

证券代码：600153

证券简称：建发股份

## 厦门建发股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、天风证券、广发证券、兴业证券、申万宏源证券、交银施罗德基金、工银瑞信基金、嘉实基金、兴证全球基金、安信基金、德邦资管、中泰资管、银华基金、融创智富资管、浦发银行资管、长城自营、天风固收、中国人保资管、中天国富
时间	2021年7月14日10：30—12：00
地点	厦门市思明区环岛东路1699号建发国际大厦30层会议室
上市公司接待人员姓名	公司总经理林茂、公司副总经理兼董事会秘书江桂芝、公司证券事务代表黄丽琼、子公司建发房产资本市场中心总经理卢金文
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司作为头部供应链运营企业，在目前的业务规模下，后续的成长性还有多大？</p> <p>答：首先，由于目前大宗供应链核心品类的市场集中度低，且公司具有作为头部企业的竞争优势，未来公司市场份额的提升空间大。其次，中国大宗供应链头部公司的规模和国外相比仍然很小，但是全球半数左右的大宗商品消费都在中国，所以国内的头部供应链运营企业有很大的成长空间。</p> <p>综上，我们认为公司作为头部供应链企业，未来成长性可期，具有很大的增长空间。</p>

## 2、大宗商品供应链业务的门槛在哪里，公司如何保持竞争力？

答：对于大宗商品供应链企业来说，能保持行业地位主要依靠三大方面：一是运营效率，供应链运营行业的毛利率和净利率普遍较低，这使得只有高效经营的企业才能够持续盈利，2020年公司供应链业务的净资产收益率在13%左右；二是资金成本，供应链运营业务需要较强的资金实力，融资能力和融资成本是发展业务的关键因素，公司作为国有企业具有较好的竞争力；三是风控能力，面对价格风险、货权风险、信用风险等，头部企业往往建立了严密的风险控制体系，风险抵抗能力较强。公司的供应链运营业务以赚取“服务费”为主，同时在风险可控的前提下赚取一定的价差收益；公司的货物主要存放于自管仓或大型国有仓库，货权风险较小；公司在行业内深耕多年，有严格的客户信用资质审查机制，应收款风险较小。

## 3、上半年大宗商品行业景气，供应链运营行业的公司业绩均有较大的增长，但如果下半年大宗商品价格调整下行，公司业绩是否同样会受到较大的影响，要如何控制价格风险？

答：公司致力于成为国际领先的供应链运营商，为客户提供专业化的供应链服务，相应的大宗商品价格风险可以通过多种方式转嫁。公司已在多个细分品类深耕二三十年，长期合作客户中多数为终端用户。在历次大宗商品价格下行周期中，公司供应链业务的业绩均表现良好。具体来看，公司通过选择优质客户、收取保证金和跌价追补的方式管控风险，并对履约异常业务及时进行处置止损；公司可以采用浮动定价和指数定价的结算方式，还可以通过期货套保或期权保护来管理价格风险敞口；同时，公司密切关注相关商品市价和外界形势变化，督促经营单位加快周转，以降低价格风险。

## 4、如何评价公司供应链业务的盈利能力？

答：公司供应链业务多年来持续稳健增长，年均增速保持在两位数以

上。公司供应链业务周转较快，公司通过精细化管理保持了较好的经营效率，虽然毛利率和净利润率较低，但是净资产收益率较高，多年来均保持在10%以上。2020年度公司的净资产收益率在13%左右，高于A股上市公司ROE中位数。未来，公司将继续追求高质量的发展，努力将净资产收益率提升至更高水平。

**5、请问公司的供应链运营业务以国内业务为主还是国际业务为主？**

答：您好，公司关注国内超大规模市场优势和内需潜力，同时也持续推进国际化战略，积极参与国内国际双循环。2020年，公司继续深耕国内华东、华南等优势区域并积极拓展中西部市场，关注“南向通道”及海南自贸港政策，布局广西、海南区域市场。此外，公司积极融入RCEP协议签署国，持续拓展海外市场，在日韩及东南亚等国家和地区成立海外平台公司，积极寻求海外战略合作伙伴。2020年，公司实现进出口和国际贸易总额超200亿美元，同比增长超30%。

**6、公开信息显示，公司供应链运营业务在2020年实现营业收入3,505亿元，营收规模在A股同类公司中位列前三。请介绍一下，公司的供应链运营业务已经在哪些细分品类取得了行业领先地位？**

答：2020年，公司钢材经营货量位列全国钢铁供应链流通类企业前三位；纸张销量、纸浆进口量和销量在流通领域位列全国第一；农产品全年经营货量超过2000万吨，玉米、高粱等多个产品进口量连续多年稳居全国前三位。除此之外，公司还是中国物流百强企业、中国5A级综合物流企业。

**7、除了大宗商品供应链业务，公司还在发展消费品供应链业务，请问现在消费品业务进展如何？**

答：（1）在汽车行业，公司拥有近20个高端豪华汽车品牌系列代理权，2020年位列“中国百强汽车经销商集团”第37名，位列福建省汽车经销商集团首位。

(2) 公司鞋类出口位列全国前三位，服装出口位列全国前五十强，连续多年原瓶装葡萄酒进口量位列全国第一。

(3) 在今年召开的首届中国国际消费品博览会展会期间，公司与奥兰、酷悦轩尼诗等多家消费者品牌开展了合作签约仪式，并与国内领先的消费品数字供应链服务平台“行云集团”签订了消费品供应链战略合作协议。此外，Info咖啡、岁幸、梅花乡、建发非凡等建发自有品牌也参加了展会。公司未来也将持续加强对消费品供应链业务的拓展。

**8、公司在2020年年度报告中披露，公司员工数量合计20,895人，请问其中多少人员是从事供应链运营业务的、多少人员是从事房地产业务的？**

答：公司2020年末的员工总人数中，母公司及供应链业务子公司的员工人数合计约5730人，其余的员工均从事房地产业务。由于公司的房地产业务包含了物业管理服务等业务，物业行业属于人力密集型行业，因此房地产业务的员工人数相对较多。

**9、集中供地模式下，建发房产的区域布局战略及拿地策略是什么？**

答：近年来，公司在土地扩张方面积极且谨慎。公司布局海西、东南、华东、华中及华南五大核心区域，未来将继续扩大地域深耕，提升品牌影响力及市场占有率。公司在保持较高销售增速的同时，除深耕原核心一二线城市外，同时进军宁波、温州等准二线城市，以及下沉至上饶、宜兴、台州、宿迁等非集中供地的三四线城市，通过充分挖掘下沉市场，抢占三四线城市的市场份额和投资机会，以获取更优质的土地储备。

在拿地方面，为保持销售规模合理的增长，公司需要持续拿地补货，就目前而言，我们认为拿地的金额相对销售和回款金额是相对合理的。公司对拿地有严格的评估体系，公司在拿地前会根据城市的差异对销售周期、项目收益率、资金流等指标进行全面测算，深化拿地前

摸排工作，确保有合理的利润。同时，公司以资金链安全为先，在资金排布上会留有余量，确保资金安全，业务稳健发展。以2020年度财务报表为例，公司的核心负债指标全部达标，确保不触碰“三条红线”。今后，公司仍将以不触碰“三条红线”为目标，确保安全运营。

#### **10、建发房产近几年来销售规模取得快速增长，从企业管理方式看有什么原因？**

公司目前已形成独具特色的组织架构及人力管理体系，为公司高速增长奠定基础：

（1）企业管理架构：公司积极适应市场变化整合内部组织架构，形成了“集团-区域-城市-项目”的四级组织架构，赋能团队经营潜力。

（2）人力资源：公司实行一年一聘，每年严格实行任期目标管理责任制。经营上强调以业绩为导向，注重价值回报，实行能上能下的人力管理制度，充分激发员工动力。

（3）产品研发：近年公司专注于新中式产品的研发，在“纯”王府中式产品畅销市场之后，去年9月，公司“至臻大美，禅境东方”品牌发布会上，推出全新的“禅境中式”产品获得业内关注。

（4）物管服务：建发物业作为建发房产重要的成员公司之一，致力于提供行业领先的优质物业管理服务，以“客户满意”为导向，打造高品质的物业管理品牌，良好的物业服务口碑，也助力了建发房产在城市的品牌落地深耕，形成了“高品质住宅，高美誉服务”的双向促进。2020年12月，建发物业成功于香港上市。

#### **11、建发房产未来几年的发展战略和规划是什么？**

（1）继续充分发挥房地产开发优势，维持销售有质量增长，在原有五大核心区域的基础上有序扩张业务版图，提高市场占有率，选择进入人口呈现正增长、具备发展潜力的城市，对已进入的市场强化公司产品竞争优势及服务品质，形成区域规模效应；

	<p>(2) 进一步提升产品研发能力、创新能力，提高产品的标准化、模块化、差异化程度及可复制性，打造产品独特的吸引力和竞争力，强化“建发”品牌的价值，提升在广大客户中的知名度和认可度；</p> <p>(3) 关注金融政策趋势，把握好资产负债结构，确保公司有良好的筹资环境与现金流，坚持追求有现金的利润，安全运营第一；</p> <p>(4) 继续巩固房地产产业链战略布局，坚持优化提升服务品质，提升房地产产业链的价值创造和行业竞争能力，推动各板块间业务的高效协同发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年7月14日