

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：2024-006

投资者关系 活动类别	<input 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 投资者电话会议
活动参与人员	<p>参加机构（以下排名不分先后顺序）：</p> <p>国投证券、德邦证券、浙商证券、中信证券、华创证券、开源证券、国信证券、国海证券、中信建投证券、北京沅沛投资管理、兴证全球基金、招商证券、招商基金、华福证券、阳光资产管理、中欧基金、兴业证券、泰康资产、东兴证券、华安合鑫私募、上海勤辰私募基金、招商局仁和人寿保险、敦和资管、西部利得基金、方正富邦基金、华富基金、永赢基金、圆信永丰基金、信达澳亚基金、东方基金、弘毅远方基金、中海基金、长盛基金、广发基金、华龙证券、国金证券、国盛证券、民生证券、长江证券等机构</p> <p>上市公司接待人员：</p> <p>财务总监：陈绍明；董事会秘书：吴燕娥</p>
时间	2024年8月27日
地点	厦门市海沧区后祥路18号办公室
形式	电话会议
	<p>一、2024年半年度报告业绩介绍，主要内容如下：</p> <p>2024年半年度，公司实现营业收入11.43亿元，同比增长17.36%，实现归母净利润9096.77万元，同比下滑19.72%。</p>

交流内容及具体
问答记录

其中二季度实现营业收入 6.19 亿元，同比增长 7.1%，净利润 3241.33 万，同比下滑 55.9%。

营业收入稳定增长是由于上半年公司积极拓展海外市场以及持续推进自有品牌渠道布局和建设，以弥补国内代工订单下滑对公司业务的影响。

上半年毛利率与去年同期相比提升了 1.13%，因此导致净利润下滑主要是净利率下降导致的，原因系为加大自有品牌知名度提升，品牌推广方面的费用投入较大，导致销售费用及销售费用率增长幅度较大，影响了经营性净利率，另外去年同期高基数的汇兑收益，使得财务费用同比增长了 46.5%，也对上半年的净利率产生了影响。

下半年面对市场需求下行及行业竞争加剧及结合上半年的经营情况，公司将继续深化市场布局，拓宽国内销售渠道和加强海外市场推进，深耕差异化产品和提升产品竞争力，优化销售费用分配和管控，在提升品牌影响力的同时持续进行智能坐便器品类的消费者市场教育，从品牌端、渠道端、产品端多措并举。

二、问答交流环节，主要内容如下：

1、公司认为上半年度智能马桶行业价格战是否有加剧，对公司的影响如何以及后续趋势如何？

答：根据奥维云网线上监测数据显示，2024 年上半年智能一体机均价为 2597 元，与 2023 年数据相比并没有下滑趋势，我们认为智能一体机的行业价格战有在持续，但是下探空间并不大。目前市场的价格竞争有部分影响来自于小品牌的以较低价格进入智能马桶市场进行竞争，公司并没有直接参与价格战竞争，主要是通过推出新品以及研发技术创新来提升竞争优势，但是顺应整个行业发展趋势，简配功能的智能马桶占比会有所提升，从上半年度看对整体均价略有影响。上半年市场监督管理总局正式公布了将电子坐便器新增为 3C 强制认证产品，将于明年 7 月份正式执行。随着行业规范的不不断加强，部

分缺少技术创新、品质管理不合格、售后服务不到位的品牌将逐步被淘汰出局，预计行业价格战竞争会有所改善。

2、单独看第二季度，公司的毛利率同比略有下滑是主要原因是什么？

答：上半年度公司的毛利率同比仍保持增长，单独看第二季度，毛利率略有下降的主要原因是智能坐便器品类中轻智能坐便器占比有所提升所致。目前轻智能坐便器是行业需求的趋势，有助于提升行业渗透率，公司将通过产品创新提升轻智能坐便器的毛利率和竞争力。

3、下半年，公司对智能马桶的新品规划如何？

答：下半年的新品推出规划还是会继续以消费者需求为导向，以提升消费者体验感为主旨。根据目标市场上产品样式、功能需求的变化趋势进行新产品的设计与研发，技术创新方面以康养、环保、卫生方向为主，比如尿检专利、UVC 动态水杀菌、水除臭技术等。推新的进程按照公司销售策略来走，在主流价格带上覆盖新品。

4、半年报显示，公司上半年销售费用增长幅度较大，请问主要体现在哪些部分，以及下半年会延续这个趋势吗？

答：上半年销售费用占比较高的主要是人力资源费、业务宣传费以及服务费，这些费用主要来自于自主品牌线下销售团队的拓展、线上投流以及品牌推广等，部分推广费用具有一定的前置性。公司目前正处于自主品牌发展重要阶段，适当的加大投入有助于公司品牌建设及自主品牌销售渠道的成长，下半年将采取优化销售费用的措施以改善盈利能力。

5、公司自主品牌战略打法是否有调整？

答：目前没有明显的调整，将会持续推进渠道建设并加强渠道精细化管理，在多渠道进行品牌推广和提升消费者对智能马桶的认知度，但同时会结合市场情况优化和调整营销费用投入，改善盈利能力。

	<p>6、请问公司在降本增效方面有哪些点可以展望？</p> <p>答：主要有以下几点可以展望：自动化、数字化车间在降低人工成本方面有一定空间，并且公司还在持续进行智能化生产建设；规模效益所带来的降本，比如随着采购量的提升，供应商会对价格给予优惠，降低采购成本；通过研发端，对技术进行整合升级，降低材料成本等。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</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>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）</p>	<p>未提供资料</p>