

华侨城：双轮驱动谋发展 砥砺前行谱新篇

1985年，华侨城集团前身深圳特区华侨城建设指挥部正式成立。自此，华侨城集团立足深圳湾畔的热土，开启干事创业的征程。

39年来，华侨城集团秉持“优质生活创想家”的品牌理念，陆续培育了欢乐谷、纯水岸、天鹅堡、康佳、锦绣中华、世界之窗、欢乐海岸、欢乐田园、华侨城创意文化园、玛雅海滩、花橙旅游等行业领先的品牌和项目，现已成长为拥有文化、旅游、房地产、电子科技四大主业的大型综合企业集团。作为首批国家级文化产业示范园区，华侨城集团多次获评“全国文化企业30强”和“中国旅游集团20强”，业务遍及国内百余座城市以及全球多个国家和地区。

近年来，华侨城集团开启高质量发展新篇章，依托精益管理和专业化整合的“双轮驱动”，增进价值创造，推动企业发展方式向质量效益型、长期价值型转变，不断提升企业价值创造能力和可持续发展能力。

践行精益管理，筑牢发展基石

2022年以来，华侨城集团以“可持续、高质量发展”为主线，以国有企业深化改革提升行动为契机，以精益管理推动企业质量变革、效率变革和动力变革，以专业化整合健全市场化经营机制，塑造发展新动能新优势。

精益管理增进价值创造。2022年7月，华侨城集团结合发展现状和不断变化的外部形势，在全集团范围内推行精益管理，塑造精益管理企业文化。2023年制定精益管理专项提升行动方案，提出203项举措，促进提升管理效率和经营效益。通过将精益管理理念融入企业市场营销、产品创新、经营管理三大实践环节，引导各级企业探索精益管理空间，推动企业发展方式向质量效益型、长期价值型转变，不断提升企业价值创造能力和可持续发展能力。

专业化整合聚力赋能。专业化整合是国企改革三年行动的重要内容。在国务院国资委的统一安排下，近年来，华侨城进一步聚焦主责主业、厘清产业结构，推动文化业务“向市焕新”，探索“1231”发展新思路；旅游业务“向市图强”，构建“两核三维多点”发展新格局；房地产业务“向市而生”，践行“一体两翼三功能”发展新模式；电子科技业务“向市争优”，探索实践“一轴两轮三驱动”发展新框架。截至目前，华侨城集团已完成超过80个存量项目的专业化整合，推动运营类项目由欢乐谷、商管、华服、酒店、旅发等专业化公司集中管理，专业化发展能力持续增强。华侨城酒店公司连续6年上榜“中国饭店集团60强”，深圳海景嘉途酒店升级开业、深圳前海华侨城艾美酒店投入运营；华侨城商管公司旗下深圳欢乐港湾成为国家4A级旅游景区。



深圳海景嘉途酒店

强化专业能力，打造优势产业

华侨城集团在精益管理和专业化整合“双轮驱动”的改革中，进一步激发企业的发展活力，描绘了一幅“促进文化繁荣、深耕旅游沃土、缔造品质人居、锻造科技引擎”的产业画卷。

促进文化繁荣。华侨城集团围绕新时期推进文化产业高质量发展的总体要求，提出文化业务“1231”发展新思路，以实现经济效益和社会效益相统一为前提，以传承创新为根本，以做强做优做久为目标。华侨城集团旗下文化企业、文化主题景区深化供给侧结构性改革，不断丰富文化演艺、文化场馆、艺术教育等文化产品和服务。作为华侨城集团文化业务专业化运营平台，华侨城文化公司聚焦“剧院+”，整合专业力量，

做好场馆综合体运营。2024年以来，主办或承办多场高质量展览、演出，推出《剧院魅影》《敦煌归来》等精品剧目，举办“2024华夏非遗文化季”“2024光鸣艺术节”“乐舞华章”国韵传承精品展演”“第二届华夏杯青少年美育艺术季”等文化活动，深受市场欢迎。今年5月至10月，华侨城文化公司各项目接待人次同比增长137.37%。同时，华侨城文化公司注重创新文化内容，打造原创文化产品，培育文化品牌。围绕“麒麟家族”文化品牌，打造了原创儿童剧《麒麟·迹》，带动深圳龙岗儿童公园营收及游客数量大幅提升；原创动画片《小凉帽4之山海奇境》荣获第32届广东省广播电视节目类一等奖，《小凉帽》系列动画片以广东省非物质文化遗产项目“客家凉帽制作技艺”为创作灵感，已在国内50余个电视频道播出，动画片英文版于今年10月在马来西亚播出。



原创儿童剧《麒麟·迹》演出现场

深耕旅游沃土。作为文化和旅游行业的领军企业，华侨城集团坚定不移深耕旅游行业，构建旅游业务“两核三维多点”发展新格局，扎实推进文旅深度融合。近年来，华侨城集团聚焦旅游消费升级需求，多维发力，持续丰富文旅产品供给，打造“有玩头”“有说头”“有看头”的好景区。从盛夏持续到金秋的2024华侨城旅游狂欢节涵盖上千款产品、超200场活动，共接待游客近6200万人次。同时，深圳海景嘉途酒店、北京玛雅海滩水公园、深圳锦绣中华·民俗村锦绣西市、深圳世界之窗梅拉尼亚小镇等产品不断上新。华侨城还积极探索培育文旅品牌，旗下欢乐谷公司推出“国潮文化节”“夏浪狂欢节”等品牌活动。与此同时，华侨城集团紧抓数字化发展新契机，创造性制定并实施以数字IP运营为中心的“星河计划”，在业内开展品牌IP化与数字化实践，成功孵化了一系列自有IP矩阵，包括3D动画《爆笑两姐妹》、云南建水朱家花园的“朱小姐”形象、主题公园特色IP“欢乐家族”及“E-maya”等，持续拓宽文旅融合的产业链条。今年以来，“星河计划”受众群体迅速壮大，新增超过400万用户。在“品牌IP化、IP数字化、数字IP产业化”的有力推动下，“星河计划”在增强营销变现、提升品牌形象、促进景区引流方面取得了显著成效。

缔造品质人居。华侨城集团是国内最早一批房地产开发企业之一，在行业内率先引入绿色建筑、海绵城市等标准体系。一直以来，华侨城集团坚持以打造优质产品力为企业核心竞争力，尤其在高端住宅方面，打造了多个业内标杆项目，获得良好的市场口碑。随着房地产市场进入新的发展阶段，华侨城提出“好品质+好配套+好服务”的“好房子”概念，通过探索实践“一体两翼三功能”发展新模式，集中提升产品质量和服务。在成都华侨城·熙成里项目建设过程中，华侨城集团持续在更便捷的社区和更完善的居住配套上下功夫。项目以“把80%土地留给自然”为规划理念，通过LDKB横厅、超全景落地窗、大进深轩敞卧室等创新设



成都华侨城·熙成里样板间



华侨城集团物业工作人员为居民提供服务

计，以蜀文化为底色，实现品质生活与自然生态的有机融合。除了房屋本身质量上佳以外，华侨城集团“好房子”概念还体现在小区配套、物业服务、绿色智能等“软实力”方面。华侨城集团物业管理体系经过30余年的发展日臻完善，搭建了“6W3H3A”物业业务标准化管理体系，连续多年获得“中国物业服务百强企业”“中国物业服务企业综合实力100强”“2023中国物业服务企业品牌价值100强”等荣誉，获得行业和广大业主的认可。

锻造科技引擎。科技创新是发展新质生产力的核心要素。华侨城集团紧跟科技变革趋势，视科技创新为产业升级主引擎，加速新质生产力培育。作为华侨城集团服务国家科技战略的践行者、高科技产业的塑造者、高质量创新发展的先行者，康佳集团坚持打造原创技术策源地，着力推动关键核心技术攻关，Micro LED技术继续保持领先，并取得了特殊芯片弱化结构、混合式巨量转移、巨量修补、PDMS关键材料、1530/0306芯片、P0.68-P1.5 Mini LED直显等20余项行业领先的创新成果。此外，2023年，重庆康佳光电科技有限公司入选国务院国资委“科改企业”名单，安徽康佳琅琊谷工业互联网平台入选2023全国企业数字化应用典型场景名单。今年，康佳天镜Mini Ai-LED Pro发布，康佳集团开启AI电视领域新征程，推动行业发展迈向更高水平。华侨城文旅科技公司则以“科技提升文旅、文旅服务消费”为战略方向，持续优化基于核心能力和专业环节的“3+3”业务模式，在掌握关键核心技术、推动科技成果转化、构筑竞争优势等方面取得显著成效。今年6月，华侨城文旅科技公司自主研发的“动感飞行影院”被文化和旅游部评为2024年全国文化和旅游装备技术提升优秀案例。



康佳集团智能生产线

在新的征程上，华侨城集团将以更加坚定的步伐，向着可持续、高质量发展的新阶段砥砺前行，进一步明确和巩固四大主业的发展方向，书写更加绚丽多彩的新篇章。

数据来源：华侨城集团



华侨城大厦