

深圳华侨城股份有限公司 2014 年年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

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	曾辉	陈钢	
电话	26909069	26909069	
传真	26600936	26600936	
电子信箱	000069IR@chinaoct.com	000069IR@chinaoct.com	

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

	2014 年	2013 年		本年比上年 增减	2012 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入（元）	30,718,199,315.09	28,156,382,086.85	28,156,382,086.85	9.10%	22,284,426,215.77	22,284,426,215.77
归属于上市公司股东的净利润（元）	4,774,465,095.86	4,408,287,914.10	4,408,287,914.10	8.31%	3,849,766,455.36	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（元）	4,262,372,006.68	3,929,574,368.46	3,929,574,368.46	8.47%	3,828,290,562.86	3,828,290,562.86
经营活动产生的现金流量净额（元）	-2,588,443,955.89	7,197,969,658.09	7,197,969,658.09	-135.96%	7,147,981,018.00	7,147,981,018.00
基本每股收益（元/股）	0.6566	0.6062	0.6062	8.31%	0.5294	0.5294
稀释每股收益（元/股）	0.6566	0.6062	0.6062	8.31%	0.5294	0.5294
加权平均净资产收益率	18.40%	20.16%	20.16%	-1.76%	21.35%	21.35%
	2014 年末	2013 年末		本年末比上年 年末增减	2012 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产（元）	94,875,367,925.37	87,878,764,490.05	87,878,764,490.05	7.96%	72,998,225,434.54	72,998,225,434.54

归属于上市公司股东的净资产（元）	28,118,636,027.07	23,862,266,506.49	23,862,266,506.49	17.84%	19,919,369,077.19	19,919,369,077.19
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------	-------------------	-------------------

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	92,621			年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数	101,840	
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
华侨城集团公司		56.90%	4,137,038,714	4,137,038,714		
全国社保基金一零四组合	其他	2.45%	177,899,828	0		
中国银行股份有限公司—嘉实研究精选股票型证券投资基金	其他	0.60%	43,990,631	0		
中信证券股份有限公司	其他	0.58%	42,372,301	0		
全国社保基金一零一组合	其他	0.58%	42,218,113	0		
中国工商银行股份有限公司—诺安灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.54%	38,913,710	0		
全国社保基金四零三组合	其他	0.52%	37,839,181	0		
中国建设银行—鹏华价值优势股票型证券投资基金	其他	0.49%	35,660,290	0		
中国工商银行—景顺长城精选蓝筹股票型证券投资基金	其他	0.45%	33,000,083	0		
重庆国际信托有限公司—融信通系列单一信托 10 号	其他	0.44%	32,078,613	0		
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其他股东不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。未知前十名流通股股东					

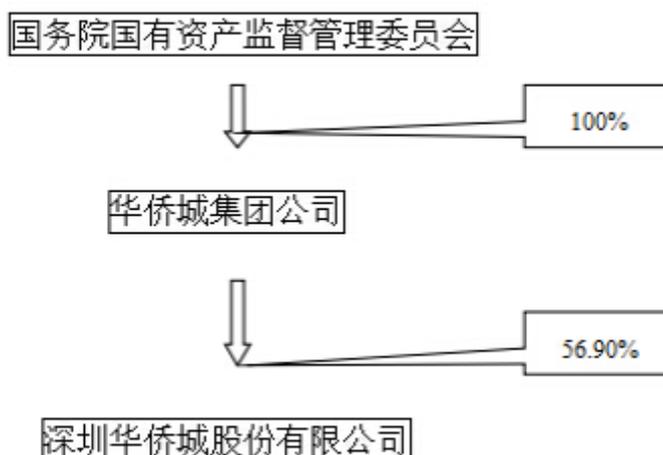
	是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用

(3) 前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4) 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



3、管理层讨论与分析

2014年，公司文化旅游业务大力开拓市场，丰富经营手段，经营情况稳中有增。全年全口径游客接待量突破3000万人次，达3072万人次，同比增长5%，进一步巩固了全球旅游景区集团四强地位。房地产业务按照“以快制胜”的策略，灵活调整推盘节奏，制定有效的价格和营销策略，积极应对市场变化。新业务发展顺利，取得成效。文旅科技公司、演艺传媒公司及哈克公司分别构建了自己的业务模式，积极拓展市场，收入、利润稳步增长。纸包装业务市场开拓和降本增效成果显著，营业收入同比增长，利润指标同比大幅增长。

公司未来发展的展望

对于我国未来宏观经济形势，中央提出了“新常态”的表述。“新常态”最明显的特征，随着劳动力优势和资源优势不再明显，以往依靠高投入、高消耗的高速发展“常态”难以为继，经济由高速增长转向中高速平稳增长。这是一个增速放缓的过程，同时也是经济结构不断调整，发展效率和质量不断提高的过程。

我们认为，在经济“新常态”下，经济结构调整，服务业将加速发展；动力结构转换，内需消费将增强；民生改善，居民收入将持续增长；推进新型城镇化和户籍制度改革，国民的旅游和合适的住房需求将进一步加大。这种大环境、大政策为包括旅游业和房地产业在内的各行业持续、强劲发展创造了有利的条件。

我们认真分析了公司在宏观经济的“新常态”下将面临的新情况：

第一，影响最大、最深远的，是房地产行业的趋势性变化。当前房地产市场库存高企，对房地产企业而言，这意味着未来销售难度将进一步加大，平均周转速度和利润率进一步走低，现金流也会进一步趋紧。然机会与挑战并存。虽然整体来看市场增长乏力，但由于房地产产品在所处位置、功能定位、目标客户等方面存在着差异，市场的结构性机会是依然存在的。此外，已建成的社区对于企业来说是一个巨大的宝藏，有不少房地产企业已开始向社区服务商转型，瞄准其潜在消费需求挖掘商机。

第二，在经济新常态下，旅游业可以拉动消费和投资，从而成为稳增长的重要引擎。国际巨头和资本大鳄纷纷介入，地方政府也有更高的招商热情，行业进入大资本、大项目推动阶段。由于旅游企业呈现规模化、集团化、全产业链化发展，市场竞争变得更加激烈，从某个局部市场的客流争夺演变为大范围、全方位、多层次的竞争，资源、渠道、人才都是竞争的对象。虽然竞争激烈，但旅游业整体来说市场需求是增长的。而且，大项目、高品质景区的增多将有助于激发游客消费愿望，刺激需求进一步放大。

第三，互联网对于传统行业的影响巨大。旅游业由于消费者行为特点，是最早一批与互联网产生结合的行业，在线旅游已发

展得较为成熟。一些与旅游业并无关联的互联网企业，尤其是掌握了巨大用户群体的互联网巨头，也纷纷布局在线旅游，甚至直接与景区等线下资源合作，利用自己的线上优势，开启O2O商业模式。

相比之下，房地产业受到的影响较小，目前主要在销售环节，传统中介模式开始受到冲击。对于房地产行业，未来互联网更深层的影响在于智能住宅，智能社区，以及产品定制等。

互联网与传统产业间的融合是大势所趋。作为一家传统企业，如何根据互联网时代的要求改进生产、服务和营销，如何将线下传统优势与线上资源进行对接，并探索出新的商业模式？这些都是我们在认真思考的问题。

如何应对新情况下的挑战，抓住挑战中隐藏的机会？这不仅影响到公司未来三五年的业绩表现，更是中长期发展需要思考的战略性问题。为此，我们提出以下几个方面的经营策略：

（一）全力加快房地产销售和资金回流

市场环境发生变化，经营观念必须随之变化。当前我们要更加重视现金流，把资金回收作为各项工作的重中之重。在当前环境下，加快房地产销售和资金回流的重要性体现为保增长、防范经营风险、和快速回收资金推动公司进一步发展壮大。

（二）加快拓展步伐，获取优质发展资源

旅游和房地产市场都有较强的地域性特征，要想做大做强，就必须不断获取优质资源，在更大范围内进行布点布局，这既是扩大业务规模、保持行业地位的要求，也是公司业绩实现持续滚动增长的必然手段。

旅游业务方面，我们的扩张策略是：区域布局以面对点，产品线则以多元应对单一，具体而言：

第一，加快欢乐谷的布局。研究适应不同容量城市市场的欢乐谷产品模型，加快进入更多省会级城市，保持市场领先地位。

第二，加快培育大型综合旅游度假区，通过新建或扩展现有景区的方式，在全国增加1-2个具有全球影响力的大型综合旅游度假区。

第三，以并购、委托管理、品牌输出等方式获取新的资源，包括主题公园和自然风光类、人文历史类景区。

房地产业务扩张方面，北上广深等一线城市和人口、经济大省的省会城市，如成都、武汉等，市场潜力依然较大，我们将进一步深耕细作，作为重点投资目标。在产品策略上，继续坚持高端定位，发挥品牌优势，打造优质住宅产品。同时根据消费发展趋势，研究智慧建筑和智慧社区等新产品，关注养老地产等细分领域。

（三）将资产经营、资本经营和产品经营相结合

我们传统的投资和经营模式为：以资金购入土地等各类资源，通过策划、开发、管理，最终以商品或服务的形式提供给消费者，并以此回收资金和利润。这种滚动发展模式，我们称之为产品经营。未来我们将在做好产品经营的基础上，探索运用资产经营和资本经营的手段，即以资产或股权作为交易对象，实现企业资产或股权的买入或卖出，从而实现资金向优势领域和战略性领域快速集中，提高资金使用效率。

（四）进一步深化和丰富商业模型，增强适应性和竞争力

第一，打造成片综合开发新优势。以文化旅游或引入其他产业作为先导，通过土地一级开发和二级开发相结合、房产经营和地产经营相结合、独立开发和合作开发相结合等手段，进一步探索新形势下的“造城”模式，保持在成片综合开发方面的领先地位。

第二，探索O2O经营模式，实现线上线下资源的结合。我们有十几家景区和酒店，每年有3000万的游客；每个综合项目有几万常住居民；还有生态广场、创意文化园和欢乐海岸等公共空间，每年有以千万计的过路观光客。公司将利用互联网和大数据技术挖掘其需求甚至创造其需求，提供增值服务。这些人群是公司的宝贵资源，我们将通过互联网和移动互联网的手段，在他们与公司之间建立更紧密的联系，使我们能够将信息准确及时的传递给他们，同时也发现他们的潜在需求，并利用自身或外部资源为其提供增值服务。这将是公司未来重要的增长点。此外，我们还将与专业互联网公司合作，把我们所具备的线下资源与更大规模的线上用户群体进行对接，挖掘出更大的业务增长潜力。

第三，积极响应国家号召，大力支持大众创业、万众创新。重点关注与文化旅游相关的创新型中小微企业的成长发展，结合公司自身条件和资源，为其提供平台、渠道等方面的支持，以此探索公司新的发展模式、寻找新的发展机会。

（五）持之以恒提升主营业务的专业能力

旅游业务：在国际巨头渐次到来，行业标准不断提高的情况下，自身能力的提升显得更加迫切。把眼光放在整个旅游产业链上，我们将通过多种手段，积极培育和获取与公园业务相辅相成的文化内容产品，加强对旅游销售渠道的控制，推进旅游策划、开发和管理的产业化和市场化，使公司在旅游行业有更大作为。

房地产业务：在当前市场环境下，周转速度和成本控制这两项能力是关系企业生存发展的关键要素。我们将努力提升这两项关键能力，并在办公和商业地产等持续经营性物业的开发和经营上加强研究，提高产出。

（六）争取融资工作实现突破

公司力争抓住政策机遇，结合市场窗口，尽快完成股权融资工作。在间接融资方面，将不断创新融资渠道，降低融资成本。此外，公司大力支持唯一的境外上市平台——华侨城（亚洲）做强做优，充分持续拓宽融资渠道，加快实现华侨城主营业务与香港资本市场的融合。

（七）加强体制机制建设和管理提升

推行绩效文化，优化考核激励方案，建立长效激励机制，加强人才培养和选拔，通过考核和用人机制进一步调动员工队伍的积极性和创造性。改善经营机制，完善组织结构，精简决策程序，提高市场响应速度，并按照中央统一部署，以“坚持不犯规、不越线、不消极等待”为原则配合做好国资改革各项工作，使公司更好地适应新形势发展的要求。

（八）公司土地储备情况

截止2014年末，公司旅游综合业务配套地产储备权益面积约622.6万平方米，房地产业务储备权益面积约266.2万平方米。

4、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司根据财政部2014年发布的《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》等八项会计准则变更了相关会计政策并对比较财务报表进行了追溯重述。本次变更不会对公司2013及2014年度的资产总额、负债总额、净资产、净利润及现金流量金额产生影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本公司本年度增加6家合并单位，其中新设成立8家：重庆华侨城、福州华侨城、创意文化酒店、资汇控股、豪力、重庆置地、苏州华力、江苏华侨城；减少2家：城市客栈、天津天潇，因挂牌转让、仲裁退回而丧失控制权。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用