索菲亚家居股份有限公司

证券代码:002572　证券简称:索菲亚　公告编号:2018-013

【2017】年度报告摘要

2017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。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

除所有董事均以一致意见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：以公司2017年12月31日总股本923,426,310股为基数，向全体股东每10股派发现金红利4.50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	潘雯娜	陈曼芳	
办公地址	广州增城市新塘镇宁西工业园	广州增城市新塘镇宁西工业园	
电话	020-87533019	020-87533019	
电子信箱	ning j@suofeiya.com.cn	ning j@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、华纳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、榻榻米、书柜、床、板板台、电视柜、书桌、酒柜、餐柜、鞋柜、抽屉柜、木门等全屋定制家具，以及床垫、饰品、橱饰、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，给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

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，“定制”是公司主要业务模式围绕“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采购部集中统一采购。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，采购部在合格供应商范围内进行集中采购，并对采购价格、质量、交货期等方面进行跟踪监督。

2、生产服务模式

公司采用“大规模定制”的生产模式，将同一板材在色的一定数量订单，通过柔性化生产工艺，拆分成独立的各种部件，利用信息技术系统生成条码料指令、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门幅自动生产。

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）公司所处行业发展的主要特点及公司的行业地位

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）中的整体定制家具行业——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能够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。

传统的成品家具相比，定制家具同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，部分家具生产厂商借助信息系统、自动加工系统、工业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。

定制家具具有越来定做、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
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、做工精实。	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、欠缺实用； 3、因使用材料、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、原材料缺缺。	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。

随着空间收入水平的提高以及对居住环境舒适度追求，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新的快速增长点。

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，本公司一般上半年完成公司全年销售收入的三分之一，下半年完成全年销售收入的三分之二。

（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。房地产行业全国家宏观调控影响，有较强的周期性，但房地产对家具行业的影响有滞后性，定制家具行业因交货时间相对性更强，而房地产企业交房的速度相比较平稳，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，二手房存量房装修翻新比例已经占70%以上，开始逐步上升趋势，此外，由于定制家具行业属于新兴行业，正在抢占手工定制、袋装公司和成品家具的市场份额，定制家具行业目前的市场基数小，发展空间大，因此，本行业现阶段受下游行业周期性的影响小。

3、行业的发展状况

（1）家具行业现状及增长态势

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赖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。

定制家具是然然在还未实现了快速发展，但在我国仍处于发展初期。

A、定制家具是然然选择性，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，公司为代表的主要定制家具企业近年来营业收入实现30%以上的高速增长，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70%以上份额，定制家具占我国家具市场的份额还不到2%，定制家具在家具市场的份额仍然较小。

根据国家统计局发布的2017年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9112.6亿元，比上年同期增长10.2%；公司2017年主营业务收入61.15亿元，同比增长35.68%。公司在家具制造行业的占比自2011年的0.2%稳步提升至2017年的0.67%。

B、信息化技术在定制家具行业的应用越来越广泛，但定制家具企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍处不齐

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。

基于一般定制家具企业由生产成品家具和手工家具转型，目前现代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、定制家具线上营销逐步展现，但扩张趋于实体店的支持

为适应消费者的线上购物习惯，目前定制家具企业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、定制家具的消费趋势将日益普及，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，年轻消费群体逐渐崛起，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，人们更喜欢在居家生活中加入更多自主的创意与特色，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后还将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，同时随着信息保障性住房在内的小户型住宅增多，定制家具因能满足了实用性与空间利用率、又能充分展现出消费者对个性、时尚、舒适的追求，从而走俏家具消费市场，市场份额及市场地位将不断提升。

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，主要由于国外的整体厨房、橱柜柜门的传入，以及厨房、衣柜对房屋空间利用的要求相对严格等原因形成的，随着家具企业生产技术的提高和居民时尚观念的不断变化，定制家具逐步从橱柜、书房、客厅、餐厅以及厨房等全屋家具领域。

定制模式是一种先进的生产模式，对应的是标准化、通用性产品的批量生产，其具有可个性化设计、空间利用率高、充分考虑了对家居环境的诉求等优势，具有很大的空间引力；对企业来说，能大幅降低了企业库存，提高了企业的盈利能力和抗风险能力；同时，定制模式有利于全行业实现资源生产，有效避免行业、公司、消费者三方共赢。

2018年，公司将在以“定制家居+”为主题的海纳百川“穿”收纳系统，隆重推出“海纳新星”系列多功能产品，提升核心产品竞争力。

在非定制类家具方面，公司陆续推出了床、餐桌、书桌等实木类OEM产品，与其他知名品牌合作，协同销售床垫、枕头、床上用品、茶几、沙发等产品，2017年上半年开启了定制橱柜产品，下半年已经正式向渠道供货，2018年家具家品及橱柜等品类的产品愈加丰富，渠道愈加开阔，希望通过“一站式”的全屋家居服务，凭借着“索菲亚”的品牌实力，覆盖全国的服务体系和供应链，力求实现“为更多的家庭定制专业的全屋家具家居解决方案”的愿景。

2、持续推进“799元/每平方米”和“999每平方米”直厂带柜的定制衣柜促销销售，凭借目前公司成熟的生产制造的规模优势，2017年全年公司继续推进“799”套餐，推出定制全屋套餐，继续提升市场占有率和渠道率，拉大与市场对手的差距，巩固定制衣柜的行业龙头地位。

2）司米：

自2014年成立后，司米橱柜通过对中国市场及消费人群的定位分析，针对性地推出意家、新唐、晨曦三大系列产品，分别适配高端、中高端及刚需人群需求；至2017年底，共发展推出三大产品系列、八大门板材料（30款材板、10款实木）、28种橱柜，并形成庄重大主流产品线。

2017年，在基本概念普及阶段结束，且市场发展成熟阶段，司米橱柜凭借独创的、以3D墙面板和新品推广、建博会、315工厂复划算、8周年庆、双且众星闪耀焕新好等品牌活动主题，发起10场全国范围大促。在下半年家居旺季之际，更是推出了3D墙面板时尚系及枫丹白露套餐，从刚需踏开口子，市场反应热烈，随后又追加了数中高端橱柜套餐进一步攻占中高端市场，扩大消费群体占比；同时，司米橱柜线行可家联动策略，以以弗龙套餐+索菲亚产品组合全屋套餐，实现大家居联合。

2018年，司米橱柜直击短板，融合国家、针对橱柜、电器、五金、饰品不同产品现状及趋势分析，一边坚持橱柜细耕市场占比，一边将触角伸向更高端领域，并开始由“整体橱柜”向“整体厨房”升级，橱柜方面，不仅精准优化、全面升级出样套系，而且推出全新系列产品，尽展国际化高端形象，拉近产品整体档次、电器与五金方面，去蛮补缺，并提取与橱柜产品的整体协调搭配，提升产品竞争力。同时，饰品商品化，丰富厨房空间陈设，倡导从简单的置家转向追求有品质的生活体验，不仅如此，随着品牌价值的回调，司米橱柜第三代厨房V10厚板橱柜出新，由SCHMIDT品牌引进国际顶级定制抽屉Franck SAYA系列等勾勒的第三代厨房，打破国内传统橱柜厨房式样格局，解决厨房产品新式风格，进一步传承品质人文理念并凝聚现代设计精髓，展现了一个更前卫、更具国际感的体验空间。而在营销方面，司米橱柜持续推广3D墙材板时尚系新品，调整中高端橱柜套餐，千元消费者更多选择配空间，并在年初就联合奉献全国范围的“迎春狂欢”，并且在年初就联合奉献全国范围的“迎春狂欢”，“我们就是这样，拼了”，“上市了拼拼民”等品牌活动，实现从产品到活动再到资源整合的大家联动。

3）米兰纳MILANA、华纳

双品牌根据自身不同的定位和发展阶段，各有侧重地齐步推进。

米兰纳MILANA木门：紧跟市场变化和家居成熟节奏，在9月爱家季、国庆放“价”、千店聚惠、跨年放大特别迎春红开门红的一系列活动中，通过大家居惠购表、19800+折算表等工具，与大家居进行了深度融合、高效引流，再结合木门特价单品，组合套餐等产品策略，帮助区域承接转化，形成闭环。

华纳木门：2017年通过杨幼美大促活动，取得了市场认可度的提升。其中，在活动期间，通过在被稳步实施方式，提升了店面转化率；对十一活动侧面手小眼眉方案，扩大了引流；双旦活动侧面于工具共用，渠道建议，扩展了销售渠道；并年活动间侧面于店面规范管理。

3、推出索菲亚3D数字展厅，推进“所见即所得，所得即可买”愿景的实现

自2014年开始，公司致力于研发更多色彩亮丽、时尚、高端的板式家具以满足消费者对定制家具设计的参与度，改善消费者的用户体验，降低交易成本。2017年的核心工作在于在原遵循行业非定制家具设计理念的基础上，有效增强消费者对定制家具设计的参与度，改善消费者的用户体验，降低交易成本。2017年的核心工作在于在原遵循行业非定制家具设计理念的基础上，有效增强消费者对定制家具设计的参与度，改善消费者的用户体验，降低交易成本。

设计配方案由公司实际控制人江海钧先生和刘建生先生共同组织，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，提高公司股东的投资收益；同时，公司通过深交所互动易投资者关系平台、公司官网、微信公众号、投资者电话、现场接待等多种渠道，与投资者进行了沟通交流，以期通过多种渠道与投资者建立良好的沟通关系，为公司的长期发展奠定基础。

2017年度利润分配预案如下：

公司2017年12月31日总股本923,426,310股为基数，向全体股东每10股派送现金股利4.5元（含税），合计415,541,839.50元，2017年度剩余未分配利润转入下一年度。

董事会认为：2017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（2015-2017年）股东回报规划》中关于“若公司在实现现可分配利润为正值，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。

本议案需提交股东大会审议。

七、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2017年度报告全文及摘要的议案》。公司2017年度报告全文及摘要请见巨潮资讯网。

本议案需提交股东大会审议。

八、以7票同意、0票反对、0票弃权的表决结果，审议通过了《关于使用部分闲置募集资金购买保本理财产品的议案》。具体内容详见巨潮资讯网公布的《关于使用部分闲置募集资金购买保本理财产品的公告》（公告编号：2018-015）。

本议案需提交股东大会审议。

九、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2017年度社会责任报告的议案》。

具体详情请见巨潮资讯网公布的《2017年度社会责任报告》。

十、以7票同意、0票反对、0票弃权的表决结果，审议通过了《关于续聘2018年度审计机构的议案》。董事会拟续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2018年度审计机构，聘期为一年。续聘期间，公司支付给立信会计师事务所的2017年度审计费用为人民币100万元（含税）。

十一、会议审议了《关于本公司向杭州宁丽纺织家纺有限公司提供财务资助暨关联交易的议案》。

公司向杭州宁丽纺织家纺有限公司（以下简称“宁丽纺”）提供金额为人民币100万元的财务资助，期限为一年，年利率为6%，宁丽纺以其拥有的位于杭州市城区灯芯巷14号底层106室、建筑面积为1,000.00平方米的房产为公司提供抵押担保。宁丽纺系公司关联方，公司董事、监事、高级管理人员在宁丽纺任职情况：公司董事长江海钧先生担任宁丽纺董事；公司监事会主席、董事会秘书、财务总监、董事、监事、高级管理人员在宁丽纺任职情况：公司董事