

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： 2025-002

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他 <u>投资者电话会议</u>
活动参与人员	参会人员（以下排名不分先后）： 国投证券、信达证券、浙商证券、长江证券、中泰证券、南银理财、国金证券、阳光资产、中意资产、中国人民养老保险、泰信基金、国金基金、圆信永丰基金、国信证券、弘毅远方基金、平安资产、国海证券、东方基金、财通基金、中信保诚基金、开源证券、东方财富证券、广发基金、中欧基金、西部利得基金、安信基金、深圳丰岭资本、长江养老保险、长城财富保险资产、东北证券、招商基金、平安基金、宝盈基金、敦和资产、东海证券、泰康基金、新华资产、合远基金、人保资产、光证资管、信泰人寿、广发自营、同犇投资、国金基金、财通自营、大箏资管、赢昀投资、富安达投资、华夏未来资本、华西基金、中信资管、健顺投资、达昊投资、杭州巨子私募基金、上海万丰友方投资、上海于翼资产、上银基金、农银人寿保险、光大理财、上海光大证券资产、国富人寿保险、上海理成资产、天治基金、太平洋资产、上海混沌道然资产、金鹰基金、西部建材、华福证券、博远基金、中天国富证券、路博迈基金等机构 上市公司人员： 财务总监：陈绍明 董事会秘书：吴燕娥

时 间	2025 年 4 月 25 日
地 点	厦门市海沧区后祥路 18 号办公室
形 式	电话会议
交流内容及具体 问答记录	一、2024 年度及 2025 年一季度业绩基本情况介绍 答：2024 年度，公司实现营业收入 23.58 亿元，同比增长 7.96%，增长原因在于占营业收入比重达到 60.87%的智能坐便器及盖板品类实现 13.37%的增长，占营业收入比重达 28.51%的境外收入同比增长 25.5%。2024 年度毛利率下滑 1.42%，主要原因是根据会计准则相关要求 2024 年度部分项目列报口径与上年不一致，如上年列示在销售费用的一些项目本年列示在成本中，剔除这部分影响，毛利率变动较小。此外，由于 2024 年第二、三季度销售费用率较高，导致全年的期间费用率增长 1 个多点，毛利率的下降及期间费用的增长综合导致公司归母净利率下降 2.33%。 2025 年一季度，公司实现营业收入 4.12 亿元，同比下滑约 21%，主要原因在于贸易政策变动和各地区促消费政策落地节奏不一，导致订单减少，业绩短期承压。但从月度表现来看，随着国补政策陆续发布，3 月份收入端同比及环比均呈现向好趋势。一季度实现归母净利润 2148 万元，下滑幅度达 63%，主要原因在于个别渠道产品价格下调导致毛利率下滑了 4.16%以及收入规模不及预期导致期间费用率增长 2.5%，但展望后续，随着高毛利渠道产品占比提升，整体毛利率预计将逐步改善。 二、公司2024 年第四季度的净利率表现较好的主要原因是什么？是否有存在汇兑损益影响？ 答：受 2024 年第二季度的影响，自第三季度开始，公司就比较及时的根据市场终端的表现调整费用投放，提升费用投放的效率，因此第三季度的净利率环比第二季度有改善，到第

四季度，净利率得到进一步的修复。汇率波动是汇兑损益的直接影响因素，如人民币贬值将会为公司带来汇兑收益，因此第四季度存在部分汇兑收益。综合这两个因素，使得公司第四季度的净利率表现较好。

三、今年一季度家居以旧换新补贴效果以及公司目前参与情况如何？

答：自一季度2月下旬开始，各地区地区开始陆续发布政策细则，我们看到国补政策实施前后的终端消费情况还是有明显差异的，因此国补政策的实施促进对家居家装的消费，具有一定拉动效果。从已参加补贴活动区间的表现看，对于智能马桶渗透率的提升、销售结构的改善均有积极作用。公司持续保持对相关政策的关注，目前线上线下渠道均积极把握政策机遇，同时采取对应措施提升渠道的参与比例，提高参与补贴的产品范围，以更大发挥国补政策的效果。

四 、目前关税政策对公司的影响以及有什么应对措施？

答：公司直接出口北美地区的收入占境外收入比例在10%-15%之间，占总营收的比例较小，公司已在积极寻求其他途径降低关税政策变动的的影响，同时，公司将持续优化出口市场布局，大力拓展其他具有潜力的海外市场，以实现全品类出口市场布局多元化。

五、请问公司对于智能马桶行业目前价格战如何看待？

答：目前行业上仍存在一定程度的价格战现象，但我们看到很多政策还是有利于行业价格战竞争改善的，比如国补政策有利于促进消费者选择高质量产品，形成新的消费习惯；今年5月1日将实施的新国标《坐便器水效限定值及水效等级》，提高了水效等级的标准门槛，优化了冲洗用水量指标等，以及7月1日将实施3C强制性产品认证管理，都对市场上的智能马桶品牌提出更高的标准，具有研发生产优势的企业能够更快适应新标准。相信随着行业规范的不断加强，部分不符标准品

	牌将逐步出局，有利于行业的竞争格局向好发展。 六、 公司后续对智能马桶新品研发方向怎么展望？ 答：目前市场上智能马桶的基础功能相对成熟，对于已有的功能后续研发的主要方向以升级为主，聚焦康养、环保节能、卫生等方面，以提升消费者体验感为主旨。未来的生态布局将从单品到场景，深度融合 AI 科技，构建覆盖卫浴全场景的健康矩阵。 七、公司如何展望 2025 年以及如何实现该目标？ 答：根据公司 2025 年预算报告，基于智能卫浴行业的发展趋势并结合公司经营重点，2025 年公司营业收入预算同比增长 10%，归属于上市公司股东的净利润预算同比增长 9.20%，与收入增长不同步主要是考虑自有品牌建设营销费用仍需高投入。在渠道端，寻求市场渠道多元化，为产品销售提供保障；在产品端，丰富智能卫浴空间产品矩阵并调整结构，产品配置主要有智能座便器、同层排水产品、淋浴产品、浴室柜和康养产品等。同时，加强品牌建设、研发创新，助力降本增效，提升费用投放效率，从而力争实现 2025 年收入和利润的增长目标。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	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。
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）	未提供资料