公司代码:601155　　公司简称:新城控股

新城控股集团股份有限公司

2025 年度报告摘要

第一节 重要提示

1.本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2.本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3.公司全体董事出席董事会会议。

4.致同会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5.董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经致同会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2025年度实现归属于母公司股东的净利润为680,106,627元;截至2025年12月31日,公司的母公司报表期末未分配利润为14,577,709,383元。根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》《公司章程》《新城控股集团股份有限公司股东分红回报规划(2023年—2025年)》等相关规定,综合考虑当前宏观经济形势、行业整体环境、公司战略规划以及未来资金需求等因素,为保障公司的经营能力和偿债能力,确低财务风险,公司拟定的2025年度利润分配方案为:不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。该利润分配方案尚需提交公司股东会审议。

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1.公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	新城控股	601155	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李锋	王昭
联系地址	上海市普陀区中江路388号6号新城控股大厦A座16楼	上海市普陀区中江路388号6号新城控股大厦A座16楼
电话	021-32522907	021-32522907
传真	021-32522909	021-32522909
电子信箱	xckg@xinchengg.com	xckg@xinchengg.com

2.报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所处行业情况

2.1.1国家大力提振消费,推动回归实体

2025年,国家层面出台多项重磅政策大力提振消费、推动实体商业高质量发展,为购物中心转型升级提供了有力的政策支撑:

1、《城市商业提质行动方案》推动购物中心场景革新

2025年10月,商务部等8部门联合印发《城市商业提质行动方案》,提出21项主要任务,明确在城市中心区域、重点步行街、旅游休闲区培育一批大型商业综合体,集聚多元化业态、场景和服务,一站式满足多元消费需求;支持改造提升传统百货店、购物中心,打造商品和服务供给丰富的消费载体;深化“商旅文体健”融合发展,支持“商业+旅游”“商业+文化”“商业+体育”等业态创新,推动体育赛事进街区、进商圈;强化新兴技术赋能,推广“人工智能+消费”场景,完善智能导引、精准营销、沉浸体验等智慧商业新模式。

2、县域商业体系建设持续深化

2025年是《县域商业三年行动计划(2023-2025年)》的收官之年,国家持续推进县域商业体系建设,目标在全国打造500个左右的县域商业“领跑县”,建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心、村级综合服务网点等,在县域范围内实现商品流通、生产资料流通、农产品流通、再生资源回收利用等主要商业业态全覆盖。

3.城市更新与改造焕新活力量级业空间

国家持续推进城市更新行动,鼓励“一张一策”开展存量商业设施改造,将符合条件的商业设施改造项目纳入大规模设备更新及城市更新行动支持范畴,引导商业设施因地制宜开展更新改造,引进服务业态、创新沉浸式体验式场景。同时,通过低效用地再开发试点,允许优化存量商业土地利用,支持低效商业用地转型,推动土地混合开发和用途合理转换。

4.入境消费扩大化政策拓展消费增量

国家支持符合条件的商业成为离境退税商店,扩大入境消费;推动步行街(商圈)结合城市更新,促进国内外优质品牌、新业态新模式新场景集聚,打造一批立足本地、辐射全国、面向世界的全国示范步行街(商圈)。

2.1.2新开购物中心数量探底,存量改造与内容创新成主旋律

2025年,全国新开业购物中心377个,创近11年来新低,行业从“规模扩张”全面转向“存量优化+价值深耕”的高质量发展阶段。市场呈现出鲜明的结构性特征:一是存量改造占比持续攀升,全年存量换新项目占比超20%,部分季度存量改造项目占比甚至突破30%,老百货、商超购业转型升级成为重要增量来源;二是中小体量项目占据绝对主导,2-10万平方米的社区型及区域型项目合计占比超70%,大商业项目较为有限。

在增量收缩的背景下,消费需求的结构性红利加速释放。低线城市进入商业活跃期,商业四线、五线城市开业项目占比近30%。与此同时,体验式消费持续迭代,城市奥莱、体验式购物中心多元共生;二次元主题、女性主题、体育主题等垂直细分业态加速涌现,购物中心正从标准化复制转向“内容创造+场景重构”的差异化竞争,通过首店经济、文化赋能、科技融合重塑消费空间,在行业深度调整中开辟出新的增长路径。

2.1.3品牌分化加速演进,情绪消费与质价比成为主旋律

2025年,购物中心品牌调整呈现“收缩与扩张并存、理性与情感共振”的鲜明特征。在消费趋于理性、追求质价比的背景下,能够提供情绪价值、沉浸体验及高性价比的品牌逆势扩张,业态结构调整进一步深化。

1、业态相加加减,餐饮与体验类业态持续主导

零售业态整体收缩,但结构性分化显著。传统服装业态持续承压,男女装开关店比低于1,快时尚品牌加速退出商场首层核心位置。与此同时,户外运动品类逆势扩张,2025年前三季度,国内外运动品牌占比较2023年飙升114.35%,专业运动品牌成为高端商场新的引流利器。南京悦府、黄金珠宝凭借改造焕新实现价值跃升,首层核心位置。

餐饮业态强势扩张。高档商场餐饮开关店比达151,茶咖、烘焙、小吃铺、面馆“四大金刚”密集抢占商场首层黄金铺位。性价比快餐、地方特色餐饮成为新热点,西式简餐开关店创近三年新高。

文体娱与生活服务持续崛起。IP主题店、二次元品牌加速扩张,“谷子经济”带动收藏玩具品牌占据商场黄金位置。

2、情绪消费驱动创新,新兴品牌抢占市场

“情绪价值”成为品牌迭代的核心驱动力。消费者更愿意为价格不高但能带来情感满足的商品买单。新锐品牌首创“质价比+情绪价值”双驱动模型,以“潮趣快时尚”定位切入市场。折扣店与高性价比品牌持续走热,国际平价品牌占据市场主导。与此同时,户外运动品类迎来爆发期,2025年前三季度,国内外运动品牌占比较2023年飙升114.35%,专业运动品牌成为高端商场新的引流利器。

2.1.4房地产市场进入总量平衡阶段,价格下跌幅度显著收窄

2025年,全国房地产市场仍在筑底过程中,供需两端同步下滑:供应端,房地产开发投资额8.28万亿元,同比下降17.2%;需求端,新建商品房销售额8.39万亿元,同比下降12.6%;市场容量逐步接近平衡中枢。全年市场走势前高后低,一季度修复回升,二季度回调走弱,三季度波动下探,四季度加速下行。

70城新建商品房价格数据体现分化下跌通道,但整体降幅相较2024年有所收窄,各能级城市同比降幅收窄约2个百分点,一线城市涨幅韧性显著强于2024年,二线和二四线城市跌幅也有所收窄。价格指数下跌收敛,一方面得益于市场逐步趋向筑底,另一方面“好房子”结构性供给优化,改善型住房占比提升。

2.1.5货币政策强化跨周期与逆周期调节协同,稳步释放购房消费潜力

2025年以来,国家强化逆周期调节政策协同效应,实施适度宽松的货币政策,精准打出总量与结构并重的金融政策“组合拳”,截至四季度,金融机构人民币各项贷款余额27.91万亿元,同比增长6.4%,全年人民币贷款增加16.27万亿元。央行年内实施一次全面降准并叠加定向支持,合计释放中长期流动性约1万亿元,同步下调政策利率0.1个百分点,带动1年期和5年期LPR各下调10个基点,分别降至3.0%和3.5%。同时,央行完善存量房贷利率动态调整机制,推动商业性存量首套房利率批量下调至LPR-30个基点,并下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点,直接缓解居民购房压力,稳步释放购房与消费潜力。

2.1.6政策基调从止跌企稳到稳定立制,深入推进房地产发展新模式

2025年,面对全球经济复苏疲软、美国加征关税带来的外部冲击,以及国内需求恢复动能不足、房地产仍然深度调整的复杂环境,我国经济顶压前行、稳中有进,实现国内生产总值140.19万亿元,首次突破140万亿元,同比增长5%,圆满完成全年经济增长目标。全年经济呈现“前高后稳、逐季向降”的态势,一季度增速达5.4%,二季度增长5.2%,三季度增速4.8%,四季度增速为4.5%,在多重压力下展现出较强的韧性与抗风险能力。

中央层面持续深化房地产领域顶层设计,以“稳预期、防风险、促转型”为核心,推动政策从应急纾困向长效机制建设过渡。存量首套商品房贷利率批量调整政策,成为年内房地产市场的标志性举措;同时,中央进一步完善“保交楼”长效支持机制,扩大城市房地产融资协调机制覆盖范围,有效化解房企流动性风险。

地方层面延续政策优化力度,在中央政策框架下精准施策。需求端,多数城市已全面放开限购、限贷等限制性政策,四大一线城市进一步放宽市场限制政策,二线及三四线城市房地产政策基本已应出尽出。供给侧改革持续深化,各地积极落实盘活存量用地和商办用房政策,借助保障性住房再贷款工具,推动地方国企收购存量商品房用作保障性住房、城中村改造安置房。

当前,房地产市场需求基础仍需巩固,房企经营恢复不均衡,部分二四线城市库存压力较大,市场不确定性尚未完全消除,保持政策的连续性、稳定性与精准性至关重要。展望2026年,后续政策基调将从“止跌企稳”到“稳定立制”,调控逻辑从“单向松绑”深化为“系统性的供需管理”,促进市场业化精细化发展,深入推进房地产发展新模式。

2.2报告期内公司从事的业务情况

公司所处房地产行业,主营业务为商业综合体运营管理、房地产开发销售,经营模式以自主运营、自主开发销售为主。报告期内,公司秉持“商业运营+地产开发”双轮驱动的运作模式,坚持“1+3”战略布局,以上海为中枢,长三角为核心,向大湾区、环渤海和中西部扩张。截至报告期末,公司已进入全国151个城市。

商业开发业务历经14年的沉淀,目前商业板块产品主要包括购物中心、特色街区、城市更新、社区商业等形式。在不同的商业产品内容下,结合项目的市场定位、城市区域、客户需求可实现精准适配,并且不同的商业产品模式可以灵活组合,提升商业项目的综合性和丰富度。随着商业的持续发展,各投商业从最早的空间体验维度升级,到现在聚焦探寻与城市、与客户的情感关联。在“寻味城市”和“情感链接”的产品精神引导下,各投商业通过不断迭代丰富和多维度的需求变化,从新业态、新主题、场景化、数智化、人性化等维度呈现大量优质商业产品,紧跟商业变化和市场需求,是各投商业产品保持活力和品质的核心。公司商业综合体运营主要为吾悦广场的出租经营。“吾悦”作为公司旗下的商业综合体项目品牌,自2012年品牌诞生以来,公司便不断打造升级、打磨产品,从中国家庭最真切的情感需求出发,致力于打造中国体验式商业领导品牌。2025年,吾悦商业焕新升级“吾悦经营五步法”,展现深度思考及战略高度,精准解码从规模效益到质量效益的转型路径,构建一个可持续升级的方法论体系,为各投从规模化迈向高质量发展提供系统化路径。

通过“一个承载休闲、社交、购物功能的大空间与一个主题性的业态识别创新性复合,从而让每一个购物中心,都拥有一个不同的X空间”的“Mall+X”方式打造新型商业空间,构建新型业态组合,形成鼓舞人心的品牌矩阵。公司将坚守“让幸福变得简单”的企业使命,秉持长期主义,回归发展本质,持续推进大货管路落地,在地产开发及轻资产业务拓展中稳中求进,在吾悦广场经营质量上精益求精,发挥“投融建转营退”全周期能力,强化各方深度合作,健全风险管理机制,实现稳健、务实的长远发展。

2026年,公司计划实现商业运营总收入145亿元,新开业吾悦广场5座,但最规模的时期已基本过去。政策端,在化风险基调框架内,以“稳市场、防风险”为核心,明确“因城施策控增量、去库存、优供给”,以上海“护七条”为代表的因城施策措施持续落地,拉开2026年政策放松序幕。市场侧则呈现明显分化,新房暂时表现平淡,二手房需求相对稳定,人口净流出的低线城市调整压力仍存,而核心城市、核心地段、中高端品质型改善产品则呈现出结构性韧性。

面向2026年,公司将在坚守与变革中再启新程。公司将坚守“让幸福变得简单”的企业使命,秉持长期主义,回归发展本质,持续推进大货管路落地,在地产开发及轻资产业务拓展中稳中求进,在吾悦广场经营质量上精益求精,发挥“投融建转营退”全周期能力,强化各方深度合作,健全风险管理机制,实现稳健、务实的长远发展。

2026年,公司计划实现商业运营总收入145亿元,新开业吾悦广场5座,但最规模的时期已基本过去。政策端,在化风险基调框架内,以“稳市场、防风险”为核心,明确“因城施策控增量、去库存、优供给”,以上海“护七条”为代表的因城施策措施持续落地,拉开2026年政策放松序幕。市场侧则呈现明显分化,新房暂时表现平淡,二手房需求相对稳定,人口净流出的低线城市调整压力仍存,而核心城市、核心地段、中高端品质型改善产品则呈现出结构性韧性。

2.3品质赢分化加速演进,情绪消费与质价比成为主旋律

2025年,购物中心品牌调整呈现“收缩与扩张并存、理性与情感共振”的鲜明特征。在消费趋于理性、追求质价比的背景下,能够提供情绪价值、沉浸体验及高性价比的品牌逆势扩张,业态结构调整进一步深化。

1、业态相加加减,餐饮与体验类业态持续主导

零售业态整体收缩,但结构性分化显著。传统服装业态持续承压,男女装开关店比低于1,快时尚品牌加速退出商场首层核心位置。与此同时,户外运动品类逆势扩张,2025年前三季度,国内外运动品牌占比较2023年飙升114.35%,专业运动品牌成为高端商场新的引流利器。南京悦府、黄金珠宝凭借改造焕新实现价值跃升,首层核心位置。

餐饮业态强势扩张。高档商场餐饮开关店比达151,茶咖、烘焙、小吃铺、面馆“四大金刚”密集抢占商场首层黄金铺位。性价比快餐、地方特色餐饮成为新热点,西式简餐开关店创近三年新高。

文体娱与生活服务持续崛起。IP主题店、二次元品牌加速扩张,“谷子经济”带动收藏玩具品牌占据商场黄金位置。

2、情绪消费驱动创新,新兴品牌抢占市场

“情绪价值”成为品牌迭代的核心驱动力。消费者更愿意为价格不高但能带来情感满足的商品买单。新锐品牌首创“质价比+情绪价值”双驱动模型,以“潮趣快时尚”定位切入市场。折扣店与高性价比品牌持续走热,国际平价品牌占据市场主导。与此同时,户外运动品类迎来爆发期,2025年前三季度,国内外运动品牌占比较2023年飙升114.35%,专业运动品牌成为高端商场新的引流利器。

2.4房地产市场进入总量平衡阶段,价格下跌幅度显著收窄

2025年,全国房地产市场仍在筑底过程中,供需两端同步下滑:供应端,房地产开发投资额8.28万亿元,同比下降17.2%;需求端,新建商品房销售额8.39万亿元,同比下降12.6%;市场容量逐步接近平衡中枢。全年市场走势前高后低,一季度修复回升,二季度回调走弱,三季度波动下探,四季度加速下行。

70城新建商品房价格数据体现分化下跌通道,但整体降幅相较2024年有所收窄,各能级城市同比降幅收窄约2个百分点,一线城市涨幅韧性显著强于2024年,二线和二四线城市跌幅也有所收窄。价格指数下跌收敛,一方面得益于市场逐步趋向筑底,另一方面“好房子”结构性供给优化,改善型住房占比提升。

2.5货币政策强化跨周期与逆周期调节协同,稳步释放购房消费潜力

2025年以来,国家强化逆周期调节政策协同效应,实施适度宽松的货币政策,精准打出总量与结构并重的金融政策“组合拳”,截至四季度,金融机构人民币各项贷款余额27.91万亿元,同比增长6.4%,全年人民币贷款增加16.27万亿元。央行年内实施一次全面降准并叠加定向支持,合计释放中长期流动性约1万亿元,同步下调政策利率0.1个百分点,带动1年期和5年期LPR各下调10个基点,分别降至3.0%和3.5%。同时,央行完善存量房贷利率动态调整机制,推动商业性存量首套房利率批量下调至LPR-30个基点,并下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点,直接缓解居民购房压力,稳步释放购房与消费潜力。

2.6政策基调从止跌企稳到稳定立制,深入推进房地产发展新模式

2025年,面对全球经济复苏疲软、美国加征关税带来的外部冲击,以及国内需求恢复动能不足、房地产仍然深度调整的复杂环境,我国经济顶压前行、稳中有进,实现国内生产总值140.19万亿元,首次突破140万亿元,同比增长5%,圆满完成全年经济增长目标。全年经济呈现“前高后稳、逐季向降”的态势,一季度增速达5.4%,二季度增长5.2%,三季度增速4.8%,四季度增速为4.5%,在多重压力下展现出较强的韧性与抗风险能力。

中央层面持续深化房地产领域顶层设计,以“稳预期、防风险、促转型”为核心,推动政策从应急纾困向长效机制建设过渡。存量首套商品房贷利率批量调整政策,成为年内房地产市场的标志性举措;同时,中央进一步完善“保交楼”长效支持机制,扩大城市房地产融资协调机制覆盖范围,有效化解房企流动性风险。

地方层面延续政策优化力度,在中央政策框架下精准施策。需求端,多数城市已全面放开限购、限贷等限制性政策,四大一线城市进一步放宽市场限制政策,二线及三四线城市房地产政策基本已应出尽出。供给侧改革持续深化,各地积极落实盘活存量用地和商办用房政策,借助保障性住房再贷款工具,推动地方国企收购存量商品房用作保障性住房、城中村改造安置房。

当前,房地产市场需求基础仍需巩固,房企经营恢复不均衡,部分二四线城市库存压力较大,市场不确定性尚未完全消除,保持政策的连续性、稳定性与精准性至关重要。展望2026年,后续政策基调将从“止跌企稳”到“稳定立制”,调控逻辑从“单向松绑”深化为“系统性的供需管理”,促进市场业化精细化发展,深入推进房地产发展新模式。

2.7报告期内公司从事的业务情况

公司所处房地产行业,主营业务为商业综合体运营管理、房地产开发销售,经营模式以自主运营、自主开发销售为主。报告期内,公司秉持“商业运营+地产开发”双轮驱动的运作模式,坚持“1+3”战略布局,以上海为中枢,长三角为核心,向大湾区、环渤海和中西部扩张。截至报告期末,公司已进入全国151个城市。

商业开发业务历经14年的沉淀,目前商业板块产品主要包括购物中心、特色街区、城市更新、社区商业等形式。在不同的商业产品内容下,结合项目的市场定位、城市区域、客户需求可实现精准适配,并且不同的商业产品模式可以灵活组合,提升商业项目的综合性和丰富度。随着商业的持续发展,各投商业从最早的空间体验维度升级,到现在聚焦探寻与城市、与客户的情感关联。在“寻味城市”和“情感链接”的产品精神引导下,各投商业通过不断迭代丰富和多维度的需求变化,从新业态、新主题、场景化、数智化、人性化等维度呈现大量优质商业产品,紧跟商业变化和市场需求,是各投商业产品保持活力和品质的核心。公司商业综合体运营主要为吾悦广场的出租经营。“吾悦”作为公司旗下的商业综合体项目品牌,自2012年品牌诞生以来,公司便不断打造升级、打磨产品,从中国家庭最真切的情感需求出发,致力于打造中国体验式商业领导品牌。2025年,吾悦商业焕新升级“吾悦经营五步法”,展现深度思考及战略高度,精准解码从规模效益到质量效益的转型路径,构建一个可持续升级的方法论体系,为各投从规模化迈向高质量发展提供系统化路径。

通过“一个承载休闲、社交、购物功能的大空间与一个主题性的业态识别创新性复合,从而让每一个购物中心,都拥有一个不同的X空间”的“Mall+X”方式打造新型商业空间,构建新型业态组合,形成鼓舞人心的品牌矩阵。公司将坚守“让幸福变得简单”的企业使命,秉持长期主义,回归发展本质,持续推进大货管路落地,在地产开发及轻资产业务拓展中稳中求进,在吾悦广场经营质量上精益求精,发挥“投融建转营退”全周期能力,强化各方深度合作,健全风险管理机制,实现稳健、务实的长远发展。

2026年,公司计划实现商业运营总收入145亿元,新开业吾悦广场5座,但最规模的时期已基本过去。政策端,在化风险基调框架内,以“稳市场、防风险”为核心,明确“因城施策控增量、去库存、优供给”,以上海“护七条”为代表的因城施策措施持续落地,拉开2026年政策放松序幕。市场侧则呈现明显分化,新房暂时表现平淡,二手房需求相对稳定,人口净流出的低线城市调整压力仍存,而核心城市、核心地段、中高端品质型改善产品则呈现出结构性韧性。

	截至2024年12月31日/2024年度	截至2025年6月30日/2025年1-6月
资产总额	30,912,494	29,111,856
负债总额	22,233,518	20,625,253
净资产*	8,678,976	8,486,604
营业收入	8,922,652	2,217,356
归母净利润	49,131	69,156
资产负债率(%)	71.92	70.86

*净资产包含少数股东权益。

三、关联交易的主要内容和定价政策

鉴于房地产开发行业属于资金密集型行业,在目前行业整体承压环境下,充足的资金有利于保障公司长期可持续发展。根据业务发展的实际需要,公司拟在符合以下原则的情况下向新城发展及其关联方申请借款:

(一)借款人:新城控股集团股份有限公司及其子公司。

(二)贷款人:新城发展控股有限公司及其关联方(具体贷款主体根据届时实际资金安排确定)。

(三)借款额度:总借款额度不超过等额人民币150亿元(含截至2026年2月末已使用未到期借款余额等额人民币68.25亿元)。

(四)单笔借款期限:由借款双方根据项目需求协商确定,最长不超过5年。

(五)借款利率及定价政策:公司向关联方借款具有无需抵押担保、资金使用灵活等优势,参考同等条件下的市场融资利率,借款年利率为不超过8%(不含税金)。

(六)借款用途:用于公司及公司子公司项目建设及补充流动资金等。

在符合上述借款原则的情况下,提请股东会授权公司管理层决定公司及公司子公司向新城发展及其关联方申请借款的具体事宜(包括单笔借款金额、借款年利率及借款期限等)并签署上述借款协议,授权期限自股东会审议通过本事项之日起18个月内有效。

四、关联交易的目的以及对公司的影响

房地产开发行业属于资金密集型行业,在目前行业整体承压环境下,充足的资金有利于满足公司业务发展的实际需求,保障公司长期经营战略的实现,体现了控股股东对上市公司的支持。

五、该关联交易应当履行的审议程序

公司独立董事于2026年3月26日召开第四届董事会第六次独立董事专门会议,以3票同意、0票反对、0票弃权,审议通过了《关于向关联方借款的议案》,并同意将该议案提交公司董事会审议。

公司董事于2026年3月26日召开第四届董事会第十四次会议,以5票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《关于向关联方借款的议案》。在审议本议案时,关联董事王晓松已回避表决,本议案由5名非关联董事表决通过。

本次交易尚需获得股东会的批准,与该关联交易有利害关系的关联人将放弃行使在股东会上对该议案的投票权。

六、历史关联交易(日常关联交易除外)情况

(一)经公司第三届董事会第二十次会议及2023年年度股东大会审议通过,为满足公司经营发展需求,公司可在股东会审议通过之日起18个月内(即2024年5月29日至2025年11月28日)向新城发展及其关联方申请总额不超过等额人民币150亿元的借款额度,借款年利率为不超过8%(不含税金)。

经公司第四届董事会第八次会议及2024年年度股东大会审议通过,为满足公司经营发展需求,公司可在股东会审议通过之日起18个月内(即2025年6月26日至2026年11月25日)向新城发展及其关联方申请总额不超过等额人民币150亿元的借款额度,借款年利率为不超过8%(不含税金)。

截至2026年2月末,公司已使用未到期借款余额为等额人民币68.25亿元。

(二)公司分别于2017年年度股东大会及2018年年度股东大会审议通过公司子公司与关联方上海新城万圣企业管理有限公司(以下简称“上海万圣”)共同投资的议案。为进一步优化公司资源配置、提高资金使用效率,公司收购了上海万圣持有之部分项目公司的少数股东权益和债权,交易完成后相关项目公司由公司的控股子公司变为公司的全资子公司。

截至2026年2月末,本事项累计十二个月内交易总金额人民币2.06亿元。公司已支付相关交易的对价并完成工商变更登记。

(三)经公司第四届董事会第三次会议审议通过,为满足公司经营发展需求,公司可在董事会审议通过之日起18个月内(即2024年9月30日至2026年3月29日)向新城控股务集团申请总额不超过等额人民币10亿元的借款额度,借款年利率为以下两项中的较高者:1.中国人民银行公布的一年以上(含一年)五年以下(如广义基础利率报价期限为五年期,则为五年期)贷款市场报价利率(LPR)+2.截至2024年6月30日,公司整体平均融资成本(6.05%),借款期限最长不超过3年。同时,公司及其子公司将为借款事项提供适当的增信措施(包括但不限于抵押、质押)。

截至2026年2月末,公司已使用未到期借款余额为等额人民币7.96亿元。

除上述交易外,过去12个月内,公司未与同一关联人进行除日常关联交易外的其他交易,也未与不同关联人进行交易类别相关的其他关联交易。

特此公告。

新城控股集团股份有限公司

董 事 会

二〇二六年三月二十八日

证券代码:601155　证券简称:新城控股　编号:2026-013

新城控股集团股份有限公司关于2025年度定价减值准备的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

新城控股集团股份有限公司(以下简称“公司”、“新城控股”)于2026年3月26日召开第四届董事会第十四次会议审议通过了《关于计提资产减值准备的议案》,同意计提各类资产减值准备共计1,657,388,028元,其中:计提坏账准备合计505,970,350元、计提存货跌价准备合计1,151,417,678元。

一、计提资产减值准备的具体情况说明

(一)坏账准备

1.坏账准备计提方法

公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、应收租赁款和财务担保合同等,以预期信用损失为基础确认损失准备。公司考虑在资产负债表日无须付出不必要的成本和努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息,以发生违约的风险为权重,计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额,确认预期信用损失。

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动所应收票据、应收账款和合同资产,无论是否存在重大融资成分,本集团均按照整个存续期的预期信用损失计提损失准备。对于应收租赁款,本集团亦选择按照整个存续期的预期信用损失计提损失准备。

2.计提坏账准备情况

按照公司计提坏账准备的会计政策,报告期内共对应收账款和其他应收款计提坏账准备505,970,350元。

(二)存货跌价准备

1.存货跌价准备计提方法

公司根据存货成本与其可变现净值的差额计提存货跌价损失准备。可变现净值按日常活动中,以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的合同履约成本和销售费用以及相关税费后的金额确定。该等估计存在重大不确定性。

2.计提存货跌价准备情况

按照公司计提存货跌价准备的会计政策,报告期内共对存货计提跌价准备1,151,417,678元。

二、计提资产减值准备对公司财务状况的影响

本次计提各项资产减值准备减少公司2025年度归属于上市公司股东的净利润1,557,103,414元。

三、本次计提减值准备的审议程序

公司董事会审计委员会于2026年3月26日召开第四届董事会审计委员会第十三次会议,以3票同意、0票反对、0票弃权,审议通过了《关于计提资产减值准备的议案》。

公司董事会于2026年3月26日召开第四届董事会第十四次会议,以5票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《关于计提资产减值准备的议案》。

本次计提减值准备是根据《企业会计准则》和公司相关会计政策的规定,基于实际情况进行减值测试并计提减值,依据充分,有助于真实、公允地反映公司的资产状况。

特此公告。

新城控股集团股份有限公司

董 事 会

二〇二六年三月二十八日

证券代码:601155　证券简称:新城控股　编号:2026-014

新城控股集团股份有限公司2025年度可持续发展报告摘要

第一节重要提示

1.本摘要来自于可持续发展报告全文,为全面了解本公司环境、社会和公司治理议题的相关影响、风险和机遇,以及公司可持续发展战略等相关事项,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读可持续发展报告全文。

2.本可持续发展报告经公司董事会审议通过。

第二节报告基本情况

1.基本信息

报告内容	
股票代码	601155
公司简称	新城控股
公司名称	新城控股集团股份有限公司
报告范围	合并报表范围
时间范围	2025年度
编制依据	本报告主要依据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》《上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》(2026年1月修订)进行编制,并参考了香港联合交易所有限公司上市规则附录C2《环境、社会及管治报告守则》、全球可持续发展标准委员会发布的《可持续发展报告指南》、联合国可持续发展目标(SDGs)、中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南(CASS-ESG5.0)》等标准。

2.可持续发展治理体系

(1)是否设置负责管理、监督可持续发展相关影响、风险和机遇的治理机构:√是,该治理机构名称为董事会-ESG管理委员会-ESG工作小组及分条线部门 □否

(2)是否建立可持续发展信息内部报告机制:√是,报告方式及频率为公司季度召开会议,并视实际需要召开临时会议 □否

(3)是否建立可持续发展监督机制,如内部控制制度、监督程序、监督措施及考核情况等:√是,相关制度或措施为公司履行责任发展承诺,将健康安全、产品质量、数据安全与隐私保护等关键议题纳入考核体系,董事会作为最高决策机构审议和ESG目标的设定并常态化跟踪、监督目标的进度。ESG管理委员会负责定期审核ESG目标的达成情况,审议ESG主要趋势以及有关风险和机遇。 □否

3.利益相关方沟通

公司是否通过访谈、座谈、问卷调查等方式开展利益相关方沟通并披露:√是 □否

利益相关方	关注内容	沟通方式
政府	响应国家政策 法律法规发展 守法合规经营	日常沟通与汇报 会议与座谈 信息披露
股东	保障股东权益 完善公司治理 实现价值增长	股东会 定期报告及公司公告 业绩说明会 券商策略会
员工	保障员工权益 畅通职业通道 奉心关爱员工	员工代表会议 内部信息披露 投诉与回应 定期培训
客户	提升产品质量 优化客户体验 精细客户服务	客户满意度调查 客户沟通 客服热线 客户关系管理
伙伴	信守商业承诺 完善阳光招采 伸动行业发展	项目合作 业务往来与行业交流 供应商交流与培训
社会	推进乡村振兴 践行社会公益 应对灾害事件	专题交流与讨论会 社会调研 志愿服务 公益慈善活动 本地社交媒体渠道

4.双重重要性评估结果

序号	公司ESG报告议题名称	重要性分析	对应上交所可持续发展报告指引议题名称
1	健康与安全	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	员工
2	员工培训与发展	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	员工
3	员工薪酬与福利	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	员工
4	客户服务与满意度	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	产品和服务安全与质量
5	数据安全与客户隐私保护	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	数据安全与客户隐私保护
6	产品安全与质量	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	产品和服务安全与质量
7	行业合作与发展	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	/
8	合法合规经营	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	/
9	反贪污反贿赂	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	反商业贿赂及反贪污

注:《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》(以下简称《14号指引》)规定的议题与要求开展双重重要性分析,其中,应对气候变化、污染物排放、废弃物处理、生态系统和生物多样性保护、环境合规管理、能源利用、水资源利用、循环经济、乡村振兴、社会贡献、创新驱动、科技伦理、供应链安全、平等对待中小企业、尽职调查、利益相关方沟通、反不正当竞争对公司不具有高重要性,已在报告中对评估流程及评估结果进行解释说明。

证券代码:601155　证券简称:新城控股　编号:2026-015

新城控股集团股份有限公司2025年度利润分配方案公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

- 基于当前宏观经济形势、行业整体环境、公司战略规划以及未来资金需求等综合因素考虑,为了保障公司的经营能力和偿债能力,降低财务风险,公司2025年度拟不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。
- 本次利润分配方案已经公司第四届董事会第十四次会议审议通过,尚需提交公司股东会审议。
- 公司未触及《上海证券交易所股票上市规则》第9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

一、利润分配方案内容

(一)利润分配方案的具体内容

经致同会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至2025年12月31日,新城控股集团股份有限公司(以下简称“公司”、“新城控股”)母公司报表期末未分配利润为人民币14,577,709,383元。综合考虑当前宏观经济形势、行业整体环境、公司战略规划以及未来资金需求等因素,为了保障公司的经营能力和偿债能力,降低财务风险,公司2025年度拟不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

本次利润分配方案尚需提交公司股东会审议。

(二)触及其他风险警示情形的情况分析

项目	2025年度	2024年度	2023年度
现金分红总额(元)	0	0	0
回购注销总额(元)	0	0	100,981,028
归属于上市公司股东的净利润(元)	680,106,627	752,392,833	737,102,713
本年度末母公司报表未分配利润(元)	14,577,709,383		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	0		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	100,981,028		
最近三个会计年度平均净利润(元)	723,200,724		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	100,981,028		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额是否低于5000万元	否		
现金分红比例(%)	14		
现金分红比例是否低于30%	是		
是否触及《股票上市规则》第9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

二、2025年度不进行利润分配的情况说明

(一)行业及公司经营情况

2025年,在行业加速构建新发展模式的背景下,公司经受了市场周期的考验,淬炼了并闯作战的凝聚力。公司凭借“商业运营+地产开发”双轮驱动战略,进一步发挥优势,展现出良好的经营韧性,以变应变、拥抱变化、稳健发展,确保每一个吾悦广场精彩开业、守护每一个开发项目如期交付。面对行业挑战,公司以求干精神和高度自律,持续保持“零违约”纪录,成功发行近三年来民营房企首单纯信用境外债券;成功挂牌上市以上海青浦吾悦广场为底层资产的全国首单消费类机构间REITs;还成功发行三期中期票据。这份来自金融市场的信任,是监管机构和投资者对公司“守信如金”的认可,也是公司为行业传递的信心与希望。

截至2025年末,公司总资产为2,656.43亿元,归属于上市公司股东的净资产为615.98亿元。报告期内,公司实现结算面积697.15万平方米,实现结算金额470.24亿元(含合联营项目)。公司实现营业收入530.12亿元,较上年同期下降40.44%;实现归属于上市公司股东的净利润680.12亿元,较上年同