证券代码:002024　　证券简称:苏宁云商　　公告编号:2015-013

苏宁云商集团股份有限公司

2014 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	025-84418888-2-888480		
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)

	2014年	2013年		本年比上年增减	2012年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	108,925,296	105,292,229		3.45%	98,357,161	
归属于上市公司股东的净利润	866,915	371,770		133.19%	2,676,119	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,252,211	306,725		-508.25%	2,515,093	
经营活动产生的现金流量净额	-1,381,419	2,238,484		-161.71%	5,299,441	
基本每股收益(元/股)	0.12	0.05		140.00%	0.37	
稀释每股收益(元/股)	0.12	0.05		140.00%	0.37	
加权平均净资产收益率	3.01%	1.31%		1.70%	10.61%	
	2014年末	2013年末		本年末比上年末增减	2012年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	82,193,729	82,251,671	83,043,655	-1.02%	76,161,501	76,850,055
归属于上市公司股东的净资产	29,281,855	28,369,258	28,351,523	3.28%	28,459,130	28,466,322

注:1、会计政策变更涉及追溯调整的会计数据详见本摘要"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";

2、上述基本每股收益、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数据填列;加权平均净资产收益率按照追溯调整后的归属于上市公司股东的净资产数据填列。

(2)前10名普通股股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	311,238	年度报告披露日前第5个交易日末普通股股东总数	280,766	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	无

持股5%以上的股东或前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	报告期未持股数量	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		-	1,951,811,430 (注1)		质押	782,000,000(注5)
苏宁电器集团有限公司	境内一般法人	14.73%	1,087,341,951		-		1,087,341,951		
苏宁控股集团有限公司	境内一般法人	4.20%	309,730,551		-	288,065,848 (注1)	21,664,703	质押	288,065,848(注5)
陈金凤	境内自然人	2.66%	196,132,370				196,132,370		
金明	境内自然人	1.69%	125,001,165		-	93,750,874 (注2)	31,250,291		
北京弘毅贰零零零股权投资中心(有限合伙)	境内一般法人	1.34%	98,765,436		-	98,765,436 (注3)			
全国社保基金一一零组合	其他	1.02%	74,998,544		-		74,998,544		
苏宁云商集团股份有限公司-第1期员工持股计划	其他	0.83%	61,056,374		-	61,056,374 (注4)			
蒋勇	境内自然人	0.79%	58,064,580		-		58,064,580		
招商银行股份有限公司-富国天合稳健优选股票型证券投资基金	其他	0.42%	30,660,065		-		30,660,065		
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(如有)(参见注3)	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。								

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	报告期末持有无限售条件股份数量	股份种类 股份种类	数量
苏宁电器集团有限公司	1,087,341,951	人民币普通股	1,087,341,951
陈金凤	196,132,370	人民币普通股	196,132,370
全国社保基金一一零组合	74,998,544	人民币普通股	74,998,544
蒋勇	58,064,580	人民币普通股	58,064,580
金明	31,250,291	人民币普通股	31,250,291
招商银行股份有限公司-富国天合稳健优选股票型证券投资基金	30,660,065	人民币普通股	30,660,065
联讯证券-光大银行-联讯证券联新1号集合资产管理计划	30,000,000	人民币普通股	30,000,000
交通银行-富国天益价值证券投资基金	28,000,000	人民币普通股	28,000,000
中国银行股份有限公司-嘉实沪深300交易型开放式指数证券投资基金	24,238,179	人民币普通股	24,238,179
中国工商银行-融通深证100指数证券投资基金	23,993,027	人民币普通股	23,993,027
前10名无限售流通股股东之间,以及前10名无限售流通股股东和前10名股东之间关联关系或一致行动的说明	详见"上述股东关联关系或一致行动的说明"		
前10名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明(如有)	苏宁电器集团有限公司通过普通证券账户持有公司股份517,341,951股,通过信用交易担保证券账户持有公司股份570,000,000股。		

注1: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2: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3:北京弘毅贰零零零股权投资中心(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;

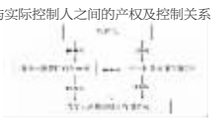
注4:公司2014年员工持股计划资产管理机构安信证券股份有限公司于2014年9月30日前通过二级市场买入的方式完成公司股票购买,该计划所购买的股票锁定期自2014年10月9日起12个月(具体内容详见公司2014-055号公告)。

注5: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,以及张近东先生为向公司员工持股计划提供借款支持,以其持有的公司1.78亿股股份向安信证券股份有限公司办理股票质押式回购业务取得资金。

(3)前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

(4)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

2014年,宏观经济增速放缓、消费市场整体偏弱、渠道竞争加剧、消费热点缺乏,零售行业景气度维持低迷,从中坚全国商业信息中心统计数据显示来看,2014年全国百家重点大型零售企业零售额同比仅增长0.4%,其中家用电器类商品零售额同比下降1.6%。与此同时,互联网零售仍保持较高增速,根据艾瑞咨询统计数据显示,2014年中国网络购物市场交易规模达到2.8万亿,同比增长48.7%。面对行业挑战,传统零售行业纷纷加快转型,通过目建或者合作方式培育线上市场,布局全渠道,将线下在网点布局、深度体验以及供应链管理方面的优势与线上在流量获取、数据处理以及支付便捷等方面的优势相结合,形成企业新的竞争能力。O2O模式已成为传统零售行业转型升级,实现企业新成长的必由之路。

作为行业转型升级的先行者,苏宁于2013年明确了"一体两翼"的互联网零售发展路径。2014年苏宁围绕"三效法则",在全渠道运营体系的融合、商品供应链体系的变革、物流与IT平台的升级以及企业创新机制建设与管理体系简化等方面,进行了一系列深刻变革,推进O2O转型升级各项工作的落地实践。

全渠道及全场景建设上,通过门店端、PC端、移动端、TV端的全覆盖,满足消费者随时随地想购就购的需求,同时积极探索三四级市场服务站、本地化营销、校园拓展等新兴渠道建设,构建苏宁O2O渠道体系;

全品类经营上,明确"巩固家电、凸显3C、培育母婴超市"的全品类发展战略,商品丰富度不断提升,开放平台商户、类目全面拓展,苏宁全品类经营的形象逐步凸显;

服务能力建设上,物流方面,成立独立公司化运作,不断完善网络布局,坚持体验为王,积极探索社会化运营;金融方面,以易付宝为基础加快理财、信贷等金融产品体系完善,为用户提供优质金融方案,以供应链与开放平台为依托,加快供应链金融业务发展,为供应商、商户提供增值服务。

内部管理上,组织进一步扁平化,加大事业部、大区的授权;设立创新基金,全力支持团队微创新,激励员工自上而下推动公司变革的动力。

通过2014年的努力,公司上下对互联网的转型实现了思想上的高度统一,对于商品供应模式变革、用户经营和服务体验都有了更加清晰的认识,线上线下、前台后台每个环节都在互联网化,O2O执行已经进入到由点及面,由个案到全局的体系化执行阶段,公司转型由弯道进入了直道。

自三季度起,企业运行效率逐步走向正轨,用户体验持续提升,销售收入规模逐季改善。2014年,公司实现营业收入1,089.25亿元,同比增长3.45%,其中三、四季度营业收入同比增长分别为15.90%、16.31%,互联网业务同比增长分别为52.26%、42.25%。与此同时,基于长远发展的考虑,公司在物流、IT能力建设、员工薪酬提升、专业技术和专业精英人才的引进方面加大了投入,带来费用阶段性的上升。此外,报告期内公司开展门店创新型资产运作模式,进一步提升O2O发展模式下门店核心竞争力。2014年公司实现利润总额、归属于上市公司股东净利润9.73亿元、8.67亿元,分别较上年同期增加573.62%、133.19%

? 经营结果及原因概述

(单位:千元)

项 目	2014年度	2013年度	增减率(%)
营业收入	108,925,296	105,292,229	3.45%
营业成本	92,284,572	89,279,061	3.37%
销售费用	14,105,025	12,739,711	10.72%
管理费用	3,356,570	2,805,667	19.64%
财务费用	66,770	-149,087	144.79%
营业利润	-1,458,933	183,903	-893.32%
利润总额	972,613	144,386	573.62%
净利润	824,038	104,303	690.04%
归属于上市公司股东的净利润	866,915	371,770	133.19%
少数股东损益	-42,877	-267,467	83.97%
经营活动产生的现金流量净额	-1,381,419	2,238,484	-161.71%

1、营业收入变化情况

经历2014年上半年组织架构调整、优化、运营效率的融合、商品经营的持续创新,公司经营逐季改善,尤其三季度企业运行效率逐步走向正轨,销售收入也逐步回升,四季度,公司有效把握促销旺季,发挥O2O模式下的全渠道优势,创新产品和服务,积极开展市场竞争,四季度公司销售收入继续保持较好的增长势头,营业收入同比增长16.31%,由此带来全年营业收入实现同比增长3.45%。

2、毛利率变化情况

项 目	2014年1-12月	2013年1-12月	增减变化
主营业务毛利率(%)	14.31%	14.39%	-0.08%
其他业务毛利率(%)	1.20%	1.02%	0.18%
综合毛利率(%)	15.51%	15.41%	0.10%

报告期内,公司互联网业务持续发展,目前毛利率水平仍较低,主要是由于扩大用户、提升规模是现阶段的主要方向,因此公司采取积极的价格策略与较为频繁的促销推广策略,毛利率水平继续运行在较低的区间,这是由目前的渠道结构变化与自营商品竞争策略决定的。但这将会带来公司用户规模的快速扩大与用户流量的快速提升,随着开放平台的商品逐渐丰富,变现能力也将逐步显现;而开放平台商户的增值服务需求也将大量产生,通过物流、IT、金融、推广等应用满足其需求的过程,也是公司产生增值收益的路径;同时大数据应用、互联网推广能力提升,必将带来C2B订制产品能力和周边配套商品推荐能力的提升、销售规模的扩大、产品结构进一步优化带来毛利的提升;公司O2O模式既实现了交易流程、用户体验的融合,也会差异化根据用户在不同渠道体验、购买产品和服务的特征,进行精准的产品展示、推荐和销售,产品在渠道间的结构分布也将实现优化并带来毛利的提升。这几个方面将是公司毛利率提升的关键手段。

3、三项费用率变化情况

项 目	2014年1-12月	2013年1-12月	增减变化
销售费用率	13.15%	12.26%	0.89%
管理费用率	3.13%	2.70%	0.43%
财务费用率	0.06%	-0.14%	0.20%
三项费用率	16.34%	14.82%	1.52%

报告期内,一方面结合品类策略,通过密集推广快速提升3C规模与日用百货新品类的用户认知,另一方面积极开展品牌传播,有效提升品牌认知度,广告促销投入相应增加;公司在IT、互联网运营以及新业务领域(如金融、苏宁互联等)专业人才的大量引进带来人员费用增长加快;物流等业务上超前投入也带来折旧费用增加以及信息研发等方面的投入有所加大。此外,公司支出80亿元公司债利息以及并购贷款融资利息等,带来财务费用增加。随着公司转型战略的逐步深化,转型成效将逐步凸显,公司费用水平将能够控制在合理水平。

报告期内,公司三项费用率同比增加1.52个百分点。

4、归属于上市公司股东的净利润变化情况

此外,报告期内,公司实施完成以部分门店物业为标的资产开展的相关创新型资产运作模式,该交易实现税后净利润为19.77亿元(以公司子公司最终确认后适用的所得税率计算)。

综上,2014年公司实现营业总收入1,089.25亿元,较上年同比增加3.45%,实现利润总额、归属于上市公司股东净利润9.73亿元、8.67亿元,分别较上年同期增加573.62%、133.19%。

? 公司未来发展展望

1、行业发展趋势

2015年,中国经济还将面临复苏动力不足,下行压力加大等困难,但同时也处于重要战略机遇期,新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化持续推进,宏观经济将继续稳增长、调结构。

另一方面,互联网发展将会进一步渗透每一个行业,互联网技术、思维与传统行业、产业的深度融合,将会对拉动大众消费、促进产业升级产生重大的推动作用,这就是"互联网+"将会带来的巨大机遇,而苏宁提出的"互联网零售"的理念则是我们在过去5年里做出的具体实践,这种实践从朦胧到逐步清晰,今年则将进入全面产出阶段。

2、公司发展战略

通过五年来的转型探索,公司进一步明确战略方向必须两手抓,一手是坚持不断提升零售行业核心竞争力,包括物流、供应链;一手是坚持不断应用互联网技术、思维,包括大数据、开放理念、用户体验、团队创新。

在此基础上进一步聚焦和明确战略实施路径,概括起来就是"一体、两翼、三云、四端":

"一体"就是作为零售主体的商品管理能力、用户经营能力;

"两翼"就是开放平台的生态体系搭建与线下的互联网化运营升级;

"三云"就是将传统的物流、信息流、资金流通过互联网技术升级为"物流云、数据云、金融云",并以互联网的思维全面开放、协同共享;

"四端"就是门店端、PC端、移动端、家庭端实现全渠道融合。

所有的战略工作最终是为了实现苏宁一以贯之的经营定位,也就是永远站在消费者角度,为消费者提供更好的产品、服务与体验,消费者需要什么,无论商品形态、服务内容、交易形式,苏宁就必须以最有效率的形式进行组织、提供,最终形成一个为消费者提供最为全面、最为便捷、最为增值的消费解决方案平台,而苏宁所有开展的业务,收购的业务,都是围绕这个平台建设打造生态系统,促进这个平台的发展,也使得生态系统中的各个主体各取所需、协同发展。

3、2015年工作策略

(1)用户策略

全面贯通苏宁生态系统中的所有用户。这包括苏宁零售体系中的用户、PPTV视频体系中的用户、苏宁金融体系中的用户以及苏宁广场等生活服务体系中正日益发展的用户,最终形成一个用户、一个会员账户、一个金融账户的用户体验。通过大数据平台统一辨识、了解用户需求,通过各类资源的整合精准满足消费需求,无论是商品购买、金融服务、文化体闲;通过"四端"融合,全渠道的满足交易和服务的形式,无论是家里、路上、店内;以此重新建立用户对苏宁的认知,充分提升用户的满意度,从而提升用户的活跃度,构建商价值核心用户体系。

(2)渠道策略

全面融合店面、PC、移动、家庭四种渠道。公司不再简单的分渠道来管理各自的销售,更重要的是更细致的区分不同渠道之下消费者所更需要的产品体验、交易方式、交互形式、服务需求,并在场景上实现随意切换。

对店面端来看,核心旗舰店升级,打造集体验、销售、服务、本地化营销为一体的区域生活服务中心是O2O发展的核心工作;而大型社区服务站、农村市场服务站、校园服务站,则是在互联网渠道、核心旗舰店广域覆盖下的网络密织延伸、发挥本地化优势,这是O2O发展的重点工作。

对移动端来看,就是连接"四端"的枢纽,在顺应移动发展趋势,加大推广、扩大交易占比的同时,通过适应移动端应用场景、使用特色的产品开发,着重发挥其连接器的作用是O2O发展的关键工作。

对家庭端来看,PPTV将全面融入苏宁渠道体系,成为家庭端的载体和家庭用户统一认知的界面。因此PPTV将打造终端、网络、内容为一体的平台,核心工作是推进优质智能终端产品的上市、网络播放能力的云化,以及通过大数据形成细分用户群体定制内容的能力,包括体育、剧集与综艺,在此基础上积极探索"四端"融合的视频电商模式以及商户品牌推广模式。

对PC端来说,进一步优化购物流程、智能搜索、推荐引导仍是长期工作,同时对于不同用户消费场景打造从项目众筹、新品预售、大聚惠折扣促销、尾货特卖到样机折扣的涵盖商品全生命周期的特色营销产品体系,对于母婴、美妆、通讯、超市、生鲜打造垂直专业的特色频道,提升用户对苏宁易购品牌、内涵的认识,扩大用户规模与购买频率,增强商户推广能力。

(3)供应链策略

加快开放平台建设与发展。随着公司对开放平台物流、IT、金融、推广服务能力的加强,公司具备进一步加快开放平台招商与提升开放平台运营的基础条件。该项工作将围绕着公司提出的品类策略相对聚焦的展开,优先致力于完善3C、母婴、超市的SKU组合,最大程度提升专业化水平。

优化自营供应链。公司在行业的供应链管理能力属于领先水平,但在互联网零售模式之下,原有的供应链组织、运行模式需要借鉴开放平台理念,在零供双方分工方面进一步专业化、合理化,在交易环节方面进一步提升技术应用水平与交易规则的透明化,对于最大程度发挥各自的优势、提升供应链效率有重要意义。同时公司将着力于将大数据应用于商品规划、库存布署、会员营销、金融服务,以更好的为供应商提供增值服务。

构建基于C2B的商品供应链模式。互联网的特点将消费者对单品与订制的需求进一步的凸显,公司将围绕这一变化,在通讯、彩电领域结合硬件、内容、网络进行打造;在空调、厨卫、环保领域结合智能家居进行打造;在母婴、超市领域结合健康、安全需求进行尝试。

构建海外商品管理体系。基于消费者需求的衍变,全球一体化的趋势,海外商品的供应链与开放平台体系构建是公司下一步发展的重点。公司将以香港作为这一工作的基地,结合香港、日本、美国已建立的经营体系,充分协同跨境物流、保税物流的发展,加快海外供应商、平台商户的引进合作,加强对其服务能力建设,优先聚焦母婴、美妆、小家电等部分商品类别,形成可持续发展的模式。

(4)后台策略

? 物流方面

构建独立的物流子集团架构,形成以选址、开发、建设为一体的物流资产运营与涵盖仓储、运输、配送全流程的物流服务运营相结合的物流全价值链。积极探索物流资产创新运营模式,以加快投入建设,形成更完善的网络;积极探索物流服务与全球、中国优质资源的合作互补,以领先的技术、管理,形成更高效的能力。

构建中国网络覆盖最健全、交付能力最快速的物流网络。8大核心枢纽、57大区域中心、352个城市转配中心将随着店面网络、农村服务站、社区服务站、校园服务站从最后一公里延伸到最后一百米。半日达、次日达、急速达服务覆盖范围继续扩大,同类区域在速度、质量上要领先竞争同行,并结合苏宁特点,将送装一体、售后到家等服务植入物流环节。

? 技术方面

围绕O2O加大资源投入,使得苏宁作为实质拥有多端平台能力的互联网零售企业,向消费者、供应商提供更为丰富、更有体验的应用服务;

围绕大数据加快各类应用研发,使得从用户营销到供应链升级、到内部管理创新建立全新的支撑平台,对于组织扁平、营销精准、周转优化形成质的变革;

围绕硬件、网络、内容协同的商业模式升级,从云、管、端三个方面投入研发资源,从而提升公司对消费者的吸引与增值服务能力,形成差异化竞争优势。

? 金融方面

构建独立的金融子集团,围绕苏宁生态圈的用户、合作伙伴形成全面的金融服务能力。支付作为基础平台,将从内向外快速拓展,丰富支付场景;理财方面,结合苏宁以及关联企业大量低风险、可供交易资产,形成管理能力,给消费者带来合理回报,也是激活庞大会员体系、维系高价值用户的重要手段;信贷方面,消费金融、供应链金融公司拥有得天独厚优势,将加速扩大规模,贡献收益;在新兴领域,众筹作为重点培育方向,将实物众筹、体育娱乐众筹、公益众筹与各项业务结合起来推广,形成独特优势。

(5)组织人才策略

2015年,公司的组织管理、系统架构将继续互联网化,打造柔性、敏捷的自组织体系。因此,内部组织管理方面,将继续推进以下三个方面:

一是部门专业化,无论是传统的家电、3C,还是母婴、超市、服装,或者物流、金融、数据衍生业务部门,都要大力推进体系专业化、部门公司化运作,使内部专业体系自上而下独立面对外部行业市场,提升专业垂直竞争能力。

二是层级扁平化,对内推进首席负责,对外落实首问负责,提升决策质量,加快决策效率,强化执行、强化落实。

三是组织柔性化,进一步推进任务导向、项目导向的组织设计,鼓励内外协同、跨界组合,小团队、微创新。

随着互联网组织的架构搭建、相应的必须重新构建适应互联网转型发展的新的人才梯队和培养机制。公司将以打造"创业、创新、创造价值"的三创苏宁人为目标,搭建员工自主发展平台,构建适应互联网发展的新型人才梯队。同时,量化组织绩效与个人绩效管理,对标外部行业,从工资、奖金、股权、福利等多方面,进一步加大对全体员工的激励力度。

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

依据财政部要求,公司自2014年7月1日执行《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》、《企业会计准则第39号—公允价值计量》、《企业会计准则第40号—合营安排》、《企业会计准则第41—在其他主体中权益的披露》,对财务报表中关于长期股权投资、职工薪酬、财务报表列报、合并财务报表、公允价值计量、合营安排,以及在其他主体中权益的相关业务及事项按上述准则的规定进行核算与披露。

1、长期股权投资

根据财政部"关于印发修订<企业会计准则第2号—长期股权投资>的通知》(财会[2014]14号),执行《企业会计准则第2号—长期股权投资》,对持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响,并在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益性投资按《企业会计准则第22号—金融资产的确认和计量》处理,不作为长期股权投资核算,并对其采用追溯调整法进行调整。

具体调整事项如下:

(单位:千元)

报表科目	被投资单位名称	2012年12月31日	调整说明
长期股权投资	南京苏宁中央空调工程有限公司	993	原在长期股权投资科目核算,追溯调整至可供出售金融资产科目。
长期股权投资	江苏银行股份有限公司	540,000	
长期股权投资	北京通州国开村镇银行股份有限公司	9,000	
长期股权投资	菱重家用空调系统(上海)有限公司	4,800	
合计		554,793	

(单位:千元)

报表科目	被投资单位名称	2013年12月31日	调整说明
长期股权投资	江苏银行股份有限公司	540,000	原在长期股权投资科目核算,追溯调整至可供出售金融资产科目。
长期股权投资	北京通州国开村镇银行股份有限公司	9,000	
长期股权投资	菱重家用空调系统(上海)有限公司	4,800	
合计		553,800	

对公司2012年度和2013年度合并资产负债表影响如下:

(单位:千元)

报表项目	2012年12月31日		
	调整前	变动(+/-)	调整后
长期股权投资	574,279	-554,793	19,486
可供出售金融资产	982	561,985	562,967

(单位:千元)

报表项目	2013年12月31日		
	调整前	变动(+/-)	调整后
长期股权投资	2,107,348	-553,800	1,553,548
可供出售金融资产	267,954	536,065	804,019

对公司2012年度和2013年度母公司资产负债表影响如下:

(单位:千元)

报表科目	2012年12月31日		
	调整前	变动(+/-)	调整后
长期股权投资	12,313,598	-545,793	11,767,805
可供出售金融资产	-	552,985	552,985

(单位:千元)

报表科目	2013年12月31日		
	调整前	变动(+/-)	调整后
长期股权投资	14,650,047	-544,800	14,105,247
可供出售金融资产	180,402	527,065	707,467

就执行第2号新会计准则的实施使得公司2013年12月31日的总资产、净资产规模减少17,735千元,对净利润、现金流量相关会计科目不会产生影响,

2、财务报表列报

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第30号—财务报表列报>的通知》(财会[2014]7号),执行《企业会计准则第30号—财务报表列报》,在资产负债表中所有者权益类增加"其他综合收益"项目,核算根据其他会计准则规定未在当期损益中确认的各项利得和损失;在利润表中,应将其他综合收益项目划分为两类:(1)以后会计期间不能重分类进损益的其他综合收益项目;(2)以后会计期间在满足特定条件时将重分类进损益的其他综合收益项目。根据此规定,公司将外币财务报表折算差额、原列入"资本公积"中可供出售金融资产公允价值变动重分类至"其他综合收益",并对其采用追溯调整法进行调整。

具体调整事项如下:

(1)对公司2012年底和2013年度合并资产负债表的影响如下:

(单位:千元)

报表科目	2012年12月31日			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
资本公积	4,679,471	-158	4,679,313	将"其他综合收益"作为会计报表项目在资产负债表单独列示。
其他综合收益	0	-23,089	-23,089	
外币报表折算差额	-30,439	30,439	0	

(单位:千元)

报表科目	2013年12月31日			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
资本公积	4,680,916	-1,349	4,679,567	将"其他综合收益"作为会计报表项目在资产负债表单独列示。
其他综合收益	0	-140,760	-140,760	
外币报表折算差额	-124,374	124,374	0	

(2)对公司2012年度和2013年度母公司资产负债表影响如下:

(单位:千元)

报表科目	2012年12月31日			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
资本公积	5,065,208	-	5,065,208	将"其他综合收益"作为会计报表项目在资产负债表单独列示。
其他综合收益	0	7,192	7,192	

(单位:千元)

报表科目	2013年12月31日			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
资本公积	5,065,510	-302	5,065,208	将"其他综合收益"作为会计报表项目在资产负债表单独列示。
其他综合收益	0	-17,433	-17,433	

(3)对公司2013年1-12月合并利润表的影响如下:

(单位:千元)

报表科目	2013年1-12月			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
其他综合收益	-163,628	-24,927	-188,555	将作为"可供出售金融资产"计量的投资公允价值变动计入利润表其他综合收益项目。

(4)对公司2013年1-12月母公司利润表影响如下:

(单位:千元)

报表科目	2013年1-12月			调整事项
	调整前	变动(+/-)	调整后	
其他综合收益	302	-24,927	-24,625	将作为"可供出售金融资产"计量的投资公允价值变动计入利润表其他综合收益项目。

3、职工薪酬

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第9号—职工薪酬>的通知》(财会[2014]8号),执行《企业会计准则第9号—职工薪酬》,并根据要求在财务报告中进行相应披露。

本会计政策的变更不会对公司财务状况、经营结果和现金流量产生影响。

4、合并财务报表

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第33号—合并财务报表>的通知》(财会[2014]10号),执行《企业会计准则第33号—合并财务报表》,通过投资方是否拥有对被投资方的权力、是否通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报、并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额来判断某个被投资方是否应被合并。

本会计政策的变更不会对公司财务状况、经营结果和现金流量产生影响。

5、公允价值计量

根据财政部《关于印发<企业会计准则第39号—公允价值计量>的通知》(财会[2014]6号),执行《企业会计准则第39号—公允价值计量》,修订与公允价值计量相关的政策和程序,并在财务报表中对公允价值信息进行更广泛的披露。

本会计政策的变更不会对公司财务状况、经营结果和现金流量产生影响。

6、合营安排

根据财政部《关于印发<企业会计准则第40号—合营安排>的通知》(财会[2014]11号),执行《企业会计准则第40号—合营安排》,评估参与合营安排的情况并变更了合营安排的会计政策。

本会计政策的变更不会对公司财务状况、经营结果和现金流量产生影响。

7、在其他主体中权益的披露

根据财政部《关于印发<企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露>的通知》(财会[2014]16号),执行《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》。

本会计政策的变更不会对公司财务状况、经营结果和现金流量产生影响。

本次会计政策的变更具体事项详见公司2014-062号《苏宁云商集团股份有限公司关于会计政策变更的公告》。

(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

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(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

报告期内,公司通过收购满座网业务、好耶广告技术板块业务将其相关公司纳入公司合并报表范围,以及公司通过新设子公司87家,包括北京苏宁云团科技有限公司、江苏苏宁易达物流投资有限公司等纳入合并范围。同时,注销子公司9家,包括无锡苏宁商业广场有限公司、上海苏宁精品电器有限公司等不再纳入合并范围。

本年度合并报表范围变化的情况说明详见财务报表附注"五、合并范围的变更"。

(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

□ 适用 √ 不适用

(5)对2015年1-3月经营业绩的预计

2015年1-3月预计的经营业绩情况:净利润为负值

2015年1-3月归属于上市公司股东的净利润(万元)	-35,000	至	-30,000
2014年1-3月归属于上市公司股东的净利润(万元)	-43,354.9		
业绩变动的原因说明	2015年一季度公司互联网零售种类或效进一步显现,商品销售规模(含线上线下自营及开放平台)预计同比增长30%,其中线上平台实体商品交易总规模同比增长超过90%。积极的市场竞争策略带来销售收入较好增长,但同时毛利率水平相应保持稳定。 公司仍处于O2O模式转型的投入期,在广告宣传、产品推广、人员薪酬激励、高素质专业人员引进等方面都需要持续的进行投入;同时基于长远发展公司在物流资产、IT技术方面的超前投入所产生的效益需要通过销售规模的不断扩大来予以体现。 此外2015年一季度,公司对PPTV的持股比例增加,以及PPTV仍处于快速布局阶段得用户阶段,投入较大,经营亏损,对公司净利润的影响有所增加。 综上,预计2015年一季度归属于上市公司股东的净利润亏损30,000万元至35,000万元。		

苏宁云商集团股份有限公司
董 事 会
2015年3月29日

证券代码:002024　　证券简称:苏宁云商　　公告编号:2015-011

苏宁云商集团股份有限公司第五届董事会第十八次会议决议公告

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十八次会议于2015年3月19日(星期四)以电子邮件方式发出会议通知,2015年3月29日15:30在本公司会议室召开。会议应出席董事9名,实际出席董事8名,独立董事徐光华先生因其他安排,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,会议的召开、表决符合《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《2014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《2014年度董事会工作报告》,该议案需提交公司2014年年度股东大会审议。

三、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2014年度财务决算报告》,该议案需提交公司2014年年度股东大会审议。

四、以9票同意,0票反对,0票弃权的结果审议通过了《2014年年度报告》及《2014年年度报告摘要》,该议案需提交公司2014年年度股东大会审议。

《2014年年度报告》全文详见巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn),《2014年年度报告摘要》详见巨潮资讯网2015-013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《2014年度利润分配预案》。公司独立董事对2014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2014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)出具的普华永道中天审字(2015)第10023号《审计报告》确认,2014年公司母公司实现净利润-533,486千元,2013年度公司未支付普通股股利,加年初未分配利润6,502,378千元,报告期末公司未分配利润为5,968,892千元。

公司以2014年12月31日的总股本7,383,043,150股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.50元(含税),不送红股,不以公积金转增股本。

连续三年公司累计现金分红总额为