

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：300824

证券简称：北鼎股份

编号：2021-010

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	安信证券、博时基金、大成基金、东方基金、东方证券、古槐资本、华安基金、嘉实基金、建信基金、兰权资本、鹏华基金、上海煜德投资、太证资本、易方达基金、长信基金、九章资管、金斧子资本、中金公司、中意资管、中银基金等机构及个人投资者共 109 人
时间	2021 年 11 月 2 日
地点	北鼎股份会议室
上市公司 接待人员	董事、副总经理：方镇 董事、财务总监、董事会秘书：牛文娇

<p>投资者 关系活动主 要内容介绍</p>	<p>一、2021年第三季度经营回顾</p> <p>2021年前三季度,公司实现营收5.43亿元,同比增长23.28%;实现归母净利润6,872.38万元,同比增长0.90%。总体来说,公司前三季度营业收入增长较稳定,自主品牌发展态势良好,同比增长24.91%,北鼎中国和北鼎海外业务实现双增长。</p> <p>同时,全球供应链不稳定,原材料价格居高,汇率持续波动,以及海运费仍处高位等不确定性因素,对公司成本端造成一定压力。</p> <p>在此背景下,公司采取了一系列应对措施。一方面,公司提前储备战略性物资及原材料,增加备货库存,确保货源充足;另一方面,公司加大自主品牌投入,持续推进人才吸引与培育、品牌推广、自营门店拓展、数字化建设等工作,夯实未来自主品牌业务发展基础。</p> <p>需要说明的是,首先,因物流费用计量口径调整及产品结构变化,公司综合毛利率同比表现存在结构性变化。其次,代工业务已顺利完成多轮议价及调价工作,效果正持续体现,但仍存在一定滞后性。</p> <p>整体来说,面对今年前三季度营商环境及去年高基数的复杂情况,公司取得这样的经营数据,基本符合预期。</p>
--------------------------------	--

## 二、互动交流

1、2021年第三季度，剔除运费调整影响，毛利率大概下降多少？

公司前三季度毛利率49.1%，同比下降5.1个百分点，还原物流成本后下降2.5个百分点。第三季度毛利率48.0%，同比下降4.2个百分点，还原物流成本后下降2.0个百分点。

第三季度毛利率下降的主要原因：

第一，产品结构变化。不同品类的产品毛利率有所差别，品类销售占比发生变化，毛利结构也会发生变化。

第二，原材料上涨。今年年初至今，原材料价格上涨态势严峻，目前价格仍处高位，对毛利影响较大。公司已采取一系列措施缓解影响，例如提前购买并储备原材料，以及提高公司生产效率等。

第三，汇率及海运费持续上升，对代工业务及北鼎海外业务毛利都有直接影响。

2、三季度北鼎品牌增长亮眼，具体的原因和措施有哪些？

公司的业务逻辑比较简单——致力于在改善型吃喝领域，围绕不同场景提供整体解决方案，创造更多产品，通过更多渠道，以正确的方式展现给更多消费者。

三季度增长主要来自两方面：1) 新品上线。珐琅铸铁锅系列，泡茶杯系列，手冲咖啡壶系列等新产品进入市场；2) 渠道端工作。海外和北鼎自营门店表现良好，第三季度公司加快开店速度，截至第三季度末，北鼎自营门店累计数量已达 20 家。

**3、天猫和京东的收入占比是多少？目前渠道流量逐渐分散化，公司的渠道布局是否有变化？**

天猫占比相对高一些，但三季度占比有所下降。

目前渠道流量的确在分散，渠道流量碎片化对公司的确是挑战。公司整体策略是以 DTC（直接触达消费者）渠道为主，加大 DTC 渠道资源投放力度，其他渠道也会保持尝试。具体说来，国内 DTC 渠道涵盖北鼎天猫旗舰店、北鼎京东自营店、北鼎官方商城、以及北鼎线下自营门店，这些渠道会成为后期重点；海外 DTC 渠道中，亚马逊及自建站会加大资源

投放力度。另外今年有两个渠道比较亮眼，一个是抖音直播，另一个是微分销。

**4、公司外销的主要市场在哪些国家，主要销售商品是哪些，主要销售渠道是怎样的？公司如何把握海外消费者的需求，推出海外消费者喜欢的产品？**

目前公司外销市场主要是美国、加拿大、日本、东南亚及欧洲。因为进入时间不同，所以今天销售额的主要来源是美国，也是我们主推的方向。

主要销售的商品有两类，一类是面向当地华人的北鼎中国产品；另一类是针对北美外国人的西式厨房小家电，例如多士炉、烤面包机和电热水壶等，目前西式厨电的销售占比会更高一些。

销售渠道，现在主要是亚马逊和自建站，另外还有面向海外华人的垂直电商渠道。

对于海外消费者的需求，海外华人跟中国消费者类似，养生壶、电蒸锅等产品在当地表现良好；针对外国人，目前主要基于公司过往几十年的代工经验积淀；另外我们可以通过电商渠道迅速获取消费者反馈和评价并及时作出调整和改善。

未来，我们会持续把北鼎中国产品带到海外，同时也会针对海外消费者推出适合当地的产品。与此同时，中外消费者都需要的产品优先级会更高，例如咖啡场景内的系列产品。

### 5、公司后续的新产品推出策略是怎样的？主要侧重点在生活电器还是食材用品？

我们的产品策略是围绕吃喝场景中的改善型需求逐步覆盖。一方面，探索更多全新场景；一方面，在已触达的场景里探索更多品类，不管是电器、用品还是食材；最后，在已触达的品类里，根据消费者需求细分更多 SKU。例如，咖啡系列产品属于全新场景的探索，珐琅锅属于已有场景里探索新品类，Mini K 养生壶属于已触达品类里细分的 SKU。

我们没有把自己定义为厨房小家电品牌，也没有人为设定侧重点，而是会围绕对场景的理解和观察，有针对性地提供解决方案。在不同的吃喝场景里，电器所扮演的角色不太一样。有些场景中电器确实很重要，例如烤箱；但有些场景中电器就没有那么重要，例如手冲咖啡。

**6、最近公司很多小家电（产品）被竞争对手抄袭，公司的竞争壁垒是什么？又该如何维持自身的竞争壁垒？**

抄袭在各行各业都会存在。北鼎是从用户角度出发的产品驱动型公司。具体从产品来说，北鼎的品牌壁垒是围绕吃喝改善型需求提供从产品策划、研发、制造、销售、售后等全方位解决方案。策划方面，我们会全面了解消费者痛点，针对这些洞察和理解去策划产品；研发方面，我们过往在代工领域积累了 30 多年经验和较完善的研发体系，具备较高的产品落地能力；制造方面，我们有自己的工厂，品质控制方面比较严格；销售和售后方面，产品的交付只是服务的开始，我们更在乎的是用户的感受和体验。

**7、公司怎么看待中国消费者对咖啡的需求？未来对咖啡场景的规划是什么？**

咖啡在全球范围内是大市场，咖啡在中国也在快速增长，大家对咖啡的消费热衷也在上升。中国并不是咖啡原生国，各类咖啡冲泡方式同时存在，也都未成为主流。

对公司来讲，我们会认真对待咖啡领域，不断丰富咖啡场景。具体路径会结合市场和渠道，以及公司自身的研发制造能力，动态匹配产品优先级。

**8、公司最近上新的小烤箱 Mini T 销售情况如何？公司双 11 销售情况以及产能供应链表现如何？公司数据中台建设进展如何？**

前两个问题，出于谨慎性原则，具体数据目前还不方便对外公开，整体情况符合预期。

中台项目的复杂度确实超出预期，我们预计会在明年一季度上线，上线后会对数据抓取、整理、收集和呈现带来较大帮助。

**9、三季度北鼎海外收入增速环比放缓的原因，主要是海外出货受限，还是海外需求回落？**

第一，环比数据的背景有一些区别。去年上半年基数较小，而去年三季度烤面包机刚刚进入市场并取得了爆发性基数；  
第二，今年三季度我们对海外渠道端做了一些调整，希望年

底将运营收回到自己手上，调整过程可能也是影响因素之一。我个人认为，应该不是海外需求原因导致的。

#### 10、三季度线下门店经营情况如何？

2021年第三季度，公司线下体验店新增8家。截至第三季末，公司在深圳、北京、广州、汕头、青岛、成都等地累计开设线下体验店共20家。目前门店整体经营状况良好，深圳以外的店铺运营状况也不错，尤其是北京和汕头。接下来，公司会持续落实线下开店计划。

#### 11、第三季度海运紧张对公司影响大吗？预计海运紧张问题会持续多久？现在疫情偶发情况较多，线下门店的扩展计划是否有调整？目前很多小家电品牌都请了代言人，公司未来是否有请代言人的规划？

海运紧张对公司影响较大。除了ODM/OEM业务，北鼎海外业务需要自己承担海运费。今年上半年，我们预判海运持续紧张，所以较早地把货物运送到海外。虽然没有太大的断货影响，但也付出了库存增加的代价。

运力问题大家都在预测，我们的判断是，可能还会持续一段时间，核心是全球供应链的恢复状况。

线下拓展计划，没有太大调整，公司也会按原计划持续推进。疫情在国内的影响主要是跨城市的，尤其对于没有疫情的城市，影响并不大。

品牌代言人，我们暂时没有这方面考虑。

## 12、公司线下店销售情况如何？大概多久可以盈利平衡？

目前来看，整体状况是不错的。

盈利平衡通常有两个维度的理解。1) 损益维度。如果开店三个月进入正常经营状态还不能盈亏平衡，这家店就会被关掉，这也是我们开店的底线。2) 现金流维度。不同门店的情况各不相同，所以现金流回流速度会不太一样。

## 13、中美贸易战缓和对公司影响？

小家电的制造、研发和生产绝大部分都在中国，中美贸易战一直对小家电出口影响不大。

	<p><b>14、三季度现金流大幅流出是什么原因？</b></p> <p>一方面，是公司业务特点和销售周期决定的。我们通常会在三季度为四季度的电商活动做备货准备，今年也不例外。</p> <p>另一方面，今年确实有一些特殊情况。在今年供应链紧张的前提下，为了防止缺货，我们做了大宗原材料和战略物资的提前储备。同时受海外疫情影响，我们也加大了海外商品备货。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 11 月 2 日</p>