

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：20230831

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	申万轻工、浙商证券组织的电话会议，共计 283 位投资者参加。
时间	2023 年 8 月 31 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 2023 年半年度经营情况介绍：</p> <p>1、业绩介绍</p> <p>2023 年上半年，公司实现营业收入 47.44 亿元，归母净利润约 5.00 亿元，同比增长 21.31%，扣非归母净利润 4.68 亿元；其中第 2 季度，公司实现营业收入 29.39 亿元，同比增长 5.63%，归母净利润 3.95 亿元，扣非归母净利润 3.79 亿元。</p> <p>2、分渠道方面</p> <p>经销商渠道：营业收入 38.67 亿元；</p> <p>整装渠道：直营整装+经销商整装实现营业收入同比增长 89.34%，直营整装事业部已合作装企数量 184 个，覆盖全国 167 个城市及区域；</p> <p>大宗渠道：营业收入 6.39 亿元，优质客户收入贡献持续保持稳定。</p> <p>3、分品牌方面</p> <p>（1）索菲亚品牌实现营业收入 42.77 亿元，同比增长 5.01%。拥有经销商 1,673 个，专卖店 2,768 家，报告期内索菲亚工厂端平均客单价 18,639 元，同比增长 6.55%。</p> <p>（2）米兰纳品牌实现营业收入 1.68 亿元，同比增长 58.64%。拥有经销</p>

商 487 个，专卖店 463 家。米兰纳工厂端平均客单价 13,659 元，同比增长 10.59%。

(3) 司米品牌拥有经销商 210 个，专卖店 258 家，其中整家门店 120 家，衣柜上样门店数量达 172 家。司米品牌在已转型整家策略的门店中，定制衣柜、橱柜等整家产品的工厂端平均客单价达 40,737 元。

(4) 华鹤品牌共有经销商 321 个，专卖店 323 家。华鹤品牌实现营业收入 0.69 亿元。

4、费用情况

公司 2023 年上半年费用情况如下，

销售费用 4.81 亿元，同比下降 6.23%，主要为广告费投放节奏调整所致；管理费用 3.3 亿元，同比上升 1.32%，本期无重大变化；

财务费用 0.28 亿元，同比下降 16.29%，主要为本期利息收入所致；

研发投入 1.89 亿元，同比增长 20.57%，主要是本期加大研发投入所致。

5、毛利率提升原因：

(1) 原材料成本下降；(2) 板材利用率提升，今年上半年后端生产制造环节优化；(3) 人效提升，人工成本降低。

Q&A 环节：

Q：公司对整装未来拓展方向？

A：公司鼓励总部以及各品牌零售经销商积极与装企进行合作，并且在 中后台提供独立的产品支持及服务端赋能培训。2023 年上半年，公司 直营整装事业部专注于头部装企运营，已深度合作 184 个装企，覆盖 全国 167 个城市，现阶段，公司整装渠道的业务模式已跑通，未来将会不断 放量，持续开拓新合作装企，扩大业务覆盖范围，同时不断深化现有合 作装企业务，加快整装渠道全品类产品布局。

Q：上半年公司营销费用控制稳定，下半年是否会加大营销投放？

A：根据以往年度经营情况，定制家居行业每年下半年属于行业旺季， 公司会在激烈的行业竞争环境下给予终端更大的发挥空间，但整体还是 会继续保持公司盈利的稳定性，公司会根据市场反馈动态调整营销费用 的投放节奏。

Q：对司米战略调整的节奏规划？

A：公司自去年开始对司米品牌进行调整，在产品端从橱柜单品类销售过渡至高端整家定制产品，目前种类已包含衣柜、橱柜、木门、家品、家电等，集团在今年将持续调整司米的终端经营体系，将司米品牌从原有的索菲亚体系中逐渐剥离，开始独立招商、建店，上半年的招商进度也符合预期，下半年会加快建店进度。

Q：半年报中公司提到 AIGC 对行业发展的重要性，目前公司在 AI 方面的布局和规划如何？

A：公司一直注重 AI 技术的发展和运用，并不断在前端设计平台及服务平台等方面进行实践，AI 研发是未来必须要布局的业务，公司已成立专门的项目组，运用 AI 技术，在设计软件、生产软件、服务系统等方面进行全面的升级改造，提升工作效率及准确性。

Q：智能生产线投入对公司生产效率提升有多少帮助？

A：索菲亚工厂运营效率在行业内始终处于领先定位，通过自主研发生产系统，成本相对来说会更低，预计未来各品牌、各渠道的规模效应释放后，效率将会有更快提升。

Q：公司是否考虑调整现有组织架构？

A：公司目前的组织架构非常稳定、清晰，索菲亚品牌定位中高端，司米和华鹤品牌定位高端，米兰纳品牌定位大众市场，四大品牌互相呼应，形成集团内部相互呼应的产品研发和供应体系，覆盖盖衣、橱、门、窗、墙、地、电、卫、配等全品类，实现纵深渠道全面发展。目前的组织架构比较科学，能够适应公司现在的业务特点，未来如业务发生变化，会再根据具体情况再进行调整。

Q：公司对索菲亚品牌的门店规划？

A：索菲亚品牌的门店会不断进行动态调整，但整体数量不会下降，目前会更加关注门店的经营面积、产品展示、空间搭配等方面。

	<p>Q: 目前对卫浴和门窗的发展规划?</p> <p>A: 卫浴和门窗是公司开拓的新品类, 是公司大家居战略推进过程中很重要的一环。未来会通过开整家融合店和独立店两种形式推广, 预计今年开始招商建店, 跑通业务模式, 也会在多渠道的业务发展模式, 融入新品类。</p> <p>Q: 对于旧改市场的需求, 公司如何在产品、渠道和服务端激发潜力?</p> <p>A: 对于旧改市场, 集团主要通过品类扩展和渠道完善两个方面推动, 一方面扩展产品品类, 如门窗、卫浴等, 将这些新品类融入我们的设计软件, 实现整体空间设计, 同时优化、整合供应链和服务环节质量; 另一方面加强渠道合作, 通过不同的合作方式加强与装企的合作, 创新渠道模式, 推出毛坯拎包、拎包 2.0 模式、社区服务中心等方式与物业联动, 提供全装修生命周期的产品和服务。</p>
日期	2023 年 8 月 31 日