



品质华侨城
幸福千万家

深圳华侨城股份有限公司

2012 年社会责任报告

2013 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. 实现业绩显著增长，推动市值大幅提升	10
2. 完善法人治理结构，提高规范运作水平	10
3. 制定股东回报规划，切实保护股东权益	11
4. 履行信息披露义务，加强投资者沟通交流	12
对消费者的责任	13
1. 开展服务品牌年活动，持续提升服务水平	13
2. 主题公园再添新军，游客体验常玩常新	14
3. 节庆活动精彩纷呈，引领都市娱乐新潮流	15
4. 精品剧目推陈出新，文化演艺好戏连台	16
5. 完善酒店内控体系，整合优质客户资源	17
6. 加强社区管理服务，提高居民生活品质	18
7. 严控纸包装产品质量，提高客户满意度	18
案例：东部华侨城的智慧景区解决方案	19
对员工的责任	20
1. 提供均等就业机会，形成多元员工结构	20
2. 健全员工福利体系，保障员工合法权益	20
3. 创新开展培训活动，完善员工能力结构	21
4. 加强企业文化建设，提高员工幸福指数	22
安全责任	24
1. 落实安全责任，加强安全督查	24
2. 夯实管理基础，完善制度建设	24
3. 深化专项整治，排查安全隐患	25
4. 开展宣教培训，提升安全意识	25
环境责任	26
1. 致力环境保护，建设生态景区	26
2. 规划设计先行，打造绿色建筑	27
3. 探索低碳运营，推动节能减排	28
案例：保护地球之肾：深圳欢乐海岸的湿地保护工作	29
公共责任	31
1. 契合城市发展理念，推动产业转型升级	31

2. 搭建传播平台，促进文化艺术发展	32
3. 助力儿童公益，心系儿童身心成长	33
4. 参与社会公益，组织优惠回馈活动	35
5. 积极传递爱心，开展关爱资助活动	35
案例：浦江华侨城十年公共艺术计划	36
未来展望	38
社会评价及荣誉	39

关于本报告

本报告是深圳华侨城股份有限公司的第六份社会责任报告。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 2012 年 1 月 1 日至 2012 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

2012 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	22,284,426,215.77

归属于上市公司股东的净利润	3,849,766,455.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,828,290,562.86
经营活动产生的现金流量净额	7,147,981,018.00
基本每股收益(元/股)	0.5294
稀释每股收益(元/股)	0.5294
净资产收益率	21.35%
总资产	72,998,225,434.54
归属于上市公司股东的净资产	19,919,369,077.19

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。

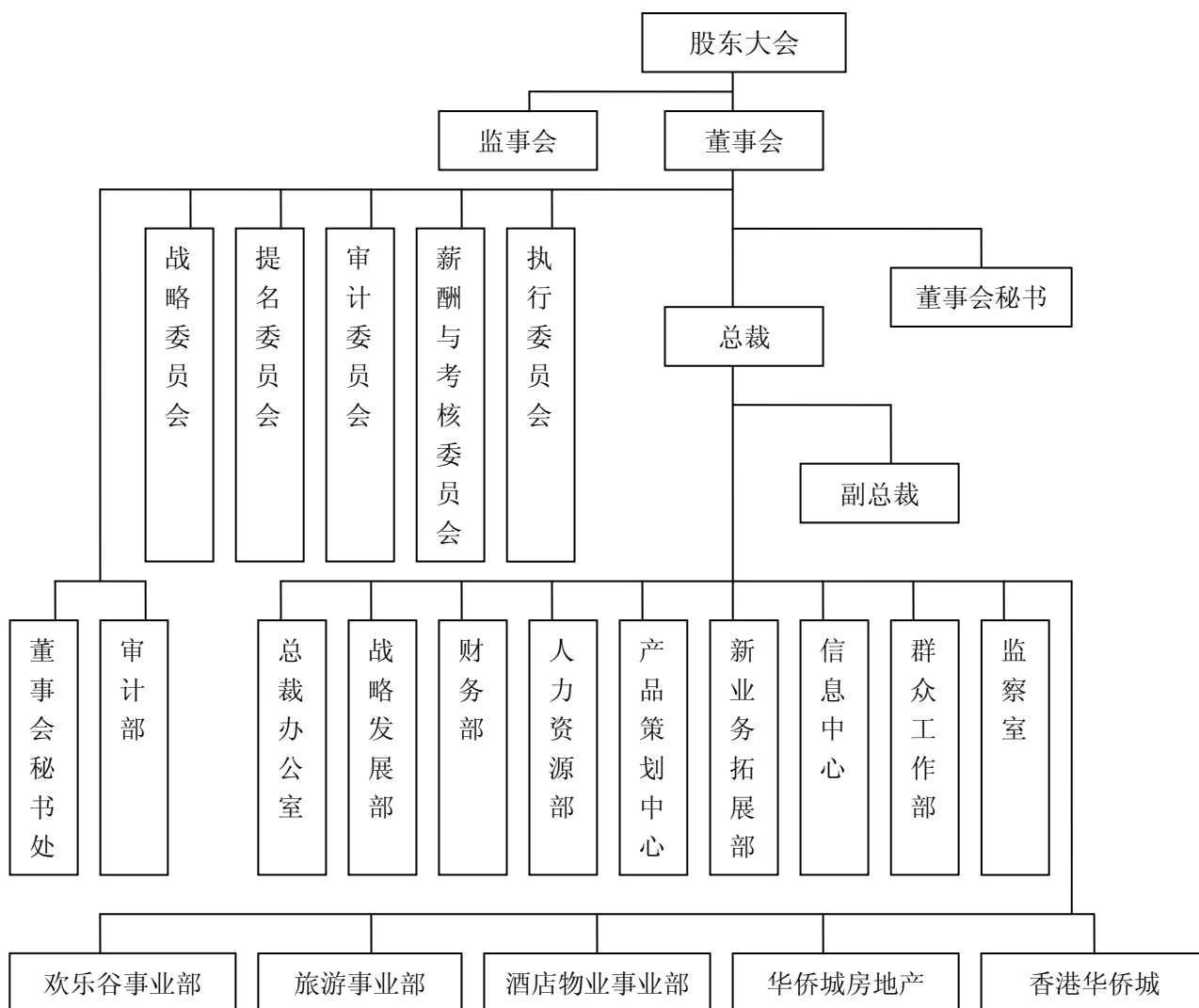
公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等法律法规的要求，在所有重大方面均建立并运行了较为有效的内部控制，并通过不断梳理和优化，形成了一套较为完善、有效、合规的内部控制体系，在保证公司正常有序经营、保护资产安全完整、保证会计信息真实准确等方面发挥了重要作用，为公司可持续发展提供了有力的保障。

董事、监事及高级管理人员

序号	姓名	性别	出生年月	职务	任职起止
1	任克雷	男	1950.9	董事长	2010/1 至今
2	郑凡	男	1955.11	副董事长	2010/1 至今
3	董亚平	男	1953.4	副董事长	2010/1 至今
4	刘平春	男	1955.2	董事、总裁	2010/1 至今
5	陈剑	男	1963.7	董事、副总裁	2010/1 至今
6	杜胜利	男	1963.8	独立董事	2010/1 至今
7	赵留安	男	1948.3	独立董事	2010/1 至今
8	曹远征	男	1954.6	独立董事	2010/1 至今

9	谢家瑾	女	1947.4	独立董事	2010/1 至今
10	韩小京	男	1955.2	独立董事	2010/1 至今
11	唐军	男	1961.11	独立董事	2011/9-2012/11
12	苏征	男	1956.10	监事长	2010/1 至今
13	叶向阳	男	1968.6	监事	2010/1-2012/4
14	刘丹林	男	1967.7	监事	2012/4 至今
15	郭金	男	1969.4	监事	2010/1 至今
16	王晓雯	女	1969.6	副总裁	2010/1 至今
17	侯松容	男	1968.7	副总裁	2010/1 至今
18	吴斯远	男	1964.4	副总裁	2010/1 至今
19	张立勇	男	1965.8	副总裁	2010/10 至今
20	姚军	男	1960.1	副总裁	2010/10 至今
21	倪征	男	1968.1	董事会秘书	2010/1 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 年至今已连续六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，有效扩大了受众面积，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。2012年7月，在深圳举行的首届中国公益慈善项目交流展示会上，公司以“爱在华侨城”为主题参展，对历年来在公益慈善方面的实践成果进行了集中展示，得到社会广泛关注。公司总裁刘平春出席了同期举行的中国企业社会责任与商业文化高峰论坛并做主题发言。

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六届，活动内容得到不断丰富，取得了良好效果。

对股东的责任

1. 实现业绩显著增长，推动市值大幅提升

2012 年，公司认真贯彻“创新发展、稳中求进”的工作思路，潜心抓经营，创新谋发展，成功克服了宏观经济增速放缓、政策调控持续、市场竞争加剧等诸多不利因素，抓住各种有利条件，各方面工作取得了新的成绩，主要经营指标实现显著增长。

公司全年实现营业收入 222.8 亿元，同比增长 28.6%；实现归属于上市公司股东的净利润 38.5 亿元，同比增长 21.2%；期末合并资产总额达到 730 亿元，同比增长 16.3%。

公司的优异成绩和良好预期获得了资本市场的肯定。2012 年 12 月 31 日，华侨城 A 总市值达到 545 亿元，较 2011 年底增长 36.6%，成功跑赢大盘（同期上证综指和深证成指分别上涨 3.2%和 2.2%），广大股东的利益得到了切实保障。

2. 完善法人治理结构，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。

2012 年，公司结合实际情况，修订了《公司章程》、《投资管理规定及执行流程》、《公司投资者关系管理制度》、《募集资金管理制度》、《公司信息披露管理制度》等规章制度，进一步完善内部控制体系。在 2011 年试点工作的基础上，公司 2012 年开始正式实施《企业内部控制基本规范》及企业内部控制配套指引，并以此为契机，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。

2012 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积极开展管理提升活动，力争用两年时间进一步提高公司管理水平。

公司在规范运作方面的努力得到了监管部门的充分肯定，2012 年底，公司董秘和证券事务代表分别被深圳证监局授予“优秀董事会秘书”和“优秀证券事务代表”称号。

3. 制定股东回报规划，切实保护股东权益

2012 年，根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和深圳证券监管局《关于认真贯彻落实〈关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知〉有关要求的通知》等相关文件精神以及《公司章程》的规定，公司制定了未来三年（2012-2014 年）股东回报规划，该规划经公司股东大会审议通过。

根据该规划，公司将积极实施连续、稳定的利润分配政策，在保持公司可持续发展的同时，重视对投资者的合理投资回报。2012-2014 年，在满足公司正常生产经营和持续稳定发展资金需求的情况下，公司将坚持优先选择现金分红政策。

根据中国证券监督管理委员会深圳监管局于 2012 年 8 月 28 日下发的《关于做好上市公司投资者保护宣传工作的通知》，公司还举办了“进一步保护投资者”等专项活动，向投资者详细介绍了公司历年回报投资者情况、分红政策、落实执行证监会相关要求的情况，以及未来股东回报规划等内容，切实保护投资者合法权益，赢得投资者好评。

4. 履行信息披露义务，加强投资者沟通交流

2012 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，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。

2012 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 70 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。公司还举办了 2011 年年报交流会、2012 年半年报交流会、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。

对消费者的责任

1. 开展服务品牌年活动，持续提升服务水平

2012 年，公司以“服务品牌年”为主题开展优质服务工作，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“专业服务、卓越服务、个性服务、亲情服务”为要求，不断完善和提升服务标准，提高全员服务意识和技能，打造服务管理体系和服务文化，树立华侨城优质服务品牌。

公司旗下旅游事业部围绕“服务品牌年”主题，对各所属企业服务体系进行全面梳理，建立了“服务质量动态管理系统”，强化全员系统服务管理意识；编制了《服务管理宝典》，完善《服务激励与考核管理制度》、《管理人员值班巡园管理制度》、《岗位服务标准管理制度》、《服务待改进人员培训管理制度》；引入神秘顾客检查方式，并制定详细的检查标准，为企业提供客观的检查报告以督促其不断改善游客体验。

公司旗下欢乐谷事业部推出“心服务·欢乐进行时”服务质量全面提升方案，通过举办“欢乐倍增 1+1”，即欢乐谷连锁培训标准课程开发与内训讲师训练营培训活动，首先提升各欢乐谷内训讲师的理论与实操水平，再由内训讲师围绕培训内容对一线员工进行深入培训。全年各欢乐谷共举办培训超过 3100 场次，参加人数超过 10 万人次，有效提升了一线员工的服务水平，增强了服务软实力。

公司旗下各酒店围绕“服务品牌年”活动，策划开展了贯穿全年的服务暨运营品质督导活动，深化了华侨城酒店专业、高效、卓越的核心服务理念。深圳华侨城洲际大酒店全面梳理、健全完善食品及酒水的品质管控制度和流程，制定相关服务准则及专业规范。深圳威尼斯酒店成立“主题文化推进小组”，进一步挖掘主题文化内涵。城市

客栈举办“以礼服社会、文明我快乐”系列活动，有效提升服务水平。

2. 主题公园再添新军，游客体验常玩常新

作为欢乐谷连锁主题公园在华中地区的重要布局，武汉欢乐谷于 2012 年“五一”前夕正式开业。武汉欢乐谷占地面积 35 万平方米，拥有亚洲首座双龙木质过山车、全球最高的观光塔、720 度圆环过山车、中国最高的弹射过山车、双塔太空梭、超级大摆锤、三屏 4D 影院等 30 余台（套）大型游乐项目，是武汉市乃至华中地区规模最大的主题公园。占地 16 万平方米的武汉玛雅海滩水公园也于暑期开门迎宾。两公园推出后市场反响热烈，在不足一年的营业时间里，共计接待游客近 200 万人次，成为华中旅游的新地标。

深圳欢乐海岸是华侨城最新一代生态文化旅游复合产品，2012 年上半年陆续推出华侨城湿地公园和麦鲁小城，业态结构和接待能力得到进一步完善提升。华侨城湿地占地面积约 68.5 万平方米，拥有近 4 万平方米的红树林景观，是 100 多种珍稀鸟类的繁殖栖息地，是中国唯一地处现代化大都市腹地的滨海红树林湿地。湿地公园开园后，采用“封闭管理、严控人数、预约进入、免费开放”的管理方式，确保游客与湿地进行亲密接触的同时，生态环境得到有效保护。

麦鲁小城是公司旗下哈克文化公司开发的新型儿童职业体验乐园，为 4-13 岁儿童提供五十多种角色扮演和职业体验。除 2012 年 5 月 15 日开业的深圳欢乐海岸门店外，成都和武汉门店也分别于 2012 年 11 月 9 日和 2013 年 2 月 3 日开业。

2012 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。

深圳世界之窗推出“穿越欧罗巴”微缩仿古小火车项目，以欧洲

火车文化为依托，带领游客饱览英国乡村、荷兰农庄、法国小镇、万花筒隧道等欧洲著名胜景。锦绣中华·民俗村推出了佉王府数字互动剧场、苗寨黔仙洞、羌族碉楼群、茶马驿站、独龙寨等新项目，其中苗族黔仙洞的光影互动技术通过红外热感进行游客定位和追踪，运用电影的表现手法展现 CG 虚拟成像，给游客营造了一个奇异梦幻的沉浸式光影互动立体世界。

在 TEA 和 AECOM 联合发布的 2011 年全球主题公园游客量报告中，华侨城各主题公园年接待游客 2173 万人次，连续第五年列居全球景区集团八强。旗下东部华侨城、北京欢乐谷、深圳欢乐谷、深圳世界之窗、成都欢乐谷和上海欢乐谷均进入了亚太主题公园 20 强。2012 年，公司景区和配套酒店共计接待游客 2619 万人次，再创历史新高，全球排名有望进一步提升。

3. 节庆活动精彩纷呈，引领都市娱乐新潮流

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，引领了现代都市娱乐消费新潮流。

2012 年，锦绣中华·民俗村在活动内容上更加注重对中国传统文化的挖掘，重点提升春节大庙会、泼水节、聊斋夜等固定品牌的品质和生命力，并在清明节、端午节等中国传统节日推出相应的主题活动。深圳世界之窗以节庆市场为着力点深耕细作，在五一期间推出“欧罗巴风情季”特别活动，暑期推出历时 80 天的暑期啤酒节，中秋国庆黄金周推出法兰西风情文化节，均获得广大游客好评。

深圳欢乐谷除传统的国际魔术节、万圣欢乐节之外，2012 年举办了首届“粉丝欢乐节”、“动漫童玩节”，还围绕 2 月 14 日情人节、三八妇女节等举办了丰富多彩的主题活动。北京欢乐谷的百艺闹春欢

乐节在传统民俗的基础上创新融入桌游、欧美滑稽、宠物秀等新鲜元素，打造京城别具风情的欢乐庙会。上海欢乐谷不断增添新的娱乐元素，推出了“欢乐减压行”活动，创意十足的“呐喊擂台赛”、“超级毕业班”为广大中高考生创造了一个短暂而难忘的狂欢毕业季。成都欢乐谷针对春游市场推出“风车节”，以及针对毕业生市场推出个性化新型旅游产品“高高节”，为广大学子的毕业旅行量身定制出游内容。新开业的武汉欢乐谷举办了首届国际时尚文化节，将动漫、街舞、极限运动等时尚文化元素融入丰富多彩的主题活动中，为游客奉献了一场“时尚、动感、激情”的文化盛宴。

东部华侨城在暑期推出的 2012 年国际杂技节，以“亲民、互动”为主调，力求将欢乐、滑稽融入表演之中，让游客感受“近在身边的欢乐杂技”。泰州华侨城全年开展了“湖居生活鉴赏季”、“溱湖八鲜”美食节等活动，为市民的度假生活提供了多种选择。

4. 精品剧目推陈出新，文化演艺好戏连台

华侨城作为中国旅游演艺产业的开创者和领跑者，创作出众多精品剧目，目前各景区共有大型演出二十余台。深圳世界之窗的《天地浪漫》，锦绣中华·民俗村的《龙凤舞中华》，东部华侨城的《天禅》，北京欢乐谷的《金面王朝》等原创经典剧目经演不衰。

2012 年，公司在文化演艺领域不断创新，推动锦绣中华·民俗村《东方霓裳》、欢乐海岸《深蓝秘境》等剧目的升级改版工作，并启动《行走的震撼》、《国风》等创新剧目，不断为消费者提供极具创意的文化演艺产品。

《行走的震撼》是一场极具独特创意的娱乐表演，主要表现人在地面、空中和水底不同空间情境下的不同行为。与以往华侨城所擅长的晚会类节目有所不同，整场演出融合舞蹈、戏剧、行为艺术、特技、

音乐和舞台科技等众多元素，具有很强的互动娱乐性，未来将在华侨城旗下景区和国内其它知名景区巡演。大型多媒体音舞诗画《国风》以高科技为依托，强调多媒体、动画与舞台、音乐的结合与创新，探索全新概念的舞台表演形式。2012 年 5 月深圳第八届文博会期间，公司展演了《国风》的片段《松竹梅》，节目新颖的表演形式受到李长春同志与各级领导的高度赞许。

2012 年 5 月，受国家文化部选派，深圳世界之窗五洲艺术团一行 41 名演职人员远赴法兰克福、纽伦堡，助阵在德国举行的“2012 中国文化年”活动，为当地观众献上了具有浓郁中国文化特色的大型综艺舞蹈《凤舞东方》，并前往 2012 年欧洲杯举办地之一波兰华沙进行巡演。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。

5. 完善酒店内控体系，整合优质客户资源

华侨城在酒店行业沉淀十多年，打造了包括深圳华侨城洲际大酒店、深圳威尼斯酒店在内的数家优质主题酒店，已经成为中国主题酒店的领军品牌。

2012 年，在《五星级酒店建设与设计大纲》和《酒店管理大纲》等标准文件的基础上，酒店物业事业部完成《酒店筹备开业标准化手册》的编写工作，颁布了《深圳华侨城股份有限公司酒店物业事业部采购中心集中采购管理制度》，进一步丰富完善内部管理体系。

2012 年，酒店物业事业部创新推出华膳卡。华膳卡会员可以享受公司旗下深圳华侨城洲际大酒店、深圳威尼斯酒店、深圳海景奥思汀酒店和深圳茵特拉根酒店的住房和餐饮优惠。2012 年全年，华膳卡累计销售近 6000 张，有效整合酒店客户资源。此外，酒店物业事业部还与华侨城旅行社联合推广华侨城旅行卡在公司酒店体系内的

使用，实现了整合不同业务板块优质客户资源的目的。

6. 加强社区管理服务，提高居民生活品质

公司以科学规划为基础，以生态环境为优势，以文化为特色，不断为广大市民提供优质住宅产品，持续下大力气构建和谐社区，提高居民幸福指数。

2012 年，公司继续秉承“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，先后推出了深圳本部纯水岸十四期，曦城五期、六期，武汉纯水岸·东湖、天屿和天樾，云南天麓二区，东部华侨城莱茵庄园，上海苏河湾 41 街坊行政公寓，成都原岸，西安天鹅堡一期等优质楼盘项目。其中武汉纯水岸、上海苏河湾为项目首次推盘，均取得良好的市场反应。

2012 年，公司下属华侨城物业持续提高社区管理、服务水平，努力创建和谐文化社区。年初，华侨城物业启动了顾客满意度改进计划，通过邀请第三方调研机构对社区居民进行调研访谈，主动发现物业服务工作中的不足，根据调查结果制定改进措施进行落实整改。华侨城物业组织开展了形式多样的社区文化活动，极大的丰富了社区文化生活，提高了居民生活品质。2012 年 10 月，举办了为期一个月的华侨城社区文化节，开展了包括生态环保行、社区文化大讲堂、经典老片巡映、社区儿童才艺秀、社区羽毛球大赛等六大系列十四项活动，吸引社区居民近 8000 人次热情参与，得到了《南方都市报》、《深圳商报》、新浪网、搜房网、深圳新闻网等主流媒体的关注和报道。

7. 严控纸包装产品质量，提高客户满意度

公司旗下华力系纸包装企业始终坚持质量为本的经营理念，在生产过程中严格控制生产品质，梳理优化各工序工作流程，明确产品质量控制要点，强调员工在作业指导书框架内的规范化操作，从源头上

做好产品质量的把控工作。

2012 年，华力系企业进一步完善内部产品品质管理体系，细化来料检验、生产过程检验、入库检验、出库检验等环节，加强全过程监管，在制度的框架内保证产品质量。通过不断加强品质方面的管理和控制，产品出货合格率提升到 99.4%。各企业还积极对主要客户进行满意度调查，针对客户特别关注的产品质量、交货情况、售后服务以及遵纪守法等方面进行综合评分，客户满意度达 90.39%。

案例：东部华侨城的智慧景区解决方案

2012 年 9 月 25 日，东部华侨城全力打造的全新智慧景区解决方案——IMAP 智慧旅游应用上线。这是一款专门为度假客户提供东部华侨城景区内景点资源的导航、导览、导游、导购等各类度假指引信息的手机 APP 应用平台，游客只需安装东部华侨城 APP 就能够快速获取东部华侨城景点距离、酒店概况、线路规划、优惠讯息及出行参考。

东部华侨城 IMAP 应用是公司践行智慧景区理念的试水之作，实实在在地推动公司旗下景区在旅游服务转型和发展的道路上迈出了关键一步，改善了游客的出行体验。未来东部华侨城 IMAP 应用将通过进一步的整合和优化，形成面向游客提供吃、住、行、游、购、娱一体化服务和面向景区提供信息发布、投诉处理、经营决策等管理功能相结合的智慧旅游体系。

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。2012 年，公司及各所属企业新招聘员工 7640 人，其中女性 2939 人（占比 38.5%），应届毕业生 572 人（占比 7.5%）。截至 2012 年底，公司及所属企业员工共计 20678 人，其中女性员工 8329 人，占比 40.3%。

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 973 名，占总比为 4.7%，其中 2012 年新招聘少数民族员工 252 人，占当年新招聘总数的 3.3%。

2. 健全员工福利体系，保障员工合法权益

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，依法签订劳动合同，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。

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，比如为员工发放过节费、防暑降温补贴、

工作日午餐补贴等。

公司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员工，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，为女员工创造平等、良好的工作环境，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。公司为深圳地区的女职工购买安康保险，三年来累计为 10748 名女职工购买了安康保险，为女职工筑起一道“抗风险”的健康保护屏障；编制特困女职工档案，向特困女职工发放救助慰问金；为确保女职工身心健康，有计划地组织实施女职工医疗保健知识讲座、妇科保健和心理健康知识讲座，在员工体检时为女员工增加检查项目。

公司各企业坚持以职工代表大会制度为基本形式的企业民主管理、民主参与和民主监督制度，从制度上保证了广大员工对企业的知情权、参与权、选择权和监督权的落实。公司还通过更丰富的形式和载体，包括发放职工提案表、举办“总经理会客室”、设立企业公开栏等方式，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，促进企业决策的民主化、规范化和科学化。

3. 创新开展培训活动，完善员工能力结构

2012 年，公司不断深化重点培训项目，统筹多层次培训活动，推进各企业培训工作全面展开，持续建设学习型、创新型高效组织。公司及下属企业全年共举办培训近 8000 场，培训约 26 万人次，覆盖四十余家企业。

继续深化“航”系列培训，重点实施针对企业党政一把手的“领航”培训项目，精心设计培训课程、创新团队学习方式。通过领导力

素质测评，帮助学员认知自我领导风格，促进团队绩效提升。创新针对应届毕业生的“启航”培训方式及内容，增加跨业务板块体验的培训内容，使学员感受多元华侨城文化，加深学员对企业的认知。通过推出创意网络版员工手册呈现企业文化、规章制度和工作要求等内容，增强员工手册的可读性和文化宣贯的有效性。以内部讲坛形式组织 5 期内部分享课程，使内部讲坛成为内部知识传承、经验分享和推进内部讲师队伍建设的有效平台。搭建线上学习平台，引入 M-Learning 电子化学习项目，学习参与率达到 91%。

2012 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。世界之窗的“未来训练营”、“经理大讲堂”，锦绣中华·民俗村面向员工的英语培训、点钞比赛、户外拓展，深圳欢乐谷的月度服务评比大赛等各项活动的开展，有效提高了员工技能水平。

4. 加强企业文化建设，提高员工幸福指数

根据任克雷董事长提出的“品质华侨城，幸福千万家”、“提高一线员工幸福指数”指示精神，2012 年，公司及各所属企业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活动，包括成立员工生活委员会，为员工解决交通难、住宿难、用餐难、看病难、业余生活难问题；开设“工会微博”，强化员工交流平台；成立“职工心理咨询中心”，引导员工与企业共同成长等。

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。2012 年，各所属企业积极探索创新，开展读书月活动、羽毛球比赛、卡拉 OK 大赛等文体活动，丰

富员工的业余生活，为员工提供展示才华和个性的舞台，增进员工彼此间的情谊；开展员工家属游园活动，增强员工归属感。

针对生活困难员工，公司建立健全职工帮扶救助机制，借助困难职工信息管理系统进一步完善困难职工档案，并协调有关部门解决他们面临的实际问题。为了帮助经济困难职工子女解决入学难问题，公司积极组织参加深圳市总工会“金秋助学”活动申报工作。2012 年，公司共成功申报 34 名职工子女参加“金秋助学”活动，申请助学款项约 80000 元。

公司认真落实退休人员各项待遇，做好管理服务工作，并结合退休人员实际开展丰富多彩的活动，2012 年以华侨城退休人员活动中心为平台，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人员 15000 人次，极大丰富了退休人员生活。每逢重大节日，公司都会组织退休人员开展观光旅游、茶话会、电影招待会等活动，向退休人员致以节日的祝贺。当退休人员遇到生活困难时，公司也会以不同方式致以慰问。

安全责任

1. 落实安全责任，加强安全督查

2012 年，公司积极推动以各所属企业主要负责人为核心、覆盖各个管理层级和基层岗位的安全生产责任体系建设，督促各单位层层签订安全生产责任书共 2720 份，员工签署岗位安全承诺书近 1.88 万份，安全生产责任制全面落实到位。新业务拓展部和产品策划中心及其下属企业完成了安全管理机构设立和人员配备，建立了安全管理体系。武汉华侨城安全管理顺利完成了由建设期向经营期的过渡。

为确保公司深圳区外项目安全工作的落实，公司加强了对各深圳区外企业的安全巡查与指导，在安全生产月期间、十八大前夕和春节前，公司组织对北京、上海、成都、武汉、云南、泰州、天津、西安、惠州、中山等区外企业进行安全督查，督促企业落实各项安全措施。

2. 夯实管理基础，完善制度建设

公司对各项安全规章制度和业务流程进行梳理完善，制订下发了《华侨城股份公司安全生产年度绩效考核办法（试行）》、《华侨城股份公司生产安全事故应急救援预案》、《华侨城股份公司本部办公大楼安全管理规定》；修订了《安全生产责任书》、《员工岗位安全承诺书》，起草了《华侨城股份公司安全生产管理规定》。公司所属华侨城房地产、香港华侨城、旅游事业部、酒店物业事业部、深圳欢乐谷、东部华侨城、威尼斯酒店、华侨城大酒店等单位纷纷结合自身生产经营情况对安全管理制度进行了梳理与完善。公司所属武汉华侨城、锦绣中华·民俗村、深圳世界之窗、华侨城物业等 7 家企业，分别完成了应急预案属地评审及备案。公司安全制度体系的不断完善为企业推进安全生产标准化工作奠定坚实的基础。

3. 深化专项整治，排查安全隐患

公司始终把安全隐患排查治理工作作为安全生产的重点工作来抓。2012 年，公司在重大节庆、黄金周、“十八大”前夕和安全生产月期间及时组织开展安全大检查，开展电梯安全等专项检查活动，各所属企业结合自身实际抓好日常和专项隐患排查活动，全年公司及各所属企业共排查整改各类隐患 12807 处，下发整改通知 2501 份，消除了大量事故隐患，为生产经营创造了良好环境。

公司出色完成了深圳市第八届文博会欢乐海岸分会场、华侨城狂欢节等重大活动的安全保障工作，紧紧围绕活动现场开展了一系列安全专项检查行动，安排值班人员 24 小时看守，加强了安全巡查力度，消除各类安全隐患，确保了活动安全。

4. 开展宣教培训，提升安全意识

公司及各所属企业组织开展了一系列形式多样的安全宣传、教育和各类培训活动，有效地提升了全员安全意识和技能。公司先后组织举办了安全生产标准化自评员专场培训班、安全隐患排查治理规范化培训，联合深圳市南山区有关机构举办了安全生产督查员培训、特种作业人员资格复审培训、安全主任再教育等各类培训 10 多场（次）。另外，以全国安全生产月、“11.9”消防日、公司安全警示日等活动为契机，公司组织举办科学发展、安全发展暨安全生产标准化知识竞赛、组织员工观看安全警示片、开展应急演练等一系列宣传教育活动。

2012 年，公司各级企业共组织或参与各类安全培训 1171 次，参与培训 22615 人次；开展各类应急演练活动 541 次，参与演练 24438 人次；召开安全会议 768 次；举办安全宣教活动 206 次，参加人员达 27418 人次，有效促进了员工安全意识和观念的提升，推动了公司安全文化建设。

环境责任

1. 致力环境保护，建设生态景区

公司旗下所有景区在进行选址和规划时，坚持建设开发和生态保护并重，构建生态景区。

2012 年刚刚进入运营期的武汉华侨城文化旅游综合项目，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，实施湿地修复和保护、绿色低碳建筑、水生态保护和园林绿化四大环保工程，广泛采用 50 余项生态环保技术，在东湖之滨为武汉打造出一座人与环境和谐相处的生态之城。

武汉华侨城完整保留了东湖边 12 公顷的水杉林湿地，充分利用湿地区域，选址五处作为东湖水域保护缓冲带，使整个区域的湿地面积增加了 17%；对水体和水质采取了保护和提升措施，包括湖泊清淤、明渠改造、水体生态修复、引江济湖、雨污控制；斥资 3 亿元种植 8 万余株乡土植被群落和各类珍贵苗木，组建相对稳定的乔灌木、乔草、乔灌等多种复层混交种植的结构，有效提高林木群落生态效益，形成完善生态环境网络。

泰州华侨城和溱湖国家湿地公园紧密合作，按照湿地保护基本原则，从维护湿地生态结构和功能的完整性、防止湿地退化的要求出发，通过适度人工干预，来建设湿地景观、维护湿地生态，为湿地生物的生存提供最大的栖息空间。2012 年 5 月，经全国旅游景区质量等级评定委员会评定，泰州华侨城与溱湖国家湿地公园联合创建的江苏省姜堰市溱湖旅游景区成功晋升国家 5A 级旅游景区。

在建的云南华侨城定位为“国际级的休闲度假胜地，全新的生态旅游示范区”，项目规划充分尊重地形地貌，顺应区域景观的整体脉

络。在建设过程中，通过封山育林和营造人工林草植被，达到修复或重建被破坏的自然生态系统、恢复山谷生物多样性的目的。为避免对阳宗海造成污染，规划区内雨污完全分流，通过自建大型污水处理站对污水处理后进行中水回用或综合利用，通过自建大型景观湖使雨水尽量在地块内蓄积并加以利用。云南华侨城通过不懈努力和切实有效的措施，为实现建设循环经济示范区和生态旅游示范区的目标打下坚实基础。

2. 规划设计先行，打造绿色建筑

2012 年，公司各所属企业从整体环境规划、单体建筑设计等方面践行“绿色建筑”理念。在整体环境规划中，强调建筑与环境的关系，解决建筑与地貌、植被、水土、风向、日照及气候的关系。在单体建筑设计中则通过构造、材料等技术手段创造舒适的室内环境，通过实现自然通风、自然采光等方式减少能耗和排放。

深圳欢乐海岸在规划、建设和运营过程中专门成立绿色建筑工作小组，在项目建设的材料、设备、建筑设计中采用节能低耗新技术、新设备 30 余项，其中，太阳能车库照明系统、雨水回收系统、太阳能热水系统的采用为项目运营节省了大量经费。

武汉华侨城生态住宅社区在建筑设计中采用了集中地暖系统、阳光生态车库、“能呼吸的窗”和新风系统等节能方式，在保证业主舒适度的同时，降低能源消耗。

在建的深圳前海华侨城大酒店及公寓项目严格遵循国际权威绿色认证标准，努力打造真正体现环保及可持续发展理念的生态环保型建筑。前海华侨城大酒店及公寓申报了美国绿色建筑委员会 (USGBC) LEED 认证，在保证酒店及公寓舒适性的同时，尽力满足 LEED 金级认证体系的各项指标，实现高效率的资源利用，达到保护自然生态环境、

改善区域城市环境、营造健康室内环境的目标。2012 年 3 月，公寓获得了 LEED-CS 金级预认证，酒店 LEED-NC 及公寓 LEED-CS 的金级认证预计将于 2013 年通过美国绿色建筑委员会审核。

3. 探索低碳运营，推动节能减排

2012 年，公司积极贯彻国家“十二五”节能减排号召，紧紧围绕“节能减排，科学发展”这一主题，依托技术创新，加强资源综合利用，加大环保投入，促进经济建设与环境保护协调发展。

深圳世界之窗加强雨水收集和有效利用地下水，将前广场过街隧道地下水抽到水系中重新利用，并且对景区毛利民居等区域水管进行维修改造，有效控制漏水现象，水费支出比计划减少 50 余万元；逐步将景区照明、广告牌等改换成 LED 节能灯，节电效果显著，电费支出比计划减少 88 万元。锦绣中华·民俗村通过采用最新节能技术对综合办公楼、天一阁餐厅中央空调、外广场大水车水泵和民俗村停车场洗手间风机等进行变频节能改造，共计节约电费约 10 万元。

深圳欢乐谷对园区发电机房进行隔音改造，将园区照明灯更换为 LED 灯，对园区洗手间进行改造，全年节约用电近 3 万度，节约用水 2 万立方。北京欢乐谷将 ISO9000 思想导入成本专项管理和设备有效管理，深入开展节能降耗工作，全年累计节约成本约 250 万元。成都华侨城对大型高能耗游乐设备进行改良，积极推广节水型设备和器具，增加管道设备，促进雨水再生利用。上海华侨城明确提出“开源节流”，出台相应节水、节电和节能规定，建立奖惩制度，实现“绿色经营”。武汉华侨城以建设“绿色住区”为目标，统筹考虑住区节能、节水、节材、保护环境和满足住区功能之间的关系，建立生态绿色技术示范中心，培养住区居民环保意识。

东部华侨城通过更换酒店群照明系统、热泵供热系统，全年共节

电 150 万度，节约燃气 55 万立方；通过新建 3 条截水坝，调整天麓三区路面排水系统，将雨水用于景区景观水的补充，实现节约用水。云南华侨城创造性地对阳宗海火力发电厂能源进行综合利用，经测算，温排水余热回收利用、蒸汽资源利用和直供电项目全面实施后，预计每年可节约标准煤 2 万吨，减少二氧化碳排放 5200 吨，减少二氧化硫排放 400 吨。

酒店物业事业部将节能降耗作为重点工作推进，逐步建立和完善节能低碳运营的长效机制，在所属企业全面推行节能降耗措施，实现了 2012 年每万元营业收入的能耗同比下降 5%。其中华侨城大酒店顺利通过国家发改委“万家节能低碳企业”的年度考核，华侨城物业年用水量和用电量同口径同比分别下降了约 28%和约 14%，总能耗数据同口径同比下降 16%，节约费用 285 万元。

案例：保护地球之肾：深圳欢乐海岸的湿地保护工作

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作出了巨大努力。

华侨城湿地位于欢乐海岸北地块，占地面积约 68.5 万平方米，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，经过数年的保护、修复与提升，如今的华侨城湿地生态系统逐渐恢复，不但水更清、树更绿、鸟更多，更在湿地园区基础设施、环境监测等各方面得到极大完善。

2011 年 8 月 9 日欢乐海岸一期试业当天，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作出的贡献给予了充分肯定。

2012 年 5 月 15 日，华侨城湿地公园正式开园，香港城市大学、中山大学、深圳大学和暨南大学深圳旅游学院专业科研教学基地同时揭幕。开园后，欢乐海岸在华侨城湿地的环境保护、恢复、公益生态教育、园区运营、社会资源与内部优势资源联动等各方面继续发力，致力于将华侨城湿地打造成为国际型的专业生态科研基地、公益性环境教育基地和湿地志愿者实践基地。

从 6 月开始，欢乐海岸华侨城湿地定期举行“生态课堂”活动，为深圳市青少年提供亲近自然、学习体验的机会，延伸华侨城湿地“保护、提升、亲近、传递”的生态理念。华侨城湿地与深圳南山区教育局、南山区 6 所国际生态学校合作，共同推进生态课堂体系的完善，打造一种全新的环境教育模式。以此活动为基础，公司将立足于华侨城湿地，通过生态课堂的形式，传播和延伸生态环保理念，使华侨城湿地成为深圳市传递低碳环保生活理念、发展生态科普教育的公益平台。

2012 年 11 月 18 日，华会所生态环保基金会正式启动。作为华侨城发起设立的首个公益基金会，华会所生态环保基金会以倡导生态环保理念、传播绿色文明、推动生态保护及环保教育为宗旨。基金会启动当天携手全球最大独立性非政府环保组织、全球享有盛誉的世界自然基金会（WWF）举行公益拍卖活动，拍卖所募款项 423 万人民币全额注入华会所生态环保基金，用于湿地环境保护。华会所生态环保基金会未来将通过多种形式资助和开展环保公益项目、科学研究以及公众教育等活动。

公共责任

1. 契合城市发展理念，推动产业转型升级

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模式，深刻影响着所在城市的景象和风貌。

2012 年 9 月 27 日，深圳市产业转型升级大会隆重召开，华侨城创意文化园作为转型升级经典案例在大会作典型发言。华侨城创意文化园位于深圳华侨城原东部工业区内，占地面积约 15 万平米。原工业区入驻企业大多为上世纪 80 年代引进的“三来一补”工业企业，记录着深圳的成长历史和文化印记，是中国改革开放工业文明的活标本。90 年代末，随着深圳市整体的经济发展、结构调整和产业升级，华侨城东部工业区内企业陆续启动外迁，大面积旧厂房被闲置废弃，亟待重新开发使用。公司审时度势，摒弃商业利益的短见，根据市政府对文化和创意产业的相关政策指引，在深圳第一次提出将工业区改造为 LOFT 创意产业园区的想法，意在保护和延续城市文脉的基础上，通过功能置换对旧工业建筑进行改造利用，带动城市区域的可持续发展，衍生出更富朝气更具生命力的产业经济。从 2004 年开始，华侨城创意文化园大胆探索园区建设与历史建筑保护相结合的发展模式，引进各类型创意企业。华侨城创意文化园分南北两区，南区以 OCT 当代艺术中心、艺术家工作室、画廊、时装、美食为支点，打造以艺术文化、时尚休闲为主题的创意休闲产业聚集区；北区以多家实力艺术设计机构、创意设计商铺、B10 艺术空间为支点，打造以先锋音乐影像、创意设计为特色的文化创意街区。目前，园区已形成了相对完善的创意产业链，集合了创意文化、艺术展览、时尚潮流、产品发布、生活派对、旅游观光等多重功能，以先锋创想的姿态和原创精神，引

领中国创意产业新方向，填补华南空白，给深圳文化产业和“设计之都”提供了持续创想的源泉，有力推动了深圳文化创意产业的发展。

2012 年 8 月 16 日，由武汉华侨城和武汉市委宣传部共同承办，以“城市形象宣传和品牌塑造”为主题的“2012 亚洲城市论坛·武汉论坛”隆重开幕。作为全球第一个以城市形象与城市营销为主题的高端国际论坛，亚洲城市论坛邀请全球顶尖政、商、学及媒体人士，借鉴世界发达城市的推广经验，为亚洲国家重要城市提供全面、系统的智力支持。亚洲城市论坛在武汉举办，对武汉城市发展将起到深远的推动作用。2012 年是武汉“十二五”规划的发展之年，也是旅游业战略升级、城市品牌开创新篇的关键节点。近几年来，武汉积极采取多种途径加快发展旅游业，引入以包括武汉华侨城在内的多个国家级旅游文化项目，为城市品牌注入更多内涵。作为武汉城市发展战略的重要合作者，华侨城始终关注城市和谐发展，注重幸福生活建构，帮助武汉在新一轮的城市竞争中赢得先机。

2. 搭建传播平台，促进文化艺术发展

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国家级美术馆何香凝美术馆、OCT 当代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，已成为深圳乃至全国文化艺术传播的重要基地。

2012 年 5 月，华侨城 OCT 当代艺术馆群计划正式对外发布，成为全国首个当代艺术馆群，目前在深圳、北京、上海、西安、武汉等重点城市全面推出。OCT 当代艺术馆群将以深圳总馆（原 OCT 当代艺术中心）作为轴心，形成布局全国的艺术馆群网络，包含了全国首个以先锋艺术设计为定位的华·美术馆，以当代艺术文献与研究为定位的北京馆，以新媒体和建筑艺术为核心的上海馆，以当代绘画与装置

艺术为定位的西安馆，以及以当代雕塑和公共艺术为定位的武汉馆。

OCT 当代艺术馆群在 2012 年开展了多个具有影响力的艺术项目。深圳总馆成功举办了《第七届深圳雕塑双年展——偶然的信息：艺术不是一个体系，也不是一个世界》、《书与法——王冬龄、邱振中、徐冰作品展》、《历史之后：作为摄影师的亚历山大·科耶夫》等一系列大型展览。华·美术馆在 2012 年举办了《十一日谈——杨诩苍个展》、《本能——荷兰设计与时尚的语境》等展览。上海馆于 2012 年 9 月正式开馆，举办了《断章取义——杨福东个展》等展览。北京馆、武汉馆、西安馆开馆等各项工作也在积极推进中。

OCT 当代艺术馆群的创立，一方面形成了全国互通的共享网络，为各区域艺术家、文化机构提供作品和经验交流的平台；另一方面，在文化艺术运营模式上，以节约成本、提高效率、提升专业性为目的，集中有利资源为公益文化艺术事业注入活力，为我国文化艺术发展，尤其是非公立艺术馆的运营与发展作出了积极探索。

2012 年，华侨城创意文化园举办了多项文化活动。7 月，“第一季 2012 新锐设计师邀请交流沙龙”充分集中珠三角新锐设计师力量，并结合国内外设计行业的青年设计师力量，进行了一次当代创意设计的学术交流活动。10 月，“第二届 OCT-LOFT 国际爵士音乐节”秉承“世界爵士”理念，寻求与国际接轨，同时根植于城市文化生态之中，培育一方活跃、健康的城市音乐、文化土壤。此外，“首届深圳独立动画双年展·心灵世界：作为虚拟艺术工程”、“2012 创意管理国际论坛暨深港创新创业邀请赛”等文化活动也顺利举办，体现了华侨城乃至深圳的先锋气质。

3. 助力儿童公益，心系儿童身心成长

2012 年 1 月 1 日，公司旗下华侨城国际酒店管理公司联合深圳

自闭症儿童基金会共同发起的“2012 迎新爱心接力”活动在深圳湾公园举行。深圳市自闭症研究会、深圳外国语学校及社会各界爱心人士与华侨城深圳地区酒店员工一道向社会传播爱心，让更多人了解关注自闭症儿童。

2012 年 12 月 16 日，“为爱奔跑·壹基金 2012 深圳(盐田)山地马拉松赛”举行，为 2.13 万名凝冻高寒地区儿童和孤儿筹款，用于支持壹基金联合救灾“温暖包”项目。公司旗下各酒店是本次马拉松赛唯一指定酒店，酒店物业事业部所属员工积极参与到“为爱奔跑”活动中，共计为凝冻高寒地区儿童筹集近万元善款。

2012 年 5 月 18 日-21 日，公司与深圳元平特殊教育学校联合举办的“盛开的彩虹”特殊儿童艺术作品创意市集义卖活动在华侨城创意文化园举行。深圳元平特殊教育学校是深圳市唯一一所为残疾儿童和青少年提供从学前教育到高中职业教育服务的学校，有视障、听障、智障、自闭症和脑瘫 5 类残疾学生共七百多人。这些孩子虽然身患残疾，却大都拥有超常的艺术天赋。本次爱心义卖活动，以学生们亲手创作的艺术作品为主体，通过创意市集的展示，让更多人欣赏到他们的创作，同时，也唤起全社会对残疾儿童群体更多的关注和关爱。

深圳麦鲁小城密切关注弱势儿童群体，从 2012 年 5 月 15 日开业至今，先后与腾讯公益、《南方都市报》、深圳温馨社工、自闭症研究会等机构进行合作，为患有地中海贫血的小朋友提供一个体验梦想的平台，为社区“四点半学校”的小孩提供一个寓教于乐的场所，也陪伴来深的留守儿童度过一个快乐特别的假期。

在关注弱势儿童群体的同时，深圳麦鲁小城也与壹基金建立合作关系，开展“小市民·微公益”活动，率先开设了“壹基金”小小志愿者公益角色体验，创新性地将儿童从公益服务的对象转换成为实施

公益的主体。2012 年暑期，有超过 200 名小朋友参加了麦鲁小城的壹基金义工职业体验，为壹基金旗下的“壹乐园”项目筹款，帮助贫困地区、灾区的学校建设儿童游乐设施。

4. 参与社会公益，组织优惠回馈活动

2012 年，公司景区一如既往贯彻执行针对老人、教师、外来劳务工、残疾人、军人及家属等特殊群体的游览政策，同时关注社会群体时下热点需求，开展专项优惠游园活动。2012 年，参加公司景区关爱特殊群体优惠游园活动的人数达到 95.3 万人次。

深圳世界之窗对来深建设者推出关爱优惠门票，在三八节期间对荣获地市级三八红旗手、优秀女干部以及当天出生的女士、当天结婚的夫妇提供免费游园活动，并且在全国“助残日”携手《深圳晚报》开展“小心愿 微慈善”关爱活动，让白血病患者实现了“环游世界”的梦想。深圳欢乐谷全年为近 9 万名来深建设者提供专项优惠，并邀请外来工家庭免费畅游欢乐谷。北京欢乐谷联合北京团市委、《北京青年报》共同举办公益活动，邀请 1400 余名贫困青年、外来务工人员免费观看《金面王朝》。东部华侨城在 2012 年暑期，联合《南方都市报》、湖南电视台推出第四届留守儿童圆梦活动，共邀请约 40 名留守儿童到东部华侨城游玩。

5. 积极传递爱心，开展关爱资助活动

华侨城“小红花”青年乡村支教计划从 2008 年开始至今，已经深入贵州、江西、湖南等地的乡村小学，不仅为那些生活环境封闭、学习条件简陋的乡村孩子带去了丰富的书籍和文体用品，还通过精心准备的课件向他们展示了不同的世界，拓宽了他们的视野。2012 年 10 月 29 日，公司结合云南华侨城项目，到云南省昆明市阳宗湖畔三营小学开展华侨城“小红花”青年乡村支教计划，将生态环保理念带

进这片美好的土地。

深圳华侨城资产管理公司自 2011 年 6 月成立至今，已连续两次赴英德关爱文立希望小学的贫困学生，员工捐款捐物共计约十余万元。2012 年 8 月暑假，为了拓宽学生们的视野，资产管理公司特邀贫困师生代表赴深参加“欢乐暑期，有爱同行”爱心体验活动。

2012 年 9 月 7 日，云南省彝良县发生 5.7 级地震，造成重大人员伤亡和财产损失。灾害发生后，云南华侨城倡议全体员工发扬“一方有难、八方支援”的精神，向灾区人民捐款捐物。截止 2012 年 11 月底，云南华侨城累计向灾区捐助价值五万余元的物资，帮助灾区同胞度过难关。

案例：浦江华侨城十年公共艺术计划

“浦江华侨城十年公共艺术计划”的基本理念是结合上海的文化定位、空间布局和人文环境，与城市同步创造具有中国最高水准的公共艺术景观。该计划自 2007 年启动以来已连续成功举办 6 年，包括 2007 年“点穴·隋建国艺术展”、2008 年“征兆·汪建伟大型剧场展”、2009 年“对视·林天苗艺术展”、2010 年“中园·谷文达系列书法园林展”、2011 年“无所遁形：刘建华&爱德文·斯瓦克曼对话展”、2012 年“冷战美学·王广义个展”。

“浦江华侨城十年公共艺术计划”传承华侨城基因，致力于将公共艺术融入成片综合开发运营，使艺术、社区、公众融为一体，创造具有特色的华侨城生活方式。浦江华侨城通过每年的大型个展收藏一至两件具有代表性的空间雕塑并将其永久安放在城区内，经过若干年积累，形成与城市规划和建筑息息相关的人文历史。这项将公共艺术与城市规划融为一体的计划是中国城市建筑史上的创举，将艺术家的个人创作纳入公共空间，使其成为社区居民共享的艺术作品，为艺术

融入生活创造了一条全新的途径。

未来展望

2013 年，我们将继续以“品质华侨城，幸福千万家”理念为指引，更加坚定地将社会责任履行和公司发展战略相融合，推进与利益相关方的合作共赢，实现公司与经济、社会、环境的协调发展。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，进一步完善社会责任管理工作。建立和健全社会责任管理的组织和制度体系，加强与利益相关方的沟通交流，强化全员责任意识，提高履责能力。

第二，启动并做好“品质华侨城，中国好服务”主题活动。认真总结 2012 年“服务品牌年”活动的工作成果和经验，推动优质服务提升向纵深发展，打造华侨城优质服务品牌。

第三，加快在文化产业领域的布局和发展。结合华侨城现有业务特点，构建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，为我国的文化产业大发展大繁荣作出自己的贡献。

第四，将“生态文明”理念贯穿于企业经营和发展当中。树立尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念，实现企业可持续发展。

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

- 3 月，公司入选国家旅游局评选的首批全国旅游标准化示范单位。
- 5 月，公司入选第四届中国“文化企业 30 强”，连续第三年入选该名单。
- 7 月，公司入选《中国证券报》主办评选的“2011 年度金牛基业常青公司”和“2011 年度金牛上市公司百强”。
- 7 月，公司入选《证券时报》和《新财富》杂志联合主办评选的“2011 年度中国主板上市公司价值百强”。
- 11 月，由公司冠名、深圳证券交易所和深圳证券信息公司联合发布的华侨城文化产业指数（简称“OCT 文化”）正式挂牌上市，开创了资本市场在文化产业指数领域的先例。
- 12 月，公司任克雷董事长荣获国际旅游投资协会评选的中国旅游投资“ITIA”中国旅游投资领袖人物奖。
- 12 月，公司入选《投资者报》评选的“2012 年 50 家最受尊敬上市公司名单”。
- 12 月，公司入选《21 世纪经济报道》官网 21 世纪网举办评选的“21 世纪中国十大行业好公司”。
- 12 月，公司荣获由《第一财经日报》主办的第五届第一财经中国企业社会责任榜“优秀实践奖”。

旅游开发和景区服务

- 1 月，锦绣中华·民俗村获得 2011 中国旅游产业发展年会组委会评选的“旅游产业关键词”文化旅游代表。

- 1 月，深圳欢乐谷荣获深圳知名品牌评价委员会授予的“深圳知名品牌”荣誉。
- 1 月，北京欢乐谷在《京华时报》举办的“2011 年首届京华旅游新榜样”评选活动中获“中国乐园榜样”称号。
- 1 月，成都欢乐谷获得四川省旅游产业发展领导小组颁发的“四川省标准化示范单位”称号。
- 2 月，深圳欢乐谷、东部华侨城和锦绣中华·民俗村在《羊城晚报》2011 年度“幸福广东发现之旅·粤游粤乐”旅游景点及旅游服务评选活动中，被评为“主题公园类最佳主题奖”。
- 2 月，成都欢乐谷获得成都金牛区人民政府颁发的“突出贡献的文化旅游企业”称号。
- 3 月，深圳世界之窗获得深圳市爱国卫生运动委员会评选的“深圳市行业卫生单位”称号。
- 4 月，成都欢乐谷获得中国城市第一媒体旅游联盟评选的“年度最受欢迎旅游品牌大奖”称号。
- 4 月，锦绣中华·民俗村获得国家民族事务委员会评选的“全国民族团结进步教育基地”称号。
- 4 月，深圳世界之窗获得中华全国总工会颁发的“工人先锋号”称号。
- 4 月，北京欢乐谷荣获北京市旅游学会授牌的“北京旅游景区创新模式研究基地”。
- 5 月，深圳世界之窗获得深圳市南山区 2011 年度落实安全生产主

体责任“先进企业”称号。

- 5 月，武汉欢乐谷被湖北省文化厅授予“湖北文化产业示范基地”称号。
- 6 月，东部华侨城当选深圳市科学技术协会评选的“深圳市科普教育基地”。
- 7 月，北京华侨城获“2011 年度朝阳区按比例安排残疾人就业工作优秀单位”荣誉称号。
- 8 月，亚洲城市联盟授予武汉华侨城“亚洲城市度假示范区”称号。
- 8 月，上海欢乐谷荣获到到网“2011-2012 年度卓越奖”。
- 9 月，北京欢乐谷被北京市旅游委和北京市质量技术监督局联合授予“北京市旅游标准化试点单位”。
- 9 月，深圳欢乐谷获深圳市教育局颁发的“爱心助学单位”荣誉称号。
- 9 月，东部华侨城获得《香港商报》、《深圳商报》和深圳报业集团联合评选的“2012 年度深港市民喜爱的度假胜地”称号。
- 10 月，深圳世界之窗获得深圳市文化创意产业发展专项资金资助。
- 11 月，上海欢乐谷受邀参加了星尚传媒有限公司 2013 年度星尚传媒媒体推介会，并荣获“2012 星尚创新伙伴”。
- 12 月，东部华侨城云海谷体育公园获得深圳市高尔夫球协会评选的深圳高尔夫风云榜 2012 “十佳球会”称号。
- 12 月，锦绣中华·民俗村获得深圳市南山区妇女联合会评选的“深圳市南山区第六届‘鸳鸯和鸣’来深建设者爱心奖”。

- 12 月，深圳世界之窗获得天涯社区评选的“2012 年度最佳生态营销奖”。
- 12 月，深圳欢乐谷被深圳市文体旅游局评为“阳光价值旅游口碑榜”市民最喜爱旅游企业之一。
- 12 月，深圳欢乐谷在《广州日报》珠三角旅游评选中，荣获“深圳地区最受欢迎景区”。
- 12 月，北京欢乐谷在精品传媒集团举办的《2012 乐活盛典》上荣获“年度乐游风尚品牌”称号。
- 12 月，深圳欢乐海岸在第一财经——中国地产荣耀榜评选活动中荣获“最佳产业融合创新奖（综合体）”。
- 12 月，深圳欢乐海岸，北京欢乐谷《金面王朝》和锦绣中华·民俗村分别获得中国旅游投资“ITIA”中国最佳旅游项目奖，中国最佳旅游演艺项目奖和中国最佳主题公园项目奖。

房地产开发和社区服务

- 2 月，上海天祥华侨城获得《新闻晨报》“地产星空”专栏评选的“2011 年度上海地产风尚企业”大奖。
- 3 月，华侨城物业获得深圳市物业管理协会颁发的 2011 年度物业管理业主满意度“深圳指数（抽样单位）领先 30”称号。
- 7 月，武汉华侨城纯水岸·东湖项目获国际白金管理联盟授予“国际白金管家联盟”牌。
- 7 月，武汉华侨城纯水岸·东湖项目在由中国指数研究院、中国房地产指数系统联合主办，搜房网承办的“2012 第九届中国别墅节”

中荣获“2012 中国湖居别墅金奖”。

- 9 月，云南华侨城获得加油传媒有限公司评选的“2012 年第三届昆滇车主口碑楼盘榜最宜居生态大盘”称号。
- 11 月，武汉华侨城纯水岸·东湖被湖北省住房和城乡建设厅、武汉市住房保障和房屋管理局、武汉房地产交易展示会组委会联合授予“2012 第 33 届武汉房地产交易展示会——最受关注楼盘奖”荣誉称号。
- 11 月，武汉华侨城和纯水岸·东湖分别获得《武汉晚报》评选的“2012 湖北房地产十大风云企业”称号和 2012 湖北房地产十大风云楼盘”称号。
- 12 月，云南华侨城获得搜房网评选的第九届中国房地产网络人气榜“2012 年度昆明楼市十大号召力品牌房企”。
- 12 月，招商华侨城曦城入选 2012 掌柜风云榜“深圳房地产十大品质豪宅”。
- 12 月，华侨城物业管理的深圳华侨城纯水岸被深圳市创建节水型城市领导小组评为“深圳市节水型居民小区”。
- 12 月，西安华侨城·108 坊荣获西安房地产信息网评选的“2012 西安楼市最佳别墅奖”。
- 12 月，西安华侨城·天鹅堡荣获《西安晚报》评选的“2012 年度西安十大地标楼盘”。

酒店服务

- 3 月，东部华侨城茵特拉根酒店获得中国酒店星光奖组委会评选的

“2011 年度中国十大最具魅力酒店” 称号。

- 3 月，深圳华侨城洲际大酒店获得中国饭店业年会组织委员会颁发的第十二届 “中国饭店金马奖”。
- 4 月，深圳华侨城洲际大酒店和深圳海景奥思汀酒店分别获得 TTG 中国旅游大奖 “最佳奢华酒店奖” 和 “最佳中端酒店奖”。
- 6 月，东部华侨城茵特拉根酒店获得《21 世纪经济报道》评选的 “酒店金枕头奖” 称号。
- 7 月，深圳海景奥思汀酒店获得 2012 中国酒店风尚榜颁发的 “最佳卓越服务魅力酒店” 和 “最佳宾客体验商务酒店”。
- 7 月，深圳华侨城洲际大酒店获得中国酒店投资人联盟颁发的中国最具特色主题酒店设计 “五星钻石奖”。

纸包装业务

- 7 月，华侨城（亚洲）控股有限公司入选由中国包装联合会主办的 “中国包装行业百强”，位列第 28 名。
- 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 “2012 中国印刷企业 100 强”，位列第 31 名。