



2025

上海新世界股份有限公司 可持续发展报告

报告规范

本报告为上海新世界股份有限公司（以下简称“新世界”“公司”“我们”）对外公开发布的第 2 份可持续发展报告，在发布首份可持续发展报告之前，公司已连续发布 11 份社会责任报告。报告本着客观全面、规范透明的原则，详细阐述 2025 年度新世界环境、社会及治理工作的管理理念、亮点实践及年度成效。

报告范围及边界

本报告为年度报告，涉及时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容超出上述时间。涉及组织范围为上海新世界股份有限公司及其附属公司，本报告中“新世界城”指上海新世界城有限公司；“蔡同德药业”指上海蔡同德药业有限公司；“丽笙大酒店”指上海新世界丽笙大酒店有限公司。“母公司”指上海新世界股份有限公司（不包含子公司）。

报告编制参考

国务院国资委《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》

财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》《〈企业可持续披露准则——基本准则（试行）〉应用指南》

上海市国资委《关于本市国有企业更好履行社会责任的若干意见》《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系 2026 版》

上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》《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》

中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG 6.0）之一般框架》

联合国可持续发展目标（SDGs）

全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）

质量保证

本报告中披露的信息和数据均来自公司正式文件、统计报告或有关公开资料，报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容的真实性、准确性和完整性负责。

编制流程

报告策划→框架构建→素材收集→文本写作→报告修订→意见征求→报告设计→部门审核→管理层评审→定稿发布

报告获取

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）查阅获取。

联系我们

如您对本报告的内容有疑问或建议，欢迎来电或来函，联系方式如下：

上海新世界股份有限公司

联系部门：董事会办公室

通讯地址：上海市黄浦区南京西路 2-88 号

邮编：200003

电话：+86 21 63588888

目录 CONTENTS

- 01 报告规范
- 04 董事长致辞
- 05 副董事长、总经理致辞
- 06 关于新世界

- 08 专题一**
党建领航赋能，凝聚发展合力
- 12 专题二**
老字号焕发新活力，在传承中创造未来

16 可持续发展管理

76 未来展望

78 附录

01 环境共护 涵养生态新活力

- 26 拥抱“双碳”，绘就蓝图
- 30 绿色管理，夯实根基
- 33 绿色运营，节能减排

02 社会共建 绘就和谐新图景

- 38 育人惟诚，共话发展
- 47 战略合作，聚势共赢
- 51 善行致远，回馈社会

03 治理共行 激活发展新动能

- 56 规范治理，提升效能
- 61 深耕主业，创新赋能
- 65 优化服务，焕新体验



董事长致辞



董事长 陈湧

2025年，是“十四五”规划的收官之年，是公司战略转型与价值重塑的关键一年，在董事会全体成员的共同努力下，以及公司党政领导的积极作为下，我们以深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为核心，把握消费新趋势，以“强基础、抓管理、稳调改、重营销、促发展”为重点，坚定不移贯彻新发展理念，将环境、社会与治理（ESG）的实践与承诺融入企业发展的血脉，深入践行我们对可持续发展的责任与担当。

以绿为基，共筑生态未来。公司持续深化节能减排，积极推进绿色运营与技术革新，着力降低能源消耗与碳排放，力求在创造商业价值的同时，最大程度减少对环境的影响，为助力“双碳”目标实现、建设美丽中国贡献力量。

以人为本，共塑卓越体验。公司持续强化售后服务体系建设，积极开展消费者权益保护宣传活动，全力保障每一位顾客的合法权益，稳固与消费者之间的信任桥梁。

以责为擎，共享发展成果。公司高度重视员工成长与发展，致力于营造平等、包容、安全、健康的工作环境。始终秉持“取之于社会，回馈于社会”的理念，积极参与扶贫济困、捐资助学等公益活动。

以治为纲，共促行稳致远。公司不断建立和完善公司治理制度，强化风险管理，将可持续发展议题提升至战略决策核心，确保运营合规、风险可控。同时，坚持高标准的信息披露原则，确保所披露信息的真实、准确、完整、及时与公平，切实保障所有股东，尤其是中小股东的合法权益，维护资本市场的信任。

创新向未来，担当启新篇！2026年是“十五五”规划启航之年，展望前路，可持续发展已成为全球共识，更是我们把握未来机遇、构建核心竞争力的关键。我们深知，公司的成功不仅仅体现在财务数据上，更体现在我们对社会、环境和员工的关怀与贡献中。

我们坚信：在黄浦区委区政府、新世界集团及公司党政班子的领导下，全体新世界人将继续发扬“团结、拼搏、敬业、创新”的精神，积极应对市场变革，敏锐洞察消费趋势，以实实在在的ESG行动与成效，携手各方伙伴，共创共享一个更具韧性、更可持续的美好未来！

副董事长、总经理致辞



副董事长、总经理
沈为民

时光淬炼，初心如磐。2025年，新世界城迎来开业三十周年里程碑。三十载深耕上海、坚守民生，我们始终笃定：商业的终极价值，不止于经济效益攀升，更与环保践行、社会责任、治理精进深度绑定。ESG绝非成本羁绊，而是驱动我们穿越周期、实现高质量发展的核心引擎。

环境责任上，我们以实干推动商业场景绿色转型。近年来扎实推进合同能源管理项目，通过空调配电系统改造、楼顶光伏发电投运，让低碳理念落地见效，顺利通过“全国绿色商场示范创建”复评。我们率先打造浦西首个“绿色餐饮示范商圈”，“守望‘We’来，向绿而行”绿氧生活节广受赞誉。2026年，将深耕绿色经济，推动绿色餐饮、低碳运营与可持续消费融合，发挥商业连接产销的枢纽作用，让绿色成为鲜明底色。

社会责任上，三十余年恪守“五大诚信”体系，2024年获评上海市“诚信兴商典型案例”。2025年，我们精准对接民生需求：百货板块升级消费服务，打造“文旅、动漫、策展、演艺、服务”五大消费新场景；医

药板块完善产供销产业链，为健康服务添彩；酒店板块以优质服务赢得口碑。未来将以诚信为基，让商业发展成果惠及更多群体，诠释社会价值。

公司治理上，2025年以“夯实根基”为核心，新增制度9项、修订23项，健全内控合规与安全生产机制，构建“事前防范、事中控制、事后评估”全链条管控闭环。2026年，将深化治理协同，以更完备制度、透明沟通和坚实风控，为可持续发展保驾护航。

新征程上，让我们以ESG为舵、创新为帆，在“百货转型、医药增效、酒店焕新”的道路上携手奋进，共谱商业企业高质量发展新篇章！

关于新世界

企业概况

上海新世界股份有限公司的前身是创建于1915年的“新世界游乐场”，新中国成立后更名为新世界百货商场。1988年在上海有着“中华商业第一街”美誉的“十里南京路”上，“一个新世界”在国有企业深化改革的大浪潮中脱颖而出，转制成为南京路上最早的股份制企业 and 上市公司。1993年新世界抓住南京路大调整、大改造的契机，在黄金地段建造钻石楼宇“新世界城”，并一跃成为全国单体商业十强。2005年，集购物、娱乐、休闲、餐饮、旅游、文化、酒店、商务等多功能于一体的“新世界综合消费圈”经过多年精心打造，在南京路上正式“启航”，成为南京路上现代化大型“生活中心(Living-Mall)”。2019年，新世界以“自然·生活”为主题，以品牌、品质、品位为调整主线，全力突出“她经济”“家消费”的经营主旨，不断追求“首屈一指”的功能体验，以打造一个具有全球影响力消费城市的中心城区“生活茂”为目标，开展了一轮装修大调整，并于2019年底正式对外营业。

公司主营业务是百货零售，涵盖国际知名品牌、国内（包括港、澳、台）著名品牌等中高档百货商品。随着国际现代化百货零售业服务功能的延伸，公司引进了酒店、餐饮、娱乐、体育等功能业务，形成了文商旅体展联动的经营特色。公司还拥有蔡同德药业、丽笙大酒店等多家子公司。公司在中心城区乃至上海商业的发展中起到了示范作用，是上海商业系统中目前唯一一家获得全国文明单位、全国质量奖、中国质量奖提名奖的企业。

2025年，新世界

营业收入*

110117.13 万元

缴纳税费*

9624.68 万元

环保投入

17 万元

安全生产投入

320.22 万元

乡村振兴总投入

10 万元

社会贡献投入资金

5.75 万元

* 本处数据为含子公司数据。

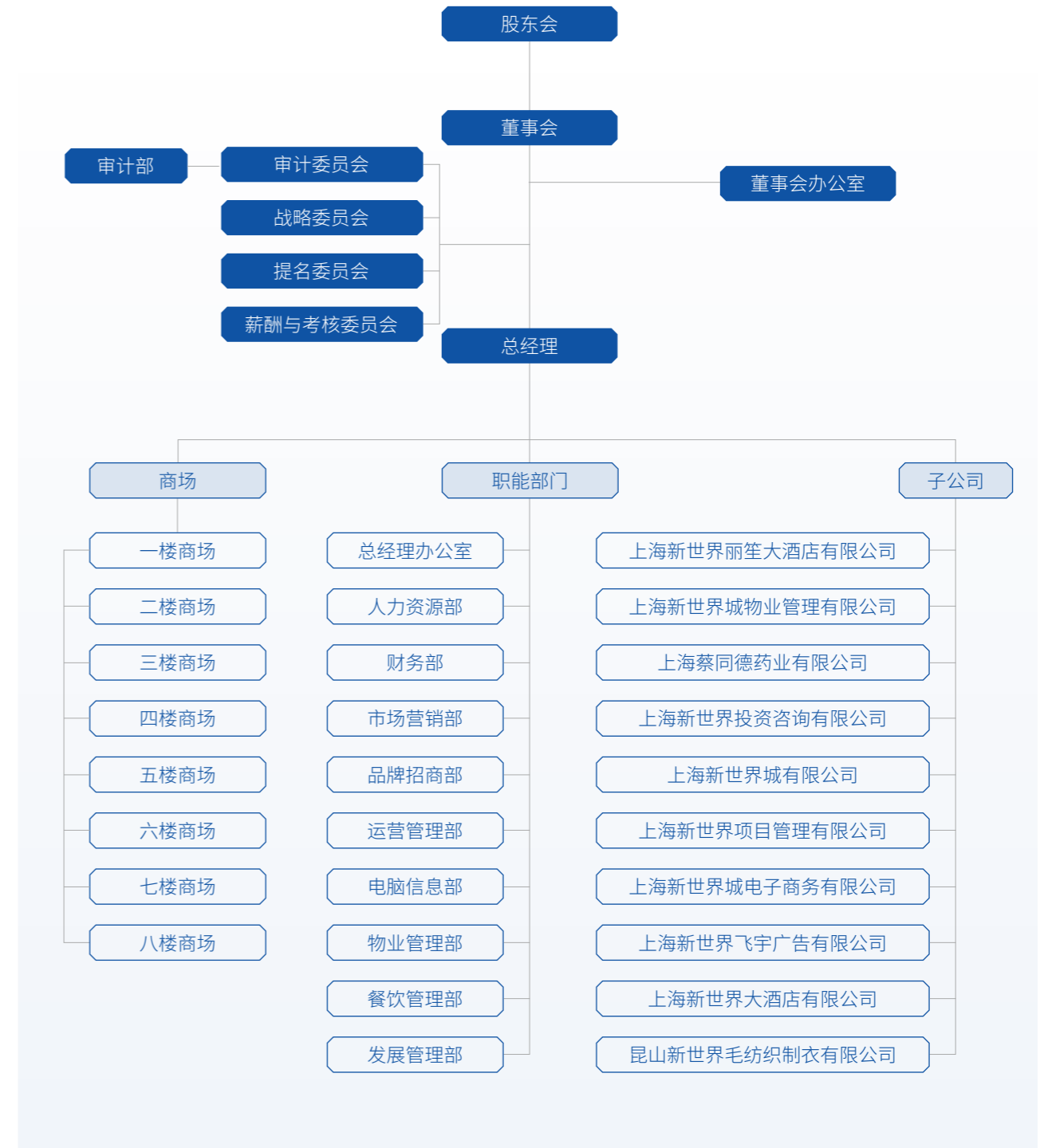
企业文化

新世界始终重视营造企业文化，随着发展历程，逐步建立起具有时代特征、行业特点和公司特色的企业文化体系，主要包括：



组织架构

上海新世界股份有限公司组织机构图



专题一

党建领航赋能，凝聚发展合力

聚焦政治引领，在学习教育中培根铸魂

公司始终强化理论武装，扎实开展主题教育和各类专题学习，夯实思想根基；把纪律教育贯穿党员干部成长全周期、融入组织管理全过程，不断强化纪律意识、规矩意识。

筑牢思想根基

深入学习贯彻党的二十届三中、四中全会精神，严格落实“第一议题”制度，认真落实“三会一课”，制定党委理论学习中心组年度学习计划，2025年召开党委理论学习中心组学习12次，发放学习材料172册。



2025年7月1日，公司组织开展青年主题党课学习活动，庆祝中国共产党成立104周年。



2025年10月16日，公司联合蔡同德药业开展“军民鱼水情青春共奋进”主题团日活动，学习军队光荣传统，感悟新时代强军精神。

2025年，公司党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习贯彻习近平总书记关于党的建设重要论述精神，坚持贯彻好黄浦区委和集团党委的部署要求，准确把握新形势、新机遇、新要求，以党的政治建设为统领，以“明方向、强基础、创特色”为重点，以高质量党建保障企业高质量发展。



2025年7月3日，公司党委理论学习中心组参观“数字一大·初心之旅”VR沉浸式体验展，重温初心、淬炼党性。

强化党纪教育

扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，一体推进学查改。以问题为导向，以“五个进一步到位”为标尺，坚持立查立改、即知即改，提升整改质效。引导党员干部强化责任，以身作则，带头纠“四风”、树新风，强化纪律意识，筑牢廉洁防线，持续推动中央八项规定精神见行见效。



2025年3月25日，公司召开党委会（扩大）会议，传达中央、市委、区委党的建设领导小组会议精神，全面部署公司深入贯彻中央八项规定精神学习教育。



2025年5月23日，公司党委、蔡同德药业党委和新丸商业运营党总支开展联组联学，邀请黄浦区党校研究室讲师作《“八项规定一子落地 作风建设满盘皆活”》专题报告。

聚焦中心工作，“一支部一特色”亮点凸显

公司创新党建工作方法，形成具有新世界特色的党建品牌。各支部紧扣经济发展核心任务，推动党建与经营的深度融合，深化“一支部一品牌”创建，推动党支部在业态调改、合规经营、安全管理、应急处置等重点环节中“亮身份、当先锋、作表率”。

公司党支部围绕强化“全员营销”“绿色商场”“大服务”“安全管理”等方面有效推动管理提升。新世界城党支部围绕“一楼一策”的结构调整发挥作用，精心打造“FUN肆街区”“璀璨金区”“高化彩妆区”“菜单式服务”“e展空间”“三坑服饰”等。丽笙大酒店党支部围绕练好内功服务境外住客，提升住客满意度。

案例 召开党委理论学习中心组（扩大）会议，研讨商旅文“联动”新篇章

2025年6月10日，公司党委召开新世界党委理论学习中心组（扩大）会议，专题调研商城和酒店经营、营销资源联动工作。与会人员实地考察丽笙大酒店并进行互动交流，强调后续商场和酒店需以客户需求为导向，整合线上线下渠道，探索“商旅+购物”“会务+体验”等创新模式。



聚焦“四责协同”，在管党治党中持续发力

公司深化党风廉政建设工作，明确年度党风廉政建设工作围绕“强化责任担当、深化标本兼治、构建长效机制”这一主线；公司党委履行全面从严治党主体责任，着力推进集团党风廉政建设大会部署要求，进一步强化责任目标管理、细化分解、压实责任，总结分析成效、问题，研究制定改进措施，持续强化不敢腐、不能腐、不想腐的自觉。

深化全面从严治党“四责协同”机制，以闭环管理压实管党治党责任。年初召开专题会议，明确年度重点工作项目清单13项、责任清单82条，签订“一书三清单”；年中召开专题会议和落实情况评议会，系统总结分析上半年全面从严治党工作推进落实情况，常态化开展自查自纠工作及专项评议；年底组织全面从严治党述职考核，确保全面从严治党要求一贯到底。



2025年3月12日，公司召开2025年党风廉政建设大会，签订《上海新世界股份有限公司2025年度党风廉政建设主体责任书》。



2025年7月30日，公司召开2025年度上半年落实全面从严治党“四责协同”机制评议会。

专题二

老字号焕发新活力 在传承中创造未来

做强百货品牌，擦亮老字号名片

坚持稳调改，稳住消费大盘

新世界城深入推进商城向“年轻化、时尚化、国际化”转型战略。2025年，商场累计调整经营面积9470平方米，新引进品牌69家。其中包含全国首店1家、上海首店及旗舰店5家、餐饮品牌6家。

优化一楼黄金珠宝区主通道空间布局，联合品牌同步焕新升级；做强高端化妆品矩阵，引入头部大牌；服饰大类、家居家电板块重点新增轻户外、新中式、商务休闲等热门品类；四楼“FUN肆街区”聚焦泛二次元赛道；八楼打造“三坑服饰”特色街区，引入洛丽塔系品牌，形成圈层消费集聚效应。2025年累计举办泛二次元类快闪活动40多场，成功打造商圈“年轻流量磁极”。

2025年，“FUN肆街区”转型成功实践被《青年报》五四专刊专题报道；“新锚集”店铺成功入选共青团上海市委员会首批“青春小店·探潮”成员单位，受到多家媒体关注报道。



“新世界”作为中华老字号企业，在面临零售市场疲软，商圈、街区、同行业竞争加剧等一系列困难下，始终保持传承经典，加大品牌调整发展力度，通过最大规模的商业调整和转型升级，提升环境舒适度、品牌集聚度、功能体验度、服务温馨度、餐饮时尚度。



“青春小店·探潮”成员单位授牌

高区楼层重点布局演艺策展等体验业态，十一楼打造“e展空间”，成功引入“航海王展”“奥特曼展”等全国首展项目，其中暑期“奥特曼展”实现带动客流超5万人次；十二楼完成电影院续签并实施焕新升级，同步推进6000多平方米的“音乐剧”主题乐园建设，进一步拓展文化消费新场景。包括杜莎夫人蜡像馆在内的三个高区楼层正在形成市中心最大的“展演+商业+旅游”深度融合的文旅消费新空间，为赋能商城百货经营打下坚实基础。

重营销、聚流量、变存量、促销量

以内容营销驱动流量与销售冠军增长

新世界城探索向“生活方式目的地”转型，积极参与市、区、商圈促消费活动，并与各类会展、赛会联动。产生 54 家“销售冠军”品牌，其中全国销冠 13 家、上海销冠 41 家，体现了商场较好的竞争优势。

做强传统营销品牌活动拉动销售增长

不断做强三八节、国庆节、内购会、跨年庆四大影响力促销活动，新增 ACG 嘉年华、吃货节等特色营销活动，全年开展整体营销 26 次，时长 172 天。

新媒体布局与直播经济创新突破

深入布局公众号、抖音、小红书等七大新媒体阵地，构建“品牌曝光—用户互动—场景转化”链路，实现私域流量转化。率先携手抖音打造“抖 in 新世界城宠粉季”，其中达人专场直播登顶全国百货商超榜、吸引超 66 万人次互动，新媒体营销已成为商场活动新亮点。

2025 年，全平台累计产出近 1700 篇（条）优质内容，多渠道赋能品牌价值跃升

• 微信视频号

粉丝总量达 1423 名，全年累计发布视频 126 条，其中品牌视频资源 50 条。

• 抖音

累计获赞数达 11.1w，粉丝数达 1.9w，全年共发布视频 126 条。

• 小红书

全年共发布笔记 522 篇，获赞与收藏量突破 9.7w，各项核心指标表现优异，均超过 90% 的同类创作者，粉丝数达 1.9w。

• 微信公众号

服务号及订阅号双端累计发布推文 584 篇，总曝光量超 20w，关注者超 27w。

• 微博、大众点评、今日头条等平台

全年发布量超 400 篇，实现总浏览量近 76w。

境外消费服务优化促进销售提升

积极参与上海“入境消费友好型商圈”建设，提供“即买即退”及多语种服务，退税销售同比增长 75.67%、退税 7436 笔。携手支付平台推出境外专属优惠。

深耕品牌管理，焕发品牌活力

维护品牌形象

以“全国文明单位”“全国诚信单位”“中华老字号”等荣誉为公信力基石，将诚信文化与卓越服务内化为运营标准。巧妙融合百年历史传承与国际现代视野，在经营中彰显老字号的厚重信赖感，并通过场景创新与服务升级，保持品牌的时代活力与亲切感。

防范品牌风险

建立基于“全国质量奖”标准的全链条风险防控机制，以 AAA 级企业信用为底线，强化合规治理与内控审计，对产品质量、供应链安全、服务规范等关键环节实施标准化监控，从源头杜绝运营风险；通过常态化舆情监测与消费者反馈闭环，对潜在危机做到早预警、快响应。



中国商业联合会对新世界信用状况进行评价，结果为 AAA。

提升品牌价值

系统性将荣誉资产转化为品牌资本，以“全国质量奖”为代表的卓越管理能力作为价值内核，联动百货、医药、酒店等多元业务板块，通过协同互补拓宽品牌应用场景与受众触点，实现品牌共生与价值共振。以国际化视野推动产品、服务及数字化创新，持续优化消费体验，赋能老字号焕新。强化与利益相关方的情感联结，将历史积淀与社会信任转化为可持续的竞争优势与品牌溢价。



蔡同德堂推动“字号品牌”向“产品品牌”转化，开发 20 余种特色中药香囊，并结合新世界集团“一花一世界，花开新世界”伴手礼盒，设计“好柿‘花’生”香囊等文创伴手礼。

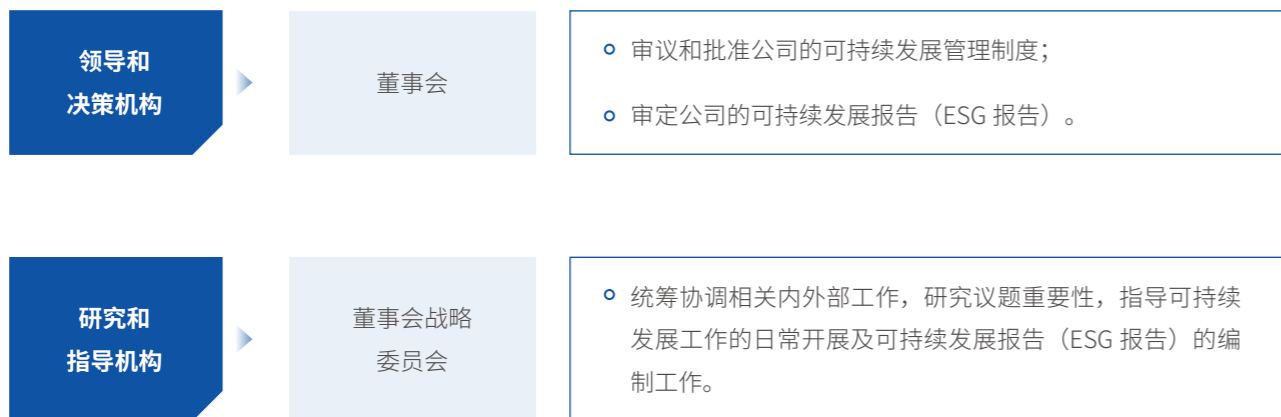
可持续发展管理

新世界坚持“以信为本，以质取胜，特色经营，低碳环保，引领市场，持续改进”的责任方针，将可持续发展及 ESG 理念融入企业经营战略，统筹兼顾股东、客户、员工、合作伙伴、社区、环境等利益相关方诉求，在做强做优主业的基础上，追求经济、社会、环境效益相统一，打造有影响力、可持续的责任品牌。

可持续发展战略部署

治理架构

公司建立“决策、管理、执行”的三层可持续发展管理体系，董事会肩负领导决策的最终责任，董事会战略委员会承担研究指导的管理责任，可持续发展管理小组、董事会办公室负责具体执行工作，公司各职能部门及子公司指定可持续发展对接人，协助可持续发展管理小组、董事会办公室开展相关工作。



2025年4月10日，新世界十二届三次董事会董事审议《上海新世界股份有限公司2024年可持续发展报告》。

管理制度

为加强新世界可持续发展管理体系，规范公司可持续发展管理工作，起草《上海新世界股份有限公司可持续发展（ESG）管理制度》，内容包含总则，可持续发展职责理念与原则，可持续发展管理机构与职责及工作措施，股东和债权人权益保护，职工权益保护，供应商、客户和合作伙伴权益保护，环境保护与可持续发展，公共关系和社会公益事业，可持续发展报告与信息披露，附则共 10 部分内容。

指标体系

公司参照《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）》《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系 2026 版》《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之零售业》、万得 ESG 评级指标，构建涵盖报告前言、环境、社会、治理及报告后记的可持续发展指标体系；以指标体系为切入点，把可持续发展理念、方法、策略融入公司战略规划、业务运营中，不断增强核心功能，推动可持续发展。

监督考核

公司董事会在开展公司内控体系有效性年度评价时，根据相关法律法规和规范性文件要求，将 ESG 职责履行情况纳入评价范围。识别并评估 ESG 职责相关风险，对涉及内控缺陷事项提出改进意见，并督促整改，确保 ESG 管理融入公司整体内控体系并有效运行。

可持续发展报告机制

自 2013 年至今，新世界已发布十一份社会责任报告，2025 年首次发布《上海新世界股份有限公司 2024 年可持续发展报告》，认真履行上市公司的经济责任、社会责任和环境责任，进一步明确责任管理方针和关键绩效指标，公开承诺社会责任实践核心事项，持续改进社会责任考核评价体系，自觉接受各方监督。逐步建立“信息收集渠道与责任分工——信息汇总、分析与整合流程——信息报送与运用机制”的信息收集、汇总与报送机制，通过利益相关方沟通机制、内部运营数据报送、管理层与董事意见征询、外部专业机构支持推进信息收集，依照初步汇总、分析加工、编制与整合的步骤，推进信息汇总整合，最后通过向内报送与决策支持、对外披露与沟通实现信息报送与运用。



可持续发展能力建设

公司高度重视可持续发展能力建设，密切关注 ESG 国际准则和国内监管制度的最新动态，为公司长期可持续发展提供坚实的理论和实践基础。着重加强可持续发展管理与培训，积极参加外部相关可持续发展能力培训活动，开展可持续发展报告编制相关培训，全方位提升团队专业素养。2025 年，凭借在可持续发展领域的优秀履实践及成果，荣获“ESG 鲸牛奖之 ESG 公益先锋”；丽笙大酒店顺利完成“酒店可持续发展基准验证”，以权威认可彰显其在可持续发展领域的坚定决心与扎实行动。



2025 年 6 月 11 日，公司组织可持续专项培训与研讨会议，对公司 2024 年可持续发展报告进行复盘总结，并提出针对性改进建议。



2025 年 12 月 26 日，公司召开 2025 年度可持续发展报告编制工作启动会议，就 2025 年度国内外可持续披露最新趋势、关键议题变化及报告编制要点进行详细讲解。



2025 年 11 月，公司荣获“ESG 鲸牛奖之 ESG 公益先锋”。



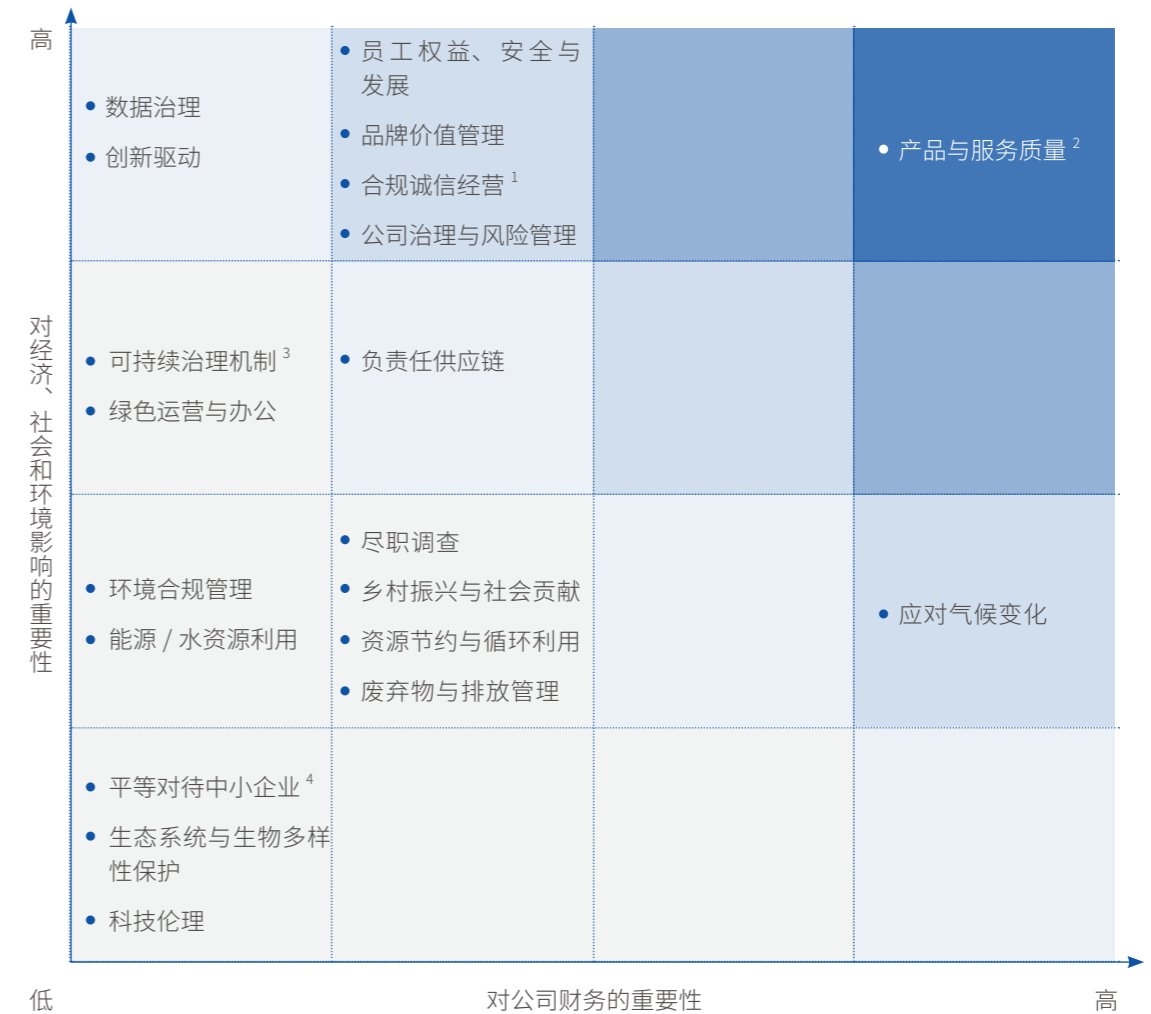
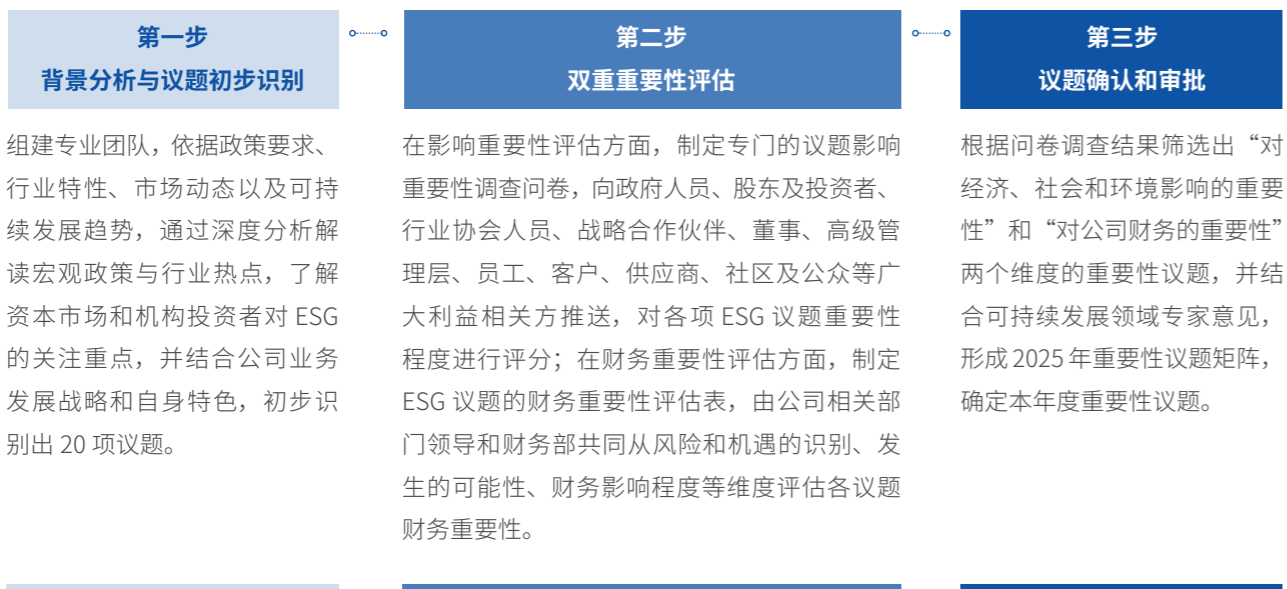
2025 年 9 月，丽笙大酒店通过“酒店可持续发展基准验证”。



双重重要性评估

公司参照《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）》等最新国内外披露标准开展双重重要性评估，结合自身发展战略和规划，构建起完善的 ESG 议题识别与管理体系，并开展 ESG 议题的识别、评估和筛选工作，充分纳入多个部门以及利益相关方的观点，为各业务板块指明发展方向。

双重重要性评估方法



¹ 合规诚信经营包含反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争相关内容。
² 产品与服务质量包含数据安全与客户隐私保护相关内容。
³ 可持续治理机制包含利益相关方沟通相关内容。
⁴ 报告期末，公司应付账款（含应付票据）余额不超过 300 亿元或占总资产的比重未超过 50%，且公司在国家企业信用信息公示系统无逾期尚未支付中小企业款项信息。

利益相关方沟通

公司高度重视利益相关方沟通工作，董事会办公室牵头建立并维护常态化信息沟通机制，通过定期及不定期的访谈、座谈会、问卷调查等多种方式，主动倾听投资者、客户、员工、供应商等核心利益相关方的诉求、建议与反馈；搭建与利益相关方多元沟通的平台，充分利用新媒体的交互优势，通过官方微信平台、主流媒体网站、年报和可持续发展报告等渠道及时披露企业动态与可持续发展实践相关的资讯，积极参与行业论坛、展会及会议，传递行业信息及动态，提高公司知名度和品牌影响力。

案例 黄浦区国资委调研新世界

2025年11月13日，上海市黄浦区国资委党委书记、主任一行调研新世界，实地察看新世界城和丽笙大酒店的运营情况，详细听取公司经营管理情况、发展特色、重点工作进展及未来发展思考和相关问题建议等情况汇报。





环境共护 涵养生态新活力

新世界以习近平生态文明思想为指导，积极响应国家“双碳”目标，将“低碳、节约、循环、均衡、可持续”的发展理念融入公司运营、制度建设、业务决策和行动之中，积极应对气候变化，健全环境管理体系，深化绿色运营，培育绿色文化，促进企业绿色可持续发展。





拥抱“双碳” 绘就蓝图

新世界积极应对气候变化，完善应对气候变化治理体系，设立应对气候变化战略，推进气候变化相关影响、风险和机遇管理，制定应对气候变化的指标与目标，多措并举推进碳减排。

治理

公司高度重视应对气候变化工作，逐步将应对气候变化的治理策略和流程纳入公司整体的可持续发展管治架构中，并以完善治理结构为抓手，推动可持续发展与长期价值创造。

战略

公司深刻认识到气候变化对企业带来的深远影响，在现行 ESG 风险识别的基础上，充分评估气候变化给公司经营带来的潜在风险与机遇，制定相应风险应对措施，积极把握气候相关机遇，保障公司稳健运营。

气候相关风险

物理风险					
风险类别	风险描述	影响时限	价值链环节	潜在影响/财务影响	应对策略
急性风险					
极端天气事件	台风、暴雨、高温等极端天气导致商场建筑损坏、营业中断，增加运营与维修成本	短期至中期*	门店运营	运维成本增加、运营中断导致收入流失	建立气候灾害应急预案体系，涵盖预警、响应、恢复全流程 部署备用电源，保障极端天气下基础运营
洪涝灾害	极端降水引发门店、仓库进水，导致商品浸泡损毁、货架/制冷设备故障，周边交通瘫痪影响物流补给	短期至中期	门店运营、仓储物流、基础设施	商品报废损失、设施维修成本增加	加固建筑防洪防涝设施，安装应急排水系统 制定商品应急转移预案，关键区域储备防水挡板、抽水泵等物资
慢性风险					
平均气温上升	长期气温升高导致全年制冷能耗持续增加	中期至长期	门店运营	能耗成本刚性上涨	更新节能设备，使用可再生能源 推广智能温控系统，优化能耗管理

* 将影响时限分为短期、中期、长期。短期指公司可持续发展信息报告期间结束后 1 年以内（含 1 年）；中期指公司可持续发展信息报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；长期指公司可持续发展信息报告期间结束后 5 年以上；后同。

物理风险					
风险类别	风险描述	影响时限	价值链环节	潜在影响/财务影响	应对策略
冰雪天气变化	部分地区冬季冰雪期延长导致门店客流减少、物流运输受阻，除冰除雪成本增加	中期至长期	门店运营、仓储物流	销售收入下滑、物流配送成本增加、冬季商品库存积压风险	制定冬季门店弹性运营方案，加强线上订单配送保障 调整冬季商品营销策略，开发室内保暖、居家休闲等适配产品

转型风险					
风险类别	风险描述	影响时限	价值链环节	潜在影响/财务影响	应对策略

政策与法规风险					
碳排放监管趋严	国内外碳排放政策持续收紧	短期至中期	门店运营、商品采购	碳排放合规成本增加、能耗超标罚款风险	建立全链路碳排放监测与核算体系，重点跟踪门店能耗、物流碳排放数据 提前布局节能改造项目，储备碳配额或碳抵消额度
环境信息披露要求提升	国内外监管机构对气候相关信息披露要求日益严格，披露标准趋于统一	短期至中期	公司治理	合规成本增加、披露不达标面临监管处罚或声誉损失	完善气候信息管理体系，对标国内外披露要求，持续提升披露质量

技术风险					
现有资产提前淘汰	高能耗门店设施（如老旧制冷设备、非节能照明）等可能面临政策限制或运营经济性下降，导致资产加速折旧、更新改造压力增大	中期至长期	门店运营、资产管理	资产减值损失增加、资本支出压力加大	制定资产更新迭代计划，有序推进老旧高能耗设备退役 将低碳指标纳入资产采购标准，新购设备需满足一级能效要求

市场风险					
低碳消费偏好变化	消费者环保意识持续增强，越来越多客群倾向选择绿色商品、低碳服务及环保品牌，低碳转型滞后企业面临客户流失风险	中期至长期	市场营销、客户服务	市场份额流失、品牌竞争力下降、客单价增长乏力	打造“绿色商品专区” 强化绿色品牌传播，通过社交媒体、线下体验活动传递低碳理念

气候相关机遇

转型机遇					
机遇类别	机遇描述	影响时限	价值链环节	潜在影响 / 财务影响	把握策略
资源效率提升					
门店能效优化	通过安装节能照明、智能控温、光伏储能等设备，优化门店能耗结构，降低运营成本	短期至中期	门店运营	能耗成本下降、碳排放量降低、绿色门店品牌形象提升	制定门店节能改造专项计划，对高能耗门店进行光伏屋顶、智能能耗管理系统安装 建立能耗考核体系，将节能指标纳入门店运营评价与绩效考核
能源结构转型					
门店清洁能源应用	分布式光伏、储能系统商业化成本持续下降，为门店提供稳定低碳的能源供给方案	中期至长期	门店运营	能源成本波动风险降低	在购物中心店、大型综合门店推进光伏+储能一体化建设
产品与服务创新					
绿色商品体系建设	消费者低碳消费意识提升，低碳商品、低碳包装商品等需求持续增长	短期至中期	品牌引入、市场营销	绿色商品溢价收入增加、客户黏性增强、品牌美誉度提升	开展绿色消费促销活动 打造绿色商场，提升绿色形象
低碳消费服务升级	推出无包装购物、以旧换新、碳积分兑换等低碳服务，契合消费升级趋势	短期至中期	客户服务、市场营销	用户活跃度提升、差异化竞争优势强化	搭建碳积分体系，消费者购买绿色商品、参与以旧换新可累积积分兑换优惠或公益捐赠 推广线上线下融合的低碳消费场景
行业协同机遇					
供应链绿色协作	零售产业链上下游企业协同推进低碳转型，联合采购、绿色供应商培育、行业标准共建等同效应显现	中期至长期	供应链管理、行业合作	供应链整体碳足迹降低、合作伙伴关系深化	推动供应商 ESG 管理，参与行业绿色标准制定

碳配额管理

新世界城自 2013 年起参与上海市碳排放交易试点工作，2016 年被正式纳入《上海市纳入碳排放配额管理单位名单》，通过“碳核算——碳配额分配——监测、报告与核查——碳交易与配额清缴”四大环节推进碳配额管理工作。

碳核算	按照碳排放监测计划对碳排放数据进行收集、统计、记录、计算、汇总	碳配额分配	市级部门分配相应年度碳排放配额
监测、报告与核查 (MRV)	制定下年度碳排放监测计划，编制上年度碳排放报告，由第三方机构对碳排放报告进行核查	碳交易与配额清缴	于每年 6 月进行配额清缴，并通过历年配额结余进行抵扣，或进行碳交易

影响、风险和机遇管理

公司建立健全系统化、科学化的风险与机遇管理流程和方法，积极识别气候变化对公司带来的风险与机遇，确保公司的战略和运营能够及时调整应对。构建风险识别—风险评估—风险应对闭环管理流程，对气候相关风险进行系统化管理。

风险识别	风险评估	风险应对
制定标准化的气候风险识别、评估、管理流程，拆解公司主要业务活动和流程，围绕物理风险和转型风险定期开展风险识别。	针对识别出的风险，评估风险的影响时限及对价值链、财务的影响。	根据识别与评估结果，对各环节工作制定具体有效的风险应对措施。

公司在积极应对气候相关风险的基础上，同步聚焦气候领域潜在机遇的挖掘与把握。加强气候变化趋势研究，精准评估其对业务运营及市场环境的影响，聚焦资源使用、市场开拓等维度挖掘机遇，配套制定相应实施举措。

指标与目标

公司整合空调智能控制系统、能耗检测系统、环境检测系统，建立智慧管理平台，实现对用能系统运行的碳排放监测，更好践行应对气候变化的战略及目标。

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	15577	16548.49	16916.44



绿色管理 夯实根基

新世界严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规与行业标准，将“绿色”文化融入自身发展基因，不断加强环境管理，建立健全环境管理体系，推进节能降耗，落实污染防治措施，有效减少运营过程中的资源消耗与环境影响，实现环境效益与经济效益协同提升，为企业可持续发展注入绿色动力。2025年，公司未发生突发重大环境事件，未发生环境违法违规及入刑事件。

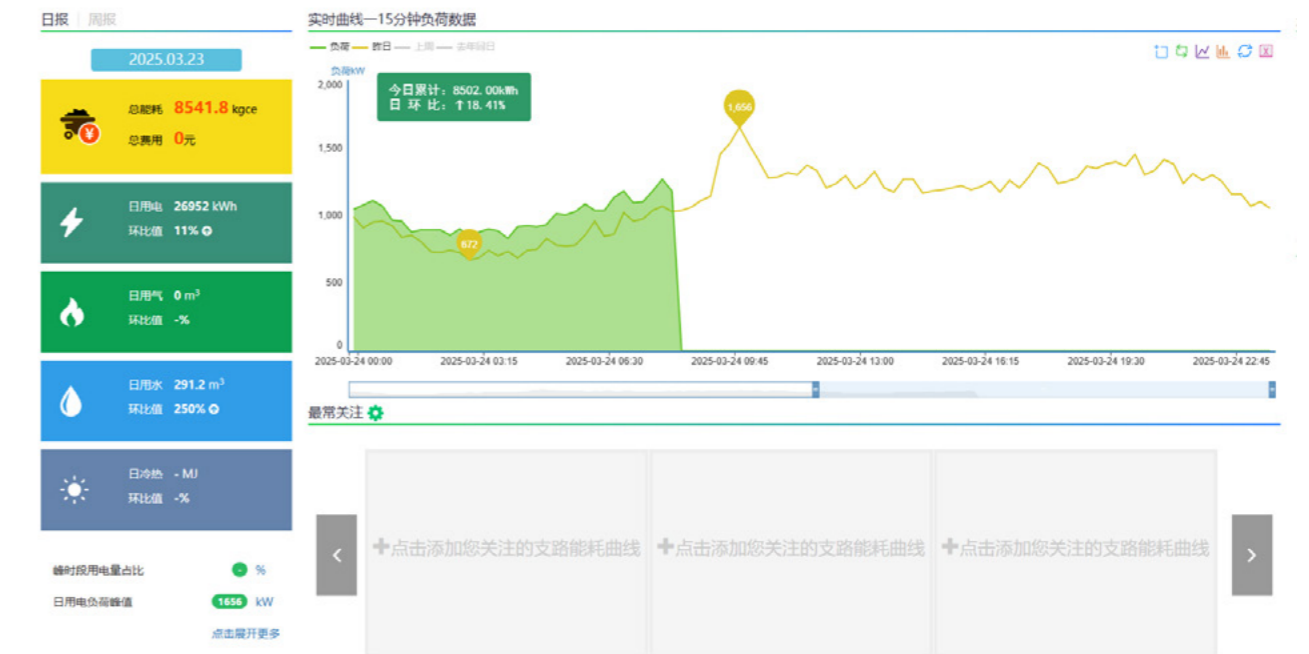
加强能环管理

公司严格遵循相关法律法规，制定《节能管理办法》《能源计量管理手册》《节能降耗工作实施细则》《中央空调控制管理制度》，明确物业管理部下属工程部是公司节能管理的归口部门，承接上级行政管理部门节能指标并完成分解，跟踪管理分解指标落地实施，各部门负责执行节能分解指标；对新投资项目进行环境影响评估，切实防范生态环境风险。丽笙大酒店制定《节能目标责任下达书》，建立健全节能管理机构，设立节能领导小组、节能主管部门，明确机构职责，制定节能目标及相应措施，为酒店节能工作提供保障。

新世界城能源计量组织机构



新世界丽笙大酒店能源管理系统



丽笙大酒店能源管理系统

落实节能行动

公司高度重视节能环保相关工作，围绕节能减排目标，规范节能管控具体举措，深入开展节能行动，不断完善能源与环境管理体系建设。



清洁能源

在屋顶增设分布式光伏发电系统，自发自用，余电上网，充分利用可再生能源，降低市电火力发电的消耗。公司通过商场屋顶400V低压并网光伏发电系统，实现年平均发电约10万千瓦时，年减排CO₂约57吨，可再生清洁能源替代率约0.32%。



节约用水

采用定额水量指标；使用符合二级水效要求的用水器具，新建、扩建项目设计及施工阶段，落实水计量器具配置；定期对用水设备进行检修维护，确保设备正常运行；对于供水管道系统，定期组织有关管理及维修人员进行巡视检查，发现跑、冒、滴、漏水等故障现象及时安排修复堵漏或管网更新改造工作。

污染排放管理

公司所有净化设备均接入生态环境局在线监控系统，保障设备始终正常稳定运行，确保排放符合环保标准，尽量减少对环境的负面影响。



废气管理

采暖锅炉采用低氮燃烧法的真空热水锅炉，定期对锅炉排放进行检测；所有餐饮排烟管道末端均安装符合上海标准的油烟净化设备，并定期对设备进行维护清洗。



废水管理

餐饮污水经油水分离器处理后排放，定期对污水排放进行检测，排放污水浓度符合《污水综合排放标准》（DB31/199-2018）的要求。



废弃物管理

实施垃圾分类制度，将生活垃圾及有害垃圾进行专项分类，持续做好垃圾分类、清运、处理等工作。按照《隔油池管理制度》，定期检查清理隔油池，收集废弃油脂，交由市环保局指定单位进行回收和加工。



丽笙大酒店推进有毒有害物回收处理



绿色运营 节能减排

新世界积极推进节约型、绿色环保型社会建设，打造绿色建筑，倡导绿色消费，将绿色发展理念融入日常生产经营全流程，组织环保宣贯活动，深入推进绿色办公，以实际行动践行绿色工作和低碳生活。公司以绿色商场践行可持续发展新理念，新世界城荣获浦西首个“绿色餐饮示范商圈”称号。

打造绿色建筑

公司系统总结绿色低碳更新改造工作，围绕“推进城乡建设绿色低碳转型”“加快提升建筑能效水平”“加快优化建筑用能结构”“推进市场化机制建设”四个方面，创新提出既有大型公共建筑通过绿色更新改造实现“双碳”目标的三大路径，结合新世界城“双碳”转型实践推广三大路径。2025年，项目启动北楼变电站设备更新工程，显著提升配电系统的安全性与可靠性。

新世界城绿色改造三大路径

建筑能效提升



制冷系统改造

打造综合能效比大于 5.0 的高效制冷机房，提升建筑用能效率。



供热系统改造

采用超低氮真空热水锅炉替代老旧蒸汽系统，供热系统能效提升 20% 以上。



照明系统改造

100% 采用高效 LED 照明灯具，照明能耗降低 60% 以上。



数字化系统改造

升级楼宇自控系统、能耗监测系统、环境监测系统，提升精细化能源管理水平；搭建碳排放智慧监管平台，在线监测运行碳排放特征，提高运行管理效率。



综合节能调适

开展全生命周期综合节能调适，优化系统运行效果。

光储直柔技术应用

光伏系统建设

屋顶铺设柔性光伏组件，装机容量 106.68 千瓦。

电力需求响应

积极开展电力需求响应，助力电力系统安全稳定运行，降低尖峰时段用电需求。

碳资产管理

合同能源托管

采用合同能源托管创新模式，实现低碳可持续运营。

绿色金融创新

通过绿色信贷实施改造，采购光伏绿色保险。

企业碳配额管理

每年开展企业碳配额管理，加大碳排放管理力度。



新世界城打造碳排放智慧监管平台，接入多个楼宇底层控制系统，融合智能算法，监测、预测建筑碳排放，通过数字化技术为楼宇能源管理赋能。

《新世界城“双碳”转型实践案例》荣获黄浦区旅游协会——“新世界杯”第三届商旅文行业技能大赛碳达峰碳中和案例竞赛（酒店及商业单位）银奖。



倡导绿色消费

积极策划绿色消费活动，引导消费者树立节约资源、环境友好的绿色消费理念；落实新一轮绿色智能家电消费补贴政策，增设绿色补贴办理终端，推动绿色补贴精准落地；发起“化妆品空瓶回收计划”，以实际行动促进循环消费与可持续发展。

推行绿色办公

公司全面践行绿色办公理念，多维度推进低碳办公模式落地。降低办公能耗，电脑等设备闲置时设置短时休眠模式；合理调控空调运行温度，优化中央空调启闭时段；落实人员离岗及时关闭用电设备。促进办公资源循环利用，推行无纸化办公，依托线上协同平台、电子审批系统开展工作，规范纸张使用，鼓励双面打印、废纸二次利用；严控办公用品采购与发放，做好废旧物资分类回收。倡导公共交通、步行等绿色出行方式，助力低碳发展。

宣贯环保文化

公司持续开展环保宣传与实践，组织员工学习勤俭节约、节能降耗、增收节支的文件，增强环保意识；锚定全国生态日、节能宣传周等重要节点开展主题活动，营造共建共享的绿色低碳氛围；积极投身环保公益事业，参与垃圾分类等公益活动；借助企业官网、公众号等线上平台，普及环保知识与绿色实践经验，助力形成全社会共同参与的生态保护格局。



2025年11月27—30日，新世界城开展指定美妆品牌空瓶回收活动。

ESG

社会共建 绘就和谐新图景

新世界坚持以人为本，在推动自身发展的同时，为员工提供实现自我价值的平台，营造和谐、包容、安全的职场氛围；积极拓展与战略伙伴的交流合作，提升供应链管理水平和打造责任供应链；充分利用自身资源优势，投身社会公益慈善事业，向社会各界传递温暖与希望。





育人惟诚 共话发展

新世界切实保障员工合法权益，坚持平等雇佣，优化薪酬福利，助力员工成长，关心关爱员工，筑牢安全生产防线，推动员工与企业共同成长、和谐发展。

保障员工权益

遵循平等雇佣

公司贯彻落实相关法律法规，制定《人才引进招聘管理制度》，明确招聘职责、招聘程序和相关记录；在员工招用、设计薪酬、福利待遇和职业晋升过程中坚持同工同酬、男女平等、民主平等原则，为残障人员提供就业机会，根据员工能力和经验提供合适的岗位，尊重工作场所机会均等和多元化；杜绝使用童工和安排未成年人从事禁忌劳动；尊重员工，保护员工隐私权，不强迫员工加班；积极响应灵活就业保障政策，聘用劳务派遣人员，满足不同劳动者的就业需求。遵循合法、公平、平等自愿的原则与员工签订书面劳动合同，劳动合同签约率历年来均达到 100%。

2025 年，新世界*



员工总数
437 人

男性 占比
231 人 **52.9%**

女性 占比
206 人 **47.1%**

硕士及以上 本科 大专及以下
7 人 **177** 人 **253** 人

30 岁及以下 31-50 岁 51 岁及以上
28 人 **336** 人 **73** 人

高级职称 中级职称
2 人 **53** 人

基层 中层 高层
386 人 **46** 人 **5** 人

* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

完善薪酬福利

公司制定《上海新世界股份有限公司薪酬管理制度》，确保及时支付员工薪酬；与职工签订《职工集体合同》，明确约定工作时间、劳动保护、薪酬福利，每三年根据实际情况进行调整；参照市场、行业工资标准及工资增长指导价，保障员工工资合理增长，在岗员工薪酬均高于本市当年的最低工资标准；员工依法享有带薪年假、婚假、丧假、生育假等假期，公司对法定节假日加班员工足额支付加班工资；按时足额为员工缴纳各项法定社会保险与福利。

2025 年，新世界*

社会保险覆盖率
100%

人均带薪年假天数
13.1 天

* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

实施民主管理

成立工会，代表员工与公司就职工薪资、工作时间、职工休假、劳动安全卫生、保险福利等内容开展集体协商，成立工会小组，支持基层工会依法维护职工合法权益并独立开展工作；建立职代会制度，涉及公司和职工权益方面的重要制度、规定均须经过职代会讨论通过；实行司务公开，及时发布相关信息；鼓励职工建言献策，激发职工主人翁意识，凝聚集体智慧。2025 年，正式职工工会入会率 100%。

建立合理有效的员工申诉制度，员工与同事、部门负责人发生纠纷，或对工作安排、违纪处分结果存在异议时，均可通过口头或书面形式向公司行政或工会投诉、申诉。设立劳动争议调解委员会，切实发挥劳动争议预防调解作用，委员会下设基层调解工作小组，成员涵盖各基层组织支部书记（人事经理）、工会主席及职工代表。依托内部邮箱、职工代表提案制度及来电来访渠道，搭建畅通的劳资沟通桥梁，高效响应员工诉求；同步建立并落实贴合企业实际的劳动争议预防机制，做好风险防控。



2025 年 10 月 10 日，召开第十届第一次职工代表大会，会上签订《公司集体合同》《2025 年度工资专项集体合同》《公司女职工特殊利益专项集体合同》。

关爱员工健康

公司制定《职业健康管理制》，定期安排组织员工体检；为在职职工投保《住院补充医疗保险》《特种重病团体互助医疗保险》，为女职工投保《女职工团体互助医疗特种保险》；对所有从事接触职业病危害作业的职工建立职业健康档案，定期为接触职业危害因素的职工免费发放相应防护用品，并监督其正确使用；以“主动健康”为工作导向，组织专题健康讲座、体质锻炼，邀请专业人员上门为职工开展体质测试，惠及职工 350 人次；与南京东路街道社区卫生服务中心启动结对共建活动，社区医生定期到新世界城为员工提供义诊、配药等便民服务，2025 年累计服务职工 305 人次。落实一线职工团体疗休养工作要求，组织职工赴西山疗休养，促进职工身心健康，增强企业凝聚力。



2025 年 6 月 20 日，公司工会承办“减脂的秘密，‘享’瘦不反弹”专题健康讲座。



2025 年 8 月 5-6 日，组织职工赴西山开展疗休养。

* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

助力员工发展

加强员工培训

高度重视员工技能发展，坚持以实用性与及时性为导向，开展培训工作。全面优化培训内容、师资配置与教学形式，持续评估培训效果与改进空间，确保培训质量。推进员工继续教育与专业技术教育，支持员工实现学历提升与技能进阶，为个人与企业的共同成长提供坚实保障。2025 年，员工培训支出 1.82 万元，培训职工 515 人次，培训覆盖率 100%*。

案例 开展人工智能应用培训活动

2025 年 5 月 19 日，公司开展“从小白到大神，DeepSeek 让你步步为营——提示语技巧 & 多运用场景”培训活动，帮助公司职工尤其青年职工全面了解人工智能技术的发展与应用，掌握高效利用 AI 工具提升工作效率的方法。



畅通发展通道

设置高、中、基三层职位体系，以员工自我评估和组织评估为依据，为员工制定职业发展规划，开辟适合其自身发展的职业成长通道；在部门调整与重组中，遵循优胜劣汰原则，充分发挥员工最大的主观能动性和创造性，使工作流程更趋完善和合理。2025 年，公司党委副书记、副董事长、总经理沈为民荣获“第七届上海市工商业领军人物”称号；新世界城总经理助理（业务总监），四楼、八楼商场经理劳逸筠荣获“2024 年度黄浦工匠”称号。

职位体系设置情况						
高层	公司总经理		公司副总经理（或相当职务）			
中层	部门经理		部门副经理（或相当职务）			
基层	经理助理	部门主任 (主办)	副主任 (副主办)	办事员	柜组长	一般员工

* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

关心关爱员工

平衡工作生活

积极开展多元文体活动丰富职工业余生活，融入人文关怀。常态化开展“法律服务进楼宇”服务，聚焦职工需求，提供劳动保障、安全生产、社保缴纳等专业法律咨询，并针对个性化问题给予精准法律援助；围绕新世界城开业30周年，工会组织第十三届员工体育·艺术节及系列趣味赛事；持续推出生活创意、手工制作等课程，开展“迎新福桶”制作、女神节花艺沙龙、生态鱼缸DIY、压花扇、多肉景观、螺钿胸针等手工活动，全方位提升职工归属感与幸福感。2025年提供专业咨询与法律援助9场，服务27人次。

2025年

提供专业咨询与法律援助

9场

服务

27人次



2025年6月12日，公司工会举办“百年工运志 携手创未来”第十三届员工体育·艺术节开幕式暨第三届趣味运动嘉年华。



2025年3月，公司工会开展女职工花艺沙龙活动，充分展示新时代女性风采。



2025年3月19日，丽笙大酒店开展实习生欢送会。

案例 举办新世界城三十周年庆员工座谈会

2025年12月26日，公司举办“三十而行，共赴新程”新世界城30周年员工座谈会，现场汇聚了1995年重装开业便坚守至今的前辈、相伴十余载的同行者，以及朝气蓬勃的新生力量。公司全体党政班子成员与新老员工欢聚一堂，共忆奋斗岁月，共话未来发展。



帮扶困难员工

全心全意为职工做好事办实事，在重大节日和高温期间走访慰问困难职工，拨出专款，设立救急济难基金、职工教育基金、职工医疗救助基金帮助困难职工、患重病职工和患病住院职工解决实际困难。2025年，慰问困难职工、家属135人，发放慰问金9.71万元*。

2025年*



慰问困难职工、家属

135人

发放慰问金

9.71万元

案例 开展员工“高温慰问送”活动

2025年7月，新世界开展“高温慰问送”活动，公司领导关注员工健康和福祉，为员工们送去清凉和关心。



慰问新世界城空调班组、强弱电班组等一线职工。



赴丽笙大酒店、立体车库、地下车库等场所，慰问在高温环境下坚守一线辛勤劳作的劳动者。

* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

筑牢安全防线

夯实安全管理

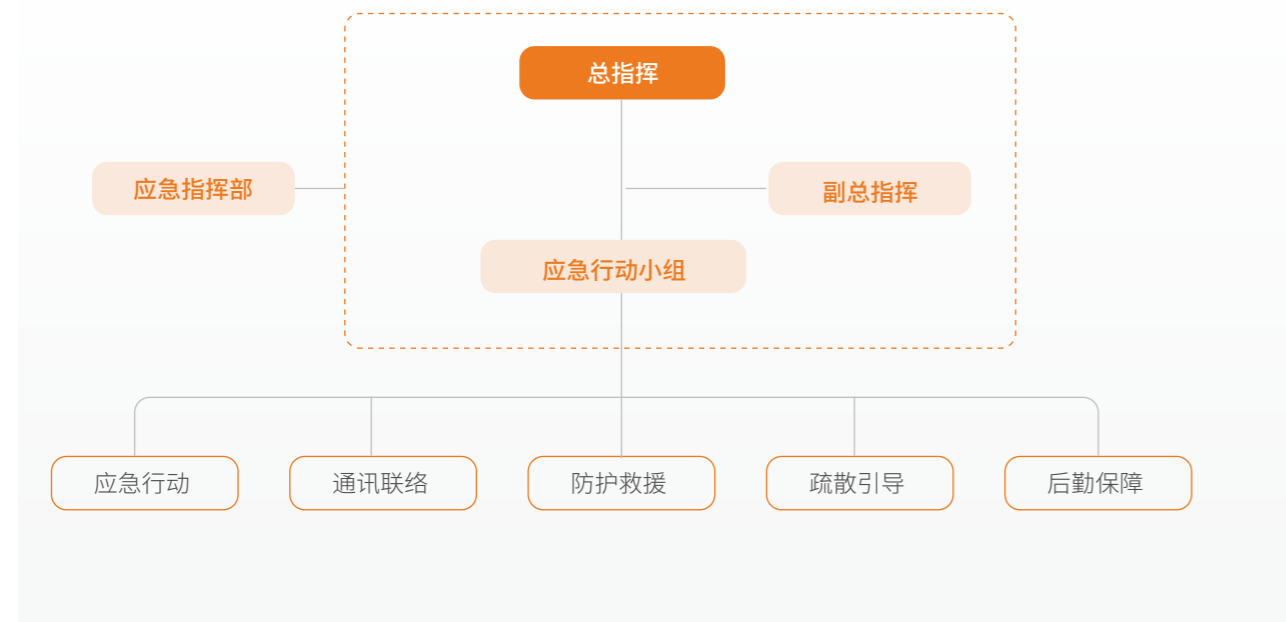
根据相关政策要求，编制《安全生产目标管理制度》，同时每年根据公司实际情况修订《风险辨识分级管控评估报告》《上海新世界股份有限公司生产安全事故应急预案》，健全机构与职责。成立安全生产委员会，公司总经理任主任委员，副总经理任副主任委员，委员包括各职能部门、楼面商场、子公司主要负责人；物业管理部为安全生产管理主管部门，配备10名专职安全管理人员，3名安全生产标准化自评人员。2025年，未发生因工受伤或死亡事件。



2025年11月，新世界城微型消防站获得“最佳微型消防站团队”称号。

强化安全应急

依据相关法律法规要求，制定并推行《生产安全事故应急预案》，构建应急组织架构，设立应急救援工作组，全面负责组织领导实施事故应急救援工作；明确应急响应、后期处置、应急保障各环节工作内容，针对各类紧急事故制定专项应急预案、现场处置方案，全面提升公司应对突发安全事故以及自然灾害的应急救援、管理和急救水平。



总指挥职责

总指挥全面负责公司重大生产安全事故的应急工作，副总指挥协助，总指挥不在场时由副总指挥负责组织应急救援工作。

应急行动小组职责

分工协作，承担应急行动、通讯联络、防护救援、疏散引导及后勤保障，保障应急工作有序推进。

各职能部门职责

职能部门负责人为公司应急救援工作组成员，同时兼任部门应急组织负责人。各部门需结合重大危险源辨识情况，针对可能造成3人及以上伤亡的生产安全、火灾等事故，制定现场应急处置方案或应急基本要素卡，组织开展培训与应急演练，并负责部门级应急工作的指挥协调。

案例 部署防汛防台，筑牢安全防线

2025年7月，面对第8号台风“竹节草”，新世界迅速启动防汛防台应急预案，根据《关于全力做好台风“竹节草”防御工作的紧急通知》要求，对重点区域展开拉网式排查，确保各项防御措施落实到位。



2025年9月23日，新世界领导赴新世界城开展中秋、国庆“双节”前安全生产检查，切实筑牢安全生产防线，确保生产经营平稳有序。

加强隐患排查

公司坚持严把安全关、质量关和进度关，聚焦重点难点开展隐患排查治理，将安全责任落实到项目建设全过程；进一步细化风险排查机制，对发现的隐患立即整改、闭环管理，坚决防范和遏制事故发生。新世界城抓实安全生产宣贯、培训与管理，推进各类设施设备升级改造及重点工程建设。蔡同德药业落实安全管理各项工作，完成多类隐患专项治理和各项安全排查整治，抓实徐重道工程安全管理，确保项目安全、高质量完工。丽笙大酒店排查整改安全隐患 12 项，完成避难层消防隔断，推进旋转餐饮厨房消防改造。

培育安全文化

公司积极开展多样化消防安全教育活动，不断提升全体员工的消防安全意识与应急处置能力；在员工入职或岗位变动时，开展对应工种职业安全培训；新世界城每日组织供应商营业员开晨会，强调商场消防安全事项，确保所有工作人员清楚应急程序并遵守安全规范，营造安全、稳定、和谐的环境。

案例 开展防爆消防疏散综合演练暨宣传月活动

2025 年 11 月 7 日，公司深入贯彻习近平总书记关于应急管理和消防工作的重要论述，联合辖区消防站开展防爆消防疏散综合演练，着力构建全域覆盖、全链管控的消防安全治理体系。



反恐防暴与消防应急处置



疏散演练



灭火毯实操演练



战略合作 聚势共赢

新世界持续深化供应商管理体系，加强供应链风险管理，推动供应链伙伴合规经营与可持续发展，着力构建诚信、安全、高效、透明的可持续供应链生态；积极拓展合作边界，与合作伙伴携手共创互利共赢的发展格局，共同促进行业健康与进步。

打造负责任供应链

加强采购管理

遵循《新世界专业服务采购管理细则（试行）》，由专业服务发起部门负责专业服务采购管理工作，成立由公司总经理室、相关职能部门负责人组成的专业服务采购管理遴选小组，审计部对采购工作进行监督管理。推行绿色采购制度，积极探索绿色供应链建设。在招采过程中明确对本地品牌与生产商给予关注与倾斜，在供应商准入环节对本地供应商的资质审核、商品核价等提供效率支持，并在合作条件上给予合理便利；鼓励本地供应商发挥区位优势，提供具有价格竞争力的商品，共同维护区域市场健康秩序。截至 2025 年底，公司共有品牌 648 个，国内品牌中上海本地品牌占比为 87.8%。

截至 2025 年底

公司共有品牌

648 个

国内品牌中上海本地品牌占比为

87.8%

案例 引入本地品牌，促进区域经济发展

2025 年 10 月，公司与上海本土设计师珠宝品牌“天萃逸珠宝”达成合作，该品牌以个性化定制和旧物改造为核心，根据客户形象气质重新设计水晶首饰。合作过程中，公司在进场条件、促销资源方面给予支持，推动其产品在本市消费者中建立起良好口碑。



加强供应商管理

实施供应商管理“引进品牌‘评分制’”“淘汰品牌‘解锁制’”“市场动态‘追踪制’”“商品大类‘专员制’”“布局调整‘会议制’”五项专项制度，实施精细化管理；收集商场品牌信息，按企业资质、经营品类、商场层级运营情况分类，持续完善品牌所在商场级别、销售业绩等数据并动态更新，建成完备的供应商管理系统；严格执行供应商准入、评价、考核和退出全流程管理，综合考量供应商品牌影响力、经营实力、合作意向等因素，优化品牌汰换管理机制，确保供应商资质符合要求；依托信息化技术，搭建合同与商品信息管理系统，实现供应商档案、合同签订、商品核价至销售追溯的全流程数字化管控，系统内置合同到期、授权失效等自动预警功能，保障供应链信息的可追溯性与操作规范性。

供应商管理措施



准入环节

严格执行“三审三验”制度与合同“四审一批”审批流程，确保供应商资质合规、商品来源可靠、定价合理，形成闭环风控。



日常管理

依托楼面每日自查、品牌招商部月度抽查等常态化监督机制，结合供应商考核与淘汰制度，实现对供应链伙伴的持续评价与管理。



资格审查

制定《厂商经营资格审核办法》，密切关注供应商的依法合规经营及资信状况，要求供应商提供有关资质、专业技术能力、资金实力的证明文件和业绩情况，并根据采购项目对供应商的特定要求，对供应商做好资格审查。

知识卡片

三审三验

“三审”即资质审核、样品查验及上柜复核；“三验”针对进口单证、特殊商品检测报告及成本价格进行核验

四审一批

楼面营业部、经理室、经营管理员与职能部门、市场营销部四级审核及副总经理终批

供应商风险管理

修订《联销合同书》，结合各楼面具体操作人员和供应商代表建议，精简整合传统经营模式条款，增加新模式、新营销内容条款；强化制度落实，严格合同签订前的审批工作及法律顾问的专业性审查，加强合同风险控制；细化履约管理，通过不定期抽查履约情况，及时发现并化解风险隐患，保障履约质量。



2025年3月12日，公司召开“2024年度新世界城‘风云榜’颁奖仪式”，进一步加强与供应商的沟通与合作。



开展供应商日常检查。

供应商 ESG 管理

在合同、核价、促销等流程中明确供应商合规要求，逐步将可持续发展相关要素纳入对供应商的准入评价与日常管理体系，引导其遵守国家法规与公司制度；通过《合同管理实施细则》强化合同履行监督，明确供应商在质量、安全、标识、定价、促销等方面的合规义务，并将违规行为与考核结果挂钩。通过组织供应商培训、宣导法律法规及公司质量管理政策，提升其环保意识、合规经营能力与可持续生产理念。2025年，各楼面合同管理员定期开展专项学习，日常参与超400人次。



加强战略合作

公司积极拓展战略合作网络，主动与品牌供应商深化沟通，提升协同水平；持续加强与行业内外交流，参加重要展会，与合作伙伴开展全方位、多层次对话；加深与院校之间的产学研合作，实现教学相长与校企共进。



2025年12月19日，新世界与上海锦江国际酒店管理有限公司举行丽笙大酒店管理协议续签仪式，此举标志着双方长达二十年的稳固合作关系实现深度延续，更为未来阶段的协同发展筑牢坚实根基。

案例 与恒源祥集团开展“探索青春经济 赋能品牌百年”联组学习

2025年8月1日，新世界团委与恒源祥集团团委开展“探索青春经济 赋能品牌百年”联组学习，深入贯彻落实习近平总书记关于青年工作的重要思想，通过参观调研、交流研讨等形式，引导青年职工积极探索业务工作新模式，服务传统企业创新发展。



参观新世界城4楼FUN肆街区，了解泛二次元业态经营情况。



针对如何赋能企业二次元产业发展开展研讨。

案例 举行产教融合校企联动沙龙活动

2025年6月24日，“寻求商场流量新密码，探索次元消费新热点”——“新世界—商贸旅”产教融合校企联动沙龙活动在上海市商贸旅游学校举行。新世界城将十一楼“e展空间”作为实景考场，以“大航海时代 我心中的路飞达人”采访活动作为考题开展沉浸式教学实践，助力校企深度融合，赋能商业创新发展。



善行致远 回馈社会



新世界专注自身发展的同时积极回馈社会，贯彻落实国家及地方关于乡村振兴的各项决策部署，助力乡村振兴；积极组织并参与公益慈善活动，为社区公益活动的开展提供便捷，为需要帮助的群体送去关怀与温暖。

助力乡村振兴

积极响应黄浦区区委区政府、新世界集团的号召，以“东西协作见真情，沪滇携手助振兴”为目标，高度重视沪滇协作“百企结百村”“万企兴万村”工作，持续支持云南省普洱市孟连县接续推进脱贫攻坚成果和乡村全面振兴，助推经济社会各项事业高质量发展。2025年，公司向云南省普洱市孟连县公信乡班别村捐赠善款10万元用于修建混凝土道路，保障农户安全出行，受益群众46户123人。



捐资修建云南省普洱市孟连县混凝土道路。

2025年

公司向云南省普洱市孟连县公信乡班别村捐赠善款用于修建混凝土道路

10万元

保障农户安全出行
受益群众

46户

123人



投身公益事业

公司高度关注、积极响应社会需求，开展多样化的公益和慈善活动，服务全体民众。开展“一日捐”活动，对共建街道居委低保户学生进行帮困、助学，与上海长征医院共同举办多场大型义诊为民服务活动，坚持每月20日为民服务，向社会传递温暖与关爱。

公司高度重视拥军优属工作，配合做好退役军人及军属安置工作，常态化开展国防教育和双拥宣传，增强干部职工的国防意识和社会责任感；不断创新双拥工作形式，丰富工作内涵，营造浓厚的拥军优属氛围。2025年，荣获“上海市爱国拥军模范单位”称号。

截至2025年底，新世界*

参与上海志愿者网注册人数

319名

占公司职工总数

73%

注册志愿者总服务时长

13280小时

案例 携手南京东路街道联合举办“午间益小时”慈善活动

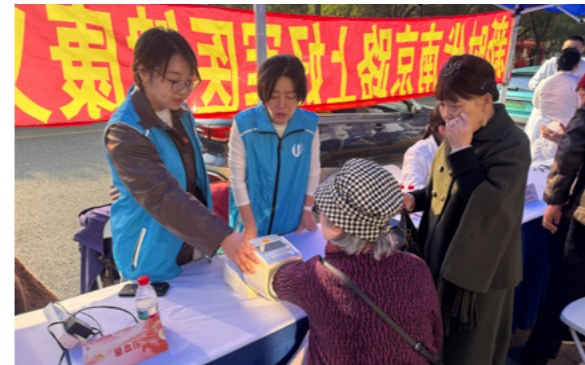
2025年10月，新世界与南京东路街道联合举办的“午间益小时”慈善系列活动第二场在新世界城顺利举行。公司为活动提供了全面保障，并致力于将“午间益小时”打造成为一个可持续、有影响力的公益品牌项目。



* 本处数据为母公司数据，不包含子公司。

案例 组织“三十而行，共赴新程”为民服务活动

2025年12月20日，为庆祝新世界城开业30周年，公司联合举办“三十而行，共赴新程”——新时代南京路上好军医健康义诊和为民服务活动。义诊团队为300多名市民朋友提供专业的健康义诊咨询服务，同时还推出针线织补、量血压、消费者咨询、公益理发等特色为民服务项目，积极为活动助力。



蔡同德药业积极响应长三角一体化发展战略，旗下群力草药店聚焦区域肿瘤患者需求，每周安排资深医师赴合作门诊部坐诊，让患者无需远赴上海，在当地即可享受优质中医诊疗及特色草药服务。

03

治理共行 激活发展新动能

新世界坚持党建引领，持续完善治理体系，严守合规底线与商业道德，不断提升公司治理效能；深耕主责主业，通过创新驱动多元业态蓬勃发展；聚焦客户权益保障，为客户提供更加优质的产品和服务，以稳健发展态势赋能企业价值持续跃升。





规范治理 提升效能

新世界致力于完善公司治理结构，切实把党的领导融入公司治理各环节，坚持依法合规经营，筑牢风险管理防线，加强知识产权保护，推进公平交易，加强投资者关系管理，不断书写高质量发展的崭新篇章。

完善公司治理

公司进一步加强党的全面领导，对“三重一大”事项做到前期充分论证、夯实基础，中期规范议事、集体决策，后期严格执行、动态跟踪，形成闭环管理。2025年，召开党委会19次，审议议题175个，“三重一大”集体决策事项101个。

严格遵守《中华人民共和国公司法》《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等最新要求，修订《上海新世界股份有限公司章程》，撤销监事会，规范股东会、董事会的运作模式，监事会的相关法定职权由董事会审计委员会行使；日常工作实行总经理负责制，形成健全、完备的规章制度体系；明确股东会、董事会、总经理及经营层之间的职责和权限，形成各司其职、协调运转、有效制衡的法人治理结构；修订新世界股东会规则、董事会议事规则、独立董事制度、审计委员会实施细则、战略委员会实施细则、提名委员会实施细则、薪酬与考核委员会实施细则、总经理工作细则等制度，规范企业相关会议召开的形式规范性和实质有效性。

积极推动董事会成员多元化，成员具备丰富的行业经验，拥有会计、法律、管理等多领域专业能力及背景。推行董事长与总经理分任制度，进一步明确战略决策职能与经营管理职能边界。报告期内，公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3人，占比33%；女性董事2人；外部董事6人，占比67%。



2025年，公司

股东会

召开股东会 1次
审议通过事项 17项

董事会

召开董事会 7次
审议通过事项 51项

董事会专门委员会

召开审计委员会会议 7次 审议通过事项 14项	召开战略委员会会议 2次 审议通过事项 2项	召开薪酬与考核委员会会议 1次 审议通过事项 1项	召开独立董事专题会议 2次 审议通过事项 2项
----------------------------------	---------------------------------	------------------------------------	----------------------------------

依法合规经营

完善合规管理

公司积极参与上海市黄浦区市场监管局《二次元衍生商品和服务经营合规指引》出台前座谈交流，为区域政策制定建言献策；通过加强合规培训与教育、强化风险识别与评估、完善内部监督机制以及深化外部合作与交流等措施，确保公司合规发展。

健全内审内控

公司修订《上海新世界股份有限公司内部审计制度》，通过独立、客观的监督与评价，实现风险防控、效能提升、价值创造三大价值，通过审计全年共发现问题12个，均已在年度内进行整改。重视内控体系建设，加强内部控制日常监督检查，确保各项业务活动依法合规进行，推动内部管理流程优化、效率提升。

新世界城加强工程项目管理，对大额费用实施流程化审批制；规范募集资金使用管理；深化制度建设，年度新增制度9个，修订制度23个，作废制度1个。蔡同德药业结合审计与自查，严抓签报、报销、印章等制度执行，强化整改落实，对检查发现的问题抓落实、促整改，从严、从紧、从细遵守规章制度要求；构建“事前防范、事中控制、事后评估”全流程管控机制。丽笙大酒店严格按照管理方和业主方的要求，进一步加强应收账款管理和采购公开招标、三方比价、审计公司核价管理管控。

筑牢风险防线

公司依照《上海新世界股份有限公司风险管控制度》，确定公司风险管控体系主管部门和风险管控程序，通过制度化、流程化的管理手段，系统性识别、评估、应对及监控风险，实现风险与收益的动态平衡。公司每年年初确定《风险管控清单》，明确当年重点关注的风险点，每季度根据实际经营情况，编制《风险排查清单》，及时发现风险并制定应对方案。制定《上海新世界股份有限公司舆情管理制度》，建立快速反应和应急处置机制，及时、妥善处理各类舆情对公司股票及其衍生品交易价格、公司商业信誉及正常生产经营活动造成的影响，切实维护投资者和公司的合法权益。

知识产权保护

公司制定《知识产权商品索证、备案制度》《知识产权商品日常检查制度》《知识产权纠纷处理办法》等系列知识产权保护规范化制度条例，建立“索证备案——日常检查监督——纠纷处理与维权”完整知识产权管理链条，确保创新成果在引入、经营和推广各环节得到有效保护；与核心员工签订《保密协议》，明确保密范围与责任，建立档案保密管理制度，对涉及商业秘密的技术与经营信息实行严格管控，严防信息泄露；建立侵权监测与纠纷快速处理机制，设立多渠道举报途径，成立专门团队核实侵权信息；内部纠纷处理机构在接到投诉后快速响应调查，并在初步认定侵权后立即采取措施制止，同时与市、区知识产权局联动，提升处理的专业性与权威性。

加强知识产权保护宣贯工作，在公司食堂设立“坚守诚信品质、严控质量风险、保护知识产权、促进创新发展”宣传栏，并在各楼面通道等显著位置张贴同类宣传告示。向上海市知识产权局报送各项资料，积极完成市局的反馈要求，获首批贯彻“商品交易市场知识产权保护规范”国家标准项目企业称号及市知识产权局拨付的扶持资金20万元。定期组织或参与知识产权法律法规解读、广告合规等外部专题培训，提升员工在新环境下的专业服务与风险防范能力。



参与黄浦区市场监督管理局（黄浦区知识产权局）组织的知识产权培训。

公平交易与反不正当竞争

供应商公平交易

公司构筑诚信体系，推出“质量诚信”“服务诚信”“价格诚信”“合同诚信”“法人行为诚信”五大“诚信”守则；严格遵循国家法律法规推进供应商交易，以《新世界经营合同管理实施细则》等制度为基准，确保合同条款经双方协商一致，权责对等，杜绝单方面不合理条款；推进供应商公平交易，明确将“禁止滥用优势地位”“保障供应商自主经营权”等公平交易细则纳入制度修订范畴，并加强相关培训与监督，以实际行动维护公平、透明、互利的商业生态；在《商品质量管理制度的价格与促销管理规范》中规定，对供应商提交的商品价格与促销方案进行真实性、合规性审核，但不干预供应商自主定价权及其向其他零售渠道的供货自由；在合同中明确约定各项费用及扣率并严格执行，杜绝事后单方面要求供应商承担未约定的损耗或返利等情况，确保所有合作均在合法、自愿、公平、诚实信用的原则下进行，着力构建健康、可持续的供应链伙伴关系。



2025年9月9日，公司副总经理出席2025年度“诚实守信兴商宣传月”启动仪式并进行发言，明确公司始终以五大诚信为支柱，拓展服务广度与温度，深耕消费新场景与绿色发展。

反不正当竞争

秉持诚信经营的理念，恪守商业行为准则，依法合规参与市场竞争，反对任何形式的商业贿赂、洗钱、垄断、不正当竞争行为。建立以制度约束、流程审核、教育宣导与快速响应为核心的综合治理体系，预防与杜绝虚假宣传、侵犯商业秘密等违法违规行为，维护公平诚信的市场环境与竞争秩序。支持员工及供应链伙伴防腐、反商业贿赂、杜绝贪污，定期面向员工及供应商组织反不正当竞争、知识产权保护等专题培训，通过内部宣传栏、微信小程序等线上学习平台持续发布案例与法规，强化合规经营意识。2025年，公司未发生不正当竞争事件。

恪守商业道德

制定发布《上海新世界股份有限公司关于礼品礼金实行上交登记管理的实施细则》，促进公司各级干部和管理人员廉洁自律。禁止假借促销名义，通过财物、回扣、免费服务等手段贿赂交易对方、第三方机构或个人，谋取交易机会或竞争优势。2025年，公司未发生商业贿赂及贪污事件。

投资者关系管理

投资者交流

高度重视投资者关系管理工作，修订《上海新世界股份有限公司投资者关系管理制度》，加强公司与投资者和潜在投资者之间的有效沟通；认真执行个人或机构投资者来电、来访的调研接待流程，公平对待所有投资者；安排专人接听、回复公司投资者热线及e互动问答。2025年，公司e互动回复投资者问答共计26次，回复率100%；回复投资者咨询电话39次，回复率100%；接受、接待股东及机构调研咨询共计4次。

保护中小股东合法权益

根据政策要求及公司相关规定，以现场投票与网络投票相结合的方式召开股东会，并通过上海证券交易所系统向广大股民提供网络投票，进一步规范股东会的程序，完善股东会的投票方式；股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，特别对中小投资者的表决情况实行单独计票，充分保障中小股东应有的权益。



薅政府消费券羊毛！上海首例诈骗案宣判：空手套白狼被判三年

员工通过线上学习平台学习反不正当竞争相关案例。

投资者回馈

在保证健康持续发展的前提下，综合考虑公司所处的行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平等各方面因素，坚持以相对稳定的利润分配政策和分红方案积极回报股东，以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的30%。

信息透明

充分利用新媒体的交互优势，拓展投资者关系管理的新渠道、新方法。2025年6月20日，公司在上海证券交易所上证路演中心参加2024年度沪市主板乐享生活专题集体业绩说明会；同年9月25日、11月11日分别召开2025年半年度业绩说明会、2025年第三季度业绩说明会，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答，与投资者保持畅通的交流，维护和提升公司良好的形象。



2025年6月20日，公司高管、独立董事成员参与2024年度沪市主板乐享生活专题集体业绩说明会，通过现场互动问答及线上文字回复等方式，积极回应投资者关切。

2025年6月5日，开展走进新世界——机构调研交流活动，投资者实地参观考察新世界城11楼“e展空间”举办的IP策展。



深耕主业 创新赋能

新世界锚定高质量发展方向，推动“文、商、旅、体、展”融合发展，整合业务资源、打通发展脉络，形成业态互补、协同共进的发展格局；聚焦创新赋能，以模式创新、管理创新激活发展动能，为企业提质增效注入强劲动力。

多元业态联动

做优百货业

推动结构调整

紧扣黄浦区“国际消费中心城市核心区”定位，落实新世界集团“传统百货加快向多元复合功能新型商业体转型”战略，按照“年轻化、时尚化、国际化”总要求，优化调改、稳中求进，实现文商旅体展新融合。

打造独特体验

通过引入头部品牌和首店、丰富三坑服饰街区布局、引入现象级首展首秀IP项目、建设音乐剧主题乐园，将自身从购物场所升级为体验式生活空间。

拓展营销广度

推进全年营销，实现“月度有序布新局，节庆精准造亮点”，涵盖购物、餐饮、娱乐等全业态，实现多维度互利共赢。



案例 劳逸筠工匠创新工作室：聚焦新生代消费需求，赋能传统百货创新转型

2025年12月，上海市黄浦区总工会公布2025年度“黄浦区劳模（工匠、技师、职工）创新工作室”，新世界劳逸筠工匠创新工作室成功入选。劳逸筠工匠创新工作室汇聚10名中青年业务骨干，是一支兼具经验与活力的运营团队。负责人劳逸筠深耕百货零售二十余年，带领团队坚持传统百货的创新求变，获评2024年度“黄浦工匠”。

工作室聚焦新生代消费需求，以“打造传统百货泛二次元业态生态链”为核心，打造“FUN肆街区”“三坑服饰街区”“e展空间”三大标杆项目；同时，通过小红书内容触达超60万用户，并推动老字号品牌与潮流IP开展跨界联名合作，助力传统百货创新转型。



推动文旅深度融合

公司以“文旅深度体验”为导向，打造沉浸式消费场景，将商业、文化与旅游深度融合。通过主题化活动与定制化服务，满足消费者多元化需求，塑造独特的品牌记忆点，增强市场竞争力。联动上海杜莎夫人蜡像馆、攀岩、冰雪乐园、“e 展空间”等文旅景点，打造“城市微度假”消费新场景；与丽笙大酒店合作住客专享活动，将独有体验项目打包为特色产品线，提升旅行体验与消费黏性；打造“海派文化体验站”，增强文化感知与记忆点。



2025年4月
丽笙大酒店前厅部袁欢荣获
“黄浦区‘最家人’——金牌客服”称号。



2025年
丽笙大酒店获评
Expedia 集团业绩领先合作伙伴。



2025年3月
丽笙大酒店荣获
锦江丽笙酒店杰出盈利奖。

推动医药业发展

蔡同德药业依托南京东路店 26 周年庆，开展核心产品优惠活动，带动虫草、参茸类销售额大幅增长；蔡同德堂联合上海中医药大学上海市中医药研究院专家委员会举办“名老中医义诊”活动，为患者提供医疗咨询服务；蔡同德堂配合上海离境退税商户，购置专用电子护照识别器，用于药品退税。

案例 朱震年劳模创新工作室：探索中草药抗癌减副疗法，培育中医药新生力量

2025 年 12 月，上海市总工会公布“2025 年上海市劳模工匠创新工作室”名单，群力草药店“朱震年劳模创新工作室”成功入选。“朱震年劳模创新工作室”现有核心成员 4 人，由中医临床中坚与新生代骨干组成。领衔人朱震年是群力草药店中医门诊部副主任，兼任多项行业职务，从医 25 载，获评 2024 年上海市五一劳动奖章、2025 年上海市劳动模范。

工作室秉持“传承、创新、服务”三位一体工作理念，创新中草药抗癌减副疗法并应用于临床，深度融合中医经典理论与群力特色中草药优势，着力培养复合型中医药人才。同时，工作室积极开展特色诊疗推广、疑难病症联合攻关、社区健康科普等工作，为推动中医药事业高质量发展注入动能。



发展体育消费

公司凭借独特硬件设施，将“美人鱼”潜水与室内攀岩两项新兴运动赛事化，把体育活力与观赏性注入商业空间，打造“商旅文体”联动范本。公司自 2020 年起连续举办 5 届“美人鱼大赛”，这是上海首个商业业态城市室内潜水比赛，深受广大市民喜爱；室内攀岩大厅“新世界·天宇”攀岩长期承办各类攀岩赛事，2025 年协办“2025 年上海市城市业余联赛上海市攀岩业余联赛黄浦站暨‘世界杯’攀岩比赛”，推动全民健身热潮。



2025 年 5 月，举办“‘黄浦·我来赛’第五届‘世界杯’美人鱼大赛”，融合环保主题与艺术展演，吸引市民互动拍照传播。



焕新漫展体验

公司开辟专属策展场地——“e 展空间”，占地面积达 8000 平方米，具备同时承载 3 个大型主题展览的规模与灵活性。截至 2025 年底，已陆续落地《名侦探柯南 30 周年展》日本外首展、《天官赐福“天地流光”周年纪念展》全球首展、《航海王“大航海世代”纪念展》上海首展、《追光之旅——展望奥特曼 60 周年主题展》国内首展、《数码宝贝“永远的青春”主题展》华东首展等重磅 IP 首展，持续引领上海次元文化消费潮流。



2025 年 7—11 月，开展《追光之旅——展望奥特曼 60 周年主题展》，为观众带来全新舞台剧。

聚焦创新赋能

公司初步构建以知识产权保护为核心、合规管理为基础、正向激励为引导的制度框架，为创新活动提供清晰的权属保障、规范的流程支持与必要的资源激励，营造鼓励创新、保护成果的内部环境。

健全管理体系

在《知识产权管理办法》中明确，由知识产权管理小组负责重大科研、投资项目的知识产权评议，其结果作为决策的重要参考，引导资源投向创新潜力领域；在《知识产权诚信奖惩制度》中设立“知识产权成果奖励机制”，明确对在产品研发、技术创新、品牌塑造等方面取得显著成果的员工给予奖金、晋升等奖励，并设立“合作创新激励机制”以鼓励外部协作创新。

推动管理创新

建立“三审三验”“四审一批”“商品电脑档案”等系统化流程，将传统的经验式管理转变为可追溯、可预警、全生命周期的数字化管控模式，实现商品信息全流程备案与追溯提升。自“商品电脑档案”及合同管理系统上线并优化后，商品信息录入准确性提升至 99.5% 以上，合同审批周期平均缩短 30%，质量问题追溯时间从原来的以“天”计缩短到以“小时”计。

启动飞书无纸化审批，构建覆盖合同全生命周期管理、营销与品牌活动审批、资源协调与客户服务、行政与合规事务等多业务场景的数字化审批体系，推动管理流程标准化、敏捷化、可视化转型，以数字化工具赋能管理创新与效能提升。



优化服务 焕新体验

新世界始终坚持以客户为中心的发展理念，坚守品质初心，建立全流程产品质量管控体系；持续完善便捷高效的服务体系，妥善响应并高效解决各类客户投诉，严格落实客户隐私保护机制，以卓越的产品品质和贴心周到的优质服务，回馈客户的信赖与支持。

精益质量管理

治理

公司严格执行《商品质量管理制度》《三审三验制度》等系列规章，以“全过程管控、全方位监督、全链路可溯”为目标，构建贯穿商品准入、核价、上柜、销售及售后各环节的标准化质量管理体系，致力于为消费者提供安全、可靠、诚信的商品与服务。公司以杜绝假冒伪劣商品、保障消费者合法权益为核心目标，通过制度、流程与系统三位一体规划，实现商品质量从源头到终端的闭环管理。体系规划上，确立“分级管理、权责到人”的原则，明确楼面经理室、品牌招商部、运营管理部在招商、审核、售后等环节的职责。

责任部门	职责
总经理室	对公司商品质量实施全面的领导和管理，确保商品质量监管相关的法律法规和《商品质量管理制度》的贯彻落实、全面实施
楼面经理室 品牌招商部	对引进的供应商及品牌的资质负责，从源头确保商品质量
楼面经理室	对购（引）进的商品质量负责，确保购（引）进商品的质量符合国家标准要求
品牌招商部	对各楼面上柜商品质量进行监督抽查和管理，发现重大质量问题及时报告总经理室，并提出解决问题的办法和措施，确保销售商品的质量
运营管理部	对各楼面的商品和服务的售后处理情况进行统一管理，处理和协调售后投诉相关事宜，发现重大投诉案件及时报告总经理室，并提出解决问题的办法和措施，确保消费者和供应商的合法权益

战略

产品质量风险

风险类别	风险描述	影响时限	价值链环节	潜在影响 / 财务影响	应对策略
供应链质量风险					
多渠道采购 质量管控不足	百货零售联营品牌质量标准不一，部分品牌为追求利润降低品控；没有严格按品牌准入标准执行。医药板块中药材采购受产地、种植环境影响，质量稳定性波动。酒店食材供应商分散，新鲜度与安全标准难以统一把控	短期至中期	商品采购、供应链管理	质量投诉率上升；医药产品疗效波动；酒店食品安全事故风险	建立三级供应商评价机制，对新进供应商及续签供应商进行业绩评价，需要时，对供应商进行实地考察，对不合格供应商限期整改或淘汰。如有相关质量认证或质量认证报告等优先考虑 对供应商品牌进行分类管理，优先考虑国际国内知名品牌，淘汰小而杂品牌 对供应商进行日常的过程监视测量管理，确保供应商品质，并记录评价依据
运营质量风险					
服务与交付 质量不稳定	百货联营品牌服务标准不一，自营商品售后处理不及时。医药诊疗服务流程不规范，用药指导不到位。酒店服务质量波动，影响消费体验	短期至中期	门店运营、客户服务	客户投诉率上升，线上差评增加；会员流失率提高，复购率下降	制定统一服务质量标准，对新进联营品牌员工开展培训。加强日常监视测量过程检查，提高现场服务 医药板块强化药师专业培训，推行“双人复核”用药指导制度 酒店建立服务质量考核体系，加强监督考核
声誉风险					
质量问题引发 品牌信任危机	产品质量（包括服务等）事故引发负面舆情，通过社交媒体快速传播	短期至长期	品牌管理、市场营销、客户服务	品牌形象严重受损，客流量下滑；营业收入下降	建立质量舆情监测机制，24小时响应负面信息；制定危机公关预案，及时公开处理进展与整改措施 推出诚信体系建设，如商品无理由退换 及时回访沟通，提高满意度

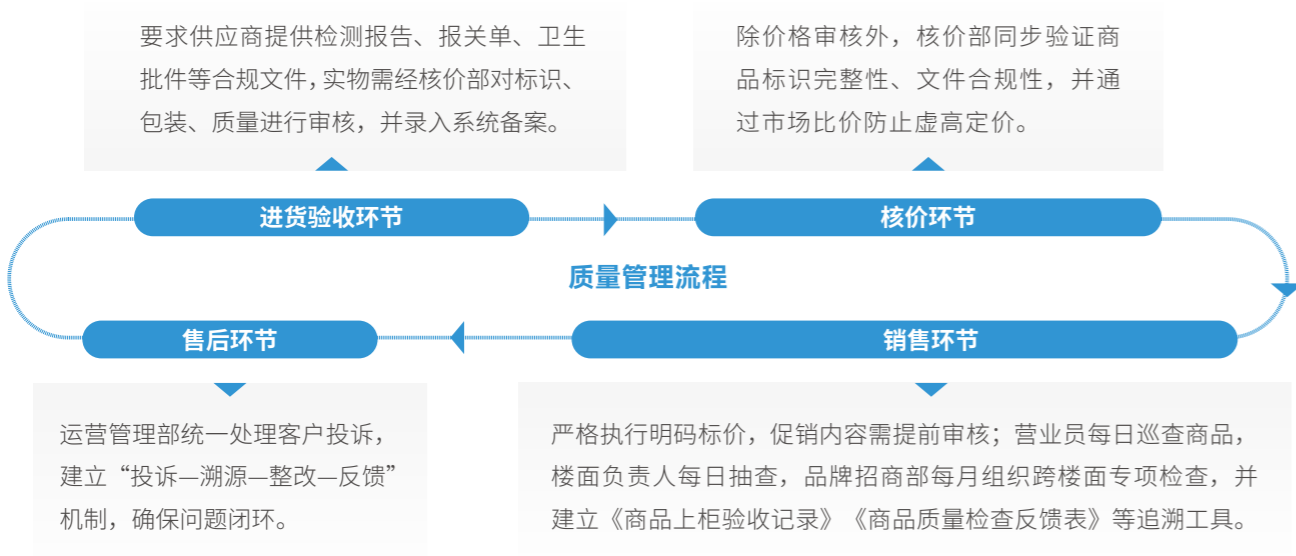
产品质量机遇

机遇类别	机遇描述	影响时限	价值链环节	潜在影响 / 财务影响	把握策略
质量体系升级					
质量管控 能力强化	借助行业政策引导，百货通过集中采购强化质量管控；制定管控管理流程和制度，加强日常过程管理。医药板块提升中药饮片质量稳定性。酒店建立食材安全溯源体系	中期至长期	供应链管理、客户服务	百货品牌忠诚度提升；医药产品市场份额扩大；酒店食品安全口碑改善	百货推行商品质量日常检查，重点节日或重点疑点商品进行不定期检测、抽查 医药板块与高校合作，优化种植与加工工艺 酒店与优质食材供应商签订专属供应协议，建立溯源台账
产品与服务创新					
质量增值服务	百货提高品牌招商力度，丰富品牌种类；创新质量咨询服务和服务渠道。医药板块提供个性化用药指导、中药代煎代配增值服务。酒店升级高品质配套服务	短期至中期	客户服务	增值服务收入占比提升，客户黏性增强；差异化竞争优势凸显，品牌美誉度提升	百货加大招商力度，拓展国际国内知名品牌数量；不定期推出服务创新项目 医药板块强化药师专业能力，拓展慢病管理、健康咨询服务 酒店优化服务流程，提升个性化服务质量
市场与政策机遇					
政策红利支持	零售业创新提升工程鼓励质量管控升级，提供政策支持与补贴。国家推动中医药高质量发展，出台中药质量提升政策	短期至中期	供应链管理、市场营销	获得政策补贴与税收优惠	积极申请绿色零售、中医药质量提升相关政策补贴 参与行业质量标准制定，抢占发展先机

产品质量管理举措

公司率先开展“全国百城万店无假货”活动，先后推出“三真”理念、“零号工程”，倡导“卖真品、标真价、送真情”，努力把消费者售前质量风险、售中购物不便、售后服务之忧都降为零；率先落实“新世界无假货”的承诺，坚决杜绝假冒伪劣产品在企业中出现。

将知识普及与培训工作融入日常管理体系，《商品质量管理制度》明确要求楼面经理室、品牌招商部、运营管理部等各级员工“努力学习商品知识，掌握商品质量检验技术”。在微信小程序上线“质量管理”学习模块，定期整理上传政策法规、商品知识、知识产权案例等学习资料。截至 2025 年底已发布 27 期，并要求各楼面合同管理员打卡学习，形成常态化学习机制。



影响、风险和机遇管理

建立“预防—监测—响应”一体化应急管理机制，制定明确的制度与快速反应流程，确保在产品出现质量或安全问题时，能够迅速、有效地采取行动，最大限度降低风险，保障消费者权益与安全。在自查、抽查或外部通报中一旦发现商品存在重大质量问题、安全隐患或确认为不合格品/侵权产品，立即执行下架、停售，通知供应商配合调查，追溯问题根源，并同步做好后续客户投诉预案，依据《商品质量管理制度》及相关合同，要求供应商立即整改。对造成严重后果的，采取暂停经营、经济追偿直至终止合作等措施，必要时纳入供应商考核。运营管理部统一受理相关投诉，对确属质量问题的商品，按照“退、调、修、赔”等权限及时处理，确保投诉完结；品牌招商部定期分析问题产品案例，填写《纠正措施报告》，推动质量管理流程的改进。2025 年，公司未发生产品和服务相关的安全与质量重大责任事故。

案例 质量事前把控，守护消费安全

2025 年初，公司在对楼面日常检查中发现，某儿童品牌连衣裙细带过长、不符合国家关于婴幼儿服装配件的认证规定，核价部门立即要求供应商下架该款商品，检查同类商品并积极整改。该事件通过《商品质量检查反馈表》记录并通报，既避免了潜在消费风险，也强化了供应商的合规意识，体现了公司质量体系在事前防控中的关键作用。

指标与目标

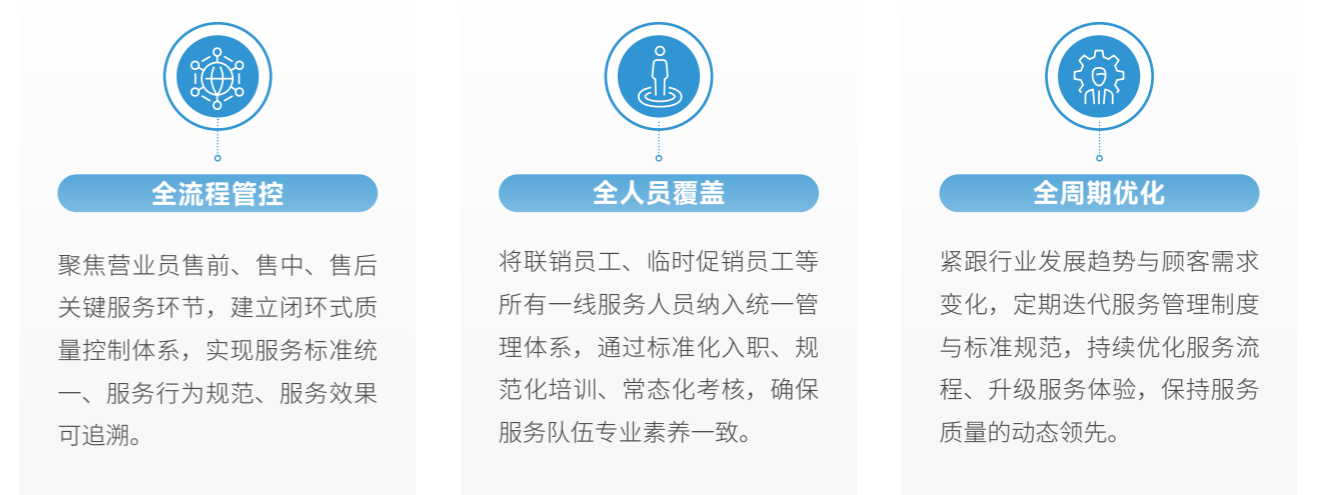
2025 年，进行楼面检查 96 批次，抽查发现未核价上柜、未明码标价、广告过期等问题 198 项，均已形成记录表发至相关楼面经理室并得到整改，同时核价室均已进行复查；配合 2025 年黄浦区能效、水效专项抽查 1 次，商品及能效水效检查合格率 100%。

提供优质服务

完善管理体系

公司构建“全流程管控、全人员覆盖、全周期优化”的服务质量管理规划，确保服务品质贯穿经营全过程。制修订《新世界城服务质量检查管理制度》《新世界城联销员工（临时促销员工）入职标准办理流程》，迭代更新《联销员工（含临时促销员工）现场服务规范考核表》，健全完善制度保障体系，明确管理要求、执行标准与考核机制。相继推出“十心”服务、星级服务、云服务、微笑服务，持续擦亮新世界商业名片。

服务质量管理规划



负责任营销

公司秉持“诚信经营、真实宣传”的核心责任理念，通过严格的内部审核制度与流程化管理，确保所有产品与服务的宣传内容客观、准确、合法，坚决杜绝虚假、夸大或误导性营销，切实保障消费者的知情权与选择权。公司承诺对品牌活动、优惠规则、礼品信息等进行准确、完整、一致的描述，建立“宣发三级审核制”，在实践中始终遵循活动信息完整可溯、优惠规则清晰可验、互动礼品如实披露的原则；严格执行《核价管理工作流程》，要求供应商所有广告与促销内容不得含有虚假、夸大或引人误解的信息；包括 POP、广告稿在内的所有宣传物料需经过三级审核，确保内容真实性、用语规范性、价格标识准确性及活动合规性；供应商使用自有物料宣传时，必须由核价部审核并加盖“核准章”后方可投放，确保视觉与信息的规范性。

营销核心原则

真实客观原则

所有营销宣传内容（包括文字、图片、视频、话术等）必须以产品/服务的实际属性、功能、效果为依据，不得虚构、夸大核心信息。

风险明示原则

涉及产品/服务使用条件、限制、潜在风险等内容，必须在宣传中以清晰、醒目的方式予以明示，不得刻意隐瞒或模糊处理。

适度营销原则

营销宣传需符合公序良俗与行业规范，不得通过高频骚扰、虚假诱导、过度承诺等方式进行过度营销。

合规合法原则

宣传内容必须符合《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等国家相关法律法规及行业监管要求。

规范促销活动

明确市场营销部为促销活动牵头部门，负责方案制定、信息公示及合作经营者提示，合规部负责活动合规性审核与监督。建立贯穿促销活动全流程的严格管理制度与审核机制，确保所有促销行为合法、真实、清晰，切实保障消费者与合作伙伴的合法权益。要求所有促销活动需提前制定书面促销方案，明确促销主题、规则、促销期限、参与范围及兑奖/核销方式，并需单独列明使用时限、适用商品范围、不退不换规则等对消费者不利的限制性条件，公示时需以加粗、弹窗提示、现场立牌等醒目方式呈现，公示渠道需覆盖对应交易场所，公示时间不少于促销活动前1天。促销期间，楼面营业部负责现场巡查，确保活动执行与审核方案一致，防止擅自变更。

严格规定不得以侵权产品、不合格品、国家明令淘汰的商品作为赠品或奖品，对国家禁止促销的商品类别不予开展任何促销活动，禁止虚构促销优惠、隐瞒促销限制条件、误导消费者等虚假宣传行为，从源头杜绝违规风险。设立客服中心、客服热线、线上留言入口等消费者投诉反馈渠道，及时处理促销相关投诉，确保及时回应。如实、准确、完整地记录设奖规则、获奖人员信息等内容，并妥善保存。

案例 规范开展“双12”促销活动，按规定保存交易信息

2025年，新世界城通过抖音开展“双12”促销活动，采用“抖音云盘+本地加密硬盘”双存储方案对折扣券发放、产品功效宣传、售后承诺等关键交易信息进行存储，推动直播促销信息合规保存，活动期间未发生投诉事件，顾客反馈良好。

完善售后服务

公司遵循《新世界城售后服务管理制度》，对所售商品和提供的服务负责，承诺“七日无理由退货”服务，超越“三包”规定的时效、范畴和限度，赋予消费者更大的权益和便利；为顾客开通专属服务热线，解决各类售后疑问；高度重视消费者在商场内的人身安全，建立“快速响应、全程跟进、人文关怀”的售后服务应急处理制度，明确意外事件发生后的救援流程、责任分工及后续关怀机制，确保在突发情况发生时，能第一时间为消费者提供全方位支持。

案例 高效处置顾客意外受伤事件，赢得消费者高度认可

事件概况

消费者沈先生在商场意外跌倒，造成腕关节及大腿骨骨折。其年事已高且子女在海外，缺乏亲属照料。

处理举措

商场第一时间启动应急机制，安排人员全程陪同就诊，协助完成检查诊疗；在住院及康复阶段持续慰问关怀，免费提供轮椅，并专人协助家属办理各类事宜，全程跟进事件处理。

处理成效

沈先生的就医、康复及生活难题得到妥善解决，家属王阿姨对商场的应急效率与服务态度高度认可，并专程送上表扬信，对新世界城的服务理念与社会责任感表达高度认同。

改进措施

以此次事件为契机，全面复盘优化应急救援流程，明确应急流程各环节响应时限与责任主体，强化工作人员应急处置能力与人文服务意识。



“无理由退换货”若干规定

“为维护广大消费者合法权益，规范市场经营行为，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》结合有关法律、法规，特制定“无理由退换货”若干规定。

- 一、本规定适用于已确认为新世界城售出的商品。
- 二、符合下列条件的商品，无须陈述理由退换：
 1. 法律、法规明确规定的。
 2. 在法定时间内和约定时间内，经国家检测部门或执法部门出具检测报告，确认商品存在质量问题的。
 3. 售出的商品无质量问题（特殊商品除外）一个月内，未经使用、无损坏、包装完好、不影响再次出售的商品，均可退换货（退货时需按原付款方式办理）。
- 三、下列商品不属于无理由退货的范围：
 1. 无购物凭证、无保修单、票货不符或涂改凭证的；
 2. 已标明“处理品”、“残次品”等的商品；
 3. 无质量问题的下列商品（特殊商品）不予退换：
 - 涉及人身健康的商品：食品、保健品、烟酒、化妆品、洗涤用品、美容美发用品等；
 - 泳装、妇女用品、卫生用品、贴身内衣等；
 - 易耗商品：打火机、电池、电池板、记忆棒、耳机等；
 - 高科技产品、精密仪器、数码产品、照相器材、摄像器材、视听电器、通讯器材、电脑、音像制品、感光材料、激光唱片、影碟、游戏卡等；
 - 工艺品、金银珠宝首饰、眼镜、钟表、金笔等；
 - 婴儿用品、儿童玩具类商品等；
 - 凡撕开剪断商品商标、标签及包装；
 - 现场标明不予退换的商品；
 - 按顾客要求加工（改）制的商品。
- 四、消费者购买时获得商场赠送的现金、消费券和礼品等，价值超过10元的退货时商场应予以扣还。

提示：为了维护您的合法权益，请保存好购物凭证。

新世界城客服中心：63589697
 监督电话：
 黄浦区消费者协会：63223643
 上海市消费者协会：12315

无理由退换货公示

应对客户投诉

公司始终将客户满意度放在首位，针对客户因产品质量、服务体验等问题提出的书面异议、口头抗议、索赔诉求及相关合理要求，建立规范、高效、透明的全流程应对体系，以专业态度和务实行动切实保障消费者合法权益。设立客服中心作为客户投诉处理的核心枢纽，为客户搭建便捷、畅通的售后服务联系渠道；遵循“一视同仁”原则处理客户线上线下投诉，全面接纳各类诉求，确保客户的声能够得到及时回应。严格遵守内外部规章，以“首问责任制”为核心原则，明确每一位接触客户投诉的员工均为第一责任人，全程跟进投诉处理进度，不得推诿、敷衍。同时，公司推进投诉处理流程标准化建设，明确投诉接获、信息登记、情况核实、方案制定、执行落地全流程操作指引，确保处理过程公正透明，切实维护客户合法权益。2023—2025年，客户投诉解决率100%。



接待投诉客户

不同类型投诉处理时限

一般类投诉

针对事实清晰、处理流程简单的普通问题，实行“当日解决”机制，接诉后立即核实情况并给出处理结果。

疑难类投诉

对于情况复杂、需多方协调核实的问题，设定“三个工作日”调查解决时限，由客服中心牵头联合相关部门开展调查。

争议类投诉

对于涉及产品质量检测、责任认定等存在争议的投诉，明确“十个工作日内”解决时限，公司委托专业检测机构进行定性分析，依据检测结果依法依规处理。

打造多元服务

升级便民服务

公司以“需求导向+质量升级”为双驱动，构建更全面、更贴心的便民服务矩阵，持续提升服务覆盖广度与质量深度。针对不同季节顾客需求，推出免费冬日暖饮、夏日凉茶服务，以细节化供给提升顾客体验舒适度；持续优化免费周边交通及景点咨询、广播寻人、失物招领等基础服务，保留免费针线包、老花镜租借等实用项目，并强化英语、手语导购服务，确保服务覆盖不同群体，实现“无差别优质服务”；针对商场内网红打卡点新场景，主动延伸服务边界，推出协助顾客拍照打卡的特色服务，精准捕捉顾客潜在需求，以灵活化服务响应提升顾客满意度，实现服务质量与场景需求的高效适配。

特殊人群服务

打造全龄友好的消费环境，关注残疾人、老年人等特殊人群，提供通行无障碍、沟通无障碍、购物无障碍等全方位服务场景；设有专属无障碍洗手间、无障碍通道、无障碍停车位、免费轮椅租借、五星级母婴室等，延伸服务广度。2025年，购置新款高端童车及全新多功能轮椅，建立“租借前检查+当面消毒+安全告知”的全流程管控机制，租借前后当着顾客面喷洒专用消毒喷雾，同步详细告知安全使用细则，以透明化、标准化的消毒流程保障顾客使用安全，消除后顾之忧。



工作人员喷洒专用消毒喷雾。



总服务台提供手语服务。

升级会员服务

聚焦会员运营创新，多维度提升获客效率与会员价值。针对新老会员、不同等级、特定品类持续发放优惠券，打造会员专属折扣；系统定时发放生日券、停车券，实现标准化无感交付，提升会员尊享感；推动会员权益与婚庆、节庆、高端消费等场景深度融合，全年策划主题活动43场，构建稳定的价值共鸣；以“积分倍享”“消费兑豪礼”等创意活动激活积分价值，增强会员黏性；推进跨界融合与私域建设，深化异业联盟，与顺丰等品牌合作提供独家权益及线下快闪活动，构建垂直兴趣私域社群，通过精细化运营培育忠实客群；升级会员数字平台与小程序，集成积分使用、停车缴费、活动报名预约等服务，实现一站式办理，无需跨平台切换，提升便捷性。



2025年10月25日，举办会员内购答谢会。

信息安全与客户隐私保护

数据治理与安全

依照《新世界重大信息内部报告制度》《新世界信息披露事务管理制度》《网络数字化操作守则》《上海新世界城信息系统使用规定》等制度，实现事件快速处置与业务连续性保障，助力企业达成业务发展与风险防控的动态平衡。推进会员小程序焕新，推动管理后台与线下 CRM、进销存系统的对接，打破数据孤岛，实现数据互联互通，构建高效协同的业务生态。电脑信息部积累了丰富的实战经验，在遭遇大规模网络攻击时能够迅速响应，应急处置能力显著提升。2025 年，公司未发生数据安全事件。

数据安全目标

举措

保障信息机密性

- 数据加密隔离：**对存储和传输中的数据进行加密保护，防止被破解。
- 安全密码策略：**强制使用复杂密码并定期更新，降低因弱密码导致的数据泄露风险。
- 权限双绑定机制：**按岗位和人员动态分配权限，避免“一刀切”授权导致的越权访问。

维护信息完整性

- 行为审核稽查：**实时记录用户操作行为，识别异常修改或删除行为。
- 数据授权机制：**仅允许特定角色对授权数据进行相关操作，并通过权限审批流程约束变更。
- 审计日志追溯：**记录所有操作痕迹，便于事后核查。

确保系统可用性

- 制度标准化：**通过《机房管理制度》《电脑系统管理制度》等文件明确物理安全、数据分类分级等要求。
- 最小权限原则：**按“按需分配”原则限制用户权限范围，避免过度授权引发的合规风险。
- 跨层级协同治理：**把安全和预警要求嵌入开发、测试、运维全流程，实现安全全覆盖产品各阶段。定期对系统进行检查，大型促销前进行流程测试和细节确认，运维联合开发和测试在促销日同步实时监控，确保系统的运行连续性和安全性。
- 资产生命周期日常管理：**定期维护硬件设备、更新软件补丁，消除漏洞对可用性的威胁。

强化管理可追溯性

- 访问日志记录：**完整记录用户身份、时间、操作对象及动作，形成不可撤销 / 更改的记录链。
- 业务流程安全审核：**对基础岗位的操作流程进行前置审查，充分考虑岗位功能需求，提前发现滥用风险。
- 动态权限调整：**根据岗位变动实时回收或新增权限，避免员工调岗、退休或离职等变动导致遗留权限成为管理盲区。

数据管理要求

- 公司内部终端由电脑信息部网络管理员统一监管；严禁外来人员拷贝、抄录计算机数据和文件；内部办公及各类平台账号不得互通；个人须确保账号唯一登录权。
- 数据恢复前，须备份原环境数据以防有用数据丢失。
- 数据清理前，须完成数据备份并确认备份无误；历次清理前的备份数据按策略定期或永久保存，确保可随时调取。
- 需长期保存的数据，由数据管理部门联合相关部门制定转存方案，于介质有效期内完成转存，通过有效的查询、使用方法保障数据完整可用；转存数据须留存详细文档记录。

客户隐私保护

针对客户数据采集、存储、使用全生命周期各环节，制定精细化、具体化的专项保护措施。2025 年，公司未发生泄露客户隐私事件。

采集

最小化原则与透明授权

严格遵循“最少够用”原则，仅采集业务必需的客户信息；采集前明确告知数据用途，确保客户知情并获得授权，充分保障客户选择权与知情权。

存储

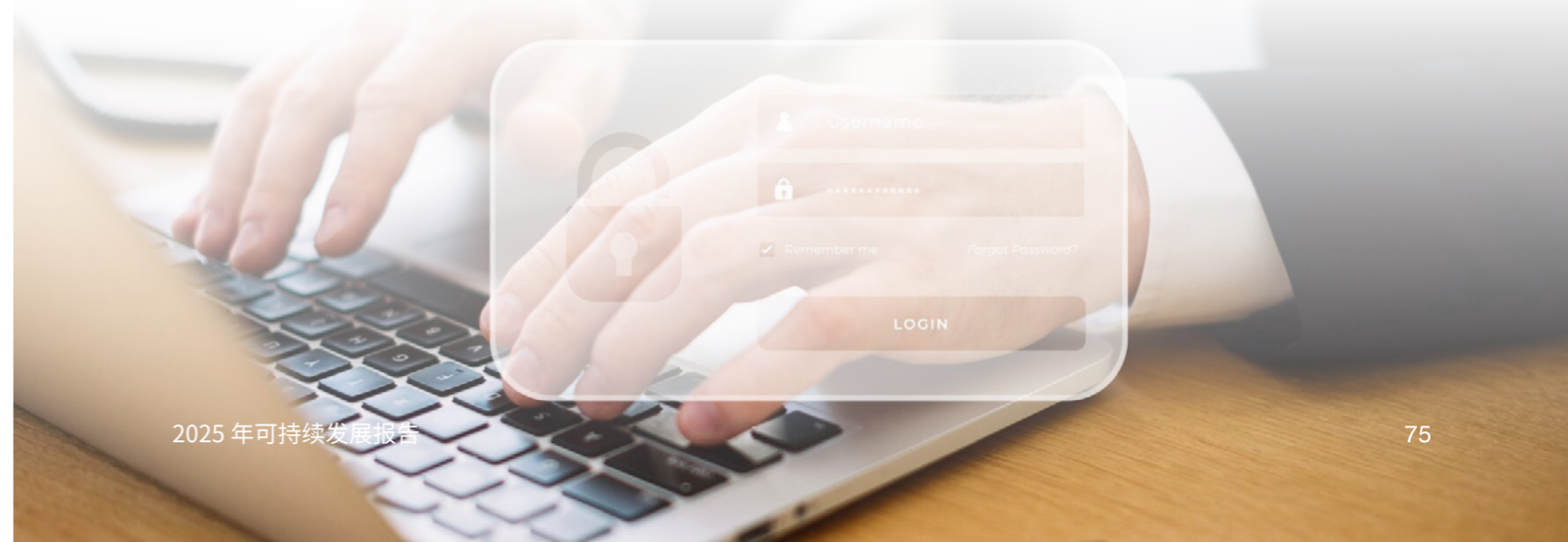
隔离防护与权限管理

对客户个人信息实施隔离防护措施，严防未授权访问；对内部访问人员实行严格权限管理，仅限开展职责相关操作。同时，重要数据存储设备遵循机房保管制度，强化物理安全防护。

使用

目的限定与操作记录

严格按照告知客户的用途使用数据，杜绝超范围利用；将批量查询、导出等操作列为高风险行为，仅限特定账户执行；全流程记录操作日志，实现数据使用行为可追溯、可核查。



未来展望

未来，新世界将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，凝心聚力、
 勇于创新，主动融入国际消费中心城市建设大局，恪守社会公德与商业道德，
 在创造稳健经济价值的同时，积极履行社会责任。通过业态创新、就业保障、
 环境保护等实践，推动公司与社会、环境及利益相关方和谐共生，奋力书写经
 济价值与社会价值共赢的新篇章。



附录

关键绩效*

指标	单位	2023年	2024年	2025年
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	15577	16548.49	16916.44
环保总投入	万元	26	50	17
环保总投入占营业收入比例	%	0.02	0.04	0.06
能源总消耗量	吨标准煤	10549.28	11123.72	11463.79
企业总能耗强度	吨标准煤/万元	0.0467	0.0476	0.05135
天然气使用量	立方米	241405	290614	241688
年度用水总量	吨	263386	313177	345193
耗水强度	吨/平方米	1.86	2.21	2.45
乡村振兴总投入金额	万元	10	10	10
乡村振兴惠及群体数量	人	404	175	123
社会贡献投入资金金额 (公益慈善投入)	万元	6.67	4.7	5.75
志愿服务人次	人次	-	150	101
志愿服务时长	小时	-	694	279
社会贡献活动参与人次	人次	48	32	32
社会贡献活动累计参与时长	小时	96	64	64
社会贡献活动惠及群体范围与数量	人	12	8	8
客户投诉量	笔	153	172	174
客户投诉解决率	%	100	100	100
供应商本地化比例	%	-	17.3	17.3
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
人均带薪年假天数	天	13.1	13.1	13.1
吸纳就业情况	人	6	6	2
劳工纠纷情况	件	0	0	0
员工流失率	%	1.6	1.1	0.2

指标	单位	2023年	2024年	2025年
每百万营收困难员工帮扶人数	人/百万元	0.61	0.25	0.46
员工总数	人	475	449	437
员工总数(含子公司数据)	人	1203	1141	1144
女性员工比例	%	46.9	47	47.1
安全生产投入总额	元	11261735.10	12128120.26	3202200
工伤保险投入额	万元	15.94	16.22	20.55
工伤保险、安全生产责任险人员覆盖率	%	100	100	100
安全生产培训时长	小时	65	65	65
安全生产培训场次	次	70	74	65
安全生产培训人次	人次	4035	4536	3958
安全生产培训覆盖率	%	100	100	100
因工受伤和死亡	人	0	0	0
员工体检覆盖率	%	81.85	97.26	96.87
员工培训人次	人次	1021	528	515
员工培训支出金额	万元	10.31	3.13	1.82
员工培训覆盖率	%	100	100	100
人均培训时长	小时	2	2	2
税务贡献(含子公司数据)	万元	8428.76	9269.93	9624.68
外部董事占比	%	67	67	67
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事总数	人	9	9	9
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事百分比	%	100	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员总数	人	7	7	5
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员百分比	%	100	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工总数(含子公司数据)	人	1203	1141	1144
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工百分比(含子公司数据)	%	100	100	100

* 关键绩效表呈现数据为新世界母公司数据，特别说明除外。

指标索引

一级标题	二级标题	《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系 2026 版》 ¹	《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）》 ²
	报告规范	/	第四条、第六条
	董事长致辞	/	/
	副董事长、总经理致辞	/	/
	关于新世界	S5.6	/
	专题一 党建引领赋能，凝聚发展合力	G1.1	/
	专题二 老字号焕发新活力，在传承中创造未来	S1.3, S1.8	/
	可持续发展管理	G2.1-2.2, G2.4-2.7, G2.9-2.11	第五条、第九条、第十二条、第五十一条、第五十三条
环境共护 涵养生态新活力	拥抱“双碳”， 绘就蓝图	E5.1-5.3, E5.5	第二十一条、第二十三条、第二十四条、第二十七条、第二十八条
	绿色管理，夯实根基	E1.1, E1.8, E2.1-E2.3, E3.2, E4.2, E4.6, E4.10-4.11	第二十条、第二十九条、第三十条、第三十一条、第三十三条、第三十四条、第三十五条、第三十六条
	绿色运营，节能减排	E1.9	第二十条、第三十七条
社会共建 绘就和谐新图景	育人惟诚，共话发展	S3.1-3.2, S3.4-3.6, S3.9-3.10, S3.12, S3.17-3.19	第四十九条、第五十条
	战略合作，聚势共赢	S4.1-4.2, S4.4	第四十四条、第四十五条、第四十六条
	善行致远，回馈社会	S5.1, S5.3, S5.7	第三十八条、第三十九条、第四十条
治理共行 激活发展新动能	规范治理，提升效能	S1.8, S2.11, G1.1-1.6, G1.8, G1.10	第五十四条、第五十五条、第五十六条
	深耕主业，创新赋能	S2.7	第四十二条
	优化服务，焕新体验	S1.2, S2.1-2.6, G3.1-3.3	第四十四条、第四十七条、第四十八条
	未来展望	/	/
附录	关键绩效	E1.5, E2.4-2.5, E3.3-3.4, S1.7, S3.3, S3.8, S3.13-3.16, G1.7	第六条
	指标索引	/	第五十七条
	意见反馈	/	第九条

¹ 根据《上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系 2026 版》，“绿色产品研发与环保技术使用”“温室气体排放量（范围一）”“生物多样性保护举措”“品牌战略规划与资源保障”“核心技术驱动品牌溢价”“品牌满意度与忠诚度”“品牌全球化表现”“举报者保护政策”“ESG 战略/目标”等 9 个指标目前公司暂不具备披露条件，但相关规划已纳入未来工作布局。

² 针对《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）》中的 21 项议题，因公司及重要控股子公司未被列入环境信息依法披露企业名单，故不涉及“污染物排放”；因公司各项活动未对生物多样性及濒危物种造成不利，故不涉及“生态系统和生物多样性保护”；因公司核心业务不涉及生命科学、人工智能伦理等敏感领域的科学研究、技术开发等活动，故不涉及“科技伦理”。

意见反馈

非常感谢您关注《上海新世界股份有限公司 2025 年可持续发展报告》。请您对本报告提出意见和建议并反馈给我们，以便我们对报告进行持续改进。

1. 您对本报告是否满意？

是 否 一般

2. 您认为本报告是否反映了公司可持续发展的各个方面？

是 否 一般

3. 您在本报告中是否能方便地找到您所关注的信息？

是 否 一般

4. 您认为本报告内容的展现形式是否便于阅读？

是 否 一般

5. 您最满意本报告的哪一个方面？

6. 您还需要进一步了解哪些信息？

7. 您对我们今后可持续发展工作以及可持续发展报告有何改进建议？

您的身份是：

政府及监管部门 投资者 社区居民 客户 金融机构
科研院校 供应商 媒体 社会团体 其他

您可以选择以下方式提供您的反馈建议：

邮寄：上海市黄浦区南京西路 2-88 号

邮编：200003

电话：021-63588888

传真：021-63582185

邮箱：newworld@newworld-china.com



通讯地址：上海市黄浦区南京西路 2-88 号

邮编：200003

电话：021-63588888



公司官方微信



公司官方小程序