

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20200110

<p><b>投资者关系活动类别</b></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><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>瑞天投资、中欧基金、民生加银等逾 7 位机构及个人。</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2020 年 01 月 10 日下午 14:00</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>公司会议室</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>证券事务代表</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p><b>情况介绍：</b></p> <p>公司证券事务代表简要介绍了公司的情况：索菲亚家居股份有限公司是一家主要经营定制衣柜及全屋配套定制家具的研发、生产和销售的公司。公司于 2003 年开始生产、销售“索菲亚”品牌定制衣柜以来，凭借量身定做的定制衣柜和壁柜门相结合的崭新产品概念，成功把定制衣柜推向市场并获得中国消费者的认同。公司于 2011 年在深交所成功上市，是定制衣柜行业内首家 A 股上市公司。</p> <p><b>问答环节：</b></p> <p><b>1、经销商今年毛利情况如何？</b></p> <p>回复：19 年康纯板、轻奢系列推出，康纯板占比上升，现在还是导入期，所以厂家还在补贴，经销商的提货价格反而不高，所以经销商的毛利得到了提升。</p> <p><b>2、渠道扩张未来的计划？</b></p> <p>回复：现有渠道的运营，不同级别城市的运营差别很大，这一块可以不断优化，空间是非常大的。早年我们对经销商的管理不够精细化，后面会逐步优化，经销商提升的空间非常大。</p>

	<p><b>3、公司在整装渠道有什么拓展？</b></p> <p>回复：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><b>4、关于轻奢产品的盈利能力和毛利率的情况？</b></p> <p>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。</p> <p><b>5、整装渠道明年是否是重点？</b></p> <p>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。</p> <p><b>6、B2B 业务的特点？</b></p> <p>回复：毛利低、账期长，从风险的角度，我们会挑选项目。这个渠道占比不会很大。今年有一半是自营，一半是经销商做的。</p> <p><b>7、明年新的战略举措？</b></p> <p>回复：我们的战略是非常清晰的，大家居方向是明确的，战术会有调整。大方向上，家居建材城渠道还会再继续拓展，线上渠道、整装渠道、设计师渠道等明年的目标定得不会太高，因为在前期的产品、服务、设计需要一个培育过程，会针对不同的渠道推出不同的产品。</p> <p><b>8、明年费用率的情况？</b></p> <p>回复：今年公司的费用率控制的较好，明年的费用增长幅度和今年差不多。</p>
日期	2020 年 1 月 10 日