證券代碼：002271　　證券簡稱：東方雨虹　　公告編號：2026-031

北京東方雨虹防水技術股份有限公司2025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，爲全面了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。

除下列董事外，其他董事親自出席了審議本次年報的董事會會議

未親自出席董事姓名	未親自出席董事職務	未親自出席會議原因	被委托人姓名
李衛國	董事長	身體原因	許利民

非標准審計意見提示

□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

公司計劃不派發現金紅利，不送紅股，不以公積金轉增股本。結合公司2025年度經營情況及國際化布局等戰略發展規劃，基於公司在2025年度已實施完成2025年半年度利潤分配，並辦理完成回購公司股份的注銷事宜，2025年度公司擬不進行利潤分配，不進行資本公積金轉增股本，剩余未分配利潤結轉至以後年度。2025年度利潤分配預案將提交股東會審議。

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		
聯系人和聯系方式	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、北京市南水北調配套工程項目、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志性建築及項目，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ORIENTAL YUHONG（防水）、FASION風行（防水）、雨虹防水（民用建材）、雨虹（C端服務平台）、雨虹膠（膠粘劑）、雨虹管（管業）、VASA華砂（特種砂漿）、壁安（建築粉料）、CAPAROL德愛威（建築塗料）、Alpina阿爾貝娜（建築塗料）、虹嘉塗料（工業塗料）、卧牛山節能（節能保溫）、孚達科技（節能保溫）、東方雨虹建築修繕（建築修繕）、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）、雨虹職校（職業技能培訓）、寧夏建築設計研究院、OYH（國際建材）、YUHONG（防水）、虹大師HONEDS (五金工具)、飛魚FIIYO（五金地漏）、萬昌（建材五金零售）、康寶（建材直銷）、CONSTRUMART（智利建材超市）等品牌和業務板塊。

1、零售業務。公司大力發展零售業務，以民建集團及C端服務平台、建築塗料零售爲代表的C端零售業務聚焦服務於普通大衆消費者家庭裝修及重裝翻新維修市場，穩扎穩打、持續發力。通過提升品質、強化品牌、升級服務、擴充品類、拓展渠道，提升用戶體驗，提高核心競爭力。2025年，公司零售業務實現營業收入99.44億元，占公司營業收入比例爲36.06%。

（1）民建集團

報告期，民建集團始終秉持用戶至上理念，緊跟行業發展趨勢，深入洞察消費者眞實需求，以“雨虹”服務升級爲核心，構建線上線下融合的全場景營銷生態，爲消費者提供一站式裝修、維修系統解決方案。產品發展始終聚焦防水、砂漿雙主業，推動品類創新與中高端化，完善全屋縫隙美化系統及管業配件，加速布局乳膠漆、五金等新品類，滿足消費者多元化需求。2025年，民建集團實現營業收入91.26億元，占公司營業收入比例爲33.09%。

1）品牌發展：持續強化品牌勢能建設，以“雨虹”服務品牌升級爲主要發展戰略。線上深化自媒體生態布局，線下拓展全場景渠道觸點，實現品牌認知與業務轉化雙提升。線上傳播，基於消費者前端搜索需求，加大自媒體平台投入，通過“三虹”計劃打造IP矩陣，以搜索廣告、品牌專區、本地投放實現精准流量攔截，同時發力品牌自播與本地圍購，搶占用戶心智，賦能業務增長；線下投放，在掌固高鐵、地標廣告等核心點位基礎上，持續增加戶外門頭廣告覆蓋，全國首家商超店、社區店及總部直營店相繼落地，深化下沉市場消費者痛點綁定；渠道端，大力發展品牌自媒體矩陣，賦能合作伙伴擁抱自媒體，通過經銷商直播、“玩轉鄉鎮”集市推廣等提升合作伙伴業務轉化能力。通過構建線上、線下、渠道融合的全場景營銷生態，形成品牌、合作伙伴與消費者高頻互動機制，強化品牌在目標消費群體中的心智占位。

2）渠道發展：持續推進渠道下沉，通過精細化品類布局與強化終端覆蓋，打造更加完善、高效的分銷網絡體系。借助數字化工具賦能和系統化專項培訓，不斷提升合作伙伴的經營能力與運營效率，助力其向專業化、公司化方向轉型升級。同時，持續夯實傳統渠道優勢，優化產品流通管理機制，加強線上線下一體化終端管控，全面提升服務標准與運營響應速度。此外，加強深化與裝企之間的資源整合與協同合作，推動行業生態融合發展，構建協同共贏、共建共享的渠道生態體系。

專賣店渠道，持續提升民建專賣店經營質量。聚焦店態升級、品類擴張、導購賦能、會員運營及系統支持五大維度精進管理，強化品牌形象與零售能力。店態升級與效率提升方面，持續推進專賣店店型分類管理，配合店面形象升級，提升品牌外顯形象與消費者體驗，接入雨虹服務體系，從銷售產品全面轉向提供服務；產品方面，堅持品類擴張與創新，豐富門店產品線，滿足消費者多元化需求；導購方面，拓展線上銷售渠道，面向C端消費者開展帶貨直播，同時運營高德商戶通，爲消費者更准確及時找到雨虹專賣店提供官方保證，多平台探索線上線下融合的新零售模式。

電商渠道，構建全域營銷與銷售矩陣，精准觸達市場並強化品牌數字化傳播。以用戶需求優化產品運營，提升轉化與覆蓋，聯動供應鏈高效協同，打通線上引流與線下服務閉環，助力品牌價值提升與業績穩步增長。

3）會員運營：持續深化以“虹哥匯”爲核心的會員運營體系，豐富“虹哥匯”平台終端促銷活動形式，同時大力推廣會員直播，通過逢九會員日直播、虹哥有約直播、虹大師工具線上優惠直播，直達會員端，有效提升會員活躍度與粘性。會員商城新增工具品類，優化會員購物體驗。重點推出小微合伙人創業扶持計劃，構建“核心會員回鄉創業平台”，積極扶持具備能力的會員返回鄉鎮區域開展業務，增強會員忠誠度與歸屬感，促進渠道下沉與空白市場滲透。

4）產品發展：聚焦防水、砂漿雙主業，加速新品類培育及維修快裝、鄉鎮下沉市場開拓。產品在高性能、長壽命、快干快裝等維度持續創新，始終圍繞消費者痛點及用戶體驗進行布局。開發一遍厚塗、快干、可外露、可上人、輕質隔音、智能調色、淨化甲醛、兒童安全級產品認證、即刷即住、加倍防霉等一系列滿足C端用戶差異化技術創新的產品需求。推進乳膠漆、廚衛五金、基輔材等新品類布局以及質感塗料產品線在鄉鎮等下沉市場的布局，通過加速全品類布局，爲用戶提供全鏈路一站式裝修、維修系統解決方案。

（2）C端服務平台

報告期，公司正式發布C端專業服務品牌——“雨虹”，雨虹服務以“專業、高效、保障、全面”爲核心，形成覆蓋6大業務板塊、13大服務場景的一站式服務體系。爲積極響應國家號召、打造讓消費者滿意的“好房子”，雨虹服務推出“服務百姓，拒絕滲漏”系列主題市場活動，致力於爲消費者提供全面的交付解決方案、高效響應機制、專業上門服務與安心售後保障，報告期累計服務達12萬戶家庭。

雨虹服務憑借公司的品牌影響力、專業技術輸出與不斷提升的服務能力，築牢核心優勢：一方面依托公司完善的施工標准化體系，通過線上線下相結合的方式開展人員培訓；另一方面通過產品、門店、線下、線上四維聯動落地場景化服務，持續完善全流程標准化服務規范。雨虹服務堅持以專業技術與高效響應，爲消費者築起家居防護屏障，賦能合作伙伴，以實際行動響應國家號召，爲千萬家庭構建安全、健康、環保的品質居住環境。

（3）建築塗料零售

報告期，包含建築塗料零售在內的建築塗料業務整體並入原砂粉科技集團，通過借助供應鏈協同優勢，助力建築塗料業務實現降本增效，同時借助工序協同與市場拓展聯動，以及公司在國內牆面輔材市場已建立的品牌與渠道優勢，用粉料帶動塗料，進一步釋放協同發展潛力。

報告期，建築塗料零售業務在品牌塑造與市場拓展方面持續改進。通過精准定位“Caparol德愛威”與“Alpina阿爾貝娜”兩大品牌，“Caparol德愛威”以“來自德國的功能塗料”爲核心價值，彰顯其百年品質、德國工藝與環保創新；“Alpina阿爾貝娜”以“護牆如護膚”爲理念，用護你所愛、所見、所敢、所想的德國品質，重新定義品牌認知，傳遞出對家居環境的細膩關懷與德國品質的承諾。兩大品牌共同構建了涵蓋內牆塗料、藝術塗料、外牆塗料及基輔材料的全方位產品線，不僅實現了產品性能升級與環保標准提升，還通過品類拓展與服務優化，爲消費者提供差異化選擇。

報告期，建築塗料零售業務聚焦塗料主營產品，緊密圍繞市場需求，不斷優化產品結構，強化產品線的合理布局，確保產品精准對接消費者需求。同時，通過深化“Caparol德愛威”和“Alpina阿爾貝娜”雙品牌的前端差異化與後端協同性，進一步拓寬品牌覆蓋面，提升品牌影響力。在渠道建設方面，業務團隊不僅加強渠道管控，還積極探索渠道下沉與多元化發展路徑，實現渠道資源的共享與互補，有效拓寬銷售渠道，提升市場滲透率。在會員運營方面，通過構建會員客戶畫像，精准鎖定目標客戶群體，並采用多樣化的營銷策略增強會員粘性。同時，加強與線下專賣店聯動，構建高效互動、提質增利的客戶生態圈，爲業務的長期發展注入強勁動力。

2、工程業務。報告期，公司深化渠道轉型，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，通過各區域一體化公司深度聚焦本地市場、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伙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，提升市場占有率；報告期內，公司全力發展合伙人，持續賦能合伙人，不斷總結並推廣工程渠道領域“合伙人機制”的成功經驗，全面升級合伙人機制，依托產品力、服務力、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伙人，通過完善市場管理、信用管理，培育合伙人的經營管理能力、業務拓展能力、施工服務能力等方式加大對合伙人的扶持力度；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范圍，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范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。

3、砂粉業務。報告期，公司整合原砂粉科技集團與德愛威（中國）有限公司等板塊成立塗料砂粉科技集團，下設德愛威公司、華砂公司、砂石粉體公司、礦業公司、供應鏈管理中心等組織架構，通過資源深度嫁接、生態高效協同，整合礦山資源鏈條+塗料+輔材全產業鏈要素，爲客戶提供一站式供應解決方案，持續擴大業務覆蓋與市場滲透。

砂粉業務持續整合構建專業的砂粉精益生產體系，推動行業品類價值鏈落地，依托北、上、廣爲核心基地的研發及應用技術團隊，以多元化渠道布局爲基石，持續鞏固特種砂漿系統產品核心優勢，大力拓展鈣基粉體新材料、普通砂漿、砂石骨料及其制品等多個產品領域，不斷擴大砂漿粉料市場占有率，提升品牌影響力。砂粉業務在持續以瓷磚鋪貼體系、牆面塗裝體系等主力產品體系爲核心、夯實業務基本盤的同時，快速推進“擴品類、拓渠道、強服務、共盈利”戰略落地，發布輕質瓷磚膠、抗裂砂漿系列、防水砂漿系列、無憂地坪系統及其配套產品等新產品，並探索盾構配套砂漿、土壤固化技術、瓷磚鋪貼系統穩定性研究等新技術的研發與應用，以滿足不同應用場景下的客戶多元化需求。

塗料砂粉科技集團依托公司強大的供應鏈整合能力，持續以“成本、質量、新品孵化”爲核心工作，不斷豐富產品品類，推動產品價值鏈與供應鏈落地，通過組建專業化團隊，打造新品核心競爭力，著力開發專業客戶，有效提升新品銷量。同時，通過合理布局生產供應基地，實現敏捷反應與服務，降低綜合物流成本，持續爲客戶創造更大價值。

4、出海業務。報告期，公司加強國際交流與合作，持續完善海外組織管理體系，強化國際供應鏈布局和渠道建設。

公司在多國設立海外公司或辦事處，搭建並完善海外區域人員配置和組織建設，夯實海外市場團隊的營銷和組織能力，積極構建全球業務網絡，爲實現海外業務本地化運營打好基礎。

推進海外生產基地建設，布局搭建全球供應鏈體系。截至本報告披露日，東方雨虹休斯敦生產研發物流基地項目建設持續推進，一期計劃主要建設TPO防水卷材生產線及北美研發中心；天鼎豐沙特生產基地項目4條聚酯胎基布生產線順利投產，增強了公司在非織造布領域產品國際化快速響應與穩定供應能力，制造成本更具競爭力，能夠進一步吸引全球范圍的客戶和資源；天鼎豐加拿大生產研發物流基地正式開工啓建，該項目由天鼎豐與合作伙伴共同投資建設，旨在進一步優化國際化產業布局，提升公司在北美及歐洲市場的全鏈條服務能力；東方雨虹墨西哥生產研發物流基地正式開工建設，該項目第一階段主要建設砂粉及水性塗料生產線及配套倉儲物流中心，投產後將增強本地供應能力，提升交付效率；東方雨虹馬來西亞生產研發物流基地產線順利投產，該生產基地配備多條先進生產線，覆蓋砂漿、水性塗料等產品種類，引入先進生產技術和智能化生產設備，產品主要輻射新加坡和馬來西亞等市場。

海外並購方面，公司全資子公司香港東方雨虹投資有限公司分別收購香港建材零售企業萬昌五金建材有限公司與香港專業建材直銷公司康寶香港有限公司100%股權，通過整合和依托兩家公司的渠道優勢、服務能力、產品品類等優質資源及其在香港市場的深厚基礎，並以香港市場爲支點，逐步向東南亞及全球拓展業務；公司全資子公司東方雨虹海外建設發展（上海）有限公司及東方雨虹國際貿易（上海）有限公司收購智利建材超市企業Construmart S.A.100%股權，以期持續探索並搭建國際化建築建材零售渠道，提升產品的國際化銷售能力、全球影響力及品牌認知度；公司全資子公司東方雨虹巴西有限公司（OYH BRAZIL LTDA.）收購巴西水泥添加劑及混凝土外加劑供應商Novakem Industria Quimica Ltda.60%股權，充分利用其在外加劑產品領域的綜合優勢，助力公司立足巴西並拓展拉美市場，進一步完善海外業務布局；公司全資子公司香港東方雨虹投資有限公司收購香港塑料管道系統供應商The Universal Hardware & Plastic Factory Limited（世界五金塑膠廠有限公司），通過整合制造端的供應鏈優勢、創新研發能力與市場營銷體系，攜手世界五金開展深度資源整合，進一步提升公司的在國際市場的綜合競爭力。

積極開展國際間業務交流與合作：舉辦東方雨虹馬來西亞新品發布會，並成功開設東方雨虹馬來西亞首家防水綜合專賣店；攜手印尼國家貿易部共建本地行業標准與能力體系，並與印尼國家港口航運集團Pelindo達成戰略合作，共同推動本地化生產與供應鏈建設；印尼東方雨虹與印尼鄉村官員協會（PPDI）簽署戰略合作協議，旨在推動PPDI推行的全國鄉村翻新工程建設，爲鄉村房屋建築翻新項目提供東方雨虹技術標准、產品體系及相關服務；東方雨虹海外發展集團與孟加拉知名建築企業AKSID INDUSTRIES LTD簽署戰略合作協議，雙方將在建築建材領域深度協作，共同開拓孟加拉基礎設施、商業住宅、工業廠房等多元市場；東方雨虹海外發展集團與韓國領先玻璃建材企業BICHUMI GLASS CO.,LTD簽署戰略合作協議，雙方將聚焦韓國高端建築市場對品質的追求，共同研發並提供“玻璃+密封膠”一體化系統解決方案；攜旗下多個業務板塊先後亮相美國屋面及防水材料展覽會(IRE)、沙特五大行業博覽會（Big 5 Construct Saudi 2025）、CHINAPLAS 2025國際橡塑展、第137屆廣交中國進出口商品交易會、巴西聖保羅國際建材展、越南第八屆防水傳統節、2025中國國際塗料博覽會、2025中國國際屋面和建築防水技術展覽會、第23屆越南國際建材展等。

（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伙伴關系，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伙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，建立了布局合理、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、工程市場由工程建材集團下轄各省區一體化公司、戰略集采事業部及公司專注於鐵路、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，各省區一體化公司負責公司產品在本地工程市場的銷售及服務，通過聚焦本土市場、屬地專營、渠道下沉、發展及賦能各類合伙人加強所屬區域市場覆蓋與滲透，提升當地市場占有率，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、管業、防腐等業務，爲客戶提供完善的建築建材系統解決方案；戰略集采事業部聚焦服務於大型戰略合作客戶，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。

2、零售渠道經銷商，分別由公司下屬民建集團及C端服務平台、建築塗料零售業務板塊負責管理，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

單位：元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增減	2023年末
總資產	41,743,678,666.63	44,715,448,811.80	−6.65%	51,173,993,594.77
歸屬於上市公司股東的淨資產	20,134,510,617.56	24,934,259,584.77	−19.25%	28,374,014,507.51
	2025年	2024年	本年比上年增減	2023年
營業收入	27,578,652,775.30	28,055,609,124.88	−1.70%	32,822,528,108.42
歸屬於上市公司股東的淨利潤	113,267,071.15	108,173,220.94	4.71%	2,273,331,266.86
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	235,796,981.33	123,619,631.71	90.74%	1,840,724,194.02
經營活動產生的現金流量淨額	3,554,185,742.99	3,457,444,253.01	2.80%	2,103,197,639.61
基本每股收益（元/股）	0.05	0.04	25.00%	0.91
稀釋每股收益（元/股）	0.05	0.04	25.00%	0.9
加權平均淨資產收益率	0.50%	0.41%	0.09%	8.24%

（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	5,954,973,095.50	7,614,048,424.68	7,031,624,348.98	6,978,006,906.14
歸屬於上市公司股東的淨利潤	192,365,878.40	372,072,532.51	245,238,444.48	−696,409,784.24
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	171,659,056.81	335,486,426.49	261,958,476.11	−533,306,978.08
經營活動產生的現金流量淨額	−812,784,159.95	416,874,313.35	812,222,105.22	3,137,873,484.37

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	141,339	年度報告披露日前一個月末普通股股東總數	133,234	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	20.28%	484,474,150	398,102,165	質押	212,302,198
香港中央結算有限公司	境外法人	15.39%	367,689,421	0.00	不適用	0
許利民	境內自然人	3.03%	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	1.92%	45,969,375	0.00	不適用	0
科威特政府投資局	境外法人	1.54%	36,886,115	0.00	不適用	0
中國農業銀行股份有限公司－中證500交易型開放式指數證券投資基金	其他	1.18%	28,231,065	0.00	不適用	0
招商銀行股份有限公司－工銀瑞信價值精選混合型證券投資基金	其他	1.07%	25,474,417	0.00	不適用	0
全國社保基金四零三組合	其他	0.97%	23,214,887	0.00	不適用	0
中國工商銀行股份有限公司－富國研究精選靈活配置混合型證券投資基金	其他	0.96%	22,961,169	0.00	不適用	0
向錦明	境內自然人	0.93%	22,169,323	16,626,992	質押	5,000,000
上述股東關聯關系或一致行動的說明	公司未知上述股東之間是否存在關聯關系，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					

持股5%以上股東、前10名股東及前10名無限售流通股股東參與轉融通業務出借股份情況

□適用 ☑不適用

前10名股東及前10名無限售流通股股東因轉融通出借/歸還原因導致較上期發生變化

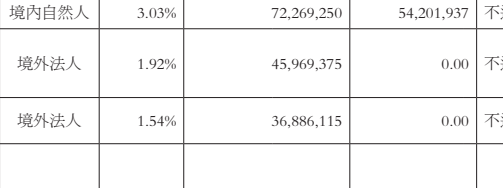
□適用 ☑不適用

（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、在年度報告批准報出日存續的債券情況

□適用 ☑不適用

三、重要事項

（一）概述

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，穩健經營、風控優先，切實提升經營質量。報告期，公司以“相信持續努力的力量，相信眞、善、美的力量，相信公司、團隊、合伙人的力量，無條件自信”作爲工作主題，踐行《東方雨虹基本法》的核心理念和原則，積極推進業務結構轉型升級，堅持以客戶需求爲導向，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。

1、聚焦防水、砂粉雙主業，持續探索新增長曲線

聚焦鞏固防水主業，積極拓展交通基建、水利、能源、通信設施等基礎設施建設、城市新興基建、工礦倉儲物流、科教文衛等公共服務領域，以及保障性住房、民用建材領域等多元化應用場景，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。依托科研技術優勢豐富產品品類、升級產品體系，推進新領域、新產品、新賽道的發展，加強零售市場、非房市場、下沉市場等的開發，持續提升市場占有率。

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。借助防水主業布局的全國性渠道網絡協同優勢，目前砂粉業務已成爲公司未來可持續發展的第二增長曲線，並助力公司實現防水、砂粉雙主業。

夯基築本，加速海外業務布局，發展海外市場，強化國際科研、設立海外公司、推進海外投資並購、海外建廠、海外供應鏈、海外人才培養、海外渠道拓展等國際化戰略布局，實現海外貿易、工程、零售等多元化商業模式經營，海外業務實現較快發展，爲公司未來的可持續發展提供第三增長曲線，助力公司打造成爲全球建築建材系統服務商。

2、升級渠道開發和管理體系，深化培育渠道發展

報告期，公司持續深化渠道發展戰略，升級渠道開發和管理體系，積極實施渠道變革，培育渠道發展，2025年，公司實現工程渠道及零售渠道收入共計232.24億元，占公司營業收入比例爲84.21%，渠道銷售收入占比進一步提升，目前已成爲公司主要的銷售模式。一方面，工程渠道繼續深入推進“平台+創客”經營管理模式，堅持合伙人優先，升級合伙人服務、賦能合伙人發展，持續培育合伙人的經營管理能力、業務拓展能力、施工服務能力，提升合伙人服務終端客戶的運營能力，幫助合伙人持續發展；另一方面，零售渠道不斷深化渠道下沉，豐富渠道矩陣，升級C端服務商的專業服務能力，堅持渠道精耕，搭建線上線下全渠道融合的零售運營模式。

3、零售優先，鑄牢消費建材根基

公司零售業務包括民建集團及C端服務平台、建築塗料零售業務板塊。2025年，公司零售業務實現營業收入99.44億元，占公司營業收入比例爲36.06%。報告期，民建集團始終秉持用戶至上理念，緊跟行業發展趨勢，深入洞察消費者眞實需求，正式發布C端專業服務品牌——“雨虹”，並以“雨虹”服務升級爲核心，構建線上線下融合的全場景營銷生態，爲消費者提供一站式裝修、維修系統解決方案。產品發展始終聚焦防水、砂漿雙主業，推動品類創新與中高端化，完善全屋縫隙美化系統及管業配件，加速布局乳膠漆、五金等新品類，滿足消費者多元化需求；報告期，包含建築塗料零售在內的建築塗料業務整體並入原砂粉科技集團，以借助供應鏈協同優勢、工序協同與市場拓展聯動，以及公司在國內牆面輔材市場已建立的品牌與渠道優勢，用粉料帶動塗料，進一步釋放協同發展潛力。建築塗料零售業務聚焦塗料主營產品，通過“Caparol德愛威”和“Alpina阿爾貝娜”雙品牌定位爲切入點，構建了涵蓋內牆塗料、藝術塗料、外牆塗料及基輔材料的全方位產品線，並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。

4、海外優先，加速推動全球布局

報告期，公司進一步加強海外市場調研、完善海外組織管理體系，強化國際供應鏈布局與渠道建設。一方面，夯實海外市場團隊的營銷和組織能力，持續搭建並完善海外區域人員配置和組織建設，打造具有國際化競爭優勢的人才隊伍體系，以實現在關鍵市場的自主運作和高效服務。另一方面，公司加速推進海外供應鏈布局與渠道網絡建設，積極構建全球業務網絡，爲實現海外業務本地化運營打好基礎：通過開展海外生產基地建設逐步開啓全球化產能布局，堅持市場導向和成本領先，進一步增強本地供應能力，提升產品交付效率，快速響應國際市場，實現全球供應鏈競爭力的提升；通過開展海外並購業務實現建築建材產品國際化銷售能力、全球影響力和品牌認知度的提升，充分利用渠道優勢資源搭建國際化建築建材銷售網絡，助力公司開拓國際市場；通過國際間交流與合作，包括舉辦海外新品發布會、開設海外專賣店、業務領域的國際化戰略合作、參加國際展覽會等形式提升品牌影響力，加速推動全球布局。

（二）公司所處行業情況

1、宏觀經濟與行業指標

2025年是“十四五”收官之年，根據國家統計局數據顯示，初步核算，2025年國內生產總值1401879億元，比上年增長5.0%；規模以上工業增加值比上年增長5.9%，其中制造業增長6.4%，全年規模以上工業企業利潤比上年增長0.6%，其中非金屬礦物制品業下降1.7%。固定資產投資（不含農戶）比上年下降3.8%，其中基礎設施投資下降2.2%，制造業增長0.6%，全年房地產開發投資比上年下降17.2%。全年全國配售型保障性住房、保障性租賃住房和公租房等開工建設和籌集121萬套（間）；城市危舊房改造開工17萬套；新開工改造城鎮老舊小區2.7萬個，惠及居民499萬戶；農村低收入群體等重點對象農村危房改造和農房抗震改造開工21.9萬戶。根據中國建築材料聯合會數據顯示，2025年12月份建築材料工業景氣指數爲102.9點，高於臨界點，處於景氣區間，與上月持平，比上年同月高1.8點，行業運行保持平穩。

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，以及既有存量建築結構逐步進入老化和維修周期，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、競爭不夠規范，“大行業、小企業”依舊是行業發展標簽。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，行業競爭不規范。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、行業標准對防水行業的逐漸規范，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。

2025年，建築防水行業既面臨結構性調整的挑戰，又迎來高質量發展的機遇。一方面，受上游部分大宗原材料價格持續高位運行、下游整體需求不及預期等因素疊加，行業發展面臨諸多挑戰。另一方面，行業企業主動破局，通過多元化布局、拓展新賽道與國際化戰略，聚焦基礎設施建設、城市更新等增量市場，展現出較強發展韌性，行業集中度持續提升，此外，國家持續推進“兩重”項目和“兩新”政策實施等工作，以及國際市場的積極開拓，防水行業將迎來諸多機遇。

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。三十余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。

3、相關行業政策變動情況及對公司的具體影響

國務院印發《2024－2025年節能降碳行動方案》，要求推進建材行業節能降碳改造，強化綠色設計和施工管理，研發推廣新型建材及先進技術，推進存量建築改造。中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發《關於持續推進城市更新行動的意見》，要求到2030年，城市更新行動實施取得重要進展，城市更新體制機制不斷完善，城市開發建設方式轉型初見成效。《中共中央 國務院關於推動城市高質量發展的意見》,對優化現代化城市體系、培育壯大城市發展新動能等方面提出要求，旨在推動城市發展向存量提質增效轉型。

住房城鄉建設部發布的國家標准《住宅項目規范》於2025年5月1日起實施，對防水工程設計工作年限等內容進行了規定，要求城鎮住宅項目建設、使用和維護必須執行本規范，能夠推動行業質量升級。住房城鄉建設部辦公廳發布《關於開展城鎮住宅工程質量問題重點整治的通知》，明確將聚焦城鎮住宅工程隔聲、串味、滲漏等質量問題，開展重點整治，防水等設計作爲住宅工程施工圖設計文件審查要點之一。財政部辦公廳、住房城鄉建設部辦公廳發布《關於開展2025年度中央財政支持實施城市更新行動的通知》，中央財政按區域對實施城市更新行動城市給予定額補助，支持城市更新的樣板項目建設和機制建設。財政部等3部門發布《關於進一步擴大政府采購支持綠色建材促進建築品質提升政策實施范圍的通知》，自2025年1月1日起，在北京市朝陽區等101個市（市轄區）實施政府采購支持綠色建材促進建築品質提升政策。

工業和信息化部發布《建材工業鼓勵推廣應用的技術和產品目錄（2025年本）》，引導各方面要素流向建材領域新興產業和傳統產業技術改造，加快建材行業高端化、智能化、綠色化轉型升級。工業和信息化部等5部門聯合印發《關於開展零碳工廠建設工作的指導意見》，深挖工業和信息化領域節能降碳潛力，帶動重點行業領域減碳增效和綠色低碳轉型，培育發展新質生產力。此外，強制性國家標准《建築防水卷材安全和通用技術規范》（GB 45320—2025）、《建築防水塗料安全技術規范》（GB 45671—2025）和推薦性國家