

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：20170110

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" 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	海内外投资者
时间	2017年1月10日10:00
地点	苏宁银河诺富特酒店
上市公司接待人员姓名	任峻、黄金老、侯恩龙、姚凯、天天快递 CEO 张鸿涛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董秘任峻就公司经营管理情况向投资者报告</p> <p>公司自2009年进行互联网转型以来，一直到2016年都在承受着从线下转向线上的成本。2017年将是零售业的一个拐点，同时也是苏宁的拐点。</p> <p>从用户端看，相比之前，2016年的用户已经很清楚互联网购物的优势所在，明白该去哪儿买什么，真正的需求是什么，对于互联网购物的消费趋向回归理性。与此同时，用户的需求在升级，从线上也逐渐回到线下，互联网和实体零售没有先进和落后之分，适应用户的升级才是最重要的。在这样的挑战下，苏宁需要不断的打造核心能力。</p> <p>（一）苏宁具有最全面、完善的零售网络</p> <p>（二）强大的商品、库存能力</p> <p>（三）强大的仓配一体零售物流能力</p> <p>此外公司还不断完善金融业务布局，供应链金融、消费金融以及投资理财等业务发展迅速。移动端加快发展，会员运营能力有效提升，并有效发挥苏宁集团各产业板块的协同效应。</p>

二、管理层与投资者交流

Q: 对未来五年的零售业格局怎么看?

A: 线上线下融合的趋势已成为供应商、零售商的共识。将发力于 3-6 级市场, 加强农村市场的发展; 调整升级产品结构; 场景服务体验结合最后一公里配送成为能力提升的重点。

Q: 金融板块将会有何大变化?

A: 公司 2016 年建立了大数据中心, 通过大数据来控制信用风险; 接入了个人征信系统, 有效控制了风险; 银行牌照丰富了整个苏宁金融的业务体系, 同时江苏区域的银行牌照将会更好地吸引江苏本地的中小企业及商户, 苏宁银行的牌照是城商行牌照, 江苏经济发展较好, 苏宁银行在江苏本地会有一定的区域优势, 江苏本来就是一个 GDP 大省。

Q: 收购天天快递的情况?

A: 1、对天天的收购丰富了苏宁的物流全产业链。过去的苏宁物流, 侧重 C 端。随着社会化开放, 需要通过外部整合。将来我们可以给苏宁易购的平台商户以及菜鸟等客户提供更好的服务。

2、苏宁和天天在以下方面具有相近的理念:

(1) 同样大力发展仓配一体化;

(2) 天天快递大部分的客户订单是大客户类的订单, 更容易和苏宁合作;

(3) 天天快递和苏宁在 IT 信息化的重视程度上有共同的理念。

仓储是苏宁的强项, 苏宁在融合天天快递之后, 将会有具有更大运量, 相信会产生更大的协同效应。

Q: 如何看待苏宁的天猫店?

A: 苏宁易购天猫旗舰店和苏宁主站的用户是两个不同的用户群

	<p>体，起到了互补的效应。更重要的是阿里与苏宁的合作探索，我们会探索如何形成一个更好的合作模式，将我们的供应链能力和物流能力更多地输出。</p> <p>Q：仓储的未来发展？</p> <p>A：天天快递实行仓配一体化，目前仓储是不够的；随着苏宁自己品类的增加，仓储的能力也将不够；苏宁物流社会化开放后将需要巨大的仓储；另外农村市场正大力建设，3-4 级市场的物流也需要大量的仓储。总的来说，仓储的建设是要继续进行的。</p> <p>Q：线上自营产品规划中，预计家电、3C 和非家电的占比？</p> <p>A：销售规模上，家电、3C 的销售占比肯定是大的；订单上，快消品可能已经超过家电 3C 了，消费频次高，但是价值低。快消品更重要的是线下发展，公司发展线下网络和物流也是为快消品做准备。</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 1 月 10 日