

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年年度报告摘要

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,但房地产行业对家具行业的影响有滞后性。定制家具行业跟交房时间相关性更高,而房地产行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、装修公司或成品家具的市场份额,定制家具行业目前市场规模小,发展空间大,因此,本行业现阶段受下游行业周期性影响较小。

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升级及改造升级,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,以公司为代表的定制家具企业近年来营业收入持续高速增长,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2018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7081.7亿元,同比增长4.5%;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由2017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方式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、生产物流、店面销售管理等多个环节使用了计算机技术、互联网技术、条形码技术等现代化信息技术。 C. 定制家具线上营销逐步呈现,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,并与线下的实体店销售进行有机结合。与实体店相比,通用型产品定制,定制家具个性化定制产品,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)行业发展趋向 A. 定制家具的消费需求将日益普及,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,中高端消费群体逐渐显现。国内越来越多的消费群体开始关注家居的整体生活方式,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发展的阶段。

随着国内居民生活水平和文化水平的提高,80、90后适婚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,同时随着保障性住房在内的小型住宅增多,定制家具因兼具实用性、空间利用率,又能充分满足消费者对个性化、时尚、舒适的追求,从而走向家居消费市场,市场份额及市场地位将不断提升。

B. 全屋定制家具的兴起,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等原因形成的,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。

定制模式是一种多方共赢的经营模式,对消费者来说,它具有可个性化设计、空间利用率高、充分考虑了对家居环境的诉求等优势,具有强大的吸引力;对企业来说,减轻了企业库存,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,但全屋家具定制企业的信息技术实力、工艺技术实力、柔性化生产能力等也具有较高的要求。

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取代传统成品家具的变革时期,传统家具行业通过机械化生产标准产品来实现规模效应,随着定制家具行业快速发展,非标准产品的比例不断提高,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,通过扫描产品部件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营销模式普及将不断提高 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

Table with 5 columns: 2018年, 2017年, 本年比上年增减, 2016年. Rows include 营业收入, 归属于上市公司股东的净利润, 经营活动产生的现金流量净额, 基本每股收益(元/股), 稀释每股收益(元/股), 加权平均净资产收益率, 资产总额, 归属于上市公司股东的净资产.

Table with 5 columns: 第一季度, 第二季度, 第三季度, 第四季度. Rows include 营业收入, 归属于上市公司股东的净利润, 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润, 经营活动产生的现金流量净额.

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

Table with 5 columns: 报告期末普通 股股东总数, 报告期末表决权恢复的优先股 股东总数, 报告期末表决权恢复的优先股 股东总数, 报告期末表决权恢复的优先股 股东总数, 报告期末表决权恢复的优先股 股东总数.

(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。



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 是 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 是 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,国内经济增长的内生动力受限,经济转型升级的压力增大,同时定制家具行业上市企业增多,各家厂商均加大了在宣传的投入,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,比上年同期增长5.77%。

(一)品牌和销售拓展: 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多家,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10,945元/单(出厂口径,不含司米橱柜),同比增长9.89%。2018年度索菲亚计划加快改造旧有店面形象,新开300家门店(其中包括原有城市继续加开新店,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”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,司米橱柜有限公司正式成立,并快速开店,推行门店运营标准规范,实施司米联动,努力提高单店产出,截止2018年12月31日,司米橱柜拥有经销商722家(其中80%以上是跟索菲亚重叠的经销商),独立的司米专卖店达822家。2018年公司开始扭亏为盈,进入利润拐点,逐步实现盈利。2019年公司橱柜计划再新开100家独立门店,并把橱柜产品融入更多的索菲亚专卖店,构建司米联动销售网络。

定制木(米兰纳 MILANA,华鹤) 公司于2017年4月合资设立了索菲亚华鹤木业有限公司。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;同时推进索菲亚体系木门品牌宣传,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),华鹤品牌定制木门店店逾160家,经销商149家。2019年公司计划新开木店面100家,并把产品出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、家纺、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,公司于2017年底开始尝试借助经销商开平大店,出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、家纺、窗帘、地板等,为消费者提供拎包入住的全套解决方案。首批大家居店初有成效,2018年经销商纷纷加快开店的速度,截止年底开出了98家大家居店,2019年经销商速度还会提速,目标是开出150+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

Table with 3 columns: 品牌, 2018年, 2019年度计划新增店铺数量. Rows include 索菲亚, 司米, 米兰纳 MILANA, 大家居融合店, 合计.

(二)产能: 定制衣柜及其他配套柜类(索菲亚) 自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、浙江嘉善、四川成都、湖北黄冈以及河南兰考、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支撑体系已初具雏形。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均实际生产达到21.67万单,年度平均产能利用率平均为87.59%。工厂2018年平均交货周期(指确图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。

公司于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年用于产能技术改造以及信息技术升级。投产生产效率将会进一步提升。

整体橱柜(司米) 位于增城的司米橱柜工厂已投入使用。2018年该厂日均产能达277单/天,产能利用率平均为54.3%。 定制木(米兰纳 MILANA,华鹤) 索菲亚华鹤若顺利达产,将具有45万榫木产品(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)

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:

Table with 3 columns: 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)资产负债表中的“应收账款”和“应收票据”合并列示为“应收票据及应收账款”,本期金额596,089,435.13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;“应付账款”和“应付票据”合并列示为“应付账款”,本期金额671,733,695.46元,上期金额552,058,793.33元;“应付账款”和“应付票据”合并列示为“应付账款”,本期金额671,733,695.46元,上期金额552,058,793.33元;“应付账款”和“应付票据”合并列示为“应付账款”,本期金额671,733,695.46元,上期金额552,058,793.33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,在利润表中研发费用新增“折旧费”、“租赁费”和“无形资产摊销”项目,比较数据相应调整。

(3)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。

(4)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生活服务有限公司,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

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。

Table with 3 columns: 姓名, 职务, 内容和原因. Rows include 董 事 会 决 议 通 过 的 本 报 告 期 优 先 股 利 分 配 预 案, 董 事 会 决 议 通 过 的 本 报 告 期 优 先 股 利 分 配 预 案.

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 分 配 预 案 适用 不适用 二、公司基本情况 1、公司简介

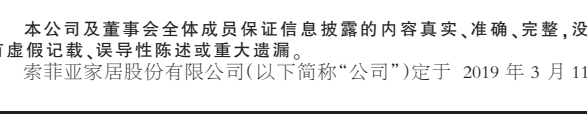
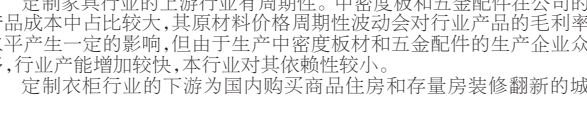
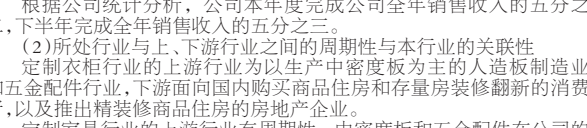
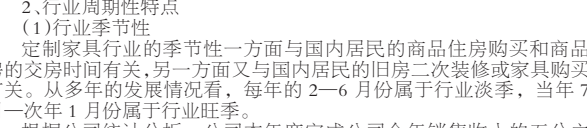
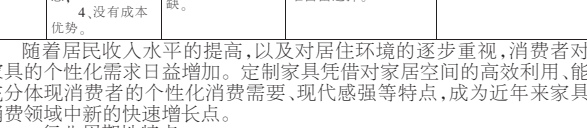
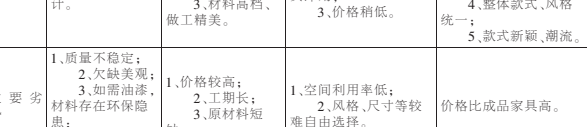
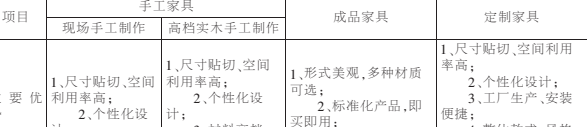
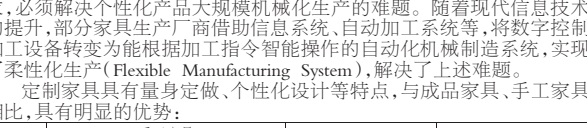
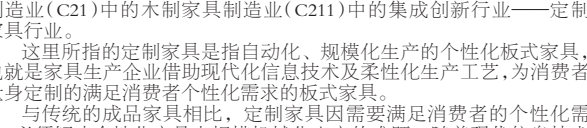
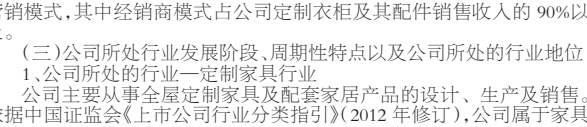
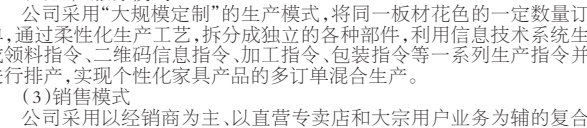
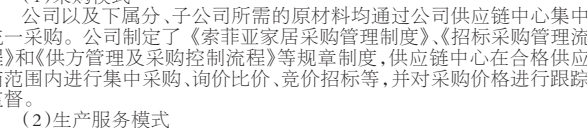
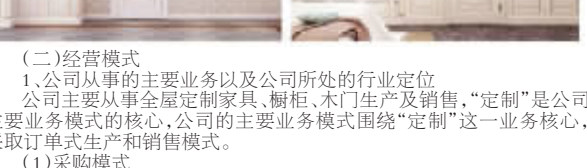
Table with 3 columns: 股票简称, 股票代码, 股票上市交易所. Rows include 股票简称, 股票代码, 股票上市交易所.

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房产品的设计、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瑞地板。

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、梳妆台、电视柜、书桌、酒柜、餐柜、鞋柜、储物柜、木门等全屋定制家具,以及床垫、饰品、窗帘、沙发、茶几、纺织用品等配套房产品。

公司在国内较早引入了“定制衣柜”的概念,通过将手工定制衣柜的个性化解决方案和成品衣柜规模化、标准化生产的优势相结合,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及驰名商标。

图: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



索菲亚家居股份有限公司关于举行2018年度业绩说明会的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、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”)定于2019年3月11日(星期一)下午15:00至17:00时在全景网举办2018年度业绩说明会。本次年度业绩说明会采用网络远程的方式举行,投资者可登陆“全景路演天下”(http://rs.p5w.net)参与本次年度业绩说明会。

出席本次年度业绩说明会的人员有:公司董事长江淦钧先生、独立董事邵跃先生、财务总监魏杰女士、董事会秘书潘雯娟女士。 敬请广大投资者积极参与。 索菲亚家居股份有限公司 董 事 会 二〇一九年三月五日