

深圳华侨城股份有限公司 2021 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
段先念	董事长	因公	王晓雯

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华侨城 A	股票代码	000069
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	关 山	陈 兰	
办公地址	广东省深圳市南山区华侨城集团办公大楼		广东省深圳市南山区华侨城集团办公大楼
电话	0755-26909069	0755-26909069	
电子信箱	000069IR@chinaoct.com	000069IR@chinaoct.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

项目	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
		调整前	调整后	调整后
营业收入（元）	23,013,987,526.82	17,107,977,139.31	17,121,877,889.99	34.41%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,584,145,079.24	2,137,780,515.38	2,137,634,733.18	-25.89%

项目	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,249,061,482.93	2,035,071,044.50	2,034,925,262.30	-38.62%
经营活动产生的现金流量净额（元）	988,235,598.74	-9,594,699,639.05	-9,595,085,706.18	110.30%
基本每股收益（元/股）	0.1971	0.2606	0.2606	-24.37%
稀释每股收益（元/股）	0.1971	0.2606	0.2606	-24.37%
加权平均净资产收益率	2.01%	3.19%	3.19%	-1.18%
项目	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年同期增减
		调整前	调整后	
总资产（元）	482,157,215,897.49	456,588,251,974.59	456,600,161,761.89	5.60%
归属于上市公司股东的净资产（元）	78,822,745,120.60	78,396,965,506.81	78,403,371,762.57	0.53%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	126,275		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
华侨城集团有限公司	国有法人	47.01%	3,855,685,442	1,138,152,352	---	---
前海人寿保险股份有限公司—海利年年	境内非国有法人	7.54%	618,062,871	---	---	---
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.99%	245,302,846	---	---	---
香港中央结算有限公司	境外法人	2.83%	232,198,498	---	---	---
全国社保基金一一四组合	其他	1.57%	128,749,651	---	---	---
深圳华侨城资本投资管理有限公司	国有法人	0.96%	78,743,684	---	---	---
段焰伟	境内自然人	0.50%	41,087,300	---	---	---
中国工商银行股份有限公司—广发多因子灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.46%	38,102,584	---	---	---
深圳市钜盛华股份有限公司	境内非国有法人	0.45%	37,000,603	---	质押	36,000,000
华夏基金—农业银行—华夏中证金融资产	其他	0.29%	23,422,343	---	---	---

管理计划					
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名股东中，国有法人股东华侨城集团与深圳华侨城资本投资管理有限公司存在关联关系，为一致行动人；前海人寿保险股份有限公司与深圳市钜盛华股份有限公司存在关联关系，为一致行动人；除此之外，未知前十名其他股东是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用				

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

（一）报告期内公司经营情况回顾

2021年上半年，国内疫情的逐渐稳定为我国文化旅游、房地产行业带来缓和机会。在此环境下，公司持续以“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，围绕高质量发展要求，坚持稳中求进工作总基调，在疫情防控常态化的形势下，砥砺前行，攻坚克难，各项工作取得积极进展。

1、行业利润下行背景下，保持经营业绩持续稳定

结转收入大幅上升，保持稳定的盈利水平。2021年上半年，公司实现营业收入230.14亿元，同比增长34.41%，实现净利润23.66亿元，同比增长15.09%。其中：

旅游综合业务实现收入189.22亿元、毛利46.85亿元，分别同比增长89.93%、24.98%，毛利率24.76%，同比减少12.9个百分点；房地产业务实现收入40.34亿元、毛利29.50亿元，分别同比减少41.44%、46.95%，毛利率73.12%，同比减少7.59个百分点。公司上半年旅游综合业务及房地产业务毛利率均较上年同期有所下降，一方面受宏观调控政策的影响，公司近年新拓展项目可售物业的毛利率逐步下降，另一方面是公司上半年结转项目的结转结构和结转区域的占比不同。

签约销售较同期大幅上升，经营现金流健康持稳。在今年上半年疫情有所缓解的情况下，公司加大推盘力度和推盘量，整体实现签约销售面积226万平米、签约销售金额达447亿，分别同比增长58%、41%。围绕高质量的发展要求，公司坚持“去化”速度及优质项目拓展的匹配关系，在实现签约销售金额大额回流情况下，“以收定投”保持经营净现金流健康为正。

资产负债结构稳定，“三道红线”保持“绿档”。公司上半年持续加强财务风险管控力度，截止2021年6月30日，公司有息负债总额1380.66亿元，较年初减少33.92亿，资产负债及长短期占比结构稳定，保持项目拓展、销售回流、对外融资的相对平衡，“三道红线”稳中趋好，持续保持“绿档”的水平。

2、主营业务创新发展，效果显著

（1）文化旅游业务

2021年上半年，股份公司旗下26家景区、25家酒店、1家旅行社、6家开放式旅游区、1台旅游演艺共接待游客2848.2万人次，恢复至2019年同期的160%，主要是因为同比2019年同期新增西安欢乐谷玛雅海滩水公园、襄阳奇趣童年亲子乐园、顺德欢乐海岸PLUS、深圳欢乐港湾、宁波欢乐海岸、扬州梦幻之城等文旅项目；按可比口径恢复至2019年同期的84%，恢复情况优于行业平均水平。

① 焕新升级，以节庆活动促进企业经营

为进一步扩大华侨城文旅市场占有率、提升文旅品牌影响力、巩固文旅行业领先地位，2021华侨城文化旅游节于6月19日正式开启，将持续至10月。本届文化旅游节以“缤纷欢乐游、就来华侨城”为主题，整合公司旗下遍布全国的优质文

旅资源，于 6-10 月依次推出城市度假季、电音狂欢季、康养休闲季、国风艺术季、美食潮玩季五个专题季。与此同时，华侨城旗下各大产品体系还推出丰富多彩、品质精良的主题活动和文旅产品，满足社会大众多元化、多层次的文旅消费需求。

欢乐休闲类产品方面，欢乐谷集团作为欢乐休闲系列产品的代表，陆续推出“春风游园季”、“超级儿童节”等节庆活动，其中“春风游园季”节庆整体曝光量超 6 亿，官方微博一个月总话题阅读量破 8000 万，多地欢乐谷活动登上城市热搜前三；襄阳奇梦海滩水乐园的冰雪主题游戏互动、元宵节诗词大会猜灯谜活动，襄阳奇趣童年亲子乐园的开业奇遇记活动，南昌玛雅乐园的“乐游 MAYA 新春嘉年华”、“大手拉小手”父亲节活动日、“微笑大巴”——天使儿童游 MAYA 等活动，共同构建华侨城主题公园的欢乐体系。

民俗文化类产品方面，锦绣中华、自贡彩灯大世界等景区开展了春节大庙会、端午龙舟节、国潮游园季等传统文化体验活动，让游客在丰富多彩的活动中感受民俗文化之美。

自然康养类产品方面，东部华侨城打造“度过过大年”、“健康体验节”，云南华侨城举办“清凉夏日”、“城市露营节”，白水仙瀑推出“仙瀑仙旅 玩转国潮”活动，古劳水乡推出“芳华五月诗情水乡”、“荷荷美美”荷花季等活动，依托优美的自然环境与人文风貌打造自然康养好去处。

美食潮玩、艺术展演类产品方面，深圳世界之窗举办“国际街头艺术节”、“斩男节”，长沙世界之窗打造“火星上过火人节”、“向往的生活之抓鸭子过端午”、“红鼻子泡泡节”，深圳欢乐海岸推出“超级新年·年年喜翻”，顺德欢乐海岸 PLUS 推出“浪漫五月天，缤纷乐活季”、“欢乐六月趣放纵”，深圳欢乐港湾推出“城市探野”、“寻光不寻常”、“童趣拾光”、“趣致湾心 粽生欢喜”等活动，汇集了特色美食、趣味游戏、潮流表演等各式元素，成为美食潮玩、艺术展演聚集地，其中深圳欢乐港湾在春节假期 7 天时间接待游客近 80 万人，成为城市打卡新地标。

② 推陈出新，以文化旅游精品推动文旅产业高质量发展

创新文化和旅游产品供给，新业态、新产品陆续推出。宁波欢乐海岸于 1 月 30 日试营业，项目以“微度假美学生活+泛娱乐休闲空间”为核心，开创性将主题商业、度假旅游、休闲娱乐和文化创意融为一体，打造宁波首座“都市文娱购物公园，度假美学目的地”；欢乐港湾“湾区之光”摩天轮于 4 月 18 日开业，作为全国首座全天景轿厢摩天轮，128 米的“湾区之光”摩天轮已成为深圳新地标、网红打卡地；襄阳奇趣童年亲子乐园于 4 月 30 日开业，揭开中国首个陪伴式自然亲子乐园的神秘面纱，项目拥有自然景观、航海奇遇、萌宠动物、田园实践、研学课堂、原创 IP、巡游演艺、亲子玩乐等 8 大亮点，以及百余项国内外顶尖亲子游乐体验，致力于打造超现实互动沉浸式“自然教科书”；欢乐版图日益壮大，西安欢乐谷玛雅海滩水公园于 6 月 17 日盛大开幕，具有国内首台多媒体滑道、西北最大造浪池、凌空 3 米的国内落差最大的炮弹滑道、全球首个竞技式湿水上互动影院、全球最长激流河等百余项水互动体验项目，致力于打造西北水公园产品的标杆、水公园人文智能化领军者、西安夜娱夜游的集结地；扬州梦幻之城于 6 月 23 日开业，集 IP 体验、游乐设施、家庭游乐、亲子互动、文化体验、主题演艺和创意餐饮于一体，利用扬州古运河风光和现代科技共同打造的淮扬特色新地标，实力引领扬州都市潮玩风尚。

此外，传统景区也持续升级改造，确保华侨城示范项目品质持续引领消费需求。深圳华侨城旅游度假区核心景区提升成功列入深圳南山区“十四五”规划和政府重点工作，正以打造世界级景区和度假区的目标推进更新改造。欢乐系列产品更加丰富，北京欢乐谷全新推出六期·天光夜谭，以“夜经济六部曲”：夜游、夜秀、夜赏、夜宴、夜购、夜读为体验主旨，构筑文化演艺新矩阵，自 5 月 1 日六期全新开放后，两个月内北京欢乐谷接待人数较 2019 年同期增幅近 40%，营收增幅近 50%；重庆欢乐谷二期超级飞侠实景主题区正式开园，是全球首个超级飞侠实景主题区，主题区开放后即实现经营突破，6 月游客接待量超 30 万人次，园内二销突破 1000 万元大关，较 2019 年同期分别增长 101%、137%，其中家庭客群增幅近 300%；武汉欢乐谷水公园三期“杉林奇遇”是全国首个专为孩子们打造的杉林亲水主题秘境，30000 方超大野趣空间，包含 10 余项玩水设备及沉浸式主题演艺，打造全新的亲子世界，三期开园三天即实现入园高峰，游客接待量较 2019 年同期增长 33%，其中家庭游客占比达到 50%，较 2019 年同期增加 10%；上海欢乐谷水公园三期“魔浪水次元”重磅亮相，推出全新升级的多媒体水滑道及秘境穿越、赛博时空两大沉浸式主题场景，全新开园后 19 天内游客接待量突破 25 万人次，较 2019 年同期增长 113%。深圳世界之窗老归来项目于五一正式推出，马赛马拉项目于 6 月 1 日正式开放，为亲子游群体打造休憩观赏区域，丰富亲子游体验的产品品类；长沙世界之窗全新豪华双层旋转木马、“跳跃云霄”、“六层妖塔”等项目正式对外开放，并首次推出自创舞台剧“大宋·江山画”。

推进“旅游+IP”结合，创新产品内容，丰富旅游体验。欢乐谷集团通过联手英雄联盟等顶级 IP，结合 B 站、抖音、快手、腾讯、网易、小红书多个传播路径提升欢乐谷品牌价值和感召力；多个大型电竞活动赛事先后落地上海欢乐谷，网易《第五人格》一周年庆、网易电竞 NEXT 春季赛、盛大游戏龙之谷 DWC 全球总决赛、京东杯电子竞技全国总决赛等，将欢乐延续至线下，带来更多沉浸式游戏体验；武汉欢乐谷 2021 年跨年夜、元宵节期间，首创国际 IP+现代艺术+传统文化的新潮灯光节，引入国际知名 IP “SMILEY”，将笑脸文化从乐园布置深入到城市心中，与城市共情；2021 年 5 月，重庆欢乐谷二期项目“超级飞侠”主题区开放，与顶级民族动漫 IP 深度融合，标志着重庆欢乐谷正式领跑“大 IP 时代”。除了主题景观与游乐项目外，主题演艺、亲子互动、餐饮、周边衍生品等均与超级飞侠 IP 深度融合，集“游、娱、演、购”等多元娱乐体验为一体，开创国内主题乐园的“突围新路径”；西安欢乐谷玛雅海滩水公园结合电竞游乐，联动国漫 IP “秦时明月”、游戏 IP “剑侠情缘”等多元顶级 IP，用最符合新生代潮玩的设计理念和最先进的科技手段，打造全国首个“电竞嘉年华”游乐体验基地和全球首个“AR 虚拟现实乐园”。

③ 科技助力，以“旅游+科技”推动文旅智慧化转型

上半年，为更好地推动旅游管理水平的提升，欢乐谷集团通过深化与腾讯的战略合作，利用大数据支撑新项目拓展、存量主题公园提质升级、新产品研究相关业务，初步实现数字化赋能产品业务。统一建设了欢乐谷小程序，服务园区数字化运营；深圳世界之窗成为深圳首家推广使用区块链电子发票的旅游景区，使用区块链电子发票也成为景区在数字化建设方面提升服务和管理效果的重要举措。

(2) 房地产业务

今年以来，中央就房地产市场调控密集发声，严格落实“房住不炒”的政策主基调不变，坚持落实“三稳”长期调控目

标、促进发展。年内，公司在坚定不移遵守中央“房住不炒”及各地方政府相关政策的同时，通过各事业部一致努力，在资源获取、合作开发、推盘销售及物业管理等各方面持续发力，并取得较好的效果。2021 年 1-6 月公司项目推盘、销售、回款同比去年均实现较大幅度增长。

①坚持优中选优，积极稳妥布局文旅及城镇化项目

公司及各事业部聚焦加快去化速度与拓展优质资源之间的匹配关系，在严控投资风险、保证收益率的前提下，积极稳妥推进项目获取。2021年上半年，公司累计获取土地项目14个，新增土地面积194万平方米，计容建筑面积315万平方米。公司在广东肇庆、河南郑州、安徽合肥等地持续跟进肇庆华侨城四期、郑州金水河源二期、合肥空港二期等项目，获取了相应文旅综合项目、商业及住宅土地资源，保证了公司在相关区域市场的延续深耕。公司坚持优中选优拿地策略，多措并举，不断拓展优质资源，扩大核心区域版图，为可持续发展夯实资源基础。

②坚持狠抓项目开发，保障工程进度

年内各单位积极与地方政府、合作单位、施工队伍协调沟通，在确保安全合规、保证质量的前提下，全力推进现场工程进度，保障项目工期。一是加强内外部沟通，优化报批报建流程，有效加快项目进度，提前实现项目结转；二是通过设计工作早启动，主体、精装大穿插施工等措施，合理安排施工节奏，提升施工效率，缩短总体工期；三是通过优化总包施工部署，加快项目进度。通过各单位努力，目前重点项目均按预定计划推进。

③坚持创新开发模式，实现合作共赢

2021年上半年，公司各事业部通过内外部强强联合，实现优势互补与效率提升，在践行对外合作、降低土地成本及投资风险、加快项目周转方面均取得良好效果。合作方面，中部事业部与五矿资本合作打造武汉欢乐天际中央区；华东事业部与头部企业及其它合作方合作开发苏州项目等。

通过发挥自身优势、坚持创新开发模式，公司在项目开发质量及周转效率等方面取得了积极成果。一是自身开发运营能力及项目周转效率的持续提升，如南京燕熙台、南京华著兰庭、宁波江汇城、杭州丁桥等项目提前入市；二是通过央地合作、与头部企业合作等模式，充分发挥合作方在资源储备、开发和销售能力等方面的长处，降低土地成本及投资风险，实现优势互补与效率提升；三是通过转让个别存量项目，进一步提升周转速度和资产效率。

(3) 物业管理业务

2021年上半年，物业公司多策并用，积极扩大发展版图，新增管理建筑面积104万平方米、储备管理面积36万平方米。目前整体管理项目占地面积超过200平方公里，在管建筑面积近2000万平方米，业务范围覆盖深圳、北京、上海、成都、南京、武汉等66个城市，目前全国共有69家分公司、子公司，已初步完成了在全国发展的战略布局。

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”，稳步推动各项信息化与数字化建设工作，基本完成一张蓝图、三大平台与一套标准体系，着力提升管理效率与能力，整合区域信息和物业服务资源，为用户带来更舒适的体验。其中：三维物联网平台已初步搭建华侨城城区6平方公里的三维建模；社区生活服务平台的侨城汇小程序已全新上线。另一方面，物业公司践行标准，以“四化”为指引，不断提升专业服务水平。一是以“服务的标准化和场景化”为指引，制定物业住宅服务标准创建实施办法，适时对标准进行优化。二是以“产品的全链条化和特色化”为指引，拓展新型业务。年内，物业公司新接管包含深圳南山区沙河街道垃圾分类督导服务、西藏军区成都后勤中心社会化保障服务、南航湖北基地综合服务、梅州蕉岭中医院综合服务、赣州江南宋城物业服务、保定顺平绿色经济产业园服务等新业务领域项目。上半年B端增值业务突飞猛进，超额完成业务指标。

3、金融支撑主业，作用明显

公司坚定贯彻“金融服务主业”的总体指导原则，突出金融支撑作用。一是积极拓展融资渠道，综合运用直接融资、发行债券、Reits、权益融资等多种手段实现融资379.54亿元，平均融资成本4.38%，处于同行业较低水平。二是持续深化产融结合，公司旗下香港华侨城配合公司北方事业部、华东事业部、西部事业部、中部事业部等落地项目，助力解决各事业部资金需求。三是充分发挥产业基金撬动社会资本的功能。参与管理或出资的基金11只，总规模超过69.25亿元，实缴到位69.25亿元，有效撬动社会资本，服务公司主业发展。

(二) 2021 年下半年公司经营计划

公司以打造“世界一流”文旅企业为目标，始终坚持创新、坚持品质、坚持特色，不断增强“旅游”核心竞争力。未来公司将持续扩大优质旅游产品供给，打造富有文化底蕴，具有先行示范意义的世界级旅游目的地，深化产品迭代升级，构建旅游产业发展的新引擎。面向未来，公司将加快数字化转型，全力建设“数字华侨城”，推动数字经济和实体经济深度融合，培育产业新增长极，打开产业新增长空间，满足人们对美好生活的向往和需求，为打造“世界一流企业”持续奋斗。

1、旅游业务板块

下半年，华侨城文旅企业将在做好现有项目运营的基础上，积极应对市场变化和行业变革，聚焦高质量发展，继续做大做强文化旅游业务，持续提升公司核心竞争力。

一是积极应对疫情传播风险。华侨城各文旅企业将坚持“人民至上、生命至上”的理念，严格按照党中央、国务院和国资委、文旅部、各地政府疫情防控的整体要求，抓紧、抓实文旅行业疫情防控和生产经营工作，确保人民群众生命安全和生产经营安全。

二是进一步做好成熟文化旅游产品提质升级。继续推进深圳华侨城旅游度假区、东部华侨城旅游度假区等重点项目改造提升，巩固华侨城在文化旅游行业的领先地位。

三是加快完善文旅项目布局。全力推动济南华侨城欢乐荟二期开业；加快推动襄阳华侨城奇幻谷、西安沣东华侨城大型文化旅游综合项目一期、南京溧水欢乐时光、中山欢乐海岸、肇庆卡乐小镇、滁州明湖康养小镇、巢湖半汤温泉小镇等项目建设。

四是持续统筹开展2021华侨城文化旅游节。聚焦市场需求，不断优化旗下文旅资源整合策略，策划推出一系列文旅主题节庆活动和文旅体验产品，推动文化旅游消费不断扩大。

2、房地产业务板块

一是关注重点区域与优质资源。深度对接国家重大区域发展战略，深化布局粤港澳大湾区、长三角及长江经济带、成渝及西安都市圈等重点区域及重点城市，利用自身在文旅综合项目成片开发方面的优势，积极获取核心优质文旅资源项目以及周转快、收益好的房地产项目，保障公司稳定的盈利水平及成长性。

二是运用多种手段提升经营水平。一方面，公司不断加强项目团队建设，提升自身项目开发能力，优化项目周转水平与资金使用效率，稳步修炼内功；另一方面，公司深入推动公司数字化转型，赋能经营工作，通过扩大线上化覆盖、提升标准化水平等手段，提升经营管理能力，为公司的增长提供新动能。此外，公司还将通过项目合作等创新开发模式持续加速项目周转，提升经营效率。

三是保证现金流健康。一方面，公司要积极做好项目推盘销售工作，包括但不限于华东事业部的上海唐镇、济宁纯水岸、宁波五江口、合肥空港国际小镇、南京翡翠天域、南京溧水华侨城、南京欢乐滨江等项目，地产公司的深圳渔人码头、深圳招展会展、深圳正三甲、广州郑田云邸、中山欢乐海岸、顺德欢乐海岸等项目，中部事业部的武汉欢乐天际、武汉青山、南昌华侨城世纪水岸、襄阳华侨城、郑州二七原岸等项目，西部事业部的成都青白江、沔东华侨城、昆明呈贡、宜宾华侨城等项目，北方事业部的天津翡翠嘉和、涿州城市客厅、郑州华侨城、济南华侨城、太原华侨城、青岛华侨城等项目，确保公司销售回款充足；另一方面，公司积极通过创新开发模式加快回款速度，坚持量入为出，根据回款情况控制投资规模，推动形成销售回款再投资的良性循环，确保经营性净现金流持续向好。

3、物业管理业务

2021年下半年，公司物业板块将按照既定规划持续推进各项战略举措，统筹落实好以下工作：

一是继续强化社区、商旅与城市三大空间的专业化运营水平，加强核心能力建设。物业管理方面，采取分步策略推进标准化体系的建设与落地，不断提高业主满意度；社区商业方面，将进一步结合市场动态及现有商业体的优劣势，动态调整营销推广策略，强化社区商业招商与运营水平。预计全年新增管理建筑面积343万m²、储备管理面积239万m²。

二是持续构建数字化赋能，推进社区服务生态圈建设，稳步探索更多增值服务。物业公司将提升高端管家服务模式，打造以“360度贴身管家服务”为核心的服务体系，组织多种类型的社区文化活动，营造美好生活场景；另外，依托数字化技术手段，完善符合业主生活需求的增值服务体系，加快“侨城汇”电商平台的迭代升级与消费体验，实现智慧社区、财务管理、人力资源管理、物联网等子系统的有效对接与互联互通。

三是增强业务拓展工作。下半年，物业公司将积极推进各类市场拓展工作，多渠道拓展新项目。同时收购有一定特色、与公司业务有互补性的其他公司，优势互补，形成合力。