

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：2025-002

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位	国联民生证券、长江养老保险、长江证券、长信基金、丹羿投资、东方证券、方正证券、富国基金、古槐资本、国华兴益、国金证券、国盛证券、国泰海通证券、国信证券、华福证券、华泰保兴基金、华泰证券、汇丰晋信基金、汇华理财、嘉实基金、开源证券、路博迈基金、平安基金、太平洋证券、太平养老保险、天风证券、天弘基金、同泰基金、西南证券、兴业证券、易米基金、银河证券、招商资管、浙商证券、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中邮证券等机构与个人。
时间	2025年4月24日 15:00-16:00
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 线上
上市公司 接待人员	董事、副总经理：方镇先生 董事、财务总监兼董事会秘书：牛文娇女士

投资者关系
活动主要内
容介绍

一、管理层致辞

牛文娇女士

2025 年一季度，公司延续了去年四季度以来的发展态势，在复杂的内外部环境下实现了规模与效益的双重提升：

自主品牌国内业务抓住“以旧换新”政策红利，以用户需求为导向深化消费场景，通过线上线下场景化运营深化布局，营业收入实现 51.4%的同比增长，业务占比由 68.9%提升至 78.2%，成为核心增长引擎；自主品牌海外业务受基数及主要客户库存周期影响，收入同比微增 0.63%。同样受客户库存调整及下单周期影响，代工业务收入同比小幅下降 8.66%。

报告期内，公司稳步落实战略调整，持续优化各业务模块资源匹配，推进制造端降本，配合精细化费用管控机制的持续完善，公司整体营业收入同比增长 33.41%的同时，净利润同比增长 47.71%，扣非净利润同比增长 57.51%，季度净利率 15.70%，盈利能力显著优化。

二、问答环节

1. 内销自主品牌收入的增量来源及后续的持续性

答：1) 大环境的政策利好，国补刺激帮助较大；2) 相对细

分的渠道工作，去年下半年开始做，今年 Q1 有了好的结果；包括线下门店、线下 KA、线上京东、抖音达播等；3) 品类维度增量整体均衡，除国补相关品类整体利好外，杯壶类和锅类也有较好表现；电饭煲去年后期上市，今年 Q1 是纯增量。

2. 国补具体帮助怎么去衡量？

答：国补政策在不同平台、品类、区域的差异比较大，而且一直在变化；内部能看到参与国补的收入占比在不同平台差异也比较大，所以具体的帮助从定量的角度很难分清楚。

我们理解：1) 国补政策对消费意愿改善比较大；2) 北鼎客单价高，在国补中相对更有优势；3) 直营比例大，能够更积极灵活的参与国补政策，我们主观上对国补政策的态度就是积极拥抱，应参加尽参加。

3、2025Q1 净利率改善的延续性

答：Q1 盈利改善是多因素叠加：1) 国内自主品牌销售规模提升，规模效应出现；2) 去年持续做公司内部的效率提升，从制造、品牌日常管理、人员效率、运营费用优化等等，效果从去年 Q3\Q4 就已经有体现，今年 Q1 延续。今年仍然还在做很多运营效率提升的工作，还没有做完。

	<p>4、线下门店去年净开店 12 家，今年进一步的规划如何？</p> <p>答：去年线下门店数量净增较快，门店整体效率也在提升。今年线下门店的工作重点会放在经营效率的提升上，没有做店数继续快速增加的规划。</p> <p>5、2025Q1 销售费用率的提升，后续怎么展望？</p> <p>答：去年 Q1 销售费用基数较低，营销做的相对保守。今年 Q1 在营销模式、产品规划相对成熟的情况下，营销投入加大。后续应该还会继续保持投入，营销费率最理想的区间现在也还在探索。平台的投入方向并没有太多差异，天猫、京东、抖音还是主战场；品牌向的营销投入方向主要还是小红书和线下门店。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 4 月 25 日</p>