

证券代码：002572

证券简称：索菲亚

公告编号：2026-015

索菲亚家居股份有限公司

关于“质量回报双提升”行动方案进展的公告

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。

为践行中央政治局会议提出的“要活跃资本市场、提振投资者信心”及国务院常务会议提出的“要大力提升上市公司质量和投资价值，要采取更加有力有效措施，着力稳市场、稳信心”的指导思想，结合公司发展战略和经营情况，为维护全体股东利益，增强投资者信心，促进公司长远健康可持续发展，索菲亚家居股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年10月12日披露了《关于“质量回报双提升”行动方案的公告》（公告编号：2024-062）。现针对行动方案2025年度举措的进展说明如下：

一、深耕定制家居主业，抢抓行业转型发展新机遇

公司已在中国定制家居市场深耕细作二十余载，始终致力于为消费者提供全屋定制家居方案，从事全屋家具（包括衣柜、橱柜、门窗、墙板、地板、家品、家电、卫浴等）的设计研发和生产销售，于2011年在深圳证券交易所成功上市，是行业内首家A股上市公司。公司旗下拥有多品牌、全渠道、全品类矩阵，实现定制家居市场全覆盖，分别是以中高端市场为目标的“索菲亚”品牌，以大众市场为目标的“米兰纳”品牌，以轻高定市场为目标的“司米”品牌和以中高端中式人群细分市场为目标的“华鹤”品牌，四大品牌均拥有差异化竞争优势，全品类覆盖衣、橱、门、窗、墙、地、电、卫、配等，在公司产品研发赋能和供应链保障支持下，实现纵深渠道全面发展。

根据Statista最新数据显示，2025年全球室内家具市场规模已达7297.30亿美元，预计2030年增至8367.70亿美元，2025-2030年复合增长率约2.78%，为国内企业出海创造广阔增量。与此同时，国内市场短期承压，2025年全国住宅竣工面积同比下降20.02%，家具制造业营业收入同比下滑10.7%，新房拉动效应减弱。

当前行业已步入存量房时代，我国存量住房达6亿栋，其中2.7亿套住宅房龄超20年，改造重装需求持续攀升，功能性、品质升级及适老化三大翻新需求，为定制家居企业带来多元化市场机遇。2024年以来，国家出台多项“稳楼市”政策推动市场筑底企稳，二手房交易回暖释放积极信号。同时，“好房子”建设、家居以旧换新等政策引导消费向品质化升级，叠加居民收入稳步增长，居住需求从基础换新转向品质提升，推动定制家居行业向整体生活解决方案加速转型。

2025年，行业整体受房地产下行等外部因素影响，市场需求短期承压，公司凭借成熟的品牌矩阵、全品类产品布局及精细化运营管理，积极应对外部环境变化。公司实现营业收入93.67亿元，同比下滑10.74%；归属于上市公司股东的净利润9.01亿元，同比下滑34.26%。在行业承压背景下，公司持续推进降本增效、优化产品结构，主营产品毛利率稳步提升至35.18%，盈利质量持续改善，整体经营保持稳健，展现出较强的抗风险能力与发展韧性。

面对行业结构性转型与市场格局深刻变化，公司将依托二十余年的行业积淀、完善的品牌矩阵及全品类产品布局，积极把握存量房翻新与海外市场拓展带来的发展机遇，在行业承压环境下持续推进经营提质、实现盈利稳健。未来，公司将继续坚守定制家居主业，坚持创新突破，紧抓行业新一轮增长引擎，不断巩固并提升行业领先地位，以更高品质的产品与服务助力美好生活。

二、坚守价值竞争，引领行业高质量发展

2025年以来，中央政治局会议多次强调防止和整治“内卷式”恶性竞争，推动国民经济高质量发展，明确传递出国家优化市场环境、拒绝低质低价竞争、倡导健康竞争机制的决心。然而，家居行业目前仍存在部分企业通过降低产品与服务质量、恶意压价等方式进行不正当竞争，严重破坏行业生态，损害消费者权益，与国家推动高质量发展的政策导向相悖。

作为行业头部企业，公司坚决抵制低质低价的短视行为，率先进行竞争逻辑重塑，从传统的价格竞争转向以环保、设计、服务为核心的价值竞争，通过多品牌矩阵、渠道生态革新、高标准品质体系构建等方式，打造健康的行业竞争格局，推动行业高质量发展。

2025年，公司联合中国林科院等18家权威机构，共同推出并率先执行5A级柜体标准（T/CNFPIA 3037—2024），从环保、耐用、五金和封边四大维度设立14项严苛指标，全面超越国标；同时联合多方起草并率先执行“中国定制家5A标准”，从产品、服务、体验多维度筑牢放心消费根基，以高标准树立行业品质标杆，以标准引领产业升级，推动行业从“价格竞争”转向“价值竞争”。

作为行业头部企业，公司深耕品质与消费服务体验建设，斩获“3·15放心消费品牌”“3·15优质企业名录”双项荣誉，是行业内唯一连续两年斩获该系列认可的企业，以权威认证筑牢品质与口碑护城河。此外，公司在核心的适老化定制赛道深度布局领航发展，不仅作为行业代表参与《居家适老化产品分类与编码》《居家适老化评价规范定制柜》两大国家级适老化产品标准制定，更成为广州银发经济公共实验室首批共建单位，以科学化研发模式结合“隐龄”人文设计理念，为长者打造“有尊严地安居”的居住体验，推动银发定制产业标准化、高质量发展。

未来，公司将始终紧跟国家高质量发展步伐，坚守合规经营底线，持续抵制恶性内卷与低质低价乱象，坚定不移走绿色智造、诚信服务、技术创新的高质量发展道路。持续夯实多品牌矩阵优势，深化渠道生态革新，以更高标准筑牢品质壁垒，不断升级产品与服务体验。

三、锚定行业新机，硬核实力护航穿越周期

定制家居行业正处于格局重塑与战略机遇叠加的关键阶段，外部环境虽存多重不确定性，但行业迎来市场出清、劣质产能淘汰的整合期，头部企业凭借品牌、规模、技术等核心优势，迎来整合优质资源、抢占优质渠道的战略窗口，行业集中度有望进一步提升。

面对行业底层逻辑的深刻变革与存量博弈的复杂格局，公司始终保持清醒认知，坚守“多品牌、全品类、全渠道”核心战略，战术上灵活调整产品研发、渠道布局与生产管理，精准适配存量市场需求，在行业变局中稳稳立足。

经过多年持续深耕与战略投入，公司已构建起产品领先、成本领先、精工一次成、AI赋能、组织优化、1+N+X渠道布局、全案模式与+新零售本地化落地这覆盖全经营链路的七大核心护城河，从研发端的产品创新、制造端的质量管控，

到服务端的精工交付、渠道端的全域覆盖，全方位夯实核心竞争力，也成为公司抵御市场风险、把握发展机遇的最大底气。

未来，公司将继续以内部革新筑牢发展根基，紧抓行业格局重塑的战略机遇，始终坚守战略定力与长期主义，依托品牌、技术、渠道与成本核心优势，在挑战中育新机、于变局中开新局，持续提升综合竞争力，以远见、韧性与实干实现高质量可持续发展。

四、夯实治理，提升规范运作水平

2025年度，公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件的要求，公司修订了《公司章程》，不再设立监事会，由董事会审计委员会依法行使《公司法》规定的监事会职责，并对审计委员会的组成、职责权限及运行机制作出相应完善，修订了《董事会审计委员会工作细则》，明确了其监督职责边界及履职程序安排，推动监督职能专业化运行，进一步提升公司治理结构的规范性和有效性。

同时，公司结合监管规则变化及实际经营需要，系统梳理并完善公司治理制度体系。报告期内，公司新增制定《舆情管理制度》《市值管理制度》《信息披露暂缓与豁免制度》《董事离职管理制度》4项制度，并对《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《对外提供财务资助管理制度》等20项制度进行了修订，进一步提升公司规范运作水平和内部控制管理质量。

未来公司将不断加强内部控制规范管理，持续完善内控管理制度，健全风险管理体系，提高经营管理水平与风险防范能力；积极组织合规培训，强化董事、高级管理人员及关键岗位人员法规意识与规范运作意识，充分发挥董事会审计委员会、内部审计部门的监督职能，切实提升董事、高级管理人员履职能力，持续优化公司治理结构，促进公司合规稳健发展，切实保障公司及全体股东权益。

五、高质量信息披露，强化投资者关系管理，传递公司价值

公司始终严格按照《公司法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规以及《公司章程》《信息披露管理制度》等规定的要求，履行信息披露义务，不断提高信息披露的有效性和透明度。公司已建立内部重大事项信息收集和沟通机制，

保障信息披露的及时、准确、完整，使投资者能够迅速了解到公司发展状况，保障了广大投资者的知情权。公司在2013-2024年度深圳证券交易所信息披露工作评价考核中连续12年获得A类评级。

为更好地满足境内外投资者的诉求，公司已连续9年主动编制和发布《环境、社会责任及公司治理（ESG）报告》，并于2021年起披露英文版ESG报告，展现公司在可持续发展方面的实践与成果，增进投资者对公司长期价值的认识。

公司高度重视与资本市场的沟通，建立了多元的投资者沟通机制，通过召开股东大会、召开投资者交流会、召开业绩说明会、接听投资者电话、回复深交所互动易、组织投资者实地调研等方式，建立多渠道、多角度、多层面的沟通策略，向资本市场充分展示公司的发展战略和经营情况。

未来公司将持续优化沟通机制和沟通方式，与各类投资者保持紧密互动、积极回应关切，向资本市场传递公司长期投资价值。

六、重视回报，树牢回报股东理念

公司在兼顾高质量可持续发展的同时，高度重视对股东持续、稳定、合理的投资回报，以实际行动回馈广大股东。充分运用现金分红、股份回购等措施与全体股东共享发展的红利，稳定市场，提振信心。

1、现金分红的实施情况

公司自上市以来，公司已连续14年向全体股东派发现金红利，2011年-2024年度公司已累计向全体股东派发64.02亿元，且公司2025年度拟分配现金红利7.70亿元，占公司2025年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的85.48%，2025年度利润分配方案尚须提交公司股东会审议批准后方可实施。

为切实保障投资者利益，坚持积极回报股东，公司制定了《索菲亚家居股份有限公司长期股东回报规划》，明确股东投资预期，切实保障股东投资回报。

2、股份回购的实施情况

基于对公司未来持续稳定发展的信心和对公司长期价值的认可，公司于2018年、2021年、2024年发布了股份回购计划，通过集中竞价交易方式累计回购股份22,400,730股，累计成交总金额达4.05亿元（不含交易费用），回购的股份予以注销并减少注册资本、或用于股权激励计划及/或员工持股计划。上述三期回购股份方案均已实施完毕。

自上市以来，公司已推出多期股权激励、员工持股计划、经销商持股计划，进一步完善了公司治理结构，构建管理团队持股的长期激励与约束机制，确保公司长期经营目标的实现，提升公司整体价值。

未来公司将继续根据经营业务发展阶段及长期战略发展规划，统筹公司发展、业绩增长与股东回报的动态平衡，通过多种方式维护投资者权益，增强投资者获得感。

综上，公司将继续坚持以投资者为本，通过持续规范公司治理、提高信息披露质量、加强投资者沟通交流、树立好牢固的回报股东意识，切实履行上市公司的责任和义务。以提升公司发展质量、加强股东投资回报为坚定目标，深入贯彻落实“质量回报双提升”行动方案，为稳市场、稳信心积极贡献力量。

特此公告。

索菲亚家居股份有限公司董事会

二〇二六年四月十八日