

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

公告编号：2022-040

索菲亚家居股份有限公司 2022 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。

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	黄毅杰	陈曼齐、陈蓉	
办公地址	广州市增城区永宁街郭村仙宁路 2 号	广州市增城区永宁街郭村仙宁路 2 号	
电话	020-87533019	020-87533019	
电子信箱	ningji@suofeiy.com.cn	ningji@suofeiy.com.cn	

2、主要财务数据和财务指标

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）	4,781,002,791.61	4,299,923,897.05	11.19%
归属于上市公司股东的净利润（元）	411,854,130.10	445,906,093.83	-7.64%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	368,383,621.64	408,341,481.30	-9.79%
经营活动产生的现金流量净额（元）	148,173,434.52	85,522,870.85	73.26%
基本每股收益（元/股）	0.4538	0.4887	-7.14%
稀释每股收益（元/股）	0.4538	0.4887	-7.14%
加权平均净资产收益率	7.16%	7.12%	0.04%
	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）	11,960,726,838.54	12,427,538,656.62	-3.76%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,495,706,215.87	5,640,651,886.77	-2.57%

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	30,417	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
江淦钧	境内自然人	20.50%	187,063,600.00	140,297,700.00		
柯建生	境内自然人	19.41%	177,104,000.00	132,843,000.00		
香港中央结算有限公司	境外法人	10.63%	96,979,368.00			
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.85%	7,760,303.00			
中信证券股份有限公司－社保基金 1106 组合	其他	0.82%	7,485,176.00			
招商银行股份有限公司－广发价值核心混合型证券投资基金	其他	0.79%	7,183,400.00			
基本养老保险基金一二零六组合	其他	0.74%	6,759,696.00			
中信证券股份有限公司－社保基金 17052 组合	其他	0.73%	6,637,988.00			
全国社保基金五零二组合	其他	0.69%	6,320,233.00			
阿布达比投资局	境外法人	0.55%	5,024,921.00			
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、一致行动人。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

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2022 年上半年，公司持续深化整家战略落地，实现营业收入 47.81 亿元，同比上升 11.19%。各品牌发展稳步推进，索菲亚品牌整家定制套餐受到市场广泛认可，开拓门窗和墙地市场，扩充整家战略品类；司米品牌“专橱柜、精衣柜、好配套”全屋定制模式效果明显，全屋产品客单价显著提升；华鹤品牌继续深化“门墙柜”产品模式，零售和整装收入稳步增长；米兰纳品牌经过近一年的孵化，业绩增速显著。公司新渠道建设持续发力，整装渠道营业收入同比增长 167.26%；大宗业务渠道客户结构不断优化，优质客户收入贡献占比达 56%。

（一）索菲亚品牌

索菲亚品牌拥有经销商 1,767 个，专卖店 2,652 家，其中省会城市门店数占比 12%（收入占比 27%），地级城市门店数占比 19%（收入占比 23%），四五线城市门店数占比 68%（收入占比 50%）。

2022 年上半年，索菲亚品牌实现营业收入 40.73 亿元，同比增长 11.89%，其中零售收入 32.92 亿元（同比增长 10.01%）、整装收入 3.26 亿元（同比增长 176.54%）、大宗收入 4.49 亿元（同比减少 14.77%），各渠道（不含出口）占比分别为 80.84%、8.01%、11.02%。报告期内索菲亚工厂端平均客单价 17,494 元，同比增长 29%。

（二）司米品牌

司米品牌拥有经销商 719 个，专卖店 812 家，其中全屋店已达 50 家，衣柜上样门店数量达 101 家。其中，省会城市门店数占比 12.5%（收入占比 30.6%），地级城市门店数占比 24.1%（收入占比 32.2%），四五线城市门店数占比 63.4%（收入占比 37.1%）。在公司 2020 年提出的“多品牌、全品类、全渠道”的战略下，司米品牌经销商和索菲亚品牌经销商重叠率逐步降低。

2022 年上半年，司米品牌实现营业收入 4.64 亿元，同比减少 15.19%，其中零售收入 1.88 亿元（同比减少 43.01%）、整装收入 0.30 亿元（同比增长 119.27%）、大宗收入 2.46 亿元（同比增长 21.14%），各渠道收入占比分别为 40.60%、

6.40%、53.00%。报告期内司米橱柜产品工厂端平均客单价 13,590 元；在已转型全屋策略的门店中，订购衣柜、橱柜等全屋产品的工厂端平均客单价达 34,351 元，全屋策略提升客单值效果明显。

（三）华鹤品牌

华鹤品牌共有经销商 348 个，专卖店 304 家，全品类展示门店数量达 141 家。其中，省会城市门店数占比 5.7%（收入占比 8.9%），地级城市门店数占比 36%（收入占比 38.3%），四五线城市门店数占比 58.3%（收入占比 52.9%）。

2022 年上半年，华鹤品牌实现营业收入 0.69 亿元，同比增长 20.94%，其中零售收入 0.63 亿元（同比增长 19.45%）、整装收入 0.05 亿元（同比增长 42.92%），各渠道占比分别 92.53%、7.47%。报告期内华鹤工厂端平均客单价 8,792 元。

（四）米兰纳品牌

米兰纳品牌共有经销商 418 个，专卖店 305 家。其中，省会城市门店数占比 9%（收入占比 12%），地级城市门店数占比 46%（收入占比 46%），四五线城市门店数占比 45%（收入占比 42%）。

2022 年上半年，米兰纳品牌实现营业收入 1.06 亿元，同比增长 536.21%，全部为零售收入。报告期内米兰纳工厂端平均客单价 12,351 元。