

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230412

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	长江证券、国金证券组织的电话会议，共计 344 位投资机构及个人参加会议
时间	2023 年 4 月 10 日、11 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 2022 年度经营情况介绍：</p> <p>1、业绩介绍</p> <p>2022 年，营业收入 112.23 亿元，同比上升 7.84%。实现归母净利润 10.64 亿元，同比上升 768.28%；全年扣非归母净利润 9.37 亿元，同比增长 2859.01%。</p> <p>2、分渠道方面</p> <p>经销商渠道：营业收入 92.25 亿元，同比增长 10.34%；整装渠道：直营整装+经销商整装，同比增长 115.14%；大宗渠道：15.25 亿元，同比增长-4.91%。</p> <p>3、分品牌方面</p> <p>1) 索菲亚品牌经销商 1,781 个，专卖店 2,829 家，营业收入 95.09 亿元，工厂端平均客单价 18,498 元，同比增长 28%；</p> <p>2) 米兰纳品牌经销商 465 个，专卖店 338 家，营业收入 3.20 亿元，同比增长 242.60%，工厂端平均客单价 13,023 元，同比增长 17%；</p> <p>3) 司米品牌经销商 615 个，专卖店 614 家，营业收入 10.40 亿元，橱柜产品工厂端平均客单价 12,197 元；在已转型整家策略的门店中，订</p>

购衣柜、橱柜等全屋产品的工厂端平均客单价达 32,067 元，整家策略提升客单值的效果明显。

4) 华鹤品牌经销商 328 个，专卖店 319 家，全品类展示门店数量达 148 家，营业收入 1.69 亿元，同比增长 14.09%，木门产品工厂端平均客单价 8,211 元。

4、毛利率变化原因：配套品占比提升，毛利率较低；大宗业务毛利率有所影响；21Q4 开始原材料涨价影响，22H2 才开始有降价趋势，且降价幅度较慢。

Q&A:

Q: 索菲亚和司米品牌的变革进展?

A: 2022 年索菲亚和司米品牌的独立运营切换工作已基本完成，司米今年会重点进行招商工作，新门店将以整家产品进行展示，索菲亚门店也已全部上样索菲亚橱柜产品，今年会继续推出新产品。

Q: 22 年 Q4 毛利率提升原因?

A: 原材料采购价格，同比 21 年 Q4 有所回落；22 年 7 月开始优化花色、Q4 基本完成优化工作，板材利用率得以提升。

Q: 线上营销渠道的发展情况?

A: 公司目前新零售渠道的运营以总部为主，经销商为辅，线上运营机制已经比较成熟，客户资源主要来自于意向客户的主动搜索，同步在小红书、抖音、快手等各大新媒体平台进行产品推广，不断提升品牌认知度。

Q: 公司对工程业务的发展规划?

A: 受地产调控政策及业内竞争加剧的影响，工程端市场竞争格局进一步加剧，今年公司将更加注重风险控制，维持稳定发展，不断优化客户结构，以优质客户合作为主，降低风险。

Q: 直营和零售整装的发展情况?

A: 目前二者发展都较好, 两种模式互相激励。直营整装由总部牵头, 会对其营业额和客户数量有要求; 经销商整装由当地零售经销商根据当地装修公司情况进行开拓。

Q: 公司目前对经销商的赋能方式?

A: 公司执行点将制度, 目前点将导师已覆盖产品、营销、店面管理等全方位的培训内容, 相比以前强制派遣导师培训, 点将制有效地提升了培训质量, 更好地帮助终端经销商做好经营管理。

Q: 公司对司米品牌的规划?

A: 司米的产品价格定位在 2000 元/m² 以上, 与索菲亚的客户群体有一定程度的交叉, 但索菲亚无法覆盖所有的流量入口, 需要司米进行流量的补充, 因此这两个品牌未来会产生良性的竞争。未来司米将重点发力设计师渠道。

Q: 对门窗产品后续的发展规划?

A: 门窗产品的专业性较强, 去年公司通过软件、产品、渠道进行业务上的深度融合, 已在终端跑通经营模式, 今年开始独立招商。门窗未来在存量房市场中的发展空间很大, 正处于万亿蓝海市场中。

Q: 对社区店未来的规划?

A: 社区店未来的发展空间很大, 公司鼓励终端零售经销商开拓, 并且开放了内部的地域管控, 总部会在全国范围内积极和房地产公司及物业公司进行合作。

Q: 对华鹤品牌的展望?

A: 华鹤品牌今年将继续发力独立招商, 以北方市场为主, 目前全新展厅已经交付。

日期

2023 年 4 月 12 日

