證券代碼：002271　　證券簡稱：東方雨虹　　公告編號：2024－037

北京東方雨虹防水技術股份有限公司2023年年度報告摘要

一、重要提示

本年度報告摘要來自年度報告全文，爲全面瞭解本公司的經營成果、財務狀況及未來發展規劃，投資者應當到證監會指定媒體仔細閱讀年度報告全文。

所有董事均已出席了審議本報告的董事會會議。

非標準審計意見提示

□適用　☑不適用

董事會審議的報告期利潤分配預案或公積金轉增股本預案

☑適用　□不適用

是否以公積金轉增股本

□是　☑否

公司經本次董事會審議通過的利潤分配預案爲：以未來實施分配方案時股權登記日的總股本扣除公司回購專戶上已回購股份後的總股本爲基數，向全體股東每10股派發現金紅利6.00元（含稅），送紅股0股（含稅），不以公積金轉增股本。

董事會決議通過的本報告期優先股利潤分配預案

□適用　☑不適用

二、公司基本情況

1、公司簡介

股票簡稱	東方雨虹	股票代碼	002271
股票上市交易所	深圳證券交易所		
聯繫人和聯繫方式	董事會秘書	證券事務代表	
姓名	張蓓		
辦公地址	北京市亦莊經濟技術開發區科創九街19號院		
傳眞	無		
電話	010－59031997		
電子信箱	stocks@yuhong.com.cn		

2、報告期主要業務或產品簡介

（一）公司主營業務介紹

公司追求高質量穩健發展，目前已形成以主營防水業務爲核心，民用建材、砂漿粉料、建築塗料、節能保溫、膠粘劑、管業、建築修繕、新能源、非織造布、特種薄膜、乳液等多元業務爲延伸的建築建材系統服務商。

公司已將優質的產品及專業的系統服務廣泛應用於房屋建築、高速鐵路、地鐵及城市軌道、高速公路和城市道橋、機場和水利設施、綜合管廊等衆多領域，包括毛主席紀念堂、人民大會堂、鳥巢、中國尊、北京大興國際機場以及港珠澳大橋、京滬高鐵、北京副中心綜合管廊、印尼雅萬高鐵、印尼白水水電站項目、新加坡地鐵、巴基斯坦卡拉奇核電項目、馬來西亞森林城市項目等標誌性建築及項目，爲全球數以萬計的重大基礎設施建設、工業建築和民用、商用建築提供高品質的系統解決方案。公司始終以「爲國家、爲社會、爲客戶、爲員工、爲股東」爲宗旨，以「產業報國、服務利民」爲指導思想，以「爲人類爲社會創造持久安全的環境」爲使命，在聚焦建築防水行業的同時，還涉及民用建材、砂漿粉料、建築塗料、節能保溫、膠粘劑、管業、建築修繕、新能源、非織造布、特種薄膜、乳液等多領域，旗下設有東方雨虹（防水）、風行（防水）、雨虹防水（民用建材）、華砂（特種砂漿）、壁安（建築粉料）、德愛威（建築塗料）、阿爾貝娜（建築塗料）、虹嘉塗料（工業塗料）、洛迪科技（硅藻泥）、卧牛山節能（節能保溫）、孚達科技（節能保溫）、煬和（節能保溫）、雨虹膠（膠粘劑）、雨虹管（管業）、東方雨虹建築修繕（建築修繕）、雨虹到家服務（建築修繕）、虹昇新能源科技有限公司（新能源）、天鼎豐（非織造布）、金絲楠（特種薄膜）、虹石（精細與專業化學品）、中科建通（地層改良及工程修復）、職業技能培訓、東方雨虹瓦屋面系統（建築瓦屋面系統）等品牌和業務板塊。

1、工程業務。報告期內，公司深化省區一體化經營，升級渠道政策、賦能渠道發展、持續渠道下沉、打造渠道領先優勢，各區域一體化公司通過聚焦本地市場、屬地專營，充分整合當地客戶及市場渠道資源，通過發展及賦能各類合夥人加強所屬區域市場覆蓋率與滲透率，不斷消除空白市場與薄弱市場，通過渠道優先、直銷優化，各業務條線協同作戰，更好地服務於市場和客戶，提升市場佔有率；報告期內，公司全力發展合夥人，持續賦能合夥人，不斷總結並推廣工程渠道領域「合夥人機制」的成功經驗，全面升級合夥人機制，依托產品力、品牌及資源等綜合優勢，發展認同公司文化和經營理念的合夥人，通過完善市場管理、信用管理，培育合夥人的經營管理能力、業務拓展能力、施工服務能力等方式加大對合夥人的扶持力度；通過多元業務協同發展，以及不斷豐富產品品類、提升產品品質、優化產品結構、升級產品策略等方式持續提升產品力和系統服務能力，持續拓展建築建材領域的應用範圍，爲賦能工程業務發展保駕護航；進一步鞏固與開拓優質大型企業集團的戰略合作，積極拓展及延展客戶資源的深度與廣度；加大基礎設施建設、城市新興基建、工礦倉儲物流領域、保障性住房、城中村改造及城市更新等多元化應用領域和業務範圍的銷售及推廣力度；升級市場管控手段，通過加強內部銷售管控和產品追溯手段，不斷改善市場秩序。

2、零售業務。報告期內，以民建集團、建築塗料零售、建築修繕集團雨虹到家服務爲代表的C端零售業務穩紮穩打、持續發力。報告期內，公司持續拓展民用建材領域，大力發展零售業務，通過強化品牌、升級服務、擴充品類、拓展渠道，不斷提升用戶體驗，提高核心競爭力。2023年，公司零售業務實現營業收入92.87億元，同比增長28.11%，佔公司營業收入比例爲28.29%，零售業務佔比逐步提升。

（1）民建集團

報告期內，民建集團聚焦防水防潮系統和鋪貼美縫系統的雙主業發展戰略，持續擴大防水、瓷磚膠、美縫產品市場佔有率；同時重點佈局無塵、輕質、植物基、淨味、抗菌系列產品，擴大C端影響力。在多品類發展路徑上，持續培育膩子粉等牆輔產品線，推動膠類、管業產品線發展，孵化廚衛五金、工具耗材、家用電線等新品類，本著以客戶爲中心的核心服務理念，逐步實現消費者一站式建築建材購齊平台，爲消費者提供一個安全、安心、省心的家居環境。2023年，民建集團實現營業收入81.8億元，同比增長34.58%。

1）品牌發展：通過線上媒體矩陣傳播、線下廣告投放、佈局服務業務等形式鏈接全域人群，提升品牌及全品類產品影響力。堅持以用戶實際需求爲核心導向，實現線下實體門店與線上電商渠道同步提質增效。加大戶外廣告投放數量，通過高鐵列車廣告、高鐵站內裸眼3D廣告、地標建築LED廣告等形式，從內容質量維度提升廣告到達率。構建傳播矩陣進行多維傳播，佔領線上線下公域流量，持續擴大品牌影響力，塑造品牌認知。

2）渠道發展：實現渠道精耕，強化渠道下沉，提升渠道經營質量，保障渠道持續快速健康發展，進一步擴大各品類城市覆蓋；重視經銷商培養及梯隊建設，培養經銷商公司化運營，實現服務提質，經營增效；優化渠道分級，規範拜訪等作業流程，穩固傳統強勢渠道；優化銷售組織結構，適應多品類多渠道發展需求，同時利用數字化平台實現銷售人員線上管理，打造便捷高效的管理模式。截至報告期末，民建集團實現經銷商數量近5000家，分銷網點超22萬家。同時，繼續加強與裝企的合作力度，實現品牌強強聯合。

專賣店渠道，以店爲中心，從產品、系統、導購、會員等方面深度賦能，全方位打造統一的專賣店零售力。圍繞產品升級，上市臻系列等新品，專賣店產品更環保、更齊全；圍繞體驗升級，提供金牌導購管家式服務及線上下單本地化配送，消費者體驗更專業、更便捷；圍繞數字化升級，佈局統一零售管理體系，配套嚴格的價格稽核機制，讓消費者買的更放心。

電商渠道經營品質再上台階，已成功將防水、美縫等重點品類運營成爲電商平台優勢銷售產品。聯動線下渠道，在防水雙包、防水維修、美縫施工、塗料塗刷等服務領域實現鏈路有效閉環，提高服務成單量。同時，對瓷磚膠等側重配送體驗類的產品，積極推進線上獲客線下配送模式，給消費者帶去高效品質服務體驗。公司已在抖音、快手、小紅書等電商平台開設店鋪及賬號，直播帶貨等新興電商方式已逐漸成爲電商渠道業務新的重要組成部分。

3）會員運營：加速以「虹哥匯」爲核心的會員運營體系建設，構建「公司－經銷商－專賣店－會員」綜合運營體系架構，工長會員在「虹哥匯」會員平台可實現產品購買、培訓認證、積分兌換等福利。同時，持續面向工長會員組織召開技能競技大賽及培訓認證，並深度綁定全國專賣店，享有專賣店專屬會員服務。截至報告期末，「虹哥匯」會員數量已突破270萬人。

4）產品發展：民建集團致力於爲消費者提供環保、高效、節能、低碳、安全的優質產品。2023年，陸續推出取自天然的可再生「生物基」防水塗料、淨味環保系列防水塗料、輕質低碳型隔音瓷磚膠、淨塵防霉型瓷磚膠、抗菌率＞99%美容收邊膠、可外露系列屋面塗料、耐黃變聚尿美縫劑、抗菌管等多款創新型產品。同時產品陸續取得中國環境認證（十環）、法國VOC標籤最高環保級別A+級標準、德國EC1plus認證、CIAA抗菌標誌使用資格、綠色產品認證、綠色建材認證、WRAS英國飲用水安全認證。

5）服務佈局：升級服務體系，推出「雨虹安心服務」的全鏈路服務體系，打造集產品、服務、保障於一體的家居一站式服務平台，涵蓋雨虹管家服務、雨虹防水交付服務、雨虹鋪貼交付服務、雨虹美縫服務、雨虹維修服務五大服務體系。通過建立產品應用、標準化施工、規範化服務流程、售後質保等全流程機制，以數字化管理平台爲抓手，一方面精準解決消費者切實需求，另一方面強化與經銷商合作粘性。

（2）建築塗料零售

報告期內，建築塗料零售業務實施以切實提升經營質量爲主線的組織架構調整，由民建集團管理建築塗料零售業務，並充分依托於民建集團在零售領域所積累的管理經驗、客戶資源、銷售渠道協調性及良好的品牌影響力，實現資源整合、高效協同，推動建築塗料零售業務高質量可持續發展，業務單位對標民建集團按片區建制統籌各區域經營管理工作，人員並線管理，持續提升人效。

報告期內，建築塗料零售業務進一步梳理和完善品牌定位、市場拓展和渠道管理等工作內容，以「Caparol德愛威」—「來自德國的功能塗料」、「Alpina阿爾貝娜」—「護牆如護膚」雙品牌定位爲切入點，依托「Caparol德愛威」百年塗料品質和精工匠心的德國理念、可持續環保和創新配方的德國技術、眼見爲實和無憂服務的德國工藝，以及「Alpina阿爾貝娜」護你所愛、所見、所敢、所想的德國品質，重新定義品牌認知，形成藝術塗料、內牆塗料、外牆塗料、基輔材料等4大核心領域，探索塗料零售業務的研發、生產、銷售及技術服務新生態和盈利增長點。

報告期內，建築塗料零售業務聚焦塗料主營產品，持續探索合理佈局產品線，優化產品結構，實現產品性能升級、環保升級、品類升級、服務升級，以消費者視角打造差異化產品線；重建「Caparol德愛威」和「Alpina阿爾貝娜」雙品牌的前端區隔與後端協同，延展品牌廣度和深度，注重品牌覆蓋，提升雙品牌覆蓋率；強化渠道管控政策，拓寬渠道維度、持續渠道下沉、賦能渠道發展，同時探索深度聯合併充分借助民建集團、建築修繕集團等業務板塊的渠道資源協同性，一方面汲取渠道發展經驗和優勢力量，培育和提升自身渠道拓寬質量、延展渠道建設廣度，另一方面挖掘潛在客戶群體，有效帶動產品品類和銷量；在會員運營方面，建立會員客戶畫像，鎖定專業人士，結合多種營銷方式增加會員粘性，帶動會員復購，完善會員與線下專賣店等渠道聯動機制，構建提質增利的高品質客戶圈層。

（3）建築修繕集團雨虹到家服務

建築修繕集團雨虹到家服務聚焦存量市場，持續完善服務體系、細化服務領域，以社區爲中心下沉渠道，致力於打通雨虹到家服務「最後一公里」，以家庭修繕爲業務流量入口，圍繞家修、家裝、家居形成漏水修繕、門窗修繕、空氣治理、刷新服務、暖通修繕、局改整裝、滲漏智檢、全屋淨水等多元化服務模式及一站式解決方案，打造「雨虹到家，就這一家」的家庭空間改善市場正規軍，搭建標準化、專業化、系統化的到家服務互聯生態平台。截至本報告披露日，建築修繕集團雨虹到家服務在全國已佈局運營中心、社區服務站超1200家，分佈在全國29個省（直轄市）153個城市，實現「百城千店」規劃，同時在越南胡志明市、馬來西亞吉隆坡、菲律賓馬尼拉等國均開設了雨虹到家服務運營中心。

截至本報告披露日，雨虹到家服務與北京建築材料檢驗研究院股份有限公司就室內滲漏智能檢測系統業務達成全面合作，與中鴻天鑫集團就家庭空間升級改造解決方案等方面開展合作，與58同城在業務拓展、資源共享、市場開發等多層面開展深度合作，與世茂天成物業服務集團有限公司、中鐵建物業管理有限公司武漢分公司達成戰略合作，持續賦能雨虹到家品質服務。此外，雨虹到家服務登錄北京電視台生活頻道，由居民房屋滲漏所引發的居住痛點，深度展示雨虹到家服務圍繞滲漏維修所展開的專業、品質和放心全流程，品牌影響力進一步擴大。

3、新興業務。報告期內，以砂粉科技、虹昇新能源爲代表的業務板塊深耕細作、蓄勢發力。

（1）砂粉科技集團始終秉持「讓客戶省心、放心、安心」的經營理念，致力於成爲一站式砂粉供應服務商，旗下擁有華砂、壁安兩大品牌，依托東方雨虹先進的管理理念、精益生產體系、卓越的研發及應用技術團隊，以多元渠道佈局爲基石，涉足特種砂漿、建築粉料、灌漿料、ALC加氣塊、精品砂及其製品等多個產品領域，不斷擴大砂漿粉料市場的佔有率，提升品牌影響力。報告期，在持續穩固發展瓷磚鋪貼體系、牆面塗裝體系、保溫粘結體系、地面找平體系、基礎修建體系等5大產品體系的同時，積極佈局擴品類、拓渠道、強服務、共盈利戰略，大力推動防水砂漿、裝飾砂漿、地坪系統配套等新產品的研發及供應，以及輕質瓷磚膠、低碳膠凝材料、石膏緩凝技術等新技術的探索和應用，以滿足客戶對不同應用場景的需求。針對建築砂粉產品對於運距較爲敏感的特性，進一步完善全國性的生產基地佈局，爲逐步縮短運距、實現全國範圍內200公里供應半徑24小時使命必達奠定良好基礎。

砂粉科技集團依托公司零售渠道網點佈局，快速增加砂粉產品覆蓋範圍。工程端以工廠爲原點，建立「銷技供產服」一體化公司，充分提升響應速度和服務質量，截至報告期末，在全國開發併合作近千家砂粉專業渠道經銷商。砂粉科技集團中心實驗室於報告期通過CNAS認可，標誌著實驗室在硬件設施、檢測能力和管理水平等方面均達到國際認可標準。

（2）公司旗下虹昇（北京）新能源科技有限公司（或稱虹昇新能源）立足公司在分佈式光伏領域積累的研發成果、領先技術、產品體系、系統服務及豐富的實踐經驗，整合公司光伏相關業務及光伏行業產業鏈相關產品，致力於成爲持久安全的新能源屋面系統服務商。虹昇新能源實現品牌升級，強化品牌傳播與識別；實現業務體系升級，業務領域覆蓋工商業分佈式光伏、高端民用光伏綠電、工商業儲能和光伏產品貿易四大板塊，包括工商業分佈式光伏工程總承包（EPC）、合同能源管理（EMC）、投資、運維、儲能系統、光儲充一體化服務及綜合能源配套服務。其中，「虹頂」工商業分佈式光伏屋面系統能夠滿足多種類型屋面的分佈式光伏建設需求，並已成功應用於汽車廠房、數據中心、公司自有新建和既有生產研發物流基地等衆多項目中；推出虹＋別墅綠電系統，自主研發高端戶用儲能逆變器、儲能、充電樁等系列產品，進軍C端別墅光儲充賽道，在建立國內渠道體系持續拓展國內市場的基礎上，探索佈局北美及東南亞市場。報告期，公司與中國電力開展戰略合作，佈局新能源開發、建築防水光伏一體化和儲能等業務領域。虹昇新能源與華能北京熱電有限責任公司簽署戰略合作，圍繞節能降耗、光伏建設、綠色建築等業務領域推動合作向縱深發展。此外，亦與晶澳太陽能科技股份有限公司攜手打造雨虹晶澳新能源科技有限公司，與隆基綠能、保碧新能源等光伏上下游企業開展合作，尋求市場機遇，推動光伏產業發展。未來，虹昇新能源將繼續依托佈局全國的強大銷售體系、創新的新能源屋面系統解決方案、良好的品牌影響力及系統服務能力，加速發展風光儲等綜合能源領域相關業務，以科技賦能綠色可持續發展。

（二）銷售模式

公司根據產品的用途和使用群體的不同，針對現有市場特點及未來市場拓展方向建立了直銷模式與渠道模式相結合的多層次市場營銷渠道網絡進行產品銷售及提供系統服務：

直銷模式爲公司直接對產品最終使用客戶進行開發、實現銷售及服務，公司先後與多家優質大型企業集團簽訂了戰略性合作協議或長期供貨協議，同時，在工業建築、能源建設、鐵路、公路、軌道交通、隧道及地下工程、民生工程等專業細分市場通過與客戶直接接觸增強了信任，在材料供應及系統服務方面建立了長期穩定的合作夥伴關係，直銷模式對提升公司行業知名度提供了重要保障。渠道模式爲公司通過經銷商等渠道合作夥伴對產品最終使用客戶進行開發、實現銷售及服務，渠道模式分爲工程渠道和零售渠道，公司已經簽約多家經銷商，建立了佈局合理、風險可控、經濟高效、富有活力的經銷商網絡系統，通過不斷加強經銷商的系統培訓和服務工作，使經銷商網絡逐步發展成爲公司拓展全國市場的重要銷售渠道。

目前，公司已形成了直銷模式與工程渠道經銷商模式相結合的多維度工程市場營銷網絡，以及以零售渠道經銷商模式爲核心的民用建材市場營銷網絡。

1、工程市場由北方區、華東區、華南區三大片區及專注於鐵路、公路、軌道交通、工業建築、能源建設、地下工程領域等專業細分市場的專項領域公司、事業部負責銷售。其中，北方區、華東區、華南區下轄各省區一體化經營公司及各集采事業部，集采事業部聚焦服務於全國性大型戰略合作客戶，通過簽訂戰略合作協議或長期供貨協議，積極提升與集采客戶的合作深度及業務合作領域；各區域一體化公司負責公司產品在本地工程市場的銷售及服務，通過聚焦本地市場、屬地專營、發展及賦能各類合夥人加強所屬區域市場覆蓋與滲透，各銷售渠道及業務條線協同作戰，提升當地市場佔有率，同時積極利用依托於防水主業多年積累的客戶資源及銷售渠道的協同性，發展砂漿粉料、建築塗料、節能保溫等業務，爲客戶提供完善的建築建材系統解決方案。

2、零售渠道經銷商，分別由公司下屬民建集團、建築塗料零售業務板塊及建築修繕集團雨虹到家服務板塊負責管理，通過建立家裝公司、建材超市、建材市場、運營中心、社區服務站經銷商及電商多位一體的復合營銷網絡服務於普通大衆消費者家庭裝修及重裝翻新修繕市場。

3、主要會計數據和財務指標

（1）　近三年主要會計數據和財務指標

公司是否需追溯調整或重述以前年度會計數據

☑是　□否

追溯調整或重述原因

會計政策變更

元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增減	2021年末	
		調整前	調整後	調整後	調整前	調整後
總資產	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
歸屬於上市公司股東的淨資產	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
	2023年	2022年		本年比上年增減	2021年	
		調整前	調整後	調整後	調整前	調整後
營業收入	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
歸屬於上市公司股東的淨利潤	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
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	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
經營活動產生的現金流量淨額	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
稀釋每股收益(元/股)	0.90	0.84	0.84	7.14%	1.70	1.70
加權平均淨資產收益率	8.24%	7.97%	7.97%	0.27%	19.92%	19.92%

會計政策變更的原因及會計差錯更正的情況

財政部於2022年11月發佈了《企業會計準則解釋第16號》（財會〔2022〕31號）（以下簡稱「解釋第16號」）。

解釋第16號規定，對於不是企業合併、交易發生時既不影響會計利潤也不影響應納稅所得額（或可抵扣虧損）、且初始確認的資產和負債導致產生等額應納稅暫時性差異和可抵扣暫時性差異的單項交易，因資產和負債的初始確認所產生的應納稅暫時性差異和可抵扣暫時性差異，應當根據《企業會計準則第18號——所得稅》等有關規定，在交易發生時分別確認相應的遞延所得稅負債和遞延所得稅資產。對於在首次施行上述規定的財務報表列報最早期間的期初至本解釋施行日之間發生的上述交易，企業應當按照上述規定，將累積影響數調整財務報表列報最早期間的期初留存收益及其他相關財務報表項目。上述會計處理規定自2023年1月1日起施行。

本公司對租賃業務確認的租賃負債和使用權資產，以及確認的棄置義務相關預計負債和對應的相關資產，產生應納稅暫時性差異和可抵扣暫時性差異的，按照解釋第16號的規定進行調整。

（2）　分季度主要會計數據

單位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
營業收入	7,494,548,302.46	9,357,383,818.88	8,508,318,204.12	7,462,277,782.96
歸屬於上市公司股東的淨利潤	385,537,995.41	948,732,480.54	1,019,229,036.10	−80,168,245.19
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	324,322,182.50	918,603,626.82	928,675,060.81	−330,876,676.11
經營活動產生的現金流量淨額	−3,806,105,070.84	−136,970,723.59	−816,916,433.45	6,863,189,867.49

上述財務指標或其加總數是否與公司已披露季度報告、半年度報告相關財務指標存在重大差異

□是　☑否

4、股本及股東情況

（1）　普通股股東和表決權恢復的優先股股東數量及前10名股東持股情況表

單位：股

報告期末普通股股東總數	186,526	年度報告披露日前一個月末普通股股東總數	197,759	報告期末表決權恢復的優先股股東總數	0	年度報告披露日前一個月末表決權恢復的優先股股東總數	0

前10名股東持股情況（不含通過轉融通出借股份）

股東名稱	股東性質	持股比例	持股數量	持有有限售條件的股份數量	質押、標記或凍結情況	
					股份狀態	數量
李衛國	境內自然人	22.69%	571,332,887	428,499,665	質押	283,583,639
香港中央結算有限公司	境外法人	9.82%	247,235,037	0	不適用	0
許利民	境內自然人	2.87%	72,269,250	54,201,937	不適用	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	不適用	0
招商銀行股份有限公司－睿遠成長價值混合型證券投資基金	其他	1.61%	40,627,620	0	不適用	0
建峖實業投資－Janchor Partners Pan－Asian Master Fund－RQFII	境外法人	1.39%	34,974,679	0	不適用	0
中國工商銀行股份有限公司－富國天惠精選成長混合型證券投資基金（LOF）	其他	0.99%	25,007,131	0	不適用	0
向錦明	境內自然人	0.88%	22,169,323	16,626,992	質押	3,000,000
阿布達比投資局	境外法人	0.79%	20,014,056	0	不適用	0
招商銀行股份有限公司－睿遠均衡價值三年持有期混合型證券投資基金	其他	0.79%	20,000,000	0	不適用	0
上述股東關聯關係或一致行動的說明	公司未知上述股東之間是否存在關聯關係，也未知是否屬於《上市公司收購管理辦法》中規定的一致行動人。					
參與融資融券業務股東情況說明（如有）	不適用					

前十名股東參與轉融通業務出借股份情況

□適用　☑不適用

前十名股東較上期發生變化

☑適用　□不適用

單位：股

前十名股東較上期末發生變化情況

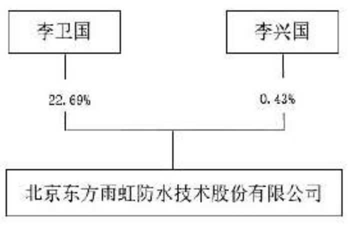
股東名稱（全稱）	本報告期新增/退出	期末轉融通出借股份且尚未歸還數量		期末股東普通賬戶、信用賬戶持股及轉融通出借股份且尚未歸還的股份數量	
		數量合計	佔總股本的比例	數量合計	佔總股本的比例
中國工商銀行股份有限公司－富國天惠精選成長混合型證券投資基金（LOF）	新增	0	0.00%	25,007,131	0.99%
向錦明	新增	0	0.00%	22,169,323	0.88%
招商銀行股份有限公司－睿遠均衡價值三年持有期混合型證券投資基金	新增	0	0.00%	20,000,000	0.79%
UBS AG	退出	0	0.00%	17,841,601	0.71%
科威特政府投資局	退出	0	0.00%	8,317,476	0.33%
富誠海富資管－北京東方雨虹防水技術股份有限公司2021年員工持股計劃－富誠海富通東方雨虹員工持股單一資產管理計劃	退出	0	0.00%	2,000,000	0.08%

（2）　公司優先股股東總數及前10名優先股股東持股情況表

□適用　☑不適用

公司報告期無優先股股東持股情況。

（3）　以方框圖形式披露公司與實際控制人之間的產權及控制關係



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、在年度報告批准報出日存續的債券情況

☑適用　□不適用

（1）　債券基本信息

債券名稱	債券簡稱	債券代碼	發行日	到期日	債券餘額(萬元)	利率
東方雨虹1期應收賬款綠色資產支持專項計劃（科技創新）優先級資產支持證券	東方雨虹2023－1優	143904.SZ	2023年12月27日	2024年11月18日	53,100	4.20%
東方雨虹1期應收賬款綠色資產支持專項計劃（科技創新）次級資產支持證券	東方雨虹2023－1次	143905.SZ	2023年12月27日	2024年11月18日	2,900	0.00%
報告期內公司債券的付息兌付情況		無。				

（2）　公司債券最新跟蹤評級及評級變化情況

報告期內，大公國際資信評估有限公司於2023年7月10日出具了《北京東方雨虹防水技術股份有限公司2023年度信用評級報告》，確定本公司主體信用等級爲AAA，評級展望爲穩定；於2023年11月17日出具了《東方雨虹1期應收賬款綠色資產支持專項計劃（科技創新）資產支持證券信用評級報告》，確定優先級資產支持證券的信用等級爲AAAsf。

（3）　截至報告期末公司近2年的主要會計數據和財務指標

單位：萬元

項目	2023年	2022年	本年比上年增減
資產負債率	43.90%	46.22%	−2.32%
扣除非經常性損益後淨利潤	184,072.42	180,276.33	2.11%
EBITDA全部債務比	51.15%	15.47%	35.68%
利息保障倍數	24.31	14.15	275.26%

三、重要事項

（一）概述

1、聚焦主業，多元並進，打造領先的建築建材系統服務商

公司始終以客戶需求爲導向，以滿足不同應用場景和市場變化爲出發點，形成聚焦建築防水行業，向民用建材、砂漿粉料、建築塗料、節能保溫、膠粘劑、管業、建築修繕、新能源、非織造布、特種薄膜、乳液等多元業務領域延伸的建築建材系統服務商。報告期，公司以「不論寒暑，上坡加速，野蠻進化，挑戰不可能」作爲工作主題，踐行《東方雨虹基本法》的核心理念和原則，直面市場不確定性，保持戰略定力、增強發展信心。

報告期，公司始終堅持高質量穩健發展的戰略定位，將風險管控放在首要位置，堅持穩健經營、風控優先，切實提升經營質量；一方面深入落實「平台+創客」經營管理模式，堅持合夥人優先，通過實施渠道變革，賦能合夥人發展，積極拓展交通基建、水利設施等基礎設施建設、城市新興基建、工礦倉儲物流及保障性住房等多元化應用場景，發揮技術優勢豐富產品品類、升級產品體系，提升公司在非房領域的市場佔有率，另一方面發力存量建築市場，發展舊房改造、城中村改造、城市更新等翻新修繕業務；同時，堅持零售優先，以民用建材爲代表的C端零售渠道穩紮穩打，繼續保持較快增長，通過強化品牌、升級服務、擴充品類、拓展渠道，不斷提升用戶體驗，提高核心競爭力；公司充分利用依托於防水主業所積累的客戶資源、銷售渠道的協同性及良好的品牌影響力，快速發展非防水業務，以優質的產品及專業的系統服務爲基礎，爲客戶提供更爲完善的一站式建築建材系統解決方案，借助防水主業佈局的全國性渠道網絡的協同優勢，砂粉等非防水業務實現了較快發展，爲公司未來的可持續發展提供了第二增長曲線，助力公司打造成爲建築建材系統服務商；堅持海外優先，積極推進「出海」工作，發展海外市場，推進佈局國際科研、海外倉儲、海外投資併購、海外建廠、海外人才培養、海外渠道拓展等國際化戰略佈局，實現海外工程、貿易、零售等多元化商業模式經營；此外，公司積極佈局非織造布、特種薄膜、VAE乳液、VAEP膠粉等上游產業，提升公司供應鏈抗風險能力，進一步構築公司更深、更寬的護城河。

2、合夥人優先，快速實施渠道變革

報告期，公司持續進行渠道優化變革，改變直銷思維，全力發展各類合夥人，合夥人渠道銷售成爲公司主要的銷售主體之一。報告期，公司堅持合夥人優先，賦能合夥人發展，持續培育合夥人的經營管理能力、業務拓展能力、施工服務能力，抓實抓細各項「合夥制」工作，實現共創、共享、共贏。建立合夥人的分產品、分領域、分區域的分級政策，精耕細作，擴大領先優勢；搭建服務於合夥人的統一財務結算中心、總工辦技術支持平台，提升合夥人客戶的接待能力；賦能合夥人公司化運作、專業化標準化施工能力，提升合夥人服務終端客戶的整體交付能力，幫助合夥人持續發展；堅持結果導向，強化市場工作，規範市場秩序，打造一支眞正爲業務、爲合夥人賦能的能打硬仗的市場隊伍。

3、零售優先，鑄牢消費建材根基

2023年，公司零售業務實現營業收入92.87億元，同比增長28.11%，佔公司營業收入比例爲28.29%，零售業務佔比逐步提升。其中民建集團聚焦防水防潮系統和鋪貼美縫系統的雙主業發展戰略，持續擴大防水材料、瓷磚膠、美縫產品市場佔有率，同時重點佈局無塵、輕質、植物基、淨味、抗菌系列產品，擴大C端影響力，在多品類發展路徑上，持續培育膩子粉等牆輔產品線，推動膠類、管業產品線發展，孵化廚衛五金、工具耗材、家用電線等新品類，本著以客戶爲中心的核心服務理念，逐步實現消費者一站式建築建材購齊平台，爲消費者提供一個安全、安心、省心的家居環境。2023年，民建集團實現營業收入81.8億元，同比增長34.58%；建築塗料零售業務實施以切實提升經營質量爲主線的組織架構調整，進一步梳理和完善品牌定位、市場拓展和渠道管理等工作內容，以「Caparol德愛威」和「Alpina阿爾貝娜」雙品牌定位爲切入點，依托德國理念、技術、工藝和品質，形成藝術塗料、內牆塗料、外牆塗料、基輔材料等4大核心領域，探索塗料零售業務的研發、生產、銷售及技術服務新生態和盈利增長點；建築修繕集團雨虹到家服務聚焦存量市場，以社區爲中心下沉渠道，致力於打通雨虹到家服務「最後一公里」，以家庭修繕爲業務流量入口，圍繞家修、家裝、家居形成漏水修繕、門窗修繕、空氣治理、刷新服務、暖通修繕、局改整裝、滲漏智檢、全屋淨水等多元化服務模式及一站式解決方案，打造「雨虹到家，就這一家」的家庭空間改善市場正規軍，搭建標準化、專業化、系統化的到家服務互聯生態平台。

4、海外優先，積極拓展海外業務

隨著全球化戰略的持續深化與推進，公司進一步圍繞國際交流合作、海外知識產權、「一帶一路」等海外項目建設等方面積極部署，不斷將高品質產品及高標準服務推向海外市場。

報告期，公司先後參加第14屆國際基礎設施投資與建設高峰論壇（澳門）、SNEC第十六屆（2023）國際太陽能光伏與智慧能源（上海）大會暨展覽會，公司旗下德愛威（中國）有限公司攜手德國品牌設計在上海世博展覽館舉行「德國日」設計論壇－2024德愛威可持續設計「與自然共生」年度色彩暨新品發佈會，承辦並參加2023（上海）國際防水高端論壇，亮相2023中國國際屋面和建築防水技術展覽會，旗下東方雨虹砂粉科技集團有限公司亮相2023年第三屆廣州國際建築業和規劃設計產業博覽會暨粵港建築業新時代發展聯展（工程交易會），參展第134屆中國進出口商品交易會，亮相2023上海國際城市與建築博覽會，承辦綠色建築建材可持續發展與國別合作大會，參加印尼雅加達國際建材展覽會、2023年阿拉伯聯合酋長國迪拜國際五大建材行業展覽會。2024年2月，公司以「揚帆出海，跨境新篇，虹心聚力，譽滿全球」爲主題再度亮相2024年美國拉斯維加斯國際混凝土展覽會（World of Concrete）。

公司已在越南、馬來西亞、新加坡、印尼、加拿大、美國等多國設立海外公司或辦事處，爲夯實海外業務發展，拓展海外市場空間打好基礎。報告期，公司與沙特阿拉伯Alturki控股旗下Arkaz公司簽署戰略合作協議，Arkaz公司正式成爲東方雨虹熱塑性聚烯烴（TPO）屋面系統在沙特阿拉伯的獨家經銷商。

此外，公司亦加快海外知識產權佈局，報告期，公司關鍵技術及重點產品先後獲得澳大利亞、美國等發明專利授權。另有多款產品獲得歐盟CE產品認證、美國CRRC（冷屋面協會）認證、美國農業部　USDA生物標籤認證、英國UKCA認證、WRAS英國飲用水安全認證、德國EC1plus環保認證、德國TUV機構認證、德國藍天使環保認證，部分產品通過德國E.L.F.檢測、美國食品藥品監督管理局（FDA）標準測試、法國VOC標籤最高環保級別A+級標準等，進一步增強國際前沿技術實力，以充分發揮產品研發優勢，提升全球競爭力。

公司積極參與「一帶一路」等海外項目建設。報告期，印尼乃至東南亞的第一條高速鐵路雅萬高鐵正式啓用，公司爲雅萬高鐵項目提供SPU－361高強聚氨酯防水塗料、聚丙烯長絲土工布、水泥基滲透結晶型防水塗料等材料及技術支持；公司參與援所羅門群島2023年太平洋運動會體育場館項目舉行交接儀式，公司爲該項目主體育場看台、內場地面、地下室部分提供防水方案設計服務以及聚尿、聚合物水泥基防水塗料、APP防水卷材等材料，公司助力該項目建設亦入選中華環保聯合會2023年「一帶一路」綠色供應鏈案例；公司參與的以色列特拉維夫輕軌紅線項目正式通車運營，並爲項目提供HDPE預鋪反粘高分子防水卷材；此外，公司還參與科特迪瓦聖佩德羅體育場項目、孟加拉帕德瑪大橋鐵路連接線達卡到邦嘎段項目等。

5、創新驅動引領行業可持續發展，培育智能製造新生態

公司將「品質當先，創新賦能」的發展理念貫穿公司高質量發展全過程，報告期，公司堅持以科研創新推動綠色低碳可持續發展，不斷激發公司技術創新活力，加快關鍵核心技術攻關和產業升級增質。公司將依托特種功能防水材料國家重點實驗室、國家認定企業技術中心、博士後科研工作站、北美研發中心等平台，圍繞行業需求現狀及發展趨勢，結合客戶需求、低碳環保、提質增效、精益管理、智能製造等方面，通過新材料、新技術、新工藝等的應用，提升產品服務質量效率、降低能耗、減少碳排放，同時進一步貫徹落實精益生產管理、研發技術創新與科技成果轉化，全力搭建高質量科研創新體系，形成以「基礎研究、技術攻克、成果轉化、產業融合」爲一體的全週期創新生態鏈，並將創新驅動發展戰略融入體系建設、科技研發、產品品質、生產製造、系統服務、人才培養、合作交流等各個方面，不斷塑造發展新動能、新優勢，培育智能製造新生態。截至報告期末，公司累計擁有有效專利1,735件，包括發明專利443件（其中含海外有效專利17件），實用新型1,026件，外觀設計266件。

（二）公司所處行業情況

1、宏觀經濟與行業指標

根據《中華人民共和國2023年國民經濟和社會發展統計公報》數據顯示，2023年全年國內生產總值1260582億元，比上年增長5.2%。全年規模以上工業增加值增長4.6%，其中製造業增長5.0%。全年規模以上工業中非金屬礦物製品業下降0.5%，全年規模以上工業企業利潤中製造業57644億元，下降2.0%。全年建築業增加值85691億元，比上年增長7.1%。固定資產投資（不含農戶）503036億元，增長3.0%。基礎設施投資增長5.9%，社會領域投資增長0.5%，民間固定資產投資253544億元，下降0.4%，其中製造業民間投資增長9.4%，基礎設施民間投資增長14.2%。全年全國各類棚戶區改造開工159萬套，基本建成193萬套；保障性租賃住房開工建設和籌集213萬套（間）。新開工改造城鎮老舊小區5.37萬個，涉及居民897萬戶。

根據中國建築材料聯合會數據顯示，2023年12月份建築材料工業景氣指數爲100.9點，較上月回落1.0點，高於臨界點，建材生產經營在景氣區間平穩波動，2023年全年建築材料工業景氣指數平均值爲101.9點，高於臨界點，處於景氣區間，建築材料工業運行保持平穩。2023年，建材行業經濟運行總體呈現下行趨勢，四季度主要經濟運行指標降幅放緩，行業運行呈現築底趨穩跡象，同時，綠色建材等新型建材產業保持良好發展勢頭，行業增長引擎作用不斷凸顯，在促進產業結構優化升級方面發揮了重要作用。

2、行業的基本情況及公司所處的行業地位

公司主營業務及產品屬於建築材料行業之細分領域——防水建築材料行業。防水建築材料是現代建築必不可少的功能性建築材料，隨著城市的不斷建設發展，防水建築材料應用領域廣泛、行業空間較大。

目前，國內建築防水行業集中度較低、市場較爲分散、競爭不夠規範，「大行業、小企業」依舊是行業發展標籤。防水生產企業衆多，除少部分企業整體水平較高外，大多數企業規模小、技術水平及生產工藝落後，市場充斥假冒僞劣、非標產品，落後產能過剩，行業競爭不規範，行業環保問題突出。近年來，隨著質量監督、打假質檢、環保督查、安全生產、綠色節能等監管及產業政策、行業標準對防水行業的逐漸規範，以及產品結構優化升級，下游客戶對產品品質要求不斷提高，大型防水企業的競爭力逐步增強，行業市場集中度呈現逐年上升趨勢，並逐步向龍頭企業聚攏。

公司自成立以來，持續爲國內外重大基礎設施建設、工業建築和民用、商用建築等提供高品質、完備的建築建材系統解決方案，致力於解決防水工程質量參差不齊、建築滲漏率居高不下以及隨之帶來的建築安全隱患這一行業頑疾。二十餘年來在建材行業的深刻沉澱，公司完成了企業的轉型升級，在研發實力、產品綜合競爭力、工藝裝備、應用技術、銷售模式、專業的系統服務能力、品牌影響力等方面均居同行業前列，成爲中國具有競爭性和成長性的行業龍頭企業，行業地位突出。

2023年，防水行業面臨機遇與挑戰。一方面受大宗原材料價格高位運行、下游需求疲軟等因素疊加，防水行業面臨挑戰；另一方面，行業集中度有所提升，《建築與市政工程防水通用規範》（GB 55030－2022）也已於2023年4月1日起實施，將有利於行業提質增量。此外，隨著高質量綠色低碳發展、城市更新、城中村改造、基礎設施投資等政策拉動、海外業務加速擴張，防水行業也將迎來諸多機遇。

3、相關行業政策變動情況及對公司的具體影響

中共中央、國務院印發《質量強國建設綱要》，要求增強質量發展創新動能，樹立質量發展綠色導向，加快產品質量提檔升級，提高建築材料質量水平，提升建設工程品質。工業和信息化部等10部門聯合印發《綠色建材產業高質量發展實施方案》，聚焦提升綠色建材全產業鏈內生力、影響力、增長力、支撐力，提出了推動綠色建材產業高質量發展的重點任務和保障措施。國家標準委等11部門發佈《碳達峰碳中和標準體系建設指南》，圍繞基礎通用標準，以及碳減排、碳清除、碳市場等發展需求，基本建成碳達峰碳中和標準體系。國家發展改革委等2部門發佈《加快推動建築領域節能降碳工作方案》，要求持續提高建築領域能源利用效率、降低碳排放水平，加快提升建築領域綠色低碳發展質量。上述相關政策對於建築建材企業全面貫徹落實質量發展、綠色發展、低碳發展理念，不斷探索通過自身科研創新、工藝改進、智能生產、綠色施工等方面的實踐向綠色可持續發展方向轉型升級起到積極促進作用。隨著「雙碳」相關政策出台，建築建材行業中能耗產出效益高、環保標桿企業將從中受益，相反，亦將加速出清生產工藝落後、節能環保不達標企業；另一方面或將擴大與之相關的產業鏈產品及系統服務的市場空間。

《建築與市政工程防水通用規範》（GB55030－2022）於報告期正式實施，從明確和提升工程防水設計工作年限入手，從工程防水類別和使用環境類別兩個維度重新定義防水等級，通過加強設計、施工、質量驗收、運維全生命週期質量控制，提高防水材料耐久性要求、增加防水道數和材料厚度，滿足工程防水設計工作年限要求，全面提升防水工程質量，從而爲降低建築滲漏率打下良好的基礎，而高品質防水材料的需求量亦將得以進一步提升，帶來整體行業的提質增量，部分省市亦相繼出台《建築與市政工程防水通用規範》配套文件和措施。公司將借助《建築與市政工程防水通用規範》落地契機，充分挖掘舊房改造、城市更新、家裝零售、工商業建築、國際業務等市場帶來的機遇，持續加大科技創新力度、優化產品結構、拓展應用場景。

《政府工作報告》提出，加強城鎮老舊小區改造和保障性住房供給；穩步推進農村改革發展，深入實施鄉村建設行動；積極推進新型城鎮化，穩步實施城市更新行動，推進「平急兩用」公共基礎設施建設和城中村改造，加快完善地下管網等內容；《政府工作報告》中還提出提高區域協調發展水平、加強災後恢復重建、推進防洪排澇抗災基礎設施建設等內容。此外，《關於在超大特大城市積極穩步推進城中村改造的指導意見》、《中共中央　國務院關於做好2023年全面推進鄉村振興重點工作的意見》、《關於規劃建設保障性住房的指導意見》、《中共中央　國務院關於全面推進美麗中國建設的意見》等一系列政策出台也爲公司實現多元化高質量穩健發展提供市場機遇。

中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發《關於深化現代職業教育體系建設改革的意見》，要切實提高職業教育的質量、適應性和吸引力，培養更多高素質技術技能人才、能工巧匠、大國工匠；對標產業發展前沿，建設集實踐教學、社會培訓、眞實生產和技術服務功能爲一體的開放型區域產教融合實踐中心。國家發展改革委等8部門聯合印發《職業教育產教融合賦能提升行動實施方案（2023—2025年）》，到2025年，國家產教融合試點城市達到50個左右，在全國建設培育1萬家以上產教融合型企業，產教融合型企業制度和組合式激勵政策體系健全完善，各類資金渠道對職業教育投入穩步提升，產業需求更好融入人才培養全過程，逐步形成教育和產業統籌融合、良性互動的發展格局。

根據中國建築防水協會數據顯示，據世界綠色建築委員會估計，建築行業的碳排放量約佔全球碳排放量的40%，通過推廣綠色建築可節省50%的能源、60%的水資源，減少80%的廢棄物產生量、45%的二氧化碳排放量，近年來，一些國家積極推廣綠色建築，通過打造綠色社區、提升建築能效、嚴格認證標準等有益嘗試，推動更多建築實現節能降碳，如阿聯酋打造綠色和諧社區、西班牙支持房屋節能改造、墨西哥規範綠色建築認證標準。

針對國內外建築建材相關政策制定及導向，公司認眞組織學習，從政策研究、產品研發、工藝改進、生產銷售、標準化施工及施工工人培訓、環保措施等全流程、各領域深入探索綠色可持續發展路徑，搶抓機遇，充分發揮並擴大公司在品牌、產品研發、產品品質、產品品類、成本優勢、市場營銷網絡、應用技術等方面的綜合競爭優勢，將公司優質產品及專業系統服務應用於全球更多場景，以創新驅動引領行業可持續發展，打造人類品質人居環境，提升品質生活。

4、行業的週期性、季節性和區域性

（1）週期性。防水建築材料行業是建築材料領域中的基礎行業，不存在明顯的週期性。（2）季節性。防水建築材料行業具有一定的季節性。在我國北方，一般每年一季度由於天氣寒冷等原因，是建築防水材料銷售和工程施工的淡季；而在我國南方，建築防水材料的季節性主要表現爲在雨季施工量減少。（3）區域性。防水建築材料的經濟運輸半徑約爲500公里，因此具有一定的區域性特徵；行業內企業普遍規模較小，較多企業局限於生產所在地區域從事防水材料的銷售，進一步加劇了行業的區域性特徵。故此行業內企業做大做強，提高市場佔有率，就更需要在全國及海外佈局生產基地，積極開展跨區域業務。

公司在華北、華東、東北、華中、華南、西北、西南等地區均已建立生產物流研發基地，並計劃在東南亞、中東、北美等地投資建廠，以輻射全球客戶。目前，公司產能分佈廣泛合理，確保公司產品以較低的倉儲、物流成本輻射全國市場，實現全國範圍內協同生產發貨，在滿足客戶多元化產品的需求和全國性的供貨要求方面具備了其他競爭對手不可比擬的競爭優勢。

5、主要產品原材料及其供應情況

公司生產所需的原材料主要包括瀝青、SBS改性劑、聚酯胎基、乳液、聚醚、TDI、MDI、TPO樹脂等材料，供應充足穩定。其中，瀝青爲公司的主要原材料之一，報告期，以瀝青爲代表的部分原材料價格雖然整體低於上年同期，但仍在高位運行，對公司整體毛利率產生一定影響，公司擁有成熟完備的原材料採購體系，爲應對原材料價格波動風險，公司利用規模經營優勢與上游主要原材料供應商建立了戰略合作關係，確保公司能長期穩定以相對較低的價格獲得主要原材料，以降低產品的生產成本；採購部門通過精準把握市場動向，合理安排重點物資的採購時間和計劃，各部門高效協作，通過技術進步、主要原材料的集采優勢、提升議價能力、規模效益等舉措有效控制成本，公司亦根據生產經營需要及行業市場等情況適當採取淡季採購和擇機採購等策略以降低採購成本；此外，爲保障公司部分關鍵性原材料的供應穩定性、進一步優化原材料成本，公司產業鏈已向上游部分原材料非織造布、功能性薄膜、VAE乳液、VAEP膠粉進行延伸，以提升公司採購環節抗風險能力，擴大公司成本優勢。

（三）下一年度經營計劃

基於對宏觀經濟及公司核心競爭優勢的分析，根據公司發展戰略，2024年，公司以「做苦工，挑重擔，一以貫之，向陽而生，快速、強勁、凶悍地前進」作爲工作主題，全年主要經營計劃爲：

1、全力以赴發展合夥人，深入推進「平台+創客」

深入推進「平台+創客」經營管理模式，以先行先試、敢闖敢拚的無畏精神傾力打造平台型企業，回歸本分做工的商業本質。堅持合夥人優先，升級合夥人制度、全力以赴發展各類合夥人，合夥人渠道銷售將成爲公司主要的銷售模式。

加強新領域、新產品的推廣，加強空白市場、薄弱市場、非房市場等的開發，進一步提升市場佔有率。

2、堅持科技創新，提升產品力和服務力，擴大核心競爭優勢

不斷激發公司技術創新活力，加大研發投入，完善國際合作、校企合作、上下游合作等研發模式。研發與市場深度融合，快速響應市場需求，強化核心材料、產品體系、應用技術、智能施工等研發，加快關鍵核心技術攻關和產業升級增質。聚焦主業，多元並進，堅持以科技創新爲引領的產品力升級和服務力升級，優化產品結構，洞察客戶需求和產品趨勢，進一步擴大產品質量優勢和服務優勢。

3、堅持風控優先，切實提升經營質量

升級授信政策+項目穿透管理，堅決執行到期應收賬款零容忍管控+應收款總額度管控+不良資產率管控，實時監測項目的履行情況，持續改善現金流，確保資金安全性；升級合同管理，加強過程管控，升級收款工作，全面打造一支持續作戰的專業化收款團隊。

4、堅持零售優先，實現市場全面領先

抓住零售市場戰略機遇。繼續深耕優勢領域，擴品類、強渠道，拓服務，共發展，推動產業協同，夯實市場基礎，強化核心品類，豐富產品梯隊，聚集發展合力，帶動公司向全球消費建材轉型和落地，快速、強勁、凶悍地前進。其中民建集團繼續保持「爬坡上嶺，心向冠軍」精神和士氣篤定前行；雨虹到家服務繼續專注後建築市場，培育成爲公司發展新的業務節點支撐；建築塗料零售業務抓住轉型機遇期，把德愛威百年德國品牌持續推向國內客戶。

5、繼續實施並升級經營模式，促進砂粉科技集團發展

升級砂粉工廠「研產供銷服」一體化經營，進一步強化屬地一體化經營，優化生產佈局，擴大成本領先優勢。進一步強化供應鏈管理，擴大供應鏈等核心領先優勢，加大新品推廣力度，加大多品類市場佔有率。

6、全力推進海外佈局，發展海外市場

立足東南亞、聚焦深耕中東市場，積極探索海外市場發展路徑，加大海外出口力度，加強海外資源投入。在部分國家設立海外辦事處、分公司，實現本地化經營；在重點國家地區完善本地化、差異化、定制化產品策略；深入推進國際科研、海外倉儲、海外投資併購、海外建廠、海外人才培養、海外渠道拓展等戰略；繼續推進國際化、專業化、本地化人才策略，實現海外工程、貿易、零售等多元化商業模式經營。