

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：2019-003

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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）
<b>参与单位名称 及人员姓名</b>	安联环球投资亚太有限公司 基金经理：杜曦民 保宁资本有限公司 资深研究顾问：李明蕙
<b>时 间</b>	2019年11月21日上午10时至11时
<b>地 点</b>	厦门市海沧区后祥路18号办公楼一层会议室
<b>上市公司 接待人员姓名</b>	董事会秘书：陈雪峰
<b>投资者关系活动 主要内容介绍</b>	<p style="text-align: center;"><b>一、 请问贵公司的发展战略</b></p> <p>答：公司将继续致力于节水型卫浴产品、智能卫浴产品的研究和开发，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节水型卫浴产品和智能卫浴产品的提供商。</p> <p style="text-align: center;"><b>二、 公司的竞争优势：</b></p> <p>答：公司具备完整的产品研发体系、生产制造体系和质量</p>

控制体系，并成为全球知名的卫浴配件制造企业。在激烈的市场竞争中，公司积累了一定的比较竞争优势，主要体现在以下几个方面：

## **1、技术优势**

### **(1) 研发优势**

公司专注于节水型冲水组件、静音缓降盖板、隐藏式水箱、挂式水箱等节水型卫浴产品和智能坐便器等智能卫浴产品的技术研发，每年持续不断地开发新产品以满足不同客户的需求，公司目前已拥有**870**多项专利权，具备行业领先的卫浴节水技术。公司始终注重研发体系的建设和完善，形成了强大的产品研发和设计能力。公司研发中心根据目标市场上产品样式、功能需求的变化趋势及客户的实际需求进行新产品的设计与研发，每年均有多项新产品的在研开发项目。自**2003**年起，公司被厦门市科技局认定为“高新技术企业”；**2009**年7月，公司获得“国家高新技术企业”资格；**2012**年7月，公司顺利通过高新技术企业资格复审。**2015**年7月，公司通过高新技术企业资格的重新认定；**2018**年10月，公司通过高新技术企业资格的重新认定。

### **(2) 模具制造优势**

冲水组件节水性能的关键制造环节在于整个冲洗系统协调设计、模具制造以及产品生产、安装质量等。优质产品各组成部件稳定可靠、操作方便、动作灵活、无卡阻。早期便器的冲水量得不到控制的原因，主要是由于冲水配件是散件组装、各部分的节水性能不能协调统一造成的。如果配件设计不合理，就会造成产品质量不达标。因此，配件模具的开发、设计与加工，是制造节水型冲水组件至关重要的环节。

公司不仅拥有先进的模具制造设备，还拥有完整的模具研发、模具设计、模具加工制造能力的技术团队，从产品设计阶段开始与客户对接沟通，快速响应客户需求，参与产品前端模

具设计。公司依托技术人员的研发经验，为新产品提供模具的解决方案，并同步进行快速制模、毛坯试制，为模具的快速开发制造提供了有力的保证。

## **2、客户优势**

公司是冲水组件等卫浴配件专业研发、生产企业。公司生产的冲水组件在行业内拥有较高的知名度，包括ROCA、INAX、KOHLER、American Standard、箭牌、航标等国内外知名的卫浴品牌厂商均与公司建立良好、稳定的合作关系，为公司的长远发展奠定了坚实基础。

冲水组件是决定洁具质量的关键部件，因此，知名卫浴品牌商最注重的是配套产品品质的可靠性与质量的稳定性，对配套商的选择有严格的验厂程序与较长时间的产品测试周期，冲水组件配套商必须通过多项环节的检验测试后方可进入知名卫浴品牌商的配套体系。客户通常要对公司在产品品质、质量管理体系和控制体系、产品认证、研发能力、生产管理、交货周期、社会责任等方面进行考察验厂后方能确定合作，这种合作关系一旦形成，将在较长时期内保持稳定。

## **3、品质优势**

R&T即Reliable and Trustworthy，可靠的产品、可信赖的团队，公司秉承“以人为本，持续改善”的理念，致力于节约全球水资源和提升人民生活水平的产品研发和生产，为客户提供优质的产品和服务。公司自设立以来，始终致力于提供品质优良的节水型卫浴配件产品。

“品质致胜”是公司长期坚持的治司方针，公司始终将产品质量视为企业生存和发展的生命线。一直以来，公司在产品研发、原材料采购、生产、销售各环节均实施严格的质量控制，在行业内具有很高的美誉度。公司建立了高标准的质量管理体系，早在2004年公司即通过ISO9001质量管理体系认证，并在生产过程中采用严谨的制造工艺与严格控制流程，使产品质

量性能指标得到了可靠保证。公司生产的进水阀、排水阀等冲水组件产品，经过多年的技术革新，现有产品性能、质量获得了国内外卫浴品牌商的普遍认可。

#### **4、认证优势**

公司产品获得美国UPC认证、EGS认证、EPA认证、加拿大CSA认证和cUPC认证、澳大利亚WaterMark和WELS认证、英国WRAS认证、欧盟CE认证、香港WSD认证、新加坡PSB认证、沙特阿拉伯SASO认证等10多个国家或地区的权威机构认证。在北美、欧洲等发达国家或地区，获取权威机构的产品认证是产品进入当地市场的前提条件。

公司不仅在取得这些认证时，需要经历初检、复检、实验室测试、评估等多项环节，还需在日常生产过程中，依照初次申请认证时的审核体系要求对产品及产品各零部件进行严格的质量控制；同时，认证机构每年会对公司进行1-2次年度审核。目前在产品认证方面，公司在同行业中处于领先地位，这使得公司的产品在国际市场上具有较大竞争优势。

#### **5、规模优势**

中高端卫浴品牌商对配件产品的交货周期要求比较紧凑，一般订单发出后30天左右即要求交货，对配套商的生产规模要求较高。公司是行业领先的冲水组件制造企业，也是国内冲水组件制造领域规模最大的企业之一；可以为各大卫浴品牌商快速、及时地供应不同规格型号、符合不同国家认证标准的冲水组件产品。本次募集资金投资项目达产后，公司的规模优势将进一步提升。

### **三、卫浴行业发展现状及公司在智能卫浴产品领域的经营情况**

答：

#### **（一）卫浴行业的发展现状**

### (1) 卫生陶瓷行业的发展现状

当前，国内卫浴行业面临全球贸易保护主义抬头、中美贸易摩擦升级、行业市场与环保治理的双重下行压力、房地产调控政策加强、市场竞争激烈、生产成本攀升等一系列挑战，国内卫浴行业洗牌加速，卫浴品牌商加速整合，品牌集中度进一步提高，卫浴企业两极分化加剧。同时，随着绿色环保、节能减排政策的不断推进与落地，企业转型升级步伐进一步加快，转变发展方式进一步深化。我国卫浴行业已告别长期以来依靠市场需求驱动行业粗放式发展时代，逐步转型进入成熟化、规范化、绿色制造、智能制造的高质量发展阶段。低端卫浴品牌逐渐面临被淘汰的趋势，具有品牌和研发优势的国内外知名卫浴品牌的市场竞争力将进一步增强，卫浴行业有望迎来更为健康和有序的发展环境。

当前，全球卫浴行业品牌集中度较高，世界著名卫生洁具品牌主要包括：以科勒(Kohler)、美标(American Standard)等为代表的美国品牌；以乐家(Roca)、杜拉维特(Duravit)等为代表的欧洲品牌；以东陶(TOTO)、和成卫浴(HCG)等为代表的亚洲品牌。近年来，ROCA、INAX、KOHLER、American、Standard、TOTO 等境外高端卫生陶瓷品牌商凭借其强大的资金实力和较高的品牌知名度，在国内高端卫生陶瓷产品领域占有较大市场份额。但同时，以箭牌、惠达、恒洁、九牧、航标、金牌等为代表的国内知名卫生陶瓷品牌厂商，纷纷采取品牌运营、资本扩张、技术升级等策略，在中高端卫生陶瓷市场与外资品牌展开追赶与竞争，也在国内中高档产品市场占据一定份额。

2018 年，国内卫生洁具产品的产量和销售额都有所下降，多年来国际品牌与国内品牌所形成的平衡被打破，外资企业销量猛增，国产品牌销售严重下滑。但卫生陶瓷企业的产销及效益仍好于其他洁具和建陶企业，多家国内优秀卫浴企业在品

牌、产品、服务等方面都在全方位升级，优秀品牌企业的质量和效率显著提升，市场占有率进一步扩大。

## **(2) 卫浴配件行业中的节水型冲水组件细分行业的发展现状**

卫浴配件的行业格局深受下游卫浴品牌行业竞争格局变化的影响。与国内外知名卫浴品牌厂商保持良好合作关系的中高端节水型冲水组件制造企业，伴随着下游卫生陶瓷行业品牌集中度的提升获得竞争优势的同步增强。

冲水组件制造领域内，不同规模的生产企业众多，产品质量参差不齐，两极分化严重。现阶段，全球节水型冲水组件领域的竞争格局已较为成熟与稳定，企业集中度较高。全球高端冲水组件品牌商主要有厦门瑞尔特、瑞士吉博力、美国福马、厦门威迪亚等。吉博力是欧洲最大的冲水组件生产商，但其供给市场主要集中于欧洲大陆。美国两大卫生陶瓷生产企业 **KOHLER** 和 **American Standard** 的冲水组件产品需求基本是由福马提供配套服务。吉博力自 1996 年进入中国市场，并在我国上海与浙江两地设立制造基地；福马自 2005 年在我国成立跨国公司，将其亚太地区的重要制造基地转移至我国广东中山。瑞尔特的节水型冲水组件产品出口南美、亚洲、北美、欧洲等 50 多个国家和地区，为众多国内外中高端卫浴品牌提供产品配套服务。瑞尔特在国内冲水组件市场占有率排名估量位居第一名，瑞尔特在全球冲水组件市场占有率排名估量位居前三名。以瑞尔特等为代表的国内高端冲水组件制造企业集中于福建厦门、广东中山等地。另外，我国浙江、广东潮州等地也有一些新兴企业，但其研发配套能力有限、机械自动化程度较低、技术水平与质量品质一般、生产总量较小。这便形成了目前我国乃至全球节水型冲水组件制造领域集中度相对较高的产业格局。

## **(3) 当前，卫浴行业呈智能化、艺术化等多样化发展趋**

势。

智能卫浴、定制卫浴、整体卫浴快速增长，但市场份额仍然较小，普及程度并不高，传统卫浴目前仍占我国卫浴市场的主要份额。与传统卫浴相比，定制卫浴能够让消费者享受更好的服务体验，在满足消费者个性化需求方面存在较大的竞争优势；整体卫浴工期短，成本较低，安装便捷，节能降耗，在保温性、便利性和环保性方面存在较大的竞争优势。

以智能坐便器等为代表的智能卫浴产品正处于发展的快速增长期，并已成为卫浴行业发展的一个重要方向，全球智能卫浴产品市场潜力巨大。据有关统计，目前智能马桶在中国大陆的普及率不到 1%，日本家庭普及率为 80%以上，韩国普及率为 50%左右，中国台湾地区普及率 25%，欧美国家普及率也较低。智能坐便器早先在国内鲜为人知，兴起虽晚，但近年来很快迎来市场爆发的契机。全球智能卫浴产品市场，前景一片光明。2018 年，智能卫浴在家居行业整体不景气的情况下，成为一个增长亮点。据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2018 年，中国智能马桶销售量约 700 万~800 万台左右，规模达 400 亿元。据有关统计，2019 年 1-9 月我国线上马桶销量共 189 万件，其中普通马桶占比 66.9%，智能马桶盖占比 19.7%，智能马桶占比 13.5%；销售额共 31.26 亿，其中普通马桶占比 44.0%，智能马桶盖占比 21.8%，智能马桶占比 34.2%。

## （二）公司在智能卫浴产品领域的经营情况

2018 年 6 月，瑞尔特对外投资设立厦门一点智能科技有限公司，进一步加大公司在智能卫浴产品领域的研发设计、生产制造、品质管理等方面的人力、资金投入，力图促进公司在智能卫浴产品领域形成较强的竞争力。

2018 年，公司进一步重视在智能卫浴产品领域的研发设计、生产制造、品质管理及销售业务，随着公司在智能卫浴产品领域的竞争力的持续攀升，2018 年度公司智能卫浴产品销

售收入 5286.40 万元，相比上年同期 3450.07 万元增长约 53.23%。

瑞尔特生产的智能马桶、智能盖板，在安全性、水温性能等细节方面略占优势，并且“R&T”品牌的智能马桶的返修率相对较低。经过不断拓展新经销商和广布销售网点，目前“R&T”品牌的智能马桶、智能盖板在全国十多个省份的地市主流建材市场上均有销售。但公司自主品牌的智能马桶、智能盖板的市场占有率，目前总体上还有待进一步提高。公司将进一步加大智能马桶盖的研发投入，努力提升产品品质，继续开拓国内销售网点，努力提升线上电商智能产品销售份额，进行跨界客户资源整合和工程项目合作，并逐步完善全国统一售后服务体系。瑞尔特向来靠产品品质本身来取信于市场，随着 R&T 自主品牌在市场终端消费者中的认知度、知名度、美誉度的不断提升，我们坚信 R&T 品牌智能产品将会以优秀的品质赢得消费者的青睐，并取得市场空间的逐步提升。

瑞尔特卫浴的智能座便器产品，不但为部分中高端卫浴品牌、国内家电巨头等提供 ODM，而且直接面向工程建筑开发商、装修商等市场主体，同时还不断扩展电商渠道、经销商等销售渠道，力争提高增加公司智能卫浴产品的市场占有率。

公司多年来在全球节水型冲水组件市场领域积累了领先的卫浴节水技术、宝贵的客户资源及良好的企业信誉，对公司智能卫浴产品及其它卫浴配件产品的技术研发、生产制造、品质管理、市场拓展等均构成优势助力。公司将在巩固和发展节水型冲水组件市场的基础上，进一步加大对智能卫浴产品、静音缓降盖板、隐藏式水箱的市场开拓力度，提升公司卫浴产品的海内外市场份额。

#### 四、公司在出口业务方面的优势

答：



	<p>目前，公司产品出口南美、亚洲、北美、欧洲等 50 多个国家和地区，为国际高端卫浴品牌 ROCA、INAX 、KOHLER、American Standard 等提供完善的产品配套与服务。公司境外销售模式主要是直销模式（即直接开发终端客户），境外直销客户主要集中在南美的巴西、哥伦比亚等；对于个别经销商优势较为明显的地区，如亚洲部分区域，则辅以经销模式（即通过经销商分销产品），经销模式是对直销模式的有益补充。</p> <p>近年来，公司境外出口销售额在公司营业总收入中占比约 40%左右。同时，公司卫浴配件产品销售给境内陶瓷卫浴厂商，进行产品配套后，亦有部分出口境外，最终境外销售情况对公司的整体销售情况贡献不容忽视。</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》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》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>
附件清单(如有)	未提供资料
日期	2019 年 11 月 21 日