

# 上海晨光文具股份有限公司

## 2023年10月投资者关系活动记录表

证券简称：晨光股份

证券代码：603899

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	申万宏源、中信证券、中金公司、浙商证券、招商证券等28家机构
时间	2023年10月27日
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书白凯
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>【公司介绍】</b></p> <p>2023年三季度以来，公司各项业务保持了恢复和增长的趋势。上半年合并报表收入99.6亿元，同比增长18%，净利润6.0亿元，同比增长14%。前三季度合并报表收入158.6亿，同比增长15%，净利润10.9亿元，同比增长17%。单三季度合并报表收入58.9亿元，同比增长11%，净利润4.9亿元，同比增长20%。</p> <p>分业务看，传统核心业务前三季度同比增长7%，其中晨光科技实现营业收入6.5亿，同比增长44%。新业务前三季度同比增长22%，其中晨光科力普实现营业收入83.2亿，同比增长20%，九木杂物社实现营业收入9.1亿元，同比增长44%。9月底九木杂物社在全国拥有572家门店，前三季度新增83家。</p> <p><b>【问答环节】</b></p> <p>1、传统核心业务三季度和大学汛的表现</p> <p>答：三季度公司传统核心业务持续恢复，其中，书写工具、学生文具收入表现稳健，大学汛推进顺利，新品和经典畅销款双管齐下，精品文创类产品表现良好，产品结构持续优化，毛利率同步提升。产品开发和渠道推广都有优化和提升。</p> <p>2、晨光科技前三季度保持了增长，主要采取了哪些措施</p> <p>答：晨光科技今年以来稳定增长，前三季度收入同比增长44%，</p>

基于公司线上提升的战略举措，根据各个平台的特点制定有针对性的策略，一些新兴平台的增长较快，原有的一些大的平台的效率也在提升。既关注线上占比的提升，也关注线上运营质量的提升。

### 3、本册品类今年的进展

答：本册在文具里面是刚需的大品类，空间比较大，对晨光来讲机会也很大，今年随着产品开发、资源投入以及渠道的针对性投入，市场份额进一步提升。

### 4、传统办公赛道进展如何

答：公司加强对办公专业渠道的开发，持续推进晨光办公店开拓和办公完美门店开发，加快专业渠道转型，为满足专业渠道需求不断加强提升服务能力并开发更有针对性的产品。

5、九木杂物社今年表现不错，除了客流恢复的客观因素，公司采取了哪些措施，桥头堡作用发挥的如何

答：过去三年积累沉淀的零售运营能力发挥作用，门店在产品组合、门店精细化运营以及消费者洞察及服务等方面都有所提升，线下渠道持续拓展，开店速度恢复，形成持续的人、货、场检核机制。九木杂物社的定位之一就是成为晨光品牌和产品升级的桥头堡，在一定程度上形成对总部传统核心业务的赋能和经验反哺。今年的学讯新品率先在杂物社露出，对传统校边终端的销售起到了非常好的示范和带动效应。

### 6、科力普毛利率下降的原因

答：科力普的毛利率下滑主要是因为属地供应商的占比增加。随着业务场景的不断拓展，有一些客户比较偏远，比如说油田、石化等等，我们找到属地供应商来跟我们一起配合，满足客户的即时交付，所以主要是属地供应商的占比提高了，导致毛利率下降。但是总体的投入和成本是下降的。总体来讲，科力普的发展是健康和稳健的。

### 7、传统核心业务的渠道策略有哪些变化

答：公司持续推进传统核心业务的全渠道布局。围绕用户需求和消费习惯的变化趋势，持续优化零售运营体系，形成多层级经销体系为主体，通过线下新渠道、线上业务和直供更多直接接触达客户的，全渠道、多触点的布局，进一步从批发商向品牌零售服务商转变。

8、公司在降本增效方面采取了哪些行动

答：公司积极推动传统核心业务和零售大店业务发展，持续推行精益化管理，提升效率。在生产板块，精益改善高质量多领域深入发展，并把 MBS 管理系统从生产管理向商务管理延伸，将 MBS 解决问题和改善流程的原则与公司的业务模式结合，持续提升管理能力。

9、公司海外业务的进展和中长期布局

答：作为公司战略的重要一环，现在的国际化规划，更多的是考虑中长期的投入，包括建立渠道、建立品牌，在当地建设团队，将国内的一些成功的经验，在适合的地区进行落地深耕。从区域来看，一个是东南亚市场，一个是非洲市场。这个过程需要花一定的时间打基础，目前各项业务都在积极推进中。

**【会议总结】**

今年的市场环境总体上来说是有挑战的，从中长期来看，公司传统核心业务继续巩固核心优势，新业务科力普和九木杂物社持续壮大，国际市场拓展加大力度，公司有信心持续提升中长期的竞争能力。感谢各位投资者的持续支持和关注。