



证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2023-018

北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 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：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 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

公司致力于新型建筑防水材料的研发、生产、销售和防水工程施工业务领域，目前已形成以主营防水业务为核心，民用建材、建筑涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮、非织造布、特种薄膜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、国家会议中心、鸟巢、水立方、中国尊、北京大兴国际机场等中国标志性建筑和港珠澳大桥、京张铁路、京沪高铁、京津城际、北京地铁等国家重大基础设施建设项目。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、建筑装饰涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮、非织造布、特种薄膜等多领域，旗下设有东方雨虹（工程业务）、风行（防水）、雨虹防水（民用建材）、德爱威（建筑涂料）、华砂（特种砂浆）、洛迪 1813（硅藻泥）、壁安（建筑粉料）、卧牛山节能（节能保温）、孚达科技（节能保温）、炆和（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）、虹石科技（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、工程业务。报告期内，公司深化省区一体化经营，推动“弱总部、强腰部、壮大底部”的组织构架变革，挖掘优势资源、全面提质增效，打破渠道壁垒、持续渠道下沉、升级渠道政策、打造渠道领先优势，各区域一体化公司通过聚焦本地市场、属地专营，充分整合当地客户及市场渠道资源，加强所属区域市场覆盖率和渗透率，不断消除空白市场与薄弱市场，直销及工程渠道深度融合、协同作战，更好地服务于市场和客户，提升市场占有率；报告期内，公司坚持合伙人优先，持续赋能合伙人发展，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、品牌及资源等综



合优势，发展认同公司文化和发展理念的合伙人，通过完善市场管理、信用管理，培育合伙人的业务拓展能力、技术能力及服务能力等方式加大对合伙人的扶持力度；进一步巩固与开拓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、保障性住房及城市更新等非房地产领域的销售和推广力度；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。

2、零售业务。报告期，以民建集团、建筑涂料零售（或称“德爱威涂料零售”）为代表的 C 端零售业务厚积薄发、稳扎稳打，报告期保持稳步增长态势。

（1）民建集团

报告期内，民建集团始终聚焦防水防潮系统和铺贴美缝系统的双主业发展战略，全力培育防水涂料、卷材维修类、瓷砖铺贴类、美缝类、腻子粉及加固剂等墙辅类材料、胶类以及管业等产品线，持续引领防水涂料、防水卷材行业新发展，在稳固防水基本盘的同时，加速提升瓷砖胶、美缝剂双品类市场占有率，孵化培育腻子粉、加固剂等墙辅材料及胶类、管业等新品类，更好满足消费者对美好健康人居环境的追求，为每一位消费者造就一个安心之家，提升居住品质、守护万千家庭，现已成为广受消费者青睐的建材家居品牌。2022 年，民建集团实现营业收入 60.78 亿元，同比增长 58%。

1) 品牌发展：着力提升品牌影响力，全域辐射覆盖，打造品牌声量。以人群圈层拓展赋能增长为策略，夯实专业人士与设计师圈层传播的同时，线下着力从门店数量提升、产品陈列优化、户外广告等加大终端消费的拉力动作入手，不断渗透线下市场。线上平台广布局，覆盖范围包含官网、微信公众平台、微信视频号、新浪微博、抖音、知乎、小红书等媒体平台，持续加大高权重媒体的多点渗透。线上线下结合，从用户心智认知入手，构建立体化的品牌认知，扩大品牌影响力。

2) 渠道发展：稳增长、重质量，持续渠道深耕。重点关注薄弱市场，加大全国城市覆盖率，扶持专业客户做大做强；持续增拓销售网点的同时，注重渠道经营质量，通过网点分级、强化拜访等举措，稳固传统强势渠道，保障渠道持续健康快速发展。强化渠道信息化管理，利用信息化平台实现业务人员销售网络的线上管理，打造实时高效+便捷检核的业务工作模式。截止报告期末，民建集团通过灭空白、拓品类、强分销等关键举措，成绩显著，发展经销商数量已突破 4000 家，分销网点 16 余万家，分销门头近 4 万家。同时，



继续加强与装饰公司、工装公司的合作力度，实现品牌强强联合，目前已与万余家装饰公司建立合作关系。

专卖店渠道，重运营。全国专卖店围绕高端化、多样化、专业化进行店面体验升级，其中消费者体验店开设于红星美凯龙等家居卖场，消费体验高端化；全国专卖店搭建统一的零售管理平台，严格的零售价核查机制，金牌导购培训上岗，门店管理专业化；布局多品类多档位的产品体系，配套防水、铺贴、美缝和维修服务，消费选择多样化。

电商渠道快速发展，服务 C 端、赋能渠道。与天猫、京东、拼多多、抖音等多家电商平台持续深入合作，并与专卖店合力打造完善的线上线下店铺销售矩阵。充分运用线上信息高效传播的优势，提供更清晰的产品展示，更高效的为消费者提供优质产品。此外，公司已在线上平台开通防水施工、美缝施工、室内刷新等多项服务项目，持续优化线上线下互通状态，深入落实新零售模式，为渠道充分赋能。

3) 会员运营：民建集团长期致力于专业人士端的会员运营，完善以“虹哥汇”为核心的会员运营体系，精准锁定工长等专业人士，构建“公司-经销商-专卖店-会员”综合运营体系架构。会员对于产品购买、学习培训以及创业的需求，都可以通过“虹哥汇”会员平台实现。“虹哥汇”会员权益丰富，包含等级权益、积分福利、会员日福利等，会员深度绑定全国专卖店，并享有专卖店专属会员服务。截至报告期末，“虹哥汇”会员数量已突破 200 万人。

4) 产品发展：聚焦建筑建材产品，从规模经济和范围经济双重角度寻求可持续的增长之路。报告期，民建集团始终围绕健康环保和节能减耗打造产品力，助力国家碳达峰战略决策，推出清味系列防水涂料、抗菌全系列家装产品、金属屋面防水卷材、可外露沥青涂料、多倍防霉收边胶、双重防护管等系列产品。环保认证及相应等级不断加码，多产品在陆续取得中国环境认证（十环）、法国 A+认证、德国 EC1plus 认证、CIAA 抗菌认证的基础上，增加了绿色产品认证、绿色建材认证。

5) 服务布局：民建集团加快服务体系布局，以专卖店为载体结合现场服务管理系统向终端业主提供“雨虹防水维修服务”、“雨虹美缝服务”、“雨虹防水施工服务”等专业化服务，进一步提升品牌在终端消费者心中的影响力，切实解决终端消费者的实际需求。

(2) 建筑涂料零售

德爱威建筑涂料零售业务始终秉持德国品牌调性及产品品质体验，以产品为核心结合德式涂装工艺进行系统化推广，发挥德国产品在色彩和功能上的优势，打造“护墙如护肤”



的产品理念以及 2088 色彩体系，成为目前国内既具有百年涂料背景又契合年轻消费者需求的涂料品牌。

1) 通过产品品类开拓、爆品打造、德式涂装赋能等方式实现加盟逾 1600 家经销商合伙人，终端销售网点达到 18000 家。

2) 以爆品为突破口带动整体产品销售增长，形成产品运营和销售的梯级体系，逐步形成产品场景销售护城河。

3) 在色彩体系加持下，与约 200 个头部家装公司及区域 4000 多个家装公司开展合作，并在全国重点市场建立了 1400 余家专卖店，通过前述合作实现品牌宣传推广及产品引流。

4) 在会员推广方面，深入探索互联网互动新方式，赋能新零售。于行业内率先启动“万象崛起”的会员推广创新方案，建立会员客户画像，锁定专业人士，并逐步沉淀专业会员百万名，结合多种营销方式增加会员的粘性，带动会员复购。

3、新兴业务。报告期内，以建筑修缮、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) 报告期内，建筑修缮集团践行“助建筑百年无忧，护百姓安居乐业”的发展战略，深度布局“2G、2B、2C”建筑修缮服务市场，逐步推行“百城千店万站亿客”计划，显示出了长期发展优势、产品线优势、技术服务优势、市场优势“四大优势”，同时深度融合“解决问题，满足需求”的价值链、产业链、供应链，积极探索“智能化、数字化、流程化”移动互联服务模式，助门店实现“服务找人”的突破，增强门店的主动获客能力，用精益化管理促进门店利润增长，协同保险公司搭建覆盖建筑全生命周期的服务模式。其中，雨虹到家服务建设双品牌+强渠道运维模式，构建聚焦于房屋修缮类的“防水修缮、墙面修缮、空气修缮、暖通修缮、门窗定制、空间优化、智能改造、装配卫浴”等一站式服务。作为公司布局家装家居板块的重要战略之一，雨虹到家服务与京东集团旗下京东居家等业务板块就线下门店及商品供应链合作、到家业务、服务商品化等方面深度合作，共建家装建材、建筑修缮行业“线上+线下”全渠道、“商品+供应链+履约服务”一体化的生态圈，实现建筑修缮领域的品牌赋能和渠道赋能。截至本报告披露日，东方雨虹建筑修缮集团在全国已布局服务中心、社区服务站等 500 余家门店。

(2) 报告期内，砂粉科技集团始终秉持“让客户省心、放心、安心”的经营理念，携旗下华砂、壁安两大品牌，以多元渠道布局为基石，专注特种砂浆、建筑粉料等绿色建材领域，并向上延伸发展砂石骨料、精品砂等上游原料，力求为客户提供高品质的产品与



服务。砂粉科技集团现有“瓷砖铺贴体系、墙面涂装体系、保温粘结体系、地面找平体系、基础修建体系”等 5 大产品体系、28 类系统解决方案，满足客户对不同应用场景的需求，同时已打造全国性的生产基地布局，并以工厂为原点，建立“研产供销服”一体化公司，力争实现全国范围内 300 公里供应半径 24 小时使命必达。

(3) 报告期内，公司旗下虹昇（北京）新能源科技有限公司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系统营造商，业务领域包括光伏工程 EPC+F 及运维服务、风力发电、储能系统、光储充一体化服务及综合能源配套服务。旗下“虹昇”分布式光伏屋面系统已形成涵盖研发、设计、制造、施工、运行等各环节的全周期多维产业链条，能够高效应对工商业厂房光伏屋面建设需要，并已成功应用于汽车厂房、数据中心等众多项目及公司自有新建和既有生产研发物流基地的光伏工程中。报告期内，公司自研光伏胶膜成功试产，标志着公司光伏产业链向上游进一步延展。公司积极与光伏上下游企业开展合作，其中与晶澳太阳能科技股份有限公司携手打造的雨虹晶澳新能源科技有限公司成立，开启全面布局“光伏+防水”市场；与中国电力进行战略合作，探索新能源开发、建筑防水光伏和节能等业务合作；与固德威技术股份有限公司开展合作，通过优势资源互补，在光伏领域开展合作。2022 年 7 月，虹昇（北京）新能源科技有限公司获评 2022 年度“北极星杯”综合能源服务优秀案例企业。未来，虹昇（北京）新能源科技有限公司将继续依托公司积累的客户资源、销售渠道的协同性、良好的品牌影响力及系统服务能力，快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。

（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房地产公司、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，保持公司业绩的持续稳定增长提供了重要保障。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、工程市场由北方区、华东区、华南区三大片区及专注于铁路、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，北方区、华东区、华南区下辖各省区一体化经营公司及各集采事业部，集采事业部聚焦服务于全国性大型战略合作客户，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；各区域一体化公司负责公司产品在本地工程市场的销售及服务，通过聚焦本地市场、属地专营、渠道持续下沉，充分整合当地客户及市场渠道资源、加强所属区域市场覆盖及渗透，各销售渠道及业务条线协同作战，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，发展建筑涂料、砂浆粉料、保温节能等业务，为客户提供完善的建筑建材系统解决方案。

2、零售渠道经销商，分别由公司下属民建集团、建筑涂料零售业务板块及修缮集团雨虹到家服务板块负责管理，通过建立家装公司、建材超市、建材市场、社区服务站经销商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市场。

（三）行业的基本情况及公司所处的行业地位

公司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，防水建筑材料应用领域广泛、行业空间较大、景气度较高。

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，落后产能过剩，行业竞争不规范，行业环保问题突出。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，下游客户对防水产品品质要求不断提高，大型防水企业的竞争力逐步增强，防水制造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，成为中国具有竞争性和成长性的行业龙头企业，行业地位突出。

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	50,555,779,624.44	49,733,226,928.38	1.65%	27,846,648,780.80
归属于上市公司股东的净资产	26,807,182,612.69	26,294,395,090.54	1.95%	14,614,377,078.75
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	31,213,835,246.24	31,934,201,004.74	-2.26%	21,730,373,038.52
归属于上市公司股东的净利润	2,120,297,575.39	4,204,699,487.90	-49.57%	3,388,870,065.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,802,763,332.92	3,867,427,213.50	-53.39%	3,091,374,862.33
经营活动产生的现金流量净额	654,012,763.96	4,114,675,325.17	-84.11%	3,951,695,455.50
基本每股收益（元/股）	0.85	1.74	-51.15%	1.51
稀释每股收益（元/股）	0.84	1.70	-50.59%	1.46
加权平均净资产收益率	7.97%	19.92%	-11.95%	27.37%

(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	6,308,586,697.46	8,998,126,812.65	8,071,951,673.22	7,835,170,062.91
归属于上市公司股东的净利润	317,225,196.33	649,171,842.92	688,423,552.82	465,476,983.32
归属于上市公司股东	296,641,007.89	593,748,628.29	631,735,694.77	280,638,001.97



的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-4,784,387,562.47	-2,195,980,813.23	-982,216,995.18	8,616,598,134.84

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	149,570	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	137,384	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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
李卫国	境内自然人	22.69%	571,332,887	428,499,665	质押	281,713,640	
香港中央结算有限公司	境外法人	13.15%	331,059,553	0			
许利民	境内自然人	2.87%	72,269,250	61,701,937			
富诚海富资管-北京东方雨虹防水技术股份有限公司2021年员工持股计划-富诚海富通东方雨虹员工持股单一资产管理计划	其他	1.96%	49,471,665	0			
德弘美元基金管理公司-德弘美元基金二期	境外法人	1.83%	45,969,375	0			
招商银行股份有限公司-睿远成长价值混合型	其他	1.58%	39,713,020	0			



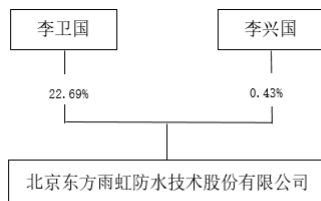
证券投资 基金						
建岐实业 投资— Janchor Partners Pan— Asian Master Fund— RQFII	境外法人	1.39%	34,974,679	0		
科威特政 府投资局	境外法人	0.99%	24,826,563	0		
阿布达比 投资局	境外法人	0.94%	23,682,220	0		
UBS AG	境外法人	0.92%	23,238,456	0		
上述股东关联关系或一 致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东 情况说明（如有）	公司股东富诚海富资管—北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年员工持股计划—富诚海富通东方雨虹员工持股单一资产管理计划通过融资交易买入公司股票 49,471,665 股。					

(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

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 年第一期应收账款绿色资产	22 东方雨虹 ABN001 优先	082282001	2022 年 12 月 15 日	2023 年 09 月 18 日	47,500	4.30%



支持票据（科创票据）优先级						
北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 年第一期应收账款绿色资产支持票据（科创票据）次级	22 东方雨虹 ABN001 次	082282005	2022 年 12 月 15 日	2023 年 09 月 18 日	2,500	
报告期内公司债券的付息兑付情况	无					

（2）公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

报告期内，大公国际资信评估有限公司于 2022 年 7 月 12 日出具了《北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 年度信用评级报告》，确定本公司主体长期信用等级为 AAA，评级展望为稳定；于 2022 年 10 月 11 日出具了《北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 年第一期应收账款绿色资产支持票据（科创票据）信用评级报告》，确定优先级资产支持票据的信用等级为 AAAsf。

（3）截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	本年比上年增减
资产负债率	46.22%	46.35%	-0.13%
扣除非经常性损益后净利润	180,276.33	386,742.72	-53.39%
EBITDA 全部债务比	15.47%	25.35%	-9.88%
利息保障倍数	14.15	36.38	-61.11%

三、重要事项

（一）概述

2022 年，面对复杂严峻的国际环境和超预期因素挑战，国家坚持稳中求进工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，经济逐步回稳向好，发展质量稳步提升。

报告期内，东方雨虹以笃定信心、挺膺担当的奋斗姿态，以脚踏实地、稳扎稳打的实干精神，应变局、育新机、开新局、谋发展，在“去伪存真、刚骨安身、上下同欲、自我革新”的总战略引领下，恪守《东方雨虹基本法》的核心理念和原则，直面市场不确定性，凝心聚力、同舟共济、砥砺前行。



报告期内，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，坚持稳健经营、锐意创新及技术领先；坚持以客户为中心，奉行长期主义、持续艰苦奋斗，以优质的产品专业的系统服务为基础，为客户提供贯穿项目全生命周期的一站式建筑建材系统服务，持续打造成为卓越的建筑建材系统服务商，并致力于成为全球建筑建材行业最有价值企业。报告期内，公司始终以客户需求为导向，聚焦建筑防水行业，向民用建材、建筑涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮等领域延伸，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，以客户需求为中心，为客户提供更为完善的建筑建材系统解决方案。此外，公司积极布局非织造布、特种薄膜、VAE 乳液、VAEP 胶粉等上游产业，提升公司供应链抗风险能力，进一步构筑公司更深、更宽的护城河。

报告期内，公司始终坚持 C 端优先战略：其中民建集团聚焦防水防潮系统和铺贴美缝系统的双主业发展战略，持续引领防水涂料、防水卷材行业新发展，在稳固防水基本盘的同时，加速提升瓷砖胶、美缝剂双品类市场占有率，孵化培育腻子粉、加固剂等墙辅材料及胶类、管业等新品类，更好满足消费者对美好健康人居环境的追求，为每一位消费者造就一个安心之家，2022 年，民建集团实现营业收入 60.78 亿元，同比增长 58%；德爱威建筑涂料零售业务始终秉持德国品牌调性及产品品质体验，以产品为核心结合德式涂装工艺进行系统化推广，发挥德国产品在色彩和功能上的优势，打造“护墙如护肤”的产品理念以及 2088 色彩体系，成为目前国内既具有百年涂料背景又契合年轻消费者需求的涂料品牌；建筑修缮集团雨虹到家服务围绕家庭修缮市场形成渗漏维修、暖通修缮、空气修缮、墙面修缮、空间优化、智能改造等多元化服务模式及一站式解决方案，真正从解决客户痛点的角度出发，通过流程专业化、服务标准化为消费者带来全屋、全修、全新、全心的体验，为百姓安居乐业护航。

报告期内，公司坚定不移走绿色可持续发展道路，通过新材料、新技术、新工艺等的应用，提升产品服务效率、降低能耗、减少碳排放，助力“碳达峰、碳中和”；贯彻落实精益生产管理、研发技术创新与科技成果转化，依托强大的研发团队和完备的建筑建材产业体系，围绕实施绿色节能、低碳环保、技术积累、创新提效、智能制造等方面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，增强企业创新驱动发展力，推动科技成果转化与应用。截至报告期



末，公司累计拥有有效专利 1522 件（其中发明 425 件，实用新型 942 件，外观设计 155 件），国外有效专利 12 件。

报告期内，公司旗下卧牛山节能板块秉承绿色低碳环保可持续发展的理念，持续探索降低建筑能源消耗、提高建筑安全性能、推动绿色建筑行业发展，积极投身碳减排碳中和工作，丰富和完善低碳领域的系统应用，全力打造建筑全生命周期碳排放管理的企业定位。其中卧牛山近零能耗 EPC 服务体系已经形成，2022 年近零能耗系统申请专用材料专利 6 项，发表论文 2 篇，为进一步丰富产品线、拓展产品适用领域、减少碳排放夯实基础。在国家推广绿色建造方式，加快推进新型建筑工业化，大力发展装配式建筑的政策背景下，以卧牛山保温装饰一体板和卧牛山装配式内装系统为代表的一系列产品和系统投放市场，同时通过以应用场景解决方案的方式为客户提供从设计到施工的一站式、全周期服务，在提升项目建设装配化程度的同时，为客户带来更加丰富多彩的装饰效果。同时，卧牛山旗下上海炆和新材料科技有限公司凭借行业领先的岩棉、玻璃棉生产技术，通过提供高品质的节能保温材料、工业建筑节能保温及声环境改善的系统解决方案，积极参与到工商业等各类建筑节能建设中。

报告期内，公司持续完善专业化的系统培训，依托课赛证体系搭建人才孵化基地，旨在提升标准化施工服务技能及培养具有全球竞争力的产业技术工人，为行业打造具备工匠精神的高技能复合型人才资源库，推动行业实现高质量发展：东方雨虹职业技能培训学校积极响应中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》中关于“鼓励上市公司、行业龙头企业兴办职业教育，鼓励各类企业依法参与兴办职业教育”的号召，在全国快速布局 30 余个分校区，开展职业技能等级认定培训及考试，并拥有建筑建材行业“防水工”、“瓷砖镶贴工”、“油漆工”等 19 个相关工种的企业职业技能等级认定资质；积极开展校企合作，深化产教融合；2013-2022 年连续 10 年主办“雨虹杯·匠人心”全国建筑防水职业技能大赛，连续 2 年承办全国装配式建筑行业职业技能竞赛等各类国家二类竞赛、行业竞赛等各级职业技能赛事，培养选拔高水平技术技能人才，为行业高质量发展提供了重要推力。报告期内，公司与全国 12 所职业院校开展校企合作，成立“东方雨虹大师工作室”，为高等职业院校毕业生提供实训实践平台 and 高质量就业机会，为社会和行业的可持续发展做出重要贡献。

公司持续推动数字化转型战略，通过各领域流程优化和数字化技术的应用，提升效率和风险防控能力、降低成本，打造核心竞争力。报告期，公司一体化营销平台全面上线，



实现了工程营销 LTC 从线索到回款的端到端业务流程拉通；结算绩效项目群已完成蓝图设计，预计上线后将解决客户对账、合伙人结算、业务员考核及奖金提成等环节的痛点，提升结算效率；MRP 完成 23 家工厂的推广应用，自动转化率达到 87%；APS 完成 25 家工厂的分单和排产推广，自动分单率到达 90%，自动排产率达到 70%；仓储和物流数字化体系重构陆续完成试点建设；制定了《东方雨虹智能工厂总体规划》，明确雨虹智能工厂在生产线及厂区物流自动化、生产执行数字化、工艺流程精益化，以及设备互联及智能分析、安全环保等方面的要求，并制定了标杆工厂的建设规划；MES 在唐山工厂成功上线，成为行业首个实现生产制造全过程可视化、数字化、成本精细化核算的标杆；财务、人力、风控、IT 四个服务共享平台在全公司应用，进一步提升了管理效率；雨虹工匠平台全面推广，现有劳工队伍超 7000 支，劳务人员超 28 万人；雨虹到家服务平台进一步优化，实现全流程数字化服务，并与部分互联网平台及物业服务平台打通，形成多网联动的一站式服务平台，实现全国 500 余家社区服务站与终端用户（业主）的有效连接，用户体验全面升级。

（二）公司经营情况

1、宏观经济与行业指标。2022 年，国内经济总量与人均水平持续提高，综合国力再上新台阶，发展基础更加坚实，经济运行总体稳定。全年国内生产总值 1210207 亿元，比上年增长 3.0%，全年人均国内生产总值 85698 元，比上年增长 3.0%。2022 年，工业“压舱石”作用得到有效发挥，全年全部工业增加值 401644 亿元，比上年增长 3.4%，规模以上工业增加值增长 3.6%，保持稳定恢复态势，其中制造业增长 3.0%。全年规模以上工业中非金属矿物制品业下降 1.5%，全年规模以上工业企业利润中，制造业 64150 亿元，下降 13.4%。全年建筑业增加值 83383 亿元，比上年增长 5.5%。

投资规模继续扩大，全年完成固定资产投资（不含农户）572138 亿元，比上年增长 5.1%。民间固定资产投资 310145 亿元，比上年增长 0.9%。基础设施投资明显提速，比上年增长 9.4%。社会领域投资增长 10.9%，实现较快增长。2022 年，计划总投资亿元及以上项目投资比上年增长 12.3%，增速比上年提高 5.4 个百分点，拉动全部固定资产投资增长 6.2 个百分点，比上年提高 2.8 个百分点。从投资先行指标看，2022 年新开工项目计划总投资比上年增长 20.2%，投资到位资金（不含房地产开发投资）增长 21.8%，为投资持续稳定增长提供了有力保障。全年房地产开发投资 132895 亿元，比上年下降 10.0%。全年全国各类棚户区改造开工 134 万套，基本建成 181 万套，全国保障性租赁住房开工建设和筹集 265 万套（间）。全年全国新开工改造城镇老旧小区 5.25 万个，涉及居民 876 万户。



2022 年，防水行业面临机遇与挑战。受大宗原材料价格高位运行、下游需求疲软等因素叠加，防水行业面临挑战。但同时，《建筑与市政工程防水通用规范》（GB 55030-2022）（以下简称“通用规范”）已于 2023 年 4 月 1 日起实施，该通用规范明确工程防水设计工作年限，从防水道数及材料厚度等多方面提出更高要求，有利于行业提质增量，此外，随着基础设施投资、城市更新等政策拉动，防水行业也将迎来诸多机遇。

2、相关行业政策变动情况及对公司的具体影响。国家及各地陆续出台一系列政策，针对防水行业从绿色发展、节能环保、城市建设、乡村振兴、职业教育、标准提升等方面加以规范。

（1）绿色发展

国家及各地先后发布推广绿色建筑发展相关政策。安徽省发布《2022 年全省建筑节能与科技工作要点》，要求全省绿色建筑新开工面积占新开工民用建筑比例达到 100%，竣工面积占新竣工民用建筑比例达到 70%以上，装配式建筑新开工面积占新开工建筑比例达到 25%以上，竣工面积占新竣工建筑比例达到 21%以上；山东省发布《关于推动城乡建设绿色发展若干措施的通知》，对城市群绿色发展、绿色低碳城市、绿色能源发展、基础设施绿色升级等方面进行规定；重庆市发布《重庆市绿色建筑“十四五”规划（2021-2025 年）》，要求力争到 2025 年末城镇绿色建筑占新建建筑比例达到 100%，全市新建建筑中绿色建材应用比例将超过 70%；杭州市发布《关于促进我市建筑业高质量发展的实施意见》，对推动行业绿色低碳发展等方面进行了规定，提出到 2025 年新建绿色建筑不少于 2 亿平方米，高星级绿色建筑占比不少于 65%。上述政策对于建筑建材企业全面贯彻落实绿色发展理念，不断探索通过自身科研创新、工艺改进、智能生产、绿色施工等方面的实践向绿色可持续发展方向转型升级起到积极促进作用。

（2）节能环保

国家发展改革委等 2 部门印发《关于完善能源绿色低碳转型体制机制和政策措施的意见》指出，“十四五”时期基本建立推进能源绿色低碳发展的制度框架，构建以能耗“双控”和非化石能源目标制度为引领的能源绿色低碳转型推进机制；住房和城乡建设部印发《“十四五”住房和城乡建设科技发展规划》明确，围绕建设宜居、创新、智慧、绿色、人文、韧性城市和美丽宜居乡村的重大需求，聚焦“十四五”时期住房和城乡建设重点任务，在城乡建设绿色低碳技术研究等 9 个方面进行规定；国务院发布《“十四五”节能减排综合工作方案》，提出到 2025 年，全国单位国内生产总值能源消耗比 2020 年下降



13.5%，能源消费总量得到合理控制；住房和城乡建设部发布《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划的通知》，提出到 2025 年，完成既有建筑节能改造面积 3.5 亿平方米以上，建设超低能耗、近零能耗建筑 0.5 亿平方米以上，装配式建筑占当年城镇新建建筑的比例达到 30%，全国新增建筑太阳能光伏装机容量 0.5 亿千瓦以上；工业和信息化部等 5 部门联合发布《智能光伏产业创新发展行动计划（2021-2025 年）》，要求提升行业发展水平，支撑新型电力系统，助力智能光伏工业、智能光伏交通、智能光伏建筑、智能光伏农业、智能光伏乡村、智能光伏电站、智能光伏通信、智能光伏创新应用等各领域碳达峰碳中和，优化光伏产业发展环境；北京市发布《关于印发〈北京市深入打好污染防治攻坚战 2022 年行动计划〉的通知》，提出力争累计推广超低能耗建筑 150 万平方米、完成 750 万平方米非节能公共建筑节能绿色改造。

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；另一方面光伏及节能低碳等政策的出台或将扩大与之相关的产业链相关产品及系统服务等体系的市场空间，对与光伏耐久性相匹配的防水材料品质也将提出更高要求。

（3）城市建设

《政府工作报告》中明确提出，持续推进以人为核心的新型城镇化，加快实施“十四五”重大工程，实施城市更新行动；国家发展改革委发布《2022 年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》，提出持续优化城镇化空间布局和形态、加快推进新型城市建设、提升城市治理水平、促进城乡融合发展，其中对推进城镇化建设、推进城市更新、加强住房供应保障、推进绿色低碳发展等内容做了规定；中央宣传部等 17 部门联合发布《关于开展青年发展型城市建设试点的意见》，提出青年发展型城市的理念内涵，到 2035 年，建设青年发展型城市成为各地转变发展方式、提升城市品质的自觉行动；住房和城乡建设部等 3 部门联合发布《关于进一步明确城镇老旧小区改造工作要求的通知》，提出把牢底线要求，坚决把民生工程做成群众满意工程，明确城镇老旧小区改造工作衡量标准。此外，北京、重庆、江苏、青岛等地分别出台城市更新、城市建设相关制度、布局相关项目，从基础设施及市政设施建设、老旧小区及棚户区改造、优化城市空间等方面加以规定，为打造可持续发展的城市建设提供制度保障。

（4）乡村振兴



中共中央 国务院《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出，加强农业基础设施建设、推动乡村产业高质量发展、扎实推进宜居宜业和美乡村建设，全面推进乡村振兴；工业和信息化部等 6 部门联合发布《关于开展 2023 年绿色建材下乡活动的通知》，要求推动绿色建材产品品种增加，产品品质提升，树立绿色建材品牌影响力，推广新型建造方式，推动绿色建材应用，助力美丽乡村建设，推动乡村产业振兴。

（5）职业教育

中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》，提出要切实提高职业教育的质量、适应性和吸引力，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠，坚持以教促产、以产助教、产教融合、产学合作，延伸教育链、服务产业链、支撑供应链、打造人才链、提升价值链，推动形成同市场需求相适应、同产业结构相匹配的现代职业教育结构和区域布局；住房和城乡建设部等 2 部门联合发布《关于开展万名“乡村建设带头工匠”培训活动的通知》，决定在培育乡村建设工匠的基础上，重点开展万名“乡村建设带头工匠”培训活动，带动乡村建设工匠职业技能和综合素质提升。

（6）标准提升

报告期，《建筑与市政工程防水通用规范》（GB55030-2022）正式发布，并于 2023 年 4 月 1 日正式实施。《通用规范》从明确和提升工程防水设计工作年限入手，从工程防水类别和使用环境类别两个维度重新定义防水等级，通过加强设计、施工、质量验收、运维全生命周期质量控制，提高防水材料耐久性要求、增加防水道数和材料厚度，满足工程防水设计工作年限要求，全面提升防水工程质量，从而为降低建筑渗漏率打下良好的基础，而高品质防水材料的需求量亦将得以进一步提升，带来整体行业的提质增量。

针对国家及地方一系列与建筑建材相关政策的制定及发布，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、标准化施工及施工工人培训、环保措施等全流程、各领域深入探索并持续改进，充分发挥并扩大公司在品牌、产品研发、产品品质、产品品类、成本优势、市场营销网络、应用技术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更多场景，走进千家万户。

3、市场竞争状况。公司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，防水建筑材料应用领域广泛、行业空间较大、景气度较高。



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，落后产能过剩，行业竞争不规范，行业环保问题突出。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，下游客户对防水产品品质要求不断提高，大型防水企业的竞争力逐步增强，防水制造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，行业地位突出。

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，就更需要在全国布局生产基地，积极开展跨区域业务。

公司在华北、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，产能分布广泛合理，确保公司产品以较低的仓储、物流成本辐射全国市场，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大幅上涨，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、功能性薄膜、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）2023 年经营计划

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，2023 年，公司以“不论寒暑，上坡加速，野蛮进化，挑战不可能”作为工作主题，全年经营计划为：

（1）全力以赴发展合伙人，实现共创、共享、共赢

落实“平台+创客”经营管理模式，升级合伙人制度、全力发展各类合伙人，合伙人渠道销售将成为公司主要的销售模式；坚持合伙人优先，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，抓实抓细各项“合伙制”工作，实现共创、共享、共赢。

（2）坚持风控优先，完善信用管控，切实提升经营质量

实行清单管控，形成信控、合同、应收、收款、诉讼的联动及闭环管理；升级授信政策+项目穿透管理，坚决执行到期应收款零容忍管控+应收款总额度管控，实时监测项目的履行情况，持续改善现金流，确保资金安全性；升级合同管理，加强过程管控，升级收款工作，全面打造一支持续作战的专业化收款团队。

（3）坚持技术创新引领，持续构建核心竞争优势

加大研发投入，完善跨公司合作、校企合作、与供应商合作等研发模式，强化核心原材料、产品系统、应用技术、智能施工等开发，持续打造公司核心竞争力。持续完善防水材料及系统的耐久性研究；提升研发效率，快速响应市场需求，支持公司特别是 C 端及海外业务发展；以国家重点实验室为平台，通过自主创新和外部合作，扩大卡脖子核心技术及上游材料研究。

（4）坚持民建优先，实现市场全面领先

抓住民用建材发展的战略机遇期，以防水防潮系统、铺贴美缝系统及新品类（墙辅、胶类、管业等）为核心，加强对渠道培育与支持，渠道建设提质增效，高质量发展，提升品牌覆盖率，同时通过产品、系统、导购、会员、服务五个方面打造专卖店零售力。

（5）重构工建防水领先优势



全力发展合伙人，打造渠道领先优势，通过发展合伙人、发展非房业务、提升新产品占比等举措，进一步提升市场占有率；升级产品策略，提升赢利能力，聚焦防水主业、发展专精特新产品，优化产品结构；升级渠道政策，精耕细作，搭建服务于合伙人的支持平台，赋能合伙人发展；坚持结果导向，强化市场工作，规范市场秩序，打造一支真正为业务、为合伙人赋能的能打硬仗的市场队伍。

（6）实施并升级经营模式，促进砂粉科技集团发展

实施并升级砂粉工厂“研产供销服”一体化经营，进一步强化优化属地一体化经营；坚持成本领先，优化生产布局，通过技术研发、产品设计、生产设备和工艺打造成本领先优势，形成产品成本竞争优势；进一步强化供应链管理。

（7）推进走出去工作，发展海外市场

立足东南亚、聚焦深耕中东市场，积极探索海外市场的发展路径，加大海外出口力度。在部分国家设立海外办事处、分公司，实现本地化经营；在重点国家地区完善本地化、差异化、定制化的产品策略；推进布局海外仓储、海外投资并购、海外建厂战略；继续推进国际化、专业化、本地化人才策略，实现海外工程、贸易、零售等多元化商业模式经营。

（8）制造集团加速技术突破，持续扩大成本领先优势

通过提升择机采购专业性、联动供应商、拓宽对标维度、合理布局前进仓、推广自营物流、完善信息化管理、加强精益管控等措施实现降本；通过深化自动化操作、推动标准化产线并提速、内部精益生产人才培训和认证等方式开展精益改善活动，提升人效；加速产品升级迭代，聚焦定制化、区域化、差异化产品创新，提升产品的环保性能、提高使用年限、拓展应用领域。

（9）坚持精英治雨虹，持续提升企业人效

持续升级“平台+创客”，坚持精英治雨虹，建立红线管控机制，持续进行人才升级，坚决及时淘汰三低人员；加强人才梯队建设，坚持一把手管人力资源，持续提升人效。