

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：20230601

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	申万证券组织的电话会议，共计 163 位投资机构及个人参加会议。
时间	2023 年 6 月 1 日
地点	公司会议室
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>公司近期经营情况介绍：</p> <p>索菲亚品牌近期推出整家定制 3.0 战略——“全能整家重塑生活”，整家定制 3.0 的升级不仅仅是对品类、空间的整合，更是对生活方式的重塑，从多元生活方式维度切入，让整家定制为消费者带来新兴的家居定制解决方案。</p> <p>米兰纳品牌近期也官宣品牌代言人，与米兰纳的品牌定位高度契合。作为新兴品牌，米兰纳在成立 2 年的时间内发展迅速，未来将会成为公司业绩增长的新引擎。</p> <p>司米品牌全新战略升级为“高端整家定制”，全面推进整家定制的深度转型，品牌、招商大力改革，司米品牌的渠道布局已经比较成熟，目前分布较为均匀。</p> <p>华鹤品牌加快“整家定制”战略转型升级，近期也推出全新一代整家定制展厅，通过门墙柜一体化的模式及整家空间多品类设计，强化招商、建店，重点进行渠道延伸，往整家定制方向发力，推动收入稳步增长，2022 年华鹤已实现盈利，预计未来将会不断向好发展。</p> <p>家具家品事业部在去年成立，主要负责制定各品牌事业部的配套家</p>

具家品产品计划、整合供应链和赋能营销推广，充分发挥公司强大的中后台系统能力，降低采购成本，助力各事业部营收和利润双增长。预计未来将会成为公司业绩增长又一个推动引擎。

直营整装渠道已经迅速成为公司收入增速最快的渠道之一，目前的装企合作对象经营稳定、持续放量，无论是公司总部还是各品牌的零售经销商，都积极开拓家装/整装市场；在品类端未来将加速对橱柜、木门、墙板、家品等品类布局，整装渠道发展预计也会有较大的增长潜力。

公司目前经营战略及组织架构都很清晰稳定，不同品牌、不同渠道均处于不同的发展阶段，因此发力的重点也会有所不同，新品牌的发展目前主要是来源于招商建店以及品类、渠道的开拓，在目前发展初期阶段会比索菲亚品牌的增长速度更快。

Q&A 环节：

Q：面对行业流量多元化的现状，请谈谈公司对于整装渠道的规划？

A：整装渠道开拓的基调是通过与装企加强合作深度，增强渠道的获客能力，公司高度重视整装渠道，并采取资源倾斜，渠道转化是现在增长的主旋律，公司鼓励总部以及各品牌零售经销商积极与装企进行合作，并且在中后台提供独立的产品支持及服务端赋能培训，加快渠道开拓。

Q：索菲亚品牌整家 3.0 战略推进的节奏？

A：整家 3.0 战略是以“家人”为核心，打造新兴生活方式家居定制解决方案，选取了 6 种具有代表性的新兴生活方式，并在此基础上展开 N 种演绎和延申，贴合了当前消费需求日渐精细化的趋势。这种方式将消费者的需求和生活方式放在首位，提供个性化的产品和服务，从而进一步提升市场竞争力。目前终端对这一方式也表示认可，在销售以及产品展示方面将会更加系统化，目前索菲亚品牌整家 3.0 战略产品基本已全线推出，终端正在进行产品的上样展示以及相关的赋能培训。

Q：公司营销费用率的长期指引？

A：目前的营销投放主要包括两部分，线下活动落地及线上平台直播。现在会加强费用控制，以目标结果为导向，费用率将会得到稳定控制。

Q: 智能工厂对效率的提升帮助?

A: 索菲亚工厂运营效率在行业内处于领先地位，主要采用国产设备，自主研发生产系统，相对来说成本会更低，预计未来各品牌的规模效应释放后，效率会有更快提升，目前新品牌仍在爬坡期。

Q: 公司现在对于线上渠道的打法有什么新规划?

A: 23 年电商渠道也在改革，总部希望终端的经销商也加入电商渠道，之前是总部给他们流量，经销商负责转化，现在希望大家一起引流，形成更完善的线上矩阵。现在宏观环境下，市场需求空间很大，公司还有巨大的发展提升空间，需要根据消费趋势来不断调整内部经营政策，未来业绩发展才会更加稳中向好，23 年运营重点是推动渠道改革，属于战术调整，也会比较快出成绩。

Q: 面对宏观环境的压力下，公司做了哪些调整?

A: 公司目前的品牌矩阵布局很完善，索菲亚用不同品牌去开拓市场。除了品牌战略，在渠道和品类端也在做积极开拓，并且公司的组织架构也很稳定。未来的存量市场装修需求潜力巨大，存量装修要和装修公司渠道合作，而整装又是装修领域的一大趋势，尤其是 90 后消费需求的变化，更加偏向一站式购买的消费观念，公司目前正重点开拓整装渠道，提升整装渠道布局，有助于未来提升市场占有率。

Q: 公司如何提升与装企之间合作的粘性?

A: 装企渠道的发展是时代的推动，经过了行业多年的变革，整装公司成立并为客户交付可以拎包入住产品，但过去装企缺乏品牌支撑，缺少客户粘性，所以装企更加希望与大品牌定制合作。未来公司会深耕整装渠道，增强粘性的核心是盈利能力，保障装企的盈利，产品价格合理、服务流程规范且服务成本可把控，同时定制产品自身的品牌力和市场口碑也很重要。

Q: 公司对 AI 的布局 and 规划?

	<p>A: 公司一直注重 AI 技术的发展和运用, 并不断在前端设计平台及服务平台等方面进行实践, AI 研发是未来必须要布局的业务, 公司已成立专门的项目组, 运用 AI 技术, 在设计软件、生产软件、服务系统等方面进行全面的升级改造, 提升工作效率及准确性。</p> <p>Q: 目前对卫浴和门窗品类的发展规划?</p> <p>A: 卫浴和门窗是公司开拓的新品类, 是公司大家居战略推进过程中很重要的一环。未来会通过开整家融合店和独立店两种形式推广, 预计今年开始招商建店, 也可以将新品类融入到新的渠道中开拓, 如拎包渠道。</p>
日期	2023 年 6 月 1 日