

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：20160722

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	德意志银行：黄锐
时间	2016年7月22日 11:00
地点	成都大区会议室
上市公司接待人员姓名	成都大区总经理：杨万波
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、苏宁在西南地区整体情况如何？</p> <p>西南在国内经济发展中整体占比较低，商业不如沿海发达。沿海消费者已经历商品极大丰富的时代，消费习惯更为理性，而当地消费者更习惯追求客单价较高的商品，如合资彩电、冰箱等，消费力较强。西南地区销售增长势头较为强劲。</p> <p>二、今年上半年整体增长怎么样？</p> <p>通过转型，成都大区从去年下半年开始进入增长的快车道。</p> <p>去年整体经济大环境相对好一些，线上线下有相对较好的增长。今年消费市场有些停滞，但通过五一前后的调整以及今年气温偏高的原因，带来空调、冰箱、风扇等夏季产品的旺销。从产品线上来说，国产手机品牌在西南认可度较高，增长势头较好，其次互联网品牌手机寻求线下发展，公司通过包销、定制、首发等形式提升了互联网手机的利润率，实现了规模和利</p>

润的提升。另外地产市场的回暖和改善性需求的提升也是一个因素，成都整体房价水平相对偏低，但城市自身定位较高，加上环境适合居住，吸引了周边较多的人群聚集，加上苏宁独特的互联网零售模式和品牌认知以及入川以来十四年来的品牌沉淀，成都大区整体表现较好。

三、目前在成都有多少家店？

全四川云店、旗舰店等店面有 90 家，服务站已开设 67 家，网络布局较为完善。

四、服务站是最近两年新兴的一种模式，它仅作为为消费者提供售后服务的一个门店还是？

苏宁在实体经营上有更多经验，我们选址更偏向于商业中心。按照集团最新标准，基本定位 100-150 平方之间。除了服务作为一个因素外，更多的是作为一个销售的端口。服务站把我们的非电器产品以及电器产品以二维码、PC 端等 O2O 的模式都做了出样和展示。

目前已有很多供应商对服务站很感兴趣，为了抢占三四级市场份额，供应商愿意多陈列出样甚至派驻促销人员。因此有可能会在提升服务站的服务质量以及毛利结构等方面匹配相应的资源投入。这样 1+N 的模式下，苏宁以更加开放的姿态去开拓三四级市场。

服务站区别于传统旗舰店，它不具备强大的集客能力，因此我们的人员更需要把服务站作为一个据点，走出去拓展市场。我们把我们的服务站店长定位为事业合伙人，公司为他们提供所有的后台服务以及相应的资源。店长们除工资外，还有分红，所以积极性很高。

五、线下门店哪些品类占比较高呢？

成都大区整体传统家电占比较大，其中黑电、白电、空调占比最高，厨卫和生活电器紧跟其后，然后是 3C，总体来说，还有很大的成长空间。

六、苏宁分为集采和地采吗？

苏宁是统购分销模式，以集采为主，在具体产品型号上仍然落地到当地。集团整体就库容、毛利、周转等方面进行把握，保持商品良性周转，这样形成比较精细化的对接和管理。

七、这样的模式下当地会不会有更多的灵活自主权？

根据多年的零售经验，大的促销节点围绕年度目标达成，在年初已经规划好，因此临时促销节点变化较小，更多的是在详细节点上不断优化，保证活动准备周期，确保活动效果。

八、成都今年开店计划？

成都市一环内已经趋于饱和，目前正在向成都二环、三环以及周边郊县以及三四级市场拓展。红孩子、超市店、服务站都有布局和计划。

九、目前小家电市场如何？

今年小家电成长不错，首先空净市场需求较大（成都出现了雾霾），人们对生活质量追求较高，其次集团正在大力引进到一些互联网品牌到易购开放平台上销售，这些品牌有较强的粉丝群，也带来了一些增长。

十、现在向农村地区扩张情况如何？

公司通过在县镇布局服务站以及授权加盟的网点和乡村联络员等方式，顺利地实现工业品下乡和农产品进城。农村市场用户可以以更优惠的价格享受更便捷的商品和服务，城市用户也可以享受到质优物美的农产品。

目前四川地区已经开设中华特色馆十多家，下半年还要继续开设。上半年我们和丹棱县举办的不知火节，通过苏宁独有的互联网零售模式，在上海、北京、深圳、广州等地方同步开售，在线下提供展示平台，销售特别好，大大提高了当地农产品的知名度，帮助商户卖向全国。值得一提的是，这个案例还被国务院农业部作为典型案例进行推广。

十一、转型毛利率降低的原因是什么呢？

	<p>当时公司率先在业内实现双线同价，整个供应链对互联网认识还有一个过程。我们通过更加精细化的管理，增强了终端人员的经营意识，另外我们物流和售后也有一些社会化的创收。公司正从各个链条上寻求利润的增长，从而获得利润上的增长。</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7月22日