

苏苏宁易购集团股份有限公司 2018年半年度业绩快报

证券代码:002024

证券简称:苏宁易购 公告编号:2018-092

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

特别提示:本公司所载2018年上半年度的财务数据仅为初步核算数据,已经公司内部审计部门审计,未经会计师事务所审计,与2018年上半年度报告中披露的最终数据可能存在差异,请投资者注意投资风险。

一、2018年上半年度主要财务数据和指标

单位:千元

项目	本期金额	上年同期	增减变动幅度(%)
营业收入	110,296,320	83,294,871	32.22%
营业利润(注)	5,742,532	276,810	198.20%
利润总额	5,915,388	306,611	181.62%
归属于上市公司股东的净利润	5,997,179	201,406	192.28%
基本每股收益(元/股)	0.06	0.03	200.67%
加权平均净资产收益率	7.66%	0.44%	7.12%
本报告期末	本报告期初		增减变动幅度(%)
总资产	179,355,089	157,276,688	14.03%
归属于上市公司股东的所有者权益	79,885,286	76,986,410	1.17%
股本(千股)	9,310,040	9,310,040	-
归属于上市公司股东的每股净资产(元)	8.68	8.48	1.18%

注:1.表中数据以合并报表数据填列。

2. 财政部于2017年颁布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》和修订后的《企业会计准则第16号——政府补助》,公司已采用该准则编制2018年上半年度财务报告,2017年上半年度的比较财务报表已相应调整。

二、经营业绩和财务状况说明

根据国家统计局数据,2018年1-6月社会消费品零售总额18万亿元,同比增长4.4%,增速低于上年同期1个百分点,二季度增速进一步放缓,消费品市场继续保持平稳、弱复苏的增长态势。

报告期内公司坚定实施智慧零售战略,围绕场景互联网和智能供应链,加快全渠道布局,深化场景融合;自营与开放相结合,进一步丰富商品,提升供应链效率;注重金融、物流服务能力提升,优化体验。整体来看,上半年公司销售规模保持快速增长,经营效益稳步实现。

2018年1-6月公司实现营业收入人1,107.86亿元,同比增长32.29%。整体来看,2018年上半年公司商品销售规模(含税,区域上涵盖中国大陆、香港、澳门及日本市场,包括线上线下自营及开放平台,以及提供物流、售后等服务)下,为1,513.19亿元,同比增长44.63%,其中中国大陆地区商品销售规模同比增长44.61%;2018年上半年公司实现线上平台商品交易规模为883.22亿元(含税),同比增长76.51%,其中自营商品销售规模643.63亿元(含税),同比增长53.40%,开放平台商品交易规模为248.69亿元(含税),同比增长186.71%。

(三)商品经营

智能3C及家电品类,公司继续巩固品类优势,充分发挥全渠道优势,强化单品运营,通过新品首发、买断包销、差异化单品等方式,提升销售规模及商品毛利率水平;结合消费升级,加大高端家电、中央集成产品以及美容健康、生活家居等类目的引进,完善供应链的同时推进双线融合的场景化营销。

大快消类(超市生鲜、水果、水饮、辅食、玩具、童车童床)作为重点发展类目,以苏宁小店、苏宁红孩子门店店、苏宁小店、苏宁小店、母婴、家装建材等品类,报告期内公司新引入该类商品数量整体引进新商户的比例为71%。

物流业务

报告期内苏宁物流持续加强仓储设施建设,不断提升用户服务能力。截至2018年6月末苏宁物流及天天快递拥有仓库及配套设备5736万平方米,拥有快递网点达到23,416个,公司物流网络覆盖全国352个地级城市,2,910个区县城镇。围绕供应链物流、仓配一体服务,苏宁物流将营业收入不包含快递收入(不含天天快递)同比增加11.49%。

物流运营方面,基于公司完整的物流基础设施网络,公司已经形成了涵盖中心仓、平行仓、仓到仓到门店仓、服务站、快递点等在内的完整仓配配送体系,配送服务网络进一步完善,报告期内小件商品配送网络进一步下沉至县镇市场,“半日达”、“次日达”配送范围持续增加;利用门店深根社区,将“自提服务”即时配送+上门代收”、“次日达”服务延伸至20个城市的23个区域中心在建或扩建,为配套公司生鲜商品仓储需求,报告期内公司已在北京、上海、广州、南京等17个城市投入使用7.5生鲜冷链仓。

报告期内公司物流基础设施建设方面,将进一步丰富物流基础设施网络,提升干线无人运输车辆、无人快运车、末端配送小车的应用,加快苏宁广场、开放平台、金融、物流业务发展,相带来增值服务收入增加,综合毛利率水平保持稳定。

费用方面,一方面公司加强了在IT、开发以及新品类运营方面的人员储备,人员费用率阶段性有所上升;此外为扩大销售,广告、促销投入加大;另一方面,由于公司全渠道经营模式较高的费用率,在收入较快增长的同时,租金、装修、水电、折旧等固定费用率下降较慢,带来报告期内公司总费用率同比下降了11.11%。报告期内,公司公司短期借款规模增加,利息支出有所增加;随着线上销售规模快速提升,手续费增加较快,财务费用率同比略有提升。整体来看,由于公司加强了费用管控,注重收入产出,三项费用率同比下降0.06%。

此外,报告期内公司基于整体发展战略安排,出售了部分阿里巴巴巴股份,在扣除初始购买基金以及股份发行有关成本及直接费用后,实现净利约人民币56.01亿元(财务影响的具体情况将待以公司经审计的财务报告为准)。

综上所述,报告期内公司实现利润总额归属于上市公司股东的净利润分别为59.15亿元、59.97亿元,同比增加16.78%、195.73%。若不考虑出售阿里巴巴巴股份出售带来的利润影响,公司实现归属于上市公司股东的净利润约为3.96亿元,同比增长36.85%。

零售业务

(一)线下连锁发展

1、大陆市场

公司加快打造“一大、两小、多专”的店面业态产品,形成面向不同市场级别的店面布局,报告期内公司店面规模持续增加。

苏宁易购广场作为公司各零售店面产品业态的落地载体,报告期内公司签约4个苏宁易购广场项目,并与中国恒大集团有限公司共同投资成立深圳市恒宁商业发展有限公司,进一步加快苏宁易购广场开发。截至6月30日公司经营苏宁易购广场15家。

苏宁小店线上线下场最贴近用户的是一环,是公司全品类、金融服务理念落地的重要载体,更是技术与流量资源的出口和入口。上半年,公司加快选址及筹备的同时,还围绕供应链、互联网场景、团队建设工作进行持续的优化。报告期内公司新开109家苏宁小店(不含收购的上海浦东天润店20家),截至6月30日苏宁小店732家。苏宁小店作为公司在用户获取、全品类发展以及O2O生活服务方向的战略布局,将在梳理完善标准流程及模式的基础上,全面提升发展。下半年公司将加快苏宁小店的网络布局,推进苏宁小店在全国范围的覆盖。

公司通过自建与加盟的方式快速推进农村市场的发展。苏宁易购直营店的拓展上,公司不仅进一步完善网络布局,报告期内新开349家,还提升了店面精细化管理,提升店面经营质量,报告期内升级关闭17家店。进一步丰富直营店经营品类,引进生鲜、生居家居等商品,直营店销售保持快速增长。截至6月30日苏宁易购直营店达到2,932家,在苏宁易购零售云加盟店拓店方面,上半年取得一定成效,新开苏宁易购零售云加盟店726家,并储备了近700家加盟店;与此同时,公司进一步完善零售云体系在商品供应链、物流、IT、金融服务等方面建设,以更好的赋能加盟商及运营输出。截至6月30日苏宁易购零售云加盟店的数量达到765家。下半年,公司将按照年初目标予以坚决推进,加快零售云网络的建设。

技术应用方面,苏宁物联加强物流科技的研发投入,苏宁物流研究院加强与头部企业合作,加速落地物流自动驾驶技术,实现在干线无人运输车辆、无人快运车、末端配送小车的技术研究和应用。

金融业务

报告期内苏宁金融聚焦核心业务发展。支付业务深耕苏生态圈,线下支付渗透率稳步提升,积极拓展外部客户资源,新增银行卡会员数同比增长48%;供应链金融业务围绕苏宁易购供应商客户、开放平台商户,加大与物流业务客户以及苏宁产业链体系内的其他客户货源数据,报告期内苏宁生态圈内供应链金融累计交易规模同比增长29%。在消费贷款、保险业务等方面,推出乐业贷、汽车金融、手机租赁、全保保修产品等保险产品,苏宁金融产品进一步丰富。

金融科技应用方面,金融安全防护系统、信用风险决策系统不断完善,研制了区块链黑名单共享平台、金融安全机器人等前沿产品。

报告期内苏宁银行保持快速发展,存、贷、汇、投等基本业务全面上线,截至2018年6月底苏宁银行资产较年初增长28%,客户数较年初显著增加。

三、与前次业绩预告的差异说明

本报告期内披露的归属于上市公司股东的净利润与公司2018年7月7日披露的《2018年度半年度业绩预告修正公告》中预计的2018年上半年度业绩不存在重大差异。

四、备查文件

1、经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人(会计主管人员)签字并盖章的比较式资产负债表和利润表;

2、内部审计部门负责人签字的内部审计报告。

特此公告。

苏宁易购集团股份有限公司
董事会

2018年7月31日

九芝堂股份有限公司
2018年半年度报告摘要

关于平安大华惠兴纯债债券型 证券投资基金提前结束募集的公告

经中国证监会2018年5月17日证监许可[2018]823号文注册,平安大华惠兴纯债债券型证券投资基金(以下简称“本基金”)已于2018年7月24日开始募集,原定期限截止日为2018年8月23日,截至2018年7月30日,本基金募集的基金份额总额和认购户数已达到基金合同生效的必备条件。

为充分保护基金份额持有人利益,根据《平安大华惠兴纯债债券型证券投资基金招募说明书》和《平安大华惠兴纯债债券型证券投资基金基金合同》,基金管理人平安大华基金管理有限公司(以下简称“本公司”)决定提前结束本基金的募集,自2018年7月31日(含当日)起不再接受投资者认购申请,即本基金最后一个募集日为2018年7月30日。

投资者欲了解本基金的详细情况,请阅读本基金的基金合同、招募说明书等相关法律文件。

风险提示:本公司承诺以诚实信用、勤勉尽责的原则管理和运用基金资产,但不保证本基金一定盈利,也不保证最低收益。敬请投资者留意投资风险。

特此公告。

平安大华基金管理有限公司

2018年7月31日

广州天赐高新材料股份有限公司 关于2016年度非公开发行股份上市流通的提示性公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示:本公司2016年度非公开发行股份上市流通。

报告期内公司进一步调整优化店面商品结构,丰富生活电器、家居生活等商品类目,互联网运营能力逐步提升,门店互动性增强,加强数据工具运用,有效开展精准营销;紧抓旺季促销,有效实施线上线下联动。报告期内,公司在中国大陆地区的3C家居生活专业店可比门店(指2017年1月1日之前开设的店面,下同)销售额同比增长6.26%。

苏宁易购直营店深耕三四级市场,丰富经营能力,提升经营管理水平,继续保持较快增长,报告期内可比门店销售额同比增长24.74%。

苏宁红孩子店铺经营模式逐步探索成熟,经营质量稳步提升,报告期内可比门店销售同比增长49.08%。

苏宁小店店铺数量较少,故不单独列示可比门店数据。

(二)线上运营

报告期内公司坚持以用户为核心,优化完善各类流程,提升购物体验;在家居生活、超市百货类目方面进一步丰富商品,提高用户转化以及复购频次;加强社交及内容营销,有效运用乐购邦、客音等营销工具,增加新用户获取。结合316品牌盛典,418、618等大型促销活动,进一步加强与品牌商、供应商的合作;强化苏宁品牌心智的宣传,树立巩固苏宁全品类专业经营的消费认知。

苏宁易购直播深耕三四级市场,丰富经营能力,提升经营管理水平,继续保持较快增长。

苏宁易购直播在2016年1月1日之后开设的店面,下同)销售额同比增长24.74%。

苏宁易购直播深耕三四级市场,丰富经营能力,提升经营管理水平,继续保持较快增长。

苏宁易购直播在2016年1月1日之后开设的店面,下同)销售额同比增长24.74%。

苏宁易购直播深耕三四级市场,丰富经营能力,提升经营管理水平,继续保持较快增长。

苏宁易