

# 回眸“十三五” 谋篇“十四五” 华侨城：绘美好生活画卷 谱高质量发展华章



11月11日，全国最大主题乐园——南京欢乐谷开业

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段。展开这幅波澜壮阔、气势恢宏的时代画卷，文化和旅游业发展可谓成绩耀眼，文化和旅游业已成为不断满足人民群众美好生活需要的幸福产业和促进经济社会繁荣发展的中流砥柱。

今年是“十三五”规划收官之年，也恰逢深圳经济特区建立40周年，诞生于这片改革热土的华侨城集团，在11月11日迎来35周岁生日。从一片滩涂起步，到上世纪80年代末建成中国首座主题公园，再到如今投资和建设项目覆盖全国近百座城市，华侨城集团形成了文化、旅游、新型城镇化、电子科技及相关业务投资五大主业，管理和运营近80家文化旅游景区，是目前中国唯一同时获评“全国文化企业30强”和“中国旅游集团20强”的企业。

多年来，华侨城立足于“优质生活创造家”的品牌定位，坚持“人本、创造、坚定、卓越”的品牌个性，在“十三五”期间不断推动“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”创新发展模式落地，围绕“中国文化产业领跑者、中国新型城镇化引领者、中国全域旅游示范者”战略目标，持续释放创新动能，为国人描绘美好生活画卷。

在即将举行的2020中国国际旅游交易会上，华侨城集团将携旗下文化旅游企业以及华侨城集团官方商城“花橙旅游”等单位共同参展，集中展示“十三五”时期在前述两大创新发展模式指引下，以文化旅游产业紧密衔接粤港澳大湾区、长三角一体化、新型城镇化、乡村振兴等重大国家战略的最新发展成果和布局全国近百座城市整体产业情况。

“十四五”即将开局，华侨城将坚持以人民为中心的发展思想和高质量发展要求，以文塑旅、以旅彰文，为人民群众的美好生活增添更多欢乐体验，并在不断满足人民美好生活新期待中实现企业的高质量发展。

## 顺势而为 不断寻找新突破

即将收官的“十三五”，是华侨城集团锐意进取，实现高质量、跨越式发展的五年。在“十三五”开启之初，正处于“而立”之年的华侨城主动承接国家战略，准确判断行业形势，探索出“文化+旅游+城镇化”“旅游+互联网+金融”创新发展模式，并积极响应粤港澳大湾区建设、京津冀协同发展、长江经济带发展、海南自贸区建设、西部大开发、中部崛起等国家战略，以新型城镇化驱动高质量发展。

目前，华侨城集团在全国各地在建和运营的特色小镇和美丽乡村已近30家，其中成都安仁古镇、深圳甘坑客家小镇、云南大理古城、海南三亚天涯小镇等多个特色小镇项目入选“小镇美学榜样”；2019年至2020年，华侨城连续两年位列中国特色小镇运营商综合实力TOP50、中国文旅小镇运营商TOP10榜单双榜首。

当前，我国文化产业和旅游产业加速融合，从“高速”向“高质”转型发展，日益成为大众生活不可或缺的重要组成部分。华侨城集团深耕文化旅游领域35载，基于“优质生活创造家”的品牌定位，以文化旅游融合为轴，主动承接国家战略，持续为人们输出高品质的文化旅游产品和服务。

华侨城始终以市场为导向，顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，以高质量供给满足日益升级的国内市场

需求，旗下主题公园、文化演艺、特色小镇、美丽乡村、都市文化旅游综合体、精品酒店等多业态齐头并进，打造了一批具有行业示范效应的标杆产品。2019年，华侨城接待游客量突破1.5亿人次，目前在全国运营和管理景区近80家，位列全球主题公园大型集团第三、亚洲第一，各项经营指标均大幅提升。

2020年是非同寻常的一年，面对疫情防控常态化下的市场新需求，华侨城主动创新，产品、活动、服务“三箭齐发”，有效拉动旅游消费市场，助推国内大循环。



深圳光明小镇·欢乐田园

## 延续欢乐 满足美好生活“刚需”

当前，文化和旅游消费正逐渐成为美好生活“刚需”。提升文化和旅游产品供给水平、拉动文化和旅游消费是激发市场活力、促进经济发展的重要突破口。“十三五”以来，旅游业已经成为我国改革创新最为活跃的领域之一。

在刚刚过去的10月，华侨城旗下欢乐谷集团推出的欢乐潮玩节人气爆棚，仅10月31日，全国七地欢乐谷累计入园总人数超35万人次，总收入超5700万元，同比分别增长20%、84%，在2020华侨城文化旅游节收官之际掀起一波欢乐高潮。

华侨城文化旅游节自从2018年“启航”以来，逐渐成为华侨城文旅融合创新发展的重要实践平台，每年文化旅游节期间都有大批特色鲜明的文化和旅游产品、前瞻新潮的文化和旅游业态推向市场。

2020华侨城文化旅游节期间，华侨城旗下各文旅企业累计接待游客超4000万人次，与去年同期持平。这场历时135天、覆盖全国60余座城市的文化旅游节庆祝活动，于全国上下加速复工复产的关键时期开幕，承接了人民群众对以旅游消费为代表的美好生活的新期待，以400多场主题活动为全国游客创造了欢乐的美好时光，有效激活文化和旅游市场消费活力，为经济的强劲复苏以及“双循环”新发展格局的加速构建注入文旅力量，在“十三五”收官之际以实际行动助力提升文化和旅游产业高质量发展“成色”。

近年来，旅游与科技的结合越发深入、紧密，成为“十三

五”期间文化和旅游产业高质量发展的重要助推器。在数字化战略的布局下，华侨城不断借助技术手段对文化和旅游产品进行创新，推动产品、服务、营销全面“触网”，而华侨城文化旅游节正是这些创新成果走向市场、落地应用的重要平台，今年的疫情更进一步加速了华侨城旅游生态智慧化、线上化的进程。

就在本月，华侨城集团与腾讯公司达成全面战略合作。本届华侨城文化旅游节期间，华侨城旗下各景区严格落实“限量、预约、错峰”等景区常态化防控措施，并导入5G、大数据、人工智能等技术，提升景区服务品质。欢乐谷、南京玛雅海滩水公园、顺德欢乐海岸PLUS等多个景区通过“刷脸一秒入园”“虚拟排队”“无感支付”“景区扫码”等功能，实现景区精细化、智慧化管理，为游客提供了安心、高效、便捷的服务。

除了产品和服务的创新升级，华侨城营销的线上化进程也在不断加速。今年文化旅游节期间，华侨城以花橙旅游为线上营销主阵地，通过多元化的创新营销，实现品牌曝光和销售转化的“双丰收”。本届文化旅游节互联网线上销售累计突破12亿元，同比增长90%；新注册会员近300万，累计会员近1200万。

华侨城集团董事、总经理，中国旅游景区协会会长姚军表示，文旅行业在抗击疫情中承担了应有的责任使命，表现出积极乐观的精神；疫情防控常态化下国内各景区陆续恢

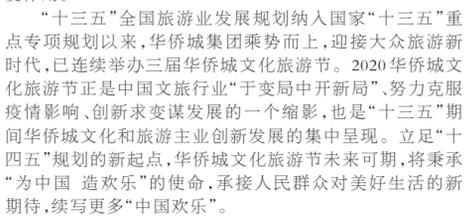
复开放，对恢复人民群众生活信心、激活市场经济发挥了重要作用。

“十三五”全国旅游业发展规划纳入国家“十三五”重点专项规划以来，华侨城集团顺势而上，迎接大众旅游新时代，已连续举办三届华侨城文化旅游节。2020华侨城文化旅游节正是中国文旅行业“于变局中开新局”，努力克服疫情影响、创新求变发展的一个缩影，也是“十三五”期间华侨城文化和旅游主业创新发展的集中呈现。立足“十四五”规划的新起点，华侨城文化旅游节未来可期，将秉承“为中国造欢乐”的使命，承接人民群众对美好生活的期待，续写更多“中国欢乐”。

8月底，深圳欢乐港湾·海滨文化公园开放迎客。作为华侨城献给深圳经济特区建立40周年的大礼，海滨文化公园依托欢乐港湾全线顶配休闲业态，为深圳市民及广大游客带来世界级的滨海休闲体验。同月，深圳西涌滨海旅游度假区凭借“中国最美八大海岸线”之一西涌沙滩的加持，外加诸多国际领先的海上休闲项目，成为游客争相打卡的网红目的地。暑假期间，襄阳奇梦海滩水乐园、南京玛雅海滩水公园等主题公园新产品也纷纷亮相，华侨城旗下各地水公园迎来客流高峰。

11月11日，就在华侨城集团迎来35周岁之际，华侨城旗下第八家欢乐谷——南京欢乐谷盛大开启。作为疫情防控常态化之后国内唯一新开业的大型乐园，南京欢乐谷的开业不仅进一步完善了欢乐谷品牌“东西南北中”的战略布局，丰富了南京的文旅资源，也为正在加速复苏的旅游行业树立了创新作为的榜样。

新形势需要新担当，新时代呼唤新作为。35岁的华侨城迎来了新的历史起点，将不断增强竞争力、创新力、控制力、影响力和抗风险能力，为实现集团高质量发展的“第二次跨越”而不懈奋斗，向着打造具有全球竞争力世界一流企业的宏伟目标前进。



东莞华侨城南国际汽车营地

## 文旅扶贫 大步迈向小康路

2020年是决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚之年。一直以来，华侨城主动承担央企的政治责任、经济责任和社会责任，立足自身产业特色，坚持“六大路径”帮扶思路，创新实践“文旅融合+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”等精准扶贫模式，助力定点帮扶的贵州天柱县和三穗县决战决胜脱贫攻坚取得重大阶段性胜利。

2003年，华侨城集团与贵州天柱、三穗两县结对定点帮扶关系，将扶贫初心和央企使命镌刻在这片脱贫攻坚的“主战场”。在与两县并肩奋斗的征途中，华侨城以“六大路径”（即人才扶贫、产业扶贫、基金扶贫、旅游扶贫、短板扶贫、文化扶贫）帮扶思路为指引实施精准扶贫。截至目前，华侨城累计向两县投入帮扶资金超9000万元，援建帮扶项目138项，提供公益扶贫岗位1850个，选派22名优秀扶贫干部深入贫困地区挂职，资助贫困学生超6000人次，培训人才1165人次……这些数字，不仅是华侨城精准扶贫行动的直观写照，更承载了贫困地区打赢脱贫攻坚战的希望。如今，天柱、三穗两县按期脱贫摘帽，顺利退出贫困县序列，两县人民来到了奔小康的新起点。

林芝华侨城国际汽车营地是华侨城“央企入藏”，助力脱贫攻坚、促进边疆民族地区稳定发展的示范性引领项目，

对外务工一年来，已经成为国道318线上的网红打卡点。依托林芝“西藏门户”的区位优势，林芝华侨城南山国际汽车营地已经成为林芝全域旅游的一张新名片，同时也成为华侨城旅游扶贫的又一个重点项目，帮助当地村民在家门口吃上了“旅游饭”。

当前，我国正处于脱贫攻坚与乡村振兴统筹衔接的历史交汇期，小康之路正从帮扶脱贫迈向乡村振兴。在林芝千里之外的广东陆河，华侨城给出了“华侨城·螺溪谷”这一实践方案。

华侨城·螺溪谷是华侨城旗下深东集团和深圳市坪山区政府联合帮扶广东汕尾陆河县的重点旅游扶贫项目。结合华侨城在文化和旅游产业方面的专业优势，华侨城·螺溪谷以“时尚与乡土融合、居民与游客共享、旅游与社区共进”为发展理念，盘活村落内闲置宅地和农田资源，打造出欧田书社、火龙广场、农礼铺子等10余个乡村旅游体验空间，让这个传统的客家山村“逆袭”变成乡村旅游网红打卡地。

乡村振兴，不仅是物质上的富有，还包括精神上的富足。一直以来，让群众既“富口袋”又“富脑袋”，也是华侨城扶贫工作中持之以恒推进的事情。在三穗县寨头村小学，华侨城旗下北方集团与深圳市流行音乐协会联名捐建国内首个

“中国乡村小学音乐教室”，创新美育帮扶新模式，为苗岭学子带来全新的声乐体验；康佳集团与艺术家张春鸣联名捐建的国内首座苗寨小学“春鸣成长美术馆”一期也已正式开放，帮助孩子们尽情释放艺术天性；华侨城房地产公司每年开展“凤凰助学计划”，向三穗县贵秧小学、顺洞小学、寨头小学等捐赠图书及学习生活用品，建立爱心图书室……扶贫扶智，文化先行，华侨城一系列帮助贫困山区的孩子们开拓视野、启迪心智的暖心之举，让他们“能上学”，更能“上好学”。

在“文旅融合+美丽乡村”“产业扶贫+乡村振兴”的创新实践中，华侨城集团积极发挥文化和旅游产业优势，提出“100个美丽乡村计划”，在海南三亚中廖村、云南元阳哈尼梯田、四川成都安仁南岸美村等地创新实践，走出了央企精准扶贫的华侨城特色。

华侨城提出“六个迈向”，即“从帮扶脱贫迈向乡村振兴、从资金支持迈向产业扶持、从消费扶贫迈向全链营销、从帮扶两县迈向全州全域、从人才培养迈向挂职培养、从简单帮扶迈向全面战略合作”，探索可持续发展的长效机制，并结合产业优势，将帮扶区域延伸至内蒙古兴安盟科尔沁右翼中旗、甘肃宁夏回族自治区、四川马边彝族自治县等多个地区。

## 华侨城、腾讯构建全面战略伙伴关系 共建数字文旅新生态

11月11日，华侨城集团与腾讯公司分别迎来了成立35周年、22周年。就在本月2日，这两家发轫于深圳经济特区的企业，在深圳华侨城洲际大酒店举行战略合作协议签约仪式。双方强强联手，构建全面战略合作伙伴关系。

据悉，双方将基于各自资源和技术优势，推动旗下各业务板块深度合作，促进线上线下消费和应用场景加速融合，共同推进智慧化、新文旅、新基建、大数据、大生态等领域的创新发展，加速推进产业数字化转型升级。

### 行业龙头 珠联璧合

作为一家国际知名的科技互联网公司，腾讯在互联网技术、流量、内容、支付、产业生态等方面拥有深厚的积累与精准的前瞻能力。在智慧文旅领域，腾讯已与多地政府开展合作，为当地景区打造全流程的智慧化管理服务模式，推出了“一机游”、智慧景区、智慧文博等完整解决方案，并实现了规模化落地。

华侨城集团作为中国文化和旅游产业的领军企业之一，目前位列全球主题公园集团第三、亚洲第一，是中国唯一同时获评“全国文化企业30强”“中国旅游集团20强”的企业。35年来，华侨城始终以市场为导向，顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，以高质量供给满足日益升级的国内市场需求，旗下主题公园、旅游度假区、文化演艺、艺术场馆、特色小镇、美丽乡村、都市文化旅游综合体、精品酒店等多业态齐头并进，打造了一批具有行业示范效应的标杆产品。

### 合作升级 业态交融

华侨城和腾讯的合作由来已久，双方此前已在主题公园、旅游度假区、即时通讯软件、视频、新闻等多领域开展了长期合作。以深圳东部华侨城旅游度假区为例，2018年，该景区依托腾讯云AI技术，率先行业之先上线“刷脸入园”功能，迈出了景区数字化转型的关键一步，成为腾讯云人脸识别技术赋能文旅应用场景的标杆案例；今年，由腾讯视频推出的综艺《创造营2020》，其录制地点便落在深圳东部华侨城旅游度假区，现象级节目与高品质旅游景区场景的深度互动，加速了各自客群的跨场景渗透和多媒体融合。

此次华侨城与腾讯签署战略合作协议，意味着双方从过往个体业务层面的合作进一步上升到全面战略层面的合作，自上而下深化全面合作共识，推动顶层设计与业务探索良性互动、形成合力。各自领域龙头企业的强强联合，无疑将加速双方业态的充分交融和转型升级，其想象空间可谓无远弗届。

### 创新驱动 文旅升级

华侨城集团与腾讯公司多年来扎根深圳，且同为各自领域的领军企业之一，在“十三五”规划收官、“十四五”规划将启的历史交汇期，双方战略携手是立足新征程的新作为，深度契合了国家创新驱动发展和文旅融合发展战略，有助于加快“数字中国”建设步伐和支持文旅行业复苏，也是双方努力续写“春天的故事”的积极表达。

据了解，在整体智慧化提升方面，双方将发挥华侨城文旅场景优势及腾讯互联网优势，依托“旅游+互联网+金融”模式开展深入实践合作，探索新形势下的场景智慧化，实现智慧全域旅游、智慧城市等领域数字化转型升级，并据此建立覆盖全国范围的产品服务网络；在新文旅融合赋能方面，华侨城将发挥“文化+”的跨界优势，实现优质文化内容的创造性转化、创新性发展，据此打造丰富的主题场景、主题服务、主题产品，以文化IP创新赋能旅游、城镇化等产业，让文化内容更富有生命力。

在大数据价值深挖方面，针对各种场景，双方将共同开展大数据分析及衍生运营，促成流量互导、数据共赢的合作成果；在生态互联互通方面，将通过产业联盟、基金等方式开展资本合作，开放共享，加强生态企业与平台及生态企业之间的合作，推动双方核心业务创新升级。

同时，华侨城和腾讯还计划采用成立合资公司、业务合作优先等多种合作方式推进双方在各领域的具体合作，通过资源共享、优势互补，共同提升市场影响力和竞争力。

## 华侨城集团 腾讯公司 战略合作签约仪式



合作签约仪式现场

本版撰文：陈熠瑶 图片由华侨城集团提供