

证券代码：002024

证券简称：ST 易购

公告编号：2022-045

苏宁易购集团股份有限公司

2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	ST 易购	股票代码	002024
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称	苏宁易购		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄巍	刘结	
办公地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道 1 号		
电话	025-84418888-888122/888480		
电子信箱	stock@suning.com		

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：千元

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入	37,209,698	93,605,660	-60.25%
归属于上市公司股东的净利润	-2,740,821	-3,451,987	20.60%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,756,884	-5,023,646	45.12%
经营活动产生的现金流量净额	896,469	1,458,477	-38.53%
基本每股收益（元/股）	-0.29	-0.37	21.62%
稀释每股收益（元/股）	-0.29	-0.37	21.62%
加权平均净资产收益率	-8.82%	-4.60%	-4.22%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产	165,938,988	170,738,086	-2.81%
归属于上市公司股东的净资产	29,969,695	32,098,060	-6.63%

注：二季度归属于母公司股东净利润亏损 17.12 亿元，同比 2021 年二季度减亏 56.20%。若不考虑以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产带来的公允价值变动的影响及财务费用中汇率波动带来的汇兑损益影响（4 月外币汇率变动幅度较大，带来海外公司投资的金融资产公允价值下降和公司汇兑损失增加），公司二季度归属于母公司股东净利润亏损 10.32 亿元，同口径环比一季度减亏 13.71%，同比减亏 73.04%。

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	271,605		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0		
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	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
淘宝（中国）软件有限公司	境内非国有法人	19.99%	1,861,076,927	-	-	-
张近东	境内自然人	17.62%	1,640,181,431	1,230,136,073	冻结 质押	540,181,430 1,100,000,000
江苏新新零售创新基金二期（有限合伙）	境内非国有法人	16.96%	1,578,696,146	-	-	-
江苏新新零售创新基金（有限合伙）	境内非国有法人	5.59%	520,000,000	-	-	-
李松强	境内自然人	3.04%	283,293,374	-	-	-
苏宁控股集团有限公司	境内非国有法人	2.73%	254,411,429	-	质押	254,411,429
苏宁电器集团有限公司	境内非国有法人	1.39%	129,448,134	-	冻结 质押	129,448,134 129,448,134
金明	境内自然人	1.34%	125,001,165	-	质押	120,000,000
陈金凤	境内自然人	0.78%	73,039,097	-	质押	65,649,996

苏宁易购集团股份有限公司—第二期员工持股计划	其他	0.71%	65,919,578	-	-	-
上述股东关联关系或一致行动的说明	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，张近东先生持有苏宁电器集团有限公司 50% 股权。 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。					
参与融资融券业务情况说明	股东李松强通过普通证券账户持有公司股份数量 40,410,061 股，通过信用证券账户持有公司股份数量 242,883,313 股。					

4、控股股东或实际控制人变更情况

公司无控股股东、无实际控制人。

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
苏宁易购集团股份有限公司 2020 年度第一期中期票据	20 苏宁易购 MTN001	102000322	2020 年 3 月 11 日、3 月 12 日	2023 年 3 月 13 日	50,000	5.00%

(2) 截至报告期末的财务指标

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	82.69%	81.83%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	0.79	-0.76

注：EBITDA=EBIT+折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+其他非流动资产摊销

EBITDA 利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/（计入财务费用的利息支出+资本化的利息支出）

三、重要事项

公司在江苏省、南京市政府大力支持下，在供应商、合作伙伴的全力支持之下，上半年虽然也受到了疫情冲击、市场波动带来的影响，但是企业进一步企稳向好。

从经营方面来看，一方面，我们在一二线城市的门店持续优化升级，提高用户体验，加大中高端产品的推广，有效提升家电整体解决方案的销售能力；另一方面积极加快下沉市场的渗透，苏宁易购零售云业务继续保持了较快发展，一季度新开 444 家、二季度新开 667 家，截至 6 月 30 日苏宁易购零售云加盟店 9,749 家。同时，公司在易购主站、猫宁主站继续以效率效益为导向，积极提升家电 3C 核心产品销售能力和服务水平。4、5 月份，虽然部分地区受到疫情影响，但公司积极的进行调整和应对，6 月份随着各地消费激励政策的陆续推进，公司紧抓市场机会，推进节能补贴、618 大促、空调旺季促销等活动，6 月公司实现商品销售规模环比 5 月增长 49.07%。

从管理方面来看，我们进一步优化组织、提高人效、加强激励，提高内部管理效率，持续推进费用管控，二季度运营费用环比一季度继续下降。

综上，公司克服困难积极的应对，开展各项工作，实现了二季度环比一季度的经营改善，经公司统计，在不考虑非经营性现金流相关的因素¹影响下，公司上半年 EBITDA²为 8.59 亿元，其中一季度 EBITDA 2.6 亿元、二季度 EBITDA 为 5.99 亿元。继 2021 年 11 月实现 EBITDA 首次转正之后，实现季度 EBITDA 持续环比增长。

年初公司进一步明确定位为用户提供家庭场景解决方案的零售服务商，围绕这一战略定位，公司聚焦核心业务发展，具体来看：

1、线下业务

公司围绕用户在家电换新需求和成套化家电购买趋势，完成新型店面模型的升级改造，推出旗下聚焦家庭场景解决方案的创新业态——苏宁易家；围绕中高端品牌产品的消费场景及体验，升级品牌、品类、场景专厅，优化服务链路。此外，公司进一步加强门店结构优化，对于亏损、低效自营门店予以调整关闭，大力推进店面降租，进一步增强线下盈利能力。经公司财务部门统计，上半年公司线下家电 3C 家居生活专业店实现经营性利润盈利，6 月家电 3C 家居生活专业店可比门店可比门店销售收入同比增长 4.4%。

¹非经营性现金流因素主要包括资产减值损失以及公允价值变动等项目。

² EBITDA 是在息税折旧及摊销前利润基础上剔除非经营性现金流因素影响。

2、零售云、易采云、社交云业务作为公司能够保持盈利的、可持续扩大规模的增量业务，在报告期内持续推进。

零售云业务，进一步提升公司面向大量中小型家电零售企业服务能力，提供基于家电家装一体化趋势之下涵盖商品供应链、零售运营、履约服务的一揽子服务产品，延展零售云的赛道和内涵。苏宁易购零售云上半年新开 1,111 家店面，总量达到 9,749 家，持续巩固网络数量、销售规模、经营质量等方面的领先优势。上半年零售云销售规模同比增长 5%，其中 6 月份零售云销售规模同比增长 53%。

易采云业务，在政府和企业的电商化采购领域，公司持续推进易采云业务发展，充分发挥苏宁易购自营采购、自营物流和本地化服务优势，在资金充分保障的前提下，实现平台有效益的规模增长。

社交云业务，进一步整合公司有成本优势的优质供应链与商品，不断加强个人、机构、达人渠道建设，获取直播电商、社群电商的行业红利，在保持合理利润水平的基础上，推进销售规模稳步增长。

3、线上业务

苏宁易购主站作为苏宁易购忠诚用户的阵地，围绕家庭生活消费场景，深耕存量会员价值，提升用户体验，持续凸显家电家装、3C 等优势品类的渠道价值。苏宁易购天猫旗舰店细化商品运营、不断提升后端服务，与苏宁易购主站一同作为线上运营双平台，积极推动有质量、有独特专业能力的发展。公司通过线上双平台运营，聚焦精准获客途径，降低获客成本、提升用户留存和人均收入，持续改善经营质量。

4、持续推进服务升级

公司在物流、服务方面进一步聚焦云仓业务、家电家装供应链业务，建设完善仓库园区运营、仓配一体化、送装一体化等特色服务能力，通过强化运营能力，提升服务质量，在服务好苏宁易购平台用户的基础上，积极为上游家电家装品牌厂家、新能源等新兴产业客户提供更有效率的仓储、配送和售后安装维修服务，实现经营情况改善。2022 年通过系列经营变革调整，服务能力与效率稳步提升，将更好的服务体验带给消费者，为进一步提升市场地位、扩大规模和创造企业价值提供服务保障。

5、家乐福中国业务加快推进调整优化。

报告期内家乐福在商品供应链优化、运营提升、会员店模型建设、线上业务拓展、下沉市场零售云模式拓展、政府企业采购市场开拓等方面持续推进，其中会员店业务上线半日达和 1 小时达业务，5 月上线苏宁易购主站，通过品质性价比商品提升主站用户粘性的同时提高会员店商品销售

规模，目前线上销售占比 19.6%。家乐福板块由于疫情防控影响、消费习惯变化以及竞争渠道多元化等多重因素影响，面临较大的经营压力，公司也在积极探索会员店、大卖场转型社区品质生活中心、供应链效率等，实现减亏增效。

苏宁易购集团股份有限公司

2022 年 8 月 31 日