

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：20150113

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>深交所践行中国梦·走进上市公司投资者开放日活动</u> ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	参会人员包括证券公司、个人投资者、企业法人股东代表及媒体，总体规模近150人。
<b>时间</b>	2015年1月13日下午14:30—17:00
<b>地点</b>	公司总部报告厅
<b>上市公司接待人员姓名</b>	副董事长孙为民先生、董秘任峻先生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>公司于1月13日下午在南京总部举办“深交所践行中国梦·走进上市公司投资者开放日活动”。此次会议参会人员包括证券公司、个人投资者、企业法人股东代表及媒体，总体规模近150人。会议分为参观企业展厅和会谈两个议程。</p> <p><b>会谈主要内容如下：</b></p> <p><b>一、相关领导发言</b></p> <p>江苏证监局法制处处长朱春明先生肯定了苏宁转型战略并简要陈述了投资者保护工作；深交所投教中心副总监苏梅女士肯定了苏宁上市之后的快速发展并对多层次市场体系、投资者类型分布、投资者行为简要分析，进行风险教育；公司副董事长孙为民先生从企业转型历程、成果，以及建立新型投资者关系两方面进行了发言。</p> <p><b>二、投资者交流</b></p> <p><b>1、苏宁的用户体验将如何提高？</b></p> <p>答：苏宁在不断深入理解互联网运营、研发过程中遇到了一些问题，但也可清楚的看到团队的成长。互联网产品的研发、运营需要深入研究过程，本着对用户负责的态度，苏宁将不断加强数据化产品运营，提升用户体验，同时也</p>

希望投资者及时提出宝贵建议，我们会从组织、技术、运营上不断改进。

## **2、公司未来金融板块的规划？**

答：商品、物流、金融将是苏宁未来的“三架马车”。公司坚持“一体两翼”的互联网发展路径，将围绕资金流、物流、信息流三方面发展。首先将发展消费类金融，结合零售优势，为消费者提供丰富的金融服务；第二将发展供应链金融，苏宁已形成完整的供应链体系，与我们合作的供应商与平台商户存在资金需求；第三将在消费金融、供应链金融基础上，不断完善易付宝平台，在提升用户体验的同时，通过大数据技术，提高运营效率。

## **3、苏宁超市的发展规划？**

答：苏宁发展超市业务，是另外一个层面的多元化经营。超市业务将进一步改善多元化商品结构，提升盈利来源。超市产品引流所对应投入的成本相对较低，借此可提升易购其他品类的推广，提高运营效率。

## **4、苏宁以前是电器领域的领导者，现在苏宁进行互联网转型，从目前的进程和效果来看能否成功？**

答：第一，市场容量相当大，肯定有苏宁的一席之地；第二，苏宁有很多资源优势，例如供应链、门店、物流，目前需要考虑是如何把这些资源和互联网良好嫁接。尤其是线下资源，如何把线下的展示、体验、服务和线上相结合，是主要研究的问题。

## **5、苏宁已经进入转型发展快车道，那么未来业绩的增长预期如何？门店资产证券化是否会常态化？未来苏宁在市值管理方面将有哪些举措？**

答：苏宁积极主动拥抱互联网，在学习掌握互联网这种工具的过程中，我们从过去不熟悉到现在能充分运用，同时在现阶段互联网发展进程中，商家的规范意识越来越高，市场环境在不断改善，故对于未来我们是乐观的。

苏宁未来发展方向是 O2O 模式，在线下建立展示、体验、服务的载体。通过资产盘活创新，能加速公司 O2O 发展进程。公司还将持续推进其他优质门店物业资产运作，同时也会考虑尝试物流平台的资产运作模式，提升门店及物流核心竞争力，推动公司转型深化。

关于市值管理的问题，我们会一直关注，但我们的主业是互联网零售，我们是实体企业，不会单纯地为做市值而做过多资本市场操作。我们认为只有做

好自身的主业，重抓关键核心指标如会员数量、商品丰富度、用户体验、严控成本，把基础的事情做好，市值便是水到渠成的事情。

**6、苏宁做超市的优势在哪里，具体怎样做？门店对于物流怎么发挥作用？**

**物流向第三方开放有什么进展？**

答：在全品类布局下，超市经营有非常重要的战略意义。第一，公司会将超市频道作为主打，立足线上经营，线下超市则为顺势发展；第二，强化后台，把物流作为超市经营的核心能力；第三，坚持自营和开放。

门店物流是一种缓存，是作为周边用户最常购买商品的提前存储。通过对周边客户的大数据研究，分析出哪些商品为最畅销商品，降低运输成本，提高用户体验。

苏宁物流已经从成本中心逐渐变为利润中心，面向消费者、商户和供应商。在1月初，物流已经小范围的开放与测试，3月份左右会进行全面开放。未来将整合商品流通中的物流效率，提升服务质量和响应速度。

**7、相对于互联网行业的轻资产模式，苏宁是否会有培养这些员工的计划？**

**智能硬件领域是否考虑？跨境电商、农村电商的布局？**

答：苏宁依托门店进行辐射，建立自己的会员群体，借此打破了原本简单的门店模式。这必然对传统的营销人员构成挑战，我们相信经过适当的尝试和学习，这些员工完全有能力完成这种转变。

苏宁主要推广智能硬件的服务渠道，如何向消费者提供基于智能硬件的服务内容。智能家居也是发展的方向，去年与一些厂家做了深入合作。此外，智能硬件为PPTV重要发展手段，未来将推出PPTV智能电视和智能手机，这些产品将结合苏宁丰富的资源，保证并提升市场竞争力。

跨境电商、农村电商均在推进。跨境电商方面，首先，海外购成为独立的事业部，商品管理、内部运营完全独立。其次跨境物流正在部署。此外，美国、日本、香港等团队正在进行招商；农村电商方面，苏宁在快速发展易购服务站。

**8、苏宁的客户服务还需要进一步改善，未来业务收入增长将达到什么水平？苏宁对云安全问题有何布局？**

答：云的安全性和运营这两方面我们都非常重视，提高云安全是公司2015年的工作方向之一。我们也在向国家申请认证云等级。任何对外的服务都将建

	<p>立在安全的基础上。关于业绩，任何一个改变都是由量变到质变的过程，相信苏宁前期的投入与布局以及所有员工共同为互联网转型做出的努力不会白费。</p> <p>在会议沟通过程中，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，同时已按深交所要求签署调研《承诺函》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2015年1月13日