

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： 2025-005

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、长江证券、太平洋资产、创金合信基金、金信基金、华商基金、国海证券、国信证券、东北证券、华福证券、申万宏源、合煦智远基金、同泰基金、汇丰晋信基金、中国人寿资产、北京沅沛投资、国寿安保基金、中欧基金、益民基金、北京暖逸欣私募基金、华夏基金、泰信基金、东方财富证券、上海富诚海富通资产、西部利得基金、国泰君安证券资产、中加基金、湖南源乘私募基金、秋阳投资、港丽投资、光大证券、嘉合基金、长江证券(上海)资产、长城证券资管、上海开思股权投资、上海域秀资产、信达澳银基金、中信证券资产管理、招银理财、信泰人寿、海辰投资、农银汇理、东方阿尔法、国金资管、宝盈基金、中信建投基金、鹏扬基金、恒越基金、红土创新、新华基金、中信自营等机构和人员 上市公司人员： 董事会秘书：吴燕娥
时 间	2025 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
交流内容及具体 问答记录	一、2025 年前三季度业绩基本情况介绍 答：2025 前三季度，公司实现营业收入 13.63 亿元，同比下滑 20.26%，归母净利润 6157.37 万元，同比下降 51.26%，其中第三季度实现营业收入约 4.44 亿元，同比下滑 21.81%，归母净利润 990.75 万元，同比下降 71.99%。 前三季度营收下降的主要原因是由于家居卫浴行业市场仍面临较为激烈的竞争状态，需求端整体偏弱。从业务模式看，主要是以国内市场的代工业务下降为主；而海外市场得益于布局的多元化，因此总体与去年同期相比基本保持较为稳定趋势。 归母净利润下降的主要原因是收入规模不达预期，前三季度毛利率为 26.07%，同比下滑 1.36 个百分点，期间费用率为 22.58%，同比提升 2.28 个百分点，导致净利率为 4.52%，同比下滑 2.87 个百分点，其中毛利率下降主因是价格因素，由于行业竞争及需求偏弱，产品单价略有下滑。 虽然面临行业阶段性挑战，但今年以来公司仍在渠道布局优化与产品创新上保持发力，致力于为后续长期发展奠定坚实基础。比如线下新渠道深度融合京东自营店，传统经销渠道逐步进行优化提质，也通过积极参与海外展会提升公司产品在海外市场的认知度。 二、请问第三季度毛利率和净利率都有所下滑的主要原因是什么？ 答：第三季度毛利率同比下滑 0.42 个百分点，环比二季度下滑了 0.66 个百分点，主要原因是行业竞争及需求偏弱，产品单价略有下滑；第三季度归母净利率同比下降约 4 个百分点，主要因素是收入规模不及预期导致期间费用率同比上升 4.41 个百分点。

三、 公司线下渠道拓展进度如何？

答：公司已构建起线上线下融合互补、全面多元的渠道体系，致力于提升品牌知名度与市场份额。其中线下渠道积极铺设经销网点，未来还将持续拓展门店数量、提升门店坪效、加强线下品牌推广力度和门店形象管理；此外，公司全力拥抱京东线上线下渠道融合变革，进驻全国各大城市京东 MALL、京东电器城市旗舰店等，借助家电家居连锁卖场的高流量，提升品牌形象，增加消费者体验机会，促进产品销售。

四、 近期公司在新品推出方面有什么举措和规划？

答：公司在产品创新上主要是以提升消费者体验感为主旨，聚焦安全、康养、环保节能、抗菌卫生等方向。比如近期公司推出了带有多功能助力臂的 UX85 智能马桶，体现了通过产品设计传递舒心、安全的体验，另外像星云系列的智能马桶，具备实时无人自清洁的功能。当前，消费者会出现一些新的需求，我们主要致力于洞察消费者需求并通过产品的设计与服务解决消费者痛点。

五、 请问智能马桶 3C 认证实施之后，行业竞争以及价格战有什么变化吗？

答：智能马桶 3C 强制认证已于 7 月 1 日实施，要求智能马桶应当经过 3C 认证并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。3C 标志将逐步成为购买决策关键，消费者对认证产品的信任度显著提升，同时有助于低价产品份额下行，中高端市场份额增长。头部品牌能够更快速适应新标准，在市场竞争中占据优势。智能马桶实施 3C 认证后，全国范围内开始进行未认证不合规产品的清理，有利于行业的竞争格局向好发展，但仍需政策执行的持续加强。

六、 对于品牌拓展公司主要经营策略有什么变化？

	答：在产品端注重丰富产品矩阵，调整结构，聚焦技术创新升级和贯彻质量优先的原则，致力于建立消费者对品牌的长期信任；在线下渠道建设上仍按节奏保持一定的投入，传统经销渠道以扶持大客户并提升门店质量为重心，新渠道以加强京东线下自营店合作为重心，同时持续拓展门店数量；品牌推广方面，抖音仍是品牌曝光和投流的重要阵地，同时在其他新媒体渠道比如小红书、快手上投流、种草，提升品牌和产品认知度；在运营费用方面也注重优化调整，努力使经营质量逐步改善。
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