

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：20160905

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
参与单位名称及人员姓名	华泰证券：许世刚；华安基金：王琪；盛盈资本：詹同胜； 中信证券：刘娜；润晖投资：边潇男；平安资管：陈徐姗； 天风证券：张璐芳、项君君；中金公司：郭海燕、樊俊豪； Libra capital：郭莺；兴业全球基金：童兰；国泰君安自 营：韦甲星；湧峰投资：刘博；国泰君安：陈彦辛、彭瑛； 申万宏源：王俊杰；中泰证券：宁浮洁
时间	2016年9月5日（周一）下午 14:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘：任峻
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、线上是否继续加大推广？门店的调整情况如何？</p> <p>目前电商竞争激烈，苏宁互联网推广还需继续推进，我们在移动端的推广上还会继续增加投入。</p> <p>今年门店坪效在提升，旗舰店可比店面是在增长的，虽然社区店、县镇店可比门店在下降，但是社区店、县镇店的下降是可以由旗舰店的增长拉回的，以</p>

及直营店的单店销售增长、盈利增长，这些都是公司利润的来源。公司的调整速度一定是比别人快的。

公司将在以下渠道发力和发展：一级市场云店、旗舰店、三四级的易购直营店；以后还会有城市里的社区店。第一、公司的店要么是便利、要么注重体验。以后会减少没有特色的店，就算不全关闭也会减少面积，增加坪效；第二、提升专业化经营能力；第三、希望在物流金融上贡献利润，使利润结构多元化，今年上半年物流社会化实现收入同比增长 153.98%，金融业务（支付业务、供应链融资业务、理财业务）总体交易规模同比增长 130%。

2、苏宁四季度经营有什么主要的发力方向吗？

现在苏宁不需要找方向的，我们的方向已经定了，渠道、产品、利润层面的方向已经定好，现在是考虑做好各项业务。渠道方面怎么让云店的经营效率提高、利润增长。今年云店的经营是稳中有升的，由于易购占比上升，所以毛利率下降。我们的策略：

第一、今年增加整体购买解决方案：水处理产品、中央空调等，这些产品肯定是在线下购买，未来还可以简单化，销售流程标准化。

第二、丰富产品：（1）苏宁有“优趣”，做相对新奇特的产品，比如 VR，机器人等，来增加用户进店

的可能（2）还有小家电的展示，现在与厨房和生活相关的小家电越来越多了，我们会在线下做新产品的体验，有助于线下用户的导入。

第三、农村易购服务站的推进，公司希望越来越多易购服务站能够实现盈利，提升利润水平。易购直营店不止是增加销售，也是品牌和宣传的工具，可以近距离接近用户，另外可以兼具中华特色馆的运营商，实现互联网上区域特色的销售规模。

第四、市区的苏宁小店，提供社区化的配送服务，今年在南京已经开了几家试验。苏宁小店不止是便利店，也是苏宁易购的社区服务站。

第五、产品层面上来看，将提高我们新品首发的比例，尤其是手机、电脑、数码，现在越来越多产品已经在苏宁首发了，希望继续推进新品在苏宁独家发售，选择苏宁渠道就可以全覆盖线上线下全渠道。另外，提高定制包销服务的比例，这种定制包销是一个全程的服务，对供应商来讲是希望有人为其商品做整个周期的服务的，这块以后还会加强。

第六、苏宁母婴、超市的发展，会先增加铺货仓库，现在是8个仓库，我们会在销售增长的区域考虑部署仓库，提高送货速度。

第七是苏宁物流，南京的自动化仓库的整体上线

后，形成成熟模版，以后在其他地区推广。

最后，金融方面会加快发展速度，加大在品牌的推广上的投入,前期因为风控上的考虑，金融比较保守，希望既有规模也有利润，现在团队也成熟了，以后会加快发展，尤其是在消费金融上加快发展。

现在公司三个渠道：苏宁线下渠道、苏宁天猫渠道、苏宁易购渠道，每块都是分类管理的，产品分苏宁电器、苏宁母婴、苏宁超市，多元化盈利上有苏宁物流、苏宁金融。

3、苏宁云店发展情况？

云店增长较快，主要是因为：（1）业态变化，产品结构、出样效率是优化的；（2）环境提高，基础管理能力提高；（3）平均单价提高，由于产品的错位和差异化，毛利率在提高。云店减少面积之后，坪效也在增长，对云店也不是说每家都缩减同比例的面积，这是一个不平均的面积改造。

4、三季度毛利率可以超过管理费用和销售费用率之和吗？

我们费用率是在下降的，但是同时毛利率也在下降，因为现在注重规模上的发展，如果少做一点，毛利率就上去了，但公司不能这么做。

三季度要加大投放移动端，控制线下和 PC 端广

告投入，促进移动端下载、激活、复购，这样在四季度就会爆发增长。同时线下店面的租金还有下降空间，租金因为 REITS 会上升，但这块补贴了公司的财务成本，调整后跟原来的租金成本相比是下降的。

5、苏宁 C2B 上的尝试有哪些呢？

定制和规模化是矛盾的，过于个性化，规模效应就不够，现在的定制更多是对研发上的指导，而不是直接去生产。现在的标准品太多了，还是需要零售商将信息反馈给制造业，生产出更多的新潮的东西。

6、我们预期线下的店以后会很有价值，您怎么看呢？

线下渠道的价值会上升，现在线下在酝酿着新的东西。

7、万达合作进展如何？

在 WANDA MALL 的开店合作推进地较好。公司希望找到越来越多的合作伙伴。

8、苏宁有很多的资金，考虑更个性化的东西？

目前苏宁云商不会涉足新产业了，还是围绕零售、物流、金融去发展，但可能会做投资。涉足新产业风险很大，因为所有行业都受到互联网的冲击。

9、苏宁现在的风险点在哪里？

主要是人才的欠缺，综合经营带来的专业化人才

	<p>缺失。我们力求每一项业务在细分市场要做到前茅。</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9月5日