苏宁电器上市七周年七大“嬗变”

2011年7月21日，苏宁电器（SZ.002024）在深圳证券交易所正式挂牌上市的第七个年头。七年来，苏宁电器的表现一直强劲，一举成为中小板最大的上市企业和全球市值最高的家电零售企业之一，为资本市场演绎了"苏宁现象"。有人把苏宁电器看作是中国资本市场的一个奇迹，中国上市公司的资本榜样。上市七年来，苏宁坚持创新发展，实现了七大转型，保持了持续稳健高速的增长，成为中国家电连锁行业的领导企业。

（曾茜）

传统商业转型现代商业

在中国商业一直是劳动密集型企业的代名词。苏宁上市后，借助资本的力量，先后携手IBM、微软、SAP、思科等国际知名IT企业开展信息系统建设战略合作，成功引进了基于SAP的ERP、CRM、SOA、WMS、TMS、Call Center、B2B、B2C系统等国际先进应用系统，实现了业务流程的标准化管理，降低了工作中对人的依赖，提高了管理效率和执行力度，为苏宁从传统的家电零售企业转型现代商业服务企业提供持续的保障。

未来十年，苏宁电器将转型科技智慧型企业，致力基于云技术和云资源的信息化平台的应用，构建涵盖面向供应商的B2B平台、面向消费者的B2C平台、面向员工的ERP平台在内的无限广阔的广义电子商务云平台，为供应商、消费者和员工分别提供供应云、消费云和管理云的丰富产品。

国内连锁转型海外连锁

"未来十年苏宁的目标是比肩全球一流企业，成为国际化的世界级企业。"苏宁电器董事长张近东曾经说过。在成为国内商业龙头的同时，苏宁也依托资本市场实施"走出去"战略。2009年，苏宁收购日本家电连锁企业Laox，成为第一个收购日本上市公司的中国企业，同年底苏宁又收购了香港镭射电器，标志着苏宁国际化发展进入纵深阶段。

未来十年，苏宁继续巩固在香港和日本的发展，预计到2013年香港达到50家，取得香港第一的行业地位，在日本市场，将立足Laox的现有平台，加速市场整合；2014到2015年，苏宁将有计划进入东南亚市场；在积累足够多的海外运作市场以后，从2016年开始，将运用并购、合作等手段，进军欧美市场。这也将是苏宁发展成为世界级企业的重要路径，苏宁也将成为中国制造走向世界的天然同盟军。

民营企业转型公众企业

在上市之初谈及苏宁为什么要上市时，苏宁电器董事长张近东曾经强调，苏宁上市最核心的目的是将企业从一个民营企业打造成为一个社会化的公众企业，他认为这是苏宁真正成为一个百年品牌的基础。

作为一家上市公司，苏宁对内强化公司化治理，对外实行社会化运营，积极倡导"国家 企业 员工利益共享"的企业价值观，坚持服务于供应商，合作共赢；服务于消费者，至真至诚；服务于投资者，利益共享；服务于行业发展，创新标准；服务于社会，积极纳税；服务于员工，创造平台。各种利益相关方正依托于苏宁这一社会化平台取得共同的发展。

领先企业转型领导企业

上市之前，苏宁已经成为国内领先的商业品牌，规模也位列中国连锁百强前三甲。但上市赋予了苏宁不断创新标准、自我超越、持续发展和创造更多价值的要求。创新曾经是苏宁发展的重要驱动力，从早期的淡季打款，旺季进货到开创家电连锁模式，苏宁一直是行业标准的制定者和践行者。上市之后，这种创新精神已经深入苏宁，成为整个企业内在的基因。

众所周知，连锁扩张是家电零售的主旋律，苏宁适时开始各种扩张模式的创新，如率先在行业内提出3C+模式、扩大旗舰店比重、加强自建店建设、与乐购仕实行双品牌运营。除连锁创新外，苏宁电器积极实施营销创新，加大品类拓展能力、深化采购合作模式、推进供应链变革、丰富营销渠道、拓展经营业态、推行明码实价，无不体现出苏宁品牌的张力和自主创新中所提升的竞争力，苏宁已经从商业领域的领先企业成长为实至名归的领导企业。

实体苏宁转型虚拟苏宁

上市后，苏宁电器加强对B2C发展的研究和探索，依托实体网络发展为核心的"陆军"的发展分阶段建立了网络购物这一"空军"发展所必需的"后勤基地"。

2010年，苏宁依托强大的信息和物流平台，顺势进入电子商务。苏宁易购上线第一年，年销售规模就已突破20亿元大关，日成交订单已超过5000笔，日成交金额突破600万，注册会员超400万，迅速跻身中国家电3C类电子商务网站前三甲。

未来十年，苏宁易购将以互联网技术为驱动，以数据研究为营销基础，以客户体验为本的运营模型，依托不断扩展的产品线、不断革新的信息技术平台和不断完善的物流配送网络，计划实现年复合增长率50%，打造一个与实体苏宁等量齐观的虚拟苏宁。

就业平台转型事业平台

苏宁电器董事长张近东表示："员工是企业最大的财富和最宝贵的资源。作为中国最大的商业企业，苏宁在全国拥有15万多名员工。员工的努力和奉献是苏宁持续发展的动力。我们不只是给员工提供一次就业的机会，更多的应该为员工创造和提供一个事业型平台，让员工和企业一同成长，一起发展。"

上市让张近东的这番理想具备了实际的可操作性。2010年，苏宁电器在深交所发布公告，向包括中高层管理人员、应届大学生梯队计划中部分骨干员工、核心技术骨干人员在内的248位员工推出首期股票期权激励计划，未来每年还将持续实施。这种激励手段真正将企业员工变成了企业的主人，苏宁也从一个就业工作的平台成为很多苏宁人终身的事业平台。

阳光苏宁转型企业公民

"至真至诚 阳光服务"。苏宁一直致力于将自己打造成百年民族服务品牌，从创业之初就已经把服务作为唯一的产品，把顾客满意作为苏宁服务的终极目标。

目前，苏宁创业初期针对客户的阳光服务观念已经发展成为系统化、更深层次的企业公民责任理念。在服务好消费者的同时，苏宁已经形成了服务社会的大服务观。2006年，苏宁发起了"1+1阳光行"社工志愿者行动，支持和鼓励员工在支教、扶贫、环保等方面开展社工活动，成为中国第一个将社工活动长期化、制度化开展的企业。此外，苏宁在汶川地震、青海玉树地震、舟曲泥石流等大型自然灾害和北京奥运会、上海世博会、广州亚运会等大型社会活动中苏宁也承担了更多社会责任，服务于社会。

从2008年起，苏宁已经连续3年对外发布了企业社会责任报告，将社会责任纳入日常经营管理，成为商业零售行业首个对外发布社会责任报告的企业。这种符合全球价值观理念的道德血液将成为苏宁新十年成长为世界级企业的内在动力。