



苏宁云商集团股份有限公司
关于本次募集资金使用的可行性分析报告

二〇一五年八月

一、本次募集资金使用计划

本次募集资金总额不超过 2,934,321.34 万元，募集资金在扣除发行费用后，将投向以下项目：

序号	项目名称	项目投资总额 (万元)	募集资金拟投入额 (万元)
第一类项目	物流平台建设项目	954,369.66	873,345.32
1.1	自动化拣选中心建设项目	283,687.14	250,512.04
1.2	区域配送中心建设项目	319,421.19	272,833.28
1.3	物流运营业务发展项目	351,261.33	350,000.00
第二类项目	苏宁易购云店发展项目	1,150,959.57	1,006,160.13
2.1	租赁店项目	514,432.00	500,000.00
2.2	改造店项目	121,410.00	121,410.00
2.3	购置店项目	410,275.57	300,000.00
2.4	苏宁易购云店品牌推广项目	104,842.00	84,750.13
第三类项目	互联网金融项目	335,000.00	335,000.00
3.1	补充金融公司资本金项目	250,000.00	250,000.00
3.2	补充易付宝资本金项目	85,000.00	85,000.00
第四类项目	IT 项目	169,815.89	169,815.89
4.1	云计算项目	110,057.40	110,057.40
4.2	大数据项目	49,102.30	49,102.30
4.3	智能家居项目	10,656.19	10,656.19
第五类项目	偿还银行贷款	290,000.00	250,000.00
第六类项目	补充流动资金	300,000.00	300,000.00
合计		3,200,145.12	2,934,321.34

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》等相关规定的程序予以置换。

若实际募集资金数额(扣除发行费用后)少于上述项目拟投入募集资金总额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金项目基本情况

近年来,面对行业增速放缓、消费者购物需求升级以及行业竞争复杂的挑战,公司积极推进互联网零售转型,致力于搭建开放平台的生态体系以及 O2O 融合的互联网化运营升级。与此同时,作为公司实施转型的重要支撑,门店、物流、IT、互联网金融等核心能力的建设上,公司也始终不遗余力地进行投入。

本次募集资金拟投资的项目围绕公司在渠道、营销、后台、服务方面进行投入,持续提升公司核心竞争力。项目实施后,公司核心能力进一步凸显,物流仓储布局持续完善,配送服务能力显著提升;进一步扩充和升级线下门店网络,提升客户体验和服务;面向合作伙伴、消费者的 IT 服务能力、金融服务能力显著增强;提升品牌影响力,配合公司转型升级;同时获得资金支持,改善公司财务状况,为公司互联网零售业务的发展提供支撑。

(一) 物流平台建设项目

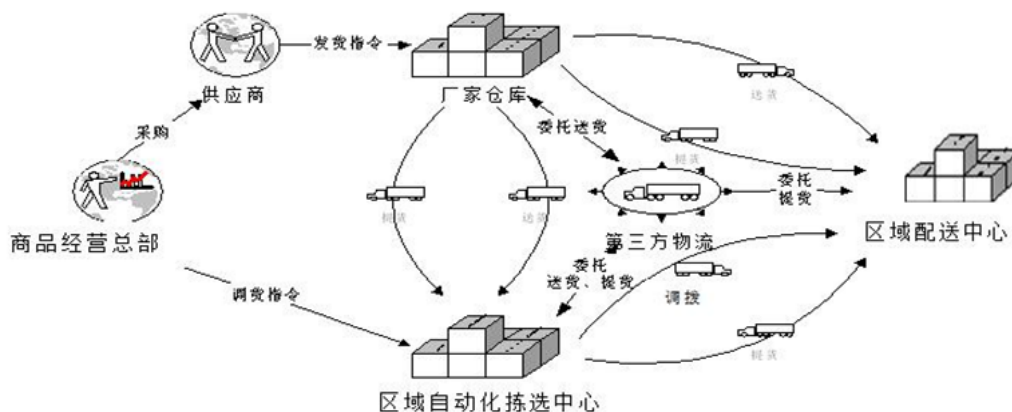
1、自动化拣选中心建设项目

(1) 项目背景及必要性分析

①苏宁云商物流体系结构与运作模式

苏宁云商物流配送中心网络辐射模式是按照“专业化分工、标准化作业、模块化结构、层级化管理”的原则设计和运行,采用区域自动化拣选中心、区域配送中心、门店及自建快递点的三级配送模式。公司在全国规划建设 12 个区域自动化拣选中心、60 个区域配送中心,同步为配合业务发展,并将逐步拓展航空物流、跨境物流和冷链物流业务。

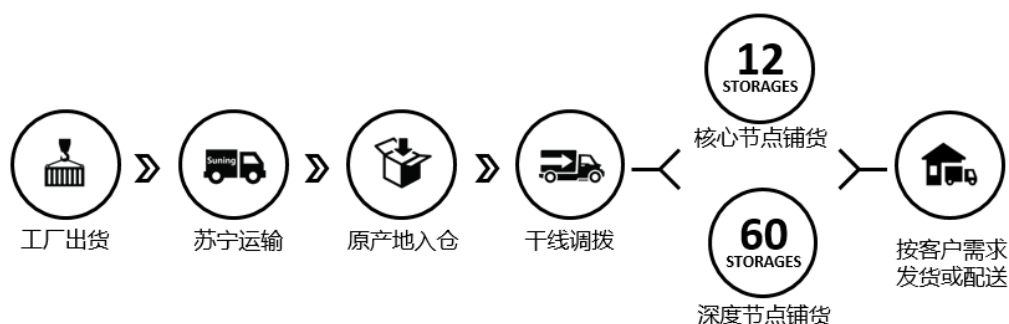
区域自动化拣选中心主要承担 3C、百货、超市等小件商品的采购、存储、拣选及本地化零配和所辖区域配送中心小件商品调拨的职能;区域配送中心主要承担本地销售的大件商品采购、存储、零配,并承接区域自动化拣选中心调拨货物等职能。



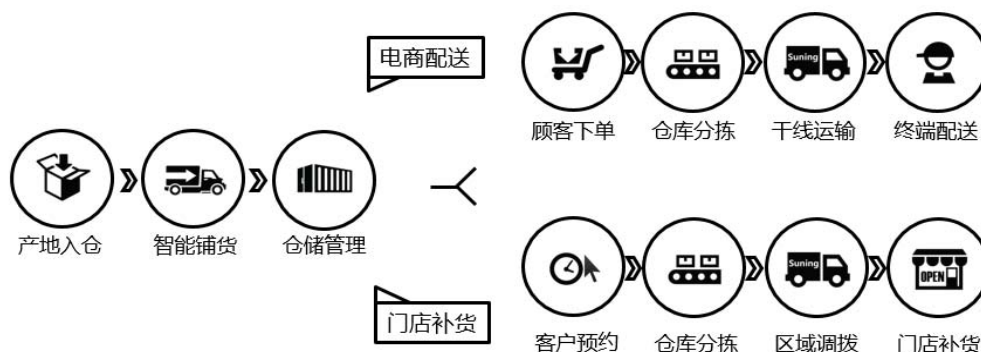
②苏宁云商物流体系的作业模式

苏宁云商物流提供全套的物流运营解决方案和服务，业务模式涵盖供应物流、仓配物流、揽件速递、冷链和跨境物流。

A.供应物流是指在工厂发出货物后，由苏宁物流运输到就近的苏宁仓库，再经过完整的全国干线网络调拨至需求所在地。



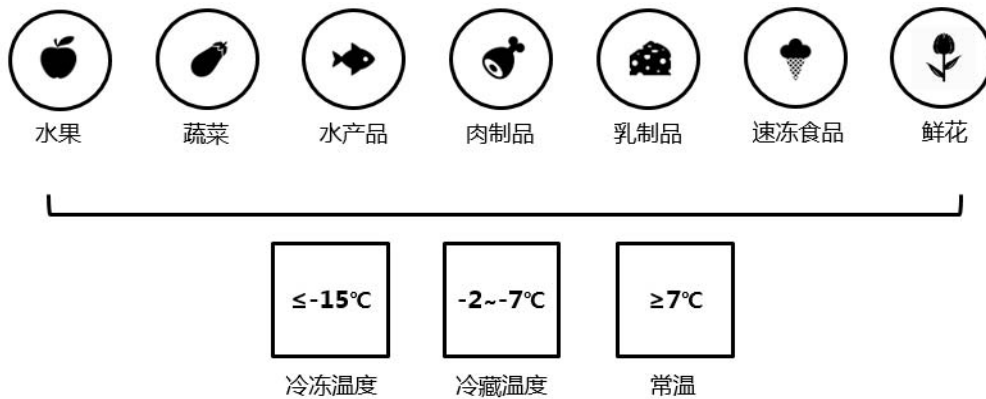
B.仓配物流是指苏宁物流提供高效一体化的仓储和配送服务，由苏宁物流提供拣选、分拨、干线运输以及最后一公里配送服务。



C.揽件速递是指由苏宁物流面向电商、制造工厂、个人提供上门揽件服务，主要包括：上门取件、代修代检、个人包裹、结算票据、往来信函等。



D.冷链物流是指由苏宁物流为果蔬、肉制品、乳制品等品类客户的物流业务需求，提供保鲜、冷冻、冷藏的仓配一体化服务。



E.跨境物流是指由苏宁物流通过直邮小包、保税直邮和保税备货方式为客户提供提供日本、美国、香港等地区进口商品的配送服务。



③项目建设的必要性

物流是消费者购物体验的重要环节，也是苏宁互联网零售模式最核心的支撑之一。多年来，公司坚持体验为王，在物流网络、技术升级以及运营效率方面持

续投入，促进了用户体验的提升，树立了良好的苏宁服务品牌。

A.物流平台是苏宁互联网零售战略的核心资源

公司立志成为最优秀的互联网零售商，多年来不断推动商品、平台、服务体验的升级。全国性物流网络对供应商、商户的服务效率以及对消费者的服务体验，以及公司规模效应的形成起到重要的作用，是公司成功实现互联网零售企业转型的重要支撑。

近年来，公司通过加快推进自建物流平台建设，进一步夯实后台支撑体系，截至 2014 年末，公司在全国的 23 个城市区域物流配送中心、3 个区域自动化拣选中心已投入运营。2015 年，公司成立了独立物流子集团，形成以选址、开发、建设为一体的物流资产运营和涵盖仓储、运输、配送全流程的物流服务运营相结合的物流全价值链。物流作为苏宁的核心资源还将逐步的社会化、市场化，建立面向消费者以及社会合作伙伴的“物流云”。作为苏宁物流服务的基础，区域配送中心以及区域自动化拣选中心必须加快建设，尽快完成全国自建物流网络布局，有效的保障面向供应商、商户的服务效率以及对消费者的服务体验。

B.物流平台是公司全品类商品经营的发展需要

公司已从传统电器类商品连锁零售商发展到拥有全渠道和开放平台并行的互联网零售商，商品品类已从传统电器、3C 拓展至母婴、超市、百货等全品类经营，截至 2014 年末，公司自营与开放平台所经营的商品 SKU 规模达到了 791 万。商品经营模式的变革，要求公司在物流仓储、物流运营能力方面进一步提升，通过本项目的实施，可以全面支撑公司全品类商品经营的发展需求，尤其提升公司在超市、母婴、百货等小件商品的仓储、拣选、配送的运作效率，提升用户体验，增加销售规模。

C.完善的物流平台有利于提高作业效率、降低运营成本

公司在全国布局自建物流网络，承担各区域内销售商品采购、调拨、配送等职能，将有效缩短物流作业距离，提高物流作业响应时效，降低物流运作成本。

此外，公司不断升级物流平台建设标准，在选址开发、工程建设、运营作业等方面形成了标准化、流程化和信息化，形成规模化标准复制模式，有利于缩短

建设周期，降低物流平台的建设成本。

D.物流平台是公司推进物流社会化运作的基础

历年来公司不断完善网络布局，积极探索物流社会化运作。目前公司仓储运作、运输配送、信息平台逐步成熟，具备全面对外开放的基础，SWL 模式（开放平台商户由苏宁提供仓储、配送全程服务）、SL 模式（开放平台商户由苏宁提供配送服务）都已试点运行。随着物流服务产品的不断推出，物流客户规模不断增加，对仓储、配送的需求将加大，公司必须要加快物流平台建设，满足社会化合作伙伴对优质硬件平台的需求。物流平台的建设有利于推进完善物流平台生态系统，推进社会化开放。

E.物流是苏宁品牌核心竞争力的集中体现

公司物流体系依托于自主研发的物流信息系统、完善的仓储、运输和快递终端网络资源、大数据挖掘和分析的智能化系统，打造出具备信息服务、资源整合、在线交易、物流作业管理、物流增值服务、辅助决策和支持保障等功能的“物流云”信息服务平台，并于 2014 年 11 月成功申报成为国家首批十大物流信息服务平台之一。物流集团在“物流云”基础上，建立第三方物流企业的行业领先地位，并继续打造开放型的物流平台（4PL-第四方物流），即整合社会物流服务商为所有物流需求方服务，并为社会物流需求方提供苏宁物流服务。

建设物流平台，对于提升苏宁服务能力、消费者体验、增强苏宁对供应链的管控能力、市场的把控能力、提高服务附加值都起着决定性作用。本次募集资金投资物流平台建设，将进一步夯实公司物流能力这一核心竞争力。

（2）项目实施内容

①固定资产及相关设备

本公司计划在西北、西南、华中、华东、华南地区建设自动化拣选中心，新建用房总建筑面积为 835,624.42 m²，其中仓储面积 730,225.01 m²，物流、售后及其他配套用房面积 105,399.41 m²；同时新增仓库自动化设备、信息终端设备、运输设备、办公设备和通讯设备等相应的设施设备。

②项目信息系统

物流配送分拨服务信息系统主要包括配送运输服务及仓储两大模块。

A.配送运输服务模块(TMS、DMS)：配送运输服务管理分为用户信息管理、配送综合管理、运输信息管理三个子模块。

B.仓储模块(WMS)：仓储模块主要采取 WMS 系统、DPS 系统及高速拣选系统完成作业。

目前苏宁物流在网络集成化、作业机械化、管理信息化、人才知识化的指导下，已达到了第三代物流标准，成功实现了全机械化的作业方式、SAP/WM 模块的仓储作业管理、DPS、GPS、数字条码等技术的应用，同时公司也将引进国外先进设备，逐步架构自动化拣选系统，苏宁物流将全面实现仓储自动化（自动存储、自动拣选、高速分拣），语音拣选、GIS、RFID 等新技术的应用。

（3）项目实施方式、地点

1、项目实施方式

公司将通过直接或间接向苏宁云商下属各物流公司增资的方式实施本项目，各物流公司均为公司全资下属公司。

2、项目实施地点

序号	物流配送中心	项目实施地点
1	西北地区自动化拣选中心	咸阳市泾阳县
2	西南地区自动化拣选中心	眉山市彭山区
3	华中地区自动化拣选中心	鄂州葛店经济技术开发区
4	华东二区-浙江自动化拣选中心	绍兴滨海新城江滨区
5	华南地区自动化拣选中心	佛山市三水区

（4）项目土地情况

截至本预案公告日，本项目已经完成土地受让程序并取得土地相关权证。

（5）项目实施周期

依据项目建设内容、项目建设安排，本项目建设期为 3 年，通过竣工验收后正式投入使用。

（6）项目备案情况

各自动化拣选中心均已完成发改委项目审批备案手续。

（7）项目的投资以及投资收益测算

本项目预计总投资 283,687.14 万元，其中固定资产投资 281,652.14 万元，铺底流动资金 2,035 万元，项目投资及收益测算明细如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	西北地区 自动化拣 选中心	西南地区 自动化拣 选中心	华中地区 自动化拣 选中心	华东二区 浙江自动 化拣选中	华南地区 自动化拣 选中心
1	第一部分工程费用	29,755.17	49,520.14	43,153.10	36,579.55	39,317.13
1.1	主体建安工程	25,137.55	43,646.02	37,839.42	33,214.84	33,271.65
1.1.1	仓库	22,362.60	36,084.81	30,989.82	26,149.60	30,346.79
1.1.2	办公、配套用房	2,774.95	7,561.22	6,849.60	7,065.24	2,924.87
1.2	室外及附属建安工程	667.62	1,524.11	1,363.68	1,348.46	771.45
1.2.1	围墙、室外道路、绿化	443.99	1,163.26	1,053.78	1,086.96	467.98
1.2.2	室外管网	223.63	360.85	309.90	261.50	303.47
1.3	主要设备费用	3,950.00	4,350.00	3,950.00	2,016.25	5,274.03
1.3.1	存储设备	987.50	1,187.50	987.50	593.75	1,468.03
1.3.2	其他作业设备	1,162.50	1,162.50	1,162.50	622.50	1,356.00
1.3.3	自动化设备	1,800.00	2,000.00	1,800.00	800.00	2,450.00
2	第二部分工程建设其它费用	13,693.93	11,964.50	15,271.19	12,318.58	16,973.27
2.1	土地费用（含税）	8,725.02	3,157.27	6,705.61	6,238.65	10,403.00
2.2	报批报建费用	3,072.82	5,237.64	4,532.34	3,948.05	4,085.83
2.3	正式水、电	111.00	290.82	263.45	271.74	116.99
2.4	临时工程费	614.56	1,047.53	906.47	789.61	817.17
2.5	其他费用	1,170.53	2,231.24	2,863.32	1,070.53	1,550.28
3	第三部分不可预见费	2,078.90	3,007.09	2,867.07	2,467.47	2,685.07
	固定资产投资合计	45,528.00	64,491.72	61,291.36	51,365.59	58,975.47
	铺底流动资金投资	400.00	465.00	350.00	270.00	550.00
	全部投资合计	45,928.00	64,956.72	61,641.36	51,635.59	59,525.47
	全部投资内部收益率（税后）	7.67%	8.20%	7.90%	8.18%	7.58%

投资回收期（税后，含建设期）	15.27	14.31	14.92	14.59	15.15
----------------	-------	-------	-------	-------	-------

注：通过本项目建设，公司可高效地进行资源配置与调度，降低实际运作成本。未来随着物流社会化运作，在满足自用基础上，公司将部分物流仓储对外租赁，获取租金收入。上述测算投资内部收益率和投资回收期时，收入以各物流中心取得的仓储/配套租金收入进行模拟测算

2、区域配送中心项目

（1）项目背景及必要性分析

本项目背景及必要性分析见“2.1 自动化拣选中心项目”之“一、项目背景及必要性分析”。

（2）项目实施内容

①固定资产及相关设备

本公司在北京、石家庄、太原、郑州、长沙、兰州、南宁、宁波等 22 个地区建设和扩建区域配送中心，新建用房总建筑面积为 971,268.27 m²，其中仓储面积 799,716.23 m²，物流、售后及其他配套用房面积 171,552.04 m²；同时新增仓库机械化设备、信息终端设备、运输设备、办公设备和通讯设备等相应的设施设备。

②项目信息系统

物流配送分拨服务信息系统主要包括配送运输服务及仓储两大模块。

A.配送运输服务模块（TMS、DMS）：配送运输服务管理分为用户信息管理、配送综合管理、运输信息管理三个子模块。

B.仓储模块（WMS）：仓储模块主要采取 WMS 系统、DPS 系统及高速拣选系统完成作业。

（3）项目实施方式、地点

①项目实施方式

公司将通过直接或间接向苏宁云商下属各物流公司增资的方式实施本项目，各物流公司均为公司全资下属公司。

②项目实施地点

序号	项目名称	项目实施地点
1	北京三期	北京市通州区
2	长沙	长沙高新技术产业开发区
3	郑州	郑州市二七区
4	南宁	南宁市兴宁区
5	兰州	兰州高新技术产业开发区
6	石家庄	石家庄市藁城区
7	太原	晋中经济技术开发区
8	宁波	宁波市奉化市
9	内江	内江市经济技术开发区
10	常州	常州市钟楼区
11	珠海	珠海市香洲区
12	哈尔滨二期	哈尔滨市平房区
13	长春二期	长春市朝阳经济技术开发区
14	福州二期	福州市闽侯县
15	温州二期	温州市瓯江口区
16	乌鲁木齐二期	乌鲁木齐市头屯河区
17	昆明二期	昆明市滇中新区
18	中山二期	中山市南朗镇
19	贵阳二期	贵阳市金阳区
20	厦门二期	厦门市思明区
21	徐州二期	徐州新区
22	济南二期	济南市高新技术开发区

（4）项目土地情况

截至本预案公告日，本项目中，除太原、宁波项目目前正在办理土地受让程序外，其他项目已经取得国有土地使用权证。

（5）项目实施周期

依据项目建设内容、项目建设安排，本项目中工程规划建设期为3年，通过竣工验收后正式投入使用。

（6）项目备案情况

北京（三期）、石家庄、太原、郑州、长沙、兰州、南宁、宁波项目已经完成发改委项目审批备案，其他项目目前正在办理发改委项目审批备案手续。

（7）项目的投资以及投资收益测算

通过本项目的建设，公司可更高效地进行资源的配置与调度，降低实际运作成本。未来随着物流社会化运作，在满足自用基础上，公司将部分物流仓储对外租赁，获取租金收入。在测算本项目投资内部收益率和投资回收期时，收入以各物流中心取得的仓储/配套租金收入进行模拟测算。

本项目预计总投资 319,421.19 万元，其中固定资产投资 315,261.19 万元，铺底流动资金 4,160.00 万元，明细如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	长沙	太原	石家庄	南宁	宁波	兰州	北京三期	郑州	内江	常州	珠海
1	第一部分工程费用	11,432.13	12,353.45	17,636.18	20,799.08	12,446.18	9,814.15	2,989.45	11,432.02	11,283.04	10,531.55	11,432.12
1.1	主体建安工程	10,337.60	11,648.86	16,745.67	19,343.90	11,460.16	9,115.30	2,763.70	10,421.74	10,612.08	9,964.21	10,771.60
1.1.1	仓库	8,283.60	10,639.80	14,892.43	14,658.45	10,499.48	7,008.00	2,703.8	9,179.20	9,618.4	9,645.8	9,861.6
1.1.2	办公、配套用房	2,054.00	1,009.06	1,853.24	4,685.45	960.68	2,107.30	59.9	1,242.54	993.6	318.4	910.0
1.2	室外及附属建安工程	398.84	261.64	434.04	896.26	258.70	272.71	76.07	282.95	249.05	145.44	238.62
1.2.1	围墙、室外道路、绿化	316.00	155.24	285.11	749.67	153.71	202.63	15.99	191.16	152.9	48.98	140.00
1.2.2	室外管网	82.84	106.40	148.92	146.58	104.99	70.08	60.08	91.79	96.2	96.46	98.62
1.3	主要设备费用	695.70	442.95	456.47	558.93	727.32	426.14	149.68	727.32	421.90	421.90	421.90
1.3.1	存储设备	514.40	332.20	344.11	392.14	587.69	328.70	85.0	587.69	295.80	295.80	295.80
1.3.2	其他作业设备	181.30	110.75	112.37	166.79	139.63	97.44	64.68	139.63	126.10	126.10	126.10
1.3.3	自动化设备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	第二部分工程建设其它费用	7,522.27	6,499.12	6,376.65	9,789.34	6,878.34	6,351.55	5,811.73	7,139.87	3,808.13	7,924.51	7,217.24
2.1	土地费用（含税）	5,824.00	4,420.68	2,674.00	6,127.61	4,630.50	4,690.02	4,516.9	5,356.92	1,794.00	5,144.46	5,143.60
2.2	报批报建费用	1,232.95	1,141.60	2,039.75	2,300.85	1,408.50	1,078.63	761.0	1,266.88	1,038.28	989.07	1,056.16
2.3	正式水、电	79.00	38.81	71.28	187.42	38.43	81.05	32.7	47.79	38.22	12.25	35.00
2.4	临时工程费	246.59	285.40	407.95	460.17	281.70	215.73	152.2	253.38	259.57	247.27	264.04
2.5	其他费用	139.73	612.63	1,183.67	713.29	519.21	286.14	348.84	214.92	678.07	1,531.46	718.44
3	第三部分不可预见费	960.98	968.93	1,239.81	1,580.50	978.80	828.40	455.34	939.19	772.07	949.17	959.34
	固定资产投资合计	19,915.39	19,821.50	25,252.64	32,168.93	20,303.32	16,994.09	9,256.53	19,511.08	15,863.24	19,405.22	19,608.70
	铺底流动资金投资	150.00	110.00	90.00	180.00	180.00	90.00	60.0	150.00	180.00	180.00	180.00
	全部投资合计	20,065.39	19,931.50	25,342.64	32,348.93	20,483.32	17,084.09	9,316.53	19,661.08	16,043.24	19,585.22	19,788.70
	全部投资内部收益率（税后）	8.17%	7.88%	8.27%	7.86%	7.97%	7.83%	8.08%	7.61%	7.93%	7.58%	7.32%
	投资回收期（税后，含建设期）	14.79	14.72	14.97	14.58	14.53	15.1	15.30	15.38	15.31	15.4	15.43

序号	工程或费用名称	哈尔滨二期	长春二期	福州二期	温州二期	乌鲁木齐二期	昆明二期	中山二期	贵阳二期	厦门二期	徐州二期	济南二期
1	第一部分工程费用	6,796.85	8,256.79	6,294.00	5,136.79	9,228.17	9,198.04	5,294.80	12,368.20	5,455.17	6,886.52	2,384.00
1.1	主体建安工程	6,536.00	7,794.18	6,080.00	4,986.92	9,001.88	8,995.24	4,797.60	11,647.20	5,183.32	6,612.54	2,160.00
1.1.1	仓库	4,460.0	5,120.0	6,080.0	4,986.9	7,420.2	7,308.9	900.0	4,630.4	2,629.6	4,200.0	2,160.0
1.1.2	办公、配套用房	2,076.0	2,674.2	0.0	0.0	1,581.7	1,686.3	3,897.6	7,016.8	2,553.7	2,412.5	0.0
1.2	室外及附属建安工程	260.85	462.61	214.00	149.87	226.29	202.81	497.20	721.00	271.85	273.98	224.00
1.2.1	围墙、室外道路、绿化	216.25	411.41	150.00	100.00	152.09	129.72	487.20	674.69	245.55	231.98	200.00
1.2.2	室外管网	44.60	51.20	64.00	49.87	74.20	73.09	10.00	46.30	26.30	42.00	24.00
1.3	主要设备费用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.1	存储设备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.2	其他作业设备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.3	自动化设备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	第二部分工程建设其它费用	1,498.11	1,385.58	1,420.00	874.01	1,768.56	1,800.38	1,090.46	2,320.90	1,029.13	1,307.34	508.75
2.1	土地费用（含税）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2	报批报建费用	773.75	897.13	800.00	623.37	1,079.61	1,075.76	612.20	1,253.49	574.25	756.98	240.00
2.3	正式水、电	86.50	102.85	90.00	50.00	60.83	64.86	194.88	269.88	98.22	92.79	70.00
2.4	临时工程费	154.75	179.43	160.00	124.67	215.92	215.15	122.44	250.70	114.85	151.40	60.00
2.5	其他费用	483.11	206.17	370.00	75.97	412.19	444.61	160.94	546.83	241.81	306.18	138.75
3	第三部分不可预见费	436.58	507.49	406.00	316.36	578.78	578.86	336.07	773.11	341.28	431.26	152.25
	固定资产投资合计	8,731.54	10,149.86	8,120.00	6,327.15	11,575.51	11,577.29	6,721.33	15,462.20	6,825.57	8,625.11	3,045.00
	铺底流动资金投资	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	810.00	180.00	180.00
	全部投资合计	8,911.54	10,329.86	8,300.00	6,507.15	11,755.51	11,757.29	6,901.33	15,642.20	7,635.57	8,805.11	3,225.00
	全部投资内部收益率（税后）	8.48%	7.91%	8.90%	7.29%	8.20%	8.17%	7.91%	8.01%	8.02%	7.86%	8.03%
	投资回收期（税后，含建设期）	13.9	14.56	13.57	15.15	14.11	14.15	14.45	14.3	14.33	14.49	14.4

3、物流运营业务发展项目

（1）项目背景及必要性分析

①物流运营业务简介

物流运营业务是苏宁云商物流体系的重要环节，组织结构包含苏宁物流和各区域子公司二层架构。苏宁物流主要为苏宁云商线上线下自营业务和苏宁易购平台商户提供服务，业务范围包括仓储管理、设备采购、运输管理、零配管理等。

苏宁物流作为苏宁云商的物流运营业务平台，将进一步加大物流自动化水平，在现有业务基础上，未来业务范围将进一步拓展至为上游供应商、垂直电商、落地配公司提供仓储管理、物流配送服务，为公司互联网零售业务发展提供坚实的物流基础和强劲的增长动力。

②物流运营作业模式

物流运营作业模式分析见“二、（一）物流平台建设项目”之“1、自动化拣选中心建设项目”之“（1）项目背景及必要性分析”。

③项目建设的必要性

当前，我国物流行业运营效率普遍较低，行业多采用传统的运营模式，自动化物流设备缺乏，对现代物流技术的应用也较为落后。随着电子商务的快速发展，在零售行业线上线下一体化竞争激烈的背景下，物流运营模式迫切需要提升运作效率，以支撑业务的快速发展。从宏观层面上看，自动化、规模化、集约化是目前物流行业发展的主要趋势。

立足公司的整体发展规划，苏宁云商对物流体系持续投入，以更好的支撑电商、门店、平台商户、快递配送四大类物流业务的发展。公司将以强大的物流信息技术平台为支撑，同时采用大型、先进的自动化存储、分拣设备及配送设备，彻底改变传统的物流作业模式，最终实现针对门店 B2B、电商 B2C、快递、退货、中转、调拨等物流功能的自动化物流体系，实现“共享库存、合并运输、共同配送”的目标。

随着公司全品类商品经营策略的实施，以及公司电商开放平台业务的拓展，

公司线上经营商品 SKU 数量呈现爆发性增长态势，并且消费者对配送时效性要求日益增高，传统物流仓储设施和运营模式难以满足要求，公司迫切需要通过自动化物流设备来提升物流体系的整体效率、缩短响应时间。

此外，日益激烈的市场竞争也对传统物流模式提出了挑战，一方面，随着国内人力成本的不断上升，传统物流模式下对大量人工的依赖难以适应未来的行业竞争格局；另一方面，一个高效、低成本的物流支撑体系也将成为一个全渠道互联网零售商的核心竞争优势。

在这一大背景下，公司为适应未来竞争环境的挑战，拟加大对物流运营体系的投入，提升物流仓储、拣选、配送的整体运营效率。

经公司研究论证，Miniload、ASRS、SCS、A 字架、分拣机等存储、拣选、分拨自动化设备，以及 WMS 和 WCS 等先进的仓储管理软件应用将会大幅提升物流设施运营水平；社区自提柜设备将大幅提升小件物流配送效率。这些设备和软件的使用可显著降低人力成本和订单履约时间。

公司物流运营业务发展项目将用于南京等六个自动化仓库购置并安装所需自动化物流设备、配套相应 IT 研发系统服务、购置并布局社区自提柜设备等。

（2）项目实施内容

本公司计划使用募集资金 35 亿元对江苏苏宁物流有限公司进行增资，主要用于南京等六个自动化仓库购置并安装所需自动化仓储物流设备及配套建设、物流信息系统开发与推广等，主要投资具体如下：

①存储系统

采用 Miniload 自动料箱堆垛系统和 ASRS 自动托盘堆垛系统建立针对于料箱、托盘的新一代存储拣选系统，结合供应商 WCS 控制系统与苏宁 WMS 系统的对接实现整箱、整托盘的自动存取。系统设计可增强商品的大批量出入库能力，从而显著提高收发货速度、准确性与生产量。

②拣选系统

利用高度自动化拣选设备如 A 字架以及 SCS 旋转货架实现自动化拣选，大

大提高商品的自动化拣选效率；同时为了满足单 SKU 大批量出库以及非畅销品的拣选，辅以 KDR 流利式货架、托盘地堆以及阁楼式货架，增加仓库灵活性。

③自动输送系统

此系统是自动化物流配送中心中重要的组成部分，承担的作业量最大。根据上位系统的作业指令，自动分拣输送系统利用输送线进行货物的输送、升降、积放、检测、分发等功能，可实现货物从入库区域到不同存储区域，以及从不同存储区域到自动分拣系统的自动输送。

④自动分拣系统

通过自动化设备交叉带分拣机的运用，实现包裹或运输箱的自动分拣，避免人工根据目的地进行分货操作。使用可配合标准控制与软件对接的高速系统，可简化仓储操作，提高供应链可视化程度。

⑤自动化拣选系统应用开发

公司将升级现有的仓储管理系统，采用分布式理念，搭建可平滑扩展的“仓储网络管理系统”；

通过智能应用开发，采集现有物流作业全流程的时效数据，运用大数据进行分析、模拟计算，同步考虑商品粘性、商品物流热度等信息，打造高效率、低成本的物流作业流程。

⑥社区自提柜网络建设

为了适应公司小件配送业务量持续上升，提升物流配送效率，解决快递服务环节“最后一公里”配送问题，公司将在全国各省市主要高端社区及高校布局社区自提柜，为用户提供 24 小时随时取货的便捷服务。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入 351,261.33 万元，其中拟使用募资资金投入 350,000.00 万元。

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	小计
1、仓库改造费	6,110.00	8,043.75	11,976.25	26,130.00
2、自动化仓储、分拨及末端网络基础设施	85,918.80	107,684.40	90,161.46	283,764.66
3、物流系统开发费用	8,000.00	8,000.00	8,000.00	24,000.00
4、人员招聘培训费用	1,500.00	2,500.00	2,500.00	6,500.00
5、流动资金	5,500.00	2,471.43	2,895.24	10,866.67
小计	107,028.80	128,699.58	115,532.95	351,261.33

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司江苏苏宁物流有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在 3 年内根据业务发展对物流运营的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目无需备案。

（7）项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升公司的服务客户、平台商户的能力和物流相应时间，有效降低物流运营成本，增强公司竞争力。

（二）苏宁易购云店发展项目

苏宁易购云店是公司在“互联网+”时代针对未来消费者的消费需求和消费习惯打造的提供一流消费体验的新一代实体门店，是公司互联网转型、O2O 深度融合模式落地的平台载体，也是公司未来最重要的线下流量入口。云店代表了未来零售行业重要发展方向，也是公司构筑核心竞争力的重要环节。

云店将为消费者提供全方面优质的消费体验和 O2O 体验服务平台，并对供应商开放提供展示销售、互动平台，具体功能如下：

全方位一站式消费体验：通过对商品结构和客户服务体验的优化，融合了“金

融、海外购、咖啡、超市、红孩子、美食、电器、物流、售后”等苏宁所有的商品和服务的新模式；

O2O 体验服务平台：通过“餐饮课堂、游戏体验区、孕妈讲堂、情景样板间”等体验区及“综合服务中心、售后服务中心”等功能区的加强，给消费者提供一站式、两线融合的 O2O 服务；

供应商开放的平台：通过“虚拟屏、主题活动区、情景样板间”将线上线下打通，给开放平台商户作为展示和销售的平台。

典型苏宁易购云店模式品类架构模型如下：

4F: 4000m²	冰洗	空调	私享家	售后服务	特色餐饮	办公仓库
3F: 4000m²	彩电	厨卫	视频互动	样板体验	特色餐饮	
2F: 4000m²	生活电器	红孩子		综合服务		
1F: 4000m²	3C数码	3C体验	主体互动	面包咖啡	金融服务	快递服务
-1F: 4000m²	超市零售	餐饮配套	美食广场	特色餐饮		

①云店发展战略是支撑公司实现 O2O、物流、金融、数据等生态圈流量变现的重要线下流量入口

云店网络布局是支撑公司实现“两线融合、开放平台积累用户、中长期金融+物流流量变现”战略的重要线下流量入口，是建立“商业、金融、服务”生态闭环重要的战略部署。

公司通过多年全国连锁经营和实体布局，积累了大量线下流量，每一个苏宁门店都是巨大的线下实体流量入口。虽然由于商业环境的变化和宏观经济增长的变缓，传统模式的门店客户体验有所下降，但是云店通过全新的业态/品类、体验和生活服务组合，大大优化了用户体验和并提升客户体验，也将成为苏宁云商商业模式闭环中的重要线下流量入口。在用户通过苏宁云商线上、线下入口导入之后，对用户的价值进行再开发才成为可能，最终才得以通过物流、金融和各类 O2O 生活服务实现流量价值变现最大化。

②全国性云店网络将是 O2O 模式实现线下落地的骨干网络

苏宁易购云店依托苏宁云商现有实体经营网络，将成为 O2O 全国范围内线下落地的支撑体系。近年来线上交易规模呈几何数及增长，但是线下交易市场依旧远远大于线上的市场规模。同时，单纯的线上交易模式经过多年的飞速发展，增长速度也开始放缓，两线融合的 O2O 模式将成为行业发展的必然。通过结合线上线下的优势，缩短用户服务距离，O2O 模式会较单纯线上模式更为高效，并为用户带来更好的消费、服务体验。

但是无论是何种 O2O 线下落地服务，都需要一个完善、强大的线下网络为标准化的 O2O 产品提供系统支撑。互联网升级、两线融合的苏宁易购云店，将成为苏宁云商发力 O2O 全国性布局骨干网络，也成为苏宁云商的核心竞争优势。

③云店是承接苏宁云商业务、品类横向扩张和开放平台的重要依托

随着消费升级的持续，消费者对产品品质、安全、以及个性化需求要求越来越高，消费者不再仅仅以获取商品为首要目的，更多的在购物过程体验、互动、服务等方面有了全新的要求。单纯的线上消费很难实现等同于线下服务的良好体验，因此线下的体验将可能会影响最终消费决策，也将成为不可避免的重要一环，尤其是生活服务类和部分对体验要求较强的品类。原有传统线下零售模式单纯销售体验，门店现场陈列无序、环境局限，消费体验欠佳，必然将消费者推向了价格更有优势的线上购物。

苏宁易购云店通过技术升级和模式创新，通过线上线下深度融合，向线下实体开放线上无限量商品、品类资源；通过品类扩张和重组，引入大量体验型消费项目，提升门店购物环境和消费体验；通过开放平台，在满足个性化升级消费需求的同时，也为苏宁云商线上线下业务带来了大量流量，为公司实现价值提供了保障。良好的现场体验，也将为公司进一步提升业务毛利水平提供了依托，将有力保障公司未来盈利能力的实现。

④线上线下相融合的云店模式是未来零售业的发展方向

随着互联网以及移动互联网技术的飞速发展，传统形态、单一品类的电器门店已经越来越难以适应当前复杂的竞争环境和消费需求。然而，单纯线上销售模

式又难以在消费体验、落地服务方面给予用户良好的购物、消费体验和服务。在消费者对消费、休闲娱乐更高要求的背景下，消费过程中的良好体验、消费的趣味性以及便利性等方面成为消费者选择消费场所更为重要的考虑因素。传统单一品类和业态、单一功能、紧凑局限的购物场所将逐渐失去吸引力对消费者。然而，在线上销售冲击线下门店销售的同时，移动互联网技术的普及和应用也为实体门店带来了新的机遇，实体门店将可以通过各种技术手段，为消费者提供更好的购物体验。

长期来看，线上和线下将围绕着如何更好的服务用户为核心，差异竞争，相互补充，相互融合。因此，线上线下相互融合将成为未来相当一段时间零售行业发展的重要方向。同时拥有线上、线下“两线作战”能力的全渠道零售商，将在未来激烈竞争中占得先机。

⑤实体门店网络依旧是构筑零售行业壁垒的有效手段

在互联网零售这种新兴零售模式冲击下，运营效率较低的实体门店将逐渐走向没落，而稀缺的经营型物业将发挥更为重要的作用，各个城市核心商圈将不仅仅扮演满足购物需求，而且需要满足消费者除购物需求以外包括休闲娱乐、餐饮、社交、教育等多方面的生活服务，低效的经营场所将逐渐失去竞争力，对稀缺经营性物业的争夺将日趋激烈。

在这一背景下，公司将持续积极优化实体经营网络，在全国重点城市加强针对核心稀缺经营性物业的战略布局，进一步通过“租、建、购、并”方式获取优质门店物业资源，尤其在城市核心商圈中极具价值的门店物业，公司也可以考虑通过购置方式获取。另外，公司还将对于租期时间长、市场影响显著的经营中门店进行改造升级，在店面形象、商品出样、品类结构、服务体验进行多维度升级改造，为顾客带来全新的购物体验。本次募集资金将在全国 331 个城市的核心商圈通过租赁、202 家核心商圈的门店进行改造升级，以及对具有独特价值的 25 个城市核心商圈的门店进行购置。

项目类型	项目内容	投资总金额 (万元)	募集资金拟投入额 (万元)
租赁店项目	新开 331 家云店	514,432.00	500,000.00

改造店项目	改造 202 家门店	121,410.00	121,410.00
购置店项目	购置 25 家门店	410,275.57	300,000.00
苏宁易购云店品牌推广项目	户外媒体推广：公交车、候车厅、墙体、户外大牌等	104,842.00	84,750.13
合计		1,150,959.57	1,006,160.13

1、租赁店项目

(1) 项目实施内容

本公司计划运用租赁店面的方式在东北、华北、西北、华中、华东、华南、西南发展 331 家连锁店，预计新增连锁店面积 278.00 万平方米。

331 家云店将分布在全国 8 个大区实施,情况如下：

大区	新开门店数量	新开门店总面积（平方米）
东北区	25	204,000.00
华北区	33	318,000.00
华东一区	69	564,000.00
华东二区	71	608,000.00
华南区	36	292,000.00
华中区	39	316,000.00
西北区	19	158,000.00
西南区	39	320,000.00
总计	331	2,780,000.00

(2) 项目投资情况

项目新增总投资 514,432 万元，其中：固定资产及相关开办费用投资 392,042 万元，以及根据连锁店面近年运转需求情况，本项目流动资金按正常年经营需求进行估算，铺底流动资金需求量按正常年流动资金需求的 122,390 万元。本公司拟用募集资金投资 500,000 万元，其余部分由公司自行解决。

为提高募集资金的使用效率，公司将依据“先开先用，用完为止”的原则，以本项目 331 家云店开设的先后顺序确定直接使用或对子公司的投资或增资顺序。

（3）项目实施方式

公司将通过直接开设，或新设子公司（全资子公司或全资下属公司）或向已有子公司增资的方式，由子公司负责开设连锁店面以实施本项目。

（4）项目实施周期

本项目实施周期为 3 年。

（5）项目产生效益

本项目全部投资后，将大大充实公司实体门店网络，增强公司在互联网+竞争环境下的竞争力，实现公司线上线下融合，进一步提升公司盈利能力。

2、改造店项目

（1）项目实施内容

①本项目公司将在全国重点城市筛选 202 家核心门店进行改造升级，对门店形象、业态布局、服务体验等方面进行持续投入。

②202 家改造店区域分布情况

大区	改造门店数量	涉及改造面积(平方米)
东北区	16	147,840.68
华北区	39	322,212.92
华东一区	44	442,818.42
华东二区	34	292,153.39
华南区	15	121,860.07
华中区	13	99,603.53
西北区	15	125,764.87
西南区	26	213,374.41
总计	202	1,765,628.29

（2）项目投资情况

本项目预计总投入 121,410.00 万元，其中装修投入 82,128.60 万元，设备及其他费用投资 39,281.40 万元。本项目计划使用募资资金投入 121,410.00 万元。

(3) 项目实施方式

该项目将通过公司、全资子公司和全资下属公司负责本项目的实施。

(4) 项目实施周期

本项目实施周期为 3 年。

(5) 项目产生效益

本项目全部投资后，将有效升级公司实体门店网络，增强公司在互联网+竞争环境下的竞争力，实现公司线上线下融合，进一步提升公司盈利能力。

3、购置店项目

(1) 项目实施内容

云店的开设，能够很好的提升公司在当地的市场品牌效应，门店经营的稳定性非常重要，因此位于重点城市核心商圈的店面，公司计划通过购置的方式取得，2014 年公司启动了门店物业创新型资产运作，也是通过希望建立有效的资产取得-资产运营的模式，持续获得优质门店资源，进一步发挥公司 O2O 的优势。云店标准不断完善成熟，将进入快速发展阶段，需通过多种方式获得优质稳定的物业资源，鉴于此公司将计划在上海、广州、沈阳等十个城市核心稀缺商圈购置 25 处商业物业，用于公司云店发展，项目计划总投资 410,275.57 万元，购置物业建筑面积 24.39 万平方米。

(2) 项目投资情况

本项目预计总投入 410,275.57 万元，其中拟使用募资资金投入 300,000 万元。

(3) 项目实施方式

公司将通过向全资子公司增资的方式完成物业购置。

(4) 项目实施周期

本项目实施周期为 3 年。

(5) 项目产生效益

本项目全部投资后，公司将在全国重点城市的核心商圈取得一批稀缺性商业物业，有助于公司稳固门店网络，有效抵御租金上涨风险和门店经营的稳定性，进一步推动公司门店的互联网升级，提升公司盈利能力。

4、苏宁易购云店品牌营销项目

（1）项目背景

苏宁始终视品牌为企业最核心的资产之一，一以贯之地执行品牌建设战略，并随着时代和市场的发展，不断丰富品牌的内涵。

为配合苏宁易购云店的落地实施，公司需要对整体品牌形象进行和重塑，以保持和增强公司品牌竞争能力，公司计划在未来3年投入104,842.00万元投入苏宁易购云店品牌营销项目，并拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过84,750.13万元投入本项目。

（2）项目的必要性分析

为配合苏宁易购云店建设项目的成功实施，公司计划加大对“苏宁易购云店”品牌建设投入，以促进公司实现总体战略目标。

在“互联网+”的时代大背景下，苏宁云商也在顺应时代潮流，业务不断升级转型，公司品牌形象也需要随着业务进行升级转型。随着公司苏宁易购的上线和苏宁易购云店建设项目的线下实施，公司需要将品牌形象从传统“电器连锁巨头”向“全品类、O2O”转变，并且重塑品牌形象和消费者认知。

此外，在投放手段上公司不但需要在原有传播模式上和渠道上继续投入，同时也需要进一步加大在新媒体以及互联网化的媒介传播方面进行投入，进而提升公司品牌运营能力，并采用多样化的整合品牌营销方式和互联网化的媒介传播形式，以配合公司战略顺利实施，实现公司的战略目标、品牌价值提升和建立核心竞争力。

（3）项目实施内容及计划投资情况

本次品牌建设项目计划在未来的三年，配合公司苏宁易购云店的新开和改造升级，主要通过户外媒体广告的方式，在公交车、候车厅、墙体、户外大牌广告

等承载形式进行广告投放，提升苏宁易购云店的消费者认知和品牌影响力，以保障公司项目的顺利实施。

本项目预计总投入 104,842 万元，全部投入在户外媒体广告方面，其中拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过 84750.13 万元。

（4）项目实施方式

公司将通过统一规划实施和向子公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在 3 年内根据业务发展的需求分期投入。

（6）项目备案情况

本项目不涉及备案要求。

（7）项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。项目完成后，将有助于提升苏宁易购云店的消费者认同，公司的品牌价值与形象将得到大幅提升。

（三）互联网金融项目

1、补充金融公司资本金项目

为完善用户体验，提升供应链资金效率，公司在金融服务方面进行了持续的投入和创新，致力于建立起从消费者到供应商的端到端的金融解决方案和增值服务能力，并形成包括供应链金融、消费信贷、余额理财等特色产品进行社会化推广，构建苏宁特色的“金融云”。供应链金融作为苏宁“金融云”服务中的重要内容，公司依托苏宁小贷、苏宁保理两个平台，充分发挥大数据优势，对上游供应商、开放平台商户开展精准营销，在有效控制风险的基础上快速提升业务规模，使得苏宁小贷、苏宁保理资本金资金需求增加，必须予以补充。

（1）项目背景及必要性分析

从国际零售行业发展趋势看，全渠道拓展、打造完整后台供应链成为了行业的主流发展趋势，其中，互联网金融服务成为了互联网零售企业重要的组成部分。

在国外领先零售类企业中来自金融服务的收入已达到相当比重，强大的金融服务能力为公司稳定供应链体系、保持销售规模增长、提升用户体验起到重要支撑和促进作用。

近年来，国内电商企业充分意识到供应链金融对业务发展的重要性，加速布局相关金融业务。国内电商企业充分利用自身建立的交易额、资金流水及资信数据，通过大数据分析确定供应商资信状况，向供货商提供信用融资、订单融资、应收账款融资和协同投资等金融服务。电商提供供应链金融服务，有利于缓解中小供应商资金紧张、提高资金周转率。

公司于 2013 年初成立金融事业部，完善组织体系人才团队建设，并推进各类牌照资质的申请。经过两年的发展，目前已构建形成了较为完整的互联网金融业务布局，从获得牌照与资源来看，已涵盖互联网支付、供应链融资、保险代理、个人/对公理财、消费信贷等业务及与此相关的产品服务创新。

本次募集资金拟用于增资保理公司、小贷公司，促进供应链金融领域的业务发展。项目实施后，将进一步提升苏宁供应链金融的资本实力和业务规模，对于保障供应链稳定、提升供应商粘性、提升公司资金使用效率具有重大意义。

①利用供应链金融平台服务供应商体系，扶持中小企业，协同公司业务稳定发展

公司所处的零售行业，产业链上游为数量庞大、规模不一的产品供应商，上游企业存在大量的融资需求，存在较大的资金缺口，尤其对于中小型供应商，普遍存在融资难的问题。通过在产业链中引入供应链金融服务，能够有效缓解这一紧张局面。同时，公司利用与供应商的真实业务往来信息作为信用分析依据，确认供应商信用风险及融资额度，能够有效防范融资风险。公司通过本次非公开发行募集资金增资旗下金融公司，可以为自身产业链上游供应商及开放平台合作伙伴提供供应链金融服务，增加供应商及合作伙伴黏性，从而极大增强公司的采购和销售能力，促进公司业务稳定发展。

②资本金规模提升有助于供应链金融扩大业务规模，提升市场份额

目前，保理公司、小贷公司的资金来源主要为资本金、股东借款及银行贷款。

整体资金量受限于资本金规模，此外银行融资对利率、额度都有相应的要求。目前苏宁保理、苏宁小贷正处于快速发展时期，应保持充足及稳定的资金来源，有助于增加客户量，提升信贷规模。因此本次使用募集资金对苏宁保理、苏宁小贷增资，有助于增强其资本实力，从而增强其信贷能力，有利于整体资金量的增加，并从总体上控制公司风险。随着苏宁云商未来规模的扩张，充足的资金将有利于保障保理业务和小贷业务的持续发展。

(2) 项目实施内容

本项目拟通过增资方式补充苏宁商业保理有限公司、重庆苏宁小额贷款有限公司资本金，以利于其业务发展。

(3) 项目投资情况

本项目预计总投资 250,000 万元。

(4) 项目实施方式

本项目拟计划使用募集资金 160,000 万元增资苏宁商业保理有限公司（以下简称“保理公司”），公司全资子公司香港苏宁金融有限公司持有其 75%股权，公司持有其 25%股权，本次增资后，保理公司股权结构不会发生变化。

本项目拟计划使用募集资金 90,000 万元增资重庆苏宁小额贷款有限公司（以下简称“小贷公司”），公司全资子公司香港苏宁电器有限公司持有其 75%股权，公司持有其 25%股权，本次增资后，小贷公司股权结构不会发生变化。

(5) 项目实施周期

本项目将在募集资金到位后分别增资保理公司、小贷公司。

(6) 项目备案情况

本项目正在履行增资前置审批程序。

(7) 项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升公司的供应链稳定性、增加利润增长点、增强公司

竞争能力，从而完善苏宁生态圈的建设。

2、补充易付宝资本金项目

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过 85,000 万元，用于补充公司第三方支付业务——易付宝的公司资本金。

（1）背景和必要性分析

①第三方支付市场容量巨大、发展迅猛

第三方支付是我国电子商务顺利运行的必经之路，是现代电子商户环境中不可缺少的一部分。目前，第三方支付平台成为电子支付市场的热点，尤其在 B2C 和 C2C 等小额支付领域。除了基础的支付功能，第三方支付平台还可以为卖家开展 B2C、C2C 交易等提供技术支持和其他增值服务。

随着电子商务的爆发式增长，第三方支付规模发展迅猛。2014 年中国第三方互联网支付交易规模达到 8 万亿元。

②移动互联网和 O2O 业务的发展为第三方支付业务提供了新一轮发展机遇

移动互联网技术的成熟为第三方支付行业带来了新的发展机遇，也大大拓展了第三方支付的应用领域。同时，宏观政策也为第三方支付奠定了政策基础，由工信部联合九部委起草《电子商务“十二五”发展规划》，预计到 2015 年，电子商务交易额较 2010 年翻两番，突破 18 万亿元，在 GDP 中贡献率大幅度提高，其中大量的电子商务交易来自于 O2O 业务所带来的移动支付需求。

③易付宝将与公司业务形成完善价值链

未来电子支付场景和进入支付场景的方式将越来越复杂，更多的支付将通过电子支付的方式进行交易，线上、线下、O2O 的支付方式的界限越来越不清晰。各种场景的支付方式将不再单一，选择会更加多样化。

公司对于金融业务的战略是着眼于长远发展、持续投入，以汇聚流量和积累数据。在第三方支付业务多场景应用的发展趋势下，易付宝着眼全渠道发展，满足不同用户、不同产品、不同场景的支付及各种互联网金融业务需求，打造平台经营发展模式，通过用户的积累，金融商品和服务的汇聚，产品和体验的创新，

持续扩大目标客户群，提高用户品牌认知、粘性和应用频率，与公司业务生态圈有机形成完善的价值链体系。

（2）项目实施内容

在多个应用场景实现全面拓展；短时间内聚集和转化易购会员，重点提升移动端会员激活数量；积极拓展商户，以整体解决方案为客户提供增值服务；结合本地生活，形成高频次生活应用；结合娱乐服务，建立强应用场景。

（3）项目投资情况

本项目总投资 85,000 万元。

（4）项目实施方式

本项目将在募集资金到位后用于向易付宝增资，易付宝为本公司全资下属公司。

（5）项目备案情况

本项目正在履行增资前置审批程序。

（6）项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升用户体验和粘性，并有效提高对平台商户服务水平，从而完善苏宁生态圈的建设。

（四）IT 项目

20 多年来公司在 IT 资源方面持续投入，公司已成为中国零售行业信息化建设领先的企业。

近年来，公司明确“一体两翼”互联网零售路线，全面转型互联网零售商，不遗余力的加快在 IT 方面的研发投入，完善互联网研发架构体系，目前公司已分别在南京、北京、上海、美国硅谷建立了研发基地；围绕云计算、大数据以及智能家居技术，开展各类研发工作，塑造核心的技术能力。

1、云计算项目

(1) 项目背景及必要性分析

随着云计算和大数据技术的不断升级,各类云计算和大数据平台及应用产品如雨后春笋一般出现。市场研究机构数据显示,2015-2018 年全球云计算服务市场平均每年将增长 26%,而中国将以接近 45%的年复合增长率增长。作为改变信息产业竞争格局的重要手段,云计算产业蕴藏着巨大的战略价值和发展机遇。

但是,国内面向于零售行业云计算的整体解决方案目前还处于空白领域。基于公司互联网零售商业模式的转型需要,公司对零售行业云计算整体解决方案有着强烈的需求。

①公司业务规模快速增长需要云平台的技术支撑

公司致力于成为互联网零售行业的领导企业,构建互联网零售“数据云”的核心能力将有效促进公司的业务转型发展。通过“云海”、“云 MIX”和“云商城”项目的立项实施,苏宁零售云生态系统将进一步完善。项目建成后将为公司提供战略转型所需的技术和平台支撑,并为公司带来了强有力的后台 IT 技术保障。同时,本项目的建设将显著降低信息系统的开发和运维成本、提高研发效率,并可显著提高信息系统的稳定性、安全性和用户体验。

②构建苏宁生态圈需要云计算平台的技术支撑

随着平台商户数量及交易规模的持续增长,公司信息平台面临着更加多元化的应用需求。本次云计算项目致力于打造一个面向苏宁互联网零售生态圈,提供 IT 基础设施、开发平台、云应用交易,并探索建立云计算生态系统的信息化平台,提供包括 IT 基础设施平台—“云海”、应用开发平台—“云 MIX”及云计算服务交易平台—“云商城”的一站式云计算解决方案,涵盖了 IaaS、PaaS 及 SaaS 的完整云计算架构。项目建成后,公司将建成云主机服务、云存储服务、云应用服务及云服务交易闭环的云计算生态圈,实现在“云 MIX”上开发软件应用、利用“云海”提供的 IT 基础设施部署软件应用并在“云商城”实现云计算服务的交易,为苏宁生态圈体系的用户提供 IT 核心价值服务。

(2) 项目实施内容

公司拟使用本次非公开发行所募集资金中的 110,057.40 万元建设云计算项

目，按照具体实施内容分为“云海”、“云 MIX”和“云商城”，通过购置设备及软件、研发云计算应用开发平台及相关应用软件，进一步提升公司云计算业务能力，为公司互联网转型发展提供可靠的技术保障。

“云海”是公司提供 IT 基础资源服务的大型云平台，该项目将在三年内采购 10,200 台物理机，形成广阔的数据资源池。“云海”采用 CloudStack、OpenStack 等开源底层架构平台，通过 KVM 虚拟化技术将计算和存储资源进行虚拟化，提供包括云主机、高性能存储、SDN、负载均衡、私有网络及其它基本计算资源的弹性服务。

“云 MIX”是公司的 PaaS 应用开发平台。该平台具有支持多种运行环境、可用数据库服务，完善的云安全服务、弹性伸缩的基础资源、全面的监控服务、丰富的 API 服务、高效的信息集成等特色。

“云商城”是公司的新一代云服务交易平台。公司将在商城门户、商品管理、交易管理、商城运营等方面进行全面建设，搭建具有互联网零售特色和行业竞争力的云服务交易平台。“云商城”建成后将不仅提供 IaaS、PaaS 等基础云计算服务，还可提供云 ERP、云 CRM、云 OA、企业通信等云应用服务。此外，将针对小微零售企业的互联网零售转型，提供专用 SaaS 服务，如促销管理、SEM 管理、会员管理、销售管理、店铺装修等云应用。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入 110,057.40 万元，其中服务器及配套投入 91,044.00 万元，开发人员费用 19,013.40 万元。

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司南京苏宁电子信息技术有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在 3 年内根据业务发展对 IT 资源的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目正在履行备案手续。

(7) 项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。项目完成后，公司的云计算研发实力将进一步增强。云计算研发的投入为公司互联网转型提供了技术和平台支撑，为公司经营规模的持续增长带来了强有力的后台 IT 技术保障。

2、大数据项目

(1) 项目背景及必要性分析

随着网络和信息技术的不断普及，全球的数据量正在呈指数级增长，如何管理和使用这些数据，逐渐成为一个新的领域。海量数据本身并不产生价值，只有通过通过对大数据的分析处理来解决问题，提升社会化运营效率的过程中才会产生价值，而所谓大数据时代就是不断进行数据化运营和运营数据在处理的循环过程，最终激发和驱动生产力发展的时代。

苏宁大数据项目致力于打造一个面向苏宁云商生态圈用户的大数据平台，提供了包括 IT 基础设施平台、数据开发平台、数据挖掘分析平台完整大数据解决方案，有助于用户降低成本，提高利润，提升效率。

苏宁大数据全面对标行业领域最高标准，提供包括离线计算、流式计算、准实时内存计算服务，用户能够部署和运行任意主流计算框架。大数据平台不仅将有效降低苏宁的 IT 数据获取及分析挖掘成本、提高 IT 管理效率，更能为客户提供安全、开放的数据共享环境，驱动数据关联产生商业价值。

苏宁大数据服务将苏宁线上、线下数据、供应商数据、开放平台商家数据、第三方数据等海量数据进行统一整合，依托苏宁大数据平台提供强大的计算处理能力、大数据智能挖掘分析能力，对海量数据进行深层加工处理，在大数据中获取有价值的信息，在此基础上对用户大数据信息服务，为精准营销、广告投放、舆情分析、上下游产业指导、社会资源整合等提供支撑。

(2) 项目实施内容

①基础设施建设

大数据基础设施包括服务器资源、存储资源、网络资源与整合上述资源的统一资源管理平台，项目预计将在三年内采购 5,200 台服务器，配置于公司各地数据中心。

基础设施各项资源将采用统一资源管理的方式，对基础设施进行集中管理，并构建实时流式计算、离线分布式计算、准实时内存分布式计算相互融合的大数据处理平台。

②数据体系建设

苏宁大数据建设包括了数据采集、数据存储、数据整合、数据质量保障、数据安全保障、数据标准化建设多个环节，最终向用户提供整合后、高质量、安全可靠、标准化的数据服务。

③挖掘分析平台建设

挖掘分析服务是在苏宁海量存储数据资源及强大的计算资源基础上，为满足大数据挖掘分析需要，自建的平台化的数据处理分析工具集，其对海量数据存储、大数据计算、大数据分析 & 大数据服务进行全流程的支撑。该平台通过对海量数据进行深层加工处理，在大数据中获取有价值的信息，在此基础上对外提供大数据信息服务及数据开发平台服务。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入 49,102.30 万元，其中服务器及配套投入 34,480.00 万元，开发人员费用 14,622.30 万元。

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司南京苏宁电子信息技术有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在 3 年内根据业务发展对 IT 资源的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目正在履行备案手续。

(7) 项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。项目完成后，公司在大数据收集、整理、加工、分析等方面进行系统化建设，为企业发展提供数据决策性支持。大数据研发的投入为公司互联网转型提供了技术和平台支撑，为公司经营规模的持续增长带来了强有力的后台 IT 技术保障。

3、智能家居项目

(1) 项目背景及必要性分析

智能家居行业空间巨大，据奥维统计数据显示，智能家电生态产值在 2010 年为 50 亿元，到 2014 年就急速拉升至 1,600 亿元，奥维预计 2015 年产值将达 2,300 亿元，而到 2020 年，整个智能家居产值将破万亿元，届时全球联网设备将达 2,500 亿部。

随着物联网及移动互联技术的发展，智能家居已经成为家电、移动设备以及互联网应用相互交融的新兴领域，也是参与者如生产商、渠道商以及互联网巨头的重要竞争领域。

公司作为产业链环节的重要参与者，也将发挥自身优势，为消费者提供智能家居完整的解决方案和应用，通过打造智能家居平台，对产品制造商，开放平台接口和数据，接入大量智能家居设备供应商及海量用户家庭；对消费者，利用苏宁智能家居平台，实现便捷智能生活，提升生活体验，同时给消费者提供苏宁的专业售后服务；对公司而言，在智能家居设备管理过程中，准确抓取用户行为数据，通过数据挖掘发现用户潜在需求，系统提供精准定制化服务。为此，公司于 2015 年 5 月推出智能 APP “苏宁云居”，这将是公司构建智能家居生态圈的重要部署。

苏宁云商智能家居系统是基于数据分析和用户行为学习的智能系统。该系统将主要利用物联网技术实现智能化控制及数据交互；使用及时消息推送系统实现消息的及时传递；采用分布式存储及计算系统完成大数据量的存储及分析。苏宁云商智能家居平台上，电器及传感系统之间可以互相联动，并且平台可以使不同

厂家/类型/协议的终端互通，提供了自动控制、手动控制、场景模式等操控方式。

目前，公司已建立了专业的 IT 开发团队，并且已拥有分布式监控分析系统、即时推送服务、数据库集群及负载均衡等核心技术的支持，这将为公司进一步在智能家居领域发展奠定良好的基础。公司以第三方零售角色建立苏宁智能家居平台、推出融合产品，将实现与厂商的合作共赢和资源的聚合，满足对消费者的购买商品体验需求，并夯实公司作为互联网零售商的核心竞争力。

（2）项目实施内容

本项目围绕智能家居技术，完成云平台研发、客户端研发、推送服务器研发、数据处理研发、智能终端模块研发，推动公司在智能家居领域布局。

①云平台研发，实现智能家居终端设备接入、APP 接入管理控制

使用主流技术进行服务端研发，采用分布式数据存储，结合内存高性能缓存技术，实现高并发访问。

②客户端研发，实现用户智能家居操控

完成安卓、苹果智能家居等主流手机系统原生应用程序，并提供微信、UC 等浏览器控制解决方案。

③智能终端模块研发，实现传统设备的智能接入

对接市面主流无线芯片，完成自有协议开发，实现智能终端接入。在此基础上，基于大数据平台进行数据处理研发，完成用户行为挖掘、分析、处理，挖掘数据的价值。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入 10,656.19 万元，其中开发人员费用 9,726.19 万元，设备投入 930 万元。

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司南京苏宁软件技术有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在 3 年内根据业务扩张对 IT 资源的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目正在履行备案手续。

（7）项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。通过本项目的实施，一方面，公司将实现在智能家居的布局，分享智能家居行业巨大的市场空间；另一方面，本项目将有助于建立苏宁云商生厂商、零售商、消费者的完整的生态圈，从而进一步提升公司的市场竞争力。

（五）偿还银行贷款

1、项目概况

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过 250,000 万元，用于偿还银行贷款。

2、偿还银行贷款的必要性分析

（1）优化公司财务结构提升公司短期融资能力

本公司近三年及最近一期末的资产负债率和主要偿债指标如下表所示：

财务指标	2015Q1	2014	2013	2012
资产负债率（%）	64.07	64.06	65.10	61.78
流动比率	1.2	1.2	1.23	1.3
速动比率	0.84	0.82	0.81	0.88

2012 年末、2013 年末、2014 年末及 2015 年一季度末，公司的资产负债率分别为 61.78%、65.10%、64.06%和 64.07%。本次非公开发行采用现金认购的方式，随着募集资金到位，按照 2015 年 3 月末未经审计的财务数据测算，公司的资产负债率由 64.07%降低至约 61.14%，短期融资能力将得到增强，财务结构将得到进一步优化。

（2）减少公司财务费用降低财务风险

最近三年及一期末，公司短期借款情况如下：

财务指标（万元）	2015Q1	2014	2013	2012
短期借款	241,477.20	183,652.90	110,989.30	175,249.20
一年内到期的非流动负债	25,783.60	21,718.70	5,426.60	4,486.80
总计	267,260.80	205,371.60	116,415.90	179,736.00

近年来公司业务不断发展，公司债务规模持续上升；本次募集资金部分用于偿还部分银行贷款后，公司资产负债率将有所下降，资产负债结构将得到优化，短期财务费用将有所下降，公司盈利能力将得到加强，从而保证公司业务的可持续扩张。截至本预案公告之日，根据中国人民银行公布的一年期贷款基准利率估算，则公司通过偿还银行贷款 250,000 万元节省的财务费用达到约 1.3 亿元。

（六）补充流动资金

1、项目概况

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过 300,000 万元，用于补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性分析

（1）丰富商品，进一步提高 3C、母婴、超市采购规模，支持全品类经营发展

苏宁全渠道的价值必须要通过商品来体现，用户的体验、流量的引入、粘性的提升最基础也是最重要的要素就是商品丰富度。2014 年，公司明确“巩固家电、凸显 3C、培育母婴超市”的全品类发展战略，建立了电器 3C、超市、母婴、百货、金融、文化等不同消费特性产品的全面组合，商品品类已经实现了大幅扩充，至 2014 年底商品 SKU 规模达到 791 万，母婴、超市等品类商品销售规模快速增长。同时，门店互联网化运营模式也逐渐成熟，云店改造不仅推进了 O2O 模式落地，同时也极大地丰富了线下渠道商品展示的丰富程度。

未来 3-5 年，公司进一步丰富商品品类，SKU 规模预计进一步大幅增加，3C、母婴、超市类商品的销售占比也将逐步提高。若本次非公开发行股票募集资金到位后，公司计划投入部分资金用于完善母婴、超市新产品的拓展，进一步提高

3C、母婴、超市类产品的采购占比，推进全品类发展战略的落地实施。

（2）进一步扩大公司差异化采购能力，提升产品经营的附加值

基于苏宁专业化的商品经营能力，通过对客户行为的精准分析、商品特性的全面把握，结合供应链管理能力的提升，苏宁将进一步加大差异化的采购能力，扩大自有品牌、定制、包销的范围和比重，在缩短供应链层级、降低供应链成本基础上，有效保证产品经营的附加值。

通常情况下，定制包销等产品均需要以现款采购。若募集资金到位，公司计划投入用于提高自有品牌、定制、包销产品的采购规模占比，同时投入打造多款以 C2B 模式订制的单品，全面提升公司差异化采购能力，进一步提升公司竞争实力和盈利水平。

（3）加快全渠道融合，进一步提升 O2O 平台的竞争力

公司致力于建立全面融合门店、PC、移动、家庭四种渠道的 O2O 平台。门店是 O2O 模式的核心，公司将不断优化升级核心门店，建立云店新模式，形成销售、体验、服务、本地化营销等功能协同的平台；移动端是苏宁 O2O 生力军，公司通过适应移动端应用场景、使用特色的产品开发，加大产品推广，在用户、频次、规模上形成突破；家庭端来看，公司将推进智能终端产品的上市、网络播放能力的云化，以及通过大数据形成细分用户群体定制内容的能力。

募集资金到位后，公司将围绕 O2O 平台的各个环节，加大推广投入，提升 O2O 平台的市场竞争力。

（4）进一步提升服务产品能力，支持开放平台商户发展

近年来，公司物流云、数据云、金融云建设不断升级完善，为经营规模的持续增长提供了坚实的后台服务基础。公司在丰富自营产品品类、提高线上线下营销渠道融合的同时，也将服务能力向社会开放，建立开放平台生态体系，为合作伙伴提供全方位服务，公司也将开放平台的生态体系搭建作为“一体两翼”战略的重要组成部分。

随着公司对开放平台物流、IT、金融、推广服务能力的加强，公司具备进一

步加快开放平台招商与提升开放平台运营的基础条件。2014 年末开放平台引进商户 11,000 家，2014 年开放平台实现商品交易规模 31.92 亿元（含税），发展态势良好。

若募集资金到位，公司将进一步加大对开放平台运营能力的投入，制定积极的商户政策，扶植商户发展，提升开放平台的竞争力。

三、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

苏宁云商作为零售行业转型的先行者，自 2009 年以来一直在积极探索传统零售企业转型互联网零售企业的方法和路径，2011 年明确了面向未来十年的战略规划，以“科技转型、智慧升级”为核心，围绕连锁发展、电子商务、营销创新、服务升级推进转型，经过两年的实践摸索，2013 年苏宁进入了转型提速的深化阶段，更名“苏宁云商”，全面转型“云商”发展模式，明确了以互联网零售为主体，打造 O2O 的全渠道经营和线上线下的开放平台的“一体两翼互联网零售路线图”，战略核心就是要建立互联网技术支撑下的物流、信息流、资金流的核心运营能力。

本次募集资金将投入物流平台建设项目、IT 项目、互联网金融项目、云店发展项目以及偿还银行贷款和补充流动资金。通过本次非公开发行，将进一步增强公司在互联网转型中的核心能力建设，进一步支持主营业务发展，夯实公司核心竞争力，全力助力公司转型升级。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次发行后，公司总资产、净资产规模将大幅增加，公司财务结构更趋合理，同时本次发行完成后，公司的资金实力将得到有效提升，有利于降低公司的财务风险，也为公司后续业务开拓提供良好的保障。

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内净资产收益率可能有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金项目的投入有助于公司营业收入和利润水平的提高、盈利能力的增强。

苏宁云商集团股份有限公司

董事会

2015 年 8 月 9 日