

回家证券代码：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：20160621

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	开心龙基金：柯世峰、吴斌、麦可·赵 Sintra Capital Corp: John Pinto William Little Family LP: Aaron Smith、Rodney Little GFI: Don Campbell、Dana Walsh、Lionel Boissiere Kleinheinz Capital Partners: Mark Stupfel
时间	2016年6月21日 10:30
地点/会议模式	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘办副主任：黄巍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、首先向投资者简单介绍公司基本情况</p> <p>苏宁自1990年创立，将服务作为自己唯一的产品，输出的就是服务。经历了三次创业，首先是专营空调，取得发展后进入连锁发展，发展家电、3C，2010年开始转型互联网零售。</p> <p>从4个方面来认识苏宁云商：全品类、全渠道、全客群、全服务。</p> <p>全品类：从一开始的空调专营到目前的家电、3C、母婴、超市等业务的开展。目前我们的开放平台上引进了近3万家商户，商品SKU达到2000万，去年的营业收入达到1355亿，线上销售规模500亿，20%来自开放平台。</p> <p>全渠道：苏宁的线下连锁网络中，截至2016年一季度海内外有1621家门店，大陆1556家，香港与日本共65家。去</p>

年开始我们在农村布局苏宁易购服务站，每家店的面积在 200 平方米左右，通过实物和虚拟出样。再联合线上电脑端、手机端、电视端覆盖用户全方位的需求。

全客群：以前苏宁的家电、3C 产品覆盖的用户年龄比较大，复购率也低，现在我们推出很多新兴的品类，不断在做年轻群体市场，并提升复购水平。通过全客群的布局，为公司未来的销售收入提供支撑。

全服务：苏宁以前专营零售，近几年将零售衍生的物流与金融业务对外输出，也为公司带来一定的收入。去年金融业务实现了 4 亿的收入与 6 千万的利润。

二、QA

1、苏宁销售的商品都是自己管库存的吗？

答：现在苏宁销售的商品分为 3 类：一类是做经销，自己做库存；第二类是代销，根据销售金额与供应商进行结算，不管库存；此外，公司还运营开放平台，商户付佣金，我们提供商品展示、销售、服务平台，供应商自己负责库存与配送。

2、物流是只包括仓储吗？

答：物流是全产业链模式，从拿地、开发建设、仓储、干线调拨、最后一公里配送都是苏宁自己在做。

3、会和第三方的物流合作吗？

答：在某些物流环节上，我们会和第三方合作，但都会按照苏宁的标准来进行管理。

4、苏宁物流会对外开放吗？

答：苏宁物流从去年开始对外开放了，向我们的上游供应商，向开放平台商户，去年，我们也开始和菜鸟合作，为天猫平台的商户提供配送服务。

5、苏宁物流速度如何，比如同城大概什么时候能够送达？

答：在全国 327 城市，1993 个区县实现“次日达”；近

200 个城市、2000 条街道实现“急速达”（指客户网上下单后，系统优先自动检测从距离客户最近的门店存货仓库出货，2 小时内将商品送到客户手中）；针对消费者需求比较旺盛的区域，北京、上海、成都、广州等 7 个城市实现“一日三送”承诺，在 61 个城市、173 个区县实现“半日达”。

6、偏远地方的物流配送情况？

答：较偏远地方会采取每周定期配送的方案。

苏宁从线下实体店经营做起的，线下的 1600 多家门店已经基本覆盖了中国的一二三级城市，依托于原有的连锁网络，能够向更下一级的地区进行渗透，形成规模优势。

7、苏宁卖家电送货的时候是否还会负责安装？

答：我们现在在推“送装一体”服务，送货的同时进行安装，覆盖黑电、热水器品类，服务区域从核心城市逐步扩展到二三线城市，已在全国 150 多个城市开展，55 个大区所在城市主城区覆盖率高达 95%。

8、物流的 IT 系统是苏宁自己开发的吗？每年在 IT 上的投入有多少？

答：我们自己有 LES（Logistic Execution System）系统，IT 方面的投入主要包括人员工资、设备投入与研发费用。

9、现在线上移动端的增长情况如何呢？

答：现在移动端增长很快，订单数的占比来看的话，2015 年年初移动端订单数占比线上的比例为 32%，至 2015 年 12 月，达到了 60%。

10、苏宁 1600 家门店的改造计划？将来是否还会新开店或者关店？

答：线下的连锁网络会将围绕如下几个方面发展：常规店的发展，后续将继续结构调整，升级业态，结合消费者兴趣点，升级门店功能。第二种是红孩子店与超市店，加快开设进度，同时我们也会不断对专业店的开设进行优化、调整。另外，在

	<p>广大的农村市场，今年计划要开 1500 家直营易购服务站；针对社区服务，我们在南京地区也率先推进苏宁小店的模式。</p> <p>从网点数量上看的话，未来一定是会大幅增长的，苏宁的线下网络形成无缝覆盖一二三四级城市的不同消费群体的多业态网络。</p> <p>11、苏宁和品牌商的议价能力如何？</p> <p>答：双方致力于合作共赢，我们注重的是对供应商服务能力的不断提升，以及自身销售规模的增长。</p> <p>12、苏宁有做电信运营吗？</p> <p>答：苏宁在 2014 年拿到了虚拟运营商牌照，在全国有放号资质，同年我们成立了苏宁互联，专门做虚拟电信运营，通过买断一批号段，设计不同套餐进行销售。</p> <p>13、易付宝的发展情况？</p> <p>答：支付是零售的基础，目前公司致力于面向 B 端，C 端的拓展。B 端，拓展平台商户，学校等机构，C 端围绕苏宁的消费者，结合任性付等产品进行易付宝的推广使用。</p> <p>接待过程中，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	2016 年 6 月 21 日