# 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** | [x] 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 [x] 路演活动[x] 现场参观[ ] 其他（请文字说明其他活动内容） |
| **机构名称** | 详见附表。 |
| **时间** | 2025年7月1日至2025年7月31日 |
| **地点** | 公司会议室、券商策略会现场 |
| **上市公司接待人员姓名** | 副总经理兼董事会秘书 江桂芝女士证券事务代表 黄丽琼女士 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 近期部分行业推进“反内卷”，商品期货价格大幅波动，会对公司产生什么样的影响？答：反内卷政策出台以来，钢材、碳酸锂、多晶硅、焦炭等大宗商品的期货价格在情绪面、资金面等因素的支撑下短期快速上涨，部分品种的现货价格亦有所回升。我们认为大宗商品现货价格或在中长期维度延续中枢修复的趋势，主要系长效性反内卷政策的落地有助于缓解部分行业的供给压力、引导行业良性竞争，叠加经济企稳回升带动需求端稳定增长，商品整体供需局面有望逐步修复。公司上下游大客户的经营情况有望逐步改善，公司供应链运营业务收取的服务费费率有望恢复至合理水平。此外，由于公司持有少量现货敞口，商品价格的逐步修复对公司经营业绩亦有正向作用。同时，在大宗商品价格短期剧烈波动的背景下，公司亦需做好价格风险管理，合理运用期货、期权等金融衍生品工具。公司内部针对期货交易有严格的管理体系，严禁期货投机交易； 同时，针对短期期货价格异常波动风险（基差波动风险），公司近年大量开展现货基差贸易，大部分的基差风险已通过销售基差方式完成风险转移。从中长期角度看，公司希望通过经营货量的持续增长、内部的精细化管理、客户结构以及业务结构的优化来提高整体利润率水平，提升自身穿越经济周期的能力。公司国际化业务的发展思路、业务进展及中长期规划？答：国际化是公司供应链运营业务的重点发展战略，公司积极融入国内国际双循环相互促进的新发展格局，持续推进海外业务布局，提升全球化运营能力。目前公司已经与170多个国家和地区建立了业务联系，并持续加快供应链业务的海外布局，致力于打造“中国式商社、全球化建发”。公司的国际化业务包括进口、出口和“两头在外”的业务，目前进口业务在公司国际化业务中的占比最大，主要系国内市场对部分品类的进口需求规模较大（例如农产品、纸浆和矿产）。未来公司将大力拓展“需求在外”的国际业务，特别是要着力发展“两头在外”的国际业务，使自身真正成为一家全球化的企业。受益于较早的海外布局，以及近年来中国企业出海的时代背景，公司国际化业务持续快速发展。2024年，公司海外业务（销售目的地为非中国地区的业务）规模已超过100亿美元，同比增长约12%，约占公司供应链业务收入的14%。从区域布局角度看，公司近年来持续深耕东南亚、中亚、中东、拉美、非洲等重点区域市场。特别是“需求在外”的国际业务方面，2024年，公司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%。随着中国企业掀起“出海潮”，全球供应链产业链也在加速重构，中资出海企业催生出了大量海外采销、国际物流、跨境电商、信息咨询等供应链服务需求。公司凭借“LIFT”供应链服务体系，为客户提供以物流、信息、金融、商务四大要素为基础的定制化的供应链运营服务，价值链不断延伸。公司认为，专业化和本土化是对全球化的进一步诠释和战略落地的支撑，因此公司近年来积极推进海外业务本土化运营。截至2025年6月末，公司已有超70个境外公司和办事处，其中26家系境外平台公司。同时，公司加大外籍员工的本土化招聘，并鼓励业务骨干、年轻人走出去。在助力中资企业融入全球价值链的过程中，公司战略与国家战略同频共振，通过自身高质量发展为促进国内国际双循环战略提供微观经济基础，既是公司作为国有企业的战略使命，也是支撑公司实现可持续发展的持久动能。公司消费品板块的发展情况？与传统消费品经销商业务的差异体现在什么地方？答：近年来公司战略性加大消费品板块投入，重点发力轻纺、机电、泛食品三大板块，其中轻纺板块核心聚焦纺织原料、鞋服业务；机电板块重点布局车辆设备、汽车、家电领域；泛食品板块大力发展乳制品、咖啡豆等品类。以咖啡豆业务为例，近年来公司紧抓终端饮品消费趋势，专注深耕上下游产业链，目前已为多家知名咖啡连锁品牌提供一站式、专业化的供应链综合服务。例如，公司与瑞幸咖啡开展深度合作，为瑞幸咖啡及上下游合作伙伴搭建起覆盖食品原料供应、多口岸保税仓储管理、高效交付的一体化供应链服务平台。从经营业绩层面看，公司消费品板块规模保持稳健增长态势，2024年公司消费品业务的营业收入约430亿元，同比增速超10%。由于消费品与大宗商品的周期存在差异，消费品板块的成长对公司整体经营周期波动具有一定的平抑效果。公司在消费品板块的业务模式与传统经销商模式有所不同。公司持续聚焦头部企业与品牌、积极拓展资源与品类，提升供应链整合服务能力，同时通过定制化的项目解决方案建立与核心客户的深度合作关系，达成互利共赢，客户粘性相对较高。公司供应链运营业务的竞争优势体现在哪些方面？答：公司深耕供应链服务行业数十载，在规模效益、多品类和全球化的资源整合能力、数智化体系以及风控体系的建设方面均有一定竞争优势：**（1）规模优势明显、核心品类专业化能力突出**。公司营收规模连续多年位于行业前列，多个核心品类的经营货量排名保持行业前三。其中：钢材经营货量超7,000万吨/年，位居全国前三位；纸浆、纸张经营货量超1,500万吨/年，位居全国第一；农产品经营货量超3,500万吨/年，玉米、高粱、大麦、葵花籽粕等多个产品进口量多年稳居全国前三位；各类矿产品及金属制品经营货量近2000万吨/年；鞋类、服装等轻纺产品出口位列全国前列。**（2）多品类、全球化布局，综合资源整合及服务能力出色**。截至2024年末，公司目前已与超过170个国家和地区建立了业务关系，覆盖的产品品类深入到国民经济发展的各个细分领域。多品类、全球化的资源整合能力有助于公司满足客户多元化的商品采销需求、增强客户粘性，同时亦有助于平滑公司业务的周期性。**（3）数智化风控体系赋能，业务稳健高质量发展**。公司根据四十多年的行业经验，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，并开发了以“E风控”为代表的智能化风控系列产品，通过数智化风险管控体系赋能公司供应链运营业务稳健、高质量发展。建发股份子公司建发房产在拿地方面有怎样的考虑？答：在土地拓展方面，公司始终秉承积极、谨慎的态度。公司将城市地段和流动性放在首位，结合净利润率水平，以确保去化速度和品牌影响力；同时，在拓展过程中兼顾公司的资金安全，将库存规模保持在合适水平，以确保公司资产的流动性和健康度。在具体拓展策略上：（1）在拓展城市方面，近年来建发房产更加重视集中资源在核心城市、核心地段的投资布局，2025年以来着重布局了北京、上海、杭州、成都、厦门等核心一二线城市，以及建发房产品牌美誉度突出的福建省内三四线城市；（2）在拓展渠道方面，近年来公司不断提升多元投资能力，重视城市更新、资产包等拓展方式和渠道，补充核心城市的优质项目；（3）在投资纪律方面，始终都由总部把控整体拿地，同时，拿地前扎实开展地块价值梳理、风险排查以及客群定位工作，控制拿地风险。建发股份子公司建发房产灯塔级项目的销售情况？答：2025年6月以来厦门“建发·宸启瑞湖”、北京“建发·海晏”两大灯塔级项目陆续开盘。受益于地块区位优势、楼盘出众的产品力以及精准的客群定位，两大灯塔项目均呈现出强劲的销售表现。以“建发·海晏”为例，根据北京市住房和城乡建设委员会公布的网签数据，截至2025年8月11日，该楼盘已网签落地169套、合计签约面积达3.67万平方米、成交均价约为13.6万元/平米。展望未来，公司今年将陆续在上海、杭州、成都落地具备领先性、差异化产品力的灯塔级项目，进一步提升建发房产在当地的品牌美誉度与客户认可度。建发股份子公司联发集团今年的土地拓展情况？答：在土地拓展方面，联发集团同样秉持谨慎、积极的态度，今年在销售端情况良好的背景下保持了适宜的拿地强度。根据克而瑞研究中心的统计数据，2025年上半年联发集团新增土地货值规模位居全国第14位。从拿地结构角度来看，联发集团持续优化城市布局，聚焦一线、强二线以及福建省内具备品牌优势的城市。2025年上半年联发集团陆续在上海、深圳等一线城市竞得优质地块，核心城市土地储备日益丰富。公司历年分红情况及未来的分红计划？答：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，公司累计现金分红金额已达190亿元，远超过股权融资金额。剔除永续债利息、重组收益等因素后，公司近几年的现金分红比例均保持在40%以上，其中2024年度现金分红比例达到70%。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的可供分配利润的30%，且每年每股分红不低于0.7元。此外，公司积极尝试通过一年多次分红的方式及时回报股东，公司已于2025年1月20日实施了2024年度中期分红，公司股东会已审议通过了关于2025年中期分红的授权方案。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，切实回报股东，使广大投资者能够及时分享公司发展红利。 |
| **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。 |
| **风险提示** |
| 以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。 |

**附表：主要机构名单**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **机构名称** |
| 1 | 大家资产 |
| 2 | 东方证券 |
| 3 | 工银瑞信 |
| 4 | 国联基金 |
| 5 | 国盛证券 |
| 6 | 国泰基金 |
| 7 | 杭银理财 |
| 8 | 泓德基金 |
| 9 | 华商基金 |
| 10 | 华夏基金 |
| 11 | 华夏久盈 |
| 12 | 建元信托 |
| 13 | 开源证券 |
| 14 | 宁银理财 |
| 15 | 平安证券 |
| 16 | 人保养老 |
| 17 | 人保资产 |
| 18 | 上银基金 |
| 19 | 申万宏源证券 |
| 20 | 信达澳亚 |
| 21 | 兴业证券 |
| 22 | 长江养老 |
| 23 | 招商证券 |
| 24 | 中航基金 |