

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：2024-01

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	通过全景网召开公司年报业绩说明会，面向全体投资者
时间	业绩说明会：2024年4月2日 15:00-16:30
地点	全景·路演天下 http://rs.p5w.net/
上市公司 接待人员	副董事长刘凤喜、董事会秘书关山、副总会计师刘宇、战略与投资管理部总监陈洪江、企业管理部总监李峥、品牌与企业文化部总监李洋
投资者 关系活动主 要内容介绍	<p>一、公司从2022年开始进行专业化整合，2024年已经是第三年，报表显示已经完成50个项目重组，推动运营类项目从城市公司剥离至欢乐谷，商管，华服，酒店旅发等专业化公司。请问：何时能完成？有没有时间表？什么时候能把运营类业务的具体数据体现在财务报表上？</p> <p>公司坚持专业化经营，基于主业新发展战略，按照“一</p>

业一企、一企一业”原则，打造业务清晰、管理统一、运营一体的专业化发展模式。2023年公司进一步厘清各业务板块的资产关系和管理边界，初步构建了专业化的业务体系，由区域平台公司承担资产主体责任，由专业管理公司承担运营提升责任，充分发挥各自的优势，全面提升存量资产的运营效益，实现公司整体利益的最大化。

二、请问，公司每月披露的销售数据是本公司的权益销售金额吗？

投资者您好，公司每月披露的数据为并表口径销售金额。

三、请问公司有没有把地产业务独立运营的计划？

投资者您好，公司加快构建完备的专业化开发体系、标准化管理体系，将持续强化营销、投资、产品、成本管理的核心能力建设，进一步提升房地产业务资源配置效率。

四、请问 400 亿集团借款的利率是多少？

投资者您好，400 亿集团借款利率不高于公司同期向金融机构借款的利率，截止 2023 年底该借款利率为 3.45%。

五、十四五期间，公司的发展战略和发展思路是什么？

“十四五”剩下这两年左右时间，关于公司的发展战略和发展思路，首先要围绕和服务国家战略，做强做优做大国有资本和国有企业这个总目标来进行，以提升核心竞争力和增强核心功能作为途径，按照公司稳定、改革、发

展的导向来推进。公司“十四五”后续两年时间的战略发展，首先是稳定，坚持以稳定为基础，稳字当头、稳中求进，把稳定安全摆在首要的位置。外部的发展确实面临着巨大的不确定性、不稳定性，公司将以理性、韧性和确定性来应对外部的困难挑战，加大力度、加快进度，守住根基、稳住阵脚，以稳促进、以进促稳，坚定信心，促使企业尽快地回归正轨，恢复向好的发展态势。

公司将以改革为抓手，用改革赋能、用创新驱动，深化专业化发展和精益化管理两条主线，将创新作为新的战略支撑，增强产品创新、模式创新和管理创新能力，强化各个企业的创新主体地位，增强各自的差异化的竞争优势，力争以用改革的行动，去开创全新的发展局面。

公司最终要以发展来作为支撑，去前瞻谋划和力促公司的整体转型；始终以提高发展质量和效益这一目标为中心，坚决地遵循客观经济规律，用好优化存量和做对增量两个根本的路径，推动公司有限的资源向主力业务和优势业务去集中，把资源更多地投入到经验足、把握大、确定性高的各个细分赛道上，利用这样的结构性的调整，使业务结构逐步地优化和有效地提升，实现公司整体的资源配置效率的改善和提高。

六、公司商业地产、物业业务的发展思路是什么？

商业业务方面，公司将持续打造中国文旅特色商业运

营管理第一品牌，深入推进商业业务专业化发展，把握时代机遇，贡献商业智慧，围绕“文旅特色商业综合体”、“创意文化产业园”、“品质社区商业”三大产品线打造核心标杆产品，始终追求为广大消费者、游客提供“满意+惊喜”的服务体验，以专业化经营、精益化管理提升公司商业板块的长期价值创造能力，实现公司商业项目的高质量发展。

物业业务方面，公司将坚持可持续发展，落实“全面质量管理”，以“6W3H3A”管理体系为抓手，完善物业服务标准，优化客服响应效率，提升基础服务质量和客户满意度，稳步拓展基础服务业务管理规模；同时稳妥发展增值服务业务，及时把握行业、市场和客户需求，提供差异化、主题化、精品化、定制化的商品和服务，积极探索优势细分赛道，锻造市场核心竞争力，拓宽未来业务发展空间。

七、面对当前地产市场销售持续下滑的态势，公司有何应对策略？

公司采取了一系列的措施，一是在产品上下功夫，密切关注市场和产品的发展趋势，持续推动产品品质迭代升级，提供符合市场需求的产品；二是在营销上面下功夫，来提升营销能力，强化营销推广体系建设，根据市场的情况，灵活地采取各种的销售策略，加大销售去化的力度；

三是在加强专业能力的建设，打造一批有战斗力、持续推动业务发展的团队。

八、公司 2023 年减值情况如何，在现有行情下，是否存在进一步加大减值规模的可能？

2023 年，公司部分项目根据自身的市场定位和实际的经营状况，结合所在区域的市场情况竞品的销售策略、近期的销售情况，通过整体出售、主动调价等安排，加快销售去化、回笼资金，导致部分项目出现减值迹象。在减值测试过程中，各项目所采取的假设和参数与项目所处销售区域市场可获取的数据不存在较大差异，经测算需计提资产减值损失 36 亿元。未来公司将根据房地产市场的走势，公司的经营策略以及各项目的实际情况，严格按照会计准则规定，准确及时地评估存货项目可变现净值的情况。

九、疫情后文旅行业复苏明显，请问怎么看待文旅行业发展趋势以及主题乐园的发展趋势？

客观地看，在经历了疫情的影响之后，中国文旅行业的显示出强劲的复苏劲头，2023 年国内旅游人数和旅游收入均实现了显著的增长，国内居民出游意愿强烈，文旅行业增长势头明显。从政策层面来看，中央经济会议提出推动消费由疫后恢复转向持续扩大，积极培育文旅等新的消费增长点，各地方政府也争相出台各项政策，提振行业的信心、激发市场的活力，积极推动旅游业务稳步地复苏。

可以说文旅产业已经成为“十四五”期间各地稳增长、扩内需、强信心的重要途径。主题公园作为旅游市场的重要组成部分，同样具备相对有利的市场环境，预计将继续保持增长的态势。华侨城作为国内文旅行业的尤其是主题公园领域的先行者和领导者，在刚刚过去的2023年牢牢把握市场机遇，深挖增长潜力、加快提升竞争力，全年经营业绩超过了自己的历史最优值，取得了较为良好的发展成效。下阶段华侨城A的主题公园业务将继续在专业化整合的基础上，以游客需求为导向，在平台能力建设、产品线完善、IP应用、数字化建设、主题节庆提升等方面锻长板、补短板，不断强化自己的核心竞争力，进一步巩固和提高自己的市场和行业地位。

十、公司开发赛道与文旅赛道业务切分工作进展如何，有什么阶段性的进展？

按照国务院国资委的统一部署，公司坚持专业化经营，基于主业新发展战略，按照“一业一企、一企一业”原则，对旗下文旅商服业务进行全面专业改革，形成业务清晰、管理统一、运营一体的专业化发展模式。

改革后，公司旗下有欢乐谷、酒店、商管、旅发、华服等专业运营平台，分别负责主题公园、酒店、商业综合体、自然景区、物业服务业务的经营发展。超过50个在运营项目完成管理重组，按业务条线，由对应专业公司集中

管理。

从成效看，第一，公司文旅商服业务经营效益持续向好。部分项目经营效益达到或超过历史最优水平。深圳华侨城洲际酒店通过存量挖潜与自有渠道建设，经营效益大幅提升，营收和 GOP 分别位列洲际品牌大中华区 57 家开业酒店的第一、第二。深圳欢乐港湾大型商旅综合体通过强化招商运营，优化摩天轮营销策略，首个全业态完整运营年度即实现盈利。天津欢乐谷着力改善淡季经营，通过优化门票价格策略、强化新媒体营销等举措，营业收入较历史最优年实现增长。第二，专业管理水平不断提升。2023 年，各专业管理公司围绕主责主业全面开展管理提升工作。欢乐谷公司成立主题公园大运营管理委员会，加大对子项目经营统筹力度。酒店公司建立酒店业务集中采购项目库，整合资源推进区域集采合作。商管公司建立商业品牌库及品牌联盟，进一步完善规模商业体的标准化管理体系。

十一、2023 年及 2024 年春节期间文旅业务数据变化情况如何？

2023 年全年，公司紧抓市场复苏机遇，向市场推出丰富多彩旅游产品。旗下文旅项目共计接待游客 9365 万人次，同比 2022 年提升 51%。2024 年春节期间，公司接待游客 460 万人次，同比 2022 年提升 20%。总体来看，通过举办一系列广受欢迎的活动，打造一批符合市场需求的产品，

公司的旅游业务是有比较明显的提升，取得了良好的成效。

十二、公司未来拿地计划是什么，主要投资方向是在哪些城市？

2024年公司会继续以市场为导向，在牢牢守住风险底线的基础上，跟随市场动态灵活调整投资策略，按照“以收定投、以销定建、适销对路、弹性开工”的总体管控理念合理优化投资和开发节奏，逐步优化资产结构，保障公司安全稳定运行。

城市选择方面，公司会进一步聚焦核心城市和持续深耕具备竞争优势的高价值城市，同时也会密切关注行业形势和政策变化，积极参与人才房、保障性住房开发，主动融入国内房地产市场发展新趋势。

十三、2024年重点融资安排如何？债务偿还计划是怎样安排的？

2024年公司将持续优化债务结构，充分利用好房地产融资相关政策工具箱，拓宽融资渠道，进一步获取长周期、低成本的融资，为公司发展储备资金。债务偿还计划方面。一是公司将着力推进存量短债压降及置换的专项工作，抓住窗口期红利，通过贷款置换等手段，不遗余力地压降融资成本、拉长债务久期，不断优化到期债务结构。二是公司通过建立631债务风险管控机制与上线司库债务风险预警模块，实现债务线上线下双向全周期管控。此外，

如公司存在资金需求，公司控股股东华侨城集团有限公司也将全力支持，包括但不限于资金支持、资源协调等，为公司发展提供坚强后盾。

十四、公司未来在文旅业务方面的主要发展思路是什么？

旅游业务是公司的优势业务、品牌业务，公司将继续向旅游业务倾斜资源，保持旅游业务的领先优势，向“市”图强，加快构建“两核三维多点”发展格局，即以主题公园、自然人文景区为核，在旅游科技、旅游酒店、特色商业三个维度持续深耕，不断巩固核心竞争优势，做精做特旅游业务。

一是强化主题公园的领导地位。主题公园业务以世界一流为发展定位，以长期主义为原则、以能力提升为高质量发展目标，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展，秉承“常看常新、常玩常新”的经营理念，存量业务在构建新产品、新体验、新品牌上全面发力，持续迭代升级公园产品，巩固提升自身规模优势、品牌优势，致力于打造优质 IP 聚集地，为全龄段游客提供沉浸式娱乐体验；增量业务聚焦“两区九地十城”，充分发挥主题公园规划、设计、建设、运营全链条领先优势，以管理输出和重资产投入相结合的方式与各地政府、企业开展战略合作，不断推出满足消费者需求的主题公园创新产品。

二是深挖自然人文景区的发展潜力。坚持创新经营模式，以旅游目的地整体综合运营为先导，着力在组织客源、提升品牌、代建代运营服务等方面建立优势，在景区内交通、微度假住宿营地和特色民宿等方面谋求机会，打造具备核心竞争力的拳头产品。以轻重结合的方式获取自然人文景区空间，通过建立自然人文景区运营管理标准化体系，提升景区生产经营能力，巩固提升形成品牌影响力，力争成为旅游细分领域的排头兵。

十五、23年公司地产项目去化情况和行业排名如何？

公司2023年全年房地产签约销售面积227万方，签约销售金额449亿元，分别同比减少15%、19%。公司打造了一批受市场欢迎的优质产品，并且取得了良好的销售效果，例如东莞松湖原岸、佛山顺德二期、成都信和、太原侨冠、苏州胥江路等项目位列当地或片区商品房销售榜前列。

在克而瑞行业百强企业全口径销售金额排名中，公司从2022年的第35名上升至2023年的第31名。

十六、当前，政府及监管机构对esg关注度越来越高，资本市场对esg的重视程度也在逐步提升，请问公司

未来对esg工作有什么打算？

未来，公司将继续全面完整准确地贯彻新发展理念，秉承优质生活创想家的核心理念，坚持人本、创造、专业、精益的核心价值观，在生产经营的全过程高标准践行ESG

	<p>理念。同时还将严格地按照上级主管单位和监管机构的要求，参照行业标准、国际标准，逐步增强公司 ESG 治理能力以及 ESG 报告的编制和披露的水准，稳步提升公司 ESG 工作绩效，不断夯实企业可持续发展能力，为助力社会经济高质量发展贡献华侨城力量。</p> <p>十七、公司是否存在非标资产融资？以上融资方式是否存在还款风险？</p> <p>公司非标资产融资主要是保债融资，截至 2023 年末规模占比约 9%，上述债务到期时间分布合理，规模整体可控，且公司与各大机构均保持合作渠道畅通，目前尚不存在还款风险。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2024.04.02</p>