北京东方雨虹防水技术股份有限公司

证券代码:002271 证券简称:东方雨虹 公告编号:2025-016

2024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:以公司现有总股本2,436,315,528股扣除公司回购专户上已回购股份47,615,662股和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18.50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		
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、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)、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)、雨虹到家服务、雨虹美墅(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、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。2024年,公司零售业务实现营业收入102.09亿元,同比增长9.92%,占公司营业收入比例为36.39%,零售业务占比逐步提升。

(1)民建集团

报告期内,民建集团以用户为中心基于行业发展现状,结合消费者实际需求,进行技术突破,持续为消费者带来高技术含量、环保安全的创新产品,打造专为各类民用房屋、住宅设计的系统解决方案,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6大维度,可全面满足家装过程中各类施工场景下的多样化需求,为美好家居保驾护航。2024年,民建集团实现营业收入93.73亿元,同比增长14.58%。

1)品牌发展:坚持以消费者需求为核心,强化品牌发展。线上传播,以微信、抖音短视频、小红书等平台为媒介,通过对不同人群差异化内容沉淀,有效提升品牌及产品的终端覆盖与可见度;线下投放,在巩固高铁、地标广告等核心点位资源占位的基础上,持续加强对下沉市场广告投放布局。通过构建线上线下融合的全场景营销生态,建立品牌与消费者的高频互动机制,从而全面提升品牌认知度及美誉度,强化品牌在目标消费群体中的心智占位。

2)渠道发展:深化渠道下沉,拓展品类多样性,实现渠道的广泛覆盖和深度渗透。通过各类项目赋能和数字化等渠道管理,持续提升合作伙伴经营质量,实现经营增效和大商转型升级,提升终端服务质量。同时,继续加强与装企的合作力度,通过资源整合与优势互补,推动行业与装企的深度融合,实现各类渠道良性循环发展。

专卖店渠道,重点提升专卖店运营质量。从店态升级、导购、会员、系统全方位精进管理,强化品牌外显,夯实专卖店零售力。店态升级方面,深化专卖店店型分类,配合专卖店形象焕新,全面提升品牌形象;导购方面,通过标准化作业流程培训以及导购评级体系,持续提升导购服务水平;系统方面,通过更先进的数字化管理,配套价格管控机制,为消费者提供更放心更便捷的购买体验;会员方面,完善会员运营机制,以增加会员忠诚度。

电商渠道,通过短视频和直播带货等社交电商、跨境电商平台的布局,探索更多增长机会。同时通过完善和强化内容营销、流量运营、售后服务等,进一步提升电商渠道品牌影响力,增强电商领域核心竞争力。

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。力争打造集培训认证、产品购买、福利获取、活动赋能为一体的综合型工长会员需求一站式解决平台。与此同时,以区域为单位深度绑定全国专卖店,持续面向工长会员组织技能竞技大赛、培训认证等活动。

4)产品发展:始终以消费者为中心,在满足产品高标准环保性能和物理性能的前提下,同时关注产品应用性能提升,持续开发耐晒、耐磨、耐水、耐低温快干、施工省力省时系列产品。民建产品环保持续升级,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、SGLS绿色环保认证。同时,关注细分使用场景,品类持续拓宽,推出可外露高性能防水卷材、彩色超耐候可外露防水涂料、轻质隔声化瓷砖铺贴产品、推出一砖一色美缝可调色美缝剂、耐晒型化美缝剂、轻质腻子、防霉高强耐水腻子等。

5)服务店:安心服务,以服务商为载体,全面打造服务力,通过服务赋能帮助合作伙伴增强服务盈利能力,提升竞争力。防水交付服务落地170城,服务近4万户家庭,以标准化施工与优良服务品质获得客户口碑;铺贴交付服务聚焦C1以上级别瓷砖胶应用,为消费者提供高品质服务体验;美缝交付服务流程优化、质保升级,满足消费者更多个性化需求;雨虹管家服务为近3万个家庭带来管路检测保障服务,让用户生活更放心。

(2)C端服务平台

报告期末,为整合提升零售服务能力和服务质量,更专业更高效地服务C端重装及维修市场,公司将原建筑修缮集团零售业务板块"雨虹到家服务"和民建集团"安心服务"进行整合,搭建全集团C端服务平台,由民建集团统一管理,以"专业、高效、保障、全面"的核心要素为基石,构建与消费者之间的新零售服务平台。依托民建集团渠道网络布局等综合优势,同时充分利用各类线上多元化媒体渠道,对线上线下资源进行深度整合与系统化运作,搭建高效的服务网络,实现广泛、精准的用户触达。此外,整合后的C端服务平台将在不断发展升级的基础上,持续关注提升精细服务,着重完善服务标准化流程,开展工匠系统化专业服务培训,推行标准化施工工艺等关键工作,致力于提升服务体系的运转效能,进一步完善服务体系建设,全力打造C端服务领域的行业标杆品牌。

(3)建筑涂料零售

报告期,建筑涂料零售业务围绕提升经营质量的核心要求,系统梳理组织架构、品牌运营、渠道管理、服务体系,通过学习民建集团零售管理经验、借助民建集团丰富的客户资源、高效的渠道协调能力和强大的品牌影响力,实现零售市场资源优化配置与高效协同,为建筑涂料零售业务的持续高质量发展奠定坚实基础。

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,用护肤所爱、所见、所欲、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,充分利用民建集团等内部资源,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。报告期内,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,全面开设合伙人机制,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,不断完善市场秩序。

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)2024年,砂粉科技集团秉持"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,整合专业的砂粉精益生产体系,推动疗业品类价值链落地,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。报告期,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,快速市局扩品类、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,探索居构配套砂浆、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。

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,增加砂粉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。截至报告期末,砂粉科技集团新增14家供应基地,实现就捷应应与服务,降低运输成本,为客户创造更大价值。

(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,虹昇新能源推出的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;推出虹十别墅绿电系统,进军C端到墅光储充赛道,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。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。

4、出海业务。报告期,公司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。

公司在全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,东方雨虹土耳其生产基地已顺利投产;东方雨虹美国生产基地已顺利投产;东方雨虹马来西亚研发物流基地普雷维尼市举行,一期计划主要建设TPO防水卷材生产线及北美研发中心;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,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,该项目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,能够进一步吸引全球范围的客户和资源;东方雨虹马来西亚生产