

# 索菲亚家居股份有限公司 2018 年半年度报告摘要

## 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。公司负责人江淦钧、主管会计工作负责人陈明及会计机构负责人(会计主管人员)黄毅杰声明：保证本半年度报告中财务报告的真实、准确、完整。所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	索菲亚	股票代码	002572
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	潘雯珊	陈曼齐	
办公地址	广州增城市新塘镇宁西工业园	广州增城市新塘镇宁西工业园	
电话	020-87533019	020-87533019	
电子信箱	ningji@suofeiya.com.cn	ningji@suofeiya.com.cn	

### 2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,987,946,706.43	2,487,422,107.38	20.12%
归属于上市公司股东的净利润（元）	368,947,372.68	294,262,346.56	25.38%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	346,963,027.01	281,668,170.66	23.18%
经营活动产生的现金流量净额（元）	332,330,170.31	416,266,680.93	-20.16%
基本每股收益（元/股）	0.3995	0.3187	25.35%
稀释每股收益（元/股）	0.3995	0.3187	25.35%
加权平均净资产收益率	8.17%	7.49%	0.68%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	6,955,956,051.91	7,059,946,920.31	-1.47%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,420,711,767.56	4,471,384,323.06	-1.13%

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	15,614	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
江淦钧	境内自然人	20.26%	187,063,600	149,684,700	质押	15,000,000
柯建生	境内自然人	19.18%	177,124,000	132,843,000	质押	15,000,000
香港中央结算有限公司	境外法人	6.17%	56,980,805	0		
四川信托有限公司—四川信托—索菲亚员工持股计划集合资金信托计划	其他	2.64%	24,420,400	0		
中国农业银行股份有限公司—易方达消费行业股票型证券投资基金	其他	2.63%	24,321,042	0		
全国社保基金	其他	1.42%	13,108,105	0		

一零九组合						
华鑫国际信托有限公司—华鑫信托·国鑫 38 号集合资金信托计划	其他	1.36%	12,516,000		0	
中国银行股份有限公司—上投摩根核心成长股票型证券投资基金	其他	1.12%	10,385,606		0	
中国建设银行股份有限公司—银华富裕主题混合型证券投资基金	其他	1.08%	9,990,163		0	
招商银行股份有限公司—国泰成长优选混合型证券投资基金	其他	1.02%	9,407,496		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东江淦钧先生、柯建生先生为公司实际控制人和控股股东。其余股东未知是否存在关联关系或《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

#### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

#### 5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## 6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
否

目前国内宏观经济处于周期性底部，随着房地产和人口周期的拐点到来，国内经济增长的内在潜力受限，经济转型升级的压力增大；同时定制家具行业上市企业增多，各家友商均加大了在宣传的投入，也启动了相应的产能建设，与此同时，行业新进入者也在增多，市场竞争加剧。凭借在柔性化生产制造、销售渠道、品类拓展以及大数据运营等方面综合竞争优势，2018年1~6月，公司实现了营业收入约29.88亿元，同比增长20.12%；归属于上市公司股东的净利润约3.69亿元，比上期增长25.38%。

2018年上半年索菲亚品类收入增速有所放缓，主要原因有：1、今年二季度同比去年降价了（三季度也会存在这个问题）；2、2018年上半年终端有约500门店在翻新；3、去年索菲亚新增店数增长少于其他主要品牌；4、行业逐步进入成熟期，竞争比以往更激烈：整装公司今年对定制行业造成一定的冲击，他们更倾向联合当地小厂；去年有7个定制品牌上市，上市后加大了渠道拓展和产能投放，终端门店的竞争加大；不断有跨行业公司进入定制行业，造成一定的分流；此外，国家在大力推行精装房政策，由于账期的问题，工程单业务更有利于小品牌。

上半年各品类的重点工作和举措如下：

#### （一）品牌和销售拓展：

##### 定制衣柜及其他配套柜类（索菲亚）

公司继续采用以经销商为主、以直营专卖店和大宗用户业务为辅的复合营销模式；报告期索菲亚定制家具（含OEM家具家品）的收入约为26.35亿元，同比19.33%；其中经销商渠道的销售占比86.71%，直营专卖店渠道销售占比3.53%、大宗业务渠道占比9.16%。

截止至2018年6月底，“索菲亚”全屋定制产品拥有经销商近1350位，专卖店数量2388家（另外有404家20~60m<sup>2</sup>超市店，不含在设计店铺）以及大家居店22家；公司继续加密一、二线城市销售网点，拓展四、五、六线城市的销售网点；其中省会城市门店数占比19%（收入占比36%），地级城市门店数占比28%（收入占比32%），四五线城市门店数占比53%（收入占比32%）。另一方面，客单价持续增长，2018年1~6月“索菲亚”全屋定制产品实现客单价10,388元/单（出厂口径价格，不包括橱柜、木门），同比增长9.41%。

##### 整体橱柜（司米）

2013年开始公司战略向“定制家·索菲亚”，并提出“全屋定制”口号，致力于布局整体家居。2014年6月16日，司米厨柜有限公司正式成立，并快速开店，推行门店运营标准规范，实施司索联动，努力提高单店产出。截止2018年6月30日，司米厨柜拥有经销商639家，独立的经销商专卖店766家（不含大家居门店，含在装修门店）。进入2018年6月，司米开始实现盈利，进入利润拐点，逐步实现盈利。

##### 定制木门（米兰纳MILANA、华鹤）

公司于2017年4月合资设立了索菲亚华鹤门业有限公司。索菲亚华鹤采用双品牌运作模式（米兰纳MILANA、华鹤），2017年下半年同时进行米兰纳MILANA品牌经销商招募、增设融入店、新开独立店面设工作以及华鹤品牌原有经销商体系交接、形象升级工作；截止2018年6月30日，索菲亚华鹤共有米兰纳MILANA独立店159家（含在装修门店）、融入店300逾家（不含大家居门店）、经销商436位，华鹤木门门店158家，经销商150位。

图：终端门店数据

	截止至2017年12月31日	截止至2018年6月30日
索菲亚	2200	2388
司米	720	766
米兰纳MILANA	95	159
大家居融合店	20	22
合计	3035	3335

## （二）产能

### 定制衣柜及其他配套柜类（索菲亚）

自2012年开始逐步在全国生产基地投入柔性化生产线，索菲亚衣柜及配套定制家居产品的牢固基础已经打下。公司在河北廊坊、浙江嘉善、四川成都、湖北黄冈以及广州增城已经建设了五大生产基地。截至报告期末，华南、华北、华东、西南、华中工厂均已正常生产，覆盖全国销售网络的生产支撑体系已形成。2018年上半年公司“索菲亚”定制衣柜及其配套定制柜生产基地年度月平均实际生产达到17.71万单，年度平均产能利用率平均为83.38%。工厂2018年上半年平均交货周期（指确图订单下到工厂直到货物生产完毕可安排物流的期间）为10天~12天左右。

公司2016年7月完成了非公开发行股票，所募集的资金将在未来3~4年用于智能化改造以及信息技术升级。投产后生产效率将会进一步提升。

### 整体橱柜（司米）

位于增城的司米厨柜工厂已投入使用。2018年1-6月该厂房日均产能日均逾247单/天，产能利用率平均为48.24%。

除了上述工厂，司米厨柜二厂位于湖北黄冈市，目前正在进行筹建，项目分期进行建设，预计投资期限为4年，从获得土地启动建设开始起算。

### 定制木门（米兰纳MILANA、华鹤）

索菲亚华鹤若顺利达产，将具有45万樘木门产品（合计对应10亿元产值，按照两班制测算）。

图：产品工业布局

## 产品工业布局



### 1. 六大索菲亚全屋定制家具生产基地：

华南生产中心（增城）  
华东生产中心（嘉善）  
华北生产中心（廊坊）  
西部生产中心（成都）  
华中生产中心（黄冈）  
恒大索菲亚家居  
（兰考，在建设）

### 2. 木门生产基地：

索菲亚华鹤门窗（齐齐哈尔）

### 3. 两大司米定制橱柜生产基地：

华南生产中心（增城）  
华中生产中心  
（黄冈，在建设）

### 4. 智能制造以及3D虚拟展示服务商：

宁基智能、极点三维

### (三) 各品牌上半年主要活动

2018年上半年,各品牌以丰富产品线及大家居品类联动为切入点,紧贴市场需求不断丰富产品线,改善产品品质(工艺、设计、五金等)。2018年上半年是公司新品频率最多的一年,索菲亚推出了10个系列新品,司米橱柜推出“1”系列产品并邀请法国设计师联手打造第三代门店,提升司米国际化品牌调性。



各品牌也分别进行了渠道优化,其中索菲亚在上半年翻新了近500家旧有门店,其次淘汰了100位经销商,优化了部分渠道,期望引入高潜、高成长性的经销商。

在市场活动方面,各品牌加强了联动活动,并采用明星助力促销活动的方式,提升促销活动的影响力、改善活动体验,打造明星IP,触达更多消费者。

培训方面,各品牌进行多维度培训,构建更敏捷的终端针对经销商群体,设计师及导购群体分层级对终端进行培训。2018年上半年,索菲亚组织了大家居策略销售培训、终端店面设计软件的培训,店长管理培训销售策略培训,经销商分享标杆经验分享等多项培训活动,提升终端对总部的配合度及对C端客户的响应速度,构建更敏捷的终端;同一期间司米橱柜整体培训覆盖率达到95%以上,全力协助提升终端运营能力。

#### (四) 推出索菲亚3D数字展厅,推进“所见即所得, 所得即可买”愿景的实现

自2014年开始,公司致力于研发更多有效的工具,有效增强消费者对定制家居设计的参与度,改善消费者的用户体验,降低交易成本。公司旗下全资子公司极点三维自主研发了索菲亚3D家居设计展示软件DIYHome,2018年上半年在各渠道继续大力推行索菲亚3D家居设计展示软件DIYHome,并在重点门店配置VR虚拟现实眼镜等工具。通过DIYHome实现全屋大家居的设计和展示,打破传统展厅样板间展示款式有限且制作、更新成本高的阻碍,给消费者带来直观、多样性的空间体验。

DIYHome软件可以根据客户的户型图简单快速的设计出多套优秀的方案,结合实时渲染、照片级高清渲染图以及全屋整体装修效果图,不但提升了店面的工作效率,还大大提升了客户体验。

2018年上半年还在部分门店推出了电子化移门掩门设计展示软件DIYDoor,结合超大屏幕电视给用户更直观真实的感受。

#### (五) 打造数字化生产、管理、营销与决策体系

为实现大家居战略发展规划,公司提出了“创新、分享”的管理理念。“信息与数字化中心”的成立将作为公司转型至智能化、自动化和数字化的关键引擎。一切以自动化数据为驱动和引擎的运营方式将是公司的关键目标,以此为背景,公司数字化的战略规划正在被稳步实施与推进:

(1)移动互联网和云计算的深度落地对全球,特别是中国消费者的思维习惯,消费方式和沟通渠道等众多领域产生巨大影响。在此背景下,建立消费者与索菲亚品牌、产品以及运营团队的互动、互信以及互联的关系作为企业数据化转型的重要内容。一系列电子商务,特别是O2O的推进计划正在被稳步推进。

(2)消费者可以通过快速、准确和便捷地信息技术平台与线上线下销售渠道以及总部互动,从而产生消费者个性化需求的数据,以此触发企业整体供应链的高效运作。

(3)以精准数据以及设备互动为目标的智能制造正在被进一步优化与提升,从而实现真正意义上的数字化制造,并快速准确地为市场供应产品和服务。

(4)以逐步完善的企业整体信息技术系统为平台,打造企业对外、对内的大数据中心,从而全面实现企业管理数字化,产品研发数字化,生产制造数字化以及市场营销数字化。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上一会计期间财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上一会计期间财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。