

证券代码：000656

证券简称：金科股份

## 金科地产集团股份有限公司投资者关系活动记录表

重要提示：凡涉及公司未来计划、发展战略等前瞻性描述不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意投资风险。

编号：2022-02

时间	2022年5月6日
地点	通过“路演中”线上直播
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）
	为加强投资者关系管理，便于广大投资者更深入、全面了解公司2021年年度报告和经营情况，公司于2022年5月6日（星期五）15:30-16:30举办网上投资者交流会暨2021年度业绩说明会。本次业绩说明会通过路演中平台进行直播，公司主要管理层领导出席会议，并向参会人员介绍公司2021年度经营业绩及就投资者关心的经营业绩、发展战略、资金管理等问题进行了线上问答交流。
上市公司接待人员姓名	参会人员： 董事长 周达；董事、总裁 杨程钧；副总裁兼董事会秘书 张强；副总裁兼财务负责人 宋柯
投资者关系活动主要内容介绍	介绍公司2021年度经营业绩、发展战略、财务结构、资金管理等。
附件清单（如有）	业绩说明会主要问题及回答摘要

附件：业绩说明会主要问题及回答摘要

## 金科股份 2021 年度业绩说明会问答纪要

1、问：2021 年结算业绩阶段性承压，公司能否具体分析是哪些原因导致结算利润承压，公司如何通过有效的管理措施改善未来的销售及结算利润指标。

答：2021 年公司结算业绩阶段性承压，公司管理团队经过认真分析和总结，认为主要有以下几方面原因。

一是地价售价比提高。2021 年结算的项目，主要为 2018-2019 年前后拿地和销售，这些项目地价占售价的比重上升。并表项目上，导致报告期毛利润下降 9.74 亿元，结算毛利率由上年的 23.16% 下滑至 17.22%，同比下降 5.94 个百分点。

二是投资收益下降。前几年，公司合资合作项目增加较多，在市场波动等因素影响下，联营、合营企业所开发的房地产项目投资收益较上年减少了 5.09 亿元，同比下降 39.06%。

三是存货计提减值准备。公司按照谨慎原则，审慎研判房地产调控和项目所在市场变化，并且聘请了专业资产评估机构对报告期内公司所开发项目进行了系统性评估，针对存在预期减值的存货等资产计提减值准备，计提金额 21.62 亿元，同比增长 427%。

四是滞重物业去库存。去年四季度，公司为抢抓现金回款，针对部分滞重物业，对当年度的结算利润造成了一定的折损。

公司结算业绩阶段性承压，既有多重外部因素的影响，也有公司自身经营管理的原因，管理层责无旁贷。放眼未来，金科经营发展的稳健态势没有变，长期向好的趋势没有变，管理层有信心、有决心，通过高质量发展来逐步改善公司经营质效。

战略方略上，公司将坚定推进“四位一体、生态协同”的高质量发展战略不动摇，坚持把“一稳二降三提升”的经营发展策略做扎实。

战术重点上，一是把好投资关，更加强化精准投资，聚焦城市深耕，

优化战略布局，踩准投资节奏，切实拿好项目、做好项目，向投资要效益。二是提升产品力和服务力，通过深入研究洞察客户需求，做好产品和服务创新，用好产品、好服务赢得客户，向市场要效益。三是提升管理效能，通过强化敏捷性组织建设、数字化赋能、精细化管理等手段，向管理要效益。

**2、问：2022 年一季度公司销售额下滑，主要原因是什么？近期，部分城市在楼市调控上有所放松，公司后续是否有应对措施？**

**答：**总体而言，一季度销售下滑主要有三点原因：

第一，受行业开工面积收缩及疫情多点反复影响，一季度百强房企业绩同比下滑 47%，30 强房企的全口径销售额平均下滑 41%；就 3 月份来看，重点城市住宅成交面积同比下降近 50%。

第二，公司实行“一稳二降三提升”经营策略。围绕“稳健发展”实施以销定产，围绕“降库存”开展低产能城市及车位去库存，尽管成交金额有所降低，但是一季度市场排名同比仍然提升 2 位，并且销售面积稳居 TOP10。

第三，根据 2022 年的推盘计划，四个季度的供货节奏大致按 2：2：3：3 实施，一季度总体推盘量较小，后期随着市场企稳回升，推盘增加，销售额的差距将逐步缩小。

同时，随着全国多地在楼市政策调控上逐步放松，公司预计在三四季度市场会有明显改善。目前不少城市受疫情影响，但公司线上营销各项指标均有所提升：线上数字营销成交占比有明显增加。

今年，公司依然坚持做“有回款的销售”，下大力气提升销售质量：

一是坚定信心，踩准节奏。公司研判 2022 年市场将呈现前低后高的翘尾走势，公司对下半年的市场走势充满信心。

二是持续推动营销体系化建设，坚持现金为王，强化营销意识、优化营销策略，提升一线人员战斗力。

三是持续优化营销平台建设，构建专业化、年轻化、高执行的营销平台。

四是改革营销管控模式，所有项目分类分级管理，分类施策，重难点物业专项管理。

五是改革考核激励体系，优化内部业绩考核口径，提高业绩含金量，聚焦有回款的销售，营销提成与回款挂钩。

六是产销同频，今年公司的供货节奏要与市场变化匹配，市场触底去库存，市场回暖多供货。

七是持续推动数字化营销转型，构建线上购房体系，提升销售综合能力。公司的“美好+”线上购房平台累计访问量已超过 600 万人次。

**3、问：因为今年也提出了行业发展的新模式，想问一下公司在这些方面目前的战略规划。以及后期在轻模式、轻资产及各方面新业务领域的主要发展战略是什么？**

答：围绕打造美好生活生态圈，公司在 2021 年初提出了“四位一体、生态协同”的发展战略，探索符合公司实际的新发展模式，并在后续实施过程中不断优化和丰富，取得了积极成效。

一是商业方面。目前，金科商业已形成了大型城市综合体金科中心、城市级购物中心金科爱琴海、未来生活中心金·WALK 三条差异化产品线，全方位赋能城市发展。截至 2021 年末，金科商业在管项目 80 个，在管面积 307 万平米，其中自持体量 98 万平方米；报告期内，金科商业营业收入同比增长 30%，EBITDA 同比增长 32%。未来，公司将进一步向外输出商业管理服务，强化全流程商销一体化轻资产管理输出，目前已有多个项目在谈判和陆续签约之中。

二是产业方面。金科产业现已布局 22 个城市，累计开发和管理园区 28 个，面积超过 1300 万方，入园的战略合作伙伴超过 3000 家，入园企业年产值超过 2000 亿元，连续四年获评中国产业园区运营 20 强企业。建成和运营了成都青羊总部基地、重庆两江健康科技城、山西智慧科技城等标杆性产业园区。同时，金科产业深入探索轻资产业务，为重庆耐德工业智能中心、山西中小企业园、扬州仪征光合造物社等多个产业园区项目提供定位咨询、代理招商及运营服务。

三是智慧服务方面。金科服务作为金科股份的核心子公司，同时又是一家独立的 H 股上市公司，公司既要为其快速发展赋能，又要为其独立经营创造条件。截至 2021 年末，金科服务管理项目近 1000 个，合约管理面积约 3.6 亿平方米，其中独立第三方占比约 63%，凭借行业领先的服务质量，连续十年业主满意度超 90%。2021 年金科服务取得的经营成果也是有目共睹的，实现营业收入 59.68 亿元，同比增长约 77%；归母净利润 10.57 亿元，同比增长 72%。未来，金科服务要进一步夯实业务链体系，持续提升综合竞争能力。

四是代建方面。近年来公司代建业务模式日趋成熟、业务拓展取得初步成效。2021 年，新增代建储备建筑面积 160 万平方米，代建储备建筑面积 586 万平方米。未来，公司将依托主业，做精业务、做实体系、做强品牌，寻求在政府代建、商业代建和资本代建等方面取得进一步突破。

#### 4、问：公司今年的投资计划、投资策略和目前大致的土地储备情况。？

答：第一，公司目前货值储备充足。截止 2021 年末土地储备 6591 万 m<sup>2</sup>，可覆盖未来 2—3 年销售。空间布局上，重庆占比 25%，华东 19%，西南（不含重庆）19%，华中 18%，华南 8%，华北 6%。城市能级上，公司绝大部分可售资源位于高能级城市，一二三线城市占比 86%。业态分布上，纯住宅储备货值占比 77%，变现能力强。

第二，2021 年公司开始实施“一稳二降三提升”的经营发展策略，一方面，是因为公司拿地模式更注重“精而优”，对土地素质要求更高，另一方面受外部环境影响，公司主动放缓投资节奏。但并非代表未来金科将放弃公开市场，公司会始终坚持“价值投资”的投资策略，坚持聚焦高能级城市布局的策略，持续做好城市深耕。

第三，长期来看，2022 年以来，全国多个城市陆续出台房地产刺激性政策，公司预判随着疫情影响逐步褪去，市场将在二季度触底企稳，三四季度回升。公司也一直保持对重点城市市场及政策的监控，并动态更新城市清单，为将来公司在公开招拍挂市场的土地投资做好准备。

5、问：从去年上半年以来，地产行业面临诸多的困难和挑战，不同民营房企出现不同程度的信用风险事件，但是金科依然保持稳健经营的态势，能否请管理层具体介绍一下公司采取了哪些具体措施来保障信用安全？

答：行业本轮深度调整，波及范围广、持续时间长、影响深远，尤其是自去年三季度以来，行业出现普遍的流动风险，民营房企异常艰难。金科在内部凭借强大的向心力、执行力，在外部依托各级党委政府、公司实际控制人、战略合作金融机构、主要股东、核心供应商等多方的充分信任和大力支持，才取得了应对行业巨变的阶段性胜利。总结起来，主要有这么几个方面。

一是及时调整经营发展策略。基于科学的形势判断，2021年公司确定并坚定推行了以稳健发展为主基调的经营发展策略，把确保公司现金流安全作为第一经营发展要务，全面推进增收节支，并在资源、组织和人员等方面给予充分保障。

二是大力抢抓销售和回款。聚焦加快资源变现和资金回笼，实施项目分类管理，一项目一策略，坚定去库存、调结构，库存去化约200亿，去化效率提升50%。全年实现销售1840亿，回款1853亿，回款率达到101%，在行业中名列前茅。实现经营性现金流量净额142亿元，连续四年为正。

三是全力保障公司整体信用。21年，公司全年实现境内外各类公开市场债务融资10次，融资规模约118亿元，位居国内A股民营房企前列；累计完成公开市场债务兑付8笔次，兑付金额超106亿元，保持了良好的整体信用，为公司的可持续健康发展提供了强力支撑。

四是压降投资强度和各类开支。在兼顾发展和现金流安全的前提下，投资量入为出，从强调规模向强调效益质量切实转变，21年投资规模同比下降约60%，但公司在一二线及强三线城市的投资货值占比达到86%。大力实施增收节支行动，推进精细化管理，优化区域组织机构，由原来的14个区域公司合并为9个区域公司，扩大区域公司管理半径、压缩管理层级，全面压降公司各类非必要开支。

五是坚定盘活各类资产。资产优化方面，以近40亿元对价及时处置风力发电资产，为金科服务引进战略投资者贡献现金超40亿元。项目股权优

化方面，大力度推动合资合作项目股权优化，既为公司回笼了股东投入资金，又提升了并表项目权益占比，进而提升了项目销售回款质效。

本次会议，公司管理层还回复了其他投资者关心的问题。