

证券代码：002024

证券简称：苏宁云商

公告编号：2015-062

苏宁云商集团股份有限公司 2015 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介

股票简称	苏宁云商	股票代码	002024
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	任峻	韩枫	
电话	025-84418888-888122/888480	025-84418888-888122/888480	
传真	025-84418888-2-888480	025-84418888-2-888480	
电子信箱	stock@cnsuning.com	stock@cnsuning.com	

二、主要财务数据及股东变化

1、主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

单位：千元

	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
		调整前	调整后	调整后
营业收入	63,037,413	51,152,074	51,152,074	23.24%
归属于上市公司股东的净利润	348,307	-755,283	-755,283	146.12%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-749,024	-821,096	-821,096	8.78%
经营活动产生的现金流量净额	2,646,248	838,647	838,647	215.54%
基本每股收益（元/股）	0.05	-0.10	-0.10	150.00%
稀释每股收益（元/股）	0.05	-0.10	-0.10	150.00%
加权平均净资产收益率	1.18%	-2.70%	-2.70%	3.88%
	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年年度末增减
		调整前	调整后	调整后
总资产	87,395,608	82,193,729	82,193,729	6.33%
归属于上市公司股东的净资产	29,867,511	29,281,855	29,281,855	2.00%

注：1、上述基本每股收益、加权平均净资产收益率均以归属于上市公司股东的净利润数据填列。

2、依据财政部要求，公司于 2014 年 7 月 1 日起执行企业会计准第 2 号、第 9 号、第 30 号等七项准则，本半年度报告对 2014 年半年报公司合并及母公司利润表“其他综合收益”会计科目进行重新列示，无其他调整。具体会计政策变更情况已经公司第五届董事会第十四次会议审议通过。

2、前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数			507,416		报告期末表决权恢复的优先股 股东总数（如有）		无	
持股 5%以上的普通股股东或前 10 名普通股股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持有的 普通股数量	报告期内增 减变动情况	持有有限售 条件的普通 股数量	持有无限售 条件的普通 股数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
张近东	境内自然人	26.44%	1,951,811,430		1,951,811,430 （注 1）		质押	782,000,000 （注 5）
苏宁电器集团 有限公司	境内非国有 法人	14.60%	1,078,141,079	减持 9,200,872 股		1,078,141,079		
苏宁控股集团 有限公司	境内非国有 法人	4.20%	309,730,551		288,065,848 （注 1）	21,664,703	质押	288,065,848 （注 5）
陈金凤	境内自然人	2.49%	184,127,709	减持 12,004,661 股		184,127,709	质押	105,000,000 （注 6）
金明	境内自然人	1.69%	125,001,165		93,750,874 （注 2）	31,250,291		
北京弘毅贰零 壹零股权投资 中心（有限合 伙）	境内非国有 法人	1.34%	98,765,436		98,765,436 （注 3）			
唐汉若	境内自然人	0.86%	63,717,518			63,717,518		
苏宁云商集团 股份有限公司 —第 1 期员工 持股计划	其他	0.83%	61,056,374		61,056,374 （注 4）			
全国社保基金 一一零组合	其他	0.69%	50,651,448			50,651,448		
蒋勇	境内自然人	0.66%	49,038,171	减持 9,026,409 股		49,038,171		
战略投资者或一般法人因配 售新股成为前 10 名普通股股 东的情况		无						
上述股东关联关系或一致行 动的说明		1、张近东先生持有苏宁控股集团有限公司 100%股权，张近东先生与苏宁控股集团有限公司构成一致行动人关系； 2、张近东先生持有苏宁电器集团有限公司 39.75%股权，为其第二大股东，张近东先生与苏宁电器集团有限公司构成关联关系； 除前述关联关系外，未知公司前十名主要股东、前十名无限售条件股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。						

注 1：控股股东张近东先生及其全资子公司苏宁控股集团有限公司因认购公司 2011 年非公开发行股票，出具了相关《承诺函》，承诺其拥有的全部苏宁云商股份自发行结束之日（即 2012 年 7 月 10 日）起三十六个月内不进行转让。

注 2：作为公司董事，金明先生其所持有的公司股份需按照国家有关法律法规及规范性文件进行锁定。

注 3：北京弘毅贰零壹零股权投资中心（有限合伙）认购公司 2011 年非公开发行股票，按照相关法律法规及规范性文件规定，该部分股份自发行结束之日（2012 年 7 月 10 日）起限售三十六个月。

注 4：公司 2014 年员工持股计划资产管理机构安信证券股份有限公司于 2014 年 9 月 30 日前通过二级市场买入的方式完成公司股票购买，该计划所购买的股票锁定期自 2014 年 10 月 9 日起十二个月内不进行转让。

注 5：公司股东股票质押主要原因为张近东先生为其全资子公司苏宁控股集团有限公司认购本公司 2011 年非公开发行股份进行融资等相关融资事项提供质押担保，以及张近东先生为向公司员工持股计划提供借款支持，以其持有的公司 1.78 亿股

股份向安信证券股份有限公司办理股票质押式回购业务取得资金。

注 6：股东陈金凤所质押股份已经于 2015 年 7 月解除质押。

3、前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

三、管理层讨论与分析

上半年国内消费市场回暖动力仍不足，社会消费品零售总额依然低迷，同比增长 10.4%，而线上销售继续高速增长，同比增长 38.6%。公司充分发挥互联网零售优势，提升渠道、商品、物流运营能力及服务水平，用户体验持续增强，企业发展进入快车道。

渠道建设方面，推进门店端、PC 端、移动端、家庭端的融合，通过丰富产品体验、灵活交易方式、推进本地化服务等，满足消费者多场景的购物需求。门店端，升级核心店面，打造“云店”模式，开设易购服务站、校园服务站，不断丰富 O2O 渠道体系；PC 端，注重优化购物流程，加强精准营销，加强开放平台建设不断丰富商品 SKU 数量，消费粘性提升；移动端加强推广，促进 APP 的下载、留存和转化率提高，销售占比不断提升；PPTV 推出 PPOS 以及智能硬件产品，在内容、互动、技术三个方面形成了新的运营支持。

品类经营方面，继续巩固传统家电产品领先优势，通讯品类加强差异化、单品营销，凸显竞争优势；母婴、超市品类，强化专业运营，联动线上线下，进一步提升红孩子、苏宁超市的品牌认知度；加快开放平台建设与发展，商品品类进一步丰富。

服务能力建设方面，不断完善物流网络布局，发挥 O2O 融合优势，拓展急速达、半日达、一日三送等服务产品的覆盖区域，物流服务能力持续提高；围绕易付宝、供应链金融、理财、众筹以及消费信贷等

方面加快互联网金融业务发展，为苏宁生态圈的用户提供增值服务。

内部管理方面，加强目标绩效管理，强化考核；开展组织优化工作，组建独立公司、专业化经营；对标行业加强团队激励，提高员工积极性。

2015 年上半年，随着 O2O 零售模式的逐步成熟，公司实现营业收入 630.37 亿元，同比增长 23.24%；互联网业务同比增长 104.65%。整体来看，报告期内公司实现商品销售规模（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）为 750.63 亿元。报告期内公司为提升品牌认知度加大品牌宣传及市场推广投入；线上收入及新品类销售占比提升，配送费用增长较快；人效、坪效在规模持续提升的基础上开始得到改善，转型效应逐步体现。此外，报告期内公司开展门店创新型资产运作模式，进一步提升 O2O 发展模式下门店核心竞争力。上半年公司实现利润总额、归属于上市公司股东净利润 4.72 亿元、3.48 亿元，同比增加 146.01%、146.12%。

1、连锁发展

大陆市场，公司持续推进 O2O 发展，探索尝试开设互联化门店-“云店”，推进红孩子、超市店面业态网络布局，报告期内公司新进地级市 3 个，新开常规店面 37 家，红孩子店 5 家，超市店 5 家，此外，持续优化店面布局，关闭调整各类店面 113 家。

海外市场，香港地区新开店1家，关闭店面1家；日本市场加速网络布局，新开店8家，关闭店面1家。

截止报告期末，公司在大陆市场新进地级以上城市292个，拥有连锁店面1584家，其中购置店面13家，自行开发店面9家，与苏宁电器集团/苏宁置业集团合作开发长期租赁店面14家，在创新型资产运作模式（REITs）之下公司可长期租赁的店面25家，公司通过购置、自建、与合作伙伴紧密合作方式拥有较多优质店面资源；海外市场，公司在香港、澳门地区合计拥有连锁店面29家，日本市场拥有连锁店面24家。

综上，截止2015年6月30日公司合计拥有店面1,637家。

公司积极拓展农村电商市场，下沉渠道建设，开设苏宁易购直营服务站。一季度公司试点推进，完善易购直营服务站的运营管理体系，5月份以来发展提速。报告期内公司完成287家苏宁易购直营服务站开设。易购服务站的发展对于用户拓展、服务体验及物流效率的提升有较大的推动，在此基础上，公司还将拓展加盟、合作网点与代理的方式加速易购服务站开设，完成年度既定目标。

随着O2O的发展，门店功能逐步丰富，集销售、体验、服务、推广为一体，门店流量提升；公司还加强门店的促销推广，注重会员精准营销。报告期内，门店销售增长较好，公司可比店面（指2014年1月1日

及之前开设的店面）同比增长8.92%。

2、经营结果及原因概述

（单位：千元）

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年 1-6 月	增减率（%）
营业收入	63,037,413	51,152,074	23.24%
营业成本	53,398,189	43,566,869	22.57%
销售费用	8,136,420	6,639,070	22.55%
管理费用	2,139,450	1,580,204	35.39%
财务费用	77,896	38,245	103.68%
营业利润	-892,429	-1,030,416	13.39%
利润总额	471,951	-1,025,775	146.01%
净利润	320,801	-789,392	140.64%
归属于上市公司股东的净利润	348,307	-755,283	146.12%
少数股东损益	-27,506	-34,109	19.36%
经营活动产生的现金流量净额	2,646,248	838,647	215.54%

（1）营业收入变化情况

上半年，公司聚焦渠道建设、商品运营及服务提升，加大市场推广，收入实现较快增长。报告期内公司实现营业收入630.37亿元，同比增加23.24%。

（2）毛利率变化情况

项 目	2015年1-6月	2014年1-6月	增减变化
主营业务毛利率（%）	14.58%	13.83%	0.75%
其他业务毛利率（%）	0.88%	1.23%	-0.35%
综合毛利率（%）	15.46%	15.06%	0.40%

公司继续实施积极的价格竞争策略，并加强线上线下产品的差异化运营，综合毛利率保持相对稳定，报告期内公司综合毛利率为15.46%，同比增加0.40%。

（3）三项费用率变化情况

项 目	2015年1-6月	2014年1-6月	增减变化
销售费用率	13.06%	13.18%	-0.12%
管理费用率	3.43%	3.14%	0.29%
财务费用率	0.12%	0.08%	0.04%
三项费用率	16.61%	16.40%	0.21%

报告期内公司为提升品牌知名度以及新品类的用户认知度，在品牌宣传、市场推广方面加大投入，带来广告促销费增长较快；随着线上销售占比提升以及母婴、超市品类销售收入的快速增长，商品配送数量增长较快，相应的配送费用有所增加；此外为提升员工薪酬待遇，以及在IT、物流、金融、超市等领域的加快人才引进，公司人员费用继续保持较快增速，同时基于长远发展公司在物流等资产方面的持续超前投

入也带来折旧费用的增加。报告期内，公司三项费用率同比增加0.21个百分点。

2015年6月，公司实施完成以部分门店物业为标的资产开展的相关创新型资产运作模式，该交易实现税后净利润为10.22亿元。

综上所述，报告期内公司实现营业收入630.37亿元，同比增加23.24%，实现利润总额、归属于上市公司股东净利润4.72亿元、3.48亿元，同比增加146.01%、146.12%。

3、下半年业务发展规划

在互联网时代，云计算、大数据等互联网技术的应用可以将企业的在供应链、物流、服务能力实现在线化交互、数据化运营，变成具有广泛适应性和便捷开放性的产品。现在，随着全面开放时代的来临，公司形成的互联网零售核心能力将向行业输出、向社会输出，与各类合作伙伴展开多种形式的合作，极大的释放苏宁的资源能力。换句话说，苏宁的零售+，就是用核心能力去加各种各样的外部资源，透过各种渠道与服务拓展用户，增强粘性，丰富苏宁的品牌内涵。

一、打造商品供应链的专业化经营能力，塑造品类专家的形象

商品供应链能力的打造将围绕两个维度，一是发展全品类线，从家电、3C 到超市、母婴、百货服装等，二是供应链能力的打造，在新品获取、单品营销、品牌推广、成本管控、库存周转等方面形成行业领先的运营优势，成为该品类的行业专家。

公司将聚焦超市、母婴品类发展，持续打造高效商品供应链体系，通过单品营销提高运营效率，通过开放平台丰富商品；聚焦线上线下协同发展，为用户提供一站式购物体验，强化用户粘性；母婴品类还将持续优化会员服务，开设育儿专家热线等服务，以更专业的水准服务所有的会员，强化“可信赖的母婴专家”的品牌影响力。

开放平台建设方面，组织上建立健全涵盖品牌、后台、服务、IT、运营在内的各级网络架构，有效支持商户招商、运营以及商户服务工作；加大资源扶持力度，加快 KA 商户引进，在 3C、母婴、超市核心类目方面进行突破，快速丰富商品，提升专业化水平；坚持精选优选标准，确保苏宁开放平台的品质。计划年底完成 3 万家商户引进。

二、物流是零售+的基础，要以品类为核心，创新物流运营和产品

互联网零售最基础的能力就是物流，是互联网零售落地的关键。公司将围绕品类针对性的开展工作，细化物流运营能力，不断创新物流运营和服务产品。

在仓储方面，加大现代化基础设施建设，全面推进自动化作业流程；在干线运输方面，要打通全国区县运输网络，提高库存周转率；在最后一公里建设方面，要结合社会资源加大网点铺设密度，提高服务效率，在门店、易购服务站、售后服务网点、社区配送站等自有资源基础上，与社区化终端服务网络广泛合

作，实现终端配送网络的全覆盖；在社会化运作方面，苏宁将与天猫、菜鸟探讨进行多方面的物流合作，结合自身的 SWL 模式，扩大苏宁物流的社会化规模。

三、满足用户极致体验的 O2O 服务能力，形成贯穿售前、售中和售后的全流程专业化服务

服务产品方面，公司创新性的用互联网技术改造门店，推出了首款互联网产品——“云店”，云店要成为互联网化苏宁服务的一面旗帜，成为未来链接用户需求的快速通道，更要成为我们为所有消费者打造极致购物体验的平台。在功能设置上，云店作为苏宁易购的线下实体店，始终要强调的是多元化的服务元素，全面实现线上线下的彻底融合；区域规划上，进一步强调专业化、规模化，突出超电器化品类，尤其是强调超市和母婴的专业化经营；运营管理上，加大对云店的信息技术开发支持，通过大数据的技术来推动云店的管理和更新迭代。

线上运营方面，公司聚焦苏宁易购网站的类目专业化运营、改善会员复购率、加快移动端推广等工作，将进一步优化运营相关组织，提高效率。同时公司将组建独立的苏宁易购天猫旗舰店频道运营组织，与阿里进行全方位合作，一方面提升苏宁易购的经营规模，另一方面在 O2O 上共同探讨对用户、商户提供更好的、更具体验的增值服务。

苏宁易购服务站发展方面，苏宁易购直营店、苏宁易购授权服务站、苏宁易购代理点、乡村联络员和常规门店共同构成了苏宁在三四级市场发展的店面管理矩阵。公司将探索形成易购服务站适合快速推广的模式，以直营、加盟、合作、代理等方式快速推进易购服务站的开设，打造极致用户体验，通过产品化的服务提升苏宁品牌在当地的认知。

在售后服务方面，公司将创新服务产品，进一步规范和加强全国售后服务网络的基础管理、服务质量管理，真正打造标准化、高质量的全国售后服务团队，进而以一个独立的品牌形象参与市场竞争，真正让“服务是苏宁的唯一产品”的理念深入人心。

四、推进公司互联网零售核心能力对外开放，实现资源价值最大化

在苏宁建立并巩固互联网零售核心能力后，公司将进一步将这一核心能力进行开放，实现资源价值的最大化。首先，我们将开放零售的专业能力，服务上游供应商和平台商户；其次，依托苏宁互联网零售的核心能力，向平台合作伙伴开放；随后，公司还会将互联网零售能力开放给零售末端的中小微企业，打造真正的“身边的苏宁”。

随着开放的不断深入，苏宁开放的互联网零售生态圈的触及面会越来越广，而对于苏宁来说，在开放的过程中，苏宁始终围绕用户需求，提升零售过程中的经营服务能力，持续迭代升级互联网零售的核心能力。

五、组织建设方面，打造扁平高效的组织，让 85 后成为创新主体，打造“拼搏并快乐着”的文化

一是建立整合扁平高效的大营销体系，将事业部公司化落到实处，打造专业高效组织体系。

二是要完善开放多元、兼容并包的组织文化，为各类人才的引入和成长奠定适宜的文化土壤，将员工的个人价值实现与企业的发展融为一体。

三是要大胆提拔年轻人，在选人用人的理念、人才引进与培养、人才激励三个方面理清思路，建立系统化、持续化的体系运作。

4、涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

3 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

报告期内，公司通过新设成立 11 家子公司，纳入合并报表范围。同时，注销子公司 3 家，石家庄苏宁易购电子商务有限公司、重庆苏宁易购电子商务有限公司、宿迁苏宁云商售后服务有限公司不再纳入合并范围。本报告期内合并报表范围变化的情况说明详见财务报表附注“五、合并范围的变更”。

4、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

苏宁云商集团股份有限公司

董事长：张近东

2015 年 8 月 29 日