

证券代码：002024

证券简称：苏宁云商

苏宁云商集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20150311

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称及人员姓名	华泰证券：许世刚、杨亚萍；海通证券：高圣；中航证券：戴新义；国泰君安证券：钮文翀、宋志勇；国信证券：朱元；国联证券：钱建；中国中投证券资管：冷星星；海通证券：李宏科；光大保德信基金：祝昱丰、黄兴亮；天弘基金：冯烁；中欧基金：刘晨；银华基金：王翔；泰达宏利基金：冀楠；申万菱信基金：胡睿喆；华安基金：陈媛；鹏华基金：李慧杰；平安资管：刘含；淡水泉（北京）投资管理：董惠瑶；上海重阳投资：钱新华；华夏未来资本管理：张潇筱；北京睿谷投资：陈德义；泰康资产管理：王蕾；友邦保险：朱承亮；华夏人寿保险：陈文菲；上海德汇集团：潘学诗；内蒙日信集团：刘彩云；个人股东：董剑、陈星杰
时间	2015 年 3 月 11 日（周三）下午 14:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘：任峻
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：2015 年整个公司的战略重点。 A：公司战略分为两个维度：战略维度、项目维度。 战略维度上：1、供应链，今年会在供应链上有突出的表现，具体的表现为苏宁会推出一系列的 C2B 产品，通过这种方式体现出苏宁对用户的把握。利用大数据和 C2B 产品定制

	包销，形成新型供应链合作关系；2、渠道：全国多个城市落地苏宁云店，全国将开设多家自营农村服务站，以服务站带动发展乡村合作代理，重点进行校园用户拓展，结合苏宁品牌、大学生引进、技术竞赛、PPTV 体育文化推广；3、后台能力：物流云、数据云、金融云对外开放。 项目层面上：新品类拓展重点仍是超市和母婴。超市重点推广线上超市，一二月份增速较快，完善全国 8 个重点城市的物流仓储部署；母婴通过线上线下的活动找到特定的群体，同时结合海外购，进一步整合海外母婴产品，做出母婴特色，加强移动端建设，注重社交功能。 传统品类上重点是突破通讯，将通讯和苏宁互联整合。通讯是一个互联网平台，要打通模式，将硬件、内容、服务结合，改变原先简单的出售硬件产品的定位。家电方面将从智能家居出发。 重点项目为金融，主要从三个角度发展：①拓展支付，与线下大型零售企业合作，同时接入大学等场景。②主打消费者明星产品：苏宁票据理财、信贷产品任性付；③供应链金融，充分支撑中小型商户的资金结算，希望通过金融支撑上游到下游的产业链，为供应商和消费者提供服务，提高苏宁整体竞争能力。 Q2：苏宁生鲜已经上线？ A：苏宁超市 3 月 8 日正式进军生鲜市场，开售自营生鲜产品，并命名为“苏鲜生”。“苏鲜生”销售的产品将采取海外直采和全程冷链配送，最先以上海、杭州为试点，依托上海冷仓，在上海和杭州全境实现苏宁物流全程冷链配送。 Q3：线下主要工作？ A：关闭低效门店、改造大店、拓展农村服务站。
--	--

Q4：门店内员工推广苏宁易购 APP 程度？

A：自有员工推广没有问题，但促销员多为供应商派驻，由于供应商内部的组织设置，推广 APP 无法拿到提成。苏宁希望供应商改变考核方式，推动供应商线上线下团队的融合。现公司已通过一些推广方式，如购物生成订单二维码，用手机扫码支付，销售仍属于门店，这样就可解决考核问题。

Q5：农村自营服务站目前有多少家？

A：目前有 30 多家农村服务站，主要位于发达镇和不发达的县。服务站 100 平米以内，2-3 个人，以虚拟出样为主。

Q6：体育方面苏宁的计划？

A：（1）打造硬件端到软件端的完整产业链，推出 PPTV 的硬件终端；组建 PPTV 影业内容制作团队。

（2）垂直加强两个领域的发展：体育+旅游

体育直播从目前的足球扩大到篮球、棋牌等，打通线上线下，加强线下赛事的运营能力。旅游方面从线路、产品等垂直领域的合作。

苏宁赞助江苏舜天的目的在于苏宁易购目前已度过品牌导入期，与江苏舜天的广告合作是细分用户群体的宣传，时即使不是足球受众，也能够达到宣传的作用。

Q7：苏宁跨境电商规划？

A：（1）跨境电商已经初步上线，包括香港、日本、美国业务，同时以其为平台，加快招商步伐。品类上主要聚焦于小家电、母婴等产品，逐步开展百货等。（2）布局跨境电商的保税物流，已在杭州、广州布局保税仓，宁波等地保税仓已在部署中。

Q8: 日本 LAOX 融资的目的是什么？为何融资这么多的金额？

A: LAOX 对于苏宁不仅是一个海外公司，而是有更多含义。

融资的目的在于：推进中期经营计划的贯彻落实，资金将主要用于其在日本构筑最大规模的免税零售网络所需要的门店开设、改造、商品开发、采购和系统开发，同时还将用于海外购、以及整体事业扩张所需的运营资金。

募集资金规模中包含苏宁新股预约权，但这只是结构上的设计，本质上对苏宁云商没有必然影响。

Q9: 2015 年如何改善用户体验？

A: 战略层面上第一仍为物流，第二为品类，第三为敏感商品的价格。

Q10: 物流的到货率以及平台商户使用苏宁物流的情况？

A: 物流到货率上，有些城市自营物流到货率仍在增加；苏宁物流已对部分商户试点，将尽快全面开放。吸引商户使用苏宁物流主要通过两个方面，即可以降低其成本，提高其销售。

Q11: 今年的主要资本开支？

A: 今年主要仍在物流以及适合店面物业的购买。

Q12: 2015 年苏宁在利润实现方面怎么计划？

A: 苏宁希望通过努力，看到以下趋势：

- （1）销售规模扩大使成本得到分摊；
- （2）整体毛利率的上升；
- （3）线下经营效率的提高。

	同时苏宁将会继续对线下门店进行调整，减少低效门店。 接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。
附件清单(如有)	无
日期	2015 年 3 月 11 日