



OCT 華僑城



责任聚焦

14

决战决胜脱贫攻坚，
擘画乡村振兴蓝图·····14

夺取疫情防控和
经营发展双胜利·····24



创想之旅

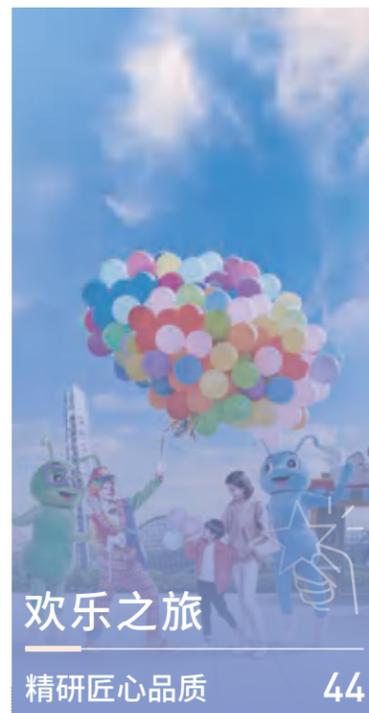
30

聚力主业发展

深耕文旅，
五大产业持续发力·····32

担当使命，
服务国家发展战略·····38

党建引领，
深化改革提质增效·····40



欢乐之旅

44

精研匠心品质

提供优质服务，
让消费者更满意·····46

严守安全红线，
为欢乐保驾护航·····49



文化之旅

52

共筑和谐社会

探索城市空间，
艺术走进生活·····54

推进精神文明，
赋能幸福城市·····56

弘扬传统文化，
坚定文化自信·····58



绿色之旅

60

守护生态文明

绿色发展，
让经营可持续·····62

保护生态，
让环保入人心·····67



共享之旅

70

携手共创共赢

携手伙伴，
共谋发展·····72

群英荟萃，
同行致远·····74

社区共建，
传递温暖·····78

目录 CONTENTS

报告导读·····04

董事长致辞·····05

关于华侨城集团·····06

责任管理·····81

未来展望·····86

附录·····88

报告导读

报告周期

本报告是华侨城集团有限公司发布的第二份年度社会责任报告,全面披露了华侨城集团2019年度的社会责任实践和绩效。

时间范围

本报告的时间范围为2019年1月1日至2019年12月31日(部分内容超出上述边界)。

组织范围

为便于表达,报告中也用“华侨城集团”“华侨城”“集团”“公司”“我们”等称谓表示一个整体的“华侨城集团有限公司”。

参考依据

- 全球报告倡议组织《可持续发展报告指南(GRI Standards)》
- 国际标准化组织《社会责任国际标准》(ISO26000)
- GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南(CASS-CSR4.0)》

数据说明

本报告涉及的所有数据均来自华侨城集团有限公司正式文件及统计报告,且通过相关部门层层审核。公司郑重承诺,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

报告获取

公司在官网设社会责任栏目,您可通过该栏目下载本报告的电子文本。若您需要纸质版报告,可通过以下方式联系我们:

- 公司官网:www.chinaoct.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:(86)0755-26600248
- 企业传真:(86)0755-26600936

深圳华侨城城区

董事长致辞

不忘初心、牢记使命。在决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚的关键时刻,中央企业作为我国国民经济的“顶梁柱”,以高度的政治责任感和历史使命感,在国家战略、国防安全、国计民生等领域,自觉担当,勇挑重担,为经济社会的持续健康发展作出应有贡献。一年来,华侨城集团积极发挥文化旅游央企特色优势,在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神,谋篇布局各项事业,主动担当作为,扎实履行文旅央企的政治责任、经济责任和社会责任,实现经济效益、社会效益和生态效益共赢。

过去的一年,是擦亮初心、淬炼底色的一年。我们坚持和加强党的全面领导,推进基层党建工作,深入开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,夯实党建“三基”建设,推进党建工作和企业生产经营深度融合;隆重开展庆祝新中国成立70周年主题系列活动,激发全体干部职工礼赞新中国、奋进新时代的真挚情感和助力华侨城集团实现高质量发展的磅礴力量。

过去的一年,是不惧挑战、蜕变升华的一年。面对百年未有之大变局,我们始终保持战略定力,在如期实现年度经营任务指标的征途上笃定前行,全年营收1310亿元,连续10年获得国务院国资委年度业绩考核A级评价,连续三个任期荣膺“业绩优秀企业”称号,并再度获评“全国文化企业30强”“中国旅游集团20强”,是全球主题公园集团三强,继续领跑亚洲。截至2019年底,集团已在全国60余座城市谋篇布局,运营和管理68家景区,2019年接待游客量超过1.5亿人次,资产总额超过5500亿元,持续巩固中国文化旅游领军企业的行业地位。

过去的一年,是创新发展、突破提升的一年。在国资国企改革深入推进的背景下,集团全面落实“振兴康佳”战略,聚焦科技创新与数字化转型,为高质量发展提档加速;我们持续创新文旅供给,全新推出顺德欢乐海岸PLUS、深圳光明欢乐田园、南昌玛雅乐园、北京欢乐谷五期等一批新项目与新业态,满足市场品质化消费刚需;推进旅游综合体的全国布局,树立特色小镇标杆,美丽乡村遍地开花;举办2019华侨城文化旅游节,不断为人民美好生活增添欢乐体验,为文化旅游产业赋能,为传承发扬民族文化作出积极贡献。

过去的一年,是凝心聚力、决战脱贫的一年。全面建成小康社会进入决胜阶段、扶贫开发工作进入攻坚拔寨冲刺的关键时期,我们全面响应国家脱贫攻坚战略,立足华侨城的产业特色,以人才扶贫、基金扶贫、旅游扶贫、产业扶贫、短板扶贫和文化扶贫“六大路径”为抓手,在贵州、云南、西藏、广东、海南、重庆等贫困地区开展全方位的帮扶实践,探索形成“文旅融合+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”的精准扶贫特色模式。在多方共同努力下,集团定点帮扶的贵州天柱、三穗两县如期实现脱贫摘帽,退出了贫困县序列。站在全面小康新的起点上,我们将严格按照“摘帽不摘责任、不摘政策、不摘帮扶、不摘监管”的工作要求,持续探索“后扶贫时代”乡村振兴的华侨城模式,助推精准帮扶开启新阶段、再上新台阶、迈向新征程。

今年以来,突如其来的新冠肺炎疫情对全球各行业都产生了巨大冲击。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,经过全国上下和广大人民群众艰苦卓绝努力并付出牺牲,国内疫情防控取得重大战略成果。但疫情尚未结束,全球经济在疫情冲击下衰退,我国发展面临前所未有的困难和挑战。作为文旅产业的排头兵,我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,统筹抓好常态化疫情防控和经济社会发展工作;要坚持稳中求进工作总基调,以供给侧结构性改革为主线,以改革开放为动力推动高质量发展,坚决打好“三大攻坚战”,发挥在做好“六稳”工作、落实“六保”任务中的文旅央企重要作用,不断提高履行社会责任的能力和水平,为推动经济发展和维护社会稳定大局、决胜全面建成小康社会作出更大贡献。

段先念

华侨城集团有限公司董事长、党委书记

2020年7月

关于华侨城集团

公司概况

华侨城集团有限公司，是国务院国资委直接管理的大型中央企业，1985年诞生于改革开放的前沿阵地——深圳，是国家首批文化产业示范园区、全国文化企业30强、中国旅游集团20强。集团连续10年获得国务院国资委年度业绩考核A级评价，截至2019年末，资产总额超5500亿元，实现营业收入超1300亿元，利润总额近240亿元。

从1989年建成中国首座主题公园“锦绣中华”至今，华侨城不断创新旅游产品，从静态微缩、互动体验、生态度假、都市娱乐，到今天的特色小镇和美丽乡村建设，华侨城实现了产品从单一到混合形式的演变，强化集群优势。2019年集团在全国运营和管理景区68家，累计接待游客量超过1.5亿人次，是全球主题公园集团三强、位居亚洲第一。

2019年

在全国运营和管理景区

68家



2019年接待游客量超过

1.5亿人次





报告期内经营情况

2019年

- 集团实现营业收入 **1310** 亿元
同比增长 **18.7%**
- 利润总额 **239** 亿元
同比增长 **18.2%**
- 上缴税金 **214** 亿元
同比增长 **41%**

截至2019年底

- 集团总资产 **5526** 亿元
较年初增长 **24.4%**
- 企业整体经营水平实现较大提升

多年来，华侨城集团立足于“优质生活创想家”的品牌定位，培育了康佳、欢乐谷连锁主题公园、锦绣中华·中国民俗文化村、世界之窗、东部华侨城、欢乐海岸、深圳华侨城大酒店、威尼斯睿途酒店、华侨城创意文化园、华侨城当代艺术中心等行业领先品牌。新时代，集团积极践行“一带一路”倡议、文旅融合、新型城镇化、乡村振兴等国家战略，主题公园、文化演艺、特色小镇、美丽乡村、都市文化旅游综合体、精品酒店等多业态齐头并进、蓬勃发展，文化旅游产业规模和品质不断提升。2019年，华侨城获评“中国特色小镇投资运营商年度品牌影响力TOP50榜首”“中国品牌强国盛典榜样100品牌”等系列荣誉，被誉为“中国文化旅游行业的航空母舰”。

集团早期在实践中摸索出“旅游+地产”创业模式，用旅游扩大社会影响，用地产收益反哺旅游，实现良性互动，取得一定成绩。进入新时代，华侨城紧跟国家新型城镇化战略，在“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的指导下，践行“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”发展模式，支持康佳积极推进“科技+产业+园区”的战略落地，围绕“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”的战略定位，通过产业“文化化”和文化“产业化”，基于当前主业，形成了文化产业、旅游产业、新型城镇化、电子科技产业及相关业务投资五大发展方向，探索“文化+”模式，从战略、体制、技术、产品、商业模式等维度全面创新，形成特色发展之路，实现跨越式发展。目前已布局全国60余座城市，深耕新型城镇化、全域旅游、文化创意产业、产融平台、科技及产业园区、城市综合体开发运营、主题酒店开发运营、智慧管理输出等业务板块。

在新战略驱动下，华侨城将继续扩大产业经营规模，积极推进混合所有制改革，朝着具有全球竞争力的世界一流企业迈进，引领中国文化旅游产业、新型城镇化、电子科技产业不断前行。





华侨城 2019 十件大事

01



深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神,扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,圆满完成国资委党委巡视及巡视整改任务,坚持用高质量党建引领企业高质量发展。

02

开展新中国成立70周年主题系列活动,唱响新时代主旋律。



03



继续保持旅游行业领先地位,经营业绩再上新台阶,营业收入大幅增长,利润增速保持在合理区间。防范化解风险,去库存、降杠杆率取得明显成效。

04

持续推动“文化+旅游+城镇化”创新发展模式,推进旅游综合体的全国布局,树立特色小镇标杆,美丽乡村遍地开花。深耕云南全域旅游,助力文化走出国门。



05



全面落实振兴康佳战略,深入践行“科技+产业+园区”发展模式,康佳集团取得历史最好经营业绩,荣获国家环境保护科学技术二等奖。

10

高质量落实定点帮扶工作,发挥文旅优势助力天柱县、三穗县全面决战决胜脱贫攻坚,取得重大阶段性胜利。



09

战略联盟取得全面突破进展,“去房产业化”迈出坚定步伐,落地项目的合资、合作开发比例增大,推动资源加快周转。



08

治亏工作超额完成年度目标,亏损面同比下降59%,亏损额减少17%。“处僵治困”“瘦身健体”等工作完成国资委下达的任务。



07

深化文旅供给侧结构性改革,确立实施文旅新战略,推出一批具有核心竞争力、引领力的IP产品和形象。

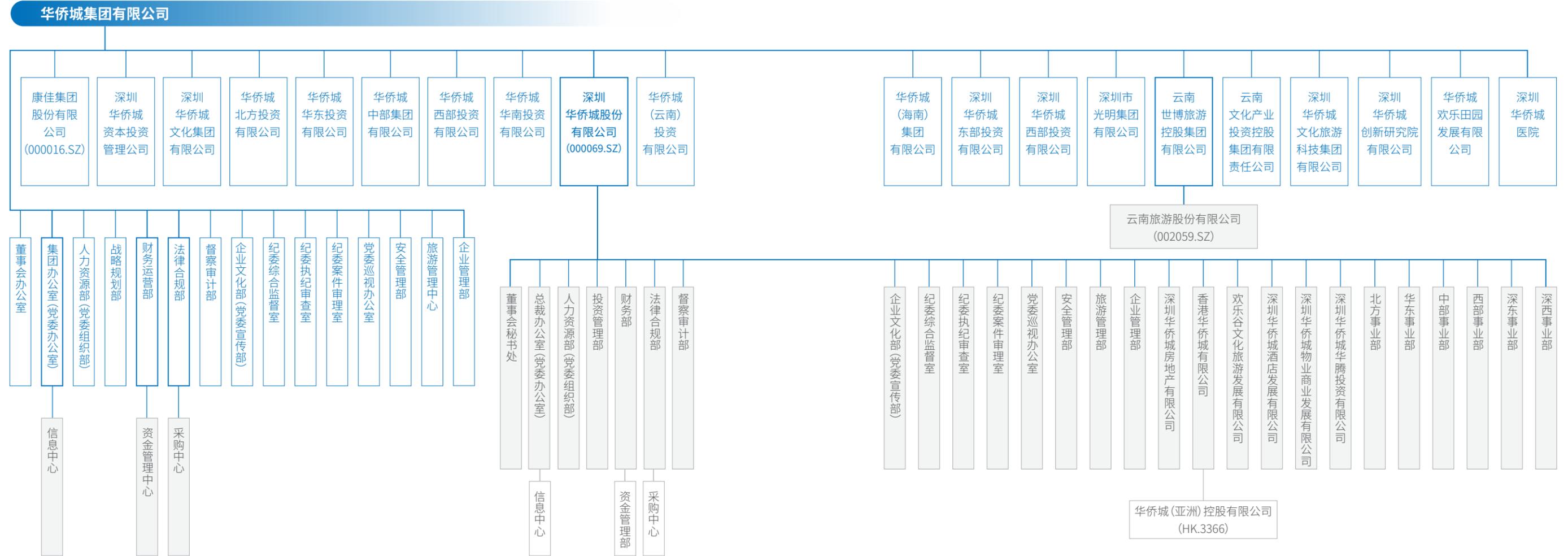


06

以较2018年三倍升级的规模,打造更具影响力的2019华侨城文化旅游节,创新文旅供给,提振产业消费。



组织架构



企业文化

使命

通过独特的创想文化，
致力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

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

发展模式

深耕“旅游+地产”，
创新“文化+旅游+城镇化”
“旅游+互联网+金融”发展模式

品牌定位

优质生活创想家

品牌个性

人本、创造、坚定、卓越

品牌承诺

切合中国人日益增长的品质需求，依托优秀团队的无限想象力，我们敢为人先地创造，以坚定的意志，不断追求卓越，为人们提供更具个性化的生活体验



决战决胜脱贫攻坚 擘画乡村振兴蓝图



贵州三穗寨头村大闸蟹生态养殖基地

全面建成小康社会，一个不能少，共同富裕路上，一个不能掉队。打赢脱贫攻坚战是党中央、国务院作出的重大战略部署，是党向全国人民作出的庄严承诺。华侨城集团认真学习贯彻习近平总书记关于扶贫工作的重要论述精神，坚决落实党中央脱贫攻坚决策部署，充分发挥自身经验优势，以创新思维为脱贫攻坚注入新动能，在实践中探索出了一条“文化旅游+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”特色之路。

多管齐下， 打好精准扶贫 “组合拳”

立足自身战略转型和产业特色，结合贫困区域特征，集团提出具有华侨城特质的“六大路径”帮扶思路，即人才扶贫、基金扶贫、旅游扶贫、产业扶贫、短板扶贫、文化扶贫，在实践中探索“文化旅游+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”特色之路。全体华侨城人万众一心，以“全员参与、上下联动、全集团一盘棋”的攻坚格局，凝聚起强大的帮扶合力，在定点扶贫县中继续加大帮扶力度，重点聚焦“两不愁、三保障”突出问题，严格落实“四个不摘”要求。截至2019年底，集团累计投入帮扶资金超过7000万元，援建帮扶项目119项，提供1482个公益扶贫岗位，共资助贫困学生超过6000人次，培训人才1090人次，为当地脱贫攻坚、同步小康工作注入新动能。贵州省人民政府2020年3月3日发布公告同意天柱县等24个县（区）退出贫困县序列，三穗县已于2019年实现“脱贫摘帽”。



西藏林芝华侨城南山国际汽车营地

截至 2019 年底

集团累计投入帮扶资金超过

7000 万元

共资助贫困学生超过

6000 人次

人才扶贫

集团坚持挂职培养一批、解决就业一批、勤劳脱贫一批、培训带动一批“四个一批”模式精准赋能“造血”扶贫。截至2019年底，华侨城累计选派21位优秀扶贫干部深入贫困地区挂职，在岗位上充分发挥其各自文旅、营销等方面专业和经验优势，和贫困群众拧成一股绳，奋斗在脱贫攻坚一线；此外，集团还定期组织行业专家对定点帮扶地区的党员干部、技术人员、致富带头人开展培训，2019年共为两县226名基层干部和426名技术人员实施培训，激发当地脱贫致富的内生发展力。

截至 2019 年底

累计选派扶贫干部

21 位

培训两县基层干部

226 人

技术人员

426 人



华侨城扶贫干部在开展调研走访，倾听群众心声

基金扶贫

集团充分运用国家开发银行文化旅游产业扶贫资金授信，以“长期低息贷款+股权合作”模式激活贫困地区自我“造血”功能，建立了总对总、整体授信、分笔审批的“产业+金融”长效合作机制，致力于解决扶贫资金核心难题。2019年向中央企业贫困地区产业投资基金增资3.74亿元。

旅游扶贫

在践行精准扶贫的道路上，集团不断输出自身产业发展模式的成功经验，把准全域旅游发展的大脉搏，整合资源开拓乡村旅游全产业链，实现由“输血式”扶贫到“造血式”扶贫的转变。充分挖掘贵州三穗、天柱两县乃至黔东南州全域旅游的潜力，推动三穗县颇洞村旅游示范点和天柱县三门塘、金凤山旅游景区规划以及四十八寨歌节策划包装，深挖苗侗民族历史文化特色，推进文化旅游融合发展，通过完善旅游景区的运营管理和基础设施，让当地旅游资源转化为居民实打实的收入，促进当地社会经济发展。

产业扶贫

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，确保脱帽后不再返贫，脱贫后继续致富。例如集团资助天柱县栖凤油茶生态园示范基地建设，促进林下经济发展升级；立足三穗县农户养鸭经验优势，开发三穗鸭产业扶贫项目，打造成为贵州省龙头产业，并带动商品蔬菜、精品水果等特色产业发展；打造三穗县寨头村大闸蟹生态养殖基地；向家庭作坊和村集体企业输送人才，发展三穗县苗绣文化，促进当地贫困户增收；出资50万元，帮助云南梁河县九保乡建设光伏电站，增加了九保乡集体经济的收入，当地建档立卡贫困户直接受益。系列产业帮扶举措为稳定脱贫提供了保障。



三穗县三穗鸭产业扶贫项目



天柱县栖凤油茶生态园林下养鸡区

短板扶贫

华侨城集团发挥矩阵式帮扶架构优势，统筹旗下各单位推进“四个一”工程，即全年至少专题研究一次扶贫工作、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。下属各级企业积极响应要求，抓好工作落实。西部集团围绕“精准扶贫项目实施”等专题开展集中研讨；中部集团积极推动与三穗县巴顺村开展支部结对共建帮扶，出资援建巴顺村剥计南湾口涵管桥项目；光明集团向天柱元田小学捐赠晨光牌学生牛奶691箱，关爱贫困地区儿童健康；云南文投对云南元阳县小街村贫困户采取“以奖代补”的方式提供建房补助，并助力发展种养殖产业；华侨城房地产公司与三穗县寨头村开展村企结对共建，深入天柱、三穗两县开展助学金捐赠、基础设施援建、教育生活物资捐助等帮扶活动；华侨城物业（集团）参与凉山彝族自治州普格县大坪乡卫生院设备项目扶贫工作，解决凉山“缺医少教”难题，助力当地实现“两不愁、三保障”。2019年来，华侨城各单位累计召开扶贫专题会议20次，结对共建20个党支部，结对共建20个贫困村，开展了23次帮扶活动，累计投入帮扶资金近300万元，形成全员助力脱贫攻坚的强大合力。



华侨城捐赠三穗乡镇卫生院救护车

2019年

累计召开扶贫专题会议

20次

结对共建党支部

20个



“央企扶贫百县行”走进贵州省黔东南州华侨城精准扶贫点

文化扶贫

深入挖掘黔东南苗族、侗族民族特色文化资源，加强民族文化遗产与发展。近年来，“非遗文化扶贫”逐渐成为扶贫新发力点。华侨城充分发挥30余年深耕文旅产业的资源和优势，通过推进以贵州苗绣为载体的非遗扶贫，打造万妹度非遗苗绣文创品牌，让苗绣真正走出大山，让传统手艺人直接受益，为当地脱贫攻坚开辟新路子。在华侨城的支持下，万妹度的苗绣作品曾多次亮相深圳文博会、中国慈展会等国际化、国家级的文化盛会。

此外，集团旗下康佳集团联合著名艺术家张春咏共同捐建康佳春咏成长美术馆，让喜爱艺术的孩子得到更好教育；文化集团向天柱县石洞镇小学捐赠包括《会飞的小凉帽》《小凉帽绘本花园》在内的1400本书籍以及教学物资，为贫困儿童带来乐趣。



● 三穗县台烈镇寨头村村委会刺绣调研室



● 三穗苗秀亮相 2019 中国慈展会

其他扶贫

集团积极响应国务院消费扶贫倡议，动员旗下各企业、社区参与消费扶贫，直接购买和帮助销售贫困地区农产品逾千万元。华侨城旗下“侨城汇”电商平台开设扶贫专区，推广天柱县和三穗县、广东陆河县、云南省元阳县等地特色农产品，在华侨城社区设置扶贫体验店，聚合线上线下销售渠道。运用线上直播助阵，以产销结合、以销促产的可持续发展新模式，为脱贫攻坚增加新阵地。华侨城派驻三穗县寨头村第一书记尹剑与其他央企扶贫挂职干部创立“D球村”互联网线上农副产品销售平台，整合黔东南州七个县40多种农副产品，形成初具规模农产品线上交易市场，实现销售金额达500多万元，带动超过600户农户增收。



● 华侨城集团自有电商平台“侨城汇”社区扶贫体验馆

2019 年来

“D球村”农副产品销售平台线上交易金额达

500 多万元

带动增收农户超过

600 户



华侨城扶贫人物故事

当好“本地人”，干好“当地事”

700多个日日夜夜，两年的黔东南州挂职生活，是华侨城集团扶贫干部叶兴斌的坚守。自2018年5月到贵州省黔东南苗族侗族自治州挂职以来，叶兴斌主动担当作为，围绕中心统筹推进分管领域各项工作高质量发展，摒弃做客心态和“挂”的思想，要求自己当好“本地人”、干好“当地事”。

在脱贫攻坚主战场上，叶兴斌挺身而出、冲锋在前。在挂职的两年间，他积极助力黔东南州全面完成农村危房改造4万户、农村老旧住房透风漏雨整治62269户、农村人畜混居整治44535户，完成2019年棚户区改造开工任务19672户，超额建成城镇保障性安居工程4126套，大大改善贫困户居住条件；走访调研88个乡镇街道，积极挖掘自身平台资源，着力补短板、做增量、办实事、搭平台。

叶兴斌用心、用情、用力开展好各项工作，得到当地政府和人民群众多方肯定，2019年7月获评贵州省“全省脱贫攻坚优秀共产党员”、黔东南州“全州脱贫攻坚优秀共产党员”称号。



挂职扶贫干部变身“网络主播”



张大磊是华侨城定点帮扶贵州三穗县的扶贫干部。在挂职三穗县的一年多时间里，他深入践行华侨城精准扶贫“六大路径”，积极推进华侨城在三穗县教育、民生、医疗、产业等领域的定点帮扶工作，针对农业产业的“产品选育、产业提升、农创孵化、品牌通路”等方面深入研究，分管的招商引资、文化广电体育旅游和定点扶贫工作皆卓有成效。

2020年初，受疫情影响不少地区农产品销售受阻。张大磊千方百计帮助群众解决难题。结合公众消费需求更多从线下转到线上平台这一新变化，张大磊变身“带货主播”直播助农，通过电商、媒体、短视频等平台为当地特色产品代言，通过直播销售三穗县“水姑妈”咸鸭蛋，3小时直播共卖出12000枚；做客重庆交通广播，直播带货“百姓友”皮蛋1300箱，实实在在地让当地村民直接受益。“种得出，要卖得掉；卖得掉，也要卖得好。如今这个时代，酒香也怕巷子深。”张大磊说。

除了积极带队外出招商外，张大磊个人为三穗县引入电商企业2家，引进投资近400万元，直接帮助销售农产品超200万元，为60多名贫困学生组织募集了40多万元助学金，还多次自费购买生活用品看望贫困群众。2019年，张大磊被评为“黔东南州脱贫攻坚优秀援黔东南干部”。





华侨城扶贫人物故事



心中装着群众 实干赢得口碑

“想群众所想，急群众所急，真心实意开展帮扶工作。”这是贵州天柱县群众对华侨城集团挂职扶贫干部王南的评价。

王南来到天柱县后，积极推动“健康扶贫”“教育帮扶”“产业扶贫”“消费扶贫”等。积极协调帮助当地医院提升医疗设施硬件水平，降低群众因病返贫致贫；借助中央企业消费扶贫电商平台、华侨城旗下“侨城汇”电商平台以及社会渠道，累计售出天柱土鸡、土鸡蛋、食用菌、茶油等农产品260多万元。

“天柱县虽然已经整县摘帽，但摘帽不摘责任、不摘帮扶，我们在产业发展、易搬后扶、就业增收等方面仍任重道远。”王南表示将继续与天柱县人民一道，快速实施华侨城集团对天柱县的帮扶工作，助力天柱顺利实现脱贫攻坚决战决胜目标。



群众困难无小事 不脱贫绝不离开

华侨城云南文投集团驻村工作队队长李凤军连续4年奋战在云南元阳县小新街村扶贫工作一线，带领驻村工作队紧扣“两不愁、三保障”扎实推进脱贫攻坚工作。通过多措并举筹集资金、“以奖代补”促进产业发展、农危房“危改、重建”双推进、基础设施建设不放松、文化教育培训助推脱贫、狠抓劳务输出六大措施决战脱贫攻坚。截至2019年12月，小新街村贫困人口由2016年的254户1122人减至7户25人，贫困发生率降至0.78%。

就在小新街村整村脱贫出列的关键之际，新冠肺炎疫情突如其来。春节还没过完，大年初四李凤军就已经出现在工作岗位上，第一时间成立工作领导小组，制定疫情防控方案，与小新街人民群众共筑疫情防控坚强堡垒。

为了群众的健康安全，李凤军一边向村民宣传疫情防控知识，消除群众恐慌情绪，一边核查所有返乡人员的航班、车次等具体信息，对接触疫区的人员进行排查隔离，指导村民开展消毒工作，督促村组之间进行适当隔离，紧抓落实绝不放松。

李凤军带领驻村工作队，坚持一手抓疫情防控，一手抓脱贫攻坚，努力克服疫情对脱贫攻坚的影响。2020年1月，小新街村顺利通过脱贫验收，实现整村脱贫出列。



扎根苗疆门户，致力决胜脱贫

2019年10月，怀揣着乡土情结和扶贫初心，华侨城扶贫干部姜铁军踏上了入黔驻村的征程，来到贵州三穗县寨头村担任第一书记。

从事过多年党务工作和行政工作的姜铁军，深知要做好村里的事情，要发展好村里的集体经济，得靠强有力的基层党组织。驻村后，在姜铁军的建议下，优化了村两委的工作分工，实现了村两委周例会制度，落实村务“三重一大”两委民主表决制度，使村两委的工作更加科学有效。

情系贫困群众，一心为民办事。寨头村虽然已于2018年脱贫摘帽，但2019年仍有37户、96人未脱贫。姜铁军遍访贫困户，为村民争取政策内的各项支持，督促竣工村里小学食堂、便民路桥、生活排水沟改造和高位水池修复项目，通过华侨城房地产和康佳集团的援建，完成小学食堂电梯安装项目。此外，姜铁军还积极整合资源发展村级产业，引进100多万资金和专业技术、人才，将村级合作社不断做大，村里的大闸蟹养殖基地和刺绣厂的产品销售遍布华东和广东，经营效益不断提高，帮助村民在家门口就业增收。



把家安在扶贫点

1989年出生的杨忠明2015年进入华侨城云南世博集团，之后担任云南世博元阳哈尼梯田文化旅游开发有限公司综合办公室副主任。参加工作以来，为了比对合适的红米品种、为元阳红米制定标准，从农村走出来的杨忠明再次回归农村，足迹踏遍了元阳哈尼梯田核心区的40余个村寨。

2015年9月，华侨城云南世博集团进入九保村开展定点挂钩帮扶，杨忠明收到集团选派驻村扶贫队员的通知，毫不犹豫报了名。进入九保村，杨忠明开始和当地农户一起养鸡仔、干产业，带领村民产业脱贫。他和队员们三天两头就要往养殖户家里跑，查看鸡群健康状况，跑遍了世博集团挂钩帮扶的55户建档立卡贫困户及其他需帮扶的农户，杨忠明能清楚地说出每一个和老乡有关的数字。2018年底，九保村整村脱贫摘帽，2019年底，九保村贫困发生率已经下降至0.22%。

为了更好地开展脱贫工作，让老乡们过上更好的生活，杨忠明全家把家安在了扶贫点，孩子也出生在九保村。问到为什么自己扎根九保，杨忠明给了一个简单明了的回答：“老家昭通和九保之间来回需要三四天。回一趟家，路上花费的时间太长，这个时间，可以多看看多帮几户老乡了。”



文旅融合， 绘就乡村振兴新图景

当前，决胜全面小康进入攻坚冲刺阶段，也是脱贫攻坚和乡村振兴交汇推进的重要时期。集团在践行“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”创新发展模式过程中，深耕文旅融合，提出建设“100个美丽乡村计划”，致力打造“看得见山、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。除贵州以外，集团还加大对“三区三州”等深度贫困地区的帮扶力度，推动脱贫攻坚和民族团结，在云南、海南、西藏等地区开展美丽乡村建设，以文旅融合激发乡村振兴发展新活力。

继往开来， 擦亮精准扶贫好品牌

集团坚持“六大路径”帮扶思路，在实践中探索“文化旅游+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”特色之路，培育了央企精准扶贫的华侨城特色品牌。同时，集团积极推动精准扶贫品牌管理与传播体系化，强化顶层设计、创新传播思路，讲好华侨城精准扶贫故事。2019年，集团参与第七届中国慈展会，首度对外公布精准扶贫品牌形象；精准扶贫案例入选《中央企业社会责任蓝皮书(2019)》；在《中国经营报》2019“CSR竞争力——中国企业社会责任评选”颁奖典礼上，集团以“六大路径”精准扶贫探索实践获得年度扶贫典范奖。

华侨城精准扶贫品牌形象

由六个不同颜色的“手掌”组成互动感的图形，寓意华侨城及旗下子公司戮力同心助力脱贫攻坚，也代表华侨城精准扶贫“六大路径”——人才扶贫、基金扶贫、旅游扶贫、产业扶贫、短板扶贫、文化扶贫。



西藏林芝 华侨城南山国际汽车营地



结合当地特色，打造集木屋、集装箱客房、房车营地等项目为一体的汽车主题公园——林芝华侨城南山国际汽车营地，并于2019年7月11日正式对外试营业。林芝华侨城项目已向林芝市察隅县支援250万元扶贫资金，自2019年起将连续十年每年提供500万元扶贫资金，用于支援察隅县精准扶贫工作。汽车营地项目是华侨城履行央企责任、助力脱贫攻坚、促进边疆民族地区稳定发展的示范性引领项目，其经营收入将专项用于对口支援当地定向扶贫工作。

云南元阳 哈尼梯田



集团投资近4亿元保护、利用云南元阳哈尼梯田发展文旅产业。云南世博集团实践“景带村”模式的可持续发展，创新提出元阳哈尼梯田“认种计划”，让游客体验传统农耕乐趣、参与保护梯田的同时还能爱心助农，助力当地贫困户脱贫增收。云南文投集团结合元阳特色农业，打造“热带水果+文化旅游”的百果公园田园综合体，覆盖建档立卡贫困人口21600多人，解决当地就业200余人。华侨城创新探索“景区带动脱贫致富”的做法，已覆盖云南全省100多个自然村；各景区共带动旅游经营户500余家，直接吸纳就业约1500人，间接带动就业7000多人。

海南三亚 中廖村



华侨城海南集团进驻三亚中廖村以来，坚守村民是建设美丽乡村“主角”的原则，对花海、村民民房等进行改造，对村庄公共设施进行升级，在村中湖打造黎族歌舞表演，将村民日常生活舞台化和艺术化。结合本地生态打造黎夫彩园、黎家小院、阿爸茶社、村上书屋等配套设施。通过房屋合作出租、村民优先安排务工、深度合作股权分成等形式，不仅给予村民施展才艺的舞台，还让他们真真切切地吃上家门口的“旅游饭”。2019年7月，中廖美丽乡村荣获由文化和旅游部颁发的“全国乡村旅游重点村”荣誉。此外，华侨城海南集团积极响应海南省“美丽海南百镇千村建设”号召，除中廖村之外，还着力打造三亚文门村、天涯小镇、南山村等一批美丽乡村，助推乡村振兴。

广东汕尾 螺溪谷



位于汕尾市陆河县螺溪镇的华侨城·螺溪谷是深圳市坪山区政府和华侨城深东集团联合帮扶陆河县的重点旅游扶贫项目。通过对当地环境进行整体优化，对闲置民宅、建筑进行改造升级，华侨城打造出十多个具有特色的乡村旅游体验空间，让当地贫困户增加实质收入、实现脱贫致富。

四川安仁 南岸美村



华侨城西部集团通过“新型城镇化+乡村振兴”双轮驱动的发展模式，打造鲜花主题的艺术林盘美村——安仁南岸美村，探索出一条“文旅引领+社区驱动+农旅支撑+生态示范”的乡村振兴道路。安仁南岸美村通过政府、企业和村民合力建设，是生态环境可持续发展、居住品质有效提升、企业村民共建共治共享的创新示范乡村。

重庆巫溪 红池坝大型生态文化旅游综合项目



重庆华侨城打造巫溪红池坝大型生态文化旅游综合项目，通过“公司+合作社+农户”的运营模式，构建农户的新型命运共同体，实现精准扶贫可持续发展。红池坝位于重庆市巫溪县的西北角，是中国西南部最大的高山草场。2019年，巫溪巴渝民宿项目一期示范区建成开放。项目建成后，预计年游客量增加16倍，带动上下游关联就业2万人。



夺取疫情防控和 经营发展双胜利



深圳东部华侨城景区员工正在进行消杀工作

岁末年初，突如其来的新冠肺炎疫情从武汉向全国蔓延，危及人民生命安全和身体健康。面对这场没有硝烟的战争，党中央高度重视，习近平总书记亲自指挥、亲自部署，多次召开会议、多次听取汇报、多次作出重要指示。国务院国资委党委不折不扣地贯彻落实习近平总书记重要指示精神，按照党中央、国务院对疫情防控工作的决策部署，打响了一场国资央企支撑保障疫情防控的总体战。

顶梁柱，顶得住！面对危难，华侨城集团坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极战“疫”不退缩、复工复产不松劲，统筹做好疫情防控和生产经营，齐心协力、共克时艰，为如期实现全面建成小康社会贡献文旅央企力量。

闻令而动， 周密部署打硬战

疫情发生后，华侨城集团迅速成立应对疫情工作领导小组及6个专项工作小组，强化政治引领，加强组织领导，健全工作机制。集团各级基层党组织组建221支党员先锋队、突击队，坚守岗位，让党旗在抗疫一线高高飘扬。1月25日，华侨城率先关闭旗下全国旅游景区、暂停团组，坚决助力遏制疫情蔓延。

疫情期间，集团严格实行24小时三级值班制度，集团党委主要领导带头在岗带班，及时做好疫情防控工作相关信息沟通和报告；全面落实联防联控措施，把党的政治优势、组织优势、密切联系群众优势转化为疫情防控的强大力量，确保党中央重大决策部署贯彻落实；构筑群防群治的严密防线，做到守土有责、守土担责、守土尽责。



成立应对疫情专项工作小组

6个

各级基层党组织组建党员先锋队、突击队

221支

捐款捐物， 风雨同舟渡难关

疫情面前，同舟共济。华侨城集团深入贯彻落实党中央、国务院、各级地方政府疫情防控工作部署，为全力支持疫区疫情防控，通过国务院国资委专用账户，向湖北疫情防控一线捐款3000万元，并组织各级党员、团员捐款150余万元，旗下各级企业向各地捐赠防疫物资和生活物资共计170余万元。此外，集团在自身主业遭受严重冲击的情况下，仍然积极响应国家关于减免中小微企业和个体工商户承租国有企业经营用房租金的政策要求，齐心协力共渡难关。2020年1月底即通过网站、公众号、海报等渠道公开宣布对旗下全国各地符合要求的商业项目实施租金优惠减免政策，第一时间给各合作伙伴吃下定心丸。目前各单位已按国资委和集团相关要求有序执行，根据初步统计情况，预计全年减免租金金额约4亿元。

往战“疫”最需要的地方用力！华侨城云南文投集团旗下演艺集团多方对接，全力组织境外采购，并向云南省疫情防控指挥部物资保障组进行捐赠；康佳集团旗下多媒体产业本部向湖北省中西医结合医院、武汉市中心医院、荆州胸科医院、荆州五医院等捐赠一次性医用手套138箱、护目镜560副、消毒液40箱；武汉华侨城向武汉市青山区捐赠特威牌消毒粉4吨、紫外线消毒灯管400套；华侨城云南世博集团所属恐龙谷公司向禄丰县恐龙山镇阿纳社区捐赠口罩、消毒液、体温计等一批疫情防控物资；深圳光明小镇·欢乐田园采摘新鲜水果，为奋战在一线的“白衣天使”、街道工作人员、执勤干警送去温暖。

以文化之力凝聚战“疫”之心！华侨城文化集团积极响应国家广播电视总局紧急调配，将动画片《小凉帽之白鹭归来》免费授权湖北省相关电视频道播映，陪伴民众共克时艰；康佳智能电视在春节期间为湖北地区定向提供免费影视内容，还开展了“湖北人民免费看”公益活动，开放上万部精品节目。相关视频专题页面三天时间点击量就突破6000万人次。

向湖北疫情防控一线捐款

3000万元

预计全年减免租金金额约

4亿元

冲在一线， 筑起牢固防控网

在抗击疫情的战场上，华侨城集团全体员工坚韧不拔、同舟共济，凝聚起万众一心、攻坚克难的磅礴力量。

① 责任 “主动请战”

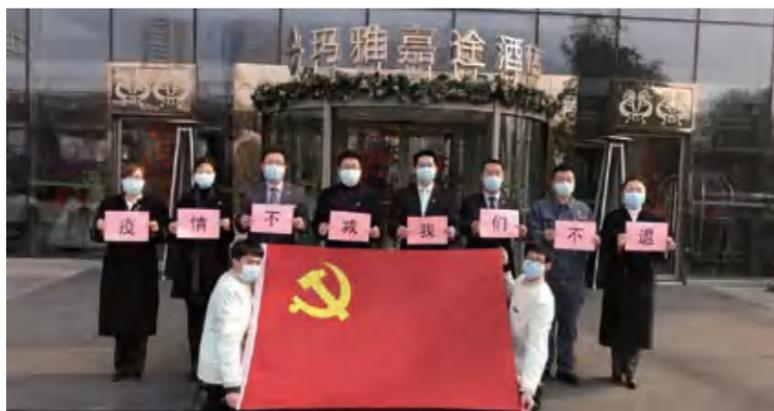
面对严峻形势，武汉华侨城玛雅嘉途酒店1月28日发出抗击疫情倡议，酒店109名党员群众踊跃响应、主动请缨，建立起“酒店-部门-班组”三级预防控制体系，共无偿为武汉大学中南医院、梨园医院等8家主力医院、近300名一线医护人员提供食宿服务72天。上海欢乐谷嘉途酒店承接入境返沪人员隔离任务，87名员工严守输入性风险防线，共接待隔离人员和医护人员1100人次。

武汉华侨城玛雅嘉途酒店无偿接待一线医护人员近

300名

上海欢乐谷嘉途酒店接待隔离人员和医护人员

1100人次



● 武汉华侨城玛雅嘉途酒店党支部“主动请战”

② 使命 “守住防线”

社区是联防联控、群防群控的主战场。华侨城物业积极部署，高效有序落实各项防控措施。从守门岗、测体温、轮班巡逻，到不间断无死角的环境消毒，从提供电梯贴心纸巾和爱心口罩到代买蔬菜、逐户排查、科普防控知识等，华侨城物业员工用7×24小时的严防严控，筑起一道让业主安心的“防护墙”。



● 华侨城物业在社区设置快递集中存放点，定期进行消毒

③ 担当 “逆风前行”

医务人员是战胜疫情的中坚力量。疫情发生后，深圳华侨城医院迅速行动，统筹推进医院各项疫情防控工作。全体医护人员坚守一线，及时识别出确诊病患送往定点医院救治，支援深圳市集中隔离观察点负责24小时驻守，旗下社康中心对辖区内湖北返深人员逐个上门排查。大批华侨城医院“白衣战士”主动请战，坚守在战“疫”第一线。



● 华侨城医院的“白衣战士”积极应战

④ 力量 “科技支撑”

疫情蔓延，防疫物资需求激增。集团旗下康佳集团结合自身生产线实际，紧急改造建设口罩生产车间，高效搭建一次性平面口罩生产线。此外，凭借产业优势，利用253.7nm波长的紫外线，推出一款便携式消毒盒产品，该产品10分钟就可以彻底杀灭各种病菌，在达到消毒目的的同时，还能保持口罩等防疫物品的原有防护能力不被破坏；旗下新飞电器推出了五重除菌技术升级的智能化除菌养鲜冰箱，实现食物长效保鲜，让居家隔离的人们吃得更安全。



● 康佳口罩生产车间

⑤ 相伴 “心理陪护”

疫情期间，塑造积极的心理品质是对抗心理危机的有效武器。集团第一时间在内部在线平台“创想学堂”开设系列心理辅导课程，帮助员工缓解心理上的情绪和不适。华侨城物业联合专业心理咨询公司，率先为全国华侨城的社区业主和员工推出免费的疫情防控心理陪护服务，让战“疫”更有温度。



抢抓机遇， 复工复产促发展

2月下旬复工复产以来，华侨城制定了详细的《复工实施方案》，发布“复工复产安全及防疫”等三项指引文件，明确工作原则和措施，科学有序积极推动复工复产，集团上下坚定必胜信心、持续艰苦奋斗，千方百计把疫情影响降到最低，把握疫后市场复苏机遇，科学制定经营方案，确保完成全年目标任务。

作为中国文旅产业领军者，华侨城集团积极发挥行业龙头作用，联合中国旅游景区协会发起旅游景区、主题公园行业振兴计划，采取相关举措助力科学防疫、有序复工、疫后振兴，努力克服疫情带来的不利影响。截至2020年6月，集团旗下各企业已全部复工，旅游景区开园率、酒店开业率均达100%；2020年“五一”期间，华侨城集团主要旅游企业累计接待游客164.5万人次。旗下合肥空港国际小镇、深圳华侨城欢乐港湾等一批重大项目建设也按下“加速键”。

复工复产，也要稳岗就业。华侨城集团深度参与国资央企春招行动，整合旗下18家二级集团及所属89家三级企业800余个热门岗位、2300余人招聘需求，努力挖掘用人潜力，已解决6000余人就业。

好风凭借力。为及时抢抓“疫”后市场反弹时机，华侨城集团6月正式启动2020华侨城文化旅游节，联动全国60个城市，包含400场文旅活动、500余项高品质旅游产品，用一场文化旅游节庆盛事，促进旅游消费回补和潜力释放，加速推进文旅产业高质量发展。



● 华侨城深西集团“党员先锋岗”正在巡检设备



● 康佳生产车间正在加快推进复工复产、达产达效



● 深圳欢乐港湾项目建设工地，工人们正在进行“湾区之光”摩天轮的安裝

旅游景区开园率、酒店开业率

100%

2020年“五一”期间，主要旅游企业累计接待游客

164.5 万人次

华侨城集团整合招聘需求解决就业

6000 余人

创想之旅

聚力主业发展

华侨城集团以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，在国务院国资委党委的坚强领导下，不忘初心、牢记使命，坚定落实“文化+旅游+城镇化”、“旅游+互联网+金融”创新发展模式，聚焦主责主业，全面深化改革，全面推进企业高质量发展，为人民美好生活赋能。

深耕文旅， 五大产业持续 发力

集团坚定践行“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”发展模式，支持康佳积极推进“科技+产业+园区”战略落地。基于当前主业，形成了文化产业、旅游产业、新型城镇化、电子科技及相关业务投资五大发展格局，从战略、体制、技术、产品、商业模式等维度全面创新，实现跨越式发展。2019年，集团继续入选“全国文化企业30强”“中国旅游集团20强”，位居全球主题公园集团三强，位列中国特色小镇运营商综合实力、中国文旅小镇运营商双排行榜的首位；旗下康佳集团获“国家科学技术进步奖”“国家知识产权优势企业”等多项荣誉。

文化产业多元发展

文化产业的发展，根植于国民文化生活需求。集团积极投身文化产业建设，提升公共文化水平，提振文化自信。

2019年，集团文化产业形成多元发展新局面。围绕国家区域发展战略，探索“文化+”模式聚合产业核心竞争力，发挥文旅资源优势和造城、营城、优城的产业优势，布局文化旅游和新型城镇化项目。

深度参与粤港澳大湾区和中国特色社会主义先行示范区建设，布局多个核心城市，建设运营文旅综合项目近30项；推进长三角一体化发展，在上海、南京、合肥等地落地项目，打造以合肥空港国际小镇为代表的“文化创意+科技创新+新型城镇化”建设模式，促成文化、旅游、产业、健康、科技等业态融合；把握“新基建”机遇，以“文化+科技”开展数字化战略产业布局，旗下景区、主题公园、特色小镇、度假酒店等联合通讯行业巨头开展5G战略合作，加快智慧旅游落地；探索“文化+融媒体”，加快“文旅IP”培育，“爆笑两姐妹”“欢乐橙子”“小凉帽”等一批原创IP市场反响热烈，欢乐谷集团引入超级飞侠、第五人格、梦幻西游等知名IP，逐步探索动漫、游戏IP与主题公园的深度合作与互动；响应“一带一路”倡议，发挥文化演艺特长，致力于增强文化软实力，推动中国文化“走出去”。



“小凉帽”小说、动画同步发行 打造 IP 内容全生态链



华侨城旗下文旅科技公司原创 IP“爆笑两姐妹”



顺德欢乐海岸 Plus

旅游产业规模实现新跨越

旅游产业是集团最为核心的优势产业，拥有丰富多元的文化旅游产品，实现景区、演艺、酒店、旅行社、城市文旅综合体等全面发展。

2019年，集团以旅游产业为纽带，积极响应国家全域旅游战略，对区域内的资源进行全面整合提升，培育产业新动能，激发产业新活力。坚持以制度建设为抓手，发布《华侨城集团旅游标准化工作管理办法》，以标准化思维坚守华侨城旅游品质，保障华侨城旅游的特色，推动华侨城旅游标准化的创新发展；推进《文化旅游产业五年发展战略规划（2019-2023）》，在集团战略引领下，文旅产业规模、版图扩张、产业标杆等目标均实现明显进展；年内，旗下顺德欢乐海岸PLUS、南昌玛雅乐园、深圳光明欢乐田园、成都黄龙溪欢乐田园等产品惊艳亮相，深圳、北京、上海等地欢乐谷陆续推出新项目，深圳欢乐港湾等一批文旅综合体项目有序推进各项建设，文化旅游产品体系不断丰富和创新；同时，持续做优做强传统旅游业务，启动深圳华侨城旅游度假区提升改造工程，开展东部华侨城整体提升改造，确保文旅项目品质紧跟时代要求；聚焦节庆，增强旅游产业品牌辐射能力，成功举办2019年华侨城文化旅游节，为消费者提供了丰富的旅游盛宴，展示华侨城在文化旅游产业领域的丰富资源、广泛布局和多元化旅游业态，持续提升华侨城旅游品牌知名度；开展数字化战略产业布局，加快智慧旅游落地，启动旅游管理智慧化工程，完成华侨城旅游大数据平台、华侨城旅游口碑大数据监测平台等四个平台模块一期建设，研发编制“中国旅游景区欢乐指数（THI）”，助力景区服务及运营效能提升；酒店业务立足于把握行业发展重大机遇，在“酒店+”业务模式和产品组合领域积极探索实践；华侨城旅行社连续十多年进入全国百强旅行社行列，获评“2019年度中国旅行社品牌20强”。

2019 年华侨城文化旅游节
推出主题旅游活动

573 项

旅游产品

836 项

旗下旅游企业共接待游客

9000 余万人次

2019 华侨城文化旅游节

案例

在当前旅游消费升级、文旅融合加速的时代背景下，作为中国文化旅游领先企业，华侨城集团以“高质量的旅游产品+丰富的文化活动+你的陪伴=真正的欢乐”欢乐公式，在庆祝新中国成立70周年之际举办了第二届华侨城文化旅游节，整合旗下文化旅游业态，共推出573项主题旅游活动、836项旅游产品呈现给全国游客，释放优惠力度超1亿元。文化旅游节期间，华侨城旗下旅游企业共计接待游客规模9000余万人次；集团与各下属企业统一主题，联动各地属地化传播内容，举办串联多地文旅项目的品牌公关活动，促成一场长达184天的开放性品牌对话，在全媒体格局下不间断传播，累计曝光超15亿人次。

华侨城文化旅游节是国内首个由企业主办、历时长、规模大、业态丰富、覆盖面广的文化旅游节庆，从供需两端发力，深化文化和旅游供给侧结构性改革，通过整合资源、深挖文化旅游内涵，集聚属于国人的欢乐势能，谱写美好生活画卷，不断满足人民对美好生活的需求，提升人民群众的获得感、幸福感。



打造新型城镇化示范标杆

新型城镇化是中国经济增长的重要引擎和扩大内需的最大潜力。集团紧随新型城镇化国家战略，结合三十余年“造城”经验，全国开拓布局，探索城镇化建设的新路径、新标准，积极构建“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。在战略转型和业绩快速增长的双重推动下，华侨城新型城镇化的布局上焕发出新的活力。截至2019年底，集团参与规划和建设的特色小镇及美丽乡村40余家，其中成都安仁古镇、深圳甘坑客家小镇、云南大理古城等多个特色小镇项目入选2019年首届小镇美学榜样。

2019年，集团城镇化样板间不断完善，成都安仁古镇项目持续加码、新增投资超过16亿元，创新业态组合，坚持文博、文创、文旅“三文”产业融合发展，形成《华侨城集团特色小镇安仁模式发展白皮书》，走出一条“产业先导、创新共享、文旅融合”的特色小镇发展新路径，为城镇化项目布局提供成熟的样板和发展模式；深圳“8+1”项目持续推进，深圳甘坑客家小镇三期全面开业，全球最大的会展中心——深圳国际会展中心建成并投入使用，华侨城特色小镇发展模式逐步成熟、发展效益加速转化，在粤港澳大湾区、长三角、长江经济带、云南和海南等国家重点战略区域加大投资力度，成功落地武汉青山红钢城、青岛即墨、江门古劳水乡，腾冲康养小镇等土地项目，多个重点城市实现“一城多点”布局。此外，集团还与昆明、烟台、合肥、开封、东莞、巢湖、青岛、深圳坪山等地签署旅游综合体、新型城镇化、美丽乡村项目战略合作协议，为可持续发展夯实资源基础。



深圳大鹏所城

相关业务投资服务主业

集团通过“旅游+互联网+金融”模式，紧紧围绕主营业务，广泛连接市场要素和资本要素；引入民间资本，放大集团以国有资本为主体的功能，让资本成就“实业为民”。



2019年，集团坚定贯彻国资委“金融服务主业”总体指导原则，突出金融支撑作用。积极拓展融资渠道，综合运用直接融资、发行债券等多种手段实现融资。持续深化产融结合，旗下资本集团战略投资国投高新并成为其第二大股东，推动后续在产业基金、并购重组、产业园开发等多个领域的全面合作，做实“科技+产业+园区”模式多维度支撑。旗下香港华侨城配合北方集团、华东集团、西部集团等落地项目，助力解决战区外资需求。充分发挥产业基金撬动社会资本的功能，服务集团主业发展。

持续赋能科技创新

在集团2019年度工作会上,集团提出“振兴康佳”的重大战略部署,号召全集团坚定不移地走科技兴国、实业报国道路,“振兴康佳”各项举措快速推进。

康佳业绩再次腾飞

2019年,集团制定了《关于支持康佳振兴发展的若干意见(纲要)》,加强顶层设计和整体规划,有效统筹振兴康佳各项工作。康佳全年实现收入551亿元,同比增长19.5%;利润总额超4.5亿元,较去年基本持平,整体经营业绩再创历史新高。其中,白电业务在“康佳”“新飞”双品牌运作下,优化供销链条,整合渠道资源,全年收入同比翻番;环保产业全年收入规模逐步站稳市场。

科研成果加速转化

集团全力支持康佳加大科研投入,并搭建科研平台,快速推进人才引进“千人计划”,启动康佳院士工作站,引进Micro LED和存储控制器博士团队。通过聚焦5G、Micro LED、8K、半导体、智慧环保等前沿技术,加大科研力度,全年完成申请知识产权超400项,同比增长超75%,荣获2019年度“国家知识产权优势企业”称号。康佳在技术创新方面的成果获得政府、社会各界的肯定,先后荣获国家科技进步二等奖、国家环境保护科学技术二等奖、中国轻工业联合会科学技术进步三等奖等国家级奖项,8K显示关键技术被工信部评价为“国际先进”,首款Micro LED产品——Smart Wall亮相美国CES展会,备受行业瞩目。

2019年

康佳全年实现收入

551亿元

利润总额超

4.5亿元

“科技+产业+园区”战略全国落子

在重庆、南京、滁州、合肥等落地产业园区,涉及总部经济、科创园、半导体、环保等领域。南京康星云网总部项目实现了当期拿地、挂牌、转让、销售、回款的记录,打造了兼顾质量与效率的典范;重庆半导体光电产业园项目以打造成集光电研发、制造、综合配套等多功能于一体、国际一流的特色智能园区为目的,获得政府大力支持,有效快速反哺科技实业发展,不仅有利于集团半导体业务长远发展,同时对“科技+产业+园区”战略的落地起到了示范作用。



康佳集团

案例

打造创业孵化平台“康佳之星”

康佳之星是华侨城集团与旗下康佳集团重点打造的创投平台,致力于创建以产业培育为核心的创投生态圈。

在华侨城集团“文化+旅游+城镇化”及康佳集团“科技+产业+园区”的转型突破发展战略指引下,康佳之星坚定“科创+产业+基金”战略,聚焦AI+、智能制造、新一代信息技术三大方向,优化大健康、文创两大场景应用,挖掘培育产业独角兽,驱动产业转型升级,为区域发展提供新动能。

截至2019年底,康佳之星已在全球建立18个创新基地,打造深度孵化体系,通过创新基地、创投基金、产业资源整合、科技电商、创新服务云平台等孵化服务,培育了众多备受资本青睐的潜力独角兽,孵化出荣获全球“爱迪生发明奖”金奖的Sencity、“国家高新技术企业”惠牛科技和博耐飞特以及在“国赛”全国30287家企业中位列前0.15%的视感科技,成功培育出全球首款图像人脸识别社交大数据管理系统Social Face图谱和斩获国务院国资委“央企熠星大赛”一等奖的“同波长超高速光模块”项目,获得“大企业孵化加速榜TOP20”等业内荣誉。2020年4月,康佳之星荣获“国家级众创空间”资质认定。



康佳之星

荣获“国家级众创空间”资质认定

康佳之星部分孵化成果

Sencity荣获全球“爱迪生发明奖”金奖

惠牛科技和博耐飞特获“国家高新技术企业”认定

视感科技在“国赛”全国30287家企业中位列前0.15%

“同波长超高速光模块”项目斩获国务院国资委“央企熠星大赛”一等奖

担当使命， 服务国家发展 战略

集团围绕粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展等国家区域发展战略主线，深度参与粤港澳大湾区“宜居宜业宜游的优质生活圈”建设，布局湾区多个核心城市，建设运营文旅综合项目近30项，其中在深圳重点建设八大文旅项目，为深圳建设中国特色社会主义先行示范区贡献力量。同时，深化央企合作、央地合作，产业与资本融合、文化与旅游融合，在粤港澳大湾区、京津冀、长三角及长江经济带、中部及西部地区、云南、海南等区域布局全域旅游和新型城镇化项目，为区域统筹发展持续赋能。

此外，集团积极参与国家“一带一路”倡议，立足大西安、辐射大西北，在推动大西安文旅融合中发挥“主力军”作用，激活古城历史悠久的矩形城市肌理，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；坚持共商共建共享，推动中华文化走出国门，开拓“一带一路”沿线新兴市场。

推动文化科技“走出去”

集团把握行业发展演变大趋势，以文化科技融合打造文化旅游产品。集团旗下文旅科技公司研制20多项高科技、互动体验型游乐产品，拥有近200项专利、著作权等知识产权，研发出全球首创的360度全景天地剧场等高科技文旅产品输出到美国、土耳其、越南、印尼等多个国家和地区；在土耳其安卡拉市打造《飞行影院》《黑暗乘骑》等大型高科技文化旅游项目延伸当地文化内涵，提升土耳其主题公园的文化内涵和科技体验。

2019年

文旅科技公司拥有专利近

200项



● 华侨城文旅科技公司 VR 过山车

加强文化演艺交流

集团发挥文化演艺特长，不断加大与东南亚国家的互联互动。在成功打造《吴哥的微笑》基础上启动中柬文化创意园建设，项目被列入国家“一带一路”文化和旅游产业国际合作重点项目，并获得印尼巴厘岛旅游综合体演艺项目经营权；云南文投集团圆满完成在中缅建交70周年系列庆祝活动暨中缅文化旅游年启动仪式上的演出任务，获得两国人民高度认可；旗下深圳之窗大型音乐舞蹈史诗《盛世纪》走出深圳，在“一带一路”重要节点城市西安巡演，反响良好。



● 中柬文化创意园项目效果图



● 《盛世纪》剧照

促进国际产业联动

旗下康佳集团抓住中非合作热潮的大好契机进军非洲市场，在埃及成立合资公司，并与当地最大电商平台合作，通过全方位本土化运营策略的落地，实现双方优势互补。



党建引领，深化改革提质增效

集团深刻理解和把握新形势下国企改革发展和党建工作的基本要求和重点任务，全面推进党建与生产经营深度融合；持续深化“战区+兵种”协同发展机制，加快国企改革，加强企业减亏扭亏和瘦身健体；不断完善公司治理，把改革成果落到实处。

坚持党建引领

根据国资委“中央企业基层党建推进年”工作部署，集团把抓好党建作为推进改革发展的根本支撑，在集团各项事业中全面加强党的建设，强化创新理论武装，不断巩固国有企业的“根”和“魂”。

扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育

坚决落实习近平总书记“四个到位”重要指示精神和国资委党委工作部署，紧扣主题教育根本任务，坚决落实学习教育、调查研究、检视问题和整改落实“四个贯穿全程”要求，全面做好战略落地、责任使命、生产经营和深化变革“四个结合”文章，为集团发展赋能，确保主题教育取得实效。2019年，集团党委组建5个巡回指导组，对二级党委全覆盖指导，共计56个党委、25个党总支、404个党支部、850名领导干部、6500余名党员积极参与主题教育。通过主题教育，集团公司党员、干部思想武装进一步强化，战略定力进一步增强，作风形象进一步转变，干事创业精气神进一步提升。



● 集团党委“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议现场

稳步提升基层组织建设质量

开展基层党建推进年专项行动，实现基层党组织应建必建、应换必换，开展“示范党支部”创建活动，建立健全党员组织关系常态化排查机制；深化“三基建设”，抓好“三支队伍”，推进基层党建工作提质增效；组建5个考评组对集团、股份19家二级单位党委党建工作进行全面“扫描画像”，以考促建；坚持党管干部原则，加快高素质专业化干部人才队伍建设，深入推进干部队伍供给侧结构性改革。

建设风清气正的政治生态

全力配合国资委党委第四巡视组巡视工作，坚持边巡边改、立行立改、以案促改、真改实改，切实做实做好巡视整改“下半篇文章”。截至2019年底，巡视反馈42个问题已完成整改41个，138条整改措施已完成137条，整改工作取得阶段性成效。同时，加快推进纪检体制改革，进一步推动落实民主监督，党风廉政建设和反腐败斗争深入推进。

不断夯实宣传思想工作基础

以庆祝中华人民共和国成立70周年为重点，加大正面宣传，加强政治思想教育，开展了“放歌新时代”歌咏展演、“时代新人说”演讲比赛、“大国顶梁柱 阔步新时代”主题征文和摄影作品征集等主题系列活动，并联合出品国庆献礼电影《我和我的祖国》，唱响昂扬主旋律。



坚持反腐倡廉

集团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三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，积极推动集团全面从严治党向纵深发展。



完善组织架构

坚持“三为主”要求，研究制定《华侨城集团党委关于推进纪检监察体制改革的实施方案》，推动纪检监察体制改革落地实施，完成集团纪委二级管理架构改革工作，突出强化监督首责，落实查审分离。结合集团实际，将纪检体制改革精神下发并宣贯至各级纪检组织，将改革精神深入基层、落到实处，为落实“做强总部、做实基层，实现监督执纪全覆盖”打下坚实的组织基础。



推行制度建设

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，积极推进从严治党制度“废改立”工作，加强制度规范，保障制度执行，进一步夯实从严治党的制度基础。



落实“两个责任”

党委进一步增强政治意识、领导意识，从严落实党风廉政建设主体责任；纪委进一步增强监督执纪问责的工作专注度、主动性，认真履行党风廉政建设监督责任。与各级企业党组织签订《党风廉政建设责任书》，与各级管理人员和关键岗位人员签订《廉洁从业承诺书》，强化责任担当、层层压实责任，制定印发《华侨城集团有限公司党委落实全面从严治党主体责任清单》《关于规范纪委书记分工和兼职的通知》，进一步厘清“两个责任”，加强责任落实，推动党风廉政建设和反腐败工作不断向纵深发展。



严肃执纪问责

借助巡视东风，大力整治违反中央八项规定精神和“四风”问题，对监督执纪中发现的违反中央八项规定精神问题集中的单位和相关责任人进行严肃问责。



加强宣传教育

依托内网OA、微信公众号、微信企业号等新媒介，搭建内部宣教平台加强廉洁宣教；落实纪检工作人员全员培训，全年共组织2470人次参加纪检业务知识培训，有效提升纪检干部队伍的专业能力和综合素质；组织召开巡视整改警示教育大会，深入各战区、各子集团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。



落实监督检查

结合巡视巡察、专项监督检查工作持续加强监督检查“六项纪律”执行情况；集中整治形式主义、官僚主义，将整治形式主义、官僚主义纳入各级纪检部门日常监督工作中，做到抓“常”抓“长”；开展新聘任领导干部、关键岗位人员廉洁谈话，着力增强领导干部的纪律意识、规矩意识；进一步完善“大监督”体制机制，整合纪律检查、巡视巡察、督察审计、干部管理、财务管理、招标采购等监督力量，充分发挥“大监督”体系作用。

深化国企改革

随着国企改革进一步深化，集团加快迈出优化国有资源配置、升级国有资产运行效率的国企改革步伐。在确保国有资产保值增值、防止国有资产流失的前提下，加大混改力度，以混促改，加快转换企业经营机制。



持续深化“战区+兵种”协同发展机制

集团各大“战区”是指在集团发展战略指导下成立的“服务+管控”型区域公司，“战区制”是以多家子集团构建的“1+N”扁平化模式，是充分授权型的组织架构，也是集团加强集团化管理的创新模式。深化“战区+兵种”合作，举全集团之力重点突破，动员各战区、各兵种企业发挥各自优势“大兵团作战”。在这种模式下，集团先后启动“云南大会战”“康佳大会战”“合肥大会战”，有力发挥协同效应，激发改革发展的强大动能。

提质增效瘦身健体

2019年，集团以供给侧结构性改革为主线，把减亏治亏作为一项重大的政治任务和经济任务来抓。减亏治亏成效显著，集团全年亏损面同比下降59%，亏损额同比减少17%；“处僵治困”工作进展顺利，第一批6家僵尸和特困企业主体脱困基本完成，第二批4家特困企业提前完成治理任务。制度化、常态化推进“瘦身健体”工作，全年34家企业实现退出和进入退出程序。

积极稳妥推进混合所有制改革

在确保国有资产保值增值的前提下，全面加强合作共享，放大国有资本功能，降低自身负债率。2019年新投资项目中，与外部企业合作的投资项目比重超过49%。资本集团与中部集团、市场化专业团队联合成立混改基金公司，创新小股东融资新模式；“双百行动”试点企业康佳旗下易平方公司引入阿里巴巴作为战略投资者，市场化经营机制更加健全，文旅科技完成与云南旅游的重大资产重组，提升文化旅游、文化科技业务发展的核心竞争力。

进一步完善集团管控体系

围绕国企改革“1+N”顶层设计框架，全面推进中国特色现代国有企业制度建设和公司治理现代化。制定集团董事会议事决策规则，修订集团党委常委会、总经理办公会议事决策制度，保障党委把定向与董事会科学决策、经理层高效执行相协调统一；建立督察审计分级管控体系，防范化解经营风险；组建集团资金管理中心，加强对集团及所属企业资金监控，提高使用效率，防范化解资金风险；“三重一大”决策和运行应用系统通过信息化手段实现对企业决策的全过程和实时在线监管，防范化解决策风险；强化红线意识与责任担当，切实把安全生产工作抓紧抓实，防范化解安全风险。

贯彻落实合规经营

集团严格按照《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，不断完善公司治理，明确各级机构职责权限、议事规则和工作程序，确保决策、执行和监督相互分离，形成各司其职、各负其责、相互制约、相互协调的工作机制，有效控制了经营活动风险；严格遵守国家法律法规及证券监管部门规定，通过深圳证券交易所网站、巨潮资讯网、公司官网下设的投资者关系专栏等渠道披露公司经营信息。集团旗下上市公司华侨城A连续七年被深交所评为信息披露考评A类的上市公司。

欢乐之旅

精研匠心品质



旅游承载着人们的幸福，城市寄托着人们的欢乐。华侨城集团不忘为人民创造欢乐的初心，以创新精神、家国情怀、开放的态度为人们提供更优质和个性化的文旅产品与欢乐体验，以匠心提供优质服务，用安全为欢乐保驾护航，不断提升人们生活品质感和幸福感。





提供优质服务，让消费者更满意

文化、旅游作为改善民生的“幸福产业”，是持续增强人民“幸福感”“获得感”的重要内容。2019年，集团以满足人民群众对新时代美好生活的新需求为已任，提供独具文化内涵特色的文旅产品和服务，为游客创造舒适、便利、安全的旅游环境。

保障客户权益

集团注重消费者权益保护，遵守国家相关法律法规，依法合规宣传，完善合规导游，确保资费透明；在景区、艺术馆等地提供导览图、电子导览等设施，设置专人提供导览服务，帮助消费者更好地游玩；不断完善网络与信息安全保障，制定严格制度，保护客户隐私信息；设置客户投诉通道，及时响应消费者诉求，采取措施解决问题。



深圳前海华侨城 JW 万豪酒店

提升服务品质

集团秉持“品质华侨城 中国好服务”的服务理念，积极营造平等、互尊、人本的服务环境和自信、欢乐、共享的服务文化，以更加人性化、特色化的服务模式为游客带来优质体验和文化滋养。

服务理念	服务环境	服务文化
 品质华侨城 中国好服务	 平等、互尊、人本	 自信、欢乐、共享

强化督导检查

积极响应文化和旅游部关于文旅市场整治行动号召，开展A级旅游景区整改提质行动。创新内部督导形式，完善服务检查常态化机制，促进景区品质提升。在督导组日常督导、神秘游客暗访、交叉检查基础之上，邀请外部专家团队对部分景区进行A级景区质量内部复核，迅速落实各项整改要求，完善设施、优化环境、提升服务。

倡导个性化服务

完善现行旅游服务标准体系建设，推进各景区、酒店的服务模式和服务质量贯彻如一，为游客提供高品质、高效率的服务体验，针对不同年龄层次、市场层级、季节气候和消费者偏好，提供个性化贴心服务。



欢乐谷员工正在为游客介绍游园攻略

创新旅游产品

集团不断探索创新旅游产品及商业模式，提升游客消费体验。例如顺德欢乐海岸PLUS开创独特的“商业+娱乐+文化+旅游+生态”全新商业模式；南昌玛雅乐园探索水公园全季运营模式；成都黄龙溪欢乐田园和深圳光明小镇欢乐田园探索新型城镇化农业旅游发展路径，成为网红打卡地和文旅新地标，打造出近郊田园类主题公园产品。运营中的景区也推出区域性改造升级项目，包括北京欢乐谷五期、深圳欢乐谷六期、上海欢乐谷“上海滩”主题区、成都欢乐谷亲水项目等，进一步丰富了景区旅游产品。



升级硬件设施

围绕游客最新需求和“常建常新，常玩常新”的发展理念，打造新的景观项目和主题体验项目，使产品更加多样化。对照国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》(GB/T 17775-2003)，秉持人本服务理念，重点针对游览服务设施进行升级改造，提高顾客游览体验舒适度。加强“厕所革命”建设，提升景区内第三卫生间、母婴室的建设进程。实现票务系统、检票闸机、检票码以及导览系统等一系列技术设施的智慧化建设及应用，通过数字信息化手段提升服务质量和效率。

加强客户沟通

以客户需求为导向,不断完善客户沟通机制。积极开展满意度调查,充分了解客户需求,根据调查结果联动各单位,有针对性地改善服务质量;开通服务热线,积极应对客户投诉,及时反馈、解决客户问题,提高客户满意度。



发展智慧旅游

经过七年数字化探索,华侨城智慧旅游运营能力持续提升,形成了以数据为基础,面向游客服务、景区管理和集团整合的三层业务架构,可针对不同的主体满足差异化需求。

多种自营渠道触达游客,优化服务质量

华侨城旅游以官方商城花橙旅游、分销平台蜂巢微店以及景区通码三大自营渠道直接对客提供服务,为游客购票、入园、售后提供便利条件。

花橙旅游助力华侨城文化旅游节



2019年华侨城文化旅游节期间,花橙旅游推出秒杀、团购、抽奖和优惠券等功能,以强大的后台能力支撑集团和企业面向用户的节庆推广活动。同时,花橙旅游持续开展异业合作与联动,携手美团、同程、携程、去哪儿等OTA,搭建渠道矩阵。除此之外,借助“蜂巢微店”首次面向集团所有员工推出“花橙合伙人”计划,通过社会化分销的模式,让更多人快速便捷地获取华侨城文化旅游节的活动信息。



强化景区管理,积极探索“旅游+互联网”

基于信息安全规范,公司积极利用新技术自主研发、搭建统一旅游管理平台——智云平台,实现旅游产品、订单、渠道、资金等集中管理,持续赋能业务发展。同时通过个性化产品、会员服务、营销活动等,跨景区、跨业态进行产品打包,丰富产品类型,不断提高景区的服务质量。2019年,智云平台全年销售额近11亿元,同比增长5%;售出产品超1000万件,同比增长13%;通过线上购票入园近900万人,同比增长超14%。

集团深入贯彻落实国资委关于安全生产和保障工作部署,严格落实企业安全生产主体责任,健全完善安全管理组织机构,开展风险管控与隐患排查治理,加强安全宣传教育培训,推进安全生产信息化建设,扎实做好安全生产各项工作,实现了全年未发生较大及以上生产安全事故的管理目标。

集团高度重视安全生产工作,组织召开安全生产工作会,定期听取安全生产工作汇报,研究解决安全生产重大问题,深入基层企业检查督导安全生产工作。各级企业健全组织架构,配齐配强人员,加大投入,逐级压实安全生产责任。2019年,集团各级企业共组织签订安全生产责任书27910份,签署安全承诺书64481份;共配备注册安全工程师172名,专职安全管理人员793名;安全经费投入累计达58362万元,为实现安全运营提供有力保障。



严守安全红线,为欢乐保驾护航

加强组织领导,落实企业安全主体责任

严格安全奖惩,发挥安全绩效考核效能

2019年初,集团根据《华侨城集团有限公司安全生产年度绩效考核办法》,首次对所有子集团上一年度的安全生产工作进行绩效考核,并对表现突出的康佳集团、云南世博集团、中部集团、西部集团兑现奖励。各子集团根据集团安全考核办法,结合实际,建立健全上下联动的安全生产考核体系,积极发挥考核促安全的导向作用。

开展宣传培训， 提高广大员工安全意识

以安全生产月、消防宣传月等活动为契机，利用“互联网+安全生产”模式，统筹组织各级企业开展系列宣教活动。各级企业坚持做好新员工三级安全教育，持续强化企业负责人、安全管理人员、特种作业人员的取证培训和再教育培训，结合企业特点开展各类安全专项培训。2019年，集团各级企业共组织开展领导干部讲安全活动587场次，举办安全培训7798场次，开展各类安全宣教活动2711次，累计受教育人数193675人次，进一步提高员工的安全意识和安全技能。

2019年

开展各类安全宣教活动

2711次

累计受教育人数

193675人次



天津欢乐谷举办第五届“津安杯”安全知识竞赛

加强应急管理， 提升企业应急处突能力

集团督促指导各级企业，尤其是新建项目、新开园景区建立健全企业应急管理体系，完善应急组织机构，编制应急预案，组织开展培训与演练，扎实做好应急救援队伍、应急物资、重要装备等应急准备工作。截至2019年底，各级企业已编制综合预案、专项预案和现场处置方案共1765项，全年开展应急演练3934场次，参与演练人数达118431人次，有效提升企业应急救援协调与处置能力。



深圳欢乐谷游乐设备专项应急演练



上海华侨城消防技能比赛

推进科技兴安， 加快安全信息化建设力度

集团针对安全生产方面的发展现状和突出问题，积极推进安全生产信息化建设工作，通过问卷调查、座谈交流、实地考察等方式，收集各级企业对安全生产管理系统的功能需求，启动安全生产管理信息化系统建设工作，促进华侨城安全生产工作进入管理信息化时代。

推进风险管控， 强化安全隐患排查治理

通过培训、试点和推广，抓牢安全生产风险管控。各级企业结合地方政府关于双重预防机制要求，在巩固前期安全风险预控工作的基础上，继续完善危险源台账，强化隐患排查治理，落实安全管控措施。截至2019年底，已有95家企业编制完成风险预控管理手册，制定危险源辨识与评估登记表2208份，张贴风险告知卡16869个；全年累计开展各类检查19830次，排查隐患65297项，下发隐患整改通知书9558份，整改完成62122项，及时消除各类安全隐患。

全年累计开展各类检查

19830次

完成隐患整改

62122项

文化之旅

共筑和谐社会

文以载道，文以传情，文以植德。文化是民族的血脉是人民的精神家园。习近平总书记指出，实现中国梦，是物质文明和精神文明均衡发展、相互促进的结果，没有文明的继承和发展，没有文化的弘扬和繁荣，就没有中国梦的实现；要繁荣发展社会主义文艺，为人民群众提供更丰富、更有营养的精神食粮。华侨城集团秉承“优质生活创想家”理念，开辟了丰富多彩的文化内容通道，坚持将公益融入整体文化产业发展，在营造社会公共文化空间方面加大投入，通过发展文化产业满足人民群众精神文化需求。

探索城市空间， 艺术走进生活

城市公共空间是指城市或城市群中，在建筑实体之间存在的开放空间体，是城市居民进行公共交往，举行各种活动的开放性场所。集团在全国各地项目都深深扎根于所在城市独特的文化面貌和历史精神，致力于将艺术融入城市公共空间。例如旗下顺德欢乐海岸PLUS项目，集团在其设计和运营过程中，立足当地文化旅游资源禀赋，建成美术馆、龙舟文化馆、美食博物馆、青云文社历史研究所等项目，充分带动文化艺术氛围，将传统文化元素注入现代项目，通过“文化+”赋能欢乐新体验。

2019年，集团及旗下各企业还通过举办OCT凤凰花嘉年华、南京华侨城红枫嘉年华、华·美术馆D-TALK论坛、深圳欢乐海岸“深活节”等形式多样的文化创意及公共艺术活动，在为大众提供艺术滋养的同时，激发城市生活的艺术活力。



● 2019OCT 凤凰花嘉年华现场

第四届 OCT 凤凰花嘉年华 案例

在5月凤凰花开的时节，华侨城以“自然在一起”为主题，举办了2019年华侨城第四届OCT凤凰花嘉年华。活动为期10天，围绕“人、自然、城市”三者关系，邀请近30位国内外艺术家现场创作和分享，通过“OCT Talk”“自然音乐”“音乐瑜伽”“自然装置”“环境戏剧”“自然市集”“彩色森林”“凤凰花映像大赛”等24场亮点活动，为公众带来一场生态艺术文化盛宴，用前卫时尚的艺术表达，向公众传递了自然的生活态度。活动参与机构达36家，创作者100多位，吸引公众8万余人参与，成为深圳文化活动的风向标。

OCAAT 馆群

OCAAT (华侨城当代艺术中心) 自2005年开创以来，便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，OCAAT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。2019年，OCAAT馆群举办了37个展览，133场公共活动，17项出版物和画册，接待总参观人数超27.2万，较2018年同比上升25.8%；OCAAT深圳馆被广东省文化厅授予“南山区新时代文明实践站”荣誉称号，获深圳市2019年度市级社会组织4A级社会组织称号。



● OCAAT 当代艺术中心深圳馆

OCT-LOFT 华侨城创意文化园

集团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、创新实验场和公共艺术区域。2019年，华侨城创意文化园共开展 T 街创意市集、2019OCT-LOFT 公共艺术展、第六届明天音乐节、第九届国际爵士音乐节、OCT-LOFT 创意节等 7 大项、近 80 场各类型的公共文化品牌活动，参与人数达 30 万人次，全年园区品牌相关网络阅读点击量累计近 100 万次。



● OCT-LOFT 公共艺术展工作坊

2019 年

OCAAT 馆群举办展览

37 场

公共活动

133 场

推进精神文明， 赋能幸福城市

党的十九大报告明确指出要“推动社会主义精神文明和物质文明协调发展”，赋予了新时代精神文明建设工作新遵循、新任务。集团牢记新的文化使命，深入推进精神文明建设，推动文明单位、文明景区、文明城市创建，传播文明新风尚。

倡导景区文明新风

集团积极响应文化和旅游部发起的“文明旅游为中国加分”等倡议，把建设文明景区作为发展的底色来抓，把文明旅游作为景区高质量发展的重要内容，旗下深圳锦绣中华·民俗文化村、世界之窗、欢乐谷、云南华侨城等各景区充分发挥旅游景区和旅游志愿者的作用，加强文明告知、文明提醒、文明规劝和文明督导，为游客提供更加舒适文明的旅游环境，让更有温度的服务传递文明、更有品质的旅游承载文明。旗下深圳华侨城旅游度假区、云南昆明世博园等旅游景区获评全国文明风景旅游区示范点。



● 华侨城员工在景区宣传文明旅游

参与文明单位、 文明城市创建

集团积极践行社会主义核心价值观，争做文明单位，通过宣传海报宣贯、开展主题活动如“学雷锋”主题月、“优质服务年”等宣传报道；组织党员群众代表集中观看爱国主义影片《音乐家》《我和我的祖国》；结合“文化大讲堂”等形式增强文化自信，提升员工素养，增强履职尽责责任心；组织参与国资委“最美奋斗者”“央企楷模”申报评选，推选先进个人和集体典型，发挥榜样力量。

在新一轮全国文明城市创建过程中，集团与深圳南山区委宣传部、区文明办等加强沟通联系，统筹深圳华侨城旅游度假区景区、酒店、公共文化场馆和社区等区域开展文明行动，为深圳市创文工作贡献力量。集团区外各地项目也积极融入所在地城市推进精神文明建设，助力城市文明创建，提升城市文明形象。



○ 全国文明单位
深圳华侨城旅游度假区
深圳市晨光乳业有限公司

01



○ 省级文明单位
华侨城(上海)置地有限公司
重庆华侨城实业发展有限公司欢乐谷旅游分公司

02



○ 市级文明单位
四川康佳智能终端科技有限公司
云南建水朱家花园景区管理有限公司
云南世博元阳哈尼梯田文化旅游开发有限责任公司
深圳世界之窗有限公司

03

弘扬传统文化， 坚定文化自信

文化自信的实质是中国特色社会主义自信，只有不断增强文化自信，在传承中华优秀传统文化的基础上发展社会主义先进文化，才能加快社会主义文化强国建设。集团在发展中注重文化遗产保护与传承，借助自身文化央企平台优势，为传统文化注入新的生命。

实施文化遗产保护

我国文化遗产蕴含着中华民族特有的精神价值、思维方式、想象力，体现着中华民族的生命力和创造力，是各民族智慧的结晶，也是全人类文明的瑰宝。中央城镇化工作会议提出“要传承文化，发展有历史记忆、地域特色、民族特点的美丽城镇”。集团坚持保护性开发原则，将文化古镇保护与现代旅游相结合，通过“传统文化+旅游+生态”的保护模式，打造了深圳甘坑客家小镇、大鹏所城，成都安仁古镇、黄龙溪古镇、洛带古镇以及无锡古运河华侨城风情小镇等项目，走出了一条落实文旅融合发展部署、非物质文化遗产保护传承与文化旅游融合共同发展的道路。



● 深圳甘坑客家小镇民俗文化表演

让非遗走向公众

集团重视文化遗产的保护与传承，利用自身平台优势，通过深度挖掘传统文化IP、开展传统文化主题活动等形式，让非物质文化遗产以人民大众喜闻乐见的方式走向公众，将传统文化与现代生活相连接，激发传统文化的时代活力。

华东集团

为传播运河文化、促进文旅交流与发展，由无锡市梁溪区人民政府、无锡市文化广电和旅游局、无锡华侨城共同打造的“2019第二届大运河民谣诗歌节”于5月25日至26日在无锡市梁溪区清名桥畔大水塔下和中国丝业博物馆内成功举行。活动用现代艺术表现形式对大运河文化内核进行探索，对推动区域精神文明建设起到重要作用。

云南世博集团

积极响应国家号召，携手敦煌研究院于2019年12月至2020年2月在昆明世博园举办“敦煌壁画艺术精品展”，弘扬中华民族传统文化，彰显文化自信。

文化集团

深挖客家非物质文化遗产“客家凉帽”的文化内涵，将凉帽转化为“小凉帽”IP形象，并以“IP+VR+AI”构建全新的文化科技布局，结合文学作品、绘本、影视、动漫等系列衍生产品的开发，实现非物质文化遗产的现代转化和活化，也为游客带来更多元化、个性化、品质化的旅游消费体验。

深圳华夏艺术中心

持续策划创办以戏剧艺术的“讲、学、演、录”为内容的“华夏戏剧艺术坊”和以木偶艺术传承与体验为内容的“偶”遇华夏等公益品牌项目，为保护和传承民间智慧的结晶、延续民族文化的根脉、增强民族文化自信作出贡献，为观众带来传统文化盛宴。



● 深圳华夏艺术中心公益品牌项目《华夏戏剧艺术坊—京剧品鉴会》

绿色之旅

守护生态文明

党的十九大报告将建设生态文明提升到中华民族永续发展千年大计的高度，习近平总书记提出“环境就是民生，青山就是美丽，蓝天也是幸福。”生态文明建设归根到底是人民福祉所在，要像对待生命一样对待生态环境。华侨城集团将“生态环保大于天”的理念贯穿企业发展，在全国布局文旅项目的同时秉承“生态优先、环保先行”的原则，始终坚持对自然生态的保护与尊重，积极推动生态文明建设。

绿色发展， 让经营可持续

坚持“绿水青山就是金山银山”理念，集团在全国项目开发建设中十分注重生态环境保护，通过发展绿色施工、绿色建筑、绿色物业、绿色办公，将环保理念融入生产经营各个环节，坚持走可持续经营发展之路。



绿色开发

自然景区生态友好型开发

集团致力构建“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，坚持“传统文化+旅游+生态”的保护模式，在旅游开发中依托当地特色自然生态环境采取生态友好方式进行开发，体现人与自然是和谐相处的理念。

- 华侨城欢乐田园发展有限公司、云南文投集团与昆明市呈贡区人民政府签订乡村振兴战略战略合作协议，在云南打造“昆明市呈贡区万溪生态花园项目”，将按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，把握“生态、产业、特色”三个关键点，努力把“万溪生态花园项目”打造成为全国乡村振兴标杆、华侨城美丽乡村总部、昆明城市花园。
- 深圳光明小镇占地面积11平方公里，其中超过3平方公里的土地是需要保护的基本农田。华侨城立足当地的资源禀赋、产业基础等，以独特的田园生态资源为特色，打造新型城镇化的珠三角样本。
- 深圳甘坑客家小镇秉承“绿色开发”理念，以“可持续发展的土地伦理观”为原则开发小凉帽农场，通过对原有2万平方米社区垃圾场进行环境改造，种植近700万元的苗木，复绿地块、清理填埋垃圾、改良土壤、修造人工湖，使垃圾场变成拥有完整生态链的城市农场。



● 深圳甘坑客家小镇小凉帽农场

城市建设绿色开发

集团遵循生态优先等原则，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。

- 重庆华侨城致力于将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的典范。
- 顺德华侨城欢乐海岸利用海绵城市技术将项目地块内的雨水进行收集、净化，处理后的雨水可作景观用水、绿化浇灌用水等，有效降低新鲜水耗，项目每年可节约用水6.1万立方米。
- 华侨城瑞湾发展公司为深圳宝安“滨海廊桥”项目量身定制海绵城市设计策略，设置下凹绿地及雨水花园，有效减少外排雨水的年径流总量，最大可能为市政雨水的排水管网“减负”。



● 深圳宝安“滨海廊桥”项目效果图

绿色运营

践行低碳运营，致力节能环保

集团将绿色发展理念融入生产经营各个环节，多措并举抓好环境管理，积极落实节能降耗绿色发展，助力构建环境友好型社会。各主营业务板块持续开展设施设备的节能技术改造，不断应用新的节能技术降低能耗，支持业务可持续发展。

- 康佳集团持续对老旧设备进行更新换代，经过两年综合改造，2019年通过东莞市清洁生产、循环经济试点审核，其中，空压机改造每年节约电费20余万元，天然气锅炉改造提升生产效率5%，废品率可下降50%。
- 深圳光明欢乐田园园区逐步改良灌溉技术，已有2700亩地采用喷灌和滴灌技术，较地面漫灌最少可省水约30%。
- 上海欢乐谷嘉途酒店充分利用太阳能设备，减少锅炉燃气、电力的使用；在不影响设备正常使用的情况下，酒店35台进排风处于关闭状态，平均每天节约电力1452千瓦时。
- 各地欢乐谷园区所有的照明灯均采用低耗能的LED光源，照明灯光、效果灯光均安装时控器，减少用电浪费；根据旅游淡旺季适当调整园区大型游乐设备和项目的开放时间，有效降低能源损耗。



发展绿色建筑，推进绿色物业

在推进生态文明和建设美丽中国的进程中，发展绿色建筑、推进绿色物业已经成为当下社会共识，集团在发展中不断推进绿色施工、绿色建筑和绿色物业。

绿色施工

集团积极推行绿色施工，在施工过程中贯彻落实“七个百分之百”，做好施工扬尘治理工作，打赢蓝天保卫战。落实噪声防治措施；降低施工能耗，优先选用节电、节水、节油等节能设备；切实做好施工工地“三废”处理，建设污水处理系统，建筑固体废弃物及时运往指定建筑垃圾填埋场处置。

绿色建筑

集团在开发建设中将绿色环保落到实处，以绿色建筑为标准，采用节地、节能、节水、节材及环保的绿色建筑材料、技术与设备。集团旗下深圳宝安滨海文化公园（一期）、华侨城欢乐港湾海府一号、宝湾大厦等多个项目获LEED-ND绿色认证。

绿色物业

华侨城物业（集团）重视绿色物业理念的宣传和行为的引导，研究先进的技术和管理模式，在节能降耗上加大投入，推进绿色物业。在深圳市2019年第一批绿色物业管理的星级评价标识项目评审中，物业集团在管中心“康佳研发大厦”荣获二星级绿色物业管理认证证书。



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%。





绿色办公

集团严格落实中央八项规定精神，倡导绿色办公理念。办公室采用LED节能灯具，加强对员工的环保理念宣贯，促进办公室节水、节电；大力发展线上办公，提倡双面打印，推行无纸化办公；鼓励使用清洁能源，提倡绿色低碳出行；在员工中宣传垃圾分类知识，进行废弃物分类管理。

绿色文化

集团将环保与城市文化发展相结合，把环保理念带入城市发展，融入城市生活。例如旗下郑州华侨城开展“守护地球”计划、垃圾分类街头快闪等环保活动，传递环保理念；成都华侨城组织青年志愿者服务分队参与“情系雷锋月、植树正当时”活动，助力建设美丽宜居公园城市；深圳华侨城欢乐海岸开展“失衡——生态·艺术·环境”环保艺术展，呼吁社会公众关注生态状况和生存环境。



深圳前海华侨城 JW 万豪酒店“地球一小时”主题活动



保护生态， 让环保入人心

科学管理湿地， 打造原生态城央“绿肾”

集团多年来在推动产业转型升级的同时，始终坚持对自然与生态的保护与尊重，倡导低碳健康的生活方式，开展自然教育，举办环保公益活动，积极推动生态文明建设。

湿地是全球三大生态系统之一，它不仅为人类的生产、生活提供多种资源，而且具有巨大的环境功能和效益，在抵御洪水、调节径流、蓄洪防旱、调节气候、控制土壤侵蚀、美化环境等多方面有其他系统不可替代的作用，享有“地球之肾”之誉。

地处深圳繁华中心区的华侨城湿地，曾是深圳湾海岸线的一部分，保留了填海前的一段红树林湿地，这里也是国际候鸟迁徙线上的重要中转站之一，拥有种类丰富的动植物。为了保护好珍稀生态资源，华侨城集团于2007年起从深圳市政府手中接管这片湿地，秉承“保护、修复、提升”的原则，历时5年，耗资逾2亿元对湿地进行了保护性修复、持续性提升，并每年投入逾800万元运营成本，将其打造成为中国唯一地处现代化大都市腹地的滨海红树林湿地。

经过长期精心规划和管理，深圳华侨城湿地已记录昆虫近200种，鸟类超过170种，总体动植物超过700种。得益于悉心运营，深圳华侨城湿地经国家林业局批准成为全国面积最小、深圳市首个国家湿地公园，开创了“政府托管、企业管理、公众参与”的管理模式。

为确保湿地生态系统和功能的完整性、自然性，深圳华侨城湿地自2012年营运以来，采取类似保护区的管理，实行“预约进入，免费开放”，保证湿地的公共开放性、公益性。

除了修复、保护深圳华侨城湿地，集团还在全国各地进行生态公共空间建设，例如武汉东湖湿地、南昌象湖湿地、顺德桂畔湖湿地、成都府河上游绿化带建设等，同样秉持“生态优先，环保先行”原则，依托湿地的自然生态，以创新的理念与模式进行修复，在湿地的保护与创新建设中引导市民关注环保、保护生态，进一步改善城市环境。

- ① 深圳华侨城湿地
- ② 武汉东湖湿地
- ③ 南昌象湖湿地
- ④ 顺德桂畔湖湿地



开展自然教育， 让公益近距离

秉承华侨城集团“生态环保大于天”的文化理念，2013年，旗下华侨城房地产公司、华论坛企业家会员、理事发起并成立了深圳市华基金生态环保基金会（以下简称华基金）。华基金在2017年被认定为慈善组织，以“倡导生态文明理念，推动生态建设和环境保护”为宗旨，积极贯彻落实华侨城集团对生态环保领域的建设方略，主要支持开展湿地生态建设、环境保护等公益活动及项目。其中，自然教育项目和零废弃项目是华基金的两大品牌项目。



自然教育项目2014年启动，以“在全国援建自然学校，培养自然教育人才，输出可复制性自然学校建校指南”为目标，截至2019年底，已在全国22个省（自治区、直辖市）援建了56所自然学校，73所湿地学校，已连续5年开展共18期研讨培训班，输出自然教育骨干3000余人，编撰自然教育教材32本；自2017年起，面向全国40000余所绿色学校及国际生态学校开展青少年自然笔记大赛，征集作品近3万件。

零废弃项目2015年开始实践，以“零废弃生态园”和酒店为起点，逐步辐射学校和社区，截至2019年底，已有660位志愿者提供公益活动1917.5小时，将20吨以上餐厨废弃物转化为肥料；已联合多位合作伙伴在深圳支持6所零废弃校园试点；已联合华侨城物业落地零废弃社区试点，改变3000名居民的生活选择，超10000名公众在活动中受益；举办零废弃达人赛，并为44位一线从业教师引入课程、展开培训、提

供零废弃讲师认证和开设PBL工作坊，计划将辐射影响超过12000个师生家庭。此外，组织开展的华·生态讲堂和华·绿色论坛也广受公众赞誉，其中华·生态讲堂荣获2019年深圳关爱行动“十佳市民满意项目”奖。据统计，已有超过400万人次在华基金举办的各类项目活动中受益，也有越来越多的公众走进生态环保公益，选择绿色生活方式，共同助力建设美丽中国。

截至 2019 年底

援建自然学校

56所

湿地学校

73所



共享之旅

携手共创共赢



从“创想”到“共享”，华侨城集团始终以开放融合的心态，与伙伴携手，共同推动行业高质量发展，共同面对新时代的挑战与机遇；与员工并肩，搭建让每个员工实现梦想的舞台，共同逐梦前行；与社区共创，持续关注社会弱势群体，增进社会福祉，构建更加和谐、幸福、美好的社会。

携手伙伴，共谋发展

集团积极践行共享理念，以开阔的胸襟，将自身经验、模式、产品和人才进行平台化整合，积极探索混合所有制发展途径，以实现优势互补、合作共赢，提出构建“文化引领、管理输出、模式创新”轻资产发展的新商业模式，打造专业的旅游资本平台，促进文化旅游资源在更大范围内的优化配置，以产生更大的经济效益、社会效益和文化效益。

战略共享

集团凝聚跨行业、跨领域的专业力量和高端智力资源，推动“文化+旅游+城镇化”新模式、新战略，落地组建华侨城策划规划联盟。策划规划联盟以“创新有道，融全球智慧”为目标，搭建高端智库、打造共研平台、提供精英团队、整合跨界资源，助力集团在新时代坚持世界眼光、国际标准，实现战略转型和跨越式发展。2019年，战略联盟取得全面突破进展，与沃尔玛（中国）、西藏宏绩集团、国家开发投资集团、中国水环境集团、中演院线等签订战略合作协议，持续推进与中央美院、腾讯、Discovery探索频道等的战略合作，与万科、碧桂园、招商等战略联盟协同推进具体业务落地，放眼产业链，谋求共同发展，形成倍增效应，增强企业、产业乃至地区的综合竞争能力，与共享方一道实现高质量发展。

2019 年华侨城策划规划联盟大会

案例

2019年11月18日，华侨城策划规划联盟大会在顺德召开，华侨城策划规划联盟专家和成员单位代表，集团各职能部门、各战区子集团、项目公司负责人，以及主流新闻媒体等600余名嘉宾出席。大会以“超越体验”为主题，邀请国际国内文化、艺术、旅游、策划、运营、设计、科技等领域的知名专家和优秀团队，从文化的在地性、体验性出发，应对和识别新文化、新技术、新业态的相互融合带来的新场景和新体验，就“艺术推动乡村振兴”“数字化推动文旅升级”“主题公园新纪元”“工业遗产活化再造”“文旅实践融合在地文化”等话题进行深入研讨与交流，共同关注和探讨文化旅游行业创新和新型城镇化的崭新未来。



责任采购

集团不断提升供应链管理水平和采购管理水平，秉承公平、公正、公开的原则落实阳光招采，坚持底线思维，确保成本采购工作健康发展，为集团高质量发展保驾护航。

电子化采购，阳光透明

在全集团范围内推广使用“华侨城电子招采平台”。2019年，集团加大对平台建设管理的投入，全力推行招投标全流程电子化，使竞争更加公开、透明、有序。同时，大力开展工程和大宗设备的集中采购，全程留痕、全程可追溯，进一步提升采购质量和管理水平。



电子化监管，实时智慧

2019年建设电子招采监管平台，实时获取采购主体和交易过程的信息数据，加强对采购活动事前、事中、事后的智慧监管和协同监管，形成督办检查、反馈整改机制，助力企业防控廉政风险，提高采购的公信力。

创新电子保函，多方共赢

集团积极贯彻落实国资委和发改委有关文件精神，全面推行投标保证金线上缴退，大力推广使用保函特别是电子保函替代现金保证金。2019年，集团与中国建设银行合作开发电子投标保函，其广泛应用可切实为企业降本增效，实现招投标主体的多方共赢。

群英荟萃， 同行致远

保障员工权益

人才是事业发展最宝贵的财富。集团遵循“人本、创造、坚定、卓越”的核心理念，坚持员工与企业共同发展，保障员工权益，致力于打造公平的职场环境；充分利用各类资源，为员工创造学习与成长机会；关爱员工身心健康，打造幸福职场。

集团坚持平等公正雇佣，为员工提供具有竞争力的薪酬体系和福利保障机制，推进民主管理，全面保障员工基本权益，积极构建和谐劳动关系。

坚持平等雇佣

集团反对一切因性别、地域、国籍、学历、宗教信仰等不同而存在的歧视行为，创造平等的就业环境；尊重员工的就业意愿，反对任何形式的强迫劳动，与员工建立以竞争、自由选择和契约为基础的长久合作关系；注重劳动合同的签订和执行，按时足额缴纳各项社会保险。

项目	单位	2017年	2018年	2019年
员工总数	人	50386	61532	62503
女性员工人数	人	23638	24899	26962
少数民族员工人数	人	2753	3096	3682
残疾人雇佣人数	人	68	74	41
女性管理者比例	%	17.4	17.2	17
劳动合同签订率	%	100	100	100
集体合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100

提供有竞争力的福利薪酬

推行《华侨城集团二级企业年度经营业绩考核办法(试行)》和《华侨城集团企业高管人员薪酬管理办法(试行)》，建立市场化薪酬体系；坚持“以业绩为导向、收入反映贡献，鼓励价值创造”的分配理念，将薪酬与业绩相挂钩，充分调动各级管理人员积极性，激发企业活力，提高企业经营业绩；以市场原则、效益原则为价值分配的基本准则，通过支付月薪、核算年度奖金、持有股份等不同类型的报酬组合，满足员工多元化需求。

项目	单位	2017年	2018年	2019年
员工平均工资水平	万元/年	7.30	8.34	10.44



共享之旅

重视人才培养

在集团跨越式发展新时期，公司基于战略与业务发展，进一步优化员工培训体系，注重体系性、针对性和有效性，打造员工培训品牌，持续赋能集团组织能力提升；畅通职业晋升通道，完善体制机制，助力员工实现个人职业目标，使员工个人发展与集团发展同频共振。

健全培训体系

集团为员工提供丰富的学习培训机会，围绕“一轴两翼三级”开展不同层次和不同岗位人才的培养。针对华侨城高潜人才库和优秀大学毕业生，设立“领航I阶”“助航”“启航”三级人才培养项目及“护航”“远航”专业能力提升项目，以集团总部、二级企业及下属企业的三级架构为依托，聚焦不同层级、不同目标领导力的提升，量身定制人才培养方案。



● 华侨城“航”系列人才培养

项目	单位	2017年	2018年	2019年
员工培训覆盖率	%	92	96	96
人均培训投入	元	239	275	369
人均培训时间	小时	10.5	12.4	13.2
员工培训投入总额	万元/年	1205	1688	2308

畅通职业发展通道

重视员工个人职业发展，打通员工职业发展通道，深化考核制度改革，强化正向激励，大力推行“断崖式考核”，构建更科学的考核指标体系，打造公平职场环境。

内部招聘机制

在企业战略变革与业务转型升级过程中，新的架构、新的业务不断催生出新的人才需求。集团鼓励人才内部正常流动，建立内部网上招聘渠道，让员工根据自身成长与发展的需求，自主参加内部招聘。

内部晋升机制

集团设立了内部晋升机制，对于核心管理岗位与专业技能岗位，优先从内部选拔优秀人才，传承与发展人本的企业文化与核心价值观，为员工提供施展才华的广阔舞台。

自适应择业机制

员工结合岗位实践、优势及兴趣，对自我感觉不适应、不胜任的岗位，可向组织提出行业或岗位调换要求，用人部门经确认后协调实施，帮助员工实现更高价值。

打造幸福职场

集团秉承“以人为本”的企业文化，始终将改善员工职业幸福感放在突出位置，切实为员工办实事、办好事，不断提升员工满足感和获得感。各企业建立了节假日和寒暑假期间“送清凉”“送温暖”等各类慰问制度，为广大一线员工送去组织关怀；不定期组织心理健康专家开展员工心理健康主题活动；开展各类员工培训，提升员工素质技能，打造专业化员工队伍；通过丰富多彩的企业文化活动，持续增强员工企业认同感和凝聚力。

帮扶困难员工

集团把困难员工帮扶工作摆在突出位置，通过分类建立困难员工档案和基础台账，多途径筹措帮扶资金，广泛开展“金秋助学”等活动，建立帮扶长效机制。截至2019年底，各级工会困难员工共计529人，其中，已建立档案的373人，经过帮扶实现脱困80人。2019年集团及各级工会走访慰问困难员工1205人次，发放慰问金262.69万元，为1186名在深员工投保了住院二次医疗保险。



● 集团各级工会开展员工关爱行动

截至 2019 年底

困难员工经过帮扶实现脱困

80人

发放困难员工慰问金

262.69 万元

关爱女性员工

集团按照《中国妇女十二大》会议精神，不断开创女工工作新局面。2019年，集团为在深企业符合条件的2177位女员工购买了女性安康互助保险；在女性员工中开展文化活动，例如集团组织“迎光明未来，展巾帼英姿”妇女节主题活动，丰富员工业余文化生活；开展“2019华侨城女工工作经验交流活动”，提升女性员工干部队伍业务能力和素质；各级女工委积极推行巾帼引领行动和“巾帼文明岗”创建工作，探索女工工作新方法，引导员工立足岗位作贡献。

2019 年

女性安康互助保险覆盖员工

2177位

开展文体活动

为满足员工的精神文化需求，集团策划开展了迎新升旗仪式暨长跑活动、篮球赛、多期文化大讲堂以及庆祝新中国成立七十周年群众性主题系列活动，极大地激发员工爱国热情，提高员工企业归属感。下属各企业通过建设职工之家、创办兴趣小组等方式，进一步丰富了员工业余文化生活。



● 庆祝新中国成立 70 周年主题活动



● 员工篮球赛

社区共建， 传递温暖

志愿服务暖人心， 服务群众零距离

集团坚持以公益行动弘扬社会正能量体现责任担当。汇聚社会、企业、个人多方力量开展志愿服务和公益帮扶活动，共创美好生活。

积极培育和践行社会主义核心价值观，营造奉献友爱、文明和谐的社会风尚。集团打造志愿服务品牌，提升志愿服务工作内涵和完善志愿服务运行方式，动员各级团员青年开展志愿工作，实现“创建有标准、工作有过程、活动有实效”的志愿服务体系。

集团在“向雷锋同志学习”第56周年部署开展“不忘初心学雷锋 砥砺奋进再出发”主题月活动中，联合各级团委，打造了世界之窗U站地铁服务队、“放晴”关爱自闭症儿童服务队、薪火志愿支教服务队、“同心同行”深圳博物馆服务队等9支志愿者服务队，开展专项志愿服务，弘扬雷锋精神，担当央企责任。

2019年，集团下属各单位结合企业实际开展志愿服务，切实发挥志愿队伍在创建精神文明行动中的作用和力量。例如华侨城海南集团前往社会福利院开展志愿服务，为需要关爱和扶持的人提供力所能及的帮助；深圳华侨城医院组织青年骨干医务人员深入街道社区开展义诊活动，受到广大社区居民一致欢迎和称赞；华侨城物商集团组织青年志愿者义务清洁环境、整理共享单车、参与社区义务维修等，并携手华侨城酒店青年员工积极参与“红动中国”第八届义务献血活动。



● 深圳世界之窗义工队深入社区开展志愿服务



关爱特殊群体， 践行社会公益

儿童公益

作为文旅央企，华侨城的儿童公益实践独具文化特色，并充满“创想”基因，尤其是针对偏远地区孩子们的教育，通过“走进”与“带出来”相结合的方式，为孩子们点亮创想之光，帮助孩子们增长见识、开阔视野。开展“凤凰花助学计划”，设立助学基金，致力于改善贫困地区教育环境、促进教育平权，帮助更多儿童通过教育改变命运，阻断贫困代际传递。

华南集团

开展“阅享童年—凤凰花助学计划”活动，组织汇聚各方爱心力量，向贵州三穗县寨头小学、贵秧小学和顺洞小学捐助图书近6000册，包含书籍及学习用品的“阅享包”1350份，以及羽毛球、篮球、跳绳等体育器材。

文化集团

旗下哈克文化公司赣州分公司开展“点亮梦想，畅想未来”关爱留守儿童活动，邀请兴国县和平小学的小朋友们在麦鲁小城体验美食制作、职业扮演等活动；赴社会福利院举办“与你在一起”公益演出。

西安华侨城

开展“小红花”支教活动，“小红花”青年志愿者们分别在三穗县瓦寨小学和天柱县石洞民族小学开展支教。



● 集团团组织青年赴贵州三穗开展“小红花”支教活动

关爱特殊群体

在30多年践行公益的过程中，集团一直身体力行投入对特殊群体的关爱。各地欢乐谷对老人儿童及在特殊节日节点对特殊人群采取免门票措施；定期开展关爱老人及特殊儿童活动，并呼吁社会共同关注；对于城市的建造者及服务者提供关怀，体现央企温度。

光明集团

深圳光明鸽公司开展“为环卫工人送年夜饭”活动，向坚守一线的环卫工人致以节日的亲切慰问，邀请20名坚守一线的环卫工人在光明鸽公司招待所一起享用丰盛、暖心的年夜饭。

华东集团

联合美术学院、残疾人康复中心，开展“与爱同行 留美侨城”公益一日行活动。

深东集团

旗下深圳华鹏公司协助全国首档关注认知障碍公益节目《忘不了餐厅》摄制组落户较场尾拍摄，节目在开播后获得广泛好评，人民日报、光明日报等官方媒体纷纷评论点赞。



● 深圳威尼斯睿途酒店关爱特殊群体



● 天津华侨城开展公益 - 关爱天津 SOS 儿童志愿服务活动

责任管理

责任战略

有效的责任管理是企业实现可持续发展的基石。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，华侨城集团结合新时期发展战略、企业经营理念和品牌价值主张，持续完善社会责任管理体系和社会责任理念，推动社会责任思想深度融入职能管理与业务运营，在追求经济效益的同时，统筹兼顾安全、环境、员工、客户、合作伙伴和社区等利益相关方，持续推动诚信经营、产业创新、客户服务、安全生产、绿色环保、股东权益、员工关爱、伙伴合作、公益慈善、精准扶贫等社会责任工作，促进企业与社会共同可持续发展，努力实现“成为中国最具创想文化和影响力的企业”的美好愿景。

责任治理

高层领导的支持和推动是企业社会责任发展的重要保证。华侨城集团积极推进企业社会责任工作，完善社会责任管理。董事长、党委书记段先念牵头，总经理、党委副书记姚军指导，党委副书记薛丽军统筹成立社会责任报告编制工作组，建立多部门联动的工作机制。华侨城集团将践行社会责任作为可持续发展的内在动力，持续推动社会责任融入企业战略和重大决策，融入日常业务运营和职能管理，融入供应链管理，融入社区共建，使履责成为企业的自觉行动。

● 融入企业战略和重大决策

华侨城集团充分关注利益相关方的期望与诉求，全面分析企业决策对经济、社会及环境的影响，将社会责任融入企业战略制定和重大决策，实现企业综合价值最大化。

● 融入日常业务运营和职能管理

华侨城集团致力于将社会责任融入战略、人力、财务、法务、审计、监察、信息化、EHS等职能线，融入工程、设计、采购、销售等业务环节，有效管理自身运营对利益相关方的影响。



● 融入供应链管理

华侨城集团坚持在供应链上下游宣贯社会责任理念，重点关注守法合规、安全环保、员工权益、透明运营、公平竞争等责任议题，提升合作伙伴履责意识，实现共同履责。

● 融入社区共建

华侨城集团关注社区共建，开展慈善公益和文化公益活动，促进和保护文化与艺术发展；通过社区公益帮扶困难群体等活动，改善社区服务品质。

责任沟通

为更深入了解利益相关方对集团社会责任工作的期望和要求，华侨城集团在编制社会责任报告过程中，从利益相关方反馈和上一年度社会责任报告编制中发现的问题入手，综合吸纳多元利益诉求，进一步聚焦实质性议题并敦促相关主管单位作出合理化改进，并在年度社会责任报告中予以呈现，作为对利益相关方诉求的回应，为企业的可持续发展争取社会各界更多的支持。同时，集团不断拓宽多元化、多形式的沟通渠道和活动，在官方网站设置社会责任专栏，联合主流新闻媒体定期宣传履责情况，积极参加行业论坛及会议，组织或参与公益活动，以实际行动、举措回应利益相关方的合理诉求，并以此作为制定企业社会责任战略和行动计划的重要参考。

利益相关方	期望与诉求	华侨城的沟通与回应
 各级政府及监管机构	符合宏观政策导向 守法合规经营 支持地区发展	遵守国家法规政策，响应政府号召和引导 规范公司治理，强化风险管控 依法纳税 提供就业岗位
 股东	确保投入资本的安全，并能获得持续稳定的收益回报 确保信息披露真实、准确、及时和完整	构建科学的治理结构，完善信息披露机制 重视党风廉政建设，实现纪检监察全覆盖 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
 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 加强客户沟通，健全客户服务体系 完善客户回访及满意度调查
 集团及所属企业员工	保障员工合法权益 提供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 民主管理	遵守劳动法律法规 提供平等的就业机会 拓宽员工晋升通道 合理提升员工收入 加强工会和职代会建设，倾听员工声音 改善工作条件，关爱困难员工
 供应商及合作伙伴	公平采购 诚信履约 互惠共赢	坚持三公原则，实施阳光采购，打造责任供应链 定期召开供应商会议，为供应商搭建交流平台 构建行业交流分享平台，推动行业进步
 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	坚守行业准则 积极维护健康有序的环境 参与行业会议、交流
 环境	合理利用资源 保护自然生态	完善环境治理，防控环保风险 开展环保宣传，倡导绿色发展 湿地生态保护，开展自然教育
 社区	助力精准扶贫 热心公益慈善 促进社会发展 共建和谐社区	助力脱贫攻坚，建设美丽乡村 组织公益捐赠，开展志愿行动 参与公共开放空间建设 发展公共文化艺术

依托“走进新国企”活动，搭建华侨城特色公共关系体系 案例

2019年5月，由国务院国资委宣传局指导、新闻中心主办，华侨城集团承办的“走进新国企”系列活动暨“创想开启美好生活——华侨城媒体调研采访之旅”启动，全年累计开展覆盖北京、上海、重庆、深圳、武汉等10个地区13场次主题活动。

由人民日报社、新华社、中央人民广播电视总台、光明日报社、经济日报社、中国人民大学、国资委新闻中心等多家主流媒体记者以及专家、意见领袖等组成的50余人参访团，通过深度体验华侨城产品和活动，开展座谈访问、对话交流等形式，探访华侨城集团在全国的战略布局与规划，透析华侨城集团的特色发展道路，“解码”其在新时代文旅融合大背景下的新路径、新作为。活动向社会充分展示了华侨城责任央企的形象，成为社会各界了解华侨城的纽带和桥梁。



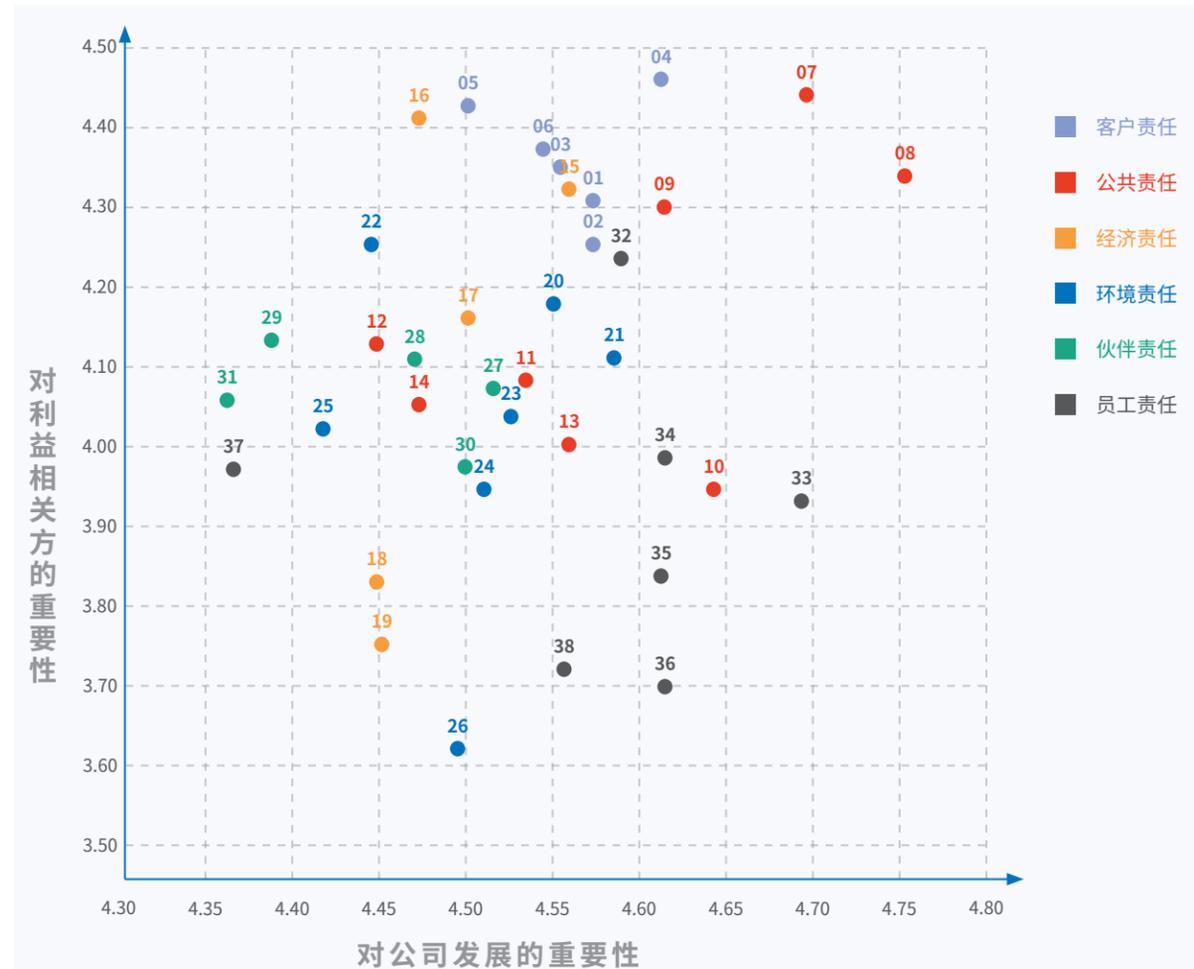
“走进新国企”2019 华侨城文化旅游节北方分会场专场体验活动

实质性议题

社会责任管理体系是提高社会责任报告编制效率和水平的重要工具。2019年，华侨城集团从基本情况、经济绩效、环境绩效、社会绩效、责任管理5个维度，构建完善的社会责任指标体系，涵盖五大领域38项指标，系统梳理和规范集团社会责任工作，有效回应利益相关方诉求，强化实质性议题识别与管理，提升集团可持续发展能力。

为增强报告的针对性和回应性，华侨城集团逐步完善公司实质性议题管理，选取议题形成议题库，在报告发布前期通过行业政策趋势分析、国内外报告标准分析、同行业优秀报告对标、内外部利益相关方调查等方式，结合“对公司发展的重要性”“对利益相关方的重要性”两个维度，在议题库中识别和筛选出2019年度重大社会责任议题，绘制实质性议题二维矩阵图，指导公司有目标、有重点地推进企业社会责任工作，并作为公司未来可持续发展战略决策的重要参考。

实质性议题二维矩阵图



- | | | | |
|------------------|-----------------|--------------|--------------|
| 01. 创新文化旅游产品 | 11. 参与城镇化建设 | 21. 倡导绿色旅游 | 31. 推动供应链履责 |
| 02. 推动智慧旅游 | 12. 热心慈善公益活动 | 22. 加强节能减排 | 32. 保护员工权益 |
| 03. 加强科技创新 | 13. 推进乡村振兴 | 23. 健全环境管理体系 | 33. 促进员工发展 |
| 04. 提供满意客户服务 | 14. 践行社会主义核心价值观 | 24. 支持环保公益活动 | 34. 关注员工职业健康 |
| 05. 规范产品和服务宣传 | 15. 推动高质量发展 | 25. 积极应对气候变化 | 35. 优化员工薪酬福利 |
| 06. 保护客户权益 | 16. 落实诚信合规 | 26. 践行绿色办公 | 36. 确保工作生活平衡 |
| 07. 强化安全生产 | 17. 规范公司治理 | 27. 促进公平竞争 | 37. 帮扶困难员工 |
| 08. 支持新冠肺炎疫情防控工作 | 18. 深化国企改革 | 28. 促进行业发展 | 38. 多元化与包容 |
| 09. 助力脱贫攻坚 | 19. 加强党的建设 | 29. 负责任的采购 | |
| 10. 践行区域协调发展战略 | 20. 推进保护性开发 | 30. 建立战略共享平台 | |



责任荣誉

华侨城集团多年来持续落实社会责任工作，积极回应利益相关方诉求，获得了社会各界的广泛认可。2019年，集团荣获“业绩优秀企业”“全国文化企业30强”“中国旅游集团20强”等多项荣誉。

荣誉	授予机构
全国文化企业 30 强	光明日报社、经济日报社
中国旅游集团 20 强	中国旅游研究院、中国旅游协会
华侨城旗下景区接待游客数量位居全球第三	美国主题娱乐协会 (TEA) 美国 AECOM
连续 10 年获得国务院国资委年度业绩考核 A 级评价 连续三个任期获授“业绩优秀企业”	国务院国资委
2019 中国品牌强国盛典榜样 100 品牌	中央广播电视总台
2019 年度中国品牌案例	人民日报
2018-2019 年度受尊敬企业	经济观察报
中国特色小镇运营商综合实力 TOP50 榜单、中国文旅小镇运营商 TOP10 榜单双榜首位	亿翰智库
“2018 特色小镇投资运营商年度品牌影响力 TOP50”榜单名列榜首	亿翰智库
年度扶贫典范	中国经营报
2019 企业社会责任特别荣誉——粤港澳大湾区建设先锋	新周刊
集团精准扶贫案例入选《中央企业社会责任蓝皮书(2019)》	国务院国资委
粤港澳大湾区建设先锋	南方出版传媒股份有限公司

未来展望

未来展望

2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年,是实现第一个百年奋斗目标,为“十四五”发展和实现第二个百年奋斗目标打好基础之年,也是华侨城集团持续深化改革、实现二次跨越的关键年份。

习近平总书记在十九大报告中提出,要坚定文化自信,推动社会主义文化繁荣兴盛。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。立足新的历史坐标,我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,统筹推进常态化疫情防控和经济社会发展工作,扛实每一份责任的担子,走稳每一步发展的路子,持续深化国资国企改革,坚持以供给侧结构性改革为主线,创新体制机制建设,有力推动国有资本做强做优做大,为实现集团高质量可持续发展努力奋进;以文化央企的担当主动承接国家战略,为人民群众提供更丰富、更享受、更优质的文旅产品,不断为提升人民幸福感、满足人民美好生活需求而奋斗!

附录

关键绩效

指标	单位	2017年	2018年	2019年
营业收入	亿元	801.1	1103.5	1309.8
营业收入增长率	%	47.64	37.75	18.70
利润总额	亿元	194.92	202.4	239.2
利润总额增长率	%	104.34	3.82	18.20
净利润	亿元	133.2	158.3	182.1
净利润增长率	%	79.27	18.84	15.03
集团总资产	亿元	3223.8	4440.0	5525.5
纳税总额	亿元	124	152	214
科技研发投入	亿元	3.30	3.97	5
科技工作人员数量	人	1353	1467	1494
员工总数	人	50386	61532	62503
女性员工人数	人	23638	24899	26962
女性员工比例	%	46.91	40.47	43.14
少数民族员工人数	人	2753	3096	3682
少数民族员工比例	%	5.46	5.03	5.89
参加工会员工比例	%	100	100	100
残疾人雇佣人数	人	68	74	41
女性管理者比例	%	17.4	17.2	17
劳动合同签订率	%	100	100	100

指标	单位	2017年	2018年	2019年
集体合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
人均工资水平	万元/年	7.3	8.34	10.44
员工培训覆盖率	%	92	96	96
人均培训投入	元	239	275	369
人均培训时长	小时	10.5	12.4	13.2
员工培训投入总额	万元/年	1205	1688	2308
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
困难员工帮扶投入	万元	313.23	292.25	262.69
安全生产投入	亿元	2.29	3.85	5.84
年较大及以上事故发生数	次	0	0	0
安全培训时长	小时	3200	3350	7850
安全培训场次	场	3176	3314	7798
安全培训参与人次	万人次	8.61	16.93	19.37
应急演练场次	场	1860	2091	3934
应急演练参与人次	万人次	6.95	12.26	11.84
脱贫攻坚总投入	万元	296	1250.42	2274.2
脱贫攻坚援建项目	项	8	16	17
志愿者人数（已在深圳志愿平台注册）	人	208	3880	5585

指标索引

一级标题	二级标题	中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)	报告位置
报告导读		P1.1-1.3	04
董事长致辞		P2.1-2.2	05
关于华侨城集团	公司概况	P4.1-4.3, S1.3, M1.6-1.7	06
	报告期内经营情况	M1.6-1.8	09
	华侨城 2019 十件大事	P4.4, A3	10
	组织架构	P4.1	12
	企业文化	G1.1	12
责任聚焦:	决战决胜脱贫攻坚, 擘画乡村振兴蓝图	P3.1-3.2, S4.12-4.14, S4.5	14
责任聚焦:	夺取疫情防控和经营发展双胜利	P3.1-3.2, M2.1, S4.1, S4.11	24
创想之旅· 聚力主业发展	深耕文旅, 五大产业持续发力	P4.2-4.3, M2.1	32
	担当使命, 服务国家发展战略	M2.4, M3.4, M3.6	38
	党建引领, 深化改革提质增效	M1.1-1.4, S1.1-1.2, S1.4	40
欢乐之旅· 精研匠心品质	提供优质服务, 让消费者更满意	M2.1-2.2, M2.4, M2.8-2.9, M2.12-2.15	46
	严守安全红线, 为欢乐保驾护航	S3.1-3.3, S3.5-S3.6	49
文化之旅· 共筑和谐社会	探索城市空间, 艺术走进生活	M2.1	54
	推进精神文明, 赋能幸福城市	S4.1, S4.10	56
	弘扬传统文化, 坚定文化自信	S4.1	58
绿色之旅· 守护生态文明	绿色发展, 让经营可持续	E1.7, E2.1-2.4, E2.7, E3.1-3.2	62
	保护生态, 让环保入人心	E3.3-3.4, E3.6	67
共享之旅· 携手共创共赢	携手伙伴, 共谋发展	M3.4, M3.6, M3.8, M3.11	72
	群英荟萃, 同行致远	S1.6, S2.1-2.5, S2.7-2.8, S2.10, S2.14-2.18	74
	社区共建, 传递温暖	S4.6, S4.10	78
责任管理	责任战略	G1.1-1.2	81
	责任治理	G2.3, G3.1-3.3	81
	责任沟通	G6.1-6.2	82
	实质性议题	G2.1	83
	责任荣誉	P3.2	85
未来展望		A1	86
附录	关键绩效	A2	88
	指标索引	A5	90
	评级报告	A4	91
	意见反馈	A6	92

评级报告



《华侨城集团有限公司2019年社会责任报告》

受华侨城集团有限公司委托,“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组,对《华侨城集团 2019 社会责任报告》(以下简称《报告》)进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR 4.0)》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准 (2020)》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料;
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价,拟定评级报告;
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★★)

集团企业文化部牵头成立报告编制工作组,党委副书记把控整体方向及关键节点,党委会负责报告最终审定;将报告定位为提升企业品牌文化、回应利益相关方关注和期望、促进企业社会责任管理的重要工具,功能价值定位明确;结合国家宏观政策、国际国内社会责任标准、行业对标分析、公司重大事项、利益相关方调查等识别实质性议题;积极推动下属企业华侨城股份发布报告,强化了社会责任工作的纵向管理;计划通过官方网站发布报告,并将以电子版、印刷品、长图版等形式呈现报告,过程性表现卓越。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了提供优质服务、确保资费透明、提供健康文娱产品、服务特殊群体、弘扬传统文化、员工权益保护、娱乐场所安全管理、绿色办公等行业关键性议题,叙述详细充分,具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★★)

《报告》主体内容从“创想之旅 聚力主业发展”“欢乐之旅 精研匠心品质”“文化之旅 共筑和谐社会”“绿色之旅 守护生态文明”“共享之旅 携手共创和谐”等角度披露了所在行业核心指标的76.03%,完整性表现优秀。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“年较大及以上事故发生数”“安全隐患项”“巡视反馈问题数”“全年亏损面及亏损额”等负面数据信息,平衡性表现领先。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“营业收入”“利润总额”“女性管理者比例”“困难员工帮扶投入”“安全生产投入”“脱贫攻坚总投入”等40个关键指标连续3年的对比数据;并就“国资委经营业绩考核获评A级”“接待游客量位居全球主题公园三强、亚洲第一”等进行横向比较,可比性表现卓越。

可读性 (★★★★☆)

《报告》以“美好如期 创想未来”为主题,从创想、欢乐、文化、绿色、共享五个维度系统展现了企业在关键议题上的履责理念、实践与成效,诠释了企业对使命、愿景和品牌定位的深刻理解;章节跨页以全景实景图呈现特色场景,既凸显了企业行业特色,又增强了报告的辨识度;设置“华侨城扶贫人物故事”特色板块,以员工个人实践凸显企业履责追求,提升了报告的生动性和趣味性,具有领先的可读性表现。

创新性 (★★★★☆)

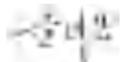
《报告》开篇设置“决战决胜脱贫攻坚,擘画乡村振兴蓝图”“夺取疫情防控和经营发展双胜利”两大责任专题,聚焦企业助力脱贫攻坚和新冠疫情防控的行动与成效,彰显了中央企业贯彻宏观政策的责任担当;设置“华侨城 2019 十件大事”板块,重点呈现企业年度履责亮点,凸显了企业的履责意义;首次引入第三方报告评级服务,既增强了报告内容的规范性,也促进了报告管理的提升,创新性表现领先。

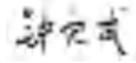
综合评级 (★★★★☆)

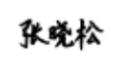
经评级小组评价,《华侨城集团有限公司 2019 年社会责任报告》为四星半级,是一份领先的企业社会责任报告。

四、改进建议

1. 增加行业核心指标的披露,提高报告的完整性;
2. 增加负面数据及企业履责不足之处的详细披露,进一步提高报告的平衡性。


评级专家委员会副主席


评级小组组长


评级小组专家

过程性评估员 任姣姣

出具时间:2020年8月11日



扫码查看企业评级档案

意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《华侨城集团有限公司2019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.chinaoct.com

您的信息

姓 名： _____ 工作单位： _____
联系电话： _____ 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“✓”）

1. 请您评价本报告反映华侨城集团对经济、社会、环境的重大影响程度：

很好 较好 一般 较差 很差

2. 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

3. 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

4. 请您评价本报告的可读性：

很好 较好 一般 较差 很差

5. 请您对《华侨城集团 2019 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：

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