联名款保温杯”、“金银菊花茶”、“袋泡酸梅汤”、“茉莉龙珠”等系列产品；围绕用户在不同场景下的养生需求，推出“触控版K159T养生壶”和“多功能便携养生壶Mini K”等新款养生壶产品。

多品类发展均衡，非电器类产品占比持续提升

公司深耕用户在不同场景内下的多维度需求，探索非电器类产品解决方案，实现多品类均衡发展。报告期内，周边用品及食材等非电器类产品共计实现营业收入9,749.24万元，占“北鼎BUYDEEM”自主品牌全年营收19.46%，占比提升0.89个百分点。周边用品及食材方面，公司相继推出铸铁珐琅锅、泡茶随手杯、金银菊花茶等新品并获得用户广泛好评。电器类产品中，饮水机、烤箱及蒸炖锅对“北鼎BUYDEEM”自主品牌全年营收贡献分别为19.60%、10.65%、12.49%。

老产品持续增长，新产品增速显著

传统产品继续贡献增长，新产品助推增长动力，品类增长空间持续释放。传统产品中，烤箱在报告期内实现营业收入5,335.28万元，同比增长42.58%；电热水壶、多士炉等产品实现营业收入3,787.57，同比增长66.76%。新产品中，公司继推出单层多功能蒸炖锅后，又推出更适合多口之家的双层多功能蒸炖锅，蒸炖锅品类在报告期内实现营业收入6,256.84万元，同比增长296.92%。



3.2.2 东食西渐 融合饮食生活体验与追求

报告期内，“北鼎BUYDEEM”中国大陆实现营业收入47,107.89万元，同比增长52.65%；“北鼎BUYDEEM”海外市场实现

营业收入3,002.86万元，同比增长140.51%，占比增加2.10个百分点。

“北鼎BUYDEEM”自主品牌整体营业收入
(按地区)

| 项目 | 2020年 | | 2019年 | | 同比变动 | 占比变动 |
|------|-----------|---------|-----------|---------|---------|------------|
| | 金额(万元) | 占比 | 金额(万元) | 占比 | | |
| 中国大陆 | 47,107.89 | 94.01% | 30,860.76 | 96.11% | 52.65% | 减少2.10个百分点 |
| 海外市场 | 3,002.86 | 5.99% | 1,248.56 | 3.89% | 140.51% | 增加2.10个百分点 |
| 合计 | 50,110.75 | 100.00% | 32,109.33 | 100.00% | 56.06% | - |

公司自2019年起开始尝试自营模式品牌出海，海外市场基数虽小，但增速显著。受益于出色的产品、丰富的线上渠道经验及完备的供应链优势，报告期内海外市场营业收入占“北鼎BUYDEEM”自主品牌全年营收5.99%，占比提升2.10个百分点。目前，公司主要面向北美、日本、中国台湾、东南亚等地，针对不同市场推出适应当地需求的“北鼎BUYDEEM”产品。同时，公司不断优化亚马逊及其他第三方电商平台站内资源，搭建北鼎海外官网，进一步探索海外营销本地化模式。



公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第7号——上市公司从事电子商务业务》的披露要求；
公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事零售相关业务》的披露要求；

3.3 其他经营表现

3.3.1 2020年“北鼎BUYDEEM”中国大陆线上销售情况

| 项目 | 平台 | 营业收入(万元) | 同期变动 | 占品牌大陆营收比例 | 交易额(万元) | 买家数量(位) | 人均消费金额(元) |
|------|-------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|-----------|
| 线上直销 | 天猫 | 25,152.01 | 70.52% | 53.39% | 28,421.77 | 392,211 | 724.66 |
| | 北鼎商城 | 3,570.17 | -11.20% | 7.58% | 4,034.29 | 61,744 | 653.39 |
| | 京东 | 3,553.19 | 44.82% | 7.54% | 4,015.11 | 39,964 | 1,004.68 |
| | 其它 | 101.39 | -50.73% | 0.22% | 114.57 | 662 | 1,730.68 |
| 线上分销 | 微信及其他 | 5,396.99 | 400.90% | 11.46% | 7,016.09 | / | / |
| | 京东 | 2,929.25 | 37.19% | 6.22% | 3,808.03 | / | / |
| | 天猫 | 2,502.72 | -11.61% | 5.31% | 2,828.08 | / | / |
| 合计 | | 43,205.73 | 57.26% | 91.72% | 50,237.94 | / | / |

“北鼎商城”主要为公司自建APP、微信小程序及wap端网站等线上自营平台。报告期内，公司将“北鼎商城”经营定位调整为“重体验，轻销售”，主要以内容服务为中心，为用户服务提供持续保障。

3.3.2 2020年“北鼎BUYDEEM”中国大陆线下销售情况

| 项目 | 营业收入 | 占品牌大陆 | 新增门店/终端数量 | 关闭门店/终端数量 | 累计门店/终端数量 |
|----|------|-------|-----------|-----------|-----------|
|----|------|-------|-----------|-----------|-----------|

| | (万元) | 营收比例 | (家) | (家) | (家) |
|-----------|-----------------|--------------|-----------|----------|------------|
| 线下经销 | 2,572.20 | 5.46% | 7 | / | 463 |
| 线下直营 | 707.23 | 1.50% | 4 | 5 | 10 |
| 礼品团购 | 508.04 | 1.08% | / | / | / |
| 线下KA | 114.71 | 0.24% | 3 | / | 60 |
| 合计 | 3,902.17 | 8.28% | 14 | 5 | 533 |

线下直营主要为北鼎线下体验店。报告期内，公司重点关注北鼎线下体验店经营品质及效率，尝试小步快走，快速迭代线下门店经营模式。目前北鼎线下体验店主要以购物中心为选址主力，以深圳为原点，逐步向全国延伸。

3.3.3 2020年主要产品采购情况

| 商品类别 | 前五名供应商 | 采购金额（万元） | 采购金额比例 |
|--------|--------|----------|--------|
| 电器原材料类 | 第一名 | 1,285.69 | 4.04% |
| | 第二名 | 1,012.84 | 3.18% |
| | 第三名 | 755.67 | 2.37% |
| | 第四名 | 728.20 | 2.29% |
| | 第五名 | 723.18 | 2.27% |
| 周边食材类 | 第一名 | 517.27 | 1.63% |
| | 第二名 | 432.02 | 1.36% |
| | 第三名 | 214.30 | 0.67% |
| | 第四名 | 101.12 | 0.32% |
| | 第五名 | 98.62 | 0.31% |
| 周边用品类 | 第一名 | 998.79 | 3.14% |
| | 第二名 | 728.20 | 2.29% |
| | 第三名 | 554.34 | 1.74% |
| | 第四名 | 247.35 | 0.78% |
| | 第五名 | 146.65 | 0.46% |
| 外协加工类 | 第一名 | 379.38 | 1.19% |
| | 第二名 | 345.83 | 1.09% |
| | 第三名 | 321.23 | 1.01% |
| | 第四名 | 276.27 | 0.87% |
| | 第五名 | 276.02 | 0.87% |

3.3.4 2020年仓储与物流情况

截至报告期末，公司设有17个自有仓位，并与第三方仓配服务商合作建立16个合作仓，主要分布在华南、华西等地区，存货周转率3.6次/年。

线上物流运输以第三方入仓模式为主。报告期内，公司线上物流运输总订单量124.80万单，订单金额5.07亿元。其中，本地仓发货订单量85.79万单，订单金额3.15亿元；第三方入仓订单量39.01万单，订单金额1.92亿元。报告期内，公司仓储与物流费用支出2,262.01万元。

3.3.5 关注员工成长及核心团队长期激励

公司关注每一位员工的成长，帮助员工尽热爱之事，成热爱之物。同时公司不强调短期考核指标，重视员工长期激励以及公平的分配机制。

公司营造平等沟通、开放创新、追求极致的工作氛围，吸收诚实正直、团队合作、勤学好思、积极主动的优秀人才，引导员工以长期价值导向持续学习与探索。此外，公司不断完善员工培育及职业发展体系，进一步完善核心团队长期薪酬激励机制，与员工共同分享长期经营收益。

公司已于2021年初对公司核心管理团队及业务骨干实施股权激励计划，进一步优化员工薪酬结构，推动员工与公司长期利益向善向好。未来，公司还将不断优化人才梯队结构，完善分配机制，提高公司综合团队竞争力。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化 是 否**3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况** 适用 不适用

单位：元

| 产品名称 | 营业收入 | 营业利润 | 毛利率 | 营业收入比上年同期增减 | 营业利润比上年同期增减 | 毛利率比上年同期增减 |
|------|----------------|---------------|--------|-------------|-------------|--------------|
| 电器类 | 571,159,017.31 | 83,595,247.08 | 49.27% | 21.44% | 74.80% | 上升 5.55 个百分点 |
| 非电器类 | 129,716,369.27 | 34,130,060.47 | 60.95% | 60.46% | 34.10% | 下降 4.09 个百分点 |

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征 是 否**5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明** 适用 不适用**6、面临退市情况** 适用 不适用**7、涉及财务报告的相关事项****(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明** 适用 不适用

2020年8月18日公司发布了《关于会计政策变更的公告》，根据财政部2017年7月5日颁布的《关于修订印发<企业会计准则第14号—收入>的通知》（财会〔2017〕22号）变更公司会计政策。本次会计政策变更属于“根据法律、行政法规或者国家统一的会计制度的要求变更会计政策”的情形。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明 适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明 适用 不适用

具体情况详见“第十二节财务报告”之“八、合并范围的变更”。此处包括所有的合并范围变化情况，包括新设，注销等。