

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20201224

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	索菲亚-长江证券电话会议
时间	2020年12月24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>公司近期经营数据介绍：</p> <p>关于定制行业：定制产品应该从消费品的长期逻辑去看待，地产周期仅是短期影响。伴随存量房占比，提升消费属性会愈发体现。</p> <p>关于市占率：按照一年稳定有1500套房子产生装修需求来看，索菲亚客户总数的占比还很低，市占率提升的空间很大。但疫情后，中小品牌生存压力增大，行业出现集中化趋势。我们也在加速布局，抢占中小品牌市场。</p> <p>随着未来消费者持续培育，套餐采购价格透明化后，引流成本提升，中小品牌很难再依靠信息不对称赚取高毛利，而零售渠道流量碎片化也使得中小品牌难以再依靠单一渠道发展。现在零售渠道已切割为传统卖场渠道、购物中心渠道、线上渠道等。工程渠道上龙头品牌优势也很明显。未来我们龙头品牌在提升市占率方面有优势。</p> <p>关于整装渠道：整装渠道方面，虽然在传统卖场渠道新开店不多，但整装等新渠道都在加速布局。今年整装渠道签约经销商500家，明年数量还会增加，我们已经做了完善的前瞻布局。在整装渠</p>

道发展上，我们龙头衣柜的品牌力优势明显，并且产品新品、研发、供应链成本上都是行业领先。

关于行业景气度：门店接单环比不断改善。因为疫情积压、延后的消费者装修需求逐渐涌现，行业景气度得到确认。

问答环节：

1、明年对工程端增长预期？

回复：明年工程端收入较大部分源于今年的签单，因此确定性比较高，预计工程增速会延续今年的趋势。

2、明年对零售端展望？

回复：1) 今年整装收入主要贡献源于去年签约的整装经销商。因此明年整装会有明显增量；2) 传统经销渠道，客单价由于消费升级预计会延续近年的提升趋势。

3、明年客单价持续提升的动力在哪里？

回复：1) 主要还是消费升级；2) 此外，现在消费者对于家居装修的需求越来越高，在研发设计端要持续满足消费者消费升级的需求。比如我们今年推出的蒸汽消毒柜等智能家居产品，未来也会持续在我们销售渠道里推出功能性智能家居产品。

4、明年的费用投入预期？

回复：从行业来看，我们今年对于营销费用投入是比较多的，广告等引流费用都是持续投入。疫情期间逆势持续投入，营销的效果也会比较好。所以明年的费用率也会比较稳定。

5、整装渠道方面，和圣都的合作模式是否会成为大的趋势？

回复：1) 合资建厂的最低要求为整装公司采购量需要达到5个亿以上，目前全国来看符合标准的整装公司不超过5家。我们还是比较积极的去推进和圣都的合作，圣都规模快速扩大也会带动我们发展。2) 对于中小整装公司，他们更追求毛利空间。我们现在总部直接和

	<p>他们对接，减少了中间环节，他们与我们合作的积极性也有明显提升。</p> <p>6、原有经销商和整装经销商会有合作机制嘛？</p> <p>回复：有些小型整装公司不想做服务团队，可以将服务环节交给我们的零售经销商来做。</p>
日期	2020年12月24日