

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：20140226

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	通晟资产 吴伟杰 银华基金 王翔 德瑞丰投资 梁涌 广发商贸资产 杨慧 东方资管 吴广 深圳红筹投资 徐放 广发证券 欧亚菲
时间	2014年2月26日（周三）下午 15:20
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：任峻
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司未来的定位，是平台还是零售？</p> <p>答：公司未来定位还是互联网零售，公司始终围绕零售业务开展各项工作，虚拟运营商也是为了渠道。我们认为两者主要差别体现在供应链上，对公司而言，还是要把各品类供应链做到极致。亚马逊尽管被大家定位为平台公司，但其实亚马逊最优秀的还是其供应链管理能力和。如果仅仅是做平台，门槛并不高，但是若从零售本质出发，就会建立零售的技术门槛。公司在供应链管理上一直具有相当的优势，目前需要有超出行业平均水平的进步和优化。</p>

二、请详细介绍下公司新一轮组织架构调整情况。

答：2014 年的组织架构调整是暨去年调整的完善和延续，变化在于将互联网和门店运营部门进行整合，成立运营总部统一协调门店、PC、移动和家庭互联网的协调运营管理；不同渠道由不同事业部来独立经营和管理，将苏宁零售业务之外的产业以独立公司的方式来进行经营，更契合市场环境和管理特色；另外有一些特别重要的业务，公司考虑未来重点发展的，也成立独立公司运营。总结如下：

1、设立直属独立公司：包括红孩子、PPTV、物流、金融、电讯等公司，它们在经营管理方面将被授予更大的自主权，以此推动全品类拓展和 O2O 融合发展；

2、组织架构进一步优化，成立大运营总部：此次大“运营总部”的成立是继去年商品经营总部成立之后，在组织融合上为推动 O2O 融合而进行的又一次深入调整，目的是打造线上线下一致的消费体验；

3、对人才的开放式引进和苏宁高管团队的互联网化：引进了较多优秀的外部人员，且随着去年 10 月和今年 1 月，公司先后收购了 PPTV 和满座网，此次苏宁 PPTV 公司 CEO 陶闯、创始人姚欣、原满座网创始人兼 CEO 冯晓海任命为核心高管，同时公司在前期互联网运营过程中培养了一批具有互联网意识人员，这些人员和团队也得到了提拔，进入更重要的岗位和角色。

2014 年是公司战略执行年，成效突显年。

三、公司 2014 年的考核目标。

答：2014 年公司考核在传统的收入、利润等指标基础上，还重点从以下几个主要方面来判断公司是否达到阶段性战略目标：

1、物流送货的体验是否得到提高；

2、重点品类是否得到丰富并且做出自己的特色；

3、金融上产品的发展情况，比如零钱宝、对公理财、保险等业务；

4、虚拟运营商能否做出颠覆性的产品，并在移动互联网上有所突破；

5、门店互联网化，店面体验是否有些微创新，让消费者回流是否有更多更好的体现等。

公司目前处在转型深化期，2014 年将心态归零，进一步强化内功，树立“产品突破”意识，把用户体验作为执行的导向，目标聚焦化、具象化，以“产品决定目标、项目决定组织”的理念，打造苏宁互联网化的执行力，把营销、门店、网页、物流、售后、客服等所有同用户产生互动的服务界面都做成优秀的“产品”。

四、虚拟运营商业务的开展情况。

答：经营移动通信转售业务可以从基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装服务内容，以自有品牌开展包括移动话音业务、短信/彩信业务、移动数据业务等在内的移动通信业务。

去年 10 月公司与中国联通、中国电信两大运营商就移动通信转售业务最终签署合作协议，在获得虚拟运营商牌照后，公司尽快推进移动转售业务落地，以通信业务为基础，打通社交、购物、娱乐、资讯等多方面资源。今年我们成立苏宁互联网公司运营该项业务，将采用 170 号段为消费者服务，其中“1700”为中国电信的转售号码标识，“1709”则为中国联通，电信预计 4 月初放号，联通则稍晚一些。

五、开放平台业务发展思路。

答：公司要用零售商思维来做平台，品类规划、品牌管理、

供应链管理、运营和推广协调，需确定一些特别的品类，如邀请一些特别的品类、品牌进驻开放平台开店，公司派出品牌经理协助其开网店（类似于代运营），只有做出苏宁自己的特色才能吸引流量，才能让所有商户共享流量提升带来的收益共享。

六、公司 2014 年店面规划？是否继续关店？

答：截至 2013 年底，公司国内外门店有 1600 多家，在保持一定开店速度的同时，加大力度调整店面，加强坪效、人效等核心指标考核，关闭低效、无效店面，注重店面经营质量提升。

2014 年，公司还将继续优化门店结构和布局，关闭一部分门店的同时新开一部分门店；区域布局方面，则将进一步下沉到二三四级市场，上半年将集中在安徽、湖南等地进行拓展，到下半年则复制到其他地区，总体思路是加速三四级市场发展。

随着公司店面结构的优化，店面改造升级后功能丰富，客户体验进一步提升，店面经营质量也将有所提高。

七、公司移动端发展思路？

答：PC 端是一个完整的渠道，可以完成所有的购物体验。移动端未来的发展趋势是为电子渠道做桥梁，比如用移动端产品在门店了解产品和对客户进行精准营销。移动端快速发展是在消费者时间碎片化和社交化上面体现。移动端一定要满足消费者信息获取的便利，满足购物过程中和相关人员的快速交流和沟通，要能实现多屏互动式交易流程。目前正在探讨怎么把这三方面功能进行整合能给客户整体的移动解决方案。

接待过程中，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》。
附件清单(如有)	无
日期	2014年2月26日