证券代码：002271　　证券简称：东方雨虹

北京东方雨虹防水技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20261029

投资者关系活动类别	√特定对象调研　　□分析师会议 □媒体采访　　□业绩说明会 □新闻发布会　　□路演活动 √现场参观 □其他
活动参与人员	鲍雁辛、花健祎、巫恺洋（国泰海通证券）；母亚乾、文杰（工银瑞信）；辛恬（永赢基金）；熊昱洲（3W Fund）；麦崇俨、陈烨远（睿远基金）；薄琳琳（佳岳基金）；黄海（泓德基金）；杨泽宇（Dawnlight Capital）；孙思文（Kontiki Capital）；覃秋万、周溪又、杜广、张韬（天弘基金）；董文静（国投证券）；王帅、吴绪越、陈晓光（平安养老）；郑南宏（平安证券）；万静远（中泰证券）；陈冠宇（国盛证券）；陈伟豪（国金证券）；谢璐、陈琳云（广发证券）；朱健（财通证券）；韩飞（容光投资）；杨雅荃（诺德基金）；樊星辰（华泰证券）；郭政（易知投资）；黄泓鉴（新华基金）；常蓁（嘉实基金）；丁玺澄（华商基金）；毕钰坤（中欧基金）；张勇；房毅；王天铄（鹏华基金） （以上排名不分先后）
时间	2026 年 10 月 29 日（星期四）下午
地点、形式	北京市亦庄经济技术开发区科创九街 19 号院 C 座报告厅
上市公司接待人员姓名	公司董事长李卫国先生、工建集团总裁孙福琴女士、民建集团总裁牛德彬先生、涂料砂粉科技集团总裁吴良凯先生、海外发展集团总裁熊卫锋先生、财务总监徐玮女士、副总裁兼董事会秘书张蓓女士
交流内容及具体问答记录	**一、参观中国建筑防水博物馆、企业展厅及雨虹防水消费者体验中心** 了解国内建筑防水发展历史；介绍公司主要产品及系统服务。 **二、互动问答**

	Q1：公司经营展望？ A：东方雨虹致力于成为全球建筑建材系统服务商，需要做好国内市场和国外市场两个方面。第一，深耕国内市场，筑牢核心基本盘。国内市场是公司必须坚守的核心基本盘，公司面临的最困难时期已经过去，我们拥有足够的信心与举措穿越行业及经济周期。今年在行业需求继续收缩的环境下，公司营收仍然能实现增长、应收账款规模持续压降、经营质量稳步改善，体现较强的经营韧性，得益于公司市场份额的持续提升、坚定不移的业务转型、降费增效以及员工的全力以赴。国内板块中，民建集团将重点推进渠道下沉，积极把握县乡镇村等下沉市场机遇；工建集团已完成渠道变革及业务结构转型，业务有望保持稳健发展。第二，稳步发展海外市场。公司通过贸易、投资、并购三驾马车布局海外业务。目前海外业务尚处在前期投入阶段，持续在产品研发、市场研究、本地化团队搭建、渠道开拓、海外产能布局等方面投入资源，后续随着海外产能陆续落地、海外收入规模持续扩大，当海外收入达到一定规模形成规模效益后，海外业务盈利水平有望获得改善。 **Q2：介绍国内 C 端民建集团发展规划？** A：民建集团的持续发展主要依托四个方面：第一，推动经销商从贸易商向综合服务商转型。公司面向经销商开展系统化服务专项培训，持续提升其面向终端市场的综合运营能力。雨虹服务不断完善一站式家居防水修缮服务体系，覆盖防水维修、瓷砖铺贴、美缝、管道打压等 C 端交付业务，扩大家庭服务业务规模；加快推进服务分销化落地，落地“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，向经销商及终端门店输出标准化专业服务能力，赋予渠道伙伴可落地、可量化、可盈利的服务变现能力。同时持续深化双包服务渗透，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。以上举措在提升经销商竞争力方面卓有成效。第二，把握县乡镇村等下沉市场的发展机遇。下沉市场增量主要来自乡村自建房新建及翻新需求。公司推出县域“3515”计划、小微合伙人返乡创业计划，持续加密下沉市场零售网点，不仅要求到镇上开发网点，还要继续下沉到村，在小微合伙人

	和自建房市场，唤醒全员全商意识，同时，乡镇下沉还要继续深耕供应链对下沉市场的覆盖能力，进一步改善供应链体系；第三，继续深耕存量修缮赛道，把握房屋维修、翻新重装的刚性需求，维修类产品已成为民建的重要品类，在所有品类里增速最快，不仅是因为存量维修需求的释放，也得益于服务的加持，这是一个具备长期价值的商业模式，目前雨虹服务已经覆盖 600 多个城市，明年要加快推进城市覆盖率。公司有 30 万家网点，这些网点过去的模式是分销产品，现在要加快推进服务分销化落地，“一店一码”闭环获客服务，从贸易商转型为服务商，今年已转型 2 万家门店，未来会进一步扩大，提升单店转化率；第四，推进品类拓展、产品创新与线上线下新零售融合。持续丰富门店产品矩阵，支持经销商打造多品类消费者体验中心，满足消费者多元化需求；今年维修类产品发展较快，墙面体系产品后续规模有望持续提升。渠道端积极布局线上引流，常态化开展 C 端直播带货，运营高德商户通方便消费者精准搜索雨虹专卖店，布局小红书平台深耕内容种草运营，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。 **Q3：介绍海外业务进展及规划？** A：今年海外业务拓展整体向好，收入增长一方面来自海外并购标的并表贡献，另一方面得益于海外自营业务的快速拓展。分区域看：拉美区域增长表现突出，并购标的协同整合有序落地。巴西 Novakem 是当地优质的水泥添加剂、混凝土外加剂供应商，水泥添加剂品类市占率领先，混凝土外加剂业务增速较快，并且在继续寻找新的增长曲线。公司将依托自身先进的外加剂制备技术和创新解决方案，以及丰富的应用技术和工程实践经验，赋能 Novakem，通过改进工艺提升生产效率，通过产品迭代强化产品市场竞争力。智利 Construmart 所处区域今年经济承压，但经营表现优于当地同行其他头部公司。香港公司也保持平稳增长态势。墨西哥市场以公司自营模式运营，产品已进入当地最大的连锁建材卖场 Home Depot（家得宝），持续导入新品类，并拓展其他本土建材商超渠道，实现良好发展。亚太是公司较早布局的海外市场，具备渠道与品牌积累，印尼、马来西亚、新加坡、越南、泰国等市场业务发展态势良好。北美、中东非市场现阶段

	尚处于筑基阶段，重点推进本地化团队搭建，夯实业务基础，积极关注相关市场机会。公司将继续采取贸易、投资、并购三驾马车协同推进的海外发展路径，聚焦核心国别市场，打造集多品类、仓储配送、终端销售于一体的一站式建材服务体系，持续构建本地化核心竞争力。随着海外产能陆续投产、海外供应链与渠道网络不断完善，海外业务有望保持良好增长态势。 **Q4：公司出海策略和优势有哪些？** A：公司同时覆盖 B 端、C 端市场，具备完整的生产及供应链体系，在供应链性价比、产品品质、规模化制造、多品类协同方面形成综合优势，并针对不同区域实施差异化经营策略。区别于传统贸易商以 FOB 为主的简单出口模式，公司海外布局强调对全制造链路的管控，对成本、品质实施精细化管理；在重点国别组建本地化实体运营团队，落地本地生产、仓储配送、渠道开发、多品类运营的一站式服务模式，打造本地化核心竞争力。开展海外业务前，公司会结合当地市场提前充分调研研判，筛选适配的产品品类。同时，公司将根据整体战略规划审慎评估、择机开展本地并购业务，借助并购标的渠道协同快速实现本土化立足及业务拓展。 **Q5：海外投后管理情况？** A：公司有序开展海外并购标的投后整合工作。智利 Construmart 自去年交割以来，原有管理团队保持稳定，双方已建立良好的互信基础。公司输出国内供应链优势，弥补 Construmart 在供应链方面的短板，助力其持续改善盈利能力。尽管智利当地经济环境今年承压，Construmart 收入稳健增长，经营表现优于当地同业。公司今年完成收购巴西 Novakem60%股权，合作以来，原股东认同公司在生产工艺、产品迭代升级、应用技术等方面的赋能价值，Novakem 今年前三季度收入利润均实现了较快增长。 **Q6：工建集团经营情况？** A：经营层面，工建集团防水主业市场份额、人效水平稳步提升，主要新品类实现较快发展。主要依托三个方面支撑：第一，强化终端布局建设。公司搭建总部战略对接团队，面向头部甲方、总包单位开展总对总战略合作，落实高层互访、框架协议签署；联动区域合伙人开展全国项目协同，

	形成总部统筹框架与方向、区域合伙人落地执行的协同机制，持续强化终端服务能力。在地产行业需求承压背景下，公司积极转向工业、新能源、水利、算力基础设施等重点产业赛道，同时发力存量建筑修缮市场；在传统防水主业基础上，加大保温、管道、砂粉等配套品类推广，打造多品类一体化解决方案，提升综合竞争力及客单值。第二，升级和优化合伙人开发和管理体系。公司坚持合伙人优先，升级合伙人服务、赋能合伙人发展，重点提升独家合伙人数量与质量。第三，组织提效与风控优先。公司持续推进组织扁平化管理、组织能力升级，提升团队响应效率，实现降本增效；业务端坚持风控优先原则，落实风控前置、严格的授信审批、客户准入筛选与全流程业务管控，推动业务高质量发展。 **Q7：涂料砂粉科技集团经营规划？** A：2026 年前三季度，涂料砂粉集团销量与收入均实现增长。增长主要源于公司积极调整优化零售端产品结构、提升高附加值产品销售占比，同时持续夯实产品力、推动成本优化，并借助民建渠道优势实现拓展。后续涂料砂粉集团的发展主要围绕三方面推进：第一，持续打造产品核心竞争力。公司将从产品品质、研发技术、成本控制、生产工艺等维度持续打磨，引领行业。第二，加快自有矿山资源的综合开发与利用。公司持有吉安市永丰县、南宁市上林县等区域矿山采矿权，并配套推进矿山周边生产基地建设，目前正有序建设中。待矿山及配套基地产能逐步释放后，可就近配套下游砂粉制品生产，降低产品成本，实现“从山上到墙上”一体化产业布局，有望带动砂粉业务收入与盈利水平提高。第三，持续孵化新品。在巩固现有产品竞争力基础上，公司将持续研发新产品，依托现有成熟渠道叠加新的产品品类，挖掘业务增量。 **Q8：如何应对沥青价格上涨？** A：当前沥青等大宗原材料成本持续维持高位，公司沥青采购采用“以需定采”的策略，目前不准备实施沥青储备，将根据生产经营需要及行业市场等情况适当择机采购，同时也会积极采取相应措施应对沥青等原材料价格的大幅波动：一是动态调整产品价格。今年以来，公司及行业其他头部企业已根据原材料上涨情况多次发布产品调价通知，受客户订单执行节

	奏影响，调价效果将逐步体现。二是持续优化产品结构。加大防水新品推广，提升高附加值产品收入占比，对冲沥青高位运行带来的成本压力。三是发挥头部企业供应链优势，保障产品稳定交付。“可持续”是最稀缺的确定性，稳定按时的产品供应是公司的核心优势之一。 **Q9：目前受汇率影响如何？** A：目前海外业务形成的收入及开支均采用当地币种，虽然海外业务发展迅速，但仍属于前期投入阶段，尚未形成较大规模的利润及分红水平，且盈利后也会在当地继续投入、扩大规模，所以当前汇率风险可控。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不适用
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无