

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：2024-007

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	<b>参加机构（以下排名不分先后顺序）：</b> 国投证券、浙商证券、招商基金、广发基金、深圳丰岭资本、兴华基金、华富基金、诺安基金、嘉实基金、大家资产、西藏源乘投资、循远资产、国金证券、信达澳亚基金、新华资产、西部利得基金、上海丹羿投资、杭州太乙投资、融通基金、平安基金、敦和资管、中欧基金、东北证券、长江证券、国盛证券、天风证券等机构 <b>上市公司接待人员：</b> 财务总监：陈绍明；董事会秘书：吴燕娥
时 间	2024 年 10 月 29 日
地 点	厦门市海沧区后祥路 18 号办公室
形 式	电话会议
	<b>一、2024 年第三季度报告业绩介绍，主要内容如下：</b> 公司前 3 季度实现营业收入约 17.1 亿元，同比增长 10.59%，归母净利润 1.26 亿元，同比下滑 28.15%。其中，单第三季度实现营业收入 5.67 亿元，同比下滑 0.93%，归母净利润约 3537.32 万元，同比下滑 43.43%，环比二季度增长约 9.13%。

交流内容及具体  
问答记录

就前第三季度而言，营业收入保持相对稳定是由于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；前三季度公司综合毛利率约为 28.48%，与上年同期基本持平，而由于产品单价略有下行导致第三季度的毛利率同比有所下滑；费用方面，前三季度销售费用率 12.92%，同比提升了 4.92%，单第三季度销售费用率 11.93%，同比提升了 1.84%，销售费用增加较快主要是公司加大品牌力建设，业务宣传费、投流费用等投入较大，但同时公司也在优化销售费用分配和管控，单第三季度的销售费用率环比二季度有所下降。

**二、问答交流环节，主要内容如下：**

**1、请介绍下公司参与国补政策的情况如何？对促进公司销售情况如何？**

答：公司线下经销门店积极申请参与国补活动，正在逐步推进中，截止目前线上有部分店铺可以参与国补活动，包括瑞尔特(R&T)卫浴京东自营旗舰店、京东平台的瑞尔特官方旗舰店、天猫平台的喵住官方旗舰店，根据目前情况看国补政策的实施促进了家居的消费，具有一定拉动效果，但目前各地政策落地时间还比较短，可能需一定的周期再去看这个效果。公司也将持续保持对相关政策的关注，鼓励线下门店积极参与国补活动，以把握政策带来的增长机遇。

**2、公司第三季度的毛利率同比略有下滑是主要原因是什么？**

答：第三季度的毛利率下降的主要原因是产品单价略有下降以及智能坐便器品类中轻智能坐便器占比进一步提升所致。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、请问智能马桶后续的技术迭代方向如何以及公司近**

**期的新品有哪些？**

答：公司认为目前智能马桶的主要功能相对齐全，后续的技术创新方面以康养、环保、卫生方向为主以及可以进一步提升产品功能的稳定性。公司近期推出的新品主要是以升级旧款为主，比如 F30Pro 增加了双用户模式、CIAA 抗菌釉面等，A6Pro 增加了 15 分钟久坐提醒、童洗、冷热交替洗、升级无光触媒除臭等，UX70 增加了自动调温、童洗、冷热交替洗、UVC 动态水杀菌等。

**4、公司对于第四季度有什么规划？**

答：结合前三季度的经营情况，第四季度公司将更加注重海外市场拓展及自主品牌渠道的建设，积极把握政府推出的以旧换新政策机遇，争取促进营收的稳定增长。同时强化执行降本措施，密切关注市场动态适时调整费用投放，以促进盈利能力改善。

**5、公司在三季报披露了中期分红，请问公司关于未来的利润分配如何规划？**

答：根据证监会鼓励上市公司现金分红，给予投资者稳定、合理回报的指导意见，公司在披露 2023 年度分红方案时同步披露了 2024 年中期现金分红规划，并于本次三季报同步披露了具体现金分红方案。未来利润分配的规划是在稳健发展的基础上，结合公司经营状况及未来发展的资金需求等综合因素，为投资者提供与公司实际经营业绩相匹配的分红回报。

**6、请问公司的自主品牌打法上是否有调整？**

答：线上费用投放方面会根据预期收入规划及时优化跟调整，同时持续在其他新媒体渠道比如小红书、快手上投流、种草，线下持续拓展门店数量，打造线下品牌知名度，提升消费者对产品的认知度。

<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>