证券代码：002024　　证券简称：苏宁云商　　公告编号：2016-060

苏宁云商集团股份有限公司

2016年半年度业绩快报

特别提示：本公告所载2016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、2016年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（%）
营业总收入	68,730,364	63,037,413	9.03%
营业利润	-906,202	-892,429	-1.54%
利润总额	-224,718	471,951	-147.61%
归属于上市公司股东的净利润	-124,365	348,307	-135.71%
基本每股收益（元/股）	-0.01	0.05	-120.00%
加权平均净资产收益率	-0.35%	1.18%	-1.53%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度（%）
总资产	125,100,601	88,075,672	42.04%
归属于上市公司股东的所有者权益	58,460,718	30,482,556	91.78%
股本（千股）	9,310,040	7,383,043	26.10%
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	6.28	4.13	52.06%

注：1、表中数据以合并报表数据填列；

2、经中国证券监督管理委员会《关于核准苏宁云商集团股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可[2016]418 号）核准，公司于 2016 年 5 月 20 日向淘宝（中国）软件有限公司、安信证券-苏宁众承 2 号定向资产管理计划（第二期员工持股计划）非公开发行人民币普通股（A 股）1,926,996,505 股，发行后公司总股本由 7,383,043,150 股增加至 9,310,039,655 股。

二、经营业绩和财务状况情况说明

根据中华全国商业信息中心统计数据，2016 年上半年全国百家重点大型零售企业零售额累计同比下降 3.2%，其中 6 月份零售额同比下降 1.1%，增速较 5 月份提升了 5 个百分点，整体来看，消费市场稳中有好，但压力仍存。

在外部景气度较弱的市场环境下，苏宁充分发挥 O2O 模式优势，线上线下联动发展，线下深耕细作，注重经营质量提升，提高坪效；线上实施积极的促销推广策略，不断丰富产品结构，销售持续保持高速增长，投入产出效率不断提升。短期内由于线上占比提升使得毛利率有所下降，但长远来看，O2O 运营模式将提高企业的商品运营能力，通过实施定制包销、C2B 反向定制，毛利率水平将有所回升。与此同时，金融、物流业务的运营进一步深化，企业新的盈利能力逐步形成。从上半年的经营情况来看，苏宁已经形成了销售快速增长、规模效应提高、运营效益改善的良性发展轨道。

2016 年上半年，公司实现营业收入 687.30 亿元，同比增长 9.03%。整体来看，报告期内公司商品销售规模（含税，区域上涵盖中国大陆、香港、澳门及日本市场，包括线上线下自营及开放平台，以及提供的售后服务）同比增长 14.10%。公司线上平台实体商品交易总规模为 327.57 亿元（含税），同比增长 80.31%，其中自营商品销售收入 256.31 亿元（含税），开放平台实现商品交易规模为 71.26 亿元（含税）。

（一）连锁发展

1、大陆市场，报告期内公司持续对门店进行互联网化升级改造，公司新开云店22家，改造云店17家；拓展二三级市场空白商圈，新开常规店29家；探索完善红孩子母婴、超市专业店运营，新开红孩子店8家。报告期内公司严控店面经营质量，一方面加大了店面调整力度，关闭各类店114家，另一方面，通过招商、退租、转租等方式，优化店内布局，提高店面坪效。

截至2016年6月30日，公司已进入297个地级以上城市，拥有各类店面1522家，其中云店80家，常规店1352家（旗舰店271家、中心店397家、社区店684家），县镇店39家，红孩子店27家，超市店23家，乐购仕店1家。

海外市场，香港地区由于店面租约到期，关闭3家店面，日本市场加快店面布局，新开店9家，关闭店1家。

截至2016年6月30日，公司在香港、澳门地区合计拥有连锁店25家，日本市场拥有连锁店41家。

综上，截止2015年6月30日公司合计拥有各类连锁店面1588家。

2、苏宁易购服务站是公司抢占农村消费市场，实现三四级市场O2O平台落地的载体，自2015年推进以来，公司不断探索优化易购服务站的开设标准及经营模式，运营逐步成熟。2016年上半年，公司进一步完善了易购服务站的开发模型、店内业态规划以及运营团队的激励考核机制，下半年将提速发展，确保完成全年1500家的开设任务。

截至2016年6月30日，公司苏宁易购服务站直营店1478家，苏宁易购服务站加盟店2329家。

3、报告期内，外部经济景气度较弱，公司可比店面（指2015年1月1日及之前开设的店面）销售收入同比下降4.38%。通过实施一系列门店经营面积的优化举措，店面坪效有所改善。随着店面基础管理的强化以及O2O运营的深化，店面销售及盈利能力将稳步提升。

（二）线上运营

报告期内，公司加强数据化运营，开发完善一系列数据捞取、分析工具，有效的为会员、商品、营销、用户体验等多个业务体系提供决策支持，提升了苏宁易购平台的运营效率；会员管理方面，通过苏宁会员大数据推荐及精准营销挖掘潜在购物需求，建立生命周期价值管理模型，实现不同阶段匹配不同营销策略，提升会员活跃度和复购频率；移动端建设方面，从商品运营转向内容运营，上线今日头条、值得买、青春社区等内容型产品，有效提升移动端用户关注度和复购系数，2016年6月移动端订单数量占线上整体比例提升至72%。

（三）商品经营

报告期内，公司持续巩固和凸显大家电、3C产品的传统优势，一方面加强单品运作，通过新品首发、定制包销等方式，提高销售及毛利；另一方面，加强彩电、生活电器和通讯品类互联网品牌的O2O运作，开设线下互联网电视专区、生活电器悦生活、惠生活专区等，加强门店引流的同时，也能快速提升产品销售规模。此外公司还积极拓展与健康、品质生活相关的家电、家居类产品销售。

母婴、超市品类上，致力于专业能力的提升。公司加快开设红孩子母婴店，

打造专业的孕婴师团队，提高服务品质，增强品牌信任度；超市方面，公司通过自营、联营、平台方式不断丰富商品，加大促销资源的投入，强化用户对苏宁超市品牌的认知。

海外购业务方面，上半年公司专注海外商品供应链建设，丰富产品线，与国际品牌商建立战略合作；开放平台方面，集中引进母婴、超市、生活家电类核心商户，加强农村电商的扶持力度，中华特色馆已上线400余家商户。

截至6月末，公司商品SKU数量达到2100万（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），开放平台商户数近30000家。

（四）物流业务

公司持续推进物流基地建设，报告期内，杭州、重庆二期自动化拣选中心建成投入使用，南宁物流区域中心建成投入使用。截至2016年6月，北京、广州、南京一期三个自动化仓库改造投产，上海、沈阳、杭州、南京二期、重庆二期自动化拣选中心建成投入使用，西安、武汉、成都等4个自动化拣选中心在建；31个物流区域配送中心建成投入使用，石家庄、太原、兰州等11个物流区域配送中心在建，并拥有26个物流区域配送中心土地储备项目。报告期内，公司以部分物流仓储物业尝试了轻资产运营模式，后续公司将采用自建、基金运作等多种方式，加快物流基地建设，进一步巩固公司仓储资源优势。

同时，公司形成了完善的配送体系，截至6月末，物流配送网络覆盖全国351个地级城市，2852个区县城市，拥有6267家快递点（兼具自提功能），超过90%的覆盖区域公司已实现次日达，其中18%的覆盖区域可以实现半日达，在北京、上海、成都、广州等7个城市公司可实现“一日三送”承诺。此外公司还进一步增加“送装一体”特色服务的覆盖区域，充分发挥苏宁O2O差异化竞争优势。

报告期内，苏宁物流社会化开放进程加快，业务类型包括仓储服务、配送服务以及仓配一体服务，充分满足不同企业的物流服务需求。

（五）金融业务

报告期内公司对旗下互联网金融业务进行整合，成立苏宁金服集团，并引入战略投资者，同步实施员工持股计划。苏宁金服坚持合规经营、持牌经营，取得11项金融业务牌照或资质，是国内牌照资源最为齐全的互联网金融集团之一。

报告期内苏宁金服夯实科技基础，强化风控，创新产品，旗下支付、投资理财、供应链融资、消费信贷、众筹等业务均取得较快增长。

支付业务拓展企业客户，服务对象涵盖供应商、交易平台客户和苏宁生态圈内客户，丰富支付全场景；探索苏宁金融O2O模式，建立健全苏宁财富中心运营体系，线上线下协同效应开始显现；完善风控，持续推动精细化管理；开展一系列产品创新，推出足球加息理财、众筹消费宝、苏宁乐业贷、任性学、任性游等产品，上线私募股权融资平台，一站式创新型金融服务平台初具雏形。

截至2016年6月，苏宁金服易付宝注册用户数1.4亿，企业客户突破5万户。

（六）经营效益及资产情况

报告期内，公司保持积极的市场竞争策略，线上业务增长迅速，占营业总收入比重由同期的19.80%提升至31.87%，由此带来综合毛利水平同比下降。企业内部强化绩效管理，进一步优化组织、流程，人效提高；另一方面，加强广告的精准投放以及厂商联动，投入产出效率提升，由此带来报告期内运营费用率同比下降1.17%。销售规模提升，边际效应凸显，企业运营效率逐步改善。受降息政策的影响，报告期内公司利息收入同比下降，带来财务费用有所增加。

此外，报告期内公司实施完成以部分仓储物业为标的资产开展的相关创新型资产运作模式，该交易实现税收净利润约为4亿元（所得税率暂按25%计算）。

综上，报告期内公司实现利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为-2.25亿元、-1.24亿元，同比下降147.61%、135.71%。

公司总资产、归属于上市公司股东的所有者权益、归属于上市公司股东的每股净资产分别较期初增加42.04%、91.78%、52.06%，主要原因为报告期内公司完成2015年非公开发行股票，募集资金净额290.85亿元。

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7月15日披露的《2016年半年度业绩预告修正公告》中预计的2016年半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（会

计主管人员）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 7 月 30 日