

## 索菲亚家居股份有限公司

## 2014 年半年度报告摘要

1、重要提示  
本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

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	
地址	通常牌	施景星	
电话	020-87533019	020-87533019	
传真	020-87579391	020-87579391	
电子邮箱	smgj@sofia.com.cn	smgj@sofia.com.cn	

2、主要财务数据及股东变化

(1) 主要财务数据  
公司是否因会计政策变更及会计差错更正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)	846,841,181.01	631,428,968.82	34.12%
归属于上市公司股东的净利润(元)	95,734,844.12	74,723,349.87	28.13%
扣除非经常性损益后的净利润(元)	92,373,931.27	71,672,875.33	28.88%
经营活动产生的现金流量净额(元)	174,726,759.44	97,734,567.85	78.78%
基本每股收益(元/股)	0.2171	0.1722	26.07%
稀释每股收益(元/股)	0.2171	0.1722	26.07%
扣除非经常性损益后基本每股收益	0.1949	0.1484	34.06%
扣除非经常性损益后稀释每股收益	0.1949	0.1484	34.06%
报告期末总资产	2,192,700,370.70	2,088,789,168.78	5.13%
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,742,357,975.66	1,743,759,431.54	-0.08%

(2) 前10名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	7,070			
前十名普通股股东持股情况				
股东名称	持股性质	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况
江洪韵	境内自然人	25.40%	11,200,000	90,000,000
何建生	境内自然人	25.40%	11,200,000	90,000,000
SOHA LIMITED	境外法人	11.78%	5,195,000	0
中国广银	境内非国有法人	2.44%	10,749,758	0
广发银行	境内非国有法人	2.27%	10,000,000	0
东方资产	境内非国有法人	1.96%	8,626,780	0
中国银行	境内非国有法人	1.52%	6,701,394	0
中国农业银行	境内非国有法人	1.23%	5,439,130	0
全国社保基金	其他	1.22%	5,400,050	0
金莱国际	境内非国有法人	1.15%	5,050,000	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	江洪韵先生、何建生先生为公司一致行动人，实际控制人，SOHA LIMITED与江洪韵先生、何建生先生不存在关联关系。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》规定的其他情形。			
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用			

(3) 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。

(4) 控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内未变更

□ 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未变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

3. 管理层讨论与分析

受益于细分行业定制衣柜保持增长的形势，以及各经营计划的逐步落实，公司整体增长态势良好。报告期内，公司实现营业收入4.82亿元，比上年同期增长34.12%，归属于上市公司股东的净利润3.96亿元，比上年同期增长28.13%。上年重难点工作回顾如下：

(一) 报告期内继续补充营销渠道，持续深化销售网络

公司依然坚持“经销转专卖”为主的形式，继续强化经销商专卖店销售网络的建设，巩固“索菲亚”品牌形象，并大幅提升品牌形象美誉度和忠诚度方面的投入。报告期内，公司继续实施县级经销商拓店计划，持续开拓三四线城市市场。截至至2014年6月30日，公司拥有经销商约800家，经销商专卖店数1400家，合计设计了新开店铺的店数。

(二) 完成产品线延伸，稳步推进“定制家”中期品牌发展战略

公司2012年底提出柔性生产的策略，通过产品线延伸和技术创新提升产品附加值，从而满足了基础。继而，响应消费升级和消费者需求的变化，从2013年上半年以来，公司开发并推出了更多定制的配套套餐，包括衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制家居”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。2014年6月30日，公司拥有经销商约800家，经销商专卖店数1400家，合计设计了新开店铺的店数。

(三) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(四) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(五) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(六) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(七) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(八) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(九) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十一) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十二) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十三) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十四) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十五) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十六) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十七) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十八) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(十九) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十一) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十二) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十三) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十四) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十五) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十六) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略

在产能利用率较高的情况下，公司通过产品线延伸，以衣柜为代表的定制衣柜产品，实现了衣柜、橱柜、衣柜、电视柜、橱柜、鞋柜、装饰物，从原有的款式系列，书房系列拓展到客厅产品，餐厅系列产品，针对不同房屋户型，不同装修风格，不同消费人群的“定制衣柜”解决了这些需求，为消费者提供了一个完整的家居解决方案。

(二十七) 完成产品线延伸，稳步推进“定制衣柜”中期品牌发展战略