（上接A19版）

采用Miniload自动料箱堆垛系统和ASRS自动托盘堆垛系统建立针对于料箱、托盘的新一代存储拣选系统，结合供应商WCS控制系统与苏宁WMS系统的对接实现整箱、整托盘的自动存取。系统设计可增强商品的大批量出入库能力，从而显著提高收发货速度、准确性与生产量。

②拣选系统

利用高度自动化拣选设备如A字架以及SCS旋转货架实现自动化拣选，大大提高商品的自动化拣选效率；同时为了满足单SKU大批量出库以及非畅销品的拣选，辅以KDR流利式货架、托盘地堆以及阁楼式货架，增加仓库灵活性。

③自动输送系统

此系统是自动化物流配送中心中重要的组成部分，承担的作业量最大。根据上位系统的作业指令，自动分拣输送系统利用输送线进行货物的输送、升降、积放、检测、分发等功能，可实现货物从入库区域到不同存储区域，以及从不同存储区域到自动分拣系统的自动输送。

④自动分拣系统

通过自动化设备交叉带分拣机的运用，实现包裹或运输箱的自动分拣，避免人工根据目的地进行分货操作。使用可配合标准控制与软件对接的高速系统，可简化仓储操作，提高供应链可视化程度。

⑤自动化拣选系统应用开发

公司将升级现有的仓储管理系统，采用分布式理念，搭建可平滑扩展的“仓储网络管理系统”；通过智能应用开发，采集现有物流作业全流程的时效数据，运用大数据进行分析、模拟计算，同步考虑商品粘性、商品物流热度等信息，打造高效率、低成本的物流作业流程。

⑥社区自提柜网络建设

为了适应公司小件配送业务量持续上升，提升物流配送效率，解决快递服务环节“最后一公里”配送问题，公司将在全国各省市主要高端社区及高校布局社区自提柜，为用户提供24小时随时取货的便捷服务。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入351，261.33万元，其中拟使用募资资金投入350，000.00万元。

单位：万元

| 项目 | 第一年 | 第二年 | 第三年 | 小计 |
|---|---|---|---|---|
| 1、仓库改造费 | 6，110.00 | 8，043.75 | 11，976.25 | 26，130.00 |
| 2、自动化仓储、分拨及末端网络基础设备 | 85，918.80 | 107，684.40 | 90，161.46 | 283，764.66 |
| 3、物流系统开发费用 | 8，000.00 | 8，000.00 | 8，000.00 | 24，000.00 |
| 4、人员招聘培训费用 | 1，500.00 | 2，500.00 | 2，500.00 | 6，500.00 |
| 5、流动资金 | 5，500.00 | 2，471.43 | 2，895.24 | 10，866.67 |
| 小计 | 107，028.80 | 128，699.58 | 115，532.95 | 351，261.33 |

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司江苏苏宁物流有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在3年内根据业务发展对物流运营的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目无需备案。

（7）项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升公司的服务客户、平台商户的能力和物流相应时间，有效降低物流运营成本，增强公司竞争力。

（二）苏宁易购云店发展项目

苏宁易购云店是公司在“互联网+”时代针对未来消费者的消费需求和消费习惯打造的提供一流消费体验的新一代实体门店，是公司互联网转型、O2O深度融合模式落地的平台载体，也是公司未来最重要的线下流量入口。云店代表了未来零售行业重要发展方向，也是公司构筑核心竞争力的重要环节。

云店将为消费者提供全方面优质的消费体验和O2O体验服务平台，并对供应商开放提供展示销售、互动平台，具体功能如下：

全方位一站式消费体验：通过对商品结构和客户服务体验的优化，融合了“金融、海外购、咖啡、超市、红孩子、美食、电器、物流、售后”等苏宁所有的商品和服务的新模式；

O2O体验服务平台：通过“餐饮课堂、游戏体验区、孕妈讲堂、情景样板间”等体验区及“综合服务中心、售后服务中心”等功能区的加强，给消费者提供一站式、两线融合的O2O服务；

供应商开放的平台：通过“虚拟屏、主题活动区、情景样板间”将线上线下打通，给开放平台商户作为展示和销售的平台。

典型苏宁易购云店模式品类架构模型如下：

①云店发展战略是支撑公司实现O2O、物流、金融、数据等生态圈流量变现的重要线下流量入口

云店网络布局是支撑公司实现“两线融合、开放平台积累用户、中长期金融+物流流量变现”战略的重要线下流量入口，是建立“商业、金融、服务”生态闭环重要的战略部署。

公司通过多年全国连锁经营和实体布局，积累了大量线下流量，每一个苏宁门店都是巨大的线下实体流量入口。虽然由于商业环境的变化和宏观经济增长的变缓，传统模式的门店客户体验有所下降，但是云店通过全新的业态/品类、体验和生活服务组合，大大优化了用户体验和并提升客户体验，也将成为苏宁云商商业模式闭环中的重要线下流量入口。在用户通过苏宁云商线上、线下入口导入之后，对用户的价值进行再开发才成为可能，最终才得以通过物流、金融和各类O2O生活服务实现流量价值变现最大化。

②全国性云店网络将是O2O模式实现线下落地的骨干网络

苏宁易购云店依托苏宁云商现有实体经营网络，将成为O2O全国范围内线下落地的支撑体系。近年来线上交易规模呈几何数及增长，但是线下交易市场依旧远远大于线上的市场规模。同时，单纯的线上交易模式经过多年的飞速发展，增长速度也开始放缓，两线融合的O2O模式将成为行业发展的必然。通过结合线上线下的优势，缩短用户服务距离，O2O模式会较单纯线上模式更为高效，并为用户带来更好的消费、服务体验。

但无论是何种O2O线下落地服务，都需要一个完善、强大的线下网络为标准化的O2O产品提供系统支撑。互联网升级、两线融合的苏宁易购云店，将成为苏宁云商发力O2O全国性布局骨干网络，也成为苏宁云商的核心竞争优势。

③云店是承接苏宁云商业务、品类横向扩张和开放平台的重要依托

随着消费升级的持续，消费者对产品品质、安全、以及个性化需求要求越来越高，消费者不再仅仅以获取商品为首要目的，更多的在购物过程体验、互动、服务等方面有了全新的要求。单纯的线上消费很难实现等同于线下服务的良好体验，因此线下的体验将可能会影响最终消费决策，也将成为不可避免的重要一环，尤其是生活服务类和部分对体验要求较强的品类。原有传统线下零售模式单纯销售体验，门店现场陈列无序、环境局限，消费体验欠佳，必然将消费者推向了价格更有优势的线上购物。

苏宁易购云店通过技术升级和模式创新，通过线上线下深度融合，向线下实体开放线上无限量的商品、品类资源；通过品类扩张和重组，引入大量体验型消费项目，提升门店购物环境和消费体验；通过开放平台，在满足个性化升级消费需求的同时，也为苏宁云商线上线下业务带来了大量流量，为公司实现价值提供了保障。良好的现场体验，也将为公司进一步提升业务毛利水平提供了依托，将有力保障公司未来盈利能力的实现。

④线上线下相融合的云店模式是未来零售业的发展方向

随着互联网以及移动互联网技术的飞速发展，传统形态、单一品类的电器门店已经越来越难以适应当前复杂的竞争环境和消费需求。然而，单纯线上销售模式又难以在消费体验、落地服务方面给予用户良好的购物、消费体验和服务。在消费者对消费、休闲娱乐更高要求的背景下，消费过程中的良好体验、消费的趣味性以及便利性等方面成为消费者选择消费场所更为重要的考虑因素。传统单一品类和业态、单一功能、紧凑局限的购物场所将逐渐失去吸引力对消费者。然而，在线上销售冲击线下门店销售的同时，移动互联网技术的普及和应用也为实体门店带来了新的机遇，实体门店将可以通过各种技术手段，为消费者提供更好的购物体验。

长期来看，线上和线下将围绕着如何更好的服务用户为核心，差异竞争，相互补充，相互融合。因此，线上线下相互融合将成为未来相当一段时间零售行业发展的重要方向。同时拥有线上、线下“两线作战”能力的全渠道零售商，将在未来激烈竞争中占得先机。

⑤实体门店网络依旧是构筑零售行业壁垒的有效手段

在互联网零售这种新兴零售模式冲击下，运营效率较低的实体门店将逐渐走向没落，而稀缺的经营型物业将发挥更为重要的作用，各个城市核心商圈将不仅仅扮演满足购物需求，而且需要满足消费者除购物需求以外包括休闲娱乐、餐饮、社交、教育等多方面的生活服务，低效的经营场所将逐渐失去竞争力，对稀缺经营性物业的争夺将日趋激烈。

在这一背景下，公司将持续积极优化实体经营网络，在全国重点城市加强针对核心稀缺经营性物业的战略布局，进一步通过“租、建、购、并”方式获取优质门店物业资源，尤其在城市核心商圈中极具价值的门店物业，公司也可以考虑通过购置方式获取。另外，公司还将对于租期时间长、市场影响显著的经营中门店进行改造升级，在店面形象、商品出样、品类结构、服务体验进行多维度升级改造，为顾客带来全新的购物体验。本次募集资金将在全国331个城市的核心商圈通过租赁、202家核心商圈的门店进行改造升级，以及对具有独特价值的25个城市核心商圈的门店进行购置。

| 项目类型 | 项目内容 | 投资总金额（万元） | 募集资金拟投入额（万元） |
|---|---|---|---|
| 租赁店项目 | 新开331家云店 | 514，432.00 | 500，000.00 |
| 改造店项目 | 改造202家门店 | 121，410.00 | 121，410.00 |
| 购置店项目 | 购置25家门店 | 410，275.57 | 300，000.00 |
| 苏宁易购云店品牌推广项目 | 户外媒体推广：公交车、候车厅、墙体、户外大牌等 | 104，842.00 | 84，750.13 |
| 合计 | | 1，150，959.57 | 1，006，160.13 |

1、租赁店项目

（1）项目实施内容

本公司计划运用租赁店面的方式在东北、华北、西北、华中、华东、华南、西南发展331家连锁店，预计新增连锁店面积278.00万平方米。

331家云店将分布在全国8个大区实施，情况如下：

| 大区 | 新开门店数量 | 新开门店总面积（平方米） |
|---|---|---|
| 东北区 | 25 | 204，000.00 |
| 华北区 | 33 | 318，000.00 |
| 华东一区 | 69 | 564，000.00 |
| 华东二区 | 71 | 608，000.00 |
| 华南区 | 36 | 292，000.00 |
| 华中区 | 39 | 316，000.00 |
| 西北区 | 19 | 158，000.00 |
| 西南区 | 39 | 320，000.00 |
| 总计 | 331 | 2，780，000.00 |

（2）项目投资情况项目新增总投资514，432万元，其中：固定资产及相关开办费用投资392，042万元，以及根据连锁店面近年运转需求情况，本项目流动资金按正常年经营需求进行估算，铺底流动资金需求量按正常年流动资金需求的122，390万元。本公司拟用募集资金投资500，000万元，其余部分由公司自行解决。

为提高募集资金使用效率，公司将依据“先开先用，用完为止”的原则，以本项目331家云店开设的先后顺序确定直接使用或对子公司投资或增资顺序。

（3）项目实施方式

公司将通过直接开设，或新设子公司（全资子公司或全资下属公司）或向已有子公司增资的方式，由子公司负责开设连锁店面以实施本项目。

（4）项目实施周期

本项目实施周期为3年。

（5）项目产生效益

本项目全部投资后，将大大充实公司实体门店网络，增强公司在互联网+竞争环境下的竞争力，实现公司线上线下融合，进一步提升公司盈利能力。

2、改造店项目

（1）项目实施内容

①本项目公司将在全国重点城市筛选202家核心门店进行改造升级，对门店形象、业态布局、服务体验等方面进行持续投入。

②202家改造店区域分布情况

| 大区 | 改造门店数量 | 涉及改造面积(平方米) |
|---|---|---|
| 东北区 | 16 | 147，840.68 |
| 华北区 | 39 | 322，212.92 |
| 华东一区 | 44 | 442，818.42 |
| 华东二区 | 34 | 292，153.39 |
| 华南区 | 15 | 121，860.07 |
| 华中区 | 13 | 99，603.53 |
| 西北区 | 15 | 125，764.87 |
| 西南区 | 26 | 213，374.41 |
| 总计 | 202 | 1，765，628.29 |

（2）项目投资情况

本项目预计总投入121，410.00万元，其中装修投入82，128.60万元，设备及其他费用投资39，281.40万元。本项目计划使用募资资金投入121，410.00万元。

（3）项目实施方式

该项目将通过公司、全资子公司和全资下属公司负责本项目的实施。

（4）项目实施周期

本项目实施周期为3年。

（5）项目产生效益

本项目全部投资后，将有效升级公司实体门店网络，增强公司在互联网+竞争环境下的竞争力，实现公司线上线下融合，进一步提升公司盈利能力。

3、购置店项目

（1）项目实施内容

云店的开设，能够很好的提升公司在当地的市场品牌效应，门店经营的稳定性非常重要，因此位于重点城市核心商圈的店面，公司计划通过购置的方式取得，2014年公司启动了门店物业创新型资产运作，也是通过希望建立有效的资产取得-资产运营的模式，持续获得优质门店资源，进一步发挥公司O2O的优势。云店标准不断完善成熟，将进入快速发展阶段，需通过多种方式获得优质稳定的物业资源，鉴于此公司将计划在上海、广州、沈阳等十个城市核心稀缺商圈购置25处商业物业，用于公司云店发展，项目计划总投资410，275.57万元，购置物业建筑面积24.39万平方米。

（2）项目投资情况

本项目预计总投入410，275.57万元，其中拟使用募资资金投入300，000万元。

（3）项目实施方式

公司将通过向全资子公司或者新设子公司增资的方式完成物业购置。

（4）项目实施周期

本项目实施周期为3年。

（5）项目产生效益

本项目全部投资后，公司将在全国重点城市的核心商圈取得一批稀缺性商业物业，有助于公司稳固门店网络，有效抵御租金上涨风险和门店经营的稳定性，进一步推动公司门店的互联网升级，提升公司盈利能力。

4、苏宁易购云店品牌推广项目

（1）项目背景

苏宁始终视品牌为企业最核心的资产之一，一以贯之地执行品牌建设战略，并随着时代和市场的发展，不断丰富品牌的内涵。

为配合苏宁易购云店的落地实施，公司需要对整体品牌形象进行和重塑，以保持和增强公司品牌竞争能力，公司计划在未来3年投入104，842.00万元投入苏宁易购云店品牌营销项目，并拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过84，750.13万元投入本项目。

（2）项目的必要性分析

为配合苏宁易购云店建设项目的成功实施，公司计划加大对“苏宁易购云店”品牌建设投入，以促进公司实现总体战略目标。

在“互联网+”的时代大背景下，苏宁云商也在顺应时代潮流，业务不断升级转型，公司品牌形象也需要随着业务进行升级转型。随着公司苏宁易购的上线和苏宁易购云店建设项目的线下实施，公司需要将品牌形象从传统“电器连锁巨头”向“全品类、O2O”转变，并且重塑品牌形象和消费者认知。

此外，在投放手段上公司不但需要在原有传播模式上和渠道上继续投入，同时也需要进一步加大在新媒体以及互联网化的媒介传播方面进行投入，进而提升公司品牌运营能力，并采用多样化的整合品牌营销方式和互联网化的媒介传播形式，以配合公司战略顺利实施，实现公司的战略目标、品牌价值提升和建立核心竞争力。

（3）项目实施内容及计划投资情况

本次品牌建设项目计划在未来的三年，配合公司苏宁易购云店的新开和改造升级，主要通过户外媒体广告的方式，在公交车、候车厅、墙体、户外大牌广告等承载形式进行广告投放，提升苏宁易购云店的消费者认知和品牌影响力，以保障公司项目的顺利实施。

本项目预计总投入104，842万元，其中拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过84750.13万元。

（4）项目实施方式

公司将通过统一规划实施和向子公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在3年内根据业务发展的需求分期投入。

（6）项目备案情况

本项目不涉及备案要求。

（7）项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。项目完成后，将有助于提升苏宁易购云店的消费者认同，公司的品牌价值与形象将得到大幅提升。

（三）互联网金融项目

1、补充金融公司资本金项目

为完善用户体验，提升供应链资金效率，公司在金融服务方面进行了持续的投入和创新，致力于建立起从消费者到供应商的端到端的金融解决方案和增值服务能力，并形成包括供应链金融、消费信贷、余额理财等特色产品进行社会化推广，构建苏宁特色的“金融云”。供应链金融作为苏宁“金融云”服务中的重要内容，公司依托苏宁小贷、苏宁保理两个平台，充分发挥大数据优势，对上游供应商、开放平台商户开展精准营销，在有效控制风险的基础上快速提升业务规模，使得苏宁小贷、苏宁保理资本金资金需求增加，必须予以补充。

（1）项目背景及必要性分析

从国际零售行业发展趋势看，全渠道拓展、打造完整后台供应链成为了行业的主流发展趋势，其中，互联网金融服务成为了互联网零售企业重要的组成部分。在国外领先零售类企业中来自金融服务的收入已达到相当比重，强大的金融服务能力为公司稳定供应链体系、保持销售规模增长、提升用户体验起到重要支撑和促进作用。

近年来，国内电商企业充分意识到供应链金融对业务发展的重要性，加速布局相关金融业务。国内电商企业充分利用自身建立的交易额、资金流水及资信数据，通过大数据分析确定供应商资信状况，向供货商提供信用融资、订单融资、应收账款融资和协同投资等金融服务。电商提供供应链金融服务，有利于缓解中小供应商资金紧张、提高资金周转率。

公司于2013年初成立金融事业部，完善组织体系人才团队建设，并推进各类牌照资质的申请。经过两年的发展，目前已构建形成了较为完整的互联网金融业务布局，从获得牌照与资源来看，已涵盖互联网支付、供应链融资、保险代理、个人/对公理财、消费信贷等业务及与此相关的产品服务创新。

本次募集资金拟用于增资保理公司、小贷公司，促进供应链金融领域的业务发展。项目实施后，将进一步提升苏宁供应链金融的资本实力和业务规模，对于保障供应链稳定、提升供应商粘性、提升公司资金使用效率具有重大意义。

①利用供应链金融平台服务供应商体系，扶持中小企业，协同公司业务稳定发展

公司所处的零售行业，产业链上游为数量庞大、规模不一的产品供应商，上游企业存在大量的融资需求，存在较大的资金缺口，尤其对于中小型供应商，普遍存在融资难的问题。通过在产业链中引入供应链金融服务，能够有效缓解这一紧张局面。同时，公司利用与供应商的真实业务往来信息作为信用分析依据，确认供应商信用风险及融资额度，能够有效防范融资风险。公司通过本次非公开发行募集资金增资旗下金融公司，可以为自身产业链上游供应商及开放平台合作伙伴提供供应链金融服务，增加供应商及合作伙伴黏性，从而极大增强公司的采购和销售能力，促进公司业务稳定发展。

②资本金规模提升有助于供应链金融扩大业务规模，提升市场份额

目前，保理公司、小贷公司的资金来源主要为资本金、股东借款及银行贷款。整体资金量受限于资本金规模，此外银行融资对利率、额度都有相应的要求。目前苏宁保理、苏宁小贷正处于快速发展时期，应保持充足及稳定的资金来源，有助于增加客户量，提升信贷规模。因此本次使用募集资金对苏宁保理、苏宁小贷增资，有助于增强其资本实力，从而增强其信贷能力，有利于整体资金量的增加，并从总体上控制公司风险。随着苏宁云商未来规模的扩张，充足的资金将有利于保障保理业务和小贷业务的持续发展。

（2）项目实施内容

本项目拟通过增资方式补充苏宁商业保理有限公司、重庆苏宁小额贷款有限公司资本金，以利于其业务发展。

（3）项目投资情况

本项目预计总投资250，000万元。

（4）项目实施方式

本项目拟计划使用募集资金160，000万元增资苏宁商业保理有限公司（以下简称“保理公司”），公司全资子公司香港苏宁金融有限公司持有其75%股权，公司持有其25%股权，本次增资后，保理公司股权结构不会发生变化。

本项目拟计划使用募集资金90，000万元增资重庆苏宁小额贷款有限公司（以下简称“小贷公司”），公司全资子公司香港苏宁电器有限公司持有其75%股权，公司持有其25%股权，本次增资后，小贷公司股权结构不会发生变化。

（5）项目实施周期

本项目将在募集资金到位后分别增资保理公司、小贷公司。

（6）项目备案情况

本项目正在履行增资前置审批程序。

（7）项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升公司的供应链稳定性、增加利润增长点、增强公司竞争能力，从而完善苏宁生态圈的建设。

2、补充易付宝资本金项目

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过85，000万元，用于补充公司第三方支付业务——易付宝的公司资本金。

（1）项目背景和必要性分析

①第三方支付市场容量巨大、发展迅猛

第三方支付是我国电子商务顺利运行的必经之路，是现代电子商户环境中不可缺少的一部分。目前，第三方支付平台成为电子支付市场的热点，尤其在B2C和C2C等小额支付领域。除了基础的支付功能，第三方支付平台还可以为卖家开展B2C、C2C交易等提供技术支持和其他增值服务。

随着电子商务的爆发式增长，第三方支付规模发展迅猛。2014年中国第三方互联网支付交易规模达到8万亿元。

②移动互联网和O2O业务的发展为第三方支付业务提供了新一轮发展机遇

移动互联网技术的成熟为第三方支付行业带来了新的发展机遇，也大大拓展了第三方支付的应用领域。同时，宏观政策也为第三方支付奠定了政策基础，由工信部联合九部委起草《电子商务“十二五”发展规划》，预计到2015年，电子商务交易额较2010年翻两番，突破18万亿元，在GDP中贡献率大幅度提高，其中大量的电子商务交易来自于O2O业务所带来的移动支付需求。

③易付宝将与公司业务形成完善价值链

未来电子支付场景和进入支付场景的方式将越来越复杂，更多的支付将通过电子支付的方式进行交易，线上、线下、O2O的支付方式的界限越来越不清晰。各种场景的支付方式将不再单一，选择会更加多样化。

公司对于金融业务的战略是着眼于长远发展、持续投入，以汇聚流量和积累数据。在第三方支付业务多场景应用的发展趋势下，易付宝将围绕全渠道发展，满足不同用户、不同产品、不同场景的支付及各种互联网金融业务需求，打造平台经营发展模式，通过用户的积累，金融商品和服务的汇聚，产品和体验的创新，持续扩大目标客户群，提高用户品牌认知、粘性和应用频率，与公司业务生态圈有机形成完善的价值链体系。

（2）项目实施内容

在多个应用场景实现全面拓展；短时间内聚集和转化易购会员，重点提升移动端会员激活数量；积极拓展商户，以整体解决方案为客户提供增值服务；结合本地生活，形成高频次生活应用；结合娱乐服务，建立强应用场景。

（3）项目投资情况

本项目总投资85，000万元。

（4）项目实施方式

本项目将在募集资金到位后用于向易付宝增资，易付宝为本公司全资下属公司。

（5）项目备案情况

本项目正在履行增资前置审批程序。

（6）项目产生效益

本项目符合未来公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升用户体验和粘性，并有效提高对平台商户服务水平，从而完善苏宁生态圈的建设。

（四）IT项目

20多年来公司在IT资源方面持续投入，公司已成为中国零售行业信息化建设领先的企业。

近年来，公司明确“一体两翼”互联网零售路线，全面转型互联网零售商，不遗余力的加快在IT方面的研发投入，完善互联网研发架构体系，目前公司已分别在南京、北京、上海、美国硅谷建立了研发基地；围绕云计算、大数据以及智能家居技术，开展各类研发工作，塑造核心的技术能力。

1、云计算项目

（1）项目背景及必要性分析

随着云计算和大数据技术的不断升级，各类云计算和大数据平台及应用产品如雨后春笋一般出现。市场研究机构数据显示，2015-2018年全球云计算服务市场平均每年将增长26%，而中国将以接近45%的年复合增长率增长。作为改变信息产业竞争格局的重要手段，云计算产业蕴藏着巨大的战略价值和发展机遇。

但是，国内面向于零售行业云计算的整体解决方案目前还处于空白领域。基于公司互联网零售商业模式的转型需要，公司对零售行业云计算整体解决方案有着强烈的需求。

①公司业务规模快速增长需要云平台的技术支撑

公司致力于成为互联网零售行业的领导企业，构建互联网零售“数据云”的核心能力将有效促进公司的业务转型发展。通过“云海”、“云MIX”和“云商城”项目的立项实施，苏宁零售云生态系统将进一步完善。项目建成后将为公司提供战略转型所需的技术和平台支撑，并为公司带来了强有力的后台IT技术保障。同时，本项目的建设将显著降低信息系统的开发和运维成本、提高研发效率，并可显著提高信息系统的稳定性、安全性和用户体验。

②构建苏宁生态圈需要云计算平台的技术支撑

随着平台商户数量及交易规模的持续增长，公司信息平台面临着更加多元化的应用需求。本次云计算项目致力于打造一个面向苏宁互联网零售生态圈，提供IT基础设施、开发平台、云应用交易，并探索建立云计算生态系统的信息化平台，提供包括IT基础设施平台—“云海”、应用开发平台—“云MIX”及云计算服务交易平台—“云商城”的一站式云计算解决方案，涵盖了IaaS、PaaS及SaaS的完整云计算架构。项目建成后，公司将建成云主机服务、云存储服务、云应用服务及云服务交易闭环的云计算生态圈，实现在“云MIX”上开发软件应用、利用“云海”提供的IT基础设施部署软件应用并在“云商城”实现云计算服务的交易，为苏宁生态圈体系的用户提供IT核心价值服务。

（2）项目实施内容

公司拟使用本次非公开发行所募集资金中的110，057.40万元建设云计算项目，按照具体实施内容分为“云海”、“云MIX”和“云商城”，通过购置设备及软件、研发云计算应用开发平台及相关应用软件，进一步提升公司云计算业务能力，为公司互联网转型发展提供可靠的技术保障。

“云海”是公司提供IT基础资源服务的大型云平台，该项目将在三年内采购10，200台物理机，形成广阔的数据资源池。“云海”采用CloudStack、OpenStack等开源底层架构平台，通过KVM虚拟化技术将计算和存储资源进行虚拟化，提供包括云主机、高性能存储、SDN、负载均衡、私有网络及其它基本计算资源的弹性服务。

“云MIX”是公司的PaaS应用开发平台。该平台具有支持多种运行环境、可用数据库服务，完善的云安全服务、弹性伸缩的基础资源、全面的监控服务、丰富的API服务、高效的信息集成等特色。

“云商城”是公司的新一代云服务交易平台。公司将在商城门户、商品管理、交易管理、商城运营等方面进行全面建设，搭建具有互联网零售特色和行业竞争力的云服务交易平台。“云商城”建成后将不仅提供IaaS、PaaS等基础云计算服务，还可提供云ERP、云CRM、云OA、企业通信等云应用服务。此外，将针对小微零售企业的互联网零售转型，提供专用SaaS服务，如促销管理、SEM管理、会员管理、销售管理、店铺装修等云应用。

（3）项目投资情况

本项目预计总投入110，057.40万元，其中服务器及配套投入91，044.00万元，开发人员费用19，013.40万元。

（4）项目实施方式

公司将通过向全资子公司南京苏宁电子信息技术有限公司增资的方式实施本项目。

（5）项目实施周期

本项目将在3年内根据业务发展对IT资源的需求逐步投入。

（6）项目备案情况

本项目正在履行备案手续。

（7）项目产生效益

本项目不直接产生经济效益。通过本项目的实施，一方面，公司将实现在智能家居的布局，分享智能家居行业巨大的市场空间；另一方面，本项目将有助于建立苏宁云商生厂商、零售商、消费者的完整的生态圈，从而进一步提升公司的市场竞争力。

（五）偿还银行贷款

1、项目概况

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过250，000万元，用于偿还银行贷款。

2、偿还银行贷款的必要性分析

（1）优化公司财务结构提升公司短期融资能力

本公司近三年及最近一期末的资产负债率和主要偿债指标如下表所示：

| 财务指标 | 2015Q1 | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|---|---|---|---|
| 资产负债率（%） | 64.07 | 64.06 | 65.46 | 61.78 |
| 流动比率 | 1.2 | 1.2 | 1.23 | 1.3 |
| 速动比率 | 0.79 | 0.76 | 0.76 | 0.85 |

2012年末、2013年末、2014年末及2015年一季度末，公司的资产负债率分别为61.78%、65.46%、64.06%和64.07%。本次非公开发行采用现金认购的方式，随着募集资金到位，按照2015年3月末未经审计的财务数据测算，公司的资产负债率由64.07%降低至约61.14%，短期融资能力将得到增强，财务结构将得到进一步优化。

（2）减少公司财务费用降低财务风险

最近三年及一期末，公司短期借款情况如下：

| 财务指标（万元） | 2015Q1 | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|---|---|---|---|
| 短期借款 | 241，477.20 | 183，652.90 | 110，989.30 | 175，249.20 |
| 一年内到期的非流动负债 | 25，783.60 | 21，718.70 | 5，426.60 | 4，486.80 |
| 总计 | 267，260.80 | 205，371.60 | 116，415.90 | 179，736.00 |

近年来公司业务不断发展，公司债务规模持续上升；本次募集资金部分用于偿还部分银行贷款后，公司资产负债率将有所下降，资产负债结构将得到优化，短期财务费用将有所下降，公司盈利能力将得到加强，从而保证公司业务的可持续扩张。截至本预案公告之日，根据中国人民银行公布的一年期贷款基准利率估算，则公司通过偿还银行贷款250，000万元节省的财务费用达到约1.3亿元。

（六）补充流动资金

1、项目概况

公司拟利用本次非公开发行股票募集资金不超过300，000万元，用于补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性分析

（1）丰富商品，进一步提高3C、母婴、超市采购规模，支持全品类经营发展

苏宁全渠道的价值必须要通过商品来体现，用户的体验、流量的引入、粘性的提升最基础也是最重要的要素就是商品丰富度。2014年，公司明确“巩固家电、占显3C、培育母婴超市”的全品类发展战略，建立了电器3C、超市、母婴、百货、金融、文化等不同消费特性产品的全面组合，商品品类已经实现了大幅扩充，至2014年底商品SKU规模达到791万，母婴、超市等品类商品销售规模快速增长。同时，门店互联网化运营模式也逐渐成熟，云店改造不仅推进了O2O模式落地，同时也极大地丰富了线下渠道商品展示的丰富程度。

未来3-5年，公司进一步丰富商品品类、SKU规模预计进一步大幅增加，3C、母婴、超市类商品的销售占比也将逐步提高。若本次非公开发行股票募集资金到位后，公司计划投入部分资金用于完善母婴、超市新产品的拓展，进一步提高3C、母婴、超市类产品的采购占比，推进全品类发展战略的落地实施。

（2）进一步扩大公司差异化采购能力，提升产品经营的附加值

基于苏宁专业化的商品经营能力，通过对客户行为的精准分析、商品特性的全面把握，结合供应链管理能力的提升，苏宁将进一步加大差异化的采购能力，扩大自有品牌、定制、包销的范围和比重，在缩短供应链层级、降低供应链成本基础上，有效保证产品经营的附加值。

通常情况下，定制包销等产品均需要以现款采购。若募集资金到位，公司计划投入用于提高自有品牌、定制、包销产品的采购规模占比，同时投入打造多款以C2B模式订制的单品，全面提升公司差异化采购能力，进一步提升公司竞争实力和盈利水平。

（3）加快全渠道融合，进一步提升O2O平台的竞争力

公司致力于建立全面融合门店、PC、移动、家庭四种渠道的O2O平台。门店是O2O模式的核心，公司将不断优化升级核心门店，建立云店新模式，形成销售、体验、服务、本地化营销等功能协同的平台；移动端是苏宁O2O生力军，公司通过适应移动端应用场景、使用特色的产品开发，加大产品推广，在用户、频次、规模上形成突破；家庭端来看，公司将推进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。

募集资金到位后，公司将围绕O2O平台的各个环节，加大推广投入，提升O2O平台的市场竞争力。

（4）进一步提升服务产品能力，支持开放平台商户发展

近年来，公司物流云、数据云、金融云建设不断升级完善，为经营规模的持续增长提供了坚实的后台服务基础。公司在丰富自营产品品类、提高线上线下营销渠道融合的同时，也将服务能力向社会开放，建立开放平台生态体系，为合作伙伴提供全方位服务，公司也将开放平台的生态体系搭建作为“一体两翼”战略的重要组成部分。

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。2014年末开放平台引进商户11，000家，2014年开放平台实现商品交易规模31.92亿元（含税），发展态势良好。

若募集资金到位，公司将进一步加大对开放平台运营能力的投入，制定积极的商户政策，扶植商户发展，提升开放平台的竞争力。

三、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

苏宁云商作为零售行业转型的先行者，自2009年以来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”，战略核心就是要建立互联网技术支撑下的物流、信息流、资金流的核心运营能力。

本次募集资金将投入物流平台建设项目、IT项目、互联网金融项目、云店发展项目以及偿还银行贷款和补充流动资金。通过本次非公开发行，将进一步增强公司在互联网转型中的核心能力建设，进一步支持主营业务发展，夯实公司核心竞争力，全力助力公司转型升级。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次发行后，公司总资产、净资产规模将大幅增加，公司财务结构更趋合理，同时本次发行完成后，公司的资金实力将得到有效提升，有利于降低公司的财务风险，也为公司后续业务开拓提供良好的保障。

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内净资产收益率可能有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金项目的投入有助于公司营业收入和利润水平的提高、盈利能力的增强。

## 第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产是否存在整合计划，公司章程等是否进行调整；预计股东结构、高管人员结构、业务结构的变动情况

（一）本次发行对公司业务及资产的影响

本次非公开发行募集资金总额在扣除相关发行费用后将主要用于物流平台项目、云店发展、互联网金融和IT项目等的投资和建设，将进一步推动公司主营业务发展和公司战略的落地实施。同时，本次发行募集的部分资金将用于补充流动资金和偿还银行贷款，有利于改善公司营运资金和资本结构，促进公司业务发展。

本次发行完成后，公司的主要业务范围保持不变，不存在因本次发行而导致的业务和资产整合。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次非公开发行完成后，公司将根据股东大会授权，根据相关约定、规定和发行的实际情况修改《公司章程》涉及股本及其他与本次非公开发行有关的条款，并办理工商变更手续。

（三）本次发行对公司股东结构的影响

本次发行完成后，预计将增加不超过192，667.19万股有限售条件流通股（具体增加股份数量将在中国证监会核准并完成发行后确定），将使公司股东结构发生一定变化。但本次发行不会导致公司控制权发生变化，本次发行完成后，张近东先生将直接和间接合计持有公司24.29%的股份，仍为公司实际控制人。

本次发行前后，公司主要股东结构的具体变化情况如下：

| 序号 | 主要股东名称 | 本次发行前 | | 本次发行 | 本次发行后 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 持股数量（万股） | 持股比例 | 发行数量（万股） | 持股数量（万股） | 持股比例 |
| 1 | 张近东 | 195，181.14 | 26.44% | – | 195，181.14 | 20.97% |
| 2 | 苏宁电器集团 | 108，734.20 | 14.60% | – | 108，734.20 | 11.68% |
| 3 | 苏宁控股 | 30，973.06 | 4.20% | – | 30，973.06 | 3.33% |
| 4 | 淘宝（中国）软件 | – | – | 186，101.20 | 186，101.20 | 19.99% |
| 5 | 安信-苏宁2号 | – | – | 6，565.99 | 6，565.99 | 0.71% |
| 6 | 其他股东 | 403，415.92 | 54.60% | – | 403，415.92 | 43.33% |
| – | 合计 | 738，304.32 | 100.0% | 192，667.19 | 930，971.51 | 100.00% |

本次发行完成后，公司总股本将增加至930，971.51万股，社会公众股的持股比例高于10%，根据《深圳证券交易所股票上市规则》，公司将继续具备上市条件。

（四）本次发行董事及对高管人员结构的影响

根据公司《公司章程》和与淘宝（中国）软件签署的附条件生效股份认购协议约定，本次发行完成后，公司董事会的人数不超过9名。

本次发行完成后，在淘宝（中国）软件并未转让或出售任何公司股份的前提下，如淘宝（中国）软件在公司持股比例不低于15%，则有权提名2名非独立董事；如淘宝（中国）软件在公司持股比例低于15%