

苏宁云商集团股份有限公司

(注册地址：江苏省南京市山西路金山大厦 1-5 层)



公开发行 2013 年公司债券（第二期）

受托管理事务报告

(2016 年度)

债券受托管理人

华泰联合证券有限责任公司



(注册地址：深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦 25 层)

2017 年 4 月

声明

华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”）编制本报告的内容及信息均来源于发行人对外公布的《苏宁云商集团股份有限公司2016年年度报告》等相关公开信息披露文件以及第三方中介机构出具的专业意见。华泰联合证券对报告中所包含的相关引述内容和信息未进行独立验证，也不就该等引述内容和信息的真实性、准确性和完整性做出任何保证或承担任何责任。

本报告不构成对投资者进行或不进行某项行为的推荐意见，投资者应对相关事宜做出独立判断，而不应将本报告中的任何内容据以作为华泰联合证券所作的承诺或声明。在任何情况下，投资者依据本报告所进行的任何作为或不作为，华泰联合证券不承担任何责任。

发行人于2013年3月22日通过深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）发布公告，将中文名称由原“苏宁电器股份有限公司”变更为“苏宁云商集团股份有限公司”，英文名称由原“SUNING APPLIANCE CO., LTD.”变更为“SUNING COMMERCE GROUP CO., LTD.”，与本期债券发行相关的公司名称据此调整。

目 录

第一章 本期公司债券概况	4
第二章 发行人 2016 年度经营和财务状况	7
第三章 发行人募集资金使用情况	17
第四章 债券持有人会议召开情况	18
第五章 本期公司债券付息兑付情况	19
第六章 本期公司债券跟踪评级情况	20
第七章 与公司债券相关事务专人的变动情况	22
第八章 其他事项	23

第一章 本期公司债券概况

一、债券批准机关及文号

经中国证券监督管理委员会证监许可【2012】1419 号文件核准，苏宁云商集团股份有限公司（以下简称“苏宁云商”、“发行人”或“公司”）获准公开发行不超过 80 亿元公司债券，“苏宁云商集团股份有限公司公开发行 2013 年公司债券（第二期）”（以下简称“本期债券”）发行规模为人民币 35 亿元。

二、债券名称

苏宁云商集团股份有限公司公开发行2013年公司债券（第二期）。

三、债券简称及代码

本期债券简称为“13苏宁债”，代码为“112196”。

四、发行主体

本期债券的发行主体为苏宁云商集团股份有限公司。

五、票面金额及发行价格

本期债券票面金额为100元，按面值平价发行。

六、债券发行规模

本期债券的发行规模为人民币35亿元。

七、债券存续期限

本期债券的期限为6年，附第3年末发行人上调票面利率选择权和投资者回售选择权。

八、债券利率

本期债券票面利率为5.95%，采用单利按年计息，不计复利。发行人按照债券登记机关相关业务规则将到期的利息和/或本金足额划入债券登记机构指定的银行账户后，不再另计利息。

九、债券形式

本期债券为实名制记账式公司债券。投资者认购的本期债券在债券登记机构开立的托管账户托管记载。本期债券发行结束后，债券认购人可按照有关主管机构的规定进行债券的转让、质押。

十、起息日

本期债券的起息日为发行首日，即2013年11月13日。

十一、付息日

本期债券的付息日为2014年至2019年每年的11月13日；若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的付息日为自2014年至2016年每年的11月13日。

十二、到期日

本期债券的到期日为2019年11月13日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的到期日为2016年11月13日。

十三、兑付日

本期债券的兑付日为2019年11月13日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的兑付日为2016年11月13日。

十四、计息期限

本期债券的计息期限为2013年11月13日至2019年11月12日，若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的计息期限为2013年11月13日至2016年11月12日。

十五、还本付息方式

本期债券按年付息、到期一次还本。利息每年支付一次，最后一期利息随本金一起支付。若投资者在第3年末行使回售选择权，则所回售部分债券的第3个计息年度的利息将在投资者回售兑付日2016年11月13日随所回售部分债券的本金一起支付。

十六、发行人上调票面利率选择权

发行人有权决定是否在本期债券的第3年末上调该品种债券后续期限票面利率，即：

发行人将于本期债券第3个计息年度付息日前的第30个交易日，在中国证监会指定的信息披露媒体上发布关于是否上调本期债券票面利率以及上调幅度的公告。若发行人未行使利率上调权，则本品种债券后续期限票面利率仍维持原有票面利率不变。

十七、投资者回售选择权

在发行人发出关于是否上调本期债券的票面利率及上调幅度公告后，投资者有权选择将其持有的该品种债券全部或部分按面值回售给发行人，即：

在发行人于本期债券的第3个计息年度付息日前的第30个交易日发布关于是否上调该品种债券票面利率及上调幅度公告后，投资者有权选择在本期债券的第3个计息年度付息日将其持有的该品种债券全部或部分按面值回售给发行人；

公司将按照深交所和债券登记机构相关业务规则完成回售支付工作。

十八、回售申报

自发行人发出关于是否上调本期债券的票面利率及上调幅度公告之日起3个交易日内，行使回售权的债券持有人可通过指定的方式进行回售申报，债券持有人的回售申报经确认后不能撤销，相应的公司债券份额将被冻结交易；回售申报期不进行申报的，则视为放弃回售选择权，继续持有本期债券并接受上述关于是否上调本期债券票面利率及上调幅度的决定。

十九、担保情况

本期债券为无担保债券。

二十、信用等级及资信评级机构

经中诚信证券评估有限责任公司评定，发行人的主体信用等级为AAA，本期债券的信用等级为AAA。

二十一、债券受托管理人

华泰联合证券有限责任公司。

第二章 发行人2016年度经营和财务状况

一、发行人基本情况

（一）发行人法定名称

苏宁云商集团股份有限公司

（二）发行人注册地址及办公地址

注册地址：江苏省南京市山西路金山大厦 1-5 层

办公地址：江苏省南京市玄武区徐庄软件园苏宁大道 1 号

（三）发行人注册资本

注册资本：人民币 931,003.9655 万元人民币

（四）发行人法人代表

法定代表人：张近东

（五）发行人基本情况

1、公司的经营范围

家用电器、电子产品、办公设备、通讯产品及配件的连锁销售和服务，空调配件的销售，制冷空调设备及家用电器的安装与维修，计算机软件开发、销售、系统集成，百货、自行车、电动助力车、摩托车、汽车的连锁销售，实业投资，场地租赁，柜台出租，国内商品展览服务，企业形象策划，经济信息咨询服务，人才培养，商务代理，仓储，微型计算机配件、软件的销售，微型计算机的安装及维修，废旧物资的回收与销售，乐器销售，工艺礼品、纪念品销售，国内贸易，代办（移动、电信、联通）委托的各项业务，移动通讯转售业务，货物运输代理，仓储，装卸搬运。出版物省内连锁，普通货运，预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏、酒类、婴幼儿配方乳粉、乳制品）、散装食品的批发与零售，保健食品的零售，国内快递、国际快递（邮政企业专营业务除外），第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），餐饮服务(限分

公司经营) (按《餐饮服务许可证》所列范围经营), 建筑材料、装潢材料、摄像器材的销售、自营各类商品及技术的进出口业务, 设计、制作、代理、发布国内各类广告, 代订酒店, 初级农产品的销售, 车载设备, 智能家居, 智能电子设备, 音像制品的零售, 医疗器械销售, 商品的网上销售, 化妆品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、初级农产品、粮油及制品、母婴用品、纺织品、计生用品的销售, 儿童用品的研发与销售, 儿童室内游戏娱乐服务, 游乐设备租赁服务, 图书, 报刊批发零售, 摄影服务, 开放式货架销售, 育儿知识培训服务, 家政服务, 汽车维修与保养。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)

2、公司的主要业务概述

苏宁云商是中国领先的互联网零售服务商, 经历了 7 年的转型升级, 苏宁已经形成了零售、金融、物流三大业务单元协同发展的态势。2016 年, 企业进入转型收获阶段, 零售业务规模效应显现, 运营效益提升, 苏宁物流、苏宁金融板块基于多年的超前投入储备, 资源优势及价值逐步凸显, 业务发展快速, 初步形成了企业多元化盈利结构。

(1) 零售业务

公司零售业务拥有全产品、全场景的购物体验优势, 致力于为消费者提供品质消费的生活方式; 公司拥有的线上线下数字化服务网络能够为供应商提供基于大数据挖掘的精准品牌推广、商品定制和供应链管理等服务, 有效提升供应商品牌形象及销售。报告期内, 公司聚焦渠道、商品、服务, 强化面向消费者、供应商及合作伙伴的服务能力, 实现了规模发展。

(2) 渠道建设—以用户为中心, 升级线下、下沉市场、发力移动端

1) 线下连锁网络建设

在大陆市场方面, 截至 2016 年 12 月 31 日, 公司已进入 297 个地级以上城市, 拥有店面 1,510 家, 其中云店 141 家、苏宁易购常规店 1,303 家 (旗舰店 242 家、中心店 389 家、社区店 672 家)、县镇店 34 家、苏宁红孩子店 26 家、苏宁超市店 6 家。随着云店的快速开发, 公司越来越重视对核心优质物业的获取, 公司采用自建、购置、合作等方式获取稳定、优质的物业资源。截至报告期末, 公司共拥有自有物业 29 处, 通过与全国性房地产商苏宁置业、万达地产等合作租赁店面 75 家, 此外通过实施门店资产创新运作获得长期稳定的店面 25 家。公司

还将通过创新资产获取模式，加快对于生活广场、云店物业资源的取得，以全面升级线下零售业态。为有效抢占三四级农村消费市场，公司持续推进苏宁易购服务站的建设，2016 年公司进一步完善了易购服务站的开发标准、店内业态布局以及运营团队的激励考核，并对现有的加盟、合作网点与代理点进行梳理及调整。截至 2016 年底，苏宁易购服务站直营店 1,902 家，苏宁易购授权服务网点 1,927 家。为强化对社区、校园市场的服务提供，发挥本地化优势，2016 年公司率先在南京地区推进致力于提供社区便利服务的苏宁小店网络，截至 2016 年末已开设 13 家店面，未来计划在南京形成规模后拓展至全国。

在海外市场发展方面，报告期内受香港地区店面租约到期的影响，公司在香港地区关闭店面 5 家，新开店面 1 家；日本地区加速店面扩张，新开店面 15 家，关闭店面 6 家。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在香港、澳门地区合计拥有店面 24 家，日本市场拥有店面 42 家。

2) 连锁门店经营质量

2016 年，外部环境景气度依然较弱，公司强化门店基础管理，通过运用互联网数据营销工具，提高门店销售转化；加强门店面积优化，实施招商、降租、退租方式，店面坪效提高；优化商品出样，增加差异化产品，注重体验及服务升级，线下销售逐步回升。

苏宁易购服务站是公司在三四级市场实践 O2O 零售模式的平台，经营效益逐步显现，2015 年开设的苏宁易购服务站直营店在 2016 年单店年销售额较 2015 年同比提升 17.25%，占比 81.06% 的苏宁易购服务站直营店在 2016 年 12 月实现了单月盈利。苏宁易购服务站单店成本低，较易实现盈亏平衡，公司将进一步强化直营店的商品管理，提升销售及毛利水平，加强费用管控，进一步提升线下的盈利规模。

互联网升级之后的云店和旗舰店的销售提升效果明显，2016 年该类店面以及此类店面较为集中的一级市场可比店面销售增长远快于其他类型及区域的门店。此外，大店具有较强的规模效应，盈利能力较强。公司将加快一二级市场云店、旗舰店的发展，并强化大店的特色运营，提升线下的销售及利润水平。三四级市场将加快店面业态的调整，加快开设苏宁易购服务站，对常规店进行补充，从而强化三四级市场的服务和客户获取能力，提高单位坪效。基于此，公司线下渠道

无论是销售规模还是盈利能力均有较强的增长潜力。

3) 线上平台运营

报告期内，公司聚焦用户体验优化，完善搜索推荐功能，对互联网核心营销产品进行持续的功能优化，提高转化率。

会员方面，实施精准化运营，用户结构优化，年轻会员、女性会员占比提升，此外公司还加强细分市场的互联网促销推广，如通过与八天在线的合作，校园会员增长较快。截至 2016 年末，公司零售体系会员总数 2.8 亿。

大力发展移动端，依托大数据应用支撑系统，重点强化智能推荐、精准营销能力，苏宁易购 APP 日新增下载用户数、活跃用户数提升显著，2016 年 12 月移动端订单数量占线上整体比例提升至 83%。

苏宁易购天猫旗舰店坚持自营全品类商品，2016 年实现了商品、服务方面与苏宁易购的全面打通，销售增长较快，服务满意度稳步提升。

2016 年，公司线上业务实现自营商品销售收入 618.70 亿元（含税），开放平台实现商品交易规模为 186.40 亿元（含税），公司线上平台实体商品交易总规模为 805.10 亿元（含税），同比增长 60.14%。

（3）商品经营—持续优化供应链，实现全品类、专业化运营

家电品类经营上，公司持续加强线上线下的差异化运营，充分发挥门店体验及服务的优势，为家庭用户提供一站式购物解决方案，提高线下商品毛利；加强单品运作，在空调、冰洗、通讯等品类加强了新品首发及定制包销，推出的惠而浦香薰空调、海尔 Hello Kitty 洗衣机、小米 4S、荣耀 5C、惠普杨洋定制笔记本等一系列产品均取得了较好的市场反响，有效提升了市场竞争力；此外，公司还充分挖掘用户品质消费的需求，在中央空调、净水、嵌入式厨卫等品质生活代表的新类目产品上加强供应链建设，快速抢占新兴市场。

母婴品类经营上，公司已经建立了母婴行业独有且最完备的 O2O 渠道，具有较强的竞争优势。线上为消费者提供海量正品的商品选择，线下苏宁红孩子实体店提供亲子互动、科学育儿等贴心服务，带来会员粘性大大提高。对于品牌商，苏宁线上线下融合的渠道资源，在会员拉新、销售提升上有较强优势，且依托于苏宁易购服务站，还能将自身品牌知名度以及会员群体逐步拓展至三四级市场。

超市品类经营上，公司打造专业化的供应链能力，在细分类目如酒水、冲饮

类商品上实现突破；优化仓储部署，增加设置前行仓，提高区域配送效率，优化客户体验；升级线下超市业态，试点推进 O2O 经营特点的便利型超市的拓展，以增强对用户的本地化服务能力。

开放平台建设方面，公司结合消费升级需求，在百货、母婴等品类上加大核心 KA 商户的引进；加强与各地政府的合作，引入了较多区域性的优质商户；此外，公司还积极响应农村电商号召，积极将各地名优特产引入平台，截至 2016 年末，苏宁易购已上线 211 个城市“中华特色馆”。

基于自营以及开放平台的发展，公司的商品丰富度进一步提升，截至报告期末，公司自营与平台商品 SKU 数量超过 4,400 万（同一商品来自不同供应商、同一商品被公司和开放平台第三方商户销售均计入同一个 SKU）。

（4）物流业务

2016 年，苏宁物流围绕基础设施网络建设、物流运营效率提升以及社会化开放运作不断强化核心竞争力。2016 年 12 月末，苏宁物流与天天快递有限公司的有关股东签署协议以收购天天快递有限公司 70% 的股份，双方将在仓储、干线、末端等方面整合资源，提高配送效率，降低运营成本，增强苏宁物流的规模效应。截至 2016 年 12 月 31 日，公司及天天快递拥有物流仓储及相关配套总面积达 583 万平方米，拥有的快递网点达到 17,000 个，公司物流网络覆盖全国 352 个地级城市、2,805 个区县城城市。

报告期内，公司加快物流配送中心的建设进度，兰州、南宁物流区域配送中心投入运营，仓储自动化、智能化建设方面取得突破性进展，南京雨花自动化拣选中心建成投入运营。截至 2016 年底，公司合计投入运营 7 个自动化拣选中心、32 个区域配送中心，另有 3 个自动化拣选中心、15 个区域配送中心在建。

物流基础设施的不断完善为物流运营效率的提升提供了有力的支撑，通过在全国八仓所在地加快小件商品如快消品的前行仓部署，进一步缩短配送半径，缩短服务响应时间；围绕消费需求公司进一步强化特色服务的能力，在全国 114 个城市提供“送装一体”服务，提升了客户体验；“次日达”、“半日达”、“急速达”配送服务范围持续优化，物流效率大大提升。

售后服务方面，公司继续强化这一差异化竞争优势。报告期内，“以旧换新”增加手机品类，“送装一体”服务主城区覆盖率达到 98.56%；此外公司还着手搭

建售后服务运营平台，整合社会服务商资源，满足用户多样化的服务需求。

报告期内，公司社会化物流以服务供应商、菜鸟业务为重点，提供包括合同物流、仓储代运营、仓配一体、供应链金融、仓储租赁等多元化的服务产品，实现社会化物流收入同比增长 320.33%。

（5）金融业务

伴随着各项基础设施的布局成熟，苏宁金融各项金融产品的规模与效益突显，报告期末苏宁银行获批筹建，苏宁金融生态布局也将更为完善，发展步入快车道。2016 年苏宁金融业务（支付业务、供应链金融等业务）总体交易规模同比增长 157.21%。

报告期内，苏宁金融专注于苏宁上游供应商和下游用户在支付结算、融资、保险等金融服务方面的需求，持续优化产品布局，提升苏宁生态圈内金融服务渗透率；生态圈外拓上，着重发展企业端支付业务和供应链金融业务，目前苏宁易付宝支付直连银行超过 70 家，通过整合直连支付通道开发“跨行通”产品，为企业客户提供银行间支付解决方案；针对苏宁售后服务商群体，推出“乐业贷”融资产品。同时，持续推动数据拓源、加大科技投入、完善风控体系建设，上线智能营销决策引擎，打造全流程、全业务覆盖的智能实时风控，为各类金融业务的快速发展提供技术保障。2016 年，苏宁金融持续强化以 O2O 为特色的金融科技企业的品牌定位，稳居国内一流的互联网金融集团之列。

二、发行人2016年度经营情况

（一）所处行业

苏宁云商按照中国证监会行业划分所属“批发和零售贸易”—“零售业”。

（二）行业发展情况

2016年，国民经济进入新常态发展，消费对经济的拉动效应进一步显现。根据国家统计局数据，2016年社会消费品零售总额达到33.2万亿元，同比增长 10.4%，对经济增长的贡献率达到64.6%，较上年提升4.7个百分点。

网上零售继续保持较快增速，同比增长26.2%，在消费结构加快升级的影响下，以及实体零售自身提档升级的推动下，实体零售销售增速自2016年7月份以来回升。总体来看，2016年我国消费市场实现了平稳较快发展，新常态下消费市场呈现出消费升级的新态势，居民消费向品质升级、服务升级进行转变，零售行

业发展回归零售本质，专注于个性化、品质化、体验化的商品及服务提供。

展望未来，随着新型工业化以及供给侧结构性改革加快推进，城镇化步伐加快，城乡居民消费能力稳步提升，消费品市场将持续保持平稳较快的增长。

（三）公司所处行业地位

多年来，苏宁一直坚持推进互联网零售模式转型升级，形成的线上线下融合的渠道更加契合消费者多样化的购物需求；品类方面也从家电、3C延伸至母婴、超市、百货、家居等，从实物商品延伸至文化体育等内容商品，以及智能家居、科技金融等服务商品，不仅能够满足用户对品质消费、绿色消费、时尚消费等升级类相关商品的需求，也实现了对服务性消费需求的提供。苏宁基于行业的前瞻性研究，充分运用科技IT技术，打造出行业领先的互联网零售模式，有效地契合了消费市场发展趋势，具备较强的竞争优势，已经成为中国最先进的O2O零售模式的标杆。

（四）核心竞争力分析

1、苏宁拥有最完整的消费生态，能够有效获得忠诚的用户，形成长期发展的持续动力

企业发展的核心就是要能够获得忠诚的用户，这样企业的壁垒中期难以打破，长期增长的确定性才会更强。苏宁拥有零售行业中最完整的消费生态，能够形成忠实的粉丝群体。

线下依托苏宁生活广场、云店、苏宁易购服务站、苏宁小店以及苏宁电器、母婴、超市专业店面，对消费需求形成全面覆盖，满足各种体验型、便利型的购物需求；线上通过苏宁易购、苏宁易购天猫旗舰店为用户提供海量商品选择和极致购物体验。依托集团在文化、体育产业方面的资源，如视频影视、足球俱乐部、赛事转播版权等，与用户达成精神的共鸣、情感的交流。苏宁的消费生态能够为消费者构筑快乐、健康的品质生活，生活方式的影响和传导能够激发用户选择苏宁、了解苏宁、喜欢苏宁，从而成为苏宁的忠诚用户，形成苏宁长期发展的持续动力。

2、苏宁拥有强大的自营能力，能够有效提升经营附加值，持续增强企业盈利能力

苏宁是自营能力最强的互联网零售商，坚持在可以产生规模效应的品类和服

务方面自营，能够有效提高经营附加值。

坚持渠道自营管理，把控服务标准，提高品牌美誉度，保障商品和服务提供的同时，为供应商提供了获取用户成本最低、品牌溢价最强的服务平台，实现渠道附加值；核心商品自营采购，加强商品研究，形成对每个品类的商品管理能力、客户研究能力、市场推广能力与服务保障能力；基于自身专业化的商品经营能力，对外输出，加大差异化采购能力，缩短供应链层级，降低供应链成本的基础上，保证了产品经营的附加值；核心物流环节自营，不仅有效控制企业运营成本，同时提升用户体验。通过对外开放，为供应商提供流通效率最高的服务平台，凸显企业物流价值。

围绕渠道、商品、物流，不断加大投入，在开放的基础上形成苏宁自身的能力，提升经营附加值，持续增强企业盈利能力。

（五）经营情况概述

根据中华全国商业信息中心的监测数据，2016年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.5%，降幅相比上年扩大了0.4个百分点，行业整体仍保持弱复苏态势。

2016年随着互联网零售转型的深入推进，公司零售、物流、金融三大业务单元核心能力凸显，零售业务规模效应显现，经营效益改善；金融、物流业务在零售主业的带动下，呈现规模快速提升、利润稳步增长的良性发展势头。尤其在第四季度，公司持续推进的一系列优化举措有了实质性的突破，若不考虑四季度出售项目公司股权的影响，实现了归属于母公司股东净利润转正，苏宁互联网零售转型的盈利模式得以实践，企业发展迎来新拐点。

零售业务，线下优化店面结构，下沉渠道建设，丰富多业态店面布局，形成了覆盖不同市场、不同消费群体的实体网络平台，通过店面精细化管理，店面经营效益逐季提升；线上聚焦基础运营能力提升，会员结构显著改善，移动端运营能力持续增强，2016年12月移动端订单数量占线上整体比例提升至83%。商品经营方面，全品类发展战略凸显，家电品类通过包销定制和渠道差异化策略，提升商品毛利，围绕品质生活，加强电器新类目产品线建设；母婴、超市、百货等新品类建立专业化的供应链能力，强化会员、渠道运营能力；结合消费升级、农村电商发展，围绕产品丰富度加强开放平台建设。

物流业务，物流基础设施持续巩固，仓储自动化水平进一步提升，大大提升物流作业效率，随着物流服务能力提升，用户体验持续增强；同时加快物流社会化业务拓展，报告期内实现社会化物流收入同比增长320.33%。

金融业务，伴随着各项基础设施的布局成熟，苏宁金融生态布局更为完善。围绕苏宁生态圈客户提升金融服务渗透率，在企业端支付业务和供应链金融业务方面拓展生态圈外客户，此外加大金融科技研发投入，提升苏宁金融风控水平。报告期内苏宁金融各项产品的规模与效益突显，2016年苏宁金融业务（支付业务、供应链金融等业务）总体交易规模同比增长157.21%。

由此来看，公司在外部环境较弱的情况下，企业实现了快速增长，2016年，公司实现营业收入1,485.85亿元，同比增长9.62%，互联网业务同比增长60.14%。整体来看，报告期内公司实现商品销售规模（含税，区域上涵盖中国大陆、香港、澳门及日本市场，包括线上线下自营及开放平台，以及提供的售后服务）为1,884.09亿元，同比增长16.03%。

公司强化差异化产品运作，加大定制包销产品推广力度，但线上销售占比提升，使得公司主营业务毛利率同比略有下降；基于不同用户进行区隔化、差异化的运营，公司对销售商品的价格控制有所提升；此外，企业增值服务能力提升，线上线下平台、金融、物流资源的价值逐步实现，有利于毛利改善。整体来看，公司综合毛利率水平基本持平。

费用管控成效显著，三项费用率同比下降0.83%，一方面，公司加强绩效考核，持续优化组织流程，注重投入产出效率，人效提高；另一方面，加强店面结构优化，店内布局优化，且随着可比店面销售收入的逐步改善，店面相关费用率水平有所下降；由于线上收入规模的提升，运杂费率有所提升，相信随着物流运营效率的提高，将有所改善。此外受利率下行带来利息收入下降以及公司计提专项贷款的利息影响，财务费用率同比略有提升。整体来看，公司渠道经营能力增强，规模效应逐步显现。

此外，报告期内公司完成以部分仓储物业为标的资产开展的相关创新型资产运作，以及公司子公司完成北京京朝苏宁电器有限公司100%股权转让。

综上，报告期内公司实现利润总额9.01亿元，同比增长1.34%；归属于上市公司股东的净利润7.04亿元，同比下降19.27%。

综上，公司的盈利结构正按照规划方向发展，即线下稳步提升销售规模，贡献利润；线上获取用户，规模快速提升；金融、物流作为零售衍生业务致力于获得利润。2017年，公司会持续推进，实现较好的利润。

三、发行人2016年度财务情况

2016年度发行人主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：千元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	增减率
资产合计	137,167,241	88,075,672	55.74%
负债合计	67,245,263	56,150,606	19.76%
所有者权益合计	69,921,978	31,925,066	119.02%
归属于上市公司股东的净资产	65,709,680	30,482,556	115.56%

2、合并利润表主要数据

单位：千元

项目	2016年度	2015年度	增减率
营业收入	148,585,331	135,547,633	9.62%
营业利润	2,052	-610,021	100.34%
利润总额	900,887	888,957	1.34%
净利润	493,232	757,732	-34.91%
归属于上市公司股东的净利润	704,414	872,504	-19.27%

3、合并现金流量表

单位：千元

项目	2016年度	2015年度	增减率
经营活动产生的现金流量净额	3,839,235	1,733,339	121.49%
投资活动产生的现金流量净额	-39,612,524	-286,185	13741.58%
筹资活动产生的现金流量净额	36,758,064	2,896,375	1169.11%
现金及现金等价物净增加额	1,083,541	4,520,594	-76.03%

第三章 发行人募集资金使用情况

一、本期债券募集资金情况

经中国证券监督管理委员会证监许可【2012】1419号文批准，本期债券合计发行人民币350,000万元，网上公开发行1,000.1万元，网下发行348,999.9万元。本期债券扣除发行费用之后的净募集资金已于2013年11月15日汇入发行人指定的银行账户。普华永道中天会计师事务所有限公司对募集资金到位情况出具了编号为普华永道中天验字【2013】第771号验资报告。

根据发行人公告的本期债券募集说明书的相关内容，本期债券扣除发行费用后的募集资金用途为补充营运资金及调整公司的债务结构。

二、本期债券募集资金实际使用情况

根据《苏宁云商集团股份有限公司公开发行2013年公司债券（第二期）募集说明书》披露，本次债券募集资金扣除发行费用后全部用于补充营运资金及调整债务结构。截至2016年12月31日，公司债券的募集资金全部按上述用途专款专用。

第四章 债券持有人会议召开情况

2016年度，发行人未召开债券持有人会议。

第五章 本期公司债券付息兑付情况

一、本期公司债券付息情况

本期债券的起息日为2013年11月13日，付息日为2014年至2019年间每年的11月13日为上一计息年的付息日，若投资者在第三年末行使回售选择权，则所回售部分债券的第三个计息年的利息将在投资者回售兑付日2016年11月13日随所回售部分债券的本金一起支付。

发行人于2014年11月13日支付了本期债券2013年11月13日至2014年11月12日期间的利息，于2015年11月13日支付了2014年11月13日至2015年11月12日期间的利息。于2016年11月14日支付2015年11月13日至2016年11月12日期间的利息。

二、公司债券附发行人或投资者选择权条款、可交换条款等特殊条款的，报告期内相关条款的执行情况

本期债券为6年期，即2013年11月13日至2019年11月13日，附第3年末发行人上调票面利率选择权及投资者回售选择权。公司分别于2016年9月24日、27日、28日发布了《苏宁云商集团股份有限公司关于“13苏宁债”票面利率不调整 and 投资者回售实施办法的第一次提示性公告》（公告编号2016-072）、《苏宁云商集团股份有限公司关于“13苏宁债”票面利率不调整 and 投资者回售实施办法的第二次提示性公告》（公告编号2016-073）、《苏宁云商集团股份有限公司关于“13苏宁债”票面利率不调整 and 投资者回售实施办法的第三次提示性公告》（公告编号2016-074）。投资者可在回售登记期内选择将持有的“13苏宁债”全部或部分回售给公司，回售价格为人民币100元/张（不含利息），“13苏宁债”回售登记期为2016年9月26日、2016年9月27日、2016年9月28日。

根据中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司提供的债券回售申报数据，“13苏宁债”的回售数量为50张，回售金额为人民币5,297.50元（包含利息），剩余托管量为34,999,950张。

截止2016年12月31日，本期债券余额为349,999.5万元。

第六章 本期公司债券跟踪评级情况

2017年4月26日，本期债券的资信评级机构中诚信证券评估有限公司（以下简称“中诚信证评”）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（2017）》。跟踪评级报告的主要内容如下：

一、跟踪评级观点

（一）基本观点

作为国内行业地位领先的家电零售企业，苏宁云商集团股份有限公司（以下简称“公司”）规模优势突出，2016年其线上业务迅速发展，转型优势逐步显现。且金融、物流板块价值亦有所凸显，公司具备稳健的财务结构和很强的再融资能力。此外，淘宝中国的战略合作助力公司长期发展。但是，中诚信证券评估有限公司（以下简称“中诚信证评”）也关注到公司经营性业务利润仍表现不佳或将对公司未来的信用水平产生影响。

综上，中诚信证评维持苏宁云商主体信用等级AAA，评级展望为稳定；维持“苏宁云商集团股份有限公司2013年公司债券（第二期）”信用等级AAA。

（二）正面

1、规模优势突出，行业地位领先。截至2016年末，公司门店数量（包含苏宁易购服务站）达3,491家，门店总面积为665.54万平方米，覆盖大陆297个以上城市、农村市场，以及香港地区和日本市场，在门店数量、经营区域覆盖程度以及经营品类数量等方面均居于国内家电零售行业领先地位。

2、线上业务迅速发展，转型优势逐步显现。公司线上业务增长迅速，消费者认可度和品牌知名度持续提升，苏宁易购会员不断增长，商品交易量迅速提升。截至2016年末，公司零售体系会员总数2.8亿人次，当年实现线上销售收入618.70亿元（含税），线上收入占比由上年的25.72%提升至36.11%。

3、金融、物流板块价值凸显。2016年公司继续推进物流、金融、IT等后台服务体系建设，实现了物流、金融板块的独立化运作。苏宁物流、苏宁金融板块资源优势及价值逐步凸显，有望形成多元化盈利结构。

4、淘宝中国的战略合作助力公司长期发展。2016年公司通过非公开发行股

票引入战略投资者淘宝中国，在充实公司资本金的基础上，协同各自在用户、平台、商品、服务、技术等方面的资源，创新 O2O 商业模式，促进公司主营业务规模的扩大，夯实公司核心竞争力，为公司持续发展提供较好支持。

5、稳健的财务结构和很强的再融资能力。截至 2016 年末，公司资产负债率和总资本化率分别为 49.02%和 36.41%，财务结构稳健性较好。此外，公司银行授信额度充裕，资本市场融资渠道畅通，具有很强的再融资能力。

（三）关注

公司经营性业务利润仍表现不佳。公司持续推进业务转型，尽管业务规模效应不断显现，但受零售行业持续放缓以及公司转型投入等影响，2016 年公司经营性业务利润仍有所承压。

二、跟踪评级结果

根据中诚信证评出具的《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（2017）》，中诚信证评维持苏宁云商主体信用等级AAA，评级展望为稳定；维持“苏宁云商集团股份有限公司2013年公司债券（第二期）”信用等级AAA。

第七章 与公司债券相关事务专人的变动情况

2016年度，发行人负责处理与公司债券相关事务的专人未发生变动。

第八章 其他事项

一、担保情况

截至2016年12月31日公司对外担保情况：

单位：万元

公司及其子公司对外担保情况（不包括对子公司的担保）								
担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期（协议签署日）	实际担保金额	担保类型	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
-	-	-	-	-	-	-	-	-
报告期内审批的对外担保额度合计（A1）				-	报告期内对外担保实际发生额合计（A2）	-	-	-
报告期末已审批的对外担保额度合计（A3）				-	报告期末实际对外担保余额合计（A4）	-	-	-
公司与子公司之间担保情况								
担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期（协议签署日）	实际担保金额	担保类型	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
Great Universe Limited	2013/12/25	67,277.10	2013/12/27	67,277.10	抵押	2013/12/27-2016/8/5	是	否
苏宁商业保理有限公司	2014/4/15	40,000	-	-	-	-	其中10700万元截至2014年7月18日已履行完毕	否
Great Universe Limited	2014/12/11	36,000	2014/12/10	36,000	抵押	2014/12/3-2016/5/27	是	否
Suning Commerce R&D Center USA Inc	2015/1/31	5,523.30	2015/5/11	2,567.71	连带责任保证	2015/5/11-2017/5/10	否	否
Suning.com	2015/1/31	1,841.10	-	-	-	-	-	-
香港苏宁电	2015/7/2	30,000	2015/7/6	30,000	连带	2015/7/6-2016/7/1	是	否

器有限公司					责 任 保 证	4		
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	10,000	2015/7/9	10,000	连 带 责 任 保 证	2015/7/21-2016/9/	是	否
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	10,000	2015/7/7	10,000	连 带 责 任 保 证	2015/11/4-2016/1 2/31	是	否
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	10,000	2015/8/19	10,000	连 带 责 任 保 证	2015/8/20-2016/8/ 20	是	否
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	20,000	2015/8/27	20,000	连 带 责 任 保 证	2015/8/28-2016/8/ 28	是	否
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	30,000	2015/8/17	30,000	连 带 责 任 保 证	2015/8/19-2016/8/ 1	是	否
香港苏宁电 器有限公司	2015/7/2	20,000	2015/12/14	20,000	连 带 责 任 保 证	2015/12/15-2016/ 12/15	是	否
香港苏宁采 购有限公司 和香港苏宁 云商有限公 司	2015/8/22	20,000	2015/9/5	20,000	连 带 责 任 保 证	2015/9/5-2016/9/ 4	是	否
重庆苏宁小 额贷款有限 公司	2016/3/12	50,000	-	-	-	-	-	否
苏宁商业保 理有限公司	2016/3/12	150,000	-	-	-	-	-	否
香港苏宁电 器有限公司	2016/8/4	150,000	-	-	-	-	-	否
香港苏宁采 购有限公司 和香港苏宁 云商有限公 司	2016/9/19	40,000	2016/9/30	20,000	连 带 责 任 保 证	2016/9/30-2017/9 /30	否	否
报告期内审批对子公司 担保额度合计（B1）			390,000.00		报告期内对子公 司担保实际发生 额合计（B2）			275,844.81
报告期末已审批的对 子公司担保额度合计 （B3）			397,364.40		报告期末对子公 司实际担保余额 合计（B4）			22,567.71
子公司对子公司的担保情况								

担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期（协议签署日）	实际担保金额	担保类型	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
青叶 LIFE FAMILY 株式会社	2016/2/27	385.94	2016/3/1	385.94	连带责任保证	2016/3/1-2020/10/31	否	否
报告期内审批对子公司担保额度合计（C1）			385.94	报告期内对子公司担保实际发生额合计（C2）		385.94		
报告期末已审批的对子公司担保额度合计（C3）			385.94	报告期末对子公司实际担保余额合计（C4）		385.94		
公司担保总额（即前三大项的合计）								
报告期内审批担保额度合计（A1+B1+C1）			390,385.94	报告期内担保实际发生额合计（A2+B2+C2）		276,230.75		
报告期末已审批的担保额度合计（A3+B3+C3）			397,750.34	报告期末实际担保余额合计（A4+B4+C4）		22,953.65		
实际担保总额（即 A4+B4+C4）占公司净资产的比例				0.35%				
其中：								
为股东、实际控制人及其关联方提供担保的余额（D）				0				
直接或间接为资产负债率超过 70%的被担保对象提供的债务担保余额（E）				0				
担保总额超过净资产 50%部分的金额（F）				0				
上述三项担保金额合计（D+E+F）				0				
对未到期担保，报告期内已发生担保责任或可能承担连带清偿责任的情况说明（如有）				无				
违反规定程序对外提供担保的说明（如有）				无				

报告期内，公司董事会审议担保情况的说明：

（1）第五届董事会第二十八次会议审议通过《关于为子公司提供担保的议案》，同意公司为全资子公司重庆苏宁小额贷款有限公司向金融机构融资提供最高额为人民币5亿元的担保，苏宁商业保理有限公司向金融机构融资提供最高额为人民币15亿元的担保。

（2）第五届董事会第三十七次会议审议通过《关于为子公司提供担保的议案》，同意为全资子公司香港苏宁电器有限公司向银行申请融资或开展其他金融

业务提供不超过人民币15亿元担保额度。公司第五届董事会第六次会议审议通过，同意为子公司苏宁商业保理有限公司（以下简称“苏宁保理公司”）向银行或其他合法金融机构融资提供最高额度为人民币40,000万元的担保，由于苏宁保理公司仅申请10,700万元授信额度且对应的担保已履行完毕，为提升公司担保额度的使用效率，本次董事会同意取消对苏宁保理公司前述担保额度。

（3）第五届董事会第三十九次会议审议通过《关于为子公司提供担保的议案》，同意公司为全资子公司香港苏宁采购有限公司和香港苏宁云商有限公司向银行申请授信提供不超过人民币4亿元的担保。

2、采用复合方式担保的具体情况说明

报告期内公司未采取复合方式担保。

二、涉及的未决诉讼或仲裁事项

报告期内，发行人无重大诉讼、仲裁事项发生。

三、相关当事人

报告期内，本期债券的受托管理人和资信评级机构均未发生变动。

（本页无正文，为《苏宁云商集团股份有限公司公开发行2013年公司债券（第二期）受托管理事务报告（2016年度）》之盖章页）

债券受托管理人：华泰联合证券有限责任公司

2017年4月27日