

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。 公司负责人王卫刚、主管会计工作负责人陈勇及会计机构负责人(会计主管人员)高巍杰声明:保证本年度报告中财务报告的真实、准确、完整。 所有董事均已出席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912,370,038为基数,向全体股东每10股派发现金红利5.5元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

2、报告期末主要业务或产品分类 (一)公司从事的主要业务以及公司所处的行业定位 公司成立于2003年11月15日,最初在中国市场推出“定制衣柜”的概念,以定制衣柜产品起步,运用先进技术解决了消费者的个性化定制和规模化生产的矛盾,并拓展到定制家具的产业化发展。经过十余年的经营积累,主营业务已从衣柜拓展到书柜、电视柜、橱柜、木门等消费者装修所需的定制家居产品,而且还涵盖了非定制类的配套家居产品如沙发、床、床垫、茶几、纺织品等,为消费者提供了一站式的解决方案。公司旗下主要品牌为“索菲亚”“柏曼定制”“司米”定制橱柜、“索菲亚·华鹤”定制木门以及“易福诺”地板。



图表示:公司主要产品



(二)经营模式 公司主要从事定制柜、橱柜、木门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的核心,公司的主要业务模式围绕“专业定制”这一业务核心,根据客户的个性化需求,提供客户满意度的方案订单。订单按照公司智能化生产模式进行生产,最终由经销商提供安装及售后服务。

1、采购模式 公司及下属分子公司所需的原材料均通过集中采购部集中采购。公司制定了《采购管理制度》、《供应商管理办法》等规章制度,确保供应链在合格供应商范围内进行集中采购。 2、生产模式 公司采取“订单驱动”的生产模式,根据客户订单进行生产。 3、销售模式 公司正在打造一个积极进取的全渠道营销体系,包括经销商渠道、整装渠道、整装渠道、大宗工程项目、电商新零售渠道和直营专卖店。

(三)经销商 经销商是公司产品的重要销售渠道。公司通过严格的筛选和培训,确保经销商具备专业的销售和服务能力。 4、品牌管理 公司注重品牌建设和维护,通过统一的品牌形象和高质量的产品来提升品牌价值。

5、售后服务 公司建立了完善的售后服务体系,确保客户在使用过程中遇到的问题能够得到及时解决。 6、风险控制 公司通过建立健全的内控体系,有效防范和化解经营风险。 7、社会责任 公司积极履行社会责任,参与公益事业,推动企业可持续发展。

2019年年度报告摘要

证券代码:002572 证券简称:索菲亚 公告编号:2020-010

新零售电商是公司通过互联网引流的重要方式。公司在天猫、京东、抖音、快手等主要互联网平台开设网店,通过多种方式获取线上流量,客户根据公司的产品介绍、活动促销等,支付定金,提交房屋资料,公司根据客户的个人信息,制作出具体的家居设计方案,由经销商对接客户,提供具体的服务,将有意向的客户转化为公司产品的消费者。

(4)公司直营专卖店销售模式 直营专卖店是公司通过设立分公司或子公司方式投资设立的直营专卖店。公司的直营店作为直营店的直接管理部门,负责直营店促销活动的组织安排、人员培训组织等工作。

随着房地产市场精装修的范围不断向衣柜领域延伸,为大型房地产精装修项目提供定制衣柜及配套产品业务成为公司新的销售增长点。 4、完善的全国产品布局(实体店)以及贯穿客户整个装修平台(虚拟工厂) 经过十多年的快速发展,在中国东南西北中建成了7个制造基地,完成全国的工业布局,与此同时,公司持续不断投入建设信息系统,已经形成了完善的贯穿前中后台的信息平台,相当于一个虚拟工厂,全面支撑并指导实体工厂的日常运作。



1、行业规模 根据国家统计局发布的2019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7117.2亿元,同比增长1.5%;公司2019年主营业务收入76.44亿元,同比增长5.20%。公司在家具制造业的占比由2011年的0.2%稳步提升为2019年的1.07%。 2、行业周期性特点 定制家具行业属于耐用消费品行业,具有周期性特点,其发展受宏观经济环境、居民收入水平、城镇化进程等多种因素影响。

3、行业周期性特点 (1)行业周期性:上半年淡季,下半年旺季。定制家具行业具有明显的季节性,上半年为淡季,下半年为旺季。 (2)所处行业与上游行业之间的周期性及关联性:定制家具行业与上游行业(如木材、五金、五金配件)之间存在较强的周期性关联。 (3)行业集中度:定制家具行业集中度相对较低,市场竞争较为激烈。

(1)定制家具行业跟房地产行业相关性高,但行业市场基数较小,发展空间较大。 定制家具行业的下游面向国内购买商品房和二手房的消费者,以及推出精装修商品房的房地产企业。 2、生产模式 公司采取“订单驱动”的生产模式,根据客户订单进行生产。

(2)经销商 经销商是公司产品的重要销售渠道。公司通过严格的筛选和培训,确保经销商具备专业的销售和服务能力。 3、品牌管理 公司注重品牌建设和维护,通过统一的品牌形象和高质量的产品来提升品牌价值。

Table with financial data for 2019 and 2018, including revenue, profit, and market share. It also includes a table for quarterly financial data.

2019年年度报告摘要

证券代码:002572 证券简称:索菲亚 公告编号:2020-010

新零售电商是公司通过互联网引流的重要方式。公司在天猫、京东、抖音、快手等主要互联网平台开设网店,通过多种方式获取线上流量,客户根据公司的产品介绍、活动促销等,支付定金,提交房屋资料,公司根据客户的个人信息,制作出具体的家居设计方案,由经销商对接客户,提供具体的服务,将有意向的客户转化为公司产品的消费者。

(4)公司直营专卖店销售模式 直营专卖店是公司通过设立分公司或子公司方式投资设立的直营专卖店。公司的直营店作为直营店的直接管理部门,负责直营店促销活动的组织安排、人员培训组织等工作。



随着房地产市场精装修的范围不断向衣柜领域延伸,为大型房地产精装修项目提供定制衣柜及配套产品业务成为公司新的销售增长点。 4、完善的全国产品布局(实体店)以及贯穿客户整个装修平台(虚拟工厂) 经过十多年的快速发展,在中国东南西北中建成了7个制造基地,完成全国的工业布局,与此同时,公司持续不断投入建设信息系统,已经形成了完善的贯穿前中后台的信息平台,相当于一个虚拟工厂,全面支撑并指导实体工厂的日常运作。

1、行业规模 根据国家统计局发布的2019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7117.2亿元,同比增长1.5%;公司2019年主营业务收入76.44亿元,同比增长5.20%。公司在家具制造业的占比由2011年的0.2%稳步提升为2019年的1.07%。 2、行业周期性特点 定制家具行业属于耐用消费品行业,具有周期性特点,其发展受宏观经济环境、居民收入水平、城镇化进程等多种因素影响。

3、行业周期性特点 (1)行业周期性:上半年淡季,下半年旺季。定制家具行业具有明显的季节性,上半年为淡季,下半年为旺季。 (2)所处行业与上游行业之间的周期性及关联性:定制家具行业与上游行业(如木材、五金、五金配件)之间存在较强的周期性关联。 (3)行业集中度:定制家具行业集中度相对较低,市场竞争较为激烈。

(1)定制家具行业跟房地产行业相关性高,但行业市场基数较小,发展空间较大。 定制家具行业的下游面向国内购买商品房和二手房的消费者,以及推出精装修商品房的房地产企业。 2、生产模式 公司采取“订单驱动”的生产模式,根据客户订单进行生产。

(2)经销商 经销商是公司产品的重要销售渠道。公司通过严格的筛选和培训,确保经销商具备专业的销售和服务能力。 3、品牌管理 公司注重品牌建设和维护,通过统一的品牌形象和高质量的产品来提升品牌价值。

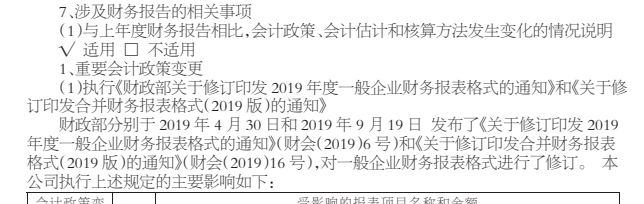
Table with financial data for 2019 and 2018, including revenue, profit, and market share. It also includes a table for quarterly financial data.

2019年年度报告摘要

证券代码:002572 证券简称:索菲亚 公告编号:2020-010

新零售电商是公司通过互联网引流的重要方式。公司在天猫、京东、抖音、快手等主要互联网平台开设网店,通过多种方式获取线上流量,客户根据公司的产品介绍、活动促销等,支付定金,提交房屋资料,公司根据客户的个人信息,制作出具体的家居设计方案,由经销商对接客户,提供具体的服务,将有意向的客户转化为公司产品的消费者。

(4)公司直营专卖店销售模式 直营专卖店是公司通过设立分公司或子公司方式投资设立的直营专卖店。公司的直营店作为直营店的直接管理部门,负责直营店促销活动的组织安排、人员培训组织等工作。



随着房地产市场精装修的范围不断向衣柜领域延伸,为大型房地产精装修项目提供定制衣柜及配套产品业务成为公司新的销售增长点。 4、完善的全国产品布局(实体店)以及贯穿客户整个装修平台(虚拟工厂) 经过十多年的快速发展,在中国东南西北中建成了7个制造基地,完成全国的工业布局,与此同时,公司持续不断投入建设信息系统,已经形成了完善的贯穿前中后台的信息平台,相当于一个虚拟工厂,全面支撑并指导实体工厂的日常运作。

1、行业规模 根据国家统计局发布的2019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7117.2亿元,同比增长1.5%;公司2019年主营业务收入76.44亿元,同比增长5.20%。公司在家具制造业的占比由2011年的0.2%稳步提升为2019年的1.07%。 2、行业周期性特点 定制家具行业属于耐用消费品行业,具有周期性特点,其发展受宏观经济环境、居民收入水平、城镇化进程等多种因素影响。

3、行业周期性特点 (1)行业周期性:上半年淡季,下半年旺季。定制家具行业具有明显的季节性,上半年为淡季,下半年为旺季。 (2)所处行业与上游行业之间的周期性及关联性:定制家具行业与上游行业(如木材、五金、五金配件)之间存在较强的周期性关联。 (3)行业集中度:定制家具行业集中度相对较低,市场竞争较为激烈。

(1)定制家具行业跟房地产行业相关性高,但行业市场基数较小,发展空间较大。 定制家具行业的下游面向国内购买商品房和二手房的消费者,以及推出精装修商品房的房地产企业。 2、生产模式 公司采取“订单驱动”的生产模式,根据客户订单进行生产。

(2)经销商 经销商是公司产品的重要销售渠道。公司通过严格的筛选和培训,确保经销商具备专业的销售和服务能力。 3、品牌管理 公司注重品牌建设和维护,通过统一的品牌形象和高质量的产品来提升品牌价值。

Table with financial data for 2019 and 2018, including revenue, profit, and market share. It also includes a table for quarterly financial data.