

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：2021-002

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（海通证券社区生态链大会）
参与单位	通过“全景·路演天下” (http://rs.p5w.net) 参与本次业绩说明会的广大投资者	
时间	2021年3月30日 15:00-17:00	
地点	“全景·路演天下” (http://rs.p5w.net) 互动平台	
上市公司 接待人员	董事长、总经理：GEORGE MOHAN ZHANG 先生 董事会秘书兼财务总监：牛文娇女士 独立董事：刘昱熙女士 中山证券有限责任公司保荐代表人：陈贤德先生	
投资者 关系活动主 要内容介绍	1、请问近期新品方向主要是电器还是食材 尊敬的投资者，您好！今年会有一些全新品类，同时一些老产品也会针对不同场景推出不同规格进行迭代。我们在年报中提到一些全新品类，包含烹饪、咖啡、茶，我们会在这些	

场景里仔细研究，看看能怎样做出更出色的产品。每个场景里都会涉及电器、用品及食材。新品动态敬请关注公司微信公众号“北鼎 BUYDEEM”或手机下载“北鼎商城” app。感谢您对公司的关注。

2、请问一下贵公司今年一季度的销售情况怎么样呢？怎么样呢？

尊敬的投资者，您好！关于一季度销售情况请关注公司后续披露的一季度定期报告。感谢您对公司的关注！

3、公司以自有品牌在国外的销售的金额，销售的主要国家是哪些？毛利及产品的净利润的情况，以及对于自有品牌 2021

尊敬的投资者，您好！公司从 2017 年起，通过经销模式逐步拓展海外自主品牌业务。自 2019 年起，公司开始尝试海外直销业务。目前海外市场主要覆盖北美、日本、中国台湾及东南亚等地，主要渠道包括但不限于北鼎海外官网、亚马逊及其他合作渠道等。关于公司毛利情况请查阅公司 2020 年度报告中“二、主营业务分析”中“占公司营业收入或营

业利润 10%以上的行业、产品或地区情况“部分。感谢您的关注!

4、请问张总，公司什么时候会推出新的小家电产品？今年新品的研发进度和推出计划如何？

尊敬的投资者，您好。

公司会不断推出新的小家电产品，新品研发进度及推出计划，公司会按照相关法律法规规定进行披露。更多新品动态敬请关注公司微信公众号“北鼎 BUYDEEM”或手机下载“北鼎商城” app。

5、??

尊敬的投资者，您好。因当前问题较多，公司领导正在积极回复当中。感谢您的关注。

6、请问一下贵公司的产品，比如说养生壶和电蒸锅等这类产品属于就是耐用品，呃，是否将来就是会存在一种就是销

**售饱和的情况呢？我们预期的销售量达到多少就算饱和呢？
公司如何应对这种情况？**

尊敬的投资者，您好。

不同的品类会有不同的产品生命周期。养生壶从 2013 年开始快速增长，经过广泛普及，目前生命周期已进入平稳期。与此同时，养生壶呈现出的特点是，大家持续使用的时间长，频率高，所以会像其他成熟品类一样进入正常的替换周期。可能在总量上不会有像 12 年~14 年那样快速增长，但会进入到基数较大的，不同年代用户同时更替的过程。事实上，我们有很多用户也已经是第 2 次或第 3 次购买北鼎养生壶了。

7、请问张总，公司的海外业务现在也以发展自主“北鼎”品牌为主，那是海外代工业务以后会慢慢不做了吗？重心转向自主品牌？还是只是因为 2020 年受到疫情影响，海外代工业务暂时的停滞导致营收下滑？谢谢

尊敬的投资者，您好。

自主品牌是未来公司的经营重心，代工业务以稳定为主。

8、公司目前进驻高端商场的情况能介绍一下吗？

尊敬的投资者，您好。

线下分销渠道已成功进驻全国 500 余家省会级城市终端，如山姆、顺电、华润 OLE、北京新光天地、苏州久光、深圳万象城等。

线下自营渠道主要为北鼎线下的体验店，目前覆盖广东、上海、山东等地。北鼎线下的体验店能够更直观地呈现用户体验式场景，展示品牌形象，传递品牌内涵，有助于进一步提高北鼎品牌知名度及用户信任感。经过持续升级迭代，目前北鼎线下的体验店主要以购物中心为选址主力，例如深圳 coco park、壹方城等，以深圳为原点，逐步向全国延伸。

9、请问董事长随着人工、租金、公用费用、环保等成本上升，生产型企业如何保证其未来的竞争力？高端产品的价格难以铺量！而低价则受到成本制约，请问是否有对策，比如数字化智能化提升效率

尊敬的投资者，您好。

各方面成本确实在不断上升，但公司直营比例较高，有较强定价能力，也在密切关注成本变化，并不担心长期盈利能力

受到侵蚀。公司重视自动化和智能化建设，会不断提升自身经营效率。

10、请问牛总，一季报披露时间是否已定？

尊敬的投资者，您好！公司已预约于4月28日披露一季度报告，详情请关注后续公告。感谢您的关注！

11、为何一直提示网络不行

尊敬的投资者，您好。因当前问题较多，公司正在积极回复当中。感谢您的关注。

12、请问公司新品是重点开发电器还是食材。

尊敬的投资者，您好！今年会有一些全新品类，同时一些老产品也会针对不同场景推出不同规格进行迭代。我们在年报中提到一些全新品类，包含烹饪、咖啡、茶，我们会在这些场景里仔细研究，看看能怎样做出更出色的产品。每个场景里都会涉及电器、用品及食材。新品动态敬请关注公司微信

公众号“北鼎 BUYDEEM”或手机下载“北鼎商城”app。
感谢您对公司的关注。

13、一年下来辛辛苦苦公司赚了1个亿，但是要拿5000万出来做证券投资，是觉得做证券投资比做产品盈利更多吗

尊敬的投资者，您好，非常感谢您对公司的深切关注。公司长期秉承保守稳重，高效探索的经营风格，在夯实高质量增长基础的同时，持续优化公司各环节生产经营效率。目前，公司现金流整体表现正常，各项生产经营活动稳健推进。在不影响公司正常经营的前提下，为了进一步提升整体资金使用效率，提高全体股东投资回报率，公司拟使用部分自有闲置资金进行证券投资。公司将延续保守稳重，高效探索的经营风格，审慎选择收益高于银行理财产品且风险相对较低的有价证券。同时，公司已制定并将严格执行《证券投资管理制 度》，在规范运作、风险可控的前提下尽可能获取更多收益。感谢您对北鼎股份的关注与支持，谢谢！

14、请问随着人工、租金、公用费、环保等成本的增加，企业是否有对策？比如数字化智能化提升效率对冲成本！人

人民币的升值对出口更是雪上加霜！除了高端品牌化（但难以起量）未来的竞争力能分析下么？谢谢

尊敬的投资者，您好。各方面成本确实在不断上升，但公司直营比例较高，有较强定价能力，也在密切关注成本变化，并不担心长期盈利能力受到侵蚀。公司重视自动化和智能化建设，会不断提升自身经营效率。

15、请问张总，IPO 募集资金规划的厨房小电扩建项目本身规划今年下半年就能投产，现在延期到 2024 年，是因为公司现在产能还比较充足还是什么原因？

尊敬的投资者，您好！目前产能正在积极扩大当中，没有遇到瓶颈。由于募集资金到位时间、市场经济环境等多方面因素影响，公司将厨房小电扩建项目达到预计可使用状态日期延至 2024 年 6 月 30 日。感谢您的关注！

16、请问公司进驻高端商场的情况，是自营还是加盟的方式？

尊敬的投资者，您好。目前线下分销渠道以经销商模式为主，直营店目前全部为自营，暂时没有开放加盟。

17、张董您好，大炖盅猪猪盒后期是否还会继续生产

您好，感谢提问！

还在评估良品率和成本相关的问题，还没有最终决定。

18、公司有没有通过赞助综艺节目提高品牌知名度的想法？

您好，感谢提问！

暂时没有相关想法，公司主要聚焦效果可量化验证的营销手段。

19、张总您好，烦请咨询一下，悉知贵公司有扩大产品线的计划，想了解公司下一个新产品会是什么类别或者是否可以了解到具体是什么产品？谢谢。

您好，感谢提问！

今年会有一些全新品类，同时一些老产品也会针对不同场景推出不同规格进行迭代。我们在年报中提到一些全新品类，包含烹饪、咖啡、茶。

20、牛总监您好，悉知贵公司近期有在资本市场投入 5000 万元进行投资的计划，是否可以公布一下这些资金的投资计划？是准备投资于证券基金还是有投资于期货市场的想法？

尊敬的投资者，您好，非常感谢您对公司的深切关注。公司长期秉承保守稳重，高效探索的经营风格，在夯实高质量增长基础的同时，持续优化公司各环节生产经营效率。目前，公司现金流整体表现正常，各项生产经营活动稳健推进。在不影响公司正常经营的前提下，为了进一步提升整体资金使用效率，提高全体股东投资回报率，公司拟使用部分自有闲置资金进行证券投资。公司将延续保守稳重，高效探索的经营风格，审慎选择收益高于银行理财产品且风险相对较低的有价证券。同时，公司已制定并将严格执行《证券投资管理制度》，在规范运作、风险可控的前提下尽可能获取更多收益。感谢您对北鼎股份的关注与支持，谢谢！

21、公司的海外业务现在也以发展自主“北鼎”品牌为主，那是海外代工业务以后会慢慢不做了吗？重心转向自主品牌？还是只是因为2020年受到疫情影响，海外代工业务暂时的停滞导致营收下滑？谢谢

尊敬的投资者，您好。自主品牌是未来公司的经营重心，代工业务以稳定为主。

22、IPO 募集资金规划的厨房小电扩建项目本身规划今年下半年就能投产，现在延期到2024年，是因为公司现在产能还比较充足还是什么原因？

尊敬的投资者，您好！目前产能正在积极扩大当中，没有遇到瓶颈。由于募集资金到位时间、市场经济环境等多方面因素影响，公司将厨房小电扩建项目达到预计可使用状态日期延至2024年6月30日。感谢您的关注！

23、线下的店铺，是体验店类型，还是电器销售类型。加盟的，还是租赁门面房自营。目的是什么

尊敬的投资者，您好。

北鼎线下的体验店能够更直观地呈现用户体验式场景，展示品牌形象，传递品牌内涵，有助于进一步提高北鼎品牌知名度及用户信任感，体验与销售并重。直营店目前全部为自营，暂时没有开放加盟。

24、请问可以接受天猫经销商开设专营店申请吗

您好，感谢提问。

如果电商运营能力出众，有相关资质，我们欢迎合作。

25、请问你为何关闭微博，不像其他董事长，比如科沃斯董事长一样，利用自身影响力扩大粉丝量呢？

您好，感谢提问！

人各有志嘛

26、你好

您好呀

27、公司有没有做新品上架计划表，还有针对大型促销的活动计划，我觉得公众号对营销方面内容太少了

您好，感谢提问！

公众号是我们用来提升用户体验，帮助用户获取生活信息为主的渠道，营销也会有，但不是公众号的主要工作。

28、公司可以请青春活力的明星代言下产品，现在主要购买力都是 90 和 00 后，明星效应非常重要，有没有计划找代言人

您好，感谢提问！

暂时没有。我们希望营销工作聚焦于产品。

29、公司现在重点销售的平台是天猫吗？抖音上有没有在重点打造，参与一些主播带货

您好，感谢提问！

天猫一直都是我们较为重要的平台之一，抖音也是我们重要的营销平台之一，非常重视。

30、我想去参加下个月的股东大会，材料已经发到邮箱，但是没有得到回复，不知道是否已经登记成功，可以帮我查看下回复吗

尊敬的投资者，您好！股东大会的报名资料，公司将确认后
进行回复。感谢您的关注！

31、我公司就是电商，做了十年了，现在居家日用类目行业 TOP，也是贵公司股东，想沟通下代理产品做天猫专营店业务，有没有具体的对接人联系方式呢

嗯嗯，您可以和证券部的同事联系对接一下呀

32、公司的高端品牌设计和用料都下了功夫，但是推广感觉还是有些不到位，身边很多有消费力朋友并不知道“buydeem”，我也去线下实体店看过，销售情况不乐观，我觉得高端产品线下缺乏互动，应该以体验和教辅为主，很多主妇消费力很高的，但是线下以零售的形式还是缺乏深度的培养

您好，感谢提问！

我们在营销上确实有很多提升空间，我们会不断加强相关工作。新的北鼎的直营体验店，深圳 coco park, 壹方城，深圳书城等，就是我们加强用户体验的尝试，目前我们感觉效果还可以，也欢迎您来体验，多提意见！

33、想问下我下个月计划去参加股东大会，届时有没有机会可以和您本人面谈沟通下，我也是做了多年电商，目前行业内 Top，沟通下行业想法和合作

股东大会有严谨的安排和流程，会有交流环节。业务合作还请和相关部门沟通联系，谢谢！

34、牛总监您好，悉知贵公司近期用 5000 万元做证券投资，是觉得做证券投资比做产品盈利更多吗？

您好，感谢提问！

公司自有资金较充裕，但一般理财收益较低，2%-3%左右。公司只是希望适当提升闲置资金使用效率，一定会谨慎的挑选理财和投资工具。

35、张董您好，下阶段公司新品研发是否会应用物联网技术，打造智能家居生活。

您好，感谢提问！

我们高度重视新技术，研究 iOT 相关技术应用已经有一段时间了，我们在积极寻找 iOT 合适的使用场景和产品应用，在合适的时机推出相关产品。但不会为了物联而物联。

36、管理层好，我有 3 个小问题。①贵公司产品外观和性能都处于行业领先，能否简单介绍一下贵公司选品团队和设计团队人数、人员背景？产品团队部门构成、人员结构如何？②线下经销商有区域分布特征吗？产品在全国跨区域认可度如何？③线下直营店今年的开店规划，是否作为线下布局的主要渠道？

您好，感谢提问！

我们有一个很专业，而且喜欢生活，喜欢钻研产品和设计的出色团队，现在有几十人，还在不断扩大中。线下未来直营和经销相辅相成，直营门店着重用户体验和品牌形象，经销商体系着重扩大渠道渗透和用户接触。客观上这一两年在直营体验店花的精力可能更多一点。地域分布上，过去还是一

二线城市为主，未来随着不同区域的消费能力和消费意愿变化，我们会不断调整布局。

37、张董您好，北鼎商城 APP 作为购物软件，用户体验不是很理想。请问后续是否会改良 APP，以为用户带来更好的体验

您好，感谢提问！

感谢您的批评，北鼎商城 app 确实还有很多可以提升用户体验的空间，我们会不断改进 app，力争给用户们带来更好的体验！

38、张总您好，我有 3 个小问题想请教下。①贵公司产品外观和性能都处于行业领先，能否简单介绍一下选品团队和设计团队人数、人员背景？产品团队部门构成、人员结构如何？②线下经销商有区域分布特征吗？产品在全国跨区域认可度如何？③线下直营店今年的开店规划，公司对直营和加盟的战略考量，哪一个作为线下布局的主要渠道？

您好，感谢提问！

	<p>我们有一个很专业，而且喜欢生活，喜欢钻研产品和设计的出色团队，现在有几十人，还在不断扩大中。线下未来直营和经销相辅相成，直营门店着重用户体验和品牌形象，经销商体系着重扩大渠道渗透和用户接触。客观上这一两年在直营体验店花的精力可能更多一点。地域分布上，过去还是一二线城市为主，未来随着不同区域的消费能力和消费意愿变化，我们会不断调整布局。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021年3月30日