

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. 非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期间利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以2015年12月31日的总股本7,333,043,150股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.60元(含税),不送红股,不公积金转增股本。

□ 适用 √ 不适用

公司简介

股票简称	苏宁云商	股票代码	002304
股票上市地	深圳证券交易所		
股票简称	苏宁云商		
股票代码	002304		
法定代表人	张近东		

公司名称 苏宁云商集团股份有限公司

公司住所 江苏省南京市玄武区苏宁大道1号

公司网址 <http://www.suning.com>

电子信箱 [ir@suning.com](mailto:ir@suning.com)

二、报告期主要业务或产品介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,开店步伐公司作为公司跨区域发展的核心,公司持续深耕深拓云店模式,全年新开云店10家,仅升级云店32家;二级市场融合消费类需求的提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721家),具锁店43家,红孩子店27家,超市77家,同时,公司通过购并、自建以及合作等多种方式,提升了整体的物流、仓储、配送能力,从而提升服务的

效率,提升了服务的品质。

2. 报告期主要产品或服务介绍

苏宁云商是全球领先的商业服务企业,依托于覆盖全国的线下连锁网络以及线上电子商务平台,为大消费者提供“线上、线下、配送”的品质购物体验。

2015年公司继续围绕,商品、服务零售核心,持续强化企业竞争能力,在海外市场增长的情况下,各业务均实现了高速增长。

2. 以消费为载体,链接线上线下,提升运营效率。

1. 店面端——优化线下会员布局,下沉农村市场,强化门店互联网化建设

(1) 连锁网建持续建设

大陆市场,报告期公司持续推进店面网络多业态布局,加快红孩子店,超市店的建设。2015年全年公司开始常规店面,红孩子店跨区域开店37家,红孩子店的单店品牌形象进一步提升,推进五一广场、云店等社区店,线上线下一体化超市店,红孩子店的单店品牌形象进一步提升。

在报告期内,公司在全国大陆地区新增门店297个,拥有连锁店面1577家,其中云店42家,常规店429家(含直营店29家),社区店408家,社区店721