证券代码:002271　　证券简称:东方雨虹　　公告编号:2025-067

北京东方雨虹防水技术股份有限公司

2025 半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文,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半年度报告全文。

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2,388,699,866股扣除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9.25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	张蓉		
办公地址	北京市亦庄经济技术开发区科创九街19号院		
电话	010-59031997		
电子信箱	stocks@yuhong.com.cn		

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	13,569,021,520.18	15,218,469,083.94	-10.84%
归属于上市公司股东的净利润(元)	564,438,410.91	943,244,314.04	-40.16%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	507,145,483.30	835,937,709.96	-39.33%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-395,909,846.60	-1,327,740,373.01	70.18%
基本每股收益(元/股)	0.24	0.39	-38.46%
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.39	-38.46%
加权平均净资产收益率	2.37%	3.38%	-1.01%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	44,057,392,307.77	44,715,448,811.80	-1.47%
归属于上市公司股东的净资产(元)	22,777,018,162.43	24,934,259,584.77	-8.65%

3、公司股东数量及持股情况

单位:股

报告期末普通股股东总数			194,641	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)		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	22.22%	530,802,887	398,102,165	质押	410,872,200
香港中央结算有限公司	境外法人	15.58%	372,227,639	0	不适用	0
许利民	境内自然人	3.03%	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	1.92%	45,969,375	0	不适用	0
科威特政府投资局	境外法人	1.34%	32,105,065	0	不适用	0
向锦明	境内自然人	0.93%	22,169,323	16,626,992	质押	5,000,000
全国社保基金四零三组合	其他	0.90%	21,614,887	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-富国研究精选灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.78%	18,579,612	0	不适用	0
阿布达比投资局	境外法人	0.70%	16,661,056	0	不适用	0
全国社保基金一零七组合	其他	0.68%	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

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

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□适用 √不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□适用 √不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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"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,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、聚焦防水、砂粉双主业,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,以优质的产品及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、升级渠道开发和管理体系,深化培育渠道发展

报告期,公司持续深化渠道发展战略,升级渠道开发和管理体系,积极实施渠道变革,培育渠道发展,2025年上半年,公司实现工程渠道及零售渠道收入共计114.06亿元,占公司营业收入比例为84.06%,渠道销售收入占比进一步提升,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,升级合伙人服务、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运营能力,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,升级C端服务商的专业服务能力,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。2025年上半年,公司零售业务实现营业收入50.59亿元,占公司营业收入比例为37.28%,零售业务占比逐步提升。其中民建集团始终秉持用户至上理念,紧跟行业发展趋势,深入洞察消费者真实需求,通过持续技术创新,成功研发出一系列兼具高科技含量与环保安全特性的新型产品。针对民用住宅装修特点,民建集团构建涵盖防水防潮、墙面涂装、瓷砖铺贴、缝隙美化、密封胶粘、管道铺设六大核心领域的系统解决方案,能够有效满足家庭装修不同施工环节的差异化需求,为现代家居生活提供全方位的品质保障。2025年上半年,民建集团实现营业收入47.48亿元,占公司营业收入比例为34.99%,报告期,公司正式发布C端专业服务品牌——"雨虹",涵盖防水维修、墙面刷新、管道交付、防水交付、铺贴交付、美缝交付等六大业务板块,以"专业、高效、保障、全面"的核心要素为基石,构建与消费者间的新零售服务平台,致力于为消费者提供从新装到维修的一站式服务解决方案,让消费者体验安全、健康、环保的美好生活。

雨虹服务依托公司防水主业优势,以防水业务为核心,持续升级精细化服务,完善服务标准化流程,开展工匠系统化专业服务培训,构建从新装防水交付到旧房防水维修的全周期服务体系。致力于为消费者提供全面的交付解决方案、高效响应机制、专业上门服务与安心售后保障,为千家万户筑起防水的坚实屏障。2025年上半年,雨虹服务为近7万户家庭提供家装/维修相关服务,凭借专业技术输出与不断提升的服务能力,为消费者提供高品质体验与贴心保障,同时通过服务赋能合作伙伴提升盈利能力,更好推动厂商联动合作,积极响应国家号召,共同努力打造让消费者满意的"好房子"。

(3)建筑涂料零售

报告期,包含建筑涂料零售在内的建筑涂料业务整体并入原砂粉科技集团,以期借助供应链协同优势,助力建筑涂料业务实现降本增效,同时借助工序协同与市场拓展联动,以及公司在国内墙面辅材市场已建立的品牌与渠道优势,用粉料带动涂料,进一步释放协同发展潜力。

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,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、提质增利的客户生态圈,为业务的长期发展注入强劲动力。

2、工程业务。报告期,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的战略合作,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、砂粉业务。报告期,原砂粉科技集团与德爱威(中国)有限公司、虹石(江苏)新材料科技有限公司成立涂料砂粉科技集团,并设立职能及技术平台、供应平台、工程涂料公司、零售涂料公司、虹石公司等组织架构,通过资源嫁接、生态协同,整合"涂料+辅材+工具",提供"一站式供应",扩大业务渗透。

其中,砂粉业务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。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。

涂料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,增加产品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。同时,通过合理布局供应基地,实现敏捷反应与服务,降低运输成本,为客户创造更大价值。

4、出海业务。报告期,公司加强国际交流与合作,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项目建设持续推进,一期计划主要建设TPO防水卷材生产线及北美研发中心;报告期,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并快速推进建设进度,主车间、成品库及厂区工程已施工至地面层。该项目计划主要建设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,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,同时通过本地化生产快速响应区域需求,能够进一步吸引全球范围的客户和资源;天鼎丰加拿大生产研发物流基地正式开工启建,该项目由天鼎丰与合作伙伴共同投资建设,旨在进一步优化国际化产业布局,提升公司在北美及欧洲市场的全链条服务能力;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。海外并购方面,公司全资子公司香港东方雨虹投资有限公司分别收购香港建材零售企业万昌五金建材有限公司与香港专业建材直销公司康宝香港有限公司100%股权,通过整合和依托两家公司的渠道优势、服务能力、产品品类等优质资源及其在香港市场的深厚基础,并以香港市场为支点,逐步向东南亚及全球拓展业务;公司全资子公司东方雨虹海外建设发展(上海)有限公司及东方雨虹国际贸易(上海)有限公司于北京时间2025年7月16日与INVERSIONES RTB SpA、INVERSIONES DO?A TATI LIMITADA、INVERSIONES DE ATACAMA LIMITADA签署《SHARES PURCHASE AND SALE AGREEMENT(股份买卖协议)》,拟收购前述交易对方持有的智利建材超市企业Construmart S.A.100%股权,以期持续探索并扩大公司建材零售渠道,提升产品的国际化销售能力、全球影响力及品牌认知度。

积极开展国际间交流与合作:马来西亚马来亚大学师生代表团到公司参观交流、尼日利亚联邦交通部一行赴杭州东方雨虹生产研发物流基地参观考察;举办东方雨虹马来西亚新品发布会,并成功开设东方雨虹马来西亚首家防水综合专卖店;携旗下多个业务板块先后亮相美国屋面及防水材料展览会(IRE)、沙特五大行业博览会(Big 5 Construct Saudi 2025)、CHINAPLAS 2025国际橡塑展、第137届广交中国进出口商品交易会、巴西圣保罗国际建材展、越南第八届防水传统节等。

(二)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及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、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、北京市南水北调配套工程项目、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)、雨虹服务(C端服务平台)、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)、雨虹美墅(建筑修缮)、虹昇新能源(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。2025年上半年,公司零售业务实现营业收入50.59亿元,占公司营业收入比例为37.28%,零售业务占比逐步提升。

(1)民建集团

报告期,民建集团始终秉持用户至上理念,紧跟行业发展趋势,深入洞察消费者真实需求,通过持续技术创新,成功研发出一系列兼具高科技含量与环保安全特性的新型产品。针对民用住宅装修特点,民建集团构建涵盖防水防潮、墙面涂装、瓷砖铺贴、缝隙美化、密封胶粘、管道铺设六大核心领域的系统解决方案,能够有效满足家庭装修不同施工环节的差异化需求,为现代家居生活提供全方位的品质保障。2025年上半年,民建集团实现营业收入47.48亿元,占公司营业收入比例为34.99%。

1)品牌发展:持续投入品牌势能广告,线上加大自媒体投入,线下巩固高点资源站位,把握流量趋势、提升C端品牌认知。线上传播,基于消费者前端搜索需求,加大线上自媒体平台投入,通过搜索广告、品牌专区、本地投放等实现有效品牌流量拦截,抢占用户心智,赋能业务发展;线下投放,在巩固高铁、地标广告等核心点位的基础上,持续增加户外与门头广告数量,加强与下沉市场消费者痛点的绑定;渠道端,大力发展品牌自媒体矩阵,赋能合作伙伴拥抱自媒体,通过品牌自播、本地团购、经销商直播等提升合作伙伴业务转化能力。通过构建线上、线下、渠道融合的全场景营销生态体系,形成品牌、合作伙伴与消费者的高频互动机制,强化品牌在目标消费群体中的心智占位。

2)渠道发展:持续深化渠道下沉,通过优化品类结构和强化终端覆盖,构建更完善的渠道网络体系。通过数字化工具和专项培训等赋能方式,持续提升合作伙伴经营质量和运营效率,推动合作伙伴向专业化、公司化转型。同时,持续巩固传统渠道优势,规范产品流通体系,加强线上线下终端管理,全面提升服务质量和运营效率。此外,深化与装企的资源整合,推动行业生态融合,打造协同发展的渠道生态。

专卖店渠道,持续深化零售专卖渠道建设,提升专卖店运营质量。聚焦店态升级、品类扩张、导购赋能、会员运营及系统支持五大维度精进管理,强化品牌形象与零售能力。店态升级与效率提升方面,持续推进专卖店店型分类管理,配合店面形象升级,提升品牌外显形象与消费者体验。同时优化门店结构,重点提升门店经营效能;产品方面,坚持品类扩张与创新,丰富门店产品线,满足消费者多元化需求;导购方面,拓展线上销售渠道,面向C端消费者开展带货直播,探索线上线下融合的新零售模式。

电商渠道,积极拓展传统品类新渠道,打造新产品线上试销平台,快速验证市场反馈;持续探索直播、短视频、笔记种草等数字化营销手段,将其作为线下体验流量入口,通过线上引流及门店服务链路,增加触点及协同力。

3)会员运营:持续深化以"虹哥汇"为核心的会员运营体系,丰富"虹哥汇"平台终端促销活动形式,有效提升会员活跃度与粘性。会员商城新增工具品类,优化会员购物体验。构建"核心会员回乡创业平台",积极扶持具备能力的会员返回乡镇区域开展业务,增强会员忠诚度与归属感,促进渠道下沉与空白市场渗透。

4)产品发展:始终以消费者需求为核心,在满足产品高标准物理性能和环保性能的前提下,关注消费者痛点需求,创新开发出具备抗菌防霉、防潮、耐晒、耐磨、快干、施工省力省时等功能的家装零售系列产品。民建产品环保持续引领,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EC1p1us认证、CIAA抗菌标志、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,更关注细分家居场景,技术不断迭代,品类持续拓展,满足从厨卫到全屋、从室内到室外、从基层到装饰面的多场景应用需求。全新推出可外露高性能防水卷材、快修防水涂料、彩色超耐候可外露防水涂料、外墙防水找平装饰一体化涂料、隔音防潮速装包管板、卫浴高强防水速装背衬板、轻质隔声化瓷砖胶系列、轻质石膏、防霉高强耐水腻子等产品,同时推出满足一砖一色的可调色美缝剂、瓷砖耐磨改色漆、厨卫餐客卧多场景防霉家用胶产品、高品质可换芯防臭地漏及日用五金、保护膜等系列产品,进一步满足消费者生活场景化、个性化需求。

(2)C端服务平台

报告期,公司正式发布C端专业服务品牌——"雨虹",涵盖防水维修、墙面刷新、管道交付、防水交付、铺贴交付、美缝交付等六大业务板块,以"专业、高效、保障、全面"的核心要素为基石,构建与消费者间的新零售服务平台,致力于为消费者提供从新装到维修的一站式服务解决方案,让消费者体验安全、健康、环保的美好生活。

雨虹服务依托公司防水主业优势,以防水业务为核心,持续升级精细化服务,完善服务标准化流程,开展工匠系统化专业服务培训,构建从新装防水交付到旧房防水维修的全周期服务体系。致力于为消费者提供全面的交付解决方案、高效响应机制、专业上门服务与安心售后保障,为千家万户筑起防水的坚实屏障。2025年上半年,雨虹服务为近7万户家庭提供家装/维修相关服务,凭借专业技术输出与不断提升的服务能力,为消费者提供高品质体验与贴心保障,同时通过服务赋能合作伙伴提升盈利能力,更好推动厂商联动合作,积极响应国家号召,共同努力打造让消费者满意的"好房子"。

(3)建筑涂料零售

报告期,包含建筑涂料零售在内的建筑涂料业务整体并入原砂粉科技集团,以期借助供应链协同优势,助力建筑涂料业务实现降本增效,同时借助工序协同与市场拓展联动,以及公司在国内墙面辅材市场已建立的品牌与渠道优势,用粉料带动涂料,进一步释放协同发展潜力。建筑涂料零售业务聚焦涂料主营产品,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。

海外生产基地建设有序推进:东方雨虹休斯敦生产研发物流基地项目建设持续推进,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;报告期,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并快速推进建设进度,主车间、成品库及厂区工程已施工至地面层。该项目计划主要建设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,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,同时通过本地化生产快速响应区域需求,能够进一步吸引全球范围的客户和资源;天鼎丰加拿大生产研发物流基地正式开工启建,该项目由天鼎丰与合作伙伴共同投资建设,旨在进一步优化国际化产业布局,提升公司在北美及欧洲市场的全链条服务能力;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。海外并购方面,公司全资子公司香港东方雨虹投资有限公司分别收购香港建材零售企业万昌五金建材有限公司与香港专业建材直销公司康宝香港有限公司100%股权,通过整合和依托两家公司的渠道优势、服务能力、产品品类等优质资源及其在香港市场的深厚基础,并以香港市场为支点,逐步向东南亚及全球拓展业务;公司全资子公司东方雨虹海外建设发展(上海)有限公司及东方雨虹国际贸易(上海)有限公司于北京时间2025年7月16日与INVERSIONES RTB SpA、INVERSIONES DO?A TATI LIMITADA、INVERSIONES DE ATACAMA LIMITADA签署《SHARES PURCHASE AND SALE AGREEMENT(股份买卖协议)》,拟收购前述交易对方持有的智利建材超市企业Construmart S.A.100%股权,以期持续探索并扩大公司建材零售渠道,提升产品的国际化销售能力、全球影响力及品牌认知度。

积极开展国际间交流与合作:马来西亚马来亚大学师生代表团到公司参观交流、尼日利亚联邦交通部一行赴杭州东方雨虹生产研发物流基地参观考察;举办东方雨虹马来西亚新品发布会,并成功开设东方雨虹马来西亚首家防水综合专卖店;携旗下多个业务板块先后亮相美国屋面及防水材料展览会(IRE)、沙特五大行业博览会(Big 5 Construct Saudi 2025)、CHINAPLAS 2025国际橡塑展、第137届广交中国进出口商品交易会、巴西圣保罗国际建材展、越南第八届防水传统节等。

(三)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性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、管业、防腐等业务,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。

(四)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。

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。三十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,成为中国具有竞争性和成长性的行业龙头企业,行业地位突出。

北京东方雨虹防水技术股份有限公司董事会

2025年8月1日

证券代码:002271　　证券简称:东方雨虹　　公告编号:2025-068

北京东方雨虹防水技术股份有限公司关于2025年半年度利润分配预案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、审议程序

北京东方雨虹防水技术股份有限公司(以下简称"公司")于2025年7月31日召开第八届董事会第三十一次会议,以11票同意,0票反对,0票弃权的表决结果审议通过了《2025年半年度利润分配预案》,该议案尚需提请公司2025年第二次临时股东大会审议批准。

二、利润分配预案的基本情况

根据公司2025年半年度财务报告(未经审计),2025年半年度实现归属于母公司所有者的净利润564,438,410.91元,母公司实现净利润2,644,055,992.26元,加上母公司年初未分配利润8,290,708,901.93元,减去已实际分配的2024年度现金股利2,209,518,922.21元,截至2025年6月30日累计可供股东分配的利润为8,725,245,971.98元。

按照合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则确定具体的利润分配比例,在符合利润分配政策、保障公司长期稳定发展和股东长远利益的前提下,基于对公司稳健经营和可持续发展的信心,经综合考虑公司可供分配利润规模,为积极回报公司股东,与股东共享公司经营成果,提高公司长期投资价值,公司2025年半年度利润分配预案为:拟以公司现有总股本2,388,699,866股扣除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9.25元(含税),共计派发现金红利2,209,518,932.30元(含税)。此外,不送红股,不以资本公积金转增股本,公司尚未完成回购注销的股权激励限售股不享有参与本次利润分配的权利,剩余未分配利润结转以后年度。如在利润分配方案实施前公司总股本发生变化的,则以未来实施本次分配方案时股权登记日的公司总股本扣除公司尚未完成回购注销的股权激励限售股后的总股本为基数进行利润分配,分配比例保持不变。

三、现金分红方案的具体情况

(一)现金分红方案合理性说明

1、现金分红的稳定性、持续性和可预期性

公司在高质量稳健发展的同时,与全体股东共享公司经营发展成果,本次现金分红方案,是根据《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《公司章程》等相关规定,为深入贯彻现金分红的稳定性、持续性和可预期性理念,在广泛听取市场意见的基础上,积极响应一年多次分红、增加分红频次的政策导向,进一步优化分红节奏,提高公司长期投资价值,增强投资者的获得感,同时结合公司发展阶段、经营情况和自身资金计划安排等实际情况而制定。

2、资产负债率处于较低水平,偿债能力良好

最近三个会计年度(2022年-2024年)及最近一期(2025年半年度)公司资产负债率分别为46.22%、43.90%、43.39%、47.55%。目前,渠道销售模式已成为公司主要的销售模式,且零售渠道业务占比逐步提升,经营净现金流持续改善,资产负债率长期处于较低水平,短期偿债能力维持在相对合理水平,长期偿债压力较小,财务较为稳健。该方案的实施不会对公司的偿债能力产生不利影响,不会影响公司正常生产经营。

3、使用募集资金补充流动资金情况

公司于2024年1月5日召开的第八届董事会第十九次会议审议通过了《关于使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》,同意将不超过150,000万元闲置募集资金暂时用于补充流动资金,使用期限自董事会审议批准后具体使用之日起不超过12个月。公司实际使用150,000万元闲置募集资金暂时补充流动资金,法定使用期限为2024年1月8日至2025年1月7日。截至2024年10月9日,公司已将本次用于暂时补充流动资金的150,000万元闲置募集资金全部归还至募集资金专用账户。此外,公司于2024年10月28日召开第八届董事会第二十四次会议和第八届监事会第十五次会议、于2024年11月14日召开2024年第二次临时股东大会审议通过了《关于变更募集资金用途暨2021年度非公开发行募集资金投资项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》,依据相关决议,公司2021年度非公开发行募集资金投资项目已结项并已完成将节余募集资金永久补充流动资金。未来十二个月内公司没有计划使用募集资金补充流动资金。

综上,本次利润分配预案符合《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等法律法规和《公司章程》及公司已披露的股东回报规划中关于利润分配的相关规定,充分考虑了公司经营发展情况及未来资金需求,兼顾了股东合理回报与公司的正常经营及可持续发展,不会对公司经营现金流及偿债能力产生重大影响,具备合法性、合规性及合理性。

本次利润分配预案已经公司董事会审议通过,尚