

证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2025-016

北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2024 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：以公司现有总股本 2,436,315,528 股扣除公司回购专户上已回购股份 47,615,662 股和公司尚未完成回购注销的股权激励限售股 30,750 股后的总股本 2,388,669,116 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 18.50 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	东方雨虹	股票代码	002271
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	张蓓	
办公地址	北京市亦庄经济技术开发区科创九街 19 号院	
传真	无	
电话	010-59031997	
电子信箱	stocks@yuhong.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务介绍

公司追求高质量稳健发展，目前已形成以主营防水业务为核心，民用建材、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、新能源、非织造布、特种薄膜、乳液等多元业务为延伸的建筑建材系统服务商。

公司已将优质的产品 & 专业的系统服务广泛应用于房屋建筑、高速铁路、地铁及城市轨道交通、高速公路和城市道桥、机场和水利设施、综合管廊等众多领域，包括毛主席纪念堂、人民大会堂、鸟巢、中国尊、北京大兴国际机场以及港珠澳大桥、京沪高铁、北京副中心综合管廊、印尼雅万高铁、印尼白水水电站项目、新加坡地铁、巴基斯坦卡拉奇核电项目、马来西亚森林城市项目等标志性建筑及项目，为全球数以万计的重大基础设施建设、工业建筑和民用、商用建筑提供高品质的系统解决方案。公司始终以“为国家、为社会、为客户、为员工、为股东”为宗旨，以“产业报国、服务利民”为指导思想，以“为人类为社会创造持久安全的环境”为使命，在聚焦建筑防水行业的同时，还涉及民用建材、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、新能源、非织造布、特种薄膜、乳液等多领域，旗下设有东方雨虹（防水）、风行（防水）、雨虹防水（民用建材）、华砂（特种砂浆）、壁安（建筑粉料）、德爱威（建筑涂料）、阿尔贝娜（建筑涂料）、虹嘉涂料（工业涂料）、卧牛山节能（节能保温）、孚达科技（节能保温）、炀和（节能保温）、雨虹胶（胶粘剂）、雨虹管（管业）、雨虹到家服务、雨虹美墅（建筑修缮）、虹昇新能源科技有限公司（新能源）、天鼎丰（非织造布）、金丝楠（特种薄膜）、虹石（精细与专业化学品）、中科建通（地层改良及工程修复）、职业技能培训、东方雨虹瓦屋面系统（建筑瓦屋面系统）等品牌和业务板块。

1、零售业务。公司大力发展零售业务，以民建集团及C端服务平台、建筑涂料零售为代表的C端零售业务聚焦服务于普通大众消费者家庭装修及重装翻新维修市场，稳扎稳打、持续发力。通过提升品质、强化品牌、升级服务、扩充品类、拓展渠道，提升用户体验，提高核心竞争力。2024年，公司零售业务实现营业收入102.09亿元，同比增长9.92%，占公司营业收入比例为36.39%，零售业务占比逐步提升。

（1）民建集团

报告期内，民建集团以用户为中心基于行业发展现状，结合消费者实际需求，进行技术突破，持续为消费者带来高技术含量、环保安全的创新产品，打造专为各类民用房屋、住宅设计的系统解决方案，涵盖防水防潮、墙面涂装、瓷砖铺贴、缝隙美化、密封胶粘、管道铺设6大维度，可全面满足家装过程中各类施工场景下的多样化需求，为美好家居保驾护航。2024年，民建集团实现营业收入93.73亿元，同比增长14.58%。

1) 品牌发展：坚持以消费者需求为核心，强化品牌发展。线上传播，以微信、抖音短视频、小红书等平台为媒介，通过对不同人群差异化内容沉淀，有效提升品牌及产品的终端覆盖与可见度；线下投放，在巩固高铁、地标广告等核心点位资源占位的基础上，持续加强对下沉市场广告投放布局。通过构建线上线下融合的全场景营销生态，建立品牌与消费者的高频互动机制，从而全面提升品牌认知度及美誉度，强化品牌在目标消费群体中的心智占位。

2) 渠道发展：深化渠道下沉，拓展品类多样性，实现渠道的广泛覆盖和深度渗透。通过各类项目赋能和数字化等渠道管理，持续提升合作伙伴经营质量，实现经营增效和大商转型升级，提升终端服务质量。同时，继续加强与装企的合作力度，通过资源整合与优势互补，推动行业与装企的深度融合，实现各类渠道良性循环发展。

专卖店渠道，重点提升专卖店运营质量。从店态升级、导购、会员、系统全方位精进管理，强化品牌外显，夯实专卖店零售力。店态升级方面，深化专卖店店型分类，配合专卖店形象焕新，全面提升品牌形象；导购方面，通过标准化作业流程培训以及导购评级体系，持续提升导购服务水平；系统方面，通过更先进的数字化管理，配套价格管控机制，为消费者提供更放心更便捷的购买体验；会员方面，完善会员运营机制，以增加会员忠诚度。

电商渠道，通过短视频和直播带货等社交电商、跨境电商平台的布局，探索更多增长机会。同时通过完善和强化内容营销、流量运营、售后服务等，进一步提升电商渠道品牌影响力，增强电商领域核心竞争力。

3) 会员运营：加速以“虹哥汇”为核心的会员运营体系建设，构建“公司-经销商-专卖店-会员”综合运营体系。力争打造集培训认证、产品购买、福利获取、活动赋能为一体的综合型工长会员需求一站式解决平台。与此同时，以区域为单位深度绑定全国专卖店，持续面向工长会员组织技能竞技大赛、培训认证等活动。

4) 产品发展：始终以消费者为中心，在满足产品高标准环保性能和物理性能的前提下，同时关注产品应用性能提升，持续开发耐晒、耐磨、耐水、耐低温快干、施工省力省时系列产品。民建产品环保持续升级，陆续取得中国环境认证(十环)、法国VOC标签最高环保级别

A+级标准、德国EC1plus认证、CIAA抗菌标志使用资格、绿色产品认证、绿色建材认证、WRAS英国饮用水安全认证、SGLS绿色环保认证。同时，关注细分使用场景，品类持续拓宽，推出可外露高性能防水卷材、彩色超耐候可外露防水涂料、轻质隔声化瓷砖铺贴产品、推出一砖一色美缝可调色美缝剂、耐晒氢化美缝剂、轻质腻子、防霉高强耐水腻子等。

5) 服务布局：安心服务，以服务商为载体，全面打造服务力，通过服务赋能帮助合作伙伴增强服务盈利能力，提升竞争壁垒。防水交付服务落地170城，服务近4万户家庭，以标准化施工与优良服务品质获得客户口碑；铺贴交付服务聚焦C1以上级别瓷砖胶应用，为消费者提供高品质服务体验；美缝交付服务流程优化、质保升级，满足消费者更多个性化需求；雨虹管家服务为近3万个家庭带来管路检测保障服务，让用户生活更放心。

(2) C端服务平台

报告期末，为整合提升零售服务能力和服务质量，更专业更高效地服务C端重装及维修市场，公司将原建筑修缮集团零售业务板块“雨虹到家服务”和民建集团“安心服务”进行整合，搭建全集团C端服务平台，由民建集团统一管理，以“专业、高效、保障、全面”的核心要素为基石，构建与消费者之间的新零售服务平台。依托民建集团渠道网络布局等综合优势，同时充分利用各类线上多元化媒体渠道，对线上线下资源进行深度整合与系统化运作，搭建高效的服务网络，实现广泛、精准的用户触达。此外，整合后的C端服务平台将在不断发展升级的基础上，持续关注提升精细服务，着重完善服务标准化流程，开展工匠系统化专业服务培训，推行标准化施工工艺等关键工作，致力于提升服务体系的运转效能，进一步完善服务体系建设，全力打造C端服务领域的行业标杆品牌。

(3) 建筑涂料零售

报告期，建筑涂料零售业务围绕提升经营质量的核心要求，系统梳理组织架构、品牌运营、渠道管理、服务体系，通过学习民建集团零售管理经验、借助民建集团丰富的客户资源、高效的渠道协调能力和强大的品牌影响力，实现零售市场资源优化配置与高效协同，为建筑涂料零售业务的持续高质量发展奠定坚实基础。

报告期，建筑涂料零售业务在品牌塑造与市场拓展方面持续改进。通过精准定位“Caparol德爱威”与“Alpina阿尔贝娜”两大品牌，“Caparol德爱威”以“来自德国的功能涂料”为核心价值，彰显其百年品质、德国工艺与环保创新；“Alpina阿尔贝娜”以“护墙如护肤”为理念，用护你所爱、所见、所敢、所想的德国品质，重新定义品牌认知，传递出对家居环境的细腻关怀与德国品质的承诺。两大品牌共同构建了涵盖内墙涂料、艺术涂料、外墙涂料及基辅材料的全方位产品线，不仅实现了产品性能升级与环保标准提升，还通过品

类拓展与服务优化，为消费者提供差异化选择。

报告期，建筑涂料零售业务聚焦涂料主营产品，紧密围绕市场需求，不断优化产品结构，强化产品线的合理布局，确保产品精准对接消费者需求。同时，通过深化“Caparol德爱威”和“Alpina阿尔贝娜”双品牌的前端差异化与后端协同性，进一步拓宽品牌覆盖面，提升品牌影响力。在渠道建设方面，业务团队不仅加强渠道管控，还积极探索渠道下沉与多元化发展路径，充分利用民建集团等内部资源，实现渠道资源的共享与互补，有效拓宽销售渠道，提升市场渗透率。在会员运营方面，通过构建会员客户画像，精准锁定目标客户群体，并采用多样化的营销策略增强会员粘性。同时，加强与线下专卖店联动，构建高效互动、提质增效的客户生态圈，为业务的长期发展注入强劲动力。

2、工程业务。报告期内，公司深化渠道转型，升级渠道政策、赋能渠道发展、持续渠道下沉、打造渠道领先优势，通过各区域一体化公司深度聚焦本地市场、属地专营，充分整合当地客户及市场渠道资源，通过发展及赋能各类合伙人加强所属区域市场覆盖率与渗透率，不断消除空白市场与薄弱市场，提升市场占有率；报告期内，公司全力发展合伙人，持续赋能合伙人，不断总结并推广工程渠道领域“合伙人机制”的成功经验，全面升级合伙人机制，依托产品力、服务力、品牌及资源等综合优势，发展认同公司文化和经营理念的合伙人，通过完善市场管理、信用管理，培育合伙人的经营管理能力、业务拓展能力、施工服务能力等方式加大对合伙人的扶持力度；通过多元业务协同发展，以及不断丰富产品品类、提升产品品质、优化产品结构、升级产品策略等方式持续提升产品力和系统服务能力，持续拓展建筑建材领域的应用范围，为赋能工程业务发展保驾护航；进一步巩固与开拓优质大型企业集团战略合作，积极拓展及延展客户资源的深度与广度；加大基础设施建设、城市新兴基建、工矿仓储物流领域、保障性住房、城中村改造及城市更新等多元化应用领域和业务范围的销售及推广力度；升级市场管控手段，通过加强内部销售管控和产品追溯手段，不断改善市场秩序。

3、新兴业务。报告期内，以砂粉科技、虹昇新能源为代表的业务板块深耕细作、蓄势发力。

(1) 2024年，砂粉科技集团秉持“让客户省心、放心、安心”的经营理念，致力于成为一站式砂粉供应服务商，整合专业的砂粉精益生产体系，推动行业品类价值链落地，以北、上、广为基地的研发及应用技术团队，以多元渠道布局为基石，巩固特种砂浆系统产品，大力拓展钙基粉体新材料、普通砂浆、砂石骨料及其制品等多个产品领域，继续扩大砂浆粉料市场的占有率，提升品牌影响力。报告期，在持续以瓷砖铺贴体系、墙面涂装体系等产品体

系为主力业务的同时，快速布局扩品类、拓渠道、强服务、共盈利战略，发布轻质瓷砖胶、抗裂砂浆系列、防水砂浆系列、地坪系统及其配套产品等新产品，探索盾构配套砂浆、土壤固化技术、瓷砖铺贴系统稳定性研究等新技术的研发和应用，以满足客户对不同应用场景的需求。

砂粉科技集团依托公司强大的供应链整合能力，继续以“成本、质量、新品孵化”为核心工作，增加砂粉品类及其价值链与供应链落地，成立专业团队打造新品的竞争力，致力于开发专业客户，增加新品销量。截至报告期末，砂粉科技集团新增14家供应基地，实现敏捷反应与服务，降低运输成本，为客户创造更大价值。

(2) 公司旗下虹昇（北京）新能源科技有限公司（或称虹昇新能源）立足公司在分布式光伏领域积累的研发成果、领先技术、产品体系、系统服务及丰富的实践经验，整合公司光伏相关业务及光伏行业产业链相关产品，致力于成为持久安全的新能源屋面系统服务商。虹昇新能源实现品牌升级，强化品牌传播与识别；实现业务体系升级，业务领域覆盖工商业分布式光伏、高端民用光伏绿电、工商业储能和光伏产品贸易四大板块，包括工商业分布式光伏工程总承包（EPC）、合同能源管理（EMC）、投资、运维、储能系统、光储充一体化服务及综合能源配套服务。其中，虹昇新能源推出的分布式光伏屋面系统能够满足多种类型屋面的分布式光伏建设需求，并已成功应用于汽车厂房、数据中心、公司自有新建和既有生产研发物流基地等众多项目中；推出虹+别墅绿电系统，进军C端别墅光储充赛道，在建立国内渠道体系持续拓展国内市场的基础上，探索布局北美及东南亚市场。未来，虹昇新能源将继续依托布局全国的强大销售体系、创新的新能源屋面系统解决方案、良好的品牌影响力及系统服务能力，加速发展风光储等综合能源领域相关业务，以科技赋能绿色可持续发展。

4、出海业务。报告期，公司持续完善海外组织管理体系，强化国际供应链布局和渠道建设。

公司在多国设立海外公司或办事处，搭建并完善海外区域人员配置和组织建设，夯实海外市场团队的营销和组织能力，积极构建全球业务网络，为实现海外业务本地化运营打好基础。推进海外生产基地建设，布局搭建全球供应链体系，东方雨虹休斯敦生产研发物流基地奠基仪式暨国际化新征程启动仪式报告期在美国德克萨斯州普雷里维尤市举行，一期计划主要建设TPO防水卷材生产线及北美研发中心；位于沙特阿拉伯达曼的天鼎丰中东生产基地项目正式动工，计划主要建设2条玻纤增强型聚酯胎基布生产线和2条聚酯胎基布生产线，该项目有利于缩短天鼎丰旗下非织造布等系列产品销往中东、欧洲、非洲及亚洲西部之间的运输距离，制造成本更具竞争力，能够进一步吸引全球范围的客户和资源；东方雨虹马来西亚生

产研发物流基地产线顺利完成首次试生产，该生产基地配备多条先进生产线，覆盖砂浆、水性涂料等产品种类，引入先进生产技术和智能化生产设备，产品主要辐射新加坡和马来西亚等市场。积极开展国际间业务交流与合作：举办东方雨虹越南发布会、东方雨虹马来西亚新品上市发布会，赋能合伙人设立柬埔寨首家东方雨虹工程服务中心；承办2024第十一届中国国际预拌砂浆生产应用技术研讨会；携旗下多个业务板块先后亮相参展第135届中国进出口商品交易会、第34届墨西哥国际建材展EXPO CIHAC、第29届孟加拉国达卡国际建材展览会、第44届中东迪拜五大行业展览会等，参加2024上海绿色建筑国际论坛、SNEC第十七届（2024）国际太阳能光伏与智慧能源（上海）大会暨展览会、“CHINAPLAS 2024国际橡塑展”；携新零售产品参加第23届国际建筑、室内设计与建筑展览会（THE 23RD INTERNATIONAL ARCHITECTURE, INTERIOR DESIGN & BUILDING EXHIBITION 2024, MALAYSIA）；旗下德爱威（中国）有限公司亮相2024中国国际涂料博览会暨第二十二届中国国际涂料展览会（China Coatings Show 2024）并举行德爱威2025 Colour Talk年度色彩发布会；与菲律宾EEI集团、泰国TOA集团、中皖钢构（柬埔寨）投资有限公司分别签署战略合作协议，与巴斯夫签署合作谅解备忘录，与乌兹别克斯坦当地企业“CHINA OVERSEAS INTERNATIONAL BELT AND ROAD INITIATIVE” LLC（中国海外国际一带一路有限责任公司）携手合作完成中亚地区出口首单销售，为更好的参与全球市场合作与竞争，开启国际化进程打下基础。

（二）销售模式

公司根据产品的用途和使用群体的不同，针对现有市场特点及未来市场拓展方向建立了直销模式与渠道模式相结合的多层次市场营销渠道网络进行产品销售及提供系统服务：

直销模式为公司直接对产品最终使用客户进行开发、实现销售及服务，公司先后与多家优质大型企业集团签订了战略合作协议或长期供货协议，同时，在工业建筑、能源建设、铁路、公路、轨道交通、隧道及地下工程、民生工程等专业细分市场通过与客户直接接触增强了信任，在材料供应及系统服务方面建立了长期稳定的合作伙伴关系，直销模式对提升公司行业知名度提供了重要保障。渠道模式为公司通过经销商等渠道合作伙伴对产品最终使用客户进行开发、实现销售及服务，渠道模式分为工程渠道和零售渠道，公司已经签约多家经销商，建立了布局合理、风险可控、经济高效、富有活力的经销商网络系统，通过不断加强经销商的系统培训和服务工作，使经销商网络逐步发展成为公司拓展全国市场的重要销售渠道。目前，公司已形成了直销模式与工程渠道经销商模式相结合的多维度工程市场营销网络，以及以零售渠道经销商模式为核心的民用建材市场营销网络。

1、工程市场由工程建材集团下辖各省区一体化公司、战略集采事业部及公司专注于铁

路、公路、轨道交通、工业建筑、能源建设、地下工程领域等专业细分市场的专项领域公司、事业部负责销售。其中，各省区一体化公司负责公司产品在本地工程市场的销售及服务，通过聚焦本土市场、属地专营、渠道下沉、发展及赋能各类合伙人加强所属区域市场覆盖与渗透，提升当地市场占有率，同时积极利用依托于防水主业多年积累的客户资源及销售渠道的协同性，发展砂浆粉料、建筑涂料、节能保温等业务，为客户提供完善的建筑建材系统解决方案；战略集采事业部聚焦服务于大型战略合作客户，通过签订战略合作协议或长期供货协议，积极提升与集采客户的合作深度及业务合作领域。

2、零售渠道经销商，分别由公司下属民建集团及C端服务平台、建筑涂料零售业务板块负责管理，通过建立家装公司、建材超市、建材市场、运营中心、社区服务站及电商多位一体的复合营销网络服务于普通大众消费者家庭装修及重装翻新修缮市场。

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

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	44,715,448,811.80	51,173,993,594.77	-12.62%	50,590,772,907.13
归属于上市公司股东的净资产	24,934,259,584.77	28,374,014,507.51	-12.12%	26,808,836,431.15
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	28,055,609,124.88	32,822,528,108.42	-14.52%	31,213,835,246.24
归属于上市公司股东的净利润	108,173,220.94	2,273,331,266.86	-95.24%	2,121,353,829.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	123,619,631.71	1,840,724,194.02	-93.28%	1,803,819,586.80
经营活动产生的现金流量净额	3,457,444,253.01	2,103,197,639.61	64.39%	654,012,763.96
基本每股收益（元/股）	0.0435	0.9100	-95.22%	0.85
稀释每股收益（元/股）	0.0430	0.9000	-95.22%	0.84
加权平均净资产收益率	0.41%	8.24%	-7.83%	7.97%

(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	7,149,293,164.43	8,069,175,919.51	6,480,252,677.23	6,356,887,363.71
归属于上市公司股东的净利润	347,722,453.72	595,521,860.32	334,021,307.49	-1,169,092,400.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	310,071,715.84	525,865,994.12	262,674,204.19	-974,992,282.44
经营活动产生的现金流量净额	-1,889,121,570.11	561,381,197.10	835,426,873.57	3,949,757,752.45

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	201,371	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	196,144	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	
李卫国	境内自然人	21.79%	530,802,887	428,499,665	质押	422,406,200	
香港中央结算有限公司	境外法人	14.00%	341,122,232	0	不适用	0	
许利民	境内自然人	2.97%	72,269,250	54,201,937	不适用	0	
德弘美元基金管理公司—德弘美元基金二期	境外法人	1.89%	45,969,375	0	不适用	0	
中国工商银行股份有限公司—华泰柏瑞沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.38%	33,718,477	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司—易方达	其他	0.95%	23,221,353	0	不适用	0	



沪深 300 交易型开放式指数发起式证券投资基金							
全国社保基金四零三组合	其他	0.95%	23,176,169	0	不适用	0	
向锦明	境内自然人	0.91%	22,169,323	16,626,992	质押	5,000,000	
阿布达比投资局	境外法人	0.69%	16,708,456	0	不适用	0	
全国社保基金一零七组合	其他	0.67%	16,319,255	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

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

单位：股

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								
股东名称 (全称)	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
全国社保基金四零三组合	6,593,969	0.26%	82,200	0.00%	23,176,169	0.95%	0	0.00%
中国建设银行股份有限公司一易方达沪深 300 交易型开放式指数发起式证券投资基金	5,585,953	0.22%	67,000	0.00%	23,221,353	0.95%	0	0.00%
中国工商银行股份有限公司一华泰柏瑞沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金	15,130,177	0.60%	107,800	0.00%	33,718,477	1.38%	0	0.00%
中国工商银行股份有限公司	3,584,720	0.14%	785,000	0.03%	15,433,020	0.63%	0	0.00%



—华夏沪 深 300 交 易型开放 式指数证 券投资基 金								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

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

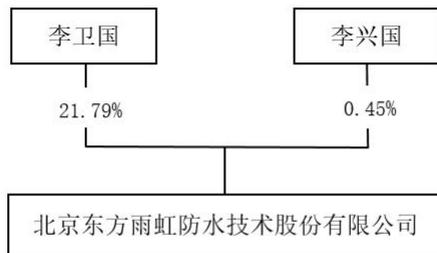
适用 不适用

(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



注：公司实际控制人为李卫国先生，李兴国先生与李卫国先生为兄弟关系，系李卫国先生的一致行动人。

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

(一) 概述

公司始终坚持高质量稳健发展的战略定位，将风险管控放在首要位置，稳健经营、风控优先，切实提升经营质量。报告期，公司以“做苦工，挑重担，一以贯之，向阳而生，快速、强劲、凶悍地前进”作为工作主题，践行《东方雨虹基本法》的核心理念和原则，积极推进业务结构转型升级，坚持以客户需求为导向，以满足不同应用场景和市场变化为出发点，形成聚焦建筑防水行业，向民用建材、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、新能源、非织造布、特种薄膜、乳液等多元业务领域延伸的建筑建材系统服务商。

1、聚焦主业，持续探索新增长曲线

聚焦巩固防水主业，积极拓展交通基建、水利、能源、通信设施等基础设施建设、城市新兴基建、工矿仓储物流、科教文卫等公共服务领域，以及保障性住房及民用建材领域等多元化应用场景，发力存量建筑市场，发展旧房改造、城中村改造、城市更新等翻新修缮业务。发挥科研技术优势丰富产品品类、升级产品体系，推进新领域、新产品、新赛道的发展，加强零售市场、非房市场、下沉市场等的开发，进一步提升市场占有率。

充分利用依托于防水主业所积累的客户资源、销售渠道的协同性及良好的品牌影响力，快速发展非防水业务，以优质的产品专业的系统服务为基础，为客户提供更为完善的一站式建筑建材系统解决方案，借助防水主业布局的全国性渠道网络协同优势，以砂粉为代表的非防水业务实现较快发展，为公司未来的可持续发展提供第二增长曲线，向实现防水、砂粉双主业迈出了坚实的一步。

夯基筑本，加速海外业务布局，发展海外市场，强化国际科研、设立海外公司、推进海外投资并购、海外建厂、海外供应链、海外人才培养、海外渠道拓展等国际化战略布局，实现海外贸易、工程、零售等多元化商业模式经营，为公司未来的可持续发展提供第三增长曲线，助力公司打造成为全球建筑建材系统服务商。

2、渠道变革，深化培育渠道发展

报告期，公司深化渠道发展战略，积极实施渠道变革，培育渠道发展，2024年，公司实现工程渠道及零售渠道收入共计235.62亿元，占公司营业收入比例为83.98%，同比增长8.10%，渠道销售目前已成为公司主要的销售模式。一方面，工程渠道继续深入推进“平台+创客”经营管理模式，坚持合伙人优先，升级合伙人制度、赋能合伙人发展，持续培育合伙人的经营管理能力、业务拓展能力、施工服务能力，提升合伙人服务终端客户的整体交付能力，帮助合伙人持续发展；另一方面，零售渠道不断深化渠道下沉，丰富渠道矩阵，坚持渠道精耕，搭建线上线下全渠道融合的零售运营模式。

3、零售优先，铸牢消费建材根基

公司零售业务包括民建集团及C端服务平台、建筑涂料零售业务板块。2024年，公司零售业务实现营业收入102.09亿元，同比增长9.92%，占公司营业收入比例为36.39%，零售业务占比进一步提升。其中民建集团以用户为中心基于行业发展现状，结合消费者实际需求进行技术突破，持续为消费者带来高技术含量、环保安全的创新产品，打造专为各类民用房屋、住宅设计的系统解决方案，涵盖防水防潮、墙面涂装、瓷砖铺贴、缝隙美化、密封胶粘、管道铺设6大维度，满足各类应用场景下的多样化需求，2024年，民建集团实

现营业收入 93.73 亿元，同比增长 14.58%；报告期末，为整合提升零售服务能力，更专业更高效地服务 C 端重装及维修市场，原建筑修缮集团零售业务板块“雨虹到家服务”与民建集团“安心服务”进行整合，搭建全集团 C 端服务平台，由民建集团统一管理；建筑涂料零售业务围绕提升经营质量的核心要求，系统梳理组织架构、品牌运营、渠道管理、服务体系，聚焦涂料主营产品，通过“Caparol 德爱威”和“Alpina 阿尔贝娜”双品牌定位为切入点，构建了涵盖内墙涂料、艺术涂料、外墙涂料及基辅材料的全方位产品线，并探索涂料零售业务的研发、生产、销售及技术服务新生态和盈利增长点。

4、海外优先，加速推动全球布局

报告期，公司进一步加强海外市场调研、完善海外组织管理体系，强化国际供应链布局和渠道建设。一方面，夯实海外市场团队的营销和组织能力，搭建并完善海外区域人员配置和组织建设，持续打造具有国际化竞争优势的人才队伍体系，以实现在关键市场的自主运作和高效服务。另一方面，公司积极布局设立本地化公司并已在多国设立海外公司或办事处，积极构建全球业务网络，为实现海外业务本地化运营打好基础。

截至本报告披露日，海外生产基地建设迎来进展：东方雨虹休斯敦生产研发物流基地奠基仪式暨国际化新征程启动仪式报告期在美国德克萨斯州普雷里维尤市举行，该项目将针对北美及全球建筑建材市场TPO防水材料市场需求以及公司对国际化科研技术开发与应用，一期计划主要建设TPO防水卷材生产线及北美研发中心；位于沙特阿拉伯达曼的天鼎丰中东生产基地项目正式动工，计划主要建设2条玻纤增强型聚酯胎基布生产线和2条聚酯胎基布生产线，该项目有利于缩短天鼎丰旗下非织造布等系列产品销往中东、欧洲、非洲及亚洲西部之间的运输距离，制造成本更具竞争力，能够进一步吸引全球范围的客户和资源；东方雨虹马来西亚生产研发物流基地产线顺利完成首次试生产，该生产基地配备多条先进生产线，覆盖砂浆、水性涂料等产品种类，引入先进生产技术和智能化生产设备，产品主要辐射新加坡和马来西亚等市场。

公司积极开展国际间交流与合作：举办东方雨虹越南发布会、东方雨虹马来西亚新品上市发布会，赋能合伙人设立柬埔寨首家东方雨虹工程服务中心；承办2024第十一届中国国际预拌砂浆生产应用技术研讨会；携旗下多个业务板块先后亮相参展第135届中国进出口商品交易会、第34届墨西哥国际建材展EXPO CIHAC、第29届孟加拉国达卡国际建材展览会、第44届中东迪拜五大行业展览会等，参加2024上海绿色建筑国际论坛、SNEC第十七届（2024）国际太阳能光伏与智慧能源（上海）大会暨展览会、“CHINAPLAS 2024国际橡塑展”；携新零售产品参加第23届国际建筑、室内设计与建筑展览会（THE 23RD INTERNATIONAL

ARCHITECTURE, INTERIOR DESIGN & BUILDING EXHIBITION 2024, MALAYSIA); 旗下德爱威（中国）有限公司亮相2024中国国际涂料博览会暨第二十二届中国国际涂料展览会（China Coatings Show 2024）并举行德爱威2025 Colour Talk年度色彩发布会。此外，公司与菲律宾EEI集团、与泰国TOA集团、与中皖钢构（柬埔寨）投资有限公司分别签署战略合作协议，与巴斯夫签署合作谅解备忘录，与乌兹别克斯坦当地企业“CHINA OVERSEAS INTERNATIONAL BELT AND ROAD INITIATIVE” LLC（中国海外国际一带一路有限责任公司）携手合作完成中亚地区出口首单销售，为更好的参与全球市场合作与竞争，开启国际化进程打下基础。

5、创新驱动引领行业可持续发展，培育智能制造新生态

报告期，公司积极围绕“智能制造、绿色低碳、前沿科技”等重点研发领域深耕开拓，通过不断强化基础及核心技术攻关能力、创新科研全链条体制机制、建立健全科技成果转化系统，有效推动产业链、创新链、价值链有机融合。公司依托先进防水材料全国重点实验室、国家认定企业技术中心、博士后科研工作站、北美研发中心等平台，围绕行业需求现状及发展趋势，通过新材料、新技术、新工艺等的应用，提升产品和服务质量、降低能耗、减少碳排放，同时进一步贯彻落实精益生产管理、研发技术创新与科技成果转化，全力搭建高质量科研创新体系，形成以“基础研究、技术攻克、成果转化、产业融合”为一体的全周期创新生态链，并将创新驱动发展战略融入体系建设、科技研发、产品品质、生产制造、系统服务、人才培养、合作交流等各个方面，不断塑造发展新动能、新优势，培育智能制造新生态。截至报告期末，公司累计拥有有效专利1,916件，其中国内有效专利1,897件（包含发明专利420件、实用新型1,187件、外观设计290件），海外有效专利19件。报告期，公司聚焦行业发展、市场需求及解决制约产业发展的“卡脖子”问题为导向，开展多项创新项目的研究及成果转化。同时，公司面向社会免费开放近百项专利许可，覆盖防水材料、绿色生产、智能化施工等技术领域，通过共享科技成果，提升行业整体技术水平，推动行业转型升级，引领行业可持续发展。

（二）公司所处行业情况

1、宏观经济与行业指标

根据国家统计局数据显示，初步核算，2024年国内生产总值1349084亿元，比上年增长5.0%；全年全国规模以上工业增加值比上年增长5.8%，其中制造业增长6.1%，全年全国规模以上工业企业利润总额比上年下降3.3%，其中制造业下降3.9%，非金属矿物制品业下降45.1%。全年全国固定资产投资比上年增长3.2%，其中基础设施投资增长4.4%，制造业投资增长9.2%，房地产开发投资下降10.6%。根据中国建筑材料联合会数据显示，2024年12月份

建筑材料工业景气指数为101.1点，较上月回落1.3点，比上年同月高0.2点，高于临界点，处于景气区间，行业经济运行保持平稳。

2、行业的基本情况及公司所处的行业地位

公司主营业务及产品属于建筑材料行业之细分领域——防水建筑材料行业。防水建筑材料是现代建筑必不可少的功能性建筑材料，随着城市的不断建设发展以及既有存量建筑结构逐步进入老化和维修周期，防水建筑材料应用领域广泛、行业空间较大。

目前，国内建筑防水行业集中度较低、市场较为分散、竞争不够规范，“大行业、小企业”依旧是行业发展标签。防水生产企业众多，除少部分企业整体水平较高外，大多数企业规模小、技术水平及生产工艺落后，市场充斥假冒伪劣、非标产品，行业竞争不规范。近年来，随着质量监督、打假质检、环保督查、安全生产、绿色节能等监管及产业政策、行业标准对防水行业的逐渐规范，以及产品结构优化升级，下游客户对产品品质要求不断提高，大型防水企业的竞争力逐步增强，行业市场集中度呈现逐年上升趋势，并逐步向龙头企业聚拢。2024年，防水行业面临机遇与挑战。一方面，行业集中度有所提升，《建筑与市政工程防水通用规范》（GB 55030-2022）的实施以及部分省市相继出台相关配套文件和措施，将带来行业的提质增量，此外，国家陆续推进“两重”项目和“两新”政策实施等工作，以及国际市场的积极开拓，防水行业将迎来诸多机遇。另一方面，受上游大宗原材料价格持续高位运行、下游需求不及预期、行业竞争加剧等因素叠加，行业发展也将面临诸多挑战。

公司自成立以来，持续为国内外重大基础设施建设、工业建筑和民用、商用建筑等提供高品质、完备的建筑建材系统解决方案，致力于解决防水工程质量参差不齐、建筑渗漏率居高不下以及随之带来的建筑安全隐患这一行业顽疾。二十余年来在建材行业的深刻沉淀，公司完成了企业的转型升级，在研发实力、产品综合竞争力、工艺装备、应用技术、销售模式、专业的系统服务能力、品牌影响力等方面均居同行业前列，成为行业具有竞争性和成长性的龙头企业，行业地位突出。

3、相关行业政策变动情况及对公司的具体影响

国务院印发《2024—2025年节能降碳行动方案》，要求推进建材行业节能降碳改造，强化绿色设计和施工管理，研发推广新型建材及先进技术，推进存量建筑改造。工业和信息化部等7部门联合印发《关于加快推动制造业绿色化发展的指导意见》，要求加快传统产业绿色低碳转型升级，推动新兴产业绿色低碳高起点发展，培育制造业绿色融合新业态，提升制造业绿色发展基础能力。国家发展改革委发布《产业结构调整指导目录（2024年本）》，鼓励高性能、高耐久、高可靠性改性沥青防水卷材、高分子防水卷材、水性或高固含量防水涂料等

新型建筑防水材料。市场监管总局等5部门印发《全国质量品牌提升示范区管理办法（试行）》，指出为贯彻落实《质量强国建设纲要》部署，更好发挥质量在促进企业做大做强、支撑产业建圈强链和推动城市可持续发展中的作用，规范全国质量品牌提升示范区创建，打造质量引领力强、产品和服务美誉度高的产业集群。上述相关政策对于建筑建材企业全面贯彻落实质量发展、绿色发展、低碳发展理念，不断探索通过自身科研创新、工艺改进、智能生产、绿色施工等方面向绿色可持续发展方向转型升级起到积极促进作用。随着“双碳”相关政策出台，建筑建材行业中能耗产出效益高、环保标杆企业将从中受益，相反，亦将加速出清生产工艺落后、节能环保不达标企业；另一方面或将扩大与之相关的产业链产品及系统服务的市场空间。

2024年《政府工作报告》提出，从今年开始拟连续几年发行超长期特别国债，专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设；鼓励和推动消费品以旧换新；重点支持科技创新、新型基础设施、节能减排降碳，加强民生等经济社会薄弱领域补短板，推进防洪排涝抗灾基础设施建设，推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造；加强城镇老旧小区改造和保障性住房供给；稳步推进农村改革发展，深入实施乡村建设行动；积极推进新型城镇化，稳步实施城市更新行动，推进“平急两用”公共基础设施建设和城中村改造，加快完善地下管网等内容。《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》提出，聚焦建设美丽中国，绿色低碳发展，催生新产业、新模式、新动能，发展以高技术、高效能、高质量为特征的生产力，统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴。此外，财政部办公厅和住房城乡建设部办公厅印发《关于开展城市更新示范工作的通知》、自然资源部办公厅印发《关于进一步加强规划土地政策支持老旧小区改造更新工作的通知》、住房城乡建设部和财政部联合印发通知并部署各地进一步做好城中村改造工作，一系列政策出台为公司拓展新领域新赛道、实现多元化高质量稳健发展提供市场机遇。公司将继续借助《建筑与市政工程防水通用规范》（GB 55030-2022）落地契机，进一步挖掘两重两新、旧房改造、城中村改造、城市更新、“平急两用”公共基础设施建设、家装零售、工商业建筑、国际业务等市场带来的机遇，持续加大科技创新力度、优化产品结构、拓展应用场景。

针对相关政策的制定及导向，公司认真组织学习，从政策研究、产品研发、工艺改进、生产销售、标准化施工及培训、绿色低碳等全流程、各领域深入探索绿色可持续发展路径，抢抓机遇，充分发挥并扩大公司在品牌、产品研发、产品质量、产品品类、成本优势、市场营销网络、应用技术、系统服务等方面的综合竞争优势，将公司优质产品及专业系统服务应用于全球更多场景，以创新驱动引领行业可持续发展，打造人类品质人居环境，提升品质生

活。

4、行业的周期性、季节性和区域性

(1) 周期性。防水建筑材料行业是建筑材料领域中的基础行业，不存在明显的周期性。

(2) 季节性。防水建筑材料行业具有一定的季节性。在我国北方，一般每年一季度由于天气寒冷等原因，是建筑防水材料销售和工程施工的淡季；而在我国南方，建筑防水材料季节性主要表现为在雨季施工量减少。

(3) 区域性。防水建筑材料的经济运输半径约为500公里，因此具有一定的区域性特征；行业内企业普遍规模较小，较多企业局限于生产所在区域从事防水材料的销售，进一步加剧了行业的区域性特征。故此行业内企业做大做强，提高市场占有率，就更需要在全国及海外布局生产基地，积极开展跨区域、国际化业务。

公司在国内华北、华东、东北、华中、华南、西北、西南等地区均已建立生产物流研发基地，并陆续在东南亚、中东、北美等地投资建厂，以辐射全球客户。目前，公司产能分布广泛合理，确保公司产品以较低的仓储、物流成本辐射市场，实现全国范围内协同生产发货，在满足客户多元化产品的需求和全国性的供货要求方面具备了其他竞争对手不可比拟的竞争优势。

5、主要产品原材料及其供应情况

公司生产所需的原材料主要包括沥青、SBS改性剂、聚酯胎基、乳液、聚醚、TDI、MDI、TPO树脂等材料，供应充足稳定。其中，沥青为公司的主要原材料之一，报告期，以沥青为代表的部分原材料价格整体仍在高位运行，对公司整体毛利率产生一定影响。公司拥有成熟完备的原材料采购体系，为应对原材料价格波动风险，公司利用规模经营优势与上游主要原材料供应商建立了战略合作关系，确保公司能长期稳定以相对较低的价格获得主要原材料，以降低产品的生产成本；采购部门通过精准把握市场动向，合理安排重点物资的采购时间和计划，各部门高效协作，通过技术进步、主要原材料的集采优势、提升议价能力、规模效益等举措有效控制成本，公司还加大核心配方体系的更新迭代，以降低生产成本，公司亦根据生产经营需要及行业市场等情况适当采取淡季采购和择机采购等策略以降低采购成本；此外，为保障公司部分关键性原材料的供应稳定性、进一步优化原材料成本，公司产业链已向上游部分原材料非织造布、特种薄膜、VAE乳液、VAEP胶粉进行延伸，以提升公司采购环节抗风险能力，扩大公司成本优势。

(三) 下一年度经营计划

基于对宏观经济及公司核心竞争优势的分析，根据公司发展战略，2025年，公司以“相

信持续努力的力量，相信真、善、美的力量，相信公司、团队、合伙人的力量，无条件自信”作为工作主题，全年主要经营计划为：

1、升级渠道开发和管理体系，与合伙人共创、共享、共赢

坚持以合伙人中心，全力以赴发展合伙人，持续赋能合伙人，提升合伙人服务终端客户的运营能力。强化开发、分类管理、管控秩序、升级合伙人服务，根据品类、细分赛道和城市分级管理渠道，建立合伙人的分产品、分领域、分区域的分级政策，精耕细作。民建集团做好低线城市的渠道和全品类覆盖，升级C端服务商的专业服务能力，打通线上线下全链路营销；工建集团则要根据项目属性和资源开发及匹配合伙人。

2、全力管控风险，全面提升经营质量

进一步升级完善合伙人授信政策，加大对合伙人资质、信用情况的审查力度，严控坏账风险。持续改善现金流，坚持以正向现金流作为经营管理和决策的主要依据。升级合同管理，加强过程管控，升级收款工作，继续全力收款，全面打造一支持续作战的专业化收款团队。

3、坚持科技创新，守住质量底线，保持核心竞争力

通过技术创新、工艺创新、管理创新、制度创新及其联动，保持成本领先优势。搭建创新平台、加快关键核心技术攻关和产业升级增质，聚焦市场需求，跨领域开发新结构原材料、开发具有单一或多重功能的新产品，创新产品体系，通过集成化和场景化的解决方案打造差异化优势。守住质量底线，坚持质量是东方雨虹品牌价值的核心所在，确保产品质量和服务质量，保持质量领先的核心竞争力。

4、围绕销售端打造三大平台，各板块协同发展

充分利用民建分销网络、服务网点等渠道资源，打造国内民用建材销售平台，销售防水涂料、卷材、砂粉、建筑涂料、管业等各项具有零售消费属性的产品；

充分发挥工程渠道优势，打造国内工程建材销售平台。通过组织变革实现渠道拉通、客户拉通、技术拉通、生产交付拉通，提升跨板块协同能力；工建集团强化省区自主经营决策权，快速响应市场；

快速开拓海外市场，建立海外建材销售平台，全力支持公司各板块、各品类出海；

充分利用三大平台销售资源，高效协同，形成合力支持砂粉、德爱威建筑涂料、保温、管业、胶业、光伏、雨虹瓦等非防水品类完善渠道布局，全域、全品类、全渠道满足客户需求，树立以客户为中心的决策和服务体系。

5、聚焦防水、砂粉双主业，打造新增长引擎

防水领域要扎实做好渠道、产品、市场工作，逐步提升市占率，发展专精特新产品，优

化产品结构，提升盈利能力。砂粉领域要通过技术、产品、供应链等创新机制，进一步完善产能布局，实现砂粉全域全品类成本领先；利用民建平台零售渠道布局优势，做大C端业务；利用工建平台销售、合伙人资源，做大B端业务，让砂粉成为公司新增长引擎。

6、全力以赴出海，快速发展海外业务

以创业心态开拓发展海外市场，系统有效、持续推进海外战略，聚焦优势品类，理顺各个产品类别的出海策略，坚持国际贸易与投资并购并行。扩充进出口贸易品类，在目标国市场进行本地化布局，建设国际化渠道网络，适时建立本地化供应链，加大并购力度，扩大并购领域和范围，通过优势资源收并购快速进入海外市场。

7、以组织变革提升运营效率，精英治雨虹

通过组织变革优化公司运营管理体系，降低公司内部沟通协同成本，提升运营效率，杜绝管理浪费，打造持续艰苦奋斗的敏捷型组织。持续坚持用人标准专业化、职业化、年轻化、国际化，积极倡导和打造“不唯上、不唯书、只唯实”的文化氛围。以客户为中心，以结果为导向，去伪存真，让自由之风劲吹，全员建言献策，为公司发展贡献力量。