

積極探索勇創新 馭勢前行迎挑戰

禹洲集團 (01628.HK) 公佈 2024 年中期業績

財務摘要

截至 2024 年 6 月 30 日止：

- ▶ 禹洲集團實現收入約人民幣 63.78 億元，其中物業銷售收入約人民幣 61.28 億元，占集團總收入的 96.09%。集團累計合約銷售金額為人民幣 43.46 億元，合約銷售面積為 279,311 平方米；
- ▶ 集團的土地儲備總可供銷售建築面積約 1,131 萬平方米，分別分佈於六大都市圈共 38 個城市 163 個項目，滿足未來兩至三年的發展需求；
- ▶ 著力打造「禹悅」品牌購物中心和「禹洲廣場」品牌寫字樓和商業街三大產品體系，擁有共 41 個項目，商業面積超 174 萬平方米。

(2024年8月30日，香港) 禹洲集團控股有限公司（「禹洲集團」或「本公司」，及其附屬公司，統稱「本集團」；股份代號：01628.HK）公佈本集團截至2024年6月30日止六個月期間（「報告期」）的未經審核綜合業績。

2024年上半年，房地產市場表現依然較為低迷，商品房成交量較去年同期呈現進一步下降趨勢，且下行壓力仍然較大。一季度受制於春節假期，疊加三月份的「小陽春」成色不足，使得商品房總體成交縮量下行；二季度，隨著政策端定調穩定市場，並出台一系列房地產利好政策，市場在5月下旬至6月中上旬迎來一波復甦行情，但表現仍低於市場預期，且後續動能減弱，增長乏力，市場整體預期不容樂觀，購房者觀望情緒加劇。面對複雜多變的市場環境和嚴峻的行業挑戰，禹洲集團積極調整策略，通過債務重組、資產處置、嚴格交付管理、區域深耕和創新營銷等措施，積極應對市場挑戰，提升運營效率，使得公司在逆境中繼續前行。

穩步推進區域深耕戰略 全面提升「保交付」能力

2024年上半年，禹洲集團順利交付約20個項目批次，交付房源近8千套，多個項目交付滿意度創歷史新高。一直以來，禹洲集團都在積極協調各方資源，克服重重困難，優先確保項目順利竣工交付，持續多維度提升交付能力，體系化保障理想歸家，堅定兌現對業主的承諾。

2024上半年內，禹洲集團秉持區域深耕的拓展策略，憑藉「進入一個城市，深耕一個城市」

的發展原則，深耕佈局長三角區域、海西經濟區、環渤海區域、大灣區、華中區域及西南區域六大都市圈。截至2024年6月30日，禹洲物業銷售收入約人民幣61.28億元，占集團總收入的96.09%。交付的物業總建築面積約為442,612平方米。2024年上半年交付及確認銷售的物業平均售價為每平方米人民幣13,846元。

截止2024年6月30日，禹洲土地儲備總可供銷售建築面積約1,131萬平方米，163個項目，分別分佈於六大都市圈共38個城市，平均樓面成本約為每平方米人民幣6,005元。集團相信現在持有及管理的土地儲備足夠集團未來二至三年的發展需求。

積極應對市場變局 創新驅動銷售增長

面對持續低迷的市場行情下，禹洲集團竭盡全力、積極應對，憑藉著不斷進階的技能，敏銳捕捉房地產市場動向，並結合政府出台的利好政策及時調整營銷策略，使得銷售業績有一定的支撐。

禹洲集團結合「小而美」經營思路，積極探索客群消費場景、消費習慣的變化，將「禹洲新勢力計劃」升級蛻變為「禹洲星勢力」，在推廣聯動、平台轉化以及形象標準化方面持續升級改造，不斷摸索通過微信、微博、抖音短視頻以及小紅書等平台進行項目的宣傳推廣，積極拓寬數字化營銷獲客途徑，在銷售達成路徑上深入思考並勇於嘗試，持續助力集團的銷售目標達成。

禹洲商業多元佈局創新服務 引領城市活力新生態

禹洲集團的物業投資板塊覆蓋多種商業物業形態，著力打造出「禹悅」品牌購物中心和「禹洲廣場」品牌寫字樓和商業街三條產品線，滿足城市多元群體消費需求。目前，禹洲物業投資項目已進入深圳、上海、杭州、廈門、蘇州、南京、合肥、武漢及泉州等地，業務主要集中在海西經濟區、長三角和大灣區等經濟發達地區，擁有已開業項目32個及籌備期項目9個，共41個項目，打造商業面積超174萬平方米。

2024年新春伊始，禹洲商業以「即刻煥新YoungPower」為年度主題，從新項目、新營銷、新品牌等角度深刻詮釋注重市場及消費者需求的商業運營管理理念，致力於打造更貼近生活的美好商業。龍年開年，禹洲商業以「戲出東方有龍則靈」為主題，舉辦首屆年俗文化節，通過引入「港式年味」概念，打造年貨一條街「喜帖街」、喜慶美陳打卡點「喜事屋」、年俗文化市集等傳遞多元、新穎的商業價值。春節期間客流量同比提升109%，實現後疫情時代的首次客流雙倍增長。同時，在植樹節、讀書日、世界地球日、國際青年節等多個節日，禹洲商業聯合開展「Uyo城市生活節」多項活動，從聯動基金會的公益展覽、義賣到承辦文旅局、區政府的文化節、公益惠民活動，用商業作為文化價值的輸出載體，從更潮流的維度探索「可持續商業」與「低碳商業」概念。禹洲商業將首店經濟、市集經濟、寵物經濟貫穿全年活動策劃，用市集、城市運動計劃、美食夜市等形式與戶外空間做連結，將室內消費場景延展至室外，帶來更有彈性的商業業態矩陣。2024年上半年禹洲商業累計開展逾1,000場戶外活動，累計客流破200萬人次。

2024年上半年，針對禹洲廣場運營服務做了全面升級和煥新，推出了U-square寫字樓商辦服務體系。該運營服務體系是基於使用者、場景及服務的多維度商務系統，以保障服務、溫度服務、功能服務三大核心為基礎，創造「禹專業、禹安心、禹管家、禹多彩、禹空間、禹資源」的六大服務體系。以用戶需求為導向、以集團豐富的產品與空間為載體、以多元資源與專業服務為亮點，打造高效辦公生活新體驗。與此同時，禹洲商業以多維空間及多元化資源，打造全方位、人性化、全場景服務體系，創造以客戶感知為核心的辦公體驗。精裝定制、藝術SPACE、共用空間、多創空間等一系列多元空間服務，拓寬商務辦公物理邊界。

堅持綠色發展匠心服務 打造人與自然和諧共處的品質生活

在綠色低碳環保方面，禹洲集團多年來始終堅持低碳環保和綠色發展的理念，高度重視可持續發展，並主動響應國家「雙碳」目標，以「匠心」打造綠色精品項目，不斷加大對綠色建築的實踐，力求構築人與自然和諧共處的生態小區。「環保節能，建設綠色家園」一直是禹洲集團項目開發理念之一，截至2024年6月30日，集團旗下共有145個項目超2,100萬平方米物業達到綠色建築標準，其中約555萬平方米物業更是達到綠色建築二星級及以上級別的國內或國際標準。

禹洲集團始終專注於自身產品力的提升，力求為客戶提供回歸生活本質的精緻化的質量住宅，以滿足當前市場不斷變化的需求。「溫度空間」系列產品圍繞「1個核心、3個空間、5個產品主張、6個產品價值」搭建，並不斷創新迭代。產品設計上結合自然環境和當地生活習慣，從產品細節著手，隨著時間推移，生活場景亮點不斷呈現，既能看朝霞從城市地平線升起，觀夕陽隱入海灣；在自家樓下體驗城市露營的悠閒與快樂的同時，也能輕鬆享受三五好友聚在一處，大擺龍門陣的閒適，致力於讓業主的美好生活立體充盈。

禹洲集團控股有限公司董事局主席郭英蘭女士表示：「面對不斷調整、持續低迷的房地產市場環境，禹洲集團將繼續克服行業壓力，嚴格把控施工進度和質量，全力以赴『保竣備，保交付』，堅定履行房地產企業的責任，踐行高質量交付質量住宅的承諾。禹洲集團將繼續竭盡全力促銷售，盤活存量資產，結合當下最新出台的房地產相關政策，認真研究、仔細分析，全力準備，並根據企業自身的實際情況，提前籌備應對策略，積極尋求突破點，不斷探索創新營銷模式，促進銷售、促進庫存去化。禹洲集團將繼續堅持『現金為王』的財務政策不放鬆，主抓經營性現金流，將現金流作為公司的生命線與全員責任，利用好政府頒布的金融政策，合理籌劃債務安排，切實履行企業自身的償債義務。環境在變，需求也在不停地改變，能否把握市場需求先機，拼的不僅僅是企業敏銳的一線感知力，更是對企業腳踏實地、勇於面對、突破創新做出改變的行動力的考驗。禹洲集團積極踐行『敢說話、敢做事、敢擔當』的做事風格，大力啟用腳踏實地、敢想肯幹的優秀人才，積極探索、勇於創新，積極迎接未來的挑戰，『三十而勵馭勢前行』。」

-完-

關於禹洲集團 (01628. HK)

全國性物業開發商禹洲集團成立於一九九四年，總部位於上海和深圳。通過「區域深耕，全國領先」的發展戰略，持續深耕一二線城市，推出符合市場主流需求的住宅及商業物業。截至2024年6月30日，公司在北京、上海、深圳、天津、南京、合肥、杭州、蘇州、佛山、惠州和香港等38個城市共有163個項目處於不同的發展階段，在建和持有作未來開發的總建築面積1,131萬平方米，長三角區域、海西經濟區、環渤海區域、大灣區、華中區域及西南區域分別占比約為30.3%、20.6%、19.0%、14.3%、12.5%及3.3%。憑藉卓越的品質、多樣化的物業組合、強大的品牌及極富經驗的管理團隊，2011年至2021年禹洲集團連續十一年榮膺「中國房地產百強企業」稱號，其中2013年至2021年入選中國房地產五十強。集團MSCI ESG評級為BBB級，於中國內地房地產企業中位列前茅。

如欲瞭解更多禹洲集團的資訊，請流覽公司網頁：<https://yuzhou-group.com>

若有垂詢，請聯絡：

禹洲集團控股有限公司 (01628. HK)

企業融資及投資者關係部

電話：(852) 25081718

傳真：(852) 25100265

電郵：ir@yuzhou-group.com

禹洲集團微信號：



九富(香港)財訊公關集團有限公司

吳彤/高明菲

電話：(86) 15911047390 / (86) 18613846356

電郵：yuzhou.list@everbloom.com.cn