

苏宁云商集团股份有限公司

2017年半年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：本公告所载2017年半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，与半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、2017年半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	83,588,020	68,714,759	21.64%
营业利润	80,657	-913,197	108.83%
利润总额	327,221	-215,874	251.58%
归属于上市公司股东的净利润	291,714	-121,191	340.71%
基本每股收益（元/股）	0.03	-0.02	250.00%
加权平均净资产收益率	0.44%	-0.35%	0.79%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度 (%)
总资产	145,904,261	137,167,241	6.37%
归属于上市公司股东的所有者权益	74,870,385	65,709,680	13.94%
股本（千股）	9,310,040	9,310,040	-
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	8.04	7.06	13.88%

注：表中数据以合并报表数据填列。

二、经营业绩和财务状况情况说明

上半年消费市场稳中向好，根据中华全国商业信息中心统计数据，2017年

上半年全国百家重点大型零售企业零售额累计同比增长 3.1%，增速相比上年同期提升了 6.3 个百分点。

随着公司互联网零售转型的深入，零售、物流、金融三大业务单元核心能力进一步凸显。公司持续践行规模发展的盈利模式，在收入较快增长，盈利凸显的良性发展轨道上稳步前行。

报告期内公司线下渠道升级效果显著，可比店面收入增长 4.54%，规模效应带来经营效益进一步改善；互联网持续巩固家电、3C 品类优势，拓展新品类，线上自营商品销售收入同比增长 61.39%，继续保持快速增长；物流注重服务质量提升以及对外开放程度，社会化收入（不含天天快递）同比增长 152.67%；金融业务聚焦消费金融、支付、供应链融资等业务加快发展，交易规模同比增长 172%，带来收入和经营效益稳步实现。

2017 年 1-6 月公司实现营业收入 835.88 亿元，同比增长 21.64%，其中中国大陆地区实现营业收入同比增长 26.88%。

整体来看，2017 年上半年公司商品销售规模（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 1,044.69 亿元，同比增长 22.07%，其中中国大陆地区实现商品销售规模同比增长 26.35%，尤其第二季度中国大陆地区实现商品销售规模同比增长 30.22%。上半年公司实现线上平台实体商品交易规模为 500.39 亿元（含税），其中线上自营商品销售收入 413.65 亿元（含税），同比增长 61.39%；开放平台商品交易规模为 86.74 亿元（含税）。

报告期内，公司加强差异化商品运作以及对商品销售价格的管控，提升日常销售毛利水平，而在重大促销节点，实施积极的价格政策抢占市场。整体来看，报告期内线上销售占比进一步提升，公司整体的毛利率水平略有下降；与此同时，物流、金融方面的增值服务收入增加，有利于公司综合毛利的改善。综合来看，公司综合毛利率水平同比基本保持稳定。

费用方面，可比店面收入增加以及线上规模保持快速增长，因此租金、人员等固定费用规模效应显现；合理仓储部署，物流运营效率提升；加强绩效考核，注重投入产出，人效提高，报告期内运营费用率同比下降 1.59%。此外，报告期内公司销售增长带来支付手续费增加，财务费用率略有提升。由此带来报告期内

公司三项费用率水平同比下降 1.55%。

综上所述，报告期内公司实现利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为3.27亿元、2.92亿元，同比增长251.58%、340.71%，盈利能力进一步凸显。

■ 零售业务

（一）线下连锁发展

1、大陆市场

报告期内公司持续推进互联网化门店建设，新开云店13家，升级改造云店50家；新开常规店24家，持续推进母婴红孩子、超市店面线下拓展的探索，新开母婴红孩子店面6家，超市店面1家；继续强化店面经营效益考核，主动调整优化店面，报告期内公司关闭店面65家。

截至2017年6月30日，公司在大陆市场进入地级以上城市297个，拥有连锁店面1,489家。其中，云店204家、常规店1,214家（旗舰店192家、中心店379家、社区店643家）、县镇店34家，此外母婴红孩子店30家、超市店7家。

报告期内公司加快推进三四级市场苏宁易购服务站直营店的开设，新开苏宁易购服务站直营店256家，同时优化升级店面标准，加强对苏宁易购服务站直营店的经营效益管控，调整关闭苏宁易购服务站直营店79家。此外持续对授权服务网点进行梳理及调整。截至2017年6月30日公司拥有苏宁易购服务站直营店2,079家，苏宁易购授权服务网点833家。

为进一步加快农村市场网络布局，公司将打造“零售云”平台，对外开放输出现有的供应链、仓储、金融、品牌、零售运营等核心能力，推进苏宁易购服务站加盟店的开设，建立四到六级市场的商品销售及服务渠道。公司对加盟店的经营将进行全程的管理，为消费者提供无差别商品及服务，提升农村市场苏宁品牌影响力，为此公司在加快团队、零售云系统的建设，并率先在江苏、安徽等地试点，待成熟后将在全国范围内进行推广。

为了进一步提升苏宁社区服务网络的完善，公司继续推进苏宁小店的试点开设和运营提升。报告期内公司在南京地区新开苏宁小店2家，关闭苏宁小店2家，截至2017年6月30日苏宁小店13家。公司对苏宁小店的开发标准、商品结构、功能规划等不断予以探索完善，下半年将在重点城市加快苏宁小店的推广，确保完

成苏宁小店今年的拓展目标。

2、海外市场

报告期内公司在香港地区新开店面2家，关闭店面2家，日本市场注重现有门店经营质量的改善，推进门店调整，新开店面3家，关闭店面5家。截至2017年6月30日公司在香港、澳门地区合计拥有24家店面，日本市场合计拥有40家店面。香港、日本地区正在推进基于客群结构变化而对店面结构、商品结构的调整，下半年开店速度将有所加快，也将尝试互联网的本地化运营，相信销售规模及经营效益将有所改善。

综上所述，截至2017年6月30日公司合计拥有各类自营店面3,645家。

3、报告期内，公司聚焦门店升级，加强精细化运营，可比店面（指2016年1月1日及之前开设的店面）销售收入同比增长4.54%。其中二季度公司紧抓促销旺季销售，可比店面销售收入同比增长5.54%。此外，苏宁易购服务站直营店经营日趋成熟，效益逐步体现，报告期内可比店面销售收入同比增长33.51%。

随着品质消费需求的增加，线下渠道优势显现，公司把握市场机会，加快门店互联网升级，建立经营特色，保持店面销售稳步增长；此外三四级市场加快覆盖，增强本地化服务能力。线下渠道规模效应明显，公司线下渠道的持续改善，有助于公司整体的盈利能力的持续提升。

（二）线上平台运营

报告期内苏宁易购聚焦用户体验提升和平台运营能力提升，不断提升苏宁易购平台的运营效率；会员营销方面，打通零售、金融、文创、体育等会员系统，实现苏宁生态会员的一账通；大力发展移动端，加大推广投入，创新营销产品，提升用户活跃度，提高转化率，上半年苏宁易购APP日均活跃用户数同比增长80%，2017年6月移动端订单数量占线上整体比例83.66%。

报告期内公司线上平台实体商品交易总规模为500.39亿元（含税），同比增长52.76%，其中线上平台自营商品销售收入413.65亿元（含税），同比增长61.39%，开放平台商品交易规模为86.74亿元（含税）。

（三）商品经营

品类策略上，3C品类实现规模增长，通讯品类加强单品运作，数码电子产品加强新奇特产品引进，实现收入快速增长；家电产品紧抓消费升级，优化商品

出样，进一步丰富健康、品质生活相关的商品类目。

超市、母婴等品类加强供应链建设，丰富SKU，增设平行仓、前行仓部署，有效提升本地仓出货率；同时通过与辣妈帮、易果生鲜、当当、我买网、达令等垂直类商户开展深度合作，进一步提升商品丰富度和专业化经营能力。

开放平台着重优化提升商户质量，加大在3C配件、生鲜等核心KA商户扶持，同时，针对苏宁易购会员特点，在智能家电、汽车周边等产品方面加快布局；加强与各地政府的合作，引入各地名优特产，提升平台商品丰富度。

■ 物流业务

苏宁物流持续加强仓储能力建设，内江、常州物流区域配送中心、武汉自动化拣选中心投入运营，新开工建设大连、温州二期、乌鲁木齐二期物流区域配送中心，西安二期、杭州绍兴二期自动化拣选中心。截至2017年6月苏宁物流及天天快递拥有仓储及相关配套总面积614万平方米，拥有快递网点18769个，公司物流网络覆盖全国352个地级城市、2810个区座城市。

苏宁物流服务效率持续改善，一方面通过新开山东、河南、浙江、深圳、重庆五个区域小件物流中心并投入运营，带来“半日达”、“次日达”配送服务时效产品占比持续提升，另一方面，持续打造“送装一体”等特色服务产品，践行“如约送”服务承诺，不断改进服务品质。根据国家邮政局关于2017年上半年各月邮政业消费者申诉情况的通告，消费者对快递企业申诉情况苏宁物流位居行业最低水平。

物流社会化业务进入快速增长，加强与菜鸟等外部合作伙伴的合作，新开拓保健食品、运动健康等领域的全链路物流业务，供应链整体解决方案服务模式优势明显。报告期内，苏宁物流社会化营业收入(不含天天快递)同比增长152.67%。

2017年4月，公司完成对天天快递70%的股权收购，自2017年5月，天天快递纳入公司合并报表。双方在团队、业务方面推进融合，并致力于天天快递服务质量的提升。天天快递将有效结合苏宁资源、菜鸟资源，打造差异化、特色化服务产品形成自己独特的经营能力。

■ 金融业务

报告期内苏宁金融聚焦核心业务发展，上半年苏宁金融业务（支付业务、供应链金融等业务）总体交易规模实现同比增长172%。

一方面,苏宁金融围绕客户需求,持续推进服务和产品创新,围绕消费金融、支付、供应链融资、理财保险等产品线,上线了包括“任性贷”、“支付收款宝”、“小微货速融”、“延保手机盗抢险”等创新产品,在满足用户金融服务需求的同时,也大大的提升用户体验。2017年6月苏宁银行开业,苏宁银行以“科技驱动的O2O银行”为定位,致力于打造线上线下高度融合发展的新型互联网科技银行业务模式,为更多的企业、机构、个人提供高品质的金融服务。

另一方面,通过加强与政府、第三方机构等在数据资源方面的合作,夯实了苏宁金融科技的发展基础,金融精准营销和数据风控能力明显提升,欺诈风险和信用风险保持在很低的水平。

综上,从上半年经营来看,公司零售、物流、金融三大业务单元在收入规模、盈利实现上已经进入了稳健快速的发展阶段,下半年公司将继续聚焦用户体验、效益和效率的提升,带来企业经营业绩较好的表现。

三、与前次业绩预计的差异说明

本业绩快报披露的归属于上市公司股东的净利润与公司2017年4月29日披露的《2017年第一季度报告》中预计的2017年半年度业绩相比略高,不存在重大差异,主要是由于营业收入增加。

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7月31日