

## 苏宁云商集团股份有限公司

### 2016年度业绩快报

特别提示:本公告所载2016年度的财务数据仅为初步核算数据,已经公司内部审计部门审计,未经会计师事务所审计,与年度报告中披露的最终数据可能存在差异,请投资者注意投资风险。

#### 一、2016年度主要财务数据和指标

单位:千元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度(%)
营业总收入	148,682,765	135,547,633	9.69%
营业利润	16,986	-610,021	102.78%
利润总额	914,048	888,957	2.82%
归属于上市公司股东的净利润	702,194	872,504	-19.52%
基本每股收益(元/股)	0.08	0.12	-33.33%
加权平均净资产收益率	1.48%	2.87%	-1.39%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度(%)
总资产	137,007,491	88,075,672	55.56%
归属于上市公司股东的所有者权益	62,266,355	30,482,556	104.27%
股本(千股)	9,310,040	7,383,043	26.10%
归属于上市公司股东的每股净资产(元)	6.69	4.13	61.99%

注:1、表中数据以合并报表数据填列;

2、经中国证券监督管理委员会《关于核准苏宁云商集团股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可[2016]418号)核准,公司于2016年5月20日向淘宝(中国)软件有限公司、安信证券-苏宁众承2号定向资产管理计划(第二期员工持股计划)非公开发行人民币普通股(A股)1,926,996,505股,发行后公司总股本由7,383,043,150股增加至9,310,039,655股。

## 二、经营业绩和财务状况情况说明

根据中华全国商业信息中心的监测数据，2016年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.5%，降幅相比上年扩大了0.4个百分点，行业整体仍保持弱复苏态势。随着互联网零售转型的深入推进，公司零售、物流、金融三大业务单元核心能力凸显，零售业务规模效应显现，经营效益改善；金融、物流业务在零售主业的带动下，呈现规模快速提升、利润稳步增长的良性发展势头。尤其在第四季度，公司持续推进的一系列优化举措有了实质性的突破，若不考虑四季度出售项目公司股权的影响，实现了归属于母公司股东净利润转正，苏宁互联网零售转型的盈利模式得以实践，企业发展迎来新拐点。

### （一）零售业务

报告期内，公司零售业务围绕渠道建设、商品供应链完善、服务体验提升，强化面向消费者、面向上游供应商及合作伙伴的服务能力，以数据驱动经营，收入、毛利均有所增长。

#### 1、渠道运营方面

##### （1）连锁发展

公司进一步优化连锁网络结构，持续推进店面升级，探索完善母婴、超市专业店的经营模式。加强店面布局优化，提高店面经营质量。

##### ■ 大陆市场

2016年公司继续优化门店结构，加快门店的互联网化升级，报告期内新开、改造云店99家，云店规模已达到141家，有效的提升了线下渠道的经营质量；新开常规店54家，苏宁红孩子店19家、苏宁超市店1家。公司持续强化互联网+云店模式，继续调整关闭常规店，红孩子店、超市店的运营模式也在不断摸索完善，并加快调整优化。报告期内，公司合计置换/关闭各类店面195家。

截至2016年12月31日，公司已进入297个地级以上城市，拥有各类店面1,510家，其中云店141家、苏宁易购常规店1,303家（旗舰店242家、中心店389家、社区店672家）、县镇店34家、苏宁红孩子店26家、苏宁超市店6家。

2016年公司强化了门店基础管理，通过运用互联网数据营销工具，提高门店销售转换；加强门店面积优化，实施招商、转租、退租等方式，提高店面坪效；优化商品出样，增加差异化产品，强调体验及服务，提升门店商品毛利。2016

年，公司可比店面（指 2015 年 1 月 1 日当日及之前开设的店面）销售收入逐季提升，四季度公司紧抓旺季，开展 O2O 促销推广，可比店面单季度实现收入同比增加 4.29%，全年来看，虽然公司可比店面销售收入较去年同比仍下降 1.32%，但连锁店坪效同比提升 19.49%，店面经营质量已有较大的改善。

为有效抢占农村消费市场，公司持续推进苏宁易购服务站的建设，2016 年公司进一步完善了易购服务站的开发标准、店内业态布局以及运营团队的激励考核，并对现有的加盟、合作网点与代理点进行梳理及调整。截至 2016 年底，苏宁易购服务站直营店 1,902 家，苏宁易购授权服务网点 1,927 家。苏宁易购服务站是公司在三四级市场实践 O2O 零售模式的平台，经营效益逐步显现，2015 年开设的苏宁易购服务站直营店在 2016 年单店年销售额较 2015 年同比提升 17.25%，占比 81.06%的苏宁易购服务站直营店在 2016 年 12 月实现了单月盈利。

为强化对社区、校园市场的服务提供，发挥本地化优势，2016 年，公司率先在南京地区推进致力于提供社区便利服务的苏宁小店网络，计划在南京形成规模后拓展至全国。

#### ■ 海外市场

报告期内受香港地区店面租约到期的影响，公司在香港地区关闭店面 5 家，新开店面 1 家；日本地区加速店面扩张，新开店面 15 家，关闭店面 6 家。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在香港、澳门地区合计拥有店面 24 家，日本市场拥有店面 42 家。

#### （2）线上平台运营

公司聚焦用户体验，进一步完善搜索功能，对互联网核心营销产品“大聚惠”进行持续的功能优化，提高转化率。

会员方面，实施精准化运营，用户结构优化，年轻会员、女性会员占比提升，此外公司还加强细分市场的互联网促销推广，如通过与八天在线的合作，校园会员增长较快。截至 2016 年末，公司零售体系会员总数 2.8 亿。

移动端运营方面，依托大数据应用支撑系统，重点强化智能推荐、精准营销能力，苏宁易购 APP 日新增下载用户数、活跃用户数提升显著，2016 年 12 月移动端订单数量占线上整体比例提升至 83%。

2016 年，公司线上业务实现自营商品销售收入 618.70 亿元（含税），开放

平台实现商品交易规模为 186.40 亿元（含税），公司线上平台实体商品交易总规模为 805.10 亿元（含税），同比增长 60.14%。

## 2、商品经营方面

家电品类经营上，公司持续加强线上线下的差异化运营，充分发挥门店体验及服务的优势，为家庭用户提供一站式购物解决方案，提高线下商品毛利；加强单品运作，在空调、冰洗、通讯等品类加强了新品首发及定制包销；充分挖掘用户品质消费的需求，在中央空调、净水、嵌入式厨卫等品质生活代表的新类目产品上加强供应链建设，快速抢占新兴市场。

母婴、超市、百货等新品类经营上，公司致力于打造专业的供应链能力，母婴品类强化会员运营，有效提升客户粘性；超市品类试点推进O2O经营特点的便利型超市，增强本地化服务能力。

开放平台建设方面，公司结合消费升级需求，在百货、母婴等品类上加大核心KA商户的引进；加强与各地政府的合作，引入了较多区域性的优质商户；此外，公司还积极响应农村电商号召，积极将各地名优特产引入平台，截至2016年末，苏宁易购已上线211个城市“中华特色馆”。

基于自营以及开放平台的发展，公司的商品丰富度进一步提升，截至报告期末，公司自营与平台商品SKU数量超过4,400万（同一商品来自不同供应商、同一商品被公司和开放平台第三方商户销售均计入同一个SKU）。

## （二）物流业务

2016年，苏宁物流围绕基础设施网络建设、物流运营效率提升以及社会化开放运作不断强化核心竞争力。2016年12月末，苏宁物流与天天快递有限公司的有关股东签署协议以收购天天快递有限公司70%的股份，待交易完成后，双方将在仓储、干线、末端等方面整合资源，提高配送效率，降低运营成本，增强苏宁物流的规模效应。

报告期内，公司加快物流配送中心的建设进度，兰州、南宁物流区域配送中心投入运营，仓储自动化、智能化建设方面取得突破性进展，南京雨花自动化拣选中心建成投入运营。截至2016年底，公司合计投入运营7个自动化拣选中心、32个区域配送中心，另有3个自动化拣选中心、15个区域配送中心在建。

物流基础设施的不断完善为物流运营效率的提升提供了有力的支撑，通过在

全国八仓所在地加快小件商品如快消品的前行仓部署，进一步缩短配送半径，缩短服务响应时间；围绕消费需求公司进一步强化特色服务的能力，在全国114个城市提供“送装一体”服务，提升了客户体验；“次日达”、“半日达”、“急速达”配送服务范围持续优化，物流效率大大提升。

报告期内，公司社会化物流以服务供应商、菜鸟业务为重点，提供包括合同物流、仓储代运营、仓配一体、供应链金融、仓储租赁等多元化的服务产品，实现社会化物流收入同比增长321.67%。

### **（三）金融业务**

伴随着各项基础设施的布局成熟，苏宁金融各项金融产品的规模与效益突显，报告期末苏宁银行获批筹建，苏宁金融生态布局也将更为完善，发展步入快车道。2016年苏宁金融业务（支付业务、供应链金融等业务）总体交易规模同比增长157.21%。

报告期内，苏宁金融专注于苏宁上游供应商和下游用户在支付结算、融资、保险等金融服务方面的需求，持续优化产品布局，提升苏宁生态圈内金融服务渗透率；生态圈外拓上，着重发展企业端支付业务和供应链金融业务，目前苏宁易付宝支付直连银行超过70家，通过整合直连支付通道开发“跨行通”产品，为企业客户提供银行间支付解决方案；针对苏宁售后服务商群体，推出“乐业贷”融资产品。同时，持续推动数据拓源、加大科技投入、完善风控体系建设，上线智能营销决策引擎，打造全流程、全业务覆盖的智能实时风控，为各类金融业务的快速发展提供技术保障。2016年，苏宁金融持续强化以O2O为特色的金融科技企业的品牌定位，稳居国内一流的互联网金融集团之列。

### **（四）经营效益方面**

报告期内，公司在外部环境较弱的情况下，充分发挥O2O融合优势，实施线上线下联动，采取积极的价格政策，线上继续保持较快增速。2016年，公司实现营业收入1,486.83亿元，同比增长9.69%，由于2015年公司确认了部分自建配套物业的销售收入，尤其在2015年四季度确认较多，若剔除配套物业销售收入影响，2016年公司营业收入同比增长10.82%，2016年四季度营业收入同比增长10.40%。公司强化差异化产品运作，加大定制包销产品推广力度，与此同时，线上销售占比提升，使得公司综合毛利率水平同比下降0.10%。

费用方面，公司加强绩效考核，持续优化组织流程，注重投入产出效率，人效提高；加强店面结构优化，店内布局优化，且随着可比店面销售收入的逐步改善，店面相关费用率水平有所下降；由于线上收入规模的提升，运杂费率有所提升，相信随着物流运营效率的提高，将有所改善。此外受利率下行带来利息收入下降以及公司计提专项贷款的利息影响，财务费用率同比略有提升。整体来看，随着公司销售规模的提升，规模效应显现，公司三项费用率同比下降0.70%。

此外，报告期内公司实施完成以部分仓储物业为标的资产开展的相关创新型资产运作模式，该交易实现净利润约3.94亿元；以及公司子公司向关联方苏宁电器集团有限公司转让北京京朝苏宁电器有限公司100%股权，该交易增加公司净利润约9.94亿元，前述财务影响的具体情况最终将以公司经审计后的2016年年度报告为准。

综上，报告期内公司实现利润总额9.14亿元，同比增长2.82%；归属于上市公司股东的净利润7.02亿元，同比下降19.52%。

公司总资产、归属于上市公司股东的所有者权益、归属于上市公司股东的每股净资产分别较期初增加55.56%、104.27%、61.99%，主要原因为报告期内公司完成2015年非公开发行股票，募集资金净额290.85亿元。

### 三、与前次业绩预计的差异说明

本业绩快报披露的经营业绩与公司2017年1月11日披露的《2016年度业绩预告修正公告》中预计的2016年度业绩不存在重大差异。

### 四、备查文件

- 1、经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人（会计主管人员）签字并盖章的比较式资产负债表和利润表；
- 2、内部审计部门负责人签字的内部审计报告。

特此公告。

苏宁云商集团股份有限公司

董 事 会

2017年2月28日