

证券代码：300824

证券简称：北鼎股份

公告编号：2026-004

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司 2025 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。

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 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.15 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	SZ. 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，如蒸炖锅、养生壶、电饭煲、电磁炉、饮水机、烤箱、空气炸锅、珐琅铸铁锅、不粘锅、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，如蒸炖锅、养生壶、电饭煲、电磁炉、饮水机、烤箱、空气炸锅、珐琅铸铁锅、不粘锅、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，包括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

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,041,432,767.21	977,883,670.51	6.50%	969,482,455.46
归属于上市公司股东的净资产	751,449,439.91	704,405,948.23	6.68%	742,538,840.05
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	950,530,079.34	753,622,086.64	26.13%	665,283,763.48
归属于上市公司股东的净利润	113,540,055.20	69,508,710.23	63.35%	71,357,291.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	109,726,970.78	62,849,997.66	74.59%	64,032,126.45
经营活动产生的现金流量净额	147,782,145.66	110,025,450.00	34.32%	147,275,384.97
基本每股收益（元/股）	0.3500	0.2138	63.70%	0.2187
稀释每股收益（元/股）	0.3500	0.2138	63.70%	0.2187
加权平均净资产收益率	15.64%	9.62%	6.02%	9.82%

(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	212,599,444.16	219,207,441.10	219,117,205.27	299,605,988.81
归属于上市公司股东的净利润	33,372,687.22	22,456,151.98	27,086,989.99	30,624,226.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	32,662,644.86	20,532,408.51	26,116,669.64	30,315,295.56
经营活动产生的现金流量净额	29,311,456.29	-16,273,169.57	29,263,199.13	105,480,659.81

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	15,368	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,884	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	0.00	不适用	0.00			
张北	境内自然人	24.49%	79,929,081.00	0.00	不适用	0.00			
张席中夏	境内自然人	4.41%	14,403,000.00	0.00	不适用	0.00			
全国社保基金五零三组合	其他	3.37%	11,000,000.00	0.00	不适用	0.00			
方镇	境内自然人	2.56%	8,357,625.00	2,785,875.00	质押	5,600,000.00			
席冰	境内自然人	1.54%	5,039,300.00	6,330,700.00	不适用	0.00			
王初阳	境内自然人	0.98%	3,196,150.00	0.00	不适用	0.00			
陈海红	境内自然人	0.46%	1,507,900.00	0.00	不适用	0.00			
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	其他	0.45%	1,473,262.00	0.00	不适用	0.00			
牛文娇	境内自	43.00%	1,406,250.00	468,750.00	不适用	0.00			

然人				
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。			

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

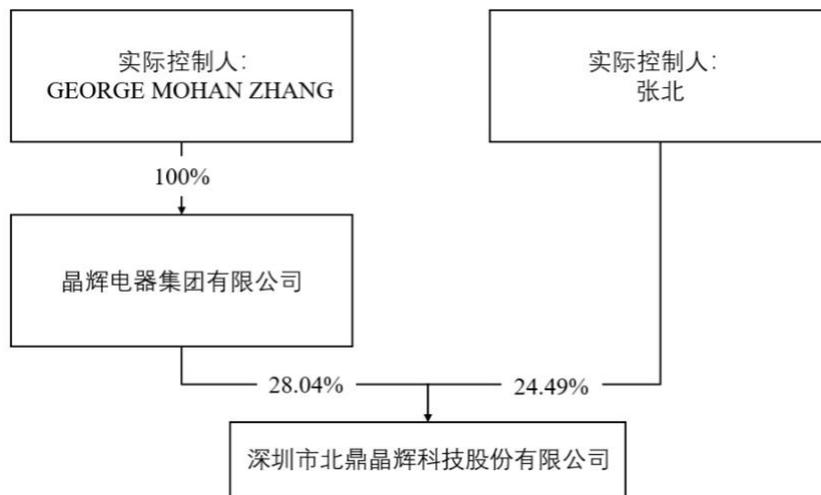
公司是否具有表决权差异安排

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

2025 年度，面对国内外宏观经济环境的复杂变化，公司围绕年度经营目标，持续推进策略落地与运营优化，整体经营业绩实现稳步增长。

北鼎中国业务在政府以旧换新等促消费政策的积极效应及公司自身策略优化的共同作用下，同比增长 37.76%，成为集团收入增长主要驱动；自主品牌海外业务受公司本年更为审慎的海外经营策略影响，叠加国际贸易格局中关税壁垒与地缘政治冲突等因素持续演化，业务收入有所承压，但盈利能力明显改善；OEM/ODM 业务则展现出较强韧性，实现小幅增长。

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	77,870.95	81.92%	58,659.20	77.84%	32.75%
OEM/ODM	17,182.06	18.08%	16,703.01	22.16%	2.87%
合计	95,053.01	100.00%	75,362.21	100.00%	26.13%

(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	53,146.94	68.25%	41,890.58	71.41%	26.87%
蒸炖锅	24,721.04	31.75%	18,271.58	31.15%	35.30%
养生壶	12,443.91	15.98%	10,225.77	17.43%	21.69%
多功能锅炉	5,751.70	7.39%	2,450.05	4.18%	134.76%
其他电器类产品	10,230.28	13.14%	10,943.18	18.66%	-6.51%
用品及其他类	24,724.01	31.75%	16,768.61	28.59%	47.44%
烹饪具	13,030.40	16.73%	8,396.33	14.31%	55.19%
饮具	9,165.09	11.77%	6,534.61	11.14%	40.25%
其他	2,528.52	3.25%	1,837.68	3.13%	37.59%
合计	77,870.95	100.00%	58,659.20	100.00%	32.75%

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：多功能锅炉品类包括电磁炉、电饭煲等产品；
- 3：其他电器类产品包括饮水机、电热水壶、空气炸锅、多士炉、烤箱等；
- 4：烹饪具包括珐琅锅、不粘锅、餐具系列、储物系列等产品；
- 5：饮具包括保温杯、玻璃杯、泡茶壶等。

报告期内，公司推出 FK571 分体全玻璃养生壶、K123 多功能养生壶、G76 多功能蒸炖锅、陶瓷炖盅&陶瓷汽锅（G76 适配）、DS95 桌面式即热饮水机、4.6LIH 多功能分体电饭煲、春芽陶瓷不粘锅系列（26cm&30cm）、24cm 珐琅铸铁焖炖锅（卷边盖）、钛系列泡茶保温杯、钛茶篮泡茶随手杯 470ml&630ml、樱花限定杯壶系列（泡茶随手杯 470ml&630ml&吨吨杯 800ml）、mini 吨吨杯、马年生肖杯、西洋参石斛茶等新品。



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	72,012.02	92.48%	52,274.88	89.12%	37.76%
北鼎海外	5,858.92	7.52%	6,384.32	10.88%	-8.23%
合计	77,870.95	100.00%	58,659.20	100.00%	32.75%

③市场与渠道

“北鼎 BUYDEEM”中国营业收入（按销售方式）

	本报告期	去年同期	

项目	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	同比变动
直销	47,388.44	65.81%	33,821.05	64.70%	40.12%
经销、分销及其他	24,623.58	34.19%	18,453.83	35.30%	33.43%
合计	72,012.02	100.00%	52,274.88	100.00%	37.76%

“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	
京东	7,019.33	9.75%	4,959.46	9.49%	41.53%
特渠礼品	5,648.79	7.84%	2,991.34	5.72%	88.84%
线下	5,361.28	7.44%	3,268.46	6.25%	64.03%
其他	6,594.18	9.16%	7,234.57	13.84%	-8.85%
合计	24,623.58	34.19%	18,453.83	35.30%	33.43%

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，公司进一步完善多渠道分销体系，通过深化与战略合作伙伴的资源协同，构建起覆盖更广、触达更深的消费触点网络。在自营渠道基础上，分销体系充分发挥覆盖面广、渗透力强的优势，有效补充自营难以触及的区域与场景，实现品牌影响力的横向延展。目前已形成包括微信社群营销、京东自营旗舰店、线下大型连锁商超、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在内的全渠道布局，覆盖线上零售、社交电商、线下商超、福利采购及企业服务等多重消费场景。通过分销渠道的持续拓展，公司进一步提升了品牌在更广泛人群中的可见度与可及性，为不同消费习惯的用户提供多元化的购买路径，同时强化了终端市场的响应能力与运营效率，推动销售网络在广度与深度上的协同发展。

“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			
天猫	25,271.23	42.14%	35.09%	28,556.49	43.78	652.27
抖音	6,593.71	56.19%	9.16%	7,450.90	17.21	432.94
京东	3,638.98	25.42%	5.05%	4,112.04	11.73	350.56
北鼎商城	4,210.47	24.87%	5.85%	4,757.84	8.92	533.39
其他	502.69	16,825.25%	0.70%	568.03	2.14	265.43
合计	40,217.08	42.23%	55.85%	45,445.30	83.78	542.44

公司线上自营渠道覆盖天猫“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”、小红书“Buydeem 北鼎旗舰店”、微信小程序“北鼎 BUYDEEM”、微信视频号“北鼎 BUYDEEM 官方旗舰店”及自建“北鼎 BUYDEEM”APP 与 WAP 端网站，构建起品牌与用户深度连接的立体矩阵。通过自营模式，公司能够直接触达核心消费人群，精准传递品牌理念与产品价值，同时高效捕捉用户反馈，持续优化产品与服务体验。线上渠道不仅是销售转化的核心阵地，更是品牌与用户双向沟通的桥梁，在拉近情感距离、增强用户粘性、提升会员服务丰富度等方面发挥关键作用。依托高效的运营体系，公司实现渠道管控与市场响应的全面提效，为品牌长期稳健发展提供有力支撑。

“北鼎 BUYDEEM”中国线下直销情况

项目	营业收入	同期变动	占北鼎中国	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)
	(万元)		营收比例			
线下自营门店	7,171.36	29.34%	9.96%	6	5	40

线下体验店作为北鼎品牌渠道布局的核心环节，在形象展示、消费者深度互动及生活方式场景构建中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，新增覆盖大连、无锡、郑州、南宁等 4 个城市，并持续优化门店体验。截至报告期末，全国已形成覆盖 23 个城市的 40 家线下体验网络，选址一二线城市核心商圈，精准触达高消费力人群，实现核心市场的多层次渗透。

随着线下消费场景的持续复苏及精细化运营策略的深入推进，线下自营门店经营效益显著提升，报告期内线下自营门店实现营业收入 7,171.36 万元，同比增长 29.34%。北鼎线下门店始终围绕“温暖”“品味”“有趣”三个关键词，通过空间氛围、动线设计、体验交互及场景式陈列，为用户提供整套饮食生活提案，让消费者在游逛中感受生活的细腻与品牌精神。未来，公司将继续拓展更多城市线下点位，让更多消费者用看得见、摸得着的方式认识北鼎。