

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：20140517

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（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	民生证券：田慧蓝
时间	2014年5月17日（周六）10:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	北京大区总经理：卞农
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、O2O 融合在北京是如何落地的？北京苏宁在各层级门店的 O2O 落地执行有什么区别？</p> <p>答：推进 O2O 方面，首先每个层级的思想上要形成统一，但在往下执行渗透时难免会逐级减弱。我们会通过努力培训、思想灌输、对每个子公司明确要求、统一行动，以避免这种问题的发生。商品采购和运营体系上要有全方位的认识和理解。电子商务中心则会对店长进行知识培训。随着店面的不断开出，店长对市场的认识也是不断滚动的，因此是一个渐进的过程。区域领导会保持和店长不间断的沟通。</p> <p>在 O2O 落地方面将逐层渐进。推进轮岗制度，如抽调商品和运营的骨干优先轮岗，到店面去做督导、做业务副店，让其了解一线的实际情况。同时也会抽调门店副店和督导到商品和运营部门轮岗，安排专人带教，让其了解供应链流程。门店与门店之间也可轮岗，使得门店上下沟通便捷、便于相互学习，</p>

对业务形成新的认识。

在各级门店改造方面，我们将重点强抓大店，对门店进行升级，这些店面重装时通过新品首发、穿戴设备展示区、空净专区等充分体现苏宁的转型新思路，有效吸引客流量。有部分门店根据地域特征可着重突出部分品类，如 3C 类产品。

2、北京门店的梯队情况？店长执行力情况？

答：每年将会根据销售额将部分店面层级向上提拔，销售额达不到预期的门店会从店长自身或者门店级别两个方面进行调整。我们现在要求店长主动上报活动方案，批示后方可执行，活动结束后进行效果评估，以考量活动方案和执行力是否有问题。同时我们也不断将不符合发展的门店关掉，比如已经不属于战略区域、不具备发展潜力的门店。未来北京希望能够塑造核心的 8-10 家年销售规模达数亿对苏宁销售和口碑形成持续稳定影响的店面。

3、对于北京目前比较有代表性的联想桥店，目前发展何如，未来计划怎样？

答：持续推进门店基础建设的改善，比如将沿街的大橱窗改成立体展示橱窗陆续将 3C 品类放进去。联想桥店去年底调整过，对于销售较弱的品牌和机型进行动态监控并相应调整。今年 4 月底又进行了一次调整，引入了一些新奇特产品，如可穿戴设备等，并配专人配合顾客进行体验。还有 OLED、曲屏、几连屏等新型产品的动态展示，还设置了空净专区等等。未来将尝试在店里增加咖啡机、可乐等饮料，营业员在介绍产品时可提供给顾客。还将增加易购的露出，和高校合作，利用学生的热情去推广产品的同时也可以为未来的北京苏宁储备人才。

4、北京的市场份额占比情况？

答：北京市场空间巨大，有很多资源可以综合整合，还有巨大的空间和机会有待我们去争抢。

	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	2014年5月17日