

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

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	线上参与公司2024年半年度业绩说明会的全体投资者
时间	2024年09月23日 15:00-16:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 林茂先生 独立董事 吴育辉先生 副总经理兼董事会秘书 江桂芝女士 财务总监 魏卓女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司供应链业务近年来持续推进“国际化”战略，在当前企业出海的浪潮下，公司的国际化业务成效如何体现？</p> <p>答：目前，公司已在 RCEP 成员国、金砖国家及“一带一路”沿线多个国家设立超 50 个海外公司和办事处，与 170 多个国家和地区建立了业务关系。2024 年上半年，公司进出口和国际业务额达到 186.58 亿美元，占供应链运营业务的比重约 40%。</p> <p>公司坚持推进“国际化”战略，积极布局全球供应链体系，持续拓展海外采购渠道和海外销售渠道。建发钢铁</p>

集团自 2016 年至今国际业务中海外钢材供货量占比由 0.3%提升至 33%；建发农产品集团自 2018 年至今海外货源中除美国以外的供货量占比由不到 50%提升至 90%；建发浆纸集团近五年阔叶浆进口量增幅超 50%，纸张出口及转口量增长 80 倍。

**2. 公司今年的现金分红力度都很可观，股息率很高，之前说要中期分红，请问什么时候会进行分红？**

答：在公司 2023 年度股东大会上，董事会已获股东大会授权，制定具体的 2024 年度中期分红方案。公司预计将在披露 2024 年三季报之后审议中期分红方案（具体时间待定），届时请关注公司公告。

**3. 公司大幅发债来降低负债率，补充流动性现金流，请问领导，未来三年，公司分红比率会降低吗？**

答：根据公司 2023-2025 年度股东回报规划，公司原则上确保每一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的、归属于上市公司股东可供分配利润的 30%。在公司 2023 年度股东大会上，董事会已获股东大会授权，制定具体的 2024 年度中期分红方案。公司预计将在披露 2024 年三季报之后审议中期分红方案（具体时间待定），届时请关注公司公告。

**4. 一直以来建发股份在国际化布局方面都处于行业领先地位，请问 24 年以来公司国际化业务进展如何？**

答：目前公司已在 RCEP 成员国、金砖国家及“一带一路”沿线多个国家设立超 50 个海外公司和办事处，与 170 多个国家和地区建立了业务关系。2024 年上半年，建发股份进出口和国际业务额达到 186.58 亿美元，占供应链运

营业务的比重约 40%。

在国际业务的构成中，公司转口业务占比 48.7%，较上年同期提升 8.74 个百分点，真正实现“走出去引进来、买全球卖全球”。上半年，公司与亚太经合组织国家转口销售规模同比提升 55%；与“一带一路”沿线国家转口销售规模同比提升近 43%；与 RCEP 成员国家转口销售规模同比提升超 66%；与东南亚联盟成员国家转口销售规模同比提升 68%。

**5. 上半年大宗商品价格持续波动，请问公司的市场占有率是否有提升？**

答：建发股份坚定不移地推进“专业化”发展战略，持续加强防范经营风险，不断夯实风控体系、巩固核心优势，实现了经营货量持续增长和市场占有率逐步提升的经营目标。上半年，建发股份经营的黑色金属、有色金属、矿产品、农产品、浆纸、能源化工产品等主要大宗商品的运营货量近 10,500 万吨，同比增速近 9%，多个核心品类继续保持行业领先地位。其中：钢材运营货量超 3,300 万吨，同比增长超 13%；农产品运营货量超 2,000 万吨，同比增长超 28%。此外，建发股份作为国内供应链行业龙头，与各大资源供应商持续推进良好合作，市场占有率稳步提升。2024 年上半年，建发钢铁集团与主要国有上市及大型民营钢厂合作货量增幅超 27%，向国际矿山直采合作货量增幅近 20%，前十大供应商到货量中矿山直采比例超 80%；建发农产品集团与大型国际粮商合作货量提升近 5%。

**6. 为什么说供应链运营行业存在强者愈强的龙头效应？**

答：首先，头部供应链运营企业有望利用其规模效应在采购价格、分销渠道、物流资源、资金成本、风险控制等多方面形成优势，持续为客户提供稳定且高效的服务，助力客户降本提效并增强客户粘性。这有助于头部供应链运营企业进一步巩固其行业地位，从而实现业务的良性互利循环。

其次，随着科技的不断发展，大宗商品供应链企业开始利用大数据、人工智能、物联网等先进技术提升运营效率和服务质量。龙头企业在这方面通常具有更强的实力和投入，能够更快地实现数字化转型和科技赋能，从而进一步提升自身的竞争力和市场地位。

第三，随着制造业企业对供应链服务需求的不断升级，从单纯追求价格低廉转向更加注重整体供应链的安全和稳定，大宗商品供应链企业也需要不断适应这种变化并提升自身的服务能力。龙头企业凭借其丰富的经验和强大的实力，能够更快地适应客户需求的变化并提供更加可靠、全面的供应链服务，从而进一步巩固和扩大其市场地位。

**7. 半年报显示，公司除了经营大宗商品的供应链业务，还从事消费品的供应链运营业务，除了进口业务，还有出口业务。请问公司在助力中国品牌出海方面有什么优势？**

答：公司消费品供应链业务近几年持续开拓国际市场业务机会，2024年上半年，公司在消费品行业的出口规模超过5.38亿美元，同比增速超22%。在生活家电业务方面，随着中国制造业的不断进步，国产小家电的技术实力和产品质量已经在全球市场上获得了广泛认可。建发股份消费品集团凭借前期积累的沃尔玛、家乐福、Academy、PRIMARK

等境外大型零售渠道资源，以及专业的供应链服务能力，能够为中国品牌出海提供全方位的支持，确保中国品牌能够顺利进入国际市场并站稳脚跟。目前，公司消费品集团正积极接洽、助力新兴精品家电品牌迅速出海，快速响应市场需求，展现中国品牌的国际竞争力。

**8. 在国内外市场中的竞争地位如何？有哪些竞争优势？**

答：（1）在大宗商品供应链运营行业，公司营收规模在 A 股公司中连续多年位于领先阵营，多个业务品类经营货量位居行业前列。其中，纸张销量、纸浆进口量和销量位列中国贸易流通领域第一；玉米、高粱等农产品进口量连续多年位列全国前三；钢材经营总量位列全国钢铁供应链流通类企业前三位。在房地产行业，公司地产业务合同销售金额位列全国前十。

（2）在核心竞争力方面，公司供应链运营业务拥有全球化、多品类的资源整合能力和全球化的品牌影响力，定制化的“LIFT”供应链服务平台，专业化、分级化、流程化的风险管控体系等，具体内容详见公司 2024 年半年度报告第三节四、核心竞争力分析。

**9. 人民币升值，人民币贬值，哪个对建发最有利呢？为什么……还有公司对主营业务，大宗商品，有哪些风险对冲方法方式，如果 25-27 年之间，人民币大幅贬值，会对公司经营业绩造成剧烈影响吗？谢谢回答。  
感谢回答**

答：1、公司坚持汇率中性原则，对于汇率风险有系统的管理方案，整体汇率风险可控。汇率的大幅波动预计不会对公司业绩产生重大影响。2、公司使用各类商品期货及期

权对大宗商品价格进行套期保值，商品价格风险可控。

**10. 请详细介绍一下祥光铜业，生产经营情况。营口建发海盛的投资建设情况及进度。以及钟宅土地出让收益情况，何时确认收益。**

答：（1）阳谷祥光铜业有限公司（以下简称祥光铜业）成立于 2005 年，工厂位于山东省聊城市阳谷县，具备年产 40 万吨矿产铜冶炼及配套制酸、贵金属回收系统，其采用的闪速熔炼和闪速吹炼技术，具有先进、环保、节能、高效的优点（入选《国家重点节能低碳技术推广目录》、《铜冶炼行业规范条件》）。2022 年 5 月，阳谷祥光铜业有限公司进入破产重整程序，2024 年 6 月 19 日，山东省阳谷县人民法院裁定确认阳谷祥光铜业有限公司等十九家公司重整计划执行完毕并终结重整程序。破产重整阶段，我司作为托管方参与祥光铜业生产经营，期间生产经营状况良好。2024 年 6 月阳谷祥光铜业有限公司完成股权变更及董监高人员变更，我司取得实际控制权。2024 年 7 月-8 月共处理精矿近 27 万吨，产出阴极铜 5.2 万吨，硫酸 26.8 万吨，金锭 1026 千克，银锭 17860 千克。目前已达到满负荷生产。

（2）营口建发盛海项目办公楼主体已封顶，生产区 15 个单体基础正在施工，电解系统、硫酸系统、低温热回收系统等设备正在招标采购中，截止现在已完成投资约 8 亿元，项目预计 26 年 5 月建成投产。

（3）公司钟宅土地已经陆续全部出让完毕，并已于相应的会计期间确认收入。

**11. 请问公司房地产业务上半年拿地情况如何？土地储**

### 备情况如何？

答：公司房地产子公司建发房产和联发集团聚焦高能级城市和优质地段，深度挖掘流动性好、价值突出的优质标的，有效增强土储安全边际，优化库存结构。2024 上半年，建发房产和联发集团以多元化方式获取优质土地 17 宗，全口径拿地金额合计约 387.62 亿元。公司上半年新增地块的全口径货值约 686 亿元，其中一、二线城市拿地金额占比达 98%，重点在上海、厦门、杭州、武汉等地获取多个优质项目。公司土储结构不断优化，截至 2024 年 6 月末，公司在一、二线城市的权益口径土地储备（未售口径）货值占比约 76.85%，较上年末提高 3.27 个百分点。

12. 房地产市场的环境发生了很大的变化，客户的都开始更加重视居住价值，追求住上“好房子”，请问公司未来如何保障房子品质，满足客户对“好房子”的需求？

答：子公司建发房产致力于成为“新中式生活匠造者”，提出“建识东方，发献大美”的新中式产品主张，通过“儒门、道园、唐风、华纹”的匠造理念，“金、木、水、火、土”的匠造工艺，将现代材料与工艺融入中国建筑的文化精髓中，打造出有时代特色的新中式建筑，呈现“所见即所得”的安心产品。目前建发房产已打造了“王府中式”“禅境中式”“盛世唐风”“风雅宋韵”“诗意东方”等新中式产品，现已形成良好的客户口碑。

联发始终坚持以客户为中心，挖掘城市主流人群在文化审美、情绪价值、产品功用、健康智慧等生活场景的需求，锁定现代人文赛道，打造悦系、嘉和系两大产品系以及高端定制产品。

未来，公司将继续提升产品竞争力，做好“产品+服

务”的结合，保持产品创新，不断迭代，做好包括像诗意东方、海派、第四代住宅等新产品的迭代和精细化管理。公司将持续推动产品体系的创新升级，坚守高品质交付标准，实现“所见即所得”的实景交付。在做好产品的同时结合社区服务，关注主流客群需求与人居体验，提供有温度的服务陪伴，提升居住舒适度。我们会在产品和服务的结合上持续深化研究，为业主提供更优质的居住体验。

**13. 公司房地产业务在克而瑞的排名持续提升，请问上半年的销售情况如何？**

答：在销售方面，建发股份上半年合同销售金额 742.68 亿元，其中，子公司建发房产实现合同销售金额 660.03 亿元，位列全国第 7 名，较上年同期提升 2 名。上半年公司在二、三线城市的全口径销售金额占比近 80%，全口径销售额超 20 亿元的城市数量达到 9 个。其中，建发房产的杭州璞云、杭州朗云、乐清缦云项目在上半年达成开盘即罄。截至 2024 年 6 月末，公司累计的已售未结金额达到 2,620.30 亿元，较上年末增长 6.55%，创下历史新高。

**14. 建发房产的近年来拿地强度是比较高的，请问公司的投资策略是怎么样的？**

答：建发房产一直以来库存较小，因此需要补充库存，在 22 和 23 年共补充了约 3700 亿的货值。建发房产坚持“以收定支、以销定投”的拿地策略，2024 年上半年全口径销售金额同比下降约 30%，全口径拿地金额同比下降约 40%，拿地强度也同比下降约 17 个百分点。

建发房产会根据市场情况和库存规模进行适当的补充，以保持风险在可承受范围内。对于今年下半年，建发房产也会考虑市场的需求，结合销售的情况进行库存补

充。如果市场需求不足,公司也可能会放缓补库存的速度。

15. 请问林董事长几个问题: 1, 上半年房地产业务的销售额同比下跌了 40%, 下半年的销售是否有所好转? 全年的销售目标是多少? 2, 您对房地产行业的未来走势怎么看? 上半年公司拿地还是很积极, 拿地金额/销售额的比重达到了 58%, 以后是不是继续保持这个强度? 联发集团对净利润的拖累问题怎么解决? 3, 红星美凯龙上半年继续亏损, 管理层还认为这是一笔好投资吗? 今年美凯龙是否有望扭亏?

答: 1、(1) 2024 下半年整体房地产市场情况仍不明朗, 虽然上半年有降首付、降利率等政策, 但二手房市场的挤压仍然严重。7、8 月份是传统淡季, 市场表现不佳。房地产市场与预期相关, 近期市场边际上没有再继续恶化, 但也没有明显的市场回暖信号。(2) 总体来讲, 公司的目标是尽量维持市场占有率, 公司具备资源和能力去形成更大的经营规模。但具体公司中长期的销售规模, 也取决于市场的复苏进度跟恢复状况, 销售目标将根据市场变化情况来实时调整。

2、(1) 未来房地产行业正在朝改善型需求的导向发展。中国老百姓始终在不断追求更好的生活品质, 国家也非常重视人民生活质量。因此, 行业格局会逐步以改善型需求为主, 这个需求会比较持续且稳定。(2) 根据公开数据, 2024 年 1-8 月子公司建发房产和联发集团合计拿地强度下降为 37.12%。公司坚持“以收定支、以销定投”的拿地策略, 会根据市场情况和库存规模进行适当的补充, 以保持风险在可承受范围内。对于今年下半年, 公司也会考虑市场的需求, 结合销售的情况进行库存补充。如果市场需求不足, 公司也可能会放缓补库存的速度。(3)

联发集团计划通过以下几方面提振利润率，一是精准客户研究和产品研发，挖掘目标客户在文化审美、产品功用、健康智慧等生活场景的需求，研发并升级迭代NewAmoyDeco新厦门装饰风产品、与华为签署全面合作协议构建智慧社区等，不断打磨、提升产品力；二是在市场整体下行的情况下，通过成本优化、管理增效、降低存量贷款利率等方式，进行常态化的持续降本减费；三是积极盘活各类资产，梳理持有的各类投资资产，通过出售转让等方式弥补损失；四是加强投资测算精准度，谨慎拿地，2022年以来新获取的优质项目利润有所提升。

3、受到房地产市场及下游消费的影响，美凯龙的业绩短期内出现波动，存在亏损的情形，但从长期来看，美凯龙作为连锁家居卖场的龙头企业，品牌优势突出，核心资产位于一二线城市，护城河高，收购后可以进一步提升公司的形象和全国影响力；同时美凯龙平台汇聚了众多品牌商，为公司大力发展B端消费品供应链运营业务提供了良好的基础；美凯龙还可在家装与房地产开发业务协同及商业地产合作两方面深度服务公司地产体系，助力公司地产业务高质量发展。

**16. 公司年初做出 20 多亿购买百分之八的建发房产，是否证明公司不缺资金？还有配股的需要吗？这三年公司计提了快一百亿跌价准备金，是否公司现有的房产项目都是亏损的？**

答：1、公司 2023 年末拟现金收购房地产业务少数股权，系在建发房产近年来逆势持续发展、资产优质的基础上，公司为解决历史遗留事项并增厚股东回报而作出的决策。按原计划，公司拟主要通过并购贷等形式解决相应的资金需求（最终因外部因素影响取消该交易）。

作为国内领先、全球布局的供应链运营服务商，公司配股融资系满足主营业务发展所需，符合行业发展特点及公司战略规划，具有相应的必要性与合理性：（1）公司已十年未进行过股权融资，业务发展所需资金主要依靠债权融资和自身经营积累，这一方面导致公司的资产负债率长期承压，处于较高水平，且均高于供应链运营业务可比公司平均水平，另一方面也制约了公司的业务发展速度；（2）供应链运营业务属于资金密集型行业，其业务发展亟需进一步夯实权益资本，以为业务的可持续发展提供有力保障；（3）公司供应链运营业务的资产周转效率高，供应链运营业务净资产收益率相对较高，募集资金到位后投入供应链运营，可较快地增厚公司利润。

综上，公司 2023 年末原计划的收购建发房产少数股权事项是为解决历史遗留事项并增厚股东回报而作出的决策，与公司配股系基于不同发展诉求而进行的不同方式的资本运作规划，两者之间相互独立。

2、在计提存货跌价准备方面，公司一直都是以很严格的态度去对待减值。公司根据会计准则要求定期对各项目进行跌价测试，对出现跌价迹象的项目审慎计提存货跌价准备，因此并非所有项目都是亏损项目，且部分项目计提减值准备后并未导致全案亏损。公司具体计提存货跌价准备的项目情况详见公司在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）上披露的年度报告和半年度报告附注中“存货、(5). 合同履行成本本期摊销金额的说明”。目前公司旧的历史库存相对较少，减值压力也较小；未来，公司将保持较好的库存周转和合理的库存规模，以应对市场波动带来的压力。

17. 在建筑技术（如绿色建筑、智能化建筑）上的研发投

**入有多少？这些投入主要集中在哪些领域？**

答：公司积极推动超低能耗建筑建设，项目建设中采用外遮阳、节能门窗、围护结构保温、高效热回收等技术降低建筑供暖空调需求，并优化供暖空调、新风系统以提升能效，充分利用太阳能等可再生能源，以更少的能源消耗提供舒适室内环境并能满足绿色建筑基本要求的建筑，有效降低建筑能耗，实现建筑的可持续发展。2023年，公司在上海和合肥等地打造了多个超低能耗或近零能耗项目。

**18. 请问建发下半年是否要收缩房地产业务？林董一上任即启动增发，是准备在出海战略上有大动作吗？**

答：（1）公司坚持“以收定支、以销定投”的拿地策略，会根据市场情况和库存规模进行适当的补充，以保持风险在可承受范围内。今年下半年，公司也会考虑市场的需求，结合销售的情况进行库存补充。如果市场需求不足，我们可能会放缓补库存的速度。

（2）公司于2023年4月首次公告配股预案，目前配股项目处于上交所审核阶段，且已经完成首轮问询回复及2024年半年报数据更新工作，项目尚在推进中。公司于9月12日披露的配股项目相关公告系根据相关规则更新半年度财务数据，并非启动新的股权融资项目。

（3）公司持续推进“国际化”战略，积极布局全球供应链体系，持续拓展海外采购渠道和海外销售渠道。目前，公司已在RCEP成员国、金砖国家及“一带一路”沿线多个国家设立超50个海外公司和办事处，与170多个国家和地区建立了业务关系。2024年上半年，公司进出口和国际业务额达到186.58亿美元，占供应链运营业务的比重约40%。当前环境下，产能出海是优质企业获得成长空间的重要选择之一。而产能出海，需要配套相应的供

供应链服务一起出海。公司已与多家制造业企业签订战略合作协议，共同探索出海机会。国际化战略将有助于公司开拓广阔的市场空间，为公司业务稳健发展注入有力的增长动能。

**19. 请问公司配股计划进展如何？**

答：公司配股项目已于 2023 年 6 月 15 日获得上海证券交易所受理，目前处于审核阶段，且已经完成首轮问询回复及 2024 年半年报数据更新工作，项目尚在推进中。后续公司会与监管审核端保持对接和沟通，亦会做好相应的信息披露工作，请大家关注公司公告。

**20. 您好，公司参与中利集团重整进展如何？有无实质进展？**

答：根据相关法律法规，中利集团要进入正式重整程序须履行相关程序，分别取得中国证券监督管理委员会出具的无异议函及最高人民法院关于同意受理公司重整的批复。截至目前，中利集团尚未取得上述无异议函以及批复，公司参与中利集团重整暂无实质进展。公司参与中利集团重整事项尚存重大不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。

**21. 董事长您好，有三个问题：（1）根据半年度数据，公司经营的供应链、房地产、家居三线全部面临压力，特别是房地产和家居，都计提了大额资产减值，请问这两个板块的经营何时能企稳，房地产板块对上市公司的正贡献什么时候会有体现，公司 2022 年以后获得土地的利润率水平和之前比是否有明显改善？（2）近期，厦门象屿、浙商中拓等供应链企业均踩雷江苏**

	<p><b>德龙系，请问公司防控同类相关风险的措施，上述事情发生后，对交易对手风险敞口是否开展排查？谢谢！</b></p> <p>答：（1）2023 年公司房地产业务分部贡献上市公司归母净利润 1.91 亿元，2024 年上半年公司房地产业务分部贡献上市公司归母净利润 1.55 亿元，均对上市公司贡献正向利润。子公司建发房产 2022 年拿地的项目大部分已经销售完毕，实际利润率略高于预期；但 2023 年拿地的项目，由于市场情况变化，实际利润率可能略低于预期。家居商场运营业务分部方面，家居市场整体也从过去的高速增量市场进入存量市场，智能、适老等细分品类将有望成为新的增长点，公司将通过拓品类丰富经营业态、产品创新、营销策略等手段，深入挖掘存量市场潜力。</p> <p>（2）我司近几年对江苏德龙及其关联公司业务往来金额较小，业务占比极低，且未授予信用额度。目前我司与江苏德龙业务已基本完结，无风险敞口。公司制定了较为完善的授信管理办法，执行严格的集中授信方式控制信用额度审批，对不符合准入标准的客户坚决限制合作。公司通过内外部信息渠道获取行业变化及客商信息，每季度对大额合作客户实施风险排查和重新评估程序，同时动态跟踪并及时调整客商授信策略和管控方案。</p> <p><b>22. 建发和厦门国贸会合并么？</b></p> <p>答：公司目前暂无相关计划。</p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></p>	
<p><b>日期</b></p>	<p>2024年09月23日</p>