

苏宁易购集团股份有限公司

2022 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
张康阳	董事	因公出差	任峻

非标准审计意见提示

适用 不适用

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2022 年年度财务报告出具了带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见审计报告。本公司董事会、监事会、独立董事对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

董事会审议的报告期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。

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（如有）	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		
传真	025-83213880		
电话	025-84418888-888122/888480		
电子信箱	stock@suning.com		

2、报告期主要业务或产品简介

➤ 报告期内经营概况

2022 年公司在江苏省、南京市政府的支持下，供应商、金融机构、合作伙伴的全力支持之下，公司管理层在董事会既定战略指导下，聚焦增收、降本、提效工作，发扬苏宁的执行力优势，在全体苏宁团队上下一心的坚持和努力之下，坚决进行推进实施。

1、增收方面

2022 年企业发展外部环境承压，内部仍面临流动性不足的问题，但公司持续坚持全渠道综合经营策略，不等待不放弃，广泛联合供应商合作伙伴，全年持续开展推广。在一二线城市店面渠道经营 969 家家电 3C 直营店，充分发挥线下门店对于中高端家电和成套购买的体验优势，充分发挥本地化经营对于深入社区引流的运营优势，提升店面的经营能力，中高端家电产品市场占比保持领先；在四六级市场零售云渠道保持加盟店的发展速度，全年净开 769 家店面，在完善网络布局的基础上加强经营零售赋能、提升零售能力；在电商渠道，提升主站的用户精准化营销和聚焦家电优势类目经营，虽然规模下降较大，但发展态势已经走上良性轨道，下半年家电销售降幅已经大幅收窄；猫宁渠道积极利用长期积累的用户资源和品牌优势，在自营供应链基础上加大与天猫各类旗舰店的开放合作力度，实现用户价值提升和规模提升，猫宁平台 2022 年销售规模同比增长 12.89%。家乐福渠道受市场、电商等综合因素影响，同时部分区域门店优化，销售规模有所下滑。

整体来看，公司全年 GMV 规模 1,113 亿元，实现营业收入 713.74 亿元、同比下降 48.62%，虽然总规模层面下降较多，但在店面和零售云这两个优势渠道实现了市场份额的提升，在电商等培育渠道上找到了自身的定位和发展轨道，总体来看收入趋势、收入结构稳中向好。

2、降本提效方面

公司持续坚持效益效率为先的原则，一方面在定制专供上扩大和供应商的合作深度和商品的广度，全面覆盖高中低端产品系列，在性价比提升和价值链提升的基础上，结构占比持续提升，四季度门店零售占比已接近 20%；公司的定制专供产品已基本覆盖所有家电主流供应商，与美的、海尔等头部品牌联合打造的单品爆品形成了较强的行业影响力。这为零供双方的效率提升、公司的毛利水平提升形成了明确的战略路径。

另一方面，公司在成本费用方面深度优化，租赁费用、人力资源、营销费用等运营费用得到有效管控，报告期内公司运营费用同比下降 37.92%。

3、从流动性恢复来看，公司银行信贷规模保持稳定，经营性现金流大幅度改善，公司积极利用自身的经营能力来解决各类经营欠款，报告期内应付账款规模持续下降，应付商票规模下降 46.75 亿元，外部合作关系进一步优化改善，同时公司也通过部分资产和股权的转让实现了资金的回笼，通过以上举措流动性恢复向好，有力保障了公司的经营恢复。

➤ 主要业务经营情况

1、一二级市场升级门店，优化服务体验

公司将进一步发挥门店场景化带来的套系化、全案销售的优势，升级苏宁易家门店，开设家乐福及百货融合店，新开新模式自营店，继续强化专供产品销售，强势打造渠道年度爆款产品，升级获客场景为线下门店流量赋能，全面突破小区营销、政企团购、网格及互联网获客。

2、农村市场加快发展零售云业务

报告期内苏宁易购零售云在下沉市场持续深耕，全年新开店 1,887 家，其中零售云家居新赛道发展迅速，全年新开店 599 家。苏宁易购零售云聚焦大店、家电家居融合店布局，对于空白县镇、空白商圈加强覆盖；提升专供产品占比；稳定服务质量，提高物流时效性以及售后响应速度；加强运营，全面布局抖音本地生活，提高 C 端零售能力，不断强化零售服务商定位。

3、加强易购主站、天猫旗舰店双平台运营，推动与流动平台的开放合作

易购主站坚持和巩固家电 3C 用户心智，聚焦存量与忠诚会员的价值挖掘和精细化运营，推进盈利实现，积极主动链接各用户入口和流量平台，在大流量平台入驻开店深度经营。猫宁渠道积极利用长期积累的用户资源和品牌优势，在自营供应链基础上加大与天猫各类旗舰店的开放合作力度，实现用户价值提升和规模提升。

4、全面推进家乐福中国业务的调整

全面开展家乐福业务的调整，关闭亏损区域门店，聚焦优势城市经营，提升经营效益；加快家乐福门店的电器 3C 业务融合发展，加强社区生活业态招商，分摊固定成本；优化商品结构、商品组合，提高经营坪效。

5、持续提升服务能力

物流业务继续深耕家电、家居等优势品类，提升仓配一体和云仓业务占比，扩大送装一体特色服务产品的服务品类和区域覆盖范围。

售后服务业务聚焦搭建家庭全场景服务平台，打造家生活全场景、全链路、全生态的售后服务能力，一站式解决家生活服务需求。在完成家电、家居、家装、家生活和新能源车产业生态布局后，将致力于不断优化服务产品，打造全链路数字化、可视化的服务管理系统，以优质的服务产品，信息化的管理手段，提升服务质量。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

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

	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	71,374,153	138,904,337	-48.62%	252,295,666
归属于上市公司股东的净利润	-16,220,478	-43,264,609	62.51%	-4,274,696
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-19,086,733	-44,668,520	57.27%	-6,806,848
经营活动产生的现金流量净额	-630,794	-6,430,227	90.19%	-1,621,846
基本每股收益（元/股）	-1.78	-4.65	61.72%	-0.46
稀释每股收益（元/股）	-1.78	-4.65	61.72%	-0.46
加权平均净资产收益率	-67.59%	-79.42%	11.83%	-5.08%
	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	139,922,403	170,738,086	-18.05%	212,075,200
归属于上市公司股东的净资产	16,113,926	32,098,060	-49.80%	76,857,447

注：报告期内公司计提减值准备、投资损失、递延所得税转回及由于销售规模下降带来的返利结回率下降对采购成本增加，合计增加归属于上市公司股东的净亏损 124.64 亿元，剔除前述因素的影响，公司 2022 年实现归属于上市公司股东的净利润为亏损 37.56 亿元，较 2021 年不考虑前述影响的净利润亏损 85.63 亿元，减亏 48.07 亿元。

(2) 分季度主要会计数据

单位：千元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	19,374,303	17,835,395	18,328,040	15,836,415
归属于上市公司股东的净利润	-1,028,908	-1,711,913	-1,804,530	-11,675,127
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,154,905	-1,601,979	-2,462,976	-13,866,873
经营活动产生的现金流量净额	1,295,878	-399,409	-646,727	-880,536

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	259,516	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	247,739	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	-	年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	-	
前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
							股份状态	数量

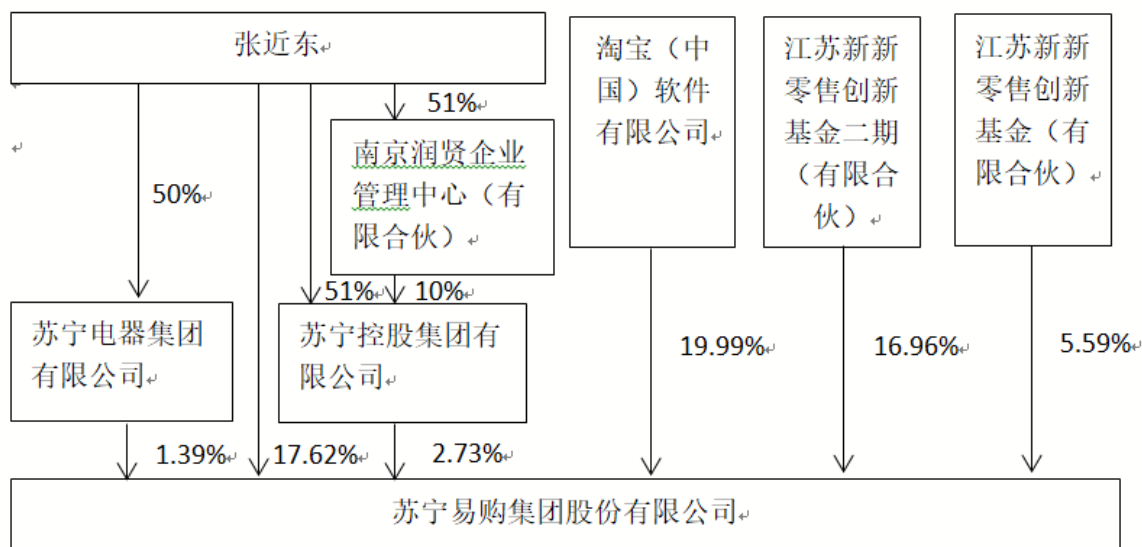
淘宝（中国）软件有限公司	境内非国有法人	19.99%	1,861,076,927	-	-	1,861,076,927		
张近东	境内自然人	17.62%	1,640,181,431	-	1,230,136,073	410,045,358	冻结	540,181,430
							质押	1,100,000,000
江苏新新零售创新基金二期（有限合伙）	境内非国有法人	16.96%	1,578,696,146	-	-	1,578,696,146		
江苏新新零售创新基金（有限合伙）	境内非国有法人	5.59%	520,000,000	-	-	520,000,000		
李松强	境内自然人	3.07%	285,495,774	3,969,400	-	285,495,774		
苏宁控股集团有限公司	境内非国有法人	2.73%	254,411,429	-	-	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	-	-	129,448,134	冻结	129,448,134
							质押	129,448,134
金明	境内自然人	1.34%	125,001,165	-	-	125,001,165	质押	120,000,000
苏宁易购集团股份有限公司—第五期员工持股计划	其他	0.90%	84,006,415	84,006,415	84,006,415	-		
陈金凤	境内自然人	0.78%	73,039,097	-	-	73,039,097	质押	65,649,996
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。							
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东李松强通过普通证券账户持有公司股份数量 42,612,461 股，通过信用证券账户持有公司股份数量 242,883,313 股。							

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

公司用发展的办法解决前进中的问题，积极采取各项措施，增强自身盈利能力改善财务状况，增加资金回笼减轻流动性压力，保障企业的持续经营。

1、经营方面，贯彻执行零售服务商发展战略，强化自营供应链及服务能力，深化开放合作和零售赋能。在明确盈利模式的前提下开展各渠道经营，实现销售规模的恢复提升；通过数字化水平的不断提升，提高运营管理效率，持续降本增效，增强盈利能力。公司还将进一步完善绩效考核体系，激发员工自驱力，确保盈利目标的尽快实现，全面推动苏宁易购进入长期可持续发展的新征程。

2、公司持续推动与供应商、合作伙伴应付款项的解决，维护公司和相关各方良好持续的合作关系以保持业务稳健发展。工作重点仍是持续推进与供应商的合作恢复和扩大，在业务发展中通过恢复合作、扩大合作产生的毛利来解决历史的问题；另一方面主动与供应商进行协商达成和解，力争实现分期或者延期支付；此外公司在推进相关业务单元独立发展及战略引资的同时，也可尝试推进相关应付款项的债转股工作，以进一步降低公司负债水平。

3、积极拓展融资渠道及融资方式，2023 年公司将结合国家公募 REITs 政策，积极寻求商业物业及物流资产的盘活，推动集团内优质物流基地资产融资，不断提升公司资金获取能力；加快对外投资的回收；推进相关业务单元的员工持股及战略引资，支持业务发展的同时也夯实了资本金。

4、稳定存量授信的基础上积极争取获得增量授信。在省市政府的大力支持下，公司于 2021 年 8 月

成立苏宁联合授信委员会。公司在联合授信委牵头和支持下有序恢复了与主要合作银行的业务往来，稳定了存量授信。随着 2023 年经营业绩的逐步恢复提升，公司也将积极推进取得增量授信进一步补充流动资金。

董事会将与公司管理层保持沟通，推动公司采取各项措施，增强公司持续经营能力，努力消除审计报告中所强调事项对公司的影响，维护公司和广大投资者的利益。

苏宁易购集团股份有限公司

2023 年 4 月 29 日