本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司

Shenzhen Crastal Technology Co.,Ltd.

深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

中山证券有限责任公司
ZHONGSHAN SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市南山区粤海街道蔚蓝海岸社区创业路 1777 号海信南方大厦 21 层、22 层）

发行概况

发行股票种类：	人民币普通股（A 股）
发行总股数：	不超过 5,435.00 万股，占发行后总股本不低于 25.00%，本次发行全部为公司公开发行的新股，不安排公司股东公开发售股份
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行后的总股本：	不超过 21,740.00 万股
保荐人（主承销商）：	中山证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

发行人声明与承诺

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

发行人特别提请投资者注意，在做出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注以下事项。

一、本次发行前股东所持股份锁定承诺及减持意向

公司控股股东晶辉电器集团及公司实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北承诺：

（1）自北鼎晶辉股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本公司（本人）直接或间接所持北鼎晶辉的股份，也不要求发行人回购本公司（本人）直接或间接所持有的该公司股份。

（2）本公司（本人）在锁定期届满后两年内，每年减持的股票不超过持有的发行人股份总数的百分之二十五。本公司（本人）在锁定期届满后两年内减持公司股票的，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价，以下统称发行价）；若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本公司（本人）持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（3）上述承诺锁定期届满后，将严格按照法律、法规、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》及《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等关于股份减持的规定及要求执行。如有关法律、法规、证监会规章、规范性文件和证券交易所规则发生变化，以届时有效的规定为准。

如违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票的，违规减持公司股票所得（以下称“违规减持所得”）归公司所有，如未将违规减持所得上交公司，则公司有权扣留应付现金分红中与应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

公司实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG 作为公司董事，还承诺：

上述承诺锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的北鼎晶辉股份。

公司股东张席中夏、席冰承诺：

（1）自北鼎晶辉股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持北鼎晶辉股份，也不要求发行人回购本人所持有的该公司股份。

（2）上述承诺锁定期届满后，将严格按照法律、法规和《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》及《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等关于股份减持的规定及要求执行。如有关法律、法规、证监会规章、规范性文件和证券交易所规则发生变化，以届时有效的规定为准。

如违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票的，违规减持所得归公司所有，如未将违规减持所得上交公司，则公司有权扣留应付现金分红中与应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

除 GEORGE MOHAN ZHANG 外，持有公司股票的公司董事、监事、高级管理人员承诺：

（1）北鼎晶辉股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人所持北鼎晶辉股份，也不要求北鼎晶辉回购本人所持有的该公司股份。

（2）本人在锁定期届满后两年内减持公司股票的，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价；若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（3）上述承诺锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的北鼎晶辉股份不超过本人直接或间接持有的北鼎晶辉股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的北鼎晶辉股份。

（4）上述承诺锁定期届满后，将严格按照法律、法规、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》及《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等关于股份减持的规定及要求执行。如有关法律、法规、证监会规章、规范性文件和证券交易所规则发生变化，以届时有效的规定为准。

如违反上述承诺或法律强制性规定减持北鼎晶辉股票的，违规减持所得归北鼎晶辉所有，如未将违规减持所得上交北鼎晶辉，则北鼎晶辉有权扣留应付现金分红中与应上交北鼎晶辉的违规减持所得金额相等的现金分红。

参与发行人 2017 年 6 月定向增发的公司核心员工钟鹏睿、江林、潘传銮、陈鹏、邹淑斌、赵天辉、张志武、李欣、谢黄群、李玲、钟文金、王维、任静轩、符馨、钟华炫、李庐川、张丹、田枫、陈旦月、徐声林、孙真承诺：本人所持本次新增股份自中国证券登记结算有限责任公司登记至其名下之日（2017 年 6 月 2 日）起三年内不得转让。

二、上市后三年内稳定股价的预案

为保护广大投资者尤其是中小投资者利益，公司制定了上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的相关措施。主要内容如下：

（一）触发稳定股价措施的条件

1、公司首次公开发行股票上市之日起三年内，若出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产，本公司、公司控股股东、董事和高级管理人员应依次按照下述“稳定股价方案的具体措施”所述规则启动稳定股价措施。公司最近一期审计基准日后，如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定对收盘价作复权处理（下同）。

2、公司回购股票、控股股东增持公司股票、董事和高级管理人员增持公司股票均应符合中国证监会、证券交易所及其他证券监管机构的相关法律、法规和规范性文件，履行相应的信息披露义务，并不应因此导致公司不符合法定上市条件；若其中任何一项措施的实施或继续实施将导致公司不符合法定上市条件的要

求时，则不得实施或应立即终止实施，且该项措施所对应的股价稳定义务视为已履行。

3、在每一个自然年度，公司回购股票、控股股东增持公司股票、董事和高级管理人员增持公司股票的股价稳定措施分别只执行一次。上述股价稳定方案制定和实施过程中，若公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产，相关方案不再继续实施。

（二）稳定股价方案的具体措施

1、公司稳定股价的措施

（1）在达到触发启动稳定股价措施条件的情况下，公司将在 10 日内召开董事会，依法作出实施回购股票的决议，提交股东大会批准并公告具体股票回购方案，披露拟回购股票的数量范围、价格区间、完成时间等信息。公司将在董事会决议出具之日起 25 日内召开股东大会，股票回购方案须经公司股东大会以特别决议审议通过。除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产；继续回购股票将导致公司不符合法定上市条件。

（2）公司回购股票的，除应符合相关法律、法规和规范性文件的要求之外，还应满足以下要求：单次回购公司股份数量不低于总股本的 1%，但不超过 2%。

（3）若公司未能按照稳定股价方案的要求制定和实施稳定股价方案，至股价高于公司最近一期经审计的每股净资产前，公司将暂缓重大对外投资、收购兼并等资本性支出项目的实施，且不得向股东分配利润，同时调减或停发董事、高级管理人员的工资和奖金。

2、控股股东稳定股价的措施

（1）公司回购股票的稳定股价措施不能实施或者公司虽实施股票回购但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”的，公司控股股东应在触发启动稳定股价措施条件之日或者公司股票回购方案实施完毕之日起 30 日内提出增持公司股票的方案，包括拟增持股票的数量、价格区间、完成时间等，并由公司公告。除非出现下列情形，公司控股股东

将在增持方案公告之日起 6 个月内增持公司股票：公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产；继续增持股票将导致公司不符合法定上市条件。

（2）控股股东增持公司股票的，除应符合相关法律、法规和规范性文件的要求之外，还应满足以下要求：单次用于增持股票的资金不低于其上一年度从公司获得税后现金分红的 20%，并且增持的股票数量不超过公司总股本的 2%。

（3）若控股股东未能按照稳定股价方案的要求制定和实施稳定股价的方案，相关当事人所持限售股锁定期自期满后延长六个月，所持流通股自未能履行稳定股价方案约定义务之日起增加六个月锁定期，并将不参与公司当年的现金分红，应得的现金红利归公司所有。

（4）公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。

3、董事（不含独立董事）、高级管理人员稳定股价的措施

（1）公司回购股票和公司控股股东增持股票的稳定股价措施不能实施，或者实施后但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”的，公司董事和高级管理人员应在触发启动稳定股价措施条件之日或者公司控股股东增持股票的稳定股价措施实施完毕之日起 90 日内增持公司股票，具体方案包括增持股票的数量、价格区间、完成时间等，将由公司提前公告。出现下列情形之一，公司董事和高级管理人员可终止继续增持公司股票：公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产；继续增持股票将导致公司不符合法定上市条件。

（2）董事和高级管理人员增持公司股票的，除应符合相关法律、法规和规范性文件的要求之外，还应满足以下要求：单次用于购买股票的资金不低于其上一年度从公司领取的税后薪酬和津贴累计额的 20%，但不超过 50%。

（3）若公司董事、高级管理人员未能按照稳定股价方案的要求制定和实施稳定股价的方案，相关当事人所持限售股锁定期自期满后延长六个月，其所持流通股自未能履行稳定股价方案约定义务之日起增加六个月锁定期；自其未能履行稳定股价方案约定义务当月起，公司可扣减其每月薪酬的 20%，直至累计扣减金额达到其应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已获得薪酬的 20%。

（4）自公司股票挂牌上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

三、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，公司的股本规模较发行前将有较大幅度增长。但公司本次募集资金投资项目需要一定的实施周期，募集资金产生经济效益需要一定的时间，公司利润实现和股东回报仍主要依赖于现有业务。因此，公司存在由于股本规模大幅度增长，而相应收益短期内无法同步增长，导致每股收益等即期回报被摊薄的风险。

为此，公司拟采取以下措施填补被摊薄即期回报：1、保证本次募集资金有效使用；2、加快募集资金使用效率，提高公司的持续经营能力和盈利能力；3、公司管理层持续推进改善措施，不断提升公司经营业绩；4、加强设计研发创新；5、加大市场拓展力度；6、加强内部控制和经营管理；7、强化投资者回报机制。

公司特别提示投资者注意，公司制定的上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

为维护公司和全体股东的合法权益，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司全体董事、高级管理人员承诺：

1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采取其他方式损害公司利益。

2、对本人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、由董事会或者薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、如果公司拟实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行相挂钩。

6、如果本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。违反承诺给公司或者

股东造成损失的，依法承担补偿责任。

公司控股股东、实际控制人承诺：

1、本公司/本人不得越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

2、如果本公司/本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。

经核查，保荐机构认为：发行人对本次公开发行摊薄即期回报的预计分析具有合理性，发行人拟采取的填补即期回报的措施切实可行，且发行人全体董事、高级管理人员对发行人填补回报措施能够得到切实履行作出了相关承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的有关规定，有利于保护中小投资者的合法权益。

四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

1、公司承诺：发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。如招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该项事实经有权机关生效法律文件确认后 30 日内，公司将依法回购首次公开发行的全部新股，并支付从首次公开发行募集资金到账日至股票回购公告日的同期银行存款利息作为赔偿。公司将通过交易所竞价系统回购上述股份，股份回购的价格为本次发行价格（期间内若发生分红派息、公积金转增股本、配股等情况，该发行价应进行相应除权除息处理）。公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分经有权机关生效法律文件确认。

如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司将承担相应的法律责任，接受证券主管机关处罚或司法机关裁判。本公司将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

2、公司控股股东晶辉电器集团及实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北承诺：发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。发行人招股说明书及其他信息披露资料如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该项事实经有权机关生效法律文件确认后 30 日内，本公司/本人督促发行人按其承诺依法回购首次公开发行的全部股份，并支付从首次公开发行募集资金到账日至股票回购公告日的同期银行存款利息作为赔偿。致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司/本人将与发行人依法对投资者损失承担连带赔偿责任。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分经有权机关生效法律文件确认。

如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司/本人将停止在公司处获得股东分红，直至实际履行上述承诺事项为止，并承担相应的法律责任，接受证券主管机关处罚或司法机关裁定。本公司/本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

3、公司董事、监事、高级管理人员 GEORGE MOHAN ZHANG、方镇、牛文娇、钟鑫、管黎华、刘昱熙、尹公辉、刘云锋、田佳、陈华金承诺：发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。发行人招股说明书及其他信息披露资料如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分经有权机关生效法律文件确认。

如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人将停止在公司处领取工资、奖金、津贴、现金分红等收入，直至实际履行上述承诺事项为止，并接受证券主管机关处罚或司法机关裁判。本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔

偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

五、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

保荐机构中山证券承诺：因本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

发行人会计师信永中和承诺：本所为发行人本次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师天元律师承诺：如因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。

六、特别风险提示

本公司特别提醒投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，请认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”章节的全部内容。

七、发行前滚存利润的分配方案

根据公司于 2019 年 2 月 12 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过，若公司首次公开发行股票并在创业板上市的方案经中国证监会核准并得以实施，则本次发行前滚存未分配利润由公司新老股东按照发行后的股份比例共享。

八、本次发行后的股利分配政策

根据公司上市后实施的《公司章程（草案）》，公司本次发行后实施的股利分

配政策如下：

（一）公司利润分配原则

公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的可持续发展，并坚持如下原则：

（1）按法定顺序分配的原则；

（2）存在未弥补亏损、不得分配的原则；

（3）公司持有的发行人股份不得分配利润的原则；

（4）公司最近三年未进行现金利润分配或以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

（二）公司利润分配的形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（三）公司现金分红的具体条件和比例

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于三年年均可分配利润的 10%。

特殊情况是指：

1、公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），即公司未来十二个月内拟对外投资、固定资产投资、收购资产、购买设备或服务累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

2、当年年末经审计资产负债率超过 70%；

3、当年每股累计可供分配利润低于 0.1 元；

4、审计机构未对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

公司董事会还可以根据公司当期的盈利规模、现金流状况、资金需求状况，

提议公司进行中期分红。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

（四）股票股利分配的条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

（五）利润分配方案的审议程序

公司利润分配方案的审议程序：

（1）公司的利润分配方案由总经理办公会议拟定后提交公司董事会、监事会审议。董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议。审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票方式。

（2）公司因前述特殊情况而不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

（六）公司利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后六十日内完成股利（或股份）的派发事项。

（七）公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告，经独立董事审核并发表意见后提交股东大会审议，股东大会应以特别决议通过。股东大会审议利润分配政策调整方案时，公司为股东提供网络投票方式。

关于公司利润分配政策的具体内容，详见招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、股利分配情况”。

（八）利润分配政策的承诺

发行人控股股东晶辉电器集团及实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北、发行人董事、监事、高级管理人员承诺：

本公司/本人将依法履行各自的相应职责，采取一切必要的合理措施，以协助并促使公司按照经公司股东大会审议通过的分红回报规划及公司上市后生效的《公司章程（草案）》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。

本公司/本人拟采取的措施包括但不限于：

1、根据公司章程中规定的利润分配政策及公司分红回报规划，制定公司利润分配预案；

2、在审议公司利润分配预案的董事会、股东大会上，对符合公司利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票；

3、在公司董事会、股东大会审议通过有关利润分配方案后，严格予以执行。

九、发行人重要控股子公司的股利分配政策

公司全资子公司北鼎科技为公司利润的主要来源，《深圳市北鼎科技有限公司章程》第十七条规定：“公司为一个股东的有限责任公司，不设立股东会。”

第十八条规定：“股东行使下列职权：……（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；……。”第二十条规定：“公司不设董事会，设执行董事壹名，执行董事行使董事会权利。”第二十一条规定：“执行董事由股东任命产生，任期3年。”第二十三条规定：“执行董事对股东负责，行使下列职权：……（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；……。”第四十三规定：“公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照公司股东出资比例分配给股东。在当年盈利且累计未分配利润为正，并考虑公司当年对外投资、收购资产、购买设备、现金流等实际情况的前提下，公司应采用现金方式分配当年实现的可分配利润，比例不低于50%。公司可以进行中期现金分红。”

综上，北鼎晶辉作为北鼎科技的唯一股东，有权对北鼎科技委派执行董事，在北鼎科技当年盈利且累计未分配利润为正，并考虑北鼎科技当年对外投资、收购资产、购买设备、现金流等实际情况的前提下，每年现金分红不少于北鼎科技实现的税后利润的50%。子公司的上述财务管理制度和分红条款为未来持续而稳定的现金分红提供了可靠的保障，能够充分保障投资者的权益。

十、股东分红回报规划

（一）董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况

2019年1月28日，公司召开第二届董事会第二十二次会议，对股东回报事宜进行了专项研究论证，审议通过了《关于公司股票上市后股东未来三年分红回报规划》，明确对公司股东权益的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督。2019 年第一次临时股东大会审议通过上述议案。

（二）分红回报规划的制定依据

公司综合考虑实际发展情况与发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融环境等因素，全面分析公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资需求、银行信贷及债权融资环境等情况，听取中小股东的要求和意愿，建立对投资者科学、持续、稳定的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

（三）分红回报规划的具体内容

1、公司上市后三年股东分红回报计划

公司上市后三年内，除公司有重大资金支出安排外，在公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润的，公司应当进行现金分红，公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，每年以现金方式分配的利润不少于三年年均可分配利润的 10%，具体分配比例由董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定，由股东大会审议决定。

2、公司上市后股东长期回报规划

《公司章程（草案）》中有关本次发行后实施的股利分配政策的内容和《关于公司上市后三年分红回报规划》共同组成公司长期回报规划。

（四）未分配利润的使用

公司留存未分配利润将主要用于扩大生产经营规模，深入发展现有业务，完善渠道网络、增加研发投入，优化财务结构，继续强化公司的市场地位，最终实现业务的可持续发展以及股东利益的最大化。

十一、公开承诺未履行的约束措施

（一）发行人承诺

1、本公司保证将严格履行招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如果本公司未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

（3）本公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施（如该等人员在本公司领薪）。

（4）本公司将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司将要求新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。若因未履行相关承诺而被司法机关或行政机关作出相应裁决、决定，本公司将严格依法执行该等裁决、决定。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（需按法律、法规、公司章程等的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

（二）发行人控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东及其一致行动人承诺

1、本公司（本人）保证将严格履行招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如果本公司（本人）未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司（本人）将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本公司（本人）未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司（本人）将依法向投资者赔偿相关损失。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司（本人）无法控制的客观原因导致本公司（本人）承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司（本人）将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（需按法律、法规、公司

章程等的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

（3）因未履行相关承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，并将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给公司指定账户；若因未履行上述承诺事项给公司或其他投资者造成损失的，本公司（本人）将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任。

（三）发行人董事、监事和高级管理人员承诺

发行人董事、监事和高级管理人员承诺：

1、本人保证将严格履行招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

（1）如果本人未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

（3）如果出现本人未履行相关承诺事项且应当承担个人责任的情形，本人自愿接受发行人对本人采取的调减或停发薪酬或津贴等措施。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因。

（2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（需按法律、法规、公司章程等的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

（3）因未履行相关承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，并将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给公司指定账户；若因未履行上述承诺事项给公司或其他投资者造成损失的，本人将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任。

十二、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

报告期内，发行人经营状况良好，不存在下列对公司持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”分析和披露了可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素。

经核查，保荐机构认为：报告期内，公司具有良好的财务状况和盈利能力，根据行业未来的发展趋势以及公司的业务状况，公司具备持续盈利能力。

十三、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的主要财务信息和经营状况

财务报告审计基准日后，公司的业务良性发展，经营情况正常，未发生重大变化，未出现导致公司业绩异常波动的重大不利因素。发行人经营模式、采购模式、主要产品的生产、销售规模及销售价格、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

目录

重大事项提示 **4**
一、本次发行前股东所持股份锁定承诺及减持意向 4
二、上市后三年内稳定股价的预案 6
三、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺 9
四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺 10
五、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺 12
六、特别风险提示 12
七、发行前滚存利润的分配方案 12
八、本次发行后的股利分配政策 12
九、发行人重要控股子公司的股利分配政策 15
十、股东分红回报规划 16
十一、公开承诺未履行的约束措施 17
十二、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见 20
十三、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的主要财务信息和经营状况 20
目录 **21**
第一节 释义 **26**
一、普通词语 26
二、专业词语 28
第二节 概览 **30**
一、发行人概述 30
二、控股股东及实际控制人简介 35
三、发行人的主要财务数据及财务指标 36
四、募集资金使用 37
第三节 本次发行概况 **39**
一、本次发行的基本情况 39
二、本次发行的相关当事人 39
三、发行人与有关中介机构的股权关系及其他权益关系 41
四、本次发行上市的重要日期 41
第四节 风险因素 **42**
一、租赁厂房存在瑕疵风险 42
二、宏观经济波动的风险 42

三、产品集中度较高的风险 43
四、线上销售占比较高的风险 43
五、外销客户集中的风险 43
六、技术研发及产品更新换代风险 44
七、市场竞争加剧风险 44
八、产品质量和食品安全风险 44
九、汇率波动风险 45
十、出口退税政策风险 45
十一、税收优惠政策变动风险 45
十二、主要原材料供应及价格波动风险 46
十三、劳动力成本上升风险 47
十四、毛利率下滑的风险 47
十五、应收账款回收风险 47
十六、存货跌价风险 47
十七、净资产收益率下降风险 48
十八、经营季节性风险 48
十九、募集资金投资项目风险 48
二十、成长性风险 48
二十一、厂房租赁价格上涨风险 49
二十二、贸易摩擦风险 49
二十三、客户信息泄露风险 50
二十四、人才流失风险 50
二十五、管理风险 51
二十六、实际控制人控制风险 51
二十七、公司厂房搬迁风险 51
二十八、员工社保及住房公积金补缴风险 51
第五节 发行人的基本情况 52
一、发行人概况 52
二、发行人设立情况及设立方式 52
三、发行人设立以来的重大资产重组情况 55
四、发行人的股权结构与组织架构 61
五、发行人的控股子公司、分公司情况 63
六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况 74
七、发行人的股本情况 82

八、发行人的股权激励及其他制度安排和执行情况..... 85
九、发行人员工及社会保障情况..... 87
十、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员，保荐人及证券服务机构做出的重要承诺、履行情况及约束措施..... 90
第六节 业务和技术..... 93
一、发行人主营业务、主营产品及变化情况..... 93
二、发行人所属行业基本情况..... 125
三、发行人报告期内销售情况和主要客户..... 149
四、发行人报告期内采购情况和主要供应商..... 190
五、发行人的主要资产情况..... 202
六、特许经营权的情况 232
七、发行人核心技术和研发情况..... 236
八、主要产品和服务的质量控制情况..... 238
九、发行人的境外经营情况..... 239
十、发行人未来发展与规划..... 247
第七节 同业竞争与关联交易..... 254
一、发行人独立运行情况..... 254
二、同业竞争 255
三、关联交易 256
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理..... 270
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况..... 270
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持股情况..... 274
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况..... 274
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在公司领取报酬情况..... 275
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况..... 276
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系..... 278
七、发行人与董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所签订协议及承诺情况... 278
八、董事、监事、高级管理人员任职资格..... 278
九、发行人董事、监事和高级管理人员近两年的变动情况及原因..... 279
十、公司治理制度的执行情况..... 280
十一、发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见以及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见..... 286
十二、报告期内发行人违法违规行为..... 286
十三、报告期内发行人资金占用和对外担保情况..... 287

十四、报告期内发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况..... 288
十五、发行人投资者权益保护情况..... 290
第九节 财务会计信息与管理层分析 293
一、合并财务报表 293
二、注册会计师的审计意见..... 298
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标..... 299
四、财务报表的编制基础..... 301
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计..... 301
六、重要会计政策和会计估计变更..... 324
七、发行人适用的主要税种税率..... 327
八、分部信息 330
九、报告期非经常性损益..... 330
十、报告期主要财务指标..... 331
十一、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项..... 333
十二、盈利能力分析 333
十三、财务状况分析 405
十四、公司现金流量情况..... 434
十五、公司首次公开发行股票摊薄即期回报及填补措施..... 442
十六、股利分配情况 447
第十节 募集资金运用 452
一、募集资金投资项目概况..... 452
二、募集资金投资项目决策背景和可行性..... 455
三、募集资金投资项目的具体情况..... 459
四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响..... 478
第十一节 其他重要事项 480
一、重大合同 480
二、对外担保情况 483
三、重大诉讼或仲裁事项..... 483
四、控股股东、实际控制人最近三年内的重大违法行为..... 483
五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况..... 483
六、发行人新三板挂牌情况..... 483
第十二节 有关声明 485
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明..... 485

二、保荐机构（主承销商）声明 486
三、保荐机构董事长、总裁声明 487
四、发行人律师声明 488
五、发行人会计师事务所声明 489
六、资产评估机构声明 490
七、验资机构声明 491
八、验资复核机构声明 492
第十三节 附件 493
一、备查文件目录 493
二、备查文件查阅地点、时间 493

第一节 释义

一、普通词语

发行人、北鼎晶辉、公司或股份公司	指	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司
晶辉有限	指	晶辉科技（深圳）有限公司，发行人前身
实际控制人	指	GEORGE MOHAN ZHANG、张北
控股股东、晶辉电器集团	指	晶辉电器集团有限公司
万融通	指	深圳市万融通投资顾问有限公司，原公司股东
世纪金马	指	深圳世纪金马创业投资企业（有限合伙），原公司股东
金诺汇富	指	深圳市金诺汇富投资有限公司，原公司股东，现已注销
北鼎科技	指	深圳市北鼎科技有限公司，公司全资子公司
晶辉贸易	指	晶辉贸易有限公司，公司全资子公司
北翰林科技	指	深圳市北翰林科技有限公司，公司全资子公司
鼎北贸易	指	香港鼎北贸易有限公司，公司全资子公司
东莞晶辉	指	东莞市北鼎晶辉智能科技有限公司，公司全资子公司
北鼎手边	指	深圳前海北鼎手边科技有限公司，北鼎科技子公司、公司孙公司
北辰烘焙	指	深圳前海北辰烘焙科技有限公司，北鼎科技子公司、公司孙公司
前海焙乐	指	深圳前海焙乐科技有限公司，北鼎科技子公司、公司孙公司，现已注销
山东北鼎	指	北鼎科技（山东）有限公司，北鼎科技子公司、公司孙公司
四川鼎北	指	四川鼎北科技有限公司，北鼎科技子公司、公司孙公司
宝安分公司	指	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司宝安分公司
福田中心城店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳福田中心城店
海雅缤纷城店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳宝安海雅缤纷城店（曾用名：深圳市北鼎科技有限公司深圳南山万豪广场店）
宝安壹方城店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳宝安壹方城店

福田卓悦汇店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳福田卓悦汇店
南山海岸城店	指	深圳市北鼎科技有限公司南山海岸城店
龙岗佳兆业店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳龙岗佳兆业店
上海分公司	指	深圳市北鼎科技有限公司上海分公司
龙岗 COCOpark 分店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳龙岗 COCOpark 分店
塘朗城店	指	深圳市北鼎科技有限公司深圳塘朗城店
英特马	指	深圳市英特马电器有限公司（公司原控制的企业，现已对外转让）
晶辉电器（深圳）	指	晶辉电器（深圳）有限公司（实际控制人张北控制的企业）
康之泰	指	深圳市康之泰实业有限公司（实际控制人张北控制的企业）
港深繁荣投资	指	港深繁荣投资促进中心有限公司（实际控制人张北控制的企业）
东莞安鼎源	指	东莞市安鼎源实业发展有限公司（实际控制人张北控制的企业）
广垦太证	指	广东广垦太证现代农业股权投资基金（有限合伙）
太证未名	指	北京太证未名股权投资中心（有限合伙）
沙井步涌公司	指	深圳市沙井步涌股份合作公司
保荐机构、保荐人、主承销商、中山证券	指	中山证券有限责任公司
发行人律师、天元律师	指	北京市天元律师事务所
发行人会计师、信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
捷孚凯	指	德国 GfK 集团，是全球五大市场研究公司之一
欧睿咨询	指	Euromonitor（欧睿）信息咨询公司，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面拥有超过 40 年的经验，总部位于英国伦敦
艾瑞咨询	指	上海艾瑞市场咨询股份有限公司，是国内最早涉及互联网研究的第三方机构之一，累计发布数千份互联网行业研究报告
中怡康	指	北京中怡康时代市场研究有限公司，是中国最早从事家电领域专业市场研究的机构之一。2007 年 11 月被德国 Gfk 集团全资收购
IF 设计奖	指	IF Gold Award，由德国历史最悠久的工业设计机构--汉诺威工业设计论坛(IF Industrie Forum Design)每年定期举办
红点设计奖	指	红点设计奖（Red Dot Design Award）是由德国设计协会 Design Zentrum Nordrhein Westfalen 创立，是世界上知名设计竞赛中最大最有影响的竞赛之一，被国际公认为当代工业设计领域的“奥斯卡奖”
美国工业设计优秀奖	指	创办于 1980 年，由美国工业设计协会和《商业周刊》杂志联合举办，美国工业设计协会颁发，与红点设计奖、IF 设计奖并称为世

		界三大设计奖
SG mark 奖	指	Singapore Good Design Mark，新加坡好设计标志奖
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
淘宝	指	阿里巴巴集团下属综合性 C2C（Consumer -to-Consumer）网上购物平台（www.taobao.com）
京东、京东商城	指	北京京东世纪贸易有限公司及其关联公司。其下设 3C、家电、消费品、生鲜等多个事业部，用户可通过网站（www.jd.com）及移动客户端等渠道进行在线购物
内销	指	国内销售
外销	指	海外销售
《公司章程（草案）》	指	《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司章程（草案）》
《公司章程》	指	《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司章程》
股东大会	指	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司监事会
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所	指	深圳证券交易所
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
本次发行	指	公司本次公开发行面值为1.00元不超过5,435.00万股人民币普通股的行为
股票、A 股	指	面值为 1 元的人民币普通股
元（万元）	指	人民币元（人民币万元）
报告期	指	2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月

二、专业词语

OEM	指	品牌商提供产品外观设计、图纸等产品方案，企业负责开发和生产等环节，根据品牌商订单代工生产，最终由品牌商销售
ODM	指	企业根据品牌商的产品规划进行产品设计和开发，然后按品牌商的订单进行生产，产品生产完成后销售给品牌商
KA	指	Key account，主要指大型连锁商场

CCC	指	中国强制性产品认证
FOB	指	Free On Board 的简称，也称“离岸价”，是国际贸易中常用的贸易用语之一。按 FOB 成交，由买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方，货物在装船时越过船舷，风险即由卖方转移至买方
CE	指	法语的缩写，英文是“European Conformity”，意为符合欧洲标准，是电器产品进入欧洲市场的强制性产品安全认证标志
GS	指	德语“Geprüefte Sicherheit” 的缩写，意为安全认可，是欧洲市场公认的德国安全认证
TUV	指	德语“Technischer überwachungs-Verein”的缩写，意为德国技术监督协会，TUV 标志是德国 TUV 专为元器件产品定制的安全认证标志，得到全球广泛认可
UL	指	美国保险商试验所（Underwriter Laboratories Inc.）的简写，是美国最有权威、也是世界上较大的从事安全检验的专业机构
ETL	指	美国电子测试实验室(Electrical Testing Laboratories)的简称，是北美最重要的安全认证标志之一
SAA	指	“Standards Association of Australia”的缩写，澳大利亚标准协会认证
FDA	指	U.S. Food and Drug Administration 的缩写，美国食品药物管理局认证
PSE	指	“Product Safety of Electrical Appliance & Materials”的缩写，日本产品安全标志
LFBG	指	德语“Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches”的缩写，德国食品卫生管理方面的认证
ISO	指	International Organization for Standardization，国际标准化组织
WEEE	指	Waste Electrical and Electronic Equipment，欧盟《报废的电子电气设备指令》
ROHS	指	Restriction of Hazardous Substances，欧盟《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源计划管理系统
SAP	指	是 SAP 公司的产品，企业管理解决方案的软件名称
SRM	指	供应商关系管理系统
PLM	指	产品生命周期管理

注：由于四舍五入原因，本招股说明书存在部分总数与各分项数值之和尾数不符的情况。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人概述

（一）发行人基本情况

公司名称	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Crastal Technology Co.,Ltd.
统一社会信用代码	91440300746641111T
注册资本	人民币 16,305 万元
法定代表人	GEORGE MOHAN ZHANG
晶辉有限成立日期	2003 年 5 月 9 日
北鼎晶辉设立日期	2013 年 6 月 8 日
住所	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
邮编	518000
电话	0755-26559930
传真	0755-86021261
董事会秘书	牛文娇
互联网网址	http://www.buydeem.com
电子邮箱	buydeem@crastal.com
经营范围	研发、设计、生产经营家用电器、数字仪表及仪用接插件、模具、数字化电路板、数字化家用电器的专业芯片/控制软件、塑胶件/五金件及相关零部件（仅限分公司生产），并提供产品售后服务；从事货物、技术进出口业务（不含分销、国家专营专控商品）

（二）发行人主营业务

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司主营业务主要包括“BUYDEEM 北鼎”自主品牌业务和 OEM/ODM 业务。

自主品牌业务方面，公司坚持以品质取胜，不断创新产品设计，为消费者提供兼具高品质和时尚性的厨房小家电及周边产品。公司自主研发设计的产品曾多次荣获“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、

“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。目前“BUYDEEM 北鼎”已发展成为具有一定知名度的高端厨房生活品牌。线下渠道建设方面，公司产品已成功进驻全国多个省会级城市的 500 余家高端终端，如山姆、顺电、华润 OLE、北京新光天地、上海久光、深圳万象城等；线上渠道建设方面，公司进驻天猫商城、淘宝、京东商城等电子商务平台；另外，公司已自建官网商城，进一步完善网上销售渠道。目前，公司通过实施线下、线上双布局，已初步建立了较为完善的高端渠道网络。

同时，公司凭借多年积累的产品研发、工业设计和生产制造能力，主要以 OEM/ODM 模式，为国际知名品牌商，如惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、摩飞电器（Morphy Richards）、铂富集团（Breville）、美康雅集团（Conair）等提供专业的研发、生产一体化服务。

自设立以来，公司主营业务未发生重大变化。

（三）发行人境内外销售的发展思路和规划

发行人境内销售和境外销售的发展思路具体如下：

1、境内销售

（1）发展思路

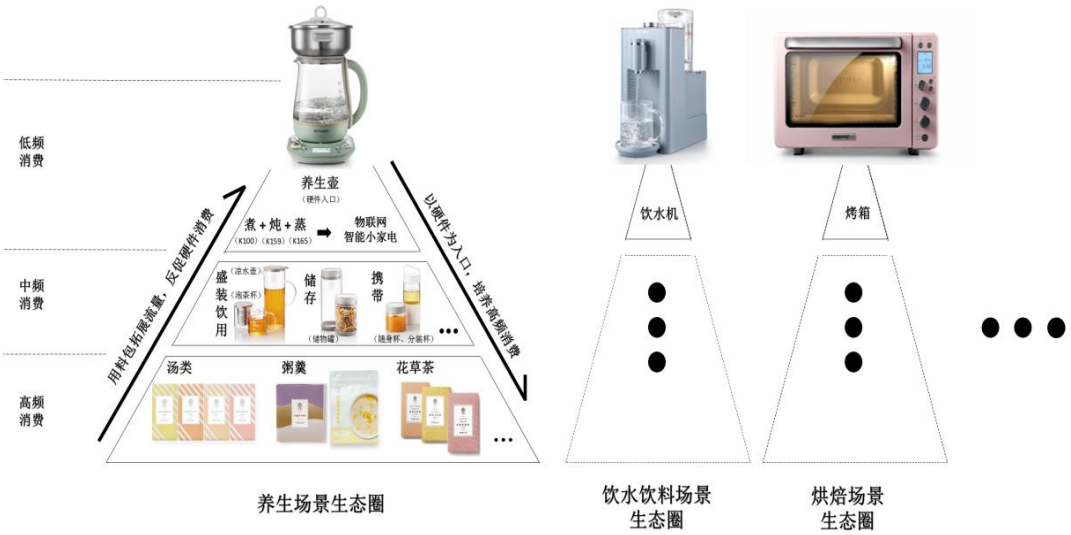
发行人境内销售产品为“BUYDEEM 北鼎”自主品牌产品。发行人以用户需求为导向，以消费者体验为核心，通过深入理解并解决行业相关痛点，致力于为消费者搭建全面提升生活品质、满足消费者改善性饮食需求的厨房养生场景。

①以场景思维为产品发展逻辑，不断深挖和拓展使用场景

在产品发展逻辑上，发行人以搭建厨房养生场景为产品发展逻辑，即以消费者需求为核心，潜心打造高品质、高颜值、极致使用体验的小家电产品并不断迭代，同时以良好口碑的小家电硬件为入口，围绕厨房养生场景进行延伸，不断扩展周边配套用品及周边食材料包等中高频消费产品，提升消费者黏性和用户体验。

由于中高频产品消费门槛相对较低，该类产品推出有利于扩大公司目标用户群体和规模，进一步促进小家电硬件产品的销售，实现低频消费（厨房小电）+

中频消费（周边用品）+高频消费（周边食材）等产品相互促进、协同发展。



以养生壶及周边产品演进为例，养生壶最初仅有煮的功能，在和消费者互动过程中，消费者逐步提出炖、蒸等多功能的诉求，发行人通过不断的研发创新和产品迭代，满足消费者多功能、全方位的养生需求；随着养生壶用户群体的扩大，为使消费者更加便捷地使用养生壶，提高养生壶的使用率，满足消费者各类养生需求，发行人进一步推出各类食材料包等高频消费产品。同时，在养生壶使用场景的探索中，公司关注到消费者存在盛装、饮用、携带、储存等诉求，进一步推出泡茶杯、分装杯、随身杯、储物罐等周边用品。至此，一个以硬件产品为核心，附带周边用品、食材料包的养生场景生态圈初步形成。

②深耕渠道建设，线上线下双布局融合发展，提升用户粘性及用户规模

在渠道建设方面，公司通过线上线下双布局，已逐步形成了全方位、立体式市场布局，产品覆盖全国多个省会级城市、500 余家各地中高端终端，以及天猫商城、京东商城等第三方主流电子商务平台、北鼎官网商城等线上渠道。

针对线上渠道，公司进驻天猫商城、京东商城等主流电子商务平台，借助该等主流平台的大流量等资源优势，实现消费者便捷购物体验。同时公司整合资源，搭建“北鼎商城会员数据库”，通过大数据对企业经营提供指导方向。基于会员数据库的数据，例如：用户的消费偏好、消费频率、产品使用体验反馈，形成消费者画像，从而洞察品类发展风向，为公司产品的战略发展方向提供决策依据，提

升消费者体验及用户粘性。

对于线下渠道，除经销及 KA 渠道外，公司通过开设自营店的方式积极参与到新零售的发展浪潮。公司通过与消费者的近距离沟通，不断优化“人+货+场”的互动方式，设计构建更合理的店铺动线，旨在为消费者打造“BUYDEEM 北鼎”品牌的浸入式体验平台，区别于现有线下终端，自营门店优先选址在人流密集的大型商场，进行线下新用户的拓展以及北鼎品牌推广。同时以沉浸式体验门店为入口，通过低客单价的周边用品及食材料包产品，将线下流量向线上导流，实现线上线下融合发展。发行人通过线上线下渠道的布局，为消费者带来便捷的购物和产品体验，形成线上数据平台指导、线下流量入口的良性互动。

（2）发展规划

未来，公司将进一步以“BUYDEEM 北鼎”为核心品牌，通过产品研发、渠道建设和品牌运营，不断强化公司在厨房生活方式领域的品牌影响力和市场地位。境内销售的发展规划具体如下：

①进一步完善养生壶及周边食材、用品的使用场景。

发行人在现有养生生态圈的基础上，对小家电硬件产品进行横向研发迭代，同时继续围绕厨房养生场景进行延伸，基于消费者的诉求进一步向纵深发展，不断扩展周边用品及食材料包品类，完善周边配件及食材料包的产品矩阵，满足消费者的各类养生需求，提升消费者黏性和用户体验。

②以高频低客单价产品及线下自营门店扩张为入口，进一步拓宽北鼎品牌的目标客户群。

一方面，食材和料包的消费门槛相对于小家电产品大幅降低，有助于公司进一步拓宽北鼎品牌产品的目标客户群体。同时，公司在线下渠道自营店的开设上，重点选择大流量的商场作为店铺地址。随着未来公司该等线下自营体验店的快速扩张，将进一步拓宽公司目标客户群体，同时也有助于公司品牌及产品为更多消费者熟知并认可。随着北鼎品牌的目标客户群体的逐步增大，公司将基于线上会员数据的分析反馈和市场情况，适时推出差异化产品，为所有追求高品质生活的消费者构造理想的厨房生活场景。

③进一步挖掘布局饮水机、烘焙等厨房新场景。

公司将基于养生壶品类的养生场景延伸策略，积极开发并完善饮水机、烤箱等品类产品线，构造对应品类的消费场景。以饮水机为例，追求健康生活品质，饮水安全是人们的基本诉求，随着“健康饮水”养生理念的深入，2018 年饮水机销售增长较快。在饮水机产品保有量达到一定规模基础上，公司将积极拓展饮水机周边用品及茶饮料包产品，不断完善品类相关产品线，为消费者构造一个提升生活品质、满足健康饮水需求的“桌面健康饮水饮料场景”。

④进一步布局培育全新小家电硬件产品。

目前，公司自主品牌小家电主要品类包括养生壶、饮水机、烤箱。未来，公司将继续以“BUYDEEM 北鼎”为核心品牌，进一步拓展布局新品类产品（如全新蒸锅等），满足消费者厨房生活中不同的场景需求，强化公司在厨房生活领域的品牌影响力和市场地位。

2、境外销售

（1）发展思路

在国际市场上，公司业务主要包括 OEM 业务、ODM 业务以及自主品牌业务。

针对境外销售，公司发展思路为重点发展海外自主品牌以及养生壶等新型产品的 ODM 业务，同时继续为品牌商客户提供优质的服务和项目输出。

（2）发展规划

①OEM 业务/ ODM 业务

OEM 业务方面，发行人将继续为品牌商客户提供优质的服务和稳定项目输出，在确保合理利润的前提下，尽量维持客户稳定。

ODM 业务方面，发行人将进一步调整产品结构，将原有低毛利率、传统的 ODM 产品逐步转换为高附加值的养生壶等 ODM 产品，提升 ODM 业务的附加值；同时，在现有韩国、法国等市场的基础上，继续加强与知名品牌商和零售商的交流与合作，深挖重点客户，拓展新兴市场，如印度及其他东南亚市场。

②自主品牌业务

对于海外自主品牌业务，发行人未来将以多渠道向不同国家和地区的消费者

提供多品类产品，大力推动自主品牌走出去。

一方面，公司将重点拓展美国市场的自主品牌业务，目前美国市场主要销售公司养生壶产品，未来公司将针对美国消费者特点，推出自主品牌的多士炉、饮水机、食材及用品等产品，实现多产品覆盖。另一方面，除美国市场外，公司将通过多种途径和方式在更多的国家和地区开展海外自主品牌业务，积极推动自主品牌业务走出去。

二、控股股东及实际控制人简介

（一）控股股东

公司控股股东为晶辉电器集团。晶辉电器集团持有公司 6,100 万股股份，占公司股本总额的比例为 37.41%。

晶辉电器集团，系根据香港法律依法设立并有效存续的有限责任公司。其基本情况如下：

公司名称	晶辉电器集团有限公司
英文名称	CRASTAL ELECTRIC GROUP LIMITED
成立日期	1999 年 10 月 29 日
法定股本	10,000 港元
已发行股份	10,000 股，每股面值为 1 港元
公司编号	692947
注册地	FLAT/RM 71 9/F LEE KING INDUSTRIAL BUILDING 12 NG FONG STREET SAN PO KONG KL
董事	GEORGE MOHAN ZHANG、张北
业务性质	GENERAL TRADING AND INVESTMENT（一般贸易和投资）

（二）实际控制人

GEORGE MOHAN ZHANG 持有晶辉电器集团 100%的股权，GEORGE MOHAN ZHANG 通过晶辉电器集团间接持有公司 37.41%的股权。张北系 GEORGE MOHAN ZHANG 之父，张北直接持有公司 32.40%股份。

综上，GEORGE MOHAN ZHANG、张北合计控制公司 69.81%的股份，系公司实际控制人。发行人实际控制人的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发

行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

根据 GEORGE MOHAN ZHANG 与张北签署的《一致行动协议》，该协议明确：该协议签署之前，双方在以往年度中一直根据协商一致的结果或根据 GEORGE MOHAN ZHANG 意志来进行表决或投票，保持一致行动关系；双方同意，自该协议生效后，双方依照相关法律、法规规定和公司章程、制度文件规定行使其直接和/或间接支配公司股份的提案权、表决权等股东权利前，双方需就相关内容进行协商并就行使股东权利事项达成一致意见。如果双方意见不统一时，张北以 GEORGE MOHAN ZHANG 意志为准。

三、发行人的主要财务数据及财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
资产总额	37,222.92	41,343.55	39,162.80	37,243.48
流动资产	32,086.33	35,980.14	33,791.56	32,175.89
负债总额	8,665.48	12,604.40	11,652.70	13,203.56
流动负债	7,922.15	11,979.90	11,022.05	12,558.68
归属于母公司股东权益合计	28,557.43	28,739.15	27,510.10	24,039.92
股东权益合计	28,557.43	28,739.15	27,510.10	24,039.92

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
营业利润	3,411.80	7,576.33	4,485.82	5,616.85
利润总额	3,365.48	7,758.66	4,751.81	5,980.72
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
归属于母公司股东的净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,710.37	5,348.04	3,849.14	7,413.22
投资活动产生的现金流量净额	-299.80	-756.12	-849.49	6,436.66
筹资活动产生的现金流量净额	-2,654.35	-5,779.71	-1,181.90	-1,637.44
现金及现金等价物净增加额	-226.51	-899.35	1,344.85	12,587.12

（四）主要财务指标

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	4.05	3.00	3.07	2.56
速动比率（倍）	3.07	2.28	2.39	2.12
母公司资产负债率	22.29%	26.28%	29.24%	32.75%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	1.86%	2.00%	2.11%	2.22%
归属公司股东的每股净资产（元）	1.75	1.76	1.69	1.50
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
应收账款周转率（次）	4.44	11.20	10.98	8.76
存货周转率（次）	1.64	4.19	4.58	5.00
息税折旧摊销前利润（万元）	4,080.45	9,465.87	6,053.02	7,397.00
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
每股经营活动产生的净现金流量（元）	0.17	0.33	0.24	0.46
每股净现金流量（元）	-0.01	-0.06	0.08	0.79
净资产收益率（%）	10.58	23.58	15.65	24.09
净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	9.37	21.78	15.83	21.96
基本每股收益（元/股）	0.1859	0.4172	0.2524	0.3250
稀释每股收益（元/股）	0.1859	0.4172	0.2524	0.3250
扣除非经常性损益后的每股收益（元/股）	0.1646	0.3853	0.2553	0.2963

四、募集资金使用

若本次股票发行成功，募集资金将投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	建设期（月）
1	厨房小电扩建项目	12,322.08	12,322.08	16
2	品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目	8,291.50	8,291.50	36
3	品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目	5,076.33	5,076.33	24
4	品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目	9,940.00	9,940.00	36
合计		**35,629.91**	**35,629.91**	**-**

以上项目投资所需资金，均由公司本次发行股票募集资金解决。若募集资金金额小于上述项目拟投资金额，不足部分由公司自筹资金进行投资；若募集资金金额大于上述项目拟投资金额，超过部分将用于补充公司流动资金。募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：	人民币普通股（A 股）	
2、每股面值：	1.00 元	
3、发行股数：	不超过 5,435.00 万股，占发行后总股本不低于 25.00%，本次发行全部为公司公开发行的新股，不安排公司股东公开发售股份	
4、每股发行价格：	【】元（通过向询价对象询价的方式，或通过公司与主承销商自主协商直接定价的方式，或届时通过中国证监会认可的其他方式确定发行价格）	
5、发行市盈率：	【】倍（发行价格除以发行后每股收益）	
6、发行后每股收益：	【】元（每股收益按照发行前一年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后的总股本计算）	
7、发行前每股净资产：	【】元（按发行前一年经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）	
8、发行后每股净资产：	【】元（按发行前一年经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后的总股本计算）	
9、发行后市净率：	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股净资产计算）	
10、发行方式：	采用网下向投资者配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会等监管机构认可的其他发行方式	
11、发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）	
12、预计募集资金总额：	约【】亿元	
13、预计募集资金净额：	约【】亿元	
14、承销方式：	主承销商余额包销	
15、发行费用概算：	保荐及承销费用：	【】万元
	律师费用：	【】万元
	审计、评估及验资费用：	【】万元
	发行手续等费用：	【】万元

二、本次发行的相关当事人

1、发行人：	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司
英文名称：	Shenzhen Crastal Technology Co.,Ltd.
法定代表人：	GEORGE MOHAN ZHANG
住所：	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
电话：	0755-26559930
传真：	0755-86021261

联系人：	牛文娇
网址：	http://www.buydeem.com
电子信箱：	buydeem@crastal.com
2、保荐机构（主承销商）：	中山证券有限责任公司
法定代表人：	林炳城
住所：	深圳市南山区粤海街道蔚蓝海岸社区创业路 1777 号海信南方大厦 21 层、22 层
电话：	0755-83175806
传真：	0755-23982961
保荐代表人：	陈贤德、万云峰
项目协办人：	赖昌源
项目组成员：	胡莉梅、周娜、杨辉、杨启航、李响、黄景宽、陈丽霞、徐海平、牛南
3、发行人律师：	北京市天元律师事务所
负责人：	朱小辉
住所：	北京市西城区丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 10 层
电话：	010-57763888
传真：	010-57763777
经办律师：	谭清、雷俊、赵莹
4、发行人会计师：	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人：	叶韶勋
住所：	北京市东城区朝阳门大街 8 号富华大厦 A 座 9 层
电话：	010-65542288
传真：	010-65547190
经办注册会计师：	潘传云、杨帆
5、资产评估机构：	国众联资产评估土地房地产估价有限公司
负责人：	黄西勤
住所：	深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室
电话：	0755-88832456
传真：	0755-25132275
经办注册资产评估师：	陈军、王文涛
6、主承销商收款银行：	兴业银行深圳分行
账户名：	中山证券有限责任公司
账号：	338010100100000160
7、股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话：	0755-21899999
传真：	0755-21899000
8、上市证券交易所：	深圳证券交易所
住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话：	0755-88668888
传真：	0755-82083295

三、发行人与有关中介机构的股权关系及其他权益关系

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

1、刊登发行公告日期：	【】年【】月【】日
2、询价推介时间：	【】年【】月【】日～【】年【】月【】日
3、刊登定价公告日期：	【】年【】月【】日
4、申购日期和缴款日期：	【】年【】月【】日
5、预计股票上市日期：	【】年【】月【】日

请投资者关注发行人及保荐机构（主承销商）于相关媒体披露的公告。

第四节 风险因素

投资者在评价及投资公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料以外，应特别注意下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，并不表示风险因素会依次发生。

一、租赁厂房存在瑕疵风险

截至本招股说明书签署之日，发行人向沙井步涌公司租赁位于宝安区沙井街道步涌工业 D 区第七、八栋厂房（建筑面积为 32,922.00 平方米）。出租方未提供该等租赁物业的相关权属证明。

2017 年 9 月 4 日，深圳市宝安区沙井街道步涌社区居民委员会出具《证明》，证明沙井步涌公司为宝安区沙井街道步涌工业 D 区的第七、八栋厂房及其所在土地的合法权利人，具有出租相关厂房的权利。2017 年 9 月 13 日，深圳市宝安区城市更新局出具《证明》，截至该证明出具之日，发行人向沙井步涌公司租赁位于宝安区沙井街道步涌工业 D 区总面积为 32,922 平方米的第七、八栋厂房所在地，尚未经该局纳入城市更新改造范围，也没有规划在未来五年内对其进行改造。但如果有关单位按照深圳市城市更新政策向有关部门提出改造申请，或因城市发展需要等，该地块仍然有可能在未来五年内被纳入更新改造范围进行改造。2017 年 12 月 8 日，深圳市规划和国土资源委员会宝安管理局出具《市规划国土委宝安管理局关于沙井步涌工业 D 区第 7 栋、8 栋厂房用地性质及权属核查情况的复函》（深规土宝函[2017]1887 号），证明沙井步涌工业 D 区第 7 栋、8 栋厂房用地为未补偿土地，相关土地全部位于城乡建设用地及允许建设区，为工业用地。

上述房产存在被政府部门依法责令拆除的风险，如果该等房屋被依法责令拆除、改变用途将导致发行人停工、搬迁，由此对发行人正常经营产生不利影响。

二、宏观经济波动的风险

厨房小家电的需求与宏观经济波动以及居民可支配收入息息相关。如果国内宏观经济形势不景气，居民可支配收入下降，将有可能抑制厨房小家电的需求或出现消费降级，从而给发行人收入和利润的持续增长带来负面影响。此外，宏观经济的剧烈波动有可能对发行人的原材料采购、固定资产投资等方面产生较大影

响。

三、产品集中度较高的风险

报告期内，多士炉、养生壶、电热水壶的销售是发行人收入和利润的主要来源，占发行人各期主营业务收入的比重分别为94.34%、85.43%、77.91%和71.45%，占发行人各期主营业务毛利的比重分别为92.76%、78.73%、66.31%和57.67%。报告期内，发行人不断加大产品研发力度，不断拓展升级新产品，如烤箱、饮水机、周边食材及用品等，产品结构得到进一步优化，但在短期内发行人的经营成果仍然将主要来源于养生壶、电热水壶和多士炉的销售。较为集中的产品销售给发行人的经营带来一定风险，多士炉、养生壶、电热水壶不利变化或竞争加剧，都有可能对发行人经营情况产生不利影响。

四、线上销售占比较高的风险

内销自主品牌业务系发行人盈利来源的重要组成部分，包括线上销售和线下销售。报告期内，内销线上主营业务收入分别为13,103.67万元、19,394.38万元、25,460.01万元和10,520.68万元，占内销主营业务收入的比例分别为68.14%、79.52%、84.78%和86.75%，占比较高。

目前，天猫、淘宝、京东等第三方平台已逐步发展为成熟的开放电商平台。如果发行人未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或发行人在上述第三方电商平台、发行人官网商城的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将对发行人的经营业绩产生不利影响。

五、外销客户集中的风险

发行人外销主要客户为惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、铂富集团（Breville）等世界著名品牌商。发行人为其提供产品的研发和生产服务，并与其建立了长期、稳定、紧密的合作关系。如果未来某一主要外销客户减少或停止与发行人的合作，则发行人经营业绩将受到一定影响。随着国际市场竞争日趋激烈，贸易摩擦日益增多，未来如果国际政策对发行人产品出口发生不利变化，或发行人主要出口国政治经济形势发生不利变化等，将对发行人外销收入和盈利水

平造成不利影响。

六、技术研发及产品更新换代风险

通过多年的技术开发和积累，发行人在厨房小家电领域拥有众多专利和非专利技术，从根本上保证了发行人核心竞争力和市场领先优势。但是，随着人们消费水平以及对生活舒适度要求的不断提高，消费者对产品的智能化、实用性、美观度、时尚性和产品质量的要求也不断提高；与此同时，同行业的竞争对手也在不断提升自己的产品工艺水平与技术研发实力。发行人如果不能及时跟进最新技术成果并保持领先性，及时推出符合消费者需求的新产品，则面临所掌握的核心技术被赶超或产品被替代的风险。

七、市场竞争加剧风险

经过多年的发展，发行人凭借良好的产品研发设计、生产制造能力以及广泛的营销网络，在国内和国际市场形成了一定的竞争优势，但仍然面临着来自国内外企业的竞争。如果发行人在未来市场竞争中，不能持续保持产品品质的稳定和技术先进，及时推出满足消费者需求的产品，并提供高品质的服务，发行人将面临较大的市场竞争风险。此外，亦不排除部分竞争力较弱的企业通过以次充好、甚至冒用发行人品牌等不当竞争手段进行销售，这些不当竞争行为都会对发行人品牌造成不良影响，进而影响发行人经营业绩。

八、产品质量和食品安全风险

发行人作为致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求而提供全方位服务的创新型企业，产品主要包括厨房小家电产品及周边食材、用品。产品质量与食品安全一直被视为发行人经营之本，其对发行人而言至关重要，一旦出现产品质量和食品安全问题，将对发行人品牌形象和产品销售等造成重大不利影响。发行人自设立以来，高度重视产品质量和食品安全，在质量控制方面建立了一整套严格的制度和流程，并严格执行，有效保障发行人产品品质和食品安全。但随着发行人经营规模的扩大，如果发行人不能持续有效地对产品质量进行严格把控，一旦出现产品质量和食品安全问题，将对发行人品牌形象造成不利影响，进而影响发行人经营业绩。

九、汇率波动风险

报告期内，发行人外销收入占比较高。发行人境外销售货款主要以美元结算，同时进口原材料主要通过美元、港币结算，人民币汇率的波动将给发行人业绩带来不确定的影响。近年来，我国不断推进汇率市场化程度不断提升、汇率弹性不断增强。随着人民币的国际化程度逐步提高，我国对货币市场干预措施的减少或将加大人民币汇率的双向波动。汇率的波动将影响发行人外销产品的价格水平及汇兑损益，进而影响发行人外销收入的毛利率水平及整体经营业绩。报告期内，发行人汇兑收益金额分别为 654.34 万元、-692.67 万元、365.41 万元和-32.54 万元，人民币汇率波动对发行人汇兑损益造成较大影响。尽管发行人已采取了必要的外汇管理措施，减少汇率波动对发行人业绩的影响，但不排除未来人民币汇率的大幅波动会对发行人业绩产生较大影响。

十、出口退税政策风险

发行人产品出口执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”税收政策。发行人出口退税金额分别为 2,474.38 万元、2,415.52 万元、2,445.53 万元和 967.59 万元，占发行人净利润的比例分别为 47.58%、59.25%、35.95%和 31.92%。如果未来国家下调发行人产品出口退税率，将会增加发行人成本导致发行人毛利率下降。因此存在出口退税率下降而影响经营业绩的风险。

十一、税收优惠政策变动风险

2015 年 11 月 2 日，北鼎晶辉取得《高新技术企业证书》（GF201544200322），有效期为三年。2018 年 10 月 16 日，北鼎晶辉再次取得《高新技术企业证书》，证书编号：GR201844201812，有效期为三年。2015 年 11 月 2 日，子公司北鼎科技取得《高新技术企业证书》（GR201544201245），有效期为三年。2018 年 11 月 9 日，子公司北鼎科技再次取得《高新技术企业证书》，证书编号：GR201844204117，有效期为三年。根据企业所得税法，报告期内发行人及北鼎科技享受 15%的企业所得税优惠税率。

《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）规定，自 2019 年 1 月 1 日起至 2021 年 12 月 31 日，对年应纳

税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。发行人孙公司北鼎手边和北辰烘焙符合小微企业认定,2019 年减按 25%计入应纳税所得额，适用所得税税率为 20%。

依据财税[2018]77 号文件，为进一步支持小型微利企业发展，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 50 万元提高至 100 万元，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，发行人孙公司北鼎手边和北辰烘焙按 20%的税率缴纳企业所得税。

报告期各期，发行人实际享受的税收优惠金额、占净利润的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
减免企业所得税金额	249.42	632.71	618.21	495.39
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
占比	8.23%	9.30%	15.16%	9.53%

如果未来国家变更或取消高新技术企业、小型微利企业等税收优惠政策，或已获得高新技术企业资格的主体不再符合享受税收优惠的条件，导致发行人不能持续享受所得税税收优惠，将对发行人未来经营业绩产生不利影响。

十二、主要原材料供应及价格波动风险

发行人主要原材料包括电子元器件、五金原材料及五金制品、塑胶原材料、塑胶及玻璃制品、包装材料等。报告期内，发行人直接材料占当年主营业务成本的比例分别为 61.50%、62.74%、63.52%和 64.97%，占比较高。电子元器件、塑胶、五金、玻璃、包装材料的价格变化将导致发行人原材料采购成本的波动，对发行人的成本控制带来一定影响。如果未来主要原材料价格发生大幅波动，甚至核心原材料出现供应短缺，而发行人未能继续采取有效措施予以应对，将对发行人的经营业绩带来不利影响。

十三、劳动力成本上升风险

当前国内人力资源成本随着经济增长而不断攀升，职工收入提高，有利于企业长远发展和社会稳定，但对企业经营也带来相应的成本压力。虽然发行人通过设备自动化减少人工依赖、降低人工强度，通过加大技术创新投入、促进产品升级换代来改善产品结构，但是，如果发行人采取的措施不能有效抵消人力资源成本上升带来的成本压力，那么发行人的盈利水平将受到不利影响。

十四、毛利率下滑的风险

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为37.34%、40.78%、42.26%和43.41%，呈现逐年增长态势，其中，内销主营业务毛利率分别为67.26%、67.89%、67.56%和 66.76%，外销主营业务毛利率分别为 17.59%、17.19%、16.70%和 20.46%。发行人主营业务毛利率主要受市场情况、竞争状况、业务结构、产品销售价格、汇率、主要原材料价格等因素影响。若未来市场需求发生变化，市场竞争加剧，发行人业务结构、产品售价、汇率及主要原材料价格等发生不利变化，将可能导致发行人毛利率出现下滑。

十五、应收账款回收风险

报告期各期末，发行人应收账款净额分别为5,357.70万元、4,106.06万元、6,506.13万元和4,401.33万元，占各期末流动资产比例分别为16.65%、12.15%、18.08%和 13.72%。应收账款前五名客户均为行业内知名企业，是发行人长期合作的大客户，信誉度好，应收账款总体质量较好。

未来随着发行人经营规模的扩大，在信用政策不发生改变的情况下应收账款余额可能会进一步增加，若发行人主要客户的经营状况发生不利变化，则可能导致该等应收账款不能按期或无法收回而发生坏账，将对发行人的生产经营和业绩产生不利影响。

十六、存货跌价风险

报告期各期末，发行人存货金额分别为5,610.47万元、7,494.52万元、8,702.21万元和 7,741.65 万元，占流动资产的比例分别为 17.44%、22.18%、24.19%和

24.13%。虽然发行人已经按照会计准则的有关规定足额计提了存货跌价准备，但若未来市场发生重大不利变化，如产品滞销、销售价格大幅下降等情况，发行人将可能大幅计提存货跌价准备，从而对发行人的盈利水平产生重大不利影响。

十七、净资产收益率下降风险

报告期内，发行人加权平均净资产收益率分别为 24.09%、15.65%、23.58%和 10.58%。发行人本次募集资金到位后，发行人净资产规模将显著增长，而募集资金投资项目有一定的建设周期，所投资项目建设期内难以产生直接的经济效益。因此，发行人募集资金到位后短期内存在净资产收益率下降的风险。

十八、经营季节性风险

小家电在使用方面并不受季节性因素影响，但由于全球各区域市场文化差异、国民习俗不同、节假日销售旺季、电商购物促销等因素造成消费者在购买产品时存在一定的季节性差异，从而使小家电企业呈现下半年为销售旺季的季节性特征。受此影响，报告期内发行人的主营业务收入、营业利润和利润总额等指标存在较明显的季节性特征，即下半年要高于上半年。因此，发行人销售季节性波动可能会给发行人生产运营和盈利能力造成季节性波动风险。

十九、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目完成后，将对发行人发展战略的实现、经营业绩的增长产生积极的促进作用。在确定募集资金投资项目时，发行人已综合审慎地考虑了自身的技术能力、目前的业务结构、客户实际需求，并对产业政策、市场需求、项目进度和投资环境等因素进行了充分调研和分析。但是，本次募集资金投资项目的建设计划、实施过程和实施效果仍可能因技术障碍、投资成本变化及客户需求变化等因素而增加不确定性。

同时募集资金投资项目建设和运营初期，业绩短期之内不能体现，折旧、人工等费用上升，将会给发行人经营业绩带来不利影响。

二十、成长性风险

报告期内，发行人营业收入分别为 48,866.98 万元、53,001.84 万元、60,669.47

万元和 24,721.81 万元；归属于母公司净利润分别为 5,200.12 万元、4,076.58 万元、6,801.65 万元和 3,030.98 万元。发行人经营过程中会面临包括本节所披露的各项已识别的风险，也会面临其他无法预知或控制的内外部因素的影响，发行人不能保证未来经营业绩持续稳定增长。如果不利因素的影响达到一定程度，如行业政策发生重大不利变化，或主要产品由于各种原因销售收入下滑，毛利率下降或核心原材料的采购出现供应短缺、价格波动或质量不合格，或发行人面临诉讼、仲裁甚至影响到品牌形象等，发行人将面临成长性风险，出现经营业绩下滑甚至亏损的可能。

二十一、厂房租赁价格上涨风险

北鼎晶辉于 2009 年与沙井步涌公司签订租赁合同，租赁深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第七、八栋（建筑面积 32,922.00 平米，租赁价格每月 11.55 元/平米），租赁合同于 2019 年 5 月到期。2019 年 5 月 16 日，北鼎晶辉与沙井步涌公司续签租赁合同，合同期限为五年，2019 年 6 月 1 日至 2022 年 5 月 31 日，每月租金为 28 元/平米；2022 年 6 月 1 至 2024 年 5 月 31 日，每月租金为 32.20 元/平米。2019 年和 2020 年将分别新增租赁费用 361.04 万元和 618.93 万元，将直接影响发行人利润总额和净利润水平。

二十二、贸易摩擦风险

发行人外销业务产品主要出口北美洲、欧洲和大洋洲。自 2018 年 3 月以来，美国向中国发起了多轮贸易战，对原产于中国的部分商品加征关税，涉及航空航天、信息和通信技术、机器人行业、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业。报告期内，发行人出口美国的主要产品尚未被列入中美贸易战提高关税清单，仅部分配件产品被列入加税清单，报告期内该部分配件产品收入金额占美国地区收入金额的比例为 0.26%，金额较小。

但根据中美贸易摩擦的最新进展，公司向美国出口的主要产品多士炉、电热水壶、养生壶在美国未来拟加征的 3000 亿清单中，根据 2019 年 8 月 13 日美国贸易代表办公室的消息，该部分清单分两批实施，第一批自 2019 年 9 月 1 日起实施，第二批自 2019 年 12 月 15 日实施。且根据 2019 年 8 月 23 日美国贸易代

表办公室的消息，该 3000 亿美元的商品加征比例提升 5%至 15%。

目前，发行人出口美国的主要产品多士炉、电热水壶及养生壶在美国拟加征的 3000 亿商品清单中，其中电热水壶、养生壶在第一批实施清单内，多士炉在第二批实施清单内。若美国政府未来实施上述 3000 亿清单加征关税的措施，外销客户可能因关税提高而减少订单或转嫁由发行人承担部分关税，将会给发行人经营业绩带来不利影响。以 2018 年上述产品出口美国的收入 9,469.17 万元为基础测算，假定加税税率为 15%，关税成本的转嫁情况对公司业绩影响的分析如下：

单位：万元

关税转嫁发行人比例	20%	40%	60%	80%	100%
利润总额下降金额	284.08	568.15	852.23	1,136.30	1,420.38

若中美贸易摩擦继续升级，且直接涉及发行人出口的主要产品，外销客户可能因关税提高而减少订单或转嫁由发行人承担部分关税，将会给发行人经营业绩带来不利影响。

二十三、客户信息泄露风险

发行人因其业务性质，已掌握并将在其后的经营中持续不断的获得个人消费者及企业客户的信息，发行人系基于合法经营的目的而掌握该等客户信息，虽然发行人已经采取了相应的保密措施，但是如果措施不能得到有效执行，则发行人将面临客户信息泄露的风险，并有可能影响发行人与客户的关系，进而影响发行人的行业声誉和经营情况。

二十四、人才流失风险

发行人所处的厨房小家电行业对产品的技术创新、工业设计和材料选型等要求越来越高，因此掌握核心技术研发能力、保持核心技术研发团队的稳定是发行人生存和发展的基石。与此同时，持续的创新能力对发行人保持较高的增长速度至关重要，因此发行人对优秀的管理、研发、线上线下运营及技术人员的需求较大。如果发行人不能制定行之有效的人力资源管理战略，发行人将面临人才流失和无法吸引优秀人才的风险。

二十五、管理风险

发行人经过多年持续发展，组建了稳定的管理团队，建立了完善的管理体系。本次募集资金投资项目建成实施后，发行人的资产规模、经营规模、人员规模等将迅速扩大，这将对发行人的组织架构、内部控制、运行管理等方面提出更高的要求。若治理结构、管理水平不能适应经营规模快速扩张的需要，发行人将面临一定的管理风险。

二十六、实际控制人控制风险

本次发行前，发行人实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北合计控制发行人 69.81%的股份。本次发行完成后，实际控制人仍将对发行人保持控制地位。发行人建立了较为完善的公司治理结构，制定了三会议事规则、独立董事工作制度、关联交易制度等以保障公司规范运行，保护中小投资者权益，但实际控制人仍可以通过股东大会、董事投票等方式对发行人人事、财务和经营决策等产生重大影响，存在使发行人及中小股东的利益受到不利影响的可能性。

二十七、公司厂房搬迁风险

截至本招股说明书签署之日，发行人厂房均为租赁所得，出租方为沙井步涌公司，具体包括深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第五、七、八栋厂房，厂房租赁建筑面积合计 39,767.71 平米。发行人租赁的上述厂房租赁期限均在三年以上。但是，若上述房产因出租方原因或其他因素导致发行人无法继续承租使用，发行人需要重新选择生产厂房，搬迁过程涉及人员安置、拆除、清洗、重新调试组装生产设备、新厂房装修等事项。发行人测算的厂房搬迁成本合计约为 825 万元，包括直接搬迁费用 430 万元以及新场地装修费用 395 万元，将直接影响发行人利润总额和净利润水平。

二十八、员工社保及住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社保及住房公积金的情况，截至 2019 年 6 月 30 日，公司应缴社保但未缴的员工占全部应缴社保员工的比例为 1.66%，应缴住房公积金但未缴的员工占全部应缴住房公积金员工的比例为 1.93%。发行人面临社保及住房公积金补缴风险。

第五节 发行人的基本情况

一、发行人概况

公司名称	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Crastal Technology Co.,Ltd.
统一社会信用代码	91440300746641111T
注册资本	人民币 16,305 万元
法定代表人	GEORGE MOHAN ZHANG
有限公司成立日期	2003 年 5 月 9 日
股份公司设立日期	2013 年 6 月 8 日
住所	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
邮编	518000
电话	0755-26559930
传真	0755-86021261
董事会秘书	牛文娇
互联网网址	http://www.buydeem.com
电子邮箱	buydeem@crastal.com
经营范围	研发、设计、生产经营家用电器、数字仪表及仪用接插件、模具、数字化电路板、数字化家用电器的专业芯片/控制软件、塑胶件/五金件及相关零部件（仅限分公司生产），并提供产品售后服务；从事货物、技术进出口业务（不含分销、国家专营专控商品）

二、发行人设立情况及设立方式

（一）有限公司设立情况

2003 年 3 月 25 日，晶辉电器集团签署《晶辉科技（深圳）有限公司章程》，设立晶辉有限，投资总额为 280 万美元，注册资本为 200 万美元。2003 年 4 月 25 日，深圳市对外贸易经济合作局出具《关于设立外资企业“晶辉科技（深圳）有限公司”的通知》（深外经贸资复[2003]1493 号），同意晶辉电器集团在深圳市设立外资企业晶辉有限，经营期限为 20 年，批准晶辉电器集团于 2003 年 3 月 25 日签署的《晶辉科技（深圳）有限公司章程》。

2003 年 4 月 28 日，深圳市人民政府向晶辉有限核发《台港澳侨投资企业批准证书》（外经贸粤深外资证字[2003]0508 号）。

2003 年 5 月 9 日，深圳市工商行政管理局向晶辉有限核发注册号为企独粤深总字第 310796 号的《企业法人营业执照》，晶辉有限成立。

2003 年 6 月 25 日，深圳东海会计师事务所出具深东海验字（2003）第 132 号《验资报告》确认，截至 2003 年 6 月 11 日，晶辉有限已收到股东晶辉电器集团第一期缴纳的注册资本 80 万美元。

2003 年 11 月 20 日，深圳东海会计师事务所出具深东海验字（2003）第 244 号《验资报告》确认，截至 2003 年 11 月 10 日，晶辉有限已收到股东晶辉电器集团第二期缴纳的注册资本 120 万美元。

（二）股份公司设立情况

1、发行人整体变更为股份有限公司

2013 年 3 月 20 日，晶辉有限召开董事会，同意根据截至 2012 年 12 月 31 日经审计的账面净资产值 103,171,878.45 元按照 1.03：1 折股比例，折合股本总额为 10,000.00 万股，每股面值 1.00 元，其余部分计入资本公积。2013 年 3 月 20 日，晶辉有限股东晶辉电器集团、万融通、世纪金马签署《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司发起人协议》。

2013 年 3 月 26 日，深圳市经济贸易和信息化委员会出具《关于晶辉科技（深圳）有限公司变更为外资股份公司的批复》（深经贸信息资字[2013]0477 号）。

2013 年 3 月 26 日，深圳市人民政府向晶辉有限核发变更后的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2013 年 6 月 6 日，晶辉有限召开创立大会，同意设立深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司。

2013 年 6 月 7 日，信永中和深圳分所出具 XYZH/2012SZA1039-1 号《验资报告》进行了晶辉有限整体变更为北鼎晶辉的验资确认。

2013 年 6 月 8 日，晶辉有限就此次有限公司整体变更为股份公司事项办理了工商变更登记，并取得了变更后的《企业法人营业执照》。

2017 年 8 月 28 日，根据信永中和出具的《关于深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司前期会计差错更正事项的专项说明》，对以前年度财务报表进行追溯调整，

股改基准日 2012 年 12 月 31 日的净资产减少 12,470,319.11 元，导致股改时公司净资产不足，由股东张北、张席中夏及世纪金马以现金全额进行补足，补足金额为 12,470,319.11 元，其中张北代晶辉电器集团补足出资，金额为 9,976,255.29 元；张席中夏代万融通补足出资，金额为 1,917,935.08 元；世纪金马补足金额为 576,128.74 元。

2017 年 8 月 28 日，国众联根据信永中和出具的《关于深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司前期会计差错更正事项的专项说明》（XYZH/2017SZA30432），其中因对存货成本核算差异的调整导致公司原 2012 年 12 月 31 日净资产减少 12,470,319.11 元，出具了《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司前期会计差错更正事项对股改评估报告的影响专项说明》。

2017 年 8 月 28 日，公司第二届董事会第十三次会议审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》、《关于股东补足出资的议案》等议案，该等议案将提交公司 2017 年第四次临时股东大会审议。根据信永中和出具的《验资报告》（XYZH/2017SZA30442），载明：截至 2017 年 8 月 28 日止，公司已收到股东张北、张席中夏及世纪金马缴纳的出资额合计人民币 12,470,319.11 元，均为货币出资，全部计入资本公积金。

2017 年 9 月 13 日，公司召开 2017 年第四次临时股东大会，审议通过上述议案。

2、整体变更履行程序的合法合规性、上述瑕疵的影响

虽然由于公司前期会计差错更正导致公司股改时净资产减少，造成公司股改时净资产不足，但公司相关股东已全额补足了该等减少款项，纠正了折股不足的瑕疵。上述补足出资事项经发行人股东大会审议通过，不存在损害公司和全体股东合法权益的情形，符合《公司法》第九十五条规定。

上述补足出资事项于 2017 年 9 月 13 日经北鼎晶辉 2017 年第四次临时股东大会审议通过，公司相关股东已全额补足了该等减少款项，纠正了折股不足的瑕疵。

相关股东晶辉电器、万融通、世纪金马、张北、张席中夏对上述补足出资事项予以确认，确认其对上述补足出资的事项无异议，与发行人、其他股东或第三

方不存在任何争议及纠纷，其未因该等事项受到任何行政处罚。

根据深圳市市监局出具的证明文件，发行人自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日没有违反市场和质量（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。

发行人上述由于差错更正导致净资产不足、相关股东补足出资事项，未侵害其他股东、债权人利益，亦未收到任何股东提出异议，公司未因该等事项受到行政处罚，该等事项不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人因财务报表追溯调整导致的股改时净资产不足，已由股东张北、张席中夏及世纪金马以现金全额进行补足；发行人、相关股东未因此受到行政处罚，不构成重大违法行为，不构成本次发行的法律障碍；公司前期财务报表追溯调整及张北、张席中夏补足出资事宜已经公司股东大会审议通过，根据公司及相关股东出具的说明文件，上述补足出资事项未侵害其他股东、债权人的利益，不存在纠纷或潜在纠纷。

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

（一）发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人自设立以来未发生重大资产重组，发行人设立以来的资产重组情况包括：

1、收购北翰林科技

（1）收购北翰林科技的背景

北翰林科技原系张北和方镇于 2010 年共同投资设立的企业，其中张北持有北翰林科技 90%的股权，方镇持有北翰林科技 10%的股权。为消除同业竞争，规范关联交易，晶辉有限收购北翰林科技 100%股权。

（2）收购北翰林科技的程序

2010 年 6 月 28 日，北翰林科技召开股东会，决议同意张北、方镇分别将其持有的北翰林科技 90%、10%的股权以人民币 18 万元、2 万元的价格转让给晶辉有限。2010 年 6 月 28 日，晶辉有限召开董事会，同意公司分别受让张北、方镇所持北翰林科技 90%股权、10%股权。2010 年 7 月 1 日，晶辉有限与张北、

方镇签署《股权转让协议》。本次股权转让完成后，公司持有北翰林科技 100%股权。2010 年 7 月 14 日，北翰林科技完成了上述工商变更登记。

（3）收购北翰林科技定价依据

上述股权转让的转让价格作价依据为该公司的注册资本额，并经双方共同协商确定。

2、收购北鼎科技

（1）收购北鼎科技的原因

北鼎科技原系张北于 2009 年投资设立的公司。为避免同业竞争，规范关联交易，晶辉有限收购北鼎科技 100%股权。

（2）收购北鼎科技的程序

2010 年 6 月 28 日，北鼎科技股东张北作出决议，决定将其持有的北鼎科技 100%股权以 100 万元的价格转让给晶辉有限。2010 年 6 月 28 日，晶辉有限召开董事会，同意公司受让张北所持有的北鼎科技 100%股权。2010 年 7 月 1 日，公司与张北签署《股权转让协议》。本次股权转让完成后，公司持有北鼎科技 100%股权。2010 年 7 月 19 日，北鼎科技完成了工商变更登记。

（3）收购北鼎科技定价依据

上述股权转让的转让价格作价依据为该公司的注册资本额，并经双方共同协商确定。

3、收购英特马

（1）收购英特马的原因

英特马主要为国外品牌商代工生产饮水机及水处理净化器。公司为拓展饮水机市场领域，收购英特马 65%股权。

（2）收购英特马的程序

2012 年 6 月 25 日，英特马召开股东会，决议同意股东深圳瑞兆之秋投资咨询有限公司、席冰分别将其持有的英特马 45%股权、20%股权以人民币 426,845.93 元、人民币 189,709.30 元价格转让给晶辉有限；股东席霖将其 35%的股权以人民

币 331,991.28 元价格转让给张国华。2012 年 6 月 25 日，晶辉有限召开董事会，同意公司受让深圳瑞兆之秋投资咨询有限公司、席冰分别持有的英特马 45%股权、20%股权。

2012 年 8 月 29 日，公司与深圳市瑞兆之秋投资咨询有限公司、席冰签署《股权转让协议》。

2013 年 1 月 14 日，英特马完成了工商变更登记。

（3）收购英特马定价依据

深圳瑞兆之秋投资咨询有限公司、席冰分别将其持有的英特马 45%股权、20%股权以人民币 426,845.93 元、人民币 189,709.30 元价格转让给晶辉有限。定价依据为该公司经审计净资产并经双方协商确定，交易价格公允。

本次收购完成后，英特马的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例	出资形式
1	晶辉有限	65.00	65.00	65.00%	货币
2	张国华	35.00	35.00	35.00%	货币
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00%**	-

（4）收购前后，英特马的经营情况

2013 年，发行人收购英特马前后，英特马的经营情况如下：

项目	2014 年 3 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
总资产（万元）	204.36	228.68	239.51	348.51
净资产（万元）	5.49	-12.47	-18.25	116.91
项目	2014 年 1-3 月	2013 年度	2012 年年度	2011 年度
营业收入（万元）	48.22	179.32	283.81	645.81
净利润（万元）	17.96	5.78	-135.16	-88.95

注：以上财务数据已经信永中和审计。

4、出售英特马

（1）出售英特马的原因

受国外市场需求低迷的影响，英特马 2013 年、2014 年产能不饱和，产能利

用率较低，经营情况不佳；另外，公司的经营重心已转移到自有品牌的发展上。因此，公司出于发展战略考虑，出售英特马。

（2）出售英特马的程序

2014 年 7 月 30 日，英特马召开股东会，同意股东北鼎晶辉将其所持英特马 30%股权转让给席霖，转让价格为 92,300 元；将所持英特马 35%股权转让给张国华，转让价格为 107,700 元。

2014 年 8 月 14 日，北鼎晶辉召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司转让所持深圳市英特马电器有限公司股权的议案》。同日，晶辉有限与席霖、张国华签订《股权转让合同》。2014 年 8 月 26 日，英特马完成了工商变更登记。

（3）出售英特马定价依据

北鼎晶辉将其持有的英特马 30%股权以 92,300 元价格转让给席霖，将其持有的英特马 35%股权以 107,700 元转让给张国华。以上股权转让交易的定价，是以经审计的 2014 年 3 月 31 日英特马公司的账面净资产为主要依据协商确定。

本次出售完成后，英特马的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例	出资形式
1	张国华	70.00	70.00	70.00%	货币
2	席霖	30.00	30.00	30.00%	货币
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00%**	-

5、收购前海焙乐

（1）收购前海焙乐的原因

前海焙乐原系张北和张席中夏共同设立的公司，主营业务为烘焙课程及相关产品推广。为进一步规范关联交易，减少潜在同业竞争，延伸公司业务链条，北鼎科技收购前海焙乐。

（2）收购履行的法律程序

2017 年 6 月 26 日，前海焙乐召开股东会，同意股东张北将其所持前海焙乐 80%的股权转让给北鼎科技，转让价格为 1,209,337.20 元；同意股东张席中夏将

其所持前海焙乐 20%的股权转让给北鼎科技，转让价格为 302,334.30 元。

2017 年 6 月 9 日，公司召开第二届董事会第十一次会议，审议通过《关于全资子公司收购深圳前海焙乐科技有限公司的议案》，同意北鼎科技受让张北、张席中夏分别持有的前海焙乐 80%的股权、20%股权。

2017 年 6 月 26 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，审议通过上述议案。

2017 年 6 月 26 日，前海焙乐完成了工商变更登记。

（3）收购前海焙乐的定价依据

张北、张席中夏持有的前海焙乐 100%股权以 1,511,671.50 元的价格转让给北鼎科技，转让价格以前海焙乐 2017 年 3 月 31 日经审计账面净资产依据并经双方协商确定，交易价格公允。

（4）收购前后经营业绩情况

2017 年 6 月，发行人收购前海焙乐前后，前海焙乐的经营情况如下：

项目	2017 年 12 月 31 日	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日
总资产（万元）	231.83	372.92	218.04
净资产（万元）	223.96	371.07	189.60
项目	2017 年度	2017 年 1-6 月	2016 年度
营业收入（万元）	37.11	15.40	-
净利润（万元）	-215.64	-68.53	-60.40

注：以上财务数据已经信永中和审计。

（5）对报告期发行人主要财务指标或业绩的影响

前海焙乐被收购前一年度（2016 年）度资产总额、营业收入、利润总额、净利润占发行人资产总额、营业收入、利润总额、净利润比例情况如下：

单位：万元

项目	总资产	净资产	营业收入	利润总额	净利润
前海焙乐	218.04	189.60	-	-60.40	-60.40
北鼎晶辉	37,243.48	24,039.92	48,866.98	5,980.72	5,200.12
占比	0.59%	0.79%	-	-1.01%	-1.16%

（6）是否构成重大资产重组

《上市公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 109 号）第十二条规定：“上市公司及其控股或者控制的公司购买、出售资产，达到下列标准之一的，构成重大资产重组：（一）购买、出售的资产总额占上市公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末资产总额的比例达到 50%以上；（二）购买、出售的资产在最近一个会计年度所产生的营业收入占上市公司同期经审计的合并财务会计报告营业收入的比例达到 50%以上；（三）购买、出售的资产净额占上市公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报告期末净资产额的比例达到 50%以上，且超过 5000 万元人民币。购买、出售资产未达到前款规定标准，但中国证监会发现存在可能损害上市公司或者投资者合法权益的重大问题的，可以根据审慎监管原则，责令上市公司按照本办法的规定补充披露相关信息、暂停交易、聘请独立财务顾问或者其他证券服务机构补充核查并披露专业意见。”

《非上市公众公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 103 号）第二条第二款规定：“公众公司及其控股或者控制的公司购买、出售资产，达到下列标准之一的，构成重大资产重组：（一）购买、出售的资产总额占公众公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报表期末资产总额的比例达到 50%以上；（二）购买、出售的资产净额占公众公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报表期末净资产额的比例达到 50%以上，且购买、出售的资产总额占公众公司最近一个会计年度经审计的合并财务会计报表期末资产总额的比例达到 30%以上。”

前海焙乐被收购前一年即 2016 年度资产总额、营业收入、利润总额、净利润占发行人资产总额、营业收入、利润总额、净利润比例均未超过 30%，发行人收购前海焙乐不构成重大资产重组。

前海焙乐已经于 2018 年 12 月 29 日取得深圳市市场监督管理局核发的《企业注销通知书》，已经完成注销。

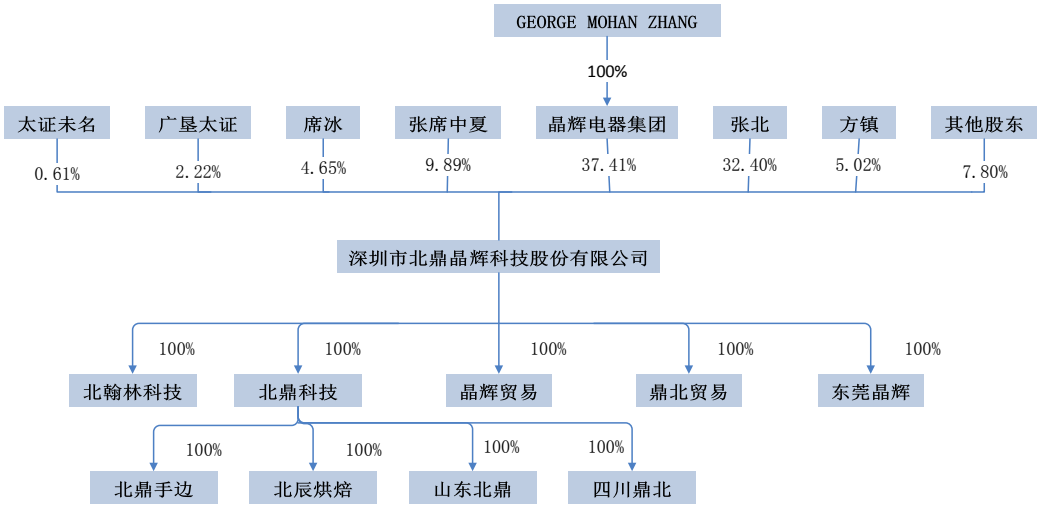
（二）发行人最近一年内收购、兼并其他企业资产（或股权）情况

发行人最近一年内，不存在收购、兼并其他企业资产（或股权）且被收购企

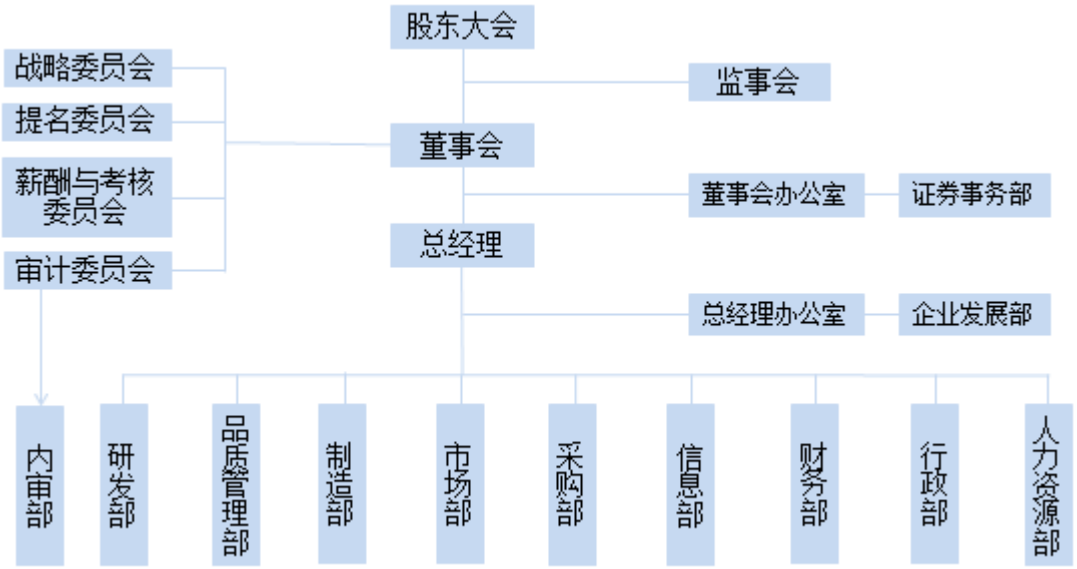
业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情形。

四、发行人的股权结构与组织架构

（一）发行人股权结构



（二）发行人内部组织结构



（三）发行人内部组织结构设置及主要职能

部门	部门职责
总经理办公室	参与制定公司发展规划；监督各部门重大事项完成情况，公司异常事项的跟进、责任追溯及处理；公司相关人事任命通知、通告的发布；公司主要运营数据的跟进、分析及发布。
证券事务部	负责公司的证券事务工作；负责筹备董事会、监事会和股东大会会议，负责信息披露事宜；负责与外部监管机构的沟通与协调；维护投资者关系；协助董事会秘书处理日常事务等。
市场部	开拓新市场、维护现有客户群和产品销售；市场分析、市场地位、产品定位与设计、市场开发；客户维护、产品推广、订单管理、项目管理；售前服务、售后服务。
制造部	制订制造系统业务流程；实施年度生产计划，完成生产任务；职能分工与资源分配；制订制造系统的各项管理政策、考核制度；生产过程、效率管理；负责产品维护、工艺管理、工艺革新、成本管理；负责工厂物流、仓储管理规划与公司生产资源分配；负责制订制造系统各部门年度安全生产指标与安全生产管理。
采购部	进行采购环境及发展趋势分析，并评估其对公司采购管理方面的影响，撰写相关的分析报告，制定相应对策；参与制定公司业务战略和目标规划。在此基础上，组织、制定和推行供应链资源管理与采购供应战略与规划；采购组织的建设与管理，IT 技术支持下的采购流程管理和绩效评估政策，年度资源开发计划与采购供应目标的制定与实施。
企业发展部	负责高新技术企业申报、政府补助申请，公共关系维护、开发。
研发部	根据公司营销计划，制定开发部年度产品开发计划；根据公司新技术发展规划，制定研究部年度研究计划；组织开展新技术，新产品的研究工作；组织开展现有产品基础性技术的改良工作；围绕公司新技术研究工作开展专利申请工作；围绕外界侵权等活动开展专利保护工作；产品设计；产品验证及认证；模具开发，模具验证及交付。
品质管理部	组织制定公司质量管理规划，并监督落实；策划公司质量管理体系，文控体系及流程监控体系，建立、建全公司各种质量标准，质量管理文件；公

部门	部门职责
	司质量管理体系的实施、维护与持续改进；制定公司产品品质标准及测试计划，并根据品质标准对物料及产品实施来料及各项制程检测；产品品质标准的编写与维护；客户成品验货的跟踪及反馈；客户投诉分析及跟进；产品测量；公司产品标准化控制文件的起草及维护；组织并推进产品标准化工作的实施。
信息部	制定公司信息化建设的规划和年度计划；制定信息化管理的有关规定和制度；制定公司网络安全和信息安全的有关规定和策略；信息系统配置管理、安全管理、存储管理、用户请求管理，事件管理、可用性管理，需求管理，培训管理，应用管理；信息系统立项、选型、实施、结项；改善部门工作流程，完善岗位责任制定。
人力资源部	制定公司人力资源战略规划以及各职能领域的政策、策略、计划；参与制定公司业务发展战略和目标规划，推动集团组织变革和流程优化；人力资源平台的审计和资源的整合；组织实施企业职员及员工的选、育、用、留、员工关系、人事管理等人力资源例行工作；选拔、评估、培训发展和保留关键岗位人才；制定关键岗位继任计划；工人管理；建立和维护人力资源管理信息化平台及人员数据库；输出和统计分析各类人力资源报表；完成人力资源各相关职能工作报告；建立和完善公司企业文化；推动企业文化建设等。
行政部	制定公司行政服务的总体政策、策略、计划；制定公司安全管理的原则、标准和流程体系；建设公司行政后勤保障服务平台，执行公司车辆管理、员工宿舍及食堂管理、接待服务、办公用品管理、办公环境及物业管理等；负责公司消防、生产、办公、固定资产的安全管理；负责相关部门行政机构的工作接洽。
财务部	制定公司会计政策、会计估计及会计核算方法；制定公司财务管理制度并监督执行；参与制定公司业务战略和目标规划，为经营决策提供财务参考依据；对公司各项经济活动进行全面的计算、核算，编制财务报表，出具内部管理财务报告；成本管理；税务管理；资金管理；资产管理；预算管理等。
内审部	负责对公司内部控制制度等各项制度执行情况的监督检查；负责对公司财务工作的监督检查；负责对公司财务收支及相关经济活动的审计等。

五、发行人的控股子公司、分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家全资子公司，4 家孙公司，1 家分公司，无参股公司。

5 家全资子公司分别为北鼎科技、晶辉贸易、北翰林科技、鼎北贸易、东莞晶辉，4 家孙公司分别为北鼎手边、北辰烘焙、山东北鼎、四川鼎北，1 家分公司为宝安分公司。

全资子公司北鼎科技拥有 9 家分公司为福田中心城店、海雅缤纷城店、宝安壹方城店、福田卓悦汇店、南山海岸城店、龙岗佳兆业店、上海分公司、龙岗 COCOpark 分店和塘朗城店。

1、北鼎科技

（1）基本情况

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司
成立日期	2009 年 10 月 29 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91440300697141136L
注册地	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎晶辉持股 100%
经营范围	一般经营项目是:数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售,厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售,经营电子商务,国内贸易(以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目);滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。许可经营项目是:农副产品、预包装食品的购销;保健类食品的零售;奶茶咖啡制售,西式甜点制售,水果拼盘制售,鲜榨果汁制售。
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器及周边食材、用品的研发和销售

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	9,600.75	9,810.48
净资产（万元）	3,755.29	1,593.52
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	12,064.38	29,936.34
净利润（万元）	2,161.77	5,479.89

注：以上财务数据已经信永中和审计。

2、北翰林科技

（1）基本情况

公司名称	深圳市北翰林科技有限公司
成立日期	2010 年 01 月 18 日
注册资本	100 万元

实收资本	100 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91440300550310652E
注册地	深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第五栋 3 楼
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎晶辉持股 100%
经营范围	计算机网络的技术开发、技术服务；计算机软件开发；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；数字化家用电器的软件研发及销售；干果、滋补类中药材、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；从事广告业务（法律、行政法规、国务院决定规定需另行办理广告经营项目审批的，需取得许可后方可经营）；展览展示策划；供应链配套业务；房屋租赁。农副产品、预包装食品的购销。烤箱、多士炉、电炉、厨具类电器、美容保健类家用电器、小型家用电器、小五金产品的生产及销售。
主营业务	主要从事喷油、喷粉及抛光的表面处理业务

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	1,119.30	632.33
净资产（万元）	351.90	352.81
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	521.01	1,252.07
净利润（万元）	-0.91	63.76

注：以上财务数据已经信永中和审计。

3、晶辉贸易

（1）基本情况

公司名称	晶辉贸易有限公司
英文名称	CRASTAL TRADING LIMITED
成立日期	2010 年 3 月 23 日
投资总额	2 万美元
公司编号	1434392
注册地	FLAT/RM71 9/F LEE KING INDUSTRIAL BUILDING 12 NG FONG STREET SAN PO KONG KL
董事	GEORGE MOHAN ZHANG
股权结构	北鼎晶辉持股 100%

业务性质	IMPORT AND EXPORT（进出口）

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	4,394.92	8,511.18
净资产（万元）	700.07	925.50
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	12,684.91	34,907.02
净利润（万元）	-232.32	598.61

注：以上财务数据已经信永中和审计。

4、鼎北贸易

（1）基本情况

公司名称	香港鼎北贸易有限公司
英文名称	HONG KONG DEEMBUY TRADING LIMITED
成立日期	2017 年 8 月 16 日
投资总额	10,000 港元
公司编号	2567300
注册地	FLAT/RM71 9/F LEE KING INDUSTRIAL BUILDING 12 NG FONG STREET SAN PO KONG KL
董事	方镇
股权结构	北鼎晶辉持股 100%
业务性质	进出口贸易

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	536.12	8.24
净资产（万元）	7.57	2.31
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	1,298.94	10.73
净利润（万元）	5.26	2.36

注：以上财务数据已经信永中和审计。

5、东莞晶辉

（1）基本情况

公司名称	东莞市北鼎晶辉智能科技有限公司
成立日期	2018 年 7 月 26 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91441900MA522D8211
注册地	东莞市沙田镇横流社区综合服务中心 2 号楼 3 楼 307 室
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎晶辉持股 100%
经营范围	研发、设计、生产、销售:智能家用电器、数字仪表及仪用接插件、模具、数字化电路板、数字化家用电器的专业芯片、控制软件、塑胶制品、五金制品及其零部件(不含电镀);实业投资;货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外)。(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)
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器的研发、生产和销售

（2）简要财务数据

项目	**2019 年 6 月 30 日**	**2018 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	500.09	0.09
净资产（万元）	499.89	-0.02
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	-	-
净利润（万元）	-0.09	-0.02

注：以上财务数据已经信永中和审计。

6、孙公司北鼎手边

（1）基本情况

公司名称	深圳前海北鼎手边科技有限公司
成立日期	2014 年 12 月 30 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91440300326272348H
注册地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司

主要经营场所	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎科技持股 100%
经营范围	计算机网络的技术开发、技术服务；计算机软件开发；数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售；生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；从事广告业务（法律、行政法规、国务院决定规定需另行办理广告经营项目审批的，需取得许可后方可经营）；展览展示策划；供应链配套业务；滋补类中药材、干果的销售。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）农副产品、预包装食品的销售；保健类食品的零售
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器及周边食材、用品的研发和销售

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	577.13	559.87
净资产（万元）	563.42	554.92
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	20.91	5.66
净利润（万元）	8.50	-11.50

注：以上财务数据已经信永中和审计。

7、孙公司北辰烘焙

（1）基本情况

公司名称	深圳前海北辰烘焙科技有限公司
成立日期	2016 年 07 月 19 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91440300MA5DGNE665
注册地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
主要经营场所	深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎科技持股 100%

经营范围	电烤箱、厨房电器、烘焙周边用品、模具、容器、工具、电子称、电动打蛋器、厨师机、面包机的技术开发及购销；经营电子商务（以上根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）。^食品调料、料包、食材的购销。
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器及周边食材、用品的研发和销售

（2）简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	367.10	353.44
净资产（万元）	304.90	284.11
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	133.71	241.43
净利润（万元）	20.79	50.02

注：以上财务数据已经信永中和审计。

8、孙公司山东北鼎

（1）基本情况

公司名称	北鼎科技（山东）有限公司
成立日期	2019 年 05 月 27 日
注册资本	300 万元
实收资本	-
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91370203MA3PULXM6R
注册地	青岛市市北区黑龙江南路 16、18 号凯德 MALL 新都心商场 B2 层 18A 号
主要经营场所	青岛市市北区黑龙江南路 16、18 号凯德 MALL 新都心商场 B2 层 18A 号
法定代表人	方镇
股权结构	北鼎科技持股 100%
经营范围	计算机软硬件的设计、技术开发及批发零售；批发零售及网上销售：厨具、家用电器、美容仪器、保健器材、五金制品、塑胶制品、日用百货、文具、家具、工艺品、陶瓷制品、玻璃制品、服装服饰、农副产品（不含国家专营专控产品）；依据《药品经营许可证》开展经营活动；依据《食品经营许可证》开展预包装食品、散装食品、保健食品销售、现场制售经营活动；经营无需行政审批即可经营的一般经营项目。（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）
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器及周边食材、用品的研发和销售

（2）简要财务数据

项目	**2019 年 6 月 30 日**	**2018 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	-	不适用
净资产（万元）	-	不适用
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	-	不适用
净利润（万元）	-	不适用

注：以上财务数据已经信永中和审计。

9、孙公司四川鼎北

（1）基本情况

公司名称	四川鼎北科技有限公司
成立日期	2019 年 07 月 17 日
注册资本	50 万人民币
实收资本	-
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91510100MA65Y7DA1M
注册地	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区交子大道 300 号负一层 ZD05 号
主要经营场所	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区交子大道 300 号负一层 ZD05 号
法定代表人	彭治霖
股权结构	北鼎科技持股 100%
经营范围	软件开发及销售；厨具、家用电器、五金产品、塑料制品的销售；国内贸易代理；日用品、家庭用品、文具用品、家具、工艺品（象牙及其制品除外）、陶瓷制品、玻璃制品、服装的销售；食品销售（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动）。
主营业务	主要从事养生壶、饮水机、电热水壶、多士炉、烤箱、蒸锅等厨房类家用电器及周边食材、用品的研发和销售

10、宝安分公司

公司名称	深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司宝安分公司
成立日期	2009 年 04 月 28 日
企业类型	未上市的中外合资股份有限公司分支机构
统一社会信用代码	91440300689436217R
负责人	GEORGE MOHAN ZHANG
营业场所	深圳市宝安区沙井步涌工业 D 区第 7、8 栋

经营范围	研发、设计家用电器、数字仪表及仪用接插件、模具、数字化电路板、数字化家用电器的专业芯片/控制软件、塑胶件/五金件及相关零部件；并提供产品售后服务；从事货物、技术进出口业务（不含分销、国家专营专控商品）。^生产经营家用电器、数字仪表及仪用接插件、模具、数字化电路板、数字化家用电器的专业芯片/控制软件、塑胶件/五金件及相关零部件。

11、福田中心城店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳福田中心城店
成立日期	2017 年 09 月 05 日
企业类型	其他有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5EQ2JE1L
负责人	钟华炫
营业场所	深圳市福田区福田街道福安社区福华一路 3 号怡景中心城 RG027 号
经营范围	一般经营项目是:数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售,厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售;经营电子商务;国内贸易(以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目);滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品(不含象牙及其制品)、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。(以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营),许可经营项目是:农副产品、预包装食品的购销;保健类食品的零售;奶茶咖啡制售,西式甜点制售,水果拼盘制售,鲜榨果汁制售。

12、海雅缤纷城店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳宝安海雅缤纷城店
成立日期	2018 年 2 月 7 日
企业类型	有限责任公司分公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91440300MA5F0DHW52
负责人	陈民
营业场所	深圳市宝安区新安街道新安湖社区建安一路 99 号海雅广场负 1 层 B195 号商铺
经营范围	一般经营项目是:数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售,厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售,经营电子商务,国内贸易(以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目);滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。,许可经营项目是:农副产品、预包装食品的购销;保健类食品的零售;奶茶咖啡制售,西式甜点制售,水果拼盘制售,鲜榨果汁制售。

13、宝安壹方城店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳宝安壹方城店
成立日期	2018 年 05 月 14 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5F4LX68A
负责人	钟华炫
营业场所	深圳市宝安区新安街道海旺社区 N12 区新湖路 99 号壹方中心北区四层 01 号中岛商铺
经营范围	数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售，厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售，经营电子商务，国内贸易（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）；滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品（象牙及其制品除外）、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）^农副产品、预包装食品的销售；保健类食品的零售；奶茶咖啡制售，西式甜点制售，水果拼盘制售，鲜榨果汁制售。

14、福田卓悦汇店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳福田卓悦汇店
成立日期	2018 年 10 月 29 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5FCD1R8A
负责人	刘璐
营业场所	深圳市福田区梅林街道梅都社区梅林路 48 号卓越梅林中心广场(南区)卓悦汇公共空间负二楼 B2-E
经营范围	数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售，厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售，经营电子商务，国内贸易（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）；滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品（象牙及其制品除外）、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。^农副产品、预包装食品的销售；保健类食品的零售；奶茶咖啡制售，西式甜点制售，水果拼盘制售，鲜榨果汁制售。

15、南山海岸城店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司南山海岸城店
成立日期	2018 年 11 月 08 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用	91440300MA5FCUE57H

代码	
负责人	钟华炫
营业场所	深圳市南山区粤海街道文心五路 33 号海岸城购物中心负一层 019 号铺
经营范围	数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售，厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售，经营电子商务，国内贸易（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）；滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。^农副产品、预包装食品的购销；保健类食品的零售；奶茶咖啡制售，西式甜点制售，水果拼盘制售，鲜榨果汁制售。

16、龙岗佳兆业店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳龙岗佳兆业店
成立日期	2019 年 02 月 27 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5FGTNE70
负责人	陈民
营业场所	深圳市龙岗区布吉街道佳兆业广场二层 L234 号商铺
经营范围	数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售，厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售，经营电子商务，国内贸易（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）；滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。农副产品、预包装食品的购销；保健类食品的零售；奶茶咖啡制售，西式甜点制售，水果拼盘制售，鲜榨果汁制售。

17、上海分公司

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司上海分公司
成立日期	2019 年 07 月 11 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91310104MA1FRHDL0M
负责人	彭治霖
营业场所	上海市徐汇区肇嘉浜路 1111 号 B 段 3 层 3F-LT-4 单元
经营范围	厨房用品、家用电器、电子产品、五金制品、塑料制品、日用百货、食用农产品、服装服饰、工艺品（象牙及其制品除外）、家具、陶瓷制品、办公用品的销售，食品销售。【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】

18、龙岗 COCOpark 分店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳龙岗 COCOpark 分店
成立日期	2019 年 7 月 19 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5FPRWQ68
负责人	彭治霖
营业场所	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区爱南路 666 号星河时代购物公园 B-201-B1J-030 号商铺
经营范围	一般经营项目是：数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售；厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售；经营电子商务；国内贸易；滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售。，许可经营项目是：农副产品、预包装食品的购销；保健类食品的零售；奶茶咖啡制售，西式甜点制售，水果拼盘制售，鲜榨果汁制售。

19、塘朗城店

公司名称	深圳市北鼎科技有限公司深圳塘朗城店
成立日期	2019 年 08 月 09 日
企业类型	有限责任公司分公司
统一社会信用代码	91440300MA5FQPM931
负责人	彭治霖
营业场所	深圳市南山区桃源街道福光社区塘朗车辆段旁塘朗城广场(西区)A 座、B 座、C 座商业 318-1-M 层 18-2 号商铺
经营范围	一般经营项目是：数字化家用电器的专业芯片、数字化线路板、嵌入式软件的设计、技术开发及销售；厨具、家用电器、美容保健类电器、五金制品、塑胶制品的销售；经营电子商务；国内贸易；农副产品、滋补类中药材、干果、生活日用品、家务用品、文具用品、软枕、家具、工艺品（不含象牙及其制品）、日用瓷器、玻璃制品、服装服饰的销售（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。，许可经营项目是：预包装食品的购销；保健食品的零售；奶茶咖啡制售；西式甜点制售；水果拼盘制售；鲜榨果汁制售。

六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

1、控股股东基本情况

公司控股股东为晶辉电器集团，持有公司 6,100 万股股份，占公司股本总额

的比例为 37.41%。晶辉电器集团基本情况如下：

公司名称	晶辉电器集团有限公司
英文名称	CRASTAL ELECTRIC GROUP LIMITED
成立日期	1999 年 10 月 29 日
法定股本	10,000 港元
已发行股份	10,000 股，每股面值为 1 港元
公司编号	692947
注册地	FLAT/RM 71 9/F LEE KING INDUSTRIAL BUILDING 12 NG FONG STREET SAN PO KONG KL
法定代表人	GEORGE MOHAN ZHANG
业务性质	GENERAL TRADING AND INVESTMENT（一般贸易和投资）

晶辉电器集团主营业务为投资，未从事与公司主营业务相同或类似的业务。

最近一年及一期的主要财务状况如下：

项目	**2019 年 6 月 30 日**	**2018 年 12 月 31 日**
总资产（万港元）	7,254.43	7,254.92
净资产（万港元）	5,120.06	5,120.16
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万港元）	1,282.27	2,254.22
净利润（万港元）	1,279.90	2,225.45

注：上述财务数据已经左世康执业会计师审计。

2、实际控制人基本情况

GEORGE MOHAN ZHANG 持有公司控股股东晶辉电器集团 100%的股权，GEORGE MOHAN ZHANG 通过晶辉电器集团间接持有公司 37.41%的股权。张北系 GEORGE MOHAN ZHANG 之父，张北直接持有公司 32.40%股份。

综上，GEORGE MOHAN ZHANG、张北合计控制公司 69.81%的股份，系公司实际控制人。

GEORGE MOHAN ZHANG，男，1982 年 9 月出生，加拿大国籍，护照号为：HG016***，住所为广东省深圳市南山区，加州大学伯克利分校工业工程硕士，西蒙弗雷泽大学数学计算机科学学士。2003 年至今，担任公司董事长、总经理。

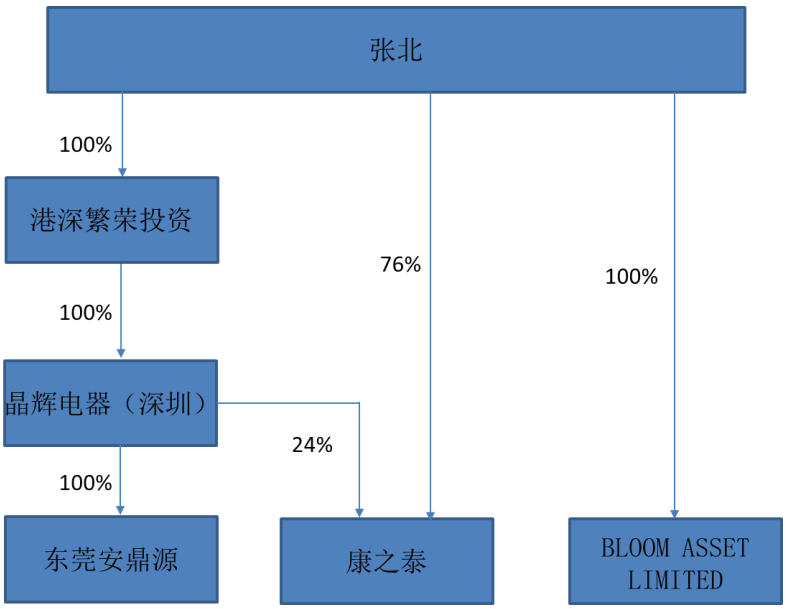
张北，男，1953 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码

为：44030119530529****，住所为广东省深圳市福田区，西安交通大学硕士，曾在解放军基建工程兵第三支队、解放军空军驻西安八四七厂军代表室任职。1979 年 10 月至 1992 年 5 月，任深圳市华达化工有限公司开发部经理；1992 年 6 月至今，任晶辉电器（深圳）有限公司董事长、总经理。

根据 GEORGE MOHAN ZHANG 与张北签署的《一致行动协议》，该协议明确：该协议签署之前，双方在以往年度中一直根据协商一致的结果或根据 GEORGE MOHAN ZHANG 意志来进行表决或投票，保持一致行动关系；双方同意，自该协议生效后，双方依照相关法律、法规规定和公司章程、制度文件规定行使其直接和/或间接支配公司股份的提案权、表决权等股东权利前，双方需就相关内容进行协商并就行使股东权利事项达成一致意见。如果双方意见不统一时，张北以 GEORGE MOHAN ZHANG 意志为准。

（二）控股股东及实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东晶辉电器集团除控制发行人外，未控制其他企业。实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG 除控制晶辉电器集团、发行人外，未控制其他企业。实际控制人张北控制的企业情况具体如下：



1、康之泰

①基本情况

公司名称	深圳市康之泰实业有限公司
成立日期	1999 年 12 月 15 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	914403007152559984
注册地及主要生产经营地	深圳市南山区西丽塘朗同富裕工业城 9 号厂房 6 楼
法定代表人	陈英峰
股权结构	张北持股 76%；晶辉电器（深圳）持股 24%
经营范围	国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）。经营进出口业务（具体按深贸进准字[2001]1357 号文办。兴办实业（具体项目另行申报）。
主营业务	投资

②简要财务数据

项目	**2019 年 6 月 30 日**	**2018 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	108.51	108.51
净资产（万元）	57.07	57.07
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	-	-
净利润（万元）	-	-0.32

注：上述财务数据未经审计。

2、晶辉电器（深圳）

①基本情况

公司名称	晶辉电器（深圳）有限公司
成立日期	1989 年 02 月 25 日
注册资本	308 万美元
实收资本	308 万美元
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91440300618811702P
住所	深圳市南山区西丽塘朗同富裕工业城 9 号厂房 3 楼 A
法定代表人	张北
股权结构	港深繁荣投资持股 100%

经营范围	生产经营小五金产品（凭深南环评[2011]52464 号经营）；从事非配额许可证管理、非专营商品的收购出口业务；自有物业租赁；物业管理；从事软件研发、设计、批发（涉及专项规定管理的商品按国家有关规定办理）
主营业务	物业租赁

②简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	6,364.03	6,051.17
净资产（万元）	2,910.56	2,836.30
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万元）	1,785.64	2,824.27
净利润（万元）	171.18	36.76

注：以上财务数据未经审计。

3、东莞安鼎源

①基本情况

公司名称	东莞市安鼎源实业发展有限公司
成立日期	2018 年 07 月 25 日
注册资本	5,000 万人民币
实收资本	1,600 万元人民币
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91441900MA5221ME60
住所	东莞市沙田镇横流社区综合服务中心 2 号楼 4 楼 401 室
法定代表人	张北
股权结构	晶辉电器（深圳）持股 100%
经营范围	实业投资；创业投资；企业营销策划；企业管理服务；房地产开发经营；商务咨询服务；自有房屋租赁服务；物业管理；环保工程；建筑工程；会展服务；从事计算机、网络技术领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；建材（不含危险化学品）、电子产品、计算机软件及辅助设备、家具、家居用品、日用百货的销售。(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)
主营业务	房产投资

②简要财务数据

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万元）	1,900.67	1,905.47
净资产（万元）	1,594.92	1,599.50

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入（万元）	-	-
净利润（万元）	-4.58	- 0.50

注：以上财务数据未经审计。

4、港深繁荣投资

①基本情况

公司名称	港深繁荣投资促进中心有限公司
英文名称	FAN IN SHEN ZHEN INVESTMENT ADVANCED CENTRE LIMITED
成立日期	1988 年 7 月 22 日
法定股本	50 万港元
已发行股份	5,000 股，每股面值 100 港元
公司编号	222263
注册地	FLAT/RM A 12/F WING CHEONG COMM BLDG 19-25 JERVOIS STREET CENTRAL HK
董事	张北
股权结构	张北持股 100%
主营业务	投资

②主要财务状况

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万港元）	2,402.63	2,414.94
净资产（万港元）	823.69	823.69
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万港元）	–	-
净利润（万港元）	–	-

注：以上财务数据未经审计。

5、BLOOM ASSET LIMITED

①基本情况

公司名称	BLOOM ASSET LIMITED
成立日期	2008 年 1 月 28 日
注册资本（法定股本总面值）	1 美元
注册号码	1461361

注册地	Sea Meadow House,Blackburne Highway,(P.O.Box116),Road Town,Tortola,BVI
董事	张北
主营业务	投资
股权结构	张北持股 100%

②主要财务状况

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产（万港元）	50.00	50.00
净资产（万港元）	0.80	0.80
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入（万港元）	-	-
净利润（万港元）	-	-

注：以上财务数据未经审计。

（三）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况

截至本招股说明书签署之日，除控股股东外，公司其他持有发行人 5%以上股份的主要股东包括张北、张席中夏、方镇，其具体情况如下：

1、张北

详见本节之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”之“2、实际控制人基本情况”。

2、张席中夏

张席中夏，男，1991 年 5 月出生，中国国籍，拥有新西兰永久居留权，身份证号码为：44030119910515****，住所为广东省深圳市南山区，英国华威大学商学院理学硕士。2016 年 6 月至 2018 年 8 月，在深圳市高新投集团有限公司任项目经理。2018 年 9 月至今，在深圳市万融通投资顾问有限公司任投资总监。

3、方镇

方镇，男，1979 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：42050319790121****，住所为广东省深圳市龙华区，加州大学伯克利分校工业工程硕士，清华大学工业工程学士。2004 年 5 月至 2005 年 5 月，担任美国瓦

格纳公司制造工程师；2005 年 5 月至今在公司任职，先后担任公司研发部经理、市场部总监，现任公司董事、副总经理。

（四）历史股东万融通、世纪金马、金诺汇富情况

1、万融通

历史股东万融通持有发行人股权变动情况如下：

时间	出资额/持股数	具体情况	价格	定价依据
2011年1月	38.45 万美元	万融通认购发行人新增注册资本 38.45 万美元	3.90 元/出资额	由增资各方在公司现有净资产和盈利水平基础上，综合考虑公司的盈利能力和未来发展的预期确定
2013年6月	1,538 万股	公司整体变更为股份有限公司	1.03 元/股	根据截至 2012 年 12 月 31 日经审计的账面净资产值 103,171,878.45 元按照 1.03：1 折股比例，折合股本总额为 10,000 万股
2015年4月	0 股	万融通将其所持公司股份转让给张席中夏 1,000 万股；转让给席冰 538 万股	1.20 元/股	参考北鼎晶辉 2014 年 12 月 31 日经审计的每股净资产确定

万融通退出发行人的背景系家族企业内部变更持股方式，由万融通持股变为张席中夏、席冰自然人直接持股。

2、世纪金马

历史股东世纪金马持有发行人股权变动情况如下：

时间	出资额/持股数	具体情况	价格	定价依据
2011 年 1 月	11.55 万美元	万融通认购发行人新增注册资本 11.55 万美元	3.90 元/出资额	由增资各方在公司现有净资产和盈利水平基础上，综合考虑公司的盈利能力和未来发展的预期，经协商一致最终确定
2013 年 6 月	462 万股	公司整体变更为股份有限公司	1.03 元/股	发行人根据截至 2012 年 12 月 31 日经审计的账面净资产值 103,171,878.45 元按照 1.03：1 折股比例，折合股本总额为 10,000 万股
2017 年 9 月	0 股	世纪金马将其所持股份转让给广垦太证 362 万股；转给太证未名 100 万股	11.00 元/股	综合考虑发行人所处行业、本次股权转让前发行人每股净资产值、市盈率，由转让方与受让方协商确

时间	出资额/持股数	具体情况	价格	定价依据
				定

世纪金马退出发行人的背景系根据股票市场情况进行股份减持，获得投资收益。

3、金诺汇富

历史股东金诺汇富持有发行人股权变动情况如下：

时间	持股数	具体情况	价格	定价依据
2013 年 6 月	400 万股	金诺汇富认购北鼎晶辉 400 万股股份	1.00 元/股	参考 2012 年 12 月 31 日经审计的每股净资产确定
2014 年 7 月	0 股	金诺汇富将其持有的北鼎晶辉的200万股转让给方镇；100 万股转让给牛文娇；100 万股转让给彭治霖	1.00 元/股	参考 2013 年 12 月 31 日公司经审计的每股净资产与金诺汇富取得该股权时支付的原价确定

2013 年，发行人拟对作为公司董事、高级管理人员及核心技术人员的方镇、牛文娇及彭治霖实施股权激励，但由于发行人为外商投资企业，境内自然人不能直接作为外商投资企业的股东，故上述人员通过成立金诺汇富作为持股平台公司对发行人进行增资，从而间接持有发行人股权。2014 年 1 月，发行人在股转系统挂牌后，符合条件的境内自然人可以直接持有新三板挂牌企业的股份，因此，金诺汇富将所持发行人股份全部转让给方镇、牛文娇、彭治霖。上述股权转让通过股转系统交易，转让行为合法合规。

七、发行人的股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后公司股本结构

本次发行前公司股份数为 16,305.00 万股，本次发行不超过 5,435.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。公司发行前后股本结构如下：

序号	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	晶辉电器集团	61,000,000	37.41%	61,000,000	28.06%
2	张北	52,836,000	32.40%	52,836,000	24.30%
3	张席中夏	16,124,000	9.89%	16,124,000	7.42%

4	方镇	8,179,000	5.02%	8,179,000	3.76%
5	席冰	7,580,000	4.65%	7,580,000	3.49%
6	广垦太证	3,620,000	2.22%	3,620,000	1.67%
7	彭治霖	3,000,000	1.84%	3,000,000	1.38%
8	牛文娇	1,650,000	1.01%	1,650,000	0.76%
9	徐声林	1,530,000	0.94%	1,530,000	0.70%
10	李凤琪	1,204,000	0.74%	1,204,000	0.55%
11	其他	6,327,000	3.88%	6,327,000	2.91%
社会公众股		-	-	54,350,000	25.00%
合计		**163,050,000**	**100.00%**	**217,400,000**	**100.00%**

（二）发行人前十大股东情况

本次发行前，公司前十大股东直接持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	股权性质
1	晶辉电器集团	61,000,000	37.41%	境外法人股
2	张北	52,836,000	32.40%	境内自然人股
3	张席中夏	16,124,000	9.89%	境内自然人股
4	方镇	8,179,000	5.02%	境内自然人股
5	席冰	7,580,000	4.65%	境内自然人股
6	广垦太证	3,620,000	2.22%	境内非国有法人股
7	彭治霖	3,000,000	1.84%	境内自然人股
8	牛文娇	1,650,000	1.01%	境内自然人股
9	徐声林	1,530,000	0.94%	境内自然人股
10	李凤琪	1,204,000	0.74%	境内自然人股
合计		**156,723,000**	**96.12%**	-

（三）发行人前十名自然人股东及其在公司的任职情况

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	在本公司担任职务
1	张北	52,836,000	32.40%	无
2	张席中夏	16,124,000	9.89%	无
3	方镇	8,179,000	5.02%	董事、副总经理
4	席冰	7,580,000	4.65%	无
5	彭治霖	3,000,000	1.84%	技术总监
6	牛文娇	1,650,000	1.01%	董事、财务总监、董事会秘

				书
7	徐声林	1,530,000	0.94%	制造部总监
8	李凤琪	1,204,000	0.74%	无
9	孙真	900,000	0.55%	产品部总监
10	卢信群	491,000	0.30%	无
合计		**93,494,000**	**57.34%**	-

（四）国有股份、外资股份和战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在国有股东，股东中无战略投资者。发行人外资股东持股情况具体如下：

外资股股东	发行前		发行后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
晶辉电器集团	61,000,000	37.41%	61,000,000	28.06%
钟鹏睿	301,000	0.18%	301,000	0.14%
合计	**61,301,000**	**37.59%**	**61,301,000**	**28.20%**

（五）最近一年发行人新增股东的情况

发行人最近一年新增股东所持公司股份均为在股转系统内交易取得，具体情况如下：

序号	股东名称	身份信息	国籍	持股数量（万股）	持股比例
1	朱金伟	32041119490810****	境内自然人	2.40	0.0147%
2	何垂乾	46020019780808****	境内自然人	1.00	0.0061%
3	吴斌	33062419891216****	境内自然人	0.10	0.0006%

（六）本次发行前各股东之间的关联关系及关联股东的各自持股比例

股东张北与 GEORGE MOHAN ZHANG 为父子关系，张北持有公司 32.40%的股份，GEORGE MOHAN ZHANG 通过晶辉电器集团间接持有公司 37.41%的股份。

股东席冰与张席中夏为母子关系，席冰持有公司 4.65%的股份，张席中夏持有公司 9.89%的股份。

股东广垦太证的执行合伙人为广东广垦太证股权投资基金管理有限公司，太证未名执行事务合伙人为西藏太证投资有限公司，广东广垦太证股权投资基金管理有限公司与西藏太证投资有限公司均为太证资本管理有限责任公司控股子公司，广垦太证持有公司 2.22%股份，太证未名持有公司 0.61%股份。

除此之外，各主要股东间无关联关系。

（七）对赌协议及其解除情况

2013 年 6 月 21 日，北鼎晶辉、GEORGE MOHAN ZHANG 与北鼎晶辉股东金诺汇富的股东牛文娇、彭治霖、方镇签署《协议书》，约定如果自金诺汇富取得北鼎晶辉股权之日起 60 个月北鼎晶辉仍未能上市的，牛文娇、彭治霖、方镇有权要求 GEORGE MOHAN ZHANG 或其指定的第三方回购其所持有的北鼎晶辉股权。2014 年 7 月 4 日，前述《协议书》已经终止，不再履行，因合同所产生的一切责任及后果各方互不追究，各方不存在任何权利义务纠纷。2017 年 10 月 18 日，北鼎晶辉与牛文娇、彭治霖、方镇签署《确认书》，确认前述事宜。

除上述情况之外，发行人股东与发行人、其他股东之间未签订对赌协议或其他类似安排。

八、发行人的股权激励及其他制度安排和执行情况

2017 年 3 月 20 日，北鼎晶辉召开第二届董事会第九次会议，决议公司拟非公开发行不超过 305 万股股票，由公司核心员工以本次股票发行方案获股东大会通过日前 90 个有成交的交易日股票交易均价的 60%的价格认购。

2017 年 4 月 5 日，北鼎晶辉召开 2017 年第二次临时股东大会，审议通过了上述议案。

2017 年 4 月 5 日，北鼎晶辉披露《股票发行认购公告》，确定本次股票发行的发行价格为 3.10 元/股，募集资金总额不超过 9,455,000 元。

本次股票发行认购者认购数量和认购方式如下：

序号	姓名	职务	认购份额（万股）	认购金额（万元）	认购方式
1	钟鹏睿	研发总监	30.00	93.00	现金
2	江林	财务经理	20.00	62.00	现金

3	潘传銮	研发经理	20.00	62.00	现金
4	陈鹏	研发经理	10.00	31.00	现金
5	邹淑斌	研发经理	10.00	31.00	现金
6	赵天辉	生产经理	10.00	31.00	现金
7	张志武	生产经理	10.00	31.00	现金
8	李欣	人力资源部经理	20.00	62.00	现金
9	谢黄群	产品经理	10.00	31.00	现金
10	李玲	产品经理	10.00	31.00	现金
11	钟文金	工业设计主管	10.00	31.00	现金
12	周琳	产品经理	10.00	31.00	现金
13	王维	销售大区经理	10.00	31.00	现金
14	谢玉	平面设计主管	10.00	31.00	现金
15	任静轩	品牌经理	5.00	15.50	现金
16	符馨	售后品质部经理	5.00	15.50	现金
17	钟华炫	零售培训主管	5.00	15.50	现金
18	李庐川	线上运营主管	5.00	15.50	现金
19	张丹	供应链管理部经理	5.00	15.50	现金
20	田枫	财务总监助理	5.00	15.50	现金
21	陈旦月	总经理助理	5.00	15.50	现金
22	徐声林	制造部总监	40.00	124.00	现金
23	孙真	产品部总监	40.00	124.00	现金
合计			**305.00**	**945.50**	-

注：周琳已于 2018 年 5 月离职；谢玉已于 2018 年 9 月离职；张丹已于 2019 年 1 月离职；任静轩已于 2019 年 8 月离职。

2017 年 4 月 14 日，信永中和出具 XYZH/2017SZA30187 号验资报告确认，截至 2017 年 4 月 11 日，公司已收到钟鹏睿、江林、潘传銮等 23 名核心员工缴纳的出资额合计人民币 9,455,000.00 元，新增注册资本 3,050,000.00 元，超出部分计入资本公积。2017 年 5 月 20 日，股转公司出具《关于深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函[2017]2768 号），确认北鼎晶辉的股票发行备案申请。

2017 年 6 月 2 日，中国证券登记结算有限公司北京分公司完成北鼎晶辉新增股份登记。

2017 年 8 月 28 日，深圳市南山区经济促进局出具《外商投资企业变更备案

回执》（编号：粤深南外资备 201700829），载明公司注册资本为 16,305 万元人民币，其中中方持 10,175 万股，持股比例为 62.40%；晶辉电器集团持 6,100 万股，持股比例为 37.41%；钟鹏睿持有 30 万股，持股比例为 0.18%。

根据公司与认购对象签订的认购协议，上述认购对象所持本次新增股份自中国证券登记结算有限责任公司登记至其名下之日（2017 年 6 月 2 日）起三年内不得转让；且自此持有新增股份登记至乙方名下之日起，其应继续在公司工作不少于三年。《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司章程》对股份转让另有规定的，认购对象转让股份还应符合相关规定。

除此之外，截至本招股说明书签署之日，公司不存在对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工正在执行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

九、发行人员工及社会保障情况

（一）员工数量

报告期各期末，公司员工人数情况如下：

年度	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
员工总数（人）	1,086	1,301	1,289	1,463

（二）员工构成情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司员工构成情况如下：

1、公司员工专业结构

类别	员工人数（人）	占比
行政管理人员	86	7.92%
生产人员	663	61.05%
销售人员	143	13.17%
技术人员	178	16.39%
财务人员	16	1.47%

员工总计	1,086	100.00%

2、公司员工受教育程度

按教育程度分类	员工人数（人）	占比
硕士	14	1.29%
本科	132	12.15%
专科	120	11.05%
专科以下	820	75.51%
员工总计	1,086	100.00%

3、公司员工年龄分布

年龄结构	员工人数（人）	占比
50 岁以上	42	3.87%
40-49 岁	386	35.54%
30-39 岁	400	36.83%
30 岁以下	258	23.76%
员工总计	1,086	100.00%

（三）员工社会保障情况

公司严格按照国家社保公积金的相关规定为员工缴纳社保公积金。截至 2019 年 6 月 30 日，公司社会保险和住房公积金的人员缴纳情况具体如下：

单位：人

已缴纳情况	社保已缴纳	住房公积金已缴纳
小计	1,068	1,065
未缴纳情况	**社保未缴纳**	**住房公积金未缴纳**
当月社会保险/住房公积金缴纳时点新入职员工	3	5
住房个人账户故障	-	1
员工超过退休年龄	6	6
香港户籍及外籍员工	4	4
员工未及时向代缴机构提供参保资料	2	2
员工自愿放弃缴纳社会保险、住房公积金	3	3
小计	18	21
合计	1,086	1,086

1、应缴未缴社保、公积金的具体情况及形成原因

报告期各期末，发行人及下属子公司应缴未缴社会保险、住房公积金的具体情况如下：

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
社会保险未缴人数（人）	18	15	27	24
住房公积金未缴人数（人）	21	22	37	627

2、社保、公积金补缴金额测算

发行人对报告期内未缴纳社会保险、住房公积金的补缴金额及其分别占当期营业利润的比例测算如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
社会保险、住房公积金补缴金额（万元）	6.60	36.06	59.57	232.50
占营业利润的比例	0.19%	0.48%	1.33%	4.14%

为解决部分异地员工社保公积金的缴纳问题，北鼎科技存在使用社保公积金代缴形式为部分员工缴纳社保、公积金的情况。北鼎科技与前锦网络信息技术（上海）有限公司订立《前程无忧人事外包服务协议》，约定由前锦网络信息技术（上海）有限公司代北鼎科技为部分员工缴纳社保、公积金。根据前锦网络信息技术（上海）有限公司的说明，截至 2019 年 6 月 30 日社保公积金代缴人员为 34 人。

根据深圳市人力资源与社会保障局出具的证明，报告期内，发行人无因违反劳动法律、法规或者规章而受行政处罚的记录。

根据发行人所在地社会保险基金管理局及住房公积金管理中心出具的证明，报告期内，发行人无因违反社会保险法律、法规或者规章而受行政处罚的记录。

公司控股股东晶辉电器集团及实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北承诺：若北鼎晶辉及其下属公司因有关政府部门或司法机关认定需补缴社会保险费（包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被相关方提出有关社会保险费和住房公积金的索赔，本公司及本人将无条件全额承担由北鼎晶辉及其下属子公司

补缴或支付的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，以及因上述事项的应由北鼎晶辉及其下属子公司支付的所有费用。

综上，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人已为符合缴纳条件的员工缴纳了社会保险、住房公积金，虽然存在少量员工尚未缴纳社会保险、住房公积金及少量外地员工采取社会保险、住房公积金代理方式的情况，但该等员工占比很小；经公司测算，北鼎晶辉及下属公司报告期内可能涉及的补缴社会保险、住房公积金的数额较小，占当期营业利润比例较低。主管部门已出具关于发行人及下属公司报告期内无因违反社会保险、住房公积金相关法律法规被处罚的记录的证明，且发行人控股股东、实际控制人已出具承诺。因此，发行人不存在社会保险、住房公积金相关的重大违法行为，如补缴社会保险、住房公积金不会对发行人的持续经营造成重大不利影响。

十、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员，保荐人及证券服务机构做出的重要承诺、履行情况及约束措施

（一）发行人上市后股份锁定的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份锁定承诺及减持意向”。

（二）稳定股价的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、上市后三年内稳定股价的预案”。

（三）股份回购的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、上市后三年内稳定股价的预案”及“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺”。

（四）依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之 “四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺”。

（五）利润分配政策的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行后的股利分配政策”。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体内容参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（七）关于招股说明书信息披露的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺”。

（八）关于履行承诺之约束措施的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“十、公开承诺未履行的约束措施”。

（九）控股股东、实际控制人关于社会保险和住房公积金的承诺

详见本节之“九、发行人员工及社会保障情况”之“（三）员工社会保障情况”。

（十）控股股东、实际控制人关于租赁无产权证书的土地及地上建筑物可能导致损失的补偿承诺

详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人的主要资产情况”之“（一）固定资产”之“3、租赁情况”。

（十一）关于避免同业竞争的承诺

详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”

之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（十二）减少和规范关联交易的承诺

详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“（八）减少和规范关联交易的措施”。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主营产品及变化情况

（一）公司主营业务

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司主营业务主要包括“BUYDEEM 北鼎”自主品牌业务和 OEM/ODM 业务。

自主品牌业务方面，公司坚持以品质取胜，不断创新产品设计，为消费者提供兼具高品质和时尚性的厨房小家电及周边产品。公司自主研发设计的产品曾多次荣获“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。目前“BUYDEEM 北鼎”已发展成为具有一定知名度的高端厨房生活品牌。线下渠道建设方面，公司产品已成功进驻全国多个省会级城市的 500 余家高端终端，如山姆、顺电、华润 OLE、北京新光天地、上海久光、深圳万象城等；线上渠道建设方面，公司进驻天猫商城、淘宝、京东商城等电子商务平台；另外，公司已自建官网商城，进一步完善网上销售渠道。目前，公司通过实施线下、线上双布局，已初步建立了较为完善的高端渠道网络。

同时，公司凭借多年积累的产品研发、工业设计和生产制造能力，主要以 OEM/ODM 模式，为国际知名品牌商，如惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、摩飞电器（Morphy Richards）、铂富集团（Breville）、美康雅集团（Conair）等提供专业的研发、生产一体化服务。

（二）主营产品

公司致力于满足消费者改善性饮食需求，提供的主要产品和服务包括高品质的厨房小家电产品，如养生壶、电热水壶、多士炉、烤箱、饮水机、蒸锅等，以及围绕养生壶、烤箱等配套推出的养生食材、周边产品等。

公司一贯坚持精品战略，以消费者体验为中心，从产品研发、材料选择、产品生产、销售及售后服务等方面，追求消费者的极致体验。公司主营产品具体如

下：

1、自主品牌主要产品

（1）养生壶

养生壶是以健康饮食为目的，可烹煮各种食材的小家电产品。相比电热水壶而言，养生壶更加智能，一般具有智能煮食程序和自动控制技术，具有煮养生汤、花茶、水果茶、虫草、燕窝等多种功能。

BUYDEEM

BUYDEEM

（2）烤箱

烤箱是以简单烹饪为要旨，通过对温度的智能精准控制来降低烹饪和烘焙美食难度的家电产品。相比普通嵌入式烤箱，台式烤箱更为灵活、美观，可满足不同消费者多样化的生活场景需求。

（3）电热水壶

电热水壶是通过对水煲体态、配色、点缀等工艺设计环节的极致追求，给消费者带来能满足其个性化需求的具有设计感的产品。

（4）饮水机

饮水机是以健康饮水为核心，围绕消费者的各个生活场景所提供的更为便捷

的饮水解决方案。相对于普通立柜式饮水机，台式饮水机更加小巧、智能，可通过多段温控技术满足使用者不同温度的饮水需求，利用自清洁程序提供解放双手的机器内部清洁方式。

（5）周边食材

周边养生食材主要系配合养生壶推出的具有滋补养生功效的各种茶饮料包及传统滋补品。

（6）其他

其他主要为养生壶、烤箱周边配套产品及产品配件。

Say.
Teaaa.

2、OEM/ODM 主要产品

近年来，公司产品荣获了多个设计奖项，具体如下：

获奖时间	获奖名称	获奖产品	颁奖单位
2010 年	IF 设计奖	KE0802 电热水壶	IF 工业论坛设计协会
2010 年	IF 设计奖、红点设计奖	KE0701 电热水壶	IF 工业论坛设计协会、德国设计协会
2012 年	艾普兰产品奖	调温数码水煲	中国家用电器协会
2014 年	红点设计奖	K206 电热水壶	德国设计协会
2015 年	SG Mark 2015 奖	K131 养生壶	新加坡设计商会
2015 年	中国设计红星奖	K206 电热水壶	中国设计红星奖委员会
2016 年	中国好设计优胜奖	Buydeem S601 饮水机	中国好设计工作委员会
2017 年	美国工业设计优秀奖	Buydeem S601 饮水机	美国商业周刊、美国工业设计师协会
2017 年	红点设计奖	Buydeem T750 烤箱	德国设计协会
2017 年	美国工业设计优秀奖	K185 养生壶	美国商业周刊、美国工业设计师协会
2019 年	红点设计奖	K108 养生壶	德国设计协会
2019 年	红点设计奖	K165 养生壶	德国设计协会
2019 年	红点设计奖	K187 养生壶	德国设计协会
2019 年	IF 设计奖	北鼎泡茶杯、凉水杯	IF 工业论坛设计协会

（三）报告期内主营业务收入构成情况

1、按内销外销

报告期内，公司主营业务收入按照内销和外销构成情况具体如下：

单位：万元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	12,335.68	50.43%	29,725.40	49.74%	28,032.63	53.48%	29,145.66	60.25%
内销	12,127.09	49.57%	30,030.94	50.26%	24,388.74	46.52%	19,229.22	39.75%

合计	24,462.77	100.00%	59,756.34	100.00%	52,421.37	100.00%	48,374.88	100.00%

公司主营业务外销收入主要来源于 OEM/ODM 业务。报告期内，公司主营业务外销收入金额分别为 29,145.66 万元、28,032.63 万元、29,725.40 万元和 12,335.68 万元，占主营业务收入的比例总体有所下降。

公司主营业务内销收入主要为自主品牌业务。报告期内，公司主营业务内销收入金额分别为 19,229.22 万元、24,388.74 万元、30,030.94 万元和 12,127.09 万元，呈现快速增长态势，其占主营业务收入的比例也快速提升，分别为 39.75%、46.52%、50.26%和 49.57%。

2、按产品构成

报告期内，公司主营业务收入按照产品分类构成如下：

单位：万元

产品名称	**2019 年 1-6 月**		**2018 年度**		**2017 年度**		**2016 年度**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
多士炉	6,654.26	27.20%	21,315.41	35.67%	18,152.93	34.63%	18,150.19	37.52%
养生壶	6,134.59	25.08%	18,478.08	30.92%	18,507.29	35.30%	16,645.92	34.41%
电热水壶	4,688.60	19.17%	6,762.31	11.32%	8,124.02	15.50%	10,838.92	22.41%
饮水机	2,429.49	9.93%	4,554.36	7.62%	2,372.50	4.53%	976.91	2.02%
周边食材	1,784.81	7.30%	3,816.69	6.39%	1,968.72	3.76%	660.29	1.36%
烤箱	1,372.73	5.61%	3,083.33	5.16%	2,238.44	4.27%	4.23	0.01%
蒸锅	6.28	0.03%	83.44	0.14%	408.21	0.78%	410.64	0.85%
其他	1,392.00	5.69%	1,662.73	2.78%	649.26	1.24%	687.79	1.42%
合计	24,462.77	100.00%	59,756.34	100.00%	52,421.37	100.00%	48,374.88	100.00%

公司产品主要分为多士炉、养生壶、电热水壶、饮水机、烤箱、蒸锅、周边食材以及其他。其中，多士炉、养生壶、电热水壶为公司主要产品。报告期内，多士炉、养生壶、电热水壶销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 94.34%、85.43%、77.91%和 71.45%。其他产品包括饮水机、烤箱、周边食材、其他用品配件、蒸锅等合计占收入比例分别为 5.66%、14.57%、22.09%和 28.55%，呈快速增长趋势。由上可知，报告期内，公司产品收入更加均衡，产品结构进一步优化。

3、按地区分布

报告期内，公司主营业务收入按地区分布如下：

单位：万元

地区	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	13,187.44	53.91%	32,634.32	54.61%	26,137.40	49.86%	19,915.99	41.17%
欧洲	5,758.78	23.54%	13,461.86	22.53%	14,473.65	27.61%	16,795.81	34.72%
北美洲	4,184.87	17.11%	10,245.23	17.15%	7,493.57	14.29%	7,153.55	14.79%
大洋洲	1,278.84	5.23%	3,378.68	5.65%	4,190.01	7.99%	4,295.88	8.88%
其他	52.85	0.22%	36.25	0.06%	126.74	0.24%	213.65	0.44%
总计	24,462.77	100.00%	59,756.34	100.00%	52,421.37	100.00%	48,374.88	100.00%

从地区分布来看，受公司自主品牌业务的快速增长，来自亚洲的业务收入占比快速提升，而来自欧洲、大洋洲等区域收入占比总体呈现下降。

4、按季节分布

报告期内，公司主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	12,498.82	51.09%	12,219.54	20.45%	11,815.51	22.54%	10,145.66	20.97%
二季度	11,963.95	48.91%	12,929.86	21.64%	10,791.60	20.59%	9,982.18	20.64%
三季度	-	-	14,491.73	24.25%	12,777.42	24.37%	11,570.43	23.92%
四季度	-	-	20,115.21	33.66%	17,036.85	32.50%	16,676.61	34.47%
总计	24,462.77	100.00%	59,756.34	100.00%	52,421.37	100.00%	48,374.88	100.00%

（1）外销业务

报告期内，公司外销主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	6,152.45	49.88%	6,260.80	21.06%	6,801.81	24.26%	6,181.89	21.21%
二季度	6,183.23	50.12%	6,077.32	20.44%	6,240.19	22.26%	6,578.84	22.57%
三季度	-	-	8,350.37	28.09%	8,555.55	30.52%	8,107.18	27.82%

四季度	-	-	9,036.90	30.40%	6,435.08	22.96%	8,277.75	28.40%
总计	12,335.68	100.00%	29,725.40	100.00%	28,032.63	100.00%	29,145.66	100.00%

（2）内销业务

报告期内，公司内销主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	6,346.37	52.33%	5,958.73	19.84%	5,013.70	20.56%	3,963.77	20.61%
二季度	5,780.72	47.67%	6,852.54	22.82%	4,551.41	18.66%	3,403.34	17.70%
三季度	-	-	6,141.36	20.45%	4,221.87	17.31%	3,463.25	18.01%
四季度	-	-	11,078.30	36.89%	10,601.76	43.47%	8,398.86	43.68%
总计	12,127.09	100.00%	30,030.94	100.00%	24,388.74	100.00%	19,229.22	100.00%

受消费习惯、促销及节假日的影响，通常下半年尤其是四季度，是产品销售旺季，公司主营业务收入呈现一定的季节性特征。

（四）主要经营模式

1、盈利模式

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司采购原材料及成品食材等，以库存式与订单式相结合的方式安排生产，其中，对外销 OEM/ODM 产品主要采用订单安排生产；对自主品牌产品主要根据销售计划安排生产。公司通过线上和线下相结合的方式，向客户和消费者提供兼具高品质和时尚性的厨房小家电及配套产品和服务，以获取利润。

2、采购模式

公司设立采购部，负责采购市场分析、供应商开发与遴选、采购计划制定、价格谈判、采购流程管理、供应商评估管理等。公司通过 SAP 系统管理采购计划、订单拆解，通过 SRM 系统进行供应商体系管理、询价议价等。

公司采购品类主要包括电子元器件、五金原材料及五金制品、塑胶原材料、塑胶及玻璃制品、包装材料等原材料及食材、部分周边用品等成品。

（1）原材料采购

公司原材料采购主要采取以产定采、战略采购相结合的采购模式。

①以产定采：对于常规原材料，因市场供应量较为充足，材料价格相对透明，采购周期较短，公司采取按生产订单采购的方式。即公司生产部门根据销售部门的销售订单以及销售预测形成生产计划，通过 SAP 系统分解出生产订单，进而得出所需各种材料品质规格和数量，再由采购部确定采购计划并安排采购。

②战略采购：对于部分战略性原材料，如玻璃煲身、温控器等，因其供应商相对集中，且对公司非常重要，为确保供应的稳定，公司采用战略储备采购的方式，根据销售历史进行年度销售预测及中期调整，进行批量储备采购，并聘请专职人员及时跟进供应商供货状况，确保原材料按计划送达。

（2）成品采购

对于食材和部分周边用品，公司委托合格供应商贴牌生产，公司直接向该等供应商采购相应的成品。该类成品采购采取“以销定采”的模式，即公司根据相关产品的销售预测，综合制定采购计划并实施采购。

公司与供应商建立起品质、交期、成本持续优化的合作规范与约束细则。从供应商的品质、交期、成本、诚信度、服务等各个方面对供应商进行评比并导入优质新供应商，进一步实现更高程度的材料标准化与供应商整合，并通过细化供应链的数据化管理，定期分析采购数据并及时做出工作调整。

3、生产模式

公司采取自主生产与外包贴牌生产相结合的生产模式，即以自主生产为主，外包贴牌生产为辅。其中，公司厨房小家电主要为公司自主生产，周边食材与部分用品为外包贴牌生产。

（1）自主生产模式

公司制定了计划管理制度、生产管理制度、安全生产管理制度等内部管理制度，并组织生产。公司主要采取以销定产的生产方式，即生产管理中心根据客户订单或者销售计划，制定生产计划，形成生产订单并录入生产管理系统，系统自动进行分解，各生产部门按照计划组织生产，采购部门根据生产订单形成采购需

求，组织进行采购。公司品质管理部负责原材料及产品的品质把控。

公司生产模式以自制工序为主，外协加工为辅，出于环保要求、经济效益及临时产能不足等因素考虑，公司对部分工序环节进行外协加工。公司外协加工工序主要涉及电镀、喷涂、冲压、注塑、零件加工等。

公司制定了严格的外协厂家准入、选择与评估制度以及产品的质量控制制度，确保外协产品的质量合格。外协加工环节不涉及公司核心专利技术的情形。报告期内，公司外协加工金额分别为 2,310.08 万元、3,156.13 万元、3,714.14 万元和 1,156.56 万元，占生产成本的比例分别为 7.88%、10.02%、10.91%和 9.32%。

（2）外包贴牌生产模式

为了适应产业链的专业化分工趋势，公司在专注于公司产品研发设计同时，对周边食材及部分用品采取外包贴牌生产模式。外包厂商按照公司所下达的订单，进行原材料采购、产品生产，成品检验合格后，发往公司仓库。

公司按照国家标准、行业标准等制定了严格的、符合自身业务特点的质量控制标准和检验体系，对外包厂商进行严格的质量控制与管理。

4、销售模式

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司分为外销业务和内销业务，其中，外销业务主要以 OEM 和 ODM 业务为主，内销业务主要为自主品牌业务，即以“BUYDEEM 北鼎”自主品牌开展业务，内销销售渠道主要包括网络销售、经销商、KA 等。报告期内，公司主要销售模式及渠道对应的销售收入及占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

销售模式		2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	OEM	10,564.21	43.18%	24,839.07	41.57%	20,838.20	39.75%	21,467.23	44.38%
	ODM	1,405.10	5.74%	4,329.36	7.25%	7,012.15	13.38%	7,678.44	15.87%
	海外经销	344.47	1.41%	556.97	0.93%	182.28	0.35%	-	-
	海外直销	21.90	0.09%	-	-	-	-	-	-
小计		**12,335.68**	**50.43%**	**29,725.40**	**49.74%**	**28,032.63**	**53.48%**	**29,145.66**	**60.25%**

内销	线上直销	8,153.69	33.33%	21,257.96	35.57%	14,913.25	28.45%	8,721.42	18.03%
	线上代销	-	-	246.29	0.41%	2,759.68	5.26%	2,353.38	4.86%
	线上分销	2,366.99	9.68%	3,955.76	6.62%	1,721.45	3.28%	2,028.87	4.19%
	线下经销	833.14	3.41%	2,922.54	4.89%	3,671.26	7.00%	4,523.15	9.35%
	线下 KA	117.85	0.48%	356.24	0.60%	459.42	0.88%	854.66	1.77%
	线下直营	234.70	0.96%	226.72	0.38%	27.55	0.05%	-	-
	礼品团购及其他	420.72	1.72%	1,065.43	1.78%	836.14	1.60%	747.73	1.55%
小计		**12,127.09**	**49.57%**	**30,030.94**	**50.26%**	**24,388.74**	**46.52%**	**19,229.22**	**39.75%**
合计		**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

报告期内，公司积极推动战略转型，外销 OEM/ODM 业务占比总体呈下降趋势，自主品牌业务收入占比有较大幅度的提升。公司设立之初主要为国际知名品牌商提供 OEM/ODM 的贴牌生产销售业务，长期稳定的合作关系为公司奠定了良好的基础。自 2010 年以来，公司大力拓展自主品牌业务，加大产品自主研发创新，推动由北鼎制造向北鼎品牌战略转型。2018 年，公司自主品牌产品收入占主营业务收入的比例已达 50%以上，未来将有望进一步提升。

根据上述分类，公司各主要销售模式具体如下：

（1）内销

针对国内市场业务，公司独立运营“BUYDEEM 北鼎”自主品牌，并进行产品销售。内销包括线上渠道和线下渠道两大类。其中，线上渠道主要分为线上直销、线上代销、线上分销。线下渠道主要分为线下经销、KA 卖场渠道、线下直营及礼品团购等。

①线上渠道

线上渠道主要包括线上直销、线上代销和线上分销。

A：线上直销

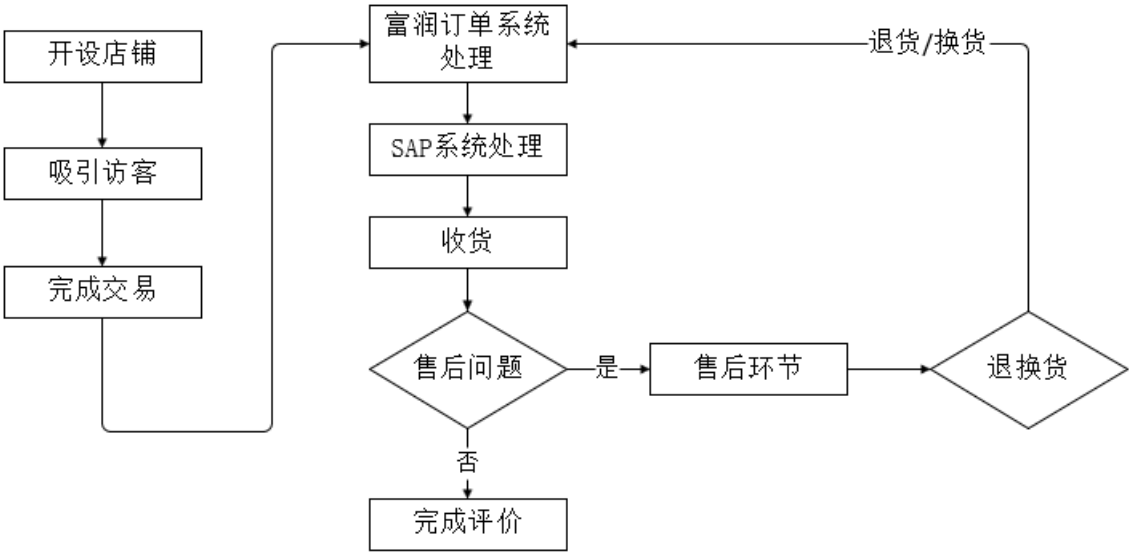
线上直销模式是指（即线上 B2C 模式）公司在第三方平台开设店铺或自建官网商城，直接向终端消费者销售商品，并提供配送及退换货等服务。

公司建立了以第三方电商平台直营为主，自建官方商城为辅的线上直销网络。

线上第三方电商平台直营模式是指公司通过在第三方互联网电商平台开设网上店铺，对外零售产品，并以物流方式完成货物交付。目前，公司已开设直营店铺的第三方电商平台主要包括淘宝、天猫商城、京东商城等。

在第三方电商平台直销模式下，消费者通过公司在各电商平台的店铺下单，向电商平台或第三方支付机构支付货款，公司根据订单信息向消费者发货，消费者确认收货或超过一定期限系统自动确认收货后，款项直接转入公司平台账户。以天猫商城为例，消费者向公司支付宝账户付款之后，公司安排发货，消费者收到产品并在天猫平台上确认收货或超过一定期限系统自动确认收货后，公司支付宝账户中的货款由冻结状态变为可供公司自由支配的状态。该模式下，公司直接面向终端消费者进行宣传推广、销售并提供售前售后及退换货服务等。

具体线上直销主要流程如下：



除第三方平台直营店铺之外，公司还自建北鼎官网商城，可以实现在线下单、配送及货款结算、售前售后服务等全部购物流程，同时还为消费者提供各类养生知识、养生及烘焙食谱等。除结算方式不同之外，北鼎官网商城的流程和第三方电商平台店铺基本相同。消费者可以选择不同的支付方式支付货款，货款直接汇入公司支付宝、财付通等第三方支付平台账户。

B：线上代销

线上代销主要指公司在第三方电商平台开设店铺，同时公司委托物流公司将

货物先运送至该电商平台指定仓库，消费者下单后，由该电商平台负责产品的物流配送及收款工作。该电商平台定期与公司进行结算，并收取一定比例的代销费以及物流仓储配送费等。

公司线上代销主要通过京东、1 号店等第三方电商平台进行。以京东商城（即京东 FBP 模式）为例，即公司在京东开设店铺，根据店铺销售及库存情况，向京东平台仓库发货，再由京东向最终消费者发货。京东统一收取款项后，每月根据销售清单与公司结算。该模式下，公司与电商平台共同面向终端消费者进行宣传推广、销售并提供售前售后及退换货服务等。2018 年，线上代销模式收入大幅下降，主要原因系公司与京东合作模式由代销转为京东自营模式。2019 年 1-6 月公司无线上代销模式。

C：线上分销

线上分销模式主要指公司与各个分销商约定供货价格及销售价格区间，并授权分销商在约定的销售渠道开设店铺销售公司产品。线上分销包括两种：

一是公司代发货模式。以淘分销为例，消费者在分销商店铺下单并支付款项之后，公司能够在供销平台系统中同步看到该订单信息，并根据订单信息直接向消费者发货。消费者确认收货后，分销商收到消费者支付款项的同时，分销平台将约定的分销商采购金额划至公司支付宝。该模式下，分销商负责宣传推广、销售、售前售后服务等，而公司委托第三方物流向终端消费者配送货品，并向各分销商开具发票。

二是分销商自发货模式。公司将产品销售给分销商，再由分销商通过其自身平台或店铺销售给最终消费者，并负责向消费者寄送商品。分销商向发行人下达采购订单，并支付款项。发行人收到货款后发货给分销商。

三是电商平台分销，主要为京东自营。京东自营系京东自主进行销售和配送的在线零售模式，具体流程为公司与京东签订产品购销协议，京东向公司下达订单，公司将货物交付至指定仓库，京东自主向消费者进行销售并配送。公司定期与京东进行结算，以确认该周期内的销售额并进行款项划拨和发票开具。

D：线上各销售模式的划分依据

发行人线上直销、线上代销和线上分销主要依据交易对方、合作方式、收入

确认、结算方式、退换货政策等不同来进行划分，具体说明如下：

销售模式	交易对方	合作方式	收入确认	结算方式	退换货方式
线上直销	终端消费者	公司在第三方平台开设店铺或自建官网商城，直接向终端消费者销售商品，并提供配送及退换货等服务。	消费者支付货款后，公司发出商品，消费者确认收到货物或第三方平台系统自动默认确认收货，公司收到货款时确认收入。	消费者确认收货或第三方平台系统自动默认收货后，款项直接转入公司平台账户（天猫淘宝为实时结算，京东为 T+1）；公司定期提取至银行账户。	公司直接向消费者提供退换货服务。执行 7 天无理由退换货政策，15 天内因产品质量问题可免费更换政策。
线上代销	线上代销商	公司在第三方电商平台开设店铺，根据店铺销售及库存情况，委托第三方物流将货物运送至电商平台指定仓库，消费者下单后，由电商平台负责产品物流配送及收款。电商平台收取一定比例的平台扣点和物流仓储配送费。	公司根据代销清单（已实现对外销售部分）结算并确认收入。	公司与线上代销商采取定期结算机制，按照代销清单确认该周期内的销售额并进行相应款项的划拨。	代销商向消费者提供退换货，公司处理代销商总体退换货需求
线上分销	线上分销商	1、公司代发货模式：公司与分销商签订协议，授权分销商销售公司产品。消费者在分销商店铺购买产品并付款后，公司向消费者发货。消费者确认收货后，自动按供货价分账至公司平台账户。分销商赚取差价。	由线上分销商接受消费者订单，公司发出商品，消费者确认收到货物或第三方平台系统自动默认确认收货，公司收到货款时确认收入。	消费者确认收货或第三方平台系统自动默认收货后，系统自动按供货价分账至公司平台账户；公司定期提取至银行账户。	消费者在收到货物之后出现的售后问题，分销商直接联系发行人售后客服进行处理。执行 7 天无理由退换货政策。
		2、电商平台分销模式：主要为京东自营，即公司与京东签订《产品购销协议》，公司以一定折扣将产品销售给京东，同时约定 15%的毛利率保护。京东通过京东自营店铺对外销售产品。京东赚取差价。	公司根据京东自营结算单结算并确认收入。	公司与京东采取定期结算机制，按照结算单确认该周期内的销售额并进行相应款项的划拨。	京东向消费者提供退换货，公司处理京东总体退换货需求，接受京东任何原因的退货。
		3、分销商自发货模式：公司按一定的折扣将产品销售给分销商，由分销商再对外进行销售，分销商赚取差价。	公司发货给线上分销商，发货并经分销商验收后确认收入。	款到发货。	分销商向消费者提供退换货服务。非质量原因不允许分销商退换货。

②线下渠道

线下渠道主要分为线下经销、KA 渠道、线下直营、礼品团购及其他。

A：线下经销

公司按照城市区域对经销商进行授权代理销售，由经销商以买断方式向公司采购产品，再由各经销商通过高端购物中心、百货商场等零售终端渠道对外销售。公司与经销商结算实行款到发货原则。

公司建立了经销商的遴选及考核动态评估机制，在发展经销商时，重点考察其经营理念、销售网络、管理团队、资金实力及行业经验等相关资质，对于合格经销商，公司与其签订年度经销合同，约定相关权利义务。公司产品定位高端，与公司合作的经销商具有入驻当地高端购物中心的资源和实力。经过长期的架设与开拓，公司已经建立覆盖全国主要城市高端渠道的经销网络。

B：KA 渠道

除经销渠道外，公司还直接与家电零售商、高端卖场进行合作，如华润 OLE、顺电、君尚等。公司与该等零售商签订合同，该等零售商利用其渠道终端和品牌优势，对外销售公司产品，并依据结算清单按月与公司进行结算。

C：线下直营

公司积极参与到新零售的发展浪潮，通过开设自营店的方式探索“人+货+场”的互动方式，为消费者提供一个了解、体验、购买公司产品的消费场所。目前公司分别设立了福田中心城店、宝安壹方城店、福田卓悦汇店、南山海岸城店等多家线下直营店。

D：礼品团购及其他

礼品团购及其他主要包括礼品团购及电视购物等。

E：线下各销售模式的划分依据

线下各销售模式的划分主要依据渠道不同来进行划分，包括经销商渠道、KA 渠道、线下直营渠道、礼品团购等渠道。

线下各渠道的交易对方、合作方式、收入确认、结算方式、退换货政策等方面存在一定差异，具体说明如下：

销售模式	交易对方	合作方式	收入确认	结算方式	退换货方式
线下经销	线下经销商	公司按一定的折扣将产品销售给经销商，由经销商再对外进行销售，经销商赚取产品差价。	公司在商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，客户签收并确认收货时确认收入。	根据采购订单与公司结算，结算实行款到发货的原则。	经销商向消费者提供退换货服务，公司处理经销商退换货需求。针对产品质量问题，公司按照经销协议予以退换货，非产品质量问题，不予退换货。
线下KA	KA客户	公司与连锁零售商签订合同，该等零售商利用其渠道终端和品牌优势，对外销售公司产品，并依据结算清单按月与公司进行结算，零售商赚取扣点费用。	公司在商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，取得客户销售清单时确认收入。	发行人根据结算清单与KA月结。	线下KA向消费者提供退换货服务，公司处理线下KA总体退换货需求。
线下直营	终端消费者	公司在线下开设直营店铺，直接面向终端消费者销售商品，不存在经销商和KA等中间环节。	消费者支付货款并取走货物后，公司根据销售记录确认收入。	包括两种情形： 1、采用商超收银系统：按照商超对账单，公司与商场进行结算； 2、不采用商超收银系统：直接通过POS机等方式向消费者收取货款。	公司直接向消费者提供退换货服务。
礼品团购及其他	个人及企业团购客户等	公司面向礼品团购等客户进行直接销售的方式。	公司在商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，客户确认收货后确认收入。	按照采购订单与公司结算，结算实行款到发货原则。	公司直接向礼品团购等用户提供退换货服务。非质量问题不能退换货。

（2）外销

公司外销业务主要以 OEM 和 ODM 模式为主。在 OEM/ODM 业务模式下，公司在通过境外小家电品牌商考核认定程序后，成为其合格供应商。

OEM 模式下，公司根据客户提供的产品设计及订单需求进行报价，中标后客户向公司下达采购订单，公司按照约定加工生产，将产品销售给客户。

ODM 模式下，公司结合市场调研信息和客户潜在需求进行自主设计并提供样品信息，双方经过沟通完善产品设计款式和使用功能后，该等客户根据自身采购需求向公司下达采购订单。

自 2016 年开始，为进一步增强客户粘性，提升外销业务附加值，公司对原有的 ODM 模式进行升级和延伸，即：产品方面进行升级更新，逐步由传统的 ODM 产品过渡到向客户提供养生壶等目前内销主要产品类别。同时，在提供产品的研发设计、生产服务外，基于公司境内销售养生壶等产品的经验积累，依托海外客户的品牌和渠道，为该等品牌商客户提供 ODM 产品的销售策略和运营推广的策划服务。

在 OEM 和 ODM 模式下，产品批量生产完成后，均以 FOB 出口运输至指定地点，境外客户通过自身的销售渠道将产品销售至消费者。

外销业务除 OEM/ODM 模式外，从 2017 年下半年开始，公司通过海外经销的模式，逐步拓展海外自主品牌业务。2019 年上半年开始，公司开始进行海外直销业务的尝试。

5、经销模式

发行人经销模式主要包括线下经销、线上分销和海外经销。经销模式具体情况如下：

（1）运输方式承担方式

经销模式	项目	运费承担方式
线下经销	单次提货金额小于 1 万	经销商承担运费
	单次提货金额 1-5 万	经销商承担提货金额的 2%，超出部分由公司承担
	单次提货金额大于 5 万	公司承担运费

	食材	单次订单食材 100 包/盒以上（含），物流费由发行人承担，100 包/盒以下，经销商承担食材提货金额 5%的运费，超出部分由公司承担
线上分销	北京京东世纪贸易有限公司	公司承担发货至京东仓库的运费，京东承担发货至最终消费者的物流费用
	公司代发货	一般由公司承担运费，但根据客户选取的物流平台及发货距离，加收相应的运费价差
	分销商自发货	公司承担发货至分销商运费，分销商承担发货至最终消费者的物流费用
海外经销	-	公司承担装船前的船务费，运费由海外经销商承担

上述运输费用承担方式在报告期内未发生重大变化。

（2）主要经销商保证金缴纳的比例

经销模式		保证金缴纳条款
线下经销		2016 年和 2017 年未约定保证金缴纳条款。2018 年要求经销商自合同签订日起七日内将市场保证金汇至公司指定账户；在经销商第一次违规经过处罚与整改后，达到了公司认为可继续合作的条件，经销商必须在原有市场保证金基础上额外缴纳不低于 2 万元的保证金。2018 年 7 月开始，公司增加补充协议，对新加入的经销商收取 5,000 元的市场保证金。2019 年针对新合作的经销商，要求经销商缴纳 5 千-1 万元不等的市场保证金，在签订合同时，需缴纳市场保证金 5 千元。
线上分销	京东自营	公司自签订协议 7 个工作日内，需以电汇方式向京东缴纳 10 万元保证金；若公司未按约定时间支付保证金的，公司认可京东有权自应结账款中扣除相应金额作为保证金，京东扣除后应向公司出具保证金收据。
	其他分销商	合作的淘系分销商在网上开店的需缴纳 5 千-2 万元保证金，授权合作期结束，分销商无违反约定行为则全额返还。2019 年 6 月开始，对于新加入的分销商收取 2 千-5 千不等的保证金。
海外经销		未约定保证金

（3）退换货政策及退换货情况

①公司经销模式下的退换货政策

经销模式	退换货政策
线下经销	针对产品质量问题，公司按照经销协议予以退换货，非产品质量问题，不予退换货。
线上分销	分销商自发货：分销商向消费者提供退换货服务。非质量原因不允许分销商退换货。 公司代发货：消费者在收到货物之后出现的售后问题，分销商直接联系发行人售后客服进行处理。执行 7 天无理由退换货政策。 京东自营：京东接受消费者退换货，发行人处理京东的退换货需求，接受京东任何理由的退货
海外经销	在公司发货起两周内，经双方检验确认属于产品品质问题，由公司判断是否影响二次销售或需要退回处理。若公司判定商品可以继续销售，则公司提供给客

	户销售折让或进行退换货处理

②经销模式退换货情况

A：线下经销退换货比例

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
退换货金额（万元）	1.41	3.40	5.18	16.56
线下经销主营业务收入（万元）	833.14	2,922.54	3,671.26	4,523.15
退换货合计占比	0.17%	0.12%	0.14%	0.37%

由上表可知，线下经销退换货率极低，和公司退换货政策相符。

B：线上分销退换货比例

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
退换货金额（万元）	111.42	230.77	40.04	93.57
线上分销收入（万元）	2,366.99	3,955.76	1,721.45	2,028.87
退换货合计占比	4.71%	5.83%	2.33%	4.61%

注：退换货金额为公司发货给消费者后的所有退换货，包括消费者确认收货前和确认收货后的退换货。

2016 年线上分销退换货率较高主要系公司于 2015 年末取消了和唯品会的分销模式，唯品会在 2016 年 3-5 月将未销售的产品全部退回；2018 年线上分销退换货率较高主要系公司于 2018 年全面取消京东代销合作模式，转为京东自营模式。由于终端消费者普遍对京东自营拥有更高的认同度，因此，发行人 2018 年加大了对京东自营的前期铺货量，但京东自营的实际销售情况未达预期，根据京东规则，库存周期较长的商品收取的库存费用较高，因此先选择退回，导致退换货金额较大。

C：海外经销退换货比例

报告期内，海外经销未发生退换货。

（4）与经销商的返利、毛利保护等情况

销售模式	毛利保护	销售返利	推广补贴
线下经销	无	年初与经销商签订年度经销协议，约定季度、年度销售目标及返利比例。经销商完成公司当年下达的销售目标后，公司给予一定的比例的销售返	根据经批准的推广方案，结合经销商销售业绩，给予经销商相应的市场推广费用及促销支持

			利，返利在经销商后续进货中予冲抵	
线上分销	京东自营	保证京东 15%的毛利率；月度折扣补贴为销售额的 0.5%		无
	其他线上分销	无	根据分销商采购金额不同给予不同比例的返利，分为销售返利和推广返利	根据经批准的推广方案，结合经分销商销售业绩，给予分销商相应的市场推广费用及促销支持
海外经销		无	发行人与大侑公司签订的合同中约定年度销售目标及返利比例。大侑公司完成公司当年下达的销售目标后，公司给予一定的比例的销售返利，返利在后续进货中予冲抵。	为协助大侑公司开展台湾地区的新品上市及品牌推广，双方可以协商大型行销活动补助款

①线下经销模式下的返利与推广补贴情况

报告期内，线下经销模式下的返利与推广补贴情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占线下经销收入比例	金额	占线下经销收入比例	金额	占线下经销收入比例	金额	占线下经销收入比例
返利金额	18.52	2.22%	108.24	3.70%	143.48	3.91%	250.44	5.54%
推广补贴	22.16	2.66%	137.05	4.69%	149.17	4.06%	209.91	4.64%
合计	40.68	4.88%	245.29	8.39%	292.64	7.97%	460.35	10.18%

②线上分销模式下的返利与推广补贴情况

A：京东自营分销模式下的返利情况

报告期内，京东自营分销模式下的返利情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占京东自营收入比	金额	占京东自营收入比	金额	占京东自营收入比	金额	占京东自营收入比
毛利保护费	80.29	12.91%	242.53	20.23%	19.53	8.60%	-	-
合计	80.29	12.91%	242.53	20.23%	19.53	8.60%	-	-

B：其他分销模式下的返利情况

报告期内，除京东自营外的其他分销商返利情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占其他分销收入比	金额	占其他分销收入比	金额	占其他分销收入比	金额	占其他分销收入比
返利金额	153.58	8.80%	222.57	8.07%	101.16	6.77%	244.26	12.04%
推广补贴	23.95	1.37%	29.88	1.08%	25.91	1.73%	80.19	3.95%
合计	177.53	10.17%	252.45	9.16%	127.07	8.50%	324.45	15.99%

③海外经销模式下的返利与推广补贴情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占海外经销收入比例	金额	占海外经销收入比例	金额	占海外经销收入比例	金额	占海外经销收入比例
返利金额	-	-	-	-	-	-	-	-
推广补贴	-	-	4.58	1.23%	1.93	1.06%	-	-
合计	-	-	4.58	1.23%	1.93	1.06%	-	-

报告期内，公司未向经销商、分销商提供财务支持。

（5）经销商是否专门销售发行人产品

线下经销方面，公司与线下经销商签订《年度商超渠道销售支持协议》，要求经销商一旦进驻终端门店经营北鼎品牌后，不允许同时经营其他品牌养生壶。

线上分销方面，部分线上分销商在淘宝、天猫等平台开设的店铺中专营公司养生壶等产品，专卖店中为专门销售发行人产品；除此之外并未严格限制。

海外经销方面，公司未与海外经销客户约定专门销售公司产品。

（6）发行人给予经销商的信用政策与其他销售方式下信用政策的差异

报告期内，给予经销商的信用政策与其他销售方式下信用政策的差异情况具体如下：

项目	销售模式	信用政策
外销业务	OEM/ODM	OEM/ODM 客户通常给予 0-90 天不等的信用期
	海外经销	海外经销商根据客户情况不同，采用预付或不同信用期的政策

内销业务	线上直销	消费者确认收货或系统默认收货后回款
	线上代销	京东代销：收到发票后 3-7 个工作日付款
	线上分销	公司代发货：消费者确认收货或第三方平台系统自动默认收货后，系统自动按供货价分账至公司平台账户；公司定期提取至银行账户； 线上分销商自行发货：先款后货； 京东自营：结算单核定付款日起 7 个工作日内付款
	线下经销	先款后货
	线下 KA	华润，月结 30 天内回款
	礼品团购及其他	先款后货

（7）经销商分级情况

公司对经销商实施扁平化的管理，对经销商未进行分级。

（8）经销商中法人单位和非法人单位情况

①线下经销

报告期内，公司经销商中法人单位和非法人单位的数据、收入金额及占比情况如下：

单位：万元、家

经销商	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
法人经销商	56	813.35	97.62%	73	2,858.31	97.80%	71	3,606.64	98.24%	63	4,449.66	98.38%
非法人经销商	1	1.98	0.24%	3	18.42	0.63%	3	26.50	0.72%	4	52.19	1.15%
临时经销商	27	17.81	2.14%	28	45.81	1.57%	26	38.12	1.04%	17	21.31	0.47%
合计	84	833.14	100.00%	104	2,922.54	100.00%	100	3,671.26	100.00%	84	4,523.16	100.00%

注：临时经销商指发行人交易频率低、提货金额小的经销商，该类经销商采购发行人产品用于试销售或其他，该类分销商变动较大。

公司经销商中的非法人单位主要为个人或个体工商客户，利用其开设的商贸行、店铺销售本公司的产品，报告期内，公司非法人线下经销商与临时经销商占公司经销收入比例较低，线下经销商基本为法人经销商。

②线上分销

报告期内，公司分销商中法人单位和非法人单位的数据、收入金额及占比情况如下：

单位：万元/家

经销商	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
法人分销商	38	2,340.44	98.88%	40	3,722.79	94.11%	27	1,483.41	86.17%	20	1,574.86	77.62%
非法人分销商	3	9.25	0.39%	11	198.90	5.03%	14	205.07	11.91%	29	373.86	18.43%
临时分销商	27	17.30	0.73%	44	34.07	0.86%	52	32.97	1.92%	140	80.14	3.95%
合计	68	2,366.99	100.00%	95	3,955.76	100.00%	93	1,721.45	100.00%	189	2,028.87	100.00%

注：临时分销商指与发行人交易频率低、提货金额小的分销商，该类分销商采购发行人产品用于试销售或其他，该类分销商变动较大。

公司分销商中的非法人单位主要为个人或个体工商客户，其在淘宝、天猫等电商平台开设个人网店。报告期内，公司非法人线上分销商与临时分销商占公司线上分销收入比例较低，线上分销商基本为法人分销商。

③海外经销

报告期内，公司海外经销商中均为法人单位。

（9）现金和第三方回款情况

①线下经销

报告期内，经销商回款中第三方回款与现金回款情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
第三方回款金额	2.32	29.67	56.92	54.96
现金回款	-	-	-	-
合计	2.32	29.67	56.92	54.96

报告期内公司经销收入无现金回款，第三方回款金额极小，主要系经销商通过其关联自然人账户或关联法人账户代为支付。发行人在报告期内加强对经销商第三方回款的控制，第三方回款的情况逐渐减少。

②线上分销

报告期内，分销商回款中第三方回款与现金回款情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

第三方回款金额	23.15	15.28	89.30	76.81
现金回款	-	-	-	-
合计	23.15	15.28	89.30	76.81

报告期内公司分销收入无现金回款，第三方回款金额极小，主要由分销商通过其关联自然人账户或关联法人账户代为支付。发行人在报告期内加强对分销商第三方回款的控制，第三方回款的情况逐渐减少。

③海外经销

报告期内，海外经销商第三方及现金回款情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
第三方回款金额	166.34	91.09	-	-
现金回款	-	-	-	-
合计	166.34	91.09	-	-

上述第三方回款主要为海外经销商 PANDABRANDS INC.通过财务公司 Haier Global 付款所形成。

发行人与海外经销商 PANDABRANDS INC.签署经销协议时，海外经销商为降低资金压力，同时与发行人及具有提供资金服务业务的公司 HOTOEM Information Technology Company Limited 及 Haier Global Business Corpotation Limited （以下简称 Haier Global）签署了货款资金代付协议，由 Haier Global 在 PANDABRANDS INC.有资金需求时代付销售货款。

综上，上述通过第三方回款具有合理性。

6、采用目前经营模式的原因及报告期内经营模式影响因素的变化情况及未来变化趋势

公司采用目前经营模式的主要原因如下：公司结合所处厨房小家电行业市场环境，充分研究下游客户及消费者改善性饮食需求，结合自身竞争优势及特点，加快推动北鼎制造向北鼎品牌战略转型，逐步形成了现有的经营模式。

影响经营模式的关键因素主要包括：①客户及消费者需求变化情况；②行业竞争格局变化情况；③电子商务产业的发展情况。由于影响经营模式选择的因素

在未来可预见的一段时间内将保持稳定，公司经营模式也不会发生重大变化。同时，公司将持续关注和研究下游行业发展动态，对现有经营模式进行持续优化。

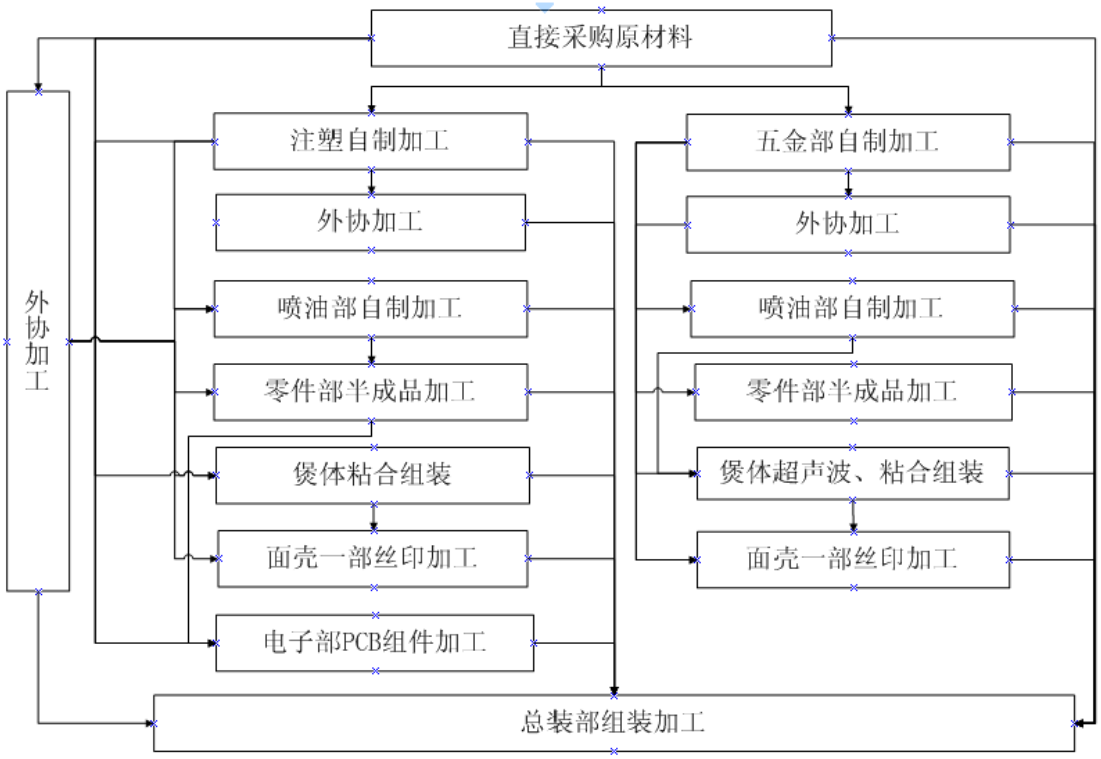
（五）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

自设立以来，公司致力于为客户和消费者提供厨房小家电及配套产品的研发、设计、生产和销售，公司主营业务未发生重大变化。

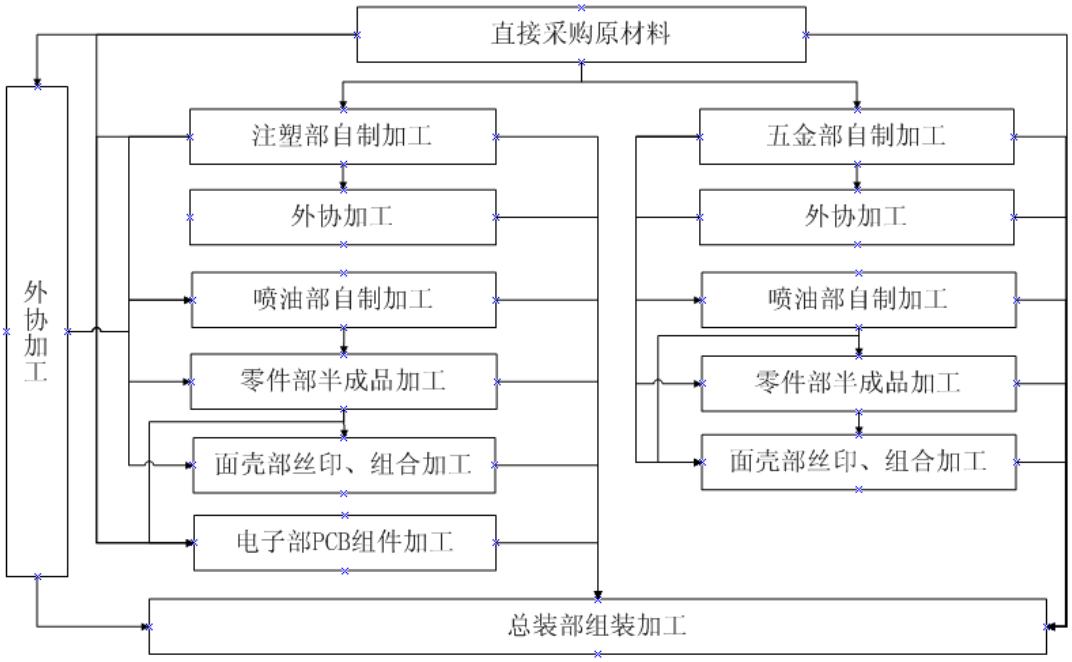
但在多年的积累和发展过程中，公司主要产品品类不断优化升级，近年来推出养生壶、烤箱、饮水机以及周边食材、用品等产品，深受消费者青睐。公司由以传统代工业务为主的北鼎制造逐步向以自主品牌为重心的北鼎品牌进行战略转型，销售模式由单一线下逐步丰富为线上线下全渠道发展。

（六）主要产品的工艺流程

1、开水煲系列（养生壶、电热水壶）



2、多士炉、烤箱、饮水机、蒸锅系列


直接采购原材料
外协加工
注塑部自制加工
外协加工
喷油部自制加工
零件部半成品加工
面壳部丝印、组合加工
电子部PCB组件加工
五金部自制加工
外协加工
喷油部自制加工
零件部半成品加工
面壳部丝印、组合加工
总装部组装加工

二、发行人所属行业基本情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》分类，公司所处行业属于电气机械和器材制造业（C38），细分行业属于日用电器制造业。根据《国民经济行业分类标准》（2017 年修订版），公司所处行业为家用电力器具制造（分类代码：C385），细分行业属于家用厨房电器具制造。

（一）行业主管部门、监管体制及主要法律法规与政策

1、行业主管部门

家电行业的主管部门为工信部消费品工业司，消费品工业司的职责为承担轻工、纺织、食品、医药、家电等的行业管理工作。

2、行业自律组织

中国家用电器协会（CHEAA）是家电行业自律性组织，由国内生产家用电器企业及其相关的企事业单位组成，是经国家民政部门核准登记注册的社会团体法人。协会主要负责企业与政府的沟通，协助编制、制定行业发展规划和经济技术政策，参与制定和修订行业的产品标准，推动行业对外交流等。

3、行业法律法规及产业政策

（1）法律法规

序号	政策名称	颁发机构	颁布时间	相关内容
1	《中华人民共和国电子商务法》	全国人民代表大会常务委员会	2018-08	为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。
2	《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》（国家工商行政管理总局令第 90 号）	国家工商总局	2017-03	明确了不适用退货的商品范围和商品完好标准以及相关退货程序，并对网络商品销售者违规，做出了明确的处罚细则。
3	《缺陷消费品召回管理办法》	国家质检总局	2016-01	消费品存在缺陷的，生产者应当依照本办法实施召回。消费品目录包括家用电器。
4	《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》（国家工商行政管理总局令第 77 号）	国家工商总局	2015-10	明确规定网络集中促销组织者和经营者的义务，禁止采用虚构交易、成交量或虚假用户评价等不正当方式虚抬商誉，损害消费者和其他经营者合法权益。
5	《中华人民共和国食品安全法》（中华人民共和	全国人民代表大会	2015-05	为保证食品安全，保障公众身体健康和生命安全制定，从事食品相关产品的经营

序号	政策名称	颁发机构	颁布时间	相关内容
	国主席令第二十一号）	常务委员会		者，应当遵守该法。
6	《网络零售第三方平台交易规定制定程序规定（试行）》	商务部	2015-04	对网络销售第三方平台经营者制定、修改、实施交易规则等行为进行规范。
7	《中华人民共和国广告法》	全国人民代表大会常务委员会	2015-04	为规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业发展，维护社会经济秩序而制定的法律。
8	《网络交易管理办法》（国家工商行政管理总局令第 60 号）	国家工商总局	2014-03	保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，并对网络等销售形式进行了规范。
9	《消费者权益保护法》（2013 修正版）	全国人民代表大会常务委员会	2014-03	保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，并对消费者的权利，经营者的义务等内容进行了说明与规范。
10	《强制性产品认证管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2009-07	凡列入强制性产品认证目录内的产品，必须经国家指定的认证机构认证合格，取得相关证书并加施认证标志后，方能出厂、进口、销售和在经营服务场所使用。
11	《食品用包装、容器、工具等制品生产许可通则》	国家质量监督检验检疫总局	2006-07	国家质检局出具的关于食品用包装、容器、工具等制品生产许可的管理文件，规定了企业从事相关生产时资质申请、审查的流程，以及相关监管部门的名称的职责。

（2）产业政策

序号	文件名称	发文单位	颁布时间	相关内容
1	《关于构建市场导向的绿色技术创新体系的指导意见》	发改委、科技部	2019-04	推进建立统一的绿色产品认证制度，对家用电器、汽车、建材等主要产品，基于绿色技术标准，从设计、材料、制造、消费、物流和回收、再利用环节开展产品全生命周期和全产业链绿色认证。积极开展第三方认证，加强认证结果采信，推动认证机构对认证结果承担连带责任。
2	《家用电器行业实施“三品”战略蓝皮书（2017 年版）》	工信部、中国家用电器协会	2018-03	系统剖析了中国家用电器行业品种、品质、品牌的现状、特点和问题及家电企业实施“三品”战略的变化和成效，总结优秀企业经验，推动家用电器产业进一步升级发展。
3	《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	国务院	2018-01	明确了六大政策来助力电商和快递协同发展；优化协同发展政策法规环境；完善电子商务快递物流基础设施；优化电子商务配送通信管理；提升快递末端服务能力；强化标准化智能化，提高协同运行效率；强化绿色理念，发展绿色生态链等。

序号	文件名称	发文单位	颁布时间	相关内容
4	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》	国务院	2016-09	适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团体标准和高水平企业标准的供给力度。开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作，改善空气净化器、家用清洁机器人等新兴家电产品的性能和消费体验，提高空调器、电冰箱、洗衣机等传统大家电的产品舒适性、智能化水平，优化电饭锅、剃须刀等传统厨用、个人护理用小家电产品的外观和功能设计。提升多品种、多品牌家电产品深度智能化水平，推动智能家居快速发展。
5	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	工信部	2016-08	推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展。加快智能技术、变频技术、节能环保技术、新材料与新能源应用、关键零部件升级等核心技术突破。重点发展智能节能环保变频家电、健康厨卫电器、智能坐便器、空气源热泵空调、大容量冰箱和洗衣机、空气净化器和净水器等高品质家电产品，满足消费结构升级需要。
6	《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》	中国家用电器协会	2015-12	“十三五”期间，“转变经济发展方式”必将成为电器工业发展的主线和根本途径。加快转变经济发展方式要求电器工业实现产业结构调整，由“传统制造业”向“现代制造业”转变，以增强行业的竞争能力。加快转变经济发展方式要求电器工业继续增强自主创新能力，由“技术追随者”转变“技术引领者”，谋求未来发展主动权。
7	《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	国务院	2015-11	加快推动轻工、纺织、食品加工等产业转型升级，瞄准国际标准和细分市场需求，从提高产品功效、性能、适用性、可靠性和外观设计水平入手，全方位提高消费品质量； 支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展。
8	《中国制造 2025》	国务院	2015-05	基于信息物理系统的智能装备、智能工厂等智能制造正在引领制造方式变革；网络众包、协同设计、大规模个性化定制、精准供应链管理、全生命周期管理、电子商务等正在重塑产业价值链体系；可穿戴智能产品、智能家电、智能汽车等智能终端产品不断拓展制造业新领域。我国制造业转型升级、创新发展迎来重大机遇。
9	《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》	中国家用电器协会	2011-05	重点发展附加值搞的高端家电产品，对家电工业的共性技术和观检技术的研究、标准化建设、自主品牌的培育、关键零部件的研发和重大设备技术改造、新型的节能环保产品、创新产品的产业化试点及市场化等基于政策和资金支持等。
10	《关于加快我国家用电器行业转型升级的指导意见》	中华人民共和国工业和信息	2009-12	根据国内外消费结构升级的发展趋势和市场特点，坚持自主创新，腿痛技术创新成功再全行业的转移和辐射，提高产品附加值，开发适合不同消费需求的节能、环保的家电产品。

序号	文件名称	发文单位	颁布时间	相关内容
		化部		

（二）行业简介与发展现状

1、行业概况

小家电一般是指除了大功率输出的电器以外的家电，一般这些小家电占用电力资源比较小，或者机身体积也比较小，所以称为小家电。根据不同分类标准，小家电可以分为以下种类：

（1）按照消费习惯分类，小家电可以分为中式小家电和西式小家电。具体分类如下：

类别	说明
西式小家电	主要消费地在欧美市场，如电热水壶、多士炉、烤箱、面包机、咖啡机、搅拌机等
中式小家电	主要消费地在国内及周边市场，如电压力锅、养生壶、豆浆机、豆腐机、电饭锅等

随着全球化进程推进，东西文化的渗透，中西生活方式相互融合，中式和西式小家电的划分并不绝对，个别产品上有交叉。随着中国经济的发展，人民生活水平和消费水平的提高，西式小家电开始走进国内大、中型城市家庭。

（2）按产品用途分类，小家电可以分为厨房小家电、家居小家电和个人护理小家电，具体分类如下：

类别	说明
厨房小家电	微波炉、多士炉、电热水壶、烤箱、电咖啡壶、食品加工机、电饭煲、电磁炉、料理机、豆浆机等
家居小家电	电熨斗、吸尘器、电风扇等
个人护理小家电	电吹风、剃须刀、按摩器、电熨斗、电动牙刷、电子美容仪等

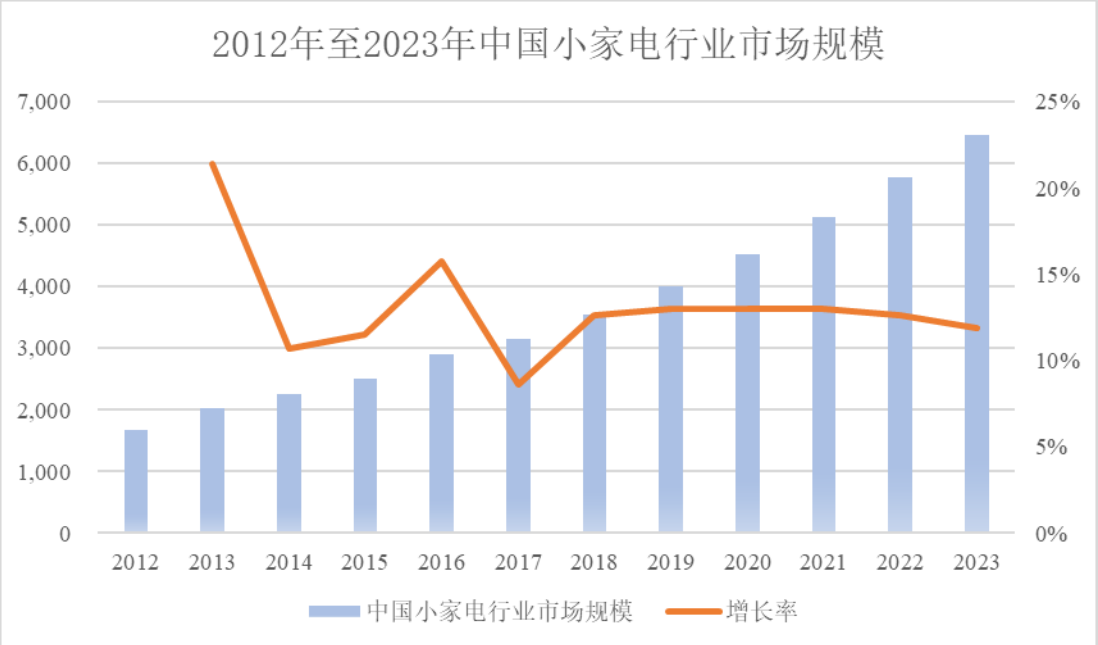
厨房小家电是小家电领域的重要细分领域，公司主要产品属于厨房小家电。

我国的厨房小家电行业始于上世纪 80 年代，虽较欧美日等发达国家和地区滞后近 30 年，但是发展后劲却很足。发展之初，厨房小家电仅仅包括电饭煲，开水壶等，产品单一，功能简单，市场规模小；进入 90 年代后，厨房小家电行业发展迅速，随着微波炉、电饭煲产品进入市场，厨房小家电种类迅速增多；到

了 21 世纪，消费者对食品安全以及生活品质有了更高的要求，厨房小家电产品也从经济、耐用向环保、健康、时尚、个性化转型，各种高新技术和新材料被广泛运用于厨房小家电，产品多功能化、智能化的趋势非常明显。

2、行业发展前景

我国的小家电市场仍处在发展的初期阶段。中国市场上小家电无论是消费者可供选择的品类还是消费者实际的拥有情况，都和发达国家有着较大的差距。在发达国家，小家电是居民家庭中不可或缺的重要用品，小家电品种丰富，平均每户拥有 20-30 件小家电，而中国每户小家电的保有量平均水平较低，不到 10 件/每户。我国小家电普及水平与西方发达国家有着较大差距，未来面临良好的发展机遇。随着我国人民生活水平的提高，舒适度、时尚化的需求将不断涌现，将有助于小家电产品的普及渗透以及产品设计和功能升级。另一方面，小家电产品技术的提升，也在不断地推动用户的消费升级，小家电的更新换代速度越来越快。根据前瞻数据库的数据显示，2017 年我国小家电零售规模为 3,155.00 亿元，同比增长 12.52%，2018 年将增长到 3,553.00 亿元，复合增速接近 12.60%。同时前瞻数据库预测 2019 年中国小家电行业市场规模将突破 4,000 亿元，未来五年（2019 年-2023 年）年均复合增长率约为 12.63%，并预测 2023 年，我国小家电行业市场规模将达到 6,460 亿元。



数据来源：前瞻数据库

3、厨房小家电行业现状及发展趋势

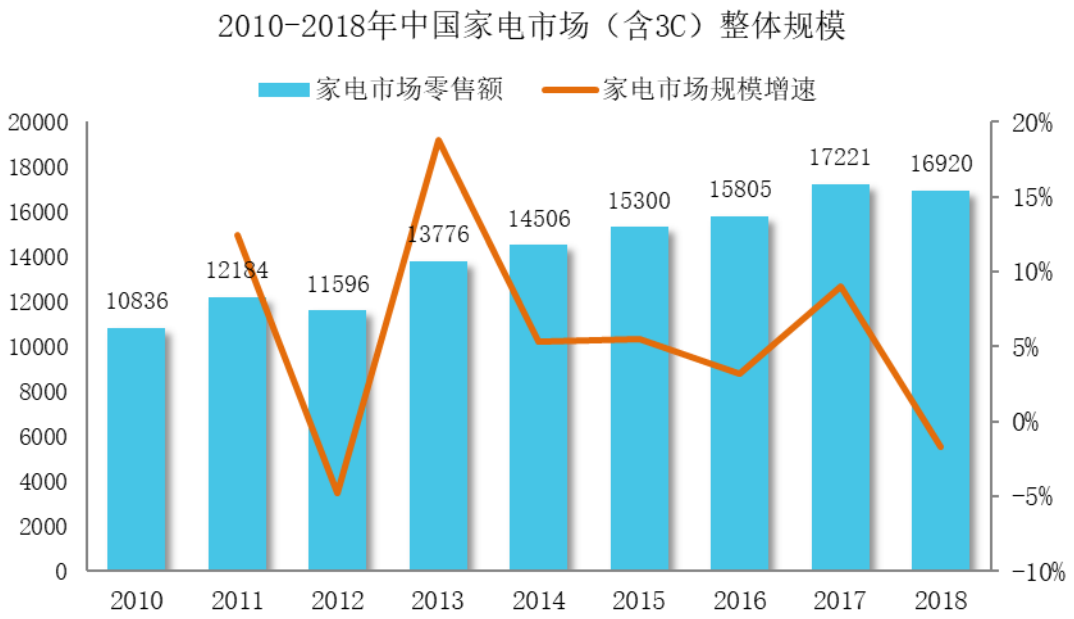
（1）全球小型家用电器市场平稳增长，新兴市场逐渐崛起

尽管大部分成熟市场的小家电拥有量已达到较高水平，但小家电科技创新活跃，新产品、新概念不断注入，推动产品迭代升级，带来大量换购需求。同时受益于经济增长、购买力的提升、中产阶层规模日益庞大以及零售渠道逐步完善，新兴经济体正成为全球家电消费市场新的增长极。

另一方面，随着经济全球化及国际分工体系的日益深化，欧美品牌商根据各自的比较优势逐渐集中于市场调研、新产品设计和品牌营销，逐步将开发、生产制造、装配、物流等业务链向具有劳动力优势的国家转移，伴随小家电产业集群的成长及产业链的日益完善，竞争优势进一步凸现，中国已成为全球最重要的小家电生产基地。据中国家用电器协会数据，从 2008 年以来，中国家电出口在全球市场比重持续上升。2018 年全球家电进出口额为 1,421 亿美元，中国家电出口额约占全球出口市场的 39.40%，其中中国大家电出口额约占大家电全球出口市场的 33.40%，小家电出口额约占小家电全球出口市场的 46.50%。

（2）我国家电市场整体成熟，小型厨电产品出现快速增长态势

我国家电市场整体较为成熟，进入横盘及产业升级期，但小型厨房电器市场表现突出。据欧睿咨询统计，2015 年我国小型厨房电器（非炊具）销量达 3,880 万台，同比增长 12%，成为家电行业新的增长点。2016 年冰箱、洗衣机等品类继续低迷，整体家电市场规模为 15,805 亿元，仅增长 3.20%，而当年厨房电器市场规模达到 847 亿元，同比上升 14%，远高于整体家电市场的增长水平。根据中怡康的数据，2018 年家电市场（含 3C）规模为 16,920 亿元，同比微幅下跌 1.75%，2016-2018 年的年复合增速达到 3.47%。全国家用电器工业信息中心发布的《2018 年中国家电行业年度报告》显示，我国 2018 年家电行业整体零售额 8,104 亿，同比增长 1.9%，以厨房电器为主的新兴家电（洗碗机、集成灶、吸尘器、破壁机等）规模发展迅速，“品质化”、“高效化”“细分化”成为 2019 年家电行业发展的主要方向。



单位：亿元，数据来源：中怡康

（3）健康、养生理念逐步普及，养生厨房小家电备受青睐

随着全民养生成为一种时尚和潮流，食物天然营养和健康养生指标已经成为左右大众消费趋向的关键标准，养生概念被引入了家电市场，小型家电领域逐渐衍生出养生电器新品类。

养生类电器将中国传统饮食养生理念结合现代营养学成果，通过家电相关技术的应用，实现饮食烹饪过程中的营养均衡与营养量化，简言之就是通过精细烹饪及营养量化的方式达到养生目的的家电产品。

几种代表性养生类电器及其功能特点

养生电器品类	功能特征
养生壶	可以煮养生茶、养生药膳、烹煮中药、煲汤、温酒等，不容易使食物的营养流失
原汁机	榨汁机的衍生版，它与榨汁机的区别主要在于低速挤压，不会因为刀片高速运转时所产生的温度破坏蔬菜水果中的营养成分
电炖锅	采用文火慢烧法炖粥、汤，可以使食材和调料的味道、营养很好地散发到粥、汤里
破壁料理机	能瞬间击破食材中细胞的细胞壁，将细胞中的维生素、矿物质、植化素、蛋白质和水分等充分释放
净水器	去除水中的细菌、病毒、有害化合物及有机物、重金属，异色异味等有害身心健康的物质，保留有益矿物离子

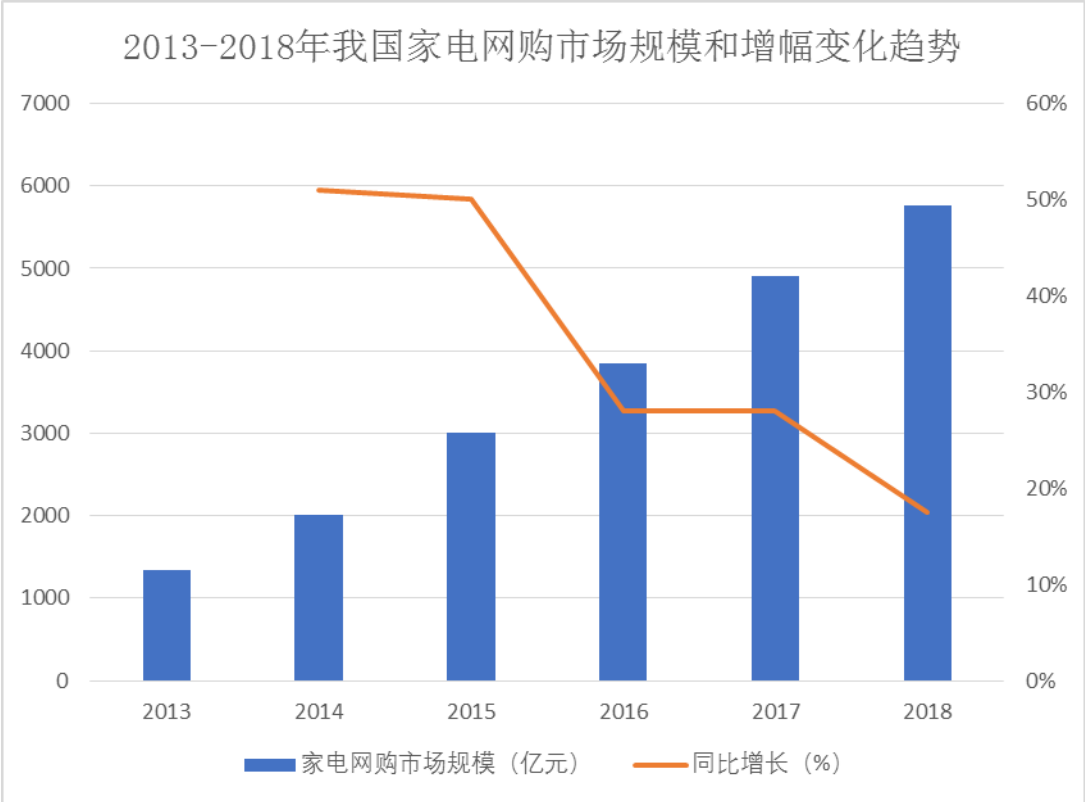
目前，小型健康家电备受消费者青睐，在小型厨电领域，养生壶、破壁机、电炖锅、原汁机、料理机等各类主打健康功能的小家电层出不穷，成为我国家电

行业中增长最为迅猛的细分领域之一。养生类厨房小家电不仅成为居家必备产品，也成为假日里走亲访友的时尚“礼品”。同时，更多新颖和本土化产品的推出，以及品牌体验店的萌芽，促进了市场的发展和进化。

（4）线上消费渠道异军突起，成为新的消费增长点

我国家电渠道经历了供销社、批发商、专卖店、大连锁、区域连锁、电商、移动电商等渠道业态的变革，而互联网电商特别是移动互联网电商的兴起，深刻影响了消费者的消费习惯，正成为新的消费增长点。据国家统计局、商务部数据显示，2018 年我国网络零售交易额突破 9 万亿元，同比增长超过 25.35%，处于高速增长态势，同时我国网络购物用户规模较 2017 年同期规模，同比增长了 17.10%，达到 5.92 亿人。

根据工信部赛迪研究院发布的《2018 年家电网购分析报告》显示，2018 年家电整体网络零售额达到 5,765 亿元，同比增长达 17.51%，其中小家电网购市场规模达 1,060 亿元。以 2018 年小家电 3,553 亿元的规模计算，网络渠道渗透率达到 29.84%。



单位：亿元，数据来源：工信部赛迪研究院、中国家电网购高峰论坛

2018 年网购市场持续增长，成为家电市场“新常态”。报告显示，2018 年小

家电产品网上零售额达 1,060 亿元，同比增长达 39.47%。从线上渠道格局看，京东占据家电整体网购市场约 60%的份额。

（5）智能家居成为发展主流，小家电智能化是大势所趋

2016 年 6 月国务院《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》提出，“要求适应家用电器高端化、智能化发展趋势，提升多品种、多品牌家电产品深度智能化水平，推动智能家居快速发展”。智能家居是家电行业未来发展的主流方向。

据艾瑞咨询发布的《2018 年中国家居市场研究报告》显示，2017 年中国智能家居产品市场规模达到 3,254.70 亿元，而智能家电（包括智能大家电和智能小家电）市场规模达 2,828.50 亿元，占比 86.90%。其中，智能厨房电器的市场规模仅占整体智能家具市场的 5.40%，厨房家电的智能化水平未来有望进一步提升。

（6）行业自动化、智能化生产水平将不断提升

随着工业 4.0 概念的逐渐深入人心，智能制造已是家电企业创新发展、转型升级的必由之路。2016 年 8 月，工信部印发《轻工业发展规划（2016-2020 年）》提出将在食品、家用电器、皮革和家具等基础条件好的行业推进智能制造，加快智能制造软硬件产品应用与产业化。

中国家电行业在发展之初，凭借劳动力成本优势进入国际产业分工体系，承接全球品牌商的生产制造，并逐渐发展为全球最重要的家电生产基地。但随着人工成本上涨，企业面临较大成本压力。使用机器人、机械臂等技术设备代替人工，深度应用互联网、信息技术，加速提升家电生产的智能化、柔性化水平，不仅可以减轻生产成本压力，更能提高产品质量的一致性和稳定性，减少物耗、能耗和排放。

（三）行业进入壁垒

小家电行业处于较为充分的市场竞争状态，但在传统小家电之外，新兴小家电品类日益涌现，该品类面向的是对厨房电器有特殊需求、高端需求的消费者，他们更加注重生活品质和产品本身的功能性内涵。时尚设计、科技创新、产品质量、服务和口碑将成为各品牌抢占新兴品类的决定性因素。

因此，在新兴小家电领域，不同细分品类存在不同品牌竞争的格局，尚未出

现在所有品类均占据绝对优势的品牌。以养生壶为例，根据奥维云网数据显示，2018 年养生壶产业中，前 5 大品牌集中度在 70%左右，线上前三品牌依次为小熊、荣事达、北鼎。小家电行业具体进入壁垒如下：

1、品牌壁垒

作为大众消费品行业，厨房小家电企业对品牌的依赖程度非常高，品牌集中体现了产品质量、档次、性能、服务和市场地位。目前消费者的消费观念越来越理性，日益重视产品品牌，越来越多的消费者正逐步形成自己的品牌忠诚度。新进入企业在行业中要提升品牌知名度所需的成本更高、时间更长，随着收入水平提高，中高端消费者对价格的敏感程度也在降低，在缺乏品牌知名度的情况下，仅凭借低价策略去扩大市场份额会变得越来越困难。

2、技术研发壁垒

近年来，中国消费者的消费观念从一味要求低价，逐渐向高端、品质、品位、智能转变，时尚高雅的外观设计、方便快捷和多样化的功能、安全品质、节能环保等成为市场竞争的关键因素，同时随着新技术、新工艺和新材料在小家电生产中的应用，对企业的技术创新、工业设计和材料选型都提出了越来越高的要求。

对养生小家电而言，企业还要结合养生食材对产品功能不断优化升级。例如养生壶可以烹饪燕窝、煮花草茶、养生药膳、五谷粥、温酒等，针对不同的功能，要求企业从材料、电子部件、结构、温控程序等软硬件优化设计，保证烹饪食品达到口感和营养俱佳的效果。本行业具有一定的技术研发壁垒。

3、产品质量壁垒

对于小家电而言，产品品质是企业的生命线。随着人们对品质的不断追求以及消费的不断升级，人们对小家电的安全、耐用性等方面也越来越重视，产品安全性是首要考虑的因素。作为直接与食物接触的家用电器，厨房小家电的材质非常重要，不仅需要耐高温，长时间烹煮后也不能产生有害物质，危害人体健康。另外，为了提高产品耐用性，要求发热盘、线路板、芯片等部件性能稳定、使用寿命长。产品使用故障或引发安全事故，不仅影响消费者体验，也对企业品牌形象产生巨大损失，因此企业面临很高的产品质量控制壁垒。

4、营销渠道壁垒

我国家电渠道经历了供销社、批发商、专卖店、大连锁、区域连锁、电商、移动电商等渠道业态的变革，随着移动互联网的发展，电商、微信、社区营销等各种新型业态不断兴起。对于不同的小家电产品类别和产品所处的生命周期，企业通常选择不同的营销渠道，这对企业的渠道建立和管理能力提出较大的挑战。

对于线下渠道而言，高端卖场面向高消费人群，进驻企业的品牌、产品的技术品质以及服务等需要经过严格的考核认证。对于品牌专柜和体验店更需要企业进行精细化管理，提升单店运营效率。完善的营销和服务网络构成企业新的核心竞争力。

5、规模和成本控制壁垒

小家电生产具有显著的规模效应。企业只有达到一定的生产规模才能有效降低生产成本，增强盈利能力。由于小家电品类繁多，企业通常按订单驱动的模式安排生产，具有小批量、多品种的定制化生产特点，在进行规模化生产同时更需要具备对产能进行柔性调控能力，新进入的企业在短时间内无法在成本、规模、管理经验等方面形成优势。

（四）影响行业发展的重要因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）国家政策的大力支持，提供了良好的政策环境

近年来，小家电产品类别不断丰富，以便捷实用、时尚智能、节能环保的优势，给广大消费者的生活带来更多的便利，显著改善了居民的生活品质，受到了国家政策的大力支持，拥有良好的政策环境。

2016 年 6 月国务院发布的《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》指出，将家用电器作为重点领域，适应家用电器高端化、智能化发展趋势，改善新兴家电产品的性能和消费体验，优化传统厨用、个人护理用小家电产品的外观和功能设计。

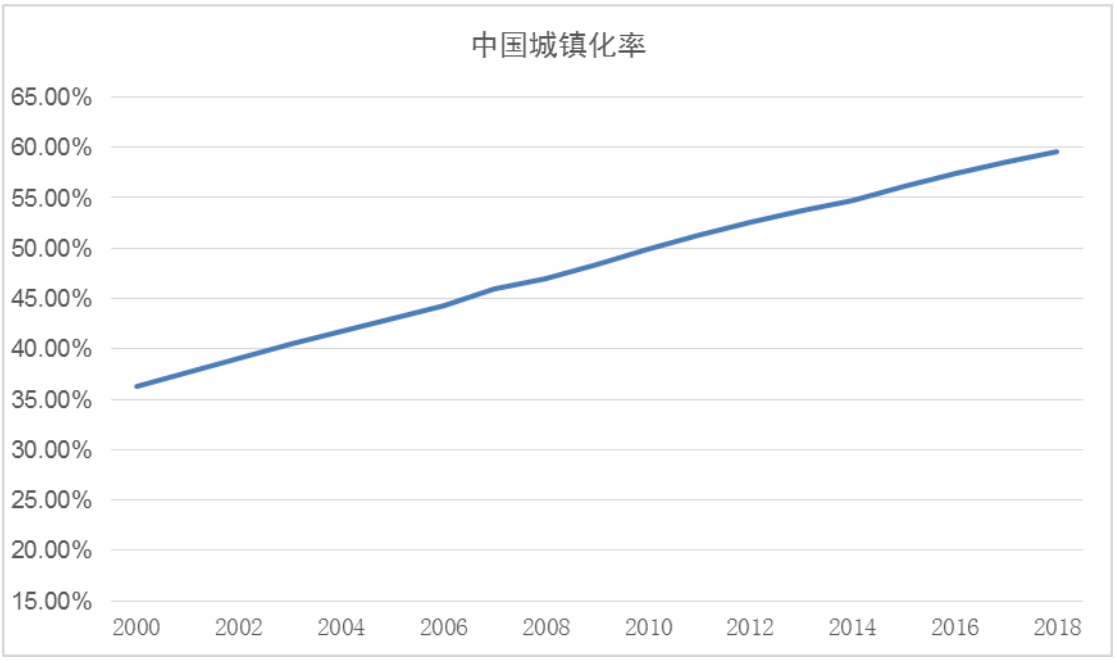
工信部 2016 年 8 月《轻工业发展规划 2016-2020》提出，开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品，支持骨干企业加快智能家电开发和市场推广，以“提

品质”促进有效供给能力提升。

（2）城镇化推进，居民消费水平和消费升级，行业发展前景广阔

近年来，我国经济增长从高速换档为中高速这一新常态，正在经历产业结构调整转型和消费升级的进程，消费逐步成为拉动经济增长的主要力量。据商务部数据显示 2019 年上半年最终消费支出增长对经济增长的贡献率达到 60.1%，远远超越投资和出口，成为带动国民经济发展的主要马车。

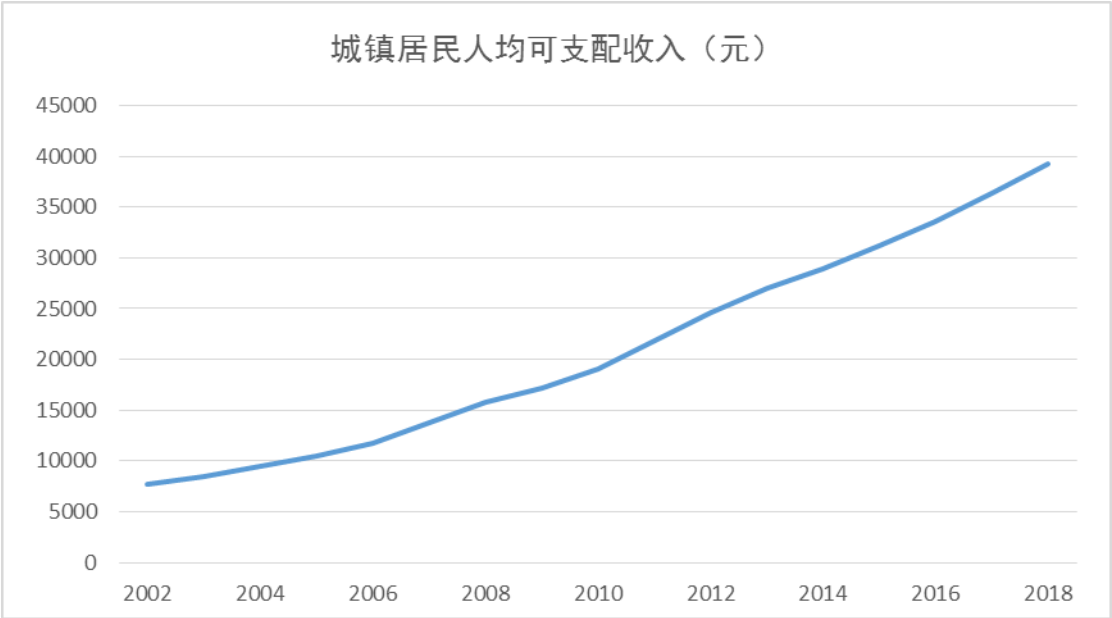
根据国家统计局的数据，我国城镇化率从 2000 年的 36.22%提高到 2018 年的 59.58%，但是，我国城镇化率仍然远低于发达国家 80%的平均水平，同时也低于人均收入与我国相近的发展中国家 60%的平均水平。《国家新型城镇化规划（2014－2020 年）》提出，到 2020 年我国常住人口城镇化率达到 60%左右，户籍人口城镇化率达到 45%左右。未来随着国家工业化和城镇化的推进，行业行业发展前景广阔。



数据来源：国家统计局

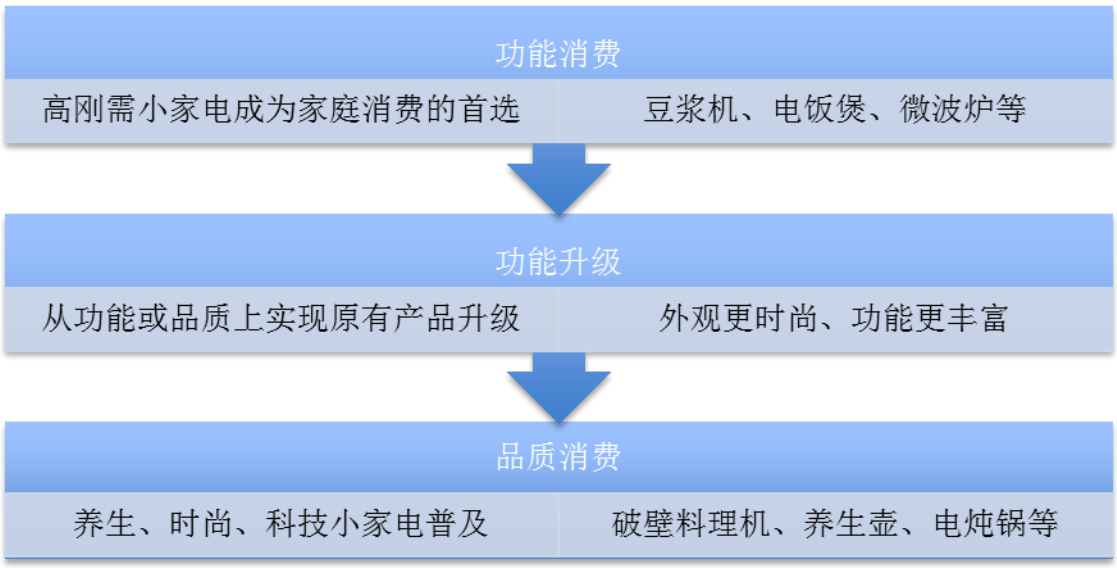
受益中国经济继续稳定的快速发展，人民生活水平也不断提升。2019 年上半年，全国居民人均可支配收入 15,294 元，比上年同期名义增长 8.8%，扣除价格因素，实际增长 6.5%，收入增速超过 GDP 增速（6.3%），2019 年上半年，全国居民人均消费支出 10,330 元，比上年同期名义增长 7.5%，扣除价格因素，实际增长 5.2%。城镇居民消费总体处于小康向享受型过渡阶段，农村居民则正在

从温饱向小康发展，为消费持续稳定增长奠定坚实的基础。



数据来源：国家统计局

在此背景下，我国消费结构正在经历深刻的变化，80、90 后以及中产阶层群体正在崛起，逐渐成为小型家用电器的消费主体，他们拥有更高水平的购买力，追求精致健康、时尚科技的生活方式。出于对生活舒适的追求，相比产品的功能和价格因素，新一代的消费者们更注重产品品质和美感带给用户的附加值。因此，拥有技术创新、个性和时尚外观的养生小家电正受到越来越多消费者的青睐。“小而美”已经成为了现阶段我国小家电市场发展的主旋律，高客单价的高端产品越来越受消费者青睐。我国小家电产品结构不断升级以及高端化态势渐现，由功能性消费到品质消费转变。



（3）健康养生意识逐渐增强，促进养生小家电市场繁荣发展

受环境污染、生活节奏加快和压力骤增、不健康的生活方式以及不良的生活习惯等因素的影响，我国居民健康状况已经不容乐观，“亚健康”、“慢性病”等也逐渐成为生活的热点话题。国家先后发布了《健康中国 2020》、《促进健康服务业发展》和《加快健康服务人才队伍建设及规范从业人员培训》等重要文件，多角度着手提高我国居民健康管理水平。

因此，旨在提高生活品质的小家电产品已有超过生活必需品的趋势。在厨房小家电领域，消费者更愿意尝试智能化、高端化的产品。这将推动小型厨电行业不仅在市场规模上取得快速增长，更将成为家电产业科技创新、优化升级的前沿阵地。在此背景下，新兴小家电品类快速普及，破壁料理机、养生壶、电炖锅等现代时尚养生产品销量持续走俏。养生壶是电水壶顺应消费者健康、养生需求而衍生出来的高端品类，在我国办公和居家场景中的普及度还比较低，整体市场处于产品生命周期的成长初期。从长期来看，受我国产业政策推动、产品技术的迭代升级、消费水平的提升以及健康养生意识的增强等多因素驱动下，未来养生类小家电行业成长空间巨大。

（4）技术创新驱动小家电产品迭代升级

厨房小家电产品品类日益增多，满足消费者个性化、多样化的需求，越来越多的消费者更加注重时尚科技与生活品位，对厨电产品外观、功能要求更加多样化、智能化，科技创新成为市场发展关键的驱动因素。近年来新材料、新工艺、新技术的加速应用，厨房小家电产品的结构设计、智能便捷、安全健康等方面不断迭代升级，推动了小家电新功能、新品类的涌现和普及。

在养生壶市场上，高品质玻璃材质、电子元件、精密温控和过热保护系统等新材料新技术的应用，以及专门针对各类东方养生食材和药膳设计开发的烹调功能，使养生壶产品不仅优雅时尚、操作智能、安全无害，更使烹调的养生食品达到口感和营养俱佳的效果，获得了消费者越来越广泛的认可和信赖。

（5）互联网的普及，线下体验店的兴起，推动行业发展

据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 43 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2018 年 12 月，我国网民规模达 8.29 亿，互联网普及率为

59.60%；2018 年新增网民 5,653 万人，较 2017 年末增长 3.80%；我国手机网民规模达 8.17 亿，网民通过手机接入互联网的比例高达 98.60%，网络购物用户规模达 6.10 亿，较 2017 年底增长 14.4%，网民使用比例为 73.6%；手机网络购物用户规模达 5.92 亿，占手机网民的 72.5%，年增长率为 17.1%。随着移动互联网的迅猛发展，电商、移动电商、社区营销等新兴业态不断冲击卖场、家电连锁、专卖店等传统家电渠道，已成为小家电行业新的增长极。

在此背景下，线下渠道积极拥抱互联网，电商平台也在逐渐下沉，家电实体店的体验功能不断得到强化，消费者不仅可以享受在线下单和物流配送的便捷服务，更能够进入实体店全方位体验家电新产品的功能和品质，线上线下渠道的融合显著推动小家电行业的发展。

对于养生小家电来说，企业通过体验店开展陈列展示、现场烹调、养生知识讲解等活动与消费者形成良好互动，传递和倡导健康生活方式，增强消费者健康养生意识。体验店已经成为移动互联网时代传递品牌内涵、引领新型生活方式的重要窗口，对养生小家电的发展起到长期推动作用。

2、影响行业发展的不利因素

（1）产品质量安全事故影响行业健康发展

厨房小家电产品作为烹调食物的器具，与食品卫生安全息息相关。低劣的产品可能含有对人体健康有害的物质，甚至在操作过程中引发短路、起火等事故，危及生命财产安全。近年来的小家电安全事故和抽检不合格事件，引发了社会各界的担忧，在一定程度上阻碍了行业的健康发展。

近年来国家倡导和推动绿色消费，日益严格小家电产品有害物质的安全指标，2016 年 7 月开始执行的《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》，明确规定了减少和限制铅、镉、汞等有害物质的使用，保证小家电产品的使用安全。未来行业进入门槛有望进一步提高，消费者选购产品日益成熟和理性，安全性高、低碳环保的产品竞争力不断提高，市场加速洗牌，推动行业进入健康良性的发展轨道。

（2）国内基础配套能力不足，关键基础材料和零部件产业发展滞后

经过多年的发展，我国目前虽然已经成为全球最主要的家电制造产业基地，

形成了珠三角产业集群，但我国关键基础材料、核心基础零部件（元器件）产业发展相对滞后，以及部分高端关键装备依然受制于进口。如发行人生产养生壶使用的高品质玻璃、温度控制器等核心材质和零部件技术仍被德国、英国等垄断，对国内小家电企业的发展形成一定制约。

近年来，扩大有效供给、高端供给，推动我国向全球价值链高端环节跃升已经成为国家的发展战略，国家相继发布了《中国制造 2025》、《工业强基工程实施指南（2016-2020 年）》等一系列产业政策和规划文件，长期来看，有利于夯实工业基础，实现关键基础材料的自主保障。

3、进口国贸易政策及竞争格局

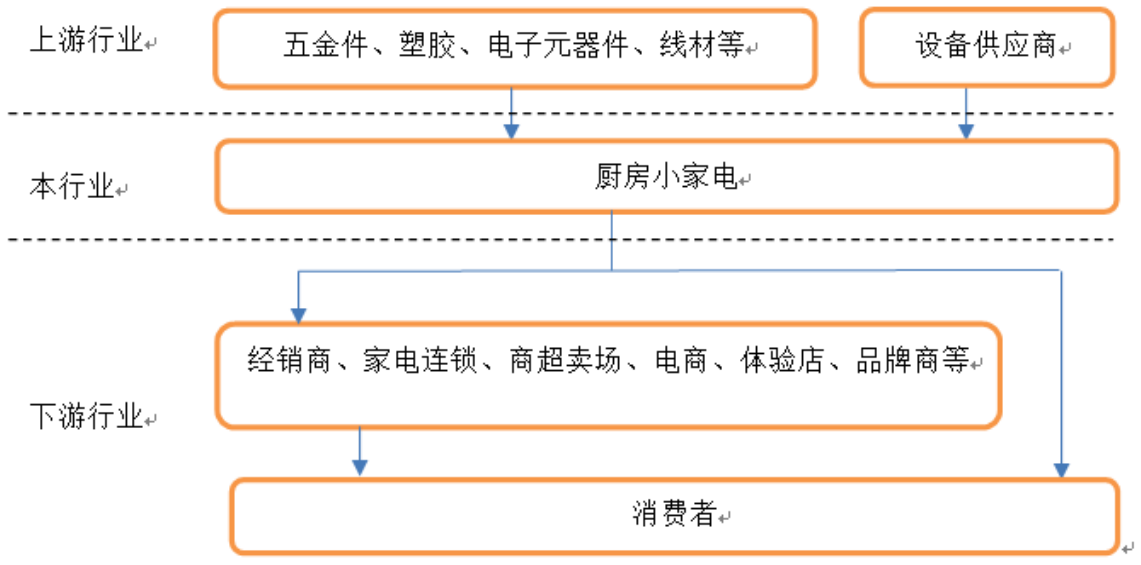
国别	进口政策	贸易摩擦情况	同类产品竞争格局
美国	1、厨房小家电不属于禁止进口或限制进口的产品； 2、禁止进口不符合节约能源和标签标准部分产品； 3、进口食品需要符合美国食品和药物管理局（FDA）的要求，并提前向 FDA 做出申请与报告。	自 2018 年 3 月以来，美国向中国发起了多轮贸易战，提出了多起反倾销、反补贴措施，涉及航空航天、信息和通信技术、机器人行业、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业。 根据中美贸易摩擦的最新进展，公司向美国出口的主要产品多士炉、电热水壶、养生壶在美国未来拟加征的 3000 亿清单中，根据 2019 年 8 月 13 日美国贸易代表办公室的消息，该部分清单分两批实施，第一批自 2019 年 9 月 1 日起实施，第二批自 2019 年 12 月 15 日实施。且根据 2019 年 8 月 23 日美国贸易代表办公室的消息，该 3000 亿美元的商品加征比例提升 5%至 15%。	美国是小家电产品的主要消费国之一，美国本土、欧洲品牌占据了较大的市场份额。中国小家电目前以提供 ODM 与 OEM 服务为主，但部分中国自有小家电品牌由于性能和价格的优势，也逐步占据了一定的市场份额。
欧盟	1、厨房小家电不属于禁止进口或限制进口的产品，也不存在关税或非关税壁垒； 2、进口电器及电子设备禁止含有 6 种有害毒质。同时包括进口商在内需要负责接受顾客丢弃的	欧盟对中国发起超百起反倾销、反补贴和保障措施调查，主要涉及光伏玻璃、无缝钢管、剥离纤维长丝、聚酯短纤维、铝箔卷、有机涂层钢板等产品。 自 2008 年，欧盟针对进口小家电设置的绿色技术贸	欧盟国家是厨房小家电的主要消费地区之一，其中欧洲本土品牌有较大的市场份额。美国、日本、中国的小家电品牌也具有一定的市场份额。

	旧有产品； 3、原产地规则实行自我认证体系，由出口商直接先给客户出示、提供原产地证明。	易壁垒 WEEE 和 ROHS 环保指令实施后，我国小家电出口企业生产成本大幅上升。	
俄罗斯	1、厨房小家电不属于禁止进口或限制进口的产品，也不存在关税或非关税壁垒； 2、中俄两国签署了相互给予最惠国待遇协定，中国商品出口俄罗斯能享受最惠国优惠关税；	无。	俄罗斯本土小家电市场以欧洲品牌为主，同时中国品牌也占据了一部分市场份额。
韩国	1、厨房小家电不属于禁止进口或限制进口的产品，也不存在关税或非关税壁垒； 2、根据韩国《关税法》规定，当韩国国内市场某些产品供应短缺或过量时，韩国政府可临时对这些产品实行配额关税管理。	截至 2018 年底，韩国对中国发起数起反倾销、反补贴和保障调查，主要涉及中国瓷砖、镀锌低碳钢丝、涂布印刷纸、阔叶木胶合板、H 型钢等产品。 韩国未曾就中国小家电产品提过反倾销、反补贴、特殊保障等措施。	韩国小家电市场以韩国本土小家电品牌为主。日本、中国品牌占据一定的份额。

资料来源：国家商务部《对外投资合作国别（地区）指南（欧盟 2017 年版）》、《对外投资合作国别（地区）指南（美国 2017 年版）》、《对外投资合作国别（地区）指南（俄罗斯 2017 年版）》、《对外投资合作国别（地区）指南（韩国 2017 年版）》

（五）与上、下游行业之间的关联性及影响

厨房小家电的上游行业主要包括五金、塑胶、电子元器件等行业，下游涉及流通渠道和终端消费者。其产业链关系简图如下：



1、上游行业发展状况及对本行业的影响

上游原材料对小家电产品的影响主要体现为原材料供应、成本和产品品质。原材料成本在小家电生产成本中占比较高，原材料价格变化直接影响到本行业的采购成本，从而影响行业的盈利能力。由于塑料、五金件、电子元器件等占总成本比例相对较高，因此其价格波动对企业的利润影响较大。目前原材料的价格变动主要是依据市场行情而定。

行业内部分核心原材料如玻璃壶身、硅胶、温控器等，由于国内关键基础材料和零部件产业配套滞后，高端材质和电子元器件仍依赖进口，并且由于该类原材料定制属性较高，只有具备一定的采购规模才能符合进口企业的要求，因此对企业的原材料稳定供应和议价权有一定的制约影响。

2、下游行业发展状况及对本行业的影响

厨房小家电的下游行业主要是销售渠道和终端消费者，出口业务主要采用 OEM/ODM 模式，下游面向国际品牌商。国内销售渠道主要包括经销商、家电连锁、商超卖场、电商平台、体验店等。

厨房小家电作为终端消费品，通过各类销售渠道进入千家万户，产品的销售直接受销售渠道的布局和发展态势的影响。同时，产业链上生产企业与流通企业之间的利益划分，直接影响生产企业的利润空间，对优质渠道资源的布局和精细化运营是厨房小家电企业参与竞争的关键因素。

80、90 后以及中产阶层逐渐成长为厨房小家电的主要消费群体，他们更加追求生活品质和健康养生，倾向于选择时尚、智能、养生和个性化的产品，养生小家电因此成为市场的热点产品。为消费者打造健康的生活方式，并满足个性化需求已成为厨房小家电企业产品设计研发的主要着力点。

（六）发行人在行业中的竞争地位

1、市场地位

公司主要从事厨房小家电及配套产品的研发、生产和销售。公司专注生产、研发、销售已超过 15 年，具备成熟的产品线，积累了丰富的行业经验。经过多年的发展，公司在高端厨房小家电领域具备较强的市场竞争力和美誉度，具有较

好的市场地位。

产品设计创新方面，公司建立了较为完善的研发设计体系和研发团队，形成了大量的研发成果。截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有专利 194 项。其中，境内发明专利 81 项，境外专利 30 项，实用新型 47 项，外观设计专利 36 项。多款产品荣获“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。

渠道方面，公司在国内市场上主要为“BUYDEEM 北鼎”自主品牌产品，已成功进驻全国多个省会级城市的 500 余家高端终端以及淘宝、天猫商城、京东商城等主流电商平台及自建官网商城。在国外市场上主要采用 ODM/OEM 方式，与惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、摩飞电器（Morphy Richards）、铂富集团（Breville）、美康雅集团（Conair）等世界著名品牌商合作，为其提供产品的研发和生产服务。

产品定位方面，“BUYDEEM 北鼎”产品在材质、品质、功能、设计方面均定位高端。以养生壶为例，据奥维云网数据显示，2018 年国内养生壶市场线上产品大部分集中于 0-199 元价格带，线下产品多数集中于 0-300 元价格带，而 2018 年公司内销养生壶产品均价在 600 元以上。

2、主要竞争对手情况

（1）养生壶领域主要竞争对手

序号	主要竞争对手	主要竞争对手情况
1	合肥荣事达小家电有限公司	成立于 2004 年，是一个以家电为主导，涉及家用电器、智能家居、文化创意、金融投资等经营领域的企业，主要产品包括厨房电器、生活电器、个人护理电器、汽车用品及智能机器人等。其中厨房电器包括电饭煲、电热水壶、养生壶、电火锅、电炖盅、电磁炉、电烤箱等。
2	广东小熊电器股份有限公司（股票代码 002959）	成立于 2006 年，主要从事创意小家电的研发、生产与销售，核心品类包括酸奶机、电热饭盒、加湿器、煮蛋器、豆芽机、电炖盅等。
3	美的集团股份有限公司（股票代码 000333）	一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团，旗下拥有小天鹅、威灵控股两家子上市公司。美的集团旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、美芝等十余个品牌。
4	浙江苏泊尔股份有限公司（股票代码 002032）	成立于 1998 年，主要从事厨房炊具和厨卫家电的研发、制造和销售等，产品包括炊具、电热水壶、养生壶、电磁炉、电火锅、电饭煲、智能电压力锅、榨汁机、电炖锅、燃气灶、抽油烟机、消毒柜等。

（2）其他产品主要竞争对手

序号	主要竞争对手	主要竞争对手情况
1	广东新宝电器股份有限公司（股票代码002705）	始创于1995年，以商标“donlim”为核心自有品牌，专业研发、生产、销售电热水壶、搅拌器、咖啡机、多士炉、面包机等小家电及相关配套产品。
2	广东德豪润达电气股份有限公司（股票代码002005）	国内西式厨房小家电企业，成立于1996年，主要采用ODM经营模式，小家电产品主要用于出口，主要销往美国和欧洲。
3	美的集团股份有限公司（股票代码000333）	一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团。美的集团旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、美芝等十余个品牌。
4	浙江苏泊尔股份有限公司（股票代码002032）	成立于1998年，主要从事厨房炊具和厨卫家电的研发、制造和销售等，产品包括炊具、电热水壶、电磁炉、电火锅、电饭煲、智能电压力锅、榨汁机、电炖锅、燃气灶、抽油烟机、消毒柜等。
5	厦门灿坤实业股份有限公司（股票代码200512）	成立于1988年，是台湾灿坤集团旗下企业，主要产品为西式小家电，产品种类较为齐全，主要采用ODM经营模式，主要用于出口。
6	广东天际电器股份有限公司（股票代码002759）	创立于1996年，系专业生产、经营家用小电器、电子产品、医疗器械、陶瓷制品的中外合资企业。

3、同行业可比上市公司的具体业务情况

发行人招股说明书中列示的9家同行业可比公司具体业务情况如下：

公司名称	具体业务情况
九阳股份	主要从事厨房电器系列产品的研发、生产和销售，主要产品涵盖豆浆机、料理机、开水煲、烤箱等20余个品类300多个型号。2018年营业收入81.69亿，归属于上市公司股东的净利润7.54亿；食品加工机系列、营养煲系列、西式电器系列分别占营业收入的比41.73%、33.54%、13.16%。
圣莱达	主要从事水加热生活电器核心零部件及整机的研发、生产和销售及新型环保材料销售等业务，主要产品为温控器、电热水壶和咖啡机。2018年营业收入1.47亿，归属于上市公司股东的净利润0.12亿；电热水壶、温控器及配件、咖啡机等分别占营业收入的比9.54%、18.65%、24.29%。
新宝股份	主要从事研发、生产、销售小家电产品，公司的主要产品为电热水壶、电热咖啡机、面包机、打蛋机、多士炉等家用电器产品。2018年营业收入84.44亿，归属于上市公司股东的净利润5.03亿；电热类厨房电器、电动类厨房电器、家居电器分别占营业收入的比51.94%、24.91%、13.58%。
天际股份	主营业务包括锂电材料业务和家电业务，主要家电产品包括陶瓷烹饪电器、电热水壶系列产品和电蒸锅、酸奶机等其他厨房小家电。2018年营业收入8.61亿，归属于上市公司股东的净利润0.84亿；小家电占营业收入的比49.91%。
闽灿坤B	主营业务是小家电制造，大部份产品以出口为主。2018年营业收入17.90亿，归属于上市公司股东的净利润0.12亿；美食烹调、居家帮手、茗茶咖啡分别占营业收入的比58.81%、22.54%、13.64%。
惠而浦	属于家电行业，旗下拥有惠而浦等多个品牌，业务涵盖冰箱、洗衣机等白色家电，以及厨房电器、生活电器等系列产品线。2018年营业收入62.86亿，归属于上市公司股东的净利润2.62亿；厨电&小电占主营业务收入的比32.20%。
飞科电器	主要从事剃须刀等个人护理电器、家居生活电器及电工电器研发、制造、销售，产品包括个人护理电器、生活电器和电工电器三大类，2018年营业收入39.77亿，归属于上市公司股东的净利润8.45亿；电动剃须刀、电吹风分别占主营业

公司名称	具体业务情况
	务收入的比 68.89%、15.38%。
苏泊尔	主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器四大领域，明火炊具品类包括蒸锅、陶瓷煲、水壶等，厨房小家电品类包括电水壶、电蒸锅、面包机等。2018 年营业收入 178.51 亿，归属于上市公司股东的净利润 16.70 亿，炊具、电器分别占营业收入的比 32.60%、66.47%。
小熊电器	是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行创意小家电研发、设计、生产和销售，创意小家电产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，包括养生壶、电热水壶、电烤箱、多士炉等。2018 年营业收入 20.41 亿，归属于母公司所有者的净利润为 1.86 亿，厨房小家电、生活小家电分别占主营业务收入的比为 85.39%、14.45%。

注：同行业可比公司的资料主要来源于 2018 年年报，小熊电器资料主要来源于招股说明书。

公司选择同行业可比上市公司的依据和原因主要系：（1）所属行业相近，均为家电或小家电行业；（2）存在与发行人类似的业务和产品。

4、同行业可比公司的可比性

（1）相同点

项目	具体说明
工艺路径	发行人与同行业可比公司小家电产品的生产工序基本相同，主要包括注塑、冲压、喷涂、电镀、丝印、零件加工、总装等环节（根据具体产品、型号的不同选择适用的工序）。
客户分布	发行人与同行业可比公司直接面对的客户类型具有一定的相似性。例如：新宝股份、闽灿坤 B 以 ODM 或 OEM 业务为主，主要客户为海外品牌商，与发行人外销的客户类型相似；九阳股份、飞科电器等以经销模式为主，主要客户为经销商，与发行人线下经销、线上分销的客户类型相似。
服务模式	发行人的销售模式的划分方式与同行业可比公司基本相同，均从线上/线下、内销/外销、直营/经销/代销的角度进行划分。
客户粘性	从近期已披露前五大客户的同行业可比公司情况来看，前五大客户中相同客户的占比较高，体现较好的客户粘性，发行人与同行业可比公司的情况具有相似性。
后续服务及维护	发行人与同行业可比公司在产品的售后政策方面具有一定的相似性，结合不同的销售模式采用相应的售后政策，直销模式下由公司提供售后服务，经销模式下由经销商提供售后服务。

（2）不同点

项目	具体说明
产品定位	同行业可比公司中部分公司不同定位的产品均有涉及，部分可比公司主要满足消费者的刚性需求；发行人的自有品牌产品在品质、功能、设计等方面均定位高端，因而价格高于同行业可比公司的同类产品。
工艺路径	发行人与同行业可比公司在小家电的生产模式上存在一定的不同，部分同行业公司采取自制与外包结合的模式，如九阳股份、飞科电器等；发行人的小家电产品采用自制的生产模式。
客户分布	1、由于产品定位差异，发行人与同行业可比公司最终目标消费者群体不同。

项目	具体说明
	例如，九阳股份主要产品面向以 90 后为代表的年轻人，以宝妈为代表的中产家庭，以及注重健康养生的中老年人等消费人群；发行人面向的消费群体主要是有一定经济基础，对生活品质有一定追求的年轻女性。 2、发行人线下渠道以购物中心、高端卖场为主，如华润高端品牌 OLE、天虹高端品牌君尚、沃尔玛高端品牌山姆会员店等。
服务模式	1、自主品牌业务的主要销售模式存在差异 部分同行业可比公司以经销模式为主，如九阳股份、天际股份、飞科电器；发行人以线上直销为主，经销模式收入占比相对较小。 2、自有品牌和 ODM/OEM 结构不同 部分同行业可比公司以自有品牌为主，如九阳股份；部分公司以 ODM 或 OEM 模式为主，如闽灿坤 B；发行人内销以自有品牌为主，外销以 ODM/OEM 为主，报告期内自有品牌业务比例增长，ODM/OEM 模式比例下降。
客户粘性	同行业公司主要通过研发创新技术、营销推广、渠道布局、推出新产品等方式满足消费者需求，增强客户粘性。发行人除通过上述方式外，还通过布局电器+食材+食谱打造生态圈，提升消费者的用户体验，提高用户购买频次，强化客户粘性，为消费者提供全方位的厨房产品及服务。
后续服务及维护	

发行人产品与同行业可比上市公司相比在工艺路径、客户分布、服务模式、客户粘性、后续服务及维护等方面具有可比性，在上述方面存在一定的相似性。但发行人在产品定位与上述可比公司存在差异，相应目标消费者群体、客户维护与服务、客户粘性等方面也存在不同点。

（七）发行人的竞争优势与劣势

1、发行人的竞争优势

（1）品牌优势

品牌形象是企业重要的核心竞争力。公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质及出色的产品体验，受到消费者的认可，在厨房生活方式领域建立了较强的品牌影响力和市场地位。在产品定位、目标和销售定价方面，公司坚持高端的品牌定位，以高品质、时尚外观的产品和优秀的产品体验，塑造高端厨房生活品牌。

同时，公司通过官方网站、微信公众号、天猫商城、京东商城以及与具有影响力的自媒体合作等途径积极推广公司“BUYDEEM 北鼎”自主品牌和倡导时尚精致的生活方式。公司品牌知名度和美誉度逐步提升，“BUYDEEM 北鼎”品牌越来越被广大消费者所熟知。未来公司将进一步加强品牌建设，将“BUYDEEM 北鼎”品牌进一步打造成领先的高端厨房生活方式品牌。

（2）技术研发优势

公司自成立以来，一直注重产品的研发与创新，通过组建专业的研发团队，建立完备的产品开发体系，形成了较强的自主研发能力和优秀的工业设计能力。目前公司建立了专业的高品质厨房小家电研发和生产基地，在产品研发、设计等方面具有较强的竞争实力，形成了大量的研发成果，截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有专利 194 项。其中，境内发明专利 81 项，境外专利 30 项，实用新型 47 项，外观设计专利 36 项。公司自主研发设计的产品曾多次荣获“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项，具体如下：

获奖时间	获奖名称	获奖产品	颁奖单位
2010 年	IF 设计奖	KE0802 电热水壶	IF 工业论坛设计协会
2010 年	IF 设计奖、红点设计奖	KE0701 电热水壶	IF 工业论坛设计协会、德国设计协会
2012 年	艾普兰产品奖	调温数码水煲	中国家用电器协会
2014 年	红点设计奖	K206 电热水壶	德国设计协会
2015 年	SG Mark 2015 奖	K131 养生壶	新加坡设计商会
2015 年	中国设计红星奖	K206 电热水壶	中国设计红星奖委员会
2016 年	中国好设计优胜奖	Buydeem S601 饮水机	中国好设计工作委员会
2017 年	美国工业设计优秀奖	Buydeem S601 饮水机	美国商业周刊、美国工业设计师协会
2017 年	红点设计奖	Buydeem T750 烤箱	德国设计协会
2017 年	美国工业设计优秀奖	K185 养生壶	美国商业周刊、美国工业设计师协会
2019 年	红点设计奖	K108 养生壶	德国设计协会
2019 年	红点设计奖	K165 养生壶	德国设计协会
2019 年	红点设计奖	K187 养生壶	德国设计协会
2019 年	IF 设计奖	北鼎泡茶杯、凉水杯	IF 工业论坛设计协会

（3）渠道客户优势

公司凭借较强的产品研发、工业设计和生产制造能力，与惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、铂富集团（Breville）等世界著名小家电品牌商建立了持续、稳固的合作关系，为该等客户提供高品质小家电产品 OEM/ODM 服务。公司 OEM/ODM 业务受到了国际知名品牌商客户的认可，2015 年公司获得了

KitchenAid 授予的“2015 年度最佳供应商”称号。

在自有品牌经营方面，公司经过多年的发展，依托品质时尚的产品、定位高端的品牌形象，通过建立完善的渠道网络，已积累了一大批优质、稳定的高端消费者群体。线下方面，公司产品已成功进驻全国多个省会级城市的 500 余家高端终端，如山姆、顺电、华润 OLE、北京新光天地、上海久光、深圳万象城等；线上方面，公司进驻天猫商城、淘宝、京东商城等电子商务平台；另外，公司已自建官网商城，进一步完善网上销售渠道。目前，公司通过实施线下、线上双布局，已初步建立了较为完善的高端渠道网络。

（4）先进制造优势

自设立以来，公司一直专业从事厨房小家电产品的研发、生产和销售，依托先进的 ERP 系统 SAP、购置国际先进的机器人自动化生产设备，加大投入不断对现有生产线和生产物流系统进行精益化改造，目前已经形成了较高自动化水平和先进成熟的精益生产制造体系，有效保证了产品品质，提升了生产效率。

质量控制方面，公司通过 ISO9001:2015 质量认证体系，导入 6Sigma 品质管理理念，从产品研发、生产制造和成品入库各个环节设置了严格的品质检测，对产品材料、技术安全、制造工艺等均有严格检验，确保产品高品质和稳定性。精益制造和品质控制体系，有效提升公司产品品质和生产效率，有利于形成良好的客户体验，增强公司持续盈利能力。

（5）管理优势

经过多年的发展，公司拥有一支熟悉行业及市场、具有先进管理经验和开拓创新精神的管理团队，并通过有效的人才培养体系和激励措施，培养和吸引了大量专业管理人才。公司董事长、总经理、副总经理等核心管理层对行业技术及发展趋势具有深入的理解，拥有丰富的营运管理经验。同时，公司通过实施股权激励措施，实现公司核心管理人员、技术骨干持股，有利于维护公司管理团队的稳定，以确保公司经营战略、技术研发、市场推广等能够有效执行。

公司建立了完善的信息化管理体系，引入 SAP 系统以加强公司物流、信息流之间的融合和流程的标准化管理，通过集成化的数据处理和共享、流程的再造和优化，有效整合了设计研发、采购、成本库存管理、市场策略等活动，增强了

公司的快速反应能力和科学决策能力。

2、发行人的竞争劣势

公司虽然建立了较为全面的销售网络，在个别品类拥有一定的市场基础，但是“BUYDEEM 北鼎”品牌知名度尚需进一步提高，市场拓展力度有待进一步提升，因此，公司需要增加渠道建设和市场宣传方面的投入。同时，为满足不断增长的订单量，公司需要尽快增加场地、增购设备以扩充产能。另外，为保持持续的市场竞争力，公司需要在产品创新和技术研发上给予更大的投入。

目前，公司的资本状况和融资渠道无法支持公司在固定资产、研发和营销方面的进一步投入，公司迫切需要借助国内资本市场的力量扩大规模。

（八）行业未来变化趋势

行业未来变化趋势详见本节“二、发行人所属行业基本情况”之“（二）行业简介与发展现状”。

三、发行人报告期内销售情况和主要客户

（一）公司主要产品的产销情况

1、按产品分类的销售情况

单位：万元

产品名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	金额	金额	占比
多士炉	6,654.26	26.92%	21,315.41	35.13%	18,152.93	34.25%	18,150.19	37.14%
养生壶	6,134.59	24.81%	18,478.08	30.46%	18,507.29	34.92%	16,645.92	34.06%
电热水壶	4,688.60	18.97%	6,762.31	11.15%	8,124.02	15.33%	10,838.92	22.18%
饮水机	2,429.49	9.83%	4,554.36	7.51%	2,372.50	4.48%	976.91	2.00%
蒸锅	6.28	0.03%	83.44	0.14%	408.21	0.77%	410.64	0.84%
周边食材	1,784.81	7.22%	3,816.69	6.29%	1,968.72	3.71%	660.29	1.35%
烤箱	1,372.73	5.55%	3,083.33	5.08%	2,238.44	4.22%	4.23	0.01%
其他	1,651.04	6.68%	2,575.86	4.25%	1,229.73	2.32%	1,179.88	2.41%
合计	**24,721.81**	**100.00%**	**60,669.47**	**100.00%**	**53,001.84**	**100.00%**	**48,866.98**	**100.00%**

报告期内，公司主要产品为多士炉、养生壶和电热水壶，三者营业收入合计

占比 93.38%、84.50%、76.74%和 70.70%。但随着公司不断加大产品研发力度，持续拓展升级新产品，如烤箱、水机、周边食材及用品等，产品结构进一步优化。

2、主要产品的产能、产量、销量

单位：万件

产品	科目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
多士炉	产能	50.00	130.00	130.00	150.00
	产量	36.64	129.57	111.65	120.86
	销量	37.99	130.95	114.76	122.50
开水煲	产能	42.50	85.00	85.00	85.00
	产量	29.97	61.84	68.91	80.79
	销量	30.14	57.39	66.76	83.90

注：1、开水煲系列包括养生壶及电热水壶。

2、产能数据主要基于生产线数量、产品结构、每月标准生产天数 24 天、每天 11 个小时、外协规模不变的假设条件下统计得出。

3、2017 年多士炉产能较 2016 年下降，主要系将部分多士炉产线转换为烤箱生产线；2019 年 1-6 月多士炉产能有所下降，主要系发行人 2019 年初裁撤部分产线。

4、报告期内，多士炉产销率均大于 100.00%，主要系公司逐步消化多士炉成品库存所致。

3、主要产品的销售价格变动情况

单位：元/件

产品名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	单价	涨幅	单价	涨幅	单价	涨幅	单价
多士炉	175.18	7.62%	162.77	2.90%	158.18	6.76%	148.16
开水煲	359.06	-18.18%	438.85	10.01%	398.93	21.78%	327.58
其中：养生壶	599.63	-9.30%	661.11	3.88%	636.44	15.59%	550.62
电热水壶	235.46	2.94%	228.73	6.08%	215.62	6.77%	201.95

2017 年度多士炉产品平均单价较 2016 年上升主要系人民币汇率波动及产品结构综合影响所致，2018 年多士炉产品单价上升主要系外销产品单价提升所致，2019 年 1-6 月多士炉产品平均单价进一步提升主要系受 2018 年下半年外销产品提价，使得 2019 年 1-6 月平均单价高于 2018 年平均销售单价。

2016 年-2018 年开水煲产品单价上升主要系单价高的养生壶占比提升及养生壶自身产品结构升级所致。2019 年开水煲产品单价下降主要系：（1）养生壶整

体均价有所下降。受销售单价较低的外销养生壶销售占比提高影响，养生壶均价有所下降；（2）电热水壶销售占比提高。2018 年下半年公司对外销产品进行提价，使得 2019 年 1-6 月电热水壶单价有所提高，但由于电热水壶单价相对于养生壶较低，电热水壶销售占比提高，使得开水煲整体单价有所下降。

4、公司的产销区域分布

单位：万元

地区	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	13,425.50	54.31%	33,007.08	54.40%	26,288.34	49.60%	19,989.72	40.91%
欧洲	5,761.21	23.30%	13,449.96	22.17%	14,696.53	27.73%	16,900.81	34.59%
北美洲	4,203.33	17.00%	10,672.13	17.59%	7,688.45	14.51%	7,391.29	15.13%
大洋洲	1,278.92	5.17%	3,504.38	5.78%	4,201.79	7.93%	4,371.51	8.95%
其他	52.85	0.21%	35.92	0.06%	126.74	0.24%	213.65	0.43%
总计	24,721.81	100.00%	60,669.47	100.00%	53,001.84	100.00%	48,866.98	100.00%

（二）报告期内主要客户情况

1、报告期内前五大客户/店铺收入情况

单位：万元

期间	排名	集团名称	营业收入	占比
2019 年 1-6 月	1	惠而浦集团	7,538.63	30.49%
	2	天猫旗舰店	4,147.40	16.78%
	3	北鼎商城	1,733.40	7.01%
	4	铂富集团	1,675.39	6.78%
	5	京东旗舰店	1,154.76	4.67%
	合计		16,249.57	65.73%
期间	**排名**	**集团名称**	**营业收入**	**占比**
2018 年度	1	天猫旗舰店	12,079.64	19.91%
	2	惠而浦集团	11,880.69	19.58%
	3	摩飞电器	5,375.85	8.86%
	4	美康雅集团	4,931.87	8.13%
	5	铂富集团	3,309.98	5.46%
	合计		37,578.04	61.94%

期间	排名	集团名称	营业收入	占比
2017 年度	1	惠而浦集团	9,893.71	18.67%
	2	天猫旗舰店	8,787.80	16.58%
	3	摩飞电器	4,379.17	8.26%
	4	美康雅集团	3,673.38	6.93%
	5	铂富集团	3,036.69	5.73%
	合计		29,770.75	56.17%
期间	排名	集团名称	营业收入	占比
2016 年度	1	惠而浦集团	10,371.18	21.21%
	2	天猫旗舰店	7,065.53	14.46%
	3	摩飞电器	5,325.71	10.90%
	4	铂富集团	2,956.17	6.05%
	5	京东集团	2,248.83	4.60%
	合计		**27,967.42**	**57.22%**

注 1：天猫旗舰店、北鼎商城和京东旗舰店的最终客户大部分为个人消费者，较难完全统计其名称等信息。为更好地反映公司业务特点，将天猫旗舰店、北鼎商城和京东旗舰店按单个客户来列示。

注 2：惠而浦集团包括 KitchenAid Europa Inc., Maytag Sales, Inc., KitchenAid Australia Pty Ltd.,Whirlpool S.A、惠而浦（中国）投资有限公司等企业；美康雅集团包括 Conair Corporation, Conair Consumer Products ULC,Babyliss SARL 等企业；铂富集团包括 HWI International Ltd., 和 Breville Pty Limited 等企业。

公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。

2、不同销售方式下主要客户情况

（1）发行人外销各模式前五大客户

①OEM 模式

A、前五大客户

发行人 OEM 模式下主要客户情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2019 年 1-6 月	1	惠而浦集团	7,527.05	71.25%
	2	铂富集团	1,675.39	15.86%
	3	摩飞电器	810.16	7.67%
	4	美康雅集团	551.61	5.22%
	合计		10,564.21	100.00%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2018 年度	1	惠而浦集团	11,372.02	45.78%
	2	摩飞电器	5,383.30	21.67%
	3	美康雅集团	4,861.54	19.57%
	4	铂富集团	3,193.80	12.86%
	5	纽威尔集团	28.41	0.11%
	合计		24,839.07	100.00%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2017 年度	1	惠而浦集团	9,638.90	46.26%
	2	摩飞电器	4,200.24	20.16%
	3	美康雅集团	3,732.71	17.91%
	4	铂富集团	2,987.19	14.34%
	5	赛博集团	278.92	1.34%
	合计		20,837.96	100.00%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2016 年度	1	惠而浦集团	10,065.97	46.89%
	2	摩飞电器	5,282.79	24.61%
	3	铂富集团	2,894.55	13.48%
	4	美康雅集团	2,011.53	9.37%
	5	赛博集团	1,050.66	4.89%
	合计		21,305.49	99.25%

B、前五大客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	变动情况	变动情况
进入前五的客户	无变动	
退出前五的客户	纽威尔集团	纽威尔集团当期向发行人采购 ODM 产品，未采购 OEM 产品，因此退出发行人 OEM 前五大客户。

2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	纽威尔集团	由于 2018 年赛博集团未与发行人合作，纽威尔集团上升为发行人第五大客户。
退出前五的客户	赛博集团	赛博集团逐步将向发行人下达的订单转到其控股的子公司苏泊尔，因此退出前五名。
2017 年比 2016 年		
进入前五的客户	无变动	
退出前五的客户	无变动	

报告期内，OEM 客户对发行人产品的采购情况受其自身业务发展规模、产品结构调整、市场环节等多方面因素影响，导致各期向发行人采购金额及占比存在一定波动，从而使得排名有所变动。

C、前五大客户基本情况

a、惠而浦集团

惠而浦集团创立于 1911 年，全球知名的大型家用电器制造商之一，旗下拥有 Whirlpool, Maytag, KitchenAid, Jenn-Air, Amana, Brastemp 和 Bauknecht 等众多知名国际品牌，业务遍及全球 170 多个国家和地区。

（a）KITCHENAID EUROPA INC

企业名称	KITCHENAID EUROPA INC
注册资本	未获取
注册地	比利时
规模	惠而浦集团下属公司，主要覆盖欧洲区域
成立日期	1911 年 11 月 11 日
主要股东情况	Whirlpool Corp 持股 100%
主营业务	家用电器的批发及销售
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（b）Maytag Sales, Inc.

企业名称	Maytag Sales,Inc.
注册资本	1,000 美金
注册地	美国

规模	惠而浦集团子公司，主要覆盖美国区域
成立日期	2004 年
主要股东情况	Whirlpool Corp 持股 100%
主营业务	从事于家用电器的分销与市场营销咨询等服务。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（c）KitchenAid Australia Pty Ltd

企业名称	KitchenAid Australia Pty Ltd
注册资本	1 澳元
注册地	澳大利亚
规模	惠而浦集团下属公司，主要覆盖澳洲区域，2017 年全年销售规模：4,818.87 万澳元
成立日期	2014 年 8 月 25 日
主要股东情况	Kitchenaid Global Inc.持股 100%
主营业务	主要从事于厨房家电的销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、摩飞电器

摩飞电器是英国知名的中小型家用电器企业。

企业名称	Morphy Richards Ltd
注册资本	50.01 万英镑
注册地	英国
规模	2017 年财年销售规模：7,431.7 万英镑
成立日期	1959 年 12 月 16 日
主要股东情况	有投票权股本 0.01 万英镑：Morphy Richards Appliances Limited 持有 100%； 无投票权股本 50.00 万英镑：Morphy Richards Appliances Limited 持有股本 499,999 英镑，Glen Electric LTD 持有股本 1 英镑
主营业务	提供家用电器的销售与服务。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、美康雅集团

美康雅集团，美国知名零售企业，旗下拥有数十个品牌，产品遍布欧美各国。

企业名称	Conair Corporation
注册资本	-
注册地	美国
规模	2017 年全年利润：2.08 亿美元
成立日期	1959 年
主要股东情况	The Rizzuto Family USA
主营业务	开发、制造和销售个人护理用品、美发产品、专业烹饪厨具用品及包装。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

d、铂富集团

铂富集团，成立于 1932 年，澳大利亚上市公司，全球知名厨房小家电企业之一，主要从事厨房小家电设计、开发、生产及销售业务。

（a）Breville USA, Inc.

企业名称	Breville USA, Inc.
注册资本	-
注册地	美国
规模	2018 年全年利润：5,660 万美元
成立日期	1989 年
主要股东情况	Breville Group Ltd 持股 100%
主营业务	开发、销售家用厨房电器及厨房用品。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（b）Breville Canada L.P.

企业名称	Breville Canada L.P.
注册资本	-
注册地	加拿大
规模	2018 年会计年度利润：8,000 万美元
成立日期	2001 年
主要股东情况	HWI Canada Inc. 持股 99.98%；9106-9146 Quebec Inc. 持股 0.02%
主营业务	主要对蒸锅，烤架，面包机，华夫饼机，炒锅，咖啡机，果汁机，食品加工机等厨房小家电进口及销售

与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（c）Breville Pty Limited.

企业名称	Breville Pty Limited
注册资本	12,130 澳元
注册地	澳大利亚
规模	2018 年全年销售规模：4.40 亿澳元
成立日期	1951 年 2 月 12 日
主要股东情况	Breville Holdings Pty Limited 持股 100%
主营业务	开发与销售家用小电器。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（d）HWI International Ltd.

企业名称	HWI International Ltd.
注册资本	10,000 港币
注册地	香港
规模	2018 年会计年母公司销售规模：6.52 亿澳元
成立日期	1992 年 8 月 13 日
主要股东情况	Breville Holdings Pty Limited 持股 99%；Thebe International Pty Ltd 持股 1%
主营业务	从事于厨房家用电器的进出口贸易。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（e）Sage Appliances GmbH

企业名称	Sage Appliances GmbH
注册资本	6,000,100 英镑
注册地	英国
规模	2018 年销售规模 1,890 万英镑
成立日期	2012 年 9 月 21 日
主要股东情况	Thebe International Pty Ltd 持股 100%
主营业务	从事于厨房家用电器的进出口贸易及销售

与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

e、纽威尔集团

纽威尔集团为纳斯达克上市公司，全球 500 强企业，也是全球领先的提供消费产品的公司，旗下有超过 100 个知名品牌，在超过 100 个国家和地区进行产品销售。

（a）Sunbeam Corporation Limited

企业名称	Sunbeam Corporation Limited
注册资本	4,013,466 澳元
注册地	澳大利亚
规模	2018 年全年销售规模：86.31 亿美元
成立日期	1915 年 5 月 18 日
主要股东情况	Sunbeam ANZ Holdings Pty Ltd. 持股 100%
主营业务	设计、生产和销售电器用品。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（b）Jarden Consumer Solutions

企业名称	Jarden Consumer Solutions
注册资本	46,105,234 港币
注册地	香港
规模	2017 年母公司 Newell Brands Inc 销售规模:147.42 亿美元
成立日期	2014 年 10 月 24 日
主要股东情况	Newell(Cayman) Ltd 持股 100%
主营业务	销售家用电器
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

f、赛博集团

赛博集团，为全球知名的小家电生产商之一，拥有 80 个分支机构，业务范围广，覆盖世界大部分国家和地区。

企业名称	SEB Asia Ltd

注册资本	2.10 亿港币
注册地	香港
规模	2018 年母公司 SEB S.A.全年销售额：68.12 亿欧元
成立日期	1988 年 8 月 19 日
主要股东情况	SEB Internationale S.A.S 持股 100%
主营业务	从事商品的贸易交易。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

注：上述信息资料来源于中国出口信用保险公司所出具的海外公司信用核查报告、海外公司回函、海外公司官方网址及网络公开信息查询。

D、交易的背景和合理性

序号	客户	合作年限	合作背景
1	惠而浦集团	十年以上	惠而浦集团为小家电行业中的龙头企业之一。发行人通过参加芝加哥的家电展会与惠而浦集团接触并主动推广发行人产品。经过惠而浦集团后续上门考察后，确定合作关系。
2	摩飞电器	十年以上	英国知名小家电企业，主动联系对方后建立合作关系
3	美康雅集团	十年以上	美康雅集团为小家电行业中的龙头企业之一。发行人通过参加芝加哥的家电展会与美康雅集团接触并主动推广发行人自家产品。经过美康雅集团后续上门考察后，确定合作关系。
4	铂富集团	十年以上	澳洲知名小家电企业，主动联系对方后建立合作关系
5	纽威尔集团	十年以上	美国知名企业，主动联系对方后建立合作关系
6	赛博集团	十年以上	赛博集团为小家电行业领导地位，发行人通过联系香港赛博建立合作关系

②ODM 模式

A、ODM 前五大客户

发行人 ODM 模式下主要客户情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2019 年 1-6 月	1	ARB S.A.S.	591.18	42.07%
	2	惠人公司	569.06	40.50%
	3	Gastroback GmbH	69.45	4.94%
	4	品谱公司	59.48	4.23%

	5	Browne Group Inc.	46.36	3.30%
	合计		1,335.53	95.05%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2018 年度	1	惠人公司	1,297.78	29.98%
	2	ARB S.A.S.	1,052.62	24.31%
	3	品谱公司	720.05	16.63%
	4	纽威尔集团	260.18	6.01%
	5	FAST 公司	221.58	5.12%
	合计		3,552.20	82.05%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2017 年度	1	ARB S.A.S.	1,988.35	28.36%
	2	Select Brands 公司	835.23	11.91%
	3	BORK 公司	742.14	10.58%
	4	FAST 公司	659.58	9.41%
	5	纽威尔集团	585.34	8.35%
	合计		4,810.64	68.60%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2016 年度	1	ARB S.A.S.	1,676.63	21.84%
	2	伊莱克斯公司	885.46	11.53%
	3	纽威尔集团	873.85	11.38%
	4	品谱公司	736.86	9.60%
	5	FAST 公司	649.77	8.46%
	合计		4,822.57	62.81%

B、前五大客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	Gastroback GmbH	发行人通过在欧洲举办的小家电展会上，与该公司人员开始接洽并建立了合作关系。
	Browne Group Inc.	发行人通过参加经销商大会时认识该公司创始人，通过探讨加拿大市场双方合作机会后确定合作关系。
退出前五的客户	纽威尔集团	因 2018 年纽威尔集团终端销售未达预期，导致 2019 年 1-6 月降低对发行人的采购金额。
	FAST 公司	因 FAST 公司终端销售未达预期，因此 2019 年 1-6 月降低对发行人的采购金额

2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	惠人公司	惠人公司是发行人在韩国市场的合作伙伴，由于养生壶产品在韩国市场销售情况良好，加大采购，使其成为发行人 ODM 模式下第一大客户
	品谱公司	由于其他客户销量回落，使得品谱公司重回前五大客户
退出前五的客户	Select Brands 公司	该客户 2018 年与发行人不再合作
	BORK 公司	基于成本、产品类型等情形综合考虑，该客户 2018 年降低对发行人的采购金额
2017 年比 2016 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	Select Brands 公司	由于 Select Brands 公司拿到沃尔玛超市订单，因此 2017 年向发行人采购金额大幅上升
	BORK 公司	由于 2016 年当地市场电热水壶销量有所增加，因此 BORK 公司加大了向发行人采购的力度
退出前五的客户	品谱公司	由于 Select Brands 公司及 BORK 公司均向发行人加大了采购力度，因此品谱公司退出当年前五大客户
	伊莱克斯公司	由于产品结构、市场环境等因素，伊莱克斯公司与发行人于 2017 年停止了合作

C、前五大客户基本情况

a、惠人公司

惠人公司，成立于 1979 年，韩国知名健康小家电企业之一，业务目前覆盖全球 77 个国家和地区。

企业名称	HUROM CO. LTD
注册资本	30 亿韩元
注册地	韩国
规模	2018 年销售额：774.41 亿韩元
成立日期	1979 年
主要股东情况	Kim, YOUNG-KI 持股 58.43%，Treasury Stock 持股 14.64%；KIM, JAE-WON 持股 10.36%; MIN,YOUNG-YI 持股 10.36%；KIM, MIN-JUNG 持股 6.21%
主营业务	制造与销售家用厨房小电器。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、ARB S.A.S.

ARB S.A.S.，为法国厨房小家电公司。

企业名称	ARB S.A.S.
注册资本	896,000 欧元
注册地	法国
规模	法国知名厨房小家电公司，具体营收规模未获取
成立日期	1995 年 7 月 26 日
主要股东情况	GROUPE COGIA 持股 100%
主营业务	销售家用厨房电器设备。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、品谱公司

品谱公司，纽交所上市企业，罗素 1000 指数的成员，一家全球性消费品公司，产品涵盖剃须和美容产品、个人护理产品等。

企业名称	Spectrum Brands Australia Pty Ltd
注册资本	165,450 澳元
注册地	澳大利亚
规模	2017 年 9 月 30 日至 2018 年 9 月 30 日销售规模：9,445.60 万澳元
成立日期	1988 年 9 月 15 日
主要股东情况	ROV Holding, INC
主营业务	主要从事于消费用品的销售，包括剃须和美容产品、个人护理产品、专业宠物用品、草坪及花园和家庭害虫控制产品、个人驱虫剂和便携式照明等
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

d、纽威尔集团

纽威尔集团为纳斯达克上市公司，全球 500 强企业，也是全球领先的提供消费产品的公司，旗下有超过 100 个知名品牌，在超过 100 个国家和地区进行产品销售。

（a）Sunbeam Corporation Limited

企业名称	Sunbeam Corporation Limited

注册资本	4,013,466 澳元
注册地	澳大利亚
规模	2018 年全年销售规模：86.31 亿美元
成立日期	1915 年 5 月 18 日
主要股东情况	Sunbeam ANZ Holdings Pty Ltd. 持股 100%
主营业务	设计、生产和销售电器用品。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（b）Jarden Consumer Solutions

企业名称	Jarden Consumer Solutions
注册资本	46,105,234 港币
注册地	香港
规模	2017 年母公司 Newell Brands Inc 销售规模:147.42 亿美元
成立日期	2014 年 10 月 24 日
主要股东情况	Newell(Cayman) Ltd 持股 100%
主营业务	销售家用电器
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

e、FAST 公司

FAST 公司，为捷克的家电企业，在中欧、东欧地区拥有较大的市场规模和客户群体。

企业名称	FAST CR a.s.
注册资本	1,957.25 万欧元
注册地	捷克共和国
规模	2017 年全年销售额：3.40 亿欧元
成立日期	2002 年 10 月 22 日
主要股东情况	Mr. Marek Smrcka 持股 50%；Mr. Ing. Tomas Smrcka 持股 50%
主营业务	从事家用电器的销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

f、BORK 公司

BORK 公司，俄罗斯知名家用电器制造商及俄罗斯销售评级最高的小型家用电器商之一。

企业名称	BORK-IMPORT,LLC
注册资本	450 万卢布
注册地	俄罗斯
规模	俄罗斯知名家用电器制造商及俄罗斯销售评级最高的小型家用电器商之一
成立日期	2006 年 11 月 24 日
主要股东情况	Kompaniya s ogranichennoy otvetstvennostyu “TUL. TREYD LIMITED”(CYPRUS)持股 100%
主营业务	家用电子产品、无线电、电视产品的销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

g、伊莱克斯公司

伊莱克斯公司，为全球家用及商用电器的领导品牌之一，每年在全球 150 个国家销售超过 4,000 万个以上的产品。

企业名称	Electrolux Lehel Kft.
注册资本	51,660,326.26 欧元
注册地	匈牙利
规模	2017 年全年销售额：7.87 亿欧元
成立日期	1985 年 10 月 24 日
主要股东情况	AB ELECTROLUX 持股 100%
主营业务	家用电器及厨房小电器的设计和销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

h、Select Brands 公司

Select Brands 公司，成立于 1998 年的美国家族式小厨房用品的生产、制造商。

企业名称	Select Brands Inc.
注册资本	-
规模	2017 年全年利润：1,400 万美元

成立日期	1998 年
主要股东情况	William Endres 持股
主营业务	厨房小电器的制造和销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

i、Gastroback GmbH

Gastroback GmbH，成立于 1988 年的德国知名家用电器及厨房设备销售商。

企业名称	Gastroback GmbH
注册资本	31,500 欧元
规模	2017 年全年营业收入：3,183,728.29 欧元
成立日期	1988 年 2 月 1 日
主要股东情况	Andreas Kirschenmann 持股 40.00%；Elbe Wealth Management GmbH 持股 40.00%；Foppes Holding GmbH 持股 20.00%
主营业务	家用电器及设备的销售
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

j、Browne Group Inc.

Browne Group Inc，一家提供专业餐饮服务及销售家用厨房用品的知名加拿大公司。

企业名称	Browne Group Inc.
注册资本	-
规模	Browne Group Inc.为非上市企业，营收规模未获取
成立日期	2015 年 1 月 8 日
主要股东情况	Dennis Poon 、Maggie Yau
主营业务	厨房小电器的制造和销售。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

注：上述信息资料来源于中国出口信用保险公司所出具的海外公司信用核查报告、海外公司回函、海外公司官方网址及网络公开信息查询。

D、交易的背景和合理性

序号	客户	合作年限	合作背景
1	惠人公司	一年以上	双方于广交会上建立联系，通过双方业务人员之间沟通、考察后确认合作关系。
2	ARB S.A.S.	五年以上	发行人通过在欧洲举办的小家电展会上与 ARB S.A.S.接洽，并建立了合作关系。
3	品谱公司	三年以上	双方于广交会的厨房小家电展会上建立联系，通过双方业务人员之间沟通、考察后确认合作关系。
4	纽威尔集团	十年以上	美国知名企业，主动联系对方后建立合作关系
5	FAST 公司	五年以上	双方于广交会上建立联系，通过双方业务人员之间沟通、考察后确认合作关系。
6	BORK 公司	五年以上	双方于广交会的厨房小家电展会上建立联系，通过双方业务人员之间沟通、考察后确认合作关系。
7	伊莱克斯公司	五年以上	双方于广交会的厨房小家电展会上建立联系，通过双方业务人员之间沟通、考察后确认合作关系。
8	Select Brands 公司	十年以上	Select Brands 公司主要为面向北美市场的厨房家电品牌商。发行人通过参加芝加哥的家电展会与 Select Brands 公司建立联系。经过双方业务人员沟通、考察后，确定合作关系。
9	Gastroback GmbH	两年以上	发行人通过在欧洲举办的小家电展会上，与该公司人员开始接洽并建立了合作关系。
10	Browne Group Inc.	一年	发行人通过参加经销商大会时认识该公司创始人，通过探讨加拿大市场双方合作机会后确定合作关系。

③海外经销

A、海外经销前五大客户

单位：万元

期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2019 年 1-6 月	1	大侑贸易有限公司	184.03	53.42%
	2	PANDABRANDS INC.	152.51	44.27%
	3	Entrex 公司	7.93	2.30%
	合计		344.47	100.00%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2018 年度	1	PANDABRANDS INC.	315.39	56.63%
	2	大侑贸易有限公司	132.77	23.84%
	3	Entrex 公司	108.81	19.54%
	合计		556.97	100.00%
期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2017 年度	1	大侑贸易有限公司	182.28	100.00%
	合计		182.28	100.00%

B、前五大客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	无变动	
退出前五的客户	无变动	
2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	PANDABRANDS INC.	PANDABRANDS INC.是发行人养生壶系列产品在北美市场线上销售（Amazon 除外）的合作方。2018 年起开始合作，由于美国销售市场较台湾市场大，因此上升为第一名
	Entrex 公司	Entrex 公司系发行人自主产品在日本地区销售的经销商。发行人为拓展日本地区的自主品牌业务，双方于 2018 年开始合作，因此成为发行人 2018 年海外经销前五大客户之一。
2017 年比 2016 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	大侑贸易有限公司	发行人于 2017 年开始开展海外经销业务，主要销售发行人自主品牌产品，大侑贸易有限公司为发行人在台湾地区的经销商

C、海外经销前五大客户基本情况

a、PANDABRANDS INC.

企业名称	PANDABRANDS INC.
注册资本	1 美元
注册地	美国
规模	PANDARBANDS INC.为非上市企业，营收规模未获取
成立日期	2013 年
主要股东情况	Zhouyang Huang 持股 95%，Jin Lee 持股 5%
主营业务	线上销售生活电器产品。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、大侑贸易有限公司

企业名称	大侑贸易有限公司
注册资本	新台币五千万元

注册地	台湾
规模	大侑贸易有限公司为非上市企业，营收规模未获取
成立日期	1993 年
主要股东情况	陈耀祖、庄金英、陈柏年、陈欣宜
主营业务	家用电器及其他家电产品的销售、进出口贸易业务
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、Entrex 公司

企业名称	Entrex Inc.
注册资本	1 亿元日元
注册地	日本
规模	2018 年半年度财年销售规模：31.77 亿日元
成立日期	1986 年 1 月 28 日
主要股东情况	Ryuzo Tomoi, Chairperson & President 持股 20.40%，T&D Enterprise 持股 18.4%，Takanori Tada 持股 4.00%，Employees Stockholding 持股 3.80%，其他股东持股 53.40%
主营业务	进口、批发与零售：室内装饰品，家用杂货，家用电子产品，美妆产品及其他等。
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

注：上述信息资料来源于中国出口信用保险公司所出具的海外公司信用核查报告及客户提供的相关信息。

D、交易的背景和合理性

发行人海外经销商均为海外地区知名经销商，且具有较丰富的线上与线下渠道资源和推广能力。发行人通过充分利用海外经销商资源及经验优势，快速拓展海外销售渠道。综上，该类交易合理，符合商业逻辑。

④海外直销

A、海外直销前五大客户/平台

单位：万元

期间	排名	公司/平台名称	主营业务收入	占比
2019 年 1-6 月	1	Makuake	21.90	100.00%
	合计		21.90	100.00%

B、海外直销前五大客户/平台变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户/平台名称	变动原因
进入前五的客户	Makuake	发行人自 2019 年上半年开始尝试开展海外直销业务，并在日本众筹平台 Makuak 开展业务

C：主要平台基本情况

Makuake 为日本知名众筹平台之一，自 2013 年成立以来，Makuake 完成了超过 4,000 项产品的众筹。

D、交易的背景和合理性

Makuake 为日本知名众筹平台之一，发行人通过该平台进行众筹销售，进行海外直销业务的尝试。综上，该类交易合理，符合商业逻辑。

⑤获得境外主要客户的优势

公司获得境外主要客户的优势在于：

A：客户信任优势。发行人现有的境外主要客户多为小家电行业的知名厂商，客户的品牌、品质和信誉在行业内属于顶尖水平。公司与境外主要客户建立了长期友好稳定的合作，通过良好的产品质量、优质的服务赢得了境外客户的认可和信任。

B：产品品质优势。公司借鉴国际先进的质量管理模式，对产品质量实施全程监控，在采购、生产、销售等各个环节建立了一系列质量管理制度并得到有效执行。公司已通过多个国家的产品合格认证。公司稳定的产品质量获得了境外客户的认可。优质的产品品质是公司获得客户信任、赢得客户认同的基础。公司与境外主要客户建立了长期友好稳定的合作，代表着客户对公司产品质量的认可。

C：技术研发优势。公司外销业务中专注于多士炉、养生壶和电热水壶等产品。公司多年在该等产品的研发、设计、生产过程中，培养了大量的研发设计团队，积累了领先的技术。公司自主设计的产品，多次获得红点设计奖、IF 设计奖等国际设计大奖，表明公司的产品设计能力得到认可。公司研发团队能在产品研发、设计阶段对每一个细节进行优化，对产品的材料成本、工艺、质量进行充分考虑，能够为境外客户提供质量高、性能可靠的产品。

（2）发行人内销各模式前五大客户

①线上直销

A：线上直销前五大店铺

发行人线上直销模式下主要店铺、平台情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

期间	排名	公司名称	金额	占比
2019 年 1-6 月	1	天猫旗舰店	4,130.05	50.65%
	2	北鼎商城	1,701.77	20.87%
	3	京东旗舰店	1,154.61	14.16%
	4	北翰林专卖店	579.76	7.11%
	5	北辰专卖店	393.27	4.82%
	合计		7,959.47	97.62%
期间	排名	公司名称	金额	占比
2018 年度	1	天猫旗舰店	12,027.66	56.58%
	2	北鼎商城	3,643.18	17.14%
	3	京东旗舰店	2,739.18	12.89%
	4	北翰林专卖店	1,587.23	7.47%
	5	北辰专卖店	740.53	3.48%
	合计		20,737.78	97.55%
期间	排名	公司名称	金额	占比
2017 年度	1	天猫旗舰店	8,778.62	58.86%
	2	北辰专卖店	1,831.20	12.28%
	3	北鼎商城	1,695.79	11.37%
	4	北翰林专卖店	1,109.96	7.44%
	5	有赞微商城	583.06	3.91%
	合计		13,998.63	93.87%
期间	排名	公司名称	金额	占比
2016 年度	1	天猫旗舰店	7,065.53	81.01%
	2	有赞微商城	651.91	7.47%
	3	京东旗舰店	371.03	4.25%
	4	北翰林专卖店	236.13	2.71%
	5	手边专卖店	153.80	1.76%

	合计	8,478.40	97.21%

B：前五大店铺变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户/平台	无变动	
退出前五的客户/平台	无变动	
2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户/平台	京东旗舰店	由于京东平台取消了代销模式，改为自营模式，同平台部分流量导入京东旗舰店，使得 2018 年直销店铺京东旗舰店销售金额大幅上升，成为发行人前五大直销店铺
退出前五的客户/平台	有赞微商城	随着发行人自建商城的建立，发行人主动减少了通过有赞微商城销售，转为通过自建商城销售
2017 年比 2016 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户/平台	北辰专卖店	发行人于天猫开设的直营店铺，2017 年销量、销售金额上升较快，成为发行人前五大平台
	北鼎商城	发行人自建的网上商城，2017 年销售金额上升较快，成为发行人前五大平台
退出前五的客户/平台	京东旗舰店	由于发行人自建商城及新开的天猫店铺均完成了较大金额的销售，因此 2017 年京东旗舰店销售金额有所下降
	手边专卖店	由于发行人新开设的北辰专卖店及自建商城销售金额较大，因此手边专卖店 2017 未能进入当年前五大店铺

C：主要平台店铺基本情况

报告期内，发行人在国内电商平台开设的主要直销店铺情况如下：

平台名称	店铺名称	开店时间	销售产品	运营主体
天猫平台	天猫旗舰店	2010 年	养生壶、烤箱、饮水机、食材及周边产品	发行人
	北翰林专卖店	2014 年		发行人
	北辰专卖店	2016 年		发行人
京东平台	京东旗舰店	2015 年		发行人
北鼎商城	北鼎商城	2017 年		发行人
有赞微商城	小北家轻生活馆（已关）	2015 年		发行人

D：交易的背景和合理性

上述网络电商平台，如天猫、京东等均为国内主要电商平台，具有流量、营销方面等优势，也是国内企业在线上直接面向终端消费者销售的主要渠道；同时公司通过自建官网商城，进一步完善网上销售和服务渠道。

综上，发行人选择上述第三方电商平台设立自营店铺或自建官网商城直接面向终端消费者销售，具有合理商业背景，符合商业逻辑。

②线上代销

发行人线上代销客户主要以京东平台为主，发行人 2019 年 1-6 月无线上代销模式。报告期内，京东平台分别占发行人线上代销总销售金额的 95.56%、99.51%、99.48%和 0%。

A：京东平台各期金额及占比

发行人线上代销模式中京东平台的主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

期间	公司名称	金额	占比
2019 年 1-6 月	发行人无线上代销模式		
2018 年度	北京京东世纪贸易有限公司	245.02	99.48%
2017 年度	北京京东世纪贸易有限公司	2,746.13	99.51%
2016 年度	北京京东世纪贸易有限公司	2,248.83	95.56%

B：变动情况

由于京东平台于 2018 年取消了原有代销模式，并改为京东自营模式，因此京东平台 2018 年线上代销金额变化较大。2019 年 1-6 月发行人无线上代销模式。

C：线上代销客户基本情况

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人线上代销客户基本情况如下：

企业名称	北京京东世纪贸易有限公司
注册资本	139,798.56 万美元
成立日期	2007 年 04 月 20 日
主要股东情况	京东香港国际有限公司持股 100%

主营业务	网络商品的批发和零售
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

D：交易的背景和合理性

京东平台为国内主要电商平台，且具有流量、营销方面等优势，因此发行人选择与上述电商平台以代销的模式进行销售。综上，该类交易合理，符合商业逻辑。

③线上分销

A：线上分销前五大客户

发行人线上分销模式下主要客户情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
2019 年 1-6 月	1	北京京东世纪贸易有限公司	621.89	26.27%
	2	上海彬昂电子商务有限公司	228.28	9.64%
	3	惠州市大洲商贸有限公司	202.23	8.54%
	4	北京宝歌玛贸易有限公司	139.55	5.90%
	5	广东尚睿网络技术有限公司	103.23	4.36%
	合计		1,295.18	54.72%
2018 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司	1,198.85	30.31%
	2	惠州市大洲商贸有限公司	487.37	12.32%
	3	上海彬昂电子商务有限公司	403.09	10.19%
	4	佛山市南海区三盛网络科技有限公司	273.05	6.90%
	5	佛山市智歌网络科技有限公司	160.62	4.06%
	合计		2,522.98	63.78%
2017 年度	1	上海彬昂电子商务有限公司	248.67	14.45%
	2	北京京东世纪贸易有限公司	227.16	13.20%
	3	惠州市大洲商贸有限公司	222.25	12.91%
	4	佛山市智歌网络科技有限公司	200.11	11.62%

期间	排名	公司名称	主营业务收入	占比
	5	佛山市南海区三盛网络科技有限公司	94.47	5.49%
	合计		992.65	57.66%
2016 年度	1	惠州市大洲商贸有限公司	488.75	24.09%
	2	宁波北仑腾中隆贸易有限公司	241.18	11.89%
	3	佛山市南海区三盛网络科技有限公司	179.46	8.85%
	4	上海一条网络科技有限公司	158.42	7.81%
	4	广州心曲网络科技有限公司	120.10	5.92%
	合计		1,187.91	58.55%

B：前五大客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	北京宝歌玛贸易有限公司	由于销售状况良好，销售金额上升，北京宝歌玛贸易有限公司成为发行人前五大客户
	广东尚睿网络技术有限公司	广东尚睿网络技术有限公司主要在美国亚马逊销售，当期采购金额较大，因此成为发行人前五大客户
退出前五的客户	佛山市南海区三盛网络科技有限公司	由于销售金额下降，佛山市南海区三盛网络科技有限公司未进入发行人前五大客户
	佛山市智歌网络科技有限公司	由于销售金额下降，佛山市智歌网络科技有限公司未进入发行人前五大客户
2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	无变动	
退出前五的客户	无变动	
2017 年比 2016 年		
进入前五的客户	佛山市智歌网络科技有限公司	智歌网络的运营团队能力出色，有多年运营厨房电器的经验，当年销售增长幅度较大，成为发行人前五大客户
	北京京东世纪贸易有限公司	发行人与京东的合作模式增加京东自营模式，从而导致京东采购金额较大，成为发行人前五大客户
退出前五的客户	上海一条网络科技有限公司	于 2017 年转变了合作模式，由线上分销转换为线上直销模式，因此 2017 年上海一条网络科技有限公司线上分销销售金额下降，未进入发行人前五大客户
	宁波北仑腾中隆贸易有限公司	由于销量未达预期，销售金额下降，宁波北仑腾中隆贸易有限公司未进入发行人前五大客户
	广州心曲网络科	广州心曲与发行人于 2017 年结束合作关系

	技有限公司	

C：线上分销前五大客户基本情况

a、北京京东世纪贸易有限公司

企业名称	北京京东世纪贸易有限公司
注册资本	139,798.56 万美元
成立日期	2007 年 04 月 20 日
主要股东情况	京东香港国际有限公司持股 100%
主营业务	网络商品的批发和零售
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、惠州市大洲商贸有限公司

企业名称	惠州市大洲商贸有限公司
注册资本	50 万元人民币
成立日期	2013 年 04 月 10 日
主要股东情况	阳石平 50%、肖文静 50%
主营业务	家用电器、电子产品等日用商品的销售
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、上海彬昂电子商务有限公司

企业名称	上海彬昂电子商务有限公司
注册资本	300 万元人民币
成立日期	2013 年 07 月 16 日
主要股东情况	苏强 90%、刘真 10%
主营业务	家用电器、电子产品等日用商品的销售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

d、佛山市南海区三盛网络科技有限公司

企业名称	佛山市南海区三盛网络科技有限公司
注册资本	102 万元人民币
成立日期	2010 年 04 月 23 日
主要股东情况	邵广潮 66.67%、刘建行 33.33%
主营业务	电器产品的互联网零售与批发
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

e、佛山市智歌网络科技有限公司

企业名称	佛山市智歌网络科技有限公司
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2015 年 11 月 16 日
主要股东情况	曾庆林 90%、谢泽忠 10%
主营业务	家用电器、电子产品等日用商品的销售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

f、宁波北仑腾中隆贸易有限公司

企业名称	宁波北仑腾中隆贸易有限公司
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2013 年 01 月 09 日
主要股东情况	吴玲燕 50%、朱金铃 50%
主营业务	家用电器等日用产品的批发与零售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

g、上海一条网络科技有限公司

企业名称	上海一条网络科技有限公司
注册资本	357.14 万元人民币

成立日期	2014 年 05 月 13 日
主要股东情况	徐沪生 88%、徐多 12%
主营业务	电子商务、产品的网上销售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

h、广州心曲网络科技有限公司

企业名称	广州心曲网络科技有限公司
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2012 年 08 月 01 日
主要股东情况	张红发持股 100%
主营业务	家用电器及日用产品等各类产品的批发与零售
与发行人的合作年限	一年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

i、北京宝歌玛贸易有限公司

企业名称	北京宝歌玛贸易有限公司
注册资本	300 万元人民币
成立日期	2012 年 05 月 09 日
主要股东情况	范亚林持股 100%
主营业务	家用电器、电子产品等日用商品的销售
与发行人的合作年限	两年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

j、广东尚睿网络技术有限公司

企业名称	广东尚睿网络技术有限公司
注册资本	1,000 万元人民币
成立日期	2011 年 01 月 21 日
主要股东情况	东莞市班夫股权投资管理合伙企业(有限合伙)、程天乐、东莞尚悦股权投资合伙企业(有限合伙)、刘贵忠、傅洪浪、李智华、李玮

主营业务	电子商务、产品的网上销售及批发
与发行人的合作年限	两年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

注：上述主要经销商信息由国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）查询及客户提供的信息。

D：交易的背景和合理性

京东为国内知名的互联网平台，具有流量资源和营销优势；其他线上分销商的主营业务为小家电销售或线上销售，主要通过天猫淘宝、亚马逊等知名电商平台开设店铺销售发行人产品，具有丰富电子商务运营经验。发行人通过充分利用线上分销商资源及经验优势，快速拓展线上销售渠道，综上，该类交易合理，符合商业逻辑。

④线下经销

A：线下经销前五大客户

发行人线下经销模式下主要客户情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例如下：

单位：万元

年份	序号	经销商名称	主营业务收入	占比
2019年1-6月	1	泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司	132.84	15.94%
	2	杭州荣经贸易有限公司	124.50	14.94%
	3	金聚龙智能科技（江苏）有限公司	44.42	5.33%
	4	上海宝年贸易有限公司	38.39	4.61%
	5	济南万向泰富环保科技有限公司	36.25	4.35%
	合计		376.39	45.18%
2018年度	1	泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司	434.45	14.87%
	2	杭州荣经贸易有限公司	372.09	12.73%
	3	金聚龙智能科技（江苏）有限公司	197.87	6.77%
	4	上海宝年贸易有限公司	119.98	4.11%
	5	济南万向泰富环保科技有限公司	117.59	4.02%
	合计		1,241.98	42.50%
2017	1	泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司	540.75	14.73%

年份	序号	经销商名称	主营业务收入	占比
年度	2	杭州荣经贸易有限公司	416.35	11.34%
	3	金聚龙智能科技（江苏）有限公司	252.38	6.87%
	4	成都嘉洲电器有限公司	223.66	6.09%
	5	济南万向泰富环保科技有限公司	206.29	5.62%
	合计		1,639.44	44.66%
2016年度	1	泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司	631.31	13.96%
	2	杭州荣经贸易有限公司	366.11	8.09%
	3	成都嘉洲电器有限公司	231.75	5.12%
	4	济南万向泰富环保科技有限公司	224.66	4.97%
	5	重庆龙丰商贸有限公司	215.65	4.77%
	合计		1,669.47	36.91%

注：杭州荣经贸易有限公司包括旗下子公司武汉荣经贸易有限公司、南昌智联贸易有限公司、北京荣经贸易有限公司。

B：前五大客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	无变动	
退出前五的客户	无变动	
2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	上海宝年贸易有限公司	由于销售状况良好，销售金额上升，上海宝年贸易有限公司于 2018 年成为发行人线下经销前五大客户
退出前五的客户	成都嘉洲电器有限公司	由于销售未达预期，销售金额下降，成都嘉洲电器有限公司于 2018 年未成为发行人线下经销前五大客户
2017 年比 2016 年		
进入前五的客户	金聚龙智能科技（江苏）有限公司	由于销售状况良好，销售金额上升，金聚龙智能科技（江苏）有限公司 2017 年成为发行人线下经销前五大客户
退出前五的客户	重庆龙丰商贸有限公司	由于销售未达预期，销售金额下降，重庆龙丰商贸有限公司 2017 年未成为发行人线下经销前五大客户

C：线下经销前五大客户情况

a、泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司

企业名称	泉州市丰泽鑫吉贸易有限公司
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2003 年 04 月 03 日
主要股东情况	洪连吉 60%、吴慧红 40%
主营业务	家用电器、日用百货等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、杭州荣经贸易有限公司及旗下公司

（a）杭州荣经贸易有限公司

企业名称	杭州荣经贸易有限公司
注册资本	3,000 万元人民币
成立日期	2000 年 07 月 19 日
主要股东情况	季坤荣 87.67%、吕玲 6.67%、卢朝元 6.67%
主营业务	家用电器、小家电等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（b）武汉荣经贸易有限公司

企业名称	武汉荣经贸易有限公司
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2009 年 12 月 22 日
主要股东情况	杭州荣经贸易有限公司 60%、叶强 20%、叶枝龙 20%
主营业务	家用电器、小家电等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（c）北京荣经贸易有限公司

企业名称	北京荣经贸易有限公司

注册资本	100 万元人民币
成立日期	2017 年 04 月 12 日
主要股东情况	杭州荣经贸易有限公司 80%、于淑娴 20%
主营业务	家用电器、小家电等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	一年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

（d）南昌智联贸易有限公司

企业名称	南昌智联贸易有限公司
注册资本	50 万元人民币
成立日期	2008 年 06 月 04 日
主要股东情况	杭州荣经贸易有限公司 60%、张建辉 25%、冷清秀 15%
主营业务	国内商品贸易
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、金聚龙智能科技(江苏)有限公司

企业名称	金聚龙智能科技(江苏)有限公司
注册资本	2,500 万元人民币
成立日期	2016 年 11 月 04 日
主要股东情况	深圳市怡家宜居供应链有限公司 60%、王雪龙 40%
主营业务	家用电器、日用百货等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

d、上海宝年贸易有限公司

企业名称	上海宝年贸易有限公司
注册资本	128 万元人民币
成立日期	2008 年 03 月 03 日

主要股东情况	舒冲勤 94.06%、邹欣远 5.94%
主营业务	家用电器、电子设备等商品的零售与批发
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

e、济南万向泰富环保科技有限公司

企业名称	济南万向泰富环保科技有限公司
注册资本	1,080 万元人民币
成立日期	2008 年 08 月 05 日
主要股东情况	赵晓骥 70%、胡云倩 30%
主营业务	家用电器、环保科技产品的销售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

f、成都嘉洲电器有限公司

企业名称	成都嘉洲电器有限公司
注册资本	500 万元人民币
成立日期	2006 年 06 月 22 日
主要股东情况	罗玲 80%、彭青莲 20%
主营业务	家用电器等家电产品的零售与批发
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

g、重庆龙丰商贸有限公司

企业名称	重庆龙丰商贸有限公司
注册资本	50 万元人民币
成立日期	1995 年 11 月 13 日
主要股东情况	杜娟 50%、杨志 50%
主营业务	家用电器等家电产品的零售与批发
与发行人的合作年限	五年以上

与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

注：上述主要经销商信息由国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）与企查查（https://www.qichacha.com）查询所得信息及客户提供的信息。

（4）交易的背景和合理性

发行人线下经销商的主营业务为商品批发和销售，且具有较丰富的高端线下渠道资源和推广能力。发行人通过充分利用经销商资源及经验优势，快速拓展线下高端销售渠道。综上，该类交易合理，符合商业逻辑。

⑤其他线下渠道

A：其他线下渠道前五大客户情况

发行人其他线下渠道主要包括线下 KA、礼品团购及其他。报告期内，发行人其他线下渠道主要客户情况、主营业务收入及占该模式下主营业务收入比例具体如下：

单位：万元

期间	排名	公司名称	销售模式	金额	占比
2019 年 1-6 月	1	上海唐风采艺商贸有限公司	礼品团购及其他	142.24	26.41%
	2	深圳华润万佳超级市场有限公司	线下 KA、礼品团购及其他	98.10	18.21%
	3	沃尔玛（中国）投资有限公司	礼品团购及其他	41.98	7.79%
	4	北京印象森林咨询有限公司	礼品团购及其他	24.71	4.59%
	5	深圳市顺电连锁股份有限公司	线下 KA	23.57	4.38%
	合计			330.61	61.39%
期间	排名	公司名称	销售模式	金额	占比
2018 年度	1	深圳华润万佳超级市场有限公司	线下 KA	220.15	15.49%
	2	沃尔玛（中国）投资有限公司	礼品团购及其他	156.62	11.02%
	3	东兴证券股份有限公司	礼品团购及其他	128.23	9.02%
	4	珠海鼎好科技公司	礼品团购及其他	88.00	6.19%
	5	深圳市顺电连锁股份有限公司	线下 KA	77.67	5.46%
	合计			670.67	47.17%

期间	排名	公司名称	销售模式	金额	占比
2017 年度	1	深圳华润万佳超级市场有限公司	线下 KA	282.92	21.84%
	2	沃尔玛（中国）投资有限公司	礼品团购及其他	120.30	9.29%
	3	天虹商场股份有限公司	线下 KA	103.27	7.97%
	4	上海浦东发展银行	礼品团购及其他	88.18	6.81%
	5	深圳市顺电连锁股份有限公司	线下 KA	55.55	4.29%
	合计			650.21	50.19%
期间	排名	公司名称	销售模式	金额	占比
2016 年度	1	深圳华润万佳超级市场有限公司	线下 KA	531.54	33.17%
	2	北京同仁堂健康药品经营有限公司	礼品团购及其他	297.12	18.54%
	3	天虹商场股份有限公司	线下 KA	157.17	9.81%
	4	深圳市顺电连锁股份有限公司	线下 KA	112.74	7.04%
	5	特力屋（上海）商贸有限公司	线下 KA	85.25	5.32%
	合计			1,183.82	73.88%

B：主要客户变动情况

2019 年 1-6 月比 2018 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	上海唐风采艺商贸有限公司	属于礼品团购客户，当期采购额相对较大，因此成为前五大客户
	北京印象森林咨询有限公司	向发行人采购产品作为公司赠与员工的福利，采购相对金额较大，因此成为前五大客户
退出前五的客户	东兴证券股份有限公司	属于一次性礼品团购客户，2019 年 1-6 月未与发行人发生交易
	珠海鼎好科技公司	属于一次性礼品团购客户，2019 年 1-6 月未与发行人发生交易
2018 年比 2017 年		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	东兴证券股份有限公司	向发行人采购产品作为公司赠与员工福利，销售金额上升，因此成为前五大客户
	珠海鼎好科技公司	向发行人采购产品作为公司赠与员工或客户的礼品，销售金额上升，使其成为前五大客户
退出前五的客户	天虹商场股份有限公司	受线上销售冲击，天虹商场业务规模受到一定影响，因此 2018 年未成为发行人线下其他渠道前五大客户
	上海浦东发展银行	属于一次性礼品团购客户，2018 年未与发行人发生交易
2017 年比 2016 年		

进入前五的客户	沃尔玛（中国）投资有限公司	沃尔玛向发行人加大定制和采购商品力度导致销售金额上升，使其成为发行人线下其他渠道前五大客户
	上海浦东发展银行	由于向发行人采购产品作为公司客户积分兑换礼品，因此成为前五大客户
退出前五的客户	特力屋（上海）商贸有限公司	由于销售未达预期，销售金额下降，因此该公司 2017 年未成为发行人线下其他渠道前五大客户
	北京同仁堂健康药品经营有限公司	团购订单，相对而言具有一定的偶发性，一次性大额团购后暂无大规模采购需求。

C：前五大客户基本情况

a、深圳华润万佳超级市场有限公司

企业名称	深圳华润万佳超级市场有限公司
注册资本	22,620 万港元
成立日期	1991 年 10 月 21 日
主要股东情况	华润万家（香港）有限公司、彩裕投资有限公司
主营业务	日用百货的零售
与发行人的合作年限	五年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

b、沃尔玛（中国）投资有限公司

企业名称	沃尔玛（中国）投资有限公司
注册资本	27,760 万美元
成立日期	2003 年 04 月 18 日
主要股东情况	沃尔玛中国有限公司持股 100%
主营业务	日用百货的零售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

c、东兴证券股份有限公司

企业名称	东兴证券股份有限公司
注册资本	275,796.07 万元
成立日期	2008 年 05 月 28 日
主要股东情况	中国东方资产管理公司、山东高速股份有限公司等公司

主营业务	证券类服务业务
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

d、珠海鼎好科技有限公司

企业名称	珠海鼎好科技有限公司
注册资本	200 万元
成立日期	2017 年 06 月 15 日
主要股东情况	彭五湖、李秋梅
主营业务	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。
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

e、深圳市顺电连锁股份有限公司

企业名称	深圳市顺电连锁股份有限公司
注册资本	13,298.41 万元
成立日期	2000 年 09 月 30 日
主要股东情况	深圳市顺电实业有限公司、费国强、黄建跃、费丽芬、深圳市顺电赢股权投资合伙企业(有限合伙)等
主营业务	电器及电子设备的零售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

f、天虹商场股份有限公司

企业名称	天虹商场股份有限公司
注册资本	120,030 万元
成立日期	1984 年 05 月 02 日
主要股东情况	中国航空技术深圳有限公司、五龍貿易有限公司等企业
主营业务	日用百货的零售
与发行人的合作年限	三年以上

与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

g、上海浦东发展银行股份有限公司

企业名称	上海浦东发展银行股份有限公司
注册资本	1,865,347.14 万元
成立日期	1992 年 10 月 19 日
主要股东情况	上海国际集团有限公司、中国移动通信集团广东有限公司、富德生命人寿保险股份有限公司-传统等企业
主营业务	银行类服务业务
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

h、北京同仁堂健康药品经营有限公司

企业名称	北京同仁堂健康药品经营有限公司
注册资本	3,000 万元
成立日期	2003 年 06 月 24 日
主要股东情况	北京同仁堂健康药业股份有限公司持股 100%
主营业务	全国性药品零售业务
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

i、特力屋(上海)商贸有限公司

企业名称	特力屋（上海）商贸有限公司
注册资本	7,620 万美元
成立日期	2005 年 12 月 28 日
主要股东情况	特力（中国）投资有限公司持股 100%
主营业务	日用百货的零售
与发行人的合作年限	三年以上
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

j、上海唐风采艺商贸有限公司

企业名称	上海唐风采艺商贸有限公司
注册资本	100 万人民币
成立日期	2009 年 09 月 11 日
主要股东情况	陈小伟持股 100%
主营业务	日用百货、家用电器等商品的销售
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

k、北京印象森林咨询有限公司

企业名称	北京印象森林咨询有限公司
注册资本	200 万人民币
成立日期	2014 年 12 月 10 日
主要股东情况	黄臣持股 100%
主营业务	企业管理、经济贸易、公共关系等咨询业务
与发行人的合作年限	一年
与发行人、董监高及其他主要核心人员的关系	不存在关联关系

D：交易的背景和合理性

其他线下渠道中，KA 主要为线下商超，其在线下具有大量的销售终端，具有较强的线下流量和营销资源，发行人通过与该等商超连锁，有利于拓展线下渠道。礼品团购及其他客户主要出于福利或礼品等需求。该类交易合理，符合商业逻辑。

（三）内外销差异

目前，发行人境外销售主要为 OEM/ODM 业务及少量自主品牌业务，境内销售主要为自主品牌业务。境内销售和境外销售在产品定价、产品种类、销售政策、销售毛利和信用政策的差异，主要体现为 OEM/ODM 业务与自主品牌业务之间的差异。具体情况如下：

1、产品定价

成本加上合理利润为公司产品销售的基本定价原则。境内销售和境外销售产品定价存在差异主要体现为自主品牌业务和 OEM/ODM 业务定价的差异。OEM/ODM 业务定价方面，公司主要根据产品制造成本加上合理利润水平，并与客户协商确定公司产品的销售价格。内销主要为自主品牌业务，相比 OEM/ODM 业务，除产品制造成本外，发行人还需要投入更多的研发费用、推广费用、物流运输费用、售后费用等相关成本费用，且具有更高的品牌附加值，同时发行人还会市场情况制定相应的促销方案等，因此内销业务产品定价考虑的综合因素更多。

2、产品种类

报告期内，公司外销 OEM/ODM 主要产品为多士炉、养生壶和电热水壶，内销自主品牌业务产品主要产品为养生壶、饮水机、烤箱、周边食材和其他用品配件等。公司外销和内销存在差异，主要系公司外销主要为 OEM/ODM 产品，内销主要为自主品牌产品。

3、销售政策

因业务类型不同，公司内外销业务的销售政策存在差异。公司外销业务主要为 OEM/ODM 业务，公司会考虑原材料和汇率波动等因素定期与主要客户协商谈判定价。对于客户集中大量采购的，公司同样会给予一定的价格优惠。对于内销业务，线上直销模式下公司会结合不同的促销节日给予消费者一定的折扣或赠品；对于线上分销商和线下经销商等客户，公司会给予一定的价格折扣和销售返利。

4、销售毛利

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 37.34%、40.78%、42.26%和 43.41%，其中，内销主营业务毛利率分别为 67.26%、67.89%、67.56%和 66.76%，外销主营业务毛利率分别为 17.59%、17.19%、16.70%和 20.46%。公司外销业务主要为 OEM/ODM 产品，公司仅赚取制造或设计环节的毛利，价值链条较短，毛利率相对较低。而公司内销主要为自主品牌业务，公司赚取设计+制造+销售+品牌溢价环节的毛利，价值链相对较长，毛利率相对较高。

5、信用政策

报告期内，公司严格执行客户及信用管理制度，公司对客户的经营规模、注册资本、资金实力、行业地位、公司信誉等情况进行整体评估，进行信用政策差别化管理。同时，公司根据不同的销售模式和客户执行不同的信用政策。对于外销业务，公司对长期合作的大客户给予 0-90 天不等的信用期。对于内销业务，因公司内销主要为线上直销，直接面向终端消费者销售，不存在信用政策。除部分电商平台及 KA 客户外，其他经销商、分销商等通常执行先款后货原则。

四、发行人报告期内采购情况和主要供应商

（一）采购情况

1、采购情况

公司采购品类主要包括电子元器件、五金原材料及五金制品、塑胶原材料、塑胶及玻璃制品、包装材料及食材等。报告期内，采购金额及占比情况如下：

年度	类别	金额（万元）	占采购总额比
2019 年 1-6 月	电子元器件	2,358.86	26.81%
	五金原材料	1,126.89	12.81%
	五金制品	864.34	9.82%
	塑胶原材料	632.67	7.19%
	塑胶及玻璃制品	730.39	8.30%
	包装材料	1,255.65	14.27%
	食材	645.43	7.34%
	其他	1,184.75	13.46%
	合计	8,798.97	100.00%
年度	**类别**	**金额（万元）**	**占采购总额比**
2018 年度	电子元器件	6,139.73	24.62%
	五金原材料	3,649.49	14.63%
	五金制品	2,030.22	8.14%
	塑胶原材料	1,823.57	7.31%
	塑胶及玻璃制品	2,470.55	9.91%
	包装材料	3,742.03	15.00%
	食材	1,711.76	6.86%

	其他	3,372.95	13.52%
	合计	24,940.30	100.00%
年度	**类别**	**金额（万元）**	**占采购总额比**
2017 年度	电子元器件	5,762.67	24.96%
	五金原材料	3,066.14	13.28%
	五金制品	2,620.82	11.35%
	塑胶原材料	1,717.83	7.44%
	塑胶及玻璃制品	2,445.69	10.59%
	包装材料	3,205.96	13.88%
	食材	1,225.36	5.31%
	其他	3,046.35	13.19%
	合计	23,090.83	100.00%
年度	**类别**	**金额（万元）**	**占采购总额比**
2016 年度	电子元器件	5,694.72	27.91%
	五金原材料	2,894.70	14.19%
	五金制品	2,025.38	9.93%
	塑胶原材料	1,557.40	7.63%
	塑胶及玻璃制品	1,772.13	8.68%
	包装材料	2,602.50	12.75%
	食材	719.40	3.53%
	其他	3,139.86	15.39%
	合计	20,406.11	100.00%

2、采购价格波动情况

报告期内，由于公司产品类别及型号较多，且不断更新升级，导致公司采购的原材料种类繁多且规格、型号、品牌均有所不同，不同原材料的市场价格差异较大。总体而言，报告期内，同一型号的原材料采购价格基本呈现整体上涨的趋势。

报告期内，公司采购品类的情况及主要构成如下：

单位：万元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子元器件	2,358.86	26.81%	6,139.73	24.62%	5,762.67	24.96%	5,694.72	27.91%

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其中：温控连接器	606.43	6.89%	1,062.65	4.26%	1,264.85	5.48%	1,337.03	6.55%
发热材料	313.64	3.56%	588.90	2.36%	516.23	2.24%	642.19	3.15%
DC 线材	156.77	1.78%	550.22	2.21%	475.85	2.06%	438.87	2.15%
五金原材料	1,126.89	12.81%	3,649.49	14.63%	3,066.14	13.28%	2,894.70	14.19%
其中：不锈钢板	642.49	7.30%	1,975.67	7.92%	1,765.36	7.65%	1,732.89	8.49%
镀铝片	121.58	1.38%	478.09	1.92%	446.50	1.93%	459.65	2.25%
镀锌片	65.10	0.74%	323.33	1.30%	250.38	1.08%	193.12	0.95%
五金制品	864.34	9.82%	2,030.22	8.14%	2,620.82	11.35%	2,025.38	9.93%
其中：压铸件	525.48	5.97%	1,155.97	4.63%	1,398.14	6.05%	1,121.52	5.50%
铭牌	148.92	1.69%	288.29	1.16%	232.52	1.01%	244.91	1.20%
茶篮滤网	74.31	0.84%	256.84	1.03%	216.38	0.94%	162.02	0.79%
塑胶原材料	632.67	7.19%	1,823.57	7.31%	1,717.83	7.44%	1,557.40	7.63%
其中：PP 料	242.90	2.76%	556.85	2.23%	715.61	3.10%	690.94	3.39%
PA 料	131.59	1.50%	402.92	1.62%	343.60	1.49%	343.08	1.68%
ABS 料	117.00	1.33%	285.76	1.15%	178.48	0.77%	110.47	0.54%
PC 料	56.52	0.64%	231.22	0.93%	226.56	0.98%	184.78	0.91%
塑胶及玻璃制品	730.39	8.30%	2,470.55	9.91%	2,445.69	10.59%	1,772.13	8.68%
其中：高硼硅玻璃件	299.10	3.40%	1,079.07	4.33%	1,111.29	4.81%	615.32	3.02%
硅胶件	216.43	2.46%	583.63	2.34%	498.72	2.16%	427.50	2.09%
包装材料	1,255.65	14.27%	3,742.03	15.00%	3,205.96	13.88%	2,602.50	12.75%
其中：彩盒说明书印刷类	692.52	7.87%	1,956.81	7.85%	1,524.77	6.60%	1,568.61	7.69%
卡通箱/纸卡/纸护角	223.44	2.54%	664.68	2.67%	564.01	2.44%	325.72	1.60%
食材	645.43	7.34%	1,711.76	6.86%	1,225.36	5.31%	719.40	3.53%
其他	1,184.75	13.46%	3,372.96	13.52%	3,046.35	13.19%	3,139.86	15.39%
合计	8,798.97	100.00%	24,940.30	100.00%	23,090.83	100.00%	20,406.11	100.00%

以塑胶原料和五金原料为例，报告期内采购金额排名前五的型号均价变动具体如下：

单位：元/千克

五金原材料材料规格	2019 年 1-6 月单价	2018 年单价	2017 年单价	2016 年单价
SUS430 不锈铁/光面 0.4T × 614 × 215MM	14.67	15.49	14.98	11.55

单面贴膜				
无铅锡条/SN99.3CU0.7	142.57	139.89	137.94	107.73
镀锌片/0.3T×172MM	6.07	6.32	5.98	4.87
深冲单光片/0.5T×460mm	5.15	5.48	5.24	4.25
SUS316L 不锈钢/光面 0.5T×178MM 双面贴膜	24.01	23.95	22.00	21.08
SUS430 不锈铁/毛面 0.4T×475mm 双面贴膜	11.51	12.03	11.58	10.47
塑胶原材料材料规格	**2019 年 1-6 月单价**	**2018 年单价**	**2017 年单价**	**2016 年单价**
PP 料/PPHJ730L	8.67	8.92	8.40	7.69
尼龙料/VYDYNE909NAT.	42.47	42.60	39.56	37.61
PP 料(防火料)/FB51KA7(黑色)	15.62	15.87	16.62	15.90
PC 料/PC1201-15	16.65	24.97	20.53	16.58
ABS 料/ABS-PA757	12.03	14.17	13.37	10.36

3、境外采购原材料情况

报告期内，发行人涉及的主要境外采购供应商名称、具体境外采购金额、采购国、结算货币、占原材料采购金额比例情况如下：

单位：万元

年度	原材料种类	供应商名称	采购地区	结算货币	本币采购金额	采购占比
2019 年 1-6 月	电子元器件	STRIX LIMITED	香港	美元	490.33	6.12%
		OTTER CONTROLS (Asia) LIMITED	香港	美元	16.57	0.21%
	塑胶及玻璃制品	DWK Life Sciences GmbH	德国	美元	263.41	3.29%
		AGC TECHNO GLASS CO., LTD	泰国	美元	35.69	0.45%
	塑胶原材料	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	韩国	美元	261.59	3.27%
		金源塑化(香港)有限公司	韩国	美元	22.00	0.27%
	合计				1,089.59	13.61%
2018 年度	电子元器件	STRIX LIMITED	香港	美元	902.46	3.98%
		OTTER CONTROLS (Asia) LIMITED	香港	美元	40.04	0.18%
	塑胶及玻	DWK Life Sciences GmbH	德国	美元	968.46	4.27%

	璃制品	AGC TECHNO GLASS CO., LTD	泰国	美元	71.24	0.31%
		AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	韩国	美元、港元	781.14	3.44%
		金源塑化(香港)有限公司	韩国	美元	123.18	0.54%
	合计				2,886.51	12.72%
2017年度	电子元器件	STRIX LIMITED	香港	美元	644.02	2.99%
		OTTER CONTROLS (Asia) LIMITED	香港	美元	106.98	0.50%
	塑胶及玻璃制品	DWK Life Sciences GmbH	德国	美元	1,052.08	4.88%
	塑胶原材料	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	韩国	美元	741.24	3.44%
		金源塑化(香港)有限公司	韩国	美元	107.80	0.50%
	合计				2,652.11	12.30%
2016年度	电子元器件	STRIX LIMITED	香港	美元	597.96	3.08%
		OTTER CONTROLS (Asia) LIMITED	香港	美元	221.83	1.14%
	塑胶及玻璃制品	DURAN Group GmbH	德国	美元	615.32	3.17%
	塑胶原材料	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	韩国	美元、港元	546.11	2.82%
		金源塑化(香港)有限公司	韩国	美元	113.79	0.59%
	合计				2,095.01	10.80%

公司主要的境外采购所涉及的国家与地区为香港、德国、韩国、泰国等，其中：

（1）香港：香港奉行自由贸易政策，无贸易壁垒。政府对企业经营进出口贸易没有限制，企业只要依法注册登记，即可从事进出口贸易。发行人从香港采购主要系塑胶 PP、PA 料等塑胶原材料，不属于香港出口政策受限的范围；

（2）德国：德国对外经济贸易的法规主要有《对外经济法》和《对外经济法实施细则》。该法规定德国企业与个人原则上可以同外国经济区域自由进行商品、劳务、资本、支付等经济往来。发行人在德国采购的原材料主要系玻璃、玻璃煲身等玻璃制品，不属于德国被限制出口种类；

（3）泰国：泰国是 WTO 的正式成员，通过东盟与中国、韩国、日本、印度、澳大利亚和新西兰等国签订了自贸区协议。发行人主要从泰国采购玻璃、玻璃煲身等玻璃制品，该类原材料物品不属于泰国被限制出口种类；

（4）韩国：韩国是 WTO 成员国，也是 WTO《政府采购协议》缔约方。截至 2018 年 3 月，韩国已与 52 个国家（地区）签署生效了 15 个自由贸易协定，主要包括美国、中国、欧盟 28 国等国家。发行人在韩国主要采购的为 PP、PA 等塑胶原材料，不属于当地出口政策受限的范围。

基于贸易国现有出口政策，公司主要供应商所在国对于相关原材料均无出口限制；且发行人主要原材料供应商或原厂供应商均为知名企业，具有长期全球供货经验。因此，基于贸易国现有出口政策，公司面临的境外采购风险有限。

4、贸易性质供应商情况

报告期内，前十名供应商中涉及贸易性质的供应商情况如下：

供应商名称	采购种类	最终供应商	采购原因
AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	韩华集团与 LG 集团	由于发行人单次采购量无法满足最终供应商的最小订单量要求，因此向品牌授权代理商进行采购
深圳市鸿兆塑胶有限公司		Ascend Performance Materials LLC	为最终供应商经销商，价格账期等方面有优势，与发行人合作时间久
金源塑化(香港)有限公司		韩华集团	由于发行人单次采购量无法满足最终供应商的最小订单量要求，因此向品牌授权代理商进行采购
佛山市顺德区广田钢铁贸易有限公司	五金原材料	新日铁住金株式会社	由于发行人单次采购量无法满足最终供应商的最小订单量要求，因此向品牌授权代理商进行采购
江门市新泽金属材料有限公司		江门市经宇五金电器设备有限公司	由于发行人单次采购量无法满足最终供应商的最小订单量要求，因此向品牌授权代理商进行采购
江门市蓬江区顺从不锈钢有限公司		宝钢集团	由于发行人单次采购量无法满足最终供应商的最小订单量要求，因此向品牌授权代理商进行采购

5、主要贴牌供应商采购情况

报告期内，发行人外包贴牌生产模式下对外采购的金额分别为 988.75 万元、1,523.17 万元、2,239.34 万元和 791.04 万元，占发行人材料采购的比例分别为 4.85%、6.60%、8.98%和 8.99%，外包贴牌厂商数量分别为 10 家、19 家、25 家与 19 家。发行人向贴牌供应商采购的产品主要为食材及用品等成品，其中主要贴牌供应商采购情况如下：

单位：万元

年度	排名	供应商名称	采购内容	金额	占贴牌采购比例
2019 年 1-6 月	1	中山市大地之作食品厂	食材	226.32	28.61%

	2	佛山市绿健源中药科技有限公司	食材	132.25	16.72%
	3	佛山市燕福记虫草参茸有限公司	食材	118.65	15.00%
	4	河北明亮玻璃制品有限公司	周边用品	111.60	14.11%
	5	广州龙标心燕食品有限公司	食材	46.85	5.92%
	合计			635.67	80.36%
2018 年度	1	中山市大地之作食品厂	食材	667.47	29.81%
	2	河北明亮玻璃制品有限公司	周边用品	376.86	16.83%
	3	佛山市绿健源中药科技有限公司	食材	248.10	11.08%
	4	佛山市燕福记虫草参茸有限公司	食材	145.60	6.50%
	5	广州龙标心燕食品有限公司	食材	133.94	5.98%
	合计			1,571.97	70.20%
2017 年度	1	中山市大地之作食品厂	食材	627.78	41.22%
	2	佛山市燕福记虫草参茸有限公司	食材	248.92	16.34%
	3	广州草粤行生物科技有限公司	食材	153.37	10.07%
	4	河北明亮玻璃制品有限公司	周边用品	132.28	8.68%
	5	佛山市壹铭电子商贸有限公司	周边用品	94.59	6.21%
	合计			1,256.94	82.52%
2016 年度	1	中山市大地之作食品厂	食材	600.22	60.71%
	2	创华轻纺（深圳）有限公司	周边用品	135.85	13.74%
	3	广州亿珍莱玻璃制品有限公司	周边用品	116.98	11.83%
	4	东莞珍其道健康食品科技有限公司	食材	83.99	8.49%
	5	河间市鹏祥玻璃制品有限公司	周边用品	25.64	2.59%
	合计			962.68	97.36%

发行人建立了较为完善的贴牌供应商评选及价格形成机制，贴牌供应商基于成本加成方式向发行人报价，发行人多方搜集市场价格并进行比较，最后经双方协商后确定采购价格，定价具有公允性。

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员以及主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与公司报告期内各期前五名贴牌供应商不存在任何关联关系。

（二）报告期内向前五名供应商采购情况

1、报告期内向前五名供应商采购情况

期间	排名	供应商名称	采购内容	金额（万元）	占比
2019 年 1-6 月	1	STRIX LIMITED	连接器	579.90	6.59%
	2	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	485.79	5.52%
	3	东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	416.41	4.73%
	4	深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	包装材料	302.00	3.43%
	5	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	263.41	2.99%
	合计			2,047.51	23.27%
期间	**排名**	**供应商名称**	**采购内容**	**金额（万元）**	**占比**
2018 年度	1	STRIX LIMITED	连接器	995.76	3.99%
	2	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	968.46	3.88%
	3	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	910.66	3.65%
	4	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	781.14	3.13%
	5	东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	774.65	3.11%
	合计			4,430.67	17.77%
期间	**排名**	**供应商名称**	**采购内容**	**金额（万元）**	**占比**
2017 年度	1	STRIX LIMITED	连接器	1,130.38	4.90%
	2	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	1,052.08	4.56%
	3	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	741.24	3.21%
	4	中山市大地之作食品厂	食材	627.78	2.72%
	5	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	595.34	2.58%
	合计			4,146.82	17.97%
期间	**排名**	**供应商名称**	**采购内容**	**金额（万元）**	**占比**
2016 年度	1	STRIX LIMITED	连接器	1,071.96	5.25%
	2	深圳市冠达印刷有限公司	包装材料	741.47	3.63%
	3	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	736.73	3.61%
	4	DURAN Group GmbH	玻璃制品	615.32	3.02%
	5	中山市大地之作食品厂	食材	600.22	2.94%
	合计			3,765.71	18.45%

注：STRIX LIMITED 公司包括 STRIX LIMITED 和思瑞克斯（广州）电器有限公司。DWK

Life Sciences GmbH 系 DURAN Group GmbH 和另外两家公司合并而成。

2、主要原材料供应商采购情况

单位：元/件或元/千克、万元、万千克或万件

年度	序号	原材料供应商名称	采购内容	单价	金额	数量	占原材料采购比
2019 年 1-6 月	1	STRIX LIMITED	连接器	9.79	579.90	59.26	7.24%
	2	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	17.04	485.79	28.50	6.07%
	3	东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	18.42	416.41	22.60	5.20%
	4	深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	包装材料	2.97	302.00	101.69	3.77%
	5	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	7.69	263.41	34.27	3.29%
	合计			8.31	2,047.51	246.33	25.57%
2018 年	1	STRIX LIMITED	连接器	9.53	995.76	104.43	4.39%
	2	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	10.39	968.46	93.17	4.27%
	3	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	18.29	910.66	49.78	4.01%
	4	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	15.84	781.14	49.33	3.44%
	5	东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	18.98	774.65	40.80	3.40%
	合计			13.13	4,430.67	337.51	19.52%
2017 年	1	STRIX LIMITED	连接器	8.88	1,130.38	127.36	5.24%
	2	DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	9.63	1,052.08	109.26	4.88%
	3	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	12.42	741.24	59.68	3.44%
	4	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	18.35	595.34	32.44	2.76%
	5	东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	16.40	548.45	33.43	2.54%
	合计			11.23	4,067.48	362.17	18.86%
2016 年	1	STRIX LIMITED	连接器	8.78	1,071.96	122.07	5.52%
	2	深圳市冠达印刷有限公司	包装材料	2.58	741.47	287.24	3.82%
	3	深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	17.48	736.73	42.15	3.79%
	4	DURAN Group GmbH	玻璃制品	9.24	615.32	66.60	3.17%
	5	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	13.12	546.11	41.64	2.81%
	合计			6.63	3,711.60	559.70	19.11%

3、主要原材料供应商金额变动原因

单位：万元

序号	供应商名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	变动原因

1	STRIX LIMITED	579.90	995.76	1,130.38	1,071.96	正常采购备货，2018 年减少主要系前期采购金额较大，留有库存
2	深圳市烁鑫金属材料有限公司	485.79	910.66	595.34	736.73	因 2016 年备货充足，2017 年采购有所减少。2018 年大幅增加主要系订单结构变化，加大对其采购
3	东莞龙腾铝品压铸有限公司	416.41	774.65	548.45	460.32	因产品结构更新，扩大与龙腾铝品的合作范围
4	深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	302.00	634.69	520.10	531.32	扩大与粤昌彩盒合作
5	DWK Life Sciences GmbH	263.41	968.46	1,052.08	615.32	正常采购备货，2019 年 1-6 月减少主要系前期采购金额较大，留有库存
6	AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	261.59	781.14	741.24	546.11	增加 Ample King 采购订单
7	深圳市冠达印刷有限公司	103.10	238.01	524.09	741.47	2017 年扩大与其他供应商的合作，减少与冠达的合作

（三）发行人委外加工情况

公司采取以自制工序生产为主，外协加工为辅的生产方式。出于环保要求、经济效益及临时产能不足等因素考虑，公司对部分工序环节进行外协加工。公司外协加工工序主要涉及电镀、喷涂、冲压、注塑、零件加工等。外协加工的模式为支付加工费的方式。

整体来看，发行人主要将低附加值产品工序进行外协，外协环节技术含量相对较低。

公司制定了严格的外协厂家准入、选择与评估制度以及产品的质量控制制度，确保外协产品的质量合格。

1、主要外协供应商采购情况

报告期内，公司外协加工金额分别为 2,310.08 万元、3,156.13 万元、3,714.14 万元和 1,156.56 万元，占生产成本的比例分别为 7.88%、10.02%、10.91%和 9.32%，外协加工厂商数量分别为 34 家、37 家、27 家和 25 家，其中主要外协供应商采购情况如下：

单位：万元

时间	排名	名称	外协项目	金额	占比
2019年1-6月	1	深圳市聚亿五金有限公司	喷涂	191.10	16.52%
	2	深圳市畅科信科技有限公司	零件	163.47	14.13%
	3	深圳市润华盛塑胶制品有限公司	注塑	115.07	9.95%
	4	深圳市鑫达骏五金制品有限公司	五金	114.99	9.94%
	5	广州携宝金属制品有限公司	喷涂	111.14	9.61%
	合计			695.77	60.15%
2018年度	1	深圳市畅科信科技有限公司	零件	591.86	15.94%
	2	深圳市长进金塑胶五金制品有限公司	电镀	513.13	13.82%
	3	深圳市聚亿五金有限公司	喷涂	452.29	12.18%
	4	深圳市润华盛塑胶制品有限公司	注塑	334.21	9.00%
	5	深圳市鑫达骏五金制品有限公司	冲压	289.46	7.79%
	合计			2,180.95	58.73%
2017年度	1	深圳市聚亿塑胶有限公司	喷涂	427.73	13.55%
	2	东莞丰盈纳米科技发展有限公司	喷涂	292.12	9.26%
	3	深圳市景源实业公司	零件	287.07	9.10%
	4	中山市优宝五金科技有限公司	喷涂	285.03	9.03%
	5	深圳市润华盛塑胶制品有限公司	注塑	278.24	8.82%
	合计			1,570.19	49.76%
2016年度	1	深圳市景源实业公司	零件	292.48	12.66%
	2	深圳市润华盛塑胶制品有限公司	注塑	269.95	11.69%
	3	深圳市聚亿塑胶有限公司	喷涂	268.35	11.62%
	4	中山市优宝五金科技有限公司	喷涂	232.25	10.05%
	5	深圳市三联五金制品有限公司	冲压	149.19	6.46%
	合计			1,212.22	52.48%

公司与各期外协加工厂商均不存在关联关系，公司基于自制加工成本、对外

协工序成本的测算以及对同类工序或产品的市场供应价格信息进行搜集比较，在多家供应商报价的基础上确定各外协采购订单和价格，外协加工定价公允，不存在利益输送等情形。

2、外协加工产量占发行人全部产量的比重

报告期内，公司外协加工产量品类众多，材质、工费、规格不同，外协采购量之间差异较大，因此以公司外协采购金额代替外协加工产量进行分析。同时，由于公司产品种类型号较多特点，难以统一折算为标准件数，因此以公司主营业务生产成本来替代公司产量进行比较。

报告期内，发行人外协加工工序采购额占主营业务生产成本的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占生产成本的比重	金额	占生产成本的比重	金额	占生产成本的比重	金额	占生产成本的比重
喷涂	346.84	2.79%	849.49	2.50%	1,141.80	3.62%	659.74	2.25%
零件	264.24	2.13%	900.28	2.65%	327.92	1.04%	319.74	1.09%
电镀	112.50	0.91%	669.35	1.97%	462.16	1.47%	302.67	1.03%
冲压	211.46	1.70%	564.42	1.66%	479.08	1.52%	347.34	1.19%
注塑	187.21	1.51%	509.64	1.50%	458.67	1.46%	412.91	1.41%
其他	34.32	0.28%	220.97	0.65%	286.51	0.91%	267.69	0.91%
合计	1,156.56	9.32%	3,714.14	10.91%	3,156.13	10.02%	2,310.08	7.88%

3、外协加工成本占各期主营业务生产成本的比重

报告期内，公司外协加工金额分别为 2,310.08 万元、3,156.13 万元、3,714.14 万元和 1,156.56 万元，占主营业务生产成本的比例分别为 7.88%、10.02%、10.91%和 9.32%。

总体来看，由于发行人逐步采取外协的生产策略，报告期内，外协加工成本及占各期主营业务生产成本的比总体呈增长趋势，2017 年增长幅度较大，主要系 2017 年烤箱销量大幅增长，烤箱喷涂面积较其他类型产品较大所致。2019 年

1-6 月外协加工成本占主营业务生产成本的比重有所下降，主要系受产品结构因素影响。

4、外协成本与自制价格对比

公司注重对外协采购成本的控制，基于自制加工成本、对外协工序成本的测算以及对同类工序或产品的市场供应价格信息进行搜集比较，确定各外协采购订单和价格。总体而言，喷涂工序外协加工价格要高于发行人自制价格，其他工序的外协价格与发行人自制价格无显著差异。发行人自制加工价与外协加工单价存在差异具有合理性。

（四）主要能源供应情况、价格变动趋势

公司生产过程耗用的能源主要为电力。生产所需电力由市政供电公司统一提供。报告期内公司电力供应情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电费支出（万元）	233.31	660.18	698.45	751.09
实际用电量（万度）	328.19	901.76	927.44	999.55
平均电价（元/度）	0.71	0.73	0.75	0.75

2016 年-2018 年，公司用电量逐年下降主要原因系公司外协加工比重呈上升趋势，如注塑等，同时通过自动化改造，提升车间生产效率。

（五）前五名客户、供应商及受托加工方是否与发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员存在关联关系

公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持股 5%以上的股东未与上述客户和供应商存在关联关系。

五、发行人的主要资产情况

（一）固定资产

1、主要机器设备

截至 2019 年 6 月 30 日，公司主要机器设备如下：

单位：万元

设备名称	数量（台、套）	原值	净值	成新率
精益生产线	16	422.40	257.19	60.89%
注塑机	33	732.20	174.09	23.78%
高精冲床	29	359.31	132.52	36.88%
丝印部高温生产设备	4	102.86	86.66	84.25%
水壶拉丝抛光机器人	2	114.06	80.29	70.39%
污水处理设备	1	80.68	74.29	92.08%
中央供料系统	2	109.34	65.74	60.12%
喷油流水线	2	140.49	54.39	38.71%
冲压机器人	5	76.92	51.96	67.54%
焊机	62	121.15	51.46	42.48%
干燥系统	2	67.95	46.03	67.74%
测试设备	24	53.25	43.68	82.03%
3D 打印机	1	71.79	41.67	58.04%
机械手	36	91.71	40.51	44.17%
自动数控机	3	46.53	39.53	84.96%
激光焊机	4	56.75	35.13	61.90%
铆压机	6	45.57	25.01	54.88%
油压机	13	87.74	24.58	28.02%
贴片机	2	144.77	22.63	15.63%
加工中心	5	397.98	19.90	5.00%
发电机	2	109.71	16.78	15.29%
插件机	2	44.30	16.59	37.46%
落料机	1	19.81	13.38	67.54%
火花机	5	199.87	13.21	6.61%
空压机	1	12.24	11.95	97.62%
起重设备	3	178.53	9.97	5.59%
碎料机	9	22.46	9.83	43.79%
造粒机	1	14.85	9.80	65.96%
切割机	6	62.74	9.55	15.22%
干燥机	12	25.03	8.13	32.48%
模温机	25	16.99	7.75	45.63%
冲床	19	91.92	7.49	8.15%

水煲一体化	1	7.33	7.33	100.00%
锁螺丝设备	1	3.97	3.93	98.99%

注：公司主要机器设备主要系指对公司生产经营比较重要的机器设备。

2、房屋所有权

公司主要生产经营场所均为发行人通过租赁方式取得。

3、租赁情况

截至本招股说明书签署之日，公司主要租赁情况如下：

序号	承租人	出租人	租赁场所地址	租用建筑面积（㎡）	租赁期限	登记（备案）号
1	北鼎晶辉	沙井步涌公司	深圳市宝安区沙井步涌工业 D 区第七、八栋厂房	32,922.00	2019.06.01-2024.05.31	深房租宝安 201984580-
2	北翰林科技	沙井步涌公司	深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第五栋	6,845.71	2019.03.01-2022.08.20	深房租宝安 2019023810
3	北鼎晶辉	深圳市南山区物业管理办公室	深圳市南山区学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼	1,437.18	2015.03.01-2020.02.29	南 KL000365（备）
4	北鼎科技	保怡物业管理（深圳）有限公司	深圳市中心区福华路新怡景商业中心 G 层店铺（店铺号 RG027）	24.00	2019.05.01-2021.04.30	-
5	北鼎科技	壹方置业（深圳）有限公司	深圳市宝安区新湖路 99 号壹方城 L4 层商铺（店铺号 YFGD-SNL4-01）	30.00	2019.06.13-2020.06.12	-
6	北鼎科技	深圳市圳宝实业有限公司	深圳市福田区福田路卓悦汇商城 B02 楼商铺（店铺号 B2-J）	8.00	2019.07.15-2020.07.14	-
7	北鼎科技	深圳市海岸城投资有限公司	深圳市南山区文心五路 33 号海岸城购物中心负一层 019 号铺	14.00	2018.10.30-2020.10.29	-
8	北鼎科技	深圳市西丽投资发展有限公司	深圳市西丽同富裕工业城 1 号宿舍第 2、4 层	983.10	2019.05.01-2020.04.30	-
9	北鼎科技	深圳市深大工业技术研究院有限公司	深圳市南山区学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 1301 号	310.00	2019.01.09-2020.08.14	-
10	北鼎晶辉	深圳市南山区物业管理办公室	深圳市南山区桃园街道福光社区塘朗车辆段旁塘朗城广场（西区）A 座第 38 层 3801	1,538.02	2019.03.18-2024.02.29	-
11	北鼎科技	青岛凯德新都心商用置	青岛市市北区黑龙江南路 16、18 号凯	33.32	2019.04.15-2020.04.14	-

		业有限公司	德 MALL 新都心-商场 B2 层 18A 号			
12	北鼎科技	广州市君兆物业经营有限公司成都分公司	成都市交子大道 3000 号成都悠方购物中信 B1 层中岛位-B1-ZD-B1-05	16.00	2019.05.25-2020.05.25	-
13	北鼎科技	上海美罗城商业管理有限公司	上海市徐汇区肇家浜路 1111 号美罗城第三层 B 段 3F-LT-4 单元	8.10	2019.06.10-2020.06.09	-
14	北鼎科技	深圳市朗通房地产开发有限公司	深圳市塘朗城广场 M 层 18-2 号商铺	101.00	2019.05.31-2023.05.30	
15	北鼎科技	深圳市海雅缤纷城商业有限公司	深圳市宝安区宝城 5 区宝民路海雅缤纷城商业中心 B195 号	30.00	2019.07.26-2021.10.10	

公司向沙井步涌公司租赁位于宝安区沙井步涌工业 D 区总面积为 32,922.00 平方米的第七、八栋厂房（建筑面积 32,922.00 平方米），出租方未提供该等租赁物业的相关权属证明。

2017 年 9 月 4 日，深圳市宝安区沙井街道步涌社区居民委员会出具《证明》，证明沙井步涌公司为宝安区沙井街道步涌工业 D 区的第七、八栋厂房及其所在土地的合法权利人，具有出租相关厂房的权利。2017 年 9 月 13 日，深圳市宝安区城市更新局出具《证明》，截至该证明出具之日，发行人向沙井步涌公司租赁位于宝安区沙井街道步涌工业 D 区总面积为 32,922 平方米的第七、八栋厂房所在地，尚未经该局纳入城市更新改造范围，也没有规划在未来五年内对其进行改造。但如果有关单位按照深圳市城市更新政策向有关部门提出改造申请，或因城市发展需要等，该地块仍然有可能在未来五年内被纳入更新改造范围进行改造。2017 年 12 月 8 日，深圳市规划和国土资源委员会宝安管理局出具《市规划国土委宝安管理局关于沙井步涌工业 D 区第 7 栋、8 栋厂房用地性质及权属核查情况的复函》（深规土宝函[2017]1887 号），证明沙井步涌工业 D 区第 7 栋、8 栋厂房用地为未补偿土地，相关土地全部位于城乡建设用地及允许建设区，为工业用地。

若公司所租赁产权瑕疵厂房或宿舍出现问题面临搬迁，预计搬迁损失约为 661 万元，主要包括现有租赁厂房尚未摊销的装修费用、搬迁过程中的拆卸、运输和安装费用、因搬迁停工产生的误工费等，预计搬迁损失占公司 2018 年归属于母公司股东权益、归属于母公司股东净利润的比例分别为 2.30%、9.72%。

公司控股股东晶辉电器集团及实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北

就公司租赁情况出具承诺：

北鼎晶辉及其下属公司存在承租厂房、办公、宿舍等房屋及房屋所在土地未取得产权证书等情况，存在使用瑕疵，如果公司及其下属公司因承租房产存在权属瑕疵或程序瑕疵而导致该等租赁房产发生被拆除或拆迁等情形，或相关房屋租赁合同被认定为无效或出现任何因该等租赁房产引发的纠纷，导致公司及其下属公司无法继续按既有租赁协议约定使用该等租赁房产，因此造成公司及/或其下属公司任何损失，或因拆迁可能产生的搬迁费用等，或被有关主管部门按照法律法规及规范性文件的规定处罚，或被有关权利人追索而支付赔偿等，由本人及本公司承担全部损失并承担无限连带赔偿责任。

（二）无形资产

1、土地使用权

无。

2、商标

截至2019年6月30日，公司已注册的商标247件，其中境内商标202件，境外商标45件，境内商标具体情况如下：

序号	注册人	商标名称及标识	注册号	注册有效期	法律状态	对生产经营的影响程度
1	北鼎晶辉		8778213	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	重要
2	北鼎晶辉		8774103	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	重要
3	北鼎晶辉		8778174	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	重要
4	北鼎晶辉		8773990	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	重要
5	北鼎晶辉		8773905	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	重要
6	北鼎科技	BUYDEEM	7881933	2011年04月07日至2021年04月06日	有效	非常重要
7	北鼎科技		7904516	2011年03月28日至2021年03月27日	有效	重要

8	北鼎科技	BUYDEEM	8370196	2011年07月07日至2021年07月06日	有效	重要
9	北鼎科技	北鼎	8370240	2011年02月21日至2021年02月20日	有效	非常重要
10	北鼎科技	BUYDEEM	7881887	2011年01月28日至2021年01月27日	有效	重要
11	北鼎科技	手边	14828798	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	非常重要
12	北鼎科技	北鼎	14826481	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	非常重要
13	北鼎科技	手邊	14797933	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	重要
14	北鼎科技	手邊	14797891	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	一般
15	北鼎科技	手邊	14828793	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	一般
16	北鼎科技	手邊	14797895	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	一般
17	北鼎科技	手邊	14797874	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	重要
18	北鼎科技	手邊	14828794	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	非常重要
19	北鼎科技	手邊	14797834	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	一般
20	北鼎科技	北鼎	14828784	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	非常重要
21	北鼎科技	北鼎	14828785	2015年09月14日至2025年09月13日	有效	非常重要
22	北鼎科技	北鼎	14826493	2015年09月14日至2025年09月13日	有效	重要
23	北鼎科技	北鼎	14826250	2015年09月14日至2025年09月13日	有效	一般
24	北鼎科技	北鼎	14828787	2015年09月14日至2025年09月13日	有效	非常重要
25	北鼎科技	手边汤水	14828788	2016年05月28日至2026年05月27日	有效	非常重要
26	北鼎科技	手边汤水	14828789	2016年07月07日至2026年07月06日	有效	非常重要

27	北鼎科技	手边汤水	14828790	2015年09月14日至2025年09月13日	有效	一般
28	北鼎科技	手边	14796570	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	一般
29	北鼎科技	手邊	14796941	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	一般
30	北鼎科技	手邊	14828792	2016年11月28日至 2026年11月27日	有效	一般
31	北鼎科技	手边	14828797	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	一般
32	北鼎科技	手边	14796797	2015年11月14日至2025年11月13日	有效	一般
33	北鼎科技	手边	14796678	2015年09月07日至2025年09月06日	有效	一般
34	北鼎科技	手边	19956051	2018年09月07日至 2028年09月06日	有效	一般
35	北鼎晶辉	康之泰	1630186	2011年09月07日至2021年09月06日	有效	一般
36	北鼎晶辉		1638091	2011年09月21日至2021年09月20日	有效	一般
37	北鼎晶辉	CRASTAL	1448489	2010年09月21日至2020年09月20日	有效	一般
38	北鼎晶辉	CRASTAL	1980304	2014年01月28日至2024年01月27日	有效	一般
39	北鼎晶辉		1980302	2013年03月14日至2023年03月13日	有效	一般
40	北鼎晶辉	康之泰	1980301	2014年01月28日至2024年01月27日	有效	一般
41	北鼎晶辉	长乐	7522610	2010年10月28日至2020年10月27日	有效	一般
42	北鼎晶辉	长乐	7522647	2011年02月14日至2021年02月13日	有效	一般
43	北鼎科技	BESTING	7603786	2010年11月14日至2020年11月13日	有效	一般
44	北鼎科技	BESTING	7603897	2011年02月28日至2021年02月27日	有效	一般
45	北鼎科技	北鼎	7907297	2011年06月21日至2021年06月20日	有效	非常重要

46	北鼎科技	北鼎	7860817	2011年01月14日至2021年01月13日	有效	非常重要
47	北鼎科技	北鼎	7907186	2011年03月28日至2021年03月27日	有效	重要
48	北鼎科技	北鼎	7568501	2011年02月21日至2021年02月20日	有效	非常重要
49	北鼎科技	北鼎	7568561	2010年11月07日至2020年11月06日	有效	重要
50	北鼎科技	北鼎	7860850	2011年03月28日至2021年03月27日	有效	非常重要
51	北鼎晶辉	CRASTAL	1923294	2012年12月07日至2022年12月06日	有效	一般
52	北鼎晶辉	CRASTAL	1918843	2013年01月28日至2023年01月27日	有效	一般
53	北鼎科技	北鼎	10005919	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
54	北鼎科技	北鼎	10005870	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	重要
55	北鼎科技	北鼎	9999756	2012年12月28日至2022年12月27日	有效	一般
56	北鼎科技	北鼎	9999527	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	一般
57	北鼎科技	北鼎	9999469	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	一般
58	北鼎科技	北鼎	9999438	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	重要
59	北鼎科技	北鼎	9993833	2013年07月07日至2023年07月06日	有效	一般
60	北鼎科技	北鼎	9993890	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	一般
61	北鼎科技	北鼎	10010907	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
62	北鼎科技	北鼎	10010960	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
63	北鼎科技	北鼎	10010847	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
64	北鼎科技	北鼎	10010780	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般

65	北鼎科技	北鼎	10010742	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
66	北鼎科技	北鼎	10006782	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	一般
67	北鼎科技	北鼎	10005987	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
68	北鼎科技	北鼎	9999350	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	一般
69	北鼎科技	北鼎	9989676	2012年12月28日至2022年12月27日	有效	一般
70	北鼎科技	北鼎	9989637	2012年12月28日至2022年12月27日	有效	一般
71	北鼎科技	北鼎	9989593	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	一般
72	北鼎科技	北鼎	9989497	2013年02月21日至2023年02月20日	有效	一般
73	北鼎科技	北鼎	9989594	2013年02月21日至2023年02月20日	有效	一般
74	北鼎科技	北鼎	9989559	2013年02月21日至2023年02月20日	有效	一般
75	北鼎科技	北鼎	9989523	2013年02月21日至2023年02月20日	有效	一般
76	北鼎科技	BUYDEEM	9304727	2012年04月14日至2022年04月13日	有效	一般
77	北鼎科技	北鼎	9304810	2012年05月21日至2022年05月20日	有效	非常重要
78	北鼎科技	北鼎	11429618	2014年02月07日至2024年02月06日	有效	非常重要
79	北鼎科技	北鼎	11429704	2014年02月07日至2024年02月06日	有效	非常重要
80	北鼎科技	BUYDEEM	11429875	2014年02月07日至2024年02月06日	有效	非常重要
81	北鼎科技	BUYDEEM	11429964	2014年02月07日至2024年02月06日	有效	非常重要
82	北鼎科技	BUYDEEM	11430005	2014年02月07日至2024年02月06日	有效	非常重要
83	北鼎科技	BUYDEEM	18336826	2016年12月21日至2026年12月20日	有效	非常重要

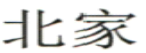
84	北鼎科技	BUYDEEM	18267541	2016年12月14日至2026年12月13日	有效	重要
85	北鼎科技	BUYDEEM	18336823	2016年12月21日至2026年12月20日	有效	非常重要
86	北鼎科技	BUYDEEM	18336825	2016年12月21日至2026年12月20日	有效	一般
87	北鼎科技	BUYDEEM	18270368	2016年12月14日至2026年12月13日	有效	重要
88	北鼎科技	BUYDEEM	18270635	2016年12月14日至2026年12月13日	有效	一般
89	北鼎科技	BUYDEEM	18267038	2016年12月14日至2026年12月13日	有效	一般
90	北鼎科技	BUYDEEM	18336824	2016年12月21日至2026年12月20日	有效	非常重要
91	北鼎科技	BUYDEEM	18269663	2016年12月14日至2026年12月13日	有效	一般
92	北鼎科技	手边	14796878	2016年11月28日至2026年11月27日	有效	一般
93	北鼎科技	手边	14828796	2016年11月28日至2026年11月27日	有效	非常重要
94	北翰林科技	Deemco	19096323	2017年03月21日至2027年03月20日	有效	非常重要
95	北翰林科技	Deemco	19091424A	2017年05月14日至2027年05月13日	有效	非常重要
96	北翰林科技	Deemco	19092656	2017年06月21日至2027年06月20日	有效	一般
97	北翰林科技	Deemco	19096322	2017年03月21日至2027年03月20日	有效	非常重要
98	北翰林科技	Deemco	19096321	2017年03月21日至2027年03月20日	有效	非常重要
99	北翰林科技	Deemco	19091261	2017年03月14日至2027年03月13日	有效	非常重要
100	北翰林科技	Deemco	19091391	2017年03月14日至2027年03月13日	有效	重要
101	北翰林科技	Deemco	19092737	2017年03月14日至2027年03月13日	有效	重要
102	北鼎科技	BUYDEEM	9304792	2012年04月14日至2022年04月13日	有效	一般

103	北鼎科技		8774038	2011年11月07日至2021年11月06日	有效	一般
104	北鼎科技	北鼎	14828786	2015年9月14日至2025年9月13日	有效	一般
105	北鼎科技	BUYDEEM	9304752	2012年4月14日至2022年4月13日	有效	一般
106	北鼎科技	小北家	19983188	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
107	北鼎科技	小北家	20041637	2017年07月14日至2027年07月13日	有效	非常重要
108	北鼎科技	小北家	20041636	2017年07月14日至2027年07月13日	有效	非常重要
109	北鼎科技	小北家	19987247	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
110	北鼎科技	小北家	19987470	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
111	北鼎科技	小北家	20041635	2017年07月14日至2027年07月13日	有效	非常重要
112	北鼎科技	小北家	19988984	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	非常重要
113	北鼎科技	Piece of Bake	19957596	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
114	北鼎科技	Piece of Bake	19959124	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
115	北鼎科技	Bakerloo	19965972	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
116	北鼎科技	Bakerloo	19967700	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
117	北鼎科技	Bakerloo	19968082	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
118	北鼎科技	Bakerloo	19968322	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
119	北鼎科技	Bakerloo	19971515	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
120	北鼎科技	焙数	20212886	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
121	北鼎科技	焙数	20213059	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	一般

122	北鼎科技	焙数	20213668	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
123	北鼎科技	焙数	20214632	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	一般
124	北鼎科技	焙数	20217849	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
125	北鼎科技	焙忘录	20218012	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	一般
126	北鼎科技	焙忘录	20218402	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	一般
127	北鼎科技	焙忘录	20218787	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
128	北鼎科技	焙忘录	20219172	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	一般
129	北鼎科技	焙忘录	20220004	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
130	北鼎科技	焙忘录	20221094	2017年07月28日至2027年07月27日	有效	重要
131	北鼎科技	小北家	20041634	2017年07月14日至2027年07月13日	有效	非常重要
132	北鼎科技	小北家	19982683	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
133	北鼎科技	小北家	19982847	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
134	北鼎科技	小北家	19984310	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	非常重要
135	北鼎科技	小北家	19986572	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	非常重要
136	北鼎科技	小北家	19987828	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
137	北鼎科技	小北家	19989337	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	非常重要
138	北鼎科技	Piece of Bake	19957698	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
139	北鼎科技	Piece of Bake	19958017	2017年06月28日至2027年06月27日	有效	一般
140	北鼎科技	Piece of Bake	19958159	2017年06月28日至2027年06月27日	有效	一般

141	北鼎科技	Piece of Bake	19958349	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
142	北鼎科技	Bakerloo	19966389	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
143	北鼎科技	Bakerloo	19966696	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
144	北鼎科技	Bakerloo	19967022	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	一般
145	北鼎科技	Bakerloo	19967345	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
146	北鼎科技	Bakerloo	19967901	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
147	北鼎科技	Bakerloo	19972878	2017年07月07日至2027年07月06日	有效	重要
148	北鼎科技	北鼎	9999562	2012年11月21日至2022年11月20日	有效	重要
149	北鼎科技	北鼎	10005805	2012年11月28日至2022年11月27日	有效	重要
150	北鼎科技	小北家	19983682	2017年09月21日至2027年09月20日	有效	非常重要
151	北鼎科技	小北家	19984110	2017年09月21日至2027年09月20日	有效	非常重要
152	北鼎科技	小北家	19988084	2017年09月21日至2027年09月20日	有效	非常重要
153	北鼎科技	小北家	19988714	2017年09月21日至2027年09月20日	有效	非常重要
154	北鼎科技	焙数	20214171	2017年10月14日至2027年10月13日	有效	重要
155	北鼎科技		21494686	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要
156	北鼎科技		21494236	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要
157	北鼎科技		21493677	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要
158	北鼎科技		21490893	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要
159	北鼎科技		21490720	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要

160	北鼎科技		21490216	2017年11月21日至 2027年11月20日	有效	重要
161	北鼎科技		21490091	2017年11月28日至 2027年11月27日	有效	重要
162	北鼎科技		21489440	2017年11月21日至 2027年11月20日	有效	重要
163	北鼎科技		21489119	2018年11月07日至 2028年11月06日	有效	重要
164	北鼎科技	BUYDEEM	27529121	2018年11月21日至 2028年11月20日	有效	一般
165	北鼎科技	北鼎	25130452	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
166	北鼎科技	北家	25129029	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
167	北鼎科技	北家	25125855	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
168	北鼎科技	北家	25119816	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
169	北鼎科技	北家	25117263	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
170	北鼎科技	北鼎	25112235	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
171	北鼎科技	北鼎	25112050	2018年07月07日至 2028年07月06日	有效	重要
172	北鼎科技	北鼎	25111965	2018年10月7日至2028年10月6日	有效	重要
173	北鼎科技		23908573	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	重要
174	北鼎科技		23907973	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	重要
175	北鼎科技		23907770	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般
176	北鼎科技		23907430	2018年04月28日至 2028年04月27日	有效	一般
177	北鼎科技		23907366	2018年04月28日至 2028年04月27日	有效	一般
178	北鼎科技		23907097	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般

179	北鼎科技		23907022	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般
180	北鼎科技		23906961	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般
181	北鼎科技		23906696	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	重要
182	北鼎科技		23906553	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	重要
183	北鼎科技		23906544	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般
184	北鼎科技		23906514	2018年04月21日至 2028年04月20日	有效	一般
185	北鼎科技		22956726	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
186	北鼎科技		22956725	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
187	北鼎科技		22956724	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
188	北鼎科技		22916896	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
189	北鼎科技		22915593	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
190	北鼎科技		22915302	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
191	北鼎科技		22913882	2018年02月28日至 2028年02月27日	有效	重要
192	北鼎科技		22748765	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	重要
193	北鼎科技		22748739	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	重要
194	北鼎科技		22748657	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	一般
195	北鼎科技		22748635	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	一般
196	北鼎科技		22717201	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	一般
197	北鼎科技		22716920	2018年04月14日至 2028年04月13日	有效	一般

198	北鼎科技	北家	22716581	2018年02月21日至 2028年02月20日	有效	一般
199	北鼎科技		21493351	2018年01月14日至 2028年01月13日	有效	重要
200	北鼎科技	Bakelulu	19973191	2018年04月28日至 2028年04月27日	有效	一般
201	北鼎科技	北鼎	22956723	2019年03月07日至2029年03月06日	有效	重要
202	北翰林	Deemco	30368802	2019年04月14日至2029年04月13日	有效	重要

境外商标具体情况如下：

序号	申请人	商标	注册号	注册日期	续展日期	注册地	对生产经营的影响程度
1	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1094546	2011/8/10	2021/8/10	马德里商标	非常重要
2	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1094546	2012/8/3	2021/8/10	日本	非常重要
3	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	4181424	2012/7/31	2021/8/10	美国	非常重要
4	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1094546	2013/3/1	2021/8/10	韩国	非常重要
5	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1457036	2012/3/30	2021/8/10	澳大利亚	非常重要
6	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1094546	2012/8/27	2021/8/10	俄罗斯	非常重要
7	Buydeem Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1094546	2012/9/5	2021/8/10	欧盟	非常重要
8	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1871724	2017/9/7	2027/9/6	澳大利亚	非常重要
9	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	UK00003255214	2017/9/7	2027/9/6	英国	非常重要
10	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	3632233	2017/9/11	2027/9/10	印度	非常重要
11	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	6044573	2018/5/18	2028/5/18	日本	非常重要
12	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	40-1372302	2018/6/27	2028/6/27	韩国	非常重要
13	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1075693	2017/9/7	2027/9/6	新西兰	非常重要

14	北鼎晶辉	BUYDEEM	301652355	2010/06/30	2020/06/29	香港	非常重要
15	北鼎晶辉	北鼎	301652364	2010/06/30	2020/06/29	香港	非常重要
16	北鼎晶辉	BUYDEEM	01478732	2011/10/16	2021/10/15	台湾	非常重要
17	北鼎晶辉	北鼎	01479021	2011/10/16	2021/10/15	台湾	非常重要
18	北鼎晶辉	北鼎	01479384	2011/10/16	2021/10/15	台湾	一般
19	北鼎晶辉	BUYDEEM	01478782	2011/10/16	2021/10/15	台湾	一般
20	北鼎晶辉	BUYDEEM	01479022	2011/10/16	2021/10/15	台湾	非常重要
21	北鼎晶辉	BUYDEEM	01479385	2011/10/16	2021/10/15	台湾	一般
22	北鼎晶辉	北鼎	01478731	2011/10/16	2021/10/15	台湾	非常重要
23	北鼎晶辉	北鼎	01478781	2011/10/16	2021/10/15	台湾	一般
24	北鼎晶辉	BUYDEEM	01919319	2018/6/16	2028/6/15	台湾	重要
25	北鼎晶辉	BUYDEEM	01920524	2018/6/16	2028/6/15	台湾	重要
26	北鼎晶辉	BUYDEEM	01920662	2018/6/16	2028/6/15	台湾	重要
27	北鼎晶辉		01919508	2018/6/16	2028/6/15	台湾	重要
28	北鼎晶辉		01919888	2018/6/16	2028/6/15	台湾	重要
29	Crastal Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	北鼎	1092357	2011/4/27	2021/4/27	马德里商标	非常重要
30	Crastal Technology(Shenzhen) Co .,Ltd.	北鼎	1092357	2012/10/2	2021/4/27	韩国	非常重要
31	CRASTAL TRADING LIMITED(CHINA limited company(ltd.))	Deemco	5041140	2016/9/13	2026/9/12	美国	非常重要
32	CRASTAL TRADING LIMITED(CHINA limited company(ltd.))	Deemco	5036028	2016/9/6	2026/9/5	美国	非常重要
33	CRASTAL TRADING LIMITED(CHINA limited company(ltd.))	Deemco	5040163	2016/9/13	2026/9/12	美国	非常重要
34	CRASTAL TRADING LIMITED(CHINA limited company(ltd.))	Deemco	5040164	2016/9/13	2026/9/12	美国	非常重要
35	CRASTAL TRADING LIMITED(CHINA limited company(ltd.))	Deemco	5041132	2016/9/13	2026/9/12	美国	非常重要
36	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1428304	2017/11/1	2027/11/1	马德里商标	重要
37	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1428194	2018/3/27	2028/3/27	马德里商标	重要
38	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	5758450	2019/5/21	2029/5/21	美国	重要

39	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	BUYDEEM	1422332	2018/6/7	2028/6/7	马德里商标	重要
40	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.	北鼎	1421139	2018/5/22	2028/5/22	马德里商标	重要
41	Buydeem Technology(SHENZHEN) Co .,Ltd.		1427164	2018/4/24	2028/4/24	马德里商标	重要
42	Shenzhen Beihanlin Technology Co .,Ltd.	Deemco	1460280	2019/1/11	2029/1/11	马德里商标	重要
43	北翰林科技	Deemco	01963965	2019/1/16	2029/1/15	台湾	重要
44	北翰林科技	Deemco	01964279	2019/1/16	2029/1/15	台湾	重要
45	北翰林科技	Deemco	01978458	2019/1/16	2029/1/15	台湾	重要

3、专利

（1）发明专利

截至2019年6月30日，公司共取得境内发明专利81项，具体如下：

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	权利有效期	法律状态	对生产经营的影响程度
1	北鼎晶辉	200310124150.5	多士炉自动滑架	2003/12/18	20年	专利权维持	非常重要
2	北鼎晶辉	200310124151.X	多士炉自动滑架	2003/12/18	20年	专利权维持	非常重要
3	北鼎晶辉	200810142258.X	手动带盖烤面包炉	2008/8/7	20年	专利权维持	一般
4	北鼎晶辉	200810217156.X	烤面包炉	2008/10/31	20年	专利权维持	一般
5	北鼎晶辉	200510037189.2	电热水壶水沸腾的判断方法	2005/9/8	20年	专利权维持	非常重要
6	北鼎晶辉	200310124115.3	多士炉自动滑架	2003/12/18	20年	专利权维持	非常重要
7	北鼎晶辉	200510100116.3	电热水壶的控制方法	2005/9/27	20年	专利权维持	非常重要
8	北鼎晶辉	200810142745.6	饮水机	2008/8/1	20年	专利权维持	非常重要
9	北鼎科技	200810216161.9	蒸煮器的蒸汽发生基座	2008/9/18	20年	专利权维持	重要
10	北鼎晶辉	200810066812.0	电热水器的加热控制方法	2008/4/18	20年	专利权维持	一般
11	北鼎晶辉	200910300999.0	电热水壶	2009/3/20	20年	专利权维持	一般

12	北鼎晶辉	200910189868.X	具有前门结构的多士炉	2009/9/3	20年	专利权维持	一般
13	北鼎晶辉	201010114441.6	家用蒸箱	2010/2/12	20年	专利权维持	一般
14	北鼎晶辉	201010285463.9	泡茶器	2010/9/17	20年	专利权维持	一般
15	北鼎晶辉	201010527538.X	茶机基座及其控制方法、茶机	2010/10/29	20年	专利权维持	一般
16	北鼎晶辉	201010554188.6	茶机基座	2010/11/22	20年	专利权维持	一般
17	北鼎晶辉	201110089711.7	位置阀及茶机	2011/4/11	20年	专利权维持	一般
18	北鼎晶辉	201110149320.X	家用豆腐机	2011/6/4	20年	专利权维持	一般
19	北鼎晶辉	201110123199.3	豆腐机	2011/5/13	20年	专利权维持	一般
20	北鼎晶辉	200910110482.5	烤面包炉中途察看面包的控制方法	2009/11/4	20年	专利权维持	一般
21	北鼎晶辉	201010042721.0	旋钮结构	2010/1/12	20年	专利权维持	一般
22	北鼎晶辉	201010131585.2	烤面包炉及其防触电方法	2010/3/23	20年	专利权维持	一般
23	北鼎晶辉	201010151928.1	烤面包炉滑架的阻尼装置	2010/4/14	20年	专利权维持	一般
24	北鼎晶辉	201010279075.X	烤面包炉	2010/9/9	20年	专利权维持	一般
25	北鼎晶辉	200910110748.6	无线信号传输装置	2009/9/30	20年	专利权维持	非常重要
26	北鼎晶辉	201010150829.1	蒸汽发生装置	2010/4/13	20年	专利权维持	一般
27	北鼎晶辉	201010206115.8	电蒸锅及其控制方法	2010/6/22	20年	专利权维持	一般
28	北鼎晶辉	201010517058.5	蒸汽发生装置及家用电蒸箱	2010/10/21	20年	专利权维持	一般
29	北鼎晶辉	201110027998.0	温度控制阀及蒸箱	2011/1/26	20年	专利权维持	一般
30	北鼎晶辉	200910107462.2	电子液体位置检测和显示装置的应用方法	2009/5/21	20年	专利权维持	重要
31	北鼎晶辉	201110048458.0	蒸汽发生装置及蒸箱	2011/3/1	20年	专利权维持	一般

32	北鼎晶辉	201110093027.6	电热水壶开盖结构	2011/4/14	20年	专利权维持	重要
33	北鼎晶辉	201110081706.1	搅拌器	2011/4/1	20年	专利权维持	一般
34	北鼎晶辉	201110156914.3	烤面包炉滑架的阻尼装置	2010/4/14	20年	专利权维持	一般
35	北鼎晶辉	201010585733.8	烤面包炉滑架	2010/12/13	20年	专利权维持	重要
36	北鼎晶辉	201010174704.2	烤面包炉的控制方法	2010/5/11	20年	专利权维持	一般
37	北鼎晶辉	201110157449.5	烤面包炉滑架的阻尼装置	2010/4/14	20年	专利权维持	一般
38	北鼎晶辉	201110445428.3	家用豆腐机	2011/12/27	20年	专利权维持	一般
39	北鼎晶辉	201110136747.6	豆浆机	2011/5/25	20年	专利权维持	一般
40	北鼎晶辉	201010262658.1	蒸汽发生装置及家用电蒸箱	2010/8/25	20年	专利权维持	一般
41	北鼎晶辉	201010501955.7	蒸汽发生装置及其控制方法、家用电蒸箱	2010/10/8	20年	专利权维持	重要
42	北鼎晶辉	201110157377.4	茶机基座	2011/6/13	20年	专利权维持	一般
43	北鼎晶辉	201010620803.9	茶机基座	2010/12/31	20年	专利权维持	一般
44	北鼎晶辉	201110353816.9	豆腐机的压榨装置、豆腐机及其工作方法	2011/11/10	20年	专利权维持	一般
45	北鼎晶辉	201210057994.1	豆腐机	2012/3/7	20年	专利权维持	一般
46	北鼎晶辉	201110456110.5	豆腐机	2011/12/31	20年	专利权维持	一般
47	北鼎晶辉	201110445419.4	家用豆腐机	2011/12/27	20年	专利权维持	一般
48	北鼎晶辉	201210423953.X	磁耦合式豆腐机	2012/10/30	20年	专利权维持	一般
49	北鼎晶辉	201210224001.5	咖啡机搅拌装置及咖啡机	2012/7/2	20年	专利权维持	一般
50	北鼎晶辉	201210100530.4	带盖多士炉的盖开合机构	2012/4/9	20年	专利权维持	一般

51	北鼎晶辉	201210025070.3	液体电加热器干烧保护的控制方法	2012/2/6	20年	专利权维持	一般
52	北鼎晶辉	201210220183.9	电饭煲盖结构、电饭煲及电饭煲的控制方法	2012/6/29	20年	专利权维持	一般
53	北鼎晶辉	201210197645.X	便携式电饭煲	2012/6/15	20年	专利权维持	一般
54	北鼎晶辉	201310339203.9	多士炉断电保护机构	2013/8/6	20年	专利权维持	重要
55	北鼎晶辉	201410203536.3	防溢结构的养生壶	2014/5/14	20年	专利权维持	非常重要
56	北鼎晶辉	201310683139.6	电热水器水沸腾及有水防干烧控制方法	2013/12/12	20年	专利权维持	非常重要
57	北鼎晶辉	201210537334.3	弹夹式自动上料装置	2012/12/13	20年	专利权维持	一般
58	北鼎晶辉	201310385270.4	多士炉防手把下压断电保护机构	2013/8/29	20年	专利权维持	重要
59	北鼎科技	201210350565.3	用于多士炉的云母片移动装置及其多士炉	2012/9/20	20年	专利权维持	一般
60	北鼎晶辉	201310130731.3	泡茶杯	2013/4/16	20年	专利权维持	一般
61	北鼎晶辉	201210543648.4	茶机	2012/12/14	20年	专利权维持	一般
62	北鼎晶辉	201210256728.1	烤面包炉电子防卡保护装置	2012/7/24	20年	专利权维持	一般
63	北鼎晶辉	201210527571.1	多士炉开关	2012/12/10	20年	专利权维持	一般
64	北鼎晶辉	201310213063.0	带盖多士炉	2013/5/31	20年	专利权维持	一般
65	北鼎晶辉	201310746032.1	设有托杯盘升降机构的饮水机	2013/12/30	20年	专利权维持	重要
66	北鼎晶辉	201310537554.0	发条驱动滑架升降机构及其多士炉	2013/11/04	20年	专利权维持	一般
67	北鼎晶辉	201410232185.9	养生壶盖、养生壶及养生壶盖的使用方法	2014/5/29	20年	专利权维持	非常重要

68	北鼎晶辉	201310689210.1	设有防溢结构的电加热煲及溢出判断方法	2013/12/13	20年	专利权维持	非常重要
69	北鼎晶辉	201310723944.7	快速烘烤多士炉及其控制方法	2013/12/23	20年	专利权维持	非常重要
70	北鼎晶辉	201410087780.8	电加热煲的防溢出控制方法	2014/3/11	20年	专利权维持	非常重要
71	北鼎晶辉	201410462354.8	电池腕带	2014/9/11	20年	专利权维持	一般
72	北鼎晶辉	201010256065.4	茶机	2010/8/17	20年	专利权维持	一般
73	北鼎晶辉	200910105150.8	电连接器	2009/1/19	20年	专利权维持	一般
74	北鼎晶辉	201210240629.4	微压开关、电蒸锅及其工作方法	2012/7/12	20年	专利权维持	一般
75	北鼎晶辉	201210262654.2	水煲慢开盖结构	2012/7/27	20年	专利权维持	重要
76	北鼎晶辉	201210256026.3	温度计的安装结构及电热水壶	2012/7/23	20年	专利权维持	非常重要
77	北鼎科技	201510821251.0	家用电烤箱的摄像系统结构和家用电烤箱	2015/11/24	20年	专利权维持	非常重要
78	北鼎科技	201510731525.7	家用电烤箱的开关门结构及带有该结构的家用电烤箱	2015/11/2	20年	专利权维持	非常重要
79	北鼎科技	201610865496.8	养生壶定时落料结构及养生壶	2016/9/29	20年	专利权维持	非常重要
80	北鼎科技	201510340239.8	咖啡器具的旋转出水机构及咖啡器具	2015/6/18	20年	专利权维持	重要
81	北鼎科技	201610115447.2	具有环境检测显示及无线传输功能的家用储物器具	2016/3/1	20年	专利权维持	重要

（2）实用新型

截至2019年6月30日，公司共取得境内实用新型专利47项，具体如下：

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	权利有效期	法律状态	对生产经营的影响程度
1	北鼎晶辉	201020167992.4	汽水分离器、蒸汽发生装置及家用电蒸箱	2010/4/19	10年	专利权维持	一般
2	北鼎晶辉	200920204391.3	用于电炊具上的无线通信装置	2009/9/8	10年	专利权维持	一般
3	北鼎晶辉	200920205540.8	无线信号传输装置	2009/9/30	10年	专利权维持	一般
4	北鼎晶辉	201120076562.6	烤面包炉保护电路	2011/3/22	10年	专利权维持	一般
5	北鼎晶辉	201120059996.5	蒸箱压力门锁	2011/3/9	10年	专利权维持	一般
6	北鼎晶辉	201120078876.X	压力开关及蒸箱	2011/3/23	10年	专利权维持	一般
7	北鼎晶辉	201120014199.5	电磁炉专用汤锅	2011/1/18	10年	专利权维持	一般
8	北鼎晶辉	201120044553.9	蒸箱门锁结构	2011/2/23	10年	专利权维持	一般
9	北鼎晶辉	201020656611.9	电加热锅	2010/12/13	10年	专利权维持	一般
10	北鼎晶辉	201020641973.0	门锁结构及蒸箱	2010/12/3	10年	专利权维持	一般
11	北鼎晶辉	201020672756.8	电蒸锅	2010/12/20	10年	专利权维持	一般
12	北鼎晶辉	201020253600.6	饮水机	2010/7/8	10年	专利权维持	重要
13	北鼎晶辉	201120154084.6	即热式饮水机	2011/5/16	10年	专利权维持	重要
14	北鼎晶辉	201120118817.0	搅拌粉碎刀	2011/4/21	10年	专利权维持	一般
15	北鼎晶辉	201020270016.1	烤面包炉	2010/7/23	10年	专利权维持	一般
16	北鼎晶辉	201120030777.4	茶机中的阀驱动装置及其茶机	2011/1/29	10年	专利权维持	一般
17	北鼎晶辉	201120179824.1	打粉机	2011/5/31	10年	专利权维持	一般
18	北鼎晶辉	201120210300.4	车载加热器	2011/6/21	10年	专利权维持	一般
19	北鼎晶辉	201220082571.0	豆腐机	2012/3/7	10年	**拟放弃**	一般

20	北鼎晶辉	201220323822.X	液体加热器的水汽排放装置	2012/7/5	10年	专利权维持	一般
21	北鼎晶辉	201220693946.7	茶篮升降机构及其茶机	2012/12/14	10年	专利权维持	一般
22	北鼎科技	201220474834.2	电加热型防沸出饮水机	2012/9/18	10年	专利权维持	一般
23	北鼎晶辉	201220230217.8	带指示灯的电容式触摸键	2012/5/22	10年	专利权维持	一般
24	北鼎晶辉	201420324290.0	厨房电器控制芯片	2014/6/18	10年	专利权维持	一般
25	北鼎晶辉	201420288335.3	厨房电器工作参数传输装置	2014/5/30	10年	专利权维持	一般
26	北鼎晶辉	201420246718.4	防溢结构的养生壶	2014/5/14	10年	专利权维持	非常重要
27	北鼎晶辉	201320329982.X	电热水壶发热盘的固定及密封结构	2013/6/8	10年	专利权维持	重要
28	北鼎晶辉	201420283892.6	隔网摆动机构	2014/5/30	10年	专利权维持	一般
29	北鼎晶辉	201320689445.6	多士炉的旋钮按键组合	2013/11/04	10年	专利权维持	一般
30	北鼎晶辉	201320725614.7	养生壶的安装结构	2013/11/15	10年	专利权维持	非常重要
31	北鼎晶辉	201320345677.X	多士炉的启动机构	2013/6/17	10年	专利权维持	一般
32	北鼎科技	201520135492.5	基于无线通信的厨房电器的图像传输及控制装置	2015/3/10	10年	专利权维持	非常重要
33	北鼎科技	201520428416.3	咖啡器具的旋转出水机构及咖啡器具	2015/6/18	10年	专利权维持	一般
34	北鼎科技	201620367844.4	水壶滤网结构	2016/4/27	10年	专利权维持	一般
35	北鼎科技	201620333356.1	多士炉格网合拢机构	2016/4/20	10年	专利权维持	一般
36	北鼎科技	201621099422.X	养生壶定时落料结构和养生壶	2016/9/29	10年	专利权维持	非常重要
37	北鼎科技	201520623725.6	电热水壶传感器的安装结构	2015/8/19	10年	专利权维持	非常重要

38	北鼎科技	201621169311.1	带茶杯结构的养生壶	2016/11/2	10年	专利权维持	非常重要
39	北鼎科技	201620018760.X	养生壶炖盅结构及养生壶	2016/1/8	10年	专利权维持	非常重要
40	北鼎科技	201720734129.4	节电控制芯片	2017/6/22	10年	专利权维持	重要
41	北鼎科技	201721353977.7	电烤箱摄像头结构	2017/10/20	10年	专利权维持	非常重要
42	北鼎科技	201820864049.5	发热盘上温度传感器的安装结构	2018/06/04	10年	专利权维持	非常重要
43	北鼎科技	201820518962.X	多功能咖啡机	2018/04/12	10年	专利权维持	一般
44	北鼎科技	201820279900.8	养生壶的搅拌结构及养生壶	2018/02/28	10年	专利权维持	重要
45	北鼎科技	201721645228.1	具有识别编码功能的电烤箱	2017/11/30	10年	专利权维持	重要
46	北鼎科技	201721649725.9	智能养生壶	2017/11/30	10年	专利权维持	重要
47	北鼎科技	201721371207.5	家用电烤箱摄像头结构和家用电烤箱	2017/11/20	10年	专利权维持	重要

（3）外观设计

截至2019年6月30日，公司共取得外观设计专利36项，具体如下：

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	权利有效期	法律状态	对生产经营的影响程度
1	北鼎晶辉	200930169631.6	电热水壶(KE0906)	2009/9/30	10年	专利权维持	一般
2	北鼎晶辉	200930169635.4	饮水机	2009/9/30	10年	专利权维持	一般
3	北鼎晶辉	201130164080.1	电热水壶（KE1103）	2011/6/9	10年	专利权维持	一般
4	北鼎晶辉	201130151738.5	蒸箱（SB1101）	2011/6/1	10年	专利权维持	一般
5	北鼎晶辉	201130169599.9	多士炉（AT5K45）	2011/6/13	10年	专利权维持	一般
6	北鼎晶辉	201130133178.0	电热水壶（KE1106）	2011/5/23	10年	专利权维持	一般
7	北鼎晶辉	201130120495.9	多士炉（AT2K56	2011/5/16	10年	专利权维持	一般

			）				
8	北鼎晶辉	201030536981.4	电热水壶(KE0903)	2010/9/28	10年	专利权维持	一般
9	北鼎晶辉	201030250894.2	饮水机	2010/7/27	10年	专利权维持	一般
10	北鼎晶辉	201030233856.6	烤面包炉	2010/7/8	10年	专利权维持	一般
11	北鼎晶辉	201130168898.0	电热水壶（KE1107）	2011/6/13	10年	专利权维持	一般
12	北鼎晶辉	201230058461.6	电热水壶（KE1110）	2012/3/14	10年	专利权维持	一般
13	北鼎晶辉	201130162714.X	电热水壶（KE1007）	2011/6/8	10年	专利权维持	一般
14	北鼎晶辉	201230058435.3	烤面包炉（AT2C57）	2012/3/14	10年	专利权维持	一般
15	北鼎晶辉	201230565455.X	饮水机（WM1001B1）	2012/11/21	10年	专利权维持	非常重要
16	北鼎晶辉	201230565534.0	饮水机（WM1001）	2012/11/21	10年	专利权维持	非常重要
17	北鼎晶辉	201230564326.9	电热水壶（KE0901）	2012/11/20	10年	专利权维持	一般
18	北鼎晶辉	201230565564.1	电热水壶（KE1109）	2012/11/21	10年	专利权维持	重要
19	北鼎晶辉	201330445660.7	电热水壶(KE1203)	2013/9/17	10年	专利权维持	非常重要
20	北鼎晶辉	201330445792.X	养生壶（KE1202）	2013/9/17	10年	专利权维持	非常重要
21	北鼎晶辉	201330445877.8	上水器	2013/9/17	10年	专利权维持	重要
22	北鼎科技	201430338566.6	电热水壶(KE1203E0)	2014/9/15	10年	专利权维持	非常重要
23	北鼎科技	201430338501.1	烤面包炉(AT2F62)	2014/9/15	10年	专利权维持	一般
24	北鼎科技	201530569187.2	养生壶（带炖盅）	2015/12/31	10年	专利权维持	非常重要
25	北鼎晶辉	201630212913.X	电烤箱(T750)	2016/5/31	10年	专利权维持	非常重要
26	北鼎晶辉	201630212917.8	养生壶（K11）	2016/5/31	10年	专利权维持	非常重要
27	北鼎晶辉	201630212920.X	饮水机（S601）	2016/5/31	10年	专利权维持	非常重要
28	北鼎晶辉	201630212924.8	养生壶（K185）	2016/5/31	10年	专利权维持	非常重要
29	北鼎晶辉	201630212930.3	养生壶	2016/5/31	10年	专利权	非常重要

			（K157）			维持	
30	北鼎晶辉	201630212933.7	养生壶（K153）	2016/5/31	10年	专利权维持	非常重要
31	北鼎科技	201830190231.2	凉水壶（ASKE05B1)	2018/4/30	10年	专利权维持	重要
32	北鼎科技	201830190225.7	泡茶杯（ASKE05B2)	2018/4/30	10年	专利权维持	重要
33	北鼎科技	201830244576.1	旅行包（A204)	2018/5/24	10年	专利权维持	重要
34	北鼎晶辉	201830238155.8	焖烧杯（ASKE09B1)	2018/5/22	10年	专利权维持	一般
35	北鼎晶辉	201830238155.8	焖烧杯（ASKE09B3）	2018/6/25	10年	专利权维持	一般
36	北鼎晶辉	201830238155.8	焖烧杯（ASKE09B2）	2018/6/25	10年	专利权维持	一般

（4）境外专利

截至2019年6月30日，公司共取得境外专利30项，具体如下：

序号	专利权人	专利类型	专利号	专利名称	申请日	权利有效期	对生产经营的影响程度
1	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（英）	GB2438935	An actuating mechanism of an automatic toaster	2005.01.04（优先权日2004.03.11）	20年	重要
2	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（日）	4785927(申请号，2008-531505）	A CONTROL METHOD OF ELECTRIC HEATING KETTLE	2005.9.27	20年	非常重要
3	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（英）	GB2426185	Bread toaster with a motor driven toast rack	2004.05.06(优先权日2003.05.06）	20年	非常重要
4	Crastal Technology（Shenzhen） Co.Ltd.,She	Invention（美）	US6868775 B2	Bread toaster with a motor driven toast rack	2003.11.17(优先权日2003.05.06)	20年	非常重要

	nzhen(CN)						
5	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（澳）	AU2004201843B2	A Bread toaster with a motor-driven toast-rack	2004.05.04（优先权日2003.05.06）	20年	非常重要
6	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（英）	GB2434883	A control method for electrically heating a kettle	2005.09.27	20年	非常重要
7	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（欧）	EP 1923764 B1	A METHOD OF JUDGING WATER BOILING IN ELECTRIC KETTLES	2005.09.10	20年	重要
8	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US7786410 B2	Method of controlling electric kettle for "dry" burn prevention	2005.09.10	20年	非常重要
9	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US7728263 B2	Process of controlling an operation of an electric kettle	2005.09.27	20年	非常重要
10	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（英）	GB 2431784	Anti-dry burning control methods and apparatus	2005.11.18	20年	重要
11	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（英）	GB 2432212	Boiling water estimation methods and apparatus	2005.11.15	20年	非常重要
12	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（澳）	2005336311	A method of judging water boiling in electric kettles	2005.9.10	20年	非常重要
13	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（俄）	RU 2371074 C1	电热水壶的控制方法	2005.9.27	20年	非常重要
14	Crastal Technology（Shenzhen	Invention（美）	US 7800027 B2	Method of water temperature	2005.9.10	20年	非常重要

	） Co., Ltd			calibration for electric kettle			
15	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 9345358 B2	Electric steamer and control method thereof	2011.5.24	20年	重要
16	Shenzhen Crastal Technology Co., Ltd	Invention（澳）	2014283976	Toaster actuating mechanism	2014.4.10(优先权日2013.06.17）	20年	重要
17	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 8561526 B2	Bread-toaster	2009.03.26	20年	重要
18	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 8536490 B2	Wireless signal transmission device and method thereof	2009.11.17	20年	非常重要
19	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（欧）	EP 2438817 B1	Toaster cover control device with fireproofing function and application method thereof	2009.11.17 (优先权日2009.06.02）	20年	重要
20	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 8631737 B2	Manual bread-toaster, withlid	2009.03.26	20年	一般
21	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（印）	260655	A method of controlling an electric kettle	2005.09.27	20年	非常重要
22	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention (欧）	EP 2567642 B1	Tea maker	2011.05.24（优先权日2010.9.17）	20年	一般
23	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention (欧）	EP 2340752 B1	A bread-toaster	2009.03.26（优先权日2008.10.31）	20年	一般
24	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention (欧）	EP 2506455 A1	Wireless signal transmission device and transmission method thereof	2009.11.17	20年	非常重要

25	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 8921742 B2	Toaster cover control device with fireproofing function and application method thereof	2009.11.17	20年	一般
26	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention (欧）	EP 2567643 B1	Tea machine base, control method thereof and tea machine	2011.05.25 (优先权日 2010.10.29)	20年	一般
27	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention (欧）	EP 2319378 B1	A manual bread-toaster, with lid	2009.03.26（优先权日 2008.8.7）	20年	一般
28	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 9021939 B2	Tea maker	2011.05.24	20年	一般
29	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（法）	0404630	电机驱动多士炉自动滑架	2004.4.30(优先权日 2003.5.6)	20年	非常重要
30	Crastal Technology（Shenzhen） Co., Ltd	Invention（美）	US 10278539 B2	Toaster actuating mechanism	2015.07.25（优先权日 2013.06.1）	20年	重要

4、软件著作权

截至2019年6月30日，公司共取得软件著作权9项，具体如下：

序号	登记号	证书号	产品名称	颁发时间	著作权人
1	2014SR215064	软著登字第0884293号	北鼎蒸汽控制软件	2014.12.29	北鼎科技
2	2014SR215067	软著登字第0884296号	北鼎节能控制软件	2014.12.29	北鼎科技
3	2014SR215070	软著登字第0884299号	北鼎智能养生控制软件	2014.12.29	北鼎科技
4	2014SR215063	软著登字第0884292号	北鼎温度控制软件	2014.12.29	北鼎科技
5	2014SR215073	软著登字第0884302号	北鼎温差控制软件	2014.12.29	北鼎科技
6	2014SR215056	软著登字第0884285号	北鼎智能控制软件	2014.12.29	北鼎科技
7	2018SR430513	软著登字第2759608号	北鼎厨电设备液温测控软件	2018.6.8	北鼎科技
8	2018SR430517	软著登字第2759612号	北鼎wifi通信的远程智能厨电控制软件	2018.6.8	北鼎科技
9	2018SR551891	软著登字第2880986号	北鼎电商交易安全管理系统	2018.7.16	北鼎科技

5、域名

截至2019年6月30日，公司共取得域名12项，具体如下：

序号	域名	备案	域名注册日期	域名到期日期	域名持有者
1	crastal.com.cn	粤ICP备11082729号-1	2004年9月17日	2022年9月16日	北鼎晶辉
2	crastal.com		1998年8月14日	2022年8月14日	北鼎晶辉
3	buydeem.com	粤ICP备14073241号-1	2009年11月20日	2020年11月20日	北鼎科技
4	buydeem.cn	粤ICP备14073241号-2	2009年11月20日	2020年11月20日	北鼎科技
5	bakelulu.com	粤ICP备14073241号-3	2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
6	bakelu.com.cn		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
7	bakelu.net		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
8	bakelu.cn		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
9	bakelu.com		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
10	bakelulu.com.cn		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
11	bakelulu.net		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
12	bakelulu.cn		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技

六、特许经营权的情况

（一）特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，公司无特许经营权。

（二）业务资质与证书

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司已取得业务和经营必需的资质和许可如下：

序号	公司名称	证书名称	证书编号	证书内容	有效期限
1	北鼎晶辉	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》	4403137876	深圳海关于 2015 年 8 月 27 日颁发，载明：企业经营类别为进出口货物收发货人	长期
2	北鼎晶辉	《对外贸易经营者备案登记表》	02538842	发行人于 2015 年 9 月 10 日进行对外贸易经营者备案登记	长期
3	北鼎晶辉	《对外贸易经营者备案登记表》	03059308	因注册资金变更，发行人于 2017 年 10 月 27 日进行变更登记	长期

4	北鼎晶辉	《出入境检验检疫报检企业备案表》（注 1）	4701001277	发行人于 2016 年 8 月 9 日 在中华人民共和国深圳出入境检验检疫局备案	长期
5	北鼎科技	《食品流通许可证》（注 2）	SP4403052015024733	深圳市市场和质量监督管理委员会南山食品药品监督管理局于 2015 年 10 月 2 日核发，载明：经营方式：批发；经营种类：预包装食品（不含复热）	2015.10.29-2018.10.28
6	北鼎科技	《食品经营许可证》（注 2）	JY14403050281110	深圳市食品药品监督管理局于 2018 年 9 月 30 日核发，载明：经营项目为：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）、特殊食品销售（保健食品销售）	到期日 2023.9.29
7	北翰林科技	《广东省污染物排放许可证》	440306201200015 6	深圳市宝安区环境保护和水务局于 2012 年 4 月 19 日核发	到期日 2017.4.19
8	北翰林科技	《广东省污染物排放许可证》	440306201720000 7	深圳市宝安区环境保护和水务局于 2017 年 4 月 19 日核发	2017.4.19-2022.4.19
9	北翰林科技	《食品流通许可证》（注 2）	SP4403062016032072	深圳市市场和质量监督管理委员会宝安食品药品监督管理局于 2016 年 4 月 12 日核发，载明：经营方式：批发；经营种类：预包装食品（不含复热）	2016.4.8-2019.4.7
10	北翰林科技	《食品经营许可证》（注 2）	JY14403060917036	深圳市食品药品监督管理局于 2019 年 3 月 26 日核发，载明：经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	到期日 2024.3.25
11	北鼎手边	《食品流通许可证》（注 2）	SP4403052015021361	深圳市市场和质量监督管理委员会核发，载明：经营方式：批发；经营种类：预包装食品（不含复热）	2015.7.29-2018.7.28
12	北鼎手边	《食品经营许可证》（注 2）	JY14403050288890	深圳市食品药品监督管理局于 2018 年 10 月 29 日核发，载明：经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	到期日 2023.10.28
13	福田中心城店	《食品经营许可证》	JY24403040183708	深圳市食品药品监督管理局于 2017 年 9 月 15 日核发，载明，经营项目：自制饮品制售（不含自酿酒）	到期日 2022.9.14
14	福田中心城店	《食品经营许可证》（注 3）	JY14403040386551	深圳市食品药品监督管理局于 2019 年 5 月 24 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	到期日 2024.5.23
15	宝安壹方城店	《食品经营许可证》	JY14403060727424	深圳市食品药品监督管理局于 2018 年 7 月 26 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	到期日 2023.7.25
16	福田卓悦汇店	《食品经营许可证》	JY14403040321193	深圳市食品药品监督管理局于 2018 年 11 月 13 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	到期日 2023.11.12
17	南山海岸城店	《食品经营许可证》	JY14403050298336	深圳市食品药品监督管理局于 2018 年 11 月 27 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	到期日 2023.11.26
18	龙岗佳兆业店	《食品经营许可证》	JY14403070916788	深圳市食品药品监督管理局于 2019 年 3 月 13 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）、特殊食品销售（保健食品销售）	到期日 2024.3.12
19	山东北鼎	《食品经营许可证》	JY13702030221015	青岛市市北区市监局于 2019 年 6 月 18 日核发，载明，经营项目：预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品不含熟食）销售	到期日 2024.6.17
20	上海分公司	《食品经营许可证》	JY13101040063623	上海市徐汇区市场监督管理局于 2019 年 7 月 30 日核发，载明，经营项目：预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	到期日 2024.7.29
21	龙岗 COCOpark 分店	《食品经营许可证》	JY24403071081793	深圳市食品药品监督管理局于 2019 年 8 月 2 日核发，载明，经营项目：自制饮品制品*不含自酿酒）	到期日 2024.8.1

22	海雅缤纷城店	《食品经营许可证》	JY24403 0610392 65	深圳市食品药品监督管理局于 2019 年 7 月 18 日核发，载明，经营项目：自制饮品制售（不含自酿酒）	到期日 2024.7.17

注 1：此系北鼎晶辉在 2016 年取得的换发的《出入境检验检疫报检企业备案表》。
注 2：北鼎科技、北翰林科技、北鼎手边报告期内根据相关规定申请取得了换发的《食品经营许可证》。
注 3：福田中心城店变更注册地址 ，因此根据相关规定申请取得了换发的《食品经营许可证》。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有的 ICP 备案情况如下：

序号	域名	备案	域名注册日期	域名到期日期	域名持有者
1	crastal.com.cn	粤ICP备11082729号-1	2004年9月17日	2022年9月16日	北鼎晶辉
2	crastal.com		1998年8月14日	2022年8月14日	北鼎晶辉
3	buydeem.com	粤ICP备14073241号-1	2009年11月20日	2020年11月20日	北鼎科技
4	buydeem.cn	粤ICP备14073241号-2	2009年11月20日	2020年11月20日	北鼎科技
5	bakelulu.com	粤ICP备14073241号-3	2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
6	bakelu.com.cn		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
7	bakelu.net		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
8	bakelu.cn		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
9	bakelu.com		2016年12月20日	2019年12月20日	北鼎科技
10	bakelulu.com.cn		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
11	bakelulu.net		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技
12	bakelulu.cn		2016年4月7日	2020年4月7日	北鼎科技

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及子公司取得的《中国国家强制性产品认证证书》情况如下：

序号	产品名称	证书编号	委托人	制造商	生产企业	证书截止日期
1	智能电蒸锅	2011010717484504	北鼎科技	北鼎晶辉	宝安分公司	2023/11/6
2	智能电水壶	2011010717482629	北鼎科技	北鼎晶辉	宝安分公司	2020/12/31
3	多功能电水壶（养生壶）	2019010717155252	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2024/1/22
4	电水壶	2012010717564855	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/10/30
5	电水壶	2013010717649793	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/4/18
6	北鼎单热饮水机（迷你水立方）	2016010717911297	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2024/1/22
7	多功能电水壶（养生壶）	2018010717090620	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/7/6

序号	产品名称	证书编号	委托人	制造商	生产企业	证书截止日期
8	多功能电水壶（养生壶）	2018010717088333	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2022/7/23
9	多功能电水壶（养生壶）	2016010717838707	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/1/4
10	多功能电水壶（养生壶）	2016010717853584	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/3/4
11	多功能电水壶（养生壶）	2017010717977105	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2022/6/20
12	电烤箱	2018010715081988	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/6/8
13	多功能电水壶(养生壶)	2017010717003204	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2022/9/11
14	智能电水壶	2012010717536905	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2022/2/17
15	多功能电水壶(养生壶)	2016010717895492	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/8/5
16	电水壶	2016010717893046	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/8/5
17	智能电水壶	2016010717876670	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/6/10
18	多功能电水壶(养生壶)	2013010717646387	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2020/6/16
19	多功能电水壶(养生壶)	2014010717724503	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2019/9/25
20	多功能电水壶(养生壶)	2015010717796702	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2021/2/15
21	多功能电水壶(养生壶)	2015010717794160	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2020/7/5
22	面包烘烤器（烤面包机）	2014010712734230	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2019/10/17
23	智能电水壶	2016010717901884	沃尔玛(中国)投资有限公司	北鼎科技	宝安分公司	2021/6/10
24	多功能厨师机	2019010713157887	深圳市品慕科技有限公司	深圳市品慕科技有限公司	宝安分公司	2023/9/16
25	多功能高速真空破壁料理机	2017010713995880	深圳市品慕科技有限公司	深圳市品慕科技有限公司	宝安分公司	2023/5/10
26	多功能电水壶(养生壶)	2019010717184594	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2024/1/22
27	烤面包机面包烘烤器（烤面包机）	2019010712171951	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/9/17
28	电热水壶	2019010717171955	北鼎科技	北鼎科技	宝安分公司	2023/9/17

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及子公司取得的广东省涉及饮用水卫生安全产品卫生许可批件的情况如下：

序号	产品名称	申请单位	批准文号	有效期

1	北鼎单热饮水机（迷你水立方）	北鼎科技	粤卫水字（2014）第 s9110 号	2014-7-25 至 2018-7-24
2	北鼎单热饮水机（迷你水立方）	宝安分公司	粤卫水字（2014）第 s9108 号	2014-5-30 至 2018-5-29
3	北鼎牌单热饮水机（迷你水立方）	北鼎科技	粤卫水字（2018）-02-第 s9683 号	2018-7-3 至 2022-7-2
4	长乐牌单热饮水机（迷你水立方）	宝安分公司	粤卫水字（2018）-02-第 s9682 号	2018-7-3 至 2022-7-3

根据发行人及下属公司取得的主管部门的合规证明，报告期内，发行人及下属公司不存在因违法行为被处罚的情形。

综上所述，北鼎晶辉及下属子公司的经营范围覆盖其所开展的全部业务；北鼎晶辉及下属公司根据规定取得生产经营所须的全部资质、认证、许可；北鼎手边《食品流通许可证》到期及换取《食品经营许可证》期间存在3个月短期空档，未能完全覆盖报告期，但目前已取得《食品经营许可证》，并未因此被主管部门处罚，因此，该情形不会对本次发行造成实质性障碍，除此之外，相关资质、认证、许可的有效期及覆盖报告期或其实际开展业务的期间。

七、发行人核心技术和研发情况

（一）核心技术及来源

发行人核心技术所应用的养生壶、烤箱、饮水机、多士炉及电热水壶在操作便利、使用安全及环保节能等方面具有良好的先进性与稳定性等特点。公司的工程技术水平得到国家及省市区域的认可，获评国家高新技术企业、深圳市市级研究开发中心、深圳市南山区知识产权示范企业、深圳市知识产权优势企业。同时，公司凭借优秀的工业设计能力，攻克技术难关，研发生产出众多拥有高外观水平及工业设计感的产品，获得一系列工业设计大奖，如“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。发行人核心技术属于行业领先具有依据。

其中的核心技术包括以下：

产品类别	核心技术	简要描述	技术来源	创新类型
养生壶	养生壶防溢技术	令消费者不用担心水和食材沸腾时会溢壶。	自主研发	自主创新
	食材添加设计	盖中盖和水壶滤网结构设计以方便用	自主研发	自主创新

		户在煮沸的过程中加进食材。		
	自动定时落料技术	养生壶定时落料。	自主研发	自主创新
烤箱	电烤箱自动门控制技术	为了令消费者使用时更方便而发明了自动开关门结构及带有该结构的家用电烤箱。	自主研发	自主创新
	家用电烤箱的摄像系统结构	家用电烤箱的摄像系统结构和厨房电器工作参数传输装置。	自主研发	自主创新
饮水机	出水技术优化	令消费者可利用水机冲泡不同饮品。	自主研发	自主创新
	即热式饮水机	令消费者可以随时饮用不同温度的水和饮料。	自主研发	自主创新
多士炉	自动多士炉的启动技术	一种使消费者使用更加方面，在放入面包后，其他所有的步骤由机器自动完成的技术。	自主研发	自主创新
	多士炉快速烘烤技术	一种主要通过减少热散失令面包烘烤时间更短，更节能的技术。	自主研发	自主创新
	多士炉安全技术	公司开发了不同的技术去保证产品的安全性，主要包括：具有防火功能的烤面包炉盖技术，烤面包炉电子防卡保护装置，多士炉断电保护结构。	自主研发	自主创新
电热水壶	电热水壶的温度探测和控制技术	通过创新的电热水壶的温度探测机构、电热水壶水沸腾的判断方法、电热水器的加热控制方法、电子液体位置检测和显示装置，去增加温度控制的准确性。	自主研发	自主创新

（二）发行人核心技术产品收入占主营业务收入的比例

报告期内，公司核心技术产品收入及其公司主营业务收入的比例情况如下表所示：

报告期	核心技术产品	收入金额（万元）	占主营业务收入的比例
2019 年 1-6 月	养生壶、多士炉、电热水壶、烤箱、饮水机等	21,279.67	86.99%
2018 年度	养生壶、多士炉、电热水壶、烤箱、饮水机等	54,193.47	90.69%
2017 年度	养生壶、多士炉、电热水壶、烤箱、饮水机等	49,395.18	94.23%
2016 年度	养生壶、多士炉、电热水壶、烤箱、饮水机等	46,616.16	96.36%

（三）发行人研发情况

1、资金投入

报告期内，研发费用金额及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
研发费用（万元）	1,037.43	2,138.59	2,177.34	2,035.91
营业收入（万元）	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
研发费用占当年营业收入的比重	4.20%	3.52%	4.11%	4.17%

2、人员投入

公司的研发团队和技术优势为公司关键资源要素。截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 63 人，占公司总人数的 5.80%。

报告期各期末研发人员情况如下：

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
研发人员（人）	63	63	78	65
公司总人数（人）	1,086	1,301	1,289	1,463
研发人员占公司总人数比重	5.80%	4.84%	6.05%	4.44%

3、核心技术人员、研发人员所取得的专业资质及重要科研成果和获奖情况

核心技术人员及研发人员的重要科研成果主要体现在公司专利和非专利技术，截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有专利 194 项。其中，境内发明专利 81 项，境外专利 30 项，实用新型 47 项，外观设计专利 36 项。公司自主研发设计的产品曾多次荣获“IF 设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。

4、最近两年核心技术人员的主要变动情况及对发行人的影响

最近两年核心技术人员未发生变动。

八、主要产品和服务的质量控制情况

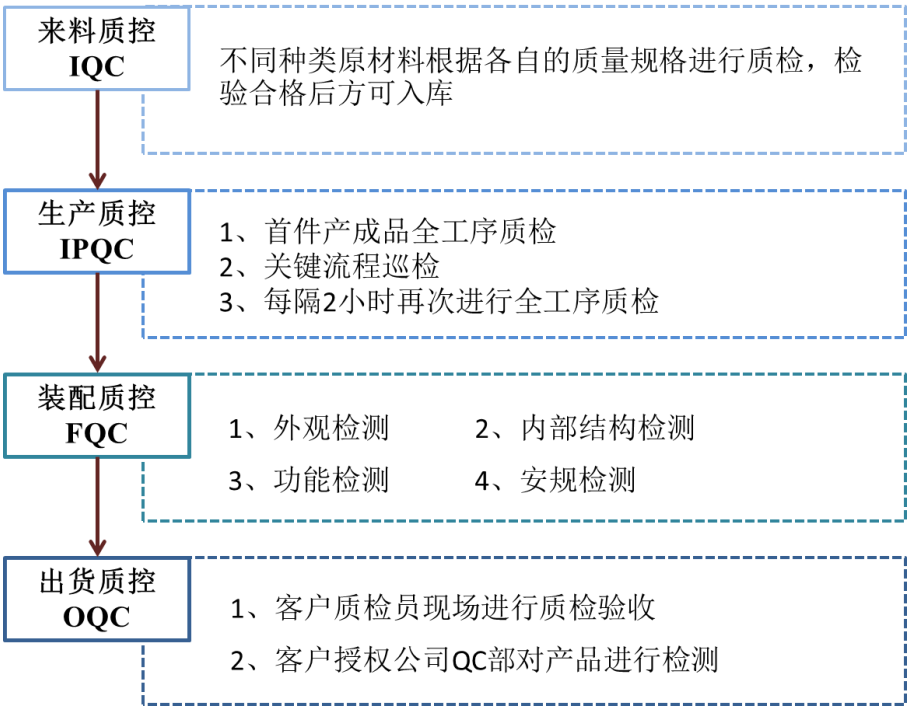
（一）质量控制标准

公司主要基于国际国内通用标准、行业标准等制定了符合自身实际的质量控制标准和检测体系。公司质量控制体系经过了 ISO9001:2015 质量体系认证，北鼎晶辉获得适用于公司产品订单处理的质量体系认证，北鼎晶辉宝安分公司获得适用于公司产品的设计与制造的质量体系认证。同时，公司产品根据销售地区不同，取得了包括国内 CCC、CQC、CFDA 认证，国际 GS，TUV，UL，ETL，FDA、

ROHS、PSE 和 LFGB 等认证在内的所有前置认证。

（二）质量控制措施

根据国际国内通用标准、行业标准、公司技术文件，公司质控部门按质量控制流程进行严格的质量控制。从原材料入库、产品生产、半成品及成品组装到最终出货，产品经过四大模块质检流程，具体情况如下：



（三）食品质量管理措施

针对食材采购，公司制定了《供应商管理制度》、《食品验收标准》、《食品惩罚规则》等一系列质量控制制度和标准，在供应商准入、过程管控、食品验收、食品仓储和食品出库等环节均建立了较为完善的食品质量管理体系。

（四）质量纠纷情况

报告期内公司不存在因产品质量引起的未决诉讼、仲裁等情形，亦不存在因产品质量问题而受到质量技术监督部门行政处罚的情形。

九、发行人的境外经营情况

为了更好地开展外销业务，公司在香港设立晶辉贸易、鼎北贸易，主要负责公司海外业务。

晶辉贸易、鼎北贸易的基本情况及主要财务数据参见“第五节 发行人的基本情况”之“五、发行人的控股子公司、分公司情况”的相关内容。

（一）外销收入确认方式

发行人境外销售主要为 OEM/ODM 模式，销售收入采用 FOB 销售方式，收入确认的方式如下：

销售模式	具体流程、时点	依据	主要会计分录
OEM/ODM 模式、海外经销	产品发货并报关，在客户指定的港口将货物装船并越过船舷后确认销售收入	根据出口报关单、客户提货单确认收入	OEM/ODM 模式： 发货： 借：发出商品，贷：库存商品； 装船取得提单： 借：应收账款，贷：主营业务收入；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：发出商品； 收款： 借：货币资金，贷：应收账款 海外经销模式： 接收订单并预收定金： 借：银行存款 贷：预收账款 发货： 借：发出商品 贷：库存商品 到港后装船前收到剩余货款： 借：银行存款 贷：预收账款 货物装船后确认收入同步结转成本： 借：预收账款/应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：发出商品 收到应收账款时： 借：银行存款 贷：应收账款

（二）海关报关数据情况

单位：万元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	海关报关数据	营业收入	海关报关数据	营业收入	海关报关数据	营业收入	海关报关数据	营业收入
外销	12,419.32	12,311.74	29,259.42	29,273.29	27,817.28	27,803.82	28,716.45	28,860.24

注：上表中营业收入为母公司外销营业收入。

公司 2016 年度和 2017 年度海关报关数据通过向深圳海关询证获得，2018 年度和 2019 年 1-6 月通过查询中国电子口岸数据获得。

报告期内，母公司外销收入和海关统计数据差异较小，差异率分别为 0.50%、0.05%、0.05%和 0.87%，差异原因主要为公司收入确认时点与海关统计数据时点

以及选择的折算汇率时点存在差异。

（三）增值税退税的流程

公司增值税退税的办理流程如下：

（1）确认出口销售收入。公司在货物报关出口，取得提单等确认销售收入的实现，同时在当期的增值税纳税申报表上反映免抵退出口收入，开具的增值税普通发票作为入账和申报的正式凭证。

（2）出口退税申报。公司在货物出口之日（以报关单上注明出口日期为准）起 90 日内，向退税部门申报办理退税申报手续。每月 15 日前，单证齐全后公司在退税申报系统中生成电子数据并进行退税申报。

（3）确认免抵退申报数据。公司及时登录申报系统查询退税进度，若退税进度为“审批通过”，根据免抵退税申报汇总表内容做相关账务处理。

公司增值税退税的合理性如下：报告期内，公司拥有进出口业务资质证书，获得了中华人民共和国深圳海关颁发的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（编码：4403137876）；公司产品外销的地域主要集中于欧洲、北美、大洋洲等地区，出口收入真实；发行人已取得生产企业出口退税企业认定，通过查询国税总局发布的《出口产品退税率》，公司出口产品报告期内适用的出口退税率为 17%、16%、15%、13%和 9%，公司按月进行“免、抵、退”税申报，出口退税操作流程遵守《生产企业出口货物“免、抵、退”税管理操作规程》，发行人增值税退税符合出口税务相关法律法规。

（四）人民币汇兑损益的计算过程

人民币汇兑损益的产生主要分两个环节，一是进行外币交易时所产生的汇兑损益；二是在持有外币货币性资产和负债期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额记入汇兑损益。

公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的当月第一个工作日的中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

在资产负债表日对相关项目进行折算，分货币性项目与非货币性项目分别处理。资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，计入汇兑损益。对于以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

（五）套期保值的情况

为规避外汇汇率波动风险，2019 年上半年，发行人办理了远期结汇业务，即根据与银行签订的外汇远期业务委托书，约定在未来结售汇的外汇币种、金额、期限及汇率，到期后按照该业务委托书约定的币种、金额、汇率办理结汇业务。截至 2019 年 6 月 30 日，发行人上述远期结汇业务已执行完毕。

根据《企业会计准则第 24 号-套期保值》第十七条、第十八条关于套期会计的确认要求，公司远期结汇业务无法满足套期会计确认条件中高度有效的条件，不属于有效套期保值业务，因此不适用套期保值的会计准则。发行人将上述远期结汇业务按照一项金融工具进行列报，其公允价值的变动计入当期损益。

（六）外汇管理制度

1、外汇管理的相关会计处理

公司的外汇业务主要分为出口收汇结汇、进口购汇付款、期末外币货币性科目汇率调整。相关会计处理如下：

（1）出口收汇结汇，北鼎晶辉外销出口主要采用美元结算，相关会计处理如下：

①报关出口销售（外币结算）

借：应收账款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

　　贷：主营业务收入

②收款

借：银行存款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

　　贷：应收账款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

③结汇

借：银行存款-人民币

财务费用-汇兑损益（或贷方）

贷：银行存款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

（2）进口购汇付款，相关会计处理如下：

④进口（外币结算）

借：原材料

应交税费-增值税（进项税额）

贷：应付账款（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

⑤购汇

借：银行存款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

财务费用-汇兑损益（或贷方）

贷：银行存款-人民币

⑥付款

借：应付账款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

贷：银行存款-外币（采用当月月初汇率折算为人民币记账）

（3）月末外币货币性项目确认汇兑损益

公司主要外币货币性项目有银行存款、应收账款、其他应收款、应付账款、其他应付款等，月末确认这些项目的汇兑损益时根据国家外汇管理局的月末人民币汇率中间价进行调整，确认财务费用-汇兑损益。

2、外汇管理的内控制度

公司外汇管理相关内部控制制度分为进口付汇与出口收汇两方面，具体情况如下：

进口付汇方面：公司采购的进口或保税物料使用外汇收入进行支付，按照公司采购付款审批制度进行相应审批。

出口收汇方面：公司针对出口业务创造的外汇收入采取灵活的管理方式，根

据中国人民银行、中国银行等权威金融机构发布的人民币汇率走势预测，结合公司实际经营对于营运资金的需要，在人民币进入贬值通道时，适度减少或延迟外币结汇，尽量多持有外汇头寸；在人民币进入升值通道时，适度增加或加快外币结汇，尽量降低持有外汇头寸。目前人民币汇率波动相对不稳定，公司目前主要采取在满足经营需要的基础上尽可能的减少对外币的持有余额。

（七）中美贸易摩擦的影响

中美贸易摩擦对公司生产经营的影响分析如下：

1、中美贸易摩擦的概况

2018 年 6 月 15 日，美国政府宣布对我国向美国出口的 1,102 项合计 500 亿美元商品加征 25%的关税。随后美国商务部公布了具体清单，其中第一批 340 亿美元商品的关税已于 2018 年 7 月 6 日起正式实施，其余第二批 160 亿美元商品关税已于 2018 年 8 月 23 日起开始征收。

2018 年 9 月 9 日，美国政府宣布继续对我国 2,000 亿美元商品加征关税的措施，具体分两个阶段，2018 年 9 月 24 日起加征关税税率为 10%，2019 年 1 月 1 日起将税率调高至 25%。

2018 年 12 月 1 日，中美双方决定停止升级关税等贸易限制措施，包括不再提高现有针对对方的关税税率，及不对其他商品出台新的加征关税措施。

2019 年 5 月 10 日，根据商务部官方信息，美方已将对 2,000 亿美元中国输美商品加征的关税从 10%上调至 25%。

2019 年 5 月 10 日，根据美国贸易代表办公室发布的消息，未来可能会对从中国进口的约 3,000 亿美元的加征关税。

2019 年 7 月 11 日，根据商务部例行新闻发布会确认，中美经贸团队将按照两国元首大阪会晤共识的要求，在平等和相互尊重的基础上，重启经贸磋商。

2019 年 8 月 13 日，根据美国贸易代表办公室发布的消息，未来会对部分从中国进口的且拟于 2019 年 9 月 1 日加征关税的产品延迟到 2019 年 12 月 15 日开始加税。

2019 年 8 月 23 日，根据美国贸易代表办公室发布的消息，未来会对约 5500

亿美元商品中国输美商品加征的关税提高 5%。其中，原计划征收 25%关税的约 2500 亿美元的商品加征比例提升 5%至 30%，原计划征收 10%关税的约 3000 亿美元的商品加征比例提升 5%至 15%。

2、发行人出口美国产品涉及征税情况

报告期内，公司向美国地区销售产品主要包括多士炉、电热水壶、养生壶等，美国地区实现的营业收入金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
外销营业收入	12,357.06	30,272.70	28,469.66	29,555.01
销往美国地区的营业收入	3,922.36	9,476.73	8,954.91	7,580.69
销往美国地区营业收入占外销营业收入的比例	31.74%	31.30%	31.45%	25.65%
销往美国地区营业收入占营业收入的比例	15.87%	15.62%	16.90%	15.51%

报告期内，该等多士炉、电热水壶、养生壶等小家电产品未包含在美国已实施的加税清单中，仅部分配件产品被列入加税清单。报告期内，该部分出口美国的配件产品收入金额分别为 70.30 万元、3.24 万元、0.05 万元和 5.41 万元，报告期内合计占美国地区收入金额的比例为 0.26%，金额较小。

单位：万件、万元

客户	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
铂富集团	-	-	0.01	0.05	0.00	0.01	-	-
惠而浦集团	0.04	4.06	-	-	0.06	3.23	0.50	65.83
纽威尔集团	-	-	-	-	-	-	0.18	4.43
美康雅集团	-	-	-	-	-	-	0.01	0.04
PANDABRANDS INC.	0.02	1.34	-	-	-	-	-	-
总计	**0.06**	**5.41**	**0.01**	**0.05**	**0.06**	**3.24**	**0.69**	**70.30**

3、对发行人销售的具体影响

报告期内，由于公司主要产品未在征税清单内，仅部分配件产品被列入征税清单中，销售金额较小，未对发行人销售构成重大不利影响。

但根据中美贸易摩擦的最新进展，公司向美国出口的主要产品多士炉、电热水壶、养生壶在美国未来拟加征的 3000 亿清单中，根据 2019 年 8 月 13 日美国贸易代表办公室的消息，该部分清单分两批实施，第一批自 2019 年 9 月 1 日起实施，第二批自 2019 年 12 月 15 日实施。且根据 2019 年 8 月 23 日美国贸易代表办公室的消息，该 3000 亿美元的商品加征比例提升 5%至 15%。

目前，发行人出口美国的主要产品多士炉、电热水壶及养生壶在美国拟加征的 3000 亿商品清单中，其中电热水壶、养生壶在第一批实施清单内，多士炉在第二批实施清单内。若美国政府未来实施上述 3000 亿清单加征关税的措施，外销客户可能因关税提高而减少订单或由发行人承担部分关税，将会给发行人经营业绩带来不利影响。以 2018 年上述产品出口美国的收入 9,469.17 万元为基础测算，假定加税税率为 15%，关税成本的转嫁情况对公司业绩影响的分析如下：

关税转嫁发行人比例	20%	40%	60%	80%	100%
利润总额下降金额	284.08	568.15	852.23	1,136.30	1,420.38

4、对公司原材料采购的具体影响

公司的主要原材料包括电子元器件、五金原材料及五金制品、塑胶原材料、塑胶及玻璃制品、包装材料等，从境外采购的原材料主要是塑胶原材料、塑胶及玻璃制品及电子元器件等，无从美国直接采购的原材料。

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
采购总额	8,798.97	24,940.30	23,090.83	20,406.11
从境外地区采购的金额	1,099.49	2,938.64	2,713.83	2,148.25
从美国地区采购的金额	-	-	-	-
从美国地区采购金额占采购金额的比例	-	-	-	-

报告期内，公司无从美国直接采购的情况，中美贸易摩擦对公司的原材料采购无重大影响。

5、公司的应对措施

（1）紧跟国内消费升级趋势，加强国内自主品牌业务发展

公司的经营重心已转移到自有品牌的发展，同时加强了国内市场的布局。受

益于国内的消费升级趋势，公司围绕厨房养生为核心，从深度、广度进行产品开发、拓展，不断改善养生壶产品外观、优化产品性能、提升用户体验等；积极打造养生场景生态圈，以场景思维为产品发展逻辑，以用户体验为视角，不断推出养生食材及周边产品；推动原有产品烤箱及饮水机的升级换代。同时，积极推进国内市场的线上与线下布局，不断完善公司营销网络。

报告期内，公司内销主营业务收入金额分别为 19,229.22 万元、24,388.74 万元、30,030.94 万元和 12,127.09 万元，呈现快速增长态势，其占主营业务收入的比例也快速提升，分别为 39.75%、46.52%、50.26%和 49.57%。内销收入的增长，将在一定程度上减少中美贸易摩擦对公司生产经营带来的不利影响。

（2）大力发展自主设计产品及自主品牌业务，提升外销业务附加值

ODM 业务方面，发行人将进一步调整产品结构，将原有低毛利率、传统的 ODM 产品逐步转换为高附加值的养生壶等 ODM 产品，提升 ODM 业务的附加值；同时，在现有韩国、法国等市场的基础上，继续加强与知名品牌商和零售商的交流与合作，深挖重点客户，拓展新兴市场，如印度及其他东南亚市场。

对于海外自主品牌业务，发行人未来将以多渠道向不同国家和地区的消费者提供多品类产品，大力推动自主品牌走出去。一方面，公司将重点拓展美国市场的自主品牌业务，针对美国消费者特点，推出自主品牌的多士炉、饮水机、食材及用品等产品，提升外销业务附加值，减少贸易摩擦带来的影响。另一方面，除美国市场外，公司将通过多种途径和方式在更多的国家和地区开展海外自主品牌业务。

综上，公司一方面紧跟国内消费升级趋势，加强国内自主品牌业务发展；同时大力发展自主设计产品及自主品牌业务，提升外销业务附加值，通过上述两方面，应对中美贸易摩擦给公司带来的影响。

十、发行人未来发展与规划

（一）发展战略与目标

公司继续聚焦自主品牌业务，发挥技术创新、产品品质、商业模式、渠道资源以及在国内高端市场的品牌影响力等优势，通过产品创新和组合，传递新的生

活理念和消费体验，全面提升个人和家庭的生活品质，致力于成为高端厨房生活方式领导品牌。

公司将针对国内消费升级和健康养生趋势，精准理解和把握消费者多样化、个性化需求，不断开发智能、时尚、功能优越的小家电产品、健康养生食材及烘焙相关产品，通过线下终端、线上云社区导入新流量，形成渠道完整闭环。在扩大产能的同时，深度应用信息技术和智能制造装备，优化工艺流程，使生产效率和产品质量得到显著提升。

（二）发行人未来三年的发展规划

1、品牌发展规划

公司将继续以“BUYDEEM 北鼎”为核心品牌，强化在厨房生活方式领域的品牌影响力和市场地位。一方面，聚焦“厨房小家电＋食材/配方/器具＋服务”全套健康美食解决方案，加大研发投入扩充新品类，借助天猫商城、京东商城、北鼎官方商城、微信等平台提供方便快捷的购物体验，同时分享美食、养生知识和经验，壮大社区活跃群体聚集人气。另一方面，通过线下门店和“北鼎”体验店、核心店展示丰富齐全的小家电品类，举办养生、美食烹饪活动等，传递健康、养生、时尚的新生活方式。再者，公司将携手养生、美食、家电等领域权威媒体、自媒体进行品牌推广，不断提升品牌影响力。

2、技术创新规划

技术创新优势是公司业务核心驱动因素，公司将继续应用新材料、新工艺、新技术，从材质、功能、外观、智能化等全方位对现有小家电产品进行迭代升级，携手专业营养师团队进一步丰富养生食材类别，形成更富竞争力的产品线配置。同时，公司将以养生壶产品为标杆，精准把握消费者个性化需求开发小家电新品类，瞄准市场上小家电产品的使用痛点进行创新升级，通过产品和服务组合全面提升消费者生活品质。

技术创新资源方面，公司将加速推进 PLM 的全面实施落地，更系统化地完善技术研发的信息存档和流程优化。研发部门将持续完善技术核心人员的储备和培养，更专业化、更有效地做出新技术、新产品的研发和商业化应用。同时，研发部门将导入精益设计理念，推进产品设计标准化，从研发前端更有效掌握新品

开发的稳定性，降低产品研发失败的风险。

3、产能扩充规划

公司将通过募投项目的实施，引进智能制造软硬件系统，快速扩充产能规模，实现养生壶和烤箱产品年产能分别增加 20 万件和 5 万件，其他产品年产能增加 35 万件，扩大公司经营规模和盈利空间。

4、技术改造规划

随着工业 4.0 概念逐渐深入人心，智能制造已是家电企业创新发展、转型升级的必由之路。公司将通过募集资金进行技术改造项目的实施，全力加速产品制造的自动智能化、工艺专业化和管理信息化，改善产品工艺，提高生产效率。

一方面，加强现有制造工艺可自动化、机器人化的研究和投入，深度应用制造信息化管理系统（MES），进一步细化生产信息化、数字化管理，加速提升生产制造柔性化、智能化水平。同时，对现有制造架构、工艺作出进一步的精简优化，针对来料管理、生产制程品质监控和售后管理，运用 6 sigma 理念深入改善流程，使产品的质量持续稳定性达到最大化。

5、**市场拓展规划**

（1）国内市场规划

公司已形成了全方位、立体式市场覆盖，进驻全国多个省会级城市、500 余家各地高端终端，以及天猫商城、京东商城等电子商务平台。随着募投项目的实施，公司将设立 20 家体验店，升级 80 家核心店和 200 家 A 级门店以及优化北鼎网上商城，进一步完成全国中高端市场渠道的布局，不仅为消费者带来全方位的产品和养生体验，而且通过线上平台提供养生知识分享和便捷购物体验，达到线上线下渠道的融合。

公司将对现有渠道进行精细化运营管理。线上渠道方面，公司将从单一的销售额维度，向运营效率、运营质量等多元方向进行调整。线下渠道方面，在重新划分全国大区范围的同时，一方面完成空白区域的渠道覆盖，另一方面提高单店经营质量，进而提升已进驻区域的整体规模及业绩。

未来，公司将进一步以“BUYDEEM 北鼎”为核心品牌，通过产品研发、渠道

建设和品牌运营，不断强化公司在厨房生活方式领域的品牌影响力和市场地位。境内销售的发展规划具体如下：

①进一步完善养生壶及周边食材、用品的使用场景。

发行人在现有养生生态圈的基础上，对小家电硬件产品进行横向研发迭代，同时继续围绕厨房养生场景进行延伸，基于消费者的诉求进一步向纵深发展，不断扩展周边用品及食材料包品类，完善周边配件及食材料包的产品矩阵，满足消费者的各类养生需求，提升消费者黏性和用户体验。

②以高频低客单价产品及线下自营门店扩张为入口，进一步拓宽北鼎品牌的目标客户群。

一方面，食材和料包的消费门槛相对于小家电产品大幅降低，有助于公司进一步拓宽北鼎品牌产品的目标客户群体。同时，公司在线下渠道自营店的开设上，重点选择大流量的商场作为店铺地址。随着未来公司该等线下自营体验店的快速扩张，将进一步拓宽公司目标客户群体，同时也有助于公司品牌及产品为更多消费者熟知并认可。随着北鼎品牌的目标客户群体的逐步增大，公司将基于线上会员数据的分析反馈和市场情况，适时推出差异化产品，为所有追求高品质生活的消费者构造理想的厨房生活场景。

③进一步挖掘布局饮水机、烘焙等厨房养生新场景。

公司将基于养生壶品类的养生场景延伸策略，积极开发并完善饮水机、烤箱等品类产品线，构造对应品类的消费场景。以饮水机为例，追求健康生活品质，饮水安全是人们的基本诉求，随着“健康饮水”养生理念的深入，2018 年饮水机销售增长较快。在饮水机产品保有量达到一定规模基础上，公司将积极拓展饮水机周边用品及茶饮料包产品，不断完善品类相关产品线，为消费者构造一个提升生活品质、满足健康饮水需求的“桌面健康饮水饮料场景”。

④进一步探索布局全新小家电硬件产品。

目前，公司自主品牌小家电主要品类包括养生壶、饮水机、烤箱。未来，公司将继续以“BUYDEEM 北鼎”为核心品牌，进一步拓展布局新品类产品（如全新蒸锅等），满足消费者厨房生活中不同的场景需求，强化公司在厨房生活领域的品牌影响力和市场地位。

（2）国际市场规划

在国际市场上，公司已经与惠而浦集团（KitchenAid、Maytag）、摩飞电器（Morphy Richards）、铂富集团（Breville）、美康雅集团（Conair）等世界著名品牌商合作，产品畅销于欧洲、美洲、澳洲等地区。公司一方面尽量维持 OEM/ODM 业务，提供优质的服务和稳定项目输出，另一方面支持围绕自有的核心、重点产品，继续加强与国际大型知名品牌商和零售商的交流与合作，努力洽谈新的项目，强化国际市场推广力度，拓宽新的业务合作模式，提升产品的附加值，深挖重点客户，拓展新兴市场。具体如下：

①OEM 业务/ ODM 业务

OEM 业务方面，发行人将继续为品牌商客户提供优质的服务和稳定项目输出，在确保合理利润的前提下，尽量维持客户稳定。

ODM 业务方面，发行人将进一步调整产品结构，将原有低毛利率、传统的 ODM 产品逐步转换为高附加值的养生壶等 ODM 产品，提升 ODM 业务的附加值；同时，在现有韩国、法国等市场的基础上，继续加强与知名品牌商和零售商的交流与合作，深挖重点客户，拓展新兴市场，如印度及其他东南亚市场。

②自主品牌业务

对于海外自主品牌业务，发行人未来将以多渠道向不同国家和地区的消费者提供多品类产品，大力推动自主品牌走出去。

一方面，公司将重点拓展美国市场的自主品牌业务，目前美国市场主要销售公司养生壶产品，未来公司将针对美国消费者特点，推出自主品牌的多士炉、饮水机、食材及用品等产品，实现多产品覆盖。另一方面，除美国市场外，公司将通过多种途径和方式在更多的国家和地区开展海外自主品牌业务，积极推动自主品牌业务走出去。

（三）发行人实施发展计划的假设条件及面临的主要困难

1、主要假设条件

（1）公司所处的政治和社会环境、宏观经济处于正常发展状态，未出现影响公司发展的不可抗力因素；

（2）公司所处行业不出现重大的产业政策调整；

（3）公司产品质量未出现重大质量和安全问题；

（4）公司高级管理人员、核心技术人员不发生重大流失；

（5）资金来源可保证项目如期完成，并投入运行；

（6）无其它不可抗拒或不可预见的因素对公司造成重大不利影响等。

2、实施过程中可能面临的主要困难

（1）公司各项发展规划的实施，需要大量的资金投入。现阶段公司融资渠道有限，虽然公司盈利能力较强，但仅仅依靠自身利润积累，很可能丧失市场机会。同时银行借贷受限于公司规模及苛刻的借款条件而不容易取得，因而不利于公司业务发展。因此能否借助资本市场，通过公开发行股票迅速筹集大量资金，成为公司发展规划顺利实施的关键。

（2）在业务规模快速扩展的背景下，公司在机制建立、战略规划、组织设计、统筹安排、资源配置、运营管理、资金管理和内部控制等方面都将面临更大的挑战。

（3）公司经营除了资金、设备投入外，还需要储备大量的技术、营销和中层管理人才。如何建立起与技术领先优势相匹配的市场、管理全方位人才团队，可能是公司今后发展需面临的困难之一。

（四）确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

1、财务方面：提高资产利用率，实施严谨、有效的财务制度，加强全面预算，优化预算指标体系。

2、内部运营：制定、完善符合公司发展的现代化制度，优化公司组织架构，确定各部门职权范围。加强公司决策效率、管理及执行能力，提升公司内部运营效率，降低运营成本。

3、人力资源：从大中专院校招收优秀毕业生，充实员工队伍；加强内部培训，提高员工素质，重要岗位选拔以公司内部为主；通过提供行业内较有竞争力的薪酬、丰厚的福利待遇，提升员工满意度；提高员工责任心，质量意识和技能

的培养，实施梯队人才培养。

4、市场开拓方面：抓住国内厨房小家电市场快速增长的机会，以及国家对小家电产业的政策支持，利用公司的技术优势、品牌优势、渠道优势、供应链优势，借助资本市场融资渠道，在巩固现有市场的基础上，积极开拓新市场。

5、技术研发方面：建立技术研发中心，引进国内外先进的设备，加强与科研院所的合作，改善研发环境，吸引优秀人才，同时完善创新激励机制，鼓励全员创新。

6、信息化方面：通过供应链管理信息系统，加强管理信息化建设。实施精益管理，提升交货能力，加强与供应商及客户的沟通，保障供应链顺畅。

（五）公司在上市后将持续公告有关发展规划实施的情况

公司上市后将严格遵守相关法律、法规，通过定期报告等方式，持续公告公司未来发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运行情况

（一）资产独立情况

公司由晶辉有限整体变更设立，承继了晶辉有限的资产、负债及权益。公司的资产独立于实际控制人及其控制或实施重大影响的其他企业资产。

公司具备与生产经营有关的主要设备与设施，合法拥有与生产经营有关的商标、专利、软件著作权的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，目前不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立情况

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

发行人已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；发行人未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立情况

发行人已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立情况

公司拥有独立完整的采购、研发和销售业务体系，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）保荐人结论性意见

经核查，保荐机构认为，公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）公司与控股股东及实际控制人之间不存在同业竞争

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司主营业务主要包括“BUYDEEM 北鼎”自主品牌业务和 OEM/ODM 业务。

公司控股股东为晶辉电器集团，GEORGE MOHAN ZHANG 拥有晶辉电器集团 100%股权，GEORGE MOHAN ZHANG 为公司实际控制人。截至本招股说明书签署之日，公司控股股东晶辉电器集团除控制发行人外，未控制其他企业。实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG 除控制晶辉电器集团、发行人外，未控制其他企业。晶辉电器集团主营业务为投资，未从事与公司主营业务相同或类似的业务。

公司实际控制人张北控制的企业情况详见招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”，上述企业未从事与公司主营业务相同或类似的业务，

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争损害发行人和其他股东的利益，公司控股股东晶辉电器集团及实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG、张北已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺函主要内容如下：

1、本人（本公司）目前没有、将来也不以任何形式在中国境内、境外直接或间接从事或参与与发行人相同、相似或近似的，对发行人主营业务在任何方面构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

2、本人（本公司）不以任何方式直接或间接投资于业务与发行人相同、相

似或相近的或对发行人业务在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；

3、本人（本公司）不会向其他业务与发行人相同、相似或相近的或对发行人业务在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织、个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密；

4、本人保证本人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、年满 18 周岁的子女及其配偶、子女配偶的父母等），也遵守本承诺；

5、对于本人（本公司）直接或间接控股的任何除发行人（含其子公司）以外的其他企业，本人（本公司）将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、总经理）以及控股地位使该等企业履行在本承诺函中相同的义务；

6、本承诺函自签署之日起至本人（本公司）作为直接或间接持有发行人 5%以上股份的股东期间内持续有效。如因未履行上述承诺给发行人造成损失的，本人（本公司）将赔偿发行人因此而遭受的一切损失；如因违反本承诺函而从中受益，本人（本公司）同意将所得收益全额补偿予发行人。

三、关联交易

（一）关联方及关联关系

1、控股股东、实际控制人及持股 5%以上的主要股东

序号	关联方名称	关联关系
1	GEOGRE MOHAN ZHANG	实际控制人、董事长、总经理
2	晶辉电器集团有限公司	控股股东
3	张北	实际控制人、持有公司 5%以上股份股东
4	张席中夏	持有公司 5%以上股份股东
5	席冰	公司股东，张席中夏之母亲
6	方镇	持有公司 5%以上股份股东、董事、副总经理

2、控股股东、实际控制人及其亲属、持股 5%以上的其他股东控制或具有重大影响的其他企业

序号	关联方名称	关联关系

序号	关联方名称	关联关系
1	晶辉电器（深圳）有限公司	张北控制的企业
2	东莞市安鼎源实业发展有限公司	张北控制的企业
3	深圳市康之泰实业有限公司	张北控制的企业
4	Bloom asset Ltd	张北控制的企业
5	港深繁荣投资促进中心有限公司	张北控制的企业
6	深圳市万融通投资顾问有限公司	股东席冰、张席中夏及其家人共同控制的企业
7	深圳美仑美奂艺术有限公司	股东席冰与其妹席霖共同控制的企业
8	深圳市世纪科安科技有限公司	股东席冰参股公司，并担任该公司董事的企业
9	深圳市英特马电器有限公司	股东席冰之妹席霖与妹夫张国华共同控制的企业，原公司子公司
10	深圳世纪金马创业投资企业（有限合伙）	股东席冰（张席中夏之母亲）控制的合伙企业，原公司股东

3、发行人子公司、孙公司

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳市北鼎科技有限公司	发行人全资子公司
2	深圳市北翰林科技有限公司	发行人全资子公司
3	晶辉贸易有限公司	发行人全资子公司
4	香港鼎北贸易有限公司	发行人全资子公司
5	东莞市北鼎晶辉智能科技有限公司	发行人全资子公司
6	深圳前海北鼎手边科技有限公司	发行人孙公司
7	深圳前海北辰烘焙科技有限公司	发行人孙公司
8	北鼎科技（山东）有限公司	发行人孙公司
9	四川鼎北科技有限公司	发行人孙公司

4、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司关联自然人为公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员。有关董事、监事、高级管理人员的具体情况请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”。

5、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或者具有重大影响的其他企业

发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或者担任董

事及高级管理人员的其他企业均为公司关联方。董事、监事、高级管理人员控制或者具有重大影响的其他企业详见“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”的相关内容。

（二）近三年及一期经常性的关联交易

1、关联销售

（1）交易的具体内容

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
晶辉电器（深圳）有限公司	销售养生壶等产品	-	-	-	-	1.46	0.0030%	1.23	0.0028%

（2）交易的背景、必要性、持续性

2016-2017 年，晶辉电器（深圳）向公司采购养生壶、电热水壶用于自用，金额较小，占比极低，2018 年之后未发生相关关联销售情形。

（3）交易价格公允性

晶辉电器（深圳）向发行人购买的养生壶、电热水壶等产品，参考礼品团购的销售价格体系，价格公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

2、关联租赁

（1）交易的具体内容

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	确认的租赁费							
		2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
晶辉电器（深圳）有限公司	房屋	-	-	-	-	-	-	14.05	0.0324%

2015 年 1 月，发行人与晶辉电器（深圳）有限公司签订租赁合同，承租其位于深圳市南山区西丽珠光第二工业区第五栋厂房 5 楼用作厂房、办公，租赁面积 680 平方米，租金参考市场价格，2015 年 1 月 16 日至 2016 年 1 月 15 日，租

金每月为35元/平方米，2016年1月16日至2017年1月15日，租金每月为37.10元/平方米，2017年1月16日至2018年1月15日，租金每月为39.33元/平方米。

（2）交易的背景、必要性、持续性

2015年1月，发行人与晶辉电器（深圳）签订租赁合同，承租其位于深圳市南山区西丽珠光第二工业区第五栋厂房5楼用作厂房、办公。2016年7月，双方解除租赁协议。2017年至今，未发生相关关联租赁行为。

（3）交易价格公允性

租赁价格综合参考房产具体状况、地段交通便利性、同地段类似房产租赁价格后，经双方协商确定。发行人向晶辉电器（深圳）租赁房产的关联租赁价格与上述相近位置房屋租赁价格不存在重大差异，发行人关联租赁价格公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

3、董事、监事及高级管理人员薪酬

（1）交易的具体内容

单位：万元

项目名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
薪酬合计	156.16	382.71	304.81	174.16

（2）交易的背景、必要性、持续性

报告期内，公司根据与董监高签订的《劳动合同》、《聘用合同》等协议向董事、监事、高级管理人员支付薪酬，交易具有持续性。

（3）交易价格公允性

公司根据各年度经营状况，依据薪酬管理制度确定董事、监事、高级管理人员薪酬金额，不存在对发行人或关联方的利益输送。

（三）近三年及一期偶发性的关联交易

1、关联担保情况

（1）交易的具体内容

①2015年8月7日，发行人与南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行签

订了编号为 043-905-15400029C000 号《授信额度协议》，协议约定南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行在 2015 年 8 月 7 日至 2017 年 9 月 10 日的授信期间内向发行人提供人民币 5,700 万元的授信额度，晶辉贸易、GEORGE MOHAN ZHANG 为该项授信协议项下的主债务提供最高额保证，最高额保证合同号分别为 043-905-15400029MG000、043-905-15400029MG001；晶辉电器（深圳）为该项授信协议项下的主债务提供最高额抵押，最高额抵押合同号为 043-905-15400029MD000。合同约定晶辉电器（深圳）以自有物业星河世纪大厦 A 栋 3601-3603、3605-3608、3616 共 8 套作为抵押（房产证号：深房地字第 3000576647 号-深房地字第 3000576651 号、深房地字第 3000576653 号-深房地字第 3000576654 号、深房地字第 3000576699 号）。发行人为银行承兑汇票额度、调剂后的贸易融资额度提供 30%的保证金担保。

②2015 年 7 月 24 日，恒生银行（中国）有限公司深圳分行向发行人发出编号为 SZH006201507 的非承诺性授信函，授信期为 2 年。2016 年 7 月 6 日，双方签署关于上述授信函的修订文件，协议约定恒生银行（中国）有限公司深圳分行向发行人提供可用于银行承兑汇票的最高授信额额度为人民币 500 万元的授信额度，可用于财资产品的最高授信额度为美元 420 万的授信额度。晶辉贸易、GEORGEMOHANZHANG 为该项授信协议项下的全部债务提供保证。

③2015 年 10 月 22 日，发行人与招商银行股份有限公司深圳华侨城支行签订了编号为 2015 年侨字第 0015192054 号《授信额度协议》，协议约定招商银行股份有限公司深圳华侨城支行在 2015 年 12 月 23 日至 2016 年 12 月 22 日的授信期间内向发行人提供人民币 2,000 万元的授信额度，晶辉电器（深圳）、曹頔、GEORGE MOHAN ZHANG 为该项授信协议项下的主债务提供连带责任担保，《最高额不可撤销担保书》的编号分别为 2015 年侨字第 0015192054-01 号、2015 年侨字第 0015192054-02 号、2015 年侨字第 0015192054-03 号。

④2015 年 12 月 30 日，发行人与平安银行股份有限公司深圳分行签订了编号为平银（深圳）综字第 A1102015111990001 号《授信额度协议》，协议约定平安银行股份有限公司深圳分行在 2015 年 12 月 30 日至 2016 年 12 月 30 日的授信期间内向发行人提供人民币 2,000 万元的授信额度，GEORGE MOHAN ZHANG、晶辉电器（深圳）为该项授信协议项下的主债务提供连带责任担保，保证合同号

分别为平银（深圳）综字第 A110201511190001（额保 001）号、平银（深圳）综字第 A110201511190001（额保 002）号。

⑤2017 年 3 月 7 日，发行人与华夏银行股份有限公司深圳中心区支行签订了编号为 SZ24（融资）20160017 的《最高额融资合同》，协议约定华夏银行股份有限公司深圳中心区支行在 2016 年 12 月 22 日至 2017 年 12 月 22 日的授信期间内向发行人提供人民币 5,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 为该项授信协议项下的主债务提供连带责任担保。保证合同号分别为 SZ24（高保）20160017-11 号、SZ24（高保）20160017-12 号。

⑥2017 年 5 月 16 日，发行人与平安银行股份有限公司深圳分行签订了编号为平银（深圳）综字第 A610201704120001 号《综合授信合同》，协议约定平安银行股份有限公司深圳分行在 2017 年 5 月 16 日至 2018 年 5 月 15 日的授信期间内向发行人提供人民币 2,000 万元的授信额度，GEORGE MOHAN ZHANG、曹頔、晶辉电器（深圳）为该项授信协议项下的主债务提供连带责任担保，保证合同号分别为平银（深圳）综字第 A610201704120001(额保 001)号、平银（深圳）综字第 A610201704120001(额保 002)号、平银（深圳）综字第 A610201704120001(额保 003)号。

⑦2017 年 7 月 13 日，发行人与招商银行股份有限公司深圳分行签订了编号为 755XY2017000590 号《授信协议》，协议约定招商银行深圳分行在 2017 年 4 月 27 日至 2018 年 4 月 26 日的授信期间向发行人提供人民币 2,500 万元的授信额度。GEORGE MOHAN ZHANG、曹頔、晶辉电器（深圳）为该授信协议项下的一切债务提供最高额担保。《最高额不可撤销担保书》编号分别为 755XY2017000590-01、755XY2017000590-02、755XY2017000590-03。

⑧2017 年 7 月 25 日，发行人与南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为 043-905-17400021C000 号《授信额度协议》，协议约定南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行在 2017 年 8 月 3 日至 2019 年 9 月 10 日的授信期间向发行人提供人民币 5,700 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、晶辉贸易、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额保证，并签订相应的最高额保证合同，合同编号分别为 043-905-17400021MG000、043-905-17400021MG001、043-905-17400021MG002。

⑨2018 年 5 月 18 日，发行人与华夏银行股份有限公司深圳中心区支行签订编号为 SZ24（融资）20180002 号《最高额融资合同》，协议约定华夏银行股份有限公司深圳中心区支行在 2018 年 2 月 6 日至 2019 年 2 月 6 日向发行人提供 5,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额保证，并签订相应的最高额保证合同，合同编号分别为 SZ24（高保）20180002-11、SZ24（高保）20180002-12。

⑩2018 年 11 月 7 日，发行人与平安银行股份有限公司深圳分行签订编号为平银（深圳）综字第 A610201807100001 号《综合授信额度合同》，协议约定平安银行股份有限公司深圳分行在 2018 年 11 月 7 日至 2019 年 11 月 6 日向发行人提供 2,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额保证，并签订相应的最高额保证担保合同，合同编号分别为平银（深圳）综字第 A610201807100001（额保 001）号、平银（深圳）综字第 A61020187100001（额保 002）号。

⑪2019 年 4 月 22 日，发行人与招商银行股份有限公司深圳分行签订编号为 755XY2019008347 号《授信协议》，协议约定招商银行股份有限公司深圳分行于 2019 年 4 月 24 日至 2020 年 4 月 23 日期间向发行人提供 6,000 万元的授信额度。曹頔、GEORGE MOHAN ZHANG、晶辉电器（深圳）为该授信协议项下的所有债务提供最高额担保，并签订相应的最高额不可撤销担保书，编号分别为 755XY201900834701、755XY201900834702、755XY201900834703。

⑫2019 年 5 月 10 日，发行人与华夏银行股份有限公司深圳中心区支行签订编号为 SZ24（融资）20190005 号《最高额融资合同》，约定华夏银行股份有限公司深圳中心区支行于 2019 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 4 日期间向发行人提供 5,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额担保，并签订相应的最高额保证合同，合同编号分别为 SZ24（高保）20190005-11、SZ24（高保）20190005-12。

（2）交易的背景、必要性、持续性

为满足银行提供授信的要求，实际控制人 GEORGE MOHAN ZHANG 及其配偶曹頔、实际控制人张北控制的企业晶辉电器（深圳）为发行人向银行申请授

信提供担保，交易具有持续性。

（3）交易价格公允性

报告期内关联担保均系关联方为发行人的授信融资提供担保，且均为无偿，是支持发行人发展的行为，不存在损害发行人及其他股东利益的情形，不存在对发行人或关联方的利益输送。

2、其他偶发性关联交易

单位：万元

关联方名称	关联方关系	形成原因	金额（万元）			
			2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
晶辉电器集团有限公司	控股股东	垫付日常经营所需资金	-	-	-	5.49
张北	股东、实际控制人	收购前海焙乐股权	-	-	120.93	-
张席中夏	股东	收购前海焙乐股权	-	-	30.23	-

（1）发行人子公司为发行人控股股东垫付日常经营所需资金

①交易的具体内容

2016 年 3 月，晶辉贸易为晶辉电器集团垫付审计费、境外秘书年费共计港币 1.33 万元；2016 年 10 月，晶辉贸易为晶辉电器集团垫付了商业登记证年费、银行新户铺底资金共计港币 5.03 万元。

②交易的背景、必要性、持续性

2016 年 3 月，晶辉电器集团需使用支票方式支付审计费、境外秘书年费共计港币 1.33 万元，由于其银行对账单收件地址搬迁，导致无法接收银行对账单，进而无法保证所开具支票有足够账户余额，为保证业务的正常运营，晶辉贸易为其垫付了港币 1.33 万元；2016 年 6 月，晶辉电器集团将该笔垫付资金归还晶辉贸易。

2016 年 10 月，晶辉电器集团向香港上海汇丰银行有限公司递交开户申请资料，账户激活需要一笔铺底资金，由于其商业登记证即将到期，该事项将会影响到银行账户的开立，而当时晶辉电器集团的支票签发人身在国外，不能履行签批付款流程，为保证银行账户的顺利开立，晶辉贸易为其垫付了商业登记证年费、

银行新户铺底资金共计港币 5.03 万元。2016 年 11 月，晶辉电器集团将该笔垫付资金归还晶辉贸易。

该关联交易属偶发性关联交易，不存在持续性，涉及资金垫付时间较短，金额较小，垫付资金已归还晶辉贸易。2017 年 2 月 9 日和 2017 年 2 月 27 日，发行人召开第二届董事会第八次会议和 2017 年第一次临时股东大会，就晶辉贸易为晶辉电器集团垫付日常经营所需资金进行了补确认。

③交易价格公允性

晶辉贸易为晶辉电器集团垫付资金后，晶辉电器集团在较短时间内予以归还，垫付资金金额较小，晶辉贸易未收取任何费用，此项关联方资金往来不存在对发行人或关联方的利益输送。

（2）发行人向关联方收购前海焙乐股权

①交易的具体内容

2017 年 6 月 26 日，股东张北将其所持前海焙乐 80%的股权转让给北鼎科技，转让价格为 1,209,337.20 元；股东张席中夏将其所持前海焙乐 20%的股权转让给北鼎科技，转让价格为 302,334.30 元。

②交易的背景、必要性、持续性

前海焙乐原系张北和张席中夏共同设立的公司，主营业务为烘焙课程及相关产品推广。为进一步规范关联交易，减少潜在同业竞争，延伸公司业务链条，北鼎科技收购前海焙乐全部股权。

③交易价格公允性

张北、张席中夏持有的前海焙乐 100%股权的价格以 1,511,671.50 元的价格转让给北鼎科技，转让价格以前海焙乐 2017 年 3 月 31 日经审计账面净资产依据并经双方协商确定，交易价格公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

3、关联方资金拆借

（1）交易具体内容

单位：万元

关联方名称	拆入/拆出	拆借金额	资金占用费
方镇	拆出	300.00	21.90
彭治霖	拆出	190.00	13.87
孙真	拆出	30.00	2.19

注：彭治霖为公司核心技术人员、核心人员；孙真为公司核心员工。

（2）交易的背景、必要性、持续性

2015 年 5 月，公司供应商常熟市电热合金材料厂有限公司（以下简称“常熟电热”）存在资金周转需要，公司出于战略合作需求向其提供 520 万元周转资金。后常熟电热资金问题得到妥善解决后，未及时归还给公司，将该笔款项拆借给方镇、彭治霖和孙真三人，客观上构成关联资金往来。该 520 万元款项已于 2016 年全额归还公司。自此之后，公司严格规范资金管理，此后未发生同类或类似事情。该关联交易为偶发性关联交易，不存在持续性。相关利息计入资本公积，不存在资本化的情形。

（3）交易价格公允性

针对上述资金拆借，方镇、彭治霖和孙真三人已根据银行同期贷款利率向公司支付了利息，不存在对发行人或关联方的利益输送。

（4）是否存在发行人控制供应商的情形

常熟电热系国内高电阻电热合金材料生产企业，专业从事电热合金材料 20 多年，具备年产量 2,000 吨的综合生产能力，先后被评为“江苏省民营科技企业”、“苏州市高新科技企业”称号。常熟电热的主要产品有铁铬铝合金，镍铬合金，铜镍合金，尤其是旗下产品电热合金扁丝、扁带，在国内市场有一定的知名度，并成为多个世界知名品牌的定点供应商。常熟电热生产的电热丝具有性能稳定，表面负荷高，抗氧化性能好，电阻率高，比重轻，电阻温度系数稳定等特点，其生产的高电阻电热合金材料均通过欧盟环保认证(RoHS)，产品除了销往国内各省市外，还出口东南亚、非洲、欧美等三十多个国家和地区。

截至 2019 年 6 月 30 日，常熟电热基本情况如下：

企业名称	常熟市电热合金材料厂有限公司
注册资本	6,000 万元人民币

成立日期	1988 年 03 月 24 日
法定代表人	叶明华
主要股东情况	陆叶佳、叶明华
管理层情况	叶明华任执行董事兼总经理，陆叶佳任监事
经营范围	机械配件、发热电阻材料、电热丝、电热管、电器配件、冷作件制造、加工;新能源发电;房屋租赁;经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。(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)
与发行人的合作年限	十年以上
与发行人、发行人主要股东、董监高及其他主要核心人员的关系	无

常熟电热为国内专业从事高电阻电热合金材料研发、生产和销售的企业，行业内具有一定的品牌知名度。报告期内，发行人向常熟电热采购的原材料金额占常熟电热的销售金额比例较小，常熟电热及其股东陆叶佳、叶明华与发行人、发行人主要股东、董监高及其他主要核心人员不存在关联关系。因此，不存在发行人控制常熟电热的情形。

（四）所履行的程序及合规性

报告期内发行人相关关联交易履行了关联交易的审议程序，并分别于 2019 年 2 月 26 日、2019 年 3 月 19 日召开第二届董事会第二十三次会议、2018 年年度股东大会审议通过了《关于对公司 2016 年度至 2018 年度关联交易进行确认的议案》、《关于预计 2019 年度公司日常性关联交易事项的议案》，对 2016 年度至 2018 年度关联交易情况及相关关联交易不存在显失公允的情形、不存在损害公司及其他股东利益的情况进行确认，对 2019 年度由公司关联方为公司向银行申请综合授信额度无偿提供抵押、担保、信用、质押进行预计。

公司独立董事对上述报告期内关联交易确认发表了独立意见，认为上述关联交易履行了关联交易所必须的审议程序，对公司的财务状况、经营业绩和经营独立性未产生重大不利影响，不存在损害公司及其他非关联股东实质性利益的情况。

发行人上述关联交易履行了公司章程等制度规定的决策程序，决策程序合法合规。

（五）报告期内公司关联交易汇总情况

交易关联方	交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经常性关联交易					
晶辉电器（深圳）	出售商品	-	-	1.46 万元	1.23 万元
晶辉电器（深圳）	房屋租赁	-	-	-	14.05 万元
董事、监事及高级管理人员	薪酬	156.16 万元	382.71 万元	304.81 万元	174.16 万元
偶发性关联交易					
晶辉贸易、GEORGE MOHAN ZHANG、晶辉电器（深圳）	关联担保	-	-	5,700 万元	
晶辉贸易、GEORGEMOHANZHANG	关联担保	-	-	500 万元、420 万美元	
晶辉电器（深圳）、曹頔、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	-	--	--	2,000 万元
GEORGE MOHAN ZHANG、晶辉电器（深圳）	关联担保	-	--	--	2,000 万元
晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	-	--	5,000 万元	
GEORGE MOHAN ZHANG、曹頔、晶辉电器（深圳）	关联担保	-	2,000 万元		-
GEORGE MOHAN ZHANG、曹頔、晶辉电器（深圳）	关联担保	-	2,500 万元		-
晶辉电器（深圳）、晶辉贸易、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	5,700 万元			-
晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	5,000 万元		-	-
晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	2,000 万元		-	-
晶辉电器（深圳）、曹頔、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	6,000 万元	-	-	-
晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG	关联担保	5,000 万元	-	-	-
晶辉电器集团有限公司	垫付日常经营所需资金	-	-	-	5.49 万元
张北	收购前海焙乐股权	-	-	120.93 万元	-
张席中夏	收购前海焙乐股权	-	-	30.23 万元	-
关联方资金拆借					
方镇	资金拆借	-	-	-	300.00 万元

交易关联方	交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
彭治霖	资金拆借	-	-	-	190.00 万元
孙真	资金拆借	-	-	-	30.00 万元

（六）关联交易及其对经营成果的影响

报告期内，关联交易金额整体金额较小，占营业成本和营业收入比例较低，不存在损害企业及中小股东利益的情形，对公司的财务状况和经营成果影响较小。

（七）规范关联交易的制度安排

公司拥有独立、完整的业务体系，在日常活动中尽量避免和减少关联交易，并将关联交易对经营成果的影响降至最小程度。公司在《公司章程》中对关联交易决策权力与程序作出规定，并规定关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。公司制定《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《独立董事工作制度》等规章制度中进一步明确规定了关联交易公允决策的程序。

（八）发行人近三年关联交易制度的执行情况及独立董事意见

1、关联交易履行程序情况

报告期内，公司发生的关联交易均已履行公司章程和有关制度规定的程序。

2、独立董事对关联交易发表的意见

独立董事就发行人报告期内的关联交易发表独立意见如下：

公司报告期内发生的关联交易，均按照《公司章程》及公司相关制度履行了关联交易所必须的审议程序，公司的关联董事及关联股东回避表决，审议程序及表决程序合法、有效，关联交易对公司的财务状况、经营业绩和经营独立性未产生不利影响，不存在损害公司及其他非关联股东实质性利益的情况。

（九）减少和规范关联交易的措施

1、发行人制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易的决策权

限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定。

2、建立和完善独立董事工作制度，加强对关联交易的审核与监督。

3、公司实际控制人、持股 5% 以上的股东、董事、监事、高级管理人员均出具了《关于减少并规范联交易承诺函》，承诺事项如下：“1、自本承诺出具之日后，本人（本公司）将尽可能避免与发行人及其下属子公司之间的关联交易；2、对于无法避免的及因合理原因发生的关联交易，本人（本公司）将严格遵守有关法律、法规、交易所上市规则及《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性； 3、本人（本公司）承诺不通过关联交易损害发行人及其股东的合法权益； 4、本人（本公司）有关关联交易承诺将同样适用于本人（本公司）持股或控制的其他企业等重要关联方，本人（本公司）保证本人（本公司）持股或控制的其他企业履行上述关联交易承诺。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况

（一）董事

公司现有董事 7 名，具体情况如下：

姓名	职务	选聘情况	提名人	任期
GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生；由第三届董事会第一次会议选举为董事长	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
方镇	董事、副总经理	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
牛文娇	董事、财务总监、董事会秘书	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
钟鑫	董事	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
管黎华	独立董事	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
刘昱熙	独立董事	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
尹公辉	独立董事	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	董事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日

GEORGE MOHAN ZHANG，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

方镇，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（三）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”。

牛文娇，女，1970 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：21080219701111****，住所为广东省深圳市福田区，东北财经大学财政学学士，注册会计师。1993 年至 2010 年曾历任营口会计师事务所审计师、深圳鹏

城会计师事务所高级项目经理、信永中和深圳分所审计部高级经理；2010 年 9 月至今，担任公司董事、财务总监、董事会秘书。

钟鑫，男，1978 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：51102419781230****，住所为广东省深圳市福田区，伦斯勒理工学院工业工程硕士、博士、清华大学工业工程学士。2005 年至 2012 年，曾历任 Sempra Commodity 分析师、苏格兰皇家银行分析师、法国兴业银行分析师；2012 年 3 月至 2015 年 7 月，担任招商证券股份有限公司投资经理；2015 年 7 月至今，担任晶辉电器（深圳）投资总监；2013 年 6 月至今兼任公司董事。

管黎华，男，1954 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：61010319540502****，住所为广东省深圳市罗湖区，西安交通大学博士。1984 年至 1998 年，曾历任西安市塑料制品厂厂长、任深圳市华阳箱包实业有限公司总经理助理；深圳市银珠塑料制品有限公司总经理兼书记；1998 年 12 月至 2014 年 5 月，担任深圳市深宝实业股份有限公司副书记、纪委书记；2014 年 5 月至今，担任西安交通大学深圳研究院院长；2015 年 4 月至今，担任深圳西龙同辉技术股份有限公司独立董事；2016 年 9 月至今，担任恒立实业发展集团股份有限公司独立董事；2017 年 6 月至今，担任公司独立董事。

刘昱熙，女，1978 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：43050219781205****，住所为广东省深圳市南山区，暨南大学博士。2008 年 3 月至今，担任深圳大学经济学院会计系教师；2010 年 7 月至今，担任广州宏集信息科技有限公司监事；2017 年 6 月至今，担任公司独立董事；2019 年 4 月至今，担任深圳爱问文化科技有限公司监事。

尹公辉，男，1965 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：51070219651012****，住所为广东省深圳市福田区，西安交通大学硕士。1997 年至 2005 年，历任广东信达律师事务所律师、广东华商律师事务所律师、广东百利孚律师事务所合伙人；1997 年至今，任深圳市建恒信投资管理有限公司董事；2005 年至今，担任广东信达律师事务所合伙人、深圳市绿湾投资有限公司监事；2017 年 7 月至今，任安信基金管理有限责任公司独立董事；2017 年 6 月至今，担任公司独立董事。

（二）高级管理人员

公司现有高级管理人员 3 名，具体情况如下：

姓名	职务	选聘情况	提名人	任期
GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	第三届董事会第一次会议选聘	GEORGE MOHAN ZHANG	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
方镇	董事、副总经理	第三届董事会第一次会议选聘	GEORGE MOHAN ZHANG	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
牛文娇	董事、财务总监、董事会秘书	第三届董事会第一次会议选聘	GEORGE MOHAN ZHANG	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日

GEORGE MOHAN ZHANG，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

方镇，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人控股股东和实际控制人以及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“（三）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”。

牛文娇，董事、财务总监、董事会秘书，其简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

（三）监事

公司现有监事 3 名，具体情况如下：

姓名	职务	选聘情况	提名人	任期
刘云锋	监事会主席、供应链经理	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生；由第三届监事会第一次会议选举为监事会主席	监事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
田佳	监事	由 2019 年第二次临时股东大会选举产生	监事会	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日
陈华金	职工代表监事、研发部经理	由 2019 年职工代表大会第一次会议选举产生	职工代表	2019 年 8 月 9 日至 2022 年 8 月 8 日

刘云锋，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：44142319720126****，住所为深圳市南山区，丰顺县东海中学用电管理电工专业，中专学历。2011 年 1 月至 2013 年 6 月，任晶辉有限监事。2013 年 6 月至今担任

公司监事会主席、供应链经理。

田佳，男，1978 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：51021219780722****，住所为广东省广州市增城区，清华大学机械制造及自动化硕士。2004 年 7 月至 2006 年 12 月，任职于广汽本田汽车有限公司；2006 年 12 月至 2007 年 12 月，担任上海车盟商务咨询有限公司广州分公司副总经理 ；2009 年 3 月至 2010 年 3 月，担任广汽乘用车有限公司广菲项目组项目主管；2010 年 3 月至 2016 年 1 月，担任广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司经营企业科科长；2016 年 1 月至 2016 年 5 月，担任广州汽车集团股份有限公司国际业务部副主任；2016 年 5 月至 2018 年 5 月，担任广州万力集团有限公司规划发展部副主任；2018 年 5 月至 2018 年 10 月，担任广州万力投资控股有限公司副总经理；2018 年 10 月至今，担任广汽蔚来新能源企业科技有限公司战略发展部总监。

陈华金，男，1955 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：35262219550616****，住所为广东省深圳市南山区，北京工业学院（现为北京理工大学）自动控制学士。2003 年 2 月至今，先后担任公司研发部经理、高级工程师；2013 年 6 月至今，任公司监事。

（四）核心技术人员

公司现有核心技术人员 1 名，具体情况如下：

彭治霖，男，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：44030119801108****，住所为深圳市罗湖区，英国华威大学工程商业管理硕士，英国兰开夏中央大学设计与制造学士。2002 年 12 月至 2010 年 9 月，先后担任法国迪卡侬公司电子产品采购工程师、电子产品采购经理、中国区电子产品采购总监；2010 年 10 月至今任职于公司，目前任公司技术总监。

（五）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司董事、监事、高级管理人员通过中介机构组织的首次公开发行股票并在创业板上市的辅导，以及保荐机构中山证券关于新股发行体制改革的培训，已了解股票发行上市相关法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义

务和责任。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持股情况

发行前董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接、间接持有发行人股份情况如下：

序号	姓名	职务/亲属关系	直接持股数量（万股）	间接持股数量（万股）	持股比例
1	GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	-	6,100.00	37.41%
2	张北	GEORGE MOHAN ZHANG 父亲	5,283.60	-	32.40%
2	方镇	董事、副总经理	817.90	-	5.02%
3	牛文娇	董事、财务总监、董事会秘书	165.00	-	1.01%
4	钟鑫	董事	5.50	-	0.03%
5	管黎华	独立董事	-	-	-
6	刘昱熙	独立董事	-	-	-
7	尹公辉	独立董事	-	-	-
8	刘云锋	监事会主席、供应链经理	-	-	-
9	田佳	监事	-	-	-
10	陈华金	职工代表监事、研发部经理	-	-	-
11	彭治霖	技术总监	300.00	-	1.84%
合计			**6,572.00**	**6,100.00**	**77.71%**

上述人员所持股份无质押或冻结情况。除上述披露的持股情况外，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在其他通过直接或间接方式持有发行人股份的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	在发行人职务	投资公司	出资额（万元/万港元）	出资比例	主营业务
GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	晶辉电器集团	1.00	100.00%	股权投资
管黎华	独立董事	深圳市钟橙源发资本管理有限公司	3.00	2.86%	投资
		深圳市协同创新旅游产业投资合伙企业（有限合伙）	100.00	5.21%	投资
		广东风和洁净工程有限公司	5.00	5.00%	空气净化设备
刘昱熙	独立董事	广州宏集信息科技有限公司	20.00	10.00%	信息化软件、硬件的批发、零售、集成、开发
		深圳爱问文化科技有限公司	150.00	30.00%	教育咨询、培训等
尹公辉	独立董事	深圳市奇境文化传媒有限公司	87.50	17.50%	动画制作

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事和高级管理人员对外投资不存在与公司存在利益冲突的情况。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在公司领取报酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行人领取薪酬情况

2018 年度，董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行人领取薪酬（含税）的情况如下：

单位：万元（含税）

姓名	现任发行人职务	2018 年薪酬	是否从关联方领薪
GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	145.22	否
方镇	董事、副总经理	92.20	否
牛文娇	董事、财务总监、董事会秘书	42.00	否
钟鑫	董事	8.00	是
刘云锋	监事	23.12	否
蔡建平	监事	18.41	否
陈华金	监事	23.76	否

姓名	现任发行人职务	2018 年薪酬	是否从关联方领薪
田佳	监事	-	否
彭治霖	技术总监	45.60	否

注：钟鑫 2015 年 7 月至今，担任晶辉电器（深圳）有限公司投资总监并领取薪酬；田佳 2019 年 8 月起担任公司监事，2018 年未在发行人处领取薪酬。

（二）独立董事在发行人领取津贴情况

根据公司 2017 年第五次临时股东大会决议，公司独立董事津贴为每人每年 10 万元（含税）。

除以上所列收入外，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司及关联企业享受退休金计划及其他待遇。

（三）最近三年内薪酬总额占各期利润总额的比重

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年及一期内在发行人领取的薪酬总额及其占公司各期利润总额的比重如下：

单位：万元

年度	薪酬总额	当年利润总额	比例
2016 年度	208.16	5,980.72	3.48%
2017 年度	344.31	4,751.81	7.25%
2018 年度	428.31	7,758.66	5.52%
2019 年 1-6 月	174.31	3,365.48	5.18%

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

姓名	公司职位	兼职单位名称	兼职单位任职情况	与公司关联关系
GEORGE MOHAN ZHANG	董事长、总经理	晶辉电器集团	董事	公司控股股东
		晶辉贸易	董事	公司子公司
		宝安分公司	负责人	公司分公司
方镇	董事、副总经理	北鼎科技	法定代表人、执行董事、总经理	公司子公司
		北辰烘焙	法定代表人、总经理、执行董事	公司孙公司
		北鼎手边	法定代表人、总经理、执行董事	公司孙公司
		北翰林科技	法定代表人、执行董事、总经理	公司子公司

姓名	公司职位	兼职单位名称	兼职单位任职情况	与公司关联关系
		东莞晶辉	法定代表人、执行董事、经理	公司子公司
		鼎北贸易	董事	公司子公司
牛文娇	董事、财务总监、董事会秘书	-	-	-
钟鑫	董事	晶辉电器（深圳）	投资总监	实际控制人张北控制的公司
管黎华	独立董事	西安交通大学深圳研究院	院长	独立董事任职单位
		恒立实业发展集团股份有限公司	独立董事	独立董事任职企业
		深圳西龙同辉技术股份有限公司	独立董事	独立董事任职企业
刘昱熙	独立董事	深圳大学经济学院	教师	独立董事任职单位
		广州宏集信息科技有限公司	监事	独立董事任职企业
		深圳爱问文化科技有限公司	监事	独立董事任职企业
尹公辉	独立董事	广东信达律师事务所	合伙人	独立董事任职单位
		安信基金管理有限责任公司	独立董事	独立董事任职企业
		深圳市建恒信投资管理有限公司	董事	独立董事任职企业
		深圳市绿湾投资有限公司	监事	独立董事任职企业
刘云锋	监事会主席、供应链经理	北辰烘焙	监事	公司孙公司
		北鼎手边	监事	公司孙公司
		北翰林科技	监事	公司子公司
		北鼎科技	监事	公司子公司
		东莞晶辉	监事	公司子公司
田佳	监事	广汽蔚来新能源汽车科技有限公司	战略发展部总监	监事任职企业
陈华金	职工代表监事、研发部经理	-	-	

截至本招股说明书签署日，除上述情况之外，公司董事、监事、高级管理人员不存在在其他单位任职的情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间无亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所签订协议及承诺情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与公司签订的协议

公司与董事、监事签订《董事聘任合同书》、《监事聘任合同》，与独立董事签订《独立董事聘任协议》。公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订《劳动合同》。目前上述合同、协议处于正常履行中。同时，2015 年 4 月方镇、彭治霖、牛文娇与发行人签订股份认购合同。除此之外，发行人与上述人员未签订其他协议。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺，具体详见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“十、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员，保荐人及证券服务机构做出的重要承诺、履行情况及约束措施”。

截至本招股说明书签署日，发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议或者其作出的重要承诺均履行良好，未出现不履行协议或者承诺的情形。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格

公司董事、监事、高级管理人员的提名和选聘均严格履行了《公司法》、《公司章程》等相关法律法规和法律程序，不存在违反法律法规或公司章程规定担任董事、监事、高级管理人员的情形。

九、发行人董事、监事和高级管理人员近两年的变动情况及原因

（一）董事变动情况

2016 年 5 月 25 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，选举 GEORGE MOHAN ZHANG、方镇、牛文娇、钟鑫、谢鹏为公司第二届董事会董事。

2016 年 5 月 25 日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举 GEORGE MOHAN ZHANG 为公司第二届董事会董事长。

2017 年 6 月 2 日，公司董事会收到董事谢鹏递交的辞职报告，谢鹏因个人原因申请辞去公司董事职务。

2017 年 6 月 9 日，公司召开第二届董事会第十一次会议，审议通过《关于提名独立董事候选人的议案》，提名管黎华、刘昱熙、尹公辉为第二届董事会独立董事候选人。

2017 年 6 月 26 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，选举管黎华、刘昱熙、尹公辉为独立董事。

2019 年 8 月 9 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，选举 GEORGE MOHAN ZHANG、方镇、牛文娇、钟鑫、管黎华、刘昱熙、尹公辉为公司第三届董事会董事。

2019 年 8 月 9 日，公司召开第三届董事会第一次会议，选举 GEORGE MOHAN ZHANG 为公司第三届董事会董事长。

（二）监事变动情况

2016 年 5 月 9 日，公司召开职工代表大会，选举陈华金为第二届监事会职工代表监事。

2016 年 5 月 25 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，选举刘云锋、蔡建平为公司第二届监事会非职工代表监事，与职工代表监事陈华金共同组成公司第二届监事会。

2016 年 5 月 25 日，公司召开第二届监事会第一次会议，选举刘云锋为第二届监事会主席。

2019 年 7 月 25 日，公司召开 2019 年职工代表大会第一次会议，选举陈华金为第三届监事会职工代表监事。

2019 年 8 月 9 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，选举刘云锋、田佳为公司第三届监事会非职工代表监事，与职工代表监事陈华金共同组成公司第三届监事会。

2019 年 8 月 9 日，公司召开第三届监事会第一次会议，选举刘云锋为第三届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2016 年 5 月 25 日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任 GEORGE MOHAN ZHANG 为公司总经理，聘任方镇为公司副总经理，聘任牛文娇为公司董事会秘书、财务总监。

2019 年 8 月 9 日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任 GEORGE MOHAN ZHANG 为公司总经理，聘任方镇为公司副总经理，聘任牛文娇为公司董事会秘书、财务总监。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变化。

十、公司治理制度的执行情况

（一）发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司在 2013 年 6 月整体变更为股份公司之前，公司治理尚未完全完善。自公司整体变更为股份公司以来，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会、独立董事、监事会和高级管理层组成的治理结构。公司建立了符合上市公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作制度》、《募集资金管理制度》、《信息披露管

理制度》等制度，并建立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会下属委员会。

目前，公司严格按照各项规章制度规范运行，相关机构和人员均履行相应职责，通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立健全了符合上市要求的公司治理结构。

（二）公司股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的运行情况

自报告期期初至本招股说明书签署之日，公司共计召开了 20 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议	召开时间
1	2015 年年度股东大会	2016 年 2 月 23 日
2	2016 年第一次临时股东大会	2016 年 5 月 25 日
3	2016 年第二次临时股东大会	2016 年 7 月 4 日
4	2016 年第三次临时股东大会	2016 年 9 月 2 日
5	2016 年第四次临时股东大会	2016 年 11 月 25 日
6	2016 年第五次临时股东大会	2016 年 12 月 19 日
7	2017 年第一次临时股东大会	2017 年 2 月 27 日
8	2017 年第二次临时股东大会	2017 年 4 月 5 日
9	2016 年年度股东大会	2017 年 5 月 11 日
10	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 6 月 26 日
11	2017 年第四次临时股东大会	2017 年 9 月 13 日
12	2017 年第五次临时股东大会	2017 年 10 月 16 日
13	2017 年第六次临时股东大会	2017 年 12 月 1 日
14	2017 年年度股东大会	2018 年 4 月 10 日
15	2018 年第一次临时股东大会	2018 年 6 月 4 日
16	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 9 月 3 日
17	2018 年第三次临时股东大会	2018 年 9 月 25 日
18	2019 年第一次临时股东大会	2019 年 2 月 12 日
19	2018 年年度股东大会	2019 年 3 月 19 日

序号	会议	召开时间
20	2019 年第二次临时股东大会	2019 年 8 月 9 日

自报告期期初以来，历次股东大会召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等有关法律、法规和规范性文件的规定。

2、董事会制度的运行情况

自报告期期初至本招股说明书签署之日，公司共计召开了 28 次董事会，具体情况如下：

序号	会议	召开时间
1	第一届董事会第十七次会议	2016 年 2 月 1 日
2	第一届董事会第十八次会议	2016 年 5 月 9 日
3	第二届董事会第一次会议	2016 年 5 月 25 日
4	第二届董事会第二次会议	2016 年 6 月 15 日
5	第二届董事会第三次会议	2016 年 7 月 13 日
6	第二届董事会第四次会议	2016 年 8 月 15 日
7	第二届董事会第五次会议	2016 年 9 月 28 日
8	第二届董事会第六次会议	2016 年 11 月 8 日
9	第二届董事会第七次会议	2016 年 12 月 1 日
10	第二届董事会第八次会议	2017 年 2 月 9 日
11	第二届董事会第九次会议	2017 年 3 月 20 日
12	第二届董事会第十次会议	2017 年 4 月 18 日
13	第二届董事会第十一次会议	2017 年 6 月 9 日
14	第二届董事会第十二次会议	2017 年 8 月 14 日
15	第二届董事会第十三次会议	2017 年 8 月 28 日
16	第二届董事会第十四次会议	2017 年 9 月 28 日
17	第二届董事会第十五次会议	2017 年 11 月 15 日
18	第二届董事会第十六次会议	2017 年 12 月 27 日
19	第二届董事会第十七次会议	2018 年 3 月 16 日
20	第二届董事会第十八次会议	2018 年 4 月 18 日
21	第二届董事会第十九次会议	2018 年 5 月 18 日
22	第二届董事会第二十次会议	2018 年 8 月 16 日

序号	会议	召开时间
23	第二届董事会第二十一次会议	2018 年 9 月 7 日
24	第二届董事会第二十二次会议	2019 年 1 月 28 日
25	第二届董事会第二十三次会议	2019 年 2 月 26 日
26	第二届董事会第二十四次会议	2019 年 7 月 25 日
27	第三届董事会第一次会议	2019 年 8 月 9 日
28	第三届董事会第二次会议	2019 年 8 月 22 日

自报告期期初以来，历次董事会召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等有关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）监事会制度的运行情况

自报告期期初至本招股说明书签署之日，公司共计召开了 18 次监事会，具体情况如下：

序号	会议	召开时间
1	第一届监事会第八次会议	2016 年 2 月 1 日
2	第一届监事会第九次会议	2016 年 5 月 9 日
3	第二届监事会第一次会议	2016 年 5 月 25 日
4	第二届监事会第二次会议	2016 年 8 月 15 日
5	第二届监事会第三次会议	2017 年 3 月 27 日
6	第二届监事会第四次会议	2017 年 4 月 18 日
7	第二届监事会第五次会议	2017 年 6 月 9 日
8	第二届监事会第六次会议	2017 年 8 月 28 日
9	第二届监事会第七次会议	2017 年 9 月 28 日
10	第二届监事会第八次会议	2017 年 11 月 15 日
11	第二届监事会第九次会议	2018 年 3 月 16 日
12	第二届监事会第十次会议	2018 年 5 月 18 日
13	第二届监事会第十一次会议	2018 年 8 月 16 日
14	第二届监事会第十二次会议	2019 年 1 月 28 日
15	第二届监事会第十三次会议	2019 年 2 月 26 日
16	第二届监事会第十四次会议	2019 年 7 月 25 日
17	第三届监事会第一次会议	2019 年 8 月 9 日

序号	会议	召开时间
18	第三届监事会第二次会议	2019 年 8 月 22 日

自报告期期初以来，历次监事会召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等有关法律、法规和规范性文件的规定。

公司历次股东大会、董事会、监事会会议的召集和召开程序、出席会议人员的资格、表决程序符合有关法律、法规和《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》的规定，表决结果和决议内容合法有效，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》、《公司章程》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事的运行情况

2017 年 6 月 26 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，聘任三名独立董事，审议通过《独立董事工作制度》。

2017 年 10 月 16 日，公司召开 2017 年第五次临时股东大会，根据发行股票并上市的需要，审议通过了重新制定的《独立董事工作制度》。

2019 年 2 月 12 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，根据最新的规则要求，应发行股票并在创业板上市的需要，审议通过了重新制定的《独立董事工作制度》。

发行人设立了独立董事制度并聘任独立董事后，独立董事积极参与公司决策，完善了公司治理结构，在关联交易及重大生产经营投资决策时，独立董事发挥了在财务、法律及战略决策等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，在完善公司治理结构、公司战略发展选择等方面起到了促进作用。

（五）专门委员会的构成和运行情况

1、专门委员会的构成情况

2017 年 9 月 28 日，公司召开第二届董事会第十四次董事会，审议通过《关于设立第二届董事会专门委员会的议案》公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会。各专门委员会成员情况如下：

委员会	召集人	委员会委员
审计委员会	刘昱熙	方镇、刘昱熙、管黎华
提名委员会	尹公辉	GEORGE MOHAN ZHANG、管黎华、尹公辉
薪酬与考核委员会	管黎华	方镇、管黎华、尹公辉
战略委员会	GEORGE MOHAN ZHANG	GEORGE MOHAN ZHANG、方镇、管黎华

2、专门委员会的运行情况

专门委员会成立以来，会议召开情况如下：

委员会	召开时间	召开会议
审计委员会	2017 年 10 月 30 日	第一届审计委员会第一次会议
	2018 年 3 月 16 日	第一届审计委员会第二次会议
	2019 年 2 月 26 日	第一届审计委员会第三次会议
提名委员会	2018 年 3 月 16 日	第一届提名委员会第一次会议
	2019 年 2 月 26 日	第一届提名委员会第二次会议
薪酬与考核委员会	2018 年 3 月 16 日	第一届薪酬与考核委员会第一次会议
	2019 年 2 月 26 日	第一届薪酬与考核委员会第二次会议
战略委员会	2018 年 3 月 16 日	第一届战略委员会第一次会议
	2019 年 2 月 26 日	第一届战略委员会第二次会议

自公司聘任各专门委员会委员以来，各专门委员会委员依照《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定勤勉尽责地履行职权，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（六）董事会秘书制度的运行情况

1、董事会秘书设置情况

2013 年 7 月 10 日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了《董事会秘书工作细则》。公司设董事会秘书 1 名。董事会秘书为公司高级管理人员，由董事长提名，经董事会聘任或解聘。

2017 年 9 月 28 日，公司召开第二届董事会第十四次会议，根据发行并上市的需要，审议通过了重新制定的《董事会秘书工作细则》。

2019 年 1 月 28 日，公司召开第二届董事会第二十二次会议，根据最新的规则要求，应发行股票并在创业板上市的需要，审议通过了重新制定的《董事会秘书工作细则》。

公司董事会秘书自聘任以来，依照有关《公司章程》和《董事会秘书工作制度》履行职责，在公司治理、信息披露等方面发挥重要作用，促进公司进一步规范运作。

十一、发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见以及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》及一系列董事会专门委员会制度，明确股东大会、董事会、监事会及公司管理层的职责。公司已建立较为完善的法人治理结构，各项制度基本获得有效的执行。公司已按《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面有效保持了与财务报告相关的内部控制。

发行人管理层认为，发行人已经建立较为完整、合理及有效的内控制度，适应公司管理与发展的需要。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

信永中和对公司内部控制制度的完整性、合理性和有效性进行了审核，并出具了内部控制鉴证报告，发表结论性意见如下：北鼎晶辉公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

十二、报告期内发行人违法违规行为

报告期内，发行人严格按照法律、法规及《公司章程》的规定开展经营管理

活动，不存在重大违法违规行为。

报告期内，公司受到的行政处罚情况如下：

1、2017 年 3 月，北鼎科技行政处罚

2017 年 3 月 7 日，深圳市南山区国家税务局出具《税务行政处罚决定书（简易）》（深国税南简罚[2017]1325 号），北鼎科技未按规定保存、报送开具发票的数据，违反《中华人民共和国发票管理办法》第三十五条规定，被处以罚款 50.00 元，2017 年 3 月 7 日缴纳完毕。

该等行为情节较轻，且被处罚公司已按时足额缴纳了罚款。因此该等情形不属于重大违法违规行为，该等处罚行为不会对北鼎科技的正常持续经营构成重大不利影响。

根据国家税务总局深圳市南山区税务局出具的证明，未发现北鼎科技 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间有重大税务违法记录。

2、2017 年 1 月，北鼎手边行政处罚

2017 年 1 月 12 日，深圳市国税局出具《税务行政处罚决定书（简易）》（深国税前海简罚[2017]112 号），北鼎手边因未按期申报文化事业建设费，根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，被处以 50 元罚款。根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定，纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。北鼎手边所受罚款金额较小，不属于上述第六十二条规定“情节严重”的处罚区间内，该等行为不属于情节严重的重大违法行为。

根据国家税务总局深圳市前海税务局出具的证明，未发现北鼎手边 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间有重大税务违法记录。

十三、报告期内发行人资金占用和对外担保情况

（一）垫付晶辉电器集团日常经营资金

2016 年 3 月，晶辉电器集团需使用支票方式支付审计费、境外秘书年费共

计港币 13,255 元，由于其银行对账单收件地址搬迁，导致无法接收银行对账单，进而无法保证所开具支票有足够账户余额，为保证业务的正常运营，晶辉贸易为其垫付了港币 13,255 元。

2016 年 10 月，晶辉电器集团向香港上海汇丰银行有限公司递交开户申请资料，账户激活需要一笔铺底资金，由于其商业登记证即将到期，该事项将会影响到银行账户的开立，而当时晶辉电器集团的支票签发人身在国外，不能履行签批付款流程，为保证银行账户的顺利开立，晶辉贸易为其垫付了商业登记证年费、银行新户铺底资金共计港币 50,250 元。

2017 年 2 月 9 日和 2017 年 2 月 27 日，发行人召开第二届董事会第八次会议和 2017 年第一次临时股东大会，就晶辉贸易为晶辉电器集团垫付日常经营所需资金进行了补确认。

上述资金垫付时间较短，金额较小，垫付资金已归还晶辉贸易，且已经发行人董事会和股东大会补确认。

（二）关联方资金拆借

2015 年 5 月，公司供应商常熟电热存在资金周转需要，公司出于战略合作需求向其提供 520 万元周转资金。后常熟电热资金问题得到妥善解决后，未及时归还给公司，将该笔款项拆借给方镇、彭治霖和孙真三人，客观上构成关联资金往来。该 520 万元款项已于 2016 年全额归还公司。自此之后，公司严格规范资金管理，此后未发生同类或类似事情。方镇、彭治霖和孙真三人并根据银行同期贷款利率向公司支付了利息。

除上述外，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

十四、报告期内发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

（一）资金管理制度及执行情况

公司制定了《募集资金管理制度》及《资金管理制度》等制度，对分级审批

权限、资金预算、成本费用列支、库存现金、银行存款和筹资管理等方面予以明确规定。该制度有利于加强公司资金的监督和管理，加速资金周转，提高资金使用效率，保证资金安全，提高公司资金使用效率，防止不合理资金的占用，提升公司的综合管理能力，为公司财务部进行账务处理提供明确依据。

（二）对外投资制度安排及执行情况

公司制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《对外投资管理制度》对对外投资相关事项作出明确规定。

董事会对对外投资、收购或出售资产、资产抵押、委托理财等交易的审批权限，应综合考虑下列计算标准进行确定：

1、交易涉及的资产总额（该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为准）占公司最近一期经审计总资产的比例；

2、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的比例；

3、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的比例；

4、交易成交的金额（含承担的债务和费用）占公司最近一期经审计的净资产的比例；

5、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的比例。

公司进行非日常经营交易事项，所涉及的交易标的未达上述董事会决策权限范围的，由董事长审批决定。

收购或出售资产等其他非日常业务经营交易事项，按照前款所规定的计算标准计算，任一计算标准达到或超过 0.5%，且所有计算标准均未达到 50%的，由董事会审批决定。按照前款所规定的计算标准计算，任一计算标准达到或超过50%，或者公司一年内购买或者出售资产的金额超过公司最近一期经审计的总资产的 30%的，应提交公司股东大会审议。上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

公司一年内购买或者出售资产的金额超过公司最近一期经审计的总资产的

30%的，应提交公司股东大会审议。

（三）对外担保事项制度安排及执行情况

公司制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《对外担保管理制度》对对外担保相关事项作出明确规定。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（二）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（六）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（七）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3000 万元。

除上述规定的担保行为应提交股东大会审议外，公司其他对外担保行为均由董事会批准。

（四）上述制度执行情况

报告期内，公司不存在违反资金管理的情形，不存在对外担保事项，公司严格执行《公司章程》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等制度，股东大会和董事会在其职权范围内决定对外投资事项，并履行相应的决策程序，不存在已经或者潜在的对股东的利益造成损害的对外投资。

十五、发行人投资者权益保护情况

为加强对投资者关系工作的管理，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》、 《中华人民共

和国证券法》、《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规，审议并通过了《公司章程（草案）、《投资者关系工作管理制度》、《信息披露管理制度》。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

根据《信息披露管理制度》的规定，公司及相关信息披露义务人应当真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平。公司董事长为信息披露工作第一责任人，董事会秘书为信息披露工作主要责任人，负责管理信息披露事务；各部门和下属公司负责人为本部门和下属公司信息披露事务管理和报告的第一责任人。

（二）完善股东投票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会选举二名以上董事或监事时，应实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间及表决程序。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

根据《公司章程（草案）》，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权

向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，公告临时提案的内容。

除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

第九节 财务会计信息与管理层分析

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	183,333,256.90	191,285,264.78	198,646,720.92	187,763,711.16
应收票据				
应收账款	44,013,259.96	65,061,278.52	41,060,618.51	53,577,001.63
预付款项	8,465,731.88	9,070,726.01	13,332,455.66	11,907,177.02
其他应收款	6,271,648.51	4,603,533.41	6,773,922.27	8,527,838.29
其中：应收利息				
应收股利				
存货	77,416,460.45	87,022,128.33	74,945,182.56	56,104,670.31
持有待售资产				
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产	1,362,976.88	2,758,448.05	3,156,711.31	3,878,548.78
流动资产合计	**320,863,334.58**	**359,801,379.10**	**337,915,611.23**	**321,758,947.19**
非流动资产：				
长期应收款				
长期股权投资				
投资性房地产				
固定资产	39,755,033.78	39,541,252.62	41,560,315.42	39,857,101.90
在建工程	1,644,784.04	3,224,096.03	185,459.73	1,033,411.27
无形资产	5,305,194.56	5,761,845.31	5,797,068.69	5,341,774.18
开发支出			-	-
商誉				
长期待摊费用	1,811,422.55	2,010,150.10	2,992,187.86	2,842,882.01
递延所得税资产	2,849,389.44	3,096,753.74	3,177,318.27	1,600,723.99
其他非流动资产				

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
非流动资产合计	**51,365,824.37**	**53,634,097.80**	**53,712,349.97**	**50,675,893.35**
资产总计	**372,229,158.95**	**413,435,476.90**	**391,627,961.20**	**372,434,840.54**

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款				
应付票据	27,359,740.60	43,578,705.86	40,192,034.02	48,773,841.59
应付账款	29,888,030.47	43,933,553.58	37,968,205.53	41,375,350.92
预收款项	3,926,275.46	3,164,386.62	5,281,043.18	5,727,503.45
应付职工薪酬	8,288,502.35	16,348,902.72	14,262,224.38	15,374,897.23
应交税费	3,296,231.62	6,314,524.70	6,602,049.69	7,941,043.89
其他应付款	6,462,735.67	5,658,941.67	5,114,899.22	5,339,798.93
其中：应付利息				
应付股利				
持有待售负债				
一年内到期的非流动负债				
其他流动负债	-	800,000.00	800,000.00	1,054,332.00
流动负债合计	**79,221,516.17**	**119,799,015.15**	**110,220,456.02**	**125,586,768.01**
非流动负债：				
长期借款				
应付债券				
长期应付款				
预计负债	6,305,130.67	5,616,771.05	5,078,307.77	4,620,631.23
递延收益	1,128,200.00	628,200.00	1,228,200.00	1,828,200.00
递延所得税负债				
其他非流动负债				
非流动负债合计	**7,433,330.67**	**6,244,971.05**	**6,306,507.77**	**6,448,831.23**
负债合计	**86,654,846.84**	**126,043,986.20**	**116,526,963.79**	**132,035,599.24**
所有者权益（或股东权益）：				
股本	163,050,000.00	163,050,000.00	163,050,000.00	160,000,000.00

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
资本公积	29,456,041.58	28,972,981.58	27,631,520.16	4,135,603.68
减：库存股				
其他综合收益				
专项储备				
盈余公积	20,577,539.60	19,492,463.83	8,710,996.39	6,452,057.05
未分配利润	72,490,730.93	75,876,045.29	75,708,480.86	69,811,580.57
归属于母公司所有者权益合计	**285,574,312.11**	**287,391,490.70**	**275,100,997.41**	**240,399,241.30**
少数股东权益				
所有者权益总计	**285,574,312.11**	**287,391,490.70**	**275,100,997.41**	**240,399,241.30**
负债和所有者权益总计	**372,229,158.95**	**413,435,476.90**	**391,627,961.20**	**372,434,840.54**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	**247,218,089.15**	**606,694,722.35**	**530,018,398.22**	**488,669,754.56**
其中：营业收入	247,218,089.15	606,694,722.35	530,018,398.22	488,669,754.56
二、营业总成本	**217,217,005.96**	**533,388,871.31**	**487,006,521.33**	**431,704,496.13**
其中：营业成本	139,537,753.25	349,854,515.85	314,458,968.37	307,485,232.00
税金及附加	2,897,315.10	5,365,288.29	5,112,638.30	4,604,258.30
销售费用	45,864,791.27	115,099,334.37	96,452,012.61	76,244,511.10
管理费用	18,298,620.02	45,583,312.21	42,247,570.59	29,401,896.88
研发费用	10,374,292.45	21,385,882.69	21,773,439.95	20,359,081.16
财务费用	244,233.87	-3,899,462.10	6,961,891.51	-6,390,483.31
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	286,140.09	721,768.12	444,143.38	454,448.21
加：其他收益	2,871,400.00	1,960,000.00	1,064,332.00	-
投资收益（损失以“－”号填列）	1,806,384.16	2,267,855.65	2,084,972.95	1,930,924.40
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-	-	-	-

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
信用减值损失	-406,952.65	-	-	-
资产减值损失	834,702.06	1,827,948.30	1,255,450.22	2,531,382.41
资产处置收益（损失以“一”号填列）	-133,132.80	57,515.66	-47,541.98	-196,251.24
三、营业利润	34,117,985.14	75,763,274.05	44,858,189.64	56,168,549.18
加：营业外收入	135,520.62	2,053,082.38	2,885,884.10	3,745,767.68
减：营业外支出	598,716.50	229,785.51	225,986.52	107,128.64
四、利润总额	33,654,789.26	77,586,570.92	47,518,087.22	59,807,188.22
减：所得税费用	3,345,027.85	9,570,039.05	6,752,247.59	7,805,986.65
五、净利润	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
（一）按经营持续性分类	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）				
（二）按所有权归属分类	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
1、归属于母公司所有者的净利润	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
2、少数股东损益				
六、其他综合收益的税后净额				
七、综合收益总额	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
归属于母公司所有者的综合收益总额	30,309,761.41	68,016,531.87	40,765,839.63	52,001,201.57
归属于少数股东的综合收益总额				
八、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.1859	0.4172	0.2524	0.3250
（二）稀释每股收益	0.1859	0.4172	0.2524	0.3250

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	280,004,271.23	608,804,901.62	568,809,600.07	520,067,808.80
收到的税费返还	10,952,077.39	25,251,959.18	28,473,608.50	23,930,767.66
收到其他与经营活动有关的现金	5,560,792.74	6,212,883.05	3,085,394.27	10,623,636.52
经营活动现金流入小计	**296,517,141.36**	**640,269,743.85**	**600,368,602.84**	**554,622,212.98**
购买商品、接受劳务支付的现金	140,242,700.39	312,246,986.88	306,482,589.32	274,818,288.72
支付给职工以及为职工支付的现金	60,920,810.04	125,904,185.02	118,556,978.12	104,089,124.80
支付的各项税费	20,405,405.41	44,272,663.89	39,624,757.05	30,274,086.85
支付其他与经营活动有关的现金	47,844,574.80	104,365,509.41	97,212,885.82	71,308,497.30
经营活动现金流出小计	**269,413,490.64**	**586,789,345.20**	**561,877,210.31**	**480,489,997.67**
经营活动产生的现金流量净额	**27,103,650.72**	**53,480,398.65**	**38,491,392.53**	**74,132,215.31**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	144,500,000.00	133,000,000.00	151,000,000.00	78,049,200.00
取得投资收益收到的现金	1,806,384.16	2,179,789.90	2,084,972.95	1,930,924.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,100.00	256,200.00	-	171,100.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金	960,435.00	**-**	**-**	**-**
投资活动现金流入小计	**147,267,919.16**	**135,435,989.90**	**153,084,972.95**	**80,151,224.40**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,805,464.95	9,997,202.57	9,068,250.14	7,784,664.00
投资支付的现金	144,500,000.00	133,000,000.00	152,511,671.50	8,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金	960,435.00	**-**	**-**	**-**
投资活动现金流出小计	**150,265,899.95**	**142,997,202.57**	**161,579,921.64**	**15,784,664.00**

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
投资活动产生的现金流量净额	**-2,997,980.79**	**-7,561,212.67**	**-8,494,948.69**	**64,366,560.40**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	21,925,319.11	2,500,000.00
取得借款所收到的现金				
发行债券收到的现金				
收到其他与筹资活动有关的现金	16,780,425.21	21,861,259.70	31,458,056.04	25,030,770.97
筹资活动现金流入小计	**16,780,425.21**	**21,861,259.70**	**53,383,375.15**	**27,530,770.97**
偿还债务所支付的现金				
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	32,610,000.00	57,067,500.00	32,610,000.00	16,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	10,713,972.15	22,590,830.35	32,592,402.66	27,905,185.86
筹资活动现金流出小计	**43,323,972.15**	**79,658,330.35**	**65,202,402.66**	**43,905,185.86**
筹资活动产生的现金流量净额	**-26,543,546.94**	**-57,797,070.65**	**-11,819,027.51**	**-16,374,414.89**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**172,762.20**	**2,884,368.50**	**-4,728,946.75**	**3,746,854.78**
五、现金及现金等价物净增加额	**-2,265,114.81**	**-8,993,516.17**	**13,448,469.58**	**125,871,215.60**
加：期初现金及现金等价物余额	177,390,449.43	186,383,965.60	172,935,496.02	47,064,280.42
六、期末现金及现金等价物余额	**175,125,334.62**	**177,390,449.43**	**186,383,965.60**	**172,935,496.02**

二、注册会计师的审计意见

发行人 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 6 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、所有者权益变动表及合并所有者权益变动表已经信永中和审计，并出具了编号为 XYZH/2019SZA30280 的标准无保留意见的审计报告。本节财务数据，非经特别说明，均引自公司经信永中和审计的财务报告。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司主营业务主要包括“BUYDEEM 北鼎”自主品牌业务和 OEM/ODM 业务。影响公司收入的因素主要包括居民消费理念、市场竞争状况、研发投入及市场开拓能力等因素。

随着健康、养生理念逐步普及，养生厨房小家电备受人们青睐。收入水平的提高也使得人们消费结构逐步升级。随着行业整体规模不断增长，公司自主品牌发展态势良好，收入不断增长，经营业绩保持较快增长。小家电行业为完全开放的竞争市场，行业竞争激烈。如果公司在未来市场竞争中，不能持续保持产品品质的稳定和技术先进，及时推出创新性产品，积极开拓市场，并提供高品质的服务，公司将面临着较大的市场竞争风险，会对公司的收入增长产生不利影响。

2、影响公司成本的主要因素

报告期内，公司主营业务成本中直接材料占比较高，公司直接材料占当年主营业务成本的比例分别为 61.50%、62.74%、63.52%和 64.97%，占比较高。因此，影响成本的主要因素为主要材料的采购价格波动。如果未来主要原材料价格发生大幅波动，将会对公司正常经营产生影响，从而影响公司盈利水平和经营业绩。此外，人力资源成本上升也影响公司成本。当前国内人力资源成本随着经济增长而不断攀升，如果公司不能采取有效措施抵消人力资源成本上升带来的成本压力，那么公司的盈利水平将受到不利影响。

3、影响公司费用的主要因素

公司的费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用，其中职工薪酬、网上商城费用、品牌推广费、物流运输费、研发费用占期间费用的比重较高，是影响

公司期间费用的主要因素。如果公司未来对于销售费用、管理费用和研发费用控制不力，将会对公司的盈利水平造成不利影响。

4、影响公司利润的主要因素

报告期内，公司的税金及附加、资产减值损失金额较小，对利润的影响预计较小；影响公司利润的主要因素为公司主营业务综合毛利和期间费用。如果公司不能保持营业收入的增长和营业成本的控制，会对公司的利润水平产生不利影响。公司的期间费用同样影响公司的利润水平。如果公司未来对销售费用、管理费用和研发费用等期间费用控制不力，或网上商城费用、品牌推广费用等相关费用所产生的效果不达预期，会对公司的盈利水平造成不利影响。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、营业收入增长率

报告期内，公司营业收入分别为 48,866.98 万元、53,001.84 万元、60,669.47 万元和 24,721.81 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增长 8.46%和 14.47%，其中内销自主品牌业务收入分别为 19,229.22 万元、24,388.74 万元、30,030.94 万元和 12,127.09 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增长 26.83%和 23.13%。报告期内，公司收入规模尤其是内销自主品牌业务规模保持较快增长。公司营业收入增长率尤其是内销自主品牌业务收入增长率，对公司业绩具有核心意义。

2、毛利率水平

报告期内，公司综合毛利率分别为 37.08%、40.67%、42.33%和 43.56%，呈现逐年增长态势，主营业务毛利率分别为 37.34%、40.78%、42.26%和 43.41%，其中，内销主营业务毛利率分别为 67.26%、67.89%、67.56%和 66.76%；外销主营业务毛利率分别为 17.59%、17.19%、16.70%和 20.46%。公司自主品牌的内销业务毛利率较高，主要系公司对自主品牌业务投入大量的制造、研发和品牌推广资源，因此定价较高。而外销业务中，主要为 OEM/ODM 产品，价值链条较短，毛利率相对较低。公司整体毛利率维持在较高水平，主营业务的盈利能力较强，反映了公司产品的市场竞争力较强。

3、期间费用率

报告期内，公司期间费用率分别为24.48%、31.59%、29.37%和30.25%，费用率水平较高。公司期间费用主要为销售及管理人员薪酬、网上商城费用、品牌推广费、研发费用和物流运输费等。若期间费用控制不力或推广效果不达预期，导致期间费用率大幅上升，将对公司业绩产生较大影响。因此期间费用率水平对于公司业绩具有核心意义。

四、财务报表的编制基础

（一）编制基础

财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，并基于公司审计报告附注“四、重要会计政策及会计估计”所述会计政策和会计估计编制。

（二）持续经营

发行人有近期获利经营的历史且有财务资源支持，认为以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

发行人编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。发行人以人民币为记账本位币。报告期内公司采用的主要会计政策和会计估计如下：

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

发行人作为合并方，在同一控制下企业合并中取得的资产和负债，在合并日按被合并方在最终控制方合并报表中的账面价值计量。取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在非同一控制下企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。合并成本为发行人在购买日为取得对被购买方的控制权

而支付的现金或非现金资产、发行或承担的负债、发行的权益性证券等的公允价值以及在企业合并中发生的各项直接相关费用之和（通过多次交易分步实现的企业合并，其合并成本为每一单项交易的成本之和）。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对合并中取得的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值、以及合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，经复核后，合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，将其差额计入合并当期营业外收入。

（二）合并财务报表的编制方法

发行人将所有控制的子公司纳入合并财务报表范围。

在编制合并财务报表时，子公司与发行人采用的会计政策或会计期间不一致的，按照发行人的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额，分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，其经营成果和现金流量自合并当期期初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对上年财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

对于非同一控制下企业合并取得子公司，经营成果和现金流量自发行人取得控制权之日起纳入合并财务报表。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

发行人在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本溢价或股本溢价，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（三）合营安排分类及共同经营会计处理方法

发行人的合营安排包括共同经营和合营企业。对于共同经营项目,发行人作为共同经营中的合营方确认单独持有的资产和承担的负债，以及按份额确认持有的资产和承担的负债，根据相关约定单独或按份额确认相关的收入和费用。与共同经营发生购买、销售不构成业务的资产交易的，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。

（四）现金及现金等价物

发行人现金流量表之现金指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金流量表之现金等价物指持有期限不超过 3 个月、流动性强、易于转换为已知金额现金且价值变动风险很小的投资。

（五）外币业务和外币财务报表折算

发行人外币交易按固定汇率将外币金额折算为人民币金额。于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额除了为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额按资本化的原则处理外，直接计入当期损益。

（六）金融资产和金融负债

1、自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

发行人成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（1）金融资产

①金融资产分类、确认依据和计量方法

发行人根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流特征，将金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基

础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；以摊余成本进行后续计量。除被指定为被套期项目的，按照实际利率法摊销初始金额与到期金额之间的差额，其摊销、减值、汇兑损益以及终止确认时产生的利得或损失，计入当期损益。

发行人将同时符合下列条件的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：①管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。除被指定为被套期项目的，此类金融资产，除信用减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的该金融资产利息之外，所产生的其他利得或损失，均计入其他综合收益；金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失应当从其他综合收益中转出，计入当期损益。

发行人按照实际利率法确认利息收入。利息收入根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定，但下列情况除外：①对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。②对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。

发行人将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定一经作出，不得撤销。发行人指定的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资，按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；除了获得股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关的利得和损失（包括汇兑损益）均计入其他综合收益，且后续不得转入当期损益。当其终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

除上述分类为以摊余成本计量的金融资产和分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，发行人将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。此类金融资产按照公允价值进行初始计

量，相关交易费用直接计入当期损益。此类金融资产的利得或损失，计入当期损益。

发行人在非同一控制下的企业合并中确认的或有对价构成金融资产的，该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

②金融资产转移的确认依据和计量方法

发行人将满足下列条件之一的金融资产予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②金融资产发生转移，发行人转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬；③金融资产发生转移，发行人既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬，且未保留对该金融资产控制的。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付）之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付）之和，与分摊的前述金融资产整体账面价值的差额计入当期损益。

（2）金融负债

①金融负债分类、确认依据和计量方法

发行人的金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融负债相关的股

利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

②金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。公司与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

（3）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

发行人以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。发行人优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层次输入值。公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

发行人对权益工具的投资以公允价值计量。但在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

（4）金融资产和金融负债的抵销

发行人的金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件时，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①发行人具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②发行人计划以净

额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（5）金融负债与权益工具的区分及相关处理方法

发行人按照以下原则区分金融负债与权益工具：①如果发行人不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。②如果一项金融工具须用或可用发行人自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的发行人自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定发行人须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除发行人自身权益工具的市场价格以外的变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

发行人在合并报表中对金融工具（或其组成部分）进行分类时，考虑了集团成员和金融工具持有方之间达成的所有条款和条件。如果集团作为一个整体由于该工具而承担了交付现金、其他金融资产或者以其他导致该工具成为金融负债的方式进行结算的义务，则该工具应当分类为金融负债。

金融工具或其组成部分属于金融负债的，相关利息、股利（或股息）、利得或损失，以及赎回或再融资产生的利得或损失等，发行人计入当期损益。

金融工具或其组成部分属于权益工具的，其发行（含再融资）、回购、出售或注销时，发行人作为权益的变动处理，不确认权益工具的公允价值变动。

2、于 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

发行人成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（1）金融资产

①金融资产分类、确认依据和计量方法

发行人按投资目的和经济实质对拥有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项及可供出售金融资产。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。发行人将满足下列条件之一的金融资产归类为交易性金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。发行人将只有符合下列条件之一的金融工具，才可在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：该指定可以消除或明显减少由于该金融工具的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融工具组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且发行人有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项，是指在活跃市场中没有报价，回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及未被划分为其他类的金融资产。这类资产中，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本进行后续计量；其他存在活跃市场报价

或虽没有活跃市场报价但公允价值能够可靠计量的，按公允价值计量，公允价值变动计入其他综合收益。对于此类金融资产采用公允价值进行后续计量，除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，以及被投资单位宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利，作为投资收益计入当期损益。对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按成本计量。

②金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且发行人将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然发行人既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产控制的，则按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和，与分摊的前述账面金额的差额计入当期损益。

③金融资产减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，发行人于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当可供出售金融资产发生减值，原直接计入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入所有者权益。

（2）金融负债

①金融负债分类、确认依据和计量方法

发行人的金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

②金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。公司与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

（3）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

发行人以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。发行人优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层次输入值。公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

（七）应收票据及应收账款

1、自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法。

发行人对于《企业会计准则第 14 号-收入准则》规范的交易形成且不含重大融资成分的应收款项，始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

信用风险自初始确认后是否显著增加的判断。发行人通过比较金融工具在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率和该工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率，来判定金融工具信用风险是否显著增加。但是，如果发行人确定金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险的，可以假设该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。通常情况下，如果逾期超过 30 日，则表明金融工具的信用风险已经显著增加。除非发行人在无须付出不必要的额外成本或努力的情况下即可获得合理且有依据的信息，证明即使逾期超过 30 日，信用风险自初始确认后仍未显著增加。在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，发行人考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。发行人考虑的信息包括：

（1）发行方或债务人发生重大财务困难；

（2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

（3）债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

（4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；

（5）发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；

（6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

以组合为基础的评估。对于应收票据及应收账款，发行人在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以发行人按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对应收票据进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对应收账款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

预期信用损失计量。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指发行人按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

发行人在资产负债表日计算应收票据及应收账款预期信用损失，如果该预期信用损失大于当前应收票据及应收账款减值准备的账面金额，发行人将其差额确认为应收票据及应收账款减值损失，借记“信用减值损失”，贷记“坏账准备”。相反，发行人将差额确认为减值利得，做相反的会计记录。

发行人实际发生信用损失，认定相关应收票据及应收账款无法收回，经批准予以核销的，根据批准的核销金额，借记“坏账准备”，贷记“应收票据”或“应收账款”。若核销金额大于已计提的损失准备，按期差额借记“信用减值损失”。

发行人根据以前年度的实际信用损失，并考虑本年的前瞻性信息，计量预期信用损失的会计估计政策如下：

单项资产	坏账准备计提情况

应收票据-银行承兑汇票	未发生信用减值
合并范围内关联方	未发生信用减值
账龄组合	组合为基础计量违约损失率

2、于 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

发行人将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；债务单位逾期未履行偿债义务超过 5 年；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。

对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，年末单独或按组合进行减值测试，计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，经发行人按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	将单项金额超过 100 万元的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
押金备用金组合	以应收款项的性质为押金及备用金划分组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备
押金备用金组合	不计提坏账准备

（1）采用账龄分析法的应收款项坏账准备计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	2.00	2.00
1-2 年（含 2 年）	8.00	8.00
2-3 年（含 3 年）	15.00	15.00
3-4 年（含 4 年）	50.00	50.00
4-5 年（含 5 年）	80.00	80.00

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
5 年以上	100.00	100.00

（2）采用其他方法的应收款项坏账准备计提：

押金备用金组合	包括房租押金、采购押金及备用金等，预计其未来现金流量现值与其账面价值的差额很小，一般不计提坏账准备

3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

（八） 其他应收款

1、自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法。

发行人按照下列情形计量其他应收款损失准备：①信用风险自初始确认后未显著增加的金融资产，发行人按照未来 12 个月的预期信用损失的金额计量损失准备；②信用风险自初始确认后已显著增加的金融资产，发行人按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；③购买或源生已发生信用减值的金融资产，发行人按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

以组合为基础的评估。对于其他应收款，发行人在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以发行人按照金融工具类型、信用风险评级、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对其他应收款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

信用风险自初始确认后是否显著增加的判断。发行人通过比较金融工具在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率和该工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率，来判定金融工具信用风险是否显著增加。但是，如果发行人确定金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险的，可以假设该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。通常情况下，如果逾期超过 30 日，

则表明金融工具的信用风险已经显著增加。除非发行人在无须付出不必要的额外成本或努力的情况下即可获得合理且有依据的信息，证明即使逾期超过 30 日，信用风险自初始确认后仍未显著增加。在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，发行人考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。发行人考虑的信息包括：

（1）发行方或债务人发生重大财务困难；

（2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

（3）债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

（4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；

（5）发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；

（6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

以组合为基础的评估。对于应收票据及应收账款，发行人在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以发行人按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对应收票据进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。按照金融工具类型、信用风险评级、担保物类型、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对应收账款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

预期信用损失计量。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指发行人按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

发行人在资产负债表日计算其他应收款预期信用损失，如果该预期信用损失大于当前其他应收款减值准备的账面金额，发行人将其差额确认为其他应收款减值损失，借记“信用减值损失”，贷记“坏账准备”。相反，发行人将差额确认为减

值利得，做相反的会计记录。

发行人实际发生信用损失，认定相关其他应收款无法收回，经批准予以核销的，根据批准的核销金额，借记“坏账准备”，贷记“其他应收款”。若核销金额大于已计提的损失准备，按期差额借记“信用减值损失”。

发行人根据以前年度的实际信用损失，并考虑本年的前瞻性信息，计量预期信用损失的会计估计政策如下：

单项资产	坏账准备计提情况
合并范围内关联方	未发生信用减值
押金备用金组合	未发生信用减值
账龄组合	组合为基础计量违约损失率

2、于 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

发行人其他应收款 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策与应收款项会计政策保持一致，详见本招股说明书之本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（七）应收票据及应收账款”之“2、于 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策”。

（九）存货

发行人存货主要包括原材料、发出商品、低值易耗品、在产品、库存商品、委托加工物资等。

存货实行永续盘存制，存货在取得时按实际成本计价；领用或发出存货，采用加权平均法确定其实际成本。低值易耗品和包装物采用一次转销法进行摊销。

库存商品、产成品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

（十）长期股权投资

发行人长期股权投资主要是对子公司的投资。

发行人对共同控制的判断依据是所有参与方或参与方组合集体控制该安排，

并且该安排相关活动的政策必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

发行人直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含）以上但低于 50%的表决权时，通常认为对被投资单位具有重大影响。持有被投资单位 20%以下表决权的，还需要综合考虑在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表、或参与被投资单位财务和经营政策制定过程、或与被投资单位之间发生重要交易、或向被投资单位派出管理人员、或向被投资单位提供关键技术资料等事实和情况判断对被投资单位具有重大影响。

对被投资单位形成控制的，为发行人的子公司。通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方在最终控制方合并报表中净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。被合并方在合并日的净资产账面价值为负数的，长期股权投资成本按零确定。

通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在母公司财务报表中的长期股权投资的处理方法。例如：通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，发行人将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一览交易的，在合并日，根据合并后享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投资成本。

除上述通过企业合并取得的长期股权投资外，以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本；以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为投资成本；投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为投资成本；公司如有以债务重组、非货币性资产交换等方式取得的长期股权投资，应根据相关企业会计准则的规定并结合公司的实际情况披露确定投资成本的方法。

发行人对子公司投资采用成本法核算，对合营企业及联营企业投资采用权益法核算。

后续计量采用成本法核算的长期股权投资，在追加投资时，按照追加投资支付的成本额公允价值及发生的相关交易费用增加长期股权投资成本的账面价值。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，按照应享有的金额确认为当期投资收益。

后续计量采用权益法核算的长期股权投资，随着被投资单位所有者权益的变动相应调整增加或减少长期股权投资的账面价值。其中在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照发行人的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期投资损益。

（十一）固定资产

发行人固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入发行人、且其成本能够可靠计量时予以确认。发行人固定资产包括机器设备、车间模具、电子仪器、IT 设备和运输设备等。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，发行人对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。发行人固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

序号	类别	折旧年限	预计残值率(%)	年折旧率(%)
1	机器设备	10 年	5.00	9.50

序号	类别	折旧年限	预计残值率(%)	年折旧率(%)
2	车间模具	3-5 年	5.00	19.00-31.67
3	电子仪器	5 年	5.00	19.00
4	IT 设备	5 年	5.00	19.00
5	运输设备	6 年	5.00	15.83
6	其他设备	5 年	5.00	19.00

发行人于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

（十二）在建工程

在建工程在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异进行调整。

（十三）无形资产

发行人无形资产包括计算机软件、专利技术和商标等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；自主设计的专利技术和商标以申请费确定实际成本。

计算机软件从开始使用之日起，按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。专利技术和商标按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

具体年限如下：

序号	项目	摊销年限	预计残值率（%）	年摊销率（%）
1	计算机软件	2-10 年	-	10-50
2	专利技术	5-10 年	-	10-20
3	商标	2-10 年	-	10-50

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的预计使用寿命进行复核，如有证据表明无形资产的使用寿命是

有限的，则估计其使用寿命并在预计使用寿命内摊销。

（十四）长期资产减值

发行人于每一资产负债表日对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在减值迹象时，发行人进行减值测试。对商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年末均进行减值测试。

各项资产的可收回金额是指资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损失，上述资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十五）长期待摊费用

发行人的长期待摊费用包括装修费用及配套工具等。该等费用在受益期内平均摊销，如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。装修费用的摊销年限为 2-5 年，配套工具的摊销年限为 3 年。

（十六）职工薪酬

发行人职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利。

短期薪酬主要包括职工工资、奖金等，在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险等，按照公司承担的风险和义务，分类为设定提存计划。对于设定提存计划在根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而向单独主体缴存的提存金确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

辞退福利是发行人在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为

鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在发行人不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补充而产生的负债，同时计入当期损益。

（十七）预计负债

当与对外担保、商业承兑汇票贴现、未决诉讼或仲裁、产品质量保证等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，发行人将其确认为负债：该义务是发行人承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。如果货币时间价值影响重大，则以预计未来现金流出折现后的金额确定最佳估计数。

如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面金额。

（十八）股份支付

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照发行人承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照发行人承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应调整负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

发行人在等待期内取消所授予权益工具的（因未满足可行权条件而被取消的除外），作为加速行权处理，即视同剩余等待期内的股权支付计划已经全部满足可行权条件，在取消所授予权益工具的当期确认剩余等待期内的所有费用。

（十九）收入确认原则和计量方法

发行人的营业收入主要包括销售商品收入、提供劳务收入、让渡资产使用权收入，收入确认政策如下：

发行人在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、发行人既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的商品实施有效控制、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

发行人在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与劳务相关的经济利益很可能流入发行人、劳务的完成进度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。在资产负债表日，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，按完工百分比法确认相关的劳务收入，完工百分比按已经发生的成本占估计总成本的比例确定；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的能够得到补偿的劳务成本金额确认提供劳务收入，并结转已经发生的劳务成本；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计全部不能得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

与交易相关的经济利益很可能流入发行人、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

针对具体业务情况，发行人的收入确认原则如下：

（1）产品外销收入：采用 FOB（离岸价格）销售方式，在产品已发货并报关，已发货产品的成本能够可靠计量，货物在装运港口被装上船时即可确认收入。

（2）产品内销收入：

互联网直接销售（线上直销）：消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者确认收到货物，公司收到货款时确认收入；

代销模式销售：包括互联网代销模式（线上代销）及实体商店代销模式（线

下代销），公司在收到客户确认的结算（代销）清单时确认收入；

互联网经销模式销售（线上分销）：①公司发货给线上分销商，由分销商确认收货后确认收入；②由线上分销商接受消费者订单，公司发出商品，消费者确认收到货物，公司收到货款或收到分销商月结清单时确认收入；

实体商店经销模式销售（线下经销）：公司在商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，客户签收并确认收货或取得销售清单时确认收入。

（3）模具、认证业务：主要为向客户收取的模具费、认证费。模具费为在模具已完工、开始生产产品时确认收入；认证费为取得认证成果时确认收入。

（二十）政府补助

政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额标准拨付的补助，或对年末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按照应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额(1 元)计量。

发行人的政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指发行人取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。如果政府文件中未明确规定补助对象，发行人按照上述原则进行判断。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收入。

（二十一）递延所得税资产和递延所得税负债

发行人递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减

应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

发行人以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认递延所得税资产。

（二十二）租赁

发行人的租赁业务包括厂房和办公室的经营租赁。

发行人作为经营租赁承租方的租金在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。

六、重要会计政策和会计估计变更

（一）会计政策变更

1、2019 年 1-6 月

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确 认和计量（2017 年修订）》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会〔2017〕9 号），于 2017 年 5 月 2 日日发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具栏报（2017 年修订）》（财会 2017〕14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求在其他境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

发行人按照新金融工具准则的要求进行衔接调整：涉及前期比较财务报表数据与金融工具准则要求不一致的，发行人不进行调整。金融工具原账面价值与新金融工具准则施行的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日的未分配利润或其他综合收益。发行人执行新金融工具准则对发行人及母公司财务报表不产生影响。

2019 年 4 月 03 日，财政部颁布的《修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号），调整财务报表格式，规范企业财务报表列报。此项会计政策变更采用追溯调整法处理，可比期间的比较数据按照新报表格式要求进行调整。对发行人影响如下：

资产负债表： “应收票据及应收账款”项目拆分为“应收票据”和“应收账款”二个项目；“应付票据及应付账款”项目拆分为“应付票据”和“应付账款”二个项目；新增“应收款项融资”项目反映以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；“递延收益”项目中摊销期限只剩一年或不足一年的，或预计在一年内（含一年）进行摊销的部分，不得归类为流动负债，仍在该项目中填列，不转入“一年内到期的非流动负债”项目；

利润表：新增“信用减值损失”项目，反映企业按照《企业会计准则第 1322 号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7 号）的要求计提的各项金融工具信用减值准备所确认的信用损失。该项目应根据“信用减值损失”科目的发生额分析填列。

发行人已按照上述新财务报表格式通知编制比较财务报表，比较财务报表已相应调整。

2、2018 年

2018 年 6 月 15 日，财政部颁布的《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号），调整财务报表格式，规范企业财务报表列报。此项会计政策变更采用追溯调整法处理，可比期间的比较数据按照新报表格式要求进行调整。对公司影响如下：

资产负债表：“应收票据、应收账款”项目归并至新增的“应收票据及应收账款”；“应付票据、应付账款”项目归并至新增的“应付票据及应付账款”。

利润表：“管理费用”项目分拆“管理费用”和 增加“研发费用”报表科目明细项目列报；在“财务费用”项目下分拆增加“利息费用”和“利息收入”明细项目；调整 “其他收益”等科目的披露顺序。

3、2017 年

财政部 2017 年 4 月 28 日颁布新制定的《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，应当采用未来适用法处理。公司自 2017 年 5 月 28 日起施行。

财政部于 2017 年 5 月 10 日发布了财会[2017]15 号文，对《企业会计准则第 16 号——政府补助》进行了修订。修订后的准则将自 2017 年 6 月 12 日起施行，并自 2017 年 1 月 1 日起采用未来适用法。

2017 年 12 月 25 日，财政部颁布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会（2017）30 号），发行人将原列报于“营业外收入”和“营业外支出”的非流动资产处置利得和损失和非货币性资产交换利得和损失变更为列报于“资产处置收益”。此项会计政策变更采用追溯调整法，2016 年调减营业外收入 694,517.08 元，调减营业外支出 890,768.32 元，调增资产处置收益-196,251.24 元；2015 年调减营业外收入 20,132.39 元，调减营业外支出 721,317.56 元，调增资产处置收益-701,185.17 元。

4、2016 年

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。

公司将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的车船使用税、印花税从管理费用项目重分类至税金及附加项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。

报告期除上述会计政策变更之外，其他主要会计政策未发生变更，以上变更对所有者权益无影响。

（二）会计估计变更

报告期内，公司不存在会计估计变更。

（三）首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

发行人及母公司首次执行新金融工具准则对发行人及母公司当年年初财务报表不产生影响，不存在调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况。

七、发行人适用的主要税种税率

（一）适用的主要税种及税率

1、企业所得税

公司名称	法定税率	实际执行税率			
		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
北鼎晶辉	25%	15%	15%	15%	15%
北鼎科技	25%	15%	15%	15%	15%
北翰林科技	25%	25%	25%	25%	25%
晶辉贸易	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
北鼎手边	25%	20%	20%	25%	25%
北辰烘焙	25%	20%	20%	15%	15%
前海焙乐	25%	-	20%	15%	15%
鼎北贸易	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	-
东莞晶辉	25%	25%	25%	-	-
山东北鼎	25%	25%	–	–	–

2、增值税

本公司商品销售收入适用增值税。其中：内销商品销项税税率为 17%、16%、13%；服务费销项税税率 6%；出口销售业务适用“免、抵、退”税收政策，报告期发行人出口产品的退税率为 17%、16%、15%、13%和 9%。购买原材料等所支付的增值税进项税额可以抵扣销项税，增值税应纳税额为当期销项税抵减当期进项税后的余额。

依据财税[2018]32 号文，2018 年 5 月 1 日前交易仍然适用 17%税率；生产企业 2018 年 7 月 31 日前出口的货物，执行调整前的出口退税率。

依据财税[2019]39 号文,2019 年 4 月 1 日前交易仍然适用 16%税率；2019 年 6 月 30 日前（含 2019 年 4 月 1 日前），纳税人出口前款所涉货物劳务、发生前款所涉跨境应税行为，适用增值税免退税办法的,购进时已按调整前税率征收增值税的，执行调整前的出口退税率,购进时已按调整后税率征收增值税的，执行调整后的出口退税率；适用增值税免抵退税办法的,执行调整前的出口退税率,在计算免抵退税时，适用税率低于出口退税率的，适用税率与出口退税率之差视为零参与免抵退税计算。

3、城建税及教育费附加

发行人城建税、教育费附加均以应纳增值税、营业税为计税依据，城建税适用税率为 7%；教育费附加适用税率为 3%，地方教育费附加适用税率为 2%。

（二）税收优惠

（1）发行人于 2015 年 11 月 2 日取得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局核发的高新技术企业证书，证书编号：GF201544200322，有效期限：2015 年 01 月 01 日至 2017 年 12 月 31 日，每三年重新认定一次。2018 年 10 月 16 日再次取得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、国家税务总局深圳市税务局核发的高新技术企业证书，证书编号：GR201844201812，有效期限：2018 年 01 月 01 日至 2020 年 12 月 31 日。本公司 2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月所得税税率为 15%。

（2）子公司北鼎科技于 2015 年 11 月 2 日取得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局核发的高新技术企业证书，证书编号：GR201544201245，有效期限：2015 年 01 月 01 日至 2017 年 12 月 31 日。子公司北鼎科技 2018 年 11 月 9 日再次取得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、国家税务总局深圳市税务局核发的高新技术企业证书，证书编号：GR201844204117，有效期限：2018 年 01 月 01 日至 2020 年 12 月 31 日。北鼎科技 2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月所得税税率为 15%。

（3）依据财税[2018]77 号文件，为进一步支持小型微利企业发展，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 50 万元提高至 100 万元，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微

利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。孙公司北鼎手边、北辰烘焙、前海焙乐符合小微企业认定，2018 年减按 50%计入应纳税所得额，适用所得税税率为 20%。

《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）规定，自 2019 年 1 月 1 日起至 2021 年 12 月 31 日，按“从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企业”判断企业是否为小型微利企业。对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。孙公司北鼎手边和北辰烘焙符合小微企业认定,2019 年减按 25%计入应纳税所得额，适用所得税税率为 20%。

（4）依据财税〔2014〕26 号文件，对设在横琴新区、平潭综合实验区和前海深港现代服务业合作区的鼓励类产业条件的企业减按 15%的税率征收企业所得税。（上述鼓励类产业企业是指以所在区域《企业所得税优惠目录》中规定的产业项目为主营业务，且其主营业务收入占企业收入总额 70%以上的企业）。孙公司北辰烘焙的主营业务为电子商务，且注册地址为深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司），孙公司前海焙乐的主营业务为现代服务，且注册地址为深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司），符合上述财税〔2014〕26 号文件所述鼓励类产业条件，享受上述所得税税收优惠政策，2016 年及 2017 年所得税税率为 15%。

（5）根据企业所得税法及实施条例，发行人及北鼎科技为开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按照规定据实扣除的基础上，按照研究开发费用的 50%加计扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150%摊销。

根据财税〔2018〕99 号，关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知, 企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照

实际发生额的 75%在税前加计扣除；形成无形资产的，在上述期间按照无形资产成本的 175%在税前摊销。

八、分部信息

本公司财务报表未包含分部信息。

九、报告期非经常性损益

（一）非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动资产处置损益	-13.31	5.75	-4.75	-19.63
计入当期损益的政府补助	287.44	245.60	272.47	302.54
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得投资收益	-22.02	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-46.62	132.73	99.95	61.33
其他符合非经常性损益定义的损益项目	202.65	226.79	-422.85	193.09
小计	408.15	610.87	-55.18	537.33
所得税影响额	61.20	91.75	-7.60	78.14
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
合计	**346.94**	**519.12**	**-47.58**	**459.19**

（二）报告期内非经常性损益对公司各期利润影响

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
归属于母公司股东的非经常性损益净额（A）	346.94	519.12	-47.58	459.19
归属于母公司股东的净利润（B）	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
归属于母公司股东的扣除非经常性损	2,684.03	6,282.53	4,124.17	4,740.93

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
益后净利润				
占比（A/B）	11.45%	7.63%	-1.17%	8.83%

十、报告期主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
资产负债率(母公司)	22.29%	26.28%	29.24%	32.75%
流动比率（倍）	4.05	3.00	3.07	2.56
速动比率（倍）	3.07	2.28	2.39	2.12
无形资产(扣除土地使用权)占净资产的比例	1.86%	2.00%	2.11%	2.22%
归属公司股东的每股净资产（元）	1.75	1.76	1.69	1.50
财务指标	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
应收账款周转率（次）	4.44	11.20	10.98	8.76
存货周转率（次）	1.64	4.19	4.58	5.00
息税折旧摊销前利润（万元）	4,080.45	9,465.87	6,053.02	7,397.00
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.17	0.33	0.24	0.46
每股净现金流量（元）	-0.01	-0.06	0.08	0.79

1、资产负债率（母公司）=总负债/总资产*100%
2、流动比率=流动资产/流动负债
3、速动比率=（流动资产-存货净额）/流动负债
4、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产*100%
5、每股净资产=归属公司股东的净资产/期末总股本
6、应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额
7、存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额
8、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧摊销
9、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出
10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末总股本

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》，发行人报告期内的净资产收益率及每股收益如下：

项目	年度	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股东的净利润	2019 年 1-6 月	10.58%	0.19	0.19
	2018	23.58%	0.42	0.42
	2017	15.65%	0.25	0.25
	2016	24.09%	0.33	0.33
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2019 年 1-6 月	9.37%	0.16	0.16
	2018	21.78%	0.39	0.39
	2017	15.83%	0.26	0.26
	2016	21.96%	0.30	0.30

注：上述指标的计算方法如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=$P\div(E_0+NP/2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0\pm E_k\times M_k\div M_0)$其中：P 分别对应于归属公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2、基本每股收益=$P\div S$

$S=S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$ 其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0 为期初股份总数；S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M_0 为报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份其至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份至报告期期末的月份数。

3、稀释每股收益=【P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用）×（1-所得税税率）】/（$S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数））。

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达最小。

十一、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

资产负债表日后，公司无重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至财务报告批准报出日，公司无应披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

截至财务报告批准报出日，公司无应披露的其他重要事项。

十二、盈利能力分析

公司是一家致力于全面提升生活品质，为满足消费者改善性饮食需求，提供高品质厨房小家电及配套产品和服务的创新型企业。公司主营业务包括OEM/ODM 业务和自主品牌业务。报告期内，公司内销业务主要为自主品牌业务，发展态势良好，盈利能力不断增强，经营业绩保持较快增长，营业收入、净利润等盈利指标总体保持增长，呈现了良好的发展态势。

报告期内，公司营业收入分别为 48,866.98 万元、53,001.84 万元、60,669.47 万元和 24,721.81 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增长 8.46%和 14.47%。公司净利润分别为 5,200.12 万元、4,076.58 万元、6,801.65 万元和 3,030.98 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增长-1,123.54 万元和 2,725.07 万元。

2017 年营业收入较 2016 年增长 8.46%，但净利润较 2016 年下降 1,123.54 万元，降幅为 21.61%，主要因为：1、受人民币汇率升值影响，2017 年汇兑收益为-692.67 万元，较 2016 年汇兑收益下降 1,347.01 万元；2、2017 年公司向核心员工定向发行股票，相应形成股份支付 631.35 万元，全部计入当期管理费用。

2018 年营业收入较 2017 年增长 14.47%，但净利润较 2017 年增长 2,725.07 万元，增幅为 66.85%，净利润增幅超过营业收入的增幅，主要因为：1、高毛利的内销自主品牌业务增长迅猛。内销自主品牌业务贡献毛利较 2017 年增加

3,731.20 万元，贡献利润总额增加约 1,300 万元；2、受人民币汇率贬值影响，2018 年形成汇兑收益 365.41 万元，而 2017 年为-692.67 万元；3、2017 年公司向核心员工定向发行股票，相应形成股份支付 631.35 万元，全部计入当期管理费用，降低了 2017 年净利润水平。

报告期内，公司整体盈利状况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	24,721.81	60,669.47	14.47%	53,001.84	8.46%	48,866.98
营业利润	3,411.80	7,576.33	68.90%	4,485.82	-20.14%	5,616.85
利润总额	3,365.48	7,758.66	63.28%	4,751.81	-20.55%	5,980.72
净利润	3,030.98	6,801.65	66.85%	4,076.58	-21.61%	5,200.12

（一）营业收入构成分析

1、营业收入的构成

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	24,462.77	98.95%	59,756.34	98.49%	52,421.37	98.90%	48,374.88	98.99%
其他业务收入	259.04	1.05%	913.14	1.51%	580.47	1.10%	492.09	1.01%
总计	**24,721.81**	**100.00%**	**60,669.47**	**100.00%**	**53,001.84**	**100.00%**	**48,866.98**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务为高品质的厨房小家电及配套产品和服务的研发、生产和销售，主营业务收入占营业收入的 98%以上，为公司收入的主要来源；其他业务收入主要为模具设计、服务费、废料等收入，占营业收入的比例较小，且各年占比基本保持稳定。

2、主营业务收入构成情况

（1）按内销外销

①内外销总体情况

报告期内，公司主营业务收入按照内销和外销构成情况具体如下：

单位：万元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	12,335.68	50.43%	29,725.40	49.74%	28,032.63	53.48%	29,145.66	60.25%
内销	12,127.09	49.57%	30,030.94	50.26%	24,388.74	46.52%	19,229.22	39.75%
合计	**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

公司主营业务外销收入主要来源于 OEM/ODM 业务。报告期内，公司外销收入金额分别为 29,145.66 万元、28,032.63 万元、29,725.40 万元和 12,335.68 万元，占主营业务收入的比例总体呈下降趋势。

公司主营业务内销收入主要来源于自主品牌业务。报告期内，公司内销收入金额分别为 19,229.22 万元、24,388.74 万元、30,030.94 万元和 12,127.09 万元，呈现快速增长态势，其占主营业务收入的比例也快速提升，分别为 39.75%、46.52%、50.26%和 49.57%。

②内外销收入变动的原因

报告期内，公司主要产品各年度主营业务收入的具体情况如下：

单位：万元

产品类型	期间	内销收入	外销收入	合计
多士炉	2019 年 1-6 月	15.28	6,638.98	6,654.26
	2018 年度	42.25	21,273.16	21,315.41
	2017 年度	84.66	18,068.26	18,152.93
	2016 年度	221.29	17,928.90	18,150.19
养生壶	2019 年 1-6 月	4,956.68	1,177.91	6,134.59
	2018 年度	15,904.85	2,573.22	18,478.08
	2017 年度	16,256.92	2,250.37	18,507.29
	2016 年度	15,193.46	1,452.45	16,645.92
电热水壶	2019 年 1-6 月	353.13	4,335.47	4,688.60
	2018 年度	1,032.30	5,730.00	6,762.31
	2017 年度	935.87	7,188.15	8,124.02
	2016 年度	1,631.79	9,207.13	10,838.92
饮水机	2019 年 1-6 月	2,386.42	43.07	2,429.49

产品类型	期间	内销收入	外销收入	合计
	2018 年度	4,554.36	-	4,554.36
	2017 年度	2,341.89	30.61	2,372.50
	2016 年度	976.91	-	976.91
周边食材	2019 年 1-6 月	1,769.36	15.46	1,784.81
	2018 年度	3,809.02	7.67	3,816.69
	2017 年度	1,968.72	-	1,968.72
	2016 年度	660.29	-	660.29
烤箱	2019 年 1-6 月	1,372.73	-	1,372.73
	2018 年度	3,083.33	-	3,083.33
	2017 年度	2,238.44	-	2,238.44
	2016 年度	4.23	-	4.23
蒸锅	2019 年 1-6 月	6.28	-	6.28
	2018 年度	14.12	69.33	83.44
	2017 年度	19.06	389.15	408.21
	2016 年度	49.39	361.24	410.64
其他	2019 年 1-6 月	1,267.21	124.79	1,392.00
	2018 年度	1,590.71	72.01	1,662.73
	2017 年度	543.17	106.09	649.26
	2016 年度	491.85	195.94	687.79
合计	**2019 年 1-6 月**	**12,127.09**	**12,335.68**	**24,462.77**
	2018 年度	**30,030.94**	**29,725.40**	**59,756.34**
	2017 年度	**24,388.74**	**28,032.63**	**52,421.37**
	2016 年度	**19,229.22**	**29,145.66**	**48,374.88**

A：多士炉

报告期内，多士炉销售收入主要来自外销业务。2018 年多士炉外销较 2016 年和 2017 年有较大增长，主要系惠而浦集团、摩飞电器和美康雅集团于 2018 年新增加了多士炉产品的销售渠道，且销售情况良好，因此向公司加大采购力度。

B：养生壶

2016 年-2018 年，养生壶外销收入保持增长的趋势，主要系惠人公司因终端销售情况良好加大了采购，ARB S.A.S.基于采购策略于 2017 年加大了采购。

2016 年-2018 年，养生壶内销收入保持稳定。内销销售收入中，来自线上渠道，尤其是线上直销的销售收入不断增加。随着北鼎品牌在消费者中的知名度和认可度不断增强，以及消费者对公司产品质量的认可，公司养生壶内销收入保持较高水平。

C：电热水壶

电热水壶主要系外销 OEM/ODM 产品，受美康雅集团电热水壶订单下降影响，2016 年-2018 年收入规模呈下降趋势。美康雅集团采购的 KE1307 和 KE1308 型号加工难度较大，毛利率较低，公司基于投入产出比考虑主动精简该等型号，减少接单，因此销售收入出现下滑。

D：饮水机

报告期内，发行人饮水机主要来自于内销收入，且主要来源于线上销售渠道。报告期内，公司不断推出 S601、S602 和 S603 等新款即热式小型桌面饮水机，具有体积小、多水温可选等特点。随着净水技术的成熟推广及健康喝水理念的推广，公司推出的新型号饮水机受到消费者的青睐，促进销售数量持续增长，饮水机内销收入保持增长趋势。

E：周边食材

报告期内，周边食材的内销收入保持快速增长，主要来自线上销售渠道的增长，尤其是来自天猫旗舰店和自建商城的收入增长幅度较大。周边食材销售收入增长速度较快主要原因是：（1）公司通过长期的市场耕耘，公司品牌越来越被广大消费者所熟知，公司产品质量被越来越多的消费者所认可，公司推出的周边食材产品受到消费者的好评，二次购买率较高，促进销量持续增长；（2）公司持续不断推出新的周边食材产品，产品越来越丰富，涵盖花草茶、汤类、粥羹等多个品类，满足消费者的不同需求；（3）随着健康、养生理念的普及，健康饮食备受人们青睐，公司周边食材受到消费者的认可和青睐。

F：烤箱

报告期内，烤箱销售收入均来自于内销，来自线上和线下销售渠道的收入都呈上升趋势，来自线上销售渠道的增长幅度较大。烤箱销售收入呈不断增长，主要系公司 2017 年和 2018 年均推出新款烤箱。公司 2017 年上半年推出新一代烤

箱，该烤箱于 2017 年荣获拥有工业奥斯卡之称的“红点设计奖”；2018 年推出了集烘焙、烹饪功能于一身的更小体积的烤箱，烤箱品质得到消费者的认可，带动销售数量和销售收入不断增长。

G：蒸锅

报告期内，蒸锅销售收入占主营业务收入比例较小，且逐年较少。

H：其他

其他用品和配件的内销收入主要来源于线上销售渠道。报告期内，其他用品和配件内销收入保持不断增长，主要系公司围绕养生壶和烤箱，不断推出养生壶周边配套产品，如泡茶杯、随身杯、分装杯、储物罐及玻璃碗等，以及烘焙周边用品，受到消费者的青睐。

2016 年-2018 年，公司主要产品，如多士炉、饮水机、烤箱、周边食材和其他用品配件销售收入均呈现稳步上升的趋势，养生壶销售规模保持稳定，电热水壶规模略有下降，但公司总体经营业绩不断提升。

综上，报告期内公司产品收入较为均衡，产品结构进一步优化，公司主要产品销售稳步增长或保持稳定，对公司经营业绩带来积极有利影响，并支撑公司经营业绩的稳步上升。

（2）按销售模式

报告期内，公司主要销售模式及渠道对应的销售收入及占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

销售模式		2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	OEM	10,564.21	43.18%	24,839.07	41.57%	20,838.20	39.75%	21,467.23	44.38%
	ODM	1,405.10	5.74%	4,329.36	7.25%	7,012.15	13.38%	7,678.44	15.87%
	海外经销	344.47	1.41%	556.97	0.93%	182.28	0.35%	-	-
	海外直销	21.90	0.09%	-	-	-	-	-	-
小计		**12,335.68**	**50.43%**	**29,725.40**	**49.74%**	**28,032.63**	**53.48%**	**29,145.66**	**60.25%**
内	线上直销	8,153.69	33.33%	21,257.96	35.57%	14,913.25	28.45%	8,721.42	18.03%

销	线上代销	-	-	246.29	0.41%	2,759.68	5.26%	2,353.38	4.86%
	线上分销	2,366.99	9.68%	3,955.76	6.62%	1,721.45	3.28%	2,028.87	4.19%
	线下经销	833.14	3.41%	2,922.54	4.89%	3,671.26	7.00%	4,523.15	9.35%
	线下 KA	117.85	0.48%	356.24	0.60%	459.42	0.88%	854.66	1.77%
	线下直营	234.70	0.96%	226.72	0.38%	27.55	0.05%	-	-
	礼品团购及其他	420.72	1.72%	1,065.43	1.78%	836.14	1.60%	747.73	1.55%
小计		**12,127.09**	**49.57%**	**30,030.94**	**50.26%**	**24,388.74**	**46.52%**	**19,229.22**	**39.75%**
合计		**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

报告期内，公司积极推动战略转型，外销 OEM/ODM 业务占比总体呈下降趋势，自主品牌业务收入占比有较大幅度的提升。公司设立之初主要为国际知名品牌商提供 OEM/ODM 的贴牌生产销售业务，长期稳定的合作关系为公司奠定了良好的基础。自 2010 年以来，公司大力拓展自主品牌业务，加大产品自主研发创新，推动由北鼎制造向北鼎品牌战略转型。2018 年，公司自主品牌产品收入占主营业务收入的比例已达 50%以上，未来将有望进一步提升。

根据上述分类，公司各主要销售模式对应的销售收入情况分析具体如下：

①外销

公司外销业务主要以 OEM 和 ODM 模式为主。

a、OEM 模式

报告期内，OEM 模式的销售收入分别为 21,467.23 万元、20,838.20 万元、24,839.07 万元和 10,564.21 万元，占主营业务收入的比例分别为 44.38%、39.75%、41.57%和 43.18%，呈现一定的波动，主要系受客户下游产品销售情况及采购策略影响所致。2017 年销售收入小幅下降，主要系赛博集团逐渐将业务转移至旗下的苏泊尔，减少了相关产品的采购；2018 年销售收入较 2017 年有所上升，主要系惠而浦集团、美康雅集团新开发了 OEM 产品的销售渠道及摩飞电器、铂富集团因采购策略原因，加大了多士炉产品的采购。

b、ODM 模式

报告期内，ODM 模式的销售收入分别为 7,678.44 万元、7,012.15 万元、4,329.36 万元和 1,405.10 万元，占主营业务收入的比例分别为 15.87%、13.38%、

7.25%和 5.74%。2018 年较 2017 年下降幅度较大，主要系受传统 ODM 产品终端销售减少，客户减少相应产品采购。

c、海外经销

从 2017 年下半年开始，公司通过海外经销的模式，逐步拓展海外自主品牌业务。报告期内，海外经销模式销售收入占比较低，但增长态势较为明显。

d、海外直销

公司自 2019 年上半年开始尝试开展海外直销业务。海外直销业务仍处于起步阶段，销售收入及销售占比均较低。

②内销

针对国内市场业务，公司独立运营“BUYDEEM 北鼎”自主品牌，并进行产品销售。内销包括线上渠道和线下渠道两大类。其中，线上渠道主要分为线上直销、线上代销、线上分销。线下渠道主要分为线下经销、线下 KA、线下直营及礼品团购等。

A：线上渠道

报告期内，线上渠道销售收入占主营业务收入的比例为分别为 27.09%、36.99%、42.61%和 43.01%，占比逐年增长，是公司内销主要销售渠道。线上渠道主要分为线上直销、线上代销、线上分销等模式。

a、线上直销

报告期内，线上直销的销售收入分别为 8,721.42 万元、14,913.25 万元、21,257.96 万元和 8,153.69 万元，占主营业务收入的比例分别为 18.03%、28.45%、35.57%和 33.33%，呈现快速增长的趋势。在线上直销模式中，公司通过互联网搭建了直接与消费者进行密切互动的平台，在提供产品的同时为消费者提供优质的售前售后服务，消除销售地域的限制，提高销售效率。

b、线上代销

报告期内，线上代销的销售收入分别为 2,353.38 万元、2,759.68 万元、246.29 万元和 0.00 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.86%、5.26%、0.41%和 0.00%，2018 年占比下滑幅度较大，主要系 2017 年 11 月开始公司与京东合作模式由代

销转为京东自营模式（线上分销），使得线上代销的销售收入急剧下滑。2019 年 1-6 月公司无线上代销模式。

c、线上分销

报告期内，线上分销的销售收入分别为 2,028.87 万元、1,721.45 万元、3,955.76 万元和 2,366.99 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.19%、3.28%、6.62%和 9.68%，2018 年占比提高较大，一方面系 2017 年 11 月开始公司与京东合作模式由代销转为京东自营模式，京东自营模式归入线上分销；另一方面，2018 年线上分销增加了更多畅销产品型号，丰富产品线，使得分销收入大幅增加。2019 年 1-6 月线上分销占比进一步提高。

B：线下渠道

报告期内，线下渠道销售收入占主营业务收入的比例为分别为 12.66%、9.53%、7.65%和 6.57%，占比逐年下降。随着公司线上渠道销售收入的迅速增长，公司通过线下渠道实现的销售收入有所下降。线下渠道主要分为线下经销、线下 KA、线下直营、礼品团购及其他等。

a、线下经销

报告期内，线下经销的销售收入分别为 4,523.15 万元、3,671.26 万元、2,922.54 万元和 833.14 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.35%、7.00%、4.89%和 3.41%，占比逐年下降，一方面系因为随着电子商务的普及及公司在线上直销渠道的投入，消费者更多地通过线上渠道购买公司产品；另一方面系因为传统经销方式发展遇到瓶颈，需要进行全方面升级建设，包括线下经营理念、店面统一形象、提高服务水平等。

b、线下 KA

报告期内，线下 KA 的销售收入分别为 854.66 万元、459.42 万元、356.24 万元和 117.85 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.77%、0.88%、0.60%和 0.48%，占比较小，占比逐年下降，主要系传统 KA 渠道流量减少，更多消费者通过线上渠道购买公司产品所致。

c、线下直营

报告期内，线下直营的销售收入分别为 0.00 万元、27.55 万元、226.72 万元和 234.70 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.00%、0.05%、0.38%和 0.96%，呈现快速增长势头。公司积极参与到新零售的发展浪潮，通过开设自营店的方式探索“人+货+场”的互动方式，为消费者提供一个了解、体验、购买公司产品的消费场所。2017 年 9 月，公司开设了第一家线下直营店，截至 2019 年 6 月 30 日，公司已开设福田中心城店、宝安壹方城店、福田卓悦汇店、南山海岸城店等多家线下直营店。

d、礼品团购及其他

报告期内，礼品团购及其他的销售收入分别为 747.73 万元、836.14 万元、1,065.43 万元和 420.72 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.55%、1.60%、1.78%和 1.72%，占比总体保持稳定，销售规模逐步增加主要系随着公司品牌知名度的提升，相应礼品团购的规模逐步扩大。

（3）按产品构成

报告期内，公司主营业务收入按照产品分类构成如下：

单位：万元

产品名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
多士炉	6,654.26	27.20%	21,315.41	35.67%	18,152.93	34.63%	18,150.19	37.52%
养生壶	6,134.59	25.08%	18,478.08	30.92%	18,507.29	35.30%	16,645.92	34.41%
电热水壶	4,688.60	19.17%	6,762.31	11.32%	8,124.02	15.50%	10,838.92	22.41%
饮水机	2,429.49	9.93%	4,554.36	7.62%	2,372.50	4.53%	976.91	2.02%
周边食材	1,784.81	7.30%	3,816.69	6.39%	1,968.72	3.76%	660.29	1.36%
烤箱	1,372.73	5.61%	3,083.33	5.16%	2,238.44	4.27%	4.23	0.01%
蒸锅	6.28	0.03%	83.44	0.14%	408.21	0.78%	410.64	0.85%
其他	1,392.00	5.69%	1,662.73	2.78%	649.26	1.24%	687.79	1.42%
合计	**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

公司产品主要分为多士炉、养生壶、电热水壶、饮水机、蒸锅、烤箱、周边食材以及其他。其中，多士炉、养生壶、电热水壶为公司主要产品。

报告期内，多士炉、养生壶、电热水壶销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 94.34%、85.43%、77.91%和 71.45%。

报告期内，公司其他产品包括饮水机、烤箱、周边食材、其他用品配件、蒸锅等。其他产品销售收入合计占收入比例分别为 5.66%、14.57%、22.09%和28.55%，呈快速增长趋势。公司产品收入来源趋向均衡，产品结构逐步优化。

多士炉主要为 OEM/ODM 产品，其销售收入受客户下游产品销售情况及采购策略影响而呈现一定的波动。2018 年多士炉销售收入较 2016 年和 2017 年大幅增加，主要因为惠而浦集团、美康雅集团于 2018 年新增加了多士炉产品的销售渠道，且销售情况良好，因此向公司加大采购力度。

电热水壶主要系外销 OEM/ODM 产品，受美康雅集团部分型号电热水壶订单下降影响，收入规模和比例均呈现一定下降趋势。

养生壶主要为自主品牌业务，报告期内其收入总体保持稳定，其收入占比分别为 34.41%、35.30%、30.92%和 25.08%。

除养生壶、多士炉、电热水壶产品外，公司不断加大研发设计投入力度，积极布局养生食材和周边用品等中高频消费产品，养生食材、养生壶烤箱周边用品、烤箱以及饮水机收入规模逐年增长，为公司贡献新的盈利增长点，公司产品结构得到进一步优化。报告期内，公司周边食材收入大幅提升，周边食材占主营业务收入的比例从 2016 年的 1.36%提升至 2018 年的 6.39%，增长较快。其他产品（即周边用品及配件等）2018 年收入较 2017 年大幅增加，主要系养生壶周边配套产品，如泡茶杯、随身杯、分装杯、储物罐及玻璃碗等，以及烘焙周边用品销售大幅增长所致。

经过多年的研发设计和反复测试，公司于 2017 年上半年推出新一代烤箱，该烤箱于 2017 年荣获拥有工业奥斯卡之称的“红点设计奖”。受公司新品烤箱 2017 年投放市场的影响，2017 年烤箱收入较 2016 年大幅提升，烤箱收入占比由 2016 年的 0.01%增加至 2017 年的 4.27%，2018 年公司新推出了集烘焙、烹饪功能于一身的更小体积的烤箱，烤箱收入占比进一步提升至 5.16%。

公司饮水机产品 S601 和 S602，因良好的产品设计和消费者体验，受到市场青睐，近年来收入增长迅猛。报告期内，饮水机收入占主营业务收入的比例分别为 2.02%、4.53%、7.62%和 9.93%。

（4）按地区分布

报告期内，公司主营业务收入按地区分布如下：

单位：万元

地区	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	13,187.44	53.91%	32,634.32	54.61%	26,137.40	49.86%	19,915.99	41.17%
欧洲	5,758.78	23.54%	13,461.86	22.53%	14,473.65	27.61%	16,795.81	34.72%
北美洲	4,184.87	17.11%	10,245.23	17.15%	7,493.57	14.29%	7,153.55	14.79%
大洋洲	1,278.84	5.23%	3,378.68	5.65%	4,190.02	7.99%	4,295.88	8.88%
其他	52.85	0.22%	36.25	0.06%	126.74	0.24%	213.65	0.44%
总计	**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

从地区分布来看，受公司自主品牌业务的快速增长，来自亚洲的业务收入占比快速提升，而来自欧洲、大洋洲等区域收入占比逐步下降。

（5）按季节分布

报告期内，公司主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	12,498.82	51.09%	12,219.54	20.45%	11,815.51	22.54%	10,145.66	20.97%
二季度	11,963.95	48.91%	12,929.86	21.64%	10,791.60	20.59%	9,982.18	20.64%
三季度	-	-	14,491.73	24.25%	12,777.42	24.37%	11,570.43	23.92%
四季度	-	-	20,115.21	33.66%	17,036.85	32.50%	16,676.61	34.47%
总计	**24,462.77**	**100.00%**	**59,756.34**	**100.00%**	**52,421.37**	**100.00%**	**48,374.88**	**100.00%**

①外销业务

报告期内，公司外销主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	6,152.45	49.88%	6,260.80	21.06%	6,801.81	24.26%	6,181.89	21.21%
二季度	6,183.23	50.12%	6,077.32	20.44%	6,240.19	22.26%	6,578.84	22.57%
三季度	-	-	8,350.37	28.09%	8,555.55	30.52%	8,107.18	27.82%
四季度	-	-	9,036.90	30.40%	6,435.08	22.96%	8,277.75	28.40%

总计	**12,335.68**	**100.00%**	**29,725.40**	**100.00%**	**28,032.63**	**100.00%**	**29,145.66**	**100.00%**

②内销业务

报告期内，公司内销主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季节	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	6,346.37	52.33%	5,958.73	19.84%	5,013.70	20.56%	3,963.77	20.61%
二季度	5,780.72	47.67%	6,852.54	22.82%	4,551.41	18.66%	3,403.34	17.70%
三季度	-	-	6,141.36	20.45%	4,221.87	17.31%	3,463.25	18.01%
四季度	-	-	11,078.30	36.89%	10,601.76	43.47%	8,398.86	43.68%
总计	**12,127.09**	**100.00%**	**30,030.94**	**100.00%**	**24,388.74**	**100.00%**	**19,229.22**	**100.00%**

受消费习惯、促销及节假日的影响，通常下半年尤其是四季度，是产品销售旺季，公司主营业务收入呈现一定的季节性特征。

3、其他业务收入

①其他业务收入明细

报告期内，发行人其他业务收入主要为模具设计、认证及加工服务等服务费收入、废料、租金等收入，具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
服务费收入	96.87	37.40%	565.85	61.97%	455.22	78.42%	441.40	89.70%
废料收入	34.47	13.31%	119.50	13.09%	63.17	10.88%	37.93	7.71%
租金收入	60.74	23.45%	78.29	8.57%	15.83	2.73%	2.66	0.54%
其他	66.96	25.85%	149.50	16.37%	46.25	7.97%	10.10	2.05%
合计	**259.04**	**100.00%**	**913.14**	**100.00%**	**580.47**	**100.00%**	**492.09**	**100.00%**

②其他业务收入变动原因

报告期内，发行人服务费收入呈上升趋势，其中 2018 年较 2017 年上升幅度较大，主要因为：（A）发行人 2018 年对 Maytag Sales, Inc 与 Breville Pty Limited 的模具收入大幅增长；（B）2018 年发行人为深圳市品慕科技有限公司提供加工服务，形成加工费收入。

废料收入主要系边角料、废料等出售形成的收入，2016 年和 2017 年较为稳定，2018 年较 2017 年增长 56.33 万元，主要系发行人当期为提高仓库使用效率，及时处理一批废料。

租金收入系出租部分厂房收取的租赁费用，报告期内呈增长趋势，主要系发行人对外出租的面积有所增加所致。

其他收入 2018 年增长较快，主要是因为 Maytag Sales, Inc.取消订单补偿款、返工费及收取的物流运输费增加所致。

③让渡资产使用权和提供劳务收入

A：收入情况

报告期内让渡资产使用权和提供劳务收入确认的金额具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
模具认证收入	9.21	0.04%	517.66	0.85%	455.22	0.86%	441.40	0.90%
其中：模具收入	-	-	485.66	0.80%	406.90	0.77%	431.58	0.88%
认证费收入	9.21	0.04%	32.00	0.05%	48.32	0.09%	9.82	0.02%
租金收入	60.74	0.25%	78.29	0.13%	15.83	0.03%	2.66	0.01%
加工费收入	87.66	0.35%	48.19	0.08%	-	-	-	-
合计	**157.61**	**0.64%**	**644.14**	**1.06%**	**471.05**	**0.89%**	**444.06**	**0.91%**

B：收入确认时点

让渡资产使用权和提供劳务收入收入确认时点具体如下。

让渡资产使用权收入：发行人按照相关转租协议约定的租赁期限内按直线法平均确认转租租赁收入；

提供劳务收入：在为客户提供的具体服务业务完成后，收入能够可靠的确定计量时确认相关服务收入，并结转已经发生的服务成本。其中提供劳务收入中的模具认证业务具体包括模具收入和认证费收入，具体的确认方法与时点为：（1）模具业务：模具费为在模具已完工并开始投入生产产品时确认收入；（2）认证费业务：在为客户实际提供了代为办理认证服务后，并取得认证成果时确认收入。

（二）主营业务收入变动分析

报告期内，公司营业收入分别为48,866.98万元、53,001.84万元、60,669.47万元和24,721.81万元，2017年和2018年公司营业收入同比增长8.46%和14.47%。公司营业收入变动主要受主营业务收入变动影响所致。

报告期内，公司主营业务收入分别为48,374.88万元、52,421.37万元、59,756.34万元和24,462.77万元，2017年和2018年分别较上年增长8.36%和13.99%。其中，主营业务外销收入分别为29,145.66万元、28,032.63万元、29,725.40万元和12,335.68万元，总体保持稳定；主营业务内销收入分别为19,229.22万元、24,388.74万元、30,030.94万元和12,127.09万元，2017年和2018年分别同比增长26.83%和23.13%。

报告期内，公司主营业务收入按内销外销分类具体变动情况如下：

单位：万元

类别	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
外销	12,335.68	29,725.40	6.04%	28,032.63	-3.82%	29,145.66
内销	12,127.09	30,030.94	23.13%	24,388.74	26.83%	19,229.22
合计	**24,462.77**	**59,756.34**	**13.99%**	**52,421.37**	**8.36%**	**48,374.88**

由上表可知，公司主营业务收入逐年增长，主要系公司在巩固和稳定外销业务发展的基础上，大力拓展内销自主品牌业务，使得内销业务收入大幅增长。

1、外销业务变动分析

报告期内，公司外销主营业务收入具体变动情况如下：

单位：万元\万件

项目	2019年1-6月		2018年度			2017年度			2016年度	
	金额	数量	金额	数量	金额增长率	金额	数量	金额增长率	金额	数量
多士炉	6,638.98	37.89	21,273.16	130.51	17.74%	18,068.26	113.71	0.78%	17,928.90	119.53
电热水壶	4,335.47	18.93	5,730.00	26.36	-20.29%	7,188.15	35.09	-21.93%	9,207.13	48.94
养生壶	1,177.91	4.14	2,573.22	8.84	14.35%	2,250.37	8.15	54.94%	1,452.45	5.89
其他	183.32	3.73	149.01	5.41	-71.66%	525.84	6.18	-5.62%	557.18	6.42
总计	12,335.68	64.69	29,725.40	171.11	6.04%	28,032.63	163.13	-3.82%	29,145.66	180.79

注：其他主要包括蒸锅、饮水机和配件等。

2017 年、2018 年多士炉销售收入较上年增长 0.78%和 17.74%，其中 2018 年多士炉收入增幅较大主要系公司主要客户惠而浦集团、摩飞电器及美康雅集团加大采购力度所致。

2017 年、2018 年电热水壶销售收入较上年下降 21.93%和 20.29%，主要因为部分客户因产品定位差异未继续进行合作，相关产品订单下降。

2、内销业务增长分析

报告期内，公司内销业务取得了快速发展，内销收入规模逐年扩大，分别为 19,229.22 万元、24,388.74 万元、30,030.94 万元和 12,127.09 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增长 5,159.52 万元和 5,642.20 万元。报告期内，公司内销销售收入及销量变动情况如下：

单位：万元\万件

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	金额	销量	金额	销量	金额变动	金额	销量	金额变动	金额	销量
养生壶	4,956.68	6.09	15,904.85	19.11	-352.07	16,256.92	20.93	1,063.46	15,193.46	24.34
电热水壶	353.13	0.98	1,032.30	3.20	96.43	935.87	2.58	-695.92	1,631.79	4.73
饮水机	2,386.42	4.14	4,554.36	8.24	2,212.47	2,341.89	4.52	1,364.98	976.91	3.02
烤箱	1,372.73	0.43	3,083.33	0.93	844.89	2,238.44	0.58	2,234.21	4.23	0.01
周边食材	1,769.36	50.71	3,809.02	133.48	1,840.30	1,968.72	88.11	1,308.43	660.29	37.13
多士炉	15.28	0.10	42.25	0.45	-42.41	84.66	1.06	-136.63	221.29	2.97
蒸锅	6.28	0.01	14.12	0.04	-4.94	19.06	0.04	-30.33	49.39	0.11
其他	1,267.21	13.02	1,590.71	18.27	1,047.54	543.17	3.65	51.32	491.85	3.54
总计	**12,127.09**	**75.49**	**30,030.94**	**183.72**	**5,642.20**	**24,388.74**	**121.45**	**5,159.52**	**19,229.22**	**75.85**

内销业务增长的原因主要如下：

（1）消费升级为公司收入增长提供了市场空间

受益于国内居民收入水平增长、生活品质提升及消费习惯转变，高端家电领域呈现快速增长态势，高端家电产品备受消费者的青睐和追捧。另一方面，小家电产品技术提升，小家电产品的智能化、个性化与时尚化趋势越发明显，不断推动用户的消费升级。公司产品品牌定位高端，瞄准消费者对于健康、便捷、品质、美学等方面的诉求，受到消费者的青睐，内销收入快速增长。消费升级带来的市

场规模扩大，为公司收入增长提供了良好的市场环境。

（2）大力开展品牌建设及网络布局，推动产品销售

公司积极推进线上与线下布局，不断完善公司营销网络。线上方面，公司与淘宝、天猫商城、京东商城等电子商务平台建立良好合作关系，产品覆盖国内主流电商平台。除第三方平台外，公司还自建官网商城对外销售公司产品。线下方面，公司通过经销商进驻国内高端百货商场，同时公司还直接与顺电、华润 OLE、君尚等客户合作。线上线下营销网络的布局，使得消费者能够更加便捷地购买公司产品，有利于公司产品销售。

公司针对线上线下不同渠道，持续开展品牌和产品推广。报告期内，公司网上商城费用和品牌推广费合计为 3,522.86 万元、5,419.24 万元、6,352.97 万元和 2,259.81 万元，占内销主营业务收入的比例分别为 18.32%、22.22%、21.15%和 18.63%。持续的品牌投入，使得北鼎品牌在消费者中的知名度和认可度不断增强，推动产品销售。

（3）加大养生壶研发推广力度，养生壶销售额保持稳定

在养生壶产品开发上，公司深入挖掘国内用户的需求，通过不断改善产品外观、优化产品性能、提升用户体验等，持续推出深受消费者喜爱的产品。公司自 2013 年以来，从第一款全自动煮茶壶 K100 到炖煮结合的第一代燕窝壶 K142，再到全配版炖煮壶 K159，功能不断强大，配件逐渐全面，持续满足不同用户的个性化需求。公司在 2019 年年初推出了可定时的集蒸、炖、煮功能于一体的全能养生壶 K165，养生壶产品结构持续不断优化和升级。截至目前，公司已有多款养生壶，全面覆盖用户的不同需求。报告期内，公司养生壶产品内销销售额分别为 15,193.46 万元、16,256.92 万元、15,904.85 万元和 4,956.68 万元，总体保持稳定。

（4）聚焦养生场景生态圈，养生食材及周边用品销售大幅增加

报告期内，公司实施产品聚焦策略，围绕厨房养生为核心，从深度、广度进行产品开发、拓展。公司积极打造养生场景生态圈，以产品思维为产品发展逻辑，以用户体验为视角，不断推出养生食材及周边产品，进一步提升用户体验，强化客户粘性，提高用户购买频次，促进周边食材、周边用品等收入大幅增加。

报告期内，公司内销周边食材销售收入分别为 660.29 万元、1,968.72 万元、3,809.02 万元和 1,769.36 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增加 1,308.43 万元和 1,840.30 万元，增幅为 198.16%和 93.48%；公司内销周边用品及配件等销售收入分别为 491.85 万元、543.17 万元、1,590.71 万元和 1,267.21 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增加 51.32 万元和 1,047.54 万元，增幅为 10.43%和 192.86%。

（5）加大研发推动产品升级换代和新品开发，构筑营业收入新增长点

报告期内，公司加大研发投入力度，推动原有产品烤箱及饮水机的升级换代。经过多年的研发测试，公司于 2017 年推出新烤箱，2018 年进一步推出小容量新烤箱；饮水机方面，2017 年开始主推 S601 等畅销机型，得到消费者的青睐，销售收入大幅增长。

报告期内，公司内销烤箱销售收入分别为 4.23 万元、2,238.44 万元、3,083.33 万元和 1,372.73 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增加 2,234.21 万元和 844.89 万元，增幅为 52,818.20%、37.74%；公司内销饮水机销售收入分别为 976.91 万元、2,341.89 万元、4,554.36 万元和 2,386.42 万元，2017 年和 2018 年分别较上年增加 1,364.98 万元和 2,212.47 万元，增幅为 139.72%和 94.47%。

（三）营业成本分析

1、营业成本的构成

报告期内，公司营业成本具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	13,842.50	99.20%	34,503.07	98.62%	31,045.55	98.73%	30,313.85	98.59%
其他业务成本	111.28	0.80%	482.38	1.38%	400.35	1.27%	434.67	1.41%
合计	**13,953.78**	**100.00%**	**34,985.45**	**100.00%**	**31,445.90**	**100.00%**	**30,748.52**	**100.00%**

由上表可知，公司营业成本主要为主营业务成本。报告期内，公司主营业务成本分别为 30,313.85 万元、31,045.55 万元、34,503.07 万元和 13,842.50 万元，占营业成本的比例分别为 98.59%、98.73%、98.62%和 99.20%。

2、主营业务成本的构成

主营业务成本具体构成情况如下：

（1）按内销外销

报告期内，公司主营业务成本按照内销和外销业务构成情况具体如下：

单位：万元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	9,811.40	70.88%	24,760.29	71.76%	23,213.76	74.77%	24,017.88	79.23%
内销	4,031.10	29.12%	9,742.78	28.24%	7,831.79	25.23%	6,295.97	20.77%
合计	**13,842.50**	**100.00%**	**34,503.07**	**100.00%**	**31,045.55**	**100.00%**	**30,313.85**	**100.00%**

（2）按产品构成

①按照产品构成情况

报告期内，公司主营业务成本按照产品构成情况具体如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
多士炉	5,587.18	40.36%	18,188.23	52.71%	15,310.66	49.32%	14,880.28	49.09%
养生壶	2,204.33	15.92%	6,250.81	18.12%	6,198.69	19.97%	5,408.47	17.84%
电热水壶	3,561.09	25.73%	5,372.50	15.57%	6,446.04	20.76%	8,593.09	28.35%
饮水机	778.46	5.62%	1,463.29	4.24%	769.18	2.48%	404.28	1.33%
周边食材	750.84	5.42%	1,615.68	4.68%	926.27	2.98%	367.89	1.21%
烤箱	571.72	4.13%	1,046.79	3.03%	747.77	2.41%	5.15	0.02%
蒸锅	2.83	0.02%	72.25	0.21%	344.91	1.11%	345.14	1.14%
其他	386.05	2.79%	493.52	1.43%	302.03	0.97%	309.55	1.02%
合计	**13,842.50**	**100.00%**	**34,503.07**	**100.00%**	**31,045.55**	**100.00%**	**30,313.85**	**100.00%**

②报告期内与产品收入相对应的生产成本相关内容

报告期内，公司主要产品名称、销售数量、成本金额、单位成本的主要情况如下：

产品大类	项目名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

多士炉	销售数量（万台）	37.99	130.95	114.76	122.50
	销售收入（万元）	6,654.26	21,315.41	18,152.93	18,150.19
	销售成本（万元）	5,587.18	18,188.23	15,310.66	14,880.28
	单位成本（元/台）	147.09	138.89	133.41	121.47
养生壶	销售数量（万台）	10.23	27.95	29.08	30.23
	销售收入（万元）	6,134.59	18,478.08	18,507.29	16,645.92
	销售成本（万元）	2,204.33	6,250.81	6,198.69	5,408.47
	单位成本（元/台）	215.46	223.64	213.16	178.90
电热水壶	销售数量（万台）	19.91	29.56	37.68	53.67
	销售收入（万元）	4,688.60	6,762.31	8,124.02	10,838.92
	销售成本（万元）	3,561.09	5,372.50	6,446.04	8,593.09
	单位成本（元/台）	178.84	181.72	171.08	160.10
饮水机	销售数量（万台）	4.21	8.24	4.62	3.02
	销售收入（万元）	2,429.49	4,554.36	2,372.50	976.91
	销售成本（万元）	778.46	1,463.29	769.18	404.28
	单位成本（元/台）	184.70	177.65	166.45	134.04
烤箱	销售数量（万台）	0.43	0.93	0.58	0.01
	销售收入（万元）	1,372.73	3,083.33	2,238.44	4.23
	销售成本（万元）	571.72	1,046.79	747.77	5.15
	单位成本（元/台）	1,324.97	1,127.40	1,297.54	530.71
蒸锅	销售数量（万台）	0.01	0.28	1.38	1.42
	销售收入（万元）	6.28	83.44	408.21	410.64
	销售成本（万元）	2.83	72.25	344.91	345.14
	单位成本（元/台）	193.74	257.29	249.14	243.52
合计	**销售收入合计（万元）**	**21,285.95**	**54,276.91**	**49,803.39**	**47,026.80**
	占主营业务收入比例	**87.01%**	**90.83%**	**95.01%**	**97.21%**
	销售成本合计（万元）	**12,705.61**	**32,393.87**	**29,817.25**	**29,636.41**
	占主营业务成本比重	**91.79%**	**93.89%**	**96.04%**	**97.77%**

报告期内，发行人各产品的单位成本总体呈上升趋势，除烤箱外，其他产品单位成本整体变动幅度不大，符合公司实际情况。

2017 年烤箱单位成本较 2016 年大幅增加，主要系发行人 2017 年为新烤箱，

与传统烤箱不同。2018 年烤箱单位成本较 2017 年有所下降，主要系 2018 年新增小烤箱 T535，其单位成本低于大烤箱。2019 年 1-6 月烤箱单位成本较 2018 年有所上升，主要系由于发行人 2019 年 1-6 月烤箱相关制造费用上升所致。

③单个产品主要原材料名称、原材料配比及单价

发行人报告期内产品类别及型号较多，选取报告期各年度的各类产品单品冠军的标准成本构成进行分析，具体情况如下：

A：多士炉 AT5E74 成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	五金原材料	18.27%
	电子元器件	17.08%
	包装材料	10.31%
	塑胶原材料	4.28%
	五金制品	0.59%
	塑胶及玻璃制品	0.13%
	其它	6.20%
	小计	56.86%
外协加工费	小计	16.08%
自制加工成本	小计	27.06%
总计		100.00%

B：多士炉 AT5E61 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	五金原材料	24.25%
	包装材料	11.20%
	电子元器件	8.97%
	塑胶原材料	5.31%
	塑胶及玻璃制品	1.75%
	五金制品	1.40%
	其它	9.66%
	小计	62.54%
外协加工费	小计	15.99%

成本大类	类别	金额占比
自制加工成本	小计	21.47%
总计		100.00%

C：多士炉 AT2F36 成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	五金原材料	15.68%
	包装材料	14.10%
	电子元器件	11.03%
	塑胶原材料	8.75%
	五金制品	3.98%
	塑胶及玻璃制品	1.58%
	其它	8.79%
	小计	63.92%
外协加工费	小计	13.43%
自制加工成本	小计	22.65%
总计		100.00%

D：养生壶 KE5B07 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	18.98%
	塑胶及玻璃制品	17.82%
	包装材料	14.56%
	五金原材料	5.50%
	五金制品	5.33%
	塑胶原材料	4.87%
	其它	3.77%
	小计	70.83%
外协加工费	小计	5.48%
自制加工成本	小计	23.69%
总计		100.00%

E：养生壶 KE1202 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	26.24%
	塑胶及玻璃制品	13.83%
	包装材料	11.94%
	五金制品	6.38%
	五金原材料	4.73%
	塑胶原材料	3.02%
	其它	5.21%
	小计	71.34%
外协加工费	小计	2.16%
自制加工成本	小计	26.50%
总计		100.00%

F：电热水壶 KM2D01 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	19.26%
	五金制品	12.56%
	包装材料	9.26%
	五金原材料	7.15%
	其它	7.87%
	塑胶原材料	2.69%
	塑胶及玻璃制品	0.46%
	小计	59.26%
外协加工费	小计	16.64%
自制加工成本	小计	24.10%
总计		100.00%

G：电热水壶 KE1108 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	25.64%
	五金原材料	10.54%
	五金制品	10.39%
	塑胶及玻璃制品	8.53%
	包装材料	6.80%

成本大类	类别	金额占比
	塑胶原材料	5.11%
	其它	6.63%
	小计	73.64%
外协加工费	小计	6.71%
自制加工成本	小计	19.66%
总计		100.00%

H：饮水机 WM1601 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	36.80%
	塑胶原材料	12.39%
	包装材料	7.37%
	五金原材料	5.64%
	塑胶及玻璃制品	5.35%
	五金制品	0.54%
	其它	4.79%
	小计	72.87%
外协加工费	小计	3.22%
自制加工成本	小计	23.91%
总计		100.00%

I：饮水机 WM1001 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	29.68%
	塑胶原材料	12.32%
	包装材料	7.26%
	塑胶及玻璃制品	6.93%
	五金原材料	4.10%
	五金制品	0.91%
	其它	4.74%
	小计	65.95%
外协加工费	小计	6.39%
自制加工成本	小计	27.65%

成本大类	类别	金额占比
总计		100.00%

J: 烤箱 OT1701 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	五金原材料	14.93%
	电子元器件	14.77%
	包装材料	5.39%
	塑胶及玻璃制品	5.19%
	五金制品	4.22%
	塑胶原材料	3.92%
	其它	14.32%
	小计	62.75%
外协加工费	小计	25.00%
自制加工成本	小计	12.25%
总计		100.00%

K：烤箱 OT1601 型号成本构成

成本大类	类别	金额占比
原材料采购成本	电子元器件	13.18%
	五金原材料	12.70%
	五金制品	9.80%
	包装材料	7.29%
	塑胶及玻璃制品	3.65%
	塑胶原材料	1.81%
	其它	12.16%
	小计	60.59%
外协加工费	小计	27.33%
自制加工成本	小计	12.08%
总计		100.00%

（3）按类别分类

报告期内，公司主营业务成本按照成本类别构成情况具体如下：

单位：万元

成本项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	8,993.27	64.97%	21,917.01	63.52%	19,477.82	62.74%	18,644.19	61.50%
直接人工	1,502.54	10.85%	4,086.82	11.84%	3,874.77	12.48%	4,426.36	14.60%
制造费用及其他	3,346.69	24.18%	8,499.24	24.63%	7,692.96	24.78%	7,243.30	23.89%
合计	**13,842.50**	**100.00%**	**34,503.07**	**100.00%**	**31,045.55**	**100.00%**	**30,313.85**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本料工费结构基本保持稳定。

3、其他业务成本

报告期内，发行人其他业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
服务费成本	81.68	73.41%	440.81	91.38%	352.97	88.16%	380.35	87.51%
废料成本	-	-	-	-	28.52	7.12%	-	-
租金成本	28.70	25.79%	36.59	7.59%	-	-	-	
其他成本	0.89	0.80%	4.98	1.03%	18.86	4.71%	54.32	12.50%
其他业务成本合计	111.28	100.00%	482.38	100.00%	400.35	100.00%	434.67	100.00%

4、进项税额与产品采购、固定资产购置金额的匹配性

报告期内，发行人进项税额和产品采购、固定资产购置金额的匹配具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
原材料采购	8,532.04	28,654.44	26,246.96	22,716.18
固定资产采购	156.84	554.47	567.84	695.21
无形资产采购	10.62	113.62	142.01	149.52
长期待摊费用采购	44.24	383.73	155.16	64.81
费用类采购	3,827.73	7,619.41	7,638.30	5,604.60
合计	12,571.47	37,325.68	34,750.28	29,230.33
税率	16%、13%、11%、10%、9%、6%、5%	17%、16%、11%、10%、6%	17%、11%、6%、5%	17%、11%、6%、5%
测算的进项税	1,728.01	4,893.09	4,579.68	4,115.27

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
额 A				
发行人进项税额 B	1,727.45	4,883.30	4,572.03	4,112.03
测算差异 C=A-B	0.56	9.79	7.65	3.24
差异率 D=C/B	0.03%	0.20%	0.17%	0.08%

报告期内，发行人实际的进项税额分别为 4,112.03 万元、4,572.03 万元、4,883.30 万元和 1,727.45 万元，匡算的进项税额分别为 4,115.27 万元、4,579.68 万元、4,893.09 万元和 1,728.01 万元，两者差异较小，差异率分别为 0.08%、0.17%、0.20%和 0.03%，产生差异的主要原因为部分采购及费用支出未取得专用发票所致。综上，发行人进项税额与原材料、资产、费用的采购规模匹配。

报告期内，发行人进项税结转计入成本的情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
进项税额转出入营业成本	1.99	7.76	7.03	5.36

报告期内，发行人进项税额转出计入营业成本，主要系因征税税率与退税税率不一致，导致税率差额形成免抵退税不予免征和抵扣税额，发行人按照增值税的相关规定，将上述进项税额转出结转入营业成本，符合会计准则相关规定。

（四）毛利及毛利率分析

1、毛利分析

（1）营业毛利构成分析

报告期内，公司营业毛利分别为 18,118.45 万元、21,555.94 万元、25,684.02 万元和 10,768.03 万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	10,620.27	98.63%	25,253.26	98.32%	21,375.82	99.16%	18,061.03	99.68%
其中：外销	2,524.28	23.44%	4,965.11	19.33%	4,818.87	22.36%	5,127.78	28.30%
内销	8,095.99	75.19%	20,288.15	78.99%	16,556.95	76.81%	12,933.25	71.38%

其他业务毛利	147.76	1.37%	430.76	1.68%	180.12	0.84%	57.42	0.32%
合计	**10,768.03**	**100.00%**	**25,684.02**	**100.00%**	**21,555.94**	**100.00%**	**18,118.45**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利分别为 18,061.03 万元、21,375.82 万元、25,253.26 万元和 10,620.27 万元，占营业毛利的比例分别为 99.68%、99.16%、98.32%和 98.63%，为营业利润的主要来源。

（2）主营业务毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利按产品分类构成如下：

单位：万元

产品名称	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
多士炉	1,067.09	10.05%	3,127.18	12.38%	2,842.27	13.30%	3,269.91	18.10%
养生壶	3,930.26	37.01%	12,227.26	48.42%	12,308.60	57.58%	11,237.44	62.22%
电热水壶	1,127.51	10.62%	1,389.80	5.50%	1,677.98	7.85%	2,245.83	12.43%
饮水机	1,651.03	15.55%	3,091.07	12.24%	1,603.32	7.50%	572.63	3.17%
周边食材	1,033.97	9.74%	2,201.01	8.72%	1,042.45	4.88%	292.40	1.62%
烤箱	801.00	7.54%	2,036.54	8.06%	1,490.67	6.97%	-0.92	-0.01%
蒸锅	3.45	0.03%	11.19	0.04%	63.30	0.30%	65.49	0.36%
其他	1,005.96	9.47%	1,169.21	4.63%	347.23	1.62%	378.24	2.09%
合计	**10,620.27**	**100.00%**	**25,253.26**	**100.00%**	**21,375.82**	**100.00%**	**18,061.03**	**100.00%**

报告期内，养生壶毛利分别为 11,237.44 万元、12,308.60 万元、12,227.26 万元和 3,930.26 万元，占主营业务毛利的比例分别为 62.22%、57.58%、48.42%和 37.01%，养生壶毛利规模总体保持稳定，是公司毛利的主要构成部分，但构成比例逐年下降。

多士炉毛利分别为 3,269.91 万元、2,842.27 万元、3,127.18 万元和 1,067.09 万元，毛利规模总体保持稳定，占主营业务毛利的比例分别为 18.10%、13.30%、12.38%和 10.05%，呈下降趋势。

电热水壶毛利分别为 2,245.83 万元、1,677.98 万元、1,389.80 万元和 1,127.51 万元，占主营业务毛利的比例分别为 12.43%、7.85%、5.50%和 10.62%，2016 年-2018 年毛利规模及占比逐年下降，2019 年 1-6 月毛利占比有所提升。

饮水机、周边食材、烤箱及其他（周边用品及配件）产品毛利规模及占比大幅提升。其中饮水机毛利分别为 572.63 万元、1,603.32 万元、3,091.07 万元和 1,651.03 万元，烤箱毛利分别为-0.92 万元、1,490.67 万元、2,036.54 万元和 801.00 万元，周边食材毛利分别为 292.40 万元、1,042.45 万元、2,201.01 万元和 1,033.97 万元，其他如周边用品及配件等毛利分别为 378.24 万元、347.23 万元、1,169.21 万元和 1,005.96 万元。由此可见，公司产品和盈利结构进一步优化。

2、毛利率分析

（1）综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 37.08%、40.67%、42.33%和 43.56%，呈现逐年增长态势。主营业务毛利率分别为 37.34%、40.78%、42.26%和 43.41%，2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月分别较上期增长 3.44 个百分点、1.48 个百分点和 1.15 个百分点。公司综合毛利率主要受业务结构、产品销售价格、汇率波动、主要原材料价格波动等因素影响。报告期内，公司毛利率具体情况如下：

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
一、主营业务	43.41%	98.95%	42.96%	42.26%	98.49%	41.62%
二、其他业务	57.04%	1.05%	0.60%	47.17%	1.51%	0.71%
合计	**43.56%**	**100.00%**	**43.56%**	**42.33%**	**100.00%**	**42.33%**
项目	**2017 年度**			**2016 年度**		
	毛利率	**收入占比**	**毛利率贡献率**	**毛利率**	**收入占比**	**毛利率贡献率**
一、主营业务	40.78%	98.90%	40.33%	37.34%	98.99%	36.96%
二、其他业务	31.03%	1.10%	0.34%	11.67%	1.01%	0.12%
合计	**40.67%**	**100.00%**	**40.67%**	**37.08%**	**100.00%**	**37.08%**

注：毛利率贡献率=毛利率*收入占比。

（2）按内销外销

报告期内，公司主营业务内销外销收入占比、毛利率及贡献分类构成如下：

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
内销	66.76%	49.57%	33.10%	67.56%	50.26%	33.96%
外销	20.46%	50.43%	10.32%	16.70%	49.74%	8.31%

合计	**43.41%**	**100.00%**	**43.41%**	**42.26%**	**100.00%**	**42.26%**
项目	**2017 年度**			**2016 年度**		
	毛利率	**收入占比**	**毛利率贡献率**	**毛利率**	**收入占比**	**毛利率贡献率**
内销	67.89%	46.52%	31.58%	67.26%	39.75%	26.74%
外销	17.19%	53.48%	9.19%	17.59%	60.25%	10.60%
合计	**40.78%**	**100.00%**	**40.78%**	**37.34%**	**100.00%**	**37.34%**

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 37.34%、40.78%、42.26%和 43.41%，其中，内销主营业务毛利率分别为 67.26%、67.89%、67.56%和 66.76%，外销主营业务毛利率分别为 17.59%、17.19%、16.70%和 20.46%。

公司内销自主品牌业务毛利率较高，主要因为：

①公司内销业务主要以线上销售为主，而线上销售毛利率相对较高。线上销售毛利率较线下销售高的主要原因为：线上销售直接面对终端消费者，中间环节较少，毛利率与线下渠道相比较高，但通常会产生更多的平台费、运输费、网上商城推广费用、专业网络营销人员工资等销售费用，具有高毛利率高费用率的特点。报告期内，不考虑运输费及专业网络营销人员工资，仅公司网上商城费用、品牌推广费共计投入 17,554.88 万元，占报告期内销主营业务收入总额的比例达 20.47%。

②报告期内，公司厨房小家电采用自主生产的生产模式，且参与生产环节较为前端。相较于外包生产，自主生产的价值链条相对较长，产品成本较低。因此公司赚取了生产制造环节的毛利，毛利率相对较高。

③公司内销产品定位高端，不论是从材料选择、研发设计还是工艺制造，均以高标准、严要求为原则，具有品质高端、外观时尚等特点，受到消费者的青睐，因此产品毛利率整体处于较高水平。公司高度重视研发投入，近年来公司研发投入主要用于内销自主品牌业务产品的研发创新。公司大量的研发投入，为公司产品的销售奠定了坚实的基础。报告期内，公司研发费用共投入 7,389.27 万元，占报告期内销主营业务收入总额的比例达 8.61%。

公司外销业务中，主要为 OEM/ODM 产品，价值链条较短，毛利率相对较低。

报告期内，外销不同销售模式下销售毛利率的情况具体如下：

模式	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
OEM	18.46%	85.64%	15.81%	15.05%	83.56%	12.58%	15.62%	74.34%	11.61%	17.80%	73.65%	13.11%
ODM	26.77%	11.39%	3.05%	21.61%	14.56%	3.15%	20.95%	25.01%	5.24%	17.01%	26.35%	4.48%
海外经销	52.28%	2.79%	1.46%	52.28%	1.87%	0.98%	52.62%	0.65%	0.34%	-	-	-
海外直销	81.56%	0.18%	0.14%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	**20.46%**	**100.00%**	**20.46%**	**16.70%**	**100.00%**	**16.70%**	**17.19%**	**100.00%**	**17.19%**	**17.59%**	**100.00%**	**17.59%**

报告期内，OEM 模式下的毛利率分别为 17.80%、15.62%、15.05%和 18.46%，毛利率较为稳定，OEM 模式下的毛利率受原材料价格上涨、产品提价和汇率波动综合影响所致。

报告期内，ODM 模式下的毛利率分别为 17.01%、20.95%、21.61%和 26.77%，毛利率呈上升趋势，主要系 ODM 模式下养生壶产品的收入占比逐年提高，养生壶的毛利率相比多士炉和电热水壶的毛利率较高，因此 ODM 模式的毛利率逐年提高。

报告期内，海外经销的毛利率分别为 0.00%、52.62%、52.28%和 52.28%，毛利率较高。公司通过海外经销的模式，逐步拓展海外自主品牌业务。海外经销模式中销售的为公司自主品牌产品，故毛利率相比 OEM/ODM 较高。

2019 年上半年公司开展海外直销业务，进一步拓展海外自主品牌的销售。相比与海外经销模式，海外直销直接面对终端消费者，无其他中间销售环节，故毛利率相比海外经销较高。

（3）按销售模式

报告期内，不同销售模式下的毛利率情况具体如下：

模式	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
外销												
OEM	18.46%	43.18%	7.97%	15.05%	41.57%	6.26%	15.62%	39.75%	6.21%	17.80%	44.38%	7.90%
ODM	26.77%	5.74%	1.54%	21.61%	7.25%	1.57%	20.95%	13.38%	2.80%	17.01%	15.87%	2.70%
海外经销	52.28%	1.41%	0.74%	52.28%	0.93%	0.49%	52.62%	0.35%	0.18%	-	-	-

海外直销	81.56%	0.09%	0.07%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	**20.46%**	**50.43%**	**10.32%**	**16.70%**	**49.74%**	**8.31%**	**17.19%**	**53.48%**	**9.19%**	**17.59%**	**60.25%**	**10.60%**
内销												
线上直销	70.34%	33.33%	23.45%	70.45%	35.57%	25.06%	69.08%	28.45%	19.65%	72.66%	18.03%	13.10%
线上代销	-	-	-	71.27%	0.41%	0.29%	74.17%	5.26%	3.90%	72.23%	4.86%	3.51%
线上分销	59.58%	9.68%	5.76%	63.09%	6.62%	4.18%	65.76%	3.28%	2.16%	62.00%	4.19%	2.60%
线下经销	62.28%	3.41%	2.12%	61.79%	4.89%	3.02%	62.76%	7.00%	4.39%	59.84%	9.35%	5.60%
线下KA	67.89%	0.48%	0.33%	70.27%	0.60%	0.42%	73.34%	0.88%	0.65%	70.12%	1.77%	1.24%
线下直营	70.33%	0.96%	0.67%	67.08%	0.38%	0.25%	66.55%	0.05%	0.03%	-	-	-
礼品团购及其他	44.27%	1.72%	0.76%	40.61%	1.78%	0.72%	49.89%	1.60%	0.80%	44.52%	1.55%	0.69%
小计	**66.76%**	**49.57%**	**33.10%**	**67.56%**	**50.26%**	**33.95%**	**67.89%**	**46.52%**	**31.58%**	**67.26%**	**39.75%**	**26.74%**
总计	**43.41%**	**100.00%**	**43.41%**	**42.26%**	**100.00%**	**42.26%**	**40.78%**	**100.00%**	**40.78%**	**37.34%**	**100.00%**	**37.34%**

报告期内，不同模式的毛利率保持稳定，但各模式间存在一定的差异，具体差异及原因如下：

①发行人自有品牌产品毛利率高于 OEM/ODM 业务毛利率

公司自有品牌产品毛利率高于 OEM/ODM 产品毛利率，主要原因是自有品牌毛利率中包含了发行人的品牌价值，且发行人从设计、制造到销售全覆盖，赚取设计+制造+销售环节的毛利，价值链相对较长；而 OEM/ODM 产品的品牌价值由委托方享有，且 OEM/ODM 产品向下游客户销售由委托方负责。在 OEM 模式中，公司只赚取制造环节的毛利；ODM 模式中，赚取设计+制造环节毛利。因此，自主品牌产品毛利率高于 OEM/ODM 产品毛利率。

②通常线上直销毛利率高于线上代销毛利率，但受产品结构、销售策略等影响，发行人线上直销和线上代销毛利率未见显著差异

线上直销结算金额为消费者购买金额；线上代销结算金额为消费者购买金额扣除平台扣点后净额，因此同一产品相同型号线上直销的毛利率通常会高于线上代销的毛利率。但受以下因素影响，报告期内，发行人线上直销和线上代销毛利率无显著差异：

A：产品结构的影响。公司周边食材主要通过线上直销渠道销售，相比于厨房小家电产品，毛利率相对较低；此外，为防止价格体系冲突，公司在不同销售模式中主推的产品型号不完全相同，不同产品的毛利率存在差异；

B：销售策略的影响。公司线上直销主要平台为天猫商城，线上代销主要平台为京东商城。不同平台的主打促销活动和力度有所不同。同时，公司线上销售渠道中以线上直销为主，线上代销模式占比较低。因此公司对线上直销的投入也较大，日常优惠促销活动也较多，销售均价相对较低；

C：线上代销模式中，线上平台仅收取一定比例的代销扣点。以京东商城为例，京东平台扣点为终端销售价格的 8%，2018 年 2 月除饮水机外，扣点调整为 4%。由于公司主要产品毛利率相对较高，代销费对毛利率的影响相对较小。

③发行人线上直销、线上代销毛利率通常高于线上分销、线下经销、线下 KA 和礼品团购毛利率

通常同一产品，发行人直销、代销毛利率高于经销、分销、线下 KA 和礼品团购毛利率主要系：

A：发行人线上直销的毛利率较高主要系公司通过线上电商平台直接向终端消费者销售，销售价格为终端零售价，无其他中间销售环节。线上代销也仅是线上平台收取较小比例的代销费，因此综合毛利率相对较高；

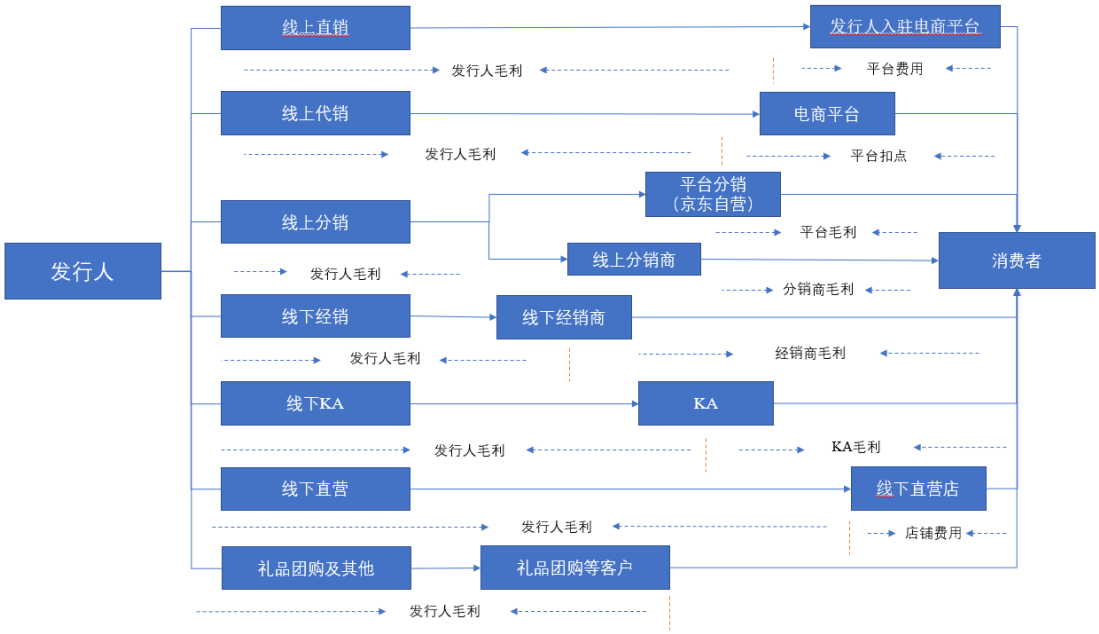
B：发行人线下经销和线上分销模式中，经销商和分销商需要赚取合理经销、分销利润，发行人以标准零售价的一定折扣向其销售，并根据其销售情况给予一定的返利，因此相对于线上直销和线上代销而言，毛利率较低。以线下经销为例，线下经销商按年初签署合同规定的产品价格和返利政策进行销售。公司根据不同的产品、型号制定不同的销售折扣；

C：线下 KA 中，公司按照渠道的扣点与渠道商结算。相比与线上直销和线上代销，线下 KA 渠道的扣点相对较高，故同一型号产品而言，毛利率水平低于线上直销和线上代销毛利率水平。但实际情况线下 KA 毛利率与线上直销等无显著差异，主要系产品结构及促销力度有所不同所致。

礼品团购也主要是面向礼品商、大客户及员工等，团购价格相对较低，导致毛利率低于线上直销和代销。

线下直营同样属于公司直接面向终端消费者销售。报告期内，线下直营的毛利率分别为 0.00%、66.55%、67.08%和 70.33%。与线上直销渠道相比，线下直营的毛利率较低，主要系线下直营中主要销售产品为周边食材，毛利率相比养生壶、饮水机和烤箱等厨房小家电较低。

不同模式的毛利及毛利率情况如下：



（4）按产品类别

报告期内，公司主营业务各产品收入占比、毛利率及贡献情况如下：

类别	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
养生壶	64.07%	25.08%	16.07%	66.17%	30.92%	20.46%	66.51%	35.30%	23.48%	67.51%	34.41%	23.23%
多士炉	16.04%	27.20%	4.36%	14.67%	35.67%	5.23%	15.66%	34.63%	5.42%	18.02%	37.52%	6.76%
电热水壶	24.05%	19.17%	4.61%	20.55%	11.32%	2.33%	20.65%	15.50%	3.20%	20.72%	22.41%	4.64%
饮水机	67.96%	9.93%	6.75%	67.87%	7.62%	5.17%	67.58%	4.53%	3.06%	58.62%	2.02%	1.18%
周边食材	57.93%	7.30%	4.23%	57.67%	6.39%	3.68%	52.95%	3.76%	1.99%	44.28%	1.36%	0.60%
烤箱	58.35%	5.61%	3.27%	66.05%	5.16%	3.41%	66.59%	4.27%	2.84%	-21.63%	0.01%	0.00%
蒸锅	54.96%	0.03%	0.01%	13.41%	0.14%	0.02%	15.51%	0.78%	0.12%	15.95%	0.85%	0.14%
其他	72.27%	5.69%	4.11%	70.32%	2.78%	1.96%	53.48%	1.24%	0.66%	54.99%	1.42%	0.78%
总计	**43.41%**	**100.00%**	**43.41%**	42.26%	100.00%	42.26%	40.78%	100.00%	40.78%	37.34%	100.00%	37.34%

①养生壶毛利率分析

报告期内，公司养生壶毛利率变动情况如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
毛利率	64.07%	-2.10%	66.17%	-0.34%	66.51%	-1.00%	67.51%

报告期内，公司养生壶毛利率分别为 67.51%、66.51%、66.17%和 64.07%，毛利率水平相对较高，总体保持稳定。2019 年 1-6 月养生壶毛利率较 2018 年有所下降，主要系外销养生壶销售占比提高。相比于内销养生壶，外销养生壶主要为 ODM 模式，毛利率相对较低。

报告期内，公司养生壶毛利率水平较高，主要因为公司养生壶产品定位高端，不论是从材料选择、研发设计还是工艺制造，均以高标准、严要求为原则，追求消费者的极致体验，具有品质高端、外观时尚等特点，受到消费者的青睐，因此产品毛利率整体处于较高水平。

②多士炉毛利率分析

报告期内，公司多士炉毛利率变动情况如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
毛利率	16.04%	1.37%	14.67%	-0.99%	15.66%	-2.36%	18.02%

公司多士炉主要为 OEM/ODM 产品。报告期内，多士炉毛利率分别为 18.02%、15.66%、14.67%和 16.04%。2017 年多士炉毛利率较 2016 年下降 2.36 个百分点，2018 年多士炉毛利率较 2017 年下降 0.99 个百分点，2019 年 1-6 月多士炉毛利率较 2018 年提高 1.37 个百分点。

2017 年多士炉毛利率较 2016 年下降 2.36 个百分点，主要因为：①2017 年原材料采购价格较 2016 年上涨，使得产品单位成本有所上升；②2017 年新增一多士炉 OEM 项目，因客户采购量较大，在产品定价时给予一定的优惠，使得毛利率有所下降；③2017 年美元兑人民币加权平均汇率为 6.76，较 2016 年 6.63 上浮 1.96%，相应提升一定的外销毛利率水平。以上因素综合影响使得 2017 年多士炉毛利率出现小幅下降。

2018 年多士炉毛利率较 2017 年小幅下降 0.99 个百分点，主要因为 2018 年原材料价格继续上涨，单位成本上升，抵消了产品售价提升及汇率因素的影响。

2019 年 1-6 月多士炉毛利率较 2018 年提高 1.37 个百分点，主要系受 2018 年下半年产品售价提高影响，2019 年 1-6 月多士炉产品销售均价高于 2018 年销售均价，因此毛利率有所提高。

③电热水壶毛利率分析

报告期内，公司电热水壶毛利率变动情况如下：

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
毛利率	24.05%	3.50%	20.55%	-0.10%	20.65%	-0.07%	20.72%

报告期内，电热水壶毛利率分别为 20.72%、20.65%、20.55%和 24.05%，总体保持稳定。电热水壶毛利率主要系受产品结构变化、产品售价、汇率波动和原材料价格上涨综合影响。报告期内，受上述因素综合影响，其毛利率总体保持稳定。2019 年 1-6 月电热水壶毛利率较 2018 年提高 3.50 个百分点，主要系受 2018 年下半年产品售价提高影响，2019 年 1-6 月电热水壶产品销售均价高于 2018 年销售均价，因此毛利率有所提高。

④其他主要产品毛利率分析

报告期内，饮水机毛利率分别为 58.62%、67.58%、67.87%和 67.96%。2017 年饮水机毛利率较 2016 年大幅提升，主要系公司推出的即热型饮水机产品 S601 等受到消费者青睐，销售收入大幅增加，提升饮水机整体毛利率水平。2018 年和 2019 年 1-6 月饮水机毛利率与上期无明显差异。

报告期内，公司烤箱毛利率分别为-21.63%、66.59%、66.05%和 58.35%，产品毛利率波动较大，主要因为报告期内，烤箱处于更新换代转型升级的过程期。2016 年烤箱销售金额为 4.23 万元，毛利率为-21.63%，主要系公司对原传统烤箱进行去库存降价处理所致。2017 年公司推出全新一代烤箱，毛利率为 66.59%，主要系公司新烤箱定位高端，前期研发投入及品牌推广投入较大，产品附加值高，售价相对较高所致。2018 年烤箱毛利率与 2017 年无显著差异。2019 年 1-6 月烤箱毛利率较 2018 年有所下降，主要系烤箱制造费用有所提高，导致烤箱单位成

本上升所致。

报告期内，公司周边食材毛利率分别为 44.28%、52.95%、57.67%和 57.93%。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月周边食材毛利率逐年提升，主要系公司不断开发新的周边食材，针对消费者不同的改善型饮食需求，开发了系列食材产品，增加了高端食材产品，使得整体毛利率有所提升。

（5）与同行业上市公司毛利率比较

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	32.33%	32.13%	33.01%	32.70%
002473.SZ	圣莱达	-	21.90%	16.79%	13.36%
002705.SZ	新宝股份	-	20.56%	19.42%	20.13%
002759.SZ	天际股份	26.81%	26.20%	39.72%	35.73%
200512.SZ	闽灿坤 B	12.81%	12.65%	14.33%	17.55%
600983.SH	惠而浦	22.56%	23.61%	20.61%	28.93%
603868.SH	飞科电器	38.60%	39.09%	39.32%	37.93%
002032.SZ	苏泊尔	-	30.86%	29.56%	30.53%
002959.SZ	小熊电器	36.00%	32.27%	33.16%	33.97%
平均值	-	28.19%	26.59%	27.32%	27.87%
北鼎晶辉		**43.56%**	**42.33%**	**40.67%**	**37.08%**

注：同行业可比公司主要选取主营业务为小家电的上市公司，圣莱达 2018 年开展新材料销售和投资性房地产销售业务，小家电产品销售收入占比下降，天际股份于 2016 年 11 月开始转型为“家电+锂离子电池材料”双主业模式，小家电产品销售收入占比下降。部分同行业可比上市公司尚未披露 2019 年半年度报告。

报告期内，公司毛利率高于同行业上市公司平均水平，主要系公司内销自主品牌业务发展迅猛。公司内销自主品牌业务主要以线上直销（B2C）模式为主，且产品定位高端，其毛利率水平较高。

以线上直销（B2C）模式为主的同行业上市公司由于直接进行终端销售，毛利率和销售费用率都较高；以外销代工业务为主的同行业上市公司由于基本上针对大客户销售，其业务拓展费用远低于直接进行终端销售的公司，其毛利率水平也相对较低。另外，产品越高端的企业在品牌推广投入的资源更多，其销售费用率和毛利率都较高。

报告期内，公司毛利率按照内销和外销构成情况与同行业对比如下：

①外销

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	-	-	-	-
002473.SZ	圣莱达		11.36%	11.15%	9.06%
002705.SZ	新宝股份	-	18.54%	17.58%	18.71%
002759.SZ	天际股份	-	-	-	34.58%
200512.SZ	闽灿坤 B	-	-	-	-
600983.SH	惠而浦	-	15.00%	15.62%	19.72%
603868.SH	飞科电器	43.80%	42.89%	40.32%	44.70%
002032.SZ	苏泊尔		18.35%	17.88%	20.06%
002959.SZ	小熊电器	-	25.37%	23.46%	30.41%
平均值	-	-	21.92%	21.00%	25.32%
北鼎晶辉		**20.55%**	17.00%	**17.21%**	**17.39%**

注：部分同行业上市公司定期报告未披露外销毛利率情况。

由上可知，除飞科电器、天际股份外，报告期内公司外销业务毛利率与同行业上市公司无显著差异。同行业可比上市公司中，新宝电器和闽灿坤 B 以生产出口小家电产品为主，OEM/ODM 产品比例较高，公司外销毛利率与新宝电器等代工业务为主的同行业可比公司外销毛利率无显著差异。而飞科电器外销毛利率较高主要系销售自主品牌产品，其毛利率与公司外销自主品牌业务毛利率较为接近。

②内销

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	34.14%	32.97%	33.34%	32.93%
002473.SZ	圣莱达	-	27.22%	22.57%	17.18%
002705.SZ	新宝股份	-	32.72%	31.24%	30.75%
002759.SZ	天际股份	26.71%	26.03%	40.45%	35.76%
200512.SZ	闽灿坤 B	-	-	-	-
600983.SH	惠而浦	-	31.00%	23.60%	34.81%
603868.SH	飞科电器	38.49%	38.97%	39.27%	37.87%
002032.SZ	苏泊尔	-	35.39%	34.10%	34.88%
002959.SZ	小熊电器	-	32.49%	33.41%	34.06%

平均值	-	33.11%	32.10%	32.25%	32.28%
北鼎晶辉		**66.57%**	**67.70%**	**67.89%**	**67.21%**

注：部分同行业上市公司定期报告未披露内销毛利率情况。

报告期内，公司内销毛利率高于同行业上市公司平均水平，主要原因为公司在销售模式、生产模式、产品定位和品牌效应等方面与可比公司存在差异，具体分析如下：

A：销售模式结构差异

公司内销自主品牌业务以直销模式为主（包括线上直销和线下直营），通过淘宝、天猫、京东和自建商城等平台直接向终端消费者销售。同时，线上代销模式由于电商平台扣点相对较低，其他相关店铺运营推广费用主要由发行人承担，因此和直销模式较为接近。

相比于线上分销、线下经销等销售模式，直销模式无其他中间环节，不需要向分销商、经销商等让渡利润；线上代销扣点相对较低。因此以直销模式和线上代销模式为主的公司有更高的毛利空间。同时，高毛利率的同时，也需要承担更多的线上线下渠道费用、运营及推广费用等，即呈现高毛利率高费用率的特征。

报告期内，公司线上直销、线下直营和线上代销模式实现的主营业务收入合计占内销主营业务收入的比例分别为 57.59%、72.58%、72.36%和 69.17%，直销和线上代销模式收入占比较高。而同行业可比上市公司中，九阳股份和飞科电器以经销模式为主；苏泊尔线下经销市场份额占比较高；小熊电器电器以线上经销和电商平台入仓为主;圣莱达的小家电产品电热水壶和咖啡机以ODM模式为主，终端销售由品牌商负责。

因此，公司销售模式的结构差异，即以直销模式和类直销模式为主的结构特点，是公司毛利率水平高于同行业可比上市公司水平的重要因素之一。

B：生产模式结构差异

行业内公司生产模式包括自主生产和外包生产。相较于外包生产，自主生产的价值链条相对较长，产品成本较低。而外包生产中，除了生产所需的材料和人工费之外，还需要考虑外包生产厂商的期间费用、税费以及合理利润等。因此同等情况下，自主生产毛利率水平通常要高于外包生产。

报告期内，公司厨房小家电采用自主生产的生产模式，且参与生产环节较为前端，相比于外包生产模式而言，公司赚取了生产制造环节的毛利，故毛利率相对较高。而同行业可比上市公司中，飞科电器外包 OEM 生产比重较大，2018 年电动剃须刀外包 OEM 生产数量占总产量的比例为 71%。小熊电器采取自主生产为主、外协生产和外协加工为辅的生产模式，2016 年-2018 年，小熊电器采用外协生产的小家电数量占比分别为 7.39%、7.42%、7.24%。

因此，相较于部分同行业可比公司而言，公司生产模式的结构差异，亦使得公司毛利率水平相对较高。

C：产品定位的差异

公司内销业务主要为自主品牌业务，产品定位高端，不论是从材料选择、研发设计还是工艺制造，均以高标准、严要求为原则，具有品质高端、外观时尚等特点，受到消费者的青睐，公司多项产品获得工业设计奥斯卡之称的“红点设计奖”以及“IF 设计奖”、 “美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。通常产品定位更为高端的公司，意味着更高的经营成本、更高的研发投入等，其受众群体相对较窄，收入规模相对较低，但毛利率水平相对更高。

同行业可比上市公司九阳股份、天际股份、飞科电器、苏泊尔和小熊电器等主要是针对大众消费者，受众群体更广，其销售规模远大于发行人。发行人产品定位高端，消费群体主要为高端女性消费人群，受众群体较窄，收入规模较低。因此，虽然发行人自主品牌毛利率高于同行业可比上市公司，但整体利润水平低于同行业可比上市公司平均水平。

D：品牌溢价

公司深耕厨房小家电行业多年，积累了丰富的厨房小家电研发、生产经验。公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质及出色的产品体验，受到消费者的认可，在厨房生活方式领域建立了较强的品牌影响力和市场地位。在产品定位、目标和销售定价方面，公司坚持高端的品牌定位，以高品质、时尚外观的产品和优秀的产品体验，塑造高端厨房生活品牌。目前“BUYDEEM 北鼎”已发展成为具有一定知名度的高端厨房生活品牌。公司品牌知名度和美誉度逐步提升，

“BUYDEEM 北鼎”品牌越来越被广大消费者所熟知。“BUYDEEM 北鼎”品牌拥有良好的市场声誉和较强的影响力，建立了受市场认可的品牌溢价，实现较高的毛利率水平。综上所述，基于公司销售模式以线上直销为主、生产模式以自主生产为主、产品定位高端和品牌溢价高等特征，自主品牌业务毛利率较高，与同行业可比公司存在一定差异具有合理性。

③公司与同行业可比公司净利率水平对比情况

虽然公司毛利率水平相对较高，但净利率与同行业上市公司相比不存在显著差异。报告期内，公司与同行业上市公司净利率对比情况如下：

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	9.55%	9.08%	9.80%	10.03%
002473.SZ	圣莱达	-	7.77%	-49.23%	-36.82%
002705.SZ	新宝股份	-	5.96%	4.98%	6.20%
002759.SZ	天际股份	80.34%	9.74%	2.60%	15.44%
200512.SZ	闽灿坤 B	9.33%	0.71%	1.55%	3.47%
600983.SH	惠而浦	-2.23%	4.17%	-1.52%	4.18%
603868.SH	飞科电器	19.48%	21.22%	21.68%	18.23%
002032.SZ	苏泊尔	-	9.35%	9.22%	9.49%
002959.SZ	小熊电器	10.75%	9.15%	8.93%	6.83%
平均值	-	9.38%	8.57%	7.16%	9.23%
北鼎晶辉		**12.26%**	**11.21%**	**7.69%**	**10.64%**

注：因圣莱达 2016 年度和 2017 年度净利率显著异常，天际股份 2019 年 1-6 月净利率显著异常，故计算平均值时未考虑该公司。数据来源：WIND

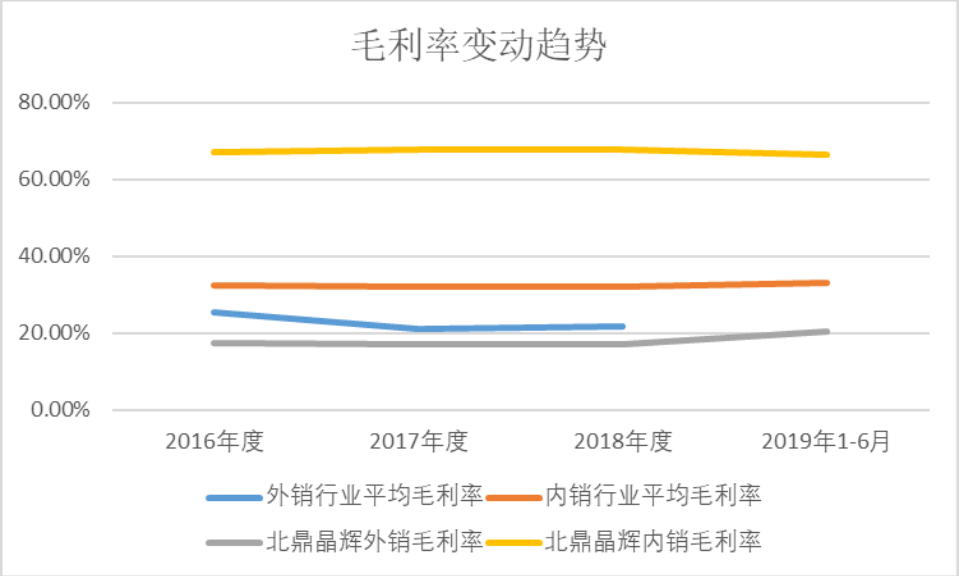
报告期内，公司净利率与同行业上市公司平均水平相比无显著差异。公司销售模式以直销模式（线上直销和线下直营）和类直销模式（如线上代销）为主，总体呈现高毛利率高费用率的特点，在考虑销售费用、管理费用、研发费用等期间费用后，公司净利率水平与同行业上市公司相比不存在显著差异。

综上，公司毛利率与同行业公司毛利率水平的差异，主要系受经营模式、收入结构、产品定位等因素影响。公司毛利率水平符合公司实际经营特点。

④发行人毛利率变化趋势与同行业可比公司对比情况

报告期内，发行人综合毛利率呈现逐年增长态势，与同行业可比公司基本稳

定的趋势存在差异，主要系内外销业务结构变化所致。发行人内销毛利率和外销毛利率变化趋势与同行业可比公司平均水平无显著差异，保持相对稳定。具体对比情况如下：



综上，报告期内，发行人综合毛利率呈上升趋势，主要系高毛利率的内销自主品牌业务发展迅猛，占比逐年提升所致。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成及占营业收入的比例具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售费用	4,586.48	11,509.93	9,645.20	7,624.45
管理费用	1,829.86	4,558.33	4,224.76	2,940.19
研发费用	1,037.43	2,138.59	2,177.34	2,035.91
财务费用	24.42	-389.95	696.19	-639.05
营业收入	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
销售费用占营业收入比	18.55%	18.97%	18.20%	15.60%
管理费用占营业收入比	7.40%	7.51%	7.97%	6.02%
研发费用占营业收入比	4.20%	3.52%	4.11%	4.17%
财务费用占营业收入比	0.10%	-0.64%	1.31%	-1.31%
期间费用占营业收入比	30.25%	29.37%	31.59%	24.48%

1、销售费用

（1）销售费用变动情况

报告期内，公司销售费用分别为 7,624.45 万元、9,645.20 万元、11,509.93 万元和 4,586.48 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网上商城费用	1,813.66	39.54%	4,828.11	41.95%	3,810.50	39.51%	1,924.02	25.23%
职工薪酬	1,067.91	23.28%	2,318.21	20.14%	1,948.56	20.20%	2,124.57	27.87%
品牌推广费	446.14	9.73%	1,524.87	13.25%	1,608.74	16.68%	1,598.84	20.97%
物流运输费	515.59	11.24%	1,249.12	10.85%	1,044.65	10.83%	778.25	10.21%
售后服务与配件	182.94	3.99%	215.50	1.87%	80.63	0.84%	47.09	0.62%
船务费	67.11	1.46%	206.99	1.80%	207.32	2.15%	213.86	2.80%
顾问咨询费	53.88	1.17%	198.85	1.73%	120.76	1.25%	36.20	0.47%
差旅费	103.86	2.26%	175.51	1.52%	224.96	2.33%	239.24	3.14%
品质补偿款	68.84	1.50%	146.79	1.28%	147.36	1.53%	188.15	2.47%
业务招待费	24.25	0.53%	127.11	1.10%	63.42	0.66%	23.05	0.30%
包装费	30.96	0.68%	126.00	1.09%	58.00	0.60%	38.23	0.50%
其他	211.31	4.61%	392.89	3.41%	330.28	3.42%	412.94	5.42%
合计	**4,586.48**	**100.00%**	**11,509.93**	**100.00%**	**9,645.20**	**100.00%**	**7,624.45**	**100.00%**

由上表可知，公司销售费用主要为网上商城费用、销售人员薪酬、品牌推广费及物流运输费等。网上商城费用主要是指公司与第三方电商平台约定的电商费用，主要包括佣金、服务费和钻石展位、直通车等电商推广费用。品牌推广费主要包括赠品费、产品视频图片制作、广告投放等费用。物流运输费主要指物流运费及快递费。

随着公司业务规模的逐步扩大，尤其是内销自主品牌业务的快递增长，销售费用呈现大幅增长态势。

（2）影响销售费用的相关行业经营特征

①小家电线上消费渠道异军突起，成为新的消费增长点。线上销售渠道相比较传统线下渠道而言，通常会产生更多的电商平台费、电商推广费用、专业网络

营销人员工资、运输费等费用。线上销售占比高的公司，上述费用将相应增加。

②消费者对于产品品牌及美感的追求日益强化。以前消费者对于厨房小家电更多基于对质量和功能性的追求，但随着收入水平及消费理念的变化，除了质量和功能性之外，对于产品品牌及产品的设计美感愈发关注。因此各品牌商对于品牌推广费用以及品牌策划咨询费用以及相关设计等费用的投入较高，尤其是定位更加高端的品牌商，投入金额更高。

③随着社交平台和自媒体的迅猛发展，产品的消费者体验和口碑愈发重要。品牌商愈发重视消费者的体验，对于消费者的服务体验投入大幅增加，因此相应的售后服务费用占比将有所提升。

（3）各项明细费用波动情况及原因

报告期内发行人销售费用各项明细费用波动情况及原因如下：

①网上商城费用

报告期内，网上商城费用分别为 1,924.02 万元、3,810.50 万元、4,828.11 万元和 1,813.66 万元，2016 年-2018 年呈逐年上涨趋势，主要系为进一步拓展线上销售规模，发行人投入的电商推广费用大幅增加，同时随着线上业务规模不断扩大，电商平台收取的佣金服务费及菜鸟、京东的仓储物流费相应增加所致。

②职工薪酬

报告期内，职工薪酬分别为 2,124.57 万元、1,948.56 万元、2,318.21 万元和 1,067.91 万元，总体呈现增长态势。2017 年职工薪酬较 2016 年有所下降，主要系发行人 2017 年线下销售策略有所调整，减少线下渠道的销售人员数量，导致职工薪酬有所下降；2018 年职工薪酬较 2017 年大幅增长，主要系 2018 年营业收入与净利润均较上年有较大增长，销售人员业绩完成度较高，销售提成及奖金较高所致。

③品牌推广费

报告期内，品牌推广费分别为 1,598.84 万元、1,608.74 万元、1,524.87 万元和 446.14 万元，2016-2018 年各年总体保持稳定，但占收入的比例有所下降，品牌推广费具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
广告制作与投放	226.42	1,034.10	1,070.71	593.12
赠品赠机	205.07	470.43	478.42	939.39
其他	14.65	20.34	59.61	66.33
合计	**446.14**	**1,524.87**	**1,608.74**	**1,598.84**

由上可知，品牌推广主要包括广告制作与投放、赠品赠机费等。

A：广告制作与投放费用

报告期内，公司广告制作与投放金额分别为 593.12 万元、1,070.71 万元、1,034.10 万元和 204.56 万元。

2017 年广告制作与投放费用较 2016 年上升 477.59 万元，主要系当年推出新烤箱、新饮水机，作为公司重点发展的新品类，发行人投入较多费用用于相关广告制作与投放。

2018 年广告制作与投放费用较 2017 年减少 36.61 万元，基本稳定，主要系当年在未开发全新品类产品的情况下，相关新品推广支出大幅减少。但公司品牌部首次尝试围绕热播剧《北京女子图鉴》与剧星传媒、新世相等开展品牌推广合作，新增相关品牌推广金额 321.90 万元，综合使得 2018 年较 2017 年小幅下降。

2019 年 1-6 月广告制作与投放费用较上年同期有所下降 418.56 万元，主要系：一是与发行人品牌推广策略的调整有关。经过前期对于品牌推广模式的探索和总结，公司品牌推广思路由原主要通过制作相关视频图文，并依托相关平台达人等进行推广传播的形式，逐步调整为广告制作与投放、开设自营门店相结合的更为全方位、立体化的品牌推广思路。2019 年上半年公司适当缩减原广告制作投放的相关费用，增加自营门店的投入，后续将持续加大线下自营门店的投入。二是与发行人销售特征有关。由于下半年网络促销活动及节假日较多，尤其是双十一、双十二，为促进销售，公司 2019 年下半年较上半年将投入更多的推广支出。

B：赠品赠机费

报告期内，公司赠品赠机费分别为 939.39 万元、478.42 万元、470.43 万元和 226.93 万元。

2017 年赠品赠机费用较 2016 年大幅下降 460.97 万元，主要系因为发行人 2016 年大力推动周边食材上新，以赠品的形式进行前期推广，赠品赠机费用金额较高。而 2017 年在周边食材销售逐渐稳定的情况下，发行人减少以周边食材为赠品的销售策略，而将周边食材进行单独销售或与养生壶等电器产品整体销售。

2018 年和 2019 年 1-6 月，赠品赠机费用与上年同期均基本保持稳定。

综上，报告期内，公司品牌推广费变动具有合理性，符合公司实际情况。

④物流运输费

报告期内，物流运输费各项明细变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
快递费	421.11	897.01	26.89%	706.94	36.96%	516.15
运费	94.48	352.11	4.26%	337.71	28.85%	262.10
合计	**515.59**	**1,249.12**	**19.57%**	**1,044.65**	**34.23%**	**778.25**

快递费主要是指依据线上销售订单，发行人通过快递方式将货物发至终端消费者所产生的物流费；运费主要为公司发货至京东仓、顺丰仓、菜鸟仓等第三方仓库、发货给部分经销商及 KA 客户、外销产品运送至码头的物流费。

报告期内，随着发行人销售规模的增长，快递费和运费均呈现不同幅度的增加。快递费的增长主要系受线上销售收入、订单发货量的不断增加所致。运费包括公司发货至京东仓、顺丰仓、菜鸟仓等第三方仓库的运费（线上相关），同时包括发货给线下经销商、KA 客户的运费（线下相关）、外销产品运至码头的物流费。2018 年线上相关的运费金额有所增长，但由于线下经销、线下 KA 销售收入减少，线下相关运费下降，使得整体运费的增幅较小。

（4）同行业对比分析

报告期内，公司销售费用率与同行业对比情况如下：

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	14.81%	16.85%	15.08%	15.08%

002473.SZ	圣莱达	-	1.64%	2.83%	3.53%
002705.SZ	新宝股份	-	3.94%	3.98%	4.26%
002759.SZ	天际股份	6.63%	6.86%	6.74%	9.40%
200512.SZ	闽灿坤 B	3.51%	3.47%	3.71%	4.80%
600983.SH	惠而浦	19.68%	16.46%	19.56%	19.27%
603868.SH	飞科电器	10.99%	8.72%	7.63%	10.21%
002032.SZ	苏泊尔	-	15.76%	15.60%	15.83%
002959.SZ	小熊电器	14.61%	14.00%	15.00%	13.79%
平均值	-	11.71%	9.74%	10.01%	10.69%
北鼎晶辉		18.55%	18.97%	18.20%	15.60%

数据来源：WIND，部分可比公司尚未披露 2019 年半年度报告

总体而言，公司销售费用率高于同行业上市公司平均水平，主要系：

① 报告期内，公司处于业务模式转型阶段，为加快内销渠道建设，尤其是线上渠道建设以及“BUYDEEM 北鼎”自主品牌建设，公司与内销自主品牌业务发展相关的人员投入、品牌推广投入较大。与同行业上市公司相比，公司直销模式占比较高，直接面向终端消费者，费用链条较长，销售费用率较高。

②公司近年来大力发展线上销售渠道，线上销售收入占比逐年增长，线上渠道成为公司重要的销售渠道，而运营线上销售渠道需要向电商平台缴纳较高的平台服务费用，且相对于传统线下渠道会产生更多的快递运输费、广告投入等费用，使得线上销售具有高毛利率高销售费用率的特点。

上述可比公司中，九阳股份、小熊电器主营业务类型与北鼎晶辉更为相似，均为从事厨房电器系列产品的研发、生产和销售，销售均采用线上线下相结合的方式，以下明细费用同行业对比主要以九阳股份、小熊电器为例进行比较。

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
北鼎晶辉								
网上商城费用	1,813.66	7.34%	4,828.11	7.96%	3,810.50	7.19%	1,924.02	3.94%
职工薪酬	1,067.91	4.32%	2,318.21	3.82%	1,948.56	3.68%	2,124.57	4.35%
品牌推广费	446.14	1.80%	1,524.87	2.51%	1,608.74	3.04%	1,598.84	3.27%

物流运输费	515.59	2.09%	1,249.12	2.06%	1,044.65	1.97%	778.25	1.59%
售后服务与配件	182.94	0.74%	215.50	0.36%	80.63	0.15%	47.09	0.10%
船务费	67.11	0.27%	206.99	0.34%	207.32	0.39%	213.86	0.44%
顾问咨询费	53.88	0.22%	198.85	0.33%	120.76	0.23%	36.20	0.07%
差旅费	103.86	0.42%	175.51	0.29%	224.96	0.42%	239.24	0.49%
品质补偿款	68.84	0.28%	146.79	0.24%	147.36	0.28%	188.15	0.39%
业务招待费	24.25	0.10%	127.11	0.21%	63.42	0.12%	23.05	0.05%
包装费	30.96	0.13%	126.00	0.21%	58.00	0.11%	38.23	0.08%
其他	211.31	0.85%	392.89	0.65%	330.28	0.62%	412.94	0.85%
合计	**4,586.48**	**18.55%**	**11,509.93**	**18.97%**	**9,645.20**	**18.20%**	**7,624.45**	**15.60%**
九阳股份								
职工薪酬	9,469.91	2.26%	25,589.47	3.13%	22,365.70	3.09%	20,966.95	2.87%
运输费	9,762.10	2.33%	20,067.85	2.46%	18,765.46	2.59%	18,676.00	2.55%
渠道、售后及广告费	37,929.48	9.06%	80,985.81	9.91%	58,162.27	8.03%	61,429.61	8.40%
办公、会议及折旧费	2,509.11	0.60%	4,784.35	0.59%	4,207.45	0.58%	3,938.42	0.54%
其他	2,347.21	0.56%	6,243.42	0.76%	5,784.96	0.80%	5,319.62	0.73%
合计	**62,017.81**	**14.81%**	**137,670.91**	**16.85%**	**109,285.84**	**15.08%**	**110,330.61**	**15.08%**
小熊电器								
品牌宣传费	未披露	未披露	7,103.59	3.48%	8,675.91	5.27%	3,386.38	3.21%
市场促销费	未披露	未披露	6,969.70	3.41%	3,525.68	2.14%	3,073.78	2.92%
运输费	未披露	未披露	5,801.31	2.84%	5,343.91	3.25%	3,209.69	3.04%
职工薪酬	未披露	未披露	3,700.81	1.81%	2,845.09	1.73%	1,691.23	1.60%
售后服务费	未披露	未披露	2,845.39	1.39%	2,260.19	1.37%	1,453.03	1.38%
租赁及仓储费	未披露	未披露	1,244.97	0.61%	1,277.08	0.78%	992.61	0.94%
办公费	未披露	未披露	66.20	0.03%	136.83	0.08%	179.43	0.17%
差旅费	未披露	未披露	260.20	0.13%	139.12	0.08%	108.58	0.10%
产品质量保证	未披露	未披露	30.18	0.01%	41.25	0.03%	9.85	0.01%
其他	未披露	未披露	557.36	0.27%	448.19	0.27%	435.49	0.41%
合计	**未披露**	**未披露**	**28,579.70**	**14.00%**	**24,693.25**	**15.00%**	**14,540.06**	**13.79%**

报告期内，发行人的销售费用率分别为 15.60%、18.20% 、18.97%和 18.55%，九阳股份的销售费用率为 15.08%、15.08%、16.85%和 14.81%，2016 年-2018 年小熊电器的销售费用率为 13.79%、15.00%、14.00%，发行人销售费用率略高于

九阳股份和小熊电器。具体各主要明细费用对比情况如下：

①九阳股份渠道、售后及广告费占比分别为 8.40%、8.03%、9.91%和 9.06%，2016 年-2018 年小熊电器品牌宣传费、市场促销费、售后服务费合计占比分别为 7.51%、8.78%、8.92%，而发行人涉及相关的费用主要包括网上商城费用、品牌推广费及售后服务与配件等，合计占比分别为 7.31%、10.38%、10.83%和 9.88%，占比略高于九阳股份、小熊电器，主要系发行人线上直销模式占比较高及品牌定位所致。

②九阳股份职工薪酬占比分别为 2.87%、3.09%和 3.13%和 2.26%，2016 年至 2018 年小熊电器职工薪酬占比分别为 1.60%、1.73%、1.81%，而发行人职工薪酬占比分别为 4.35%、3.68%、3.82%和 4.32%，发行人职工薪酬占比高于九阳股份和小熊电器。

③九阳股份运输费占比分别为 2.55%、2.59%、2.46%和 2.33%，小熊电器运输费占比分别为 3.04%、3.25%、2.84%，而发行人物流运输费占比分别为 1.59%、1.97%、2.06%和 2.09%，占比低于九阳股份、小熊电器。主要原因为：公司外销收入占比较高，而外销业务为 FOB 模式，发行人仅负责将货物运送至就近港口，所需运输费用较少，外销运输费占外销收入的比例较小，使得整体运输费占收入比例低于九阳股份和小熊电器。若以物流运输费占内销主营业务收入比例来看，即 4.05%、4.28%、4.16%和 4.25%，则发行人物流运输费用占比高于九阳股份、小熊电器，符合公司业务特点。

（5）销售返利情况

①返利政策

发行人不同模式下返利政策具体如下：

销售模式		毛利保护	销售返利
线上分销	电商平台分销	保证京东 15%的毛利率；月度折扣补贴为销售额的 0.5%	
	其他分销模式	无	返利分为采购返利和推广返利： 1、采购返利：无条件返利，根据分销商当月采购额对应的等级给予相应系数的返利，返利在分销商后续进货中予兑现； 2、推广返利：推广返利是根据分销商当月采购额对应的等级给予相应系数的返利，公司给予分销商的推广返利

销售模式	毛利保护	销售返利
		金额等同于分销商投入于北鼎产品的推广费用，但最高不高于采购额对应等级相应系数的返利金额。
线下经销	无	公司每年初与经销商签订年度经销协议，约定季度及年度销售目标及销售返利比例，经销商完成公司当季度销售目标后，公司给予其一定比例的销售返利，返利在经销商后续进货中给予兑现。季度返利在每季度末结算，年度返利在当年最后一个季度结算。
OEM/ODM	无	公司与部分 OEM 客户签订业务合同时约定年度内销售额达到一定金额时，发行人给予一定比例的返利，返利在双方结算时从后续的销售货款中扣除。
海外经销	无	大侑公司完成公司当年下达的销售目标后，公司给予一定的比例的销售返利，返利在后续进货中予兑现。

②不同销售模式的返利比例

A：线上分销返利

单位：万元

层次		A 级	B 级	C 级	D 级	E 级
月度采购金额		[50,+∞）	[20,50)	[10,20)	[5,10)	[2,5)
2019 年 1-6 月	月度采购返利	8.00%	8.00%	8.00%	6.00%	3.00%
	月度推广返利	9.00%	7.00%	5.00%	4.00%	2.00%
	总返利	17.00%	15.00%	13.00%	10.00%	5.00%
2018 年度	月度采购返利	8.00%	8.00%	8.00%	6.00%	3.00%
	月度推广返利	9.00%	7.00%	5.00%	4.00%	2.00%
	总返利	17.00%	15.00%	13.00%	10.00%	5.00%
2017 年度	月度采购返利	7.00%	7.00%	6.00%	6.00%	3.00%
	月度推广返利	5.00%	4.00%	4.00%	3.00%	2.00%
	年度返利	5.00%	4.00%	3.00%	1.00%	-
	总返利	17.00%	15.00%	13.00%	10.00%	5.00%
2016 年度	月度采购返利	8.00%	8.00%	8.00%	6.00%	3.00%
	月度推广返利	9.00%	7.00%	5.00%	4.00%	2.00%
	总返利	17.00%	15.00%	13.00%	10.00%	5.00%

B：线下经销返利

采购目标达成率		[80%，100%)	100%及以上
2019 年 1-6 月	季度采购返利	2.00%	3.00%
	年度采购返利	4.00%	5.00%

采购目标达成率		[80%，100%)	100%及以上
	总返利	6.00%	8.00%
2018 年度	季度采购返利	1.50%	2.00%
	年度采购返利	3.00%	4.00%
	总返利	4.50%	6.00%
2017 年度	季度采购返利	1.50%	2.00%
	年度采购采购返利	3.00%	4.00%
	总返利	4.50%	6.00%
2016 年度	季度采购返利	2.00%	3.00%
	年度采购返利	2.00%	3.00%
	总返利	4.00%	6.00%

C：OEM/ODM

报告期内公司与美康雅集团约定了销售返利条款，具体返利比例如下：

年度采购金额	返利比例
小于 400 万美金	0.00%
大于等于 400 万美金	1.00%

2019 年公司与惠而浦集团约定了销售返利条款，具体返利比例如下：

年度采购金额	返利比例
大于等于 1,400 万美金小于 1,700 万美金	0.50%
大于等于 1,700 万美金	1.00%

D：海外经销

报告期内公司与海外经销商大侑公司签订的销售合同中约定了销售返利情况。但报告期内海外经销商尚未达到返利条件。

② 不同销售模式的返利金额

A：内销销售

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	返利金额	占内销主营收入比例	返利金额	占内销主营收入比例	返利金额	占内销主营收入比例	返利金额	占内销主营收入比例
线上分销返利	153.58	1.27%	222.57	0.74%	101.16	0.41%	244.26	1.27%
京东毛利保护及折扣补贴	80.29	0.66%	242.53	0.81%	19.53	0.08%	-	-
线下经销返利	18.52	0.15%	108.24	0.36%	143.48	0.59%	250.44	1.30%
合计	252.40	2.08%	573.34	1.91%	264.16	1.08%	494.70	2.57%

如上表所示，发行人 2018 年度和 2016 年度返利金额基本持平，2017 年返利金额大幅降低，主要是因为：（1）2017 年公司线上分销收入低于 2016 年和 2018 年，根据返利政策，总体实现的返利比例大幅降低；（2）2017 年线上分销返利政策有所调整，减少月度返利，增加年度返利，返利金额除取决于月度收入外，还取决于整体年度业绩，而 2017 年整体分销收入规模较低，实现的年度返利比例较低。

B：外销销售

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	返利金额	占外销主营收入比例	返利金额	占外销主营收入比例	返利金额	占外销主营收入比例	返利金额	占外销主营收入比例
OEM/ODM 返利	90.42	0.73%	36.52	0.12%	-	-	46.84	0.16%

报告期内，发行人外销业务返利金额相对较小。

④销售返利的会计处理及合理性

发行人销售返利线上销售主要为按月度结算，线下经销商返利包括季度结算和年度结算，在进行返利结算时，按如下方法进行会计处理。

借：主营业务收入（具体返利金额）

应交税费-增值税

贷：应收账款（具体客户）

或

借：销售费用-推广费

贷：应收账款（具体客户）

报告期内，发行人销售返利在结算时冲减收入及计入费用的金额具体为：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
线上分销返利	153.58	222.57	101.16	244.26
其中：冲减收入	153.58	197.64	71.47	104.20
计入费用	-	24.94	29.69	140.07
京东毛利保护及折扣补贴	80.29	242.53	19.53	-
其中：冲减收入	80.29	242.53	19.53	-
线下经销返利	18.52	108.24	143.48	250.44
其中：冲减收入	18.52	108.24	143.48	250.44
合计	**252.40**	**573.34**	**264.16**	**494.70**

线上分销模式中，采购返利为公司在分销商采购达到一定金额时给予分销商一定比例的销售返利，返利在分销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现，公司作冲减收入处理；对于推广返利，2018 年 8 月前，公司作计入销售费用处理；2018 年 8 月后，公司作冲减收入处理。

发行人为激励各分销商和经销商更好的推广公司产品，提升销售业绩，对相关线上分销商、线下经销商及客户提供一定比例的销售返利，符合公司所处行业的行业惯例。公司针对销售返利的会计处理符合企业会计准则的规定。

2、管理费用

（1）管理费用变动情况

报告期内，公司管理费用分别为 2,940.19 万元、4,224.76 万元、4,558.33 万元和 1,829.86 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,049.48	57.35%	2,433.49	53.39%	1,971.43	46.66%	1,322.59	44.98%

股份支付	-	-	-	-	631.35	14.94%	-	-
上市费用	-	-	532.35	11.68%	-	-	-	-
差旅费	206.37	11.28%	308.38	6.77%	350.00	8.28%	302.82	10.30%
办公费	96.74	5.29%	182.30	4.00%	246.86	5.84%	236.01	8.03%
顾问咨询费	109.02	5.96%	189.22	4.15%	180.86	4.28%	433.25	14.74%
业务招待费	43.42	2.37%	135.75	2.98%	144.27	3.41%	58.25	1.98%
折旧与摊销	73.49	4.02%	184.59	4.05%	135.73	3.21%	112.19	3.82%
租赁费	125.72	6.87%	209.76	4.60%	131.73	3.12%	127.53	4.34%
其他	125.62	6.86%	382.49	8.39%	432.53	10.24%	347.55	11.82%
合计	**1,829.86**	**100.00%**	**4,558.33**	**100.00%**	**4,224.76**	**100.00%**	**2,940.19**	**100.00%**

2016 年-2018 年，公司管理费用呈增长趋势的主要原因为：①2017 年较 2016 年管理费用增长主要系职工薪酬大幅增长以及 2017 年公司向核心员工定向发行股票，相应形成股份支付 631.35 万元，全部计入当期管理费用所致。②2018 年较 2017 年管理费用增长主要系随着公司业务规模的扩大，管理人员薪酬总额逐年增长以及上市费用大幅增加所致。

公司管理费用各明细项目波动情况及原因具体如下：

①职工薪酬

报告期内，管理人员薪酬分别为 1,322.59 万元、1,971.43 万元、2,433.49 万元和 1,049.48 万元，呈现增长态势。管理人员薪酬增长和管理人员人数及薪酬激励制度有关，具体说明如下：

A：管理人员薪酬与管理人员变动、人均工资变动分析与当地平均薪酬水平对比情况

报告期内，管理人员薪酬与管理人员数量、人均工资、当地平均薪酬水平对比情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额/数量	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
职工薪酬（万元）	1,049.48	2,433.49	462.06	1,971.43	648.84	1,322.59
平均管理人员数	**120**	129	10	119	20	99

量（人）						
管理人员人均工资（万元/月）	1.46	1.57	0.19	1.38	0.27	1.11
深圳市人均工资（万元/月）	未披露	未披露	-	0.70	0.05	0.65

注：1、管理人员数量采用全年各月薪酬发放人次平均得出，与期末人数存在一定差异；
2、深圳市人均工资水平数据来源于城镇单位在岗职工年平均工资-制造业（深圳市统计年鉴）城镇单位在岗职工年平均工资-制造业。

由上表可知，管理人员薪酬、管理人员人数及人均薪酬总体呈现上涨趋势，符合公司实际情况。

从地区对比来看，发行人管理人员人均薪酬高于深圳市当地人均工资水平，且逐年增长，与深圳市人均工资变动趋势一致。

B：管理人员薪酬与营业收入匹配情况

报告期内，管理人员薪酬与营业收入配比如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
职工薪酬	1,049.48	2,433.49	462.06	1,971.43	648.84	1,322.59
营业收入	24,721.81	60,669.47	7,667.63	53,001.84	4,134.86	48,866.98
职工薪酬/营业收入	4.25%	4.01%	0.29%	3.72%	1.01%	2.71%

由上表可知，管理人员薪酬占营业收入的比例分别为 2.71%、3.72%、4.01%和 4.25%，呈小幅上升趋势，管理人员薪酬与营业收入总体保持匹配关系。

②股份支付

A：股份支付情况

2017 年发行人股份支付金额为 631.35 万元，主要系 2017 年公司向核心员工定向发行股票，相应形成股份支付 631.35 万元，全部计入当期管理费用所致。

2017 年 4 月 5 日，北鼎晶辉召开第二次临时股东大会，审议通过了《深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司股票发行方案》，决议公司非公开发行不超过 305 万股股票，股票发行的发行价格为 3.10 元/股，由公司核心员工以本次股票发行方案获股东大会通过日前 90 个有成交的交易日股票交易均价的 60%的价格认

购。

发行人以股份支付费用根据员工取得股权所支付的对价与授予日股票公允价值的差额计算。授予日股票公允价值为本次股票发行方案获股东大会通过日前 90 个有成交的交易股票交易均价，员工购买价格与公允价值之间的差异确定为股份支付费用。

B：股份支付对象

本次股权激励的对象全部为公司核心员工，其中徐声林、孙真核心员工身份已经发行人第一届董事会第十二次会议审议通过，向全体员工公示和征求意见，并由第一届监事会第六次会议发表意见后，经发行人 2014 年年度股东大会审议通过；除此之外本次股权激励的对象中钟鹏睿、江林等 21 人核心员工身份已经发行人第二届董事会第九次会议审议通过，向全体员工公示和征求意见，并由第二届监事会第三次会议发表意见后，经发行人 2017 年第二次股东大会审议通过。

本次股权激励的对象中，徐声林、孙真、钟鹏睿、江林为发行人在册股东，其余 19 名对象皆为发行人在职员工。除上述情况外，本次股权激励对象之间，及股权激励对象与发行人及主要股东之间不存在其他关联关系。

C：股份支付的目的

发行人本次进行股份支付的目的系为了增强公司管理团队和业务骨干的凝聚力，推动与员工共同发展为了增强公司管理团队和业务骨干的凝聚力，推动与员工共同发展建立股东与核心人员及业务骨干团队之间的利益共享约束机制，特向公司核心员工发行股票，使其利益与公司长远发展更紧密地结合，防止人才流失，实现企业可持续发展。

D：股份支付相关会计处理

本次股票发行方案获股东大会通过日前 90 个有成交的交易日股票交易均价为 5.17 元/股，员工认缴股权交易对价=5.17 元/股*60%=3.10 元/股。公司共授予职工股份 3,050,000 股，新增股东共出资 9,455,000.00 元，其中计入股本 3,050,000.00 元，股本溢价 6,405,000.00 元，确认股份支付费用计入管理费用及资本公积 6,313,500.00 元。

发行人上述股权激励计划所涉及的股份系一次性立即授予，且已经计入了报告期当期损益，属于偶发性股份支付费用，发行人将其计入非经常性损益。

③上市费用及顾问咨询费

2018 年上市费用为 532.35 万元，主要系发行人 2017 年申报形成的上市相关费用，因 2018 年撤回首发申请，全部予以费用化所致。

报告期内，顾问咨询费主要为公司管理相关咨询费用，金额分别为 433.25 万元、180.86 万元、189.22 万元和 109.02 万元，2017 年和 2018 年总体保持稳定，2016 年顾问咨询费高于 2017 年和 2018 年，主要系 2016 年聘请外部机构对公司战略规划及管理进行咨询服务所致。

④差旅费

报告期内，发行人差旅费分别为 302.82 万元、350.00 万元、308.38 万元和 206.37 万元，2017 年差旅费较高，主要系公司当年发生的中介机构走访核查费用较高所致。

报告期内，发行人差旅费与营业收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
差旅费	206.37	308.38	-41.62	350.00	47.18	302.82
营业收入	24,721.81	60,669.47	7,667.63	53,001.84	4,134.86	48,866.98
差旅费/营业收入	0.83%	0.51%	-0.15%	0.66%	0.04%	0.62%

由上可知，差旅费占营业收入的比例总体较低，各年不存在重大差异。

⑤办公费及租赁费

报告期内，管理费用中的办公费用与租赁费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
办公费	96.74	182.30	-64.56	246.86	10.85	236.01
租赁费	125.72	209.76	78.03	131.73	4.20	127.53

由上可知，报告期内，办公费金额分别为 236.01 万元、246.86 万元、182.30 万元和 96.74 万元。2018 年较 2017 年有所下降，主要原因系 2018 年公司推行降本增效，加强管理，使得办公费有所节约。

报告期内，租赁费金额分别为 127.53 万元、131.73 万元、209.76 万元和 125.72 万元，2018 年较 2017 年大幅增加，主要系 2018 年北鼎科技因经营需要，新增租赁办公场地所致。

⑥业务招待费

报告期内，业务招待费金额分别为 58.25 万元、144.27 万元、135.75 万元和 43.42 万元，2017 年较 2016 年大幅增长，主要系公司 2017 年规模较 2016 年有所上涨，且当年筹备上市，相应的中介机构人员发生的费用有所增加。2018 年较 2017 年基本保持稳定。

⑦折旧与摊销

报告期内，管理费用中折旧与摊销金额分别为 112.19 万元、135.73 万元、184.59 万元和 73.49 万元，呈现逐年增长趋势。管理费用中的折旧与摊销费的变动与非流动资产波动的匹配关系如下：

单位：万元

项目		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
管理费用-折旧与摊销	固定资产折旧	28.97	44.85	32.84	32.44
	无形资产摊销	33.66	66.45	58.88	50.07
	长期待摊费用摊销	10.86	73.30	44.01	29.68
	折旧与摊销合计	73.49	184.59	135.73	112.19
管理费用-资产原值	固定资产原值	1,266.65	1,245.97	1,221.24	1,121.47
	无形资产原值	695.41	693.64	643.03	501.02
	长期待摊费用原值	1,120.40	1,120.40	1,082.15	1,029.59
	原值合计	3,082.46	3,060.01	2,946.42	2,652.08

如上表所示，发行人折旧与摊销费用 2017 年和 2018 年分别较上年增长 23.54 万元和 48.86 万元，发行人管理费用对应的非流动资产原值增加分别为 294.34 万元和 113.58 万元，折旧与摊销费用的变动情况与非流动资产的变动趋势接近，通过对发行人非流动资产的细节测试、相关折旧摊销的测算，发行人折旧与摊销

与非流动资产的变动是相匹配的。

⑧其他

报告期内，管理费用其他的主要内容为：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
低值易耗品	12.09	0.66%	70.48	1.55%	56.18	1.33%	25.23	0.86%
清洁消杀	21.79	1.19%	50.00	1.10%	53.49	1.27%	52.83	1.80%
培训费	2.41	0.13%	40.24	0.88%	29.83	0.71%	24.03	0.82%
服务费	8.10	0.44%	39.83	0.87%	22.93	0.54%	36.08	1.23%
车辆使用费	13.03	0.71%	35.30	0.77%	37.53	0.89%	27.34	0.93%
存货报废	31.25	1.71%	34.73	0.76%	123.66	2.93%	82.67	2.81%
残疾人就业保障金	-	-	34.28	0.75%	21.48	0.51%	17.98	0.61%
物流运输费	7.78	0.43%	18.89	0.41%	22.36	0.53%	11.81	0.40%
招聘费	11.34	0.62%	12.94	0.28%	20.07	0.47%	9.65	0.33%
税费	-	-	-	-	-	-	15.47	0.53%
其他	17.83	0.97%	45.81	1.00%	45.02	1.07%	44.47	1.51%
合计	**125.62**	**6.86%**	**382.49**	**8.39%**	**432.53**	**10.24%**	**347.55**	**11.82%**

如上表所示，发行人管理费用中其他主要为低值易耗品、清洁消杀、培训费以及存货报废等费用，其中 2017 年其他金额较其他年度较高主要系发行人报废处置了部分呆滞物料及停产的模具支出金额相对较大所致。

2017 年和 2018 年税费为 0 万元，主要系根据《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），印花税计入“税金及附加”科目所致。

其他费用项目变动总体相对较小。

（2）同行业对比分析

报告期内，公司管理费用率与同行业对比情况如下：

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	3.81%	3.80%	3.96%	3.84%
002473.SZ	圣莱达	-	22.37%	27.08%	34.61%

002705.SZ	新宝股份	-	5.35%	5.04%	5.49%
002759.SZ	天际股份	4.58%	3.83%	3.37%	4.09%
200512.SZ	闽灿坤 B	4.17%	4.73%	4.57%	4.89%
600983.SH	惠而浦	3.51%	2.64%	3.72%	2.45%
603868.SH	飞科电器	3.19%	2.63%	2.29%	2.39%
002032.SZ	苏泊尔	-	1.93%	1.65%	0.31%
002959.SZ	小熊电器	2.37%	3.53%	3.46%	6.49%
平均值	-	3.61%	5.65%	6.13%	7.17%
北鼎晶辉		**7.40%**	**7.51%**	**7.97%**	**6.02%**

数据来源：WIND，部分可比公司尚未披露 2019 年半年度报告

总体而言，公司管理费用率高于大多数同行业上市公司，主要系公司薪酬支出、股权激励等相关费用较高所致。

上述可比公司中，九阳股份、小熊电器主营业务类型与北鼎晶辉更为相似，均为从事厨房小家电系列产品的研发、生产和销售。因此主要以九阳股份、小熊电器为例进行明细费用比较。

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例
北鼎晶辉								
职工薪酬	1,049.48	4.25%	2,433.49	4.01%	1,971.43	3.72%	1,322.59	2.71%
股份支付	-	-	-	-	631.35	1.19%	-	-
上市费用	-	-	532.35	0.88%	-	-	-	-
差旅费	206.37	0.83%	308.38	0.51%	350.00	0.66%	302.82	0.62%
办公费	96.74	0.39%	182.30	0.30%	246.86	0.47%	236.01	0.48%
顾问咨询费	109.02	0.44%	189.22	0.31%	180.86	0.34%	433.25	0.89%
业务招待费	43.42	0.18%	135.75	0.22%	144.27	0.27%	58.25	0.12%
折旧与摊销	73.49	0.30%	184.59	0.30%	135.73	0.26%	112.19	0.23%
租赁费	125.72	0.51%	209.76	0.35%	131.73	0.25%	127.53	0.26%
其他	125.62	0.51%	382.49	0.63%	432.53	0.82%	347.55	0.71%
合计	**1,829.86**	**7.40%**	**4,558.33**	**7.51%**	**4,224.76**	**7.97%**	**2,940.19**	**6.02%**
九阳股份								
职工薪酬	6,793.07	1.62%	17,441.79	2.14%	15,839.66	2.19%	15,061.46	2.06%

办公费、差旅费及折旧摊销费	7,649.91	1.83%	11,037.71	1.35%	10,505.93	1.45%	10,120.27	1.38%
税费	-	-	-	-	-	-	597.38	0.08%
其他	1,511.54	0.36%	2,550.85	0.31%	2,327.34	0.32%	2,343.15	0.32%
合计	**15,954.53**	**3.81%**	**31,030.36**	**3.80%**	**28,672.92**	**3.96%**	**28,122.25**	**3.84%**
小熊电器								
职工薪酬	未披露	未披露	2,504.46	1.23%	1,370.69	0.83%	1,108.29	1.05%
房租/物业费	未披露	未披露	1,018.58	0.50%	1,216.13	0.74%	222.33	0.21%
折旧与摊销	未披露	未披露	1,737.79	0.85%	650.19	0.39%	421.25	0.40%
办公、水电、招待、差旅费等	未披露	未披露	670.90	0.33%	562.12	0.34%	374.09	0.35%
维修费	未披露	未披露	222.78	0.11%	507.38	0.31%	47.43	0.04%
咨询服务费	未披露	未披露	505.12	0.25%	422.76	0.26%	152.25	0.14%
软件服务费	未披露	未披露	72.77	0.04%	346.04	0.21%	137.34	0.13%
中介费	未披露	未披露	67.58	0.03%	144.79	0.09%	31.67	0.03%
税费	未披露	未披露	-	-	-	-	50.21	0.05%
股份支付	未披露	未披露	-	-	-	-	4,047.86	3.84%
管理损耗	未披露	未披露	63.04	0.03%	68.67	0.04%	54.50	0.05%
其他	未披露	未披露	350.71	0.17%	406.99	0.25%	193.42	0.18%
合计	**未披露**	**未披露**	**7,213.71**	**3.53%**	**5,695.75**	**3.46%**	**6,840.64**	**6.49%**

报告期内，发行人管理费用率分别为 6.02%、7.97%、7.51%和 7.40%，九阳股份的管理费用率为 3.84%、3.96%、3.80%和 3.81%，2016 年至 2018 年小熊电器的管理费用率分别为 6.49%、3.46%和 3.53%。

发行人管理费用率高于九阳股份和小熊电器，主要系：1、发行人与九阳股份、小熊电器职工薪酬费用率存在差异，九阳股份、小熊电器收入规模较大，管理费率并未随着收入规模同比例增加。2、公司存在上市相关费用及股份支付等费用，也在一定程度提升了管理费用率水平。小熊电器 2016 年管理费用率较高主要系当年小熊电器存在较大金额的股份支付费用所致。

3、研发费用

（1）研发费用变动情况

报告期内，发行人研发费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	612.43	59.03%	1,395.75	65.26%	1,268.11	58.24%	1,106.84	54.37%
材料费	73.43	7.08%	189.58	8.86%	242.15	11.12%	281.97	13.85%
租赁费	72.06	6.95%	114.19	5.34%	81.58	3.75%	44.37	2.18%
折旧与摊销	46.54	4.49%	97.20	4.55%	108.35	4.98%	59.25	2.91%
差旅费	78.84	7.60%	93.71	4.38%	62.51	2.87%	55.52	2.73%
办公费	38.29	3.69%	89.63	4.19%	70.98	3.26%	107.77	5.29%
认证费	53.70	5.18%	71.16	3.33%	98.10	4.51%	187.14	9.19%
专利费	35.32	3.41%	58.41	2.73%	124.03	5.70%	84.78	4.16%
设计费	-	-	9.20	0.43%	31.89	1.46%	90.50	4.45%
其他	26.81	2.58%	19.75	0.92%	89.66	4.12%	17.78	0.87%
合计	**1,037.43**	**100.00%**	**2,138.59**	**100.00%**	**2,177.34**	**100.00%**	**2,035.91**	**100.00%**

基于小家电产品更新频率快于大家电，消费者对厨房小家电不仅看重产品质量，也越来越注重产品品质、时尚设计、个性化功能，厨房小家电行业不断朝高端化方向发展等行业经营特征和发展趋势，公司高度重视研发创新工作，不断加大新产品、新工艺的研发力度，不断提升公司产品持续竞争能力。报告期内，发行人研发费用水平较高，分别为 2,035.91 万元、2,177.34 万元、2,138.59 万元和 1,037.43 万元。较高的研发投入为公司产品持续创新和技术攻关奠定了基础，有利于提升公司持续盈利能力。

①职工薪酬

报告期内，研发人员薪酬分别为 1,106.84 万元、1,268.11 万元、1,395.75 万元和 612.43 万元，占研发费用的比例分别为 54.37%、58.24%、65.26%和 59.03%，金额及占比均呈现逐年上涨态势，主要系发行人高度重视技术研发工作，建立了良好的研发人员激励机制，为稳定研发团队、进一步强化自身核心竞争力，提升研发人员的薪酬水平所致。

②材料费用

报告期内，研发费用中的材料费用逐年下降，主要系发行人整合研发资源，集中精力专注于自主品牌产品的研发，精简了部分低效、低毛利的 OEM/ODM

项目,使得研发材料耗用有所下降。

③其他研发费用变动情况

报告期内，研发费用中租赁费用逐年增加，主要系发行人研发相关部门使用的房屋面积增加，相应分摊的租赁费用增加所致。

2017 年折旧与摊销费用较 2016 年大幅增加，主要系 2017 年发行人完成验收 PLM 软件咨询服务、产品电机更换项目，并购买光谱仪设备，导致新增的无形资产摊销、长期待摊费用增加所致。

报告期内，研发费用中差旅费用逐年增加，主要系发行人报告期内增加烤箱、周边食材等产品的调研次数，员工出差频次增多所致。

2016 年研发费用中认证费高于 2017 年和 2018 年，主要系发行人烤箱、饮水机等产品于 2016 年进入大规模实验试制阶段，实验试制费大幅增加所致。

2016 年研发费用中设计费金额较大，主要系 2016 年发行人为养生壶新品等进行设计产生较大费用导致。

（2）同行业对比情况

报告期，公司与同行业可比上市公司研发费用率对比情况如下：

证券代码	证券简称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	3.42%	3.64%	3.68%	2.97%
002473.SZ	圣莱达	-	0.75%	0.95%	1.27%
002705.SZ	新宝股份	-	3.26%	3.28%	3.00%
002759.SZ	天际股份	4.03%	3.67%	4.66%	3.54%
200512.SZ	闽灿坤 B	3.95%	3.84%	3.80%	3.78%
600983.SH	惠而浦	2.40%	2.29%	2.39%	2.72%
603868.SH	飞科电器	1.79%	1.33%	1.41%	1.09%
002032.SZ	苏泊尔	-	2.26%	2.68%	2.95%
002959.SZ	小熊电器	3.86%	2.32%	1.52%	1.57%
平均值	-	3.24%	2.60%	2.71%	2.54%
北鼎晶辉		4.20%	**3.52%**	**4.11%**	**4.17%**

数据来源：可比公司的定期报告及招股说明书

报告期内，公司研发费用率高于同行业上市公司平均水平，主要系公司不断

提升产品持续竞争能力，高度重视研发创新工作，不断加大新产品、新工艺的研发力度所致。

上述可比公司中，九阳股份、小熊电器主营业务类型与北鼎晶辉更为相似，均为从事厨房小家电系列产品的研发、生产和销售，以下明细费用同行业对比主要以九阳股份、小熊电器为例进行比较。

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例	金额（万元）	占营业收入比例
北鼎晶辉								
职工薪酬	612.43	2.48%	1,395.75	2.30%	1,268.11	2.39%	1,106.84	2.27%
材料费	73.43	0.30%	189.58	0.31%	242.15	0.46%	281.97	0.58%
租赁费	72.06	0.29%	114.19	0.19%	81.58	0.15%	44.37	0.09%
折旧与摊销	46.54	0.19%	97.20	0.16%	108.35	0.20%	59.25	0.12%
差旅费	78.84	0.32%	93.71	0.15%	62.51	0.12%	55.52	0.11%
办公费	38.29	0.15%	89.63	0.15%	70.98	0.13%	107.77	0.22%
认证费	53.70	0.22%	71.16	0.12%	98.10	0.19%	187.14	0.38%
专利费	35.32	0.14%	58.41	0.10%	124.03	0.23%	84.78	0.17%
设计费	-	-	9.20	0.02%	31.89	0.06%	90.50	0.19%
其他	26.81	0.11%	19.75	0.03%	89.66	0.17%	17.78	0.04%
合计	**1,037.43**	**4.20%**	**2,138.59**	**3.52%**	**2,177.34**	**4.11%**	**2,035.91**	**4.17%**
九阳股份								
职工薪酬	8,738.24	2.09%	20,008.63	2.45%	18,128.09	2.50%	未披露	未披露
直接投入	4,176.29	1.00%	6,216.91	0.76%	4,841.48	0.67%	未披露	未披露
折旧与摊销	308.98	0.07%	1,039.42	0.13%	1,254.31	0.17%	未披露	未披露
办公费、差旅费	597.43	0.14%	1,235.31	0.15%	1,537.54	0.21%	未披露	未披露
其他	484.41	0.12%	1,266.40	0.16%	896.87	0.12%	未披露	未披露
合计	**14,305.35**	**3.42%**	**29,766.67**	**3.64%**	**26,658.29**	**3.68%**	**21,752.79**	**2.97%**
小熊电器								
人员人工	未披露	未披露	1,971.24	0.97%	993.77	0.60%	546.00	0.52%
直接投入	未披露	未披露	1,504.62	0.74%	700.05	0.43%	486.15	0.46%
折旧与摊销	未披露	未披露	1,263.38	0.62%	813.85	0.49%	621.18	0.59%

合计	**未披露**	**未披露**	**4,379.25**	**2.15%**	**2,507.68**	**1.52%**	**1653.33**	**1.57%**

报告期内，发行人研发费用率分别为 4.17%、4.11%、3.52%和 4.20%，九阳股份同期研发费用率分别为 2.97%、3.68%、3.64%和 3.42%，2016 年至 2018 年小熊电器的研发费用率分别为 1.57%、1.51%和 2.15%，发行人研发费用率与九阳股份基本相当，高于小熊电器。九阳股份研发费用及收入均主要为内销业务；而发行人内销自主品牌收入占比约 50%，研发费用主要用于内销自主品牌业务，因此发行人对于内销自主品牌业务的研发费用率要高于九阳股份。从研发费用结构来看，发行人、九阳股份、小熊电器均以职工薪酬为主，不存在显著差异。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为-639.05 万元、696.19 万元、-389.95 万元和 24.42 万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	28.61	72.18	44.41	45.44
加：汇兑损益	32.54	-365.41	692.67	-654.34
加：其他支出	20.50	47.64	47.93	60.74
合计	**24.42**	**-389.95**	**696.19**	**-639.05**

报告期内，公司财务费用波动幅度较大，主要原因为人民币汇率波动导致公司汇兑损益大幅波动。

发行人报告期内主要的外汇交易为对外销售实现的外汇收入，境外采购的外汇支出相对占比较低，报告期人民币汇率波动较大，发行人在满足经营需要的情况下，尽可能的降低持有外币持有余额，同时为进一步规避外汇汇率波动风险，2019 年上半年，发行人结合自身外汇持有余额适当的与银行签订了外汇远期业务委托书，约定了在未来结售汇的外汇币种、金额、期限及汇率。除 2019 年上半年开展了远期外汇结汇业务外，发行人报告期内未开展其他与汇率波动相关的外汇期货合约等套期保值业务。

2019 年 1-6 月发行人开展的远期外汇结汇业务明细如下：

签订日期	远期交割日	金额（万美元）	远期汇率	交割日产生的损益（万元）
2019-1-16	2019-2-28	200.00	6.746	11.18
2019-1-16	2019-3-29	300.00	6.742	2.55
2019-1-16	2019-4-30	200.00	6.739	2.08
2019-1-16	2019-5-31	100.00	6.735	-16.42
2019-1-16	2019-6-28	150.00	6.732	-21.41
合计		**950.00**		**-22.02**

注：远期合约主要内容为与银行约定在远期交割日按照约定的远期汇率卖出相应的美元

（六）其他损益分析

1、税金及附加

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
城市维护建设税	163.98	300.40	286.92	268.12
教育费附加	117.07	214.57	204.88	191.38
其他	8.68	21.56	19.47	0.93
合计	**289.73**	**536.53**	**511.26**	**460.43**

2、其他收益

报告期内，其他收益分别为 0 万元和 106.43 万元、196.00 万元和 287.14 万元，主要系政府补助，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月金额	2018 年度金额	2017 年度金额	2016 年度金额	来源和依据	与资产相关/与收益相关
深圳市科创委企业研发资助拨款	89.90	-	-	-	2018 年第一批企业研究开发资助企业名单	与收益相关
深圳市中小企业服务署信息化项目资助款	75.00	-	-	-	市经贸信息委关于下达 2019 年民营及中小企业创新发展培育扶持计划企业信息化建设项目资助计划的通知（深经贸信息中小字〔2019〕15 号）	与收益相关
深圳市科创委企业研发资助拨款	56.00	-	-	-	深圳市科技和创新委员会关于 2018 年第二批企业研究开发自主计划拟资助企业的公示	与收益相关
南山科学技术局对	36.24	-	-	-	2019 年南山区自主创新	与收益相关

于大型工业创新能力培育提升支持计划补助					产业发展专项资金扶持项目（科技创新分项）	
2014 年深圳市工业设计业发展专项资金	30.00	60.00	60.00	-	深圳市经贸信息委关于组织实施 2014 年深圳市工业设计业发展专项资金扶持计划的通知、深圳市工业设计业发展专项资金项目合同书	与资产相关
深圳市南山区发展和改革局 2018 年度第一批节能减排专项资金资助款	-	21.00	-	-	深圳市循环经济与节能减排专项资金 2016 年第二批拟扶持项目公示	与收益相关
深圳市科技创新委员会第二批企业资助款	-	115.00	-	-	2017 年企业研究开发资助计划第二批资助企业表	与收益相关
深圳市发展和改革委员会北鼎晶辉注塑机与机器人集成节能减排项目补贴	-	-	21.00	-	深圳市循环经济与节能减排专项资金 2016 年第二批拟扶持项目公示	与收益相关
深圳市战略新兴产业发展专项资金（节能型养生壶）	-	-	25.43	-	深圳市战略新兴产业发展专项资金（节能型养生壶）	与收益相关
合计	**287.14**	**196.00**	**106.43**	-		

3、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 193.09 万元、208.50 万元、226.79 万元和 180.64 万元，主要系公司利用部分闲置资金购买理财产品获得的投资收益。

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-	-
理财产品投资收益	202.65	226.79	208.50	193.09
处置交易性金融资产取得的投资收益	-22.02	-	-	-
合计	**180.64**	**226.79**	**208.50**	**193.09**

4、信用减值损失

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款坏账损失	-40.75	不适用	不适用	不适用
其他应收款坏账损失	0.06	不适用	不适用	不适用
合计	**-40.70**	**不适用**	**不适用**	**不适用**

5、资产减值损失

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
坏账损失	-	49.24	-26.36	-4.68
存货跌价损失	83.08	119.25	92.71	164.14
固定资产减值损失	0.39	14.31	59.19	93.68
合计	**83.47**	**182.79**	**125.55**	**253.14**

6、资产处置收益

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
持有待售资产组处置收益	-	-	-	-
非流动资产处置收益	-13.31	5.75	-4.75	-19.63
其中:划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
其中:固定资产处置收益	-13.31	5.75	-4.75	-19.63
合计	**-13.31**	**5.75**	**-4.75**	**-19.63**

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入主要为政府补助、供应商扣款、赞助款等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
政府补助	0.30	49.60	166.04	302.54
其他	13.25	155.71	122.55	72.04
合计	**13.55**	**205.31**	**288.59**	**374.58**

其中政府补助如下：

单位：万元

序号	项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	来源和依据	与资产相关/与收益相关
1	深圳市场和监督管委会 2018 年专利资助费第一批	0.30	-	-	-	深圳市市场监督管理局关于公布 2018 年深圳市第一批专利申请资助拨款名单通知	与收益相关

2	2017 年深圳市第二批专利申请资助拨款名单	-	0.50	-	-	2017 年深圳市第二批专利申请资助拨款名单	与收益相关
3	2018 年南山自主创新产业发展专项资金	-	9.00	-	-	2018 年南山区自主创新产业发展专项资金第三批拟资助企业名单公示	与收益相关
4	深圳市南山区经济促进局名牌商标资助款	-	15.00	-	-	南山区自主创新产业发展专项资金操作流程	与收益相关
5	2018 年社保局稳岗补贴	-	25.10	-	-	关于深圳市 2018 年度稳岗补贴拟发放的企业信息公示（市社保局）	与收益相关
6	稳岗补贴	-	-	57.24	-	2017 年度深圳市符合发放稳岗补贴的企业名单;2015 年度(补申报）深圳市符合发放稳岗补贴的企业名单	与收益相关
7	深圳市市场和质量监督管理委员会 2017 年第 1 批专利资助款	-	-	0.90	-	2017 年深圳市第一批专利申请资助拨款名单	与收益相关
8	2017 年度产业转型升级专项资金	-	-	100.00	-	2017 年市经贸信息委 市财政委关于下达 2017 年度市产业转型升级专项资金企业品牌提升项目资助计划（第一批）的通知	与收益相关
9	深圳市场质量监督局知识产权专利资金资助款	-	-	7.90	-	关于公布 2016 年度深圳市第三批专利申请资助拨款名单的通知	与收益相关
10	2014 年深圳市工业设计业发展专项资金	-	-	-	57.18	市经贸信息委关于组织实施 2014 年深圳市工业设计业发展专项资金扶持计划的通知 深圳市工业设计业发展专项资金项目合同书	与资产相关
11	深圳市战略新兴产业发展专项资金	-	-	-	54.57	深圳市科技计划项目合同书	与收益相关

	（节能型养生壶）						
12	2015 年度、2016 年度稳岗补贴	-	-	-	45.49	关于我市拟发放 2015 年度、2016 年度稳岗补贴的企业信息公示	与收益相关
13	2016 年度深圳市第二批专利申请资助拨款	-	-	-	2.70	关于公布 2016 年深圳市第二批专利申请资助拨款名单的通知	与收益相关
14	2016 年度深圳市第一批专利申请资助拨款	-	-	-	9.60	关于公布 2016 年度深圳市第一批专利申请资助拨款名单的通知	与收益相关
15	深圳市经济贸易和信息化委员会 2016 年度两化融合项目资助款	-	-	-	119.00	关于 2016 年度市产业转型升级专项资金拟资助两化融合项目公示的通知	与收益相关
16	深圳市南山区科学技术局高新技术企业倍增支持款	-	-	-	10.00	关于启动 2016 年度南山区自主创新产业发展专项资金科技创新分项资金资助计划项目申报的通知 国家高新技术企业倍增支持计划操作规程	与收益相关
17	市场监督管理局 2015 年市第三批专利资助款	-	-	-	4.00	关于公布 2015 年度深圳市第三批专利申请资助拨款名单的通知	与收益相关
	合计	**0.30**	**49.60**	**166.04**	**302.54**		

8、营业外支出

（1）营业外支出的具体构成、具体情况和原因

报告期内，发行人营业外支出的具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
赔偿及补偿金	46.47	16.35	-	
对外捐赠	-	2.00	-	-
滞纳金	0.00	0.99	0.17	0.21
其他	13.40	3.64	22.42	10.50
合计	**59.87**	**22.98**	**22.60**	**10.71**

报告期内营业外支出中赔偿及补偿金主要为职工劳动合同纠纷赔偿金、产品销售质量纠纷赔偿金以及产品使用故障补偿款等。其他支出主要是与供应商的往来款清账尾差支出、因员工离职无法收回的社保公积金费用等。

报告期内，发行人不存在重大违法违规行为，营业外支出无行政处罚的罚款支出。

（2）对应的会计处理

发行人营业外支出会计处理主要分为银行存款实际支出时记账和冲销清理往来款项，具体会计处理如下：

①银行存款据实支出，通常包括对外捐赠、缴纳滞纳金及支付赔偿款等

借：营业外支出

贷：银行存款

②清理往来款项，通常包括清理未能收回的离职人员公积金和社保款、预付的供应商往来款等

借：营业外支出

贷：其他应收款/预付款项等往来科目

（七）报告期内主要税项缴纳情况及所得税费用与会计利润关系

公司执行的主要税种、税率及税收优惠政策详见本节“七、发行人适用的主要税种税率”的相关内容。

1、报告期内主要税种缴纳情况

报告期内主要税种的缴纳情况，如下表所示：

（1）增值税

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期初未交	-91.60	-39.93	-108.81	-393.56
本期应交	1,162.33	2,488.15	2,219.57	1,862.90

本期已交	1,040.71	2,539.82	2,150.70	1,578.15
期末未交	30.01	-91.60	-39.93	-108.81

（2）所得税

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期初未交	385.47	323.24	446.29	383.12
本期应交	309.77	984.48	841.20	812.80
本期已交	601.51	922.25	964.25	749.63
期末未交	93.73	385.47	323.24	446.29

2、税收优惠情况

报告期内，发行人享受的税收优惠金额、占净利润的比重情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
减免企业所得税金额	249.42	632.71	618.21	495.39
其中：高新技术企业所得税优惠	239.41	629.12	618.21	495.39
小型微利企业所得税优惠	10.01	3.59	-	-
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
占比	8.23%	9.30%	15.16%	9.53%

3、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当期所得税费用	312.97	948.95	832.88	816.53
递延所得税费用	21.53	8.06	-157.66	-35.93
合计	**334.50**	**957.00**	**675.22**	**780.60**

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
本期合并利润总额	3,365.48	7,758.66	4,751.81	5,980.72
按适用税率计算的所得税	504.82	1,163.80	712.77	897.11

费用				
子公司适用不同税率的影响	6.23	7.37	15.94	16.37
调整以前期间所得税的影响	-77.01	-34.36	-134.79	-105.70
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	41.90	93.61	43.95	-12.20
使用前期确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-175.85	-273.41	37.35	9.06
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	3.23	-	-	-24.08
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	31.19	-	-	0.04
所得税费用	**334.50**	957.00	675.22	780.60

（八）非经常性损益分析

公司非经常性损益明细详见本节之“九、报告期非经常性损益”。报告期内，公司非经常性损益、净利润具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非经常性损益	346.94	519.12	-47.58	459.19
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
非经常性损益/净利润	11.45%	7.63%	-1.17%	8.83%

报告期内，公司非经常性损益主要为计入损益的政府补助、股份支付、理财产品投资收益等，报告期内公司经营性业务快速增长，对公司的日常经营不构成重大影响。

十三、财务状况分析

（一）资产构成情况分析

报告期各期末，公司资产构成及变化情况如下：

单位：万元

资产	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	32,086.33	86.20%	35,980.14	87.03%	33,791.56	86.28%	32,175.89	86.39%

非流动资产	5,136.58	13.80%	5,363.41	12.97%	5,371.23	13.72%	5,067.59	13.61%
资产总计	**37,222.92**	**100.00%**	**41,343.55**	**100.00%**	**39,162.80**	**100.00%**	**37,243.48**	**100.00%**

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产总额分别为 32,175.89 万元、33,791.56 万元、35,980.14 万元和 32,086.33 万元，具体构成如下：

单位：万元

流动资产	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	18,333.33	57.14%	19,128.53	53.16%	19,864.67	58.79%	18,776.37	58.36%
应收账款	4,401.33	13.72%	6,506.13	18.08%	4,106.06	12.15%	5,357.70	16.65%
预付款项	846.57	2.64%	907.07	2.52%	1,333.25	3.95%	1,190.72	3.70%
其他应收款	627.16	1.95%	460.35	1.28%	677.39	2.00%	852.78	2.65%
存货	7,741.65	24.13%	8,702.21	24.19%	7,494.52	22.18%	5,610.47	17.44%
其他流动资产	136.30	0.42%	275.84	0.77%	315.67	0.93%	387.85	1.21%
流动资产合计	**32,086.33**	**100.00%**	**35,980.14**	**100.00%**	**33,791.56**	**100.00%**	**32,175.89**	**100.00%**

公司的流动资产主要包括货币资金、应收票据及应收账款、存货和其他流动资产。报告期各期末，货币资金、应收账款、存货和其他流动资产合计占流动资产比例分别为 93.65%、94.05%、96.20%和 95.41%。报告期内，公司流动资产结构相对稳定，构成合理，公司资产的流动性较好。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 18,776.37 万元、19,864.67 万元、19,128.53 万元和 18,333.33 万元，占流动资产的比例分别为 58.36%、58.79%、53.16%和 57.14%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	12.08	0.07%	20.37	0.11%	19.45	0.10%	19.17	0.10%
银行存款	17,254.98	94.12%	17,640.06	92.22%	18,356.42	92.41%	17,274.38	92.00%
其他货币资金	1,066.27	5.82%	1,468.10	7.67%	1,488.80	7.49%	1,482.82	7.90%
合计	**18,333.33**	**100.00%**	**19,128.53**	**100.00%**	**19,864.67**	**100.00%**	**18,776.37**	**100.00%**

公司货币资金包括现金、银行存款和其他货币资金，其他货币资金主要系开具银行承兑汇票时缴存的保证金以及支付宝、财付通、京东网银钱包等账户金额，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
银行承兑汇票保证金	820.79	1,389.48	1,226.28	1,416.01
电商平台账户余额	245.48	78.62	262.52	66.82
合计	**1,066.27**	**1,468.10**	**1,488.80**	**1,482.82**

（2）应收账款

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 5,467.87 万元、4,189.86 万元、6,639.14 万元和 4,493.59 万元，应收账款净额分别为 5,357.70 万元、4,106.06 万元、6,506.13 万元和 4,401.33 万元，应收账款净额占流动资产的比例分别为 16.65%、12.15%、18.08%和 13.72%。公司应收账款主要为应收外销客户的货款。

①应收账款规模分析

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
应收账款余额	4,493.59	6,639.14	4,189.86	5,467.87
其中：外销业务	3,872.45	6,074.30	3,566.19	4,940.62
内销业务	621.13	564.85	623.67	527.25
应收账款净额	4,401.33	6,506.13	4,106.06	5,357.70
营业收入	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
其中：外销业务	12,357.06	30,272.70	28,469.66	29,555.00
内销业务	12,364.75	30,396.78	24,532.18	19,311.98
应收账款余额占营业收入的比例	18.18%	10.94%	7.91%	11.19%
外销应收账款余额占外销业务营业收入的比例	31.34%	20.07%	12.53%	16.72%

公司应收账款余额主要来自于外销业务，外销业务形成的应收账款余额占比分别为 90.36%、85.11%、91.49%和 86.18%。针对外销业务的优质客户，公司通常给予 15-90 天不等的信用期。

报告期各期末，应收账款余额占营业收入比例分别为 11.19%、7.91%、10.94%和 18.18%，外销业务应收账款余额占外销收入比例分别为 16.72%、12.53%、20.07%和 31.34%。2017 年末、2018 年末应收账款余额波动主要系外销业务的应收账款波动所致。而报告期各期末外销业务应收账款主要与公司第四季度（第二季度）外销出货量相关。报告期各期末，公司外销应收账款余额与 2016 年-2018 年第四季度及 2019 年第二季度外销销售收入的对比情况如下：

项目	2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月	增减变动金额	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	增减变动金额	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	增减变动金额	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
外销业务应收账款余额	3,872.45	-2,201.85	6,074.30	2,508.11	3,566.19	-1,374.43	4,940.62
第四季度（第二季度）外销营业收入	6,190.83	-2,922.11	9,112.94	2,444.95	6,667.99	-1,727.67	8,395.66
其中：11-12 月（5-6 月）外销营业收入	3,593.19	-2,631.76	6,224.95	1,923.38	4,301.57	-1,451.73	5,753.30

由上表可知，2017 年末外销业务应收款账款余额下降 1,374.43 万元，主要系 2017 年 11 月-12 月外销营业收入较上年同期下降 1,451.73 万元所致；2018 年末外销业务应收账款余额上升 2,508.11 万元，主要系 2018 年第四季度外销营业收入较上年同期上升 2,444.95 万元所致。2019 年 6 月末外销业务应收账款余额下降 2,201.85 万元，主要系 2019 年 5-6 月外销营业收入较 2018 年 11-12 月下降 2,631.76 万元所致。报告期各期末应收账款余额与营业收入总体匹配。

②应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款按照账龄构成如下：

单位：万元

账龄	2019 年 6 月 30 日		
	金额	比例	坏账准备
1 年以内（含 1 年）	4,457.69	99.20%	89.15
1-2 年（含 2 年）	32.52	0.72%	2.60
2-3 年（含 3 年）	3.37	0.08%	0.51

3 年以上	-	-	-
合计	**4,493.59**	**100.00%**	**92.26**
账龄	**2018 年 12 月 31 日**		
	金额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内（含 1 年）	6,635.26	99.94%	132.71
1-2 年（含 2 年）	3.88	0.06%	0.31
2-3 年（含 3 年）	-	-	-
3 年以上	-	-	-
合计	**6,639.14**	**100.00%**	**133.02**
账龄	**2017 年 12 月 31 日**		
	金额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内（含 1 年）	4,189.86	100.00%	83.80
1-2 年（含 2 年）	-	-	-
2-3 年（含 3 年）	-	-	-
3 年以上	-	-	-
合计	**4,189.86**	**100.00%**	**83.80**
账龄	**2016 年 12 月 31 日**		
	金额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内（含 1 年）	5,459.30	99.84%	109.19
1-2 年（含 2 年）	4.35	0.08%	0.35
2-3 年（含 3 年）	4.22	0.08%	0.63
3 年以上	-	-	-
合计	**5,467.87**	**100.00%**	**110.17**

由上表可知，报告期各期末，公司 1 年以内（含 1 年）的应收账款占比均在 99%以上，应收账款总体质量较好。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月分别核销 1.18 万元、3.24 万元、0 万元和 0 万元的应收账款。

报告期各期末，公司无应收持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项，也不存在金额较大且账龄较长的应收款项。

③应收账款客户分析

报告期各期末，发行人应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

年度	序号	客户名称	关联关系	金额	占比
2019 年 6 月 30 日	1	Maytag Sales, Inc.	无	1,758.71	39.14%
	2	KitchenAid Europa Inc	无	1,217.78	27.10%
	3	Morphy Richards Ltd	无	179.76	4.00%
	4	HUROM CO. LTD	无	164.69	3.67%
	5	Conair Corporation	无	128.40	2.86%
	合计		-	3,449.34	76.77%
2018 年 12 月 31 日	1	KitchenAid Europa Inc	无	2,337.82	35.21%
	2	Maytag Sales,Inc.	无	1,318.30	19.86%
	3	Morphy Richards Ltd	无	1,241.33	18.70%
	4	KitchenAid Australia Pty Ltd	无	284.71	4.29%
	5	HUROM CO.LTD	无	278.91	4.20%
	合计		-	**5,461.06**	**82.26%**
2017 年 12 月 31 日	1	KitchenAid Europa Inc	无	1,357.92	32.41%
	2	Maytag Sales,Inc.	无	772.52	18.44%
	3	Morphy Richards Ltd	无	590.36	14.09%
	4	北京京东世纪贸易有限公司	无	352.85	8.42%
	5	HUROM CO.LTD	无	148.72	3.55%
	合计		-	**3,222.37**	**76.91%**
2016 年 12 月 31 日	1	Maytag Sales, Inc.	无	1,199.72	21.94%
	2	KitchenAid Europa Inc	无	1,040.25	19.02%
	3	Morphy Richards Ltd	无	490.59	8.97%
	4	SEB Asia Ltd	无	347.00	6.35%
	5	Select Brands Incorporated	无	311.59	5.70%
	合计		-	**3,389.16**	**61.98%**

截至 2019 年 6 月 30 日，公司应收账款前五名客户均为行业内知名企业，是公司长期合作的大客户，信誉度好，付款情况良好，发生坏账的风险较小。

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付款项金额分别为 1,190.72 万元、1,333.25 万元、907.07 万元和 846.57 万元，占流动资产的比例分别为 3.70%、3.95%、2.52%和 2.64%。公司预付款项主要为预付采购款、预付天猫及京东商城推广费、预付 IPO

费用等。

报告期各期末，公司预付款项按账龄构成情况如下：

单位：万元

账龄	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	827.06	97.70%	889.72	98.09%	1,300.00	97.51%	1,188.00	99.77%
1-2 年	10.07	1.19%	17.36	1.91%	33.25	2.49%	2.72	0.23%
2-3 年	9.44	1.11%	-	-	-	-	-	-
合计	**846.57**	**100.00%**	**907.07**	**100.00%**	**1,333.25**	**100.00%**	**1,190.72**	**100.00%**

报告期各期末，公司预付款项中不存在预付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东单位的款项。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司预付款项前五名单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	关联关系	款项性质	金额	占比	账龄
1	中山证券有限责任公司	无	预付 IPO 费用	170.00	20.08%	1 年以内
2	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	无	预付 IPO 费用	132.64	15.67%	1 年以内
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	无	预付推广费	114.63	13.54%	1 年以内
4	浙江保康电器有限公司	无	预付采购款	49.31	5.83%	1 年以内
			预付模具款	23.12	2.73%	
5	北京天元律师事务所	无	预付 IPO 费用	56.60	6.69%	1 年以内
合计			-	**546.30**	**64.54%**	

2019 年 6 月 30 日预付款项前五名中中山证券有限责任公司、信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）、北京市天元律师事务所三家中介机构款项系发行人支付发行申报的中介机构费用，预付杭州阿里妈妈软件服务有限公司系发行人在阿里巴巴电商平台的账户充值款，预付浙江保康电器有限公司系预付用品货款及模具款。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司预付款项前五名单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	关联关系	款项性质	金额	占比	账龄

1	DWK Life Sciences GmbH	无	预付采购款	289.39	31.90%	1 年以内
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	无	预付推广费	160.98	17.75%	1 年以内
3	东莞厚街金多利五金制品有限公司	无	预付采购款	66.31	7.31%	1 年以内
4	STRIX LIMITED	无	预付采购款	47.95	5.29%	1 年以内
5	北京京东世纪贸易有限公司	无	预付推广费	42.65	4.70%	1 年以内
合计			-	607.28	66.95%	

2018 年末预付款项余额主要系预付 DWK 购买玻璃煲身的货款、预付 STRIX 购买连接器的货款、预付东莞厚街金多利五金制品有限公司定制的五金模具预付款以及向阿里巴巴和京东账户预充值的相关费用。

截至 2017 年 12 月 31 日，公司预付款项前五名单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	关联关系	款项性质	金额	占比	账龄
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	无	预付推广费	389.97	29.25%	一年以内
2	中山证券有限责任公司	无	预付 IPO 费用	148.58	11.14%	一年以内
3	DWK Life Sciences GmbH	无	预付采购款	148.49	11.14%	一年以内
4	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	无	预付 IPO 费用	123.21	9.24%	一年以内
5	北京市天元律师事务所	无	预付 IPO 费用	99.06	7.43%	一年以内及一到两年
合计			-	**909.30**	**68.20%**	

2017 年末预付款项前五名中中山证券有限责任公司、信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）、北京市天元律师事务所三家中介机构款项系发行人前次申报的中介机构费用，因 2018 年撤回申报材料，结转到 2018 年当年损益。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预付款项前五名单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	关联关系	款项性质	金额	占比	账龄
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	无	预付推广费	283.41	23.80%	一年以内
2	DURAN Group GmbH	无	预付采购款	206.10	17.31%	一年以内
3	思瑞克斯（广州）电器	无	预付采购款	138.70	11.65%	一年以

	有限公司					内
4	STRIX LIMITED	无	预付采购款	63.36	5.32%	一年以内
5	OTTER CONTROLS (Asia) LIMITED	无	预付采购款	55.03	4.62%	一年以内
合计			**-**	**746.60**	**62.70%**	

2016 年末预付款项余额主要系预付 DURAN 购买玻璃煲身的货款、预付 STRIX 购买连接器的货款、预付 OTTER 购买连接器的货款、预付思瑞克斯（广州）电器有限公司购买连接器的货款以及向阿里巴巴账户预充值的相关费用。

（4）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款分别为 852.78 万元、677.39 万元、460.35 万元和 627.16 万元，占流动资产的比例分别为 2.65%、2.00%、1.28%和 1.95%。公司其他应收款主要系押金备用金和出口退税等，具体构成如下：

单位：万元

款项性质	**2019 年 6 月 30 日**		**2018 年 12 月 31 日**		**2017 年 12 月 31 日**		**2016 年 12 月 31 日**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
押金备用金	622.71	99.27%	458.79	99.66%	456.42	67.38%	413.77	48.52%
出口退税	-	-	-	-	220.30	32.52%	439.01	51.48%
其他	4.55	0.73%	1.56	0.34%	0.67	0.10%	-	-
合计	**627.26**	**100.00%**	**460.35**	**100.00%**	**677.39**	**100.00%**	**852.78**	**100.00%**

押金备用金主要系租赁押金、专利商标申请款、京东天猫保证金及备用金等。出口退税主要系已申报出口退税并通过审核，但尚未收到的退税款项。报告期各期末，公司押金备用金余额总体保持稳定。2018 年末及 2019 年 6 月末其他应收款-出口退税金额为零，主要系当期出口退税款项已全额收到所致。

报告期各期末，发行人其他应收款中押金备用金的情况具体如下：

单位：万元

款项性质	**2019 年 6 月 30 日**		**2018 年 12 月 31 日**		**2017 年 12 月 31 日**		**2016 年 12 月 31 日**	
	账面余额	**占比**	**账面余额**	**占比**	**账面余额**	**占比**	**账面余额**	**占比**
保证金	550.20	88.36%	378.52	82.50%	381.94	83.68%	274.82	66.42%
代扣社保公积金	38.29	6.15%	55.95	12.20%	49.63	10.87%	52.02	12.57%
员工备用金	26.81	4.31%	16.89	3.68%	14.88	3.26%	76.99	18.61%

其他	7.41	1.19%	7.42	1.62%	9.97	2.18%	9.95	2.40%
合计	**622.71**	**100.00%**	**458.79**	**100.00%**	**456.42**	**100.00%**	**413.77**	**100.00%**

截至 2019 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五大单位如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	2019 年 6 月 30 日余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
深圳市沙井步涌股份合作公司	保证金	149.72	1 年以内	23.87%	-
	保证金	126.28	3 年以上	20.13%	-
	保证金	27.00	1-2 年	4.30%	-
深圳市南山区物业管理办公室	保证金	31.22	1 年以内	4.98%	-
	保证金	15.81	1-2 年	2.52%	-
北京京东世纪贸易有限公司	保证金	45.00	1-2 年	7.17%	-
深圳市景源实业公司	保证金	15.00	3 年以上	2.39%	-
深圳市朗通房地产开发有限公司	保证金	11.03	1 年以内	1.76%	-
合计		**421.06**		**67.12%**	

（5）存货

①存货构成情况

报告期各期末，公司存货金额分别为 5,610.47 万元、7,494.52 万元、8,702.21 万元和 7,741.65 万元，占流动资产的比例分别为 17.44%、22.18%、24.19%和 24.13%。具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	1,342.73	17.34%	1,532.31	17.61%	1,576.93	21.05%	1,146.43	20.43%
在产品	184.88	2.39%	126.26	1.45%	93.86	1.25%	115.74	2.06%
半成品	509.13	6.58%	544.81	6.26%	783.20	10.45%	997.03	17.77%
库存商品	4,964.94	64.13%	5,655.52	64.99%	3,545.81	47.31%	2,308.76	41.15%
低值易耗品	147.97	1.91%	158.05	1.82%	383.74	5.12%	355.44	6.34%
发出商品	455.14	5.88%	423.13	4.86%	876.86	11.70%	453.61	8.09%

委托加工物资	136.87	1.77%	262.14	3.01%	234.12	3.12%	233.46	4.16%
合计	**7,741.65**	**100.00%**	**8,702.21**	**100.00%**	**7,494.52**	**100.00%**	**5,610.47**	**100.00%**

由上表可知，公司存货主要由原材料、半成品、库存商品及发出商品构成。报告期内公司存货金额不断增长，2017 年末和 2018 年末分别较上年末增长 1,884.05 万元和 1,207.69 万元，主要系库存商品增长较快所致；2019 年 6 月末较 2018 年末下降 960.56 万元。

报告期各期末，公司存货中库存商品金额分别为 2,308.76 万元、3,545.81 万元、5,655.52 万元和 4,964.94 万元，2017 年末和 2018 年末分别较上年末增长 1,237.05 万元和 2,109.71 万元，库存商品增长较快与内销自主品牌业务规模逐年增长有关；2019 年 6 月末较 2018 年末下降 690.58 万元。

内销自主品牌业务生产模式以库存式生产为主，销售模式主要以线上销售（B2C）为主，线上销售促销活动主要集中在每年双十一、双十二，因此第四季度为全年销售的旺季，加上次年元旦、春节等节日因素，公司需提前根据销售预测进行生产备货，以保障销售旺季的出货。随着内销业务规模的逐步扩大，公司备货规模也逐步扩大。

②存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	跌价准备	账面价值	跌价准备	账面价值	跌价准备	账面价值	跌价准备	账面价值
原材料	143.07	1,342.73	95.68	1,532.31	40.96	1,576.93	186.81	1,146.43
在产品	-	184.88	-	126.26	-	93.86	-	115.74
半成品	17.29	509.13	17.59	544.81	15.37	783.20	11.99	997.03
库存商品	50.58	4,964.94	82.84	5,655.52	87.17	3,545.81	43.52	2,308.76
低值易耗品	82.98	147.97	82.98	158.05	83.70	383.74	161.42	355.44
发出商品	-	455.14	-	423.13	-	876.86	-	453.61
委托加工物资	-	136.87	-	262.14	-	234.12	-	233.46
合计	**293.92**	**7,741.65**	**279.09**	**8,702.21**	**227.20**	**7,494.52**	**403.74**	**5,610.47**

（6）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 387.85 万元、315.67 万元、275.84 万元和 136.30 万元，占流动资产的比例分别为 1.21%、0.93%、0.77%和 0.42%。其他流动资产具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税留抵税额	136.30	100.00%	269.80	97.81%	231.61	73.37%	329.35	84.92%
待摊费用	-	-	6.05	2.19%	48.52	15.37%	41.56	10.72%
预缴的税费	-	-	-	-	35.54	11.26%	16.95	4.37%
合计	**136.30**	**100.00%**	**275.84**	**100.00%**	**315.67**	**100.00%**	**387.85**	**100.00%**

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产金额分别为 5,067.59 万元、5,371.23 万元、5,363.41 万元和 5,136.58 万元，主要包括固定资产和无形资产，具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	3,975.50	77.40%	3,954.13	73.72%	4,156.03	77.38%	3,985.71	78.65%
在建工程	164.48	3.20%	322.41	6.01%	18.55	0.35%	103.34	2.04%
无形资产	530.52	10.33%	576.18	10.74%	579.71	10.79%	534.18	10.54%
长期待摊费用	181.14	3.53%	201.02	3.75%	299.22	5.57%	284.29	5.61%
递延所得税资产	284.94	5.55%	309.68	5.77%	317.73	5.92%	160.07	3.16%
非流动资产合计	**5,136.58**	**100.00%**	**5,363.41**	**100.00%**	**5,371.23**	**100.00%**	**5,067.59**	**100.00%**

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产金额分别为 3,985.71 万元、4,156.03 万元、3,954.13 万元和 3,975.50 万元，占非流动资产的比例分别为 78.65%、77.38%、73.72%和 77.40%。公司固定资产主要为机器设备、车间模具。报告期各期末，公司固定资产折旧及减值情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
一、原值	**11,873.86**	**11,732.31**	**11,712.37**	**10,721.11**

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
机器设备	5,458.90	5,404.02	5,602.09	5,311.55
车间模具	5,064.63	5,015.05	4,899.81	4,379.21
电子仪器	462.92	452.84	402.17	334.20
IT 设备	469.77	465.29	426.73	362.05
运输设备	92.47	92.47	92.47	92.48
其他设备	325.17	302.63	289.10	241.62
二、累计折旧	**7,753.10**	**7,602.70**	**7,366.08**	**6,572.79**
机器设备	3,562.40	3,382.87	3,338.16	3,021.37
车间模具	3,275.19	3,360.65	3,223.35	2,810.15
电子仪器	340.55	320.58	293.99	267.93
IT 设备	288.60	268.42	266.44	255.07
运输设备	49.29	42.65	29.36	28.70
其他设备	237.05	227.52	214.78	189.57
三、固定资产减值准备	**145.26**	**175.49**	**190.26**	**162.62**
机器设备	-	-	-	-
车间模具	145.26	175.49	190.26	162.62
电子仪器	-	-	-	-
IT 设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
其他设备	-	-	-	-
四、固定资产净值	**3,975.50**	**3,954.13**	**4,156.03**	**3,985.71**
机器设备	1,896.50	2,021.15	2,263.93	2,290.18
车间模具	1,644.17	1,478.91	1,486.20	1,406.44
电子仪器	122.37	132.26	108.18	66.27
IT 设备	181.16	196.87	160.29	106.99
运输设备	43.18	49.82	63.11	63.78
其他设备	88.12	75.11	74.32	52.05
五、成新率（%）	**33.48**	**33.70**	**35.48**	**37.18**
机器设备（%）	34.74	37.40	40.41	43.12
车间模具（%）	32.46	29.49	30.33	32.12
电子仪器（%）	26.43	29.21	26.90	19.83
IT 设备（%）	38.56	42.31	37.56	29.55

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
运输设备（%）	46.70	53.88	68.25	68.97
其他设备（%）	27.10	24.82	25.71	21.54

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程分别为 103.34 万元、18.55 万元、322.41 万元和 164.48 万元，占非流动资产的比例分别为 2.04%、0.35%、6.01%和 3.20%，占比较小。最近一年公司在建工程具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
精益项目	10.48	-	10.48
设备项目	18.07	-	18.07
模具	24.63	-	24.63
上海泛微 OA 系统	77.97	-	77.97
PLM 咨询实施服务项目	7.26	-	7.26
上海峻良塘朗城店铺和料包设计项目	16.99		16.99
百胜 ipos 软件系统	9.09		9.09
合计	**164.48**	**-**	**164.48**

截至 2019 年 6 月末，公司在建工程未出现减值迹象，无需计提减值准备。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产分别为 534.18 万元、579.71 万元、576.18 万元和 530.52 万元，占非流动资产的比例分别为 10.54%、10.79%、10.74%和 10.33%，公司无形资产包括软件、专利技术及商标，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件	429.73	81.00%	466.18	80.92%	453.24	78.18%	389.11	72.84%
专利技术	98.45	18.56%	107.44	18.65%	123.45	21.30%	141.61	26.51%

商标	2.33	0.44%	2.56	0.44%	3.01	0.52%	3.46	0.65%
合计	**530.52**	**100.00%**	**576.18**	**100.00%**	**579.71**	**100.00%**	**534.18**	**100.00%**

报告期各期末，公司拥有的无形资产不存在减值的迹象，故未计提减值准备。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 284.29 万元、299.22 万元、201.02 万元和 181.14 万元，占非流动资产的比例分别为 5.61%、5.57%、3.75%和 3.53%。公司长期待摊费用主要包括装修费用、配套工具费用。报告期各期末，长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
装修费	142.94	138.74	159.60	134.62
配套工具	38.20	62.28	139.62	149.67
合计	**181.14**	**201.02**	**299.22**	**284.29**

（5）递延所得税资产

报告期各期末，已确认的递延所得税资产具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
资产减值准备	80.89	89.97	64.57	86.59
可抵扣性亏损	57.66	109.11	171.27	-
可抵扣广告费	46.05	21.72	1.44	-
预计负债	100.34	88.89	80.45	73.48
合计	**284.94**	**309.68**	**317.73**	**160.07**

3、主要资产减值准备的提取情况

报告期各期末，公司的资产减值准备计提余额具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
坏账准备	92.35	133.05	83.81	110.17
其中：应收账款	92.26	133.02	83.80	110.17
其他应收款	0.09	0.03	0.01	-

存货跌价准备	293.92	279.09	227.20	403.74
固定资产减值准备	145.26	175.49	190.26	162.62
合计	**531.53**	**587.63**	**501.27**	**676.53**

报告期内，公司根据《企业会计准则》的规定制定了相应的会计政策，并按会计政策足额计提了资产减值准备，主要资产的减值准备提取情况与资产质量实际状况相符。

（二）负债构成分析

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债余额分别为 12,558.68 万元、11,022.05 万元、11,979.90 万元和 7,922.15 万元，总体较为稳定。

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	2,735.97	34.54%	4,357.87	36.38%	4,019.20	36.47%	4,877.38	38.84%
应付账款	2,988.80	37.73%	4,393.36	36.67%	3,796.82	34.45%	4,137.54	32.95%
预收款项	392.63	4.96%	316.44	2.64%	528.10	4.79%	572.75	4.56%
应付职工薪酬	828.85	10.46%	1,634.89	13.65%	1,426.22	12.94%	1,537.49	12.24%
应交税费	329.62	4.16%	631.45	5.27%	660.20	5.99%	794.10	6.32%
其他应付款	646.27	8.16%	565.89	4.72%	511.49	4.64%	533.98	4.25%
其他流动负债	-	-	80.00	0.67%	80.00	0.73%	105.43	0.84%
流动负债合计	**7,922.15**	**100.00%**	**11,979.90**	**100.00%**	**11,022.05**	**100.00%**	**12,558.68**	**100.00%**

（1）应付票据

报告期各期末，公司应付票据分别为 4,877.38 万元、4,019.20 万元、4,357.87 万元和 2,735.97 万元，占流动负债的比例分别为 38.84%、36.47%、36.38%和 34.54%。公司应付票据为开具给供应商的银行承兑汇票。

（2）应付账款

报告期各期末，公司应付账款分别为 4,137.54 万元、3,796.82 万元、4,393.36 万元和 2,988.80 万元，占流动负债的比例分别为 32.95%、34.45%、36.67%和

37.73%。应付账款主要为应付材料采购款与加工款，具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料款	2,637.05	88.23%	3,711.89	84.49%	3,189.03	83.99%	3,647.25	88.15%
加工款	334.18	11.18%	661.93	15.07%	563.83	14.85%	472.97	11.43%
设备款	17.57	0.59%	19.54	0.44%	43.96	1.16%	17.32	0.42%
合计	**2,988.80**	**100.00%**	**4,393.36**	**100.00%**	**3,796.82**	**100.00%**	**4,137.54**	**100.00%**

截至 2019 年 6 月 30 日，公司应付账款前五名单位具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	款项性质	关联关系	金额	占比
1	深圳市烁鑫金属材料有限公司	材料款	无	182.75	6.11%
2	东莞龙腾铝品压铸有限公司	材料款	无	172.45	5.77%
3	深圳市汇百川纸模制品有限公司	材料款	无	110.20	3.69%
4	深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	材料款	无	94.32	3.16%
5	中山市金中电热科技有限公司	材料款	无	87.50	2.93%
	合计			**647.23**	**21.66%**

报告期内，发行人前五大主要供应商与应付账款、预付款项的匹配排名情况具体如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购额		应付账款		预付款项	
		金额	排名	金额	排名	金额	排名
2019 年 1-6 月/2019 年 6 月 30 日							
STRIX LIMITED	连接器	579.90	第 1 名	-	-	28.16	第 5 名
深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	485.79	第 2 名	182.75	第 1 名	-	-
东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	416.41	第 3 名	172.45	第 2 名	-	-
深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	包装材料	302.00	第 4 名	94.32	第 4 名	-	-
DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	263.41	第 5 名	-	-	0.05	第 105 名
2018 年度/2018 年 12 月 31 日							
STRIX LIMITED	连接器	995.76	第 1 名	-	-	47.95	第 4 名
DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	968.46	第 2 名	-	-	289.39	第 1 名

深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	910.66	第 3 名	205.81	第 2 名	-	-
AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	781.14	第 4 名	174.22	第 3 名	-	-
东莞龙腾铝品压铸有限公司	五金制品	774.65	第 5 名	207.71	第 1 名	-	-
2017 年度/2017 年 12 月 31 日							
STRIX LIMITED	连接器	1,130.38	第 1 名	-	-	9.27	第 21 名
DWK Life Sciences GmbH	玻璃制品	1,052.08	第 2 名	-	-	148.49	第 3 名
AMPLE KING INDUSTRIAL LTD.	塑胶原材料	741.24	第 3 名	91.82	第 6 名	-	-
中山市大地之作食品厂	食材	627.78	第 4 名	17.94	第 64 名	-	-
深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	595.34	第 5 名	122.62	第 3 名	-	-
2016 年度/2016 年 12 月 31 日							
STRIX LIMITED	连接器	1,071.96	第 1 名	-	-	63.36	第 4 名
深圳市冠达印刷有限公司	包装材料	741.47	第 2 名	83.56	第 9 名	-	-
深圳市烁鑫金属材料有限公司	五金原材料	736.73	第 3 名	126.68	第 4 名	-	-
DURAN Group GmbH	玻璃制品	615.32	第 4 名	-	-	206.10	第 2 名
中山市大地之作食品厂	食材	600.22	第 5 名	37.72	第 34 名	-	-

如上表所述，公司各期末应付账款余额前五名的供应商基本上为其前二十大供应商，前五大供应商亦基本上为期末应付款余额前二十大供应商，二者不存在重大差异。但受不同供应商不同的付款政策、采购时点，可能会出现小幅差异。

其中，2019 年 6 月 30 日 DWK Life Sciences GmbH 期末余额较小，主要系 2018 年基于对玻璃制品的战略储备计划，下达了较多的肖特玻璃采购订单，2019 年 1-6 月仍在陆续收货，截止 2019 年 6 月末，肖特玻璃库存较为充足，因此 2019 年 1-6 月新增采购订单较少，导致本期预付款项减少，期末余额较低。STRIX LIMITED 的付款方式为预付货款，2017 年末预付款项较小，主要是因为 2017 年 12 月份的采购金额较少。中山市大地之作食品厂的付款方式为预付 30%，货到且收到发票后付 70%，2016 年末应付账款较小主要系受 2016 年 12 月份的采购额较小所致。

综上所述，报告期内主要供应商与主要应付账款、预付款项的对象之间基本匹配，无重大异常供应商及异常情况。

（3）预收账款

报告期各期末，预收账款分别为 572.75 万元、528.10 万元、316.44 万元和 392.63 万元，占流动负债的比例分别为 4.56%、4.79%、2.64%和 4.96%。预收账款主要为预收海外客户和经销商的货款，预收款项期限主要在 1 年以内。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司预收款项前五名单位为：

单位：万元

序号	客户名称	关联关系	金额	占比
1	HUROM CO. LTD	无	238.93	60.85%
2	PANDABRANDS INC.	无	48.84	12.44%
3	北京宝歌玛贸易有限公司	无	21.13	5.38%
4	南京托尔斯电子商务有限公司	无	9.60	2.45%
5	Dalcq s.a.	无	9.60	2.44%
	合计		328.09	83.56%

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，应付职工薪酬分别为 1,537.49 万元、1,426.22 万元、1,634.89 万元和 828.85 万元，占流动负债的比例分别为 12.24%、12.94%、13.65%和 10.46%。应付职工薪酬主要为已计提未发放的工资及奖金，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
短期薪酬				
其中：工资、奖金、津贴和补贴	827.80	1,634.45	1,416.72	1,527.99
职工福利费	0.30	0.44	9.50	9.50
社会保险费	0.30	-	-	-
合计	**828.40**	**1,634.89**	**1,426.22**	**1,537.49**

2017 年末应付职工薪酬较 2016 年末小幅下降，主要系根据公司预算及绩效考核，年末计提的奖金低于 2016 年所致。2018 年末应付职工薪酬较 2017 年末小幅上升，主要系根据公司预算及业绩考核，年末计提的奖金高于 2017 年所致。报告期内公司不存在拖欠职工薪酬的情况。2019 年 6 月末应付职工薪酬较 2018 年末有所下降，主要系 2018 年末的应付职工薪酬包含年终奖所致。

①会计差错更新

因子公司北鼎科技系当月计提并发放上月工资，存在未按权责发生制计提工

资的情形，与母公司会计政策不一致，因此发行人进行相关会计差错更正，相关影响金额如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应付职工薪酬	-	-	234.04	180.34

子公司未按权责发生制计提工资主要系基于其绩效工资核算便捷性及准确性考虑，报告期内整体工资并不存在大额偏差情况，相关会计差错更正不属于重大会计差错，发行人会计制度是健全及有效的，会计核算符合企业会计准则规定。

②薪酬制度

A：员工薪酬政策

发行人实行全面薪酬管理原则，实行差异化薪酬，基于不同员工级别、员工岗位制订了具体的《员工薪资核算办法》和《绩效管理制度》。员工薪酬由基本薪酬、岗位薪酬、绩效薪酬、加班费以及各种员工福利津贴组成，员工薪酬水平主要与其工作职责、工作绩效、相关工作经验和背景有关。此外，公司根据经营目标完成情况、员工 KPI 完成情况及员工的考勤情况对员工进行不同程度的年度奖金激励。

B：上市前后高管薪酬安排

上市前，发行人高级管理人员的薪酬主要由基本工资和奖金组成。其中，基本工资由劳动合同约定，主要根据管理岗位的主要范围、职责、重要性确定；奖金根据经营目标完成情况及绩效考核评估结果确定。报告期内，公司高级管理人员的个人薪酬保持合理稳定增长。

上市后，公司将根据业务发展要求和实际经营情况，对包括高管在内的员工薪酬进行适当调整以保持一定的竞争力。

C：薪酬委员会对工资奖金的规定

公司董事会下设薪酬与考核委员会，主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。

③薪酬情况

A：各级别员工薪酬情况

报告期内，公司各级别员工薪酬水平具体如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）
高层管理人员	174.31	26,410.32	428.31	32,447.89	344.31	28,692.13	202.96	18,792.56
中层管理人员	373.44	23,339.95	600.62	21,374.27	513.23	18,868.74	537.23	19,464.76
普通员工	4,782.15	7,000.66	11,833.35	7,441.42	10,886.90	6,554.03	10,552.57	6,141.64
合计	**5,329.90**	**7,552.64**	**12,862.28**	**7,883.71**	**11,744.43**	**6,907.27**	**11,292.76**	**6,428.76**

注：高层管理人员是指公司的董监高和核心技术人员，中层管理人员是指公司的管理职位为经理级和总监级的人员，但不包含已列入高层管理人员的人员。

公司薪酬以普通员工薪酬为主。报告期内，公司薪酬总额分别为 11,292.76 万元、11,744.43 万元、12,862.28 万元和 5,329.90 万元，总体呈上升趋势。

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员和其他管理人员的薪酬情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薪酬合计	174.31	3.27%	428.31	3.33%	344.31	2.94%	202.96	1.80%

报告期内，随着发行人业务收入规模增长，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员薪酬金额逐年提高并呈现合理的变动趋势。

B：各岗位员工薪酬情况

报告期内，公司各岗位员工薪酬水平具体如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）
管理人员	1,049.48	14,596.44	2,433.49	15,781.42	1,971.43	13,824.89	1,322.59	11,142.31
销售人员	1,067.91	10,908.17	2,318.21	11,943.37	1,948.56	10,504.38	2,124.57	10,543.75

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）	薪酬总额（万元）	人均薪酬（元/人/月）
研发人员	612.43	15,743.70	1,395.75	17,780.22	1,268.11	14,074.49	1,106.84	14,208.42
生产人员	2,600.07	5,231.54	6,714.83	5,573.86	6,556.33	5,115.74	6,738.76	4,960.45
合计	**5,329.90**	**7,552.64**	**12,862.28**	**7,883.71**	**11,744.43**	**6,907.27**	**11,292.76**	**6,428.76**

公司薪酬以生产人员薪酬为主。报告期内公司各岗位员工平均工资总体呈现上涨趋势。

C：员工平均薪酬情况与行业水平的比较情况

报告期内，公司员工年平均薪酬与同行业公司员工年平均薪酬比较情况如下：

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
九阳股份	232,462.24	226,300.14	199,806.52
圣莱达	103,735.70	85,755.24	75,011.90
新宝股份	77,959.17	64,199.78	63,403.32
天际股份	74,271.75	61,819.12	36,332.15
闽灿坤 B	57,843.48	60,893.75	57,551.85
惠而浦	333,241.25	359,174.60	240,411.36
飞科电器	76,543.58	87,322.25	74,974.86
苏泊尔	117,226.03	121,751.14	94,762.60
小熊电器	81,101.66	66,980.51	59,537.45
平均数	128,264.98	126,021.84	100,199.11
中位数	81,101.66	85,755.24	74,974.86
北鼎晶辉	**94,604.54**	**82,887.24**	**77,063.52**

注：同行业可比公司员工平均薪酬=支付给职工以及为职工支付的现金/期末员工人数，同行业可比公司未披露 2019 年 6 月末员工人数，无法计算 2019 年 1-6 月员工平均薪酬

报告期内，发行人员工薪酬与多数同行业可比公司无显著差异，处于行业中间水平，与同行业平均薪酬水平增长趋势一致。

D：员工平均薪酬情况与当地平均水平

报告期内，公司员工年平均薪酬与当地平均水平比较情况如下：

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
北鼎晶辉平均薪酬	45,315.84	94,604.54	82,887.24	77,063.52
深圳地区制造业平均薪酬	-	-	83,412.00	77,357.00
深圳地区制造业工资指导价位	-	66,132.00	57,564.00	50,796.00

注：深圳地区制造业平均薪酬取深圳统计局发布的深圳市统计年鉴中的“城镇单位在岗职工年平均工资-制造业”数据；2018 年深圳地区制造业人均工资数据未公布。深圳地区制造业工资指导价位取深圳人社局发布的深圳市人力资源市场工资指导价位的数据。

报告期内，公司员工平均薪酬与深圳地区制造业平均薪酬水平无显著差异，高于深圳地区制造业工资指导价位，与深圳地区制造业平均薪酬增长趋势一致。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 794.10 万元、660.20 万元、631.45 万元和 329.62 万元，占流动负债的比例分别为 6.32%、5.99%、5.27%和 4.16%，主要由应交增值税和企业所得税构成，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
企业所得税	93.73	28.44%	385.47	61.04%	358.77	54.34%	463.24	58.34%
增值税	166.31	50.45%	178.19	28.22%	191.68	29.03%	220.54	27.77%
个人所得税	14.54	4.41%	28.34	4.49%	55.54	8.41%	40.59	5.11%
城市维护建设税	31.14	9.45%	21.70	3.44%	30.52	4.62%	39.76	5.01%
教育费附加	22.22	6.74%	15.49	2.45%	21.80	3.30%	28.38	3.57%
其他	1.68	0.51%	2.26	0.36%	1.90	0.29%	1.59	0.20%
合计	**329.62**	**100.00%**	**631.45**	**100.00%**	**660.20**	**100.00%**	**794.10**	**100.00%**

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 533.98 万元、511.49 万元、565.89 万元和 646.27 万元，占流动负债的比例分别为 4.25%、4.64%、4.72%和 8.16%，公司其他应付款主要为预提费用。具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预提费用	467.82	72.39%	451.29	79.75%	461.29	90.19%	498.63	93.38%
押金保证金	47.62	7.37%	44.62	7.88%	30.03	5.87%	15.60	2.92%
其他	130.83	20.24%	69.99	12.37%	20.17	3.94%	19.75	3.70%
合计	**646.27**	**100.00%**	**565.89**	**100.00%**	**511.49**	**100.00%**	**533.98**	**100.00%**

报告期各期末，预提费用构成情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
电商专项费用	200.52	226.68	172.07	241.63
快递运输及船务费	112.36	140.81	121.54	117.11
水电费	45.28	38.79	53.60	66.54
品牌推广及咨询费用	5.66	4.56	60.49	52.88
差旅办公及其他预提费用	104.00	40.45	53.60	20.48
合计	467.82	**451.29**	**461.29**	**498.63**

截至 2019 年 6 月 30 日，公司其他应付款前五名单位具体如下：

单位：万元

序号	单位名称	关联关系	款项性质	金额	占比	账龄
1	深圳市敬天爱人物流有限公司	无	预提运输费用	43.77	6.77%	1 年以内
			押金	3.87	0.60%	1 年以内
2	阿里巴巴（深圳）科技有限公司	无	预提电商专项费用	42.22	6.53%	1 年以内
3	深圳供电局有限公司	无	预提电费	37.13	5.74%	1 年以内
4	杭州菜鸟供应链管理有限公司	无	预提电商专项费用	22.14	3.43%	1 年以内
5	顺丰速运（集团）有限公司	无	预提运输费用	19.83	3.07%	1 年以内
	合计	-	-	**168.96**	**26.14%**	-

（7）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 105.43 万元、80.00 万元、80.00 万元和 0 万元。其他流动负债主要系一年内到期的政府补助。

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债为预计负债和递延收益，分别为 644.88 万

元、630.65 万元、624.50 万元和 743.33 万元。具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预计负债	630.51	84.82%	561.68	89.94%	507.83	80.52%	462.06	71.65%
递延收益	112.82	15.18%	62.82	10.06%	122.82	19.48%	182.82	28.35%
合计	**743.33**	**100.00%**	**624.50**	**100.00%**	**630.65**	**100.00%**	**644.88**	**100.00%**

预计负债为公司计提的产品质量保证金，递延收益均为收到的政府补助。

（1）预计负债的产品质量保证范围

发行人根据内外销不同的业务模式承担相应的产品质量保证责任，其中：

外销业务主要为 OEM 和 ODM 的形式，发行人主要根据客户订单，按客户的产品要求进行生产，承担的产品质量保证责任系根据双方签订的业务合同规定，当不良品达到约定条件时，发行人承担相应的产品品质补偿费用。

内销业务主要为自有品牌产品销售，发行人按照国家相关规定提供产品质保期，在质保期内公司为消费者提供相应的产品售后维修服务。

（2）预计负债计提政策

发行人综合考虑产品的历史返修率、维修成本、历史实际发生的维修费用、品质补偿款实际支付等情况，综合确定预计负债和销售费用金额比例。

具体的计提政策如下：

外销业务：公司主要与惠而浦集团约定了产品不良率需由发行人承担品质补偿，在资产负债表日期末，发行人按照当年销售给惠而浦集团的主营业务产品销售金额的 1%计提产品品质补偿款，同时冲销质保期到期的产品对应的预计负债和销售费用。

内销业务：资产负债表日期末，发行人对内销自产的厨房小家电产品，按照当年实际销售金额的 1%计提预计负债，同时冲销质保期到期的产品对应的预计负债和销售费用，内销产品的质保期通常为 1 年。

（3）报告期实际发生的产品质保费

报告期实际发生的质保费用情况如下：

单位：万元

项目		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
内销	销售费用-售后服务与配件	182.94	215.50	80.63	47.09
	管理费用-存货报废	-	-	17.43	66.19
	售后快递费	38.11	52.34	28.66	24.90
	内销售后费用小计	221.05	267.84	126.73	138.18
外销-实际品质补偿支付情况	惠而浦集团	-	73.41	100.93	116.58
	其他客户	-	19.52	0.66	0.47
	外销小计	-	92.94	101.59	117.04
合计	品质补偿总额	221.05	360.78	228.32	255.23
	主营业务收入总额	24,462.77	59,756.34	52,421.37	48,374.88
	占主营业务收入比例	0.90%	0.60%	0.44%	0.53%

报告期内，发行人实际发生的质保费用占主营业务收入的比例分别为0.53%、0.44%、0.60%和 0.90%。其中内销业务产品质保费用主要包括计入销售费用的售后服务与配件费用，计入管理费用存货报废中售后物料的报废以及因售后服务产生的服务费用。2018 年度实际发生的产品质保费用较高主要系公司针对部分产品更新产品程序及免费更换底座配件活动产生的售后配件费用较高所致。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下：

财务指标	2019 年 6 月 30 日/2019 年半年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
资产负债率（合并）	23.28%	30.49%	29.75%	35.45%
资产负债率（母公司）	22.29%	26.28%	29.24%	32.75%
流动比率（倍）	4.05	3.00	3.07	2.56
速动比率（倍）	3.07	2.28	2.39	2.12
息税折旧摊销前利润（万元）	4,080.45	9,465.87	6,053.02	7,397.00
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-

1、流动比率及速动比率

报告期各期末，公司流动比率和速动比率均大于 1，反映公司短期偿债能力及财务状况良好。

报告期各期末，公司流动比率和速动比率与同行业公司对比情况如下：

单位：倍

证券代码	证券简称	流动比率				速动比率			
		2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
002242.SZ	九阳股份	1.80	1.70	2.04	1.84	1.52	1.44	1.74	1.64
002473.SZ	圣莱达	-	4.87	1.91	2.93	-	4.38	1.57	2.51
002705.SZ	新宝股份	-	1.37	1.49	1.26	-	1.01	1.14	0.91
002759.SZ	天际股份	2.86	2.23	2.06	3.07	2.50	1.91	1.63	2.54
200512.SZ	闽灿坤 B	2.17	1.95	2.06	1.93	1.85	1.65	1.79	1.63
600983.SH	惠而浦	1.55	1.27	1.19	1.60	1.35	1.09	1.01	1.40
603868.SH	飞科电器	2.14	2.44	2.99	2.79	1.38	1.90	2.57	2.29
002032.SZ	苏泊尔	-	1.91	1.95	1.99	-	1.41	1.40	1.47
002959.SZ	小熊电器	1.35	1.17	1.20	0.93	0.85	0.63	0.60	0.39
平均	-	1.98	2.10	1.88	2.04	1.58	1.71	1.49	1.64
北鼎晶辉		**4.05**	**3.00**	**3.07**	**2.56**	**3.07**	**2.28**	**2.39**	**2.12**

数据来源：可比公司的定期报告及招股说明书,部分同行业可比公司尚未披露 2019 年半年度报告

2、资产负债率

报告期各期末，母公司资产负债率分别为32.75%、29.24%、26.28%和22.29%。报告期各期末，公司资产负债率（母公司）与同行业公司对比情况如下：

单位：%

证券代码	证券简称	资产负债率（母公司）			
		2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
002242.SZ	九阳股份	21.35	27.53	12.09	14.34
002473.SZ	圣莱达	-	13.82	20.91	20.38
002705.SZ	新宝股份	-	44.33	42.46	50.38
002759.SZ	天际股份	9.70	10.26	4.02	1.86
200512.SZ	闽灿坤 B	30.14	32.91	36.12	38.06

600983.SH	惠而浦	43.52	45.24	49.71	50.31
603868.SH	飞科电器	26.89	26.34	24.98	27.32
002032.SZ	苏泊尔	-	53.81	47.80	40.80
002959.SZ	小熊电器	54.26	56.04	69.25	48.17
平均	-	30.98	34.48	34.15	32.40
北鼎晶辉		**22.29**	**26.28**	**29.24**	**32.75**

数据来源：可比公司的定期报告

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司主要的资产周转能力指标情况如下：

财务指标	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	4.44	11.20	10.98	8.76
存货周转率（次）	1.64	4.19	4.58	5.00

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别 8.76、10.98、11.20 和 4.44，公司应收账款周转速度较快。

2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 5.00、4.58、4.19 和 1.64。公司存货周转率水平总体维持较高水平，显示公司良好的存货管理能力。2017 年、2018 年存货周转率较上年有所下降，主要系为满足日益扩大的内销业务需求，相应增加存货备货金额所致。

3、同行业对比分析

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率与同行业对比情况如下：

单位：次

证券代码	证券简称	应收账款周转率			
		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	11.52	49.18	59.76	74.48
002473.SZ	圣莱达	-	3.08	3.11	2.61
002705.SZ	新宝股份	-	8.49	10.47	9.46

002759.SZ	天际股份	2.20	6.82	8.42	10.79
200512.SZ	闽灿坤 B	3.10	6.22	6.60	7.12
600983.SH	惠而浦	1.68	4.12	4.61	4.14
603868.SH	飞科电器	3.23	9.75	19.14	28.44
002032.SZ	苏泊尔	-	10.43	10.47	10.21
002959.SZ	小熊电器	-	37.26	36.82	30.99
平均值	**-**	**4.35**	**15.04**	**17.71**	**19.80**
北鼎晶辉		**4.44**	**11.20**	**10.98**	**8.76**

数据来源：可比公司的定期报告及招股说明书，部分可比公司尚未披露 2019 年半年度报告

由于销售模式和客户类型的不同，行业内不同公司的应收账款周转率呈现较大的差异，以自主品牌业务为主的九阳股份、飞科电器、小熊电器应收账款周转率相对较高，剔除该等公司外，发行人应收账款周转率总体处于行业中间水平。公司应收账款主要来自于外销 OEM/ODM 业务，因此应收账款周转率水平与业务模式且产品客户较为相似的新宝股份基本一致。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业对比情况如下：

单位：次

证券代码	证券简称	存货周转率			
		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
002242.SZ	九阳股份	4.05	8.72	10.31	10.24
002473.SZ	圣莱达	-	2.62	2.46	2.10
002705.SZ	新宝股份	-	6.01	6.60	6.46
002759.SZ	天际股份	1.48	3.68	3.99	3.90
200512.SZ	闽灿坤 B	2.85	6.04	6.38	5.22
600983.SH	惠而浦	2.58	5.83	5.61	4.92
603868.SH	飞科电器	1.63	5.42	6.67	5.65
002032.SZ	苏泊尔	-	5.29	5.01	5.11
002959.SZ	小熊电器	-	4.74	5.09	4.72
平均值	-	2.52	5.37	5.79	5.37
北鼎晶辉		**1.64**	**4.19**	**4.58**	**5.00**

数据来源：可比公司的定期报告及招股说明书，部分可比公司尚未披露 2019 年半年度报告

报告期内，公司存货周转率总体处于行业平均水平。

（五）所有者权益情况

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
股本	16,305.00	16,305.00	16,305.00	16,000.00
资本公积	2,945.60	2,897.30	2,763.15	413.56
盈余公积	2,057.75	1,949.25	871.10	645.21
未分配利润	7,249.07	7,587.60	7,570.85	6,981.16
归属于母公司所有者权益合计	28,557.43	28,739.15	27,510.10	24,039.92
所有者权益合计	**28,557.43**	**28,739.15**	**27,510.10**	**24,039.92**

2017 年 4 月 5 日第二次临时股东大会决议和《股票发行方案》的规定，本公司向钟鹏睿、江林、潘传銮等 23 名核心员工发行股票，发行数量为 305 万股，增加注册资本 305 万元，变更后的注册资本为人民币 16,305 万元。

十四、公司现金流量情况

报告期内，公司现金流量状况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
经营活动产生的现金流量净额	2,710.37	5,348.04	3,849.14	7,413.22
投资活动产生的现金流量净额	-299.80	-756.12	-849.49	6,436.66
筹资活动产生的现金流量净额	-2,654.35	-5,779.71	-1,181.90	-1,637.44
现金及现金等价物净增加额	-226.51	-899.35	1,344.85	12,587.12

报告期内，公司现金流量状况良好，具体分析如下：

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
销售商品、提供劳务收到的现金	28,000.43	60,880.49	56,880.96	52,006.78
收到的税费返还	1,095.21	2,525.20	2,847.36	2,393.08
收到其他与经营活动有关的现金	556.08	621.29	308.54	1,062.36

经营活动现金流入小计	29,651.71	64,026.97	60,036.86	55,462.22
购买商品、接受劳务支付的现金	14,024.27	31,224.70	30,648.26	27,481.83
支付给职工以及为职工支付的现金	6,092.08	12,590.42	11,855.70	10,408.91
支付的各项税费	2,040.54	4,427.27	3,962.48	3,027.41
支付其他与经营活动有关的现金	4,784.46	10,436.55	9,721.29	7,130.85
经营活动现金流出小计	26,941.35	58,678.93	56,187.72	48,049.00
经营活动产生的现金流量净额	2,710.37	5,348.04	3,849.14	7,413.22

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 7,413.22 万元、3,849.14 万元、5,348.04 万元和 2,710.37 万元，公司经营活动现金流量情况良好。

（1）收到其他与经营活动有关的现金的明细情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
往来款	270.03	363.51	286.43	77.09	-486.34	563.43
政府补助	257.44	185.60	-1.44	187.04	-103.75	290.79
利息收入	28.61	72.18	27.76	44.41	-1.03	45.44
其他	-	-	-	-	-162.70	162.70
合计	**556.08**	**621.29**	**312.75**	**308.54**	**-753.82**	**1,062.36**

政府补助方面，2017 年较 2016 年减少 103.75 万元，主要系 2016 年收到“深圳市经济贸易和信息化委员会 2016 年度两化融合项目资助款”119.00 万元。

利息收入方面，2018 年较 2017 年增加 27.76 万元，系 2018 年通知存款（离岸）月平均余额 3,389.66 万元，较 2017 年增长 3,389.66 万元，对应利息收入增长。

往来款方面，2018 年较 2017 年增加 286.43 万元，系发行人 2018 年代晶辉电器集团代扣代缴企业所得税 213.50 万元，2017 年较 2016 年减少 486.34 万元，系 2016 年发行人从供应商常熟电热收回 520 万往来款。

其他方面，2016 年系收到英特马还款、部分租金保证金返还以及电商充值账户余额提现，2017 年与 2018 年无上述事项。

（2）支付其他与经营活动有关的现金的明细情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商城及制造费用	1,920.49	40.14%	4,439.75	42.54%	3,561.31	36.63%	1,924.02	26.98%
市场推广费	251.68	5.26%	1,357.89	13.01%	1,776.37	18.27%	1,743.87	24.46%
差旅费	314.83	6.58%	585.64	5.61%	663.75	6.83%	597.57	8.38%
物流运输费	523.38	10.94%	1,267.53	12.15%	971.81	10.00%	787.07	11.04%
IPO 费用	342.65	7.16%	172.58	1.65%	388.07	3.99%	-	-
往来款	288.87	6.04%	330.83	3.17%	120.90	1.24%	290.81	4.08%
办公费	168.41	3.52%	195.56	1.87%	279.56	2.88%	277.93	3.90%
船务费	67.11	1.40%	206.99	1.98%	207.32	2.13%	213.86	3.00%
租赁费	347.55	7.26%	412.40	3.95%	247.77	2.55%	189.96	2.66%
品质补偿款	-	-	19.52	0.19%	101.59	1.05%	117.04	1.64%
认证费	53.35	1.12%	59.62	0.57%	79.47	0.82%	101.06	1.42%
专利费	35.32	0.74%	58.41	0.56%	124.03	1.28%	84.78	1.19%
业务招待费	67.78	1.42%	267.37	2.56%	207.70	2.14%	81.30	1.14%
通讯费	23.98	0.50%	63.43	0.61%	51.90	0.53%	74.42	1.04%
咨询及中介机构费	162.91	3.40%	416.72	3.99%	307.49	3.16%	360.95	5.06%
银行手续费	20.50	0.43%	49.17	0.47%	47.93	0.49%	60.74	0.85%
车辆使用费	13.46	0.28%	36.62	0.35%	40.49	0.42%	29.88	0.42%
报关费	10.70	0.22%	30.14	0.29%	26.29	0.27%	28.34	0.40%
其他小额零星支付	171.48	3.58%	466.38	4.47%	517.54	5.32%	167.25	2.35%
合计	**4,784.46**	**100.00%**	**10,436.55**	**100.00%**	**9,721.29**	**100.00%**	**7,130.85**	**100.00%**

由上表可知，发行人“支付的其他与经营活动有关的现金流”主要为商城费用及制造费用、市场推广费、差旅费、物流运输费等。商城及制造费用系支付的商城的钻石展位、直通车、聚划算等网上商城费用及生产部门的租金、水电费等制造费用。市场推广费主要包括产品视频图片制作、广告投放等费用。物流运输费主要指物流运费及快递费。

报告期内，公司“支付的其他与经营活动有关的现金流”逐年增长，主要原因

为：①商城及制造费用大幅增加。为进一步扩大线上销售收入，提升公司产品知名度，公司加大线上推广力度，钻石展位、直通车等电商推广费用大幅增加；②物流运输费用总体增加。主要系内销收入大幅增加，物流运输费相应增加。

（3）销售商品、提供劳务收到的现金

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	24,721.81	60,669.47	53,001.84	48,866.98
销售商品、提供劳务收到的现金	28,000.43	60,880.49	56,880.96	52,006.78
销售回款/收入	1.13	1.00	1.07	1.06
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
经营活动产生的现金流量净额	2,710.37	5,348.04	3,849.14	7,413.22
净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异	320.61	1,453.61	227.44	-2,213.10

从上表可知，报告期内公司销售商品、提供劳务收到的现金增长趋势与营业收入增长趋势基本一致，销售回款情况良好。

（4）将净利润调节为经营活动现金流量

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
将净利润调节为经营活动现金流量：				
净利润	3,030.98	6,801.65	4,076.58	5,200.12
加：资产减值准备	83.47	182.79	125.55	253.14
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	594.57	1,115.91	1,064.49	1,221.23
无形资产摊销	56.28	109.37	96.48	69.41
长期待摊费用摊销	64.11	481.94	140.23	125.64
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）	13.31	-5.75	4.75	19.63
固定资产报废损失（收益以“-”填列）	-	-	-	-
公允价值变动损益（收益以“-”填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”填列）	-17.28	-288.44	472.89	-374.69
投资损失（收益以“-”填列）	-180.64	-226.79	-208.50	-193.09

递延所得税资产的减少（增加以“-”填列）	24.74	8.06	-157.66	-98.81
递延所得税负债的增加（减少以“-”填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“-”填列）	945.74	-1,259.59	-1,707.51	269.19
经营性应收项目的减少（增加以“-”填列）	2,066.66	-1,653.81	1,094.93	523.18
经营性应付项目的增加（减少以“-”填列）	-3,971.60	82.69	-1,784.46	398.26
其他**(股份支付影响)**	-	-	631.35	-
经营活动产生的现金流量净额	2,710.37	5,348.04	3,849.14	7,413.22

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 6,436.66 万元、-849.49 万元、-756.12 万元和-299.80 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收回投资收到的现金	14,450.00	13,300.00	15,100.00	7,804.92
取得投资收益收到的现金	180.64	217.98	208.50	193.09
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.11	25.62	-	17.11
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	96.04	-	-	-
投资活动现金流入小计	14,726.79	13,543.60	15,308.50	8,015.12
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	480.55	999.72	906.83	778.47
投资支付的现金	14,450.00	13,300.00	15,251.17	800.00
取得子公司及其营业单位支付的现金净额	-		-	-
支付其他与投资活动有关的现金	96.04			
投资活动现金流出小计	15,026.59	14,299.72	16,157.99	1,578.47
投资活动产生的现金流量净额	-299.80	-756.12	-849.49	6,436.66

2016 年投资活动产生的现金流量净额为 6,436.66 万元，主要是收回前期购买的理财产品，收回投资收到的现金为 7,804.92 万元。

2017 年投资活动产生的现金流量净额为-849.49 万元，主要是 2017 年收回投资收到的现金和投资支付的现金大体相当，投资活动产生的现金流量净流出主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

2018 年投资活动产生的现金流量净额为-756.12 万元，主要是 2018 年收回投资收到的现金和投资支付的现金大体相当，投资活动产生的现金流量净流出主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

2019 年 1-6 月投资活动产生的现金流量净额为-299.80 万元，主要是 2019 年 1-6 月收回投资收到的现金和投资支付的现金大体相当，投资活动产生的现金流量净流出主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

（1）报告期内收回投资所收到的现金

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
理财产品	14,450.00	13,300.00	15,100.00	7,804.92
合计	14,450.00	13,300.00	15,100.00	7,804.92

（2）报告期内投资支付的现金

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
理财产品	14,450.00	13,300.00	15,100.00	800.00
长期股权投资-合并焙乐支付的现金	-	-	151.17	-
合计	**14,450.00**	**13,300.00**	**15,251.17**	**800.00**

（3）购建固定资产、无形资产等长期资产现金流量形成具体资产的情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
IT 设备	11.76	100.99	88.92	58.40
车间模具	100.15	290.44	219.35	195.64
电子仪器	10.09	55.66	67.97	15.08
机器设备	313.25	343.77	319.83	298.47
其他设备	3.34	22.54	47.48	12.31
运输设备	-	0.00	21.26	49.04
软件/系统	24.97	184.08	142.01	103.01
专利建筑物	16.99	2.24	0.00	46.51
合计	**480.55**	**999.72**	**906.83**	**778.47**

（4）购建固定资产、无形资产等长期资产现金流量与相关科目的勾稽情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	480.55	999.72	906.83	778.47
减：外购固定资产原值增加	201.08	543.23	592.69	515.67
减：在建工程的增加	317.79	211.13	308.42	158.05
减：无形资产原值增加	10.62	113.62	142.01	149.52
减：应付账款-工程款变动额	1.97	24.42	-26.64	14.88
减：预付款项-工程款变动额	-50.92	107.32	-109.65	-59.66
差异金额	-	-	-	-

（5）处置固定资产、无形资产等长期资产现金流量形成具体资产的情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
车间模具	-	5.22	-	-
机器设备	-	20.40	-	9.00
运输设备	-	-	-	8.11
IT 设备	0.11	–	–	–
合计	**0.11**	**25.62**	-	**17.11**

（6）处置固定资产、无形资产等长期资产现金流量与相关科目的勾稽情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	0.11	25.62	-	17.11
减：固定资产原值减少金额	490.67	1,106.12	355.54	1,521.97
减：累计折旧减少金额	-444.17	-879.29	-271.22	-1,197.79
减：减值准备减少金额	-30.62	-29.08	-31.54	-82.61
减：客户模具收款	-	-177.88	-48.01	-204.84
减：营业外收入-固定资产处置净损益	-15.88	5.75	-4.75	-19.63
合计	–	-	-	-

注：客户模具收款系发行人部分模具类固定资产由客户承担，相关收款与客户的正常经营业务一并收取，列报于销售商品、提供劳务收到的现金。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,637.44 万元、

-1,181.90 万元、-5,779.71 万元和-2,654.35 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	2,192.53	250.00
收到其他与筹资活动有关的现金	1,678.04	2,186.13	3,145.81	2,503.08
筹资活动现金流入小计	1,678.04	2,186.13	5,338.34	2,753.08
偿还债务所支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	3,261.00	5,706.75	3,261.00	1,600.00
支付其他与筹资活动有关的现金	1,071.40	2,259.08	3,259.24	2,790.52
筹资活动现金流出小计	4,332.40	7,965.83	6,520.24	4,390.52
筹资活动产生的现金流量净额	-2,654.35	-5,779.71	-1,181.90	-1,637.44

报告期各期，筹资活动产生的现金流量净额为-1,637.44 万元、-1,181.90 万元、-5,779.71 万元和-2,654.35 万元，主要系报告期各期公司向股东分配现金股利所致。

（1）报告期内收到其他与筹资活动有关的现金

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
银行承兑汇票保证金	1,640.09	2,051.98	-1,093.83	3,145.81	642.73	2,503.08
股东离职补偿款	-	134.15	134.15	-	-	
资金拆借利息	37.96	-	-	-	-	-
合计	**1,678.04**	**2,186.13**	**-959.68**	**3,145.81**	**642.73**	**2,503.08**

报告期内，收到其他与筹资活动有关的现金主要系银行承兑汇票保证金收回，其变动主要与公司开具应付票据支付货款的进度及金额相关。

2018 年股东离职补偿款系发行人核心员工离职，收到相关核心员工根据其与公司签署的股份认购协议等约定以现金对公司进行补偿的补偿价款。

2019 年 1-6 月资金拆借利息系关联方支付的资金占用费。

（2）报告期内支付其他与筹资活动有关的现金

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
银行承兑汇票保证金	1,071.40	2,259.08	-1,000.16	3,259.24	468.72	2,790.52
合计	**1,071.40**	**2,259.08**	**-1,000.16**	**3,259.24**	**468.72**	**2,790.52**

报告期内，支付其他与筹资活动有关的现金系银行承兑汇票保证金的支出。

公司根据供应商付款进度向银行存入保证金后开具银行承兑汇票，票据到期公司承兑支付相应应付票据后，收回相应承兑汇票保证金，在承兑汇票到期前对应的保证金使用受到限制。

（四）资本性支出

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出围绕主营业务进行，不存在跨业务投资的情况，支出范围主要包括购置机器设备、升级改造生产线。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金项目有关投资外，发行人无可预见的其他重大资本性支出计划。

十五、公司首次公开发行股票摊薄即期回报及填补措施

（一）首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

1、假设前提

（1）宏观经济环境及公司所处行业情况没有发生重大不利变化；

（2）本次公开发行数量为5,435.00万股，最终发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准；

（3）本次发行募集资金到账金额为35,629.91万元，不考虑发行费用；

（4）本次公开发行于2019年9月末完成发行，该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准；

（5）假设公司2019年度归属于母公司股东的净利润、归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润与2018年度相同；

（6）在预测公司发行后净资产时，未考虑除募集资金和净利润之外的其他因素对净资产的影响；

（7）上述假设仅为测算本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对2019年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对公司主要财务指标的影响

根据以上假设，公司测算了本次发行对股东即期回报的影响，具体如下：

财务指标	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	
	公开发行前	公开发行后
总股本（万股）	16,305.00	21,740.00
预计归属于母公司所有者的净利润（万元）		6,801.65
预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）		6,282.53
本次发行募集资金总额（万元）		35,629.91
本期现金分红（万元）		0
期初归属于母公司所有者的权益（万元）		28,739.15
期末归属于母公司所有者的权益（万元）	35,540.80	71,170.71
发行在外的普通股加权平均数（万股）	16,305.00	17,663.75
基本每股收益（元/股）	0.42	0.39
稀释每股收益（元/股）	0.42	0.39
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元）	0.39	0.36
扣除非经常性损益后的稀释每股收益（元）	0.39	0.36
每股净资产（元/股）	2.18	3.27
加权平均净资产收益率	21.16%	16.57%

从上表可知，与发行前相比，公司的净资产总额及每股净资产规模将有较大幅度增加，资产规模和资金实力将得到增强，但发行后公司每股收益和加权平均净资产收益率都将有所下降。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司本次发行股票募集资金拟投入厨房小电扩建项目、品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目、品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目、品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目。上述募集资金投资方案是公司董事会根据自身发展情况及行业发展趋势，经过了充分论证和可行性分析。公司本次融资具有必要性和合理性。募集资金投资项目必要性分析详见“第十节募集资金运用”之“三、募集资金投资项目的具体情况”的相关内容。

（三）募投项目与公司现有业务的关系以及公司在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资项目均是对公司现有业务的扩充、优化和提升，不会导致公司业务发生重大变化。而且，公司已经在人员、技术和市场方面进行了充分的准备和储备。

1、人员方面

公司拥有一支高素质、学习能力强的职业化经营管理团队，由行业内的技术研发人才、营销人才和各类管理人才组成。主要经营管理人员都有良好的专业知识和管理技能，对行业的发展有深刻的了解和认识，对行业及产品的技术发展方向、市场需求的变化有着前瞻性的把握能力。此外，公司拥有强大的技术研发团队，大部分成员具有丰富的小家电行业经验和一定的国际视野。公司通过实施积极有效的激励政策，保障了人才队伍的稳定，并持续吸引优秀的经营管理及研发人才加入。因此，公司具有募投项目实施所需要的人才支撑。

2、技术方面

公司自成立以来，一直注重产品的研发与创新，通过组建专业的研发团队，建立完备的产品开发体系，形成了较强的自主研发能力和优秀的工业设计能力。目前公司建立了专业的高品质厨房小家电研发和生产基地，在产品研发、设计等

方面具有较强的竞争实力，形成了大量的研发成果。公司已有的研发设计能力为募集资金投资项目的实施提供了技术保障。截至2019年6月30日，公司拥有专利194项。其中，境内发明专利81项，境外专利30项，实用新型47项，外观设计专利36项。公司自主研发、设计的多款产品荣获“IF设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。

3、市场方面

随着家电行业的快速发展，各生产企业营销渠道呈现多元化发展态势。线下渠道建设方面，公司产品已成功进驻全国多个省会级城市的500余家高端终端，全国性的布局已初见成效。在线上营销渠道布局方面，目前公司已经成功入驻天猫商城、淘宝、京东商城等电子商务平台；另外，公司已自建官网商城，进一步完善网上销售渠道。多渠道的线上营销网络与传统的实体销售渠道并行发展，营销服务网点运行平稳，作为营销信息收集和服务平台，是公司形成全国性业务布局和积累客户资源的重要保证。

目前“BUYDEEM北鼎”已发展成为具有一定知名度的高端厨房生活品牌。公司品牌知名度和美誉度逐步提升，“BUYDEEM北鼎”品牌越来越被广大消费者所熟知。未来公司将进一步加强品牌建设，将“BUYDEEM北鼎”品牌进一步打造成领先的高端厨房生活方式品牌。

（四）填补即期回报的具体措施和承诺

本次发行完成后，公司的股本规模较发行前将有较大幅度增长。但公司本次募集资金投资项目需要一定的实施周期，募集资金产生经济效益需要一定的时间，公司利润实现和股东回报仍主要依赖于现有业务。因此，公司存在由于股本规模大幅度增长，而相应收益短期内无法同步增长，导致每股收益等即期回报被摊薄的风险。

为此，公司拟采取以下措施填补被摊薄即期回报：

1、保证本次募集资金有效使用

公司已经根据相关法律法规制定了《募集资金管理及使用制度》，对募集资金的管理、专户存储、三方监管等方面进行了明确规定。本次发行募集资金到位

后，公司将加强募集资金安全管理，对募集资金进行专项存储，保证募集资金合理、规范、有效地使用，防范募集资金使用风险，保证本次募集资金有效使用。

2、加快募集资金使用效率，提高公司的持续经营能力和盈利能力

募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目建设，提高募投资金使用效率，争取募投项目早日达产。随着项目逐步投入和达产后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，将有助于填补本次发行对即期回报的摊薄。

3、公司管理层持续推进改善措施，不断提升公司经营业绩

公司将改进完善业务流程，提高效率，加强对采购、生产、库存、销售各环节的信息化管理，提高公司资产运营效率，提高营运资金周转效率。此外，公司将完善薪酬和激励机制，建立有市场竞争力的薪酬体系，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。公司将全面提升公司的运营效率，降低成本，并提升公司的经营业绩。

4、加强设计研发创新

公司将继续重视技术创新工作，建立能够适应市场经济需求的创新体系与运作机制，进一步增强公司竞争力。公司将不断提升自主创新能力，在设计环节注重产品开发的功能性、创新性，开发能够满足消费者的需求的产品，提高公司的盈利能力。

5、加大市场拓展力度

公司将在现有市场营销网络的基础上完善并扩大经营业务布局，致力于为更多客户提供优质的产品与服务。公司将不断改进和完善产品及服务体系，扩大销售渠道和服务网络的覆盖面，从而优化公司在市场的战略布局。

6、加强内部控制和经营管理

在加强公司日常经营效率方面，一方面，公司将努力提高资金的使用效率，加强内部控制，完善并强化投资决策程序，设计完善的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率；另一方面，公司将节省各项费用支出，降低公司运营成本，并全面有效地管控风险，提升经营业绩。

7、强化投资者回报机制

为进一步完善公司利润分配政策，积极有效地回报投资者，公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，细化了《公司章程（草案）》相关利润分配的条款，公司2019年第一次临时股东大会也审议通过了《公司股票上市后股东未来三年分红回报规划》。公开发行后，公司将严格执行公司分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极对股东给予回报，降低本次发行对公司即期回报的摊薄，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

十六、股利分配情况

（一）股利分配的一般政策

报告期内，根据《公司法》及《公司章程》，公司的股利分配政策如下：

第一百四十四条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的发行人股份不参与分配利润。

第一百四十六条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百四十七条 公司利润分配政策为：以现金或者股票方式分配利润。

（二）最近三年股利分配情况

1、2015 年度股利分配情况

公司 2016 年 2 月 23 日召开 2015 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2015 年度利润分配方案》，同意公司向全体股东按每 10 股派发现金 1 元（含税），共计派发现金红利 1,600 万元，剩余未分配利润结转以后年度分配。该股利分配已执行完成。

2、2016 年度股利分配情况

公司 2017 年 6 月 26 日召开 2017 年第三次临时股东大会，审议并通过了《关于公司 2016 年度利润分配预案》，同意公司向全体股东按每 10 股派发现金 2 元（含税），共计分配现金红利 3,261.00 万元，剩余未分配利润结转以后年度分配。该股利分配已执行完成。

3、2017 年度股利分配情况

公司 2018 年 4 月 10 日召开 2017 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2017 年度利润分配预案》，同意公司向全体股东按每 10 股派发现金 1 元（含税），共计分配现金红利 1,630.50 万元，剩余未分配利润结转以后年度分配。该股利分配已执行完成。

4、2018 年半年度股利分配情况

公司 2018 年 9 月 3 日召开 2018 年第二次临时股东大会，审议并通过了《关于公司 2018 年半年度权益分派预案》，同意公司向全体股东按每 10 股派发现金 2.50 元（含税），剩余未分配利润结转以后年度分配。该股利分配已执行完成。

5、2018 年度股利分配情况

公司 2019 年 3 月 19 日召开 2018 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2018 年度利润分配预案》，同意公司向全体股东每 10 股派发现金 2 元（含税），共计分配现金红利 3,261.00 万元，剩余未分配利润结转以后年度分配。该股利分配已执行完成。

（三）本次发行后的股利分配政策

根据公司上市后实施的《公司章程（草案）》，公司本次发行后实施的股利分配政策如下：

1、公司利润分配原则

公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的可持续发展，并坚持如下原则：

（一）按法定顺序分配的原则；

（二）存在未弥补亏损、不得分配的原则；

（三）公司持有的发行人股份不得分配利润的原则；

（四）公司最近三年未进行现金利润分配或以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

2、公司利润分配的形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

3、公司现金分红的具体条件和比例

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于三年年均可分配利润的 10%。

特殊情况是指：

（1）公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），即公司未来十二个月内拟对外投资、固定资产投资、收购资产、购买设备或服务累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%；

（2）当年年末经审计资产负债率超过 70%；

（3）当年每股累计可供分配利润低于 0.1 元。

（4）审计机构未对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

公司董事会还可以根据公司当期的盈利规模、现金流状况、资金需求状况，提议公司进行中期分红。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

4、股票股利分配的条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

5、利润分配方案的审议程序

公司利润分配方案的审议程序：

（1）公司的利润分配方案由总经理办公会议拟定后提交公司董事会、监事会审议。董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议。审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票方式。

（2）公司因前述特殊情况而不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

6、公司利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后六十日内完成股利（或股份）的派发事项。

7、公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告，经独立董事审核并发表意见后提交股东大会审议，股东大会应以特别决议通过。股东大会审议利润分配政策调整方案时，公司为股东提供网络投票方式。

（四）发行前滚存利润分配政策

根据公司于 2019 年 2 月 12 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过，若公司首次公开发行股票并上市的方案经中国证监会核准并得以实施，本次发行前滚存未分配利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

第十节 募集资金运用

一、募集资金投资项目概况

（一）本次募集资金计划和投资方向

公司本次拟向社会公众公开发行不超过 5,435.00 万股人民币普通股股票，全部用于与公司主营业务相关的项目。本次募集资金投资项目已经公司股东大会审议通过。本次发行后，募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	建设期（月）
1	厨房小电扩建项目	12,322.08	12,322.08	16
2	品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目	8,291.50	8,291.50	36
3	品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目	5,076.33	5,076.33	24
4	品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目	9,940.00	9,940.00	36
合计		**35,629.91**	**35,629.91**	-

以上项目投资所需资金，均由公司本次发行股票募集资金解决。若募集资金金额小于上述项目拟投资金额，不足部分由公司自筹资金进行投资；若募集资金金额大于上述项目拟投资金额，超过部分将用于补充公司流动资金。募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金备案及环评情况

募集资金投资项目已履行的投资备案和环境影响评价程序如下：

序号	项目名称	项目备案情况	环评批复情况
1	厨房小电扩建项目	深宝安发改备案（2019）0082 号	深宝环水批[2017]600940 号
2	品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目	深南山发改备案（2017）0606 号	-
3	品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目	深南山发改备案（2017）0605 号	-
4	品质生活厨房小电线上营销网络及品	深南山发改备案（2017）0607 号	-

序号	项目名称	项目备案情况	环评批复情况
	牌建设项目		

（三）募集资金专项存储制度

公司于 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理及使用制度》，公司募集资金应当存放于董事会决定的专户集中管理；该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途；公司应当在募集资金到账后与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

本次股票发行募集资金到位后，公司将采用专款专用、专户存储的方式管理募集资金，根据项目的进度安排，按以上募集资金投资项目计划投入。

（四）募集资金投资项目与公司现有业务及核心技术的关系

公司本次募集资金投资项目是公司在现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行补充以及对业务规模进行扩大，有利于提高公司主营业务能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。

其中厨房小电扩建项目主要系在原部分产线基础上，通过引进新装备，建设智能化生产车间，加大产品产能，确保产品品质稳定，提升公司产品市场竞争力。

品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目主要系在现有 500 余家门店的基础上，经过筛选分类，新建或升级 20 家体验店、80 家核心店、200 家 A 级门店，强化渠道精细化管理，尽快覆盖空白区域和提升已进驻区域的整体规模及业绩，拓宽销售渠道，提高产品供应及售后技术支持能力，促进公司市场份额稳步提升。

品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目主要系在现有完善的线下营销网络的基础上，强化线上营销网络，在国内各大电商平台开立网店、建设电商自营渠道、与海外核心地区电商网点以商品入库的方式进行合作。同时，加强公司产品的品牌推广力度，加大公司健康美食理念宣传，提升品牌知名度；加强平台推广力度，拓宽销售渠道，促进公司市场份额稳步提升，保障公司长期处于行业领先地位。

品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目主要系整合现有科技研

发力量，更新科研设备，添置先进的检测、试验仪器等，从选题立项、实验研究等方面为技术研究工作奠定基础。通过引进高端研发技术人才，对公司研发部门进行全面升级，提升公司的研发技术水平。

（五）公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于2019年1月28日召开第二届董事会第二十二次会议，审议通过了《关于首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了研究，认为本次募集资金投资项目可行。

公司本次募集资金投资项目是公司在现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行补充以及对业务规模进行扩大，有利于提高公司主营业务能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力，募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

1、经营规模

目前公司盈利能力良好。本次募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力，公司财务状况可以有效支持募集资金投资项目的建设和实施。

随着此次募集资金到位，公司将进一步扩大公司规模和产能，为公司开拓更多的客户提供生产能力基础，保持良好的资产盈利能力，为公司现有产品的完善和未来新产品的上市提供可靠的生产条件。

2、财务状况

公司资产质量良好，经营性现金流量正常，具有持续盈利能力，有能力支撑本次募集资金投资项目的实施及后续运营。同时，本次募集资金到位后公司资本实力将大幅增强，资产结构将进一步优化，盈利能力及抵御风险能力也将随之提升。

3、技术水平

公司属于国家高新技术企业，自成立以来公司设置了技术研发部门，集结了大批具有深厚的专业学术背景、较强的研发实力和丰富的研发经验技术人才和各方面的技术力量，在行业内已经积累了丰富的经验和技术储备，可以准确把握市场技术的发展趋势和潮流，并进行前沿性的研发。

本次募集资金投资项目将全部投向公司的主营业务，公司具备充分的技术实力与人才储备保证募集资金投资项目的实现。

4、管理能力

随着公司的发展和业务规模的不断扩大，公司形成了一套较为完整的公司治理制度。公司在内部控制建立过程中，结合公司多年管理经验，充分考虑行业特点，内部控制制度符合公司生产经营的需要，各项制度得到有效执行。公司将严格按照上市公司要求规范运作，进一步完善公司治理结构，加强内控管理、强化规范运作意识，充分发挥股东大会、董事会、监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用，为公司的不断壮大发展奠定了坚实的基础，促进了公司经营业绩的稳健增长。

公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具备良好的实施背景和市场前景，有利于公司保持良好的盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经济效益。

（六）同业竞争或独立性影响

本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及下属企业之间产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目决策背景和可行性

（一）募集资金投资项目的实施背景和有利条件

1、中国中产阶级快速崛起，消费需求升级

近年来，中国中产阶级崛起，以现代白领为代表的中产阶级强劲的消费能力和消费需求，将持续成为国家经济增长的有力支持。中产家庭注重消费品质，且消费行为更加理性，更愿意购买高品质产品，在饮食方面，追求色香味俱全的同时也注重养生，“家庭健康”消费导向性日渐显著。对于中产阶级来说，价格不再是产品购买的制约因素，家电消费向高端化发展，倾向于科技含量高、品牌知名度大、人性化外观设计的产品，同时由于产品更新速度较快，中产阶级消费者往往追逐潮流，家电产品的更新换代需求较以往大幅提升。

2、“她经济”时代到来，旺盛购买力带来巨大消费空间

随着女性经济和社会地位提高，女性经济所呈现的旺盛消费需求与消费能力正在催生多个新的经济增长点，“她经济”的庞大效应和市场潜力越来越引发关注。女性在消费过程中更加追求时尚潮流，同时她们还乐衷于与好友分享消费成果，“她经济”特有的消费特征，使得女性消费者在消费过程中往往会比男性消费者投入更多的金额。同时，女性消费者还拥有家电电器等家庭日常用品的购置权，为厨房小家电行业带来广阔的市场空间。

3、中国小家电细分市场凸显，养生品类兴起

按产品用途分类，小家电可以分为厨房小家电、家居小家电和个人护理小家电，其中，厨房小家电是主要细分行业。随着人们生活水平的提高，对产品个性化的需求也日益高涨，此外，80、90 后一代年轻人作为当前厨房小家电消费的主力人群，有着独立的人格特征和消费观念，在厨房小家电消费上有着个性化选择。因此，厨房小家电产品细分化是发展的必然趋势。近年来，人们的健康观念增强，健康养生等新兴产品成为生活电器市场供给侧改革的“新方向”，以破壁料理机和养生壶为主导的健康养生类厨房小家电正在持续推动行业发展。未来大健康时代的养生理念将带动健康厨房小家电产品市场规模快速增长，在不断追求技术提升和产品创新的前提下，势必会占据小家电市场更多的份额。

4、体验经济时代，家电体验营销逐步展开

随着经济社会的不断发展，需求层次逐渐提高，人们在消费过程中不但注重物质享受，更注重消费购买过程所带来的精神享受。在体验经济中企业把每一位消费者都看作独特个体，进而满足其个性化需要，通过将产品融入带有体验性的品牌之中，创造品牌形象，强调消费者体验。随着家电智能化发展，智能家居时代到来，用户需求的多样化和购物方式的转换，促使家电行业将关注点从对产品功能性转移到如何实现提高整体家居舒适度和用户体验层面上来，因此在多渠道竞争的背景下，家电厂商努力寻求变革，从消费者角度出发，重视消费者的体验和产品服务，力争在新的市场环境中，把握市场机遇，成为小家电行业领导者。

5、电子商务与在线广告协同发展，精准营销助力厨房小家电行业线上布局

互联网广告的迅猛发展为电子商务行业注入了新的发展动力，随着微博、微信、网红直播的日渐火爆，自媒体、短视频及各类内容平台风靡，社交媒体逐渐成为电商类广告主投放的主要阵地，通过在直播等新兴社交渠道中植入广告，进而对人群进行引流，从而达到品牌推广的目的。“电子商务+在线广告”的协同发展，裂变式的传播方式推动电子商务市场规模进一步扩大。

近年来，厨房小家电网购市场热度持续，行业内各大厂家纷纷布局线上营销网络的同时不断加大互联网广告的投入。与传统营销相比，互联网营销对用户的浏览、搜索、点击等行为进行全样本的长期监测，分析网络用户的网络行为、喜好和各类媒体的投放价值，从而达到精准营销的目的。未来家电行业互联网广告投放总量还将继续增加，互联网广告凭借着精准营销的优势，可帮助广告主实现广告投入收益最大化，充分利用大数据，助力企业以全新的运营模式占据更大的市场。

（二）募集资金投资项目的市场前景

本项目养生壶、烤箱等厨房小家电的市场前景请详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所属行业基本情况”之“（二）行业简介与发展现状”之“2、行业发展前景”相关内容。

（三）募集资金投资项目的可行性

1、公司拥有优秀的员工队伍及强大的研发实力

公司拥有一支高素质、学习能力强的职业化经营管理团队，由行业内的技术研发人才、营销人才和各类管理人才组成。主要经营管理人员都有良好的专业知识和管理技能，对行业的发展有深刻的了解和认识，对行业及产品的技术发展方向、市场需求的变化有着前瞻性的把握能力。此外，公司拥有强大的技术研发团队，大部分成员具有丰富的小家电行业经验和一定的国际视野。截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有专利 194 项。其中，境内发明专利 81 项，境外专利 30 项，实用新型 47 项，外观设计专利 36 项。公司自主研发、设计的多款产品荣获“IF

设计奖”、“红点设计奖”、“美国工业设计优秀奖”、“艾普兰产品奖”、“中国设计红星奖”、“中国好设计优胜奖”等国内外知名奖项。

公司秉承以市场为导向的研发思路，拥有业内一流的研发团队，持续的研发投入保证了公司的技术创新能力，同时实行积极的激励政策，保障了人才队伍的稳定，在现有的优秀员工队伍和科学有效的研发方式下，公司将继续引进及保留优秀人才，完善研发体系，不断提升公司的竞争力，这为项目的实施提供了人才及技术创新保障。

2、公司拥有丰富的行业经验、优越的产品品质及良好的品牌形象

公司自 2003 年设立起就从事厨房类小家电产品的研发、生产和销售，积累了丰富的厨房小家电生产经验，产品以品质、时尚著称，深受广大消费者喜爱。此外，公司具有严格的品质把控体系，除在研发生产流程中加强品质把控，确保产品质量外，公司还采取严格的产品管控系统，通过采取一机四码，四码同号的方式，降低产品在营销过程中发生串货的风险。严格的产品品质把控体系，能确保公司的产品质量，提高公司的品牌形象。

3、公司现有的营销网络为项目实施提供基础

随着家电行业的快速发展，各生产企业营销渠道呈现多元化发展态势。在线下营销网络建设方面，目前公司已建立覆盖全国的高端营销网络，成功进驻全国多个省会级城市的 500 多家高端终端，全国性的布局已初见成效。

在线上营销渠道布局方面，目前公司已经成功入驻天猫商城、京东商城等电商平台，此外公司还搭建了官网商城。多渠道的线上营销网络与传统的实体销售渠道并行发展，营销服务网点运行平稳，作为营销信息收集和服务平台，是公司形成全国性业务布局和积累客户资源的重要保证。

4、快速发展的电商行业为募集资金投资项目的实施提供平台基础

随着互联网普及率不断提高，目前我国电商市场发展日益成熟，已形成以阿里巴巴、京东、唯品会、苏宁易购四巨头为首的综合类电商市场格局，各家电商除了不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村电商。在综合电商市场格局已定的情况下，一些新进企业瞄准母婴、医疗、家装、跨境等垂直电商领域深耕，如致力于时尚领域的聚美优品、蘑菇街、

小红唇；专注母婴市场的蜜芽宝贝、贝贝网、红孩子；深耕跨境业务的小红书、达令、网易考拉海购等，细分领域的垂直电商将成为网络购物市场发展的新促进点。线上购物带来的便捷性是传统营销渠道所不能比拟的，我国快速发展的电商行业为本次募投项目的建设提供了良好的市场环境和平台基础。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）厨房小电扩建项目

1、项目概况

公司综合考虑自身研发和工艺工程产业化能力、行业发展趋势、市场需求状况、技术进步情况等因素，将使用部分募集资金投入“厨房小电扩建项目”，在原部分产线基础上，通过引进新装备，建设智能化生产车间，加大产品产能，确保产品品质稳定，提升公司产品市场竞争力。项目新增产品生产能力如下表所示：

产品类型	单位	数量
养生壶	万件	20
烤箱	万件	5
其他产品	万件	35

注：其他产品主要包括：电热水壶、饮水机、多士炉、蒸锅等其他品类厨房小家电产品。

2、项目建设的必要性分析

（1）顺应行业自动智能化改造趋势

多年以来，家电行业属于大规模制造、劳动密集型产业，家电生产中多靠人工组装，现阶段家电行业面临转型升级需求，纷纷通过自动化改造、加大智能制造占比等方式来提升自动化率。为顺应厨房小家电行业自动智能化发展趋势，此次“厨房小电扩建项目”建设，将引进冲压自动化生产线、抛光自动化机器人、双臂智能组装机器人等先进的自动化设备，建设智能化车间，在保证产品批量化、规模化生产的同时，也保证一流的产品品质。此次募投项目的实施，将进一步提升公司生产自动化水平，提高生产管理水平，确保公司产品品质稳定性，达到公司品质标准，是实现降低费用、提高生产效率、提升产品品质稳定性的必要举措。

（2）满足公司业务扩张的需要

近年来厨房小家电产业蓬勃发展，市场需求旺盛。目前，公司生产车间产能有限，随着养生壶、烤箱等产品订单的不断增加，现有设备已不能满足日益增多的订单的需求，亟需增加生产设备，提高生产自动化水平，扩大产能。本项目实施后，将大幅提升公司生产自动化水平，提高养生壶、烤箱及其他产品的生产产能，确保公司及时安排客户的订单生产，缩短产品交货周期，提高市场响应速度和客户满意度，进一步提高公司的市场占有率，满足公司业务扩张的需要。

3、项目投资概算

（1）项目投资总额

本项目预计投资资金 12,322.08 万元，分别投资于装修工程、机器设备购置、以及铺底流动资金，具体如下表：

序号	项目	投资金额（万元）	占比
1	**装修工程**	**598.49**	4.86%
1.1	主体工程	460.38	3.74%
1.2	工程建设其他费用	92.08	0.75%
1.3	预备费	46.04	0.37%
2	**机器设备**	**8,032.10**	65.18%
2.1	生产设备硬件及软件	7,970.60	64.69%
2.2	办公设备	61.50	0.50%
3	**铺底流动资金**	**3,691.49**	29.96%
合计		**12,322.08**	**100.00%**

（2）设备投资

本项目共需新增设备投入 8,032.10 万元，其中生产硬件设备及软件投入 7,970.60 万元；办公设备投入 61.50 万元。本项目主要生产设备投资如下：

序号	设备名称	单位	数量	单价（万元）	总价（万元）
1	机器人自动化五金冲压生产线	条	4	220.00	880.00
2	五金抛光自动化机器人	台	5	135.00	675.00
3	注塑精益改善中央供料系统	套	1	80.00	80.00
4	注塑机械手	台	40	8.00	320.00
5	110T 冲床	台	10	35.00	350.00
6	CNC 铣床	台	3	120.00	360.00

序号	设备名称	单位	数量	单价（万元）	总价（万元）
7	80T_530T 电动伺服注塑机	台	10	48.00	480.00
8	SMT 贴片机	台	2	120.00	240.00
9	RoHS 测试仪	台	1	85.00	85.00
10	雷击浪涌测试仪	台	1	150.00	150.00
11	变频电源	台	15	5.00	75.00
12	自动包装线	台	10	35.00	350.00
13	双臂智能组装机器人	台	30	35.00	1,050.00
14	多士炉自动测试设备	台	3	50.00	150.00
15	水煲自动测试设备	台	3	50.00	150.00
16	烤箱自动测试设备	台	2	50.00	100.00
17	气泡孔隙检测设备	台	1	45.00	45.00
18	盐雾测试仪	台	4	3.00	12.00
19	硬度测试仪	台	8	2.00	16.00
20	TFL-500F 光纤激光焊机	台	5	60.00	300.00
21	起重机-行车	台	2	26.30	52.60
22	S11-630KVA 变压器	台	2	110.00	220.00
23	模具改造		100	8.00	800.00
合计					**6,940.60**

本项目主要软件投资如下：

序号	设备名称	拟购置数量	单价（万元）	总价（万元）
1	SAP 软件升级	1	100.00	100.00
2	PLM 项目管理软件升级	1	200.00	200.00
3	SRM 软件管理系统升级	1	230.00	230.00
4	OA 办公软件	1	100.00	100.00
5	精益设计项目实施 Lean Design	1	100.00	100.00
6	MES	1	300.00	300.00
合计				**1,030.00**

本项目办公设备投资如下：

序号	设备名称	数量	价格（万元）	总计（万元）
1	电脑	23	0.50	11.50
2	办公用车	1	25.00	25.00

3	办公家具	1	20.00	20.00
4	其他办公设备	1	5.00	5.00
合计				**61.50**

4、项目实施计划

本项目建设期为 16 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年			
	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
生产设备安装调试								
人员招聘及培训								
项目投产								

5、项目选址

本项目选址深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第 5 栋一、二层。深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第 5 栋厂房已取得深房地字第 5000549414 号房地产证，租赁期限至 2022 年 8 月 20 日，合同期满在同等条件下公司享有优先续租权。项目所在地交通便利，具有优越的地理位置和宽松的投资环境，水、电通讯设施齐全。

6、项目影响环境评价

本项目产生的污染物和污染源主要有废水、固体废物、噪音等，其具体处理措施如下：

污染项目	治污措施
废水处理	本项目将喷涂工序外协，故本项目无工业废水产生，只有少量员工生活污水，经处理后排入市政污水处理厂处理
废气处理	烘干定型过程中产生的水蒸气，不产生有毒有害气体，生产车间配备通风换气设备，充分保证空气流通
固废处理	固体废物仅为办公、生活垃圾，均为无毒废料，可由当地废弃物处理部门，统一外运至垃圾填埋场处理
噪音处理	在车间设计时已经采用了相关隔音和减震的投入，降低噪音污染

本项目建设符合深圳市总体城市规划，本项目产生的废水、固废、噪音经处

理后达标排放且排放量较小，从环保角度而言，该项目的建设是可行的。

7、效益分析

本项目建设期 16 个月，如本次募集资金投资项目顺利实施，项目具体的效益如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	46.13%	54.85%
净现值（Ic=12%，万元）	19,942.42	24,808.62
投资回收期（年，含建设期）	4.76	4.37

（二）品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目

1、项目概况

本募集资金投资项目计划进行“品质生活厨房小电综合用品线下营销网络建设项目”建设，在现有 500 余家门店的基础上，经过筛选分类，新建或升级 20 家体验店、80 家核心店、200 家 A 级门店，强化渠道精细化管理，尽快覆盖空白区域和提升已进驻区域的整体规模及业绩，拓宽销售渠道，提高产品供应及售后技术支持能力，促进公司市场份额稳步提升。

2、项目建设的必要性分析

随着厨房小家电产品线的丰富，产品体验成为客户的重要需求，公司此次在原有 500 余家门店的基础上，经过筛选分类，新建或升级 20 家体验店、80 家核心店、200 家 A 级门店，将线下门店发展成集产品体验、销售、售后服务于一身的综合型实体店，为客户提供更加专业化的服务，形成线上线下销售服务生态闭环，是进一步提升品牌感知度，拓宽销售渠道的必要手段。

3、项目投资概算

（1）项目投资总额

本项目计划投资 8,291.50 万元，含工程费用 4,319.50 万元，人员薪资 1,872.00 万元，线下网点 IT 信息化 600.00 万元，线下品牌推广 1,500.00 万元，具体投资如下：

序号	项目名称	投资额（万元）	占比
1	工程费用	4,319.50	52.10%
2	人员薪资	1,872.00	22.58%
3	线下网点 IT 信息化	600.00	7.24%
4	线下品牌推广	1,500.00	18.09%
	总计	**8,291.50**	**100.00%**

（2）工程费用投资

本项目营销网络建设工程费用投资具体如下：

序号	网点级别	个数	转租费（万元）	租赁费（万元）	装修费（万元）	配置用品费用（万元）	合计（万元）
1	核心店	80	-	-	400.00	412.00	812.00
2	体验店	20	400.00	1,200.00	500.00	407.50	2,507.50
3	A 级门店	200	-	-	400.00	600.00	1,000.00
合并		**300**	**400.00**	**1,200.00**	**1,300.00**	**1,419.50**	**4,319.50**

本项目配套物料投资具体如下：

序号	配套物料名称	单位	合计
1	养生壶	万元	364.50
2	烘焙产品	万元	420.00
3	其他货品	万元	87.00
4	展示道具（含平板电脑等多媒体演示器具）及其他	万元	548.00
	合计	万元	1,419.50

本项目 IT 信息化系统投资具体如下：

IT 信息化系统	单价（万元）	数量	总价（万元）	备注（用途）
ERP 超市系统	200.00	1	200.00	基础资料管理、进退货管理、销售管理、库存管理、供应商管理、财务管理、报表管理、分销管理、促销管理等
ERP 百货直营店系统	200.00	1	200.00	基础资料管理、进退货管理、销售管理、库存管理、零售收银管理、会员服务、供应商管理、财务管理、报表管理等
内部监控系统	200.00	1	200.00	直营门店监控系统
合计			**600.00**	-

（3）人员薪资

经测算，本项目需投入人员薪资共计 1,872.00 万元，第一年投入 585.60 万元，第二年和第三年分别投入 643.20 万元。

门店级别	第一年	第二年	第三年	合计
核心店	249.60	259.20	259.20	768.00
体验店	288.00	336.00	336.00	960.00
A 级门店	48.00	48.00	48.00	144.00
合计	**585.60**	**643.20**	**643.20**	**1,872.00**

4、项目建设方案

（1）项目建设具体内容

项目建设具体内容如下：

营销网络升级建设	在原有营销地区，华南、华北、华东、华中、东北、西南、西北中的 500 多家门店升级改造，建设 80 家核心店和 200 家 A 级门店。并将在北京、上海、广东、重庆、天津、江苏、浙江、湖北、福建、山东等地新建 20 家体验店
线下网点 IT 信息化	针对线下网点铺设 IT 信息化系统，引入 ERP 超市系统、ERP 百货直营店系统、内部监控系统等信息化系统
购置营销与服务支撑体系设备	需购置的服务设备包括三类：一是通用设备，主要包括服务器、个人电脑、服务车、工具箱等；二是软件类产品，主要包括电商 ERP（企业资源计划）系统、会议视频系统等；三是辅助设备，主要是其他一些办公用品
扩充、培养营销与服务人员	产品的营销和服务属于技术销售和技术支持的范畴，需要从业人员具有全面的商务知识和经验，有针对性地解决客户问题并收集产品需求信息。因此，扩充和培养熟练的具有高技能的营销和服务人员是重要的建设内容。
线下品牌推广	举办相关线下活动，增加品牌知名度。

（2）营销网点选址情况

本次营销服务网点体验店建设地址位于各省主要城市，项目选址具体如下表：

地区	城市
北京市	朝阳区
	海淀区
	西城区
上海市	黄浦区
	静安区

地区	城市
	徐汇区
广东省	广州市天河区
	广州市越秀区
	深圳市福田区
	深圳市南山区
	深圳市罗湖区
重庆市	渝中区
	江北区
天津市	和平区
江苏省	苏州市昆山区
	南京市鼓楼区
浙江省	杭州市西湖区
湖北省	武汉市汉江区
福建省	厦门市湖里区
山东省	济南市历下区

本次营销服务网点优化升级建设核心店、A 级门店主要基于门店经营情况、所处地段及目标客户群体分布情况等因素综合考虑进行选择。

5、项目建设进度计划

本项目建设期为 36 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备												
场地装修												
人员招聘												
试运行												
项目筹备												
场地装修												
人员招聘												
试运行												
项目筹备												
场地装修												

人员招聘												
试运行												

（三）品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目

1、项目概况

公司计划进行“品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目”建设，公司将整合现有科技研发力量，更新科研设备，添置先进的检测、试验仪器等，从选题立项、实验研究等方面为技术研究工作奠定基础。通过引进高端研发技术人才，对公司研发部门进行全面升级，提升公司的研发技术水平。研发设计中心建设将以现有业务为核心，以现有研发体系为支撑，以厨房小家电产品研发升级、养生壶和烤箱相关配套食材研发、系统测试实验室搭建以及自动化生产管理设备研发为主要课题，突破温控、成型工艺、使用寿命等关键技术瓶颈，实现新品规模化产业化生产，提高产品品质。

2、项目建设的必要性分析

（1）小家电产品更新换代频率加快

与大家电不同，小家电由于使用频次高、易磕伤损坏、维修保养不便等因素，其实际使用寿命一般较短，叠加产品单价较低以及冲动消费较多等因素，小家电的更新换代频率明显快于大家电。随着收入水平提高，大部分消费者对厨房小家电不仅看重产品质量，也看重产品的时尚设计和个性化功能，多数情况下的产品更换并不是因为其物理寿命终结，而是因为新产品推出或原使用产品过时后即做出更新决策。因此，公司有必要进行“品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目”建设，通过加大养生壶、烤箱等产品的研发力度，进行产品升级，以顺应厨房小家电行业更换频率加快的发展趋势，抢占市场份额。

（2）厨房小家电行业高端化发展趋势明显

随着网络化、智能化成为全球消费电子产品发展趋势，智能程序、液晶界面等数码科技在厨房小家电产品上的应用更为紧密，使产品在操作上更加便捷和人性化，消费者还可以通过互联网对家电产品进行遥控，通过产品终端在互联网下载菜谱等。厨房小家电行业不断朝高端化方向发展，多数家电企业把创新作为发展重点，重视研发投入，加快高端产品的研发速度，通过主动调整产品结构，增

加中高端产品占比来优化盈利能力。从销售渠道方面来看，2016 年京东“6.18”首次将“网购狂欢节”定位为“品质狂欢节”，消费者也对品牌和品质商品需求明显增长，高端、变频等产品增速较快。

公司自创立以来，注重创新，追求个性化，不同于市场上因产品同质化严重而加入价格战的企业，公司一直以创新的技术和过硬的产品质量定位高端市场，具有优秀的设计实力。为顺应厨房小家电行业发展趋势，公司有必要通过本次“品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目”提高产品技术水平，进一步优化公司产品结构，有利于公司在市场竞争日趋激烈的情况下，依靠技术和品质成功抢占市场制高点，进一步扩大市场份额。

（3）精选优质食材，助力公司高端品牌定位

随着社会经济的高速发展，生活节奏加快，亚健康人群大幅增加，同时大众健康意识日益增强，食疗养生已成为人们崇尚的健康天然养生方式。目前，公司经过对消费者喜爱偏好的调查，经过多次试验调整食材配方，已调制出红枣莲子羹、茯苓杏仁奶茶、桃胶桂花羹等多种食材料包。公司注重对原料的选择，坚持选用优质健康的食品，食材原料经由公司业务人员实地考察、反复试验后选取最优的产品，确保产品质量。此外，公司还不断地收集消费者的反馈意见，不断进行产品完善工作。

此次“品质生活厨房小电综合用品研发设计中心建设项目”的实施，公司将继续进行原料调研遴选工作，坚持选用优质原料，做高端食品。此外，公司将积极听取消费者的消费需求与建议，不断改进食材配方，不断增加食材品种，使客户可根据个人口感喜好进行选择搭配，极大的满足客户需求。本项目的实施，将进一步从侧面体现公司高端品牌形象，助力公司高端产品市场定位。

3、项目投资概算

（1）项目投资总额

本项目拟募集资金 5,076.33 万元，用于场地及装修投资、设备资金、耗材、人员薪资，具体投资如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占投资总额比例
1	**场地租赁装修**	**600.00**	**11.82%**
1.1	品质生活厨房小电综合用品研发中心租赁费用	450.00	8.86%
1.2	品质生活厨房小电综合用品研发中心装修费用	150.00	2.95%
2	**研发、设计设备**	**1,632.33**	**32.16%**
2.1	研发设备投入	1,350.35	26.60%
2.2	研发软件投入	166.28	3.28%
2.3	办公设备投入	115.70	2.28%
3	**耗材**	**500.00**	**9.85%**
4	**人员薪资**	**2,344.00**	**46.18%**
合计		**5,076.33**	**100.00%**

（2）设备投资

①本项目产品研发设备投资具体如下：

A：厨房小家电研发设备投资清单

序号	设备名称	数量	品牌/产地	单价(万元)	合计金额（万元）	备注(用途)
1	3D 自动化打印设备	1	Fortus	71.80	71.80	制造零件手板
2	马扎克加工中心	1	马扎克	130.00	130.00	新模加工
3	CNC 铣床	1		83.72	83.72	新模加工
4	手工模型套装	1	定制	10.00	10.00	手工制作模型
5	三维扫描仪	1		3.00	3.00	逆向建模
6	开关控制中心	1	8767K/美国	2.00	2.00	电路设计
7	谐波闪烁	1		23.00	23.00	用于谐波与 EN/IEC61000 闪烁测试
8	AOI 自动检测仪	2	国内	51.0	102.00	用于零件缺陷检测
合计					**425.52**	

B：厨房小家电系统测试设备

序号	设备名称	数量	单价(万元)	合计金额（万元）
1	喀呖声测试仪	1	43.00	43.00
2	三座标仪 544	1	42.30	42.30
3	UX300 X 射线荧光光谱仪	1	24.70	24.70
4	NL-WSH-05 五工位无绳壶综合测试机	2	15.38	30.76
5	DR230 混合温度测试仪	2	6.87	13.74
6	GTTH-800-40-1P 可程式恒温湿试验设备	1	8.12	8.12
7	雷击浪涌发生器 EMS61000-5A	1	4.79	4.79
8	快速群脉冲发生器 EMS61000-4A	1	4.71	4.71
9	水煲低压试验箱 WG-150F（低气压箱、测量套件）	1	4.10	4.10
10	晶振频率测试仪	1	4.07	4.07
11	传到测试仪器	1	3.00	3.00
12	自动维氏硬度测试仪	1	2.01	2.01
13	螺丝硬度计	1	1.73	1.73
14	智能变频电源 AN97005H	6	0.62	3.72
15	智能变频电源 AN97010H	2	2.97	5.94
16	通风系统	1	2.86	2.86
17	静电放电发生器 EMS61000-2A	1	2.68	2.68
18	HG-D-150 跌落试验机	1	2.60	2.60
19	GTPO-600 精密高温试验机	1	2.56	2.56
20	DR130 混合温度记录仪	1	2.55	2.55
21	交流耐压测试仪 AN9605X	1	2.50	2.50
22	纸箱抗压试验机	1	1.79	1.79
23	CA100 热电偶校验仪	1	1.72	1.72
24	高稳定功频功率电源 YF58B	1	1.63	1.63
25	20A 接触式调压器	1	1.48	1.48
26	灼热丝试验装置 FZ-5101A	1	1.38	1.38
27	泄漏电流测试仪 AN9620H	1	1.37	1.37
28	UL94 水平-垂直燃烧试验仪 FZ-5401	1	1.34	1.34
29	WT210 功率分析仪	1	1.30	1.30

序号	设备名称	数量	单价(万元)	合计金额（万元）
30	10KVA 接触调压器	1	1.21	1.21
31	泄露电流测试仪 AN9620H	1	1.16	1.16
32	WT-817A 电源线弯曲试验机	1	1.16	1.16
33	针焰试验仪 FZ-5301A	1	1.11	1.11
34	HG-100 模拟汽车运输振动试验台	1	1.10	1.10
35	SH9202A 稳定性试验机	1	0.99	0.99
36	温度记录仪 mv1000	1	0.89	0.89
37	漏电起痕试验仪 FZ-5201	1	0.88	0.88
38	AN9613H 接地电阻导通测试仪	1	0.78	0.78
39	PF2010S 多功能交流标准表	1	0.65	0.65
40	半导体管特性图示仪 XJ4822	1	0.61	0.61
41	BSA124S 精密电子天平	1	0.61	0.61
42	322610 UL 泄漏电流表	1	0.59	0.59
43	运输振动测试台	1	0.50	0.50
44	单相电参数综合测量仪	6	0.08	0.48
45	9632W 智能全自动绝缘耐压测试仪	1	0.38	0.38
46	AN9632XW 交流耐电压绝缘测试仪	1	0.32	0.32
47	温湿度记录仪 7210-00	1	0.30	0.30
48	标准光源对色灯箱	1	0.26	0.26
49	KP-5KW 变频电源	1	0.24	0.24
50	F7311 甲醛气体检测仪	1	0.20	0.20
51	稳定性测试台 FZ1201	1	0.19	0.19
52	10KVA 接触式调压器	2	0.14	0.28
53	金属材料测试仪	1	120.00	120.00
合计				**359.34**

C：养生食材研发设备

序号	设备名称	数量	品牌/产地	单价(万元)	合计金额（万元）	备注(用途)
1	均质机	1	江科自动化/国产	18.00	18.00	均质原料

序号	设备名称	数量	品牌/产地	单价(万元)	合计金额（万元）	备注(用途)
2	胶体磨	2	森美特轻工机械/国产	0.50	1.00	胶磨原料
3	高速离心机	1	远拓/国产	4.00	4.00	离心
4	组织捣碎机	1	默西/国产	0.40	0.40	组织破碎
5	鼓风干燥箱	2	新瑞/国产	0.50	1.00	干燥
6	超净工作台	1	定制	50.00	50.00	科研化验
7	通风橱	2	定制	5.00	10.00	科研化验
8	实验台	1	定制	85.00	85.00	科研化验
9	电磁炉	2	国产	0.05	0.10	加热
10	高纯水器	1	新瑞/国产	9.00	9.00	纯化水
11	高压灭菌器	2	科洋设备/国产	28.00	56.00	杀菌
12	喷雾干燥器	1	雅程/国产	15.00	15.00	科研化验
13	旋转蒸发仪	2	鹏鸣/国产	3.00	6.00	科研化验
14	高速冷冻离心机	1	远拓/国产	4.00	4.00	冷冻离心
15	控温空气浴摇床	1	上海培因/国产	3.00	3.00	检验检测
16	冰箱	2	海尔/国产	0.50	1.00	冷藏
17	空调	2	格力/国产	0.70	1.40	调温
18	监测设备及配套软件	1	定制	50.00	50.00	科研化验
19	磁力搅拌器	2	右一/国产	0.20	0.40	搅拌
20	热缩机	1	鼎业/国产	4.00	4.00	小试产品过膜
21	包装机	1	铭典/国产	10.00	10.00	小试产品包装
22	真空冷冻干燥机	1	载智/国产	31.00	31.00	科研化验
23	提取浓缩机	1	天鹏/国产	4.50	4.50	科研化验
24	恒温恒湿试验箱	1	艾德/国产	10.00	10.00	科研化验
合计					**374.80**	

D：养生食材检测设备

序号	设备名称	数量	品牌/产地	单价（万元）	合计金额（万元）
1	显微镜	1	Zeiss/德国	18.00	18.00
2	显微镜	1	Mitutoyo/日本	6.00	6.00
3	光照培养器	1	亿丰电子仪器/日本	28.00	28.00
4	投影仪	1	亿丰电子仪器/日本	1.50	1.50
5	PH 计	2	BANTE/日本	0.30	0.60
6	恒温水浴摇床	1	泸粤明/国产	1.20	1.20
7	恒温水浴锅	2	泸粤明/国产	0.80	1.60
8	人工气候箱	1	泸粤明/国产	3.50	3.50
9	气相色谱仪	1	岛津/日本	29.80	29.80
10	液相色谱仪	1	岛津/日本	45.00	45.00
11	分光光谱仪	1	新瑞/国产	4.00	4.00
12	原子吸收分光光度计	1	新瑞/国产	7.00	7.00
13	食品安全快速检测仪	1	新瑞/国产	22.00	22.00
14	全自动凯氏定氮仪	1	邦亿/国产	9.00	9.00
15	氨基酸全自动分析仪	1	恒信/国产	30.00	30.00
16	培养箱	2	中和/国产	2.00	4.00
17	分析天平	2	METTLER TOLEDO/美国	8.00	16.00
18	电子天平	2	METTLER TOLEDO/美国	12.00	24.00
19	水分测定仪	1	METTLER TOLEDO/美国	3.40	3.40
20	SO2 检测仪	1	科尔诺/国产	0.45	0.45
21	超声波清洗器	2	比郎/国产	0.30	0.60
22	微波消解萃取仪	1	比郎/国产	4.50	4.50
23	农药残留快速测试仪	1	小天鹅/国产	14.50	14.50
24	其它仪器及消耗用品	1	定制	75.00	75.00
25	脂肪测定仪	1	恒泰/国产	4.00	4.00
26	手提式粉碎机	1	老本行/国产	0.04	0.04
合计				-	**353.70**

②本项目产品研发软件投资具体如下：

序号	设备名称	数量	单价(万元)	合计金额（万元）	备注(用途)
1	PLM 项目管理软件	1.0	107.52	107.52	产品开发生命周期管理
2	Autodesk AutoCADM2016 网络版	10.0	0.50	5.00	产品绘图用
3	科瑞莱环保空调	4.0	0.31	1.24	-
4	戴尔服务器 Dell PowerEdge R730	1.0	2.52	2.52	软件系统配套用
5	办公软件	1.0	50.00	50.00	-
合计				**166.28**	

③本项目办公设备具体投资如下：

名称	数量	单位	单价（万元）	总价（万元）
扫描仪	5	台	0.30	1.50
传真机	8	台	0.15	1.20
碎纸机	5	台	0.10	0.50
电话机	50	部	0.05	2.50
办公家具	50	张	0.20	10.00
车辆	5	辆	20.00	100.00
合计				**115.70**

4、项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备												
装修工程实施												
设备订货及招标												
设备安装调试												
人员招聘及培训												
开始研发												

5、项目选址

本项目选址深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼，项目总建筑面积 1,000 平方米。项目所在地交通便利，具有优越的地理位置和宽松的投资环境，水、电通讯设施齐全，适宜项目建设。

（四）品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目

1、项目概况

公司计划进行“品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目”建设，在现有完善的线下营销网络的基础上，强化线上营销网络，在国内各大电商平台开立网店、建设电商自营渠道、与海外核心地区电商网点以商品入库的方式进行合作。同时，加强公司产品的品牌推广力度，加大公司健康美食理念宣传，提升品牌知名度；加强平台推广力度，拓宽销售渠道，促进公司市场份额稳步提升，保障公司长期处于行业领先地位。

2、项目建设的必要性分析

（1）电商平台成为厨房小家电销售的重要渠道

由于厨房小家电产品售价适中，更新换代频繁，体积小便于物流等特性，线上销售渠道迅速崛起成为厨房小家电销售的重要渠道，苏泊尔、九阳等各大厨房小家电企业纷纷布局线上营销网络。相比于传统营销渠道，线上平台在产品价格实惠、支付方式多样、专业产品功能介绍等方面更具优势。此外，“双十一”、“6.18”等购物狂欢节将厨房小家电线上营销市场规模推向新高度。

目前，公司现已成功入驻天猫商城、京东商城等传统综合电商平台，同时也抓住移动社交电商快速发展的契机，在下厨房、蜜芽宝贝等垂直类移动社交应用平台进行市场布局。公司此次募投项目的实施有利于公司完善线上销售渠道，进一步促进线下、线上渠道相融合，及时准确掌握消费者信息，运用大数据了解消费者偏好，是公司加大市场竞争力、加快新品推广周期、提高市场份额的必要途径。

（2）社交化分享为移动电商时代的新营销方式，精准营销助力公司业务规模扩张

随着人民生活水平提高，各方面消费力量兴起，90 后、女性等细分用户成为消费新动力;此外用户更加注重商品品质,更倾向于选择符合自身特征的商品。在此基础上，基于特定品类和特定人群的垂直经济成为发展趋势，内容化、粉丝化以及场景化成为移动电商吸引流量的新方式，通过社交用户的消费体验分享，达到品牌推广目的。

公司目前通过天猫商城、京东商城等大型综合电商平台站内推广工具进行品牌推广，包括天猫直通车、钻展、京东京准通等站内工具，运用大数据分析消费者浏览、购买的数据，分析消费者购物偏好，通过绘制目标用户画像达到精准投放的目的，进而将潜在用户引流至电子商城中形成消费。此外，公司还与 ONE、黄小厨、悦食等垂直电商平台进行合作，进行品牌推广，通过站外的垂直渠道将用户引流至天猫商城平台中。本次“品质生活厨房小电线上营销网络及品牌建设项目”的实施，通过加大公司品牌推广力度，以天猫直通车、钻展、品牌聚效等方式进行精准营销，提高公司营业收入。同时通过宣传视频的拍摄，能够以图片内容化的形式加深消费者对公司产品乃至公司品牌的印象，提高公司产品知名度，帮助公司快速挖掘潜在客户群体，有利于公司迅速扩大业务规模。

3、项目投资概算

（1）项目投资总额

本项目计划投资 9,940.00 万元，含 IT 信息化/电商系统投资 1,220.00 万元，电商网店投资 1,650.00 万元，品牌推广投资 7,070.00 万元，具体情况如下：

序号	工程或费用名称	投入金额（万元）	占比
1	IT 信息化系统	1,220.00	12.27%
2	电商网店	1,650.00	16.60%
3	品牌推广	7,070.00	71.13%
合计		**9,940.00**	**100.00%**

（2）品牌推广费用

经测算，本项目所需品牌推广费用共计 7,070.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

推广平台	第一年	第二年	第三年	投入合计
天猫	1,600.00	1,800.00	2,000.00	5,400.00
京东	300.00	350.00	370.00	1,020.00
其他	150.00	200.00	300.00	650.00
合计	**2,050.00**	**2,350.00**	**2,670.00**	**7,070.00**

（3）电商网店

经测算，本项目所需电商网点建设费用共计 1,650.00 万元，具体情况如下：

序号	费用名称	单价（万元）	数量	投入合计（万元）	用途
1	亚马逊运营费用	45.00	2	90.00	海外市场（北美和欧洲）
2	营销视频、内容制作费用	50.00	21	1,050.00	吸引潜在用户
3	自营商城建设	-	-	510.00	扩宽渠道
合计				**1,650.00**	

（4）IT 信息化系统

经测算，本项目所需 IT 信息化系统建设费用共计 1,220.00 万元，具体情况如下：

序号	IT 信息化系统	单价（万元）	数量	合计（万元）
1	CRM 系统（客户关系管理）	300.00	1	300.00
2	订单处理系统	120.00	1	120.00
3	WMS 系统（仓库管理系统）	100.00	1	100.00
4	一物一码溯源系统	100.00	1	100.00
5	WA 系统（Web Analytcis、网站分析系统）	250.00	1	250.00
6	私有云架设	200.00	1	200.00
7	支付系统	150.00	1	150.00
合计				**1,220.00**

4、项目建设方案

线上营	品牌推广	在天猫、京东等平台进行站内广告投放，包括直通车、钻展、

销网络及品牌建设		品牌聚效等精准营销手段，注重引流。同时完善蜜芽宝贝、小羽私厨等垂直类电商平台，通过社交电商的方式完善线上营销网络布局
	IT 信息化	引进订单处理系统、CRM 系统、WMS 系统等信息化系统，搭建信息化平台
	电商自营渠道建设	建设电商自营商城，加强对商品来源、商品质量、商品供应及物流配送的管控能力，实现商品的垂直化供应，使终端消费方获得更加优质的产品和服务。同时通过宣传视频、内容的制作，快速挖掘潜在客户群体，提高品牌知名度

5、项目建设进度计划

本项目建设期为 36 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备												
系统调试												
人员培训												
试运行												
项目筹备												
系统调试												
人员培训												
试运行												
项目筹备												
系统调试												
人员培训												
试运行												

四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）对财务状况及盈利能力的影响

本次发行完成后，公司的净资产规模和每股净资产将大幅提高，公司资产规模扩大，资产结构进一步得到优化，资金实力及偿债能力将大幅提升。由于募集资金投资项目实施存在建设期，短期内公司的净资产收益率可能因净资产增加而有所下降，但随着投资项目效益的逐渐显现，公司的营业收入和营业利润将大幅增长，盈利能力持续提高，净资产收益率将随之回升。

（二）提升公司的核心竞争力

本次募集资金项目经过充分论证，具有良好的发展前景。本次募集资金投资项目将明显提高公司的核心竞争力，有利于公司参与市场的竞争，巩固公司市场地位，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠的保证，不断增强公司持续盈利能力。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

（一）采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人与 2019 年 1-6 月前五大供应商签署的正在履行的重大采购合同情况如下：

序号	合同名称	采购方	供货方	主要内容	签署日
1	未签订协议，以订单执行	晶辉贸易	STRIX LIMITED	采购订单中标明物料详情、数量、单价及交货日期	—
2	《供应商交易合同》	北鼎晶辉	深圳市烁鑫金属材料有限公司	北鼎晶辉向对方采购物料，采购数量及价格以订单及报价协议为准	2017 年 3 月 8 日
3	《供应商交易合同》	北鼎晶辉	东莞龙腾铝品压铸有限公司	北鼎晶辉向对方采购物料，采购数量及价格以订单及报价协议为准	2017 年 3 月 29 日
4	《供应商交易合同》	北鼎晶辉	深圳市粤昌彩盒纸品有限公司	北鼎晶辉向对方采购物料，采购数量及价格以订单及报价协议为准	2017 年 5 月 9 日
5	未签订协议，以订单执行	晶辉贸易	DWK Life Sciences GmbH	采购订单中标明物料详情、数量、单价及交货日期	—

（二）销售合同

公司主营业务包括外销和内销业务，其中外销业务为 OEM/ODM，内销业务为自主品牌业务。部分外销客户与公司签订框架合同，并根据实际订单需求向公司进行采购，若无异议，通常框架合同自动顺延。另一部分外销客户不签订框架合同，直接向公司下达采购订单。内销收入主要来源于天猫商城、京东商城、经销商和 KA 等。

截至本招股说明书签署日，发行人与 2019 年 1-6 月前五大客户/店铺签署的正在履行的重大销售框架合同情况如下：

序号	合同名称	签订方	采购方	主要内容	签署日
1	FINISHED GOODS PURCHASE	北鼎晶辉	Whirlpool Corporation	客户根据协议约定及采购订单采购及付款	2019 年 2 月 **7** 日

序号	合同名称	签订方	采购方	主要内容	签署日
	AGREEMENT				
2	《天猫服务协议》	北鼎科技	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、阿里巴巴（深圳）技术有限公司	参见本节之“（三）电子商务合同”相关内容	2018 年 10 月 18 日
3	Manufacturing Supply Agreement	晶辉贸易	Breville Pty Ltd	客户根据附件产品清单及价格表采购及付款	2016 年 12 月 7 日
4	《“京东 JD.COM”开放平台店铺（商家 ID117200）服务协议》	北鼎科技	江苏京东旭科信息技术有限公司	参见本节之“（三）电子商务合同”相关内容	2019 年

注：北鼎商城为发行人自建平台，无合同。

（三）电子商务合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行的电子商务合同情况如下：

2018 年 10 月 18 日，北鼎科技与浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、阿里巴巴（深圳）技术有限公司签订《天猫服务协议》，约定北鼎科技有偿获得对方提供的与互联网信息服务相关的软件服务、与积分系统相关的软件服务、互联网信息服务、二级域名服务等服务，向对方支付保证金及服务费。

2019 年，北鼎科技与江苏京东旭科信息技术有限公司签署了《“京东 JD.COM” 开放平台店铺（商家 ID117200）服务协议》，约定京东向北鼎科技提供“京东平台”发布商品信息、服务信息，与愿意购买北鼎科技商品的京东其他用户进行在线交流，订立买卖合同，并向通过“京东平台”购买其商品的用户提供售后服务，同时可参与“京东平台”相关活动及使用“京东平台”同意提供的其他有偿服务。

（四）授信担保合同

（1）2017 年 7 月 25 日，发行人与南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为 043-905-17400021C000 号《授信额度协议》，协议约定南洋商业银行（中国）有限公司深圳分行在 2017 年 8 月 3 日至 2019 年 9 月 10 日的授信期间向发行人提供人民币 5,700 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、晶辉贸易、

GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额保证，并签订相应的最高额保证合同，合同编号分别为 043-905-17400021MG000 、 043-905-17400021MG001 、043-905-17400021MG002。

（2）2018 年 11 月 7 日，发行人与平安银行股份有限公司深圳分行签订编号为平银（深圳）综字第 A610201807100001 号《综合授信额度合同》，协议约定平安银行股份有限公司深圳分行在 2018 年 11 月 7 日至 2019 年 11 月 6 日向发行人提供 2,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额保证，并签订相应的最高额保证担保合同，合同编号分别为平银（深圳）综字第 A610201807100001（额保 001）号、平银（深圳）综字第 A61020187100001（额保 002）号。

（3）2019 年 4 月 22 日，发行人与招商银行股份有限公司深圳分行签订编号为 755XY2019008347 号《授信协议》，协议约定招商银行股份有限公司深圳分行于 2019 年 4 月 24 日至 2020 年 4 月 23 日期间向发行人提供 6,000 万元的授信额度。曹峭、GEORGE MOHAN ZHANG、晶辉电器（深圳）为该授信协议项下的所有债务提供最高额担保，并签订相应的最高额不可撤销担保书，编号分别为 755XY201900834701、755XY201900834702、755XY201900834703。

（4）2019 年 5 月 10 日，发行人与华夏银行股份有限公司深圳中心区支行签订编号为 SZ24（融资）20190005 号《最高额融资合同》，约定华夏银行股份有限公司深圳中心区支行于 2019 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 4 日期间向发行人提供 5,000 万元的授信额度。晶辉电器（深圳）、GEORGE MOHAN ZHANG 提供最高额担保，并签订相应的最高额保证合同，合同编号分别为 SZ24（高保）20190005-11、SZ24（高保）20190005-12。

（五）房屋租赁合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大房屋租赁合同如下：

序号	承租人	出租人	租赁场所地址	租用建筑面积（㎡）	租赁期限
1	北鼎晶辉	沙井步涌公司	深圳市宝安区沙井步涌工业 D 区第七、八栋厂房	32,922.00	2019.06.01-2024.05.31
2	北翰林科技	沙井步涌公司	深圳市宝安区沙井街道步涌工业 D 区第五栋	6,845.71	2019.03.01-2022.08.20

3	北鼎晶辉	深圳市南山区物业管理办公室	深圳市南山区学苑大道1001号南山智园A7栋8楼	1,437.18	2015.03.01-2020.02.29
4	北鼎晶辉	深圳市南山区物业管理办公室	深圳市南山区桃园街道福光社区塘朗车辆段旁塘朗城广场（西区）A座第38层3801	1,538.02	2019.03.18-2024.02.29

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司无对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，不存在公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼和仲裁事项。

四、控股股东、实际控制人最近三年内的重大违法行为

截至本招股说明书签署日，本公司的控股股东、实际控制人最近三年及一期内不存在重大违法行为。

五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在涉及刑事诉讼的情形。

六、发行人新三板挂牌情况

2014年1月10日，股转公司出具《关于同意深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2014]146号）同意北鼎晶辉在股转系统挂牌。

2014年1月24日，北鼎晶辉在股转系统挂牌并公开转让，证券代码为430532，证券简称为“北鼎晶辉”。

北鼎晶辉在新三板挂牌期间，严格按照相关法律、法规和要求，及时准确履

行信息披露业务；公司挂牌股东通过股转系统进行股份转让，该股权变动已按照股转系统的规定履行了必要的法律程序，真实、合法、有效，不存在纠纷及潜在纠纷；公司股东大会、董事会、监事会均按照《公司法》、《公司章程》等相关法律、法规和要求履行必要的通知、表决、公告程序，公司股东大会、董事会、监事会决策合法合规。北鼎晶辉在新三板挂牌期间未曾受到重大行政处罚或行政监管措施、自律监管措施。

发行人全体董事、监事和高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

董事：

GEORGE MOHAN ZHANG

方　镇　　牛文娇　　钟　鑫

管黎华　　尹公辉　　刘昱熙

监事：

刘云锋　　田　佳　　陈华金

高级管理人员：

GEORGE MOHAN ZHANG　　方　镇　　牛文娇

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司

2019 年 8 月 27 日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人：

赖昌源

保荐代表人：

陈贤德　　万云峰

法定代表人：

林炳城

中银证券有限责任公司

2019年 8月27日

保荐机构（主承销商）董事长、总裁声明

本人已认真阅读深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：

胡映璐

董事长：

林炳城

中山证券有限责任公司

2019年6月27日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

谭 清　　雷 俊　　赵 莹

律师事务所负责人：

朱小辉

北京市天元律师事务所

2019 年 8 月 27 日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

潘传云　　杨 帆

会计师事务所负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2019年8月27日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

陈军

王文涛

资产评估机构负责人：

黄西勤

国众联资产评估土地房地产估价有限公司

2019年8月27日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

王建新　　杨帆　　邱乐群

验资机构负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2019年8月27日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

王建新　　杨帆

验资机构负责人：

叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2019年 8 月27日

第十三节 附件

一、备查文件目录

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点、时间

（一）查阅时间

本次股票发行期内，除法定节假日以外，周一至周五：上午 9:30-11:30，下午 14:00-16:00。

（二）查阅地点

1、发行人：深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司

地址：深圳市南山区桃源街道学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼

联系人：牛文娇（董事会秘书）

2、保荐人（主承销商）：中山证券有限责任公司

地址：深圳市南山区粤海街道蔚蓝海岸社区创业路 1777 号海信南方大厦 21 层、22 层

联系人：陈贤德 万云峰