

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20210830

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话沟通会）
参与单位名称及人员姓名	长江证券-索菲亚电话会议，共有逾 160 家机构及个人参会。
时间	2021 年 8 月 30 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	2021 年半年度业绩情况： （1）总体概述：2021 年上半年，公司实现营业收入 43 亿元，同比上升 68.3%；归母净利润 4.46 亿元，同比上升 30.12%；扣非归母净利润 4.08 亿元，同比去年增长 91.6%；其中 2021 年 Q2，公司实现营业收入 25.4 亿元，同比 2019 年增长 29.74%；同比 2020 年增长 41.76%；扣非归母净利润 3.07 亿元，同比 2019 年增长 14.23%，同比 2020 年增长 10.25%。 （2）毛利情况：总体稳定。影响的原因：1）康纯板增加了引流花色；2）成都工厂上年四季度的转固增加了折旧费用；3）人工费用增加（去年疫情有社保费用减免）；4）对新业务的扶持；5）司米和木门的销售占比增加。展望下半年，各大事业部的发展开始起量，公司整体的毛利率会比上年有所改善，争取整体能够维持去年的毛利水平。 （3）开店情况：未来司米、木门、米兰纳还是维持净增店多的趋势，因为还在外延扩展阶段；索菲亚门店数量进入稳定期，注重考核提货额、渠道拓展等。 （4）大宗业务：对部分房地产商的流动性问题积极采取了干预措施，

还陆续采取了股权置换、资产抵债等方式回收款项。截止到8月底，整体票据余额已显著降低。公司大宗业务总体策略为稳步发展，注重风控，并且重点开拓支付能力强的客户。未来大宗客户比例会进一步优化。

问答环节：

Q：目前索菲亚和司米这两个品牌在橱柜业务上的占比？

A：目前索菲亚还没有橱柜的量，现在主要还是司米橱柜。

Q：整装渠道的收入确认方式？

A：整装渠道的产品和零售渠道是完全区分的，价格和花色都不一样，因此收入是单独确认的，包括公司直接签约合作的整装公司和经销商签约的整装公司。

Q：整装渠道的利润率情况？

A：整装渠道现阶段的样柜补贴多，未来上了规模，净利润率会逐渐好转。

Q：公司和圣都、星艺的合作进度？

A：1) 圣都工厂到年底投产，工厂建好后会切换更多产品；2) 星艺是装修公司，设计系统等服务也还在导入期。

Q：公司和装企合作的途径？

A：1) 公司直接和全国体量较大的整装公司签约合作；2) 经销商与当地整装/家装公司签约。

Q：公司如何看待家居市场？

A：未来存量房会不断增加，头部品牌增长稳定。今年疫情恢复，头部品牌的份额不断扩大，现在进入存量市场的博弈，抢的都是小品牌的份额。未来的竞争会更激烈，展望大家居的竞争会越来越模糊，公司已经切入到家具家品，品类的界限会比较模糊。

现在拼的是公司的整体实力，利好头部品牌，整合的速度只会加快。未来公司会继续拓宽各个渠道。

Q: 大宗的下半年规划?

A: 大宗今年的安装是去年签的约。展望今年的大宗业务预计和去年持平。

Q: 是否考虑加大回购力度?

A: 公司会根据具体情况而定。

Q: 区域毛利率出现分化的原因?

A: 不同工厂的产品不一样，区域性的毛利没有太大关系。主要看工厂做什么产品。

Q: 长期债务、公司贷款增加的原因?

A: 主要是考虑到公司未来资金的需求量，为未来做准备。

Q: 明年 20% 的增长按品类的划分，按渠道划分?

A: 目前各渠道没有具体的明年的目标拆分。总体来说，每个事业部都要有增长，基数小的事业部要高增长。

Q: 司米和索菲亚的全屋产品如何在渠道、客群、价格等方面避免竞争?

A: 司米是橱柜为拳头产品，价格带会在 1500 以上，走高端路线，有法国的标签，门店的出样会更高端。在产品上也会有和橱柜配套的烤漆、高光等高端产品。

索菲亚以衣柜为拳头产品，主要价格带是在 1000-1500 之间。

Q: 家装渠道的计价方式?

A: 家装公司报价是以空间报价，一个空间一口价，每个品类都是给几个品牌选择。

Q: 未来开店的规划?

A: 索菲亚已经过了外延扩店阶段，净增店不多；米兰纳未来的开店会比较多，预计每年开出 300 家门店；司米预计明年开 200 个店；华鹤预计明

	年开 100 个店。 Q：橱柜毛利率提升的原因和后面的展望？ A： 主要是橱柜的量起来了。未来橱柜订单多起来，毛利也会好转。 Q：客单价增长的趋势和来源？ A： 1）墙板、功能性收纳配件等产品的增加，未来也是大家抢夺的市场，能够做到翻倍，现在的痛点在于价格比较贵（研发投入等支出、量没有起来）；消费升级的需求还有很长的路要走，还有很大的空间。2）家具家品的增加。今年有七十多万的客户数，这些客户如果选购家具家品也是很大的量，往后看会是一个比较好的入口。 Q：经销商上半年淘汰率？ A： 维持行业平均水平，不会太高。目前考核都是比较良性的。
日期	2021 年 08 月 30 日