

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：20140509

| | |
|---------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 | 参会人员包括分析师、投资机构及个人投资者，总体规模约 200 人。 |
| 时间 | 2014 年 5 月 9 日上午 9:30—12:00 |
| 地点 | 公司总部会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 副董事长：孙为民、总裁：金明、副总裁：任峻、孟祥胜、 物流公司总经理：侯恩龙 商品经营总部执行副总裁：王哲 运营总部执行副总裁：李斌、范春燕 连锁店事业部常务副总经理：雍玮 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>公司于 5 月 8 日下午在南京总部举行“2013 年年度股东大会暨 2014 年投资者交流会”。此次会议参会人员包括机构投资者及个人股东，规模约 200 余人。会议分 5 月 8 日、5 月 9 日两天进行。</p> <p>5 月 9 日上午，围绕苏宁互联网零售战略的转型与发展，公司管理层与投资者进行了充分的交流，主要内容如下：</p> <p>一、商品专题</p> <p>1、公司自主产品的发展情况及规划。</p> <p>答：今年成立了自主产品公司，建立起市场导向和用户导向机制，从产品调研、设计、开发到产品推广、销售一整套体系推进自主产品经营工作，重点致力于提高开发的精度，整体开发思路是极简、极广、极价。在创新方面将与工业设计协会紧密合作，从形式、功能、服务和应用软件上创新。全年计划培育出 2-3 个具有较强市场影响力和良好用户口碑的自主产品品牌。自主产品经</p> |

营的考核目标首先是销售规模，利用更加差异化的产品创造新的客户黏性，制造新的流量入口。

2、3C 由于毛利率低，占比不高，如何和竞争者竞争？

答：加强 3C 产品门店商品、人员、展台的全面覆盖，特别是通讯品类。制定有效的商品策略，强化单品操作模式，从形式、功能和服务多方位创新，通过热点畅销单品来带动规模的增长，并实现盈利水平的提升。

3、如何进一步加强线上线下产品的融合统一，满足消费者需求？

答：线上线下产品区隔主要由于线上线下存在消费者习惯的不同：线上更依赖于搜索，线下更依赖于体验，同时也有品牌的因素。针对不同消费习惯，线上价格更有敏感度，用户是追求标准化、性价比较高的产品；而线下则偏重体验性、价格高、消费者需要解决方案的产品。这需要根据各地的消费习惯因地制宜的制定不同的措施来解决。

5、请介绍供应链体系方面的建设规划？

答：首先在供应链合作模式方面，以用户需求为主导，改变传统模式。互联网零售使得零售商与供应商利益共当，双方要共同去了解和把握用户需求、运营市场、服务用户。而互联网技术的发展，大数据的应用、社会化的营销手段为我们提供了现实条件。通过对长期积累的会员资料、访问流量、订单信息等大数据进行深入挖掘，实现精准的需求预测与订单驱动。另一方面，公司正通过和一些重要供应伙伴的战略合作，重构合作组织，建立全新的合作模式。

二、O2O 运营专题

1、如何改变用户体验不足的现状，让消费者感受到超预期的服务？

答：今年公司多次强调要以用户体验为导向，为此公司的各业务部门也在执行层面进行了详细规划，一步一步推进改善用户体验。例如退货流程改造已初见成效。同时也在改变思维方式，以用户为导向，以转化率、复购率、投诉率等为评价准则。

2、在货到付款广泛应用的情况下验证码作用削弱，何时落实取消验证码？

答：随着今年物流系统的重新理顺，已继续推进对取消验证码的研究，目前计划今年将尽快推出取消验证码的试点，试点成功后逐步在全国推广。

3、对实体店销售的考核变化情况？

答：已开始实行依据送货地址将网上的销售还原到门店，但还需要提高精

准度，正在进一步优化地址管理系统。我们的规划是根据门店覆盖范围，将范围内的线上线下销售全部计入门店销售。

4、广告投放和促销情况？

答：广告投放主要包括品牌形象广告和促销广告，正在优化广告投放方式，在网络上进行精准投放。

5、开放平台发展情况？

答：目前开放平台上有 7000 多家商户。公司把开放平台作为一种采购模式，招商比较谨慎，将加大优质核心商户的引入力度，同时还有淘汰机制。扶持重点商户的主要措施是导流。品类拓展上主要还是依托现有客户群体进行。引流方面，主要通过广告平台、运营策略调整、宣传推广等方式。近期将加大运动户外品类的招商和促销。

6、店面无限化进展？

答：目前成立了专门项目组正在推进，POS 机（门店销售终端）上已经可以查看线上商品，但这也需要基层人员的意识转变，让其意识到虽然门店陈列中没有满足消费者需要的商品，但线上可能有。为了引导和实现这样的转变，公司也正在考核制度等方面的改变。店面无限化的基础设施是 PC 端和手机端的配置，软件方面还需要购物流程等方面的融合与完善。

7、总体的品类扩张策略？

答：对于标准化商品如电器、3C、母婴品类以自营扩张为主，另外还有日用品事业部在做超市类商品的拓展。对于其他非标准类商品，以开放平台为主。

现在已改变拓展思路，开始培育重点品类如母婴产品，同时不断推出爆款单品等。近期会推广运动户外商品，以开放平台商户为主。同时为了增强商户信誉，我们计划对平台商户推出“苏宁认证”，通过认证的商户将由苏宁进行担保。

三、人力资源、物流专题

1、门店作为快递点的成本如何平衡？如何发挥门店在最后一公里建设中的作用？

答：门店结构将进行整合，考虑将总服务台、收银、自提、与易购体验区融为一体。同时考虑 3C 服务中心也容纳到这个区域，提升用户体验。最后一

公里建设规划：（1）店面功能区优化；（2）加强门店补货，推进半日达；（3）鼓励门店自提，有助于引流，增强客户粘性，节约配送成本。

2、苏宁人才引进的方面的情况？

答：公司在人才引进方面一直保持开放态度。从 2012 年起，一直在不断加大人才引进步伐。去年围绕业务转型，在运营、物流、金融、IT 体系引进中高层人员上百人，比 2012 年增加 70% 多。今年一季度又引进了近 100 名中高层。同时苏宁的全国普招、春季招聘也在加大力度。

3、如何平衡好互联网人才对传统零售人才在薪酬方面的冲击？

答：薪资方面，不同行业不同标准，各业务模块有各自不同的标准。一方面，公司继续以高薪引进专业人才，同时不断提高内部员工薪资，年度增幅平均超过 10%。具体体现在：（1）加薪周期缩短，季度考评，半年度调整一次薪资；（2）加大总收入中绩效考核占比，提高奖金比例；（3）管理模式方面，强调员工主动性的发挥与价值创造。加强目标绩效管理，减少过程控制，简化流程。

4、如何优化物流人工成本？

答：苏宁物流人力成本不高，远低于同行业标准。未来将通过以下措施进一步提高人效：（1）提高一人多岗的优势；（2）对于简单装卸等无附加值工作与第三方合作；（3）门店员工兼职配送；（4）提高机械化自动化运作。

6、人才引进文化融合方面的工作？

答：（1）总体管理方面，简化过程，明确目标，给予一定授权；
（2）基础管理方面，如上班着工装将逐步放开放；
（3）考勤方面，逆向考勤，方式更加灵活；
（4）组织方面，按照小团队作战模式，给予自足空间；
（5）思想观念方面，以客户体验为导向，强调结果绩效与价值；
（6）引进外部人员，冲击原来的文化。

四、IT、新业务专题

1、苏宁与竞争对手的优势在于无假货，未来开放平台将如何把控？

答：苏宁是一个具有充分责任感的上市公司，一直坚定的拥护正品、保护消费者权益。未来开放平台将推出“苏宁认证”体系，承诺如出现假冒商品，

消费者享受与苏宁自营商品的一样的赔偿机制。

2、如何优化现有的信息系统，如模糊搜索的容错率，提升体验？

答：搜索源于技术问题、基础商品管理问题。过去我们集中于互联网流程的设计，未来将聚焦门店互联网化销售流程，实现顾客在门店开放式、自助式的购物。今年公司将 IT 产品研发部门分放到各个业务单元，如店面/互联网/物流/金融，与此同时我们还要求研发人员到终端体验、总结，通过切身体验快速有效的完成优化改善。

3、IT 人才需求方面？

答：人才方面，一是自主培养人才，针对性的招聘基础知识扎实的应届大学生，并加强专业人才对其的带教与培养；二是开放引进人员，充分给其授权与宽松的环境，通过他们的工作带动创新；三是引进合作伙伴，行业里针对性的寻找专业合作伙伴，比如与专业广告公司合作，进行精准广告营销推广，为我们阶段性的发展带来支持；四是合理的并购、投资技术公司，吸取技术人才。公司已联合猎头公司，在全球范围内开展基础人才的引进，这种高端人才的引进独立于公司人力资源部门。

4、香港、日本市场发展规划？

答：日本市场零售发展比较成熟，公司没有做大幅度扩张，适当保持一些规模，重点是学习日本零售经营模式、客户服务方式等经验，同时通过日本 LAOX 平台，实现与日本上游品牌在包销定制等方面的深度合作；香港公司未来会承担海外贸易批发的职能，聚焦单品运作。业绩来看，香港、日本本地市场一季度已经实现盈利。

5、苏宁超市的定位，与现在超级店的区别，开店计划？

答：一是作为公司生活服务类目拓展的重要方面，增强客户粘性、流量；二是在现有“租、建、购、并”多种连锁发展模式的基础上，落地苏宁广场自建店顺势带动百货品类的拓展；三是以网上渠道为主，组织体系上通过日用品事业部推进实施。

在与投资者的沟通过程中，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5月9日 |