

证券代码：002024

证券简称：ST 易购

公告编号：2026-024

苏宁易购集团股份有限公司

2025 年年度报告摘要

一、重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

2、所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

3、非标准审计意见提示

适用 不适用

立信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2025 年年度财务报告出具了带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见审计报告。本公司董事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

4、董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

5、董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

6、截至报告期末，母公司存在未弥补亏损：

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2026]第 ZA10739 号《审计报告》，经审计母公司于报告期末未分配利润金额-85.02 亿元。依据《公司章程》第一百六十六条，公司实施现金分红应同时满足以下条件：（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）：重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 20%（含 20%）；（4）不存在不能按期偿付债券本息或者到期不能按期偿付债券本息的情形。因此，公司不具备实施现金分红的条件。

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	ST 易购	股票代码	002024
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄巍	刘结	
办公地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号		
传真	025-83213880		
电话	025-84418888-888122/888480		
电子信箱	stock@suning.com		

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司在江苏省、南京市政府以及供应商、合作伙伴的鼎力支持下，聚焦家电 3C 零售业务，围绕全渠道拓展、商品供应链建设、服务能力提升等核心方向持续推进各项工作，加速 AI 技术在公司零售场景的落地应用。

1、推进全渠道发展，创新零售场景

报告期内，公司持续优化店面布局，坚定地推进大店战略，调整关闭低效门店 238 家，新开重装 Suning Max、Suning Pro 大型体验型门店 79 家，逐步形成了具有广泛影响力的新业态网络，通过门店场景、供应链生态与服务体验的多维创新，聚焦打造了一批以“科技+生活+社交”为核心的智慧生活空间。门店场景创新方面，新增各类用户体验场景，包括 3C 课堂、咖啡、游戏体验、衣物洗护体验、厨房美食等，落地电竞联赛、全国厨艺争霸赛系列比赛，激发消费者参与热情；供应链生态上，加强新潮科技产品供给，联合工厂持续发布新品，打造更好的展台互动体验形象，同时迭代家庭局改、家电清洗等服务产品，丰富产品供给；服务体验上，依托“管家服务”与 Friend 会员体系，全方位提升用户体验；在以旧换新方面，公司积极响应国家“两新”政策，第三季度开始公司加大企业补贴力度，应对市场竞争和政策的边际效应递减，策划打造“走街串巷·国补社区行”IP 活动，深耕市场、强化终端用户连接。

在县镇市场，推进零售云大店建设，优化店面结构，2025 年零售云加盟店新开大店占比达 24.10%，零售云业务围绕门店零售服务能力构建，提出全新“家+计划”，持续开拓县镇市场、夯实下沉服务体系，持续推动新智家电 3C 产品下沉，实现产品结构升级；通过一系列家电以旧换新社区行、零售云合作伙伴大会、美好生活嘉年华等活动，不断扩充品类、加码补贴，助力家电换新消费；加速推动 AI 大模型与数字化平台的应用落地，精准聚焦并解决县镇商户在门店运营、供应链管理等方面的问题，进一步赋能品牌方、加盟商等伙伴，提升零售云门店全过程获客及服务

能力。零售云业务转型效果有所显现，自三季度起零售云业务企稳，下半年零售云自营商品销售规模同比增长 15.9%。

苏宁易购电商业务深耕家电 3C 核心业务，依托家电供应链和服务能力，深度链接并扎根各大流量平台，进一步开放协同，拓展更多合作伙伴；同时依托核心城市与县域市场的门店网络及流量转化优势，大力推进即时零售业务。公司积极拓展出海电商业务，整合供应链，自四季度起启动东南亚、美国市场的销售业务，后续将进一步升级出海业务平台，为品牌和优质商品出海提供一站式服务。

2025 年公司在内容、购物、工具等不同类型的主流 APP 平台上布局了实体门店的线上营销网络，建立了抖音生服、小红书、美团、高德等平台店铺或矩阵，稳居抖音生服等平台家电行业 TOP1 商家，为公司获取家电潜客，引导客户到店转化，真正落实 O2O 融合营销策略。

2025 年，易采云在政企业务领域持续深耕数字化采购，用 AI 技术重构政企采购流程，打造开放型智能采购商城平台，通过平台资源整合能力，帮助客户解决采购效率低、成本高、管理难的三大痛点，助力客户轻装上阵、聚焦核心业务发展。过去一年，苏宁易采云在供应链运营、场景服务、履约管控、招投标四大关键环节，全面落地 AI 智能体应用，以技术重构采购全链路，显著提升客户采购体验与服务效率。上线云链商城，深度协同上游品牌厂商、核心供应商、优质代理商，整合产业链上下游优质资源，共享数字化运营能力，推动采购生态上下游协同升级。2025 年在易采云平台下单的政企采购主体数量同比增长 111%，订单量同比增长 48.65%，政企业务全年实现收入同比增长 23.18%。

2、打造智慧供应链，推动专供产品价值链升级

公司积极打造“智慧供应链”模式，建立面向上下游的供应链平台，全面总结零售经验并集成为系统化工具，持续深化 AI 智能化产品与技术应用，向上游提升供应商协同效率，向下游增强商户端与消费者端体验价值。

AI 供应链方面，公司已全面实现采购智能化，在销售预测大模型搭建基础上，公司进一步引入业界领先的“时序大模型”，并基于自身海量真实销售数据定制化训练苏宁“灵策”大模型，推动对业务流程的底层重构。

专供产品价值链建设方面，公司持续扩大和供应商合作的深度，拓展商品的广度，全面覆盖高中低端产品系列，在性价比提升和价值链提升的基础上，商品结构占比持续优化，报告期内公司强化推进专供产品建设，提升供应链效益，2025 年公司全渠道定制专供商品销售占比达 23.4%。

3、创新用户服务特色，优化物流资产运营效能

苏宁帮客定位为互联网+家庭全场景服务平台，以家电服务、社区生活服务、新能源服务、3C

服务四大核心业务为主线，聚焦居民高频刚需，建立专业透明的服务标准、标准化产品体系、全流程管控机制。其中，在新能源服务上，苏宁帮客携手行业主流车企，构建全场景新能源消费生态，2025 年已与比亚迪、长城、鸿蒙智行、零跑、宝马、保时捷等头部企业形成常态化合作；在新能源场站和储能建设方面，已经进入该领域，并已承接场站建设项目且投入运营。

在以旧换新方面，公司积极响应国家以旧换新国补政策，推行“送新收旧一步式”“五免四不限”等服务，依托自有渠道深度联动外部平台，贯穿家电从回收到拆解的资源再生一体化运营，切实降低消费者参与门槛，提升回收效率。

在物流资产运营方面，公司多措并举提升运营效率，持续强化物流资产的社会化运营与招商工作，稳步推进物流园区产业多元化发展。

4、AI+零售建设

公司在人工智能上加快零售场景落地应用，基于国产开源大模型基座，通过海量零售相关数据训练零售垂域大模型“灵思”，获得国家网信办生成式人工智能服务备案；建立了涵盖导购数字人、智能问答、营销创作、智能预测、智能数据分析、智慧管理、智慧办公等诸多核心基础能力，全面覆盖“人、货、场、商、客”的零售场景，贯穿企业全链路的工作流，提升业务洞察力与效率，如采购效率提升、营销转化率增长、客服咨询响应速度及服务量提升，构建从供应链优化到终端服务升级的全链路智能化发展，推动业务转变为由数据与 AI 智能体驱动的精准运营。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：千元

	2025 年	2024 年	本年比上年增 减	2023 年
营业收入	48,957,914	56,791,461	-13.79%	62,627,455
归属于上市公司股东的净利润	58,140	610,611	-90.48%	-4,089,537
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	-4,414,106	-1,024,978	-330.65%	-5,174,310
经营活动产生的现金流量净额	2,358,396	4,585,589	-48.57%	2,910,303
基本每股收益（元/股）	0.01	0.07	-85.71%	-0.45
稀释每股收益（元/股）	0.01	0.07	-85.71%	-0.45
加权平均净资产收益率	0.47%	5.10%	-4.63%	-29.75%
	2025 年末	2024 年末	本年末比上年 末增减	2023 年末

总资产	109,846,105	119,042,939	-7.73%	121,748,283
归属于上市公司股东的净资产	12,631,961	12,430,605	1.62%	11,375,416

(2) 分季度主要会计数据

单位：千元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	12,893,845	13,000,915	12,236,335	10,826,819
归属于上市公司股东的净利润	17,960	30,733	24,637	-15,190
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-198,522	-666,191	-1,110,249	-2,439,144
经营活动产生的现金流量净额	919,183	570,892	139,109	729,212

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股 股东总数	178,349	年度报告披露 日前上一月末普 通股股东总数	174,409	报告期末表决权 恢复的优先股股 东总数	-	年度报告披露日 前上一月末表决 权恢复的优先股 股东总数	-	
持股 5%以上的股东或前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）								
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持 股数量	报告期内 增减变动 情况	持有有 限售条 件的股 份数量	持有无限 售条件 的股份 数量	质押、标记或冻结 情况	
							股份 状态	数量
杭州灏月企业管理 有限公司	境内非国有 法人	20.09%	1,861,076,927	0	0	1,861,076,927		
张近东	境内自然人	17.70%	1,640,181,431	0	0	1,640,181,431	质押 冻结	1,100,000,000 540,181,430
江苏新新零售创 新基金二期（有 限合伙）	境内非国有 法人	17.04%	1,578,696,146	0	0	1,578,696,146		
江苏新新零售创 新基金（有限合 伙）	境内非国有 法人	5.61%	520,000,000	0	0	520,000,000		
李松强	境内自然人	3.60%	333,895,250	13,491,902	0	333,895,250	质押	50,000,000
苏宁控股集团有 限公司	境内非国有 法人	2.75%	254,411,429	0	0	254,411,429	质押	254,411,429
苏宁电器集团有 限公司	境内非国有 法人	1.40%	129,448,134	0	0	129,448,134	质押 冻结	129,448,134 129,448,134

金明	境内自然人	1.35%	125,001,165	0	0	125,001,165	质押	120,000,000
陈金凤	境内自然人	0.78%	72,039,097	-1,000,000	0	72,039,097	质押	64,649,996
苏宁易购集团股份有限公司一第二期员工持股计划	其他	0.67%	62,350,406	-168,673	0	62,350,406		
上述股东关联关系或一致行动的说明	张近东先生与苏宁控股集团有限公司构成一致行动人关系，张近东先生持有苏宁电器集团有限公司 50% 股权。除前述关联关系外，未知公司前十名主要股东、前十名无限售条件股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。							
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无							

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

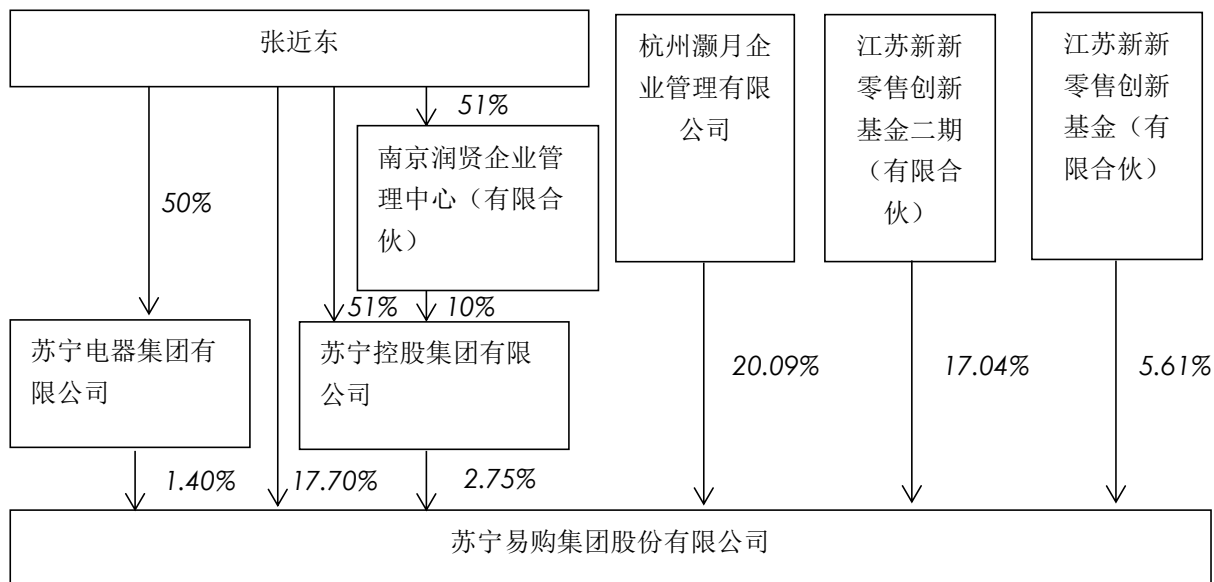
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



注：以上股东持股比例为截至 2025 年 12 月 31 日数据。

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2025 年公司多措并举保障企业稳健运营及持续经营，取得一定的成效。在地方政府支持下继续稳续了银行等金融机构存量融资并适当拓展了增量贷款，有效化解了苏宁国际海外债务风险，为公司提供稳定、良好的信用环境；加快投资处置，报告期内出售其他权益工具投资等资产，回笼资金 20.03 亿元，为公司债务化解及业务发展提供了资金支持；债务化解工作取得一定成效，期末负债规模较期初减少 87.18 亿元，资产负债结构稳步改善。2026 年公司在巩固 2025 年工作成效基础上，将推进企业战略升级，坚定聚焦增收、降本、提效工作，增强自身盈利能力，改善财务状况；加快资产盘活，拓展与金融机构的合作，稳步增厚现金流；积极强化各方协同，平稳有序压降负债规模，进一步增强企业的持续经营能力，努力降低和消除审计报告中所强调事项对公司的影响，维护公司和广大投资者的利益。

1、全面升级企业战略，聚焦核心能力建设，提升企业整体经营能力。

基于 AI 人工智能技术和应用的快速发展，以及苏宁零售服务能力平台的基本构建，公司对企业战略进行升级优化，全面升级为“智慧生活服务商”，以家电 3C 为基本盘，全面依托 AI 技术，融合线上线下、到家到店、售前售中售后等环节，通过零售服务平台以生态协同的方式构建广泛覆盖的网络触点，为用户提供智慧生活方式服务，成为用户最信赖的家庭生活管家。

基于智慧生活服务商的战略定位，公司将致力于打造以 AI 技术为驱动，以场景体验为内核，以家电 3C 供应链和即时服务能力为两翼，以管理智能体、生态协同和稳健盈利为支撑的核心能力。在核心能力建设上，聚焦专供商品价值链建设，提高供应链效率，紧抓以旧换新国补政策市场机会，增强盈利能力；在经营模式创新上，坚定开放协同并持续推进数字化平台建设，全面提升企业经营效率；与此同时，公司将继续致力于提升用户体验，重塑品牌心智，恢复企业品牌美誉度，增强市场竞争力。

2、多措并举改善企业流动性，增厚现金流。

在地方政府及相关部门的支持下，持续发挥联合授信委员会的协同运作机制，继续稳固与各主要合作银行的存量授信业务，深化同银行及各类金融机构的合作对接，结合各业务模块的特点拓展融资渠道获取增量资金；同时公司将继续加快盘活资产，加速回笼资金，强化对外投资的回收，多渠道补充公司现金流，提升资金安全边际。

3、稳步降低企业债务规模，优化资本结构。

公司继续妥善化解历史债务，持续推动与供应商、合作伙伴应付款项问题的解决。应付款化解工作重点仍是持续推进与供应商的合作恢复和扩大，在业务发展中通过恢复合作、扩大合作产

生的毛利来解决历史遗留问题；另一方面加强与供应商的主动沟通协商，达成和解，力争实现分期或者延期支付。公司还将持续剥离非核心资产、非主业业务，实现业务聚焦及轻装上阵。此外，公司在推进相关业务单元独立发展及战略引资的同时，还将尝试推进债转股工作，以进一步降低公司负债水平，优化资产负债结构。

为保障上述工作的顺利开展，公司将进行细化梳理，明确实施计划与节点要求，加强全过程的组织管理和风险管控，并配套建立健全有效的激励机制。

苏宁易购集团股份有限公司

2026年3月31日