证券代码： 002244 证券简称：滨江集团

**杭州滨江房产集团股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：202001

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 中信证券 ：钱向劲、 陈聪 、陈狄 、戴维、郭海堂、胡洁慧、蒋巧玲、李珊、潘媛、邓子平、徐虹莱、宣心霞、于熙臣、张俊艳、朱曼殊、袁健、林中鹤  蔡俊明、陈红华、何士明、金雪松、莫毅明、杨旭栋、林鹏、王利天、叶青松 |
| **时间** | 2020年9月24日 |
| **地点** | 杭州武林壹号写字楼 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书李渊、证券事务代表 李耿瑾、城市项目总经理许泽民、城市营销总经理税国珊、财务部总经理张羽、品牌管理部副总经理褚瑶、投资发展部总监助理单通 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1、公司基本情况  公司坚持以做实业的精神做地产，让老百姓都能住上一套“好房子”。目前位列中国房地产百强企业24位。区域布局重点是三省一市即浙江省、广东省、江苏省和上海市，截止2020年6月末，土地储备货值2700亿，其中杭州占比62%，杭州外省内占比24%，省外占比14%。  近几年，公司销售规模快速增长，2015年-2019年公司销售金额分别为233亿、367亿、615亿、850亿和1120亿，今年上半年实现销售额547亿，较去年同期上升6%，权益销售265亿，较去年同期上升26%，销售权益比例48.5%，较上年同期提升8个百分点。随着销售额的提升，账面预收房款在6月末已达到689亿，覆盖2019年营收 2.76倍。未来可结算资源较充足。拿地方面，年初的计划是今年新增30个项目，上半年已新增土储20幅，其中14块位于杭州大本营，占比79%，此外，上半年公司也成功开拓了苏州市场并落地三个项目。  财务上我们一贯稳健，保持合理的有息负债水平。6月末有息负债规模383.52亿元，负债结构清晰，银行贷款占比71%，直接融资占比29%。从滨江集团近年有息负债和综合融资成本来看，虽然近几年随着公司规模的扩大，有息负债水平有所提升，但综合融资成本持续下降，2017年是6% ，2018年是5.8%，2019年5.6%，今年已下降到了5.4%，综合融资成本的持续下降，是滨江集团优秀的资产质量、优秀的经营能力和优质的公司信誉得到市场高度认可的体现。此外，今年6月公司主体和相关债项评级提升至AAA。  现金分红方面，公司2019年现金分红总金额4.1亿元，占2019年度公司归母净利润的25.18%，较2018年提升9.84个百分点，未来，我们希望通过发挥在团队、管理、品牌、金融、合作以及服务等方面的领先优势，努力获得良好经营业绩的同时，通过分红积极回报股东。  未来规划方面，公司将有序推进“1+5”战略规划：（1）房产主业继续做优、做精、做强，保持规模。（2）做优服务，提高软实力，包括物业服务、酒店管理服务、开发管理服务、售后服务等。（3）租赁业务在已持有物业46.5万方基础上，每年新增16万方，十年后达到200万方；（4）在现有已投入运营的杭州友好饭店、千岛湖滨江希尔顿度假酒店和美国西  雅图希尔顿桑德酒店3个酒店的基础上，10年内再增加10个酒店 ，顺利推进酒店业布局。（5）养老产业在2018年国外学习，2019年国内学习基础上，2020年开始组建养老团队，争取2022年形成战斗力，为进军养老蓝海市场做准备。（6）其他产业投资方面：已投资新能源、互联网、大健康项目，着力做好已投项目的投后管理，稳健推进已投资项目退出和优质新项目布局。  2、公司目前拿地以合作开发为主，权益比例不高，这种拿地策略会持续吗，权益比例会否提升？  房地产合作开发是趋势，目前公司项目也以合作开发为主，权益比例这个有过去存量的影响，比如其他全国性的开发商过去拿的100%权益的项目可能占比较多，如果降低维度，单从近几年在浙江或者杭州拿地项目的权益比例来看，公司的权益占比其实跟兄弟企业差不多，今年上半年公司拿地的平均权益比例也已提升至50%，未来公司希望进一步提升权益比例。  3、公司今年上半年和下半年结算项目情况  公司今年计划交付结算的项目有14个，上半年主要交付了3个项目，也就是说还有11个项目在下半年会陆续进入交付阶段。  4、公司对全国、华东地区尤其是浙江的发展规划  公司目前的区域布局战略是聚焦杭州、深耕浙江、辐射华东，开拓粤港澳大湾区，关注中西部重点城市。浙江是深耕，杭州作为大本营目前土储货值也占60%以上，未来随着区域的拓展，杭州占比可能略有下降，在50%左右，浙江省内除杭州外 占比大概30%，浙江省外其他城市包括目前已开拓的南通、苏州、南京，上饶、深圳、上海等占比大概20%。公司对未来销售的规划是跟住战略，保持千亿以上销售目标，与头部企业保持适度的规模比例，行业排名在30位以内，争取25位左右并保持区域龙头地位。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年9月24日 |