

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：20151123

| | |
|---------------|---|
| 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 checked="" 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 | 贝莱德集团（英国）：Truman Du |
| 时间 | 2015年11月23日13:45 |
| 地点 | 参观：南京新街口苏宁易购云店 会议：公司总部会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 参观：020 营销经理丁琴琴、董秘办王鹤 会议：董秘办副主任黄巍、董秘办王鹤 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>来自贝莱德公司的投资者 Truman Du 先生于11月23日下午参观了公司南京新街口苏宁易购云店，依次参观了会员专属区、海外购专区、苏宁金融专区、3C区、红孩子专区、游戏区等，详细了解了该店的基本情况、销售情况、考核指标等，对云店的库存管理、门店改造后各方面变化情况等尤为关注。</p> <p>参观完毕后，与公司董秘办副主任黄巍女士进行了交流，主要内容如下：</p> <p>1、手机、空调、冰洗、电视等品类整个行业不景气，在此背景下，苏宁如何保持销售规模的持续增长？</p> <p>答：线上业务致力于产品的不断丰富，尤其是长尾商品。苏宁增长将来自于两个方面：一是非电器品类，二是原有的家电、3C品类的精耕细作。品类发展策略是巩固传统家电品类，凸显3C运营能力，同时积极拓展超市、母婴等新品类。</p> <p>2、苏宁的门店与其他门店有何本质区别？</p> |

| | |
|----------|--|
| | <p>答：苏宁已经确定了门店未来的发展方向，就是开设云店、苏宁易购服务站，丰富门店销售产品，既有电器销售，又有超市、母婴等其他品类的销售，同时最大限度的挖掘门店展示和体验的功能，集销售、体验、服务、推广功能于一体。</p> <p>3、门店的库存策略是怎样的？</p> <p>答：我们与供应商通过 SCS 系统进行对接，供应商可以了解到产品在苏宁的库存，有效进行预测、补货。在采购时，由总部进行统一采购，再根据各区域的需求发送至对应的仓库。目前，公司库存线上线下已经打通，消费者的购买订单，会自动寻源，快速配送，提高用户满意度。</p> <p>4、运营成本有没有下调的空间？</p> <p>答：公司目前致力于运营成本的控制。目前增长较快的成本主要有三方面，一是人员费用，主要由于集团转型期间引进大量专业人才，同时提高了员工薪酬，未来人效会进一步提高；二是物流费用，原因在于商品品类、线上业务的扩展较快，配送费用增长较快，但是随着库存管理的精细化以及配送效率的提升，物流费用绝对值虽会增加，但费率会逐渐下降；三是租赁费用，随着门店的升级为云店，经营质量会提高，销售收入会增加，租赁费率也会相应下降。</p> <p>5、苏宁与阿里有哪些合作方案？</p> <p>答：双方合作主要有以下几个方面：一是苏宁在天猫平台上开设苏宁易购频道，双十一已有较好的表现；二是物流、服务方面会合作；三在商品采购上进行合作；此外在日常运营过程中如 O2O 运营、海外购等领域也会有所合作。</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 11 月 23 日 |
|----|------------------|