证券代码:002271　证券简称:东方雨虹　公告编号:2026-066

北京东方雨虹防水技术股份有限公司

2026 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

公司计划不派发现金红利,不送红股,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		
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)	14,867,118,630.48	13,569,021,520.18	9.57%
归属于上市公司股东的净利润(元)	613,388,814.38	564,438,410.91	8.67%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	576,044,820.19	507,145,483.30	13.59%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-340,192,498.31	-395,909,846.60	14.07%
基本每股收益(元/股)	0.26	0.24	8.33%
稀释每股收益(元/股)	0.26	0.24	8.33%
加权平均净资产收益率	3.02%	2.27%	0.65%
	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)	43,196,567,089.87	41,743,678,666.63	3.48%
归属于上市公司股东的净资产(元)	20,538,117,629.09	20,134,510,617.56	2.00%

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	144,936	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	17.30%	413,156,660	363,355,612	质押	70,400,000
香港中央结算有限公司	境外法人	17.04%	406,949,472	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
全国社保基金四一三组合	其他	1.71%	40,751,902	0	不适用	0
招商银行股份有限公司-工银瑞信价值精选混合型证券投资基金	其他	1.21%	28,870,717	0	不适用	0
全国社保基金四零三组合	其他	1.11%	26,484,387	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	1.01%	24,058,840	0	不适用	0
UBS AG	境外法人	1.00%	23,883,155	0	不适用	0
向柳明	境内自然人	0.93%	22,169,323	16,626,992	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"真实的信心、真正的干劲、真挚的渴望、滚烫的激情、无畏的希望"作为工作主题,践行《东方雨虹基本法》的核心理念和原则,深化业务结构转型升级,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,并依托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,积极拓展交通基建、水利、能源、通信设施、航天等领域的基础设施建设、城市新兴基建、工矿仓储物流、海工船舶、科教文卫等公共服务领域,以及保障性住房、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,加强零售市场、非房市场、下沉市场等的开发,持续提升市场占有率。

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,快速发展砂粉、管业、建筑涂料、保温、防腐等非防水业务,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,目前砂粉业务已成为公司未来可持续发展的第二增长曲线,并助力公司实现防水、砂粉双主业。

夯基筑本,加速海外业务布局,发展海外市场,强化国际科研、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,海外业务实现较快发展,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,扎实推进渠道拓展与深耕,升级渠道开发和管理体系,深化渠道变革,培育渠道发展,2026年上半年,公司实现工程渠道及零售渠道收入共计127.23亿元,占公司营业收入比例为85.58%,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,升级和优化合伙人开发与管理制度,坚持合伙人优先,精准赋能合伙人发展,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,系统升级C端服务平台,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

公司零售业务涵盖民建集团及C端服务平台、建筑涂料零售等业务板块。2026年上半年,公司零售业务实现营业收入63.46亿元,同比增长25.44%,占公司营业收入比例为42.68%。报告期,民建集团持续打造品牌、渠道、产品、服务四位一体的核心竞争优势,实现稳健发展。品牌端,"雨虹"服务品牌加速迭代升级,深化线上自媒体矩阵与本地生活运营,线下高铁地标及下沉市场广告投放、渠道经销商直播与集市推广的多场景营销体系,实现品牌认知度与业务转化率双重提升。渠道端,推进渠道下沉,持续加密县域乡镇分销网络,同时深化装企协同、强化专卖店精细化运营、小微合伙人计划及构建电商全域营销矩阵,形成线上引流、线下落地服务的完整闭环,以"虹哥汇"为核心载体,借助常态化直播、云商城、AI赋能及创业扶持等多元举措,持续提升会员活跃度与粘性。产品端,聚焦防水、砂浆核心基本盘,加速C端场景化产品创新,在快干、防霉、净醛等关键技术领域取得突破,并荣获多项国内外权威环保认证。C端服务方面,雨虹服务持续完善一站式家居防水修缮服务体系,落地服务分销化与双包交付模式,加速推进地级市全覆盖,构建全国统一标准的专业化服务网络。2026年上半年,民建集团实现营业收入50.64亿元,同比增长6.65%,占公司营业收入比例为34.06%。建筑涂料零售业务聚焦涂料主营产品,坚持"Caparol德爱威"和"Alpina阿尔贝娜"双品牌差异化定位,构建涵盖内墙涂料、艺术涂料、外墙涂料及基辅材料的全品类产品矩阵,并探索涂料零售业务的研发、生产、销售及技术服务的全新生态,培育盈利增长新动能。

4、海外优先,加速推进全球化布局

报告期,公司进一步完善海外组织管理体系,强化国际供应链布局与渠道建设。一方面,夯实海外市场团队的营销和组织能力,持续搭建并完善海外区域人员配置和组织建设,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,公司加速推进海外供应链布局与渠道网络建设,积极构建全球化业务网络,为实现海外业务本地化运营打好基础:通过推出针对不同环境、地域的产品并夯实产品服务本地化能力;通过开展海外生产基地建设逐步开启全球化产能布局,坚持市场导向和成本领先,进一步增强本地供应能力,提升产品交付效率,快速响应国际市场,实现全球供应链竞争力的提升;通过开展海外并购业务实现建筑建材产品国际化销售能力、全球影响力和品牌认知度的提升,充分利用渠道优势资源搭建国际化建筑建材销售网络,助力公司开拓国际市场;通过国际间交流与合作提升品牌影响力,加速推进全球化布局。

(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、航天基础设施等众多领域,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ORIENTAL YUHONG(防水)、FASION风行(防水)、雨虹防水(民用建材)、雨虹(C端服务平台)、雨虹胶(胶粘剂)、雨虹管(管业)、VASA华砂(特种砂浆)、壁安(建筑粉料)、CAPAROL德爱威(建筑涂料)、Alpina阿尔贝娜(建筑涂料)、虹喜涂料(工业涂料)、卧牛山节能(节能保温)、孚达科技(节能保温)、东方雨虹建筑修缮(建筑修缮)、天鼎丰(非织造布)、金丝楠(特种薄膜)、虹石(精细与专业化学品)、雨虹职校(职业技能培训)、宁夏建筑设计研究院、OYH(国际建材)、YUHONG(防水)、虹大师HONEDS(五金工具)、飞鱼FIIYO(五金地漏)、萬昌(建材五金零售)、康寶(建材直销)、CONSTRUMART(智利建材超市)等品牌和业务板块。

1、零售业务。公司战略推进零售业务发展,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,稳步推进、持续深耕。以品质提升、品牌建设、服务升级、品类拓展、渠道深耕为抓手,全面提升用户体验与核心竞争力。2026年上半年,公司零售业务实现营业收入63.46亿元,同比增长25.44%,占公司营业收入比例为42.68%,零售业务占比稳步提升。

(1)民建集团

报告期,民建集团持续打造品牌、渠道、产品、服务四位一体的核心竞争优势。品牌端,"雨虹"服务品牌加速迭代升级,深化线上自媒体矩阵与本地生活运营,线下高铁地标及下沉市场广告投放、渠道经销商直播与集市推广的多场景营销体系,实现品牌认知度与业务转化率双重提升。渠道端,推进渠道下沉,持续加密县域乡镇分销网络,同时深化装企协同、强化专卖店精细化运营、小微合伙人计划及构建电商全域营销矩阵,形成线上引流、线下落地服务的完整闭环,以"虹哥汇"为核心载体,借助常态化直播、云商城、AI赋能及创业扶持等多元举措,持续提升会员活跃度与粘性。产品端,聚焦防水、砂浆核心基本盘,加速C端场景化产品创新,在快干、防霉、净醛等关键技术领域取得突破,并荣获多项国内外权威环保认证。C端服务方面,雨虹服务持续完善一站式家居防水修缮服务体系,落地服务分销化与双包交付模式,加速推进地级市全覆盖,构建全国统一标准的专业化服务网络。2026年上半年,民建集团实现营业收入50.64亿元,同比增长6.65%,占公司营业收入比例为34.06%。

1)品牌发展:品牌势能持续提升,"雨虹"服务品牌加速迭代升级,依托公司防水交付服务的专业积淀,带动防水维修、美缝交付等其他服务业务的市场认知度同步提升。深化线上、线下、渠道等多场景营销布局,实现品牌认知度与业务转化率的双重提升。线上传播层面,紧扣消费者前端搜索需求,加大自媒体平台投入力度,打造IP矩阵,以搜索广告、品牌专区、本地生活运营实现精准流量嫁接;同时发力品牌自播与高德地图、美团大众点评等平台的本地团购业务,抢占用户心智,高效赋能业务增长。线下投放层面,精细化布局高铁、地标等核心点位,并赋能下沉市场品牌认知;持续扩大户外门头广告覆盖规模,全面升级多镇墙体广告视觉,与消费者生活应用场景及深度痛点绑定,打通品牌从认知到熟悉的完整路径。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生态,通过经销商直播、"玩转乡镇"集市推广等创新形式,持续提升合作伙伴业务转化能力。

2)渠道发展:构建多层次、全链路、生态化的渠道竞争优势。推进渠道下沉战略,以县域乡镇市场为重点突破口,持续向市场纵深挺进。通过精细化品类规划与网格化终端布局,进一步加密分销网络,提升终端覆盖率与渗透率;强化核心店的标杆运营效能,聚焦店面形象升级、产品结构优化与服务体验提升,充分发挥核心店的区域辐射与市场带动作用;以数字化赋能与系统化培训为抓手,提升合作伙伴的经营质效,助力其实现从传统经销商向专业化、公司化运营商的转型升级;深化装企协同,推动产业链上下游深度融合,同时加大中小家装渠道开发力度,精准对接中小装企需求,建立灵活高效的合作模式,扩大在新兴增量市场的份额。

专卖店渠道方面,持续提升民建专卖店经营质量。依托成熟运营体系搭建标准化可复制的门店模型,重点向县域、乡镇区域市场拓展,借助小微合伙人创业扶持计划,吸引更多合伙人返乡创业,持续加密下沉市场零售网点布局。深度融入雨虹服务体系,构建"线上获客引流、线下交付履约"的业务闭环,推动产品销售与双包施工服务能力协同升级;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,持续拓展线上销售渠道,面向C端消费者常态化开展直播带货,同时运营高德商户通精准搜索雨虹专卖店、布局小红书平台深耕内容种草运营等,赋能终端门店客源转化,积极探索线上线下深度融合的新零售模式。

电商渠道方面,构筑全域电商营销销售矩阵,将内容传播作为品牌数字化传播核心,精准触达目标客群,开展新品类前瞻性试水;以用户需求为导向优化产品运营,持续提升交易转化,深化供应链协同,构建线上引流与线下服务闭环,持续推动品牌价值提升与业绩稳步增长。

3)会员运营:持续深化以"虹哥汇"为核心的会员运营体系,同时常态化推广会员直播,通过逢九会员日直播、虹哥有约直播、虹大师工具线上优惠直播等形式,直达会员端,有效提升会员活跃度与粘性。平台增设云商城板块,为会员打造一站式便捷采购渠道,同时引入AI智能赋能,依托数字化工具为会员提供智能产品选配、施工技术支撑,提升终端经营与服务效率;持续推进小微合伙人创业扶持计划,依托已建成的"核心会员回乡创业平台"输出资源赋能,扶持具备能力的会员返乡深耕乡镇市场,增强会员忠诚度与归属感,助力渠道下沉与空白市场渗透。

4)产品发展:持续聚焦防水、砂浆品类核心基本盘,围绕应用场景加速产品创新迭代,聚焦满足C端消费需求的产品开发,强化维修、焕新及DIY场景产品及解决方案的推广。产品在快干快装、轻质隔音、隔热反射、防潮防霉、抗菌抗病毒、净醛零醛等技术领域实现突破,同时获得德国EC1plus、法国A+、绿色建材、儿童建材、绿色十环、中国抗菌协会等国内外多项权威环保认证,为消费者提供更安全、更高品质的产品体验。

(2)C端服务平台

报告期,公司C端专业服务品牌"雨虹"持续深化一站式家居防水修缮服务体系建设,在原有6大业务板块、13大服务场景基础上迭代升级,围绕渠道赋能、模式创新、服务下沉及产业链协同多维发力,提升品牌市场化运营能力与终端服务覆盖广度。

雨虹服务重点推进服务分销化落地,建立一店一码数字化项目。借助数字化工具打通门店服务溯源、订单派单、过程监管及售后追溯全链路,将标准化专业服务能力高效输出至各级经销商与终端门店,赋予渠道伙伴可落地、可量化、可盈利的服务变现能力。同时,持续推进双包服务纵深渗透,完善包工包料一体化交付标准,提升项目交付稳定性与客户满意度。报告期内,雨虹服务实现工单达13万单,分销码覆盖2万余家门店。

在B端渠道拓展层面,雨虹服务深耕装修企业战略合作渠道,建立常态化装企对接机制;同时重点布局新媒体平台运营,整合平台流量、供应链与服务能力,精准赋能渠道合作伙伴,实现资源共享、能力共赋、价值共创。

面向终端消费者,雨虹服务始终秉持"服务百姓,拒绝渗漏"核心宗旨,坚守"专业、高效、保障、全面"服务内核,依托成熟的施工标准化培训体系及线上线下一体化人员赋能机制,不断打磨全流程服务规范,夯实从上门勘测、标准化施工、完工验收到长效质保的闭环服务能力。报告期,雨虹服务持续扩大家庭服务覆盖体量,加速构建全国化服务网络,全面提升终端服务触达能力,形成覆盖全国、响应及时、交付标准统一的专业服务体系,为消费者打造安全、健康、宜居的品质居住空间,以实际行动响应国家号召,助力万千家庭构建高品质家居环境,推动行业高质量发展。

(3)建筑涂料零售

报告期,建筑涂料零售业务持续深化品牌建设与市场拓展。公司对"Caparol德爱威"与"Alpina阿尔贝娜"实施双品牌差异化定位:"Caparol德爱威"以"来自德国的功能涂料"为核心价值,凸显其百年品牌底蕴、德国精工工艺与环保创新能力;"Alpina阿尔贝娜"秉持"护墙如护肤"品牌理念,依托德系品质,传递对家居空间的细腻人文关怀。两大品牌合力打造涵盖内墙涂料、艺术涂料、外墙涂料及基辅材料的全品类产品矩阵,持续升级产品性能、提升环保指标,为市场提供多元化、差异化涂装选择。

建筑涂料零售业务聚焦涂料核心主业,紧扣终端市场需求,不断迭代产品性能,优化产品线布局,精准匹配消费者痛点与个性化需求,同时持续夯实双品牌运营策略,通过实现前端定位差异化与后端资源协同性,稳步释放品牌合力。"Caparol德爱威"重点布局中小家装公司与核心工长渠道,拓宽市场覆盖面;"Alpina阿尔贝娜"深耕高端设计师及连锁家装渠道,立足高端家装赛道。渠道建设与终端赋能层面,持续强化渠道规范管理,稳步推进渠道深耕与市场下沉;借助精细化运营与数字化工具赋能终端门店,同步推进线上流量运营与线下门店形象升级,持续提升终端运营效率。会员体系运营方面,通过搭建客户画像,精准触达目标客户群体,运用多元化营销策略提升会员粘性;加强线下专卖店联动运营,搭建高效互通、提质增利的客户生态,为建筑涂料零售业务长期稳健发展筑牢根基。

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,公司全力发展不同类型合伙人,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,升级和优化合伙人开发与管理机制,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;持续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。公司涂料砂粉科技集团,下设德爱威公司、华砂公司、砂石粉体公司、矿业公司、供应链管理中心等组织架构,通过资源深度嫁接、生态高效协同,整合矿山资源链条+涂料+辅材全产业链要素,为客户提供一站式供应解决方案,持续扩大业务覆盖与市场渗透。

砂粉业务持续整合构建专业的砂粉精益生产体系,推动行业品类价值链落地,依托北、上、广为核心基地的研发及应用技术团队,以多元化渠道布局为基石,持续巩固特种砂浆系统产品核心优势,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,不断扩大砂浆粉料市场占有率,提升品牌影响力。砂粉业务在持续以瓷砖辅助体系、墙面涂装体系等主力产品体系为核心、夯实业务基本盘的同时,快速推进"扩品类、拓渠道、强服务、共盈利"战略落地,推出轻质瓷砖胶、抗裂砂浆系列、防水砂浆系列、无忧地坪系统及其配套产品、柔性生态石材等产品,并探索盾构配套砂浆、土壤固化技术、瓷砖辅助系统稳定性研究等新技术的研发与应用,以满足不同应用场景下的客户多元化需求。报告期,公司首个循环经济石膏板生产研发物流基地在广东韶关奠基,进一步完善公司"防水—砂浆—涂料—石膏板"全产品矩阵,通过"电厂+建材"一体化模式,依托电厂蒸汽与脱硫石膏资源,将工业固废就地转化为绿色建材,实现资源循环利用与减碳降耗双重目标,推动能源与建材产业深度融合。

涂料砂粉科技集团依托公司供应链整合优势,持续以"成本、质量、新品孵化"为核心工作,不断丰富产品品类,推动产品价值链与供应链落地,通过组建专业化团队,打造新品核心竞争力,着力开发专业客户,有效提升新品销量。同时,通过合理布局生产供应基地,实现敏捷反应与服务,降低综合物流成本,持续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。

公司持续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。截至本报告披露日,天鼎丰沙特生产基地项目4条聚酯胎基布生产线顺利投产,增强了公司在非织造布领域产品国际化快速响应与稳定供应能力,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。与此同时,东方雨虹休斯敦生产研发物流基地项目目前处于设备安装阶段,一期计划主要建设TPO防水卷材生产线及北美研发中心;天鼎丰加拿大生产研发物流基地有序建设中,该项目由天鼎丰与合作伙伴共同投资建设,旨在提升公司在北美及欧洲市场的全链条服务能力;东方雨虹墨西哥生产研发物流基地有序建设中,该项目第一阶段主要建设砂粉及水性涂料生产线及配套仓储物流中心,投产后将增强本地供应能力,提升交付效率;东方雨虹巴西生产研发物流基地部分生产线试产成功,将进一步提升公司在拉美区域的市场响应速度与综合服务能力。

海外并购方面,公司全资子公司东方雨虹巴西有限公司(OYH BRAZIL LTDA.)收购巴西水泥添加剂及混凝土外加剂供应商Novakem Ind ú stria Qu í mica Ltda.60%股权,充分利用其在外加剂产品领域的综合优势,助力公司立足巴西并拓展拉美市场,进一步完善海外业务布局;公司全资子公司香港东方雨虹投资有限公司收购香港塑料管道系统供应商The Universal Hardware & Plastic Factory Limited(世界五金塑胶厂有限公司),通过整合制造端的供应链优势、创新研发能力与市场营销体系,携手世界五金开展深度资源整合,进一步提升公司在国际市场的综合竞争力;公司控股子公司印尼东方雨虹有限公司(PT Oriental Yuhong Indonesia)拟分别以增资及股权收购方式取得印尼防水涂料供应商PT Inter Aneka Lestari Kimia55%股权,以股权收购方式取得PT Adhi Cakra Utama Mulia55%股权,通过发挥两家公司在当地建材领域的综合优势,助力公司立足印尼并拓展东南亚市场,持续完善海外业务布局。

积极开展国际间业务交流与合作:印尼东方雨虹与印尼乡村官员协会(PPDI)签署战略合作协议,旨在推动PPDI推行的全国乡村翻新工程建设,为乡村房屋建筑翻新项目提供东方雨虹技术标准、产品体系及相关服务;东方雨虹海外发展集团与孟加拉知名建筑企业AKSID INDUSTRIES LTD签署战略合作协议,双方将在建筑材领域深度协作,共同开拓孟加拉基础设施、商业住宅、工业厂房等多元市场;东方雨虹海外发展集团与韩国领先玻璃建材企业BICHUMI GLASS CO.,LTD签署战略合作协议,双方将聚焦韩国高端建筑市场对品质的追求,共同研发并提供"玻璃+密封胶"一体化系统解决方案;举办粤港澳建造业高质量发展与绿色建材应用示范交流会,围绕绿色建材应用、建造业高质量发展及产业人才建设等议题展开深入交流,共同探索粤港澳建造业协同发展的新路径;携旗下多个业务板块先后亮相第23届越南国际建材展、CHINAPLAS 2026国际橡塑展、第139届广交会、第二十七届全国医院建设大会暨国际医院建设、装备及管理展览会(CHCC2026)、第17届国际基建高峰论坛、2026中国国际涂料博览会等。

(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、管业、建筑涂料、保温、防腐等非防水业务,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、建筑涂料零售等业务板块负责管理,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。报告期,受上游部分大宗原材料价格持续攀升、下游整体需求不及预期等因素叠加,行业供给端加速出清,供需格局不断优化。尽管行业发展仍面临诸多挑战,但行业企业主动破局,一方面,行业企业先后调整产品价格以传导原材料上涨带来的不利影响;另一方面,通过多元化布局、拓展新赛道与国际化转型,聚焦基础设施建设、城市更新等增量市场,展现出较强发展韧性,行业集中度持续提升。此外,国家持续推进"两重"项目和"两新"政策实施、安全舒适绿色智慧的"好房子"建设等工作,以及国际市场的积极开拓,防水行业将迎来诸多机遇。

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

2026年8月20日

证券代码:002271　证券简称:东方雨虹　公告编号:2026-065

北京东方雨虹防水技术股份有限公司第九届董事会第九次会议决议公告

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。

2026年8月19日,北京东方雨虹防水技术股份有限公司(以下简称"公司")第九届董事会第九次会议在公司会议室以现场及通讯相结合的方式召开。本次会议通知已于2026年8月9日通过专人送达、邮件等方式送达给全体董事。会议应到董事9人,实到董事9人,董事会秘书列席会议,会议的召开符合《公司法》及《公司章程》的相关规定。会议由副董事长许利民先生主持,全体董事经过审议通过了如下决议:

一、审议通过了《2026年半年度报告及其摘要》

表决结果:同意9票,反对0票,弃权0票。

公司《2026年半年度报告全文》详见中国证监会指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn),《2026年半年度报告摘要》详见公司指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

本议案已经董事会审计委员会审议通过。

二、审议通过了《关于2026年半年度计提资产减值准备及核销资产、资产报废处置的议案》

表决结果:同意9票,反对0票,弃权0票。

根据《企业会计准则》等相关规定,公司在资产负债表日对截至2026年6月30日的公司各类资产进行了全面清查,对相关资产价值出现的减值迹象进行了充分分析和评估,经减值测试,从谨慎性角度出发,公司需计提相关资产减值准备;公司对部分预期无法收回且已全额计提坏账准备的应收账款及其他应收款进行核销;公司对部分生产设备等资产进行盘点和评估,并对无法满足生产经营需求的部分资产进行报废处置。公司本次计提资产减值准备及核销资产、资产报废处置是基于谨慎性原则而做出,符合《企业会计准则》等相关规定及公司资产实际情况,能够更加公允地反映公司的财务状况以及经营成果,具备合理性,不会对公司的正常经营产生重大影响。

具体情况详见2026年8月20日刊登于公司指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于2026年半年度计提资产减值准备及核销资产、资产报废处置的公告》。

本议案已经董事会审计委员会审议通过。

三、审议通过了《关于变更会计政策的议案》

表决结果:同意9票,反对0票,弃权0票。

本次会计政策变更是公司根据国家财政部相关文件要求进行的合理变更,符合《企业会计准则》及相关规定,能够更准确、公允地反映公司经营成果和财务状况,不存在损害公司及股东利益的情形,决策程序符合有关法律法规和《公司章程》等规定,同意本次会计政策变更。

具体情况详见2026年8月20日刊登于公司指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于变更会计政策的公告》。

本议案已经董事会审计委员会审议通过。

四、审议通过了《关于2026年半年度计提资产减值准备及核销资产、资产报废处置的议案》

表决结果:同意9票,反对0票,弃权0票。

为加快债权清收,实现资金回笼,改善资产结构,优化公司财务状况,保障公司及全体股东利益,2026年上半年,公司作为债权人通过取得部分下游客户已建成的住宅、车位、商铺、办公用房等(以下简称"抵债资产")用于抵偿其所欠付公司款项,相关债权的账面价值共计10,462.11万元;公司作为债务人向债权人抵出抵债资产或自有房产用于抵偿公司欠款,相关债务的账面价值共计2,534.28万元,以上交易构成债务重组(统称"本次债务重组")。

本次债务重组,公司作为债权人的债务重组账面价值共计10,462.11万元,占公司最近一期经审计净资产的比例为0.52%;公司作为债务人的债务重组账面价值共计2,534.28万元,占公司最近一期经审计净资产的比例为0.13%。根据《深圳证券交易所股票上市规则》《上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关规定,本次债务重组事项将提交董事会审议,无需提交股东会审议。本次债务重组事项不构成关联交易,也不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。

具体情况详见2026年8月20日刊登于公司指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《关于债务重组的公告》。

本议案已经董事会审计委员会审议通过。

五、审议通过了《关于出售资产的议案》

表决结果:同意9票,反对0票,弃权0票。

为盘活闲置固定资产,处置非生产资料,提高公司资产运营