

深圳华侨城股份有限公司

2025 年环境、社会和治理（ESG）报告

2026 年 3 月

目录

关于本报告.....	1
前言.....	3
走进华侨城 A.....	5
(一) 公司概况.....	5
(二) 组织架构.....	5
(三) 业务布局.....	5
(四) 华侨城 A 的 2025.....	7
(五) 企业荣誉.....	7
可持续发展管理.....	9
(一) ESG 行动规划.....	9
(二) ESG 管理.....	10
(三) 利益相关方沟通.....	10
(四) ESG 议题双重重要性判定.....	12
一、品质为本 创造长期价值.....	14
(一) 深耕主业发展.....	14
(二) 保障客户权益.....	26
(三) 推进数智应用.....	35
(四) 服务国家战略.....	39
二、固本强基 提升治理效能.....	42
(一) 强化规范治理.....	42
(二) 深化改革提升.....	45
(三) 健全风险管理.....	45
(四) 践行诚信经营.....	49
三、守护环境 深化绿色实践.....	52
(一) 加强环境管理.....	52
(二) 优化资源利用.....	53
(三) 深化绿色运营.....	58
(四) 守护自然生态.....	60
四、同行致远 共创美好生活.....	64

（一）增进员工福祉.....	64
（二）促进协同发展.....	67
（三）助力乡村振兴.....	69
（四）投身社会公益.....	72
附录	74
（一）未来展望.....	74
（二）关键绩效.....	74
（三）法律法规及主要内部政策列表.....	76
（四）指标索引.....	79
（五）意见反馈.....	81

关于本报告

本报告是深圳华侨城股份有限公司（股票代码 000069.SZ）发布的第 17 份社会责任报告，也是公司发布的第 4 份 ESG 报告。

报告范围

本报告时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日（以下简称“报告期内”）。

本报告组织范围涵盖深圳华侨城股份有限公司及下属各公司。

编制标准

本报告主要参考《深圳证券交易所上市公司自律监督指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《深圳证券交易所上市公司自律监督指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）》《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》，联合国可持续发展目标（SDGs）、全球可持续发展标准委员会（GSSB）《可持续发展报告标准》（GRI Standards）进行编制。

编制流程

本报告编写流程参考上述标准的要求，先后进行了对标同行、利益相关方关注点调查、报告策划、框架构建、编制培训、素材收集、报告写作、部门审核、意见征求、报告修订、管理层审议、董事会审定等步骤，以确保报告内容的完整性、实质性、真实性和平衡性。

称谓说明

为便于表达，使用“华侨城股份”“华侨城 A”“公司”“我们”等称谓表示“深圳华侨城股份有限公司”，公司下属公司称谓使用详见释义。

释义项		释义内容
房地产公司	指	深圳华侨城房地产有限公司
酒店公司	指	深圳华侨城酒店发展有限公司

香港华侨城	指	香港华侨城有限公司
欢乐谷公司	指	欢乐谷文化旅游发展有限公司
华服公司	指	深圳华侨城服务集团有限公司
旅发公司	指	华侨城(深圳)旅游发展集团有限公司
商管公司	指	深圳华侨城商业管理有限公司
北方事业部	指	深圳华侨城股份有限公司北方事业部
华东事业部	指	深圳华侨城股份有限公司华东事业部
中部事业部	指	深圳华侨城股份有限公司中部事业部
西部事业部	指	深圳华侨城股份有限公司西部事业部
华侨城(亚洲)	指	华侨城(亚洲)控股有限公司

数据说明

报告中所有数据均来自华侨城股份正式文件及统计报告且经过相关部门审核, 报告中的财务数据以人民币为单位, 特别说明的除外。

报告承诺

公司承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司董事会对内容的真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

本报告以电子文件方式发布, 可在公司官网 www.octholding.com 获取。

联系方式

如您对本报告内容有疑问, 可通过以下方式与公司取得联系:

总部地址: 深圳市南山区深南大道 9018 号华侨城大厦

邮政编码: 518053

联系电话: 0755-26600248

企业传真: 0755-26600936

前言

当前,ESG 已从企业经营的外在约束内化为战略转型的内在逻辑,从风险管理的底线要求升维为价值创造的核心引擎。气候变化、社会诉求、治理效能三大维度交织共振,推动企业在环境韧性、社会共识与治理效能中重塑长期价值。这不仅是回应外部期待,更是重构竞争优势的主动布局,唯有将 ESG 内化为企业发展的战略自觉,方能在不确定性中筑牢发展根基,在时代变革中彰显企业担当。

2025 年是“十四五”规划的收官之年。面对复杂多变的外部环境与持续承压的经营挑战,公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,认真落实四中全会部署,紧扣年度经营计划扎实推进各项工作,在推动经济、环境与社会价值协同创造中,积极履行央企责任,坚定务实地推进企业可持续发展。

筑牢治理根基, 夯实高质量发展底座

公司坚持将党的领导深度融入公司治理各环节,扎实推进国企改革深化提升行动,健全公司治理制度体系,强化风险防控,压实安全生产责任。深化投资者关系管理,畅通沟通渠道,切实维护股东与债权人合法权益。推进廉洁文化建设与诚信经营,为公司稳健可持续发展提供坚实治理保障。

深耕绿色实践, 拓展高质量发展空间

公司深入践行绿色发展理念,将低碳要求融入经营管理全过程,健全环境管理体系,持续推进“双碳”行动。通过强化能源管理与资源循环利用,持续提升资源利用效率,减少温室气体排放;持续识别气候风险,推进智能化改造与清洁能源应用,推动景区、酒店、商业及房地产等核心板块节能降耗。深化水资源管理,规范污染排放管控。执行绿色建筑标准,推广环保材料与低碳技术,打造健康宜居环境,持续拓展绿色发展空间。

凝聚共创合力, 构筑高质量发展生态

公司坚持关爱员工、回馈社会的初心,致力于增进员工福祉、促进协同发展、助力乡村振兴及投身社会公益,推动共建共享美好生活。健全薪酬福利体系,畅通成长通道,深化员工关爱,提升员工获得感

与幸福感。深化与地方政府、伙伴企业的合作，共同打造责任供应链，推动地方经济高质量发展。践行“精益帮扶”思路，布局特色优势产业项目，助力农文旅深度融合与乡村振兴。聚焦公共健康、文化惠民、社区服务，持续深化社会公益实践，切实履行央企社会责任。

展望 2026 年及“十五五”时期，公司将围绕服务国家战略，以高质量发展为主题，持续完善 ESG 治理体系，将可持续发展理念融入经营管理各环节，筑牢发展根基。在业务发展上，坚持“市场化、专业化、体系化”导向，充分发挥文旅与房地产两大主业双轮驱动作用，推动主业经营与社会价值协同发展。新征程上，我们愿与所有合作伙伴同心而行，以实干回应时代，以担当共创美好，共同书写可持续发展新篇章。

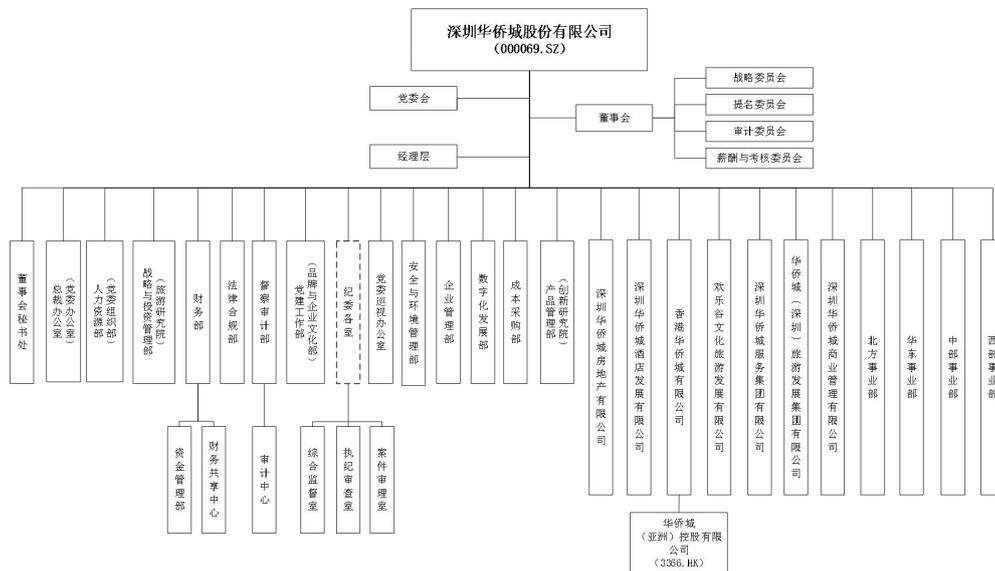
走进华侨城 A

(一) 公司概况

深圳华侨城股份有限公司(简称:华侨城 A,股票代码:000069.SZ)成立于 1997 年 9 月 2 日,是华侨城集团旗下上市公司之一,于 1997 年 9 月 10 日在深圳证券交易所挂牌上市。

经过二十余年的发展,华侨城 A 已布局全国主要省市,打造出深圳锦绣中华·中国民俗文化村、深圳世界之窗、连锁欢乐谷、深圳东部华侨城、连锁玛雅海滩水公园等一大批知名主题公园和文化旅游景区,《东方霓裳》《龙凤舞中华》等一批经典文化演艺产品,纯水岸、天鹅湖等知名高端住宅品牌,以及深圳欢乐海岸、顺德欢乐海岸 PLUS、深圳欢乐港湾等文商旅综合体项目。

(二) 组织架构



(三) 业务布局

公司以文旅、房地产为主营业务,并逐步延伸出商业运营和物业服务等业务。

1. 文旅业务

公司坚持“以文塑旅、以旅彰文”，创新“旅游+节庆”“旅游+演艺”等多种形式，积极发展都市游、康养游、银发游等多元业态。

主要产品形态	
· 主题公园（主题游乐类、水公园类、主题文化类、生态田园类、摩天轮类等） · 酒店 · 文商旅综合体及公园式商业街区 · 自然人文景区及其他 · 旅行服务等	
产品形态	代表项目
主题公园	欢乐谷（深圳、北京、成都、上海、武汉、天津、重庆、南京） 玛雅海滩水公园（深圳、北京、上海、武汉、天津、重庆、南京、西安、衡阳、顺德、南昌） 深圳锦绣中华·中国民俗文化村、深圳世界之窗、东部华侨城、襄阳华侨城奇幻度假区
酒店	嘉途（深圳海景嘉途酒店、武汉玛雅嘉途酒店、重庆华侨城嘉途酒店、深圳东部华侨城黑森林嘉途酒店、深圳华侨城创意文化园嘉途酒店） 深圳华侨城洲际大酒店、深圳威尼斯英迪格酒店、深圳前海华侨城 JW 万豪酒店、深圳前海华侨城瑞吉酒店、深圳欢乐海岸万豪行政公寓、深圳东部华侨城茵特拉根酒店、深圳蓝汐精品酒店、深圳蓝楹湾度假酒店、南昌华侨城福朋喜来登酒店、南京欢乐谷智选假日酒店
自然人文景区及其他	山西鹳雀楼景区、普救寺景区、五老峰景区，深圳甘坑古镇
文商旅综合体及公园式商业街区	欢乐海岸（深圳欢乐海岸、顺德欢乐海岸 PLUS、宁波欢乐海岸） 深圳欢乐港湾、济南欢乐荟、深圳华侨城创意文化园、东莞悠兰里
旅行服务	华侨城旅行社

2. 房地产业务

公司聚焦核心城市、核心区域，积极落实国家关于“好房子”建设部署要求，加快搭建具有华侨城特色的“好房子”产品体系，打造“安全、舒适、绿色、智慧”的高品质住宅及文商旅住深度融合的宜居产品。

主要产品形态	
· 多业态融合发展的综合性社区 · 单体住宅社区 · 写字楼等	
主要企业	代表城市公司
房地产公司	深圳公司、佛山公司、广州公司、粤西公司、城市更新公司
北方事业部	北京公司、鲁晋公司
华东事业部	上海公司、苏锡常公司、环宁公司、浙江公司、合肥公司
中部事业部	武汉公司、郑州公司、湖南公司、南昌公司
西部事业部	成都公司、重庆公司、西安公司

(四) 华侨城 A 的 2025

范畴	指标	2023 年	2024 年	2025 年
经营绩效	总资产 (亿元)	3710.29	3241.98	2803.84
	营业收入 (亿元)	557.44	544.07	313.81
	基本每股收益 (元)	-0.79	-1.10	-1.84
	加权平均净资产收益率 (%)	-9.90	-16.18	-34.44
	全年游客总数 (万人次)	9365.3	8081	7970
环境绩效	环保投入 (万人)	20528	2698.96	18313.29
	环保培训次数	6	12	322
社会绩效	员工总人数 (人)	19209	15374	15329
	女性中层以上管理层员工占 管理层员工总数比例	27.32	18.35	32.77%
	员工培训总时长 (小时)	641204	350447.5	366326.7
	安全生产投入 (万元)	33596	35700.07	27685.9
	安全培训场次	8566	8800	8397
	志愿者活动参与人次	19783	5500	4660

(五) 企业荣誉

2025 年, 公司完整、准确、全面贯彻新发展理念, 更好担当使命。报告期内, 公司及旗下企业获得社会各界多项荣誉及肯定。

业务	主要荣誉
公司	<ul style="list-style-type: none"> · 华侨城 A 上榜 2025 年《财富》中国 500 强, 位列第 303 位。 · 华侨城旅游度假区顺利通过“全国文明单位”复核。
文旅业务	<ul style="list-style-type: none"> · 在 AECOM 联合主题娱乐协会 TEA 发布的《2024 全球主题公园和博物馆报告》(2025 年 10 月发布) 中, 上海玛雅海滩水公园、武汉玛雅海滩水公园入选“亚太地区主题公园 TOP20”, 分别位列第 17、20 名。 · 北京欢乐谷新入选“全国文明单位”, 重庆欢乐谷顺利通过复核。 · 北京欢乐谷、上海欢乐谷入选中国主题公园研究院发布的“2025 年中国十大最佳主题公园”, 分别位列第 4、7 名。 · 欢乐谷公司旗下项目获得 10 余项行业大奖: 北京欢乐谷、成都欢乐谷、上海欢乐谷、重庆欢乐谷获评第十届金冠奖“杰出主题乐园(陆地)奖”; 北京玛雅海滩水公园、上海玛雅海滩水公园、重庆玛雅海滩水公园、南昌玛雅海滩水公园获评“杰出水公园”; 襄阳华侨城奇幻度假区获评“杰出度假区奖”; 南昌玛雅海滩水公园获“人气乐园/景区奖”; 重庆欢乐谷超级飞侠乐园、南昌华侨城欢乐星际亲子乐园获“杰出亲子乐园奖”; 北京欢乐谷

	<p>天光夜谭 MAX《齐天大圣》、2025 上海欢乐谷国潮文化节“欢乐上潮”、襄阳华侨城奇幻度假区奇趣童年“超级飞侠探索基地”大型室内探索馆、锦绣中华·中国民俗文化村锦绣盛事·梦华荣获“杰出文旅创新奖”。</p> <ul style="list-style-type: none"> · 北京欢乐谷通过国家级旅游服务标准化试点项目考核评估。 · 深圳世界之窗获评深圳市年度市容环境责任管理单位。 · 深圳锦绣中华·中国民俗文化村入选深圳市非遗传播基地。 · 上海欢乐谷被授予上海市拥军优属合作单位。 · 华侨城旅行社获评广东省 5A 级旅行社、深圳市旅行社 20 强、深圳市出境游旅行社 20 强、深圳市最佳疗养服务旅行社、深圳市最佳研学游旅行社，新加坡五日研学、“赓续革命精神探寻闽南文化”厦门五日研学入选深圳文旅企业研学精品线路 Top 榜单。 · 华侨城旅行社入选中国旅行社协会“诚信经营企业案例”。 · 深圳甘坑古镇入选“广东省省级旅游休闲街区”“广东省农文旅融合发展典型案例集”。 · 酒店公司荣获中国旅游饭店业协会“中国饭店集团 60 强”。 · 深圳华侨城洲际大酒店、深圳威尼斯英迪格酒店获评“3R 无废酒店”。 · 深圳前海华侨城瑞吉酒店、深圳华侨城洲际大酒店获评“五洲钻石奖 - 2025 年度城市魅力品牌酒店”。 · 深圳华侨城洲际大酒店获评“深圳老字号”。 · 成都东安阁酒店荣获“成都旅游住宿业安全管理工作先进单位”“金树叶级绿色旅游饭店”“年度旅游度假示范饭店”称号。
房地产业务	<ul style="list-style-type: none"> · 无锡雲湖别院被评定为江苏省建筑施工安全生产标准化星级工地。 · 徐州湖东道获评“美好生活典范楼盘”“匠心品质楼盘”“人气畅销楼盘”。 · 重庆华侨城熙宸项目（一期）荣获重庆市住建委 2025 年“好房子”设计大赛优秀作品奖，获评北京中指信息技术研究院、中国房地产指数系统 2025 年人居梦想“好房子”。 · 房地产公司荣获“深圳市房地产开发行业综合实力二十强”称号。 · 顺德天鹅堡二期项目荣获“广东省房屋市政工程安全生产标准化工地”称号。 · 房地产公司代建项目宝安工人文化宫项目荣获“2025 年度上半年深圳市优质结构工程奖。”“广东省建设工程结构质量水平评价证书（优良等级）”“广东省房屋市政工程安全生产标准化工地”。 · 深圳市招华国际会展运营有限公司获评 2025 年“宝安优品优企”，“会展场馆服务管理创新”案例荣获 2025 年度“中国会展创新案例”称号，CCBEC（深圳跨境电商展）成功入选 2025 年“粤贸全国”活动目录。
物业业务	<ul style="list-style-type: none"> · 华服公司荣获“中国物业服务企业综合实力 50 强（第 43 名）”“2025 中国物业服务力百强企业（第 28 名）”“中国国有物业服务企业 100 强（第 19 名）”“2025 年中国房地产保值力卓越物业企业”“2025 中国物业服务品牌特色企业”“粤港澳大湾区物业服务市场地位领先企业”等多项行业荣誉。
商业业务	<ul style="list-style-type: none"> · 商管公司上榜“2025 年度零售商业地产企业综合实力 TOP100（位列第 20 位）”“购物中心行业新质运营商管公司卓越榜”。 · 深圳欢乐港湾入选“2025 年度人气购物中心 TOP100”、2025 年广东省省级特色步行街（商圈）、深圳市第二批中小学生劳动教育基地。 · 深圳欢乐海岸荣获“2025 年度宠物友好目的地”称号，获评第十届金冠奖“杰出文旅目的地”“2025 年人气乐园（景区奖）”。 · 顺德欢乐海岸 PLUS 获评第十届金冠奖“杰出文旅目的地”。 · 东莞松山湖文化艺术街区荣获“广东省第三批消费新业态热门场景”奖，获评“广东省研学旅行实践基地”“2025 年广东消费新场景案例”。

可持续发展管理

(一) ESG 行动规划

公司始终将可持续发展作为企业发展战略的重要组成部分,推动可持续发展理念融入企业日常经营,不断健全环境、社会及治理(ESG)管理架构,完善管理体系,增强环境、社会及治理履责能力,推动企业可持续高质量发展,为股东与其他利益相关方创造可持续的经济、社会、环境综合价值。

公司聚焦环境、社会及治理,制定 ESG 行动规划,围绕 6 个行动议题,推进 18 项重要行动,逐步夯实可持续发展能力。

行动议题	重要行动	对应的联合国可持续发展目标 (SDGs)
价值创造	<ul style="list-style-type: none"> ● 创新丰富主业产品 ● 开展产品质量提升行动 ● 提升客户服务与满意度 ● 推进数字转型发展 	3, 8, 9, 11, 12
公司治理	<ul style="list-style-type: none"> ● 不断完善公司治理体系 ● 加强内控管理与廉洁建设 ● 建立多元信息披露体系 	8, 12, 16
安全运营	<ul style="list-style-type: none"> ● 提升合规管理和风险管控能力 ● 重塑安全生产工作体系 	3, 12, 16
绿色发展	<ul style="list-style-type: none"> ● 完善资源与环境管理机制 ● 践行生态理念,探索和创新更多节能减排举措和手段 ● 实践绿色人居理念,推动绿色建筑、绿色运营 	6, 7, 13, 14, 15
人才成长	<ul style="list-style-type: none"> ● 保障员工权益 ● 加强员工培训与发展 ● 完善员工激励机制 	1, 2, 3, 4, 5, 8, 10, 17
社区贡献	<ul style="list-style-type: none"> ● 助力乡村振兴 ● 参与社区沟通 	1, 2, 11, 17

（二）ESG 管理

公司不断完善 ESG 管控体系，构建了“决策层—管理层—执行层”治理架构。董事会高度关注并负责本公司稳健有效的风险管理及内部监控管理，建立了一套科学、系统的风险管理与内部控制体系方法和规范。管理层通过定期或不定期听取工作汇报、指导编写或审核 ESG 报告、召集专项工作会议、出席专项活动等方式，支持、推动并参与 ESG 工作。

决策层：董事会。公司董事会为 ESG 工作的最高决策机构，负责统筹部署公司 ESG 工作，审议和决策 ESG 重大议题，指导建立健全公司 ESG 体系。

管理层：ESG 工作办公室。具体负责建立完善 ESG 相关工作制度，明确议事规则，优化工作流程，建立指标体系；组织编制和发布年度 ESG 报告。

执行层：各职能部门、各单位。根据业务范围和业务属性开展 ESG 实践。

公司认真落实控股母公司《社会责任工作管理办法》，明确公司社会责任相关的工作目标、工作原则、总体要求、工作体系，以及具体工作方向和标准，持续推动 ESG 工作规范化、高效化。

（三）利益相关方沟通

公司高度重视与政府、投资者和股东、客户和消费者、员工、供应商等利益相关方沟通交流，针对不同利益相关方的特征，构建相应沟通机制，通过官网、官微、ESG 报告等形式，及时向各利益相关方披露有关信息；通过组织或参与社区公益活动等方式，听取并及时回应利益相关方的期望与诉求，传播企业理念及履责动态，促进企业与各利益相关方可持续发展。

案例：华侨城（亚洲）荣获两项 ESG 奖项

2025 年，华侨城（亚洲）凭借在可持续发展领域的卓越表现，荣获可持续远望论坛颁发的“可持续报告卓越奖”，并入选大湾区绿色金融与可持续发展高峰论坛“大湾区 ESG 披露优秀榜单”。两项荣誉充分体现了公司在公司治理、可持续发展、绿色运营、社区共建

及投资者沟通等方面的实践成效。



[华侨城（亚洲）荣获可持续报告卓越奖、入选大湾区 ESG 披露优秀榜单]

利益相关方沟通			
利益相关方	期望与诉求	沟通方式	公司回应
政府及监管机构	响应国家战略与政策 守法合规经营 促进经济发展 依法纳税 创造就业 严防腐败 带动相关产业发展	制定专项政策及行动方案 工作汇报 信息报送 统计报表	响应国家号召 依法治企 足额纳税 实现可持续发展 带动就业 助力行业发展
股东及投资者	业绩增长 股价表现 股息分配 投资者关系 公司治理 ESG 表现	股东会议 信息披露 日常问询 实地考察 路演活动	稳健经营 按要求披露信息 召开股东会 业绩说明会
员工	合法权益 薪酬福利 职业发展 职业健康及安全 关心关爱	职工代表会议 合理化建议 员工座谈互动活动	遵守劳动法律法规 拓宽员工晋升通道 合理提升员工收入 开展慰问关爱行动
客户/消费者	提供优质产品 提供贴心服务	市场调研 客户沟通	创新产品 提升产品品质

		满意度调查	升级服务水平 完善售后服务
合作伙伴/供应商	守信履约 平等合作 互利共赢	供应商会议 协议合同 产品服务	责任采购 供应商管理 为供应商搭建交流平台
社区和居民	支持社区公益 共建和谐社区 提供就业机会	慈善活动 社会共建	促进社区投资 助力乡村振兴 开展公益慈善 参与社区文明共建
环境	合理利用资源 保护生态环境	制定专项方案 社区共建	完善环境管理 推进绿色发展 开展“双碳”行动
媒体与社会团体 行业组织	遵守行业规范 促进产业创新 信息透明公开	新闻发布会 实地考察 信息披露 开展公共活动	策划多种形式主题活动与 对话 主动发声沟通，客观、准 确传递企业发展信息

（四）ESG 议题双重重要性判定

公司定期开展利益相关方开展多种形式调研，收集各方对华侨城 A 高质量可持续发展的意见，对标国际国内主流 ESG 披露标准，严格落实国务院国资委及深圳证券交易所等监管要求。结合国家政策导向、行业趋势及公司战略，梳理企业经营及利益相关方高度关注的 ESG 议题。在此基础上，遵循“双重重要性”原则，从议题对利益相关方的影响及对公司发展的价值两个维度进行评估，持续深化重要性议题识别，提升 ESG 风险管控与机遇识别能力，最终形成公司 ESG 实质性议题矩阵。

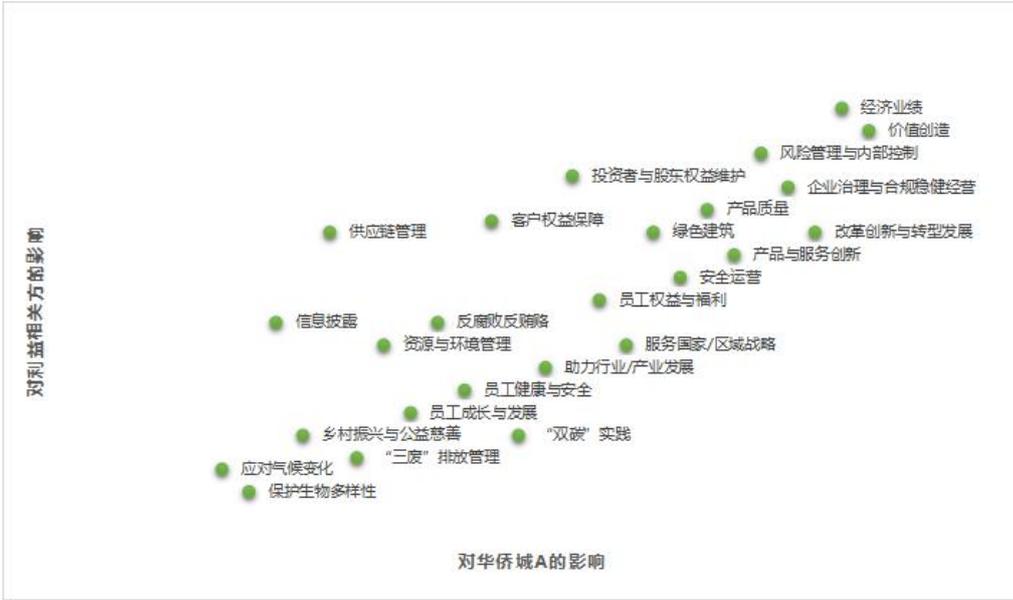
1. 识别。梳理并识别企业经营和利益相关方较为关注的 ESG 重要议题库。

2. 筛选。根据每个议题“对公司发展的重要性”（侧重于对公司经营的影响）和“对利益相关方的重要性”（侧重于对经济、社会和环境的重大影响）进行分析，选出实质性议题。

3. 审核。根据公司管理层意见和利益相关方意见，对实质性议题进行审核，最终形成公司 ESG 实质性议题矩阵。

4. 报告。在年度 ESG 报告中，对实质性议题进行全面披露。

华侨城 A2025 年度可持续发展报告重要性议题矩阵



一、品质为本|创造长期价值

（一）深耕主业发展

1. 深化文旅融合

公司坚持以游客需求为核心，深化“以文塑旅、以旅彰文”的文旅融合发展路径，持续改善经营质效，通过活化传统文化资源、推动存量空间功能迭代、构建完善节庆活动体系，不断丰富优质文旅供给，提升游客参与度与满意度。

报告期内，公司接待游客 7970 万人次。

• **活化文化资源。**聚焦旅游主业，深入践行“以文塑旅、以旅彰文”，系统整合文化资源与旅游场景，打造兼具思想性、艺术性和体验感的融合产品。

案例：北京欢乐谷推出“青花瓷韵”国潮文化节

2025 年，北京欢乐谷以“青花瓷”为主题举办国潮文化节，打造沉浸式文化体验场景。活动邀请非遗传承人现场展演传统技艺，融合古典舞蹈与现代电子音乐，创新推出瓷乐演奏；同时联动《葫芦兄弟》《王者荣耀》等 IP 构建叙事内容，进一步提升游客体验与文化吸引力。活动累计吸引游客 66 万人次，实现营收超 1 亿元，并获得央视报道，有效推动传统文化的现代表达与公众传播。



[北京欢乐谷“青花词韵”国潮文化节]

案例：深圳甘坑古镇以节庆活化传统文化，打造全季沉浸式文旅体验

2025 年，深圳甘坑古镇深化“文化+节庆+夜游”融合模式，以传统节庆为载体，将客家文化、非遗技艺与沉浸体验元素融入全年节庆活动。春节期间，“个厝（ái）旺客家年”融入麒麟舞、客家凉帽等元素推出系列互动活动，接待游客超 25 万人次；春季花朝节以“赏花+故事”提升文化体验，单日客流近 7 万人次，创历史新高；五一、端午期间，麒麟文化节、客家水龙节、剧本游等特色活动轮番登场，客流与消费显著提升，端午营收同比增长 325%。暑期“甘坑花月夜”结合非遗打铁花与光影灯展，点亮夜间经济；国庆假期，“甘坑花月夜”2.0 升级呈现，以璀璨光影与沉浸演艺带动片区客流超 26 万人次。全年多节点客流破纪录，有效激活文化消费与夜间经济。



[深圳甘坑古镇“花朝节”活动]

•**升级产品体验。**敏锐把握文旅消费新趋势，紧扣游客需求升级，持续打造兼具标准化运营与差异化特色的文旅产品。2025 年，深圳前海华侨城瑞吉酒店、深圳华侨城创意文化园嘉途酒店相继开业，深圳欢乐海岸海洋奇梦馆二期、深圳欢乐谷“欢乐时光”主题区焕新开放，深圳世界之窗打造全新音乐节主舞台，一系列焕新举措持续丰富游客体验。

案例：欢乐谷公司有序推进产品焕新升级

欢乐谷公司稳步推进“一园一策”产品焕新：成都欢乐谷重大改

造有序实施；深圳欢乐谷“欢乐时光”主题区暑期焕新开放；襄阳华侨城“超级飞侠探索基地”国庆亮相；重庆欢乐谷通过摩天轮亮化升级打造城市夜景地标；深圳世界之窗将罗马假日广场与凯撒宫改造为音乐节主舞台，持续提升产品体验力与区域文旅吸引力。



[欢乐谷公司旗下系列项目焕新升级]

案例：深圳华侨城创意文化园嘉途酒店正式开业

2025 年初，“嘉途”品牌旗下有限服务旗舰酒店——深圳华侨城创意文化园嘉途酒店正式开业。酒店聚焦“轻装前进，灵感同行”的品牌理念，围绕“好好工作，好好生活”的设计主题，在快节奏都市中打造兼顾差旅效率与人文体验的轻服务旅居空间。项目深度融合华侨城创意文化园的在地艺术生态与社区氛围，通过叠加多功能社交场景，使旅客在满足商务需求的同时，沉浸式体验创意、文化与艺术氛围，实现工作与旅居体验的平衡。项目开业首月即实现 GOP 回正，全年营业收入、利润总额等关键经营指标超额完成。



[深圳华侨城创意文化园嘉途酒店开业]

案例：深圳欢乐海岸海洋奇梦馆二期开放

2025 年 5 月，深圳欢乐海岸海洋奇梦馆二期“探秘深圳湾”展区完成升级并对外开放。项目立足深圳本土海洋生态文化，创新打造“有空调的深圳湾滩涂”等多个国内首创的深圳海域沉浸式体验场景，并通过内容重构、展陈叙事优化及与政府、科研院所的深度协作，系统提升科普教育功能。场馆以“讲述深圳人自己的海洋故事”为核心，推动“文旅+科普”有机融合，有效增强公众对本地海洋生态的认知与保护意识。



[深圳欢乐海岸海洋奇梦馆二期开放]

• **创新节庆体验。**通过创新主题、深化在地文化融合、构建全时节庆体系，打造覆盖多元客群、贯穿全年的文旅体验矩阵，推动文旅产品迭代与消费体验焕新。

案例：华侨城 A 举办 2025 华侨城旅游狂欢节

2025 年 6 月至 10 月，公司举办“旅游狂欢节”，联动旗下主题公园、景区、商业、酒店及文旅科技等多业态，推出 200 余场主题活动和上千款惠民产品，融合传统文化、数字体验与 IP 娱乐，覆盖“吃住行游购娱”全场景，为游客打造高品质、多元化的夏日文旅消费盛宴。



[2025 华侨城旅游狂欢节]

案例：欢乐谷公司推进节庆创新

欢乐谷公司推进节庆创新，构建贯穿全年的“4+N”节庆体系，统筹全国 11 家园区打造国潮文化节、夏浪狂欢节、惊奇潮玩节、闪耀双禧节四大主题节庆，融合非遗文化、潮玩 IP、变装互动与地域特色，推出天津冰雪节、成都灯光节等个性化活动。全年节庆总传播量超 80 亿次，加速推进节庆向产品化、品牌化、IP 化转型。





[欢乐谷公司四大主题节庆]

案例：东部华侨城开展“在地文化+场景体验”融合实践

东部华侨城打造“在地文化+场景体验”融合模式，以黑森林嘉途酒店为载体，构建贯穿全年的主题活动体系。围绕“踏青采茶季”“探秘花镜”“勇士闯关”“山海萌探寻宝”“国潮风华嘉”五大季度主题，结合 12 场特色节庆活动，实现“月月有亮点、季季有主题”的持续体验。项目精心设计踏青采茶、厨艺课堂、泳池派对、夜间嘉年华等覆盖全年龄段的互动项目，将地域文化转化为可感知、可参与的沉浸式场景。全年累计开展活动 1673 场，在持续优化服务体系与游客体验的同时，为品牌注入持久活力。



[东部华侨城打造“泳池派对”]

2.推进“好房子”建设

公司以严格的品质标准和系统化的产品管控为抓手，深耕重点项目，将品质理念贯穿项目规划、设计、建设及运营全周期，打造兼具

品质感、舒适性、创新性与可持续性的项目精品。

- **完善产品标准。**以“安全、舒适、绿色、智慧”为核心要求，完成华侨城“四核、十二维、四十二优”好房子产品技术体系建设，搭建“统筹引领、分区落地、协同发力”的管理机制，明确总部统筹、事业部落实、各条线协同的分工，实现产品研发规范化、标准化与创新工作高效推进。

- **强化过程管控。**对新获地及新开工/复工项目开展全维度审查，涵盖城市主流竞品对标、营销产品策略、产品价值点、成本标准适配及核心节点计划。修订构造节点图集与管控清单，强化制度保障与标准化输出；建立区域创新赋能、方案研讨、标准迭代等机制，确保产品落地可行性及各业务条线闭环管理。

- **推动创新实践。**住宅领域，武汉云禧公馆融合钢厂元素与奇喵 IP 打造区域标杆，武汉天荟项目塑造东湖准四代奢适湖居，重庆熙宸项目获重庆市首届“好房子”设计大赛优秀作品奖。多元业态方面，松山湖展演中心、湛江文化中心等成为区域文化地标，代建项目桂畔海水上立交入选《广东省绿色水经济发展》白皮书案例。同时，针对存量项目优化节点、强化成本管控，持续提升运营效率。

案例：重庆华侨城·熙宸打造四代宅精品范本

重庆华侨城·熙宸位于沙坪坝金沙天街板块，作为公司打造的首个第四代住宅项目，积极践行“安全、舒适、绿色、智慧”的好房子标准。项目依托四轨交汇、百万方商业、知名学府及三甲医疗等全维资源，填补了老城核心区高品质住宅空白。产品以“垂直生态+全龄场景+老城适配”为核心，创新 L 型挑高空中庭院与错层绿化平台，兼顾隐私与采光；围合式规划最大化利用景观资源，以近半用地营造“两轴六境”景观及全龄泛会所，融入智慧社区设计，实现“墙外烟火、墙内静谧”的居住体验，户型实得率高，精准契合刚改群体需求。2025 年，项目累计销售约 4.38 亿元，荣获重庆市首届“好房子”设计大赛优秀作品奖。



[重庆华侨城·熙宸荣获重庆市首届“好房子”设计大赛优秀作品奖]

案例：武汉汉口道 6 号·东岸践行四代宅新范式

武汉汉口道 6 号·东岸项目积极响应四代宅建设要求，扎实开展市场产品研究，在实现全飘窗、阳台、设备平台等多重空间赠送基础上，实现全户型电梯厅赠送，有效突破中间套产品局限，进一步提升户型实用性与产品力。项目 13#楼通过奇偶层错位布局空中花园，打破“居住”与“生活”边界，重新定义城市理想人居范式。



[武汉汉口道 6 号·东岸 实景]

案例：无锡雲湖别院打造“城市型度假社区”

无锡雲湖别院秉承华侨城“在花园中建城市”的理念，营造了约 2.4 万 m²微度假森境景观：A 区叠墅以“院中园、园中院”手法布局“一轴六园十景”，B 区平层融合水林打造“八大都市花园”，为无锡呈现“城市型度假社区”理想人居场景。项目配建约 1000 m²“逸·life”高端会所及全龄泛趣架空层，涵盖下沉式庭院、恒温泳池、儿童天地、健身主场、长者空间等功能，构建品质生活活力聚场。



[无锡雲湖别院项目打造“城市型度假社区”]

案例：太原华侨城新天鹅堡打造全维度品质人居标杆

太原华侨城新天鹅堡以优质教育配套、开阔楼间距、全龄活动场景，全方位提升居住体验。项目引进山西省实验小学、山西大学附属中学两大优质教育资源，同时以最大 167 米、平均 77 米的超大楼间距有效保障居住隐私。在景观营造上，台地式园林与动态水景设计相融合，搭配老、中、青、幼全龄化活动场景，营造宜人社区环境。此外，项目配套 3000 m² 综合体育场馆，涵盖篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球等多种室内外运动场地，实现学习与运动的有机融合。双入户精装大堂、朝南三面宽户型设计，搭配铝板外立面等品质用材，得房率 85% 以上，将品质生活融入项目方方面面。



[太原华侨城新天鹅堡效果图]

3. 营造美好生活

公司持续提升商业与物业服务的专业化、精细化运营能力，以更高效的社区管理、更丰富的邻里互动、更可靠的日常服务，激活空间活力，深耕社区长期运营价值。

——优化商业运营

公司紧跟城市发展脉络，持续强化“文商旅综合体项目”的运营优势。2025 年，以深圳欢乐海岸、深圳欢乐港湾、OCT-LOFT、欢乐时光、顺德欢乐海岸 PLUS 等标杆项目为支点，深化文旅商融合模式，并依托东莞悠兰里、无锡音悦城项目的全面运营，积极探索商业管理能力对外输出的可行路径。商管公司上榜“2025 年度零售商业地产企业综合实力 TOP100（位列第 20 位）”“购物中心行业新质运营商管公司卓越榜”。

- **完善文旅特色商业产品线体系。** 聚焦三大方向：以深圳欢乐海岸、深圳欢乐港湾、顺德欢乐海岸 PLUS 为代表的城市级文商旅综合体，强化节庆活动、IP 场景与公共空间联动；以 OCT-LOFT（深圳华侨城创意文化园）为标杆的创意文化产业园，推动存量空间活化与文化产业集聚；以欢乐时光为品质社区商业样板，优化便民服务与邻里生活体验。

- **推进轻资产合作模式探索。** 围绕东莞悠兰里项目，开展从产品定位、品牌招商到运营管理的全流程协作，沉淀轻资产操作标准、收益分成模型及风险管控工具，形成可复制的“方法论+工具包”，为未来能力输出夯实基础。

- **深化品牌合作与自主 IP 运营。** 持续扩大优质品牌“朋友圈”，战略合作品牌超 200 个，重点引进主理人品牌与区域首店；迭代升级“超级新年”“造浪派对”等自主 IP 活动，打造跨项目、全周期的主题消费体验，增强用户黏性与市场声量。

案例：深圳华侨城创意文化园以产业导入驱动资产焕新

2025 年，深圳华侨城创意文化园引入川崎办公总部（5400 m²）、ROARINGWILD 总部（1000 m²）等标杆品牌，其中川崎项目以“零资金投入、合作方全改造”模式实现轻量盘活。在此基础上，园区同步推进南北区商铺焕新，落地多家首店与旗舰店，构建特色文化消费生态，推动资产价值向产业协同跃升。



[深圳华侨城创意文化园业态焕新]

案例：深圳欢乐港湾一体化运营前海石公园（桂湾段）

2025 年 8 月，深圳欢乐港湾主动对接深圳前海管理局，创新提出“欢乐港湾+前海石公园”联动运营模式，较计划提前 4 个月接管并开放前海石公园（桂湾段）。项目秉持“城市狂欢+潮流前沿+社群共创”理念，依托星空草坪、日落大道等核心中轴景观，精心打造前海湾“漫生活”文旅空间，精准契合当代市民休闲需求。



[前海石公园桂湾段海堤及景观区域]

案例：东莞悠兰里打造“文化×商业×生态”融合街区

东莞松山湖文化艺术街区（悠兰里 ULAND）创新构建“文化×商业×生态”三维联动旅游服务体系，打破场景壁垒，将文化旅游、商业配套与自然生态协同运营，形成“文化有内涵、商业有支撑、生态有体验”的融合发展格局。商业配套上，街区汇聚 50 余家优质品牌，涵盖多元业态，引入影石 360、陈鹏鹏等标杆商户，全方位满足游客消费休憩需求。体验打造上，特设骑行友好区域、篮球场，联动莞篮举办赛事，打造共享淋浴房等便民设施，既丰富游客文旅体验，更有效延长消费链条。



[东莞悠兰里举办咖啡猫家族欢乐嘉年华活动]

——精细物业服务

公司持续深化“以客户为中心”理念，搭建“华赏生活服务体系”，围绕住宅、非住及城市服务多元场景，推进服务标准化、产品特色化与运营精细化。2025 年，物业服务覆盖全国 60 余城、超 400 个项目，第三方客户满意度达 92.3 分，同比提升 0.7 分。华服公司荣获“2025 中国物业服务力百强企业”第 28 名（提升 4 名）、“中国物业服务企业综合实力 50 强”等行业权威荣誉 30 项，品牌影响力持续增强。

• **品牌焕新，构建多元服务矩阵。**完成住宅板块深圳燕晗山苑“云赏”、天鹅湖花园“星赏”服务品牌贯标。发布非住板块“华·企服”“华·城服”子品牌，强化面向企业、居民与政府的综合服务能力。

• **体系筑基，夯实标准化根基。**完成内控标准体系全面导入，覆盖 157 项操作指导书、411 项记录表单，175 个项目执行达标率 92%；同步建立学校等非住业态服务标准，填补标准化空白。

• **共建共治，营造温暖社区。**推出“社区党委+物业+业委会”三方协同治理模式，实现诉求快速响应与闭环反馈；全年开展“四时四计”主题社文活动 1000 余场，覆盖 150 余个项目、超 26 万人次，以有温度的日常互动构建信任、友趣、安心的社区生活共同体。

案例：燕晗山苑创新基层治理，打造多元共治典范

深圳燕晗山苑作为首个“云赏”服务体系贯标项目，聚焦党建引领基层治理，联合社区党委、物业与业委会构建“三共三化”治理模式，通过权责透明与流程公开，全面推行“2 分钟响应、100%反馈”的服务标准，实现从矛盾化解到长效治理的跨越，获评深圳市住建局、

深物协首批物业“好服务”典型案例，入选“2025 熙说物业年度演讲”优秀案例。



[深圳燕晗山苑推行“云赏”服务体系]

（二）保障客户权益

1. 提升旅游服务质量

公司以客户为中心，持续完善全链条服务体系，通过精细化服务设计与场景化体验创新，将标准化服务与个性化关怀相结合，在细节中创造“满意+惊喜”的文旅体验，不断提升服务温度与品质感知。

• **完善服务体系。**围绕游客全旅程需求，持续健全标准化、专业化、全场景的服务体系，夯实高质量服务供给基础。

案例：欢乐谷公司深化服务能力建设

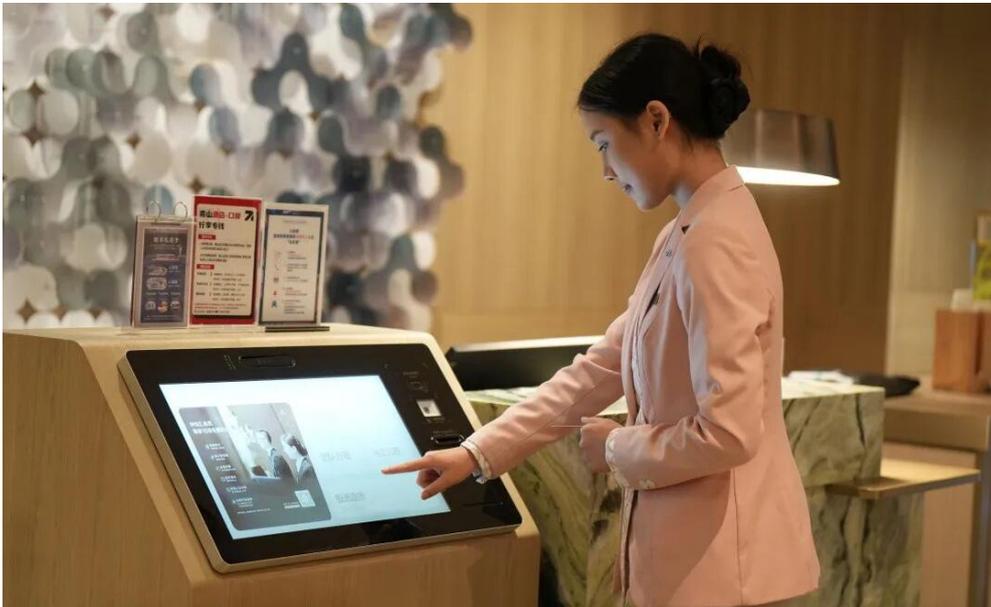
2025 年，欢乐谷公司持续完善极致服务综合体系建设，在成都欢乐谷、上海欢乐谷、天津欢乐谷、重庆欢乐谷四家单位全面落地，全年游客口碑好评率达 96.5%。其中，北京欢乐谷作为极致服务试点标杆单位，顺利通过国家级旅游服务标准化试点项目考核评估。



[北京欢乐谷打造“江湖酒馆”多样化主题消费场景]

案例：酒店公司系统化改善顾客体验，提升服务质量

酒店公司聚焦顾客体验系统性提升，通过完善服务管控机制、推进标准化体系建设以及开展专项服务提升行动，持续夯实管理基础。全年顾客满意指数（华客 CSI）达 94.99 分，同比提升 1.65 分；携程平台评分 4.7 分，全渠道差评率同比下降 22.7%，服务品质与客户认可度稳步增强。



[深圳海景嘉途酒店服务人员协助客户办理入住手续]

• **打造惊喜体验。**深挖游客情感需求，在服务细节与场景互动中注入创意与温度，让每一次旅程都充满愉悦与难忘回忆。

案例：顺德欢乐海岸 PLUS 创新宠物友好服务

顺德欢乐海岸 PLUS 持续深化宠物友好服务，以精细化运营打造全方位宠物出行体验。项目推出全国首个摩天轮宠物友好舱，2025 年累计接待 492 位游客、253 只宠物登舱体验；园区 32 家店铺加入宠物友好商家体系，配备宠物垃圾桶、拾便袋，提供推车型借服务，前台常备除臭喷雾、宠物尿垫等专属用品，细致回应用户需求。此外，顺德蓝汐酒店升级为园区首家宠物友好酒店，改造专属客房，增设宠物休息区、饮食器具及娱乐玩具，宠物友好客房平均房价提升 33%。



[顺德欢乐海岸 PLUS 推出摩天轮宠物友好舱] [顺德蓝汐酒店打造宠物友好酒店]

案例：旅发公司“智能+便民”双驱动，提升游客体验获得感

旅发公司聚焦游客核心诉求，系统优化服务响应机制。旗下景区游客中心全年处理失物招领及投诉 384 次，同时，通过完善票务服务台账管理与闭环流程，实现上半年零赔付客诉，全年投诉相关费用同比下降 47%。深圳甘坑古镇创新推出双语“AI 伴游机”，有效解决外籍游客语言障碍，同步升级便民服务，增设充电宝、婴儿车、共享储物柜等设施，以细节优化切实提升游客出行便利性与体验感。



[深圳甘坑古镇推出 AI 伴游机]

2. 扎实兑现品质生活

公司构建覆盖全周期的质量管理体系，强化制度执行与问题闭环，高标准推进项目交付，切实将对客户的承诺转化为可感知的高品质居住体验。

• **健全管理体系，夯实全周期管理基础。**系统构建覆盖设计、工程、客服全链条的房地产产品质量管理工作体系，明确各环节质量管理考核维度与量化标准；建立质量问题分级管控、责任追究与惩罚机制，拉通三大业务条线，迭代升级企业质量技术标准，推动形成“预防—监管—整改—复盘”闭环。

• **强化制度执行，推动问题闭环与管理进化。**严格依据《深圳华侨城股份有限公司房地产产品质量管理办法》，系统开展质量问题督办、整改与复盘，确保追责措施科学部署、及时执行；同步将典型案例与经验教训转化为制度优化输入，持续完善质量管理流程，实现“以改促治、以治促优”。

• **保障品质交付，高标准兑现客户承诺。**将交付视为对客户承诺的最终检验，2025 年持续推进标准化交付流程，强化资源统筹与风险预警，严控工期与品质细节，确保项目高品质如期交付。同步深化第三方飞检评估，对标行业标杆，全年交付评估得分稳步提升，客户

满意度持续增强。

• **提升社区服务，以标准化与数字化驱动品质升级。**坚持“以客户为中心、业务合规高效”为导向，通过强化制度与体系建设、推进服务标准化、升级数字化管控、开展品质提升专项行动及优化客户触达路径等措施，系统性提升服务品质。

案例：华东事业部以优标交付兑现品质承诺

2025 年，华东事业部以优标交付与精细化服务持续回应客户期待，全年多项目实现平稳有序交付。3 月底，扬州侨城里 A4 二期二批次到访交付率达 100%，实景品质赢得业主认可；4 月，苏州桃溪澜园住宅清盘，同步完成优质车位及配套服务交付，宁波江与城臻装地库与泛会所实景示范区对外开放，呈现红盘品质升级成果；济宁运河 1283 年内完成第六、七批次优标交付，累计交付量超社区总量三分之二；9 月，南京翡翠天域星园三期 I 地块全面交付；年末，宁波江与城、无锡雲湖别院、徐州湖东道等项目如期推进交付进程。



[徐州大龙湖景区远眺湖东道项目效果图]

案例：顺德天鹅堡二期打造品质交付标杆

2025 年 10 月、12 月，佛山顺德天鹅堡二期先后完成首批 4-8 栋及楼尊大平层 9-10 栋两批次集中交付，整体交付率达 90%，多个交付日业主到访收楼率达 100%。项目推行“多对一陪验服务”，由工程、物业、客服专业人员全程协同业主验房，提供透明、专业的查验

与答疑，将服务贯穿交付全过程。所交付楼栋中，9-10 栋大平层产品以“一层一世家”格局精工细筑，占据稀缺景观资源，实现从蓝图到实景的高品质兑现。项目依托“销售-交付-服务”全链条精细化管理实现品质交付，完成了从“区域销冠”到“品质标杆”的跨越，以扎实行动践行“所见即所得”的品质承诺。



[顺德天鹅堡二期打造品质交付标杆]

案例：“橙心美家 2025”全面品质提升行动落地见效

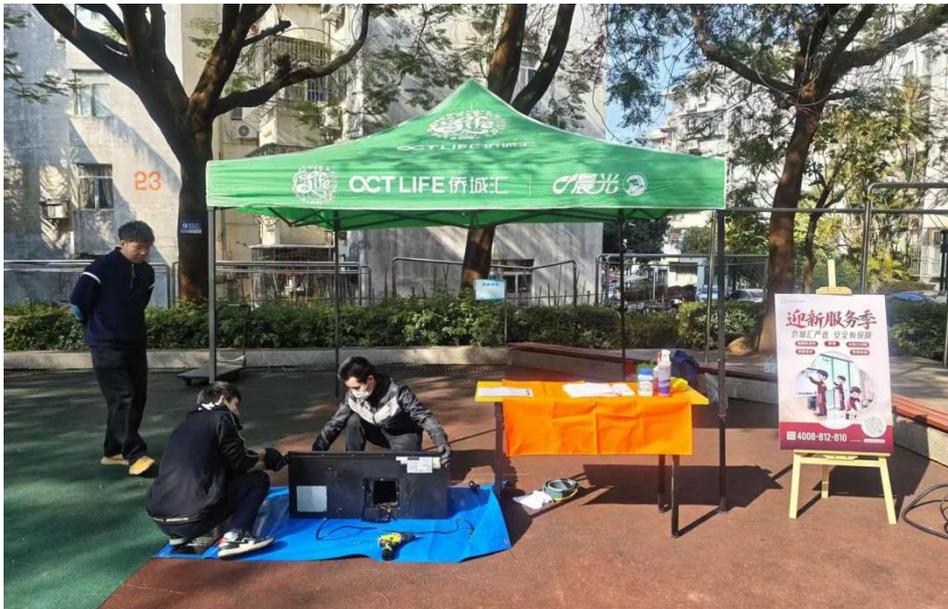
2025 年 3 月至 12 月，华服公司开展“第二届橙心美家计划”全面品质提升专项行动，聚焦服务品质与安全管理，在全国 367 个项目建立问题排查整改全流程机制，累计销项问题 2.57 万项，实现问题闭环管理与责任可溯。开展房屋维修保修工作，梳理解决 133 项业主关切的历史遗留问题。开展“橙心课堂”培训 11 场，覆盖超 3000 人次，编制《业主群管理 SOP 手册》等标准工具，切实提升服务品质与客户信任，以扎实行动践行品质生活承诺。



[华服公司开展“橙心美家 2025 全面品质提升行动”]

案例：社区到家服务能力增强，实现多品类拓展与深耕

2025 年，华服公司系统构建覆盖家政、美居、生活关爱的社区到家服务体系，推动服务产品标准化与场景化落地。开展“房屋焕新季”“空调清洗季”“迎新服务季”等主题营销，实现门纱窗更换、老房翻新等新业务从 0 到 1 突破，同步推进社区团购与免费上门服务，以高性价比与品质保障提升用户黏性。客户满意度持续提升，社区增值服务生态初具规模。



[华服公司推出“迎新服务季”活动]

3. 守护客户合法权益

公司持续强化客户权益保障，积极响应并解决客户诉求，严守负责任营销准则，规范项目与价格信息披露，全面筑牢居住安全与数据隐私防线，切实履行对消费者的诚信责任与服务承诺。

• **严格营销规范。**严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》等法律法规，制定完善的销售管理制度机制，明确管控销售管理业务红线，要求全国销售项目对价格信息、项目信息等进行全方位公示。下属房地产企业开展负责任营销培训，要求销售人员在销售环节要准确向客户警示潜在风险，保障客户知情权。

• **守护客户隐私。**高度重视客户隐私保护，严格落实保密制度与信息化管理制度，对数据分类分级保护与信息安全应急事件处理做出相应规定，通过宣贯和教育等方式强化员工保密意识，履行客户信息安全保障责任。

报告期内，未发生因违反消费者信息与隐私保护规定所引起的投诉。

• **积极响应诉求。**完善地产客服平台，实现存量及新增项目全覆盖，推动客户投诉、维修和咨询事项全流程线上闭环管理。同步修订相关制度，规范工单登记、响应、处理、验收与回访各环节，明确分级响应与时限督办要求，有效提升客户关系管理效能和制度体系完备性。

案例：欢乐谷公司探索平台经济合规营销新路径

2025 年，欢乐谷公司积极响应国家市场监管总局关于优化平台经济竞争生态的工作部署，在与抖音、美团、携程、闲鱼等平台开展联合营销活动中，建立合规审查机制，确保活动规则公开、定价透明、服务条款清晰。针对差异化互动产品（如主题手环），明确标注使用权限、服务内容及价格信息，从源头防范误导性宣传，切实保障消费者知情权与选择权，树立文旅行业合规营销标杆。



[欢乐谷公司联合多个平台开展整合营销]

案例：中部事业部响应客户诉求，构建全周期服务闭环

2025 年，中部事业部全面推进“至臻服务工程”，以客户全生命周期诉求为导向，打造客服、营销、物业“1+N”协同机制，系统响应销售、等待、交付及入住各阶段敏感问题，并通过节点式满意度调研动态优化服务动作，确保体验一致性。

至臻体验起点。打造“绝对诚信、全程无忧”的销售体验。签约期通过透明营销体系、置业离职护航系统及线上“优居助手”平台，实现客户一键关联，确保客户最佳初体验。

至臻品质基石。打造超业主预期的产品，实现交付“零群诉”。等待期通过客服前期介入、专业第三方“一户一验”、交付联合验收等机制，确保每一户问题交付前 100%闭环；通过每月家书、工地开放、一站式交付服务等，增强客户黏性与收房信心，实现高交付率与高满意率。

至臻信赖纽带。交付后联合物业对已交付小区实施焕新计划，完成入户单元门电动化升级、增设高空监控等举措，持续提升业主居住体验。

至臻生活载体。搭建“侨米社群”，围绕文化、亲子、健康等维度开展主题活动，推动服务从基础保障向品质生活营造跃升，让志趣相投的邻居成为知己，让社区文化自然生长，切实增强客户信任与归

属感。



[“侨米”生日会活动现场]

（三）推进数智应用

公司积极推动数智技术与旅游、房地产等核心业务以及经营管理相结合，用数智化手段提升决策效率、运营质量和水平，增强企业核心竞争力和高质量发展动能。

1. 深化智慧文旅体验

公司以“花橙旅游”平台为核心，整合景区、酒店、文化演艺等全业态资源，打通超 200 个分销渠道，积极探索 AI、机器人、沉浸式科技在文旅场景中的应用，推动内容供给与服务模式升级。在此基础上，数字化能力正向酒店、商业等关联业态延伸，助力多业态协同提质增效。

案例：花橙科技打造 AI 客服系统，赋能景区智慧服务升级

针对景区在节假日面临的客服人力成本高、响应效率低、数据碎片化等痛点，花橙科技自主研发 AI 客服智能服务系统。该系统基于自然语言处理（NLP）技术，构建“全渠道接入—智能问答—工单流转—数据洞察”一体化架构，依托场景化知识库与全域数据融合能力，有效提升咨询响应时效、降低一线人力依赖，实现游客行为与需求的深度挖掘。系统具备动态迭代与跨场景扩展能力。系统已在花橙官网及“欢乐谷主题公园”小程序完成试点，显著降低客服成本、优化游客体验，后续将向更多文旅项目推广部署。



[花橙科技打造 AI 客服系统]

案例：欢乐谷公司推进主题公园场景科技化

为响应年轻消费者对沉浸式、互动性体验的需求，欢乐谷公司以科技赋能推动主题公园产品升级，系统实施“文旅+科技”融合创新方案。2025 年，旗下各园区加快引入无人机编队表演、光影新技术、服务机器人、智能导览、AI 客服及智能配送等多元科技手段，重构游客互动场景。通过科技语言创新表达本土文化，推动体验从传统观赏与感官刺激，向文化认同与情感共鸣深化。



[深圳欢乐谷开展无人机编队表演&深圳世界之窗打造“机器人潮玩节”]

案例：商管公司建设统一会员平台，赋能商业经营升级

2025 年，商管公司聚焦“统一会员体系、支撑商业经营”目标，建成覆盖 PC 端与小程序的统一会员平台，以手机号为唯一标识，在 8 个项目落地，会员超 660 万，成功构建“等级、积分、权益、数据”四通体系，在保障总部管控的同时支持项目灵活运营，并通过用户标签画像、无感支付与标准化营销工具，赋能招商、业态优化与活动策

划，提升顾客资产价值与品牌影响力。

会员营销系统

整合多项目会员，打造商管商业统一大会员



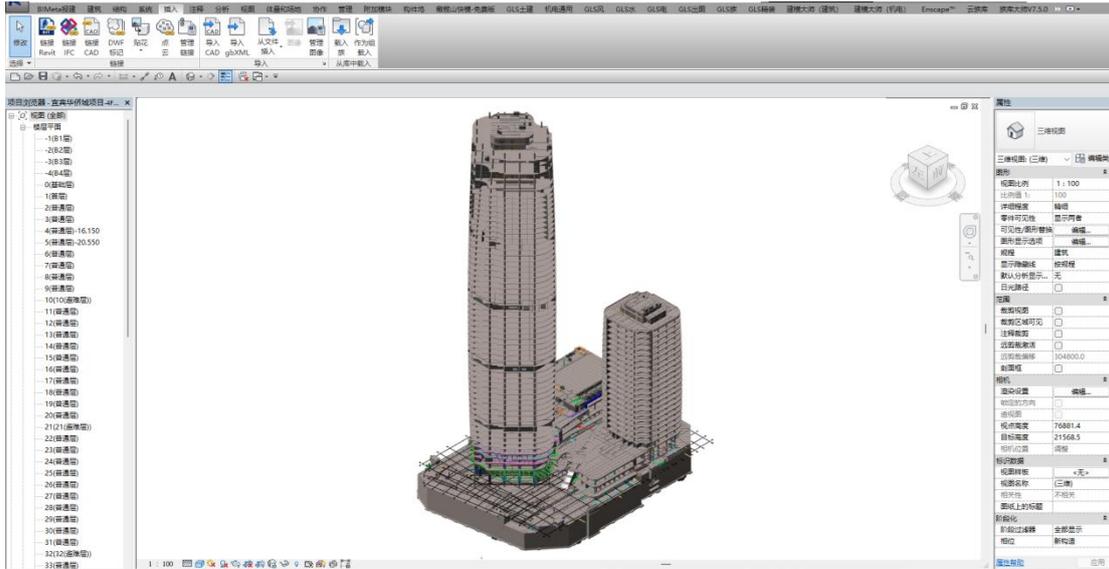
[商管公司会员营销系统]

2. 优化地产数智运营

公司加速推进不动产资产管理与运营系统建设，助力存量盘活与运营提效，深化地产 ERP 系统应用，全面推广数字化客服平台，强化产品设计反馈与服务闭环。积极应用 AI 辅助创意渲染、VR 看房、智慧工牌等新技术，融合智能家居与智能楼宇系统，为“好房子”建设注入科技内涵，提升客户全周期体验。

案例：西部事业部通过智慧科技助力“好房子”建设

西部事业部推动数字化、智能化与绿色化融合，提升地产开发与运营效能。宜宾中心项目应用 BIM 全周期协同平台，通过参数化建模与管线碰撞检测，提前解决百余处设计冲突，降低返工率，联动智慧工地实现多方高效协作。成都熙成里、重庆熙宸项目构建“AI+物联网”智慧社区，集成智能安防、无感通行等系统，强化事前预警与居民安全保障。两项目同步部署屋顶光伏、节能照明及 AI 能效管控平台，实现机电设备节能优化与故障预警，打造低能耗绿色智慧社区。



[BIM 工程师复核全专业整体模型并梳理图纸问题-宜宾中心]

3.拓展智慧城市市场景

公司积极践行智慧城市发展理念，结合不同业态与业务实际需求，持续推进智慧城区、智慧景区、智慧商业、智慧酒店、智慧物业等场景的探索与应用。

案例：华服公司构建社区数字生活服务平台

聚焦社区居民与驻场企业多元化需求，华服公司搭建云选、福利、社区三大线上商城，整合优质商品与服务资源，构建“1 个中枢平台+N 个智慧触点”的服务体系。针对驻场企业，聚焦零星采购与定制服务需求，以整合优化供应链为切入点，引入头部全品类供应商，打造一站式、强对比、高透明的集成化供应体系，持续降低企业采购与管理成本。针对社区居民，整合多元生活资源，覆盖日常购物、到家服务等全场景需求，通过数字化手段实现线上下单、高效履约、便捷体验的一体化服务。平台以数字化运营完善社区生活服务生态，为居民营造便捷、安心、有温度的幸福社区。

案例：B6 智慧平台赋能会展运营深化

房地产公司依托 B6 智慧运维平台，深化智能化技术在会展运营中的应用。通过对照明与空调系统实施动态节能策略，全年节约能源成本 614.35 万元，推进数字化维保与公共区域技术改造，降低设施维护成本 527.96 万元。引入 AI 算法优化客流风险预警与导览服务，

有效提升应急响应速度与服务处置效率，推动会展空间向绿色、安全、高效运营转型。



[房地产公司 B6 智慧运维平台图]

4. 筑牢网络安全防线

公司坚持“管理为纲、技术为盾、运营为链”理念，构建三位一体的网络和数据安全治理体系。以网络与信息安全通报机制为抓手，强化企业主体责任；持续实施安全基线核查、渗透测试、系统加固等专项工作，深化态势感知应用，强化常态化巡检与主动防护；落实信息系统等级保护措施，举办分层分类培训和应急演练，扎实开展下属企业网络安全飞行检查和“两高一弱”专项整治，持续筑牢网络和数据安全防线。

报告期内，未发生重大网络安全事件，切实保障信息系统与数据安全，为公司可持续健康发展提供坚实保障。

（四）服务国家战略

公司聚焦旅游、房地产主业，深度融入粤港澳大湾区、长三角、成渝地区双城经济圈等国家重大区域发展战略，同时积极参与“一带一路”建设，以高品质文旅项目、精品人居及产业资源导入，持续赋能区域协调发展与国际人文交流。

1. 推动区域协调发展

公司聚焦粤港澳大湾区、京津冀、长三角、海南自贸港及长江经济带等国家重大战略区域，打造多个国家 5A 级旅游景区、国家级旅游度假区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区及国家级文明旅游示范单位，累计投资建设 200 余个房地产精品项目。2025 年，稳步推进深圳欢乐谷改造、深圳华侨城创意文化园嘉途酒店开业、崇礼冰雪文旅全域旅游策划、武汉青山滨江片区开发等重点项目，以高品质产品与高效运营持续赋能区域产业升级、城市更新与消费活力提升。

案例：在长三角区域打造“安居+兴业+生态”融合发展样板

2025 年，公司紧扣长三角一体化与长江经济带高质量发展战略，以“优质生活创想家”理念为引领，全年交付高品质住宅及人才公寓 2288 套，切实满足居民与产业人才安居需求。同步落地的滁州科创中心聚焦新能源、新材料等新兴产业，吸引 80 余家优质企业入驻，强化“以产聚人、以人促城”的良性循环。在生态优先方面，全年 10 个在建项目全部达到绿色建筑标准，将绿色发展理念贯穿规划、建设与运营全周期，实现“建筑与自然共生”。同时，以文旅为纽带联动上海、南京、扬州、苏州、常熟等核心城市资源，取得显著协同效应：苏州启元商业项目年接待商务客流超 4.82 万人次；常熟沙家浜景区年接待游客 168 万人次，带动区域旅游收入增长 22%；南京欢乐谷年接待游客 130 万人次。



[深圳欢乐谷“欢乐时光”区 2025 暑期焕新开放]

2. 助力“一带一路”建设

公司积极践行“一带一路”倡议，充分发挥自身主业优势，搭建开放包容的合作平台，促进各方交流合作。

案例：华侨城旅行社以文旅为纽带深化“一带一路”人文交流

华侨城旅行社积极响应共建“一带一路”倡议，聚焦东南亚、南亚等重点区域，开发“新马亲子研学”“越南文化体验”等主题产品，促进中外游客双向流动。依托入境免签政策，成功承办 STEAM AHEAD 2025 全球竞赛活动，接待来自 28 个国家和地区的近 1600 名青少年入境交流，并承接多批次入境观光团，以文旅为纽带深化文明互鉴，助力民心相通。



[华侨城旅行社组织“万名全球青少年中国行”活动]

二、固本强基|提升治理效能

（一）强化规范治理

1. 加强党建引领

公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，认真落实四中全会部署，牢牢把握新时代新征程国资央企党建工作新要求，深入推进《党建工作三年规划（2023 - 2025）》，持续构建与全面从严治党体系相匹配、与中国特色现代企业制度相衔接、与企业改革发展中心任务相适应的党建工作格局，以高质量党建引领高质量发展。

• **强化政治引领。**健全“第一议题”每周学习机制，全年开展党委理论学习中心组学习 12 次，制定重点任务清单并强化督办，推动党的创新理论转化为风险化解、营销攻坚等实际举措。

• **完善治理融合。**修订党委会、董事会、总经理办公会议事规则，动态优化党委前置研究事项清单，厘清各治理主体权责边界；设立咨询顾问委员会，完善授权决策与评估机制，保障治理体系规范高效运转。

• **发挥功能作用。**实施“一领域一方案”党建专项行动，全年完成“书记项目”390 余个、“委员项目”370 余个，覆盖专业化改革、债务风险防控等重点任务；开展党组织书记、党务干部及党员全覆盖培训超 2.1 万人次，在重点项目上担当作为，切实将政治优势和组织优势转化为发展动能。

案例：华东事业部党建引领“好房子”全周期品质管理

华东事业部党委系统谋划 44 个“书记项目”“委员项目”，构建“党委抓总、书记牵头、委员攻坚、党员示范”责任体系，将党的领导深度融入规划设计、工程建设、竣工交付与客户服务全流程。党委领导高位统筹部署，专题立项亲抓细管，基层党组织书记、委员带头深入项目一线，推动落地“全归家动线的门禁与监控系统”等 40 余项具体技术措施，推动建立三级图纸审查、旁站式验收、30 分钟响应维修等机制。2025 年，下属多个重点项目交付满意度达 98%，质量类投诉同比下降 32%，形成“业主反馈—服务优化—产品迭代”闭环，切实以高质量党建护航高品质产品力提升。



[华侨城江苏地产公司党员先锋护航徐州湖东道·学府项目一批次品质交付]

2.完善治理机制

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》等国家有关法律、法规的要求，建立了权责清晰、管控透明、协调运转、有效制衡的现代企业治理体制机制，不断完善公司法人治理结构，持续提高公司治理水平，促进公司规范运作。

• **健全制度体系。**健全完善“1333”工作体系，即 1 个目标、3 大原则、3 个重点和 3 层架构，健全独立董事制度，发挥独立董事在公司治理中的作用；建立董事会执行委员会工作规则，提升董事会管理效能和决策效率。

1 个目标：指持续推动中国特色现代企业制度优势更好转化为治理效能；

3 大原则：指加强党的领导与完善公司治理相统一、依法管控与激发活力相统一、遵循治理基本规则与尊重治理结构差异相统一；

3 个重点：指优化法人内部治理机制、探索法人层级治理路径、体系化编制并应用治理范本；

3 层架构：指体系层、机制层、制度层三层架构。

公司根据《公司法》的重大修订要求及证券监管部门系列新规，系统梳理制定制度完善计划。2025 年完成包括《公司章程》在内的十六项基本制度与配套细则修订工作，确保公司制度体系的合法性、时效性与可操作性，为公司规范运作提供了坚实的制度保障。

• **优化治理结构。**公司股东会、董事会和经理层依照《公司章程》和系列规则，紧紧围绕公司发展战略，充分发挥自身职能作用，有效维护公司和全体股东的利益，促进公司可持续发展。

股东会：最高权力和决策机构，依法行使公司经营方针、筹资、投资、利润分配等重大事项的表决权。

董事会：对股东会负责，在规定范围内行使经营决策权，负责公司内控制度的建立健全和有效实施。

董事会专门委员会：董事会下设战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，为董事会高效运作、科学决策提供有力支持。

经理层：对董事会负责，负责组织实施股东会、董事会决议事项，主持公司日常经营管理工作。

2025 年全年，公司共召开了 2 次股东会，审议通过 17 个提案；7 次董事会会议，审议通过 51 个议题；14 次专门委员会会议，审议通过 22 个议题。

• **维护股东权益。**高度重视投资者关系管理和股东权益保护工作，坚守合规性、平等性、主动性和诚实守信四条基本原则，健全市值管理与投资者关系管理工作机制及制度体系，搭建多渠道的投资者沟通交流平台，引导投资者树立长期投资和理性投资的理念，切实保护广大投资者特别是中小投资者的合法权益。报告期内，通过路演、反路演、深交所互动易平台、IR 电话与邮箱等方式与投资者保持良性互动，重视投资者对公司治理提出的意见和建议，定期收集机构和个人投资者的观点，并召集投关工作小组会议讨论，及时解决和反馈投资者的问题和意见建议。重启“股东检阅日活动”，邀请全体自然人股东检阅旗下主题景区，并听取股东对公司经营发展和景区运营的宝贵意见与建议，以答谢股东长期以来的关心和信赖。

- **规范信息披露。**坚持“以合规披露为基础、市场需求为目标、价值发现为导向”的信披指导思想，遵循《上市公司信息披露管理办法》等监管要求，持续夯实信息披露的制度保障，修订《深圳华侨城股份有限公司信息披露管理制度》，制定《深圳华侨城股份有限公司信息披露暂缓与豁免管理制度》，持续提升公司信息披露水平。报告期内，通过法定披露媒体，真实、准确、完整、及时地披露公司经营情况，累计披露 123 份公告，继续维持零差错标准，充分保障广大投资者的知情权。

（二）深化改革提升

公司深入贯彻落实国有企业改革深化提升行动部署，聚焦增强核心功能、提升核心竞争力，系统推进各项改革任务落地。

- **深化“双百行动”。**持续推进落实“双百”专项行动，全面落实改革台账与实施方案，持续完善市场化经营机制，强化企业内生动力。

- **开展价值创造对标。**组织开展对标世界一流企业价值创造行动，围绕效益效率、创新驱动、国家战略落实、治理效能、可持续发展、共建共享六大维度，构建对标指标体系，重点对标迪士尼、中国建筑等国际及行业领先企业，制定专项提升方案，推动经营质量与价值创造能力双提升。

- **推进改革协作。**联合中国海油、华润集团等 9 家中央企业组建改革协作小组，通过互访调研、经验共享与短板诊断，系统借鉴先进改革实践，协同提升改革质效。

（三）健全风险管理

1. 强化内控管理

公司聚焦“强内控、防风险、促合规”的管控目标，着力健全内控管理体制机制、完善内控制度体系，为公司依法合规经营提供有力保障，切实提升经营效率与效益。

- **完善内控体系。**公司党委持续加强对内控工作的领导，高位统筹推进，构建起“党委统一领导、董事会决策监督、经理层组织实施、

各职能部门分工负责”的内控组织体系。各级企业不断强化内控职能部门建设，明确内控专兼职人员配置，内控工作的穿透性与执行力得到显著提升。

• **强化制度规范。**紧密结合实际业务需求，制定并完善各项管理规章制度，确保制度兼具科学性、针对性与可操作性。2025 年，重点完善了公司治理、成本采购、资产管理、内部审计等关键领域的制度流程，加强制度的宣传与培训力度，内控制度的体系化、规范化水平持续提升。

• **健全防控机制。**构建“年度重大风险评估+季度跟踪监测+重大风险事件报告”风险管理机制，强化风险源头把控、过程监控与结果管控。坚持每年度系统识别重大经营风险，深入分析风险驱动因素及交叉传导路径，为重大决策提供支撑；围绕年度重点风险，健全防控责任台账，明确责任单位与目标，按季度动态跟踪进展；对已造成重大资产损失、引发重大负面舆情或产生严重不良影响的风险事件，要求相关企业第一时间启动报告程序，完整报送事件概况、成因、影响范围及处置措施。

2. 深化合规管理

公司持续健全合规管理体系，聚焦“防风险、促发展”，将合规要求深度融入公司治理与经营全过程，为高质量发展提供坚实法治保障。

• **健全合规治理架构。**公司党委、董事会及主要负责人切实履行合规管理主体责任，定期专题学法并听取重点工作汇报；完善首席合规官制度，开展二级企业首席合规官专项招聘与述职考评；在重点子企业配备专职法务负责人，加强合规机构建设，并通过系统化培训交流持续提升专业团队能力。

• **完善制度标准体系。**针对重点领域开展制度有效性评估，制修订专项管理制度；以“合同管理规范年”为抓手，编印合同负面清单、范本库等标准化指引，推进合同管理规范；严格落实重大决策、规章制度、经济合同 100% 法律合规审核，为重点项目提供全过程支持。

• **提升风险应对效能。**印发风险提示函，强化风险预警，开展商

业租赁、合资合作类合同专项检查，全面排查涉外经营合规风险；聚焦重大风险事件处置，依法推进投并购项目追损挽损，扎实开展知识产权维权打假并取得实效；将案件处置、逾期债权清收纳入业绩考核，合规要求嵌入干部任前考试；完善重大案件“红黄牌”应急处置与跟踪机制，创新“管理卡片”工具，实现债权清收任务“清单化、可视化”，推动风险处置闭环落地。

• **推进合规文化建设。**将法治学习纳入党委“第一议题”和理论中心组学习，常态化开展“合规宣传月”“法治讲堂”等主题活动，提炼管理要点、制作宣传海报，推动合规理念从制度约束向行为自觉转化，营造尊法学法守法用法的良好氛围。

3. 保护知识产权

公司高度重视知识产权保护，系统厘清各业务部门职责边界，完善商标、字号及授权加盟管理制度，明确管理权责与操作流程。对内全面排查并整改违规使用企业字号等行为，强化规范使用；对外积极开展商标维权与打假行动，坚决遏制侵权行为。同时，通过及时办理商标续展、主动提交使用证据等方式，有效防范商标被撤销风险，切实维护企业无形资产安全。

4. 夯实安全管理

公司牢固树立安全发展理念，严格落实企业安全生产主体责任，着力防范化解重大安全风险，保障企业安全稳定运营，围绕“拧紧每一个螺栓”管理主题，将责任意识贯穿安全管理全链条，层层压实、环环相扣，严防任何一个环节松动失守。

报告期内，未发生生产安全责任事故。

• **强化责任落实。**健全安全工作运行机制，定期召开安全生产工作会，总结进展、分析形势、研究问题、部署任务。各级企业逐级分解安全生产目标，签订安全生产责任书，将考核结果与企业经营业绩挂钩，推动领导干部切实履行安全职责。

报告期内，公司及所属企业组织签订年度安全生产责任书 17351 份，签署岗位安全承诺书 34061 份，投入安全生产费用 2.77 亿元。

• **完善管理制度。** 修订完善办公场所、物业、酒店等重点领域安全管理制度,细化关键环节安全管理要求,强化安全生产考核巡查,推动各项安全责任措施落实落细。

报告期内,公司及所属企业新修订安全制度 878 项,新制定安全制度 253 项,累计制定各类安全制度 2949 项。

• **防范安全风险。** 围绕游乐设施、深基坑、商业燃气、物业消防、旅游车辆等重点领域,开展建筑保温材料、安全防护设施、警示标识等专项排查整治,对发现的隐患问题建立台账清单,动态跟踪整改落实情况。

报告期内,公司及所属企业开展安全检查 9776 次,排查发现一般安全隐患 70409 项,整改完成 69871 项,整改完成率 99.24%,排查发现重大事故隐患 13 项,整改完成 12 项,整改完成率 92.31%。

• **加强宣传教育。** 依托全国“安全生产月”“消防宣传月”等契机,组织开展形式多样的安全宣教活动,强化员工安全责任意识。完善应急预案,加强应急队伍建设和物资储备,定期开展消防灭火、应急疏散、游乐设施困人等实战演练,提升应急处置能力。

报告期内,公司及所属企业开展安全宣教活动 1428 场次,领导干部讲安全 519 场次,安全培训 8397 场次,培训人数 19.61 万人次;组织应急演练 6761 场次,参加演练人数 11.69 万人次。

案例: 华服公司安全管理系统正式上线

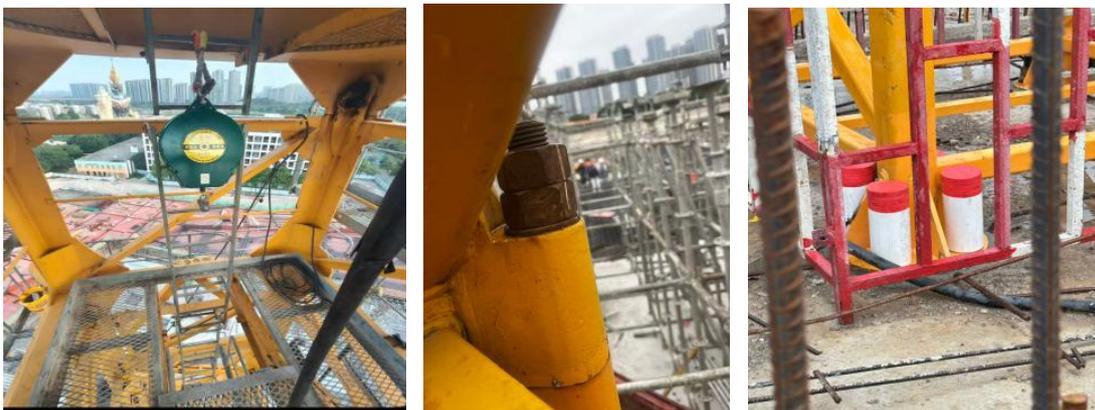
2025 年,华服公司安全管理系统正式升级上线运行,同步开展全员实操培训,配套推出《系统操作手册》与《全流程操作视频教程》双轨支持体系,构建起覆盖风险识别、隐患排查、教育培训、应急响应等全流程的智能管理网络,当前系统用户已达 5000 余人。该系统以模块化架构为核心,贯通安全管理末端执行环节,实现风险精准防控与隐患源头治理。



[华侨城公司安全管理系统上线]

案例：顺德欢乐海岸二期项目强化大型机械本质安全管控

顺德欢乐海岸二期项目针对塔吊作业安全风险，系统实施三项措施，构建“本质安全+动态监控”管理闭环：在塔吊直爬梯加装防坠安全器，实现人员意外坠落时的瞬时锁止保护；为地脚螺栓配置防护帽，有效防锈、防松、防撞击，确保设备基础稳固；在标准螺栓涂刷可视化“观察线”，松动后标记错位可直观识别，提升日常巡检与整改效率。相关举措覆盖人员防护、设备稳固与隐患识别环节，切实降低高空作业安全风险。



[顺德欢乐海岸二期项目针对塔吊作业安全风险系统实施三项措施]

（四）践行诚信经营

1. 坚持以廉为基

公司坚持正风肃纪反腐，一体推进、系统施治，推动腐败问题防范与治理常态化、长效化，持续营造风清气正的经营环境。

• **健全监督体系，提升贯通协同质效。** 完善巡视整改工作机制及内部巡视工作机制。创新“一巡两查”协同模式，将常规巡视与选人用人、巡察工作专项检查有机融合；首次对下属企业开展提级巡视。系统开展内部巡视整改评估，着力提升整改成效。加强对“一把手”和领导班子的监督，通过监督谈话、日常廉洁提醒等方式，警醒各级领导干部知责明责尽责，推动纪检、巡视、审计等监督力量贯通协同。

• **严抓作风建设，持续纠治“四风”顽疾。** 开展违规吃喝集中整治，建立违规吃喝案件查办“五问”机制。印发《关于严肃查处违反中央八项规定精神案件的通知》，建立“四风”问题线索台账并开展“大起底”，严肃查处违反中央八项规定精神的问题线索。针对商业物业租赁中的“好处费”等问题进行专项排查整治，进一步规范党员干部履职行为。

• **强化纪律执行，培育崇廉拒腐文化。** 主动对接多地纪委监委，就“双管人员”案件处置探索协同路径。重点对上轮巡视以来涉及公司管理干部的问题线索开展“回头看”，对近五年来问题线索进行起底排查，坚决纠治“处理畸轻”等问题。剖析典型案例，制作并组织观看违纪违法警示教育片，以身边事警示身边人。面向新任职和年轻干部开展集体谈话，增强拒腐防变能力。加强新时代廉洁文化建设，编发廉洁宣教材料，推动廉洁文化融入企业文化。

报告期内，公司及所属企业累计开展廉洁教育活动 192 次，覆盖 19472 人。

2. 笃行以信为要

公司践行负责任采购理念，严格遵守国家法律法规，秉持公开、公平、公正及诚实信用原则，持续完善采购与供应商管理制度，规范采购全流程行为，强化供应商信用体系的建设与动态管理。

• **规范采购行为。** 将采购合规管理纳入企业经营绩效考核，强化采购项目全覆盖上线管理，建立采购合规风险负面清单，设专人开展采购项目事中合规审查，及时纠正“应公开未公开”“限定/指定特定专利、商标、品牌、原产地或者供应商”等采购问题，提升采购合规水平。

- **规范合作管理。**按照“统一平台、分类分级、动态管控”的原则开展供应商管理，加强对供应商的廉洁诚信教育，建立供应商失信行为标准，对涉及违法违规、严重质量安全事故等失信行为采取“零容忍”举措，营造廉洁诚信、平等互惠的经营环境。

三、守护环境| 深化绿色实践

（一）加强环境管理

公司持续践行绿色发展理念，严格遵守国家关于环境保护、资源利用及排放管理的法律法规，将绿色低碳要求深度融入经营管理全过程。不断完善环境管理体系，扎实推进“双碳”行动，常态化开展环保培训与宣传教育，全面提升员工绿色环保意识与实践能力，建设资源节约型、环境友好型企业。

报告期内，公司未发生突发环境事件，亦无节能环保违法违规行。2025 年，公司投入生态环境保护的资金总额达 18313 万元，能源消费总量下降，减排效果显著。

1.健全管理体系

• **构建管理机制。**持续优化环保低碳工作架构，建立健全三级管理机制，按照管发展、管生产、管行业必须管节能环保的要求，把节能环保工作贯穿生产经营全过程。

绿色低碳领导小组：公司主要领导任组长，其他班子成员为组员，全面领导公司碳达峰碳中和以及节能环保相关工作。

绿色低碳办公室：负责制定公司绿色低碳转型发展战略规划、分解年度目标并监督实施，研究制定公司绿色低碳转型相关政策，建立健全绿色低碳管理体系，广泛宣传绿色低碳理念，引进先进绿色低碳技术和管理经验，推动提高资源利用效率。

环保工作办公室：负责统筹公司环保管理体系建设，收集、统计与分析节能环保数据，组织开展环保宣传教育培训，实施环保工作指导监督与考核检查，确保各项环保措施得到有效执行。

各所属企业（专业公司、事业部、城市公司、项目公司等）实行节能环保工作“党政同责”“一岗双责”，企业主要负责人是本企业节能环保工作的“第一责任人”，具体落实公司绿色环保工作任务。

• **完善考核制度。**将节能环保工作作为约束性指标纳入企业经营业绩考核，围绕能源利用效率、污染物排放控制、绿色经营管理及合规表现等核心维度，构建可量化、分行业的绿色绩效评价体系。通过综合评估各二级企业年度落实情况，对存在不足的单位实施整改督办与跟踪验证，推动环境责任层层压实、管理闭环有效运行。

• **强化风险管控。**将环境风险纳入全面风险管理体系，健全覆盖预警监测、应急响应与信息报告的全过程防控机制。常态化开展环保低碳专项督查，重点核查能源消耗、污染物排放、制度执行及应急准备情况，推动问题早发现、早整改，切实保障环境风险可控、合规运营稳健。

案例：华服公司强化物业服务中的环境风险防控

华服公司围绕物业服务业务，在所辖项目常态化开展环境巡查、现场监测与风险评估，重点关注垃圾清运、污水管理、绿化养护等环节，及时发现并推动问题整改，有效防范社区运营中的环境污染风险，切实保障居住环境质量与安全。

2.提升环保意识

公司将绿色低碳理念融入员工能力建设体系，通过专题培训、专家授课等方式，系统提升环保管理人员专业水平；结合世界环境日、全国节能宣传周等重要节点，常态化开展绿色办公、低碳生活宣导，推动全员生态环保意识转化为日常实践。

全年共举行环保培训 322 场，参加培训总人数达 9318 人次。

案例：酒店公司深入开展环保培训活动

酒店公司结合 2025 年“六五环境日”活动，围绕“美丽中国我先行”“终结塑料污染”主题，在所属各单位多形式深入开展线上、线下环保培训宣教活动，将节能环保理念植入公司经营的全过程，形成良好的全员共创“绿色酒店”氛围。

（二）优化资源利用

公司将生态环境保护深度融入运营管理，以专项排查整治为抓手，系统提升自然资源综合利用效率，持续推进能源结构优化，积极应用先进节能工艺与技术，有效降低能耗与排放强度，并稳步推动清洁能源替代，助力绿色低碳转型。

1.应对气候变化

公司将应对气候变化深度融入 ESG 战略，识别并管理气候相关风险与机遇。通过开展碳达峰行动方案系统性评估，实施碳排放总量

和强度“双控”管理，确保战略与国家政策、行业趋势及公司实际协同推进。持续强化能源管理，优化能源结构，统筹推进节能降碳举措，着力提升资源利用效率，切实降低能源消耗与温室气体排放，并明确承诺于 2030 年前实现二氧化碳排放达峰。

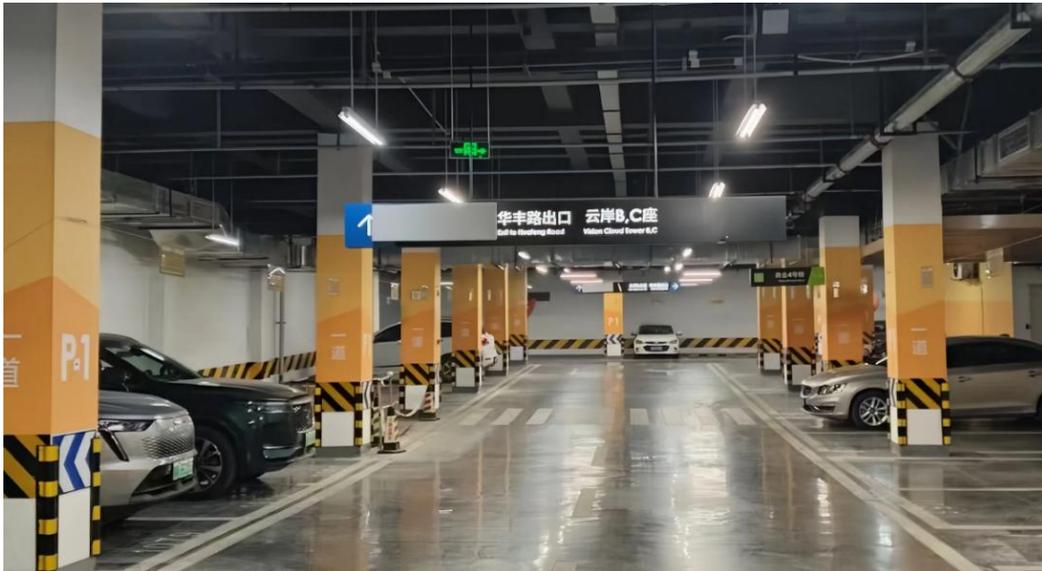
公司能源消耗以电力为主，二氧化碳直接排放主要来源于天然气、柴油及汽油的使用，间接排放源于外购电力，相关活动主要集中于旅游景区、房地产开发、商业物业及酒店等业务板块。

报告期内，能源消耗总量为 68455 吨标准煤，营业收入综合能耗（现价）为 0.0203 吨标准煤/万元。

• **推进智能改造。** 聚焦建筑运行高能耗环节，系统推进照明、供水、暖通及热水等用能系统的智能化与绿色化改造，通过技术升级与管理模式创新（如合同能源管理），持续提升综合能效水平，降低运营碳排放。

案例：华服公司实施照明与供水系统绿色改造

华服公司聚焦物业服务中的高能耗环节，推进特高光效 LED 照明灯具及无负压供水系统改造，覆盖所辖多个项目。2025 年，相关技改措施累计节约用电 364 万千瓦时，减少二氧化碳排放约 200 吨，在降低运营成本的同时，切实推动社区绿色低碳运营。



[华服公司推进特高光效 LED 照明灯具改造]

案例：酒店公司多措并举推进专项节能改造

酒店公司通过 ECM 合同能源管理模式，以“零投资、轻资产”方式聚焦热水系统、蒸汽系统、中央空调系统等关键板块推进专项节能改造。深圳前海华侨城 JW 万豪酒店、华侨城洲际大酒店改造工程完工后每年可节约电、气等综合能耗成本 200 余万元，减碳量达 2000 余吨。



[酒店公司 酒店燃气锅炉改造为高效蒸汽发生器]

- **推动循环利用。**重视资源循环利用，积极采用新技术新手段，有序推进实施资源循环利用，并将其作为发展方式向绿色转型的重要举措之一。

- **推广清洁能源。**深入践行“减量化、资源化、无害化”原则，在持续推进节能技术改造的同时，加速淘汰高耗能设备。通过推广光伏自发自用项目，清洁能源使用量及使用率较基准年均实现增长，有效支撑节能降碳与高质量发展协同推进。

案例：上海欢乐谷建设分布式光伏系统

上海欢乐谷在后勤区、钢结构仓库、配电房、宿舍及水公园总仓等建筑屋顶，科学布局分布式太阳能光伏发电系统，采用高效光伏组件，为园区提供清洁电力。项目在降低外购电依赖的同时，通过光伏板对屋面的遮蔽效应，有效改善建筑保温隔热性能，提升员工工作与居住环境舒适度，实现能源节约、碳减排与员工福祉的协同增效。



[上海欢乐谷建设分布式光伏系统]

• **推进气候适应。**系统识别极热、极寒、洪涝、台风等物理气候风险，全面落实针对性防范措施，常态化开展应急演练，持续完善极端天气下的应急响应机制，切实增强应对能力，有效降低气候变化对企业运营的潜在影响。

案例：房地产公司强化极端天气应急响应，筑牢台风灾害防线
2025 年 10 月 5 日，第 21 号台风“麦德姆”登陆湛江徐闻，房地产公司下属粤西公司迅速启动应急响应机制，系统开展灾前风险排查与资源部署、灾中 24 小时巡查值守、灾后设施抢修与运营恢复，有效保障员工安全、社区秩序及资产安全，切实提升企业应对极端天气事件的韧性与响应能力。



[房地产公司强化极端天气应急响应，筑牢台风灾害防线]

活垃圾分流处理机制，落实分类收集、分类清运；推进建筑垃圾回收与再利用，降低施工活动对环境的影响；倡导绿色生活方式，全面实施生活垃圾分类；灯管、电池等危险废物均委托具备资质的第三方机构规范处置或回收。

• **强化废气废水全过程合规管控。**在废气管理方面，严格落实挥发性有机物 (VOCs) 无组织排放控制要求。在废水管理方面，所有项目依法申领污水排入排水管网许可证，确保污水处理设施稳定运行，实现废水排放 100% 合规。

(三) 深化绿色运营

公司将绿色发展理念贯穿建筑设计、建造与运营全周期，以绿色建筑、绿色社区、绿色供应链、绿色办公为抓手，持续提升资源利用效率与低碳运营水平，系统打造环保、节能、健康的建筑环境，支持可持续生产生活方式转型。

1. 实施绿色建造

公司聚焦建筑设计与建造环节，严格执行绿色建筑标准，推广应用节能材料与绿色施工技术，持续提升建筑能效与低碳表现。

2025 年新增绿色建筑项目 1 个，新增绿色建筑面积 6.5 万 m²，新增 LEED 认证建筑 1 个，面积 21.61 万 m²。

案例：无锡雲湖别院项目按三星级标准打造低碳健康社区

无锡雲湖别院项目整体按照绿色建筑三星级标准设计，以“院中园”布局营造城市型度假社区。项目在装修环节采用 E0 级环保板材及品牌节水器具，将绿色投入转化为可感知的健康居住价值；同步打造局部超低能耗商业试点，集成高性能围护结构、热回收率 $\geq 75\%$ 的新风系统与屋顶光伏发电，构建“产能-用能”一体化循环体系。



[无锡雲湖别院项目绿色建筑三星标准立面实景及三星级绿色建筑预评价报告]

案例：深圳前海华侨城瑞吉酒店打造全周期绿色酒店标杆

深圳前海华侨城瑞吉酒店自建设初期即严格遵循美国绿色建筑委员会 (USGBC) 标准, 于开业前获得 LEED 金级认证, 并入选 2025 年《财富》中国最佳设计榜。在材料与运营层面, 酒店采用模块化设计与干式作业, 提升材料回收利用率; 广泛应用低/零 VOC 材料, 保障室内空气质量; 优先选用可回收、再生及高耐久性建材, 降低资源消耗; 酒店全面淘汰一次性塑料制品, 通过沐浴用品回收、纸巾二次利用等措施有效减少废弃物产生, 系统践行绿色环保理念。



[深圳前海华侨城瑞吉酒店获 LEED 金级认证]

2. 打造绿色社区

公司持续推进以环保、节能和可持续发展为核心的商业物业管理模式, 通过举办环保活动、推进垃圾分类、引入有机生活品牌、开展旧物改造与闲置交换等运营举措, 不断探索绿色实践新形式。这些举

措既增强了居民的环保意识，也改善了居住和生活环境，推动了社区的可持续发展。

3. 构建绿色供应链

公司践行绿色低碳供应链管理，积极推动绿色采购，持续强化绿色低碳材料应用力度，构建绿色供应链体系。华服公司实施“四保一服”集中采购策略，提高采购效率并降低采购成本，优先选择环保、节能的产品和服务，减少资源消耗与环境污染，进一步推进绿色供应链管理。

4. 倡导绿色办公

公司持续倡导绿色节能办公，采取淘汰高耗能设备、智能节电、按季调温、循环用水等节能举措，推广无纸化办公、纸张双面利用、办公用品循环共享及环保采购，有效减少资源浪费。严格执行公务用车标准，鼓励拼车出行、差旅优先选择高铁，通过线上会议替代部分线下出差，全面推行绿色出行方式。分享节能小妙招，将绿色环保理念融入日常工作，全力打造绿色办公空间。

（四）守护自然生态

公司坚守“生态环保大于天”的理念，持续推进海绵城市建设、生物多样性保护与环保公益实践，推动人与自然和谐共生。

1. 建设海绵城市

公司采用下凹式绿地、雨水花园、透水铺装、截留设施等技术路径，推进海绵城市建设，提升城市生态韧性。

案例：东莞松湖原岸系统集成海绵城市与绿色建造实践

东莞松湖原岸项目以绿色建筑二星级标准建设，深度融合海绵城市理念，通过雨水花园、下凹绿地及雨水回收系统实现雨水径流控制与资源化利用。项目采用装配式结构、BIM 技术及低影响开发设计，围护结构热工性能提升 10%，供暖空调负荷降低 10%；集成太阳能热水、空气源热泵、屋顶光伏等可再生能源系统，辅以智能照明与能耗分项计量，全面提升建筑能效与水资源循环水平，打造集生态韧性、

低碳运营于一体的公共建筑实践。



[东莞松湖原岸系统集成海绵城市与绿色建造实践-凹式绿地]

2. 促进自然共生

公司依托湿地公园等生态载体，开展生态系统修复与生物多样性监测，为动植物提供可持续栖息环境。

案例：顺德欢乐海岸 PLUS 构建人工湖水生态系统，提升城市生态韧性

顺德欢乐海岸 PLUS 项目科学构建人工湖水生态系统，依据生态承载力精准投放滤食性与肉食性鱼类，因地制宜种植沉水、浮水、挺水等多类型水生植物，构建稳定水下森林，形成多层次生物净化链，日常运维中安排专人清理过量藻类，严控藻华风险，并严格落实污水拦截措施及管网定期巡查，保障截污实效。该系统实现水体透明度长期稳定在 1 米以上，水生植物存活率超 70%，水质持续达到国家 III 类地表水标准。



[顺德欢乐海岸 PLUS 构建人工湖水生态系统]

案例：深圳华侨城国家湿地公园系统推进生物多样性保护

深圳华侨城国家湿地公园以保护生态系统和提升生物多样性为核心，以水循环为基础，常年对气象、水质、土壤、鸟类、昆虫、植物等进行智能化监测，持续改善提升滩涂、栖息地生态环境，打造多样性栖息空间，促进深圳湾湿地生态系统保护体系的完整性，维护生态系统平衡。

3.开展环保活动

公司呼吁员工、客户及相关方关注气候变化，积极组织开展地球一小时、世界地球日、植树节、自然教育等环境保护志愿服务活动，让绿色理念融入城市日常生活。

案例：深圳华侨城洲际大酒店开展“地球一小时”主题环保教育活动

2025 年“地球一小时”活动期间，深圳华侨城洲际大酒店奇趣乌托邦亲子餐厅与儿童俱乐部策划“牛仔新生·环保时装秀”及系列亲子互动活动，引导家庭将废旧牛仔布料创意再造为服饰，并融合荧光启程、手作夜光许愿瓶、熄灯一小时等环节，以沉浸式体验传递资源循环与低碳生活理念，激发儿童及家庭对可持续发展的认知与行动意愿，推动环保理念从意识走向实践。



[深圳华侨城洲际大酒店“牛仔新生·环保时装秀”现场]

案例：欢乐谷公司开展“美丽欢乐谷我先行”系列活动

欢乐谷公司以“六五环境日”为契机，结合园区业态特点，开展“美丽欢乐谷我先行”系列宣传教育活动。在热门演艺场地新增“终结塑料污染”主题歌舞、小品等节目，向游客传递环保理念；组织员工与志愿者开展垃圾分类引导、园区清洁等志愿服务，邀请游客参与；制作发布绿色低碳短视频，展示景区在节能减排、垃圾分类等方面的实践及游客环保行为。

四、同行致远|共创美好生活

（一）增进员工福祉

1. 夯实基本保障

公司坚持以人为本的理念，切实保障员工合法权益，为员工提供具有市场竞争力的薪酬福利待遇，营造多元共融、民主和谐的工作氛围。

• **落实合规雇佣。**严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，坚持公平公正原则依法合规雇佣，尊重员工就业意愿，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，依法与员工签订劳动合同，全面保障员工在招聘、晋升、离职、薪酬福利等方面的合法权益。

报告期内，未发生雇佣童工和强制劳动的情况。公司员工劳动合同签订率 100%，员工社会保险覆盖率 100%。

• **促进多元共融。**致力于打造机会平等、多元共融的工作氛围，平等对待每一位员工，包容员工各方面的差异性，反对任何形式的歧视，不因员工的民族、种族、国籍、性别、宗教、年龄、性取向、婚姻状况等因素而影响录用、待遇、晋升等。

截至 2025 年末，男性员工占比 60%，女性员工占比 40%；30 岁以下占比 25.5%，30-50 岁占比 63.1%，50 岁以上员工占比 11.4%。

• **提供就业机会。**积极承担企业公民角色，开展校园招聘和社会招聘，多渠道加强人才引进。保障重点人群与特殊人群就业，为特殊人群提供同等的福利与晋升待遇，营造平等的就业氛围。

2025 年共新增就业人数 2602 人，其中，招收应届毕业生 346 人，公开社会招聘人员 2205 人。

• 健全薪酬福利。

薪酬机制。强调业绩导向，坚持“奖优罚劣”“以价值贡献付薪”的分配理念，为员工提供具有竞争力的薪酬水平，将员工薪酬与绩效考核结果挂钩，充分展现员工的个人价值与贡献，激发员工的积极性和主动性。

福利体系。结合相关法律法规和员工需求，保障五险一金、法定节假日、法定年休假等基本法定福利。提供补充医疗保险、节日补贴、

工会慰问、员工体检等公司内部福利，以多元化福利保障机制满足员工需求。

• **强化绩效激励。**贯彻落实《中华人民共和国公司法》，切实维护职工民主权利和劳动权益，建立并持续完善人力资源激励约束机制，设置科学的业绩考核指标体系，确保各层级员工考核评价公平公正。同时制定回款、创效等专项激励方案，引导文旅、物业等不同业务板块建立与行业政策相关联的员工收入增长机制，增强员工获得感。

2.畅通成长通道

公司以“覆盖全员、突出重点”为原则，构建分工明确、各有侧重、优势互补的“五航”人才培养体系，系统支撑员工能力提升与骨干人才梯队建设。

- 以发展组织能力为主轴：“启航、助航、领航”人才梯队线
- 以提升专业能力为两翼：“护航、远航”专业能力提升线

“五航”人才培养体系是公司重点打造的人才培养品牌，承载着助力骨干人才成长、服务业务发展与战略落地的重要使命，通过明确培养目标、培养对象、侧重能力、培养内容、培养方式、考核评价及成果运用等环节，为员工成长提供清晰的路径指引和体系化保障。

• **提供多元培训。**结合知识素养、技能实操、专业能力等方面，分领域、分专题、分层级采取多种培训形式提升员工综合能力素养。

后备人才培养。针对优秀年轻干部，深入开展优秀年轻干部调研，通过举办优秀年轻干部培训班、集中调训等方式，运用多种教学手段，在学思践悟中激活思维、锻造本领，为公司高质量发展提供坚强人才保障。

校招生培养。实施总部统筹及所属企业分类培养，举办校招新员工培训，帮助 2025 届校招新员工认识华侨城、融入华侨城。

业务条线专业人才培养。立足业务需要，围绕景区、酒店、房地产、物业和商业等业务，统筹指导专业子公司开展专业人才赋能；聚焦技术前沿，开展人工智能分层分类培训班、科技人才专项培训班等，强化专业人才赋能。

职级条线人才培养。围绕价值型总部建设，统筹实施董事会、审

计、招采、法务、纪检、数字化等职能条线的专项培训，强化职能人才专业能力。

• **拓宽职业发展。**优化职务职级体系，完善管理序列和专业序列“双通道”，通过轮岗交流、重要岗位竞聘、职称评审及人才库建设、关键人才培养项目等政策与举措，优化员工职业发展机制，重点以考核为抓手发掘优秀人才，将优秀人才与关键岗位相匹配，形成公平竞争的晋升机制，支持员工成长为优秀的管理人才和专业人才，让员工价值得到最大化体现。

3.深化员工关爱

公司真诚关爱员工，积极开展丰富多彩的员工关爱活动，帮助扶持困难员工，关注员工成长与发展，不断增强员工归属感和幸福感。

• **关爱身心健康。**注重传递“健康工作”的理念，提供员工体检以及潜在健康监测、动态血糖仪监测、健康讲座、心理咨询等健康管理体验活动，提高全员健康意识。开展多元化员工活动，举办健步走等文体赛事，参与深圳市“央地先锋杯”羽毛球赛等活动，有效激发职工活力，促进企业健康持续发展。

报告期内，为员工开展心理咨询、医疗体检 2.3 万人次；员工体检覆盖率 100%。



[2025 迎春健步走活动]



[参加“央地先锋杯”羽毛球赛]

• **情系职工冷暖。**公司党委与工会协同发力，聚焦职工对美好生活的向往和急难愁盼问题，持续完善员工关爱机制，强化对劳模先进、一线职工、困难群体及特殊需求员工的支持保障。通过优化服务供给，在食堂设立孕期女职工及特殊需求员工就餐绿色通道，并加强对项目

突击队、营销等攻坚团队的后勤保障，切实提升员工获得感、幸福感与归属感。

报告期内，走访慰问生活困难党员、老党员、老干部 79 人次，发放慰问金及慰问物资 94.1 万元。

(二) 促进协同发展

1. 共建合作生态

公司积极与地方政府、伙伴企业、知名研究机构 and 高等学府深化务实交流与合作，充分发挥专业和资源优势，实现互利共赢。

案例：欢乐谷公司以 IP 联动重塑主题公园新体验

2025 年，欢乐谷公司携手《王者荣耀》《葫芦兄弟》《十日终焉》及“听潮阁·礼”等知名 IP，成功打造多元化的沉浸式体验场景，有效吸引不同圈层客群。通过深度内容融合与创新场景营造，提升游客体验与品牌热度，释放 IP 的文化价值，初步构建起内外联动、虚实融合的 IP 合作新生态。与“猫眼电影”“影石科技”“山姆会员店”“蚂蚁集团”等品牌跨界合作，创新推出电影路演、宣传共创、联合营销等合作模式，全年达成异业合作及品牌联动 452 项次，与合作方共创合作共赢的发展局面。



[欢乐谷公司异业合作从“单向资源赋能”向“内容生态共建”转型]

案例：房地产公司代建民生工程，助力城市品质提升

房地产公司积极投身城市公共服务建设，以全过程质量监督体系高标准代建深圳市市属公园“厕所革命”工程项目，按无障碍标准施工建设 129 座公厕，首批 50 座已高质量建成投用，第二批 79 座正有序推进，目前已完成 57 座，其中，园博园公厕获 A+设计奖、深圳湾公厕获 DNA 小规模建筑类设计奖。在深圳洪湖公园品质提升工程

中，项目团队兼顾安全加固与生态保护，对道路、园桥、驳岸进行品质升级，保留全部古树名木，确保工程耐久性与景观协调性。严格执行国家建设与殡葬设施标准，高标准完成深圳市民政局生命主题文化园追思苑一期项目。



[深圳湾公园海风运动广场公厕]

[深圳园博园花卉馆公厕]

案例：旅发公司与多地政府在文旅领域达成深度合作

旅发公司依托专业能力，与多地政府及机构在文旅规划与资源开发领域开展务实合作：在浙江衢州，承接“柯城区幻乐星寰综合旅游度假区”概念策划与规划服务；在河北张家口崇礼区，签约“全域旅游策划服务”项目；在安徽祁门县，承担“十五五”文化旅游产业发展规划编制；与内蒙古乌兰察布市就旅游资源开发深化交流。



[崇礼项目太子城遗址]

2. 打造责任供应链

公司坚持“诚信兴商、责任共赢”理念，严格遵守《中华人民共

和国招标投标法》等法律法规，持续完善供应链管理制度体系，强化供应商全生命周期管理，推动构建更公平、透明、可持续的采购生态。

依据《深圳华侨城股份有限公司供应商管理办法（试行）》及配套实施细则，对供应商实施分类分级管理，将 1.3 万家合格供应商划分为集中采购、重点专业、非竞争性及一般专业四大集群，推行差异化品类策略，有效提升采购效率与成本管控水平。同时，严把准入与退出关，对存在违法违规、重大质量安全事故等失信行为的供应商，经审批后列入黑名单，坚决维护阳光采购秩序。2025 年，公司开展供应商股东关系专项排查整治，动态清理不符合管理要求的供应商，进一步夯实供应链合规基础。

截至 2025 年底，公司供应商库内共有 1.3 万家合格供应商，分布遍及全国。

（三）助力乡村振兴

公司将巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接作为重大政治任务，结合帮扶县所需、华侨城所长，助力贵州省黔东南州三穗县、天柱县守牢不发生规模性返贫的底线，为乡村全面振兴贡献央企力量。

报告期内，投入无偿和有偿帮扶资金 1035.18 万元。



[公司党委书记、董事长吴秉琪赴贵州省黔东南州三穗县、天柱县调研，亲自将新任驻村第一书记送到一线岗位]

1. 助力乡村产业

公司立足定点帮扶县资源禀赋、产业基础和发展规划，结合国家

产业经济政策，积极布局特色优势产业项目，培育壮大农业产业化龙头企业，助力定点帮扶县特色产业提档升级、提质增效。

• **做强特色产业。**助力建设雪洞镇瓶装水项目，更新老旧设备、提升产能与品质；盘活寨头村食用油加工厂，带动村民增收 80 万元；同时，扶持蜂蜜产业发展，壮大村集体经济。

• **建设美丽乡村。**发挥公司主业优势，扎实推进三穗县“颇洞美村”、天柱县“天柱美村”项目三期建设，助力两县打造优质乡村旅游目的地，推动农文旅深度融合。

• **推进消费帮扶。**在自有电商平台“侨乐购”开设助农专区；组织挂职干部携当地供应商参与“迎春行动”“兴农周”等展销活动。
案例：打造文旅产业标杆项目

创新实践“央地协作美丽乡村 SPD+O+EPC 模式”，集中帮扶资金和力量，在两县打造“颇洞美村”和“天柱美村”文旅项目，逐步从“输血式”向“造血式”帮扶转变，培育壮大乡村文旅产业。2025 年底，两个项目累计接待游客超 75 万人次，营收近 2000 万元，带动就业 1400 余人，有力促进当地文旅产业发展。项目获得各级媒体高度关注，“颇洞美村”被“国资小新”推荐为“亲子互动旅游贵州的绝佳之选”。



[“走进和美乡村”三穗县颇洞美村活动现场]

2. 培养乡村人才

公司把人才培养作为产业发展和项目建设的重点，以人才驱动激

发帮扶县致富发展内生动力。

• **育强骨干。**开展村“两委”班子成员乡村振兴进修班、基层干部乡村振兴能力提升示范培训班。

• **增强技能。**聚焦产业发展需求，组织文旅负责人能力提升、农业管理等专题培训，围绕实用技能与文化遗产开展培训。

全年累计培训各类人才 1102 人次。

案例：持续推进“美育帮扶”计划

投入教育帮扶资金 289.1 万元，支持三穗县、天柱县乡村教育发展。为寨头村小学购置教学设备，援建三穗县台烈中学教师厕所、“家风学堂”未成年人保护站及青少年文化活动中心；在寨头小学开设绘画、声乐、舞蹈、乐器等美育课程，举办艺术节等活动，惠及全体学生；设立 15 万元教育发展基金，奖励优秀中高考师生，并资助品学兼优的困难学生，切实推动教育机会公平与儿童全面发展。



[寨头小学学生美育课程成果]

3.活化乡村文化

公司搭建文化传承载体，开展文化节庆活动，探索非遗文化传承路径。

• **深挖红色文化。**盘活杨至成将军故居，建设集展览、教育、体验于一体的现代化红色故事展播厅。

• **打造文化活动。**举办“二月二”民族文化旅游节，打造苗族侗

族风情演艺团队，推动传统技艺产业化。

4.改善乡村环境

公司围绕农村“两不愁三保障”，努力建设宜居宜业和美乡村。

- **美化环境。**实施人居环境整治，推进农村厕所改造、生活垃圾和污水治理，通过文创彩绘提升村口及道路两侧景观。

- **保障民生。**与天柱县残联共建残疾人康复中心，修缮石洞镇卫生院，实施残疾儿童抢救性康复救助；在公闪村青木寨安装高位水箱、消防栓及管网，保障住房安全。

- **完善设施。**在铁厂村建设不锈钢水箱及蓄水池，解决饮水及消防用水问题；于坪地镇中学修建蓄水池、铺设安全供水管道，惠及 341 名师生。

（四）投身社会公益

公司持续深化社会公益实践，聚焦公共健康、文化惠民、社区服务等重点领域，通过空间开放、活动赋能与资源支持，切实回应社会关切，助力共建共享美好生活。

报告期内，公司各级青年志愿团队累计开展志愿服务达 494 次，参与公益爱心行动超 4660 人次。

案例：北京欢乐谷“生日免票”传递品牌温度

北京欢乐谷持续实施“生日当天免票入园”惠民政策，将简单优惠转化为情感连接的重要纽带，强化“创造欢乐记忆”的品牌内涵。2025 年，该政策共惠及 4.8 万人次，优惠金额达 1400 万元，在切实让利于民的同时，有效提升了公众认同感与品牌忠诚度。



[北京欢乐谷实施“生日当天免票入园”惠民政策]

案例：深圳欢乐港湾以公益激活城市公共空间

2025 年，深圳欢乐港湾充分发挥城市公共文化空间功能，联动政府及专业机构高质量开展 30 余场公益活动。项目联合宝安区文体局、民政局举办“‘深’爱鹏城 见‘圳’甜蜜”甜蜜经济高质量发展服务月活动，将情感体验融入消费场景，助力培育新型消费业态；携手宝安区卫健局及三大中医院开展“中医药养生游园会暨 2025 年宝安膏方节”，推动中医药文化普及与健康生活方式倡导；举办“吾城吾歌”新时代城市民谣歌汇，以音乐联结社区，丰富市民精神文化生活。



[深圳欢乐港湾联合宝安区文体旅游局、民政局举办“‘深’爱鹏城 见‘圳’甜蜜活动]

附录

（一）未来展望

2026 年是“十五五”开局之年，也是华侨城迈向新征程的启航之年。公司将围绕服务国家战略，以高质量发展为主题，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，秉承“优质生活创想家”核心理念，聚焦投资者、消费者、合作伙伴、广大员工等各方期待，持续完善 ESG 价值管理体系，以可持续发展理念引领业务高质量发展。文旅业务方面，公司将以国家“十五五”规划“推进旅游强国建设”为发展契机，坚持“以文塑旅、以旅彰文”，积极把握扩大内需和消费升级战略机遇，做好“文旅+百业”“百业+文旅”大文章，创新多元业态，为游客提供更加丰富的文旅消费体验。房地产业务方面，公司将坚持盘活存量、做优增量，聚焦核心城市、核心区域，抢抓国家政策机会，加快搭建具有华侨城特色的“好房子”产品体系，打造“安全、舒适、绿色、智慧”和文商旅住共生的高品质宜居产品。

新征程上，公司将沿着“市场化、专业化、体系化”的路径，充分发挥文旅与房地产两大主业双轮驱动作用，推动经济、环境与社会价值协同共进，以更大担当赋能人民美好生活，为实现“十五五”良好开局贡献华侨城力量。

（二）关键绩效

类别	指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
环境 责任	环保投入	万元	20528	2698.96	18313.29
	环保培训次数	次	6	12	322
	全年能源消耗总量	吨标准煤	53150	67326	68455
	能源消耗强度	吨标准煤/万元	0.0095	0.0262	0.0203
	化石能源消耗量（天然气、汽油和柴油）	吨标准煤	750	808	9288
	温室气体排放量（CO2）	吨	230776	272093	272051
	废水排放量	吨	-	8301244	10029877
	废水污染物排放量	吨	-	24.7201	345.23

	非化石能源消耗量	吨标准煤	-	272093	59167	
	范围一排放(直接温室气体排放)	吨 CO ₂ e	8967	-	15400	
	范围二排放(间接温室气体排放)	吨 CO ₂ e	225967	-	256650	
经济 绩效	总资产	亿元	3710.29	3241.98	2803.84	
	营业收入	亿元	557.44	544.07	313.81	
	归属于上市公司股东的净利润	亿元	-64.92	-86.62	-144.96	
	归属于上市公司股东的净资产	亿元	619.53	531.89	387.23	
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	亿元	-64.56	-88.30	-143.87	
	经营活动产生的现金流量净额	亿元	34.23	53.62	125.01	
	基本每股收益	元	-0.79	-1.10	-1.84	
	稀释每股收益	元	-0.79	-1.10	-1.84	
	加权平均净资产收益率	%	-9.90	-16.18	-34.44	
	利润总额	亿元	-57.60	-71.77	-172.48	
	净利润	亿元	-84.35	-97.21	-190.19	
	供应商总数(华侨城电子招采平台)	家	42505	32739	13200	
	报告期内审查的供应商数量	家	4547	2088	3630	
	因不合规被中止合作的供应商数量	家	125	266	232	
	因不合规被否决的潜在供应商数量	家	1636	1995	1632	
全年游客总数(文旅板块)	万人次	9365.3	8081	7970		
社会 绩效	员工总人数	人	19209	15374	15329	
	按性别员工人数	男性	人	11444	8743	9196
		女性	人	7765	6631	6133
	各年龄段员工人数	30岁以下	人	6511	4142	3906
		30-50岁	人	10767	9932	9909
		50岁以上	人	1931	1300	1514
	各学历员工人数	研究生及以上	人	1047	1138	706
		本科	人	5925	5931	4789
		专科及以下	人	12237	8305	9834
	少数民族员工人数	人	899	738	689	
	残疾人雇佣人数	人	29	29	54	
报告期内吸纳就业人数	人	3603	3988	1963		
吸纳应届毕业生人数	人	288	360	268		

女性中层以上管理层员工占管理层员工总数比例	%	27.32	18.35	32.77
员工满意度	%	100	100	100
劳动合同签订率	%	100	100	100
员工集体合同签订率	%	100	100	100
集体谈判与集体合同覆盖率	%	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
年人均带薪休假天数	天	10	10	10
晋升员工总人数	人	710	631	415
晋升女性员工人数比例	%	49.6	49.51	49.42
员工流失率	%	20.18	20.32	17.93
员工培训覆盖率	%	100	100	100
员工培训总时长	小时	641204	350447.5	366326.7
员工人均培训时长	小时	33.4	32.5	33.4
安全生产投入	万元	33596	35700.07	27685.9
专职安全管理人员数量	人	320	417	369
安全培训场次	次	8566	8800	8397
安全培训参与人次	万人次	19.56	18.5	19.61
应急演练场次	次	5290	7952	6761
应急演练参与人次	万人次	10.6	13.61	11.70
安全生产事故数	次	1	0	0
员工伤亡人数	人	0	0	0
安全生产宣贯活动次数	场	4139	1945	1428
组织安全检查次数	次	11480	11165	9776
安全检查发现隐患问题	项	60328	73878	70409
隐患问题整改率	%	98.83	98.12	99.24
公益捐赠总额	万元	106.35	3823	1000
志愿者系统在册人数	人	5312	3823	3584
志愿者活动次数	次	251	463	494
志愿者活动参与人次	人次	19783	5500	4660
乡村振兴专项资金投入	万元	74.50	1456.36	1000

(三) 法律法规及主要内部政策列表

ESG 指标	所遵守的法律法规	内部政策
A:环境	《中华人民共和国循环经济促进法》 《中华人民共和国环境保护税法》 《中华人民共和国清洁生产促进法》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国土壤污染防治法》 《中华人民共和国大气污染防治法》	《深圳华侨城股份有限公司节约能源与生态环境保护监督管理暂行办法》(试行) 《深圳华侨城股份有限公司节约能源与生态环境保护年度绩效考核暂行办法》(试行) 《深圳华侨城股份有限公司突发环境事件应急预案》(试行)

	<p>《中华人民共和国噪声污染防治法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国环境影响评价法》 《中华人民共和国海洋环境保护法》</p>	
B1: 雇佣	<p>《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国就业促进法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《中华人民共和国社会保险法》 《中华人民共和国劳动合同法实施条例》</p>	/
B2: 健康与安全	<p>《中华人民共和国职业病防治法》 《企业职工患病或非因工负伤医疗期规定》《女职工劳动保护特别规定》 《中华人民共和国安全生产法》 《中华人民共和国消防法》 《中华人民共和国特种设备安全法》 《中华人民共和国建筑法》 《中华人民共和国劳动法》 《建设工程安全生产管理条例》 《特种设备安全监察条例》 《危险化学品安全管理条例》 《烟花爆竹安全管理条例》 《广东省安全生产条例》 《深圳市安全管理条例》</p>	<p>《深圳华侨城股份有限公司生产安全事故（事件）信息报告和处置规定》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产监督管理规定》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产约谈、警示和督办办法》 《深圳华侨城股份有限公司全员安全生产责任制规定》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产教育培训管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司生产安全事故综合应急预案》 《深圳华侨城股份有限公司安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制实施办法》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产费用提取与使用管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产管理机构设置及人员配备管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司危险作业安全风险管控办法》 《深圳华侨城股份有限公司安全生产绩效考核办法》 《深圳华侨城股份有限公司商业物业租赁安全管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司摩天轮安全管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司工业产业园区安全生产管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司房地产建设工程安全监督管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司主题公园安全管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司剧场剧院安全</p>

		管理办法》
B3:发展及培训	《干部教育培训工作条例》 《全国干部教育培训规划（2023-2027年）》 《关于加强和改进新时代国有企业领导人员教育培训工作的意见》	《深圳华侨城股份有限公司领导人员管理规定》
B4:劳工准则	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》	《深圳华侨城股份有限公司二级企业领导班子和领导人员综合考核评价办法（试行）》 《深圳华侨城股份有限公司本部人事管理规定》 《深圳华侨城股份有限公司员工绩效管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司二级企业负责人年度经营业绩考核办法》 《深圳华侨城股份有限公司企业负责人薪酬管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司二级企业负责人薪酬管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司本部员工薪酬管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司专职外部董事薪酬管理办法（试行）》 《深圳华侨城股份有限公司关于对违规违纪的下属企业负责人薪酬扣减实施细则（试行）》
B5:供应链管理	《中华人民共和国招标投标法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》	《深圳华侨城股份有限公司采购管理规定》 《深圳华侨城股份有限公司采购实施管理办法》 《深圳华侨城股份有限公司供应商管理办法（试行）》
B6:产品责任	《中华人民共和国消费者权益保护法》 《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国商标法》 《中华人民共和国安全生产法》 《中华人民共和国消防法》 《中华人民共和国特种设备安全法》 《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国旅游法》 《中华人民共和国建筑法》 《特种设备安全监察条例》 《中华人民共和国城市房地产管理法》 《中华人民共和国网络安全法》 《中华人民共和国数据安全法》 《中华人民共和国个人信息保护法》	《深圳华侨城股份有限公司房地产产品质量管理办法》

B7:反贪污	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国证券法》 《深圳证券交易所股票上市规则》	《关于加强新时代廉洁文化建设的意见》 《深圳华侨城股份有限公司信息披露管理制度》 《深圳华侨城股份有限公司财务与报告管理规定》
B8:社区投资	《中华人民共和国慈善法》	/

(四) 指标索引

一级标题	二级标题	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》通用指标	《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》
关于本报告		P1.1	G4.1
前言		P2.1	G1.1
走进华侨城 A	公司概况	P3.1	G1.2
	组织架构	P3.4	-
	业务布局	P3.2、P3.3	S2.3
	华侨城 A 的 2025	A2	-
	企业荣誉	-	-
可持续发展管理	ESG 行动规划	G1.1	G1.1
	ESG 管理	G1.1、G1.2	G1.2
	利益相关方沟通	G1.3	G5.2
	ESG 议题双重重要性判定	G1.1	G3.1
品质为本 创造长期价值	深耕主业发展	S3.3*、E5.1、S5.1	S2.1、E.5、S4.2
	保障客户权益	S3.3*、S3.4	S2.1、S2.2
	推进数智应用	S2.1*、S3.4	S2.1、S2.3
	服务国家战略	S1.1	S4.4
固本强基 提升治理效能	强化规范治理	G1.1*、G1.3	G1.1、G1.2、G3.1、G3.2、G4.1、G4.2
	深化改革提升	G1.1	G1.1
	健全风险管理	G1.1、G2.1、G2.2、S4.2	S1.3、S2.3、G2.1、G5.1、G5.2
	践行诚信经营	G2.1、G2.2	G2.2、G2.3、S3.1
守护环境 深化绿色实践	加强环境管理	E1.1、E2.1	E5.1、E5.6
	提升资源利用	E1.1、E2.2、E3.1、E3.2、E3.3	E2.2、E2.3、E3.1、E5.1、E5.2
	深化绿色运营	S3.1、S5.1、E3.3、E5.1	E5.4、E5.5、S3.1、S3.2、S4.2
	守护自然生态	E1.1、E2.3、E5.5	E4.1

包括《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》通用指标和行业特色指标。

同行致远 共创美好生活	增进员工福祉	S4.1、S4.2、S4.3	S1.1、S1.2、S1.3、S1.4
	促进协同发展	G1.3、S3.1	S3.1、S3.2、S4.2
	助力乡村振兴	S1.1	S4.4
	投身社会公益	S1.2	S4.3
附录	未来展望	A1	G1.1
	关键绩效	A2	—
	法律法规及主要内部政策列表	A3	G5.1
	指标索引	A3	G4.1
	意见反馈	A6	G3.1

（五）意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读《深圳华侨城股份有限公司 2025 年环境、社会及管治（ESG）报告》。我们非常重视并期望聆听您对华侨城股份公司 ESG 报告的反馈意见。您的意见和建议是我们持续推进公司 ESG 管治和实践的重要依据。恳请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并通过邮件、传真等方式反馈给我们，非常欢迎并由衷感谢您提出的宝贵意见！

意见反馈表

选择性问题的：（请在相应的位置打“√”）

1. 您认为本报告是否能反映华侨城 A 对经济、社会、环境的重大影响？
是 一般 否
2. 您认为本报告是否有对利益相关方关心问题进行回应和披露？
是 一般 否
3. 您认为本报告的披露信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？
是 一般 否
4. 您认为本报告披露信息是否具有可读性？
是 一般 否
5. 您对《深圳华侨城股份有限公司 2025 年环境、社会及管治（ESG）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. 您认为还有哪些您关注的信息未在本报告中披露？
2. 您认为本报告还有哪些可以改进的地方？
3. 您认为本报告为您提供了哪些有价值的 ESG 信息？

联系地址：深圳市南山区深南大道 9018 号华侨城大厦，邮政编码：518053

联系电话：0755-26600248， 企业传真：0755-26600936