

证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2024-037

# 北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2023 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 6.00 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、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）、洛迪科技（硅藻泥）、卧牛山节能（节能保温）、孚达科技（节能保温）、炆和（节能保温）、雨虹胶（胶粘剂）、雨虹管（管业）、东方雨虹建筑修缮（建筑修缮）、雨虹到家服务（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、工程业务。报告期内，公司深化省区一体化经营，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，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，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，通过渠道优先、直销优化，各业务条线协同作战，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、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。

2、零售业务。报告期内，以民建集团、建筑涂料零售、建筑修缮集团雨虹到家服务为代表的 C 端零售业务稳扎稳打、持续发力。报告期内，公司持续拓展民用建材领域，大力发展零售业务，通过强化品牌、升级服务、扩充品类、拓展渠道，不断提升用户体验，提高核心竞争力。2023 年，公司零售业务实现营业收入 92.87 亿元，同比增长 28.11%，占公司营业收入比例为 28.29%，零售业务占比逐步提升。

### （1）民建集团

报告期内，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，持续扩大防水、瓷砖胶、美缝产品市场占有率；同时重点布局无尘、轻质、植物基、净味、抗菌系列产品，扩大 C 端影响力。在多品类发展路径上，持续培育腻子粉等墙辅产品线，推动胶类、管业产品线发展，孵化厨卫五金、工具耗材、家用电线等新品类，本着以客户为中心的核心服务理念，逐步实现消费者一站式建筑建材购齐平台，为消费者提供一个安全、安心、省心的家居环境。2023 年，民建集团实现营业收入 81.8 亿元，同比增长 34.58%。

1) 品牌发展：通过线上媒体矩阵传播、线下广告投放、布局服务业务等形式链接全域人群，提升品牌及全品类产品影响力。坚持以用户实际需求为核心导向，实现线下实体门店与线上电商渠道同步提质增效。加大户外广告投放数量，通过高铁列车广告、高铁站内裸眼 3D 广告、地标建筑 LED 广告等形式，从内容质量维度提升广告到达率。构建传播矩阵进行多维传播，占领线上线下公域流量，持续扩大品牌影响力，塑造品牌认知。

2) 渠道发展：实现渠道精耕，强化渠道下沉，提升渠道经营质量，保障渠道持续快速健康发展，进一步扩大各品类城市覆盖；重视经销商培养及梯队建设，培养经销商公司化运营，实现服务提质，经营增效；优化渠道分级，规范拜访等作业流程，稳固传统强势渠道；优化销售组织结构，适应多品类多渠道发展需求，同时利用数字化平台实现销售人员线上管理，打造便捷高效的管理模式。截至报告期末，民建集团实现经销商数量近 5000 家，分销网点超 22 万家。同时，继续加强与装企的合作力度，实现品牌强强联合。

专卖店渠道，以店为中心，从产品、系统、导购、会员等方面深度赋能，全方位打造统一的专卖店零售力。围绕产品升级，上市臻系列等新品，专卖店产品更环保、更齐全；围绕体验升级，提供金牌导购管家式服务及线上下单本地化配送，消费者体验更专业、更便捷；围绕数字化升级，布局统一零售管理体系，配套严格的价格稽核机制，让消费者买的更放心。

电商渠道经营品质再上台阶，已成功将防水、美缝等重点品类运营成为电商平台优势销售产品。联动线下渠道，在防水双包、防水维修、美缝施工、涂料涂刷等服务领域实现链路有效闭环，提高服务成单量。同时，对瓷砖胶等侧重配送体验类的产品，积极推进线上获客线下配送模式，给消费者带去高效品质服务体验。公司已在抖音、快手、小红书等电商平台开设店铺及账号，直播带货等新兴电商方式已逐渐成为电商渠道业务新的重要组成部分。

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”综合运营体系架构，工长会员在“虹哥汇”会员平台可实现产品购买、培训认证、积分兑换等福利。同时，持续面向工长会员组织召开技能竞技大赛及培训认证，并深度绑定全国专卖店，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 270 万人。

4) 产品发展：民建集团致力于为消费者提供环保、高效、节能、低碳、安全的优质产品。2023 年，陆续推出取自天然的可再生“生物基”防水涂料、净味环保系列防水涂料、轻质低碳型隔音瓷砖胶、净尘防霉型瓷砖胶、抗菌率>99%美容收边胶、可外露系列屋面涂料、耐黄变聚脲美缝剂、抗菌管等多款创新型产品。同时产品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。

5) 服务布局：升级服务体系，推出“雨虹安心服务”的全链路服务体系，打造集产品、服务、保障于一体的家居一站式服务平台，涵盖雨虹管家服务、雨虹防水交付服务、雨虹铺贴交付服务、雨虹美缝服务、雨虹维修服务五大服务体系。通过建立产品应用、标准化施工、规范化服务流程、售后质保等全流程机制，以数字化管理平台为抓手，一方面精准解决消费者切实需求，另一方面强化与经销商合作粘性。

## (2) 建筑涂料零售

报告期内，建筑涂料零售业务实施以切实提升经营质量为主线的组织架构调整，由民建集团管理建筑涂料零售业务，并充分依托于民建集团在零售领域所积累的管理经验、客户资源、销售渠道协调性及良好的品牌影响力，实现资源整合、高效协同，推动建筑涂料零售业务高质量可持续发展，业务单位对标民建集团按片区建制统筹各区域经营管理工作，人员并线管理，持续提升人效。

报告期内，建筑涂料零售业务进一步梳理和完善品牌定位、市场拓展和渠道管理等工作内容，以“Caparol 德爱威”——“来自德国的功能涂料”、“Alpina 阿尔贝娜”——“护墙如护肤”双品牌定位为切入点，依托“Caparol 德爱威”百年涂料品质和精工匠心的德国理念、可持续环保和创新配方的德国技术、眼见为实和无忧服务的德国工艺，以及“Alpina 阿尔贝娜”护你所爱、所见、所敢、所想的德国品质，重新定义品牌认知，形成艺术涂料、内墙涂料、外墙涂料、基辅材料等 4 大核心领域，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。

报告期内，建筑涂料零售业务聚焦涂料主营产品，持续探索合理布局产品线，优化产品结构，实现产品性能升级、环保升级、品类升级、服务升级，以消费者视角打造差异化产品线；重建“Caparol 德爱威”和“Alpina 阿尔贝娜”双品牌的前端区隔与后端协同，延展品牌广度和深度，注重品牌覆盖，提升双品牌覆盖率；强化渠道管控政策，拓宽渠道维度、持续渠道下沉、赋能渠道发展，同时探索深度联合并充分借助民建集团、建筑修缮集团等业务板块的渠道资源协同性，一方面汲取渠道发展经验和优势力量，培育和提升自身渠道拓宽质量、延展渠道建设广度，另一方面挖掘潜在客户群体，有效带动产品品类和销量；在会员运营方面，建立会员客户画像，锁定专业人士，结合多种营销方式增加会员粘性，带动会员复购，完善会员与线下专卖店等渠道联动机制，构建提质增利的高品质客户圈层。

## (3) 建筑修缮集团雨虹到家服务



建筑修缮集团雨虹到家服务聚焦存量市场，持续完善服务体系、细化服务领域，以社区为中心下沉渠道，致力于打通雨虹到家服务“最后一公里”，以家庭修缮为业务流量入口，围绕家修、家装、家居形成漏水修缮、门窗修缮、空气治理、刷新服务、暖通修缮、局改整装、渗漏智检、全屋净水等多元化服务模式及一站式解决方案，打造“雨虹到家，就这一家”的家庭空间改善市场正规军，搭建标准化、专业化、系统化的到家服务互联生态平台。截至本报告披露日，建筑修缮集团雨虹到家服务在全国已布局运营中心、社区服务站超 1200 家，分布在全国 29 个省（直辖市）153 个城市，实现“百城千店”规划，同时在越南胡志明市、马来西亚吉隆坡、菲律宾马尼拉等国均开设了雨虹到家服务运营中心。

截至本报告披露日，雨虹到家服务与北京建筑材料检验研究院股份有限公司就室内渗漏智能检测系统业务达成全面合作，与中鸿天鑫集团就家庭空间升级改造解决方案等方面开展合作，与 58 同城在业务拓展、资源共享、市场开发等多层面开展深度合作，与世茂天成物业服务集团有限公司、中铁建物业管理有限公司武汉分公司达成战略合作，持续赋能雨虹到家品质服务。此外，雨虹到家服务登录北京电视台生活频道，由居民房屋渗漏所引发的居住痛点，深度展示雨虹到家服务围绕渗漏维修所展开的专业、品质和放心全流程，品牌影响力进一步扩大。

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）砂粉科技集团始终秉持“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，旗下拥有华砂、壁安两大品牌，依托东方雨虹先进的管理理念、精益生产体系、卓越的研发及应用技术团队，以多元渠道布局为基石，涉足特种砂浆、建筑粉料、灌浆料、ALC 加气块、精品砂及其制品等多个产品领域，不断扩大砂浆粉料市场的占有率，提升品牌影响力。报告期，在持续稳固发展瓷砖铺贴体系、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 大产品体系的同时，积极布局扩品类、拓渠道、强服务、共盈利战略，大力推动防水砂浆、装饰砂浆、地坪系统配套等新产品的研发及供应，以及轻质瓷砖胶、低碳胶凝材料、石膏缓凝技术等新技术的探索和应用，以满足客户对不同应用场景的需求。针对建筑砂粉产品对于运距较为敏感的特性，进一步完善全国性的生产基地布局，为逐步缩短运距、实现全国范围内 200 公里供应半径 24 小时使命必达奠定良好基础。

砂粉科技集团依托公司零售渠道网点布局，快速增加砂粉产品覆盖范围。工程端以工厂为原点，建立“销技供产服”一体化公司，充分提升响应速度和服务质量，截至报告期末，在全国开发并合作近千家砂粉专业渠道经销商。砂粉科技集团中心实验室于报告期通过 CNAS 认可，标志着实验室在硬件设施、检测能力和管理水平等方面均达到国际认可标准。

(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，“虹顶”工商业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，自主研发高端户用储能逆变器、储能、充电桩等系列产品，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。报告期，公司与中国电力开展战略合作，布局新能源开发、建筑防水光伏一体化和储能等业务领域。虹昇新能源与华能北京热电有限责任公司签署战略合作，围绕节能降耗、光伏建设、绿色建筑等业务领域推动合作向纵深发展。此外，亦与晶澳太阳能科技股份有限公司携手打造雨虹晶澳新能源科技有限公司，与隆基绿能、保碧新能源等光伏上下游企业开展合作，寻求市场机遇，推动光伏产业发展。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。

## （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、发展及赋能各类合伙人加强所属区域市场覆盖与渗透，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。

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建筑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、运营中心、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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年 末增减	2021 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后



	2023 年	2022 年		本年比上年增 减	2021 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	51,173,993,594.77	50,555,779,624.44	50,590,772,907.13	1.15%	49,733,226,928.38	49,733,226,928.38
归属于上市公司股东的净资产	28,374,014,507.51	26,807,182,612.69	26,808,836,431.15	5.84%	26,294,395,090.54	26,294,395,090.54
营业收入	32,822,528,108.42	31,213,835,246.24	31,213,835,246.24	5.15%	31,934,201,004.74	31,934,201,004.74
归属于上市公司股东的净利润	2,273,331,266.86	2,120,297,575.39	2,121,353,829.27	7.16%	4,204,699,487.90	4,204,699,487.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,840,724,194.02	1,802,763,332.92	1,803,819,586.80	2.05%	3,867,427,213.50	3,867,427,213.50
经营活动产生的现金流量净额	2,103,197,639.61	654,012,763.96	654,012,763.96	221.58%	4,114,675,325.17	4,114,675,325.17
基本每股收益（元/股）	0.91	0.85	0.85	7.06%	1.74	1.74
稀释每股收益（元/股）	0.90	0.84	0.84	7.14%	1.70	1.70
加权平均净资产收益率	8.24%	7.97%	7.97%	0.27%	19.92%	19.92%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

财政部于 2022 年 11 月发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号）（以下简称“解释第 16 号”）。

解释第 16 号规定，对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易，因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异，应当根据《企业会计准则第 18 号——所得税》等有关规定，在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。对于在首次施行上述规定的财务报表列报最早期间的期初至本解释施行日之间发生的上述交易，企业应当按照上述规定，将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。上述会计处理规定自 2023 年 1 月 1 日起施行。

本公司对租赁业务确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，按照解释第 16 号的规定进行调整。

## （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	7,494,548,302.46	9,357,383,818.88	8,508,318,204.12	7,462,277,782.96
归属于上市公司股东的净利润	385,537,995.41	948,732,480.54	1,019,229,036.10	-80,168,245.19



归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	324,322,182.50	918,603,626.82	928,675,060.81	-330,876,676.11
经营活动产生的现金流量净额	-3,806,105,070.84	-136,970,723.59	-816,916,433.45	6,863,189,867.49

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	186,526	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	197,759	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	22.69%	571,332,887	428,499,665	质押	283,583,639	
香港中央结算有限公司	境外法人	9.82%	247,235,037	0	不适用	0	
许利民	境内自然人	2.87%	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	1.83%	45,969,375	0	不适用	0	
招商银行股份有限公司—睿远成长价值混合型证券投资基金	其他	1.61%	40,627,620	0	不适用	0	
建岐实业投资—Janchor Partners Pan—Asian Master Fund—RQFII	境外法人	1.39%	34,974,679	0	不适用	0	
中国工商银行股份有限公司—富国天惠精选成	其他	0.99%	25,007,131	0	不适用	0	



长混合型证券投资基金 (LOF)						
向锦明	境内自然人	0.88%	22,169,323	16,626,992	质押	3,000,000
阿布达比投资局	境外法人	0.79%	20,014,056	0	不适用	0
招商银行股份有限公司-睿远均衡价值三年持有期混合型证券投资基金	其他	0.79%	20,000,000	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					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

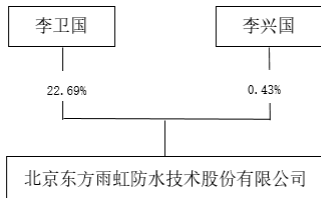
适用 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国工商银行股份有限公司-富国天惠精选成长混合型证券投资基金 (LOF)	新增	0	0.00%	25,007,131	0.99%
向锦明	新增	0	0.00%	22,169,323	0.88%
招商银行股份有限公司-睿远均衡价值三年持有期混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	20,000,000	0.79%
UBS AG	退出	0	0.00%	17,841,601	0.71%
科威特政府投资局	退出	0	0.00%	8,317,476	0.33%
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	退出	0	0.00%	2,000,000	0.08%

**(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
东方雨虹 1 期应收账款绿色资产支持专项计划（科技创新）优先级资产支持证券	东方雨虹 2023-1 优	143904.SZ	2023 年 12 月 27 日	2024 年 11 月 18 日	53,100	4.20%
东方雨虹 1 期应收账款绿色资产支持专项计划（科技创新）次级资产支持证券	东方雨虹 2023-1 次	143905.SZ	2023 年 12 月 27 日	2024 年 11 月 18 日	2,900	0.00%
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 2023 年 7 月 10 日出具了《北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2023 年度信用评级报告》，确定本公司主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定；于 2023 年 11 月 17 日出具了《东方雨虹 1 期应收账款绿色资产支持专项计划（科技创新）资产支持证券信用评级报告》，确定优先级资产支持证券的信用等级为 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	2023 年	2022 年	本年比上年增减
资产负债率	43.90%	46.22%	-2.32%
扣除非经常性损益后净利润	184,072.42	180,276.33	2.11%
EBITDA 全部债务比	51.15%	15.47%	35.68%
利息保障倍数	24.31	14.15	275.26%

### 三、重要事项

#### (一) 概述

##### 1、聚焦主业，多元并进，打造领先的建筑建材系统服务商

公司始终以客户需求为导向，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。报告期，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，践行《东方雨虹基本法》的核心理念和原则，直面市场不确定性，保持战略定力、增强发展信心。

报告期，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、风控优先，切实提升经营质量；一方面深入落实“平台+创客”经营管理模式，坚持合伙人优先，通过实施渠道变革，赋能合伙人发展，积极拓展交通基建、水利设施等基础设施建设、城市新兴基建、工矿仓储物流及保障性住房等多元化应用场景，发挥技术优势丰富产品品类、升级产品体系，提升公司在非房领域的市场占有率，另一方面发力存量建筑市场，发展旧房改造、城中村改造、城市更新等翻新修缮业务；同时，坚持零售优先，以民用建材为代表的 C 端零售渠道稳扎稳打，继续保持较快增长，通过强化品牌、升级服务、扩充品类、拓展渠道，不断提升用户体验，提高核心竞争力；公司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的协同优势，砂粉等非防水业务实现了较快发展，为公司未来的可持续发展提供了第二增长曲线，助力公司打造成为建筑建材系统服务商；坚持海外优先，积极推进“出海”工作，发展海外市场，推进布局国际科研、海外仓储、海外投资并购、海外建厂、海外人才培养、海外渠道拓展等国际化战略布局，实现海外工程、贸易、零售等多元化商业模式经营；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。

## 2、合伙人优先，快速实施渠道变革

报告期，公司持续进行渠道优化变革，改变直销思维，全力发展各类合伙人，合伙人渠道销售成为公司主要的销售主体之一。报告期，公司坚持合伙人优先，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。建立合伙人的分产品、分领域、分区域的分级政策，精耕细作，扩大领先优势；搭建服务于合伙人的统一财务结算中心、总工办技术支持平台，提升合伙人客户的接待能力；赋能合伙人公司化运作、专业化标准化施工能力，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；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。

## 3、零售优先，铸牢消费建材根基

2023 年，公司零售业务实现营业收入 92.87 亿元，同比增长 28.11%，占公司营业收入比例为 28.29%，零售业务占比逐步提升。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，持续扩大防水材料、瓷砖胶、美缝产品市场占有率，同时重点布局无尘、轻质、植物基、净味、抗菌系列产品，扩大 C 端影响力，在多品类发展路径上，持续培育腻子粉等墙辅产品线，推动胶类、管业产品线发展，孵化厨卫五金、工具耗材、家用电线等新品类，本着以客户为中心的核心服务理念，逐步实现消费者一站式建筑建材购齐平台，为消费者提供一个安全、安心、省心的家居环境。2023 年，民建集团实现营业收入 81.8 亿元，同比增长 34.58%；建筑涂料零售业务实施以切实提升经营质量为主线的组织架构调整，进一步梳理和完善品牌定位、市场拓展和渠道管理等工作内容，以“Caparol 德爱威”和“Alpina 阿尔贝娜”双品牌定位为切入点，依托德国理念、技术、工艺和品质，形成艺术涂料、内墙涂料、外墙涂料、基辅材料等 4 大核心领域，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；建筑修缮集团雨虹到家服务聚焦存量市场，以社区为中心下沉渠道，致力于打通雨虹到家服务“最后一公里”，以家庭修缮为业务流量入口，围绕家修、家装、家居形成漏水修缮、门窗修缮、空气治理、刷新服务、暖通修缮、局改整装、渗漏智检、全屋净水等多元化服务模式及一站式解决方案，打造“雨虹到家，就这一家”的家庭空间改善市场正规军，搭建标准化、专业化、系统化的到家服务互联生态平台。

#### 4、海外优先，积极拓展海外业务

随着全球化战略的持续深化与推进，公司进一步围绕国际交流合作、海外知识产权、“一带一路”等海外项目建设等方面积极部署，不断将高品质产品及高标准服务推向海外市场。

报告期，公司先后参加第 14 届国际基础设施投资与建设高峰论坛（澳门）、SNEC 第十六届（2023）国际太阳能光伏与智慧能源（上海）大会暨展览会，公司旗下德爱威（中国）有限公司携手德国品牌设计在上海世博展览馆举行“德国日”设计论坛-2024 德爱威可持续设计“与自然共生”年度色彩暨新品发布会，承办并参加 2023（上海）国际防水高端论坛，亮相 2023 中国国际屋面和建筑防水技术展览会，旗下东方雨虹砂粉科技集团有限公司亮相 2023 年第三届广州国际建筑业和规划设计产业博览会暨粤港建筑业新时代发展联展（工程交易会），参展第 134 届中国进出口商品交易会，亮相 2023 上海国际城市与建筑博览会，承办绿色建筑建材可持续发展与国别合作大会，参加印尼雅加达国际建材展览会、2023 年阿拉伯联合酋长国迪拜国际五大建材行业展览会。2024 年 2 月，公司以“扬帆出海，跨境新篇，虹心聚力，誉满全球”为主题再度亮相 2024 年美国拉斯维加斯国际混凝土展览会（World of Concrete）。

公司已在越南、马来西亚、新加坡、印尼、加拿大、美国等多国设立海外公司或办事处，为夯实海外业务发展，拓展海外市场空间打好基础。报告期，公司与沙特阿拉伯 Alturki 控股旗下 Arkaz 公司签署战略合作协议，Arkaz 公司正式成为东方雨虹热塑性聚烯烃（TPO）屋面系统在沙特阿拉伯的独家经销商。

此外，公司亦加快海外知识产权布局，报告期，公司关键技术及重点产品先后获得澳大利亚、美国等发明专利授权。另有多款产品获得欧盟 CE 产品认证、美国 CRRC（冷屋面协会）认证、美国农业部 USDA 生物标签认证、英国 UKCA 认证、WRAS 英国饮用水安全认证、德国 EC1plus 环保认证、德国 TÜV 机构认证、德国蓝天使环保认证，部分产品通过德国 E.L.F. 检测、美国食品药品监督管理局（FDA）标准测试、法国 VOC 标签最高环保级别 A+ 级标准等，进一步增强国际前沿技术实力，以充分发挥产品研发优势，提升全球竞争力。

公司积极参与“一带一路”等海外项目建设。报告期，印尼乃至东南亚的第一条高速铁路雅万高铁正式启用，公司为雅万高铁项目提供 SPU-361 高强聚氨酯防水涂料、聚丙烯长丝土工布、水泥基渗透结晶型防水涂料等材料及技术支持；公司参与援所罗门群岛 2023 年太平洋运动会体育场馆项目举行交接仪式，公司为该项目主体育场看台、内场地面、地

地下室部分提供防水方案设计服务以及聚脲、聚合物水泥基防水涂料、APP 防水卷材等材料，公司助力该项目建设亦入选中华环保联合会 2023 年“一带一路”绿色供应链案例；公司参与的以色列特拉维夫轻轨红线项目正式通车运营，并为项目提供 HDPE 预铺反粘高分子防水卷材；此外，公司还参与科特迪瓦圣佩德罗体育场项目、孟加拉帕德玛大桥铁路连接线达卡到邦嘎段项目等。

#### 5、创新驱动引领行业可持续发展，培育智能制造新生态

公司将“品质当先，创新赋能”的发展理念贯穿公司高质量发展全过程，报告期，公司坚持以科研创新推动绿色低碳可持续发展，不断激发公司技术创新活力，加快关键核心技术攻关和产业升级增质。公司将依托特种功能防水材料国家重点实验室、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，结合客户需求、低碳环保、提质增效、精益管理、智能制造等方面，通过新材料、新技术、新工艺等的应用，提升产品服务质量效率、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 1,735 件，包括发明专利 443 件（其中含海外有效专利 17 件），实用新型 1,026 件，外观设计 266 件。

### （二）公司所处行业情况

#### 1、宏观经济与行业指标

根据《中华人民共和国 2023 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2023 年全年国内生产总值 1260582 亿元，比上年增长 5.2%。全年规模以上工业增加值增长 4.6%，其中制造业增长 5.0%。全年规模以上工业中非金属矿物制品业下降 0.5%，全年规模以上工业企业利润中制造业 57644 亿元，下降 2.0%。全年建筑业增加值 85691 亿元，比上年增长 7.1%。固定资产投资（不含农户）503036 亿元，增长 3.0%。基础设施投资增长 5.9%，社会领域投资增长 0.5%，民间固定资产投资 253544 亿元，下降 0.4%，其中制造业民间投资增长 9.4%，基础设施民间投资增长 14.2%。全年全国各类棚户区改造开工 159 万套，基本建成 193 万套；保障性租赁住房开工建设和筹集 213 万套（间）。新开工改造城镇老旧小区 5.37 万个，涉及居民 897 万户。

根据中国建筑材料联合会数据显示，2023 年 12 月份建筑材料工业景气指数为 100.9 点，较上月回落 1.0 点，高于临界点，建材生产经营在景气区间平稳波动，2023 年全年建筑材料工业景气指数平均值为 101.9 点，高于临界点，处于景气区间，建筑材料工业运行保持平稳。2023 年，建材行业经济运行总体呈现下行趋势，四季度主要经济运行指标降幅放缓，行业运行呈现筑底趋稳迹象，同时，绿色建材等新型建材产业保持良好发展势头，行业增长引擎作用不断凸显，在促进产业结构优化升级方面发挥了重要作用。

## 2、行业的基本情况 & 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，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，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、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。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。

2023 年，防水行业面临机遇与挑战。一方面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；另一方面，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）也已于 2023 年 4 月 1 日起实施，将有利于行业提质增量。此外，随着高质量绿色低碳发展、城市更新、城中村改造、基础设施投资等政策拉动、海外业务加速扩张，防水行业也将迎来诸多机遇。

## 3、相关行业政策变动情况及对公司的具体影响



中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》，要求增强质量发展创新动能，树立质量发展绿色导向，加快产品质量提档升级，提高建筑材料质量水平，提升建设工程品质。工业和信息化部等 10 部门联合印发《绿色建材产业高质量发展实施方案》，聚焦提升绿色建材全产业链内生力、影响力、增长力、支撑力，提出了推动绿色建材产业高质量发展的重点任务和保障措施。国家标准委等 11 部门发布《碳达峰碳中和标准体系建设指南》，围绕基础通用标准，以及碳减排、碳清除、碳市场等发展需求，基本建成碳达峰碳中和标准体系。国家发展改革委等 2 部门发布《加快推动建筑领域节能降碳工作方案》，要求持续提高建筑领域能源利用效率、降低碳排放水平，加快提升建筑领域绿色低碳发展质量。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。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。

《建筑与市政工程防水通用规范》（GB55030-2022）于报告期正式实施，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，部分省市亦相继出台《建筑与市政工程防水通用规范》配套文件和措施。公司将借助《建筑与市政工程防水通用规范》落地契机，充分挖掘旧房改造、城市更新、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。

《政府工作报告》提出，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；《政府工作报告》中还提出提高区域协调发展水平、加强灾后恢复重建、推进防洪排涝抗灾基础设施建设等内容。此外，《关于在超大特大城市积极稳步推进城中村改造的指导意见》、《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》、《关于规划建设保障



性住房的指导意见》、《中共中央 国务院关于全面推进美丽中国建设的意见》等一系列政策出台也为公司实现多元化高质量稳健发展提供市场机遇。

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》，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；对标产业发展前沿，建设集实践教学、社会培训、真实生产和技术服务功能为一体的开放型区域产教融合实践中心。国家发展改革委等 8 部门联合印发《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案（2023—2025 年）》，到 2025 年，国家产教融合试点城市达到 50 个左右，在全国建设培育 1 万家以上产教融合型企业，产教融合型企业制度和组合式激励政策体系健全完善，各类资金渠道对职业教育投入稳步提升，产业需求更好融入人才培养全过程，逐步形成教育和产业统筹融合、良性互动的发展格局。

根据中国建筑防水协会数据显示，据世界绿色建筑委员会估计，建筑行业的碳排放量约占全球碳排放量的 40%，通过推广绿色建筑可节省 50%的能源、60%的水资源，减少 80%的废弃物产生量、45%的二氧化碳排放量，近年来，一些国家积极推广绿色建筑，通过打造绿色社区、提升建筑能效、严格认证标准等有益尝试，推动更多建筑实现节能降碳，如阿联酋打造绿色和谐社区、西班牙支持房屋节能改造、墨西哥规范绿色建筑认证标准。

针对国内外建筑建材相关政策制定及导向，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、标准化施工及施工工人培训、环保措施等全流程、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，并计划在东南亚、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虽然整体低于上年同期，但仍在高位运行，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）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，2024 年，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，全年主要经营计划为：

##### 1、全力以赴发展合伙人，深入推进“平台+创客”

深入推进“平台+创客”经营管理模式，以先行先试、敢闯敢拼的无畏精神倾力打造平台型企业，回归本分做工的商业本质。坚持合伙人优先，升级合伙人制度、全力以赴发展各类合伙人，合伙人渠道销售将成为公司主要的销售模式。加强新领域、新产品的推广，加强空白市场、薄弱市场、非房市场等的开发，进一步提升市场占有率。

## 2、坚持科技创新，提升产品力和服务力，扩大核心竞争优势

不断激发公司技术创新活力，加大研发投入，完善国际合作、校企合作、上下游合作等研发模式。研发与市场深度融合，快速响应市场需求，强化核心材料、产品体系、应用技术、智能施工等研发，加快关键核心技术攻关和产业升级增质。聚焦主业，多元并进，坚持以科技创新为引领的产品力升级和服务力升级，优化产品结构，洞察客户需求和产品趋势，进一步扩大产品质量优势和服务优势。

## 3、坚持风控优先，切实提升经营质量

升级授信政策+项目穿透管理，坚决执行到期应收账款零容忍管控+应收款总额度管控+不良资产率管控，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。

## 4、坚持零售优先，实现市场全面领先

抓住零售市场战略机遇。继续深耕优势领域，扩品类、强渠道，拓服务，共发展，推动产业协同，夯实市场基础，强化核心品类，丰富产品梯队，聚集发展合力，带动公司向全球消费建材转型和落地，快速、强劲、凶悍地前进。其中民建集团继续保持“爬坡上岭，心向冠军”精神和士气笃定前行；雨虹到家服务继续专注后建筑市场，培育成为公司发展新的业务节点支撑；建筑涂料零售业务抓住转型机遇期，把德爱威百年德国品牌持续推向国内客户。

## 5、继续实施并升级经营模式，促进砂粉科技集团发展

升级砂粉工厂“研产供销服”一体化经营，进一步强化属地一体化经营，优化生产布局，扩大成本领先优势。进一步强化供应链管理，扩大供应链等核心领先优势，加大新品推广力度，加大多品类市场占有率。

## 6、全力推进海外布局，发展海外市场

立足东南亚、聚焦深耕中东市场，积极探索海外市场发展路径，加大海外出口力度，加强海外资源投入。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、定制化产品策略；深入推进国际科研、海外仓储、海外投资并购、海外建厂、海外人才培养、海外渠道拓展等战略；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。