

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

公告编号：2023-051

索菲亚家居股份有限公司 2023 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		
变更前的股票简称（如有）	宁基股份		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孙天骏	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@suofeiya.com.cn	ningji@suofeiya.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）	4,743,784,082.56	4,781,002,791.61	-0.78%
归属于上市公司股东的净利润（元）	499,620,964.37	411,854,130.10	21.31%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	468,365,425.15	368,383,621.64	27.14%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,419,919,344.74	148,173,434.52	858.28%
基本每股收益（元/股）	0.5506	0.4538	21.33%
稀释每股收益（元/股）	0.5506	0.4538	21.33%
加权平均净资产收益率	8.43%	7.16%	1.27%
	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）	12,956,091,868.92	12,056,813,813.51	7.46%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,646,092,202.09	5,782,391,723.26	-2.36%

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	44,460	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	140,297,700		
柯建生	境内自然人	19.41%	177,104,000	132,828,000		
香港中央结算有限公司	境外法人	12.25%	111,771,927	0		
中信证券股份有限公司－社保基金 1106 组合	其他	1.45%	13,226,200	0		
全国社保基金四一八组合	其他	1.39%	12,688,240	0		
中信证券股份有限公司－社保基金 17052 组合	其他	1.36%	12,438,290	0		
全国社保基金四一三组合	其他	1.23%	11,188,968	0		
新华人寿保险股份有限公司－分红－个人分红－018L－FH002 深	其他	0.99%	9,056,886	0		
基本养老保险基金一二零四组合	其他	0.78%	7,143,700	0		
中信证券－大家人寿保险股份有限公司－万能险－中信证券－大家人寿长期成长型股票组合单一资产管理计划	其他	0.54%	4,966,124	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、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

适用 不适用

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

(一) 概述

2023 年上半年，公司持续深化“多品牌、全品类、全渠道”战略落地，实现营业收入 47.44 亿元，同比下降 0.78%，其中第二季度营业收入 29.39 亿元，同比增长 5.63%。各品牌持续释放动力，索菲亚品牌在整家定制 3.0 战略的迭代下，客单值持续提升，开拓橱柜、卫浴、门窗和墙地市场；米兰纳品牌下沉蓝海市场，升级“新一代·5A 硬核整家”战略，为业绩增长增添新动力；司米品牌全新定义“高端整家定制”，全面推进从整体厨房向高端整家定制转型战略升级，品牌、招商大力改革；华鹤品牌以“东方美学，始于木作”为品牌核心，打造具有东方意境的门墙柜一体化模式高端整家定制。

同时，公司已经前瞻性的进行存量市场布局：在产品端，自 2022 年开始逐步推出索菲亚橱柜、系统门窗、卫浴等新品类，抢占旧改流量中的高频需求产品，通过产品迭代升级、系统提效、产能扩充、物流整合等提高供给效率；在渠道端，公司不断增强与装企的合作，通过公司直营整装与经销商合作装企等方式加大对前端流量的渗透，打造装企渠道的整家定制模式，并在今年上半年开发出毛坯拎包、拎包 2.0 等全新业务模式，以用户为中心，以社区服务中心为支撑，提供全装修生命周期产品及服务，未来将会成为抢占毛坯、旧改市场的重要方式。

1、零售渠道

（1）索菲亚品牌

索菲亚品牌拥有经销商 1,673 个，专卖店 2,768 家，其中省会城市门店数占比 11.49%（收入占比 24.67%），地级城市门店数占比 20.77%（收入占比 26.88%），四五线城市门店数占比 67.74%（收入占比 48.46%）。

2023 年 1-6 月，索菲亚品牌实现营业收入 42.77 亿元，同比增长 5.01%。报告期内索菲亚工厂端平均客单价 18,639 元，同比增长 6.55%。

（2）米兰纳品牌

米兰纳品牌共有经销商 487 个，专卖店 463 家。其中，省会城市门店数占比 10.58%（收入占比 22.21%），地级城市门店数占比 32.18%（收入占比 31.92%），四五线城市门店数占比 57.24%（收入占比 45.87%）。

2023 年 1-6 月，米兰纳品牌实现营业收入 1.68 亿元，同比增长 58.64%。报告期内，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

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。其中，省会城市门店数占比 22.09%（收入占比 36.91%），地级城市门店数占比 34.50%（收入占比 36.16%），四五线城市门店数占比 43.41%（收入占比 26.93%）。在公司“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进一步降低。

报告期内，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，整家策略提升客单值的效果持续体现。

（4）华鹤品牌

华鹤品牌共有经销商 321 个，专卖店 323 家。2023 年 1-6 月，华鹤品牌实现营业收入 0.69 亿元。下半年，华鹤品牌将继续招优质经销商、强化终端赋能，推进装企、拎包、电商等新渠道建设来开拓新流量。

2、整装渠道

整装市场的发展让公司和装企重新看到了彼此的商业价值，并从品牌、设计、环保、供应链、智造等方面全方位展示了公司的硬核实力。上半年，公司整装渠道建设持续发力，实现营业收入同比增长 89.34%。截至 2023 年 6 月底，公司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。未来，整装渠道将持续开拓合作装企，扩大业务覆盖范围，同时不断深化现有合作装企业务，加快全品类产品布局。

3、大宗业务渠道

上半年，公司积极响应“保交楼”政策，大力开发“保交楼”工程业务；坚持优化大宗业务客户结构，巩固发展与优质地产客户的合作，优质客户收入贡献持续保持稳定，与国内多个 Top100 地产客户签署战略合作关系，是多家医院、学校、公寓等对环保要求极其严苛的机构或企业指定供应商。同时公司持续布局海外市场，通过高端零售、工程项目和经销商等形式，已为全世界超过 30 个国家和地区客户提供一站式全屋定制解决方案。