

证券代码: 430532

证券简称: 北鼎晶辉

主办券商: 中山证券

## 深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司

### 2015 年年度报告摘要

#### 一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文, 投资者欲了解详细内容, 应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台 (www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc) 的年度报告全文。

1.2 没有董事、监事、高级管理人员对本报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告进行了审计, 出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 公司联系方式:

董秘(信息披露事务负责人): 牛文娇

电话: (0755) 26559930

传真: (0755) 86021289

电子邮箱: buydeem@crystal.com

办公地址: 深圳市南山区学苑大道 1001 号南山智园 A7 栋 8 楼

#### 二、主要财务数据和股东变化

##### 2.1 主要财务数据

项目	本期	上年同期	增减比例
----	----	------	------

资产总计（元）	334,668,715.58	243,937,949.34	37.19%
归属于挂牌公司股东的净资产（元）	219,563,058.50	124,762,002.57	75.99%
营业收入（元）	416,281,601.32	368,341,634.01	13.02%
归属于挂牌公司股东的净利润（元）	27,867,011.59	12,042,896.98	131.40%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	23,149,235.26	8,974,545.19	157.94%
经营活动产生的现金流量净额（元）	10,234,719.32	33,103,493.82	-69.08%
加权平均净资产收益率（%）	15.66%	10.14%	-
基本每股收益（元/每股）	0.2039	0.1158	76.09%
稀释每股收益（元/每股）	0.2039	0.1158	76.09%

## 2.2 股份结构

单位：股

股份性质	期初		本期变动	期末		
	数量	比例%		数量	比例%	
无限售条件股份	无限售股份总数	48,416,666	46.55%	73,666,666	122,083,332	76.30%
	其中：控股股东、实际控制人	26,666,666	25.64%	7,666,666	34,333,332	21.46%
	董事、监事、高管	750,000	0.72%	31,000	781,000	0.49%
	核心员工	1,000,000	0.96%	4,000	1,004,000	0.63%
有限售条件股份	有限售股份总数	55,583,334	53.45%	-17,666,666	37,916,668	23.70%
	其中：控股股东、实际控制人	53,333,334	51.28%	-26,666,666	26,666,668	16.67%
	董事、监事、高管	2,250,000	2.17%	6,000,000	8,250,000	5.16%
	核心员工	0	0.00%	3,000,000	3,000,000	1.88%
普通股总股本		104,000,000	-	56,000,000	160,000,000	-
普通股股东人数		23				

## 2.3 前十名股东持股情况

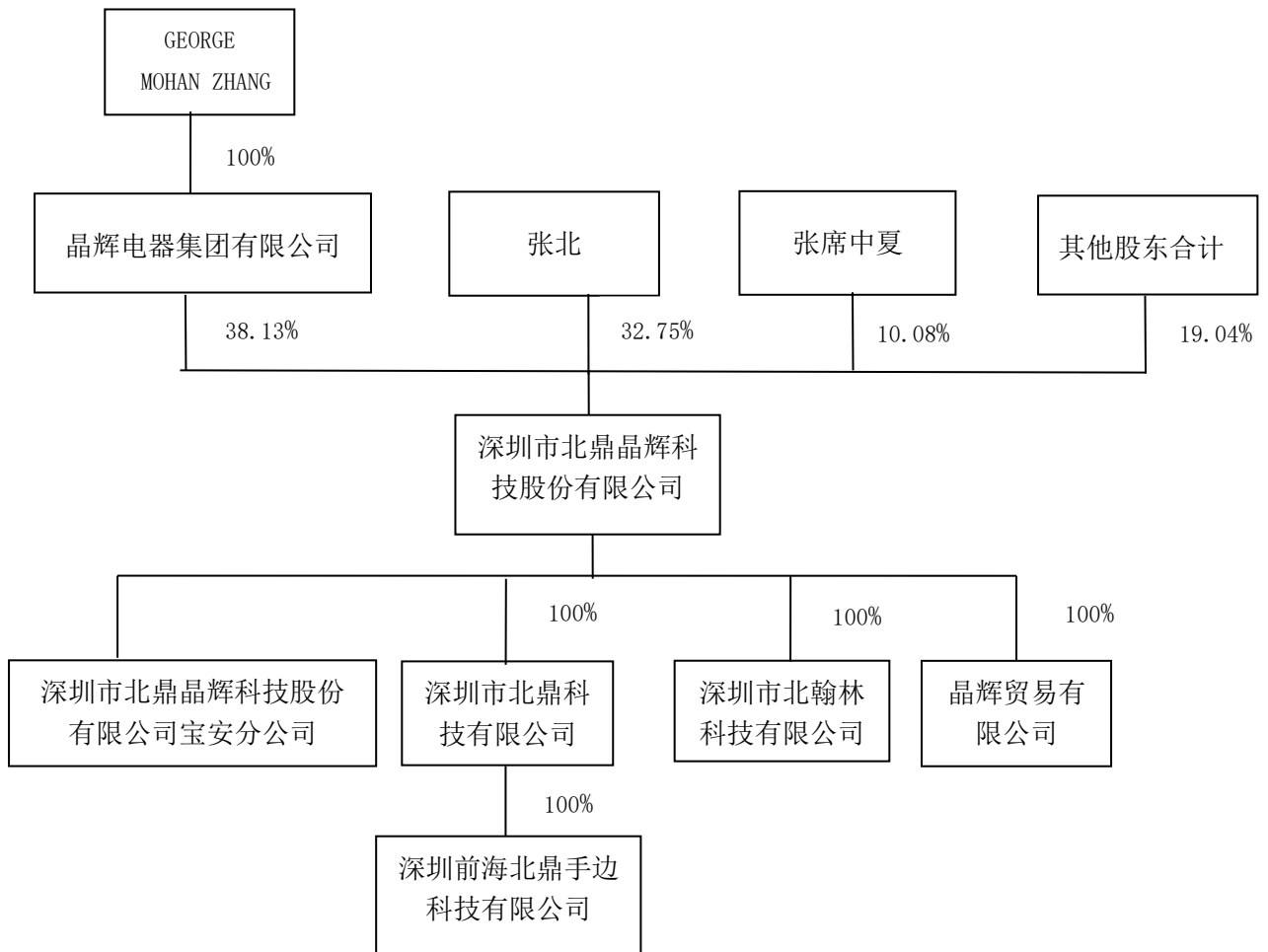
单位：股

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有无限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	晶辉电器集团有限公司	80,000,000	-19,000,000	61,000,000	38.13%	26,666,668	34,333,332
2	张北	-	52,392,000	52,392,000	32.75%	-	52,392,000
3	张席中夏	-	16,124,000	16,124,000	10.08%	-	16,124,000
4	席冰	-	7,580,000	7,580,000	4.74%	-	7,580,000
5	方镇	2,000,000	5,021,000	7,021,000	4.39%	6,500,000	521,000

6	深圳世纪金马创业投资企业(有限合伙)	4,620,000	-	4,620,000	2.89%	-	4,620,000
7	彭治霖	1,000,000	2,004,000	3,004,000	1.88%	2,000,000	1,004,000
8	牛文娇	1,000,000	1,010,000	2,010,000	1.26%	1,750,000	260,000
9	中山证券—工商银行—中山证券新三板精选1号集合资产管理计划	-	1,974,000	1,974,000	1.23%	-	1,974,000
10	中山证券有限责任公司做市专用证券账户	-	959,000	959,000	0.60%	-	959,000
<b>合计</b>		<b>88,620,000</b>	<b>68,064,000</b>	<b>156,684,000</b>	<b>97.95%</b>	<b>36,916,668</b>	<b>119,767,332</b>

备注：以上股东的股份不存在质押或冻结的情况。

## 2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系



### 三、管理层讨论与分析

#### 3.1 2015 年公司整体经营情况

2015 年，全球经济整体疲软，复苏乏力。虽然美国等主要家电市场有一定的经济回暖，但欧洲、澳洲等其他海外出口市场，由于受到货币波动大环境影响，整体出口增长情况受到一定影响。同时，国内整体经济增速放缓，经济下行压力加大；但另一方面，健康家居生活的理念持续升温，消费者对生活品质的改善性需求，使得养生壶品类的受关注程度持续提高，进而为养生壶的销售带来利好。

2015 年，公司董事会及管理层在分析内外部经营环境的基础上，继续以“精简、聚焦、提效”作为工作方针，以产品为核心，以技术提升、工艺改善为方向，并遵循以客户需求为主导、专注对用户的研究和用户体验的经营战略，在公司全体员工的共同努力下，公司业绩实现大幅提升。

##### 1、经营业绩

2015 年，公司实现营业收入 41,628.16 万元，比去年同期增长 13.02%；利润总额和净利润分别为 3,267.10 万元、2,786.70 万元，比去年同期大幅增长 134.58%、125.78%。

##### 2、市场拓展情况

###### (1) 国内业务

对于整个国内零售行业来说，2015 年的经济大环境欠佳。但是北鼎品牌通过持续在渠道开拓、渠道深挖、团队精细化运营等方面努

力，取得了持续高速的发展。2015 年，公司国内业务实现营业收入 11,124.92 万元，比去年同期增长 93.37%；业绩也大幅提升，实现净利润 1,566.23 万元，比去年同期增长 322.06%。

### 1) 渠道开拓方面。

2015 年，公司持续完善品牌的渠道布局。线下渠道方面，公司的终端数量持续提升，已经成功进驻国内一二线城市近 450 家高端卖场。区域覆盖上，随着湖南，江西，吉林等市场的进驻，公司的地面区域布局已经接近完善。线上渠道方面，公司进驻了细分电商平台唯品会，并且已经开始与京东自营等更大平台进行洽谈。除此之外，公司也已经与若干国内核心电视购物渠道签订了合作意向，很快便会进入实质性合作阶段。

### 2) 渠道深挖方面。

线上渠道方面，公司持续加深与天猫、京东等渠道的沟通，与渠道的运营人员进行了更加高频和深入的探讨，获取了聚划算、双 11 预售首页坑位（广告及活动展位）等更多的核心渠道资源。线下渠道方面，公司进一步强化终端零售管理，深挖细节，持续提升单店质量，使得核心门店的单店销售额持续提升。核心渠道山姆会员店 2015 年全国门店的销售额同比提升 2.5 倍。

### 3) 团队精细化运营。

2015 年的线上团队在全新的精细化运营思路的指引下，经过持续的调整，不仅团队士气大幅提升，整个电商团队的运营能力也得到很大改善。线下团队方面，北鼎科技通过与国内零售培训行业专家优

识公司合作, 搭建了自己的培训体系, 并且完成了对北鼎科技销售团队下半年的持续培训, 提升了整个销售团队的战斗力, 大大提升了旺季的销售业绩。

## (2) 外销业务

2015年, 在海外市场方面, 主要出口市场美、英两国虽有一定回暖迹象, 但订单的提升幅度依旧有限。同时欧洲、澳洲等海外出口市场, 由于受到货币波动大环境影响, 市场对投入新品的需求持谨慎观望态度。

公司持续保持与国际大型知名品牌商和零售商的良好合作关系, 在维持现有合作项目的基础上努力洽谈新 OEM 项目开发, 并获得新项目立项的机会。同时, 公司以核心产品为主线做出积极推广, 也针对核心 ODM 客户需求做出产品微调, 进一步保证业务拓展的最大化。特别是在开水煲品类, 公司成功获得了多个新市场、客户的潜力订单项目的立项, 实现了销售额的大幅增长。

反观以往外销主力产品-多士炉, 由于受到外部市场大环境波动和型号更新换代的客观影响, 2015年订单量相比2014年有一定的下滑, 2015年公司外销业务营业收入同比略微降低了1.86%。然而公司克服外销销售额不足的困难, 全力加速制造自动化、系统化、专业化的落地与改造, 坚持对期间费用的严格管控, 把握原材料市场价格低迷下滑的优势, 坚决落实材料成本谈判下调, 全年实现净利润41.39%的提升。

## 3、产品技术管理

2015 年, 公司进一步通过外部招募和内部培养, 加速提升研发团队的技术力量, 使得研发团队能够更专业化、更有效地做出核心产品、工艺的标准化改善方案。同时, 公司加速对研发系统硬件和软件的投入, 借助第三方平台技术更快提升研发技术力量和反应速度。

在 2015 年初, 公司投入 3D 打印机, 快速提升了新品研发、新结构设计的速度, 在缩短设计开发时间的同时也同步验证了后续关键零件的适配。3D 打印机的导入, 拓宽了工程师们的创新思维, 也提升了其创作积极性。

为了进一步加速优化产品设计, 加强对产品可制造性和生产工艺的设计控制, 从设计前端优化产品成本和保障产品后期的品质稳定性, 公司在 2015 下半年启动了 PDM 系统的导入。PDM 的导入将实现公司技术文档资料的电子化管理, 并通过流程再造, 让产品设计管理更规范、更有效率。

同时, 公司持续关注新项目管理的进度, 公司新品首批出货准时率基本维持在 90% 以上。研发部也通过财务数据的支持, 使项目报价成本更透明和清晰, 加强了项目各阶段的成本管控, 产品毛利率达成也有明显的改善。

#### **4、制造工艺管理**

2015 年, 整体制造业因人力成本增加等多重因素让生产经营困难增大, 转型升级需求尤为迫切。公司对核心生产工艺的优化改造和提升做出迅速的投资, 全力加速制造自动化、专业化的落地与改造, 更大化提升生产效益。3 月初, 公司全面完成了注塑工艺的再改造与



提升,为技术与生产力的进一步提升奠定了基础,在减少现场操作工的基础上大幅度降低了注塑不良损耗。

面对北鼎品牌国内水煲市场的进一步扩大,公司对水煲煲身五金车间的新工艺进一步加速投入,在第二季度成功导入了全自动机器人抛光设备,实现费用降低、生产效率和品质稳定性的提升。同时公司也推进对五金冲压核心工艺自动化的改造,围绕多士炉核心产品的五金冲压件制定出了机器人生产的实施方案,在第四季度顺利导入生产。

公司不仅投入制造自动化设备,同时持续高度关注对人力成本、整体制造费用的预算管控以及效率的提升。2015年生产工人人数同比下降12.14%,单位工时产值较去年同比上升10.9%,每万元投入工时同比下降13.22小时,效率提升13.4%。

2015年库存周转依然纳入公司级考核目标,PMC对库存周转实施宏观调控并及时反应,实现库存周转天数同比下降17%。

## 5、品质系统管理

品质管理的改善工作是2015年的重中之重。报告期间,公司通过前期多方调研,邀请外部顾问团队进驻,3月份在顾问团队带领下成功组建6 sigma改善团队。全公司启动并开展为期半年的品质管理系统、工具的多个改善项目。通过6 sigma项目的导入,进一步完善品质管理系统和提升人员的品质意识。各个改善团队针对急待解决的核心产品和核心工艺,通过加强各工艺端品质数据的收集与分析,更有目标性的对品质改善做出行动和预防工作。在本年度的第三季度,6 sigma第一期项目顺利完工,2015年度通过6 sigma项目获得的直



接收益达到 80 万元，而相关受益随着时间的推移依然会持续获得。

公司后续亦启动了针对来料管理、制程品质监控和售后管理的更深入的关注，重点做出流程改善，让产品质量的持续稳定性做到最大化。

公司后续的核心产品都将基于 6 sigma 的工作方法做出品质管控，及时对任何的品质问题、反馈、投诉做出迅速的反应。

## 6、供应链管理

2015 年，采购部门进一步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。采购部门持续配合研发标准化的工作推进，并通过同类供应商评比和优质新供应商的导入，进一步实现更高层次的材料标准化与供应商整合。2015 年生产性物料单位数量同比下降了 27%，供应商数量同比下降 12.6%。生产辅料单位数量同比下降 27%，辅料供应商数量同比下降 25%。

报告期内，国际原油、大宗原材料价格下降趋势明显，公司持续与核心材料供应商做出及时的价格谈判，最终实现采购材料成本的节约，在订单低迷的环境下为公司盈利目标达成做出重要的贡献。

## 3.2 2016 年度经营计划或目标

2016 年，公司的经营目标将是延续国内业务、业绩的快速增长。为了保证业绩的增长，公司将从产品升级，渠道运营，团队打造等维度持续强化内功。对外销与制造加工业务，在开源节流的基础上，创新仍将是企业发展最主要的驱动力，生产小型化、智能化、专业化成为制造业新特征。公司依然会以核心产品、核心工艺改善为中心开展

工作,并同时加大力度开拓对外两端的深化管理(销售端、供应端)。同时,公司依然会倾注各部门的资源、注意力聚焦于产品和核心工艺上,进一步借助第三方平台资源推进公司数据化、系统化工作,全面提升企业的核心竞争力。

围绕公司未来发展战略,2016 年公司将主要在以下方面开展工作:

## 1、国内业务

### 1) 产品维度

2016 年公司会完成现有养生壶产品线的全线升级,并以扩大养生壶品类人群覆盖为目的继续补充新的产品线,形成更富竞争力的产品线配置。与此同时,2016 年食品用品业务大幅度推进,并完成纵向运营思路的完整探索和实践。另外,2016 年将完成烘焙产品上市工作,为 2017 年做好充分的产品储备。

### 2) 渠道维度。

线上渠道方面,公司明确地从单一的销售额纬度,向销售额以外的运营效率、运营质量等多元的方向调整。线下渠道方面,在重新划分全国大区范围的同时,强化渠道的精细化管理,一方面尽快覆盖空白区域,一方面尽快提升已进驻区域的整体规模及业绩。

### 3) 团队维度

线上渠道方面,优胜劣汰的竞争机制、赏罚分明的利益分配机制和能力提升的培训学习机制将会是 2016 年电商团队逐步推进的工作原则。线下渠道方面,减少大区经理管理半径的同时,积极进行利润

考核的探索,实现责权利进一步统一,充分调动销售一线的主观能动性。立足把北鼎科技团队打造成能成就人、吸引人、特别能战斗、特别有干劲的团队。

## 2、外销及制造业务

2016年,公司会在制造端更积极提升产品品质,降低生产成本,进一步通过导入适合自身制造系统的第三方平台成熟系统、工具、方案,让生产管理更系统化、流程化和自动化,从而提升效率、实现利润的进一步增长。

建立在制造端进一步降低制造成本、完善品质、提升产品毛利率基础上,公司需要全面配合国内品牌高速发展的势头,并加速开拓国外新的产品市场,更大的扩充市场份额,最终带来更大化的市场销售成长。

2016年,在外销及制造业务上,公司将着重从以下方面开展工作:

1) 业务:公司应借助过往几年的改善优势,积极拓展业务。建立在同业市场的优势上,充分配合国内业务快速成长,更要保证海外市场的业务销售的稳定和持续提升。一方面应保证OEM品牌的做深、做透,提供优质的服务和保证稳定项目输出,另一方面支持围绕自有的核心、重点产品,通过重点客户和新兴市场拓展,最大化地做出推广和增量。

2) 技术:公司会进一步加速推进PDM的全面实施落地,更系统化的完善技术研发的信息存档和流程的优化。研发部门会持续做技术

核心人员的储备和培养,更专业化、更有效的做出新技术、新产品的研发、开发以及最后的落地。同时,研发部门需要导入精益设计理念,进一步的推进产品设计标准化,从更前端有效的掌握新品开发的稳定性。

3) 制造: 公司会持续针对现有制造工艺可自动化、机器人化的研究和投入,让现有工艺的降本提效最大化。另一方面,调研制造信息化管理系统(MES)的可行性和开展方案,通过第三方成熟制造管理平台进一步细化生产信息化管理。同时,也要进一步对现有制造架构、工艺再精简做出行动,把有限的资源投入到核心的制造工艺里,更大化提升生产效益。

4) 品质: 品质稳定性成为公司维持高速发展的重要因素,品质管理的改善在新的一年任务中依旧是重中之重。建立在6 sigma初步导入的基础,公司会运用6 sigma理念更深入的针对来料管理、生产制程品质监控和售后管理,重点做出流程改善,让产品的质量持续稳定性做到最大化。

5) 采购: 在努力拓展业务的大前提下,公司依然要严格把控成本费用。公司会特别针对大宗物料做出更细化的管理。采购部门通过引入第三方成熟业务管理软件,重新梳理业务流程和优化工作职能架构,完善寻源议价管理流程并全面提升供应商管理的有效性。

#### 四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发

生变化的说明

适用 不适用

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的说明

适用 不适用

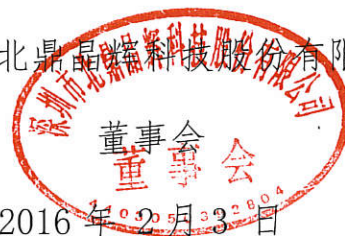
4.3 合并报表范围发生变化的说明

适用 不适用

4.4 董事会对会计师事务所本报告期非标准审计报告的说明

适用 不适用

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司



2016年2月3日