

证券代码：002790

证券简称：瑞尔特

厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>线上会议</u>
参与单位名称 及人员姓名	长城基金管理有限公司 基金经理：龙宇飞、周诗博、余欢 家电研究员：陈子扬
时 间	2022年1月21日10:00至11:00
地 点	
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书：陈雪峰
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、关于公司节水型冲水组件产品，请介绍下述相关情况：</p> <p><b>1、请问节水型冲水组件产品的主要客户及其变化情况？</b></p> <p>答：公司为众多海内外知名卫浴品牌商提供产品配套服务，公司的节水型冲水组件产品等进入全球顶级卫浴品牌商的配套体系。当前，公司生产的卫浴产品远销亚洲、南美、欧洲、北美等七十多个国家和地区。</p> <p>多年以来，瑞尔特通过自身的产品创新、质量稳定、高效服务与客户保持稳定的合作关系。近年来，伴随合作客户的产品市场占有率不断提升，节水型冲水组件产品的销售额也稳步增长。</p> <p><b>2、请问节水型冲水组件产品销售的后续客户开拓计划？</b></p>

答：瑞尔特节水型冲水组件产品，在全球一、二线卫浴品牌已经有较高的客户份额，未来市场策略是在服务好现有客户、巩固现有冲水组件市场份额的基础上开拓客户新项目的战略合作机会，同时通过技术和营销优势展开市场竞争、提升市场占有率。

## 二、关于公司智能坐便器产品，请介绍下述相关情况：

### 1、请问公司智能坐便器产品的 ODM 客户及其变化情况？

答：瑞尔特的智能坐便器产品的销售渠道主要包括：为部分中高端卫浴品牌、国内家电巨头、电商自有品牌等提供 ODM 贴牌；直接面向工程建筑开发商、装修商等市场主体销售；通过电商渠道销售；通过经销商销售渠道。

公司智能坐便器产品的销售渠道以 ODM 贴牌为主，目前 ODM 贴牌销售占比较高，ODM 客户包括一些海内外中高端卫浴品牌、个别家电巨头及电商自有品牌等。

### 2、请介绍智能坐便器行业发展趋势。

答：智能坐便器于 1964 年由美国人 Arnold Cohen 发明并申请获得专利，但数十年中市场销量极低。20 世纪后半叶被日本 TOTO 株式会社买下专利，并经过二度开发、植入新功能后在注重厕所文化的日本得到普及。智能坐便器于 20 世纪 90 年代在中国市场出现，但销量长期低迷。

随着中国国民经济快速发展与居民消费不断升级，高科技、智能化的卫浴产品开始受到市场青睐，并由此带动卫浴行业向智能化等多样性应用领域发展。2015 年 1 月财经作家吴晓波《去日本买只马桶盖》引发全民对智能马桶盖板的关注，李克强总理于 2015 年两会期间在谈到“出国买马桶盖”问题时表示：中国企业要升级，如果国内也有相同质量的产品，应该更有竞争力，“起码能为消费者省下机票钱！”之后，智能坐便

器产业在国内开始加速发展。近年来，国内智能坐便器企业如雨后春笋，遍地开花，但业内产品质量参差不齐，并仍处于发展初期阶段。智能卫浴产品大受中高端消费人群、年轻消费群体的欢迎，并逐渐有取代传统卫浴产品之势。

当前，智能卫浴产品已成为卫浴行业的主要发展趋势，并尚处于智能卫浴行业发展初期阶段。未来，卫浴空间产品将进一步注重智能化、艺术化、个性化的发展方向，其中智能坐便器产品也将更加注重多功能应用，尤其是健康功能，例如植入人工智能工具用以检测粪便分析人体胃肠道健康情况。另外，随着我国深度老龄化社会的逐步到来，适老化智能卫浴产品也将得到重视与推广。

### **3、请问公司智能坐便器产品 2020 年放量的原因？**

答：2020 年度，公司强化存量客户的战略联盟，积极开拓海内外市场，受终端销售市场发展形势积极影响，同时伴随境内下游客户中高端便器类卫生陶瓷品牌产品同步发展，尤其大力发展智能卫浴产品市场。同时受疫情影响，人们生活习惯发生变化，“宅经济”使得智能坐便器产品需求量增加。据《2020 中国陶瓷卫浴行业市场大数据报告（卫浴）》显示：“2020 年国内智能座便器零售额同比增长 14.8%，达到 142.2 亿元，全渠道销售量同比增长 14.8%，达到 408.1 万台，线上渠道在销售份额中的占比稳步快速提升。陶瓷家居类线下渠道和电商平台已成为智能坐便器两大主流销售通路。”2020 年上半年受疫情影响，公司海外订单暂时出现下滑，但公司智能卫浴产品销量顺势飞速增长。2020 年度公司克服疫情直接或间接带来的各种负面影响，各项业务稳健开展，经公司在智能卫浴产品领域的持续发力，公司智能坐便器销量大幅增长。

### **4、请介绍公司智能坐便器自主品牌的优势。**

答：瑞尔特的商标 R&T，是 Reliable and Trustworthy 的简写，代表着“可靠的产品、可信赖的团队”，这也是公司经营

宗旨的核心内容。“品质致胜”是公司长期坚持的治司方针，公司始终将产品质量视为企业生存和发展的生命线。

瑞尔特自创建以来，正是在实践中立足于依靠产品品质本身来赢得客户的原则，让产品自己说话，将产品做到极致，所以才能在十多年间使得 R&T 牌节水型冲水组件的市场占有率位居国内乃至亚洲第一、全球前三。

基于“可靠的产品、可信赖的团队”的理念，公司继续以主要专注于产品本身的工匠精神打造智能坐便器产品，并近年来加强研究开发、品质管控、品牌推广的投入，并以品质性能优势，不断得到市场认可。瑞尔特在智能坐便器产品领域的优势主要表现在：

(1) 瑞尔特从智能坐便器研发设计、到生产制造、再到品质管控、最后到售后服务，都有专业、严整、完善的自有体系，并且逐年推出升级换代新功能产品。

(2) 公司的智能卫浴产品在研发设计方面的优点：①用电安全：瑞尔特产品设计时将电安全性能放在首位；②用水安全：马桶冲刷、人体局部冲洗用水与自来水管设计时做到了安全、可靠的隔离，防止饮用水受到污染而影响人体健康；③舒适性和易用性：产品设计时充分考虑使用的舒适性和易用性；④耐用性：设计时力求降低产品生命周期内的故障率。

(3) 产品品质优点：公司智能坐便器采用进口元器件，产品质量过硬，产品维修率低于同行业 2%~3%。

(4) 充分的售后服务保障：公司自有品牌的智能坐便器质保期可以做到五年，并且售后服务全国联保。

公司的智能坐便器冲刷系统分为水箱重力式冲刷系统和自来水压力式冲刷系统；公司研发的“E-shion 冲刷系统”属于水箱重力式冲刷系统，水件采用自主研发一体式设计的“一体式冲洗阀”，占比约 20%；主要优点：①实现智能坐便器纯平外观，超薄盖板厚度可实现在 70mm 以下，刷新业内记录。

	<p>②双动力技术运用，E-shion 同时利用了水的势能和水的动能对马桶进行冲刷，在实现冲刷效果更佳的同时节约用水。③静音冲刷，E-shion 利用势能水作为主冲，有效缓解直冲噪音大的问题。④低水压要求，E-shion 实现纯机械式无电冲刷，主冲不受水压限制，解决低水压冲刷不干净的痛点，不受高楼层和用水高峰期影响。⑤纯机械式操控，无电也能冲刷马桶。</p> <p>瑞尔特在智能坐便器产品领域具有高超的研发设计能力、严格的质量管控体系并积累了丰富的生产制造经验。公司先后参与起草、制定了协会标准《CBMF15—2016 智能坐便器》、国家标准《GB /T 34549—2017 卫生洁具 智能坐便器》、国家标准《GB/T23131-2019 家用和类似用途电坐便器便座》、国家标准《GB38448-2019 智能坐便器能效水效限定值及等级》。公司近年来持续加大对智能卫浴产品的投入，在智能卫浴产品领域的市场竞争力不断攀升，公司智能卫浴产品先后荣获“沸腾杯”质量金奖、2020 年智净杯“智能卫浴科技创新奖”、中国建陶质量大会“科技领先产品奖”、2021 年度中国建筑卫生陶瓷协会“科技创新二等奖”（《E-shion 冲刷系统/A7000》项目）。</p> <p>在接待过程中，我们严格按照《上市公司与投资者关系工作指引》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》及本公司《投资者关系管理制度》、《信息披露事务管理制度》等关于投资者关系活动的相关规定，与来访人员进行了充分的交流与沟通，并未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单(如有)	未提供资料
日期	2022 年 1 月 21 日