

SUNING 苏宁电器

• 推进基础建设 实施营销转型 确立领跑地位。
promote infrastructure construction, implement marketing innovation, consolidate leading edge

苏宁电器2009年中期业绩交流会

Semi-annual Conference on Performance of Suning Appliance 2009

中国·南京

2009.09

目 录

2009年上半年业绩回顾与总结

2009年行业发展情况

2009年下半年重点工作计划

2009年上半年业绩回顾与总结

一、2009年上半年业绩总览

二、连锁发展分析

三、经营分析

四、管理分析

面对金融危机，09年上半年公司仍保持稳健的发展态势

业绩稳健增长

经营效率稳定

管理机制优化

营销转型创新

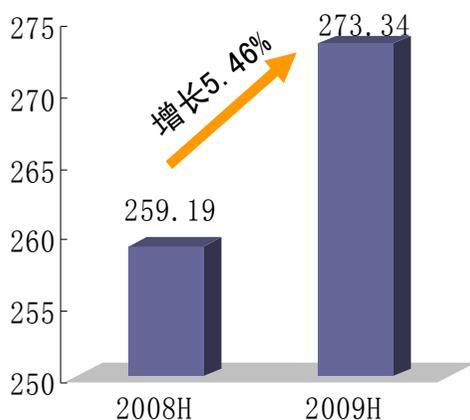
后台优势巩固

1、总量数据

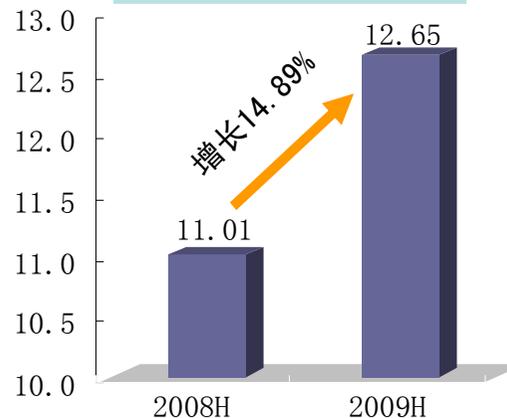
2009年上半年，公司继续保持稳健的发展态势

	2008H	2009H	增长率
• 营业总收入（亿）	259.19	273.34	5.46%
• 净利润（亿）	11.01	12.65	14.89%
	2008A	2009H	增长率
• 总资产（亿）	216.18	278.09	28.64%
• 所有者权益（亿）	91.12	103.46	13.54%

营业总收入（亿元）



净利润（亿元）

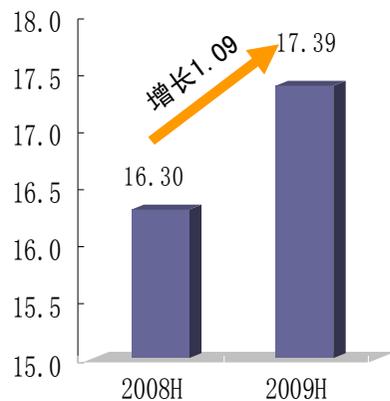


2、盈利指标

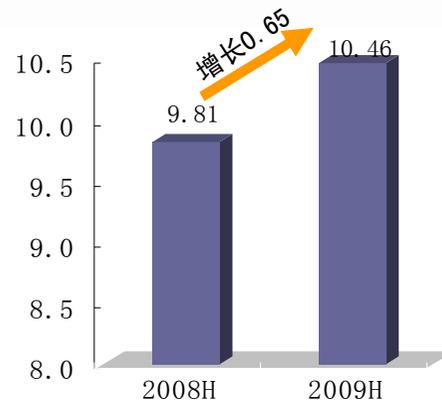
2009年上半年，公司继续保持稳健的发展态势

	2008H	2009H	变化
• 综合毛利率 (%)	16.30	17.39	+1.09
• 三项费率 (%)	9.81	10.46	+0.65
• 销售净利率 (%)	4.38	4.74	+0.36
• 全面摊薄ROE (%)	14.01	12.71	-1.30
• EPS (%)	0.25	0.28	+12.00

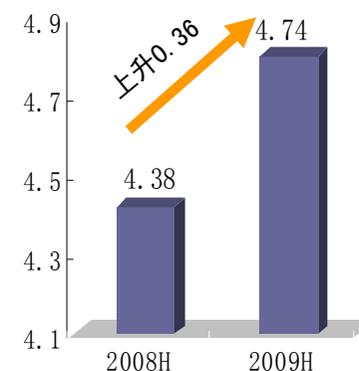
毛利率



三项费用率



销售净利率

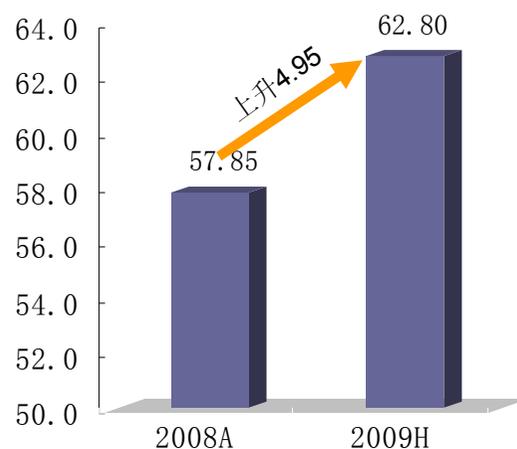


3、管理指标

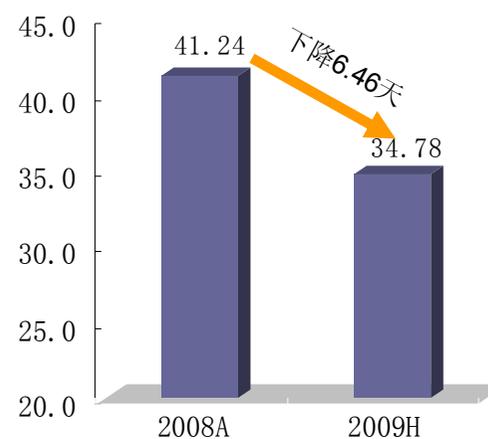
2009年上半年，公司继续保持稳健的发展态势

	2008A	2009H	变化
• 资产负债率 (%)	57.85	62.80	+4.95
• 流动比率 (%)	1.38	1.34	- 0.04
• 存货周转天数 (天)	41.24	34.78	- 6.46
• 应付账款周转天数 (天)	29.55	31.21	+1.66

资产负债率%



存货周转天数



2009年上半年业绩回顾与总结

一、2009年上半年业绩总览

二、连锁发展分析

三、经营分析

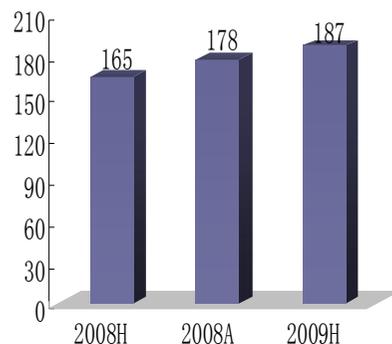
四、管理分析

连锁发展模式

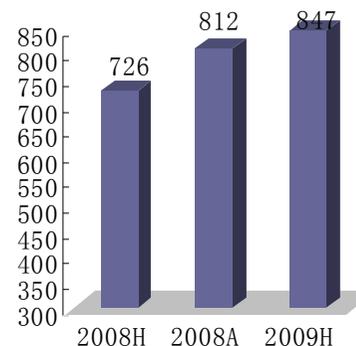
- 推进多样化开发手段，租赁为主
- 推进地区攻略、旗舰店攻略
- 推进统一标准定制、满足顾客体验的自建店开发模式
- 加强现有店面评估调整，优化店面经营质量

2009年上半年连锁发展总体情况

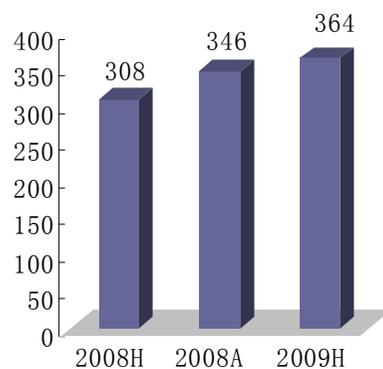
进入城市数量（地级以上）



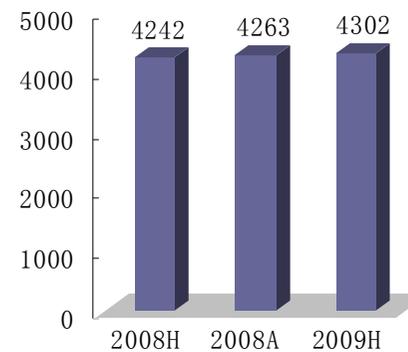
店面总数（单位：家）



店面面积（单位：万平方米）



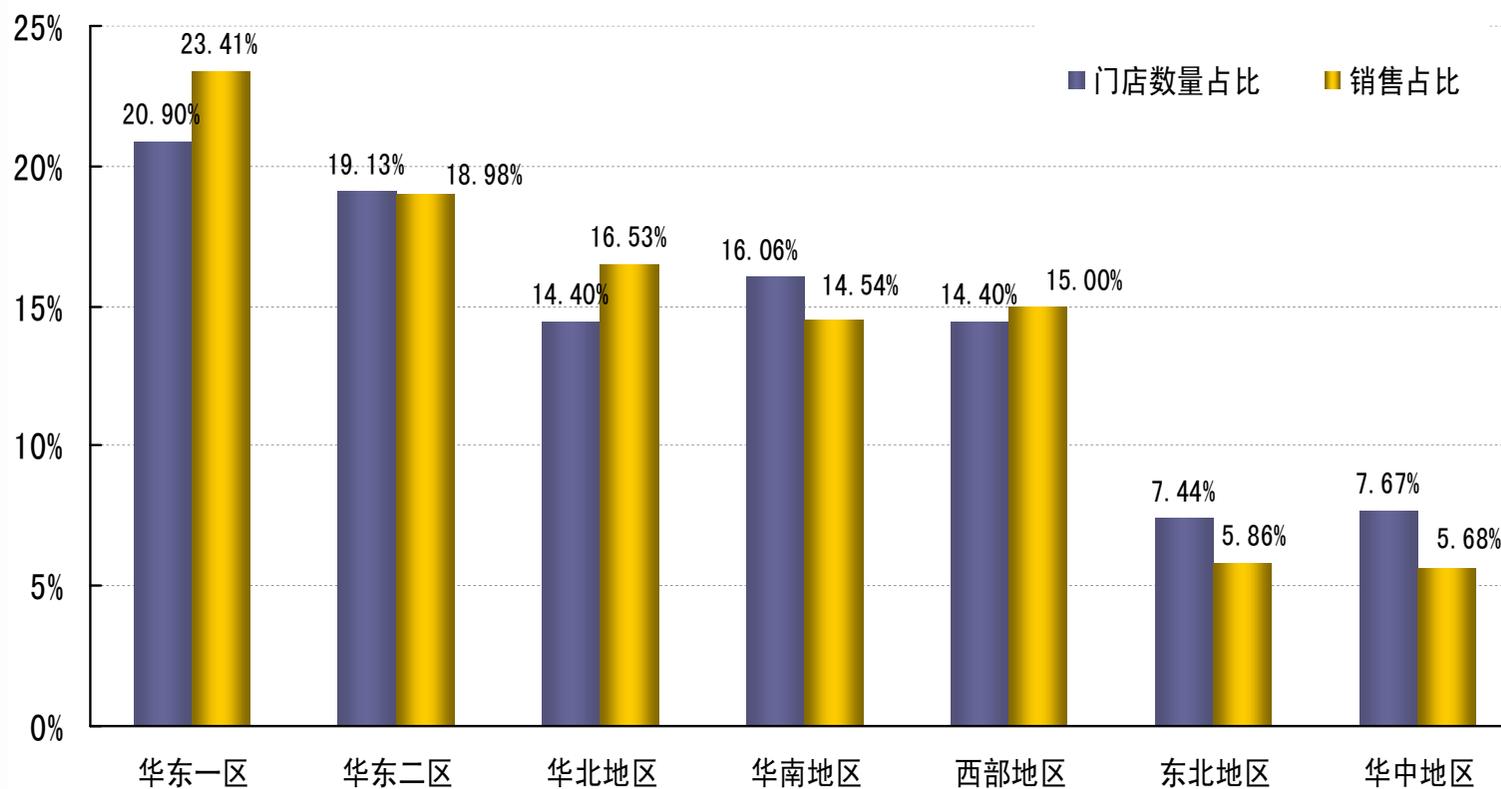
平均单店面积（单位：平方米）



2009年上半年连锁发展情况—按地区分布情况

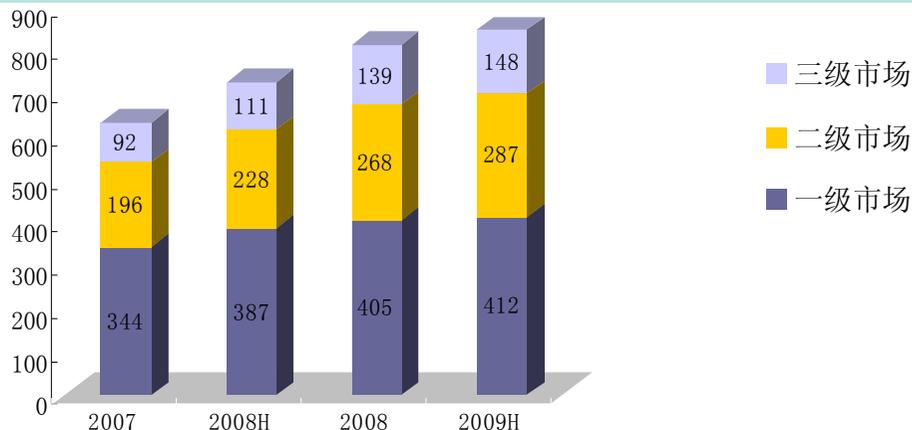
地区总部	大区	店面数	地区总部	大区	店面数	地区总部	大区	店面数
华东一区	南京大区	44	华东二区	上海大区	56	华北地区	北京大区	58
	无锡大区	42		杭州大区	36		天津大区	32
	徐州大区	32		福州大区	22		石家庄大区	14
	青岛大区	17		厦门大区	21		太原大区	12
	济南大区	16		宁波大区	11		包头大区	6
	合肥大区	16		温州大区	8			
	芜湖大区	10		南昌大区	8			
华南地区	广州大区	75	华中地区	武汉大区	23	东北地区	沈阳大区	35
	深圳大区	51		郑州大区	21		长春大区	16
	南宁大区	10		长沙大区	21		哈尔滨大区	12
西南地区	重庆大区	31	西北地区	西安大区	18			
	成都大区	29		乌鲁木齐大区	10			
	昆明大区	18		兰州大区	9			
	贵阳大区	7						

2009年上半年连锁发展情况-各地区门店数量及销售占比情况

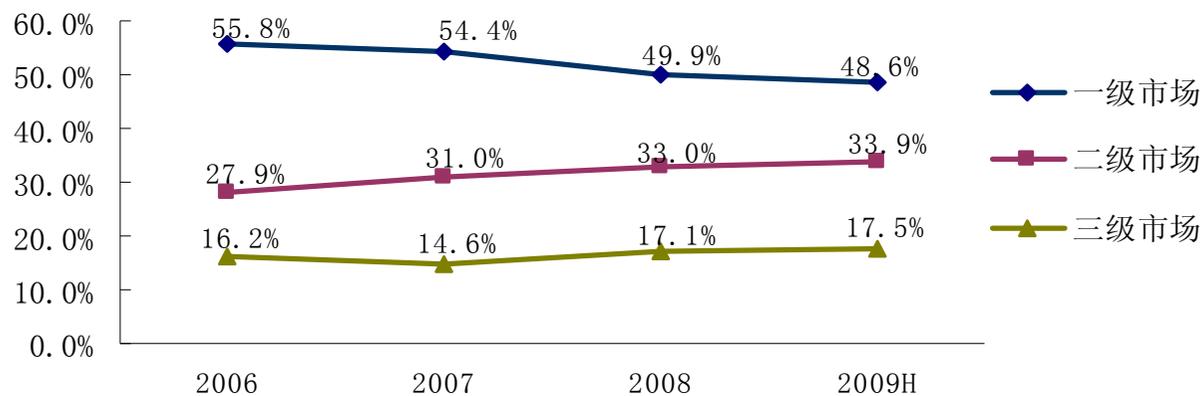


2009年上半年连锁发展情况 — 按市场分布情况

一级、二级、三级市场门店数量及变化情况

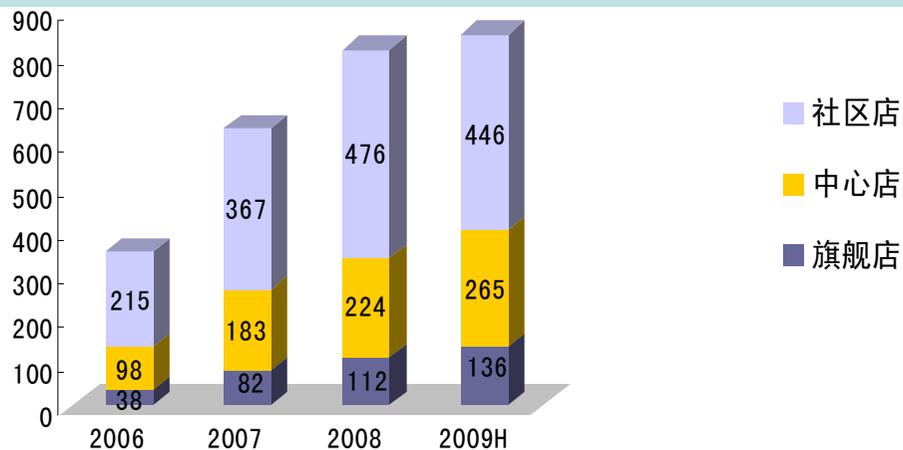


一级、二级、三级市场门店占比

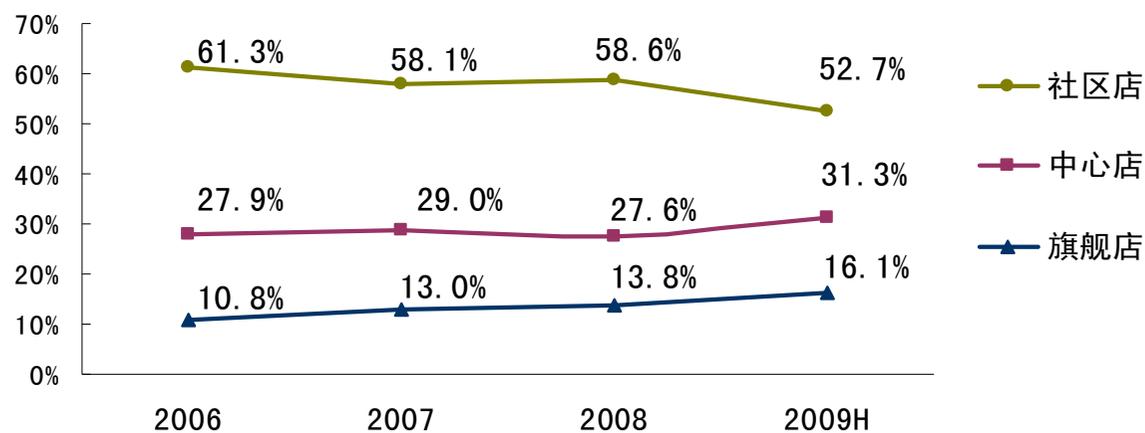


2009年上半年连锁发展情况 — 按类型分布情况

旗舰店、中心店、社区店数量



旗舰店、中心店、社区店占比情况



2009年上半年业绩回顾与总结

一、2009年中期业绩总览

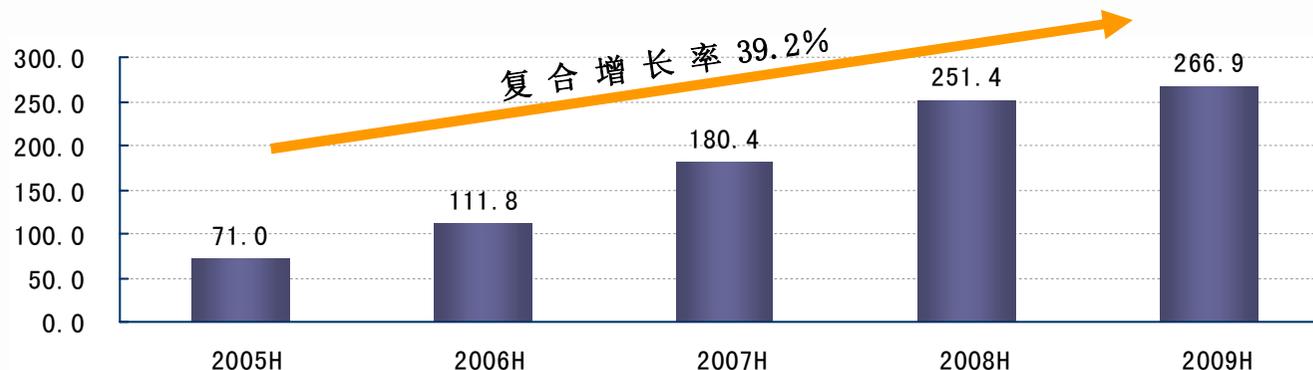
二、连锁发展分析

三、经营分析

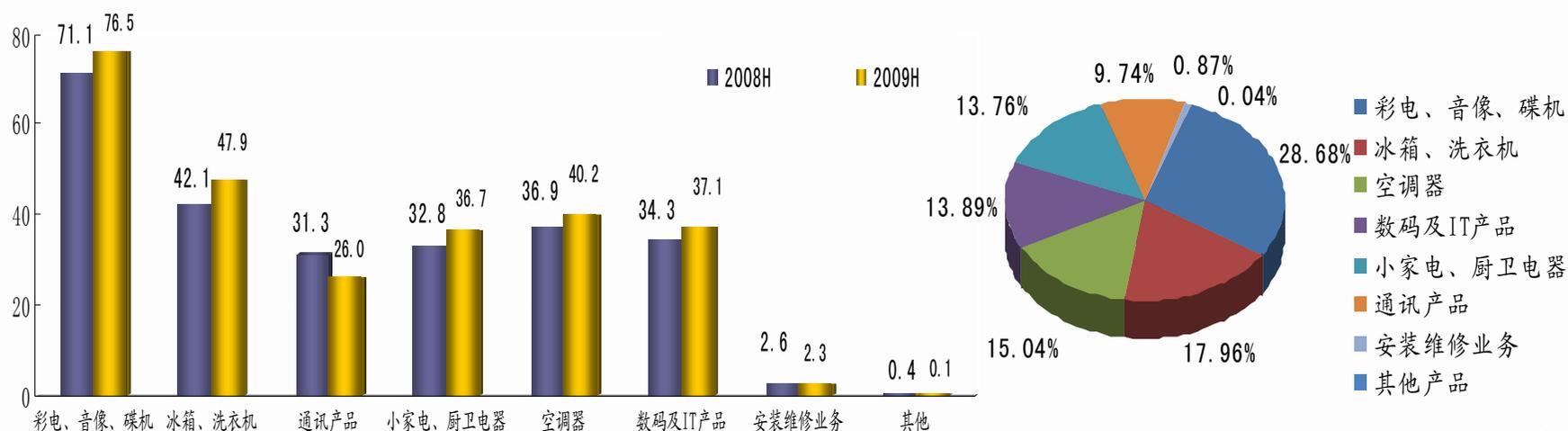
四、管理分析

2009年上半年经营情况-收入情况

主营业务收入同期增长情况（亿元）

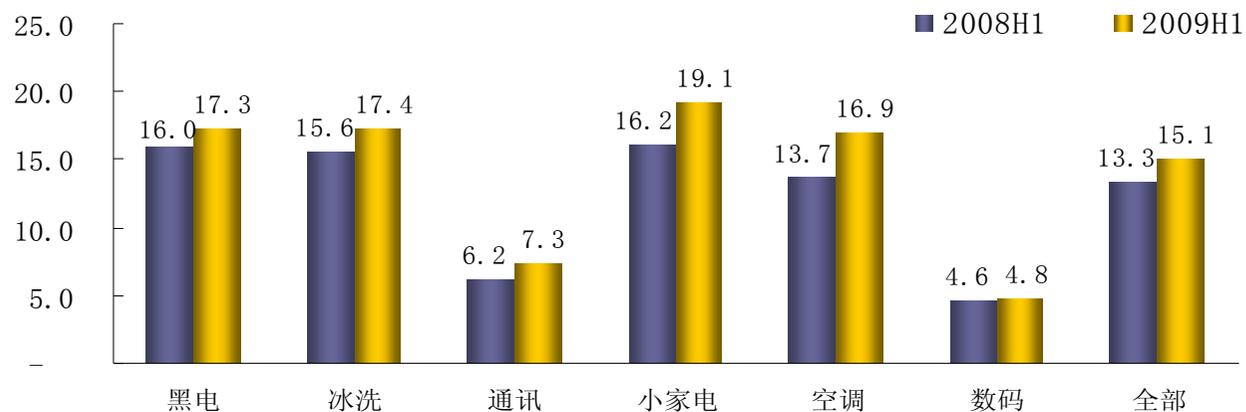


各品类销售增长及占比情况（亿元）

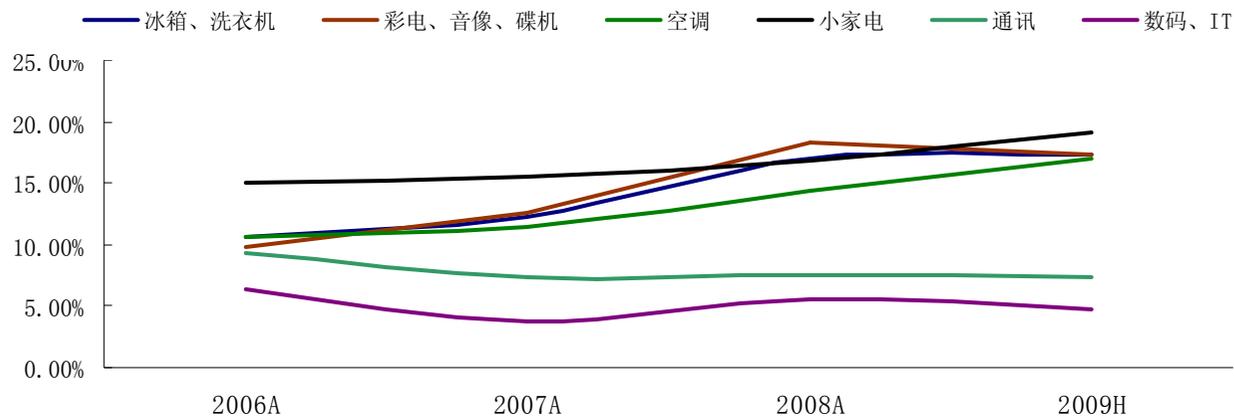


2009年上半年经营情况-毛利率情况

主营业务毛利率（单位：%）

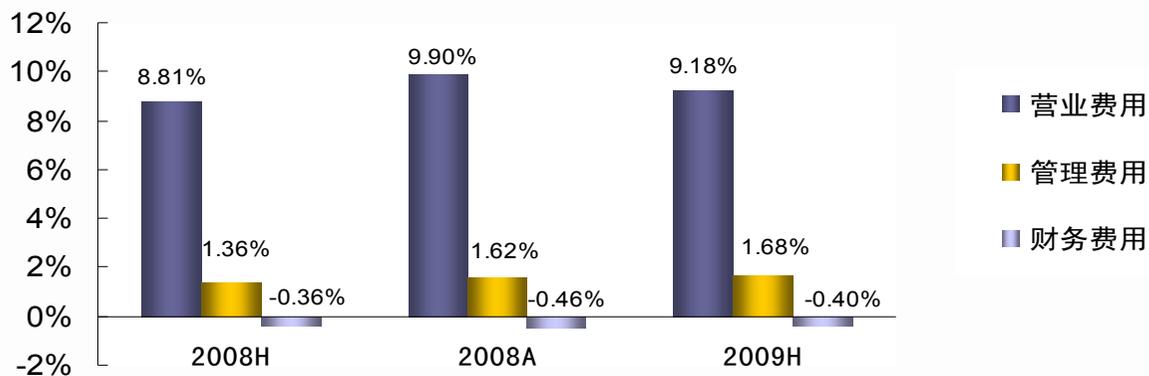


各产品品类毛利率变化趋势

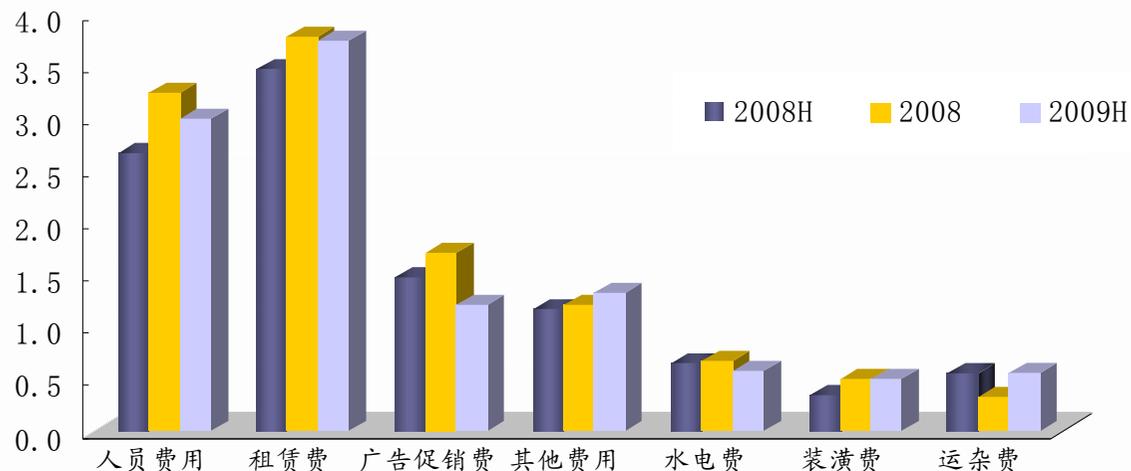


2009年上半年经营情况-费用情况

三项费用占比情况



三项费用细分科目占比及同比变化情况 (%)



2009年上半年经营情况-费用率分析

可比单店有所下滑

单位租金成本增加

人力资源成本增加

2009年上半年业绩回顾与总结

一、2009年中期业绩总览

二、连锁发展总结

三、经营成果分析

四、管理分析

营销创新

采购合作模式创新

惠而浦战略合作进一步深化

2009年6月，成为三星手机M2710C全国总代理

加强商品品类分析、规划研究，尝试新品类

大单采购、包销、定制，ODM、OEM资源支持

供应链管理能力提升

加大推进与更多供应商的系统对接，提升对供应商服务水平

渠道创新

启动“农村阳光工程”，推进实施“千县连锁发展计划”等，全面渗透乡镇级市场

完善后台平台建设

物流基地建设

- ✓ 沈阳物流基地完成桩基工程，2010 年投入使用
- ✓ 进一步完善和细化物流基地建设标准
- ✓ 建立标准化物流基地模型

客户服务平台建设

- ✓ 呼叫中心三期扩容工作完成
- ✓ 苏宁360度全方位快速服务通道全面展开
- ✓ 服务响应效率、服务品质明显改善

后台平台建设

信息平台建设

- ✓ 持续推进流程优化，技术开发技能加强
- ✓ 有效支撑组织、管理变革，管理效率提升
- ✓ 数据中心进行内部装修，09年内投入使用

人力资源

- ✓ “1200”七期招聘工作持续展开，引进应届本科以上学历毕业生超过800名
- ✓ 扩大高校合作范围，围绕专业技能、领导力强化培训，重点加大分公司总经理、采购经理、店长、销售工程师等岗位的培训力度

目 录

2009年上半年业绩回顾与总结

2009年行业发展情况

2009年下半年重点工作计划

2009年上半年行业状况分析

上半年受宏观经济影响，家电行业略有下滑

- ✓ 一季度市场相对低迷，家电消费需求不足；
- ✓ 大部分厂商一季度对于未来家电消费预期并不明确，尤其是彩电、电脑，在货源供应上出现了较明显的短缺；
- ✓ 2009年上半年，家电行业先抑后扬，整体略有下滑，据北京中怡康时代市场研究有限公司数据显示，2009年上半年家电市场容量较去年同期下降1.9%；

2009年下半年行业状况展望

行业中长期发展趋势不变

- ✓2009年二季度，在国家一系列强有力政策的拉动下，宏观经济开始企稳；
- ✓“家电下乡”、“能效补贴”、“以旧换新”等一系列针对家电行业措施的持续推进和落实，将进一步激发消费需求，给家电行业带来新的增长；
- ✓二三级市场空间广阔，而更新换代、消费电子普及给中国家电市场带来的增长机会是十分明确的；

目 录

2009年上半年业绩回顾与总结

2009年行业发展情况

2009年下半年重点工作计划

连锁发展

拓展开发模式，深化网络布局，优化店面结构，提升经营质量

连锁 发展 规模

- ✓ 确保完成年初制定的新开200店计划；
- ✓ 依托完善的组织体系和物流能力，适当加快二、三级市场发展；
- ✓ 通过自行开发和合作开发的方式，适时推进自建店建设，降低企业经营成本；

连锁 发展 质量

- ✓ 贯彻推进旗舰店战略，针对重点地区、核心商圈和优质店面资源，重点实现突破；
- ✓ 加强店面标准化建设、优化店面形象，提升店面核心竞争能力；

营销变革

实现客户导向，提升销售服务能力，增强市场竞争力

采购变革

- ✓ 以商品为主导，合理进行商品规划，优化商品结构；

销售变革

- ✓ 提升店面经营能力：从顾客分析、商品出样、店面动线布局、促销导购、人员培训、考核激励等方面形成完整的运营体系；

渠道拓展

- ✓ 全力推进多渠道营销，加强B2C业务发展，推进“苏宁易购”品牌建设。
- ✓ “家电下乡”、“以旧换新”、“能效补贴”专项推进；

后台建设

加快后台平台建设，强化核心竞争能力

物流平台建设

- ✓ 进一步完善和细化物流标准化建设工作，建立多维度标准化建设模式，加强标准化建设的可操作性；
- ✓ 年内完成沈阳物流中心土建工作，争取2010年投入使用；
- ✓ 成都、无锡、天津、北京（二期）等地的物流基地争取下半年进入实际施工阶段；
- ✓ 抓紧物流基地选址工作，在充分论证的基础上适时推进物流基地建设；

后台建设

服务平台建设

- ✓ 实施CRM系统，完善服务组织体系建设，优化服务流程，提升服务技能和响应速度；
- ✓ 推进会员营销，加强SVIP的增值服务；
- ✓ 加大延保、维保工作推进力度。

信息平台建设

- ✓ 加强财务监督，加强内控；
- ✓ 流程优化、制度完善以及信息系统固化，推动体系良性发展；
- ✓ 推进精细化管理，提高管理效率，提升公司经营质量。

谢 谢