

党建助推企业提质增效、稳健发展

重庆华侨城上半年28亿销售额背后的“红色密码”

2020年上半年销售额突破28亿元！作为进入重庆并持续深耕已6年的重庆华侨城，在今年这个“小升初”的节点，交上了一份堪称完美的“答卷”。

这一亮眼成绩的取得，与重庆华侨城党建促发展的“红色密码”密不可分。今年以来，重庆华侨城以“传承红岩精神 创想山水之城”为目标，创新打造了“红岩大讲堂”党建特色品牌，发挥党建引领作用，强化党员干部担当作为，积极推动复工复产，党旗始终在一线飘扬，“红色引擎”迸发出澎湃动能。



重庆华侨城低密度住区实景



重庆欢乐谷“六一”儿童节期间游客数量较去年同期增长30%



重庆华侨城物业在疫情期间履行用心守护



重庆华侨城举办“红岩大讲堂”

“红色引擎” 增强企业生产力、战斗力、凝聚力

“无数先烈的鲜血染红了我们旗帜，我们必须在新建设好他们所盼望向往、为之奋斗、为之牺牲的共和国……”6月17日，重庆华侨城“红岩大讲堂”又一次开课了。

重庆华侨城总经理、党委书记陈洁生介绍，坚持党的领导、加强党的建设，是国有企业的光荣传统，是国有企业的“根”和“魂”，是国有企业的独特优势。

从去年底开始，重庆华侨城党委构建“党建+”模式，以“传承红岩精神 创想山水之城”为使命，打造“红岩大讲堂”特色党建品牌，探寻重庆独有的城市文化和红

色基因，深刻领会“红岩魂”的丰富内涵，坚持以学习促党建、以党建促生产，把党的政治理论、党的政策方针、经营管理知识、新型城镇化和文旅产业知识紧密结合起来，在公司上下形成抓好经营发展的强大合力。

目前，“红岩大讲堂”已推出7期，其中既有政治理论和国家大政方针学习，又有疫情防控和复工复产政策学习；既传达了集团年度工作会议精神，又对2020年各项工作作出了部署安排。

与此同时，重庆华侨城通过“党支部特色主题实践活动”“党员攻关队”等，将“红

岩大讲堂”学习成果转化为推动工作的强大精神动力，坚持以“互联网+党建”新模式，确保党员学习“不掉线”，组织生活“不断档”、线上充电“不打烊”，激活国有企业党建的“神经末梢”，发挥“一党委一品牌”“一支部一特色”“一党员一旗帜”作用，全面增强企业发展的生产力、战斗力、凝聚力，助推企业提质增效、稳健发展。

“通过学习，我坚定意识到面对困难的工作、辛苦的岗位，党员必须先上，这个没有商量。”公司共产党员罗江华称。“作为一名党员，在这个特殊时期，我必须要冲在自己岗位的第一线，坚守阵地，负重

前行。”公司安保物业部高宏亮说。

“在‘红色引擎’的驱动下，疫情发生以来，重庆华侨城从未缺席，实实在在为战‘疫’出力，为城市经济复苏助力，彰显了央企的责任与担当。”重庆华侨城党委委员、纪委书记孙向青介绍，为加强党建和生产经营深度融合，公司党委将党员和支部的表现与年度绩效挂钩，软指标变成硬约束，进一步促进生产力转化。

今年上半年，重庆华侨城实现超过28亿元销售额，连续3个月成为北区销冠。4月初，所有项目工地开工建设，在党员先锋队引领下，正在如火如荼加快建设。

疫情后的进阶与探索 助力行业破冰

华侨城在疫情之后市场表现力强劲，面对市场困境，以怎样的创新营销方式助力行业破冰？

拥抱互联网成为突围的新思路。重庆华侨城置业顾问胥国欢是2019年公司销售冠军，今年3月初开始，她与同事们找到一展身手的平台——重庆华侨城售楼直播间。

疫情最严重的半个月里，胥国欢宅在家中，通过“售楼直播”的方式迅速打开了局面。通过直播，重庆华侨城的“李佳琦”

们让客户直观了解楼盘详情、在线咨询问题、预约看房、计算价格等，解决了客户不能出门的后顾之忧。

正是因为线上直播与受众的高度互动、高体验性，带动了楼盘销售。重庆华侨城在直播间售房102套。

胥国欢说，直播还有一个好处，就是可以锁定意向客户，一旦疫情得到有效控制，就可将意向客户引到售楼处实地看房。

重庆华侨城相关负责人坦言，疫情最

严重时，工地停工、销售中心关闭达1个多月，给公司带来了极大的困难和挑战。

重庆华侨城很快“大开脑洞”，拿出创新性思路和举措来落实“广开放、抢开盘、促回款、控成本”的总要求，确保年度任务顺利完成。

今年3月，重庆华侨城创新推出集团内首个房产类线上直销平台“侨房宝”，成功实现“线上突围”“弯道超车”，目前已有近30万注册用户，销售额近5亿元，为抗击疫情背景下助力行业恢复生产销售提供

了生动样本。

通过“侨房宝”，客户可足不出户线上看房、购房，并享受直销优惠；同时，通过“侨房宝”推荐朋友购房，可获得佣金奖励，开辟新的销售增长点。

下一步，重庆华侨城将持续探索“侨房宝”模式的边界，通过裂变传播等多种获客形式，不断扩大用户池；打通物业服务、线上活动等多服务、多内容入口；保持核心政策长期稳定，提升“侨房宝”渠道销售成效。

用心守护、贴心服务 以精准服务打造有温度的社区

“自新冠肺炎疫情发生以来，咱们华侨城物业工作人员每日兢兢业业开展各公共区消毒消杀，做体温测量，还贴心每日帮我们业主买菜，当我们的快递到达时，无论是小件还是大包，他们都帮我们搬运到家。除此之外，还有暖心的中药提供……你们虽不是医护人员，却时刻守护在小区抗疫一线。你们为华侨城云溪别院唱响最美赞歌！”这封真情流露的感谢信，来自重庆华侨城业主。

疫情是一次大考。在这场大考中，重庆华侨城践行央企责任，扭转了大众对于物业服务的传统认知，他们的角色不再局

限于传统的保洁、工程、保安、客服，而是在基础服务上，以共情力感知业主生活中方方面面的需求，提供暖心服务。

大年三十的夜晚，家家户户尽享阖家团圆的幸福时刻，重庆华侨城职能三党支部书记、安保物业部副总监吴涛仍在公司值守。

疫情蔓延，公司的防控工作刻不容缓，吴涛必须在公司的统一部署下，落实好各项工作举措，保护好重庆华侨城这4平方公里的安全。

在值班领导的组织下，吴涛一边召集安管队、安委办编排轮值，担负起疫情防控的重担；一边奔赴现场，检查各个区域的情

况，第一时间采集汇总人员数据，并逐条核对、逐条筛查，分条记录，确保“全落实、全覆盖、无遗漏”。他还带头现场指导消杀工作，并积极开展宣传、演练、信息报送、体温测量、人员排查等工作，即使是深夜，他也紧皱着眉头，独自一人巡查，确保公司在疫情阶段不出现任何一丝纰漏。

“在疫情面前，我身边许多共产党员都冲在最前面，奋战在一线。他们的付出让我更加渴望有一天能面对党旗庄严宣读入党誓词。”在吴涛等党员先锋引领下，27岁的安管队副队长彭江海火线递交了入党申请书。

把小事做到极致 精细化防疫提振文旅复苏

党建引领下，他们不断增加责任意识，即便是消毒这件“小事”，他们都要做到极致。

“原本的‘一客一消’，是每当游客离开一组游乐设施后，工作人员立即用消毒水对游乐设施进行喷洒。我们就这一细节请教了防疫专家，专家提出喷洒效果不如擦拭，我们很快进行调整，统一为消毒水擦拭。这样耗时间虽长，但能增加保险系数。”

正因为这份极致的认真，近段时间

来，重庆欢乐谷的旅游人气在全国欢乐谷中排名前列。今年“五一”期间，客流达到去年同期水平，“六一”儿童节比去年同期增长30%，端午节和去年持平。

随着消费信心的恢复，重庆华侨城看好文旅复苏前景，投资6亿元的欢乐谷2期工程即将呈现。

多年前的礼嘉，还多是尚未开发的荒野和山坡。6年前，华侨城满怀“优质生活创想家”的热忱入渝，在重庆北礼嘉打造了一座欢乐创想大城——4平方公里大城

生活圈内，重庆文旅休闲地标欢乐谷、3公里嘉陵江湾、“四园一带”公园集群、海绵城市和智慧城区建设等构建起未来城市样本。

陈洁生表示，重庆城市发展为华侨城提供了发展机遇，作为优质生活创想家的华侨城，将持续满足人民对美好生活的向往，与城市共生长，为城市发展不断赋能。

还有帮小业主打印课本、火锅配送、为业主理发……这些个性化服务备受业主称赞。

方媛 图片由重庆华侨城提供