

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20200422

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>长江轻工-索菲亚电话交流会议</p>
<p>时间</p>	<p>2020年04月22日上午10:30</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： 公司董事会秘书简要介绍了一季度的情况： 一季度受疫情影响，线下服务延迟，开工率也受到影响。目前线下店铺的客流恢复较为缓慢，四月份延续线上接单的模式，接单效果比三月份有所提升。公司在2020年在渠道方面要持续推进全渠道营销落地。品牌方面要进一步强化推广“柜类定制专家”品牌，加强与主流媒体的广告投放。产品方面在今年也会持续发力，康纯板作为索菲亚的差异化产品，也会持续推出新花色。</p> <p>问答环节： 1、公司板材供应商的情况？ 回复：公司的板材供应商都比较稳定，供应商的布局相对分散，覆盖了我们七大生产基地。 2、近期线上招商会的情况？ 回复：线上招商会利用有成本优势的资源，来做活动。通过公司自</p>

身的流量传播，联动大经销商、业内专家、媒体等进行营销，效果优于预期。

3、大家居门店的坪效？

回复：大家居门店目前还在爬坡阶段。我们认为大家居店能够提升品牌形象、提升转单能力以及客单价。

4、与分众传媒的合作情况？

回复：公司与分众传媒的合作首批广告覆盖了 100 多个城市，实现 30 万块屏幕的广告投放。

5、DIYHOME 的打通进度？

回复：公司 DIYHOME 软件目前已实现衣柜、家居家品的前后端打通，预计今年中期打通其他柜类，如书柜、酒柜等。DIYHOME 将会成为行业唯一一个前后端全部打通的软件。

6、公司今年的开店计划？

回复：今年开店计划正常推进，积极开拓空白区域的门店，优化调整原有区域的门店。新开店包括大家居店，能够在当地迅速提升影响力，提升品牌形象。今年也会增加整装、家装公司的展厅出样。

7、和家装、整装公司的合作方式？

回复：公司没有成立自己的团队，是将家装、整装公司作为经销商。公司会在产品上样、软件使用、员工培训等方面给予一定支持。

8、设计师的来源情况？

回复：设计师是经销商招聘的固定员工，公司提供上岗培训和后期培训等，会以 CSI 服务指数来考核设计师，并和绩效考核挂钩，做好评分机制来保证前端优质的设计服务。

9、现在渠道分散化，公司的应对措施？

	<p>回复：渠道分散更加考验厂家的能力。一方面是前端产品的开发能力，不同渠道的受众不一样，产品需求也不一样，公司要有能力针对不同渠道推出不同的产品，产品的成交是基于消费者的需求，这一点我们是有优势的，我们拥有强大的产品研发能力；另一方面是后端的服务能力，包括了工厂的运营效率、出错率、设计培训、安装培训等。</p>
日期	2020年4月22日