

### 索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20200728

<b>投资者关系活动类别</b>	<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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中金公司-索菲亚电话交流会
<b>时间</b>	2020年07月28日
<b>地点</b>	电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>情况介绍：</b></p> <p>公司与参会人员简要介绍了公司近期的经营情况：</p> <p>零售端：整体来说，每月环比在不断改善，6、7月疫情的影响逐步消退，行业景气度还不错。原来担心疫情对经销商资金链冲击，但今年轻奢系列和新产品上样有助于接单，情况比去年好很多。接到单之后，工厂产能没有瓶颈，但前端门店会有一个逐步消化设计和安装的过程，因而订单到工厂有一定滞后性。</p> <p>渠道端：整装公司目前还在签约。今年还在导入期，以签约为主，目前已经签约大约300家公司，全年目标有500家。</p> <p>大宗工程端：目前正向增长，全年预计能达到30%的增长，工程的占比不太高。</p> <p>开店：公司今年开店目标是400家新店，其中包括了100家大家居店。另外400家翻新店，局部整改有1200个门店。整改后，经销商渠道店面的款式和展示效果在前端竞争力上都会有非常明显的提升。今年经销商都比较积极地开店，店面是很重要的，是转单和消费者沟通的场所。</p>

	<p><b>问答环节：</b></p> <p><b>1、上半年的促销力度和主打套餐，以及下半年的促销计划？</b></p> <p>回复：今年 1 季度因为疫情的影响，所以促销活动不多。4 月份开始拿出 1000-1500 价位的主打产品来做促销，针对不同的装修风格都会有引流套餐。促销的产品现在至少占到我们销售的一半，这些套餐的产品终端竞争力非常明显。还有一半不是套餐的产品就可以选择产品升级，来提升毛利。</p>
	<p><b>2、安装滞后平均大概多久？</b></p> <p>回复：看各地情况，靠近工厂的地区订单是直发给客户，速度会快一点，签约之后一个月之内没问题。不靠近工厂的地区要更久，当地的经销商要拼成一车的货再回到自己的仓库。</p> <p><b>3、司米大宗业务的长期规划？</b></p> <p>回复：司米今年主要是靠大宗的增长，但明年不一定，我们还在不断地招商、开店。现在都是系统内招商，逐渐把网络铺开到全国，零售的增长以后会更容易，我们都是索菲亚的经销商给考核的指标去开司米的店。明年开始是零售加工程同步发力。</p> <p><b>4、大宗渠道中推的衣柜产品主要是哪类产品？</b></p> <p>回复：主要是衣柜、入户柜或阳台柜。</p> <p><b>5、今年在内部管理上还是会保持去年的淘汰率？</b></p> <p>回复：今年保持和去年差不多的 8%的淘汰率，未来 2-3 年也基本上会维持。尾部的经销商会逐步替换。</p>
日期	2020 年 7 月 28 日