证券代码:002024 证券简称:苏宁易购 公告编号:2019-021

苏宁易购集团股份有限公司

【2018】年度报告摘要

一、重要提示

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。

公司董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议,其中董事长张近东先生、董事杨光先生因工作原因,以通讯方式参加。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

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

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以利润分配方案未来实施时股权登记日的股本总额为股本基数,向全体股东每10股派发现金红利1.20元(含税),不送红股,不以公积金转增股本。

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

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	苏宁易购	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	韩枫	
办公地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道1号		
电话	025-84418888-888122/888480		
电子信箱	stock@cnsuning.com		

2.报告期主要业务或产品简介

(1)报告期内宏观经济及行业发展状况与公司行业地位相关的信息

2018年国家积极应对国内外复杂多变的形势,实现国民经济持续平稳发展,2018年国内生产总值为900,309亿元,同比增长6.6%,全国居民人均可支配收入28,228元,比上年名义增长8.7%,结构调整和转型升级持续推进,发展质量不断提高。2018年消费支出对经济增长的贡献率为76.2%,继续稳居经济增长的第一驱动力,供给侧结构性改革为持续促进消费提供了政策保障,消费规模逐步扩大,消费水平进一步提高,消费结构不断改善,消费升级态势持续,2018年我国社会消费品零售总额实现38.1万亿元,较上年同比增长9%,增速较上年同期略有下降,消费市场继续保持稳定,弱复苏态势。网购和农村市场保持较快增长,2018年,全国网上零售额同比增长23.9%,其中实物商品网上零售额同比增长25.4%;农村地区消费环境持续改善,消费潜力持续释放,2018年乡村市场消费品零售额比上年增长10.1%。

从行业来看,2018年消费市场呈现城乡市场结构继续优化、农村居民消费增速快于城镇,消费轮型持续推进、消费升级态势明显;消费方式创新发展,线上线下加速融合等特点,以及随着居民收入稳定增长、一系列减税降费和促消费政策逐步落地显效,实体零售继续回暖,新兴业态方兴未艾,消费转型升级态势将会延续,消费市场有望继续保持平稳较快增长。

公司作为国内领先的智慧零售企业,构筑了以供应链、渠道、用户、技术为核心的智慧零售生态圈,聚焦零售、物流、金融业务发展,全面形成面向用户的核心服务能力,2018年公司实现营业收入同比增长30.36%,继续保持较快增速。

(2)报告期内公司所从事的主要业务

①零售业务

苏宁一直致力于构建全场景智慧零售生态系统,实现从线上到线下,从城市到乡镇的全覆盖,为用户搭建随时可见、随时可触的智慧零售场景,满足任何时间、任何地点、任何服务的需求。截至2018年12月31日公司拥有自营门店9,881家,苏宁易购零售云加盟店2,071家,迪亚天天便利店加盟店112家,覆盖国内大陆地区所有县级以上城市,中国香港及日本其他主要城市,店面形态涵盖家电3C、母婴、超市、便利店等,形成了不同场景不同市场下的店面经营业态;线上苏宁易购通过商品品类丰富、营销工具的创新迭代、产业协同等一系列举措,实现线上业务规模快速发展,市场份额稳步提升。

1)线下连锁网络发展情况

线下,公司围绕全场景布局,建立并不断完善各店面业态产品族群,在快速拓展过程中,持续推进模型、标准的建立及优化,并提升商品、内容的运营能力,持续巩固公司线下发展的优势。

①大店市场

苏宁易购广场,作为公司各零售店商产品业态的落地载体,公司将通过实施“租、建、购、并、联”的开发策略,推进苏宁易购广场的开发建设,并对于广场经营业态、运营模式等进行持续的探索优化。报告期内公司签约4个苏宁易购广场项目,截至12月31日公司经营苏宁易购广场16个。

苏宁小店,作为公司线下场景中最贴近用户的一环,依托苏宁大生态,围绕全场景下用户多品类、强时效、全服务的需求,公司将其打造为本地化生活服务平台。报告期内公司加快了苏宁小店开发,并配套强化组织、团队建设,完善商品供应链及社区物流能力建设。2018年苏宁小店新开3,972家,调整店面面积;完成对上海迪亚天便利店的收购交割,加快了公司在上海地区的本地化服务网点的布局,截至12月31日迪亚天天日营门店184家,加盟门店112家,截至12月31日苏宁小店(含迪亚天天日营门店)下属门店合计4,177家,迪亚天天加盟店112家。

苏宁易购直营店及零售云加盟店,公司通过自营与加盟的方式快速抢占农村市场,提升低线市场竞争力。苏宁易购直营店强化店面经营管理,结合市场需求推进店面的调整升级,通过物业置换、直营转加盟等方式提升店面经营质量,报告期内苏宁易购直营店新开718家,置换、关闭了185家店,苏宁易购零售云加盟店自在零零售核心能力对外输出,为中小商户提供一揽子解决方案,报告期内快速推进门店开发,苏宁易购零售云加盟店新开2,032家。截至12月31日公司拥有苏宁易购直营店2,368家,苏宁易购零售云加盟店2,071家。

家电3C家居生活专业店,作为公司运营管理最成熟的店面类型,公司持续进行门店业态的升级,注重商品结构优化及丰富,强化用户和流量的经营。报告期内公司推进与商超业态的合作,输出家电3C专业运营能力,入驻大润发、欧尚、卜蜂莲花超市,开设超市门店478家。报告期内公司新开苏宁易购云店68家,升级改造苏宁易购云店94家,新开苏宁易购帝规店(中心店、社区店(含超市门店,下同))615家,置换、关闭各类店面77家。截至12月31日公司家电3C家居生活专业店2,105家,其中苏宁易购云店424家,苏宁易购帝规店1,658家(旗舰店86家,社区店1,177家,中心店395家),苏宁易购县镇店23家。

苏宁红孩子母婴店,作为公司母婴O2O发展的线下载体,公司持续迭代母婴店面模型,增加游乐、教育等体验场景,打造一站式服务体验,报告期内公司优化选址,主要在购物中心开设店面,新开苏宁红孩子店106家,关闭店面2家。截至12月31日苏宁红孩子店157家。

苏宁生鲜店,公司围绕O2O品质的鲜高品质市定位,对超市业态不断进行创新尝试,塑造独特的美食体验。报告期内新开苏鲜生超市3家。与此同时,强化对原有超市的调整优化,关闭4家。截至12月31日苏鲜生超市8家。

线下开发战略中,公司坚持贯彻“租、建、购、并、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20.91万平方米,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85.27万平方米,社会化租赁面积560.03万平方米。

②海外市场

报告期内公司在海外市场还重点展的效益提升,在拓展新开店面的同时,调整关闭店面。报告期内公司在香港地区新开门店8家,关闭门店5家;日本市场新开1家,关闭门店6家。截至12月31日公司在香港地区拥有28家店面,日本市场拥有38家店面。海外市场店面均以租赁方式,门店物业面积4.36万平方米。

综上,截至12月31日公司合计拥有各类自营店面8,881家,公司自营店面面积670.57万平方米;苏宁易购零售云加盟店2,071家,迪亚天天便利店加盟店112家。

③线上平台

报告期内公司在海外市场还重点展的效益提升,在拓展新开店面的同时,调整关闭店面。报告期内公司在香港地区新开门店8家,关闭门店5家;日本市场新开1家,关闭门店6家。截至12月31日公司在香港地区拥有28家店面,日本市场拥有38家店面。海外市场店面均以租赁方式,门店物业面积4.36万平方米。

综上,截至12月31日公司合计拥有各类自营店面8,881家,公司自营店面面积670.57万平方米;苏宁易购零售云加盟店2,071家,迪亚天天便利店加盟店112家。

③线自便利店:天天便利店,公司以门店形使情况

家电3C家居生活专业店,报告期内公司进一步调整优化该类店面商品结构,丰富生活电器、家居生活等商品类目,提高到店客流;互联网化运营能力逐步提升,门店互动性增强,加强数据工具运用,有效开展精准营销;紧抓还季促销,有效实施线上线下联动。报告期内,公司家电3C家居生活专业店的可比店面(指2017年1月1日及之前开设的苏宁易购云店、苏宁易购零售云和苏宁易购县镇店)销售收入同比增长2.39%,可比店面坪效同比增长4.72%。

苏宁红孩子母婴店运营逐步成熟,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2017年1月1日及之前开设的店面)销售收入同比增长29.78%,可比店面坪效同比增长12.7%。

苏宁易购直营店深耕三级城市场,丰富商品品类,强化经营质量管理,经营效益显现,报告期内,可比店面(指2017年1月1日及之前开设的店面)销售收入同比增长9.35%,可比店面坪效同比增长9.11%。

2)线上平台运营

线上,公司在加强基础运营的同时,通过商品品类丰富、营销工具的创新迭代、产业协同等一系列举措,带来了客户体验的持续提升,实现线上业务快速发展。

线上加快新品类的发展,不断丰富超市、家装百货等商品类目,并注重精细化运营管理;加强关联推荐,精准营销,有效提升用户复购率;注重社群营销,大力推广苏宁拼购及推客,打造“正品拼购上苏宁”的购物习惯;强化产品联动,实现生活、文娱、视频等高粘性会员权益的打通;拓展专属客服,免运费等有较高吸引力的服务权益,进一步扩大消费者的认知,带来付费会员的快速增长。

线下业务发展,报告期内公司以苏宁易购直营店为核心,在城市区域,以苏宁小店、社区店、中心店、旗舰店等多业态覆盖,形成多业态、多场景、多品类的线下零售体系,以满足用户不同时间、不同场景、不同需求的消费习惯,提升用户体验。报告期内公司新开苏宁小店3,972家,置换、关闭了185家店,苏宁小店经过一年的快速拓展,已形成了以苏宁小店为核心,以社区店、中心店、旗舰店为辅助的门店网络,覆盖了国内大部分城市,以及社区、商圈、交通枢纽、学校、医院、写字楼、工业园区、旅游景点等多种场景,为用户提供便捷、高效、多样的服务。

报告期内公司线上平台商品交易规模为2,083.54亿元(含税),同比增长64.45%,其中自营商品销售规模1,497.92亿元(含税),开放平台商品交易规模585.62亿元(含税)。

3)商品经营

智慧零售模式下,公司深度推进智能供应链的建设,全面提升供应链运行效率。一方面,公司通过数据产品的开放与迭代,不断创新厂商合作模式,提升平台服务能力;另一方面,公司通过对数据的分析和把握,进一步降低无货率、降低库存、提高周转、打造高效率的供应链运营体系。

3C、大家电方面,加强单品运作的同时,推出以旧换新、节能补贴、送装一体等特色服务,提升用户体验,促进销售;加强手机、电脑、智能硬件、极物等品类的联动销售;公司还通过对家电、家具、家装进行全面整合,为用户提供以全屋定制和中央集成为特点的整体解决方案。加强自主产品的发展,聚焦重而通、PPTV、扎努西伊莱克斯、松怀等核心自主产品的规模突破,并同步发展小BD系列及“BIU+”生态链产品的品牌矩阵。

此外,公司充分发挥3C、大家电品类供应链管理能力,与大润发、欧尚、卜蜂莲花等商超深度合作,以及通过零售云加盟店方式,输出公司专业化的商品经营能力。

超市、母婴等大快消类目,加快线下专业店面以及苏宁小店的开设,在线上提供海量商品SKU选择的同时,线下店面能够提供一站式的服务体验,开强化品牌认知,提升用户信任感,带动该类商品的快速增长。同时,公司加快快消品本地化供应链的建设,加快中心仓、前置仓的铺设,实现高效的供应链管理运作。

开放平台聚焦百货、超市、母婴、家装建材、家居等品类,报告期内该品类上新引入的商户数量占整体引进新商户的比例86.01%。

物流业务

苏宁物流继续加大物流基础设施投入,进一步提升物流服务运作效率。截至2018年12月末苏宁物流及天天快递拥有仓储及相关配套总面积836万平方米,拥有快递网点27,444个,物流网络覆盖全国351个地级城市,2,858个区县城市。

物流基础设施建设方面,报告期内公司加快物流基地建设,并持续推进物流自动化、智能化作业,提升物流仓储服务能力,2018年公司完成14个物流基地扩建,新建投入使用仓个物流基地,截至2018年12月公司已在41个城市投入运营50个物流基地,在15个城市有10个物流基地在建,扩建。基于主营类商品的发展需求,公司加快冷链物流建设,报告期内投入使用40个生鲜冷链仓,覆盖179个城市,有效地提升了生鲜类商品的配送效率。

物流服务能力建设方面,在强化“半日达”、“次日达”、“准时达”这类标准化时效配送产品的开发及推广基础上,苏宁物流致力于构建思路到物流服务体系,在中心仓、前置仓、门店仓全方位的仓储体系的联合下,匹配思路日提、1小时达、半日达、次日达等服务产品,满足用户不同时效需求。售后服务推出“如约送”、“延时服”、“准时服”、“送装一体”、“代客修”、“代客修”等多样化服务,同步在县镇市场组建配送、安装、维修、快递一体化的带客综合服务网点,提升县镇市场物流售后服务能力,截至2018年末公司筹建成立264个县级综合服务中心。

7)金融业务

苏宁金融不断强化以O2O融合为特色的金融科技公司的发展定位,聚焦核心业务和产品,利用互联网科技手段,不断提高产品开发和服务能力。

支付业务稳健开发个生态圈,积极拓展外部客户资源,新增梆卡会员数同比增长69%。供应链金融业务聚焦苏宁生态圈,全年交易规模同比增长56%。强化金融产品创新能力,进一步丰富苏宁金融产品,推进跨境支付、消费金融平台、手机相贷、全保障产品等创新产品。苏宁银行聚焦核心业务发展,总资产较年初增长116%。

在金融科技应用方面,苏宁金融围绕业务运用场景和关键技术,成功落地企业知识图谱、区块链黑名单、企业风险预警系统,上线区块链+物联网动产质押系统,苏宁智投等前沿创新产品,加快转型金融科技公司,输出金融科技能力。

8月底,苏宁金服B轮增资扩股募集资金全部到位;12月28日,公司董事会审议通过苏宁金服C轮增资扩股,未来随着资本金的到位,苏宁金服资本实力将得到增强,通过赋能战略合作资源及加强优秀人才队伍建设,提升行业竞争力、巩固行业地位,实现长期、健康发展。

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

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	244,956,573	187,927,764	30.35%	148,585,331
归属于上市公司股东的净利润	13,327,559	4,212,516	216.38%	704,414
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-359,441	-88,391	-306.65%	-1,107,612
经营活动产生的现金流量净额	-13,874,467	-6,605,293	-110.05%	3,839,235
基本每股收益(元/股)	1.44	0.45	220.00%	0.08
稀释每股收益(元/股)	1.44	0.45	220.00%	0.08
加权平均净资产收益率	16.83%	5.76%	11.07%	1.41%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
总资产	199,467,202	157,276,688	26.83%	137,167,241
归属于上市公司股东的净资产	80,917,098	78,958,410	2.48%	65,709,680

注:1.每股收益、加权平均净资产收益率均以归属于上市公司股东的净利润计算填列,依据《企业会计准则第34号-每股收益》,报告期内公司基本每股收益、稀释每股收益和减了报告期因实施回购减少的股份数73,070,874股。报告期内公司股份具体回购情况详见“第六节股份变动及股东情况-股份变动情况”。

2.作为零售企业,经营周期性较强,现金流款项规模较大,为有效加强现金管理,公司开展了投资理财业务,会计核算上,根据理财产品不同类型将其分别计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、其他应收款、可供出售金融资产等科目,产生的收益也根据核算规则计入了非经常性损益科目中。公司认为,一方面基于公司对运营资金周转的良好管理,使得企业保持充沛的现金流,另一方面,公司为提高运营资金收益和提升展投管理时,该项业务已经成为公司提升经营效率的重要工作,基于此,公司认为该部分资金收益应纳入公司经常性损益项目。若不考虑扣除运营资金产生的投资理财收益,2018年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为311,096.6千元。

(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	49,620,344	61,058,011	62,291,227	71,986,991
归属于上市公司股东的净利润	111,237	5,891,870	123,657	7,200,795
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,503	12,178	-256,432	-135,690
经营活动产生的现金流量净额	-2,648,892	-2,673,247	-8,499,889	-52,439

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

□ 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	317,226	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	295,350	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	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	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有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	20.96%	1,951,811,430	1,463,858,572	质押	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	–	质押	730,000,000
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	–	–	–
陈金凤	境内自然人	1.98%	184,127,709	–	质押	99,760,000
金明	境内自然人	1.34%	125,001,165	–	–	–
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.79%	73,231,900	–	–	–
苏宁易购集团股份有限公司-第二期员工持股计划	其他	0.78%	73,070,874	73,070,874	–	–
苏宁易购集团股份有限公司-第三期员工持股计划	其他	0.71%	65,919,578	65,919,578	–	–
香港中央结算有限公司	境外法人	0.68%	63,389,584		–	–

上述股东关联关系或一致行动的说明:1.张近东先生、张康阳先生、南京阔资企业管理中心(有限合伙)分别持有苏宁控股集团有限公司51%、39%、10%的股权,张康阳先生系张近东先生的子女,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60%股权,张近东先生与苏宁电器集团有限公司构成关联关系,不构成其实际控制人;3.苏宁电器集团有限公司持有公司股份合计1,861,076,979股,占公司总股本比例19.99%。其中,苏宁电器集团有限公司通过“西藏信托有限公司-西藏信托-顺景34号集合资金信托计划”持有公司股份89,009,599股,占公司总股本比例0.96%;通过“西藏信托有限公司-西藏信托-莱庆6号集合资金信托计划”持有公司股份86,079,961股,占公司总股本比例0.92%;通过“西藏信托有限公司-西藏信托-顺景53号集合资金信托计划”持有公司股份83,489,598股,占公司总股本比例0.90%;通过“西藏信托有限公司-西藏信托-莱庆10号集合资金信托计划”持有公司股份38,160,122股,占公司总股本比例0.41%。除前述关联关系外,未知公司前十名股东间、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。

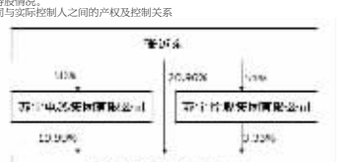
参与融资融券业务情况说明:无

(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:张近东先生、张康阳先生、南京阔资企业管理中心(有限合伙)分别持有苏宁控股集团有限公司51%、39%、10%的股权,张康阳先生系张近东先生的子女,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。

5.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

是

(1)公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额(万元)	利率
苏宁易购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	112196	2019年11月13日	349,999.5	5.95%
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	112682	2021年4月19日	200,000	5.20%
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)	18苏宁02	112697	2021年5月9日	170,000	5.50%
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(第三期)	18苏宁03	112721	2023年6月15日	100,000	5.75%
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(第四期)	18苏宁04	112733	2021年7月17日	120,000	5.70%
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(第五期)	18苏宁05	112743	2021年8月13日	160,000	5.50%
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(第六期)	18苏宁06	112799	2021年11月16日	150,000	4.70%
	18苏宁07	112800	2023年11月16日	100,000	4.90%
报告期内公司债券的付息兑付情况	13苏宁债于2018年11月13日支付2017年11月13日至2018年11月12日期间的利息595元(含税)/张。18苏宁01、18苏宁02、18苏宁03、18苏宁04、18苏宁05、18苏宁06、18苏宁07债券期内未开展债券付息兑付。				

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

1)13苏宁债、18苏宁01、18苏宁02、18苏宁03、18苏宁04、18苏宁05、18苏宁06、18苏宁07债券于债券发行主体年度报告公布后两个月内完成跟踪评级的定期跟踪评级,并根据上市规则于2018年会计年度结束之日起6个月内披露上一年度的债券信用跟踪评级报告。定期跟踪评级结果等相关信息将根据监管要求或约定在中诚信证券评估有限公司网站(www.ccxr.com.cn)和交易所网站予以公告,敬请广大投资者关注。

报告期内公司债券信息评级相关情况如下:

①13苏宁债

2018年5月29日,本期债券资信评级机构中诚信证券评估有限公司出具了《苏宁云商集团股份有限公司2013年公司债券(第二期)跟踪评级报告(2018)》,本次跟踪的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,维持本期债券的信用等级为AAA。

②18苏宁01

2018年4月11日,本期债券资信评级机构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(第一期)信用评级报告》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,评定本期债券的信用等级为AAA。

2018年5月29日,本期债券资信评级机构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(第一期)跟踪评级报告(2018)》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,评定本期债券的信用等级为AAA。

③18苏宁02

2018年5月31日,本期债券资信评级机构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》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,评定本期债券的信用等级为AAA。

2018年5月29日,本期债券资信评级机构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)跟踪评级报告(2018)》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,维持本期债券的信用等级为AAA。

④18苏宁03

2018年6月8日,本期债券资信评级机构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(第三期)信用评级报告》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,评定本期债券的信用等级为AAA。

报告期内本期债券资信评级机构中诚信证券评估有限公司未对本期债券出具跟踪评级。

⑤18苏宁04、18苏宁05、18苏宁06、18苏宁07

2018年11月9日,本期债券资信评级机构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(第六期)信用评级报告》,本次评定的主体信用等级为AAA,评级展望稳定,评定本期债券的信用等级为AAA。

报告期内本期债券资信评级机构中诚信证券评估有限公司未对本期债券出具跟踪评级。

2)2018年12月11日,公司委托中诚信国际信用评级有限责任公司对公司及公司拟发行的“苏宁易购集团股份有限公司2019年度第一期中期票据”的信用状况进行了综合分析,经中诚信国际信用评级委员会最后审定,公司主体信用等级为AAA,评级展望稳定,本期中票的信用等级为AAA。

本次评级与公司债评级无差异。

(3)截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

项目	2018年	2017年	同期变动率
资产负债率	55.78%	46.83%	8.95%
EBITDA全部债务比	25.33%	16.61%	8.72%
利息保障倍数	10.95	7.26	50.83%

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

零售相关业

报告期内公司继续围绕场景互联网、智能供应链,坚定推进实施智慧零售战略,加快全渠道布局,尤其是低线市场以及社区市场布局,并强化数据运营,提升购物体验;进一步丰富商品品类,优化供应链,提升运作效率;加强物流基础设施建设,提升物流运营效率;金融业务强化科技建设,提升风控、产品创新能力。

报告期内公司销售规模实现较快增长,2018年公司实现营业收入2,449.57亿元,同比增长30.35%。整体来看,2018年公司商品销售规模(含税,区域上涵盖中国大陆、香港及日本市场,包括线上线下自营及开放平台,以及提供物流、金融、售后等服务,下同)为3,367.57亿元,同比增长38.39%,其中国内大陆地区实现商品销售规模同比增长38.04%。2018年公司实现线上平台商品交易规模为2,083.54亿元(含税),同比增长64.45%,其中自营商品销售规模1,497.92亿元(含税),同比增长53.70%;开放平台商品交易规模585.62亿元(含税),同比增长100.31%。

报告期内,公司有效实施商品价格管控提高目销毛利,推进商品结构调整,持续优化商品供应链,加强单品运作,改善毛利水平。开放平台、物流、金融业务方面的增值服务收入增加,有助于毛利提升。综合来看,公司综合毛利率较同期增加0.91%。

运营费用方面,一方面公司加强了在开发、IT、新品类运营等方面的人员储备,以及第三期员工持股计划计提管理费用摊销影响,人员费用率有所上升;此外为拉动销售,广告促销投入加大;另一方面,由于公司全渠道经营模式所具备的规模效应,在收入较快增长的同时,租金、装修、水电、折旧等固定费用率有所下降,报告期内公司运营费用率略有增长,但总体保持稳定。由于公司零售业务快速增长,对经营性资金需求增加,同时优化商品、消费金融业务发展加快,带来了公司银行借款规模的增加,以及报告期内发行公司债计提利息,使得报告期内公司财务费用率同比有所增加。整体来看,公司总费用率较同期增加0.47%。

报告期内公司完成阿里巴巴股份出售,实施完成物流地产基金收购公司30%物流项目公司100%股权,对泰坦非投资的会计核算方法调整,以及投资大连万达商业管理集团股份有限公司,SENSETIME GROUP INC.(商汤科技)计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,其投资期内公允价值变动对利润有所影响。

综上所述,报告期内公司实现营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为136.59亿元、139.45亿元、133.28亿元,同比增长235.09%、221.91%、216.38%。

2.报告期内主要业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3.占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

单位:千元

产品名称	营业收入	营业毛利	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业毛利比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
通讯产品	64,378,973	3,810,031	5.92%	31.04%	48.75%	0.71%
小家电等产品	57,038,416	11,095,732	19.45%	68.46%	73.16%	0.52%
数码及IT产品	30,359,336	1,080,539	3.56%	20.91%	47.63%	0.64%
冰箱、洗衣机	28,458,065	5,670,133	19.92%	10.89%	18.20%	1.23%
空调产品	26,454,543	4,687,725	17.72%	29.75%	41.48%	1.47%
黑电产品	25,976,202	4,602,295	17.72%	7.14%	16.76%	1.46%

注:由于公司费用及税金核算无法按照产品进行区分,公司通过营业毛利及除公司商品经营能力。

4.是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5.报告期内营业收入,营业成本,归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

单位:千元

项目	2018年度	2017年度	增减率(%)
营业收入	244,956,573	187,927,764	30.35%
营业成本	208,216,606	161,431,791	28.98%
销售费用	26,066,677	20,635,780	26.32%
管理费用	5,200,684	3,613,082	43.94%
研发费用	2,261,875	1,250,968	80.81%
财务费用	1,234,626	306,467	302.86%
营业利润	13,658,550	4,076,096	235.09%
利润总额	13,945,455	4,332,041	221.91%
净利润	12,642,548	4,049,538	212.20%
归属于上市公司股东的净利润	13,327,559	4,212,516	216.38%
经营活动产生的现金流量净额	-13,874,467	-6,605,293	-110.05%

注:财政部在2018年6月15日发布了财政[2018]15号《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号),对一般企业财务报表格式进行了修订。根据的述规定,公司于上述文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则,具体内容详见公司2018-110号《关于会计政策变更的公告》。

(1)营业收入变化情况

报告期内公司继续围绕场景互联网、智能供应链,坚定推进实施智慧零售战略,加快全渠道布局,尤其是低线市场以及社区市场布局,并强化数据运营,提升购物体验;进一步丰富商品品类,优化供应链,提升运作效率;加强物流基础设施建设,提升物流运营效率;金融业务强化科技建设,提升风控、产品创新能力。2018年公司实现营业收入2,449.57亿元,同比增长30.35%。

(2)毛利率变化情况

项目	2018年	2017年	增减变化
主营业务毛利率	13.93%	13.08%	0.85%
其他业务毛利率	1.31%	1.25%	0.06%
综合毛利率	15.24%	14.33%	0.91%

报告期内,公司有效实施商品价格管控提高目销毛利,推进商品结构调整,持续优化商品供应链,加强单品运作,改善毛利水平。开放平台、物流、金融业务方面的增值服务收入增加,有助于毛利提升。综合来看,公司综合毛利率较同期增加0.91%。

(3)三项费用率变化情况

项目	2018年	2017年	增减变化
销售费用率	10.81%	11.15%	-0.34%
管理费用率	2.16%	1.95%	0.21%
研发费用率	0.94%	0.68%	0.26%
运营费用率	13.91%	13.78%	0.13%
财务费用率	0.51%	0.17%	0.34%
总费用率	14.42%	13.95%	0.47%

运营费用方面,一方面公司加强了在开发、IT、新品类运营等方面的人员储备,以及第二期员工持股计划计提管理费用摊销影响,人员费用率有所上升;此外为拉动销售,广告促销投入加大;另一方面,由于公司全渠道经营模式所具备的规模效应,在收入较快增长的同时,租金、装修、水电、折旧等固定费用率有所下降,报告期内公司运营费用率略有增长,但总体保持稳定。由于公司零售业务快速增长,对经营性资金需求增加,同时优化商品、消费金融业务发展加快,带来了公司银行借款规模的增加,以及报告期内发行公司债计提利息,使得报告期内公司财务费用率同比有所增加。整体来看,公司总费用率较同期增加0.47%。

(4)归属于上市公司股东的净利润变化情况

报告期内公司完成阿里巴巴股份出售,实施完成物流地产基金收购公司5家物流项目公司100%股权,对华泰证券投资的会计核算方法调整,以及投资大连万达商业管理集团股份有限公司,SENSETIME GROUP INC.(商汤科技)计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,其投资期内公允价值变动对利润有所影响。

综上所述,报告期内公司实现营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为136.59亿元、139.45亿元、133.28亿元,同比增长235.09%、221.91%、216.38%。

6.面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7.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

①报告期内公司会计政策变更事项

公司第八届董事会第二十五次会议通过了《关于会计政策变更的议案》,本次会计政策变更无需提交股东大会审议,具体情况如下:

(1)本次会计政策情况概述

①变更原因

为顺应执行企业会计准则的企业在财务报告编制中的实际问题,规范企业财务报表列报,提高会计信息质量,财政部在2018年6月15日发布《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号),对一般企业财务报表格式进行了修订。

根据上述会计准则的要求,公司需对会计政策相关内容进行相应调整。

②变更日期

根据前述规定,公司于上述文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

③变更前采用的会计政策

本次变更前,公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。

④变更后采用的会计政策

本次变更后,公司对原有资产负债表和利润表的“应收账款”、“应收票据”、“应付账款”、“应付票据”、“应收利息”、“应付股利”、“固定资产”、“固定资产清理”、“工程物资”、“在建工程”、“专项应付款”、“长期应付款”、“管理费用”“财务费用”等科目的列示进行调整,并将按财政部2018年6月15日发布的《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号)的相关规定执行。

其他部分,仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

(2)本次会计政策变更对公司的影响

①根据《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号)