证券代码:002024　　证券简称:苏宁云商　　公告编号:2014-019

苏宁云商集团股份有限公司

【2013】年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

股票简称	苏宁云商	股票代码	002024
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	任 峻	韩 枫	
电话	025-84418888-888122/888480		
传真	025-84418888-2-8888480		
电子信箱	stock@cnsuning.com		

2、主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据　□ 是 √ 否

(单位:千元)

	2013年	2012年	本年比上年增减(%)	2011年
营业收入	105,292,229	98,357,161	7.05%	93,888,580
归属于上市公司股东的净利润	371,770	2,676,119	-86.11%	4,820,594
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	306,725	2,515,093	-87.80%	4,623,986
经营活动产生的现金流量净额	2,238,484	5,299,441	-57.76%	6,588,520
基本每股收益(元/股)	0.05	0.37	-86.49%	0.69
稀释每股收益(元/股)	0.05	0.37	-86.49%	0.69
加权平均净资产收益率(%)	1.31%	10.61%	-9.30%	23.68%
	2013年末	2012年末	本年末比上年末增减(%)	2011年末
总资产	82,251,671	76,161,501	8.00%	59,786,473
归属于上市公司股东的净资产	28,369,258	28,459,130	-0.32%	22,328,334

(2)前10名股东持股情况表

报告期末股东总数	395,574	年度报告披露日前第5个交易日末股东总数	427,635

前10名股东持股情况

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	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
张近东	境内自然人	26.44%	1,951,811,430	0	1,951,811,430(注3)	0	质押	604,000,000(注6)
苏宁电器集团有限公司	境内非国有法人	14.73%	1,087,341,951	74,708,896(注2)	0	1,087,341,951	质押	67,800,000(注6)
苏宁控股集团公司(注1)	境内非国有法人	4.20%	309,730,551	21,664,703(注2)	288,065,848(注3)	21,664,703	质押	288,065,848(注6)
陈金凤	境内自然人	2.66%	196,132,370	0	0	196,132,370	质押	196,000,000(注6)
金明	境内自然人	1.69%	125,001,165	1,893,758	93,750,874(注4)	31,250,291	质押	30,000,000(注6)
北京弘毅贰零贰零投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.34%	98,765,436	0	98,765,436(注5)	0		
蒋勇	境内自然人	0.79%	58,064,580	0	0	58,064,580	质押	56,200,000(注6)
中国民生银行—华夏深证100指数证券投资基金	境内非国有法人	0.66%	49,046,038	0	0	49,046,038		
南方东英资产管理有限公司—南方富时中国A50ETF	境外法人	0.50%	36,632,756	0	0	36,632,756		
中国工商银行—融通深证100指数证券投资基金	境内非国有法人	0.48%	35,595,021	0	0	35,595,021		
战略投资者或一般法人因配售新股成为前10名股东的情况	无							
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、张近东先生持有苏宁控股集团有限公司100%的股权,张近东先生与苏宁控股集团有限公司构成一致行动人关系; 2、张近东先生持有苏宁电器集团有限公司39.75%股权,为其第二大股东,张近东先生与苏宁电器集团有限公司构成关联关系; 除前述关联关系外,未知公司前十名主要股东、前十名无限售条件股东之间是否存在其他关联关系,也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。							

注1:苏宁控股集团有限公司原名为“南京润东投资有限公司”,为公司实际控制人张近东先生控制的全资子公司;

注2:报告期内,基于对公司长远发展的信心,公司控股股东张近东先生之全资子公司苏宁控股集团有限公司通过二级市场增持公司股份21,664,703股,增持股份占公司总股本比例为0.29%;公司第二大股东苏宁电器集团有限公司通过二级市场增持本公司股数74,708,896股,增持股份占公司总股本比例为1.01%;

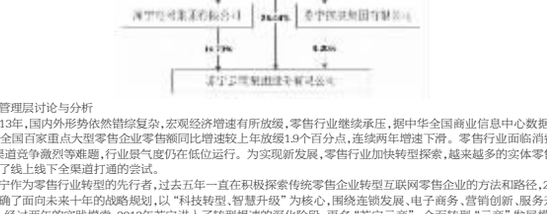
注3:控股股东张近东先生及其全资子公司苏宁控股集团有限公司因认购公司2011年非公开发行股票,出具了相关《承诺函》,承诺其拥有的全部苏宁云商股份自发行结束之日(即2012年7月10日)起三十六个月内不进行转让;

注4:报告期内,董事金明先生增持公司股份1,893,758股,作为公司董事,金明先生其所持有的公司股份需按照国家有关法律法规及规范性文件进行锁定;

注5:北京弘毅贰零贰零投资中心(有限合伙)认购公司2011年非公开发行股票,按照相关法律法规及规范性文件规定,该部分股份自发行结束之日(2012年7月10日)起限售三十六个月;

注6:公司股东股票质押主要原因为张近东先生为其全资子公司苏宁控股集团有限公司认购本公司2011年非公开发行股份进行融资等相关融资事项提供质押担保;为协助苏宁电器集团有限公司加快店面建设,以配合我司推进自建店开发。2014年1月,股东苏宁电器集团有限公司、陈金凤、金明及蒋勇所质押股份已经全部解除质押。

(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



3、管理层讨论与分析

2013年,国内外形势依然错综复杂,宏观经济增速有所放缓,零售行业继续承压,据中华全国商业信息中心数据显示,2013年全国百家重点大型零售企业零售额同比增速较上年放缓1.9个百分点,连续两年增速下滑。零售行业面临消费复苏缓慢、渠道竞争激烈等难题,行业景气度仍在低位运行。为实现新发展,零售行业加快转型探索,越来越多的实体零售商纷纷开始了线上线下全渠道打通的尝试。

苏宁作为零售行业转型的先行者,过去五年一直在积极探索传统零售企业转型互联网零售企业的方法和路径,2011年我们明确了面向未来十年的战略规划,以“科技转型、智慧升级”为核心,围绕连锁发展、电子商务、营销创新、服务升级推进转型,经过两年的实践摸索,2013年苏宁进入了转型提速的深化阶段,更名“苏宁云商”,全面转型“云商”发展模式,明确了以互联网零售为主体,打造O2O的全渠道经营和线上线下的开放平台的“一体两翼互联网零售路线图”。围绕互联网零售转型,2013年公司做了很多战略布局,2月份再造组织架构,实现了双线渠道的全面融合、资源的全面共享;6月份推出线上线下同价政策,为实现全渠道经营打破价格壁垒;9月份启动开放平台,全面开放公司能力,实现全品类经营;同时还探索互联网化门店模式,统一线上线下购物体验;年底还推进苏宁互联网文化的再造工作。随着各项工作的持续推进,公司互联网转型路径越来越清晰,布局也日益完善。

综上,2013年外部环境不甚乐观,公司积极应对加快转型进程,探索建立新型商业模式和盈利模式,加大在市场推广、人员储备、物流平台建设等方面的投入,进行超前储备,短期来看对公司运营效益带来影响,但长期来看有助于增强市场竞争力、提升客户体验和降低企业成本,为公司实现互联网零售转型奠定基础。2013年公司实现营业收入1,052.92亿元,较上年同比增加7.05%,利润总额、归属于上市公司股东净利润分别较上年同比下降95.55%、86.11%。

(一)连锁发展基本情况

(1)大陆市场

2013年,公司在持续推进连锁纵深发展的同时,继续加大店面调整,优化店面布局。报告期内,公司新进6个地级以上城市,19个县级城市,新开店面97家,其中二三级市场开发力度持续加大,新开店数量占比达到72.16%;继续贯彻旗舰店策略,升级改造EXPO旗舰店、地区旗舰店,同时通过设立综合服务专区、易购直销区、易购体验区等方式丰富门店功能,在北京、天锡尝试推进“红孩子”实体店面建设,积极探索苏宁店面的品类升级、体验升级和服务升级;对于店面密度较大的一级市场的部分低效社区店以及一些不符合公司连锁发展规划标准的门店加快主动调整,年内共计关闭各类店面176家。

截至2013年12月31日,公司在大陆地区已进入277个地级以上城市,拥有连锁店面1,585家,其中常规店(旗舰店、中心店、社区店)1,495家,县镇店76家,实购仓店12家,红孩子店面2家,连锁店面和仓计667.49万平方米,其中购置店面38家,自行开发店面44家,合作开发长期租赁店面6家,另公司位于北京、上海、杭州、西安等地的自建店项目正在建设中,公司通过购置、自建,与大型地产商合作开发方式拥有较多优质店面资源。

(2)国际市场

报告期内,公司在香港地区新开店面3家,关闭店面4家;在日本市场新开店面2家,关闭店面1家,海外市场发展相对稳固。截至报告期末,公司在香港地区拥有在销店面29家,在日本市场拥有在销店面12家。

综上,截至报告期末,公司在中国大陆、香港地区、日本市场拥有在销店面1,626家。

(二)经营结果及原因概述

(单位:千元)

项 目	2013年度	2012年度	增减率(%)
营业总收入	105,292,229	98,357,161	7.05%
营业成本	89,279,061	80,884,646	10.38%
销售费用	12,739,711	11,810,941	7.86%
管理费用	2,805,667	2,350,107	19.38%
财务收入—净额	149,087	186,083	-19.88%
营业利润	183,903	3,013,603	-93.90%
利润总额	144,386	3,241,598	-95.55%
净利润	104,303	2,505,462	-95.84%
归属于上市公司股东的净利润	371,770	2,676,119	-86.11%
少数股东权益	-267,467	-170,657	-56.73%
经营活动产生的现金流量净额	2,238,484	5,299,441	-57.76%

1、营业收入变化情况

报告期内,在外部市场复苏缓慢,家电消费微助政策退出情况下,公司积极践行云商发展模式,推行线上线下同价策略,持续优化店面网络结构,提升门店经营质量,通过一系列优化举措的实施,公司保持了一定的可比门店增长速度,线上业务也稳步增长。2013年度公司实现营业总收入较去年同期增长7.05%,其中主营业务收入同比增加7.13%。

2、毛利率变化情况

项 目	2013年度	2012年度	增减变化
主营业务毛利率(%)	14.39%	16.93%	-2.54%
其他业务毛利率(%)	1.02%	1.08%	-0.06%
综合毛利率(%)	15.41%	18.01%	-2.60%

报告期内,公司综合毛利率同比下降2.60个百分点,变化原因主要为:

(1)公司继续加大互联网业务拓展,在当前市场环境之下价格竞争较为激烈,引流促销活动比较频繁,加之3C类毛利较低的产品占比较大,互联网业务毛利率处于一个较低的水平,但互联网业务在公司销售占比中处于增长的趋势;

(2)公司为了打通O2O融合的价格壁垒,在6月份推出了线上线下同价策略,也带来线下毛利率水平一定程度的下降,公司认为虽然采取这样的策略,短期内会影响公司的业绩,但与其维持在旧的商业模式下的不可持续的盈利,不如尽快打破价格壁垒,积极推进O2O融合,建立新的盈利模式;

(3)公司基于互联网的竞争环境,在未来的一个阶段里都将采取比较积极的价格策略,给消费者提供更具性价比的、普惠的产品与服务。一方面,公司认为新的盈利模式不会再来自信息的不透明、不对称,而应该建立在公司真正对于产品、价格、服务的管理能力,公司会花更大力气加快商品研究能力的提升、供应链管理能力的提升来带动采购能力、差异化产品、自主产品经营能力的提升,通过供应链效率提升来增加盈利;另一方面,公司将进一步通过数据营销、智能导购加大消费者对于附加值较高的产品和服务的购买,如关联商品、周边产品、延保、内容等方面的销售占比提升;同时,积极建设开放平台,以此输出公司的资源与能力,协助供应商提高用户引流、精准营销、物流服务水平,降低其运营成本,带来盈利模式的拓展。

3、三项费用率变化情况

项 目	2013年度	2012年度	增减变化
销售费用率	12.26%	12.18%	0.08%
管理费用率	2.70%	2.42%	0.28%
财务费用率	-0.14%	-0.19%	0.05%
三项费用率	14.82%	14.41%	0.41%

报告期内,公司可比门店实现了一定幅度的增长,互联网业务也处于较快的增长阶段,带来公司租赁费用、广告费用率略有下降,但随着小件商品销售数量的增加,加之公司对于新拓展品类商品的供应链部署还在完善过程中,公司物流费用增长较快,由此带来销售费用率基本持平,略有增长。

为有效推进互联网战略转型,加大苏宁易购专业人才、日常运营人员的引进以及IT研发投入,带来公司管理费用上升;公司收购红孩子、加大物流上地储备相关的摊销增加,也带来了管理费用率水平的提升。但公司认为,这些方面的费用是公司基于长期战略发展所进行的必要的前期投入,后期在经营规模扩大、成本下降或能力提升的作用等逐步体现。

另报告期内公司完成35亿元公司债券的发行,累计公开发行债券80亿元,相应计提利息使得财务费用有所增加。但公司也在提升资金的利用水平,通过与银行等金融机构合作,积极开展资金管理工作,财务收益也较去年增加。整体来看,公司财务费用率基本持平,但募集资金对于公司的物流建设、差异化采购、研发水平提升等方面有重要的意义。

综述,公司三项费用率同比增加0.41个百分点。

4、归属于上市公司股东的净利润变化情况

鉴于上述1-3项,报告期内,公司实现净利润较同期下降95.84%,但由于处于培育期的苏宁易购、日本LAOX公司短期出现一定的亏损,其少数股东权益占比较大,分别承担了相应比例的亏损额,由此带来归属于上市公司股东的净利润同比下降86.11%。

四、主营业务构成情况

1、报告期内公司主营业务范围为:家用电器及消费类电子产品的销售和服务,未发生变更。

2、报告期内公司主营业务收入、主营业务利润的构成情况　　(单位:千元)

A、主营业务分行业、产品情况表:

分行业	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利率(%)	主营业务收入比上年同期增减(%)	主营业务成本比上年同期增减(%)	主营业务毛利率比上年同期增减
零售业(注)	103,920,639	88,971,651	14.39%	7.13%	10.41%	-2.54%

注:报告期内,关联方苏宁置业集团有限公司及子公司、苏宁电器集团有限公司及子公司、南京钟山国际高尔夫置业有限公司因其业务发展需要,向公司采购相关工程使用的空调、彩电等家电产品,同时接受公司向其提供的相关安维服务,由此带来报告期内公司实现其主营收入4,515.63万元。

分产品	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利率	主营业务收入比上年同期增减(%)	主营业务成本比上年同期增减(%)	主营业务毛利率比上年同期增减(%)
彩电、音像、碟机	22,012,974	18,290,062	16.91%	2.82%	6.91%	-3.18%
数码及IT产品	18,046,729	16,750,674	7.18%	-2.18%	-0.38%	-1.68%
冰箱、洗衣机	17,810,470	14,655,100	17.72%	14.85%	19.94%	-3.49%
通讯产品	17,422,836	15,695,883	9.91%	5.14%	7.00%	-1.57%
小家电产品(注)	14,710,944	12,085,367	17.85%	11.82%	17.12%	-3.71%
空调器产品	12,706,186	10,538,262	17.06%	16.58%	21.04%	-3.06%
安装维修业务	1,033,242	800,249	22.55%	19.02%	27.87%	-5.36%
其他产品	177,258	156,054	11.96%	20.56%	30.86%	-6.93%
合计	103,920,639	88,971,651	14.39%	7.13%	10.41%	-2.54%

注:小家电产品包括厨卫、生活电器以及百货类产品。

? 分品类产品销售及毛利率变动情况

? 传统家电产品

报告期内,公司加强传统优势品类如冰洗、空调器产品的推广力度,充分发挥公司规模采购的优势,加大让价幅度,让利消费者,毛利率一定程度下降的同时,销售收入实现了较快的增长。公司将继续加强传统家电的经营优势,有效利用全渠道优势,继续保持较强的价格竞争力,提高市场份额,同时还将强化差异化采购能力以提高经营效益。

? 通讯、数码及IT产品

由于智能手机的快速普及对数码产品市场带来影响,数码产品市场销售有所下滑;公司推动通讯产品在市场、品牌结构等方面的调整,增速有所放缓。公司将在3C产品线上持续加强单品运作,充分运用首销、独销方式拉动销售。公司进一步在加强与运营商合作,佣金收入有所提高。

? 生活、百货类产品

报告期内,公司进一步明确了百货、图书、家居等品类的经营策略,以开放平台经营的方式,快速丰富SKU数量,提升客户体验。整合红孩子、缤购品牌,加强母婴、化妆品产品供应链建设,销售提升较快。短期内公司以低价策略建立在此类商品上的竞争优势,毛利率暂时处于较低的水平。

B、主营业务收入分地区情况表:

地 区	2013年度	2012年度	主营业务收入比上年同期增减(%)
华东一区	22,089,947	21,219,408	4.10%
华北地区	16,261,546	14,818,581	9.74%
华东二区	15,564,312	15,456,118	0.70%
华南地区	13,460,659	13,409,653	0.38%
西南地区	11,721,434	10,126,475	15.75%
东北地区	5,621,238	5,239,720	7.28%
华中地区	6,360,934	5,421,331	17.33%
西北地区	5,129,609	4,488,652	14.28%
香港地区(注)	6,511,864	5,773,344	12.79%
日本地区(注)	1,199,096	1,053,509	13.82%
合计	103,920,639	97,006,791	7.13%

注:(1)报告期内,香港地区实现销售按照2013年1-12月平均汇率港元兑人民币1:0.7985进行计算;

(2)日本LAOX株式会社销售收入按照2013年1-12月平均汇率日元兑人民币1:0.06541进行计算。

(四)公司未来发展的展望

(一)行业发展趋势分析

1、宏观经济发展面临复杂形势,在“稳中求进”基调上,改革创新将推动中国经济结构转型,实现持续健康发展

2014年,我国面临的形势依然错综复杂,有利条件和不利因素并存。世界经济复苏仍存在不稳定不确定因素,全球经济格局深度调整,国际竞争更趋激烈。从国内来看,一方面正处于结构调整阵痛期,经济下行压力依然较大,但另一方面,工业化、城镇化持续推进,仍处在可以大有所为的重要战略机遇期。2014年,中国经济将坚持稳中求进工作总基调,把改革创新贯穿于经济社会发展各个领域各个环节,切实提高发展质量和效益,国内生产总值增长预计在7.5%左右,实现经济持续健康发展和社会和谐稳定。同时,随着改革的深化,电信、金融等垄断行业逐步向民营资本开放,将激发新一轮的创新活力,为民营企业分享改革红利提供了机遇;而“宽带中国”、“智慧城市”等的推出,将为传统产业互联网化,虚实融合带来快速发展的契机,加速中国经济结构转型,为大量勇于转型的传统企业带来了再次发展的机遇。

2、零售行业景气度低位徘徊,竞争回归零售本质。

宏观经济前景不甚明朗,终端消费需求疲软、费用刚性上涨,零售行业景气度仍在低位,预计2014年行业仍以低增速为主。行业竞争力将回归零售本质,即商品和服务本质,商品的高性价比以及以需求而变的购物体验性,成为行业苦练内功的转型核心。

3、全渠道经营成为零售行业发展新方向

网络零售无法提供实体店带给顾客的直接的、便捷的购物体验,实体店也无法满足消费者随时随地购物以及畅通交流商品信息及体验的需求。随着移动互联网的快速发展,消费行为逐渐呈现购物地点碎片化、购物时间碎片化、购物需求碎片化的特点。为有效抓住消费者,零售行业必须转向全渠道的布局,通过各种渠道随时与消费者互动,包括实体店、PC端、移动端、家庭端等,将消费者在各种不同渠道的购物体验无缝链接,使消费者在任意时间、以任意方式获取任意想要的商品,同时使消费过程愉悦性最大。在全渠道战略中,线下实体网络资源的价值被挖掘,因此,具备网络布局密度和仓储配送环节优势的线下传统企业纷纷探索线上线下供应链与运营体系融合,推进全渠道经营模式。

(二)公司发展机遇与挑战并存

1、转型布局基本完成,企业发展进入新阶段

在经过五年的探索实践后,2013年公司明确了“一体两翼”的互联网零售发展路径,并完成了“云商”模式下的商业模式的顶层设计,战略布局基本完成。公司将持续推进门店、PC、移动、电视等全渠道融合经营模式,满足消费者突破时空、不同情境、随时随地购物的全局体验需求;公司将通过贯穿自身前后台的服务能力的建设,同时加以开放以集聚品牌商、零售商和第三方服务商的资源与智慧,建立全资源的核心能力体系,满足消费者在售前、售中和售后目由顺畅的全域体验需求。随着各项战略在2014年的进一步落地实施,苏宁发展进入的新阶段。

2、客户体验提升需要长期持续的投入

近年以来公司积极进行创新转型,但由于经验、专业以及部分配套能力建设等多方面因素,客观上并没有形成良好的用户体验,而互联网零售最重要的特征之一就是要注重客户体验,为此,公司必须要围绕提升客户体验进行聚焦投入,短时间内形成较大改善。商品经营体系要进一步丰富SKU的种类、完善品类结构、出样展示和库存管理;线下平台要研究更合理、更人性化的动线布局、购物流程、服务标准,尤其是体验设计;线上平台的页面设计、搜索推荐、商品信息、支付结算、在线服务要进一步优化简化,物流、售后、客服必须在服务规范、服务标准上进一步健全,更重要的是形成真正满足用户需求的服务产品体系。行业发展瞬息万变,但零售本质就是商品和服务,公司必须坚持体验为王的服务理念,长期持续投入,才能在激烈的市场竞争中赢得用户。

3、物流体系建设需进一步加强

网络购物打破了时间和空间的限制,随着公司线上业务的快速发展,以及O2O模式下客户体验需求的提升,对公司物流体系建设提出了更高的要求。一方面物流平台建设步伐有一定的滞后,一定程度上限制了公司二三级市场的区域资源整合以及对采购的配套服务能力提升;另一方面,针对小件商品的存储、调拨、配送效率有待进一步提高,对电商业务发展有一定制约。目前公司物流基地已经进入批量化的筹建阶段,此外物流体系也已加快向第三方物流转型,实现社会化经营模式,随着物流体系不断完善,效应逐步体现,能够为公司互联网零售转型战略发展提供支撑。物流一端联系着消费者,影响着用户体验与品牌形象,一端联系着供应链,影响着经营成本与供应关系,物流虽然是公司一贯以来打造的核心竞争力,并形成了全网布局优势,但也永远都是公司需要提升的领域。

4、提高资产运营效率

多年来公司始终坚持“前台带动后台、后台推动前台”的经营策略,不断完善物流平台、店面平台的建设,长期来看有利于企业经营稳定性和降低经营成本,但是随着购置店、自建店、物流体系相关资产的投入加大,总资产规模不断扩大,总资产周转率随之下降,由于属超前投入,也对短期内的运营成本带来影响。公司将在进一步掌控物流、店面运营资源、运营能力的基础上加强资产的有效管理,吸取先进的资产管理经验,探讨各种合理有效方式快速盘活资产,在保障物业使用的长期性稳定性的同时,也能够加速周转,改善短期效益。

(三)公司发展战略以及2014年经营规划

2014年公司定位为“战略执行年、凸显年”,就是要将战略布局全面突显,要全面再造新十年、新苏宁、新的执行力。在连锁时代,公司的快速扩张得益于制度的标准化建设,在互联网时代,原有的传统经验、知识和经营管理原则难以满足新业务以及传统业务创新的要求,如何让企业内部有意可循,就必须形成苏宁自身的互联网思维以及执行方法论。

2014年初,结合互联网行业精髓以及零售实践特点,苏宁明确以“用户体验评效果、经营创新评效益、制度优化评效率”的“三效法则”作为苏宁互联网思维的核心,以“产品决定目标、项目决定组织”的理念作为苏宁互联网执行的方法论。2014年苏宁的各项工作的落地执行,都应围绕“三效法则”来创新执行。

用户体验评效果—所有的工作都应以提升用户体验为前提,一切工作成果必须以提升用户体验为目标,任何损害体验的行为都必须一票否决,失去用户就将失去一切。

经营创新评效益—转型的目的是发展、是增效,效益既包括利润,也包括用户规模、销售规模等,根据发展阶段与业务特点来确定效益的具体指标,遵循零售服务的本质,打造坚实的发展基础,从而实现稳定持续增长。

制度优化评效率—互联网时代,企业竞争注重效率与速度,公司必须基于新的零售模式,以提升运转效率为目标,探索并固化新的制度流程,建立开放型管理体系。

贯彻互联网思维的同时,还必须具备互联网创新的执行方法。2014年,公司在工作执行中将始终加强贯彻产品意识,以用户体验作为执行的导向,把工作目标聚焦化、具象化,具体到核心产品上,坚持“产品决定目标、项目决定组织”的理念,以产品带动目标的实现,用项目管理的方式打破组织壁垒,打破流程障碍,提升效率,注重效果,创造效益。

在“三效法则”的指导之下,2014年苏宁工作的中心是回归零售本质,聚焦用户体验,深化服务内涵,从战略布局走向战略落地。苏宁通过5年的探索,形成了对行业发展的深刻理解,积累了对行业竞争、企业经营的实战经验,锻炼了面向未来发展的坚实团队,构筑了相互依托的业务结构,这是苏宁推进执行的基础。三效法则解决了组织、流程、计划、考核、商业模式等方面的认识问题,统一了公司内部的思想。

为切实贯彻“三效法则”,公司在与之配套的组织融合方面,也做出了重大的深化。

首先,成立了线上线下融合的运营总部,将原先负责线下实体门店经营的连锁平台经营总部和负责线上苏宁易购经营的电子商务经营总部进行了整合,将门店端、PC端、手机端和TV端的多人口布局统一融合落地。苏宁在电商平台多年来积累的互联网思维、互联网经验和互联网执行力将全面运动在整个公司各个体系、各个业务板块,有效推动门店互联网化和线下团队的互联网转型,有助于真正打造面向用户的一致的融合互联体验。

其次,公司将转型升级中与零售主体息息相关但还需要积极培育、专业打造的体系,诸如物流、金融、红孩子母婴、超市、自主产品等领域以独立公司形式进行运营,创造更加开放、宽松、高效的环境推动发展。

第三,公司总裁办体系成立战略管理部,统一管理战略落地、强化执行工作,从战略执行的组织、计划、绩效等方面全面管理,从思想到行动上形成公司上下高度的统一。

2014年,公司将贯彻执行“三效”法则,遵循产品突破、项目突破的科学执行方法,推进公司全渠道、全品类、前后台能力建设。

4、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

报告期内公司会计政策、会计估计和核算方法与上年度财务报告政策一致。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

不适用

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

2013年度公司合并报表范围比2012年度新增23家子公司,另公司报告期内公司注销子公司3家。本年度合并报表范围详见财务报表附注:“四、企业合并及合并财务报表-本年度新纳入合并范围的主体和本年度不再纳入合并范围的主体”。

(4)董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

不适用

(5)对2014年1-3月经营业绩的预计

2014年1-3月预计的经营业绩情况:净利润为负值

2014年1-3月归属于上市股东的净利润(万元)	-45,000	至	-35,000
2013年1-3月归属于上市公司股东的净利润(万元)	49,277.70		
业绩变动的原因说明	一季度家电零售市场增长放缓,景气度较弱。整体来看一季度受市场因素影响公司销售收入出现下滑,双线同价、市场竞争使得毛利率维持在较低水平,商人才引进、物流、研发等长期投入仍在持续开展,由此带来公司一季度经营出现亏损。预计归属于上市公司股东的净利润亏损35,000万元至45,000万元。 公司在2014年推进的战略执行、战略落地的工作就是要推进公司进入一个新的增长轨道,构建新的盈利能力。 2月份公司全面进行了布置,优化了组织、统一了思想。但新的运营体系的成熟、用户体验改善、供应链效率提升需要一定的时间才能开始显现效果,公司的要求是6-9个月的时间,一切工作重心向此聚焦。 公司认为苏宁的战略已经清晰,路径已经明确,只要按照年初制定的执行,聚焦方向路实地开展工作,在本年度后期公司的经营指标将逐步好转。		

苏宁云商集团股份有限公司

董事长:张近东

2014年3月29日

证券代码:002024　　证券简称:苏宁云商　　公告编号:2014-017

苏宁云商集团股份有限公司第五届董事会第五次会议决议公告

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

苏宁云商集团股份有限公司第五届董事会第五次会议于2014年3月17日(星期一)以电子邮件方式发出会议通知,2014年3月27日上午11:00在本公司会议室召开。会议应出席董事9名,实际出席会议董事8名,董事孙为民先生因出差安排,无法到会场参加会议,以通讯方式参加,会议应参加表决董事9名,实际参加表决董事9名。会议由董事长张近东先生主持,公司部分监事、高级管理人员列席了会议,符合《公司法》和公司《章程》的规定。

全体与会董事经认真审议和表决,形成以下决议:

一、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年度总裁工作报告》。

二、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年度董事会工作报告》,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

三、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年度财务决算报告》,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

四、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年年度报告》及《2013年年度报告摘要》,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

《2013年年度报告》全文详见巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn),《2013年年度报告摘要》详见巨潮资讯网2014-019号公告。

五、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年度利润分配预案》。公司独立董事对2013年度利润分配预案发表明确同意的独立意见,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)(原“普华永道中天会计师事务所有限公司”)出具的普华永道中天审字(2014)第10070号《审计报告》确认,2013年公司母公司实现净利润58,685千元。依据《公司法》和公司《章程》及国家有关规定,公司提取10%法定盈余公积金5,869千元,2013年公司支付普通股股利369,152千元,加年初未分配利润6,818,714千元,2013年末公司未分配利润为6,502,378千元。2013年度公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。本年度可供分配利润留存公司用于支持主营业务发展。

2013年公司提出了“云商”发展模式,并确定了以互联网零售为主体,打造O2O全渠道经营模式和线上线下开放平台的“一体两翼互联网路线图”。年内,公司先后推进实施组织优化、双线同价、开放平台3.0、互联网门店等举措,突破互联网零售转型在组织、价格、商品以及体验方面的壁垒。随着各项工作的持续推进,公司互联网转型路径日益清晰,布局也日趋完善。但与此同时,公司的双线同价策略带来公司短期内毛利率的下降,而新的盈利能力尚在构筑过程中;另一方面,公司也加大了在专业人员引进、物流平台建设、IT研发以及战略收购等方面的投入,对于公司的转型能力、服务水平与品类拓展都有重要的意义,可是短期对公司效益会带来影响。因此,2013年度公司虽实现可比门店增长6.36%,营业收入增长7.05%,但实现归属于股东的净利润为3.72亿元,同比下滑86.11%。

2014年,公司定位为“战略执行年”,贯彻执行“三效原则”,全面落地各项转型举措,加强全渠道融合建设,全员聚焦用户体验提升、供应链效率提升工作。但基于长期战略的夯实,在物流建设、IT研发、自建店以及战略投资收购等方面仍需要持续加大投入,资金需求量仍较大,而新的盈利能力形成、盈利模式拓展还需要一个过程。

综上,公司董事会基于公司长远发展考虑,在兼顾公司长远利益和股东利益的同时,结合公司2013年的盈利情况以及2014年的经营发展规划等因素,拟定2013年度公司不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本,将本年度可供分配利润留存公司用于支持主营业务发展。

最近三年公司累计现金分红总额为141,858.4万元,为该三年实现的年均可分配利润的54.09%,不低于30%,符合公司《章程》等有关分红的规定。

以上利润分配预案经公司董事会审议后,需提交股东大会审议,在股东大会审议该利润分配议案前,公司将通过邮件、电话等方式充分听取广大股东的意见和诉求,并及时答复股东关心问题。

六、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《关于2013年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》,公司独立董事就2013年度募集资金存放及实际使用情况发表了独立意见,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

具体详见公司2014-020号《苏宁云商集团股份有限公司董事会关于2013年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》公告。

七、以7票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《关于公司2013年度关联交易情况说明的议案》。

根据公司《章程》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所的有关规定,关联董事张近东先生、孙为民先生在审议该议案时予以回避,并放弃表决权。公司独立董事就公司2013年度关联交易情况发表了独立意见。

公司2013年度相关关联交易事项已经履行相应的审批程序,本次作为年度事项予以说明,具体详见附件。

八、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《关于续聘会计师事务所的议案》,公司独立董事对公司续聘会计师事务所发表了独立意见,该议案需提交公司2013年度股东大会审议。

董事会拟同意公司继续聘请普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)(原“普华永道中天会计师事务所有限公司”)为本公司2014年度财务审计及内控审计机构,聘期一年,到期可以续聘。同时提请股东大会授权董事会决定有关报酬事项,其2013年度财务审计费用为人民币980万元,内控审计费用为人民币220万元。

此外,普华永道全球网络成员所—罗兵咸永道会计师事务所为公司香港地区注册的5家控股子公司提供审计服务,其2013年度审计费用为99.50万港币。清和审计法人-A Member Firm of RSM International为日本控股子公司Laox株式会社提供审计服务,其2013年度审计费用2,000万日元。

九、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2013年度内部控制评价报告》。

公司独立董事就公司《2013年度内部控制评价报告》发表了独立意见,公司保荐机构中信证券就公司2013年度内部控制评价报告发表了核查意见。报告全文刊登于公司指定信息披露网站巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)。

十、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《内部控制规则落实自查表》。

报告期内,公司建立了完善的内部控制制度体系,并且得到公司管理层的认真落实,公司在信息披露、募集资金、关联交易、对外担保、内部交易等其他重要事项方面不存在内部控制缺陷,填写的《内部控制规则落实自查表》真实的反映了公司对深圳证券交易所有关内部控制的相关规则的落实情况。

公司保荐机构中信证券对《内部控制规则落实自查表》发表了审核