

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20200619

<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>开源证券-索菲亚电话交流会议</p>
<p>时间</p>	<p>2020年06月19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”的情况非常不错，京东开场10分钟销售额就达到了第一名，天猫京东行业销量排行第一。5月开始线下活动明显开始回暖。家居行业需求为刚性，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。 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、对工程渠道的看法？

回复：索菲亚发展工程业务的驱动力主要在于：发展工程端业务可平衡淡旺季需求；提高市场占有率和品牌知名度；为公司零售做铺垫。

3、整装业务的拓展？

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。

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。

4、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。

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。

日期

2020 年 6 月 19 日