公司代码:600153 公司简称:建发股份

厦门建发股份有限公司

[2021] 年度报告摘要

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经容诚会计师事务所(特殊普通合伙)审计,根据本公司第八届董事会第十二次会议决议,2021年度本公司实现归属于母公司股东的净利润为6,098,090,300.02元,母公司实现净利润为1,220,432,243.33元。根据《公司法》及《公司章程》规定,母公司计提法定盈余公积89,259,224.62元,加上母公司2020年末未分配利润2,417,534,927.17元,减去已分配的2020年度现金红利1,431,776,265.00元,减去2021年度永续债税后利息126,119,854.11元,2021年末母公司未分配利润为1,990,811,826.77元。

综合考虑股东投资回报以及本公司业务可持续发展等因素,本公司拟定2021年度利润分配预案为:以2021年12月31日的总股本2,863,422,530股为基数,向全体股东每10股派发现金红利6元(含税),共计派发现金红利1,718,053,518.00元,剩余未分配利润结转至2022年度。本公司2021年度不进行资本公积金转增及送股。

如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动,公司拟维持每股分配金额不变,相应调整分配总额。

公司供应链运营业务和房地产业务发展良好,两大主业在发展过程中对资金均有较高的需求,因此公司本年度留存未分配利润将用于公司供应链运营业务和房地产业务的发展壮大,其效益将体现在公司的总体效益之中。公司在制定2021年度利润分配预案的过程中,参考了投资者提出的关于分红的意见,并充分考虑了公司当前的资金需求与未来发展投入、股东短期现金分红回报与中长期回报之间的平衡。

上述利润分配预案尚需提交本公司股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	建发股份	600153	厦门建发

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	江柱芝	黄丽琼
办公地址	厦门市思明区环岛东路1699号建发国际大厦29层	厦门市思明区环岛东路1699号建发国际大厦29层
电话	0592-2132319	0592-2132319
电子信箱	jgz@chinacnd.com	lqhuang@chinacnd.com

2 报告期公司主要业务简介

公司所从事的主营业务包括供应链运营业务和房地产业务两大主业。

一、公司主要业务及主要经营模式

(一)供应链运营业务

作为中国领先、全球布局的供应链运营服务商,建发股份针对产业链上下游客户核心诉求,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、供应链金融、信息咨询等服务于一体的“LITF”供应链服务体系,为客户提供以“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。公司依托全球化、多品类、专业化的供应链运营能力,通过数字化融合、供应链协同、金融、科技等方面的深度赋能,有效推动供应链上下游企业实现降本、增效。在大宗商品供应链运营行业中,公司凭借专业、优质的供应链服务体系,营收规模在A股公司中连续多年位于领先阵营,并将“成为国际领先的供应链运营商”作为企业愿景。

主营业务支撑体系有:

1、可定制、强复制性的“LITF”供应链综合服务体系

从四类供应链基础服务出发,到n种定制化解决方案,并延伸到各行业领域,是公司LITF服务的精髓所在。公司围绕“整合”、“规划”、“运营”三大核心工作,为客户提供“4→n”的个性化定制服务,挖掘供应链运营链条上潜在的增值机会,为客户降低运营风险,提升运营效率。公司从供应链出发,走进客户价值链,帮助客户实现运营模式再造,依靠服务创造价值。

以纸浆、纸张产业链为例:

纸浆供应链服务:公司与境外多个国家的优质纸浆供应商深度合作,实现从上游纸浆资源端到中游国内造纸厂的集约化采购和分销,既服务于纸浆厂的销售需求,又服务于造纸厂对原材料的采购需求,同时辅以物流服务、库存管理、信息服务等供应链综合服务协助供应商和客户解决各类行业痛点。

纸张供应链服务:公司依托在国内数十个城市的分销网点,整合分散的下游客户需求形成规模,以此向国内造纸厂集中采购各类成品纸,再分销至印刷厂、包装厂等下游客户,为其降低采购成本和其他交易成本,提升其运营效率,并提供定制化信用交易方案等供应链综合服务。

公司通过对纸浆、纸张产业链的上下游客户提供定制化、专业化的供应链服务,推动全产业链实现降本增效、价值提升。

公司在浆纸、农产品、钢铁等行业中深耕多年,并已在规模、专业等方面形成优势。基于成熟的“LITF”供应链服务体系,公司可以将供应链运营服务以及价值链解决方案在其他行业持续复制,满足更多行业客户的需求。目前,公司已成功将服务领域拓展至消费品领域和新能源产业链,取得良好成效。

2、多品类、全球化布局的国内国际双循环体系

跟随中国产业链的全球化延伸,公司的国际化布局走在行业前列。通过合作优质龙头企业,公司不断加快全球的扩张步伐,目前已与超过170个国家和地区建立了业务关系,产品品类深入到国民经济发展的各个细分领域,涉及金属材料、浆纸产品、矿产品、农副产品、能源化工产品、机电产品、汽车、家电、轻纺产品、食品、美妆个护等多个品类,初步实现大宗商品至消费品的多品类的全球化布局。

通过实施全球化、多品类的发展战略,公司不断提升业务规模,并通过规模效应助力客户降本增效、分享增值收益,从而实现规模和效益的良性循环。另一方面,全球化、多品类的业务布局,能够提升业务发展的抗风险能力和增长速度,有利于避免单一市场、单一产业链、单一品种占比过高带来的系统性风险。

未来,公司将继续发挥全球化供应链运营平台优势,根据不同行业的特性进行差异化产业链布局、提供差异化供应链服务,整体实现各业务板块协业地位提升。

3、数智化、多应用场景的供应链服务体系

在大数据时代,公司意识到数据本身已成为一种生产要素,把握时代趋势、实现更高效的业务场景和生态体系被公司列入战略层面进行思考与探索。公司持续加快数字化布局,深入打造具有建发特色的数智化、多应用场景的供应链服务体系,赋能公司业务经营拓展,打造智慧供应链生态体系。

在业务流程线上化方面,公司已推出“E建签”电子签约平台、“E建巡”远程巡库盘点管理平台、“点价APP” 线上期货点价交易平台等,推进业务实现高效在线化、数字化、可视化。

在数据线上化方面,公司已基本实现内部业务数据的对接,并持续接入上下游客商、物流、仓储、资金、信用等多方数据,努力构建产业联动的一体化大数据生态。目前,公司已基本实现期货、银行、工商数据与企业的联通,并逐步推进供应链交易、客商数据线上化、一体化。

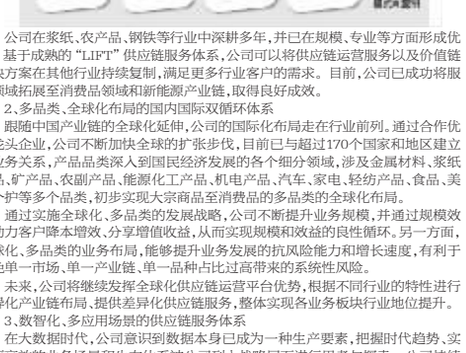
通过业务流程和数据线上化,公司的供应链服务体系能够针对不同行业的特点和需求,有效接入行业资讯、商品指数、企业征信等数据,根据不同品种的业务模式进行流程设计。公司已在浆纸行业推出“纸源网”和“浆易通”B2B网上交易综合服务平台,在钢铁行业推出“建发云钢(E钢联)”钢铁产业链数字化协同平台,在消费品行业推出食品供应链线上购销服务平台“E建单”,为不同行业客户提供更高效的综合服务。

依托初步成型的数智生态圈,公司能够充分利用各环节数据进行数据开发和分析,为公司经营决策提供有力支持。目前,公司自行研发的“智汇罗盘”供应链大数据分析平台,已形成涵盖经营情况分析、客户风险评价、商品价格趋势分析、履约异常分析等上百个分析模型,为业务经营提供事前评估、事中监管和事后分析的大数据支撑,助力公司运营提质增效。

4、专业化、分级化、流程化的风险管控体系

在多品类布局的基础上,公司推行专业化经营的战略,成立“四大集团+五大事业部”从事细分品类的经营,各经营单位通过“公司化”运作进行独立核算。通过推动各子公司专业化发展,公司针对不同的行业搭建相应的业务管理架构,深入市场、深入行业中心,做到“人行人圈”。

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,而专业化运营战略是公司的风险控制体系的核心基础。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。

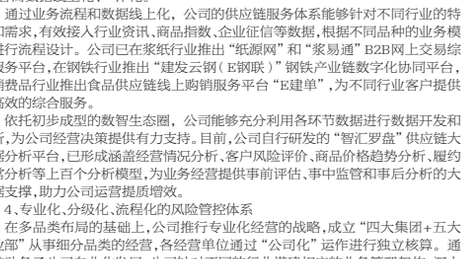


公司对于价格风险、信用风险、货权风险和汇率风险等主要风险的具体应对措施,详见本报告第三节 六、(四)可能面对的风险。

(二)房地产业务

公司房地产业务拥有全业态开发经验,涉及住宅、写字楼、品牌酒店、会议场馆、大型购物商场以及各种类型的公共建筑,同时涵盖城市更新改造、物业管理、商业管理、代建运营、关联产业投资等业务。公司地产业务坚持区域深耕战略,主要布局了福建、浙江、江苏等省份,以及上海、北京、武汉、长沙、成都、重庆等高能级城市。

公司致力于成为“中国优秀的房地产运营商”,旗下拥有建发房产和联发集团两大开发品牌。子公司建发房产已连续11年获得 “中国房地产开发企业50强”,2022年位列第16位;子公司联发集团位列“2022中国房地产百强企业”第33位。



二、行业情况说明

(一)供应链运营业务

1、行业及商业模式概要

供应链是以客户需求为导向,以提高质量和效率为目标,以整合资源为手段,实现产品设计、采购、生产、销售、服务等全过程高效协同的组织形态。供应链运营服务是基于现代信息技术对供应链中的物流、商流、信息流和资金流进行设计、规划、控制和优化,将单一、分散的订单管理、采购执行、报关退税、物流管理、资金融通、数据管理、贸易商务、结算等进行一体化整合的服务。

近年来,党中央和国务院高度重视供应链现代化建设。党的十九大提出要在现代供应链等领域培育新增长点、形成新动能,国务院办公厅印发了《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》,全面提升供应链现代化发展水平上升为国家战略,是落实新发展理念、构建新发展格局、实现高质量发展的重要抓手。

为寻求高质量、专业化发展,越来越多的制造业企业选择专注于研发、生产等核心环节,通过将其他环节外包,以追求更稳定的原材料供应和产成品分销渠道、更高效的货物和资金周转、更安全的物流仓储等等。制造业企业需要实力雄厚的供应链运营商提供稳定可靠的、因“需”制宜的供应链综合服务。

2、行业发展概况和趋势

(1)顺应全球化发展,供应链行业重要性达到新高度

经济全球化是世界经济发展的大趋势,商签自贸协定是各国促进经济增长的重要工具。多年来,我国积极与世界各国发展经贸关系,建设自由贸易区,提出“一带一路”倡议、签署RCEP协议,不断深化合作形式,有力地促进了多双边关系稳定健康发展。在此背景下,产业链供应链稳定发展为国内国际双循环提供了重要支撑,更为重塑国际经济发展新格局增添了重要砝码。

随着中国在全球贸易市场中的份额不断提升,贸易形式以及商品种类越来越多样化,大型供应链运营企业保障贸易流、资金流、信息流、物流安全、高效流通的优势逐步凸显,推动供应链运营服务全球化已成适应世界经济发展的必然趋势。中国作为全球最大的大宗商品进口国和消费国,现代供应链企业在整合全球大宗商品资源、提升供应链效率、服务实体经济和国家战略层面的重要性已日益凸显,优质供应链服务的价值显著提升。

2020年,中共中央政治局会议指出要加大“六稳”、“六保”工作力度,特别提出“保供应链稳定”,提出要加快构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”战略要求。2021年,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》再次提出要提升供应链现代化水平,形成具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠的供应链;中共中央政治局会议提出“要强化产业链供应链韧性,开展补链强链专项行动”。

供应链运营服务作为一个新的业态,已经成为新时期国家经济和社会发展的重要组成部分。随着国家层面对供应链行业发展的重视,行业将从政策扶持、营商环境等诸多方面迎来新的发展春天,重点产业的供应链竞争力将进入世界前列。

(2)供应链运营行业集中度提升,利好供应链龙头

专业化生产已成为制造业企业获取竞争优势的重要来源,越来越多的制造业企业选择专注于研发、生产等核心环节,并将采购、销售、物流等其他环节外包给专业的供应链运营商。供应链运营商的专业化服务能够在帮助制造业企业降低运营成本的同时,协助其提升运营效率;此外,供应链运营商通过为中小企业提供供应链金融服务,能够帮助中小企业实现高质量发展。在全球化合作、专业化分工的大背景下,供应链运营业务具有广阔的发展空间。

供应链运营服务广泛存在于原材料、生产制造至最终消费者之间的流转行为中,国家统计局数据显示,2020年我国批发业限额以上企业营业收入达到65.89万亿元,行业龙头企业CR5市占率约2.52%,行业集中度低(注:计算口径为建发股份、厦门国贸、厦门象屿、物产中大、浙商中拓5家供应链运营企业的业务收入)。

未来,随着供给侧结构性改革的深入推进,产需结构进一步优化,钢铁、有色金属等产业去产能以及传统工业企业增加中高端供给和有效供给、大宗商品采购分销及配套服务将逐步向高效、专业的大企业集中,头部供应链企业有望依托其竞争优势赢得更高的市场份额;更进一步,头部供应链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分享增值收益,实现双赢,进一步巩固头部供应链企业的行业地位,进而实现业务的良性互利循环。

根据国际经验,现代供应链企业将持续转型升级,利用市场产业链布局,开展多品种、多形式的相关业务,不断强化产业链上下游资源整合能力,力求模式创新及业务转型,拓展业务边界向供应链两端延伸并寻求更丰富的经营品类,打造供应链综合服务平台。供应链运营行业集中度的提升,将推动大宗商品供应链服务行业深化改革,业务逐渐向资金实力雄厚、优先完善一体化、多品类综合服务能力强的大企业聚集,龙头企业的经营规模和市场占有率将极具成长性。

(二)房地产业务

2021年,中央围绕“稳地价、稳房价、稳预期”的目标,继续坚持“房住不炒、因城施策”的政策主基调,在供需两端精准调控,从而推动房地产行业平稳健康发展。国家统计局数据显示,2021年,商品房销售面积179,433万平方米,同比增长1.9%;销售额181,930亿元,同比增长4.8%;全国房地产开发投资147,602亿元,同比增长4.4%,其中,住宅投资111,173亿元,增长6.4%;房地产开发企业房屋施工面积975,387万平方米,同比增长5.2%。

在行业竞争格局方面,行业集中度不断提升,行业发展格局进一步分化。根据克而瑞研究中心的数据,按操盘销售金额口径计算,2021年前10强的房企操盘金额门槛达到2,879.5亿元,较上年同比增长19.8%,前20强和30强的房企操盘金额门槛也分别提升9.2%和2.5%,实现规模稳定提升。但前50强的房企操盘金额则同比下降14.9%至570.6亿元,行业梯队已经形成,竞争格局分化加剧。随着22个重点城市施行两集中供地新政的实施,对企业现金流管控能力提出更高挑战,具备更好现金流匹配能力和融资能力的房企更具竞争力。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	602,459,131,678.71	387,156,815,743.03	55.61	298,219,440,014.22
归属于上市公司股东的净资产	50,843,699,760.61	38,386,843,908.16	32.45	32,716,666,307.86
营业收入	707,844,495,988.53	432,949,487,507.93	63.49	337,238,672,648.40
归属于上市公司股东的净利润	6,098,090,300.02	4,503,869,024.59	35.40	4,760,262,584.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,265,275,138.46	3,780,758,914.69	12.82	4,236,737,942.93
经营活动产生的现金流量净额	408,941,264.10	9,718,505,561.02	-95.79	11,215,065,397.85
加权平均净资产收益率(%)	15.19	13.01	增加2.18个百分点	15.86
基本每股收益(元/股)	2.07	1.59	30.19	1.68

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明:

说明1:本报告期归属于上市公司股东的净利润包含报告期归属于永续债持有人的税后利息170,194,991.09元,扣除后本报告期归属于上市公司股东的净利润为5,927,895,308.93元,计算基本每股收益、扣除非经常性损益后的基本每股收益、加权平均净资产收益、扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率等上述主要财务指标时均扣除了永续债及利息。

说明:公司所从事的主营业务包括供应链运营业务和房地产业务两大主业,“供应链运营分部”和“房地产业务分部”的主要财务数据如下:

单位:万元 币种:人民币

项目	2021年末			2021年初			增减比例(%)		
	供应链运营分部	房地产业务分部	合计	供应链运营分部	房地产业务分部	合计	供应链运营分部	房地产业务分部	合计
总资产	9,480,941.97	50,764,971.20	60,245,913.17	5,598,424.17	33,224,016.43	38,782,440.60	70.57	52.80	55.34
总负债	6,747,874.48	39,806,243.15	46,554,117.63	3,984,829.67	26,191,794.42	30,176,624.09	69.34	51.98	54.27
净资产	2,733,067.49	10,958,728.05	13,691,795.54	1,573,594.50	7,032,222.01	8,605,816.51	73.68	55.84	59.10
归属于上市公司股东的净资产	2,622,742.33	2,461,627.65	5,084,369.98	1,489,669.56	2,349,014.83	3,838,684.39	76.06	4.79	32.45

项目	2021年			2020年			增减比例(%)		
	供应链运营分部	房地产业务分部	合计	供应链运营分部	房地产业务分部	合计	供应链运营分部	房地产业务分部	合计
营业收入	61,153,905.45	9,630,544.15	70,784,449.60	35,053,402.84	8,241,545.91	43,294,948.75	74.46	16.85	63.49
营业成本	60,241,516.15	8,016,940.13	68,258,456.28	34,421,401.34	6,519,870.68	40,941,272.02	75.01	22.96	66.72
利润总额	465,883.93	1,114,321.17	1,580,205.10	271,717.93	938,947.76	1,210,665.69	71.46	18.68	30.52
净利润	329,935.23	766,375.06	1,096,310.29	176,651.54	641,595.33	818,246.87	86.77	19.45	33.98
归属于上市公司股东的净利润	321,996.77	287,822.26	609,809.03	178,047.25	272,339.66	450,386.90	80.84	5.69	35.40

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	107,091,598,973.10	183,720,392,289.95	180,332,204,875.69	236,700,299,849.78
归属于上市公司股东的净利润	776,672,972.98	1,781,153,627.89	826,064,874.40	2,714,198,824.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	825,539,477.05	1,670,055,448.44	213,795,962.08	1,555,884,260.89
经营活动产生的现金流量净额	-40,750,482,158.80	-10,947,566,373.38	-5,999,045,863.62	58,106,035,659.90

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股东情况

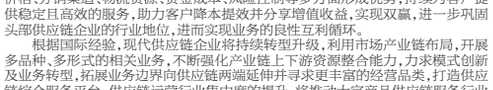
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位: 股

截至报告期末普通股股东总数(户)							77,538
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							67,869
前10名股东持股情况							
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
厦门建发集团有限公司	0	1,366,687,985	47.38	0	无		国有法人
中国太平洋人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品	0	96,829,804	3.38	0	未知		其他
香港中央结算有限公司	-9,163,877	78,933,262	2.76	0	未知		其他
中国太平洋人寿保险股份有限公司-分红-个人分红	0	66,384,907	2.32	0	未知		其他
招商银行股份有限公司-上证红利交易型开放式指数证券投资基金	20,732,399	40,923,999	1.43	0	未知		其他
全国社保基金一一三组合	40,042,779	40,042,779	1.40	0	未知		其他
博时基金管理有限公司-社保基金16011组合	2,700,800	36,700,859	1.28	0	未知		其他
基本养老保险基金一零零三组合	16,354,147	32,676,632	1.14	0	未知		其他
基本养老保险基金八零二组合	31,135,436	31,135,436	1.09	0	未知		其他
全国社保基金四一三组合	14,165,200	22,809,235	0.80	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名股东中,第2名和第4名股东存在关联关系,均为太平洋资产管理有限责任公司受托管理的账户,其他关系未知。						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

第三节 管理层讨论分析

1 经营情况讨论与分析

2021年,公司紧抓服务国家战略和实体经济的主线,聚焦主营业务,强化创新引领,致力于提升供应链服务价值,保障产业链供应链稳定,新五年发展战略规划实现良好开局,供应链业务经营规模以及房地产业务销售金额再创新高。公司连续21年入选“中国上市公司500强”榜单,最新排名为第24位,较上年提升7位。

2021年,公司营业收入达到7,078.44亿元,同比增长63.49%;实现净利润109.63亿元,同比增长33.98%;实现归属于母公司所有者的净利润60.98亿元,同比增长35.40%;加权平均净资产收益率为15.19%,同比增加2.18个百分点。截至2021年末,公司总资产达到6,024.59亿元,净资产达到1,369.18亿元,归属于母公司所有者的净资产达到508.44亿元。

(一)供应链运营业务

2021年大宗商品市场跌宕起伏,全球供应链修复缓慢,产业链、供应链和资金链普遍承压。公司积极把握市场机遇,以客户需求为导向,以金融、科技赋能高质量发展,持续推进供应链服务创新,核心业务规模效益再创佳绩,新兴业务布局成效显著。

报告期内,供应链运营业务分部实现营业收入6,115.39亿元,同比增长74.46%;实现归属于母公司的净利润32.20亿元,同比增长80.84%。

2021年7月,公司凭借先进的供应链运营管理理念以及优秀的供应链管理和协同水平,入选首批全国供应链创新与应用示范企业。

1、坚持专业化经营,调整组织架构,规模效益创历史新高

公司坚持供应链运营商定位,持续深化“专业化”经营战略,新五年规划将经营单位调整归并为“四大专业集团”和“五大事业部”,聚焦核心品类、聚焦上下游大客户,优化审批授权,提高运营效率,向上下游不断挖掘服务深度,创造差异化竞争优势,实现规模和效益高质量增长,经营货量再创新高。

2021年,公司经营的黑色、有色金属、矿产品、农产品、浆纸、能化产品等主要大宗商品的经营货量超过17,000万吨,同比增速超36%,多个核心品类继续保持行业领先地位。在营业收入构成方面,冶金原材料业务实现营业收入3,655.25亿元,同比增长84.74%,占供应链运营业务收入比重达到59.77%;农林产品业务实现营业收入1,574.93亿元,同比增长65.54%,占供应链运营业务收入比重达到25.75%。

报告期内,公司开展客户满意度调研,结合跨行业对标案例和客户访谈,深入分析客户需求趋势变化,以期升级公司服务理念,引领供应链服务创新和价值提升。

2、加快“走出去”布局,立足双循环发展格局,构建全球供应链体系

公司秉承“成为国际领先的供应链运营商”的理念,积极参与中国制造转型升级,构建全球化的供应链服务体系,融入国内国际双循环的新发展格局。

国内市场方面,公司持续深耕华东、华南等优势区域并积极拓展中西部市场,加快布局海南、广西、重庆区域市场。报告期内,公司新设杭州、南京、海南、南宁公司,各经营单位在华东、华南地区共新设17个子公司或办事处、国外市场方面,公司积极融入RCEP协议签署国,推动团队人员本土化,提升全球供应链运营管理能力。报告期内,公司在日本、印尼等地新设境外平台公司,各经营单位在东南亚、非洲、中南美洲等地区进行业务布局。

2021年,公司实现进出口和国际贸易总额371亿美元,同比增速约80.10%;进出口和国际贸易的总额在供应链业务收入中占比超过40%。

3、科技、金融、物流、投资多管齐下,赋能与支持作用初步显现

(1)强化科技赋能,加快供应链业务的数字化转型

公司积极推动供应链运营业务实现线上化、数字化、移动化和可视化,落实科技赋能战略。报告期内,公司旗下浆纸集团携手腾讯升级改造浆纸B2B网上交易综合服务平台“纸源网”和“浆易通”;钢铁集团上线了钢铁产业链数字化协同平台“建发云钢(E钢联)”;农产品集团上线了“农E点”客户服务平台;消费品事业部上线了食品供应链线上购销服务平台“E建单”。

依托数据挖掘、机器学习等大数据技术,公司搭建了以E风控、E掌信、E企查系列产品为代表的“智能风控体系模型”,为公司经营决策提供有力支持。

(2)强化金融赋能,运用金融工具提升竞争力和盈利水平

公司积极开拓各种融资渠道,持续优化融资结构;灵活运用远期结售汇、外汇期权等产品合理规避汇率风险,获得汇兑收益;运用银承票、国内证、标准仓单掉期交易等金融工具,降低融资成本,提高盈利水平。

在期货赋能方面,公司已搭建“研究-业务-风控”联动的机制,并成立了黑色产业研究院。公司聚焦产业服务,将衍生品工具应用于黑色金属、农林产品、能源化工、有色金属等30多个品种的产业服务环节中,通过基差、点价业务为多行业客户提供灵活有效的价格风险管理,终端客户服务规模不断提升。

(3)强化物流支持,加快物流资源布局

公司充分发挥资源整合能力,不断加强与各大物流供应商合作,在国内形成较完善的物流仓储服务网络。公司旗下浆纸集团与满洲里车站战略合作,提升了口岸分拨能力。公司成立了建发钢铁物流公司,通过自营、监管、合作等方式,在全国主要钢铁物流节点和钢材市场布局了超过500个物流基地。同时,公司持续推进建设“建发实时航运监控系统”,实现供应链业务水运环节可视化,截至目前该平台已上线并在多家业务单位投入使用。

截至2021年末,公司签约物流供应商达1,600余家,合作仓库达3,500余个,在仓储资源方面,公司自有仓库和自管仓库共计78个,总面积超226万平方米,其中期货交割库共计6个。子公司建发物流通过中物联5A级物流企业复核评审,进入由中国仓储与配送协会发布的全国通用仓储企业100强榜单。

(4)强化投资支持,核心业务往上下游产业链延伸

在专业化经营的基础上,公司积极寻求与行业龙头企业的合作机会,将业务布局向上下游产业链延伸,通过资源共享,不断提升核心业务的竞争力。

报告期内,公司与厦门航空和纵腾网络合资设立货运航空公司,促进跨境电商等消费品业务发展;与清源股份成立合资公司,从事分布式光伏电站投资运营业务;与宁普时代合资设立建发宁普时代新能源科技有限公司,从事新能源商用车销售、换电站投资和运营业务。此外,公司下属子公司参与森信纸业集团(0731.HK)重组,通过控股森信纸业集团介入浆纸产业链的生产制造环节,取得森信纸业旗下远通纸业超40万吨/年的涂布白板纸和箱板纸产能;公司下属子公司通过自营或合资等方式,开展废钢加工、冷轧及热轧加工配送项目,为终端客户提供深加工产品,有效拓展供应链服务边界。

4、复制“LITF”核心能力,拓展消费品业务、布局新能源业务

公司将大宗商品的“LITF”供应链服务模式复制至消费品领域和新能源产业链,拓宽服务领域,推进绿色低碳转型。

(1)消费品供应链业务:多渠道多市场运营,整合资源打造自有品牌

公司成立消费品事业部,聚集业务资源,合力探索消费品运营模式,在已有的汽车、酒类、轻纺产品及乳制品的基础上,拓展更多消费品品类。2021年,公司在消费品行业的供应链业务实现营业收入超320亿元,同比增速超20%。

公司跨境电商新业务践行“多店铺、多品牌、多市场”战略,To B业务和To C业务两手抓,打造消费品全场景生态圈。公司为国内外头部电商平台自营商品供货,入驻亚马逊、天猫、拼多多等平台开设直营零售店,并与头部淘主播进行分销合作,培养私域流量。在经销业务方面,公司成功签约金龙鱼、元气森林等品牌的经销授权,初步构建了线上电商平台和线下渠道相结合的运营体系。

公司充分运用自身资源整合能力,携手优质上游企业,目前已打造多个自有品牌。建发酒业携手贵州酱酒老字号酒厂打造自有酱香型白酒品牌“薪火相传”,截至2021年末,线下签约合作渠道经销商已超百家,覆盖全国15个省和两个直辖市,签约总金额近1.5亿元。

(2)新能源供应链业务:携手行业龙头企业,助力国家绿色发展战略

在新能源业务方面,公司为锂电、光伏产业链供应链多个环节提供定制化服务方案,与行业龙头建立稳定合作关系。

光伏业务方面,公司已与隆基股份、天合光能等多家光伏企业建立合作关系并推进供应链服务业务,并在上海临港奉贤区自有仓库投资建设分布式光伏电站。

在锂电业务方面,公司加快全球化、多品类布局,与行业上下游多家头部企业合作,实现从海外原料端到加工厂再到电池端的全产业链服务布局,根据客户需求提供定制化的供应链运营服务。公司旗下汽车集团加快布局新能源汽车市场,与特斯拉、理想、蔚来的售后合作区域进一步扩大,并取得小鹏、smart、威马的代理经销权。

(二)房地产业务

2021年,房地产严峻的政策环境、市场环境进一步倒逼行业整合和变革,公司主动从危机中寻找机遇,优化组织管理架构,加快市场布局与调整,构建稳健的财务政策,在把控运营安全及效率的前提下制定合理的销售策略和拿地策略,潜心打磨更优质的产品和服务,实现了业务的稳健增长。

2021年,公司房地产业务分部实现营业收入963.05亿元,同比增长16.85%;实现归属于母公司的净利润28.78亿元,同比增长5.69%。子公司建发房产和联发集团各自管控的核心负债指标全部达标,确保“三条红线”指标保持绿档。

1、销售规模再创新高,投资拓储稳步加强

2021年,子公司建发房产和联发集团加强市场研究,线上线下营销双线并行,合理排排推货,合同销售规模稳步提升,报告期内共实现合同销售金额2,175.65亿元,同比增长51.49%,其中:子公司建发房产实现合同销售金额1,753.85亿元,同比增长68.83%;子公司联发集团实现合同销售金额421.80亿元,同比增长23.88%。公司在一二线城市的合同销售面积占比超70%,一二线城市的合同销售金额占比超80%,较上年均有所提升。

在投资拓储方面,子公司建发房产和联发集团坚持以利润和资金安全为优先导向,提前做好政策和项目研判,对销售周期、项目收益率、现金流等指标进行全面测算,以多元化方式获取优质土地114宗,全口径拿地金额合计约1,576亿元。公司在一、二线城市的土地储备预估权益货值占比超70%,优质充裕的土地储备为公司房地产业务的可持续发展提供了坚实保障。

2、匠心打造精品住宅项目,物业增值服务拓宽边界

公司坚持“产品+服务”双驱动的战略,在坚守产品品质的同时,不断提升产品研发能力,提高客户满意度,以满足更多层次的客户需求。

建发房产专注于高端改善型项目,报告期内创新推出“精致简约风”的雅境中式系列产品,从建筑、景观、室内等全方位进行研发升级。联发集团聚焦现代人文的品质生活,持续完善“悦系”产品设计,将鼓浪屿人文、厦门岛屿等元素运用到住宅设计中,打造精品住宅项目。

物业服务方面,建发房产和联发集团坚持以客户为中心,推进服务产品升级和服务价值焕新,品质管理颗粒度持续精进。建发物业除基础物管收入外,非业主增值收入和社区增值服务收入快速增长,两项增值服务为建发物业贡献的毛利润占比分别达到24%和30%。

截至2021年末,建发房产和联发集团旗下物业管理公司在管项目面积达4,891万平方米,较上年末增加1,010万平方米,已连续多年入选全国物业服务企业百强前列。

3、优化产业链布局,收购合诚股份控制权

公司在房地产开发业务的基础上,延伸出商业管理、物业管理、代建运营等相关业务协同发展的新格局。

公司商业资产管理业务通过与信息数字流程结合,建立了全新标准运营体系。截至2021年末,建发房产和联发集团在厦门、上海、成都、南宁等多个城市管理62个商业项目,管理面积达245万平方米。

在代建服务领域,建发房产和联发集团报告期内新拓展项目49个,新增代建面积超过680万平方米,教育、产业园、医疗、大型公建等领域齐头并进。依托扎实的专业能力与优质的工程质量,2021年承建项目获评“中国建设工程鲁班奖(国家优质工程)”和“厦门市建设工程鼓浪屿奖(市优)”。

2021年,建发房产收购了A股上市公司合诚股份29.01%股权,完善了建发房产在工程管理产业链的布局,打开了业务战略协同空间。

2021年,公司房地产开发业务的主要经营数据如下(不含土地一级开发业务):

单位:亿元、万平方米

	建发房产/建发国际(本公司持股54.64%)		联发集团(本公司持股95%)	
	2021年	同比增减	2021年	同比增减
合同销售金额(备注1)	1,753.85	68.83%	421.80	23.88%