

深圳华侨城股份有限公司投资者关系活动记录表

证券代码：000069

证券简称：华侨城 A

编号：2022-05

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	招商证券、Ginkgo Capital、贝莱尔资产管理、创金合信、淳厚基金、方圆天成资产管理、国寿安保基金、合众资产、华富基金、华泰保险资管、华夏基金、建信理财、九坤投资、骏伟资本、民生加银、千榕资产、人保资产、利檀投资、上投摩根基金、富国安盛资产管理、泰康资产、晓峙投资、银华基金、长江养老保险
时间	2022.3.3
地点	深圳
上市公司 接待人员	信披与投关工作小组成员
投资者 关系活动主 要内容介绍	<p>一、 介绍一下公司目前的销售去化情况？</p> <p>随着公司近几年进入快速发展阶段，销售规模不断提升，同时也十分重视资源的变现，不断通过提升内部运营能力、优化产品结构、开展合作开发、完善激励机制等多</p>

种措施加快周转速度、优化资源配置，公司整体运营能力以及去化水平与行业领先水平趋同。

二、介绍一下疫情反复对公司文旅业务的影响情况？

近两年疫情的反复对国内文旅旅游行业造成较大影响，公司文旅业务也受到了一定程度影响。公司一方面紧抓疫情防控。自2020年疫情发生以来，公司积极采取应对举措，陆续制定并发布各项防控措施指引文件，如《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。

去今年疫情多点爆发后，公司也第一时间下发《关于进一步加强华侨城文旅企业疫情防控工作的紧急通知》。旗下各文旅企业一直以来严格落实“限量、预约、错峰”要求，严格落实预约旅游、实名登记、测量体温、“一米线”、佩戴口罩、查验健康码和行程码等措施，确保游客信息可查询、可追踪。特别是对游客服务中心、乘车点、排队区、用餐点等容易形成人员聚集的区域、项目和场所，进一步加强疫情管控和一线员工防疫措施。酒店严格餐具消毒，提倡非接触式点餐结账、使用公筷公勺、保持就餐距离、佩戴口罩等措施。旅行社密切关注疫情最新形势，做好旅游产品调整和平稳应对举措。为广大游客营造安全、卫生、周到、体贴的旅游环境与服务。

另一方面，公司紧抓生产经营，各文旅企业从产品更新、内部管理提升、降本增效等各方面全面做好对客户服务和市场活动策划筹备。在刚刚过去的春节假期黄金周，华侨城旗下各旅游企业在坚持疫情防控不松懈的基础上，通过深挖传统节日文化内涵、引入创新潮流元素等方式，向市场推出了一系列丰富多彩、新意十足的高质量文旅产品。2022年春节期间，华侨城参控股景区、酒店及开放式旅游区合计接待198.8万人次，恢复至2019年春节假期同期118%的水平。

随着疫情防控形势好转，预计公司文化旅游业务将处于持续向好的态势。

三、目前市场外部环境不断变化，对公司业务模式是否有影响？

文旅综合业务和房地产业务是公司两大核心业务，持续发挥两大业务的核心竞争优势、发挥两者的协同作用，将业务做大做强始终是公司的经营目标。

在房地产业务方面，公司将秉持过程管控、防范风险、稳中求进、优中选优、保障现金、以收定投的投资原则，一是加强投资全过程管控，新项目谨慎决策，优中选优；二是存量项目加快去化，提高周转速度；三是坚决落实以收定投策略，严防现金流风险。

在文旅综合业务方面，从长远来看文旅市场具有良好

的发展前景，公司将以“建设具有全球竞争力的世界一流的文旅企业”为目标，致力通过产品力构建、产业链布局、大数据赋能、精细化运营等体系化举措推动文旅业务的高质量发展和高效益增长。

四、介绍一下今年分红的预期？

公司将根据经营状况以及发展计划，并结合股东回报、盈利情况和公司发展资金需求等多方面因素制定未来分红计划。

五、公司2021年业绩预告归母净利润下滑的主要原因是什么？

公司2021年归母净利润有所下滑，一方面是行业整体毛利率处于下行趋势，以及公司结转区域及结转结构的变化，毛利率较往年有所下滑；另一方面是公司近年为加快项目开发速度、与头部企业进行优势互补，参与了部分合作开发项目，该部分项目于本年进入结转期，归属于少数股东部分的损益较往年有所上升。

六、未来公司文旅业务是否会在三、四线城市布局？

公司并不拘泥于城市能级这一单一标准，而是紧密围绕自身战略定位开展业务布局。公司的核心竞争力和独特的商业模式不因城市能级而削弱，反而在某些文旅资源禀赋比较优秀、城市综合竞争力上升中的三四线城市更具竞争力。

	<p>在主题公园类产品方面，以欢乐谷为代表，在保证现有存量的欢乐谷持续创新发展的基础上，会研发落地适应不同城市量级以及客群特征的新产品。在有良好经济发展基础和居民消费力的一线和二线的城市，研发旗舰型欢乐谷产品；针对数量众多的三、四线城市，研发适应不同城市能级、不同客群、不同投资规模的创新产品体系，具有投资量更小、门槛更低的特点，可以实现三四线和旅游目的地城市的快速布局，进一步提升在全国的市场占有率。</p> <p>在文旅商娱综合体类产品方面，在加强区域经济和商业环境可研论证的基础上，优中选优开展项目拓展和储备，积极推进文旅商娱综合体在经济较为发达的一线和强二线城市和粤港澳大湾区、长三角、环渤海等核心经济圈的复制；同时，在二线及以下经济和商业强市探索布局顺德欢乐海岸 PLUS 这样的文旅综合体项目。目前，公司已在大湾区、长三角、长江经济带等多地投资拓展欢乐海岸、欢乐港湾系列产品。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022.3.3