

证券代码：000069

证券简称：华侨城 A

上网编号：2014—014

# 品质华侨城 幸福千万家

深圳华侨城股份有限公司

2013 年社会责任报告

2014 年 3 月

## 目录

关于本报告 .....	3
公司概况 .....	4
社会责任理念 .....	7
1. 使命与愿景 .....	7
2. 公司定位 .....	7
3. 社会责任理念 .....	7
4. 利益相关方及其需求回应 .....	7
5. 社会责任沟通 .....	8
对股东的责任 .....	10
1. 深化改革创新，实现股东资产保值增值 .....	10
2. 完善公司治理结构，提高规范运作水平 .....	10
3. 履行信息披露义务，加强投资者沟通交流 .....	11
对消费者的责任 .....	12
1. 创新集聚开发模式，满足消费者多元需求 .....	12
2. 主题公园再下一城，经典景区常玩常新 .....	12
3. 开展服务提升活动，树立中国好服务品牌 .....	14
4. 节日文化深入人心，度假改变生活方式 .....	15
5. 融入创新科技元素，引领智慧旅游大时代 .....	16
6. 推出新创精品剧目，践行演艺输出模式 .....	17
7. 强化供应链管理规范，从源头狠抓产品质量 .....	19
案例：华·生活馆：打理你生活的方方面面 .....	19
对员工的责任 .....	21
1. 提供均等就业机会，形成多元员工结构 .....	21
2. 推动基层员工收入增长，健全民主管理渠道 .....	21
3. 深化人才培养机制，完善知识管理体系 .....	22
4. 建设企业文化体系，改善员工工作生活品质 .....	22
案例：华侨城之“航”体系扬帆出海 .....	23
环境责任 .....	25
1. 尊重自然保护自然，营造绿色生态环境 .....	25
2. 提高环境友好性，实践绿色建筑理念 .....	25
3. 关注日常运营细节，履行节能减排承诺 .....	26
案例：华侨城湿地保护工作 .....	28
案例：云南华侨城电厂能源综合利用系统 .....	28
公共责任 .....	30
1. 保护传承历史文脉，助力城市复兴 .....	30
2. 策划举办文化展览，推动当代艺术发展 .....	30
3. 关注弱势儿童群体，组织游园关爱活动 .....	31
安全责任 .....	34
1. 扎实开展日常工作，全面建立应急体系 .....	34

2. 推进安全标准化创建，开展安全绩效考核 .....	34
3. 强化安全隐患排查，提供安全保障支持 .....	35
4. 创新开展宣教方式，提升全员安全意识 .....	35
<b>未来展望 .....</b>	<b>37</b>
<b>社会评价及荣誉 .....</b>	<b>38</b>

## 关于本报告

本报告是深圳华侨城股份有限公司的第七份社会责任报告。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 2013 年 1 月 1 日至 2013 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](http://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：刘平春

### 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

2013 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	28,156,382,086.85

归属于上市公司股东的净利润	4,408,287,914.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,929,574,368.46
经营活动产生的现金流量净额	7,194,039,330.18
基本每股收益（元/股）	0.6062
稀释每股收益（元/股）	0.6062
净资产收益率	20.16%
总资产	87,878,764,490.05
归属于上市公司股东的净资产	23,862,266,506.49

### 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。

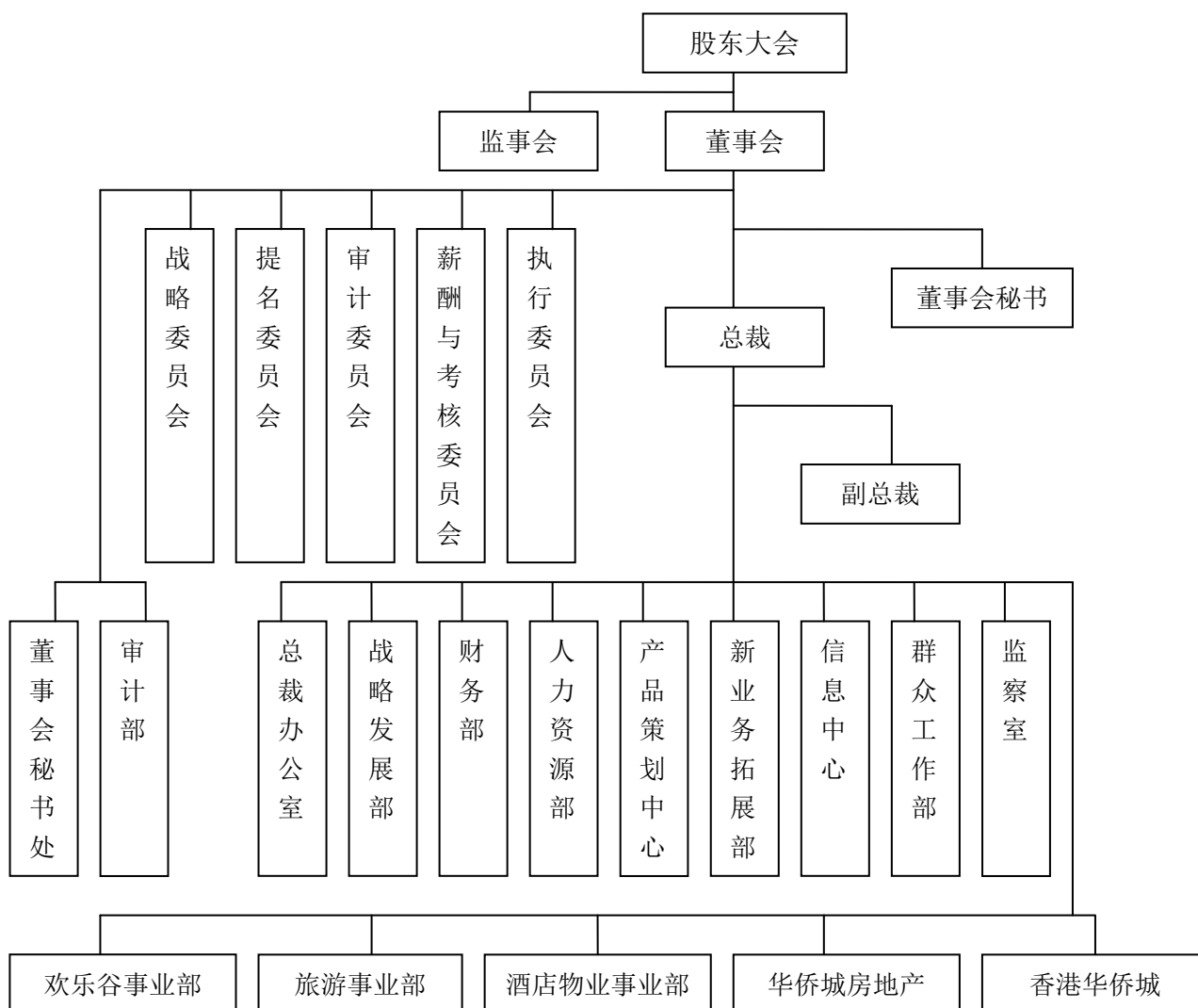
公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等法律法规的要求，在所有重大方面均建立并运行了较为有效的内部控制，并通过不断梳理和优化，形成了一套较为完善、有效、合规的内部控制体系，在保证公司正常有序经营、保护资产安全完整、保证会计信息真实准确等方面发挥了重要作用，为公司可持续发展提供了有力的保障。

### 董事、监事及高级管理人员

姓名	职务	任职状态	性别	出生年月	任期起止日期
任克雷	董事长	离任	男	1950.9	2010/1-2013/8
董亚平	副董事长	离任	男	1953.4	2010/1-2013/8
刘平春	董事长	现任	男	1955.2	2013/8 至今
郑凡	副董事长	现任	男	1955.11	2013/8 至今
侯松容	董事、总裁	现任	男	1968.7	2013/8 至今
陈剑	董事、副总裁	现任	男	1963.7	2013/8 至今
杜胜利	独立董事	现任	男	1963.8	2013/8 至今
赵留安	独立董事	现任	男	1948.3	2013/8 至今

曹远征	独立董事	现任	男	1954.6	2013/8 至今
谢家瑾	独立董事	现任	女	1947.4	2013/8 至今
谢朝华	独立董事	现任	男	1958.3	2013/8 至今
韩小京	独立董事	离任	男	1955.2	2010/1-2013/8
苏征	监事长	现任	男	1956.1	2013/8 至今
刘丹林	监事	现任	男	1967.7	2013/8 至今
郭金	监事	现任	男	1969.4	2013/8 至今
王晓雯	副总裁	现任	女	1969.6	2013/8 至今
吴斯远	副总裁	现任	男	1964.4	2013/8 至今
张立勇	副总裁	现任	男	1965.8	2013/8 至今
姚军	副总裁	现任	男	1960.1	2013/8 至今
倪征	副总裁	现任	男	1968.1	2013/8 至今
陈跃华	董事会秘书	现任	男	1963.9	2013/8 至今

总部职能架构



## 社会责任理念

### 1. 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

### 2. 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

### 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。

### 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机构或个人用户	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

### 5. 社会责任沟通

公司注重社会责任沟通工作，及时向利益相关方和社会公众披露自身履行社会责任的情况，认真听取反馈意见和建议，同时希望以身作则，带动利益相关方共同履行社会责任。目前主要的沟通渠道包括：

①**年度社会责任报告**：华侨城是较早编制并发布社会责任报告的国内企业之一，自 2008 年至今已连续七年发布了社会责任报告。报告与公司财务年报一起，通过深交所指定媒体向社会发布，同时通过其它渠道向各利益相关方提供免费赠阅。

②**社会责任网络专栏**：公司在官方网站设有社会责任专栏，刊登历年社会责任报告，以及日常履行社会责任的情况。

③**媒体宣传**：公司将新闻媒体作为对外进行社会责任沟通的重要渠道，每年围绕社会责任报告的发布和日常社会责任工作中的亮点事件进行集中宣传，有效扩大了受众面，深化了沟通效果。

④**参加社会责任相关活动：**公司积极参加各种社会责任评选活动，多次在监管机构、主流媒体举办的社会责任评奖中获得荣誉。

⑤**独具特色的沟通活动：**公司利用自身资源优势，举办各种具有鲜明特色的沟通活动。2003 年公司创办了“股东检阅日”活动，以公告形式邀请自然人股东免费游览公司旗下主题公园，使其亲身感受公司相关业务的经营状况。该活动至今已成功举办七届，活动内容得到不断丰富，取得了良好效果。

## 对股东的责任

### 1. 深化改革创新，实现股东资产保值增值

2013 年是公司整体上市三年后新的发展起点，公司认真贯彻“改革创新、稳中求进”的总基调，振奋精神、扎实苦干，克服各种不利因素，全面完成各项经营指标。

公司全年实现营业收入 281.6 亿元，同比增长 26.35%；实现归属于上市公司股东的净利润 44.1 亿元，同比增长 14.6%；期末合并资产总额达到 878.8 亿元，同比增长 20.37%。公司净资产收益率达到 20.16%，股东资产得到切实保障。

2013 年 7 月，公司母公司华侨城集团公司获评“中央企业 2012 年度经营业绩考核 A 级企业”，并凭借三年来在企业改革发展方面取得的优异成绩荣获“中央企业 2010-2012 年任期业绩优秀企业奖”，在 43 家获奖企业中位列第 25 位。

### 2. 完善公司治理结构，提高规范运作水平

公司始终坚持按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》及其它有关上市公司治理的法律法规的要求，不断完善法人治理结构、规范公司运作。

2013 年，公司结合实际情况，修订了《公司章程》、《董事会执行委员会工作规则》、《对外提供财务资助管理办法》等规章制度，进一步规范公司运作。在 2012 年底全面完成内部控制体系建设的基础上，2013 年，为进一步夯实基础管理工作，公司将内部控制工作与全面风险管理有机结合，围绕总体经营目标，充分利用风险管理体系框架，使内部控制与公司经营规模、业务范围、风险水平等相适应，提

升资源配置效率，为公司战略有效实施提供强有力支撑。

2013 年，按照国务院国资委的要求和本着对股东负责的原则，公司继续在全面预算管理、投资决策管理、科技创新管理、人力资源管理、全面风险管理、产权管理和社会责任管理等十三个重点领域扎实推进管理提升活动。为了推动管理提升活动深入基层，公司开展了诊断下基层工作，解决项目公司运营管理面临的实际问题，找准差距和改进方向，通过有效的督导，促成管理提升工作取得实效。

### **3. 履行信息披露义务，加强投资者沟通交流**

2013 年，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，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，全年累计发布公告 46 份，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，保证了公司信息披露的及时性和公平性。

2013 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 156 人次来公司实地调研，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。公司还举办了 2012 年年报交流会、2013 年半年报交流会、三季报交流会、“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。

## 对消费者的责任

### 1. 创新集聚开发模式，满足消费者多元需求

近 20 年来，公司传承和发扬人文精神，以关怀消费者内心为起点，立足文化旅游，通过持续不断的产品创新，为消费者提供优质产品组合。2013 年，公司以满足消费者日益多元化的需求为目标，继续深化集聚开发模式，探索开发新的商业模式。

2013 年 5 月，公司推出五星级精装公寓“华寓”，受到市场追捧。“华寓”是公司前海颐大厦项目（在建）的产品组成之一，前海颐大厦项目还包含一座白金五星级酒店。公司作为中国主题酒店的引领者，建造了深圳威尼斯酒店、深圳华侨城大酒店、茵特拉根酒店等一批特色鲜明的主题酒店，为了更好地实现资源共享、价值互补，公司将酒店与地产结合起来作为一个项目整体进行开发，通过前海颐大厦项目创新推出“酒店+公寓”模式，满足更广泛的市场需求。

2013 年 9 月，华侨城宁波欢乐海岸项目破土动工，该项目是迄今为止宁波地区投资规模最大的文化旅游综合项目，也是公司在一线城市之外最大的投资项目。10 月，华侨城顺德综合项目落地，该项目是公司继深圳总部之后在珠三角的首次战略布局。宁波项目和顺德项目都将以深圳欢乐海岸项目为原型，进一步丰富产品业态，突出“城市大客厅”功能，打造城市级的公共文化空间。

### 2. 主题公园再下一城，经典景区常玩常新

2013 年，公司旗下继深圳、北京、成都、上海、武汉之后的第六个欢乐谷，天津欢乐谷于 7 月 27 日盛大开园。天津欢乐谷依托 7 万平方米东丽湖区，拥有全球首个高达 70 米的圣诞塔与灵异古堡创新组合，亚洲唯一的 elloco 过山车，国内单轨最长最高的木制过山

车，国内最大的逾 10 万平米的三大恒温室内场馆组合，中国首个运用“全息幻影成像技术”的安徒生动画剧场等多项全球、亚洲和中国之最。同时，天津欢乐谷通过室内场馆的建设，打破气候限制，成为我国北方第一座真正意义的四季全天候主题公园。

2013 年，公司旗下水公园系列再添新军，上海玛雅海滩水公园于 7 月 5 日开放，云南华侨城温泉水公园于 10 月 26 日开放。另外，武汉玛雅海滩水公园的“大黄蜂”水上过山车也于 8 月 1 日登场，标志着武汉玛雅海滩水公园世界一流的游乐设备全部开放迎宾。

2013 年，各景区持续改善旅游产品品质，通过创新手段，推进新项目建设和老项目更新改造，为游客带来更丰富的娱乐与观赏体验，保持魅力长久不衰。

成都欢乐谷二期“欢乐光年”项目是成都欢乐谷扎根西南四年后的力作，以高科技、室内项目、合家欢、大容量为特色，拥有华侨城文旅科技自主研发生产的超大球幕飞行影院“飞越西部”、原创主题黑暗乘骑“熊猫侠”、3 屏 4D 全景式影院“深海探奇”三大王牌室内项目，以及 X 战车、星际飞翔、KAKA 汽车、冲浪者等世界一流的游乐项目。锦绣中华·民俗村深入研究泼水节背后的宗教文化，大量借鉴东南亚建筑中的民俗、宗教元素，投资重金改造傣寨泼水节广场。改造后的傣寨泼水节广场占地约 1.3 万平方米，由十三个单体项目组成，包括泼水广场、佛殿、观演厅、傣族民居、德昂族民居、茶廊、主题餐厅等，让游客更好地体验西双版纳的民俗风情。

在 TEA 和 AECOM 联合发布的 2012 年全球主题公园游客量报告中，华侨城各主题公园 2012 年接待游客 2335 万人次，连续第六年列居全球景区集团八强，与排名第七位的雪杉会差距进一步缩小至 24 万人次。旗下东部华侨城进入世界主题公园 25 强，深圳欢乐谷、世界之

窗、北京欢乐谷和成都欢乐谷均进入了亚太主题公园 20 强。

### 3. 开展服务提升活动，树立中国好服务品牌

2013 年，公司以“品质华侨城 中国好服务”为主题开展服务提升活动。各事业部、子公司及所属企业围绕“品质华侨城，幸福千万家”理念，以创建“标准化服务流程之上的个性化服务”为目标，提升华侨城服务品质，扩大华侨城中国好服务的品牌影响力。

公司旗下旅游事业部围绕“中国好服务”主题，开展“服务标准、服务监督、服务营销、服务激励”四大创新，联合欢乐谷事业部编制了一本《服务运营管理标准》，其中包含《洗手间管理规范》、《景区工服管理规范》、《景区工牌及工卡管理规范》、《垃圾箱及垃圾清运管理规范》等 9 大制度和规范，建立了一套“服务质量评价系统”，推出了 3 大服务新品，梳理了一套“服务激励管理制度”，联合欢乐谷事业部拍摄、制作了一本《好服务电子书》，从人性化、细节化的角度感受客户需求，改善游客体验。

公司旗下欢乐谷事业部制定并启动了“HMP”欢乐时刻优质服务提升计划；邀请日本旅游行业资深讲师，融合日本东京迪士尼和大阪环球影城的先进经验，开展服务提升专题培训；推进智慧景区建设，五地欢乐谷作为试点单位已全部实现 Wi-Fi 网络覆盖，深圳欢乐谷和上海欢乐谷旅游营销管理平台和 APP 互动应用项目也已进入系统上线准备阶段，极大丰富了各公园的游客体验。

公司旗下各酒店围绕“中国好服务”活动，邀请香港酒店业协会执行总干事、香港理工大学校董吕尚怀作了以“港深广区域酒店未来发展机遇与挑战”为题的报告，拓宽各酒店管理人员视野；举办深圳地区各酒店服务技能竞赛，提高员工服务技能；推出“酒店+旅游”组合拳，联合近 30 家酒店及多家景区推出极具性价比的旅游度假组

合产品，为宾客提供更丰富的消费选择。2013 年 9 月，华侨城大酒店凭借在质量管理和运营绩效上的突出成就，获得由国家旅游局、国家质检总局联合颁发的象征国家旅游服务企业最高标准的“全国旅游服务质量标杆单位”称号。

公司旗下物业公司积极搭建社区文化活动平台，于 11 月 16 日至 28 日举办了华侨城 2013 年社区文化节。期间推出五大系列主题活动，融合了美食、亲子、养生、摄影、表演等多种形式，为华侨城业主呈现一席社区文化饕餮盛宴，受到了广大社区业主的高度关注。《南方日报》、《南方都市报》、《深圳商报》、新浪网、搜房网等十余家新闻媒体对活动进行了宣传报道，引起了强烈的社会反响。2013 年，物业公司继续启动客户满意度调查工作，委托第三方调查公司进行业主满意度调查，指导服务提升工作。

#### 4. 节日文化深入人心，度假改变生活方式

经过多年创新积累，公司旗下各景区已经形成了贯穿全年的节庆和主题活动体系，并通过不断创新、注入新的文化内涵、引进新的操作模式有效提升景区吸引力。

2013 年，锦绣中华·民俗村继续挖掘中国传统文化，重点提升灯会、花会、庙会三会结合的“春节大庙会”、“锦绣中华赛花节”、端午节、七夕节、泼水节、“月圆锦绣”中秋节系列活动、“迷情聊斋夜”等固定活动品牌的品质和生命力，同时推出五一“武林大会”展现中华武术文化。深圳世界之窗以世界文化风情为着力点，策划推出“世界风情中国年”、五一“荷兰鲜花狂欢季”、国庆“北美狂欢节”等主题游活动，同时升级打造历时 84 天的暑期啤酒节活动，为海内外朋友奉献了一道集啤酒狂欢、文化休闲、演艺游乐于一体的文化盛宴。



2013 年，深圳欢乐谷举办了春节、狂欢节、魔术节、万圣节、圣诞新年等大型主题活动及系列应景节庆活动，其中万圣欢乐节延长至 38 天，期间近 39 万人次游客进场体验。随着万圣节被更多中国人所接受，万圣节已经走出深圳欢乐谷，相继在北京、成都、上海、武汉、天津欢乐谷举办。2013 年，各地欢乐谷共接待 120 多万人次参加万圣节夜场活动，万圣欢乐节成为国内最大的万圣节节庆连锁品牌。除了举办经典节庆活动以外，北京欢乐谷第五届国际街舞精英争霸赛参赛规模创历年之最，并加入少儿街舞、涂鸦大赛两大赛事创新；上海欢乐谷在水公园盛大开业时，同步推出以“夏浪来袭，水与我狂欢”为主题的 2013 夏浪音乐节；成都欢乐谷举办了四川省第三届攀岩锦标赛和 2013 全国青少年攀岩推广活动两大攀岩赛事，树立运动文化品牌；武汉欢乐谷联合华谊兄弟、万达、横店三家院线举办欢乐电影季活动和“康师傅冰红茶巨星见面会”，在全城形成热议话题；天津欢乐谷在恒温 30 度的“海洋之心”室内水公园内创新举办“首届冬季比基尼热浪潮趴”，给北国冬天带来夏季热潮。

东部华侨城 2013 全年在四个季度分别策划了踏春度假季、国际杂技节、秋香满城瑞士假日、冰雪圣诞童话新年四个主题，通过每一季度不同的“度假”产品，让更多人体验东部华侨城四季不同的山海风光和度假文化。泰州华侨城举办了以看会船、赏菜花为特色的春季温泉季活动、以水岸歌舞晚会为特色的第四届亲水节、以品溱湖簖蟹为特色的溱湖八鲜美食节、以泰国文化为展示核心的第四届温泉养生节等活动，让度假生活方式和理念深入人心。

## 5. 融入创新科技元素，引领智慧旅游大时代

智慧旅游是旅游业的发展趋势，华侨城作为连续多年入选全球旅游景区集团八强的唯一亚洲企业，一直引领中国乃至亚洲的文化旅游

产业发展。2013 年，华侨城继续发力智慧旅游建设，为旅游加入“智慧配方”，丰富游客旅游体验，用智慧创想优质生活。

公司旗下东部华侨城全力打造的 IMAP 智慧旅游应用于 2012 年 9 月上线，这是一款专门为度假客户提供东部华侨城景点资源的导航、导览、导游、导购等各类度假指引信息的手机 APP 应用平台。2013 年，东部华侨城在手机 APP 应用平台基础上，建设基于物联网、无线技术、定位和监控技术的智能网络，实现对包括景区地理事物、自然资源、旅游者行为、景区工作人员行迹、景区基础设施和服务设施等信息的及时感知和实时交换，为面向景区服务的大数据分析和景区管理流程优化做准备。“东部华侨城景区内部综合指挥调度平台”在 2013 年 9 月荣获了 2013 中国地理信息产业优秀工程银奖，未来东部华侨城将全面建成智慧景区，让游客的旅游过程更便捷、更舒适。

公司旗下华侨城文化旅游科技公司是以高科技文化旅游产品的创意、策划、设计、开发、研制及综合服务为核心业务的科技公司，目前已获 2 项发明专利，21 项实用新型专利授权，另外 6 项发明专利和 5 项实用新型专利已经提交申请。2013 年，华侨城文化旅游科技公司结合现有高科技文化旅游产品，综合运用移动互联网和动漫游戏开发技术，为华侨城旗下公园和淹城春秋乐园等主题景区量身定制智慧体验系统 APP。待未来该产品上线后，可以使游客体验现实和虚拟相互交错的奇妙情境，引领智慧旅游发展新方向。

## 6. 推出新创精品剧目，践行演艺输出模式

在华侨城目前已建成和在建的 14 个大型综合旅游项目中，每天大大小小演出达 200 多场次，累计接待观众已超 7600 万人次，旅游演艺规模在全国排在第一位。

作为中国旅游演艺产业的开创者和领跑者，公司一直以来通过理

念开拓、模式改革和技术创新，为消费者不断推出极具创意的文化演艺产品。2013 年，公司推出新创剧目《凤舞东方》、《国风》、《一路阳光》，以先锋戏剧《蛮力》为蓝本打造的《极·力道》也完成了前期创意设计工作。

2013 年 5 月 6 日，大型音乐舞蹈史诗《凤舞东方》首场国内正式演出登陆世界之窗，获得广大游客一致好评。2012 年以来，《凤舞东方》受国家文化部选派，赴欧洲、澳洲多个国家巡演获得成功，所到之处，鲜明的东方韵味和活力四射的现代气息掀起了阵阵中国文化热潮，将悠远深邃的中国文化播撒到世界各地。

2013 年 5 月 17 日，大型多媒体音舞诗画《国风》走进了第九届中国（深圳）国际文化产业博览交易会。《国风》以中国古代四大艺术——琴、棋、书、画为底蕴，以经典人物、历史事件、神话故事为主线，融合了舞蹈、魔术、武术、戏曲等多种表现元素。《国风》强调多媒体影像与舞台表演艺术的结合，创造多重视觉空间，让观众在全新的多媒体舞台演绎中感受古典文化的魅力。

2013 年 9 月 28 日，世界之窗的大型当代都市系列舞台游记《一路阳光》登场。《一路阳光》是一部回归旅游的演艺作品，在剧目中，一群世界五大洲的时尚青年从世界之窗出发去环游世界，将世界旅游风情尽收眼底，一路行走一路感受，并通过多种艺术语言将感受传达给观众。

2013 年 11 月，公司联合百老汇团队完成了《极·力道》项目前期所有的创意设计工作。《极·力道》以《蛮力》为蓝本，集舞蹈、戏剧、音乐和舞台技术为一体，综合运用原表演的舞台手段，表现人在地面、空中和水底不同空间情境下的不同行为，强调感官效果和情绪传达，强调观众与表演的融合。《极·力道》与以往华侨城演艺剧

目风格截然不同，在内容和表现形式上都实现了很大突破。

近年来，公司积极探求演艺“走出去”，希望通过产业化运作实现演艺输出，将华侨城文化演艺项目和背后蕴含的文化带到全国和全世界。2013 年 6 月，一场名为《锦绣神州》的大型音舞诗画演艺作品亮相锦州世界园林博览会，获得巨大成功。公司通过《锦绣神州》项目实现华侨城演艺输出的突破性进展，确立了具备演艺资源整合能力的总承包商定位。

## **7. 强化供应链管理规范，从源头狠抓产品质量**

公司旗下华力系纸包装企业历来重视产品质量管理，除了继续加强内部管理以外，还不断尝试改善供应链管理现状，促进上下游企业共同实现环境友好型企业的目标，履行“实现绿色包装”的社会承诺。

2013 年，华力系企业继续推行企业内部质量管理提升，进一步完善产品品质内部控制体系，事前加强纸板超单生产统计与监督，事中加强过程监督，提高过程控制人员的质量判定技能，事后加强宣教讲解，加大废品再利用力度。通过品质管理的不断加强，废次品率总体下降 8%。

2013 年，华力系企业从源头狠抓产品质量，完善统一采购制度，加强与供应商之间的定期沟通机制，建立供应商分类管理制度，淘汰不合格供应商，推动供应链上下游企业共同履行产品质量管理规范。

### **案例：华·生活馆：打理你生活的方方面面**

华·生活馆是公司旗下资产管理有限公司精心打造的华侨城社区商业中心，建筑面积约 23000 平方米，致力为 7.8 万侨城居民提供贴心生活服务。华·生活馆位于华侨城深圳本部中心位置，紧靠生态广场，自然环境优美，让人呼吸新鲜空气、乐享自然慢生活。

华·生活馆的建筑设计以丰富消费者感官体验为导向，外观设计

以“生态、环保、绿色、生活”为理念核心，以生态广场优美的环境为设计主题，将“树”的形态抽象简化为设计元素，凸显生活馆的生态理念；内部设计以欧洲风情街市概念为主题，将生态、时尚、艺术三者巧妙融合，将购物与游玩体验紧密结合，让人迷失在异国风情小街中。

2013 年 8 月，华·生活馆升级改造工程项目正式动工，截至 2013 年 12 月，华·生活馆升级改造已接近完成，华丽揭幕指日可待。在改造工程进行的同时，华·生活馆招商工作也同步进行。秉持对侨城居民负责的工作态度和“公平、公开、公正”的工作原则，资产管理公司成立招商联合工作组，积极开展招商工作，考察意向商家近百家，综合测评每个商户，力求每家进驻商户都完美契合侨城居民需求。

华·生活馆集餐饮美食、生活家居、时尚精品、美容美发等生活需求于一体，时尚、休闲应有尽有。华·生活馆在准确定位、展现侨城商业文化精髓的同时，营造出符合侨城发展、居民需求的商业氛围，成为华侨城商业文化、休闲娱乐的新地标。

## 对员工的责任

### 1. 提供均等就业机会，形成多元员工结构

公司在做大做强的过程中，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，在员工招聘中始终坚持男女平等、民族平等、一视同仁的原则。

2013 年，公司及各所属企业新招聘员工 8942 人，其中女性 3664 人（占比 41%），应届毕业生 805 人（占比 9%）。截至 2013 年底，公司及所属企业员工共计 22047 人，其中女性 8756 人（占比 39.7%）。

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各民族同胞，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 1758 名，占员工总数的 8%，其中 2013 年新招聘少数民族员工 333 人，占当年新招聘员工的 3.7%。

### 2. 推动基层员工收入增长，健全民主管理渠道

2013 年，公司按照国资委统一部署，深入贯彻落实群众路线教育实践活动，密切联系基层，为职工群众办实事。公司制定了《推动基层员工收入增长 促进企业持续稳定发展指导纲要》，明确推动基层员工收入增长的重要意义和指导思想，提出了提高最低工资标准、完善工资增长机制、完善职业发展通道等 9 条具体措施，同时对具体实施的保障机制、责任分工和时间安排提出了明确意见。公司所属各单位将在《指导纲要》的基础上，制定具体方案和措施，切实提高基层及骨干员工的收入水平，激发广大员工工作的积极性和主动性，为企业发展注入活力。

2013 年，公司及所属企业积极健全现代企业制度，始终坚持以

职工代表大会作为基本形式的企业民主管理、民主参与和民主监督制度，保证广大员工对企业的知情权、参与权、选择权和监督权的享有和行使。公司各基层工会结合本企业实际，通过发放职工提案表、举办“总经理会客室”、“总经理博客”、总经理信箱、设立企务公开栏等方式丰富和扩大员工参与民主管理的内容和渠道，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情况等信息公开的时效，促进企业决策的民主化、规范化和科学化。公司已成立基层工会组织 47 个，其中独立法人基层工会 41 个、非独立法人基层工会 3 个、分会 3 个，建会率 100%。

### **3. 深化人才培养机制，完善知识管理体系**

2013 年，公司进一步完善人才选拔机制，促进关键人才职业发展，颁布了《深圳华侨城股份有限公司干部公开竞聘管理规定》和《深圳华侨城股份有限公司人才内部招聘管理规定》。

公司培训工作以持续深化“航”系列培训项目为方向，以完善体系、创新方式为重点，推进各项培训工作有序展开，全年共培训超过 19 万人次。2013 年 11 月，《“航”系列人才成长体系建设》成果荣获第二十三届广东省企业管理现代化创新成果一等奖。

2013 年，公司哈佛商学院在线课程学习项目上线，线上学习被纳入“航”系列等重点培训项目的课程体系。公司继续推进内部知识沉淀和传承，充分利用多媒体和计算机网络技术，将公司内部课程转化为 20 多门电子化课件，将隐性知识显性化，扩大知识受众，丰富知识管理体系。

### **4. 建设企业文化体系，改善员工工作生活品质**

2013 年，公司将企业文化体系建设作为年度重点工作全力推进。公司在对内外部企业充分调研的基础上，在结构和内容上充分融合了

国际通用的企业文化理论体系和国资委的相关文件要求，完成了《华侨城企业文化体系大纲（2013 讨论稿）》。公司下属各企业在学习核心价值观的同时，也实现了自身企业文化的创新发展。比如，公司旗下酒店物业事业部推动自身企业文化与国际酒店管理公司文化相融合，欢乐谷事业部编制《欢乐谷企业文化手册》助力欢乐文化深入人心。

2013 年，公司继续做好迎新、华侨城春晚、龙舟赛、文化旅游节、游泳赛、篮球赛等深受员工喜爱的企文活动。各基层工会开展了旨在提高员工生活质量、改善员工工作环境、愉悦员工身心的相关企业文化活动。比如，成立员工生活委员会，解决了员工交通难、住宿难、用餐难、看病难、业余生活难问题；在员工食堂推行每日一款“爱心菜”；开设“工会微博”，强化员工交流平台；开展“星级职工之家”创建、评比活动；成立“职工心理咨询中心”，引导员工与企业同成长等。

针对生活困难员工，公司建立健全员工帮扶救助机制，进一步完善困难职工档案，充分利用困难职工信息管理系统，协调有关部门解决他们的实际困难。为帮助经济困难员工子女解决入学难问题，2013 年，公司成功申报 28 名职工子女参加“金秋助学”活动，共申请助学款项约 68000 元。公司在重大节日继续做好为困难职工“送温暖”工作，2013 年，成功申报 82 名困难职工参加深圳市总工会“送温暖”活动，申请慰问金 20.5 万元，帮助困难职工过上欢乐祥和的节日。

### **案例：华侨城之“航”体系扬帆出海**

2013 年 11 月，华侨城的《“航”系列人才成长体系建设》管理成果，荣获“第二十三届广东省企业管理现代化创新成果”一等奖。“航”体系以三级岗位人才培养体系为基础，以公司层面关键人才和



高潜人才为主要培养对象，旨在加速公司关键人才和高潜人才成长。

“航”体系分为“启航”、“新航程”、“护航”、“远航”和“领航”五个系列。“启航”计划是针对应届毕业生的入职培训，加强毕业生的职业适应性教育；“新航程”计划是针对当年度从社会招聘的骨干员工的入职培训，激发新加盟者对华侨城文化的理解与认同；“护航”计划是公司与各业务板块共同打造的培训项目，旨在充分发挥业务板块的专业化作用，加速青年干部成长；“远航”计划是针对干部晋升的适应性培训，增强新任干部的带队伍能力；“领航”计划针对各单位党政主要领导干部，目标是塑造企业卓越领导人才。

“航”培训自 2009 年实施以来，不断创新培训理念及实施模式，逐步摸索出独具华侨城特色的人才培养体系。经过四年的实施，“航”培训的针对性日渐清晰，培训范围不断扩大，课程体系不断完善，培训手段逐步丰富，培养效果日益彰显。

## 环境责任

### 1. 尊重自然保护自然，营造绿色生态环境

2013 年，公司在旗下项目建设过程中，继续坚持“生态环保大于天”的生态环保理念，秉持“在花园中建城市”的开发理念，打造环境优美、功能完善的生态人文景区、社区。

7 月开放的上海玛雅海滩水公园位于风景优美的佘山国家旅游度假区，全园共采用 26 套使用臭氧消毒的集环保节能为一体的独立水处理系统，对园内约 21000 立方米的水体每隔 4 至 6 小时循环消毒净化一次，杜绝水体污染。

成都华侨城实现对府河上游长达 3.3 公里河道的彻底清理和改造，对府河华侨城段进行环境美化，打造府河景观带，同时完成纯水岸水系改造工程，其中包括大湖水处理、纯水岸水系大循环改造、208 水景改造三大项，大大改善了成都华侨城整体水环境。

占地 1.83 平方公里，历时 10 年打造的浦江华侨城，整体容积率仅为 0.72，而红线内城区绿化率却高达 40%以上。为了完善城区环境，提升公共景观品质，公司主动承担了城区红线外数十万平米的市政景观工程，系统性地将浦江华侨城打造成为花园社区。

### 2. 提高环境友好性，实践绿色建筑理念

2013 年，公司所属企业从建筑群总体规划设计、建筑物单体设计、可再生能源应用、施工过程环境友好性等方面继续践行“绿色建筑”理念。

在建筑群总体规划设计中，注重建筑与地貌、植被、水土、风向、日照及气候等外部环境的关系。公司本部社区总平面布局充分利用夏

季主导风向来设计建筑物分布和朝向，在满足日照间距的前提下，尽量拉大建筑间距，保证建筑群室内外空间气流顺畅，降低空调使用率。

在建筑物单体设计中则通过构造、材料等技术手段创造舒适的室内环境，尽量实现南北通透、自然采光，减少能耗和排放。深圳前海华侨城 JW 万豪酒店及华寓项目在设计过程中聘请必维国际检验集团作为 LEED（美国能源与环境设计先锋奖）认证及节能顾问，在设计中就提供项目营运过程中可能产生的三废问题的解决方案，并且采用大量节能环保技术，力求获得酒店 LEED-NC 金级认证、公寓 LEED-CS 金级认证。2013 年，华寓已经成为深圳首个国际 LEED 金级认证绿色环保建筑。

在施工过程中，力求最大限度提高环境友好性。公司本部社区在施工过程中加强泥头车安全管理，严格规范泥头车行走路径。前海华侨城项目通过场地硬化、局部绿化等多种有效措施防止施工场地水土流失，同时加强施工环境卫生管理，提升施工现场空气质量。西安华侨城在施工过程中用大网覆盖整个项目工地，有效降低了工地扬尘，2013 年 7 月，获得了由陕西省建筑业协会授予的“2013 年度陕西省建筑业绿色施工示范工程”称号。

### 3. 关注日常运营细节，履行节能减排承诺

2013 年，公司继续积极贯彻国家“十二五”节能减排号召，从日常运营细节入手，加大环保投入，通过新技术应用、资源综合利用等方式，切实履行节能减排承诺。

深圳世界之窗将前广场玻璃金字塔的灯光由原来的 400 瓦投光灯全部改为 LED 点光源灯，将环球舞台的部分灯具换成 LED 灯，在效果更加美观的同时达到节能目的；利用景区地势，对雨水管道进行优化改造，将景区二次用水和雨水收集到各区水池，供园林绿化使用。

锦绣中华·民俗村将停车场、洗手间灯具更换为 LED 灯，对空调等使用变频节能装置，月节约用电约 14000 度；加强供水管路检修，有效杜绝水资源浪费。

东部华侨城加强供水设备和管网的巡查维护，及时修复跑、冒、滴、漏的供水管道，对景区整个区域进行统一的供水调度管理，2013 年，供水量下降至 180 万吨左右，年节水 160 万吨；优化供电系统运行方式，停用部分变压器、调整报装容量，2013 年，景区变压器的报装容量已从原 8 万 KVA 下降至 4.9 万 KVA。

深圳欢乐谷在园内项目施工选材时充分考虑材料的循环使用性，提高可循环使用材料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。北京欢乐谷将剧院室外景观灯、舞台工作灯、园区景观射灯改为 LED 灯，完成泡泡球馆空压机变频器节能改造项目，使空压机节能 35%。成都欢乐谷积极推广节水型设备和器具，在办公区及园区全部使用免冲洗防臭环保型小便器，年节水 8000 多吨；对空调和环境灯光实行集中统一控制，根据天气情况和区域运行模式，调整运行时间。武汉欢乐谷在景区内对卫生间器具冲水时间严格控制，在满足游客使用的前提下，杜绝浪费；严格按“雨污分流”、“污废合流”的原则排放污水及雨水。天津欢乐谷根据不同气温下的热量需求，通过调节耐热潜水泵的变频器工作频率，动态调节用电量。

公司各酒店连续 6 年积极参与“地球一小时”环保活动，加强节能减排监督，对部分耗能设备进行节能改造，推行节能减排责任落实制。在各酒店办公区域，随处可见环保小贴士，所有灯管都换成了节能灯，双面打印的环保纸成为风尚。各酒店运用先进方法在节能、废物利用以及社区环保承诺上达到最佳效果，并倡导客人理解支持环保

低碳，共同参与绿色酒店建设。各酒店推出了“光盘行动”，在酒店餐厅及员工餐厅中推行，杜绝食物浪费。

### **案例：华侨城湿地保护工作**

华侨城湿地位于欢乐海岸项目北地块，占地面积约 68.5 万平方米，拥有近 4 万平方米红树林群落和 100 多种珍稀鸟类，是中国唯一地处现代化大都市腹地的滨海红树林湿地。2007 年，深圳市政府委托华侨城管理深圳湾内湖（华侨城湿地前身），经过近 6 年时间的修复、保护和提升，华侨城湿地已经成为市民亲近自然、接受生态科普教育的自然生态湿地保护区。

2013 年，在坚持持续性提升湿地生态环境、不过度干扰湿地生态系统稳定的前提下，欢乐海岸增加华侨城湿地的开放天数和每天接待人数，同时开放网上预约服务。深圳市义工联环保组以“深圳市义工生态实践教育基地”为依托，在华侨城湿地内长期服务，为前来体验的访客宣传环境保护意识、普及专业环保知识。截至 2013 年底，华侨城湿地共接待 2 万余名访客体验湿地生态。

2013 年，华侨城湿地继续丰富环境教育内涵，深化与各教育机构及学校的合作，定期开展学生团体生态课堂活动。先后与深圳市义工联学生服务组、深圳证券交易所、华侨城小学、央校南山分校、南山外国语学校等机构与学校合作，推广生态课堂。2013 年 6 月，深圳市人居环境委员会授予华侨城湿地“深圳市环境教育基地”称号。2013 年 11 月，国家海洋局宣教中心授予欢乐海岸“全国海洋意识教育基地”称号。

### **案例：云南华侨城电厂能源综合利用系统**

云南华侨城项目毗邻一个总装机容量达 1000 兆瓦的火力发电厂，云南华侨城创造性地对电厂能源进行综合利用，利用电厂废热、

冷却水和直供电对云南华侨城项目进行供热、供水、供电，打造一个真正的循环经济示范区。

利用电厂冷却水废热对云南华侨城主要项目进行集中供热。电厂 4 台燃煤发电机组中的 2 台通过从阳宗海抽水进行一次循环冷却，冷却完成后水温可达 36℃至 37℃，单台机组流量达到 10000 立方米/小时的冷却水被直接排入阳宗海，大量余热资源被白白浪费。云南华侨城采用溴化锂蒸汽吸收式热泵吸收电厂冷却水余热，然后通过管网将热媒水输送到项目。与常规自建燃气锅炉供热相比，集中供热系统每年可节约能源 7138 吨标准煤，减排二氧化碳约 3500 吨/年。

利用电厂 1#、2#机组冷却水作为云南华侨城景观和喷灌用水。云南华侨城将电厂冷却水通过重力流方式注入人工湖中，经充分冷却后可用于项目绿植喷灌，既大幅减少阳宗海的热污染，又减少项目从阳宗海取水的成本。

利用电厂直供电进一步降低能源损耗和能源成本。云南华侨城将 28000KW 热泵余热回收站修建在阳宗海发电厂内，使得余热回收站可以直接使用电厂厂用电，一方面降低了电网用电的能源消耗，另一方面使得用电成本大幅降低。云南华侨城毗邻电厂的区域同样实现直接使用电厂厂供电，在降低能源输送损耗的同时，每年可节约电费 500 万元。

2013 年 10 月，云南华侨城温泉水公园正式亮相。温泉水公园通过电厂烟道余热、蒸汽余热利用以及水源热泵技术充分回收利用电厂余热，用于温泉水保温、酒店空调制冷等，大幅降低公园能耗，使温泉水公园成为一个接近零排放的低碳公园。

## 公共责任

### 1. 保护传承历史文脉，助力城市复兴

建筑是历史文脉的载体，二十多年来，华侨城不仅为城市生活提供了优质产品和服务，更充分发挥自身对文化的秉承与坚持，通过对历史建筑的保护与修缮，为城市营造连续性的历史空间，保护和传承历史文脉。

公司苏河湾项目所在的苏河湾区域曾经是上海最重要的“黄金湾”，创造了无数民族工商业的奇迹，时至今日，这里仍然保留着以上海总商会、怡和打包厂为代表的众多历史建筑和银行仓库群。

上海总商会修建于 1913 年，由英国通和洋行设计建造，是当时全中国商业首脑机构驻地，是中国近现代史的缩影。上海总商会作为旧上海最有影响力的贸易组织机构，经历过辛亥革命、五卅运动，并两次代表中国参加世界博览会。怡和打包厂位于苏河湾 41 街坊，始建于上世纪初，是成立于 1832 年的著名英资洋行——怡和洋行旗下的怡和纺丝局的子公司。

苏河湾项目尊重历史传承文脉，对区域内诸多历史建筑进行改造和修缮，使得历史建筑与新建建筑遥相呼应，实现城市复兴。苏河湾项目通过仔细研究早期历史资料，以现存的一些老照片为蓝本，采用立面修缮、更新平面功能、加固建筑结构等方式重现这些历史建筑的昔日风采。2012 年，怡和打包厂被整修和改造完毕，现已全面对外开放，为公众展示苏河湾区域的未来规划。上海总商会等在内的其它历史建筑也正经由世界级设计大师之手得以“重生”。

### 2. 策划举办文化展览，推动当代艺术发展

文化部提出“十二五”期间“将美术馆建设纳入国家文化建设战

略体系的重要行列”，计划在 2020 年前实现每 25 万人一座博物馆或美术馆的目标。华侨城致力于推动当代艺术事业的繁荣发展，建立健全当代艺术发展生态，目前旗下拥有和管理国家级美术馆何香凝美术馆、OCAT 艺术馆群和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。

2012 年 5 月，华侨城 OCAT 艺术馆群计划正式对外发布，将以深圳总馆作为轴心，在北京、上海、西安、武汉等重点城市全面推出，形成布局全国的纯公益艺术馆群网络。

2013 年，深圳总馆成功举办了《惯例下的狂欢——以深圳 OCT 当代艺术中心为案例》、《捕捉——以 OCAT 出版为主体的思考》、《关于某物的报告》、《万物有灵》等展览。上海馆举办了《不在此时——杨振中作品展》、《第？代》青年艺术家作品展等大型展览。11 月，以具有深厚历史底蕴的西安为背景，以当代绘画与装置艺术为定位的华侨城 OCAT 西安馆开馆，王冬龄、邱振中、徐冰三位艺术大师的书法展览也于开馆当日举办。截至 2013 年底，深圳总馆、上海馆和西安馆已正式开馆，全年共接待参观超过 14 万人次。

此外，2013 年 11 月 10 日，武汉华侨城生态艺术公园开园，武汉华侨城与湖北美术馆联合举办的“筑梦时间——东湖 2013 全国青年雕塑家邀请赛优秀作品展”在开园当日正式对外展出。2013 年 12 月 22 日，第七届“浦江华侨城十年公共艺术计划”暨“重要的不是合同·徐震艺术展”盛大开幕，展览呈现了富于幽默感的视觉逻辑，力图构成公众阅读与艺术本身间的一种新型观看方式。

### 3. 关注弱势儿童群体，组织游园关爱活动

2013 年，公司持续关注灾区、贫困地区和留守儿童等弱势儿童群体，举办多种形式的关爱活动，帮助儿童成长，让弱势儿童群体感



受到来自全社会的温暖。

2013 年儿童节期间，锦绣中华·民俗村邀请深圳布吉元平特殊学校的学生一起欢度“六一”，带领这个特殊的儿童群体见识各民族文化和各大名胜古迹，让他们在节日里感受到更多温暖；东部华侨城联合广东省妇联主办“广东爱心父母大联盟”亲子活动，20 名特困儿童在“爱心父母”志愿者的带领下共同游玩了东部华侨城大侠谷，欣赏生态峡谷的优美风景，度过温馨快乐的儿童节。8 月，深圳世界之窗举办“川深两地‘青’，快乐大本营”活动，来自四川雅安灾区宝兴县海南高级中学、灵官中学两所学校和来深建设者子女兴致勃勃地环游“世界”，放松心情。12 月，泰州华侨城走进姜堰区残疾人康复中心，向在这里进行康复训练的 53 名残疾儿童分发价值 5000 多元的学具、食品和玩具。

2013 年春节期间，武汉欢乐谷联合湖北经济电视台《经视直播》举办“进城务工人员子女畅游欢乐谷”活动。4 月，上海欢乐谷联合云峰集团、新浪及自闭症康复院共同举办主题为“点亮星光，云峰绽放”的关爱儿童公益活动，邀请 10 名来自华东师范大学附属卢湾辅读实验学校的特殊儿童到欢乐谷游玩。5 月，北京欢乐谷在中国第 23 个助残日携手“晨光脑瘫儿童康复中心”、绿梦公益开展了“与爱同行 让梦成真”活动，16 名脑瘫儿童在 7 名老师和 23 名绿梦公益志愿者的陪同下参与了木马、小火车等游乐项目。7-8 月狂欢节期间，深圳欢乐谷与深圳电视台、深圳商报等主流媒体合作举办公益活动，邀请 800 余名留守儿童及家长体验了欢乐谷狂欢节。12 月，成都欢乐谷邀请汶川地震受灾残疾儿童游玩欢乐谷。

2013 年 3 月，华侨城酒店“为爱飞奔”暨深圳市自闭症研究会“2013 关爱自闭症周启动仪式”在深圳湾公园举行，共募集善款 22

万余元，让更多人关注、了解自闭症儿童。5 月，酒店物业事业部主办“幸福侨城，有爱同行”活动，30 位员工代表前往英德市望埠二小希望小学，为这里的留守儿童和贫困学生带来了善款、书籍和生活用品。12 月，华侨城酒店积极参与“为爱奔跑·壹基金 2013 深圳(盐田)山地马拉松赛”活动，共计为灾区儿童筹集 2 万余元善款，帮助他们温暖过冬。

2013 年 2 月，三地麦鲁小城开展“小市民·微公益”活动，活动内容包括“壹基金小小志愿者职业体验”、“义卖图书”、“慈善竞拍”等。本次活动持续两个月，获得游客的广泛参与，并将所筹善款全数捐给壹基金“壹乐园”项目。三地麦鲁小城不定期开展儿童关爱活动，邀请自闭症儿童、留守儿童游玩麦鲁小城，陪伴小朋友快乐成长，帮助小朋友认识社会、融入社会。

2013 年，公司旗下景区一如既往开展针对老人、外来劳务工、残疾人、军人及家属等特殊群体的优惠游园活动。截至 2013 年底，参加公司景区关爱特殊群体优惠游园活动的人数超过 117 万人次。

2013 年 9 月，在第二届中国公益慈善项目交流展示会上，公司以“创想·爱·公益”为主题，围绕着“优质生活创想家”的理念，重点展示了华侨城在公共文化艺术和生态环保方面的公益善举及成就。

## 安全责任

### 1. 扎实开展日常工作，全面建立应急体系

2013 年，公司和所属单位对安全生产机构进行了调整完善，进一步落实以企业经营班子“一岗双责”为核心的责任体系，与各层级企业签订安全管理责任书 2600 多份，与员工签订岗位安全承诺书 21000 多份，全面落实安全责任。同时，公司还坚持召开安委办工作例会、落实安全月报制度、加强对企业的日常沟通与协调、强化对新项目的安全督导、配合相关部门完成涉及安全事项有关工作等，为各项生产经营工作提供了充分的安全保障。

应急管理工作始终是公司安全管理的重中之重，公司根据国家应急预案编制导则的规定，积极推进各级企业的预案编制和应急体系建设工作。公司及各所属企业先后启动了建设应急管理体系的系统工程，经过近两年的努力，公司和各级企业均已形成以综合预案、专项预案和现场处置方案为主体的三层应急预案体系。截至 2013 年底，所有应急预案评审备案工作已全部完成。至此，公司及各企业已经形成了上下联动、科学完备的应急预案体系，公司整体应急管理水得到显著提升。

### 2. 推进安全标准化创建，开展安全绩效考核

2013 年，公司安全生产标准化创建工作进入达标评级阶段。香港华侨城旗下惠州华力、安徽华力，以及成都华侨城等单位完成二级评定，酒店物业事业部各单位已签订了二级评定的技术咨询合同，其他单位创建评级工作也正在积极落实中。

2013 年，公司安全生产绩效考核获得实质性突破。公司及各业务主管单位首次实施安全生产年度绩效考核，完成了对所属单位 2012

年度工作的考核。通过将安全工作纳入经营班子的业绩考核中，充分调动了各单位安全管理的积极性和主动性，发现了企业在安全管理上的成功经验和薄弱环节，促进了企业之间的相互学习与交流。

### 3. 强化安全隐患排查，提供安全保障支持

2013 年，公司进一步强化隐患排查治理工作。除按惯例抓好节日和安全生产月大检查之外，还先后组织了食品卫生、燃气、特种设备、汛期、冬季防火、城区公共设施等专项安全检查，开展了夏季大检查 and 年末岁初百日大检查。一年来，公司企业共组织检查近 2200 次，查出并整改隐患 12800 余处，有效地消除了安全风险。

公司先后对天津华侨城开业暨文化旅游节开幕庆典、云南华侨城温泉水公园开业庆典、文博会、龙舟赛、游泳赛、篮球赛等大型活动提供了必要的安全保障支持。在每项活动前，公司安委办都提前确定安全保障机构，同时制定详尽有效的安保方案应急预案，并深入活动现场反复检查排除安全隐患；在活动中，及时组织必要的安全保卫应急力量，科学布防，合理疏导，沉着指挥，冷静应对，有效确保了各项大型活动的安全举办。

### 4. 创新开展宣教方式，提升全员安全意识

2013 年，公司全方位开展安全宣教培训工作。公司及各企业以安全生产月、“6.28”安全警示日和“11.9”消防日等活动为契机，组织开展了“侨安杯”安全知识竞赛、安全文化宣传展示周、安全咨询日、事故警示教育、安全专项培训、应急演练周等一系列活动，促进全员安全意识提升。

公司创新安全宣教活动形式，首次对各单位开展的安全活动组织互相观摩并引入了考评机制，促进了相互学习与经验交流。公司会同集团安委办共同建立了“平安华侨城”微信公众平台、短信服务平台，

积极利用信息化手段开展安全工作，切实提升安全管理信息化水平和工作效率。

## 未来展望

2014 年，公司将继续坚持履行“优质生活创想家”的使命，更加坚定地将社会责任履行和公司发展战略相融合，实现与利益相关方的合作共赢。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，保持业绩稳定增长，保障股东权益。**公司将在激烈的市场竞争中继续扎实苦干，保证完成各项经营指标，同时不断深化改革创新，从创新中要效益，切实保障股东权益。

**第二，进一步将互联网思维和产品创新相融合，满足消费者需求。**未来公司将继续高举文化旅游大旗，将以互联网为代表的新思维新技术融合到产品创新当中，不断满足消费者多层次的需求。

**第三，以人为本，为员工发展搭建平台。**人才一直都是公司发展的动力来源，未来将继续为员工发展搭建平台，为公司发展注入活力，实现员工与公司共同成长。

**第四，始终将安全工作放在首位。**安全是公司对社会最基本的责任，也是最重大的责任，未来公司及各下属企业将时刻绷紧安全这根弦，确保安全工作万无一失。

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，公司荣获中南大学中国文化产业品牌研究中心联合光明日报等单位评选的“中国文化品牌价值排行榜”第八位。
- 5 月，公司入选中国上市公司市值管理研究中心和清华大学中国金融研究中心主办评选的“2013 中国上市公司资本品牌价值百强”。
- 6 月，公司入选《中国证券报》主办评选的“2012 年度上市公司金牛奖百强综合榜”。
- 7 月，公司母公司华侨城集团公司荣获国务院国资委颁发的“中央企业 2012 年度经营业绩考核 A 级企业”和“中央企业 2010—2012 年任期业绩优秀企业奖”。
- 8 月，公司母公司华侨城集团在“中国管理·全球论坛”上获得中国管理模式杰出奖理事会颁发的“第六届中国管理模式杰出奖理事长奖”。
- 8 月，公司入选中国企业联合会评定的“2013 中国企业 500 强”、“2013 中国服务业企业 500 强”、“2013 中国 100 大跨国公司”和“2013 中国企业效益 200 佳”。

### 旅游开发和景区服务

- 1 月，东部华侨城获得深圳市劳动关系协调委员会颁发的“深圳市和谐劳动关系先进企业”称号。
- 2 月，东部华侨城、深圳世界之窗同时获得深圳市发展和改革委员会颁发的“2011-2012 年深圳市文化创意产业百强”。
- 3 月，锦绣中华·民俗村获得广东安全生产监督管理局颁发的“广

东省安全文化建设示范企业”称号。

- 3 月，深圳欢乐谷和北京欢乐谷同时荣获中国游艺机游乐园协会评选的“2012 年（度）中国优秀游乐园”称号。
- 3 月，成都欢乐谷《天府蜀韵》荣获由中共成都市委宣传部颁发的成都市第八届精神文明建设“五个一工程”优秀作品。
- 3 月，东部华侨城获得深圳市发展和改革委员会颁发的“2012 年深圳市优秀新兴业态文化创意企业”称号。
- 4 月，武汉欢乐谷被武汉市政府授予“武汉市和谐企业”称号。
- 6 月，华侨城湿地获得深圳市政府建设绿色家园活动指导委员会授予的“深圳市环境教育基地”称号。
- 7 月，深圳世界之窗获得深圳市“2012 年度南山区落实安全生产主体责任先进企业”称号。
- 7 月，武汉玛雅海滩水公园当选由《武汉晚报》评选的“2013 年最受欢迎水上乐园”称号。
- 7 月，上海欢乐谷荣获上海市总工会“上海市大学生社会实践基地”称号。
- 8 月，深圳世界之窗获得海外华文传媒合作组织评选的“海外华人最喜爱的广东城市风貌景区”。
- 8 月，深圳世界之窗获得《南方都市报》等媒体评选的“2013 广东人最喜爱的十大省内旅游目的地”。
- 9 月，天津欢乐谷荣获 2013 年中国旅游产业博览会“最佳展台奖”。
- 9 月，东部华侨城荣获中国地理信息产业协会颁发的“中国地理信



息产业优秀工程银奖”。

- 9 月,天津欢乐谷在由《天津日报》、天津旅游集团联合主办的“2013 品质旅游金榜”评选活动中荣获“天津市游客最满意旅游品牌”特别大奖。
- 9 月,北京欢乐谷在中华人民共和国人力资源和社会保障部、国务院国有资产监督管理委员会举办的“2013 年中央企业先进集体和劳动模范评选活动”中荣获“中央企业先进集体”称号。
- 10 月,成都欢乐谷荣获由同程网评选的“2013 年度最受网民好评的旅游景区”、和“2013 年度最受网民欢迎的主题乐园”。
- 10 月,成都欢乐谷《天府蜀韵》荣获由四川省文化厅、四川省旅游局联合颁发的“游客最喜爱旅游演出剧目”称号。
- 11 月,欢乐海岸获得国家海洋局宣传教育中心授予的“全国海洋意识教育基地”称号。
- 11 月,武汉欢乐谷获得由湖北省旅游景区质量等级评定委员会颁发的“省级大型旅游娱乐场所”称号。
- 11 月,天津欢乐谷荣获由同程网评选的“2013 年度最受网民欢迎的主题乐园”。
- 12 月,泰州华侨城荣获由同程网评选的“2013 年度最受网民欢迎的温泉景区”。
- 12 月,泰州华侨城云海温泉获得驴妈妈旅游网评选的“最佳温泉”。
- 12 月,武汉欢乐谷荣获中国城市第一媒体旅游联盟评选的“年度湖北最受欢迎十大景区”。

## 房地产开发和社区服务

- 1 月，武汉华侨城获得由《中国建设报》和《湖北日报》联合评选的首届湖北地产“金邸奖”。
- 3 月，华侨城（上海）置地有限公司荣获上海市“诚信创建企业”称号。
- 3 月，武汉华侨城纯水岸·东湖项目获得《武汉晚报》评选的“2013 年度消费者值得信赖楼盘”。
- 3 月，西安华侨城荣获西安建筑业协会授予的“西安市绿色施工示范工程”称号。
- 4 月，华侨城（上海）置地有限公司行政人力资源部获得上海闸北区总工会颁发的“工人先锋号”称号。
- 4 月，华侨城物业华侨城社区文化节获得第十届深圳关爱行动“百佳市民满意项目”。
- 7 月，西安华侨城荣获陕西省建筑业协会授予的“2013 年度陕西省建筑业绿色施工示范工程”，以及西安市城乡建设委员会授予的“西安市建设工程文明工地”称号。
- 8 月，上海万锦置业发展有限公司合利坊 4#楼荣获上海市建设工程“白玉兰”奖（市优质工程）。
- 8 月，华侨城（上海）置地有限公司荣获由闸北区人民政府颁发的文明单位称号。
- 9 月，招商华侨城曦城荣获住房和城乡建设部颁发的《二星级绿色建筑标识证书》。

- 12 月，成都华侨城获得由《成都商报》、《第一财经日报》、新浪乐居等联合主办的“2013 年中国西部商业地产年会颁奖盛典”颁发的“2013 中国西部最具示范性城市综合体”。

### 酒店服务

- 3 月，深圳蓝汐精品酒店荣获第十三届中国饭店金马奖“中国最佳设计精品酒店”。
- 4 月，华侨城威尼斯酒店获得深圳市总工会颁发的“五一劳动奖状”。
- 6 月，深圳华侨城国际酒店管理有限公司获得中国饭店协会颁发的“2013 国际饭店业杰出贡献奖”。
- 8 月，深圳华侨城洲际大酒店获得由深圳市政府颁发代表深圳年度最高质量荣誉的“市长质量奖提名奖”。
- 9 月，深圳华侨城洲际大酒店荣获国家质检总局和国家旅游局颁发的首批“全国旅游服务质量标杆单位”。
- 12 月，深圳蓝汐精品酒店荣获第四届国际设计酒店论坛“最具人气大奖”。

### 纸包装业务

- 9 月，华侨城（亚洲）控股有限公司入选由中国印刷科学技术研究所评选的“2013 中国印刷企业 100 强”。