

证券代码：002790

证券简称：瑞尔特

公告编号：2022-011

# 厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司 2021 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 418,011,500 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.50 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	瑞尔特	股票代码	002790
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈雪峰	吴燕娥	
办公地址	厦门市海沧区后祥路 18 号		厦门市海沧区后祥路 18 号
传真	0592-6539868	0592-6539868	
电话	0592-6059559	0592-6059559	
电子信箱	rtplumbing@rtplumbing.com	rtplumbing@rtplumbing.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主要业务、主要产品及其用途

公司自1999年成立以来，一直致力于节约全球水资源的卫浴产品的研发、生产与销售。报告期内，主营业务未发生重大变化。目前，公司产品主要包括：卫浴配件产品：节水型冲水组件、静音缓降盖板、挂式水箱等，智能卫浴产品：一体式智能坐便器、智能坐便盖等，同层排水系统产品（隐藏式水箱等）。其中，节水型冲水组件是公司的核心产品，冲水组件如同手表中的机芯，它决定便器的冲洗质量、安全性、节水效果和使用寿命等，是便器最核心的配套部件；智能坐便器是公司的重点新产品，智能坐便器代表着便器类卫生洁具的未来发展方向。公司生产的卫浴配件产品和智能卫浴产品主要应用在家住宅、宾馆酒

店、商场、写字楼等房屋建筑的卫生间设施。

## （二）报告期内公司所处的行业状况

### 公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位：

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，公司从事的行业属于C29“橡胶和塑料制品业”。但就公司主营产品类别而论，目前公司主要从属于卫浴配件行业 and 智能卫浴行业。

### 1、公司所属行业的发展阶段：

现阶段，全球节水型冲水组件细分行业的发展已趋成熟与稳定，能够进入国际高端卫浴品牌商配套体系的冲水组件制造商主要包括：吉博力、福马、瑞尔特、威迪亚等。当前国内智能坐便器行业处于行业发展初期，并进入竞争激烈的爆发式发展阶段。

#### （1）冲水组件行业发展阶段：

①**全球水资源持续紧张和国家政策导向，推动着节水型卫浴配件行业的发展：**当前，全球水资源状况严重恶化，水危机日趋严重。与世界大多数国家相比，我国干旱缺水严重，面临更为严峻的水资源形势。日常生活中，便器用水是生活用水领域的主要部分，生活用水中的75%左右消耗在卫生间的便器及附属配套设施。自上世纪90年代以来，我国历年相继出台了多项产业政策推广节水型冲水器具。推进节水型卫浴配件行业发展，加强节水型卫生洁具的研制、推广与应用，无疑是重要的科学节水举措之一。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，继续推进卫浴配件行业中节水产品的研制、生产、销售与推广，提高我国节水型卫浴配件行业标准化与工业化水平，促进产业升级。

②**卫浴行业集中度继续提高，并带动卫浴配件行业同步发展：**卫浴配件的行业格局深受下游卫浴品牌行业竞争格局变化的影响。当前，全球卫浴行业品牌集中度较高，ROCA、INAX、KOHLER、American Standard、TOTO等少数几家国际知名卫浴品牌商在国内高端卫浴领域占有较大市场份额，箭牌、惠达、航标、金牌、恒洁等国内知名卫浴品牌商也在国内中高档产品市场占据一定份额。瑞尔特等少数几家节水型冲水组件制造企业，由于产品质量、性价比、供货保障等方面的优势，获得了下游知名卫浴品牌商的青睐，与下游客户保持着持久且稳固的合作关系。随着下游卫浴行业品牌集中度进一步加强，与国内外知名卫浴品牌厂商保持了良好合作关系的冲水组件制造企业，将在发展过程中获得进一步的竞争优势。

③**卫浴配件产品质量参差不齐，两极分化局势明显：**目前，国内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、吉博力、福马、威迪亚为代表的中高端节水型冲水组件生产企业规模较大、企业标准化生产规范程度高、原材料品质优良、产品质量可靠、通过节水认证、产品使用寿命较长、产品性价比高，代表着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，产成品基本不满足法规及国家、地方标准要求，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。近年，随着居民生活水平的提高，随着国家节水强制标准的深入实施，随着落后产能的淘汰，低端冲水组件逐渐被中高端节水型冲水组件取代，低端冲水组件市场份额逐渐缩小，中高端节水型冲水组件市场份额持续增长。

#### （2）智能坐便器行业发展阶段

现代智能坐便器于1964年由美国人Arnold Cohen发明并申请获得专利，但此后数十年里美国市场销量极低。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年代开始逐渐在中国市场出现却长期处于“蛰伏期”且属于小众消费，销量长期低迷。随着中国经济飞速发展与人民生活水平不断提升，人们对卫浴产品的概念，逐渐突破传统观念，愈加注重节能减排、艺术欣赏、保健养生等功能，并为高科技、智能化的卫浴产品的开发与应用带来了机遇，并由此促动国内卫浴行业向智能化等多样性应用领域发展。

中国智能坐便器市场于2010年前后开始发展，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：第一是要抱着“开放的心态”，反对贸易壁垒，因为“消费者有权享有更多选择”。第二，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！”在此之后，智能坐便器产业在国内加速发展，国内卫浴行业开始逐渐朝着智能卫浴行业的方向发展并逐渐成为卫浴行业的主要发展趋势。智能卫浴产品大受中高端消费人群、中青年消费群体的欢迎，并逐渐有取代传统卫浴产品之势。

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。由于行业壁垒较低，短短几年之间，行业发展势头迅猛，很快迎来竞争白热化的“战国时代”。目前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。“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。

当前，智能坐便器在日本、韩国市场普及率较高，在中国、美国、欧洲等市场普及率较低，全球智能卫浴产品市场潜力巨大。据国家电网2021年12月发布的《中国智能坐便器行业发展白皮书》统计全球智能坐便器市场普及率：“目前，智能坐便器在我国的市场普及率约为5%”，国内“目前在一线城市，例如上海、北京、广州等，智能坐便器的普及率在5—10%以上，而在新一线城市估计在3—5%左右。但是三四线城市和乡镇市场。几乎处于空白”；“日本接近90%、韩国约60%”。

## 2、公司所属行业的周期性特点：

公司下游客户主要是国内外中高端便器类卫生陶瓷品牌企业，公司产品的终端消费市场主要是全球房地产建筑市场。全球房地产建筑市场的发展状况，直接决定卫浴行业的市场规模，并间接影响卫浴配件产品的市场消费需求，进而相应影响公司销售业务。卫浴配件行业的景气度，在一定程度上与房地产投资规模正相关，由于房地产投资规模受宏观经济形势与政府调控政策的影响较大，因此卫浴配件行业的景气度亦会受此影响。作为卫浴产品的终端消费市场，房地产市场的发展状况，会直接影响卫浴设施行业的发展及卫生陶瓷厂商的营业销售，从而间接影响卫浴配件产品的国内市场消费需求，进而对卫浴配件企业的市场销售收入造成相应影响。

但是，公司生产的节水型冲水组件等卫浴配件产品的境外出口销售额在营业总收入中占相当比例，同时公司卫浴配件产品销售给境内陶瓷卫浴厂商，进行产品配套后，亦有部分出口境外，最终境外销售情况对公司的整体销售情况贡献较大，国内的房地产周期对公司影响相对有限。

近年来，中国实体经济的持续下行和“房住不炒”政策的延续性，反映到品牌众多、质量参差不齐的卫浴行业，出现行业整合，洗牌加速。随着公司下游客户的品牌集中度持续加强，知名卫浴品牌商的市场地位进一步巩固，同时带动公司产品市场份额稳定增长。作为与国内外知名卫浴品牌厂商形成稳定、良好的战略合作关系的中高端节水型卫浴配件生产企业，公司的市场竞争优势也进一步得到加强。

随着居民生活水平不断提升、品牌消费意识逐渐增强，国内中高端卫浴配件产品的行业景气度仍然较高，行业周期性不明显。因此，卫浴配件行业并未呈现较强的周期性特征。

## 3、公司所处的行业地位：

作为全球领先的卫浴行业中专业性很强、产品较为细分的节水型冲水组件企业，公司参与全球卫浴配件产品市场竞争并在竞争中不断发展。公司产品获得十多个国家或地区的产品质量认证，出口南美、亚洲、北美、欧洲等七十多个国家和地区，为众多国际高端卫浴品牌ROCA、INAX、KOHLER、American Standard和国内知名卫浴品牌箭牌、航标、惠达、恒洁等提供产品配套服务。当前，瑞尔特在国内冲水组件市场占有率排名估量位居第一名，在全球冲水组件市场占有率排名估量位居前三名。

## 3、主要会计数据和财务指标

### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	2,238,933,160.69	2,089,487,820.67	7.15%	1,890,708,789.00
归属于上市公司股东的净资产	1,773,942,522.99	1,683,177,962.40	5.39%	1,640,052,817.50
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,868,289,949.01	1,284,195,761.57	45.48%	1,109,444,022.03

归属于上市公司股东的净利润	139,363,785.19	114,626,954.52	21.58%	181,538,751.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	114,332,762.46	83,606,260.50	36.75%	162,087,279.24
经营活动产生的现金流量净额	102,398,624.27	87,294,198.09	17.30%	199,099,070.83
基本每股收益（元/股）	0.34	0.28	21.43%	0.44
稀释每股收益（元/股）	0.33	0.27	22.22%	0.44
加权平均净资产收益率	8.05%	6.90%	1.15%	11.48%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	332,203,230.55	471,116,681.12	506,057,599.06	558,912,438.28
归属于上市公司股东的净利润	30,565,284.59	28,684,683.33	52,249,619.26	27,864,198.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	26,726,063.68	23,141,638.66	44,690,164.53	19,774,895.59
经营活动产生的现金流量净额	46,008,240.45	17,875,212.15	-31,729,106.61	70,244,278.28

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

## 4、股本及股东情况

### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	14,726	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,769	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
罗远良	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000			
王兵	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000			
张剑波	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000			
邓光荣	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000			
王伊娜	境内自然人	2.94%	12,288,000	0			
庞愿	境内自然人	2.94%	12,288,000	0			
张爱华	境内自然人	2.94%	12,288,000	0			
罗金辉	境内自然人	2.57%	10,752,000	0			
兴业证券股份有限公司	国有法人	2.29%	9,565,000	0			
谢桂琴	境内自然人	2.20%	9,216,000	0			
邓佳	境内自然人	2.20%	9,216,000	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	在上述前 10 名普通股股东之中，其中持股 10% 以上的股东罗远良先生、张剑波先生、王兵先生、邓光荣先生之间不存在关联关系，不存在一致行动关系。在上述前 10 名普通股股东之中，						

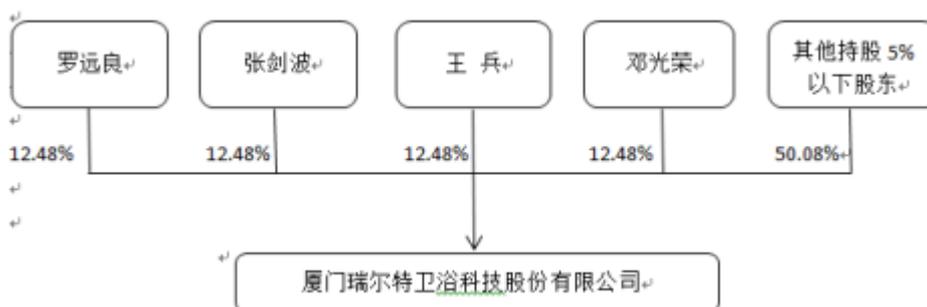
	罗远良先生系罗金辉之父亲、系谢桂琴女士之配偶；张剑波先生系张爱华女士之儿子；邓光荣先生系邓佳之父亲；王兵先生系庞愿女士之配偶、系王伊娜之父亲。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无

**(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表**

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

**(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系**



**5、在年度报告批准报出日存续的债券情况**

适用  不适用

**三、重要事项**

报告期内，公司经营情况未发生重大变化，除已披露事项外，未发生对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。