

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

公告编号：2026-007

索菲亚家居股份有限公司 2025 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2025 年度权益分派实施公告的股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 8 元（含税），送红股 0 股（含税），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 | 陈蓉 | 白孟娇 | |
| 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 | |
| 传真 | 020-87579391 | 020-87579391 | |
| 电话 | 020-87533019 | 020-87533019 | |
| 电子信箱 | ningji@suofeiya.com.cn | ningji@suofeiya.com.cn | |

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司从事的主要业务

公司为消费者提供全屋定制家居方案，从事全屋家具（包括衣柜、橱柜、门窗、墙板、地板、家品、家电、卫浴

等)的设计研发和生产销售,于2011年在深圳证券交易所成功上市,是行业内首家A股上市公司。公司旗下拥有多品牌、全渠道、全品类矩阵,实现定制家居市场全覆盖,分别是以中高端市场为目标的“索菲亚”品牌,以大众市场为目标的“米兰纳”品牌,以轻高定市场为目标的“司米”品牌和以中高端中式人群细分市场为目标的“华鹤”品牌,四大品牌均拥有差异化竞争优势,全品类覆盖衣、橱、门、窗、墙、地、电、卫、配等,在公司产品研发赋能和供应链保障支持下,实现纵深渠道全面发展。

回顾发展历程,公司着力推进以下五大方面的建设:

1、拓品牌、扩品类,持续推动“大家居”战略落地

为精准满足不同消费群体的整家定制需求,公司以价格梯度作为划分依据,打造了风格多元的四大品牌,形成覆盖全市场的品牌矩阵。“索菲亚”作为公司2001年的创始品牌,源自法国,主要定位中高端市场,产品价格 $1,000-2,000$ 元/ m^2 区间;“米兰纳”是公司2021年推出的全新品牌,定位大众市场,聚焦年轻消费群体,以互联网营销方式为主要运营模式,定价在 $1,000$ 元/ m^2 以下,给消费者提供“高质价比”的定制产品;“司米”和“华鹤”定位轻高定市场,定价均在 $2,000$ 元/ m^2 以上,其中司米品牌2014年从法国引进,初期以橱柜为核心产品,华鹤品牌自创立之初以木门产品为特色优势。

随着四大品牌的推出和持续深耕,公司顺应整家一站式定制的消费趋势,围绕“大家居”战略对各品牌持续进行品类扩充与升级,索菲亚相继推出橱柜、墙板、门窗、卫浴等产品,米兰纳拓展橱柜产品,司米新增定制柜类产品,华鹤全面延伸至整家定制服务。目前公司主要品牌已实现衣柜、橱柜、门窗、墙板、地板、家品、家电、卫浴等全品类覆盖,更好地满足不同消费人群一站式整家定制需求。

品牌矩阵



索菲亚品牌





米兰纳品牌



司米品牌



华鹤品牌



2、拓渠道、引流量，不断丰富业务收入来源

零售渠道是公司业务的主要渠道，目前已开设终端专卖店约 3,500 家，覆盖全国 1,800 个城市和区域；其中索菲亚品牌门店 2,553 家，米兰纳品牌门店 506 家，司米品牌门店 123 家，华鹤品牌门店 265 家，形成多品牌协同的终端运营网络。公司积极拓展互联网营销和数字化营销创新，构建线上引流、线下转化的一体化营销闭环，推动零售渠道流量来源多元化。电商及私域运营成绩显著，已搭建涵盖微信公众号、小程序、企业微信、视频号、抖音、快手、小红书等平台的全域营销矩阵，全网关注度突破 3,000 万，为线下零售终端持续输送精准流量与品牌势能。

整装渠道是公司重点发力的渠道，通过打造专属产品体系与差异化定价策略，与传统零售渠道形成互补，全方位开拓市场。公司在全国范围内与头部家装企业建立深度合作，同时引导各地经销商联动本地中小型整装/家装公司、设计工作室开展合作，实现与家装企业流量互导与合作共赢。旗下邦德整装大家居品牌采用“全案设计+产品交付+施工服务”的一体化模式，为消费者提供高颜值、高环保、高集成的产品以及一站式整装解决方案，提升渠道竞争力。

大宗渠道聚焦工程类客户，单体合作项目供货量大、合同金额较高。公司已与上百家工程客户实现合作，并与多家大型地产商建立战略合作关系，业务覆盖地产样板房、酒店、医院、学校及企事业单位等批量工程项目，为工程客户提供全屋定制家居产品及配套服务。通过稳步拓展大宗业务规模，公司进一步拓宽营业收入来源，持续优化渠道结构，提升整体经营抗风险能力。

3、数智化、供应链优化，形成前端销售保障支持

公司积极推进数智化变革，拥有全方位、垂直一体化“数字化运营平台”，总体技术水平行业领先。经销商通过 DIY Home 完成全屋定制产品设计，通过数字化运营平台进行下单，将客户信息和产品需求传递到工厂进行自动化生产，最终通过物流交付客户并进行安装，全流程通过数字化方式实现。公司还通过客户服务指数系统（CSI）和经销商服务指数系统（DSI）对服务质量进行有效监控。

公司在全国拥有八大生产基地，投资建设了行业内亚洲先进的工业 4.0 车间，极大地缩短了产品交付周期，工厂对经销商的平均交货周期多年保持在 7~12 天，突破定制行业普遍面临的产能瓶颈；准确率和返修率实现行业领先水平，为前端销售提供供应链保障，同时降低了工厂端和经销商端的运营成本。





图：索菲亚全国工业生产基地布局

4、重环保、强服务，满足客户最新消费需求

随着消费者对家居产品绿色环保的要求不断提高，公司坚持不懈地推动绿色产品升级，持续引领行业进行环保升级：2014年，公司制定了超越当时国标E1级的企业E0级环保标准，比新国际E0级环保标准发布早了7年；2016年，公司推出了无醛添加康纯板，相当于人造板新国标ENF级环保标准，比新国标ENF级环保标准发布早了5年。多年来，公司协同上游供应商，持续对板材进行环保升级迭代，并积极参与国家和行业绿色标准制定，不仅成为人造板新国标的起草单位，环保实力也得到了“盖章”，目前已拥有9大权威认可，包括5大国际环保认可、卫健委旗下国家孕婴童绿色产品推荐和儿童安全级产品认证、中国绿色产品认证、中国林产工业协会的5A标准认证等权威认可。2024年，公司实现了《托育与孕婴童居所内环境安全防控规范》以及《定制木质柜核心指标质量分级》两大标准的发布及执行推广，引领中国家居行业环保的进一步迭代升级；2025年升级为5A级柜体标准全面超越国家标准，实现品质可量化、认证可追溯。得益于环保领先优势，公司产品获得了众多严苛机构的青睐，成为儿童医院、月子中心，托育机构、幼儿园、学校等8,000+机构的共同选择。

公司始终秉承“使用绿色环保的生产方式制造绿色环保的家居产品”生产理念，积极回应社会普遍关心的绿色环保问题，并得到了国家监管部门的肯定。2020年，索菲亚家居（浙江）有限公司（华东生产中心）作为定制柜类行业唯一入选企业，获评“国家级绿色工厂”；2021年，广州总部华南生产中心获评“国家级绿色工厂”；2023年，索菲亚家居（成都）有限公司（西部生产中心）被授予“国家级绿色工厂”称号；2025年，索菲亚家居（廊坊）有限公司（华北生产中心）、索菲亚家居湖北有限公司（华中生产中心）再获“国家级绿色工厂”认定，公司绿色制造版图持续扩容。这是继索菲亚华东生产基地、索菲亚家居（浙江）有限公司获评“绿色工厂”后，第三次斩获此殊荣，成为定制家居行业三度被国家工信部授予“绿色工厂”称号的绝对标杆。通过持续推进用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化及能源低碳化建设，索菲亚绿色制造水平与可持续发展理念屡获国家权威背书，充分彰显出行业领先的绿色发展实力。

公司高度重视客户服务体验，开通400全国统一服务热线（400-880-2280）和专属客户投诉邮箱，并开发客服平台小程序，为消费者提供便捷畅通的服务体系。同时，公司制定标准化流程与严格的服务考核指标，搭建CSI和DSI管理系统，对服务全流程进行实时监测与闭环管理，持续推动服务质量与客户满意度稳步提升。

5、树人才、调架构，打造强战斗力组织团队

公司高度重视人才培养和团队赋能，通过索菲亚学苑、索菲亚黄埔EMBA班等平台，面向管理人员、骨干员工、经销商开展系统化知识培训和业务赋能，持续夯实人才梯队；同时，公司始终践行“创新分享”的核心价值观，多年来持续推出员工股权激励和经销商持股计划，覆盖逾千名员工和近百名优秀经销商，实现公司发展与员工/经销商利益深度融合。

为更好地顺应战略发展需要，公司自 2020 年起推动组织变革，实行业务部制管理模式，设立索菲亚整家事业部、米兰纳事业部、司米事业部、华鹤事业部、工程事业部、集成整装事业部、海外事业部，七大营销事业部并驾齐驱，各中后台业务与职能部门以矩阵化管理模式，为前端事业部提供高效支撑与专业赋能。

2023 年，公司开始启动 IPD 项目，搭建矩阵化运作体系，全面赋能七大营销事业部，贯穿了产品规划、市场销售、研发创新、供应链管理、产品上市及全生命周期管理。依托智能数字化平台实现高效协同、成本优化与市场灵活快速响应，推动业务端到端高效闭环，有效适应复杂、易变的市场环境，支撑公司“多品牌、全渠道、全品类”战略达成。



图：公司营销事业部

(二) 经营模式

1、原材料采购

公司各品牌产品原材料均通过供应链中心集中统一采购。对于大宗用量、市场价格存在波动的原材料（如铝材、板材），制定该类原材料的储备定额，采购部门在库存低于储备定额的情况下直接采购；对于常规性的原材料（如五金类、辅助材料、包材类等），根据生产需求实施采购。公司重视原材料环保质量，选用环保板材进行产品生产，并通过数字化技术进行产品环保质量控制。

2、销售

公司打造了积极进取多元协同的全渠道营销体系，全面覆盖经销商渠道、整装渠道、大宗渠道、新零售渠道和直营零售渠道，实现多渠道互补联动、全域布局发力；同时，公司组建了服务中心，以 CSI（客户满意度指数）为核心指标，不断监测、优化终端服务质量，持续推动服务水平稳步提升。

(1) 经销商销售模式

专卖店模式可以充分借助经销商的行业经验和本地资源，快速拓展销售网络，扩大市场份额。在此模式下，公司授权经销商在特定区域内开设品牌专卖店，专卖店设计人员使用 DIY Home 软件为消费者提供整家定制设计方案，订单经数字化平台直接下达工厂生产，专卖店负责上门安装并提供售后服务。公司建立产品经销合同、店铺选址、店面形象维护、店面管理等标准化运营管理制度，对专卖店进行规范化管理和质量管控，定期对经销商员工进行培训，确保终端服务能力和专业水准。公司在天猫、京东、抖音、快手等平台获取的线上流量，同意分配给所在地经销商，由经销商承接客户对接与转化服务。公司还与新交付小区物业公司达成拎包入住合作，在小区内建设装修样板房，为业主提供可直观触达的整家定制解决方案。公司鼓励经销商在区域内与优质家装企业开展合作，由公司负责产品生产制造，经销商提供设计、安装以及销售支持。

(2) 直营专卖店销售模式

直营专卖店由公司通过设立分公司或子公司方式投资成立，直营零售事业部统筹管理，统一负责促销活动的组织安

排、人员专业培训等工作。直营专卖店的其他运作模式与经销商专卖店的运作模式一致。

(3) 直营整装销售模式

公司直营整装销售是指公司在全国范围内筛选综合实力较强的大型装企开展深度合作。依托公司自身品牌知名度、产品品类丰富、质量领先及研发生产一体化等优势，为合作装企提供品牌和产品赋能。在客户服务环节实行分工协同模式：公司负责定制产品的生产制造、安装以及销售支持；合作装企负责提供设计、现场施工等落地交付环节，共同为消费者提供一站式整装服务。

(4) 大宗业务销售模式

公司主要承接房地产精装修项目，以及酒店、企事业单位、长租公寓、学校、医院等样板房及工程批量项目，提供专业的室内全屋定制家居产品与配套解决方案。

3、生产交付

公司在行业内率先倡导并推行信息化、智能化的创新变革。通过虚拟系统信息与物理系统的深度融合，智能化工厂从销售前端的设计、报价、下单，再到后端生产的贴面、开料、封边、打孔、分拣、包装、入库等，整个生产流程全自动无缝衔接，极大降低失误率，大幅缩短每批板件的生产周期，加快物流运转，实现高度灵活的个性化、数字化生产。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：元

| | 2025 年末 | 2024 年末 | 本年末比上年末增减 | 2023 年末 |
|------------------------|-------------------|-------------------|-----------|-------------------|
| 总资产 | 13,641,212,087.55 | 16,372,088,949.73 | -16.68% | 14,554,891,671.56 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 7,402,439,579.09 | 7,453,414,473.07 | -0.68% | 7,015,405,934.64 |
| | 2025 年 | 2024 年 | 本年比上年增减 | 2023 年 |
| 营业收入 | 9,366,950,303.39 | 10,494,353,781.39 | -10.74% | 11,665,646,381.23 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 901,282,343.54 | 1,370,944,152.08 | -34.26% | 1,261,277,793.86 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 944,146,662.86 | 1,093,002,667.05 | -13.62% | 1,134,615,935.75 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -321,026,192.62 | 1,345,427,797.11 | -123.86% | 2,653,600,254.53 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.94 | 1.43 | -34.27% | 1.38 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.94 | 1.43 | -34.27% | 1.38 |
| 加权平均净资产收益率 | 12.27% | 19.29% | -7.02% | 20.87% |

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

| | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 营业收入 | 2,038,095,098.80 | 2,512,711,149.79 | 2,456,740,303.15 | 2,359,403,751.65 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 12,101,242.34 | 307,278,724.74 | 362,145,442.17 | 219,756,934.29 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 150,859,575.83 | 277,671,956.86 | 291,893,224.43 | 223,721,905.74 |

| | | | | |
|---------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | -702,318,353.18 | 597,249,159.85 | -300,023,842.24 | 84,066,842.95 |
|---------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| 报告期末普通股股东总数 | 41,761 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 38,824 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 |
|-------------------------------------|---|---------------------|-------------|-------------------|------------|---------------------------|---|
| 前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份） | | | | | | | |
| 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 | 16.15% | 155,566,773 | 155,566,772 | 不适用 | 0 | |
| 柯建生 | 境内自然人 | 16.15% | 155,566,773 | 155,566,772 | 不适用 | 0 | |
| 宁波盈峰睿和投资管理有限公司 | 境内非国有法人 | 10.77% | 103,711,180 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 2.53% | 24,324,560 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 盈峰集团有限公司 | 境内非国有法人 | 1.95% | 18,762,417 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 招商银行股份有限公司－工银瑞信价值精选混合型证券投资基金 | 其他 | 1.31% | 12,652,799 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 索菲亚家居股份有限公司－2024 年度员工持股计划 | 其他 | 1.18% | 11,344,458 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 中信证券股份有限公司－社保基金 17052 组合 | 其他 | 0.90% | 8,656,400 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 中国银行股份有限公司－易方达中证红利交易型开放式指数证券投资基金 | 其他 | 0.87% | 8,410,500 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 中国人寿保险股份有限公司－传统－普通保险产品－005L-CT001 沪 | 其他 | 0.69% | 6,660,600 | 0 | 不适用 | 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。股东盈峰集团有限公司与宁波盈峰睿和投资管理有限公司为一致行动人。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 | | | | | | |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

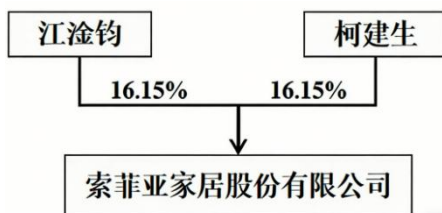
适用 不适用

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在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

报告期内公司经营情况无重大变化。