

苏宁易购集团股份有限公司 2020 年度业绩快报

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，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：本公告所载 2020 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、2020 年度主要财务数据和指标

单位：千元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度 (%)
营业总收入	258,459,388	269,228,900	-4.00%
营业利润	-6,059,951	14,671,720	-141.30%
利润总额	-5,993,761	14,594,597	-141.07%
归属于上市公司股东的净利润	-3,912,934	9,842,955	-139.75%
基本每股收益 (元/股)	-0.4290	1.0733	-139.97%
加权平均净资产收益率	-4.61%	11.77%	-16.38%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度 (%)
总资产	213,093,945	236,855,045	-10.03%
归属于上市公司股东的所有者权益	79,234,065	87,921,915	-9.88%
股本	9,310,040	9,310,040	-
归属于上市公司股东的每股净资产 (元)	8.51	9.44	-9.85%

注：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计算填列。依据《企业会计准则第 34 号-每股收益》，本报告期基本每股收益扣减了因实施股份回购减少的股份数 185,488,452 股。

二、经营业绩和财务状况情况说明

1、报告期内，企业经营外部环境受疫情影响，消费景气度虽然逐季缓慢回升，但整体发展承压。根据国家统计局数据显示 2020 年社会消费品零售总额同比下降 3.9%，全国网上零售额同比增长 10.9%；根据中华全国商业信息中心的

统计，2020 年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降 13.8%，弱于市场平均水平。

面对挑战，公司积极予以应对，聚焦商品零售及服务业务，加快开放赋能。2020 年公司实现营业收入 2,584.59 亿元，同比下降 4.00%，其中四季度营业收入同比增长 13.75%。公司 2020 年商品销售规模为 4,163.15 亿元，同比增长 9.92%，其中线上平台商品销售规模 2,903.35 亿元，同比增长 21.60%，线上销售规模占比近 70%。

报告期内公司线上销售占比提升较快，互联网业务价格竞争较为激烈，带来公司主营业务毛利率同比有所下降，由于家乐福中国并表，与店面相关服务收入及转租收入的增加，其他业务毛利率同比有所增加。公司积极实施降本增效，加强人员绩效考核，提升投入产出效率，公司加强财务费用控制，财务费率同比保持稳定，由此带来公司总费率同比下降 1.15 个百分点。

2020 年度公司参股子公司上海苏宁金融服务集团有限公司聚焦核心业务，发展普惠金融，为广大消费者和中小微企业提供优质的“全场景 更普惠”综合化金融服务，截至 2020 年 12 月末苏宁金服活跃用户数近 9000 万，2020 年度预计实现净利润 16.86 亿元，同比增长 52%。参股子公司江苏苏宁银行股份有限公司独立经营，稳健发展，2020 年普惠小微企业贷款客户数达到 9.2 万户，预计实现净利润 4.27 亿元，同比增长 464%。

报告期内公司非经常性损益项目预计影响 26.61 亿元，主要包括深创投中金-苏宁云享物流基金收购公司 5 家物流项目公司股权、公司持有的交易性金融资产的公允价值变动以及收到政府补助等。

四季度，公司对于包括天天快递、百货、母婴、商超等各项业务所形成的长期资产进行了资产减值测试，计提减值准备；对于投资参股公司的业务发展规划进行审慎评估，带来一部分长期投资对应的投资损失，前述合计预计对报告期内归属于上市公司股东的净利润影响额约为 20 亿元。

报告期内若不考虑员工持股计划带来的股份支付费用、公司投资并购业务带来的资产折旧与摊销、长期资产减值损失，以及对应的所得税影响，则 2020 年公司经调整后的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为亏损 42.30 亿元，同期亏损 44.82 亿元。

此外，受益于四季度销售的较好实现，经营性现金流改善，预计 2020 年公司经营活动产生的现金流净额转正。

2、2020 年公司进行了一系列降本增效和业务聚焦的工作安排。首先，公司进行了组织优化和编制优化，带来了人力资源费用的下降，考虑到人员优化时间和补偿金支付等因素，2021 年效果将会更加显著；其次，随着公司物流战略的调整和优化，小件快递的亏损将大幅收窄，而公司将进一步聚焦具有优势的大小件仓配一体化业务和售后服务业务，苏宁物流的盈利能力将显著增强；第三，线下业务 2020 年受疫情影响较大，随着店面进一步优化调整逐步到位以及市场回暖，预计销售和利润都将逐步回升；第四，随着云网万店战略引资的完成，资金实力及外部合作资源增强，有助于提升面向用户、商户和中小微零售商的服务能力，自营商品零售、物流业务收入预计均能实现较快增长，而上市公司对云网万店持股比例的下降，使得互联网投入带来的亏损对苏宁易购的影响有所下降。

综上，预计 2021 年公司的销售规模将会实现稳定增长，扣非净利润将会得到显著改善。

（一）零售业务

1、渠道运营

线下门店方面，到店销售受疫情影响较大，公司加快优化门店结构，强化门店的互联网运营能力，随着市场回暖及适度的促销推广，门店客流逐步回升，销售有所改善，12 月份家电 3C 家居生活专业店可比店面的销售收入同比增长 5.37%，同时公司门店通过发展苏宁推客、门店直播、苏小团等社交营销，2020 年由门店社交化经营带来的线上销售规模同比增长 145.70%。家乐福超市到家业务持续推进双线融合，进一步拓展配送范围，2020 年到家业务订单量同比增长 139%。2020 年公司加快推进中小型店面合伙人经营模式的覆盖，带来门店经营效率、经营效益显著提升，极大提高了终端人员的积极性，门店合伙人经营模式也逐步成熟。

线上业务方面，公司确定云网万店独立发展战略，全面对标头部互联网零售平台，对线上业务进行整合并引入战略投资，计划加大员工股权激励，探讨独立

上市。因此，公司在四季度加大在用户经营补贴、商品经营补贴方面的投入，尤其对于低单价、高复购的快消类商品加大推广，增加用户规模和提升用户体验。由此用户活跃度显著提升，四季度活跃买家同比增长达到 52%，12 月苏宁易购月度活跃用户数同比增长 68%，带来四季度云网万店平台商品销售规模同比增长 33.67%，其中公司自营商品销售规模同比增长 45.28%。公司自营业务的商品和服务优势有效带动了用户规模的增长，有助于公司开放平台对商户服务价值的提升，带来 2020 年开放平台商品销售规模同比增长 44.42%，随着开放平台规模的快速增长，互联网平台盈利模式也将逐步体现。整体来看，公司经营策略带来了显著的市场效果。但是用户的投入增加和价格竞争带来的毛利水平下降，也会阶段性的增加公司的亏损。未来随着云网万店战略引资的完成，上市公司对云网万店持股比例将逐步下降，并入的亏损也会逐步减少，因此公司还要坚定地执行云网万店的发展策略，随着云网万店规模持续快速发展，规模效应也将逐步体现。

2020 年苏宁易购零售云加盟店拓展迅速，全年新开门店 3,201 家，在三四级市场树立了渠道领先优势，越来越多的品牌商选择加强与零售云合作、发展下沉市场。2020 年零售云业务保持快速增长，预计全年销售规模同比增长超过 100%，并实现盈利。

2、商品经营

苏宁在强化核心商品品类专业自营能力的同时，提高全品类 C2M 商品供应链建设，通过发展自有品牌、独家代理品牌、定制包销等差异化泛产品、IP 系列商品定制，提升家电、快消百货类目中的高端产品、新品、网红单品的占比。

公司线上线下全场景服务和营销能力，能够与合作伙伴、品牌商和开放平台商户深度合作，加强 C2M 定制合作，实现品牌的孵化和培育。零售云头等舱+C2M 方向定制策略将链接更广泛的合作伙伴，共同下沉开拓新蓝海，构筑开放协同的共赢平台；苏宁拼购以拼购村、产业基地、拼拼农庄等组成的“直卖矩阵”，为本地化品牌赋能。

报告期内公司线上平台商户生态日渐丰富，公司开放平台非电器品类商户占比 86.81%，公司将不断优化完善针对第三方店铺的各项优惠政策、技术赋能手段，坚定不移地发展、壮大开放平台。

（二）物流业务

苏宁物流拥有零售行业领先的自建物流设施网络。报告期内苏宁物流新增、扩建9个物流基地，完成10个物流基地的建设，加快物流仓储用地储备，摘牌西安、南宁、南京、南昌、昆明等8个城市物流仓储用地，截至2020年12月31日公司已在48个城市投入运营67个物流基地，在15个城市有17个物流基地在建、扩建。苏宁物流地产基金的投资运作，形成了公司仓储物业“开发-运营-基金运作”这一良性资产运营模式。

苏宁物流协同家乐福、苏宁小店拓展到家业务，通过1小时达、一日三送等多种服务时效，为社区提供多元化社区服务。此外，围绕快速崛起的下沉市场，苏宁物流为苏宁易购零售云门店提供门店配送、送货上门等服务，为苏宁全场景智慧零售快速发展提供基石支撑。

苏宁物流第三方业务保持快速发展。苏宁物流积极发挥仓配一体、送装一体化、高价值商品配送体验等服务优势，尤其在家居物流相继与宜家、顾家等家居头部品牌扩大合作范围及合作深度。

（三）报告期内公司互联网门店情况

报告期内公司线下门店外部发展环境较弱，上半年公司对于经营效益较差的店面加快了调整，一二线市场更加注重“大店”布局，增强场景式布局，打造沉浸式“云逛街”体验，截至2020年12月31日一二级市场苏宁易购云店占家电3C家居生活专业店（不含商超门店）比例46%；社区商圈以家乐福超市为中心，加快线下消费场景全覆盖及对周边合作伙伴门店的赋能。三四线市场按照既定计划加快苏宁易购零售云加盟店开设，2020年零售云加盟店新开3,201家。

截至2020年12月31日公司各类自营店面总数2,649家，苏宁易购零售云加盟店7,137家。

截至2020年12月31日公司互联网门店变动情况如下：

单位：家，万平方米

	截至2019年12月31日门店		2020年1-12月新开门店		2020年1-12月关闭门店		截至2020年12月31日门店	
	数量	面积	数量	面积	数量	面积	数量	面积
苏宁易购广场	37	98.28	-	-	-	-	37	98.28
家电3C家居生活专业店	2,307	522.35	56	10.24	282	57.51	2,081	463.58

	截至 2019 年 12 月 31 日门店		2020 年 1-12 月 新开门店		2020 年 1-12 月 关闭门店		截至 2020 年 12 月 31 日门店	
	数量	面积	数量	面积	数量	面积	数量	面积
苏宁易购直营店	833	26.60	-	-	702	20.68	131	5.98
家乐福超市	233	144.60	15	4.66	20	8.15	228	141.12
苏宁红孩子母婴店	175	21.96	8	0.53	41	5.07	142	14.63
香港地区门店	30	0.68	2	0.03	2	0.04	30	0.67
自营店面合计	3,615	814.47	81	15.46	1,047	91.45	2,649	724.26
苏宁易购零售云加盟店	4,586	-	3,201	-	650	-	7,137	-

注 1：自营店面面积为各店面合同约定的可使用面积。

注 2：苏宁易购广场为百货业态店面。

三、与前次业绩预计的差异说明

本次业绩快报披露的经营业绩与公司 2021 年 1 月 30 日披露的《2020 年度业绩预告》中预计的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。

苏宁易购集团股份有限公司

董事会

2021 年 2 月 27 日