

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20201103

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话沟通会）
参与单位名称及人员姓名	瑞信-索菲亚电话交流会议 高盛高华-索菲亚电话交流会议
时间	2020年11月03日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	公司管理层
投资者关系活动主要内容介绍	<p>情况介绍：</p> <p>公司与参会人员简要介绍了公司第三季度的经营业绩情况：</p> <p>公司第三季度报告显示，线上线下的经营已经走出疫情的影响，环比情况不断提升。2020年1至9月，公司实现营收50.94亿元，同比下降4.09%；净利润6.97亿元，同比下降3.17%。其中，Q3营收同比上升17.07%，净利润同比上升7.74%，扣非净利润增长28.30%，第三季度的利润好于营收主要得益于毛利率的提升。公司在预算管理上已经非常成熟，各项费用在各季度均摊。</p> <p>其他重要公告解读：</p> <p>1) 吉福新材是公司的供应商之一。未来在产品研发、新材料应用上有更深入的合作，可以帮助公司在产品、材料研发上保持领先的优势。</p> <p>2) 今年公司全力推进整装渠道的拓展，这是一个全新的渠道。圣都装饰是全国TOP5整装公司，合作后公司可以分享来自圣都装饰渠道的收入。目前在业务层面的合作已经开始推进了。</p>

问答环节：

1、公司未来在渠道方面的提升空间？

回复：1) 传统的经销商渠道仍是很重要的渠道，会不断地优化，提升战斗力。未来开店步伐会慢慢降下来，但是会不断调整店铺位置，店铺面积也会越来越大。线下门店远期更多的是客户体验的地方。

2) 线上渠道也很受重视，公司目前全方位的在投入，在包括抖音、快手、小红书、B 站等各大 APP 都有账号，矩阵运营已经很成熟。目前是免费输送流量给经销商，经销商也在不断加大线上渠道的投入。

3) 工程渠道，中国目前精装修的政策还在不断落实，但受到限价政策的影响，在精装房交付时，衣柜不是交付标配，未来将会以橱柜和木门两个品类为主。

4) 整装渠道，今年公司在全力拓展整装渠道，这是一个新的增量渠道。今年目标签约 500 家，还需要半年到一年的导入期，预计明年会有较大幅度增长。同时，和圣都公司的合作，表明了公司打开整装渠道以及未来不断地做大市场份额的决心。

2、公司在康纯板上有没有什么品牌打造策略？

回复：康纯板在两年前就定了比较清楚的战略。希望索菲亚能够全面进入康纯板。今年的进程比较不错，康纯板销售占比 50%以上，客户占比 60%以上。公司康纯板的订单量足够大，生产成本在不断下降，因此在推进这个产品的时候有一定优势，市占率比较高，团队的信心和品牌宣传力比较强，明年康纯板的销售占比可能会有大幅度的提升。

3、行业内是否感受到景气回暖的趋势？

回复：今年疫情导致了部分消费需求积压。接单情况环比在不断地提升，展望 4 季度的情况预计会更好，景气度可得到确认。今年整体的接单受制于装修施工队的整体恢复情况，积压的订单可能会延续到明年 1-2 月。二季度以来环比情况不断在提升。

4、未来 3-5 年定制家居企业需要对哪些方面进行改革来实现快速增

	<p>长?</p> <p>回复：现在的竞争速度越来越快，商业模式和产品迭代越来越快，非常考验整体的战略规划能力。公司从 2018 年开始做战略的长期讨论，未来有四个方向：</p> <p>1) 渠道变革。公司现在积极拓展各个渠道，家装、整装都是比较大的渠道。经销商渠道也做了很大的变革，需要跟各种各样的群体做合作，形式很多，依托当地经销商打开市场，同时用政策对经销商进行奖惩。渠道的战争是未来最重要的，好的渠道是有限的，谁先抢到谁就有优势。</p> <p>2) 产品矩阵。要不断丰富公司的产品。</p> <p>3) 品牌矩阵。我们推出了高定的品牌和定位中低端的快时尚品牌，目前在大范围招商。不同的渠道有不同经销商去做。我们的高定店也会在明年 1 月份推出。</p> <p>4) 综合管理能力。公司对员工和管理层的要求非常高，管理系统的搭建和信息系统的支撑需要很多优秀的人才提高精细化管理能力，团队的专业性很重要。</p>
日期	2020 年 11 月 03 日

