

证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2023-062

北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2023 年半年度报告摘要

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普通股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、主要财务数据和财务指标

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）	16,851,932,121.34	15,306,713,510.11	10.10%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,334,270,475.95	966,397,039.25	38.07%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益 的净利润（元）	1,242,925,809.32	890,389,636.18	39.59%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-3,943,075,794.43	-6,980,368,375.70	43.51%
基本每股收益（元/股）	0.53	0.38	39.47%
稀释每股收益（元/股）	0.53	0.38	39.47%
加权平均净资产收益率	4.88%	3.55%	1.33%
	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）	49,269,869,927.15	50,555,779,624.44	-2.54%
归属于上市公司股东的净资产（元）	27,908,705,630.64	26,807,182,612.69	4.11%

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	152,118		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						
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	270,723,639
香港中央结算有限公司	境外法人	11.09%	279,299,691	0		
许利民	境内自然人	2.87%	72,269,250	54,201,937		
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 证券投资 基金	其他	1.63%	41,070,120	0		
UBS AG	境外法人	1.59%	40,105,617	0		
建岷实业 投资— Janchor Partners Pan— Asian Master Fund— RQFII	境外法人	1.39%	34,974,679	0		
阿布达比 投资局	境外法人	1.07%	26,911,630	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	1.01%	25,400,087	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。					

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

(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支持票据（科创票据）优先级	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%
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	-

(2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	42.57%	46.22%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	46.23	36.26

三、重要事项

一、报告期内公司从事的主要业务

(一) 概述

2023 年上半年，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，着力推动高质量发展，国民经济回升向好。但同时，外部不稳定不确定因素较多，推动经济持续恢复发展仍需加力。面对复杂多变的宏观环境和诸多风险挑

战，东方雨虹笃定信心、步履坚韧，在“去伪存真、刚骨安身、上下同欲、自我革新”的总战略引领下，以“不论寒暑，上坡加速，野蛮进化，挑战不可能”作为工作主题，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，保持战略定力、增强发展信心，实干担当、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、风控优先，升级授信管控机制，切实提升经营质量；进一步实施渠道变革，转变直销思维，坚持零售优先、合伙人优先，升级合伙人制度、赋能合伙人发展、打造渠道领先优势，抓实抓细各项“合伙制”工作，深入落实“平台+创客”经营管理模式；通过有序开发及赋能各类合伙人，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，同时发力存量建筑市场，发展旧房改造、城市更新等翻新修缮业务，此外，以民用建材为代表的零售渠道继续保持了较快增长，上述举措逐步降低了房地产行业波动对公司的影响；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、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业等产品领域延伸，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。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，公司继续坚持 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，持续扩大防水涂料、卷材维修类产品市场占有率，重点布局瓷砖铺贴类及美缝类产品线，扩大 C 端影响力，同时，在多品类发展路径上，持续培育加固剂及腻子粉等墙辅产品线、推动胶类产品发展、孵化五金及管业等新品类，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 年上半年，民建集团实现营业收入 43.84 亿元，同比增长 34.69%；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，在环保方面秉

承“可持续健康绿色环保”的品牌主张和生活理念研发了生物基含量高达 30%的“轻呼吸生物基墙面漆”，在色彩方面拥有 800 万海量色彩配方库，打造“护墙如护肤”的产品理念及 2088 色彩体系，德爱威现已成为目前国内市场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”，以渗漏维修为业务流量入口，围绕家庭修缮形成漏水修缮、刷新服务、门窗修缮、空气治理、暖通修缮、局改整装、易屋美墅、渗漏智检、智能改造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”的家庭修缮市场正规军，以“解决问题，满足需求”为服务导向，深耕家修、家装、家居改善领域，搭建标准化、专业化、系统化的服务平台，塑造美好人居环境。

报告期内，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，包括资源合伙人、中小微合伙人、专业领域合伙人等，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。

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；在全国布局 30 余个分校开展职业技能等级认定培训及考试，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；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。公司与全国 12 所职业院校开展校企合作，深化产教融合，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，提升综合

竞争力。报告期，东方雨虹职业技能培训学校开设“免学费学技能创业就业培训班”，在为行业输送产业技术岗位人才的同时也为解决行业内就业创业提供更多机会。

报告期内，公司积极投身碳减排碳中和工作，紧紧围绕绿色环保可持续发展理念，丰富和完善低碳领域中的系统应用：旗下卧牛山节能保温板块承接多个近零能耗建筑项目，持续研发新产品新技术，从传统的被动式近零能耗建筑系统，转向综合使用被动式、主动式建筑节能措施，结合太阳能光电技术、蓄能技术、智能建筑能源管理系统等新技术，使建筑物可以达到能量供给和使用的长期平衡的“净零能耗建筑系统”。此外，结合《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》中关于“到 2025 年，装配式建筑占当年城镇新建建筑的比例达到 30%”等要求，积极拓展相关业务，升级保温装饰一体板系统，采用更加丰富的饰面材料、更好的保温节能效果、整体系统更为轻便，应用领域和使用场景从传统的住宅、公用建筑外墙以外拓宽到工业建筑以及大量的翻新和建筑修缮等领域。卧牛山装配式内装系统，为客户提供从设计到施工的一站式、全周期解决方案，不仅能满足不同客户的装饰性要求，还能通过内部装饰的装配式安装方式，为客户节约安装时间，创造良好的空气环境。同时，卧牛山旗下上海焯和新材料科技有限公司 2023 年上半年继续发力工业建筑节能保温材料业务，不断研发各类新产品和新系统，致力于提升工业建筑所需要的保温、防火、隔声等性能。

报告期内，公司全资子公司虹石（江苏）新材料科技有限公司（以下简称“虹石新材料”）扬州化学工业园区 VAE 乳液、VAEP 胶粉项目一期投产，其产品可广泛应用于各类专用粘合剂、防水涂料，以及瓷砖胶、腻子粉、保温砂浆、修缮砂浆、地坪等特种砂浆、建筑粉料等多个应用领域。虹石新材料一期投产，标志着公司供应链抗风险能力的进一步提升，对乳液等部分核心原材料供应的稳定性及成本优化形成了良好的保障，同时亦打造了新的收入增长点。

（二）公司主营业务介绍

公司致力于新型建筑防水材料的研究、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、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、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、砂浆粉料、建筑装饰涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、非织造布、特种薄膜、乳液等多领域，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）、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）、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，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（或称“德爱威涂料零售”）、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，强化品牌、升级服务、扩充品类，不断提升

用户体验，提高核心竞争力。2023 年上半年，公司零售业务实现营业收入 505,128.85 万元，同比增长 32.21%，占公司营业收入比例为 29.98%，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，持续扩大防水涂料、卷材维修类产品市场占有率；同时重点布局瓷砖铺贴类及美缝类产品线，扩大 C 端影响力。在多品类发展路径上，持续培育加固剂及腻子粉等墙辅产品线、推动胶类产品发展、孵化五金及管业等新品类，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 年上半年，民建集团实现营业收入 43.84 亿元，同比增长 34.69%。

1) 品牌发展：着力提升品牌影响力，链接全域人群，提升全品类产品声量。坚持贯彻以人群圈层拓展赋能增长策略，立足线下实体门店品质、数量双向提高，加大户外广告媒体投放可见度，扩大品牌影响力的同时积极探索提升品牌影响力路径，基于线上网络媒体矩阵进行多维传播，通过官网、微信公众平台、微信视频号、新浪微博、抖音、知乎、小红书、百度等媒体平台全方位加深品牌影响，占领线上线下广域流量，在终端持续打造品牌影响，塑造品牌认知。

2) 渠道发展：持续渠道下沉，强化渠道经营质量，保障渠道持续快速健康发展。重点关注薄弱市场，进一步扩大主品类城市覆盖，同时大力扶持新品渠道开拓；重视经销商培养及梯队建设，培养经销商做大做强；优化渠道结构，落实网点分级，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，同时利用信息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，民建集团通过灭空白、强经销、拓品类、优分销等关键举措，成绩显著，百万经销商签约增长近 700 家，分销网点近 20 万家，门头保有近 5 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。

专卖店渠道运营升级。围绕产品升级，上市臻系列新品，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。

电商渠道持续拓展，更贴近消费需求，更有效赋能渠道。重点品类针对消费需求开发更多适用性的产品，并以涂佳佳品牌为主导，上架更多 DIY 属性产品，提升消费者自己动

手的体验。在开通线上平台防水、美缝和刷新等服务的基础上，又开通美容收边等服务产品，并深化系统建设，为消费者提供更好的服务体验，为渠道充分赋能。除天猫、京东、拼多多等主要电商平台外，公司已在抖音等更多电商平台开设店铺及账号，开展日常直播卖货，同时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。

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 230 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 年上半年，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、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 A+认证、德国 EC1plus 认证、CIAA 抗菌认证、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：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，在环保方面秉承“可持续健康绿色环保”的品牌主张和生活理念研发了生物基含量高达 30%的“轻呼吸生物基墙面漆”，在色彩方面拥有 800 万海量色彩配方库，打造“护墙如护肤”的产品理念及 2088 色彩体系，德爱威现已成为目前国内市场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 2200 家经销商合伙人，终端销售网点达到 25000 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 4600 多个家装公司开展合作，并在全国重点市场建立了 1700 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余名，结合多种营销方式增加会员的粘性，带动会员复购。

(3) 建筑修缮集团雨虹到家服务

报告期内，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”。以渗漏维修为业务流量入口，围绕家庭修缮形成漏水修缮、刷新服务、门窗修缮、空气治理、暖通修缮、局改整装、易屋美墅、渗漏智检、智能改造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”的家庭修缮市场正规军，以“解决问题，满足需求”为服务导向，深耕家修、家装、家居改善领域，搭建标准化、专业化、系统化的服务平台。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，建筑修缮集团雨虹到家服务在全国已布局运营中心、社区服务站等 600 余家门店。

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) 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，致力于成为一站式砂粉供应服务商，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，积极响应公司扩品类、强渠道战略，大力推动石膏砂浆、外墙防水砂浆、装饰砂浆等系列产品的研发及供应，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，为实现全国范围内 300 公里供应半径 24 小时使命必达奠定了良好基础。

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，2023 年上半

年已在全国布局 700 余家砂粉专业工程渠道经销商，同时进一步加强品牌推广工作，积极推进企业集采库品牌入围，为下半年项目落地打开通道。

(2) 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屋面系统服务商，业务领域包含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已形成涵盖研发、设计、制造、施工、运行等各个环节的全周期多维服务链条，该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。报告期内，公司自研光伏胶膜实现量产，标志着公司光伏产业链向上游进一步延展。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。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；与隆基绿能签署全面战略合作协议，通过优势资源互补，共同推进 BIPV 领域合作；与保碧新能源强强联手，共同孵化新能源工程项目。未来，虹昇（北京）新能源科技有限公司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。

（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。

（四）行业的基本情况 & 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。

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。

二、主营业务分析

（一）营业收入构成

单位：元

	本报告期		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	16,851,932,121.34	100%	15,306,713,510.11	100%	10.10%
分行业					
防水材料	12,368,748,419.15	73.40%	11,337,288,784.97	74.07%	9.10%
砂浆粉料	1,904,521,468.66	11.30%	1,331,922,122.22	8.70%	42.99%
工程施工	1,367,495,530.45	8.12%	1,439,346,541.54	9.40%	-4.99%
其他主营收入	790,714,537.46	4.69%	598,321,677.98	3.91%	32.16%
其他业务收入	420,452,165.62	2.49%	599,834,383.40	3.92%	-29.91%
分产品					
防水卷材	7,183,889,078.91	42.63%	7,103,447,974.54	46.41%	1.13%
涂料	5,184,859,340.24	30.77%	4,233,840,810.43	27.66%	22.46%
砂浆粉料	1,904,521,468.66	11.30%	1,331,922,122.22	8.70%	42.99%
工程施工	1,367,495,530.45	8.12%	1,439,346,541.54	9.40%	-4.99%
其他主营收入	790,714,537.46	4.69%	598,321,677.98	3.91%	32.16%
其他业务收入	420,452,165.62	2.49%	599,834,383.40	3.92%	-29.91%
分地区					
中国境内	16,471,269,027.21	97.74%	14,957,302,164.44	97.72%	10.12%
中国境外	380,663,094.13	2.26%	349,411,345.67	2.28%	8.94%
分渠道					
零售渠道	5,051,288,452.52	29.98%	3,820,601,627.93	24.96%	32.21%
工程渠道	6,142,050,842.49	36.45%	4,848,293,435.59	31.67%	26.68%
直销业务	5,238,140,660.71	31.08%	6,037,984,063.19	39.45%	-13.25%
其他业务收入	420,452,165.62	2.49%	599,834,383.40	3.92%	-29.91%

（二）占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						



防水材料	12,368,748,419.15	8,450,144,700.53	31.68%	9.10%	5.27%	2.49%
砂浆粉料	1,904,521,468.66	1,366,903,927.63	28.23%	42.99%	33.30%	5.22%
分产品						
防水卷材	7,183,889,078.91	5,212,575,602.36	27.44%	1.13%	0.93%	0.15%
涂料	5,184,859,340.24	3,237,569,098.18	37.56%	22.46%	13.10%	5.17%
砂浆粉料	1,904,521,468.66	1,366,903,927.63	28.23%	42.99%	33.30%	5.22%
分地区						
中国境内	16,471,269,027.21	11,708,172,037.77	28.92%	10.12%	7.11%	2.00%
分渠道						
零售渠道	5,051,288,452.52	2,994,865,481.58	40.71%	32.21%	21.32%	5.32%
工程渠道	6,142,050,842.49	4,714,078,599.77	23.25%	26.68%	23.29%	2.11%
直销业务	5,238,140,660.71	3,871,844,227.05	26.08%	-13.25%	-10.48%	-2.29%