证券代码：002024　　证券简称：苏宁云商　　公告编号：2016-007

苏宁云商集团股份有限公司

2015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2015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、2015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（%）
营业总收入	135,675,647	108,925,296	24.56%
营业利润	-677,354	-1,458,933	53.57%
利润总额	838,492	972,613	-13.79%
归属于上市公司股东的净利润	872,079	866,915	0.60%
基本每股收益（元）	0.12	0.12	-
加权平均净资产收益率	2.96%	3.01%	-0.05%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度（%）
总资产	88,885,903	82,193,729	8.14%
归属于上市公司股东的所有者权益	30,524,760	29,281,855	4.24%
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）	4.13	3.97	4.03%

注：上述数据以公司合并报表数据填列。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

2015年，宏观经济增速放缓，经济下行压力加大，消费市场疲弱，根据中华全国商业信息中心的监测数据，2015年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.1%，增速连续第四年下降。在外部增速放缓的背景下，苏宁经过持续六年的

探索和实践，在2015年，互联网零售模式已经成型、定型，企业发展进入快车道。尤其在四季度，公司充分发挥全渠道布局、全流程O2O融合的优势，聚焦商品供应链、购物体验及服务效率提升，在双十一、双十二等促销旺季中实现了较快的增长，进一步凸显了零售CPU能力。与此同时，公司多年来在物流、金融、IT等方面形成的互联网零售核心也已经全面开放，向行业、社会输出，苏宁的资源和能力也在逐步释放、实现价值，形成新的增长空间。

（一）渠道运营方面

1、连锁发展

（1）大陆市场，报告期内公司持续推进店面网络多业态布局，加快红孩子店、超市店的开设。2015年全年公司新开常规店74家，红孩子店23家，超市店37家，红孩子、苏宁超市品牌形象进一步提升；加快门店互联网化升级，探索完善云店模式，全年新开云店10家，改造升级云店32家；一二级市场推进互联网+云店模式，继续调整关闭社区店，加强优化超市店、红孩子店运营模式，2015年公司置换/关闭各类店面217家。

海外市场，在香港地区公司优化店面布局，新开店面5家，关闭店面6家；日本市场继续加快市场拓展步伐，新开店面18家，关闭店面2家，LAOX已成为日本最大的免税商品消费渠道。

截止2015年末，公司在大陆市场已进入地级以上城市297个，拥有连锁店面1577家，其中云店42家、常规店1425家（旗舰店298家、中心店406家、社区店721家）、县镇店43家、乐购仕店3家、超市店37家、红孩子店27家；海外市场，公司在香港、澳门地区拥有店面28家，日本市场拥有店面33家。

综上所述，截至2015年12月31日公司合计拥有店面1638家。

（2）苏宁易购服务站是O2O模式在三四级市场落地的载体，为苏宁互联网门店渠道下沉的重要举措，2015年公司建立并完善了易购服务站的管理运营体系，并实现了快速的拓展。公司以自营、加盟、合作网点与代理的方式全面推进易购服务站的开设，有效提升三四级市场“苏宁易购”的品牌认知度，实现了用户拓展、服务体验以及物流效率的提升。截至2015年末，苏宁易购直营服务站数量1011家，苏宁易购加盟服务站数量1430家。

（3）四季度，公司紧抓旺季促销，开展线上线下联合促销，随着云店规模

的增加以及O2O运营的成熟，同店销售得到提升。报告期内公司大陆地区可比店面销售收入（指2014年1月1日及之前开设的店面）同比增长4.50%。

2、线上平台运营

互联网运营以用户体验为核心，优化购物流程，充分运用大数据平台，加强精准推荐、智能搜索，进一步提升转化率。

移动端方面，有效把握用户迁移趋势，重点推动移动端的迭代升级以及新技术应用，提升用户体验。截至2015年12月，移动端订单数量占线上整体比例提升至60%。

聚焦会员需求，加大会员拓展，提升会员活跃度，运用大数据分析，提升会员精准营销执行能力。截止2015年12月末，公司零售体系会员总数达到2.50亿。

2015年，公司线上业务实现自营商品销售收入402.93亿元（含税），开放平台实现商品交易规模（指完成收款及配送服务的订单金额，并剔除退货影响）为99.82亿元（含税），公司线上平台实体商品交易总规模为502.75亿元（含税），同比增长94.93%。

（二）全品类经营

报告期内，公司持续巩固大家电的传统优势，通过自主品牌、新品首发、深挖三四级市场等举措加强大家电运营能力；通讯品类以公司化体系运作，聚焦核心单品，加强互联网品牌运作，产品销售实现了快速增长，有效提升市场竞争力。

母婴、超市品类上，积极拓展商品品类的广度和深度，建设线下门店，O2O模式运营日渐成熟。

跨境电商业务方面，充分发挥公司在日本、美国、香港地区的供应链优势，加强自营采购以及招商，进一步丰富商品，打造苏宁海外购旗舰群。进一步加强保税物流建设，提升消费者购物体验。

开放平台方面，进一步强化品牌商户招商的机制，聚焦核心KA商户、重点商户等目标商户的引进，开放平台SKU数量极大丰富。同时，公司还积极扶持农村电商发展，上线的“中华特色馆”频道为众多地区的农产品搭建了特色营销平台，至2015年末共有145个市县上线开馆，遍及30个省。

通过自营与开放平台的发展，公司商品丰富度得到提高，截至2015年末，公司商品SKU数量达到2,000万（同一商品来自不同供应商、同一商品被公司和开放

平台第三方商户销售均计为同一个SKU）。

（三）服务方面

1、物流服务

2015年，苏宁物流集团进一步完善组织团队，物流基础设施建设、物流运营效率以及社会化运作凸显，在跨境物流、农村电商物流等新业务领域快速完成系统化的布局建设工作。

报告期末，公司投入运营3个自动化拣选中心、30个区域配送中心，另有6个自动化拣选中心、12个区域配送中心在建，物流基础设施的不断完善为物流运营效率的提升提供了有力的支撑。公司不断强化最后一公里服务网络建设以及服务能力，已在全国拥有6,051个快递点（兼具自提功能），持续扩大“一日三送”、“次日达”、“半日达”、“极速达”配送服务范围；“送装一体”服务覆盖黑电、热水器品类，服务区域从核心城市逐渐扩展到二三线城市。

2、金融方面

2015年，苏宁金融集团夯实基础、提升能力，打造严谨、规范、专业的运营机制，全金融产品布局已经形成，致力于为消费者、企业、合作伙伴等提供多场景的金融服务，发挥苏宁生态圈平台优势。

支付业务以“易付宝+本地生活”模式覆盖教育、交通等场景，有效增强用户粘性，截至2015年末，苏宁易付宝注册用户数超过1.3亿；苏宁理财为用户提供一站式财富管理服务，业务线涵盖余额理财、固定收益、权益投资等多种类型，并依托独特的金融O2O模式，加强自身投研能力建设，满足客户的差异化理财需求；供应链金融业务，全面助力中小微企业融资，推出账速融、信速融、票速融等核心产品；苏宁众筹是国内首个同时在线上平台、线下实体门店同步开展众筹产品体验的全渠道众筹平台，涵盖科技、设计、公益、文化、娱乐、农业等多个众筹领域；消费信贷领域，成立苏宁消费金融公司，创新性推出“任性付”个人消费信贷产品，深挖数据，有效控制信用风险，贷款余额增长较快，也极大地提高了用户粘性。

（四）经营效益方面

报告期内，公司充分发挥互联网零售优势，推进O2O融合的全渠道运营策略，加强商品供应链能力建设，在物流服务、金融服务持续发力，用户体验持续提升，

营业收入实现同比增长24.56%。

公司现阶段依然是快速提升用户数量、聚焦抢占家电、3C份额、大力扩大新品类规模、持续提升物流服务用户体验的投入阶段，因此公司在品牌推广及促销投入等方面保持积极政策，尤其在四季度公司通过实施积极的价格竞争策略实现了快速增长，使得报告期内综合毛利率水平略有下降。

同时，公司在云店模式优化和用户体验升级、薪酬提升和专业性人才引进、物流资源获取和技术提升上予以坚决地投入；此外2015年PPTV纳入公司合并报表范围，其为增强行业竞争力，在版权内容、智能硬件等方面也有较大的投入。报告期内，公司三项费用有所增加，由于公司运营效率提升，销售实现较好的增长，三项费用率同比下降0.54个百分点。

2015年6月，公司实施完成以部分门店物业为标的资产开展的相关创新型资产运作模式，该交易实现税后净利润约为10.22亿元（所得税率暂按25%计算）；报告期内，由于PPTV仍处于快速发展期，在版权内容、智能硬件等方面持续增加投入，阶段性亏损，PPTV整体对公司归属于母公司股东的净利润影响-7.90亿元，2015年12月，公司将持有的PPTV 68.08%的股权全部转让于苏宁文化投资管理有限公司的境外子公司，并收到全部转让价款人民币258,799.31万元等值美金，以实际交割日2015年12月30日测算，该交易预计增加公司净利润约13.51亿元。（前述财务影响的具体情况最终将以公司经审计后的2015年年度报告为准。）

综上所述，报告期内公司实现营业收入1,356.76亿元，同比增加24.56%，实现利润总额8.38亿元，同比下降13.79%，归属于上市公司股东的净利润8.72亿元，同比增加0.60%。

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2016年1月27日披露的《2015年度业绩预告修正公告》中预计的2015年度业绩不存在重大差异。

四、备查文件

1、经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人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。

特此公告。

苏宁云商集团股份有限公司

董 事 会

2016 年 2 月 29 日