

证券代码：300824

证券简称：北鼎股份

公告编号：2025-006

# 深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司 2024 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由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

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期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利润分配预案为：以 324,373,482 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.2 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                                                    | 车舟，刘逸澜                                                 |        |
| 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

#### 1、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、饮水机、烤箱、蒸炖锅、空气炸锅、珐琅铸铁锅、餐具、饮具、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。

## 2、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。

### （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、饮水机、烤箱、蒸炖锅、空气炸锅、珐琅铸铁锅、餐具、饮具、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

为满足家庭、单人、智能操控等养生场景需求，公司陆续推出多款养生壶及周边用品和食材。



#### ② 饮水场景

公司针对居家、外出、办公等不同空间的饮水场景，推出多款桌面即热式饮水机，各类杯壶用品及袋泡茶饮等。



### ③ 烹饪场景

围绕烤、蒸、炖、煮等烹饪需求，公司为用户提供烤箱、蒸炖锅、电磁炉、空气炸锅等电器产品，珐琅锅、炖盅、餐盒等相关用品及酱料。



### ④ 咖啡场景

公司初步探索咖啡场景，目前已推出电子调温手冲壶、手冲咖啡壶、手冲咖啡滤杯、咖啡饮品杯等产品。



⑤ 用户服务

除产品外，公司为消费者提供丰富的用户服务与体验，包含但不限于产品使用指南、定制食谱、美食课程、名师指导、美食社群等服务，以及以旧换新、玻璃保障、延保等售后政策。



⑥ 北鼎海外

针对海外市场需求，公司推出一系列符合当地生活习惯的产品，获得消费者积极反馈。



(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

追溯调整或重述原因：

会计政策变更 2024 年 12 月 6 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 18 号》，规定对不属于单项履约义务的保证类质量保证产生的预计负债，应当按确定的金额计入“主营业务成本”和“其他业务成本”，不再计入“销售费用”。根据上述会计解释的规定，公司对原会计政策进行相应变更，追溯调整“营业成本”、“销售费用”等报表科目。详见“第十节 财务报告”之“五、重要会计政策及会计估计”之“28、重要会计政策和会计估计变更”。

除上述说明外，公司不涉及会计估计变更及会计差错更正，不影响下表的主要会计数据和财务指标。

|            | 2024 年         | 2023 年         | 本年比上年增减 | 2022 年         |
|------------|----------------|----------------|---------|----------------|
| 营业收入（元）    | 753,622,086.64 | 665,283,763.48 | 13.28%  | 804,743,081.72 |
| 归属于上市公司股东的 | 69,508,710.23  | 71,357,291.52  | -2.59%  | 46,970,199.21  |

|                           |                |                |              |                  |
|---------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|
| 净利润（元）                    |                |                |              |                  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 62,849,997.66  | 64,032,126.45  | -1.85%       | 40,222,161.05    |
| 经营活动产生的现金流量净额（元）          | 110,025,450.00 | 147,275,384.97 | -25.29%      | 153,846,805.45   |
| 基本每股收益（元/股）               | 0.2138         | 0.2187         | -2.24%       | 0.1440           |
| 稀释每股收益（元/股）               | 0.2138         | 0.2187         | -2.24%       | 0.1440           |
| 加权平均净资产收益率                | 9.62%          | 9.82%          | 减少 0.20 个百分点 | 6.64%            |
|                           | 2024 年末        | 2023 年末        | 本年末比上年末增减    | 2022 年末          |
| 资产总额（元）                   | 977,883,670.51 | 969,482,455.46 | 0.87%        | 1,039,083,135.34 |
| 归属于上市公司股东的净资产（元）          | 704,405,948.23 | 742,538,840.05 | -5.14%       | 716,319,254.68   |

2024 年，为进一步健全公司长效激励机制，公司进行了股份回购。截至报告期末，公司已通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 1,968,200 股。本报告期每股收益指标相应调整。

本报告期，根据《上市公司监管指引第 3 号--上市公司现金分红》《公司章程》的相关规定，综合考虑股东利益及公司长远发展需求，公司实施了半年度权益分配，对公司总资产及归属于上市公司股东的所有者权益产生影响。

(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                   | 159,356,424.60 | 162,771,927.10 | 184,162,155.26 | 247,331,579.68 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 22,594,122.72  | 9,323,505.60   | 6,964,148.82   | 30,626,933.09  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 20,736,921.24  | 7,851,254.02   | 5,530,873.29   | 28,730,949.11  |
| 经营活动产生的现金流量净额          | -2,086,679.76  | 9,354,404.73   | 17,550,773.74  | 85,206,951.29  |

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               | 17,126 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 16,258        | 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优先股股东总数 | 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（不含通过转融通出借股份） |        |                     |               |                   |            |                           |   |                    |   |
| 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%              | 91,500,000.00 | 91,500,000.00     | 不适用        | 0.00                      |   |                    |   |
| 张北                        | 境内自然人  | 24.49%              | 79,929,081.00 | 79,929,081.00     | 不适用        | 0.00                      |   |                    |   |
| 张席中夏                      | 境内自然人  | 4.41%               | 14,403,000.00 | 14,403,000.00     | 不适用        | 0.00                      |   |                    |   |
| 席冰                        | 境内自然人  | 3.48%               | 11,370,000.00 | 11,370,000.00     | 不适用        | 0.00                      |   |                    |   |
| 方镇                        | 境内自然人  | 3.41%               | 11,143,500.00 | 2,785,875.00      | 质押         | 9,500,000.00              |   |                    |   |

|                  |       |                                                                                                                                                                                                                          |              |              |     |      |
|------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-----|------|
| 牛文娇              | 境内自然人 | 0.57%                                                                                                                                                                                                                    | 1,875,000.00 | 18,750.00    | 不适用 | 0.00 |
| 陈海红              | 境内自然人 | 0.51%                                                                                                                                                                                                                    | 1,650,200.00 | 1,650,200.00 | 不适用 | 0.00 |
| 彭治霖              | 境内自然人 | 0.46%                                                                                                                                                                                                                    | 1,490,700.00 | 1,490,700.00 | 不适用 | 0.00 |
| 王初阳              | 境内自然人 | 0.43%                                                                                                                                                                                                                    | 1,415,950.00 | 1,415,950.00 | 不适用 | 0.00 |
| 孙真               | 境内自然人 | 0.43%                                                                                                                                                                                                                    | 1,388,362.00 | 1,388,362.00 | 不适用 | 0.00 |
| 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 ZHANG100%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。<br>2、公司股东席冰与张席中夏为母子关系。<br>3、报告期内，公司核心技术人员彭治霖已与玄元私募基金投资管理(广东)有限公司-玄元元君 1 号私其证券投资基金解除一致行动关系。<br>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。 |              |              |     |      |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

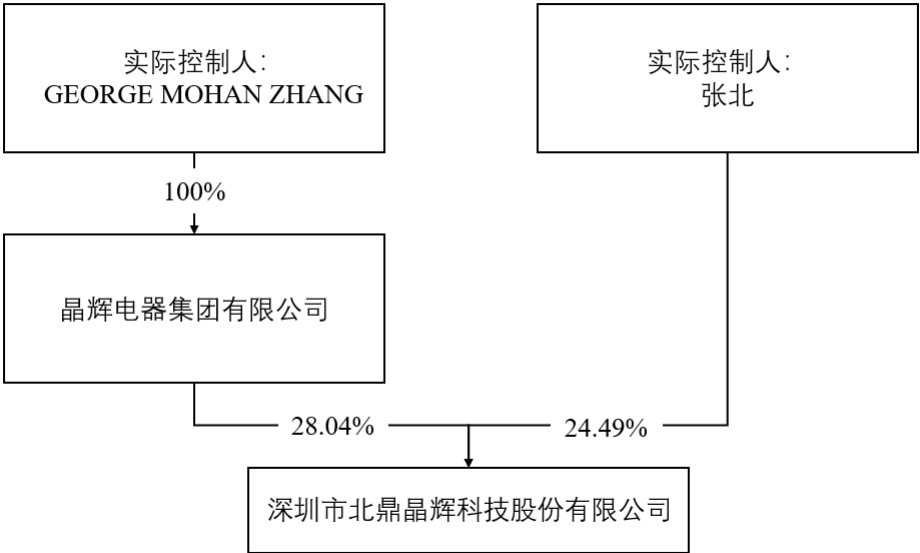
公司是否具有表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

(2) 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。

(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、在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

报告期内，面对复杂多变的环境，公司积极推进战略调整，优化各业务模块资源匹配，提升公司核心竞争力和可持

续发展动能。

自主品牌国内业务方面，第二季度开始，公司加大了营销推广、产品研发、人才吸引及激励等方面的投入，叠加四季度国内消费在全国多省市地区加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新政策带动下明显回暖，该业务收入自二季度起重回增长区间并实现全年同比小幅提升。

自主品牌海外业务方面，公司自第三季度起着力于向效率更高的核心地区、核心渠道与核心品类聚焦资源，相关调整已在报告期内初见成效，带动公司盈利能力整体向好。

OEM/ODM 业务在报告期内增长较为稳定。

报告期内公司收入构成如下：

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 | 58,659.20 | 77.84%  | 52,836.74 | 79.42%  | 11.02% |
| OEM/ODM    | 16,703.01 | 22.16%  | 13,691.64 | 20.58%  | 21.99% |
| 合计         | 75,362.21 | 100.00% | 66,528.38 | 100.00% | 13.28% |

（1）“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     | 41,890.58 | 71.41%  | 36,243.18 | 68.59%  | 15.58%  |
| 蒸炖锅     | 18,271.58 | 31.15%  | 15,678.63 | 29.67%  | 16.54%  |
| 养生壶     | 10,225.77 | 17.43%  | 9,775.85  | 18.50%  | 4.60%   |
| 饮水机     | 4,341.66  | 7.40%   | 5,400.97  | 10.22%  | -19.61% |
| 其他电器类产品 | 9,051.57  | 15.43%  | 5,387.73  | 10.20%  | 68.00%  |
| 用品及其他类  | 16,768.61 | 28.59%  | 16,593.56 | 31.41%  | 1.05%   |
| 烹饪具     | 8,396.33  | 14.31%  | 8,252.89  | 15.62%  | 1.74%   |
| 饮具      | 6,534.61  | 11.14%  | 5,803.89  | 10.98%  | 12.59%  |
| 其他      | 1,837.68  | 3.13%   | 2,536.78  | 4.80%   | -27.56% |
| 合计      | 58,659.20 | 100.00% | 52,836.74 | 100.00% | 11.02%  |

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电热水壶、电磁炉、电饭煲、空气炸锅、多士炉、烤箱等。

3：烹饪具包括珐琅锅、不粘锅、餐具系列、储物系列等。

4：饮具包括保温杯、玻璃杯、泡茶壶等。

报告期内，公司推出“mini 卡式炉”“TK65 多功能旅行电水壶”“30cm 不粘平底煎炒锅”“G32 多功能电蒸锅”“刺梨茉莉玫瑰茶”“苹果山楂四神茶”“300ml 泡茶随手杯”“G5241 渠道特供款多功能电蒸锅”“双饮吨吨杯”“北鼎反渗透即热净饮机”“28cm 不粘平底煎锅”“巨无霸吸管保温杯”“沉香酸枣仁茶”“虎乳菌椰子汤”“20cm 不粘奶锅”“硅胶汤勺&硅胶锅铲”“团圆月黄陶瓷餐具（6 件套）”“团圆桃夭陶瓷餐具（6 件套）”“IH 分体电饭煲”“K831 调温冲茶壶”“泡茶保温杯 300/600ml”“陈皮姜炒米”“红参姜枣茶”“团圆宝石红 6 件套餐具”“宝石红不粘锅系列”“宝石红硅胶烹饪工具套装”“宝石红 22cm 焖炖锅+迷你锅”“K118-鸢尾蓝”“生肖系列马克杯/保温杯/巨无霸吸管杯”等产品。



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 | 52,274.88 | 89.12%  | 49,570.93 | 93.82%  | 5.45%  |
| 北鼎海外 | 6,384.32  | 10.88%  | 3,265.81  | 6.18%   | 95.49% |
| 合计   | 58,659.20 | 100.00% | 52,836.74 | 100.00% | 11.02% |

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       | 33,821.05 | 64.70%    | 33,154.71 | 66.88%    | 2.01%  |
| 经销、分销及其他 | 18,453.83 | 35.30%    | 16,416.22 | 33.12%    | 12.41% |
| 合计       | 52,274.88 | 100.00%   | 49,570.93 | 100.00%   | 5.45%  |

“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<br>(万元) | 占北鼎中国营收<br>比例 | 金额<br>(万元) | 占北鼎中国营收<br>比例 |         |
|----|------------|---------------|------------|---------------|---------|
| 微信 | 5,031.23   | 9.62%         | 5,777.13   | 11.65%        | -12.91% |
| 京东 | 4,959.46   | 9.49%         | 4,922.17   | 9.93%         | 0.76%   |
| 线下 | 3,268.46   | 6.25%         | 1,088.95   | 2.20%         | 200.15% |
| 其他 | 5,194.67   | 9.94%         | 4,627.97   | 9.34%         | 12.25%  |
| 合计 | 18,453.83  | 35.30%        | 16,416.22  | 33.12%        | 12.41%  |

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

报告期内，公司持续推进渠道体系战略升级，通过深化经销网络布局与战略合作伙伴资源协同，着力构建多维度消费触点矩阵。现已形成线上线下深度融合的全渠道网络体系，具体包括：基于微信生态的社群营销体系、京东平台自营旗舰店、线下大型连锁商超渠道、淘宝全域分销网络、企业积分礼品采购平台及集团客户定制化集采服务。通过上述多维渠道布局，公司有效拓展了销售网络覆盖面，显著提升了市场渗透率与终端服务响应能力。

“北鼎 BUYDEEM”中国线上直销情况

| 平台   | 营业收入<br>(万元) | 同期变动   | 占北鼎中国<br>营收比例 | 交易额<br>(万元) | 买家数量<br>(万位) | 人均消费金额<br>(元) |
|------|--------------|--------|---------------|-------------|--------------|---------------|
| 天猫   | 17,778.86    | -9.83% | 34.01%        | 20,090.12   | 32.74        | 613.63        |
| 抖音   | 4,221.47     | 22.67% | 8.08%         | 4,770.26    | 11.82        | 403.58        |
| 北鼎商城 | 3,371.84     | -0.93% | 6.45%         | 3,810.17    | 7.05         | 540.45        |
| 京东   | 2,901.34     | 9.06%  | 5.55%         | 3,278.51    | 6.01         | 545.51        |
| 其他   | 2.97         | /      | 0.01%         | 3.36        | 0.02         | 148.52        |
| 合计   | 28,276.48    | -3.23% | 54.09%        | 31,952.42   | 59.41        | 538.01        |

公司线上自营渠道主要包含天猫“buydeem 北鼎官方旗舰店”、京东“北鼎官方旗舰店”、抖音“北鼎官方旗舰店”、微信小程序“北鼎 BUYDEEM”、微信视频号“北鼎 BUYDEEM 官方旗舰店”、公司自建“北鼎 BUYDEEM”APP 及 wap 端网站等，为用户提供更丰富的会员服务。

“北鼎 BUYDEEM”中国线下直销情况

| 项目         | 营业收入<br>(万元) | 同期变动   | 占北鼎中国<br>营收比例 | 新增门店/终端数<br>量（家） | 关闭门店/终端数<br>量（家） | 报告期末门店/终<br>端数量（家） |
|------------|--------------|--------|---------------|------------------|------------------|--------------------|
| 线下自营<br>门店 | 5,544.57     | 40.96% | 10.61%        | 17               | 5                | 39                 |

北鼎品牌线下体验店作为公司渠道布局的关键环节，在品牌形象展示、消费者深度互动及生活方式场景构建方面发挥着不可替代的作用。报告期内，公司加速推进城市首店布局及核心城市运营深化，新增覆盖上海、苏州、重庆、长沙、天津、贵阳、西安等 7 个城市，全国范围内新增门店 17 家。截至报告期末，全国已形成覆盖 20 个城市的 39 家线下体验网络，实现核心消费市场多层次渗透。

报告期内，随着线下消费场景的复苏叠加公司精细化运营策略的推进，线下自营门店实现营业收入 5,544.57 万元，同比增长 40.96%，在自主品牌国内业务中的收入占比提升至 10.61%。



# 北鼎线下体验店

BUYDEEM STORES

|    |    |    |    |    |    |     |
|----|----|----|----|----|----|-----|
| 深圳 | 北京 | 上海 | 南京 | 济南 | 青岛 | 苏州  |
| 天津 | 重庆 | 成都 | 武汉 | 长沙 | 西安 | 大连  |
| 长春 | 汕头 | 太原 | 昆明 | 贵阳 | 海口 | ... |

Good Taste For Life