

## 苏宁云商集团股份有限公司

## 2014年半年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：本公告所载2014年半年度的财务数据仅为初步核算数据，已经公司内部审计部门审计，未经会计师事务所审计，与2014年半年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

## 一、2014半年度主要财务数据和指标

单位：千元

| 项 目                | 本报告期       | 上年同期       | 增减变动幅度<br>(%) |
|--------------------|------------|------------|---------------|
| 营业总收入              | 51,160,226 | 55,532,583 | -7.87%        |
| 营业利润               | -1,047,123 | 838,552    | -224.87%      |
| 利润总额               | -1,026,872 | 865,065    | -218.70%      |
| 归属于上市公司股东的净利润      | -748,852   | 733,765    | -202.06%      |
| 基本每股收益（元）          | -0.10      | 0.10       | -200.00%      |
| 加权平均净资产收益率（%）      | -2.67%     | 2.55%      | -5.22%        |
|                    | 本报告期末      | 本报告期初      | 增减变动幅度<br>(%) |
| 总资产                | 80,838,838 | 82,251,671 | -1.72%        |
| 归属于上市公司股东的所有者权益    | 27,619,875 | 28,369,258 | -2.64%        |
| 股 本（千股）            | 7,383,043  | 7,383,043  | -             |
| 归属于上市公司股东的每股净资产（元） | 3.74       | 3.84       | -2.60%        |

注：上述数据以合并报表数据填列；上述基本每股收益、加权平均净资产收益率均以归属于上市公司股东的净利润数据填列。

## 二、经营业绩和财务状况情况说明

报告期内，一方面行业景气度较低，企业增长外部动力不足；另一方面，为全面凸显云商战略布局，年初公司按照互联网零售模式实施了一系列组织调整及体系优化的工作。一季度组织、人员尚处于调整磨合阶段，二季度公司在用户体验、供应链效率等方面进一步聚焦，运作效率逐步显现，销售收入也逐步回升，二季度环比有较大改善。此外，去年同期由于家电激励政策影响，基数较高。综上，2014年上半年公司实现营业总收入511.60亿元，同比下降7.87%，其中二季度营业总收入同比减少0.14%，较去年同期基本持平，环比增长23.71%。

连锁开发方面，报告期内，大陆地区公司新进地级市3个，新开店面62家，其中二、三级市场新开店面占比84%；合计关闭各类店面64家。截止报告期末，公司在大陆地区280个地级以上城市拥有连锁店面1,583家，其中常规店（旗舰店、中心店、社区店）1,505家，县镇店67家，乐购仕店7家，红孩子店面4家。国际市场方面，香港地区报告期内新开店面2家，关闭店面4家，拥有连锁店27家；日本市场新开店面3家，关闭店面2家，拥有连锁店13家。截止报告期末，公司在中国大陆、香港地区、日本市场共计拥有店面1,623家。二季度以来，随着门店结构持续优化调整，探索实践一系列提升门店引流、丰富门店功能的举措，以及进一步加强促销推广，可比门店销售有所改善，二季度可比店面销售收入同比降幅收窄至4%，上半年公司可比店面（指2013年1月1日之前开设的店面）同比下降8.57%。

线上业务方面，公司聚焦商品丰富、客户体验提升等基础性工作，着重建立长远的经营能力，二季度销售收入环比增长50.97%，上半年公司线上业务实现商品销售收入82.82亿元（含税）。

物流基地建设方面，报告期内福州、中山物流基地建成并投入使用，公司物流平台建设进一步完善；物流运营能力提升方面，持续推进门店快递点、服务网点的建设，探索线下自提柜布局，不断完善最后一公里网络建设；优化物流作业模式及长尾商品的铺货规则，简化作业流程，不断提高配送效率，改善消费者体验。报告期内，物流妥投率、消费者服务满意度等物流运营、客户服务的核心指标逐步改善，提升明显。6月份，公司物流妥投率达到了99.02%，消费者服务满意度达到了95%。

报告期内，公司一方面继续实施具有竞争力的市场价格竞争策略，另一方面通过一系列供应链优化举措，着力推动以客户需求为导向的产品运营，加强单品营销，推出差异化产品，公司综合毛利率水平较同期基本持平。

费用方面，报告期内公司进一步提高员工薪资福利水平，同时引进较多专业领域人才以及高素质应届大学毕业生，人员费用提升较快；同时计提公司债券利息增加，财务费用同比增长。公司运营费用相对刚性，受上半年同店销售收入下滑影响，使得报告期内公司三项费用率水平较去年同期有一定幅度的增加。此外，由于报告期内公司所投资的PPTV经营亏损对投资收益影响了-8,115万元。

综上所述，2014年1-6月公司实现营业总收入511.60亿元，较去年同期下降7.87%，其中主营业务收入较去年同期下降8.19%，实现利润总额、归属于母公司股东的净利润分别为-10.27亿元、-7.49亿元，较去年同期分别下降218.70%、202.06%。

### 三、与前次业绩预计的差异说明

本业绩快报披露的经营业绩与公司2014年4月30日披露的《苏宁云商集团股份有限公司2014年第一季度报告》中预计的2014年半年度业绩不存在差异。

### 四、备查文件

- 1、经公司法定代表人张近东先生、主管会计工作的负责人肖忠祥先生、会计机构负责人华志松先生签字并盖章的比较式资产负债表和利润表；
- 2、内部审计部门负责人签字的内部审计报告。

苏宁云商集团股份有限公司

董 事 会

2014年7月31日