

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：2022-004

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 及人员姓名	华宸未来基金管理有限公司 研究发展部 总监、基金经理：张翼翔 研究发展部 研究员：薛婷
时 间	2022 年 2 月 23 日 10: 00 至 12: 00
地 点	厦门市海沧区后祥路 18 号办公楼一层会议室
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、请分析智能坐便器市场出现的一些价格战现象的原因。</p> <p>答：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。国内智能坐便器行业开始加速度发展的契机，是 2015 年 1 月财经作家吴晓波《去日本买只马桶盖》引发的全民关注，以及李克强总理于 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”的观点。之后，智能坐便器产业在国内开始加速度发展。</p> <p>目前，智能坐便器在我国的市场普及率约为 5%，智能坐</p>

便器行业仍处于市场发展初期阶段。“据不完全统计，2015年我国有68家生产智能坐便器的制造商。而截止今年12月我国从事生产、研发智能坐便器产品及相关产品的厂商已增至300家以上。”（数据来源：国家电网2021年12月发布的《中国智能坐便器行业发展白皮书》）；据有关统计，智能坐便器仅线上品牌数量已从2017年的240个攀升至2021年的738个。中国智能坐便器市场的品牌格局，既有传统卫浴行业品牌，也有单一从事智能坐便器产品的小厂商，还有跨界进入智能坐便器产业的综合家电企业、综合家居建材企业，以及贴牌销售智能坐便器产品的互联网企业品牌。智能卫浴行业横跨卫浴、家电行业，国内智能坐便器市场是千亿级的市场，巨大的市场前景，吸引众多企业进入这一新兴行业，出现跨界竞争。短短几年间，国内智能坐便器企业如雨后春笋，遍地开花，并很快迎来竞争白热化的“战国时代”。

国内市场经济发展初期阶段，价格战现象多年来曾在诸多行业出现过。“价格战”是指企业之间通过把价格作为竞争策略、竞相降低商品的市场价格展开的一种商业竞争行为，既有深层次社会经济发展原因，但也有行业同质化竞争严重的原因。智能坐便器行业的价格战现象，是智能坐便器行业的无序竞争的表现，势必造成智能坐便器行业洗牌加速。作为新兴行业，智能坐便器行业的价格战现象，是由于智能坐便器行业品牌、厂商涌入太多，而过早地迎来行业竞争白热化，再加上产品同质化竞争严重所造成，同时从事OEM、ODM的代工厂在为品牌厂商贴牌生产过程中也经常由于低价策略而产生价格战。近年来，一方面，社会技术进步推动国内消费升级；另一方面，产业结构问题、新冠疫情影响居民收入等国民经济原因所造成的消费降级现象也越来越明显，房地产业提前透支居民购买力造成了普遍性的消费能力不足，消费者对低价产品的市场需求，最终会传导至企业产品销售端，是催生价格战现象的

深层次原因。

二、请说明公司 2020 年净利润下降的原因。

答：2020 年，公司净利润下降主要原因系原材料价格上涨、人工成本上升导致产品毛利率下降以及人民币兑美元汇率升值所致。

三、公司冲水组件业务目前的情况，稳定增长的驱动因素是什么？

答：瑞尔特是国内冲水组件制造领域规模最大的企业和行业领先的节水型冲水组件制造企业。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，公司生产的节水型冲水组件产品远销亚洲、南美、欧洲、北美等七十多个国家和地区。瑞尔特在国内乃至亚洲的冲水组件市场占有率排名估量位居第一名，瑞尔特在全球冲水组件市场占有率排名估量位居前三名。瑞尔特的节水型冲水组件产品，在全球一、二线卫浴品牌已有较高的客户份额。

全球高端冲水组件制造领域主要由瑞士吉博力、美国福马、厦门瑞尔特、厦门威迪亚等少数几家企业所占据，形成当前我国乃至全球节水型冲水组件制造领域集中度相对较高的产业格局。

近年来，随着国内卫浴行业长期以来依靠市场需求驱动行业的粗放式发展时代的结束，在全球贸易保护主义抬头、国内房地产市场下行周期、房地产调控政策加强、市场竞争激烈、成本攀升、产能过剩等新形势下，国内卫浴行业洗牌加速，卫浴品牌商加速整合，品牌集中度进一步提高，卫浴企业两极分化加剧。同时随着绿色环保、节能减排政策的不断推进与落地，企业转型升级步伐进一步加快，卫浴行业逐步转型进入成熟化、规范化、绿色制造、智能制造的高质量发展阶段。低端卫浴厂商逐渐面临被淘汰的趋势，优秀的国内外知名卫浴品牌厂

商进一步发展壮大。随着下游客户的品牌集中度的不断提高，势必将同步带动与国内外知名卫浴品牌厂商保持良好合作关系的中高端卫浴配件企业的市场份额稳步增长，作为与国内外知名卫浴品牌厂商保持着良好合作关系的中高端冲水组件制造企业，瑞尔特将伴随着知名卫浴品牌厂商同步稳定增长。

当前，冲水组件制造领域内，不同规模的生产企业众多，产品质量参差不齐，两极分化严重。以瑞尔特等企业为代表的全球中高端节水型冲水组件企业的节水技术先进、通过国际权威认证较多、生产规模较大、规范化程度高，并且所生产产品的质量性能优良、使用寿命较长、性价比较高，代表着全球节水型冲水组件产品的发展水平，是行业内的主流企业，在主流产品市场上具有较强的竞争优势并占据主导地位。低端冲水组件产品使用廉价的原材料，产成品基本不满足国家及行业标准要求，产品技术、工艺较为简单，产品使用寿命较短，质量缺乏保证，性价比低。低端冲水组件生产厂家数量众多，为非主流卫生陶瓷企业提供配套。目前，瑞尔特生产的节水型冲水组件能够实现：坐便器水效等级指标 2 级的坐便器平均用水量不超过 5 升，坐便器水效等级指标 1 级的坐便器平均用水量不超过 4 升，节水型蹲便器名义用水量不超过 6 升，高效节水型蹲便器名义用水量不超过 5 升——即达到将污物冲离便器存水弯并排入重力排放系统的清洁效果，并且冲刷效果、使用寿命优于低端冲水组件！水资源的持续紧张形势和国家越来越重视节水政策的推行，再加上落后产能的淘汰，低端冲水组件势必将逐步退出市场，并将逐渐被中高端节水型冲水组件替代，中高端节水型冲水组件市场空间有望持续拓展，势必推动公司节水型冲水组件产品销售稳定增长。

四、智能坐便器市场竞争激烈，公司认为自己的竞争优势是什么？

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。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。

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）。

五、请介绍公司目前智能坐便器销售渠道。

答：目前，瑞尔特的智能坐便器产品的销售渠道主要包括：为部分海内外中高端卫浴品牌、家电巨头及境内互联网企业等提供 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。

在智能坐便器销售渠道方面，公司保有 TO B 的商业模式并主要以 ODM 贴牌为主，占比较高；同时，公司使用自有品牌，通过经销商渠道、线上渠道（电商、新媒体）、工程渠道销售智能坐便器产品，占比较低。

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。
附件清单(如有)	未提供资料
日期	2022年2月23日