

证券代码：002271

证券简称：东方雨虹

公告编号：2022-032

北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年年度报告摘要

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。

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

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普通股利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 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	张蓓		
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。

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：

1、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，在铁路、城市轨道交通、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。工程市场由北方区、华东区、华南区三大片区及专注于铁路、城市轨道交通、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、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，由公司全资子公司东方雨虹民用建材有限责任公司（以下简称“民建集团”）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。报告期，民建集团以“聚焦双主业，蓄力双未来，向着冠军之路奋勇直追”为整体发展战略，聚焦防水防潮系统和铺贴美缝系统的双主业战略，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、胶粘剂产品线，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。

（1）报告期，民建集团品牌推广覆盖范围由针对专业人士的深度传播，向设计师圈层的专业推广，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，精准锁定工长等专业人士，构建公司-经销商-专卖店-会员综合体系架构。围绕虹哥汇会员管理平台，加大力度投入虹大师工具、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”会员数量已超百万人。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）实施渠道下沉策略，持续拓展渠道建设，增加渠道密度。报告期，民建集团通过发展经销商、增加专卖店及持续开拓分销网点、分销门头，扩大渠道覆盖率，有效覆盖空白市场和薄弱市场，同时利用渠道信息化管理手段，制定区域作业标准。截至报告期末，经销商已达近4000家，分销网点10万余家，分销门头（含形象店）2万余家。

（3）积极探索互联网新业态，赋能新零售。开通线上微信云店小程序，利用云店平台进

行会员管理、分销商管理、导购管理，通过门店云店活动提高会员转化率和复购率，同时打通线上线下通道，通过虹哥汇会员池向云店导流，并结合互联网媒体引流，打造新零售全域门店。尝试在红星美凯龙、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、美缝和维修一体的全新体验，报告期新增消费者体验店8家。此外，民建集团已与天猫、淘宝、京东等多家电商平台形成紧密合作，增设平台超级店铺，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) 扩充产品品类，提高产品品质，不断研发并推出新产品。报告期，民建集团全系瓷砖胶获得德国EC1plus最高环保认证，并在国内率先推出了防潮型超柔大板胶，持续引领瓷砖铺贴领域的技术进步，公司开发的无尘系列瓷砖胶获得国家发明专利授权，对改善生产及施工现场环境，降低“尘肺”职业病的发生率具有重要意义。同时进一步完善全屋缝隙美化系统，推出的银离子抗菌美缝剂及防霉型美容收边胶产品获法国A+环保认证。截至本报告披露日，民建集团已经过CIAA（全国卫生产业企业管理协会抗菌产业分会和中关村汇智抗菌新材料产业技术创新联盟）评估考核正式加入该协会，出任副理事长单位，未来，双方将共同研发符合大众需求的防霉抗菌产品，全面解决室内霉菌滋生、墙面起皮发霉等突出问题，携手打造健康的居家环保体系。

2021年，民建集团实现营业收入37.9亿元，同比增长93%。

（二）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。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位：元

	2021 年末	2020 年末		本年末比上年末增减	2019 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
总资产	49,733,226,928.38	27,846,648,780.80	27,846,648,780.80	78.60%	22,415,660,188.56	22,415,660,188.56
归属于上市公司股东的净资产	26,294,395,090.54	14,614,377,078.75	14,614,377,078.75	79.92%	9,740,003,225.27	9,740,003,225.27
	2021 年	2020 年		本年比上年增减	2019 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	31,934,201,004.74	21,730,373,038.52	21,730,373,038.52	46.96%	18,154,344,171.40	18,154,344,171.40
归属于上市公司股东的净利润	4,204,699,487.90	3,388,870,065.01	3,388,870,065.01	24.07%	2,065,944,687.98	2,065,944,687.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,867,427,213.50	3,091,374,862.33	3,091,374,862.33	25.10%	1,877,957,843.33	1,877,957,843.33
经营活动产生的现金流量净额	4,114,675,325.17	3,951,695,455.50	3,951,695,455.50	4.12%	1,588,960,346.58	1,588,960,346.58
基本每股收益（元/股）	1.74	1.51	1.51	15.23%	0.930	0.930
稀释每股收益（元/股）	1.70	1.46	1.46	16.44%	0.910	0.910
加权平均净资产收益率	19.92%	27.37%	27.37%	-7.45%	21.99%	21.99%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	5,377,497,137.95	8,851,800,890.57	8,452,915,566.78	9,251,987,409.44
归属于上市公司股东的净利润	296,287,450.18	1,240,882,130.44	1,140,693,207.02	1,526,836,700.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	273,354,409.98	1,173,938,260.70	1,021,359,024.46	1,398,775,518.36



经营活动产生的现金流量净额	-2,372,493,679.94	-1,118,126,291.85	-2,793,079,679.07	10,398,374,976.03
---------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	101,840	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	120,086	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	22.59%	569,452,837	442,239,628	质押	236,430,224	
香港中央结算有限公司	境外法人	10.10%	254,719,740	0			
许利民	境内自然人	3.26%	82,269,250	69,201,937			
JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	2.59%	65,408,452	0			
德弘美元基金管理公司—德弘美元基金二期	境外法人	2.11%	53,196,516	0			
UBS AG	境外法人	2.02%	50,935,436	0			
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			
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	境外法人	1.73%	43,509,071	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	1.48%	37,194,947	0			



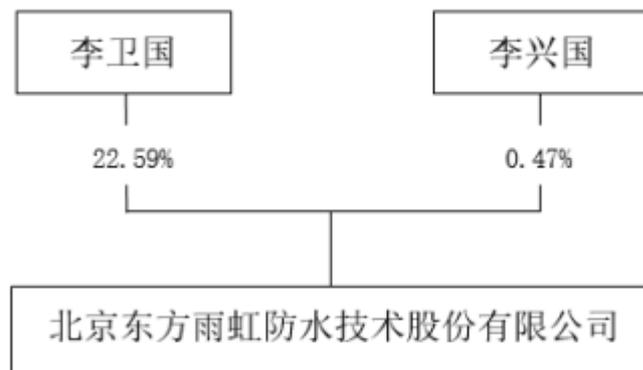
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.98%	24,825,483	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东富诚海富资管—北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年员工持股计划—富诚海富通东方雨虹员工持股单一资产管理计划通过融资交易买入公司股票 49,471,665 股。				

（2）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。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



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 2021 年第一期应收账款资产支持票据（高成长债）优先级	21 东方雨虹 ABN001 优先	082101321	2021 年 11 月 19 日	2022 年 09 月 19 日	47,500	4.50%
北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年第一期应收账款资产支持票据（高成长债）次级	21 东方雨虹 ABN001 次	082101322	2021 年 11 月 19 日	2022 年 09 月 19 日	2,500	
报告期内公司债券的付息兑付情况	2021 年 12 月 16 日，兑付北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年第一期应收账款资产支持票据（高成长债）优先级利息人民币					

1,405,479.45 元，债券利率为 4.50%；2021 年 12 月 16 日，兑付北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年第一期应收账款资产支持票据（高成长债）次级利息人民币 115,068.49 元，无债券利率。

（2）债券最新跟踪评级及评级变化情况

报告期内，联合资信评估股份有限公司于 2021 年 8 月 6 日出具了信用评级报告，确定“北京东方雨虹防水技术股份有限公司 2021 年第一期应收账款资产支持票据（高成长债）”项下优先级资产支持票据的信用等级为 AA+sf，报告期内信用等级未发生变化。

（3）截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	本年比上年增减
资产负债率	46.35%	46.74%	-0.39%
扣除非经常性损益后净利润	3,867,427,213.5	3,091,374,862.33	25.13%
EBITDA 全部债务比	59.91%	128.36%	-68.45%
利息保障倍数	36.38	16.53	120.08%

三、重要事项

（一）概述

2021 年，面对纷繁复杂的国内国际形势和疫情，全国上下勠力同心、攻坚克难，统筹疫情防控和经济社会发展各项工作，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，全面深化改革开放，坚持创新驱动发展，推动高质量发展，扎实做好“六稳”、“六保”工作，我国经济运行保持在合理区间。但同时，全球疫情仍在持续，外部环境趋于复杂严峻和不确定，国内经济发展仍面临压力。

报告期内，面对复杂多变的宏观环境，全体东方雨虹人笃定坚守、精耕细作，直面市场的不确定和疫情常态化，在“去伪存真、刚骨安身、上下同欲、自我革新”总战略引领下，以《东方雨虹基本法》为根基，秉持“产业报国、服务利民”的指导思想，发扬“事在人为、坚韧图成、永创新高”的精神，用绝不动摇的战略意志、爬坡上岭的实干气魄和中流奋楫的昂扬斗志直面风浪，在变局中谋求发展空间、抓住发展机遇，大胆破局、乘势而上，实现整体业务板块的持续增长，较好完成全年经营任务，成绩来之不易。

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

质的产品及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；同时，积极布局非织造布、特种薄膜、VAE乳液等上游产业，构筑公司更深、更宽的护城河。

报告期内，公司落实并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，更好的服务于市场和客户，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；进一步巩固与开拓优质房地产公司的战略合作，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。民建集团聚焦防水防潮系统和铺贴美缝系统的双主业战略，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，围绕虹哥汇会员管理平台，致力于专业人士端的会员运营，同时持续开拓网点，扩大覆盖率，对空白市场和薄弱市场进行一城一议的高推政策，报告期，民建集团业务保持快速发展，防水涂料实现50%增长，防水卷材、瓷砖胶、美缝剂等多品类均实现倍增。

报告期内，公司非公开发行A股股票募集资金总额人民币7,999,999,962.50元，用于生产线建设、产品产能扩充、新材料装备研发总部基地和补充流动资金，有利于提升公司的抗风险能力和可持续发展能力，增强公司业务协同性及核心竞争力，募投项目的实施亦有利于进一步完善公司的战略布局，提高公司中长期盈利能力，提升公司整体品牌价值。

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，截至报告期末，公司累计拥有有效专利1220件（其中发明372件，实用新型726件，外观设计122件），国外有效专利6件。

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，为行业输送优秀的技能人才，推动行业实现高质量发展：公司已获得“中华人民共和国民办学校许可”，并成立东方雨虹职业技能培训学校，同时拥有建筑建材行业“防水工”、“瓷砖镶贴工”、“油漆工”等14个相关工种的企业职业技能等级认定资质；2021年7月，联合成立“全国建筑防水行业职业教育集团”任理事单位，深化产教融合。截至本报告披露日，公司与全国9所职业院校开展校企合作，成立“东方雨虹大师工作室”，为行业培养高素质、实用型人才；2013-2021年连续9年主办“雨虹杯·匠人心”全国建筑防水职业技能大赛，培养“五一劳动”奖章得主1人，全国技术能手10人，推动并引领行业健康发展。

报告期内，公司旗下卧牛山节能保温领域紧紧围绕绿色环保可持续发展理念，不断探索降低建筑能源消耗、提高建筑安全性能、推动绿色建筑行业发展，积极投身碳减排碳中和工作，丰富和完善低碳领域的系统应用：首创中国近零能耗整合式EPC解决方案，自主开发了国内首个近零能耗建筑全寿期管理平台——“HEEC近零能耗建筑智慧平台”，并成功应用于东方雨虹总部基地E楼、哈尔滨万科智慧未来城商业项目等近零能耗建筑项目；于行业内首次推出“卧牛山装配式内保温、卧牛山装配式外保温”理念，其装配式内外保温装饰系统和装配式保温一体板系统适用于各种气候条件的新建建筑和既有建筑改造；在“第三届中国国际太阳能十项全能竞赛”中，为天津大学联队的“R-CELLS”提供完整的防水、保温、气密系统产品，向行业展示了卧牛山完善的节能产品体系和强大的系统整合能力；卧牛山旗下上海焱和新材料科技有限公司，在2021年交通运输领域的低碳环保贡献了以超细纤维玻璃棉和耐高温岩棉为代表的完善的产品和服务，以满足新能源汽车、地铁、高铁、船舶的多种客户的保温、降噪、减重需求，在城市集中供气、电站余热供气、石化生产等项目上提供了具有世界先进水平的耐高温玻璃棉和岩棉产品及系统，降低了长距离蒸汽管网和石化生产管道的热损失，降低了碳排放。

报告期内，公司以数字化为抓手，数字中心联合内部700多名业务关键用户，以及外部数

十家数字化厂商开展了东方雨虹数字化攻坚战，为破除信息孤岛、打通业务流程、建立数据标准、提升管理规范和管理效率、降低成本和风险、打造数字化竞争力奠定了坚实的基础；对营销、工程、生产、库存、采购、物流等环节的业务流程进行了全面的梳理和再造；建立了数据标准管理体系，上线了主数据管理平台，同时对物料、客户、供应商、组织、人员、财务等领域的数据进行了全面的梳理和清洗；对整体数字化的技术架构进行了升级，建立了前中后台三层应用架构，搭建了数据中台和业务中台，涵盖营销、工程、劳务、招标、采购、财务、资金、人力资源、风控、IT等服务共享中心；按照业财融合、产供销协同和数字化营销三条主线对各个核心业务领域的系统进行了新建、重构和升级，包含核心ERP、财务共享、资金管理、APS分单排产、SRM采购、WMS仓储、TMS物流、MES生产执行、EMP工程项目管理、雨虹工匠劳务平台、一体化营销等平台的建设。

（二）公司经营情况

1、宏观经济与行业指标。2021年，国内经济总量与人均水平实现新突破，经济增速较快，同时，经济规模逐季扩大，经济企稳态势逐步显现。全年国内生产总值为1143670亿元，比上年增长8.1%，全年人均国内生产总值80976元，比上年增长8.0%。

2021年，工业制造业增长较快，发展向好，全年全部工业增加值372575亿元，比上年增长9.6%，其中制造业增长9.8%，高于全部工业增长0.2个百分点。全年规模以上工业企业利润中，制造业73612亿元，增长31.6%。全年规模以上工业中，非金属矿物制品业增长8.0%。全年建筑业增加值80138亿元，比上年增长2.1%。随着基础设施政策发力，“两新一重”等项目有序建设，投资规模继续扩大，全年全社会固定资产投资552884亿元，比上年增长4.9%，其中民间固定资产投资307659亿元，增长7.0%，基础设施投资增长0.4%，社会领域投资增长10.7%，全年房地产开发投资147602亿元，比上年增长4.4%。全年全国各类棚户区改造开工165万套，基本建成205万套，全国保障性租赁住房开工建设和筹集94万套。

2021年，防水行业政策带来机遇与挑战、大宗原材料价格上涨，防水行业集中度有所提升。根据中国建筑防水协会统计，1-12月份，839家规模以上（主营业务收入在2000万元以上）防水企业的主营业务收入累计为1261.59亿元，比去年同期增长13.2%，增速比去年同期提高8.6个百分点，比2019年1-12月增长了27.38%，两年平均增长12.81%；规模以上企业的利润总额达75.64亿元，比去年同期下降2.04%，增速比去年同期减少了14.11个百分点，比2019年1-12月增长了14.97%，两年平均增长7.22%。公司作为防水行业龙头企业，表现出强者恒强的竞争

优势，报告期内，公司实现营业收入319.34亿元，比上年增长46.96%，利润总额51亿元，比上年增长22.74%，经营情况与行业发展较为匹配。

2、相关行业政策变动情况及对公司的具体影响。报告期，国家及各地陆续出台一系列政策，针对防水行业从优化营商环境、绿色发展、节能环保、质量建设、科技创新、标准制定、职业教育、区域发展、城市建设等方面加以规范。

（1）优化营商环境

国家发展改革委等11部门联合发布《关于建立健全招标投标领域优化营商环境长效机制的通知》，进一步深化招标投标领域营商环境专项整治，切实维护公平竞争秩序。这将为龙头防水企业做大做强防水市场及营造公平和谐的竞争环境提供政策支撑。

（2）绿色发展方面

国务院发布《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，建立健全绿色低碳循环发展经济体系。住房和城乡建设部印发《绿色建造技术导则（试行）》，适用于新建民用建筑、工业建筑及其相关附属设施的绿色建造，既有建筑的改建或扩建可参照执行。国家认监委发布《关于发布绿色产品认证实施规则的公告》，此次公布的绿色产品认证实施规则以建材类产品为主，绿色产品认证实施规则“防水密封材料”适用于各类防水与密封材料的绿色产品认证，包括沥青基防水卷材、高分子防水卷材、防水涂料、密封胶。中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推动城乡建设绿色发展的意见》及《关于深化生态保护补偿制度改革的意见》，制定关于推动城乡建设绿色发展、支持绿色技术创新和绿色建材、绿色建筑发展等举措。上述政策对于防水企业全面贯彻落实绿色发展理念，不断向绿色可持续发展方向转型升级起到积极促进作用。

（3）节能环保

为推动碳达峰、碳中和目标的实现，加快推进屋顶分布式光伏发展，国家能源局综合司下发关于报送整县（市、区）屋顶分布式光伏开发试点方案的通知，要求拟在全国组织开展整县（市、区）推进屋顶分布式光伏开发试点工作。生态环境部发布《关于加强高耗能、高排放建设项目生态环境源头防控的指导意见》，对加强生态环境分区管控和规划约束，将碳排放影响评价纳入环境影响评价体系。国家发展改革委印发《完善能源消费强度和总量双控制度方案》，明确了新时期做好能耗双控工作的总体要求。国务院发布《2030年前碳达峰行动方案》，指出将碳达峰贯穿于经济社会发展全过程和各方面，重点实施能源绿色低碳转型行动、节能降碳增效行动、工业领域碳达峰行动等“碳达峰十大行动”。中共中央、国务院

下发《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》，要求坚持“全国统筹，节约优先，双轮驱动，内外畅通，防范风险”原则，加快制定“1+N”行业和领域碳达峰实施方案。随着“双碳”相关政策出台，防水行业中能耗产出效益高、环保标杆企业将从中受益，相反，亦将加速出清生产工艺落后、节能环保不达标企业；另一方面光伏及节能低碳等政策的出台或将扩大与之相关的防水产品及施工等体系的市场空间，对与光伏耐久性相匹配的防水材料品质也将提出更高要求。

（4）质量建设

国家发展改革委等13部门发布《关于加快推动制造服务业高质量发展的意见》，从提升制造业创新能力、优化制造业供给质量、提高制造业生产效率、支撑制造业绿色发展、增强制造业发展活力、推动制造业供应链创新应用6方面加快推动制造服务业发展，以高质量的服务供给引领制造业转型升级和品质提升。工业和信息化部等6部门联合印发《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》，提出准确把握培育发展优质企业的总体要求，引导优质企业高端化智能化绿色化发展、培育产业链领航企业为代表的优质企业。

（5）科技创新

国务院办公厅发布《关于完善科技成果评价机制的指导意见》，围绕科技成果完善评价机制等内容提出重要举措。国家税务总局发布《关于进一步落实研发费用加计扣除政策有关问题的公告》，对研发费用的税收优惠等内容做出规定。

（6）标准制定

工业和信息化部发布《2021年工业和信息化标准工作要点》，大力实施标准升级行动，加快老旧落后标准复审修订，做好工业低碳和绿色制造等标准制定。国家标准化管理委员会发布了《2021年全国标准化工作要点》，开展绿色标准体系顶层设计，推动绿色产品评价标准研制，完善绿色产品标准体系。住建部公布《建筑业企业资质标准（征求意见稿）》，其中对防水防腐保温工程专业承包资质标准等提出具体要求并公开征求意见。国家标准化管理委员会等10部门印发《“十四五”推动高质量发展的国家标准体系建设规划》，到2025年，推动高质量发展的国家标准体系基本建成。这为加快构建推动高质量发展的国家标准体系提供了政策依据，同时也将推动防水企业标准体系的建立与完善。

（7）职业教育

人力资源社会保障部印发《关于进一步加强高技能人才与专业技术人才职业发展贯通的实施意见》，支持“全国技术能手”等高技能人才参加职称评审和职业资格考试，打通高技

能人才与专业技术人才职业发展通道。住建部等12部门印发《关于加快培育新时代建筑产业工人队伍的指导意见》，指出加强建筑工人技能培训，改善建筑工人生产生活环境。住建部发布《关于实行住房和城乡建设行业技能人员职业培训合格证电子化的通知》及《关于开展施工现场技能工人配备标准制定工作的通知》。这将有效提升产业工人职业教育水平，促进行业良性发展，同时，有助于发挥防水企业技能培训主体作用，深化产教整合，构建现代职业教育体系，不断为行业输送优秀人才。

（8）区域发展

国家制定及出台相关制度文件，对区域协调发展战略给予政策支持。其中包括《西部地区鼓励类产业目录》、《粤港澳大湾区建设、长江三角洲区域一体化发展中央预算内投资专项管理办法》、《长江三角洲地区多层次轨道交通规划》、《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》、《东北全面振兴“十四五”实施方案》等，以推行包含装配式建筑、绿色建筑材料制造等相关西部地区鼓励类产业、设立专项支持资金用于粤港澳大湾区建设、长江三角洲区域发展、健全横琴粤澳深度合作新机制、推动东北全面振兴实现新突破等内容为契机，或将为防水企业创造更多机遇，进一步打开市场空间，同时促使防水企业积极投身区域协调发展的国家战略中，贡献自身力量。

（9）城市建设

住建部发布《关于加强城市地下市政基础设施建设的指导意见》，加强城市地下市政基础设施体系化建设，切实加强城市老旧地下市政基础设施更新改造工作力度。国家发展改革委等28部门联合发布《加快培育新型消费实施方案》，要求推进新型城市基础设施建设，实施智能化市政基础设施建设和改造。国家发展改革委和住建部联合下发《关于加强城镇老旧小区改造配套设施建设的通知》，从项目储备、资金保障、事中事后监管、长效管理机制等方面提出了规定和要求。

针对国家及地方一系列与建筑建材相关政策的制定及发布，公司认真组织学习，从政策研究、产品研发、工艺改进、生产销售、标准化施工及施工工人培训、环保措施等全流程、各领域深入探索并持续改进，充分发挥并扩大公司在品牌、产品研发、成本、多层次的市场营销网络、产品品类、应用技术等方面的竞争优势，将公司优质产品及专业服务应用于更多场景，走进千家万户。

3、市场竞争状况。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，行业地位突出。

4、行业的周期性、季节性和区域性。（1）周期性。防水建筑材料行业是建筑材料领域中的基础行业，不存在明显的周期性。（2）季节性。防水建筑材料行业具有一定的季节性。在我国北方，一般每年一季度由于天气寒冷等原因，是建筑防水材料销售和工程施工的淡季；而在我国南方，建筑防水材料季节性主要表现为在雨季施工量减少。（3）区域性。防水建筑材料的经济运输半径约为500公里，因此具有一定的区域性特征；行业内企业普遍规模较小，较多企业局限于生产所在区域从事防水材料的销售，进一步加剧了行业的区域性特征。故此行业内企业做大做强，提高市场占有率，就更需要在全国布局生产基地，积极开展跨区域业务。

公司在华北、华东、东北、华中、华南、西北、西南等地区均已建立生产物流研发基地，产能分布广泛合理，确保公司产品以较低的仓储、物流成本辐射全国市场，实现全国范围内协同生产发货，在满足客户多元化产品的需求和全国性的供货要求方面具备了其他竞争对手不可比拟的竞争优势。

5、主要产品原材料及其供应情况。公司生产所需的原材料主要包括沥青、聚醚、聚酯胎基、扩链剂、乳液、MDI和SBS改性剂等，供应充足稳定。其中，沥青为公司的主要原材料之一，报告期，以沥青为代表的部分原材料价格持续上行，会对公司整体毛利率产生一定影响，公司拥有成熟完备的原材料采购体系，为应对原材料价格波动风险，公司利用规模经营优势与上游主要原材料供应商建立了战略合作关系，确保公司能长期稳定以相对较低的价格获得主要原材料，以降低产品的生产成本；采购部门通过精准把握市场动向，合理安排重点物资的采购时间和计划，各部门高效协作，通过技术进步、主要原材料的集采优势、提升议价能

力、规模效益等举措有效控制成本，公司亦会根据生产经营需要及行业市场等情况适当采取淡季采购和择机采购等策略进一步降低采购成本。

（三）2022年经营计划

基于对宏观经济及公司核心竞争优势的分析，根据公司发展战略，2022年，公司以“凝聚一切、升级一切、全力以赴、全速前进”作为工作主题，全年经营计划为：

1、重构营销竞争优势，全面完成经营任务。强化以客户为中心的营销理念，踏实做好客户服务工作；把清单化管理作为各级销售管理的重要工具和手段，重大项目实施全品类全覆盖，全过程动态管理，建立实时动态的项目数据库，把清单化管理作为各级销售管理的重要工具和手段，提升项目覆盖率、成功率；加大非房业务开拓，在高铁、轨道、工业建筑、文教卫等各类非房领域升级产品体系及营销模式，提升市场占有率；继续升级和优化房地产市场营销工作，向央企、国企地产及优质民营地产龙头倾斜；推进对落后产品的淘汰、禁限工作，加大对假冒、伪劣产品的严查和打击，净化市场，营造公平的竞争环境；强化新产品推广工作，形成差异化竞争优势。

2、坚持合伙人优先，赋能合伙人发展。全力发展合伙人，充分保护合伙人项目优先操作权，不与合伙人争业务、抢市场，持续赋能合伙人，培育合伙人的经营能力、业务拓展能力、施工服务能力。

3、坚持民建优先，实现民建大提速。抓住民用建材发展的战略机遇期，构建以防水防潮系统、瓷砖铺贴美缝系统为核心的双主业，以及密封胶、腻子墙面辅材为补充的多品类产品线共同发展的格局。坚持发展合伙人，坚持对家装行业设计师、专业工人、工长的持续性培训，在品牌力、产品力、渠道力、专卖店服务能力上全面提升、提效；坚决落实以客户为中心，提升产品供应链的响应和服务能力。

4、加强供应链管理和施工服务，做大做强涂料业务。改革工程涂料经营管理模式，华东、华南、北方设立涂料事业部，全权负责所在区域的涂料业务和施工服务，同时，德爱威公司集中力量做好供应链管理、研发和市场工作，降本增效，提升竞争力；德爱威工厂实行精益生产，提升产能利用率及仓储运输管理能力。

5、夯实质量和服务基础，快速推进砂粉发展。强化研发、生产工艺技术保障及产品质量管理工作，夯实砂粉业务发展的基础；本着客户至上原则，切实落实工程项目的全过程技术服务和管理，保证工程项目质量。

6、渠道精耕与模式创新并举，助力修缮板块业绩增长。继续推进百城千店万站落地，完成新客户开发；创新商业模式，发展光伏新能源、注浆领域、加固领域等新型业务；长期培育C端市场，通过“雨虹到家科技服务有限公司”，打造“互联网+居住空间改善一站式服务平台”，建立全国物业渠道和到家服务生态数字化升级，创造长期价值的C端服务事业。

7、建立技术管理优势，高质量发展新领域。保温各公司围绕“双碳”政策，拓展一体化板、被动房、装配式干式地暖市场，形成核心竞争优势，提升产品及服务赢利能力；中科建通公司深入技术研究，广泛与外部合作，形成技术核心优势，工程管理精细化，加强成本管控，降本增效；宁夏设计院围绕城市更新、绿色建筑等国家战略，加大技术储备及人员培训，不断提升勘察设计质量及服务水平，同时与其他板块充分联动，扩大市场份额；瓦屋面公司加大创新力度，扩大主力产品的竞争优势，打造职业化团队。

8、坚持精英治雨虹，持续提升企业人效。持续升级“平台+创客”；坚持精英治雨虹，引进优秀的业务、研发等人才，坚决及时淘汰三低人员；加强人才梯队建设，坚持一把手管人力资源，持续提升人效。

9、全面升级风险管控，切实提升经营质量。升级风险管控措施：贯彻红线管控清单，对履行质量差的项目限期整改；识别客户信用风险，实时监测客户履约情况，及时止损；严格执行收款工作清单管理，对逾期款零容忍；持续贯彻诉讼工作清单，确保合理胜诉率；形成信控、合同、应收、收款、诉讼的联动、闭环管理，有效提升经营质量、优化现金流、化解呆死账危机。

10、持续创新，扩大技术及成本领先优势。加大研发投入，以国家重点实验室为平台，加强自主创新和外部合作，对核心技术卡脖子的单一原材料立项开发研究，研发人员面向市场、深入客户，加快新产品推出速度，支持公司业务快速发展；采购、技术、工艺装备、工厂及物流等多部门联动，通过择机采购、优化工艺、精益生产、自营物流等措施实现整体降本；全面落地全链条的“双碳”产品升级，加速差异化产品创新；通过升级自营物流、提升发货计划的准确率、优化订单分配缩短运距、调整运费考核方式等，降低运费。

11、创新服务模式，提高工程服务竞争力。各工程公司推动包清工业务的发展，要在现有标准化基础上升级为“标准化+机械化+可视化”；工程资源中心和雨虹学院联动，继续推动工人的施工培训，通过培训提升工人技能水平，提高工程施工质量。

12、持续进行数字化转型，夯实管理基础提升运营效率。继续加大投入，在2021年数字化建设基础上，2022年重点是零售数字化平台、物流平台、研发PLM平台的升级改造，以及MES



系统的全面推广。预计到2022年底能够基本实现：核心业务全领域数字化覆盖、全业务环节流程拉通、数据资产及分析体系建立。同时，将加速推进智能工厂的建设，打造一批东方雨虹智能化标杆工厂并以此逐步推广，涵盖精益生产、生产管理智能化、厂区物流仓储智能化、工业设备互联、能源管理数字化、安环管理信息化以及工业IT基础设施建设等领域。