

苏宁易购集团股份有限公司

(住所：江苏省南京市山西路8号金山大厦1-5层)

2018年面向合格投资者
公开发行公司债券（第二期）
募集说明书摘要

主承销商、簿记管理人、债券受托管理人



中信证券股份有限公司

(住所：广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座)

签署日期：2018年5月7日

声明

本募集说明书摘要的目的仅为向投资者提供有关本次发行的简要情况，并不包括募集说明书全文的各部分内容。募集说明书全文同时刊载于深圳证券交易所网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读募集说明书全文，并以其作为投资决定的依据。

除非另有说明或要求，本募集说明书摘要所用简称和相关用语与募集说明书相同。

重大事项提示

请投资者关注以下重大事项，并仔细阅读募集说明书中“风险因素”等有关章节。

一、苏宁易购集团股份有限公司（原名“苏宁云商集团股份有限公司”，以下简称“发行人”或“公司”）已于 2017 年 11 月 23 日获得中国证券监督管理委员会证监许可[2017]2128 号文核准公开发行面值不超过人民币 100 亿元（含 100 亿元）的公司债券（以下简称“本次债券”）。

本次债券以分期形式公开发行，本期债券为本次债券第二期发行。

二、本期债券发行规模不超过 80 亿元（含 80 亿元）；本期债券每张面值为人民币 100 元，发行数量不超过 8000 万张，发行价格为 100 元/张。

本期债券为 3 年期品种，债券全称为“苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）”，债券简称“18 苏宁 02”。

三、根据《公司债券发行与交易管理办法》、《深圳证券交易所债券市场投资者适当性管理办法（2017 年修订）》等相关规定，本期债券仅面向合格投资者发行，公众投资者不得参与发行认购。本期债券上市后将被实施投资者适当性管理，仅限合格投资者参与交易，公众投资者认购或买入的交易行为无效。

四、经中诚信证券评估有限公司综合评定，发行人主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定，本期债券信用等级为 AAA，说明发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。本期债券上市前，发行人最近一期末净资产为 836.28 亿元（截至 2017 年 12 月 31 日合并报表中所有者权益合计数），合并口径资产负债率为 46.83%，母公司口径资产负债率为 64.35%；发行人最近三个会计年度实现的年均可分配利润为 192,981.1 万元（2015 年、2016 年和 2017 年合并报表归属于母公司所有者的净利润 87,250.4 万元、70,441.4 万元和 421,251.6 万元的平均值），预计不少于本期债券一年利息的 1.5 倍。本期债券发行及上市交易安排请参见发行公告。

五、受国民经济总体运行状况、国家宏观经济、金融政策以及国际环境变化的影响，市场利率存在波动的可能性。由于本期债券期限较长，债券的投资价值在存续期内可能随着市场利率的波动而发生变动，因而本期债券投资者实际投资收益具有一定的不确定性。

六、本次发行结束后，公司将尽快向深圳证券交易所提出关于本期债券上市交易的申请。本期债券符合在深圳证券交易所集中竞价系统和综合协议交易平台同时交易（以下简称“双边挂牌”）的上市条件。但本期债券上市前，公司财务状况、经营业绩、现金流和信用评级等情况可能出现重大变化，公司无法保证本期债券双边挂牌的上市申请能够获得深圳证券交易所同意，若届时本期债券无法进行双边挂牌上市，投资者有权选择将本期债券回售予本公司。因公司经营与收益等情况变化引致的投资风险和流动性风险，由债券投资者自行承担。本期债券不能在除深圳证券交易所以外的其他交易场所上市。

七、本期债券为无担保债券。尽管在本期债券发行时，公司已根据现时情况安排了偿债保障措施来保障本期债券按时还本付息，但是在本期债券存续期内，可能由于不可控的市场、政策、法律法规变化等因素导致目前拟定的偿债保障措施不能完全充分或无法完全履行，进而影响本期债券持有人的利益。

八、发行人主体信用等级为 AAA，本期债券信用等级为 AAA，符合进行质押式回购交易的基本条件，具体折算率等事宜将按证券登记机构的相关规定执行。

九、本期债券的偿债资金将主要来源于发行人经营活动产生的收益和现金流。2015 年度、2016 年度和 2017 年度，发行人合并口径营业收入分别为 13,554,763.3 万元、14,858,533.1 万元和 18,792,776.4 万元；归属于母公司所有者的净利润分别为 87,250.4 万元、70,441.4 万元和 421,251.6 万元；经营活动产生的现金流净额分别为 173,333.9 万元、383,923.5 万元和-660,529.3 万元。

十、发行人 2015 年度、2016 年度和 2017 年度流动比率分别为 1.24、1.34、1.37，速动比率分别为 0.85、0.77、0.97，公司流动比率和速动比例逐年提高但速动比率仍低于 1，存在一定的资产流动性风险。

发行人目前主要的债务融资方式为银行借款。截至 2015 年末、2016 年末和 2017 年末，发行人的流动负债分别为 4,573,465.9 万元、6,145,502.6 万元和 6,426,365.7 万元，占总负债比率为 81.45%、91.39%和 87.26%。过多的流动性负债会削弱公司的短期偿债能力，增加了公司短期偿债风险。

十一、2015 年度、2016 年度和 2017 年度，发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为-146,486.4 万元、-110,761.2 万元和-8,839.1 万元，报告期内持

续为负，主要由于宏观经济增速放缓，经济下行压力加大，消费市场疲弱，渠道竞争加剧，为此公司面对行业挑战，加快企业转型升级，布局全渠道、全流程 O2O 融合，聚焦商品供应链、购物体验及服务效率，带来公司阶段性扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润亏损。历经公司互联网零售转型升级，目前已经形成了零售、金融、物流三大业务单元协同发展态势，随着互联网零售转型的深入推进，公司零售、金融、物流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，报告期内，发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润逐年改善。

十二、2015 年度、2016 年度和 2017 年度，发行人投资收益分别为 165,476.4 万元、144,542.0 万元和 430,035.6 万元，占利润总额的比例分别为 186.15%、160.44%和 99.27%，占比较高，2015 年投资收益占比较高是发行人处置 PPTV 股权所获投资收益所致，2016 年投资收益占比较高是发行人处置北京京朝苏宁电器有限公司股权所获投资收益所致，2017 年投资收益占比较高主要是发行人处置所持有部分阿里巴巴集团股份所致。

十三、2015 年度、2016 年度和 2017 年度，发行人营业外收入分别为 166,522.4 万元、52,094.1 万元和 40,515.4 万元，占利润总额的比例分别为 187.32%、57.83%和 9.35%，2015 年度占比较高，主要由于公司 2015 年推进轻资产化，以部分自有门店物业为标的资产开展相关的创新资产运作，形成的长期资产处置利得构成。随着公司互联网零售转型的深入，公司转型效果已经开始展现，主营业务盈利能力将不断增强。

十四、发行人本次公司债券发行规模较大，尽管发行人收入、利润及经营活动净现金流规模较大且融资渠道广泛，但若债券存续期内公司经营情况恶化，同时由于市场资金趋紧或资本市场及信贷市场政策重大变化导致发行人融资难度增加，将对本次债券的偿付产生重大不利影响，从而使得发行人面临一定的集中偿付风险。

十五、债券持有人会议根据《债券持有人会议规则》审议通过的决议，对所有本期未偿还债券持有人（包括所有出席会议、未出席会议、反对决议或放弃投票权的债券持有人，以及在相关决议通过后受让本次债券的持有人）具有同等约束力。债券持有人认购、购买或以其他合法方式取得本期债券均视作同意并接受《债券持有人会议规则》并受之约束。

十六、资信评级机构将在本次债券信用等级有效期内或者本次债券存续期内，持续

关注本次债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本次债券偿债保障情况等因素，以对本次债券的信用风险进行持续跟踪，并出具跟踪评级报告，以动态地反映发行人的信用状况。资信评级机构的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将通过其网站（<http://www.ccxr.com.cn/>）予以公告。发行人亦将通过深圳证券交易所网站（<http://www.szse.com.cn/>）及监管部门指定的其他媒体将上述跟踪评级结果及报告予以公告，投资者可以在深圳证券交易所网站查询上述跟踪评级结果及报告。

十七、为明确约定发行人、债券持有人及债券受托管理人之间的权利、义务及违约责任，发行人聘任了中信证券股份有限公司担任本次债券受托管理人，并订立了《债券受托管理协议》，投资者通过认购、交易或者其他合法方式取得本次债券，即视作同意发行人制定的《债券受托管理协议》。

十八、经发行人第六届董事会第十二次会议审议、2018 年第二次临时股东大会决议通过了《关于拟变更公司名称、证券简称的议案》及《关于修改<公司章程>的议案》，决定将公司名称由“苏宁云商集团股份有限公司”变更为“苏宁易购集团股份有限公司”，发行人于 2018 年 2 月 5 日取得江苏省工商行政管理局核发的《营业执照》，并经深圳证券交易所核准，自 2018 年 2 月 7 日起，公司中文证券简称由“苏宁云商”变更为“苏宁易购”。此外，发行人本期债券涉及到跨年更名事宜，本期债券更名为“苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）”，公告文件所涉部分相应修改，公告文件中债券名称变更不影响其他申请文件的有效性，其他申请文件继续有效。本期债券的名称修改亦不影响发行人、受托管理人、主承销商等机构已签署的相关协议的效力。

十九、发行人于 2018 年 4 月 27 日披露 2018 年第一季度报告全文，合并口径下资产总计 16,195,894.1 万元，负债合计 7,817,831.0 万元，所有者权益合计 8,378,063.1 万元，营业总收入 4,962,034.4 万元，净利润 8,345.4 万元。具体情况见深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn>）及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）。

目录

第一节 释义	7
第二节 发行概况	10
一、发行人基本情况	10
二、本次发行的基本情况及发行条款	11
三、本次债券发行的有关机构	14
四、发行人与本次发行的有关机构、人员的利害关系	17
第三节 发行人及本期债券的资信状况	18
一、本期债券的信用评级情况	18
二、公司债券信用评级报告主要事项	18
三、报告期内发行人主体评级变化情况	20
四、发行人的资信情况	20
第四节 发行人基本情况	23
一、发行人概况	23
二、发行人历史沿革	24
三、报告期内发行人重大资产重组情况	27
四、发行人前十大股东情况	27
五、发行人组织结构和权益投资情况	28
六、控股股东和实际控制人	31
七、发行人法人治理结构与内部控制制度	34
八、发行人董事、监事、高级管理人员情况	42
九、发行人所在行业市场情况	45
十、行业地位及发展战略	56
十一、发行人主要业务情况	62
第五节 财务会计信息	78
一、最近三年财务报表审计情况	78
二、财务报表的编制基础	78
三、合并报表范围的变化	78
四、最近三年及一期财务报表	80
五、最近三年及一期主要财务指标	87
第六节 募集资金运用	90
一、本期债券募集资金运用计划	90
二、募集资金运用对发行人财务状况的影响	90
三、募集资金专项账户管理安排	90
四、关于本次债券募集资金的承诺	91
第七节 备查文件	92
一、备查文件内容	92
二、备查文件查阅地点	92
三、备查文件查阅时间	93

第一节 释义

在本募集说明书摘要中，除非文意另有所指，下列词语具有如下含义：

公司、本公司、苏宁易购、发行人	指	苏宁易购集团股份有限公司、曾用名苏宁电器连锁集团股份有限公司、苏宁电器股份有限公司、苏宁云商集团股份有限公司
苏宁控股	指	苏宁控股集团有限公司，为公司实际控制人、控股股东张近东先生之控股子公司
苏宁电器集团	指	苏宁电器集团有限公司
淘宝（中国）软件	指	淘宝（中国）软件有限公司
《公司章程》	指	苏宁易购集团股份有限公司公司章程
本次债券	指	发行人本次在境内面向合格投资者公开发行的总额不超过人民币 100 亿元（含 100 亿元）的公司债券
本期债券	指	苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）
本次发行	指	本期债券的发行
募集说明书	指	发行人根据有关法律、法规为发行本期债券而制作的《苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）募集说明书》
募集说明书摘要	指	发行人根据有关法律、法规为发行本期债券而制作的《苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）募集说明书摘要》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券登记机构、中国证券登记公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
深交所	指	深圳证券交易所

承销团	指	由主承销商为本次发行而组织的，由主承销商和分销商组成承销机构的总称
债券受托管理协议	指	发行人与债券受托管理人签署的《苏宁云商集团股份有限公司公开发行 2017 年公司债券受托管理协议》及其变更和补充
投资人、持有人	指	就本次债券而言，通过认购、受让、接受赠与、继承等合法途径取得并持有本次债券的主体
主承销商、簿记管理人、债券受托管理人、中信证券	指	中信证券股份有限公司
审计机构	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京市金杜律师事务所
资信评级机构、评级机构	指	中诚信证券评估有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《管理办法》	指	《公司债券发行与交易管理办法》
新会计准则	指	财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则—基本准则》和 38 项具体准则，其后颁布的企业会计准则应用指南，企业会计准则解释及其他相关规定
报告期	指	2015 年度、2016 年度、2017 年度
最近三年	指	2015 年度、2016 年度、2017 年度
工作日	指	中华人民共和国商业银行的对公营业日（不包括法定节假日）
交易日	指	深圳证券交易所的营业日
法定节假日或休息日	指	中华人民共和国的法定及政府指定节假日或休息日（不包

		括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的法定节假日和/或休息日)
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元
云计算、云平台	指	一种可配置的共享资源池，该资源池提供网络、服务器、存储、应用程序和服务等多种硬件和软件资源，具备自我管理能力，用户只需少量参与就可按需获取资源
大数据	指	利用云计算的分布式处理架构，对超出常规软件分析能力的海量数据进行专业化处理，从而形成更强的决策力、洞察力和流程优化能力
O2O	指	Online to Offline，即从线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合
SKU	指	SKU=Stock Keeping Unit，即库存计量单位，公司以商品的自然属性定义，即使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为同一种 SKU
B2B	指	Business to Business，是电子商务的一种模式，是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），使用了互联网的技术或各种商务网络平台，完成商务交易的过程
B2C	指	Business to Customer，是电子商务的一种模式，即通常说的商业零售，直接面向消费者销售产品和服务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动

本募集说明书摘要中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第二节 发行概况

一、发行人基本情况

中文名称：苏宁易购集团股份有限公司

英文名称：SUNING.COM CO.,LTD.

股票简称：苏宁易购

股票代码：002024

法定代表人：张近东

成立日期：1996 年 5 月 15 日

注册资本：人民币 9,310,039,655 元

实缴资本：人民币 9,310,039,655 元

住所：江苏省南京市山西路 8 号金山大厦 1-5 层

统一社会信用代码：91320000608950987L

邮政编码：210009

联系人：黄巍

联系电话：025-84418888-888122/888480

传真：025-84418888-2-888480

所属行业：批发和零售业—零售业

经营范围：家用电器、电子产品、办公设备、通讯产品及配件的连锁销售和服务，空调配件的销售，制冷空调设备及家用电器的安装与维修，计算机软件开发、销售、系统集成，百货、自行车、电动助力车、摩托车、汽车的连锁销售，实业投资，场地租赁，柜台出租，国内商品展览服务，企业形象策划，经济信息咨询服务，人才培养，商务代理，仓储，微型计算机配件、软件的销售，微型计算机的安装及维修，废旧物资的回收与销售，乐器销售，工艺礼品、纪念品销售，国内贸易，代办（移动、电信、联通）委托的各项业务，移动通讯转售业务，货物运输代理，仓储，装卸搬运。出版物省内连锁，

普通货运，预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏、酒类、婴幼儿配方乳粉、乳制品）、散装食品的批发与零售，保健食品的零售，国内快递、国际快递（邮政企业专营业务除外），第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），餐饮服务(限分公司经营)（按《餐饮服务许可证》所列范围经营），建筑材料、装潢材料、摄像器材的销售、自营各类商品及技术的进出口业务，设计、制作、代理、发布国内各类广告，代订酒店，初级农产品的销售，车载设备，智能家居，智能电子设备，音像制品的零售，医疗器械销售，商品的网上销售，化妆品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、初级农产品、粮油及制品、母婴用品、纺织品、计生用品的销售，儿童用品的研发与销售，儿童室内游戏娱乐服务，游乐设备租赁服务，图书，报刊批发零售，摄影服务，开放式货架销售，育儿知识培训服务，家政服务，汽车维修与保养，飞机销售与租赁、摄影服务、文印服务、汽车及配件销售，石油制品、汽车用品、II 类医疗器械销售，礼品卡销售，经营性互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

二、本次发行的基本情况及发行条款

（一）公司债券发行批准情况

2017 年 3 月 20 日，发行人第六届董事会第二次会议审议通过了《关于公开发行公司债券的议案》，董事会批准并提请股东大会授权董事会或董事会获授权人士在有关授权期间决定及处理公司发行金额不超过（含）人民币 100 亿元的公司债券。

2017 年 4 月 6 日，发行人 2017 年第三次临时股东大会审议通过了《关于公开发行公司债券的议案》，股东大会批准授权董事会或董事会获授权人士在有关授权期间决定及处理公司发行金额不超过（含）人民币 100 亿元的公司债券事宜。上述授权自股东大会审议通过之日起生效，有效期截至中国证券监督管理委员会核准本次债券发行之日起 24 个月。

（二）核准情况及核准规模

经中国证监会于 2017 年 11 月 23 日签发的“证监许可[2017]2128 号”文核准，公司获准向合格投资者公开发行面值总额不超过 100 亿元的公司债券。公司将综合市场等各方面情况确定债券的发行时间、发行规模及其他具体发行条款。

（三）本期债券发行的基本情况和基本条款

发行主体：苏宁易购集团股份有限公司

本期债券名称：苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期），债券简称为“18 苏宁 02”。

本期债券期限：本期债券为 3 年期品种。

本期债券发行规模：本期债券发行规模为不超过 80 亿元（含 80 亿元）。

债券利率及其确定方式：本期债券票面年利率将根据簿记建档结果确定，在存续期内固定不变。

债券票面金额：本次债券票面金额为 100 元。

发行价格：本次债券按面值平价发行。

债券形式：实名制记账式公司债券。投资者认购的本期债券在登记机构开立的托管账户托管记载。本期债券发行结束后，债券认购人可按照有关主管机构的规定进行债券的转让、质押等操作。

还本付息方式：本期债券按年付息、到期一次还本。利息每年支付一次，最后一期利息随本金一起支付。

支付金额：本期债券于每年付息日向投资者支付的利息金额为投资者截至利息登记日收市时所持有的本期债券票面总额与对应的票面利率的乘积；于兑付日向投资者支付的本息金额为投资者截至兑付债券登记日收市时所持有的本期债券最后一期利息及所持有的债券票面总额的本金。

付息、兑付方式：本期债券本息支付将按照证券登记机构的有关规定来统计债券持有人名单，本息支付方式及其他具体安排按照证券登记机构的相关规定办理。

起息日：2018 年 5 月 9 日。

利息登记日：本期债券利息登记日按照债券登记机构的相关规定办理。在利息登记日当日收市后登记在册的本期债券持有人，均有权就本期债券获得该利息登记日所在计息年度的利息。

计息期限：本期债券的计息期限为 2018 年 5 月 9 日至 2021 年 5 月 8 日。

付息日：本期债券的付息日期为 2019 年至 2021 年每年的 5 月 9 日。如遇法定节假日或休息日，则顺延至其后的第 1 个交易日；顺延期间付息款项不另计利息。

兑付日：本期债券的兑付日期为 2021 年 5 月 9 日。如遇法定节假日或休息日，则顺延至其后的第 1 个交易日；顺延期间兑付款项不另计利息。

信用级别及资信评级机构：经中诚信证券评估有限公司综合评定，本公司的主体信用等级为 AAA，本期债券的信用等级为 AAA。

担保情况：本期债券无担保

主承销商、簿记管理人、债券受托管理人：本公司聘请中信证券股份有限公司作为本期债券的主承销商、簿记管理人及债券受托管理人。

发行方式、发行对象及向公司股东配售的安排：本期债券发行采取网下面向合格投资者询价配售的方式，网下申购由簿记管理人根据簿记建档情况进行债券配售。本期债券发行对象为符合《公司债券发行与交易管理办法》、《深圳证券交易所债券市场投资者适当性管理办法》规定并拥有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司 A 股证券账户的合格投资者（法律、法规禁止购买者除外）。本期债券不向公司原股东优先配售。

承销方式：本期债券由主承销商负责组建承销团，以承销团余额包销的方式承销。

拟上市交易场所：本次公司债拟于深交所上市。

质押式回购：本公司主体信用等级为 AAA，本期债券信用等级为 AAA，本期债券符合进行质押式回购交易的基本条件，具体折算率等事宜将按证券登记机构的相关规定执行。

募集资金用途：本期债券的募集资金扣除发行费用后拟用于偿还公司债务。

募集资金专项账户：

账户名称：苏宁易购集团股份有限公司

开户银行：光大银行南京分行营业部

银行账户：76490188000582808

税务提示：根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本期债券所应缴纳的税款由投资者承担。

（四）本期债券发行及上市安排

1、本期债券发行时间安排

发行公告刊登日期：2018 年 5 月 7 日。

发行首日：2018 年 5 月 9 日。

预计发行期限：2018 年 5 月 9 日至 2018 年 5 月 10 日，共 2 个工作日。

2、本期债券上市安排

本次发行结束后，本公司将尽快向深交所提出关于本期债券上市交易的申请，具体上市时间将另行公告。

三、本次债券发行的有关机构

（一）发行人：苏宁易购集团股份有限公司

住所：江苏省南京市山西路 8 号金山大厦 1-5 层

联系地址：江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号

法定代表人：张近东

联系人：黄巍

联系电话：025-84418888-888122/888480

传真：025-84418888-2-888480

（二）主承销商、簿记管理人、债券受托管理人：中信证券股份有限公司

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

法定代表人：张佑君

联系人：徐晨涵、赵维、周伟帆、董妍婷、刘懿、韩冰、乔梁

联系电话：010-60836701

传真：010-60833504

（三）分销商：东海证券股份有限公司

住所：常州延陵西路 23 号投资广场 18 层

办公地址：上海市浦东新区东方路 1928 号东海大厦 4 楼债券发行部

法定代表人：朱科敏

联系人：桓朝娜

联系电话：021-20333219

传真：021-50498839

（四）发行人律师：北京市金杜律师事务所

住所：北京市朝阳区东三环中路 7 号北京财富中心写字楼 A 座 40 层

负责人：王玲

经办律师：牟蓬、陈复安

联系电话：021-24120000

传真：021-24126350

（五）会计师事务所：普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路 1318 号星展银行大厦 507 单元 01 室

负责人：李丹

联系人：庄蓓蓓

联系电话：025-66086225

传真：025-66086210

（六）资信评级机构：中诚信证券评估有限公司

住所：上海市青浦区新业路 599 号 1 幢 968 室

负责人：何敏华

主要联系人：周莉莉

联系电话：021-51019090

传真：021-51019030

（七）簿记管理人收款银行

账户名称：中信证券股份有限公司

开户银行：中信银行北京瑞城中心支行

银行账户：7116810187000000121

汇入行人行支付系统号：302100011681

联系人：徐晨涵、赵维、周伟帆

联系电话：010-6083 6701

传真：010-60833504

（八）募集资金专项账户开户银行

账户名称：苏宁易购集团股份有限公司

开户银行：光大银行南京分行营业部

银行账户：76490188000582808

（九）申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

负责人：王建军

电话：0755-82083333

传真：0755-82083275

（九）公司债券登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼

负责人：戴文华

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

三、认购人承诺

购买本期债券的投资者（包括本期债券的初始购买人和二级市场的购买人，及以其他方式合法取得本期债券的人，下同）被视为作出以下承诺：

（一）接受募集说明书对本期债券项下权利义务的所有规定并受其约束。

（二）同意《债券受托管理协议》、《债券持有人会议规则》及债券募集说明书中其他有关发行人、债券持有人权利义务的相关约定。

（三）债券持有人会议按照《公司债券发行与交易管理办法》的规定及《债券持有人会议规则》的程序要求所形成的决议对全体债券持有人具有约束力。

（四）发行人依有关法律、法规的规定发生合法变更，在经有关主管部门批准后并依法就该等变更进行信息披露时，投资者同意并接受该等变更。

（五）本期债券发行结束后，发行人将申请本期债券在深交所上市交易，并由主承销商代为办理相关手续，投资者同意并接受这种安排。

四、发行人与本次发行的有关机构、人员的利害关系

截至报告期末，发行人以及相关人士（包括法定代表人、高级管理人员以及本项目经办人员）与本项目相关中介机构及其负责人、高级管理人员及本项目经办人员之间不存在直接或间接的大于 5%的股权关系或其他重大利害关系。

第三节 发行人及本期债券的资信状况

一、本期债券的信用评级情况

经中诚信证券评估有限公司综合评定，本公司的主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定，本期债券的信用等级为 AAA。中诚信证券评估有限公司出具了《苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第二期）信用评级报告》，该评级报告将在中诚信证评网站（www.ccxr.com.cn）和深交所网站（www.szse.cn）予以公布。

二、公司债券信用评级报告主要事项

（一）信用评级结论和等级设置及其涵义

中诚信证券评估有限公司评定发行人主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定，该级别标识涵义为：发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。

中诚信证券评估有限公司评定本期债券信用等级为 AAA，该级别标识涵义为：本期债券的信用质量极高，信用风险极低。

（二）评级报告的内容摘要

中诚信证评肯定了苏宁易购规模优势明显，行业领先地位稳固、线上业务发展迅速，成效显著、完善的后台服务体系、与淘宝中国的战略合作有助于公司长期发展、稳健的财务结构和很强的再融资能力等对本期债券及公司信用质量的支持。同时，中诚信证评也关注到公司经营业务利润有待进一步提升等因素可能对本期债券及公司信用质量产生的影响。

1、正面

规模优势明显，行业领先地位稳固。截至 2017 年 9 月末，公司自营门店数量达到 3,748 家，门店自营总面积达 489.86 万平方米，覆盖中国大陆 297 个以上城市、农村市场，以及香港地区和日本市场。公司在门店数量、经营区域覆盖程度以及销售规模等方面均居于国内家电零售行业领先地位。

线上业务发展迅速，成效显著。近年来，公司线上业务苏宁易购的消费者认可度和品牌知名度持续增强，会员数量不断增长，商品交易量迅速提升。截至 2017 年 9 月末，公司零售体系会员总数 3.18 亿，前三季度实现线上自营商品销售收入 662.33 亿元（含税），同比增长 65.54%。

完善的后台服务支持体系。公司在发展互联网零售业务的同时，着重建设物流、金融、IT 等后台服务体系，有效支撑了公司互联网零售业务的运作，并实现了物流、金融板块的独立化运作。基于多年的投入储备，苏宁物流、苏宁金融板块资源优势及价值逐步凸显，有望形成多元化盈利结构。

与淘宝中国的战略合作有助于公司长期发展。2016 年公司通过非公开发行股票引入战略投资者淘宝中国，在保持业务独立性的基础上协同各自在用户、平台、商品、服务、技术等方面的资源，创新 O2O 商业模式，促进公司主营业务规模的扩大，夯实公司核心竞争力，并提升资本实力，为公司持续发展提供较好支持。

稳健的财务结构和很强的再融资能力。截至 2017 年 9 月末，公司资产负债率和总资本化率分别为 45.79 %和 33.17 %，财务结构稳健性较好。此外，公司银行授信额度充裕，资本市场融资渠道畅通，具有很强的再融资能力。

2、关注

公司经营性业务利润有待进一步提升。公司持续推进业务转型，尽管近年来业务规模效应不断显现，但受零售行业持续放缓以及公司转型投入等影响，公司近年来经营性业务利润有所承压。

（三）跟踪评级的有关安排

根据中国证监会相关规定、评级行业惯例以及中诚信证评评级制度相关规定，自首次评级报告出具之日（以评级报告上注明日期为准）起，中诚信证评将在本期债券信用评级有效期内或者本期债券存续期内，持续关注本期债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本期债券偿债保障情况等因素，以对本期债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。

在跟踪评级期限内，中诚信证评将于本期债券发行主体及担保主体（如有）年度报告公布后两个月内完成该年度的定期跟踪评级。此外，自本次评级报告出具之日起，中诚信证评将密切关注与发行主体、担保主体（如有）以及本期债券有关的信息，如发生

可能影响本期债券信用级别的重大事件，发行主体应及时通知中诚信证评并提供相关资料，中诚信证评将在认为必要时及时启动不定期跟踪评级，就该事项进行调研、分析并发布不定期跟踪评级结果。

中诚信证评的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将在中诚信证评网站（www.ccxr.com.cn）和交易所网站予以公告，且交易所网站公告披露时间不得晚于在其他交易场所、媒体或者其他场合公开披露的时间。

如发行主体、担保主体（如有）未能及时或拒绝提供相关信息，本公司将根据有关情况进行分析，据此确认或调整主体、债券信用级别或公告信用级别暂时失效。

三、报告期内发行人主体评级变化情况

报告期内，发行人主体评级均为 AAA 级，无变化。

四、发行人的资信情况

（一）发行人获得主要贷款银行的授信情况

本公司在各大银行等金融机构的资信情况良好，与国内主要商业银行一直保持长期合作伙伴关系，获得较高的授信额度，间接债务融资能力较强。截至 2017 年 12 月 31 日，公司合并口径在各家商业银行的授信额度为人民币 435.32 亿元，未使用授信额度为人民币 216.55 亿元。

（二）最近三年与主要客户发生业务往来时，是否有严重违约现象

最近三年，本公司与主要客户发生业务往来时，本公司未曾有严重违约。

（三）债券发行以及兑付情况

发行人已发行债券不存在延迟支付债券利息或本金的情况，具体发行及兑付明细如下：

债券全称	债券简称	起息日	到期日	发行期限	发行规模（亿元）	发行利率（%）	兑付情况
苏宁电器股份有限公司公开发行 2012 年公司债券	12 苏宁 01	2012-12-14	2017-12-14	5 年	45	5.20	已兑付

债券全称	债券简称	起息日	到期日	发行期限	发行规模（亿元）	发行利率（%）	兑付情况
苏宁云商集团股份有限公司公开发行 2013 年公司债券(第二期)	13 苏宁债	2013-11-13	2019-11-13	3+3 年	35	5.95	未兑付
苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第一期）	18 苏宁 01	2018-4-19	2021-4-19	3 年	20	5.20	未兑付

（四）累计公司债券余额及其占发行人最近一期净资产的比例

截至本募集说明书摘要签署日，公司合并报表口径公开发行的公司债券累计余额为 55 亿元，如发行人本次申请的公司债券经中国证监会核准并全部发行完毕后，公司累计公开发行公司债券余额为不超过人民币 135 亿元，占公司 2017 年 12 月 31 日合并报表净资产的比例为 16.14%，不超过公司最近一期末净资产的 40%，符合相关法规规定。

（五）公司债券募集资金使用情况

2012 年 12 月 14 日，公司发行了苏宁电器股份有限公司公开发行 2012 年公司债券（第一期），发行规模为 45 亿元，期限 5 年，发行利率为 5.20%；2013 年 11 月 13 日，公司发行了苏宁云商集团股份有限公司公开发行 2013 年公司债券（第二期），发行规模为 35 亿元，期限为 6 年，附第 3 年末发行人上调票面利率选择权及投资者回售选择权，发行利率为 5.95%。根据发行人年报及说明，债券募集资金扣除发行费用后全部用于补充运营资金及调整债务结构。2018 年 4 月 20 日，公司发行了苏宁易购集团股份有限公司 2018 年面向合格投资者公开发行公司债券（第一期），发行规模为 20 亿元，期限为 3 年，发行利率为 5.20%。

债券募集资金扣除发行费用后全部用于补充公司运营资金，按照募集说明书约定用途使用。

（六）发行人最近三年合并财务报表口径下的主要财务指标

主要财务指标	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动比率	1.37	1.34	1.24
速动比率	0.97	0.77	0.85
资产负债率	46.83%	49.02%	63.75%

主要财务指标	2017 年度	2016 年度	2015 年度
EBITDA 利息保障倍数	10.33	4.85	6.80
贷款偿还率	100%	100%	100%
利息偿付率	100%	100%	100%

除特别注明外，以上财务指标均按照合并报表口径计算。

上述财务指标的计算方法如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债；
- 2、速动比率=（流动资产—存货—其他流动资产）/流动负债；
- 3、资产负债率=总负债/总资产；
- 4、EBITDA 利息保障倍数=（利润总额+利息支出+折旧+摊销）/利息支出；
- 5、贷款偿还率=实际贷款偿还额/应偿还贷款额；
- 6、利息偿付率=实际支付利息/应付利息。

第四节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称：苏宁易购集团股份有限公司

英文名称：SUNING.COM CO.,LTD.

股票简称：苏宁易购

股票代码：002024

法定代表人：张近东

成立日期：1996 年 5 月 15 日

注册资本：人民币 9,310,039,655 元

实缴资本：人民币 9,310,039,655 元

住所：江苏省南京市山西路 8 号金山大厦 1-5 层

统一社会信用代码：91320000608950987L

邮政编码：210009

联系人：黄巍

联系电话：025-84418888-888122/888480

传真：025-84418888-2-888480

所属行业：批发和零售业—零售业

经营范围：家用电器、电子产品、办公设备、通讯产品及配件的连锁销售和服务，空调配件的销售，制冷空调设备及家用电器的安装与维修，计算机软件开发、销售、系统集成，百货、自行车、电动助力车、摩托车、汽车的连锁销售，实业投资，场地租赁，柜台出租，国内商品展览服务，企业形象策划，经济信息咨询服务，人才培养，商务代理，仓储，微型计算机配件、软件的销售，微型计算机的安装及维修，废旧物资的回收与销售，乐器销售，工艺礼品、纪念品销售，国内贸易，代办（移动、电信、联通）委托的各项业务，移动通讯转售业务，货物运输代理，仓储，装卸搬运。出版物省内连锁，普通货运，预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏、酒类、婴幼儿配方乳粉、乳制品）、

散装食品的批发与零售，保健食品的零售，国内快递、国际快递（邮政企业专营业务除外），第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），餐饮服务(限分公司经营)（按《餐饮服务许可证》所列范围经营），建筑材料、装潢材料、摄像器材的销售、自营各类商品及技术的进出口业务，设计、制作、代理、发布国内各类广告，代订酒店，初级农产品的销售，车载设备，智能家居，智能电子设备，音像制品的零售，医疗器械销售，商品的网上销售，化妆品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、初级农产品、粮油及制品、母婴用品、纺织品、计生用品的销售，儿童用品的研发与销售，儿童室内游戏娱乐服务，游乐设备租赁服务，图书，报刊批发零售，摄影服务，开放式货架销售，育儿知识培训服务，家政服务，汽车维修与保养，飞机销售与租赁、摄影服务、文印服务、汽车及配件销售，石油制品、汽车用品、II 类医疗器械销售，礼品卡销售，经营性互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

二、发行人历史沿革

（一）公司设立及发行上市情况

江苏苏宁交家电有限公司成立于 1996 年 5 月 15 日，是由南京苏宁实业总公司和张近东等 10 名自然人共同出资设立，注册资本 120 万元。

2000 年 7 月 28 日，经江苏省工商行政管理局批准，江苏苏宁交家电有限公司更名为江苏苏宁交家电集团有限公司。2000 年 8 月 30 日，经国家工商行政管理局批准更名为苏宁交家电（集团）有限公司。

2001 年 6 月 28 日，经江苏省人民政府苏政复[2001]109 号文批准，苏宁交家电（集团）有限公司以 2000 年 12 月 31 日经审计的净资产为基础，按 1: 1 比例折股，整体变更为苏宁电器连锁集团股份有限公司，注册资本 6,816 万元，于 2001 年 6 月 29 日领取营业执照，注册号为：3200002100433。

2004 年 7 月 7 日，经中国证监会证监发行字（2004）97 号文核准，公司向社会公开发行人民币普通股 2,500 万股。2004 年 7 月 21 日，公司股票在深圳证券交易所挂牌上市，股票简称“苏宁电器”，股票代码 002024。此次发行完成后，公司注册资本变更为 9,316 万元。

（二）公司上市后的股本变化和股本结构

2005 年 5 月 22 日，公司 2004 年年度股东大会审议通过了《2004 年度利润分配预案》，公司以 2004 年末总股本 9,316 万股为基数，以资本公积金转增股本方式向全体股东每 10 股转增 10 股，转增后公司注册资本增加至 18,632 万元。

2005 年 8 月 4 日，公司 2005 年第一次临时股东大会审议通过了公司股权分置改革方案。方案实施股份变更登记日（2005 年 8 月 9 日）登记在册的全体流通股股东每持有 10 股流通股获得非流通股股东支付的 2.5 股对价股份。2005 年 8 月 10 日，公司原非流通股股东持有的非流通股股份性质变更为有限售条件的流通股。股权分置改革完成后，公司股份总数为 18,632 万股，其中有限售条件的流通股为 12,382 万股，无限售条件的流通股为 6,250 万股。

2005 年 9 月 29 日，经公司 2005 年第二次临时股东大会审议通过，公司名称由苏宁电器连锁集团股份有限公司变更为苏宁电器股份有限公司，并于 2005 年 11 月 8 日取得了变更后的营业执照。

2005 年 9 月 29 日，公司 2005 年第二次临时股东大会审议通过了《2005 年度中期资本公积金转增股本预案》，以 2005 年 6 月 30 日股本 18,632 万股为基数，以资本公积金转增股本方式向全体股东每 10 股转增 8 股，转增后公司注册资本增加至 33,537.6 万元。

2006 年 5 月 24 日，公司召开 2006 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2006 年非公开发行股票方案的议案》。经中国证监会证监发行字〔2006〕21 号文核准，公司于 2006 年 6 月 20 日以非公开发行股票的方式向证券投资基金等特定投资者发行人民币普通股（A 股）2,500 万股。经深圳证券交易所同意，该部分股份于 2006 年 6 月 23 日上市。发行后，公司注册资本增加至 36,037.6 万元。

2006 年 9 月 13 日，公司召开 2006 年第二次临时股东大会，审议通过了《2006 年中期资本公积金转增股本议案》。根据决议，公司以 2006 年 6 月 30 日总股本 36,037.6 万股为基数，以资本公积金转增股本方式向全体股东每 10 股转增 10 股，转增后公司注册资本由 36,037.6 万元增加至 72,075.2 万元。

2007 年 3 月 30 日，公司召开 2006 年年度股东大会，审议通过《资本公积金转增股本方案》，以 2006 年 12 月 31 日公司总股本 72,075.2 万股为基数，以资本公积金转增股本，向全体股东每 10 股转增 10 股，转增后公司注册资本由 72,075.2 万元增加至

144,150.4 万元。

2007 年 5 月 8 日，公司召开 2007 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2007 年非公开发行股票方案的议案》。经中国证监会证监许可〔2008〕647 号文核准，公司以非公开发行股票的方式向证券投资基金等特定投资者发行人民币普通股（A 股）5,400 万股。经深圳证券交易所同意，该部分股份于 2008 年 5 月 22 日上市。发行后，公司注册资本增加至 149,550.4 万元。

2008 年 9 月 16 日，公司召开 2008 年第一次临时股东大会，审议通过了《2008 年半年度利润分配预案》。根据决议，公司以 2008 年 6 月 30 日总股本 1,495,504,000 股为基数，以资本公积金转增股本方式向全体股东每 10 股转增 10 股，转增后公司总股本由 1,495,504,000 股增加至 2,991,008,000 股。

2009 年 3 月 31 日，公司召开 2008 年年度股东大会，审议通过了《2008 年度利润分配预案》。根据决议，公司以 2008 年 12 月 31 日总股本 2,991,008,000 股为基数，向全体股东每 10 股送 2 股红股，同时公司以资本公积金转增股本的方式向全体股东每 10 股转增 3 股。2008 年度公司利润分配及资本公积金转增股本方案送股和转增股本数共计 1,495,504,000 股。上述利润分配方案实施后公司总股本由 2,991,008,000 股增加至 4,486,512,000 股。

2009 年 7 月 6 日，公司召开 2009 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2009 年非公开发行股票方案的议案》。经中国证监会证监许可[2009]1351 号核准，公司于 2009 年 12 月 23 日以非公开发行股票的方式向证券投资基金等特定投资者发行人民币普通股（A 股）177,629,244 股。经深圳证券交易所同意，该部分股份于 2009 年 12 月 31 日上市。发行后，公司注册资本增加至 4,664,141,244 元。

2010 年 4 月 6 日，公司召开 2009 年年度股东大会，审议通过了《2009 年利润分配预案》。根据决议，公司以现有总股本 4,664,141,244 股为基数，以资本公积金转增股本的方式向全体股东每 10 股转增 5 股。2009 年度公司资本公积金转增股本方案转增股本数共计 2,332,070,622 股。上述资本公积金转增股本方案实施后，公司总股本由 4,664,141,244 股增加至 6,996,211,866 股。

2011 年 7 月 7 日，公司召开 2011 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2011 年非公开发行股票方案的议案》。经中国证监会证监许可〔2012〕477 号文核准，

公司以非公开发行股票的方式向特定投资者发行人民币普通股（A 股）386,831,284 股。经深圳证券交易所同意，该部分股份于 2012 年 7 月 10 日上市。发行后，公司注册资本增加至 7,383,043,150 股。

2015 年 9 月 10 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2015 年非公开发行股票方案的议案》。经中国证监会证监许可[2016]418 号文核准，公司以非公开发行股票的方式向特定投资者发行人民币普通股（A 股）1,926,671,924 股。经深圳证券交易所同意，该部分股份于 2016 年 6 月 6 日上市。发行后，公司注册资本增加至 9,310,039,655 股。

三、报告期内发行人重大资产重组情况

报告期内发行人未发生重大资产重组情况。

四、发行人前十大股东情况

截至2017年12月31日，发行人前十大股东情况如下表：

单位：股

股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
张近东	境内自然人	20.96%	1,951,811,430	1,951,811,430	300,000,000
苏宁电器集团有限公司	境内非国有法人	19.99%	1,861,076,979	-	720,000,000
淘宝（中国）软件有限公司	境内非国有法人	19.99%	1,861,076,927	1,861,076,927	-
苏宁控股集团有限公司	境内非国有法人	3.33%	309,730,551	309,730,551	-
陈金凤	境内自然人	1.98%	184,127,709	-	99,760,000
金明	境内自然人	1.34%	125,001,165	62,500,582	-
全国社保基金一一一组合	其他	0.81%	75,131,456	-	-
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.79%	73,231,900	-	-
苏宁云商集团股份有限公司—第二期员工持股计划	其他	0.71%	65,919,578	65,919,578	-
苏宁云商集团股份有限公司—第1期员工持股计划	其他	0.66%	61,056,374	-	-

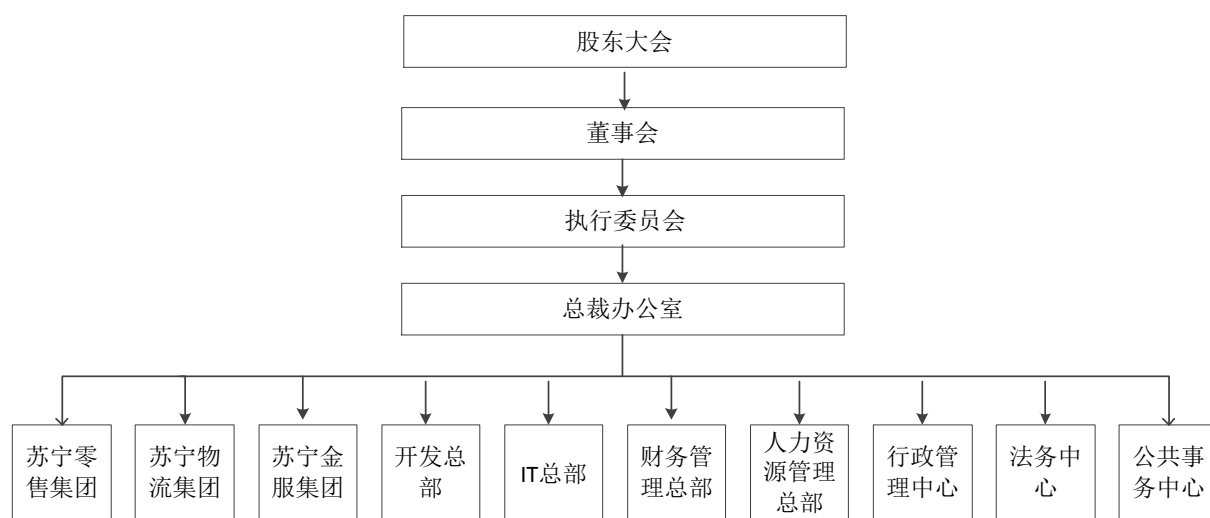
注：苏宁电器集团基于融资用途将其持有的 7.2 亿股股份进行了质押。

张近东先生为向公司 2014 年员工持股计划提供借款支持，分别于 2015 年 9 月份以 1 亿股向安信证券办理股票质押式回购业务，于 2016 年 4 月以 2 亿股向中信证券办理股票质押式回购，总计质押股份 3 亿股。

五、发行人组织结构和权益投资情况

（一）发行人的组织结构

公司的组织结构图如下：



（二）发行人对其他企业的重要权益投资情况

1、发行人主要子公司

序号	主要子公司名称	主要经营地	注册地	经营范围	持股比例		取得方式
					直接	间接	
1	北京苏宁云商销售有限公司	北京市	北京市	电器和电子消费品的连锁销售	89%	11%	投资设立
2	上海苏宁云商销售有限公司	上海市	上海市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
3	重庆苏宁云商销售有限公司	重庆市	重庆市	电器和电子消费品的连锁销售	99%	1%	投资设立
4	四川苏宁云商销售有限公司	成都市	成都市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
5	苏宁金融服务(上海)有限公司	上海市	上海市	电器和电子消费品的连锁销售	60%	-	投资设立
6	广东苏宁云商销售有限公司	广州市	广州市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
7	福建苏宁云商商贸有限公司	福州市	福州市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
8	沈阳苏宁云商销售有限公司	沈阳市	沈阳市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
9	陕西苏宁云商销售有限公司	西安市	西安市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
10	浙江苏宁云商商贸有限公司	杭州市	杭州市	电器和电子消费品的连锁销售	89%	11%	投资设立
11	深圳市苏宁云商销售有限公司	深圳市	深圳市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
12	武汉苏宁云商销售有限公司	武汉市	武汉市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
13	厦门苏宁云商销售有限公司	厦门市	厦门市	电器和电子消费品的连锁销售	10%	90%	投资设立
14	云南苏宁云商销售有限公司	昆明市	昆明市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
15	苏宁商业保理有限公司	天津市	天津市	商业保理	-	60%	投资设立
16	重庆苏宁小额贷款有限公司	重庆市	重庆市	小额贷款	-	60%	投资设立
17	北京苏宁云团科技有限公司	北京市	北京市	本地生活服务	-	70%	投资设立
18	江苏苏宁易达物流投资有限公司	南京市	南京市	物流业投资	100%	-	投资设立

序	主要子公司名称	主要经	注册地	经营范围	持股比例		取得方式
19	江苏昌祺贸易有限公司	南京市	南京市	工程项目开发	100%	-	同一控制企业合并
20	日本 LAOX	日本	日本	电器和电子消费品的连锁销售	-	41.85%	非同一控制企业合并
21	无锡胜利门苏宁云商销售有限公司	无锡市	无锡市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	非同一控制企业合并
22	南京红孩子企业管理有限公司	南京市	南京市	企业管理服务及信息咨询服务	100%	-	非同一控制企业合并
23	北京红孩子互联科技有限公司	北京市	北京市	企业管理服务及信息咨询服务	-	100%	非同一控制企业合并
24	重庆猫宁电子商务有限公司	重庆市	重庆市	电器和电子消费品的连锁销售	51%	-	投资设立
25	天天快递有限公司	杭州市	杭州市	物流快递运输	100%		非同一控制企业合并

发行人上述主要子公司2017年财务概况如下表所示：

单位：千元

序号	公司名称	2017 年 12 月 31 日			2017 年度	
		资产总额	负债总额	净资产	营业收入	净利润
1	北京苏宁云商销售有限公司	4,190,840	1,074,843	3,115,997	21,246,596	232,844
2	上海苏宁云商销售有限公司	3,636,753	2,043,585	1,593,168	10,863,928	109,011
3	重庆苏宁云商销售有限公司	1,854,802	971,149	883,653	5,411,463	157,820
4	四川苏宁云商销售有限公司	2,489,600	981,545	1,508,055	4,679,606	147,793
5	苏宁金融服务(上海)有限公司	20,796,833	12,382,992	8,413,841	2,178,603	508,240
6	广东苏宁云商销售有限公司	1,719,073	828,668	890,405	8,343,832	129,402
7	福建苏宁云商商贸有限公司	1,332,632	680,403	652,229	1,282,187	19,008
8	沈阳苏宁云商销售有限公司	710,670	150,638	560,032	1,309,917	(10,388)
9	陕西苏宁云商销售有限公司	1,537,278	604,768	932,510	4,038,450	66,085
10	浙江苏宁云商商贸有限公司	754,449	82,282	672,167	1,842,541	20,082
11	深圳市苏宁云商销售有限公司	1,549,577	906,254	643,323	4,526,384	49,344
12	武汉苏宁云商销售有限公司	2,042,176	1,031,347	1,010,829	3,045,811	51,584
13	厦门苏宁云商销售有限公司	840,000	377,117	462,883	952,110	8,675
14	云南苏宁云商销售有限公司	549,395	210,708	338,687	1,225,025	23,395
15	苏宁商业保理有限公司	11,127,701	7,846,634	3,281,067	554,874	198,652
16	重庆苏宁小额贷款有限公司	6,059,400	4,136,469	1,922,931	337,432	82,208
17	北京苏宁云团科技有限公司	82,015	82,729	(714)	-	(3,852)
18	江苏苏宁易达物流投资有限公司	1,230,872	592,872	638,000	-	28
19	江苏昌祺贸易有限公司	1,306,457	1,273,914	32,543	56,385	1,466

序	公司名称	2017 年 12 月 31 日			2017 年度	
20	日本 LAOX	3,943,969	1,219,739	2,724,230	3,879,927	14,014
21	无锡胜利门苏宁云商销售有限公司	195,199	179,013	16,186	249,535	(1,015)
22	南京红孩子企业管理有限公司	437,966	465,397	(27,431)	941	(32,426)
23	北京红孩子互联科技有限公司	170,047	263,704	(93,657)	92,961	(24,355)
24	重庆猫宁电子商务有限公司	5,529,324	4,702,116	827,208	14,328,867	(173,141)
25	天天快递有限公司	4,276,155	2,719,340	1,556,815	1,429,284	(580,514)

发行人主要子公司近一年的主要财务数据无重大增减变动。

2、主要联营企业和合营企业

发行人主要联营企业和合营企业如下表所示：

序号	主要合营、联营公司名称	主要经营地	注册地	经营范围	持股比例	
					直接	间接
1	苏宁金石(天津)基金管理有限公司	天津	天津	投资管理及咨询	40%	-
2	丸悦香港有限公司	香港	香港	食品连锁	-	30%
3	苏宁消费金融	南京	南京	发放消费贷款	49%	-
4	辣妈帮	深圳	深圳	在线母婴平台	-	10%
5	江苏苏宁银行股份有限公司	南京	南京	民营银行	30%	-
6	北京奇立软件技术有限公司	北京	北京	O2O 平台服务	19.23%	-
7	Greenland and Laox Investment Limited	日本	日本	零售	-	35%

发行人上述主要联营企业和合营企业2017年财务概况如下表所示：

单位：千元

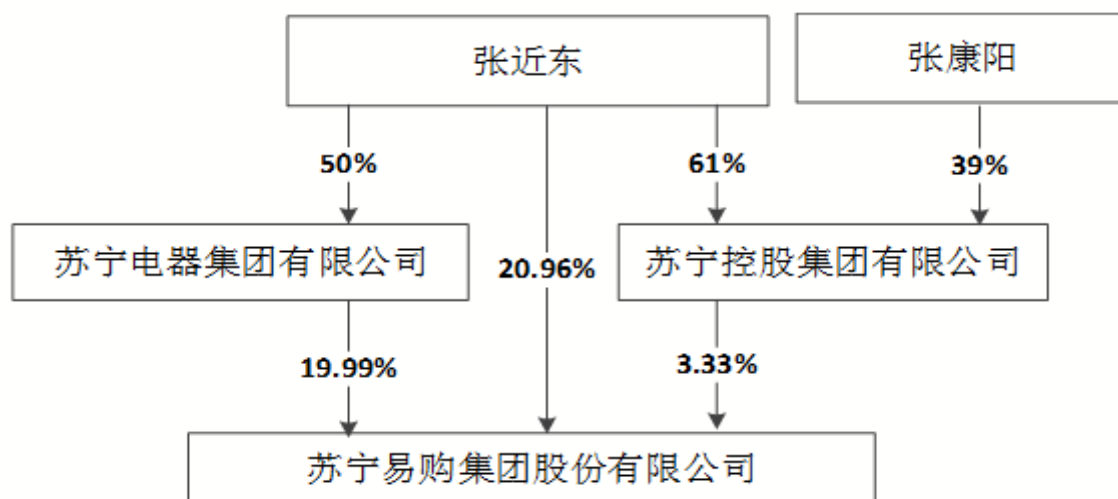
序号	公司名称	2017 年 12 月 31 日			2017 年度	
		资产总额	负债总额	净资产	营业收入	净利润
1	苏宁金石(天津)基金管理有限公司	48,372	(854)	47,518	9,414	6,659
2	丸悦香港有限公司	112,104	33,249	78,855	182,407	(5,104)
3	苏宁消费金融	5,783,636	5,217,908	565,728	383,796	216,840
4	辣妈帮	443,915	132,778	311,137	150,862	38,003
5	江苏苏宁银行股份有限公司	15,034,536	11,034,346	4,000,190	139,298	189
6	北京奇立软件技术有限公司	89,424	8,810	80,614	131,729	3,243
7	Greenland and Laox Investment Limited	373,842	93	373,749	3,377	(62,294)

发行人主要联营企业和合营企业近一年的主要财务数据无重大增减变动。

六、控股股东和实际控制人

（一）股权结构

截至 2018 年 3 月 31 日，发行人的股权结构如下：



（二）控股股东及实际控制人情况

张近东先生，中国国籍，1963 年 3 月出生，本科学历，曾任江苏苏宁交家电有限公司董事长兼总经理，现任苏宁易购集团股份有限公司董事长。无其他国家或地区居住权。

截至本募集说明书摘要签署日，张近东先生直接持有公司 20.96% 的股份，同时持有苏宁控股 61% 的股权，张近东先生子女张康阳先生持有苏宁控股 39% 的股权。苏宁控股直接持有公司 3.33% 的股权。

截至本募集说明书摘要签署日，张近东先生有 300,000,000 股公司股权存在质押的情况，其中向公司 2014 年员工持股计划提供借款支持，分别于 2015 年 9 月份以 1 亿股向安信证券办理股票质押式回购业务，于 2016 年 4 月以 2 亿股向中信证券办理股票质押式回购。

截至 2017 年 12 月 31 日，张近东先生对其他企业的主要投资情况如下：

投资企业名称	法定代表人	直接或间接持股比例（%）	经营范围
苏宁控股集团有限公司	张近东	100%	实业投资；股权投资；资产管理；企业资产重组策划、咨询服务；建筑材料、装饰材料、照明器材、金属材料、建筑设备、工程机械、游泳设备、冷冻机设备、空调设备、污水处理设备、高低压电器设备、消防器材、锅炉、电梯、电线、电缆、五金交电（不含助力车）、化工产品、工艺美术品、陶瓷制品的销售；室内装饰；计算机软件开发、销售；系统集成；综合布线；智能家居、楼宇的设计、施工；自营和代理各类商品及技术进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品及技术除外）。
苏宁置业集团有限公司	楼晓君	65%	房地产开发，商品房销售。以下限分支机构经营：餐饮、住宿，商品房售后服务，土地开发，房屋租赁，社会经济咨询，物业管理服务，停车场管理服务，汽车租赁，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。以下限分支机构经营：日用品销售、酒店管理、票务代理、代理发展电信业务、会务服务、展览展示服务、企业管理服务，场地租赁。
苏宁文化投资管理有限公司	陈艳	90%	项目投资；投资管理；资产管理。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不收损失或者承诺最低收益。）
苏宁润东股权投资管理有限公司	杨洋	80%	股权投资
江苏苏宁体育产业有限公司	陈艳	90%	体育培训；体育经纪代理；体育场馆服务；体育赛事活动策划；综合体育娱乐场所服务；健身服务；设计、制作、代理、发布国内广告业务；会议及展览展示服务；信息技术咨询；计算机软件开发及销售；体育器材租赁与销售；文化用品、体育用品、健身器材、百货、五金交电、化工产品及其原料、机械设备、邮票、贵金属的销售；餐饮服务；食品销售。
苏宁电器集团有限公司	卜扬	50%	家用电器及配件的制造、销售及售后服务，汽车专用照明电器、电子元件、电工器材和电气信号设备加工制造，房屋租赁、维修，物业管理，室内装饰，园林绿化，经济信息咨询，实业投资，酒店管理，汽车出租，健身服务，票务服务，停车场服务，百货、黄金、珠宝玉器、工艺美术品、鲜花、国产及进口化妆品、电梯、机电产品、建筑工程设备、计算机设备、办公设备的销售，洗衣服务，柜台、场地租赁，国内商品展示服务，企业形象策划，人才培养，自营和代理各类商品及技术的进出口业务，计算机的软件开发、销售、系统集成，企业管理服务，会务服务，中、西餐制售，音像制品零售茶座，卷烟、烟丝、雪茄烟零售，国内版图书、期刊零售，预包装食品兼散装食品的批发与零售，住宿，酒吧，洗浴，游泳，电讯服务。

（三）发行人的独立性

发行人与控股股东及其控制的其他企业之间在资产、人员、机构、财务、业务等方

面均保持相互独立。在人事、财务、业务、资产、机构、内部决策和组织架构等方面均按照相关法律法规及公司章程、内部规章制度进行管理和运营。

1、资产独立

公司拥有自身的连锁经营资产，所有股东的出资已全部足额到位，相关资产的权属变更手续已办理完毕，拥有完全独立于股东单位的营销系统、物流和信息等配套设施。

2、人员独立

公司的董事、监事和高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的规定通过合法程序产生，总裁、副总裁、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员专职在公司工作、领取薪酬，不存在在股东单位兼任职务的情况。公司建立了独立的人力资源管理中心，员工在各个业务部门提出计划以后，由人力资源管理中心进行聘任。

3、机构独立

发行人设有营销管理总部、财务管理总部、人力资源管理总部、IT 总部、行政管理总部、法务中心、金融集团、物流集团等职能部门，上述职能部门均由公司独立设置，不存在任何与股东单位合署办公的机构。

4、财务独立

发行人设有独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，配备有足够数量的专职人员进行财务工作。

公司严格执行《企业会计准则》和《企业会计制度》，建立了独立规范的财务会计制度和完整的会计核算体系，内部分工明确，批准、执行和记录职责分开，具有独立的银行账号，独立纳税，公司的资金使用由公司经营班子在董事会或股东大会授权范围内做出决策，不存在股东单位干预股份公司资金使用的情况。

5、业务独立

公司拥有独立的采购、销售、服务、物流配送和信息系统，具有独立于股东单位的连锁经营体系、独立完整的主营业务和面向市场独立经营的能力，不存在对股东单位的业务依赖。

七、发行人法人治理结构与内部控制制度

（一）法人治理结构的建立和运行情况

发行人根据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的要求以及其它监管要求，不断规范和改善公司治理结构，建立股东大会、董事会以及相应的专门委员会、监事会和总裁负责的管理层，并制定了《公司章程》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》及《信息披露事务管理制度》等文件规范公司内部管理运作。发行人公司治理各机构协调运转，有效制衡，规范运作。

1、股东大会

根据《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- (1) 决定公司的经营方针和投资计划；
- (2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- (3) 审议批准董事会的报告；
- (4) 审议批准监事会报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改本章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准第四十六条规定的担保事项；
- (13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议股权激励计划；

(16)审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- (1) 董事人数不足 6 人时；
- (2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；
- (3) 单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；
- (4) 董事会认为必要时；
- (5) 监事会提议召开时；
- (6) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他情形。

股东（包括股东代理人）在股东大会表决时，以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份有一票表决权。股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

2、董事会

根据《公司章程》规定，公司设董事会，董事会由九名董事组成，其中独立董事三名。公司设董事长一人，可以设副董事长。董事长和副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生和罢免。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。董事任期从就任之日起计算，至本届董事会任期届满时为止。董事任期届满未及时改选，在改选出的董事就任前，原董事仍应当依照法律、行政法规、部门规章和本章程的规定，履行董事职务。董事可以由总裁或者其他高级管理人员兼任，但兼任总裁或者其他高级管理人员职务的董事以及由职工代表担任的董事，总计不得超过公司董事总数的 1/2。公司董事的选聘应遵循公开、公平、公正、独立的原则。在董事的选举过程中，应充分反映中小股东的意见。董事会成员中可以有一名公司职工代表。董事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生后，直接进入董事会。

董事会对股东大会负责，行使下列职权：

- （1）负责召集股东大会，并向大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- （9）决定公司内部管理机构的设置；
- （10）聘任或者解聘执行委员会委员，公司总裁、业务线总裁、执行委员会秘书长、董事会秘书；根据总裁提名，聘任或者解聘公司高级副总裁、副总裁、财务负责人等其他高级管理人员，并决定报酬事项和奖惩事项；
- （11）制订公司的基本管理制度；
- （12）制订公司章程的修改方案；
- （13）管理公司信息披露事项；
- （14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- （15）听取执行委员会及公司总裁的工作汇报并检查其工作；
- （16）法律、法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开十日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即

可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

3、监事会

根据《公司章程》规定，公司设监事会。监事会由三名监事组成，其中股东代表 2 人，公司职工代表 1 人。监事会设监事会主席一名，由全体监事的过半数选举产生和更换。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

监事每届任期三年。监事任期届满，连选可以连任。监事任期届满未及时改选，或者监事在任期内辞职导致监事会成员低于法定人数的，在改选出的监事就任前，原监事仍应当依照法律、行政法规和本章程的规定，履行监事职务。

监事会向股东大会负责，并依法行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会决议应当经半数以上监事通过。监事会制定监事会议事规则，明确监事会的议事方式和表决程序，以确保监事会的工作效率和科学决策。监事会应当将所议事项的决定做成会议

记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出某种说明性记载。监事会会议记录应当作为公司档案至少保存 10 年。

4、管理层

董事会设立执行委员会，作为董事会领导下的公司日常经营管理工作决策机构。执行委员会由公司部分董事、高级管理人员及其他董事会认可的人员组成。执行委员会委员由董事长提名，并由董事会审议通过。执行委员会设执行委员会主席一名，由其组织召开执行委员会，并检查和督促委员会会议决议的执行情况；设秘书长一名，负责执行委员会日常工作。

执行委员会主要职责包括：

- （1）决定公司日常经营管理事项，并向董事会报告工作；
- （2）组织实施股东大会、董事会决议的具体任务和措施；
- （3）拟订公司战略发展规划；
- （4）根据公司战略规划，拟定投资、收购、资产处置、利润分配等需要董事会和股东大会批准的具体经营项目方案，按程序报董事会专门委员会、董事会、股东大会批准，批准后组织执行；
- （5）督促、检查公司各经营业务单元和专业组织落实经营目标和战略项目的情况，发现问题及时采取相关措施；
- （6）法律、行政法规、部门规章、《公司章程》、股东大会或董事会通过授权方案或专项决议授权等方式授权执行委员会行使的其他职权。

公司根据业务发展规划，设业务线总裁若干。公司设立总裁一名，或由董事会指定的一名业务线总裁履行总裁职责。总裁、业务线总裁由董事会聘任或解聘。公司设高级副总裁、副总裁管理人员若干名，由董事会聘任或解聘。

公司总裁、业务线总裁、高级副总裁、副总裁、财务负责人、执行委员会秘书长、董事会秘书为公司高级管理人员。总裁每届任期三年，总裁连聘可以连任。

总裁对董事会负责，行使下列职权：

- （1）决定公司日常经营管理事项，并向董事会报告工作；

（2）组织实施股东大会、董事会决议的具体任务和措施；

（3）拟订公司战略发展规划；

（4）根据公司战略规划，拟定投资、收购、资产处置、利润分配等需要董事会和股东大会批准的具体经营项目方案，按程序报董事会专门委员会、董事会、股东大会批准，批准后组织执行；

（5）督促、检查公司各经营业务单元和专业组织落实经营目标和战略项目的情况，发现问题及时采取相关措施；

（6）法律、行政法规、部门规章、《公司章程》、股东大会或董事会通过授权方案或专项决议授权等方式授权执行委员会行使的其他职权。

（二）发行人内部控制制度的建立和运行情况

发行人十分重视内部控制及风险管理，遵照相关监管要求，建立并有效运行了内部控制体系。

1、独立董事制度

为进一步完善公司治理结构，促进公司规范运作，保证独立董事独立公正地履行职责，保证全体股东特别是中小股东的合法权益不受损害，公司根据国家有关法律、法规和规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司独立董事制度（2015 年 4 月修订）》。公司对董事的任职资格、提名、选举与更换和职能做出了严格的限定。

2、独立董事年报工作制度

为进一步完善公司治理，建立健全公司内部控制制度，明确独立董事的职责，充分发挥独立董事在年报信息披露工作中的作用，公司根据中国证监会的相关规定制定了《苏宁云商集团股份有限公司独立董事年报工作制度》，要求公司独立董事应在公司年报编制和披露过程中切实履行独立董事的责任和义务，勤勉尽责。

3、内幕信息知情人登记管理制度

为了完善公司内幕信息管理制度，加强内幕信息保密工作，有效防范内幕交易等证券违法违规行为，维护公司信息披露的公开、公正、公平原则，公司根据国家有关法律、法规和规定制定了《苏宁云商集团股份有限公司内幕信息知情人登记管理制度》。公司

对内幕信息及内幕信息知情人范围、内幕信息知情人登记备案、内幕信息的流转审批要求和内幕信息的保密管理做出了具体的限定。

4、募集资金管理制度

为加强对公司募集资金的管理，提高募集资金使用效率，切实保护广大投资者的利益，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司募集资金管理制度（2015 年 3 月修订）》。公司对募集资金专户存储、募集资金的使用、募集资金用途变更和募集资金管理与监督做出了具体的限定。

5、对外捐赠管理制度

为进一步规范公司对外捐赠行为，加强公司对捐赠事项的管理，维护股东、债权人及职工利益，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司对外捐赠管理制度（2014 年 10 月修订）》。公司对对外捐赠的原则、对外捐赠的类型和受益人、对外捐赠的范围和对外捐赠的决策程序和规则做出了具体的限定。

6、对外投资管理制度

为规范公司的对外投资行为、提高投资收益，规避投资所带来的风险，维护公司及股东的合法利益，实现投资决策的科学化和经营管理的规范化、制度化，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司对外投资管理制度（2014 年 10 月修订）》。公司对对外投资的审批权限、对外投资的组织管理机构、对外投资的处置和对外投资的信息披露做出了具体的限定。

7、对外担保管理制度

为了维护投资者的合法权益，规范公司对外担保行为，有效控制公司资产运营风险，保证公司资产安全，促进公司健康稳定地发展，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司对外担保管理制度（2014 年 10 月修订）》。公司对对外担保申请的受理与调查、对外担保审批权限及信息披露、担保合同的订立和管理、对外担保的日常管理与风险管理以及法律责任做出了具体的限定。

8、对外提供财务资助管理制度

为规范公司对外提供财务资助行为，防范财务风险，确保公司资金安全，公司根据国家有关法律、法规和规定制定了《苏宁云商集团股份有限公司对外提供财务资助管理制度》。公司对财务资助的审批权限及审批程序、对外财务资助操作程序和对外提供财务资助信息披露做出了具体的限定。

9、投资理财管理制度

为规范公司的投资理财管理，提供资金运作效率，防范投资理财决策和执行过程中的相关风险，提升公司投资理财内部控制水平，公司根据国家有关法律、法规和规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司投资理财管理制度》。公司对投资理财管理机构、投资理财实施流程、投资理财的监督管理机制和投资理财的核算与管理做出了具体的限定。

10、风险投资管理制度

为规范公司的风险投资及相关信息披露行为，防范投资风险，强化风险控制，保护投资者的权益和公司利益，公司根据国家有关法律、法规和规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司风险投资管理制度（2013 年 3 月修订）》。公司对风险投资的审批权限、风险投资的责任部门和责任人、风险投资项目的决策流程、风险投资项目的处置流程和风险投资的信息披露等做出了具体的限定。

11、重大投资及财务决策制度

为结合公司实际经营的需要，规范本公司经营行为，规避经营风险，明确本公司投资及重大财务决策的批准权限与批准程序，根据《公司法》、公司《章程》以及中国证监会的有关规定和要求，公司制定了《苏宁电器股份有限公司重大投资及财务决策制度》。公司对重大投资决策的程序与规则和重大财务决策的程序与规则做出了具体的限定。

12、关联交易决策制度

为规范公司的关联交易，保证关联交易的公允性，公司根据国家有关法律、法规和规定及《公司章程》制定了《苏宁电器股份有限公司关联交易决策制度》。公司对关联人、关联交易的回避制度、关联交易的决策权限以及其他相关事项做出了具体的限定。

13、投资者关系管理制度

为了加强公司与投资者及潜在投资者之间的信息沟通，促进公司与投资者之间的良性关系，倡导理性投资，并在投资公众中提高公司的诚信度，完善公司治理结构，实现公司价值最大化和股东利益最大化，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁云商集团股份有限公司投资者关系管理制度》。公司对投资者关系管理的定义、投资者关系管理的基本原则与目的、投资者关系管理的内容和投资者关系管理的机构做出了具体的限定。

14、信息披露管理制度

为规范公司的信息披露行为，加强公司信息披露事务管理，促进公司依法规范运作，维护公司股东特别是社会公众股东的合法权益，公司根据国家有关法律、法规 and 规定及《公司章程》制定了《苏宁电器股份有限公司信息披露管理制度》。公司对信息披露的基本原则，信息披露的内容、信息披露事务管理、信息披露方式、保密措施和公司信息披露常设机构及联系方式做出了具体的限定。

15、年报信息披露重大差错责任追究制度

为提高公司规范运作水平，增强信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性，提高年报的信息披露质量和透明度，根据中国证监会的有关规定，结合公司实际情况，公司制定了《苏宁电器股份有限公司年报信息披露重大差错责任追究制度》。公司对董事、监事、高级管理人员、各子公司负责人、控股股东及实际控制人以及与年报信息披露工作有关的其他人员在年报信息披露工作中不履行或者不正确履行职责、义务以及其他个人原因，对公司造成重大经济损失或不良社会影响的责任追究和相关处分做出了具体的限定。

八、发行人董事、监事、高级管理人员情况

本公司董事、监事和高级管理人员设置符合《公司法》等相关法律法规及公司章程的要求。截至募集说明书签署日，本公司董事、监事和高级管理人员情况如下表所示：

（一）董事、监事和高级管理人员情况表

董事基本情况						
姓名	职位	性别	年龄	任期	是否持有公司股份	是否持有公司已发行债券
张近东	董事长	男	55	3 年	1,951,811,430 股	无

孙为民	副董事长	男	55	3 年	4,603,003 股	无
任峻	董事、执行委员会主席	男	41	3 年	4,596,297 股	无
孟祥胜	董事、高级副总裁	男	46	3 年	4,047,949 股	无
张戬	董事	女	41	3 年	无	无
杨光	董事	男	46	3 年	无	无
沈厚才	独立董事	男	53	3 年	无	无
柳世平	独立董事	女	53	3 年	无	无
方先明	独立董事	男	50	3 年	无	无
监事基本情况						
姓名	职位	性别	年龄	任期	是否持有公司股份	是否持有公司已发行债券
汪晓玲	监事会主席	女	45	3 年	无	无
李建颖	监事	女	49	3 年	无	无
华志松	职工监事	男	36	3 年	无	无
非董事高级管理人员基本情况						
姓名	职位	性别	年龄	任期	是否持有公司股份	是否持有公司已发行债券
侯恩龙	业务线总裁	男	50	3 年	无	无
黄金老	业务线总裁	男	46	3 年	无	无
田睿	副总裁	男	43	3 年	无	无
顾伟	副总裁	男	39	3 年	无	无
肖忠祥	财务负责人	男	47	3 年	无	无
黄巍	董事会秘书	女	35	3 年	无	无

（二）董事、监事和高级管理人员从业简历

姓名	从业简历
张近东	中国国籍，1963 年出生，汉族，本科学历，高级经济师，公司控股股东、实际控制人。曾任江苏苏宁交家电有限公司董事长兼总经理、中国人民政治协商会议第十、十一、十二届全国委员会委员，现任公司董事长、第十三届全国人民代表大会代表、中华全国工商业联合会副主席、中国上市公司协会副会长。
孙为民	中国国籍，1963 年出生，汉族，硕士学历。曾在南京理工大学执教，1998 年加入苏宁，曾任公司副总裁、总裁，现任公司副董事长，并担任公司子公司陕西苏宁云商销售有限公司、西安苏宁云商贸易有限公司、江苏苏宁商业投资有限公司法定代表人。
任峻	中国国籍，1977 年出生，汉族，本科学历。现任公司董事，现兼任苏宁消费金融有限公司董事，国际米兰足球俱乐部有限公司董事。
孟祥胜	中国国籍，1972 年出生，汉族，本科学历。曾任海尔药业浙江市场部经理、南京东方智业管理咨询顾问，现任公司董事、高级副总裁。

张彧	中国国籍，1972 年出生，汉族，硕士学历。张彧女士曾担任西门子东亚太区内审负责人以及毕马威会计师事务所审计合伙人，现任阿里巴巴集团财务副总裁、公司董事。
杨光	中国国籍，1977 年出生，汉族。杨光先生拥有资深的互联网运营经验，现任阿里巴巴集团资深总监、公司董事。
沈厚才	中国国籍，1964 年出生，汉族，博士学历。南京大学工程管理学院教授、管理科学与工程专业博士生导师、管理科学与工程系系主任，同时还兼数学系运筹学与控制论专业硕士生导师，目前为 Production and Operations Management Society 会员，中国运筹学会会员，并兼任中国管理学会生产与运作管理分委会委员、中国运筹学会随机服务与运作管理分会常务理事、《运筹与管理》杂志编委。本公司独立董事，无在其他上市公司兼任董事情形。
柳世平	中国国籍，1968 年出生，汉族，硕士学历。南京理工大学经济管理学院会计系副教授、会计学硕士生导师、中国注册会计师，兼任南京理工大学紫金学院会计专业负责人。本公司独立董事，无在其他上市公司兼任董事情形。
方先明	中国国籍，1969 年出生，汉族，博士研究生学历/管理学博士学位，南京大学理论经济学博士后流动站出站。南京大学商学院教授、金融学博士研究生导师，曾赴加拿大 Lakehead University 数学科学院以及美国 Florida State University 金融系研修。主要学术研究方向金融理论与政策、金融市场与投资，主持和参与国家级、省部级以及社会服务课题 20 多项，在国内外专业学术期刊发表学术论文近百篇，现为多种期刊的匿名审稿人。本公司独立董事，同时报告期内兼任江苏太平洋石英股份有限公司独立董事。
汪晓玲	中国国籍，1973 年出生，汉族，本科学历。曾任南京新闻发展公司办公室主任、苏宁电器股份有限公司财务管理中心预算中心总监、第四届监事会监事、第五届监事会监事，现任苏宁零售集团总裁助理、第六届监事会主席。
李建颖	中国国籍，1968 年出生，汉族，本科学历。曾在南京市紫金无线电厂任职，曾任苏宁电器股份有限公司结算管理中心总监、第四届监事会主席、第五届监事会主席，现任物流集团财务管理中心总监、第六届监事会监事。
华志松	中国国籍，1981 年出生，本科学历，2004 年进入公司，先后担任公司总裁办计划专员、财务总部办主任、财务会计部经理、第五届监事会监事，现任公司财务管理总部财务规划中心总监、第六届监事会监事，兼任江苏苏宁银行股份有限公司董事。
侯恩龙	中国国籍，1968 年出生，汉族，本科学历。侯恩龙先生先后在公司大区、苏宁物流集团任职，现任苏宁零售、物流业务线总裁，负责苏宁零售集团、苏宁物流集团的日常运营管理工作。侯恩龙先生履行公司总裁职责。
黄金老	中国国籍，1972 年出生，汉族，博士研究生学历，研究员，享受国务院特殊津贴专家。黄金老先生历任中国银行国际金融研究所研究室主任，吉林省延边朝鲜族自治州州长助理，中国银行办公室副主任、个人金融部、公司金融部总监，华夏银行党委委员、副行长；任业务线总裁，负责筹备江苏苏宁银行股份有限公司及相关金融工作；自 2017 年 6 月起任江苏苏宁银行股份有限公司董事长，并兼任全国金融青联常委、中国金融四十人论坛成员。

田睿	中国国籍，1975 年出生，汉族，本科学历。田睿先生先后在公司子公司、营销管理中心任职，现任公司副总裁，协助苏宁零售总裁开展日常管理工作，具体负责苏宁零售集团店面平台日常经营管理工作。
顾伟	中国国籍，1979 年出生，汉族，本科学历。顾伟先生先后在公司子公司、营销总部任职，现任公司副总裁，协助苏宁零售总裁开展日常管理工作，具体负责苏宁零售集团消费类电子产品业务日常经营管理工作，报告期内担任努比亚技术有限公司、锤子科技（北京）股份有限公司董事。
肖忠祥	中国国籍，1971 年出生，汉族，本科学历。曾任南京无线电八厂会计、公司财务部经理、财务服务中心总监、第四届监事会职工代表监事。现任公司财务负责人，全面负责公司财务管理工作。
黄巍	中国国籍，1983 年出生，汉族，硕士学历。黄巍女士历任公司董事会秘书办公室证券事务助理、董事会秘书办公室副主任，现任公司董事会秘书、执行委员会秘书长，负责执行委员会日常工作，履行董事会秘书职责。

（三）董事、监事和高级管理人员的兼职情况

姓名	兼职单位名称	担任的职务	任期起始日期	任期终止日期
方先明	江苏太平洋石英股份有限公司	独立董事	2017 年 5 月 9 日	2020 年 5 月 8 日
任峻	苏宁消费金融有限公司	董事	2015 年 4 月 22 日	2018 年 4 月 21 日
	苏宁金石（天津）基金管理有限公司	董事、法定代表人	2015 年 7 月 1 日	2017 年 6 月 13 日
	国际米兰足球俱乐部有限公司	董事	2016 年 6 月 28 日	2019 年 6 月 27 日
肖忠祥	苏宁消费金融有限公司	监事	2015 年 4 月 22 日	2018 年 4 月 21 日
黄金老	江苏苏宁银行股份有限公司	董事长	2017 年 6 月 15 日	2020 年 5 月 17 日
华志松	江苏苏宁银行股份有限公司	董事	2017 年 6 月 15 日	2020 年 5 月 17 日
顾伟	努比亚技术有限公司	董事	2015 年 12 月 30 日	2017 年 4 月 19 日
	锤子科技（北京）股份有限公司	董事	2015 年 6 月 16 日	2017 年 9 月 30 日
张彧	阿里巴巴集团	财务副总裁	2015 年 11 月 02 日	-
杨光	阿里巴巴集团	资深总监	2015 年 07 月 01 日	-

九、发行人所在行业市场情况

（一）行业发展环境

根据《上市公司行业分类指引》，公司属于“批发和零售贸易”—“零售业”；由于公司拥有线下实体连锁渠道和线上购物网站，根据《零售业态分类》，公司所属行业为零售业中有店铺零售的家电专业店以及无店铺零售中的网上商店。

行业的发展与经济总量的成长性、消费者信心指数、居民收入水平、城市化进程及居民享有的社会保障程度息息相关。目前，中国整体经济形势依然保持着稳步的发展势头，居民收入水平持续上升，城市化进程不断推进，社会保障体系日益完善，行业发展前景良好。

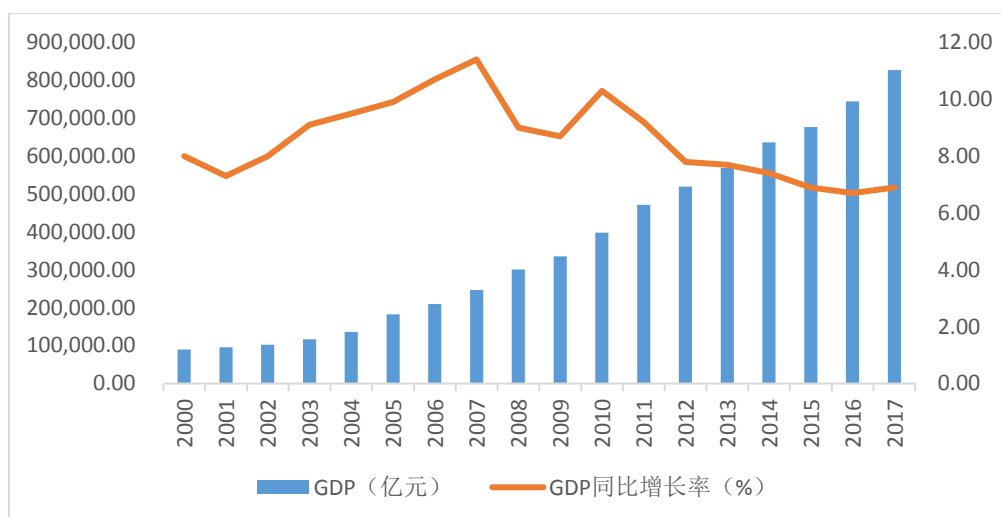
在中国宏观经济整体保持较快增长的同时，社会消费品零售总额也以较快的速度增长。2000-2017 年，中国社会消费品零售总额增长了 836.59%，年复合增长率 14.06%，多数年份的社会消费品零售总额的增长率均高于 GDP 增速，尤其在 2008 年和 2009 年全球金融危机中，零售行业整体表现出了较强的抗周期性。预计在未来相当长一段时间内，中国仍处在城镇化进程较快发展时期，消费将逐步成为拉动中国经济增长的中坚力量，居民对终端消费品的需求总量和需求层次不断提升，中国零售行业有望长期保持稳定增长。

与此同时，中国零售业正在发生着深刻变革，互联网零售正在迅速崛起。中国网购交易规模在 2010-2015 年期间的复合增速达 46.1%，远高于同期社会消费品零售总额 15% 的增长水平。2017 年中国网购交易规模已达 6.1 万亿。互联网技术正在不断推动零售渠道变革，在电子商务带来更强的比价效应的同时，通过用户评论、交互等方式，在减少消费者与商家之间信息不对称性等方面也发挥巨大了的作用。

1、经济总量持续增长带动消费市场不断扩大

自 2001 年中国加入 WTO 以来，国内经济保持持续繁荣，GDP 呈现出高速增长的状态。虽然其间受到 2008 年金融危机影响，中国 GDP 增长速度出现放缓的趋势，但至 2017 年中国 GDP 总额已达到 82.71 万亿，同比增长 6.9%，是全球第二大经济体，经济总量保持较快增长的趋势并没有发生改变。

图 2000 年-2017 年我国 GDP 增长情况

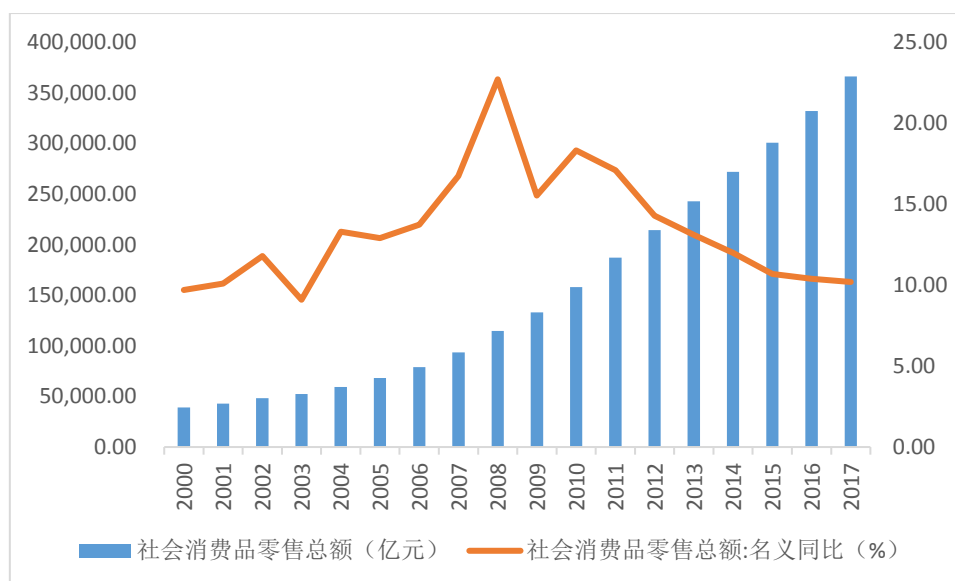


数据来源：国家统计局，wind

在 GDP 总额保持持续增长的背景下，社会消费品零售总额也保持持续增长的态势，消费已经逐渐成为未来经济增长的主要驱动力。

2017 年社会消费品零售总额 366,262 亿元，同比增长 10.2%。按经营地统计，城镇消费品零售额 314,290 亿元，增长 10.0%；乡村消费品零售额 51,972 亿元，增长 11.8%。按消费类型统计，商品零售额 326,618 亿元，增长 10.2%；餐饮收入额 39,644 亿元，增长 10.7%。在限额以上企业商品零售额中，粮油、食品、饮料、烟酒类零售额比上年增长 9.7%，服装、鞋帽、针纺织品类增长 7.8%，化妆品类增长 13.5%，金银珠宝类增长 5.6%，日用品类增长 8.0%，家用电器和音像器材类增长 9.3%，中西药品类增长 12.4%，文化办公用品类增长 9.8%，家具类增长 12.8%，通讯器材类增长 11.7%，建筑及装潢材料类增长 10.3%，汽车类增长 5.6%，石油及制品类增长 9.2%。

图 2000 年-2017 年我国社会消费品零售总额增长情况



数据来源：国家统计局，wind

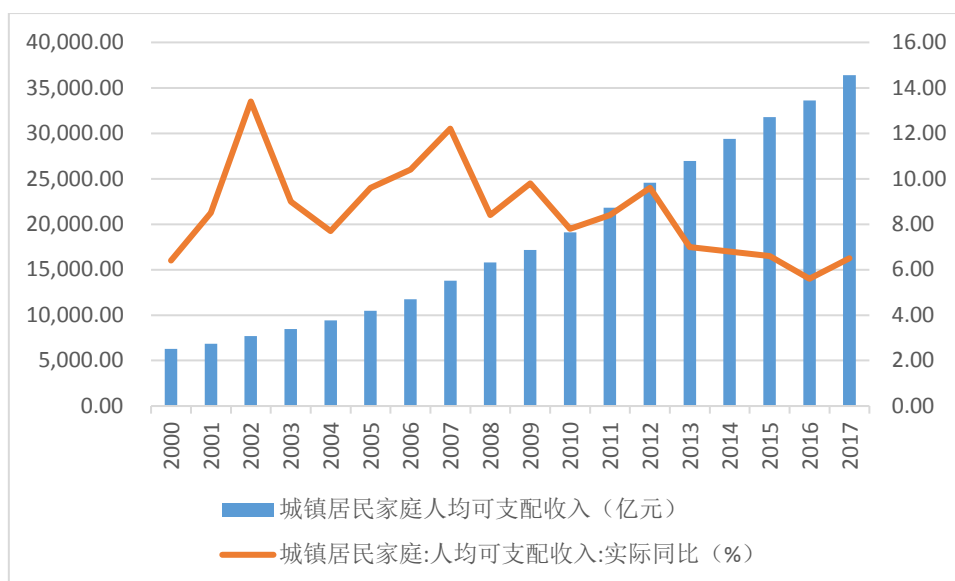
2、居民收入的持续增长将成为消费市场规模扩大的原动力

居民收入的增长是提高居民消费能力的最重要因素，也是消费市场规模扩大的原动力，不断增长的中产阶级数量和收入水平将在未来成为中国消费市场的主力军。根据波士顿咨询报告预测，中国半数家庭到 2020 年将迈入中产阶级，未来 10 年内中国中产阶级及富裕消费群体将新增约 2.7 亿消费者。同时，中国中产阶级收入也将不断提升，受益于庞大的人口数量以及经济的增长，到 2020 年，中国资产规模在 10 万美元至 200 万美元之间的阶层所持有的金融资产总量将达到 53 万亿美元。

根据麦肯锡宏观经济研究报告《中国经济的下一站》报告指出，“在 2012-2030 年期间，家庭收入增长将超过 GDP 增长：在 GDP 年增长率预测为 6.5%的情况下，城市家庭收入增长率将达到 7.7%，全国平均家庭收入年增长率将达到 6.9%。”。随着居民收入的提升，特别是农村居民收入的增长，农村居民的家电及消费类电子产品需求将不断释放，城乡居民也将先后步入消费升级及产品更新换代阶段，家电及消费类电子市场容量将进一步扩大。

全年全国居民人均可支配收入 25,974 元，比上年增长 9.0%，扣除价格因素，实际增长 7.3%。城镇居民人均可支配收入 36,396 元，比上年增长 8.3%，扣除价格因素，实际增长 6.5%。农村居民人均可支配收入 13,432 元，比上年增长 8.6%，扣除价格因素，实际增长 7.3%。

图 2000 年-2017 年我国城镇居民家庭人均可支配收入增长情况



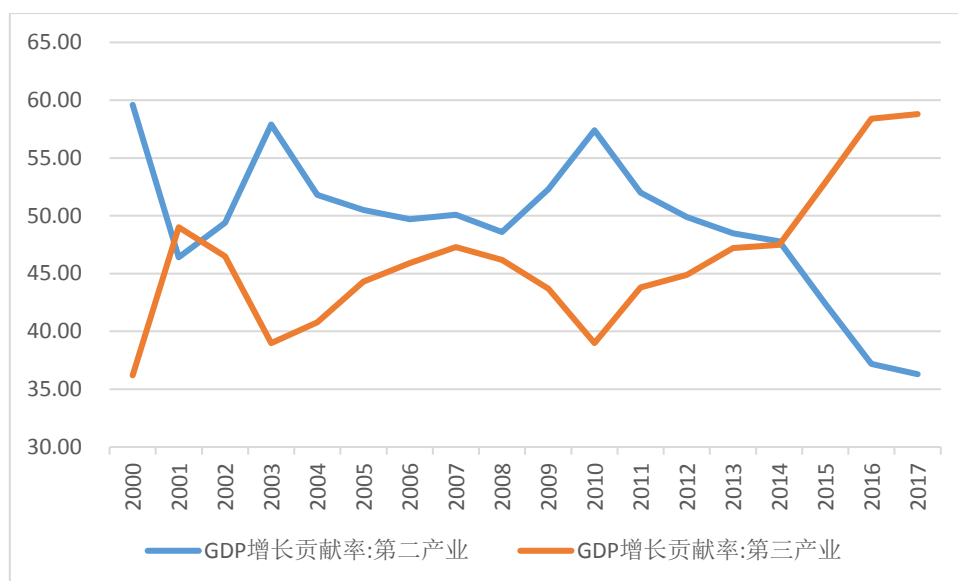
数据来源：国家统计局，wind

全国居民人均消费支出 18,322 元，比上年增长 7.1%，扣除价格因素，实际增长 5.4%。城镇居民人均消费支出 24,445 元，增长 5.9%，扣除价格因素，实际增长 4.1%；农村居民人均消费支出 10,955 元，增长 8.1%，扣除价格因素，实际增长 6.8%。恩格尔系数为 29.3%，比上年下降 0.8 个百分点，其中城镇为 28.6%，农村为 31.2%。

3、经济结构开始改善第三产业将为经济增长贡献主要动力

未来，消费对 GDP 增长的贡献将由过去长期下滑的趋势转变为增长趋势。从 2013 年开始，第三产业对经济的贡献率已经超过第二产业，并且这种趋势在 2014 年得到加强。与日本、韩国等亚洲其他国家经济发展经历类似，中国经济也开启了需要通过提升生产效率提升 GDP 增长的时代。随着个人消费增长的持续加速，消费将在 2020 年以前成为 GDP 增长的最重要驱动因素。

图 2009 年-2017 年中国第二产业和第三产业对 GDP 增长贡献情况



数据来源：国家统计局，wind

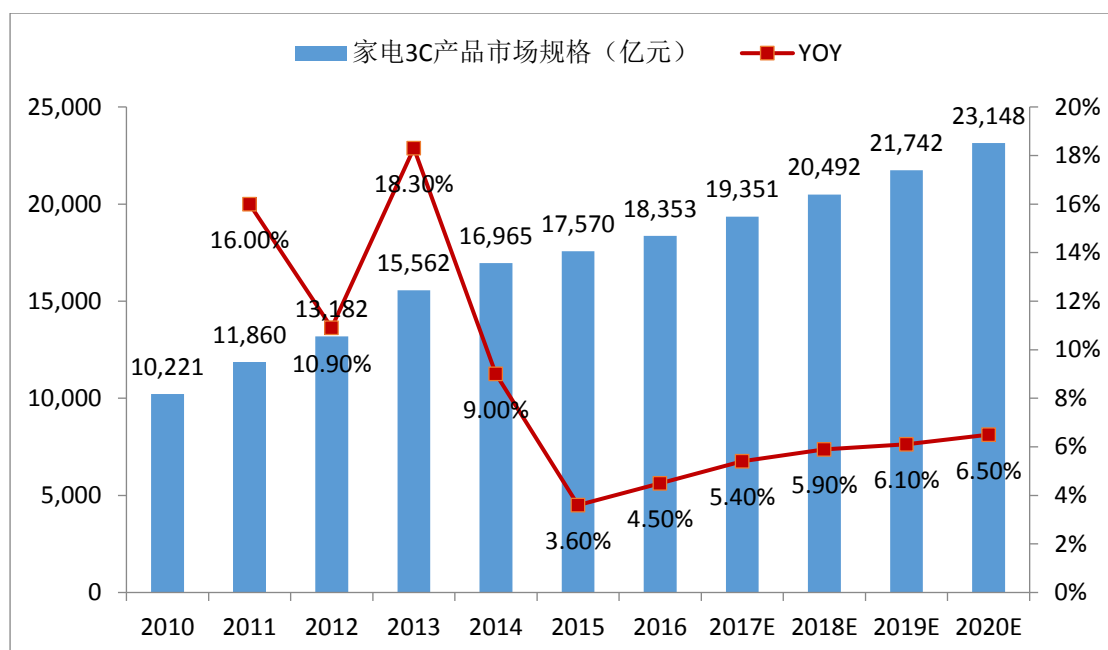
4、中国城镇化和社会保障的提升将有利于提升消费者消费意愿

中国不断提升的城镇化率以及覆盖日益完善的社会保障体系将有助于消费者消费意愿的提升。根据国务院印发的《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》，到 2020 年左右将实现常住人口城镇化率由 2011 年 52.6%提升至 2020 年的 60%左右。城镇化是扩大内需，保持经济持续健康发展的强大引擎，也是经济发展的重要动力。截至 2017 年底我国常住人口城镇化率为 58.52%，户籍人口城镇化率只有 42.35%左右，不仅远低于发达国家 80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的发展中国家 60%的平均水平，城镇化率还有一定的提升空间。此外，日益完善的社会保障体系将有助于提升居民的生活质量和消费能力。城镇化水平持续提高以及社会保障体系的日益完善，将使消费群体不断扩大、消费结构不断升级、消费潜力不断释放，将为经济发展提供持续的动力。

（二）行业发展现状

1、行业市场容量

根据 Euromonitor 数据显示，2015 年，我国限额以上家电及通讯器材类商品零售额 1.7 万亿元，同比增加 14.1%。Euromonitor 数据显示，2015 年中国家电 3C 市场规模 1.76 万亿元，同比增加 3.6%；其中网购规模 6283 亿元（渗透率 36%），同比增加 33%。预计 2020 年家电 3C 市场规模 2.31 万亿元（渗透率 47%）。



2、行业竞争状况

(1) 行业竞争格局

在中国市场，家电及消费电子零售主要存在以下几种形态的参与者：家电消费电子连锁店、电商、生厂商自建店、百货超市和个体批发店。各类参与者根据品类细分、发展阶段的不同在整个家电及消费电子零售领域扮演着不同的角色，也反映了行业的发展和竞争历程。

家电及消费电子连锁店经过近二十年的快速发展，虽然面临电商的冲击，但仍旧是目前最重要的流通渠道；以电商为主的新兴竞争势力，在过去的几年里给行业带来了巨大的冲击和变革，已经成为行业中强有力的竞争者；生产商自建店在一些特定的细分领域如需要落地服务的空调、厨卫电器以及体验性很强的消费电子类产品中都扮演了非常重要的角色；百货和超市作为早期电器流通的重要渠道之一，随着消费者对家电及消费电子产品领域专业要求的不断提升已经逐渐退出了历史舞台，仅在小家电和部分日用品相关领域有所涉及；个体批发店曾经在过去近二十年来对行业产品的快速普及发挥着重要的作用，尤其在 3C 产品以及相关零配件的流通领域曾是最重要的流通渠道，并多以电脑城、手机城、摄影器材城等模式存在。但随着其他渠道的兴起，消费者对体验和售后服务方面越来越高的要求，个体批发渠道的市场份额已经越来越低。

在家电及消费电子零售领域，虽然全品类和全渠道经营已经成为行业发展的重要趋势，但是不同渠道之间混合竞争的态势，在相当一段时间内仍将是这一领域的常态。

以苏宁、国美为代表的全国性连锁零售商纷纷推出了自己的电商平台，同时凭借在全国供应链、门店实体网络、售后服务等方面的优势，深入 O2O 转型升级，同时，加强门店体验和供应链建设，横向拓展所销售商品品类，纵向提升门店体验和服务范围和水平，利用移动互联网技术提升竞争力。区域型零售商也将加强和不断提升供应链、物流方面的能力，以及在区域落地服务和个性化服务方面建立竞争优势，亦或转向更为专业的细分领域。

以京东、天猫为代表的电商新兴势力在线上业务持续发展的基础上纷纷寻求线下合作，在提供物美价廉的商品同时，提升线下服务能力和供应链、物流能力。在拥有线上强大流量的同时，进一步获取线下流量，并通过其他的服务和业务实现流量变现。

以美的、格力、海尔为代表的国内一线电器生产商，除了加强其自有销售、服务网络以外，也希望通过自有线上渠道建立直接与消费者接触和销售的机会，并且纷纷在智能家居领域加大投入，占领技术制高点和入口资源。同时，以苹果、小米、华为等消费电子产品的领先企业，在引领产品升级换代和技术升级的同时，也通过“粉丝经济”等良好的营销能力，加强自建渠道，通过优良的实体门店体验满足消费者的需求。

个体批发零售店也将在相当一段时间存在，但是将逐渐退出主流家电和消费电子产品销售领域，转向个性化和细分市场的竞争。

百货和超市卖场渠道将会主要在日常生活电器、小家电领域继续扮演一定角色，同时也可能在个别单品通过推出具有竞争力“爆款”的方式参与这一领域的竞争。

从长期看，拥有线上、线下和移动端 APP 全渠道、相关领域的全品类的供应链能力以及强大的物流能力将是成为行业龙头的必要条件。

（2）行业技术状况

家电及消费类电子零售行业的主要技术体现在标准化连锁经营技术、供应链技术、物流技术和信息技术几个方面：

标准化连锁经营技术主要体现在通过在采购、运营、商品结构以及服务的标准化管理，提升运营效率 and 专业化水平，降低成本，提高盈利水平。

供应链技术主要体现在零售商向上游整合资源能力，通过零售商掌握消费者需求的先天优势，通过整合上游资源，提供更为适应消费者需求的产品组合和商品结构，同时

通过定制和自有品牌开发方式，降低采购成本，提升盈利水平。

物流技术主要体现在通过合理的分布建设、高效的自动化水平和精细化的运营，有效提升产品和服务到达能力，在降低运营成本的同时，有效支撑前台销售端对顾客的销售实现和服务的覆盖。物流是消费者购物体验的重要环节，也是以电商为代表的无店铺零售重要业务环节。当前行业内对物流的要求越来越高，除了低成本运营以外，还对物流运营效率提出了很高的要求。

信息技术过去主要体现在商业应用软件和商业管理软件对企业管理的支持程度，但是随着互联网+时代的来临，信息化技术在零售领域有了更为广阔的应用，如：大数据技术将通过对客户/用户消费数据进行分析和运算，充分了解用户的消费习惯，在销售端为用户提供个性化的商品或服务解决方案；云计算则可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、虚拟店铺装修等云应用；移动互联网则为零售商提供了一个新的销售和与消费者及时沟通交流的渠道——移动端 APP，并且可通过图像识别和即时通讯等技术提升用户体验和门店、线上、移动端的销售成功率；此外，信息技术还在推动家电和消费电子产品的不断升级演进，如基于物联网技术的智能家居技术将能够在使用过程中为用户提供更为便捷、舒适使用体验的家电和消费电子产品。

（3）行业进入壁垒

家电和消费电子零售行业是一个充分竞争的领域，经过多年的发展，行业格局已经初步形成。成为行业领先者，必须在供应链能力、物流能力、实体门店网络、线上流量入口和信息化水平等多个方面进行大规模的投入。虽然在细分领域和区域市场可能还存在发展和进入的机会，但是行业领先企业的优势地位仍十分明显。

（4）行业与上下游行业的关联性及上下游行业发展情况

家电及消费电子产品零售行业的上游主要是相关产品的制造商或供应商，集中度相对较高、品牌优势明显。一直以来，供应商与零售商之间长期是一种合作与博弈并存同时又互不可缺的关系。零售商掌握终端消费需求，同时处于买方，在采购成本和服务上对上游供应商有更多的要求；从另一面看，制造商和供应商是通过研发、生产具有各种功能的产品而实现消费者切实需求。虽然零售商也在通过产品定制和自有品牌开发向上游延伸，同时制造商也在通过自建专卖店和电商渠道向下游延伸，但是想要取代对方在

产业链上的地位在短期内都难以实现。因此，虽然双方存在相互竞争相互博弈的关系，但长期来看供应商和零售商将会趋于更加理性的博弈和合作。

家电及消费电子产品零售行业的下游是最终消费者。一直以来，零售商都是通过充分了解消费者需求，向上游整合商品和服务资源提供给消费者从而获取收益。消费需求是零售商提供产品、服务最重要的信息指导，如不能充分了解消费者真实需求，并以合适的方式将信息传递给消费者，零售商将难以在竞争中取得优势。同时，随着宏观经济环境的不断变化，消费者需求也在不断发生变化和细分，如何在长期以来跟踪、了解并满足消费需求则将决定零售商在竞争中的成败。

（5）行业的其他特点

a 重物流和落地服务能力

较其他零售业态而言，由于家电产品一般来说体积较大，部分产品还需要进一步的安装施工，如空调、热水器等等。消费者在购物时会更加关注零售商物流和上门服务的能力，物流和上门服务能力也就成为客户体验的重要环节。因此，家电和消费电子产品零售商无论线上还是线下，在物流和落地服务方面都进行了巨大的投入，也使得传统实体零售商在 O2O 业务的开展时具备了一定的先天优势。

b 重信息技术能力

信息技术在行业将发挥越来越重要的作用。现代零售行业的出现之初，信息技术就在行业中扮演了重要的角色，通过信息技术的使用，零售商实现了标准化的现代连锁经营模式，得以实现跨区域标准化复制，同时也可以初步通过消费者的购物行为分析获取消费需求信息。随着互联网+时代的到来，信息技术将扮演更为重要的角色，互联网甚至成为零售商与消费者直接接触和交流最重要的平台。通过信息技术的使用，零售商得以打破时间、空间的限制，使得购物行为可以随时随地开展。同时，消费者的行为将可以更容易的通过信息技术获取和分析，从而降低期间沟通成本和更为准确的获取消费者需求。

（三）行业发展趋势

1、电商已经成为行业重要参与者

传统实体商业零售企业在经历了快速发展的二十年以后，不可避免的出现了一些问

题如：多层次流通体系使得终端价格较高；消费者需求升级也越来越不满足于现有的销售体验。同时，由于中国地域分布广、渠道深度大，实体零售区域割据特征明显，实体商企难以实现采购、仓储物流、IT 系统等规模效应，制约供应链效率提升。在这一背景下，电商通过“低价+服务”快速崛起。电商龙头迅速扩张后均发力整合供应链，借助规模优势缩短流通环节建立护城河，为消费者提供质优价廉商品；同时，中国电商为消费者提供了较好的线上购物体验：齐全的商品、无条件退换货等服务、快捷的配送速度、超预期的客户服务。物美价廉的商品和良好的用户体验使得电商快速成长，已经成为行业重要参与者。

2、电商与实体相互融合发展成为必然

在线上电子商务市场快速发展的同时，消费者从注重产品价格、性能等基本需求逐渐升级至追求个性化、体验性和情感性等高层次需求。在此背景下，单纯的线上消费体验无法充分满足消费者的多元化需求，而线下零售实体店能够为消费者提供社交、餐饮、休闲、娱乐、教育、售后维修等多方面生活服务和需要深度体验的消费项目。未来 O2O（线上、线下融合）成为必然趋势，即电商落地和实体上线。同时，移动端的崛起为线上和实体相互融合拥有了技术基础，技术革新使得 O2O（线上、线下融合）成为必然趋势。

3、移动互联推动移动购物发展

随着智能手机普及、3G/4G 网络应用助推移动互联高速增长。2007 年 iPhone 手机推出之后，全球智能手机出货量持续高增长。智能手机的普及结合 3G/4G 移动网络的运用，未来移动互联网将成为网络购物发展的重要方向。2017 年中国移动网购市场交易规模达 4.9 万亿元，同比增长 4.6%，占整体网络购物交易规模比例约 60.0%，预计未来三年这一领域交易规模增长率将维持在 22.0%-34.0%左右。

4、行业集中度仍有进一步提高的空间

经过多年快速发展，中国家电零售行业市场集中度已经日益提升，但是和成熟市场相比仍有较大差距。截至 2015 年底，根据 Euromonitor 数据，中国家电零售市场 CR4 集中度只有 26%左右，而同期日本 CR4 市场集中度已经达到 60%，美国 CR4 市场集中度也达到 53%。随着行业中龙头企业进一步拓展销售网络，并实现线上线下渠道相互融合，弱势渠道将逐渐退出主流市场，行业集中度将进一步提高。

面对行业发展变革趋势，电商不可避免的成为行业中重要的参与者，同时零售企业线上线下相互融合已经成为必然趋势：实体渠道企业拥抱互联网，电商渠道企业积极落地，实现全渠道布局，将线下网点布局、参与体验、供应链体系等优势与线上流量获取、支付便捷、配送时效等优势相结合，形成竞争优势；移动互联网的成熟提供了新的销售渠道并为两线融合奠定了技术基础；行业龙头企业已针对上述趋势进行布局，抢占市场先机。在这些背景之下，行业集中度将进一步提升。

十、行业地位及发展战略

（一）行业地位

发行人是中国零售连锁行业领先企业，除了在实体零售网络上行业领先以外，一直坚持推进互联网零售模式转型升级，形成的线上线下融合的渠道更加契合消费者多样化的购物需求；品类方面也从家电、3C 延伸至母婴、超市、百货、家居等，从实物商品延伸至文化体育等内容商品，以及智能家居、科技金融等服务商品，不仅能够满足用户对品质消费、绿色消费、时尚消费等升级类相关商品的需求，也实现了对服务性消费需求的提供。苏宁基于行业的前瞻性研究，充分运用科技 IT 技术，打造出行业领先的互联网零售模式，有效地契合了消费市场发展趋势，具备较强的竞争优势，已经成为中国先进的 O2O 零售模式的标杆。

在全国工商联评选的“2016 中国民营企业 500 强”榜单揭晓，苏宁位居第二。中国连锁经营协会发布“2015 中国连锁百强”榜单，苏宁蝉联榜首。全球领先的品牌咨询公司 Interbrand 发布“全球最佳零售品牌榜”，苏宁是亚太地区最具价值的中国互联网零售品牌，品牌价值高达 511 亿美元。截至 2017 年 12 月 31 日，除拥有苏宁易购线上销售渠道以外，苏宁易购已在全国大陆地区 297 个地级以上城市以及中国香港、澳门和日本地区拥有各类门店 3,867 家。

近年来，发行人的市场占有率稳中有升，虽然近年来面临电商的激烈竞争，但发行人通过推出自营电商平台，在系统、供应链、物流等方面加强投入和建设，稳固行业地位。

（二）竞争优势

经过多年的运营，公司已经建立了立足市场的核心竞争优势：

1、苏宁拥有最完整的消费生态，能够有效获得忠诚的用户，形成长期发展的持续

动力

企业发展的核心就是要能够获得忠诚的用户，这样企业的壁垒中期难以打破，长期增长的确定性才会更强。苏宁拥有零售行业中最完整的消费生态，能够形成忠实的粉丝群体。

线下依托苏宁易购广场、苏宁易购云店、苏宁易购服务站、苏宁小店以及苏宁电器、母婴、超市专业店面，以及集团开发的苏宁影院、体育旗舰店，对消费需求形成全面覆盖，满足各种体验型、便利型的购物需求；线上通过苏宁易购（www.suning.com）、苏宁易购天猫旗舰店为用户提供海量商品选择和极致购物体验。依托集团在文化、体育产业方面的资源，如视频影视、足球俱乐部、赛事转播版权等，与用户达成精神的共鸣、情感交流。

苏宁的消费生态能够为消费者构筑快乐、健康的品质生活，生活方式的影响和传导能够激发用户选择苏宁、了解苏宁、喜欢苏宁，从而成为苏宁的忠诚用户，形成苏宁长期发展的持续动力。

2、苏宁拥有强大的自营能力，能够有效提升经营附加值，持续增强企业盈利能力

苏宁是自营能力最强的互联网零售商，坚持在可以产生规模效应的品类和服务方面自营，能够有效提高经营附加值。

坚持渠道自营管理，把控服务标准，提高品牌美誉度，保障商品和服务提供的同时，为供应商提供了获取用户成本最低、品牌溢价最强的服务平台，实现渠道附加值；核心商品自营采购，加强商品研究，形成对每个品类的商品管理能力、客户研究能力、市场推广能力与服务保障能力；基于自身专业化的商品经营能力，对外输出，在加大差异化采购能力，缩短供应链层级，降低供应链成本的基础上，保证了产品经营的附加值；核心物流环节自营，不仅有效控制企业运营成本，同时提升用户体验。通过对外开放，为供应商提供流通效率最高的服务平台，凸显企业物流价值。

围绕渠道、商品、物流，不断加大投入，在开放的基础上形成苏宁自身的能力，提升经营附加值，持续增强企业盈利能力。

（三）发行人经营方针及战略

作为一家起步于传统实体零售的企业，面对行业发展挑战，发行人通过创新变革引领企业发展、行业变革。2009 年，发行人开启营销变革，上线苏宁易购，并提出了“科技转型，智慧服务”的新十年发展战略。随着移动互联网时代的来临，消费者的购物时间正逐渐的碎片化、购物路径变的多样化，传统零售和传统电商都遇到了新的挑战。面对互联网经济带来的深刻变革，发行人顺应未来零售发展大趋势，审时度势的推出了线上线下融合的 O2O 模式，为传统零售行业开辟了一条新的发展路径。发行人通过组织架构调整、运营模式转型、管理思想创新和上下游供应链协同再造等步骤，循序渐进的推动转型。2013 年公司更名为苏宁云商，先后成立了商品经营总部和运营总部，推行双线同价，打造开放平台，从而打破了组织壁垒、价格壁垒、商品壁垒和渠道壁垒，朝着构建 O2O 生态圈方向迈进，并进一步总结提炼出“一体两翼”互联网路线图，即以互联网零售为主体，以打造 O2O 的全渠道经营模式和线上线下开放平台为“两翼”的互联网转型。

通过五年来的转型探索，发行人进一步明确战略方向必须两手抓，一手是坚持不断提升零售行业核心竞争力，包括物流、供应链；一手是坚持不断应用互联网技术、思维，包括大数据、开放理念、用户体验、团队创新。

党的十九大报告提出两个一百年的奋斗目标，新时期的社会主要矛盾已经转变为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，供给侧结构性改革继续深化、一带一路世纪工程、精准扶贫攻坚战等一系列战略规划成为国家发展主旋律，快速崛起的高收入人群也将为中国经济增长注入持续动力，中高端消费市场和县镇市场成为零售行业最大的增量空间，经济大环境在持续向好，企业发展面对着巨大的市场机遇。

行业来看，互联网技术加速向线下渗透，线下正在经历重塑发展的新阶段，以技术为推动力、用户需求为导向的新业态正成为线下发展的主流。面对渠道的新变革，苏宁以不变应变，以随变应变，坚守渠道的商品经营和顾客服务的本质，打造了苏宁自主 IP 的智慧零售模式。

苏宁的智慧零售，就是要充分运用互联网、物联网、大数据、云计算和人工智能等技术，全面构建人、货、场的数字化连接、智能化交互和自动化交易，结合商品属性和顾客属地，搭建既有用户体验又有行业效率的互联网渠道。2017 年，苏宁智慧零售模式已经取得了较好经营表现，线上平台继续保持领先行业的增长趋势，线下通过技术应用、模式创新也率先焕发出活力和生机，销售稳步增长。2018 年苏宁基于成熟的商业模式和

庞大的组织支持，公司要紧抓行业发展机遇，开拓、创造未来零售发展的风口，实现智慧零售的全面领先。

首先，树立极客精神，在数据运营、技术开发、IT运维、产品设计、项目策划等方面，要展现出匠人、匠心。其次，对待任何项目和产品都要有极物标准。一方面聚焦用户体验；一方面，要从用户数、使用率、好评率等方面制定极物的考核标准。在业态呈现、产品创新、页面交互、支付体验、频道打造、内容制造、直播体验等与用户交互的各个环节，都要树立打造极致物种的追求。三是，保持极速状态。无论是整体的规模和利润，还是线下业态的开发、物流服务、获客速度、项目建设进度等，都要展现出超常规的速度。

在未来几年，公司将继续围绕零售、物流、金融三大业务单元开展经营工作，具体来看包括：

1、零售业务

聚焦商品和服务，围绕用户体验和服务效率，以智慧零售引领渠道布局创新、推动业态经营优化，让苏宁易购成为中国品类全、品质好、服务佳、成本低的购物平台。

（1）线下平台建设

门店是公司的优势和差异化资源，公司要全面推进门店互联网化建设，不断创新互联网的业态。

① 加速线下业态的优化与落地，打造业态标杆。围绕“大店更全，小店更近、品类店更专”的策略，聚焦苏宁易购广场、苏宁易购零售云加盟店、苏宁小店等核心业态，加快线下发展布局。苏宁易购广场重点围绕一二线城市用户聚集区，以及三四线城市的核心商圈进行储备，并对现有广场进行升级迭代以形成标准，2018年计划新增运营20家；苏宁易购云店进一步加速升级步伐，2018年预计新开150家；苏宁红孩子母婴店继续进行模型的升级迭代，并规模复制，2018年计划开设苏宁红孩子母婴店150家；苏鲜生超市主要配套苏宁易购广场的运营，探索开设；作为苏宁线下零售业务的重点发展方向，苏宁小店要充分运用互联网工具加快落地，实现年度1,500家店的开发任务；三四级市场加强苏宁易购直营店、苏宁易购零售云加盟店的开设，设立产品线、优化产品池、完善区域管理队伍，力争实现3,000家店的开设目标。

② 强化线下用户体验建设，围绕用户需求，强化店面运营，对标线上购物流程的

便捷性，打通全渠道，打造出线下独特的、差异化的服务体验优势；同时，加大线下互联网工具的开发及优化工作，实现数据化经营能力提升。

（2）线上平台建设

线上继续聚焦流量经营、用户运营、营销产品。流量经营提升方面，一方面，通过广告引流、平台引流、商品引流、战略合作引流等多种方式实现线上流量的提升；另一方面，通过线上线下融合，创新零售业态经营，为用户带来多样化的体验，从而形成新的流量来源。

会员运营方面，进一步结合场景、产业资源，整合、优化会员运营，会员服务产品要从实物商品到服务商品、再到内容产品、科技服务实现全面贯通，实现在中国最具价值的付费会员体系。

营销产品，一方面，聚焦精品，把现有的如乐拼购、海外购、特卖、极物等核心营销产品打造成行业垂直领域的标杆；另一方面，结合企业资源探索更多的创新型营销产品。同时从拉新、首购、复购、新品、大促等不同场景，丰富精准营销产品体系，提升面向用户的精准营销能力。

（3）商品建设

优化组织架构，成立智能3C、大家电、大快消、生活家居四大营销事业群模块，优化资源调配，提高运行效率。

智能3C产品以首发新品、定制包销、差异化单品为核心，在周边配件、智能小数码和商用办公品类上，通过自营和平台强化增量类目的供应链能力建设。

大家电，双线加强中央集成、全屋定制、家装家电融合的场景化营销能力，进一步增强高端家电的销售能力。借力公司多业态门店线下布局发展，定制渠道专属产品，匹配渠道专项活动资源，重点突破苏宁易购零售云加盟店、苏宁易购直营店为代表的三四级市场、以及苏宁易购广场、苏宁易购云店为代表的优质商圈的增量。

大快消，整合公司线上超市、苏鲜生超市、苏宁红孩子母婴店、苏宁小店，将在渠道、品牌、服务、体验方面全面开启智慧零售布局；面向商户，公司将打造“灯塔计划”，对所有商户开放激励政策和流量支持，实现对品牌和商家平台资源的赋能。

开放平台，加快招商运营，重点打造3C、家装、超市生鲜、体育各类目商户招商，

实现商户规模的快速增长；进一步加大商户培育力度，重点打造高价值商户成长体系，开放流量、数据等产品工具，赋能商户发展。

2、物流业务

进一步提升物流集团的战略定位，强化物流集团专业化发展、独立化运营的能力。苏宁物流将形成以仓配一体化、垂直类目专业化为核心的独特的竞争能力和规模盈利的模式。

加快物流基础资产的建设，提升高标准物流仓储开发和建设速度。

物流运营，打造仓配、快递服务能力，加速发展同城即时、社区服务网络、三四级市场网点，成为满足零售业多场景需求的优质服务商。苏宁快递通过整合天天快递，在传统仓配、快递业务基础上，进一步优化网络布局，大力发展联营自提点及合作自提柜、社区业务，成为小件配送、本地生活的服务品牌。

加大苏宁物流科技投入，完成物流供应链技术和无人配送技术的超前布局，提升物流效率。在技术应用上，智能拣选、机器人、无人机和无人车加强应用；在数据运用上，挖掘数据在仓位选址、路径规划等方面的指导效用，推动工作的数据化和智能化。

3、金融业务

坚持以 O2O 融合为特色的金融科技公司的定位，依托苏宁产业生态强大的上下游企业客户、用户资源，强化核心产品竞争力，顺势提升金融业务的市场份额，实现持续稳健快速的发展。

基于苏宁产业生态明确突破策略，在与零售、物流等产业的协同互促中，不断的提升市场份额；同时，要基于市场需求制定特色化的发展路径，实现在金融行业细分领域的突破。

要夯实金融服务基础，强化金融科技驱动力。进一步提升内部流程效率，推进金融业务能力的精细化管理，紧抓风险管控和技术研发。围绕技术驱动和数据经营，苏宁金融要持续强化金融科技在业务实际开展过程中的广泛运用。

稳步提升江苏苏宁银行的能力与规模，强化O2O银行的发展定位。作为首家O2O银行，江苏苏宁银行要进一步强化发展定位，并制定相匹配的目标与路径，依托苏宁生态产业资源、银行股东资源，做强产品、做大用户规模，打出行业影响力。

4、内部管理

为充分保障未来经营目标的达成，核心就要搭建一个强健的内部管理体系。公司将进一步强化扁平化的组织架构、高效率的审批流程，推进专业化人才的建设，聚焦人才专业能力提升，保障公司业务发展的领先性；继续小团队作战和简政放权，充分激发体系活力；全面形成数据思维和极客精神。激励体系方面，持续推进建立具有行业竞争力的薪酬体系，完善各种激励机制，实现企业和员工价值共享。

十一、发行人主要业务情况

（一）经营范围

公司经营范围包括：家用电器、电子产品、办公设备、通讯产品及配件的连锁销售和服务，空调配件的销售，制冷空调设备及家用电器的安装与维修，计算机软件开发、销售、系统集成，百货、自行车、电动助力车、摩托车、汽车的连锁销售，实业投资，场地租赁，柜台出租，国内商品展览服务，企业形象策划，经济信息咨询服务，人才培养，商务代理，仓储，微型计算机配件、软件的销售，微型计算机的安装及维修，废旧物资的回收与销售，乐器销售，工艺礼品、纪念品销售，国内贸易，代办（移动、电信、联通）委托的各项业务，移动通讯转售业务，货物运输代理，仓储，装卸搬运。出版物省内连锁，普通货运，预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏、酒类、婴幼儿配方乳粉、乳制品）、散装食品的批发与零售，保健食品的零售，国内快递、国际快递（邮政企业专营业务除外），第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），餐饮服务(限分公司经营)（按《餐饮服务许可证》所列范围经营），建筑材料、装潢材料、摄像器材的销售、自营各类商品及技术的进出口业务，设计、制作、代理、发布国内各类广告，代订酒店，初级农产品的销售，车载设备，智能家居，智能电子设备，音像制品的零售，医疗器械销售，商品的网上销售，化妆品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、初级农产品、粮油及制品、母婴用品、纺织品、计生用品的销售，儿童用品的研发与销售，儿童室内游戏娱乐服务，游乐设备租赁服务，图书，报刊批发零售，摄影服务，开放式货架销售，育儿知识培训服务，家政服务，汽车维修与保养，飞机销售与租赁、摄影服务、文印服务、汽车及配件销售，石油制品、汽车用品、Ⅱ类医疗器械销售，礼品卡销售，经营性互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

（二）发行人主要业务收入情况

苏宁易购 1990 年创立于江苏南京，是中国互联网零售企业的领先者，是国家商务部重点培育的“全国 15 家大型商业企业集团”之一。

截至 2017 年 12 月 31 日，公司已在全国 297 个地级以上城市布局，并进入中国香港和日本地区，拥有各类自营门店合计 3,867 家。2017 年公司实现营业总收入 1,879.28 亿元，较上年同期增长 26.48%，实现归属于母公司股东的净利润 42.13 亿元。公司名列中国民营企业 500 强前三位，中国企业 500 强第 50 位，入选《福布斯》亚洲企业 50 强、《福布斯》全球 2000 大企业中国零售企业第一位。

1、主营业务情况汇总

单位：千元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
营业总收入	187,927,764	148,585,331	135,547,633
营业成本	161,431,791	127,247,541	115,981,182
营业利润	4,076,096	504,344	-610,021
利润总额	4,332,041	900,887	888,957

2、按产品分类

单位：千元，%

项目	2017 年		2016 年		2015 年	
主营业务收入	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
通讯产品	49,129,416	26.55	34,215,054	23.36	27,042,125	20.20
小家电产品	33,858,953	18.30	25,682,282	17.54	22,929,723	17.13
数码及 IT 产品	25,108,015	13.57	24,137,879	16.48	22,083,433	16.49
冰箱、洗衣机	25,662,263	13.87	22,209,541	15.16	21,651,400	16.17
彩电、音像、碟机	24,244,174	13.10	21,480,391	14.67	23,195,013	17.32
空调器产品	20,388,154	11.02	15,898,866	10.86	13,033,272	9.73
安装维修业务	1,296,713	0.70	1,045,118	0.71	1,127,063	0.84
其他产品	5,328,025	2.88	1,783,525	1.22	2,832,005	2.12
合计	185,015,713	100.00	146,452,656	100.00	133,894,034	100.00

单位：千元，%

项目	2017 年		2016 年		2015 年	
主营业务成本	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
通讯产品	46,568,127	28.96	31,806,849	25.08	24,907,969	21.56

数码及 IT 产品	24,376,073	15.16	23,179,304	18.27	21,041,058	18.21
小家电产品	27,451,030	17.07	21,002,160	16.56	18,691,468	16.18
冰箱、洗衣机	20,865,312	12.97	18,273,256	14.41	17,768,898	15.38
彩电、音像、碟机	20,302,526	12.62	17,848,667	14.07	19,080,138	16.51
空调器产品	17,074,862	10.62	13,357,544	10.53	10,897,560	9.43
安装维修业务	1,093,911	0.68	891,288	0.70	900,056	0.78
其他产品	3,091,904	1.92	485,665	0.38	2,261,231	1.96
合计	160,823,745	100.00	126,844,733	100.00	115,548,378	100.00

3、按地域分类

单位：千元，%

项目	2017 年		2016 年		2015 年	
主营业务收入	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
华东一区	52,731,851	28.06	38,366,076	25.82	29,800,235	21.98
华北地区	30,628,113	16.30	23,823,162	16.03	21,223,722	15.66
华东二区	28,856,832	15.36	22,201,155	14.94	21,220,515	15.66
华南地区	20,931,810	11.14	16,257,643	10.94	15,185,492	11.20
西南地区	17,697,067	9.42	14,613,458	9.84	13,406,645	9.89
华中地区	12,602,733	6.71	9,382,746	6.31	8,433,372	6.22
西北地区	7,731,210	4.10	7,115,356	4.79	6,313,865	4.66
东北地区	7,253,990	3.86	6,575,348	4.43	6,488,679	4.79
香港地区	2,711,519	1.44	4,680,261	3.15	7,337,512	5.41
日本地区	3,870,588	2.06	3,437,451	2.31	4,483,997	3.31

4、其他业务收入情况

报告期内，发行人其他业务收入主要由租赁收入、连锁店服务收入、代理费收入、广告位使用费收入和其他构成。

单位：千元

	2017 年	2016 年	2015 年
租赁收入	801,811	742,430	577,278
连锁店服务收入（1）	722,721	613,970	458,594
代理费收入	365,564	582,590	386,556
广告位使用费收入	170,403	112,981	111,106
其他（2）	851,552	80,704	120,065
合计	2,912,051	2,132,675	1,653,599

注：（1）连锁店服务收入主要包括供应商支付的促销服务收入及广告服务收入等。

（2）其他主要包括向供应商以及第三方提供场地使用服务和物流增值服务收入等。

（三）发行人主要业务经营情况

苏宁易购是中国领先的互联网零售服务商，经历了 7 年的转型升级，苏宁已经形成了零售、金融、物流三大业务单元协同发展的态势。苏宁易购运用互联网技术再造业务

流程、组织体系，建立起了覆盖全客群、全渠道、全品类的运营能力，成为主流零售行业中唯一具备线上线下双向销售及服务能力的企业。基于前瞻性的创新布局，苏宁智慧零售模式已经从概念进入到了落地实施并快速发展的阶段。2017 年，公司实现营业收入同比增长 26.48%，远超行业增速。

1、零售业务

（1）线下连锁网络发展情况

大陆市场，苏宁易购已经形成了“一大、两小、多专”的业态产品族群，“一大”是指苏宁易购广场，“两小”是指苏宁小店与苏宁易购直营店；“多专”是指专注于垂直类目经营的，如家电 3C、母婴、超市、家居生活等业态店面。

苏宁易购广场，面积约为 3-8 万平方米的商业综合体，依托苏宁充沛的自有 O2O 生态圈资源，以苏宁垂直类专业业态店如家电 3C 店、超市店、母婴店、家居生活店等为基础组合，并引入其他优质合作商户入驻，并运用互联网、物联网、智能 AR 等技术，打造智慧零售极致体验。苏宁易购广场是苏宁智慧零售模式的完整体现，承担着苏宁易购落地、用互联网手段与用户交互、服务周边社区人群的职能，让消费者在家门口就能享受“一站式购物”服务。截至报告期末，公司经营苏宁易购广场 15 个。

苏宁小店，定位于社区、城市 CBD、交通站点的便利服务，面积为 80-200 平方米，是苏宁距离消费者最近的业态，以便利店和独立 APP 组合，满足消费者购物、餐饮、本地生活服务等各类需求。截至报告期末，公司拥有苏宁小店 23 家。

苏宁易购直营店，是公司下沉县域乡镇市场的智慧零售端口，也是县域乡镇苏宁会员服务的载体，面积为 200-700 平方米。在自营的同时，公司还打造了“零售云”平台，开放输出苏宁在供应链、仓储、金融、IT 等方面的核心能力，赋能中小零售商，在县域乡镇市场推进苏宁易购零售云加盟店。截至报告期末，公司拥有苏宁易购直营店 2,215 家，苏宁易购零售云加盟店 39 家。

苏宁家电 3C 专业店以苏宁易购云店为代表，在实现家电家居、3C 产品、生活电器等核心品类销售的同时，还升级配套无人店、AI 购物、智能家居、生活课堂，打造集商品展示销售、互动体验、休闲娱乐及服务等于一体的智慧零售业态。公司已形成了在不同区域、不同标准的云店模型，一二级市场 2,000-8,000 平方米，三级市场 1,000-3,000 平方米，公司将对苏宁易购常规店进行持续的升级迭代。截至报告期末，公司拥有从事

家电 3C 产品经营的苏宁易购云店 323 家、苏宁易购常规店 1,144 家（旗舰店 118 家、中心店 371 家、社区店 655 家）、苏宁易购县镇店 32 家。

苏宁红孩子母婴店，面积为 1,000-6,000 平方米，集母婴商品、生活服务、儿童游乐、文娱视听为一体的 O2O 购物平台。截至报告期末，公司拥有苏宁红孩子店 53 家。

苏鲜生超市，面积为 3,000-5,000 平方米，是苏宁打通线上线下渠道的，打造“生鲜+餐饮+超市”消费方式的复合业态精品超市。通过苏宁易购 APP“身边苏宁”，可实现在线下单，覆盖范围急速达服务。商品类目与苏宁超市线上同步，主打生鲜、进口商品，店内配置开放厨房，满足消费者日常用餐需求。截至报告期末，公司拥有苏鲜生超市 9 家。

苏宁极物家居生活店，面积为 300-500 平方米，打造以家庭物联为核心的智能终端、以设计师品牌为核心的品质家居、以家庭美食为中心的健康生活零售业态。截至报告期末，苏宁极物店尚处于设计规划阶段，暂未开设。

苏宁还将根据商品类目拓展，不断完善垂直类目的专业经营。上述各类店面形态，完全打通线上，会员、商品、服务、价格促销融合，构成了苏宁在全渠道消费场景建设、零售业态创新等方面的线下布局，公司将持续探索，不断予以升级迭代。2017 年以来，尤其是 2017 年四季度以来，苏宁各零售物种快速突破成长，苏宁易购直营店、苏宁小店、苏宁红孩子店、苏宁零售云加盟店都进入了快速复制阶段。

线下开发战略中，公司坚持贯彻租、建、并、购、联的方式获取门店物业，截至报告期末，公司自有门店物业面积 19.32 万平方米，通过创新资产运作方式以及与大型房地产商合作取得可长期稳定使用的物业面积 33.09 万平方米，社会化租赁面积 452.45 万平方米。

海外市场，报告期内公司在海外市场注重店面的效益提升，在拓展新开店面的同时，调整关闭店面。公司在香港地区新开店面 5 家，关闭店面 4 家；日本市场新开店面 9 家，关闭店面 8 家。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在香港、澳门地区合计拥有 25 家店面，日本市场合计拥有 43 家店面。海外市场店面均以租赁方式，门店物业面积 3.89 万平方米。

表：大陆地区按照店面类型（不含苏宁易购直营店、苏宁小店）分布情况

单位：家

店面类型	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	家数	占比 (%)	家数	占比 (%)	家数	占比 (%)
云店	323	20.69	141	9.34	42	2.66
旗舰店	118	7.56	242	16.03	298	18.90
中心店	371	23.77	389	25.76	406	25.74
社区店（注 1）	655	41.96	672	44.50	721	45.72
县镇店（注 1）	32	2.05	34	2.25	43	2.73
红孩子店	53	3.39	26	1.72	27	1.71
超市店	9	0.58	6	0.40	37	2.35
乐购仕店	-	-	-	-	3	0.19
合计	1561	100.00	1510	100.00	1577	100.00

注 1：社区店除了包括在一、二级市场社区商圈开设的店面以外，也包括在县级市场开设的 3,000 平方米左右的标准店；县镇店指在欠发达的县级市场与镇级市场开设的 800-1,500 平米的店面。

表：大陆地区按照市场级别店面（不含苏宁易购直营店、苏宁小店）分布情况

单位：家

市场级别	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	家数	占比 (%)	家数	占比 (%)	家数	占比 (%)
一级市场	484	31.01	470	31.13	512	32.47
二级市场	471	30.17	441	29.20	447	28.34
三级市场	546	34.98	541	35.83	546	34.62
四级市场	60	3.84	58	3.84	72	4.57
合计	1561	100.00	1510	100.00	1577	100.00

注：一级市场指副省级以上城市；二级市场指一级市场以外的地级市；三级市场指一二级市场下辖的县、县级市或远郊区；四级市场主要指镇级城市。

截至 2017 年 12 月 31 日各类门店地区分布情况

单位：家

	家电 3C 店		母婴店		超市店		社区便利店		苏宁易购直营店	
	数量	面积	数量	面积	数量	面积	数量	面积	数量	面积
华东一区	297	98.11	29	5.88	5	1.28	23	0.31	588	8.54
华东二区	229	69.21	1	0.16	-	-	-	-	334	4.92
西南地区	222	68.10	12	2.55	3	0.51	-	-	236	3.97
华南地区	215	55.47	3	0.87	-	-	-	-	299	4.91
华北地区	182	63.07	4	0.73	1	0.25	-	-	245	4.36
华中地区	164	41.73	2	0.51	-	-	-	-	269	4.76
西北地区	106	30.49	2	0.24	-	-	-	-	143	2.33
东北地区	84	29.88	-	-	-	-	-	-	101	1.72
大陆地区店面合计	1,499	456.06	53	10.94	9	2.04	23	0.31	2,215	35.51

注：华东一区江苏、安徽、山东；

华东二区上海、福建、浙江、江西；

华南地区广东、广西、海南；

华北地区北京、天津、河北、山西、内蒙；

西南地区四川、重庆、云南、贵州、西藏； 华中地区湖北、湖南、河南；
东北地区辽宁、黑龙江、吉林； 西北地区陕西、甘肃、青海、新疆、宁夏。
下同。

（2）可比门店店效情况

2017年，公司持续推进店面互联网化及数据化建设，运用“千里传音”、“店+”、“金矿”等数据营销产品，挖掘消费需求，精准营销，提升店面销售转化；进一步丰富门店在消费类电子产品、家居生活、健康个护等方面的产品，增强体验互动，有效吸引客流，2017年，公司家电3C专业店的可比店面（指2016年1月1日及之前开设的苏宁易购云店、苏宁易购常规店和苏宁易购县镇店）销售收入同比增长4.17%；与此同时，公司加强了门店面积优化，带来可比店面坪效同比提升9.19%。

苏宁红孩子店运营逐步成熟，在商品销售的基础上，增加了更多体验以及消费场景，如游乐、培训教育等，红孩子母婴专业店可比店面（指2016年1月1日及之前开设的店面）销售收入及坪效分别同比增长42.15%。

苏宁易购直营店强化经营质量管控，经营效益显现，2017年，可比店面（指2016年1月1日及之前开设的店面）销售收入及坪效分别同比增长34.90%、34.18%。

苏宁超市店、社区便利店仍处于模式探索阶段，暂未有运营成熟店面，故不单独列示店效数据。

截至2017年12月31日按店面经营业态可比门店店效情况

单位：元/平方米

	坪效		销售收入同比变动
	金额	同比变动	
家电 3C 店	18,728.70	9.19%	4.17%
母婴店	6,670.09	42.15%	42.15%
苏宁易购直营店	18,482.00	34.18%	34.90%

注：公司会计核算上均以子公司作为核算单位，门店销售收入为内部管理报表口径，为消费者在门店完成支付购买的收入统计（不含税），下同；坪效为各业态店面年度销售收入/店面合同约定的使用面积，下同。

一二级市场，公司把握市场机会，加快门店互联网升级，家电 3C 业态店面报告期内实现收入的增长；公司母婴店面在报告期内经营效益得到改善，相信随着门店数量增加，规模效应将进一步显现；三四级市场，苏宁易购直营店强化本地运营，销售规模

快速增长。

截至 2017 年 12 月 31 日按店面所在市场级别可比门店店效情况

单位：元/平方米

	家电 3C 店			母婴店		
	坪效		销售收入同比变动	坪效		销售收入同比变动
	金额	同比变动		金额	同比变动	
一级市场	24,710.15	6.71%	3.70%	2,896.97	35.58%	35.58%
二级市场	15,608.92	11.41%	4.70%	26,916.36	42.72%	42.72%
三级市场	12,472.43	10.95%	4.93%	14,362.38	49.20%	49.20%
四级市场	13,669.68	16.40%	5.31%	-	-	-
合计	18,728.70	9.19%	4.17%	6,670.09	42.15%	42.15%

注：一级市场红孩子店游乐、体验、服务等功能区域面积较大，坪效较低，但业态功能的丰富对流量、销售稳步提升有较大动力。

单位：元/平方米

	苏宁易购直营店		
	坪效		销售收入同比变动
	金额	同比变动	
一级市场	23,459.66	44.80%	39.53%
二级市场	15,090.13	22.51%	22.51%
三级市场	18,333.55	29.74%	30.89%
四级市场	18,872.53	42.81%	43.17%
合计	18,482.00	34.18%	34.90%

截至 2017 年 12 月 31 日按店面所在地区可比门店店效情况

单位：元/平方米

	家电 3C 店			母婴店		
	坪效		销售收入同比变动	坪效		销售收入同比变动
	金额	同比变动		金额	同比变动	
华东一区	19,128.55	7.54%	4.12%	6,688.03	46.46%	46.46%
华东二区	19,905.47	6.26%	3.16%	-	-	-
华中地区	16,202.56	12.28%	9.15%	-	-	-
华南地区	16,525.04	8.71%	0.04%	-	-	-
华北地区	21,403.60	7.41%	1.95%	-	-	-
西南地区	18,913.28	7.90%	6.33%	6,599.36	27.21%	27.21%
西北地区	17,578.27	27.76%	6.96%	-	-	-
东北地区	16,750.75	8.41%	7.61%	-	-	-
合计	18,728.70	9.19%	4.17%	6,670.09	42.15%	42.15%

单位：元/平方米

	苏宁易购直营店		
	坪效		销售收入同比变动
	金额	同比变动	
华东一区	17,457.85	36.16%	36.66%
华东二区	17,451.76	35.05%	35.56%
华中地区	20,242.26	20.14%	20.65%
华南地区	20,079.10	40.53%	41.00%
华北地区	18,240.28	38.20%	38.20%
西南地区	22,066.61	27.16%	25.85%
西北地区	15,859.30	43.04%	45.26%
东北地区	17,524.36	44.76%	52.64%
合计	18,482.00	34.18%	34.90%

（3）线上平台运营情况

报告期内公司线上平台持续聚焦流量经营、商品运营以及会员营销，提升精细化经营能力，优化客户体验。加强与主流门户网站、互联网视频媒体等合作，持续增强苏宁易购品牌以及超市、母婴专业品类的曝光度；加大 3C 新品首销以及畅销单品包销，丰富生活电器、超市、百货等高频购买商品的 SKU 数量，提高复购率。

2017 年公司打通零售、金融、文创、体育等会员系统，实现了苏宁生态会员的一账通，有效整合产业资源，实现了会员的流转。2017 年 12 月，公司推出了超级会员“SUPER VIP”产品，为超级会员提供商品返利、专属客服、售后服务、PP 影视会员、PP 体育会员等差异化的会员权益，进一步增强客户黏性。报告期内公司还上线了“乐拼购”、“苏宁特卖”等一批线上运营产品，有效推动线上平台的运营能力提升。

截至 2017 年 12 月 31 日，苏宁易购零售注册用户数 3.45 亿。截至 2017 年 12 月，苏宁易购 APP 月活跃用户数较年初增长 105.73%，2017 年 12 月苏宁易购 APP 订单数量占线上整体比例提升至 89%。

2017 年公司线上平台实体商品交易总规模为 1,266.96 亿元(含税)，同比增长 57.37%，其中线上平台自营商品销售规模 974.60 亿元（含税），同比增长 57.52%，开放平台商品交易规模为 292.36 亿元（含税）。

2、持续优化供应链管理，实现全品类、专业化运营

互联网零售模式下，公司积极的优化升级原有的供应链组织及运行模式，借鉴开放平台的理念，在零供双方分工方面进一步专业化、合理化，在交易环节方面进一步提升技术应用水平与交易规则的透明化，提高供应链效率；着力推进大数据应用，开放数据

服务产品，更好的为供应商提供商品规划、库存布署、会员营销、金融服务等方面的增值服务；基于消费者对单品与定制的需求进一步凸显，还构建基于 C2B 的商品供应链模式，围绕智能硬件、智能家居、健康安全等方面进行尝试突破。

报告期内，公司持续强化商品专业经营能力的建设，家电、3C 品类加强定制包销、单品运作，形成渠道间的差异化运营，进一步巩固公司在家电产品经营的优势，聚焦手机品类，打造“买手机到苏宁易购”的消费习惯，提升手机市场份额；加快生活电器、母婴、超市品类的供应链下沉，完善优化仓储部署，提高本地化的配送服务时效，提升客户体验；公司通过参股投资“辣妈帮”、“达令”并建立紧密的业务合作，提升公司在母婴、美妆类目的专业运营能力，生鲜类目上逐步加强本地化供应商的合作进一步提高供应链、物流服务效率。开放平台方面，公司加强百货、超市、母婴、通讯及生活家电品类的商户引进，2017 年新引入以上品类开放平台商户近 8,000 家。

3、物流业务

苏宁物流已形成了以选址、开发、建设为一体的物流资产运营与涵盖仓储、运输、配送全流程的物流服务运营相结合的全价值产业链，致力于构建覆盖广泛、交付能力快捷、最具效率的消费品仓储服务和智慧物流服务平台。

报告期内苏宁物流围绕基础网络建设、物流服务以及物流科技方面加大投入，加强物流运营服务能力建设。截至 2017 年 12 月末苏宁物流及天天快递拥有仓储及相关配套合计面积 686 万平方米，拥有快递网点达到 20,871 个，公司物流网络覆盖全国 352 个地级城市、2,908 个区县级以上城市。同时，苏宁物流围绕品牌商、苏宁易购平台商户、菜鸟网络客户提供仓配一体服务，社会化业务稳步提升。2017 年苏宁物流社会化营业收入（不含天天快递）同比增长 136.24%。

2017 年，公司新投入运营 5 个区域配送中心、1 个自动化拣选中心。截至 2017 年末，公司已在南京、上海、武汉、成都、重庆、西安、沈阳、绍兴 8 个城市投入运营 8 个自动化拣选中心，在北京、南京、天津、哈尔滨、昆明、杭州、苏州、兰州等 34 个城市投入运营 37 个区域配送中心，另外在佛山、绍兴等 4 个城市的 4 个自动化拣选中心在建、扩建，大连、南京、长沙、厦门、福州等 19 个城市 20 个区域配送中心在建、扩建。为加速物流仓储资源的获取，报告期内公司子公司江苏苏宁物流有限公司与深创投不动产基金管理（深圳）有限公司联合发起设立目标总规模为人民币 300 亿元的物流地产基金，目前首期基金设立相关工作正在稳步推进。

围绕提升用户体验，苏宁物流不断提升商品配送、用户服务能力建设，服务产品进一步丰富，在全国推出了“次日达”、“半日达”、“准时达”、“代客检”、“如约送”、“送装一体”等服务产品。其中，“次日达”、“半日达”服务覆盖了全国 319 个城市；“准时达”已在全国 9 个城市推出；针对自营通讯品类的“代客检”服务在全国开通；“送装一体”已在全国 114 个城市推行。公司物流配送时效和服务体验持续提升，根据国家邮政局关于 2017 年各月邮政业消费者申诉情况的通告，消费者对快递企业有效申诉率指标苏宁物流均保持最低水平。

此外，苏宁物流投入研发的智能机器人、末端无人机等一批新技术实现落地。报告期内，上海自动化仓储拣选机器人的上线，提升了小件商品的作业效率。后续还将进一步在物流机器人以及仓储、分拨、运配等方面增加智能设备研发。同时，依托智能设备与大数据的结合，聚合更加柔性、灵活的自动化，提高物流整体运营能力，提升用户体验。

截至 2017 年四季度，苏宁物流通过与天天快递在 IT 系统、作业流程及数据体系等方面的整合统一，天天快递已全面整合纳入苏宁物流体系。公司致力于提升天天快递的服务质量，加快其加盟网点的优化，丰富业务类型，拓展逆向物流、同城配送等业务，形成差异化的服务经营能力。2017 年推进双方的整合，天天快递业务单量保持稳中有升，服务质量管控体系不断加强，实现了相对平稳过渡。2018 年苏宁物流与天天快递将结合各自优势，在业务拓展、服务提升、产品创新等方面不断夯实，形成苏宁特有的物流服务网络、产品及能力。

4、金融业务

苏宁金服持续强化以O2O为特色的金融科技企业的品牌定位，位居国内一流的互联网金融集团之列。

报告期内苏宁金融聚焦支付、供应链金融、消费金融、产品销售等四大核心业务，践行金融科技驱动业务经营的理念，2017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129.71%。

苏宁金融面向个人、企业用户提供不同应用场景的金融服务。运用人脸识别、指纹登陆、刷脸支付等金融科技，苏宁支付新用户开户时间缩短至100秒，结算到账时效明显优于同业；加快供应链金融服务能力输出，2017年苏宁供应链金融业务投放额达到同期的2倍。

持续加强金融科技能力建设，各项金融科技应用落地。聚焦生物特征识别、大数据风控、物联网金融、区块链、金融AI、金融云六大金融科技。基于生物特征识别技术，苏宁无人店成功实现了刷脸支付功能，为客户提供无感知的便捷购物体验；基于大数据风控技术，苏宁金融建立了新一代风险特征建析系统，交易资损率（交易资损率=报告期内C端交易损失金额/报告期内C端交易总额）仅为0.005%，反欺诈能力处于行业领先水平；基于金融AI技术，推出智能语音生活助手。

2017年，公司审议通过苏宁金融战略引资事宜，募集资金53.35亿元，引入苏宁金融、云锋新创投资、上海金浦投资、中金资本、光大控股、深创投集团等战略股东，进一步强化苏宁金融在资金、场景、人才资源方面的竞争能力。

（四）发行人主要客户和供应商情况

最近三年发行人主要供应商、客户的采购和销售情况如下：

单位：千元

	2017 年度	2016 年度	2015 年度
前五名供应商采购金额合计	61,123,539	32,458,063	38,209,275
占年度采购总额的比例	37.05%	27.37%	38.45%
前五名客户销售金额合计	303,048	172,154	282,362
占年度销售总额的比例	0.16%	0.12%	0.21%

最近三年，公司向前五大前五名客户销售金额分别为 28,236.2 万元、17,215.4 万元和 30,304.8 万元。公司前五大销售客户主要为公司对公销售客户。

最近三年，公司向前五大供应商采购金额分别为 3,820,927.5 万元、3,245,806.3 万元和 6,112,353.9 万元，占公司当年采购总额的 38.45%、27.37%和 37.05%，不存在严重依赖个别供应商的情况。公司董事、监事、高管及主要关联方与 5%以上股东未在前五名供应商中持权益。

（五）发行人主要业务许可文件

序号	持有人	证书/资质名称	证书编号	核发单位	核发日期	有效期限	备注
1	发行人	增值电信业务经营许可证（IDC）	苏 B1-20130116	江苏省通信管理局	2013.11.28	2013.11.28-2018.11.27	-
2		增值电信业务经营许可证	苏 B2-20130391	江苏省通信管理局	2013.11.28	2013.11.28-2018.11.27	-

序号	持有人	证书/资质名称	证书编号	核发单位	核发日期	有效期限	备注
		(ISP)					
3		增值电信业务经营许可证 (ICP)	苏 B2-20100316	江苏省通信管理局	2013.06.03	2013.06.03-2020.11.20	-
4		增值电信业务经营许可证	苏 B1-20130086	江苏省通信管理局	2013.09.17	2013.09.17-2018.09.16	-
5		增值电信业务经营许可证 (SP)	苏 B1.B2-20130313	工业和信息化部	2015.01.12	2015.01.12-2018.11.28	-
6		工业和信息化部关于同意苏宁云商集团股份有限公司变更移动通信转售业务试点经营范围的批复	工信部电管函[2014]472号	工业和信息化部	2014.10.22	2014.10.22-2018.12.31	-
7		出版物经营许可证	新出发苏批字第 S-007 号	江苏省新闻出版局	2014.06.10	2014.06.10-2017.03.31	出版物经营许可证到期后自动终止，公司业务开展暂不涉及此类证照
8		食品流通许可证	SP3201061310006771	南京市工商局鼓楼分局	2013.06.25	2013.06.25-2021.06.24	-
9		快递业务经营许可证（国际）	国邮 20140424C	国家邮政局	2014.01.22	2014.01.22-2019.01.21	-
10		出版物经营许可证	新出发京批字第直 080168 号	北京市新闻出版广电局	2014.04.22	2014.04.22-2020.12.31	-
11	北京苏宁云商销售有限公司	食品经营许可证	911100006336977412	北京市通州区食品药品监督管理局	2017.04.01	2017.04.01-2021.03.31	-
12		酒类流通备案登记表	110011100542	北京市通州区商务委员会	2015.01.13	长期有效	
13		出版物经营许可证	新出发沪零字第 H6160 号	上海市虹口区文化局	2013.06.03	2013.06.03-2018.12.31	-
14	上海苏宁云商销售有限公司	食品流通许可证	SP3101091310002058	上海市工商局虹口分局	2013.05.20	2013.05.20-2020.08.09	-
15		酒类商品批发许可证	沪酒专字第 0706020101003572 号	上海市酒类管理局	2014.11.11	2017.8.31-2020.8.30	-

序号	持有人	证书/资质名称	证书编号	核发单位	核发日期	有效期限	备注
16	广东苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发穗音批字第 4401200248 号	广州市文化广电新闻出版局	2014.05.31	2014.05.31-2021.03.31	-
17		食品经营许可证	SP4401051310003108	广州市工商局海珠分局	2013.08.19	2016.06.14-2021.06.13	-
18	重庆苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发 2014 批字第 16 号	重庆市新闻出版局	2014.05.18	2014.05.18-2018.12.31	-
19	深圳市苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发深零字第 14A0152 号	深圳市福田区新闻出版广电局	2013.05.19	2015.8.12-2022.3.31	-
20		食品经营许可证	JY14403040012404	深圳市食品药品监督管理局	2013.4.15	2016.6.6-2021.6.5	-
21	四川苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	川新出发审批字第 M0219 号	四川省新闻出版局	2013.04.22	2013.04.22-2022.03.31	-
22		食品流通许可证	SP5101061310000584	成都市金牛区工商局	2013.04.18	2013.03.15-2022.03.14	-
23	天津苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发津和字第 A055 号	天津市和平区新闻出版局	2016.12.31	2016.12.31-2019.12.31	-
24		食品经营许可证	JY11200010022868	天津市和平区市场和监督管理局	2017.05.16	2017.05.16-2022.05.16	-
25	武汉苏宁云商销售有限公司	食品流通许可证	JY14201030022555	武汉市江汉区食品药品监督管理局	2017.4.11	2017.4.11-2022.4.12	-
26	浙江苏宁云商商贸有限公司	食品流通许可证	SP3301981510021177	杭州市工商局经济技术开发区分局	2015.03.10	2015.03.09-2018.03.08	截至本报告日，正在办理相关手续
27	南京白下苏宁云商商贸有限公司	食品流通许可证	SP3201031310003448	南京市工商局秦淮分局	2014.12.09	2013.04.26-2021.04.25	-
28	青岛苏宁云商商贸有限公司	出版物经营许可证	新出发（鲁）零字第 37B04079 号	青岛市李沧区文化新闻出版局	2014.01.02	2014.01.02-2022.02.03	-

序号	持有人	证书/资质名称	证书编号	核发单位	核发日期	有效期限	备注
29		食品流通许可证	SP3702131410057653	青岛市李沧区食品药品监督管理局	2014.03.20	2014.03.20-2022.4.24	
30	沈阳苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发字第05258号	沈阳市大东区文体广电新闻出版局	2015.02.04	2015.02.04-2022.01.01	
31		食品流通许可证	SP2101041310035407	沈阳市大东区工商局	2014.01.09	2013.03.15-2021.06.06	
32		保健食品经营备案登记证	2015-210104-000063	沈阳市大东区食品药品监督管理局	2015.08.03	2015.08.03-2020.09.08	
33	苏州苏宁云商销售有限公司	出版物经营许可证	新出发苏零字第苏姑苏028号	苏州国家历史文化名城保护区文化商旅发展局	2014.05.10	2017.3.24-2020.3.21	-
34	北京苏宁物流有限公司	道路运输经营许可证	京交运管许可货字110112013246号	北京市交通委员会运输管理局	2013.03.30	2017.03.31-2021.03.30	-
35		快递业务经营许可证	京邮20130130B	北京市邮政管理局	2013.09.24	2013.09.24-2018.09.23	-
36	江苏苏宁物流有限公司	道路运输经营许可证	苏交运管许可宁字320114317092号	南京市雨花台区公路运输管理所	2012.09.28	2012.09.28-2020.09.28	-
37		快递业务经营许可证	国邮20150658A	国家邮政局	2015.12.30	2015.12.30-2020.12.29	-
38		中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书（一类货运）	第HD32937号	中国航空运输协会	2013.10.24	2013.10.24-2019.10.23	-
39	南京苏宁支付网络科技有限公司	中华人民共和国支付业务许可证	Z2010832000012	中国人民银行	2012.06.27	2017.06.27-2022.06.26	
40		非金融机构支付业务设施技术认证（一级）	CFNR201301320154	北京中金国盛认证有限公司	2014.07.08	2014.07.08-2019.08.22	-
41		中华人民共和国增值电信业务经营许可证（ISP）	苏B2-20140030	江苏省通信管理局	2014.01.13	2014.01.13-2019.01.12	-

序号	持有人	证书/资质名称	证书编号	核发单位	核发日期	有效期限	备注
42		中华人民共和国增值电信业务经营许可证（IDC）	苏 B2-20140109	工业和信息化部	2014.03.11	2014.03.11-2019.03.11	-
43		中华人民共和国增值电信业务经营许可证	苏 B1-20140004	江苏省通信管理局	2014.01.13	2014.01.13-2019.01.12	-
44		关于对南京苏宁易购支付网络科技有限公司备案为基金销售支付结算机构无异议的复函	基金部函[2013]870 号	中国证监会基金监管部	2013.10.08	长期有效	-
45	安徽华夏通支付有限公司	中华人民共和国支付业务许可证	Z2005634000012	中国人民银行	2011.12.22	2012.12.22-2021.12.21	-
46		非金融机构支付业务设施技术认证（一级）	CFNR201301340265	北京中金国盛认证有限公司	2014.07.14	2014.07.14-2019.08.22	
47	江苏苏宁易购电子商务有限公司	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（ISP）	苏 B2-20130376	江苏省互联网协会	2013.11.11	2013.11.11-2018.11.10	-
48		中华人民共和国增值电信业务经营许可证	苏 B1-20130131	江苏省通信管理局	2013.12.27	2013.12.27-2018.12.26	-

第五节 财务会计信息

本节的财务数据及有关分析说明反映了发行人最近三年的财务状况、经营成果和现金流量情况。除特别说明外，本节中 2015 年度、2016 年度及 2017 年度财务数据均来源于发行人经审计的财务报表。投资者应通过查阅公司财务报告、财务报表的相关内容，了解发行人的详细财务状况。

一、最近三年财务报表审计情况

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）接受发行人委托，审计了发行人 2015 年、2016 年和 2017 年母公司资产负债表和合并资产负债表、母公司利润表和合并利润表、母公司现金流量表和合并现金流量表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见审计报告（普华永道中天审字(2016)第 10110 号、普华永道中天审字(2017)第 10101 号、普华永道中天审字(2018)第 10072 号）。

二、财务报表的编制基础

发行人财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的企业会计准则及其他相关规定的要求编制。

三、合并报表范围的变化

（一）合并报表范围

截至 2017 年 12 月 31 日，苏宁易购合并报表的合并范围内主要子公司如下：

序号	主要子公司名称	主要经营地	注册地	经营范围	持股比例		取得方式
					直接	间接	
1	北京苏宁云商销售有限公司	北京市	北京市	电器和电子消费品的连锁销售	89%	11%	投资设立
2	上海苏宁云商销售有限公司	上海市	上海市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
3	重庆苏宁云商销售有限公司	重庆市	重庆市	电器和电子消费品的连锁销售	99%	1%	投资设立
4	四川苏宁云商销售有限公司	成都市	成都市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
5	苏宁金融服务(上海)有限公司	上海市	上海市	电器和电子消费品的连锁销售	60%	-	投资设立
6	广东苏宁云商销售有限公司	广州市	广州市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立

序	主要子公司名称	主要	注册地	经营范围	持股比例		取得方
7	福建苏宁云商商贸有限公司	福州市	福州市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
8	沈阳苏宁云商销售有限公司	沈阳市	沈阳市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
9	陕西苏宁云商销售有限公司	西安市	西安市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
10	浙江苏宁云商商贸有限公司	杭州市	杭州市	电器和电子消费品的连锁销售	89%	11%	投资设立
11	深圳市苏宁云商销售有限公司	深圳市	深圳市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
12	武汉苏宁云商销售有限公司	武汉市	武汉市	电器和电子消费品的连锁销售	90%	10%	投资设立
13	厦门苏宁云商销售有限公司	厦门市	厦门市	电器和电子消费品的连锁销售	10%	90%	投资设立
14	云南苏宁云商销售有限公司	昆明市	昆明市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	投资设立
15	苏宁商业保理有限公司	天津市	天津市	商业保理	-	60%	投资设立
16	重庆苏宁小额贷款有限公司	重庆市	重庆市	小额贷款	-	60%	投资设立
17	北京苏宁云团科技有限公司	北京市	北京市	本地生活服务	-	70%	投资设立
18	江苏苏宁易达物流投资有限公司	南京市	南京市	物流业投资	100%	-	投资设立
19	江苏昌祺贸易有限公司	南京市	南京市	工程项目开发	100%	-	同一控制企业合并
20	日本 LAOX	日本	日本	电器和电子消费品的连锁销售	-	41.85%	非同一控制企业合并
21	无锡胜利门苏宁云商销售有限公司	无锡市	无锡市	电器和电子消费品的连锁销售	100%	-	非同一控制企业合并
22	南京红孩子企业管理有限公司	南京市	南京市	企业管理服务及信息咨询服务	100%	-	非同一控制企业合并
23	北京红孩子互联科技有限公司	北京市	北京市	企业管理服务及信息咨询服务	-	100%	非同一控制企业合并
24	重庆猫宁电子商务有限公司	重庆市	重庆市	电器和电子消费品的连锁销售	51%	-	投资设立
25	天天快递有限公司	杭州市	杭州市	物流快递运输	100%	-	非同一控制企业合并

（二）报告期内合并报表范围变化及原因

2017 年度，公司新纳入合并范围为新设立子公司 54 家、日本 LAOX 新设子公司 4

家、投资取得子公司 5 家；注销子公司 8 家

2016 年度，公司新纳入合并范围为新设立子公司 30 家、日本 LAOX 新设子公司 2 家、投资取得子公司 2 家；注销子公司 10 家，以及报告期内公司处置北京京朝苏宁电器有限公司股权，使得北京京朝苏宁电器有限公司不再纳入公司合并报表范围。

2015 年度，公司新纳入合并范围为新设子公司 26 家，日本 LAOX 投资取得子公司 1 家，同时投资 PPTV 取得子公司；注销子公司 13 家，以及报告期内公司处置 PPTV 股权，使得 PPTV 及其子公司不再纳入公司合并报表范围。

四、最近三年及一期财务报表

（一）合并财务报表

本公司于 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 3 月 31 日的合并资产负债表，以及 2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-3 月的合并利润表、合并现金流量表如下：

合并资产负债表

单位：千元

项目	2018 年 3 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	36,033,007	34,029,684	27,209,229	27,115,557
发放贷款及垫款	9,575,584	7,495,804	2,932,167	1,311,668
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	2,113,135	2,789,778	2,228,633	678,871
应收票据	8,291	19,033	32,584	4,925
应收账款	2,939,909	2,389,180	1,103,531	705,617
预付款项	10,127,865	8,667,711	9,750,546	6,706,522
应收利息	379,318	314,235	129,770	94,333
应收股利	-	-	5,819	-
其他应收款	7,742,081	6,919,187	4,095,221	2,404,829
存货	20,133,413	18,551,490	14,392,297	14,004,797
其他流动资产	4,431,310	6,653,577	20,503,838	3,724,748
流动资产合计	93,483,913	87,829,679	82,383,635	56,751,867
非流动资产：				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	48,917	48,917	-	-
发放贷款及垫款	2,082,051	2,932,309	1,288,959	-
可供出售金融资产	30,218,284	31,462,535	25,335,238	1,836,900
长期应收款	887,147	718,173	707,764	630,402
长期股权投资	1,959,848	1,767,204	417,048	219,796
投资性房地产	3,152,716	3,177,710	2,229,506	1,586,676

固定资产	14,428,842	14,373,074	12,813,169	13,253,604
在建工程	571,218	499,780	1,586,522	1,915,103
工程物资	9,504	9,390	4,693	38,087
无形资产	8,241,129	8,215,532	5,684,758	7,143,679
开发支出	4,860	1,407	2,967	9,063
商誉	2,394,683	2,394,683	426,702	468,263
长期待摊费用	1,084,873	1,062,109	1,081,087	1,266,012
递延所得税资产	2,877,488	2,580,566	2,258,689	2,193,459
其他非流动资产	513,468	203,620	946,504	762,761
非流动资产合计	68,475,028	69,447,009	54,783,606	31,323,805
资产总计	161,958,941	157,276,688	137,167,241	88,075,672
流动负债：				
短期借款	9,998,643	8,686,332	6,159,517	3,225,641
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	50,889	50,889	38,650	14,910
应付票据	29,774,162	27,356,717	25,803,271	23,890,061
应付账款	13,704,771	13,095,182	12,497,989	9,058,853
预收款项	1,477,842	1,491,990	1,603,094	982,758
应付职工薪酬	574,991	837,261	384,443	355,535
应交税费	1,000,009	914,542	1,065,938	978,017
应付利息	138,315	83,792	52,563	42,536
其他应付款	10,677,332	10,302,719	8,176,104	6,233,929
一年内到期的非流动负债	225,931	226,541	4,595,440	144,393
其他流动负债	1,054,933	1,217,692	1,078,017	808,026
流动负债合计	68,677,818	64,263,657	61,455,026	45,734,659
非流动负债：				
长期借款	2,880,233	2,853,668	18,000	357,918
应付债券	3,499,995	3,499,995	3,500,021	7,977,095
预计负债	69,331	67,868	56,368	42,460
递延收益	2,214,555	2,111,255	1,958,414	1,805,638
长期应付职工薪酬	45,457	44,014	25,125	20,854
递延所得税负债	699,815	730,780	217,304	191,483
其他非流动负债	91,106	77,796	15,005	20,499
非流动负债合计	9,500,492	9,385,376	5,790,237	10,415,947
负债合计	78,178,310	73,649,033	67,245,263	56,150,606
股东权益：				
股本	9,310,040	9,310,040	9,310,040	7,383,043
资本公积	36,430,812	35,980,490	35,835,357	5,237,740
减：库存股	681,611	-	-	-
其他综合收益	12,156,212	12,045,696	2,502,912	61,833
盈余公积	1,328,715	1,328,715	1,286,919	1,160,735
一般风险准备	290,447	259,480	131,477	27,864
未分配利润	20,114,260	20,033,989	16,642,975	16,611,341
归属于本公司股东权益合计	78,948,875	78,958,410	65,709,680	30,482,556
少数股东权益	4,831,756	4,669,245	4,212,298	1,442,510
股东权益合计	83,780,631	83,627,655	69,921,978	31,925,066
负债及股东权益总计	161,958,941	157,276,688	137,167,241	88,075,672

合并利润表

单位：千元

项目	2018 年 1-3 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	49,620,344	187,927,764	148,585,331	135,547,633
减：营业成本	(41,497,471)	(161,431,791)	(127,247,541)	(115,981,182)
营业税金及附加	(169,012)	(729,294)	(583,455)	(585,796)
销售费用	(5,908,814)	(20,635,780)	(17,451,416)	(16,644,676)
管理费用	(1,557,219)	(4,864,050)	(3,946,274)	(4,291,475)
财务(费用)/收入-净额	(193,190)	(306,467)	(415,828)	(104,282)
资产减值损失	(317,818)	(512,743)	(350,499)	(198,087)
公允价值变动损失	(2,315)	18,851	(33,686)	(6,920)
加：投资收益/(损失)	111,069	4,300,356	1,445,420	1,654,764
其中：对合营企业及联营企业的投资损失	19,648	87,574	(109,189)	(41,383)
资产处置(亏损)/收益	(1,549)	(8,988)	502,292	-
其他收益	25,335	318,238	-	-
二、营业(损失)/利润	109,360	4,076,096	504,344	(610,021)
加：营业外收入	33,259	405,154	520,941	1,665,224
其中：非流动资产处置利得	-	-	-	1,415,228
减：营业外支出	(15,294)	(149,209)	(124,398)	(166,246)
其中：非流动资产处置损失	-	-	-	(17,882)
三、利润/(亏损)总额	127,325	4,332,041	900,887	888,957
减：所得税费用	(43,871)	(282,503)	(407,655)	(131,225)
四、净利润/(亏损)	83,454	4,049,538	493,232	757,732
其中：归属于本公司股东的净利润/(亏损)	111,237	4,212,516	704,414	872,504
少数股东损益	(27,783)	(162,978)	(211,182)	(114,772)
五、其他综合收益的税后净额	130,631	9,493,034	2,536,309	208,664
归属于本公司股东的其他综合收益的税后净额	110,516	9,542,784	2,441,079	139,176
以后将重分类进损益的其他综合收益	110,516	9,542,784	2,441,079	139,176
可供出售金融资产公允价值变动	315,967	11,004,406	1,698,201	158,299
外币财务报表折算差额	(205,451)	(1,461,622)	742,878	(19,123)
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	20,115	(49,750)	95,230	69,488
六、综合收益总额	214,085	13,542,572	3,029,541	966,396
归属于本公司股东的综合收益总额	221,753	13,755,300	3,145,493	1,011,680
归属于少数股东的综合收益总额	(7,668)	(212,728)	(115,952)	(45,284)
七、每股收益				
基本每股收益(人民币元)	0.0119	0.45	0.08	0.12
稀释每股收益(人民币元)	0.0119	0.45	0.08	0.12

合并现金流量表

单位：千元

项目	2018 年 1-3 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	56,833,804	219,432,071	173,574,811	157,526,056
收到其他与经营活动有关的现金	536,901	2,197,685	3,681,437	2,434,742
经营活动现金流入小计	57,370,705	221,629,756	177,256,248	159,960,798
购买商品、接受劳务支付的现金	(50,662,242)	(199,624,431)	(149,805,555)	(134,203,118)
支付给职工以及为职工支付的现金	(3,126,825)	(7,901,610)	(6,287,615)	(6,679,276)
支付的各项税费	(857,496)	(3,973,571)	(3,554,790)	(4,077,363)
支付其他与经营活动有关的现金	(5,373,034)	(16,735,437)	(13,769,053)	(13,267,702)
经营活动现金流出小计	(60,019,597)	(228,235,049)	(173,417,013)	(158,227,459)
经营活动产生/(使用)的现金流量净额	(2,648,892)	(6,605,293)	3,839,235	1,733,339
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	46,318,281	217,825,510	123,068,252	65,008,198
取得投资收益所收到的现金	127,210	4,399,087	298,626	293,650
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5,484	29,131	1,788,110	3,493,090
处置子公司所收到的现金	-	502,500	801,980	2,242,973
取得子公司收到的现金净额	-	-	-	187,717
投资活动现金流入小计	46,450,975	222,756,228	125,956,968	71,225,628
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	(1,192,345)	(2,364,416)	(2,423,832)	(6,436,875)
投资支付的现金	(42,423,509)	(204,733,523)	(163,102,148)	(65,068,965)
取得子公司支付的现金净额	-	(2,220,816)	(43,512)	(5,973)
投资活动现金流出小计	(43,615,854)	(209,318,755)	(165,569,492)	(71,511,813)
投资活动(使用)/产生的现金流量净额	2,835,121	13,437,473	(39,612,524)	(286,185)
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	620,000	836,280	35,416,387	1,499,599
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	620,000	836,280	6,323,568	1,499,599
取得借款收到的现金	4,320,825	16,083,462	13,476,721	4,921,692
筹资活动现金流入小计	4,940,825	16,919,742	48,893,108	6,421,291

偿还债务支付的现金	(2,474,629)	(16,565,936)	(11,036,374)	(2,518,432)
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	(103,458)	(1,264,316)	(1,098,670)	(928,335)
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	(509)	(5,187)	(3,188)	(3,638)
支付其他与筹资活动有关的现金	(3,245,924)	-	-	(78,149)
筹资活动现金流出小计	5,824,011	(17,830,252)	(12,135,044)	(3,524,916)
筹资活动产生/(使用)的现金流量净额	(883,186)	(910,510)	36,758,064	2,896,375
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	(436,394)	(268,370)	98,766	177,065
五、现金及现金等价物净增加/(减少)额	(1,133,351)	5,653,300	1,083,541	4,520,594
加：年初现金及现金等价物余额	23,555,007	17,901,707	16,818,166	12,297,572
六、年末现金及现金等价物余额	22,421,656	23,555,007	17,901,707	16,818,166

本公司于 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 3 月 31 日的母公司资产负债表，以及 2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-3 月的母公司利润表、母公司现金流量表如下：

母公司资产负债表

单位：千元

项目	2018 年 3 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	19,817,672	17,491,365	15,759,738	14,510,091
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	2,061,480	2,277,935	1,081,287	657,487
应收票据	21,904	9,319	12,426	4,424
应收账款	28,731,784	21,650,893	15,375,335	24,689,195
预付款项	13,092,352	11,173,289	13,006,368	7,352,767
应收利息	237,046	199,487	73,773	49,474
应收股利	2,200	2,200	5,819	860,986
其他应收款	22,286,476	21,442,478	10,013,195	6,596,139
存货	16,379,547	15,707,748	11,530,953	11,115,799
其他流动资产	1,142,995	3,618,785	14,466,610	1,158,071
流动资产合计	103,773,456	93,573,499	81,325,504	66,994,433
非流动资产：				
可供出售金融资产	5,073,880	6,911,867	7,487,123	1,651,227
以公允价值计量变动计入损益的金融资产	48,917	48,917	-	-
长期应收款	943,136	943,586	924,900	924,900
长期股权投资	32,438,819	33,969,492	30,119,319	15,266,501

投资性房地产	620,381	646,701	532,004	584,163
固定资产	2,135,020	2,134,558	2,373,453	2,464,239
在建工程	34,534	38,272	58,686	46,171
工程物资	13	13	13	13
无形资产	355,871	365,523	400,444	466,826
开发支出	-	-	-	1,921
长期待摊费用	276,723	310,747	460,734	381,011
递延所得税资产	340,998	250,978	140,172	387,237
其他非流动资产	90,808	-	24,057	23,174
非流动资产合计	42,359,100	45,620,654	42,520,905	22,197,383
资产总计	146,132,556	139,194,153	123,846,409	89,191,816
流动负债：				
短期借款	4,287,791	3,213,737	200,000	699,593
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	50,889	50,889	38,650	14,910
应付票据	19,813,468	16,959,372	17,477,129	13,563,085
应付账款	19,924,256	17,281,425	12,038,435	9,579,569
预收款项	35,883,658	34,479,944	27,333,231	29,470,690
应付职工薪酬	78,252	106,974	49,175	41,871
应交税费	57,281	56,782	50,943	117,369
应付利息	92,125	37,527	41,040	39,356
其他应付款	9,823,439	10,026,216	6,635,630	6,527,492
一年内到期的非流动负债	8,288	13,293	4,515,436	36,025
其他流动负债	102,426	45,483	85,267	57,582
流动负债合计	90,121,873	82,271,642	68,464,936	60,147,542
非流动负债：				
长期借款	2,798,000	2,798,000	-	-
应付债券	3,499,995	3,499,995	3,500,021	7,977,095
递延收益	904,560	998,829	1,387,742	1,261,652
递延所得税负债	16,723			
非流动负债合计	7,219,278	7,296,824	4,887,763	9,238,747
负债合计	97,341,151	89,568,466	73,352,699	69,386,289
股东权益：				
股本	9,310,040	9,310,040	9,310,040	7,383,043
资本公积	32,231,030	32,231,030	32,231,030	5,065,208
减：库存股	681,611	-	-	-
其他综合收益	-44,422	205,543	839,825	267,134
盈余公积	1,328,715	1,328,715	1,286,919	1,160,735
未分配利润	6,647,653	6,550,359	6,825,896	5,929,407
股东权益合计	48,791,405	49,625,687	50,493,710	19,805,527
负债及股东权益总计	146,132,556	139,194,153	123,846,409	89,191,816

母公司利润表

单位：千元

项目	2018 年 1-3 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	40,654,589	156,739,719	122,879,641	105,213,951
减：营业成本	(38,677,883)	(151,979,146)	(118,960,352)	(102,049,127)

营业税金及附加	(22,979)	(118,295)	(101,916)	(77,728)
销售费用	(1,204,367)	(3,418,941)	(2,517,632)	(2,466,920)
管理费用	(630,697)	(1,448,433)	(1,267,328)	(1,579,955)
财务(费用)/收入-净额	36,048	169,274	74,141	79,245
资产减值损失	(116,945)	(254,369)	(177,125)	(137,614)
公允价值变动损失	13,544	8,326	(19,940)	(9,197)
加：投资收益/(损失)	69,656	821,623	1,551,743	1,157,410
其中：对合营企业及联营企业的投资损失	19,591	107,705	(101,246)	(35,070)
资产处置(亏损)/收益	(96)	(192)	606	-
其他收益	4,304	4,745	-	-
二、营业(损失)/利润	125,174	524,311	1,461,838	130,065
加：营业外收入	1,103	12,559	73,936	22,547
其中：非流动资产处置利得	-	-	-	3,237
减：营业外支出	(2,472)	(18,019)	(13,950)	(16,035)
其中：非流动资产处置损失	-	-	-	(1,687)
三、利润/(亏损)总额	123,805	518,851	1,521,824	136,577
减：所得税费用	(26,512)	(100,889)	(56,168)	193,090
四、净利润/(亏损)	97,293	417,962	1,465,656	329,667
五、其他综合收益的税后净额	(249,965)	(634,282)	572,691	158,709
以后将重分类进损益的其他综合收益	(249,965)	(634,282)	572,691	158,709
可供出售金融资产公允价值变动	(249,965)	(634,282)	572,691	158,709
外币财务报表折算差额	-	-	-	-
六、综合收益总额	(152,672)	(216,320)	2,038,347	488,376

母公司现金流量表

单位：千元

项目	2018 年 1-3 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	40,094,056	165,479,387	126,651,362	91,223,830
收到其他与经营活动有关的现金	79,847	4,599,082	13,726,490	12,246,424
经营活动现金流入小计	40,173,903	170,078,469	140,377,852	103,470,254
购买商品、接受劳务支付的现金	(38,362,810)	(153,319,875)	(117,715,711)	(89,124,193)
支付给职工以及为职工支付的现金	(384,463)	(950,509)	(831,189)	(868,015)
支付的各项税费	(178,010)	(406,053)	(615,850)	(494,283)
支付其他与经营活动有关的现金	(3,743,504)	(16,945,594)	(15,858,096)	(12,374,222)
经营活动现金流出小计	(42,668,787)	(171,622,031)	(135,020,846)	(102,860,713)

经营活动产生/(使用)的现金流量净额	(2,494,884)	(1,543,562)	5,357,006	609,541
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	41,167,500	177,269,470	113,689,822	61,247,496
取得投资收益所收到的现金	105,479	884,176	2,557,988	399,636
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	144	1,336	3,151	68,982
投资活动现金流入小计	41,273,123	178,154,982	116,250,961	61,716,114
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	(122,256)	(78,965)	(86,123)	(116,500)
投资支付的现金	(37,197,840)	(174,596,793)	(148,182,468)	(61,197,545)
投资活动现金流出小计	(37,320,096)	(174,675,758)	(148,268,591)	(61,314,045)
投资活动(使用)/产生的现金流量净额	3,953,027	3,479,224	(32,017,630)	402,069
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	29,092,819	-
取得借款收到的现金	1,578,266	6,319,458	2,200,000	699,593
筹资活动现金流入小计	1,578,266	6,319,458	31,292,819	699,593
偿还债务支付的现金	(104,212)	(4,992,600)	(2,699,593)	(597,971)
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	(43,317)	(1,172,008)	(919,407)	(833,114)
支付其他与筹资活动有关的现金	(681,611)		-	-
筹资活动现金流出小计	(829,140)	(6,164,608)	(3,619,000)	(1,431,085)
筹资活动产生/(使用)的现金流量净额	749,126	154,850	27,673,819	(731,492)
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-		-	-
五、现金及现金等价物净增加/(减少)额	2,207,269	2,090,512	1,013,195	280,118
加：年初现金及现金等价物余额	12,368,604	10,278,092	9,264,897	8,984,779
六、年末现金及现金等价物余额	14,575,873	12,368,604	10,278,092	9,264,897

五、最近三年及一期主要财务指标

（一）发行人最近三年及一期主要财务指标

项目	2018年3月31日 /2018年1-3月	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度	2015年12月31日 /2015年度
资产总额（千元）	161,958,941	157,276,688	137,167,241	88,075,672
负债总额（千元）	78,178,310	73,649,033	67,245,263	56,150,606
全部债务（千元）	46,429,853	42,674,142	40,114,899	35,610,018
所有者权益（千元）	83,780,631	83,627,655	69,921,978	31,925,066
营业总收入（千元）	49,620,344	187,927,764	148,585,331	135,547,633
营业总成本（千元）	49,643,524	188,480,125	149,995,013	137,805,498
利润总额（千元）	127,325	4,332,041	900,887	888,957

项目	2018 年 3 月 31 日 /2018 年 1-3 月	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
净利润（千元）	83,454	4,049,538	493,232	757,732
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（千元）	20,503	(88,391)	(1,107,612)	(1,464,864)
归属于母公司所有者的净利润（千元）	111,237	4,212,516	704,414	872,504
经营活动产生现金流量净额（千元）	(2,648,892)	(6,605,293)	3,839,235	1,733,339
投资活动产生现金流量净额（千元）	2,835,121	13,437,473	(39,612,524)	(286,185)
筹资活动产生现金流量净额（千元）	(883,186)	(910,510)	36,758,064	2,896,375
流动比率	1.36	1.37	1.34	1.24
速动比率	1.00	0.97	0.77	0.85
资产负债率（%）	48.27	46.83	49.02	63.75
债务资本比率（%）	35.66	33.79	36.46	52.73
营业毛利率（%）	15.26	13.08	13.39	13.70
平均总资产回报率（%）	0.17	3.38	1.32	1.54
加权平均净资产收益率（%）	0.14	5.76	1.41	2.87
扣除非经常损益后加权平均净资产收益率（%）	0.03	(0.12)	(2.22)	(4.82)
EBITDA（千元）	740,277	7,079,758	3,286,947	3,886,066
EBITDA 全部债务比	0.02	0.17	0.08	0.11
EBITDA 利息保障倍数	4.66	10.33	4.85	6.80
应收账款周转率	18.31	105.94	161.90	215.75
存货周转率	2.19	10.32	9.80	8.49

（二）上述财务指标的计算方法

上述指标均依据合并报表口径计算，各指标的具体计算公式如下：

全部债务=长期借款+应付债券+短期借款+应付短期债券+一年内到期的非流动负债+交易性金融负债+应付票据；

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=（流动资产-存货-其他流动资产）/流动负债；

资产负债率=负债合计/资产合计；

债务资本比率=全部债务/（全部债务+所有者权益）；

营业毛利率=（主营业务收入-主营业务成本）/主营业务收入；

平均总资产回报率=（利润总额+计入财务费用的利息支出）/总资产平均余额；

加权平均净资产收益率及扣除非经常损益后加权平均净资产收益率均根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）计算；

EBITDA=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧、油气资产折耗+无形资产摊销+长期待摊费用摊销；

EBITDA 全部债务比=EBITDA/全部债务；

EBITDA 利息保障倍数=EBITDA/（资本化利息+计入财务费用的利息支出）；

应收账款周转率=主营业务收入/[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2]

存货周转率=主营业务成本/[（期初存货余额+期末存货余额）/2]

如无特别说明，本节中出现的指标均依据上述口径计算。

第六节 募集资金运用

一、本期债券募集资金运用计划

本期债券发行规模不超过 80 亿元，募集资金扣除发行费用后，拟用于偿还公司债务。根据本期债券发行时间和实际发行规模、募集资金到账时间、公司债务结构调整计划及其他资金使用需求等情况，本着有利于优化公司债务结构和节省财务费用的原则，对具体的运用计划进行适当的调整。在有息债务偿付日前，发行人可以在不影响偿债计划的前提下，根据公司财务管理制度，将闲置的债券募集资金用于补充流动资金（单次补充流动资金最长不超过 12 个月）。

二、募集资金运用对发行人财务状况的影响

（一）对发行人负债结构的影响

以 2017 年 12 月 31 日未经审计的公司财务数据为基准，本次债券发行完成且根据上述募集资金运用计划予以执行后，本公司合并财务报表的资产负债率水平不变；合并财务报表的非流动负债占负债总额的比例将由发行前的 12.74%增至发行后的 23.61%。

（二）对于发行人短期偿债能力的影响

以 2017 年 12 月 31 日未经审计的公司财务数据为基准，本次债券发行完成且根据上述募集资金运用计划予以执行后，公司合并财务报表的流动比率将由发行前的 1.37 增加至发行后的 1.56。公司流动比率将有一定的提升，流动资产对于流动负债的覆盖能力得到提高，短期偿债能力增强。

三、募集资金专项账户管理安排

公司按照《管理办法》相关要求，设立了本次公司债券募集资金专项账户，用于公司债券募集资金的接收、存储、划转与本息偿付。专项账户相关信息如下：

账户名称：苏宁易购集团股份有限公司

开户银行：光大银行南京分行营业部

银行账户：76490188000582808

四、关于本次债券募集资金的承诺

发行人承诺，本次公开发行公司债券募集资金仅用于符合国家法律法规及政策要求的企业生产经营活动，将严格按照募集说明书约定的用途使用募集资金，不转借他人使用，不用于非生产性支出，不用于购买理财产品，并将建立切实有效的募集资金监督机制和隔离措施。

第七节 备查文件

一、备查文件内容

- （一）发行人最近三年审计报告及财务报表；
- （二）主承销商出具的核查意见；
- （三）发行人律师出具的法律意见书；
- （四）信用评级机构出具的资信评级报告；
- （五）债券持有人会议规则；
- （六）债券受托管理协议；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件。

在本次债券发行期内，投资者可以至本公司及主承销商处查阅本募集说明书摘要全文及上述备查文件，或访问深圳证券交易所网站（<http://www.szse.com.cn>）查阅本募集说明书摘要。

二、备查文件查阅地点

投资者可以自本次债券募集说明书公告之日起到下列地点查阅本募集说明书摘要全文及上述备查文件：

发行人：苏宁易购集团股份有限公司

住所：江苏省南京市山西路 8 号金山大厦 1-5 层

联系地址：江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号

法定代表人：张近东

联系人：黄巍

联系电话：025-84418888-888122/888480

传真：025-84418888-2-888480

主承销商：中信证券股份有限公司

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

法定代表人：张佑君

联系人：徐晨涵、赵维、周伟帆

联系电话：010-60836701

传真：010-60833504

三、备查文件查阅时间

本次债券发行期间，每日 9:00-11:30，14:00-17:00（非交易日除外）。

投资者若对本募集说明书摘要存在任何疑问，应咨询自己的证券经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。