

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：20230215

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	博时基金、工银瑞信、国联安基金、前海联合、山楂树投资、中兴汉广、T Rowe Price、Elephant asset management、长江证券、开源证券、中国银河证券、华创证券、国信证券、中信证券等共计 14 家机构
时间	2023 年 2 月 15 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>参观交流环节：</p> <p>公司接待了投资者团队的线下调研及参观交流等活动，实地参观了公司索菲亚品牌展厅及华南 4.0 生产基地，了解生产基地的运作情况，在参观过程中公司管理层对公司基本情况进行了介绍，主要内容如下：</p> <p>公司目前在全国有东、南、西、北、中，八大生产制造基地，极大地缩小了原材料和产品的运输半径，可以为中国消费者提供更快、更高品质和更具性价比的产品和服务。多年来，索菲亚积极寻求自我突破，构建自动化和信息化优势，引领行业智能制造的生产模式和产业形态革新。</p> <p>2012 年，索菲亚引入全球先进、亚洲一流的生产体系“柔性生产线”，在业内率先解决个性化定制与规模化生产的矛盾；2015 年，索菲亚开始开启数字化转型之路，公司的产能不断提升，管理成本得到不断优化；2018 年 7 月，索菲亚“未来工厂”工业 4.0 车间在湖北黄冈工厂首次亮相，并经过多年的探索实践，索菲亚开创行业首个全流程数字化运营体系，组建了研发、营销、智能制造、服务 4 大平台，打造 X-PLAN、</p>

DIYHome、4.0 智能车间、智能仓储和物流、客户服务系统 CSP 等 10 大系统，用科技破解运营痛点。

以 X-PLAN 为例，该系统为索菲亚自主开发协同营销系统，运用大数据进行潜客管理与引流，精准管理商机信息。正是得益于 X-PLAN，索菲亚可以精细化管理庞大的用户信息，赋能全渠道营销，促进潜客高效转化。

而索菲亚领先的 4.0 智能车间，采用国际一流柔性生产线，产品制造全流程智能化，从智能立体原料仓出发，板材全程不落地，加工准确率 100%；打造了行业首个智能分拣系统，根据订单信息智能码垛分拣准确率 100%，速度比人工操作快 5 倍，生产效率国际领先。全流程数字化运营体系覆盖了定制家居的全服务流程链条，从协同营销、实时设计、智能制造、仓储物流、客户服务等方面构建家居数字化生态系统，通过强大的智能化中后台实现数据化管理，提高内部供应链效率、经销商运营效率和业务流程运作效率，更好地满足消费者需求。

参观团队一行走进了华南生产基地，深入了解定制家具的生产、质检、包装等多个环节标准化生产情况，对索菲亚数智化制造的核心竞争力有了直观了解。生产基地的参观结束后，参观团队又来到了公司整家定制展厅，深度体验了公司为消费者打造一体化设计、一站式购齐的整体家居空间解决方案的套系化产品。

Q&A:

Q: 315 活动的打法?

A: 今年的 315 活动，各品牌在终端将继续推行套系化的营销打法，但在定制产品和配套产品的选择上，均会有所提升。

Q: 索菲亚品牌今年的发展规划?

A: 公司将深度赋能经销商，通过主动营销和点将制帮助他们拓展整装、拎包等渠道，优化产品展示方案，完善配套产品体系。索菲亚橱柜起量快，通过整家战略的深入落地，未来橱柜品类也会快速成长。

Q: 公司今年在提升客单价上有哪些举措?

A: 从产品端入手,提升终端门店的产品展示力,设计师、导购的设计带单能力;同时,总部加强配套产品的选品,将配套产品的风格与定制产品更好的融合,继续强化总部的供应链优势,开发更多高质量产品,体现性价比优势。

Q: 司米未来发展主要通过哪些方面拉动?

A: 司米目前正处于战略调整期,未来收入占比将持续提升,降低经营压力。现在要加大招商建店,优化产品结构,同时开拓符合其品牌定位的新渠道。

Q: 公司目前的电商渠道经营情况?

A: 公司目前的电商平台运营以总部为主,经销商为辅,目前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,提升品牌认知度。

Q: 公司对整装赛道有何布局?

A: 公司整装渠道通过直营整装和经销商整装两个方式同步发力,直营整装已进入快速增长期,并持续深化现有客户业务合作,开拓新客户。未来整装会成为新的消费趋势,部分区域型整装公司开始跑通模式、赢得口碑,对公司而言,强化其服务能力需要一个过程。今年会继续向外开拓新的装企,目前仍有较大的成长空间。

Q: 公司未来各业务发展的优势?

A: 在目前整家战略背景下,行业竞争的核心是中后端供应链平台体系的搭建和终端获客渠道布局的能力。目前公司规模逐步扩大、业务模式顺畅,同时拥有强大的品牌口碑和服务能力的背书,已经具有比较明显的竞争优势。

Q: 未来公司工程事业部的发展如何定位?

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。
日期	2023年2月15日