

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：20160621

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信证券：周羽、刘娜、罗鼎；兴业证券：龚里；华夏基金：刘洋；中欧基金：郭睿；富国基金：刘莉莉；上投摩根：刘亮；太平洋保险：向涛；兴聚投资：艾菁；润晖投资：王伟
时间	2016年6月21日14:30
地点	公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	C00：侯恩龙 金融集团常务副总裁：黄金老 物流集团副总裁：姚凯 财务负责人：肖忠祥
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、苏宁易购店面业态的介绍。</p> <p>（一）云店：客单价较其他类型门店高，说明云店在中高端产品销售中发挥了很大作用，现云店在做面积规划，清理无效样机，经营效果后续会逐步显现。</p> <p>（二）常规店：截至一季度末有1409家，后续将继续推进结构调整，升级业态，结合消费者兴趣点，升级门店功能。</p> <p>（三）苏宁易购直营服务站：主要开设在发达的县、发达地区的郊区和发达的镇，后续会逐步实现主要的县城和发达的镇的全部覆盖，弥补了在三至六线城市的缺口。由于采取二级分拨的方式，通过从大的平行仓送到苏宁易购直营店再送到客户手中，可以大幅降低物流成本。此外，服务站可以解决售后服务问题，提升用户体验；门店也会出样一些单品，可以提升</p>

单品销售，并使低线城市用户能体验到新产品。2016 年目标开设 1500 家苏宁易购直营服务站。

（四）母婴、超市实体店：线上线下选品会有所区分，如母婴目前线上销售较多的产品是一些标准化的产品等，线下店选品时则可以侧重于童装、童鞋、辅食、车床等产品。

（五）苏宁小店：以社区类型为主，面积 80-100 平米以内，员工 3-5 人，商品 SKU 数量不会太大，以生鲜鲜食、日用商品、进口食品等为主，同时整合代收包裹、洗衣、盒饭、跑腿等社区服务。苏宁小店可以为小区住户进行配送，将以南京为实验基地去逐步开设。

我们会持续对门店进行调整，如关掉表现差的门店，在一些地区用服务站取代常规店，对无效面积进行退租、转租，以此提高坪效。

二、关于广告投入的计划。

目前 PC 端广告投入占比大，公司正在增加移动端的广告投入，移动端订单占比也在逐步提升，具体措施包括：与任性付合作来绑定新用户（任性付进校园、进商户）；在前端与供应商尤其是手机供应商采取定制等方式来提前植入 APP，通过应用商店移动去激活，成本低、效果好、速度快；与异业联盟单位合作，将易购 APP 与其优惠政策相结合等。

今年会严格控制广告投放，缩减在效率不高的媒体上的投放量，加强精准营销，对广告投放效果严格考核，严格管控产投比。

三、苏宁物流整体架构、业务来源、盈利模式。

总部成立苏宁物流集团，各地设立子公司。

业务来源有三块，一是苏宁自身业务；二是与上游供应商和平台商户合作；三是社会订单（包括菜鸟的合作）。

盈利模式：1、仓库自建时间早、覆盖面广，成本会相对较低，以小件快递为例，一方面门店自提成本很低，另一方面

以门店和易购直营店为基础进行配送，配送半径较小，成本较低；2、规模运营使物流成本费率大大降低；3、配送方式也在进行优化，如门店人员每天将包裹带回自住小区，公司给予邮费和基本提成等；4、仓储面积使用效率方面，物流是按照流量收费的，商品流转越快利润越高，现在通过物流来倒逼供应链，提高仓库流量转速；5、物流自动化方面效率大幅提高；6、其他增值服务，如广告服务等。

四、苏宁仓储、干线、落地配情况。

苏宁仓储面积目前在自营物流行业里面是最大的，截至2015年末仓储面积455万平方，每年还会新增。

干线方面，以前因苏宁不做社会化业务，线路相对较少，现在随着业务社会化开放，线路会增加，不存在技术问题，只是时间问题。

落地配采用直营+承包的方式做，直营在一线城市占比较大，直营+承包的模式可以满足接下来发展的需求。

五、苏宁物流更多是同城而非异地配送？

可以异地的，现在是中心仓、平行仓、分拨/转拨中心、网点的架构，实现不同区域商品的共享。

六、干线、落地配会以自建为主吗？

会采用自营+社会合作的模式，现在社会合作比较少，未来线路多时会更多考虑社会合作。

七、苏宁金融基本情况。

旗下有支付账户、投资理财、消费贷款、企业贷款、商业保理、保险、众筹、储值卡等业务。苏宁金融坚守金融业诚信、审慎、稳健、盈利的本质，利用线上线下海量的用户群体、特有的O2O零售模式和从采购到物流的全价值链经营模式，打造普惠金融和廉价金融模式。苏宁金融强调O2O、线上与线下融合。

八、2016年苏宁金融业务增长来自于哪些方面？

	<p>(一) 拓展新业务：今年增加、推进个人贷款、企业版易付宝等业务；</p> <p>(二) 供应链金融：以前客户为苏宁供应链体系中的客户，今年扩展至平台商户等；</p> <p>(三) 保险业务：延保业务保持发展，互联网保险业务方面今年也会有新的拓展，产品定位会更精准；</p> <p>(四) 众筹：分为商品众筹、科技众筹等，聚集网站人气、传播品牌；</p> <p>(五) 消费金融：2015 年主要做苏宁易购的线上购物融资，今后会增加苏宁易购以外购物时提供消费贷款服务等；</p> <p>(六) 理财业务：基金销售牌照已于 2016 年初拿到，基金销售业务会有拓展，理财业务也会拓展 B 端。整体而言，金融业务增长来自于新产品线的开拓、客户的累积和复购。</p> <p>九、公司金融业务模式是通过资本金+杠杆开展业务吗？</p> <p>企业和个人贷款业务是占用资金流最大的，公司的各个子公司都具备良好的对外融资能力。通过“内部资金+外部融资”模式开展业务。</p> <p>十、关于互联网金融，苏宁在技术投入方面做的如何？</p> <p>IT 投入对于任何一家金融公司来讲都很重要，苏宁金融目前 900 多名员工中有 500 多人是 IT 人员，投入也很大。</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。同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2016 年 6 月 21 日