

# 深圳华侨城股份有限公司 2020 年社会责任报告

---

欢 乐 同 行      美 好 相 伴

2021年3月

# 目录

报告说明.....	1
关于华侨城.....	2
(一) 公司概况.....	2
(二) 企业文化.....	3
(三) 组织架构.....	4
(四) 董事、监事及管理人员.....	4
(五) 2020 年社会评价及荣誉.....	5
责任专题：战疫促发展——重启欢乐，提振文旅发展.....	8
责任专题：坚定“城”意 携手巩固拓展脱贫攻坚成果.....	11
一、 产业篇：聚焦主业，创造价值.....	14
(一) 逆势求进，稳健提升业绩.....	14
(二) 创新引领，拓宽产业发展.....	15
(三) 立足大局，服务国家战略.....	18
(四) 夯实品质，提供满意服务.....	20
二、 管理篇：固本强基，历阶而上.....	24
(一) 精益管理，推动企业提质增效.....	24
(二) 责任引领，践行可持续发展.....	28
三、 员工篇：幸福职场，并肩同行.....	30
(一) 人本为先，关怀备至.....	30
(二) 携手进步，共同成长.....	31
四、 安全篇：牢筑防线，担当尽责.....	35
(一) 强化保障，构筑安全之墙.....	35
(二) 坚守红线，护航平安之旅.....	36

<b>五、 环境篇：低碳环保，绿色先行.....</b>	<b>40</b>
(一) 节能环保，绿色发展.....	40
(二) 守护生态，敬畏自然.....	43
<b>六、 社会篇：文化普惠，共享美好.....</b>	<b>46</b>
(一) 丰富文化生活，助推精神文明建设.....	46
(二) 用心回馈社会，共建和谐幸福家园.....	49
<b>展望 2021.....</b>	<b>51</b>
<b>意见反馈.....</b>	<b>52</b>

## 报告说明

### ● 报告周期:

本报告为年度报告,是深圳华侨城股份有限公司向社会公开发布的第十三份年度社会责任报告。为便于表达,“深圳华侨城股份有限公司”也使用“华侨城股份”“华侨城 A”“公司”“我们”等称谓表示。

### ● 报告边界:

本报告覆盖华侨城股份及其旗下各区域/城市/项目公司,报告的时间范围为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日(部分内容超出上述范围)。

### ● 参考依据:

香港联合交易所有限公司《主板上市规则》附录二十七《环境、社会及管治报告指引》(ESG)

全球报告倡议组织《可持续发展报告指南(GRI Standards)》

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南(CASS-CSR4.0)》

GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》

### ● 数据说明:

报告中所有数据均来自华侨城股份正式文件及统计报告且通过相关部门审核,报告中的财务数据以人民币为单位,特别说明的除外。公司承诺,本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### ● 编制流程:

前期准备→报告编写→内容审核→设计发布→读者反馈

### ● 信息披露:

公司官网: [www.octholding.com](http://www.octholding.com)

总部地址: 深圳市南山区华侨城集团办公大楼

邮政编码: 518053

联系电话: 0755-26600248

企业传真: 0755-26600936

## 关于华侨城

### （一）公司概况

深圳华侨城股份有限公司（简称华侨城 A，股票代码 000069）成立于 1997 年 9 月 2 日，总部设在深圳市南山区，是华侨城集团旗下旅游及房地产板块的上市公司。

控股股东华侨城集团按照高质量发展要求，以“中国文化产业领跑者、中国新型城镇化引领者、中国全域旅游示范者”为战略定位，践行“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”的创新发展模式，着力搭建文化产业、旅游产业、新型城镇化、电子科技及相关业务投资五大业务板块。在华侨城集团“文化+旅游+城镇化”的战略布局下，华侨城 A 以“主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者”为战略定位，以文化旅游、房地产为主营业务，不断增强企业竞争力，在文化旅游发展新模式、房地产业务差异化、旅游与互联网融合等方面进行探索与实践。

#### 1. 文化旅游业务

华侨城文化旅游资源丰富、业态布局多元广泛，拥有众多特色文旅产品，按照不同的旅游体验类型可以分为以下六大产品体系：一是以娱乐游玩和时尚休闲为主要内容的欢乐休闲类产品，代表业态有主题公园、城市文旅综合体、主题酒店等；二是以传统文化和特色民俗风情体验为主要内容的民俗文化类产品，代表业态有文化主题公园等；三是以自然观光和休闲度假为主要内容的自然康养类产品，代表业态有自然景区、美丽乡村、度假区及度假酒店等；四是以文化艺术体验为主要内容的艺术展演类产品，代表业态有主题演艺与各类艺术活动等；五是以特色餐饮等美食体验和萌宠互动、灯光秀、潮玩节等各类创意活动为代表的美食潮玩产品；六是以华侨城旅行社和“花橙旅游”线上官方商城为代表的旅行服务类产品。

#### 2. 房地产业务

公司秉承“优质生活创想家”的品牌定位，以文旅内涵融入房地产开发，开创“旅游+地产”模式，承接华侨城集团“文化+旅游+城镇化”发展模式，塑造文化旅游、酒店、住宅和商业类房地产业务融合

发展的独特优势。公司把以价值观为核心的品牌文化与以利润为目标的经营管理高度融合，构建生态型品牌体系，打造多个知名地产品牌。作为中国主题公园产业的开创者和领跑者，公司深耕城市综合开发和景区开发经营，拥有在规划设计和开发运营等方面的丰富经验、成熟体系与优秀人才。在华侨城集团战略统筹下，公司在资源获取、产业互动、产融结合等方面获得有力支持，专注运营短平快、轻资产、能够产生即期效益的房地产项目。同时，公司积极创新产品模式，结合“互联网+”的思维模式探索特色社区生活一体化运营模式，为居民提供优质生活及人文体验。

## （二） 企业文化

**使命：**通过独特的创想文化，致力于提升中国人的生活品质

**愿景：**成为中国最具创想文化和影响力的企业

**战略定位：**主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者

**核心价值观：**人本、创造、坚定、卓越

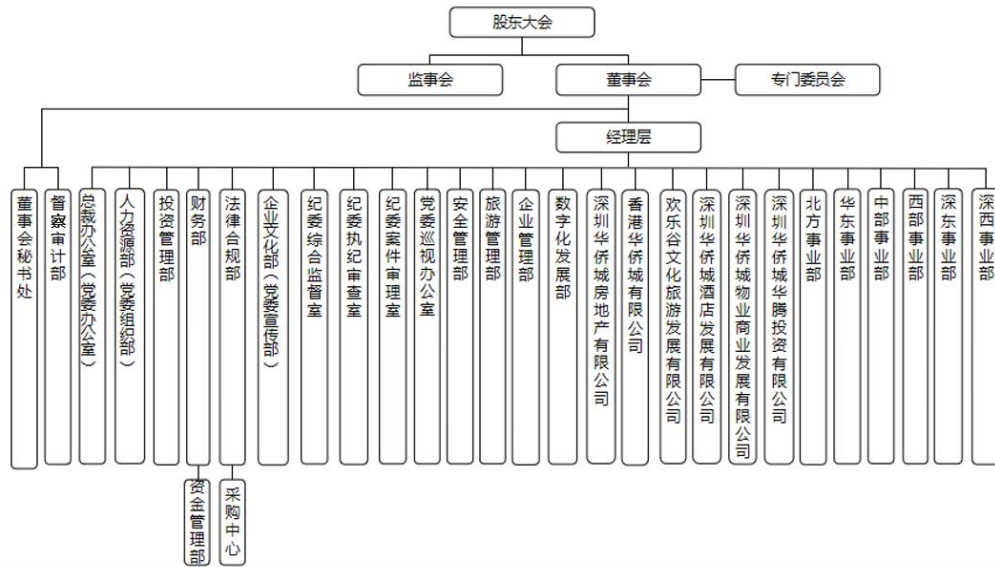
**人本：**对内，优秀的员工队伍是企业的最大财富，是传递与实现公司承诺的品牌大使。在华侨城的广阔平台上，员工能够得到充分发展，而随着员工素质的持续提升，也不断成就着华侨城品牌的卓越影响力。对外，人们对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，在敢为人先的自我要求中，我们确保每项创建都能够得到持续发展。

**创造：**我们相信每一个人都富有想象力，这不仅是华侨城某一部门的专属能力，更是在这个开放的市场环境中，华侨城每一个员工所必须具备的素质。我们对每一个具有建设性的想象都会认真考虑，并切实地创造与执行，关注每一个细节，从而提供最具创造力的优质生活。

**坚定：**华侨城今天的成就源于起步时的无比决心与坚强毅力，能直面任何挑战与障碍。正是凭着这种坚定的意志力，才让我们走到今天，也将带领我们实现更高、更远的目标。

**卓越：**在主营业务发展进程中，我们始终坚持华侨城人的创想精神，不断超越自我，并对每个项目及细节都考究周详，精益求精，循序渐进，努力实现从优秀到卓越的目标——卓越的员工，卓越的企业，卓越的文化。

### (三) 组织架构



### (四) 董事、监事及管理人员

姓名	职务	任职状态	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期
段先念	董事长	现任	男	62	2015年09月28日	2023年04月07日
姚军	副董事长	现任	男	60	2018年03月20日	2023年04月07日
王晓雯	董事、总裁	现任	女	51	2015年09月28日	2023年04月07日
王一江	独立董事	现任	男	67	2020年04月08日	2023年04月07日
沙振权	独立董事	现任	男	61	2020年04月08日	2023年04月07日
宋丁	独立董事	现任	男	65	2020年04月08日	2023年04月07日
张钰明	独立董事	现任	男	67	2020年04月08日	2023年04月07日
陈跃华	监事长	现任	男	57	2018年03月20日	2023年04月07日
潘凤文	监事	现任	女	44	2020年04月08日	2023年04月07日
吴飞	监事	现任	男	38	2020年04月02日	2023年04月07日
杨杰	副总裁	现任	男	59	2018年02月13日	2023年04月07日
张大帆	副总裁	现任	男	54	2018年02月13日	2023年04月07日
袁静平	副总裁	现任	男	56	2018年02月13日	2023年04月07日
倪明涛	副总裁	现任	男	52	2020年07月21日	2023年04月07日



姓名	职务	任职状态	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期
冯文红	总会计师	现任	女	53	2020年07月21日	2023年04月07日
关山	董事会秘书	现任	男	50	2016年11月15日	2023年04月07日
王久玲	董事	离任	男	63	2016年11月15日	2020年04月08日
许刚	独立董事	离任	男	64	2016年11月15日	2020年04月08日
吴安迪	独立董事	离任	女	66	2016年11月15日	2020年04月08日
余海龙	独立董事	离任	男	70	2016年11月15日	2020年04月08日
周纪昌	独立董事	离任	男	70	2016年11月15日	2020年04月08日
覃军	监事	离任	男	58	2019年04月24日	2020年04月08日
刘轲	监事	离任	男	39	2018年03月19日	2020年04月02日

## （五） 2020 年社会评价及荣誉

2020 年，华侨城 A 控股股东华侨城集团再度荣膺“全国文化企业 30 强”“中国旅游集团 20 强”等荣誉，并历史性跻身全球主题公园集团三强，持续领跑亚洲，中国文化旅游领军企业的行业地位得到持续巩固。作为华侨城集团旗下重要上市公司平台，华侨城 A 信息披露工作连续 8 年获得深交所 A 类评级，华侨城连续 5 年获评“最佳雇主百强”，公司及旗下企业年内获得社会各界多项荣誉及肯定：

- 5 月 15 日，在 2020 年全国投资者保护宣传日上揭晓的“全景投资者关系金奖（2019）”榜单中，华侨城 A 获“中小投资者关系互动奖”“最佳新媒体运营奖”和“杰出董秘”三项殊荣。
- 7 月 30 日，在第四届中国文旅产业年会暨 2019 中国文旅风尚榜盛典上，华侨城 A 旗下北京欢乐谷荣获“2019 人气主题乐园”，顺德欢乐海岸 PLUS 荣获“2019 微度假标杆项目”。
- 8 月 26 日，在证券时报发起的深圳特区 40 周年“最受尊敬 40 家上市公司及人物”价值评选专家评审会议上，华侨城 A 获评深圳特区 40 周年“最受尊敬 40 家上市公司”称号。
- 9 月 17 日，在金融界机构投资者论坛暨中国房地产企业峰会（2020）上，华侨城 A 荣获“中国房地产上市公司责任回报奖”。
- 11 月 27 日，在 2020 中国年度最佳雇主颁奖盛典暨中国人力资本



国际管理论坛上，华侨城获评“最佳雇主百强”“最佳组织发展雇主”“最具战‘疫’精神雇主”。

- 12月2日，由第一财经发起，携手同策研究院联合呈现的《2020·第一财经中国上市房企价值榜》揭晓，华侨城A入选“2020·第一财经中国上市房企价值榜TOP10”榜单。
- 12月3日，在2020香港国际金融论坛暨中国证券“金紫荆奖”颁奖典礼上，华侨城A荣膺“资本市场三十周年杰出上市公司”称号。
- 12月7日，在全国文化和旅游创意产品开发推进活动暨首届四川省文创大会上，华侨城A入选“2020中国文化和旅游企业品牌价值TOP50”榜单前三强，在文化旅游行业中排名第一。
- 12月10日，在2020文旅发展峰会暨游乐界·金冠奖颁奖典礼上，华侨城A旗下22个企业项目斩获“中国杰出主题乐园（陆地）”“中国乐园杰出主题活动”“中国最具人气网红景点”等十项大奖。
- 12月23日，在上海证券报联合多家证券机构举办的2020上市公司高质量发展论坛暨“金质量”奖颁奖典礼上，华侨城A荣获2020“金质量”社会责任奖。

公司旗下品牌、项目年内获得多项社会责任荣誉：

- ❖ 重庆欢乐谷荣获第六届“全国文明单位”称号。
- ❖ 深圳华侨城湿地自然学校志愿服务项目荣获中国青年志愿服务项目大赛全国赛银奖，“自然艺术季”公益活动荣获第九届梁希科普奖（活动类）。
- ❖ 深圳华侨城湿地被社会公益保护地联盟纳入2020公益保护地名录，湿地“让孩子看见自然”项目荣获深圳市南山区新时代文明实践项目大赛一等奖。
- ❖ 深圳欢乐海岸、华侨城湿地出品的短片《一片湿地的生存智慧》获评中国电视艺术家协会颁发的第二十六届中国纪录片学术盛典十优短片。
- ❖ 深圳市华侨城当代艺术中心（OCAT深圳馆）和华·美术馆被广东省文化和旅游厅评为广东省一级美术馆（民营）。
- ❖ 成都华侨城荣获2020年成都市金牛区对口支援石渠县优秀爱心企业。
- ❖ 成都欢乐谷被成都市精神文明建设办公室、成都市文化广电旅游

局评为 2019 年度成都市文明旅游诚信服务先进单位。

- ❖ 南京欢乐谷被南京市商务局授予“新消费示范单位”称号。
- ❖ 武汉欢乐谷荣获 2019-2020 年度武汉市“文明单位”称号。
- ❖ 深圳东部华侨城国家级旅游度假区入选南方都市报主办的“2020 广东最受期待旅游目的地 TOP50”榜单。
- ❖ 深圳东部华侨城主题酒店群获评深圳市盐田区社会福利中心颁发的“尊老敬老 行善积德”奖；获评 2020 最佳东方“旅游服务业最佳雇主”称号。
- ❖ 华侨城酒店集团在中国旅游饭店业协会主办的第十七届中国饭店集团化发展论坛中荣获“中国饭店集团 60 强”称号。
- ❖ 武汉华侨城玛雅嘉途酒店荣获国务院国资委颁发的“中央企业抗击新冠肺炎疫情先进集体奖”。
- ❖ 华侨城国际酒店管理公司及其管理的武汉玛雅嘉途酒店、上海欢乐谷嘉途酒店荣获中国游艺机游乐园协会颁发的“中国文旅企业扶贫突出贡献奖”“中国文旅企业抗击新冠肺炎疫情突出贡献奖”。
- ❖ 华侨城物业荣获中国物业协会颁发的“2020 物业服务企业品牌价值 100 强”和“2020 物业服务企业综合实力 500 强（第 88 名）”称号。

## 责任专题：战疫促发展——重启欢乐，提振文旅发展

2020 年，受全球疫情影响，文化和旅游行业遭受严重冲击。面对严峻挑战，华侨城各企业坚决贯彻习近平总书记系列重要指示，全面落实党中央、国务院决策部署，在做好防疫工作的前提下全力确保企业生产经营秩序的稳定。

**严格落实疫情防控措施。**疫情发生后，公司迅速采取应对措施，旗下所有旅游景区于 1 月 25 日率先暂停开放，旅行社停止出团业务，多家酒店积极参与、支持各地疫情防控工作，采取多种措施防止疫情蔓延。疫情防控期间，公司陆续制定发布各项防控措施指引文件，及时采购防疫物资和设备、开展防控应急演练，做好信息沟通和报告，积极开展疫情防控工作，全面保障游客和员工的人身安全和健康。

**有序推动复工复产。**公司发布《华侨城旅游景区疫情防控及开园运营工作指引》《关于推进华侨城旅游景区预约管理工作的通知》等指导性文件，有序推动旗下文旅企业复工复产，并为全行业贡献华侨城的经验和智慧。旗下各文旅企业遵循文化和旅游部“限量、预约、错峰”运营方针，严格执行线上预约、线下管控，对场馆进行定期消毒，向游客发放防疫物品，并落实景区节假日值班值守制度，为广大游客营造安全、卫生、周到、体贴的旅游环境与服务。

**积极承担央企社会责任。**在疫情防控紧要关头，公司控股股东华侨城集团第一时间向湖北省捐款 3000 万元，向疫情防控一线划拨专项党费 135 万元，捐赠价值 188 万元的防疫和生活物资，组织党团员捐款 157 万元，旗下全国商业项目实施租金优惠减免政策，助力打赢疫情防控阻击战。复工复产后，公司各景区在开园后对医护人员实行免费入园政策，并陆续为公共交通驾驶员、警务人员、军人、新闻工作者、教师等专业群体献上致敬体验日活动。

### 表彰：华侨城获中央企业抗击新冠肺炎疫情先进表彰

疫情发生后，公司旗下武汉玛雅嘉途酒店，身处疫情“风暴中心”，毅然扛起社会责任，全力支持武汉。酒店党支部书记兼总经理田达带领酒店 109 名党员群众坚守一线 72 天，无偿为武汉大学中南医院等 8 家医疗单位近 300 名医护人员提供价值 700 万元的高质量食宿服务，并赴医院为医护人员送上暖心盒饭。物业集团武汉

分公司党支部书记兼总经理胡玉峰带领 415 名党员职工，在武汉封城的 76 天里，持续为封闭小区居民做好疫情防控、物资供应。

2020 年 10 月，中央企业抗击新冠肺炎疫情表彰大会暨先进事迹报告会在京举行，武汉玛雅嘉途酒店和田达、胡玉峰分别获先进集体和先进个人表彰。

**各业态发展维持良好平稳态势。**公司严格落实防控工作具体要求，统筹疫情防控和复工复产“一体化作战”，努力向社会交出防疫情、抓复工、保平安的答卷。公司文化旅游、城镇化等各大产业版图持续深拓，加快推进基础设施设备建设，优化升级现有项目，为开启文旅市场、重启市场欢乐打好坚实基础。

**以文化旅游节促进企业经营，助力行业复苏。**公司积极整合文旅资源，多渠道、多形式推出丰富多彩旅游活动，激发市场消费活力，提振文旅行业信心。深化节庆内涵，举办 2020 华侨城文化旅游节，覆盖全国 60 城、持续 135 天，围绕“美好如期 欢乐同行”主题，推出“自然康养、文化艺术、欢乐休闲、历史民俗、美食潮玩”5 大体验、400 多项活动、500 多项产品。同时，以旗下“花橙旅游”为主阵地，向市场推出各类花橙组合卡，提升华侨城文旅影响力；并研发、推出公仔、盲盒等文创产品，让活动有效触达消费者。文化旅游节期间，华侨城文旅企业经营业绩恢复情况远超行业平均水平，有力促进文旅企业经营恢复，推动社会消费提质升级。旗下各旅游景区迅速启动市场恢复机制，阶段性推出优惠措施，并持续关注当下游客消费的新需求、新趋势、新动向，创新推出丰富多彩的主题活动。

**案例：致敬医者仁心！华侨城文化旅游节“感恩礼敬周”温情在线**

8 月 19 日中国医师节当天，华侨城推出 2020 华侨城文化旅游节“感恩礼敬周”专项行动，献上“8 月 19 至 25 日，全国医护人员均可携带 2 名直系亲属无限次免费畅游华侨城旗下多家景区”的“感恩亲情礼”。公司旗下多个景区推出主题丰富、形式多样的文化旅游活动，邀请全国医务工作者及其家属欢乐畅游。例如顺德欢乐海岸 PLUS 邀请约 1500 位战疫期间贡献突出、表现优异的医护人员及其家属参观“众志成城，因你而荣”顺德区抗疫书画摄影作品展、乘坐“顺德眼”摩天轮、游玩玛雅海滩水公园等，并联动当地

政府部门举办顺德好医生事迹分享会；武汉欢乐谷自 8 月 8 日面向全国人民免费开放，截至 8 月 23 日游客接待量同比增长 136%；深圳欢乐谷 8 月 21 日免费入园的医护人员达 4657 人次，占比 37%；北京欢乐谷截至 8 月 25 日每天 4000 张门票库存全部售空……精彩纷呈的文旅活动叠加实实在在的感恩福利，得到广大医护工作者点赞好评。

弘扬战疫精神，致敬医者仁心，公司依托自身业态特色、发挥资源优势，积极为医务工作者和其他特殊贡献人群提供专属礼遇、创造欢乐体验，以切实的行动持续向社会传递温暖与欢乐。



## 责任专题：坚定“城”意 携手巩固拓展脱贫攻坚成果

2020 年是决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚战之年，也是“十三五”规划收官之年，我国脱贫攻坚取得重大胜利，消除了绝对贫困和区域性整体贫困。华侨城 A 积极履行上市公司社会责任，在控股股东华侨城集团的带领下，立足自身产业特色，围绕人才扶贫、基金扶贫、旅游扶贫、产业扶贫、短板扶贫、文化扶贫“六大路径”帮扶思路，助推全面建成小康社会圆满收官。

自 2003 年起，华侨城集团与贵州省黔东南苗族侗族自治州三穗县、天柱县结成定点帮扶关系，17 年来，累计投入帮扶资金超 9300 万元，开展援建帮扶项目近 200 项，提供公益扶贫岗位近 2000 个，选派 8 名扶贫干部到两县挂职，共资助贫困学生超 6000 人次，培训人才 1600 人次，两县均已脱贫摘帽、高质量退出贫困县序列。

公司全面响应国家脱贫攻坚战略，立足自身产业优势、结合贫困地区实际，认真落实精准扶贫，探索“华侨城文旅扶贫模式”，坚持以人为本、因地制宜和深挖文化资源为核心，在贵州、云南、四川、广东等地打造出一批“文旅融合+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”的示范标杆项目。该模式得到了国务院国资委、中央有关部委和地方政府的肯定和认可，并推广实践到其定点帮扶的甘肃临夏州、四川马边县和内蒙古科右中旗等地区，助力当地以文旅产业高质量发展巩固脱贫成果，打造央地协作新样板。

华侨城 A	2018 年	2019 年	2020 年
扶贫投入资金情况	119.17 万元	102.19 万元	127.16 万元

精准扶贫，行之于新。公司在长期实践中探索创新出精准扶贫“两大法宝”：一是以发挥党建引领作用为保障，打造“四个一”工程，即全年至少“研究一次扶贫工作、结对共建一个党支部、结对共建一个贫困村、组织一次帮扶活动”，有效补齐“两不愁三保障”短板弱项。二是以扩大就业为主线，打造“四个一批”工程：精准识别，解决就业一批，统筹旗下企业开展网络招聘活动，定向招聘贫困群众；精准立项，勤劳脱贫一批，设立扶贫开发岗位，共帮助近两千名贫困群众就业增收；精准赋能，培训带动一批，为 1600 名基层干部和创

业致富带头人提供专题培训；精准覆盖，景区惠及一批，创新实践“景带村”模式，惠及贫困群众超 3 万人。

站在全面小康新起点，华侨城创新帮扶思维、深化帮扶力度，提出“六个迈向”，确保摘帽不摘责，巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，携手帮扶地区人民群众朝着发展、致富的新目标迈进。

### 案例：打通扶贫全产业链，让油茶树变成“摇钱树”

“以前从没想过我们这个山窝窝里的地会有人租，现在我们不仅可以收土地租金，还能拿到分红，在地里继续套种其他农作物来增收，有些村民还去油茶园里打工，山上的油茶树变成了我们的‘摇钱树’。”

多年定点帮扶实践中，华侨城积极探索“摘帽—脱贫—致富”可持续帮扶模式，选择地域支柱产业打造“一县一品”龙头产品，以产业为天柱县百姓敲开致富之门。立足于当地丰富的油茶资源，华侨城以“龙头企业+合作社+养殖户”模式开展资金扶持，提供农用物资及技术支持，着力解决种植难题，建设栖凤油茶生态园示范基地；2018 年 5 月，基地开始建设油茶精深加工厂，推进油茶全产业链建设，有效帮助当地实现产业增收、致富。如今，油茶已成为天柱县的支柱产业，带动当地 4.6 万户 15.6 万人增收。

2020 年，华侨城积极开拓消费扶贫新阵地，以直播带货、自媒体推广、进驻“央企消费扶贫”电商平台、推进“侨城汇”“花橙旅游”线上扶贫专区等多种渠道帮助贫困地区解决农特产品滞销问题；同时积极探索扶贫产品品牌化发展路径，以全线营销的创新模式开展帮扶工作，持续巩固脱贫攻坚成果。

### 案例：养好娃 绣好花 顾好家！苗家绣娘 show 出的幸福生活

“以前我们愁东西卖不出去，现在靠着品牌打开了销路。”

为了帮助大山里的绣娘提升手工艺，助力苗绣走出大山，自 2017 年起，华侨城扶贫干部就开始给三穗县寨头村的妇女办培训班，帮助她们学习个性化苗绣和创意定制；同时充分发挥产业优势、资源优势，联动旗下企业，从资源嫁接、产品创新、品牌营销等多个维度发力，以全线营销的创新模式开展帮扶。2020 年 4 月，华侨城协调推动广州君子优品电子商贸有限公司，与寨头村村民万妹度



的苗绣工作室签订品牌帮扶协议，打造“万妹度”非遗苗绣文创品牌，提升挑花苗绣的经济附加值与市场辨识度。

要扩大苗绣市场影响力，不仅要保持民族特色和工艺特色，同时还要实现产业化的规模才能满足市场需求。2017 年，华侨城扶贫干部整合 60 万元扶贫资金，帮助寨头村村民邰水芝的苗绣加工厂提升设备水平、扩大生产规模，让产品走出国门，远销东南亚、欧美等地，同时带动一批当地的贫困户和残障工人就业增收。

通过创新扶贫思维、深化帮扶力度，华侨城帮助了许多像万妹度和邰水芝一样的人，也让更多的非遗文创走出大山、走向世界。

## 一、 产业篇：聚焦主业，创造价值

抓准机遇，乘势而上。华侨城 A 围绕高质量发展要求，坚持稳中求进工作总基调，主动应对复杂严峻的宏观形势，在统筹抓好疫情防控工作前提下，攻坚克难、砥砺前行，各项工作取得积极进展，为文化和旅游消费市场的强劲复苏以及构建“双循环”发展格局注入文旅力量。

### （一） 逆势求进，稳健提升业绩

在全球疫情蔓延、经济下行压力加大、文化旅游行业遭受严重冲击等多重严峻挑战下，公司上下团结一心、共克时艰，在抓好常态化疫情防控基础上，继续发挥成片综合开发优势，加快项目建设销售，经营业绩持续向好，综合效益稳步提升。2020 年，公司实现营业收入 818.68 亿元，同比增长 36.39%；利润总额 218.97 亿元，同比增长 13.93%；净利润 157.22 亿元，每股基本盈利 1.56 元，同比均增长 3.92%；归母净利润 126.85 亿元，同比增长 2.8%；截至 2020 年 12 月底总资产达到 4565 亿元，同比增长 20%。公司各项指标均创下历史新高，进入高质量发展的新阶段。

主要财务数据指标	单位	2018 (调整后)	2019	2020
总资产	亿元	2955.26	3796.19	4565.88
营业收入	亿元	481.56	600.25	818.68
归属于上市公司股东的净资产	亿元	591.34	686.36	783.96
归属于上市公司股东的净利润	亿元	105.75	123.40	126.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	亿元	94.98	100.04	96.87
经营活动产生的现金流量净额	亿元	-100.44	-51.87	212.18
基本每股收益	元	1.29	1.50	1.56
稀释每股收益	元	1.29	1.50	1.56

加权平均净资产收益率	%	18.98	19.33	17.47
------------	---	-------	-------	-------

## （二） 创新引领，拓宽产业发展

公司坚守“主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者”的战略定位，充分发挥资源优势，以精品文旅、生态城镇化建设赋能产业发展，以新兴技术、创新战略合作培育市场核心竞争力，加快推进产业融合，助推区域经济协调发展。

### 1. 文化旅游

**文旅复苏领跑同行，实现历史跨越：**2020 年，公司在做好文旅企业疫情防控与运营统筹工作的同时，全力推动文旅产业平稳、高质量发展。公司各个板块朝着既定目标稳步推进，取得阶段性成果，维持良好的态势。公司旗下 24 家景区、24 家酒店、1 家旅行社、4 家开放式旅游区共接待游客 4282.5 万人次，恢复至 2019 年的 82%，恢复情况远超行业平均水平。在全球主题公园集团排行榜中，华侨城历史性进入三强，持续领跑亚洲；北京欢乐谷挺进全球单体主题公园 TOP25，其余多家主题公园跻身亚太地区主题公园和水公园 25 强。

**发起振兴计划，强化行业影响：**在新冠肺炎疫情引起的文旅产业格局演变背景下，公司扎实推进旅游标准化建设，开展华侨城旅游标准体系和标准建设，同时积极参与国家标准制修订和行业标准化研究项目，开展旅游标准化培训。作为文旅行业“国家队”，华侨城牵头中国旅游景区协会发起行业振兴计划，在《华侨城集团旅游景区疫情防控及开园运营工作指引》基础上，研究制定并发布中国旅游景区协会团体标准《旅游景区应对重大传染病疫情类突发公共卫生事件的运营指引》，助力行业复工复产、渡过难关，行业领导力、影响力进一步提升。

**创新文旅产品，焕新主题活动：**公司持续深化文旅产品融合，激发产业发展新动能。2020 年，旗下襄阳奇梦海滩水公园、深圳欢乐港湾、南京欢乐谷等全新产品盛大开放；深圳欢乐谷魔力飞梭及恐怖塔项目、成都欢乐谷水公园 2.0 项目等惊艳亮相；深圳华侨城旅游度假区、东部华侨城国家级旅游度假区品质提升工作有序推进，深圳欢乐谷、上海欢乐谷、深圳锦绣中华·中国民俗文化村、深圳世界之窗

等传统景区加快升级改造，提升旅游品质；“美好如期 欢乐同行”第三届华侨城文化旅游节焕新升级，赋能后疫情时代国人美好生活；欢乐谷集团冠名《第五人格》“深渊的呼唤III”全球赛，南京欢乐谷将原创孵化的本土 IP“大蓝鲸”、国产原创 IP“饼干警长”等全面应用于园内设备包装、商品、餐饮等方面，济南华侨城创新引进国家级 IP——“国家宝藏”和“中国国家地理”；公司创新推出“欢乐橙子”和“花小橙”形象 IP 和衍生产品，持续推进 IP 与旅游产品深度融合，使各类文旅产品焕发全新活力。

## 2. 新型城镇化

**销售成绩亮眼，土储质量双优：**公司继续发挥成片开发、营城造城的比较优势，内外合璧、因地制宜。2020 年，公司销售金额及回款金额均突破千亿大关。公司项目拓展坚守“以收定投”“优中选优”原则，利用招拍挂、股权收购、项目合作等多种方式，成功落子粤港澳大湾区、长江经济带、成渝及西安都市圈等国家重点战略区域。2020 年，公司土地储备充足，结构健康。

## 3. 物业

**实现全国扩展，迈向全新征程：**公司旗下物业板块紧贴行业发展趋势，以数字科技赋能温暖服务，打造社区、商旅、城市空间多元客户需求场景，现已初步完成全国化战略布局。

2020 年，物业公司积极主动作为，不断提升专业水平。一方面深入贯彻“互联网思维”，完成前瞻性、扩展性、兼容性的首期智慧物业系统规划，通过信息化中台建设，提升管理效率与能力，通过数字化平台为社区增值业务赋能，并以智慧小区规划建设为起点，推动与侨城汇、康佳集团的战略合作，开发物联网管理平台，引进清洁机器人设备，着力打造数字化智能化标杆项目；另一方面致力于完善全链条运营产品，打造多元客户需求场景，旗下运营三大空间-“社区空间”“商旅空间”“城市空间”，针对性的为客户解决各类难题。

## 4. 金融

**深化金融支持，拓渠道降成本：**公司秉承“金融服务主业”的指导原则，以金融支撑主业远航。2020 年，公司积极拓展融资渠道，平均融资成本处于同行业较低水平；以旗下香港华侨城为平台，大力

引进外资；充分发挥产业基金撬动社会资本的功能。

## 5. 数字化探索

**融入互联网思维，布局数字化战略产业：**公司积极探索经营主业和“新基建”的融合之道，旗下景区、主题公园、特色小镇、度假酒店等多个业务单元，扎实推动数字化转型及数字化技术的应用：依托“互联网+”“5G应用”等新兴科技，加快智慧景区建设，提升游客体验；深化与头部互联网企业合作，借力云端旅游、网络直播、微博热搜、抖音网红，持续为景区引流；全面打造消费互联网运营能力，积极做大 OTM、花橙旅游、华悦汇等线上平台规模，深入推进文旅业务数字化。

### 案例：大数据助力景区服务及运营效能提升

随着全国各地旅游复苏，景区急需在落实常态化疫情防控工作中，做好线上实名制登记/购票、大数据动态监测、入园预约、控流等智慧化管理。华侨城以前瞻性思维提前布局，于 2012 年启动智慧化建设和数字化转型，推进互联网、大数据、云计算等高新技术与主营业务融合发展；2019 年 11 月华侨城旅游大数据平台上线，通过景区综合信息系统、视频监控系统、景区投诉分析系统、互联网口碑分析和应急指挥系统，实时展现景区客流、接待总览、游客画像和趋势监测，提升景区服务质量及运营效能。2020 年，各景区恢复开放以来，华侨城快速推出入园预约平台，旗下景区实施线上实名制购票、健康信息确认、虚拟排队和大数据动态追踪等举措，有力保障景区安全有序运营。

### 案例：“互联网+”赋能，加速商业模式创新

疫情期间，网购、网上订餐、线上教育、线上娱乐等消费互联网新业态蓬勃发展。华侨城依托“互联网+”不断创新文旅产品，深圳欢乐谷在线直播旅游达人打卡全新游乐项目，吸引超 20 万人共同“云春游”；深圳华侨城欢乐海岸借助 AR 技术，让用户在不依托任何线下场景的情况下以 3D 方式 360° 查看产品信息；深圳华侨城创意文化园以“播客推送+线上观展”的形式延续开展，邀公众“云看展”……通过加强线上产品及服务的供给，进一步激活线上体验与消费对线下的“补充价值”，满足消费者多元化、差异化



需求。

### 案例：5G 应用加速落地，打开产业升级新空间

5G 的商用落地为文旅产业提质升级打开新的发展空间，华侨城抓住技术革新的良机，与国内通讯行业巨头开展 5G 战略合作。深圳华侨城洲际大酒店与深圳电信、华为联合启动全球首个 5G 智慧酒店建设，将 5G 网络、终端、云应用首次端到端引入酒店商用场景；深圳世界之窗与深圳联通联手打造全国首个 5G 全覆盖的 5A 级大型文化主题公园，加快智慧旅游、数字化景区的全面转型；深圳欢乐谷联合中国电信探索“5G+体验乐园”模式，实现 5G 网络全园覆盖，还将围绕智慧娱乐、智慧服务、智慧管理三方面加快 5G+ 技术运用落地。

## （三） 立足大局，服务国家战略

华侨城 A 作为文旅行业领军企业，肩负响应国家战略、服务国家战略的重大使命，充分发挥自身优势，抓住政策机遇，集中资源，投资开发世界级和国家级文旅新项目，深化同粤港澳大湾区和中国特色社会主义先行示范区、长三角一体化等重点战略区域的合作，构建区域协调发展新格局。

### 1. 服务“双区”建设

公司坚持立足长远，拓宽产业结构，引进优质资源，加快启动国际化精品工程，打造“双区”生态旅游文化名片；发挥度假区与社区共生关系的优势，推动构建粤港澳大湾区“人才教育生态资源圈”和“国际教育和人才高地”示范区。

- **深西事业部：** 汇聚优质资源打造深圳欢乐港湾，以先进的规划设计理念和高质量的建造水准，建设独具海滨特色的现代化滨海城区，打造“城市公园综合体”典范，助力大湾区步入国际滨海城市新时代。
- **深东事业部：** 与深圳普林斯顿教育集团合作成立深圳普华云海教育有限公司，引进国际特色的教育产业资源，带动国内外高校资源进驻，在深圳东部走廊构建差异化、独特性的综合人文产业体系，融入粤港澳大湾区建设发展大局。

## 2. 助力“长三角一体化”

习近平总书记 2020 年 8 月 20 日在扎实推进长三角一体化发展座谈会上强调，要紧扣一体化和高质量抓好重点工作，推动长三角一体化发展不断取得成效。公司全力服务并融入国家发展战略，以深耕文化产业与旅游业融合为抓手，推动区域内文旅发展从“各美其美”走向“美美与共”。

- **紧扣一体化 多点发力主业“串珠成链”**：把握战略主动，立足上海，深耕江浙皖沪，在区域内 14 座城市布点 29 个文旅综合项目，实现文旅地产协同跨越式发展。在浙江，倾力打造杭州“芳菲与城”、宁波“欢乐海岸”、宁波“东部新城”等标杆项目，助力城市综合价值提升；在江苏，落子南京、苏州、无锡、扬州等城市，打造南京欢乐滨江，为南京贡献集生态、文化创意、休闲运动、智慧科技为特色的滨江活力区；在安徽，发挥内部战略协同作用，举全公司之力启动“合肥大会战”，全力推进合肥空港国际小镇建设，重点发展集成电路产业、临空经济产业和文旅休闲产业，助力长三角一体化进程。
- **聚焦高质量 深耕文旅融合赋能美好生活**：推进华东三省一市各大文旅综合项目，有机串联文旅资源与公共资源，让历史与现代、文化与建筑交融，实现文化营城、绿色发展理念的现代化演绎与传承，相生共荣。旗下华侨城苏河湾项目历时 7 年，精心修复历史保护建筑上海总商会，打造上海传统文化地标；常熟沙家浜唐市古镇以文化为魂，将历史文化与现代生活完美融合；扬州华侨城以“城乡共享”为核心设计理念，将生态元素和谐融入城市地标型建筑，赋能文旅、商业、乡创、康养及城乡配套等领域，实现城市文旅与乡村文旅的共生型成长；上海浦江华侨城坚持以人为本、规划先行，构建具有完善功能的生态之城、生活之城、人文之城。

## 3. 践行“一带一路”倡议

公司立足西安、辐射大西北，在推动西安文旅融合中发挥“主力军”作用，以“文化、文创”概念为核心，在建设“一带一路”重要枢纽征程中，打造极具生命力的城市综合体。



公司立足西安沣东打造国家级“文旅融合示范区”，投资 670 亿元，占地约 3511 亩，统一规划、统一建设包括欢乐谷主题公园及玛雅海滩水公园、欢乐海岸酒店群及商业街区、周文化博物馆及西咸沣东文化中心、创想中心等核心项目，有机串联文旅资源与公共资源，推动文旅居业相生共荣；推动以文旅融合为核心的综合开发转型换挡，积极拓展推进漠陂湖、鄠邑原乡小镇、灞桥纺织城以及兰州文旅综合项目等，奋力谱写文旅产业融合发展的新篇章。

#### （四） 夯实品质，提供满意服务

华侨城 A 秉持“品质华侨城 中国好服务”的服务理念，通过多种手段，持续推进优质服务管理工作：一是选取不同业态类型的 4A/5A 重点景区开展第三方暗访工作，并召开华侨城旅游景区质量提升工作会；二是选取重点时段，开展优质服务督查活动，并优化旅游口碑大数据监测平台，为景区服务提升提供参考；三是总结督查结果，表彰激励先进，选树服务典型，推广服务经验；四是开展优质服务培训研讨会，加强各企业服务管理骨干经验交流。2020 年公司旗下旅游景区及项目客户好评率稳步上升，未出现重大投诉案例。

##### 1. 健全服务管理体系

公司倡导自信、欢乐、共享的服务文化，明确服务管理组织架构和责任主体，不断制定与完善相应的岗位服务标准及流程，落实消费者权益保护，扎实推进优质服务建设，开展服务质量考核，加大服务督导工作力度，进行优质服务宣传表彰，提升服务管理规范化、标准化水平，营造华侨城优质服务文化。

###### （1） 保护客户权益，做实责任营销

公司房地产板块在营销各环节采取多种措施，统一广告宣传、统一销售说辞、明确价格及付款方式、规范销售道具、准备商品使用说明等，切实保障消费者知情权、自主选择权等权利。

###### （2） 持续开展服务质量评价，推动服务品质提升

公司根据《2020 华侨城优质服务检查细则》，通过统筹各单位自检自查、现场检查，第三方暗访等方式，开展优质服务检查工作。同时高度重视旗下 A 级景区发展质量，多措并举助力高 A 级景区开展自我复核，推动品质提升。

- **深东事业部：**聘请广东省 A 级旅游景区评审检查组专家对下属企业软硬件服务进行全面检查，深入探查各企业服务品质、管理亮点及问题。
- **深西事业部：**深圳欢乐港湾运营公司为提高服务质量和内外部客户的满意度，搭建了集咨询、导览、投诉、报修、派单、验证、回访功能于一体的一站式 400 呼叫服务平台，实现电话、现场同步咨询，统一整合数据，做到实时分析。全渠道多触点采集客户满意度反馈，采用线上标准模板和线下访谈相结合的模式融入日常运营，落地闭环管理，持续提升顾客体验，打造品牌忠诚度，全年顾客反馈结案率 100%、意外伤害处置率 100%。

### (3) 宣传服务典型，营造服务文化

公司以统筹发展的理念打造服务文化，鼓励员工在岗位上实现自我价值，通过典型选树、开展总结表彰等方式营造浓厚氛围，加强宣传推广，进一步激发一线岗位员工的服务热情，弘扬“品质华侨城 中国好服务”的华侨城优质服务精神。

- **欢乐谷集团：**通过修订服务规范，每年持续开展服务评比活动，对各园区的硬件服务设施、岗位服务质量进行检查评比，促进园区服务设施不断完善、服务品质不断提升。
- **华东事业部：**每月发布《文旅·思享汇》，统筹下属企业征集员工做实优质服务的典型故事，在内部营造“比学赶帮”浓厚氛围，树立优质服务标杆。

## 2. 优化客户体验

公司弘扬“视游客为朋友、视员工为亲人”的服务价值观，提高信息化服务水平，改造升级服务设施，依托互联网进行产品服务创新，为游客提供舒心、便捷、欢乐的游玩体验。

公司通过游客投诉反馈机制，利用华侨城旅游大数据平台进行线上旅游景区服务质量监督，不断提升景区服务质量。通过网评大数据口碑、投诉案件处理、社会监督等形式，及时掌握游客需求，推出 4000691111 互联网服务热线，开通花橙旅游智能客服平台，通过多个渠道为游客提供线上咨询服务，并针对景区游客口碑反馈集中问题，督促相关单位制定改进措施和计划，逐步整改到位。公司旗下景

点通过公共服务设施改造升级与环境优化、统一规范景区内标识导览系统，持续提升景区软硬服务品质。

● **房地产公司：**旗下顺德欢乐海岸 PLUS 通过深入开展客户服务提升行动，打造全新客户体验，彰显华侨城文旅项目品质：

(1) **打通会员系统，全业务精准服务：**通过线上互联，打通文化、旅游、商业、酒店、地产等多个业务板块的服务，通过精准数据提供顾客所需的优质会员体验。

(2) **客户资料线上线下按章归档：**线下游乐产品购买，均现场征得游客同意下办理，并统一内部规范存档；线上游乐产品购买，均由游客自行填写，后台加密保护后统一下发产品信息。线上线下产品均清晰公示相关使用须知，确保资费透明。

(3) **国家 A 级景区标准，全面升级玩乐体验：**完善管理制度，提升园区商业服务品质。优化商品陈列，提升购物体验；增加园区场景演出，融入多元文化，提供具备新鲜感的游乐体验；组建要客服务小组，提供酒店住宿个性化 VIP 服务；完善导游讲解服务、智能导览系统、景区 WIFI 无线覆盖等人性化智慧化园区管理服务配套；设置第三卫生间、无障碍通道等相关特殊人群便利设施，并设有专用医务室，配备专职医生及急救设施；制定项目安全游玩条件等安全警告标识，制定应急处置预案，应对游客高峰、恶劣气候、突发灾情等特殊情况；制定《商业营运部客服手册》，设立消费维权服务站、和解室，并于游客中心公示满意度调查、投诉维权电话等，积极应对客户投诉，提升游客满意度；开展问卷调研，了解客户要求与反馈。

(4) **标准化园区运营，打造满意周到服务：**制定园区商家培训制度，提升商家服务水平；制定商业营运半年满意度调研制度，定期对商家、消费者开展“满意度调研”；规范园区保洁、绿化等日常物业服务，各项园区保洁工作均配有管理制度、巡查表及作业标准指引，适应客流变化增设补充垃圾收集点，保证生态园区的舒适体验；坚持有偿服务工单上墙明晰展示；塑造网红打卡点，人性化设置游园互动

(5) **围绕在地人文，做大做强城市 IP：**园区餐饮积极引入顺德

本土非遗品牌及全国知名连锁餐饮，创新融合传统元素于现代生活之中，打造特色美食平台、大湾区寻味新地标。配合荟萃精品粤菜的顺德人文，创建寻味顺德小镇，打造顺德人文历史打卡点，开启顺德版“清明上河图”游览、消费体验，构建以美食体验、文旅游乐为核心，集都市乡土美食于一体的美食文旅小镇。

**(6) 保障游客安全，打造愉快体验：**管控园区无人机使用，消除安全隐患；与当地公安交警部门合作，共同制定园区道路交通管控方案，建立园区交通动线，在节假日高峰期有效疏导车流；园区出入口设置免费口罩机，为疫情新常态下的游园服务提供人性化服务。



## 二、 管理篇：固本强基，历阶而上

牢筑根基，精益管理。华侨城 A 聚焦主业发展，坚持稳中求进，完善治理机制，提升供应商管理水平，将企业战略与践行可持续发展紧密结合，实现企业经济效益与社会效益双效稳固提升，在不断满足人民美好生活需求中实现企业高质量发展。

### （一） 精益管理，推动企业提质增效

公司不断完善内部治理，加强投资者权益维护，强化供应商管理，形成各司其职、各负其责、相互制约、相互协调的工作机制，有效控制经营活动风险，为实现高质量发展奠定坚实基础。

#### 1. 完善公司治理

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》等要求，夯实制度基础，明确各级机构职责权限、议事规则和工作程序；加强诚信合规体系建设，落实企业治理主体责任，严格信息披露，积极回馈股东，不断提高公司治理能力和水平。

- **夯实制度基础，保障发展方向：**坚持发挥党委领导作用、董事会战略决策、高管层授权经营、监事会依法监督的科学治理机制。2020 年 4 月，公司根据《中央企业公司章程指引（试行）》，将“完善公司法人治理结构，坚持和加强党的全面领导，建设中国特色现代国有企业制度”等要求写入《公司章程》，充分发挥党委把方向、管大局、促落实的作用，为公司持续健康发展提供重要的体制、机制和组织保障。
- **完善组织架构，确保高效运转：**充分考虑内部控制要求，围绕四个原则设计组织架构，健全现代公司组织体系。

依据法律法规	公司按照《公司法》《上市公司治理准则》等有关要求保证决策、执行和监督相互分离。
围绕发展战略	公司组织架构设置充分考虑公司发展战略、文化理念等因素，设置 15 个职能部门，各部门各司其职、各负其责、相互配合、相互协调，保证公司经济业务和经营管理活动有效进行。

<b>符合管理控制要求</b>	明确董事会、监事会、经理层的职责权限、任职条件、议事规则和工作程序，合理确定治理层和内部各职能部门之间的权力和责任。公司董事会下设审计委员会，对内部控制的建立健全和有效实施发挥重要作用；建立独立董事制度，维护公司整体利益及中小股东的合法权益。
<b>适应内外环境变化</b>	公司关注组织架构运营的有效性，以发展目标为导向，定期梳理内部机构设置、各岗位职责分工，评价运行的效率和效果，及时优化调整，使组织架构处于高效运行状态。

- **丰富信披内容，提升信披频次：**丰富定期报告内容、提升信息披露频次，提高信披质量，引导投资者挖掘公司价值，及时回应市场需求。2020 年公司共披露包括定期报告、临时公告在内的 174 份公告，合计 179 万字，连续 8 年获深交所信息披露考核优秀评级。
- **深化投资者关系管理，畅通信息沟通渠道：**统筹开展项目实地调研、建立“线上+线下”多渠道沟通方式，展现标杆项目发展成果，提升沟通频次和效果。

<b>统筹开展项目实地调研</b>	开展“华侨城 A 价值发现之旅——顺德站”调研，邀请 2 批次、27 位机构投资者调研顺德华侨城，展现公司成片综合开发模式优势及公司新一代文旅融合新标杆项目的发展成效。
	接待 1 批次、9 位个人投资者前往南京华侨城，实地调研南京欢乐滨江和丰字河项目。
<b>建立多渠道沟通方式</b>	为兼顾疫情防控和业绩推介，公司召开线上业绩交流会，集中宣介各项业务经营现状与计划，视频观看人数超过 4.5 万次，进一步向市场传递公司市场价值、坚定投资者信心。
	疫情防控常态化下，通过“线上+线下”多元化渠道，主动与投资者开展沟通交流。全年共与 26 批次、100 余位投资者沟通；通过互动易、IR 邮箱、IR 电话等渠道，及时回应近千次投资者关注；积极参与监管部

	门组织的网上集体接待日活动，现场回复投资者提问，回复率 100%。
--	-----------------------------------

- **保障股东权益，共享发展成果：**公司一直注重现金分红的稳定性、长期性和连续性，真诚回馈股东、回报投资者。在保障公司未来经营发展的前提下，平衡现金分红和公司发展所需资金的关系，制定合理的利润分配方案，积极回报广大投资者。2020 年，公司现金分红总额 32.15 亿元，占当期归属于上市公司股东净利润的 25.34%。

## 2. 推动提质增效

公司积极响应国家政策，深入开展对标世界一流管理提升行动，加强集中采购和成本管理，持续做好扭亏治亏和瘦身健体专项工作，围绕提质增效主线，夯实可持续发展根基。

### (1) 落实“345”新规

央行“345”新规对房地产企业控负债提出了更高的要求。公司第一时间召开专题会议，成立落实央行“345”新规领导小组和工作小组；集中精力压降杠杆，有效落实调控要求保障公司可持续发展。

### (2) 规范采购管理

公司持续加强集中采购和成本管理，强化电子招采平台规范使用，打通供应商资源区域壁垒，逐步建立供应商信用管理机制，全公司范围实现“全库通”，践行责任招采。

- **阳光招采：**规范招采管理，持续推进集中采购，含施工总承包在内，集采产品已达 34 项，采购效率明显提高，降本节支成果显著；建立预结算第三方复审机制，搭建成本信息化管理平台，不断强化成本“大数据应用”。
- **供应商合作：**打通供应商资源区域壁垒，在全公司范围实现“全库通”，促进资源充分共享；与优秀供应商建立长期、稳定的合作伙伴关系，加强供应商动态评价，完善供应商信用管理机制，推动供应商合作向双赢模式转变。
- **平台建设：**2016 年上线华侨城电子招采平台，通过国家“五星级”认证，招标信息公开、流程规范；2020 年获评中国物流与采购联合会“十佳电子化采购平台”。2020 年，累计成交采购项目数量



近万个，已注册供应商数量 4 万余家。

### 3. 坚持反腐倡廉

公司深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想和十九届中央纪委四次全会精神及中央企业党风廉政建设和反腐败工作会议精神，营造风清气正的廉洁氛围。

- **大力推动“三转”**：以深入推动纪检监察体制改革为契机，进一步完善体制机制，强化队伍建设，系统梳理“转职能、转方式、转作风”工作中存在的问题和困难，针对性开展专题研究，形成相应的对策措施，加快构筑起新形势下反腐倡廉的新格局。
- **做实做细监督**：组织签订《党风廉政建设责任书》和《廉洁从业承诺书》，层层压实责任；组织公司及下属企业开展政治生态分析研判，针对重点领域提出加强监督和完善管理的纪检工作建议；针对性开展日常提醒谈话，把好干部监督的“政治关、品行关、作风关、廉洁关”；加强巡视巡察上下联动，推动巡视监督与其他各类监督的贯通融合。
- **强化制度建设**：结合纪检监察体制改革、巡视整改和一体推进“三不腐”体制机制建设，聚焦落实“两个责任”，积极推动新建或修订一批制度，进一步夯实全面从严治党的制度基础。
- **创新廉洁宣教**：依托内网 OA、微信公众号、企业微信等新媒介，搭建内部廉洁宣教平台；做好节日期间廉洁提醒和教育work，创新廉洁宣教形式，严防“节日病”；深入各子公司巡回讲授警示教育暨遵规守纪专题党课和讲座，强化领导干部廉洁从业和拒腐防变意识。
- **严肃执纪问责**：依规依纪依法开展监督执纪问责，深化运用“四种形态”与“三个区分开来”，大力整治违反中央八项规定精神和“四风”问题，对顶风违纪、不知敬畏的单位和人员予以严查快办、严厉问责，持续释放越往后执纪越严的信号。
- **加强队伍建设**：落实纪检巡视系统全员培训，有效提升纪检巡视队伍专业能力和综合素质；推动纪检干部交流锻炼，强化实战练兵，落实做强总部、做实基层的工作部署；出台纪检干部日常行为规范和巡视机构纪律作风要求，强化纪检巡视队伍内部监督。

2020 年，共组织 2200 余人次参加纪检巡视业务培训和专业讲座。

## （二） 责任引领，践行可持续发展

公司高度重视企业社会责任管理，不断提升履责能力，坚持从责任理念出发，完善责任治理工作，推动与利益相关方的责任沟通，以责任担当引领可持续发展。

### 1. 责任理念

公司秉持“通过独特的创想文化，致力于提升中国人的生活品质”的企业使命，和“主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者”的角色定位，努力实现“成为中国最具创想文化和影响力的企业”愿景。始终坚持以高度的政治责任感和历史使命感，自觉承担中国文化旅游龙头企业的政治责任、经济责任和社会责任，争做服务国计民生的先行者，为经济社会持续健康发展不懈奋斗。

### 2. 责任治理

公司按照集团社会责任工作管理要求和战略规划，结合旅游文化及房地产行业特色，建立起跨部门联动的社会责任报告编制工作机制。公司高层积极推进履行社会责任及社会责任报告编写发布工作，负责社会责任报告最终决策和审核；企业文化部牵头，负责项目沟通和协调，联络和动员各部门及时提交相关素材，并对素材质量严格把关；其他部门及下属项目公司为配合单位，发挥各自专长履行社会责任，收集社会责任相关素材并协助报告编写。

### 3. 责任沟通

公司高度重视与利益相关方的沟通，努力塑造责任央企形象。在长期发展过程中，持续探索与利益相关方有效的沟通方式，研究并准确把握各利益相关方关注的议题，在企业官方网站、主流媒体、微信公众号等平台更新社会责任履行情况；通过发布年报、半年报、季度报和社会责任报告，定期向利益相关方披露履责进展；积极参加行业论坛及会议，组织或参与公益活动等方式，搭建多元化内外部沟通平台，传播华侨城 A 企业理念及履责动态，增进利益相关方对公司的理解和支持。

### 华侨城 A 利益相关方参与方式

利益相关方	期望与需求	公司回应	沟通方式
中央和地方各级政府及部门	符合宏观政策导向 守法合规经营 照章纳税，吸纳就业 带动相关产业发展	遵守国家法规政策 响应政府号召和引导	定期汇报 政企沟通
股东与投资者	确保投入资本的安全， 并能获得持续稳定的 收益回报 公司信息披露真实、准 确、及时和完整	构建科学的治理结构， 完善信息披露机制 保障股东投入资本的 安全，稳健经营，创造 令人满意的投资回报	股东大会 定期报告 公司公告 投资者交流
购买公司产品 和服务的机构 或个人	高质量的产品和服务 完善的售后服务	创新产品内涵 提升产品品质 升级服务水平	市场调研 客户沟通 满意度调查
公司及所属企 业员工	保障员工合法权益 具有竞争力的薪资和 福利水平 宽阔的职业发展道路 较多的培训学习机会	遵守劳动法律法规 拓宽员工晋升通道 合理提升员工收入 提供平等的就业机会	员工座谈 员工调研 员工信箱
供应商	公平采购 诚信履约	坚持三公原则 为供应商搭建交流平 台	供应商会议
媒体机构	积极回应社会关切 推广企业文化与价值 塑造责任企业品牌形 象 构建良好公共关系	策划多种形式主题活 动与对话 主动发声沟通，客观、 准确传递企业发展信 息	新闻发布会 实地调研访谈 加强信息公开
项目所在的社 区和所在地的 居民	保护周边环境 促进社会发展 共建和谐社区	落实节能环保工作 组织公益捐赠活动 发起志愿者活动 社区文明共建	居民座谈 媒体报道 参与公共开放 空间建设 开展公共活动

### 三、 员工篇：幸福职场，并肩同行

功以才成，业由才广。华侨城 A 坚持人才是企业的核心竞争力，保障员工合法权益，合理统筹员工队伍建设，系统提高员工发展质量，努力创造舒心愉悦的职场环境，打造一个稳定幸福的事业繁荣共同体。

#### （一） 人本为先，关怀备至

华侨城 A 秉承“以人为本”的理念，严格遵守国家《劳动法》《劳动合同法》等法律法规和企业所在地政策要求，明确员工合法权益，建立规范化、市场化的薪酬福利体系，切实保障员工工资、社保及各项福利待遇全面落实，激发经营团队和广大员工工作的激情。2020 年，公司劳动合同签订率 100%。

##### 1. 保障基本权益

公司坚持平等雇佣原则，反对一切因性别、地域、国籍、学历、宗教信仰等不同而存在的歧视行为，致力于创造平等的就业环境；尊重员工就业意愿，反对任何形式的强迫劳动。截至 2020 年底，公司中层以上管理层女性员工占管理层员工总数的 19%。

指标	单位	2018	2019	2020
员工总数	人	24083	25003	23986
女性员工人数	人	6589	9003	8571
女性员工占比	%	27.4	36	35.73
少数民族员工人数	人	1016	1228	958
少数民族员工占比	%	4.2	4.9	3.99
年度新增员工人数	人	5604	7610	6263
招聘应届毕业生人数	人	519	698	547
应届毕业生占比	%	9.3	9.1	8.73
新增少数民族员工人数	人	225	268	205
新增少数民族员工占比	%	4	3.5	3.27

新增女性员工人数	人	2298	2825	1223
新增女性员工占比	%	41	37.1	19.53

## 2. 完善薪酬体系

公司根据二级企业年度经营业绩考核办法有效激励各级经营团队，对标市场薪酬水平，建立差异化、鼓励高价值创造、市场化的薪酬体系。通过落实工资总额管理办法和二级企业负责人薪酬管理办法等多项制度，建立工资总额和企业经济效益联动的科学分配机制，建立健全科学、规范的绩效管理体系，实现对下属企业及企业负责人有效的考核激励。

- **实行薪酬激励，激发员工活力：**坚持“以业绩为导向、收入反映贡献，鼓励价值创造”的理念，将薪酬与业绩挂钩，实行高浮动的薪酬激励制度，在调动各级管理人员积极性的同时激发企业活力。2020年，公司已兑现对各级员工的年度奖励。
- **健全工资结构，优化分配机制：**建立健全与劳动力市场基本适应、与企业经济效益和劳动生产率挂钩的工资决定和正常增长机制，实现员工薪酬与企业业绩同步增长，为不同板块和职级人员设计差异化的薪酬结构，鼓励价值创造。
- **推进利益共享，汇聚人才动能：**在企业核心人才中长期激励上，全面推进项目跟投管理工作，贯彻落实跟投管理办法；持续限制性股票激励计划，统筹落实各类中长期激励工作，探索符合企业自身情况的激励方案。

## 3. 完善员工福利

公司按时足额为员工缴纳“五险一金”，提供企业年金、补充医疗保险等多重保障；为员工提供年休假、病伤假、婚假、产假、看护假、丧假等多种假期，切实落实员工休息休假权；对于在法定节假日期间加班的员工，公司按照法律规定标准给予加班补偿；重要节日节点为员工送上暖心祝福及节日礼物，让员工充分感受到公司大家庭的温暖。

### （二） 携手进步，共同成长

人才是企业的核心竞争力。公司拓宽“内外并举”的人才发展通



道，围绕人才队伍建设，“量身定制”人才培养方案，全面推进人才赋能工程，推动员工与公司共同成长。

## 1. 拓宽职业通道

公司以关键人才及其团队为核心推进人力资源供给侧结构性改革，促进内部人才合理健康流动，为员工提供广阔的价值实现平台和成长空间；对外不断拓宽选人用人视野，引进专业化和紧缺型人才，为公司创新发展提供坚强的组织保障。

### (1) 加强顶层制度设计

- **坚持干部选拔任用标准：**坚守“以成败论英雄、以业绩论高低、以廉洁论功过”的导向，选优配强各级领导班子成员；依法履行相关程序，严格把关，树立正确选人用人导向。
- **不断完善选人用人制度体系：**加强干部人才“选育用管”系统化管理，制定《2021-2025 年人才工作规划》，修订领导人员管理等 10 项制度，探索制定领导人员综合考评办法、专业技术人才管理等相关制度，基本形成系统完备、科学规范、有效管用的选人用人制度体系。

### (2) 完善人才梯队建设

- **强化交流机制，优化人才资源配置：**健全“三项考核评价”体系，加强优秀年轻领导人员交流力度与多岗位历练；创新上线“人才大市场”，建立内外部优质人才“共享池”，促进内部人才市场化有序流动。
- **深化市场化选人用人，落实契约化管理：**精准引进行业领军和关键人才，精准猎挖行业高端人才；落实契约化管理，实现二级单位经理层签订业绩目标责任书全覆盖，组织绩效分解到人；将考核评价结果作为领导人员能上能下的重要依据，激励担当作为。
- **匹配业务需要，用好优秀年轻领导人才库：**完善优秀年轻领导人员队伍建设，持续增加在库人员数量，打造一支数量充足、结构合理的企业优秀年轻领导人员队伍。
- **加强源头建设，持续储备高素质年轻人才：**定期从国内外重点院校引进优质大学应届毕业生，构建华侨城高素质人才梯队。2020 年，共引进 500 名优秀应届大学毕业生。

## 2. 优化人才培养

公司重视员工个人职业发展，聚焦不同层级员工的能力提升，围绕人才队伍建设，依托“航”体系，实施“人才梯队”与“专业能力提升”双线培养，推进“互联网+”线上线下一体化培训，提升干部人才综合素养，为企业高质量发展提供澎湃动力。

2020 年，公司及各下属企业共实施培训 4083 场次，覆盖 22.71 万人次，累计 54197 学时，其中“航”培训 12 场次，累计培训 2024 人次、474 学时。

- **锻造实战型年轻领导人员队伍：**以“云课堂”“云研讨”形式举办“领航 I 阶”“助航”能力提升培训班第二期，共 124 人参加；引入“课题制”和“导师制”，开展 10 场专题研讨会，共产出 15 个课题成果。
- **塑造高素质校招员工队伍：**落实“3+1”联合培养机制，统筹开展“启航·2020”培训，全方位支持学员快速融入公司、实现职业转型。2020 年，公司校招大学生培养方案入选行业组织发展实践案例，荣获“2020 中国年度最佳雇主组织发展奖”。
- **打造精锐专业线领导骨干队伍：**紧扣业务战略，深挖“远航”“护航”专业赋能，统筹总部职能部门与兵种公司实施八大业务领域的专业能力提升培训。2020 年，共培养相关专业线领导人员、业务骨干 1387 人次。
- **发挥 OCT 创想学堂平台作用：**全面推进知识管理，传承公司文旅行业经营，形成内部知识萃取和沉淀的机制。2020 年，OCT 创想学堂开展沉淀课程 5350 门，开发课程 542 门，开设学习专题 67 个。

## 3. 关注员工生活

公司致力于为员工营造人性化的工作环境，增强员工的企业认同感和团队凝聚力。公司各级工会积极开展多元文化活动，帮助员工释放压力，增强企业归属感；关注员工身心健康，将健康体检、心理健康辅导培训、免费义诊等关爱措施贯穿全年，开展“送清凉”“送温暖”等关爱行动，做实员工关注的“小事小情”；长期关注困难员工，向需要帮助的困难员工、家庭变故员工、患病员工及时伸出援手，传



递华侨城大家庭的温暖。

#### 4. 增进团队和谐

公司重视员工的工作与生活平衡，适时开展职工趣味运动会、员工迎新活力跑等形式多样的团建活动，提高员工集体荣誉感和归属感，调动工作积极性，提升职场幸福感。

## 四、安全篇：牢筑防线，担当尽责

居安思危，思则有备。华侨城 A 认真贯彻落实党中央、国务院、国资委及省市有关安全生产和疫情防控工作的决策部署，主动防范风险，全面提升安全生产治理能力和实践水平，实现全年未发生较大及以上生产安全事故的管理目标。

### （一）强化保障，构筑安全之墙

华侨城 A 始终坚持将安全生产放在首位，认真落实安全生产工作的决策部署，全面压实安全生产主体责任，扎实做好安全生产和疫情防控各项工作，统筹推进安全生产专项整治三年行动，严格安全考核，有效促进安全生产各项工作落到实处。2020 年，公司各级企业全年安全经费投入累计达 5.5 亿元。

#### 1. 加强组织领导，落实主体责任

公司与各子公司、事业部及直属单位逐级签订 2020 年度安全生产责任书，明确各单位年度安全生产工作目标；各单位认真落实“管行业必须管安全，管业务必须管安全，管生产经营必须管安全”的要求，从领导班子到部门负责人、经理、主管、员工逐级签订安全生产责任书，将安全责任层层逐级落实。2020 年，公司共签订安全生产责任书 18591 份，员工签署岗位安全承诺书 38356 份，配备注册安全工程师 136 名，专职安全管理人员 465 名。

#### 2. 强化安全督查，推动安全复工

复工复产后，公司扎实开展安全生产及疫情防控专项督查，制定详细的《复工实施方案》，发布《复工复产安全及防疫》等三项指引文件，科学有序推动复工复产。

- **制度引领：**依照党中央“科学防疫，有序复工”的要求，按照公司旅游研究院/旅游管理部制定的《旅游景区疫情防控及开园运营工作指引》，把握开园疫情防控重点内容及环节，采取措施处理突发应急事件，不断提升景区应对突发危机的能力，稳步推进景区恢复开放、安全发展。
- **强化督查：**深入各事业部、子公司重点项目开展复工复产后的安全生产及疫情防控专项督查，从领导责任、疫情防控、作业现场

安全和员工自我防护等方面开展督查；定期统计跟踪疫情防控物资设备的使用情况，为全体员工提供充足的防护、消毒、测量物资保障。

- **防控落实：**加大疫情防控知识宣传力度，多种渠道发送疫情信息；编制和完善防疫防控制度、应急预案，落实游客扫码登记、实名预约制度，按要求对景区各类项目进行消杀，认真做好员工体温监测及健康状况统计工作。

### 3. 突出工作重点，开展专项整治

根据国务院安委会的总体部署要求，公司制定安全生产专项整治三年行动方案，从两个专题、四个重点领域深入推进。各级企业采取节庆大检查、季节性安全检查、专项检查、部门自查、交叉检查、岗位日常检查、安全隐患随手拍等方式进行细致排查。2020 年，累计开展各类安全检查 9202 次，排查隐患 65631 项，下发隐患整改通知书 7917 份，整改完成 64264 项，整改完成率达 97.9%。

### 4. 严格安全考核，促进责任落地

伴随疫情好转，公司安全绩效考核小组在做好常态化疫情防控条件下，前往各子公司及直属单位开展年度安全生产绩效考核，通过单位自评、现场考核、满意度测评、交叉考核等方式，对被考核单位安全生产目标完成情况、企业经营班子安全履职情况、日常安全工作记录等进行全面考核，并对获得良好等级的前两名进行奖励，对发生安全事故的企业进行通报，持续强化责任考核、严肃责任追究，积极发挥考核“指挥棒”的导向作用，促进安全生产各项工作落实。2020 年，酒店集团、华侨城旅行社、世界之窗获得安全生产绩效考核前三名。

## （二） 坚守红线，护航平安之旅

公司深入推进安全生产风险管控工作，制定应急管理预案，提高员工安全意识，营造关心安全、参与安全、弘扬安全的浓厚氛围，为高质量发展提供安全保障。

### 1. 强化风险防控，加强应急管理

公司深入推进安全生产风险管控工作，对安全风险分级、分类进行管理，动态评估、调整风险等级和管控措施，确保安全风险始终处

于受控范围内；在安全风险评估基础上，制定本单位的综合预案、专项预案和现场处置方案，并在当地政府应急管理部门进行备案；督促指导各级企业，尤其是新建项目、新开园景区，建立健全应急管理体系，提高突发事件应急处置能力。

2020 年，共编制风险管理手册 154 本，建立危险源识别与评估登记表 2380 份，制作重点场所和岗位安全风险告知卡 7233 个张，开展各类应急演练活动 3492 场次，参加人员达 8.7 万人次。

### 案例：深圳东部华侨城承办“2020 年深圳市特种设备事故应急演练”

11 月 18 日，深圳东部华侨城承办并参与“2020 年深圳市特种设备事故应急演练”，以“实战模拟+桌面推演”形式展现特种设备对东部华侨城大侠谷云海索道高空游客滞留后的应急处置。其中，桌面推演模拟游客被困事态严重的情况下，请求社会力量救援的应急处置，展示政府和企业组织调度各种应急资源的综合协调和处置能力，进一步检验东部华侨城应急预案和政企联动机制的实用性和有效性，提升应急救援队伍的装备水平和救援指挥能力。

## 2. 保障设施安全，确保安全建设

公司高度重视安全生产工作，旗下景区、主题公园等各文旅项目认证遵循《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国特种设备安全法》《大型游乐设施安全规范》等国家法律法规标准规范要求，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，及时更新、改造、淘汰老旧设备设施，消除安全隐患。新增专项经费用于安全生产信息化和智慧工地建设，以科技为安全赋能；以安全出发进行产品设计，采用先进技术、高品质材料，打造安全、舒适的娱乐设施；复工复产后，各文旅项目对疫情期间停用的设备、场所逐一排查，加强设备设施维修和人员培训，严守安全防线。

**案例：欢乐谷连锁主题公园多举措全方位筑牢安全屏障**

欢乐谷连锁主题公园作为公司的重要旅游产品，高度重视园区内设备安全运营，从制度流程、运营管理、人员培训、设备引进等方面做好保障，全力保护游客人身安全。在流程制度方面：统筹编制各类指导文件，加强设备安全管理，落实日检、周检、月检、年检等管控措施，保证设备日常运行安全。在信息化建设方面：充分运用行业先进的资产管理信息化系统，加强游乐设备运营安全智能监管、降低设备故障率、降低备件消耗、减少人工投入。在人员培训方面：严格按照三级教育制度对新员工进行入职安全培训，严格管控需要持证上岗的岗位并定期组织培训，同时组织员工参加典型设备安全事件分析讨论会，举一反三，建立完善的安全培训考核机制。在设备引进方面：遵循“安全第一”原则，通过行业调研、专家评定、实地考察等措施，严控设备的安全性和稳定性，主要设备来自行业领先、世界一流的设备制造商。

**案例：深圳欢乐港湾严守安全防线 打造“湾区之光”摩天轮**

深圳欢乐港湾是华侨城深耕粤港澳大湾区的文旅综合项目以及新一代“文化+旅游+商业”示范作品，在欢乐港湾东侧的地标“湾区之光”摩天轮计划在 2021 年开放。

在摩天轮的设计之初，欢乐港湾就将安全作为首要考量，采用最先进的电气控制系统与轿厢的伺服稳定系统，保证设备安全、稳定、舒适运行；轿厢采用双系统设计，材料防火等级为 B1 级以上，常备无线对讲、音视频监控、烟雾报警、逃生天窗、应急自然通风窗等多种安全设施，确保应急安全；两端进出开关门机构利用上下客分流系统合理配置人流动线，保证乘客有充分的时间上下轿厢，在保障安全的基础上，提供更舒适的体验。

**3. 开展学习宣教，增强安全意识**

公司深入学习习近平总书记关于安全生产的重要论述和重要指示批示精神，组织开展“领导干部讲安全”活动，为全体员工作出表率；在“安全生产月”“消防宣传月”期间，以“线上为主、线下为



辅”的方式开展形式多样的宣教活动，学习安全论述、普及安全常识、提高安全技能、传播安全理念，强化员工安全及疫情防范意识。2020年，公司共开展“领导干部讲安全”活动 1206 场次，组织安全培训 4893 场次，宣教活动 2404 场次，培训人员达 15.9 万人次。

## 五、 环境篇：低碳环保，绿色先行

生态优先，绿色发展。建设生态文明是中华民族永续发展的“千年大计”，华侨城 A 坚定贯彻落实“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，始终坚持“生态环保大于天”的责任理念，践行“绿水青山就是金山银山”，尤其在参与国家区域协调发展和新型城镇化建设方面，秉承“生态优先、环保先行”原则，强调对在地生态环境与传统文化的保护和传承，基于土地伦理进行产业导入，提升城镇综合治理质量，推动区域产业优化升级和城市价值提升，坚持在发展中保护、在保护中发展，走出一条人与自然、城市与自然和谐共生的绿色发展之路。

### （一） 节能环保，绿色发展

公司深刻认识生态环境保护的重大意义，将绿色发展理念融入企业日常管理与经营。根据《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，将绿色运营与公司发展有机结合，带动下属各事业部、子公司立足自身主营业务，在生产经营的各个环节加强把控，践行节能环保；将生态保护与教育相结合，推广绿色公益环保理念，提高公众的绿色环保意识。

#### 1. 开展绿色运营

公司将绿色理念融入管理和日常运营，通过设备升级更新、管理优化、行为引导推进节能工作，提升公司绿色发展水平。

- **深东事业部：**健全能源、物料、修旧利废管理制度和办法，加强仓库物品采购及出入货品的管理，严格验收入库产品质量；通过对水、电、气等能源的严格管理，减少能源损耗，降低运营成本。旗下酒店群通过对小木屋热水系统进行改造，2020 年分别减少二氧化碳、二氧化硫排放 111 吨、378.5 吨。
- **物商集团：**积极开展以节能、节水、环境绿化美化等为主要内容的绿色物业管理工作，通过科学管理、技术改造和行为引导，有效降低各类设施设备运行能耗，构建更加宜居的社区环境；协助社区开展垃圾分类宣传，普及垃圾分类知识，提高居民群众的生活垃圾分类意识，促进垃圾分类有效实施，形成生活垃圾分类人

人有责、全民参与的良好氛围。

## 2. 打造绿色建筑

公司结合自身实际，将环境考虑在前，生态规划在先，严格遵守相关法律法规，通过科学管理和技术进步，最大限度地节约资源，降低建筑施工对环境的负面影响；用好“海绵城市”“绿色建筑”等先进的建设理念，持续改善能源资源利用效率，走人与自然共荣共生的发展之路。

### (1) 绿色施工

公司旗下各在建工程按照绿色低碳、循环利用原则，优先选用环保材料，严格施工管理，做好施工过程中的三废处置工作，打造环保工程。

- **华东事业部：**推行绿色施工，协同节能降耗。旗下各项目建筑施工项目积极推行“七个百分百”，加强扬尘治理，工地裸土全覆盖并安装喷雾降尘系统及扬尘噪声等在线监测系统；降低施工能耗，优先选用节水、节电、节油等节能型机具和设备；施工污水按规定沉淀后排放，固体废弃物按规定清运至指定场所规范处置。常熟华鼎置地住宅项目积极推行“七个百分百”，采取喷雾降尘、扬尘监测等一系列绿色施工措施，取得良好的效果，荣获 2019 下半年“江苏省建筑施工标准化星级工地”。

#### 小知识：扬尘治理“七个百分百”

1. 施工现场沿工地四周设置连续围挡 100%；
2. 物料、裸露场地遮盖率 100%；
3. 施工现场出入口，主要道路硬化率 100%；
4. 出场车辆冲洗设施及冲洗制度落实率 100%；
5. 渣土等运输车辆出场密闭率 100%；
6. 洒水、喷淋（雾）降尘措施 100%；
7. 施工现场扬尘监测和视频监控措施 100%。

### (2) 绿色设计

在城市建设项目中，公司将自然途径与人工措施相结合，利用“海绵城市”的理念，在确保城市排水防涝安全的前提下，最大限度实现

雨水在城市区域的积存、渗透和净化，促进雨水资源的利用和生态环境保护。

- **房地产公司：**深圳沙井四海云创、四海时代大厦项目利用绿化屋面、下沉式绿地、透水铺装等海绵措施管理暴雨，减轻排水系统压力，改善水质和空气，缓解“热岛效应”，减轻供电压力，取得“深圳市绿色建筑设计认证银级标识”。
- **西部事业部：**重庆华侨城致力将 4 平方公里规划区域打造成全国性海绵城市示范区的延伸和重庆两江新区可持续发展战略的核心展示区，全面塑造大型综合开发区海绵城市建设典范。
- **深西事业部：**旗下瑞湾大厦和滨海廊桥项目在设计时根据项目实地情况指定水土保持方案，并严格按照政府要求落实在施工图纸；施工期间严格执行水土保持实施及监测，切实控制项目现场的水土流失量；同时项目全过程做好水土保持资料整理及备案，做到水土保持工程可溯源。2020 年，经过美国绿色建筑委员会的多轮考评，瑞湾大厦项目正式获得绿色建筑评估体系（LEED）金级预认证，充分展示出该项目在节能环保、可持续发展领域的出众表现，以及在设计、施工等各阶段的高水准。

#### 案例：顺德华侨城构建生态环保滨水城市综合体

华侨城旗下顺德华侨城城市综合体项目大力推广生态友好开发及绿色生态建设，因地制宜，保护现有景观特色，项目建筑设计标准达到绿色二星。项目地块内的雨水收集、净化后，通过管网排入人工湖景观水体，作为日常补水，并依托水生态系统和人工净化系统，有效维持景观水体水质达到 3 类水质标准，水质达到相应水质标准后作为景观用水、绿化浇灌用水，有效降低新鲜水耗，项目每年可节约用水 6 万立方米；搜集 110 万块旧青砖、10 万块旧石板作为建筑外墙和铺地材料，使用蚝壳这一传统食材剩料作为建筑外墙新材料，实现资源回收利用。同时，顺德华侨城以湖心水系将湿地公园与欢乐海岸 PLUS 连为一体，在“保护性修复”原则下涵养原生态生态环境，减轻环境负荷，保护原有生态绿植，种植乡土树种，以优美的植被景观形成城市中心绿肺。项目通过自然生态的设计手法和绿色健康的设计理念，营造人与自然、人与人和谐共生的自然生

态环境。

## （二） 守护生态，敬畏自然

习近平总书记指出：“环境就是民生，青山就是美丽，蓝天也是幸福。”公司在全国项目开发建设中注重生态环境保护，致力构建“望得见山、看得见水、记得住乡愁、留得住文脉、城乡居民共同富裕”的美丽图景，通过把绿色低碳理念融入日常办公，将生态保护与教育相结合，提高公众环保意识，多措并举守护生态文明。

### 1. 坚持绿色办公

公司深入开展节能减排宣传教育，推行无纸化办公，精简办文办会，充分利用线上办公系统功能，减少纸质资料印发、流转频率；严格落实中央八项规定精神，大力提倡视频会议，充分发挥网络视频会议系统功能，推广绿色低耗办会。

- **香港华侨城：**积极践行绿色办公，推行多项节能降耗及减废管理措施，鼓励员工践行绿色承诺。大力推广线上办公方式，减少纸张等资源浪费，设置后勤管理员督促员工抓好工作落实；统一收集和记录总部及附属公司在日常办公、生产中产生的一般和有害废弃物，进行废物分类管理，并分别交由具有相应回收资格的第三方机构处置。

### 2. 践行生态文明

公司在规划建设之初，就将“生态环保大于天”和“生态优先、环保先行”的理念融入企业规划，积极推动生态文明建设，用生态连接人与自然，与城市共同生长。结合自身业务发展，公司在全国各地探索生态公共空间建设，投入巨资进行深圳华侨城湿地、武汉东湖、南昌象湖、顺德桂畔湖、成都府河上游绿化带等湿地的保护性修复及美化，开展自然教育，守护城市生态绿洲。



**案例：科学管理湿地 打造原生态城央“绿肾”**

深圳华侨城湿地是中国唯一地处现代化大都市腹地的滨海红树林湿地公园，占地面积约 68.5 万平方米，其中水域面积约 50 万平方米，拥有大面积的原生红树林群落以及种类丰富的动植物，也是国际候鸟重要的中转站、栖息地，集湿地体验、科普教育于一体，是中国首个“国家级滨海湿地修复示范项目”。

华侨城 2007 年从深圳市政府接管这片湿地，历时 5 年、耗资逾 2 亿元开展综合治理工程，并每年投入逾 800 万元运营成本，致力湿地保护和提升。自成立以来，华侨城国家湿地公园采取“免费开放、预约进入、控制人流”运营模式向所有公众开放，已服务公众超过 30 万人次。2020 年，华侨城湿地通过国家林业和草原局验收，成为深圳首个国家湿地公园，在粤港澳大湾区和中国特色社会主义先行示范区“双区”驱动下，引领全国自然教育行业，全面打造环保公益平台，践行企业社会责任、推动生态文明建设。

在提升生态环境方面，华侨城湿地深化智能化、科学化、精细化管理，通过多维度的专家指导，践行“还自然一个自然的状态”理念，增设水生微栖地、水鸟停歇浮床等多样小生境体验区 12 处。结合多方位监测，湿地全年新记录鸟种 7 种，蜻蜓 11 种，蝴蝶 2 种，虾类 2 种，鱼类 5 种，累计记录鸟类 175 种。

在开展公益活动方面，全年开展公益生态导赏、教育课程活动、环保志愿教师培训 680 余场次，参与活动公众人数达 2.5 万人次。疫情防控期间，结合线上线下开展“世界地球日”“国际生物多样性日”“特区四十周年”等各类宣传主题活动。全年共完成 23 场公益宣传活动，影响公众超 700 万人次。同时，湿地自制线上课程《云游湿地——小侨带你探湿地》系列视频总曝光量达 25 万次。

**案例：开展自然教育 播种生态环保的“种子”**

依托湿地丰富的自然资源，华侨城积极举办公众生态环境教育活动，共建生态文明。旗下华侨城房地产公司携手多方发起并成立深圳市华基金生态环保基金会，以“倡导生态文明理念，推

动生态建设和环境保护为宗旨”，打造“自然教育”“零废弃”“华·生态讲堂”“华·绿色论坛”四大品牌项目。

在自然教育工作中，积极在全国援建自然学校，输出可复制性自然学校指南。与生态环境部宣传教育中心、深圳市生态环境局、深圳市城市管理局、深圳市规划和自然资源局、国际湿地合作，战略支持 78 所自然学校，74 所湿地学校。2020 年，新增 22 所入选第四批国家自然学校能力建设项目试点单位。连续 5 年开展了共 18 期研讨培训班，输出自然教育骨干 3000 余人，编制自然教育教材 32 本。在“零废弃”项目方面，坚持“一沙一土不外运”原则，用清理的外来植物和损坏的地砖修建湿地自然步道“零之路”，倡导“无痕湿地”，撤除园区垃圾桶，多措并举传递“零废弃”的环保理念。

#### 案例：与自然共生，同生态对话——“2020 自然梦想家”

“自然梦想家”是深圳欢乐海岸打造的一年一度的大型公益活动，源起华侨城“生态环保大于天”基因，也符合深圳欢乐海岸环保者的品牌定位，让环保成为一种行为习惯，让公益成为一种生活方式，“自然梦想家”已成为欢乐海岸的生态公益基因。

“2020 自然梦想家”在延续往年绿色环保因子的基础上，以“做喜欢的事，持续环保”为主题，从环保艺术、商业向善等角度，携手“艺虚亦实”环保艺术 IP，联合线上线下呈现了互动性更强的艺术环保行动。在疫情影响下，公司积极克服困难，主动调动商户参与，成功联动欢乐海岸 30 家品牌和商户共同为环保发声。通过共创式公共装置，邀请公众以废弃易拉罐为材料进行环保表达，使公众通过切身的体验和参与，真正感受到环保的重要性。“2020 自然梦想家”倡导商业向善，沉淀了公众对欢乐海岸生态、绿色、环保、可持续的品牌认知，展现公司以社会责任感为己任，未来将号召更多品牌一起，践行环保。

## 六、 社会篇：文化普惠，共享美好

文化传承，美美与共。华侨城 A 坚守文化使命，以文化创新驱动文化产业新引擎，传承弘扬优秀传统文化，推动文旅融合发展。公司发挥产业特色，积极践行公益责任，树立行业榜样，弘扬时代新风，以央企之力构筑中国精神、中国价值、中国力量。

### （一） 丰富文化生活，助推精神文明建设

公司作为文旅领军企业，充分发挥平台优势推动文旅项目建设，通过公共艺术交流传播文化理念，以孵化精品项目丰富人民精神生活，为人民群众提供丰富优质的文化产品，助力当代艺术产业发展，推动文化艺术走向公众。

#### 1. 发展公共文化艺术

公司积极助推公共文化艺术发展，建设国家级美术馆何香凝美术馆、OCAT 华侨城当代艺术中心馆群、OCT-LOFT 华侨城创意文化园等公共艺术场馆和创意产业园区，通过展览、学术研究、交流、教育、出版和国际艺术工作室计划等项目，保持中国当代艺术与国际当代艺术的互动，推动建立起立足于中国本土的独立艺术。

- **OCT-LOFT 华侨城创意文化园：**公司响应国家创新驱动发展战略，将深圳旧厂房改造成 OCT-LOFT 华侨城创意文化园，引进各类型创意产业，如设计、摄影、动漫创作、教育培训、艺术等行业。秉承“当代艺术、创意设计、先锋音乐”三大主要文化特色，将园区打造为创意孵化平台、创新实验场、公共艺文区域和深圳市特色文化街区。2020 年，面对突如其来的疫情，华侨城创意文化园落实疫情防控，助力入驻机构及企业复工复产；通过线上 OCT-LOFT 创意节 VR 展览、《LOFTing》折页快讯“云出版”、“昨天音乐节 ONLINE”经典演出回顾，及线下园区品牌杂志《@LOFT》6 月刊以“后疫时期”为主题内容，一齐发声，恢复后“疫”市场信心；园区全年共开展 T 街创意市集专场活动、OCT-LOFT 公共艺术展、OCT-LOFT 创意节等 5 大项、近 50 场各类型的公共文化品牌活动，参与人数达 20 万人次，全年园区品牌相关网络阅读点击量累计近 113 万次。

- **OCAT 馆群：**OCAT（华侨城当代艺术中心）自 2005 年创立以来，致力于公共艺术项目，以整合海内外当代艺术资源，推动中国当代艺术与国际接轨、互动为目标，通过举办展览、学术论坛和建立国际当代艺术工作室交流计划等项目，建构既具有中国本土特色又具专业化、国际化水准的独立当代艺术机构。通过有效利用华侨城的公共设施资源，OCAT 馆群已逐步形成布局深圳、上海、西安、北京、武汉、南京的公益性美术馆群网络。2020 年，OCAT 馆群共举办展览 34 场，公共活动 147 场，接待总参观人数 20.3 万；OCAT 深圳馆作为深圳市南山区新时代文明实践站，推出“OCAT 未来 Future”等多场次免费对公众开放的教育实践，得到市民积极响应和参与。

#### 案例：垃圾 VS 宝石——“余物新秩序”变“废”为宝

城市公共空间是城市居民进行公共交往的开放性场所，是各类公益活动的载体之一，公司在打造共享公共艺术空间、激发城市生活艺术活力的同时，也为大众提供公益文化交流平台。2020 年 9 月，OCT-LOFT 华侨城创意文化园举办了一场由“捡”而生的公共艺术展览——“余物新秩序 Trash New Order”，以被舍弃、被遗忘和被闲置的余物作为艺术介入的载体，在近 5 个月时间收集了深圳各个角落 10397 件余物作为所有展品的创作原材料，通过一场可持续的艺术社会实践让多余的物品变“废”为宝，让公众见证“垃圾”重获新生，为推动绿色低碳的生活方式提供艺术思考和价值引导。

#### 案例：华·美术馆策划“巴别塔迷思——华·美术馆馆藏展”

2020 年 4 月至 6 月，由华·美术馆自主策划的“巴别塔迷思——华·美术馆馆藏展”面向观众免费开放，展出 2008 年建馆以来的设计作品、雕塑、油画、摄影等部分藏品。通过展出设计和艺术作品中所传递的对昔日故居家园的怀缅和哀思、对现代城市生活和现代科技的反思、对消费时代的怀疑和戏谑等，为观众提供更多的思考角度和路径，探讨“人与自然的关系”这一意义重大的话题；同时展馆利用展厅物理空间的相对集中性，使人们思考时不被作品以外的因素影响，实现公众与设计、艺术和文化的链接。

## 2. 丰富人民群众文化生活



公司旗下全国景区和公共空间每年开展近千项大型文化节庆活动，传递美好生活理念和价值归属，为人们增强公共意识、规则意识创造良好环境。

#### 案例：美好“在”当下 OCT 凤凰花嘉年华与自然同行

OCT 凤凰花嘉年华扎根社区、辐射城市，以人文之力，筑造美好城市生活空间。2020 年，第五届 OCT 凤凰花嘉年华延续“自然在一起”的主题，规划公共艺术、人文论坛、环境表演、公共参与四大板块，通过城市异想计划、自然陪伴计划、艺术疗愈计划、抛跑泡 P.A.O 运动会、迷你图书馆、自然音乐会、OCT Talk 等多项活动，关注疫后心理疗愈，以自然抚慰心灵；创新采用线上+线下形式，开拓 B 站、抖音两大阵地作为线上直播平台，打破空间局限，带领公众在自然中探寻美好生活的当下价值与意义。

### 3. 深化精神文明创建

公司发挥文化资源优势，结合文明创建在全国多地参与建设新时代文明实践中心，巩固宣传思想文化阵地，弘扬传统文化，引领广大人民群众融入文明实践、获得精神充实，弘扬真善美、凝聚正能量，树立时代新风尚。

- **北方事业部：**北京华侨城以培育和践行社会主义核心价值观为根本，大力推进群众性精神文明创建活动，积极参评 2018-2020 年度首都文明单位；天津华侨城对照“创建全国文明城市”工作各项要求和标准，不断提升和完善自身的创建水平，推动文明创建与企业及员工的发展相融合、相促进，公司获评“天津市新一届精神文明建设工作先进单位”。
- **华东事业部：**上海置地深入开展主题党日教育、党团学习、打造精品党课，成立“OCT 红心跑团”等，推动党建工作与文明单位创建融合发展；健全志愿服务队伍，开展“学雷锋”志愿服务、爱国卫生运动等，推选先进服务典型，强化模范引领效应。
- **西部事业部：**重庆欢乐谷高度重视精神文明创建，建立健全精神文明创建领导机制、创建队伍和保障机制，结合“两学一做”学习教育和“不忘初心、牢记使命”主题教育等，强化道德模范宣传，营造健康向上的文明工作氛围，增强精神文明创建的影响力。



和渗透力。2020 年重庆欢乐谷荣获第六届“全国文明单位”称号。

## （二）用心回馈社会，共建和谐幸福家园

公司将公益事业与文旅主业创新结合，弘扬优良时代精神，助力人民群众提振疫后美好生活信心，广泛参与各界公益活动，温暖社会、传递爱心。

### 1. 感谢有你，欢乐同行

美好生活的重启，离不开在疫情期间坚守岗位的广大医务者和其他一线服务者的奉献。2020 年，公司统筹旗下旅游景区推出多项游园优惠政策和户外公益志愿服务，感恩回馈社会。

- **华侨城文化旅游节：**策划感恩礼敬行动，以“感恩天使礼”“感恩亲属礼”“感恩同行礼”三大礼包，免费接待医护及其他抗疫工作者 120 万余人次。
- **房地产公司：**深圳欢乐海岸发起“无人值守冰柜”活动，为环卫工人、巡逻交警、快递小哥、外卖骑手等一线服务人员提供免费的能量补给，感谢他们疫情防空期间的辛苦付出。
- **欢乐谷集团：**5 月 12 日国际护士节，深圳欢乐谷联合深圳广电集团打造“2020 用爱重启 致敬最美逆行者”公益活动，为 77 名援鄂医护人员代表颁发“致敬英雄 深圳欢乐谷终身纪念卡”。此外，深圳欢乐谷还发布“全国医护工作者 2020 全年免票”政策。

### 2. 善行社会，温暖他人

公司始终致力于将自身发展融入服务广大群众、促进社会和谐的事业，坚持发挥央企责任，积极开展公益捐赠，长期参与社会公益项目，组织员工参加各类志愿活动，用爱心向社会传递正能量。

- **房地产公司：**每年开展“凤凰花”助学计划，向贵州省三穗县贵秧小学、顺洞小学、寨头小学等捐赠图书及学习生活用品，建立爱心图书室。
- **北方事业部：**与深圳市流行音乐协会联名捐建国内首个“中国乡村小学音乐教室”，创新美育帮扶新模式，为苗岭学子带去全新的声乐体验。
- **西部事业部：**四川地区在 2020 年 8 月多次遭遇强降雨袭击，西部事业部主动出击，成立党员先锋队，第一时间冲在前线，保障人

民群众和集体财产安全，在风雨中用行动为群众筑起防护“大堤”。面对巨大洪灾，华侨城人临危不惧、冲锋在前，彰显出文旅央企的责任担当。

- **物商集团：**积极推进民生工程创建社区优质生活，对旗下所属华侨城综合市场启动升级改造，将传统菜市场升级为集智慧性、规范性与观赏性于一体的社区中心集市。改造后的市场焕然一新，整体通透整洁，布局合理，照明、消防、卫生等配套设施完善，管理及服务功能健全，成为居民采办日常食材、生活用品的好去处，经评审专家组评审获评为四星级，被社区居民亲切地称之为“最美菜市场”。

## 展望 2021

2021 年是中国共产党成立一百周年，也是“十四五”规划开局之年。华侨城 A 将积极把握新发展阶段、贯彻新发展理念、融入新发展格局，勇于担当央企职责，积极适应并主动承担“后疫情时代”文旅央企社会责任，做好常态化疫情防控，持续助力文旅行业市场复苏；发挥文旅融合优势，巩固拓展脱贫攻坚成果，全面助力乡村振兴；扎实做好“六稳”工作、落实“六保”任务；坚定文化自信，助推文化艺术繁荣发展；坚持绿水青山就是金山银山理念，促进人与自然和谐共生，实现企业高质量发展与履行社会责任的高度统一。公司将保持战略定力，抢抓“双循环”格局下的发展机遇，持续扩大优质旅游产品供给，加快推进数字化转型，培育产业新增长极，做强做优做大主业发展；持续完善公司治理体系，提升风险防范能力，增强市场认同。面向未来，公司将以更大格局、更高站位谋发展，团结一心、砥砺前行，在全面建设社会主义现代化国家新征程中展现央企使命担当。

## 意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《深圳华侨城股份有限公司 2020 年社会责任报告》！为了持续改进社会责任报告管理工作，我们特别希望倾听您的意见和建议，恳请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

联系地址：深圳市南山区华侨城集团办公大楼

邮政编码：518053

官方网站：[www.octholding.com](http://www.octholding.com)

您的信息

姓 名：	联系电话：
工作单位：	传真号码：
职 位：	邮箱地址：

### 意见反馈表

选择性问题：（请在相应的位置打“√”）

- 请您评价本报告反映华侨城 A 对经济、社会、环境的重大影响程度：  
 很好     较好     一般     较差     很差
- 请您评价本报告对利益相关方关心问题进行的回应和披露：  
 很好     较好     一般     较差     很差
- 请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性：  
 很好     较好     一般     较差     很差
- 请您评价本报告的可读性：  
 很好     较好     一般     较差     很差
- 请您对《深圳华侨城股份有限公司 2020 年社会责任报告》进行综合性评价：  
 很好     较好     一般     较差     很差

开放性问题：

- 您对华侨城 A 社会责任工作有哪些建议？
- 您认为本报告存在哪些不足之处？
- 您认为本报告为您提供了哪些有价值的社会责任信息？
- 您认为本报告还需要增加披露哪些社会责任信息？