

华侨城集团有限公司不断丰富产品供给——

# 文旅融合展现蓬勃活力

本报记者 杨阳腾

今年，华侨城集团有限公司(以下简称“华侨城集团”)的旅游业务走出了强势复苏步伐:元旦假期期间迎客180万人次、春节假期期间迎客640万人次;抓住“五一”“端午”等假日旅游机遇,今年上半年累计接待游客7200万人次,同比增长93%。

作为同时获评“全国文化企业30强”和“中国旅游集团20强”的企业,华侨城集团在推动文旅融合向更广范围、更深层次、更高水平发展上,迈入新发展阶段,展现出蓬勃活力。

## 提升专业能力

今年上半年,文化和旅游行业复苏势头强劲。如何应对环境变化、深化企业改革、持续巩固和提升文化旅游产业可持续高质量发展的专业能力,成为华侨城集团着力研究的新课题。

“供给优化与需求适配相互促进,是推动文旅产业发展的关键。”华侨城集团有限公司总经理刘凤喜说,紧抓旅游消费新趋势、推进专业化整合、持续推进文旅融合,是华侨城面对新发展要求、应对激烈市场竞争的关键策略。

针对文化业务,华侨城集团提出“成为综合实力和品牌影响力行业领先的中国文化产业运营商”的愿景目标,积极探索“1231”新发展思路。其中,第一个“1”指将“华侨城文化”打造为一流的文化品牌,“2”指实现经济效益和社会效益“双效”统一,“3”指重点做好文化演艺、场馆综合体运营、艺术教育3项细分业务,第二个“1”指支持公益文化活化。

针对旅游业务,华侨城集团提出向“市”图强,着力构建新发展格局,即以主题公园、自然人文景区作为旅游业务发展的战略重点和引领力量;将旅游科技、商旅酒店、旅行服务作为旅游业务重要支撑;通过打造一批标杆项目,形成全国多点布局,为华侨城旅游业务发展提供增长引擎。

## 打造主题公园

入夏以来,天津玛雅海滩水公园每天容纳近万人嬉水狂欢,畅享清凉。公园的亲子戏水区欢乐岛上,孩子们开启妙趣横生的玩水之旅。

顺应消费升级新趋势,华侨城集团持续深化品牌建设,在主题公园业务上不断创新突破。目前,华侨城集团已建设运营欢乐谷连锁主题公园、玛雅海滩水公园、深圳锦绣中华·中国民俗文化村等30多个主题公园。

欢乐谷集团是华侨城集团旗下创新型文化旅游产业发展平台,致力于建设、运营欢乐谷及玛雅海滩水公园等连锁主题公园产品。“今年是欢乐谷主题公园开业迎客的25周年。25年来,欢乐谷引领并参与了我国主题公园从探索起步到高质量发展的历程,陪伴年轻人度过欢乐的休闲时光。目前,欢乐谷已落地深圳、北京、成都、上海、武汉等城市,拥有先进的主题游乐设备500余套,打造了一系列主题节庆活动。”欢乐谷集团党委书记、董事长关山说。欢乐谷成为华侨城集团敏锐捕捉消费需求和市场趋势,持续推动旗下主题公园产品创新、巩固提升竞争力的生动实践。

近年来,欢乐谷集团以市场为导向,紧



襄阳华侨城奇幻度假区奇趣童年亲子乐园原创演出出现场。(资料图片)

华侨城集团建设运营的锦绣中华·民俗村内,侗族踩歌堂活动场面热烈。 欧阳勇摄(中经视觉)

跟新消费趋势,引入世界尖端游乐项目,推进产品迭代升级、创新节庆亮点,推动一个个更有品质、更有活力、更有温度的“欢乐方阵”不断涌现。

“欢乐谷集团将持续推进标准化建设、专业化管理、规模化发展,争取在产品竞争力、品牌影响力、项目投资效益和公园运营效率方面进一步创新突破,助力主题公园不断升级,为更多游客带来欢乐体验。”关山说。

## 擦亮文化品牌

作为一家以文化业务为主营业务的央企,华侨城集团以传承创新为根本,持续做强做优做久文化主业。

深圳甘坑古镇风景优美,独具特色。在第十九届文博会期间,华侨城集团甘坑新镇分会场举办的非遗市集、夏夜尾箱派对、小手大艺手工体验等文化活动,广受游客欢迎。“国潮兴起是我国文化自信的重要体现。华侨城集团借助多种类型的文化活动,抢抓传统文化与时代发展创新融合的新机遇。”甘坑古镇市场招商部总监唐莉说,集团举办的文化活动带动不少年轻人沉浸式感受古色古香气息,并在年轻人群中形成一种体验传统文化的新潮流。

“华侨城集团将文化演艺作为文化产业的重要组成部分,不断加大文艺精品供给力度。”华侨城文化集团党委书记、董事长张帆介绍,华侨城集团依托内涵多元的文化资源和业态丰富的旅游资源,创作了一系列思想精深、艺术精湛、制作精良的精品力作;注重挖掘经典红色故事,创作艺术作品,在弘扬红色文化的同时,进一步增强

## 华侨城集团

今年上半年  
累计接待游客  
7200万人次  
▲ 同比增长93%

其中  
主题公园接待游客  
1900万人次

## 截至目前

累计推出各类原创  
演艺节目  
80多台(场)  
接待观众  
近1亿人次

## 民族文化自信。

聚焦“剧院+”,华侨城集团整合专业力量,做好场馆综合体运营,旗下演艺中心、美术馆、展览馆等文化场馆主办了多场展览、演出。其中,华侨城集团旗下云南省杂技团有限公司出品的大型红色题材杂技舞台创新剧《聂耳》在云南省大剧院进行了连续8天共计23场惠民演出,获得广泛好评。今年4月,《聂耳》在厦门、赣州、惠州、东莞、深圳开展巡演,“聂耳和国歌”的故事随着巡演传播得更加广泛。

张帆说,华侨城集团将继续坚定文化自信,扛好文化大旗,通过推进战略模式、提质机制和创新品牌文化,不断擦亮华侨城文化品牌,增强企业发展核心竞争力,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

## 创新消费场景

“推进文化和旅游深度融合,紧跟文旅消费升级新趋势,打造文旅产品新供给,是文旅行业迎接新发展阶段的关键所在。”刘凤喜说。深耕文旅产业30多年,华侨城集团坚持“以文塑旅、以旅彰文”,创新推动资源融合利用、多元化建设融合载体,打造独具魅力的文旅体验。

## 佛山顺

德欢乐海岸PLUS将美食、龙舟、咏春、香云纱、曲艺、广绣等广府传统文化巧妙融合;深圳甘坑古镇将客家文化内容、文化符号、文化故事融入景区景点,推动文化遗产旅游、文化主题酒店、特色节庆等提质升级;北京欢乐谷应用科技手段驱动沉浸式数字虚拟体验,推动夜游从“打卡式旅游”转为“体验式旅游”……这些华侨城集团打造和运营管理的文旅综合体项目让“文化更有活力、旅游更有魅力”。

其中,北京欢乐谷于2022年入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。“我们立足文化优势,深挖中华上下五千年厚重的历史文化,用科技手段驱动沉浸式数字虚拟体验,将旅游和文化两大板块相融合,推动北京欢乐谷夜游从‘打卡式旅游’转为‘体验式旅游’。”北京欢乐谷副总经理李伟说。

“把握高质量发展这个核心命题,华侨城不断形成牵引文旅消费的新动力。”刘凤喜说,华侨城集团的文旅业务将聚焦专业化发展,把握行业转型发展机遇,充分挖掘地域文化特色,加快研发适应市场需求的创新消费场景,不断丰富文旅产品供给,更好满足人民群众对高品质生活的需要。

近期,上市旅游企业纷纷发布上半年业绩预告,其中许多企业实现扭亏为盈。亮眼的成绩得益于旅游企业抓住旅游市场恢复明显、旅游需求迅速释放的机遇,加大经营创新力度,积极谋求突破。

今年以来,随着一系列利好政策和举措落地生效,居民出游意愿和出游人数不断增长,许多旅游景区、旅游城市出现客流量高峰,旅游经济稳步进入供需两旺、加速回暖的复苏向上通道。根据国内旅游抽样调查统计结果,上半年,国内旅游总人次23.84亿人次,同比增长63.9%;国内旅游收入(旅游总花费)2.3万亿元,同比增长95.9%。

面对政策支持、需求回暖的态势,旅游企业加大旅游产品供给,打造文旅融合场景,增强宣传推介力度,获得了良好收益。但也要注意,旅游企业提供的产品与不断高涨的出游需求之间还存在缺口,服务质量和水平参差不齐,有待进一步提升。

旅游企业要想乘势而上、赢得更大发展,应把握市场变化趋势,持续优化产品供给,提高服务管理水平。当前,我国已全面进入大众旅游时代,个性化、品质化和多样性消费特征更加明显。既要美丽风景,也要美好生活,成为游客的新需求。旅游企业要注重对游客出行方式、消费习惯进行分析,认真研究需求变化特点、发展趋势等,有针对性地调整、优化产品和服务,为顾客提供更加舒适的体验。

同时,旅游企业要着力在创新求变上下功夫。市场复苏并不意味着企业简单地把旧产品重新上架,而是要根据市场新变化,进行产品创新、技术创新、管理创新。尤其是要注重通过数字技术赋能,升级旅游业态和服务模式,加快文化和旅游深度融合,推出更多研学旅行、旅居康养、观光休闲等细分产品,创造更多人文、科技等旅游场景,拓展旅游产品和服务的多样性、便捷性,不断做大做优旅游产品和服务供给。

游客需求随着时间和环境在不断发生变化,旅游企业只有不断苦练内功,加强对优质产品的研发和创新,提升服务质量和客户体验,才能增强自身竞争力,推动企业行稳致远。

本版编辑 刘佳 钟子琦 美编 高妍

江西耐乐铜业有限公司提高生产效率——

# 技术改造让企业尝到甜头

本报记者 刘兴

江西耐乐铜业有限公司(以下简称“耐乐公司”)铜管生产车间内,联拉、盘丝、成品管制作……全自动化生产线有序运转,一摞摞整齐排列的铜管等待出厂。

“我们用了7年时间,终于突破了无氧铜管制造核心技术。”耐乐公司研发工程师马力告诉记者。以前,高端铜管原料只能从国外进口,价格昂贵且产量有限,难以满足市场需求。后来,耐乐公司开展技术改造,研发团队采用国内原材料自主研发工艺,经过多次试验、改善、迭代,生产出质量稳定的无氧铜管产品,不仅产量得到提高,而且降低了成本。目前,无氧铜管的生产和技术能力处于行业领先水平,已广泛运用于电脑、新能源汽车、光伏、5G手机等领域。

耐乐公司自2003年落户江西省鹰潭市余江区以来,致力于空调与制冷设备用无缝铜管、无缝内螺纹铜管、无氧铜热管铜及铜合金管材、超低氧

无缝电缆管等高档铜产品的研发、生产和销售。目前,公司具备从铜微量元素到铜管综合机械性能、晶粒度、导电性、清洁度、传热性能等综合测试与研究开发一体化的能力,获得发明专利30项、PCT专利2项,被工信部认定为国家级专精特新“小巨人”企业。

技术改造成为耐乐公司创造效益、持续发展的新引擎。记者在耐乐公司铜管生产车间看到,硕大的炼铜熔铸高炉实现全封闭,看不见火光和烟尘,也闻不到异味。一块巨大的显示屏上,生产的铜管成分一目了然。

“通过显示屏,我们能实时在线监测铜管生产过程,如果成分超标可以立刻发现。”耐乐公司行政部部长陈海荣告诉记者,“过去,我们要等铜管生产出来以后,才能检测它的成分是否超标,如果超标的就得报废。现在,开展技术改造后,能够早发现、早处理,节约人工成本的同时减

少了损失。”

耐乐公司通过开展信息化、智能化技术改造,实现生产执行系统、仓储管理系统、设备联网、3D仿真以及数字化可视化展示等系统之间数据集成共享。同时,耐乐公司开展数字化车间建设,通过技术改造,实现车间可视化管理,原料准备、生产计划信息、加工过程全部透明化、实时化,信息协同决策效率大幅提高。数字化改造推动产品周转率提高约10%,设备使用率增加5%以上,每年节约成本300万元至500万元。

“科技创新是企业发展的基石,我们力求生产一代技术、在研一代技术、储备一代技术,持续加大新产品研发力度。”耐乐公司董事长罗奇梁说,公司将继续致力于提高核心竞争力,依托科技创新朝着高精尖产品发力,不断开拓新的应用领域,推动提高生产效率和经济效益,实现高质量发展。



江西耐乐铜业有限公司铜管生产车间。

本报记者 刘兴摄