

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20191112

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input checked="" 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 type="checkbox"/>其他 </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>Morgan Stanley、JANUS HENDERSON INVESTORS、POINT72 ASSET MANAGEMENT、CAPITAL GROUP、UG INVESTMENT ADVISORS、COATUE MANAGEMENT、GOLDEN NEST CAPITAL、CASTLE HOOK PARTNERS 等逾 11 位机构及个人。</p>
<p>时间</p>	<p>2019 年 11 月 12 日上午 11:30</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>情况介绍：</p> <p>公司董事会秘书简要介绍了公司 2019 年第三季度的情况：根据公司披露的《2019 年第三季度报告》，2019 年前三季度实现营业收入 53.12 亿元，同比增长 4.03%，归属于上市公司股东的净利润 7.2 亿元，比上期增长 4.05%。本报告期的收入中，80.82%来自索菲亚定制家具的销售，10.36%来自司米橱柜的销售，5.74%来自家具家品的销售以及 2.53%来自“索菲亚木门”、“华鹤”定制木门产品。</p> <p>整装渠道已经成为比较重要的渠道，但是公司今年以来的开拓较为缓慢。我们一直在探索适合本公司渠道特点的整装渠道运营方式：既不损害原有经销商的利益，也能顺利开拓新渠道。目前渠道业务的发展已经有实质性的进展，在部分重点城市开始落地，暂时未体现出业绩的大增量，预计 2020 年上半年会产生实质的成效。</p> <p>问答环节：</p> <p>1、今年双十一的情况？</p>

回复：现在电商平台都看重大品牌，今年双十一的客流量比去年有增长。索菲亚大家居（含索菲亚全屋定制、索菲亚木门、司米橱柜）共同发力，在双11这天交易总额达9.1亿元。

2、近期接单，转化率情况？

回复：9月份接单比较好，11月预计会不错。今年普遍在年底交楼多，明年初的活动很重要。

3、板材利用率情况？

回复：基本在85%左右。

4、整装公司明年是否是重点？

回复：公司的整装渠道仍在试点过程中，成果需要一定时间验证。公司认为整装公司的带单仍有待考察，明年的具体目标仍在核算和评估中，目前还无法预计。

5、关于轻奢产品的盈利能力和毛利率的情况？

回复：目前轻奢系列的产品销售占比较低。轻奢产品在一二线城市销售很好，现在逐步推广至三四线城市，当前索菲亚同档次的市场空间还很广阔，现阶段主要战略是集中精力把市场份额做大，之后再考虑拓展新品类。

6、橱柜的开店情况和客单价？

回复：今年橱柜的开店主要是开在大家居店。客单价基本稳定在1万元左右。

7、生产制造成本的情况？

回复：目前成本比较稳定，没有太大波动。

8、木门的工程单情况？

回复：木门目前没有工程单，先集中精力做零售。工程单并非优先级。

9、康纯板产品的占比是多少？

回复：康纯板方面，目前有18%-20%客户选择康纯板；今年会继续推康纯板，希望能够占到一半的收入。

10、橱柜的大宗业务情况？

回复：今年橱柜大宗业务较少。兰考工厂会有橱柜大宗产能，预计未来橱柜大宗业务会有增长。

	<p>11、电商渠道的发展情况？</p> <p>回复：目前整个电商的团队有 400 多人，团队经验丰富，运行模式更加成熟。但是未来经销商要有自己的电商团队，不同的城市要有不同的打法，目前省会城市基本都有自己独立的电商渠道。</p>
日期	2019 年 11 月 13 日