

证券代码： 002271

证券简称： 东方雨虹

北京东方雨虹防水技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20241029

投资者关系活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他</div>
活动参与人员	鲍雁辛、花健祎、巫恺洋、杨冬庭、陈剑鑫（国泰君安）；崔含章、耿宗泽（德弘资本）；LyndaZhou、梁俊麟（富达基金）；王金力（高瓴资本）；卢春宇（Inventive Captain Ltd.）；Bowe Su（OSCAR AND PARTNERS CAPITAL LIMITED）；KristinQin（Point72 Hong Kong Limited）；Owen Liang（Q FUND MANAGEMENT（HONG KONG）LIMITED）；袁野（T. Rowe Price Associates Inc.）；Feng yanyan（TX CAPITAL（HK）LIMITED）；刘诗洁（WINFOR CAPITAL MANAGEMENT LIMITED）；李婉（ZAABA CAPITAL）；潘永杰（爱建证券）；李哲（安信资管）；高扬（泓澄投资）；刘厚胜（清和泉资本）；韩飞（北京容光私募基金）；刘碧（北京源乐晟资管）；钱程（博道基金）；刘俊诚（博时基金）；康艺馨（财通资管）；谢树铭（大成基金）；赵梧凡（德邦基金）；胡云芑、杨春燕（东方证券）；高坤（东兴基金）；王宇轩（富敦投资）；房昭强、李峙屹、梁清（富国基金）；唐苓（工银安盛）；文杰（工银瑞信）；刘勇（光大证券）；卢静远（富业盛德资管）；潘峰（广发证券）；杨凯雯（国金基金）；夏雪冰（国联人寿保险）；张标（国寿安保基金）；欧阳廷婷、智健（国泰基金）；邓超贤（国泰君安投资）；郑宗傑（国泰证券投资信托）；赵欣悦（海富通基金）；张辰权（海南硕丰基金）；吕任卿、王润宇（荷宝香港有限公司）；丁玺澄（华商基金）；何竞舟（华夏基金）；陆达之（汇华理财）；Susie（汇添富资产）；陈路华、刘小玄（嘉实基金）；张晨（交银施罗德基金）；方家逸（锦绣中和）；韩文强（景顺长城基金）；孔志强（昆仑信托）；Grace（立格资本）；徐佳文（马来西亚国库控股公司）；吴春杰、杨文超（摩根基金）；沈菁（摩根士丹利基金）；杨雅荃（诺德基金）；戴钢（鹏华基金）；王博（平安基金）；吴绪越（平安养老保险）；钱之润（浦银安盛基金）；田维（前海开源基金）；尚广豪（泉果基金）；史国财（仁桥资产）；陈烨远、戎哲宇（睿远基金）；符宾、赵若然（驼铃资产）；毛天白（半夏投资）；宗云霄（东方证券资管）；文彧（丰煜投资）；方振（高毅资产）；刘白（上海国际

	信托); 杨伊淳 (明河投资); 周立恒 (上海人寿保险); 苏华立 (睿郡资产); 何卉 (石锋资产); 符涓涓 (途灵资产); 欧阳俊明、张涛 (相生资产); 陈心 (重阳投资); 沈怡雯 (上汽顾臻资产); 赵治烨 (上银基金); 王继昌 (进门财经); 孙艳荣 (深圳通和私募基金); 圣亚军 (悟空投资); 何英 (深圳资瑞兴投资); 侯星辰 (泰康资产); Mao Xinyi、Yang Shan (腾跃基金); 杜广 (天弘基金); 李黎亚、苏谋东 (万家基金); 程欧 (无锡汇鑫投资); 郭亦骏、李远剑 (西部证券); 李业彬 (新华基金); 金川 (易方达基金); 张伯伦 (银华基金); 杨大志 (远信私募基金); 徐叶 (招商证券); 王风云、王之琳 (国寿资产); 陈超俊 (中信保诚基金); 毕成、左一江 (中信证券); 张岩松 (中银国际证券); 王晗 (中银理财); 杨琛 (中邮人寿保险) (以上排名不分先后)
时间	2024 年 10 月 29 日 (星期二) 上午
地点、形式	公司会议室 (线上交流)
上市公司接待人员姓名	公司副总裁兼董事会秘书张蓓女士、财务总监徐玮女士
交流内容及具体问答记录	<p>一、介绍公司 2024 年前三季度主要经营情况</p> <p>根据公司已公布的 2024 年三季报可以看出,前三季度我们面临的行业需求压力仍然较大,同时,因为收入规模的下降,导致整体费用率提升较多,加上减值损失的计提,公司净利润压力会比收入更大。</p> <p>但回顾前三季度的经营情况,我们仍然有几个亮点:第一,从收入端看,尽管今年工程和零售市场前三季度都面临需求压力,但依靠市占率的提升、新品类新业务的发展,公司收入表现仍然优于行业整体水平。零售渠道前三季度实现营业收入 78 亿元,与去年同期相比实现逆势增长,其中民建集团依靠防水渠道的协同性,新品类仍然实现了较快增长,民建前三季度实现营业收入 72 亿元,去年同期 66 亿元;</p> <p>同时,公司坚持合伙人优先的原则,快速、有序发展各类合伙人,并为合伙人赋能,通过发展合伙人实施渠道的下沉渗透,抢占空白市场,同时伴随行业供给端的加速出清,公司市场份额得以提升,工程渠道前三季度实现营业收入 100 亿元,实现了逆势增长。从渠道销售结构来看,公司前三季度整体收入下滑,主要是来自直销业务的收入下降,其中地产集采前三季度营业收入同比下降幅度超 60%,同时,为改善应收账款和经营质量,公司从去年开始逐渐放弃了一些施工业务,施工收</p>

	<p>入的下降也会导致直销收入规模受到影响。第二，推行零售优先、合伙人优先的渠道变革目前已显露成效，业务结构转型明显，公司 C 端和小 B 端的收入均实现了逆势增长，目前占公司收入比重已达 80%，公司销售模式已由原来地产大 B 为主的直销模式转型升级为以 C 和小 B 为主的渠道销售模式。而产品的应用场景和客户结构也更加呈现了多元化布局，既服务于普通大众消费者的家庭装修、重装翻新、维修的零售市场，也涉及基础设施、市政项目、公共建筑、工矿仓储、保障性住房等非房业务，尤其是以旧改、城市更新等项目为代表的存量建筑物的翻新改造修缮领域寻求业务机会。第三，销售模式的转型，必然会带来经营质量相关指标的改善。首先，2024 年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额同比增长 89.66%，其中单三季度经营活动产生的现金流量净额实现 8.35 亿元，第二季度、第三季度经营现金流量净额均实现转正。其次，收现比提升。今年前三季度收现比达到 1，尤其单三季度销售商品、提供劳务收到的现金 74.62 亿元，营业收入 64.80 亿元，收现比达 1.15，与去年同期相比有非常明显的改善。同时，由于公司收款节奏加快，三季度期末应收账款环比二季度期末应收账款也呈现较为显著的下降趋势。</p> <p>二、互动问答</p> <p>Q1：介绍工抵房处置情况？</p> <p>公司今年四季度核心工作之一就是处置工抵房，公司希望今年尽最大努力清理掉历史遗留的工抵房和应收账款，实现明年轻装上阵、重振旗鼓。目前来看，公司产生大规模新增工抵房的时期已经过去，目前在手的工抵房基本是以前年度做直销业务尤其是集采业务形成的。对于公司来说，这些工抵房是历史遗留问题，并不影响公司现在以及未来的经营，另外出售工抵房，也会形成资金回笼，对公司现金流也有帮助。</p> <p>Q2：介绍应收账款回收情况？</p> <p>截至 2024 年三季度期末，应收账款净值 106.75 亿元，渠道合伙人授信占比较高。公司今年四季度另一个重要任务就是回款，并且按</p>
--	---

	<p>照以往惯例，合伙人授信将在年底前陆续收回。</p> <p>Q3：介绍防水行业情况？</p> <p>行业最近几年需求压力非常大，但供给端也在加速出清。伴随行业的出清，对公司而言，实际上也是一种莫大的机遇，因为历史规律告诉我们，一个行业经营压力越大的时候，头部企业的马太效应就会越显著，比如雨虹最近三年市场份额就得到了快速提升。</p> <p>Q4：公司产品价格方面的压力如何？</p> <p>公司在保证产品质量的前提下，今年通过技术改进、配方优化等措施不断降低成本，公司将下降的成本让渡给终端客户，因此部分防水产品价格有所下调，但公司今年前三季度综合毛利率维持在 29.13%，和去年同期相比仍然比较稳定。</p> <p>Q5：公司回购股份计划什么时候启动，是否会使用回购专项贷款？</p> <p>根据公司已披露的回购股份方案，本次回购股份的资金来源为公司自有资金或自筹资金，拟用于回购的资金总额为 5-10 亿元人民币，用于注销并减少公司注册资本，因此需要在股东大会审议通过后才能实施。当然，公司也在同银行积极接洽，希望抓住政策机遇，获得一定额度的回购专项贷支持。</p> <p>Q6：介绍砂粉前三季度经营情况？</p> <p>砂粉今年前三季度销量达到 500 万吨，与去年同期相比销量实现了较好的增长。同时，砂粉集团利用成本优势，推广了一些更具性价比的产品抢占市场份额，实现了产品销量和市场份额的提升。</p> <p>Q7：民建集团收入增长来源？</p> <p>民建集团近几年收入增长一方面主要靠扩品类。民建集团充分发挥防水渠道的复用性，在防水品类基础上不断增加特种砂浆、墙面辅材、胶粘剂、管业、美缝剂等非防水品类，提高渠道销售效率，利用品类扩张增加单店动销量，打开发展天花板。另一方面，通过虹哥汇会员数量持续增长、渗透率的不断提升，以及渠道网点的持续下沉、网点密度的持续增加，来实现民建防水品类和非防水品类收入的增长。</p> <p>Q8：零售渠道的营业网点、经销商、虹哥汇会员数量及工程渠道</p>
--	---

	<p>合伙人数量？</p> <p>截至今年三季度期末，公司已签约工程渠道合伙人超过 10000 家；民建集团实现经销商数量近 5000 家，分销网点 30 万家，“虹哥汇”会员数量 300 万人。</p> <p>Q9：销售费用主要投放在哪些方面？</p> <p>公司销售费用主要构成为人工费用及市场推广费用。其中市场推广费用主要投放在零售市场。其实销售费用增长绝对值同比没有太大变化，销售费用率同比增长较多主要还是因为公司前三季度收入规模下降所致。</p> <p>Q10：介绍海外业务规划？</p> <p>公司目前在部分国家陆续成立分子公司，进行海外销售团队搭建。海外产能布局方面，在美国休斯顿、沙特、马来西亚等地的生产基地建设有序落地中。另外，公司也在寻求海外投资并购的机会，侧重于寻找当地零售渠道做得比较优秀的标的，希望以此来帮助公司快速完善当地市场的渠道布局，开拓销路。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无