

证券代码：002790

证券简称：瑞尔特

公告编号：2026-006

厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司

2025 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期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利润分配预案为：以 417,872,300 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.15 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 | 吴燕娥 | 丘福英 | |
| 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

(1) 公司主要业务及产品

自 1999 年公司成立伊始，瑞尔特就带着使命感，致力成为全球领先的卫浴空间和家庭水系统解决方案提供商。目前卫浴行业的新趋势将朝着科技、健康、关爱、卫浴空间美学的方向发展，经过多年的研发投入和产品布局，瑞尔特已形成包括以节水型冲水组件为核心的卫浴冲水系统产品解决方案、以智能坐便器为核心的智能卫浴产品解决方案以及同层排水系统产品解决方案、卫浴适老产品解决方案、卫浴空间智慧互联解决方案和卫浴装配式整体解决方案的产品体系。瑞尔特也进阶成为卫浴行业中为数不多拥有较完整的卫浴空间和家庭水系统解决方案的卓越提供商。

报告期内，公司主要从事卫浴空间和家庭水系统解决方案相关产品的研发、生产、销售。目前，公司产品主要包括：卫浴冲水系统产品（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、卫浴管道等）、卫浴适老产品解决方案（升降坐便辅助器、无障碍抗菌扶手等）。成立至今，公司相关产品遍及全球八十多个国家和地区，携手国内外中高端卫浴品牌客户一起为全球水资源的节约做出了巨大的贡献。

公司卫浴空间和家庭水系统解决方案相关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。报告期内，公司的主要业务、主要产品及其用途未发生重大变化。

公司主要产品

| 类别 | 主要产品 | 产品图例 | 特点 |
|----------|----------|---|---|
| 卫浴冲水系统产品 | 节水型冲水组件 |  | 耐高压能力好，调节、使用方便，静音设计，提高用水效率等。 |
| | 静音缓降盖板 |  | 实现关闭时静音，抗菌式减少细菌感染，快装式便于清洁卫生等。 |
| | 挂式水箱 |  | 节水节能，排量可调，方便安装，由环保、高韧性材料制成。 |
| 智能卫浴产品 | 一体式智能坐便器 |  | 专利冲水技术，确保冲力强劲的情况下更加静音、节水。 具有丰富的提升使用舒适度的功能：微波感应自动翻盖、脚感翻圈及冲水、全方面杀菌方式、泡沫盾防溅隔臭、自动调温、蓝牙控制等。 |
| | 智能坐便盖 |  | 适配不同造型的马桶，安装方便快捷，有国内外解决方案。具备即热水洗，自动除臭，恒温舒适座圈，暖风烘干，夜灯照明等功能。 |
| | 智能镜柜 |  | 集成美妆灯光及智能防雾功能；镜背精细化美妆收纳设计；全系 3C 认证+IP44 防水防尘安全电源。 |
| | 智能花洒 |  | 智能数显，灯显温度提示，采用 IPX6 防水等级电池仓，同时精准温控，人性化设计，操作简便易用。 |

| | | | |
|--------------|---|--|---|
| 同层排水系统 产品 | 隐藏式水箱 |  | 高性能的箱体结构和铁架设计，安全可靠；安装、维护方便快捷。 |
| | 卫浴管道 |  | 集成水封，隔绝臭气；无需降板，隔音降噪；杜绝漏水，不易堵塞。 |
| 卫浴适老产品 | 升降坐便辅助器 |  | 帮助老年人以平稳的姿态完成如厕时的下蹲和起身动作。电动升降，安全平稳，助力起身。 |
| | 无障碍抗菌扶手 |  | 多种规格尺寸，适用于不同卫浴空间。抗菌材质，手感舒适，牢固安全。 |
| | 无障碍卫浴升降系统 |  | 电动升降系统 200mm 上下可调，用户自由调节。静音系统，按键操作，简单易用，方便老人和轮椅使用者。 |
| | 恒温坐式淋浴器 |  | 恒温阀芯，安全防烫；软胶防滑座椅，舒适稳定；坐式结构可折叠，节省空间。 |
| 卫浴空间智慧互联解决方案 |  | 智能语音交互系统，通过卫浴空间的中控“大脑”魔镜，实现天猫精灵生态智能产品皆可互联，解放双手。 | |
| 装配式整体卫浴解决方案 |  | 量身定制，吊顶系统、给排水系统、底盘系统、集成供电系统、部品部件系统、墙板系统 6 大集成系统，确保整体卫浴空间的可靠性、耐用性和美观性，并且 48 小时即装即用。 | |

（2）所属行业发展变化

公司主要从事卫浴空间和家庭水系统解决方案相关产品的研发、生产、销售。瑞尔特产品体系主要包括以节水型冲水组件为核心的卫浴冲水系统产品解决方案、以智能坐便器为核心的智能卫浴产品解决方案以及同层排水系统产品解决方案、卫浴适老产品解决方案、卫浴空间智慧互联解决方案和卫浴装配式整体解决方案。根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司所处行业属于“CE292 塑料制品业”，目前，公司主营产品占比最高的品类为智能坐便器，就公司整个产品体系而言，公司主要从属于家居家装卫浴行业。

①卫浴行业发展情况

随着国民经济快速发展与人民生活水平的不断提升，卫浴行业的新趋势将朝着科技、健康、关爱、卫浴空间美学的方向发展。在可持续发展、高质量发展与绿色健康的新消费理念下，居民对传统卫浴的需求在基础的清洁、冲刷功能性之上，到了进一步追求智能舒适、环保健康的新阶段，卫浴空间也朝着单一功能向场

景化解决方案转型。

(1)卫浴行业智能化大势所趋，但市场渗透率仍在低位：

在技术发展与消费者需求的双重驱动下，卫浴空间正从传统功能性场所，升级为智慧生活的重要场景。其中，智能坐便器是卫浴行业智能化发展趋势的典型缩影。经过几年发展，智能坐便器在原有的节水型清洁功能的冲水系统设计基础上进行座圈加热、自动化感应等智能化功能叠加的模式，已经到了成熟的阶段，为了突破行业竞争壁垒，市场上的智能坐便器持续从冲刷、舒适、环保、健康等多方面改善，比如水效升级、智能节电、水杀菌和水除臭及健康监测等，进而迈向更高阶的智慧化、健康化阶段。

因此，智能坐便器作为智能卫浴空间的核心大单品，具备功能性突出，消费体验升级的特点，近年来发展迅猛，根据中国家用电器协会智能卫浴电器专业委员会发布的《中国智能卫浴电器产业发展研究报告（2025）》显示，2024 年中国智能坐便器行业年产量为 1372 万台，与上年同比增长 8.5%，行业总产量连续四年突破千万台。然而国内智能坐便器市场渗透率仍不高，数据显示，当前智能坐便器产品普及率增长至约 9.6%，而智能坐便器的普及率在日本能达到接近 90%，韩国约 60%。虽然当前行业竞争较为激烈且有效需求相对不足，但从长远来看，随着国民消费质量的日益提高以及存量市场需求渗透率的提升，智能坐便器品类向好发展的趋势不变，仍然蕴含着较大的发展机遇。

(2)当前智能卫浴行业呈现高强度竞争并向价值竞争转型的态势：

国内智能卫浴行业已经从早期的“低壁垒、高增长”的百花齐放阶段，进入竞争激烈、梯队分化的时期。当前竞争状态主要呈现以下特征：一是消费端价格敏感度仍在提升，据奥维云网线上监测数据，2024 年线上智能一体机中，2000 元以下销售额占比进一步提升至 24.4%，为主销价格段；智能马桶盖中 500-1000 元价位段增幅最大，占比达到 33.5%，2025 年这一趋势仍在持续；二是行业技术分层明显，多数品牌仍停留在以基础功能叠加为主的智能模式，技术同质化、质量参差不齐的问题突出，而头部企业则持续提高研发投入，通过科技、健康、绿色等方向的创新，并持续提升产品质量稳定性，构建差异化壁垒，提高竞争优势；三是房地产市场的周期性及经济环境的变化也直接影响着智能坐便器市场的需求，新房装修需求减少及存量更新消费需求趋于谨慎，使得智能坐便器的需求市场短期承压，市场竞争进一步白热化。

在当前智能卫浴行业呈现高强度竞争的状态下，可以看到智能卫浴的未来发展趋势将逐步朝着价值竞争转型。首先消费者从“功能刚需”转向“体验价值”，技术创新成为关键，搭载全水路杀菌、健康监测等健康科技的产品销售呈现积极态势；其次政策与产业环境的双重驱动，2025 年 7 月 1 日起，电子坐便器产品正式实施 CCC 强制性产品认证管理，2025 年 8 月 1 日，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布了《智能坐便器能效水效限定值及等级》，将于 2027 年 4 月 1 日起实施。随着行业规范的不断加强，智能坐便器行业正在经历洗牌，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，从而加剧行业分化。

(3)适老化卫浴设计从基础安全向智能化、人性化全面迭代：

根据国家统计局《2025 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，截至 2025 年年末，我国 60 周岁及以上人口数量为 32338 万人，占全国人口的 23%。随着老龄化社会的到来，加上卫浴空间是家庭安全隐患高发区，适老产品逐渐成为卫浴行业的新趋势。在具体产品方面，智能坐便器已成为适老化卫浴的重要趋势，智能坐便器在设计上充分考虑了老年人的生理特点和使用习惯，如加大座圈尺寸、增加扶手、增加健康监测功能等。适老化产品的出现不仅体现了行业对特殊人群的关注，也拓宽了市场的发展空间，在国内卫浴行业有效需求不足的状态下，适老化产品作为细分领域实现增长。

在家居行业进入存量时代，适老化改造将是一个新的机遇。2025 年 1 月份，商务部等 6 部门联合印发《关于做好 2025 年家装厨卫“焕新”工作的通知》明确各地要重点聚焦绿色、智能、适老等方向，对于居家适老化改造产品补贴标准可适度提高。2025 年政府工作报告指出，积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制，大力发展银发经济。2025 年 9 月 1 日，国家市场监督管理总局批准发布《家居产品适老化指南》（GB/T45272-2025）国家标准实施，该标准对于适老化卫浴产品设计具有重要的指导意义。未来随着老龄化加深和居家养老场景不断优化，叠加政策扶持和市场需求的驱动，卫浴空间作为居家适老化改造的核心场景，其改造需求将持续释放，适老化卫浴产品与解决方案，有望成为卫浴企业构建差异化优势的

抓手之一。

(4)节水型卫浴冲水系统产品成为主旋律：

全球水资源紧张态势持续加剧，叠加各国政策刚性引导与消费理念升级，节水型卫浴冲水系统逐步成为行业发展的主要主线，推动卫浴行业向绿色低碳转型。生活用水约 75%消耗在卫生间的便器及附属配套设施，节水型卫浴冲水系统的研发、推广与应用，正在成为缓解水资源短缺问题的重要科学举措之一。

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，政策体系在不断完善。2024 年 3 月份，国务院公布了我国首部节约用水行政法规《节约用水条例》，2024 年 7 月，《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》公布，内容包含培育壮大绿色消费在内的新型消费；2025 年 12 月，国家发展改革委、水利部、市场监管总局联合印发《中华人民共和国实行水效标识的产品目录（2025 年版）》，修订坐便器、智能坐便器水效标识实施规则，进一步细化节水管控要求。目前，我国已基本建立覆盖坐便器、淋浴器等生活用水产品水效标识制度。国际市场方面，欧盟、美国等主要经济体持续通过立法和标准强制推动节水技术普及。

因此，全球主要经济体对于节约水资源的重视以及消费端绿色理念的快速渗透，将推动中高端节水型卫浴冲水系统逐步取代并淘汰低端卫浴冲水系统，从而释放落后卫浴冲水系统产品的存量替换需求。

(5)政策驱动装配式卫浴和同层排水系统热度攀升：

在政策推动、技术迭代与市场需求的三重驱动下，装配式卫浴和同层排水系统正迎来结构性发展机遇。

作为装配式建筑的重要组成部分，装配式卫浴因其高效、防水稳定、绿色环保等特点，其应用场景从住宅、公寓向酒店、医院及学校等公建领域延伸，渗透率有望提升。在政策层面，在住建部《“十四五”建筑业发展规划》要求大力推广应用装配式建筑的基础上，2025 年 12 月 31 日政策持续加码，住房和城乡建设部《关于提升住房品质的意见》将装配式装修纳入“好房子”配套；部分省市将装配式卫浴纳入“家装厨卫焕新”补贴范围。叠加老旧小区改造及酒店翻新需求，装配式卫浴因高效低成本的优势，预计将持续获得存量市场支撑。

传统卫生间排水系统通常存在渗漏、噪音、维修扰民等缺点，已难以满足高品质居住需求，同层排水技术逐步成为主流。在原有规范标准基础上，2025 年 11 月，住房和城乡建设部办公厅启动《建筑同层排水工程技术标准》修订，强化防渗漏、低噪声等要求；住房和城乡建设部《关于提升住房品质的意见》也明确推广同层排水技术。装配式卫浴与同层排水技术在应用场景上高度契合，协同构成现代化卫浴空间整体解决方案。

装配式建筑和同层排水系统相关政策文件相继发布，各种标准逐步完善，技术革新与绿色需求以及应用场景的拓展，使得装配式卫浴和同层排水产品市场认可度提升，长期来看，发展态势向好的趋势明确。

②卫浴行业下游地产行业的情况

根据国家统计局数据，2025 年，全国新建商品房销售面积为 88101 万平方米，同比下降 8.7%；其中，住宅销售面积下降 9.2%。新建商品房销售额为 83937 亿元，同比下降 12.6%；其中住宅销售额下降 13.0%。

据奥维云网监测数据显示，2025 年房地产精装修市场新开盘项目 2991 个，精装规模 1073 个，精装规模同比下降 22.1%，精装项目渗透率为 35.9%，同比提升 0.5%；从配套率看，整体市场中智能坐便器产品配置率大幅增长，同比提升 14.8 个百分点，配套率达到 69.6%，首次在精装市场的配套率超过普通坐便器；而在高端市场中，据 2025 年 1-6 月的数据监测，智能坐便器产品配套率达到 90.4%。

根据住建部数据显示，到 2025 年全国房龄超过 20 年的老房子有 86.3 亿平方米，占城镇住宅总量的 41.7%，这些老房子成了城市更新和居民居住的大问题。住建部住房更新司司长在 2025 年 6 月的发布会上说：“2025 年起，20 年以上房龄的住宅都要纳入改造计划，不再大拆大建，而是搞微改造、精更新。”其中，就卫生间来说，房龄更是大大超过了卫浴产品的使用寿命，因此卫浴产品的迭代升级迫在眉睫。另外，据国家统计局数据，全国二手房交易网签面积 73685 万平方米，占全国住房总交易量的比重接近 46%，创下有官方统计记录以来的历史新高。因此，存量房再装修市场也将成为驱动我国卫浴市场增长的重要力量。

2025 年，房地产精装房市场在销售总额同比下降的背景下，呈现出“高端化升级、智能化渗透”的特征。尽管商品房销售面积和精装规模收缩，但智能卫浴配套率增长、存量翻新需求释放为行业提供了结构性

机遇。

(3) 公司所处的行业地位:

瑞尔特作为卫浴空间和家庭水系统解决方案的卓越提供商，已形成包括以节水型冲水组件为核心的卫浴冲水系统产品解决方案、以智能坐便器为核心的智能卫浴产品解决方案、同层排水系统产品解决方案、卫浴适老产品解决方案、卫浴空间智慧互联解决方案和卫浴装配式整体解决方案的产品体系。公司参与卫浴空间解决方案的全球市场竞争，从卫浴空间的水系统及其配套的研发生产，到将水系统结合智能化的运用，再到整体卫浴空间的装配解决方案，公司在竞争中不断走在创新研发的前端，让科技融入生活细节里，以舒适、健康、节能为理念，迅速发展。2025 世界卫浴大会，瑞尔特获得“2025 年度技术领先企业”、“2025 年度影响力品牌”称号。

在以智能坐便器为核心的智能卫浴领域，瑞尔特在智能卫浴产品领域具有前沿的研发设计能力、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研发创新、运营方面的投入，扩大运营和服务团队的规模和提高团队专业素质，持续提升智能卫浴产品领域的市场竞争力，瑞尔特智能坐便器先后荣获“沸腾杯”质量金奖、中国建陶质量大会“科技领先产品奖”，在 2024-2025 年度中国家用电器品牌评价活动中，“瑞尔特”品牌被评为“智能坐便器行业五强品牌”。

公司在节水型冲水组件为核心的卫浴冲水系统领域，已发展成为规模最大的企业之一和行业领先的卫浴冲水系统制造企业，根据中国建筑卫生陶瓷协会掌握的数据，2023 年度，瑞尔特在卫浴冲水系统细分产品冲水组件的国内市场占有率为第一名。

在卫浴适老化产品领域，瑞尔特于 2024 中国适老康养产业发展大会上斩获全国适老设计大赛银奖，其中，经中国建筑材料流通协会审核，“R&T 瑞尔特”升降器坐便器入选《2024 年度居家适老化改造推荐目录》。公司旗下的适老化卫浴产品，成功入选“2025 年度中国消费名品（特定人群适用产品品牌）”；2025 年 10 月，经全国建筑材料工业陶瓷专业情报信息网与中国建筑卫生陶瓷高质量发展大会组委会的联合评定，瑞尔特被授予“适老化产品领军企业”称号。此外，公司还与北京建筑大学合作，共建适老化产品研发实验室，致力于打造更安全、舒适的康养生活环境，助力适老化市场健康发展。

在同层排水系统和装配式卫浴领域，公司自主研发、生产、销售的同层排水系统产品包含隐藏式水箱、卫浴管道系统等，在技术和质量方面目前基本可以同国际品牌媲美；公司构建了装配式卫浴六大集成系统，实现了从设计到安装的工业化闭环。

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

| | 2025 年末 | 2024 年末 | 本年末比上年末增减 | 2023 年末 |
|--------------------|------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产 | 2,526,143,035.94 | 2,743,762,057.87 | -7.93% | 2,694,208,111.23 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 2,064,689,242.30 | 2,129,443,478.22 | -3.04% | 2,080,149,046.65 |
| | 2025 年 | 2024 年 | 本年比上年增减 | 2023 年 |
| 营业收入 | 1,797,522,402.09 | 2,358,318,408.01 | -23.78% | 2,184,423,437.53 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 18,306,738.93 | 181,052,250.00 | -89.89% | 218,581,659.78 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益 | 10,397,402.24 | 159,929,633.78 | -93.50% | 200,086,498.20 |

| | | | | |
|---------------|----------------|----------------|---------|----------------|
| 的净利润 | | | | |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 254,204,165.72 | 268,527,389.69 | -5.33% | 436,380,701.75 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.04 | 0.43 | -90.70% | 0.53 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.04 | 0.43 | -90.70% | 0.52 |
| 加权平均净资产收益率 | 0.88% | 8.63% | -7.75% | 10.97% |

(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 | 412,196,247.72 | 507,587,356.02 | 443,576,355.66 | 434,162,442.69 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 21,483,139.37 | 30,183,065.88 | 9,907,528.29 | -43,266,994.61 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 17,659,297.19 | 22,581,937.48 | 4,972,364.45 | -34,816,196.88 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 62,145,200.48 | 31,969,205.05 | 42,452,199.11 | 117,637,561.08 |

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 | 20,807 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 20,491 | 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（不含通过转融通出借股份） | | | | | | | |
| 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 | |
| 邓光荣 | 境内自然人 | 12.50% | 52,224,000 | 39,168,000 | 不适用 | 0 | |
| 罗远良 | 境内自然人 | 12.50% | 52,224,000 | 39,168,000 | 冻结 | 26,112,000 | |
| 王兵 | 境内自然人 | 12.50% | 52,224,000 | 39,168,000 | 不适用 | 0 | |
| 张剑波 | 境内自然人 | 12.50% | 52,224,000 | 39,168,000 | 不适用 | 0 | |
| 王伊娜 | 境内自然人 | 2.94% | 12,288,000 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 庞愿 | 境内自然 | 2.94% | 12,288,000 | 0 | 不适用 | 0 | |

| | | | | | | |
|--------------------|-------|--|------------|---|-----|---|
| 张爱华 | 境内自然人 | 2.94% | 12,288,000 | 0 | 不适用 | 0 |
| 罗金辉 | 境内自然人 | 2.57% | 10,752,000 | 0 | 不适用 | 0 |
| 谢桂琴 | 境内自然人 | 2.21% | 9,216,000 | 0 | 不适用 | 0 |
| 邓佳 | 境内自然人 | 2.21% | 9,216,000 | 0 | 不适用 | 0 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | | 在上述前 10 名股东之中，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 | | | | |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

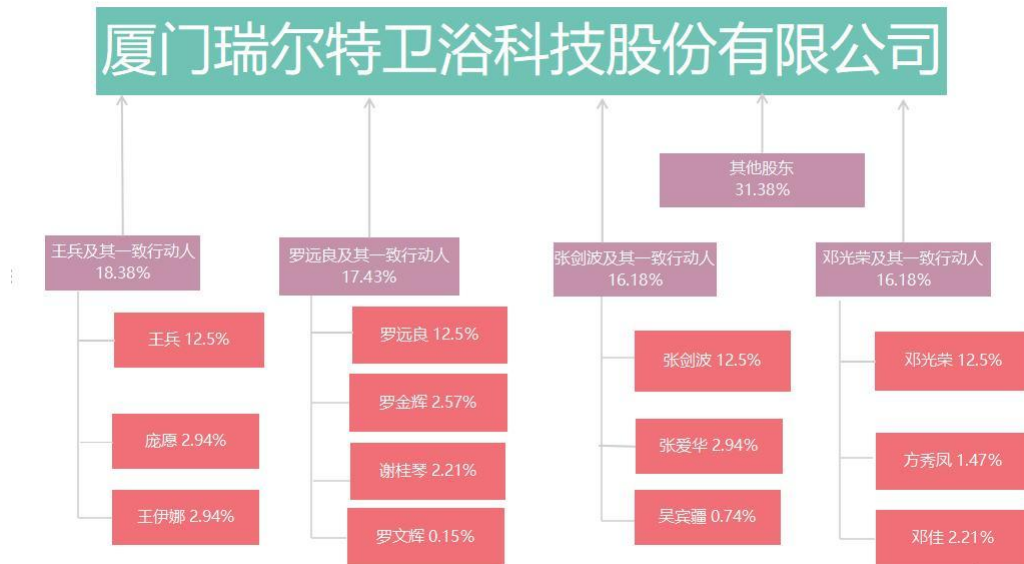
适用 不适用

(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

公司基于未来发展战略规划及业务发展需要，为进一步提升公司的综合竞争力，促进可持续发展，经审慎研究决定通过公司实施建设“年产 10 万套装配式智能卫浴产品项目”，本项目初步预计投资总额为 74,187 万元（含土地费用、工程建设费用、设备投入费用、铺底流动资金等），最终项目投资总额以实际投资为准。公司于 2024 年 11 月 12 日召开第五届董事会第四次会议、第五届监事会第四次会议审议通过了《关于对外投资进行项目建设的议案》，董事会授权管理层具体推进落实该项目，包括但不限于办理项目审批备案手续、签署与本项目相关的各类协议等，具体内容详见公司于 2024 年 11 月 13 日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于对外投资进行项目建设的公告》（公告编号：2024-074）。截至 2025 年 12 月 31 日，主体工程建设正在有序推进中，公司严格按照有关法律法规的要求履行信息披露义务。