

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：20260507

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 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 68 位投资机构及个人参加会议。
时间	2026 年 5 月 7 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	<p>公司 2025 年度及 2026 年第一季度经营情况介绍：</p> <p>【业绩情况解读】</p> <p>2025 年，公司坚持“多品牌、全品类、全渠道”战略不动摇，经营基本盘保持稳健，全年实现营业收入 93.67 亿元，归母净利润 9.01 亿元，扣非归母净利润 9.44 亿元。2026 年第一季度，公司实现营业收入 15.19 亿元，扣非归母净利润 0.07 亿元。</p> <p>2025 年度，公司拟每 10 股派发现金红利 8 元，总计分红金额 7.70 亿元，占归母净利润比例高达 85.48%。</p> <p>费用情况：2025 年度，公司销售费用 9.21 亿元，销售费用率 9.84%；管理费用 7.64 亿元，管理费用率 8.15%；研发费用 2.55 亿元，研发费用率 2.72%。费用率总体保持稳定，体现了公司数字化转型及运营结构优化带来的组织效能提升。</p> <p>【分品牌】</p>

(1) 索菲亚品牌，截至 2025 年末，拥有城市运营商 1,786 位，专卖店 2,553 家，2025 年 1-12 月，索菲亚品牌实现营业收入 84.57 亿元，工厂端平均客单价 22,827 元/单。

(2) 米兰纳品牌，截至 2025 年末，共有经销商 482 位，专卖店 506 家。2025 年 1-12 月，米兰纳品牌实现营业收入 3.94 亿元，工厂端平均客单价 17,763 元/单。

(3) 司米品牌，截至 2025 年末，拥有经销商 121 位，专卖店 123 家。司米品牌已初步完成从橱柜定制向整案定制的全面转型升级，未来将坚持高端整案定制，坚定产品创新与展示设计创新，夯实渠道赋能体系。

(4) 华鹤品牌，截至 2025 年末，共有经销商 220 位，专卖店 265 家。2025 年 1-12 月，华鹤品牌实现营业收入 1.14 亿元。未来将继续精准把握高定行业消费结构，聚焦东方赛道，全方位升级高端木作战略，推进装企、拎包、电商等新渠道建设开拓新流量，持续抢占细分赛道先机。

【分渠道】

(1) 经销商渠道：2025 年度实现营业收入 73.65 亿元。

(2) 直营渠道：2025 年度实现营业收入 4.08 亿元，同比增长 13.70%。

(3) 整装渠道：2025 年度实现营业收入 19.23 亿元。目前集成整装合作装企 259 个，覆盖 194 城，已上样门店 735 家；零售整装合作装企 2436 个，覆盖 1368 个市场区域，已上样门店 2198 家。

(4) 大宗渠道：2025 年度实现营业收入 12.38 亿元，目前公司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。

(5) 海外市场：2025 年度实现营业收入 0.85 亿元，同比上升 12.78%。截至 2025 年末，公司通过高端零售经销商+优质工程项目的模式进行布局，已拥有 28 家海外经销商，业务覆盖加拿大、澳大利亚、

新加坡、越南、泰国等 40 余个国家和地区，并与优质海外开发商和承包商合作，177 个国际项目。

Q&A:

Q: 当前终端市场的情况？以及公司在终端市场的表现？

A: 国内消费呈现 K 型分化特征，家居行业已全面进入存量竞争时代。公司坚定聚焦存量房翻新与二次装修市场，全力推进全案转型，目前多地经销商已实现模式跑通，部分标杆经销商成效显著；同时公司持续深化渠道下沉，完善分销网络布局，挖掘存量市场增量。

Q: 公司如何赋能经销商做全案业务？

A: 全案是公司应对存量市场的核心战略，公司从供应链、门店、运营、资金等多维度为经销商提供全方位赋能：1) 总部统一集采辅材，保障价格竞争力与售后品质，匹配品牌定位；2) 门店设立全案专属展示区，系统呈现辅材体系、施工标准、收费标准及全流程服务体系；3) 组织经销商赴标杆市场实地学习，分享获客引流、客户转化等成熟实操方案；4) 采用直连包工头的轻量化合作模式，减少中间环节，配置专职监理严控施工交付；5) 联合第三方平台搭建资金监管工具，保障资金安全与客户信任。整体来看，全案模式显著提升行业准入门槛，有效带动经销商客单价、转化率、现金流全面改善，构筑公司长期核心护城河。

Q: 原材料价格波动对公司是否有影响？

A: 公司供应链采购体系成熟，当前原材料成本端整体可控。公司也将密切跟踪市场变化，灵活运用采购策略以应对潜在波动。

Q: 如何看待板材企业切入定制赛道？行业是否出现头部集中？

A: 板材企业的经营表现反映出市场在相应价格带存在结构性需求机会。近期公司推出 799 元/m² 多层板产品，性价比突出、具备强劲的市场竞争力。当前行业整体承压，尾部及中小品牌加速出清，头部企业凭借渠

	<p>道韧性、抗风险能力强、品牌壁垒高等优势，市场份额有望持续提升，行业集中度有望进一步提升。</p> <p>Q: 2026 年公司的开店规划?</p> <p>A: 公司已构建成熟稳定的多品牌门店矩阵与渠道网络，2026 年将围绕存量市场需求，以分销店、社区店、全案交付中心等多元业态精准覆盖终端，渠道布局坚持因地制宜、动态优化原则，结合区域市场环境、经销商经营能力及消费需求结构灵活调整，持续提升渠道效率与终端覆盖率，实现渠道价值最大化。</p>
	2026 年 5 月 7 日