

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：20250429

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（电话交流会）
参与单位名称及人员姓名	申万证券组织的电话会议，共计 115 位投资机构及个人参加会议。
时间	2025 年 4 月 29 日下午
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	公司 2024 年度及 2025 年第一季度经营情况介绍 【业绩情况解读】 2024 年年度，公司持续深化“多品牌、全品类、全渠道”战略，实现营业收入 104.94 亿元，归属于上市公司股东的净利润 13.71 亿元，同比增长 8.69%，扣除非经常性损益后的净利润 10.93 亿元。2025 年第一季度，公司实现营业收入 20.38 亿元，扣非归母净利润 1.51 亿元。 2024 年度，公司拟每 10 股现金分红 10 元，总计分红金额 10.63 亿元（含 2024 年度回购金额），占归母净利润比例 77.54%。 【分品牌】 （1）索菲亚品牌拥有经销商 1,797 位，专卖店 2,503 家；2024 年实现营业收入 94.48 亿元，工厂端平均客单价 23,370 元。 （2）米兰纳品牌拥有经销商 530 位，专卖店 559 家；2024 年实现营业收入 5.10 亿元，同比增长 8.09%，工厂端平均客单价 15,153 元。

(3) 司米品牌拥有经销商 156 位, 专卖店 161 家, 其中全品类整家门店数量达 150 家。司米品牌经销商和索菲亚品牌经销商重叠率进一步降低, 终端门店正逐步向整家门店转型, 整家策略将促进客单价提升。

(4) 华鹤品牌拥有经销商 264 位, 专卖店 279 家, 2024 年营业收入 1.66 亿元。

【分渠道】

(1) 经销商渠道: 营业收入 85.23 亿元;

(2) 整装渠道: 直营整装+经销商整装营业收入 22.16 亿元, 同比增长 16.22%。其中, 公司集成整装事业部已合作装企数量 280 个, 覆盖全国 202 个城市及区域, 已上样门店数量 665 家; 零售整装业务已合作装企数量 2,996 个, 覆盖全国 1,421 个市场及区域, 已上样门店数量 2,156 家;

(3) 大宗渠道: 营业收入 13.21 亿元, 公司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;

(4) 直营渠道: 营业收入 3.59 亿元, 同比增长 14.00%;

(5) 海外市场: 通过高端零售、工程项目和经销商等形式进行布局, 目前已拥有 22 家海外经销商, 并与优质海外开发商和承包商合作约 80 个工程项目。

【费用情况】

销售费用 10.11 亿元, 销售费用率 9.64%; 管理费用 7.92 亿元, 管理费用率 7.55%; 财务费用-0.11 亿元, 财务费用率-0.10%; 研发费用 3.74 亿元, 研发费用率 3.57%。

【毛利率】

家具制造业毛利率 34.73%, 同比下降 0.73%; 其中, 衣柜及其配套产品毛利率 37.73%; 橱柜及其配件毛利率 21.99%; 木门产品毛利率 27.24%。

公司坚持以“提质增效”为导向，进一步提升费用精细化管理水平；同时依托产品矩阵优化与供应链精细化管理，实现毛利率微幅变动。

Q&A

Q：公司如何更好地适应存量市场？

A：这几年，公司一直在对存量市场进行布局。从产品品类上，公司不断丰富产品结构，优化产品矩阵，逐步推出橱柜、系统门窗、卫浴、家用电器等新品类，在未来的存量市场竞争中抢占高频需求产品；在渠道端，公司整装渠道已对前端流量进行渗透，打造装企渠道的整家定制模式，并在 2024 年推出城市合伙人、1+N+X 等全新业务模式，未来将会成为抢占毛坯、旧改/局改市场的重要方式，实现全域引流。

Q：公司 1+N+X 模式目前的进展情况？

A：1+N+X 模式目前已在全国逐步落地，实现渠道深度下沉，通过“战略支点+触点裂变+流量生态”三重架构，实现家居行业的增长逻辑；以更加多元化的店面业态，吸引更多多元化的零售分销商等流量资源加入，加速平台全域引流获客，帮助城市运营商在下沉市场中高效拓展业务。

现阶段，1+N+X 已完成前期的试点阶段，总部会加强对终端的培训赋能支撑，不断修正、优化。目前这一模式正终端在加速推进中，希望给市场带来新的业态方向。

Q：公司今年在海外市场拓展情况？

A：公司正在加强海外渠道的开拓布局，继续深化工程业务开发及零售渠道招商开店。公司已拥有 22 家海外经销商，覆盖了加拿大、澳大利亚、新加坡、越南、泰国等国家/地区；同时，公司与优质海外开发商和承包商合作，为全世界约 80 个工程项目提供一站式全屋定制解决方案。未来将会持续布局海外市场。

Q：公司的开店规划？

	A: 目前公司门店矩阵及渠道矩阵已基本稳定, 后续将会根据区域/城市实际情况进行动态调整, 部分重心会转向对终端经销商的赋能。 Q: 公司降本增效措施情况? A: 2024 年, 公司在成本控制和提效方面取得了一定的成效。未来, 公司通过自身数字化转型、大数据应用及智能制造等多项措施, 不断提升人效、板材利用率及生产效率等, 并通过生产成本结构调整、费用结构把控等工作推动“降本”成果持续体现。 Q: 如何看待当下家具市场以及公司未来的发展? A: 家居行业正面临深度调整与转型挑战, 受市场需求收缩、行业生态加速重构的影响, 企业纷纷进行渠道改革优化, 寻求更多发展机会, 以期稳住业绩基本盘。索菲亚“多品牌、全品牌、全渠道”大家居战略中, 就把渠道作为重要的战略抓手。除了大宗渠道外, 近几年着重推进的整装渠道, 以及正在加强布局的海外渠道, 均有较好的成效。另外, 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: 公司对整装渠道的规划? A: 公司整装渠道始终保持较好的增长空间, 公司直营及零售装企同步发力, 积极抢占前端流量, 未来公司将不断深化这一渠道的业务模式, 实现渠道的稳定发展。 Q: 公司未来的分红规划? A: 公司始终重视对投资者的现金回报, 2024 年拟每 10 股现金分红 10 元, 总计分红金额 10.63 亿元 (含 2024 年度回购金额), 未来公司也会充分保持与股东沟通, 响应监管政策, 持续践行稳定的现金分红政策, 积极回报股东。
日期	2025 年 4 月 29 日