证券代码:000069 证券简称:华侨城A 公告编号:2021-19

深圳华侨城股份有限公司

【2020】年度报告摘要

一、重要提示

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

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以8,037,758,053.00为基数,向全体股东每10股派发现金红利4元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	华侨城A	股票代码	000069
股票上市交易所	深圳证券交易所		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	关 山	陈 兰
办公地址	广东省深圳市南山区华侨城集团办公大楼	广东省深圳市南山区华侨城集团办公大楼
传真	0755-26600936	0755-26600969
电话	0755-26909069	0755-26909069
电子信箱	000069IR@chinaoct.com	000069IR@chinaoct.com

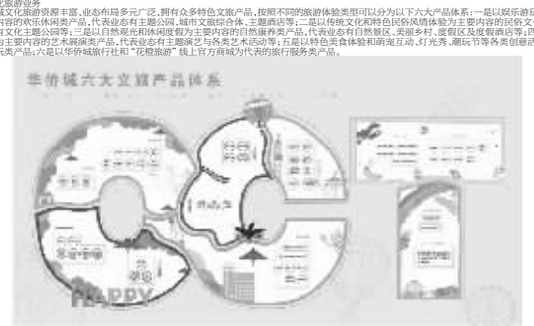
2.报告期主要业务或产品简介

按照股东华侨城集团控股高质量发展要求,以"中国文化产业领跑者、中国新型城镇化引领者、中国全域旅游示范者"为战略定位,践行"文化+旅游+城镇化"、"旅游+互联网+金融"的创新发展模式,着力搭建文化产业、旅游产业、新型城镇化、电子科技产业及相关业务投资五大业务板块。

在华侨城集团"文化+旅游+城镇化"的战略布局下,公司以"主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者"为战略定位,以文化旅游、房地产为主营业务,不断增强企业竞争力,在文化旅游发展新模式、房地产业务差异化、旅游与互联网融合等方面进行探索与实践。

①文化旅游业务

华侨城文化旅游资源丰富,业态布局多元广泛,拥有众多特色文旅产品,按照不同的旅游体验类型可以分为以下六大产品体系:一是以娱乐游玩和时尚休闲为主要内容的欢乐休闲类产品,代表业态有主题公园、城市文旅综合体、主题酒店等;二是以传统文化和特色民俗风情体验为主要内容的民俗文化类产品,代表业态有文化主题公园等;三是以自然观光和休闲度假为主要内容的自然旅养类产品,代表业态有自然景区、美丽乡村、度假区及度假酒店等;四是以文化艺术体验为主要内容的艺术展演类产品,代表业态有主题剧艺与各类艺术活动等;五是以特色美食体验和萌宠互动、灯光秀、潮玩节等各类创意活动为代表的美食萌玩类产品;六是以华侨城旗行社和"花橙旅游"线上官方商城为代表的旗行服务类产品。



②房地产业务

公司秉承"优质生活创想家"的品牌定位,以文旅内涵赋入房地产开发,形成了文化旅游、酒店、住宅和商业类地产业务融合发展的独特优势,并结合"互联网+"的思维模式探索特色社区生活一体化运营模式,以人文社区、品质社区、生活社区为居民提供优质生活及人文体验。近年来,公司积极创新产品模式,在公园式商业街区、康养旅居等方面进行了深入探索和实践。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入(元)	81,968,090,075.22	60,025,027,201.56	36.39%	48,156,217,460.00
归属于上市公司股东的净利润(元)	12,685,358,264.29	12,340,101,773.12	2.80%	10,575,071,349.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	9,687,343,647.43	10,004,829,601.45	-3.17%	9,498,283,023.12
经营活动产生的现金流量净额(元)	21,218,614,688.62	-5,187,770,194.27	509.01%	-10,044,574,579.77
基本每股收益(元/股)	1.5633	1.5044	3.92%	1.2907
稀释每股收益(元/股)	1.5633	1.5044	3.92%	1.2907
加权平均净资产收益率	17.47%	19.33%	-1.86%	18.98%
总资产(元)	456,588,251,974.59	379,619,969,381.18	20.28%	296,526,412,352.32
归属于上市公司股东的净资产(元)	78,396,965,506.81	68,636,907,488.10	14.22%	59,134,236,311.24

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	6,818,121,890.54	10,289,856,248.77	16,285,600,663.40	48,474,512,272.51
归属于上市公司股东的净利润	838,976,202.88	1,298,804,312.50	3,109,932,506.25	7,437,645,242.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	818,816,687.68	1,216,254,356.82	2,966,606,064.80	4,685,666,538.13
经营活动产生的现金流量净额	-12,787,082,688.17	3,192,383,049.12	7,356,816,275.24	23,456,498,052.43

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 适用 √ 否

4.股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	123,316	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	113,528	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数	0

持股5%以上的股东或前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
华侨城集团有限公司	国有法人	47.01%	3,855,685,442		1,138,152,352	2,717,533,090		
前海人寿保险股份有限公司-海利年年	境内非国有法人	7.54%	618,062,871			618,062,871		
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.99%	245,302,846			245,302,846		
香港中央结算有限公司	境外法人	2.16%	177,290,373	-52,326,939		177,290,373		
深圳市铂盛华股份有限公司	境内非国有法人	1.43%	117,474,302			117,474,302	质押	117,400,796
深圳华侨城资本投资管理有限公司	国有法人	0.96%	78,743,684	46,791,488		78,743,684		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.93%	76,116,400			76,116,400		
全国社保基金一一四组合	其他	0.73%	60,275,358			60,275,358		
全国社保基金四一三组合	其他	0.34%	27,900,000	5,100,000		27,900,000		
华夏基金-农业银行-华夏中证金融资产管理计划	其他	0.29%	23,422,343			23,422,343		

战略投资者或一般法人因配售新股成为前10名股东的情况(如有)(参见注3) 不适用

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

前10名无限售条件股东持股情况			
股东名称	报告期末持有无限售条件股份数量	股份种类	
		股份种类	数量
华侨城集团有限公司	2,717,533,090	人民币普通股	2,717,533,090
前海人寿保险股份有限公司-海利年年	618,062,871	人民币普通股	618,062,871
中国证券金融股份有限公司	245,302,846	人民币普通股	245,302,846
香港中央结算有限公司	177,290,373	人民币普通股	177,290,373
深圳市铂盛华股份有限公司	117,474,302	人民币普通股	117,474,302
深圳华侨城资本投资管理有限公司	78,743,684	人民币普通股	78,743,684
中央汇金资产管理有限责任公司	76,116,400	人民币普通股	76,116,400
全国社保基金一一四组合	60,275,358	人民币普通股	60,275,358
全国社保基金四一三组合	27,900,000	人民币普通股	27,900,000
华夏基金-农业银行-华夏中证金融资产管理计划	23,422,343	人民币普通股	23,422,343

前10名无限售流通股股东之间,以及前10名无限售流通股股东和前10名股东之间关联关系或一致行动的说明 前十名股东中,国有法人股东华侨城集团与深圳华侨城资本投资管理有限公司存在关联关系,为一致行动人;前海人寿保险股份有限公司与深圳市铂盛华股份有限公司存在关联关系,为一致行动人;除此之外,未知前十名其他股东是否存在关联关系,也未知其是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

(1)公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
2016年华侨城公司债01	16华侨02	112377	2016年04月13日	2023年04月13日	100,000	3.40%
2018年华侨城公司债01	18华侨01	112634	2018年01月18日	2023年01月18日	250,000	6.59%
2018年华侨城公司债02	18华侨02	112635	2018年01月18日	2025年01月18日	100,000	5.70%
2018年华侨城公司债03	18华侨03	112642	2018年02月06日	2023年02月06日	200,000	5.54%
2018年华侨城公司债04	18华侨04	112643	2018年02月06日	2025年02月06日	300,000	5.74%
2018年华侨城公司债05	18华侨05	112656	2018年03月12日	2023年03月12日	80,000	5.35%
2018年华侨城公司债06	18华侨06	112656	2018年03月12日	2025年03月12日	20,000	5.50%
2019年华侨城公司债01	19华侨01	112878	2019年03月19日	2024年03月19日	250,000	3.88%

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

(一)2016年度评

深圳证券交易所

(二)2016年度跟踪评级

深圳证券交易所

(三)2017年度跟踪评级

深圳证券交易所

(四)2018年度跟踪评级

深圳证券交易所

(五)2019年度跟踪评级

深圳证券交易所

债券信用等级为AAA

深圳证券交易所

(六)2020年度跟踪评级

深圳证券交易所

(2)公司债券最近一次跟踪评级其他情况

(3)报告期内债券信用评级发生调整的情况

6.报告期末公司近三年主要会计数据和财务指标

单位:万元

项目	2020年	2019年	同期变动率
资产负债率	75.83%	74.98%	0.85%
EBITDA全部债务比	20.21%	19.30%	0.91%
利息保障倍数	2.82	2.27	24.23%

三、经营情况讨论与分析

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第3号——上市公司从事房地产业务》的披露要求

是

1.报告期内经营情况简介

(1)宏观经济及行业发展状况

宏观经济方面,2020年,受国际疫情影响,全球经济受到沉重打击,面对严峻复杂的国际形势、艰巨繁重的国内改革发展稳定任务,特别是新冠肺炎疫情的严重冲击,全国各地区各部门在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,努力构建"以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进"的新发展格局,在统筹疫情防控和经济社会发展方面取得显著成效,经济稳定复苏,主要经济指标由负转正,供需关系逐步改善,市场活力动力增强,民生得到有力保障,社会大局保持稳定,使得我国成为全球真正实现经济正增长的主要经济体。国家统计局数据显示,2020年我国国内生产总值(GDP)首次突破100万亿元大关,达到101.6万亿元,按可比价格计算,比上年增长2.3%。"十三五"规划的圆满收官,意味着我国经济实力、科技实力、综合国力又跃上一个新的大台阶,对于全面建成小康社会,开启全面建设社会主义现代化国家新征程,都具有十分重要的标志性意义。

①文化旅游行业

由于新冠肺炎疫情扩散,2020年旅游相关行业遭受较大影响,据联合国世界旅游组织(UNWTO)数据,2020年1至10月,国际游客人数比去年同期减少了9亿,海外旅游市场损失达9050亿美元,就我国而言,2020年上半年有相当部分旅游活动全面停滞,直到第三季度散客出游氛围回升。根据文化和旅游部国内旅游抽样调查结果,2020年度国内旅游人数35.79亿人次,比上年同期下降52.1%;国内旅游收入2.23万亿元,比上年同期下降61.1%。

疫情影响下的旅游消费理念和方式将持续变化,消费需求、生活方式的变化使国内旅游人次以小时、小众化、家庭型成为出游方式的主体,深体验、轻休闲、短度假、慢生活成为消费方式的主流;隔绝"吃、住、行、游、购、娱"六大要素,旅游业的发展将呈多元开茂的态势;研学旅游模式越来越常见,冰雪旅游持续发展壮大,"文旅"+模式、夜间旅游、乡村旅游、旅居生活等也处在发展高速期,时代的发展要求文旅行业不断创新,文旅行业线上线下联动将更加紧密。"云看展"、"直播带货"、"云综艺"、"云课堂"等"云"模式将持续走红。

②房地产行业

政策方面,疫情未改楼市政调基调,因城施策的楼市调控趋市场。2020年,中央坚持"房住不炒"基调基调不变,上半年受新冠肺炎疫情影响,经济面临较大下行压力,中央财政、货币政策先发力,货币环境较为宽松;在"房住不炒"基调基调不变的前提下,下半起,房地产调控政策有所转向,中央强调不将房地产作为短期刺激经济的手段,稳地价、稳房价、稳预期,房地产金融监管持续强化,"三道红线"试点实施,与此同时,多个城市先后升级调控政策,力保市场理性回归。

价格方面,稳中有升,区域分化明显,2020年百城新建住宅价格累计上涨3.46%,涨幅已超2019年水平,其中一线城市涨幅有所扩大,二线和二四线代表城市涨幅均有所收窄;各区域中,长三角、珠三角新建住宅价格表现较好。

供求方面,成交规模基本恢复,成交结构上移,2020年,疫情得景下,商品住宅市场表现超预期,重点城市商品住宅成交面积基本恢复,绝对规模延续2017年以来横盘态势,其中长三角、珠三角地区市场韧性高;各房企积极推盘,市场供应相对充足,代表城市商品住宅销供比下降至0.87,短期库存规模及去化时间稳步提升至近年高位,但整体仍处于合理区间。多数代表城市楼盘成交低总价楼盘上涨,高端改善需求加速释放,多数城市14岁方来以上产取市比提升。

土地方面,一线城市推地量及优质地块推出量增加,带动楼市价上涨。2020年,地方政府整体供地节奏有所加快,住宅用地供求规模同比均小幅增长,其中一线城市供求规模均实现较大幅度增长,同比增幅均超两成。受一线城市住宅用地规模成交以及各城市优质地块推出量增加等因素影响,全国300城住宅用地成交楼面均价为4542元/平方米,达历史最高水平,同比上涨10%,住宅用地平均溢价率为15.4%,较2019年提高2个百分点,优质地块竞拍热度高,溢价率较较高水平。

企业方面,加大营销加速回款,销售业绩持续领先。2020年,房企通过积极营销,抢收回款,逐步走出新冠肺炎疫情的影响,房企销售业绩持续提升,业绩增速所放缓。

(2)报告期内公司经营情况回顾

2020年,疫情对公司所属的文化旅游及房地产行业带来较大冲击,在此环境下,公司持续以"主题公园领导者、旅游产业领军者、城镇化价值实现者"为战略定位,围绕高质量发展要求,坚持稳中求进工作总基调,主动应对复杂严峻的宏观形势,在满足疫情防控要求的前提下,顺勢合进,攻坚克难,各项工作取得积极进展。

①经营业绩持续提升,稳中求进

年内,公司继续发挥规模开发综合开发优势,加快项目建设销售,经营业绩持续向好,推动公司高质量发展。

综合收益稳步提升。2020年,公司实现主营业务收入804.14亿元,销售毛利润402.32亿元,毛利率50.03%,其中:旅游综合收入431.75亿元,毛利额181.41亿元,毛利率42.02%,分别较上年同期增加426.77%,47.56%,1.39个百分点;房地产业务收入372.39亿元,毛利额220.91亿元,分别较上年同期增加27.82%,1.65%,毛利率59.32%,较上年同期减少15.29个百分点。主营业务毛利率较上年同期减少约7个百分点,主要为受产品结构及销售区域的影响。

销售业绩再创新高,公司持续加快销售节奏,为年度工作的顺利完成,以"分秒必争"的态度工程抓进度,年度销售金额及面积实现全线飘红大关。届行业利润率整体下行,但公司以量补价,全年累计实现签约销售面积465万平米,签约销售额1052亿元,均创历史新高。

资本结构更加稳健。公司有息负债金额1414.58亿元,较年初增加237亿元,其中短期债务及一年内到期非流动负债占比19.14%,长期借款及应付债券占比80.86%。有息负债的总额虽有所提升,但结构更加健康,短期负债的比例从20.74%下降至19.14%,短期债偿风险下降,资金获得周期与项目的开发周期更加匹配。

"三道红线"实现"绿档"。2020年三季度人民银行"3条"新规政策出台,深圳作为城镇化价值实现的一个重点,公司管理层高度重视,管理层根据监管要求结合自身长短板要求,一手抓"减",一手抓"保",并确定了"以改定投"加速回款、控制开拓化债务等一系列组合拳。截至2020年末,经公司上下努力,公司各项财务指标表现良好,经营业绩的历史新高,"三道红线"指标测算实现"绿档"。

经营性现金流由负转正。公司严格执行"以收定投"的成果显著,本年经营现金流能够满足公司全年的"真金白银",本年经营现金流能够满足公司全年的投资和运营需求,实现了投资和回款的良性循环。2020年全年,公司经营活动产生的现金流量净额为21218亿元,较上年同期增加5187亿元,"由负转正",较上年同期的-5187亿元,增加的264亿,主要是公司各区域加强开展销售回款活动,人销售周期,销售回款实现现金流,上年同期增加约100亿元,另外在新项目拓展上严格执行"以收定投,优中选优",购买商品及接受劳务支付的现金较上年下降171亿,投资活动产生的现金流量净额为65亿元,较上年同期减少净流出约56亿,对外项目合作支付款较上年同期有所减少,筹资活动现金流量净额为27亿,较上年同期减少净筹资近186亿元,主要是公司下半年销售回款超出预期,在满足项目拓展及日常运营资金需求的情况下,有计划的偿还了部分债务。

"三道红线"实现"绿档"。2020年三季度人民银行"3条"新规政策出台,深圳作为城镇化价值实现的一个重点,公司管理层高度重视,管理层根据监管要求结合自身长短板要求,一手抓"减",一手抓"保",并确定了"以改定投"加速回款、控制开拓化债务等一系列组合拳。截至2020年末,经公司上下努力,公司各项财务指标表现良好,经营业绩的历史新高,"三道红线"指标测算实现"绿档"。

②主营业务创新发展,效果显著

a.文化旅游业

2020年,面对百年未有之大疫情和百年未有之大变局叠加影响,华侨城积极应对,在做好文旅企业疫情防控与运营的纯熟工作的同时,开展多项工作,全力推动公司文旅产业平稳、高质发展。

2020年,华侨城文旅在内部强调创新的前提下,旗下各个版块朝着既定目标稳步发展,取得了阶段性成果,维持了良好的态势。公司旗下24家景区、24家酒店、1家旅行社、4家开放式旅游区及接待游客428225万人次,恢复至2019年的82%,恢复情况远超行业平均水平。

积极拓展,多将并举彰显华侨城央企担当

新冠肺炎疫情发生以来,华侨城文旅企业坚决贯彻习近平总书记系列重要指示,全面落实党中央、国务院决策部署,在做好防疫工作的前提下全力确保企业生产经营秩序有序的稳定。

严格落实疫情防控措施。疫情爆发初期,华侨城文旅板块迅速采取应对措施,旗下所有旅游景区于1月25日暂停开放,并及时采取的疫情资料设备、开展防控应急演练以及疫情管理。复工复产阶段,各文旅企业遵循文化和旅游部"限量、预约、错峰"运营方针,严格执行线上预约、线下管控,对场馆进行定期消毒,向游客发放防疫物品,并落实文旅行业新冠病毒应急处置工作指引等防疫措施,为广大游客带来安全、卫生、舒适、体验的旅游环境与服务。

有序推动文旅企业复工复产。疫情期间,华侨城陆续制定《华侨城旅游景区疫情防控及开园运营工作指引》、《关于推进华侨城旅游景区预约管理工作的通知》等指导性文件,有序推动了旗下文旅企业复工复产,并为今行业资金保障华侨城的经验和智慧。

积极凝聚社会责任。各景区各部门通过"志愿者"人员定向免费入园政策,并联动社会公益组织共同为公共卫生防疫出力,警务人员、军人、新闻工作者、教师等专业群体献上致敬体验日活动。各地酒店也以实际行动积极发挥社会责任,为一线医疗工作者人员及外地支援武汉的医务人员提供食宿服务,并获得"中央企业抗击新冠肺炎疫情先进集体、先进个人"两项荣誉。

焕新升级,节庆活动促进企业经营助力行业复苏

为推动社会消费快速恢复,恢复旅游行业信心,有效拉动旅游市场恢复,助力企业经营,华侨城承办了第三届华侨城文化旅游节。2020文旅节创新提出"1+4+5"节庆框架,围绕"美好如期,欢乐同行"的主题,开展文旅创意、感恩礼敬、掌上乐游、欢乐"梦"两个大型群行动,全新推出自然演养、文化艺术、欢乐休闲、历史民俗、美食潮玩五大文旅体验,引领疫后旅游新潮流。同时,以"花橙平台"为主阵地,向市场推出涉及花橙组合卡以及公益、旨趣等文创产品,让活动有效触达消费者,进一步凝聚华侨城文旅品牌,提升华侨城文旅企业竞争力,为文旅行业复苏贡献发展智慧与力量。活动期间,华侨城文旅企业通过新媒体平台,为文旅企业企业经营恢复,推动社会消费提质升级,逐步实现上精彩创意的文化旅游盛宴。

与此同时,公司旗下各版块景区为应对疫情的影响,迅速转动市场恢复机制,不仅推出防疫推出优惠措施,还不断关注下游客消费的新需求,新趋势,新动向,创新推出丰富多彩的主题活动。人喜欢乐夕阳,高尔夫推出"夕阳高尔夫"活动,"夕阳"主题下,通过"乐夕阳"、"乐夕阳"、"乐夕阳"三个主题,以短期限的表现形式呈现,引领复苏。深圳锦绣中华·民俗村积极开展母亲节、520情侣节、六一儿童节、夜本节等活动;深圳世界之窗举办了国际唢呐节、世界之窗万圣节、北欧圣诞季等活动;长沙世界之窗策划推出"清明踏青,回到童年"、"OMG!五洲美动会"、"六一夸夸节"、"万圣祝福记"等主题活动;襄阳动梦海滩水公园开展奇幻光影嘉年华、奇幻狂欢夜、奇幻狂欢夜、点亮狂欢时刻、萌雪大陆等活动;南昌玛瑙乐园开展"玛瑙假日公园"、"母亲节节等活动,东莞华侨城打造"健康生活艺术季"之"度假狂欢节"、"山海度假节"等节庆活动;云南华侨城开展母亲节"酷玩生活节"泡泡池、海午夜快乐狂欢等活动;白水山瀑单坊"仙瀑仙旅"玩转国潮"等活动;深圳欢乐海岸举行"深圳义工嘉年华"、深圳国际啤酒节等活动;顺德欢乐海岸PLUS推出欢乐海岸PLUS吃货节、"乐活季"、"海午汉风歌动员"、"极风破浪"夏日酷甜嘉年;深圳欢乐港湾推出繁星音乐节系列活动,国际光影艺术季等活动;古济水乡打造音丽新年风物季,举办以"乐城江下,乐启新年"为主题的系列活动。

推陈出新,产品迭代推动文旅产业再升级

新产品陆续推出,创新旅游供给。襄阳奇梦海滩水公园于6月24日盛大开幕,跳起襄阳玩水大浪潮;南京欢乐谷水品公园风园开开,是欢乐谷连锁品牌第八站;深圳宝安欢海文化公园一期于8月23日正式对公众开放。

传统景区升级改造,提升旅游品质。华侨城以过世界级水准景区为目标,对现阶华侨城旅游度假区和东部华侨城旅游度假区进行整体风貌与重点产品品质提升,目前已取得阶段性成果。存量景区方面,深圳欢乐谷魔力飞梭、恐怖塔等全新项目推向市场,持续增强游客体验值;上海欢乐谷完成环园小火车项目更新改造,并正式投入运营;成都欢乐水谷园20项目于6月19日正式对游客开放;锦绣中华是号观复车项目于国庆期间正式投入运营;深圳世界之窗也推岩光影秀(奇幻欧洲)于元一旦,冰雪世界改造提升项目于国庆对外营业。

IP与旅游产品结合,焕发全新活力。欢乐谷集团迭名《第五人格》"深渊的呼唤Ⅲ"全球赛,有效提升欢乐谷在电竞人群中的知名度及影响力;南京欢乐谷将原创野化本土IP"大益鲍"、国产原创IP饼干警长、引进的成熟化授权IP铠板君、B duck、国家地理等全方面应用于园内设备包装、商品、餐饮等方面;济南华侨城创新引进国家级IP——国家运城和中国国家地理,深度融合并落地线下文旅融合深度体验产品。

科技加持,数字化转造文旅转型新方向

为更好地推动华侨城旅游管理水平的提升,适应华侨城旅游产业群越式发展需求,为游客打造更为便捷舒适的旅游环境,华侨城文旅产业持续推进数字化转型探索。

旅游线上平台取得重大突破。花橙网站是华侨城官方旅游产品和服务的一站式预订平台,承担着发展华侨城线上旅游业务、沉淀游客大数据的重任。华侨城重视对花橙网站的引流和会员维护,目前花橙网站会员数量较去年同期增长296%。

智慧旅游新体验不断开拓。多家文旅企业推出疫情防控和申报系统;欢乐谷集团逐步打造以5G技术为底层支持的智慧景区;锦绣中华已实现人脸识别入园;酒店集团会员平台"华悦汇"建设进展日益显现。

景区预约管理工作全面推行。华侨城实现少项目、分时段、分客群的旅游景区预约管理系统在官方电商平台"花橙旅游"上线。华侨城旗下所有参控股4A、5A级景区,省、国家级旅游度假区,以及所有欢乐谷连锁主题公园已全面实现预约管理。

持续引领,树立行业标杆地位与示行业影响力

行业排名不断提升,多项重磅荣誉彰显华侨城文旅实力。按照股东华侨城集团超越环球影城首次进入全球主题公园集团三强,排名紧随国际巨头迪士尼集团,跃林集团,继续领跑亚洲。公司多家单体主题公园同样表现强劲,北京欢乐谷以516万人次的游客接待量蹚进全球单体主题公园TOP25,其余多家主题公园跻身亚太地区主题公园前20强。

充分发挥行业龙头企业的引领作用,参与并牵头行业协会发起的各项工作。按照股东华侨城集团承担了国家主题厅行业智库的角色,积极承接文化和旅游部、国资委等主管部门委托研究等相关工作,树立起华侨城文旅实践与理论研究的标杆形象,部分研究成果被纳入国家十四五规划。另外,公司牵头中国旅游景区协会发起了旅游景区、主题公园行业振兴计划并采取相关举措,助力受新冠肺炎疫情影响的旅游景区、主题公园实现科学防疫、有序复工、投后振兴;牵头编制中国旅游景区协会团体标准《旅游景区以对重大传染病疫情类突发公共卫生事件的应答指南》等,巩固和提升了华侨城在旅游行业的影响力与引领力,履行了华侨城作为文旅航空母舰的社会责任。

围绕华侨城文化旅游产业发展战略,扎实开展旅游标准化建设。旅游标准化建设工作和优质服务工作是华侨城旅游构建核心竞争力、持续高质量发展的重要力量。2020年,公司通过完善制度建设、明晰组织架构、开展专项研究进一步推进标准化建设工作,制定了《华侨城旅游标准化技术委员会管理办法(试行)》、《华侨城旅游标准化技术委员会工作指南(试行)》、《华侨城旅游标准研制流程(试行)》、《华侨城旅游标准体系构建和要求(试行)》等一系列制度文件,同时,在华侨城旅游标准化委员会下挑选组建专项旅游标准化技术委员会,负责推动旅游企业相关业态的标准化工作。

强化服务,通过多种手段,持续推进优质服务管理工作

一是选取不同业态类型的4A/5A景区为景区开展第二方辅助工作,并召开华侨城旅游景区质量提升工作会;二是选取重点时段,开展优质服务督查活动,并优化旅游口碑大数据监测平台,为景区服务提升提供参考;三是总结督查结果,表彰激励先进,选相服务典型,推广服务经验;四是开展优质服务培训研讨会,加强各企业服务管理骨干经验交流。

b.房地产业务

中央经济工作会议强调:"要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位,因地制宜、多策并举,促进房地产市场平稳健康发展"。年内,公司在坚定不移遵守中央"房住不炒"及各地方政府相关政策的前提下,积极采取多种措施应对疫情影响,通过各事业部一致努力,公司在资源获取、合作开发、推盘销售及物业管理等各方面持续发力,并取得较好的效果。2020年项目推盘、销售、回款同比去年均实现较大幅度增长。报告期内,销售回款102亿元,同比增长24%。

坚持快中选优,积极受益有局文旅及城镇化项目

公司及各事业部坚持"以收定投"原则,在严控投资风险的前提下,积极稳妥推进项目获取。2020年,公司年内累计获取土地项目25个,新增土地面积494万平方米,计容建筑面积1033万平方米。在粤港澳大湾区、长江经济带、成渝及西安都市圈等国家重点战略区域加大投资力度,综合利用市场化拓地、股权收购等多样化手段,成功落地中山石岐、茂名虎头山、湛江欢乐海湾、南京溧水、成都东安湖、襄阳生态城、湖州角美等多个文旅综合项目,并持续跟踪获取襄阳华侨城综合幻度长二期、肇庆华侨城文旅小镇三期、西安丰东华侨城文旅项目第二期、郑州金水河廊项目第二期、张家口下花园项目二期、济南章丘项目三期等文旅综合项目用地,另外还在深圳宝安、上海浦锦、成都蓉府门江、宜宾三江口、东莞虎门、江门新会、天津郝坊等地获取商业及住宅土地资源。年内获取的土地项目中,有23个项目以底价或接近底价摘牌,有效降低了拿地成本,为公司可持续发展夯实资源基础。

坚持提质项目开发,保障工程进度

复工复产后,各单位积极与地方政府、合作单位、施工队伍协调沟通,共同克服新冠疫情影响,全力推进现场工程进度,保障项目工期。一是以创新思维为引领,加强外部沟通,优化报批报建流程,有效加快项目进度,提前实现项目结转;二是通过采取设计工作早启动、主体、精装大穿插施工等措施,合理安排施工节奏,提升施工效率,缩短总体工期;三是通过优化总包施工部署,采取赶工等措施,加速项目进度。通过各单位努力,目前重点项目均按预定计划推进。

坚持创新开发模式,实现合作共赢

2020年,公司内外部资源进一步强化,实现优势互补,在践行共地合作、降低土地成本及投资风险、加快项目周转方面取得良好效果。央地合作方面,中国华侨城与湖北交投合作打造襄阳华侨城奇幻度假区,中国汉江(襄阳)生态城项目,地产公司与酒店集团联手湖州市角美镇遮交通投资公司合作开发湖州角美镇项目,以期实现共赢发展。

通过发挥开发优势、轻资产模式,公司在项目开发质量及周转效率等方面取得了一定成果。一是自身开发运营能力及项目周转效率的持续提升,特别是合肥空港项目及成都青白江项目,实现了当年拿地、当年开工、当年销售回款,为公司项目快周转树立了典范;二是通过央地合作、与头部企业合作等模式,充分发挥合作方在资源储备、销售能力等方面的长处,降低土地成本及投资风险,实现优势互补与效率提升;三是通过转让个别存量项目,进一步提升周转速度和资产效率。

c.物业管理业务

2020年,物业公司全年新增管理建筑面积312万平方米、储备管理面积431万平方米。目前整体管理项目占地面积超过200平方公里,在管建筑面积近2000万平方米,业务范围覆盖深圳、上海、成都、南京、武汉等超60个城市,目前全国共其66家分、子公司,已初步完成了在全国发展的战略布局。在2020的疫情防控工作中,华侨城物业常态测温超千万人次,协助社区隔离9602人,彰显责任担当。

物业公司积极工业化升级,不断提升专业水平。一方面深入贯彻"互联网思维",完成前期性、扩展性、兼容性的首期智慧物业系统规划,通过信息化平台建设,提升管理效率与能力,通过数智化平台为社区增值业务赋能,并以智慧小区项目为切入点,推动互联网社区建设为起点,推动互联网社区、互联物联网管理平台,引进酒店机器人设备,着力打造数字化智能化标杆项目;另一方面致力于完善全链条运营产品,打造多元客户需求场景,旗下运营三大空间"社区空间"、"商旅空间"、"城市空间",针对性的为客户提供个性化服务产品类雍题。

③金融支撑主业,作用明显

公司坚定贯彻"金融服务主业"的总体指导原则,突出金融支撑作用。一是积极拓展融资渠道,综合运用直接融资、发行债券、Reits、权益融资等多种手段实现融资989万亿元,平均融资成本4.48%,处于同行业较低水平。二是持续深化产融结合,公司旗下香港华侨城配合公司北方事业部,华东事业部,西部事业部等落地项目,助力解决各事业部资金需求。三是充分发挥产业基金撬动社会资本的功能。参与管理成出资的基金11只,总规模超过69.25亿元,实缴到位69.25亿元,投资确动社会资本,服务公司主业发展。

④公司向地产及相关业务经营情况

a.新增土地储备项目

序号	项目名称	所在位置	土地用途	土地面积(㎡,全口径)	计容建筑面积(㎡,全口径)	取得方式	权益比例	土地总价款(万元)	权益对价(万元)
1	襄阳华侨城奇幻度假区一区(二期)	襄阳市	文旅综合	1,206,261	2,389,622	招拍挂	51.00%	244,888	124,893
2	郑州华侨城二七金水河廊二期第一批土地	郑州市	文旅综合	81,248	203,119	招拍挂	34.00%	88,938	30,239
3	武汉青白江奶牛(2020)061号	武汉市	文旅综合	127,858	527,000	招拍挂	100.00%	666,575	666,575
4	襄阳生态城一期	襄阳市	文旅综合	423,861	1,114,877	招拍挂	51.00%	142,227	72,536
5	上海唐镇项目	上海市	住宅	56,523	113,046	招拍挂	100.00%	500,100	500,100
6	南京溧水项目	南京市	文旅综合	260,250	417,770	招拍挂	51.00%	201,055	102,538
7	肇庆华侨城文化旅游科技小镇(三期)	肇庆市	文旅综