

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：20150717

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	上海申银万国证券研究所：传媒与互联网首席分析师周建华、传媒与互联网分析师顾晟
时间	2015年7月17日10:00
地点	公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：任峻
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、苏宁的云店和超级店有什么区别？</b></p> <p>答：从公司的发展历程来看，超级店属于电器连锁、单渠道时代的产物；云店是互联网+、O2O融合的全渠道、全品类经营时代下的产物。</p> <p>从功能上看，传统门店主要以销售为目的，但云店集销售、体验、服务、推广等功能于一体，以移动互联网为载体，利用移动互联网把门店和线上打通。</p> <p>从品类上来看，云店引入了除家电外的其他业态，如红孩子、超市、海外购、餐饮等。如红孩子主要做的是引进商户来满足用户娱乐、教育、互动方面的需求，形成用户对红孩子专业母婴的认知；超市则是希望形成用户对苏宁全品类的认知。</p> <p><b>2、具体谈一谈云店模式。</b></p> <p>答：云店改造的前提：一是原有的超级店面积足够大，改造后原有家电面积减少，坪效提高，多出的面积做超市、红孩子等业态；二是门店在核心区域，有足够的人流量。</p>

由于苏宁在家电销售的专业性，即使家电面积缩减，对家电的销售规模不会产生影响，而坪效却得到提升。红孩子、超市及其他的业态以招商为主，有利于门店的最终效益。

我们在门店引进儿童娱乐、超市美食等业态后，门店的内容大大丰富，有利于进一步提高门店客流量。在产品上，我们进行错位，分析消费者的需求，在线下只销售强需求产品。比如消费者搬家之后装修新房时会采购大批成套家电，这时候消费者就会有线下比价、体验的需求，于是我们在成套家电方面进行布局，方便消费者购买；如线下还存在一部分消费者对低价有需求，我们会考虑在线下设置特惠区。总之我们通过深入研究消费者的需求，进行细分，从而实现线上线下的融合，线上进行全品类经营，线下进行精准定位经营。

随着云店的发展，苏宁以后会缩减城市的社区店，尤其是不在主商圈的社区店。以后苏宁目标是打造坪效高的主商圈门店，发展社区服务站（自营+加盟），形成以中心大店为枢纽，辐射大规模社区服务站的网状经营模式。

### **3、这种模式的门店名称已经确定是“云店”了吗？**

答：云店名称是“苏宁易购云店”，现在苏宁面向消费者的品牌统一为“苏宁易购”。

### **4、目前开的两家云店，经营成果如何？**

答：云店模式还在摸索之中，现在我们称之为 1.0，之后还会推出 2.0，我们认为企业就是在不断地摸索中实现转型升级。有一个数据可以直观地反映云店的效益，就是流量上升很快。有了流量，后期销售发展的空间也就有了。

我们之前进行过分析，认为未来线下体验的需求还是会有有的，所以我们做 O2O，没有放弃线下。近期北京、广州等地的云店也即将开业。

### **5、预测社区服务站会开到多少家？**

答：在三四级市场的不发达的县和发达的镇，今年预计开 1500 家左右自营服务站，在不发达的镇主要开设加盟服务站和代购点，未

	<p>来可能会发展到几十万家。公司利用自营店来管理加盟店，自营店是为了建立品牌信任度。</p> <p>在二级城市的新兴社区以及县级市场发展合作网点，通过公司的供应链和物流降低网点经营的成本，同时通过他们来深化公司的最后500米。最终形成一级城市的核心商圈旗舰店、二级城市核心商圈旗舰店以及县级市场门店的模式，这个模式未来会有小的调整，但不会有太大的变化。</p> <p><b>6、苏宁金融产品主要有哪些？</b></p> <p>答：今年我们用金融吸引用户，产品围绕苏宁自身的资产来做，风险可控，主要有票据类产品、消费信贷产品、小额贷款和保理产品。</p> <p><b>7、苏宁与锤子的合作模式是什么样的？</b></p> <p>答：手机是智能设备中间最重要的一个环节，也是入口，公司高度认可智能手机对移动互联网的入口价值。公司参股锤子，从而加强与上游厂商的深度合作，进一步完善供应链。苏宁以后会继续与一些新兴的互联网品牌进行合作，实现资源的整合。</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，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2015年7月17日