

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：20150820

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	安信证券：刘章明；广发证券：田文舟；上投摩根：刘亮；平安资产：陈徐珊；汇添富基金：郑慧莲；泰康人寿：金戈；华夏基金：刘洋；中金：樊俊豪；国泰基金：林晓聪；中欧基金：周萌；汇丰金鑫：季新星；天弘基金：冯烁；泰达宏利：冀楠；中信证券：边潇男；淡马锡：朱国庆；民生加银：王静；南方基金：萧嘉倩；华夏基金：梁珺
时间	2015年8月20日14:30
地点/会议模式	公司会议室
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	<p>一、关于与阿里的战略互投</p> <p>1、818 天猫苏宁旗舰店的销售情况？</p> <p>答：8月18日当天，苏宁天猫旗舰店在天猫首页核心位置广告位进行展示，上线了1000个SKU，大部分是自营、具有竞争优势的品类。苏宁易购天猫旗舰店第一天就在天猫商户中大家电销售排名第一。</p> <p>2、天猫旗舰店和苏宁主站的差异化定位？</p> <p>答：苏宁在天猫上有专门的运营团队，未来天猫苏宁易购旗舰店与苏宁易购主站会独立、差异化运营，定位不同的消费客户群。例如：天猫上有很多年轻时尚的用户，我们便会尽量满足这类用户的需求。短期天猫苏宁易购旗舰店会主打大家</p>

电，但是会补充一些主站主打之外的智能时尚小家电、3C 配件。

3、苏宁与阿里相同业务将如何整合？

答：苏宁和阿里一定是独立的公司，业务独立运营，不存在整合一说。但是我们会不断探讨业务交集，发挥彼此核心资源优势。

未来苏宁物流将成为苏宁天猫旗舰店的核心服务商和菜鸟物流的主要合作伙伴。现在双方已经在探讨双十一期间合作。苏宁过去几年盈利状况不佳的原因之一就是物流超前投入产生了巨额的折旧，而却没有相应的收入去匹配，而天猫和菜鸟带来的海量订单将会助力苏宁物流加速盈利。同时，苏宁售后服务网络将为天猫旗舰店和其他商户提供售后服务支持。

苏宁的物流、售后服务能力可以发展 B2B、帮助天猫淘宝上的中小商户扁平化供应链、减少资金占用，改善物流配送和售后服务，帮助中小商户低成本地做 O2O。

二、关于公司战略规划

1、PPTV 体育板块如何发展？

答：欧洲体育资源方面我们是最强的。目前，我们拿了西甲 5 年的全媒体独家版权，可以实现分销，可以与大量的卫视进行合作。今年西甲的比赛时间将调整到北京时间 7 点和 10 点，未来一些重要的比赛也有可能在中国进行直播。比较符合中国人的作息，同时在法甲有共享资源。

体育是一个完整的产业，包括 IP 资源、赛事、运营和衍生产品的售卖。公司将考虑与不同的公司进行合作。

2、电商增长下行对我们的意义？对于传统零售商是否有重估机会？

答：电商增速放缓或许意味着消费者对于电商的品牌选择更加谨慎，更加注重体验性，所以对于苏宁而言，O2O 的体验模式或更能满足消费者需求，从而取得超过市场平均增速的增

长。

如果线下店面不改善不转型的话，很难拥有提升自己估值的机会，电商在选择合作方时也是选择有较强优势和转型基因的线下企业。

3、云店改造计划？

答：今年目标建设 50 个云店，目前还在试点。9 月初新街口店开业会比原来的版本有所提升。

4、硅谷研究院的工作？

答：硅谷研究院主要是基础研究和应用开发，如任性付的算法等。

三、关于公司业务发展情况

1、电商的成本和毛利率的情况？

答：成本主要包括三大块：引流成本、物流成本、促销推广成本。其中，推广成本相对固定，物流成本会形成盈利来源，引流成本后续预计会下降。所以苏宁未来的电商成本会下降，毛利率未来有望提升。

2、物流的整体情况？

答：我们的物流有一部分资源是冗余的，包括仓储面积和物流人员，如果充分利用则可以实现更多的收入

8 个全国仓进行大量配货，58 个仓库具备小件能力，含零售的包装和拣选能力。自有零售配送人员数千人，在高峰期零售人员也会参与配送。

3、物流农村端的发展情况？

答：苏宁物流现在覆盖了 90%的县级区域，发展农村市场配送成本会提高，但是和其他商家比，还是比较低的。苏宁建立了很多中转点，由公司统一管理，中转点之后将采用灵活的方式进行运营。传统店和服务站叠加实现辐射，在镇的布局上，15 年上半年大部分时间是在探索模式，5 月份开始发力，下半年将加快速度。从镇做到村级，会发展加盟店、乡村联络员等

	<p>形式。</p> <p>4、海外购的发展情况？</p> <p>答：海外发展美国、日本、香港 3 个采购基地。重点发展日本和香港，同时香港又负责韩国的采购。目前欧洲和澳洲相对较弱，正在寻求合作伙伴。</p> <p>5、SKU 品类的扩张计划？</p> <p>答：未来线下我们会重点发展母婴和超市品类，短期还是以常规商品为主。如果有一天消费者想到购物的时候就想到苏宁，而非是只有想到电器时候才想到苏宁，苏宁发展的天花板就突破了。</p> <p>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》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2015 年 8 月 20 日