证券代码:002572 证券简称:索菲亚 公告编号:2019-014

索菲亚家居股份有限公司

【2018】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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

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

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普通股利润分配预案为:以2018年度利润分配实施公告的股权登记日当日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利5.00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		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	潘雯姗	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	ningjj@suofeiya.com.cn	ningjj@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以及公司所处的行业定位

公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售,为消费者提供全屋定制的空间解决方案,产品主要品牌为“索菲亚”全屋定制、司米“定制橱柜”、米兰纳MILANA定制木门、华鹤定制木门以及易福诺地板。

目前,公司主要产品包括卧室、书房、儿童房、老人房、厨房、客餐厅、衣帽间、入户玄关等家居空间所需的衣柜、橱柜、烟囱米、书柜、床、梳妆台、电视柜、书桌、酒柜、餐柜、鞋柜、饰物柜、木门等全屋定制家具,以及床垫、饰品、窗帘、沙发、茶几、纺织用品等配套家居产品。

公司在国内较早引入了“定制衣柜”的概念,通过将手工打制衣柜的个性化解决方案和成品衣柜规模化、标准化生产的优势有效结合、充分运用信息技术和现代制造技术,为消费者提供定制化、个性化的产品。经过十余年的经营积累,目前公司定制衣柜及其配套定制家具产品已形成了多种空间、多类品类、多种风格自由搭配组合的产品方案,“索菲亚”已经成为国内定制家具的领导品牌和驰名商标。

图表:公司主要产品

索菲亚定制家具、司米橱柜、米兰纳MILANA定制木门

(二)经营模式

1.公司从事的主要业务以及公司所处的行业定位

公司主要从事全屋定制家具、橱柜、木门生产及销售,“定制”是公司主要业务模式的核心,公司的主要业务模式围绕“定制”这一业务核心,采取订单式生产和销售模式。

(1)采购模式

公司以及下属分、子公司所需的原材料均通过公司供应链中心集中统一采购。公司制定了《索菲亚家居采购管理制度》、《招标采购管理流程》和《供方管理及采购控制流程》等规章制度,供应链中心在各格供应商范围内进行集中采购、询价比价、竞价招标等,并对采购价格进行跟踪监督。

(2)生产服务模式

公司采用“大规模定制”的生产模式,将同一板材花色的一定数量订单,通过柔性化生产工艺,拆分成独立的各种图件,利用信息技术系统生成领料指令、二维码信息指令、加工指令、包装指令等一系列生产指令并进行排产,实现个性化家具产品的多订单混合生产。

(3)销售模式

公司采用以经销商为主、以直营专卖店和大宗用户业务为辅的复合营销模式,其中经销商模式占公司定制衣柜及其配件销售收入的90%以上。

(三)公司所处行业发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1.公司所处的行业一定制家具行业

公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售。依照中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司属于家具制造业(C21)中的木制家具制造业(C211)中的集成创新行业——定制家具行业。

这里所指的定制家具是指自动化、规模化生产的个性化板式家具,也就是家具生产企业借助现代化信息技术及柔性化生产工艺,为消费者量身定制的满足消费者个性化需求的板式家具。

与传统的成品家具相比,定制家具因需要满足消费者的个性化需求,必须解决个性化产品大规模机械化生产的难题。随着现代信息技术的提升,部分家具生产商借助信息系统、自动加工系统等,将数字控制加工设备转变为能根据加工指令智能操作的自动化机械制造系统,实现了柔性化生产(Flexible Manufacturing System),解决了上述难题。

定制家具具有量身定做、个性化设计等特点,与成品家具、手工家具相比,具有明显的优势:

项目	手工家具		成品家具	定制家具
	现场手工制作	高档实木手工制作		
主要优势	1、尺寸贴切、空间利用率高; 2、个性化设计。	1、尺寸贴切、空间利用率高; 2、个性化设计; 3、材料高档、做工精美。	1、形式美观,多种材质可选; 2、标准化产品,即买即用; 3、价格稍低。	1、尺寸贴切、空间利用率高; 2、个性化设计; 3、工厂生产、安装便捷; 4、整体款式、风格统一; 5、款式新颖、潮流。
主要劣势	1、质量不稳定; 2、欠缺美观; 3、如需油漆,材料存在环保隐患; 4、没有成本优势。	1、价格较高; 2、工期长; 3、原材料短缺。	1、空间利用率低; 2、风格、尺寸等较难自由选择。	价格比成品家具高。

随着居民收入水平的提高,以及对居住环境的逐步重视,消费者对家具的个性化需求日益增加。定制家具凭借对家居空间的高效利用、能充分体现消费者的个性化消费需要、现代感强等特点,成为近年来家具消费领域中崭露头角的快速增长点。

2.行业周期性特点

(1)行业季节性

定制家具行业的季节性一方面与国内居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关,另一方面又与国内居民的旧房二次装修或家具购买有关。从多年的发展情况看,每年的2—6月份属于行业淡季,当年7月—次年1月份属于行业旺季。

根据公司统计分析,公司本年度完成公司全年销售收入的五分之二,下半年完成全年销售收入的五分之三。

(2)所处行业与上、下游行业之间的周期性与本行业的关联性

定制衣柜行业的上游行业为以生产中密度板为主的人造板制造业和五金配件行业,下游面向国内购买商品住房和存量房装修翻新的消费者,以及推出精装修商品住房的房地产企业。

定制家具行业的上游行业有周期性。中密度板和五金配件在公司的产品成本中占比较大,其原材料价格周期性波动会对行业产品的毛利率水平产生一定的影响,但由于生产中密度板材和五金配件的生产企业众多,行业产能增加较快,本行业对其依赖性较小。

定制衣柜行业的下游为国内购买商品住房和存量房装修翻新的城镇居民,以及推出精装修商品住房的房地产企业。房地产行业受国家宏观调控影响,有较强的周期性,但房地产对家具行业的影响有滞后性。定制家具行业跟公园别同相关性更高,而房地产企业交房的速度都比较平稳。另外存量房装修翻新比例也在持续上升,尤其是在一线重点城市,二手房和存量房装修翻新比例已经占40%以上,并呈逐年上升的趋势,此外,由于定制家具行业属于新兴行业,正在抢占手工定制、装修公司和成品家具的市场份额,定制家具行业目前市场基数小,发展空间大,因此,本行业现阶段处于游行业周期性的影响小。

3.行业的发展状况

(1)家具行业呈现稳定增长态势

我国城镇化、工业化、信息化进程的加快,有力地推动了家具产业的发展。城市化进程加快,人民收入水平不断提高,形成了强大的购买力,促进了我国家具行业的规模发展;同时,工业化与信息化的融合,促进了传统产业转型及改造升级,促进了我国家具行业从依靠成本竞争向提升服务水平、提高产品科技含量及产品附加值转变。

定制家具虽然在近年来实现了快速发展,但在我国仍处于发展初期。

A. 定制家具虽然快速增长,但在家具市场的份额仍然较小

与传统的成品家具相比,定制家具在满足消费者个性化需求方面存在较大的竞争优势,以公司的大表的主要定制家具企业近年来营业收入持续实现高速增长,显著高于家具行业整体增长率。定制家具行业在过去几年呈现快速发展的态势,但成品家具目前仍占我国家具市场主要份额,定制家具在家具市场的份额仍有较大的增长空间。

根据国家统计局发布的规模以上工业企业主要财务指标(分行业),家具制造业主营业务收入为70817亿元,同比增长45%;公司2018年主营业务收入72.67亿元,同比增长18.84%。公司在家具制造行业的占比自2011年的0.2%稳步提升至2018年的1.03%。

B. 信息化技术在定制家具行业的使用越来越广泛,但定制家具企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍参差不齐

为实现定制家具的个性化设计、规模化生产,定制家具企业在客户服务、产品设计、产品生产、物流配送、店面销售管理等诸多环节中使用了计算机技术、互联网技术、条形码技术等现代化信息技术。

鉴于一般定制家具企业由生产成品家具和手工家具转型,且现代化信息技术的使用需要定制家具企业前期大量的资金投资、对生产流程进行重造、对人才素质等多个方面提出更高的要求,导致定制家具生产企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍需进一步提高。

C. 定制家具线上营销业务比重较高,但仍依赖于实体店的支持

为适应消费者的线上消费习惯,定制家具企业纷纷通过自有网站进行线上营销,并与线下的连锁实体店销售进行有机结合。与普通标准化、通用性产品不同,定制家具为个性化定制产品,需要提供上门量尺,与客户互动进行个性化设计等现场服务,无法通过线上平台完成全部销售活动,因此,定制家具线上营销仍依赖于实体店的支持。

(2)行业发展趋势

A. 定制家具的消费理念将日趋普及,其市场地位将大幅提升

随着我国中产阶级的数量急剧增加,中高端消费群体逐渐涌现,国内越来越多的消费群体开始关注居家的整体生活艺术,旧式的成品家具已不能满足消费者对个性化生活的追求,人们更高的居家生活时尚追求,使定制家具日益为更多日主的创意与特色,这使得人们对全屋定制家具的需求呈现上升趋势。近年来,定制家具行业开始步入快速成长的发展阶段。

随着国内居民生活水平和文化水平的提升,80、90后通销人群逐渐成为消费主力,对家居环境的自主设计意识将日益增强,同时随着包括保障性住房在内的小户型住宅增多,定制家具因满足了实用性与个性化相结合的需求,市场需求将日益增长。

B. 全屋定制是定制家具行业的发展方向

定制家具的兴起,最初主要集中在定制橱柜、定制衣柜等领域,主要由于国外流行的整体厨房、壁柜移门的传入,以及厨房、衣柜对房屋空间利用的要求相对较高的情况下,随着家具企业生产技术的提高和我国居民对家具消费理念的成熟,定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域。

定制家具是一种多方共赢的经营模式,对消费者来说,其有对个性化设计、空间利用率高、充分考虑了对家具环境的特殊要求等优势,具有强大的吸引力;对企业来说,减轻了企业库存,提高了企业的资金利用率,为和玩具险能力;同时,定制模式有利于全行业实现按需生产,有效避免行业产能过剩的问题,减少木材浪费,有利于环境保护,具有良好的社会效益。

因此,实现全屋家具的定制是定制家具行业的发展方向,但全屋家具定制对企业的信息技术实力、工艺技术实力、柔性化生产能力等也提出了较高的要求。

C. 借助工业4.0时代的智能制造技术实现大规模定制生产

家具行业正处在定制家具大规模现代传统成品家具的变革时期,传统上家具行业通过机械化生产标准家具产品来实现规模效应,随着定制家具行业快速发展,非标准件的比例不断提高,以个性化、大批量为特点的柔性化生产正是实现大规模定制生产的关键技术。人工智能技术的应用,通过扫描产品图样上含有加工信息的二维码实现了部件指挥机器的生产过程,解决了非标准件的识别难题,大幅提升生产效率。

D. O2O营销模式普及程度不断提高

O2O即Online To Offline(线上到线下),是指将线下的商务机会与互联网结合,让互联网成为线下交易的前台。

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:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	7,310,892,202.73	6,161,444,143.42	18.66%	4,529,964,328.40
归属于上市公司股东的净利润	959,073,298.42	906,770,852.81	5.77%	664,016,858.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	916,922,618.07	876,349,946.07	4.63%	648,114,691.09
经营活动产生的现金流量净额	1,099,798,631.79	1,242,681,584.77	-11.50%	1,192,585,360.79
基本每股收益(元/股)	1.04	0.98	6.12%	0.74
稀释每股收益(元/股)	1.04	0.98	6.12%	0.74
加权平均净资产收益率	20.64%	21.98%	-1.34%	22.55%

	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	7,811,968,729.41	7,059,946,920.31	10.65%	5,338,166,687.03
归属于上市公司股东的净资产	4,832,346,540.60	4,471,384,323.06	8.07%	3,888,385,780.44

(2)分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,243,035,987.52	1,744,910,718.91	2,117,926,222.72	2,205,019,273.58
归属于上市公司股东的净利润	103,082,116.46	265,865,256.22	322,847,638.54	267,278,287.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	97,230,879.49	249,732,147.52	320,422,652.83	249,536,938.23
经营活动产生的现金流量净额	-249,950,604.20	582,280,774.51	184,322,159.75	583,146,301.73

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、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	22,431	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	29,703	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	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

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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
江淦钧	境内自然人	20.26%	187,063,600	149,684,700	质押	25,000,000
柯建生	境内自然人	19.18%	177,124,000	132,843,000	质押	25,000,000
香港中央结算有限公司	境外法人	6.20%	57,224,574			
华鑫国际信托有限公司-华鑫信托·国鑫38号集合资金信托计划	其他	3.27%	30,233,427	0		
中国农业银行股份有限公司-易方达消费行业股票型证券投资基金	其他	2.66%	24,528,442	0		
四川信托有限公司-四川信托-索菲亚员工持股计划集合资金信托计划	其他	2.64%	24,420,400	0		
中国银行股份有限公司-易方达中小盘混合型证券投资基金	其他	1.79%	16,500,000	0		
全国社保基金一零九组合	其他	1.68%	15,532,905	0		
GIC PRIVATE LIMITED	境外法人	1.16%	10,722,913	0		
中国建设银行股份有限公司-银华富裕主题混合型证券投资基金	其他	1.14%	10,550,872	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,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

(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.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

在过去的一年,国内宏观经济处于周期性底部,随着房地产和人口周期的拐点到来,国内经济增长的内在潜力受限,经济转型升级的压力增大;印刷行定制家具行业上市企业增多,各家发着均页大了在宣传的投入,也启动了相应的产能建设,与此同时,行业新进入者也在增多,市场竞争加剧。凭借在柔性化生产制造、销售渠道、品类拓展以及大数据运营等方面综合竞争优势,公司在2018年度实现了营业收入73.11亿元,同比增长18.66%;归属于上市公司股东的净利润9.59亿元,比上期增长5.77%。

(一)品牌和销售渠道:

定制衣柜及其他配套柜类(索菲亚)

报告期内,公司继续采用以经销商为主、以直营专卖店和大宗用户业务为辅的复合营销模式,其中,经销商渠道的销售占比88.24%,直营专卖店渠道销售占比3.21%,大宗业务渠道占比7.99%。截至2018年12月31日,“索菲亚”全屋定制产品拥有经销商1400多位,开设专卖店约2600家(不含20m2-60m2的超市店约291家),其中省会城市门店数占比18%(贡献收入占比35%),地级城市门店数占比29%(贡献收入占比32%),四五线城市门店数占比53%(贡献收入占比33%)。截止至2018年底,索菲亚客户数逾55.4万,同比增长3.35%,实现客单价10,946元/单(出厂口径,不含司米橱柜),同比增长9.89%。2019年度索菲亚计划加快整改旧有店面形象,新开3000家门店(其中包括原有城市继续加密开店,并继续下沉销售网络至四、五线城市),以及计划开设大家居店150家。

整体橱柜(司米)

2013年开始公司战略向“定制家·索菲亚”转变,并提出“全屋定制”口号,致力于布局整体家居。2014年6月16日,司米厨柜有限公司正式成立,并快速开拓,推行门店运营标准规范,实施司索联动,努力提高单店产出。截止2018年12月31日,司米厨柜拥有经销商722家(其中80%以上都是跟索菲亚重叠的经销商),独立的司米专卖店达822家。2018年司米开始扭亏为盈,进入利润拐点,逐步实现盈利。2019年司米厨柜计划再新开100家独立门店,并把橱柜产品融入更多的索菲亚专卖店,构建司索联动销售网络。

定制木门(米兰纳MILANA,华鹤)

公司于2017年4月收购了索菲亚华鹤门业有限公司。2017年5月,索菲亚华鹤陆续完成了原木门经销商体系的承接,宣贯了索菲亚华鹤经营战略方向;同时进行索菲亚体系门业品牌宣导,积极推进索菲亚华鹤渠道开拓任务。截止2018年12月31日,公司共有米兰纳MILANA独立店达128家(不含在装修店面53家),经销商逾500家(基本上都与索菲亚的经销商重合),华鹤品牌定制木门门店逾160家,经销商140家。2019年公司计划新开木门店面100家,并把产品进样融入更多的索菲亚门店,实现一体化销售。

大家居店(衣柜、自由柜、橱柜、木门、家具、家品、窗帘、地板)

为了迎合市场消费趋势的变化,满足消费者一站式采购的需求,公司2017年底开始尝试鼓励经销商开于平大店,由样产品覆盖了公司旗下的所有品类,包括:衣柜、自由柜、橱柜、木门、家具、家品、窗帘、地板等),为消费者提供较全面的全案解决方案。西樵大家居初见成效,2018年经销商纷纷加快了开大店的速度,截止年底开出了98家大家居店,2019年开店速度还会提速,目标是开出150个大家居店,稳步推进公司的大家居战略。

图:终端门店数据

	截止至2018年12月31日	2019年度计划新增店铺数量
索菲亚	2510	300
司米	822	100
米兰纳MILANA	128	100
大家居融合店	98	150
合计	3558	650

(二)产能:

定制衣柜及其他配套柜类(索菲亚)

目2012年开始逐步在全国生产基地投入柔性化生产线。索菲亚衣柜及配套定制家居产品的牢固基础已经打下。公司在广州增城、河北廊坊、湖北襄阳、四川成都、湖北黄冈及河南兰考、黑龙江齐齐哈尔已经建设了七大生产基地,覆盖全国销售网络的生产支撑体系已形成。2018年度公司“索菲亚”定制衣柜及其配套定制柜生产基地年度月平均实际生产达到2167万单,年度平均产能利用率平均为87.59%。工厂2018年平均交货周期(指确制订单下到工厂直到货物生产完毕可安排物流的期间)为7天-12天左右。

公司2016年7月完成了非公开发行股票,所募集的资金将在未来3-4年用于智能化改造以及信息技术升级。投产后生产效率将会进一步提升。

整体橱柜(司米)

位于增城的司米厨柜工厂已投入使用。2018年该厂房日均产能达277单/天,产能利用率平均为54.3%。

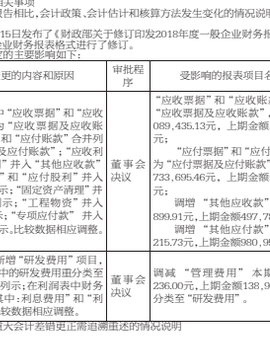
定制木门(米兰纳MILANA,华鹤)

索菲亚华鹤若顺利达产,将具有45万樘木门产品(合计对应10亿元产值,按照两班制测算)。

图:产品工业布局(转下一页)

(三)品类拓展

2018年,各品牌以丰富产品线及大家居品类联动为切入点,紧贴市场需求不断丰富产品线,改善产品品质(工艺、设计、五金等)。2018年是公司新品频率最多的一年,索菲亚推出了10多个系列新品,司米橱柜推出“1”系列产品并邀请法国设计师联手打造第三代门店,提升司米国际化品牌调性。



各品牌也分别进行了渠道优化,其中索菲亚在2018年翻新超过800家旧有门店,淘汰了约100位经销商,优化了部分渠道,期望引入商群、高成长性的经销商。

在市场端,公司加强了联动活动,并采用明星助力促销活动的方式,提升促销活动的影响力,改善活动体验,打造明星IP,触达更多消费者。

培训方面,各品牌进行多维度培训,构建更健康的终端针对经销商群体,设计师及导购群体分层级对终端进行培训。2018年,索菲亚组织了大家居策略研讨培训,终端店面设计软件的培训,店长管理培训销售策略培训,经销商分享标杆经验分享等多项培训活动,提升终端对总部的配合度及对渠道客户群的响应速度,构建健康的终端;同一期间司米橱柜整体培训覆盖率达到95%以上,全力协助提升终端运营能力。

(四)打造数字化生产、管理、营销与决策体系

为继续践行大家居战略发展规划,公司提出了“客户至上,创新分享,专业高效,诚信进取”的管理理念。“信息与数字化中心”自2014年成立以来作为公司转型至智能化、自动化和数字化的关键引擎。一切以自动化数据为驱动和引擎的运营方式将是公司的关键目标,以此为背景,公司数字化的战略规划正在被稳步实施与推进:

(1)移动互联网和云计算的深度落地对全球,特别是中国消费者的思维习惯、消费方式和沟通渠道等众多领域产生巨大影响。在此背景下,建立消费者与索菲亚品牌、产品以及运营团队的互动,互联以及互联的关系作为企业数据化转型的重要内容。一系列电子商务、特别是O2O的推进计划正在被稳步推进。

(2)消费者可以通过快速、准确和便捷地信息技术平台与线上线下销售渠道以及总部互动,从而产生消费者个性化需求的数据,以此触发企业整体供应链的高效运作。

(3)从精准数据入,及设备互动为目标的智能制造正在被进一步优化与提升,从而实现真正意义上的数字化制造,并快速准确地为市场供应产品和服务。

(4)以逐步完善的企业整体信息技术系统为平台,打造企业对外、对内的大数据中心,从而全面实现企业管理数字化,产品研发数字化,生产制造数字化以及市场营销数字化。

2.报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3.占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
衣柜及其配件	6,060,609,696.44	3,634,554,160.48	40.03%	17.52%	18.89%	-0.69%
橱柜及其配件	708,520,061.78	510,280,519.38	27.98%	20.05%	12.32%	4.95%
家具家品	333,160,300.00	251,106,502.60	24.63%	16.07%	15.83%	0.16%
木门	158,168,382.75	139,516,216.95	11.79%	116.47%	156.39%	-13.73%
其他	6,070,690.33	4,825,514.19	20.51%	-14.10%	-6.24%	-6.67%

4.是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5.报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6.面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7.涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号),对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司执行上述规定的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
(1)资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”;“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”;“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示;“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示;“固定资产清理”并入“固定资产”列示;“工程物资”并入“在建工程”列示;“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	董事会决议	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”,本期金额596,089,436.13元,上期金额223,738,974.72元; “应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”,本期金额671,733,695.46元,上期金额552,058,793.33元; 调增“其他应收款”本期金额730,899.91元,上期金额497,787.77元; 调增“其他应付款”本期金额802,215.73元,上期金额880,959.27元。
(2)在利润表中新增“研发费用”项目,将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示;在利润表中财务费用项下新增“其中:利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	董事会决议	调减“管理费用”本期金额190,660,236.00元,上期金额138,944,368.38元,重分类至“研发费用”。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1.2018年3月1日,本公司设立全资子公司广州宁基电子商务平台有限公司,公司注册资本1,000.00万元。

2.2018年4月10日,本公司设立全资子公司广州宁基电子店服务有限公司,公司注册资本50.00万元。

(4)对2019年1-3月经营业绩的预计

□ 适用 √ 不适用

证券代码:002572 证券简称:索菲亚 公告编号:2019-015

索菲亚家居股份有限公司第四届董事会第五次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

索菲亚家居股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于2019年2月18日以专人送达及电话通知的方式发出了召开公司第四届董事会第五次会议的通知,于2019年3月4日上午在广州市体育东路108号创展中心西座19楼公司会议室以现场表决方式召开。会议由公司董事长江淦钧先生召集和主持。会议应到董事7人,实到董事7人。本次会议的召集和召开符合《中华人民共和国公司法》等法律、行政法规、规范性文件和《索菲亚家居股份有限公司章程》的有关规定,会法有效。经与会董事审议,通过如下决议:

一、以7票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《关于2018年度总经理工作报告的议案》。

二、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于2018年度董事会工作报告的议案》。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《2018年度董事会工作报告》

公司独立董事向公司董事会递交了2018年度述职报告,具体内容详见同日在巨潮网刊登的《独立董事2018年度述职报告》。

本议案尚需提交股东大会审议。

三、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于公司2018年度财务决算报告的议案》。

本议案尚需提交股东大会审议。

四、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于2018年度内部控制自我评价报告的议案》。董事会认为:公司已根据实际情况建立了满足公司日常管理需要的各种内部控制制度,并结合公司的发展情况不断进行和提高,相关制度已覆盖了公司业务活动和内部管理的各个方面和环节,并得到有效执行,具有合理性、有效性,不存在重大缺陷。

具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《索菲亚家居股份有限公司内部控制自我评价报告》。另外会计师对上述报告的鉴证意见以及公司独立董事发表的意见也于同日刊登于巨潮资讯网。

董事会同时审查并通过了《内部控制规则落实自查表》,具体详情请见同日于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《内部控制规则落实自查表》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。

五、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《2018年度关于公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告的议案》。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《索菲亚家居股份有限公司2018年度关于公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告》。会计师事务所出具的《募集资金年度存放与使用情况鉴证报告》同时刊登于巨潮资讯网上。

六、以7票同意、0票反对、0票弃权的表决结果,审议通过了《关于公司2018年度利润分配方案的议案》。

该分配方案由董事会提议,其理由为:向投资者回馈公司成长的收益,履行对公司股东作出的现金分红承诺。该方案与公司业绩成长性相互匹配。

经立信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2018年度母公司报表期末累积未分配利润为1,248,570,794.98元,2018年度实现净利润58,353,906.19元。

2018年度利润分配预案如下:

公司拟以2018年度利润分配实施公告的股权登记日当日的总股本为基数,以未分配利润向全体股东每10股派发现金红利5.00元(含税),公司同购专户持有的本公司股份,不享有参与利润分配权利,预计派发现金股利456,272,169元(含税),具体金额以实际派发情况为准。送红股0股(含税),不以资本公积金转增股本。2018年度剩余未分配利润结转入下一年度。

董事会认为:2018年度分配预案采用了现金分红的形式,目前公司经营情况良好,本次分配预案现金分红比例符合公司所制定的《未来三年(2018-2020年)股东回报规划》中关于“若分红年度实现的可分配利润为正值,且现金流充裕,实施现金分红不会影响公司后续持续经营的,每年以现金方式分配的利润应当不低于当年实现的可分配利润的20%”的现金分红承诺,故董事会同意提请股东大会审议上述利润分配预案。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

七、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于公司2018年度报告全文及摘要的议案》。公司2018年度报告全文及摘要详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《公司2018年度报告全文及摘要》。

本议案尚需提交股东大会审议。

八、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于续聘2019年度审计机构的议案》。同意拟续聘立信会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2019年度审计机构,聘期为一年,提请股东大会授权董事会根据市场价格及业务量大小确定审计费用。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

九、以4票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于本公司及其子公司向关联方销售定制家具及配套家具产品暨2019年度日常关联交易预计额度的议案》,关联董事江淦钧先生、柯建生先生和潘雯姗女士回避表决。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《2019年度日常关联交易预计公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。

十、以4票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于公司全资子公司租赁公司控股股东房产暨关联交易的议案》,关联董事江淦钧先生、柯建生先生和潘雯姗女士回避表决。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《关于公司全资子公司租赁公司控股股东房产暨关联交易的公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

十一、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于公司及子公司与丰林集团及其子公司2019年度日常关联交易预计额度的议案》。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《关于公司及子公司与丰林集团及其子公司2019年度日常关联交易预计额度的公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

十二、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于调整索菲亚家居(成都)有限公司实施的生产基地智能化改造升级项目建设周期的议案》。具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《关于调整生产基地智能化改造升级项目部分项目募集资金用途并延长其中部分实施内容建设周期的公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

十三、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于使用部分闲置募集资金购买保本型银行理财产品的议案》,具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《关于使用部分闲置募集资金购买保本型银行理财产品的公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

十四、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于使用自有资金购买保本型银行理财产品的议案》,具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)刊登的《关于使用自有资金购买保本型银行理财产品的公告》。

公司独立董事对本议案发表了独立意见。本议案尚需提交股东大会审议。

十五、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于注销索菲亚家居股份有限公司天河花花分公司的议案》。

根据公司实际经营情况和后续发展规划,为优化公司的资源配置,降低经营管理成本,提高管理效率,董事会决定注销索菲亚家居股份有限公司天河花花分公司(统一社会信用代码:91440101677667960),并授权公司管理层办理上述分公司注销事宜。具体注销进展以当地工商部门的实际办理进度为准。

本次注销分公司事项不会导致公司合并财务报表范围发生变化,不会对公司合并财务报表主要数据产生影响,不会对公司整体业务发展和持续盈利能力产生重大影响,也不会给公司带来风险。

十六、以7票同意、0票弃权、0票反对的表决结果,审议通过了《关于召开公司2018年度股东大会的议案》,具体内容详见同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn