

公司代码：600250

公司简称：南京商旅

# 南京商贸旅游股份有限公司

## 2025年年度报告摘要

## 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](http://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、 中兴华会计师事务所（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

经中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2025年度合并报表归属于上市公司股东的净利润为8,842,588.25元，2025年末母公司未分配利润为-463,363,909.85元。

鉴于2025年末母公司未分配利润为负数，根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等法律法规、规范性文件及《公司章程》相关规定，公司2025年度不进行利润分配，也不进行资本公积转增股本。

### 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

根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等法律、法规、规范性文件要求及《公司章程》相关规定，公司实施现金分红需满足“当年合并报表盈利且母公司累计未分配利润为正值”条件，鉴于公司2025年末母公司未分配利润为负数，尚不满足分红条件，综合考虑公司现阶段的经营状况、资金需求及未来发展等因素，2025年度公司拟不进行利润分配，也不进行资本公积转增股本。

2025年末，公司母公司报表未分配利润为-463,363,909.85元，合并报表未分配利润为188,861,813.29元。报告期内，公司主要控股子公司向母公司实施现金分红54,953,087.40元，约占当期实现盈利且符合分红条件的控股子公司合计归母净利润的53.48%。未来，公司将继续聚焦主业提质增效，加快转型发展，努力提升盈利能力，同时强化子公司分红管理，研究论证母公司未分配利润转正方案，尽早实现常态化分红，切实增强投资者回报水平。

## 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	南京商旅	600250	南纺股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马焕栋	张国霞
联系地址	南京市秦淮区小心桥东街18号	南京市秦淮区小心桥东街18号
电话	025-83331603	025-83331603
传真	025-83331639	025-83331639
电子信箱	zgx@nantex.com.cn	zgx@nantex.com.cn

### 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

##### （一）旅游行业

2025年我国旅游行业整体呈现复苏冲高、量增价缓的态势。据文旅部数据，2025年国内居民出游人次65.22亿，同比增长16.2%，国内居民出游花费6.30万亿元，同比增长9.5%，市场规模创历史新高，出入境旅游同步回暖。但行业已从高速增长转向结构性分化、盈利承压阶段，核心挑战集中在：消费理性化致人均花费回落、量增价减挤压利润；供给严重过剩，传统景区/古镇/酒店同质化严重，平均利润率较2019年大幅下降，中小主体生存艰难；人力、资源、运营等刚性成本上涨持续侵蚀毛利率；流量内卷与获客成本高企，线上转化率低、留存差；叠加宏观经济预期偏弱、极端天气频发、国际局势与汇率波动等外部扰动，行业整体呈现“市场火热、企业难赚”的矛盾格局，复苏基础尚不稳固。

2025年南京旅游市场整体保持高位运行。据南京文旅局数据，全年南京接待境内外游客首次突破2亿人次，同比增长10.6%，实现游客总花费2,390亿元，同比增长9.3%，接待游客量与旅游消费均稳步增长，核心文旅IP持续带动客流集聚，入境旅游稳步复苏，城市文旅品牌影响力持续提升。但行业同样面临多重压力与挑战：游客消费更趋理性，客单价提升乏力，企业普遍呈现“旺丁不旺财”的盈利困境；传统观光产品同质化竞争加剧，区域文旅发展不均衡，夜间消费、深度体验等新业态供给不足；叠加人力、运营等成本持续上涨，市场竞争日趋激烈，行业整体盈利空间被持续压缩，文旅产业提质增效与转型升级压力显著加大。

##### （二）商贸行业

2025年我国外贸规模再创新高、结构持续优化。据海关统计，2025年全年我国外贸进出口总额45.47万亿元，同比增长3.8%。其中，出口26.99万亿元，同比增长6.1%，高技术产品与绿色产品共同构成拉动出口的引擎；进口18.48万亿元，同比增长0.5%。跨境电商规模持续增长，带动作用日益显现。但我国外贸发展依然面临严峻挑战：全球需求疲软、贸易保护主义加剧，碳关税、技术壁垒推高合规成本；全球供应链重构加速，“近岸外包”致订单向越南、印度转移；人力、环保、物流等刚性成本上涨叠加人民币汇率波动，企业利润被严重挤压；订单碎片化、大额长单锐减，中小外贸企业数字化与品牌化短板突出；传统产业附加值低、核心技术依赖进口，增长质量与抗风险能力仍显薄弱。

2025年，我国内贸及零售行业整体平稳运行、规模稳步扩容。据国家统计局数据，全年批发和零售业增加值14.58万亿元，同比增长5%；社会消费品零售总额达到50.12万亿元，同比增长3.7%；全国网上零售额15.97万亿元，同比增长8.6%，品质消费、便民消费、绿色消费成为行业主要增长亮点。但行业发展仍面临多重压力与制约因素：居民消费意愿整体偏弱，大宗消费复苏节奏放缓，政策带动效应逐步减弱，市场有效需求增长乏力；人工、租金、物流等刚性成本居高不下，业态分化加剧，传统百货、综合卖场等线下业态客流持续分流，同质化竞争与价格战进一步压缩盈利；数字化转型不均，中小零售主体普遍存在技术应用薄弱、线上运营能力欠缺等问题，行业整体处于结构调整与提质增效的攻坚阶段。

## 2.2 报告期内公司从事的业务情况

报告期内，公司稳步推进“旅游+商贸”双主业协同发展，在巩固存量业务竞争优势的同时，积极拓展文旅产业链布局，培育打造新的业务增长点，增强公司整体竞争力和可持续发展能力。三季度，公司所属中上协行业由“批发业”调整至“公共设施管理业”。

### （一）旅游板块

#### 1、水上游览业务

子公司**秦淮风光**拥有南京夫子庙-秦淮风光带景区内秦淮河十华里水上游览线20年特许经营权，主要业务为依托景区优质旅游资源，为游客提供内秦淮河水域游船观光游览服务，船票收入为主要收入来源。运营线路分为东线与西线，东五华里线路为传统游览线路，由秦淮风光自主运营；西五华里线路于2022年9月开通，与专业公司合作开发运营沉浸式光影科技游船项目，按照约定的分成比例确定游览服务收入。

#### 2、旅行社业务

子公司**南旅海外**主营出境旅游业务，涵盖定制游、跟团游、散客旅游、邮轮旅游等品类。主要经营模式为整合出境游产业链要素资源形成产品，面向B端同业旅行社、OTA平台及C端客户销售，同步借助新媒体平台开展品牌推广、客户互动，配套线下优质旅游服务体验。

### 3、文旅业务拓展

**酒店业务**：报告期内，公司设立全资子公司**南旅酒管**，受托管理控股股东文旅集团旗下酒店业务或股权，并持续通过投资并购、租赁经营、委托管理、品牌合作等方式实现业务拓展。目前已完成运营体系搭建与核心团队组建，处于市场进入与品牌培育阶段。由于市场环境及有关情况发生变化，公司原拟发行股份及支付现金收购控股股东文旅集团所持黄埔酒店100%股权事项于2025年12月终止。

**科技文旅项目**：子公司**新旅投资**聚焦科技文旅消费新场景打造及流量景区商业项目合作，投资并运营“幻境玄武”MR户外巡游、“无象之境”MR空间特展、红山动物园“360极限飞球”球幕影院等项目。主要经营模式为新旅投资及其子公司出资运营，第三方文旅科技专业公司提供内容制作或授权，玄武湖公园、南京图书馆、红山动物园等合作方提供场地，项目收入来源主要依托属地景区流量实现现场消费转化。2025年5月，新旅投资参股设立江苏万有低空飞行有限公司（注册资本2,000万元，持股25%），积极布局低空经济领域。

## （二）商贸板块

### 1、贸易业务

子公司**南京南纺**主要从事进出口贸易和国内贸易业务。报告期内，出口贸易业务以服装、纺织品、机电产品等为主，欧盟、南亚、澳新、美加和日本为主要贸易国家和地区，以出口信用险为主要风险防范工具；进口贸易业务主营一般化工品和羊毛，以收取客户保证金和控制货权作为风险防范手段；国内贸易以建筑材料和服装等产品为主，盈利模式均为获取贸易差价。

子公司**商旅跨境**主要从事跨境电商业务，借助亚马逊等跨境电商平台，面向海外消费者开展在线销售产品和服务，通过电商平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品完成交易。截至报告期末，已投入运营7家亚马逊店铺，主营收纳类、家居用品等产品。

### 2、零售业务

子公司**南商运营**主要从事南京商厦单店百货零售业务，拥有南京商厦20年经营权，经营模式包括联营模式、经销（自营）模式和租赁模式。联营模式即与供应商联合经营，为联营专柜销售提供相应的场地、营销、管理与服务支持，根据销售额和约定扣率获取收益；经销模式即自营模

式，通过自主采购和自主销售，获取购销差价；租赁模式为向品牌方提供场地，收取固定租金加提成，降低库存风险，稳定现金流。

### 3、照明产品生产销售业务

子公司**经纬电气**专业从事照明产品研发、制造以及提供智慧照明综合解决方案，核心产品为HID和LED照明产品，应用于植物补光（农业照明）、轨道交通照明、工厂照明等，同时承接照明工程项目，覆盖建筑物改造、基础设施升级、旅游场景打造等。经纬电气已为国内十余个城市、数十条轨道交通项目提供照明产品及技术服务，在国内轨道交通照明细分领域具备较强竞争力。

## 3、公司主要会计数据和财务指标

### 3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	1,786,781,043.28	1,806,759,538.23	-1.11	1,674,548,527.36
归属于上市公司股东的净资产	609,307,853.78	603,408,332.29	0.98	567,725,091.72
营业收入	744,744,363.70	776,412,407.30	-4.08	856,106,082.63
利润总额	72,583,333.87	123,692,001.63	-41.32	133,561,411.45
归属于上市公司股东的净利润	8,842,588.25	45,640,079.41	-80.63	34,139,273.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,307,038.38	5,655,317.26	29.21	31,038,492.87
经营活动产生的现金流量净额	121,111,712.35	117,737,936.37	2.87	124,974,201.82
加权平均净资产收益率(%)	1.46	7.79	减少6.33个百分点	6.09
基本每股收益(元/股)	0.03	0.15	-80.63	0.11
稀释每股收益(元/股)	0.03	0.15	-80.53	0.10

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	190,607,382.51	169,015,675.83	193,323,273.75	191,798,031.61
归属于上市公司股东的净利润	3,513,794.50	4,423,387.19	11,040,209.86	-10,134,803.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,257,957.10	4,407,964.50	10,959,915.50	-11,318,798.72
经营活动产生的现金流量净额	8,864,787.59	-696,630.29	63,046,551.40	49,897,003.65

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4、 股东情况

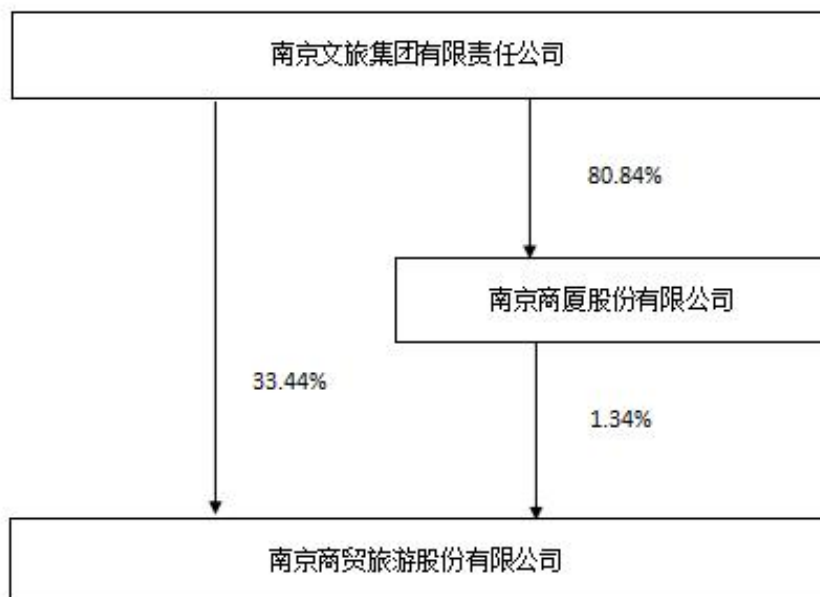
## 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					35,206		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					38,458		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记 或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
南京文旅集团有限责任公司	0	104,601,069	33.68	0	无	0	国有法人
南京夫子庙文化旅游集团有限公司	-945,600	36,871,312	11.87	0	无	0	国有法人
中国证券投资者保护基金有限责任公司	0	18,609,302	5.99	0	无	0	国有法人
马国斌		4,837,400	1.56	0	无	0	境内自然人
南京商厦股份有限公司	0	4,192,030	1.35	0	无	0	国有法人
中国银行股份有限公司—富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金		3,254,700	1.05	0	无	0	未知
UBS AG	2,066,651	2,476,347	0.80	0	无	0	境外法人
南京斯亚集团有限公司	0	1,544,801	0.50	0	无	0	境内非国有法人
高盛国际—自有资金		1,473,442	0.47	0	无	0	境外法人
贵州汇新科技发展有限公司	0	1,346,359	0.43	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，南京商厦股份有限公司为我公司控股股东南京文旅集团有限责任公司的控股子公司暨一致行动人，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

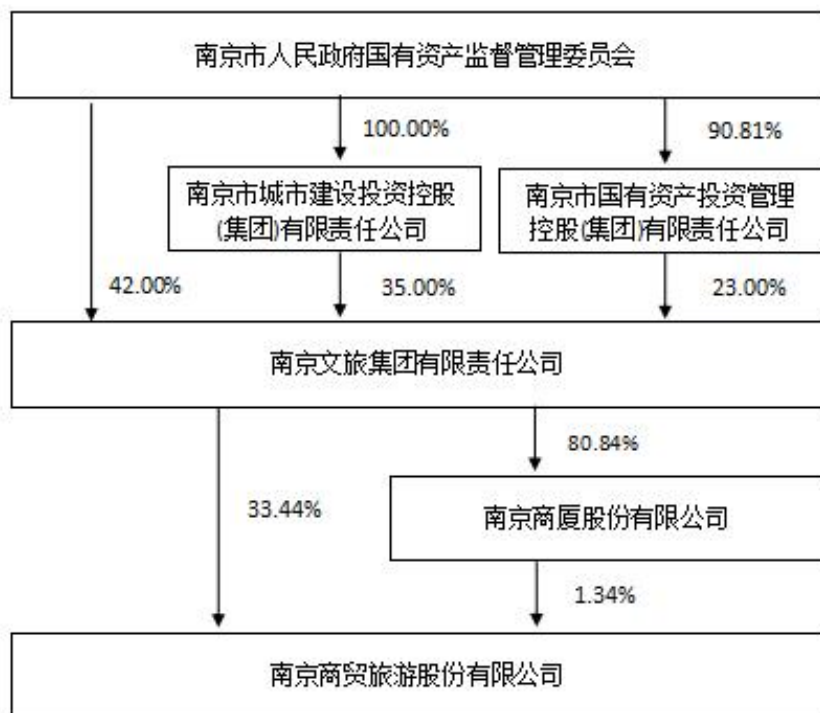
## 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

适用 不适用

**5、公司债券情况**

√适用 □不适用

**5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况**

单位：元 币种：人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
南京商贸旅游股份有限公司2025年度第一期中期票据	25 南京商旅 MTN001	102581376	2028-03-28	300,000,000	2.98

**5.2 报告期内债券的付息兑付情况**

□适用 √不适用

**5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况**

□适用 √不适用

**5.4 公司近2年的主要会计数据和财务指标**

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2025年	2024年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	54.73	54.76	-0.03
扣除非经常性损益后净利润	7,307,038.38	5,655,317.26	29.21
EBITDA 全部债务比	0.24	0.34	-29.41
利息保障倍数	4.94	5.15	-4.08

### 第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 7.45 亿元，同比下降 4.08%；实现归母净利润 884.26 万元，同比下降 80.63%，主要系上年因子公司破产清算及诉讼胜诉收款冲回坏账等事项形成大额非经常性损益，拉高业绩基数所致；实现扣非归母净利润 730.70 万元，同比增长 29.21%。

详见本公司 2025 年年度报告“第三节、管理层讨论与分析”相关内容。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用