

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：20241031

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	申万证券组织的电话会议，共计 199 位投资机构及个人参加会议。
时间	2024 年 10 月 31 日上午
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>公司 2024 年三季度经营情况介绍</b></p> <p><b>【业绩解读】</b></p> <p>2024 年 1-9 月，公司持续深化“多品牌、全品类、全渠道”战略，实现营业收入 76.56 亿元，同比下降 6.64%；归属于上市公司股东的净利润 9.22 亿元，同比下降 3.24%。其中第三季度营业收入 27.26 亿元，归属于上市公司股东的净利润 3.57 亿元。2024 年前三季度，公司“提质增效”效果持续显现，实现综合毛利率 35.79%，同比增长 0.17%。</p> <p><b>【品牌情况介绍】</b></p> <p>(1) 索菲亚品牌拥有经销商 1,805 个，专卖店 2,543 家。2024 年 1 至 9 月，索菲亚品牌实现营业收入 68.90 亿元，同比下降 6.84%，索菲亚工厂端平均客单价 23,679 元/单。</p> <p>(2) 米兰纳品牌共有经销商 554 个，专卖店 579 家。2024 年 1 至 9 月，米兰纳品牌实现营业收入 3.67 亿元，同比增长 14.87%，米兰纳工厂端</p>

平均客单价 14,731 元/单。

(3) 司米品牌拥有经销商 156 个，专卖店 161 家。

(4) 华鹤品牌共有经销商 275 个，专卖店 282 家。

### 【费用情况】

2024 年 1-9 月，公司费用率进一步实现精细化管理；销售费用为 7.35 亿元，同比下降 8.85%，销售费用率 9.60%；管理费用为 5.30 亿元，同比下降 1.91%，管理费用率 6.92%；财务费用为-0.06 亿元，财务费用率 -0.08%。

### Q&A

**Q：目前公司整装渠道发展的驱动力是什么？在合作模式上有什么变化？**

A：今年公司整装渠道仍保持较快增速，得益于 1) 公司的渠道战略及定位符合当下市场现状，区别于传统零售业务，以战略姿态不断推进与装修公司的深入合作，在产品赋能、信息化建设、流量共建等方面进行深度打磨；2) 进行渠道拓展及高质量招商。最近几年整装市场快速迭代升级，出现很多优秀的经销商，他们对品类导入、内部供应链集成、内部组织都非常有经验；3) 公司深度赋能装企，不断开拓多品类产品集成导入，积极与装修公司加深供应链集成产品合作。

**Q：国家的以旧换新补贴的开拓情况？**

A：目前，国家的“以旧换新”补贴政策正在如火如荼的进行，政策有效的刺激了汽车、家电、家居、装修等实业的经济发展，带动了消费需求。作为家居行业的头部品牌，公司及时洞察国家政策变化，围绕“以旧换新”政策，迅速响应推出全国性营销活动，包括政府补贴、工厂补贴、门店补贴的三重补贴活动，在全行业中率先掀起围绕以旧换新活动。索菲亚作为淘宝、天猫平台深度合作客户，积极借助平台力量，率先联合线上平台和政府进行政策的推进，在行业中领先落地，积极带动各地

经销商参加活动，消费需求拉动效果明显。

**Q: 目前“以旧换新”政策的推进情况?**

A: 公司第一时间响应政策号召，积极与政府、平台沟通，推动“以旧换新”补贴活动快速落地，终端经销商参与度比较积极，出现很多像广州区域的优秀标杆案例，在终端也起到了积极示范作用。

**Q: Q3 毛利率下滑的原因?**

A: 主要是第三季度公司出口业务逐步增长，毛利率相比零售渠道低；其次是工程业务的结构调整。

**Q: “以旧换新”政策在整装渠道的推动情况?**

A: 目前整装渠道正在加大力度参与。由于整装从接单到转化有一定周期，且覆盖的产品品类比较宽泛，需要各方协助推进，保证消费者最大化享受政策优惠。公司整装渠道主要与头部装修公司合作，在整体操作上具备一定优势。

**Q: 通过线上参与补贴的操作形式?**

A: 客户首先在线上平台领取补贴资格后，通过门店或线上链接进行下单，补贴额度会直接在支付页面抵扣，操作流程比较简单，可复制性和推广性比较好，客户和员工的操作都很简单。

**Q: 如何看待当下家具市场以及公司未来的发展?**

A: 目前这一系列的家装补贴政策实质性降低了消费者的换新/家装成本，提升消费意愿，为家居市场注入消费活力。公司已针对市场中的存量房装修需求、换新需求提前进行产品与渠道部署，积极拥抱存量时代。

**Q: 公司在当下补贴政策中如何制定营销策略?**

A: 公司结合市场变化，动态调整终端营销策略。在当下尽可能积极参

	<p>与政策活动的同时，及时通过大数据分析、客户兴趣画像分析等数据，精准把握营销节奏，维持整体营销费用的平稳。</p> <p><b>Q：公司海外市场拓展情况？</b></p> <p>A：公司非常重视海外渠道开拓，截至到目前，已拥有 31 家海外经销商，覆盖了美国、加拿大、澳大利亚、新加坡、越南、泰国等国家，并与海外开发商和承包商合作，为全世界大约 40 个国家和地区客户提供一站式全屋定制解决方案。</p>
<b>日期</b>	2024 年 10 月 31 日