

厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司

2025 年度总经理工作报告

尊敬的各位董事：

我谨代表公司经营管理层向董事会作2025年度总经理工作报告。

2025年度，面对机遇与挑战并存的市场经济环境，在公司董事会大力领导下，经营管理层紧紧围绕公司2025年度经营计划开展各项工作，充分发挥公司在产品端、技术端等方面的综合竞争优势，在渠道端和品牌端，仍保持着积极开拓国内外市场和持续强化品牌力的态势。在经营管理层和全体员工的共同努力下，克服种种不利因素，企业经营各项工作扎实有序推进。

现在，我将2025年全年工作情况报告如下：

一、2025年度总体经营情况

报告期内，公司所在的家居卫浴行业当前仍处于较为激烈的竞争状态，市场有效需求相对不足，产品单价有所下滑，公司全年实现营业收入179,752.24万元，比上年同期下滑23.78%；实现归属于上市公司股东的净利润1,830.67万元，比上年同期下滑89.89%，盈利水平明显走弱，这主要受营业收入下降、市场竞争加剧导致的产品价格体系承压及刚性费用投入等多重因素叠加影响，利润空间受到挤压。此外，人民币兑美元2025年全年汇率的变化，使得公司产生了汇兑损失1,054.73万元，而上年汇兑收益1,220.61万元，也对公司的净利润产生了一定影响。

主要指标完成情况如下：

（一）资产负债情况

单位：元

项目	2025年12月31日	2025年1月1日	变动幅度
资产合计	2,526,143,035.94	2,743,762,057.87	-7.93%
其中：流动资产	1,195,863,891.24	1,840,632,429.90	-35.03%
非流动资产	1,330,279,144.70	903,129,627.97	47.30%
负债合计	463,011,622.31	615,484,486.52	-24.77%
其中：流动负债	389,196,571.29	539,780,406.24	-27.90%

项目	2025年12月31日	2025年1月1日	变动幅度
股东权益合计	2,063,131,413.63	2,128,277,571.35	-3.06%

（二）利润情况

单位：元

项目	2025年	2024年	同比情况
营业收入	1,797,522,402.09	2,358,318,408.01	-23.78%
营业成本	1,362,617,870.51	1,713,343,394.32	-20.47%
利润总额	11,603,695.51	197,910,891.48	-94.14%
净利润	17,858,710.42	179,625,800.29	-90.06%
归属于母公司股东的净利润	18,306,738.93	181,052,250.00	-89.89%

（三）现金流量情况

单位：元

项目	2025年	2024年
经营活动产生的现金流量净额	254,204,165.72	268,527,389.69
投资活动产生的现金流量净额	-186,583,604.28	-123,068,128.36
筹资活动产生的现金流量净额	-119,708,148.46	-133,168,892.01
现金及现金等价物净增加额	-60,964,281.26	16,924,182.61
期末现金及现金等价物余额	541,390,549.52	602,354,830.78

二、2025年主要经营管理工作

1、产品更新迭代，提升市场份额：公司通过准确洞察消费者需求，高效推动新技术应用落地，对产品进行推陈出新，丰富产品矩阵，进一步完善产品体系，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，进一步提高公司产品的竞争力和市场占有率。

2、推动业务拓展与品牌升级：以国内渠道深化和海外市场突破为重点，在TOC业务端，公司根据实际情况制定了相应的销售模式，主要有建材经销商渠道、京东线下自营渠道、工程端渠道以及线上渠道。2025年重点发展了京东线

下自营渠道，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；提升销售管理水平，搭建完善的售后服务体系，迅速响应客户需求，确保为客户提供优质的售后服务。在品牌端，持续强化品牌战略布局，以健康、适老、绿色为核心方向，依托技术创新夯实品牌竞争力。深化全渠道品牌传播，线上线下联动提升品牌影响力与市场认知度。聚焦用户需求，完善服务保障体系，增强用户粘性 & 品牌口碑。品牌获得2025世界卫浴大会“2025年影响力品牌”，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”。

3、加强生产管理：在保障产品质量的前提下，加大自动化生产线投入，不断提高生产效率，提高订单交付率，实现规模化生产，公司注重产品品质和员工技能培训及绩效管理，优化资源配置，加强生产调度，合理安排原材料的库存、采购和生产订单的下达，质量管理部门严格按照ISO质量管理体系的标准对产品进行把关，保证所有出厂产品的合格率。同时，公司注重在生产过程中的节能减排工作，运输工具逐步用电车替代燃油车，通过ISO5001能源管理体系认证，不断减少能源浪费，提高能源利用率。

4、推动数字化转型和人工智能应用：公司全面推进精益生产管理工作，为优化公司运营流程、落实降本增效从而提升公司竞争力，2025年公司进一步推进数字化转型，聘请多个专业团队共同开展数字化规划布局，以MES系统为基础，积极应用其他先进的生产控制技术，提升智能制造技术水平，促进制造业的转型升级和数字化工厂的实现。同时，公司投入一定资源帮助员工提升人工智能思维并掌握使用技能，促进工作成果优化并提升工作效率。

5、重视创新和产权保护：坚持以“技术驱动”为发展动力，专注于智能、健康、卫浴空间美学的发展方向，公司不断加大研发投入和新产品开发力度，提升产品差异化竞争优势。同时，公司一如既往地注重研发技术的创新及相关知识产权保护。截至2025年12月31日，公司及其全资子公司已取得2110项专利权【其中包括：发明专利221件（含美国发明专利13件，欧洲发明专利5件，其他国外发明专利23件）】。2025年，全资子公司厦门一点智能科技有限公司通过了国家级“高新技术企业”重新认定。技术的持续开发和有效保护，为提高公司的核

心竞争力和市场占有率创造了先决条件。

6、优化人力资源配置：公司依法保障用工合规有序，结合行业发展趋势与公司经营业绩等综合因素，构建具备市场竞争力的薪酬体系，保障人才激励效能。完善用工管理机制，强化绩效考核激励作用，通过多元化激励体系不断提升团队向心力。公司持续提升人力资源管理质量与效率，通过多渠道精准吸纳适配企业发展需求的各类专业人才，健全人才培养体系，强化专业技能培训与人才梯队建设，深化企业文化引领，以高质量人力资源供给持续筑牢企业竞争优势。

三、2026年度主要工作计划

2026年，面对复杂多变且竞争加剧的市场环境，公司将以高质量的发展为出发点，聚焦市场拓展、技术创新、品牌升级、提质降本等关键领域，推动卫浴冲水系统产品、智能卫浴产品、同层排水系统产品等产品市场占有率的增长，巩固和强化公司在技术、生产、市场等领域的核心竞争优势，力争提升营业收入规模并改善盈利能力。具体计划如下：

1、加强市场拓展与渠道建设

在国内市场重点发展智能卫浴产品的线下门店布局，强化线下体验店，提升终端运营能力与覆盖度，拓展酒店、康养、公建等渠道，并优化线上渠道的运营，提升流量效率。巩固卫浴冲水系统产品现有海内外市场优势，并拓展智能卫浴、装配式卫浴在海外的市场份额。搭建渠道管理数字化平台，降低运营成本，提升渠道响应速度与整体运营效率。

2、强化技术创新与产品升级

坚持以“技术驱动”为发展动力，围绕智能、健康、节能、适老等方向持续进行研发投入，加快新技术、新产品、新工艺落地应用，完善产品矩阵，提升产品附加值与竞争力，筑牢技术领先优势，通过科技引领，构筑安全、健康、有爱的卫浴空间，从而增强客户粘性。

3、推进品牌建设 with 价值提升

持续提升品牌知名度，通过有效参加国内外行业展会、投放精准广告与内容营销，借助新媒体提升品牌声量，通过爆款产品、标杆工程案例等方式打造品牌口碑，依托技术专利与品质认证夯实品牌公信力，增强客户与消费者信任。逐步从单一产品品牌向整体卫浴空间解决方案品牌升级，丰富品牌内涵，匹配公司中

长期发展战略定位。

4、狠抓提质降本与精益生产

深化精益管理，持续推进自动化、数字化改造，优化供应链与生产流程，致力于实现生产、销售、服务全链路数字化，严控成本消耗，提升生产效率与产品质量稳定性。同时加强人工智能在工作中的应用，提升决策效率，助力降本增效和高质量发展。

5、优化绩效考核

持续完善内控管理体系与激励约束机制，以科学考核强化团队执行力与跨部门协同效能。聚焦关键岗位人才引育，打造高素质专业化人才队伍，通过精准高效的绩效考核管理，为公司高质量、可持续发展提供坚实支撑。

6、坚持绿色发展

坚持可持续发展理念，以绿色经营强化社会责任意识，严守公司治理合规要求，推动公司发展、环境保护与社会价值长期协调统一。在生产运营中，通过工艺优化升级、提高环保材料应用比例、推广绿色节能的产品等举措，积极践行绿色低碳、节能减排的环境发展理念。

公司以韧性应对挑战，以创新驱动增长。展望未来，我们将以公司发展战略为纲，聚焦智能化、全球化、绿色化三大方向，持续巩固并不断提升行业地位，为股东创造长期价值。

厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司

总经理：张剑波

2026年4月27日