

证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2022-096

北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2022 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）	15,306,713,510.11	14,229,298,028.52	7.57%
归属于上市公司股东的净利润（元）	966,397,039.25	1,537,169,580.62	-37.13%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	890,389,636.18	1,447,292,670.68	-38.48%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-6,980,368,375.70	-3,490,619,971.79	-99.98%
基本每股收益（元/股）	0.38	0.64	-40.63%
稀释每股收益（元/股）	0.38	0.64	-40.63%
加权平均净资产收益率	3.55%	8.87%	-5.32%
	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）	46,335,988,408.64	49,733,226,928.38	-6.83%
归属于上市公司股东的净资产（元）	26,251,441,447.61	26,294,395,090.54	-0.16%

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	86,620	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	22.60%	569,452,837	427,089,628	质押	221,042,114
香港中央结算有限公司	境外法人	13.32%	335,644,526	0		
许利民	境内自然人	2.87%	72,269,250	61,701,937		
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	1.82%	45,969,375	0		
招商银行股份有限	其他	1.34%	33,738,181	0		



公司一睿 远成长价 值混合型 证券投资 基金						
UBS AG	境外法人	1.06%	26,644,457	0		
建岷实业 投资— Janchor Partners Pan— Asian Master Fund— RQFII	境外法人	0.90%	22,694,029	0		
向锦明	境内自然 人	0.88%	22,169,323	17,376,992		
王艳君	境内自然 人	0.81%	20,409,487	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

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

三、重要事项

（一）概述

2022年上半年，受国际环境复杂严峻和国内疫情多点散发等超预期因素冲击，经济下行压力增大，对此，国家高效统筹疫情防控和经济社会发展工作，有效实施稳经济一揽子政策措施，疫情防控取得积极成效，经济运行企稳回升，总体保持恢复态势。同时，外部不稳定不确定因素较多，推动经济稳定恢复仍需付出艰苦努力，国内经济发展仍面临压力。面对复杂多变的宏观环境和诸多风险挑战，东方雨虹应变局、育新机，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“凝聚一切、升级一切、全力以赴、全速前进”作为工作主题，恪守《东方雨虹基本法》的核心理念和原则，直面市场不确定性和疫情新常态，闯关夺隘拓新局、爬坡过坎稳发展，争分夺秒、全力以赴、真抓实干、乘势而上。

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、锐意创新及技术领先；坚持以客户为中心，奉行长期主义、持续艰苦奋斗，以优质的产品专业的系统服务为基础，为客户提供贯穿项目全生命周期的一站式建筑建材系统服务，持续打造成为卓越的建筑建材系统服务商，并致力于成为全球建筑建材行业最有价值企业。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、建筑涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮等领域延伸，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，以客户需求为中心，为客户提供更为完善的建筑建材系统解决方案。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，公司始终坚持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，持续引领防水涂料、防水卷材行业的新发展，加速提升瓷砖胶、美缝剂双品类市场占有率的同时向外辐射，精耕腻子及墙面辅材、胶粘剂产品，更好满足消费者对美好健康人居环境的追求，为每一位消费者造就一个安心的不漏之家，2022年上半年，民建集团实现营业收入32.55亿元，同比增长83%，其中防水涂料产品线较上年同期增长50%，瓷砖胶产品线较上年同期增长110%，美缝剂等其他品类的产品线亦均实现翻倍增长；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，在国内市场推出“护墙如护肤”的产品理念以及2088色彩体系，成为目前国内市场上既具有百年涂料背景又具有时代特色的生力军，2022年上半年，德爱威建筑涂料零售实现营业收入3.52亿元，同比增长47%。

报告期内，公司坚定不移走绿色可持续发展道路，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，助力“碳达峰、碳中和”；贯彻落实精益生产管理、研发技术创新与科技成果转化，依托强大的研发团队和完备的建筑建材产业体系，围绕实施绿色节能、低碳环保、技术积累、创新提效、智能制造等方面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，增强企业创新驱动发展力，推动科技成果转化与应用。截至2022年6月30日，公司累计拥有有效专利1337件（其中发明397件，实用新型805件，外观设计135件），其中国外有效专利9件。

报告期内，公司继续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，保持行业领先地位，其中位于山东省潍坊市的华建大酒店被动式专业施工项目建成运营后，将实现建筑内部的恒温、恒湿、恒氧、恒静、恒洁，以及无热桥设计，打造近零能耗建筑。卧牛山旗下的卧牛山装配科技公司，不断完善和拓展装配式内装墙板系统，可以为客户提供从深化设计、产品开发、材料生产和安装服务等全套服务。卧牛山旗下上海焱和新材料科技有限公司在2022年上半年发力工业建筑节能建设，不断研发各种新产品和新系统，提升国内传统钢结构厂房保温节能水平；大力推广防火黑岩棉防排烟风管系统，为国内防排烟风管市场提供了一个安装简便，安全可靠的系统解决方案；同时，为了满足工业领域的“双碳”目标达成，在原有耐高温玻璃棉和岩棉产品及系统的基础上，积极开拓针刺玻璃纤维毡、气凝胶和高温玻璃棉、岩棉的组合应用，更好的降低长距离蒸汽管网和石化生产管道的热损失，提高管道保温的使用寿命，降低碳排放。

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：东方雨虹职业技能培训学校积极响应中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》中关于“鼓励上市公司、行业龙头企业兴办职业教育，鼓励各类企业依法参与兴办职业教育”的号召，在全国快速布局30余个分校区，开展职业技能等级认定培训及考试，并拥有建筑建材行业“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；积极开展校企合作，深化产教融合；2013-2022年连续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。截至本报告披露日，公司与全国12所职业技能院校开展校企合作，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和高质量就业机会，为社会和行业的可持续发展做出重要贡献。

（二）公司主营业务介绍

公司致力于新型建筑防水材料的研发、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、建筑涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮、非织造布、特种薄膜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、建筑装饰涂料、特种砂浆、建筑粉料、节能保温、建筑修缮、非织造布、特种薄膜等多领域，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）、东方雨虹建筑修缮（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，推动“弱总部、强腰部、壮大底部”的组织构架变革，打破渠道壁垒，经营管理职能进一步下沉，充分整合优势资源，提质增效，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、加强所属区域市场覆盖，直销及工程渠道深度融合、协同作战，充分发挥渠道+直销“1+1>2”的优势，更好地服务于市场和客户，提升市场占有率；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，依托品牌及资源优势，发展认同公司文化和发展理念的合伙人，通过完善市场管理、信用管理，培育合伙人的业务拓展能力、技术能力及服务能力等方式加大对合伙人的扶持力度；进一步巩固与开拓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、城市新兴基建及工矿仓储物流领域等非房地产领域的销售和推广力度；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，以民建集团、建筑涂料零售（或称德爱威涂料零售）为代表的C端零售业务厚积薄发、稳扎稳打，报告期保持了快速的增长态势。

（1）民建集团

报告期，民建集团始终聚焦防水防潮系统和铺贴美缝系统的双主业发展战略，全力培育防水涂料、防水卷材及维修类产品、瓷砖铺贴系列产品、美缝剂、加固剂及墙面辅材以及胶类产品等六大产品线，持续引领防水涂料、防水卷材行业的新发展，加速提升瓷砖胶、美缝剂双品类市场占有率的同时向外辐射，精耕腻子及墙面辅材、胶粘剂产品，更好满足消费者对美好健康人居环境的追求，为每一位消费者造就一个安心的不漏之家，提升居住品质、守护万千家庭，现已成为广受消费者青睐的建材家居品牌。

1) 报告期，民建集团品牌推广覆盖范围始终聚焦专业人士的深度传播，巩固品牌在工人工长圈层影响力的同时，开拓家装公司及设计师圈层合作，从而逐步渗透至消费者端，加大终端消费的拉力和引导。完善以“虹哥汇”为核心的会员运营体系，精准锁定工人工长等专业人士，构建“公司-经销商-专卖店-会员”综合运营体系架构。围绕虹哥汇会员管理平台，加大对虹大师工具、工人技能培训、竞技大赛、虹哥创业等多项目的投入，截至报告期末，“虹哥汇”会员数量已达170余万人。同时，继续加强与装饰公司、家装公司等家装工装客户的合作力度，实现品牌强强联合，目前已与500多家大型装饰公司、2万余家家装公司建立合作关系。

2) 进一步夯实渠道基础，提升渠道质量及实力，保障渠道持续健康快速发展。重点关注空白和薄弱市场，制定城市覆盖灭空白策略，拆分品类，开拓细分领域经销商；持续增拓销售网点，增加渠道密度，稳固传统强势渠道；通过网点分级，培育核心分销，同时利用渠道信息化管理手段，制定区域作业标准，打造辅导+检核并举的业务工作模式。截至报告期，民建集团通过灭空白、密网络、强分销，成绩显著，经销商已近4000家，分销网点15万余家，分销门头3万余家。

3) 持续推动门店数字化转型，推动新零售深化实施。利用智慧云店，实现会员管理、分销商管理、导购管理，专卖产品线上线下同价，深化用户运营、进行店面精准引流，实现

线上线下全域打通。通过培训，提升专职导购服务能力与专业会员施工能力。全国专卖店围绕高端化、多样化、专业化进行店面体验升级，在红星美凯龙、百安居等家居卖场开设高端消费者体验店，给消费者带来防水、铺贴、美缝、刷新和维修一体的全新体验。民建集团持续深化天猫、淘宝、京东、拼多多等多家电商平台，以及抖音等平台的紧密合作关系，充分利用公域平台流量，为消费者提供更多的购物渠道和优质的服务体验。

4) 扩充产品线宽度和深度，完善产品布局，不断开发新产品。报告期，民建集团针对乡镇市场，推出美丽城镇系列产品，助力国家乡村振兴计划。针对居家环境严苛要求，开发出系列抗菌产品，涵盖防水涂料、防潮涂料、美缝剂、密封胶、五金地漏五大品类，通过CIAA抗菌认证，从材料端致力于解决室内细菌、霉菌滋生的问题，关爱家居健康。同时推出隔热系列防水卷材，采用白色特种氟碳膜，打造节能建筑屋面系统。墙面腻子系列产品全面通过德国EC1plus认证，环保等级达到国际水平。

(2) 建筑涂料零售

德爱威涂料零售业务自进入国内市场以来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，在国内市场推出“护墙如护肤”的产品理念以及2088色彩体系，成为目前国内既具有百年涂料背景又具有时代特色的生力军。

1) 通过运营中心扶持、合伙人模式、德式涂装系统、营销赋能等方式实现加盟逾1000家经销商合伙人，并在华中、华北地区的部分区域实现省级市场的销量突破。

2) 在色彩体系加持下，与约100个头部家装公司及区域3000多个家装公司开展合作，并在全国重点市场建立了1000余家专卖店、15000余家分销网点，通过前述合作实现品牌宣传推广及产品引流。

3) 在会员推广方面，积极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，锁定工人工长等专业人士，并逐步沉淀专业会员近百万名，结合多种营销方式增加会员的粘性，带动会员复购。

3、新兴业务。报告期内，以建筑修缮、分布式光伏为代表的业务板块深耕细作、蓄势发力。

(1) 报告期内，建筑修缮集团践行“助建筑百年无忧，护百姓安居乐业”的发展战略，

深度布局“2G、2B、2C”建筑修缮服务市场，逐步推行“百城千店万站亿客”计划，成立雨虹到家服务科技有限公司、东方雨虹（上海）城市更新建设有限公司、雨虹晶澳新能源科技有限公司，形成“建设工程、雨虹到家服务、城市更新、雨虹晶澳”合力的建筑修缮服务产业链。其中，雨虹到家服务建设双品牌+强渠道运维模式，构建聚焦于房屋修缮类的“防水修缮、墙面修缮、空气修缮、暖通修缮、门窗定制、空间优化、智能改造、装配卫浴”等一站式服务。作为公司布局家装家居板块的重要战略之一，雨虹到家服务将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，东方雨虹建筑修缮集团在全国已布局服务中心、社区服务站等400余家门店。

（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，整合光伏行业产业链相关产品而形成领先的更持久安全的BIPV、BAPV的系统，致力于成为分布式光伏的专业产品系统配套、EPC及运维系统服务商。旗下“虹昇”分布式光伏屋面系统已形成涵盖研发、制造、设计、施工、运行等各环节的全周期多维产业链条，并已成功应用于汽车厂房、数据中心等众多项目及公司自身新建和既有生产研发物流基地中。2022年7月，虹昇（北京）新能源科技有限公司获2022年度“北极星杯”综合能源服务优秀案例企业。未来，虹昇（北京）新能源科技有限公司将继续依托公司积累的客户资源、销售渠道的协同性、良好的品牌影响力及系统服务能力，快速发展分布式光伏相关业务，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，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房地产公司、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，保持公司业绩的持续稳定增长提供了重要保障。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之一。

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售后服务，通过聚焦本地市场、属地专营、渠道持续下沉，充分整合当地客户及市场渠道资源、加强所属区域市场覆盖及渗透，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，发展建筑涂料、砂浆粉料、保温节能等业务，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及建筑涂料零售业务板块负责管理，通过建立家装公司、建材超市、建材市场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市场。

（四）行业的基本情况及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、景气度较高。

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。