

股票代码:600153 股票简称:建发股份 公告编号:临2021-072

债券代码:155765 债券简称:19建发01
债券代码:163104 债券简称:20建发01
债券代码:163108 债券简称:20建发Y1
债券代码:175878 债券简称:21建发Y1
债券代码:188031 债券简称:21建发Y2

厦门建发股份有限公司 关于参加2021年度厦门辖区上市公司 投资者网上集体接待日活动情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

厦门建发股份有限公司(以下简称“公司”)于2021年9月7日(星期二)下午15:00-17:00参加了由上市公司投资者网上集体接待日活动暨深圳前海全网络投资者共同举办的“2021年度厦门辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”，现将接待活动公告如下：

一、活动时间：2021年9月7日(星期二)下午15:00-17:00
活动方式：网络文字互动方式

活动平台：全网络投资者互动平台(网址://ir.pw.net)
公司副总经理林文斌、财务总监王超、财务总监许加炳先生参加了本次活动，与投资进行了互动交流，就投资者关注的问题进行了回复。

二、投资者咨询的主要问题及相关问题

1. 请问公司主要业务？建发股份供应链服务的商业模式解决了客户什么样的需求和痛点？

答：公司作为供应链服务商，商业模式是“整合资源，创造价值”。近年来，公司逐步完成从贸易商向供应链服务商转型升级，取得较好成效。

在前期业务寻求突破、专业化发展的阶段，越来越多的制造业企业选择专注于研发、生产和核心环节，通过将其核心环节外包，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。制造业企业需要专业化能力的供应链服务商提供稳定、可靠、“严”制宜的供应链管理服务，能够有效为产业链客户解决供应不稳定、供需不匹配、中间费用高、交易效率低、价格波动大、信息不透明、库存压力大等问题和痛点。

2. 公司的供应链业务未来是否有长期稳定的市场需求？

答：首先，公司致力于服务实体经济，制造业作为国民经济的支柱产业，在寻求高质量发展、专业化发展的过程中对供应链服务的需求日益增长，近年来国家高度重视供应链发展，为供应链专业化发展提供了良好政策环境，公司将持续提升供应链专业化水平，为国内国际客户提供“LIFT”供应链服务体系，公司将持续提升供应链专业化水平，为国内国际客户提供“LIFT”供应链服务体系，满足更多细分行业客户的需求。

3. 公司提供的供应链服务是什么样的？

答：公司提供的供应链服务包括：建发股份供应链服务“LIFT”供应链服务体系：为客户提供以“物流(Logistics)”、“信息(Intomation)”、“金融(Finance)”、“商务(Trading)”四大要素为基础的定制化的供应链服务体系，依托全球化、多品类、专业化的供应链运营能力，为客户提供整合仓储、物流履约、库存管理、风险控制、线上交易、成本优化、供应链金融、信息咨询服务等服务，同时通过数字化供应链、供应链金融、供应链服务等，有效助力客户提升供应链运营效率，实现降本增效。

4. 公司供应链服务的行业地位如何，未来市场空间有多大？

答：供应链服务行业“泛”存在原材料、消费品、生产制造至最终消费者之间的物流环节中，根据国家统计局数据，2020年我国石油、天然气、煤炭、黑色金属、有色金属、塑料制品、纺织业、农副食品加工业、橡胶业、汽车行业等制造业增加值约90.7万亿元，行业内排名前五位供应链服务企业营业收入总额约4.2万亿元，行业集中度持续提升，未来市场空间广阔。

同时，随着供给侧结构性改革的深入推进，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质量、专业化的大型企业、头部供应链企业以及供应链服务商转移，未来市场空间广阔。

5. 公司供应链服务的核心竞争力有哪些？

答：(1)全球化、多元化的资源储备和品牌影响力：公司的供应链网络已经覆盖全球170多个国家、产品覆盖消费品、工业品、大宗商品等全品类、多品类的全球供应链体系。

(2)国内领先的“LIFT”供应链服务体系：公司从供应链服务业务出发，为客户提供物流、信息、金融、商品、市场五大资源，能够根据客户需求提供定制化的解决方案，挖掘供应链增值空间。

(3)初步搭建数字化、多应用场景的供应链服务体系：通过数字化技术的应用，实现供应链业务在线化、移动化和智能化，推进供应链业务信息在线化、移动化、智能化。

(4)专业化、标准化、流程化的风控管理体系：从价格风险、信用风险、履约风险、汇率风险等多个方面都采取了有效的应对措施。

6. 公司供应链服务的业务在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

消费品业务方面，运营品类主要包括：汽车、酒类、鞋服箱包、乳制品及其食品类等，公司未来还将继续开拓美妆、个人护理用品、体育用品、消费电子、生鲜食品等消费品类。2021年上半年，公司在消费品业务服务方面，完成初步布局，为客户提供供应链服务，为产业链多个环节提供供应链服务，发挥行业龙头探索建立稳定合作关系、互惠共赢。2021年上半年，公司在新能源领域的供应链业务实现营业收入约2.6亿元，同比增长超45%。目前，公司在锂电业务领域的供应链服务已经实现产业链各环节覆盖，包括新能源汽车的产销环节、光伏业务以及新能源汽车行业上下游合作关系。

7. 请问公司是否有参与扩建、并购供应链上游业务的计划？

答：公司作为供应链服务商，并购供应链上游业务的计划。

8. 公司之前为何要进行扩建计划，所以供应链业务毛利率不能真实反映业务的盈利水平，能否解释一下供应链业务的扩建计划，如何体现供应链服务的增值？

答：供应链业务的扩建计划主要是将供应链的公允价值变动与供应链的变动相挂钩，因此供应链业务毛利率较高的商品溢价与供应链业务体现现在成本中，不适用供应链业务的毛利率周期体现在投资收益中。

9. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

10. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

11. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

12. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

13. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

14. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

15. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

16. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

17. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

18. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

19. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

20. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

21. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

22. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

23. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

24. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

25. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

26. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

27. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

28. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

29. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

30. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

31. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

32. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

33. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

34. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

35. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

36. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

37. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

38. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

39. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

40. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

41. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

42. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

43. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

44. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

45. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

46. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

47. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

48. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

49. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

50. 公司作为供应链服务商，在拓展新业务方面有什么进展？

答：目前，公司依托成熟完善的供应链网络、物流仓储资源、供应链服务经验和建发品牌效应，积极拓展消费品领域和新能源产业领域，打通供应链上下游节点，为公司业务实现高质量发展找到新的方向。

囊括：铜、钴、镍、锰等核心材料，碳酸锂、氢氧化锂等中间体，正极材料、前驱体、电芯、电池模组，以及新能源汽车整车。

16. 公司也涉及锂电池具体是什么业务模式，经营情况如何？

答：您好，2021年上半年，公司在内部自主业务模式基础上，设立建发锂电，并与当地的创新建立联合合作关系，在当期市场环境下，建发锂电业务取得突破，目前建发锂电和建发两个基地，建发锂电在上半年建设完成投入运营，本(一)期在2019年投入运营，正在规划开设(二期)，主要以本地加工扩大生产，将玻璃进行分拣、破碎、压块等工作进行加工处理。

17. 请问公司是生产消费电子产品，做什么型号？

答：在消费电子行业，公司提供运营服务运营的产品类型包括：汽车、酒类、服装、鞋子、箱包、乳制品、肉类、水果、咖啡、家电、家用消费电子等。公司在连续多年原品牌商销售电子产品位列全第一，鞋类出口位列全国前三。未来，公司将持续开拓美妆、个人护理产品、体育用品、生活消费品等消费品出口位列全国前五。

此外，公司在深圳保税港区跨境电商业务，公司与厦门航空和福州网络联合设立跨境电商物流，出资0.1亿，持股51%，跨境电商主要从事航空物流与空运业务。合作伙伴厦门航空(37.9%)，公司拥有飞机210架，运营国内航线近400条，具有专业运营与安全飞行管理能力。福州网络(12%)是领先的跨境电商物流基础设施服务商，为跨境电商商提供海外仓、专线物流服务等一系列物流解决方案。服务全球近15万家跨境电商企业。公司是供应链龙头企业，拥有众多的海外客户资源。本次投资有助于公司在跨境电商物流领域，促进跨境电商物流供应链业务发展。

18. 公司是否有研究技术区块链等新技术应用于供应链服务？

答：公司积极探索数字技术应用区块链等新技术技术为业务赋能。例如，公司目前搭建了“建链”供应链金融服务平台，该平台可实现实时记账、凭证记账、在线融资、资金管理、风控系统等功能，为供应链核心企业、金融机构和中小微企业提供服务的参与信息，并提供担保、供应链保理、供应链金融的自动结算通断，从传统线下业务场景下核心企业信用无法传递、全产业链关联信息无法共享、银行获客难等问题，清算结算效率等问题。

19. 近期大宗商品价格有所下降，公司是否会受到影响，如何应对此类风险？

答：公司采取成为供应链服务商的运营模式，为客户提供专业化的供应链服务，主要通过提供供应链管理服务帮助客户，相应对大宗商品价格波动采取通过多种方式对冲。在大宗商品价格下行期间，公司供应链运营业务的业绩表现良好。

具体来看，公司通过选择优质客户、收取现金或联营较好的方式管控风险，并对履行异常业务及时进行止损；同时，公司可采用浮动定价和固定定价的方式，还可以通过期货套保保值以保障供应链业务的顺利开展；同时，公司密切跟踪大宗商品市场价格波动变化，通过供应链金融加快周转，降低压力风险。

20. 请问白酒销售情况如何？

答：您好，公司有自营品牌白酒品牌“鼎火相传”于5月底投放第一批产品，截至8月下旬，线下签约经销商销售已超百万，覆盖全国13个省和两个特别行政区，签约总金额超1亿元，已实现销售额约4,300万元。

21. 鼎火相传品牌有香型白酒，而在网络(淘宝)上找不到有产品销售？

答：您好，该产品目前在在建发酒业的京东商城(https://mall.tmall.com/index_7004.html)和tpm-pc)以及在建发酒业的有赞微信小程序有销售，未来还将进一步拓展其他线上销售渠道，敬请注意。

22. 请问公司在怎么看待在ESG(环境、社会、治理)方面的工作？

答：您好，随着公司业务国际化ESG市场国际化的进程加快，公司已逐步提升对可持续发展的重视和ESG信息披露力度。2020年，公司进一步提升了ESG市场国际化的进程，成立了可持续发展管理办公室，负责制定和实施ESG战略，推进ESG信息披露，提升ESG管理水平。ESG工作将逐步满足股东、投资者、客户等利益相关方的需求。通过多种方式持续开展与利益相关方保持沟通，关注各方诉求与诉求，持续提升公司可持续发展及ESG管理水平。

公司已连续十二年发布社会责任报告。2021年，公司同时披露了中文版的《建发股份2021年社会责任报告》和英文版的《建发股份2021年Corporate Social Responsibility Report & ESG Report》。接收投资者可持续投资关系互动平台(CSR)及“GRI标准”“第三方”编制成文，并广泛参与社会责任交易所(上市公司环境信息披露指引)及香港联合交易所(主板上市规则)附录二十七“环境、社会及治理报告指引”，符合国际知名ESG评估机构的评估标准。

23. 请问公司此次收购部分股权的原因是什么？

答：您好，公司此次收购部分股权的原因是什么？

答：您好，公司此次收购部分股权的原因是什么？

二、交易的基本情况

(一)基本情况

●2021年5月18日至9月7日，公司控股子公司建发集团有限公司(以下简称“联发集团”)通过集中竞价交易方式累计出售建发科技股份有限公司(以下简称“建发股份”)股票9,416,800股，占建发股份总股本的1.9609%，累计成交金额966.748,396元。

●上述交易预计自2021年起增加归属于母公司股东的净利润约4.68亿元(税后，未经审计)，约占公司最近一个会计年度经审计归属于母公司股东净利润的10.39%。

●本次交易不构成关联交易，不构成重大资产重组。

(二)交易概述

(一)基本情况

●2021年5月18日至9月7日，公司控股子公司建发集团有限公司(以下简称“联发集团”)通过集中竞价交易方式累计出售建发科技股份有限公司(以下简称“建发股份”)股票9,416,800股，占建发股份总股本的1.9609%，累计成交金额966.748,396元。

●上述交易预计自2021年起增加归属于母公司股东的净利润约4.68亿元(税后，未经审计)，约占公司最近一个会计年度经审计归属于母公司股东净利润的10.39%。

●本次交易不构成关联交易，不构成重大资产重组。

海南金盘智能科技股份有限公司 关于调整募集资金投资项目拟投入募 集资金金额及内部投资结构的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

海南金盘智能科技股份有限公司(以下简称“金盘科技”或“公司”)于2021年9月8日召开了公司第二届董事会第十三次会议和第二届监事会第十次会议，审议通过《关于调整募集资金投资项目拟投入募集资金金额及内部投资结构的议案》，并授权公司首次公开发行股票募集资金投资项目(以下简称“募投项目”)的实际执行。公司对各投资项目拟投入募集资金金额及募投项目内部投资结构进行了相应调整。经独立董事、监事会及保荐机构浙商证券股份有限公司(以下简称“保荐机构”)对上述事项发表了明确的意见。

一、募集资金基本情况

根据中国证券监督管理委员会出具的《关于同意海南金盘智能科技股份有限公司首次公开发行股票申请的批复》(证监许可[2021]104号)，金盘科技首次向社会公开发行人民币普通股(A股)股票42,257,000股，发行价格为每股10.16元，募集资金总额为429,967,000.00元，扣除发行