

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：20160325

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	Tiger Pacific Capital：研究员 Ryan Yin
时间	2016年3月25日 10:30
地点/会议模式	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘办副主任：黄巍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、目前苏宁的战略聚焦是什么？</p> <p>答：苏宁的战略聚焦于互联网零售，一方面是线上线下能力的提升，另一方面是发挥苏宁核心资源优势，如 IT 能力、金融能力和物流能力的价值。</p> <p>零售方面：线下加强基础管理，注重体验提升，实现增长；线上要丰富品类，实施有竞争性的价值竞争策略，提升市场占有率。</p> <p>物流方面：在满足自用的基础之上，对外开放业务，提高物流运营能力，增加利润。</p> <p>金融方面：为用户提供一站式的金融服务，为供应商伙伴提供供应链融资服务。</p> <p>总之，简单来讲苏宁的业务就是围绕线上线下的业务拓展，围绕对用户、供应商服务能力的提升。</p> <p>2、苏宁的盈利模式是什么？</p>

答：除了来自于零售业务的收入如进销差，公司致力于发展增值服务，如物流、金融、IT 等，将公司的核心竞争力对外输出。此外，随着平台的流量增加，相关平台收入如广告收入等也会增加。

3、苏宁门店的发展情况？

答：去年我们在门店方面做了几件事情：第一件是云店的升级，门店进行互联网化升级，比如增加 wifi，增加虚拟出样，将门店的实体空间进行延伸；丰富门店的业态，现在我们有电器店、超市店、红孩子母婴专业店，增加消费者来店次数。第二件是加强社区的服务，以用户为中心，提升门店的服务管理功能。第三件是拓展三四级市场，去年苏宁易购服务站直营店开设 1011 家，作为苏宁面向农村市场最后一公里的触点。

4、苏宁易购服务站的发展模式？

答：通过直营和加盟、代理的方式推进。直营易购服务站，采用店长负责制，面积一般在 100-200 平方米，通过实物出样和虚拟出样，主要功能是向用户推广苏宁易购 APP、易付宝 APP、实物商品、金融服务产品等，作为一个用户服务与物流服务的节点，当然同时也能实现商品的销售。

5、2016 年是否还会新开店？

答：今年新开店以云店和易购服务站为主。

6、请介绍下云店的情况。

答：云店里有传统电器、3C 商品的零售，还增加了红孩子、超市等多种业态，出样上将增加体验感，此外增设了很多特色专区，如金融专区、海外购专区、亲子乐园等区域。目前已开云店 42 家，主要集中在北上广深及省会城市。

7、消费升级的速度是否有变化？

答：随着消费者收入水平的提升，品质消费成为重点，不是没有消费需求，而是因为需要更好的商品，因此提出了供给侧改革。今年苏宁的重点就是打造品质消费，一方面苏宁品牌

	<p>就是品质的保证，我们坚持正品行货，保证产品质量。另一方面我们将加强大数据运用，实施 C2B 反向定制，切合用户需求打造商品；此外我们还发力海外购等，为用户提供优质的进口商品，拉动品质消费。</p> <p>8、苏宁与其他农村电商相比，优势在哪里？</p> <p>答：苏宁的物流网络有优势，尤其是在纵向物流网络覆盖方面。苏宁的物流网络是横向+纵向覆盖，我们在全国有 50 多个大区、200 多家子公司、大陆近 1600 家门店，所以我们很多三四级市场已经有物流网点网络了，在开店的时候不需要增加额外的成本。</p> <p>9、物流与菜鸟如何对接？</p> <p>答：截至 15 年底，苏宁拥有 455 万平方的仓储面积，可以提供 SWL 仓配一体服务。目前双方业务团队已经对接，物流供应链在逐步打通，充分发挥双方的资源优势。</p> <p>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》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2016 年 3 月 25 日