

### 索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230421

<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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	通过全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> ）参与本次年度业绩说明会的投资者
<b>时间</b>	2023年4月21日
<b>地点</b>	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> ）
<b>上市公司接待人员姓名</b>	总经理王兵先生、独立董事郭颀先生、财务总监马远宁先生、董事会秘书孙天骏先生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>1、以视频的形式，向投资者介绍了公司2022年度主要经营情况及公司战略实施的情况介绍。</p> <p>2、投资者交流环节：</p> <p><b>Q:索菲亚如何进一步扩张市场？</b></p> <p>A: 投资者您好，目前公司旗下拥有多品牌全渠道矩阵，实现定制家居市场全覆盖，分别是定位中高端市场的“索菲亚”品牌，定位大众市场的“米兰纳”品牌，定位高精人群的“司米”和“华鹤”品牌，四大品牌均拥有差异化竞争优势。随着四大品牌的推出和持续深耕，公司顺应全屋定制消费需求，围绕“大家居”战略，对索菲亚、司米、华鹤品牌进行品类扩充升级，索菲亚推出橱柜和门窗产品，司米推出衣柜产品，华鹤也提供全屋定制产品服务。目前公司主要品牌产品已实现衣柜、橱柜、门窗、墙板、地板、家品、家电、卫浴全品类覆盖，更好地满足不同消费人群全品类一站式购物需求。在集团产品研发赋能和供应链保障支持下，针对流量碎片化的消费市场特征，拓扑零售、大宗、整装全渠道，实现纵深渠道全面发展。感谢您的关注。</p>

**Q:公司的合并报表的应收帐款按帐龄有 20 个亿，但财务报表是显示是 13 个亿多，差额如何理解？是加上计提的吗？**

A: 投资者您好，2022 年公司应收账款余额 20.32 亿元，减去其坏账准备 7.27 亿元后的应收账款账面价值为 13.05 亿元，财务报表按应收账款账面价值列示。具体内容您可详阅公司《2022 年年度报告》，谢谢。

**Q:家具对供应链能力要求和终端场景营销能力要求较高，公司如何布局？**

A: 投资者您好，公司各品牌产品原材料均通过供应链中心集中统一采购。对于大宗用量、市场价格存在波动的原材料（如铝材、板材），制定该类原材料的储备定额，采购部门在库存低于储备定额的情况下直接采购；对于常规性的原材料（如五金类、辅助材料、包材类等），根据生产需求实施采购；重视原材料环保质量，选用环保板材进行产品生产，并通过数字化技术进行产品环保质量控制。同时，公司打造积极进取的全渠道营销体系，包括经销商渠道、整装/家装渠道、大宗工程渠道、电商新零售渠道和直营专卖店式；此外，公司组建了服务中心，以 CSI 衡量终端的服务质量，促进服务水平有效提升。

**Q:米兰纳的发展目标，或其有没有机会成为第二个索菲亚？**

A: 投资者您好，米兰纳在 2022 年也成为公司一颗闪亮的新星，它是公司基于时代背景以及家居建材行业现状，重磅推出的互联网轻时尚品牌，旨在为大众消费者提供更具质价比的定制家居产品与服务，该品牌在 2021 年一经推出就交出了让大家满意的成绩单。站在巨人的肩膀上，依托公司十几年的工业化布局、数字化战略以及多年定制行业经验和资源，相信在未来会持续成为公司业绩增长的新引擎。感谢您的关注。

**Q:作为家具龙头，在业绩稳定增长的情况下股价却一直低于同量级同行，是不是证明管理层不太重视公司金融市场？**

A: 投资者您好，公司始终积极重视与资本市场投资者的沟通，及时通过各种渠道向投资者传递公司信息。但二级市场股价受多方面因素的影响，股票市场价格的波动，不仅取决于企业的经营业绩，还受宏观经济、

市场资金供求状况、投资者心理预期等因素的影响。公司将继续坚持可持续健康发展，不断提升经营效率，完善产品和服务，积极回报股东。感谢您的关注和建议。

**Q:请汇报下定增进程**

A: 投资者您好，非公开发行项目目前还在审理中，公司会持续跟进，并按照相关法规要求及时披露进展公告，请您持续关注公司在巨潮资讯网披露的公告内容，谢谢。

**Q:在杨鑫总离职之后股价发生大跌证明市场对索菲亚原本管理层有一定怀疑，在前几年公司的战略失误致使公司橱柜业务与欧派拉开距离，那么请问王兵总您打算如何证明自己的实力？或者公司经过近三年的改革及战略部署多久能够取得较大进展？橱柜业务何时能够真正放量？去年才重新启动索菲亚品牌橱柜是不是已经晚了？**

A: 投资者您好，公司近年来坚定执行“多品牌，全品类，全渠道”战略，今年已初见成效，在客单价、渠道、新品牌发展方面表现良好，使得公司总体业绩在外界多重因素叠加困扰下仍逆势上涨，预计在2023年大环境回暖下进一步加快。橱柜业务21年营收14.19亿元，已跻身国内橱柜品牌第一梯队，22年因战略调整受到一定影响，日后多品牌橱柜发力，预见发展势头良好。在目前精装房及存量房大盘下，索菲亚橱柜仍有很大发展机会。感谢您的关注。

**Q:我十分认同索菲亚的企业文化，公司多年来不管市场竞争如何改变，始终坚持家文化，给经销商及企业员工最大限度的安全感，也是我拿了近三年一直没走的原因，可是我发现拿了三年还在亏钱，那么请问您认同现在的股价和估值吗？**

A: 投资者您好，感谢您对公司的价值投资。公司近三年经营稳定，业绩持续向好，价值得到持续体现。股价受多方面因素的影响，股票价格的波动，不仅取决于企业的经营业绩，还受宏观经济、市场资金供求状况等因素的影响，公司将坚持可持续健康发展，不断提升经营效率，完善产品和服务，积极回报股东。感谢您的关注。

	<p><b>Q:目前索菲亚发展最大的短板或者需要提升的地方是什么?</b></p> <p>A: 投资者您好, 目前公司“多品牌、全品类、全渠道”战略实施已初见成效, 未来公司将持续深化战略目标的落地实施, 通过强大的品牌拉力、渠道张力、产品研发能力和供应链整合能力, 充分打开市场空间, 提升市场竞争力, 不断提高对产品质量、服务质量的把控, 促进公司经营业绩的有效提升, 争取做行业的标杆。谢谢。</p>
<b>日期</b>	2023年4月21日