

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：20171113

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	海通证券：李宏科 海通证券：史岳 君合泰达：刘海军 银河基金：冯敏 国投瑞银基金：张旭欣 万家基金：丁玉杰 广发证券：林伟强 广发证券：洪涛 华宸未来基金：贾梦 华宝兴业基金：吴心怡 景林资产：许新杰 银石投资：赖燊生 巨杉资产：范自彬 中银基金：张响东 太平资产：郑涛 敦和资本：许鑫 中泰证券：宁浮洁 天风证券：张璐芳	
时间	2017年11月13日14:00	
地点	公司总部会议室、南京新街口店	
上市公司接待人员姓名	执行委员会主席：任峻 董秘：黄巍	

	<p>苏宁易购互联网平台公司市场策划中心总监：张韬 新街口店：步志梅</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>1、双十一的运营情况做一个简单的介绍？</p> <p>公司适逢大促时都会成立一个专门的项目组负责整个大促日的运营，今年 818 时就已经成了双 11 的项目组。从特点来看，今年的双 11 可以归纳为“三全”——全渠道、全产业、全客群。</p> <p>全渠道：苏宁在线上线下共同发展，在 O2O 运营上是最成熟的。线上和线下门店，包括广场、生活广场、超市、小店等各种业态，以及 TV 端、PC 端等渠道都参与了本次双 11 大促。</p> <p>全产业：在以前的大促中，曾经尝试过集团全产业的融合，但是更多的是主题上的融合，这次真正做到玩法上的融合。</p> <p>除了上述几个特点外，本次双 11 在宣传方面也加大了投入。从上月 16 日开始宣传 O2O 购物节的概念，希望打造一个为期 12 天的购物狂欢。本次双 11 公司有两版广告，（1）凸显“不止”系列的标语，包括“不止一天，不止五折”、“不止一天、不止是快”等；（2）突出“真新好”系列，即“上苏宁易购，买真的、买新的、买好的”，收到了不错的效果。另外 O2O 购物节采用了五个创新。包括（1）新模式：从传统的闭环到价格、产业联动的真正开放。（2）新物种：将无人 biu 店延伸到了上海、北京等城市。另外，在全国选择了 5 个形象店，15 个超级品牌馆，100 个流动嗨购车，打造“嗨购即视”活动，推动线上线下 O2O 融合。（3）新玩法：第一个是将 11 月 1 日打造为“独一无二日”，将新的物种、产品做出了一个集中的展示，借助这次机会引入了大量原创设计师设计的产品。第二个“无处不在”，即苏宁易购万店同庆，从 11 日 3 日开始，线下门店启动，通过线上线下会员的打通，用户可以线上选购，线上下单购买。第三个“AR 抓小狮子”活动，通过苏宁 AR 技术的升级，利用场景化的定位让客户获取小狮子礼物。（4）新渠道：在线下选取了全国 30 家云店、1000 家易购直营店购物零时差，24H 不打烊；和供应商共同打造主题活动，与上百家供应商联动，两次登上微博热搜；与百家银行共同打造“超级支付日”活动，银行针对客户在易购上的购物行为进行随机的补贴。</p>

(5) 新服务：主推共享快递盒，获得了国内外媒体的关注。另外，协同合作方面：在整个 O2O 购物节期间，除了产品和价格上的支持，同时还以品牌供应商、BD 合作单位等形式实现宣传的资源协同。此外，一方面通过视频导流实现边看边买，一方面开展“寻鲜记”活动，11.1-11.9 每天一个原产地直播。

2、开放平台工作计划安排？

今年四季度已经启动 2018 年相关的准备工作，组织、人员、业务规划、预算等重点工作都在四季度进行。做大开放平台、提高流量变现的能力，是我们主要工作之一。开放平台在引进 KA 商户之外，我们要培育发展腰部用户。在品类引进上，应该更好的围绕苏宁会员特征展开。为了调动团队主观能动性，我们也会配套相应的考核激励措施。

3、苏宁三四线城市的配送情况如何，是否与一二级市场有差异？

其实能力上没有差异，仓储布局也很全面。但公司在一些县镇的销量不足以支撑次日达，都是零单配送，甚至需要找落地配，因此配送方式可能会变为定时送货。但是明年除了开农村直营店，还会开零售云加盟店，一旦开了加盟店，就会在当地形成支点，从而提高物流配送的效率。

4、苏宁在三四线城市的销售情况？

苏宁在三四线城市有 2000 多家苏宁易购服务站直营店，在开店的地区互联网收入增长较快，原因有二：（1）开店的地区有品牌效应（2）开店的地区物流配送会跟上。明年耕耘三四级市场的重要方式之一是开设零售云加盟店。

5、什么资源可以加盟苏宁加盟店？

比如在当地有家电、手机经验的可以加盟。苏宁会为加盟商输出

管理和供应链能力。具体的加盟政策，应该很快就会完整的发布。苏宁无论去哪一级市场发展首先要有店面，因为苏宁需要贯穿自己的O2O模式。

6、苏宁小店计划？

小店是重点，最后一公里的便利店既是推广的渠道，又是降低物流成本的一种方式。公司已经在加快推进。

7、线下门店服务有很大的提升，同时发现店员在给客户打电话，请问营销成功率和成交额如何？

这种精准营销工具叫千里传音，是一款智慧零售数据产品，可以借助O2O融合的顾客行为大数据，对顾客想要的产品与服务进行精确地分析，门店的工作人员就会通过电话给顾客提供活动推荐和体验邀约，对销售有很大的促进作用。

另外一款在推的营销工具叫数据金矿，先将门店周围区域网格化，通过供应商的诉求，提取有需求的用户片区，再和供应商一起到小区或写字楼进行精准的广告投放和营销。

8、仓库布局主要是在什么级别的城市？

物流开始加大开发。总面积来看二线城市居多，否则无法辐射三四线城市，但是在北上广周边，我们要对一级中心仓进行扩容。在二线城市周边主要是以中转仓为主。到了三四线城市，农村店主要是发展运输路径。

9、苏宁小店的app是否就是苏宁易购？

苏宁小店有单独的app，同时在苏宁易购app中的“身边苏宁”中会露出。

10、关于发展汽车板块的近况？

	<p>我们成立了专门的汽车公司，通过不同渠道进行布局。目前还是处于尝试的阶段，没有过高的投入。</p> <p>会后，部分投资者去新街口店进行了参观，就公司线下线上融合、线下转型升级落地情况进行了了解。</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，已按照深交所要求签署《承诺函》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2017年11月13日