

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	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025年5月15日（周四）下午 14:30-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
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	1. 公司近年一直保持高额的现金分红，而且股息率很高，请问公司2024 年度什么时候分红？公司未来是否有维持高比例分红的政策？ 答：2024年度公司的现金分红（包括上述0.3元/股以及2024年中期已分配的现金红利0.4元/股）总方案为：每股派发现金红利0.7元（含税），现金红利总额为2,062,966,640.70元。公司2024年度分红股权登记日为2025年5月20日，除息日及现金红利发放日为2025年5月21日。 以2025年5月15日的收盘价计算，公司的股息率约为6.8%。 公司始终致力于为股东创造长期稳定的回报。自1998年上市以来，公司累计股权融资金额约62亿元（不含股权激励计划），但公司累计现金分红金额已达190亿元（含2024年度分红），大幅超过股权融资金额。最近几年公司的分红比例更是不断地提高，其中2024年度拟派发的现金红利占归母净利润的比例为70.03%，相比去

	年现金红利占剔除收购美凯龙确认的重组收益后的归母净利润的比例增长11.32个百分点。 为增强公司分红的稳定性、持续性和可预期性，更好地回报股东，公司在2024年第二次临时股东大会通过的《关于交易完成后增强股东回报规划的议案》中，对2024年度和2025年度的利润分配作出了进一步的安排：每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的合并报表归属于上市公司股东可供分配利润的30%，且每年每股分红不低于0.7元。 此外，为回应市场各方关切，公司制定了2024年度中期分红计划，并于2025年1月20日实施，积极尝试通过一年多次分红的方式及时地回报股东。 未来，公司将在综合考虑股东投资回报和业务可持续发展的基础上，坚持制定具有稳定性、持续性和可预期性的分红政策，切实地回报股东，使广大投资者能够及时分享公司发展红利。 2. 公司供应链业务加快国际化布局的发展战略在 2024 年度有什么进展？ 答：公司持续加快供应链业务海外布局，积极推进海外业务本土化运营。截至2024年末，公司已有超50个海外公司和办事处。 公司海外业务规模超过100亿美元，同比增长约12%。业务地区结构方面，与东南亚联盟成员国家的业务规模同比提升约30%；与RCEP成员国家的业务规模同比提升约28%；与亚太经合组织国家的业务规模同比提升约17%；与“一带一路”沿线国家的业务规模同比提升17%。（注：本段所述海外业务指销售目的地为非中国地区的业务。） 3. 近年来大宗商品价格波动加剧，公司供应链运营业务在市占率和经营稳健性方面表现如何？ 答：公司通过全球化布局、多品类经营、专业化深耕，实现了多个核心品类经营货量的增长和市场占有率的提升，保证了公司供应链运营业务的长期稳健发展，固了行业龙头地位。2024年，公司经营黑色金属、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经营货量超2.2亿吨，同比增速近8%，多个核心品类继续保持行业领先地位。其中：钢材经营货量超7,000万
--	---

	吨，同比增长超15%；农产品经营货量超3,500万吨，同比增长超8.5%；纸浆、纸张合计经营货量超1,500万吨，同比增长超10%。 2024年，公司供应链运营业务实现归母净利润35.06亿元。 2025年第一季度，公司供应链运营业务实现归母净利润8.48亿元，同比增长9.72%。 4. 公司有什么提升估值的计划吗？ 答：公司拟通过稳经营、提质效，提升企业的长期盈利能力；加强战略规划，优化投资策略，适时寻找并购重组机会等措施提高资产经营能力；坚持稳定的现金分红，积极开展投资者关系管理，适时开展回购、增持等多种方式，切实保障股东回报。具体内容详见公司于2025年4月15日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的“建发股份关于估值提升计划暨提质增效重回报行动方案的公告”。 5. 公司供应链运营业务未来将如何进一步提升盈利能力？ 答：公司坚持“成为国际领先的供应链运营商”的战略愿景，致力于打造“中国式商社、全球化建发”，加快国际化布局，实现“买全球、卖全球”；加快从供应链向产业链延伸，提高差异化竞争力和市场占有率，在巩固现有核心业务的基础上，寻找新的业务增长点，进一步提升公司的长期盈利能力。 （1）专业化：公司坚持专业化发展，及时调整业务组合、聚焦核心品类，在集中力量和资源支持钢材、浆纸、农产品等优势业务，巩固市场占有率的同时，培育消费品和能化等有发展前景的业务，实现业务规模的可持续增长。公司适时调整各专业集团的组织架构，优化管控模式，夯实管理基础，推动供应链业务不断深入产业链，提升专业化水平。 （2）国际化：公司将加快国际化业务布局，强化全球性资源获取和渠道布局能力，继续深耕东南亚、中亚、拉美、非洲等重点区域市场，加强海外本土化运营能力，塑造多元稳健的全球供应链体系，不断提高公司国际化业务规模和占比。 （3）数智化：深度融合AI及数智技术，实现业务流程、风险管理、智能决策、产业互联网等方面的全链路智能化升级，增强协同与业务粘性，提升业务效率、降低业务风险，推动产业生态系统
--	--

	构建。 （4）深化物流和投资支持：持续加强国内外物流资源的整合力度，加大对重点区域或关键节点的物流资源投资，构建具有竞争力的全球物流网络。加大对海外稀缺资源的投资布局，绑定下游关键商权，提升产业链话语权，实现服务能力提升和业务模式转型升级。 6. 近年来全球对上市公司在可持续发展水平上的评估越来越重要，公司在 ESG 方面有何表现，对公司的国际化战略是否有促进作用？ 答：公司坚持可持续发展理念，致力于构建经济效益、社会价值与环境责任协同发展的体系，并促进公司国际化战略的实施。公司持续完善可持续发展体系，在董事会下设战略与可持续发展委员会，指导和监督ESG各项管理工作，持续提升公司可持续发展管理水平。公司对标世界一流企业的优秀实践，制定了《供应商行为准则》《环境保护政策》《商业行为准则》等9份相关制度，进一步与国际接轨。 2024年，公司将《ESG报告》升级成《可持续发展报告》，并发布了《碳中和白皮书》，国际国内ESG评分和评级持续提升。其中，在国际权威评级机构标普的评分中，公司综合得分从28提升至45分，位列全球前12%，实现了跨越式提升，是目前国内供应链行业得分最高的企业。 未来，公司将继续把ESG融入业务创新与全球化战略，提升可持续发展水平，在国际市场上树立良好的品牌形象，吸引更多国际客户和国际投资者的关注，提升公司的国际竞争力。 7. 在中国产能出海浪潮中，建发如何发挥供应链优势，提供了哪些服务，以助力产业客户出海布局？ 答：当前全球经济充满不确定性，各国之间的贸易摩擦时有发生，扰乱全球产业链和供应链。中资企业出海，面临着国际市场瞬息万变、贸易流程错综复杂，政策风险、价格风险、汇率风险、交易风险等多种挑战。建发股份致力于成为国际领先的供应链运营商，我们积极发挥全球化供应链服务优势，搭建了集资源整合、物流规划、库存管理、风险控制、线上交易、成本优化、信息咨询等服务于一体的“LITF”供应链服务体系，为产业客户提供以“物流
--	---

	(Logistics) ” “信息 (Information) ” “金融 (Finance) ” “商务 (Trading) ” 四大要素为基础的定制化的供应链运营服务，助力客户畅通渠道，开拓国际市场。 在物流服务方面，公司持续推进全球化物流资源布局，不断加强与国内外大型物流供应商合作，积极布局口岸、码头、仓库等关键国际物流节点，建立覆盖全国链接海外的全球物流仓储服务网络，目前我们全球设有超4400个自有/合作仓储网点，其中在境外30个国家和地区设有7个自营海外仓、316个合作仓，为合作伙伴提供安全稳定、畅通高效的国际物流服务，实现门到门运输，满足海外工厂原材料进口和产品出口的运输需求。 在信息服务方面，公司利用全球业务布局和广泛的市场渠道，收集和分析全球市场信息，包括原材料价格波动、市场需求变化、行业竞争态势等，为海外工厂提供决策支持，帮助工厂及时调整生产计划和市场策略。在金融服务方面，公司具备较强的金融资源获取与运用能力，综合运用各类金融工具，为客户提供价格风险管理、业务模式创新等金融服务，帮助客户解决资金短缺问题，助力客户节约融资成本、平衡收益和风险，从而实现提质增效。 在商务服务方面，公司与全球170多个国家和地区建立业务往来，拥有丰富的客户资源和市场渠道，能帮助海外工厂进行市场推广和销售，拓展国际市场，建立稳定的客户群体，同时凭借多年的国际贸易经验和专业的商务团队，公司可为海外工厂提供多元化商务咨询和交易结算服务，帮助工厂更好地适应国际市场规则和商业环境，高效处理复杂的贸易手续，在保障交易安全的同时，优化供应链流程和效率。 8. 在助力产业客户出海方面，公司是否有相关案例？ 答：建发股份积极发挥全球化供应链服务优势，通过“LITF”供应链服务体系，为产业客户出海提供了强有力的支持，相关案例如下： 1. 马来西亚联合钢铁项目（下称“马联钢”）。该项目是由中马两国领导亲自推动、两国政府合作共建的马中关丹产业园区的重点项目。该项目投资体量大、产能配置高，投产后需要快速实现市场销售和投资变现，但同时亦面对着海外渠道待建、国际贸易流程复杂、钢价波动剧烈、下家易违约等风险与痛点。
--	---

	作为马联钢的战略合作伙伴，建发股份依托全球布局优势，整合资源，为其量身定制了“LIFT全球供应链服务”解决方案，顺利解决了马联钢在投产之初的各项难题，快速打开了海外销路，使其成为东南亚最具竞争力的钢铁厂之一，全球客户数超 300 家。 2. 青山实业。近年来，公司为青山实业提供集国际中转、保税分拨、保税转口、散改集、手册来料加工、一般贸易进出口等一体的一站式供应链解决方案，帮助青山实业构建了以国内分拨中心为主、印尼发运中心为辅的全球循环供应链升级方案，助力其在印尼构建起世界首个集采矿 - 镍铁冶炼 - 不锈钢冶炼 - 热轧 - 退洗 - 冷轧及下游深加工产业链。 3. 浙江新胜大、山东太阳纸业等浆纸企业。建发股份为浙江新胜大、山东太阳纸业等知名浆纸企业量身定制“LIFT”供应链服务，将他们在马来西亚、老挝等海外基地生产的纸张销往东南亚、中东地区乃至全球，解决了他们出海过程中面临的海外销售渠道缺乏等挑战和问题，帮助他们快速打开海外市场，建立稳定的客户群体，显著提升了盈利能力，实现了降本增效。 9. 公司房地产业务子公司建发房产在行业中表现十分优异，请问建发房产未来将如何继续保持这种优势？ 答：公司将坚持以客户为中心，夯实“产品力+服务力”的打造，保持产品在行业中的差异化和领先性，不断提升客户美誉度；紧跟市场捕捉机会窗口，推进库存变现、规模提升，聚集在核心城市的品牌落地与深耕；构建房地产全产业链的协同发展优势，互相赋能、提升品牌，推进价值协同发展。 （1）坚持创新，提升产品核心竞争力：公司将坚持新中式产品定力，不断推进产品创新，运用新材料、新工艺，推进“王府”、“禅境”、“唐风”和“宋韵”等产品的迭代升级，以及“海派东方”等新产品的创新开发，推动形成建发特有的标识性、差异化产品；并通过标准化复制，逐步推进城市深耕，提升行业口碑和客户口碑，构筑竞争优势。 （2）用心服务，打造高品质生活空间：公司将持续贯彻“以客户为中心”的核心理念，打造“天天好”的服务品质和“周周有”特色物业服务，通过标准化服务流程、个性化服务方案和智能化服务手段，持续提升客户体验与满意度，构建与业主间长期信任
--	---

	的客户关系。 (3) 精益管理，提升存货资产健康度：公司将聚焦高能级城市的优质地块，扎实开展地块价值梳理、风险排查以及客群定位工作，并抓住市场窗口期，审慎投资，确保公司的健康发展；重视滞销库存和持有型资产的去化，坚持价格逻辑，加快库存去化，加快回笼资金，提升资产的流动性和健康度，实现有质量的发展。 (4) 多元协同，实现整体价值协同发展：除房地产开发业务外，公司业务还贯穿了物业、代建、商业、工程、城市更新等房地产产业链板块，各业务板块具备各自竞争优势。公司将强化各业务板块协同能力，发挥全产业链优势，构建“投资+运营+服务”全链条解决方案的能力，实现价值最大化。 (5) 数智驱动，提升管理效率和效益：公司将进一步加快数字化平台的系统建设，在资源配置、流程优化和内控建设等方面建立规则，推动精细化管理；推进数字化平台的系统建设和分析应用，用数字指导和改善经营，提升管理预警控制能力，支持决策、提升效率；加快智能化建设，加强AI在各业务环节的应用，加强数字赋能，提升平台数智化水平。 10. 目前全国房地产市场分化较为严重，一二线等高能级城市抵御风险能力明显较强，公司目前的土储情况如何，是否主要集中在一二线城市？ 答：公司聚焦高能级城市的优质地段，2024年以多元化方式获取优质土地26宗，全口径拿地金额合计635亿元，其中一、二线城市拿地金额占比接近97%，新增地块的全口径货值1,157.31亿元，重点布局上海、杭州、厦门、成都等核心城市。截至2024年末，公司在一、二线城市的全口径土地储备（未售口径）货值占比约80%，较上年末提高约6个百分点，有效增强了土储安全边际，土储结构不断优化。 11. 如何展望土地市场接下来的供需环境以及竞争格局，建发在当前土地市场保持怎样的投资策略？ 答：2024年9月26日中央明确提出“要促进房地产市场止跌回稳”，并在2025年持续深化，成为当前房地产调控的核心目标。在
--	---

	适度宽松的货币政策与积极财政政策协同作用下，今年以来一线和强二线城市的市场有所企稳，量、价均取得一定的修复，核心城市核心地段土拍呈现溢价较高的局面。公司也十分重视核心城市的土储补充，也谨慎积极地参与了一些土拍竞争来补充货值。基于当前市场特征与政策环境，我们对市场展望如下： （1）市场总量有望筑底：近几年，受宏观经济的周期调整叠加行业深度调整，2025年整体市场的销售规模已经回到较低水平，同时市场价格也经历较大调整，风险也释放了较多，规模总量有望实现逐步筑底。 （2）市场分化：当前房地产政策是友好宽松的，但市场的分化加剧：一线及强二线城市市场有望表现较好，加上限价限购等政策的取消，主要城市的核心地段项目的价格会有所上涨，但这些城市的边缘板块及弱三四线的企稳未明显。 （3）品质提升和改善型需求释放：随着人口红利的结束，加上住建部倡导的好房子以及国家实施的城市更新战略，人民对美好生活的向往必将促进房地产品质不断提升，改善需求得到释放。 公司总体基于自身经营目标和市场状况，保持谨慎积极的态度，以保障资金安全、现金流和流动性为第一目标，寻求合理的土地储备。 12. 请问公司如何看待好房子的定义，具体体现在哪些细节？ 答：住建部提出的好房子标准主要有四个方面： 一是绿色环保，要考虑室内温度、湿度、空气、光线等因素对居住者身心健康的影响； 二是低碳节能，在方案设计阶段融入低碳节能指标，生产建设中重视材料采购的绿色环保及使用周期，好房子应具备高质量、高智能、高性能，能提供全周期节能，减少居民生活成本和社会碳排放； 三是智能化，推进全屋智能和社区智慧，提高室内外智能化水平； 四是安全，除关注房屋结构和设施设备安全，还要关注后期设计管理安全，通过前端智能智慧设备投入满足物业管理需求。 公司在好房子的探索上将不断研究和推进，例如公司目前已经落地四代住宅项目（如福州缦云、厦门宸启瑞湖等）、静音住宅
--	---

	（如厦门五缘鲤）和科技住宅（如上海海阅首府）等。 13. 公司对于产品的理解和信心来自哪里，公司产品打造能力的优势体现在哪些方面？ 答：当前房地产行业从增量普涨转向结构分化，进入存量改善时代，核心是房地产开发要转向满足改善性需求和高端消费升级，市场仍存在较大机会。好的住宅除了地段，还需要好的产品。 公司的产品力首先要从好房子的标准出发打造：①在小区规划上，要考虑室内外及公共空间，提升居住体验，并且注重建造后的运营维护；②在户型设计上，要根据不同家庭结构和人群需求进行设计；③要加强新材料、新工艺、新科技的应用，提升产品的研发创新能力。总体而言，要打造健康、绿色低碳、智能住宅的居住体验，从设计前端到建造过程，再到交付后的运维管理，形成完整的产品力。 建发房产持续推进“新中式产品”的迭代升级，成功打造了多个灯塔项目，丰富了产品原型库；全新研发的“海派东方”产品在上海落地，进一步拓宽了产品线，巩固了建发产品的领先性与差异性。2024 年，建发房产总体客户满意度达 94 分，位列赛惟库内行业第一。 14、公司是福建省龙头企业，是供应链老大，当前市值明显低估。建议公司明确向投资者提前说明规划、举措，增强投资者信心，让大家都做耐心投资长期投资。正如公司提前预告 2024、2025 年分红力度及保底额度，这就是大国企的担当。 答：您好，感谢您的真诚建议。公司将坚持“成为国际领先的供应链运营商”的战略愿景，致力于打造“中国式商社、全球化建发”，加快国际化布局，实现“买全球、卖全球”；加快从供应链向产业链延伸，提高差异化竞争力和市场占有率，在巩固现有核心业务的基础上，寻找新的业务增长点，进一步提升公司的长期盈利能力。 （1）专业化：公司坚持专业化发展，及时调整业务组合、聚焦核心品类，在集中力量和资源支持钢材、浆纸、农产品等优势业务，巩固市场占有率的同时，培育消费品和能化等有发展前景的业务，
--	--

	实现业务规模的可持续增长。公司适时调整各专业集团的组织架构，优化管控模式，夯实管理基础，推动供应链业务不断深入产业链，提升专业化水平。 （2）国际化：公司将加快国际化业务布局，强化全球性资源获取和渠道布局能力，继续深耕东南亚、中亚、拉美、非洲等重点区域市场，加强海外本土化运营能力，塑造多元稳健的全球供应链体系，不断提高公司国际化业务规模和占比。 （3）数智化：深度融合 AI 及数智技术，实现业务流程、风险管理、智能决策、产业互联网等方面的全链路智能化升级，增强协同与业务粘性，提升业务效率、降低业务风险，推动产业生态系统构建。 （4）深化物流和投资支持：持续加强国内外物流资源的整合力度，加大对重点区域或关键节点的物流资源投资，构建具有竞争力的全球物流网络。加大对海外稀缺资源的投资布局，绑定下游关键商权，提升产业链话语权，实现服务能力提升和业务模式转型升级。 15、厦门国贸、厦门象屿均已通过回购贷实施了大股东增持或回购。建发接下来有考虑回购或大股东增持吗？ 答：您好，公司始终致力于为股东创造长期稳定的回报。自 1998 年上市以来，公司累计股权融资金额约 62 亿元（不含股权激励计划），但公司累计现金分红金额已达 190 亿元，大幅超过股权融资金额。最近几年公司的分红比例更是不断地提高，其中 2024 年度拟派发的现金红利占归母净利润的比例为 70.03%，相比去年现金红利占剔除收购美凯龙确认的重组收益后的归母净利润的比例增长 11.32 个百分点。 为增强公司分红的稳定性、持续性和可预期性，更好地回报股东，公司已公开承诺 2025 年度每年每股分红不低于 0.7 元。此外，公司还积极尝试通过一年多次分红的方式及时地回报股东。 未来，公司将积极探索运用其他市值管理工具，未来若有回购股份或大股东增持等计划，公司将及时公告。
--	--

	16、请介绍一下阳谷建发与建发盛海目前情况及未来，让投资者做到心中有数。 答：阳谷祥光铜业有限公司 2024 年阴极铜产量 32.07 万吨。2025 年计划阴极铜产量 40 万吨。 建发盛海项目目前仍在建设过程中，预计 2026 年 5 月投产。 17、联发集团和建发房产有没有计划合并？ 答：您好，公司目前没有这方面的合并计划。 18、2025 年会考虑中期分红吗 答：公司 2024 年年度股东大会审议通过了《公司 2024 年度利润分配方案》，方案对公司 2025 年中期分红方案进行了授权：“若公司 2025 年满足现金分红条件，公司拟于 2025 年进行中期分红，预计公司 2025 年中期现金分红金额不低于相应期间归属于上市公司股东的净利润的 30%，且不超过相应期间归属于上市公司股东的净利润。” 公司于 2025 年 1 月 20 日实施 2024 年度中期分红，未来将继续积极尝试通过一年多次分红的方式及时地回报股东。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	
日期	2025年5月15日