

天证券代码：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：20170522

| | |
|---------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | Jamie Xiong: RWC 基金研究员 |
| 时间 | 2017 年 5 月 22 日 13:30 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董秘：黄巍 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、公司今年收入盈利情况？</p> <p>答：2017 年一季度公司销售收入增长 17.38%，实现盈利 7825.2 万元，同时预计二季度盈利 10,000—20,000 万元。</p> <p>2、今年开店数量会有很大变动吗？</p> <p>从未来的店面结构趋势来看，苏宁的店面将分为两种大的类型，一是在核心商圈所部署的云店和旗舰店，可以为用户提供丰富的商品组合、舒适的购物环境和良好的用户体验；另外在城市社区和三四级市场所开设的便利型门店，可以给用户提供更加便捷的购买流程和本地化服务。此两种店面都是 O2O 模式的体现，是基于互联网应用的门店业态的升级。</p> <p>今年公司会进一步加快云店的新开及改造升级；苏宁易购服务站一方面加快开设，另一方面也会根据经营情况进行对部分店面进行调整。今年预计新开 500 家。</p> <p>3、易购服务站面积多大？获客指标是怎样的？</p> <p>答：服务站面积 100-200 平方，会根据当地需求有针对性进行商</p> |

| | |
|----------|---|
| | <p>品出样，兼具发展用户以及销售职能，是公司 O2O 模式在三四级市场落地的载体。</p> <p>4、平台和自营占比是多少？两者未来发展情况？</p> <p>答：2016 年，公司线上业务实现销售规模 805.1 亿元，自营收入占比 77%，平台实现交易规模占比 23%。</p> <p>线上业务发展需要强化商品运营能力，今年一季度自营销售增速较快，同时公司在平台经历了较快发展阶段之后，加强了对质量的要求。公司会进一步强化自营能力的建设，丰富商品，优化体验，平台业务也能有相应的带动，从而形成良性的发展循环。</p> <p>5、公司毛利和费用率如何？</p> <p>答：线上实施了积极的竞争策略，商品毛利较低，线上保持了快速发展，占比在提高；此外公司加强了单品运作，提高商品销售附加值。整体来看，公司毛利率水平较稳定。</p> <p>费用率方面可以看到 16 年以来，公司一系列费用管控措施较有成效，公司费用率水平稳步下降。</p> <p>6、线下线上费用情况？社会化物流运营情况？</p> <p>答：线下费用主要为租金，租金是固定成本，随着同店销售提升，门店租金费用率下降。线上费用主要为广告促销费，公司将更侧重于精准影响，提高投入产出效率。物流费用，公司也在不断优化物流设置，强化商品供应链建设，提高配送效率，控制费率。</p> <p>公司 2016 年起加快推进物流社会化运作，2017 年 4 月完成天天快递的交割，双方将在仓储资源、配送网络上进行有效整合协同。天天快递的收购，将大大提高公司的物流社会化运作程度。</p> <p>交流过程中，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。</p> |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2017 年 5 月 22 日 |