

品质华侨城 幸福千万家

深圳华侨城股份有限公司

2011 年社会责任报告

2012 年 3 月 17 日

目录

关于本报告	3
公司概况	4
社会责任理念	7
1. 公司定位	7
2. 使命与愿景	7
3. 社会责任理念	7
4. 利益相关方及其需求回应	8
对股东的责任	10
1. 创新求变，提升主营业务发展能力	10
2. 加强内控建设，推进全面风险管理	10
3. 提升规范运作水平，履行信息披露义务	11
4. 加强沟通交流，完善投资者管理体系	11
对消费者的责任	13
1. 文化旅游：欢乐升级 魅力常新	13
2. 文化节庆：创意不断 精彩纷呈	15
3. 文化演艺：推陈出新 精益求精	17
4. 文化产业新领域：加快布局 生机无限	18
5. 住宅及社区服务：卓越品质 幸福家园	19
6. 酒店服务：提升服务 注重特色	20
7. 纸包装业务：质量第一 客户为上	21
对员工的责任	22
1. 平等雇佣，提供就业机会	22
2. 尊重员工，保障合法权益	22
3. 拓宽通道，促进员工成长	24
4. 加强培训，提升员工能力	24
5. 以人为本，深化人文关怀	25
安全责任	27
1. 加强安全管理，落实安全责任	27
2. 立足长效机制，完善制度建设	28
3. 开展安全检查，整治安全隐患	29
4. 重视宣传培训，增强安全意识	29
5. 加强应急管理，提升应急能力	30
环境责任	31
1. 秉持环保理念，建设生态景区和社区	31
2. 推动技术革新，减少能耗和污染排放	33
3. 加强环保宣传，倡导绿色办公和生活	34
公共责任	36
1. 与城市共成长：促进地区经济和产业发展	36
2. 文化传播基地：推动公共文化艺术发展	37

3. 服务社会公益：积极组织参与社会活动	39
4. 传播爱的使者：定点扶贫和献爱心活动	40
5. 助力“不一样的精彩”：圆满完成深圳大运会相关工作	42
未来展望	46
社会评价及荣誉	47

关于本报告

本报告是深圳华侨城股份有限公司的第五份社会责任报告。公司自 2008 年起，坚持每年对履行社会责任方面的工作进行总结回顾，并于年初向社会公众发布。

报告时间范围

本报告涉及时间跨度为 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

报告组织范围说明

列入本报告范围的企业包括深圳华侨城股份有限公司及其全资子公司、控股子公司和部分参股企业。

报告数据说明

本报告引用的财务数据与年报保持一致，如有差异，以财务报告为准。其他数据来自公司内部统计。

报告参考标准

本报告的编写，参考了深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》、中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》等资料，并注重突出所处行业特点和公司自身特点。

报告发布形式

本报告以电子版和印刷版两种形式发布。电子版请在公司网站浏览或下载(网址 www.octholding.com)，印刷版请致电 0755-26909069 索取。

公司概况

基本信息

公司名称：深圳华侨城股份有限公司

英文名称：Shenzhen Overseas Chinese Town Co., Ltd.

股票代码：000069

股票简称：华侨城 A

注册地址及办公地址：广东省深圳市南山区华侨城集团办公大楼

法定代表人：任克雷

发展历程

公司于 1997 年 9 月 2 日 成立，最初名为深圳华侨城控股股份有限公司，由国务院国资委直属的华侨城集团公司独家发起募集设立。1997 年 9 月 10 日，公司 5000 万社会公众股在深圳证券交易所挂牌上市，成为一家公众公司。

2007 年起，为贯彻落实国务院国资委关于支持中央企业主业整体上市的指示精神，同时为履行公司股改时的承诺，公司全力推进华侨城集团主营业务整体上市相关事宜，并最终于 2009 年底宣告完成。2010 年 6 月，公司正式更名为深圳华侨城股份有限公司。

主要产品和服务

作为控股型集团公司，公司主要从事旅游及相关文化产业经营、房地产及酒店开发经营、纸包装和印刷等产业的投资经营，长期致力于向社会提供优质的产品和服务，提升大众的物质和文化生活品质。

报告期内经营情况

2011 年，公司主要会计数据和财务指标见下表：

项目	(单位：人民币元)
营业收入	17,324,174,032.82

利润总额	4,323,302,825.71
归属于上市公司股东的净利润	3,177,162,768.96
扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润	3,174,007,327.98
经营活动产生的现金流量净额	-1,741,157,615.04
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.311
基本每股收益（元/股）	0.568
总资产	62,761,819,483.43
股东权益	16,289,622,862.51
归属于上市公司股东每股净资产（元/股）	2.912
净资产收益率	21.58%

公司治理结构

公司按照《公司法》、《上市公司治理准则》等法律法规的要求设立了股东大会、董事会、监事会和董事会专门委员会，制定了《公司章程》和股东大会、董事会、监事会议事规则及董事会专门委员会实施细则，明确了各级机构在决策、执行、监督等方面的职责权限、程序以及应履行的义务，形成了科学有效、权责明确、相互制衡、相互协调的治理结构。

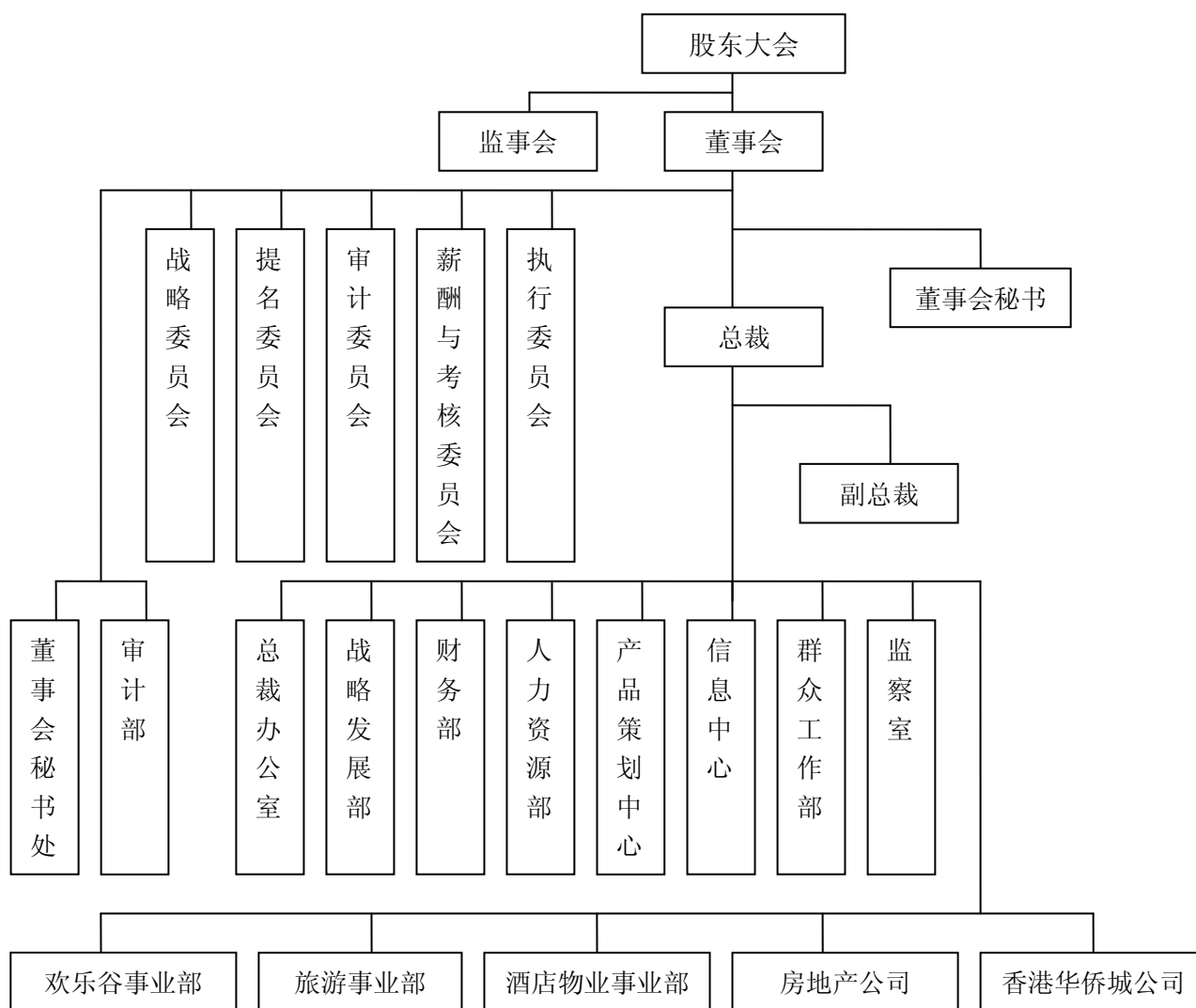
公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等法律法规的要求，在所有重大方面均建立并运行了较为有效的内部控制，并通过不断梳理和优化，形成了一套较为完善、有效、合规的内部控制体系，在保证公司正常有序经营、保护资产安全完整、保证会计信息真实准确等方面发挥了重要作用，为公司可持续发展提供了有力的保障。

董事会及高层管理人员

序号	姓名	性别	出生年月	职务	任职起止时间
1	任克雷	男	1950.9	董事长	2010/1—2013/1
2	郑凡	男	1955.11	副董事长	2010/1—2013/1
3	董亚平	男	1953.4	副董事长	2010/1—2013/1
4	刘平春	男	1955.2	董事、总裁	2010/1—2013/1
5	陈剑	男	1963.7	董事、副总裁	2010/1—2013/1
6	杜胜利	男	1963.8	独立董事	2010/1—2013/1
7	赵留安	男	1948.3	独立董事	2010/1—2013/1

8	曹远征	男	1954.6	独立董事	2010/1—2013/1
9	谢家瑾	女	1947.4	独立董事	2010/1—2013/1
10	韩小京	男	1955.2	独立董事	2010/1—2013/1
11	唐军	男	1961.11	独立董事	2011/9—2013/1
12	苏征	男	1956.10	监事长	2010/1—2013/1
13	叶向阳	男	1968.6	监事	2010/1—2013/1
14	郭金	男	1969.4	监事	2010/1—2013/1
15	王晓雯	女	1969.6	副总裁	2010/1—2013/1
16	侯松容	男	1968.7	副总裁	2010/1—2013/1
17	吴斯远	男	1964.4	副总裁	2010/1—2013/1
18	张立勇	男	1965.8	副总裁	2010/10—2013/1
19	姚军	男	1960.1	副总裁	2010/10—2013/1
20	倪征	男	1974.1	董事会秘书	2010/1—2013/1

总部职能架构



社会责任理念

1. 公司定位

以文化为核心、旅游为主导，中国领先的现代服务业集聚型开发与运营商

2. 使命与愿景

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

3. 社会责任理念

与公司愿景和使命一脉相承，华侨城积极践行“诚实、信用、合作、分享”的社会责任理念，以“品质华侨城，幸福千万家”作为社会责任工作的主轴线，密切关注各利益相关方的诉求，将履行社会责任作为企业可持续发展和提升核心竞争力的重要举措，使其与公司发展战略、生产经营和企业文化相融合，努力实现企业发展与员工成长、生态环保、社会和谐协调统一。

【关于“品质华侨城，幸福千万家”】

2011年1月22日，公司董事长任克雷在一次内部迎春晚会的讲话中首次提出了“品质华侨城，幸福千万家”的口号。讲话指出，华侨城二十多年来取得的成绩令人瞩目，我们总结经验，其中最关键或者最核心的有一条，即“华侨城品质”。凭借高品质，我们得到了业界的认可，得到了消费者的认可，没有高品质就没有华侨城的根基。我们坚持高品质的最终目标，就是要回报社会，使业主、千家万户的人幸福指数不断提高。

该口号在推广过程中，内涵得到不断的丰富，范围覆盖到旅游、文化、房地产、酒店等所有业务领域，幸福的“受益者”也从业主扩

大到了游客、员工等主体，成为了新时期新形势下公司创新发展的科学理念，同时也为社会责任工作提出了更高的要求。

围绕这一理念，公司在 2011 年启动了“品质服务年”、“幸福华侨城”等活动，通过对产品品质和服务水平的持续改善，提高消费者的满意度；通过对员工工作和生活的关注，提升其归属感和幸福感；通过对环保和公益事业的积极参与，推动环境的改善和社会的和谐。

4. 利益相关方及其需求回应

① 股东和投资者

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
股东与投资者	确保投入资本的安全，并能获得持续的收益回报；公司信息披露的真实、准确、及时和完整。	构建科学的治理结构，完善信息披露机制；保证股东投入资本的安全，改善经营，创造持续、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

② 客户和消费者

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
购买公司产品和服务的企业或个人用户	较高的产品和服务质量；较高的售后服务水平。	创新产品内涵；改善产品品质；提升服务水平。	市场调研 客户沟通 满意度调查

③ 员工

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
公司总部和各所属企业的员工	合法权益得到保障；具有竞争力的薪资福利水平；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，拓宽员工发展通道，提供就业机会。	员工座谈、调研 设立员工信箱

④ 合作伙伴

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
供应商	公平采购，诚信履约。	坚持三公原则，严格履约。	供应商会议

⑤ 政府

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
中央和地方各级政府及部门	符合国家宏观政策导向；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

⑥社区和公众

利益相关方	对公司的期望与需求	公司的回应	沟通方式
公司项目所在地社区和居民	保护周边环境； 促进社会发展； 共建和谐社区。	节能环保、公益捐赠、 志愿者活动、社区文 明共建。	居民座谈 媒体报道

对股东的责任

1. 创新求变，提升主营业务发展能力

2011 年是华侨城主营业务整体上市后第一个完整的经营年度，也是公司创新求变的一年。面对复杂多变的宏观经济形势和激烈的市场竞争态势，公司围绕发展的主旋律，不断探索顺应宏观形势和符合企业实际的发展道路，各项主营业务发展能力显著提高，取得了较好的经营成果，实现了新五年计划的良好开局。

2011 年，公司实现营业收入 173.2 亿元，实现利润总额 43.2 亿元，与上年基本持平；归属于上市公司股东的净利润 31.8 亿元，同比增长 4.5%。期末合并资产总额达到 627.6 亿元，同比增长 29.3%。截至 2011 年 12 月 31 日，公司总市值为 399 亿元，在 A 股中排名第 80 位，较上年同期排名提升了 22 位。

2. 加强内控建设，推进全面风险管理

2011 年，按照《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等文件的要求，公司结合自身实际情况对现有内部控制制度体系进行了系统梳理，全面修订并出台了《信息披露管理制度》、《内幕信息知情人登记管理制度》、《对外提供财务资助管理办法》等规章制度，进一步完善了内部控制体系。

根据中国证监会及深圳证监局对内控规范试点的统一安排，公司作为深圳辖区主板上市公司，于 2011 年开始试点实施《企业内部控制基本规范》及企业内部控制配套指引。公司以此为契机，将内控规范试点与全面风险管理结合起来，在公司范围内建立健全以全面风险管理为导向的内控体系，从而进一步提升经营管理水平和风险防范能力。

3. 提升规范运作水平，履行信息披露义务

2011 年，按照证券监管法规及公司相关规章制度的要求，公司进一步完善治理结构，提升规范运作水平。按照证券监管部门在防控内幕交易方面的重点要求，公司全面修订了《信息披露管理制度》和《内幕信息知情人登记管理制度》，进一步加强了公司内幕信息保密工作。

公司按照《深圳证券交易所股票上市规则》和相关监管要求，积极履行上市公司信息披露义务，及时、公平地披露相关信息，并严格保证所披露信息的真实、准确、完整。针对重大事项和决议，公司及时发布公告，并在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及巨潮资讯网等指定媒体上进行公开披露。

公司良好的规范运作水平得到了监管部门的充分肯定，2011 年底，公司董秘和证券事务代表同时被深圳证监局授予优秀称号（深圳 172 家上市公司仅有 5 家获此荣誉）。

4. 加强沟通交流，完善投资者管理体系

2011 年，公司积极加强投资者关系管理工作，全年共接待基金、券商、保险、私募、QFII 等机构投资者 68 批次来公司实地调研，利用 IR 电话、邮箱、深交所和公司投资者关系互动平台等方式与近千名中小投资者进行沟通交流。公司还主动举办了 2010 年年报交流会、2011 年半年报交流会、公司主要机构股东交流会、网上路演和“股东检阅日”等系列大型投资者交流活动，全年参加国内外券商组织的投资策略会 10 余次，与境内外机构投资者进行了多次有效的一对一、一对多交流。

2011 年，在 A 股市场持续低迷，上证指数和深证成指分别下跌 21.68% 和 28.41% 的情况下，公司通过积极主动的投资者关系管理，实现总市值全年增长 6.25%，跑赢指数近三成，切实维护了广大股东

的利益。

对消费者的责任

2011 年，公司以“品质华侨城，幸福千万家”为基本理念，密切关注消费者需求，致力于为广大游客、业主和客户提供更加优质的产品和服务。

1. 文化旅游：欢乐升级 魅力常新

华侨城文化旅游经过 20 余年发展，目前已经形成了传统文化主题景区、欢乐谷连锁主题公园和生态休闲度假旅游景区等多种产品，成为全国最强旅游集团。

传统文化主题景区包括锦绣中华·民俗村、深圳世界之窗和长沙世界之窗，借助静态微缩景观，充分展示中华民族传统文化和世界各国文明。各景区持续改善旅游产品品质，通过创新手段，推进新项目建设 and 老项目更新改造，为游客带来更丰富的娱乐与观赏体验，保持魅力长久不衰。2011 年，锦绣中华推出了佻王府 3D 数字项目和山地部落一期“茶马古道”项目，并投入巨资用于景区园林建设，致力于打造国内乃至世界一流的花园景区。深圳世界之窗以举办大运会闭幕式为契机，投入上千万专项资金，对景区内埃菲尔铁塔灯光、大洋洲区域绿化、大炮喷泉、标识系统等进行全面改造翻新，使这个具有 18 年历史的景区焕发出新的光彩。

欢乐谷连锁主题公园以互动型游乐设备为主，将观赏性、参与性、娱乐性、趣味性融合于一体，目前已经进入深圳、北京、上海、成都和武汉五个城市，除武汉项目在建外，其余四个均进入成熟运营期，成为国内最具知名度和市场影响力的主题公园品牌。各主题公园秉持“建不完的欢乐谷，玩不完的欢乐谷”的理念，不断发展创新，丰富游乐设备、提升服务水平，带给游客全新的游乐体验。2011 年，深圳欢乐谷五期“香格里拉·雪域”于春节期间正式开放，掀起了新一

轮游玩热点；暑期完成了玛雅水公园的升级改造，游乐价值得到全面提升。北京欢乐谷二期“欢乐时光区”于暑期全面开放，将时下最流行的汽车文化引入主题公园，以“极速飞车”等具有真实赛车极速体验的大型游乐设备，带给游客全新的震撼与刺激。上海欢乐谷全年完成大型改造项目 21 处，新增蚂蚁王国山石等 4 处园林景观，有效提升景区外观品质。成都欢乐谷新增了“金沙探险”和“冰雪世界”等项目，将传统元素和现代科技结合，带给游客回味无穷的文化探秘之旅。在建中的武汉欢乐谷一期占地约 30 万平米，引进 50 多项全球先进的游乐设施，包括亚洲首座木制双龙过山车、中国最高的弹射式过山车等，将于 2012 年 5 月正式开业，推动武汉乃至华中地区旅游产业实现跨越式升级。

生态休闲度假旅游景区包括深圳东部华侨城、泰州华侨城，以及在建中的云南华侨城、天津华侨城，通过借助优势自然资源，开发出具备生态观光、度假休闲、温泉养生、康体健身等多功能于一体的大型综合项目，引领国内旅游景区发展的最新方向。2011 年，东部华侨城以打造世界级度假旅游目的地为目标，不断完善度假旅游配套资源，成功推出了亚洲唯一穿越隧道、能够实现 90 度倾斜旋转效果的木质过山车项目，以及面向年轻人群体的咖酷旅馆，受到了市场的广泛认可。泰州华侨城斥巨资对古寿圣寺进行修缮扩建，使千年古刹重焕新姿，进一步丰富泰州华侨城旅游业态组合，为长三角游客打造全新的生态旅游养生胜地。

2011 年 8 月 9 日，华侨城最新一代旅游产品——深圳欢乐海岸一期成功试业。该项目以打造“都市娱乐目的地”为目标，通过保护性开发具有滨海特色的旅游资源，建设大型的集旅游、商业、餐饮、娱乐、酒店等为一体的综合性、开放式城市公共空间。欢乐海岸与周

边的主题公园、滨海长廊和红树林保护区一起，形成规模宏大的城市生态旅游区和新深圳湾商圈，对完善深圳城市功能，提升市民休闲生活品质起到了积极作用。项目试营业后，迅速成为广大市民和外来游客的又一旅游胜地，被誉为深圳的“城市客厅”。

在 TEA 和 AECOM 联合发布的 2010 年全球主题公园游客量报告中，华侨城各主题公园以年接待游客 1930 万人次连续第四年列居全球景区集团八强。旗下东部华侨城、深圳欢乐谷、北京欢乐谷、深圳世界之窗分别位居亚太主题公园 15 强的第 10 到 13 名。2011 年，公司旅游接待人数达到 2431 万人次，再创历史新高。

2. 文化节庆：创意不断 精彩纷呈

节庆和主题活动是旅游景区除景观、设备等硬件设施外，提升游客体验、保持景区常玩常新的重要元素。目前公司各景区已经形成了贯穿全年的文化节庆和主题活动体系，通过注入新的文化内涵，引进新的操作模式，为游客提供多元体验，有效提升了景区吸引力，创造了显著的经济效益和社会效益。

始创于 2000 年的“华侨城旅游狂欢节”始于旅游而不限于旅游，不仅将华侨城特有的创想文化和欢乐体验带给广大游客，还走出景区，走向社区、酒店，走进艺术场馆，形成一个与居民互动、与市民共享的盛大节日。随着华侨城全国战略布局的推进，华侨城旅游狂欢节已走进北京、上海、成都、泰州等城市，内涵持续深化、形式不断创新、参与度逐渐扩大，已成为中国旅游业著名的文化节庆品牌。

锦绣中华凭借源远流长的中华优秀传统文化底蕴及自身丰富的民族演艺资源，不断创新民族民俗文化的传承传播方式。名牌节庆“春节大庙会”为游客和市民提供了原汁原味过大年的最佳去处，2011 年的春节节庆活动首次将庙会、花会、灯会等南北年俗融合一体，打造

出“深圳最长的新春街市”。随着传统中国节日越来越受到人们的热捧，锦绣中华充分利用自身优势，围绕清明节、端午节、中秋节等传统节日，精心策划出各色主题的节庆活动，得到了市场的热烈回应。

深圳世界之窗的国际啤酒节已经连续举办了 16 届，具有较高的市场认可度，拥有一批忠实的消费者群体。2011 年的啤酒节借助大运会的契机，对相关活动内容进行了丰富，注重与大运会主题的融合，将时间跨度由原来的一个月扩展至三个月，创造了啤酒节开办以来最好的经营业绩。

深圳欢乐谷的国际魔术节已连续举办了 12 届，2011 年的国际魔术节打破拼盘式魔术晚会的传统模式，强化街头零距离互动表演，带给游客不同凡响的魔幻体验。北京欢乐谷精心策划了百艺闹春欢乐节、国际时尚文化节等系列亲民、乐民文化主题节庆活动，并借助万圣节等新兴节庆活动开创了首都主题公园夜场经营的先河。上海欢乐谷首创推出了以“20 万只风车转动春天”为主题的清明踏青节，赢得市场的广泛好评。成都欢乐谷在“五一”期间推出国际时尚风情展，为游客带来了气势恢宏、充满异国风情的表演。

东部华侨城在山海放歌节、山地祈福节等六大主题活动的基础上，于 2011 年暑期推出了为期 50 天的国际杂技节。参加表演的国内外 500 余位演员几乎囊括了近年来所有国际杂技大奖的获得者，给游客们奉献了一场别开生面、精彩纷呈的杂技盛宴，填补了南中国在国际杂技艺术节方面的空白。泰州华侨城在湿地亲水节、温泉文化节的基础上，于国庆期间举办了第一届金秋养生祈福节，借助优美的生态环境和完善的旅游度假设施，为四方游客提供了一个健康欢乐的假日休闲去处。

3. 文化演艺：推陈出新 精益求精

华侨城是中国旅游演艺产业的开创者和领跑者，近 20 年的时间里，公司及旗下各景区相继推出各类原创演艺节目 57 台（场），累计演出 6.3 万余场次，接待观众近 7600 万人次。截至 2011 年底，公司拥有千人以上的剧场和表演场地共 23 个，旗下演职人员 2600 余人（其中专业演员 1800 多人），旅游文化演艺的整体规模位居全国第一。

多年来，公司创作出了大批享誉国内外的艺术精品，其中深圳世界之窗《创世纪》、《千古风流》和北京欢乐谷《金面王朝》先后获得国际主题公园协会（IAAPA）最佳演出奖，东部华侨城《天禅》获得国际主题休闲娱乐行业协会（TEA）年度 THEA 奖之“杰出成就奖”，《金面王朝》获得中国舞蹈“荷花奖”评委会特别奖、实景类表演第一名，深圳世界之窗《天地浪漫》和《天禅》被列入 2010 年国家首批文化旅游重点项目旅游演出类名录。

2011 年，华侨城文化演艺又添新军。3 月 24 日，以表现川蜀风情文化的大型晚会《天府蜀韵》在成都华侨城正式公演，该剧创新运用组合型 LED 大屏幕，以史诗般的恢宏气势充分展示出川蜀文化的绵长久远与神秘灿烂，成为千年古都新的文化名片。8 月 9 日，欢乐海岸大型水秀《深蓝秘境》伴随项目一期试营业正式问世，运用水幕、喷泉、激光、投影、烟火等国际流行的多媒体艺术和科技成果，将虚拟背景与真实表演巧妙地融为一体，向观众呈现了一场水与火、光与影的视听盛宴。国庆节前夕，具有十年历史，曾获中国舞蹈“荷花奖”等众多殊荣的锦绣中华大型服饰舞蹈史诗《东方霓裳》经过升级改版后正式面向观众，改版后的《东》剧以梦幻般的高科技舞美效果，用 350 套华丽服装展现出各民族风情风貌，被誉为“永不落幕的东方百老汇”。

11 月 10 日和 12 月 5 日，中共中央政治局常委李长春先后两次实地考察华侨城文化演艺发展，分别在深圳东部华侨城和北京欢乐谷观看了《天禅》和《金面王朝》的表演。李长春盛赞华侨城文化旅游产业独具魅力，认为华侨城以艺术与旅游结合、文化与科技结合魅力无穷，大有可为，并希望华侨城发挥文化企业骨干作用，影响全国演艺业。

4. 文化产业新领域：加快布局 生机无限

为实现打造“中国文化产业的航空母舰”的战略目标，2011 年公司在已有文化旅游、文化演艺等产业布局的基础上，积极探索进入与之相关的新兴领域，进一步完善文化产业链，加快形成独具特色和竞争优势的文化产业发展格局。

6 月，公司以增资扩股方式收购深圳市远望落星山科技有限公司，将其更名为深圳华侨城文化旅游科技有限公司。文旅科技公司主要业务为研发生产动漫、游戏、与主题游乐项目结合的特种电影及其他衍生产品等，拥有专业的技术人才，丰富的开发经验，以及多项专利及著作版权。此次收购有助于公司实现文化旅游产业链的完善和延伸，为公司主题游乐项目提供丰富的创意支持和科技元素，从而为广大游客带来更为丰富的主题文化内容和娱乐体验。

8 月，公司旗下哈克文化公司将开发的儿童职业体验乐园正式命名为“麦鲁小城”，这标志着公司向儿童职业体验产业迈出了具有实质意义的一步。麦鲁小城是一座专门为 3-15 岁的儿童设计的模拟城市，通过几十种职业体验游戏，让孩子们了解成人的世界，学习各种社会知识。麦鲁小城位于深圳欢乐海岸和成都欢乐谷的两家乐园已于 2011 年内先后开工，武汉乐园计划 2012 年 3 月开工，预计三家乐园均在 2012 年面向市场，开启全国连锁经营布局的态势。

5. 住宅及社区服务：卓越品质 幸福家园

高规格、高起点、高品质是华侨城发展始终坚持的方向，这一点在住宅产品上表现得尤为突出。二十多年来，公司以人为本为核心理念，以科学规划为基础，以生态环境为优势，以文化为特色，为广大市民提供优质住宅产品。

2011 年，公司陆续推出了深圳本部纯水岸九期、香山里二期、深圳曦城四期三批、天津纯水岸一期、成都纯水岸四期、东部华侨城莱茵堡、云南天麓一区、上海新浦江城四期等优质楼盘项目。各项目秉承华侨城“在花园中建城市”的开发理念，努力打造环境优美、功能完善的生态人文社区。在楼盘销售过程中，各项目积极响应国家政策，销售价格维持平稳，得到了市场的良好反应。

在社区服务方面，华侨城物业服务公司将广大业主和居民视作亲人，把建设幸福和谐社区作为各项工作的出发点和落脚点，全面提升管理水平和服务品质，受到社区居民的广泛好评。2011 年，物业公司以“品质服务年”活动为契机，通过不断完善小区配套设施，提高安保、清洁等配套服务水平，为广大居民营造更加舒适宜居的生活环境。为便于业主对服务进行监督，物业公司开通运行了 4008 全国客户服务监督电话，建立业主短信服务平台，极大地拓宽了沟通渠道，促进服务水平的不断提升。

11 月开始，物业公司举行了为期一个月的第七届华侨城社区文化节系列活动。本届社区文化节以“品质华侨城，幸福千万家”为主题，采取全国各地服务社区联动，整合社区内各项配套资源，相继推出了趣味体育运动会、家园美化大赛、文化艺术之旅、社区大讲堂、业主体验日、爱国老电影巡展、美食品鉴等七大系列共十五项活动，实现了 1.3 万人次共享幸福华侨城。本届社区文化节的举办，不仅极

大丰富了社区居民的文化生活，也为邻里之间的沟通交流提供了平台，对于新时期下如何建设社区文化、构建和谐社区提供了经验和思路，得到了《南方日报》、《南方都市报》、《深圳特区报》等媒体的广泛关注和报道。

6. 酒店服务：提升服务 注重特色

2011 年，公司旗下各酒店贯彻“专业、高效、卓越”的服务理念，以迎接大运、服务大运为契机，通过开展“品质服务年”活动，持续提升酒店服务品质。在借鉴国际同行先进经验和总结自身经营实践的基础上，公司组织编写了《五星级酒店建设与设计大纲》、《华侨城酒店管理大纲》等标准化文件，健全和完善服务标准，促进服务质量的标准化和服务流程的规范化。各酒店组织开展了多种形式的技能培训、经验交流和技能竞赛活动，进一步提高全员服务意识，推动酒店服务品质再上新台阶。

大运会期间，公司旗下酒店承办了开、闭幕式欢迎晚宴，广东省委、省政府欢迎宴会等各类高规格宴会，接待了包括国家主席胡锦涛在内的国家领导人、各国政要、嘉宾以及各专业团队共计 2000 余人。各酒店以体贴入微、细致周到的服务，出色地完成了本次接待工作，赢得了各方宾客的肯定和赞赏。

2011 年，各酒店在创新主题特色经营活动上也有新的亮点。华侨城大酒店举办了第三届法餐艺术节、巴西狂欢节等主题活动，威尼斯酒店新增贡多拉水手机器人加强客人对酒店主题特色的直观感受，东部华侨城酒店群推出了“美食通行证”消费奖励计划，海景酒店推出针对长住客的个性化服务内容。2011 年，公司旗下酒店的入住率、间房收益等指标处于市场领先水平，客户的忠诚度和美誉度都得到进一步提升。

7. 纸包装业务：质量第一 客户为上

公司旗下华力系纸包装企业始终坚持“客户是上帝，质量是生命”的经营理念，在生产过程中严格按照质量管理体系的要求，加强原辅材料质量控制、生产过程控制和成品检验控制，对原辅材料、半成品、成品实施比例检查，狠抓产品质量。2011 年各企业进一步加强了工序检验员的培训工作，通过严格把控生产过程，杜绝各类质量问题的产生。

在客户服务方面，2011 年华力系企业在湖北、江苏等地积极拓展三级工厂和 JIT（实时配送服务）仓库，拉长市场触角，有效提升了对客户的响应能力。同时积极实施供应商管理库存模式，推进华力系企业从单纯制造商向生产服务商转变。各企业积极走访客户，通过密切沟通了解其需求，从而持续提升对客户的服务水平。2011 年，纸包装企业对 23 家主要客户发出满意度调查表，针对产品质量、交货情况、售后服务以及遵纪守法等各方面进行了调查，并根据调查结果（满意度为 95.6%）进行积极整改。

对员工的责任

1. 平等雇佣，提供就业机会

多年来，公司在用人招聘中始终坚持男女平等、民族平等、一视同仁的原则，通过社会招聘、接收应届毕业生和录用归国留学人员等形式，积极向社会提供就业岗位。2011 年，公司及各所属企业新招聘员工 8419 人，其中女性 3706 人（占 44%），应届毕业生 877 人（占 10%）。截至 2011 年底，公司及所属企业员工共计 20974 人，其中女性员工 8258 人，占员工总数的 39%，比去年提高了 2 个百分点。

由于多元化经营特点，公司员工具有多民族、多宗教、多地域的特征。华侨城敞开胸怀迎接来自各民族的同胞，在日常工作、生活中尊重不同民族和宗教的习俗，在企业内创造了人人平等、民族团结的良好氛围。目前，公司共有少数民族员工 1013 人，占员工总数的 5%，其中 2011 年新招聘少数民族员工 547 人，占当年新招聘总数的 6%。

2. 尊重员工，保障合法权益

2011 年，公司及各所属企业严格遵守国家劳动法律法规和企业所在地政策要求，尊重并保护员工合法权益，保障员工工资、社会保险、各项福利待遇全面落实。截至 2011 年底，公司建立正式劳动关系的在职员工劳动合同签订率为 100%，社会保险、公积金缴交覆盖率 100%，全年未发生任何欠薪行为，全年劳动争议案件数为零。

公司在薪酬制度设计中注意向一线基层员工倾斜。2011 年，为解决一线员工收入分配中遇到的突出问题，公司全面开展薪酬调研，统筹规划，组织协调，推动十余家下属企业一线员工实现收入合理增长。

在员工保障方面，公司建立了以社会保险为主、商业保险为辅的多重保障体系，除为员工缴纳社会保险外，还根据企业实际，为员工缴纳补充养老保险，购买重大疾病保险，为出差员工购买交通意外险等，全方位为员工人身安全和健康提供保障，免除了员工的后顾之忧。

在员工福利方面，公司目前已逐渐形成了一套较完善的“国家福利+企业福利”的二维福利模式，即在提供各种国家法定福利的基础上，还根据企业实际为员工提供一定的额外福利内容，比如组织员工外出旅游，为员工发放过节费、防暑降温补贴、工作日午餐补贴等。

2011 年，公司依据相关政策修订了《假期管理办法》，切实保障员工休假权利，促进工作与生活平衡。员工可以享受包括年休假、探亲假、病伤假、婚假、产假、看护假、丧假、计划生育假等多种假期。对于在法定节假日期间加班的，公司按照相应标准给予加班补偿。

公司特别关注女性职工的权益保障。除为女员工创造平等、良好的工作环境外，还严格执行女员工在孕期、生育期、哺乳期间从事生产劳动的有关规定，在员工体检时为女员工特别增加检查项目。

公司不断完善企业工会组织和职工代表大会制度，为保障员工合法权益提供了有力保障。截至 2011 年底，公司及所属企业共成立基层工会组织 44 个，其中独立法人基层工会 38 个、非独立法人基层工会 3 个、分会 3 个，占应成立工会组织的比例为 94%。

各基层工会结合本企业实际，通过定期召开职工代表大会，发放职工提案表，开设宣传栏、总经理信箱、企务公开栏等方式，确保企业重大决策、重大项目投资、重大人事变动和大额资金使用等信息公开透明，促进了企业决策的民主化、规范化和科学化。

3. 拓宽通道，促进员工成长

公司重视员工职业发展道路的搭建和对员工职业发展的引导，为员工提供多样性的工作岗位来施展才华、提高能力。2011 年，公司深入研究成功企业在员工职业发展管理方面的经验和做法，详细分析华侨城现有产业状况与新兴产业发展趋势，以“拓宽员工发展通道，优化企业人力资源配置，实现企业与员工共同成长”为指导思想，导入“管理类+N 类”的职业发展体系，提出了“五类职位、多个通道、纵横发展”的华侨城职业通道设计和相应的管理思路，形成了较为完善的员工职业发展管理体系。

管理体系将公司员工职位分为五大类，所有岗位的员工均能够对应到五类职位中。在职位分类的基础上，各企业根据管理需要，按照多通道设计的原则，确定本企业的岗位序列、岗位层级和任职资格，为员工发展设置职业通道、阶梯和路标。该体系的实施打破了员工职业发展通道过于单一的局面，有利于不同职业类型的员工通过自身的努力实现职业发展，促进自我价值的实现。

4. 加强培训，提升员工能力

公司坚持企业与员工共同发展，充分利用各类资源和条件为员工创造学习与成长机会。2011 年，公司遵循“以人为本、系统规范、分类指导”的基本原则，以加强内部资源共享为抓手，实现纵横方向打通，推进所属企业培训工作全面展开。公司及所属企业全年共计举行各类培训 2000 余场次，参与人数超过 13 万人次，涉及入职培训、技能培训、安全培训等内容。

针对不同层级、不同类别的培训对象，公司实施多层次培训，加快人才培养步伐。2011 年，公司持续打造“航”系列培训，针对所属企业应届毕业生入职、社招骨干员工、新任中层干部等不同类别人

员，组织实施“启航·2011”、“新航程·2011”培训，并完成新任干部“远航·2010”班系统培训和结业。

公司在培训工作中，注重盘活内部资源，实现资源充分共享。2011年，公司开发出内网培训资源共享平台，建立了包含培训课程资源、制度管理、硬件设施等资源库；开设“内部讲坛”系列课程，推进内部课程开发与内部讲师队伍建设；促进所属企业培训专员能力提升，由有经验的内部讲师对所属企业培训专员开展 TTT 培训；建立员工培训档案，对员工全年参加学习情况进行跟踪和统计，通过量化管理夯实培训工作；采用课堂学习、行动学习及导师指导的混合培训方式，加快人才培养步伐。

2011 年，公司所属企业结合各自业务特点，开展多工种、多层次的岗位练兵、技能培训和竞赛活动。深圳欢乐谷的“员工讲台”、“员工辩论赛”、“职业生涯设计大赛”、“超级项目主持人大赛”，锦绣中华的“创新发展先锋队”优质服务竞赛评选活动、“我的服务，我 HOLD 住”服务知识技能大比拼，华侨城大酒店的摆台比赛、点钞、办理入住、托盘接力、铺床比赛，北京华侨城的“项目主持人大赛”、“岗前十分钟创意大赛”，物业公司的“礼仪进阶训练”、“维修工技能水平竞赛”等各项活动的开展，有效提高了员工的技能水平，营造出良好的人才培训氛围。

5. 以人为本，深化人文关怀

围绕“品质华侨城，幸福千万家”的发展理念，公司于 2011 年开展了“幸福华侨城”系列活动，各所属企业和基层工会将员工当亲人，力求为员工办好事、办实事、求实效。各企业积极改善基层员工工作和食宿条件，增设和更新员工之家、阅览室等文体活动设施，还

针对暑期和冬季运营，为一线员工开展“送清凉”、“送温暖”活动，让员工充分感受到企业大家庭的温馨。

公司历来重视企业文化的塑造，围绕华侨城集团“一节一会四大赛事”，开展各种企业文化活动，向员工宣传和传播企业文化内涵，增强员工对企业的认同感和归属感。2011年，各所属企业积极探索创新，丰富活动内容，成立员工业余兴趣小组，开展职工运动会、朗诵比赛等文体活动，丰富员工的业余生活，为其提供展示才华和个性的舞台，同时增进了员工彼此间的情谊。各项活动中，企业领导带头参与，形成了团结友爱、积极向上的良好氛围，团队凝聚力得到增强。

针对生活困难的职工，公司建立健全帮扶救助机制，借助困难职工信息管理系统，进一步完善困难职工档案，协调有关方面解决他们的实际困难。为解决困难职工子女上学难问题，2011年公司工会积极组织参加深圳市总工会“金秋助学”活动申报工作，帮助经济困难的职工子女解决学费问题，最终成功为23名职工子女申请助学款项约54000元。在重大节日来临之际，公司及各所属企业工会认真组织为职工“送温暖”工作，确保让每一名困难职工都能过上欢乐祥和的节日。

公司发扬尊老爱老的传统美德，重视和关怀退休职工的生活。2011年，以改造翻新后的华侨城退休职工活动中心为平台，公司共组织舞蹈、书法、绘画等各类培训190场，接待来中心活动的退休职工共计1.5万余人次，极大的丰富了老同志们的退休生活，实现老有所学，老有所乐。在老同志生活遇到困难时，公司都会伸出援手，帮助解决实际困难；老同志患病住院期间，公司均会派代表看望和慰问；每逢春节、重阳节等重大节日到来，公司都会举行“送温暖”活动，以不同的方式向老同志们致以节日的慰问。

安全责任

2011 年，公司紧紧围绕国家“安全生产年”和深圳市“迎大运，保平安”专项工作要求，认真贯彻落实“安全第一、预防为主、综合治理”的安全工作方针，将安全工作全面融入到日常经营管理当中，通过加强安全管理力度，落实安全生产责任制，健全各项安全生产制度，深化安全隐患排查治理，努力推动安全工作从集中检查、集中整治向规范化、制度化、常态化管理及建立长效机制的转变。2011 年，公司及各所属企业未发生较大以上安全事故和人员伤亡事故，为各项业务发展和社会和谐稳定提供了有力保障。

1. 加强安全管理，落实安全责任

2011 年，公司继续加强安全工作的管理力度，各企业积极完善安全管理架构，优化安全专业人员配置、充实安全管理队伍，强化安全工作组织保障。其中，欢乐谷事业部各企业组建了特种游乐设备、电气、消防、保卫、食品卫生等专业安全管理小组，增设安全工程师和安全专员岗位。旅游事业部加强各级安全组织架构建设与人员配备，把懂专业、责任心强的人员充实到安全管理队伍中。酒店物业事业部对新成立的公司及时设立安全管理机构并配备了符合生产经营要求的安全管理人员。房地产公司新增 6 名专职安管人员，加强安全管理力量。香港华侨城下属华力企业完善安全生产管理机构，配备 29 名专兼职管理人员。截至 2011 年底，公司及各所属企业已全部设立安全生产管理机构，配备专兼职安全管理人员 460 余人，做到安全生产时时有人抓、层层有人管。

公司全面落实安全生产责任制，进一步明确各层级、各岗位安全生产责任。促进以企业主要经营管理负责人为核心，层层负责的安全生产责任体系建设，各单位把安全责任书签到最基层岗位，使安全生

产责任制真正落实到位，层层落实到人。2011 年，公司各级单位共签订安全生产责任书 2950 份，签订员工岗位安全承诺 12449 份。各企业在与外部施工单位、设备供应商和租赁商户合作的过程中，也加强了安全生产责任的落实，做到目标明确、分工明确、责任明确，有效保障了各项业务的安全运营。

2. 立足长效机制，完善制度建设

制度建设是安全工作的重要保障，多年来，公司及各所属企业不断完善安全生产相关制度，形成了一整套的安全管理制度体系，实现“以制度管人”、“以制度管安全”、“以制度促安全”的目标，有效提升了安全管理水平。

2011 年，公司编制了《安全生产年度绩效考核办法》，将安全生产纳入各企业经营班子年度业绩考核范围，形成有效的约束激励机制；酒店物业事业部组织编写完成了《安全管理大纲》；欢乐谷事业部组织编写完成《欢乐谷游乐设备技术名称及参数规范》等 8 个技术规范 and 《安全隐患识别手册》；旅游事业部编制完成了《设备信息及技术参数规范》等 3 个安全技术规范；香港华侨城组织各纸包装企业完成《安全管理制度汇编》，规范企业的安全制度和 workflows；房地产公司下属欢乐海岸在原有 17 项安全制度的基础上又编制了《安全检查及隐患整改制度》等 7 项制度。

根据国家、省、市的相关部署，安全生产标准化创建是 2011 年乃至今后两年内公司安全生产管理工作的一项重要内容。为有效指导各企业开展安全生产标准化创建工作，公司制订了《企业安全生产管理标准化指导大纲》，从 14 个方面提出了企业开展安全生产标准化的具体要求，成为各企业开展安全生产管理标准化工作的纲领性文件。各事业部、子公司和各所属企业积极行动，按照标准化的要求梳理、

修订和完善本单位安全管理制度和操作规程，有效夯实了企业安全管理基础。

3. 开展安全检查，整治安全隐患

公司始终把安全隐患排查治理作为安全工作的重点来抓，把安全检查贯穿于企业的日常生产经营工作中，及时消除了大量安全隐患。2011 年，公司共组织开展各类安全大检查和隐患排查治理活动 9 次，消除安全隐患 8300 处，有效防止各类安全事故的发生。各企业严格执行、层层落实，建立了年检、月检、周检、日检和专项检查的制度体系和操作规范，并对发现的安全隐患进行限期整改治理。

深圳大运会期间，公司及各驻深企业（包括景区、酒店、物业公司等）高度重视，配合公安、消防和安监等政府部门，开展了“迎大运，保平安”专项整治工作，排查治理安全隐患，制订专项应急预案，确保大运会期间安全无事故。同时积极配合参与大运会安全保卫工作，顺利完成了相关接待任务，为实现“平安大运”做出了贡献。

4. 重视宣传培训，增强安全意识

2011 年，公司创新开展“安全生产月”主题活动，强化员工主动参与和互动，组织了公司历史上规模最大、参与人数最多、活动内容最丰富的一次宣教活动，有效提升了全体员工安全意识和责任意识。在东部华侨城“6·29”事故一周年之际，公司首次举办了“安全警示日”活动，各所属企业积极参与，组织开展了诵读安全警言、签署岗位安全承诺、向员工发放安全知识书籍等活动，起到良好的警示教育作用。

各企业注重安全培训工作，定期举行生产安全、消防安全、交通安全等主题的培训活动，并通过举办安全知识竞赛、发放安全手册、制作宣传展板等方式，培养员工自觉维护安全的意识，提高安全隐患

识别和应急处理能力。公司下属物业服务公司将安全演练与社区居民安全教育有机地结合起来，采取丰富多彩的方式，吸引居民参与安全演练活动，增强居民的防火、防盗意识，提高了面对险情时的自我保护和自救逃生能力。2011 年，公司和各所属企业组织举办安全宣教、培训活动共计 1100 次，参与人数 35931 人次，安全培训投入达 108 万元，比去年增加了 20%。

5. 加强应急管理，提升应急能力

为提高安全事故的应急处置能力，2011 年，公司组织编制了《生产安全事故应急预案》，各所属企业制订或修订各类应急预案共 352 个，形成了一整套科学化、规范化的安全生产应急预案管理体系。

为确保平安大运，公司和各相关单位均制定了大运会安全保卫专项应急预案，并配合公安、消防和安监等政府部门反复进行演练。深圳世界之窗以举办大运会闭幕式为契机，邀请政府相关部门和专家对《世界之窗生产安全事故综合应急预案》等 8 个应急预案进行评审并获通过，同时组织开展应急演练，增强大运会期间应急处置能力。公司各单位结合安全生产月、安全警示日、大运会、“11·9”消防日等组织开展各项应急演习演练活动共计 402 场次，参与人数达 21433 人次，有效提升了企业应对生产安全事故和突发事件的处置能力。

环境责任

1. 秉持环保理念，建设生态景区和社区

公司一贯坚持“生态环保大于天”和“生态优先、环保先行”的理念，所有项目在进行选址和规划时，均将环境保护和生态和谐作为首要考虑的因素，坚持建设开发和生态保护并重，构建生态景区和社区。

深圳欢乐海岸在区域生态保护和修复，尤其是对华侨城湿地的保护性修复方面做出了巨大努力。占地面积近 70 万平方米的华侨城湿地位于欢乐海岸北地块，是深圳湾红树林湿地系统的重要组成部分，也是中国唯一地处现代化大都市腹地的滨海红树林湿地。多年来，由于污水排放、水体交换不畅、外来物种入侵等原因，湿地面临严峻的生态危机。2007 年深圳市政府将湿地委托由华侨城管理后，本着“先治理后建设”的原则，欢乐海岸项目历时四年，斥资逾亿元，通过截污治污、生态净化、湿地植物配置、恢复潮间带生境、营造适应鸟类栖息生境、治理入侵生物等多种手段对湿地进行保护性生态修复。经过几年的努力，湿地水质得到了明显改善，滨海湿地生态系统稳定性逐渐恢复，至 2011 年开放前夕，华侨城湿地的鸟类种类已从原有的 72 种增加到了 100 多种，重现了红树绵延、水波荡漾、白鹭低飞、鸟鸣鱼欢的自然美景。

8 月 9 日项目一期试业当天，深圳欢乐海岸即获得国家旅游局和国家环境保护部联合授予的“国家生态旅游示范区”称号，国家海洋局、深圳市海洋局分别为华侨城湿地挂牌“国家级滨海湿地修复示范项目”及“国家海洋公益性行业科研专项滨海湿地生态修复示范区”，对欢乐海岸在环境保护和生态和谐方面所做的贡献给予了充分肯定。

武汉华侨城文化旅游综合项目位于国家生态旅游风景区东湖的

北岸，在项目规划之初即制定了“不改变一寸东湖湖岸线、不占用一寸东湖湖面、全力提升和改善区域生态环境”的基本原则。2011年，项目进入了全面建设期，武汉华侨城采用 50 余项生态环保技术，在施工的同时积极实施湿地修复保护、绿色低碳建筑、水生态保护和园林绿化四大工程，切实保护东湖及周边生态环境。武汉华侨城将集中体现华侨城多年生态建设的理念和实践成果，在东湖之滨建造一座环境优美的生态之城。

天津华侨城地处东丽区生态湿地保护区，自然水质呈盐碱性，为使项目区内水体在满足湿地保护区水质要求的同时还能够满足景观水生植物生长，项目生态小组通过调查研究和试验，选取有针对性的成熟水处理工艺，最终达到水体保持的技术要求。同时摸索出针对当地环境的植物种类及种植搭配方法，培育引进特色耐盐碱性植物，有效提高植物成活率，形成了有地方特色的植物景观带。

云南华侨城位于云南九大高原湖泊之一阳宗海的北岸，在建设过程中，通过保护现有植被、封山育林或营造人工林草植被，修复或重建被破坏的山谷自然生态系统，恢复其生物多样性和生态系统功能，并通过办公楼垂直绿化工程，提高绿化覆盖率，改善生态环境。为保护高原湖泊水源，项目自建了大型污水处理站，因地制宜利用附近电厂提供的余热为酒店和温泉提供集中供热，不仅减少了碳排放，还节约了能源消耗。

在房地产项目规划设计中，公司坚持系统谋划、环保优先的原则，在单体建筑和环境规划设计等方面注重结合自然，充分利用原有地形地貌特点，为居民营造良好的生态居住环境。在设计中采用高效的建筑能源利用方案，实现自然通风、自然采光、围护结构节能和高效遮阳，并推动太阳能等可再生能源充分利用和中水回用、雨水利用等非

常规水源利用方式，降低建筑物的能源需求。2011 年，公司积极推行住宅精装修交付，减少能源及建材消耗，并顺应未来建筑高层化发展趋势，启动了超高层建筑设计及管理的研究课题。

2011 年 4 月，由公司所属深圳华侨城房地产有限公司组织完成的华侨城体育中心扩建工程获得了住建部“2011 年度全国绿色建筑创新奖”一等奖。公司还聘请了清华大学和华南理工大学专家对华侨城生态社区（深圳本部）展开调研，涵盖了城区环境保护与建设、节能与新能源利用、水资源高效利用、生态景观绿化体系、绿色交通、土地空间高效利用、生态开发理念等方面内容，系统的梳理和总结华侨城开发建设二十多年来的成功经验，为后续开发提供支持。

2. 推动技术革新，减少能耗和污染排放

公司将节能降耗作为保持可持续发展能力的一项重要措施，依托技术创新，加强资源综合利用，加大环保投入，促进了经济建设与环境保护协调发展。

各景区不断探索使用新的节能技术，通过换用节能灯具、水泵改造、游艺设备更新等手段，支持景区可持续发展，取得了良好的经济和环境效益。部分景区还根据实际情况，在旅游淡季适当调整园区大型游乐设备的开放时间，从而有效降低能源损耗。

各在建项目在施工选材时充分考虑材料的可再循环使用性能，提高可再循环材料使用所占建筑材料总量的比例。在确保质量安全的前提下，鼓励使用由建筑废弃物制作的再生建筑材料，有效减少生产加工新材料带来的资源、能源消耗和环境污染。

各酒店结合自身行业特点，在保证客人入住需要和服务水平的前提下，积极探索切实可行的节能措施，降低能耗、提高效率，具体包括对客房照明、空调、冰箱、供水等设备进行更新换代，引入新技术

锅炉、洗衣系统，以及对酒店服务人员节能操作进行规范和培训等。2011 年开业的东部华侨城咖酷旅馆，是按照低碳环保理念设计，由集装箱建筑组合而成的新型环保旅馆，采用太阳能和节能灯泡照明，不仅降低了运营成本，也向宾客传递了绿色低碳生活方式。

各纸包装企业继续推行生产革新活动，通过梳理优化生产流程、对设备进行更新置换的方式，提高生产运营效率，有效的降低了原材料和能源损耗。2011 年各企业增加投入用于旧设备改造、新机器购置、电网改造等，明显提升了企业的自动化水平。惠州华力推行以水煤浆为燃料的新型锅炉，和普通煤锅炉相比具有运行成本低、燃烬率高、二氧化硫排放量低等优势，有效降低企业能耗，减少尾气排放。

3. 加强环保宣传，倡导绿色办公和生活

公司一向重视对员工的环保宣传教育工作，采取多种形式强化员工环保意识，提高全员节能减排与环境保护的技能。通过一系列培训，节能低碳和绿色环保成为每个员工的自觉意识，员工参与企业节能减排工作的积极性大大提高。

2011 年，公司及各所属企业认真执行国家有关节能减排政策，采取多种形式加强办公节能管理，积极探索各项办公节能减排新举措。通过推行电子无纸化办公、双面打印、更换节能灯具、统一室内空调温度和办公垃圾分类回收等切实可行的措施，不仅降低了企业办公费用，更进一步巩固和强化了员工节约能源、减少污染的环保意识。

公司及各所属企业还积极参与环保公益活动，倡导绿色生活新观念。3 月 26 日为第五个世界“地球一小时”日，公司各景区、酒店积极参与，在活动期间关闭了大型广告牌和部分霓虹灯效，调暗公共区域照明灯光，用实际行动践行低碳环保的理念，赢得了广大游客的支持与赞赏。

7 月，公司积极响应深圳市关于开展大运期间“绿色出行”志愿行动的号召，合理安排单位公车使用计划，在保证必要出行的基础上，严格执行机动车停驶指标。公司还对全体员工和社区居民发起了“绿色出行”的倡议，通过多种方式加大宣传力度，号召大家将私家车进行停驶申报，得到了积极的响应。据统计，大运会期间公司公车停驶比例为 51%，员工私家车自愿参加“绿色出行”行动的比例为 85%，为“绿色大运”贡献出一份力量。

公共责任

华侨城一贯将企业发展与国家民族命运、经济社会发展紧密结合，牢记企业公共责任和使命，以己所能服务地方，关爱特殊群体，热心公益事业，促进社区和社会的和谐。

1. 与城市共成长：促进地区经济和产业发展

华侨城是一个与城市共同成长的企业。二十多年来，华侨城不仅为城市生活提供了优质的产品和服务，更通过现代服务业集聚型开发手段，深刻地影响着所在城市的景象和风貌，推动地区经济和产业的发展。

2011 年 8 月开业的欢乐海岸项目，通过保护性开发具有滨海特色的旅游资源，建设成为大型的集旅游、商业、餐饮、娱乐、酒店等为一体的综合性、开放式城市公共空间。欢乐海岸建成后，为广大市民和游客营造了一个亲海、赏海的休闲空间，对于深圳市发展生态旅游、改善城市发展质量、提高市民休闲生活品质等，都具有重要的促进作用。

深圳东部华侨城作为扎根盐田的企业，建成后直接为盐田区解决就业岗位近 4000 个，同时在规划设计、工程建设、经营管理、园林环卫等方面间接解决了大量的就业岗位。2011 年，东部华侨城接待游客近 390 万人次，促进了大梅沙乃至整个盐田区酒店、餐饮等旅游相关产业的快速增长，为区域经济的发展发挥了重要作用。

北京华侨城发挥成片综合开发的优势，大力发展现代服务业和文化创意产业，为北京贡献了国内最具影响力的主题公园欢乐谷和高品质的人文生态示范社区，正逐步发展成为北京东南部新的经济增长区，极大地促进了该区域旅游业、商业、文化创意产业以及教育等行业的发展。

泰州华侨城位于经济相对落后的偏僻地区，开业一年多来，通过经营规模和影响力的不断扩大，不仅吸纳了周边农村的部分闲散劳动力，还有效带动了周边旅游、餐饮、住宿、交通等产业的发展，加快了当地经济社会面貌和群众收入水平的改善。

公司长期探索以 OCT-LOFT 华侨城创意文化园为代表的城市更新项目，将废旧厂房改造为创意产业工作室，引入正在成长阶段的文化创意企业入驻，并通过低廉的租金对其进行扶持。经过几年的发展，华侨城创意文化园已经成为创意企业展示与发展的平台，为城市更新和功能配置，以及文化产业发展提供了经验。

锦绣中华长期致力于支持和帮扶中西部地区，特别是少数民族地区的经济社会发展。20 多年来，景区培育了一大批优秀的少数民族人才，对民族文化遗产和促进当地经济发展做出了贡献。2011 年，景区先后与新疆、甘肃甘南等少数民族地区举办“民族风情周”节庆活动，为该地区旅游和经济社会发展搭建平台。

作为工业企业，公司下属各华力系包装企业均位于所在城市的郊区、工业区，市政建设及配套设施建设均不完备，各企业通过积极与当地政府协商，努力推动工业区的面貌发生改变。2011 年，惠州华力通过努力，促成当地政府为其所在的工业区开通一条公交线路，新建了一个医疗点，极大的提升了周边居民的生活便利。

2. 文化传播基地：推动公共文化艺术发展

华侨城长期致力于推动公共文化艺术的发展，目前旗下拥有和管理 OCT 当代艺术中心、华·美术馆和 OCT-LOFT 华侨城创意文化园等一批有影响力的艺术展馆和公益性文化艺术场所，已成为深圳乃至全国文化传播的重要基地。

OCT 当代艺术中心（OCAT）成立于 2005 年，依托国家级美术馆

何香凝美术馆，以打造“中国当代艺术的交通网、补给站和起飞点”为目标，通过举办展览、学术论坛活动，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。当代艺术中心还于 2010 年启动了“青年 OCAT”计划，旨在扶持国内优秀的青年艺术家、策展人和评论家。

华·美术馆成立于 2008 年，是国内首家以先锋设计为主题的美术馆，通过举办专题展览、组织学术讲座和论坛等方式，引进国内外先锋设计理念，发现和展示最新的设计思潮，发掘和培养艺术设计人才，推动中国设计领域的发展。2011 年，华·美术馆陆续举办了《感知增生—中法媒体艺术交流展》、《词场·诗歌计划 2011》以及多位艺术家的个人展，向公众呈现了丰富多元的设计与艺术作品。

目前，公司已启动了华侨城当代艺术馆群的筹建工作，即在 OCT 当代艺术中心的基础上成立华侨城当代艺术馆（总馆），并以其为轴心形成布局全国的馆群网络，包括以当代艺术设计为关注领域的华·美术馆，以当代影像、图片、建筑艺术为关注领域的上海馆，以综合艺术和图书馆为定位的北京馆，以当代雕塑及公共艺术为关注领域的武汉馆，以当代水墨及书法绘画艺术为关注领域的西安馆，等等。

OCT-LOFT 华侨城创意文化园（南区）自 2004 年启动建设以来，经过发展已逐渐成为深圳市创意文化产业的重要聚集地。2011 年 5 月北区改造升级完成，创意文化园实现整体开园，园区建筑面积达到 20 万平方米，陆续引进了几十家创意设计工作室和商铺，致力于打造融合“创意、设计、艺术”于一体的文化产业基地。

2011 年，创意文化园陆续举办了“再生历程—由工业园区到创意文化园区”、“升级策略—华侨城创意文化园概念设计国际邀请展”和第一届 OCT-LOFT 国际爵士音乐节等文化艺术活动，并作为分会场

成功举办了 2011 深圳·香港城市建筑双城双年展，为城市现代文明和文化传播发挥了重要作用。

创意文化园还积极利用户外场地举办公益性文化活动。自 2008 年起，将每个月第一个周末的两天作为“T 街”创意市集开街时间。创意市集为原创设计师和设计团队提供了广泛的交流和推广平台，同时也使普通市民有机会参与到创意活动当中，切身体会创意为生活带来的乐趣。创意文化园作为 T 街创意市集的常设活动场所，已成为深圳最具人气和创意氛围的都市文化生活新聚点。

3. 服务社会公益：积极组织参与社会活动

2011 年，公司及所属企业结合自身特点和资源条件，主办和承办了多项社会公益性活动，为构建和谐社会贡献了自己的力量。

各景区积极履行社会责任，因地制宜针对特殊群体开展优惠游园活动。一方面继续执行针对老人、教师、外来劳务工、残疾人、军人及家属等群体的优惠政策；二是密切关注时下社会热点，针对特殊需求开展专项优惠游园活动，体现社会关爱。

深圳世界之窗于 2011 年春节期间对广大来深建设者推出关爱优惠游园活动，受益者达 1 万多人，5 月份推出了跨度 200 天的“迎大运”大学生半价优惠游园活动。深圳欢乐谷举办了第六届外来工子女欢乐节和“暖春 2011 新春百家乐”活动，共邀请外来务工者及家人共计 500 余人在欢乐谷里过年，大运会期间两次邀请大运场馆建设者免费畅游欢乐谷，并推出了大运志愿者欢乐优惠月活动。上海欢乐谷积极参与“上海旅游节”活动，于 9 月份推出景区门票 6 折优惠活动，受到了广大游客的热烈欢迎。东部华侨城联合大运执行局和深圳报业集团，于 7 月份举办了迎大运·中国高校深圳校友火炬巡游活动，并邀请到著名歌唱家宋祖英与全国近百名高等院校深圳校友一起参与

火炬传递活动，用实际行动“为深圳加油，为大运喝彩”。成都华侨城联合西华街道办举办了“暖春行欢乐文化进社区”公益活动，与社区原住民共同打造了一场联欢盛会，通过向原住民送温暖、送欢乐、送文化，感谢他们多年来对成都华侨城建设的支持和帮助，推动社区和谐发展。

4. 传播爱的使者：定点扶贫和献爱心活动

2003 年，公司响应国家关于组织经济较发达地区对经济欠发达地区开展扶贫协作的要求，与贵州省黔东南自治州天柱、三穗两县结成帮扶关系。八年来，公司始终把对两县的扶贫工作列为履行企业社会责任的重点工作之一，在文教、卫生等方面先后援建帮扶项目 52 个，为两县早日脱贫致富做出了积极的贡献。

“扶贫先扶智、帮困先育人”是公司帮扶工作的基本原则之一，2005 年以来，公司每年向三穗、天柱两县贫困学生提供助学金，有效帮助失学儿童重返校园，扶助贫困学生继续实现自己的理想。截至目前，帮扶项目共资助贫困学生 2642 名，其中已有 92 名学生考上大学，132 名考上中专。

2011 年，公司及各企业积极回报社会，自发组织各类慈善活动，为有需要的人奉献温暖和爱心，收到了良好的社会效益。深圳世界之窗于春节期间组织员工到深圳儿童福利院，开展以“爱心之旅，世界温暖”为主题的送温暖活动。东部华侨城在迎接建党 90 周年之际，倡议广大党员干部和员工积极参与广东省扶贫济困日捐款活动，募集爱心捐款 2 万余元，并组织员工参加了义务献血活动。华侨城资产管理公司全体员工于 11 月前往英德市望埠镇文立希望小学开展“一双手，一份情”爱心乐助生日会活动，为小学留守儿童提供物资帮助。上海欢乐谷于清明节向松江区老年基金会捐赠 5 万元，12 月参加由

松江区共青团委举办的“你我牵手，共浴阳光”献爱心联欢活动，为农民工希望学校新叶小学的学生们送去温暖。成都欢乐谷作为成都“妈妈之家”组织的爱心单位之一，长期给予参加活动的灾区儿童及家长提供免票入园的支持。泰州华侨城了解到姜堰市血站血液库存量不能满足突发事件的需求，立即组织员工参加公益献血。云南华侨城与附近三营小学开展了“共同关心下一代，共建文明新邻里”文明共建活动，向学校捐赠教学物资设备，加强了与周边村乡的和睦邻里关系。处于紧张备战期的武汉欢乐谷在公益方面也做出了有益尝试，于 2011 年启动了“欢乐共成长，‘谷’励百分百”活动，计划在武汉地区征集二十所中小学校，每年定期为贫困学生送去爱心。

2011 年，公司各企业持续开展关爱自闭症儿童活动，并逐渐形成了常态化、多方位的关爱体系。海景奥思廷酒店分别于 3 月 5 日“学习雷锋日”和 9 月 3 日在华侨城创意文化园创意市集举行了公益慈善义卖活动，呼吁社会对自闭症儿童给予更多了解和关爱。6 月 1 日儿童节，酒店物业事业部统筹各所属企业专程到深圳市自闭症研究学会看望自闭症儿童，丰富孩子们的节日生活。7 月，由自闭症儿童和普通孩子及其父母共同参加的“活出彩虹”夏令营活动在东部华侨城展开，活动以“融合”、“集体生活”为主题，通过亲子拓展、野外体验、集体生活等内容，帮助自闭症儿童更好地融入社会。9 月，深圳威尼斯酒店举办了自闭症研究学会“与星同行 启闭十年”爱心盛典，并先后于中秋节和圣诞节前夕到自闭症研究会为孩子们送去爱心和祝福。12 月，深圳欢乐谷举办了“自闭症儿童免费畅游欢乐谷”活动，二十多位自闭症儿童在老师和家长的带领下，参与并感受了“百变圣诞”活动的狂欢氛围。

5. 助力“不一样的精彩”：圆满完成深圳大运会相关工作

2011 年 8 月，第 26 届世界大学生夏季运动会在深圳隆重举行。作为植根于深圳的企业，公司及所属各驻深企业以服务大局的高度责任感，积极发挥自身资源优势，全力以赴、不讲条件、不计得失、全面配合，圆满完成了大运会的相关工作任务，为本次大运会呈现“不一样的精彩”做出了突出贡献。

1) 世界之窗成功承办大运会闭幕式

2011 年 3 月，大运会组委会执行局确定大运会闭幕式在深圳世界之窗举行，这将是具有 52 年历史的大运会首次在主题公园内落幕。华侨城将其视为一份荣耀，更是一份责任。公司董事长任克雷担任大运会开闭幕式专业指挥部副总指挥，负责统筹调度华侨城所有资源，全力以赴做好闭幕式保障工作，公司和世界之窗的主要领导组成工作小组，坐镇一线、现场指挥，全体员工更是以无比的自豪感和责任心，全身心投入到闭幕式工作中，用实际行动完美演绎了一场充满激情、活力的闭幕式狂欢聚会，呈现了深圳大运会又一幕“不一样的精彩”

为大运会闭幕式的举行，世界之窗投入上千万专项资金，克服了维修改造工程点多、施工量大、施工面广等困难，对主会场的座椅场地、景区绿化、导视系统等进行规划和翻新改造，让这个具有 18 年历史的景区焕发出新的光彩，向世界展示了一个绿色、低碳、科技、创新、青春的景区形象。

筹备期间，公司领导先后十多次深入现场，指导并部署有关工作，鼓舞员工士气，解决实际困难，亲自落实每一个细节。世界之窗组织召开了大运会闭幕式动员大会、迎大运誓师大会，号召员工积极为大运会做贡献，全力投入闭幕式相关工作。并针对大运会的需要，加强了行政接待、商务礼仪、接待英语等方面的培训，有效提升了景区服

务品质和能力，为做好中外来宾各项服务工作奠定基础。

在距离大运会闭幕式演出备播仅有两天时，华侨城“临危受命”负责承担闭幕式中 10 分钟的演出内容。在时间紧、任务重的情况下，公司派出旗下深圳世界之窗、锦绣中华、东部华侨城和深圳欢乐谷四个景区的主要编导和 600 多名专业演员参与此次演出准备。演员们在只有 1 天排练时间的情况下，以优秀的演出素质、专业的演出技能以及高度的配合精神，完成了 8 月 21 日的闭幕式备播演出，并在 8 月 23 日晚闭幕式现场精彩呈现了《中华神韵》，成为整个闭幕式演出的亮点章节，让在场的中外运动员及嘉宾观众大为赞叹。

第 26 届大运会完美落幕，各级领导和社会各界对华侨城全力以赴、积极配合、勇于承担大运会闭幕式筹备工作所取得的成绩给予了充分肯定。中共中央政治局委员、国务委员刘延东称赞：“将大运会有关工作任务交给华侨城，将闭幕式选择在世界之窗是正确的。”

2) 各酒店圆满完成大运会接待任务

本次大运会期间，公司各酒店负责接待了来深参加盛会的国家领导人、各级政要、国际贵宾、安保专业人员以及各专业团队 2000 余人。其中，作为官方指定接待饭店的华侨城大酒店圆满完成了开业以来最高规格的接待任务——接待出席大运会开幕式的国家主席胡锦涛等近 500 名贵宾下榻，并成功承办了本次大运会开、闭幕式宴会和领导人会谈活动。同样作为大运会官方指定接待饭店的威尼斯酒店接待了来自中央各部委的有关领导近 300 名贵宾，并成功承办了广东省委、省政府欢迎宴会。海景酒店、城市客栈等酒店也顺利完成了接待出席大运会开幕式的有关领导和安保工作人员的任务。

此次大运会接待工作层次高、环节多、过程细、涉及面广，公司高度重视、加强组织，成立了大运会接待及突发事件应急工作机构，

各级领导周密部署、深入一线督查服务品质及安全保障工作。公司酒店物业事业部还组织开展了迎大运誓师动员大会、技能竞赛等大型活动，加强消防、反恐和食品安全等方面的专题培训，上下一心全力以赴确保大运会的接待服务和安全保障工作。各酒店经过精挑细选、系统培训和反复演练，派出了 100 余名贴身管家，与 2000 多名员工一起，从细节着手，为客人提供体贴入微、细致周到的服务，赢得了各级领导和中外贵宾的一致好评。

公司各酒店以高度的责任心和使命感，圆满完成了自深圳市成立以来规模最大、规格最高、嘉宾政要最多的一次重大接待任务，再次深刻诠释了华侨城酒店“专业、高效、卓越”的服务理念。

3) 欢乐海岸如期完工向大运会献礼

作为深圳大运会的献礼工程，欢乐海岸以项目试业为契机，把服务大运盛会、接待国内外来宾作为打造品牌、提升形象、扩大影响的最好机会。

为保证项目 8 月 9 日成功试业，欢乐海岸全体员工发扬“不怕苦不怕累”的奉献精神，争分夺秒与时间赛跑，克服台风、暴雨、高温等种种恶劣天气影响，最终按时完成了主体土建收尾，南湖及曲水湾内河道驳岸换填，外立面装修，景观绿化和生态治理、红树林修复等多个工程项目，成功实现了一期隆重试业的目标。

欢乐海岸在大运会期间配合承担了城市旅游观光、餐饮娱乐等相关接待工作，成为各界嘉宾了解深圳、了解中国的一个重要窗口。欢乐海岸发扬主人翁精神，在服务品质、精细管理和安全运营方面下足功夫，圆满完成相关接待工作，为大运会的成功精彩举办增添了新亮点，为深圳建设现代化、国际化先进城市做出新贡献。

4) 积极参与大运会志愿者活动

为更好的为大运会服务、传递大运志愿服务精神，7月1日起，大运会志愿者服务站“U站”活动在全市铺开。作为此次大运会58个一类岗亭式U站之一，坐落在世界之窗前广场的华侨城U站是唯一一个由企业承办的城市志愿者服务站。在7月1日到8月30日期间，公司团委陆续组织各企业团员干部、华侨城体育文化中心及暨南大学深圳旅游学院共71名青年组成的志愿团队入驻U站，为广大游客和市民提供志愿服务。从8月12日起，公司还先后组织20名中高层干部来到U站，每人提供不少于4小时的志愿服务。

两个月的时间里，志愿者们坚持每天12小时为国内外游客和市民提供全方位信息咨询、文明宣传、应急服务等志愿服务，积极宣传大运知识和志愿文化理念。公司志愿者们还根据世界之窗U站的特点，创新开展了“U操”、有奖问答、许愿树等特色服务活动，增加了U站活动的亮点。

在活动期间，华侨城世界之窗U站累计接待市民及游客4.5万余人次，盖出大运纪念章及华侨城特色印章约15万个，派发大运相关资料近3万份，累计为游客提供医药箱服务170次。志愿者们用自己的辛勤汗水和饱满热情圆满完成了大运服务工作，向全世界展示出深圳文明形象。

未来展望

2012 年，我们将继续以“品质华侨城，幸福千万家”理念作为指引，更加坚定的把履行社会责任融入到公司发展战略中，以提高消费者幸福指数为宗旨，将企业的持续健康发展和员工的个人价值实现、环境的改善和社会的进步相统一。具体来说，公司将着重从以下几个方面深入推进社会责任工作。

第一，进一步加强社会责任管理工作。在现行的安全生产、节能减排等管理制度基础上，加入员工关爱、社会公益等方面内容，建立更为全面的社会责任指标体系和考核制度，在公司内部开展“责任文化”教育，进一步提高员工的社会责任意识。

第二，加快在文化产业新领域的布局和发展。建设和完善具有华侨城特色的文化产业链条，为广大消费者提供优质的文化产品和服务，争当我国文化产业大发展大繁荣的排头兵。

第三，启动并做好“服务品牌年”主题活动。认真总结 2011 年“品质服务年”活动的工作成果和经验，推动服务提升改善向纵深化发展，逐渐形成华侨城服务管理体系和服务文化，打造华侨城优质服务品牌。

第四，坚定不移的做好安全生产工作。针对安全工作中的难点和薄弱点，提出整改计划和具体方案，并通过长效机制的建立，推动安全工作走向制度化、规范化和常态化。

第五，加强对公益慈善活动的统筹规划。改变目前公益慈善活动大多由各企业自发组织的现状，努力建设常规化、系统化的关爱体系，集中统筹资源，发挥优势特长，为社会和谐幸福发挥更大的作用。

企业公民之路，任重而道远，但我们坚定前行！

社会评价及荣誉

- 5 月，公司入选第七届中国（深圳）文博会发布的第三届“文化企业 30 强”，连续第二年入选该名单。
- 5 月，公司当选为深圳市旅游协会第六届会长单位，公司副总裁吴斯远当选为协会会长。
- 6 月，公司入选中国企业改革与发展研究会、华顿经济研究院以及人民网联合主办评选的“2010 年度中国上市公司百强”名单。
- 8 月，中国旅游景区协会成立，公司当选为第一届会长单位，公司总裁刘平春当选为协会会长。
- 12 月，公司顺利通过全国旅游标准化试点评估验收。
- 12 月，公司获得深圳文体旅游局、南方日报评选的“城市旅游杰出贡献奖”。

旅游开发和景区服务

- 1 月，东部华侨城获得深圳市盐田区颁发的“突出贡献奖”，表彰其为盐田区经济社会发展做出的贡献。
- 1 月，成都欢乐谷获得四川省质量技术监督局、四川省旅游局颁发的“四川省服务标准化单位”称号。
- 2 月，北京欢乐谷百艺闹春欢乐节在北京非物质文化遗产保护中心、北京日报、北京电视台联合主办的第六届北京春节庙会·灯会·文化活动评选中荣获“非遗展演奖”。
- 2 月，上海欢乐谷获得国务院国资委授予的“中央企业参与 2010 年上海世博会荣誉集体”称号。

- 3 月，在国务院国资委召开的中央企业“文明服务央企先行”经验交流会暨“文明服务示范窗口”命名大会上，深圳欢乐谷设备部弹跳青蛙项目班组获得“文明服务示范窗口”命名，华侨城洲际大酒店在会上作了书面经验交流。
- 3 月，深圳世界之窗计财部票务室获得全国妇联、全国妇女“巾帼建功”活动领导小组授予的“全国巾帼文明岗”称号。
- 3 月，成都华侨城获得成都金牛区委、区政府颁发的“建设五区金牛突出贡献企业”称号。
- 4 月，成都欢乐谷入选成都旅游协会、成都文旅集团、成都传媒集团联合主评选的“成都新十景”。
- 5 月，东部华侨城内庚子首义馆被深圳市文体旅游局授予首批“深圳市红色旅游景区”称号。
- 5 月，泰州华侨城获得江苏省旅游局颁发的“江苏省旅游项目建设优秀奖”。
- 5 月，深圳欢乐谷连续第二年获得广东省企业联合会、企业家协会授予的“广东省诚信示范企业”称号。
- 5 月，欢乐谷吉祥物红外线音乐对唱公仔获得第七届中国（深圳）文博会“旅游纪念品设计大赛”金奖。
- 5 月，东部华侨城获得盐田区政府授予的“五星级慈善单位”称号。
- 7 月，北京欢乐谷获得朝阳区政府残疾人工作委员会授予的“朝阳区按比例安置残疾人先进单位”称号。
- 7 月，锦绣中华获颁“深圳第 26 届世界大学生夏季运动会官方旅

游点”牌匾，成为大运会组委会执行局指定的唯一官方旅游点。

- 8 月，深圳欢乐海岸被国家旅游局和国家环境保护部联合授予“国家生态旅游示范区”称号，国家海洋局、深圳市海洋局分别为华侨城湿地挂牌“国家级滨海湿地修复示范项目”及“国家海洋公益性行业科研专项滨海湿地生态修复示范区”。
- 9 月，深圳欢乐谷、深圳世界之窗、深圳东部华侨城入选珠三角报业联盟和深圳报业集团主办评选的“深港市民喜爱的度假胜地”。
- 9 月，深圳世界之窗获得南山区委、区政府颁发的南山赛区大运工作“特别支持奖”。
- 9 月，深圳欢乐谷国际魔术节入选人民日报社、中华节庆研究会等联合评选的“2011 年十大国际影响力节庆”。
- 10 月，深圳欢乐谷、深圳世界之窗和东部华侨城入选广东省文明办、广东省旅游局、南方日报社共同评选的“珠三角十大景观”。
- 11 月，深圳世界之窗、华侨城国际传媒演艺有限公司、华侨城哈克文化有限公司获深圳市文体旅游局认定为“深圳市 2011 年度重点文化企业”。
- 11 月，东部华侨城获得深圳市文体旅游局授予的“优质服务窗口单位”称号。
- 11 月，深圳世界之窗获得深圳市文体旅游局授予的“服务大运优秀单位”称号。
- 11 月，深圳欢乐谷获得深圳市文体旅游局颁发的“旅游统计工作优秀奖”和“景区安全生产管理先进单位”称号。

- 11 月，深圳世界之窗获得深圳第 26 届大运会开闭幕式仪式、演出和制作“突出贡献纪念奖”。
- 12 月，上海欢乐谷获国家旅游景区质量等级评定委员会评定为国家 AAAA 级旅游景区。
- 12 月，深圳欢乐谷、东部华侨城、世界之窗入选深圳文体旅游局、南方日报评选的“深圳十大景观”，欢乐海岸入选“深圳八大特色景观”。
- 成都欢乐谷获得成都市金牛区授予的“2011 年度就业和社会保障先进企业”称号。

房地产开发和社区服务

- 3 月，物业服务公司获得深圳市房屋和物业管理委员会颁发的深圳物业管理三十周年行业贡献奖和“业主满意度指数领先企业”称号。
- 4 月，由华侨城房地产公司、清华大学建筑学院共同完成的华侨城体育中心扩建工程获得国家住房和城乡建设部 2011 年“全国绿色建筑创新奖”一等奖。
- 6 月，由物业公司负责经营管理的华侨城综合市场获得广东省工商行政管理局授予的“广东省创建诚信市场先进单位”称号。
- 9 月，云南华侨城天麓一区获得“2011 昆明房交会百姓最喜爱旅游地产”称号。
- 11 月，华侨城房地产公司获得南方都市报、北京大学汇丰商学院联合主办的 2011(第三届)中国地产年会“年度品牌大奖”，东部

华侨城天麓大宅和招商华侨城曦城别墅获得“年度别墅大奖”。

- 12 月，西安华侨城“华侨城 108 坊”项目获得西安晚报评选的“2011 年度西安人居奖”。
- 12 月，上海新浦江城入选 2011 年度东方早报评选的“最具影响力楼盘”和易居“最具创新人气楼盘”。
- 深圳纯水岸楼盘获得深圳房地产信息网评选的“2011 年深圳单一项目销售金额龙虎榜”冠军。

酒店服务

- 3 月，深圳威尼斯酒店获得中国饭店 2011 年会暨第十一届中国饭店论坛颁发的中国饭店金马奖之“中国最佳商务酒店”称号，华侨城大酒店获得“最佳消费者满意酒店”称号。
- 6 月，华侨城大酒店和威尼斯酒店获得由深圳特区报主办的“2010 深圳酒店年度总评榜”之“年度最佳主题酒店”称号。
- 6 月，华侨城大酒店前厅部获得深圳市总工会颁发的“工人先锋号”称号。
- 7 月，深圳海景奥思廷酒店获得中国旅游与酒店管理协会、中国旅游业联合会等授予的“广东地区最佳优秀服务品质酒店”称号。
- 8 月，华侨城大酒店获得大运会官方酒店工作委员会授予的“大运服务先进单位”称号。
- 10 月，深圳海景奥思廷酒店获得中国星级酒店联盟授予的“广东会议首选服务酒店”称号。
- 11 月，华侨城大酒店入选《私家地理》杂志评选的“2011 中国百

佳酒店”。

- 12 月，华侨城大酒店和威尼斯酒店获得南山区卫生和人口计划生育局授予的南山区“2011 年度住宿业卫生先进单位”称号。

纸包装业务

- 4 月，安徽华力工会获得 2009-2010 年度滁州市“模范职工之家”称号。
- 9 月，惠州华力入选广东省经济和信息化委员会评定的“广东省优势传统企业转型升级示范企业”名单。
- 惠州华力获得惠州市文化广电新闻出版局授予的“2011 年惠州市文化经营单位发展进步奖”称号。
- 上海华励选送的“E371V1”彩印印面在上海市包装技术协会纸容器包装委员会举办的 2011“东方之星”印刷评比活动中获得胶印印刷优胜奖。