证券代码:002790 证券简称:瑞尔特 公告编号:2021-016

厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司

【2020】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。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为:以418,329,000为基数,向全体股东每10股派发现金红利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	陈雪蕾		
办公地址	厦门市海沧区后祥路18号		
电话	0592-6086660		
电子信箱	ztplumbing@ztplumbing.com		

2、报告期主要业务或产品简介

公司自1999年成立以来,一直致力于节约全球水资源的卫浴配件产品的研发、生产与销售,主营业务未发生重大变化。目前公司产品主要包括:卫浴配件产品;节水型冲水组件、静音缓降盖板、隐藏式水箱、挂式水箱、智能卫浴产品;一体式智能坐便器、智能坐便盖。其中,节水型冲水组件是公司最主要的产品,冲水组件如同手表中的机芯,它决定便器的冲洗质量、安全性、节水效果和使用寿命等,是便器最核心的配套部件。公司生产的卫浴配件产品和智能卫浴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。

3、主要会计数据和财务指标

(1)公司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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	1,294,196,761.57	1,169,444,022.03	15.75%	993,785,232.85
归属于上市公司股东的净利润	114,626,954.52	181,538,751.50	-36.86%	161,045,679.34
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	83,606,260.50	162,087,279.24	-48.42%	144,016,119.52
经营活动产生的现金流量净额	87,294,198.09	199,009,070.83	-56.16%	119,600,695.01
基本每股收益(元/股)	0.28	0.44	-36.36%	0.39
稀释每股收益(元/股)	0.27	0.44	-38.64%	0.39
加权平均净资产收益率	6.90%	11.48%	-4.58%	10.82%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	2,089,487,820.67	1,890,708,789.00	10.51%	1,734,216,722.32
归属于上市公司股东的净资产	1,683,177,962.40	1,640,052,817.50	2.63%	1,535,463,798.77

(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	188,427,110.22	273,289,761.21	324,885,302.06	497,593,588.08
归属于上市公司股东的净利润	21,111,844.88	23,940,777.65	31,023,516.75	38,550,815.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,355,494.75	19,332,517.84	24,199,237.51	22,719,010.40
经营活动产生的现金流量净额	50,199,455.22	63,648,152.90	-7,278,185.88	-19,275,224.15

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告和其他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	14,906	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,633	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

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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
罗远民	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000		
张剑波	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000		
王民	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000		
邓光荣	境内自然人	12.48%	52,224,000	39,168,000		
王伊卿	境内自然人	2.94%	12,288,000	0		
陈思	境内自然人	2.94%	12,288,000	0		
张爱华	境内自然人	2.94%	12,288,000	0		
罗金辉	境内自然人	2.57%	10,752,000	0		
谢桂琴	境内自然人	2.20%	9,216,000	0		
郑佳	境内自然人	2.20%	9,216,000	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明 在上述前10名普通股股东之中,其中持股10%以上的股东罗远民先生、张剑波先生、王民先生、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名普通股股东之中,罗远民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;王民先生系罗金辉女士之配偶,系王伊卿之父亲。

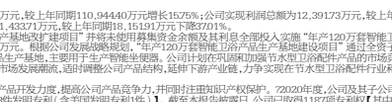
参与融资融券业务股东情况说明(如有) 无

(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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年度,公司强化存量客户的战略联盟,积极开拓海内外市场,受疫情防售市场发展形势影响,同时持续境内下游客户中高端便器类卫生陶瓷品类产品同步发展,尤其大力发展智能卫浴产品市场,同时受疫情影响,人们生活习惯发生变化,“宅经济”使得智能坐便器产品需求量增加,报告期内实现营业收入1,294,196,761.57元,较上年同期增长15.75%;公司实现归属于上市公司股东的净利润114,626,954.52元,较上年同期下降36.86%;扣除非经常性损益后的净利润83,606,260.50元,较上年同期下降48.42%,达到142,016,119.52元;实现经营活动产生的现金流量净额87,294,198.09元,较上年同期下降56.16%,达到119,600,695.01元;基本每股收益0.28元/股,较上年同期下降36.36%,达到0.39元/股;稀释每股收益0.27元/股,较上年同期下降38.64%,达到0.39元/股;加权平均净资产收益率6.90%,较上年同期下降4.58%,达到10.82%;报告期末,公司总资产2,089,487,820.67元,较上年末增长10.51%,达到1,734,216,722.32元;归属于上市公司股东的净资产1,683,177,962.40元,较上年末增长2.63%,达到1,535,463,798.77元。

公司经营业绩下滑的主要原因是:

1、受疫情影响,国外市场客户因为防疫物资紧张,生产能力受限,导致公司外销产品出现较大幅度下滑;

2、公司为了应对国内市场竞争,加大了市场开拓力度,导致销售费用增加;

3、公司为了应对国内市场竞争,加大了研发投入,导致研发费用增加;

4、公司为了应对国内市场竞争,加大了人员薪酬的投入,导致管理费用增加;

5、公司为了应对国内市场竞争,加大了广告宣传投入,导致销售费用增加;

6、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的研发投入,导致研发费用增加;

7、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的市场开拓投入,导致销售费用增加;

8、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的生产投入,导致生产成本增加;

9、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

10、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培训投入,导致管理费用增加;

11、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才激励投入,导致管理费用增加;

12、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才招聘投入,导致管理费用增加;

13、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

14、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

15、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

16、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

17、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

18、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

19、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

20、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

21、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

22、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

23、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

24、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

25、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

26、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

27、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

28、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

29、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

30、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

31、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

32、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

33、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

34、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

35、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

36、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

37、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

38、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

39、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

40、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

41、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

42、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;

43、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才薪酬投入,导致管理费用增加;

44、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才福利投入,导致管理费用增加;

45、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才绩效考核投入,导致管理费用增加;

46、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才股权激励投入,导致管理费用增加;

47、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才培养投入,导致管理费用增加;

48、公司为了应对国内市场竞争,加大了智能卫浴产品的人才引进投入,导致管理费用增加;