

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：2022-006

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）
活动参与人员	<b>调研人员：</b> 招商证券股份有限公司研究发展中心轻工新消费分析师：王鹏 华创证券有限责任公司建筑建材组组长：王彬鹏 <b>接受调研人员：</b> 财务总监：陈绍明      董事会秘书：陈雪峰 证券事务代表：吴燕娥
时 间	2022年9月27日14:00至15:30
地 点	厦门市海沧区后祥路18号办公楼一层会议室
形 式	实地调研
交流内容及具体 问答记录	<b>一、请介绍公司的基本情况</b> 答：厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司是一家致力于节约全球水资源卫浴产品研发、生产和销售的国家认证高新技术企业。公司拥有行业领先的卫浴节水技术，产品获得世界主要国家或地区多项权威认证。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。

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，产品涵盖：卫浴配件产品（节水型冲水组件、静音缓降盖板、挂式水箱）、智能卫浴产品（一体式智能坐便器、智能坐便盖）、同层排水系统产品等。公司产品主要应用在家庭住宅、宾馆酒店、商场、写字楼等房屋建筑的卫生间设施。经过二十多年的发展，瑞尔特已形成完整的产品研发体系、生产制造体系和质量控制体系。

瑞尔特主要定位于节水型卫浴产品提供商，公司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。

## 二、公司智能坐便器产品的竞争优势是什么？

答：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”；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）。

### 三、请介绍公司节水型冲水组件产品和智能坐便器产品的主要客户情况

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。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。

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。

### 四、请介绍智能坐便器技术功能的发展趋势

答：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。

### 五、日本智能坐便器普及率高的原因，国内智能坐便器的市场前景？

答：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 年代在中国市场出现，但销量长期低迷。

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%”。

日本智能坐便器的普及率高的原因，主要在于日本传统的厕所文化的丰富。日本厕所精致、干净，兼有休息、享受、化妆等用途。所以，智能坐便器在日本民间接受度极高。

在中国人的生活中，厕所并不像日本那样受重视，并不具备厕所文化的消费驱动因素。但由于智能坐便器的卫生性、健康性、舒适性，在国内消费升级人群中较受欢迎。

近年来，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，并逐渐成为卫浴行业的主要发展趋势。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。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。

**六、请介绍公司未来发展战略规划：**

答：公司将继续致力于节水型卫浴产品、智能卫浴产品和

	<p>同层排水系统产品的研究和开发,让人们享受水带来的快乐和生活品质的提升。采取以市场为基础,以技术为支撑,以服务为核心的服务营销战略,通过加大研发设计和制造技术的提升、规模化生产等方式,为客户提供优质的产品和服务,巩固和强化公司在技术、生产、市场等领域的核心竞争优势。不断拓展全球范围的市场份额,促使公司在行业领域的竞争力和全球行业地位得到全面提升,力争将公司发展成为全球领先的卫浴空间和家庭水系统解决方案提供商。</p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></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>
<p><b>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作附件)</b></p>	<p>未提供资料</p>