

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	投资者网上提问
时间	2026年5月15日（周五）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、蔡宁女士 财务总监、董事会秘书：魏卓女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司财务总监、董事会秘书魏卓女士报告公司落实估值提升计划的相关工作并取得的成效</p> <p>（一）聚焦主业高质量发展，提升公司长期盈利能力</p> <p>1. 供应链运营业务</p> <p>公司坚持专业化经营，筑牢发展根基。2025年，公司经营的黑色金属、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经营货量约 2.3 亿吨，同比增长约 3%，多个核心品类继续保持行业领先地位。公司加速拓展海外资源布局，2025年境外业务总额超 140 亿美元，同比增长约 40%。公司持续完善数智化风控体系，推进业务、财务、风控一体化的管理系统建设，并运用 AIGC 与智能技术赋能产研分析，助力业务运营提质增效；同时着力提升国内外物流能力建设，重点布局非洲、东南亚、中东等区域的自营物流资源，提升属地化物流服务能力。</p> <p>2. 房地产业务</p>

公司旗下建发房产和联发集团坚持以客户需求为导向，以产品力和服务力为核心发展引擎，持续提升行业影响力与客户满意度，稳步筑牢房地产业务经营基本盘。2025年，公司房地产业务分部实现全口径合同销售金额1,434.42亿元，其中一、二线城市的销售金额占比超过90%，全口径销售额超50亿元的城市数量达到6个。根据克而瑞研究中心发布的相关数据，建发房产全口径销售金额位列全国第7名。截至2025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85%，较上年末提高5个百分点，土储结构持续优化，安全边际有效增厚，为公司整体稳健运营提供坚实保障。

（二）坚持稳定的现金分红，增强投资者回报

公司始终致力于为股东创造长期稳定的回报，连续多年坚持高比例现金分红，公司累计现金分红金额已远超累计股权融资金额。公司在《关于交易完成后增强股东回报规划的议案》中承诺，2025年度分红不低于0.7元/股。

此外，公司积极落实新“国九条”和中国证监会“一年多次分红”的政策导向，在2024年度股东大会中授权公司董事会在符合利润分配的条件下制定具体的2025年中期利润分配方案，持续落实分红承诺。

公司在综合考虑2025年度分红承诺、累计未分配利润后，持续落实现金分红政策，切实地回报股东。公司2025年度中期分红方案为每股派发现金红利0.2元（含税，下同），已于2026年2月11日发放，合计派发现金红利5.80亿元；2025年度分红方案为每股派发现金红利0.5元（不含中期分红），两次利润分配方案合计每股派发现金红利0.7元，预计合计派发现金红利20.30亿元。

（三）完善治理结构，坚持规范运作

公司严格遵照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规和监管规则要求，持续完善股东会、董

事会、经营管理层权责清晰、协调制衡的治理体系，强化规范运作。深入落实独立董事制度改革，充分发挥其决策、监督与咨询作用，切实保护中小股东权益。不断健全内控与风险管理体系，严守合规运营底线，保障公司高质量发展。

（四）加强投资者关系管理，积极传递公司投资价值

公司坚持以投资者需求为导向，及时地向市场传递公司的经营情况和财务信息，保障中小投资者的知情权。公司高度重视投资者关系管理工作，致力于积极、有效地传递公司的投资价值。公司通过组织业绩说明会、投资者来访接待、路演与反路演、投资者走进公司、投资者热线及上证 e 互动等多元渠道，与投资者保持常态化沟通。2025 年，公司累计召开 3 次业绩说明会，及时回应投资者关切、吸纳合理建议，有效增进了投资者对公司的认知与信任；公司获券商研究报告 44 份，资本市场关注度持续提升。

（五）坚持可持续发展，赋能国际化战略

公司坚持可持续发展，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。

2025 年，公司持续优化可持续发展报告，全面引入“双重重要性分析”方法，对可持续发展核心议题开展风险与机遇识别、影响机制剖析及影响周期研判，大幅提升议题管理的前瞻性与系统性；将鉴证依据从 2023 年的 ISAE 3000 升级为国际最新的 ISSA 5000 可持续信息鉴证标准，实现与国际准则的全面接轨。

2025 年，公司获评中国上市公司协会“上市公司可持续发展最佳实践案例”；中国国际商会、中国国际贸易促进委员会“ESG 最佳案例”；2025 年华证 A 股上市公司“ESG 信息披露 TOP100”；中央广播电视总台“中国 ESG 上市公司国企先锋 100”等荣誉。

二、投资者提出的问题及公司回复情况

1. 我想问下公司这几年供应链总货量和主要品种增长的怎么

样？

2025 年公司经营的黑色金属、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经营货量约 2.3 亿吨，同比增长约 3%；其中，钢材经营货量超 7,500 万吨，同比增长约 7%；农产品经营货量超 3,800 万吨，同比增长超 13%；纸浆、纸张合计经营货量超 1,500 万吨，同比增长约 6%。此外，消费品供应链业务实现业务总额约 766 亿元，同比增长超 17%。

2026 年第一季度公司经营的黑色金属、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经营货量超 4,900 万吨，同比增长约 7%；其中，农产品经营货量超 800 万吨，同比增长超 33%；油品经营货量超 300 万吨，同比增长超 70%。

2. 公司大宗商品贸易货量目前是什么情况？主要品种货量表现如何？

2025 年公司经营的黑色金属、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经营货量约 2.3 亿吨，同比增长约 3%；其中，钢材经营货量超 7,500 万吨，同比增长约 7%；农产品经营货量超 3,800 万吨，同比增长超 13%；纸浆、纸张合计经营货量超 1,500 万吨，同比增长约 6%。此外，消费品供应链业务实现业务总额约 766 亿元，同比增长超 17%。

2026 年第一季度公司经营的黑色金属、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经营货量超 4,900 万吨，同比增长约 7%；其中，农产品经营货量超 800 万吨，同比增长超 33%；油品经营货量超 300 万吨，同比增长超 70%。

3. 作为供应链行业龙头，公司是否有在持续提升上游资源获取能力？

2025 年，公司持续深化与上游重要大客户的合作，报告期内建发钢铁集团与前十大钢厂合作货量增幅超 8%，与前十大铁矿供应商合作货量增幅超 5%；建发农产品集团与前十大粮商合作

货量提升 17%；建发浆纸集团与前十大供应商合作货量增长超 33%。

在海外布局方面，公司聚焦南美洲、非洲及中亚等关键区域，着力提升在当地的资源获取与整合能力。2025 年，公司对中亚地区商品采购总额同比增长超 260%，其中，铅矿、农产品等品类的采购量显著提升，区域布局成效显著；对非洲地区商品采购总额同比增长超 40%，其中，咖啡豆、有色金属矿产品等品类的采购量实现大幅跃升；对南美洲地区的商品采购总额同比增长约 3%，保持稳定增长态势。

4. 领导您好，我想问下公司的消费品供应链业务主要是做什么的？

在消费品业务板块，公司聚焦轻纺、泛食品、机电三大核心领域，积极把握中国产能出海机遇，赋能优质中国品牌开拓国际市场。

轻纺板块方面，2025 年轻纺板块实现业务总额约 257 亿元，同比增长约 24%。公司已在孟加拉、柬埔寨、越南等东南亚国家合作 70 余家核心工厂，构建“中国+N”双轨并行的全球化供应链体系。市场开拓方面，在深耕欧美等成熟市场的基础上，公司进一步加大对东南亚、非洲、拉美等新兴市场的拓展力度，全球业务版图持续扩大。

泛食品板块方面，公司持续强化上游核心品类资源布局，聚焦细分领域头部品牌的市场需求，全面提升全产业链综合服务能力。2025 年泛食品板块业务总额突破 250 亿元，同比增长约 25%，其中咖啡豆业务总额同比增长超 100%，咖啡豆进口量和国内销售量均位居国内第一。

机电板块方面，公司紧抓中国商用车产业出海窗口期，持续深化与江淮汽车、一汽集团、陕汽集团、东风集团等国内主机厂的战略合作，提供多元化供应链服务解决方案，2025 年车辆出海业务总额近 8 亿美元，同比增长超 35%。

5. 公司供应链运营业务未来几年的发展战略是怎么样的？

未来五年，公司将在“开拓新价值，让更多人过上更有品质的生活”的公司使命与“成为国际领先的供应链运营商”的公司愿景的引领下，坚持专业化经营，加快国际化布局，加强数智化能力，提升预见力与资源力，培育第二增长曲线，从规模驱动转向效益驱动和创新驱动，朝着“提升经济效益、提升市场地位、提升海外规模”三大战略目标砥砺前行。

（1）坚持专业化经营，推进差异化管理：公司未来将继续深耕专业化经营模式，做大做强核心品类，丰富“LIFT+”服务内涵，深度整合物流、信息、金融和商务等服务要素，进一步提升产业链服务价值，构建差异化竞争优势。同时，为适配未来发展战略，公司将持续优化组织架构与差异化管控模式，推动各专业集团不断深入产业链，提升专业化水平。

（2）加快国际化布局，深耕本土化运营：公司将继续推进国际化战略，分区域（国别）、分阶段推进海外布局与海外一线风控体系建设，如在南美、非洲及中亚区域重点提升资源获取能力，在消费力旺盛的区域重点挖掘市场需求，全面拓展东南亚、“一带一路”及 RCEP 沿线等高增长潜力区域；此外，公司将继续推进海外本土化运营，聚焦“团队、资源、市场”的本土化能力构建，强化海外市场的本土化供应链综合服务能力。

（3）加强数智化能力，赋能供应链生态：公司未来将以用户需求为导向，以技术创新为引擎，以数据要素为基座，以数智平台为载体，推动业务全流程的数智化升级，最终构建覆盖“研判决策-业务运营-风险管控”的全域数智化平台，为公司经营决策、业务研判、全球运行、智能风控及生态链接提供有力支撑。

（4）增强内生预见力，优化全盘资源力：在预见力层面，公司将重点提升战略规划与产业研究能力，高效赋能内部经营决策与战略布局，增强公司穿越周期波动的能力。在资源力层面，公司将统筹、优化全盘资源配置，并通过股权投资、战略合作和

自主建设等方式，获取并整合产业链上下游关键节点的重要物流与产业资源，提升供应链安全性与稳定性；此外，公司将主动链接外部资源，构建独特的资源组合与产业生态，增强行业话语权和影响力。

（5）加强创新发展，培育第二曲线：公司将依托主业积淀的产业基础、资源优势、渠道网络、风控能力和品牌背书，系统地规划和拓展第二增长曲线，推动各专业集团在传统优势领域向产业链上下游延伸，挖掘高潜品类；与此同时，公司将重点聚焦“新消费”、“人工智能”等发展空间广阔的细分赛道，秉承“洞察—孵化—规模化”全周期构建创新机制，配套相适应的人才、资源配置与管理、考核模式，力争在未来为公司注入长期增长新动能。

6. 公司强调国际化发展已经好几年了，有什么进展吗？

国际化是公司供应链运营业务未来五年着重提升的核心竞争力之一。2025 年公司持续深化全球化战略布局，加速拓展海外资源网络，积极推进海外业务本土化运营，精准把握国际市场机遇，国际化业务实现跨越式发展。

2025 年公司进出口和转口的业务总额约 426 亿美元，其中境外业务总额突破 140 亿美元，同比增长约 40%，创历史新高；2026 年一季度进出口和转口的业务总额约 110 亿美元，其中境外业务总额超 40 亿美元（注：境外业务指的是最终销售目的地在境外的业务，主要包括中国出口业务、境外国际业务和境外属地业务）。其中，2025 年公司对欧盟地区的商品销售总额同比增长接近 80%，同期公司在东南亚地区的本土运营业务总额同比增长超 300%。

从业务布局层面看，截至 2025 年末，公司已有超 80 个境外公司和办事处，其中 28 家为具备区域辐射能力的境外平台公司。同期，公司新增签约海外物流供应商约 200 家，新增海外仓超 200 个，海外物流网络不断完善。

7. 公司供应链业务的竞争优势在哪里？

公司在供应链运营业务领域的核心竞争优势如下：

(1) 规模制胜：全球化、多品类的资源整合能力和品牌影响力

在大宗商品供应链运营行业，公司业务规模在 A 股公司中连续多年位于领先阵营，拥有多年沉淀的企业文化、人才资源和行业经验，具有多品类、跨行业整合商品、市场、物流、金融和信息资源的能力。同时公司秉承“成为国际领先的供应链运营商”的理念，积极布局全球化采购渠道和销售网络，构建起了全球化的供应链服务体系，供应链服务辐射全球超过 170 个国家和地区。此外公司连续多年位居《福布斯》“全球企业 2000 强”，连续多年被评为“全国守合同重信用单位”、“全国外经贸质量效益型先进企业”，在行业内具备较强的品牌影响力。

(2) 深挖拓益：定制化的“LIFT”供应链服务平台

公司长期致力于供应链服务平台的构建，打造国内领先的“LIFT”供应链服务体系，将供应链服务拓展至合作伙伴的业务全流程，同时运用物联网、互联网技术推进全球产品信息资源和合作伙伴资源整合、共享。公司从四大类供应链基础服务出发，走进客户价值链，为客户整合物流、信息、金融、商品、市场五大资源，以客户需求为导向，提供定制化解决方案，推动了资金、资源、服务的良性循环，不断挖掘潜在的增值机会。

(3) 行稳致远：专业化、分级化、流程化的风险管控体系

风险管控能力是公司多年来保持供应链运营业务健康发展的核心竞争力。公司根据数十年的行业经验，将风险管控列为经营管理的第一工作并提升至战略层面，形成了“专业化、分级化、流程化”的风险管控体系。从理念、制度到执行，公司完成了对业务全流程、全生命周期的风险管控体系建设，为公司实现基业长青提供了坚实保障。

(4) 科技赋能：数智化的供应链运营管控平台

公司坚定围绕“科技赋能”战略，持续加码数字技术应用投入，通过迭代数智化供应链运营管控平台及产业链协同平台，提升平台洞察力、协同力及敏捷力，取得 LIFT 供应链组合服务与业务效率、服务成本的较优平衡。

8. 请问贵公司两个问题，一祥光铜业目前是否盈利，明年建发盛海是否会盈利。二供应链做大做强需要大量资金， 房地产影响了供应链融资，公司是否有把房地产移出建发股份的考虑。谢谢

祥光铜业目前已盈利，建发盛海铜冶炼项目争取在 2026 年末竣工投产（尚存在不确定性），明年经营情况受到市场价格等多方面因素影响，暂无法预判。公司目前没有剥离房地产业务的相关考虑。

9. 请问祥光铜业 2025 年铜产量是多少，谢谢

公司控股子公司祥光铜业业务范围包括电解铜冶炼、稀贵金属回收及硫酸等副产品生产，2025 年电解铜产量超 30 万吨。

10. 请问财务总监，公司 2025 年地产销售情况如何？销售结构是怎么样的？

2025 年，公司房地产业务分部合计实现合同销售金额 1,434.42 亿元（全口径），同比下降 8.32%；全口径销售回款 1,488.79 亿元，同比下降 8.63%；回款比例 103.79%，多年来持续保持高位水平。其中，子公司建发房产实现合同销售金额 1,222.88 亿元（全口径），同比下降 8.40%；子公司联发集团实现合同销售金额 257.79 亿元（全口径），同比下降 1.70%，权益销售金额 175.82 亿元，同比增长 12.96%。

公司在一、二线城市的全口径销售金额占比超过 90%，全口径销售额超 50 亿元的城市达 6 个，分别为杭州、上海、厦门、北京、福州、南京。根据克而瑞研究中心发布的相关数据，建发房产全口径销售金额位列全国第 7 名。同时，建发房产在全国 22 个城

市的销售规模跻身行业前三(含县级市);依托“海晏”“观宸”等标杆项目,在北京市的操盘市占率位列全市前五。联发集团厦门“嘉悦里”项目作为新澍产品原型,2025年单盘销售金额位列福建省第一;南昌“嘉和府”销售金额及销售单价均位列当地第一。

11. 我想问下董事长,现在这种行业环境下,公司地产业务未来打算怎么去发展?

公司将一如既往以坚定的信念和追求向上突破,不断优化资源配置,以优质的产品和服务打动客户;持续改善体系,以精益的运营和创新提高效率;强化房开主营业务,加快培育第二曲线,深化产业链协同布局。

(1)房开主业:存量做优,增量做强,向精细化、体系化管理转型发展

①持续产品创新、技术创新:持续强化公司的产品领先性与差异化优势,并以灯塔项目为引领,带动常规项目的品质与口碑提升,在市场竞争中赢得发展先机,打造出更多客户心目中认可的“好房子”;积极引入前沿新技术,关注智能建筑、绿色建筑的应用,将先进技术融入产品设计与生产环节,不断提高产品的科技含量,打造“健康住宅”,为客户带来更具差异化的产品体验,满足客户日益增长的高品质生活需求。

②推进供应链生态建设,深化数智化应用:持续优化建造体系,推进“设计-施工-采购-运维”一体化建设。通过推进战略供方管理,扩大集采的使用率,加强新材料、新技术的落地应用,不断完善供应链建设。

③积极审慎、强化客研、精准布局,提升投资的精准度:继续实施审慎的土地拓展策略,提升拿地精准度和兑现度,投资强度上与资产负债保持适配合理;在城市选择上,聚焦深耕城市,把握机会型城市的结构性机会,稳步提升市占率;提升多元的投资能力,重视城市更新、勾地、集团资源协同的拓展方式和渠道。

	<p>④运营提质增效，提升运营效能：提高项目前端决策效率，持续提升运营效率。强化项目全维展示管控，提升动态纠偏能力，做好库存健康度管理。强化前端设计与施工交底，抓好生产交付，严守安全生产，兑现品质承诺，维护品牌与资产价值。深化成本管理，优化成本结构，实施全周期管控，推动控本增效。</p> <p>(2) 第二曲线：战略引导，赋能支持创新探索，构建产业链协同机制，不断提升规模</p> <p>公司将聚焦房地产产业链协同发展，持续提升物业、工程管理、城市更新、代建运营及商业管理等板块的综合服务能力，提升第二曲线业务规模和经营质量；强化板块间资源共享、能力互补，增强企业抗周期能力，为应对市场波动、实现可持续发展提供坚实支撑；积极发展新质生产力，布局以 AI 技术、智能制造、智慧生活为核心的新兴领域，推进 AI 技术在各业务板块的场景应用落地，以科技创新赋能业务发展，持续做大做强第二增长曲线。</p> <p>12. 请问董秘，公司目前房地产开发业务的库存结构是怎么样的，项目主要分布在哪些城市？</p> <p>2025 年，公司以多元化方式获取优质土地 51 宗，全口径拿地金额合计 788.25 亿元，新增地块的全口径货值超 1,567.13 亿元；权益拿地金额合计 639.69 亿元，其中一、二线城市拿地金额占比超 95%，新增地块的权益货值 1,245.04 亿元，重点布局上海、北京、杭州、厦门、成都、南京等核心城市。</p> <p>截至 2025 年末，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 86%，较上年末提高 6 个百分点；2022 年及以后拿地货值占比约 78%，有效增强了土储安全边际，土储结构不断优化。</p>
附件清单(如有)	
日期	2026 年 5 月 15 日