

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20240104

投资者关系活动类别	<div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）</div>
参与单位名称及人员姓名	长江证券组织的电话会议，共有 66 位投资机构及个人、75 位券商机构参加会议
时间	2024 年 1 月 4 日（周四）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	<p><b>Q&amp;A 提问</b></p> <p><b>Q：公司 2024 年对业务的战略规划？</b></p> <p>A：2024 年，公司依然会坚定“多品牌、全渠道、全品类”的战略布局，寻求更多的业绩增长机会：</p> <p><b>1）索菲亚品牌：</b>会进一步扩品类，2023 年索菲亚品牌橱柜、木门、家居品通过整家套餐的营销策略均取得了不错成果，2024 年也会继续通过整家营销策略促进这些品类的业绩增长。</p> <p><b>2）米兰纳品牌：</b>目前招商、建店还有很大的市场空间，2024 年米兰纳品牌还是继续保持快速开店的模式，加快覆盖下沉市场，同时，2024 年会开拓橱柜品类，将橱柜和家具家品融合到整家套餐中，逐步完善整家战略。</p> <p><b>3）司米品牌：</b>公司自 2022 年开始进行经销商体系的调整，截至目前已基本调整完毕。2024 年会进行终端门店布局，紧抓设计师渠道和装企渠道的建设。</p> <p><b>4）华鹤品牌：</b>2024 年会加快终端的招商、建店进度，同时也希望拓展设计师渠道和装企渠道。</p>

- 5) **集成整装渠道**：2024 年会加入橱柜品类的布局，推动橱柜产品在终端落地，同时加强渠道门店建设、维护已合作装企公司合作。
- 6) **大宗业务渠道**：工程业务近期希望保持平稳发展的状态，2024 年希望能进一步拓展海外市场。

**Q：公司对市场发展前景的展望？**

A：公司所处的定制家居行业与房地产市场息息相关，根据券商研究报告显示，一手房和存量房翻新市场需求在 2010-2030（预测）年中呈现上升趋势。根据预测数据显示，2024 年预计将会有 1600 万套新房+存量房有装修需求，到 2030 年，预计达到 2300 万套。其中，存量房经过过去 30 多年的发展，会有大量装修需求释放。



表：2010-2030 新房、存量房数量（含预测）及占比<sup>1</sup>

**Q：面对市场变化，公司 2024 年有哪些业绩增长点？**

A：2024 年，公司针对战略发展规划，确定了今年的增长发力目标。在品类端，继续加强整家战略的渗透，强化橱柜、木门等品类在终端营销落地；在渠道端，紧抓零售渠道和整装渠道，并切入设计师渠道等多个细分渠道来获取流量；在品牌端，主品牌索菲亚继续保持稳定发展态势，新品牌米兰纳持续保持高增长趋势，司米、华鹤走出逆势。

**Q：2023 年 Q4 以来终端运营情况如何？**

A：2023 年终端市场释放了很多过去 2 年被积压的装修需求，行业内还是有一部分刚需用户有装修的需求；公司下半年也调整了终端及营销团

	<p>队，团队之间配合更加顺利，11 月营销端开始发力。</p> <p><b>Q：公司整装渠道未来的发展规划？</b></p> <p>A：整装渠道还是会坚定走经销商零售装企和总部直营装企同步运营的模式，通过独立的管理团队、独立的产品系列，不断为经销商、装企公司提供赋能，加强公司在整装渠道的市场竞争力，未来整装渠道将会通过多品牌、全品类进行布局。</p> <p><b>Q：公司今年的开店计划？</b></p> <p>A：公司 2024 年会加快门店开店速度，通过多品牌、全渠道快速开店，布局空白市场，门店拓展也将会成为公司 2024 年发展的重要渠道之一。索菲亚品牌主要是进行终端市场的加密补充，米兰纳、司米、华鹤以及整装渠道的门店主要是对空白市场的覆盖。</p>
日期	2024 年 1 月 4 日