

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20200612

<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>中信证券-索菲亚电话交流会议</p>
<p>时间</p>	<p>2020年06月12日上午</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公司近期的经营情况： “618”大促即将开始，店面营业活动已经全面恢复正常。5月开始线下活动明显开始回暖。行业需求为刚性，疫情只是递延了家居消费。一季度的定制客户在5月开始逐步回到门店，5月到现在客流恢复良好。一季度订单逐步递延到二季度体现。 今年上半年已经完成一半的招商任务；7月中建材展将开启新一轮招商，招商不受疫情影响。新渠道拓展，线下小区团购、线上带货、整装、设计师合作均在推进。 疫情将带动线上占比提升，自媒体矩阵持续扩张，升级经销商门店店员作为公司自媒体KOL，培养设计师、导购作为区域KOL；组织各地经销商开展直播。当前电商打法高效，投入产出比和产品品牌美誉度高度相关，公司事半功倍。</p> <p>问答环节： 1、今年的开店计划的调整？</p>

回复：今年目标开出 400 个新店，其中 100 个是大家居店。存量城市会对原有门店的位置进行优化。

2、618 活动的规划？

回复：618 将是今年第一次正式的邀请明星到线下开展爆破活动，邀请明星到各个战区做线下订单爆破。1-5 月接单主要靠线上，疫情后更关注线下接单。通过明星造势，618 活动将是线上线下齐发力。2020 年将会有更多的衣橱联动，衣橱产品已经完全打通，所有橱柜都有配套的衣柜产品，满足了消费者购买需求。

3、员工持股的情况？

回复：员工持股将到期，覆盖 2000 多名员工，较多基层员工参与，所以不打算延期，在监管要求期限内退出。公司大股东除了归还了信托计划的优先级本金及固定收益，承担了信托计划中员工所持股份产生的亏损，同时也会给予参与员工持股的在职员工适当补偿。

4、生产端的恢复情况？

回复：受疫情影响，前端订单下降，因此一季度的产能利用率较低。设备利用率较低，工人利用率较高。随着终端的恢复，预计短期工厂的排产饱满，前期接单将在接下来的 3-4 个月转化，未来几个月前期接单将逐步转化至工厂。

5、对毛利率展望？

回复：2020 年截至目前，康纯板销售占比持续提升；司米橱柜和木门毛利率均有提升，对整体毛利率乐观。

6、接单转化率和转化周期？

回复：公司系统可以实时追踪订单转化情况，疫情导致转化周期拉长，当前转化率低于前期。6 月工厂接单已明显改善。

7、整装业务的拓展？

	<p>回复：一方面发展整装公司成为公司经销商，提供服务，但是公司仅提供产品，门头不能使用索菲亚，这类渠道使用专供产品。目前仍处导入期，整装公司需要半年到1年打造自身服务能力。</p> <p>另一方面，整装公司和公司的经销商合作，为经销商导流。公司以开放的态度，根据当地情况与整装公司合作，整装公司是对原有渠道客流的有效补充。</p>
日期	2020年6月12日