

证券代码：300824

证券简称：北鼎股份

公告编号：2023-028

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司 2023 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	车舟、刘逸澜	
电话	0755-26559930	0755-26559930	
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	
电子信箱	buydeem@crastal.com	buydeem@crastal.com	

2、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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
		调整前	调整后	调整后
营业收入（元）	321,416,478.87	368,860,832.15	368,860,832.15	-12.86%
归属于上市公司股东的净利润（元）	37,634,482.58	22,568,163.27	22,568,163.27	66.76%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	33,642,847.37	18,842,788.02	18,842,788.02	78.54%
经营活动产生的现金流量净额（元）	53,646,659.39	39,624,774.69	39,624,774.69	35.39%
基本每股收益（元/股）	0.1153	0.0692	0.0692	66.62%
稀释每股收益（元/股）	0.1153	0.0692	0.0692	66.62%
加权平均净资产收益率	5.27%	3.17%	3.17%	增加 2.10 个百分点
	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年同期末增减
		调整前	调整后	调整后
总资产（元）	998,799,780.10	1,039,083,135.34	1,050,627,293.70	-4.93%
归属于上市公司股东的净资产（元）	710,910,229.81	716,319,254.68	716,319,254.68	-0.76%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

财政部于 2022 年 11 月 30 日发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号，以下简称“解释第 16 号”），规定了“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”自 2023 年 1 月 1 日起实施，因此公司调整了资产负债表项目中涉及的相关数据的期初数。

主要会计数据和财务指标变动情况：

- 报告期内，全球经济复苏缓慢，国内需求不足，公司整体营业收入受到一定影响。同时，自主品牌海外业务在推进渠道及运营模式等方面的调整过程中，将相当比例的业务从自营模式调整为经分销模式，对收入产生结构性影响。
- 公司整体净利润同比增加 66.76%，主要系：a) 自主品牌海外业务毛利率改善、汇率波动以及原材料价格回落等导致的综合毛利率改善；b) 自主品牌海外运营模式的调整较大程度优化了该业务整体费用率水平；c) 公司持续推进降本增效，在渠道推广、供应链管理、存货周转以及人力资源等方面效率有所提升；d) 为加强风险管控，本报告期内公司未开展证券投资业务，同比减少了投资损失。
- 公司加强资金收支监管，关注现金回笼与集中管理。报告期内，经营活动产生的现金流量净额同比增长 35.39%。

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	16,076	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0	
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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
晶辉电器集团有限公司	境外法人	28.04%	91,500,000			
张北	境内自然人	24.49%	79,929,081			

张席中夏	境内自然人	4.41%	14,403,000			
席冰	境内自然人	3.48%	11,370,000			
方镇	境内自然人	3.41%	11,143,500	8,357,625	质押	6,510,000
玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元元君 1 号私募证券投资基金	其他	1.96%	5,880,450			
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	1.66%	5,429,000			
管杰	境内自然人	1.08%	3,522,000			
牛文娇	境内自然人	0.76%	2,475,000	1,856,250		
招商银行股份有限公司—鹏华新兴产业混合型证券投资基金	其他	0.76%	2,474,300			
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。 3、公司核心技术人员彭治霖与玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元元君 1 号私募证券投资基金互为一致行动人。 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。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元元君 1 号私募证券投资基金通过普通证券账户持有公司股份 0 股，通过信用担保证券账户持有公司股份 5,880,450 股。					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

1、概述

报告期内，全球经济复苏缓慢，国内需求不足，公司整体营业收入受到一定影响。

同时，“北鼎 BUYDEEM”自主品牌海外业务在推进渠道及运营模式等方面的调整过程中，将相当比例的业务从自营模式调整为经分销模式，对收入产生结构性影响。

面对复杂多变的宏观环境，公司在运营过程中以安全高效为先，费用投放与市场推广相对谨慎，自 2022 年以来推行的各项成本改善及效率优化措施的效果在本报告期持续显现，各业务板块盈利能力有所提升。未来，公司将持续推进增效降本，以更高效率的运营管理静待消费复苏。

报告期内，公司整体营业收入构成及变动情况如下：

公司整体营业收入

项目	本报告期		去年同期		同比变动
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
“北鼎 BUYDEEM”自主品牌	26,526.54	82.53%	29,819.52	80.84%	-11.04%
OEM/ODM	5,615.11	17.47%	7,066.56	19.16%	-20.54%
合计	32,141.65	100.00%	36,886.08	100.00%	-12.86%

注：上述数值保留两位小数，部分数据因四舍五入在尾数上略有差异，并非计算错误。

2、“北鼎 BUYDEEM”自主品牌经营表现

①产品及服务

“北鼎 BUYDEEM”自主品牌营业收入

（按产品及服务）

项目	本报告期		去年同期		同比变动
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
电器类	18,339.54	69.14%	21,124.23	70.84%	-13.18%
蒸炖锅	7,854.45	29.61%	6,329.11	21.22%	24.10%
养生壶	4,766.71	17.97%	5,192.31	17.41%	-8.20%
饮水机	2,594.28	9.78%	3,815.72	12.80%	-32.01%
其他电器类产品	3,124.10	11.78%	5,787.09	19.41%	-46.02%
用品及食材类	8,186.99	30.86%	8,695.29	29.16%	-5.85%
餐具及饮具	4,095.18	15.44%	3,946.56	13.23%	3.77%
烹饪具	2,627.84	9.91%	2,876.64	9.65%	-8.65%
食材及其他	1,463.97	5.52%	1,872.09	6.28%	-21.80%
合计	26,526.54	100.00%	29,819.52	100.00%	-11.04%

注 1：上述数值保留两位小数，部分数据因四舍五入在尾数上略有差异，并非计算错误；

2：其他电器类产品包括烤箱、电热水壶、多士炉及其他；

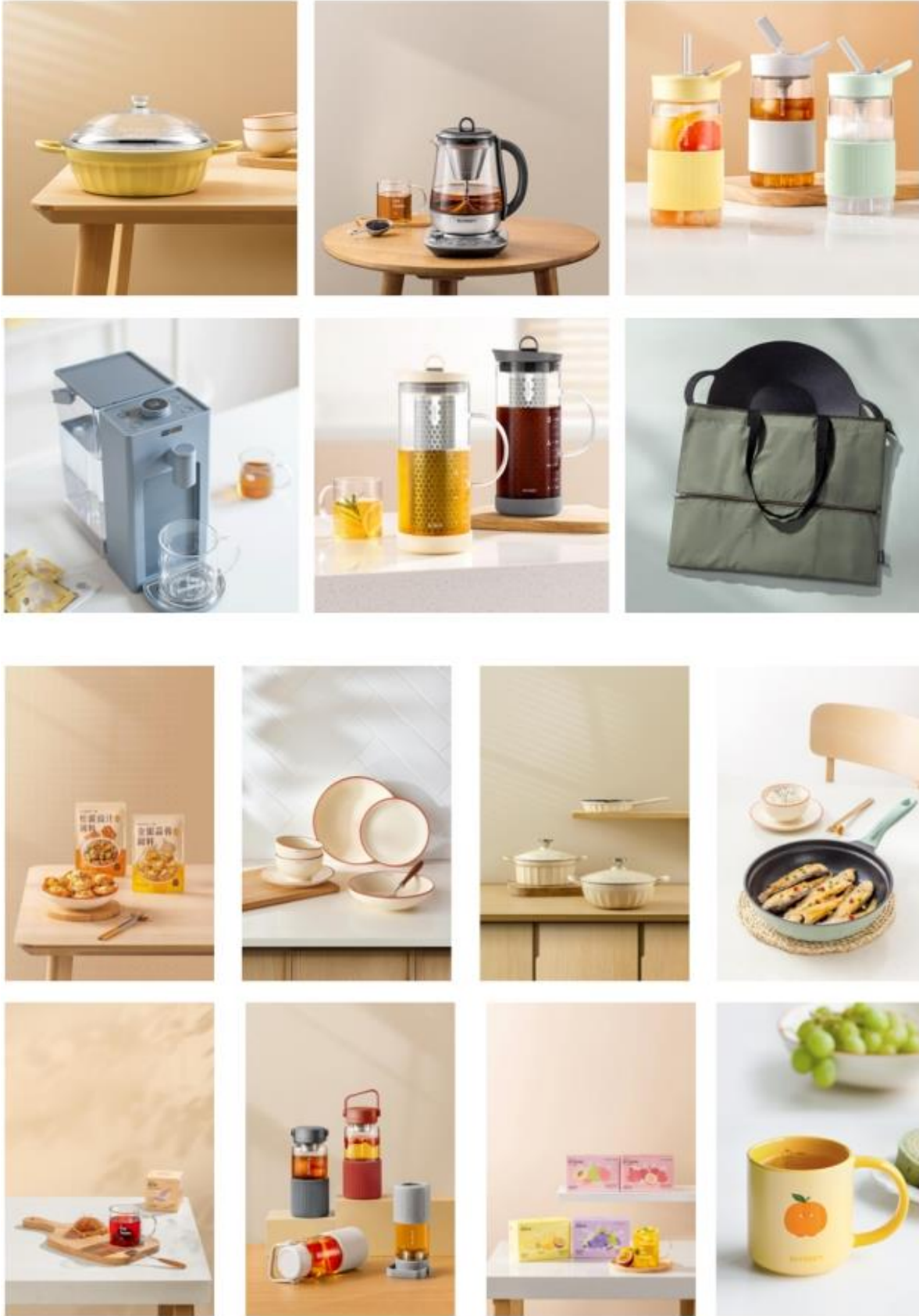
3：餐具及饮具包括杯类、壶类、餐盒类、碗盘类、储物罐系列等；

4：烹饪具包括珐琅锅系列、不粘锅系列等。

报告期内，公司根据不同品类特性，动态调整运营方案。其中蒸炖锅品类因功能丰富、操作便利，同时市场渗透仍有空间，在报告期内表现较为突出。

报告期内，公司围绕原有养生、饮水、烘焙、烹饪、咖啡场景推出“S906 即热式桌面饮水机”“K176 蒸汽萃取壶”“多功能冷泡饮品壶”“团圆红锦系列陶瓷餐具套餐”“26cm 不粘平底锅”“杏仁白珐琅锅”“泡茶随手杯（新色）”“陶瓷马克杯 橘子杯”“28cm 多功能不粘锅”“户外便携包”“吸管随行杯”等电器及用品产品以及“蒸调料”“轻纤茶”“冻干水果茶套餐”等配套食材，进一步完善多元化产品矩阵。

报告期内，公司推出新品包括：



②全球化发展

“北鼎 BUYDEEM” 自主品牌营业收入
(按地区)

项目	本报告期		去年同期		同比变动
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	
北鼎中国	24,600.51	92.74%	26,453.82	88.71%	-7.01%
北鼎海外	1,926.03	7.26%	3,365.70	11.29%	-42.77%
合计	26,526.54	100.00%	29,819.52	100.00%	-11.04%

注：上述数值保留两位小数，部分数据因四舍五入在尾数上略有差异，并非计算错误。

报告期内，国内整体消费需求仍处于逐步复苏过程中，自主品牌国内业务收入略有下滑。

自主品牌海外业务自 2019 年发展至今已初具规模。报告期内，北鼎海外业务同比下降 42.77%，主要是公司将相当比例的渠道业务从自营模式调整为经分销模式，产生结构性影响。未来公司将继续坚定品牌全球化布局，保持积极开放心态，推进海外业务健康有序发展。

③市场与渠道

“北鼎 BUYDEEM” 中国营业收入
(按销售方式)

项目	本报告期		去年同期		同比变动
	金额(万元)	占北鼎中国营收比例	金额(万元)	占北鼎中国营收比例	
直销	16,147.99	65.64%	18,675.04	70.59%	-13.53%
经销、分销及其他	8,452.52	34.36%	7,778.78	29.41%	8.66%
合计	24,600.51	100.00%	26,453.82	100.00%	-7.01%

报告期内，自主品牌国内业务发展较为稳定。面对消费者多点分散、多渠道的消费趋势，公司以用正确的方式触达更多消费者为目标，在兼顾经营秩序、效率及消费者体验的基础上，与各渠道、各业务类型合作伙伴携手共同推进自主品牌业务发展。

“北鼎 BUYDEEM” 中国经分销情况

项目	本报告期		去年同期		同比变动
	金额(万元)	占北鼎中国营收比例	金额(万元)	占北鼎中国营收比例	
微信	2,998.64	12.19%	2,200.95	8.32%	36.24%
京东	2,271.23	9.23%	3,136.02	11.85%	-27.58%
其它	3,182.65	12.94%	2,441.81	9.23%	30.34%
合计	8,452.52	34.36%	7,778.78	29.41%	8.66%

注：“其他”项包括积分礼品渠道、线下终端分销、淘宝分销、其他第三方平台、大客户团购等非自营渠道。

“北鼎 BUYDEEM”中国线上直销情况

平台	营业收入	同期变动	占北鼎中国	交易额	买家数量	人均消费金额
	(万元)		营收比例	(万元)	(万位)	(元)
天猫	9,667.95	-25.48%	39.30%	10,924.79	21.43	509.79
抖音	1,740.26	132.14%	7.07%	1,966.50	2.05	959.27
北鼎商城	1,681.11	-0.48%	6.83%	1,899.66	4.05	469.05
京东	1,254.49	-31.09%	5.10%	1,417.58	2.46	576.25
合计	14,343.82	-16.76%	58.31%	16,208.52	29.99	540.46

注：北鼎商城为公司自建 APP 及小程序。

顺应消费习惯变化趋势，公司在维护传统电商平台的同时积极拓展抖音等新兴渠道。报告期内，抖音渠道实现营业收入 1,740.26 万元，同比增长 132.14%。

“北鼎 BUYDEEM”中国线下直销情况

项目	营业收入 (万元)	同期变动	占北鼎中国 营收比例	新增门店/ 终端数量(家)	关闭门店/ 终端数量(家)	报告期末门店/ 终端数量(家)
线下自营门店	1,804.17	25.10%	7.33%	3	2	24

北鼎品牌线下体验店，作为公司渠道建设中重要布局，在品牌露出、消费者触达、场景展示等方面具有不可替代的作用。报告期内，受益于线下消费场景的修复及公司经营持续优化，线下自营门店实现营业收入 1,804.17 万元，同比增长 25.10%，占比提升至 7.33%。为全国线下门店的复制工作奠定了良好的基础。

截至报告期末，公司已在深圳、汕头、北京、成都、青岛、海口、济南、南京、昆明等地开设北鼎线下体验店 24 家。