

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：20141029

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（ <u>中金投资者峰会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	Cephei Capital: 王伟; China Life Asset Management Company: Zhanyu Zhu; BosValen Asset Management: Ken Xu; Invesco: Joseph Tang; Neuberger Berman: Du Liu; Truston Asset Management Singapore Pte. Ltd. : Jay Kang; Keywise: Raymond Chen; 华安基金: 陈逊; 鹏华基金: 李惠杰、胡颖; 国金通用基金: 李远卓; 中信资管: 张燕珍等
时间	2014 年 10 月 29 日（周三）13:30
地点	北京中国大饭店
上市公司接待人员姓名	董事会秘书: 任 峻
投资者关系活动主要内容介绍	公司董事会秘书任峻于 2014 年 10 月 29 日参加了中金投资者峰会,就公司近期发展情况以及投资者感兴趣话题与投资者进行了交流和沟通。主要内容如下: 1、苏宁的转型历程? 答: 09 年之前,苏宁以开店、促销、降低采购成本,降低企业内部管理成本等模式进行发展。2009 年苏宁提出做供应链转型,做消费者服务转型,因此要形成以商品为中心的商品研究能力,这样才能真正把握供应链,并且要形成对用户的研究能力,细分用户、了解用户、把握用户的需求。2010 年提出搭建前端互联网渠道,因为互联网渠道营销的模式可以将

	企业的商品、用户研究能力放大，要积极利用互联网技术改造零售业、升级零售业。苏宁要把握零售本质，在零售本质基础之上，利用互联网升级零售的每个环节，提高每个环节的效率。 2、苏宁实体店存在的必要性？ 答：从大环境看，互联网占整个中国的销售比例为 8%左右，大部分还是线下销售。未来是全渠道销售模式。目前开店策略：在空白区域进行布点，在二、三级城市加大布点，一级城市的密集区域减少布点。 3、门店的改进情况？ 答：第一，精准 SKU，用产品吸引消费者；第二，增加体验环节，使消费者增加对产品的了解，进行知识社交；第三，推出家庭整体解决方案，公司有个产品叫思想家，在中央厨房、中央空调、中央地暖、还有智能家居等方面提供整体解决方案，同时我们也会引进家装公司。 门店设计上，第一，还是以服务通道为主，如支付、物流、退换货、消费信贷等通道；第二，在较大门店里，通过两个产品吸引流量，一个是红孩子儿童乐园区域，另一个是小面积的生鲜食品超市。在这两个产品之外，会做好家电、3C 区域，不会有非常多的出样，更多的是情景出样。 4、苏宁内部调整有哪些成效？ 答：第一，今年我们更贴近行业的特点做事情，抓住客户群体特点精细化营销，如在校园里做百货类广告，小区里做家电类广告。第二，上半年物流体系和互联网进行了匹配，半日达、次日达的城市扩充了，二季度末推出急速达，世界杯推出夜间送货，快递员帮忙顺带到垃圾，物流服务达到了速度与温度的结合。第三，提升了供应链部署和物流部署。供应链部署上，畅销品全部进入 8 个中心仓库，物流部署上，现在 58 个仓库都具备拣选、包装、打印发票能力，目前公司在升级新一代的自动化物流中心。
--	--

5、电子发票情况？

答：苏宁是国家税务总局和发改委进行电子发票的试点之一，南京市的电子发票由苏宁承担，同时，苏宁也承担了企业使用电子发票报销的系统对接。

6、门店资产证券化原因？

答：（1）从门店价值来看，在财务报告中没有体现出门店应有的价值；（2）门店业务需要滚动发展，需要资金，通过这种方式能够实现购置-运营的良性循环。

7、明年发展策略？

答：大的战略不变，全渠道发展，新平品突破。转型过程中，聚焦和对标不同渠道的竞争对手。品类策略上，自营品类重点突出 3C、拓展超市、做好红孩子；开放平台上，百货是重点；渠道策略上，一、二级门店要运用互联网化思维去运营、去服务客户，下沉三、四级市场，以物流服务为切入点；经营上，利用大数据经营理念，在采购、精准营销上体系化；企业内部管理上，进一步倡导自下而上的小团队创新。

8、前三季度，线上销售数据情况？

答：第三季度线上增长明显。具体数据可以关注公司即将发布的三季报。苏宁披露的数据不是 GMV 数据，而是真实的产生订单并交付的数据。

9、投资 PPTV 的原因？

答：第一，文化方面是未来进军的一大领域，苏宁会有适当的布局。第二，公司希望将 PPTV 会员数据和苏宁会员数据打通，形成更好的对消费者的认知，以形成精准营销。第三，苏宁目前在视频电商进行探索。

10、未来的零售市场发展方向？

答：在我看来未来消费者愿意消费的平台，一个是线下大型购物商场，一个是线上相对一站式的购物平台。未来经营的业态向专业化发展。

	苏宁目前的发展战略：第一，苏宁线下发展综合性平台如苏宁广场，线上做苏宁易购。第二，苏宁继续苏宁电器这个专业的业态，布局自营专业化业态。未来苏宁自营拓展的业态分为三部分：（1）保持家电、3C 的专业性；（2）超市业务，依靠供应链的效率管理经营超市；（3）母婴细分领域。百货还有时尚产品，会以开放平台的方式经营。 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。
附件清单(如有)	无
日期	2014 年 10 月 29 日