苏宁电器股份有限公司

证券代码:002024　证券简称:苏宁电器　公告编号:2012-009

2011 年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn),投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司年度财务报告已经普华永道中天会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.3 公司负责人张近东先生、主管会计工作负责人朱华女士及会计机构负责人(会计主管人员)肖忠祥先生声明:保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

§2 公司基本情况简介

2.1 基本情况简介

股票简称	苏宁电器
股票代码	002024
上市交易所	深圳证券交易所
注册地址	江苏省南京市山西路8号金山大厦1-5层
注册地址的邮政编码	210005
办公地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道1号
办公地址的邮政编码	210042
公司国际互联网网址	http://www.cnsuning.com
电子信箱	stock@cnsuning.com

2.2 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
联系地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道1号	江苏省南京市玄武区苏宁大道1号
电话	025-84418888-888122,888480	
传真	025-84418888-888000-888480	
电子信箱	stock@cnsuning.com	

§3 会计数据和业务数据摘要

3.1 主要会计数据　单位:千元

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
营业总收入	93,888,580	75,504,739	24.35%	58,300,149
营业利润	6,444,081	5,431,948	18.63%	3,875,032
利润总额	6,473,226	5,402,044	19.83%	3,926,367
归属于上市公司股东的净利润	4,820,594	4,011,820	20.16%	2,889,956
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,623,986	4,029,589	14.75%	2,852,724
经营活动产生的现金流量净额	6,588,520	3,881,336	69.75%	5,554,942
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额	59,786,473	43,907,382	36.16%	35,839,832
负债总额	36,755,935	25,061,991	46.66%	20,914,849
归属于上市公司股东的所有者权益	22,328,334	18,338,189	21.76%	14,540,346
总股本(股)	6,996,212	6,996,212	-	4,664,141

3.2 主要财务指标　单位:元

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
基本每股收益(元/股)	0.6890	0.5734	20.16%	0.4294
稀释每股收益(元/股)	0.6890	0.5734	20.16%	0.4294
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.6609	0.5760	14.74%	0.4239
加权平均净资产收益率(%)	23.68%	24.48%	-0.80%	28.44%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	22.72%	24.58%	-1.86%	28.07%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.94	0.55	70.91%	1.19
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	3.19	2.62	21.76%	3.12
资产负债率(%)	61.48%	57.08%	4.40%	58.36%

非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用　单位:千元

非经常性损益项目	2011年	2010年	2009年
非流动资产处置损益	-1,970	-3,717	-403
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	83,566	41,982	71,155
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	5,658	-
权益法核算的长期股权投资取得时所享有的被投资单位可辨认净资产公允价值份额超过初始投资成本的部分		-	10,049
按照公允价值重新计量购买日前持有的LAOX股权产生的相关利得	179,223	-	-
其他营业外收支净额	-52,451	-68,169	-29,466
非经常性损益的所得税影响额	-9,092	6,062	-12,834
少数股东权益影响额	-2,668	415	-1,269
合计	196,608	-17,769	37,232

3.3 境内外会计准则差异

□ 适用 √ 不适用

§4 股本变动及股东情况

4.1 股份变动情况表　单位:股

	本次变动前		本次变动增减(+,-)					本次变动后	
	数量	比例%	发行新股	送股	公积金转股	其他(注1)	小计	数量	比例%
一、有限售条件股份	1,554,123,353	22.21	0	0	0	4,962,098	4,962,098	1,559,085,451	22.28
1.国家持股									
2.国有法人持股									
3.其他内资持股	26,162,790	0.37	0	0	0	0	0	26,162,790	0.37
其中:境内非国有法人持股			0	0	0	0	0		
境内自然人持股	26,162,790	0.37	0	0	0	0	0	26,162,790	0.37
4.外资持股									
其中:境外法人持股									
境外自然人持股									
5.高管股份(注2)	1,527,960,563	21.84	0	0	0	4,962,098	4,962,098	1,532,922,661	21.91
二、无限售条件股份	5,442,088,513	77.79	0	0	0	-4,962,098	-4,962,098	5,437,126,415	77.72
1.人民币普通股	5,442,088,513	77.79	0	0	0	-4,962,098	-4,962,098	5,437,126,415	77.72
2.境内上市的外资股									
3.境外上市的外资股									
4.其他									
三、股份总数	6,996,211,866	100.00	0	0	0	0	0	6,996,211,866	100.00

注1:2011年12月13日至2011年12月31日期间,公司副董事长孙为民先生、总裁金明先生、副总裁孟祥胜先生、副总裁任峻先生合计增持本公司股份6,616,130股,根据规定,该部分增持股份的75%按高管股份锁定。

注2:董事、监事、高管所持股份按照国家相关法律法规及规范性文件规定予以锁定。

限售股份变动情况表　单位:股

股东名称	年初限售股数	本年解除限售股数	本年增加限售股数	本年末限售股数	限售原因	解除限售日期
张近东	1,463,858,573	0	0	1,463,858,573	2009年非公开发行:高管股份锁定	2012年12月31日,认购的2009年非公开发行股份限售解除;高管股份锁定解除日期未知。
孙为民	0	0	1,309,324	1,309,324	高管股份锁定	未知
金 明	90,264,780	0	1,283,225	91,548,005	高管股份锁定	未知
孟祥胜	0	0	1,054,874	1,054,874	高管股份锁定	未知
任 峻	0	0	1,314,675	1,314,675	高管股份锁定	未知
合计	1,554,123,353	0	4,962,098	1,559,085,451	-	-

4.2 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表　单位:股

2011年末股东总数	297,286	本年度报告公布日前一个月末股东总数	295,108

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
张近东	境内自然人	27.90%	1,951,811,430	1,463,858,573(注1)	349,810,000(注3)
苏宁电器集团有限公司	境内非国有法人	13.47%	942,093,549	0	349,760,000(注3)
陈金凤	境内自然人	2.80%	196,132,370	0	196,000,000(注3)
金明	境内自然人	1.74%	122,064,007	91,548,005(注2)	30,000,000(注3)
中国银行-易方达深证100交易型开放式指数证券投资基金	境内非国有法人	0.96%	67,199,920	0	未知
交通银行-富国天益价值证券投资基金	境内非国有法人	0.96%	67,104,815	0	未知
中国工商银行-广发聚丰股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.86%	60,000,000	0	未知
蒋勇	境内自然人	0.82%	57,297,080	0	56,200,000(注3)
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC	境外法人	0.72%	50,474,656	0	未知
中国建设银行-富国天博创新主题股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.71%	50,000,000	0	未知

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类
苏宁电器集团有限公司	942,093,549	人民币普通股
张近东	487,952,857	人民币普通股
陈金凤	196,132,370	人民币普通股
中国银行-易方达深证100交易型开放式指数证券投资基金	67,199,920	人民币普通股
交通银行-富国天益价值证券投资基金	67,104,815	人民币普通股
中国工商银行-广发聚丰股票型证券投资基金	60,000,000	人民币普通股
蒋勇	57,297,080	人民币普通股
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC	50,474,656	人民币普通股
中国建设银行-富国天博创新主题股票型证券	50,000,000	人民币普通股
中国工商银行-融通深证100指数证券投资基金	46,836,047	人民币普通股

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电器集团有限公司28%的股权,张近东先生与苏宁电器集团有限公司构成关联股东关系。 2.除前述关联关系外,本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。

注1:张近东先生认购的公司2009年非公开发行股票目2009年12月31日起限售三年;同时作为公司现任董事,其所持有的公司股份需按照国家相关法律法规及规范性文件进行锁定;

注2:金明先生为公司现任董事,其所持有的公司股份需按照国家相关法律法规及规范性文件进行锁定;

注3:股票质押主要为协助苏宁电器集团有限公司加快物业建设,以配合推进我司自建店开发。

4.3 控股股东及实际控制人情况介绍

4.3.1 控股股东及实际控制人变更情况

□ 适用 √ 不适用

4.3.2 控股股东及实际控制人具体情况介绍

张近东先生,中国国籍,1963年3月出生,本科学历,曾任江苏苏宁安家电有限公司董事长兼总经理,现任苏宁电器股份有限公司董事长,无其他国家或地区居住权。

4.3.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

§5 董事、监事和高级管理人员

5.1 董事、监事和高级管理人员持股变动及报酬情况

姓名	职务	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	年初持股数(股)	年末持股数(股)	变动原因	报告期内从公司领取的报酬总额(万元)(税前)	是否在股东单位或其他关联单位领取薪酬
张近东	董事长	男	49	2010年07月	2013年07月	1,951,811,430	1,951,811,430		180.00	否
孙为民	董事、副董事长	男	49	2010年07月	2013年07月	0	1,745,765	增持公司股份	100.00	否
金 明	董事、总裁	男	41	2010年07月	2013年07月	120,353,040	122,064,007	增持公司股份	80.00	否
孟祥胜	董事、副总裁	男	40	2010年07月	2013年07月	0	1,406,498	增持公司股份	80.00	否
任 峻	董事、副总裁、董秘	男	35	2010年07月	2013年07月	0	1,752,900	增持公司股份	60.00	否
李 东	董事	男	51	2010年07月	2013年07月	0	0		8.00	否
沈坤荣	独立董事	男	49	2010年07月	2013年07月	0	0		8.00	否
孙剑平	独立董事	男	59	2010年07月	2013年07月	0	0		8.00	否
戴新民	独立董事	男	50	2010年07月	2013年07月	0	0		8.00	否
李建颖	监事会主席	女	43	2010年07月	2013年07月	0	0		30.00	否
汪晓玲	监事	女	39	2010年07月	2013年07月	0	0		15.00	否
肖忠祥	监事	男	41	2010年07月	2013年07月	0	0		15.00	否
朱 华	财务负责人	女	47	2010年07月	2013年07月	0	0		30.00	否
合计	-	-	-	-	-	2,072,164,470	2,078,780,600	-	622.00	-

董事、监事、高级管理人员报告期内被授予的股权激励情况

√ 适用 □ 不适用

姓名	职务	期初持有股票期权数量(万份)	报告期新授予股票期权数量(万份)	报告期股票期权行权数量(万份)	股票期权行权价格	期末持有股票期权数量(万份)	期初持有限制性股票数量(万股)	报告期新授予限制性股票数量(万股)	限制性股票的授予价格	期末持有限制性股票数量(万股)
孙为民	董事、副董事长	300	0	0	14.40	300	0	0	0.00	0
金 明	董事、总裁	300	0	0	14.40	300	0	0	0.00	0
孟祥胜	董事、副总裁	280	0	0	14.40	280	0	0	0.00	0
任 峻	董事、副总裁、董秘	280	0	0	14.40	280	0	0	0.00	0
朱 华	财务负责人	50	0	0	14.40	50	0	0	0.00	0
合计	-	1,210	0	0	-	1,210	0	0	-	0

5.2 董事出席董事会会议情况

董事姓名	具体职务	应出席次数	现场出席次数	以通讯方式参加会议次数	委托出席次数	缺席次数	是否连续两次未亲自出席会议
张近东	董事长	15	9	6	0	0	否
孙为民	副董事长	15	9	6	0	0	否
金 明	董事、总裁	15	9	6	0	0	否
孟祥胜	董事、副总裁	15	9	6	0	0	否
任 峻	董事、副总裁、董秘	15	9	6	0	0	否
李 东	外部董事	15	2	13	0	0	否
沈坤荣	独立董事	15	2	13	0	0	否
孙剑平	独立董事	15	1	14	0	0	否
戴新民	独立董事	15	2	13	0	0	否

连续两次未亲自出席董事会会议的说明无

年内召开董事会会议次数	15
其中:现场会议次数	1
通讯方式召开会议次数	8
现场结合通讯方式召开会议次数	6

§6 董事会报告

6.1 管理层讨论与分析

过去几年以来,中国零售业正在发生着器移默化的转型变革。一方面,结构转型、拉动内需的产业政策长期持续推进,将促进零售业稳定的发展,但宏观调控政策也带来了短期内的影响;另一方面,互联网技术、智能终端等信息科技的蓬勃发展和快速应用聚求零售业的商业模式必须尽快实现转型升级。同时,随着社会成本的增加、用户体验要求的提升、市场竞争层次的提高,零售业必须要从店面网络快速拓展阶段向全面精细化经营管理阶段实现过渡。

公司始终主重发展的长远战略和规划,对市场环境、行业趋势的演变不断作出前瞻性的研究,2009年开始苏宁就提出了"转销变革"并率先尝试实体店与互联网业务共举的战略。通过三年的不断实践,完善,2011年公司完整地提出了面向未来十年发展的战略规划,以"科技转型,智慧升级"为核心,从连锁发展、营销创新、电子商务、服务升级等方面阐述了清晰的发展路径,最终就是要实现由单纯的产品提供商向综合消费解决方案提供商转变,从全品类的商品提供、内容和增值服务的提供,为个人、家庭、中小企业进行全方位的需求运营。

2011年,由于宏观调控政策的影响,短期内一线市场以及部分发达的二级市场增长放缓,边际效应有所下降,而二、三级市场正处于网络铺设和扩张阶段,经营管理成熟度有待进一步提升,同时该部分地区的消费能力增强和需求释放向需时日,还处于投入期。另一方面,随着社会成本的上升,公司也面临着一定程度的物业租金、人员费用和运营成本上升的经营压力。

公司正视发展中存在的问题,制定了明确的短期和长期战略目标。短期来看,从店面的经营质量提升、内部管理成本控制、产品结构优化毛利提升和市场推广活动的加强进行了大量的努力,保持一定程度的业绩增长;更重要的是,公司着眼于中长期的发展,进行了大量的基础性建设,在这一点上,公司不会因为短期的效益而动摇,包括以下几个方面:

连锁发展方面,在"线城市和发达的二线城市,继续大力推进旗舰店战略,完善店面标准,丰富产品品类,提升店面环境,加强服务体验;在二、三级市场及部分四级市场,贯彻渠道下沉策略,在目前相对较低的市场成本之下,加快网络布局;积极借鉴海外零售业经验,全面规划乐购仕生活广场的新型业态,在商品品种、产品结构、展示方式、服务流程、销售模式、商业氛围等方面进行商业业态升级试点。

物流建设方面,坚持后台先行的发展策略,物流基地批量开发、快速复制的模式取得突破,报告期末已有8家物流基地运营,10家物流基地进入施工阶段,另完成签约储备24家;全面设计和试运营小件商品的仓储、快递体系,有效支撑线上销售业务的快速发展和图书、百货、日用品等新品类的拓展。

营销转型方面,通过运营总部的组建,整合店面零售、市场推广、客户服务等职能,提升以客户为导向的经营能力;持续强化以商品研究为中心的采购能力,在满足消费者多样化的商品需求基础上,OEM、自主品牌的产品销售比七不断提升,产品经营效益随之提升。

苏宁易购逐步实现公司化独立运营,从经营定位、核心能力、运营模式、技术体系、团队建设等方面已经搭建了清晰的经营框架,形成了明确的发展路径。苏宁易购已成为公司未来十年最重要的发展战略之一。

内部管理方面,持续进行信息化投入,依托信息平台,坚持推进制度化、标准化、简单化、透明化的"四化"管理理念,强化组织绩效、岗位绩效和人员绩效,提升大企业的运作效率。

我们认为,不论市场形势如何短期内有什么样的变化,这不会改变零售业的本质,我们必须要立足长远,加大投入,加快发展以公司的核心竞争能力建设,这才是公司实现长期持续发展,投资者获得长期持续回报的正确路径。

报告期内,公司实现营业总收入938.89亿元,较上年同期增长24.35%,营业利润64.44亿元,较上年同期增长18.63%,实现归属于母公司股东的净利润48.21亿元,同比增长20.16%。总的来看,管理层认为公司增长基本符合预期,长期战略在2011年得到了有力贯彻,为新十年的发展实现了良好的开端。

一、行业状况

1.调整经济结构,转型发展方式,消费市场平稳较快发展

2011年作为"十二五"开局之年,面对国际复杂多变的金融局势和国内通货膨胀压力日趋严峻的经济形势,政府积极采取多项政策稳定经济增长,深入实施了一系列调控政策,促进外向型经济向内生增长转变,扩大内需成为国家经济发展的指导方针。在"促消费、扩内需"的政策深入实施下,社会消费品零售总额保持稳定增长态势。2011年全年社会消费品零售总额同比增长17.1%。

2.技术升级、城镇化走程加快促进家电行业稳步增长

2011年,家电厂商加大了对产品技术升级研发投入,具备变频节能技术的变频空调、变频洗衣机的销售占比逐步提升;随着智能系统的盛行和应用产品的海量开发,3G手机、智能手机加快了普及力度,销售数量和产品占比保持快速增长;电视厂商对智能系统、云计算的系统支持以及对电视内容的大力开发也推动了智能电视的销售。此外,一二级市场家电消费升级需求加大,3D电视、滚筒洗衣机等产品增长较快。另一方面,随着城镇化进程加快,三四级市场居民收入水平显著提高,家电器消费刚性需求进一步释放。

综上,2011年家电行业保持稳定增长,据北京中怡康时代市场研究有限公司数据显示,2011年中国家电市场零售总额达12,030亿元,较2010年同期增长了11.8%。

二、连锁发展情况分析

1.连锁发展基本情况

① 大陆市场

⑴ 报告期内,公司新进地级以上城市25个,新开常规店365家,精品店7家,县镇店25家,乐购仕生活广场店1家,共置换关闭连锁店25家,净增加连锁店373家,其中开购仕生活广场店3家,其中开展公司双品牌战略运作,乐购仕生活广场突破了现有家电连锁的操作形式,采用全自营销售,无论在店面形象、信息化运用,还是在接待服务、顾客体验,都处于全国行业领先水平。

⑵ 报告期内,公司围绕构筑行业第一网络平台的目标,持续推进"粗、建、购、并"的综合开发策略,分别在杜丹江、大庆、长春、沈阳、北京、厦门、抚州、重庆的核心商圈新增购置店项目9个,截止报告期末公司拥有自有物业连锁店35个。另在成都、青岛开设了以合作开发模式实施的自建店项目。

⑶ 截至2011年末,公司已在全国256个地级以上城市拥有连锁店共计1,684家,其中常规店1,532家,精品店17家,县镇店134家,乐购仕生活广场店1家,连锁店面积合计达682.88万平方米,比上年同期增长32.32%。

② 港际市场

报告期内,公司因扩大香港和日本地区海外扩张需求,香港地区全年新开连锁店9家,关闭/置换2家,净增加7家连锁店;日本地区新开连锁店3家,关闭/置换连锁店1家,净增加连锁店2家。截止报告期末公司在香港地区拥有连锁店30家,在日本地区拥有连锁店10家。

综上,截止报告期末,公司在中国大陆、香港地区、日本市场共拥有连锁店1,724家。

三、经营结果情况

① 营业收入变化情况

报告期内公司把握市场变化趋势,加快二三级市场连锁网络布局,营销转型变革取得阶段性成果,线上业务迅速成长,公司实现营业收入较上年同期增长24.35%,其中主营业务收入同比增长24.57%。

② 毛利率变化情况

报告期内,公司实现主营业务毛利率同比提升1.37个百分点,其他业务利润率同比下降0.28个百分点,综合毛利率同比增长1.09个百分点,主要原因为:

公司与供应商合作持续深化,并不断创新合作模式,高效整合零供资源。

运营总部组建后,逐步整合店面零售、市场促销、店面运营、客户服务等职能,取得一定成效,公司自主销售能力以及各项服务指标均得到改善;通过自有品牌、品牌授权、独家代理、定制创新、产品买断等方式进一步提升自营能力,自主产品销售规模较快提升。

③ 三项费用率变化情况

报告期内,公司连锁网络规模进一步扩大,受物价上涨影响,新开店成本提升;同时公司还实施一系列薪酬调整举措提升人均薪资水平,改善团队人员,并提前储备较多人员,由此带来人员费用增长较快;此外随着资产规模扩大,相关资产折旧及摊销有所增加,以及徐庄总部投入使用,处于磨合期,费用支出增加;综上,报告期内,公司管理费用率、销售费用率同比上升了1.54个百分点。

报告期内,公司继续通过合理制定资金计划,提高资金使用效率,并进一步加强现金合作,同时较多采用银行承兑汇票的方式支付供应商货款,相应的银行贴息支出随规模增大,带来资金利息收入有所增加。财务费用率与上年同期基本持平。

④ 归属于上市公司股东的净利润变化情况

鉴于上述①、②、③项,报告期内,公司综合经营质量继续保持持续稳定的增长,实现归属于上市公司股东的净利润同比增长20.16%。

四、2012年发展规划

2012年国家进一步将"扩大内需、改善民生"作为重点工作予以推进,家电行业从供面临政策退出、宏观调控政策持续的影响,但长远来看,仍然拥有良好的外部环境,行业发展长期向好趋势不变,苏宁仍拥有良好的发展空间。

2012年是苏宁践行新十年发展规划的第二年,也是苏宁转型发展至关重要的一年,在这一年里,公司首要发展目标是搭建起符合新十年规划的业务框架体系,步入新的发展轨道。

在企业的发展历程中,不断寻找新的业务增长点和更优化的商业盈利模式是保持长期持续发展的一个重要措施,其战略动因无外乎内生增长与外延拓展两个方面。对苏宁来说,从内生增长来看,必须要实现商品供应链效率的提升、客户运营服务能力的提升、内部管理绩效的提升;从外延拓展来看,必须要实现产品线的不断延伸、区域线的不断延伸、渠道线的不断延伸。而实现企业盈台发展的前提则是不断巩固企业的后台竞争能力,也就是我们这么多年一直坚持的物流服务平台的建设、信息平台的建设以及人力资源平台的建设,必须要进行持续的、超前的投入。

基于以上的发展理念,2012年公司将会搭建起依托于逐步强大的采购平台、物流平台、信息平台、人力资源平台基础之上的"苏宁连锁、乐购仕连锁、苏宁易购"三个战略业务单元协同发展的框架。在新的框架下,公司将会实现商业模式的升级和盈利模式的优化,将从以下几个方面展开:

从产品线上来看,公司的经营品类将在经历了以空调到综合电器、再到3C产品的基础上向百货、日用品、图书、虚拟产品、金融产品等全品类迈进,逐步步入综合零售商的发展之路。公司将优先借助苏宁易购的平台开展多品类经营,在成熟的前提下,向乐购仕连锁、苏宁连锁依次推广。从这个意义上来看,苏宁易购有效地实现了实体经营的局限,充分挖掘了公司二十年来所积累的前后台能力,快速地实现品类的拓展,有效地提升了企业经营的边际效益。

从区域线上来看,各战略业务单元按照自己所面临的市场、客户特点,逐步的从一二级市场向三四级市场坚定地推进,并循序发展海外市场。在实体连锁由于选址、人员、开店周期等客观因素暂时不能覆盖的市场或者经营能力有待提升的市场,苏宁易购可以打破时间和空间的局限,形成与实体店有效的互补,有助于地区市场综合竞争策略的实现。

从用户体验上来看,随着互联网、智能技术的发展,用户体验的需求不断升级,单一的店面体验,或者单一的互联网体验都不能满足消费者日益增加的用户体验需求。互联网对于便捷的信息获取比较,交易支付,互动交流以及智能终端使用体验,促进购买行为有非常大的优势,但是"因在消费者直观体验商品,提供验证,试用商品,售后服务,触摸购买边际地用等方面也有不可替代的作用,同时不断升级的店面业态也将不断满足未来消费人群对购物休闲场所的需求。所以消费者的用户体验一定是贯穿线上线下,包含售前、售中、售后的完整的用户体验。

从服务内容上来看,公司一直重视为消费者提供服务,培养客户的忠诚度以及差异化的竞争能力。前期公司主要提供的是店面、物流、安装、维修等基础型服务,借助于互联网、智能终端的平台,公司将可以向个人、家庭、中小企业以及供应商合作伙伴提供更多的内容、增值服务,解决方案、技术服务、物流服务等全面的服务内容。借助于云计算技术,公司的服务战略将得以更加充分的实现,我们将这一模式称为"苏服务"模式,这是苏宁"科技转型,智慧升级"的核心路径。

从供应链上来看,供应链效率的提高是零售行业发展的关键。公司将依托苏宁易购打造一个完全开放的平台,形成一个互为依托的企业发展生态圈。通过开放平台的建设,消费者的需求、零供交易体系、供应商产品研发推广都将在一个极为透明、高效的信息平台上进行展示和运行,供应链效益将会得到极大的提高。同时,在产品供应链不断完善的同时,苏宁的内容供应链也将不断完善,这对服务的发展、虚拟产品的发展可以进行有效的支撑。

综上,从商业模式上来看,新的战略业务单元的组合形成了"实体与线上、虚实互动"的业务发展模式,而不是简单的互相竞争。从盈利模式上看,"旗舰店+电子商务"的模式可以有效地减少店面租金和人员费用等社会成本上升带来的压力,相比现有大量社区店形成的销售规模,更具有规模效应和投入产出;而产品线的拓展也有效地提升了边际效应;同时服务内容的增加将会极大提高公司经营的附加值,提升盈利能力。

因此,苏宁易购的发展,并非因市场竞争因素被动实施,而是基于企业转型变革的战略规划顺势而为,互联网的发展为公司提供了转型升级的机遇和平台。我们认为,"虚实互动"的发展模式也是中国零售业转型升级的趋势,是中国乃至全球的所有行业都必须思考的问题。

短期来看,今年的家电市场环境不容乐观,对企业短期效益的实现也会带来一定的压力。但企业的发展更应该立足长远,2012年,公司将更专注于新的业务架构的建设,努力将公司带入新的发展轨道,以此打开苏宁全新的发展空间。苏宁的发展战略需要全体苏宁员工的支持,并且需要广大合作伙伴的理解和参与,也需要投资者的信任与支持,共同打造一个有利于苏宁长远发展、有利于合作伙伴合作共赢、有利于股东长期回报的生态圈。

6.2 主营业务分行业、产品情况表　单位:万元

主营业务分行业情况						
分行业或分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
零售业	9,246,537.70	7,585,560.90	17.96%	24.57%	22.51%	1.37%
主营业务分产品情况						
彩电、音像、碟机	2,369,692.80	1,877,602.00	20.77%	20.21%	17.71%	1.68%
数码及IT产品	1,714,889.20	1,564,352.00	8.78%	38.70%	36.50%	1.47%
冰箱、洗衣机	1,568,710.00	1,213,540.60	22.64%	21.25%	18.96%	1.49%
通讯产品	1,237,360.20	1,096,551.30	11.38%	39.05%	36.95%	1.36%
空调器产品	1,127,258.40	893,615.80	20.73%	16.23%	12.66%	2.52%
小家电产品(注)	1,106,688.30	853,383.90	22.89%	16.15%	13.08%	2.09%
安装维修业务	90,961.10	60,039.90	33.99%	6.44%	2.38%	2.61%
其他产品	30,977.70	26,475.40	14.53%	33.60%	14.46%	14.28%
合计	9,246,537.70	7,585,560.90	17.96%	24.57%	22.51%	1.37%

注:小家电产品包括厨卫、生活电器以及百货类产品。

6.3 主营业务分地区情况　单位:万元

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
华东一区	2,264,757.00	29.84%
华东二区	1,511,519.30	11.29%
华北地区	1,436,274.60	22.68%
华南地区	1,363,528.30	20.14%
西南地区	990,543.30	31.84%
东北地区	519,752.00	20.91%
华中地区	529,457.60	24.71%
西北地区	432,559.00	33.01%
香港地区(注1)	165,342.70	97.54%
日本地区(注2)	32,803.90	-
合计	9,246,537.70	24.57%

注1:报告期内,香港地区实现销售按照2011年1-12月平均汇率港元兑人民币1:0.82957汇率进行计算;男上年同期销售收入为11个月数据;

注2:公司于2011年9月将日本LAOX株式会社纳入合并报表范畴,LAOX9-12月份销售收入按照2011年9-12月平均汇率日元兑人民币1:0.08206汇率进行计算。

6.4 采用公允价值计量的项目

□ 适用 √ 不适用

6.5 募集资金使用情况对照表

√ 适用 □ 不适用

1、首次公开发行募集资金项目已经全部实施完毕,结余募集资金70.77万元,为募集资金净额超过计划投入募集资金金额的部分,已于2010年已投入用于补充流动资金。

2、历次非公开发行募集资金使用情况

单位:万元

募集资金总额		661,507.55(注10)	本年度投入募集资金总额		186,116.45
报告期内变更用途的募集资金总额		0.00			
累计变更用途的募集资金总额		0.00	已累计投入募集资金总额		580,987.51
累计变更用途的募集资金总额比例		0.00%			
承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本年度投入金额	截至期末累计投入金额(2)
承诺投资项目					
100家连锁店发展项目	否	50,000.00	50,000.00	0.00	50,000.00
江苏物流中心项目	否	15,310.00	15,310.00	119.83	15,310.00
信息中心项目	否	13,171.90	13,171.90	0.00	13,171.90
补充流动资金	否	41,020.10	41,020.10	0.00	41,020.10
250家连锁店发展项目	否	150,000.00	150,000.00	40,549.73	132,026.18
沈阳物流中心项目	否	14,348.37	14,348.37	2,854.03	11,757.02
武汉中南旗舰店购置项目	否	23,386.77	23,386.77	0.00	23,386.77
上海浦东旗舰店购置项目	否	57,620.87	54,270.41(注4)	0.00	54,270.41
250家连锁店发展项目	否	140,000.00	140,000.00	78,325.59	102,446.76
成都物流中心建设项目	否	15,198.08	15,198.08	10,098.46	14,916.53
无锡物流中心建设项目	否	15,246.99	15,246.99	5,807.51	12,697.72
重庆物流中心建设项目	否	16,669.70	16,669.70	9,555.37	15,848.72
天津物流中心建设项目	否	15,800.80	15,800.80	9,011.86	13,742.92
徐州物流中心建设项目	否	11,399.40	11,399.40	3,225.94	5,241.11
北京物流中心建设二期