

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：20260806

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券、易方达、景顺长城三家机构参与调研交流
时间	2026 年 8 月 5 日下午
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	公司管理层与会人员交流公司近期情况： Q：如何看待定制家居行业目前的竞争格局？ A：目前定制家居行业呈现两极分化态势。头部品牌凭借规模化生产、智能制造及成熟供应链体系，市场地位相对稳固；腰部品牌受到挤压，生存空间日趋收窄；大众市场则存在大量区域性白牌企业，凭借灵活经营分散承接部分本地需求。公司以差异化品牌矩阵应对市场竞争，各品牌定位清晰、协同发力：索菲亚品牌依托整家定制 5.0 战略持续迭代，聚焦全案设计与一体化交付，持续进行产品升级与消费升级承接；同时持续深耕以轻高定市场为目标的“司米”品牌和以中高端中式人群细分市场为目标的“华鹤”品牌，共同丰富公司的中高端产品矩阵；米兰纳品牌持续精耕下沉市场蓝海，聚焦价格敏感型消费者，在价格上对白牌形成较强竞争力。 Q：公司对高定市场的看法和布局？

A: 高定市场消费者价格敏感度较低，对产品设计、材质与工艺要求较高。公司在保持规模化优势的同时融入柔性工艺，已具备承接高端改善住宅项目的能力。公司目前相关产品系列在市场获得积极反馈，这一方向有助于公司进一步完善产品覆盖区间、承接改善型消费需求，同时向市场展现公司在高品质定制领域的综合交付实力。

Q: 公司“1+N+X”渠道模式进展？

A: 公司“1+N+X”渠道模式开展顺利，经销商积极拓展二级分销网络，通过适度降低合作门槛，以更为灵活的小团队形式开展运营，该模式有助于逐步覆盖核心城市中的空白区域，同时在优化经销商经营方面发挥积极作用，旨在进一步增强渠道体系的稳定性与抗风险能力。目前公司经销商体系和渠道结构整体比较稳定，为穿越行业周期提供了重要支撑。

Q: 经销商渠道的核心优势？

A: 公司经销商渠道的核心优势主要在于终端的强交付能力。公司始终重视交付体系的建设与完善，在安装质量、客服响应及售后流程等方面持续优化。公司推动的“精工一次成”项目，有效提升齐配率并强化物料配套保障，从源头减少因缺件、错件导致的安装中断，试点地区一次安装成功率可达 90%，远高于行业平均水平，现已启动全国推广。公司终端的强交付能力，增强了经销商与公司之间的合作粘性，有效降低了经销商的售后成本，为经销商经营效率与客户满意度提供了有效保障，这也是经销商实现持续盈利的重要基础。

Q: 家居行业未来发展趋势？

A: 当前行业整体仍处于调整阶段，后续走势取决于宏观经济与消费信心的恢复节奏。公司已主动适应当前市场环境，围绕“深耕存量、强化零售、产品领先、数字驱动、稳健出海”核心方针稳步经营，一方面依托“1+N+X”渠道模式、旧改社区业态及整装合作深挖存量市

	场，加快全案新零售转型;另一方面通过多品牌差异化运营精准触达各类客群，同时以 5A 级产品标准、智能制造筑牢产品竞争力，借助数字化升级提升整体运营效率，并同步优化国内渠道、稳步推进品牌出海，挖掘海内外发展机遇，夯实长期稳健发展根基。 Q：当前出海业务的经营情况？ A：近年来，公司以稳健可控的节奏推进出海业务，逐步将其打造为业绩增长的新动能。出海业务坚持“工程+零售”双轮驱动策略，以相对轻量化的方式切入市场,侧重解决方案输出，同时持续跟踪国际贸易政策变化，动态评估各区域进入节奏，整体投入保持审慎可控，注重经营质量与可持续性。在市场布局上，公司优先在东南亚、中东、澳洲等核心市场深耕，再逐步辐射周边，致力发展成全球化交付网络；渠道拓展方面，零售端以品牌门店形式稳步试点，优先围绕合作区域的中心城市进行适度布局，重视合作伙伴的质量与长期关系，不追求短期规模扩张。工程端持续与境外地产商保持项目层面的沟通与合作，积极推动业务的持续性发展。
附件清单	无
日期	2026 年 8 月 6 日