



厦门建发股份有限公司

2019 年度社会责任报告

目录

- 常用词语释义.....3
- 一、报告前言.....1
 - 1.1 报告说明.....1
 - 1.2 报告范围.....1
 - 1.3 报告编制原则.....1
 - 1.4 报告数据说明.....1
 - 1.5 报告发布形式.....2
- 二、企业简介.....3
 - 2.1 公司概况.....3
 - 2.2 关键绩效数据表.....4
 - 2.3 主要荣誉.....4
- 三、利益相关方沟通.....6
- 四、重要性议题评估.....7
- 五、产品责任.....8
 - 5.1 产品与服务.....8
 - 5.1.1 供应链运营.....8
 - 5.1.2 房地产开发.....8
 - 5.2 客户沟通与满意度.....9
 - 5.3 信息安全与客户隐私保护.....11
 - 5.4 知识产权保护.....11
- 六、员工发展.....12
 - 6.1 合规雇佣.....12
 - 6.2 员工培训与发展.....13
 - 6.3 员工关怀与交流.....16
- 七、创造效益.....17
 - 7.1 经济效益.....17
 - 7.2 股东回报.....19
- 八、合规运营.....20
 - 8.1 内部控制.....20

8.2 廉洁建设.....	21
九、安全生产.....	22
9.1 安全生产管理体系.....	22
9.2 安全教育与培训	22
9.2.1 参加集团安全生产警示观影.....	22
9.2.2 参加安全管理资质培训.....	23
9.2.3 安全生产重点单位学习培训情况.....	23
十、供应链管理.....	23
10.1 供应商选聘与管理.....	23
10.2 供应商的沟通交流.....	24
10.3 供应商的环境社会责任.....	25
十一、环境责任.....	25
11.1 排放物.....	25
11.2 资源使用.....	26
11.3 环境与天然资源.....	26
11.4 应对气候变化.....	26
11.5 环境关键绩效指标.....	27
十二、社区参与.....	28
12.1 产业扶贫.....	28
12.2 公益捐赠.....	29
12.3 员工志愿者活动.....	29
12.4 社区文化参与.....	30
十三、展望.....	31

常用词语释义

在本报告书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

建发股份、本公司、公司	指	厦门建发股份有限公司
建发房产	指	建发房地产集团有限公司，为建发股份控股子公司。
联发集团	指	联发集团有限公司，为建发股份控股子公司。
建发酒业	指	厦门建发国际酒业集团有限公司，为建发股份控股子公司。
报告期	指	2019 年度
元	指	人民币元
公司章程	指	厦门建发股份有限公司章程

一、报告前言

1.1 报告说明

《厦门建发股份有限公司 2019 年度社会责任报告》是公司连续第十二年发布的年度社会责任报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，旨在真实反映公司 2019 年度企业社会责任的实践与发展，主要从社会责任相关的各个角度阐述公司一年来在责任管理、市场绩效、社会绩效和环境绩效等方面的实践和绩效。

上一期报告发布时间为 2019 年 4 月 23 日。

1.2 报告范围

本报告以厦门建发股份有限公司为主体部分，包含各全资子公司和控股子公司。

本报告时间范围为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。考虑到披露事项的连续性和可比性，部分信息的内容适当向前或向后延伸。

1.3 报告编制原则

本报告根据中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 4.0）》、上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》及香港联合交易所《主板上市规则指引》附录二十七“环境、社会及管制报告指引”进行编制。

1.4 报告数据说明

本报告的财务数据来自建发股份按照中国会计准则编制的 2019 年年度报告及历年年度报告等。其他数据以 2019 年度为主，同时包含部分以前年度数据。

本报告的计量币种除特别说明，均为人民币。

1.5 报告发布形式

本报告以电子文档形式发布，读者可登陆上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）及本公司网站（<http://www.chinacnd.com>）查阅。

二、企业简介

2.1 公司概况

厦门建发股份有限公司（股票代码：600153）是一家以供应链运营和房地产开发为主业的现代服务型企业。公司创始于 1980 年，总部位于福建省厦门市，1998 年 06 月在上交所挂牌上市。

截至 2019 年末，公司总资产为 2,953.99 亿元，净资产为 661.04 亿元；2019 年实现营业收入 3,372.39 亿元，净利润 79.63 亿元。2019 年末公司员工总人数为 18,540 人。

上市以来，建发股份锐意进取，各项主营业务实现了稳健增长。公司的经营规模、盈利能力和综合竞争力不断跃上新的台阶，位居“2019 年中国上市公司 500 强排行榜”第 34 位（由《财富》杂志评选），较上年提升 5 位，已连续 19 年入选该榜单。

企业愿景

成为具有国际竞争力的供应链运营商
成为中国优秀的房地产运营商

企业使命

开拓新价值
让更多人过上更有品质的生活

企业价值观

为客户、员工和股东
创造符合社会伦理道德的价值

企业精神

敬业 创新 诚信 担当

品牌核心价值

整合资源 创造增值

行为准则

简单 尊重 负责
公司利益至上 个人收入合法

2.2 关键绩效数据表

市场绩效指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入（亿元）	3,372.39	2,803.82	2,186.02	1,455.91
利润总额（亿元）	110.55	104.93	66.17	52.94
净利润（亿元）	79.63	76.32	48.26	39.50
每股收益（元）	1.65	1.65	1.17	1.01
社会绩效指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
纳税额（亿元）	182.49	174.17	131.33	87.40
员工总人数（人）	18,540	17,071	14,309	12,329
劳动合同签订率（%）	100%	100%	100%	100%
社会保险覆盖率（%）	100%	100%	100%	100%
工会覆盖率（%）	100%	100%	100%	100%
员工体检覆盖率（%）	100%	100%	100%	100%
公益捐赠（万元）	145.00	749.00	244.00	419.00

2.3 主要荣誉

公布机构	荣誉称号	获评单位
《财富》中文版	“中国 500 强”第 34 位	建发股份
中国上市公司百强高峰论坛组委会、华顿经济研究院	“2019 年中国上市公司百强排行榜”第 66 位	建发股份
中国对外经济贸易统计学会	“中国对外贸易 500 强”第 25 位	建发股份
中国房地产业协会、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心	“2019 中国房地产开发企业 50 强第 39 名”、“2019 中国房地产开发企业综合发展 10 强第 5 名”	建发房产
赛惟咨询	2019 年房地产行业住宅客户满意度第一名	建发房产
国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中指研究院	“2019 中国房地产百强企业”第 46 位、“中国房地产百强企业运营效率 TOP10”、“中国房地产城市更新优秀企业 TOP10”	联发集团
赛惟咨询	2019 年赛惟榜单地产行业物业服务满意度第三名	建发物业
中国房地产指数系统、中国物业服务价格指数系统	2019 福建物业服务市场地位领先企业排名第一	建发物业
中国指数研究院和中国房地产 TOP10 研究组	“2019 年中国物业服务百强企业”第 41 位	建发物业

公布机构	荣誉称号	获评单位
中国物业管理协会、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心	2019 物业服务企业综合实力 500 强” 第 41 位	联发物业
中国物业管理协会	2019 物业服务企业品牌价值 50 强	联发物业
中国指数研究院	“2019 中国物业服务百强企业” 第 43 位	联发物业

三、利益相关方沟通

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
客户	客户服务品质 产品质量 客户信息安全 客户权益保障	<ul style="list-style-type: none"> • “LIFT” 差异化供应链服务 • 践行“钻石”品牌理念 • 科学调控，保障服务稳定与安全 • 完善客户数据保密相关制度 • 合规营销，建立便捷的供应链运营网络
员工	职业发展平台 薪酬与福利 健康安全的工作环境 倾听员工心声	<ul style="list-style-type: none"> • 完善的职业晋升机制 • 有竞争力的薪资与福利保障 • 落实健康安全管理体系 • 平等沟通与申诉机制
股东与投资者	投资回报 权益保护 企业透明度	<ul style="list-style-type: none"> • 提高盈利能力 • 保持现金分红政策 • 召开股东大会 • 日常信息披露 • 优化内控与风险管理
供应商与合作伙伴	诚信合作 信息分享 合作共赢 商业道德与信誉	<ul style="list-style-type: none"> • 建立供应商管理制度 • 促进日常沟通 • 开展项目合作 • 依法履行合同、供应商评估
政府与监管机构	合规经营 响应国家号召 支持地方发展	<ul style="list-style-type: none"> • 按时足额纳税、反贪污管理 • 积极落实相关政策 • 主动承担社会责任
社会与公众	支持社会公益 保护自然环境 促进社会进步	<ul style="list-style-type: none"> • 投身慈善事业 • 坚持绿色运营 • 共享发展成果

四、重要性议题评估

公司通过综合评估各项议题对业务发展的重要性及受利益相关方的关注度，对报告议题进行重要性排序，并确定本报告的披露重点，以积极回应各利益相关方的期望与诉求。

2019 年度重要性议题评估结果如下：

所属层面	议题名称	重要性排序
产品责任	产品与服务	1
产品责任	客户沟通与满意度	2
员工发展	合规雇佣	3
员工发展	员工培训与发展	4
员工发展	劳工守则	5
创造效益	经济效益	6
创造效益	股东回报	7
合规运营	内部控制	8
合规运营	廉洁建设	9
安全生产	安全生产管理体系	10
安全生产	安全教育与培训	11
产品责任	信息安全与客户隐私保护	12
产品责任	知识产权保护	13
供应商管理	供应商选聘与管理	14
供应商管理	供应商的沟通交流	15
供应商管理	供应商的环境社会责任	16
环境责任	排放物	17
环境责任	资源使用	18
环境责任	环境与天然资源	19
环境责任	应对气候变化	20
社区参与	产业扶贫	21
社区参与	公益捐赠	22
社区参与	员工志愿活动	23
社区参与	社区文化参与	24

五、产品责任

5.1 产品与服务

公司以“开拓新价值，让更多人过上更有品质的生活”为使命，以“整合资源，创造增值”为品牌核心价值，为客户提供供应链运营服务、房地产开发产品及地产产业链综合服务。

5.1.1 供应链运营

作为供应链运营商，公司致力于为客户和合作伙伴提供“LIFT”为品牌的供应链服务，以“物流（Logistics）”、“信息（Information）”、“金融（Finance）”、“商务（Trading）”四大类服务及其子要素为基础，组合成差异化、多样性的供应链服务产品，全面整合物流、信息、金融、商品、市场五大资源，规划供应链运营解决方案。

公司的服务产品，能够为客户和合作伙伴挖掘供应链运营链条上潜在的增值机会，降低运营风险，优化业务成本，提升运营效率。公司通过服务产品销售，实现服务价值从而获取合理可持续的收益。

2019 年，建发下属子公司根据某客户需求，针对用户痛点，定制供应链增值服务，创新性提出“自管仓”模式，为该客户节省了近 80%的采购端物流仓储成本，最大化降低了库存压力，实现合作共赢。

此外，公司还为多个客户量身定制供应链物流服务解决方案：为酒类进口客户定制了保税非保税一体化仓储解决方案，为该客户降低了至少 80%的库区间运输、装卸费用，节约两周以上的准备与等待时间，有效地降低管理成本，提高运营效率；为国际动物保健公司定制安全的产品存储环境，配备全套温控改造系统，帮助该客户在相同的仓储面积下，提高了 71%的存储量，日作业上限提高 80%。

5.1.2 房地产开发

公司的房地产开发业务主要以建发房产和联发集团为运营主体。公司的房地产开发业务主要包括：住宅地产开发、商业地产开发、土地一级开发、工程代建、

物业租赁和物业管理等。

公司严格遵守《中华人民共和国建筑法》等法律法规，并严格落实国家、地方对建筑工程质量及安全的相关要求，切实保障建筑工程的品质。

建发房产聚焦“新中式”产品风格，打造新中式标杆项目。建发房产还将科技智能融入人居体验之中，推出了“V+”体系和“慧”系列产品，通过对技术、产品、服务、运营的升级，让业主可以享受到智慧生活体系。根据赛惟咨询的客户满意度调查，建发房产住宅客户满意度位列房地产行业第一名。2019 年，建发房产旗下产品荣获“2018-2019 地产设计大奖”设计专项奖银奖、“全球卓越设计奖（GEA）（教育类）大奖”、“WLA 世界景观协会 2019 年居住类一等奖”等多项国内外大奖。

2019 年，联发集团完成了产品研发基地的初步建设，持续加强对各大产品体系标准化研发创新，研发内容涵盖了建筑、精装、景观、智能化和物业等多个模块，以五重归家、公共空间、全龄健康、分龄乐园和可成长户型等方案解决客户生活痛点，产品品质不断提升。2019 年，联发集团荣获“第九届 IDEA-KING 国际景观规划设计大奖”，“A’ DESIGN AWARD&COMPETITION 大奖”和“第十届园冶杯地产园林示范区类铜奖”。

截至 2019 年末，公司物业服务合同管理面积约 4,620 万平方米，服务业主超过 20 万户，倾力为住户持续保障高品质的物业服务。建发房产通过全方位整合城市生活资源，开发、应用智能化平台，使社区生活更便捷、家居生活更智能、物业服务更高效。联发集团通过 3Q+生活价值体系，为客户提供全生活周期、全价值需求的居家服务，全年累计举办了两百多场社区文化活动。建发房产 2019 年物业服务满意度位列赛惟榜单地产行业第三名。

5.2 客户沟通与满意度

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规关于消费者权益和经营者义务的规定，及时了解和跟进客户的投诉与意见、建议，切实保障客户的合法权益，以房地产子公司为例：

公司连续多年聘请第三方机构对包括住宅、写字楼、厂房等不同类型产品的客户进行一定比例的满意度调研，以求客观、公正的反映客户的满意度感受和真

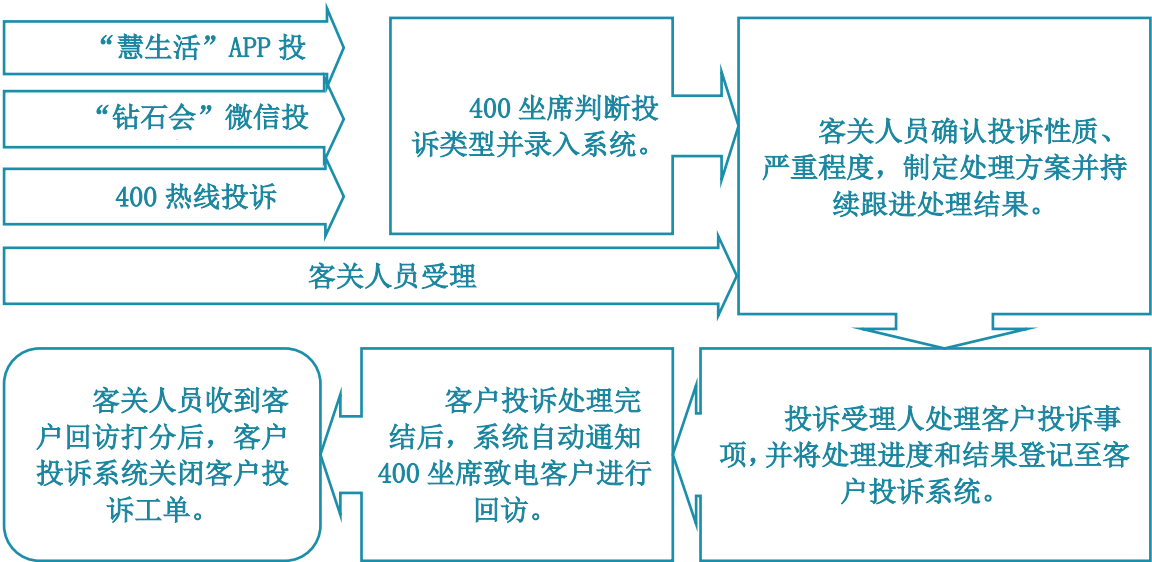
实诉求。

（1） 建发房产

2019 年度继续聘请第三方机构北京赛惟咨询有限公司（下称“赛惟”）开展全年客户满意度调查，以便后续针对客户服务的痛点、难点制定和实施改善计划，切实提升客户体验。其中，建发房产 2019 年荣获赛惟榜单住宅客户满意度地产行业第一名。

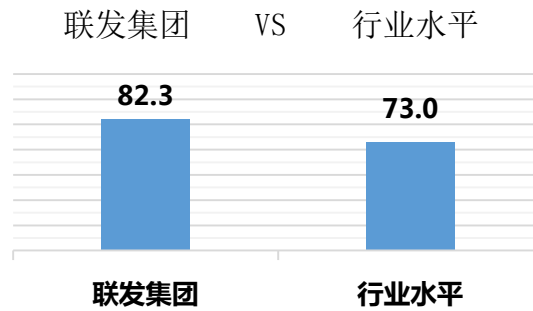
建发房产于 2019 年逐步推广云坐席（即基于云技术构建的呼叫中心坐席），实现业主来电弹屏、快速录单、业主诉求分类清晰、处理标准和流程统一、处理过程透明化及可跟踪。

建发房产接获客户投诉后的处理流程具体如下所示：



（2） 联发集团

2019 年在中国指数研究院的调研体系下，总体客户满意度为 84 分，住宅客户总体满意度为 82.3 分，与中国指数研究院房地产行业住宅客户总体满意度平均水平对比情况如下：



公司通过专设微信公众号、400 全国服务热线、客关人员受理等线上线下相结合的客户投诉接收渠道，全年 365 天人工值守，并在受理任务处理完成后，进行 100%的客户满意度回访，形成完整业务闭环，让客户获得更加安心的服务体验。

5.3 信息安全与客户隐私保护

本公司遵守《中华人民共和国网络安全法》、《信息安全等级保护管理办法》等法律和法规，实施内部信息安全管理规定。明确信息安全责任机构及其职责，并从权限管理、网络管理、设备管理、机房管理、应用管理、流程管理、数据管理、信息安全管理等方面，落实各项信息安全保护措施保障信息安全。

在网络安全技术应用方面，本公司综合采用多区域数据中心、网络防火墙、虚拟网络专网、网络行为审计、网络漏洞扫描、网络入侵检测、网络传输及数据加密、网络访问策略制订等管理、技术手段，有效加强公司网络安全。

公司要求每位员工入职时签订《保密合同》或在劳动聘用合同中列入保密职责条款，明确个人岗位的信息安全职责所在。

公司重视客户信息和隐私安全保护工作，明确规定：将视具体情况对违反公司信息安全规定的单位及个人给予处罚；情节严重者公司将与其解除劳动关系，并追究其经济赔偿责任和法律责任。

5.4 知识产权保护

公司严格遵守国家《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》等法律法规的规定，制定公司品牌管理制度及相关

文件，以加强公司已注册商标、企业名称、专利及专有技术等知识产权管理的规范性。同时，公司设立品牌部，由其对公司商标、商品房项目推广名、品牌等知识产权进行专门管理。

此外，公司亦注重避免侵犯外部知识产权，要求各单位在日常经营及对外宣传中须严控所使用素材的版权权属，切勿使用无版权或权属不明的素材，在公司合同范本中也注重引入知识产权责任与保护的条款。

为加强员工对知识产权保护意识，公司组织相关员工参与建发集团举办的“2019 年知识产权宣传周活动”，提升员工对知识产权管理工作的认识。同时，公司举办“知识产权问题与纠纷处理”讲座，加强内部员工对知识产权保护的高度重视，并进一步提升员工知识产权管理工作技能。

六、员工发展

6.1 合规雇佣

员工是企业可持续发展的核心动力。公司始终坚持把人才战略作为企业发展的重点，重视人才培养，实现员工与企业的共同成长，不断将企业的发展成果惠及全体员工，构建起和谐稳定的劳资关系。

本公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等关于劳动者享有平等就业、取得劳动报酬、休息休假等权利的规定，加强劳动合同管理及内部人力资源管理制度体系建设，持续完善培训体系和考核晋升机制，积极与员工沟通交流，了解员工思想动态并给予关怀，提升员工的满意度和归属感，助力企业实现长远发展。

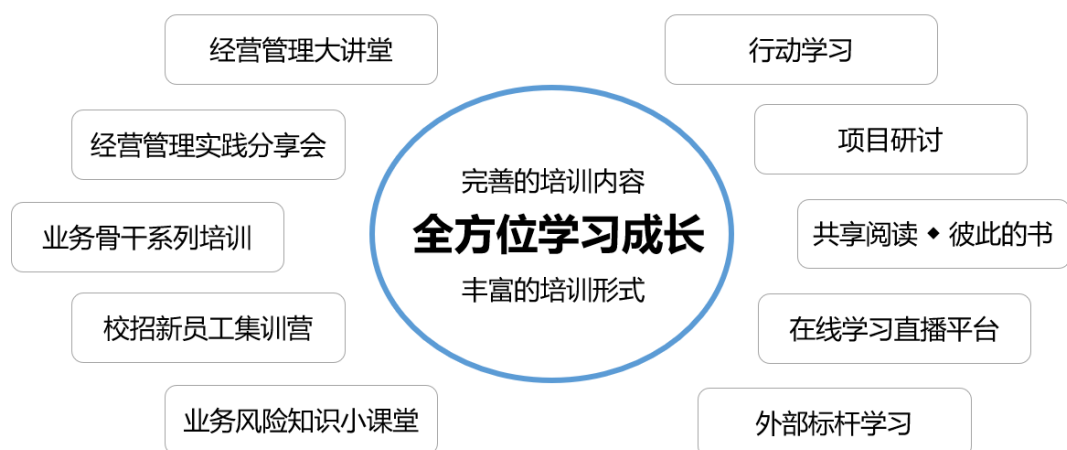
截至2019年12月31日，公司雇佣人员数达18,540人。其中，男性员工与女性员工占员工总数的比重分别为62%和38%；30岁以下员工人数约占总数的39%，31岁至40岁员工人数约占总数的39%，41岁以上员工人数占总数的21%。具体情况见以下图表：

性别	人数			合计
	30 岁以下	31-40 岁	41 岁以上	
男	3,970	4,476	3,031	11,477
	60%	61%	63%	62%

性别	人数			合计
	30 岁以下	31-40 岁	41 岁以上	
女	3,311	2,809	943	7,063
	40%	39%	37%	38%
合计	7,281	7,285	3,974	18,540
	39%	39%	21%	

6.2 员工培训与发展

公司重视员工培训与职业成长，建立了完善的培训管理系统和符合公司业务特点及岗位要求的课程体系。从基础业务培训、风险防范系列培训，到新员工集训营、业务骨干系列培训，再到中高层经营管理培训，丰富的培训形式和全方位的培训内容，让员工在公司的职业平台中不断得到学习提升，从而共同创建锐意进取的学习型组织。



2019年度，母公司及供应链运营业务子公司开展员工培训活动的具体情况如下图所示：

性别	员工类型	受训平均时数（小时）
男	基层	28.3
	中层	23.5
	高层	19.8
女	基层	26.2
	中层	25
	高层	21.9



校园招聘新员工集训营



业务骨干系列培训



业务总经理系列培训

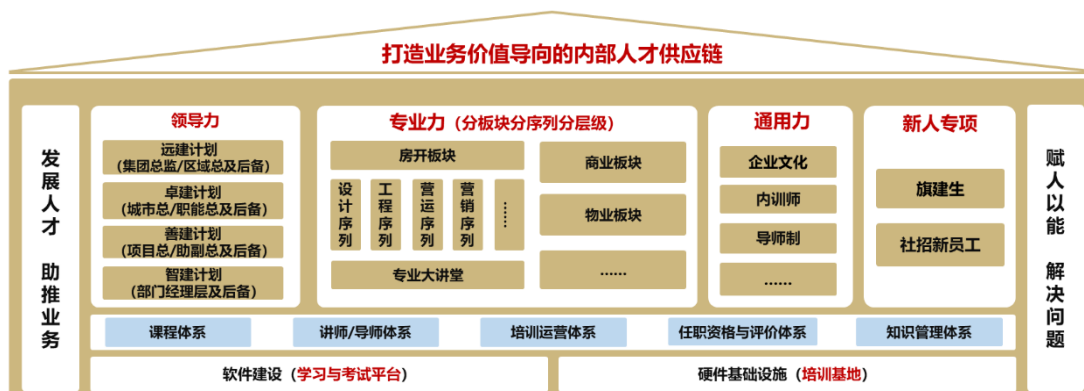


共享阅读-彼此的書

同时，房地产业务子公司根据自身情况同样建立了完善的内部人才培养体系：

（1）建发房产

根据业务发展需求，已梳理和逐步搭建业务价值导向的“3-1-5-2”内部人才供应链，即3类能力（即领导力、专业力和通用力）、1个专项（即新人专项）、5个体系（即课程体系、讲师/导师体系、培训运营体系、任职资格与评价体系、知识管理体系）和2个平台（即学习与考试平台、培训基地），详见下图内容：



“3-1-5-2” 内部人才供应链图示



内训师训练营现场图片



2019 届旗建生入职培训现场图

(2) 联发集团

联发集团不断完善公司的人才培养体系，让员工在职业平台中不断得到学习提升。



专业沙龙



新员工入职集训营

6.3 员工关怀与交流

（1）劳工守则

公司内设置了严格的员工录用审批流程，在人员录用前，严格审查候选人的身份证、学历证等各类证件及资料信息，并要求经各层级干部审批后方可录用。

公司遵循平等自愿的录用原则，与员工签订劳动合同时，充分沟通传达劳动报酬、工作地点等信息，避免强制劳工。报告期内，公司未发生雇佣童工与强制劳工的情况。

（2）健康与关怀

公司注重对员工的安全生产和劳动保护，通过安全教育培训、定期安排员工进行身体健康检查等，为员工创造安全的工作环境。公司每年定期组织全体员工进行年度体检，有员工在体检清单范围内自行选择体检及参检项目，帮助员工切实了解自身的身体健康。此外，公司还为员工购买商业补充保险，涵盖重大疾病与意外伤害，提高对员工安全与健康的保障力度。

同时，公司积极组织员工参与各类文体活动，进一步增强员工凝聚力和企业认同感：

1. 大型企业文化活动“向上的力量·垂直马拉松”

以“向上者·建发范”为主题，以“you can you lift”为宣传口号，组织策划系列活动，将企业精神和品牌定位融入体育竞技活动，丰富活动内涵，提高活动站位，延伸活动价值。发动子公司在全国开展“九州共攀登”（覆盖21个省级行政单位，参与员工超300人）、在全球开展“全球共登顶”（覆盖10个国家，12个境外常驻单位）等配套活动，扩大参与面，增强异地员工归属感，展示公司“走出去”的骄人战绩。

2. “五一”劳动技能竞赛

以“劳动者·建发范”为IP，“全职高手”为主题，线上结合线下，厦门总部结合异地子公司，主赛场结合分赛场，扩大行业覆盖和群众基础，从业务常识、观察计算、法律法规、制度规定、政治时事、经贸政策、外语能力等全方位多角度综合考察员工的职业素养。

3. 职工俱乐部

目前，公司的职工俱乐部有7家，包括：篮球俱乐部、足球俱乐部、排球俱

乐部、网球俱乐部、羽毛球俱乐部、乒乓球俱乐部、女子俱乐部。以“强化群众基础、加大宣传力度、提升组织影响”为目标，通过多渠道纳新、多层面宣传、多样化活动（赛事），今年7个俱乐部的会员数均有增长，幅度在15-50%。

4、全国八个城市徒步挑战活动

以“共征程·向未来”为主题，在厦门/上海/北京/天津/青岛/武汉/广州/成都八个城市，开展新年新征程的徒步挑战活动，参与员工超800人。此项挑战活动传达了永不止步的开拓精神，营造了锐意进取的企业氛围，增强了团队凝聚力与异地员工的文化归属感。

（3）权益保障及交流

公司充分保障员工权利，成立了职工代表大会，对涉及员工切身利益的工资、福利、社会保险等事项，广泛听取员工的意见，并在职工代表大会表决通过后实施。根据《公司法》和《公司章程》等相关规定，通过职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利。积极支持工会依法开展工作，按时划拨工会经费，充分发挥工会在保障员工利益及内部协调等方面的积极作用。此外，员工还可以通过电子邮件等方式直接向公司最高管理层提出意见或建议。

公司关注员工的思想动向，在察觉员工离职意向时由部门领导及人力资源相关人员与其进行沟通与挽留；在确认员工离职决定后，于员工正式离岗时出具解除（终止）劳动合同关系证明，依法为其办理退工、档案及社会保险关系转移等手续。

七、创造效益

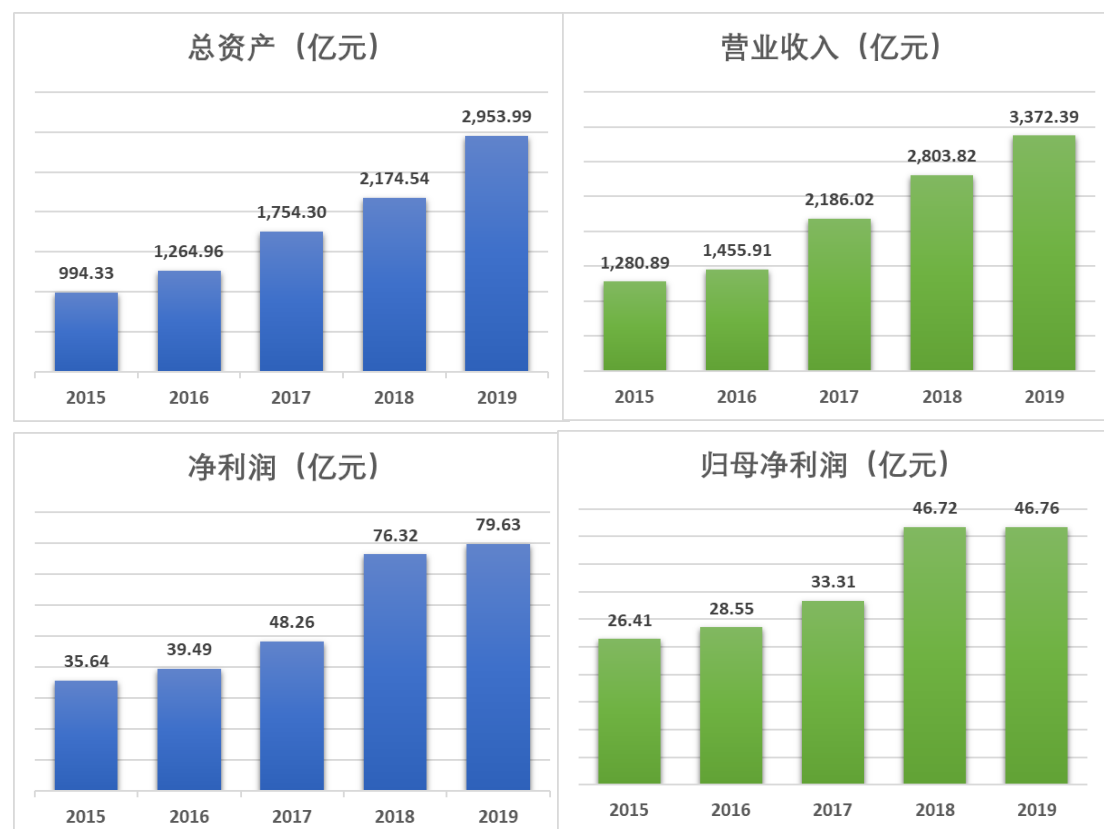
7.1 经济效益

2019 年，公司坚持创新发展战略，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕公司五年发展战略规划，聚焦主业、提质增效、防范风险，有序开展各项工作，公司经营规模和效益再创新高。

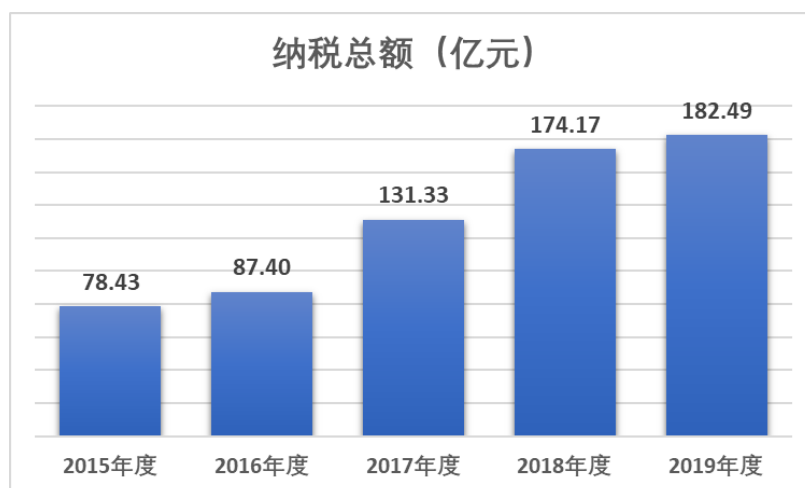
2019 年，公司实现营业收入 3,372.39 亿元，同比增长 20.28%；实现净利润 79.63 亿元，同比增长 4.34%；实现归属于母公司所有者的净利润 46.76 亿元，同比增长 0.08%。截至 2019 年末，公司总资产达到 2,953.99 亿元，净资产达到

661.04 亿元，归属于母公司所有者的净资产达到 308.90 亿元。

1997 年末至 2019 年末，建发股份总资产增长了 645 倍，净资产增长了 294 倍，营业收入增长了 228 倍，年度利润总额增长了 160 倍，年度净利润增长了 135 倍。公司上市以来连续多年高速发展，营业收入、净利润、净资产等主要经济指标以年均 30% 左右的速度增长。



公司多年来以诚信纳税回馈社会，连年被评为福建省纳税百强企业。2019 年公司缴交各项税金共计 182.49 亿元（含海关税），为国家和地方财政税收作出了较大贡献，有力促进了社会经济的发展。公司近五年纳税情况如下图所示：



7.2 股东回报

公司十分注重投资者关系管理工作，通过多渠道向市场各方投资者全面披露信息，切实履行信息披露义务，保障股东知情权。在法定信息披露的基础之上，公司尽力提供简单、充分、有效且高质量的信息，让投资者准确地理解公司的经营情况、发展战略、业务前景，从而对公司价值作出合理的判断。

同时，公司设置专业化投资者关系管理团队，搭建多元化沟通平台，与投资者形成及时有效的双向沟通机制。通过设置专人专岗接听投资者电话、E 互动平台回复投资者关心的问题等多种方式，与投资者保持良好的沟通。此外，公司也积极探索新型投资者管理方式，比如通过创建公司投资者关系管理微信小程序的方式，进一步拓宽宣传渠道；通过编制股东大会调查问卷，进一步与股东进行交流沟通；尝试将定期报告以长图文微信链接的方式进行传播，将经营数据可视化，进一步方便投资者解读。

公司以优良的经营业绩实现了资产的保值增值，连续多年以现金分红的利润分配方式真诚回报股东，较好地维护了股东的合法权益。公司制定《厦门建发股份有限公司 2018—2020 年度股东回报规划》，在满足《公司章程》规定的现金分红条件的情况下，积极采取现金方式分配股利。

公司 IPO 及上市后的股权融资总金额为 63.35 亿元。截至本报告披露日，公司累计宣告分配现金红利 92.34 亿元（含 2019 年度利润分配方案），已远超公司股权融资金额。截至目前，公司累计发放现金红利约 78.16 亿元，累计现金红利分配率高达 26.90%（累计已实施现金分红/累计归母净利润）。

公司上市以来各年度利润分配方案如下表所示：

年度	分红方案	实施日期
1998 年度	每 10 股送 1 股红股，派发现金红利 0.20 元，资本公积金每 10 股转增 2 股。	1999 年 5 月
2000 年度	每 10 股派发现金红利 3.00 元	2001 年 6 月
2001 年度	每 10 股派发现金红利 0.50 元	2002 年 7 月
2002 年度	每 10 股派发现金红利 5.00 元	2003 年 6 月
2003 年度	每 10 股派发现金红利 5.00 元，资本公积金每 10 股转增 6 股。	2004 年 6 月

年度	分红方案	实施日期
2004 年度	每 10 股派发现金红利 3.50 元	2005 年 7 月
2005 年度	每 10 股派发现金红利 4.00 元	2006 年 6 月
2006 年度	每 10 股派发现金红利 5.00 元	2007 年 6 月
2007 年度	每 10 股派发现金红利 3.00 元，资本公积金每 10 股转增 8 股。	2008 年 8 月
2008 年度	每 10 股派发现金红利 2.50 元	2009 年 8 月
2009 年度	每 10 股派发现金红利 2.50 元，资本公积金每 10 股转增 8 股。	2010 年 7 月
2010 年度	每 10 股派发现金红利 1.00 元	2011 年 7 月
2011 年度	每 10 股派发现金红利 1.00 元	2012 年 7 月
2012 年度	每 10 股派发现金红利 1.50 元	2013 年 7 月
2013 年度	每 10 股派发现金红利 2.00 元	2014 年 2 月
2014 年上半年度	每 10 股派发现金红利 2.00 元	2014 年 12 月
2014 年度末期	每 10 股派发现金红利 2.00 元	2015 年 7 月
2015 年度	每 10 股派发现金红利 1.00 元	2016 年 6 月
2016 年度	每 10 股派发现金红利 4.00 元	2017 年 7 月
2017 年度	每 10 股派发现金红利 2.00 元	2018 年 7 月
2018 年度	每 10 股派发现金红利 5.00 元	2019 年 6 月
2019 年度	每 10 股派发现金红利 5.00 元	已宣告，未实施

八、合规运营

8.1 内部控制

公司以守法合规经营、持续规范运作为理念，持续推进内部控制规范体系的建设工作。在组织机构方面，公司成立有法律事务部、稽核部、监察室、证券部和运营管理部，合理分工配合，开展公司守法合规工作；在制度和流程建设方面，公司建立并完善了《公司章程》、《风险控制委员会工作细则》、《内部控制管理手册》、《财务管理规定》、《资金管理规定》、《法律事务管理规定》、《关于员工廉洁自律的若干规定》、《关联交易管理制度》等内部管理制度及相应的工作流程，形成了公司守法合规制度体系，从制度上保障公司经营管理的守法合规运营。

通过加强内部审计和纪检工作，持续监管业务执行情况，实时把控业务风险，

同时严格执行专项审计工作，加大重点项目审计力度，完善公司内控体系；通过加强法律知识、合规知识，尤其是反腐败、反商业贿赂相关知识的培训，提高全体员工的合规意识，构建公司合规文化。

通过以上活动的开展，公司合规体系运行良好，公司合规经营取得了持续进步。

8.2 廉洁建设

公司严格贯彻落实《中华人民共和国监察法》、《中国共产党纪律处分条例》、《中华人民共和国反洗钱法》等防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的相关法律法规，并实施《党建和党风廉政建设责任制》、《关于员工廉洁自律的若干规定》等内部制度，明确禁止员工发生贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱等违法行为。

公司坚持预防为主，强化员工纪律规矩意识，使员工进一步明确廉洁自律、廉洁从业的必要性，在公司内营造风清气正的良好氛围。公司通过不定期组织参观党风廉政教育基地、观看反腐倡廉影片、举办廉洁自律专题讲座以及内部廉洁自律培训课程、设立内网宣传专栏、订阅警示书籍等多种渠道开展反贪腐宣传教育，提升员工廉洁自律意识。

公司严格落实企务公开制度，全方面加强监督。一是设置信访举报邮箱、举报信箱等渠道，畅通群众反映问题的渠道，及时调查核实信访件，对违纪情况依法依规处理。二是强化对领导干部的廉政监督，对于重要人士任免先征求纪检监察部门的意见。



为强化纪律意识，弘扬领导干部廉洁之风，公司党委、纪委于 2019 年 5 月组织公司领导班子成员、所属单位副总以上领导干部分批赴厦门市党风廉政教育基地开展反腐倡廉教育。

九、安全生产

9.1 安全生产管理体系

公司始终把安全生产作为履行社会责任的一项重要内容，并制定了《安全生产工作管理规定》、《危机管理规定》、《突发事件处理应急预案》、《防台防汛预案》等管理制度。

2019年，公司根据自身经营情况，自上而下签订安全生产责任书共计668份，切实将安全生产工作落实到责任人、落实到岗位。同时，公司从实际情况出发，制定了2019年度安全生产工作计划，并印发给下属各单位，督促安全重点单位制定本单位年度安全生产工作计划。

房地产子公司严格遵循《中华人民共和国安全生产法》等法律规例的规定，严格落实内部制定的《安全文明施工标准》、《工程管理规定》等内部制度，设置三级管控体系，明确安全管理要求及考核制度，严抓基层作业人员和管理人员的安全教育工作，以保障施工作业环境的安全性。

公司于各项目现场设立甲方安全督导员，由安全督导员落实项目部安全生产技术交底及防范措施，确保施工安全。公司严格落实内部安全检查体系，要求各项目进行安全自检及第三方检查，排查安全隐患。同时，公司逐步在全公司范围推行智慧工地建设，利用视频监控、人脸识别等技术手段，实现施工现场实时查看和人员安全管理。

9.2 安全教育与培训

9.2.1 参加集团安全生产警示观影

公司组织安全重点单位分管领导、安全员，仓库、4S店一线安全管理人员观看安全生产警示片。本次宣传片素材真实、内容详尽，以惨痛的案例警醒人、以

细致的分析教育人,为公司的安全生产工作者再一次敲响“安全生产、重于泰山”的警钟。

9.2.2 参加安全管理资质培训

公司组织安全管理人员参加安全管理资质培训,保证公司安全管理岗位持证上岗,并定期更新相关安全管理知识,提升公司安全管理水平。

9.2.3 安全生产重点单位学习培训情况

报告期内,公司积极组织安全生产重点单位进行安全培训、加强安全意识宣传,以培训丰富全体人员的安全生产知识,提高安全生产防范意识。

据不完全统计数据,公司及部分子公司安全生产单位共计组织安全培训272场,参与培训4576人次,制作宣传手册141本,现场宣传挂图951张。

联发集团在安全教育中还融入了新的方式,使培训效果更加深刻,例如结合安全生产月开展的VR体验、实操体验,及在建工地的小黑屋等。



十、供应链管理

10.1 供应商选聘与管理

公司严格遵守《中华人民共和国招标投标法》等法律法规的要求,建立供应商

库，对供应商的考察入库、履约评价进行统一管理，以提升管理效率，防范风险。同时保障供应商招募的公正公平，积极与供应商沟通，鼓励其履行企业社会责任，以期共同推动行业的可持续发展。

公司认真落实《交易客户资信调查管理规定》等内部制度，同时通过中信征信平台，丰富客商资信调查渠道。客商资信调查范围包含授信客商和大额委托方以及非零售交易对象，督促经营单位在开展业务前充分了解客户资信，提高事前准入标准。2019 年，公司已实现在 ERP 系统新建或更新客商时自动获取客商及其关联企业的实时工商数据功能，工商数据包含企业类型、注册资本、经营范围、股东信息、股权出质、动产抵押、股权冻结、行政处罚和经营异常等内容。

公司结合履约情况、抵质押情况、诉讼情况、关联企业负面信息、债券履约情况等内容，进行风险评估，将主要交易客商初步分为“正常、普通关注、重点关注、暂停信用交易、黑名单”五个等级，实现对授信客商的动态分级管控。

房地产子公司供应商招募方式包含公开招标、邀请招标、询价及直接委托，并建立供应商库对其进行管理。为保障供应商招募的公正公开，公司设立多级招标管理委员，对招标工作进行层层管控，并要求各招标项目组建招标工作小组和评标委员会，按规定流程完成招标工作。

截至 2019 年 12 月 31 日，建发房产和联发集团的合作供应商数量共计 9,817 家。

10.2 供应商的沟通交流

公司重视与供应商的沟通与交流，在多个层面均保持沟通渠道，及时交流双方信息，促进互信机制的形成，实现高效合作。

针对高风险区域大额授信对象和大额委托方，公司有重点地组织实地考察，并通过标准化《实地考察表格》，引导业务人员事前分析客户情况，规范考察流程，统一考察标准。

同时公司积极参加各项交流会、展览展会等，通过多种渠道及时了解供应商的需求及行业态势。2019 年，公司参与第二届中国国际进口博览会，与多家世界 500 强和行业领先大型跨国企业签约，进一步深化合作关系，同时也积极探索新的业务合作领域。

10.3 供应商的环境社会责任

除推动构建公平公正的行业秩序外，公司关注供应商社会责任风险管理。其中，房地产业务子公司积极督促供应商履行其在反贪腐、房屋质量、安全施工等方面的社会责任，要求：

- 供应商在招标阶段应签署诚信守法承诺书，严禁给予任何单位、人员财务或各种名义上的回扣、手续费；
- 供应商在工程开工前，须为施工场地内的自有人员及第三方人员生命财产办理保险及工程一切险；
- 供应商所供材料均应符合国家相关技术规定及环保要求，且应提供产品合格证和检测报告；要求监理及项目部对施工进场材料进行抽样送检，对不合格材料进行退场并处罚相应供应商；
- 开展施工项目飞行检查，对总包单位进行工程质量、成品保护、安全文明等多维度的检查评估，将检查评估结果进行排名和通报，并对排名前列和倒数的供应商分别进行相应的奖罚。

十一、环境责任

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规的规定，从绿色办公运营、环保施工和推广绿色建筑等多方面入手，持续提升管理中资源能源使用效率，减少对水体、空气等自然环境的有害排放，注重保护动植物、水体、土地等自然资源，降低企业运营管理对环境的影响，力求实现经济效益和环境效益的均衡。

11.1 排放物

公司致力于推动节能环保，通过减少生产经营过程中的污染物和有害废弃物来减轻对环境造成的破坏。

对于无害废弃物，如废纸、废塑料等，本公司从源头开始避免废弃物的产生，例如推广无纸化办公，减少纸张使用；鼓励使用双面打印，减少纸张浪费。此外，

公司倡导员工进行垃圾分类，在每层办公区域及食堂设置分类垃圾箱，不同垃圾分类处理，同时印制垃圾分类宣传单，普及垃圾分类知识以达到良好的宣导效果。对无法利用的废纸和文件碎纸均要求各部门进行收集打包，每年两次统一集中后进行回收，减缓纸张消耗对环境造成的影响。

11.2 资源使用

本公司办公、建筑施工和运营中的用水主要来自市政管网用水，主要是通过节能节水设备使用、绿化灌溉系统改造、雨污分流设计及中水回收系统配置等措施，降低各项业务活动对水资源的耗用及对水环境的影响。

公司积极推进各项节能环保措施，2019 年对公司办公大厦进行能耗管理升级，实现能耗数据的实时展示和分析，以加强对公司办公大厦能耗管理的精细程度。同时持续推进使用 LED 节能灯具，并要求员工在下班后及时关闭办公电器设备。此外，公司鼓励员工使用公共交通工具，并在厦门市内主要交通路线安排公司班车接驳员工上下班，以减少私家车的使用，节能减排。

11.3 环境与天然资源

公司积极响应国家关于推广绿色建筑和建筑节能工作的号召，力求在不影响居住舒适度的前提下尽量降低建筑资源能源消耗，实现绿色低碳的生活方式。

2019 年度，公司旗下子公司多个项目符合国家《绿色建筑评价标准 GB/T 50378-2014》（以下简称“绿建国标”）设计阶段绿色建筑要求并取得认证。此外，公司旗下子公司广西南宁裕丰·荔园项目经中国城市科学研究会依据绿建国标评估后，于 2019 年 2 月获评运营阶段三星级绿色建筑标志证书。

11.4 应对气候变化

全球气候变暖效应造成局部地区极端天气增加，例如台风、暴雨、冰雹等，对于公司办公场所、仓库等外部设施造成潜在影响。公司制定了《突发事件处理紧急预案》、《防台防汛预案》以及《地震应急预案》，并严格落实执行。此外，公司每年组织子公司与仓库开展防台防汛自查，重点检查防台防汛设施（沙袋、强光手电、铲子、雨具）等是否齐备，场地内排水系统是否能正常工作，场地内

是否存在有坠落风险的悬挂物，场地周围是否存在山洪、滑坡、泥石流灾害的隐患。

11.5 环境关键绩效指标

本公司下属部分地产项目环境关键绩效指标如下：

序号	环境关键绩效指标	单位	使用/排放量
A1.1	二氧化硫	千克	0.6
	氮氧化物	千克	21.6
	颗粒物	千克	1.48
A1.2	温室气体排放量（范围一）	吨	88.01
	温室气体减除量（范围一）	吨	42.44
	温室气体排放量（范围二）	吨	5,025.53
	温室气体净排放量合计（范围一、二）	吨	5,071.11
A1.3	有害废弃物	吨	0.17
A1.4	无害废弃物	吨	9,849.56
A2.1	汽油	升	30,000.59
	管道天然气	立方米	1,576.00
	液化石油气	千克	1,200.00
	用电量	千瓦时	6,246,003.25
	直接能耗量	吉焦	1,053.02
	间接能耗量	吉焦	22,485.61
	总能耗量	吉焦	23,538.63
	能耗强度	吉焦/收入人民币万元	0.031
—	办公用纸量	千克	10,986.00
A2.2	用水量	立方米	201,471.91
	用水强度	立方米/收入人民币万元	0.264

2019 年环境数据相关说明：

（1）数据时间范围：2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

（2）数据项目范围：披露本公司下属漳州泛华、苏州兆祥、福建兆和、苏州兆坤、张家港建丰 5 个项目办公区域、售楼处、非外包员工食堂及项目施工过

程的能源资源消耗情况。

(3) 无害废弃物主要为建筑垃圾；有害废弃物主要为废弃墨盒和硒鼓；排放物来自于车辆的使用；温室气体排放量（范围一）主要来自非外包食堂燃料使用及车辆移动源的能源消耗，温室气体排放量（范围二）产生于外购电力，温室气体减除量（范围一）为自有关建筑兴建后额外种植的树木对温室气体的减除量。

(4) 外购电力的温室气体排放系数参考国家生态环境部发布的《2017 年度减排项目中国区域电网基准线排放因子》；其他排放因子参考联交所《ESG 报告指引》。

(5) 本集团能耗类型包括非外包食堂使用的液化石油气和管道天然气、外购电力、车辆使用的汽油；能耗单位折换系数参考国家《GB2589-2008T 综合能耗计算通则》。

(6) 能耗强度=能耗总量/营业收入、用水强度=用水量/营业收入；其中，营业收入统计范围和环境数据收集范围保持一致。

十二、社区参与

12.1 产业扶贫

“扶贫攻坚发展产业，精准到户引领脱贫”，公司始终将扶贫攻坚作为公司履行社会责任的重要抓手。2018年，公司控股股东建发集团在厦门市委市政府、市国资委以及上级有关部门的协调与指示下，与宁夏回族自治区银川市闽宁镇对接，并在2018年11月30日签订扶贫开发协议。经过多次实地考察，建发集团结合自身优势，选定葡萄酒产业作为现阶段的合作切入点，由建发股份旗下建发国际酒业集团有限公司（简称“建发酒业”）负责实施。

葡萄酒产业是推进闽宁脱贫致富的重要支柱产业，但其发展历史短导致闽宁镇的葡萄酒产业面临着市场营销体系不健全、核心品牌缺乏等巨大挑战。为解决以上问题，建发酒业用数十年的进口葡萄酒品牌运营经验倾力打造能体现闽宁特色和品质的优质葡萄酒品牌——“柏雅”。同时，通过向当地酒庄定制采购，由旗下建发酒业负责销售运营“柏雅”品牌，促进闽宁葡萄酒销量增长，进一步形成“宁夏葡萄酒庄+建发供应链+柏雅品牌”相结合的新经济形态下产销分离的品牌运营模式，以实现产业协作的扶贫目标。

2019年全年，建发酒业向贺兰山东麓企业采购葡萄酒共计378万元人民币。

12.2 公益捐赠

投身公益事业、履行企业公民社会责任、回馈社会，已经成为建发股份企业文化的一部分。在不断做大做强的同时，公司投身公益事业的使命和行动没有止步。2019年，公司的公益捐赠金额达145万元。

2019年，建发房产慈善基金和厦门市慈善总会联合举办2019年“建发房产慈善基金-让梦前行”慈善助学捐助仪式，建发房产慈善基金向100名应届贫困大学生送上每人6千元的助学金，同时向100名往届贫困大学生送上每人5千元的助学金。

2019年，联发集团向连城县人民政府捐款人民币20万元，用于支援连城县洪灾后的重建工作；联发集团爱心基金向“春蕾助学”208名困难学生捐赠171,200元；向同安区云埔春蕾小学读书公园捐赠140,000元，用于开放式图书廊、鸟巢书屋、读书角，以及1000册图书；在“红十字会爱心小书包”活动中捐赠77,255元。

12.3 员工志愿者活动

公司高度重视精神文明建设，建立健全志愿服务机制，积极推进志愿服务常态化、制度化工作。目前，公司已成立建发股份党员志愿服务队、建发股份志愿服务队、建发股份青年志愿服务队三支队伍，与金鸡亭社区、定安小学、弘爱养护院等单位签订共建协议，以扶贫助困、扶幼助学、生态保护、文明劝导等为重点，广泛开展志愿服务活动。

公司积极组织党员到社区报道，参与社区志愿服务活动。同时，以建发股份党员志愿服务队为平台，与厦门金鸡亭社区、厦门弘爱养护院结对共建，组织发动公司全体党员以扶老助残为主要方向，常态化开展党员志愿服务活动。2019年公司及子公司累计开展党员志愿服务活动超过151场次。

公司以青年志愿服务队为平台，秉承“有爱更有未来”的志愿服务精神，针对留守儿童、贫困儿童、外来务工人员子女等社会弱势群体，举行各类公益活动，

竭诚回馈社会。据不完全统计，2019 年度公司及子公司团委共开展志愿服务超过 80 次。



2019 年 7 月，公司下属子公司金原担保公司与厦门市法律援助中心正式签订《厦门市法律援助案件诉讼保全担保合作框架协议》，为符合条件的法律援助受援人提供诉讼保全无偿担保服务。金原担保公司成为福建省内第一家提供法律援助无偿担保服务的担保公司。

12.4 社区文化参与

建发房产和联发集团高度重视社区文化和业主生活品质，致力于社区文化的打造、业主活动的组织与支持。

2019 年联发社区文化活动在全国各社区持续开展，全国 7 大区域、15 座城市、55 个项目累计举办了 223 场，其中“欢欢喜喜过大年”、“母亲节感恩”、“中秋博饼文化节”、“联发成长课堂”、“国风营”、“重阳节”等社区文化活动，在业主和客户中形成良好口碑。

联发欢乐跑桂林站和莆田站，形象全新升级，参与人数分别达到 3000、4500 人次，均成为当地城市 IP 事件，向公众传递了健康、向上的生活理念。

联发集团连续第 13 年冠名海峡两岸龙舟文化节，线上总曝光量超 644 万人次，其中策划制作致敬嘉庚精神的公益视频单片点击量达 24 万人次，宣传了中华优秀传统文化与爱国情怀，传递了强国强民、文化自信、拼搏奋进的嘉庚精神。



十三、展望

今后，公司将一如既往地履行好企业公民的社会责任，将公司业务发展与促进社会发展紧密结合，逐步建立起企业社会责任管理体系，让更多人过上更有品质的生活。

厦门建发股份有限公司董事会

2020年4月17日