



上海晨光文具股份有限公司

SHANGHAI M&G STATIONERY INC.

(注册地址：上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼)

首次公开发行股票
招股说明书

(申报稿)

保荐人（主承销商）



(注册地址：福州市湖东路 268 号)

声明

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

发行概况

公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

发行股票种类	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 10,000 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 50,000 万股
本次发行股份安排	本次公开发行股票总量不超过 10,000 万股，包括公司公开发行的新股及公司股东公开发售的股份（以下简称“老股”）。 公司优先进行新股发行，新股发行数量不超过 10,000 万股。根据本次发行的询价结果，若新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额，则本次发行将适时依据中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份（以下简称“老股转让”），公司相关股东预计公开发售股份的数量上限为不超过 4,000 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，其中：晨光集团预计公开发售股份的数量上限为不超过 2,680 万股；科迎投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；杰葵投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；约蓝投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 180 万股；陈湖文预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；陈湖雄预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；鼎晖一期预计公开发售股份的数量上限为不超过 141.60 万股；鼎晖元博预计公开发售股份的数量上限为不超过 98.40 万股；陈雪玲预计公开发售股份的数量上限为不超过 96 万股；钟鼎创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 40 万股，敏新创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 26 万股，兴烨创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 23 万股，大众资本预计

	公开发售股份的数量上限为不超过 11 万股。 本次发行后公司股本总数不超过 50,000 万股，且本次公开发行后的流通股股份占公司股份总数的比例不低于 10%。
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	1、公司控股股东晨光集团、实际控制人承诺：自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前本公司/本人已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份。 当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股票的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。 自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行价格。 2、由公司高管人员以及业务骨干持股的公司股东科迎投资和杰葵投资承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份。 当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。在上述承诺期满后，每年解除锁定的股份比例不超过所持有的发行人股份总数的 25%。 自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行价格。 3、公司其他股东约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本承诺：自公司 A 股股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。
保荐机构（主承销商）	兴业证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会发行监管部门和股票发行审核委员会依法对发行申请文件和信息披露内容的合法合规性进行审核，不对发行人的盈利能力和投资价值作出判断。中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司提醒投资者需特别关注以下重大事项及公司风险，并提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、本次新股公开发行和老股公开发售方案说明

2014 年第一次临时股东大会审议通过了《关于调整公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》，根据该议案，若根据本次发行询价结果预计新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额，则本次发行将适时依据中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份，提请投资者关注以下事项：

（一）本次发行前的全体股东按不超过其本次发行前持股数量 10% 的上限参与老股转让，且本次老股转让总数不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，具体情况如下：

序号	股东名称	本次发行前持股数量	老股转让数量上限
1	晨光集团	26,800 万股	不超过 2,680 万股
2	科迎投资	2,000 万股	不超过 200 万股
3	杰葵投资	2,000 万股	不超过 200 万股
4	约蓝投资	1,800 万股	不超过 180 万股
5	陈湖文	1,520 万股	不超过 152 万股
6	陈湖雄	1,520 万股	不超过 152 万股
7	鼎晖一期	1,416 万股	不超过 141.60 万股
8	鼎晖元博	984 万股	不超过 98.40 万股
9	陈雪玲	960 万股	不超过 96 万股
10	钟鼎创投	400 万股	不超过 40 万股
11	敏新创投	260 万股	不超过 26 万股
12	兴烨创投	230 万股	不超过 23 万股
13	大众资本	110 万股	不超过 11 万股

合计	40,000 万股	4,000 万股
----	-----------	----------

（二）上述老股转让不会对公司产生重大不利影响。在本次发行中，若参与老股转让的股东均按照上述老股转让上限进行转让，实际控制人直接持股和通过晨光集团控制的公司股份占本次发行后公司股本的比例仍超过 50%，公司控制权不会发生变更，不会对公司股东大会、董事会、监事会的有效运行及高级管理人员、核心技术人员的组成造成影响，不会对公司主要客户、供应商造成影响，上述老股转让不会对公司治理结构及生产经营等产生重大不利影响。

（三）提请投资者在报价、申购过程中，考虑公司原有股东公开发售股份的因素。

二、股份限制流通及自愿锁定承诺

（一）公司控股股东晨光集团、实际控制人陈湖文、陈湖雄及陈雪玲承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份；

2、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格；

3、自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行价格经相应调整后的价格。

（二）由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资承诺

1、自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股

份；

2、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格；

3、在上述承诺期满后，每年解除锁定的股份比例不超过所持有的发行人股份总数的 25%；

4、自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格经相应调整后的价格；

5、不论本合伙企业中的部分合伙人在发行人处的职务是否发生变化或者其是否从发行人处离职，本合伙企业均会严格履行上述承诺。

（三）公司其他股东约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本承诺

自公司 A 股股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

三、稳定公司股价的预案

公司上市后 3 年内股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产，则触发公司、公司控股股东晨光集团、公司董事（不包括独立董事，下同）及高级管理人员履行稳定公司股价的义务。

（一）公司关于上市后三年内稳定股价的预案

经公司 2013 年年度股东大会审议通过，公司承诺：公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最

近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起 10 个工作日内召开董事会，董事会应制定明确、具体的回购方案，方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并提交公司股东大会审议，回购方案经公司股东大会审议通过后生效。董事会应同时通过决议，如在股东大会会议通知发出后至股东大会召开日前 2 个工作日内，公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期末经审计的每股净资产，董事会应取消该次股东大会或取消审议回购方案的提案，并相应公告和说明原因。如股东大会召开日前 2 个工作日内，公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期末经审计的每股净资产，股东大会可否决回购方案的议案。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。本公司回购股份的价格不超过最近一期末经审计每股净资产的 110%，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。公司 36 个月内回购资金最大限额为本次发行新股融资净额的 20%。若实施上述股份回购措施可能导致公司的股权分布不符合上市条件，为维护上市公司地位不受影响，公司董事会将根据法律、法规及《公司章程》的规定，视情况采取资本公积转增股本以使公司股本达到 4 亿股以上。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（二）控股股东关于公司上市后三年内稳定股价的预案

公司控股股东晨光集团制订了公司上市后三年内的稳定股价预案：公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于其最近一期末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响满足公司上市条件的

前提下实施以下具体股价稳定措施：

1、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，其将以增持公司股份的方式稳定股价。其将在有关股价稳定措施启动条件成就后 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等）并通知公司，公司应按照规定披露其增持股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的 3 个交易日后，其将按照方案开始实施增持公司股份的计划；

2、其增持公司股份的价格不高于公司最近一期末经审计每股净资产的 110%；

3、其用于股份增持的资金的最大限额为公告股价稳定方案时，其所获得的公司上一年度的现金分红资金；

4、如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其可选择与公司同时启动股价稳定措施，或在公司措施实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后股票收盘价仍低于最近一期末经审计的每股净资产时再行启动上述措施。若实施上述股份回购措施可能导致公司的股权分布不符合上市条件，为维护上市公司地位不受影响，其将利用控股股东身份，促成公司董事会、股东大会根据法律、法规及《公司章程》的规定，视情况采取资本公积转增股本以使公司股本达到 4 亿股以上，并在该等董事会、股东大会相关议案上投赞成票。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起停止在公司领取股东分红，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（三）在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定股价的预案

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于其最近一期末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响满足公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

1、当公司出现需要采取股价稳定措施的情形时，其将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份以稳定公司股价。其将在公司出现需要采取股价稳定措施的情形后 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等）并通知公司，公司应按照规定披露其买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的 3 个交易日后，其将按照方案开始实施买入公司股份的计划；

2、其通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份的，买入价格不高于公司最近一期末经审计每股净资产 110%；

3、其将在上市之日起每 12 个月内使用不超过其在担任董事/高级管理人员职务期间上一会计年度从公司领取的税后薪酬（或津贴）累计额的 50% 稳定股价；

4、如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其应在公司及控股股东的股价稳定措施均实施完毕后，股票收盘价仍低于最近一期末经审计的每股净资产时再行启动上述措施。

自公司股票挂牌上市之日起三年内，若公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员履行公司上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的相应承诺。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司领取薪酬及股东分红（如有），同时其持有的公司股份（如有）不得转让，直至连续六个月不再出现上述需启动股价稳定措施的触发条件为止。

四、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）发行人承诺

1、《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情

形，且本公司对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股：

（1）若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，则本公司将基于发行新股所获之募集资金，于上述情形发生之日起5个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

（2）若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，则本公司将于上述情形发生之日起20个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股。

3、若《招股说明书》所载之内容出现前述第2点所述之情形，则本公司承诺在按照前述安排实施新股回购的同时将极力促使本公司相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

4、若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

（1）证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（2）本公司将积极与相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿

顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（3）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本公司真实意思表示，真实、有效，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

（二）控股股东承诺

1、《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本公司对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司在发行人首次公开发行股票时公开发售的原限售股份：

（1）若上述情形发生于本公司公开发售的原限售股份已完成发行但未上市交易之阶段内，则本公司将基于发售原限售股份所获之资金，于上述情形发生之日起 5 个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

（2）若上述情形发生于本公司公开发售的原限售股份已完成上市交易之后，则本公司将于上述情形发生之日起 20 个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本公司公开发售的全部原限售股份。

3、若《招股说明书》所载之内容出现前述第 2 点所述之情形，则本公司承诺在按照前述安排实施原限售股份购回的同时将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人其他相关股东（即上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

4、若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

（1）证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（2）本公司将积极与相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（3）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本公司真实意思表示，真实、有效，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

（三）实际控制人承诺

1、《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将按如下方式依法回购本人在发行人首次公开发行股票时公开发售的原限售股份：

（1）若上述情形发生于本人公开发售的原限售股份已完成发行但未上市交易之阶段内，则本人将基于发售原限售股份所获之资金，于上述情形发生之日起5个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

（2）若上述情形发生于本人公开发售的原限售股份已完成上市交易之后，则本人将于上述情形发生之日起20个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本人公开发售的全部原限售股份。

3、若《招股说明书》所载之内容出现前述第2点所述之情形，则本人承诺

在按照前述安排实施原限售股份购回的同时将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人其他相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖雄、陈湖文、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

4、若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

（1）证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（2）本人将积极与发行人、相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（3）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本人真实意思表示，真实、有效，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

（四）董事、监事、高级管理人员承诺

1、《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人承诺将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有

有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

3、若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

（1）证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（2）本人将积极与发行人、相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

（3）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本人真实意思表示，真实、有效，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

五、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）保荐机构兴业证券股份有限公司承诺

本保荐机构（主承销商）已对上海晨光文具股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如因本保荐机构（主承销商）为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构（主承销商）将依法赔偿投资者损失。

（二）审计机构、验资机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘

要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

本所及签字注册会计师承诺：如因我们的过错，证明我们为发行人首次公开发行人制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，我们将依法与发行人及其他中介机构承担连带赔偿责任。

（三）发行人律师北京市君合律师事务所承诺

针对上海晨光文具股份有限公司（以下简称“发行人”）向中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）提交的《首次公开发行股票招股说明书》（以下简称“《招股说明书》”）所载内容之真实性，北京市君合律师事务所（以下简称“本所”）作为发行人的专项法律顾问，特此作出承诺如下：

1、本所已在《招股说明书》中声明：本所及经办律师已阅读《招股说明书》及其摘要，确认《招股说明书》及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所对发行人在《招股说明书》及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认《招股说明书》不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

2、若因本所作出的上述声明被证明存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

（1）如就此发生争议，本所应积极应诉并配合调查外，本所将积极与发行人、其他中介机构、投资者沟通协商。

（2）有管辖权的司法机关依法作出生效判决并判定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本所因此应承担赔偿责任的，本所在收到该等判定后十五个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（3）经司法机关依法作出的生效判决所认定的赔偿金额确定的赔偿金额后，依据该等司法判决确定的形式进行赔偿。

上述承诺内容系本所真实意思表示，真实、有效，本所自愿接受监管机构、

自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本所将依法承担相应责任。

（四）资产评估机构银信资产评估有限公司承诺

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

如因本机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

六、未履行承诺的约束措施

（一）发行人承诺

1、本公司将严格履行其在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

2、若本公司未履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

（1）以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

（2）自本公司完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之日起 12 个月的期间内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

（3）自本公司未完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本公司不得以任何形式向其董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。

（二）控股股东承诺

1、本公司将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

2、若本公司未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下各项措施予以约束：

（1）以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

（2）本公司所持晨光文具股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

（三）实际控制人承诺

1、本人将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

2、若本人未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下各项措施予以约束：

（1）以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本人与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

（2）本人直接和间接持有的晨光文具的股份之锁定期自动延长至本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之日；

（3）本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何方式要求晨光文具增加其薪资或津贴，并且亦不得以任何形式接受晨光文具增加支付的薪资或津贴。

（四）由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资承诺

1、本合伙企业将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

2、若本合伙企业未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本合伙企业承诺将采取以下各项措施予以约束：

（1）以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本合伙企业与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

（2）本合伙企业所持晨光文具股份的锁定期自动延长至本合伙企业未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

（五）公司董事、监事及高级管理人员承诺

1、本人将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

2、若本人未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下各项措施予以约束：

本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何方式要求晨光文具增加其薪资或津贴，并且亦不得以任何形式接受晨光文具增加的薪资或津贴。

七、持股 5%以上股东持股意向及减持意向

（一）控股股东晨光集团的持股及减持意向

1、本公司力主通过长期持有发行人之股份以确保本公司持续地分享发行人的经营成果。因此，本公司具有长期持有发行人之股份的意向。

2、在本公司所持发行人之股份的锁定期届满后，出于本公司自身发展需要，本公司存在适当减持发行人之股份的可能。于此情形下，本公司预计在锁定期届满后第一年内减持股份不超过本公司所持有发行人股份数量总额的 5%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格，在锁定期届满后第二年内减持股份不超过本公司所持有发行人股份数量总额的 10%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格。若在本公司减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。

3、若本公司拟减持发行人股份，将在减持前 3 个交易日公告减持计划。且，该等减持将通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或中国证监会认可的其他方式依法进行。

（二）由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资的持股及减持意向

1、本合伙企业系由发行人高管人员以及业务骨干成立的员工持股企业，本合伙企业力主通过长期持有发行人之股份以确保持续地分享发行人的经营成果。因此，本合伙企业具有长期持有发行人之股份的意向。

2、在本合伙企业所持发行人之股份的锁定期届满后，出于本合伙企业自身

需要，本合伙企业存在适当减持发行人之股份的可能。于此情形下，本合伙企业预计在锁定期届满后第一年内减持股份不超过本合伙企业所持有发行人股份数量总额的 25%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格，在锁定期届满后第二年内减持股份不超过本合伙企业所持有发行人股份数量总额的 25%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格。若在本公司减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。

3、若本合伙企业拟减持发行人股份，将在减持前 3 个交易日公告减持计划。且，该等减持将通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或中国证监会认可的其他方式依法进行。

八、中介机构关于本次发行方案及相关承诺的核查意见

（一）发行人律师的核查意见

通过核查，发行人律师认为：

1、发行人及其实际控制人、控股股东、其他主要股东、董事、监事、高级管理人员等责任主体已根据《意见》及相关配套规定之要求就发行人本次发行及上市事宜作出各项承诺及相关约束措施；

2、发行人、控股股东（即晨光集团）以及其他主要股东（即科迎投资和杰葵投资）均已就其各自所作之承诺及相关约束措施通过了各自内部适当的决策程序；

3、发行人及其实际控制人、控股股东、其他主要股东、董事、监事、高级管理人员等责任主体所作出的承诺及相关约束措施合法有效，对其具有法律约束力；

4、发行人有关本次发行过程中拟实施的相关股东公开发售股份之方案已通过其内部决策程序，符合相关法律、法规及公司章程的规定；

5、发行人有关本次发行过程中拟实施的相关股东公开发售股份之方案内容符合《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》中的相关规定；

6、参与本次公开发售股份的相关股东（晨光集团、科迎投资、杰葵投资、

陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本）所持有的发行人股份权属清晰，不存在法律纠纷或质押、冻结及其他依法不得转让的情况；

7、在本次发行过程中，发行人相关股东公开发售股份不会对发行人现有股权结构造成重大变化，不会引起实际控制人发生变更，且不会对发行人的法人治理结构及生产经营造成重大影响。

（二）保荐机构的核查意见

通过核查，保荐机构认为：

1、相关承诺已履行相应的决策程序，承诺的内容合法、合理，失信约束或补救措施及时有效；

2、发行人股东公开发售股份符合法律、法规及公司章程的规定，已履行相关决策或审批程序，所公开发售的股份不存在权属纠纷或存在质押、冻结等依法不得转让的情形。公司股东公开发售股份后公司股权结构不会发生重大变化、实际控制人不会发生变更；

3、本次发行不会对公司股东大会、董事会、监事会的有效运行及高级管理人员、核心技术人员的组成造成影响，不会对公司主要客户、供应商造成影响，上述公司股东公开发售股份不会对公司治理结构及生产经营等产生重大不利影响。

九、本次发行前滚存利润的分配安排

2014年3月7日，公司2013年年度股东大会决议通过了《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》，根据该议案，公司本次发行前滚存的未分配利润，将由发行前公司的老股东和发行完成后公司新增加的社会公众股东共同享有。

十、公司股利分配政策和现金分红比例

2014年3月7日，公司召开2013年年度股东大会，审议并通过了经修订

的上市后适用的《公司章程（草案）》和《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）》。

（一）《公司章程（草案）》关于现金方式分红的有关内容如下

公司的利润分配总体形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围；总体而言，倘若公司无重大投资计划或重大现金支出发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

此外，针对现金分红占利润分配总额之比例，公司董事会综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，确定差异化的现金分红比例：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 30%；

（4）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（二）公司未来 3 年的具体利润分配计划主要内容如下

2014 年至 2016 年是实现公司发展战略的重要时期，公司的持续发展需要股东的大力支持，因此公司将在关注自身发展的同时注重股东回报。2014 年至 2016 年，如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司计划每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的 20%。

若公司营业收入增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

根据公司未来发展规划及对公司所处行业发展阶段的判断，公司目前正处于成长期，且公司未来三年内将继续扩大现有优势产品的生产规模、加大新产品研发力度、积极寻求产业并购机会，董事会认为未来三年公司发展阶段属成长期，倘若届时有重大资金支出安排，则公司未来三年内在进行利润分配时，现金分红在当次利润分配中所占比例最低应达到 **20%**；倘若届时无重大资金支出安排，则公司未来三年内在进行利润分配时，现金分红在当次利润分配中所占比例最低应达到 **30%**。

上述有关未来分红回报详细情况请参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论及分析”之“七、股东未来分红回报分析”。

十一、主要风险因素

（一）产能扩张带来的市场开拓风险

公司专业从事**M:G晨光**品牌文具的设计、研发、制造与销售，在国内文具行业拥有领先的新品设计研发能力和快速反应的市场意识，公司产品在行业内具有较强的领先性和前瞻性。为了更好的满足市场需求，巩固竞争优势，公司本次募集资金主要将投向于“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”，通过购买先进的装配机、注塑机、印刷机等生产设备，使公司自动化程度进一步提升、现有产品线更加完善，提高生产效率及单个产品的经济效益。项目建成后，公司的产能将在 2013 年笔类产能 125,000 万支、替芯产能 150,000 万支的基础上，新增笔类产能 140,000 万支、替芯产能 90,000 万支。随着产能的快速增加，公司存在因市场开拓不如预期而无法顺利消化新增产能的风险。

（二）固定资产折旧上升的风险

发行人“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”建成后，将新增固定资产 66,547.73 万元，预计达产后每年新增折旧 4,994.62 万元。项目建成达产后，在经营环境不发生重大变化的情况下，公司将实现新增销售收入 139,100 万元，新增利润总额 21,550 万元，完全有能力消化新增折旧，确保公司营业利润不会因此大幅下降。

虽然公司募集资金投资项目有较强的盈利能力，预计可消化新增折旧，但以上结论是建立在经营环境不发生重大变化以及募集资金投资项目毛利率与公司近三年毛利率相近的前提下，如果市场环境发生重大变化，募集资金项目可能无法实现预期的收益，公司存在因固定资产折旧的增加而导致利润下滑的风险。

（三）营业收入增长率下降的风险

报告期内，公司营业收入总额持续增长，2011年度至2013年度分别为14.47亿元、19.00亿元及23.60亿元，2014年1-9月实现营业收入23.45亿元，2012年度及2013年度分别较上年度增长31.28%及24.23%。公司营业收入主要来源于文教办公用品的制造与销售，若未来公司所处文教办公用品制造行业市场发生变化，比如终端用户消费习惯的变化等，公司营业收入增长率将可能存在下降的风险。

（四）劳动力成本上升的风险

劳动力成本上升已成为中国经济发展的普遍现象，也成为国内许多企业面临的共性问题。2011年度至2013年度，公司自产产品的直接人工成本金额分别为8,156.00万元、13,127.00万元和15,911.00万元，2014年1-9月，公司自产产品的直接人工成本金额为17,968.75万元，其占当期自产产品生产成本的比重分别为9.14%、12.40%、13.26%和15.12%，呈上升趋势。虽然如此，但其占当期销售收入的比重分别为5.64%、6.91%、6.74%及7.66%，占销售收入的比重较小。尽管公司直接人工成本的上升完全可以通过扩大生产规模、加强新产品开发、自产核心材料及持续改善生产工艺等方式进行消化，但公司仍然在一定程度上存在劳动力成本上升的风险。

（五）实际控制人不当控制的风险

本次发行完成后，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人仍为发行人的实际控制人，虽然发行人通过采取种种措施完善公司法人治理结构，降低控股股东及实际控制人对本公司的控制力，但是陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人作为发行人的实际控制

人仍有可能通过所控制的股份行使表决权来对发行人的人事任免、生产和经营决策等进行不当控制，从而损害公司及公司中小股东的利益。

十二、财务报告审计截止日后的主要经营情况

2014年10月，本公司继续保持良好的经营态势，采购模式、生产模式及销售模式等经营模式未发生重大变化，主要产品销售价格未进行重大调整，公司主要税收政策与报告期相比，未发生重大变化，未出现影响公司正常经营的其他重大不利因素。

（一）2014年10月采购情况

1、主要原材料采购情况

主要原材料	2014年10月		2014年1-9月		2013年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
笔头	33,470.58	0.0521	255,952.85	0.0522	303,689.40	0.0537
墨水	17.13	59.3840	198.37	59.3747	236.10	59.6211
塑料原粒	99.35	16.6723	915.67	16.6244	826.24	16.6280

注：笔头数量单位为“万粒”，单价为“元/粒”；墨水及塑料原粒数量单位为“万公斤”，单价为“元/公斤”。

2、主要供应商情况

日期	序号	供应商名称	采购额（万元）
2014年10月	1	日本 Asia Associates, Inc	475.62
	2	广东晨光文具有限公司	472.96
	3	温州金马文具用品制造有限公司	400.89
	4	瑞士 PREMEC 公司	343.77
	5	上海天聚塑化有限公司	326.67
	合计		2,019.91
2014年1-9月	1	日本 Asia Associates, Inc	5,870.71
	2	广东晨光文具有限公司	3,990.10

日期	序号	供应商名称	采购额（万元）
	3	瑞士 PREMEC 公司	3,516.96
	4	上海兆方文具有限公司	3,154.62
	5	上海天聚塑化有限公司	3,095.74
	合计		19,628.12
2013 年	1	日本 Asia Associates, Inc	9,151.18
	2	瑞士 PREMEC 公司	6,854.79
	3	广东晨光文具有限公司	4,409.94
	4	上海盈洲包装制品有限公司	3,590.64
	5	上海兆方文具有限公司	3,560.70
	合计		27,567.26

（二）2014年10月生产情况

1、主要产品产量情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月	2014 年 1-9 月	2013 年度
书写工具	12,188	131,456	134,446
学生文具	17,672	191,390	203,952
办公文具	3,486	36,897	34,783
其他	426	4,778	4,802

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

2、主要产品自产生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月			2014 年 1-9 月			2013 年度		
	产能	自产 产量	产能 利用率	产能	自产 产量	产能 利用率	产能	自产 产量	产能 利用率
书写工具	12,056	12,188	101.10%	113,000	131,456	116.33%	125,000	134,446	107.56%
学生文具	14,767	14,843	100.51%	150,000	160,529	107.02%	170,000	172,415	101.42%

产品	2014 年 10 月			2014 年 1-9 月			2013 年度		
	产能	自产 产量	产能 利用率	产能	自产 产量	产能 利用率	产能	自产 产量	产能 利用率
办公 文具	1,547	1,602	103.60%	15,500	16,791	108.33%	16,800	16,851	100.30%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

3、主要产品OEM委外生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	OEM 委外 生产量	占总产量 的比例	OEM 委外 生产量	占总产量 的比例	OEM 委外 生产量	占总产量 的比例
书写工具	-	-	-	-	-	-
学生文具	2,829	16.01%	30,861	16.12%	31,537	15.46%
办公文具	1,884	54.04%	20,106	54.49%	17,932	51.55%
其他	426	100%	4,778	100%	4,802	100%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

（三）2014年10月销售情况

1、主要产品销售情况

（1）主要产品的产销情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月			2014 年 1-9 月			2013 年度		
	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率
书写工具	11,946	12,188	98.02%	126,232	131,456	96.03%	128,638	134,446	95.68%
学生文具	17,217	17,672	97.43%	184,239	191,390	96.26%	197,293	203,952	96.74%
办公文具	3,460	3,486	99.27%	35,702	36,897	96.76%	33,402	34,783	96.03%
其他	420	426	98.71%	4,636	4,778	97.03%	4,636	4,802	96.54%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

（2）主要产品的销售单价情况

项目	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
书写工具	0.8402	2.26%	0.8219	0.04%	0.8216
学生文具（自产）	0.2845	-3.33%	0.2941	-0.07%	0.2943
办公文具（自产）	1.2755	0.30%	1.2714	-0.02%	1.2717
其他	1.2518	-0.15%	1.2534	-0.02%	1.2537

2014 年 10 月，公司未对主要产品的销售单价进行重大调整，因此，公司主要产品的销售平均单价与上期保持基本稳定。

（3）主要产品销售收入情况

单位：万元

产品	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
书写工具	10,037.25	45.06%	103,750.25	44.44%	105,687.84	44.99%
学生文具	6,381.43	28.65%	70,169.36	30.06%	73,255.24	31.18%
其中：代理产品	201.34	0.90%	2,034.13	0.87%	965.85	0.41%
办公文具	5,330.66	23.93%	53,732.13	23.02%	50,150.99	21.35%
其中：代理产品	1,063.16	4.77%	10,026.12	4.29%	9,250.82	3.94%
其他	526.34	2.36%	5,811.28	2.49%	5,812.82	2.47%
合计	22,275.68	100.00%	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%

2、主要客户情况

日期	序号	客户名称	销售额（万元）（注）
2014 年 10 月	1	山东晨光文具有限责任公司	1,339.61
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	1,339.38
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	1,068.60
	4	北京中韩晨光文具礼品有限公司	1,018.07
	5	湖南晨光文具礼品有限公司	880.78
	合计		5,646.44

日期	序号	客户名称	销售额（万元）（注）
2014 年 1-9 月	1	山东晨光文具有限责任公司	16,654.70
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	12,506.89
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	11,534.14
	4	湖南晨光文具礼品有限公司	9,309.75
	5	北京中韩晨光文具礼品有限公司	8,760.75
	合计		58,766.23
2013 年	1	山东晨光文具有限责任公司	15,182.01
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	12,488.53
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	10,058.35
	4	北京中韩晨光文具礼品有限公司	9,215.02
	5	湖南晨光文具礼品有限公司	8,428.51
	合计		55,372.42

注：含其控制主体的合并数。

（四）2014年10月税收政策

经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局及上海市地方税务局批准，公司于 2010 年 12 月 9 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201031000327，有效期为三年。晨光文具自 2010 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日减按 15%征收企业所得税。

2013 年 11 月 19 日，公司再次被认定为国家高新技术企业并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GF201331000403，有效期为三年。因此，公司 2014 年 10 月按 15%缴纳企业所得税。

目 录

发行概况	2
发行人声明	4
重大事项提示	5
一、本次新股公开发行人和老股公开发售方案说明.....	5
二、股份限制流通及自愿锁定承诺	6
三、稳定公司股价的预案	7
四、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	10
五、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	15
六、未履行承诺的约束措施	17
七、持股 5%以上股东持股意向及减持意向	19
八、中介机构关于本次发行方案及相关承诺的核查意见.....	20
九、本次发行前滚存利润的分配安排.....	21
十、公司股利分配政策和现金分红比例.....	21
十一、主要风险因素	23
十二、财务报告审计截止日后的主要经营情况.....	25
第一节 释义	35
第二节 概览	41
一、公司简介	41
二、控股股东、实际控制人简介	43
三、主要财务数据和财务指标	44
四、本次发行情况	46
五、募集资金用途	46
第三节 本次发行概况	48
一、本次发行的基本情况	48
二、本次发行的相关机构	50
三、发行人与本次发行的中介机构的关系.....	52
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	54

第四节 风险因素	55
一、市场风险	55
二、经营风险	56
三、技术风险	57
四、募集资金投资项目的风险	58
五、财税政策风险	59
六、管理风险	59
第五节 公司基本情况	61
一、公司基本情况	61
二、公司改制重组情况	61
三、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况	70
四、公司历次验资情况及投入资产的计量属性	97
五、公司的股权结构及组织架构	99
六、公司控股子公司、参股子公司简要情况	103
七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	118
八、公司有关股本的情况	142
九、公司内部职工股的情况	147
十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况	147
十一、公司员工及其社会保障情况	147
十二、本次新股公开发行和老股公开发售方案	158
十三、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况	159
十四、中介机构的重要承诺	173
第六节 业务与技术	176
一、发行人主营业务及其变化情况	176
二、发行人所处行业情况	177
三、发行人所处行业竞争情况	206
四、发行人主营业务	225
五、发行人主要的固定资产和无形资产	265
六、发行人拥有的特许经营权情况	297
七、发行人技术研发情况	297

八、发行人产品质量控制情况	304
第七节 同业竞争与关联交易	309
一、同业竞争	309
二、报告期内的关联方及关联关系	311
三、报告期内的关联交易	315
四、公司减少关联交易的措施	328
五、发行人报告期关联交易的执行情况及公司独立董事意见.....	328
六、规范关联交易的制度安排	329
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	331
一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	331
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其直系亲属持股、对外投资情况	336
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况.....	339
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况.....	340
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间存在的亲属关系.....	342
六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签署协议及承诺情况....	343
七、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	343
八、董事、监事、高级管理人员报告期的变动情况.....	343
第九节 公司治理	345
一、股东大会制度的建立健全及运行情况.....	345
二、董事会制度的建立健全及运行情况.....	353
三、监事会制度的建立健全及运行情况.....	364
四、独立董事制度的建立健全及运行情况.....	367
五、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	369
六、公司报告期违法违规行为情况	370
七、公司资金占用和对外担保情况	370
八、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见.....	371
九、公司保证内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施.....	371
第十节 财务会计信息	374
一、发行人财务报表	374
二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	386
三、主要会计政策及会计估计	392

四、主要税项	412
五、分部信息	413
六、最近一年内收购兼并情况	415
七、非经常性损益明细表	415
八、主要资产情况	418
九、主要债项	423
十、所有者权益变动表	425
十一、现金流量情况	431
十二、其他重要事项	431
十三、财务指标	432
十四、盈利预测	435
十五、资产评估情况	435
十六、历次验资情况	435
第十一节 管理层讨论及分析	438
一、财务状况分析	439
二、盈利能力分析	465
三、现金流量及资本性支出分析	499
四、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的差异情况	503
五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项	503
六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	503
七、股东未来分红回报分析	505
八、财务报告审计截止日后的主要经营情况	509
第十二节 业务发展目标	515
一、公司发展战略及经营目标	515
二、公司业务发展规划	518
三、拟定上述计划依据的假设条件及主要困难	525
四、发展计划与现有业务的关系	525
第十三节 募集资金运用	526
一、本次募集资金运用计划	526
二、募集资金投资项目对于公司发展战略的综合必要性分析	527
三、募集资金投资项目分析	528
四、募集资金运用对公司经营成果及主要财务状况的影响	570

五、募集资金专户存储的相关措施	571
第十四节 股利分配政策	572
一、报告期股利分配政策	572
二、报告期内股利分配情况	573
三、本次发行后的股利分配政策	573
四、本次发行前滚存利润的分配安排.....	577
五、保荐机构核查意见	577
第十五节 其他重要事项	579
一、信息披露和投资者关系相关情况.....	579
二、重大合同协议	579
三、对外担保	590
四、重大诉讼或仲裁事项	590
五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的重大诉讼或仲裁事项.....	590
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	592
一、公司董事、监事及高级管理人员声明.....	592
二、保荐人（主承销商）声明	593
三、公司律师声明	594
四、承担审计的会计师事务所声明	595
五、承担验资业务的会计师事务所声明.....	596
六、承担评估业务的评估机构声明	597
第十七节 备查文件	598
一、备查文件内容	598
二、文件查阅地址及时间	598

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语具有如下含义：

一、发行人、主要关联方及相关公司		
晨光文具、晨光、本公司、公司、发行人	指	上海晨光文具股份有限公司
晨光集团	指	晨光控股（集团）有限公司，发行人控股股东
晨光控股	指	晨光控股有限公司，为晨光集团前身
晨光三美	指	上海晨光三美置业投资有限公司，发行人控股股东的全资子公司
晨光创投	指	上海晨光创业投资中心（有限合伙），发行人实际控制人控制的企业
世昕投资	指	上海世昕投资有限公司，发行人实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
世睿投资	指	上海世睿投资有限公司，发行人实际控制人及其妻子共同控制的企业
世洽投资	指	上海世洽投资有限公司，发行人实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业
晨光珍美	指	上海晨光珍美文具有限公司，发行人全资子公司
晨光礼品	指	上海晨光文具礼品有限公司，发行人全资子公司
哈尔滨晨光	指	哈尔滨晨光三美文具有限公司，晨光礼品的全资子公司
郑州晨光	指	郑州晨光文具礼品有限责任公司，晨光礼品的全资子公司
义乌晨兴	指	义乌市晨兴文具用品有限公司，晨光礼品的全资子公司
广州晨光	指	广州晨光文具礼品销售有限公司，晨光礼品的全资子公司
上海晨光	指	上海晨光文具销售有限公司，晨光礼品的全资子公司
晨光科力普	指	上海晨光科力普办公用品有限公司，发行人控股子公司
晨光生活馆	指	晨光生活馆企业管理有限公司，发行人的控股子公司
上海晨光生活馆	指	晨光生活馆企业管理（上海）有限公司，发行人控股子公司晨光生活馆的全资子公司
江西晨光生活馆	指	晨光生活馆江西企业管理有限公司，发行人控股子公司晨光生活馆的控股子公司

一、发行人、主要关联方及相关公司		
晨光佳美	指	上海晨光佳美文具有限公司，发行人全资子公司
中韩晨光	指	上海中韩晨光文具制造有限公司，曾为发行人控股股东的全资子公司，2011年11月24日完成注销登记
广东晨光	指	广东晨光文具有限公司，2011年2月28日之前为受发行人控股股东控制的关联方
晨光礼品连锁	指	上海晨光文具礼品连锁经营有限公司，发行人控股股东全资子公司，2012年02月15日完成注销登记
南宁晨之光	指	广西南宁晨之光文具有限责任公司，发行人控股股东的全资子公司，2011年8月18日完成注销登记
杰葵投资	指	上海杰葵投资管理事务所（有限合伙），发行人股东
科迎投资	指	上海科迎投资管理事务所（有限合伙），发行人股东
约蓝投资	指	上海约蓝投资管理中心（有限合伙），发行人股东
鼎晖一期	指	天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙），发行人股东
鼎晖元博	指	天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙），发行人股东
鼎晖投资	指	鼎晖股权投资管理（天津）有限公司
钟鼎创投	指	苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙），发行人股东
敏新创投	指	上海敏新创业投资事务所（有限合伙），发行人股东
兴烨创投	指	上海兴烨创业投资有限公司，发行人股东
大众资本	指	上海大众集团资本股权投资有限公司，发行人股东
磐石金池	指	上海磐石金池投资合伙企业（有限合伙）
广东方胜	指	广东方胜人力资源服务有限公司，为北京外企人力资源服务有限公司（FESCO）之全资子公司

二、本次发行相关词语释义		
股东大会	指	公司股东大会
董事会	指	公司董事会
监事会	指	公司监事会
三会	指	公司股东大会、董事会及监事会
章程、公司章程	指	公司现行有效的《公司章程》
公司法	指	《中华人民共和国公司法》

二、本次发行相关词语释义		
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
新会计准则	指	财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则》，2014 年财政部修订或新增了《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）等 7 项会计准则，相关准则于 2014 年 7 月 1 日开始实施
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
深交所	指	深圳证券交易所
新股、A 股	指	公司本次拟发行的面值为 1.00 元的人民币普通股股票
本次发行	指	本次公开发行不超过 10,000 万股 A 股的行为，发行的股份包括公司公开发行的新股及公司股东公开发售的股份
老股	指	本次公司股东公开发售的股份
上市	指	公司股票获准在证券交易所挂牌交易
保荐人、主承销商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
立信、会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙），公司的上市审计机构
君合、律师	指	北京市君合律师事务所，发行人律师
承销团	指	由主承销商为本次发行组织的承销团
保荐协议	指	公司与兴业证券签署的《关于上海晨光文具股份有限公司首次公开发行股票之保荐协议》
承销协议	指	公司与兴业证券签署的《关于上海晨光文具股份有限公司首次公开发行股票之承销协议》
元、万元	指	人民币元，中华人民共和国法定货币单位
报告期、三年及一期	指	2011 年、2012 年、2013 年、2014 年 1-9 月

三、主要供应商、客户和竞争对手		
PREMEC	指	瑞士 PREMECSA 公司及其马来西亚公司，全球规模最大的专业笔头供应商，其在中国境内的子公司为派锐美科笔业（上海）有限公司，是本公司长期合作的核心部件供应商之一
Mikuni	指	御国色素株式会社，日本著名的圆珠笔墨水生产厂家
日本 Asia Associates, Inc	指	日本亚细亚公司，Mikuni 产品代理商，是本公司长期合作的核心部件供应商之一
Dokumental	指	Dokumental GmbH & Co KG Schreibfarben，德国著名的圆珠笔

三、主要供应商、客户和竞争对手		
		墨水生产厂家，是本公司长期合作的核心部件供应商之一
奇美	指	奇美实业股份有限公司，全球 ABS/AS 第一大生产商，是本公司塑料原粒的主要制造商之一
LG 化学	指	LG 化学股份有限公司，全球知名化工原材料生产商，是本公司塑料原粒的主要制造商之一
日本帝人	指	日本帝人株式会社，全球知名塑料母材生产商，是本公司塑料原粒的主要供应商之一
Staples	指	美国史泰博公司，全球最大的办公用品零售商
Sanford	指	美国三福公司，全球第一大书写工具制造企业
BIC	指	法国比克公司，全球第二大书写工具制造企业
三菱	指	Mitsubishi Pencil，日本三菱铅笔公司，全球知名书写工具制造商
百乐	指	Pilot Pen Corp，全球知名书写工具制造商
斑马	指	Zebra Pen，全球知名书写工具制造商
Kokuyo	指	日本国誉集团，日本大型办公用品零售商
真彩文具	指	真彩文具股份有限公司，本公司国内主要竞争对手之一
爱好文具	指	温州爱好笔业有限公司，本公司国内主要竞争对手之一
白雪文具	指	青岛昌隆文具有限公司，本公司国内主要竞争对手之一
齐心文具	指	深圳市齐心文具股份有限公司，本公司国内主要竞争对手之一，2009 年 10 月 21 日在深交所上市，股票代码：002301，股票简称：齐心文具。2014 年 9 月 16 日，“深圳市齐心文具股份有限公司”更名为“深圳齐心集团股份有限公司”，股票代码不变，股票简称变更为“齐心集团”
得力文具	指	宁波得力集团有限公司，本公司国内主要竞争对手之一
贝发集团	指	贝发集团股份有限公司，本公司国内主要竞争对手之一
广博股份	指	广博集团股份有限公司，本公司国内主要竞争对手之一，2007 年 1 月 10 日在深交所上市

四、专用词语释义		
	指	经过本公司严格筛选，在一个商圈内培养和发展的具有规范的晨光文具品牌形象的文具经营店铺，根据销售晨光产品数量要求及公司提供服务支持程度差异，又可分为“标准样板店”和“高级样板店”
	指	公司特许经营模式下，被特许人与公司签订特许加盟合同，被授权经营本公司商品与使用本公司营业系统（包括商品、商号等），在

四、专用词语释义		
		规定区域内开设的门店，加盟店是与公司合作最紧密的终端。公司对加盟店有“六个统一”的规范要求，分别为“统一定位、统一品牌、统一管理、统一采购、统一配送、统一服务”
	指	公司各级区域经销商用来进行商品销售、终端服务、产品展示、信息收集与反馈的批发营业门市，经营面积一般在 200-500 平米之间，本公司定义的 4S 含义为“销售（Sale）、服务（Service）、展示（Show）、调查（Survey）”
KA	指	Key Account，重要客户的简称，通常指营业面积大、客流量密集的大型跨区域连锁零售终端，包括大润发、沃尔玛、家乐福、华联超市等
学汛	指	每年的 1 月或 2 月、9 月大学与中小学的开学时段，前者称为小“学汛”、后者称为大“学汛”
KPI	指	Key Performance Indicator，关键业绩指标的简称，是通过对组织内部某一流程的输入端、输出端的关键参数进行设置、取样、计算、分析，衡量流程绩效的一种目标式量化管理指标，是把企业的战略目标分解为可运作的远景目标的工具，是企业绩效管理系统的基础。KPI 是现代企业中受到普遍重视的业绩考评方法
PP	指	Polypropylene，聚丙烯塑料
PMMA	指	PolymethylMethacrylate，聚甲基丙烯酸甲酯
PC	指	Polycarbonate，聚碳酸酯
ABS 树脂	指	Acrylonitrile Butadiene Styrene，丙烯晴-丁二烯-苯乙烯共聚物
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，意为品牌生产者不直接生产，具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产
ERP	指	Enterprise Resource Planning，是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件
ISO9001:008	指	《质量管理体系要求》，国际标准化组织颁布的关于质量管理系列化标准之一，主要适用于工业企业
CE 认证	指	一种安全认证标志，被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照。CE 代表欧洲统一（CONFORMITE EUROPEENNE）。凡是贴有“CE”标志的产品就可在欧盟各成员国内销售，无须符合每个成员国的要求，从而实现了商品在欧盟成员国范围内的自由流通
ASTM	指	美国材料实验协会（American Society of Testing Materials），目前世界上最大的制定自愿性标准的组织。作为非赢利组织，ASTM International 为材料、产品、系统和服务的自愿性协商一致标准的制定和发布提供论坛
EN-71	指	欧洲玩具安全标准
PDCA 循环	指	又叫质量环，是管理学中的一个通用模型，最早由休哈特（Walter A. Shewhart）于 1930 年构想，后来被美国质量管理专家戴明

四、专用词语释义		
		（Edwards Deming）博士在 1950 年再度挖掘出来，并加以广泛宣传和运用于持续改善产品质量的过程中。它是全面质量管理所应遵循的科学程序。全面质量管理活动的全部过程，就是质量计划的制订和组织实现的过程，这个过程就是按照 PDCA 循环，不停顿地周而复始地运转的
办公室 5S 管理	指	现代流行的办公室管理要求，在日语里，“5S”是整理（Seiri）、整顿（Seiton）、清扫（Seiso）、清洁（Seiketsu）和素养（Shitsuke）的缩写
OA	指	Office Automation，办公室自动化或自动化办公

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、公司简介

（一）基本情况

中文名称	上海晨光文具股份有限公司
注册资本	人民币 40,000 万元
法定代表人	陈湖文
注册地址	上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼
成立日期	2008 年 7 月 18 日
经营范围	文具用品制造及销售，饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货批发、零售，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（二）设立情况

本公司系依照《公司法》和其他有关法律、行政法规的规定，由晨光控股、陈湖文和陈雪玲三名发起人以发起方式设立的股份有限公司。

2008 年 7 月 18 日，公司在上海市工商行政管理局登记，并取得注册号为 310000000094440 的《企业法人营业执照》。设立时注册资本 5,000 万元，法定代表人陈湖雄。2010 年 6 月 11 日，经上海市工商行政管理局《准予变更（备案）登记通知书》（NO:00000001201006100004）批准，公司法定代表人由陈湖雄变更为陈湖文。

（三）主营业务情况

晨光文具是一家“整合创意价值与服务优势的综合文具供应商”，主要从事M&G晨光品牌书写工具、学生文具、办公文具等产品的设计、研发、制造和销售，2013年度公司实现主营业务收入23.59亿元，2014年1-9月实现主营业务收入23.43亿元，系文具内销市场的龙头企业。

M&G晨光为国内文具第一品牌，圆珠笔第一品牌。截至2014年9月30日，公司已拥有“4大类，45个品项，1,900余品种”的文具产品系列，文具产品线的广度和深度均位居国内前列。

公司首创“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，与各级经销商（合作伙伴）共同建立了“稳定、共赢”的分销体系，同时，公司率先在国内文具行业成功地规模化开展零售终端的品牌销售管理与特许经营管理。截至2014年9月30日，公司在全国范围内构建了“29家一级（省级）合作伙伴、近1,200家二、三级合作伙伴，涉及超过6万家零售终端（49,067家M&G晨光标准样板店、7,009家M&G晨光高级样板店以及4,856家M&G晨光加盟店）”的庞大营销网络，各类终端在全国校边商圈的覆盖率达约80%，居行业领先地位。

2010年，公司获得中国连锁经营协会“2009/2010年中国特许经营最具成长力奖”；2011年，公司获得中国连锁经营协会“2010-2011年度特许经营创新大奖”；2012年，公司获得了“2011-2012年度中国零售业优秀特许加盟品牌”和“2011中国特许连锁120强”两项大奖；2013年和2014年，公司继续入选“2012中国特许连锁120强”和“2013中国特许连锁120强”，成为文具行业唯一入围并连续三年获奖的品牌。

公司注重技术研发及设计创新，截至本招股说明书签署日，本公司共拥有专利470项，其中：发明专利5项，实用新型专利26项，外观设计专利439项（其中国内外观设计专利435项，国外外观设计专利4项）。公司研发机构已被认证为上海市制笔工程技术研究中心和上海市认定企业技术中心，2010年12月，公司被评为国家高新技术企业。2013年11月19日，公司再次被评为国家高新技术企业。

（四）历史沿革概况

具体历史沿革请参阅本招股说明书“第五节 三、（一）公司股本的形成及其

历次变化”。

本次发行前，本公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	晨光控股（集团）有限公司	26,800.00	67.00%
2	上海科迎投资管理事务所（有限合伙）	2,000.00	5.00%
3	上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）	2,000.00	5.00%
4	上海约蓝投资管理中心（有限合伙）	1,800.00	4.50%
5	陈湖文	1,520.00	3.80%
6	陈湖雄	1,520.00	3.80%
7	天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）	1,416.00	3.54%
8	天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）	984.00	2.46%
9	陈雪玲	960.00	2.40%
10	苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）	400.00	1.00%
11	上海敏新创业投资事务所（有限合伙）	260.00	0.65%
12	上海兴烨创业投资有限公司	230.00	0.575%
13	上海大众集团资本股权投资有限公司	110.00	0.275%
合计		40,000.00	100.00%

二、控股股东、实际控制人简介

（一）控股股东简介

公司控股股东为晨光集团，其持有本公司 67% 的股份。晨光集团成立于 2007 年 5 月 10 日，注册资本 30,000 万元，注册地址为上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号-4 幢，经营范围为实业投资、基础设施投资、投资信息咨询（除经纪）、企业管理及相关业务咨询、国内贸易（国家专项审批项目除外）（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）。

（二）实际控制人简介

公司实际控制人为陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三姐弟，其合计持有公司控股股

东晨光集团 100%股权。同时，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲分别持有公司 3.80%、3.80%及 2.40%的股权，2012 年 2 月 15 日，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲签署了《一致行动协议》。

此外，科迎投资和杰葵投资分别持有公司 5.00%股权，陈湖文在科迎投资中的出资比例为 56.20%，且为执行事务合伙人；陈湖雄在杰葵投资中的出资比例为 45.50%，且为执行事务合伙人。

因此，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人为公司的实际控制人。

三、主要财务数据和财务指标

公司经立信审计的主要财务数据和财务指标为：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目指标	2014-09-30	2013-12-31	2012-12-31	2011-12-31
流动资产	77,385.01	62,280.33	47,277.35	43,222.88
非流动资产	85,234.80	67,496.82	47,418.89	33,781.20
资产总额	162,619.81	129,777.15	94,696.24	77,004.09
流动负债	38,829.40	34,672.23	25,286.06	26,217.41
非流动负债	2,492.70	1,891.49	664.79	388.80
负债总额	41,322.10	36,563.73	25,950.85	26,606.21
归属于母公司所有者权益	117,012.07	89,692.35	68,745.39	50,397.88

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目指标	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	234,493.18	235,985.59	189,958.33	144,701.11
营业利润	29,940.08	31,115.89	24,276.64	15,254.05
利润总额	32,229.27	33,137.69	26,511.95	16,392.00
归属于母公司净利润	27,319.72	28,034.27	22,547.51	12,893.60

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目指标	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动产生的现金流量净额	29,048.16	21,896.95	27,520.74	5,357.67
投资活动产生的现金流量净额	-22,369.50	-25,539.17	-12,999.35	-6,577.94
筹资活动产生的现金流量净额	-876.38	-77.79	-6,742.53	-782.12
现金及现金等价物净增加额	5,698.00	-3,742.49	7,778.86	-2,002.39

（四）主要财务指标

财务指标		2014-09-30	2013-12-31	2012-12-31	2011-12-31
资产负债率(%) (母公司)		24.20%	26.67%	25.94%	32.16%
流动比率（倍）		1.99	1.80	1.87	1.65
速动比率（倍）		0.81	0.66	0.80	0.71
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）		1.75%	1.45%	1.63%	1.13%
归属于母公司的每股净资产（元/股）		2.93	2.24	1.72	1.26
财务指标		2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
应收账款周转率（次）		48.14	50.44	33.80	25.45
存货周转率（次）		5.44	5.17	5.35	6.64
息税折旧摊销前利润(元)		382,149,391.45	387,938,621.71	305,180,896.60	192,555,568.48
利息保障倍数（倍）		N/A	N/A	480.45	7,594.02
每股净现金流量额（元/股）		0.14	-0.09	0.20	-0.05
每股经营活动现金流量净额（元/股）		0.73	0.55	0.69	0.13
加权平均净资产收益率（%）	扣除非经常性损益前	26.43%	35.27%	37.19%	28.56%
	扣除非经常性损益后	24.55%	33.11%	34.07%	36.45%
基本每股	扣除非经常	0.6830	0.7009	0.5637	0.3223

收益（元/ 股）	性损益前				
	扣除非经常 性损益后	0.6344	0.6578	0.5163	0.4115

上述财务指标的计算方法详见本招股说明书“第十节 十三、财务指标”

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行数量	本次公开发行股票总量不超过 10,000 万股，包括公司公开发行的新股及公司股东公开发售的股份。公司优先进行新股发行，新股发行数量不超过 10,000 万股。根据本次发行的询价结果，若新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额的，则本次发行将适时依中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份，公司相关股东预计公开发售股份的数量上限为不超过 4,000 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，其中：晨光集团预计公开发售股份的数量上限为不超过 2,680 万股；科迎投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；杰葵投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；约蓝投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 180 万股；陈湖文预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；陈湖雄预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；鼎晖一期预计公开发售股份的数量上限为不超过 141.60 万股；鼎晖元博预计公开发售股份的数量上限为不超过 98.40 万股；陈雪玲预计公开发售股份的数量上限为不超过 96 万股，钟鼎创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 40 万股，敏新创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 26 万股，兴烨创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 23 万股，大众资本预计公开发售股份的数量上限为不超过 11 万股
发行价格	【】元/股，老股转让价格与新股发行价格相同
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，若相关发行方式的法律、法规、规范性文件有所调整，亦随之调整
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开户的中国境内自然人、法人及其他机构（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

2014 年 4 月 11 日，经本公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过，本次发行募集资金扣除发行费用后，本公司将根据项目建设进度分轻重缓急投资于以

下项目：

序号	项目		实施主体	项目总投资 (万元)	审批/备案文号
1	营销网络 扩充及升 级项目	加盟店营销网络 扩充	晨光礼品	30,000.00	奉经（2011）117 号
		样板店及 4S 店 营销网络升级	晨光文具	8,750.00	奉经（2011）116 号
2	书写工具制造及技术、材料研 发基地建设项目		晨光文具	73,391.01	沪奉发改备 2011-264
3	补充流动资金		晨光文具	36,000.00	-

在募集资金到位前，本公司将自筹资金预先投入本次募集资金项目的建设。截至 2014 年 9 月 30 日，本公司对“营销网络扩充及升级项目”已先行投入 8,341.30 万元；“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”已先行投入 28,193.42 万元。此次募集资金到位后，将首先利用募集资金置换已投入资金，其余部分继续投入项目建设。募集资金投资上述项目如有不足，不足部分将由本公司自筹解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：人民币普通股 A 股。

2、每股面值：人民币 1.00 元。

3、发行股数：本次公开发行股票总量不超过 10,000 万股，包括公司公开发行的新股及公司股东公开发售的股份。公司优先进行新股发行，新股发行数量不超过 10,000 万股，根据本次发行的询价结果，若新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额的，则本次发行将适时依中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份，公司相关股东预计公开发售股份的数量上限为不超过 4,000 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，其中：晨光集团预计公开发售股份的数量上限为不超过 2,680 万股；科迎投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；杰葵投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 200 万股；约蓝投资预计公开发售股份的数量上限为不超过 180 万股；陈湖文预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；陈湖雄预计公开发售股份的数量上限为不超过 152 万股；鼎晖一期预计公开发售股份的数量上限为不超过 141.60 万股；鼎晖元博预计公开发售股份的数量上限为不超过 98.40 万股；陈雪玲预计公开发售股份的数量上限为不超过 96 万股，钟鼎创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 40 万股，敏新创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 26 万股，兴烨创投预计公开发售股份的数量上限为不超过 23 万股，大众资本预计公开发售股份的数量上限为不超过 11 万股。

单个公司股东分摊公开发售股份数量的确定原则：公司单一股东可公开发售股份的数量=发行前该股东持有公司股份的数量÷拟公开发售股份的股东发行前持股总数×预计公司股东公开发售股份的数量。若单一股东拟公开发售股份的数量低于其可公开发售股份的数量，差额部分的股份可由其他股东发售，若有两个以上股东愿意增加发售股份，则按照发行前各自的持股数量占比确定各自增加发售股份的数量。

本次发行后公司股本总数不超过 50,000 万股，且本次公开发行后的流通股股份占公司股份总数的比例不低于 10%。

本次发行新股数量和老股转让的具体数量由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会的相关要求在上述发行数量上限内协商确定。请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。

4、每股发行价格：【 】元，老股转让价格与新股发行价格相同。

5、发行市盈率：

【 】倍（每股收益按照【 】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）。

【 】倍（每股收益按照【 】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）。

6、发行前每股净资产：【 】元（按【 】年【 】月【 】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）。

7、发行后每股净资产：【 】元（在【 】年【 】月【 】日经审计的净资产基础上考虑本次发行募集资金的影响除以本次发行后总股本计算）。

8、发行市净率：

【 】倍（按每股发行价格除以本次发行前每股净资产计算）；

【 】倍（按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算）。

9、发行方式：采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，若相关发行方式的法律、法规、规范性文件有所调整，亦随之调整。

10、发行对象：符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开户的中国境内自然人、法人及其他机构（国家法律、法规禁止购买者除外）。

11、承销方式：主承销商余额包销。

12、发行新股预计募集资金总额和净额：募集资金总额【 】万元；扣除新股发行费用后，募集资金净额【 】万元。发行人和公司股东按照新股发行数量和转让老股数量的相对比例分摊承销费。

13、新股发行费用概算：总额为【 】万元。其中：承销及保荐费用【 】万元、审计费用（含验资复核费用）【 】万元、评估费用【 】万元、律师费用【 】万元、招股说明书印刷及法定信息披露费【 】万元、发行手续费用【 】万元、股份托管登记费【 】万元及印花税【 】万元。以上费用以实际支出为准。

14、公司股东转让老股募集资金总额和净额：募集资金总额【 】万元；扣除老股分摊的承销费后，募集资金净额【 】万元。

二、本次发行的相关机构

（一）发行人

名称：上海晨光文具股份有限公司

法定代表人：陈湖文

住所：上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼

电话：021-57475621

传真：021-57475621

联系人：丁一新

（二）保荐人（主承销商）

名称：兴业证券股份有限公司

法定代表人：兰荣

住所：福州市湖东路 268 号

办公地址：上海市浦东民生路 1199 弄证大五道口广场 1 号楼 20 楼

电话：021-38565735

传真：021-38565707

保荐代表人：李杰、王廷富

项目协办人：童少波

项目组成员：李勇、李鑫、王光清、卓芊任、陈静雯

（三）律师事务所

名称：北京市君合律师事务所

负责人：刘大力

住所：北京市建国门北大街 8 号华润大厦 20 层

电话：021-22086282

传真：021-52985492

经办律师：王毅、赵君

（四）会计师事务所

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：朱建弟

住所：上海市黄浦区南京东路 61 号 4 楼 1、2、3 室

电话：021-63391166

传真：021-63392558

签字注册会计师：戴定毅、顾雪峰

（五）资产评估机构

名称：银信资产评估有限公司

法定代表人：梅惠民

住所：嘉定工业区叶城路 1630 号 4 幢 1477 室

电话：021-63391088

传真：021-63391116

签字注册资产评估师：潘婉怡、孙迅

（六）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021-68870587

传真：021-58754185

（七）保荐人（主承销商）收款银行

开户行：兴业银行福州分行清算中心

开户名称：兴业证券股份有限公司

账号：117000172600001636

（八）申请上市的证券交易所

名称：上海证券交易所

住所：上海市浦东南路 528 号证券大厦

电话：021-68808888

传真：021-68804868

三、发行人与本次发行的中介机构的关系

（一）兴烨创投与兴业证券、兴业资本之间存在财务顾问关系

公司股东兴烨创投持有本公司 0.575% 的股份，兴烨创投成立于 2008 年 6 月 4 日，注册资本人民币 20,000 万元，公司经营范围为：创业投资业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，创业投资咨询业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

2008 年 6 月 20 日，兴烨创投聘请发行人的保荐机构及主承销商兴业证券股份有限公司（以下简称“兴业证券”）担任投资顾问，并签署相应的《投资顾问协议》。2010 年 4 月 23 日，兴业证券出资成立了一家名为“兴业创新资本管理有限公司”（以下简称“兴业资本”）的全资子公司，专门从事直接投资业务。根据原《投资顾问协议》之约定，兴业资本作为兴业证券下设的专业直投管理公司，其继受了兴业证券在原《投资顾问协议》中所涉及的全部权利及义务，并接替兴业证券担任兴烨创投的投资顾问。

根据兴烨创投出具的说明，兴业资本作为兴烨创投的投资顾问，主要负责潜

在投资项目的挖掘。一旦发现较为可行的投资机会，兴业资本将及时推荐给兴烨创投，由兴烨创投遵循其内部决策流程独立且自主地实施项目判断及投资决策。根据原《投资顾问协议》，兴业资本将按每个项目投资利润的一定比例收取绩效投资顾问费。除该等投资顾问费之外，兴业资本及其员工与兴烨创投之间不存在其他利益关系。

（二）兴烨创投部分股东与兴业证券之间存在投资关系

根据保荐机构及发行人律师的核查，截至本招股说明书出具日，兴烨创投的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例
1	上海怡达科技投资有限责任公司	4,000	20%
2	宁波韵升股份有限公司	4,000	20%
3	上海大众公用事业（集团）股份有限公司	4,000	20%
4	丁加芳	2,000	10%
5	福建省东润创业投资有限公司	2,000	10%
6	上海晨光创业投资中心（有限合伙）	2,000	10%
7	福建凤竹纺织科技股份有限公司	2,000	10%
合计		20,000	100%

根据兴烨创投出具的说明，兴烨创投的前述部分股东亦持有兴业证券的股份，具体情况如下：

1、根据上海大众公用事业（集团）股份有限公司披露的 2014 年半年报，截至 2014 年 6 月 30 日，上海大众公用事业（集团）股份有限公司持有兴业证券 1,248 万股，占兴业证券总股本的百分比为 0.48%；

2、截至 2011 年 12 月 31 日，福建省东润创业投资有限公司曾持有兴业证券 126 万股，占兴业证券总股本的百分比为 0.057%，但截至 2012 年 6 月 30 日，福建省东润创业投资有限公司已将其所持的前述兴业证券股份全部售出。

尽管目前或历史上上海大众公用事业（集团）股份有限公司和福建省东润创业投资有限公司作为兴烨创投股东的同时亦持有兴业证券部分股份，但考虑到：

①上海大众公用事业（集团）股份有限公司所持兴业证券股份比例相对较小；②福建省东润创业投资有限公司所持兴业证券股份已全部出售，目前其不再持有兴业证券股份。因此，前述持股情形不会使得兴烨创投和兴业证券之间形成利益输送关系。

基于前述，且根据兴烨创投出具的说明：除兴业证券全资子公司兴业资本按约定向兴烨创投收取投资顾问费及兴烨创投的部分股东持有兴业证券的股份外，作为新增股东之一的兴烨创投和兴业证券之间不存在其他关联关系或利益关系。

除上述情形外，本公司与各中介机构及其负责人、高级管理人员和经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他利益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

询价推介时间：【 】年【 】月【 】日-【 】年【 】月【 】日

定价公告刊登日期：【 】年【 】月【 】日

申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

预计股票上市日期：【 】年【 】月【 】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素，并仔细阅读本节全文。下述风险因素根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）产能扩张带来的市场开拓风险

公司主要从事M:G晨光品牌文具的设计、研发、制造与销售，在国内文具行业拥有领先的新品设计研发能力和快速反应的市场意识，公司产品在行业内具有较强的领先性和前瞻性。为了更好的满足市场需求，巩固竞争优势，公司本次募集资金主要将投向于“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”，通过购买先进的装配机、注塑机、印刷机等生产设备，使公司自动化程度进一步提升、现有产品线更加完善，提高生产效率及单个产品的经济效益。项目建成后，公司的产能将在2013年笔类产能125,000万支、替芯产能150,000万支的基础上，新增笔类产能140,000万支、替芯产能90,000万支。随着产能的快速增加，公司存在因市场开拓不如预期而无法顺利消化新增产能的风险。

（二）市场竞争风险

随着国家在教育方面的持续投入、文化产业大发展的政策支持、居民生活水平的不断提高和城镇化进程的加快，文具消费的品牌化、创意及个性化、高端化趋势逐渐明显，国内文具市场发展前景乐观。而国内文具市场集中度仍然很低，文具企业数量庞大、竞争激烈，公司作为国内文具市场的龙头企业，尽管在品牌地位、渠道网络、研发能力、技术实力、生产规模及书写工具国内市场占有率等方面确立了较大优势，但是，随着公司业务规模的逐步扩大，产品销售品类和范围逐步扩展，如果在产品更新升级、质量管理、销售策略选择等方面不能及时适

应市场变化，公司将面临一定的市场竞争风险。

二、经营风险

（一）笔头、墨水等核心原材料采购较为集中

书写工具是目前公司占主营业务比重最高的产品，笔头、墨水是书写工具制造的核心原材料。国内笔头、墨水（尤其是中性墨水）的整体制造水平和日本、瑞士、德国等国家相比依然存在一定的差距，为同时满足产品高品质与规模化供应的要求，笔头方面，公司目前主要采购瑞士 PREMEC 产品，瑞士 PREMEC 是目前全球规模最大的专业笔头制造商；墨水方面，公司目前主要采购日本 Mikuni 产品。虽然本公司利用规模优势与国外大型笔头、墨水厂商均建立了稳定的长期合作关系并适当增加了的国内采购的比重，以保证货源的稳定，但是，公司一定时期内的核心原材料仍将主要向上述厂商采购，一旦核心原材料的主要供应商因各类经营或非经营等因素导致原材料供应出现断货等情况时，公司还是会面临因采购较为集中而产生相应的经营风险。

（二）毛利率波动的风险

报告期内，由于国内文具市场需求增长较快，以及公司竞争优势不断增强和品牌知名度逐步提升，公司毛利率处于行业较高水平并总体保持稳定，2011 年度至 2013 年度，公司综合毛利率分别为 26.88%、27.43%和 27.34%，2014 年 1-9 月，公司综合毛利率为 25.66%，若未来公司所处行业环境发生变化，比如：原材料价格大幅波动、劳动力成本大幅上升等，公司各类产品的单品毛利率及公司的综合毛利率均可能存在波动的风险。

（三）营业收入增长率下降的风险

报告期内，公司营业收入总额持续增长，2011 年度至 2013 年度分别为 14.47 亿元、19.00 亿元及 23.60 亿元，2014 年 1-9 月实现营业收入 23.45 亿元，2012 年度及 2013 年度分别较上年度增长 31.28%及 24.23%。公司营业收入主要来源于文教办公用品的制造与销售，若未来公司所处文教办公用品制造行业市场发生

变化，比如终端用户消费习惯的变化等，公司营业收入增长率将可能存在下降的风险。

（四）劳动力成本上升的风险

劳动力成本上升已成为中国经济发展的普遍现象，也成为国内许多企业面临的共性问题。2011 年度至 2013 年度，公司自产产品的直接人工成本金额分别为 8,156.00 万元、13,127.00 万元和 15,911.00 万元，2014 年 1-9 月，公司自产产品的直接人工成本金额为 17,968.75 万元，其占当期自产产品生产成本的比重分别为 9.14%、12.40%、13.26%和 15.12%，呈上升趋势。虽然如此，但其占当期销售收入的比重分别为 5.64%、6.91%、6.74%及 7.66%，占销售收入的比重较小。尽管公司直接人工成本的上升完全可以通过扩大生产规模、加强新产品开发、自产核心材料及持续改善生产工艺等方式进行消化，但公司仍然在一定程度上存在劳动力成本上升的风险。

三、技术风险

（一）核心技术与工艺失密风险

公司在长期的自主创新过程中，通过不断摸索和总结，开发出若干具有自主知识产权的核心技术与工艺，有关核心技术与工艺是公司核心竞争力的重要组成部分。目前，公司通过申请专利、与核心技术人员签订《保密协议》、制定严格的知识产权保护管理制度和保密措施等手段来保护公司的核心技术与工艺，以有效控制核心技术失密风险。但是，公司在经营过程中长期积累形成的工艺诀窍、开发经验等难以完全通过申请专利来加以保护，有关的核心技术与工艺存在一定的失密风险。

（二）研发人才流失的风险

公司拥有自身专业的研发团队，其专业知识、技术能力和业务经验构成了公司竞争优势的重要基础。这些专业人员为公司近年来技术进步、产品性能提升、新品推出的适销性等作出了重大贡献。公司已通过进一步提升工作环境、提供发

展空间及适当的股权激励等措施来避免上述专业人才的流失。但是，在充分竞争的市场环境下，同行业企业也会采取更为主动的人才竞争策略，若公司不能采取积极有效的留住人才的措施，且不能更多培养技术研发和管理新人，将面临一定的研发人才流失的风险。

四、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金投资项目的实施风险

本次发行募集资金投资项目中，“营销网络扩充及升级项目”的建设周期为三年，“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”的建设周期为两年，项目建设能否按计划顺利完成、项目的实施过程和实施效果能否达到预期目标均存在着一定的不确定性。虽然公司对募集资金投资项目在工程方案、实施进度、经济效益测算等方面均作了缜密分析，但在项目实施过程中，仍可能存在因工程进度、工程质量、投资成本、技术条件等发生变化而引致的风险。同时，由于存在一定的建设期，也相应拉长了相关项目的投资回报时间。

（二）固定资产折旧上升的风险

发行人“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”建成后，将新增固定资产 66,547.73 万元，预计达产后每年新增折旧 4,994.62 万元。项目建成达产后，在经营环境不发生重大变化的情况下，公司将实现新增销售收入 139,100 万元，新增利润总额 21,550 万元，完全有能力消化每年计提的新增折旧，确保公司营业利润不会因此大幅下降。

虽然公司募集资金投资项目有较强的盈利能力，预计可消化新增折旧，但以上结论是建立在经营环境不发生重大变化以及募集资金投资项目毛利率与公司近三年毛利率相近的前提下，如果市场环境发生重大变化，募集资金项目可能无法实现预期的收益，公司存在因固定资产折旧的增加而导致利润下滑的风险。

（三）净资产收益率下降风险

报告期内，2011 年度至 2013 年度公司扣除非经常性损益后的净资产收益

率分别为 36.45%、34.07%及 33.11%，2014 年 1-9 月扣非后的净资产收益率为 24.55%。公司有着较高的盈利能力及投资回报能力，虽然在报告期内，公司扣非后净资产收益率均远高于同行业对比上市公司，但本次公开发行股票募集资金到位后，公司净资产将大幅度增长，而本次募集资金拟投资项目的建设期都在两年以上，股票发行当年可能尚不能竣工投产。因此，公司存在发行当年净资产收益率大幅下降的风险。同时，如果募集资金投资项目竣工后未能实现预期收益，公司出现盈利下降或增长速度放缓的情形，这将对公司资产收益率等盈利指标带来较大压力，未来公司的净资产收益率存在下降的风险。

五、财税政策风险

《中华人民共和国企业所得税法》第 28 条规定“国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15%的税率征收企业所得税”。本公司 2010 年 12 月 9 日被认定为高新技术企业，从 2010 年 1 月 1 日开始执行 15%的企业所得税，有效期为 3 年。公司 2013 年 11 月 19 日再次被认定为国家高新技术企业，从 2013 年 1 月 1 日开始继续执行 15%的企业所得税，有效期为 3 年。如果国家未来对高新技术企业的所得税优惠政策进行调整，或者本公司高新技术企业资格有效期满后未能顺利通过复审，则将会对公司的经营业绩产生不利影响。

六、管理风险

（一）经营管理风险

本次发行后，随着募集资金投资项目的实施，本公司的资产规模、销售规模都将有较大幅度的增长，公司的经营管理制度、内控制度、管理人员等各方面都将面临新的考验。虽然公司在发展过程中已建立了符合公司自身业务、技术特点的经营管理制度和内控制度，聘用并培养了稳定的核心管理人员，但上述管理制度和管理人员若不能迅速适应公司规模快速扩张，将对公司的经营效率和盈利水平产生不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

本次发行完成后，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人仍为发行人的实际控制人，

虽然发行人通过采取种种措施完善公司法人治理结构，降低控股股东及实际控制人对本公司的控制力，但是陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人作为发行人的实际控制人仍有可能通过所控制的股份行使表决权来对发行人的人事任免、生产和经营决策等进行不当控制，从而损害公司及公司中小股东的利益。

第五节 公司基本情况

一、公司基本情况

中文名称：上海晨光文具股份有限公司

英文名称：SHANGHAI M&G STATIONERY INC.

注册资本：人民币 40,000 万元

法定代表人：陈湖文

成立日期：2008 年 7 月 18 日

注册地址：上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼

邮政编码：201406

电话：021-57475621

传真：021-57475621

网址：<http://www.mg-pen.com>

电子邮箱：ir@mg-pen.com

经营范围：文具用品制造及销售，饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货批发、零售，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

二、公司改制重组情况

（一）设立方式

本公司系依照《公司法》和其他有关法律、行政法规的规定，由晨光控股、陈湖文和陈雪玲三名发起人以发起方式设立的股份有限公司。

2008 年 6 月 10 日，晨光控股、陈雪玲和陈湖文签定《发起人协议》，并于

2008年7月14日召开创立大会，约定分别以货币出资4,750万元、125万元和125万元，发起设立晨光文具，并共同制定和签署了《上海晨光文具股份有限公司章程》。

该出资事项已经上海东明会计师事务所2008年7月14日出具的沪东师报（2008）第F0313号《验资报告》审验确认。

2008年7月18日，公司取得上海市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号为310000000094440，注册资本及实收资本均为5,000万元。

（二）发起人

本公司在设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	发起人名称	股本（万股）	持股比例
1	晨光控股有限公司	4,750.00	95.00%
2	陈湖文	125.00	2.50%
3	陈雪玲	125.00	2.50%
合计		5,000.00	100.00%

上述发起人的具体情况参阅本招股说明书“第五节、七、（一）发起人基本情况”。

（三）在改制设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是以发起方式新设立的股份有限公司，其主要发起人为晨光控股。晨光控股成立于2007年5月10日，其经营范围：实业投资，基础设施投资，投资信息咨询（除经纪），企业管理及相关业务咨询，国内贸易（国家专项审批项目除外）（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）。2008年7月11日，经国家工商总局企业注册局（国）名称变核内字[2008]第562号《企业名称变更核准通知书》批准，晨光控股有限公司更名为晨光控股（集团）有限公司。

在发起设立本公司前，其拥有的资产主要为所投资企业的股权，相关资产及

业务如下：

公司名称	成立时间	注册地	持股比例	注册资本 (万元)	主营业务
中韩晨光	2001年5月11日	上海	100%	12,000	文具生产
晨光珍美	2008年5月26日	上海	100%	1,000	KA销售
晨光礼品连锁	2004年4月1日	上海	100%	2,000	连锁销售
晨光三美	2008年5月26日	上海	100%	1,000	房地产开发经营

1、中韩晨光100%股权

中韩晨光成立于 2001 年 5 月 11 日，成立时注册资本 50 万美元，经过 2003 年 6 月和 2008 年 10 月两次增资后，注册资本变更为 12,000 万元。中韩晨光主营业务为文具产品的生产，主要资产为与文具生产相关的机器设备等。

本公司设立后，中韩晨光的业务由本公司逐步承接。中韩晨光具体介绍参阅本招股说明书“第五节、三、（三）、3、收购中韩晨光的经营性资产”。

2、晨光珍美100%股权

晨光珍美成立于 2008 年 5 月 26 日，注册资本 1,000 万元。晨光珍美的主营业务是文具产品 KA 销售渠道的管理和维护，主要资产为流动资产。

本公司设立后收购了晨光珍美 100%股权，晨光珍美成为本公司的全资子公司。晨光珍美具体介绍参阅本招股说明书“第五节、三、（三）、7、收购晨光珍美 100%股权”。

3、晨光礼品连锁100%股权

晨光礼品连锁成立于 2004 年 4 月 1 日，成立时，注册资本 500 万元。晨光礼品连锁的主营业务为晨光文具产品的销售，主要资产为流动资产。

本公司设立后，投资新设了全资子公司晨光礼品。晨光礼品连锁以业务承接、人员承接及渠道承接的方式将销售业务转移给新设的全资子公司晨光礼品。2010 年 12 月 31 日，晨光礼品连锁按其与晨光礼品签订的《业务转移协议》完全停止了相关业务活动，其所签署的业务合同均已转给晨光礼品，原由晨光礼品连锁负责运营的文具销售业务已全部由晨光礼品承接。

在业务转移给晨光礼品后，晨光礼品连锁对部分剩余资产进行了处理，并履行了法定清算程序。2012 年 2 月 15 日，上海市工商行政管理局奉贤分局出具

编号为 NO.26000003201202080006 的《准予注销登记通知书》，晨光礼品连锁注销。

4、晨光三美100%股权

晨光三美成立于 2008 年 5 月 26 日，注册资本 1,000 万元。晨光集团出资 1,000 万元，持有其 100%股权。经营范围：房地产开发经营，家电、五金的生产与销售。目前其主营业务为房地产开发等置业投资。

除拥有上述企业股权外，晨光控股还拥有部分机器设备、电子设备、运输设备、低值易耗品、房屋及建筑物及土地使用权等非股权资产。本公司设立后，晨光控股拥有的非股权资产大部分已经用于对本公司增资或出售给本公司，相关资产的具体情况参阅本招股说明书“第五节 三、（三） 公司设立以来重大资产重组情况”。

（四）公司成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司是由晨光控股、陈湖文和陈雪玲三名发起人以发起方式设立的股份有限公司。公司设立时，各发起人的出资方式均为货币出资。

本公司成立后，无偿受让了中韩晨光和晨光集团注册的各品类文具相关商标，并通过资产重组方式，逐步整合了公司控股股东及实际控制人名下的全部文具设计、研发、制造与销售业务。相关资产重组具体情况参阅本招股说明书“第五节 三、（三） 公司设立以来重大资产重组情况”。

经过资产与业务整合，本公司成为集设计、研发、制造与销售为一体的综合文具供应商，拥有完整的资产结构以及直接参与市场竞争的能力。

（五）在发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

截至本招股说明书签署日，公司控股股东晨光集团所拥有和控制的公司情况如下表：

公司名称	成立时间	注册地	持股比例	注册资本 (万元)	主营业务
晨光文具	2008年7月18日	上海	67%	40,000	文具产品的设计、研发、制造及销售
晨光三美	2008年5月26日	上海	100%	1,000	房地产开发经营

本公司设立之后，由于原有在晨光集团及其子公司范围内的文具业务规模较大，而本公司成立初期资产规模较小、人员较少，很难在短期内以本公司为主导进行大规模的生产经营活动。为了不影响原有业务的正常运转，确保生产经营业务的连续性并把握市场机遇，更好的推动其文具的制造与销售业务，晨光集团分别投资成立了若干家公司，但均在报告期内通过注销、股权转让等方式加以处置，具体情况如下：

公司名称	成立时间	注册地	持股比例	注册资本（万元）	主营业务
广东晨光	2008年8月25日	汕头	51%	1,500	文具生产
郑州晨光	2009年3月3日	郑州	100%	500	文具销售
哈尔滨晨光	2009年3月18日	哈尔滨	100%	500	文具销售
上海晨光中英文 文具制造有限公司	2009年6月2日	上海	50%	600	文具生产
南宁晨之光	2009年7月10日	南宁	100%	80	文具销售

1、广东晨光51%股权

广东晨光成立于 2008 年 8 月 25 日，注册资本 1,500 万元，实收资本 1,500 万元，成立时晨光集团出资 765 万元，占比 51%，汕头市智海纺织实业有限公司出资 735 万元，占比 49%。经营范围：文具用品、办公用品的生产与销售，日用百货、针纺织品、服装、皮革制品、计算机及配件、五金交电用品的销售。

2011 年 2 月 28 日，晨光集团与陈楚忠签订《股权转让协议》，将持有的广东晨光 51%股权以 765 万元转让给陈楚忠。

2、郑州晨光100%股权

郑州晨光成立于 2009 年 3 月 3 日，为晨光集团的全资子公司，成立时注册资本 100 万元。目前经营范围：文具及文具礼品、饰品的批发零售；计算机、软件、计算机辅助设备的批发零售及相关技术咨询；企业管理咨询。

2010年6月23日，晨光集团与本公司的子公司晨光礼品签订《股权转让协议》，将其持有的郑州晨光100%股权以100万元人民币转让给晨光礼品，转让后郑州晨光成为本公司的孙公司。2013年5月23日，郑州晨光的注册资本增加至500万元。

郑州晨光的具体介绍参阅本招股说明书“第五节、三、（三）、6、收购郑州晨光100%股权”。

3、哈尔滨晨光100%股权

哈尔滨晨光成立于2009年3月18日，成立时名称为哈尔滨世纪晨光，为晨光集团的全资子公司，成立时注册资本50万元。目前经营范围：文教用品、工艺饰品的批发；企业管理咨询。

2010年7月5日，晨光集团与本公司的子公司晨光礼品签订《股权转让协议》，将其持有的哈尔滨晨光100%股权以50万元人民币转让给晨光礼品，转让后哈尔滨晨光成为本公司的孙公司。2013年7月1日，哈尔滨晨光的注册资本增加至500万元。

哈尔滨晨光的具体介绍参阅本招股说明书“第五节、三、（三）、5、收购哈尔滨晨光100%股权”。

4、上海晨光中英文具制造有限公司50%股权

上海晨光中英文具制造有限公司成立于2009年6月2日，注册资本600万元。其中，晨光集团出资300万元，占比50%，上海中英文具有限公司出资300万元，占比50%。经营范围：文具、办公用品、家用电器配件、塑料制品、模具的制造、加工、批发与零售，工艺礼品的加工、批发与零售，日用百货的批发与零售。

2010年11月23日，上海市工商行政管理局奉贤分局出具编号为26000003201011230030的《准予注销登记通知书》，上海晨光中英文具制造有限公司注销。

5、南宁晨之光100%股权

南宁晨之光成立于2009年7月10日，注册资本80万元。其中，晨光集团出资80万元，占比100%。经营范围：文教用品、工艺饰品、装饰用品的销售。

2011年8月18日，南宁市工商行政管理局出具（南）登记内销字[2011]第易Y-081804号《准予注销登记通知书》，南宁晨之光注销。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后公司的业务流程，以及原企业和公司业务流程间的联系

本公司成立后，控股股东及实际控制人对相关资产进行了重组和剥离，并逐步将公司控股股东及实际控制人名下的文具设计、研发、制造及销售业务全部完整地整合进入本公司。报告期内，晨光文具的整体制造及销售业务流程未发生实质变化，具体的业务流程参阅本招股说明书“第六节 四、（三）主要产品生产工艺流程”的相关内容。

（七）公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况主要体现在公司对晨光集团以及实际控制人拥有的文具资产和业务的整合及重组过程中。在重组整合完成后，文具设计、研发、制造及销售业务全部进入本公司，公司主要发起人晨光集团不再从事相关业务，本公司在生产经营方面与主要发起人不再存在关联关系。

具体整合及重组情况详见本招股说明书“第五节、三、（三）公司设立以来重大资产重组情况”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司设立时，各发起人均以货币出资，出资情况已由上海东明会计师事务所沪东师报（2008）第F0313号《验资报告》审验。

2012年2月15日，立信对包括上述出资在内公司设立以来全部的出资及增资情况进行了复核，并出具了信会师报字[2012]第110320号《关于上海晨光

文具股份有限公司注册资本、实收资本的复核报告》，经复核，截至 2011 年 12 月 31 日，公司账面实收资本为人民币 20,000 万元，与由立信会计师事务所有限公司 2010 年 12 月 14 日出具的信会师报字（2010）第 25575 号《验资报告》注册资本实收数额相一致。

（九）公司的独立运行情况

在资产重组与业务整合完成后，公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面完全独立于控股股东和实际控制人及其他关联企业，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、资产完整

根据公司设立时上海东明会计师事务所有限公司出具的沪东师报（2008）第 F0313 号《验资报告》，以及公司增资时立信会计师事务所出具的信会师报字（2010）第 25575 号《验资报告》审验，公司的出资及增资均已足额到位，相关资产的产权关系明确。在资产重组与业务整合后，公司拥有独立完整的采购、生产、销售系统及配套设施，拥有生产经营所需要的独立完整的资产，如厂房、生产经营设备、土地使用权、专利权、商标权等。不存在控股股东、实际控制人及其他关联企业违规占用公司资金、资产和其他资源的情况，不存在以承包、委托经营或其他类似方式，依赖控股股东、实际控制人及其他关联企业进行生产经营的情况。

2、人员独立

公司的总裁、副总裁、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其他关联企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在与公司业务相同或相似、或存在利益冲突的企业中任职。公司的董事、监事、高级管理人员的任职，均根据《公司法》等相关法律法规、公司章程规定的程序任免，不存在超越董事会和股东大会职权作出人事任免决定的情况。

3、财务独立

公司依法建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，设置了独立于股东单

位的财务部门和财务人员。公司的财务决策不受控股股东、实际控制人及其他关联企业控制或影响。公司设有独立的财务部门，财务人员专职在公司工作，未在控股股东、实际控制人及其他关联企业中兼职。公司独立核算对外采购、生产加工、对外销售等经济业务，以独立法人的地位对外编报会计报表。公司拥有独立的银行账户，不存在与任何其他单位或个人共用银行账户的情形。公司依法办理了税务登记，独立进行纳税申报和缴纳税款。目前，公司不存在以其资产、权益或信誉为股东的债务提供担保的情况，也不存在资产、资金被其股东占用而损害发行人及其他股东利益的情况。

4、机构独立

公司拥有独立的生产经营场所和生产经营机构，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的企业混合经营、合署办公的情形。公司建立健全了股东大会、董事会、监事会及总裁负责的经理层等机构及相应的三会议事规则和总裁工作细则，形成了完善的法人治理结构和规范化的运作体系，各机构依据《公司法》、《公司章程》规定在各自职责范围内独立决策。公司结合自身情况设置了相应的职能部门，建立并完善了各部门规章制定，各职能机构分工明确，能够独立开展生产经营活动，与控股股东、实际控制人和其他关联企业及其职能部门不存在上下级关系，不存在股东单位干预本公司组织机构设立与运作的情况。

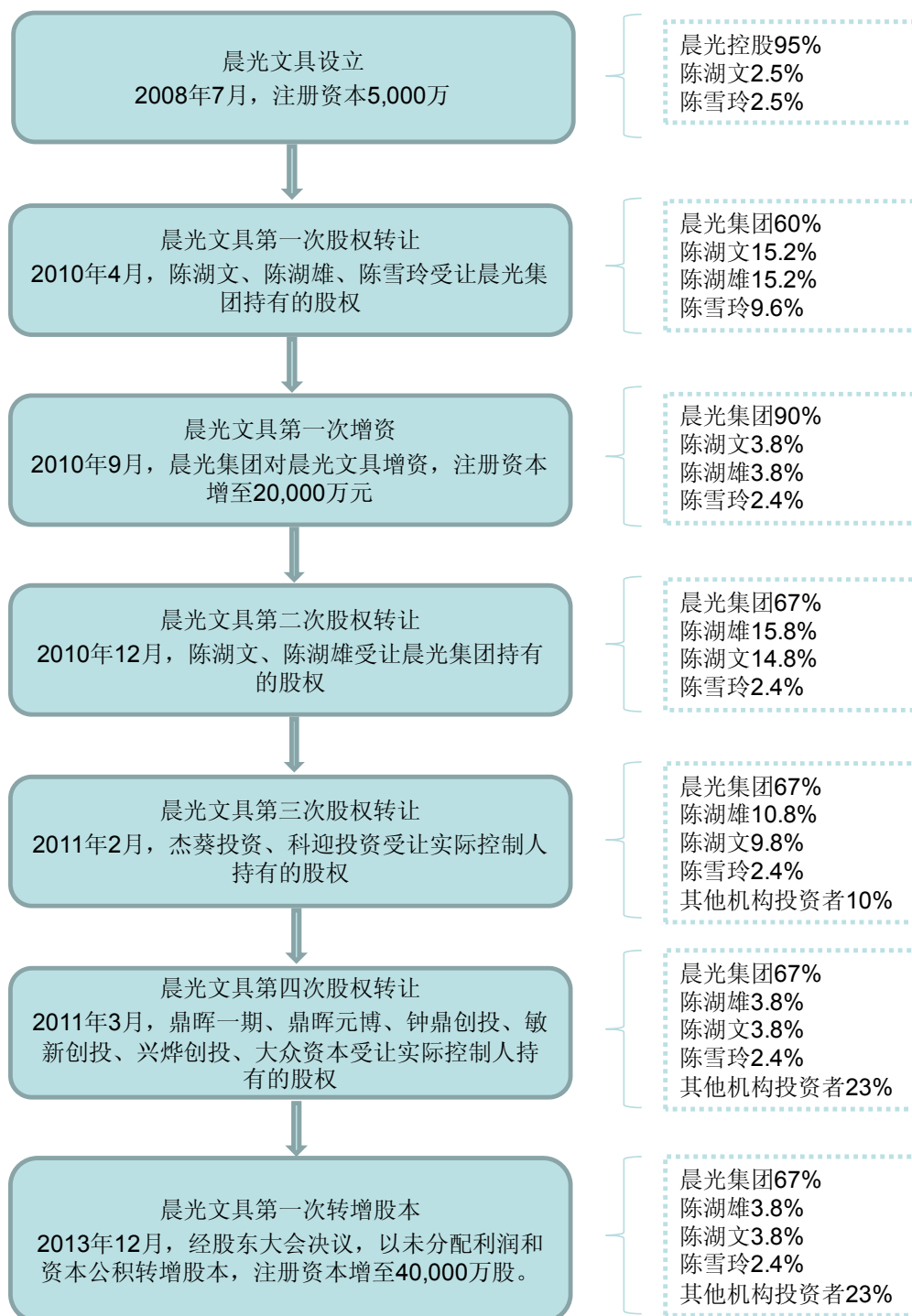
5、业务独立

公司主要从事**M:G晨光**品牌文具的设计、研发、制造和销售。在资产重组与业务整合完成后，公司及其控股子公司拥有独立完整的生产及辅助生产系统、采购和销售系统，拥有独立的新产品开发和技术研发体系，所有的业务流程均独立于控股股东、实际控制人及其控制的除公司以外的其他企业。公司及公司控股子公司的业务与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。

综上所述，在资产重组与业务整合完成后，公司在资产、人员、财务、机构、业务方面与股东及其关联单位相互独立，拥有独立完整的资产结构和采购、生产、供应、销售系统，已形成了自有的核心竞争力，具有面向市场的独立经营能力。

三、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

（一）公司股本的形成及其历次变化



1、晨光文具成立

2008年6月10日，晨光控股、陈雪玲和陈湖文签定发起人协议，并于2008年7月14日召开创立大会，约定分别以货币出资4,750万元、125万元和125

万元，发起设立晨光文具，并共同制定和签署了《上海晨光文具股份有限公司章程》。

2008年7月14日，上海东明会计师事务所出具沪东师报（2008）第F0313号《验资报告》，对发起人发起设立本公司的出资情况做了审验。

2008年7月18日，公司在上海市工商行政管理局办理注册登记，并取得注册号为310000000094440的《企业法人营业执照》，公司注册资本5,000万元，法定代表人为陈湖雄。2010年6月11日，经上海市工商行政管理局《准予变更（备案）登记通知书》（NO:00000001201006100004）批准，公司法定代表人由陈湖雄变更为陈湖文。

公司成立时，各发起人股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光控股（注）	4,750.00	95.00%
2	陈湖文	125.00	2.50%
3	陈雪玲	125.00	2.50%
合计		5,000.00	100.00%

注：2008年7月11日，经国家工商总局企业注册局（国）名称变核内字[2008]第562号《企业名称变更核准通知书》批准，晨光控股有限公司更名为晨光控股（集团）有限公司。

2、晨光文具第一次股权转让及增资扩股

2010年4月16日，晨光集团与陈湖文、陈湖雄及陈雪玲签订《股权转让协议》，将其持有的本公司12.7%股权（635万股）、15.2%股权（760万股）及7.1%股权（355万股）分别转让给陈湖文、陈湖雄及陈雪玲，转让价格为每股1.20元。

本次转让后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	3,000.00	60.00%
2	陈湖文	760.00	15.20%
3	陈湖雄	760.00	15.20%
4	陈雪玲	480.00	9.60%

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
	合计	5,000.00	100.00%

2010年9月25日，晨光文具召开2010年第二次临时股东大会，全体股东一致同意晨光集团以其拥有的模具、房屋及建筑物、土地使用权等资产以及部分货币资金向公司增资。

2010年9月10日，上海银信汇业资产评估有限公司出具了沪银信汇业评字[2010]第A029号《资产评估报告》，根据该报告，本次晨光集团用以增资的模具、房屋及建筑物、土地使用权等资产评估值为23,071.12万元。

2010年12月14日，立信出具了信会师报字（2010）第25575号《验资报告》，对本次增资情况做了审验。此次用以增资的非货币资产依上述评估值作价23,047.50万元，按每股1.65元折成股本13,968.18万股。同时晨光集团另以货币资金1,702.5万元对本公司增资，按每股1.65元折成股本1,031.82万股。本次增资后，公司新增注册资本15,000万元，资本公积增加9,750万元。

2010年12月17日，针对上述股权转让和增资行为，公司在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次增资后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	18,000.00	90.00%
2	陈湖文	760.00	3.80%
3	陈湖雄	760.00	3.80%
4	陈雪玲	480.00	2.40%
	合计	20,000.00	100.00%

3、晨光文具第二次股权转让

2010年12月21日，晨光集团与陈湖文、陈湖雄签订《股权转让协议》，将其持有的公司11%股权（2,200万股）转让给陈湖文、12%股权（2,400万股）转让给陈湖雄，转让价格均为每股2元。

2011年1月24日，公司在上海市工商行政管理局办理了本次变更的工商备案手续。

本次转让后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	13,400.00	67.00%
2	陈湖文	2,960.00	14.80%
3	陈湖雄	3,160.00	15.80%
4	陈雪玲	480.00	2.40%
合计		20,000.00	100.00%

4、晨光文具第三次股权转让

2011年2月19日，陈湖文与杰葵投资签订《股权转让协议》，将其持有的公司5%股权（1,000万股）转让给杰葵投资；陈湖雄与科迎投资签订《股权转让协议》，将其持有的公司5%股权（1,000万股）转让给科迎投资，转让价格均为4.5元/股。杰葵投资和科迎投资均为公司董事、高级管理人员和业务骨干持股企业。

2011年3月5日，公司在上海市工商行政管理局办理了本次变更的工商备案手续。

本次转让后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	13,400.00	67.00%
2	陈湖文	1,960.00	9.80%
3	陈湖雄	2,160.00	10.80%
4	科迎投资	1,000.00	5.00%
5	杰葵投资	1,000.00	5.00%
6	陈雪玲	480.00	2.40%
合计		20,000.00	100.00%

5、晨光文具第四次股权转让

为进一步完善公司治理，2011年3月公司决定以实际控制人转让部分股权的形式引入外部投资者。

2011年3月16日，陈湖文、陈湖雄将其各自持有的公司2.25%股权（450

万股）转让给约蓝投资，转让后约蓝投资合计持有公司 4.5% 股权（900 万股）。

同日，陈湖文、陈湖雄将其各自持有的公司 1.77% 股权（354 万股）转让给鼎晖一期，转让后鼎晖一期合计持有公司 3.54% 股权（708 万股）。

同日，陈湖文、陈湖雄将其各自持有的公司 1.23% 股权（246 万股）转让给鼎晖元博，转让后鼎晖元博合计持有公司 2.46% 股权（492 万股）。

同日，陈湖文将其持有的公司 0.75% 股权（150 万股）、陈湖雄将其持有的公司 0.25% 股权（50 万股）转让给钟鼎创投，转让后钟鼎创投合计持有公司 1% 股权（200 万股）。

同日，陈湖雄将其持有的公司 0.65% 股权（130 万股）转让给敏新创投，持有的 0.575% 股权（115 万股）转让给兴烨创投，持有的 0.275% 股权（55 万股）转让给大众资本。

上述各股权转让当事人之间均已签订《股权转让协议》，转让价格为每股 9.00 元。

2011 年 3 月 28 日，公司在上海市工商行政管理局办理了本次变更的工商备案手续。

本次转让后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	13,400.00	67.00%
2	科迎投资	1,000.00	5.00%
3	杰葵投资	1,000.00	5.00%
4	约蓝投资	900.00	4.50%
5	陈湖文	760.00	3.80%
6	陈湖雄	760.00	3.80%
7	鼎晖一期	708.00	3.54%
8	鼎晖元博	492.00	2.46%
9	陈雪玲	480.00	2.40%
10	钟鼎创投	200.00	1.00%
11	敏新创投	130.00	0.65%
12	兴烨创投	115.00	0.575%

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
13	大众资本	55.00	0.275%
合计		20,000.00	100.00%

①2011 年引入外部投资者原因及增资价格合理性、增资资金来源合法性的分析

为了完善公司股权结构及治理结构，形成外部的制约力量和机制，同时谋求外部机构对公司未来发展的帮助和支撑，提升公司形象，公司实际控制人经过慎重考虑，结合公司的实际情况决定通过股权转让方式引进外部投资者。

经过细致考察和充分沟通，公司最终从品牌地位、资金实力、股权稳定和管理协同等角度考虑确定鼎晖一期、鼎晖元博、约蓝投资、钟鼎创投、大众资本、敏新创投、兴烨创投等外部投资者。外部投资者对公司及公司管理层进行了深入的调研及访谈，详细了解了公司业务发展现状及未来发展战略。2011 年 3 月 16 日，实际控制人与当事各方就股权转让数量及转让价格达成共识并签署《股份转让协议》，确定转让价格为每股 9.00 元。

本次股份转让的作价系以公司净资产为依据，并充分考虑公司未来的成长性而定。上述股份转让前后，公司总股本未发生变化，均为 20,000 万股。公司实际控制人向外部投资者转让价格的扣非前后的市盈率分别为 16.38 倍和 19.56 倍。这一市盈率倍数符合股权投资的市场状况和晨光文具的品牌地位。上述股权转让价格合理且公允。

根据当事各方签署的股权转让协议，股权受让方向股权转让方就股权转让对价进行了支付，具体情况如下：

转让方	受让方	转股数	股份转让款（合计金额）	受让方付款日期	付款金额
陈湖文	约蓝投资	450 万股	4,050 万元	2011.4.6	4,050 万元
	鼎晖一期	354 万股	3,186 万元	2011.3.21	1,593 万元
				2011.3.31	1,593 万元
	鼎晖元博	246 万股	2,214 万元	2011.3.21	1,107 万元
				2011.3.31	1,107 万元
	钟鼎创投	150 万股	1,350 万元	2011.3.18	1,350 万元

转让方	受让方	转股数	股份转让款 (合计金额)	受让方付款日期	付款金额
陈湖雄	约蓝投资	450 万股	4,050 万元	2011.4.6	4,050 万元
	鼎晖一期	354 万股	3,186 万元	2011.3.21	1,593 万元
				2011.3.31	1,593 万元
	鼎晖元博	246 万股	2,214 万元	2011.3.21	1,107 万元
				2011.3.31	1,107 万元
	钟鼎创投	50 万股	450 万元	2011.3.18	450 万元
	敏新创投	130 万股	1,170 万元	2011.3.23	900 万元
				2011.3.24	270 万元
	兴烨创投	115 万股	1,035 万元	2011.3.23	1,035 万元
	大众资本	55 万股	495 万元	2011.3.18	495 万元

根据约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投以及大众资本出具的承诺函，前述新增股东用于支付股权转让款的资金均来源于其自有资金，资金来源合法。

②不存在委托持股、信托持股

根据约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投以及大众资本出具的承诺函，确认：前述新增股东均以其自身名义持有发行人股份，不存在他人委托该等机构投资者代其持有发行人股份或他人通过信托方式由该等机构投资者代其持有发行人股份的情形。

③新增股东与控股股东、实际控制人、发行人董事、监事及高级管理人员及其亲属之间不存在利益关系

根据约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投以及大众资本的工商基本档、该等新增股东以及发行人、控股股东、实际控制人及发行人董事、监事及高级管理人员分别出具的承诺函，确认：

A、除发行人实际控制人控制的上海晨光创业投资中心（有限合伙）系为钟鼎创投和兴烨创投的合伙人或股东以外，发行人实际控制人、控股股东或发行人董事、监事及高级管理人员及其亲属（包括配偶及其父母和兄弟姐妹、父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、子女配偶的父母）均未直接持

有前述新增股东的合伙份额或股权，且亦均未直接或间接持有前述新增股东中其他各层非自然人合伙人或股东的合伙份额或股权；

B、前述新增股东中各层自然人合伙人或股东（除合伙人或股东为各级国有资产管理机关/机构或上市公司之外，其他非自然人合伙人或股东均追溯至最终自然人（除上海晨光创业投资中心（有限合伙）的合伙人以外））均未在发行人及其控股子公司、发行人控股股东或其控制的其他企业中担任任何职务，且与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属（包括配偶及其父母和兄弟姐妹、父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、子女配偶的父母）之间均不存在任何关联关系、亲属关系或其他利益关系。

④新增股东与中介机构之间的关系

A、兴烨创投与兴业证券之间的关系

a.兴烨创投与兴业证券、兴业资本之间存在财务顾问关系

兴烨创投成立于 2008 年 6 月 4 日，注册资本人民币 20,000 万元，公司经营范围为：创业投资业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，创业投资咨询业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

2008 年 6 月 20 日，兴烨创投聘请发行人的保荐机构及主承销商兴业证券股份有限公司（以下简称“兴业证券”）担任投资顾问，并签署相应的《投资顾问协议》。2010 年 4 月 23 日，兴业证券出资成立了一家名为“兴业创新资本管理有限公司”（以下简称“兴业资本”）的全资子公司，专门从事直接投资业务。根据原《投资顾问协议》之约定，兴业资本作为兴业证券下设的专业直投管理公司，其继受了兴业证券在原《投资顾问协议》中所涉及的全部权利及义务，并接替兴业证券担任兴烨创投的投资顾问。

根据兴烨创投出具的说明，兴业资本作为兴烨创投的投资顾问，主要负责潜在投资项目的挖掘。一旦发现较为可行的投资机会，兴业资本将及时推荐给兴烨创投，由兴烨创投遵循其内部决策流程独立且自主地实施项目判断及投资决策。根据原《投资顾问协议》，兴业资本将按每个项目投资利润的一定比例收取绩效投资顾问费。除该等投资顾问费之外，兴业资本及其员工与兴烨创投之间不存在

其他利益关系。

b.兴烨创投部分股东与兴业证券之间存在投资关系

根据保荐机构及律师的核查，截至本招股说明书出具日，兴烨创投的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例
1	上海怡达科技投资有限责任公司	4,000	20%
2	宁波韵升股份有限公司	4,000	20%
3	上海大众公用事业（集团）股份有限公司	4,000	20%
4	丁加芳	2,000	10%
5	福建省东润创业投资有限公司	2,000	10%
6	上海晨光创业投资中心（有限合伙）	2,000	10%
7	福建凤竹纺织科技股份有限公司	2,000	10%
合计		20,000	100%

根据兴烨创投出具的说明，兴烨创投的前述部分股东亦持有兴业证券的股份，具体情况如下：

a) 根据上海大众公用事业（集团）股份有限公司披露的 2014 年半年报，截至 2014 年 6 月 30 日，上海大众公用事业（集团）股份有限公司持有兴业证券 1,248 万股，占兴业证券总股本的百分比为 0.48%；

b) 截至 2011 年 12 月 31 日，福建省东润创业投资有限公司曾持有兴业证券 126 万股，占兴业证券总股本的百分比为 0.057%，但截至 2012 年 6 月 30 日，福建省东润创业投资有限公司已将其所持的前述兴业证券股份全部售出。

尽管目前或历史上上海大众公用事业（集团）股份有限公司和福建省东润创业投资有限公司作为兴烨创投股东的同时亦持有兴业证券部分股份，但考虑到：①上海大众公用事业（集团）股份有限公司所持兴业证券股份比例相对较小；②福建省东润创业投资有限公司所持兴业证券股份已全部出售，目前其不再持有兴业证券股份。因此，前述持股情形不会使得兴烨创投和兴业证券之间形成利益输送关系。

基于前述，且根据兴烨创投出具的说明，确认：除兴业证券全资子公司兴业资本按约定向兴烨创投收取投资顾问费及兴烨创投的部分股东持有兴业证券的

股份外，作为新增股东之一的兴烨创投和兴业证券之间不存在其他关联关系或利益关系。

B、兴烨创投与其它中介机构的关系

根据兴烨创投的工商基本档以及兴烨创投出具的承诺函，以及发行人的审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）、评估机构银信资产评估有限公司以及北京市君合律师事务所于 2014 年 10 月分别出具的《声明与确认函》，确认：兴烨创投与其他各中介机构之间不存在关联关系或其他利益关系，具体如下：

a. 其它各中介机构未以任何方式投资兴烨创投或其控股子公司，未直接或间接持有兴烨创投或其控股子公司的股权或合伙份额，亦未委托他人代其他各中介机构持有兴烨创投或其控股子公司的股权或合伙份额；

b. 兴烨创投均未以任何方式投资其它各中介机构，未直接或间接持有其它各中介机构的股权或合伙份额，亦未委托他人代其持有其它各中介机构的股权或合伙份额；

c. 兴烨创投中各层自然人股东或合伙人（除股东或合伙人为各级国有资产管理机关/机构或上市公司之外，其他非自然人股东或合伙人均追溯至最终自然人）均未在各中介机构中担任任何重要职务。

C、其他新增股东与各中介机构的关系

根据约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投以及大众资本的工商基本档以及该等新增股东分别出具的承诺函，以及发行人的保荐机构及主承销商兴业证券、审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）、评估机构银信资产评估有限公司以及北京市君合律师事务所于 2014 年 10 月分别出具的《声明与确认函》，确认：约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投以及大众资本与各中介机构之间不存在关联关系或其他利益关系。

⑤新增股东与各中介机构签字人员及其亲属之间的关系

根据约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投以及大众资本的工商基本档以及该等新增股东分别出具的承诺函，以及为本次发行及上市提供服务的保荐代表人李杰、王廷富，项目协办人童少波，项目组成员李勇、李鑫、王光清、卓芊任、陈静雯，经办会计师戴定毅、顾雪峰，经办评估师潘婉怡、孙迅以及北京市君合律师事务所经办律师王毅、赵君于 2014 年 10 月分别

出具的《声明与确认函》，确认：前述新增股东与各中介机构签字人员及其亲属之间不存在关联关系、亲属关系或其他利益关系。

6、晨光文具第一次转增股本

2013年12月，本公司第二届董事会第十三次会议、2013年第一次临时股东大会审议通过了《2013年中期利润分配预案及资本公积金转增股本预案》，决议以截至2013年6月30日总股本20,000万股为基数，以经立信会计师事务所审计的截至2013年6月30日未分配利润向全体股东每10股送5.5股红股，派发现金红利1.375元（含税），共分配红股股利11,000万股，现金股利2,750万元；同时以经审计的截至2013年6月30日的资本公积向全体股东每10股转增4.5股，共计转增9,000万股。本次分配红股及资本公积金转增股本共计20,000万股。

立信就此出具了信会师报字（2013）第114171号《验资报告》，对公司的本次未分配利润和资本公积转增股本情况进行了审验。

2013年12月19日，公司在上海市工商行政管理局办理了本次变更的工商备案手续。

本次利润分配及资本公积金转增股本后各股东的持股数量及持股比例如下表：

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
1	晨光集团	26,800.00	67.00%
2	科迎投资	2,000.00	5.00%
3	杰葵投资	2,000.00	5.00%
4	约蓝投资	1,800.00	4.50%
5	陈湖文	1,520.00	3.80%
6	陈湖雄	1,520.00	3.80%
7	鼎晖一期	1,416.00	3.54%
8	鼎晖元博	984.00	2.46%
9	陈雪玲	960.00	2.40%
10	钟鼎创投	400.00	1.00%
11	敏新创投	260.00	0.65%

序号	股东名称	持股股份（万股）	持股比例
12	兴烨创投	230.00	0.575%
13	大众资本	110.00	0.275%
合计		40,000.00	100.00%

（二）历次股权变动对公司主营业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

公司一直致力于M&G晨光品牌文具的设计、研发、制造与销售，实际控制人一直为陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人，管理层和核心技术人员保持稳定，历次股权结构变化未对公司主营业务、管理层、实际控制人产生实质性影响。

公司历次股权结构的变化，有效增强了公司的资金实力，完善了公司法人治理结构，增强了公司的凝聚力，对公司业绩的提升产生了积极的影响。

（三）公司设立以来重大资产重组情况

截至2010年末，控股股东、实际控制人及其关联方已将其名下全部文具设计、研发、制造与销售业务注入本公司。

控股股东、实际控制人及其关联方拥有并通过重组整合进入本公司的资产和业务主要有以下四大类：

- （1）晨光集团自有的与文具业务相关的非股权类资产；
- （2）晨光集团持有的与文具业务相关的股权类资产；
- （3）晨光集团全资子公司的文具设计、研发、制造与销售业务；

其他与本公司主营业务及未来发展目标不相符的相关资产及业务未整合进入本公司，并已通过保持现状、股权转让及注销等方式进行了处理。

控股股东、实际控制人及其关联方拥有并通过重组整合进入本公司的资产和业务具体情况如下：

资产及业务	合同协议 签定时间	重组方式
-------	--------------	------

资产及业务	合同协议 签定时间	重组方式
一、晨光集团自有的与文具业务相关的非股权资产：		
1、晨光集团名下的机器设备等实物资产	2010.11.1	出售给本公司
2、晨光集团名下的土地使用权、房屋建筑物等资产	2010.10.27	以增资方式进入本公司
二、晨光集团全资子公司的文具设计、研发、制造及销售业务：		
3、中韩晨光的经营性资产及业务	2008.12-2010.12	出售给本公司，中韩晨光注销
4、晨光礼品连锁的文具销售业务	2010.12.31	业务转移给本公司，晨光礼品连锁注销
三、晨光集团持有的与文具业务相关的股权资产：		
5、哈尔滨晨光100%股权	2010.7.5	转让给本公司的子公司
6、郑州晨光100%股权	2010.6.23	转让给本公司的子公司
7、晨光珍美100%股权	2010.6.18	转让给本公司

1、收购晨光集团名下与文具业务相关的机器设备等实物资产

2010年8月12日，晨光集团董事会作出决议，将其拥有的与文具业务相关的部分实物资产出售给本公司，并以评估值为定价依据转让。2010年8月10日，本公司召开第一届董事会第五次会议，同意收购该项资产。

（1）本次收购的相关资产具体情况

截至2010年8月31日，本次收购涉及的实物资产账面净值18,557,838.14元，其中：机器设备13,478,519.42元，电子设备2,692,066.18元，运输设备（含牌照费）2,387,252.54元。具体情况如下表：

项目	账面净额 (万元)	数量	简要说明
机器设备	1,347.85	304项	包括广州博创机械有限公司生产的BT150V-II型塑料注射成型机，韩国适中机器厂生产的681/4支型履带式笔芯装配机、转盘式笔芯套帽机、笔芯点蜡机、全自动热转印机等，苏州高博自动化机械设备公司生产的全自动笔芯装配机，笔夹装配机等，另有离芯机，全自动熨笔机，半自动丝

项目	账面净额 (万元)	数量	简要说明
			印机及自制的各型号规格的制笔专用设备
电子设备	269.21	137 项	主要有格力公司等企业生产的各种型号规格的空调，惠普公司、联想公司生产的各型号规格的电脑、一体机及办公家具等电子办公用品设备
运输设备 (含牌照费)	238.73	11 项	主要拥有德国戴姆勒克莱斯勒股份公司生产的 S600 型奔驰轿车，上海通用公司制造的别克 SGM7240ATA 型轿车，江陵全顺客车及东风 DFL5120XXYB1 型厢式货车等

（2）本次收购的相关资产评估情况

2010 年 9 月 30 日，上海银信汇业资产评估有限公司出具的《晨光控股（集团）有限公司拟向上海晨光文具股份有限公司出售部分资产价值的评估报告》（沪银信汇业评字[2010]第 A033 号），根据该报告，上述收购资产在评估基准日 2010 年 8 月 31 日的评估值合计为 20,447,672.61 元。资产评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面净值	调整后账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B
固定资产（设备）	1,855.78	1,855.78	2,044.77	188.99	10.18
资产总计	1,855.78	1,855.78	2,044.77	188.99	10.18

（3）相关协议及合同

2010 年 11 月 1 日，晨光集团与公司签定《买卖合同》，将上述相关资产以评估值为依据作价共计 17,826,200.00 元出售给公司。

（4）相关资产过户及款项支付情况

2010 年 11 月 16 日，晨光集团将该批资产交付给本公司，相关资产在本公司固定资产科目登记入账，双方对上述资产收购及交割事宜不存在纠纷。

2011 年 1 月 4 日，公司向晨光集团支付了上述资产的购置款 17,826,200.00 元。

2、接受晨光集团以模具、土地使用权及房屋建筑物等资产对本公司增资

2010年9月25日，晨光文具召开2010年第二次临时股东大会，审议并通过了公司控股股东晨光集团以其拥有的模具、土地使用权、房屋及建筑物等资产向公司增资扩股的议案。2010年10月27日，公司就上述增资扩股事项与晨光集团签定了《增资扩股协议书》。

（1）本次增资资产的具体情况

根据《增资扩股协议书》，本次增资涉及晨光集团拥有的制笔专用模具、位于上海市奉贤区金钱公路3469号面积为99,855.90平方米的土地使用权，以及该区域内总面积为110,742.34平方米的房屋建筑物及构筑物。

①模具

本次用以增资的模具设备均为制笔专用模具，账面余额136.21万元，具体情况如下表：

项目	账面余额（万元）	数量	情况说明
模具	136.21	490项	全部是在用的制笔专用模具，均能正常使用

②土地使用权

本次用以增资的国有土地位于上海市奉贤区南桥光明工业区，面积合计99,855.90平方米，账面价值45,056,980.51元，具体情况如下表：

权证编号	权利人	土地位置	取得日期	准用年限	面积(m ²)	账面净值(万元)	终止日期
沪房地奉字(2010)第014743号	晨光控股(集团)有限公司	奉贤区金钱公路3469号	2008.3	50	99,855.90	4,505.70	2058.3.16

③房屋建筑物

本次用以增资的房屋建筑物共27幢，建筑面积合计110,742.34平方米，账面价值150,057,893.77元；另有因装修宿舍楼形成的固定资产，账面价值1,315,280.00元。具体情况如下表：

序号	权证编号	建筑物名称	结构	产证登记建成年份	实际竣工日期	层数	建筑面积(m ²)	账面净值(万元)
1	014743(1)	模具车间(11#车间)	钢混	2009	2008.4	2	4,500.24	-

序号	权证编号	建筑物名称	结构	产证登记建成年份	实际竣工日期	层数	建筑面积(m ²)	账面净值(万元)
2	014743(5)	笔芯车间 (12#车间)	钢混	2009	2008.4	3	6,841.37	-
2 间车间（11#车间、12#车间）小计								1,290.39
3	014743(17)	宿舍 6#楼	混合 1	2009	2008.4	3	2,336.50	-
4	014743(18)	宿舍 7#楼	混合 1	2009	2008.4	3	2,336.50	-
5	014743(19)	宿舍 8#楼	混合 1	2009	2008.4	3	2,336.50	-
6	014743(20)	宿舍 9#楼	混合 1	2009	2008.4	3	1,753.27	-
7	014743(21)	宿舍 10#楼	混合 1	2009	2008.4	3	1,331.68	-
5 幢宿舍楼（6#、7#、8#、9#、10#宿舍楼）小计								1,458.18
8	014743(25)	1#仓库	钢混	2010	2010.5	1	153.36	-
9	014743(26)	2#食堂	钢混	2010	2010.5	3	6,880.39	-
10	014647(23)	7#车间	钢混	2010	2010.5	3	6,891.58	-
11	014647(22)	10#车间（带 人防地下室）	钢混	2010	2010.5	3	7,707.49	-
新增 4 幢房屋（1#仓库、2#食堂、7#车间、10#车间）小计								2,937.52
12	014743(11)	外协仓（9#车间）	钢混	2009	2008.4	4	6,359.63	697.54
13	014743(7)	研发大楼	钢混	2009	2008.5	10	13,370.32	5,225.44
14	014743(2)	新厂区 1#车间	钢混	2009	2005.3	2	5,525.80	397.89
15	014743(6)	新厂区 3#车间	钢混	2009	2005.3	2	7,355.73	542.81
16	014743(9)	新厂区 4#车间	钢混	2009	2005.3	2	5,529.22	397.89
17	014743(8)	新厂区食堂	钢混	2009	2005.3	2	2,604.95	180.08
18	014743(12)	宿舍 1#楼	混合 1	2009	2005.3	3	1,683.24	117.91
19	014743(13)	宿舍 2#楼	混合 1	2009	2005.3	3	2,483.27	149.06
20	014743(14)	宿舍 3#楼	混合 1	2009	2005.3	3	2,112.99	149.06

序号	权证编号	建筑物名称	结构	产证登记建成年份	实际竣工日期	层数	建筑面积(m ²)	账面净值(万元)
21	014743(15)	宿舍 4#楼	混合 1	2009	2005.3	3	2,113.09	145.63
22	014743(16)	宿舍 5#楼	混合 1	2009	2005.3	3	2,113.09	145.63
23	014743(3)	新厂区 2#车间	钢混	2009	2006.4	2	5,526.54	411.71
24	014743(10)	新厂区 5#车间	钢混	2009	2006.4	2	5,529.22	411.71
25	014743(4)	8# 车间 工程 (成品仓)	钢混	2009	2006.4	2	5,126.25	268.19
26	014743(27)	1#变电房	钢混	2009	2005.3	1	120.06	12.96
27	014743(24)	2#变电房	砖混	2009	2005.3	1	120.06	12.96
28		新增 10#宿舍楼装修		2010.8	2010.8			131.53
合 计							110,742.34	15,137.32

（2）本次增资的资产评估情况

2010 年 9 月 10 日，上海银信汇业资产评估有限公司出具的《晨光控股（集团）有限公司拟向上海晨光文具股份有限公司增资扩股部分资产价值的评估报告》（沪银信汇业评字[2010]第 A029 号），根据该报告，上述增资资产在评估基准日 2010 年 8 月 31 日的评估值合计为 230,711,252.55 元。资产评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面净值	调整后 账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B
流动资产（模具）	136.21	136.21	162.55	26.34	19.34
固定资产（房屋及建筑物）	15,137.32	15,137.32	17,815.92	2,678.60	17.70
无形资产（土地使用权）	4,505.70	4,505.70	5,092.65	586.95	13.03
资产总计	19,779.23	19,779.23	23,071.12	3,291.89	16.64

（3）本次增资资产的折股情况

上述增资资产作价 23,047.50 万元，按 1.65 元/股折成 13,968.18 万股。另外，晨光集团以货币形式出资 1,702.50 万元，按 1.65 元/股折成 1,031.82 万股。

晨光集团本次通过实物资产及货币资金形式向公司增资扩股数量共计 1.50 亿股，每股面值为 1.00 元。本次增资扩股后，公司总股本由 5,000 万股增加至 20,000 万股，注册资本由 5,000 万元增加至 20,000 万元。

（4）本次增资资产过户情况

晨光集团已与本公司就本次增资资产办妥交接及所有权过户手续，2010 年 11 月 8 日相关房屋及土地所有权已过户至本公司名下，房地产权证号为沪房地奉字（2010）第 020364 号。

（5）本次增资后的验资及工商变更情况

2010 年 12 月 14 日，立信出具信会师报字（2010）第 25575 号《验资报告》对本次增资情况做了审验。

2010 年 12 月 17 日，公司在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

3、收购中韩晨光的经营性资产

中韩晨光系晨光集团的全资子公司。本公司设立后收购了其文具相关的全部经营性资产。

（1）中韩晨光公司情况

①2001 年 5 月，中韩晨光设立

2001 年 4 月 27 日，经上海市人民政府外经贸沪奉合资字（2001）0814 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》批准，上海奥利文具有限公司、潮阳市中韩晨光实业有限公司、韩国自然人 LEE YUN JA 共同出资设立中韩晨光，注册资本 50 万美元，法定代表人陈湖文，企业经济性质为中外合资企业。

2001 年 6 月 5 日，上海华诚会计师事务所出具沪华会外验字（2001）第 38 号《验资报告》，对中韩晨光设立时的出资情况作了审验。

2001 年 5 月 11 日，中韩晨光在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得企合沪总字第 028609 号（奉贤）营业执照。

中韩晨光设立时各股东出资情况如下表：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例
1	上海奥利文具有限公司	25.00	50.00%
2	LEE YUN JA	20.00	40.00%
3	潮阳市中韩晨光实业有限公司	5.00	10.00%
合计		50.00	100.00%

②2003 年 6 月，中韩晨光中外合资转内资

2003 年 6 月 8 日，经中韩晨光董事会决议，中韩晨光由中外合资经营变更为内资经营，LEE YUN JA、潮阳市中韩晨光实业有限公司分别将其持有的 40%、10%股权以 20 万美元、5 万美元转让给陈湖文，上海奥利文具有限公司将其持有的 50%股权以 25 万美元转让给陈湖雄。

2003 年 6 月 18 日，上海奥利文具有限公司、LEE YUN JA、潮阳市中韩晨光实业有限公司与陈湖文、陈湖雄签订《转股协议书》。

2003 年 9 月 12 日，上海市奉贤区人民政府出具沪奉府项批（2003）216 号《上海市奉贤区人民政府关于“上海中韩晨光文具制造有限公司外方转股、注销合资企业批准证书并保留企业名称的批复”》，同意中韩晨光的外方转股以及经济性质变更。

在实施前述股权转让的同时，陈湖雄、陈湖文以货币资金形式向中韩晨光增资；增资完成后，中韩晨光注册资本由原先 50 万美元增加至 4,000 万元。

2003 年 11 月 28 日，上海兴中会计师事务所出具兴验内字（2003）6955 号《验资报告》，对前述股权转让及增资后的资本金情况进行验证。

2003 年 12 月 9 日，中韩晨光就本次经济性质变更和出资事项在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》，注册号为 3102262038339。

本次股权转让及增资后，各股东出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈湖文	2,000.00	50.00%
2	陈湖雄	2,000.00	50.00%

合计	4,000.00	100.00%
----	----------	---------

③2007年12月，中韩晨光第二次股权转让

2007年11月20日，经中韩晨光临时股东会决议，陈湖文将其持有的中韩晨光50%股权以2,000万元人民币转让给晨光控股，陈湖雄将其持有的中韩晨光50%股权以2,000万元人民币转让给晨光控股。

2007年12月5日，陈湖文、陈湖雄与晨光控股签订《股权转让协议》。

2008年6月25日，中韩晨光在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后，中韩晨光变更为一人有限责任公司，股东出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	晨光控股有限公司	4,000.00	100.00%
合计		4,000.00	100.00%

④2008年6月，中韩晨光变更注册号

2008年6月25日，根据国家工商总局《关于下发执行〈工商行政管理注册号编制规则〉的通知》（工商办字[2007]79号）要求，中韩晨光工商注册号由3102262038339变更为310226000269349。

⑤2008年10月，中韩晨光第二次增资

2008年10月18日，经中韩晨光股东会决议，中韩晨光注册资本由4,000万元增加到12,000万元，新增8,000万元注册资本由晨光集团以现金出资。

2008年10月30日，上海正达会计师事务所出具沪正达会验（2008）1232号《验资报告》，对本次增资情况作了审验。

2008年10月31日，中韩晨光在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次增资后，股东出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	晨光控股（集团）有限公司	12,000.00	100.00%
合计		12,000.00	100.00%

⑥2011年11月24日，中韩晨光注销

在资产和业务转让给本公司后，2010年12月30日中韩晨光已按其与本公

司签订的《资产和业务转让协议》完全停止了相关业务活动。

2011年4月18日，中韩晨光股东晨光集团决定注销中韩晨光，2011年11月24日上海市工商行政管理局奉贤分局出具编号为26000003201111170017的《准予注销登记通知书》，中韩晨光注销。

（2）相关经营性资产收购基本情况

本公司设立后，分次逐步收购了中韩晨光的经营性资产。

自2008年12月起至2010年12月，中韩晨光相关经营性资产分三次分别由上海上会资产评估有限公司和上海银信汇业资产评估有限公司进行了资产评估。

①相关经营性资产评估情况

第一次资产评估情况：2008年12月9日，上海上会资产评估有限公司出具了《上海中韩晨光文具制造有限公司部分资产评估报告书》（沪上会部资评报（2008）第349号），根据该报告，采用重置成本法进行评估，相关收购资产在评估基准日2008年10月31日的评估值合计为18,462,219.00元。资产评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面净值	调整后账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B
固定资产（设备）	1,759.46	1,759.46	1,846.22	86.76	4.93%
资产总计	1,759.46	1,759.46	1,846.22	86.76	4.93%

第二次资产评估情况：2010年5月25日，上海银信汇业资产评估有限公司出具了《上海中韩晨光文具制造有限公司部分资产转让价值的评估报告》（沪银信汇业评字【2010】第A15号），根据该报告，采用重置成本法进行评估，相关收购资产在评估基准日2010年4月30日的评估值合计为25,315,880.00元。资产评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面净值	调整后账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B

项目	账面净值	调整后账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B
固定资产（机器设备）	2,200.38	2,200.38	2,343.89	143.51	6.52
固定资产（运输设备）	52.84	52.84	67.89	15.05	28.47
固定资产（电子设备）	143.32	143.32	119.81	-23.51	-16.40
资产总计	2,396.54	2,396.54	2,531.59	135.05	5.64

第三次资产评估情况：2010年12月25日，上海银信汇业资产评估有限公司出具了《上海中韩晨光文具制造有限公司部分资产转让价值的评估报告》（沪银信汇业评字【2010】第A254号），根据该报告，采用重置成本法进行评估，相关收购资产在评估基准日2010年10月31日的评估值合计为7,936,586.42元。资产评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面净值	调整后账面净值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C	D=C-B	E=D/B
流动资产（存货）	331.07	331.07	387.37	56.30	17.01
固定资产（设备）	339.39	339.39	406.29	66.90	19.71
资产总计	670.46	670.46	793.66	123.20	18.38

②相关资产合同及协议情况

与上述三次资产评估相对应，本公司分三次就评估涉及的经营性资产与中韩晨光签定《资产买卖合同》，资产买卖合同约定的转让价格均为转让资产账面净值与相关交易税费之和。通过三次资产的买卖，公司逐步收购了中韩晨光经营性资产，具体合同协议情况如下表：

次数	资产交割日	转让价格 (万元)	资产描述
第一次	2008年12月31日	1,759.46	磨床、切割机床、装配机、商标机、离芯机、熨金机、封蜡机、铣床等生产用机器设备； 电脑、车辆、打印机、传真机、数码相机、投影仪、扫描仪等管理及后勤服务类电器设备

次数	资产交割日	转让价格 (万元)	资产描述
第二次	2010年6月25日	2,426.08	注塑机、管道泵、电子磅、仪表车床、干燥机、转印机、混色机、包装机、空压机、粉碎机等生产用设备；电脑、空调、办公家具、风机、打印机、复印机、服务器、车辆等管理及后勤服务类设备
第三次	2010年12月27日	784.44	丝印机、模具修补机、平磨仪、搅拌机、恒温恒湿机、粉碎机、干燥机、冷水机、起重车、装卸车、装配机、封口机、灌装机、空调等机器设备；笔杆、笔夹、笔套、螺母、护套、顶帽等零部件生产模具
资产合计		4,969.97	-

注：资产交割日为所有权转移日。

2010年12月30日，本公司与中韩晨光签订《资产和业务转让协议》，该协议对2009年1月至2010年12月间本公司通过上述三次资产收购行为整体收购中韩晨光拥有的全部经营性资产事项进行确认，同时约定2010年12月31日为业务移转日，并对业务移转日前后本公司与中韩晨光的业务事项形成约定。依照该协议，中韩晨光应于业务移转日向本公司移交全部原由其负责运营的文具制造业务，并向本公司移转其所签署的所有现行有效的业务合同。原任职于中韩晨光的员工与本公司签署新的劳动合同，该员工的劳动关系亦全部移转入本公司，中韩晨光完全停止原业务活动。

2010年12月30日，中韩晨光已按该协议完全停止了相关业务活动，其所签署的业务合同均已转给本公司，相关员工均已与本公司重新签订了劳动合同，原由中韩晨光负责运营的文具制造业务已全部由本公司承接。

资产转让完成后，中韩晨光不再从事文具生产相关业务，处于歇业状态。

（3）相关经营性资产的过户及款项支付情况

截至2010年12月31日，上述资产均已在本公司营业场所完成交割，相关资产均已在本公司登记入账，双方对上述资产收购及交割事宜不存在纠纷。

2008年12月19日、2010年7月1日及2011年1月6日，本公司分别向中韩晨光支付1,759.46万元、2,426.08万元和784.44万元共计4,969.97万元的资产购置款。

（4）中韩晨光剩余资产负债的有关情况

2010 年 12 月 31 日业务移转日，中韩晨光的资产及负债情况如下表：

单位：万元

资 产	2010 年 12 月 31 日	负债及所有者权益	2010 年 12 月 31 日
货币资金	11,582.67	应付账款	218.88
应收账款	8.47	应交税费	4.15
其他应收款	1,664.46	负债合计	223.11
固定资产	549.84	所有者权益合计	13,582.33
资产总计	13,805.44	负债和所有者权益总计	13,805.44

注：上述数据经立信审计。

截至 2010 年 12 月 31 日，中韩晨光经审计的账面资产总计 13,805.44 万元，负债合计为 223.11 万元。2011 年度，中韩晨光对上述资产及负债进行了处置及清偿：应收款项中非应收晨光集团的款项，由中韩晨光自行收回，剩余固定资产主要为房屋建筑物，均为非文具业务生产、制造所需资产，出售给晨光集团，负债由中韩晨光全部清偿。相关资产及负债进行了处置及清偿后，包括货币资金和应收晨光集团款项在内的剩余资产，全部清算给股东晨光集团。

2011 年 11 月 24 日，上海市工商行政管理局奉贤分局出具编号为 NO.26000003201111170017 的《准予注销登记通知书》，中韩晨光正式注销。

4、承接晨光礼品连锁的文具销售业务

本公司设立前，控股股东及实际控制人文具特许经营管理及相关销售管理业务由晨光礼品连锁负责经营管理。

本公司设立后，由本公司投资新设了全资子公司晨光礼品，晨光礼品连锁以业务承接、人员承接及渠道承接的方式将销售业务转移给新设的全资子公司晨光礼品。

2009 年 4 月 16 日，上海诚汇会计师事务所有限公司就晨光礼品连锁 2008 年度审计情况出具诚汇会审字（2009）第 0582 号《审计报告》。依据该审计报告，晨光礼品连锁 2008 年末净资产为 2,260.31 万元，总资产为 2,818.13 万元，2008 年度净利润为 71.87 万元。

2010 年 12 月 31 日，晨光礼品和晨光礼品连锁签订《业务转移协议》。协议约定 2010 年 12 月 31 日为业务移转日，并对业务移转日前后晨光礼品与晨光礼品连锁的业务事项形成约定。依照该协议，晨光礼品连锁应于业务移转日向晨光礼品移交全部原由其负责运营的文具销售业务，并向晨光礼品移转其所签署的所有现行有效的业务合同，晨光礼品连锁完全停止原业务活动。

2010 年 12 月 31 日，晨光礼品连锁已按该协议完全停止了相关业务活动，其所签署的业务合同均已转给晨光礼品，原由晨光礼品连锁负责运营的文具销售业务已全部由晨光礼品承接。

在业务转移给晨光礼品后，晨光礼品连锁对部分剩余资产进行了处理，并履行了法定清算程序。2012 年 02 月 15 日，上海市工商行政管理局奉贤分局出具编号为 N:26000003201202080006 的《准予注销登记通知书》，晨光礼品连锁注销。

5、收购哈尔滨晨光100%股权

（1）哈尔滨晨光公司情况

哈尔滨晨光成立于 2009 年 3 月 18 日，成立时名称为哈尔滨世纪晨光，为晨光集团的全资子公司，注册资本 50 万元。经营范围：文教用品、工艺饰品的批发；企业管理咨询。

2009 年 2 月 20 日，黑龙江思齐会计师事务所出具了黑思齐会验字（2009）第 084 号《验资报告》，对哈尔滨世纪晨光设立时的出资情况作了审验。

2009 年 3 月 3 日，哈尔滨世纪晨光在哈尔滨市工商行政管理局道外分局登记，并取得注册号为 230104100172348 的《企业法人营业执照》。

2009 年 6 月 3 日，经哈尔滨市工商行政管理局道外分局（哈）登记内名预核字[2009]第 7425 号《企业名称变更核准通知书》批准，哈尔滨世纪晨光更名为哈尔滨晨光。

2009 年 6 月 11 日，哈尔滨晨光在哈尔滨市工商行政管理局道外分局办理了名称变更登记手续。

（2）收购哈尔滨晨光 100%股权情况

2010 年 7 月 5 日，晨光集团与本公司的全资子公司晨光礼品签订《股权转让协议》，将其持有的哈尔滨晨光 100%股权以 50 万元人民币转让给晨光礼品，

转让后哈尔滨晨光成为本公司的孙公司，为本公司文具销售的省级经销渠道之一。

2010年7月12日，哈尔滨晨光就上述股东变更事宜办理了工商变更登记。

（3）哈尔滨晨光增资

2013年4月10日，晨光礼品决定将哈尔滨晨光的注册资本由50万元增至500万元。

2013年6月13日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第113478号《验资报告》，对本次增资进行了审验。

2013年7月1日，哈尔滨晨光就上述增资事项办理了工商变更登记。

6、收购郑州晨光100%股权

（1）郑州晨光公司情况

郑州晨光成立于2009年3月3日，成立时为晨光集团的全资子公司，注册资本100万元。目前经营范围：文具及文具礼品、饰品的批发零售；计算机、软件、计算机辅助设备的批发零售及相关技术咨询；企业管理咨询。

2009年3月2日，河南融通联合会计师事务所出具了豫融会验字（2009）第03-009号《验资报告》，对郑州晨光设立时的出资情况作了审验。

2009年3月3日，郑州晨光在郑州市工商行政管理局二七分局登记，并取得注册号为410103000002980的《企业法人营业执照》。

（2）收购郑州晨光100%股权情况

2010年6月23日，晨光集团与本公司的全资子公司晨光礼品签订《股权转让协议》，将其持有的郑州晨光100%股权以100万元人民币转让给晨光礼品，转让后郑州晨光成为本公司的孙公司，为本公司文具销售的省级经销渠道之一。

2010年7月13日，郑州晨光就上述股东变更事宜办理了工商变更登记。

（3）郑州晨光增资

2013年5月6日，晨光礼品决定将郑州晨光的注册资本由100万元增至500万元。2013年5月20日，河南融通联合会计师事务所（普通合伙）出具了豫融会验字（2013）第B05159号《验资报告》，对本次增资进行了审验，2013年6月6日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第

113479 号《验资报告》，对本次增资进行了复审验。

2013 年 5 月 23 日，郑州晨光就上述增资事项办理了工商变更登记。

7、收购晨光珍美100%股权

（1）晨光珍美公司情况

晨光珍美成立于 2008 年 5 月 26 日，成立时为晨光控股全资子公司，注册资本 1,000 万元。目前经营范围：文具、办公用品、工艺礼品、家用电器、塑料制品、五金交电、通讯器材、计算机及配件、日用百货的批发与零售（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）。

2008 年 5 月 19 日，上海东明会计师事务所出具沪东师报（2008）第 F0170 号《验资报告》，对晨光珍美设立时的出资情况作了审验。

2008 年 5 月 26 日，晨光珍美在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得注册号为 310226000867919 的《企业法人营业执照》。

晨光珍美成立后，主要负责文具 KA 销售业务。

（2）收购晨光珍美100%股权情况

2010 年 6 月 18 日，晨光集团与本公司签订《股权转让协议》，将其持有的晨光珍美 100% 股权以 1,000 万元人民币转让给本公司，转让后晨光珍美成为本公司的子公司。

2010 年 7 月 14 日，晨光珍美就上述股东变更事宜办理了工商变更登记。

本公司收购晨光珍美后，由晨光珍美负责本公司的文具 KA 销售业务。

（四）重大资产重组对本公司的影响

实际控制人采取新设后进行资产重组而不以晨光集团直接做为上市主体，主要考虑如下三个方面的因素：

1、以晨光集团作为上市主体同样存在资产的剥离问题

随着文具业务的发展壮大，在确保文具业务稳步开展的同时，实际控制人已开始涉足置业投资、资本运作等其他产业领域。由于晨光集团涉足的领域不属于同一类型，置业投资与文具业务相关性很小，若以晨光集团作为拟上市主体，同样需要对非文具类业务进行剥离，并对文具业务的内部架构进行资产优化重组。

2、新设主体有利于资产、业务重组的有序、平稳和效率

实际控制人在文具行业多年的发展历史中，客观上形成众多下属公司，其并不能完全达到功能定位清晰、业务边界明确、资产管理规范、人员归属完整。同时实际控制人的文具业务又处于快速发展过程中。如何完成上市前的资产重组又不影响业务的快速发展是一个现实的问题。实践中，实际控制人选择新设文具业务平台并以此整合资产、业务、人员。尽管存在整合过程长且复杂的缺点，但其优点是可以以业务（生产线、人员、销售方式）为核心有序开展，逐步整合，边整合边发展，调整好一部分就整合进一部分，保证业务的衔接和人员的稳定。这样的整合更平滑，有利于资产、业务重组的有序、平稳和效率。

3、新设公司有利于实际控制人建立清晰的产业管理架构

实际控制人多产业的运作格局，客观上需要建立较为清晰的产业管理架构及模式。实际控制人于 2007 年 5 月 10 日投资设立晨光集团，并以晨光集团为主体投资设立了不同产业的运营主体。截至目前，晨光集团所拥有和控制的公司为主营文具产品的设计、研发、制造及销售的晨光文具和主营房地产开发经营的晨光三美。实际控制人拥有的其他公司为主营企业股权投资的晨光创投。

通过本次文具业务的整合，实际控制人在旗下形成文具制造销售、房地产开发经营、企业股权投资三大产业。从客观上来说，通过本次整合，实际控制人形成了定位清晰、管理科学、相互独立的业务架构，也有利于晨光文具上市后的规范运作。

基于上述考虑，实际控制人选择采取了新设全新的股份有限公司作为拟上市主体的方案，并对原有的文具产业链上的内部架构进行调整，形成完整的资产和业务体系。

资产重组完成后，控股股东及实际控制人拥有的与文具业务相关的所有经营性资产、业务及人员全部进入本公司，公司拥有了独立、完整的业务体系，经营规模进一步扩大，经营业绩稳步提升。

报告期内，公司主营业务未因资产重组发生重大变化，公司实际控制人未因资产重组发生变化，管理层和核心技术人员保持稳定。

四、公司历次验资情况及投入资产的计量属性

公司设立以来共进行过 3 次验资并进行了 1 次验资复核，具体情况如下：

1、2008年7月，公司设立时的验资情况

2008 年 7 月 14 日上海东明会计师事务所有限公司出具沪东师报（2008）第 F0313 号《验资报告》，验证截至 2008 年 7 月 14 日，公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本人民币 5,000 万元，各股东均以货币资金出资，其中，晨光控股出资 4,750 万元，占注册资本 95%，陈湖文出资 125 万元，占注册资本的 2.50%，陈雪玲出资 125 万元，占注册资本的 2.50%。

2、2010年12月，公司第一次增资时的验资情况

2010 年 12 月 14 日立信会计师事务所出具信会师报字（2010）第 25575 号《验资报告》，验证截至 2010 年 12 月 13 日，公司已收到晨光集团缴纳的新增注册资本（实收资本）人民币 15,000 万元，新增实收资本占新增注册资本的 100%。此次用以增资的资产包括货币资产和非货币资产，其中，晨光集团以货币资金 1,702.50 万元对本公司增资，按每股 1.65 元折成股本 1,031.82 万股；用以增资的非货币资产已由上海银信汇业资产评估有限公司出具了沪银信汇业评字（2010）第 A029 号资产评估报告，作价 23,047.50 万元，按每股 1.65 元折成股本 13,968.18 万股。本次增资后，公司新增注册资本 15,000 万元，转入资本公积 9,750 万元。

本次增资后，公司注册资本增至人民币 20,000 万元，其中，晨光集团出资为人民币 18,000 万元，占本次增资后注册资本的 90%，陈湖文和陈湖雄分别出资为人民币 760 万元，分别占本次增资后注册资本的 3.80%，陈雪玲出资为人民币 480 万元，占本次增资后注册资本的 2.40%。

本次增资后，全体股东的累计货币出资形成的股本金额为 6,031.82 万元，占本次增资后注册资本总额的 30.16%。

3、验资复核情况

2012 年 2 月 15 日，立信会计师事务所出具了信会师报字[2012]第 110320 号《关于上海晨光文具股份有限公司注册资本、实收资本的复核报告》，经复核，截至 2011 年 12 月 31 日止，公司账面实收资本为人民币 20,000 万元，与由立信会计师事务所有限公司 2010 年 12 月 14 日出具的信会师报字（2010）第 25575

号《验资报告》注册资本实收数额相一致。

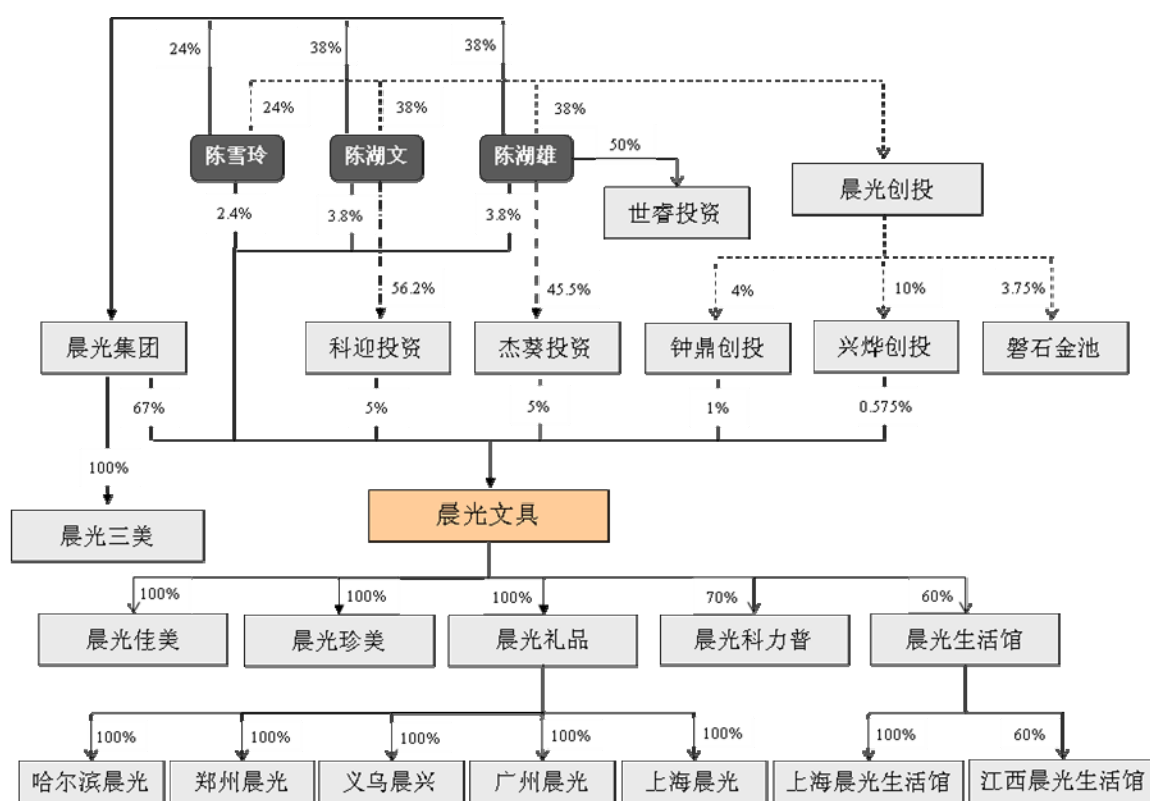
4、2013年12月，公司分配红股及资本公积金转增股本时的验资情况

2013年12月13日，立信会计师事务所出具了信会师报字[2013]第114171号《验资报告》，验证截至2013年12月13日，公司已将资本公积9,000.00万元、未分配利润11,000.00万元，合计20,000.00万元转增股本。截至2013年12月13日，公司变更后的注册资本为人民币40,000.00万元、累计实收资本（股本）为人民币40,000.00万元。

五、公司的股权结构及组织架构

（一）控股股东和实际控制人及其控制的企业股权结构

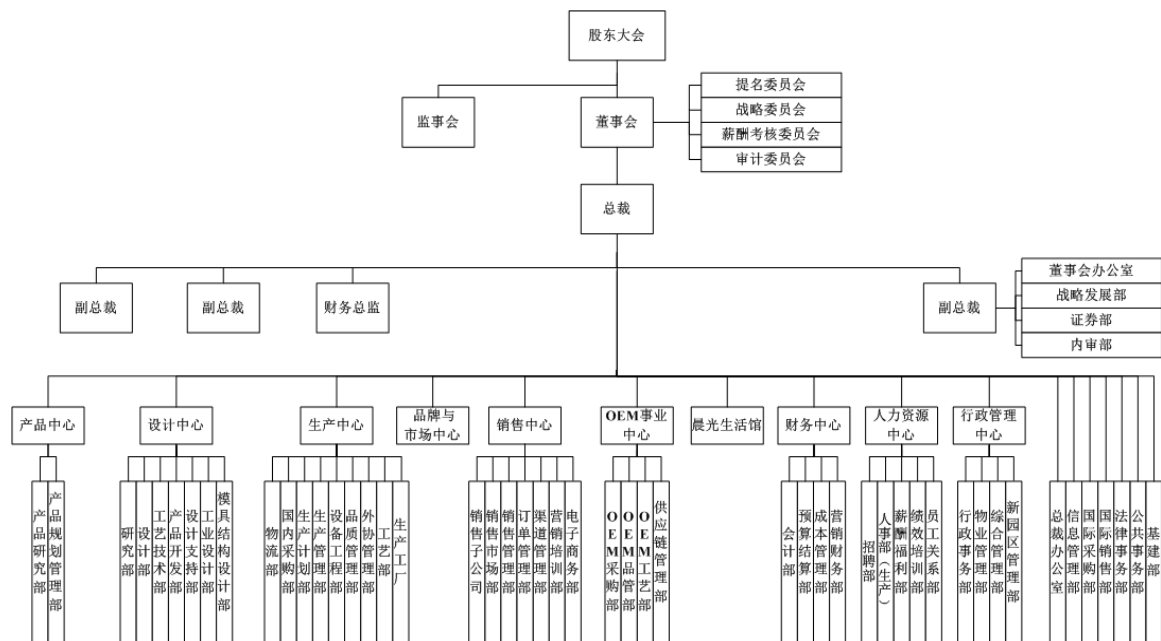
截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人及其控制的企业股权结构如下图：



（二）公司的组织结构

公司根据《公司法》等有关法律法规规定，并结合公司业务发展的需要，建

立了规范的法人治理结构。具体如下图：



股东大会是公司的最高权力机构，股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责，履行《公司章程》赋予的职权。目前，公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。

公司实行董事会领导下的总裁负责制。在董事会的领导下，由总裁负责公司的日常经营与管理。各重要部门的主要职责如下：

部 门	职 责
产品中心	负责公司产品的规划和管理，制定公司产品战略并组织执行；负责各产品线及各产品品类年度目标、产品结构等的整体规划并持续修正优化，不断提升公司产品线质量；负责公司年度新产品的规划和管理，制定新产品开发计划并督导执行；组织消费者研究活动，搭建产品数据平台并进行相关数据和指标的分析研究
设计中心	负责搭建符合晨光产品战略的产品设计管理体系；负责新品开发与设计，并为老产品的改进提供设计保障；负责产品造型开发与结构设计，并支持新造型落地；推动新产品中试工作，并为新品在生产工艺方面提供技术支持；负责开发与管理外部设计资源
生产中心	建立和完善生产计划管理的相关制度和流程，编制各部门工作计划；负责各车间月度改善工作的确立、审核、跟进和统计，平衡公司生产能力；对委托加工单位进行确定、管理、跟进及指导；结合公司现有的体系标准，对生产现场各环节进行评估，提出改善方案并组织实施；建立和完善产品质量管理制度和相关的质量控制流程，规范产品的质量管理；负责定期编制公司产品质量分析报告，为决策层提供质量信息等

部 门	职 责
品牌与市场中心	负责制定公司品牌定位与品牌战略规划并组织执行；负责品牌推广策略、传播方案的组织策划与实施，品牌 VI 的定期升级、规划及管理督导；负责品牌线上/线下媒介投放策略的策划、实施与效果评估；负责公司市场推广计划及方案、市场活动或项目的策划与推动实施；负责市场推广物料及道具的创意、开发与管理；负责市场信息及竞争对手信息的收集与研究，并为相关部门提供市场数据支持
销售中心	根据公司年度目标，制定年度销售计划并组织实施；负责制定销售渠道拓展计划，规划和指导市场销售网络的建设、升级及整改；负责分公司/合作伙伴市场行为、销售目标及价格体系的管理与督导；负责客户销售订单管理、货源调配管理及销售预测工作；负责连锁零售加盟、配送中心等渠道的管理，组织订货会开展及订货指导；负责营销培训体系的搭建与管理；负责电子商务平台的搭建与运营
OEM 事业中心	根据公司发展战略，负责制定 OEM 事业中心中长期发展规划，并编制年度目标及工作计划；负责制定 OEM 产品设计开发、采购的相关制度和流程；负责组织 OEM 产品市场调查、开发设计及投产上市的各阶段工作；负责 OEM 产品的销售情况跟进及服务
晨光生活馆	根据公司发展战略，负责制定连锁大店事业部中长期发展规划，并编制年度目标及工作计划；负责制定晨光生活馆各项流程、标准、制度，并推进、检查相关制度、规定及标准执行情况，全面提升晨光生活馆门店质量；负责晨光生活馆市场调研、门店开发筹建工作；负责晨光生活馆所销售部分商品的采购管理及所有商品品类规划管理；负责晨光生活馆门店营运销售；建立并运作晨光生活馆人员发展及培训体系
财务中心	负责制定会计核算制度，建立和完善会计核算的相关流程；负责日常的会计核算工作，准确及时真实地提供会计核算信息；负责筹集调度资金，满足公司经营需要，并控制资金风险；负责新产品的成本核算，完善成本核算的制度和流程，推进成本管理体系；负责组织子公司会计核算工作，监控和指导账务核算系统等
人力资源中心	负责建立人事管理的相关制度和流程，规范公司人事管理工作；负责员工劳动合同的管理、劳动争议的处理及员工档案的管理等工作；协助开发和维护人事管理信息系统；负责制定公司绩效管理体系，规范薪酬制定和发放流程；负责实施年度绩效考核方案和年度薪酬方案等
行政管理中心	负责公司管理制度的建立与完善，规范制度的制定、发放流程，并督促制度的执行；负责公司印章证照的管理工作；建立和完善公司的档案管理，开展公司档案管理工作；负责公司企业文化建设规划，策划组织公司文体活动；负责公司的物业管理，建立资产管理档案，确保公司资产安全等
总裁办公室	根据公司战略发展，负责公司的企业文化建设规划，建立和完善公司企业文化体系；负责公司企业文化活动的策划，并组织相关的实施；负责公司重大公关事件的策划和管理；负责组织相关的公益宣传活动，提升公司形象；负责总裁

部 门	职 责
	的日常文秘、行政接待工作；负责公司总裁报告及公司重要文件的起草工作；负责公司的文件收发和传达，完成总裁布置的重要督办事宜；负责公司日常管理会议和重大经营决策会议的组织工作，担负会议纪要的记录和整理工作，监督会议议程的执行情况；协助总裁进行对外接待工作，维护对外媒体、政府机构、专业协会的公共关系；负责公司危机事件的公关处理，维护公司形象；协助总裁拓展公共关系渠道
信息管理部	负责制定公司信息系统管理的相关制度和流程；负责编制部门工作计划并组织实施；根据部门工作计划和信息化建设计划，编制部门费用预算和专项信息化建设预算；负责公司 ERP 项目的选型、规划和实施；负责公司管理信息系统的建设和运行维护管理；协助开展信息技术培训工作等
国际采购部	制定与外购物资采购相关的各项制度和流程，编制部门工作计划；负责建立供应商管理体系，建立供应商管理档案，保持与供应商良好的合作关系，组织定期考核评估供应商；负责国内外原材料供应价格管理系统的建立与维护等
国际销售部	完善和优化国际业务拓展的相关制度和流程；根据公司年度经营规划，负责编制部门工作计划；负责编制部门费用预算和国际营销预算；负责制定国际业务发展规划和相关的实施计划；负责制订国际市场营销策略和市场推广方案，并开展具体实施工作；负责国际客户资源的维护与管理工作等
法律事务部	组织研究国家新颁布的相关法律法规，及时向公司领导层提供有关法律信息以及应采取的法律对策，为公司的业务提供法律保障；为公司运营及重大决策方面提供法律咨询、支持、风险分析，为公司领导层决策提供参考性建议；负责建立合同管理体系，进行合同管理制度的设计和推行；负责建立知识产权管理体系，进行商标、专利、版权管理制度的设计、推行及管理
公共事务部	收集内外部环境的各种信息，分析评价后供管理人员参考，以提高经营管理能力；监测公共关系；根据对政策法规、社会民意、时尚潮流等重要外界因素的监测和分析，预报有重大影响的近期或远期发展趋势，指导企业的重大行动计划；处理公司的对外关系，做好公众来访接待；处理突发事件和危机事件等
基建部	负责公司的基建项目的规划、立项和组织实施；负责基建工程相关利益方的评估、选择和管理；组织编制工程建设项目总体计划；负责工程进度、工程质量和工程投资的监理，确保工程质量等
内审部	负责公司内部审计工作，评审公司内部控制制度的健全性、有效性；定期或不定期对公司各部门及子公司的各项经营活动进行审计；执行由审计委员会和董事会决定的各项专项审计工作
证券部	负责公司证券事务方面的工作，协助董事会秘书筹备董事会会议、年度股东大会、临时股东大会；收集公司及子公司经营信息，根据法律法规及时进行信息披露；与证券监管机构、股东和媒体进行联络沟通

六、公司控股子公司、参股子公司简要情况

（一）本公司控股子公司

截至本招股说明书签署之日，本公司有 5 家子公司和 7 家孙公司。

发行人主要从事 M&G 晨光品牌书写工具、学生文具、办公文具等产品的设计、研发、制造和销售。发行人子公司中，晨光珍美主要负责发行人 KA 销售业务，即主要针对大润发、沃尔玛、家乐福、乐购、麦德龙等全国性的连锁零售商；晨光礼品主要负责发行人连锁销售的运营、管理及维护；晨光科力普主要负责发行人的办公文具直销业务；晨光生活馆主要负责发行人的直营旗舰店业务；晨光佳美主要负责发行人的外贸业务；上海晨光、广州晨光、义乌晨兴、郑州晨光和哈尔滨晨光均为晨光礼品子公司，负责各自区域内的渠道运营、管理及维护。

发行人各子公司的经营范围及主要业务情况如下表：

名称	与发行人关系	经营范围	主要业务
晨光珍美	晨光文具全资子公司	文具、办公用品、工艺礼品、家用电器、塑料制品、五金交电、通讯器材、计算机及配件、日用百货的批发、零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人 KA 销售业务
晨光礼品	晨光文具全资子公司	文具、办公用品、饰品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备（除计算机系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人连锁销售的运营、管理与维护
上海晨光	晨光礼品全资子公司	文具、办公用品、饰品、工艺礼品、电子产品、橡塑制品、五金交电、通讯器材（除卫星电视广播地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，商务信息咨询，投资信息咨询（除经纪），投资管理，市场营销策划，企业营销策划，企业形象策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责上海区域经销渠道的运营、管理与维护
广州晨光	晨光礼品全资子公司	批发、零售：文具、办公用品、工艺礼品、日用百货；企业管理咨询	负责广东区域经销渠道的运营、管理与维护
义乌晨兴	晨光礼品全资子公司	文具、办公用品、饰品、工艺品、橡胶制品、塑料制品、电子产品（不含电子出版物）、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材（不含卫星地面接收设备）、计算机及配件、计算机软硬件（不含电子出版物）、日用百货批发；企业管理咨询服务。	负责浙江区域经销渠道的运营、管理与维护
郑州晨光	晨光礼品全资	文具及文具礼品、饰品的批发零售；计算机、软件、计算机辅助设备的批发零售及相关技术咨询；企业管理咨询	负责河南区域经销渠道的运营、管

名称	与发行人关系	经营范围	主要业务
	子公司		理与维护
哈尔滨晨光	晨光礼品全资子公司	批发：文教用品、工艺品；企业管理服务咨询。	负责黑龙江区域经销渠道的运营、管理与维护
晨光科力普	晨光文具控股子公司	办公用品、食用农产品（除生猪产品）、针纺织品、服装鞋帽、日用百货、体育用品及器材、文化用品、文具、办公耗材、五金交电、家用电器、办公设备及配件、计算机硬件及软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、通讯设备、纸制品、劳防用品、塑料制品、工艺品（除金银）、照相器材、音响设备、家具、室内装饰材料、酒类、一类医疗器械的销售，办公设备及日用品维修，自有设备租赁，设计、制作各种广告，展览展示服务，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询，企业营销策划，货运代理，电脑图文制作，批发预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）乳制品（不含婴幼儿配方奶粉），电子商务（不得从事增值电信、金融服务）。 【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人的办公文具直销业务
晨光生活馆	晨光文具控股子公司	企业管理咨询，文具用品、饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货、化妆品、服装的批发和零售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人的直营旗舰店“晨光生活馆”业务
上海晨光生活馆	晨光生活馆全资子公司	企业管理咨询，文具用品、装饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材（除卫星电视广播地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货、化妆品、服装批发、零售，从事货物及技术的进出口及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人上海地区的直营旗舰店“晨光生活馆”业务
江西晨光生活馆	晨光生活馆控股子公司	文具用品、办公用品、工艺美术品、橡胶制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货、化妆品、服装的批发、零售；企业管理咨询；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）（以上项目依法需经批准的项目，需经相关部门批准后方可开展经营活动）	负责发行人江西地区直营旗舰店业务
晨光佳美	晨光文具全资子公司	文具用品制造、批发、零售，装饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、五金交电、通讯设备（除卫星广播电视地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，从事货物进出口及技术进出口，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	负责发行人的外贸业务

截至 2014 年 9 月 30 日，发行人区域经销渠道涵盖 29 家一级（省级）经销商、近 1,200 家二、三级经销商，涉及超过 6 万家零售终端。上述 29 家一级（省级）经销商中，除上海晨光、广州晨光、义乌晨兴、郑州晨光和哈尔滨晨光为晨光礼品子公司外，其余 24 家为非自有一级（省级）经销商，除与发行人存在正常业务往来外，前述 24 家非自有一级（省级）经销商与发行人并不存在股权投资关系。

发行人各子/孙公司具体情况如下：

1、晨光珍美

（1）总体情况

公司名称	上海晨光珍美文具有限公司		成立时间	2008.5.26
注册资本	1,000 万元		实收资本	1,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号-3			
经营范围	文具、办公用品、工艺礼品、家用电器、塑料制品、五金交电、通讯器材、计算机及配件、日用百货的批发、零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
法定代表人	冯红兴			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具股份有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	15,106,448.35	14,391,055.70	
	总资产	35,712,165.03	35,818,891.63	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	-586,694.18	-715,392.65	

（2）历史沿革

有关晨光珍美的历史沿革，可参阅本招股说明书“第五节 三、（三）、7、收购晨光珍美 100%股权”。

晨光珍美负责本公司文具KA销售业务。

2、晨光礼品

（1）总体情况

公司名称	上海晨光文具礼品有限公司		成立时间	2010.2.3
注册资本	5,000 万元		实收资本	5,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3469 号 1 号楼			
经营范围	文具、办公用品、饰品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备（除计算机系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
法定代表人	陈湖雄			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具股份有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	48,384,159.42	46,716,581.03	
	总资产	69,294,980.18	69,663,447.71	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	-3,197,169.99	-1,667,578.39	

（2）历史沿革

晨光礼品成立于 2010 年 2 月 3 日，为本公司全资子公司，成立时注册资本 1,000 万元，现注册资本 5,000 万元，法定代表人陈湖雄。经营范围：文具、办公用品、饰品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备（除计算机系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，从事货物及技术的进出口业务（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）。

2010 年 2 月 2 日，上海正达会计师事务所出具沪正达会验（2010）117 号《验资报告》，对晨光礼品设立时的出资情况做了审验。

2010 年 2 月 3 日，晨光礼品在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取

得注册号为 310226001033491 的《企业法人营业执照》。

2013 年 4 月 8 日，晨光文具决定将晨光礼品的注册资本由 1,000 万元增至 5,000 万元。2013 年 4 月 22 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第 112733 号《验资报告》，对本次增资进行了审验。

2013 年 5 月 13 日，晨光礼品就上述增资事项办理了工商变更登记。

晨光礼品成立后，承接了晨光礼品连锁的文具销售业务，成为本公司负责销售渠道管理的主体之一。有关本公司承接晨光礼品连锁的文具销售业务，可参见“第五节 三、（三）、4、承接晨光礼品连锁的文具销售业务”。

3、哈尔滨晨光

（1）总体情况

公司名称	哈尔滨晨光三美文具有限公司		成立时间	2009.3.18
注册资本	500 万元		实收资本	500 万元
注册地址和主要生产 经营地	哈尔滨市道外区景阳街 33 号四楼			
经营范围	批发：文教用品、工艺饰品；企业管理服务咨询			
法定代表人	陈忠平			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具礼品有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	11,611,625.88	12,672,798.66	
	总资产	15,132,272.81	16,449,484.02	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	2,023,006.07	1,061,172.78	

（2）历史沿革

有关哈尔滨晨光的历史沿革，可参阅本招股说明书“第五节 三、（三）、5、收购哈尔滨晨光 100%股权”。

哈尔滨晨光为本公司的省级经销渠道之一。

4、郑州晨光

（1）总体情况

公司名称	郑州晨光文具礼品有限责任公司	成立时间	2009.3.3
注册资本	500 万元	实收资本	500 万元
注册地址和主要生产经营地	郑州市二七区大学路西、桃源路南、大学路 80 号长城康桥 9 号楼 1 单元 707 室		
经营范围	文具及文具礼品、饰品的批发零售；计算机、软件、计算机辅助设备的批发零售及相关技术咨询；企业管理咨询		
法定代表人	曹恒毅		
股东构成	股东名称		持股比例
	上海晨光文具礼品有限公司		100%
	合计		100%
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	11,977,048.84	16,414,105.41
	总资产	18,157,181.25	20,664,895.49
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	4,082,508.60	4,437,056.57

（2）历史沿革

有关郑州晨光的历史沿革，可参阅本招股说明书“第五节、三、（三）、6、收购郑州晨光 100%股权”。

郑州晨光为本公司的省级经销渠道之一。

5、义乌晨兴

（1）总体情况

公司名称	义乌市晨兴文具用品有限公司	成立时间	2010.7.19
注册资本	500 万元	实收资本	500 万元
注册地址和主要生产经营地	义乌市廿三里街道开元南街一区一楼		
经营范围	文具、办公用品、饰品、工艺品、橡胶制品、塑料制品、电子产品（不含电子出版物）、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材（不含卫星		

	地面接收设备)、计算机及配件、计算机软、硬件（不含电子出版物）、日用百货批发；企业管理咨询服务		
法定代表人	陈志荣		
股东构成	股东名称		持股比例
	上海晨光文具礼品有限公司		100%
	合计		100%
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	13,678,342.87	18,375,985.66
	总资产	30,030,779.02	35,316,924.34
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	4,935,712.64	4,697,642.79

（2）历史沿革

义乌晨兴成立于 2010 年 7 月 19 日，为晨光礼品的全资子公司，成立时注册资本 200 万元，现注册资本 500 万元，法定代表人陈志荣。经营范围：文具、办公用品、饰品、工艺品、橡胶制品、塑料制品、电子产品（不含电子出版物）、家用电器、玩具、五金交电、通讯器材（不含卫星地面接收设备）、计算机及配件、计算机软、硬件（不含电子出版物）、日用百货批发；企业管理咨询服务。

2010 年 6 月 28 日，浙江天义会计师事务所出具了浙天义验字（2010）第 152 号《验资报告》，对义乌晨兴设立时的出资情况作了审验。

2010 年 7 月 19 日，义乌晨兴在义乌市工商行政管理局登记，并取得注册号为 330782000155530 的《企业法人营业执照》。

2013 年 4 月 18 日，晨光礼品决定将义乌晨兴的注册资本由 200 万元增至 500 万元。2013 年 5 月 8 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第 113184 号《验资报告》，对本次增资进行了审验。此外，2013 年 6 月 21 日，浙江天义会计师事务所出具了浙天义验字（2013）第 097《验资报告》，对本次增资也进行了审验。

2013 年 6 月 24 日，义乌晨兴就上述增资事项办理了工商变更登记。

义乌晨兴为本公司的省级经销渠道之一。

6、广州晨光

（1）总体情况

公司名称	广州晨光文具礼品销售有限公司		成立时间	2010.6.10
注册资本	500 万元		实收资本	500 万元
注册地址和主要生产经营地	广州市白云区石井石沙路 338 号 B 栋三楼			
经营范围	批发、零售：文具、办公用品、工艺礼品、日用百货；企业管理咨询			
法定代表人	陈欣鹏			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具礼品有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	14,368,294.84	20,874,216.78	
	总资产	25,001,594.95	30,528,062.93	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	4,992,951.58	6,505,921.94	

（2）历史沿革

广州晨光成立于 2010 年 6 月 10 日，为晨光礼品的全资子公司，本公司的孙公司，成立时注册资本 200 万元，现注册资本 500 万元，法定代表人陈欣鹏。经营范围：文具、办公用品、工艺礼品、日用百货的批发、零售；企业管理咨询。

2010 年 5 月 31 日，广州海正会计师事务所出具了海会验（2010）KA106 号《验资报告》，对广州晨光设立时的出资情况作了审验。

2010 年 6 月 10 日，广州晨光在广州市工商行政管理局白云分局登记，并取得注册号为 440115000014553 的《企业法人营业执照》。

2013 年 4 月 6 日，晨光礼品决定将广州晨光的注册资本由 200 万元增至 500 万元。2013 年 6 月 5 日，广州而翔会计师事务所（普通合伙）出具了穗翔审字（2013）第 5029 号《验资报告》，对本次增资进行了审验。2013 年 6 月 8 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第 113477 号《验资报告》，对本次增资进行了复审验。

2013 年 6 月 21 日，广州晨光就上述增资事项办理了工商变更登记。

广州晨光为本公司的省级经销渠道之一。

7、上海晨光

（1）总体情况

公司名称	上海晨光文具销售有限公司		成立时间	2010.5.7
注册资本	1,000 万元		实收资本	1,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3469 号 2 号楼			
经营范围	文具、办公用品、饰品、工艺礼品、电子产品、橡塑制品、五金交电、通讯器材（除卫星电视广播地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，商务信息咨询，投资信息咨询（除经纪），投资管理，市场营销策划，企业营销策划，企业形象策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
法定代表人	陈桂东			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具礼品有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	17,302,938.19	20,532,967.48	
	总资产	30,029,711.69	27,771,735.21	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	2,250,069.90	3,230,029.29	

（2）历史沿革

上海晨光成立于 2010 年 5 月 7 日，为晨光礼品的全资子公司，本公司的孙公司，成立时注册资本 200 万元，现注册资本 1,000 万元，法定代表人陈桂东。经营范围：文具、办公用品、饰品、工艺礼品、电子产品、橡塑制品、五金交电、通讯器材（除卫星电视广播地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，企业管理咨询，商务信息咨询，投资信息咨询（除经纪），投资管理，市场营销策划，企业营销策划，企业形象策划（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

2010年5月6日，上海正达会计师事务所出具了沪正达会验（2010）502号《验资报告》，对上海晨光设立时的出资情况做了审验。

2010年5月7日，上海晨光在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得注册号为310226001061924的《企业法人营业执照》。

2012年1月29日，晨光礼品决定将上海晨光注册资本由200万元增至500万元。2012年2月13日，上海正达会计师事务所出具了沪正达会验（2012）081号《验资报告》，对上海晨光该次增资进行了审验。

2012年3月28日，上海晨光在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记手续并领取了新的《企业法人营业执照》。

2013年4月10日，晨光礼品决定将上海晨光的注册资本由500万元增至1,000万元。2013年5月9日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第113183号《验资报告》，对本次增资进行了审验。

2013年5月20日，上海晨光就上述增资事项办理了工商变更登记。

上海晨光为本公司的省级经销渠道之一。

8、晨光科力普

（1）总体情况

公司名称	上海晨光科力普办公用品有限公司	成立时间	2012.12.5
注册资本	10,000 万元	实收资本	10,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市徐汇区古美路 1528 号 2 幢 11 层		
经营范围	办公用品、食用农产品（除生猪产品）、针纺织品、服装鞋帽、日用百货、体育用品及器材、文化用品、文具、办公耗材、五金交电、家用电器、办公设备及配件、计算机硬件及软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、通讯设备、纸制品、劳防用品、塑料制品、工艺品（除金银）、照相器材、音响设备、家具、室内装饰材料、酒类、一类医疗器械的销售，办公设备及日用品维修，自有设备租赁，设计、制作各种广告，展览展示服务，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询，企业营销策划，货运代理，电脑图文制作，批发预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）乳制品（不含婴幼儿配方奶粉），电子商务（不得从事增值电信、金融服务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
法定代表人	陈湖文		

股东构成	股东名称		持股比例
	上海晨光文具股份有限公司		70%
	上海科力普创业投资中心（有限合伙）		30%
	合计		100%
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	33,987,471.16	67,429,045.23
	总资产	57,375,574.85	84,043,273.87
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	-15,972,254.25	-16,558,425.93

（2）历史沿革

晨光科力普成立于 2012 年 12 月 5 日，成立时为本公司全资子公司，注册资本 1,000 万元，现注册资本 5,000 万元，法定代表人陈湖文。

2012 年 11 月 20 日，立信会计师事务所出具信会师报字[2012]第 150942 号《验资报告》，对晨光科力普设立时的出资情况做了审验。

2012 年 12 月 5 日，晨光科力普在上海市工商行政管理局徐汇分局登记，并取得注册号为 310104000532967 的《企业法人营业执照》。

2013 年 3 月 1 日，晨光科力普取得上海市工商行政管理局徐汇分局颁布的编号为 SP3101041310001193 的《食品流通许可证》，有效期限为 2013 年 3 月 1 日至 2014 年 10 月 31 日。

晨光科力普成立后，主要负责发行人的办公文具直销业务。

2013 年 4 月 19 日，晨光科力普股东会决议将公司注册资本由 1,000 万元增加至 5,000 万元，新增的 4,000 万注册资本中，原股东晨光文具认缴 2,500 万元，新进股东张梓滨认购 1,000 万元，杨进认购 300 万元，徐雷认购 200 万元。

2013 年 5 月 10 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2013]第 150692 号《验资报告》，对本次增资进行了审验。

2013 年 10 月至 2014 年 2 月，因杨进、徐雷陆续离职，持股情况发生变化。其所持股权以及张梓滨所持股权最终由姜洪军与原有股东张梓滨成立的上海科力普创业投资中心（有限合伙）承接。至此，晨光科力普 5,000 万元注册资本的构成为：晨光文具持有 3,500 万元，持股比例为 70%；上海科力普创业投资中

心（有限合伙）持有 1,500 万元，持股比例为 30%。

2014 年 2 月 25 日，晨光科力普在上海市工商行政管理局徐汇分局完成本次工商变更登记手续。

2014 年 9 月 1 日，晨光科力普股东会决议将公司注册资本增至 10,000 万元，由原股东等比例增资。本次增资后，晨光科力普的股权结构为：晨光文具持有 7,000 万元，占比 70%；上海科力普创业投资中心（有限合伙）持有 3,000 万元，占比 30%。

2014 年 9 月 11 日，晨光科力普在上海市工商行政管理局徐汇分局完成本次工商变更登记手续。

9、晨光生活馆

（1）总体情况

公司名称	晨光生活馆企业管理有限公司		成立时间	2013.5.2
注册资本	5,000 万元		实收资本	5,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区金钱公路 3469 号 2 号楼			
经营范围	企业管理咨询，文具用品、饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货、化妆品、服装的批发和零售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
法定代表人	陈湖雄			
股东构成	股东名称		持股比例	
	上海晨光文具股份有限公司		60%	
	上海天万国际物流有限公司		40%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	50,016,938.13	50,012,636.55	
	总资产	50,022,584.17	50,012,262.97	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	16,938.13	-4,301.58	

（2）历史沿革

晨光生活馆成立于 2013 年 5 月 2 日，为本公司控股子公司，注册资本 5,000 万元，法定代表人陈湖雄。

2013 年 4 月 22 日，立信会计师事务所出具信会师报字（2013）第 112734 号《验资报告》，对晨光生活馆设立时的出资情况做了审验。

2013 年 5 月 2 日，晨光生活馆在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得注册号为 310120002149223 的《企业法人营业执照》。

晨光生活馆成立后，主要负责发行人的直营旗舰大店业务。

10、上海晨光生活馆

（1）总体情况

公司名称	晨光生活馆企业管理（上海）有限公司		成立时间	2013.6.5
注册资本	1,200 万元		实收资本	1,200 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区金钱公路 3469 号 4 号楼			
经营范围	企业管理咨询，文具用品、装饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机、软件及辅助设备、日用百货、化妆品、服装批发、零售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
法定代表人	陈桂东			
股东构成	股东名称		持股比例	
	晨光生活馆企业管理有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	10,786,809.96	8,302,670.87	
	总资产	12,570,959.23	12,778,007.54	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	-1,213,190.04	-2,484,139.09	

（2）历史沿革

上海晨光生活馆成立于 2013 年 6 月 5 日，为本公司控股子公司晨光生活馆

的全资子公司，成立时注册资本 500 万元，法定代表人陈桂东。

2013 年 5 月 21 日，立信会计师事务所出具信会师报字（2013）第 113330 号《验资报告》，对上海晨光生活馆设立时的出资情况做了审验。

2013 年 6 月 5 日，上海晨光生活馆在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得注册号为 310120002166845 的《企业法人营业执照》。

2013 年 8 月 18 日，上海晨光生活馆股东晨光生活馆决议将上海晨光生活馆的注册资本由 500 万元增加至 1,200 万元，新增 700 万元全部由晨光生活馆认缴。

2013 年 9 月 6 日，立信会计师事务所出具信会师报字（2013）第 113880 号《验资报告》，对上海晨光生活馆 2013 年 8 月 18 日的增资情况做了审验。2013 年 9 月 27 日，针对本次增资，上海晨光生活馆在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记手续。

上海晨光生活馆成立后，主要负责发行人在上海地区的直营旗舰大店业务。

11、江西晨光生活馆

（1）总体情况

公司名称	晨光生活馆江西企业管理有限公司	成立时间	2013.6.25
注册资本	1,500 万元	实收资本	1,500 万元
注册地址和主要生产经营地	南昌市西湖区洪城大市场 1 路 25 号 4 层 A 座 401 室		
经营范围	文具用品、办公用品、工艺美术品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、模具、五金交电、通讯器材、计算机软件及辅助设备、日用百货、化妆品、服装的批发、零售；企业管理咨询；自营和代理各类商品和技术的进出口业务。（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）（以上项目依法需经批准的项目，需经相关部门批准后方可开展经营活动）		
法定代表人	吴林彬		
股东构成	股东名称	持股比例	
	晨光生活馆企业管理有限公司	60%	
	江西省晨光文具礼品有限责任公司	40%	
	合计	100%	

主要财务数据（元） （经立信审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	14,207,784.68	12,033,739.06
	总资产	17,573,705.92	15,939,818.84
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	-792,215.32	-2,174,045.62

（2）历史沿革

江西晨光生活馆成立于 2013 年 6 月 25 日，为本公司控股子公司晨光生活馆的控股子公司，成立时注册资本 500 万元，法定代表人吴林彬。

2013 年 6 月 19 日，江西华宏会计师事务所有限公司出具赣华宏验字（2013）第 06-128 号《验资报告》，对江西晨光生活馆设立时的出资情况做了审验。2013 年 7 月 8 日，立信会计师事务所出具信会师报字（2013）第 113577 号《验资报告》，对江西晨光生活馆设立时的出资情况做了复审验。

2013 年 6 月 25 日，江西晨光生活馆在南昌市工商行政管理局登记，并取得注册号为 360100210215135 的《企业法人营业执照》。

2013 年 8 月 24 日，江西晨光生活馆召开股东会，决议将注册资本由 500 万元增加至 1,500 万元，新增的 1,000 万元注册资本中，由原股东晨光生活馆企业管理有限公司出资 600 万元，原股东江西省晨光文具礼品有限责任公司出资 400 万元，本次增资后江西晨光生活馆的股权比例未变。

2013 年 9 月 22 日，南昌丰源会计师事务所有限责任公司出具赣丰源会验字（2013）第 0327 号《验资报告》，对江西晨光生活馆 2013 年 8 月 24 日的增资情况做了审验。2013 年 9 月 24 日，针对本次增资，江西晨光生活馆在南昌市工商行政管理局办理了变更登记手续。

江西晨光生活馆成立后，主要负责发行人在江西地区的直营旗舰大店业务。

12、晨光佳美

（1）总体情况

公司名称	上海晨光佳美文具有限公司	成立时间	2014.03.19
注册资本	3,000 万元	实收资本	3,000 万元
注册地址和主要生	上海市奉贤区青村镇光明金钱公路 3469 号 22 号楼		

产经营地			
经营范围	文具用品制造、批发、零售，装饰品、办公用品、工艺礼品、橡塑制品、电子产品、家用电器、玩具、五金交电、通讯设备（除卫星广播电视地面接收设施）、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、日用百货批发、零售，从事货物进出口及技术进出口，企业管理咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
法定代表人	陈湖雄		
股东构成	股东名称		持股比例
	上海晨光文具股份有限公司		100%
	合计		100%
主要财务数据（元）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	-	30,928,773.55
	总资产	-	32,058,855.38
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	-	928,773.55

注：公司实际于 2014 年 4 月 11 日完成对晨光佳美的出资。

（2）历史沿革

晨光佳美成立于 2014 年 03 月 19 日，为本公司全资子公司，成立时股东认缴注册资本 3,000 万元，法定代表人陈湖雄。

2014 年 03 月 19 日，晨光佳美在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取得注册号为 301020002295724 的《企业法人营业执照》。

晨光佳美成立后，主要负责发行人的外贸业务。

（二）本公司参股子公司

截至本招股说明书签署之日，本公司无参股子公司。

七、发起人、持有公司5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

1、晨光控股（集团）有限公司

（1）总体情况

公司名称	晨光控股（集团）有限公司		成立时间	2007.5.10
注册资本	30,000 万元		实收资本	30,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号-4 幢			
经营范围	实业投资，基础设施投资，投资信息咨询（除经纪），企业管理及相关业务咨询，国内贸易（国家专项审批项目除外）（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）			
法定代表人	陈湖雄			
股东构成	股东名称		持股比例	
	陈湖文		38%	
	陈湖雄		38%	
	陈雪玲		24%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （经上海诚汇会计师事务所有限公司审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	1,283,206,374.44	1,569,330,543.50	
	总资产	1,982,097,026.29	2,286,868,823.37	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	277,635,685.11	271,166,090.69	

（2）历史沿革

①2007 年 5 月，晨光控股成立

2007 年 4 月 3 日，经晨光控股第一次股东会决议，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲分别出资 2,000 万元、2,000 万元和 1,000 万元设立晨光控股，注册资本 5,000 万元，法定代表人陈湖雄。

2007 年 5 月 8 日，上海东明会计事务所出具沪东师报（2007）B220 号《验资报告》，对晨光控股设立时的出资情况作了审验。

2007 年 5 月 10 日，晨光控股在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并

取得注册号为 3102262066159 的《企业法人营业执照》。

晨光控股设立时各发起人的出资额及出资比例如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈湖文	2,000.00	40.00%
2	陈湖雄	2,000.00	40.00%
3	陈雪玲	1,000.00	20.00%
合计		5,000.00	100.00%

②2008 年 2 月，晨光控股第一次增资

2008 年 2 月 25 日，经晨光控股股东会决议，晨光控股注册资本由 5,000 万元增加到 15,000 万元，新增 10,000 万元注册资本中，陈湖文出资 4,000 万元，陈湖雄出资 4,000 万元，陈雪玲出资 2,000 万元，均为货币出资。

2008 年 3 月 12 日，上海申洲大通会计师事务所出具申洲大通（2008）验字第 143 号《验资报告》，对本次增资情况作了审验。

2008 年 3 月 12 日，根据国家工商总局《关于下发执行〈工商行政管理注册号编制规则〉的通知》（工商办字[2007]79 号）要求，晨光控股工商注册号由 3102262066159 变更为 310226000797609。

2008 年 3 月 13 日，晨光控股在上海市工商行政管理局奉贤分局办理了变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次增资后各股东的出资额及出资比例如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈湖文	6,000.00	40.00%
2	陈湖雄	6,000.00	40.00%
3	陈雪玲	3,000.00	20.00%
合计		15,000.00	100.00%

③2008 年 7 月，晨光控股注册地变更

2008 年 7 月 17 日，经上海市工商行政管理局奉贤分局沪迁移函（2008）第 26030067 号《企业迁移通知书》批准，晨光控股注册登记地由上海市工商行政管理局奉贤分局迁入上海市工商行政管理局。

④2008 年 7 月，晨光控股更名

2008年7月11日，经国家工商总局企业注册局（国）名称变核内字[2008]第562号《企业名称变更核准通知书》批准，晨光控股更名为晨光集团。

2008年7月31日，晨光集团在上海市工商行政管理局办理了公司名称变更手续，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

⑤2008年9月，晨光集团第二次增资

2008年9月26日，经晨光集团股东会决议，晨光集团注册资本由15,000万元增加到30,000万元，新增15,000万元注册资本中，陈湖文出资6,000万元，陈湖雄出资6,000万元，陈雪玲出资3,000万元，均为货币出资。

2008年10月10日，上海正达会计师事务所出具沪正达会验（2008）1153号《验资报告》，对本次增资情况作了审验。

2008年10月21日，晨光集团在上海市工商行政管理局办理了变更登记手续，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次增资后各股东的出资额及出资比例如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈湖文	12,000.00	40.00%
2	陈湖雄	12,000.00	40.00%
3	陈雪玲	6,000.00	20.00%
合计		30,000.00	100.00%

⑥2010年6月，晨光集团第一次股权转让

2010年6月21日，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲签订《股权转让协议》，陈湖文、陈湖雄将其各自持有的晨光集团2%股权（600万股，合计1,200万股）转让给陈雪玲，转让价格为1元/股。

2010年8月9日，晨光集团在上海市工商行政管理局办理了变更登记，并取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次股份转让后各股东的出资额及出资比例如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈湖文	11,400.00	38.00%
2	陈湖雄	11,400.00	38.00%

3	陈雪玲	7,200.00	24.00%
合计		30,000.00	100.00%

2、陈湖文

曾用名：陈升贤。1970年7月出生，男，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号：44052419700711****。住所：广东省汕头市潮阳区谷饶镇横山中山区29号101。

3、陈雪玲

1967年10月出生，陈湖文和陈湖雄的胞姐，女，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号：44052419671016****。住所：广东省汕头市潮阳区谷饶镇横山中山区22号。

（二）持有公司5%以上股份的主要股东的基本情况

1、科迎投资

科迎投资成立于2011年2月18日，目前持有上海市工商局奉贤分局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：310120001845326），其基本情况如下：

- （1）名称：上海科迎投资管理事务所（有限合伙）
- （2）注册地/主要生产经营地：上海市奉贤区金钱公路3469号7幢902室
- （3）合伙企业类型：有限合伙企业
- （4）合伙期限：2011年2月18日至2021年2月17日
- （5）执行事务合伙人：陈湖文
- （6）主营业务：投资管理、投资信息咨询（除经纪），企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），企业形象策划（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

（7）各合伙人的出资情况：

类型	姓名 或名称	出资情况		
		认缴资本（万元）	出资数额（万元）	认缴比例
普通合伙人	陈湖文	2,529.00	2,529.00	56.20%

类型	姓名 或名称	出资情况		
		认缴资本（万元）	出资数额（万元）	认缴比例
有限合伙人	丁一新	135.00	135.00	3.00%
	曹澎波	135.00	135.00	3.00%
	其他 34 人	1,701.00	1,701.00	37.80%
合计		4,500.00	4,500.00	100.00%

(8) 自然人合伙人的基本情况及个人经历:

序号	合伙人姓名	基本情况及个人经历		
		任职单位	职务	近五年的个人经历
1.	曹澎波	发行人	财务总监	2007 年 1 月—2009 年 2 月，在上海国福龙凤食品股份有限公司担任财务总监职务；
				2009 年 3 月—2010 年 7 月，在上海苏谷阳盈投资咨询公司担任副总经理职务；
				2010 年 7 月—2010 年 9 月，在上海汇慈投资有限公司担任财务营运副总经理职务；
				2010 年 9 月至今，在发行人担任财务总监职务
2.	陈 昕	发行人	销售中心 副总监	2007 年 1 月—2010 年 6 月，在 TNT 快递中国公司担任部门经理职务；
				2010 年 7 月至今，在发行人担任营销中心副总监，销售中心副总监职务
3.	陈 瑜	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2008 年 2 月，在北京同世飞商业管理顾问机构担任业务总监职务；
				2008 年 3 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任部门经理职务
4.	陈国庆	发行人	财务中心 副总监	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任部门经理、财务中心副总监职务
5.	陈湖文	发行人	董事长	2007 年 1 月—2008 年 7 月，在中韩晨光担任总经理职务；
				2008 年 7 月—2010 年 3 月，在发行人担任副董事长职务；
				2010 年 3 月底至今，在发行人担任董事长职务
6.	陈建泉	发行人	技术主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任组长、技术副主管职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任技术副主管、技术主管职务
7.	陈启弓	发行人	部门 副主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门副主管职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任部门副主管职务
8.	陈伟鹏	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2007 年 5 月，在深圳欧凡实业有限公司担任部门主管职务；

				2007年6月—2008年12月，在中韩晨光担任副总助理职务；
				2009年1月—2009年9月，在发行人担任副总助理职务；
				2009年10月至今，在发行人担任部门经理职务
9.	陈志彪	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任技术主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任技术主管、部门副经理职务
10.	丁一新	发行人	副总裁兼董事会秘书	2007年1月—2010年5月，在上海白猫股份有限公司担任董事会秘书职务；
				2010年5月—2011年12月，在发行人担任董事会秘书职务；
				2012年1月至今，在发行人担任副总裁兼董事会秘书职务
11.	董浩伟	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
12.	杜震宇	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
13.	高玉见	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门副经理、部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
14.	郭晓标	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
15.	江秀芳	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年5月，在中韩晨光担任董事长秘书职务；
				2008年6月—2008年12月，在中韩晨光担任部门副经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门副经理职务
16.	解双锋	发行人	部门经理	2007年1月—2007年8月，在上海大江集团股份有限公司担任部门经理职务；
				2007年9月—2008年12月，在中韩晨光担任部门副经理、部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
17.	金惠	发行人	总监助理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门主管职务；
				2009年1月至2012年2月，在发行人担任部门主管职务；
				2012年3月至今，在发行人担任设计中心总监助理职务
18.	金建新	发行人	技术主管	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任组长、技术副主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任技术副主管、技术主管职务
19.	瞿艳艳	发行人	设计师	2007年1月—2009年1月，自由职业者（从事私人设计）；
				2009年2月—2011年10月，在中韩晨光担任设计师职务；
				2011年11月至今，在发行人担任设计师职务
20.	李芭	发行人	部门经理	2007年1月—2008年2月，在贝发集团公司担任部门经理职务；
				2008年3月—2009年3月，在盛治广告有限公司担任策略总监职务；
				2009年4月至今，在发行人担任部门经理职务
21.	林锦明	晨光科力普	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任行政主管职务；
				2009年1月—2012年8月，在发行人担任行政主管职务；

				2012年9月—2013年11月，在发行人担任部门副经理职务；
				2013年12月至今，在晨光科力普担任部门副经理职务
22.	刘传忠	发行人	销售中心 副总监	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理、营销中心副总监，销售中心副总监职务
23.	刘启章	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
24.	卢应州	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理、部门经理职务
25.	罗应龙	发行人	部门主管	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门主管职务
26.	罗泽童	发行人	部门经理	2007年1月—2007年4月，在中韩晨光担任部门主管职务；
				2007年5月—2008年12月，在上海欧宝制笔有限公司担任部门经理职务；
				2009年1月起，在发行人担任部门经理职务。现已不在发行人任职
27.	秦祥龙	发行人	技术主管	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任技术主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任技术主管职务
28.	陶 健	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
29.	万 梁	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
30.	魏伟涛	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门主管、部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
31.	吴瑞彬	上海晨光 生活馆	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月—2014年1月，在发行人担任部门经理职务
				2014年2月至今，在上海晨光生活馆担任部门经理职务
32.	徐胜华	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务
33.	虞国方	发行人	总裁办 主任	2007年1月—2009年6月，在上海伊比逊会展公司担任总经理职务；
				2009年6月—2012年5月，在发行人担任行政管理中心副总监职务；
				2012年5月至今，在发行人担任总裁办主任职务
34.	曾徐徐	发行人	部门经理	2007年1月—2007年6月，在中南财经政法大学就学；
				2007年7月—2008年12月，在中韩晨光担任干事职务；
				2009年1月—2011年1月，在发行人担任干事职务；
				2011年2月至今，在发行人担任部门经理职务
35.	张晓黎	晨光集团	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月—2011年9月，在发行人担任部门经理职务；

				2011年10月至今，在晨光集团担任部门经理职务
36.	张杨勇	发行人	部门副经理	2007年1月—2009年1月，自由职业者（从事私人设计）；
				2009年2月—2011年10月，在中韩晨光担任设计主管职务；
				2011年11月至今，在发行人担任设计主管、部门副经理职务
37.	张镇锦	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门经理职务

注：上表按合伙人姓氏拼音排序。

（9）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至2013年12月31日/2013年度	截至2014年9月30日/2014年1-9月
总资产	4,508.71 万元	4,516.80 万元
净资产	4,508.71 万元	4,516.80 万元
净利润	228.40 万元	145.59 万元

注：以上数据未经审计。

2、杰葵投资

杰葵投资成立于2011年2月18日，目前持有上海市工商局奉贤分局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：310120001845318），其基本情况如下：

- （1）名称：上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）
- （2）注册地/主要生产经营地：上海市奉贤区金钱公路3469号7幢901室
- （3）合伙企业类型：有限合伙企业
- （4）合伙期限：2011年2月18日至2021年2月17日
- （5）执行事务合伙人：陈湖雄

（6）主营业务：投资管理、投资信息咨询（除经纪），企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），企业形象策划（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

（7）各合伙人的出资情况：

类型	姓名或名称	出资情况		
		认缴资本（万元）	出资数额（万元）	认缴比例
普通合伙人	陈湖雄	2,047.50	2,047.50	45.50%
有限合伙人	姚鹤忠	157.50	157.50	3.50%
	朱益平	157.50	157.50	3.50%

	徐京津	67.50	67.50	1.50%
	其他 31 人	2,070.00	2,070.00	46.00%
合计		4,500.00	4,500.00	100.00%

（8）自然人合伙人的基本情况及个人经历：

序号	合伙人姓名	基本情况及个人经历		
		任职单位	职务	近五年的个人经历
1	卞修海	发行人	部门副经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门主管职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理职务
2	陈 敏	发行人	技术主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任技术主管职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任技术主管职务
3	陈朝伟	发行人	配色副主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任配色副主管职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任配色副主管职务
4	陈楚实	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理职务； 2009 年 1 月起，在发行人担任部门经理职务。现已不在发行人任职
5	陈楚远	发行人	部门副经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门副经理职务； 2009 年 1 月起，在发行人担任部门副经理职务。现已不在发行人任职
6	陈湖雄	发行人	副董事长兼总裁	2007 年 1 月—2008 年 7 月，在中韩晨光担任董事长职务； 2008 年 7 月—2010 年 3 月，在发行人担任董事长职务； 2010 年 3 月底至今，在发行人担任副董事长兼总裁职务
7	陈伟丽	发行人	车间主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任车间副主管职务 2009 年 1 月至今，在发行人担任车间副主管、车间主管职务
8	陈晓强	发行人	部门副经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任设计主管职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任部门主管、部门经理、部门副经理职务
9	董俊锋	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2008 年 2 月，在上海华与华广告公司担任项目总监职务； 2008 年 8 月—2010 年 4 月，在浙江华数传媒网络有限公司担任部门总经理职务； 2010 年 5 月至今，在发行人担任部门经理职务
10	范春芳	发行人	部门副经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理助理、部门主管职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理职务
11	付 昌	发行人	生产中心总监	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任营销中心副总经理职务； 2009 年 1 月至今，在发行人担任生产中心副总监、总监职务

12	傅美华	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任设计员、设计主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任设计主管、部门副经理职务
13	郭桂雄	发行人	部门经理	2007年1月—2011年9月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2011年10月至今，在发行人担任部门经理职务
14	郭锡壮	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任车间副主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理职务
15	何永红	发行人	OEM事业中心总监	2007年1月—2009年1月，在大枫纸业公司担任副总职务；
				2009年5月至今，在发行人担任OEM事业中心总监职务
16	瞿 昱	发行人	部门副经理	2007年1月—2007年3月，在湖北正信会计事务有限公司担任审计职务；
				2007年4月—2008年12月，在中韩晨光担任会计、部门主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理职务
17	康 健	发行人	设计师	2007年1月—2008年7月，在康康设计工坊担任首席设计师职务；
				2008年8月—2008年12月，在中韩晨光担任设计师职务；
				2009年1月至今，在发行人担任设计师职务
18	凌 韧	发行人	生产中心副总监	2007年1月—2007年3月，在上海欧宝制笔有限公司担任副总经理职务；
				2007年4月—2008年12月，在中韩晨光担任研发中心副总经理职务；
				2009年1月—2013年2月，在发行人担任研发中心副总监职务；
				2013年2月至今，在发行人担任生产中心副总监职务
19	刘喜东	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门组长职务；
				2009年1月—2014年3月，在发行人担任部门组长、部门主管职务；
				2014年4月至今，在发行人担任部门副经理职务
20	柳秋霞	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任部门主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任部门主管、部门副经理职务
21	龙云婧	发行人	部门副经理	2007年1月—2008年4月，在天津师范大学就学；
				2008年5月—2008年12月，在中韩晨光担任总裁秘书职务；
				2009年1月—2014年1月，在发行人担任总裁秘书职务；
				2014年2月至今，在发行人担任部门副经理职务
22	卢铿武	发行人	车间主管	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任车间副主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任车间主管职务
23	罗 鸣	发行人	部门经理	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任设计员、设计主管职务；
				2009年1月至今，在发行人担任设计主管、部门副经理、部门经理职务

24	孙 璐	发行人	产品中心 总监	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任营销中心副总经理职务；
				2009 年 1 月—2010 年 1 月，在发行人担任营销中心副总监职务；
				2010 年 2 月至今，在发行人担任研发中心副总监、总监，产品中心总监职务
25	王中枢	发行人	销售中心 副总监	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理、营销中心副总经理职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任营销中心副总监，销售中心副总监职务
26	夏纪平	发行人	部门主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任主管助理、部门主管职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任部门主管职务
27	熊 辉	发行人	晨光 生活馆 副总经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在贝发集团公司担任中心副总职务；
				2009 年 6 月—2010 年 1 月，在发行人担任总经理助理职务；
				2010 年 2 月—2013 年 9 月，在发行人担任营销中心副总监职务；
				2013 年 10 月至今，在晨光生活馆担任副总经理职务
28	熊 梅	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2007 年 6 月，在中韩晨光担任总经理秘书职务；
				2007 年 7 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任部门经理职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任部门经理职务
29	徐京津	发行人	职工代表 监事/部门 经理	2007 年 2 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任总经理助理职务；
				2009 年 1 月—2011 年 3 月，在发行人担任总经理助理职务；
				2011 年 3 月至今，在发行人担任部门经理职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任职工代表监事
30	姚鹤忠	发行人	副总裁	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任研发中心副总经理职务；
				2009 年 1 月—2011 年 7 月，在发行人担任研发中心副总监职务；
				2011 年 7 月至今，在发行人担任副总裁职务
31	殷 荣	发行人	部门 副经理	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任设计员、设计主管职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任设计主管、部门副经理职务
32	张锦波	发行人	部门主管	2007 年 1 月—2008 年 12 月，在中韩晨光担任成本会计职务；
				2009 年 1 月至今，在发行人担任成本会计、部门主管职务
33	钟 浩	发行人	部门经理	2007 年 1 月—2007 年 8 月，在东莞市文一红叶集团担任项目经理职务；
				2007 年 9 月—2008 年 3 月，在东莞市新达办公设备有限公司担任总经理职务；
				2008 年 3 月—2008 年 10 月，在贝发集团担任项目经理；
				2008 年 11 月—2009 年 6 月，在上海乐美文具有限公司担任项目经理；

				2009年7月至今，在发行人担任部门副经理、部门经理职务
34	周永敢	发行人	销售中心 总监	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任营销中心副总经理职务；
				2009年1月至今，在发行人担任营销中心副总监、总监，销售中心总监职务
35	朱益平	发行人	监事会 主席	2007年1月—2008年12月，在中韩晨光担任财务总监职务；
		晨光集团	财务总监	2009年1月—2011年7月，在发行人担任财务中心副总监职务；
				2011年7月至今，在晨光集团担任财务总监职务；
				2011年8月至今，在发行人担任监事会主席

注：上表按合伙人姓氏拼音排序。

（9）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至 2013 年 12 月 31 日/2013 年度	截至 2014 年 9 月 30 日/2014 年 1-9 月
总资产	4,509.05 万元	4,517.14 万元
净资产	4,509.05 万元	4,517.14 万元
净利润	228.41 万元	145.59 万元

注：以上数据未经审计。

（三）股东中的其他合伙企业

除科迎投资和杰葵投资外，发行人其他股东中的合伙企业为约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投和敏新创投，其具体情况如下：

1、约蓝投资

约蓝投资成立于 2011 年 3 月 11 日，目前持有上海市工商局奉贤分局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：310120001851975），其基本法律状态如下：

（1）名称：上海约蓝投资管理中心（有限合伙）

（2）注册地/主要经营地：上海市奉贤区青村镇光明南奉公路 5089 号 A 幢 203 室

（3）合伙企业类型：有限合伙企业

（4）合伙期限：2011 年 3 月 11 日至 2021 年 3 月 10 日

（5）执行事务合伙人：许宜豪

（6）主营业务：投资管理、投资信息咨询（除经纪），企业管理咨询，商务

信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），企业形象策划（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

（7）各合伙人的出资情况：

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本（万元）	实际出资额（万元）	出资比例
1	许宜豪	2,700	2,700	33.33%
2	张梓锋	2,700	2,700	33.33%
3	金成汉	1,800	1,800	22.22%
4	蔡捷旋	900	900	11.11%
合计		8,100	8,100	100.00%

（8）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至2013年12月31日/2013年度	截至2014年9月30日/2014年1-9月
总资产	8,109.05 万元	8,233.09 万元
净资产	8,109.05 万元	8,233.09 万元
净利润	205.56 万元	124.04 万元

注：以上数据未经审计。

2、鼎晖一期

鼎晖一期成立于 2008 年 6 月 12 日，目前持有天津市工商局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：120191000028751），其基本法律状态如下：

（1）名称：天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）

（2）注册地/主要生产经营地：天津开发区广场东路 20 号滨海金融街-E2-ABC-4 层 4032 室

（3）合伙企业类型：有限合伙企业

（4）合伙期限：根据鼎晖一期的合伙协议，其合伙经营期限为 7 年，经普通合伙人（即执行事务合伙人）提议并经持有半数以上有限合伙权益的有限合伙人同意经营期限可延长，最多可延长两次，每次延长一年。

（5）执行事务合伙人：天津鼎晖股权投资管理中心（有限合伙）（委派代表：吴尚志）。

（6）主营业务：从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行业股票的投资，以及相关的咨询服务。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。

（7）截至 2014 年 9 月 30 日，各合伙人的出资情况：

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例
1.	全国社会保障基金理事会	200,000.00	193,099.79	62.69%
2.	中国投融资担保有限公司	50,000.00	48,274.95	15.67%
3.	天津钻石投资管理中心（有限合伙）	10,000.00	8,443.51	3.13%
4.	恒生电子股份有限公司	8,000.00	7,723.96	2.51%
5.	威石川	7,000.00	6,758.47	2.19%
6.	中山市大信创业投资企业（有限合伙）	6,000.00	5,792.98	1.88%
7.	威石飞	6,000.00	5,792.98	1.88%
8.	钟乃雄	6,000.00	5,792.98	1.88%
9.	泰达（北京）投资有限公司	5,000.00	4,827.49	1.57%
10.	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	5,000.00	4,827.49	1.57%
11.	上海泽添投资发展有限公司	5,000.00	4,827.49	1.57%
12.	王旭宁	5,000.00	4,827.49	1.57%
13.	天津丰瑞投资中心（有限合伙）	3,920.00	3,309.55	1.23%
14.	上海复旦大学教育发展基金会	2,000.00	1,930.98	0.63%
15.	天津鼎晖股权投资管理中心（有限合伙）	100.00	84.74	0.03%
合计		319,020.00	306,314.88	100.00%

（8）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至 2013 年 12 月 31 日/2013 年度	截至 2014 年 9 月 30 日/2014 年 1-9 月
总资产	453,359.48 万元	458,344.88 万元
净资产	452,844.30 万元	457,981.48 万元
净利润	2,953.79 万元	11,469.24 万元

注：上述 2013 年数据经审计，2014 年 1-9 月数据未经审计。

3、鼎晖元博

鼎晖元博成立于 2008 年 6 月 12 日，目前持有天津市工商局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：120191000028778），其基本法律状态如下：

（1）名称：天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）

（2）注册地/主要生产经营地：天津开发区广场东路 20 号滨海金融街-E2-ABC-4 层 4038 室

（3）合伙企业类型：有限合伙企业

（4）合伙期限：根据鼎晖元博的合伙协议，其合伙经营期限为 7 年，经普通合伙人（即执行事务合伙人）提议并经持有半数以上有限合伙权益的有限合伙人同意经营期限可延长，最多可延长两次，每次延长一年

（5）执行事务合伙人：天津鼎晖股权投资管理中心（有限合伙）（委派代表：吴尚志）

（6）主营业务：从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资，以及相关的咨询服务。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。

（7）截至 2014 年 9 月 30 日，各合伙人的出资情况：

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例
1	刘怀南	4,000.00	3,933.07	4.61%
2	孔镇勇	3,000.00	2,949.80	3.46%
3	郑坚	3,000.00	2,949.80	3.46%
4	沈尧曾	2,500.00	2,458.17	2.88%
5	裘索	2,000.00	1,966.54	2.31%
6	章吉云	2,000.00	1,966.54	2.31%
7	张志勇	2,000.00	1,966.54	2.31%
8	周静	2,000.00	1,966.54	2.31%
9	李军	2,000.00	1,966.54	2.31%
10	张华纲	2,000.00	1,966.54	2.31%
11	黄德全	2,000.00	1,966.54	2.31%
12	楼可燕	2,000.00	1,966.54	2.31%

13	匡庆	2,000.00	1,966.54	2.31%
14	王春斌	2,000.00	1,966.54	2.31%
15	徐冰妍	2,000.00	1,966.54	2.31%
16	蔡敏	2,000.00	1,966.54	2.31%
17	深圳市通网通信工程有限公司	2,000.00	1,966.54	2.31%
18	杨萍	2,000.00	1,966.54	2.31%
19	董慧书	2,000.00	1,966.54	2.31%
20	李宁	2,000.00	1,966.54	2.31%
21	朱婉曼	2,000.00	1,966.54	2.31%
22	陆辉晖	2,000.00	1,966.54	2.31%
23	张晓云	2,000.00	1,966.54	2.31%
24	张磊	2,000.00	1,966.54	2.31%
25	冯斌	2,000.00	1,966.54	2.31%
26	王雪丽	2,000.00	1,966.54	2.31%
27	彭政纲	2,000.00	1,966.54	2.31%
28	赵康	2,000.00	1,966.54	2.31%
29	杨春雨	2,000.00	1,966.54	2.31%
30	陈益	2,000.00	1,966.54	2.31%
31	霍振祥	2,000.00	1,966.54	2.31%
32	冯章茂	2,000.00	1,966.54	2.31%
33	瞿建国	2,000.00	1,966.54	2.31%
34	陈金霞	2,000.00	1,966.54	2.31%
35	朱晓兵	2,000.00	1,966.54	2.31%
36	张春雷	2,000.00	1,966.54	2.31%
37	赵骏	2,000.00	1,966.54	2.31%
38	张祥方	2,000.00	1,966.54	2.31%
39	云南省股权投资基金管理有限公司	2,000.00	1,966.54	2.31%
40	张欣	1,500.00	1,491.96	1.73%

41	叶滨	1,200.00	1,179.92	1.38%
42	王大安	1,000.00	983.27	1.15%
43	天津鼎晖股权投资管理中心（有限合伙）	501.00	431.58	0.58%
合计		86,701.00	85,206.29	100.00%

(8) 最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至 2013 年 12 月 31 日/2013 年度	截至 2014 年 9 月 30 日/2014 年 1-9 月
总资产	98,691.67 万元	100,449.23 万元
净资产	97,865.44 万元	100,065.94 万元
净利润	10,714.87 万元	4,274.10 万元

注：上述 2013 年数据经审计，2014 年 1-9 月数据未经审计。

4、钟鼎创投

钟鼎创投成立于 2010 年 1 月 14 日，目前持有江苏省苏州工业园区工商局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：32059400152252），其基本法律状态如下：

- (1) 名称：苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）
- (2) 注册地：苏州工业园区风里街 345 号沙湖创投中心 2 座 A103
- (3) 主要生产经营地：上海世纪大道 1777 号 7C
- (4) 合伙企业类型：有限合伙企业
- (5) 合伙期限：2010 年 1 月 14 日至 2016 年 1 月 10 日
- (6) 负责人：朱迎春
- (7) 主营业务：创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务。

(8) 各合伙人的出资情况：

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例
1	苏州工业园区国创创业投资有限公司	6,400	6,400	25.60%
2	上海鼎与创业投资中心（有限合伙）	4,050	4,050	16.20%
3	普欧（上海）投资管理有限公司	3,350	3,350	13.40%

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例
4	上海鼎关创业投资中心（有限合伙）	2,500	2,500	10.00%
5	上海智广投资管理有限公司	2,000	2,000	8.00%
6	上海晨光创业投资中心（有限合伙）	1,000	1,000	4.00%
7	上海窍诀商务咨询有限公司	1,000	1,000	4.00%
8	上海飞昱创业投资中心（有限合伙）	1,000	1,000	4.00%
9	上海鼎夏创业投资中心（有限合伙）	1,000	1,000	4.00%
10	上海鼎良创业投资中心（有限合伙）	800	800	3.20%
11	上海鼎静创业投资中心（有限合伙）	650	650	2.60%
12	常熟综艺恒利投资有限公司	500	500	2.00%
13	深圳都市茶缘文化有限公司	500	500	2.00%
14	苏州钟鼎创业投资管理有限公司	125	125	0.50%
15	钟鼎（上海）创业投资管理有限公司	125	125	0.50%
合计		25,000	25,000	100.00%

（9）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至 2013 年 12 月 31 日/2013 年度	截至 2014 年 9 月 30 日/2014 年 1-9 月
总资产	27,793.23 万元	27,713.93 万元
净资产	24,056.51 万元	23,887.93 万元
净利润	195.14 万元	-168.58 万元

注：以上数据未经审计。

5、敏新创投

敏新创投成立于 2010 年 8 月 9 日，目前持有上海市工商局青浦分局核发的《合伙企业营业执照》（注册号：310229001493459），其基本法律状态如下：

- （1）名称：上海敏新创业投资事务所（有限合伙）
- （2）注册地：上海市青浦公路 348 号 5 层 A 区 518 室
- （3）主要生产经营地：上海市长宁区新华路 639 号院内
- （4）合伙企业类型：有限合伙企业

（5）合伙期限：2010年8月9日至2020年8月8日

（6）执行事务合伙人：上海荣正投资咨询有限公司（委派代表：陈忠）

（7）主营业务：创业投资、实业投资、投资管理、资产管理、商务信息咨询。

（8）各合伙人的出资情况：

序号	合伙人名称/姓名	出资情况		
		认缴资本 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例
1	上海荣正投资咨询有限公司	250	250	25%
2	唐琴南	250	250	25%
3	祝亚南	250	250	25%
4	巢 栋	150	150	15%
5	殷敏霞	100	100	10%
合计		1,000	1,000	100%

（9）最近一年及一期的基本财务数据

项目	截至 2013 年 12 月 31 日/2013 年度	截至 2014 年 9 月 30 日/2014 年 1-9 月
总资产	2,547.79 万元	2,548.23 万元
净资产	999.07 万元	998.91 万元
净利润	-0.31 万元	-0.16 万元

注：以上数据未经审计。

（四）控股股东、实际控制人基本情况

晨光集团持有公司 67% 股权，是公司的控股股东。晨光集团的基本情况参阅本招股说明书“第五节 七、（一） 1、晨光控股（集团）有限公司”相关内容。

陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人是公司的实际控制人，其具体情况如下：

陈湖文先生：曾用名：陈升贤。1970 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号：44052419700711****。住所：广东省汕头市潮阳区谷饶镇横山中山区 29 号 101。

陈湖雄先生：曾用名：陈升明。1970 年 7 月出生，陈湖文的胞弟，中国国

籍，拥有新加坡永久居留权。身份证号：44052419700711****。住所：广东省汕头市潮阳区谷饶镇横山中山区 29 号 102。

陈雪玲女士：1967 年 10 月出生，陈湖文和陈湖雄的胞姐，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号：44052419671016****。住所：广东省汕头市潮阳区谷饶镇横山中山区 22 号。

（五）控股股东和实际控制人以及其直系亲属控制的其他企业的基本情况

1、控股股东控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，控股股东晨光集团还拥有 1 家全资子公司晨光三美，其总体情况如下：

公司名称	上海晨光三美置业投资有限公司		成立时间	2008.5.26
注册资本	1,000 万元		实收资本	1,000 万元
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号-2			
经营范围	房地产开发经营，家电、五金的生产与销售。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】			
法定代表人	陈湖雄			
股东构成	股东名称		持股比例	
	晨光控股（集团）有限公司		100%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （未经审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	10,467,138.11	10,631,327.15	
	总资产	10,467,138.11	10,631,327.15	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	217,335.37	164,189.04	

2、实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，3 位实际控制人还共同控制 1 家有限合伙企业晨光创投，此外陈湖雄与其妻子郭少霞共同控制 1 家公司世睿投资。

（1）晨光创投

晨光创投是实际控制人名下从事企业股权投资的实体，与文具业务没有任何关系。

2011 年 4 月 29 日，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲签订《上海晨光创业投资中心（有限合伙）合伙协议》，共同出资 3,000 万元设立上海晨光创业投资中心（有限合伙），其总体情况如下：

名称	上海晨光创业投资中心 （有限合伙）		成立时间	2011.5.12
出资总额	3,000 万元			
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号 4 幢 501 室			
主营业务	投资管理，投资咨询（除经纪），企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），企业形象策划。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】			
普通合伙人	陈湖文			
出资人构成	出资人名称		出资比例	
	陈湖文		38%	
	陈湖雄		38%	
	陈雪玲		24%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （未经审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	39,568,305.00	37,452,507.48	
	总资产	101,233,193.52	106,826,096.33	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	6,080,193.32	-2,115,797.52	

2011 年 5 月 12 日，晨光创投在上海市工商行政管理局奉贤分局登记，并取

得注册号为 310120001877838 的《合伙企业营业执照》。

晨光创投直接持有钟鼎创投 4%股权，钟鼎创投持有本公司 1%股权；晨光创投直接持有兴烨创投 10%股权，兴烨创投持有本公司 0.575%股权；晨光创投直接持有磐石金池 3.75%股权。

（2）世睿投资

世睿投资是由实际控制人陈湖雄和其妻子郭少霞共同投资设立的企业，其基本情况如下：

名称	上海世睿投资有限公司		成立时间	2014.10.24
出资总额	50 万元			
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇光明东街 1 号第 11 幢 108 室			
主营业务	投资管理，投资信息咨询（除经纪），商务信息咨询，企业管理咨询。 【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】			
法定代表人	郭少霞			
出资人构成	出资人名称		出资比例	
	郭少霞		50%	
	陈湖雄		50%	
	合计		100%	
主要财务数据（元） （未经审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日	
	净资产	-	-	
	总资产	-	-	
		2013 年度	2014 年 1-9 月	
	净利润	-	-	

世睿投资从事的业务与晨光文具无任何关系。

3、实际控制人的直系亲属控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，实际控制人的直系亲属控制的其他企业的情况如下：

（1）世昕投资

世昕投资是由实际控制人陈湖文的妻子陈琼香投资设立的企业，其基本情况如下：

名称	上海世昕投资有限公司	成立时间	2014.10.23
出资总额	50 万元		
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇光明东街 1 号第 11 幢 109 室		
主营业务	投资管理，投资信息咨询（除经纪），商务信息咨询，企业管理咨询。 【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】		
法定代表人	陈琼香		
出资人构成	出资人名称		出资比例
	陈琼香		100%
	合计		100%
主要财务数据（元） （未经审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	-	-
	总资产	-	-
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	-	-

世昕投资从事的业务与晨光文具无任何关系。

（2）世洽投资

世洽投资是由实际控制人陈雪玲的丈夫陈楚进投资设立的企业，其基本情况如下：

名称	上海世洽投资有限公司	成立时间	2014.10.23
出资总额	50 万元		
注册地址和主要生产经营地	上海市奉贤区青村镇光明东街 1 号第 11 幢 106 室		
主营业务	投资管理，投资信息咨询（除经纪），商务信息咨询，企业管理咨询。 【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】		
法定代表人	陈琼香		
出资人构成	出资人名称		出资比例

	陈楚进		100%
	合计		100%
主要财务数据（元） （未经审计）		2013 年 12 月 31 日	2014 年 9 月 30 日
	净资产	-	-
	总资产	-	-
		2013 年度	2014 年 1-9 月
	净利润	-	-

世洽投资从事的业务与文具业务无任何关系。

（六）股份质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人直接或间接持有公司的股份未被质押或冻结，也不存在其他有争议的情况。

八、公司有关股本的情况

（一）本次发行前后公司股本变化情况

本次发行前总股本 40,000 万股，本次发行新股不超过 10,000 万股，以发行新股上限计算，发行前后公司股本结构如下：

股东类别	发行前		发行后	
	股份 （万股）	持股 比例	股份 （万股）	持股 比例
一、有限售条件股份	40,000	100.00%	40,000	80.00%
晨光控股（集团）有限公司	26,800	67.00%	26,800	53.60%
上海科迎投资管理事务所（有限合伙）	2,000	5.00%	2,000	4.00%
上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）	2,000	5.00%	2,000	4.00%
上海约蓝投资管理中心（有限合伙）	1,800	4.50%	1,800	3.60%
陈湖文	1,520	3.80%	1,520	3.04%

股东类别	发行前		发行后	
	股份 (万股)	持股 比例	股份 (万股)	持股 比例
陈湖雄	1,520	3.80%	1,520	3.04%
天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）	1,416	3.54%	1,416	2.83%
天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）	984	2.46%	984	1.97%
陈雪玲	960	2.40%	960	1.92%
苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）	400	1.00%	400	0.80%
上海敏新创业投资事务所（有限合伙）	260	0.65%	260	0.52%
上海兴烨创业投资有限公司	230	0.58%	230	0.46%
上海大众集团资本股权投资有限公司	110	0.28%	110	0.22%
二、无限售条件股份	-	-	10,000	20.00%
本次发行社会公众股	-	-	10,000	20.00%
合计	40,000	100%	50,000	100%

注：上表中本次发行后的股数系按照本次发行未进行老股转让、全部为新股且以上限发行的口径计算。

（二）公司前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	晨光控股（集团）有限公司	26,800	67.00%
2	上海科迎投资管理事务所（有限合伙）	2,000	5.00%
3	上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）	2,000	5.00%
4	上海约蓝投资管理中心（有限合伙）	1,800	4.50%
5	陈湖文	1,520	3.80%
6	陈湖雄	1,520	3.80%
7	天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）	1,416	3.54%

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
8	天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）	984	2.46%
9	陈雪玲	960	2.40%
10	苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）	400	1.00%

（三）公司前十名自然人股东及其在公司担任的职务

本次发行前，公司仅有三名自然人股东，其在本公司的持股及任职情况如下：

序号	股东名称	持股比例	在发行人单位任职
1	陈湖文	3.80%	发行人董事长
2	陈湖雄	3.80%	发行人副董事长、总裁
3	陈雪玲	2.40%	发行人董事、副总裁

陈湖文、陈湖雄及陈雪玲三人是公司的实际控制人，且均担任公司董事。

（四）国有股份及外资股份情况

公司本次发行前的股东中无国有股东及外资股东。

（五）股东中的战略投资者持股及其简况

公司本次发行前的股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前下列股东间存在着关联关系，其关联关系及关联股东的各自持股情况如下：

序号	关联股东	关联股东持有公司股份	关联股东的股权架构	股东之间的主要关联关系
----	------	------------	-----------	-------------

序号	关联股东	关联股东持有公司股份	关联股东的股权架构	股东之间的主要关联关系
1	晨光集团	67.00%	陈湖文 38.00% 陈湖雄 38.00% 陈雪玲 24.00%	陈雪玲、陈湖文和陈湖雄三人为姐弟关系，三人为本公司实际控制人，均在本公司董事会任职，陈湖文任董事长，陈湖雄任副董事长、总裁，陈雪玲任董事、副总裁。
2	科迎投资	5.00%	陈湖文 56.20% 其他出资人 43.80%	
3	杰葵投资	5.00%	陈湖雄 45.50% 其他出资人 54.50%	
4	钟鼎创投	1.00%	晨光创投 4.00% 其他出资人 96.00%	
5	兴烨创投	0.575%	晨光创投 10.00% 其他出资人 90.00%	
6	陈湖文	3.80%	-	
7	陈湖雄	3.80%	-	
8	陈雪玲	2.40%	-	

除此之外，本次发行前各股东之间不存在其他关联关系。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、公司控股股东晨光集团、实际控制人陈湖文、陈湖雄及陈雪玲承诺

（1）自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份；

（2）当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权

除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格；

（3）自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本本次发行及上市前持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。

2、由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资承诺

（1）自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份；

（2）当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发价价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发价价格之情形，则在本本次发行及上市前持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格。

（3）在上述承诺期满后，每年解除锁定的股份比例不超过所持有的发行人股份总数的 25%；

（4）自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本本次发行及上市前持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格；

（5）不论本合伙企业中的部分合伙人在发行人处的职务是否发生变化或者其是否从发行人处离职，本合伙企业均会严格履行上述承诺。

3、公司其他股东约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本承诺

自公司 A 股股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

九、公司内部职工股的情况

公司没有发行过内部职工股。

十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况

公司不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

十一、公司员工及其社会保障情况

发行人基于文具产品特性以及国内文具消费的现状，针对性地建立了以区域经销为主，结合 KA 销售、境外经销、办公直销和直营旗舰大店销售的销售模式。

报告期内，发行人及其子公司各期员工人数变化情况如下表：

单位：人

类别	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
合同员工	2,157	1,813	1,422	1,276
劳务派遣	5,133	4,531	3,696	3,418
小 计	7,290	6,344	5,118	4,694

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司及子公司在册员工人数总计 2,157 人。

就发行人自身而言，报告期内，由于各层次员工的工作性质不同，用工特点不同，因此不同层次员工的流动率存在一定的差异。发行人及其子、孙公司在册中层及以上员工流失率保持在相对较低的水平。除公司一名 2012 年新入职的副总裁因个人原因离职以外，公司高层管理人员自公司成立以来均保持稳定。报告期内，公司中层员工的流出比例分别为 4.23%、9.28%、16.80%和 3.64%，流入比例分别为 12.68%、24.37%、26.25%和 28.42%，流入比例总体均高于流失比例。普通员工由于大都是一线员工，流动性较大导致流入和流失比例均较高。

报告期内发行人及其子、孙公司员工流入、流出具体情况如下表所示：

职工分类	2014 年 1-9 月				
	平均人数	流入	流入比例	流出	流出比例
高层	6	-	-	-	-
中层	137	39	28.42%	5	3.64%
普通	1,734	872	50.28%	539	31.08%
广东方胜	5,345	3,019	56.48%	2,417	45.22%
合计	7,222	3,930	54.41%	2,961	41.00%
职工分类	2013 年度				
	平均人数	流入	流入比例	流出	流出比例
高层	6.92	-	-	1	14.46%
中层	95.25	25	26.25%	16	16.80%
普通	1,478.00	736	49.80%	672	45.47%
广东方胜	4,896.50	3,810	77.81%	3,753	76.65%
合计	6,476.67	4,571	70.58%	4,442	68.58%
职工分类	2012 年度				
	平均人数	流入	流入比例	流出	流出比例
高层	6.58	1	15.19%	-	-
中层	86.17	21	24.37%	8	9.28%
普通	1,193.00	314	26.33%	182	15.26%
广东方胜	4,342.00	3,849	88.64%	3,571	82.24%
合计	5,627.75	4,185	74.36%	3,761	66.83%
职工分类	2011 年度				
	平均人数	流入	流入比例	流出	流出比例
高层	6.00	-	-	-	-
中层	71.00	9	12.68%	3	4.23%
普通	1,589.00	297	18.69%	142	8.94%
广东方胜	2,515.00	2,567	102.07%	1,784	70.93%

合计	4,181.00	2,873	68.72%	1,929	46.14%
----	----------	-------	--------	-------	--------

注：上述平均人数=每月月末在册员工数之和/12。

2013年5月至6月，公司投资设立晨光生活馆、上海晨光生活馆及江西晨光生活馆，开始进行直营旗舰大店零售业务的探索。截至2014年9月30日，公司已拥有晨光生活馆直营旗舰大店39家，员工205人，2014年1-9月共支付员工薪酬409.17万元，2013年度及2014年1-9月其员工流入、流出具具体情况如下表所示：

职工分类	2014年1-9月					
	平均人数	平均薪酬（元）	流入	流入比例	流出	流出比例
店长	45	3,786.97	16	25.40%	7	11.11%
普通	141	2,003.48	70	37.43%	38	20.32%
合计	187	2,895.23	189	53.54%	142	40.23%
职工分类	2013年度					
	平均人数	平均薪酬（元）	流入	流入比例	流出	流出比例
店长	43	3,326.72	53	100.00%	6	11.32%
普通	130	1,742.01	147	100.00%	30	20.41%
合计	173	2,534.36	200	100.00%	36	18.00%

注：上述平均人数=每月月末在册员工数之和/实际经营月份

（一）员工结构情况

截至2014年9月30日，公司在册员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

1、专业结构

序号	分类	人数	占比
1	管理人员	262	12.15%
2	行政人员	174	8.07%

3	技术研发人员	273	12.66%
4	营销人员	428	19.84%
5	财务人员	127	5.89%
6	生产人员	641	29.72%
7	其 他	252	11.68%
总 计		2,157	100.00%

2、教育程度

序号	分类	人数	占比
1	本科及以上	565	26.19%
2	大专学历	517	23.97%
3	高中及中专	429	19.89%
4	其 他	646	29.95%
总 计		2,157	100.00%

3、年龄分布

序号	年龄分布	人数	占比
1	30 岁及以下	1,176	56.33%
2	31-40 岁	717	32.38%
3	41-50 岁	205	9.60%
4	51 岁及以上	59	1.69%
总 计		2,157	100.00%

（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

发行人按照《劳动合同法》规定实行全员劳动合同制，截至 2014 年 9 月 30 日，与发行人及其控股子公司缔结劳动关系的员工总数为 2,157 人，该等员工均与发行人及其控股子公司签署劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同享受权

利和承担义务。

除前述直接缔结劳动关系的员工之外，为了更有效地保障公司的用工需求，发行人还通过第三方劳务派遣公司招聘部分一线工人。2011年3月22日，公司与北京外企人力资源服务有限公司（FESCO）的全资子公司广东方胜人力资源服务有限公司签订了《劳务派遣合同》，通过劳务派遣方式招募部分员工以补充对专业技术要求相对较低的岗位需求。广东方胜为公司提供符合公司用人条件的劳务人员和劳务派遣服务，广东方胜与劳务人员订立劳动合同，建立（缴纳）社会保险等其他相关事宜。公司向广东方胜支付的劳务费用包括：按月支付劳务人员的薪金报酬、广东方胜为劳务人员缴纳的发行人应承担的各项社会福利费用及劳务派遣管理等费用。截至2014年9月30日，公司通过广东方胜接收的劳务派遣员工总数为5,133人。

公司已根据国家及地方有关法律法规及有关政策规定为员工办理了养老、医疗、失业、工伤和生育等社会保险。同时，发行人还根据《住房公积金管理条例》及地方政府相关政策规定建立了住房公积金制度，为员工缴纳住房公积金。

上海市奉贤区社会保险事业管理中心于2014年10月11日出具证明，截至2014年9月公司缴费状态为正常缴费，截至2014年9月公司缴费情况为无欠费。

上海市奉贤区人力资源和社会保障局、上海市奉贤区劳动保障监察大队于2014年10月8日出具相关证明：“2011年1月1日至今，我大队未发现上海晨光文具股份有限公司有违反劳动保障相关法律法规的行为。”

上海市公积金管理中心于2014年10月9日出具证明，上海晨光文具股份有限公司于2009年2月建立住房公积金账户，为职工缴存住房公积金，截至2014年9月，公司住房公积金账户缴存情况正常，自开户缴存以来未受到该中心的行政处罚。

1、发行人员工社会保障符合《劳动合同法》的相关规定

根据保荐机构和发行人律师核查，发行人及其控股子公司按照《劳动合同法》的相关规定执行社会保障制度，维护各类员工的社会保障权利。

（1）有关与发行人直接签订劳动合同的员工的社会保障

发行人及其控股子公司实行劳动合同制，除部分员工采取劳务派遣方式以

外，其余员工均直接与发行人或其控股子公司签订劳动合同。经保荐机构及发行人律师的核查，发行人与员工签订的劳动合同符合《劳动合同法》中有关员工社会保障权益的相关规定，且发行人或其控股子公司作为用人单位及时、足额支付员工劳动报酬，为员工提供劳动保护，除部分员工因当地政策原因未参加住房公积金以及部分新入职员工的社会保险和住房公积金缴存手续尚在办理过程中之外，发行人按照国家及地方规定为员工缴纳社会保险或综合保险。

（2）有关发行人劳务派遣员工的社会保障

为满足企业生产经营需求，发行人及其控股子公司通过劳务派遣方式使用部分员工。根据发行人及其控股子公司分别与广东方胜人力资源服务有限公司（以下简称“广东方胜”）签订的《劳务派遣合同》、发行人及其控股子公司提供的关于支付派遣员工工资及社保费用的付款凭证、发行人出具的说明以及保荐机构及发行人律师的核查，发行人及其控股子公司为派遣员工提供和公司同工种同岗位在职员工同等的薪酬待遇，其中，工资薪酬部分依据《劳务派遣合同》之约定由广东方胜委托发行人及其控股子公司直接发放给派遣员工，社会保险费用部分则由发行人及其控股子公司依据《劳务派遣合同》之约定汇付至广东方胜并通过其予以缴存。除此以外，根据《劳务派遣合同》，发行人及其控股子公司还遵照相关法律法规之要求制定并执行派遣员工的工时制度、休假办法等管理制度，并为派遣员工提供符合国家规定的劳动条件及劳动保护措施。

2、发行人目前不存在拖欠员工工资等争议或潜在纠纷

截至本招股说明书出具日，发行人不存在尚未完结的劳动争议（包括拖欠员工工资等）或潜在纠纷，也不存在因违反劳动保障相关法律法规规定而被处罚的情形。

3、发行人目前为员工缴纳社会保险和住房公积金的情况

（1）针对与发行人及其控股子公司缔结劳动关系的员工

根据发行人出具的说明以及保荐机构和发行人律师的核查，截至 2014 年 9 月 30 日，与发行人及其控股子公司缔结劳动关系的员工共有 2,157 人，其中 1,978 人的工作地点在上海地区，其余 179 人分布在郑州、广州、义乌、南昌及哈尔滨等地。

根据上海市社会保险事业管理中心、上海市奉贤区人力资源和社会保障局、

上海市徐汇区人力资源和社会保障局、上海市公积金管理中心、哈尔滨市道外区人力资源和社会保障局、哈尔滨住房公积金管理中心、广州市白云区社会保险基金管理中心、广州住房公积金管理中心、金华市住房公积金管理中心义乌分中心、义乌市人力资源和社会保障局、郑州市社会保险局二七区分局、郑州住房公积金管理中心、南昌市社会保险事业管理处以及南昌住房公积金管理中心等相关部门出具的证明文件，截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司已按照国家及地方规定为其缔约员工缴纳社会保险金（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）和住房公积金，具体情况如下：

公司	员工人数	缴纳项目	缴纳人数	未缴纳人数
发行人	1,678	社会保险金（注）	1,623	55
		住房公积金	559	1,119
晨光珍美	35	社会保险金	28	7
		住房公积金	26	9
晨光礼品	-	社会保险金	-	-
		住房公积金	-	-
上海晨光	65	社会保险金	58	7
		住房公积金	22	43
哈尔滨晨光	26	社会保险金	26	-
		住房公积金	26	-
义乌晨兴	39	社会保险金	39	-
		住房公积金	38	1
广州晨光	59	社会保险金	57	2
		住房公积金	55	4
郑州晨光	25	社会保险金	25	-
		住房公积金	25	-
晨光科力普	121	社会保险金	112	9
		住房公积金	112	9
上海晨光生活馆	51	社会保险金	51	-
		住房公积金	30	21

公司	员工人数	缴纳项目	缴纳人数	未缴纳人数
江西晨光生活馆	30	社会保险金	27	3
		住房公积金	13	17
晨光佳美	28	社会保险金	28	-
		住房公积金	5	23

注：除城镇户籍员工依法参加社会保险（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）之外，发行人非城镇户籍员工（包括本地及外地）依照上海当地规定参加其他类型的社会保险，如“上海市小城镇社会保险过渡”、“三险过渡”等。发行人上海地区控股子公司员工的社会保险缴纳情况与发行人相同。

上表中所示的发行人 55 名、晨光珍美 7 名、上海晨光 7 名、广州晨光 2 名、晨光科力普 9 名、江西晨光生活馆 3 名未缴纳社会保险金及住房公积金的员工均系为 2014 年 9 月下旬入职员工，截至 2014 年 9 月 30 日，相关社会保险金或住房公积金缴纳手续尚在办理过程中。除此之外，剩余其他未缴纳住房公积金的员工（即发行人的 1,064 名员工、晨光珍美的 2 名员工、上海晨光的 36 名员工、义乌晨兴的 1 名员工、广州晨光的 2 名员工、上海晨光生活馆的 21 名员工、江西晨光生活馆的 14 名员工和晨光佳美的 23 名员工）均为非城镇户籍。

（2）针对发行人及其控股子公司通过劳务派遣方式雇佣的员工

① 社会保险金

根据发行人及其控股子公司分别与广东方胜签订《劳务派遣合同》以及《劳务派遣合同之补充协议》之约定，所有由广东方胜基于《劳务派遣合同》派遣至发行人及其控股子公司处工作的员工均将按照前述《劳务派遣合同》以及《劳务派遣合同之补充协议》之约定参加社会保险，包括养老保险、医疗保险（含生育保险）、失业保险和工伤保险。

根据发行人提供的派遣员工名册以及保荐机构及发行人律师的核查，截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司的劳务派遣员工共有 5,133 人。根据广东方胜出具的说明，截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司一直遵照前述《劳务派遣合同》及相关补充协议之约定按时、准确且足额地向广东方胜汇付相关派遣员工的社会保险费用，且广东方胜亦遵照相关政策及规定及时为该等派遣员工缴纳包括养老保险、医疗保险（含生育保险）、失业保险和工伤保

险等在内的各项社会保险费用。截至 2014 年 9 月 30 日，广东方胜不存在因不足额缴纳或拖延缴纳前述劳务派遣员工社会保险费用等原因而受到相关政府部门行政处罚之情形。

②住房公积金

根据发行人及其控股子公司分别与广东方胜签订《劳务派遣合同之补充协议》以及广东方胜出具的说明，目前员工派遣地政府尚未强制推行住房公积金制度。鉴于此，截至 2014 年 9 月 30 日，广东方胜未为前述派遣员工缴纳住房公积金。

根据保荐机构及发行人律师的核查，前述《劳务派遣合同之补充协议》就未缴纳住房公积金之事宜约定，若由于广东方胜政策理解错误而导致未为派遣员工缴纳住房公积金的做法不符合员工派遣地当地政策或规定的，广东方胜将为此承担所有的法律后果和赔偿责任。

尽管如此，为保障前述派遣员工的权益，发行人一直为该等派遣员工提供宿舍居住。根据发行人提供的编号为“沪房地奉字（2010）第 020364 号”《房地产权证》，发行人目前厂区内建有 11 栋独立宿舍楼，每栋宿舍楼的建筑面积均不低于 1,400 平方米。根据发行人出具的说明，前述宿舍楼基本可满足发行人目前派遣员工的住宿需求。

（3）主管机关出具的有关社会保险金和住房公积金缴纳的合规证明

①社会保险金缴纳合规证明

根据上海市社会保险事业管理中心、上海市奉贤区人力资源和社会保障局、上海市奉贤区劳动保障监察大队以及上海市徐汇区人力资源和社会保障局出具的证明文件，确认：截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其上海地区的控股子公司（晨光珍美、上海晨光、晨光科力普、上海晨光生活馆、晨光佳美）的社会保险账户申报缴费情况正常，无欠费现象，不存在违反劳动保障相关法律法规的行为。

根据哈尔滨市道外区人力资源和社会保障局、广州市白云区社会保险基金管理中心、郑州市社会保险局二七区分局、义乌市人力资源和社会保障局以及南昌市社会保险事业管理处出具的证明文件，确认：截至 2014 年 9 月 30 日，发行人外地控股子公司（哈尔滨晨光、义乌晨兴、广州晨光、郑州晨光、江西晨光生

活馆）按照国家有关社保法律法规为其员工缴纳社会保险费，未发生拖欠现象。

根据广东方胜 2014 年 10 月 21 日出具的说明函：“截至目前，发行人及其控股子公司均不存在因不足额缴纳或拖延缴纳前述派遣员工社会保险费用等原因而受到相关政府部门行政处罚之情形”。

②住房公积金缴纳合规证明

根据上海市公积金管理中心出具的证明文件，确认：截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其上海地区的控股子公司（晨光珍美、上海晨光、晨光科力普、上海晨光生活馆、晨光佳美）住房公积金缴纳情况正常，自开户缴纳以来未受到住房公积金主管部门的行政处罚。

根据哈尔滨住房公积金管理中心、广州住房公积金管理中心、郑州住房公积金管理中心、金华市住房公积金管理中心义乌分中心以及南昌住房公积金管理中心出具的证明文件，确认：截至 2014 年 9 月 30 日，发行人外地控股子公司（哈尔滨晨光、义乌晨兴、广州晨光、郑州晨光、江西晨光生活馆）按照国家有关住房公积金法律法规缴纳住房公积金，未受到过住房公积金主管部门的行政处罚。

根据广东方胜 2014 年 10 月 21 日出具的说明文件：“截至 2014 年 9 月 30 日，员工派遣地政府尚未强制推行住房公积金制度。鉴于此，本公司未为派遣员工缴存住房公积金。截至目前，本公司尚不存在因未为前述派遣员工缴纳住房公积金而受到相关政府部门行政处罚之情形。”

（4）控股股东承诺

2012 年 2 月 15 日，发行人控股股东晨光集团出具承诺如下：

①若发行人或其控制的境内分支机构/子公司被劳动保障部门/住房公积金管理中心或发行人及其控制的境内分支机构/子公司的员工本人要求为其员工补缴或者被追缴社会保险金/住房公积金的或者因其未能为部分员工缴纳社会保险金/住房公积金而受到劳动保障部门/住房公积金管理中心行政处罚的，则对于由此所造成的发行人或其控制的境内分支机构/子公司之一切费用开支、经济损失，晨光集团将全额承担，保证发行人或其控制的境内分支机构/子公司不因此遭受任何损失。

②晨光集团将促使发行人或其控制的境内分支机构/子公司全面执行法律、法规及规范性文件所规定的社会保障制度/住房保障制度，为全体在册员工建立

社会保险金账户/住房公积金账户，缴纳社会保险金/住房公积金。

（三）员工激励计划、培训及人才储备计划

1、激励计划

发行人通过科迎投资和杰葵投资对部分核心员工实施了员工间接持股。科迎投资和杰葵投资系由公司高管人员以及业务骨干持股的有限合伙企业，其共计持有发行人股份 4,000 万股，占总股本比例为 10%。除发行人董事长陈湖文、总裁陈湖雄外，科迎投资和杰葵投资共计有 70 人持有其合伙企业份额。

除此之外，发行人不存在其他针对核心员工实施的激励计划。

2、员工培训及人才储备计划

发行人历来重视人才培养工作，在培养人才、吸引人才、创新人才机制等方面做了大量工作，营造了有利于人才成长和发挥作用的良好环境。公司人才队伍不断扩大，整体素质稳步提高，人员结构逐步优化，有力地保证了公司的可持续发展。

公司在人才培养及储备方面的主要规划和计划有：

序号	项目名称	项目介绍
1	副总监级别以上管理人员 EMBA 培训计划	为提高高层管理人员的战略思维和决策能力，公司选派副总监级别以上管理人员攻读各大名校 EMBA；到目前为止，公司上述管理人员攻读 EMBA 项目的人员已有 7 名，有 5 名已经毕业
2	中层管理人员 MBA 培训计划	为提高公司中层管理人员（经理级）的职业素养，公司已与上海交通大学合作开设中层管理人员 MBA 核心课程班。本次核心课程班为期一年，有近 80 人参加
3	基层管理人员管理技能培训	针对基层管理人员管理技能薄弱的问题，公司从 2012 年开始开展主管级系列培训，旨在提高基层管理人员自我管理、管人、管事等综合管理技巧，进而提高和促进公司的效率和效益
4	营销体系系列培训和培训内网的推广	公司每年坚持精英训练营、营销大会、业务检核三次培训会议，并以公司重点发展的连锁业务为侧重，以营销培训内网为阵地，以培养三类专家（开店专家、商品配置专家、店铺维护专家）为宗旨，开展营销技能、开店技巧、连锁店管理、内训师等培训，打造一支持续发展、有战斗力的营销队伍
5	圆珠笔专业技能培训与鉴定	公司经过多年的发展，已经形成了一批技能骨干，为了发挥他们的专业特长并对下属的传、帮、带提供支持，2012 年，公司在中国制笔协会的支持下，自行举办了圆珠笔技能培训与鉴定班，培养了 21 名高级工和 3 名技师；未来 3 至 5 年，公司还将坚持

序号	项目名称	项目介绍
		开展圆珠笔技能培训与鉴定工作，目标是培养 100 名高级工，10 名技师
6	公司质检人员上岗培训	根据公司快速发展、生产产能迅速增长的形势，针对公司 200 多名质检人员实施上岗培训，以全面提升质检人员的综合素质，为公司质量管理打下坚实有力的基础
7	公司储备干部储备与培养计划	根据公司未来发展需要，实施储备干部项目计划（校园大学生招聘与培训），每年招聘 80 至 100 人，并以公司标准化的培训体系进行系统的培养，使其以最快的速度适应各自的岗位，为企业发展增添后劲
8	企业（品牌）文化培训计划	“实施品牌战略、提升品牌价值”是公司未来五年的重大发展战略，公司已经进入品牌战略提升期，公司将全面启动并持续进行品牌文化的培训与宣贯，推进品牌文化全面建设，提高品牌的价值

十二、本次新股公开发行和老股公开发售方案

根据本次发行方案，若根据本次发行询价结果预计新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额的，则本次发行将适时依据中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份，提请投资者关注以下事项：

（一）本次发行前的全体股东按不超过其本次发行前持股数量 10% 的上限参与老股转让，且本次老股转让总数不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，具体情况如下：

序号	股东名称	本次发行前持股数量	老股转让数量上限
1	晨光集团	26,800 万股	不超过 2,680 万股
2	科迎投资	2,000 万股	不超过 200 万股
3	杰葵投资	2,000 万股	不超过 200 万股
4	约蓝投资	1,800 万股	不超过 180 万股
5	陈湖文	1,520 万股	不超过 152 万股
6	陈湖雄	1,520 万股	不超过 152 万股
7	鼎晖一期	1,416 万股	不超过 141.60 万股
8	鼎晖元博	984 万股	不超过 98.40 万股
9	陈雪玲	960 万股	不超过 96 万股

序号	股东名称	本次发行前持股数量	老股转让数量上限
10	钟鼎创投	400 万股	不超过 40 万股
11	敏新创投	260 万股	不超过 26 万股
12	兴烨创投	230 万股	不超过 23 万股
13	大众资本	110 万股	不超过 11 万股
合计		40,000 万股	4,000 万股

（二）上述老股转让不会对公司产生重大不利影响。在本次发行中，若参与老股转让的股东均按照上述老股转让上限进行转让，实际控制人直接持股和通过晨光集团控制的公司股份占本次发行后公司股本的比例仍超过 50%，公司控制权不会发生变更，不会对公司股东大会、董事会、监事会的有效运行及高级管理人员、核心技术人员的组成造成影响，不会对公司主要客户、供应商造成影响，上述老股转让不会对公司治理结构及生产经营等产生重大不利影响。

（三）提请投资者在报价、申购过程中，考虑公司原有股东公开发售股份的因素。

十三、持有5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

（一）股份锁定承诺

1、公司控股股东晨光集团、实际控制人陈湖文、陈湖雄及陈雪玲承诺

（1）自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份；

（2）当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格；

（3）自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格经相应调整后的价格。

2、由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资承诺

（1）自发行人首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行及上市前已持有的发行人股份，也不要求发行人回购该部分股份；

（2）当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，则在本次发行及上市前已持有的发行人股份的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经相应调整后的价格；

（3）在上述承诺期满后，每年解除锁定的股份比例不超过所持有的发行人股份总数的 25%；

（4）自锁定期届满之日起 24 个月内，若试图通过任何途径或手段减持其在本次发行及上市前已持有的发行人股份，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格。若在减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发行人价格经相应调整后的价格；

（5）不论本合伙企业中的部分合伙人在发行人处的职务是否发生变化或者其是否从发行人处离职，本合伙企业均会严格履行上述承诺。

3、公司其他股东约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本承诺

自公司 A 股股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（二）关于避免同业竞争的承诺函

2012年2月15日，晨光集团、科迎投资及杰葵投资分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“1、本公司及其所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、在发行人本次首次公开发行股票并上市后，本公司及其所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

除前述承诺之外，本公司进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本公司拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人控股股东的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。”

2012年2月15日，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲作为公司实际控制人分别出具书面承诺：

“1、本人目前未在与发行人或其控股企业业务相同或相似的其他公司或者其他经济组织中担任职务。

2、本人单独控制的及/或本人作为实际控制人之一的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

3、在发行人本次首次公开发行股票并上市后，本人单独控制的及/或本人作

为实际控制人之一的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

除前述承诺之外，本人进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本人拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人实际控制人等身份，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。”

（三）稳定股价的预案及相关承诺

公司上市后 3 年内股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产，则触发公司、公司控股股东晨光集团、公司董事（不包括独立董事，下同）及高级管理人员履行稳定公司股价的义务。

1、公司关于上市后三年内稳定股价的预案

经公司 2013 年年度股东大会审议通过，公司承诺：公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起 10 个工作日内召开董事会，董事会应制定明确、具体的回购方案，方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并提

交公司股东大会审议，回购方案经公司股东大会审议通过后生效。董事会应同时通过决议，如在股东大会会议通知发出后至股东大会召开日前 2 个工作日内，公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期末经审计的每股净资产，董事会应取消该次股东大会或取消审议回购方案的提案，并相应公告和说明原因。如股东大会召开日前 2 个工作日内，公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期末经审计的每股净资产，股东大会可否决回购方案的议案。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。本公司回购股份的价格不超过最近一期末经审计每股净资产的 110%，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。公司 36 个月内回购资金最大限额为本次发行新股融资净额的 20%。若实施上述股份回购措施可能导致公司的股权分布不符合上市条件，为维护上市公司地位不受影响，公司董事会将根据法律、法规及《公司章程》的规定，视情况采取资本公积转增股本以使公司股本达到 4 亿股以上。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东关于公司上市后三年内稳定股价的预案

公司控股股东晨光集团制订了公司上市后三年内的稳定股价预案：公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于其最近一期末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响满足公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

①在启动股价稳定措施的前提条件满足时，其将以增持公司股份的方式稳定股价。其将在有关股价稳定措施启动条件成就后 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等）并通知公司，公司应按照规定披露其增持股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的 3 个交易日后，其将按照方案开始实施增持公司股份的计划；

②其增持公司股份的价格不高于公司最近一期末经审计每股净资产的110%；

③其用于股份增持的资金的最大限额为公告股价稳定方案时，其所获得的公司上一年度的现金分红资金；

④如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其可选择与公司同时启动股价稳定措施，或在公司措施实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后股票收盘价仍低于最近一期末经审计的每股净资产时再行启动上述措施。若实施上述股份回购措施可能导致公司的股权分布不符合上市条件，为维护上市公司地位不受影响，其将利用控股股东身份，促成公司董事会、股东大会根据法律、法规及《公司章程》的规定，视情况采取资本公积转增股本以使公司股本达到4亿股以上，并在该等董事会、股东大会相关议案上投赞成票。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起停止在公司领取股东分红，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定股价的预案

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于其最近一期末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响满足公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

①当公司出现需要采取股价稳定措施的情形时，其将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份以稳定公司股价。其将在公司出现需要采取股价稳定措施的情形后3个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等）并通知公司，公司应按照相关规定披露其买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的3个交易日后，其将按照方案开始实施买入公司股份的计划；

②其通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份的，买入价格不高于公司最近一期末经审计每股净资产 110%；

③其将在上市之日起每 12 个月内使用不超过其在担任董事/高级管理人员职务期间上一会计年度从公司领取的税后薪酬（或津贴）累计额的 50%稳定股价；

④如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其应在公司及控股股东的股价稳定措施均实施完毕后，股票收盘价仍低于最近一期末经审计的每股净资产时再行启动上述措施。

自公司股票挂牌上市之日起三年内，若公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员履行公司上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的相应承诺。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司领取薪酬及股东分红（如有），同时其持有的公司股份（如有）不得转让，直至连续六个月不再出现上述需启动股价稳定措施的触发条件为止。

（四）发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

（1）《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本公司对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股：

1) 若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易

之阶段内，则本公司将基于发行新股所获之募集资金，于上述情形发生之日起 5 个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

2) 若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，则本公司将于上述情形发生之日起 20 个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股。

(3) 若《招股说明书》所载之内容出现前述第 2 点所述之情形，则本公司承诺在按照前述安排实施新股回购的同时将极力促使本公司相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

(4) 若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

1) 证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

2) 本公司将积极与相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

3) 经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本公司真实意思表示，真实、有效，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

2、控股股东承诺

(1) 《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之

情形，且本公司对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司在发行人首次公开发行股票时公开发售的原限售股份：

1）若上述情形发生于本公司公开发售的原限售股份已完成发行但未上市交易之阶段内，则本公司将基于发售原限售股份所获之资金，于上述情形发生之日起 5 个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

2）若上述情形发生于本公司公开发售的原限售股份已完成上市交易之后，则本公司将于上述情形发生之日起 20 个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本公司公开发售的全部原限售股份。

（3）若《招股说明书》所载之内容出现前述第 2 点所述之情形，则本公司承诺在按照前述安排实施原限售股份购回的同时将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人其他相关股东（即上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

（4）若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

1）证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本公司因此承担责任的，本公司在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

2）本公司将积极与相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺

序、赔偿金额、赔偿方式。

3) 经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本公司真实意思表示，真实、有效，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本公司将依法承担相应责任。

3、实际控制人承诺

(1) 《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

(2) 若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将按如下方式依法回购本人在发行人首次公开发行股票时公开发售的原限售股份：

1) 若上述情形发生于本人公开发售的原限售股份已完成发行但未上市交易之阶段内，则本人将基于发售原限售股份所获之资金，于上述情形发生之日起 5 个工作日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息返还给网上中签投资者及网下配售投资者；

2) 若上述情形发生于本人公开发售的原限售股份已完成上市交易之后，则本人将于上述情形发生之日起 20 个交易日内，按照发行价格并加算银行同期存款利息或者上述情形发生之日的二级市场收盘价格（以孰高者为准）通过上海证券交易所交易系统回购本人公开发售的全部原限售股份。

(3) 若《招股说明书》所载之内容出现前述第 2 点所述之情形，则本人承诺在按照前述安排实施原限售股份购回的同时将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人其他相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让

的全部原限售股份。

（4）若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失，具体流程如下：

1）证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

2）本人将积极与发行人、相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

3）经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本人真实意思表示，真实、有效，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

4、董事、监事、高级管理人员承诺

（1）《招股说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对《招股说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若证券监督管理部门或其他有权部门认定《招股说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人承诺将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并促使发行人相关股东（即晨光控股（集团）有限公司、上海科迎投资管理事务所（有限合伙）、上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、上海约蓝投资管理中心（有限合伙）、天津鼎晖股权投资一期基金（有限合伙）、天津鼎晖元博股权投资基金（有限合伙）、苏州钟鼎创业投资中心（有限合伙）、上海敏新创业投资事务所（有限合伙）、上海兴烨创业投资有限公司和上海大众集团资本股权投资有限公司）依法购回已转让的全部原限售股份。

（3）若《招股说明书》所载之内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失，具体

流程如下：

1) 证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人因此承担责任的，本人在收到该等认定书面通知后三个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

2) 本人将积极与发行人、相关中介机构、投资者沟通协商确定赔偿范围、赔偿顺序、赔偿金额、赔偿方式。

3) 经前述方式协商确定赔偿金额，或者经证券监督管理部门、司法机关认定赔偿金额后，依据前述沟通协商的方式或其它法定形式进行赔偿。

上述承诺内容系本人真实意思表示，真实、有效，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

（五）未履行承诺的约束措施的承诺

1、发行人承诺

（1）本公司将严格履行其在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本公司未履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

1) 以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

2) 自本公司完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之日起 12 个月的期间内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

3) 自本公司未完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本公司不得以任何形式向其董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。

2、控股股东承诺

（1）本公司将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本公司未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下各项措施予以约束：

1)以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

2) 本公司所持晨光文具股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

3、实际控制人承诺

（1）本人将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本人未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下各项措施予以约束：

1)以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本人与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

2) 本人直接和间接持有的晨光文具的股份之锁定期自动延长至本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之日；

3) 本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何方式要求晨光文具增加其薪资或津贴，并且亦不得以任何形式接受晨光文具增加支付的薪资或津贴。

4、由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资承诺

（1）本合伙企业将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本合伙企业未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本合伙企业承诺将采取以下各项措施予以约束：

1)以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额依据本合伙企业与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

2) 本合伙企业所持晨光文具股份的锁定期自动延长至本合伙企业未履行相关承诺事项所有不利影响完全消除之日。

5、公司董事、高级管理人员承诺

（1）本人将严格履行其在晨光文具首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

（2）若本人未能履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下各项措施予以约束：

本人完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之前，本人将不得以任何方式要求晨光文具增加其薪资或津贴，并且亦不得以任何形式接受晨光文具增加的薪资或津贴。

（六）持股5%以上股东的持股意向及减持意向

1、控股股东晨光集团的持股及减持意向

（1）本公司力主通过长期持有发行人之股份以确保本公司持续地分享发行人的经营成果。因此，本公司具有长期持有发行人之股份的意向。

（2）在本公司所持发行人之股份的锁定期届满后，出于本公司自身发展需要，本公司存在适当减持发行人之股份的可能。于此情形下，本公司预计在锁定期届满后第一年内减持股份不超过本公司所持有发行人股份数量总额的 5%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格，在锁定期届满后第二年内减持股份不超过本公司所持有发行人股份数量总额的 10%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格。若在本公司减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。

（3）若本公司拟减持发行人股份，将在减持前 3 个交易日公告减持计划。且，该等减持将通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或中国证监会认可的其他方式依法进行。

2、由公司高管人员以及业务骨干持股的科迎投资和杰葵投资的持股及减持意向

（1）本合伙企业系由发行人高管人员以及业务骨干成立的员工持股企业，本合伙企业力主通过长期持有发行人之股份以确保持续地分享发行人的经营成果。因此，本合伙企业具有长期持有发行人之股份的意向。

（2）在本合伙企业所持发行人之股份的锁定期届满后，出于本合伙企业自身需要，本合伙企业存在适当减持发行人之股份的可能。于此情形下，本合伙企

业预计在锁定期届满后第一年内减持股份不超过本合伙企业所持有发行人股份数量总额的 25%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格，在锁定期届满后第二年内减持股份不超过本合伙企业所持有发行人股份数量总额的 25%，且减持价格不低于发行人首次公开发行时的发行价格。若在本公司减持前述股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于发行人本次发行及上市时首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。

（3）若本合伙企业拟减持发行人股份，将在减持前 3 个交易日公告减持计划。且，该等减持将通过上海证券交易所大宗交易、竞价交易或中国证监会认可的其他方式依法进行。

（七）其他重要承诺

2012 年 2 月 15 日，发行人控股股东晨光集团出具《关于补缴社会保险金的承诺函》及《关于补缴公积金的承诺函》，具体内容可参见本节“十一、（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”。

截至本招股说明书签署之日，上述承诺均严格履行，未出现违反承诺的情形。

十四、中介机构的重要承诺

（一）保荐机构兴业证券股份有限公司承诺

本保荐机构（主承销商）已对上海晨光文具股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如因本保荐机构（主承销商）为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构（主承销商）将依法赔偿投资者损失。

（二）审计机构、验资机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用本所出具的

审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

本所及签字注册会计师承诺：如因我们的过错，证明我们为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，我们将依法与发行人及其他中介机构承担连带赔偿责任。

（三）发行人律师北京市君合律师事务所承诺

针对上海晨光文具股份有限公司（以下简称“发行人”）向中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）提交的《首次公开发行股票招股说明书》（以下简称“《招股说明书》”）所载内容之真实性，北京市君合律师事务所（以下简称“本所”）作为发行人的专项法律顾问，特此作出承诺如下：

1、本所已在《招股说明书》中声明：本所及经办律师已阅读《招股说明书》及其摘要，确认《招股说明书》及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所对发行人在《招股说明书》及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认《招股说明书》不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

2、若因本所作出的上述声明被证明存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

（1）如就此发生争议，本所应积极应诉并配合调查外，本所将积极与发行人、其他中介机构、投资者沟通协商。

（2）有管辖权的司法机关依法作出生效判决并判定发行人《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本所因此应承担赔偿责任的，本所在收到该等判定后十五个工作日内，将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（3）经司法机关依法作出的生效判决所认定的赔偿金额确定的赔偿金额后，依据该等司法判决确定的形式进行赔偿。

上述承诺内容系本所真实意思表示，真实、有效，本所自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本所将依法承担相应责任。

（四）资产评估机构银信资产评估有限公司承诺

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书

及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

如因本机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及其变化情况

晨光文具是一家“整合创意价值与服务优势的综合文具供应商”，主要从事**M:G晨光**品牌书写工具、学生文具、办公文具等产品的设计、研发、制造和销售。**M:G晨光**为国内文具第一品牌，2013 年公司实现主营业务收入 23.59 亿元，2014 年 1-9 月公司实现主营业务收入 23.43 亿元，系文具内销市场的龙头企业。

在品类方面，公司已发展成为国内书写工具和学生文具的品类领导者，在消费者心中已经建立书写工具和学生文具良好的品牌认知。

在产品线方面，公司基于强大的品牌影响力和设计研发能力，在书写工具自主制造基础上，积极进行供应链管理，拓展产品线。截至 2014 年 9 月 30 日，公司已拥有“4 大类，45 个品项，1,900 余品种”的文具产品系列，文具产品线广度和深度均位居国内前列。

在营销网络方面，公司首创“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，与各级经销商（合作伙伴）共同建立了“稳定、共赢”的分销体系，同时，公司率先在国内文具行业成功地规模化开展零售终端的品牌销售管理与特许经营管理。截至 2014 年 9 月 30 日，公司在全国范围内构建了“29 家一级（省级）合作伙伴、近 1,200 家二、三级合作伙伴，涉及超过 6 万家零售终端（49,067 家**M:G晨光**标准样板店、7,009 家**M:G晨光**高级样板店以及 4,856 家**M:G晨光**加盟店）”的庞大营销网络，各类终端在全国校边商圈的覆盖率高达约 80%，居行业领先地位。

公司注重技术研发及设计创新，截至本招股说明书签署日，本公司共拥有专利 470 项，其中：发明专利 5 项，实用新型专利 26 项，外观设计专利 439 项（其中国内外外观设计专利 435 项，国外外观设计专利 4 项）。公司研发机构已被认证为上海市制笔工程技术研究中心和上海市认定企业技术中心，2010 年 12 月，公司被评为国家高新技术企业。2013 年 11 月 19 日，公司再次被评为国家高新

技术企业。

报告期内，发行人主营业务没有发生重大变化。

二、发行人所处行业情况

（一）发行人经营产品所属行业

根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T 4754—2011），本公司经营的书写工具、学生文具及办公文具等产品隶属于文教办公用品制造业（行业代码：C241），经营产品及所属细分行业情况如下表：

行业大类	细分行业		公司产品举例
文教办公用品制造业（C241）	笔的制造（C2412）		中性圆珠笔、水性圆珠笔、油性圆珠笔、可擦性圆珠笔、可擦性中性墨水圆珠笔、活动铅笔、水性签字笔、功能型笔、毛笔等
	文具制造（C2411）	学生文具	水彩笔、油画棒、橡皮、文具盒、笔袋、书包、书套、彩泥、替芯、铅芯等
		办公文具	文件夹、资料册、长尾夹、等文件管理用品，订书机、回形针、起钉器、固体胶等桌面办公文具，办公本册等
	其他文教办公用品制造（C2419）		计算机、耳机、台灯等学生电子产品

本招股说明书中，除非另有说明，在阐述行业及市场情况时，“文具”行业、“文具用品”行业均是指文教办公用品制造业（C241）。

（二）行业管理体制及主要政策法规

1、行业管理体制

（1）行政管理

国家发展和改革委员会是国内文教办公用品制造业的产业主管部门，负责产业政策的研究制定、产品开发推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理。商务部及其下属各级机构是国内文教办公用品制造业进出口业务、特许经营业务

的主管部门，负责国内外贸易、国际经济合作以及特许经营的监督管理。

（2）行业自律管理

①中国文教体育用品协会，系国内文教、工美、体育和娱乐用品制造企业组成的全国性行业组织，隶属于中国轻工业联合会，主要承担该类制造业的行业协调、产业引导、综合服务并实行专业化行业管理的功能。

②中国制笔协会，系国内书写工具企业单位、科研院校、从事笔类经销商及个人自愿组成的跨地区、跨部门的全国性行业组织，主要承担制定行业规划，推动科技进步，实施名牌战略，开展技术培训，加强国际间经贸合作交流，组团赴国外考察，培育专业市场，举办国际展览会，提高信息服务等功能。

③上海文化用品行业协会，系上海市从事文化用品品牌经营企业和经销企业以及有关的高校等其他经济组织自愿组成的跨部门、跨所有制的非营利的行业性社会团体法人。

④中国连锁经营协会，连锁经营领域唯一的全国性行业组织，目前，拥有企业会员 1,000 余家，连锁店铺 26 万个，包括本土和跨国零售商、特许加盟企业、供应商等。其中零售会员企业 2013 年销售额达到 2.5 万亿元人民币，占社会消费品零售额的 11%。主要负责参与政策制定与协调，维护行业和会员利益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台。

本公司是中国文教体育用品协会、中国制笔协会、上海文化用品行业协会和中国连锁经营协会的企业会员单位，参与多部文具产品国家及行业标准的起草工作。

2、行业主要政策法规

类别	名称	主要内容
质量标准	制笔行业“十一五”期间修订了《墨水圆珠笔和笔芯》等 7 项国家标准及《可擦性墨水圆珠笔和笔芯》等 21 项行业标准。国家现有《学生用品的安全通用要求》和《手动削笔机》两项学生文具国家标准	对我国文具行业的生产标准进行规范
法律法规	《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《商业特许经营管理条例》、	规范市场竞争行为，防止不正当竞争、打击假冒伪劣产品、保护消费者权益

类别	名称	主要内容
	《零售商促销行为管理办法》等	
产业政策	国家“十二五”规划	未来五年内，大力发展教育事业，实施科教兴国战略和人才强国战略
	《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	努力建设社会主义文化强国，并提出了到 2020 年的文化改革发展奋斗目标。其中，文件中首次明确提出“加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”
	《文化产业振兴规划》	着力培育一批有竞争力、拥有自主知识产权、产品质量水平高的骨干文化企业
	《轻工业调整和振兴规划》	主要任务包括促进国内消费，增加多样化供给，提高文化用品等产业集中度等
	《制笔行业“十二五”规划》	积极开发生物降解材料笔和纸杆、纸套等低碳笔类产品，重点发展圆珠笔类产品和记号笔类产品
	《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》	大力发展社区、农村连锁零售网点，鼓励专业店、专卖店、会员店连锁化经营，满足消费者个性化需求。支持大型连锁企业建设自有物流配送中心，并面向社会提供配送服务

（三）文具行业发展概况

文具，是指人类教育、学习、办公、家居生活等文化活动中使用的各种工具。在中国古代，文具仅仅是“笔、墨、纸、砚”等“文房四宝”的总称。随着社会经济发展和科技进步，人类文化生活日益丰富，文具的概念在不断演绎更新，文具所包含的范围已不断扩大，现代文具的范围已涵盖书写工具、学生文具、办公文具、教学教具、办公耗材、墨水墨汁、学生电子产品等多个细分类别。作为直接服务于人们学习、办公及家居生活的重要工具，文具对于提高全民族文化素质、丰富

人民群众文化生活起着十分重要的作用，是文教、工美、体育和娱乐用品制造行业的重要分支。

1、国内市场现状

（1）市场规模现状

国内人均文具消费额及文具整体市场规模均存在很大的提升空间。

文具行业是典型的“小产品、大市场”。中国制笔协会发布的《中国文具行业竞争态势分析》数据显示，中国文具行业（不包括办公设备和家具）市场规模约 1,500 亿元（约合 215 亿美元），而国际文具市场规模约 2,500 亿美元，与中国人口占全球比重约 20%相比，中国文具市场规模仅约占全球文具市场规模总额的 8.60%；从人均文具消费额来看，中国人均文具消费额约仅为 105 元/年，而全球平均人均消费水平约为 240 元/年，人均文具消费额还不到全球平均人均消费水平的一半。作为一个传统的文化大国，中国的文具市场需求依然有很大的发展空间。

（2）市场参与者情况

①从消费群体来说，国内文具市场有着庞大的消费群体

目前，3 亿左右的学生和 1 亿左右办公人士构成文具产品庞大的核心消费群体，作为日常文化生活必需品，文具的应用广泛渗透到人们的日常生活行为当中，庞大的消费群体为文具行业提供源源不断的消费需求。

②从生产企业来说，数量众多，市场集中度很低，兼具品牌和规模效应的企业很少

目前，国内从事文具制造的企业高达 8,000 家左右，根据中国制笔行业协会的统计数据，列入统计口径的规模以上文具生产企业 1,500 多家，但是，销售额超过 10 亿以上的企业寥寥无几，90%的文具生产企业年销售额低于 1,000 万元，大部分企业产品单一，竞争集中在低端产品，文具行业的市场集中度还很低。而从品牌知名度角度来说，国内仅有晨光文具、真彩文具、齐心文具、得力文具等少数文具企业具有不同程度的品牌知名度。

2、国内文具消费特征及趋势

在文具功能化需求满足的基础上，国内文具消费逐渐呈现品牌化、创意及个性化和高端化的趋势，并且，文具消费终端连锁化的特征逐渐加强，国内文具市

场处于消费升级的新局面。

（1）品牌文具逐渐占据市场主导地位

与众多消费品类类似，随着居民收入的提高和消费观念的升级，品牌文具逐渐占据市场主导地位。

品牌是企业产品质量、特征、性能、用途等级的概括，凝聚企业的风格、精神和信誉，极大地影响消费者的购买行为。书写工具等文具产品在人们日常学习、工作及生活过程中，使用频率高、使用场合多，并逐渐成为人们日常沟通当中的重要媒介，消费者在购买文具时将会越来越考虑在产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度及管理服务方面表现优秀的品牌产品。

（2）文具消费终端连锁化的特征逐渐加强

普通文具店是目前国内文具消费的主流终端，随着连锁经营效应的扩散，普通文具店呈现出积极参与连锁加盟的趋势。

普通文具店零星分布在全国各个城市、县城和乡镇，数量庞大，是接触终端消费人群最多的一类文具销售终端。但是，由于进入门槛低，价格竞争激烈，许多普通文具店因为管理不善、跟不上市场潮流、资金不足等原因造成盈利能力极不稳定甚至被淘汰。面对这种局面，为获得更具持续性的盈利能力和管理支持，越来越多的普通文具店呈现出积极参与连锁加盟的趋势。近年来，文具消费终端连锁化的特征逐渐加强，专业化管理、抗风险能力提升、单店盈利水平提高等优势已吸引越来越多的普通文具店升级为连锁店。

（3）功能化之外更加注重创意和个性已成为文具消费的重要趋势

具备创意和个性特征的文具扩展了文具消费的外延，在给消费者带来良好消费体验的同时，也带来了文具消费的升级，极大的促进了文具市场的需求。

过去，文具主要强调产品使用功能，产品设计单一、缺乏变化，而随着消费理念的逐渐升级，文具已经成为创意及个性传达的重要载体。在满足文具功能化基础上，创意化、个性化、时尚化的文具赋予传统文具以流行元素和文化内涵，符合学生、年轻办公族人群越来越追求时尚、个性的消费潮流。创意化、个性化、时尚化的文具外观新颖时尚、色彩艳丽，大大提升学生等消费群体的消费体验；同时也越来越受到办公一族的青睐，设计独特的创意化、个性化的文具给紧张的工作带来活泼生动的气氛，越来越受到消费者的青睐，大大促进了文具市场的需

求。

创意和时尚的产品需求给文具经营企业带来的挑战是供应链管理要求高。针对文具行业多品类的特点，以及时尚化的趋势，文具经营企业需要建立敏捷的供应链，从信息搜集、研发设计、采购、生产、分销各个环节实现对市场的快速反应。

（4）高端文具成为推动文具消费的新亮点

在绘图、财务、设计及礼品等领域，专业的高端文具消费群体在不断增加，专业性强、品质佳、价值较高的高端文具逐渐成为推动文具消费的新亮点。

高端文具消费在成熟文具市场已十分普遍，而随着国内在绘画、财务、设计及礼品等领域对于专业性、品质要求越来越高的消费者逐渐增加，对于高端文具产品需求正在不断显现。专业画材、高端金属笔等高端文具产品已成为文具消费的新亮点。

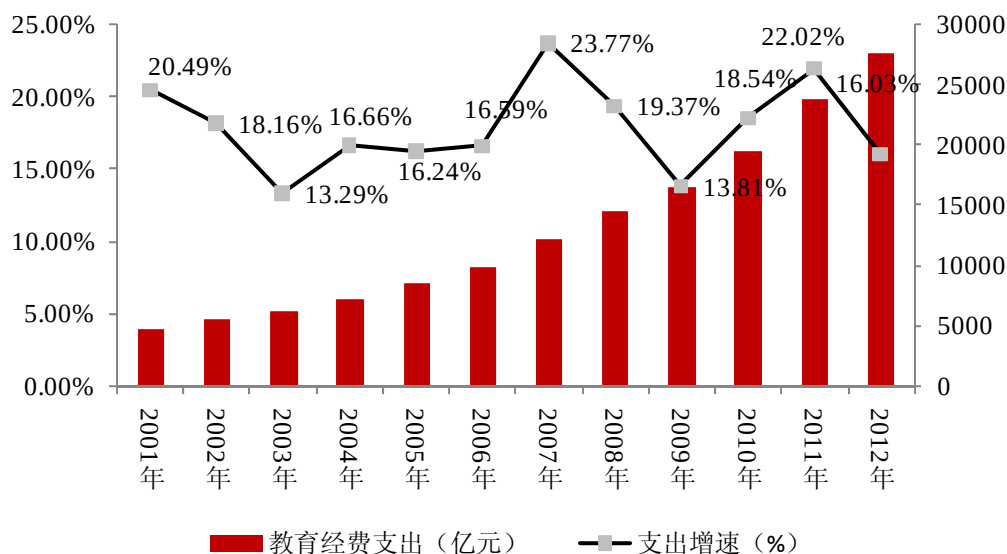
3、国内市场规模展望

未来，国内文具市场规模仍将保持较为快速的增长势头。根据 GIA（Global Industry Analysts, Inc.）发布的全球文具行业战略报告（Stationery Products: A Global Strategic Business Report, 2010）的分析，中国将成为全球增速最快的文具市场之一，另据 Intellinb 咨询公司预测，国内文具市场规模未来几年内将继续保持不低于 20% 的年增速水平，文具市场规模增长的主要驱动因素包括：

（1）国家对教育的持续投入

国家对教育事业的持续投入将直接提高接受教育人口的数量及现有国民的文化水平，从而为国内文具行业快速发展持续注入新的动力。2001 年至 2012 年十二年间，国家每年的教育经费支出基本保持超过国内 GDP 增速的两位数增长态势，支出由 2001 年的 4,637.66 亿元增长至 2012 年的 27,695.97 亿元，占 GDP 比例由 2001 年的 3.18% 上升至 2012 年的 4.28%。

图：2001 年-2012 年政府教育经费支出情况



数据来源：国家统计局

根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》，国家将大力发展教育事业，实施科教兴国战略和人才强国战略。2012 年全国教育经费支出占国内生产总值比例虽然已达到 4.28%，但与目前世界平均 7%、发达国家 9%的教育投入占国内生产总值水平相比，未来国内的教育投入增长空间依然很大。

持续的教育投入将直接促进文具行业的发展。以制笔行业为例，根据中国制笔协会的分析数据，国家教育投入占 GDP 比重每增加 0.5%，制笔行业销售产值大约能够增长 25 亿元。按照行业特点估算，25 亿元的销售产值约可以带来 50 亿元的新增市场规模。

（2）文化产业大发展的良好政策环境

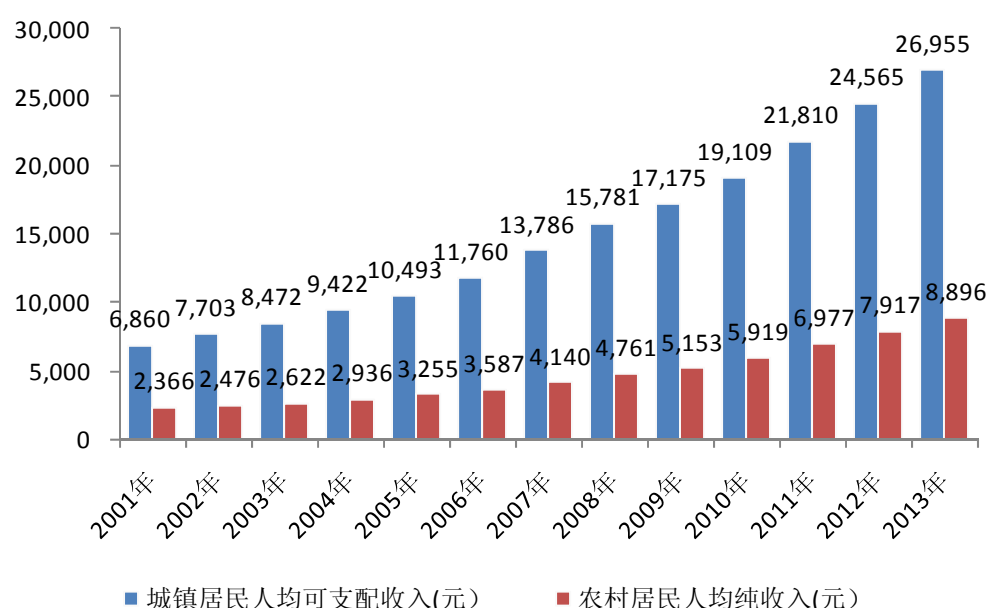
近年来，国家不断加大对文化产业的支持力度，深化文化体制改革，为文具行业的发展创造了良好的政策环境。2011 年 11 月，国家新一轮的文化体制改革，将文化产业定位为国民经济支柱性产业，为国内文具行业发展提供了良好的政策环境。近年来，我国文化产业发展总体速度较快，文化产业增加值占 GDP 比重稳步提高。北京大学文化产业研究院发布的《中国文化产业的发展报告（2012-2013）》显示，2011 年我国文化产业法人单位增加值为 13,479 亿元，比 2010 年增长 21.96%，《中国文化产业的发展报告（2014）》则预测 2013 年我国文化产业增加值预计将达 2.1 万亿元人民币，预计约占 GDP 比重的 3.77%。将文化产业定位为支柱产业，意味着在“十二五”的末期，文化产业规模将由目前

占 GDP 中的 2.5%的比重上升至 5%以上，文具等文化产业相关行业将得到进一步的强化与支持。

（3）居民人均收入持续增长

文具行业处于快速增长的国内消费市场环境中。城乡居民家庭人均可支配收入持续增长，人们对于文化生活的需求更趋丰富，对于文具等文化用品的消费观念也在不断更新，国家对文化事业的支持也将持续加大力度，从而拉动文具市场的消费。2002 年至 2011 年，中国城镇居民和农村居民的文化消费支出复合增长率分别达到 11.70%和 14.97%。国家统计局年鉴数据显示，2001 年以来，城乡居民人均可支配收入保持持续增长。2013 年中国城镇人均可支配收入和农村居民纯收入分别达到 26,955 元和 8,896 元，2001 年以来的复合增长率分别达到 12.08%和 11.67%。据国家信息中心预测，2010 年至 2020 年间，中国零售业将保持每年 8%-10%的速度稳步增长，到 2020 年，社会消费品零售总额将超过 20 万亿元。

图：我国城乡居民家庭人均可支配收入变化情况（2001-2013 年）



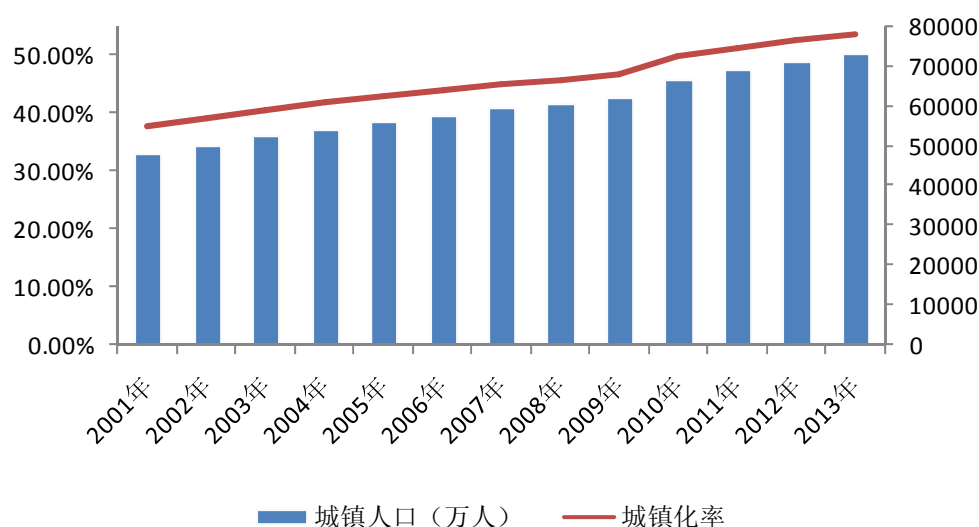
数据来源：国家统计局

（4）城镇化水平逐步提升

城镇地区文具产品的消费水平要明显高于农村地区，2013 年中国城镇居民和农村居民的人均文教娱乐消费支出金额分别为 2,033.50 元和 445.50 元，城镇居民的文教娱乐消费支出远高于农村居民的文教娱乐消费支出。城镇化进程的推

进将直接驱动文具市场整体规模的提高。根据国家统计局的统计数据，2013年，我国的城镇化率已达到 53.73%，近 10 年来以年均 1.20% 左右的增速递增，未来，国内城镇化将逐步提升，根据麦肯锡全球研究院报告《迎接中国城市十亿大军》（2008）的预测，2025 年，中国城市人口将增加至 9.26 亿。城镇化的快速推进将逐步释放乡镇和农村居民的潜在消费需求，进一步扩大文具消费的市场容量。

图：我国城镇化进程（2001-2013 年）



数据来源：国家统计局、Wind 资讯

（四）主要细分市场情况

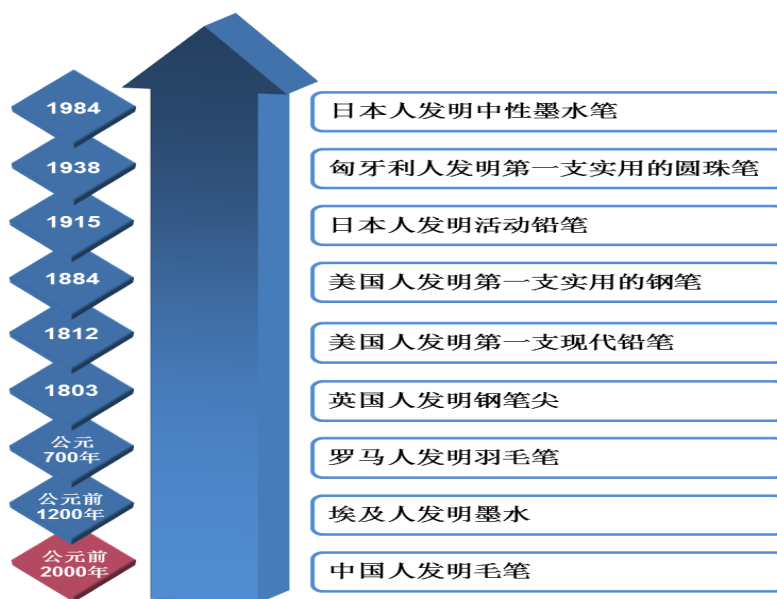
学生和办公人员是国内文具消费的两大主力，这两大消费群在文具消费结构、消费频率及消费偏好等方面的差异，形成了学生文具和办公文具两大细分文具市场（归属于文具制造业 C2411）。其中，国内书写工具生产历史悠久，与其他文具产品相比，书写工具的技术及工艺体系较为独立，其作为学生和办公人员消费重合度较高的文具，在国内文教办公用品制造业分类中单独作为一类-笔的制造（行业代码：C2412）。

1、书写工具

书写工具（下文也称“笔”）的制造源远流长，从公元前 2000 多年前中国人发明毛笔开始，至近代的钢笔问世、现代的中性笔诞生，鉴证了人类历史从古代

文明向近代文明、现代文明的演进。

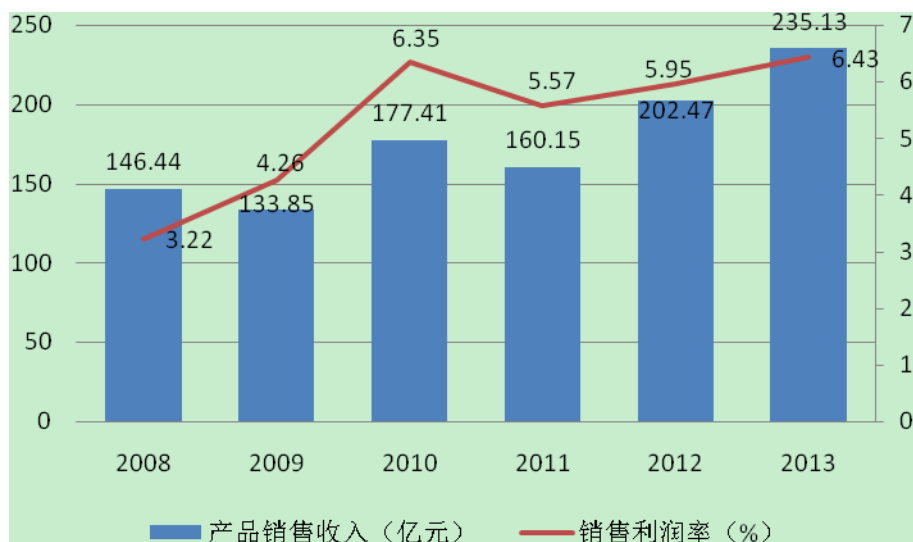
图：书写工具发展史



（1）国内市场规模现状

书写工具广泛应用于人们的学习、办公与日常生活，根据中国制笔协会数据，2013年我国制笔行业规模以上企业销售产值达235.13亿元。

图：制笔行业规模以上企业销售收入与销售利润率



数据来源：中国制笔协会

（2）市场基本特征

国内书写工具市场中，中性笔已经成为消费主流，书写工具制造形成产业集群式发展。

①中性笔已经成为消费主流

圆珠笔（主要包括中性、油性和水性圆珠笔）是国内书写工具消费的最大类别之一，根据中国制笔协会数据统计，2013 年，国内圆珠笔产量占全行业笔类产品产量的 35.18%。

表：2013 年中国制笔行业主要产品产量

产品名称	产量（亿支）	占比
全行业	400.08	100.00%
自来水笔	2.55	0.64%
圆珠笔	140.75	35.18%
铅笔	160.48	40.11%
其中：黑芯铅笔	102.71	25.67%
色芯铅笔	57.77	14.44%
记号笔	86.21	21.55%
活动铅笔	10.09	2.52%

在圆珠笔各品项中，中性笔已经成为消费主流。作为圆珠笔的重要分支，中性笔兼具自来水笔墨迹清晰和圆珠笔书写流畅的优点，且书写手感舒适、墨水粘度在静止状态较高，当笔头前端球珠滚动时墨水粘度迅速降低，使出墨流畅，颇受学生及办公人士的喜爱，近年来在国内市场发展迅速。

②国内制笔行业已形成长三角和珠三角两大产业集群

改革开放以来，尤其上世纪 90 年代后期开始，我国的制笔工业从技术工艺、渠道建设到品牌培育等方面均取得了突飞猛进的发展，并在全国范围内形成了以上海、宁波、温州为代表的长三角地区和以汕头、深圳为代表的珠三角地区两大制笔及相关文具产业集群，产业集群的出现对我国制笔工业产业结构调整 and 行业整体水平提升都起到了积极的推动作用。

（3）国内市场规模展望

基于目前国内人均书写工具消费水平还较低，随着国家教育投入的进一步加大、居民可支配收入的消费意识的升级，未来，制笔内需市场仍将快速增长：

一方面，国内人均书写工具消费水平与美国、日本等国家的差距仍然比较明显。根据中国制笔工业信息中心数据显示，2008 年美国、日本等国家的年人均

书写工具消费就已超过 100 元，而目前国内的年人均书写工具消费仅在 10-15 元之间，后续增长空间依然巨大。

另一方面，制笔行业的发展与国家教育投入密切相关，国家在“十二五”期间，教育投入将进一步加大，制笔行业必将迎来更大的发展机遇。根据中国制笔协会的分析数据，国家教育投入占 GDP 的比重每增加 0.5%，制笔行业销售产值大约能够增长 25 亿元，按照行业特点估算，25 亿元的销售产值约可以带来 50 亿元的新增市场规模。

2、学生文具

（1）国内市场规模现状

近年来，国内学生文具行业发展较快，市场规模在不断扩大：根据《学生文具行业“十二五”发展规划》，2009 年，学生文具制造企业销售规模约 90 亿元，预计 2015 年学生文具行业的整体销售规模将达到 135.70 亿元。

（2）市场基本特征

国内学生文具市场呈现出经常性消费群体庞大、品类多和热点更新快等特点，生产企业的新品研发能力对于抓住学生文具市场机遇尤为重要。

①国内庞大的学生数量为学生文具市场缔造雄厚消费基础

学生文具面对的是一个拥有 3 亿以上受众的经常性消费群体。根据国家统计局 2014 年 2 月 25 日公布的《中华人民共和国 2013 年国民经济和社会发展统计公报》，2013 年全年普通小学在校生 9,360.50 万人，全国初中在校生 4,440.10 万人，全国普通高中在校生 2,435.90 万人，各类中等职业教育在校生 1,960.20 万人，普通高等教育本专科在校生 2,468.10 万人，在学研究生 179.40 万人，加上维持在 1 亿左右的社会各类培训人员，学生数量合计在 3 亿以上。

②学生文具市场特点在于趣味性、时尚性、品类多、更新快

对于学生尤其中小学生群体而言，文具的功能性是基本前提，但文具的趣味性、时尚性才是其购买文具的首要考虑因素，这决定了学生文具消费具有明显的重复购买特点。学生的文具盒里通常都有五花八门的学生文具产品，功能类同，但是品类繁多，学生往往追求新鲜事物，一部动画的风靡能瞬间带动一系列周边产品的畅销，但在下一个新流行元素兴起的冲击下，市场热点可能迅速转移，随着新的流行元素变化而重新购买功能类同的产品，较强的重复购买特征意味着学

生文具市场潜在巨大的市场容量，对于文具生产企业新品研发能力有着很高要求。

③学生文具的消费习惯具有现场消费特性

对于学生群体而言，文具的购买基本具有自主消费决策权和资金来源，他们的文具购买习惯主要是在课余闲暇前往门店现场挑选，加之学生文具具有重复购买的特性，这就要求学生文具销售终端具有很好的便利性。因此能否在学校周边建立有效的网络覆盖成为学生文具市场竞争制胜的重要砝码。

④学生文具的销售毛利相对较高

学生群体对于文具时尚性的追求决定了他们对于文具的消费市场具有冲动性，同时学生群体对于产品购买价格相对不敏感，这就决定了学生文具较办公文具具有更高的销售毛利率。

（3）国内市场规模展望

基于国内庞大的消费基数以及较强的重复购买特征，国内学生文具市场仍将保持快速增长的势头，拥有强大新品研发能力的品牌文具制造企业将获得高于行业平均的增长水平。

3、办公文具

（1）国内市场规模现状

文件管理用品、桌面办公文具以及办公本册是办公文具消费的主要构成。根据中国文教体育用品协会数据，2013年1-12月，文教办公用品制造业规模以上企业680家，增长8.63%；累计完成主营业务收入740.51亿元，同比增长15.13%；文教办公用品制造业累计完成利税额67.1亿元，增长16.58%，其中实现利润总额44.94亿元，同比增长18.3%。

（2）市场基本特征

国内办公文具市场发展受益于现代办公观念的普及，消费仍较集中于沿海经济发达地区，基于现代办公观念而进行系列产品的开发对于生产企业尤为重要。

①国内办公文具市场随现代办公观念逐渐普及而不断增长

企事业单位、公司的员工需要不断提高工作效率并追求舒适有序的办公环境，办公室“5S管理”和企业形象管理等现代办公观念逐渐普及，企事业单位的员工甚至家庭中的个人，对于文件存放的美观、整洁和保密性要求都越来越高，

办公文具的品牌消费观念也在不断深化，这都将推动国内办公文具市场不断增长。

②经济发展水平是国内办公文具市场发展的重要驱动因素

办公文具消费与地区经济及商业发达程度息息相关。根据中国制笔协会发布的《中国文具行业竞争态势分析》数据显示，中国办公文具产品消费市场的70%左右集中在广东、浙江、江苏、上海、北京5个地区。近年来，中部省份、东北地区企事业单位对办公文具的需求正逐渐增强。

③办公文具的消费更偏重于产品功能性、品质、价格和服务

企业对办公文具的采购一般倾向于稳定的文具品牌和供应商，对于办公文具的选择更注重产品的功能设计、质量、性价比以及基于文具销售商的服务质量等要素，因此，办公文具市场的产品品类数量要小于学生文具市场，新产品的推出速度相对较慢。

（3）国内市场规模展望

随着国内经济的持续发展和现代办公观念的逐渐普及，国内办公文具市场仍将保持快速增长的势头，产品设计符合现代办公观念、产品系列健全的品牌文具制造企业将获得高于行业平均的增长水平。

4、其他文具

除书写工具、学生文具和办公文具之外，文具细分行业还包括教学教具、办公耗材、学生电子产品、墨水墨汁等多个细分市场，这几类细分市场通常存在产品跨度大、所处技术领域迥异等特征，各自市场的竞争特征也不尽相同，如：办公耗材市场具体包括打印纸、复印纸、墨盒、硒鼓等市场及技术差异明显的产品，学生电子产品市场具体包括耳机、计算器、闹钟、台灯等技术差异明显的产品。目前，除书写工具、学生文具和办公文具以外的文具行业市场规模合计大约在750亿元。

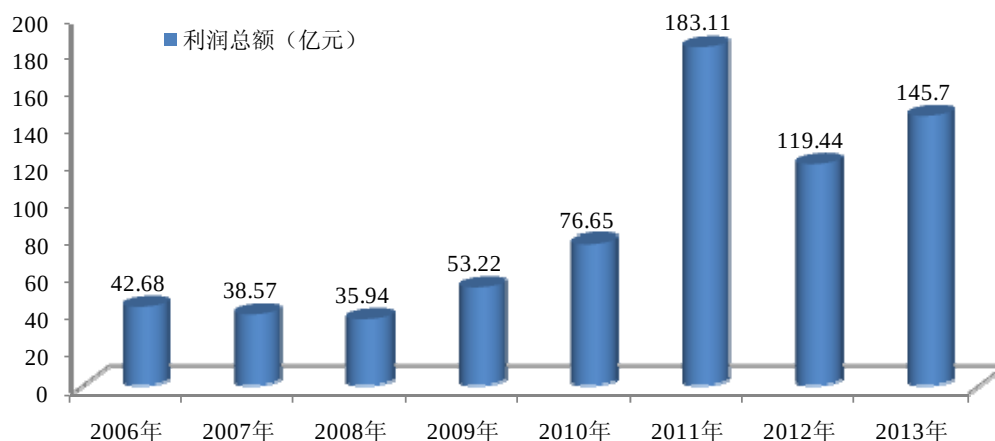
（五）文具行业利润水平及变化趋势

1、行业利润总体保持增长

国内文教体育用品行业规模以上工业企业的整体利润水平呈现增长态势。根

据中国文教体育用品协会的数据，2006年至2013年，除2008年受全球金融危机影响以及2012年全球经济不景气影响、导致行业利润水平出现下滑外，其余年份均保持了稳定增长的态势。

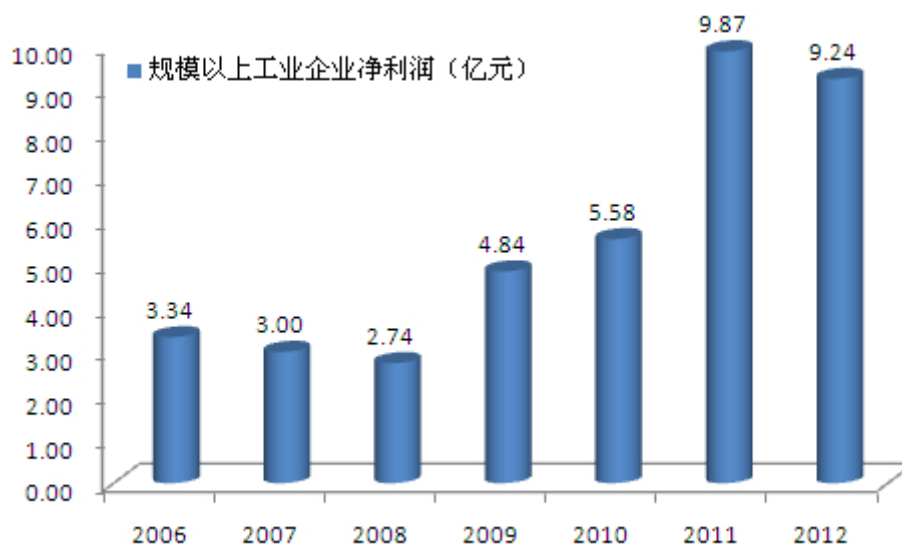
图：我国文教体育用品行业利润情况



数据来源：中国文教体育用品协会

学生文具行业由于价格弹性较小，较文教体育用品行业而言相对更具稳定性。

图：学生文具行业规模以上工业企业净利润



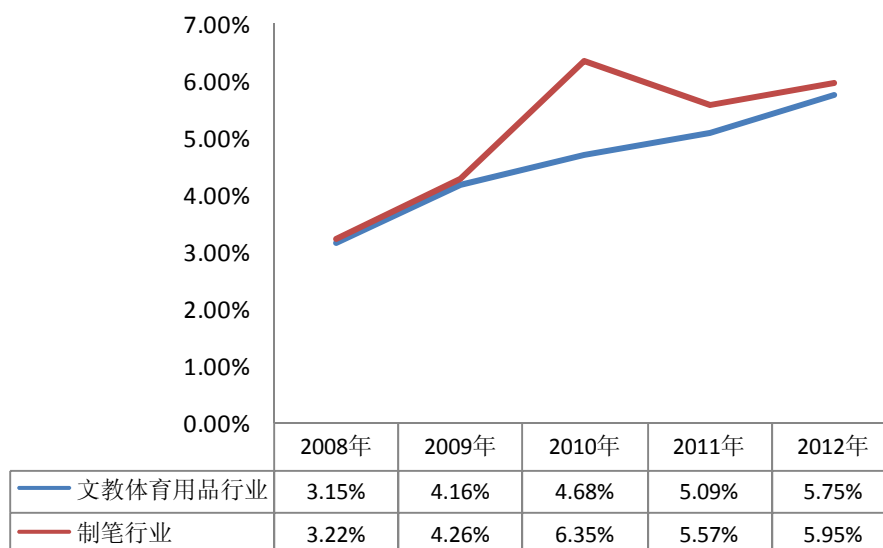
数据来源：中国文教体育用品协会

2、制笔净利率水平居前列

制笔行业的净利率水平在文具行业中居前列，主要是由于书写工具品类及款

式多样，对于不同产品的设计及技术要求较高且工艺环节相对一般文具产品复杂，从而产品附加值更高。中国制笔协会援引国家统计局市场竞争力分析指出，十一五期间，制笔行业是轻工行业最具竞争力的行业之一。

图：文教体育用品行业与细分制笔行业销售利润率水平



数据来源：中国文教体育用品协会，中国制笔协会

根据中国文教体育用品协会和中国制笔协会数据，2008 年度至 2012 年度，文教体育用品行业和制笔行业的算术平均销售利润率分别为 4.57%和 5.07%，整体而言，制笔行业的产品附加值更高。

（六）文具行业经营模式

1、制造模式

文具制造模式即以赚取制造过程中的增值利润为目标，利润主要来源于制造过程、品牌影响力和设计、技术创新。在这种经营模式下，又可以细分为品牌制造模式和 OEM 代工制造模式：

（1）品牌制造

品牌制造模式企业一般拥有独立的原材料采购、产品生产和销售系统，在市场上建立了自己的品牌，并具有文具设计、研发、制造与销售的全产业链优势，与上、下游议价能力较强。通过自主生产，利润除产生于制造过程中的增值之外，更多来自于品牌的影响力和不断的设计研发创新带来的附加增值，盈利能力较

强。

（2）OEM 代工制造

OEM 代工制造模式企业则是接受品牌制造商的订单进行加工生产。由于其设计研发环节及销售全部或大部分由品牌制造商主导，此类制造商赚取的利润主要产生于制造过程中的增值，盈利能力较差。

2、销售模式

文具制造企业的销售实现方式分为经销和直销。

（1）文具经销模式

经销，是目前国内比较普遍的文具销售模式，指文具制造企业通过经销商销售至零售终端，最终将产品销售给消费者的销售方式，制造企业不直接面对消费者。文具经销模式下，参与者主要包括两类业态：

①文具经销商

文具经销商，作为各区域市场的文具分销及物流配送中心，一般通过分销多个品牌的不同种类文具赚取批发和部分流通环节利润。文具经销商是目前国内文具制造商实现产品销售的主要渠道，在文具产业链中占据重要一席，在书写工具、学生文具等消费终端分布极广的文具细分行业，经销商分销职能尤为突出。

②终端零售商

终端零售商，作为直接面对最终消费者的产品提供和用户体验平台，竞争较为激烈。学校周边是各类文具终端的主要聚集地。

表：国内文具零售终端业态及特征

业态	特征
普通文具店	- 数量庞大，文具零售的主流终端 - 位于学校周边、闹市区和人流较多地段，消费群体覆盖广，学校周边是主要聚集地 - 单店规模较小，自给自足，缺乏有效管理，抗风险能力弱 - 经营众多类型产品及品牌，没有约束
连锁店	- 数量目前少于普通文具店，但近年来发展迅速 - 位于学校周边、闹市区和人流较多地段，消费群体覆盖广 - 单店规模高于普通文具店，专业化管理，抗风险能力强 - 授权经营品牌产品，专一品牌至多品牌不等
便利店、超市（KA）	- 规模及资金实力雄厚 - 渠道成本高，导致产品最终售价较高 - 文具产品在整个商超体系中价格竞争激烈

业态	特征
	✧ 国内消费者没有经常在商超购买文具习惯
电子商务（网购）	✧ 由于省去门店环节，售价往往要低于上述三种业态 ✧ 网购是未来消费重要趋势，线下线上结合的模式将充分打通传统与网络渠道
一站式零售服务	✧ 综合客户多方面需求、利用掌握的研发设计、产能及营销网络资源，为客户提供一站式、定制化的整体服务 ✧ 在办公文具领域该模式取得了较大成功，Staples 是一站式零售服务领域的代表性企业

连锁店是近年来发展最为快速的文具零售业态。目前，国内专业的文具连锁店主要分为两种类型：

一类是以本公司为代表，创新性地运用多年来形成的从规模化制造、持续设计研发能力、品牌知名度到健全营销网络等全方位优势，规范管理的零售终端以及特许经营管理的零售终端。近年来这种类型的连锁店发展十分迅速，专业化管理、抗风险能力提升、单店盈利水平提高等优势已吸引越来越多的普通文具店升级为连锁店。

另一类则是由比较纯粹的文具经销商或零售商逐渐演变而来，专业从事零售终端管理，一般不具备文具研发、制造及品牌等综合能力，经营多品牌文具产品。

从零售业态发展趋势来看，专业的文具连锁店将逐渐成为文具销售的主流终端。商务部、发改委联合举行的《清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作》电视电话会议也着重指出：鼓励国产品牌企业通过多种方式建立营销网络，支持品牌企业开办专卖店。

（2）文具直销模式

直销，通常指文具制造企业以大客户定向营销、开设直营店、电子商务以及杂志目录营销等方式实现直接销售，制造企业直接面对消费者。此种模式对于制造企业的资金实力、渠道和供应链整合能力要求较高。在国内文具市场，文具直销模式主要表现为文具企业直接向政府机构、大型企业和社会公益团体等构成的大客户销售产品。

（七）文具行业主要进入壁垒

目前国内约 8,000 家文具制造企业中，90%以上都是从事简单加工、贴牌生

产的企业。就简单加工及贴牌生产环节而言，进入壁垒并不高，但是，要成为具备可持续盈利能力的品牌文具制造及销售企业则存在较高的壁垒，通常包括如下几个方面：

1、品牌知名度

品牌知名度是品牌文具企业保持长远发展的核心竞争力之一。专注于品牌影响力的文具企业更能够逐步建立起稳定的、忠诚度高的消费群，文具业竞争方式也正由单一的价格竞争向技术、管理、品质、文化等多维度构成的品牌竞争转变。

企业及其产品如果没有品牌知名度，在未来竞争中很难站住脚跟，但打造一个品牌又决非一朝一夕之功。根据国内外文具等消费品知名品牌建立经验来看，品牌知名度的建立是一个长期的积累和沉淀过程，需要建立在消费者长期的消费体验、企业多年的品牌管理基础上，少则十余年、多则数十年、上百年。塑造具备影响力及知名度的品牌形象对于新进企业而言，是一个极高的进入壁垒。

2、营销网络建设及管理

营销网络建设是国内文具企业抢占市场、获取竞争优势的重要手段。目前我国文具行业（尤其是学生文具）的零售终端渠道集中度较低，基本以个体商贩和小微销售公司为主。因此在中国市场上构建和完善覆盖范围广泛、物流高效和信息化管理的批发、零售网络体系所需的资金投入大，管理维护难度高，人员素质要求严格。同时，经过多年的营销网络市场化竞争，适合文具销售的位于学校周边、人口集中的社区、主城区、繁华商圈等可开拓的营销网点越来越难以规模化取得。新进企业很难在短期内建立成熟的营销网络。

3、持续的产品设计创新、技术研发能力

持续的产品设计创新能够进一步强化产品在消费者心中的形象，更进一步提升品牌知名度，这要求文具企业具有紧密贴近国内消费者的意识和极强的捕捉市场热点的能力。另外，文具企业要想保持领先于市场，就必须在新产品、新技术、新工艺、新材料等方面建立起持续的技术研发优势，这需要企业在生产技术、工艺与材料等方面有着长期的丰厚储备和专业的人才队伍以支持产品的持续创新。

4、规模化生产及品质保证

文具行业规模化生产建立在长期的制造技术及工艺积累基础之上。同时，文

具行业产品种类繁多，需要根据市场需求不断调整产品生产，要求企业具备成熟、稳定的弹性生产能力，才能有效保证规模化生产中产品品质稳定并降低不良率。规模化生产及品质保证需要大量的实践经验积累和技术研发能力的配合，时间成本很高，新进企业难于在短期内实现。

5、快速供应链的管理能力

文具市场需要厂商在每年大量新品推出的同时，能够有效地管理新品设计、原材料采购、生产、铺货等供应链体系，并准确地基于市场的需求快速响应，准确预测产品趋势、测算新品产量，控制原材料和产成品的呆滞库存。因此，文具市场的领先企业需要具备快速供应链管理的能力。

（八）文具行业周期性、季节性及地域性

1、周期性

书写工具、学生文具以及办公文具受经济周期波动影响很小。书写工具、学生文具为单价较低的日常学习、生活用品，属于收入弹性很小的消费品，对经济周期波动并不敏感；相对而言，办公文具需求与实体经济的波动有一定的关系，但是影响也不明显；而与实体经济联系更为紧密、单件产品价格较高的打印机、扫描仪等办公设备则对经济周期的波动较为敏感。

2、季节性

学生文具存在一定的季节性。在每年的新学期开学前（如：2月份和9月份），即文教领域所说的“学汛”期，学生及家长都会提前为新学期一次性购买大量的文具，文具厂商也通常选择在此期间举行促销活动，迎来一年中销量的高峰期。

办公文具季节性不明显。但是，也存在部分企业在年底一次性购买导致下半年办公文具需求略高于上半年的现象。

3、地域性

文具消费不存在明显的地域性，地区消费存在的差异主要是由于各地人口数量和经济发展的水平不同。学生文具在消费数量上的地域性不明显，差异主要体现在城市地区品牌消费观念更强、消费能力也更强；办公文具消费有一定的地域性，主要系我国各地经济发展不平衡，经济发达程度及文化程度的不同直接导致

需求差异。

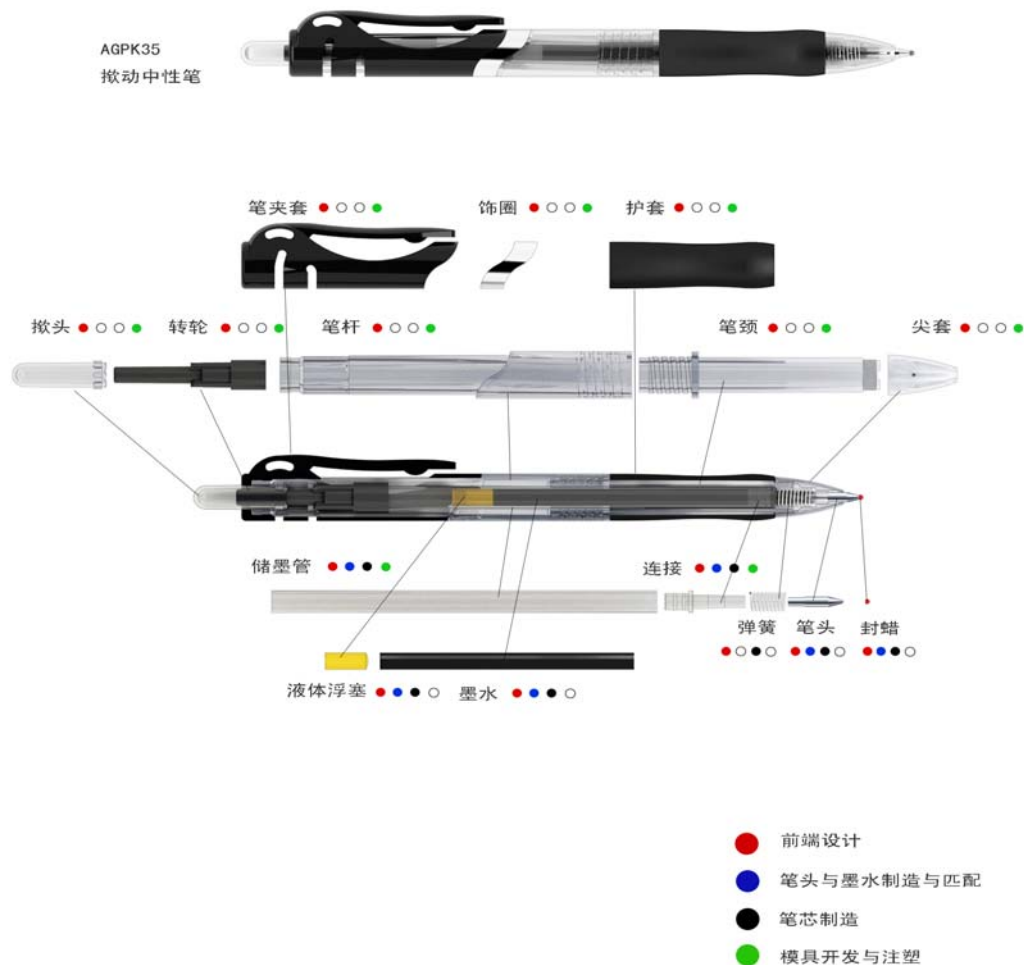
（九）公司所处行业细分领域的技术特点及水平

不论是书写工具还是学生文具、办公文具，从前端设计到成品制造，国内文具生产企业相应的技术水平已经成熟，并积累了丰富的制造技术及工艺经验。但是，在多工位笔头加工设备研发、笔头原材料制造以及笔头、墨水（尤其中性墨水）制造精度的一致性和稳定性等核心部件自主制造水平方面，国内技术水平与日本、瑞士、德国等国家的技术水平还存在一定的差距。

目前，书写工具是公司的核心产品，由于学生文具、办公文具种类繁多，其单品销售占公司整体产品销售比重很低，且各自所处细分领域的技术特点及水平存在明显差异，此处以制笔行业进行说明。

1、制笔技术特点

笔的制造技术主要体现在“前端设计、笔头及墨水制造、笔芯制造、模具开发与注塑”等四大技术环节，如下图：



（1）前端设计

前端设计是制笔的第一步，分为：产品设计、结构设计、工艺设计。产品设计主要是从外观、颜色等方面形成产品的外观造型和平面设计，反映设计师对流行趋势的把握和引导，突出产品的新颖性、时尚性和独创性；结构设计是针对产品设计结合人体舒适度、色彩等设计笔型的工作；工艺设计则是规模化生产下的各项具体制造工艺相结合进行的设计，是提高生产效率和产品质量的关键。

（2）笔头及墨水制造

笔头和墨水是书写工具的核心部件。笔头原材料主要是易切削不锈钢、铜镍合金等柔性钢，技术精细度要求很高，对多工位笔头加工设备以及笔头原材料的研发是关键，其质量好坏是影响书写功能的重要因素。

墨水的制造，关键在于配方。在配方的研制中，首先，要使墨水有适当的粘度、表面张力、pH 值，既确保笔流畅不泄漏，又确保墨水的耐光、耐水、耐热、耐寒、保湿性、渗透性；其次，要解决墨水的稳定性，较长时间的保存而墨水不

变质，不出现分层、沉淀；此外，还要确保墨水的安全性，无毒，无腐蚀性，其质量好坏同样是影响书写功能的重要因素。

（3）笔芯制造

笔芯制造是书写工具制造的核心技术环节。笔芯（本文中指圆珠笔笔芯、或称替芯）主要由笔头、墨水和储墨管等三部分组成。笔芯制造的关键技术在于解决各类不同笔头与墨水如何实现最佳匹配的问题，是一个较为复杂的系统工程，它与材料性能、机械加工精度、流体力学、摩擦学、表面物理化学、胶体化学、质量管理等专业领域密切相关，两者的质量与匹配程度都将直接影响到产品最终的书写性能。

（4）模具开发与注塑

模具开发是指实现产品设计和结构设计的三维立体模型开发。模具的精度对设备和工艺的要求非常高，是设计工作实现“落地”的关键环节，其中生产高精度模具的技术含量较高、难度较大。

注塑是将塑料注入模具中冷却、成型的过程，注塑材料的选择和注塑工艺的把握是该过程的核心，注塑设备、工艺水平和技术质量标准将直接影响到最终产品的使用性能和质量。

2、国内制笔技术水平

图：国内制笔行业技术发展现状与趋势

技术环节	技术现状	发展方向
前端设计	具有良好的设计能力，已基本达到台湾、韩国等地区水平	继续探索新的设计理念，并不断开拓新的细分市场
笔头及墨水制造	具有自主制造能力，但还存技术差距，中性墨水制造还较弱	进一步加强研发与合作，实现本土企业高质量大规模的生产
笔芯制造	技术成熟，具有长期经验积累的制笔企业优势明显	进行笔头墨水匹配技术评价体系研究，推动关键部件国产化
模具开发与注塑	技术成熟，自动化生产水平大幅提升	自动化水平和模具开发精度的进一步提升

在四大技术环节中，书写工具前端设计、笔芯制造及模具与注塑领域，国内企业技术水平成熟，尤其前端设计方面已经达到甚至某些领域超过了韩国、台湾等国家和地区水平。行业内自主知识产权的开发和保护得到进一步提高，目前全行业申请的各项专利已达 5,000 多项。

在笔头及墨水制造领域，国内企业已具备自主制造能力。但是，在多工位笔头加工设备研发、笔头原材料制造以及笔头、墨水（尤其中性墨水）制造精度的一致性和稳定性等核心部件自主制造水平方面，国内技术水平与日本、瑞士、德国等国家的技术水平还存在一定的差距。

3、国内制笔技术发展趋势

未来国内制笔技术发展趋势大致有以下三个方面：

（1）墨水、易切削不锈钢材等核心部件及其制造材料国产化

目前，制笔行业的核心部件及其制造材料，包括墨水（尤其中性墨水）、制造笔头的易切削不锈钢材等，主要依赖进口。如何通过自主研发和生产，逐步降低进口比重，在确保质量的前提下，降低成本，增强竞争力，已经成为制笔行业的关键问题。

（2）对笔头与墨水匹配技术评价体系的研究

笔头与墨水的匹配技术是在大量的笔头制造、墨水制造和笔芯制造等生产实践中积累发展起来的，对其匹配技术评价体系的研究将实现笔类产品性能指标与笔头、墨水性能参数的数字化关联，填补国内在这一领域的理论空白。笔头与墨水匹配技术评价体系的逐步形成，将会对进一步掌握和完善笔头制造、墨水制造等核心技术起到强大推动作用。

（3）多工位笔头专用加工设备的国产化

目前，多工位笔头专用加工设备的制造技术基本由国外企业所垄断，我国尽管已进行了多年的技术攻关，也取得了一定的进展，但由于在精密机械设计、加工及控制系统等方面与发达国家还有一定的差距，目前国内笔头制造设备还是以进口为主。近年来，国家加大了在相关制造设备国产化领域的投入，这将有利于进一步提升国内笔头制造的核心技术水平。

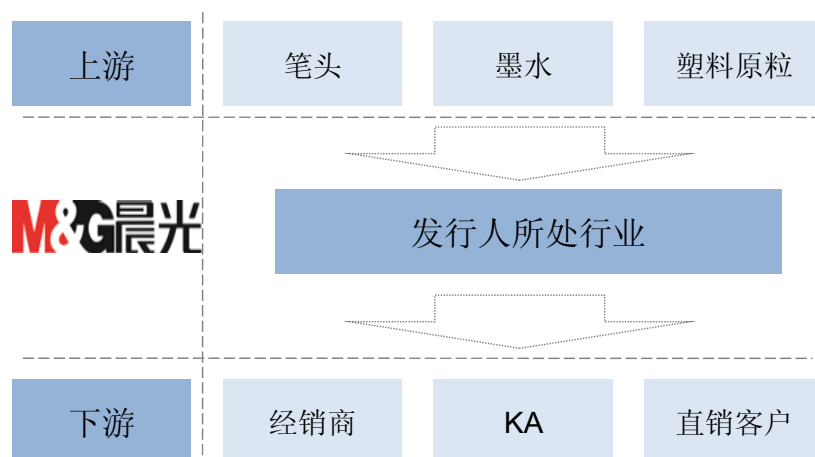
4、公司在国内制笔技术领域的基本情况

目前，公司已自主掌握书写工具制造主要环节的各项技术，规模化应用于产品制造。在笔头与墨水匹配技术、自主模具开发技术等领域公司已处于行业领先地位。详情请参见本节“三、（三）4、技术优势”及本节“七、发行人技术研发情况”。

（十）发行人所处行业与上、下游行业的关联性

考虑到文具各细分行业在上游原材料方面存在较大的差异，从相关性和重要性原则出发，此处以书写工具行业为例进行说明。书写工具制造及销售主要涉及笔头、墨水、塑料原粒等上游原材料的采购及对经销商的下游销售。

图：发行人所处行业与上、下游行业



1、发行人所在行业与上游行业的关系

（1）笔头行业

笔头是制笔的核心部件之一，为同时满足产品高品质与规模化供应的要求，包括本公司在内的全球范围内的主要品牌制造企业以向瑞士 **PREMEC** 采购为主。**PREMEC** 是目前全球规模最大的专业笔头制造商，该公司在马来西亚设有生产中心，方便为亚洲客户供货，同时在国内设有分支机构。

近年来，随着国内笔头制造技术的突破，制造规模的不断扩大，能够批量供应笔头的国内生产企业开始增多。制笔企业的笔头供应商选择范围扩大，促使笔头采购成本呈现一定的下降趋势。

制造笔头需要的易切削不锈钢、铜镍合金等柔性钢，以及高精度多工位笔头加工设备仍主要依赖进口，目前笔头制造所需原材料主要为日本所垄断。

笔头厂商需要与制笔厂商保持紧密的联系，根据制笔厂商的产品设计研发要求、与墨水匹配要求等来制造相应的笔头。

（2）墨水行业

墨水同样是制笔的核心部件之一，国内墨水生产企业较多，但是能生产出高品质墨水的企业并不多，尤其中性墨水，目前大部分还是依靠进口。为保证产品质量和品牌声誉，以本公司为代表的国内主要品牌制造商一般是进口日本 **Mikuni**、德国 **Dokumental** 等知名企业产品。由于国内主要品牌制造商与国际知

名企业建立了长期合作关系，在保障稳定供货方面具有明显优势。

与笔头类似，墨水制造商需要与制笔厂商保持密切联系，根据制笔厂商的产品设计研发要求、与笔头匹配要求等来制造相应的墨水。

（3）塑料行业

制笔企业在笔管、笔帽的生产过程中需要用到大量的塑料原粒，主要包括PP（聚丙烯）、PMMA（聚甲基丙烯酸甲酯）、PC（聚碳酸酯）、ABS树脂等。塑料粒子是从原油中提炼而成，原油的价格变动将传导至塑料化工行业。国内塑料制造企业众多，竞争激烈，原材料价格上涨压力传导至文具生产企业具有一定的时滞，大型文具厂商的议价能力较强。

成熟的塑料行业保证了文具行业原材料的充足供给，不会出现断货影响生产的情况，且质量完全能够满足制笔所需。

2、发行人所在行业与下游行业的关系

制笔及文具制造企业的下游主要是文具经销商。文具是小商品，消费地点十分分散，自建营销网络的成本较高，所以经销商是文具销售的主要渠道，文具制造商一般通过经销商将文具最终销售至消费者，品牌文具制造商的经销权属于优质资源。

（十一）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）持续的内在需求驱动

中国作为世界人口最多的国家，也是文具消费潜力最大的国家。未来，随着国家在教育方面持续投入、文化产业大发展的政策刺激、居民生活水平不断提高以及城镇化进程的加快，人们对于各类文具产品的需求量将不断增加（尤其是品牌化、创意及个性化和高端化的文具产品），上述因素是国内文具行业保持快速增长势头的有力驱动。详见本节之“二、（三）、3、国内市场规模展望”。

（2）文具产品消费观念不断升级，品牌文具厂商将迎来更大发展空间

随着居民收入的提高和消费观念的升级，消费者在购买文具时将会越来越考虑在产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度及管理服务方面表现优秀的品

牌产品，品牌文具逐渐占据市场主导地位。因此，品牌在文具产品的竞争力要素中占到了越来越大的比重，拥有品牌知名度的文具企业更有能力在这样的市场环境中占据有利位置，而品牌文具厂商的不断壮大也将加速国内文具行业品牌集中度的提升，利于行业健康发展。

（3）国家加大知识产权保护力度，保证了研发能力强的企业的竞争优势

近年来，国家日益加大了对知识产权的保护力度，有利于改善品牌文具企业的竞争环境，夯实其在设计、研发等领域的竞争优势。2008 年我国制定了《国家知识产权战略纲要》，该文件的战略目标为：到 2020 年，把我国建设成为知识产权创造、运用、保护和管理水平较高的国家。目前，国内文具行业还存在部分的制假文具厂商，严重扰乱了市场竞争秩序，使得品牌文具企业受到一定影响。国家对知识产权问题的日益强调和打假工作的持续深入展开，有利于推动文具行业内的质量振兴、品牌创建，促进行业管理水平和产品质量水平的提高，并保证研发能力强的企业的竞争优势。

（4）国家关注“产业空心化”问题，鼓励核心部件自主制造

国家已经开始关注我国制造业存在的“产业空心化”问题，并加大了核心制造领域的支持力度。目前，我国文具行业存在部分核心部件自主制造水平还落后于国际先进水平的问题。以制笔行业为例，大多数国内制造企业停留在外观设计和组装环节，不利于行业健康发展。2010 年 7 月，全国政协组成调研组专门对文具产业进行调研，并形成了《解决制笔产业核心技术国产化》、《推动传统产业升级与提升自主创新能力的意见和建议》等文件。2011 年，国家科技部发布国家科技计划重点支撑项目“制笔行业核心部件及制备技术研发与产业化”指南，专项拨款 6,000 万元，以《圆珠笔墨水关键技术开发与产业化》、《笔头材料及其制备技术研发与产业化》、《笔头和墨水匹配技术评价体系及新型笔头研发》三个课题帮助制笔企业提升竞争力。这一计划将重点解决我国制笔企业大多停留在笔杆和组装等产业链条低端阶段，墨水（尤其是中性墨水）、笔头原材料以及精密制笔机械等核心原材料及制造设备严重依赖进口的现状。本公司为《笔头与墨水匹配技术评价体系及新型笔头研发》课题的牵头承担单位。

2、不利因素

（1）国内劳动力成本优势显减弱迹象，不利于以出口为主的文具厂商

随着近年来江浙及广东、福建等沿海经济发达地区用工成本的不断上升，加之人民币长期升值趋势，全球制造业产能部分已经向周边越南、孟加拉国等东南亚国家倾斜，国内劳动力成本优势出现了一定程度的弱化趋势，这对于国内大部分为境外企业 OEM 贴牌的文具制造厂商来说，由于其不具备在国内市场的品牌效应和渠道实力，单纯依靠出口和劳动力成本低，势必会面临不断加剧的海外制造市场竞争。

（2）行业精细化生产和管理水平还落后于国际先进水平

与全球主要品牌文具制造企业相比，国内品牌文具制造企业的发展历程普遍不长。虽然国内品牌文具企业主要专注于产品制造技术及规模化制造能力的提高，并在这些领域已经取得了很大的成功，但是，在精细化生产和管理水平方面，由于进一步提升不仅对制造设备要求更高，还需要多年的自动化制造经验和严密的生产流程管理理念的积淀，对于相关人才、技术和管理控制的要求很高，因此，在这一领域，国内和日本、瑞士、德国等国家相比依然存在一定的差距。

（3）“电子化办公”对于文具行业可能存在潜在不利影响

随着信息时代的发展，电子化办公产品逐步出现，在一定程度上改变了人们的工作方式和习惯。目前电子化程度最高的美国，传统文具的消费市场依然乐观，市场依然保持增长。但是，从长期来看，“电子化办公”对于文具行业仍可能存在潜在不利影响。

（十二）行业进出口情况

1、出口情况

中国是世界最大的文具出口国，出口以贴牌产品为主。近年来，出口总额持续增长，但是出口比重呈现逐年下降趋势，一定程度上反映了国内文具企业正逐渐转向了更具潜力的内需市场。根据中国文教体育用品协会数据，2006 年-2012 年，全国文教体育用品行业规模以上工业企业出口交货值占工业销售产值比重分别为 53.93%、56.81%、55.02%、48.31%、45.33%、44.13%和 8.23%，呈下降趋势。

虽然品牌文具厂商目前主要专注于国内市场，出口量较小，但是，随着国内品牌文具企业市场影响力的不断提升，自主品牌文具正逐渐开始参与东南亚等海

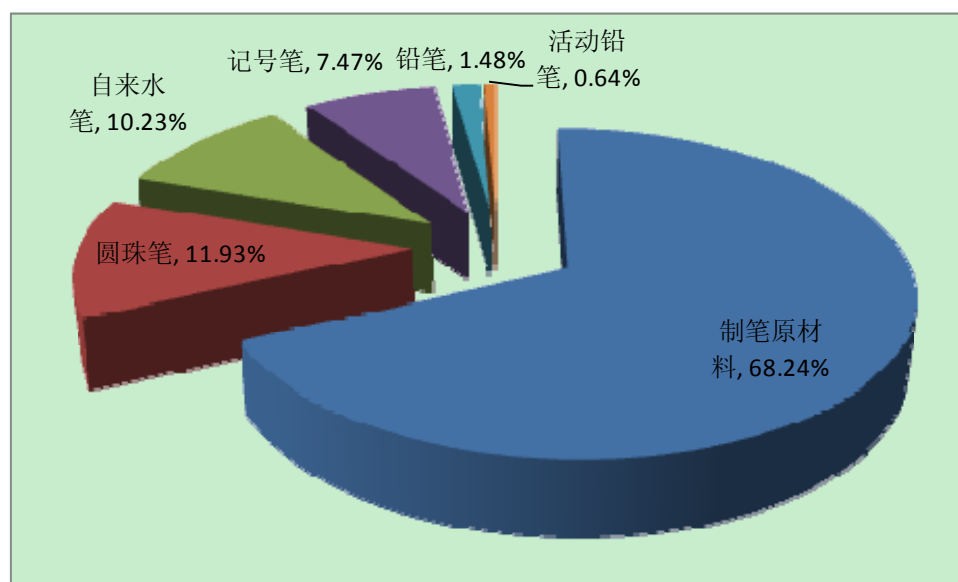
外地区市场的竞争。未来，预计自主品牌文具出口的比重将会不断上升。根据中国文教体育用品协会数据，2006 年-2012 年，全国学生文具行业规模以上工业企业出口交货值占工业销售产值比重分别为 30.93%、27.37%、22.44%、17.19%、22.43%、23.71%和 31.69%。

2、进口情况

国内文具进口主要为文具制造所需原材料以及部分原材料制造设备，而文具产品本身的进口比重很低。

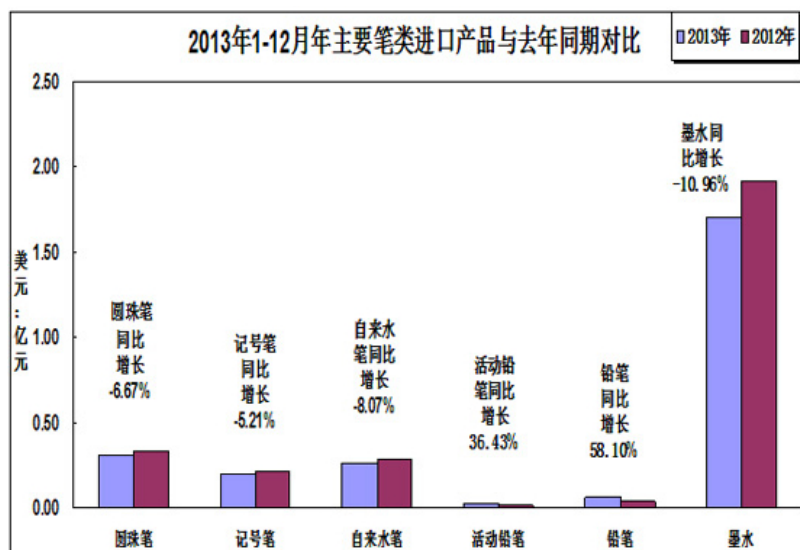
就制笔行业而言，国产品牌在书写工具消费市场占据主导地位，进口品牌与国内品牌相比在性价比方面不具备优势，因而进口比重不高。国内制笔行业进口的主要是墨水（尤其中性墨水）等制笔原材料。

图：2012 年 1-12 月，制笔行业产品进口金额结构



数据来源：中国制笔协会

图：2013 年 1-12 月，制笔行业产品进口金额结构及变化情况



数据来源：中国制笔协会

三、发行人所处行业竞争情况

（一）行业竞争格局

全球成熟市场：文具行业市场份额高度集中，跨国品牌文具企业拥有可观的营收规模，跨国品牌制造商较跨国品牌零售商具备更高利润率水平。

国内文具市场：文具制造企业数量众多，市场集中度很低，各细分市场逐渐出现代表性品牌，但品牌集中度还不高，围绕渠道展开竞争已渐成竞争重要趋势。

1、全球文具行业竞争格局

（1）全球文具行业竞争特征

全球文具竞争市场可以分为成熟市场和发展中市场两大类，其行业竞争具备各自不同的鲜明特征：

表：成熟文具市场和发展中文具市场竞争比较

比较方面	成熟市场	发展中市场
代表地区	美国、西欧、日本等	中国、印度、东南亚国家地区等
消费观念	品牌消费观念深入人心	品牌消费观念正在深化
市场集中度	高	低
竞争格局	● 竞争格局基本稳定 ● 细分及整体领域均有主导品牌 ● 渠道扁平趋势明显	● 绝大部分企业处于低层次竞争 ● 细分领域产生品牌效应较好企业 ● 经销商分销作用强

比较方面	成熟市场	发展中市场
发展方向	加大海外 OEM 及海外拓展	品牌制造商扩大市场份额及品牌影响

（2）跨国文具企业基本情况与特征

经过多年的市场竞争，成熟文具市场竞争格局基本稳定，市场份额高度集中。

①主要跨国品牌文具企业基本情况

表：主要跨国品牌文具制造商

序号	名称	国家	主打文具品类	行业地位
1	Sanford	美国	书写工具	全球第一大书写工具制造企业
2	BIC	法国	书写工具	全球第二大书写工具制造企业
3	Mitsubishi	日本	书写工具	全球知名的品牌制笔企业
4	Zebra	日本	书写工具	全球知名的品牌制笔企业
5	Pilot	日本	书写工具	全球知名的品牌制笔企业
6	Esselte	瑞典	办公文具	全球知名的文件管理用品制造商
7	Avery	美国	办公文具	美国最大文件管理用品制造商

资料来源：根据公开资料整理

表：主要跨国品牌文具零售商

序号	名称	国别	行业地位
1	Staples Inc.	美国	全球最大的办公用品零售商
2	Office 1	美国	全球大型办公用品的特许经营商
3	Office Depot	美国	全球大型办公电子商务零售商
4	OfficeMax	美国	美国大型办公用品零售商
5	Kokuyo	日本	日本大型办公用品零售商

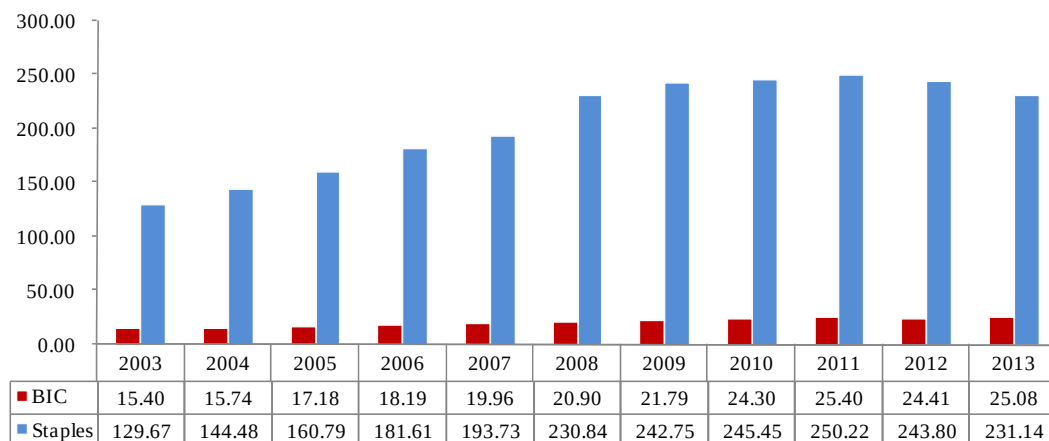
资料来源：根据公开资料整理

②跨国品牌文具企业拥有可观的营收规模

以全球最大的办公用品零售商 Staples、全球第二大书写工具制造商 BIC 为例，其 2013 年营收分别为 231.14 亿美元和 25.08 亿美元，可见，无论是跨国文具零售企业还是跨国品牌文具制造企业，都已经在长期的发展过程中，利用全

球性的营销网络取得了巨大的营收规模。与跨国文具企业动辄数十亿、上百亿美元的销售规模相比，国内品牌文具企业的市场拓展空间依然巨大。

图：BIC 及 Staples 收入情况（单位：亿美元）

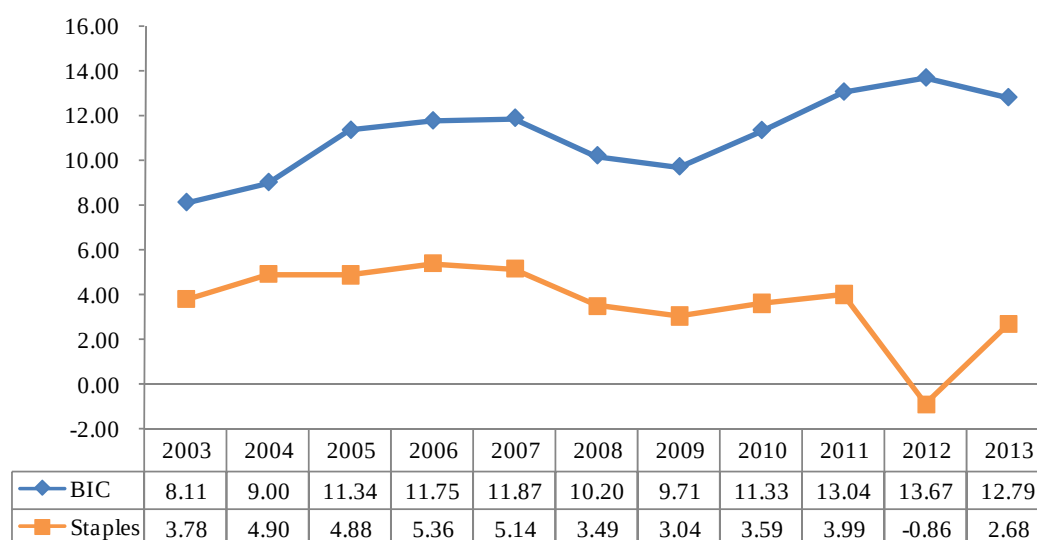


数据来源：Bloomberg

③跨国品牌制造商较跨国品牌零售商具备更高利润率水平

通过比较 BIC、以及 Staples 最近十余年净利率情况可以发现，类似 BIC 这一类品牌文具制造厂商的盈利能力相比纯粹的品牌文具零售商（如：Staples）而言要更胜一筹。由于在设计、研发、制造及销售等环节的增值含量更高，具备完整产业链的品牌文具制造企业通常利润率水平更高。

图：BIC 及 Staples 净利率（%）情况



数据来源：Bloomberg

（3）跨国文具企业参与国内文具行业竞争情况

从目前行业竞争格局来看，在制造领域，跨国文具企业尽管进入国内市场多

年，但整体上对国内文具制造企业的冲击有限，在零售领域，跨国文具企业在某些细分领域则开始构成一定的竞争。总体而言，对于跨国文具企业而言，国内文具市场具有较高的市场壁垒。

①在文具制造领域对于国内制造企业的冲击有限

一方面，国内文具制造商在产品性价比方面相比跨国企业有明显的比较优势，比如功能相同的一支中性笔，三菱等国外品牌零售价一般是国内品牌零售价的3倍以上；另一方面，国内品牌文具制造企业通过多年来的持续市场推广，建立了较稳固的渠道网络；加之国内文具企业更了解国内消费者的消费习惯和消费热点，因此目前国内文具消费市场主要以国内自主品牌文具为主，文具产品进口量很少，主要是派克、万宝龙等高档或奢侈文具。总体而言，跨国品牌文具制造商对国内文具制造企业的冲击有限。

②零售渠道中，学生文具领域影响甚微，办公文具领域构成一定竞争

在学生文具零售渠道方面，以公司为主的国内品牌文具企业已构建明显的渠道壁垒，跨国文具巨头几乎没有参与该领域的渠道竞争。

在办公文具零售渠道方面，跨国文具零售巨头已开始构成一定的竞争，比如：全球办公用品零售巨擎 Staples 借道本土强势网络直销商 OA365 涉足中国市场。跨国文具业者成熟的业务管理模式、全球统一采购的议价能力将在办公文具领域给国内厂商带来品牌、价格、渠道等多方位的竞争。

2、国内文具行业竞争格局

（1）文具制造企业数量众多，市场集中度很低

国内从事文具制造的企业高达 8,000 家左右，但绝大部分企业处于低层次竞争，产品单一且集中在低端产品，市场集中度很低。详情请参见本节“二、（三） 1、

（2）市场参与者情况”。

（2）各细分市场逐渐出现了代表性品牌，但品牌集中度还不高

面对内需市场的庞大消费基数，随着居民收入及消费观念的提升，一些更为侧重内需市场、重视品牌及渠道建设的品牌文具制造商近年来快速发展。这一类企业往往在某一文具细分市场上拥有较好的市场美誉度，并在此基础上扩展品牌影响力，比如：书写工具、学生文具领域的晨光文具、真彩文具，办公文具领域的齐心文具、得力文具，本册领域的广博文具等国内品牌文具企业。

但是，不论是书写工具、学生文具还是办公文具细分市场，品牌集中度均不高；同时，国内尚未出现在横跨各细分文具领域、具有绝对优势的品牌文具制造企业。

未来，随着文具消费不断向创意、品牌和高端等方向发展，加上居民消费能力及观念的提升，品牌制造商品牌效应将更加明显，文具细分市场的品牌集中度将有望逐步提升。

（3）围绕渠道展开竞争已渐成竞争重要趋势

面对潜力巨大的国内文具市场，具有一定品牌知名度的文具制造企业正逐渐将竞争重心由产品竞争、价格竞争逐渐转向对渠道资源的争夺。通过渠道资源的获取最大限度的扩大销售规模，并进一步提升品牌知名度。可以预见，渠道资源的争夺将是未来较长时期内国内品牌文具制造企业的竞争焦点。

（二）发行人在行业中的竞争地位

发行人主要从事**M&G晨光**品牌书写工具、学生文具、办公文具等产品的设计、研发、制造和销售，主要市场为国内 3 亿以上学生和 1 亿左右的办公人士为核心消费群体的文具消费市场，主要竞争对手为国内的品牌文具制造商。

发行人的市场定位：

产品定位：品牌书写工具、学生文具、办公文具等综合文具系列产品；

目标市场：3 亿以上学生和 1 亿左右的办公人士为核心消费群体的文具消费市场。

1、主要竞争对手情况

表：晨光文具主要竞争对手情况简介

序号	公司	基本情况
1	真彩文具股份有限公司	（1）国内主要书写工具制造商之一，主营“真彩”品牌书写工具及学生文具等； （2）真彩文具主要围绕书写工具、学生文具领域，目标市场主要是学生文具消费市场。
2	温州爱好笔业有限公司	国内主要书写工具制造商之一，主营“爱好”品牌书写工具与学生文具等
3	贝发集团股份有限公司	国内主要书写工具制造商之一，是国内制笔出口的龙头企业，近年来，逐渐加大了品牌文具产品的内需市场开

序号	公司	基本情况
		拓力度
4	青岛昌隆文具有限公司	国内主要书写工具制造商之一，主营“白雪”品牌书写工具和以修正系列为主的学生文具
5	深圳市齐心文具股份有限公司 (002301.sz)	(1) 行业地位：国内办公文具市场领导品牌之一，办公文具产品系列丰富，居国内文件夹等文件管理用品市场份额前列； (2) 资产及经营情况：根据 2013 年年报，2013 年末总资产 17.77 亿元，归属于上市公司股东的所有者权益 11.31 亿元，2013 年度营业收入 16.78 亿元，营业利润 0.29 亿元，归属于上市公司股东的净利润 0.28 亿元；（数据来源：wind 资讯） (3) 主营业务内外销比例：根据 2013 年年报，内销比例为 63.91%，外销比例为 36.09%；（数据来源：wind 资讯） (4) 内销方面，齐心文具主要围绕品牌办公文具领域，目标市场主要是办公文具消费市场，其经营模式及特征主要表现为：围绕办公整体解决方案，积极拓展新产品、新品类，在原有品类的基础上，陆续推出 LED 台灯系列、打印耗材系列、鼠标、键盘等系列产品，并加大在直销业务上的投入，由传统制造商向大办公集成供应商的战略转型。
6	宁波得力集团股份有限公司	(1) 国内办公文具市场领导品牌之一，办公文具产品系列丰富，长尾夹、回形针等桌面办公文具市场份额居国内前列； (2) 得力文具主要围绕办公文具领域，目标市场主要是办公文具消费市场。
7	广博集团股份有限公司 (002103.sz)	(1) 行业地位：国内本册制造龙头、以出口为主，近年加大了自有品牌开拓力度； (2) 资产及经营情况：根据 2013 年年报，2013 年末总资产 11.71 亿元，归属于上市公司股东的所有者权益 7.41 亿元，2013 年度营业收入 8.48 亿元，营业利润 0.13 亿元，归属于上市公司股东的净利润 0.17 亿元；（数据来源：wind 资讯） (3) 主营业务内外销比例：根据 2013 年年报，内销比例为 38.99%，外销比例为 61.01%。（数据来源：wind 资讯）
8	广东华隆文具有限公司	国内大型 PP 类文具制造商，国内以“金得利”品牌销售，主要面对办公文具市场
9	益而高贸易发展有限公司	“益而高”品牌文具国内贸易商，港资企业，国内拥有制造基地，产品以办公文具为主

总体而言：

（1）从公司主要竞争对手的发展历程来看，大部分公司目前还是以出口贴牌为主，但近年来也逐渐加大了内需市场的开拓力度；

（2）以内需市场为主的主要竞争对手均各有侧重，公司在书写工具、学生文具领域的最直接竞争对手为真彩文具，在办公文具领域的最直接竞争对手为齐心文具、得力文具等企业。

图：晨光文具在国内文具行业中的竞争位置



2、发行人的竞争地位分析

晨光文具是文具行业“自主品牌+内需市场”的领跑者。M&G 晨光作为国内文具第一品牌，圆珠笔第一品牌，在书写工具和学生文具细分领域，晨光品牌已经在消费者心中建立了良好的品牌认知。公司在细分书写工具市场的市场占有率居首，在文具行业零售终端网络覆盖的广度和深度方面具有明显的先发优势与领先优势，并率先在竞争激烈的内需市场确立了自主品牌销售的龙头地位。

（1）M&G 晨光系国内文具第一品牌

国内大到一、二线城市，小到县城、乡镇，从学生、办公人士等文具主力消费者到文具普通消费者，晨光文具的产品在人们学习、工作和生活中应用已相当普遍，尤其在书写工具和学生文具领域，晨光品牌在消费者心中已经建立了良好的品牌认知，代表着质量、潮流和时尚。公司新产品的推出常常受到消费者的热烈追捧，并持续赢得消费者极佳的口碑。根据中国品牌网公开刊登的资料显示，

晨光文具在“2013 年最受欢迎的中国十大文具品牌排行榜”上位居第一位。

表：2013 年最受欢迎的中国十大文具品牌排行榜

排名	十大文具品牌	所属公司
1		上海晨光文具股份有限公司
2		宁波得力集团股份有限公司
3		深圳市齐心文具股份有限公司
4		真彩文具股份有限公司
5		广博集团股份有限公司
6		贝发集团股份有限公司
7		青岛昌隆文具有限公司
8		启路文化生活用品连锁有限公司
9		温州爱好笔业有限公司
10		东莞市智高文具有限公司

资料来源：中国品牌网（<http://www.chinapp.com/shidapinpai/55891/>）

根据中国轻工业联合会官方网站公告，晨光文具在“2011 年度中国轻工业制笔行业十强企业”、“2012 年度中国轻工业制笔行业十强企业”以及“2013 年度中国轻工业制笔行业十强企业”评比中蝉联第一位。

表：2011 年度-2013 年度中国轻工业制笔行业十强企业

排名	2011 年度中国轻工业制笔行业十强企业
1	上海晨光文具股份有限公司
2	贝发集团股份有限公司
3	真彩文具有限公司
4	安硕文教用品（上海）有限公司
5	中国第一铅笔股份有限公司
6	温州市爱好笔业有限公司

排名	2011 年度中国轻工业制笔行业十强企业
7	青岛昌隆文具有限公司
8	温州天骄笔业有限责任公司
9	广东金万年文具有限公司
10	上海英雄(集团)有限公司
排名	2012 年度中国轻工业制笔行业十强企业
1	上海晨光文具股份有限公司
2	贝发集团股份有限公司
3	真彩文具股份有限公司
4	温州天骄笔业有限责任公司
5	温州市爱好笔业有限公司
6	上海英雄（集团）有限公司
7	安硕文教用品（上海）有限公司
8	广东金万年文具有限公司
9	中国第一铅笔股份有限公司
10	青岛昌隆文具有限公司
排名	2013 年度中国轻工业制笔行业十强企业
1	上海晨光文具股份有限公司
2	贝发集团股份有限公司
3	安硕文教用品（上海）股份有限公司
4	温州天骄笔业有限责任公司
5	真彩文具股份有限公司
6	温州市爱好笔业有限公司
7	上海英雄(集团)有限公司
8	中国第一铅笔有限公司
9	温州盛丰笔业有限公司
10	青岛昌隆文具有限公司

资料来源：中国轻工业联合会、中国制笔行业协会

（2）国内书写工具市场占有率第一，圆珠笔第一品牌

在书写工具市场，公司 2011 年、2012 年及 2013 年国内市场占有率分别为 7.51%、8.46%及 8.77%，连续三年居行业榜首（数据来源：中国制笔协会）。圆珠笔是书写工具最大消费品项之一，M&G晨光圆珠笔尤其是中性笔在国内市场广受欢迎，仅 AGPK35 掀动中性笔这一单品就已累计销售高达 1 亿支以上。

根据中商情报网公开刊登的资料显示，晨光文具在“2013 年中国圆珠笔十大品牌影响力排行”上位居第一位。

表：2013 年中国圆珠笔十大品牌影响力排行

排名	十大圆珠笔品牌	所属公司
1		上海晨光文具股份有限公司
2		真彩文具股份有限公司
3		青岛昌隆文具有限公司
4		贝发集团股份有限公司
5		温州爱好笔业有限公司
6		三菱铅笔株式会社
7		上海金万年（集团）有限公司
8		美国派克公司
9		宁波得力集团股份有限公司
10		上海文正笔业有限公司

资料来源：中商情报网（<http://www.askci.com/news/201310/15/15163344111670.shtml>）

（3）在国内文具零售终端网络方面拥有领先优势

根据公司多年来对于国内校边商圈的调研统计情况，公司与各级合作伙伴共同管理的各类零售终端（以下简称“晨光文具零售终端”）在全国校边商圈的覆盖率已高达约 80%，平均每 10 家校边终端文具店就有约 3 家属于晨光文具零售终端。

晨光文具是国内文具行业首家成功地规模化开展零售终端的品牌销售管理与特许经营管理的企业。截至 2014 年 9 月 30 日，公司与各级合作伙伴共同构建了包括“49,067 家晨光文具标准样板店、7,009 家晨光文具高级样板店以及 4,856 家晨光文具加盟店”在内的庞大零售终端网络。与真彩文具、齐心文具、得力文具等企业相比，公司在零售渠道的深度与广度方面，具有明显的先发优势和领先地位。

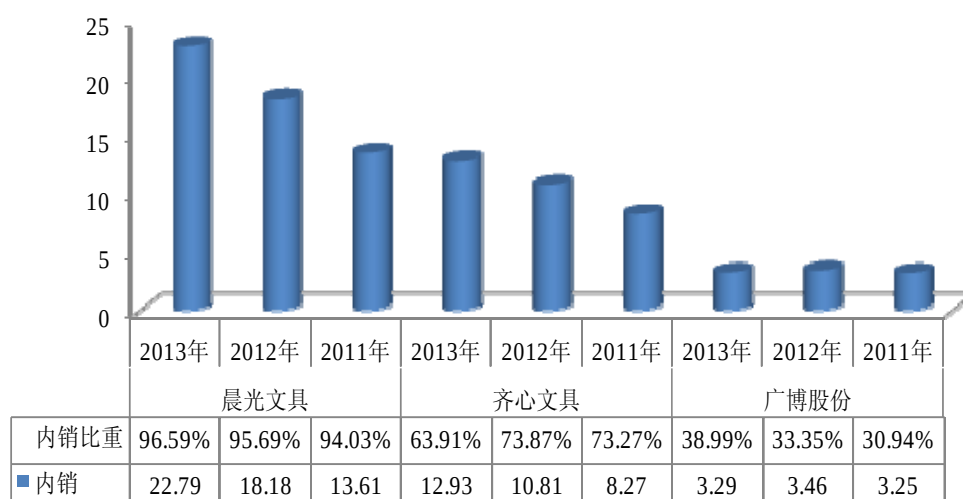
图：2014 年 9 月 30 日晨光文具标准样板店、高级样板店、加盟店分布情况



（4）在文具内销市场处于明显龙头地位

与国内主要可比上市公司相比，由于公司专注于文具内销市场多年，在内需市场的品牌、渠道等方面优势明显，在竞争激烈的内需市场，公司是自主品牌销售的领跑者。

图： 2011 年至 2013 年晨光文具、齐心文具和广博股份主营业务内销情况（亿元）



数据来源：齐心文具、广博股份 2011、2012、2013 年报

报告期内，公司内销比例均在 9 成以上：2011 年度、2012 年度及 2013 年度公司主营业务国内销售额分别为 13.61 亿元、18.18 亿元及 22.79 亿元，内销比例分别为 94.03%、95.69%及 96.59%。

公司目前的一些主要竞争对手原来外销比例较高，其后内销占比逐渐提升。比如：国内已在 A 股上市的齐心文具 2011 年、2012 年和 2013 年的主营业务国内销售额分别为 8.27 亿元、10.81 亿元和 12.93 亿元，内销比例分别为 73.27%、73.87%和 63.91%；广博股份 2011 年、2012 年和 2013 年的主营业务国内销售额分别为 3.25 亿元、3.46 亿元和 3.29 亿元，内销比例分别为 30.94%、33.35%和 38.99%。

可见，公司在文具内销市场处于明显的龙头地位。

（三）发行人的竞争优势

1、品牌优势——M&G 晨光为国内文具第一品牌，圆珠笔第一品牌

根据中国品牌网公开刊登的资料显示，晨光文具在“2013 年最受欢迎的中国十大文具品牌排行榜”上位居第一位。而中商情报网公开刊登的资料则显示，晨光文具在“2013 年中国圆珠笔十大品牌影响力排行”上位居第一位。根据中国轻工业联合会官方网站公告，晨光文具在“2011 年度中国轻工业制笔行业十强企业”、“2012 年度中国轻工业制笔行业十强企业”以及“2013 年度中国轻工业制笔行业十强企业”评比中蝉联第一位，并入选 2013 年度中国轻工业百强企业。2014

年1月，公司被工业和信息化部评为“全国工业品牌培育示范企业”。“真诚、品质、创意、乐趣”的晨光文具品牌核心价值体现了公司对于文具市场消费特征及趋势的准确把握，与市场 and 消费者密切衔接的品牌价值塑造大大提升和促进了晨光文具在国内文具市场的品牌知名度和美誉度。

国内大到一、二线城市，小到县城、乡镇，从学生、办公人士等文具主力消费者到文具普通消费者，晨光文具的产品在人们学习、工作和生活中应用已相当普遍，尤其在书写工具和学生文具领域，晨光品牌已经在消费者心中建立了良好的品牌认知，代表着质量、潮流和时尚。这种认知一旦形成，将形成非常强大的品牌力，为公司带来“护城河”效应。公司新产品的推出常常受到消费者的热烈追捧，并持续赢得消费者极佳的口碑。

同时，品牌优势的牢牢确立有力助推了公司的终端渠道拓展，并形成品牌与终端渠道的良性互动，结合新品推介及促销活动对于品牌的推广，大大巩固了公司国内文具第一品牌的市场地位。近年来，晨光文具在品牌方面获得的主要荣誉如下表所示：

荣誉称号	颁发机构	认证或获奖日期
中国制笔名牌	中国制笔协会	2003 年
中国驰名商标	国家工商总局	2006 年
中国十大知名品牌	中国制笔协会	2006 年
中国名牌产品	国家质量监督检验检疫总局	2007 年
上海名牌产品（中性笔）	上海名牌商品推荐委员会	2008 年
上海市著名商标	上海市工商行政管理局	2011 年
2010 年度全球消费者信赖的中国办公用品行业十佳优秀自主品牌	中国国标商会、中国优秀自主品牌国际联盟	2011 年
2011 年度中国轻工业制笔行业十强企业（第一名）	中国轻工业联合会、中国制笔协会	2012 年
全国轻工业卓越绩效先进企业特别奖	中国轻工业联合会	2012 年
国家级信息化和工业化深度融合示范企业	工业和信息化部	2012 年
中国轻工业联合会科技发明奖（二等奖）	中国轻工业联合会科学技术奖励工作办公室	2012 年
2012 年度中国轻工业制笔行业十强企业（第一名）	中国轻工业联合会、中国制笔协会	2013 年

荣誉称号	颁发机构	认证或获奖日期
中国制笔行业先进集体	中国轻工业联合会、中国制笔协会	2013 年
2013 年度中国轻工业百强企业	中国轻工业联合会	2013 年
2013 年度中国轻工业制笔行业十强企业（第一名）	中国轻工业联合会、中国制笔协会	2014 年
企业信用评价 AAA 级信用企业	中国制笔协会	2014 年
科学技术进步奖二等奖（针管型弹簧笔头的开发与应用）	中国轻工业联合会	2014 年
全国工业品牌培育示范企业	工业和信息化部	2014 年

2、渠道优势——高效的分销体系管理与高覆盖的国内终端网络

公司运用“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，与各级经销商（合作伙伴）共同建立了“稳定、共赢”的分销体系。在此基础上，晨光文具率先在国内文具行业成功地规模化开展零售终端的品牌销售管理与特许经营管理，在为文具零售终端带来盈利能力及经营能力提升的同时，也为合作伙伴提升了盈利的空间，并最终为公司的产品销售的增长带来强大动力。

（1）高效的分销体系管理——独家、伙伴、共赢

公司在每一个区域市场只培育唯一的渠道分销商（合作伙伴），这个区域所产生的收益都由这个渠道分销商享受，改变了快速消费品行业普遍采用的多客户渠道模式。在此基础上，公司首创“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，结合标准化的全国价格管控体系，与合作伙伴共同拓展市场，共同维护市场，共同分享收益。这一“稳定、共赢”分销体系的竞争优势突出表现在：

①产品经营方面，公司在一级（省级）合作伙伴层面已实现了晨光品牌产品“全排他”经营，在二、三级合作伙伴层面，书写工具做到了竞争性产品的排他；

②渠道管理方面，报告期内实现了一级经销商之间“零窜货”的优异价格管理成效以及经销商门店经营的现代化 4S 管理成果；

③营销团队方面，借助于庞大的经销体系以及与合作伙伴紧密的合作关系，公司通过不折不扣的执行“多维度”的 KPI 体系，打造了一支具有高执行力和高效率的泛晨光文具营销团队。

（2）高覆盖率的国内终端网络——高达约 80% 的全国校边商圈覆盖率

“得终端者得天下”是晨光文具的核心营销战略，公司透过“晨光伙伴金字塔”

营销模式，与各级合作伙伴共同开发和管理各类零售终端。从普通文具店到样板店，再到特许经营管理模式下的加盟店，公司始终致力于在给终端业主带来经济利益增加和门店经营能力提升的同时，也给合作伙伴创造稳定共赢的收益，并最终为公司的产品销售的快速增长带来强大动力。截至 2014 年 9 月 30 日，公司与各级合作伙伴共同构建了“49,067 家 M&G 晨光标准样板店、7,009 家 M&G 晨光高级样板店以及 4,856 家 M&G 晨光加盟店”的庞大晨光文具零售终端网络，在全国校边商圈覆盖率达约 80%，居行业领先地位。

近年来，晨光文具在终端网络建设方面获得的主要荣誉如下表所示：

荣誉称号	颁发机构	认证或获奖日期
2009/2010 年中国特许经营最具成长力奖	中国连锁经营协会	2010 年
2010-2011 年度特许经营创新大奖	中国连锁经营协会	2011 年
2011-2012 年度中国零售业优秀特许加盟品牌	中国连锁经营协会	2012 年
2011 中国特许连锁 120 强	中国连锁经营协会	2012 年
2012 中国特许连锁 120 强	中国连锁经营协会	2013 年
2012 年度中国特许经营创新奖	中国连锁经营协会	2013 年
商业特许经营荣誉品牌	上海连锁经营协会	2013 年
2013 中国特许连锁 120 强	中国连锁经营协会	2014 年

3、设计研发能力优势——强大的新品研发能力

针对文具时尚化的趋势，公司以“创意带来更多乐趣”为品牌使命，不断把握市场流行元素、及时推出新品，形成了快速的市场反应能力和强大的新品设计研发能力。在文具消费品牌化、创意及个性化的趋势下，这一优势是公司核心竞争力的重要组成部分。

（1）快速的市场反应及转化能力

随着文具消费者的消费意识的升级，越来越着眼于文具的时尚性及流行感，从而对文具企业的研发设计团队和营销团队提出了更高的要求。在新品研发方面，公司建立了从消费价值设计、到产品设计、到产品模具开发、再到品牌形象设计的“全程设计系统”，并采用主题化、体验化的开发模式，从全品类角度开发新品，通过多方面的研发策略实施，最终形成公司对于市场的快速反应能力，并迅速将设计方案转化为商品并实现销售。

快速的市场反应及转化能力也为公司带来了研发与销售的良性循环，由于新品通常较常销品的毛利更高，这一良性循环大大提升了公司在产业中的竞争优势。主要表现在：首先，公司能在市场反映之前做出行动、引导市场潮流，并开发以相关流行元素为主题的文具产品；由于新品不可替代性较强，公司往往能够牢牢掌握市场定价权；其次，公司基于对流行趋势的准确判断，往往能在趋势结束之前对产能及时地进行控制，保证新品产量与市场容量实现最大限度的匹配。

（2）业内领先的新品研发数量

公司新品开发数量稳居文具行业前列。2011年至2013年，公司每年开发新产品数分别为727款、1,058款和1,236款，每年在大、小“学汛”期间，公司更是一次性推出数百款新品，新品的不断成功推出得到了消费者及合作伙伴的高度认可，公司新品销售占比近三年维持在20%左右，相比竞争对手优势明显。

多年以来，持续的新品开发帮助公司在产品设计领域积累了丰富的资源。截至本招股说明书签署日，本公司共拥有专利470项，其中外观设计专利439项（国内外观设计专利435项，国外外观设计专利4项），数量大幅领先于主要竞争对手，充分反映公司强大的新品研发能力。

4、技术优势——书写工具制造领域多年积淀成就技术领先

在多年的规模化生产和持续的技术研发的推动下，与国内同业相比，公司在制笔领域形成了比较突出的技术优势。具体表现在：笔芯制造过程中笔头和墨水的匹配技术、自主模具开发技术等方面。

笔头与墨水的选择、匹配是决定产品性能和用户体验度的关键。在笔头与墨水匹配技术方面，公司拥有多项相关的核心技术与工艺。这一技术优势带来消费者在使用本公司书写工具时的流畅体验，与国内竞争者产品的用户体验度差异较为明显。基于在该领域形成的领先技术能力和工艺积累，公司还牵头承担了国家科技部《圆珠笔笔头与墨水匹配技术评价体系研究》的研究课题，并参与了多项产品的国家标准及行业标准的制订工作。

在模具开发方面，书写工具品类繁杂、并且时刻需要推出新产品，对模具开发的要求很高。公司目前实现了自主制笔模具开发，不仅采用世界最先进的模具加工设备，在模具设计、制造工艺方面也有着丰富的积淀和先进的工艺。从整体而言，公司的模具开发精度和自主开发能力处于行业领先地位。

5、制造优势——规模化制造中优良的质控水平

基于多年的规模化制造经验、自主模具研发能力、稳定的供应链体系、完善的品质控制体系以及 ERP 信息管理系统的引入，公司具备了大规模制造情况下的优良的制造质控水平。

由于书写工具品种繁多、数量庞大、制造环节繁杂，且不断需要根据市场需求调整产品生产，这导致整个制造过程中产品不良品率控制的难度非常大，多品种、大批量的制造方式极易导致不良品率过高的问题。针对这一问题，公司通过长时间的摸索和积累，建立了从原料进厂到产品出厂的一套非常完善的质量控制系统，对不良品率进行多环节、系统性的全过程监控，包括对原材料质量进行把关的进料检验标准，对制造过程进行管控的过程标准和工艺规定，对产成品进行质量管控的企业标准及检验制度等。目前，公司内部不良品率可控制千分之三以内，出厂不良品率可控制在万分之三以内，优良稳定的品质赢得了消费者的普遍认同和好评。

2008 年，作为对晨光公司多年以来形成的规模化、高品质制造优势的认可，中国轻工业联合会、中国制笔协会联合认定晨光公司为“中国制笔中心”和“中国制笔工业基地”。

6、运营管理优势——优于同业的运营管理能力

文具行业品种繁多，且兼具创意、时尚的特点，其中学生文具还具有一定的季节性特性，这就要求文具经营企业建立敏捷的供应链管理体系，在大规模生产的同时，建立从设计、采购、生产组织到分销等各方面对市场的快速反应能力，才能保证持续的高资产运营效率。

经过近二十年在文具行业的摸索与发展，公司拥有了一支以董事长及总裁为核心、专业能力强、经验丰富的经营管理团队，并在文具设计、研发、制造和销售等领域积累了大量的实战管理经验，帮助公司在运营管理能力方面形成了明显的竞争优势。

（1）出色的经营管理团队与管理体系

以公司董事长及总裁为首的经营管理团队，兢兢业业、从最基层市场做起，深谙终端需求特征，熟悉文具全产业链的经营模式，带领公司从文具代理商、到自主品牌制造商、再发展至目前的“整合创意价值与服务优势的综合文具供应

商”。

多年来，公司快速发展的成长历程体现了经营管理团队的开拓精神和执行能力；同时，随着公司规模的不不断扩大，在多年积累的经营管理经验基础上，公司已逐渐形成了一整套科学的经营管理体系，确保公司在生产经营各环节的有序管理，使得公司各部门的专业能力充分发挥，并不断吸引各领域的专业人才的加入，共同推动公司的长远发展。

（2）运营管理能力方面优势明显

在出色的经营管理团队及管理体系基础上，与目前的国内文具行业 A 股上市公司相比，公司在运营管理能力方面建立了明显的竞争优势：

①高资产周转能力

报告期内，公司各项周转率指标均远高于各可比公司及行业平均水平。这充分体现了公司在文具行业内领先的资产运营及管理能力。

表：公司与 A 股可比上市公司资产周转能力比较情况

财务指标（次）		齐心文具	广博股份	晨光文具	行业平均
应收账款周转率	2011 年度	7.73	7.21	<u>25.45</u>	13.46
	2012 年度	6.97	7.32	<u>33.80</u>	16.03
	2013 年度	5.66	6.61	<u>50.44</u>	20.90
	2014 年 1-9 月	4.25	6.51	<u>48.14</u>	19.63
存货周转率	2011 年度	4.82	5.35	<u>6.64</u>	5.60
	2012 年度	6.00	4.79	<u>5.35</u>	5.38
	2013 年度	6.59	3.77	<u>5.17</u>	5.18
	2014 年 1-9 月	5.24	3.84	<u>5.44</u>	4.84
流动资产周转率	2011 年度	1.01	1.53	<u>3.74</u>	2.09
	2012 年度	1.35	1.60	<u>4.20</u>	2.38
	2013 年度	1.63	1.33	<u>4.31</u>	2.42
	2014 年 1-9 月	1.49	1.36	<u>4.48</u>	2.44
总资产周转率	2011 年度	0.84	0.85	<u>2.02</u>	1.24
	2012 年度	0.98	0.87	<u>2.21</u>	1.35
	2013 年度	1.00	0.72	<u>2.10</u>	1.27

财务指标（次）		齐心文具	广博股份	晨光文具	行业平均
	2014 年 1-9 月	0.85	0.75	2.14	1.25

注：上述 2014 年度 1-9 月相关指标按相关公司 2014 年三季报数据进行年化计算。

数据来源：WIND 资讯

② 卓越的费用控制能力

报告期内，公司的期间费用率均低于可比公司同期数据，体现了管理团队在企业快速发展中卓越的费用控制能力和较高的管理水平。

表：公司与 A 股可比上市公司期间费用占营业收入比重情况

公 司	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
齐心文具	15.73%	15.23%	15.13%	15.74%
广博股份	19.61%	20.32%	17.51%	16.19%
晨光文具	12.44%	13.75%	14.36%	15.75%
晨光文具（扣除股份支付后）	12.44%	13.75%	14.36%	12.61%

数据来源：WIND 资讯

（四）发行人的竞争劣势

面对快速发展中的文具市场，公司仍存在如下竞争劣势：

1、产能受限

随着公司销售规模的扩大、终端营销网络的持续升级与扩充，公司书写工具产能不足的问题日益突出。为补充产能，公司部分生产环节通过委托加工的形式进行生产。即使如此，公司仍存在大、小“学汛”等订货高峰期部分热销产品因生产能力受限制而无法完全满足市场需求，客观上使公司丧失了一定的市场机会和市场份额。

2、办公文具领域起步相对较晚

公司目前已形成了书写工具、学生文具和办公文具在内的健全文具产品线，并在书写工具、学生文具领域取得了明显的领先优势。但是，由于公司进入办公文具领域相对较晚，与目前的国内外主要竞争对手相比，在办公文具领域，公司在销售规模、人才储备、办公领域品牌知名度等方面均还存在一定的差距。

3、优秀人才的引进与培育跟不上企业发展速度

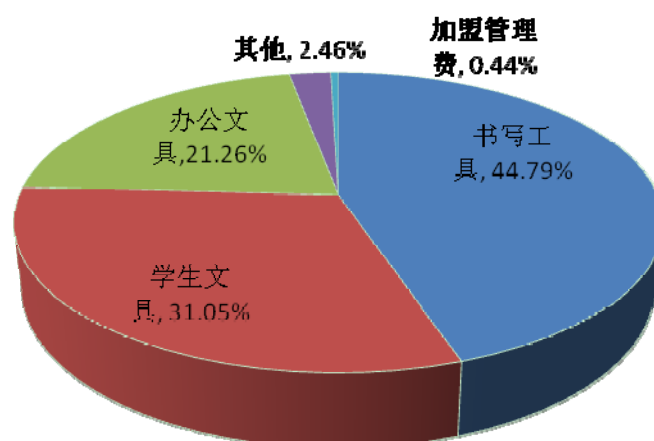
虽然公司在品牌、渠道、设计研发、制造及管理等多个层面拥有出色的管理人才和技术人才，但是，随着近几年公司制造及销售规模的不断扩大，对于各领域优秀人才的需求也越来越多，公司目前存在优秀人才的引进与培育跟不上企业发展速度的问题。

四、发行人主营业务

（一）主营业务构成

报告期内，本公司主要从事M&G晨光品牌书写工具、学生文具、办公文具等产品的的设计、研发、制造和销售。2013年度公司主营业务收入23.59亿元，其构成比例分别为：书写工具44.79%、学生文具31.05%、办公文具21.26%、其他2.46%及加盟管理费0.44%。2014年1-9月公司主营业务收入23.43亿元，其构成比例分别为：书写工具44.27%、学生文具29.67%、办公文具22.93%、其他2.75%及加盟管理费0.38%。在主营业务构成中，其他主要包括计算器、耳机等学生电子产品，加盟管理费为公司向晨光文具加盟店的被特许方收取的管理费。

图：2013年度发行人主营业务收入构成

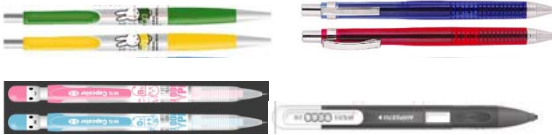
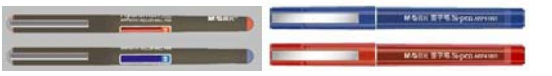
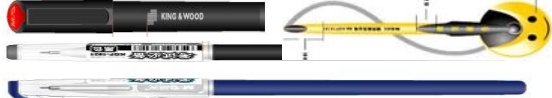


（二）主要产品及其用途

公司文具产品品类丰富，产品系列齐全。截至2014年9月30日，公司已

拥有“4 大类，45 品项，1,900 余品种”的文具产品系列，文具产品线广度和深度均位居国内前列。公司的主要产品包括书写工具、学生文具和办公文具；各类产品在居民的日常学习、工作及生活中得到广泛使用。

表：发行人主要产品书写工具、学生文具和办公文具之主要品项概览

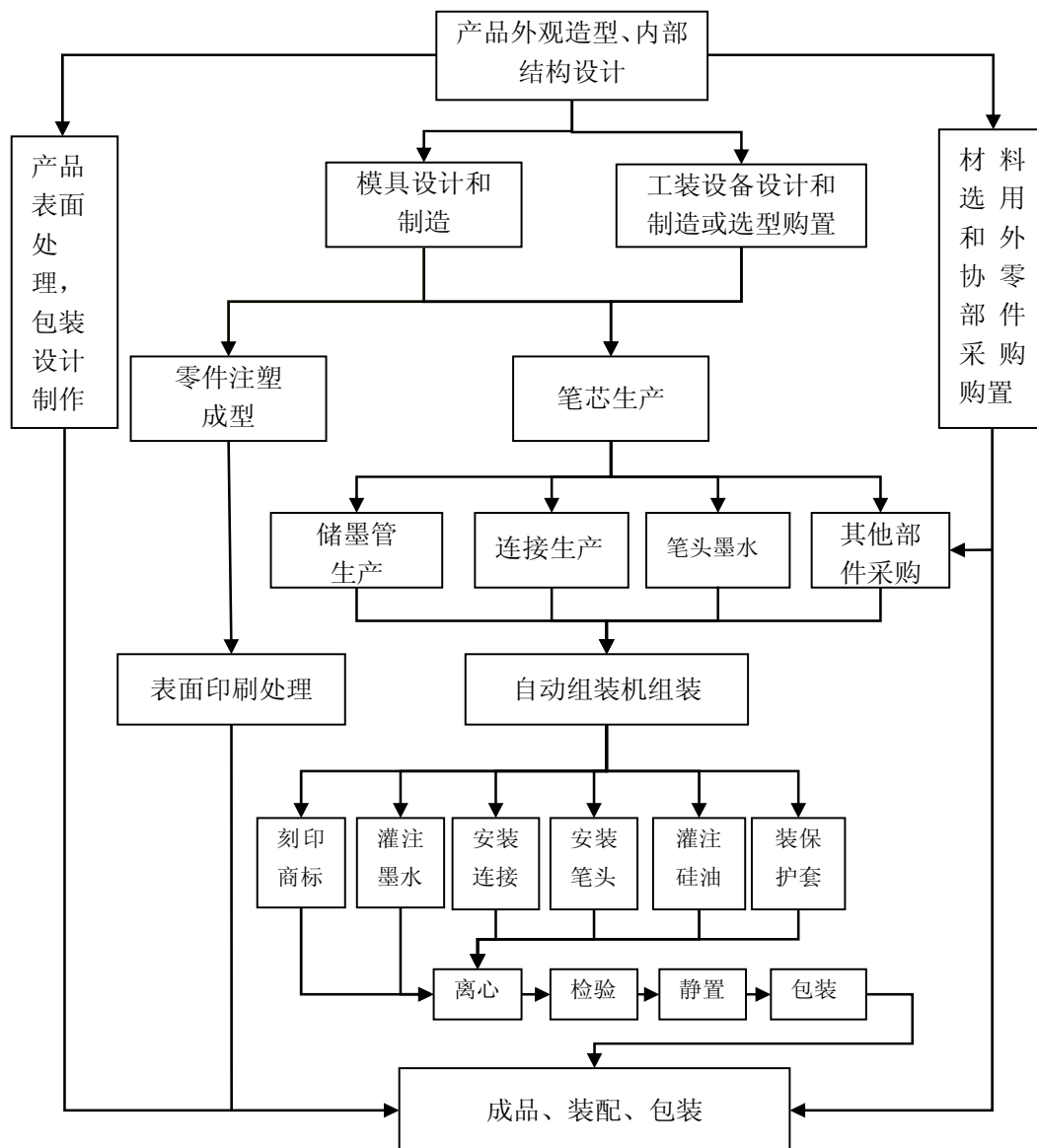
产品大类	产品小类	主要具体产品	产品举例
书写工具	中性笔	插盖中性、按动中性、按动针管、大容量中性、可擦中性、金属中性、彩色中性等	
	圆珠笔（除中性笔外）	插盖圆珠、按动圆珠、金属圆珠、多色圆珠等	
	活动铅笔	按动铅笔、全自动铅笔、大容量铅笔、全金属铅笔、考试铅笔等	
	水性签字笔	水性签字笔、直液式签字笔等	
	功能型笔	台笔、会议笔、考试笔等	
	毛笔	签到笔、自来墨毛笔等	
学生文具	替芯、铅芯	中性替芯、圆珠笔替芯、普通铅芯、考试铅芯等	
	画材类	油画棒、水彩笔、彩铅等	
	橡皮类	学生橡皮、美工橡皮、考试专用橡皮等	
	包袋类	书包、笔袋、补习袋、便当袋、笔盒等	
办公文具	桌面办公类	订书机、打孔机、剪刀、美工刀、长尾夹、订书针、回形针、大头针、图钉、书立等	

产 品 大 类	产品小类	主要具体产品	产品举例
			
	文件管理类	文件夹、资料册、档案盒、拉边袋、网格袋、抽杆夹、纽扣袋、档案袋、手提织布袋、PVC+无纺布袋等	
	本册类	软抄本、缝线本、胶套本、线圈本、活页本(芯)、皮革本、美术用纸、优事贴等	
	修正工具	修正带、修正液、修正贴等	

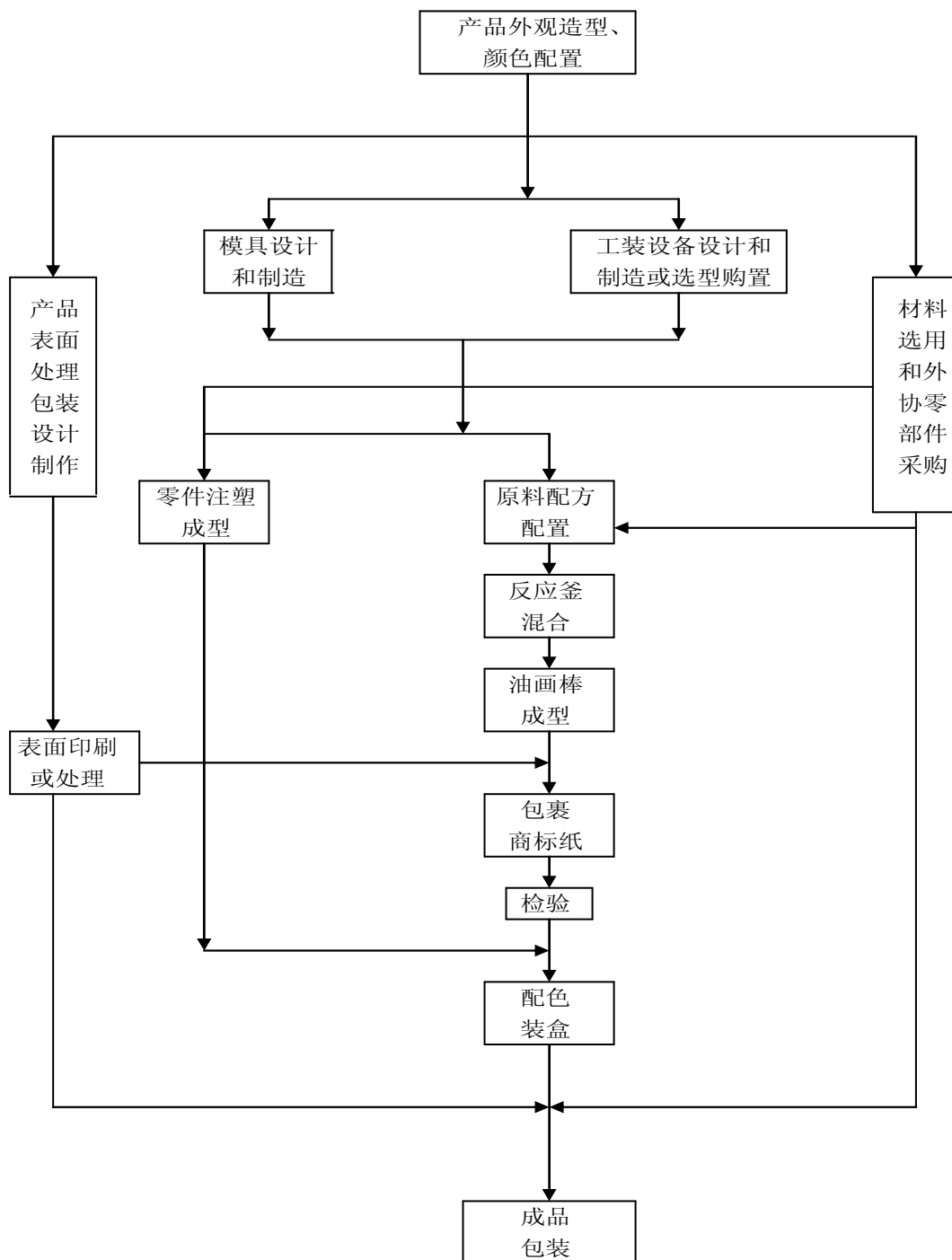
（三）主要产品生产工艺流程

目前，公司主要产品中，书写工具全部为公司自主生产，学生文具及办公文具的产品类别众多，其中的主要品项油画棒以及修正带都由公司自主生产。以下为书写工具、油画棒以及修正带的生产工艺流程：

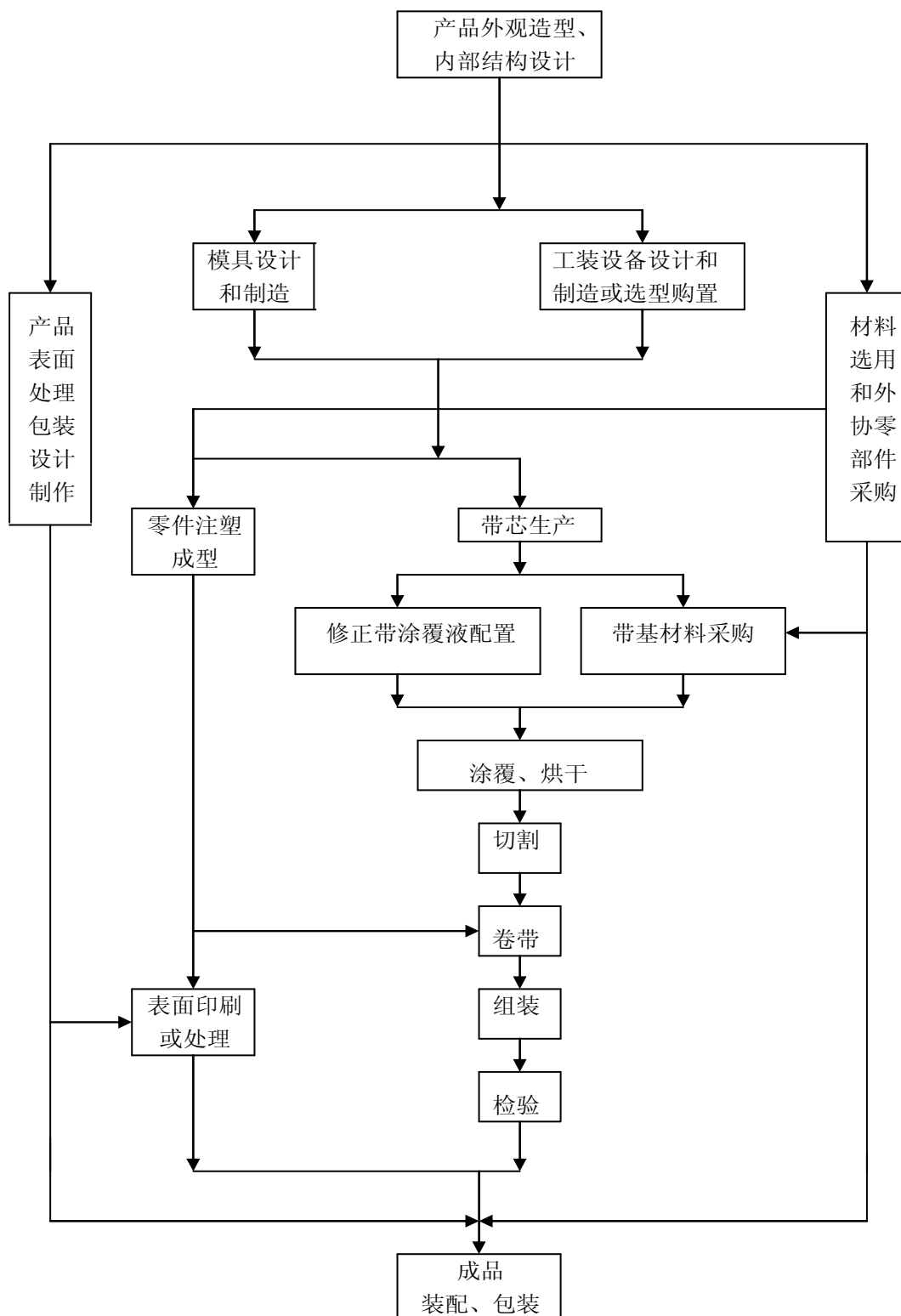
1、书写工具生产工艺流程



2、油画棒生产工艺流程



3、修正带生产工艺流程



（四）发行人主要经营模式

发行人拥有独立完整的从产品设计研发、原辅料采购、产品制造、供应链管理、营销网络管理到仓储物流的健全经营体系，独立面向市场进行经营活动。

1、研发模式

新品研发是公司产品不断引领市场需求最为关键的一步。

（1）研发特点

在新品研发方面，公司建立了从消费价值设计、到产品设计、到产品模具开发、到品牌形象设计的“全程设计系统”，使公司能迅速将设计方案转化为商品并实现销售。在此系统下：

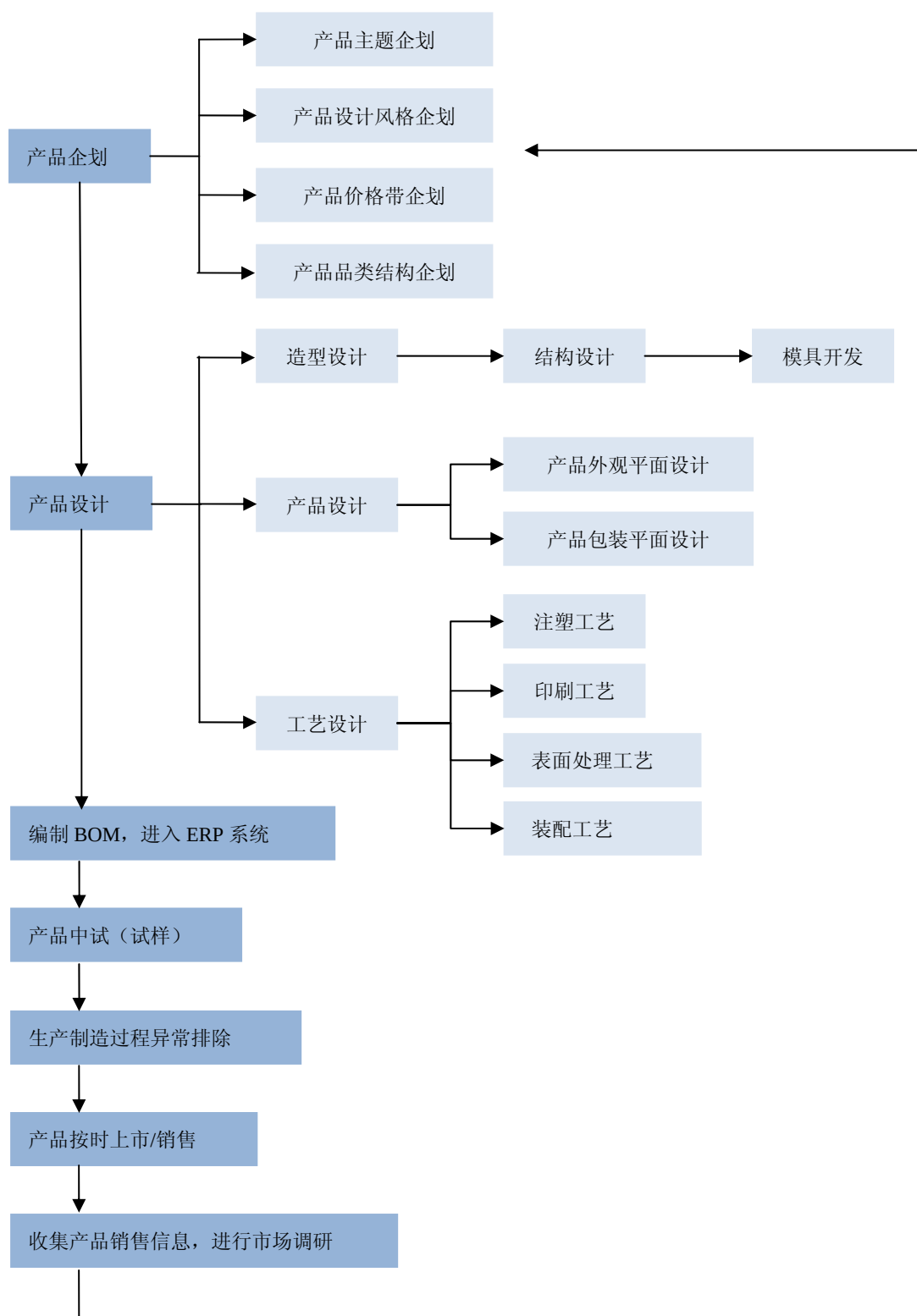
一方面，公司采用趋势化、主题化、体验化的开发模式。公司通过对消费者学习和生活方式的深入研究，能够及时洞察消费趋势，每年不断推出新的产品主题，从而不断优化产品结构，并且面对消费市场不断进行科学细分从而建立先发优势，在很大程度上避免了因产品同质化带来的价格战。

另一方面，公司从全品类角度开发新品。公司目前 45 个品项的文具产品基本涵盖目标消费人群学习、工作和生活中的所有文具需求，公司能够在各个品类间通过科学的规划创造联动优势，创造难以模仿的规模研发优势，并且能更全面满足特定目标消费人群的消费需求，使得消费者与晨光公司品牌的粘性不断增加。

（2）研发流程

公司产品研发采用严格的流程化管理，将“市场需求、产品设计与技术研发”三者相结合。公司每年将根据前期的消费者调研、市场洞察以及销售终端的反馈、销售数据分析，了解消费者的需求及偏好，并结合国际及国内最新的流行趋势，形成成熟详尽的年度商品企划方案，企划方案具体包括：产品主题、设计风格、定价策略、品类结构四个方面的内容。研发团队将根据企划方案进行产品系统设计，产品系统设计又可分为以外观、包装设计为主的产品设计，以产品结构、模具开发为主的造型设计以及以生产工艺、表面处理为主的工艺设计。工艺设计确保产品设计方案与产品生产方案更好地对接，设计人员的设计理念得到更高效和更经济的执行与“落地”。

图：研发流程



2、采购模式

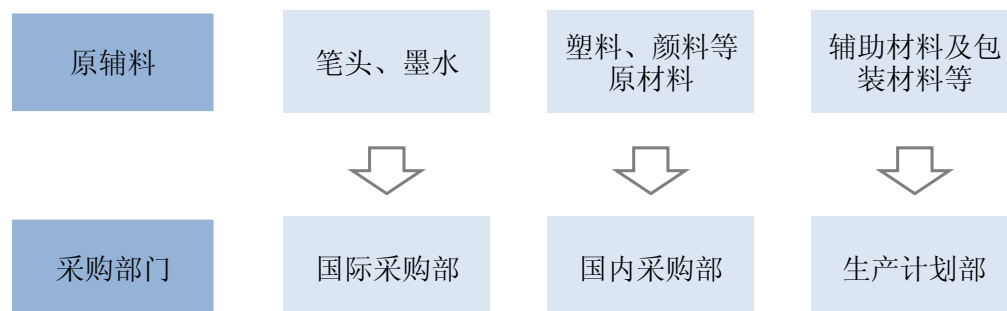
公司在采购方面完全按照 ISO9001:2008 体系要求执行，将品质、成本、

服务和风险作为采购管理的关键要素，而和供应商建立长期稳定的战略合作伙伴关系则是公司采购管理的根本指导思想。

（1）文具制造业务采购模式

根据采购物资特性的不同，采购架构如下：

图：公司采购架构



①供应商管理

笔头、墨水是决定书写工具品质的核心部件，公司与瑞士 **PREMEC**、日本 **MIKUNI**、德国 **DOKUMENTAL** 等相关领域国际顶级生产商和部分国内领先的笔头供应商建立了长期稳定的合作关系。对于塑料原粒等大宗物料，公司选择了韩国 **LG**、日本帝人、台湾奇美等知名品牌，并直接与企业的一级代理商进行合作。对于专业性较强或技术含量较高的转印纸、包装材料和零配件等辅料，公司均选择行业内优质供应商。

公司对供应商按重要程度和合作关系，采取分级管理，制定了严格的《合格供应商评估制度》。公司从质量、交期、价格和服务等方面对供应商进行定期检查和评估，及时淘汰不合格的供应商，补充优质供应商进入公司《合格供应商名录》，确保了供应质量的稳定。

②采购订单管理

除了塑料原粒等大宗原材料以经济批量并结合 **ERP** 需求数据和物料价格走势确定订单数量外，公司所有原物料采购均以 **ERP** 系统生产数据作为订单依据，确保采购数量与生产计划的对应关系。其中，对于笔头、墨水等核心部件，公司首先需要制定年度采购计划，再根据公司需求预测、结合供应商当年业绩表现及购买价格状况，确定各供应商的采购方案。

（2）办公直销业务采购模式

公司办公直销业务的一般采购流程为“合格供应商选择-签署框架采购合同-下达订单-预付账款-运输交接-货款结算”。日常经营中，公司一般根据客户需求由公司系统自动产生订单需求，经人工复核和评估订单后，发出订单指令，确定供应商订单，确认交货期。供应商根据公司下达的订单配货，将货品发往公司的仓库或配送中心，验收合格后入库，公司与供应商结算货款。随着业务规模的扩张，公司将会进一步完善采购模式，以适应不断发展的业务需求。

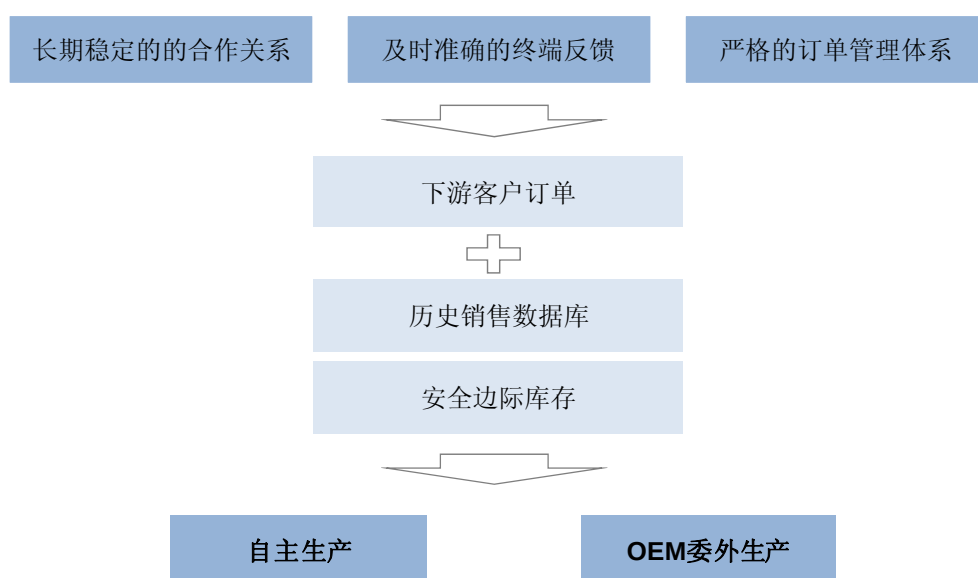
（3）直营旗舰大店采购模式

在商品组织上，形成不同店型的商品标准配置表，指导商品的采购规划和店铺商品结构的组建；在商品的采购上通过生活馆总部集中采购制，进行供应商的谈判、遴选、考核及建立标准管理进行管控，同时也制定了重点供应商和品类的管理机制；为了快速响应店铺紧缺和地方性的商品需求，生活馆总部开放 5% 的商品由省级生活馆公司按照生活馆总部制定的采购标准进行自行采购；通过品类规划、供应商优化和采购响应能力提升，以融合市场的流行元素和时尚风格，塑造丰富多彩且较高品质的商品结构，形成晨光生活馆的商品独特竞争力。

3、制造模式

公司实行“以销定产、自主生产为主、OEM 委外生产为辅”的制造模式。

图：公司生产模式



（1）以销定产

在准确把握市场需求基础上，公司在制造环节形成了“以销定产”为主的制造

模式。对于常销品，营销部门汇集下游市场订单需求，并参考历史销售数据库和安全边际库存，向生产部门下达需求计划；对于新产品，则通过订货会的形式，按客户订单要求生产。这一模式使几乎所有的生产都有明确的客户订单相对应，极大地提高了产成品的周转速度。

（2）自主生产

公司自主生产模式指通过自身的研发团队设计，利用自有的核心技术，按照产品设计要求及生产工艺要求，采购原辅材料，同时，依靠自身的生产场地、设备和技术工人自行组织生产的生产方式。

目前，书写工具、油画棒、修正带等产品采用自主生产。由于产能的限制，部分生产环节通过委托加工方式生产。

本公司生产方面已全面引入 ERP 信息系统，通过严格执行质量、工艺及岗位操作等生产管理制度，保证订单产品的质量与交货期。并且，公司积极推行精益生产体系，加快了整个生产系统的全要素生产能力提高。

（3）OEM 委外生产

对于以晨光文具品牌销售的部分办公文具、部分学生文具及其他产品，由于其单一品类的市场规模较小，以及制造的规模效应不明显等因素，公司目前采用 OEM 委外生产模式。在这一模式下，由公司提供产品设计，委托 OEM 厂商生产，公司对 OEM 生产过程进行严格的质量控制。

公司的 OEM 事业中心负责向 OEM 委外生产厂商采购 OEM 产成品，该部门下设采购部门和品管部门。采购部门负责采购业务和供应商管理，品管部则负责对 OEM 委外生产厂商的产品进行质量控制和提升。OEM 产品的设计要求由公司研发机构负责。

公司建立了严格的 OEM 委外生产厂商遴选程序，以确保 OEM 委外生产厂商能够满足公司在供货和质量方面的要求。OEM 委外产品的整体规划与研究、产品的设计样本及工艺要求均由本公司提供，以保证产品设计风格的一致性和独特性。公司指导监督受托企业按流程完成产品加工过程，所有 OEM 委外产品必须经公司验收合格后方可入库。

OEM 委外生产管理主要理念是将各供应商视为战略合作伙伴。公司对其的管理涵盖了从供应商开发甄选到价格管控、品质管控、业务流程管控等几个维度，

主要从交期、质量、价格、服务等方面进行管理。

表：报告期内公司 OEM 委外生产情况

序号	厂商名称	委外品	包工包料	定价方法	委外品流转	委托加工后再生产	委托加工后再生产的比重
2014年1-9月，前10大OEM委外生产商（根据公司向OEM委外生产商的采购金额统计，下同）							
1	上海兆方文具有限公司	橡皮	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2	杭州爱华文具有限公司	圆规、尺	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
3	汕头市腾佳电子实业有限公司	耳机、台灯	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
4	温州金马文具用品制造有限公司	水彩笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
5	上海亮杰塑料制品有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
6	宁波云峰文具有限公司	削笔器、订书机	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
7	江苏兴达文具集团有限公司	胶类	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
8	汕头市潮阳区汇海五金电器厂	尺子	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
9	汕头市四海集文具制造有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
10	佛山市长飞文具有限公司	彩泥	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2013 年							
1	上海兆方文具有限公司	橡皮	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2	温州金马文具用品制造有限公司	水彩笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
3	杭州爱华文具有限公司	圆规、尺	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无

序号	厂商名称	委外品	包工包料	定价方法	委外品流转	委托加工后再生产	委托加工后再生产的比重
	具有限公司		工包料	一定折扣确定采购价格	生产并交付至发行人		
4	上海亮杰塑料制品有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
5	宁波云峰文具有限公司	削笔器、订书机	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
6	浙江省丽水传人笔业有限公司	钢笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
7	江苏兴达文具集团有限公司	胶类	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
8	汕头市潮阳区汇海五金电器厂	尺子	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
9	汕头市四海集文具制造有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
10	佛山市长飞文具有限公司	彩泥	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2012 年							
1	上海兆方文具有限公司	橡皮	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2	杭州爱华文具有限公司	圆规、尺	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
3	宁波云峰文具有限公司	削笔器、订书机	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
4	温州金马文具用品制造有限公司	水彩笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
5	上海亮杰塑料制品有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
6	浙江省丽水传人笔业有限公司	钢笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无

序号	厂商名称	委外品	包工包料	定价方法	委外品流转	委托加工后再生产	委托加工后再生产的比重
7	江苏兴达文具集团有限公司	胶类	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
8	汕头市四海集文具制造有限公司	PP 文具	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
9	哈尔滨中国标准铅笔公司	铅笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
10	汕头市潮阳区汇海五金电器厂	尺子	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2011 年							
1	杭州爱华文具有限公司	圆规、尺	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
2	宁波云峰文具有限公司	削笔器、订书机	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
3	江苏兴达文具集团有限公司	胶类	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
4	上海兆方文具有限公司	橡皮	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
5	温州福达文教用品有限公司	水彩笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
6	哈尔滨中国标准铅笔公司	铅笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
7	宁波天虹文具有限公司	长尾夹	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
8	蚌埠市雪莲铅笔厂	铅笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
9	温州晨悦文具有限公司	水彩笔	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无
10	浙江波斯猫文具有限公司	削笔器	受托方包工包料	公司根据产品市场价的一定折扣确定采购价格	发行人下达订单，按时生产并交付至发行人	无	无

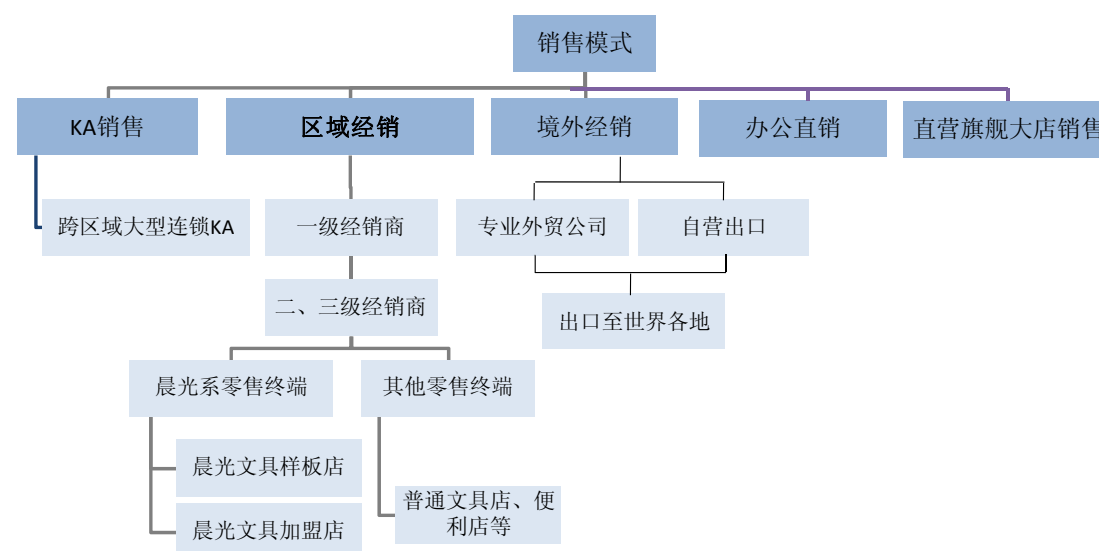
OEM 委外生产商与发行人互为独立的经营主体，发行人无法获取 OEM 委

外生产商准确的利润率水平。根据市场上加工业务通常的利润水平，并考虑到 OEM 委外生产方向发行人销售模式为包工包料，其利润率比纯粹来料加工企业略高，推测 OEM 委外生产商的毛利率水平应在 10%-15% 之间。

4、销售模式

基于文具产品特性以及国内文具消费的现状，公司针对性地建立了以区域经销为主，结合 KA 销售、境外经销、办公直销和直营旗舰大店销售的销售模式。

图：销售模式



报告期内，公司各类销售模式的销售收入构成情况如下表：

销售模式	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
区域经销	89.47%	88.76%	92.26%	89.34%
KA 销售	2.09%	2.86%	3.44%	4.69%
境外经销	2.74%	3.41%	4.31%	5.97%
办公直销	4.75%	4.52%	-	-
直营旗舰大店销售	0.95%	0.45%	-	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

（1）区域经销

公司制定了严格、统一的价格政策，公司向一级经销商（包括 5 家自有一级经销商）销售产品价格按照市场零售价的固定折扣确定；自有一级经销商向二级经销商销售产品价格按照公司向一级经销商固定销售折扣比例的基础上加成一

定比例确定。

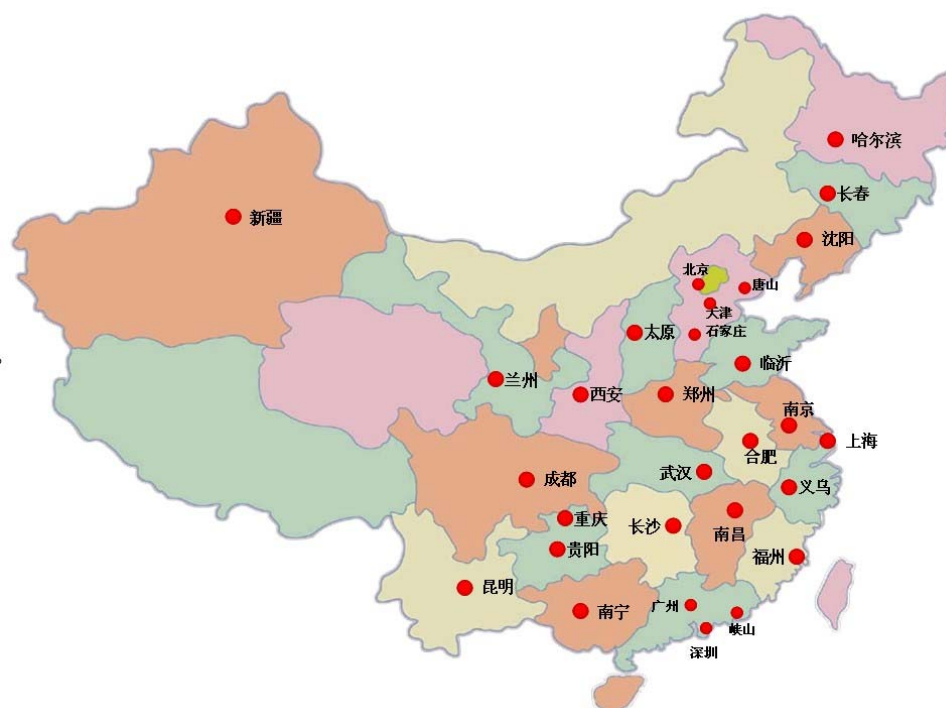
①区域经销体系的基本情况

A、经销商体系——区域独家经销商体制

不论一级、二级还是三级经销商，均是各自区域唯一的晨光文具产品经销商。

公司以城市或地区为单位，在区域内选择唯一的资金实力雄厚、网络覆盖能力强、市场推广能力卓越、信誉良好、认同公司经营理念的经销商作为公司在某个区域的唯一合作伙伴，共同开拓市场。截至目前，在全国范围内，公司拥有由上海晨光、义乌晨兴、广州晨光、哈尔滨晨光、郑州晨光等 5 家孙公司和北京、山东、沈阳、成都、武汉等 24 家非自有省级经销商组成的一级经销商体系；在一级经销商体系管理区域内还拥有近 1,200 家二级（一般为市级、地区级）、三级（一般为县级）经销商。

图：公司一级经销商分布情况



发行人现有一级经销商的销售市场位于发行人授权经销的区域，一级经销商通过向该区域内的二级经销商或未设置二级经销商区域的晨光文具零售终端、其他零售终端等批发销售晨光文具产品及发行人统一采购的产品。

发行人的一级经销商虽然从资产关系上可以分成自有的 5 家和非自有的 24 家，但是所有 29 家一级经销商在授权区域的市场拓展、市场管理和维护上的责

任定位是完全一致的，公司对其的定价、物流、服务和市场推广支持等也是完全一致的。同样，公司对其的培训、服务、督导、检查等营销管理也是一致的。

发行人自有的 5 家一级经销商最近一年及一期的营业收入、净利润及净资产情况（经审计）如下表：

单位：万元

子公司	2014 年 1-9 月/2014 年 9 月 30 日		
	营业收入	净利润	净资产
上海晨光	9,768.69	323.00	2,053.30
义乌晨兴	15,339.11	469.76	1,837.60
哈尔滨晨光	6,118.06	106.12	1,267.28
广州晨光	16,586.71	650.59	2,087.42
郑州晨光	11,734.39	443.71	1,641.41
合 计	59,546.96	1,993.18	8,887.01
子公司	2013 年度/2013 年 12 月 31 日		
	营业收入	净利润	净资产
上海晨光	12,531.59	225.01	1,730.29
义乌晨兴	17,151.95	493.57	1,367.83
哈尔滨晨光	7,761.68	202.30	1,161.16
广州晨光	17,929.10	499.30	1,436.83
郑州晨光	11,996.31	408.25	1,197.70
合 计	67,370.63	1,828.42	6,893.83

发行人的 24 家非自有一级经销商均已与公司合作多年，也在文具销售行业中经营多年，市场经验丰富，实力规模较大，管理运营较为规范，经营情况稳定良好。更为重要的是，认同公司的经营理念、市场观念和经营文化。公司不仅将他们当做一般意义上的“一级经销商”，更把他们视作长期稳定的“合作伙伴”，并在销售理念、知识、技能、队伍培养等方面给予服务和支持。

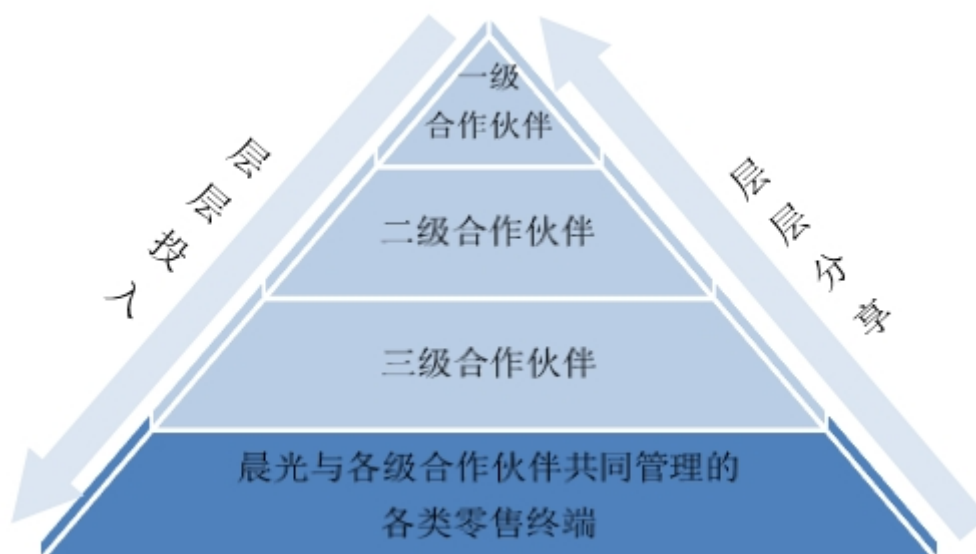
B、区域经销管理——“晨光伙伴金字塔”营销模式

通过多年在营销网络建设方面的探索和积累，公司形成了行业里独特的“晨光伙伴金字塔”营销模式。“层层投入、层层分享”的核心理念将晨光文具和所有经

销商（合作伙伴）打造成“稳定、共赢”的利益共同体。

公司与各级经销商建立的不仅是简单的产品买卖关系，而是更深层次的合作伙伴关系。这一关系的建立基于晨光文具强大的品牌影响力、健全的文具产品线、持续的管理输出以及区域独家经销商体制，而确保经销商持续稳定的经济利益则是公司与经销商建立起合作伙伴关系的关键。

图：“晨光伙伴金字塔”营销模式



“层层投入”是指在公司统一的营销管理体系内，各级合作伙伴分别在各自的唯一授权管理区域内开展下一级经销商管理、终端网络扩充等营销网络开拓与维护工作，并按照各自分管区域，投入相应人员、资金、软硬件等资源，做到从上而下的“层层投入”，借助这一机制，晨光大大提升了营销渠道的管理能力与覆盖能力，目前，公司总部销售人员仅 60 多人，通过这部分人员管理全国各级经销商超过约 3,000 人的销售团队；公司通过培训、制度建设、考核体系、文化建设、标准化操作等措施，打造了一支具有强大执行力的晨光文具销售团队。

“层层分享”是指在公司“标准化”价格体系管理下，各级合作伙伴独自分享各自授权区域的所有经营收益，做到利益从上而下“层层分享”，极大的调动了各级合作伙伴的在各自授权管理区域的市场开拓积极性。

公司“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式的优势突出表现在如下方面：

第一、“全排他”管理

所谓“全排他”就是指所有一级经销商只能经销晨光文具产品及公司统一采购的产品。在“全排他”前提下，经销商与公司建立了稳定的利益共同体，对公司产品的推广和销售有更多的意愿和诚意，真正实现了互利双赢。目前，二、三级经销商虽然不能做到经营产品全部排他，但在书写工具上已做到了竞争性产品的排他。

第二、“零窜货”管理

“窜货”是传统经销模式下容易导致的弊端之一，尤其是消费品行业，经销商之间的“窜货”现象较为常见，极大地扰乱了文具市场的正常销售行为。本公司对此进行严格管控，将“窜货”纳入每年一级经销商的 KPI 考核范围，并对销往每个省份的产品采用不同标签进行标识。同时，公司建立了严格的检查机制，对各地销售情况进行多位监控，通过一系列制度的建立对经销商的“窜货”行为进行管理，这一制度性的建设已逐渐演变成为晨光营销体系的文化。目前公司已经实现了一级经销商之间的“零窜货”，稳定的价格体系和合理的利润分配为公司赢得了健康稳定的营销网络，并进一步提升了公司在行业内的品牌形象。

第三、“多维度”KPI 考核体系

公司十分重视对分销体系及零售终端市场的检查工作，不折不扣的执行严格的 KPI 考核，从而在大量的市场实践中不断总结并形成有效的营销管理。

为了准确执行市场考核方案，公司通过多年的实践，建立了一整套严密的市场检查评分方法和流程。公司管理层身体力行，总裁及董事长每年均亲自去各地终端市场参与现场抽检核查工作。从“终端、品牌、网络、品类、团队”等多个维度，得出客观的考核结果，激励公司员工及合作伙伴。通过现场业务考核，公司也向各级合作伙伴传导打造市场的方法与标准：提高终端产品上柜率、提升终端品牌形象、优化终端陈列、规范店面营业、改善终端维护服务等，在点滴中推动晨光营销体系不断进步。

第四、“标准化”价格体系管理

良好的市场秩序是晨光发展的生命线，只有稳定的价格体系才能更好的执行晨光的伙伴金字塔营销模式。公司对一、二、三级合作伙伴的购销价格标准进行统一管理，以确保各级合作伙伴实现在分销体系中稳定的收益，并将各级合作伙伴的价格管理情况纳入全年的 KPI 考核体系，以确保各区域间的价格平衡，维

护正常的市场竞争秩序。

第五、4S 门店管理

本公司定义的 4S 含义为“销售（Sale）、服务（Service）、展示（Show）、调查（Survey）”。M&G晨光4S 门店作为各级合作伙伴的门市经营渠道，是各级合作伙伴用来进行商品销售、终端服务、产品展示、信息收集与反馈的批发营业门市，一般经营面积在 200-500 平米之间。这些 4S 店一般均开设在文具集散市场或小商品批发市场，通过数百平米的 4S 店对晨光文具产品的陈列，起到了很好的吸引批发客户的效应，也成为晨光产品在全国各大、中小城市的集中展示平台。

图： 4S 店展示图



第六、“高渗透”的市场推广

一方面，与各级经销商合作，深入城乡现场推广

多年以来，公司积极在全国各级城乡深入进行市场推广活动。自 2006 年以来，公司与各级合作伙伴通过“晨光大篷车”这一营销工具，已经在中国 90%以上的县城进行了超过 10,000 场的推广活动，参加的终端店主数量超过 30 万人次以上；自 2008 年以来，公司与各级合作伙伴通过“晨光小篷车”这一营销工具，已经在中国 70%以上的县城进行了超过 50,000 场的推广活动，参加的消费者数

量超过 1,500 万人次以上。通过多年的市场和品牌推广，目前晨光文具在消费者的提及率 and 美誉度上在行业内处于领先地位。

图：“晨光大篷车”及“晨光小篷车”推广



另一方面，以终端带动品牌推广

晨光文具终端分布区域之广、密度之高，构成了发行人最广大、最有力的品牌宣传渠道。截至 2014 年 9 月 30 日，公司在全国范围内拥有超 5.6 万家样板店和 4,856 家加盟店，广泛地分布于全国各大城市、县镇的学校周边和各大商圈内。这些零售终端均以“M&G 晨光”作为店招，成百上千种晨光文具产品精心陈列于终端，对消费者产生了巨大的视觉冲击和感染力，消费者长时间对晨光产品的耳濡目染更是加深了消费者对晨光品牌的印象。

②晨光文具零售终端情况

A、公司零售终端管理的发展历程

2005 年，公司开始着力对部分零售终端进行品牌销售管理。为了精心选择

符合晨光文具标准的终端合作伙伴，以公司董事长、总裁为首的管理团队深入一线，在严格的终端选择标准基础上，对全国各地校边商圈的普通文具店进行仔细筛选。

起初，公司向普通文具店免费提供印有晨光文具商标标识的店招，并传授产品搭配、货架合理摆放等经营经验。合作后，单店盈利能力得到提高，公司品牌形象及该合作的示范效应在商圈的辐射度迅速扩大，吸引了越来越多的普通文具店与公司合作。公司将这一时期的管理终端称为“M:G晨光样板店”，根据销售晨光产品数量要求及公司提供服务支持的程度差异，又可分为“标准样板店”和“高级样板店”。

随着样板店示范效应的持续扩散，样板店对于公司品牌形象及管理服务的依赖也进一步加深。在此基础上，公司进一步选择有较好经营能力、地理位置较好的样板店，在销售晨光产品数量、产品排他性、提供服务支持程度等方面进一步升级，实施特许经营管理，落实公司“统一定位、统一品牌、统一管理、统一采购、统一配送、统一服务”等“六个统一”的要求，在样板店基础上，成功升级为“M:G晨光加盟店”。

发行人上述加盟店的特许经营模式，已根据 2011 年 11 月新修订的《商业特许经营备案管理办法》规定，在商务部完成商业特许经营备案，备案登记号为“1312000910800002”，特许人为上海晨光文具礼品有限公司，系具体开展特许经营业务的发行人全资子公司。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司在全国范围内与各级合作伙伴共同构建了包括“49,067 家 M:G 晨光标准样板店、7,009 家 M:G 晨光高级样板店以及 4,856 家 M:G 晨光加盟店”在内的庞大零售终端网络。与普通文具店相比，公司管理的各类零售终端在品牌形象、平均盈利等方面具备明显的市场竞争优势。

图：普通文具店与晨光文具零售终端比较

终端 项目	普通文具店	M&G晨光标准样板店	M&G晨光高级样板店	M&G晨光加盟店
品牌形象	品牌形象混乱、管理无序	公司无偿授权店方使用晨光文具商号标识	公司无偿授权店方使用晨光文具商号标识	公司无偿授权店方使用晨光文具商号标识
平均盈利	单店盈利小且不稳定	单店盈利强于普通文具店	单店盈利强于标准样板店	单店盈利能力最强
单店平均 销量	NA	根据单店的具体情况，确定每家店的晨光产品 具体销售数量要求，目前均要求总数在 265 款以上	根据单店的具体情况，确定每家店的晨光产品 具体销售数量要求，目前均要求总数在 370 款 以上	销售晨光产品数量在 1,000 款以上
产品排他	NA	无强制性晨光产品排他要求	部分品类排他要求	与晨光特许经营商品相同或类似竞争性产品 全排他
服务支持	NA	培训经营技能、产品搭配、货架合理摆放等经 营经验，一般不提供货架等硬件支持	培训经营技能、产品搭配、货架合理摆放等经 营经验，通常提供货架等硬件支持	“六个统一”要求，培训、装修、货柜等全方位 服务支持，公司收取加盟管理费
店铺形象				

B、公司零售终端管理的基本运作流程

零售终端由本公司与各级合作伙伴共同管理。本公司与所有晨光文具零售终端不存在任何的隶属关系，公司主要负责：终端及营销网络的统筹管理、销售政策的制定、价格体系的制定和维护、品牌的运营管理、各级合作伙伴的培训以及执行严格的市场检查，并与各类零售终端签署合作合同。

公司并不直接参与全国各地零售终端开发，而是通过“层层投入、层层分享”的渠道管理理念，由各级合作伙伴负责各自授权管理区域内样板店及加盟店的开发、实施、日常指导、管理和服务，并通过从公司买断货品的方式向其区域内样板店或加盟店供货，盈亏自负。

对于样板店，发行人不收取任何加盟费、特许使用权管理费。对于加盟店，在《特许加盟合同》有效期内，被特许人向特许人定期支付特许使用权费，不另行收取加盟费。另外，为激励一级经销商终端开拓的积极性，晨光文具礼品与各一级经销商签订的《服务协议书》，约定：双方将按照一定比例分别享有被特许人依照《特许加盟合同》之规定所支付的特许权使用费。

C、公司零售终端扩张的特点

发行人样板店、加盟店的终端扩张模式与服装、食品等行业的传统连锁扩张模式存在显著的不同，如下表：

项目	晨光文具终端	传统服装、食品终端
门店比较		
产权关系	● 业主自有门店，与发行人无任何产权及财务关系	● 品牌公司自有门店，或直接管理加盟店
店面来源	● 不需选址，对已有门店改造	● 需选址，新开门店
经营人员	● 有相当经验的现有经营者	● 缺乏经验的新经营者
扩张费用	● 较低，在现有基础上局部改造	● 较高，新开门店
产品库存	● 门店经营者买断	● 多数由品牌公司承担
管理支持	● 发行人与经销商“层层投入”	● 多数由品牌公司自行管理
客户群体	● 稳定、成熟	● 尚未形成、不确定性
风险比较		
选址风险	● 低	● 高

项目	晨光文具终端	传统服装、食品终端
经营风险	● 低	● 高
财务风险	● 低	● 高

具体而言：

首先，样板店、加盟店的扩张并非是新设门店，而是在现有门店基础上，发行人通过各级合作伙伴选择合适对象，对其改造升级。与服装、食品等行业连锁扩张一般通过新设门店相比，发行人通过现有门店改造升级有如下明显优势：

a、不用进行门店选址，因为都是现成的门店，不存在选址、门店资源缺乏等连锁扩张普遍面临的问题。

根据公司多年的市场调研与积累，国内目前校边商圈的普通文具店数量在 18 万家左右，数量庞大，直接面对 3 亿以上学生这一文具主力消费群体，对于文具连锁经营而言，这些现有普通文具店具备商业布点上的天然优势和终端改造升级的巨大潜力。晨光文具各类终端目前 80% 的校边商圈覆盖率为样板店的扩张起到强大品牌宣传作用，截至 2014 年 9 月 30 日，发行人在全国范围内已经建立 56,076 家样板店，同样，这为样板店升级为加盟店，实现加盟店的扩张提供了庞大的现成资源。

b、现成的文具店经营者通常都已经拥有多年的文具经营经验。发行人通过各级经销商精心选择合作的文具店，将普通文具店升级为样板店，将样板店升级为加盟店，在已有经营经验基础上，进一步提供管理服务支持。而新设门店往往由于新经营者在一个新的位置从头开始经营，新经营者的经营能力及经验不足等问题导致新店的经营风险较大。

c、现成的文具店通常都已经拥有了稳定、成熟的消费群。这些文具店广泛分布在全国校边商圈为主的区域，是学生进行文具购买的主要零售终端，各家文具店已经拥有了稳定、成熟的学生为主的消费群体，销售风险很低。而新设门店往往需要重新培育消费群，面临很大的不确定性。

其次，发行人与样板店、加盟店之间不存在任何产权联系，不存在直接销售产品行为，店内财产归属清晰。

文具属于低值易耗品，与单价高、季节性强的服装，保质期短、安全要求高的食品等显著不同，后两者因销售不畅、存货跌价及退货等情况会直接给连锁扩

张企业带来销售及财务风险。而文具单价低、无季节性且属于日常消耗性产品，实际经营过程中，极少有存货跌价、退货等情形发生。

发行人与样板店、加盟店不存在任何产权关系，也并不向样板店、加盟店直接销售，样板店、加盟店因亏损、经营不善等情况关闭，并不会给发行人带来任何存货跌价、预期债务等财务损失。而服装、食品等行业连锁扩张模式中，普遍存在因开设直营店、向加盟店直接供货、终端销售不畅等带来的财务风险。

再次，发行人并非通过自身去直接拓展和管理市场，而是通过“层层投入、层层分享”的营销管理模式，在确保各级经销商利益的同时，提升各级经销商自主开拓及管理终端的积极性，这一模式实现了发行人样板店、加盟店的快速扩张。不存在服装、食品等行业通常因自身开设直营店或直接开拓与管理加盟店导致的管理难度及风险。

一方面，发行人与各级经销商层层投入资源：发行人将店招、货架、货柜等发行人资产投入样板店、加盟店，以提升其整体形象；发行人统筹制定整体扩张计划，各级经销商负责其各自授权管理区域的门店扩张，即：一级经销商负责其授权管理区域的扩张计划，在不存在次级经销商区域自身负责开拓，在存在次级经销商区域由次级经销商负责开拓。

另一方面，发行人与各级经销商层层分享收益：发行人只享有出货给一级经销商的收益。不存在次级经销商的区域，一级经销商享有向其管理区域内门店出货的全部收益。存在次级经销商的区域，一级经销商享有向其出货给次级经销商的收益，次级经销商享有向其管理区域内门店出货的全部收益。

在此基础上，发行人通过区域独家代理、标准化价格管控、多维度 KPI 考核等营销管理制度，充分保证各级经销商利益，以此促进各级经销商市场开拓与扩大销售的积极性。

D、报告期内各期终端的关闭数据和关闭原因

发行人样板店与加盟店是在现有数量庞大的普通文具店基础上改造升级形成的，样板店、加盟店的所有者及经营者并不因改造升级而发生变化，发行人及各级经销商通过“层层投入”方式向晨光文具终端提供增值服务及管理，而并不实际拥有样板店、加盟店的经营权和收益权。

普通文具店是目前国内文具零售的主流终端，而普通文具店通常存在终端很

分散、进入门槛低、单店盈利能力弱、缺乏专业管理、经营者转行或经营能力参差不齐等特征，导致这一类终端的开业经营年限相对不长，根据广州文具协会近期对广州市文具销售点的开业时间情况的调查统计，66%的文具销售点为开业4年以下，开业10年以上的文具销售点仅占9%，每年终端因各种原因关闭的比例在10%-15%之间。

报告期内，发行人样板店、加盟店关闭数量及比例总体情况如下表：

终端店	2014年1-9月			2013年度		
	关闭数量	当期平均数量	占比	关闭数量	当期平均数量	占比
样板店（家）	1,572	55,024	2.86%	3,542	52,840	6.70%
加盟店（家）	47	4,369	1.08%	170	3,456	4.92%
终端店	2012年度			2011年度		
	关闭数量	当期平均数量	占比	关闭数量	当期平均数量	占比
样板店（家）	3,773	48,684	7.75%	3,315	43,734	7.58%
加盟店（家）	70	2,349	2.98%	40	1,429	2.80%

注：该期平均数量=（该期初+该期末数量）/2。

报告期内，发行人样板店的关闭比例分别为7.58%、7.75%、6.70%和2.86%，低于行业一般的终端关闭比例，这主要是由于样板店使用晨光店招并纳入渠道管理后，相比普通的文具店，通常盈利能力增强，经营稳定性更好的原因。发行人加盟店的关闭比例均在5%以下，大大低于行业一般的终端关闭比例与样板店的关闭比例，这与公司对加盟店实施“六个统一”的特许经营管理密不可分。

报告期内，发行人样板店、加盟店的具体关闭原因对比如下表：

时间	关闭情况	样板店				加盟店			
		城市规划调整	KPI考核不达标	经营不善	合计	城市规划调整	转行或转让	经营不善	合计
2011年	数量	2,022	796	497	3,315	22	11	7	40
	比例	61%	24%	15%	100%	55%	27%	18%	100%
2012年	数量	2,746	522	505	3,773	42	18	10	70
	比例	73%	14%	13%	100%	60%	26%	14%	100%

时间	关闭情况	样板店				加盟店			
		城市规划调整	KPI考核不达标	经营不善	合计	城市规划调整	转行或转让	经营不善	合计
2013 年	数量	2,296	668	578	3,542	104	47	19	170
	比例	65%	19%	16%	100%	61%	28%	11%	100%
2014 年 1-9 月	数量	1,100	252	220	1,572	30	12	5	47
	比例	70%	16%	14%	100%	64%	26%	11%	100%

a、报告期内，发行人样板店关闭原因

一是城市规划调整（含市政动迁和商业开发）：报告期内，这一因素是样板店关闭的最主要原因，这部分比例在报告期内分别为 61%、73%、65%和 70%。发行人样板店分布于全国 30 多个省 2,000 个以上的城市，由于存在城市规划调整（含市政动迁和商业开发）等不可抗力因素，导致样板店关闭的绝对数量较多，但是从比例来看，就一个城市平均关闭 1-2 家而言，属于正常的范围。

二是 KPI 考核不达标：对于每家样板店，发行人都有形象、陈列、单品等考核要求，每年 KPI 考核未达到标准的，经改善仍不能转变的，发行人会主动取消与该终端的合作，这部分比例在报告期内分别为 24%、14%、19%和 16%。

三是经营者经营管理不善：因为样板店进入门槛不高，受商圈环境和经营者自身的因素影响较大，这部分比例在报告期分别为 15%、13%、16%和 14%。

b、报告期内，发行人加盟店关闭原因

报告期内加盟店关闭主要原因是城市规划调整（含市政动迁和商业开发）需要迁址，从而关闭原加盟店，这部分比例在报告期内均在 50%以上，另外，由于经营者转行或转让门店、经营者经营管理不善而关闭的原因分别约占 30%、15%左右。目前，发行人各类门店相对稳定，经营质量良好。

（2）KA 销售

KA 销售是指公司将产品经全资子公司晨光珍美直接销售给 KA，销售价格按照市场零售价的固定折扣确定；晨光珍美再与 KA 按照合同条款中约定的费用金额和比例，对不同 KA 采取不同的报价政策（因各 KA 的费用金额和比例存在略有不同的情况）。对于类似于大润发、沃尔玛、家乐福、乐购、麦德龙等全国性的连锁零售商，由于其往往具有销售网络覆盖面广、销售能力强以及跨区

域的特点，公司选择与其直接建立业务合作关系。

（3）境外经销

报告期内，2011 年度公司主要通过专业外贸公司经销；2012 年度，公司逐步转变为“自营出口+专业外贸相结合”的境外经销模式，公司自主品牌产品在泰国、越南等东南亚国家已经拥有了较高的品牌知名度。

报告期内，公司的业务重心定位于内需市场的自主品牌产品销售，近年来，晨光品牌在东南亚等境外市场逐渐积聚了一定的知名度，公司顺应市场需求，逐渐开展自主品牌产品在境外市场的销售业务，但由于属于市场开拓初期，销售规模还不小。出于经济角度，报告期内，2011 年度公司采取境外经销方式间接出口，2012 年度开始，公司加大了自营出口比重，通过外贸公司间接出口的比重则逐步下降。

表：报告期内公司境外经销情况

时间	2014年1-9月	2013年	2012年	2011年
境外销售金额（万元）	6,413.47	8,039.34	8,181.89	8,640.76
占发行人各期文教办公用品制造与销售收入比重	2.75%	3.42%	4.32%	5.99%
向上海爱联销售金额（万元）	-	35.68	2,972.15	6,779.02
向上海爱联销售金额占境外销售比重	-	0.44%	36.33%	78.45%

报告期内公司境外经销的主要出口代理商为上海爱联国际贸易有限公司，该公司成立于 1995 年 3 月，是具有自营和代理进出口经营权的大型专业国际贸易公司，报告期内公司向上海爱联销售金额呈逐年下降趋势。公司境外经销产品主要包括晨光品牌的书写工具及学生文具等文具类产品，境外销售区域主要是泰国、越南、印尼等东南亚国家与地区，少部分产品间接出口至中东、澳洲及欧美地区。

其他出口代理商包括上海汉森环宇进出口有限公司、上海汉森投资发展有限公司等，但其占公司境外经销的比重较小。

（4）办公直销

根据客户的规模大小，客户商品、服务的需求不同，公司目前办公直销业务的销售模式主要分为三大类，一是电子商务（晨光科力普商城 <http://www.colipu.com>），主要针对网购型中小客户的零散购买；二是大中客户

的合约销售，主要针对具有一定规模的大中型企业客户的合约式批量采购；三是超大型客户的定制营销，主要针对超大型客户的集中招标式规模化采购，如国家电网、中国移动等企业的年度招标采购等，以提供全方位服务为出发点，力求满足客户各方面需求，从而建立长期稳定的合作关系。

（5）晨光生活馆直营旗舰大店销售模式

在选址建店方式上，主要通过新华书店系统内联营和购物中心自主建店两种方式。新华系统门店一般店址很好，但面对不断变化的市场需求，传统的图书行业也在不断寻求多元发展的道路，公司抓住机遇与新华门店通过联营的方式合作建店，有利于快速形成一定的市场规模，建立品牌知名度，同时成本投入较少，财务风险相对较小。在实现一定程度规模优势后，再进行购物中心内自助建店的标准直营模式的尝试，通过自主选址建店，优化门店类型和丰富模式的多样性。

在销售模式上，作为直接面对最终消费者的产品提供和用户体验平台，主要通过店铺零售的方式进行商品的销售，并对学生及年轻客群的特点有针对性地开展多样化的店堂促销。

另外，报告期内，公司存在零星的直接销售与公益相关的文具用品套装等销售行为，如：“爱心包”等专用产品，2010年、2011年及2012年，公司连续三年成为中国扶贫基金会“爱心包裹”项目指定供应商。2014年，公司被共青团甘肃省委员会评为“2014年送文具到西部校园公益捐赠活动爱心单位（企业）”。

5、仓储物流模式

（1）仓库管理

本公司物流管理部门负责仓库管理工作，管理内容主要分为入库、库内管理、出库等环节。入库环节，首先由制造部门、财务统计按照《入库检验标准》进行检验，合格后由财务统计及库管人员根据检验确认单办理产品接收入库工作。库内管理环节，库内管理专员按照仓库管理的要求及产品的数量，进行规范合理的安排仓位，并定期检查。出库环节，由销售部门人员在系统中录入销售计划单，物流管理部门依销售计划单在库内进行检货，检货时严格按检货与出库流程进行堆放和装运管理。

（2）物流系统

本公司的物流系统由公司自有短途运输和第三方物流组成。公司自有运输主

要参与产品调拨仓位和附近的专卖店、直营大店以及办公直销客户的运输工作。各类产品及商品从公司仓库发往全国各经销商的仓库、其他省市地区的直营大店及办公直销客户，主要由第三方物流公司负责运输，本公司根据第三方物流企业的运输网络覆盖率、运输服务完善程度等标准对第三方物流企业进行评估。物流运输方式主要以卡车运输为主。

（五）发行人境外经营情况

公司未在境外设立任何采购、生产或销售经营机构，不存在境外经营的情况。公司在境外销售并不直接面对最终消费者，产品均通过经销方式进行销售。

（六）报告期主要产品产销情况

1、生产情况

（1）公司近三年及一期主要产品的总产量情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产 品	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
书写工具	131,456	134,446	127,362	124,035
学生文具	191,390	203,952	170,864	152,932
办公文具	36,897	34,783	26,591	10,952
其他	4,778	4,802	4,100	2,881

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品。

（2）公司近三年及一期主要产品自主生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产 品	2014 年 1-9 月			2013 年度		
	产能	自产产量	产能利用率	产能	自产产量	产能利用率
书写工具	113,000	131,456	116.33%	125,000	134,446	107.56%
学生文具	150,000	160,529	107.02%	170,000	172,415	101.42%
办公文具	15,500	16,791	108.33%	16,800	16,851	100.30%

产 品	2012 年度			2011 年度		
	产能	自产产量	产能利用率	产能	自产产量	产能利用率
书写工具	116,000	127,362	109.79%	105,000	124,035	118.13%
学生文具	150,000	147,356	98.24%	137,000	145,067	105.89%
办公文具	13,200	13,327	100.96%	4,000	4,435	110.88%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品。

（3）公司近三年及一期主要产品 OEM 委外生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产 品	2014 年 1-9 月		2013 年度	
	OEM 委外生产量	占总产量的比例	OEM 委外生产量	占总产量的比例
书写工具	-	-	-	-
学生文具	30,861	16.12%	31,537	15.46%
办公文具	20,106	54.49%	17,932	51.55%
其他	4,778	100%	4,802	100%

产 品	2012 年度		2011 年度	
	OEM 委外生产量	占总产量的比例	OEM 委外生产量	占总产量的比例
书写工具	-	-	-	-
学生文具	23,508	13.76%	7,865	5.14%
办公文具	13,264	49.88%	6,517	59.51%
其他	4,100	100%	2,881	100%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品。

2、销售情况

（1）按产品品类销售情况

①公司近三年及一期主要产品的产销情况如下表所示：

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 1-9 月	2013 年度
----	--------------	---------

	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率
书写工具	126,232	131,456	96.03%	128,638	134,446	95.68%
学生文具	184,239	191,390	96.26%	197,293	203,952	96.74%
办公文具	35,702	36,897	96.76%	33,402	34,783	96.03%
其他	4,636	4,778	97.03%	4,636	4,802	96.54%
产品	2012 年度			2011 年度		
	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率
书写工具	123,111	127,362	96.66%	115,169	124,035	92.85%
学生文具	164,447	170,864	96.24%	135,624	152,932	88.68%
办公文具	25,766	26,591	96.90%	9,982	10,952	91.14%
其他	3,947	4,100	96.27%	2,740	2,881	95.11%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品。

②公司近三年及一期的主要产品销售收入如下表所示：

单位：万元

产品	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
书写工具	103,750.25	44.44%	105,687.84	44.99%	94,669.37	50.00%	81,741.03	56.66%
学生文具	70,169.36	30.06%	73,255.24	31.18%	60,238.44	31.82%	46,238.38	32.05%
其中：代理产品	2,034.13	0.87%	965.85	0.41%	-	-	-	-
办公文具	53,732.13	23.02%	50,150.99	21.35%	28,920.44	15.28%	14,363.12	9.96%
其中：代理产品	10,026.12	4.29%	9,250.82	3.94%	-	-	-	-
其他	5,811.28	2.49%	5,812.82	2.47%	5,500.96	2.90%	1,925.49	1.33%
合计	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%	189,329.21	100.00%	144,268.01	100.00%

（2）主要产品按地区分布销售情况

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
中国	227,049.55	97.25%	226,867.55	96.58%	25.24%	181,147.32	95.68%	33.56%	135,627.25	94.01%
其他国家或地区	6,413.47	2.75%	8,039.34	3.42%	-1.74%	8,181.89	4.32%	-5.31%	8,640.76	5.99%
合计	233,463.02	100%	234,906.89	100.00%	24.07%	189,329.21	100.00%	31.23%	144,268.01	100.00%

3、主要产品（含OEM委外产品）价格走势

文具产品价格通常不高，且作为日常消费品，价格敏感度弱，波动幅度不大。

横向来看，从国内大型办公用品电商平台的文具零售价格情况来看，品牌知名度高的文具通常市场价格要高于品牌知名度弱的同类文具约 30%-50%，而跨国品牌文具的市场价格普遍要高出国内品牌 1 倍以上，有的甚至在 2-3 倍以上。

纵向来看，具备品牌优势、渠道优势和研发设计能力优势的文具企业拥有更强的定价权优势，其主要产品平均销售价格通常保持稳中有升的态势。

表：报告期内发行人主要产品平均销售价格情况

单位：元/支（个/台/本/盒等）

产品	生产方式	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度
		平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价
书写工具	自产	0.8219	0.04%	0.8216	6.84%	0.7690	8.36%	0.7097
	OEM	-	-	-	-	-	-	-
学生文具	自产	0.2941	-0.07%	0.2943	-1.50%	0.2987	-0.27%	0.2995
	OEM	0.7609	0.05%	0.7605	-4.27%	0.7944	-29.18%	1.1217
办公文具	自产	1.2714	-0.02%	1.2717	16.29%	1.0935	-8.98%	1.2014
	OEM	1.1849	0.41%	1.1801	2.48%	1.1515	-27.26%	1.5830
其他	自产	-	-	-	-	-	-	-
	OEM	1.2534	-0.02%	1.2537	-10.06%	1.3939	98.31%	0.7029

报告期内，公司自产书写工具的平均销售价格（出厂价，以下同）总体保持小幅的上涨趋势，自产学生文具及办公文具在 2012 年度有小幅下降，是公司在确保单品毛利的基础上，依据相关成本进行的常规性的价格调整，以及该类产品的品种结构略为变化所致。

OEM 委外生产的学生文具和办公文具，由于品类较多，单价差异跨度很大，

从单价最低的橡皮约 0.27 元/块到单价最高的书包约 54 元/个。同时，由于单位规格不同及产品结构的变化，导致算术平均单价和加权平均单价均容易产生歧义，以下列举销售金额较大的几项做同期比较：

单位：元/支（个/台/本/盒等）

小类	2014年1-9月单价	2014年1-9月销售占比	2013年单价	2013年销售占比	2012年单价	2012年销售占比	2011年单价	2011年销售占比
橡皮	0.3176	21.43%	0.2988	23.76%	0.3197	25.24%	0.3228	10.81%
笔袋	5.2872	10.87%	5.9311	13.80%	4.8853	18.82%	4.4000	18.65%
水彩笔	4.3462	14.80%	4.9123	18.90%	5.0845	16.30%	4.4318	27.98%
尺类	0.8877	14.12%	0.8842	14.94%	0.9137	14.21%	0.8667	8.06%
圆规	2.4397	10.11%	2.4301	13.65%	2.4102	13.74%	2.4844	16.34%

注：占比为该类产品销售金额占同类 OEM 委外产品的比重。

4、报告期各期公司向前五名客户销售情况

日期	序号	客户名称	销售额(万元)(注)	占当期销售收入比重
2014 年 1-9 月	1	山东晨光文具有限责任公司	16,654.70	7.10%
	2	南京兆晨文化用品销售有限公司	12,506.89	5.33%
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	11,534.14	4.92%
	4	湖南晨光文具礼品有限公司	9,309.75	3.97%
	5	北京中韩晨光文具礼品有限公司	8,760.75	3.74%
	合计		58,766.23	25.06%
2013 年度	1	山东晨光文具有限责任公司	15,182.01	6.43%
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	12,488.53	5.29%
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	10,058.35	4.26%
	4	北京中韩晨光文具礼品有限公司	9,215.02	3.90%
	5	湖南晨光文具礼品有限公司	8,428.51	3.57%
	合计		55,372.42	23.45%
2012 年度	1	北京中韩晨光文具礼品有限公司	17,266.29	9.09%
	2	山东晨光文具有限责任公司	11,783.62	6.20%
	3	南京兆晨文具用品销售有限公司	10,362.33	5.46%

日期	序号	客户名称	销售额(万元)(注)	占当期销售收入比重
2011 年度	4	辽宁锐星晨光文具礼品有限公司	7,342.78	3.87%
	5	湖北晨光文具礼品有限公司	6,889.57	3.63%
	合计		53,644.60	28.25%
	1	北京中韩晨光文具礼品有限公司	14,284.97	9.87%
	2	南京晨日文具用品销售有限公司	8,596.91	5.94%
	3	山东晨光文具有限责任公司	8,391.89	5.80%
	4	上海爱联国际贸易有限公司	6,779.02	4.68%
2012 年度	5	辽宁锐星晨光文具礼品有限公司	6,594.33	4.56%
	合计		44,647.13	30.85%

注：含其控制主体的合并数。

原北京一级（省级）经销商销售管辖范围包括北京、河北省、山西省等区域，随着该公司业务规模的扩大，为加强该区域营销拓展与管理细化，公司将原北京一级经销商的销售管辖区域按行政区域一分为三。由此 2013 年度起，公司在原北京一级经销商销售管辖区域内确定了北京、石家庄及太原三家一级经销商，新增增加的两家一级经销商分别负责河北和山西区域的销售和管理。

除此之外，报告期内，公司主要客户未发生重大变化。2011 年度、2012 年度、2013 年度和 2014 年 1-9 月发行人向前五位销售客户销售额占当期销售的比重分别为 30.85%、28.25%、23.45%和 25.06%。

发行人报告期内不存在向单个客户的销售比例超过销售额 50%或严重依赖于少数客户的情况。

（七）报告期主要原材料、能源供应情况及价格变动趋势

1、公司主要原材料价格变动趋势

报告期内，主要原材料笔头、墨水及塑料原粒的采购价格变化情况如下表：

表：报告期内发行人主要原材料平均采购价格情况

主要	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
----	--------------	---------	---------	---------

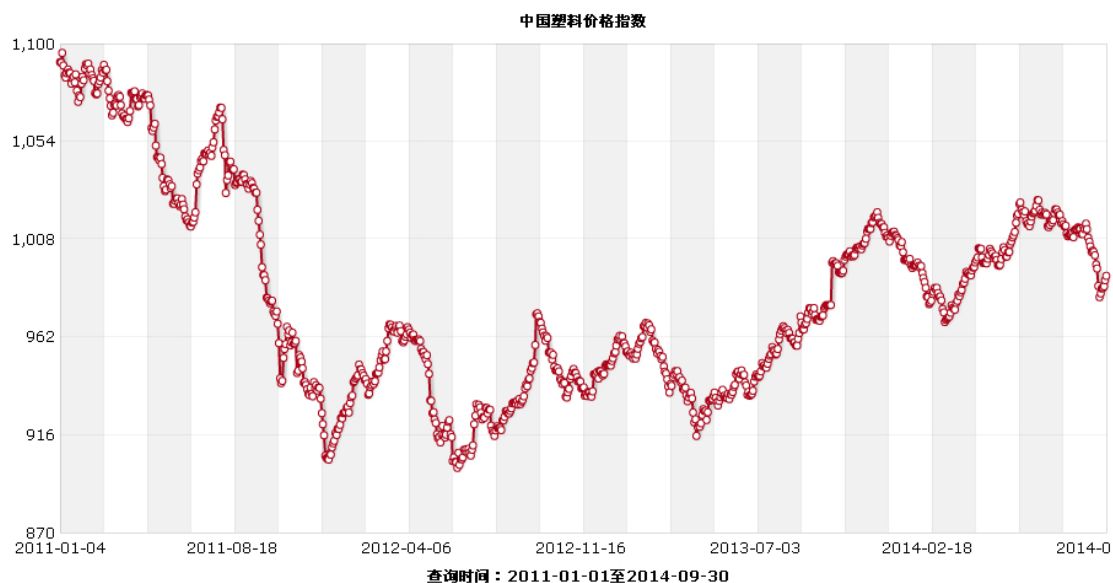
原材料	采购数量	平均单价	单价增长率	采购数量	平均单价	单价增长率	采购数量	平均单价	单价增长率	采购数量	平均单价
笔头	255,952.85	0.0522	-2.77%	303,689.40	0.0537	-14.90%	295,992.71	0.0631	-17.30%	251,205.50	0.0763
墨水	198.37	59.3747	-0.41%	236.10	59.62	-11.17%	209.58	67.12	0.97%	182.07	66.47
塑料原粒	915.67	16.6244	-0.03%	826.24	16.63	-3.97%	790.89	17.32	-14.64%	773.47	20.29

注：笔头数量单位为“万粒”，单价为“元/粒”；墨水及塑料原粒数量单位为“万公斤”，单价为“元/公斤”

受笔头国产化进程加快的影响，国际笔头制造企业更多地面临来自国内笔头供应商的竞争，促使原本定价较高的笔头市场价格总体呈现一个下降的趋势。报告期内，发行人笔头采购的平均单价持续下降，主要有三方面原因：一是发行人通过对不同型号的笔头的调整和优化，在确保产品质量的同时，降低了单价较高的笔头的使用量，从而从结构上降低了整体的单位笔头采购成本；二是公司的生产规模迅速提升，对笔头的采购量逐步加大，提高了公司对供应商的议价能力；三是国内能够批量供应笔头的国内生产企业开始增多，促使笔头价格呈现一定的下降趋势。

墨水采购价格在一个正常的波动范围之内。公司与日本 MIKUNI、德国 Dokumental 等国际墨水厂商建立了长期合作关系，正常情况下，原外币采购价格保持稳中略降的趋势，但由于 2012 年以来日元及欧元相对人民币汇率的上升，发行人向 MIKUNI 国内代理商亚细亚的采购价格以及进口 Dokumental 墨水的成本均相应有所增加，导致 2012 年度公司墨水采购价格总体出现了小幅的上涨。2013 年度由于日元对人民币大幅贬值，导致墨水采购价格在 2013 年度较上年度有一定幅度的下降。

报告期内，公司塑料原料总体受国际原油价格的影响较大，根据浙江塑料城网上交易市场的塑料价格情况统计数据，公司塑料原粒的采购平均单价变化趋势与下图中国塑料价格指数基本一致。



数据来源：中塑资讯（<http://www.l-zzz.com/>）

2、主要能源供应情况

公司在制造过程中所需主要能源包括电力和水，能源消耗有限；且生产基地位于上海市奉贤区，经济较发达，日常制造及运营所需能源供应能得到充分保障。

3、报告期各期公司向前五名供应商采购情况

日期	序号	供应商名称	采购额（万元）	占全年采购金额的比重
2014 年 1-9 月	1	日本 Asia Associates, Inc	5,870.71	3.41%
	2	广东晨光文具有限公司	3,990.10	2.32%
	3	瑞士 PREMEC 公司	3,516.96	2.04%
	4	上海兆方文具有限公司	3,154.62	1.83%
	5	上海天聚塑化有限公司	3,095.74	1.80%
	合计		19,628.12	11.40%
2013 年度	1	日本 Asia Associates, Inc	9,151.18	5.26%
	2	瑞士 PREMEC 公司	6,854.79	3.94%
	3	广东晨光文具有限公司	4,409.94	2.53%
	4	上海盈洲包装制品有限公司	3,590.64	2.06%
	5	上海兆方文具有限公司	3,560.70	2.05%
	合计		27,567.26	15.85%

日期	序号	供应商名称	采购额（万元）	占全年采购金额的比重
2012 年度	1	日本 Asia Associates, Inc	8,981.36	6.91%
	2	瑞士 PREMEC 公司	7,775.65	5.99%
	3	广东晨光文具有限公司	5,489.37	4.23%
	4	上海冠德塑胶制品有限公司	3,605.42	2.78%
	5	上海天聚塑化有限公司	3,165.24	2.44%
	合计		29,017.05	22.34%
2011 年度	1	瑞士 PREMEC 公司	10,334.24	9.16%
	2	日本 Asia Associates, Inc	7,959.19	7.06%
	3	上海优品文具礼品有限公司	4,869.25	4.32%
	4	广东晨光文具有限公司	4,834.69	4.29%
	5	上海天聚塑化有限公司	3,884.50	3.44%
	合计		31,881.88	28.27%

注：报告期内，瑞士 PREMEC 公司包含派锐美科笔业（上海）有限公司、瑞士 PREMECSA 公司及其马来西亚公司；日本 Asia Associates, Inc 包括其中国境内子公司杭州雅希雅贸易有限公司。

公司的主要供应商为笔头、油墨等原材料供应商，委托加工商和 OEM 委外生产商。报告期内，公司供应商未发生重大变化。2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月发行人向前五位供应商采购额占当期采购的比重分别为 28.27%、22.34%、15.85% 和 11.40%。

发行人报告期内不存在向单个供应商的采购比例超过采购额 50% 或严重依赖于少数供应商的情况。

（八）发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5% 以上股份的股东在上述供应商或客户中所占的权益

南京晨日文具用品销售有限公司及南京兆晨文具用品销售有限公司为公司实际控制人之一陈湖雄妻子的弟弟郭伟龙控制的企业。除此之外，发行人董事、

监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在最近三年公司前五名销售客户及供应商中均不占有权益。

（九）安全生产及环保措施

1、安全预防措施

在保障安全生产、应对突发事故方面，公司制定了《安全生产管理制度》、《安全生产教育制度》、《消防安全管理制度》、《防台防汛防雷击应急预案》等一系列的规范操作指引，通过加强职工上岗前的安全培训、改进火灾等各项事故防护设施的配置、定期或不定期的安全生产检查等多项具体措施，严格防止生产过程中的潜在不安全因素发生。截至本次招股说明书签署之日，公司未发生过重大的安全生产事故。

2、环境保护措施

（1）环保措施及合规情况

本公司所从事的行业不属于重污染行业。公司在制造过程中，会排放可能的噪声及固体废弃物，公司注重环境保护，厂区绿化率高，根据国家、上海市有关环保规定，上述少量污染物的排放均严格执行如下相应标准：

①噪声：执行国家《工业企业厂界噪声标准》（GB123480—90）、《城市区域环境噪声标准》（GB3096-93）。

②固体废弃物：遵照《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》及《上海市奉贤区实施〈中华人民共和国固体废物污染环境防治法〉规定》的有关规定。

本公司在生产过程中，塑料原粒边料通过粉碎，再造粒，循环使用，不会造成固体垃圾，不会对环境带来污染；用于包装的纸板边角料通过分级，可进行回收卖给当地回收站后再造纸循环使用；公司生产过程中没有掺加有危害的回收废料，不会产生对人体健康造成危害的挥发性气体，生活废水按照当地政府的污水处理规定操作执行。

报告期内，本公司没有因违反环境保护方面的法律、法规受到环保部门的行政处罚。

（2）公司积极参与环境保护事业

公司针对原材料采购、产品研发设计、销售、物流、售后服务等系统流程进行持续改进，致力于提高资源和能源的利用效率，更多采购环保原材料，创造更高附加值环保产品，延长产品使用周期，引领绿色潮流。对内通过教育培训不断增强企业员工的环保意识，对外通过定期开展面向全国消费者的环保活动，结合报纸、杂志、网络等媒体，把绿色环保理念扩散到更广泛的人群中，促进公众参与环境保护工作。报告期内，公司积极参与环保事业的具体情况如下表所示：

时间	事件
2010 年	走进众多高校，传播低碳环保理念
	启动温室气体排放盘查，并着力开发绿色材料和生产工艺
	全面实施精益化低碳生产，合理利用资源，节能降耗，杜绝浪费
	积极参与上海使用节能灯 1,200 万只的“低碳行动”，启动绿色照明工程
	绿色防伪装全新上市，启动低碳节能包装项目
2011 年	启动“晨光爱地球计划”，致力于建设环境友好型企业
2012 年	启动淀粉基环保项目，可以有效减少传统塑料材料对自然环境的伤害
2013 年	启动“芯连心”废旧笔芯兑换新笔芯项目，将废旧笔芯回收并进行无害化处理，可有效减少环境污染，同时倡导环保意识，以举手之劳保护环境。

五、发行人主要的固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

本公司的主要固定资产包括房屋建筑物、机器设备、电子设备、运输设备、办公设备及其他设备等。截至 2014 年 9 月 30 日，本公司固定资产净值为 46,316.38 万元，整体成新率为 75.58%。报告期内，公司设备运转良好，没有出现因设备原因导致的经营管理不正常波动的情况。截至 2014 年 9 月 30 日，公司固定资产基本情况如下表：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	25,771.19	4,448.93	21,322.26	82.74%
机器设备	25,231.43	5,216.32	20,015.11	79.33%

项目	账面原值	累计折旧	净值	成新率
运输设备	3,725.02	1,861.02	1,864.00	50.04%
其他设备	6,554.18	3,439.17	3,115.01	47.53%
合计	61,281.83	14,965.45	46,316.38	75.58%

注：成新率=扣除折旧后账面净值/固定资产账面原值×100%。

（二）主要生产设备

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司主要生产设备如下表：

序号	设备名称	数量（台/套）	原值（万元）	净值（万元）
1	注塑机	327	3,078	2,013
2	笔头机	24	6,165	5,745
3	装配机	245	3,776	2,492
4	划线机	30	1,526	1,416
5	加工车床	53	840	557
6	笔芯装袋机	31	333	223
7	电火花机	28	623	332
8	贴标机	57	243	160
9	移印机	94	204	126
10	转印机	74	235	126
11	笔芯套帽机	63	210	134
12	胶印机	2	89	57

（三）房屋建筑物

1、自有房屋及建筑物

截至本招股说明书签署之日，本公司及下属子公司在境内已取得所有权的房屋建筑物共 27 处，建筑面积为 110,742.34 平方米，上述房屋建筑物均为本公司通过自建的方式取得，房产所有权具体情况如下：

序号	房产证号	房产权属人	详细地址	建筑面积 (平方米)	取得方式	房屋用途
1	沪房地奉字（2010） 第 020364 号	发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-1 号楼	4,500.24	自建	厂房
2		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-2 号楼	5,525.80	自建	厂房
3		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-3 号楼	5,526.54	自建	厂房
4		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-4 号楼	5,126.25	自建	厂房
5		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-5 号楼	6,841.37	自建	厂房
6		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-6 号楼	7,355.73	自建	厂房
7		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-7 号楼	13,370.32	自建	厂房
8		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-8 号楼	2,604.95	自建	厂房
9		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-9 号楼	5,529.22	自建	厂房
10		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-10 号楼	5,529.22	自建	厂房
11		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-11 号楼	6,359.63	自建	厂房
12		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-12 号楼	1,683.24	自建	厂房
13		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-13 号楼	2,483.27	自建	厂房
14		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-14 号楼	2,112.99	自建	厂房
15		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-15 号楼	2,113.09	自建	厂房
16		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-16 号楼	2,113.09	自建	厂房
17		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-17 号楼	2,336.50	自建	厂房
18		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-18 号楼	2,336.50	自建	厂房
19		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-19 号楼	2,336.50	自建	厂房
20		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-20 号楼	1,753.27	自建	厂房
21		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-21 号楼	1,331.68	自建	厂房
22		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-22 号楼	7,707.49	自建	厂房
23		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-23 号楼	6,891.58	自建	厂房

序号	房产证号	房产权属人	详细地址	建筑面积 (平方米)	取得方式	房屋用途
24		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-24 号楼	120.06	自建	厂房
25		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-25 号楼	153.36	自建	厂房
26		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-26 号楼	6,880.39	自建	厂房
27		发行人	奉贤区金钱公路 3469 号-27 号楼	120.06	自建	厂房

2、租赁房屋情况

截至本招股说明书签署之日，本公司及子公司在境内和生产经营相关的重要的对外承租房产租赁共 15 处，租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	房产证号	房产面积 (平方米)	租赁到期日期
1.	发行人	晨光集团	上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号第 2 幢(厂间)、第 3 幢(宿舍)、第 4 幢(综合楼)	沪房地奉字(2011)第 012417 号	11,581.26	2014.12.31
2.	上海晨光	上海星沪中文化礼品市场经营管理有限公司	上海市沪太路 520 号 C 楼一层市场内 1 号楼 A 馆	沪房普字第 36915 号	1,121.20	2018.02.18
3.	哈尔滨晨光	哈尔滨众宝实业有限责任公司	哈尔滨市道外区民需街 12 号院内厂房	哈房权证外一字第 0901038909 号	558.42	2014.11.30
4.	义乌晨兴	陈杰能	义乌市廿三里开元南街 31 号 3 楼	义乌房权证廿三里字第 C00021115 号	100.00	2015.03.19
5.	广州晨光	广州豪城房产开发有限公司	荔湾区南岸路 63 号 2106-2108 号	粤房地证字第 C6647829 号 粤房地证字第 C6647862 号	353.15	2014.12.14
6.	郑州晨光	杨帮奇、杨全福	郑州市二七区大学路 80 号华城国际中心 7 层 707、708 室	郑房权证字第 1101026199-2 号 郑房权证第 1101026259-2 号	156.00	2015.05.09
7.	晨光科力普	晨光集团	上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层、12 层	沪房地徐字(2012)第 000328 号 沪房地徐字(2012)第 000330 号	3,596.76	2014.10.31
8.	江西晨光生活馆	江西鸿基商务有限公司	南昌市洪城市场一路 25 号楼鸿基商务广场 A 座 401 号	洪土国用登(2008)第 277 号	32.00	2015.06.17
9.	义乌晨兴	义乌市益至物业服务服务有限公司	浙江省义乌市廿三里街道开元南街一区一楼		500.00	2018.04.05
10.	晨光珍美	上海申畅物业管理有限公司	上海市闸北区沪太路 671 号 19 号楼四层 402 室	沪房地闸字(2012)第 006854 号	246.38	2015.05.14
11.	广州晨光	广州市新瑞物业管理有限公司	广州市白云区石井石沙路 338 号 B 栋三楼		3,122.00	2015.06.30
12.	郑州晨光	郑州铁路经济开发集团有限公司 郑州金林分公司	郑州市正兴街 35 号楼内 B 区二层 2001 号	郑房权证字第 1101095311 号	550.00	2015.07.31
13.	哈尔滨晨光	哈尔滨福宏干调农贸批发市场有限公司	哈尔滨道外区八街区 1-8 号地下一层	哈房权证外一字第 1401026399 号	700.00	2019.09.19

序号	承租方	出租方	地址	房产证号	房产面积 (平方米)	租赁到期日期
14.	江西生活馆	江西鸿基商务有限公司	南昌市洪城市场一路25号 楼鸿基商务广场A座418号	洪土国用登(2008)第277号	32.00	2015.09.30
15.	上海生活馆	上海申畅物业管理有限公司	上海市闸北区沪太路671号19号楼四层419-420室	沪房地闸字(2012)第006854号	226.35	2016.08.20

上表中,第2项租赁物业出租方尚未提供物业所有人同意出租方出租该处物业的有效证明。第7项物业的租赁协议已到期,目前双方正在续签协议。第11项租赁物业出租方尚未提供该租赁物业的产权证书,除此之外,其他租赁物业的出租方均已提供相关房屋所有权证明,其中,第9项由义乌市人民政府廿三街道办事处开具权属证明文件,确认浙江省义乌市廿三里街道开元南街开元一区一楼房屋产权属于义乌市益至物业服务有限公司所有。

发行人保荐机构及发行人律师认为:据《中华人民共和国城市房地产管理法》等相关规定,若出租方未拥有该房产的所有权或未取得所有权人同意,则出租方无权出租上述房屋,此种情形下,若其他有权方对该等租赁事宜提出异议,则可能影响广州晨光继续承租该房产。针对前述瑕疵,发行人控股股东晨光集团出具书面承诺:如果因该等租赁房产的产权瑕疵或其他原因导致广州晨光在租赁协议期限内无法继续承租上述房产而必需搬迁时,其将在相关区域内为广州晨光及时找到合适的替代性合法经营场所;倘若因该等搬迁导致广州晨光的实际经营受到损失的(包括但不限于搬迁费用、停业损失等),其将予以全额承担以保证广州晨光不会因此而遭受任何损失。综上,前述租赁瑕疵不会对发行人的本次发行及上市构成法律障碍。

（四）主要无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日,本公司及下属子公司拥有的土地使用权情况如下表:

土地使用权证号	土地使用者	坐落地	使用权面积 (平方米)	取得方式	土地用途	终止日期
沪房地奉字(2010)第020364号	发行人	奉贤区金钱公路3469号	99,855.90	出让	工业	2058年3月16日

土地使用权证号	土地使用者	坐落地	使用权面积 (平方米)	取得方式	土地用途	终止日期
沪房地奉字 (2012)第 001295号	发行人	奉贤区青 村镇 13 街坊 37/6 丘	45,333.60	出让	工业	2062年1 月3日

2、商标

(1) 境内注册商标

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有“”等图文注册商标，并已经在中性圆珠笔、圆珠笔、荧光笔、水彩笔、油画棒、橡皮、文具盒、文件夹、订书机、长尾夹、本册、包袋等上千种商品使用，领取了国家工商行政管理总局商标局核发的 86 个《注册商标证》，核定使用类别为 16、29、30、32、35、9、11、18 等类商品。

(2) 境外注册商标

截至本招股说明书签署日，发行人在台湾、香港、澳大利亚及约旦等国家和地区直接拥有“”等共计 13 项境外注册商标，根据世界知识产权组织国际局（International Bureau of the World Intellectual Property Organization（WIPO））（以下简称“WIPO”）核发的登记证书，发行人还通过 WIPO 注册了“”等 2 项境外商标，该等商标依据《商标国际注册马德里协定》和《商标国际注册马德里协定有关议定书》受到保护，核定使用类别为 16 类商品。

3、专利

截至本招股说明书签署日，本公司共拥有专利 470 项，其中：发明专利 5 项，实用新型专利 26 项，外观设计专利 439 项（其中国内外观设计专利 435 项，国外外观设计专利 4 项），具体情况如下表所示：

(1) 发明专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日
1	发行人	水基修正液	ZL200610024456.7	2011.04.06
2	发行人	一种用纳米改性竹炭塑料、及其制作方法以及制作的文具	ZL200710047793.2	2011.06.22
3	发行人	调控器及包含该调控器的书写工具	ZL200910045711.X	2012.02.01

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日
4	发行人	墨水组合物，其制备方法和使用该墨水组合物的笔头	201010115206.0	2013.12.18
5	发行人	针管型弹簧笔头及包括该弹簧笔头的圆珠笔笔芯	201110421656.7	2014.04.02

（2）实用新型专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日
1	发行人	铅芯盒	ZL200820055387.0	2008.11.19
2	发行人	一种荧光笔	ZL200820155814.2	2009.10.28
3	发行人	一种书写笔	ZL200820156048.1	2009.10.28
4	发行人	修正液和修正带的组合结构	ZL200920077688.8	2010.05.12
5	发行人	直液式钢笔	ZL200920211037.3	2010.09.15
6	发行人	白板笔	ZL201020124531.9	2010.12.22
7	发行人	直液式毛笔	ZL201020266349.7	2011.06.22
8	发行人	书写工具摩擦力测试仪	ZL201020512654.X	2011.05.04
9	发行人;	两种按动方式的活动铅笔	ZL200620044401.8	2007.07.25
10	发行人	一种中性墨水笔笔头	ZL201020578675.1	2011.05.11
11	发行人	橡皮和包括该橡皮的掀动式/固定式可擦性圆珠笔	ZL201020627971.6	2011.10.26
12	发行人	装饰件及包含该装饰件的中性墨水圆珠笔	ZL201220057953.8	2012.11.14
13	发行人	台笔组件	201220381559.X	2013.03.20
14	发行人	陶瓷球珠圆珠笔头	201220678197.0	2013.06.12
15	发行人	一种能够书写立体笔画中性笔的笔头	201220290855.9	2013.02.13
16	发行人	一种能够书写立体笔画的中性笔	201220295743.2	2013.02.13
17	发行人	一种防溢漏中性笔	201220296032.7	2013.02.13
18	发行人	一种防溢漏中性笔的改进结构	201220291985.4	2013.02.13
19	发行人	中性笔头	201220289763.9	2013.02.13

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日
20	发行人	中性笔头的改进结构	201220293923.7	2013.02.13
21	发行人	中性笔的笔头改进结构	201220287928.9	2013.02.13
22	发行人	一种中性笔	201220296051.X	2013.03.13
23	发行人	一种中性笔的笔头	201220287401.6	2013.02.13
24	发行人	一种防溢漏中性笔的笔头	201220291290.6	2013.02.13
25	发行人	一种中性笔改进结构	201220296157.X	2013.02.13
26	发行人	一种防溢漏中性笔的笔头改进结构	20132000874.0	2013.08.14

（3）外观设计专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日
1	发行人	荧光笔(2100)	ZL200430084599.9	2005.12.28
2	发行人	笔(0097)	ZL200430107205.7	2005.09.07
3	发行人	笔(1560)	ZL200430107248.5	2005.09.07
4	发行人	标贴(360°顺滑)	ZL200530033352.9	2005.09.07
5	发行人	笔(1580)	ZL200530034410.X	2005.12.21
6	发行人	带台座的笔(GP1610)	ZL200530035218.2	2006.01.04
7	发行人	笔(GP1590)	ZL200530035219.7	2006.02.01
8	发行人	笔(501)	ZL200530041900.2	2006.05.17
9	发行人	笔(2130)	ZL200530041923.3	2006.05.17
10	发行人	笔(1660)	ZL200530041986.9	2006.04.26
11	发行人	笔(0016)	ZL200530042030.0	2006.05.17
12	发行人	笔(8580)	ZL200530042634.5	2006.05.17
13	发行人	笔(2150)	ZL200530043179.0	2006.06.21
14	发行人	笔筒(3010)	ZL200530043302.9	2006.06.14
15	发行人	会议笔(2180)	ZL200530043466.1	2006.08.16
16	发行人	笔(0160)	ZL200530046078.9	2006.10.04
17	发行人	笔(1800)	ZL200630035667.1	2007.01.17

18	发行人	笔(1820)	ZL200630038969.4	2007.07.18
19	发行人	笔(0280)	ZL200630042161.3	2007.08.01
20	发行人	铅芯盒(SL350)	ZL200630047233.3	2007.11.21
21	发行人	笔(8730)	ZL200730072653.1	2008.01.09
22	发行人	修正带(T5170)	ZL200730074039.9	2008.02.27
23	发行人	铅芯管(SL360)	ZL200730074431.3	2008.01.23
24	发行人	笔(3370)	ZL200730074433.2	2008.05.07
25	发行人	修正带(ACT22201)	ZL200730080594.2	2008.07.23
26	发行人	笔(ASP17401)	ZL200730081062.0	2008.09.17
27	发行人	笔(AGP03401)	ZL200730082247.3	2008.10.15
28	发行人	荧光笔(AHM22501)	ZL200730082242.0	2008.12.03
29	发行人	笔(AGP87901)	ZL200730083155.7	2008.12.31
30	发行人	笔(AGP61201)	ZL200730083153.8	2009.01.21
31	发行人	记号笔(APM22901)	ZL200730290849.8	2009.03.04
32	发行人	笔(AGP61701)	ZL200830061793.3	2009.04.22
33	发行人	笔(APM22801)	ZL200830061797.1	2009.05.06
34	发行人	笔(AGP62501)	ZL200830062765.3	2009.06.10
35	发行人	笔(AGP62801)	ZL200830062840.6	2009.06.10
36	发行人	笔(AWB23401)	ZL200830062841.0	2009.07.15
37	发行人	笔(ABP89201)	ZL200830064398.0	2009.07.22
38	发行人	标贴(致顺签字笔)	ZL200830066549.6	2009.07.15
39	发行人	标贴(动力中性笔)	ZL200830066546.2	2009.09.02
40	发行人	标贴(极速 Q7 中性笔)	ZL200830066547.7	2009.09.02
41	发行人	标贴(大容量中性笔)	ZL200830066550.9	2010.01.06
42	发行人	标贴(美钻中性笔)	ZL200830066544.3	2010.03.31
43	发行人	钢笔(AFP60401)	ZL200830067450.8	2009.09.02
44	发行人	笔(AGP63201)	ZL200830067449.5	2009.09.09

45	发行人	笔(AGP89401)	ZL200830067451.2	2009.10.28
46	发行人	笔筒(AMP40301)	ZL200830067775.6	2009.10.28
47	发行人	笔(AGP63401)	ZL200830069170.0	2009.10.28
48	发行人	笔(AGP63501)	ZL200830069171.5	2009.12.09
49	发行人	笔(ARP50701)	ZL200830186557.4	2009.10.28
50	发行人	修正带(ACT52101)	ZL200830186558.9	2009.12.09
51	发行人	笔(AGP89701)	ZL200830186559.3	2009.12.09
52	发行人	荧光笔(AHM23101)	ZL200930094065.7	2009.12.09
53	发行人	修正液(ACF70501)	ZL200930094067.6	2010.01.20
54	发行人	笔(AGP60901)	ZL200930094066.1	2010.01.27
55	发行人	标贴(AGP62401)	ZL200930095358.7	2010.01.20
56	发行人	标贴(AGP63201)	ZL200930095357.2	2010.01.20
57	发行人	标贴(AMP10101)	ZL200930095366.1	2010.01.27
58	发行人	标贴(AGP30104)	ZL200930095362.3	2010.01.27
59	发行人	标贴(AGP61702)	ZL200930095359.1	2010.05.26
60	发行人	标贴(AGP15501)	ZL200930095364.2	2010.05.26
61	发行人	修正带(ACT52001)	ZL200930095551.0	2010.01.20
62	发行人	笔(ABP84001)	ZL200930096383.7	2010.03.10
63	发行人	标贴(AMP01101)	ZL200930098156.8	2010.03.10
64	发行人	标贴(AGPK3702)	ZL200930098146.4	2010.03.10
65	发行人	标贴(AGPK3703)	ZL200930098145.X	2010.03.10
66	发行人	标贴(ABP81009)	ZL200930098143.0	2010.03.10
67	发行人	标贴(AMP82204)	ZL200930098142.6	2010.03.10
68	发行人	标贴(ABP81006)	ZL200930098144.5	2010.03.10
69	发行人	标贴(AGPK3501)	ZL200930098148.3	2010.03.10
70	发行人	标贴(AGP13201)	ZL200930098154.9	2010.03.10
71	发行人	标贴(ABP14701)	ZL200930098153.4	2010.03.10

72	发行人	标贴(AGP17201)	ZL200930098152.X	2010.03.10
73	发行人	标贴(AGPK3701)	ZL200930098147.9	2010.03.10
74	发行人	标贴(AGPK3704)	ZL200930098439.2	2010.03.10
75	发行人	标贴(MG-007)	ZL200930098429.9	2010.03.10
76	发行人	标贴(AMP81004)	ZL200930098444.3	2010.03.10
77	发行人	标贴(AGP10610)	ZL200930098432.0	2010.03.10
78	发行人	标贴(AGP11701)	ZL200930098433.5	2010.05.12
79	发行人	修正液(ACF71001)	ZL200930099154.0	2010.03.10
80	发行人	笔(AGP65501)	ZL200930099153.6	2010.03.10
81	发行人	修正液(ACF71101)	ZL200930099155.5	2010.05.12
82	发行人	标贴(AMP01201)	ZL200930099313.7	2010.03.10
83	发行人	标贴(AGP13604)	ZL200930099297.1	2010.03.10
84	发行人	标贴(AGP12009)	ZL200930099296.7	2010.03.10
85	发行人	标贴(AGP10701)	ZL200930096778.7	2010.03.10
86	发行人	标贴(AGP61701)	ZL200930100005.1	2010.06.02
87	发行人	修正带(ACT52401)	ZL200930101006.8	2010.05.26
88	发行人	修正带(ACT52301)	ZL200930101005.3	2010.05.26
89	发行人	铅芯盒(ASL34801)	ZL200930101004.9	2010.05.26
90	发行人	修正液(ACF71201)	ZL200930100996.3	2010.05.26
91	发行人	笔(AGP65601)	ZL200930100995.9	2010.12.22
92	发行人	笔(AGP65701)	ZL200930100999.7	2010.11.10
93	发行人	修正液(ACF71301)	ZL200930101007.2	2010.06.23
94	发行人	笔(AMP34901)	ZL200930228611.1	2010.06.23
95	发行人	笔(ABP66201)	ZL200930228613.0	2010.06.16
96	发行人	笔(AHM23901)	ZL200930228722.2	2010.06.16
97	发行人	笔(AGP66501)	ZL200930228882.7	2010.06.16
98	发行人	包装盒	ZL200930229702.7	2010.08.25

99	发行人	笔(AGP66801)	ZL200930229704.6	2010.06.16
100	发行人	笔(AMP35101)	ZL200930231149.0	2010.07.21
101	发行人	笔(AGP67101)	ZL200930231150.3	2010.07.21
102	发行人	笔(AGP67401)	ZL200930231151.8	2010.06.23
103	发行人	笔(AGP84701)	ZL200930231153.7	2010.07.21
104	发行人	笔(AKP61110)	ZL200930356360.5	2010.08.11
105	发行人	笔(AGP67601)	ZL200930356363.9	2010.07.21
106	发行人	修正带(ACT52601)	ZL201030026978.8	2010.07.28
107	发行人	笔包装盒(创意中性)	ZL201030027115.2	2010.10.06
108	发行人	笔(AHM24001)	ZL201030113472.0	2010.08.25
109	发行人	笔(AGP62401)	ZL201030113464.6	2010.08.25
110	发行人	笔(AGP68401)	ZL201030113460.8	2010.08.25
111	发行人	修正带(ACT52701)	ZL201030113450.4	2010.09.08
112	发行人	笔(AGP68601)	ZL201030128417.9	2010.10.06
113	发行人	笔(ABP85401)	ZL201030128440.8	2010.08.25
114	发行人	笔(AGP68901)	ZL201030132327.7	2010.08.25
115	发行人	笔(AGP68801)	ZL201030132328.1	2010.08.25
116	发行人	笔(AGP69001)	ZL201030141245.9	2010.09.29
117	发行人	笔(AGP69101)	ZL201030175521.3	2011.02.16
118	发行人	笔(AWB24101)	ZL201030175519.6	2010.11.10
119	发行人	修正带(ACT52401)	ZL201030175517.7	2011.02.16
120	发行人	修正带(ACT52801)	ZL201030185254.8	2010.11.10
121	发行人	笔(AGP86001)	ZL201030185256.7	2010.12.22
122	发行人	笔(AGP69201)	ZL201030185342.8	2011.02.16
123	发行人	笔(AGP69401)	ZL201030193912.8	2010.11.10
124	发行人	笔(AGP69701)	ZL201030226141.8	2010.12.22
125	发行人	笔(AFP69301)	ZL201030226146.0	2011.02.16

126	发行人	墨水瓶(ADJ29056)	ZL201030226145.6	2010.12.22
127	发行人	笔(ABP87505)	ZL201030226147.5	2010.12.22
128	发行人	笔(AGP69801)	ZL201030226149.4	2010.12.22
129	发行人	笔(AHM24301)	ZL201030226150.7	2010.12.22
130	发行人	笔(ABP80601)	ZL201030249792.9	2010.12.22
131	发行人	笔(AGP69901)	ZL201030249782.5	2010.12.22
132	发行人	笔(ABP81101)	ZL201030251190.7	2010.12.29
133	发行人	笔（AGPA1201）	ZL201130167154.7	2011.02.01
134	发行人	修正带(ACT52901)	ZL201030251188.X	2011.02.16
135	发行人	笔(AHM24401)	ZL201030251187.5	2011.04.06
136	发行人	铅芯盒(ASL36301)	ZL201030251186.0	2010.12.29
137	发行人	笔(AGP62001)	ZL201030264181.1	2011.02.16
138	发行人	笔(AGP10301)	ZL201030275475.4	2011.02.16
139	发行人	笔(AGP10201)	ZL201030275470.1	2011.04.06
140	发行人	修正带(ACT53001)	ZL201030275438.3	2011.05.04
141	发行人	修正液(ACF71501)	ZL201030275427.5	2011.02.16
142	发行人	笔(ABP81301)	ZL201030528237.X	2011.04.06
143	发行人	笔(AGP81401)	ZL201030528200.7	2011.02.16
144	发行人	笔(AEP89403)	ZL201030528190.7	2011.02.16
145	发行人	笔(AMP34505)	ZL201030528180.3	2011.04.06
146	发行人	笔(ABP84901)	ZL201030528156.X	2011.05.04
147	发行人	笔(AGP88901)	ZL201030528167.8	2011.04.06
148	发行人	笔(ABP82201)	ZL201030528145.1	2011.04.06
149	发行人	笔(AGP10801)	ZL201030528135.8	2011.02.16
150	发行人	笔(AGP14101)	ZL201030528113.1	2011.02.16
151	发行人	笔(AGP80901)	ZL201030528076.4	2011.04.06
152	发行人	笔(AGP81601)	ZL201030528064.1	2011.02.16

153	发行人	笔(AMP35201)	ZL201030555720.7	2011.04.06
154	发行人	笔(ABP82501)	ZL201030605889.9	2011.06.22
155	发行人	笔(ABP81901)	ZL201030624219.1	2011.06.22
156	发行人	笔(AGP17601)	ZL201030650227.3	2011.06.22
157	发行人	笔(ABP82601)	ZL201030687045.3	2011.06.22
158	发行人	笔(AGPA0101)	ZL201030687056.1	2011.06.22
159	发行人	笔(AGP19801)	ZL201030688690.7	2011.07.27
160	发行人	笔(AGPA0301)	ZL201030691703.6	2011.06.22
161	发行人	笔(AGP15701)	ZL201030703825.2	2011.07.20
162	发行人	笔(AFP60405)	ZL201130008667.3	2011.07.27
163	发行人	笔(AFP69302)	ZL201130008663.5	2011.08.31
164	发行人	笔(AGPA0401)	ZL201130008668.8	2011.08.10
165	发行人	笔(AGPA0501)	ZL201130008666.9	2011.07.27
166	发行人	铅芯盒(ASL36401)	ZL201130011797.2	2011.08.03
167	发行人	笔芯盒(ADJ02006)	ZL201130011796.8	2011.07.27
168	发行人	笔芯盒(ADJ02007)	ZL201130011795.3	2011.07.20
169	发行人	笔芯盒(ADJ02008)	ZL201130011792.X	2011.07.27
170	发行人	修正液(ACF71701)	ZL201130011793.4	2011.08.03
171	发行人	笔(ABP20110)	ZL201130012320.6	2011.07.20
172	发行人	笔(ABP81202)	ZL201130012319.3	2011.07.20
173	发行人	铅芯盒(ASL36501)	ZL201130012316.X	2011.07.20
174	发行人	笔(ABP82701)	ZL201130024664.9	2011.08.31
175	发行人	笔(AGPA0701)	ZL201130024665.3	2011.08.31
176	发行人	笔(AGP83001)	ZL201130035094.3	2011.08.31
177	发行人	笔(ABP20111)	ZL201130058869.9	2011.08.31
178	发行人	笔(ABP20112)	ZL201130058873.5	2011.08.31
179	发行人	笔(ABP81203)	ZL201130058868.4	2011.08.31

180	发行人	修正液(ACF71601)	ZL201030688732.7	2011.10.26
181	发行人	笔(AGPA0201)	ZL201130008664.X	2011.10.26
182	发行人	笔(ABP86106)	ZL201130046612.1	2011.10.26
183	发行人	笔(AGPA0801)	ZL201130046603.2	2011.10.26
184	发行人	笔(AFP68001)	ZL201130048991.8	2011.10.26
185	发行人	笔(AGPA0601)	ZL201130048989.0	2011.10.26
186	发行人	笔(ABP85904)	ZL201130065941.0	2011.10.26
187	发行人	笔(ABP85905)	ZL201130065940.6	2011.10.26
188	发行人	笔(AKP69102)	ZL201130065939.3	2011.10.26
189	发行人	笔(AGPA1001)	ZL201130082511.X	2011.10.26
190	发行人	笔(AGPA1002)	ZL201130082506.9	2011.10.26
191	发行人	笔(AMP84008)	ZL201130082503.5	2011.10.26
192	发行人	笔(AGPA1301)	ZL201130108380.8	2011.10.26
193	发行人	笔(ABPH0201)	ZL201130108382.7	2011.10.26
194	发行人	笔(ABPA1101)	ZL201130133719.X	2011.10.26
195	发行人	笔(AGP87903)	ZL201130133717.0	2011.10.26
196	发行人	笔筒(ADJ02009)	ZL201130011794.9	2011.09.21
197	发行人	笔(AGP67502)	ZL201130046605.1	2011.09.21
198	发行人	笔(AGP67503)	ZL201130046611.7	2011.09.21
199	发行人	笔(AGP80212)	ZL201130058870.1	2011.09.21
200	发行人	笔(ABP89009)	ZL201130058874.X	2011.09.21
201	发行人	笔(AKPA0901)	ZL201130065938.9	2011.09.21
202	发行人	笔(AGP80211)	ZL201130082504.X	2011.09.21
203	发行人	笔(ABP60506)	ZL201130082507.3	2011.09.21
204	发行人	笔(ABP01514)	ZL201130082508.8	2011.09.21
205	发行人	笔(AGP80210)	ZL201130082512.4	2011.09.21
206	发行人	笔筒(ACP44302)	ZL201130186098.1	2011.11.30

207	发行人	笔(AGP85703)	ZL201130082505.4	2011.11.30
208	发行人	笔(ASP24601)	ZL201130121361.9	2011.11.30
209	发行人	笔(AMP89602)	ZL201130218395.X	2011.11.30
210	发行人	笔(AMP36901)	ZL201130186100.5	2011.11.30
211	发行人	笔筒(ACP44301)	ZL201130186099.6	2011.11.30
212	发行人	笔(ABP82401)	ZL201130176020.1	2011.11.30
213	发行人	笔(AMP35601)	ZL201130186093.9	2011.11.30
214	发行人	笔(AMP36601)	ZL201130035100.5	2011.12.28
215	发行人	笔(AMPH0401)	ZL201130264483.3	2011.12.28
216	发行人	笔(AGPA1401)	ZL201130264464.0	2011.12.28
217	发行人	笔(ABP89601)	ZL201130218388.X	2011.12.28
218	发行人	笔(AGPA1701)	ZL201130264467.4	2011.12.28
219	发行人	笔(ABPA1901)	ZL201130264465.5	2011.12.28
220	发行人	装饰品(魔法瓶挂件)	ZL200730079299.5	2008.06.18
221	发行人	笔(AGP66905)	ZL201130167133.5	2012.01.11
222	发行人	笔(ABP86802)	ZL201130189558.6	2012.04.18
223	发行人	笔(ARP50801)	ZL201130218400.7	2012.03.07
224	发行人	笔(AMP36701)	ZL201130218394.5	2012.01.11
225	发行人	笔(AGPA1501)	ZL201130246565.5	2012.02.01
226	发行人	笔(AGP89406)	ZL201130246575.9	2012.02.01
227	发行人	修正带(ACT53201)	ZL201130246561.7	2012.02.01
228	发行人	笔(AHM22504)	ZL201130246571.0	2012.02.01
229	发行人	笔(AGPA1801)	ZL201130271925.7	2012.01.04
230	发行人	笔(AGPA2401)	ZL201130284052.3	2012.04.18
231	发行人	笔(AGPA2101)	ZL201130284053.8	2012.04.18
232	发行人	笔(AGPA2001)	ZL201130284050.4	2012.04.18
233	发行人	笔(AGP80213)	ZL201130284056.1	2012.04.18

234	发行人	笔(AGP80214)	ZL201130284048.7	2012.04.18
235	发行人	笔(AMP85906)	ZL201130289810.0	2012.04.18
236	发行人	笔(AGPA2701)	ZL201130311112.6	2012.02.01
237	发行人	笔(AGPA2801)	ZL201130311114.5	2012.05.30
238	发行人	笔(AGPA2901)	ZL201130311120.0	2012.03.07
239	发行人	笔(AGPA2902)	ZL201130311117.9	2012.02.01
240	发行人	笔(ABP60507)	ZL201130332740.2	2012.03.07
241	发行人	笔(AMP84009)	ZL201130332739.X	2012.03.07
242	发行人	笔(ABP84010)	ZL201130332738.5	2012.03.07
243	发行人	笔(ABP81703)	ZL201130332737.0	2012.02.29
244	发行人	笔(AGPH0701)	ZL201130332742.1	2012.02.29
245	发行人	笔(AGPA2601)	ZL201130332724.3	2012.03.14
246	发行人	笔(AGPA3001)	ZL201130332736.6	2012.02.29
247	发行人	笔(AGPA2002)	ZL201130345878.6	2012.04.18
248	发行人	笔(AGPA2201)	ZL201130345874.8	2012.02.29
249	发行人	笔(AMP37101)	ZL201130361976.9	2012.02.29
250	发行人	笔(AGPA2301)	ZL201130361964.6	2012.02.29
251	发行人	笔(AGP17514)	ZL201130361977.3	2012.04.18
252	发行人	笔(AGP88302)	ZL201130376296.4	2012.05.30
253	发行人	笔(AGPA2501)	ZL201130390822.2	2012.05.30
254	发行人	笔(AGPA3301)	ZL201130390826.0	2012.05.30
255	发行人	笔(ABPH0601)	ZL201130390821.8	2012.05.30
256	发行人	笔(AGPH0901)	ZL201130390820.3	2012.05.30
257	发行人	笔(AGPA3401)	ZL201130426385.5	2012.05.30
258	发行人	笔(AGPH0501)	ZL201130429421.3	2012.05.30
259	发行人	笔(AGPA3201)	ZL201130485030.3	2012.05.30
260	发行人	笔(AHM24901)	ZL201130497463.0	2012.05.30

261	发行人	铅芯盒(ASL37601)	ZL201130485031.8	2012.05.30
262	发行人	笔(AWM24801)	ZL201130485032.2	2012.05.30
263	发行人	笔（AGP66906）	ZL201130376272.9	2012.07.04
264	发行人	铅芯盒（ASL37001）	ZL201130462489.1	2012.07.04
265	发行人	修正带（ACT53301）	ZL201130462506.1	2012.07.18
266	发行人	笔（AGPA1601）	ZL201230001522.5	2012.07.04
267	发行人	笔（AGPA3501）	ZL201230001530.X	2012.10.03
268	发行人	笔（AGPH1001）	ZL201230001524.4	2012.07.04
269	发行人	修正带（ACT53401）	ZL201230001528.2	2012.07.18
270	发行人	铅芯盒（ASL37501）	ZL201230001529.7	2012.07.18
271	发行人	台笔（AGPH1101）	ZL201230031091.7	2012.08.22
272	发行人	笔（AHM24701）	ZL201230031075.8	2012.08.22
273	发行人	笔（AGPH1201）	ZL201230039630.1	2012.07.18
274	发行人	笔（AGPA3601）	ZL201230039689.0	2012.07.18
275	发行人	笔（AGP16315）	ZL201230039639.2	2012.07.18
276	发行人	修正液（ACF72101）	ZL201230044348.2	2012.07.18
277	发行人	笔（AGP10803）	ZL201230044355.2	2012.07.18
278	发行人	笔（ABP87511）	ZL201230048096.0	2012.10.03
279	发行人	笔（ABP87512）	ZL201230048100.3	2012.10.03
280	发行人	笔（AGPA3701）	ZL201230048097.5	2012.07.18
281	发行人	笔（AGPA3801）	ZL201230051536.8	2012.07.18
282	发行人	笔（AMP37801）	ZL201230048099.4	2012.07.18
283	发行人	笔（AGP80215）	ZL201230065274.0	2012.10.03
284	发行人	笔（ABP81704）	ZL201230073286.8	2012.08.22
285	发行人	笔（AGP16316）	ZL201230073298.0	2012.10.03
286	发行人	笔（AGP69002）	ZL201230073327.3	2012.10.03
287	发行人	笔（AGPA2602）	ZL201230073283.4	2012.10.03

288	发行人	笔（AMP87513）	ZL201230073326.9	2012.10.03
289	发行人	铅芯盒（ASL36006）	ZL201230073316.5	2012.10.03
290	发行人	笔（ABP89107）	ZL201230073364.4	2012.10.03
291	发行人	笔（AGP69003）	ZL201230106408.9	2012.09.05
292	发行人	笔（AMP84013）	ZL201230106400.2	2012.08.22
293	发行人	笔（AHM25001）	ZL201230106413.X	2012.08.22
294	发行人	笔（ARP50901）	ZL201230106405.5	2012.08.22
295	发行人	笔（AGP63102）	ZL201230132689.5	2012.10.03
296	发行人	按动中性笔（AGPH1301）	ZL201230187478.1	2012.11.14
297	发行人	按动中性笔（AGPH1401）	ZL201230187476.2	2012.11.14
298	发行人	铅芯盒（ASL37901）	ZL201230187327.6	2012.11.14
299	发行人	修正液（ACF72201）	ZL201230195644.2	2012.11.14
300	发行人	笔（AGPA4201）	ZL201230262033.5	2012.11.14
301	发行人	金属笔（AGPA4401）	ZL201230286685.2	2012.11.14
302	发行人	修正带（ACT53601）	ZL201230295594.5	2013.01.02
303	发行人	笔（AGPA4101）	ZL201230295593.0	2013.01.02
304	发行人	荧光笔（AHM25101）	ZL201230295592.6	2013.01.02
305	发行人	笔（AGPA3901）	ZL201230247680.9	2013.01.02
306	发行人	笔（AGPA4001）	ZL201230132690.8	2013.01.30
307	发行人	笔（ABP81205）	ZL201230106415.9	2013.01.02
308	发行人	修正液（ACF72301）	ZL201230313901.8	2013.01.02
309	发行人	笔（AGPA4501）	ZL201230326407.5	2013.01.02
310	发行人	笔（AGPA4301）	ZL201230326403.7	2013.01.02
311	发行人	修正液（ACF72601）	ZL201230425254.X	2013.01.02
312	发行人	笔（ARP50702）	ZL201230431357.7	2013.01.02
313	发行人	笔（AMP38101）	ZL201230432009.1	2013.01.02
314	发行人	修正液（ACF72401）	ZL201230423069.7	2013.01.30

315	发行人	笔（AGPA4801）	ZL201230384197.5	2013.01.30
316	发行人	铅芯盒（ASL38001）	ZL201230371551.0	2013.01.30
317	发行人	笔（AGPA4601）	ZL201230361913.8	2013.01.30
318	发行人	笔（AGP19803）	ZL201230326394.1	2013.01.30
319	发行人	修正带（ACT53501）	ZL201230313892.2	2013.01.02
320	发行人	笔（AGP10804）	201230440350.1	2013.03.20
321	发行人	修正液（ACF72501）	201230440366.2	2013.03.20
322	发行人	笔（ABP84018）	201230467843.4	2013.04.03
323	发行人	笔（AGP69005）	201230468801.2	2013.05.08
324	发行人	笔（AGP69004）	201230468732.5	2013.03.20
325	发行人	笔（AMPH0403）	201230468278.3	2013.04.03
326	发行人	笔（AMPH0404）	201230469343.4	2013.04.03
327	发行人	笔（AGPA0103）	201230469231.9	2013.04.03
328	发行人	笔（AGP68405）	201230471286.3	2013.04.03
329	发行人	笔（AGP68406）	201230471448.3	2013.04.03
330	发行人	笔（AGPA1802）	201230471515.1	2013.03.20
331	发行人	笔（AGP66907）	201230473060.7	2013.03.20
332	发行人	笔（AMP33307）	201230474810.2	2013.03.20
333	发行人	笔（ABP87515）	201230474814.0	2013.03.20
334	发行人	笔（ABPH0101）	201230483021.5	2013.03.20
335	发行人	笔（AMPH0102）	201230483063.9	2013.03.20
336	发行人	笔（ABPH0602）	201230483223.X	2013.03.20
337	发行人	笔（ABPH0603）	201230483240.3	2013.03.20
338	发行人	笔（AGP16318）	201230483317.7	2013.03.20
339	发行人	笔（AMP33701）	201230483845.2	2013.03.20
340	发行人	笔（ABP87516）	201230483673.9	2013.03.20
341	发行人	修正液（ACF72701）	201230483842.9	2013.03.20

342	发行人	笔（AMP38201）	201230503167.1	2013.03.20
343	发行人	笔（AGPA5101）	201230503378.5	2013.03.20
344	发行人	铅芯盒（ASL37401）	201230503154.4	2013.04.03
345	发行人	笔（AGPH1801）	201230523448.3	2013.04.03
346	发行人	笔（AGP17519）	201230523580.4	2013.04.03
347	发行人	笔（AMP86109）	201230523613.5	2013.05.08
348	发行人	笔（AGPA0502）	201230550768.8	2013.04.03
349	发行人	笔（AGPA5001）	201230552323.3	2013.05.08
350	发行人	笔（AGPA1803）	201230551835.8	2013.04.03
351	发行人	笔（AGPA5301）	201230579443.2	2013.04.03
352	发行人	笔（AMP38501）	201230592664.3	2013.04.03
353	发行人	笔（AGPA4701）	201330025639.1	2013.05.08
354	发行人	笔（AGP12105）	201330025226.3	2013.05.08
355	发行人	笔（AGPA0202）	201330025277.6	2013.05.08
356	发行人	修正带（ACT53901）	201330053016.5	2013.07.10
357	发行人	修正带（ACT53801）	201330070101.2	2013.08.14
358	发行人	笔（AFPM0101）	201330093559.X	2013.08.14
359	发行人	笔（AGP66908）	201330093600.3	2013.04.01
360	发行人	修正带（ACT51405）	201330093681.7	2013.08.14
361	发行人	笔（AGPA5701）	201330101858.3	2013.11.06
362	发行人	笔（AGPA5801）	201330101966.0	2013.08.14
363	发行人	笔（AGPA5901）	201330101975.X	2013.09.11
364	发行人	笔（AGPA5501）	201330102048.X	2013.09.11
365	发行人	笔（AGPA5502）	201330102140.6	2013.08.14
366	发行人	笔（AGPA5601）	201330102190.4	2013.08.14
367	发行人	笔（AGP20116）	201330153302.9	2013.09.25
368	发行人	笔（AGPA1703）	201330153334.9	2013.09.11

369	发行人	笔（AMP33308）	201330153421.4	2013.09.11
370	发行人	笔（AGP87518）	201330153672.2	2013.09.11
371	发行人	笔（AGPA3106）	201330153609.9	2013.09.11
372	发行人	笔（AGP68407）	201330156579.7	2013.09.25
373	发行人	修正液（ACF72601）	201330156718.6	2013.09.25
374	发行人	笔（AGPA2904）	201330190521.4	2013.09.25
375	发行人	笔（AGPA2905）	201330191465.6	2013.09.25
376	发行人	笔（AGPA6001）	201330192644.1	2013.09.25
377	发行人	笔（SGPA4302）	201330192739.3	2013.09.25
378	发行人	笔（APM25601）	201330233776.4	2013.09.25
379	发行人	笔（AHM21205）	201330233961.3	2013.09.25
380	发行人	墨水瓶（ADJ29114）	201330234317.8	2013.11.06
381	发行人	笔（AGP66006）	201330319036.2	2013.12.18
382	发行人	笔（AHM25401）	201330319125.7	2013.12.18
383	发行人	笔（AWB25501）	201330319936.7	2013.12.18
384	发行人	笔（AGPA5401）	201330347386.X	2013.12.18
385	发行人	铅芯盒（ASL38701）	201330347280.X	2013.12.18
386	发行人	笔（AMP38401）	201330346594.8	2013.12.18
387	发行人	笔（AWB25701）	201330362784.9	2013.12.18
388	发行人	笔（AGPA6401）	201330362016.3	2013.12.18
389	发行人	铅芯盒（SSL38601）	201330070160.X	2014.04.02
390	发行人	笔（ABPH2101）	201330234138.4	2014.01.15
391	发行人	笔（AHM25301）	201330346398.0	2014.01.15
392	发行人	笔（AGPA6101）	201330362298.7	2014.01.15
393	发行人	笔（AMP87519）	201330371834.X	2014.01.15
394	发行人	笔（AGPA6201）	201330396937.1	2014.01.15
395	发行人	笔（AGPH2301）	201330404069.7	2014.01.15

396	发行人	修正液（ACF72901）	201330408160.6	2014.01.15
397	发行人	笔（AGPA2301）	201330416652.X	2014.02.26
398	发行人	笔（AGP15003）	201330432856.2	2014.02.26
399	发行人	笔（AFPM0301）	201330432328.7	2014.04.02
400	发行人	笔（AGP18215）	201330443242.4	2014.04.02
401	发行人	笔（AGPA6801）	201330443340.8	2014.04.02
402	发行人	笔（AGPA6802）	201330443902.9	2014.04.02
403	发行人	笔（AGPA6901）	201330443733.9	2014.02.26
404	发行人	笔筒（ADJ02013）	201330443923.0	2014.02.26
405	发行人	笔（AGP81401）	201330443994.0	2014.01.15
406	发行人	笔（AMP38801）	201330443774.8	2014.01.15
407	发行人	笔（AGP63703）	201330443726.9	2014.02.26
408	发行人	笔（AGPA6601）	201330445495.5	2014.02.26
409	发行人	钢笔（AFPM0201）	201330445437.2	2014.02.26
410	发行人	笔（AGPA6301）	201330445548.3	2014.02.26
411	发行人	笔（AGPA6501）	201330445134.0	2014.02.26
412	发行人	笔（AGP18809）	201330445041.8	2014.02.26
413	发行人	笔（AGPH2001）	201330451100.2	2014.01.15
414	发行人	笔（AGPA6701）	201330451461.7	2014.04.02
415	发行人	笔架（ADJ22001）	201330549345.9	2014.04.02
416	发行人	笔（AGPH2201）	201330233761.8	2014.06.11
417	发行人	笔（AGPA7801）	201430026780.8	2014.07.09
418	发行人	笔（AGPA7901）	201430026954.0	2014.07.09
419	发行人	笔（AKPH0502）	201430026887.2	2014.07.09
420	发行人	笔（AMP38901）	201430027197.9	2014.07.09
421	发行人	笔（AGPA7001）	201430030094.8	2014.07.09
422	发行人	笔（AGPH1501）	201430030216.3	2014.08.13

423	发行人	笔架（ADJ22004）	201430085024.2	2014.08.13
424	发行人	笔（AGPA8301）	201430085273.1	2014.08.13
425	发行人	笔盘（ADJ11001）	201430084125.8	2014.09.24
426	发行人	双头记号笔（APM25801）	201430128756.5	2014.09.24
427	发行人	记号笔（APM25901）	201430129928.0	2014.09.24
428	发行人	修正带（ACT54001）	201430129325.0	2014.09.24
429	发行人	笔（AGPA7701）	201430129948.8	2014.09.24
430	发行人	笔（AFPM0401）	201430130179.3	2014.09.24
431	发行人	笔（AGPA1705）	201430130187.8	2014.09.24
432	发行人	笔（ABP20105）	201430129918.7	2014.09.24
433	发行人	笔（AGPA7101）	201430148900.1	2014.09.24
434	发行人	笔（AGPA7301）	201430149130.2	2014.09.24
435	发行人	铅芯管（ASL39101）	201430150091.8	2014.09.24

（4）境外专利

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请国家/地区	专利登记日	有效期
1	发行人	PEN（中文名：笔）	US D535,694 S	外观设计	美国	2007.01.23	14年
2	发行人	PEN（中文名：笔）	US D535,695 S	外观设计	美国	2007.01.23	14年
3	发行人	PENS（中文名：笔）	001657362-0003	外观设计	欧盟	2010.01.15	5年
4	发行人	PENS（中文名：笔）	001676610-0001	外观设计	欧盟	2010.03.02	5年

4、著作权

截至本招股说明书签署日，本公司共拥有 164 项著作权，具体情况如下表所示：

序号	著作权人	名称	证书号	登记日期
1	发行人	豌豆部落	09-2009-F-966	2009.08.03
2	发行人	童话乐园之二	09-2010-F-006	2010.01.07
3	发行人	童话乐园之一	09-2010-F-005	2010.01.07

4	发行人	童话世界之二	09-2010-F-004	2010.01.07
5	发行人	童话世界之一	09-2010-F-003	2010.01.07
6	发行人	童话国度之一	09-2010-F-001	2010.01.07
7	发行人	童话国度之二	09-2010-F-002	2010.01.07
8	发行人	品尚	09-2010-F-149	2010.02.02
9	发行人	黑骑士	09-2010-F-145	2010.02.02
10	发行人	劲翔	09-2010-F-147	2010.02.02
11	发行人	carina	09-2010-F-148	2010.02.02
12	发行人	劲沁	09-2010-F-144	2010.02.02
13	发行人	绚丽中性	09-2010-F-151	2010.02.02
14	发行人	彩动	09-2010-F-150	2010.02.02
15	发行人	迈腾	09-2010-F-146	2010.02.02
16	发行人	卡布一	09-2010-F-303	2010.03.16
17	发行人	骏逸	09-2010-F-311	2010.03.16
18	发行人	CONQUER	09-2010-F-306	2010.03.16
19	发行人	雅皮	09-2010-F-301	2010.03.16
20	发行人	CREASY	09-2010-F-307	2010.03.16
21	发行人	奎特	09-2010-F-312	2010.03.16
22	发行人	速腾	09-2010-F-302	2010.03.16
23	发行人	按动超人型	09-2010-F-308	2010.03.16
24	发行人	锐驰	09-2010-F-314	2010.03.16
25	发行人	醇美	09-2010-F-300	2010.03.16
26	发行人	DR.CLEAN	09-2010-F-305	2010.03.16
27	发行人	彩色修正带	09-2010-F-299	2010.03.16
28	发行人	火箭 时尚新动力	09-2010-F-309	2010.03.16
29	发行人	灵珑	09-2010-F-313	2009.09.16
30	发行人	哈赛呦	09-2010-F-304	2010.03.16
31	发行人	动力中性	09-2010-F-310	2010.03.16
32	发行人	草莓娃娃	09-2010-F-844	2010.06.29

33	发行人	LOVE YOU	09-2010-F-850	2010.06.29
34	发行人	孔庙祈福	09-2010-F-849	2010.06.29
35	发行人	COCOJA	09-2010-F-848	2010.06.29
36	发行人	纯爱	09-2010-F-847	2010.06.29
37	发行人	ARITICLE	09-2010-F-846	2010.06.29
38	发行人	小鸡快跑	09-2010-F-845	2010.06.29
39	发行人	TEA TREE 橡皮（一）	09-2010-F-1639	2010.10.26
40	发行人	TEA TREE 橡皮（二）	09-2010-F-1640	2010.10.26
41	发行人	经典布纹系列一（蓝色）	09-2010-F-1945	2010.12.10
42	发行人	经典布纹系列二（红色）	09-2010-F-1944	2010.12.10
43	发行人	经典布纹系列三（灰色）	09-2010-F-1949	2010.12.10
44	发行人	经典布纹系列四（咖啡色）	09-2010-F-1946	2010.12.10
45	发行人	完美计划 100 天系列一 （蓝+绿色）	09-2010-F-1948	2010.12.10
46	发行人	完美计划 100 天系列二 （红+黑色）	09-2010-F-1939	2010.12.10
47	发行人	完美计划 100 天系列三 （蓝+黄色）	09-2010-F-1938	2010.12.10
48	发行人	完美计划 100 天系列四 （黑+蓝色）	09-2010-F-1947	2010.12.10
49	发行人	彩色心情一（蓝色）	09-2010-F-1943	2010.12.10
50	发行人	彩色心情二（粉红色）	09-2010-F-1942	2010.12.10
51	发行人	彩色心情三（绿色）	09-2010-F-1941	2010.12.10
52	发行人	彩色心情四（桔黄色）	09-2010-F-1940	2010.12.10
53	发行人	三角笔套橡皮	09-2010-F- 2074	2010.12.15
54	发行人	积木橡皮	09-2010-F- 2073	2010.12.21
55	发行人	五角多功能橡皮	09-2010-F- 2072	2010.12.21
56	发行人	血型橡皮	09-2010-F- 2071	2010.12.21
57	发行人	Cocoja	09-2010-F- 2070	2010.12.21
58	发行人	优客	09-2011-F- 0292	2011.02.22
59	发行人	药丸宝贝	09-2011-F- 0293	2011.02.22
60	发行人	钢韵	09-2011-F- 0294	2011.02.22

61	发行人	非主流	09-2011-F- 0295	2011.02.22
62	发行人	大爱骷髅	09-2011-F- 0296	2011.02.22
63	发行人	晨光优品	09-2011-F- 1286	2011.06.27
64	发行人	疯狂的小鸟（一）	09-2011-F- 1287	2011.06.27
65	发行人	疯狂的小鸟（二）	09-2011-F- 1288	2011.06.27
66	发行人	蘑菇森林	09-2011-F- 1769	2011.09.19
67	发行人	蘑菇森林 1	09-2011-F- 1770	2011.09.19
68	发行人	蘑菇森林 2	09-2011-F- 1771	2011.09.19
69	发行人	蘑菇森林 3	09-2011-F- 1772	2011.09.16
70	发行人	蘑菇森林 4	09-2011-F- 1773	2011.09.16
71	发行人	蘑菇森林 5	09-2011-F- 1774	2011.09.16
72	发行人	蘑菇森林 6	09-2011-F- 1775	2011.09.16
73	发行人	趣味园	09-2011-F- 1776	2011.09.16
74	发行人	趣味园 1	09-2011-F- 1777	2011.09.19
75	发行人	趣味园 2	09-2011-F- 1778	2011.09.19
76	发行人	趣味园 3	09-2011-F- 1779	2011.09.19
77	发行人	趣味园 4	09-2011-F- 1780	2011.09.19
78	发行人	M&G 晨光文具 001	09-2009-F- 1177	2009.10.22
79	发行人	M&G 晨光文具 002	09-2009-F- 1178	2009.10.22
80	发行人	生活元素	09-2011-F- 2137	2011.12.26
81	发行人	秘密花园	09-2011-F- 1939	2011.11.17
82	发行人	易捏型	沪作登字 -2012-F-00001343 号	2012.05.16
83	发行人	晨光生活馆 3	沪作登字 -2012-F-00029581 号	2012.08.15
84	发行人	环保新语 1	沪作登字 -2012-F-00032785 号	2012.08.24
85	发行人	环保新语 2	沪作登字 -2012-F-00032786 号	2012.08.24
86	发行人	环保新语 3	沪作登字 -2012-F-00032787 号	2012.08.24
87	发行人	环保新语 4	沪作登字 -2012-F-00032788 号	2012.08.24

88	发行人	晨光生活馆 1	沪作登字 -2012-F-00032789 号	2012.08.24
89	发行人	晨光生活馆 2	沪作登字 -2012-F-00032790 号	2012.08.24
90	发行人	清新四季	沪作登字 -2012-F-00032791 号	2012.08.24
91	发行人	海洋风	沪作登字 -2012-F-00032792 号	2012.08.24
92	发行人	巴黎之雾	沪作登字 -2012-F-00032793 号	2012.08.24
93	发行人	绘时光	沪作登字 -2012-F-00032794 号	2012.08.24
94	发行人	心心相撞	沪作登字 -2013-F-00070670 号	2013.01.05
95	发行人	蜜糖派	沪作登字 -2013-F-00070671 号	2013.01.05
96	发行人	糖果主义	沪作登字 -2013-F-00070672 号	2013.01.05
97	发行人	邮寄时光	沪作登字 -2013-F-00070673 号	2013.01.05
98	发行人	爱情海	沪作登字 -2013-F-00070674 号	2013.01.05
99	发行人	恶魔系列	沪作登字 -2013-F-00070675 号	2013.01.05
100	发行人	加油喵喵	沪作登字 -2013-F-00070676 号	2013.01.05
101	发行人	玩味胡子 1	沪作登字 -2013-F-00101468 号	2013.08.30
102	发行人	玩味胡子 2	沪作登字 -2013-F-00101469 号	2013.08.30
103	发行人	萤之光	沪作登字 -2013-F-00101470 号	2013.08.30
104	发行人	学生毛笔	沪作登字 -2013-F-00101471 号	2013.08.30
105	发行人	乐活二十四节气	沪作登字 -2013-F-00101472 号	2013.08.30
106	发行人	皇冠系列	沪作登字 -2013-F-00101473 号	2013.08.30
107	发行人	素纹控	沪作登字 -2013-F-00101474 号	2013.08.30
108	发行人	小狐希里 1	沪作登字 -2013-F-00101475 号	2013.08.30

109	发行人	小狐希里 2	沪作登字 -2013-F-00101476 号	2013.08.30
110	发行人	小狐希里 3	沪作登字 -2013-F-00101477 号	2013.08.30
111	晨光科力普	科力普	沪作登字 -2013-F-00070677 号	2013.01.05
112	晨光科力普	宣传语 001	沪作登字 -2014-F-00191799 号	2014.05.05
113	发行人	童话	沪作登字 -2014-F-00191798 号	2014.05.05
114	发行人	初色	沪作登字 -2014-F-00191797 号	2014.05.05
115	发行人	珍品	沪作登字 -2014-F-00191796 号	2014.05.05
116	发行人	哈噜的畅想（一）	沪作登字 -2014-F-00208347 号	2014.07.30
117	发行人	哈噜的畅想（二）	沪作登字 -2014-F-00208348 号	2014.07.30
118	发行人	哈噜的畅想（三）	沪作登字 -2014-F-00208349 号	2014.07.30
119	发行人	哈噜的畅想（四）	沪作登字 -2014-F-00208385 号	2014.07.30
120	发行人	哈噜的畅想（五）	沪作登字 -2014-F-00208339 号	2014.07.30
121	发行人	手指书法作品 1	沪作登字 -2014-F-00208340 号	2014.07.30
122	发行人	手指书法作品 2	沪作登字 -2014-F-00208341 号	2014.07.30
123	发行人	手指书法作品 3	沪作登字 -2014-F-00208354 号	2014.07.30
124	发行人	手指书法作品 4	沪作登字 -2014-F-00208355 号	2014.07.30
125	发行人	手指书法作品 5	沪作登字 -2014-F-00208356 号	2014.07.30
126	发行人	手指书法作品 6	沪作登字 -2014-F-00208357 号	2014.07.30
127	发行人	手指书法作品 7	沪作登字 -2014-F-00208358 号	2014.07.30
128	发行人	手指书法作品 8	沪作登字 -2014-F-00208359 号	2014.07.30
129	发行人	手指书法作品 9	沪作登字 -2014-F-00208350 号	2014.07.30

130	发行人	手指书法作品 10	沪作登字 -2014-F-00208351 号	2014.07.30
131	发行人	手指书法作品 11	沪作登字 -2014-F-00208352 号	2014.07.30
132	发行人	手指书法作品 12	沪作登字 -2014-F-00208353 号	2014.07.30
133	发行人	指纹画 1	沪作登字 -2014-F-00208342 号	2014.07.30
134	发行人	指纹画 2	沪作登字 -2014-F-00208343 号	2014.07.30
135	发行人	指纹画 3	沪作登字 -2014-F-00208344 号	2014.07.30
136	发行人	指纹画 4	沪作登字 -2014-F-00208377 号	2014.07.30
137	发行人	指纹画 5	沪作登字 -2014-F-00208380 号	2014.07.30
138	发行人	指纹画 6	沪作登字 -2014-F-00208381 号	2014.07.30
139	发行人	指纹画 7	沪作登字 -2014-F-00208382 号	2014.07.30
140	发行人	指纹画 8	沪作登字 -2014-F-00208383 号	2014.07.30
141	发行人	指纹画 9	沪作登字 -2014-F-00208384 号	2014.07.30
142	发行人	指纹画 10	沪作登字 -2014-F-00208346 号	2014.07.30
143	发行人	指纹画 11	沪作登字 -2014-F-00208345 号	2014.07.30
144	发行人	指纹画 12	沪作登字 -2014-F-00208374 号	2014.07.30
145	发行人	指纹画 13	沪作登字 -2014-F-00208375 号	2014.07.30
146	发行人	指纹画 14	沪作登字 -2014-F-00208376 号	2014.07.30
147	发行人	指纹画 15	沪作登字 -2014-F-00208378 号	2014.07.30
148	发行人	指纹画 16	沪作登字 -2014-F-00208379 号	2014.07.30
149	发行人	指纹画 17	沪作登字 -2014-F-00208369 号	2014.07.30
150	发行人	指纹画 18	沪作登字 -2014-F-00208370 号	2014.07.30

151	发行人	指纹画 19	沪作登字 -2014-F-00208371 号	2014.07.30
152	发行人	指纹画 20	沪作登字 -2014-F-00208372 号	2014.07.30
153	发行人	指纹画 21	沪作登字 -2014-F-00208373 号	2014.07.30
154	发行人	指纹画 22	沪作登字 -2014-F-00208364 号	2014.07.30
155	发行人	指纹画 23	沪作登字 -2014-F-00208365 号	2014.07.30
156	发行人	指纹画 24	沪作登字 -2014-F-00208366 号	2014.07.30
157	发行人	指纹画 25	沪作登字 -2014-F-00208367 号	2014.07.30
158	发行人	指纹画 26	沪作登字 -2014-F-00208368 号	2014.07.30
159	发行人	指纹画 27	沪作登字 -2014-F-00208360 号	2014.07.30
160	发行人	指纹画 28	沪作登字 -2014-F-00208361 号	2014.07.30
161	发行人	指纹画 29	沪作登字 -2014-F-00208362 号	2014.07.30
162	发行人	指纹画 30	沪作登字 -2014-F-00208363 号	2014.07.30
163	发行人	集客兔子	沪作登字 -2014-F-00265655 号	2014.09.28
164	发行人	宣传语 002	沪作登字 -2014-F-00265656 号	2014.09.28

5、发行人允许他人使用及被许可使用他人资产的情况

（1）发行人允许他人使用资产的情况

发行人与所有的一级经销商签署了《商号授权许可协议》，允许一级经销商及其下游的二、三级经销商在合作有效期内无偿使用晨光文具商号标识在其企业名称、牌匾、招牌、广告、对外宣传资料中。

发行人与所有的晨光文具样板店签署了《协议书》，允许样板店在合作有效期内无偿使用晨光文具商号标识。

发行人全资子公司晨光礼品与所有的晨光文具加盟店签署了《特许加盟合同》，许可加盟店在合作有效期内无偿使用晨光文具商号标识。

（2）发行人被许可使用他人资产的情况

发行人与 Mercis bv、毕加索国际企业股份有限公司等企业签署了相关的授权合作协议。截至本招股说明书签署之日，发行人拥有如下形象标识及商标方面的特许经营权，主要情况如下表：

序号	特许方	特许标的	授权许可期限	使用区域	授权使用产品	许可形式
1	Mercis bv	形象标识：  [注]	2014 年 1 月 1 日 -2019 年 3 月 31 日	中国大陸地区	书写及修改用文具：圆珠笔、中性墨水笔、自动铅笔、笔芯、笔、油画笔、水彩笔、修正液、修正带、尺和橡皮	独家授权
2	Mercis bv	形象标识：  [注]	2014 年 1 月 1 日 -2019 年 3 月 31 日	中国大陸地区	1) 笔记本、便笺本、贴纸、书签、折纸、利是封和图画本； 2) 学生用袋及盒：文具袋，铅笔盒和书包	非独家授权
3	Mercis bv	形象标识：  [注]	2012 年 05 月 01 日 -2016 年 04 月 30 日	新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾、印度尼西亚、越南	1) 书写工具，如：圆珠笔、水彩笔、中性笔、自动铅笔、钢笔、笔芯、油画棒； 2) 修正文具，如：修正液、修正带； 3) 书写配件，如：尺、橡皮、胶水； 4) 文具包、铅笔盒	独占许可
4	上海韩丽文化传播有限公司	形象标识： 	2014 年 10 月 1 日 -2017 年 9 月 30 日	中华人民共和国境内（不含港、澳、台地区）	圆规、尺、固体胶、液体胶、白胶、修正带、修正液、修正贴、书立、白板、书签、折纸、学生书包、剪刀、油画棒、中性笔、圆珠笔、钢笔、自动铅笔、铅笔、彩色铅笔、荧光笔、橡皮、文具盒、笔筒、储钱罐、美工刀、书写垫板、票夹、水彩笔、记号笔、白板笔、笔芯、铅芯、削笔机、卷笔刀、证件套、名片夹、书套、pp 文件夹、pp 资料册、水彩颜料、活页夹、水彩墨水、长尾夹、三针一钉、订书机、文具套装、印章、购物袋、学生本册、办公本册、报喜贴、清水粘泥、毛笔	商品授权

序号	特许方	特许标的	授权许可期限	使用区域	授权使用产品	许可形式
5	PEANUTS WORLDWIDE LLC(花生漫画公司)	商标:  等 27 项商 标(含正在续展及 正在注册的商标) 以及相关著作权	2011 年 12 月 1 日 -2017 年 3 月 31 日	中国	圆规、胶棒、胶水、涂改液、书档、书签、剪刀、油画棒、雕塑土、圆珠笔、自动铅笔、彩色铅笔、橡皮擦、笔座(用作笔筒)、书写垫板、笔(水彩笔、白板笔、中性笔)、铅笔芯、卷笔刀、胶纸座、文件夹、水彩颜料、推钉、纸夹、订书钉、图钉、计算器、橡皮图章、文具盒、笔记本、贴纸、尺子、涂改带(包括改正带)、白板、折纸、蜡笔、铅笔、荧光笔、笔盒、手持雕刻刀、发票夹、记号笔、笔芯、胶布、书套、活页、订书机、文具套装、印台、粘性标签纸、扣针徽章、书包(包括学生书包,与文具产品匹配)、背包(用作学生背包,与文具产品匹配)	非排他性许可
6	毕加索国际企业股份有限公司	商标:  畢加索	2013 年 8 月 1 日 -2018 年 8 月 13 日	中国大陸(不包含港、澳、台及其他国家)	学生笔袋、学生书包、笔记本(皮革制)、背包商品	除书包、背包为一般使用许可,其他为排他性许可
7	上海大者实业有限公司	商标: 	2013 年 8 月 1 日 -2018 年 8 月 13 日	中国大陸(不包含港、澳、台及其他国家)	绘画材料(油画棒、蜡笔、水彩笔、画笔、绘画产品、绘画颜料等)、书写工具(限定于彩绘毛笔、彩色铅笔、白板笔、荧光笔、记号笔等)、文具(修正带、涂改液、橡皮擦、文具盒、文件套等)、纸制品(绘图本、便笺簿、便条本、练习本、卡片、手册、剪贴簿、明信片、复写本、贺卡、包装纸等)	独占许可

注：该标识为基本图样，实践中，发行人将根据不同产品设计米菲标识，并经许可方确认。

六、发行人拥有的特许经营权情况

目前，发行人未拥有特许经营权。

七、发行人技术研发情况

公司一直以来重视技术研发，目前已自主掌握书写工具制造主要环节的各项技术，规模化应用于产品制造。在笔头与墨水匹配技术、自主模具开发技术等领域公司已处于行业领先地位。目前，公司研发机构已被认证为上海市制笔工程技术研究中心和上海市认定企业技术中心，并计划通过 3 年时间的改进与完善，将上海制笔工程技术研究中心升级成为国家级的制笔行业工程技术研究中心。

2010 年 12 月，公司被认定为国家高新技术企业。2013 年 11 月 19 日，公司再次被认定为国家高新技术企业。

（一）主要产品生产技术所处的阶段

本公司书写工具、学生文具、办公文具等主要产品相应的生产技术成熟、稳定，均处于大批量生产的阶段。

（二）公司核心技术与关键生产工艺

本公司拥有国内一流的书写工具、油画棒、修正带等产品生产线，制造技术和装备水平处于行业领先地位，尤其在笔头与墨水匹配、新型书写工具研发、自主模具开发等方面积累了多项核心技术与工艺，目前，公司拥有及使用的主要核心技术和工艺包括：

序号	技术或工艺名称	说明
1	圆珠笔笔头与墨水匹配技术	本公司是行业中最早专门研究这一技术领域的企业之一，并将取得成果规模化应用于生产实践，是公司产品质量保持领先的重要保障，该项技术与材料性能、机械加工精度、流体力学、摩擦学、表面物理化学、胶体化学、质量管理等专业领域密切相关，对于公司在笔头结构及参数设计、墨水配方、成品笔或笔芯的质量控制等领域的研究都发挥了积极作用
2	可擦性中性墨水及笔芯的制备技术	本公司为国内少数几家采用着色剂包覆技术同时辅以成膜技术来制造可擦性中性墨水的技术路线和方案的企业。着色剂包覆技术是一项成熟的技术，但是，应用在水性体系的可擦性中性墨水中对着色剂被包覆量（影响书写线迹浓度）、包覆后颗粒大小以及粒径的一致性（影响书写流畅性和可擦性）要求方面，在该项技术中属于较高层次，而与成膜技术配合应用则是一种技术创新。该技术进一步完善后可实现可擦性中性墨水在一定时间（例如 24 小时）内可擦除，之后就不可擦除的效果
3	着色剂包覆原位聚合反应及微乳液制备工艺技术	国内现有单纯采用着色剂包覆颗粒制造可擦性中性墨水的，均直接从国外进口或国内采购着色剂包覆颗粒色浆，其着色剂的内容及量值选择余地不大，如果粒径大小不符合要求则还要进行筛选，既影响成本，也影响墨水体系的完整性。本公司经过反复试验，成功掌握了该项技术和工艺过程，可以自行生产着色剂包覆颗粒色浆
4	圆珠笔笔头结构设计技术	圆珠笔笔头结构从外形、用材、加工工艺、功能用途等多方面区分有很多种，即使同一种结构的笔头匹配不同性能的墨水，其配合间隙等工艺参数亦需要作相应的调整。本公

序号	技术或工艺名称	说明
		司经过长期生产实践的经验积累，以及对圆珠笔笔头与墨水匹配的研究，全面掌握了圆珠笔笔头结构设计技术，形成了独创的模块化组合设计技术，设计的笔头既能确保机床精度误差、刀具安装误差及刀具磨损等累积加工误差能控制在允许的范围内，又能高效稳定地产出
5	圆珠笔书写润滑度检测技术	长期以来，圆珠笔书写润滑度的检测主要依靠人工进行，并依据经验来判断，无法做出定量的检测结果，是制笔行业一个共性技术难题，本公司通过自主研发书写工具摩擦力测试仪，能形成比较完整的圆珠笔书写润滑度检测技术，可以定量检测出各种不同笔头与不同墨水匹配后的不同摩擦力大小，为国内首创
6	针管型弹簧笔头制造技术	本公司自主研发了一种用于圆珠笔的针管型弹簧笔头，在笔头外形更为纤细、内部空间更小的情况下，可以将整个弹簧放置在笔头内部，并且使之与中黏度的、具有触变性的墨水匹配达到更佳的效果
7	笔芯生产的不良品控制系统技术	针对中性墨水圆珠笔笔芯产量非常大，并且质量稳定性要求又比较高的状况，如何控制整个生产过程的不良品率成为关键所在。本公司经过长期生产实践的不断改进，运用各种先进的质量检测技术、数理统计工具和现场管理方法等，不断优化生产流程和关键工序的工艺，形成了一个比较完整的不良品控制系统，使中性墨水圆珠笔笔芯的不良品率控制达到了国际先进水平
8	笔芯生产的离心工艺技术	圆珠笔芯（特别是中性笔芯）生产的离心工艺，对于产品质量的稳定、产品功能和使用寿命的实现是十分重要的。本公司在长期的生产实践中积累了一整套完整的笔芯离心工艺参数，包括不同规格、材料和加工方式的笔头，与不同性能的墨水，以及不同的液体浮塞之间匹配时，能够选择的最佳工艺参数组合
9	转轴式双色注塑成型技术	转轴式双色注塑成型技术包括转轴式双色注塑模具制造技术和转轴式双色注塑成型设备与工艺。本公司在转盘式双色注塑成型技术的基础上，研发成功比较适合文具特别是笔类产品的转轴式双色注塑成型技术，能够使两种不同材质或者不同颜色的材料完美地组成一个零件，不仅美观，还可实现功能的需求。采用这种技术设计制造的模具，具有出模数量成倍增加，生产效率明显提高，以及模具标准化、模块化，方便维修与产品更换等特点
10	笔芯连接的快速成型技术	中性墨水圆珠笔笔芯连接的需求量非常大，零件很小，但配合尺寸精度要求很高，本公司通过自主研发，形成了笔芯连接的快速成型技术。该技术使得连接的注塑成型模具在较小的外形尺寸以及采用较小吨位注塑机的前提下，每模出数达到 64~128 个；在无法实现热流道直接到每个零件的情况下，通过流道板加温的方法，能够使原料快速、温度稳定、均衡地达到每个零件，确保零件的材料密度、冷却收缩率的一致性，从而达到配合尺寸精度要求。同时，采用全电动注塑机，射胶计量精度高，速度快，生产周期控制在 8 秒/模以内，能够在比较高的生产效率下产品质量保持稳定
11	模具新结构及加工工艺技术	笔类等文具产品的零部件，大部分均由塑料制成，故注塑模具的结构设计和加工工艺，对注塑成型工艺、产品质量以及生产效率具有决定性作用。本公司自行开发设计的侧抽芯叠排式模具新结构，以其相应的加工工艺，使生产效率提升 50-120%，产品外观改善，质量稳定，尤其是对热塑性弹性体材料效果更为明显
12	纳米改性竹碳塑料的制备技术	纳米改性竹碳塑料是一种同时具备抑菌、杀菌和吸附分解有毒有害物质功能的，又有释放远红外、负离子和微量元素的新型材料。这种新材料在材料性能、加工工艺方面与其他同类材料基本相同，但是在功能性方面又增加了前述功能，其制备技术为本公司首创，并已获得发明专利
13	水基修正液的	通常的修正液采用化学合成材料作为溶剂，尽管可以基本达到学生用品的安全通用要

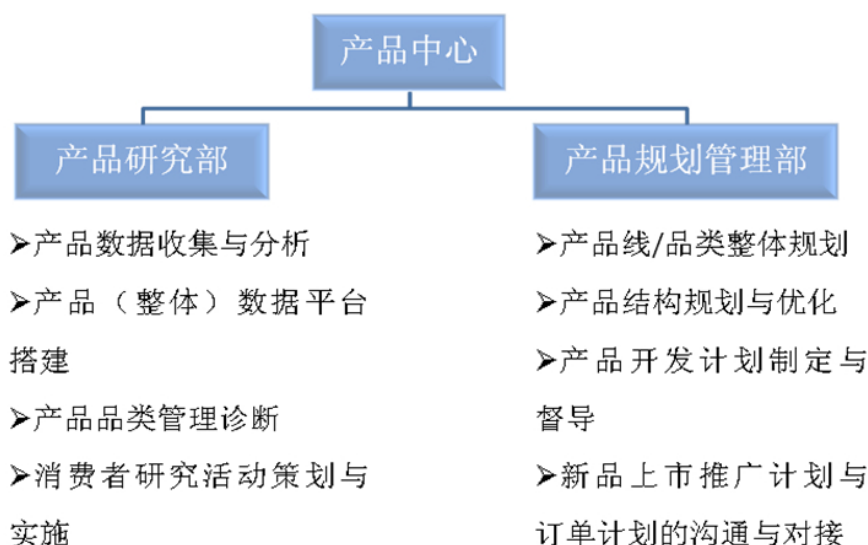
序号	技术或工艺名称	说明
	制备技术	求，但是，真正能达到无毒、无味、环保的要求还有一定的距离。本公司研制了采用水作为溶剂的、无毒、无味、环保的修正液的配方及其制备技术，并已获得发明专利
14	采用调控器的直液式书写工具制造技术	本公司自主研发了一种采用调控器的直液式书写工具制造技术，能够实现直液式水性笔结构的简单化与通用化，即同一种直液式结构能适应不同类型和性能的墨水及不同类型和规格的笔头的需求；同时提高储存墨水和控制出墨量的稳定性和可靠性；并且进一步降低大批量制造的工艺难度和组装难度，从而降低成本。具体实例包括自供墨直液式毛笔和直液式白板笔
15	笔芯自动在线检测技术	为了保证书写质量，行业一般做法是对所有圆珠笔芯采取用人工划线方式进行全数检验，不仅需要大量人工，还会存在人为的误差，以及检验流转过程中可能存在的质量隐患。本公司通过自主研发，运用最新的视频识别技术与笔芯自动化生产设备结合，实现了笔芯自动在线检测技术在生产实践中的应用，不仅可以节省大量人工，减少人为的误差，还杜绝了检验流转过程中可能存在的质量隐患
16	全自动定位热转印技术	全自动热转印技术已经很成熟，但是，如果是需要定位的热转印实现全自动化难度还比较大。本公司通过自主研发，在现有的全自动热转印机上增加一套可自动定位装置，首次实现了需要定位的热转印产品的全自动化生产，不仅能够完美实现设计意图，使产品外观更加亮丽，而且大幅度降低了不良品率，明显提高了生产效率
17	油画棒配方及制备技术	油画棒有很多颜色和外形，要求软硬度适合，涂画时手感流畅，色料不会过多粘纸，也不容易沾手，材料及加工过程必须确保环保无毒。本公司通过自主研发，掌握了油画棒配方及制备技术，将多达数十种的原辅材料调配，油画棒颜色多达 64 种，外形有圆形、六角、粗、细等多种规格，在环保无毒方面通过了 CE 认证，符合 EN-71、ASTM 等标准
18	笔芯封蜡配方及制备工艺技术	中性墨水圆珠笔笔芯中按动式的弹簧笔头需要封蜡，以保护笔头，防止墨水挥发干涸。封蜡的质量稳定性对于笔芯的质量具有至关重要的作用，本公司自行研制的封蜡配方及其制备工艺，能够确保在此领域内的领先性和产品质量的长期稳定性
19	机芯组装工夹具系统技术	活动铅笔的机芯是决定产品质量的关键，原来组装基本是人工进行，除了零部件精度误差之外，还有人工组装过程中产生的问题。由于活动铅笔机芯零部件的特殊性，目前，尚无比较完善的自动化装配解决方案。本公司经过长期生产实践的积累，自行设计研制活动铅笔机芯组装工夹具系统，利用一整套工夹具来保证组装的精度，以及生产效率的提升
20	带芯涂布工艺技术	修正带带芯涂布工艺是产品的核心技术，涂布的均匀性和成型工艺参数决定了产品的质量。本公司自行研制的修正带带芯涂布工艺所生产的产品，在多年的市场销售中反映良好，证明其可靠性和稳定性
21	修正液自动灌装工艺技术	修正液的灌装是影响整个生产效率、灌装量精度的关键工序，本公司通过自主研发，设计制造了修正液自动灌装机，不仅一次可以多个同时灌装，而且灌装量精度能够控制在 ± 0.1 克以内。再加上修正液头自动装配，基本实现了修正液产品的自动化生产
22	注塑配色工艺技术	本公司产品中针对学生的产品需要丰富多样的色彩，不同材料形成的不同颜色多达数百种。本公司通过自主研发，采用电脑分色研制出相应的配方，建立了注塑配色数据库，在 ERP 系统中有规范的编码和相应的配方，以及配色工艺要求等，确保注塑生产时的颜色达到设计要求并有统一的标准。产品研发时同样可以利用该数据库，经过检索没有相同或相似的颜色才需要研制新的颜色配方

（三）研发机构、研发人员及研发投入

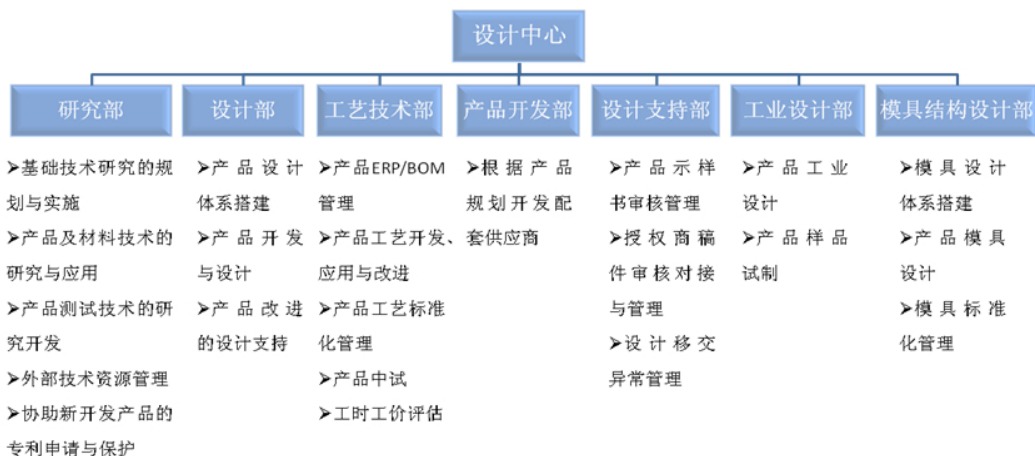
1、研发机构

公司研发机构为产品中心和设计中心，，产品中心主要负责公司产品的规划和管理，设计中心主要负责新品开发与设计。目前公司研发机构已被认证为上海市制笔工程技术研究中心和上海市认定企业技术中心。

公司产品中心组织架构与各部门职能如下图所示：



公司设计中心组织架构与各部门职能如下图所示：



2、研发人员

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司共有研发人员 273 名，组成了专业功底深厚、经验丰富、具有国际化背景的研发团队，大部分研发人员毕业于国际、国内专业院校的工业设计、模具、自动化、艺术设计等专业，并在行业内拥有多年的

研究设计工作经验。其中，国内外资深设计及技术专家 20 余名、高级设计师和技师超过 50 名，还有一批年轻、富有创造力的骨干研发人员。

3、研发投入

为了保证公司能够不断进行产品与技术创新，保持产品和服务的技术领先水平，公司每年均投入一定资金用于研究开发。随着公司品牌及终端优势的确立，客观上需要公司有更多新品投放来满足市场，近年来，公司逐渐加大了研发投入力度，用于新产品及技术方面的研发。报告期内，公司内部研发投入（包含管理费用中的研发费用以及研发材料、试制材料、科技仪器、研发相关人员的薪酬等投入）占营业收入比例如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
母公司研发投入	7,360.97	7,507.98	5,794.73	4,273.04
母公司营业收入	213,493.62	212,932.09	176,227.59	139,563.32
占母公司营业收入的比例	3.45%	3.53%	3.29%	3.06%

注：2011 年度和 2012 年度公司内部研发投入数据经上海海峡会计师事务所有限公司于 2013 年 8 月 31 日出具的《专项审计报告》（沪海峡审专字（2013）第 31050-1 号）专项审计，2013 年度和 2014 年 1-9 月研发投入数据为公司内部统计数据。

（四）技术创新机制

公司致力于产品的技术及设计创新。为了充分激发公司研发人员的积极性、主动性和创造性，公司在绩效考核的框架下进一步制定了《研发人员绩效考核方案与科技成果奖励办法》、《科技项目和合理化建议奖励暂行条例》、《专利申请、管理以及奖励的试行办法》等制度，并形成了如下良好的技术创新与激励机制：

1、设计创新人才的积累和培育

公司十分注重自身研发能力的发展和培养，分别在材料、工艺、外形设计、色彩等方面不断投入研究力量，每年从专业院校招收毕业生，通过“以老带新、部门内部培训、外部培训、工厂实习”等多种方式培养和储备研发人员，并派遣部分研发人员到日本、韩国等国外市场进行研究和考察，把握设计的时尚脉搏，

了解最新的设计理念，通过将最新的流行趋势与公司的实际情况和国内目标人群的消费特征相结合，设计出更具竞争力的产品，赢得消费者的广泛认可。未来，公司将加大对人才的投入，引进更多的国内外优秀技术研发与设计人员，打造一支具有国际水准的研发团队。

2、良好的工作环境和研发平台

公司目前成立了笔头与墨水匹配技术研究等 3 个实验室，拥有数十台专业设备仪器及中试生产线，为技术人员进行研发提供了良好的工作环境和平台。为了保持公司技术研发能力在国内的领先优势，并不断缩小本公司与日本、瑞士、德国等国家在先进笔头制造设备、书写工具基础原材料研发等方面的差距，公司将不断加大对研发的投入，公司已于 2011 年 9 月建立上海制笔工程技术研究中心，计划通过 3 年时间的改进与完善，将上海制笔工程技术研究中心升级成为国家级的制笔行业工程技术研究中心。技术研究中心将通过对前沿设计理论的跟踪研究，对重点核心技术进行攻坚克难，国内一流的研发平台极大激发了研发人员的工作热情。

3、科学有效的激励机制

为随时保持公司产品设计的创新性与时代感，公司每年都会从高校招聘优秀毕业生进行设计人员的补充，新的设计人员通过 3-5 年的设计工作，设计能力突出且符合公司文化的设计师可转为骨干设计人员，科学有效的激励机制带动了公司设计人员不断进行自我提升与自我升值。同时，公司针对设计人员制定了一系列的激励措施以促进设计人员的创作热情，开发出更加适销对路的产品。公司对每年表现优秀设计人员将给予出国深造的机会，工业设计人员有机会到德国、瑞士等国接受培训，而产品设计人员则有机会前往日本、韩国和德国等学习，对设计人员起到了明显的激励作用。另外，公司的年度加薪、晋升、项目奖励等常规激励措施，也使得技术与设计人员更有向心力。

（五）正在研发的重点项目

公司目前正在研发的重点项目如下：

1、圆珠笔笔头与墨水匹配技术评价体系研究

国家科技支撑计划重点项目的课题之一，由本公司作为牵头承担单位，围绕制笔行业共性关键技术问题，以提高产品附加值和核心竞争力为目标，建立笔头与墨水的匹配技术评价体系，实现笔类产品性能指标与笔头、墨水性能参数的数字化关联，填补国内在这一领域的理论空白。

2、高级中性墨水的研发与产业化

针对制笔行业高档圆珠笔墨水核心技术开发的需要，对圆珠笔用中性墨水、水性墨水等核心生产技术进行研究，力争研究开发的产品理化性能及安全指标达到欧美及日本相关标准水平。

3、高端笔头研发与规模化生产

公司目前已经掌握普通金属笔头的制造技术。在此基础上，为从根本上解决和掌握制笔的核心技术，公司目前引进国际最先进的瑞士 MIKRON 公司的 MULTISTAR LX-24 自动转台式多工位组合机床，自主研发各种高端笔头，包括弹簧笔头、针管型弹簧笔头等，最终掌握核心技术并形成规模化生产能力。

八、发行人产品质量控制情况

（一）质量控制标准

本公司已通过 ISO9001:2008 质量体系认证，并据此制定了一系列严格的产品质量内控标准和制造流程管控制度，从原材料采购、产品制造到后续的销售服务各个环节，公司产品均严格执行相应的国家标准、行业标准，没有国家或行业标准的，严格按照本公司制定的企业标准来执行，确保产品质量符合标准要求。

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司产品严格执行 18 项国家标准（公司参与其中 4 项标准的起草）、77 项行业标准（公司参与其中 10 项标准的起草）和 33 项企业标准。本公司产品符合的主要质量标准如下表：

序号	标准名称	标准代号	标准类别
1	考试用铅笔和涂卡专用笔	GB/T 26698-2011	国家标准（参与起草）
2	考试用圆珠笔	GB/T 26699-2011	国家标准（参与起草）
3	油墨圆珠笔和笔芯	GB/T 26714-2011	国家标准（参与起草）
4	自来水笔及其笔尖	GB/T 26717-2011	国家标准（参与起草）

序号	标准名称	标准代号	标准类别
5	学生用品安全通用要求	GB 21027-2007	国家标准
6	活动铅笔	QB/T 1023-2007	行业标准（参与起草）
7	圆珠笔用墨水	QB/T 1946-2007	行业标准（参与起草）
8	中性墨水圆珠笔和笔芯	QB/T 2625-2011	行业标准（参与起草）
9	圆珠笔和笔芯	QB/T 2776-2006	行业标准（参与起草）
10	软笔用墨水	QB/T 4429-2012	行业标准（参与起草）
11	水性圆珠笔用墨水	QB/T 4430-2012	行业标准（参与起草）
12	油漆笔用墨水	QB/T 4431-2012	行业标准（参与起草）
13	圆珠笔笔头	QB/T 4432-2012	行业标准（参与起草）
14	圆珠笔用碳化钨球珠	QB/T 4433-2012	行业标准（参与起草）
15	中性墨水	QB/T 4434-2012	行业标准（参与起草）
16	白板用记号笔	QB/T 2859-2007	行业标准
17	记号笔	QB/T 2777-2006	行业标准
18	荧光笔	QB/T 2778-2006	行业标准
19	修正液	QB 2655-2004	行业标准
20	油画棒	QB 2586-2003	行业标准
21	水性圆珠笔和笔芯	QB/T 1655-2006	行业标准
22	中性墨水笔和笔芯	QB/T 2625-2011	行业标准
23	油画颜料	QB/T 1335.1-2012	行业标准
24	圆珠笔用碳化钨球珠	QB/T 4433-2012	行业标准
25	文件夹	QB/T 2771-2013	行业标准
26	文件资料袋	QB/T 4513-2013	行业标准

（二）质量控制措施

本公司一直以来高度重视产品质量，以顾客满意为目标，通过不断贯彻 ISO9001:2008 质量管理体系要求，实现了产品及服务质量的不断升级。

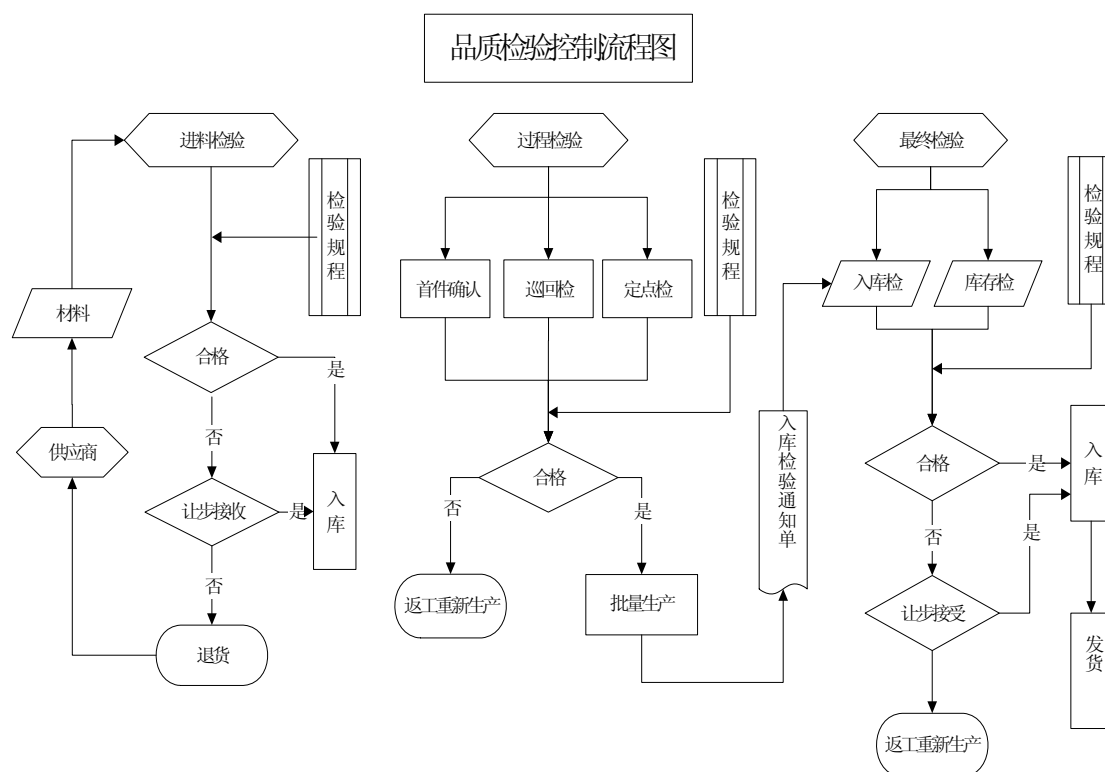
1、质量控制体系

公司生产中心设立的品质管理部和OEM品质管理部专门负责品质管理的员工共计289人，共同对整个产品质量进行有效控制和检验。公司已形成了供应商管控、原材料采购管控、生产过程管控、成品入库管控以及OEM委外产品采购管控的全过程品质监控网络。

公司严格按照ISO9001:2008体系要求，编制了质量手册、程序文件、规范文件、以及质量计划、鉴证、记录等约40余项质控文件，其中，直接关系品质管理程序文件有《采购控制程序》、《供应商管理控制程序》、《生产管理控制程序》、《样品管理控制程序》、《能力意识和培训控制程序》、《监视和测量装置控制程序》、《产品监视和测量控制程序》和《不合格品控制程序》等。通过这些程序的系统覆盖，公司全面有效的实现了品质系统的有效运行，推动了品质控制的实施与监督管理。

2、质量控制流程

质量控制流程方面，公司构建了科学严谨的品质检验体系，包括来料质量控制（IQC）、过程质量控制（PQC）及成品质量检验（OQC）三个环节，具体流程图如下：



(1) 来料质量控制

公司对原材料及零配件进行来料检验，同时，根据实际情况及物料的特性适时通过外派人员进行检验控制，并按照 GB2828 抽样标准进行抽样检测，具体控制措施如下：

项 目	具体控制方式
基础原材料（塑料原粒）	选优质供方,签订质量保证协议或供方提供第三方检测报告，批次样品抽查
核心部件（笔头、墨水等）	签订质量保证协议或供方提供第三方检测报告，成立专门实验室进行批次抽样检测
零配件（电镀、喷漆、五金等）	签订质量保证协议、必要时要求提供第三方检测报告、IQC 来料检查
辅助材料	签订质量保证协议、必要时要求提供第三方检测报告、IQC 来料检查

（2）过程质量控制

根据 ISO9001:2008 质量标准，公司制订了相应的过程检验控制制度，将所有生产车间及工序都纳入全过程质量控制。笔芯制造，注塑零件制造及印刷制造过程质量控制都采取以“以预防为主、防检结合、持续改进”的工作方针，以“下道工序就是客户”理念指导员工进行生产过程中进行互检。公司组织专门的检验员对关键过程质控点进行过程巡检，并引入了过程首检、定时巡检、完工入库检三道质量控制程序，结合生产中心及研发机构制订相应的工艺技术文件及作业指导书进行质量控制，对生产过程中发现的不良及时采取纠正预防措施进行处理。

（3）成品质量控制

成品质量控制包括自产成品入库检验及 OEM 委外产品入库检验两个方面：

①自制产品检验环节

公司对所有产品进行 100% 的外观和功能检测。产品生产完成后，现场检验员对每一批次的产品按标准进行抽样检验；入成品仓之前，再经过成品检验员按照标准要求进行批次检验验收，验收合格方可入成品仓库。

②OEM 委外产品质控

对于 OEM 委外生产厂商生产的产品，本公司均要求 OEM 委外生产厂商提供小样，由品质管理部及工艺技术部进行全面检测，小样合格后方可进入小批量试生产，试生产的产品经公司品质管理部检验合格后方可进行批量生产。必要时，公司会安排专业的品管人员到 OEM 委外生产厂商生产现场设置质控点进行

控制，保证所有产品不会出现工艺和质量要求方面的偏差。在生产结束后，公司按照制定的标准对产品进行验收，只有达到质量要求的产品才由公司予以接收和出运。

公司整个检验团队除检测、监督、控制各环节质量情况外，还对整个过程进行了 PDCA 持续改善的推动，促进外部、内部以及自身的持续改进与提高,通过以上品质管理系统的良性运作,目前公司内部不良品率可控制千分之三以内，出厂不良品率可控制在万分之三以内，在行业内居于领先水平。

3、售后服务质控环节

公司一直将售后服务作为重点，制定了详细的《客户投诉管理制度》及顾客满意度测评控制程序。公司设置有专门的售后服务部，开通了市场投诉电话和网上咨询，为顾客提供全方位的服务。售后人员接到投诉将直接上报生产中心及研发机构及时予以解决，保障了售后服务系统的有效运行。

由于本公司具有完整的质量控制体系，并严格执行质量控制流程，报告期内本公司未发生过重大产品质量纠纷。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争

发行人控股股东为晨光集团，实际控制人为陈湖文、陈湖雄及陈雪玲。

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，晨光集团拥有 1 家全资子公司晨光三美，3 位实际控制人共同控制 1 家合伙企业晨光创投，陈湖雄及其妻子郭少霞共同控制 1 家公司世睿投资。除此之外，公司控股股东与实际控制人未控制其他企业。

序号	公司名称	目前主营	经营范围
1	晨光集团	企业股权投资	实业投资，基础设施投资，投资信息咨询（除经纪），企业管理及相关业务咨询，国内贸易（国家专项审批项目除外）（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）
2	晨光三美	房地产开发经营	房地产开发经营，家电、五金的生产与销售
3	晨光创投	资本运作	投资管理，投资咨询（除经纪），企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），企业形象策划
4	世睿投资	物业投资	投资管理，投资信息咨询（除经纪），商务信息咨询，企业管理咨询。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】

发行人与晨光集团、晨光三美、晨光创投、世睿投资的公司经营范围不同，未从事相同或相近业务，与上述三家企业不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

1、控股股东作出的避免同业竞争的承诺

2012 年 2 月 15 日，公司的控股股东晨光集团出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“1、本公司及其所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、在发行人本次首次公开发行股票并上市后，本公司及其所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

除前述承诺之外，本公司进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本公司拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人控股股东的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。”

2、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

2012年2月15日，陈湖文、陈湖雄及陈雪玲作为公司实际控制人分别出具书面承诺：

“1、本人目前未在与发行人或其控股企业业务相同或相似的其他公司或者其他经济组织中担任职务。

2、本人单独控制的及/或本人作为实际控制人之一的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

3、在发行人本次首次公开发行股票并上市后，本人单独控制的及/或本人作为实际控制人之一的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

除前述承诺之外，本人进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本人拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人实际控制人等身份，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。”

二、报告期内的关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则等有关法律法规对于关联方的披露要求，本公司报告期内的关联方及关联关系情况披露如下：

（一）发行人控股或参股的企业

关联方名称	与发行人的关系
晨光珍美	本公司全资子公司
晨光礼品	本公司全资子公司
晨光科力普	本公司控股子公司
哈尔滨晨光	本公司全资子公司晨光礼品的全资子公司

关联方名称	与发行人的关系
郑州晨光	本公司全资子公司晨光礼品的全资子公司
义乌晨兴	本公司全资子公司晨光礼品的全资子公司
广州晨光	本公司全资子公司晨光礼品的全资子公司
上海晨光	本公司全资子公司晨光礼品的全资子公司
晨光生活馆	本公司控股子公司
上海晨光生活馆	本公司控股子公司晨光生活馆的全资子公司
江西晨光生活馆	本公司控股子公司晨光生活馆的控股子公司
晨光佳美	本公司全资子公司

（二）控股股东、实际控制人及其控制的除公司及发行人控股子公司以外的关联方

关联方名称	与发行人的关系
晨光创投	受同一实际控制人控制
晨光三美	受同一控股股东控制
中韩晨光	原受同一控股股东控制，2011年11月完成注销登记
广东晨光	2011年2月28日之前受发行人控股股东控制，其控制人陈楚忠与公司不存在关联关系，相关交易真实有效，公司不存在关联交易非关联化情况。2011年1月1日-2011年2月28日，广东晨光与发行人不存在交易行为
晨光礼品连锁	原受同一控股股东控制，2012年02月完成注销登记
南宁晨之光	原受同一控股股东控制，2011年08月完成注销登记
世睿投资	实际控制人陈湖雄及其妻子郭少霞共同控制的企业

（三）控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员及其控制的企业

关联方名称	与发行人的关系
-------	---------

关联方名称	与发行人的关系
陈湖文	实际控制人之一，与陈雪玲及陈湖雄一起为公司的实际控制人
陈湖雄	实际控制人之一，与陈湖文及陈雪玲一起为公司的实际控制人
陈雪玲	实际控制人之一，与陈湖文及陈湖雄一起为公司的实际控制人
陈允祥	陈氏三兄弟的父亲
郭春风	陈氏三兄弟的母亲
陈琼香	陈湖文的妻子
郭少霞	陈湖雄的妻子
陈楚进	陈雪玲的丈夫
世昕投资	发行人实际控制人陈湖文妻子陈琼香控制的企业
世洽投资	发行人实际控制人陈雪玲丈夫陈楚进控制的企业

（四）持有发行人5%以上股份的其他股东

关联方名称	与发行人的关系
科迎投资	持有本公司5%的股权
杰葵投资	持有本公司5%的股权

（五）公司董事、监事、高级管理人员

关联方名称	与发行人的关系
陈湖文	董事长
陈湖雄	副董事长、总裁
陈雪玲	董事、副总裁
潘健	董事
卫哲	独立董事
潘飞	独立董事
李志强	独立董事

关联方名称	与发行人的关系
朱益平	监事会主席
韩连花	监事
徐京津	职工监事
姚鹤忠	副总裁
丁一新	副总裁、董事会秘书
曹澎波	财务总监
秦敬海	副总裁

（六）公司董事、监事、高级管理人员控股的企业

关联方名称	与发行人的关系
晨光创投	作为公司实际控制人及董事的陈氏三姐弟出资设立的有限合伙企业
世睿投资	实际控制人陈湖雄及其妻子郭少霞共同控制的企业

除上述企业外，公司董事、监事及高级管理人员不存在控股其他企业的情况。

（七）其他关联方

关联方名称	与发行人的关系
郭伟龙	陈湖雄妻子的弟弟
郭伟钦	陈湖雄妻子的弟弟

（八）其他关联方控制的主体

关联方名称	与其他关联方的关系
南京晨日文具用品销售有限公司	郭伟龙实际控制的销售主体
南京兆晨文具用品销售有限公司	
南京优晨文具用品销售有限公司	
李燕娜（个体经营户）	

关联方名称	与其他关联方的关系
李燕芳（个体经营户）	
郭佳丽（个体经营户）	
罗实彬（个体经营户）	
郭晓嘉（个体经营户）	
彭铭勇（个体经营户）	
南京金桥市场日晨文化用品经营部	
无锡市创意晨光贸易有限公司	

三、报告期内的关联交易

（一）经常性关联交易

1、出售商品/提供劳务

报告期内，公司与关联方发生的关联销售，涉及关联方为郭伟龙控制的销售主体。郭伟龙控制的销售主体系公司省级经销商，受“全排他”条款约束，除向其他省级经销商临时调剂产品外，其向公司的采购金额占其文具类全部采购金额的比重接近 100%。

公司 2011 年度出售商品/提供劳务类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	涉及物料或产品	2011 年度		
			数量 (万支/个/台/本/盒等)	金额 (万元)	占营业收入比例
郭伟龙实际控制的销售主体	销售产品	书写工具	6,783.59	4,648.07	3.22%
		学生文具	9,458.04	2,954.99	2.05%
		办公文具	771.84	938.43	0.65%
		其他	93.14	55.43	0.04%
合计			-	8,596.92	5.96%

公司 2012 年度出售商品/提供劳务类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	涉及物料或产品	2012 年度		
			数量	金额	占营业收入

			（万支/个/台/本/盒等）	（万元）	入比例
郭伟龙实际控制的销售主体	销售产品	书写工具	6,632.37	4,756.45	2.51%
		学生文具	10,656.15	3,277.15	1.73%
		办公文具	1,910.05	2,045.19	1.08%
		其他	206.64	283.54	0.15%
合计			-	10,362.33	5.47%

公司 2013 年度出售商品/提供劳务类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	涉及物料或产品	2013 年度		
			数量 （万支/个/台/本/盒等）	金额 （万元）	占营业收入比例
郭伟龙实际控制的销售主体	销售产品	书写工具	7,294.84	5,868.20	2.50%
		学生文具	11,981.27	4,006.11	1.71%
		办公文具	2,364.79	2,247.37	0.96%
		其他	370.85	366.85	0.16%
合计			-	12,488.53	5.33%

公司 2014 年 1-9 月出售商品/提供劳务类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	涉及物料或产品	2014 年 1-9 月		
			数量	金额	占营业收入比例
			（万支/个/台/本/盒等）	（万元）	
郭伟龙实际控制的销售主体	销售产品	书写工具	6,507.01	5,016.25	2.15%
		学生文具	11,661.08	4,068.55	1.74%
		办公文具	2,706.27	3,167.69	1.36%
		其他	213.73	254.41	0.11%
合计			21,088.09	12,506.89	5.36%

报告期内，郭伟龙实际控制的销售主体为公司省级经销商，负责江苏区域市场。

尽管郭伟龙与陈湖雄之间存在因姻亲导致的亲属关系，但事实上郭伟龙本人与陈湖雄及其他晨光文具的实际控制人之间的关系并未体现出商业关系上的特殊性，晨光文具管理层和经营层均一直将郭伟龙及其控制的江苏销售主体视为独

立的经营实体看待，无论是主观认识上还是客观商务行为中均未将其作为晨光文具的关联方，且相较于其他各省级经销商，晨光文具对江苏省级经销商的管理模式（包括经销商管理、商品价格和品种、物流管理、货款回笼、返利政策、售后服务等）并未因前述亲属关系与其它省级经销商有任何差异。

晨光文具并未针对郭伟龙控制的江苏省级经销商单独设定交易价格，相较于其他各省级经销商，江苏省级经销商的购货价格并无任何优势，且与其他各省级经销商的采购价格保持一致，其采购价格具有公允性。

郭伟龙控制的相关主体作为江苏省级经销商一直与其下游客户保持良好的采购及销售关系，且该江苏省级经销商与其下游客户之间的交易均真实发生。

由于公司在北京区域销量较大，同时，北京区域与江苏区域经济发展程度相似，存在可比性，因此，以下选取北京区域及全国平均作为市场非关联方进行销售价格对比，具体情况如下：

单位：元

2011 年度	江苏区域	北京区域	全国平均	差异率 1 (注 1)	差异率 2 (注 2)
书写工具	0.6852	0.6901	0.7097	-0.71%	-3.45%
学生文具（注 3）	0.3124	0.3110	0.3409	0.45%	-8.36%
办公文具（注 3）	1.2158	1.1430	1.4389	6.37%	-15.50%
其他	0.5951	0.6948	0.7029	-14.35%	-15.34%
2012 年度	江苏区域	北京区域	全国平均	差异率 1 (注 1)	差异率 2 (注 2)
书写工具	0.7172	0.7203	0.7690	-0.43%	-6.74%
学生文具（注 3）	0.3075	0.3148	0.3663	-2.32%	-16.05%
办公文具（注 3）	1.0708	1.0216	1.1224	4.82%	-4.60%
其他	1.3721	1.0815	1.3939	26.87%	-1.56%
2013 年度	江苏区域	北京区域	全国平均	差异率 1 (注 1)	差异率 2 (注 2)
书写工具	0.8044	0.8004	0.8216	0.51%	-2.09%
学生文具（注 3）	0.3344	0.3654	0.3664	-8.49%	-8.74%
办公文具（注 3）	0.9503	1.2159	1.2245	-21.84%	-22.39%

其他	0.9892	1.1791	1.2537	-16.11%	-21.10%
2014 年 1-9 月	江苏区域	北京区域	全国平均	差异率 1 (注 1)	差异率 2 (注 2)
书写工具	0.7709	0.7783	0.8219	-0.95%	-6.21%
学生文具（注 3）	0.3489	0.3382	0.3698	3.16%	-5.66%
办公文具（注 3）	1.1705	1.1530	1.2242	1.52%	-4.39%
其他	1.1903	1.2095	1.2534	-1.59%	-5.03%

注 1：差异率 1=（江苏区域-北京区域）/北京区域×100%；

注 2：差异率 2=（江苏区域-全国平均）/全国平均×100%；

注 3：不包括代理产品。

从以上数据对比可以看到，报告期内，除书写工具由于产品结构相对稳定，长线产品占比较高而使平均价格保持平稳外，其余学生文具、办公文具等品类由于品项繁杂等原因导致差异率较大。公司向关联方（郭伟龙实际控制的销售主体）销售产品的关联交易价格，与非关联方的平均销售价格基本保持一致，不存在刻意提高或压低销售价格的情形，鉴于此，公司向关联方（郭伟龙实际控制的销售主体）的关联销售价格是公允、合理的。

2014 年 3 月 7 日，发行人召开 2013 年年度股东大会，审议通过了有关 2014 年发行人与郭伟龙控制的法人与其他实体发生销售产品的关联交易的议案。依据该项决议，2014 年内发行人将继续向郭伟龙控制的法人及其他实体销售包括书写工具、学生文具、办公文具等在内的各项产品，预计 2014 年内总体交易额不超过 16,000 万元。

2、租赁

（1）公司承租晨光集团资产

承租方	租赁资产种类	本期租赁起始日	本期租赁终止日	租赁费定价依据	当期确认的租赁费（万元）
晨光文具	自有房屋（包括办公楼、车间、车位、仓库、宿舍楼等）	2011.1.1	2011.12.31	市场价	190.20
晨光文具	自有房屋（包括办公楼、车间、车位、仓库、宿舍楼等）	2012.1.1	2012.12.31	市场价	190.20

承租方	租赁资产种类	本期租赁起始日	本期租赁终止日	租赁费定价依据	当期确认的租赁费（万元）
	舍楼等）				
晨光文具	自有房屋（包括办公楼、车间、车位、仓库、宿舍楼等）	2013.1.1	2013.12.31	市场价	190.20
晨光文具	自有房屋（包括办公楼、车间、车位、仓库、宿舍楼等）	2014.1.1	2014.9.30	市场价	142.65
晨光科力普	自有房屋（办公楼）	2012.11.1	2012.12.31	市场价	0
晨光科力普	自有房屋（办公楼）	2013.1.1	2013.12.31	市场价	280.80
晨光科力普	自有房屋（办公楼）	2014.1.1	2014.9.30	市场价	327.74

①公司承租晨光集团资产

晨光集团将其拥有的位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号第 2 幢（厂间）、第 3 幢（宿舍）、第 4 幢（综合楼）”的物业租赁给发行人，2011 年度至 2013 年度，发行人就上述“金钱公路 3488 号”房屋及场地每年分别向晨光集团支付租赁费用 1,902,000.00 元。2014 年 1-9 月，公司因租赁上述晨光集团物业共计发生租赁费用 142.65 万元。

晨光集团位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号第 2 幢（厂间）、第 3 幢（宿舍）、第 4 幢（综合楼）”的物业并未注入公司，而是采取租赁方式提供给公司使用，主要是基于以下两个方面的考虑：

A、物业租赁系过渡性的临时措施

截至 2014 年 9 月 30 日，晨光文具已取得所有权证的房屋建筑物共计 27 处，建筑面积为 110,742.34 平方米，均位于上海市奉贤区金钱公路 3469 号。随着业务的快速发展，公司现有办公场所、厂房无法完全满足正常生产经营所需，公司与晨光集团签署租赁协议，承租晨光集团位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号”的部分物业，租赁面积为 11,581.26 平方米。

考虑到该物业面积较小且在地理位置上并未与公司现有厂房、办公场所连成一片，若将该物业注入公司则可能造成未来的经营场所分散、管理不便等问题，故而公司采用租赁方式以暂时解决目前办公场所和厂房不足的问题。待募投项目

完全建成投产后，公司将不再租赁该物业。

目前，发行人已通过出让方式获得奉贤区青村镇 13 街坊 37/6 丘的地块，并已于 2012 年 2 月 24 日取得编号为“沪房地奉字（2012）第 001295 号”房地产权证，土地占地面积为 45,333.60 平方米（68 亩）。发行人募集资金投资项目中“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”将在该地块上建设。截至 2014 年 9 月 30 日，发行人已先行投入 28,193.42 万元。

同时，鉴于土地作为稀缺性资源的特征，出于对公司长远发展的考虑，2012 年 7 月 2 日，经公司第二届董事会第七次会议决议通过以公司自有资金购置面积为 87,782.00 平方米（132 亩）的宗地一处，作为战略储备用地。就该处土地，公司与上海市奉贤区规划和土地管理局于 2012 年 7 月 11 日签署编号为“沪奉规土（2012）出让合同第 46 号”的《上海市国有建设用地使用权出让合同》。截至目前，该处土地的《房地产权证》正在办理过程中。

B、避免未来可能存在的关联交易

根据晨光集团出具的说明，从晨光集团的整体业务发展来看，其除了文具制造销售业务以外，还拥有股权投资等其他业务，因此，晨光集团存在保留一定面积物业以满足其办公需求的必要。同时，晨光集团保留其位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号”的物业也从客观上避免了未来晨光集团向发行人租赁办公场所的可能，也充分体现了发行人与控股股东之间的资产独立。

为保证前述关联租赁交易的公允性、保护晨光集团和发行人双方的股东利益，发行人与上海科瑞特房地产估价有限公司签订《估价委托书》，委托后者对晨光集团位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号”中建筑面积为 12,427.40 平方米的物业进行评估。2010 年 6 月 30 日，上海科瑞特房地产估价有限公司对上述物业的租赁价格进行了评估，并出具了编号为“沪科房估报字（2010）第 1211 号”《房地产估价报告》。该评估报告采用市场比较法进行评估，上述房屋及场地于 2010 年 6 月 30 日估价时点的市场租赁价格为 204.12 万元/年，即平均单价为 0.45 元/平方米/天。

2010 年 7 月 1 日，发行人与晨光集团签署《租用房屋（场地）协议书》，约定发行人以每年 190.20 万元的租赁费（折合单价为 0.45 元/平方米/天）向晨光集团承租前述位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号第 2 幢（厂间）、第 3

幢（宿舍）、第4幢（综合楼）”（总面积为11,581.26平方米）的物业，租赁期自2010年7月1日起至2012年12月31日止。

基于前述，发行人与晨光集团之间针对前述物业所确定的租赁价格符合双方租赁合同签定当时的市场租赁价格，公允合理。

2013年1月1日起至本招股说明书出具日，发行人继续向晨光集团租赁前述物业，且租赁费仍维持1,902,000元/年。

前述租赁物业所对应的土地原系为中韩晨光拥有的国有出让建设用地，其使用面积为10,409平方米。在“上海市奉贤区青村镇金钱公路3488号”项目建设过程中，中韩晨光已依法就该等建设项目通过了上海市奉贤区人民政府、上海市奉贤区发展计划委员会、上海市奉贤区房屋土地管理局、上海市奉贤区规划管理局、上海市奉贤区建设和管理委员会等政府部门的审批，并最终于建成后取得由上海市住房保障和房屋管理局以及上海市规划和国土资源管理局核发的《上海市房地产权证》。

2010年7月1日，出于集团内资产整合之需要，中韩晨光与晨光集团签署《厂房买卖合同》。依据该合同，中韩晨光将其拥有的位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路3488号”的土地及厂房全部转让给晨光集团。2011年11月7日，晨光集团取得换发后的《上海市房地产权证》（沪房地奉字[2011]第012417号）。

基于前述，“上海市奉贤区青村镇金钱公路3488号”中所涉的租赁物业系依法建造的厂房、宿舍、综合楼等设施，属合法建筑；其所涉土地性质系为国有出让建设用地，该等土地的取得和使用符合《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国城市房地产管理法》、《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》、《上海市土地使用权出让办法》等相关法律法规之规定。

报告期内，发行人已就前述位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路3488号第2幢（厂间）、第3幢（宿舍）”租赁物业办理了租赁备案手续，并取得编号为奉【201416004089】的《上海市房地产登记证明》。

截至2014年9月30日，公司总部自有房产及租赁房产面积对比情况如下：

项目	自有房产		租赁房产	
	金额/数量	占比	金额/数量	占比
总面积（平方米）	110,742	87.95%	15,177	12.05%

项目	自有房产		租赁房产	
	金额/数量	占比	金额/数量	占比
厂房面积（平方米）	56,680	85.90%	9,304	14.10%
生产品项数（个）	12	100%	2	16.67%
生产品种数（个）	1,279	90.07%	141	9.93%
产值（2014 年 9 月 30 日自产，万元）	165,119	93.82%	10,881	6.18%
生产工人（2014 年 9 月 30 日，人）	5,616	90.38%	598	9.62%
生产设备净值（2014 年 9 月 30 日，万元）	19,154	95.70%	861	9.93%
能源耗用（2014 年 9 月 30 日，万元）	2,176	89.69%	250	10.31%

注：由于发行人子公司无生产职能，其租赁房产主要用于办公，因此，子公司经营用地与发行人生产制造业务用地进行比较的意义不大，故未将发行人子公司经营用地租赁房产纳入上表计算范围之内。

从上表可以看到，无论是面积、产能、产值及用工等指标来看，租赁占比均处较低水平，因此，租赁本身不会对公司生产经营造成较大影响。此外，待募投项目完全建成投产后，公司将形成较为集中的经营场所，不再向晨光集团租赁前述位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号”的物业。

②2012 年度晨光科力普承租晨光集团资产

2012 年 11 月 1 日，晨光科力普与晨光集团签署《房屋租赁合同》，承租晨光集团位于上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层的办公楼楼面，租赁建筑面积 1,798.38 平方米，租赁时间为 2012 年 11 月 1 日至 2014 年 10 月 31 日，年租金 2,625,634.80 元，租金起算日为 2013 年 1 月 1 日，2012 年度未发生租赁费用。

③2013 年度晨光科力普承租晨光集团资产

2013 年晨光科力普正式营业，其承租晨光集团位于上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层的办公楼楼面而承担当年及筹建期的租赁费用为 2,807,970.62 元。

发行人承租的“上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层”为“上海市古美路 1528 号 2 幢”物业的一部分；该处整幢物业的所有权人原为上海临港经济发展（集团）有限公司；根据上海临港经济发展（集团）有限公司提供的《上海市房地产权证》，该处物业所对应的土地宗地号为徐汇区虹梅街道 283 街坊 15 丘，性质为国有建

设用地，取得方式为出让。

2011年12月13日，晨光集团与上海临港经济发展（集团）有限公司签署《关于古美路1528号2幢房产的转让协议书》。根据该协议书，上海临港经济发展（集团）有限公司将其拥有的位于漕河泾现代服务业聚集区W19地块古美路1528号2幢物业的所有权转让给晨光集团，该处整幢物业共16层（包括科力普承租的第11层）建筑面积共计27,433.61。2012年1月11日，晨光集团取得“上海市古美路1528号2幢”换发后的《上海市房地产权证》，其中第11层的房地产权证编号为“沪房地徐字[2012]第000328号”。

基于前述，“上海市古美路1528号2幢11层”中所涉的租赁物业均属合法建筑；其所涉土地性质系为国有出让建设用地，该等土地的取得和使用符合《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国城市房地产管理法》、《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》、《上海市土地使用权出让办法》等相关法律法规之规定。

晨光集团租赁给晨光科力普的关联租赁与其向非关联方租赁的对比情况如下表：

承租方		租赁面积 (平米)	租赁单价 (元/平米/天)	租赁合同期间
晨光科力普		1,798.38	4.00	2012年11月1日至 2014年10月31日
非关联方	上海淘米动画有限公司	899.19	4.20	2012年10月1日至 2015年6月30日
	美光半导体（上海）有限责任公司	7,193.52	3.60	2012年1月1日至 2013年10月31日
	上海欣圣信息科技有限公司	899.19	4.20	2012年10月1日至 2015年6月30日
非关联方平均租赁单价		-	4.00	-

从以上数据对比可以看到，晨光集团对晨光科力普的关联租赁单价，与其向市场非关联方的平均租赁单价保持一致，晨光科力普向晨光集团的关联租赁价格符合双方租赁合同签定当时的市场价格，价格公允、合理。

④2014年1-9月晨光科力普承租晨光集团资产

2014年，晨光科力普继续承租晨光集团位于上海市古美路1528号2幢11层的办公楼楼面。同时，由于晨光科力普业务发展的需要，自2014年1月1日起，晨光科力普承租晨光集团位于上海市古美路1528号2幢12层的办公楼楼

面（房地产权证编号为“沪房地徐字[2012]第 000330 号），该租赁建筑面积 1,798.38 平方米，租赁时间为 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 10 月 31 日，合同约定租赁单价为 4 元/平米/天，合同租金共计 1,539,413.28 元。截至 2014 年 9 月 30 日，晨光科力普因承租晨光集团位于上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层、12 层的办公楼楼面而发生的租赁费用共计 327.74 万元。发行人位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3488 号第 4 幢（综合楼）”的租赁物业及晨光科力普和晨光集团签署的关于“上海市古美路 1528 号 2 幢 11 层和 12 层”物业的房屋租赁合同尚未办理租赁备案登记手续。根据《中华人民共和国合同法》以及最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》等有关规定，房屋租赁合同未办理租赁备案登记手续不会影响租赁合同的效力，晨光科力普作为承租方在该等合同项下的权利可获得中国法律的保护。

（2）公司出租本公司资产

发行人于 2011 年 2 月 1 日分别与科迎投资和杰葵投资签署《租用房屋（场地）协议书》，并于 2011 年 2 月 18 日分别签署《有关无偿提供物业使用的确认》，约定向科迎投资和杰葵投资无偿提供发行人所拥有的位于“上海市奉贤区青村镇金钱公路 3469 号”中的 7 幢 901 室和 902 室用作科迎投资和杰葵投资的工商注册地址，租赁期至 2016 年 2 月 1 日。

（二）偶发性关联交易

1、晨光集团及中韩晨光向公司无偿让渡海外商标使用权

报告期内，晨光集团及中韩晨光等关联方陆续将其持有的 18 项境外商标无偿转让给发行人。截至本招股说明书出具日，上述 18 项境外商标中已有 9 项无偿转让给发行人，其余境外注册商标（共计 9 项）尚在办理转让登记手续。

2、晨光文具向晨光集团临时拆入资金

2011 年 12 月 13 日，晨光文具进行工商银行评定信用等级需要一份存款证明，故向控股股东晨光集团临时拆入 1 亿元，并于次日即 2011 年 12 月 14 日将该 1 亿元退还给晨光集团。该资金拆借行为未对晨光文具造成不利影响。

3、晨光集团为公司提供担保

公司控股股东晨光集团于 2011 年 12 月 15 日和交通银行股份有限公司上海奉贤支行签订了最高额保证合同（合同编号：3100802011AM00009100），约定晨光集团为发行人与交通银行上海奉贤支行在 2011 年 12 月 15 日至 2012 年 12 月 15 日期间签订的全部主合同（包括短期流动资金贷款、网上支付关税保税、进口汇出款融资等）提供最高额人民币 10,000 万元的保证担保。

公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行于 2014 年 4 月 1 日签订了（编号：26132000002 号）《固定资产借款合同》，用于书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目，合同金额 48,000 万元，由晨光控股（集团）有限公司提供担保、公司的房屋建筑物及相应土地使用权（沪房地奉字[2010]第 020364 号、沪房地奉字[2012]第 001295 号）提供抵押，借款期限 71 个月，自实际提款日起算。截至 2014 年 9 月 30 日，公司已提款 100.50 万元。

4、上海省级经销商（上海晨光）与江苏省级经销商（郭伟龙实际控制的客户）之间的临时货品调剂

报告期内，公司上海省级经销商（上海晨光）向江苏省级经销商（郭伟龙实际控制的销售主体）采购部分产成品，主要是由于公司采取的是以销定产的生产销售政策，公司产品在销售至各省经销商后，公司一般无同类产品存货，基于区域之间的消费习惯不同，各省级经销商之间偶有不同颜色、式样的临时产品调剂。

公司 2011 年度发生的该类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式	涉及物料或产品	2011 年度			
				数量 （万支/个/台/本/盒等）	单价	金额 （万元）	占采购总额比例
郭伟龙实际控制的销售主体	购买产成品	市场价	书写工具	25.88	0.7586	19.63	0.21%
			学生文具	27.81	0.4529	12.60	
			办公文具	13.23	1.6692	22.09	
			其他	143.06	1.2954	185.33	
合 计						239.65	

公司 2012 年度发生的该类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交	关联交易定价方	2012 年度
-----	-----	---------	---------

	易内容	式及决策程序	金额(万元)	占采购总额比例
郭伟龙实际控制的销售主体	购买产成品	市场价	4.58	<0.01%

公司 2013 年度发生的该类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	2013 年度	
			金额(万元)	占采购总额比例
郭伟龙实际控制的销售主体	购买产成品	市场价	63.75	0.04%

公司 2014 年 1-9 月发生的该类关联交易明细情况如下表：

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	2014 年 1-9 月	
			金额(万元)	占采购总额比例
郭伟龙实际控制的销售主体	购买产成品	市场价	17.40	0.01%

上述交易价格参考公司出货价格及市场价格确定，此类临时的产品调剂毛利率一般不超过 5%。上述交易的金额较小，2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月的交易金额分别仅为 239.65 万元、4.58 万元、63.75 万元和 17.40 万元，占公司当期采购总额的比重均不足 0.3%，不会对公司的经营构成不利影响。

（三）关联方应收应付款余额

报告期内，公司与关联方交易的应收应付款余额如下表：

单位：元

关联方	2011 年 12 月 31 日	
	账面余额	坏账准备
应收账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	3,943,499.24	197,174.96
应付账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	1,803,880.93	
关联方	2012 年 12 月 31 日	

	账面余额	坏账准备
预收账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	1,169,351.46	
应付账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	58,762.54	
其他应付款		
郭伟龙实际控制的销售主体	500,000.00	
关联方	2013 年 12 月 31 日	
	账面余额	坏账准备
应收账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	153,050.36	7,652.52
预付账款		
晨光控股（集团）有限公司	474,072.88	
应付账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	78,676.30	
其他应付款		
郭伟龙实际控制的销售主体	900,000.00	
关联方	2014 年 9 月 30 日	
	账面余额	坏账准备
预收账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	546,524.66	
预付账款		
晨光控股（集团）有限公司	387,510.58	
郭伟龙实际控制的销售主体	29,211.23	
应付账款		
郭伟龙实际控制的销售主体	149,717.13	
其他应付款		
郭伟龙实际控制的销售主体	900,000.00	

晨光控股（集团）有限公司	475,500.00	
--------------	------------	--

上表中，2014年9月末预付账款（晨光控股（集团）有限公司）余额为38.75万元，主要是晨光科力普租赁晨光集团办公楼而预付2014年4季度的租赁费；其他应付款（晨光控股（集团）有限公司）余额为47.55万元，主要是晨光文具租赁晨光集团物业而应付2014年3季度的租赁费。

报告期内，公司与郭伟龙控制的销售主体的应收账款及预收账款余额主要为公司与其发生的经常性关联交易余额，应付账款余额主要为公司与其发生的偶发性关联交易余额。2014年9月末其他应付款（郭伟龙控制的销售主体）余额90.00万元，是应付经销商保证金及专项合作保证金。

（四）关联交易对经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司与关联方之间发生的经常性关联交易，是公司正常生产经营所需。关联方之间发生的偶发性关联交易，除晨光集团和中韩晨光无偿向公司让渡海外商标使用权，其部分相关登记手续正在办理之中外，其他均已履行完毕。关联交易往来款项支付正常，对本公司财务状况和经营成果均无重大不利影响。

四、公司减少关联交易的措施

本公司现存的经常性关联交易是公司在经营发展过程中产生的，遵循有利于公司经营发展的原则，有其合理性。现存的经常性关联交易定价是市场化原则，价格公允，没有利益输送和损害公司利益的行为和结果。对于未来出现的关联交易，本公司将严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》等有关规定履行必要程序，遵循市场公正、公平、公开的原则，明确双方的权利和义务，确保关联交易的公平。

五、发行人报告期关联交易的执行情况及公司独立董事意见

（一）报告期内关联交易决策程序的执行情况

报告期内，本公司发生的重大关联交易均已按《公司章程》的规定履行了完备的审批程序，涉及关联交易的股东大会、董事会召开程序、表决方式、关联方

回避等方面均符合《公司章程》等制度的规定，本公司已采取必要措施对本公司及其他股东的利益进行保护。

发行人律师认为：发行人已在《公司章程》及其他内部管理制度中明确规定关联交易公允决策的程序，符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）全体独立董事对关联交易的审查意见

公司的独立董事卫哲、潘飞和李志强 2014 年 10 月出具了《上海晨光文具股份有限公司独立董事关于报告期内关联交易的独立意见》：“更新后报告期内（2011 年、2012 年、2013 年及 2014 年 1-9 月），公司与关联方之间发生的关联交易均遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害公司及其他股东利益的情况。”

（三）全体监事对关联交易的审查意见

公司监事朱益平、韩连花及徐京津 2014 年 10 月出具了《上海晨光文具股份有限公司监事会关于报告期内关联交易的意见》，就发行人报告期内的关联交易发表核查意见如下：“更新后报告期内（2011 年、2012 年、2013 年及 2014 年 1-9 月），公司与关联方之间发生的关联交易均遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害公司及其他股东利益的情况。”

六、规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》等有关法律、法规，公司在《公司章程》及公司相关文件中对关联交易决策权利与程序作出了规定。

（一）公司在《公司章程》中规定了关联交易的特殊决策程序

2014 年 6 月 29 日，公司召开 2014 年第三次临时股东大会，审议并通过了

经修订的上市后适用的《公司章程（草案）》，该文件明确规定了关联交易的特殊决策程序，其主要条款如下：

“第四十三条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

第八十一条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百二十一条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

（二）公司修订相关文件，对关联交易行为进一步规范

2011 年 12 月 30 日，发行人 2011 年第四次临时股东大会审议通过经修订的《上海晨光股份有限公司股东大会议事规则》、经修订的《上海晨光股份有限公司董事会议事规则》、经修订的《上海晨光股份有限公司监事会议事规则》、《上海晨光股份有限公司独立董事工作制度》及《上海晨光股份有限公司关联交易管理制度》等一系列内部制度，对公司的关联交易行为进行了进一步的规范。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事

公司董事会由 7 人组成，其中独立董事 3 名，分别由晨光集团、鼎晖一期和鼎晖元博，以及公司董事会提名并经股东大会选举产生。本届董事会任期情况如下：

姓名	性别	出生年月	公司职务	本届任期
陈湖文	男	1970.07	董事长	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
陈湖雄	男	1970.07	副董事长、总裁	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
陈雪玲	女	1967.10	董事、副总裁	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
潘健	男	1976.01	董事	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
卫哲	男	1970.12	独立董事	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
潘飞	男	1956.08	独立董事	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
李志强	男	1967.11	独立董事	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日

董事简介如下：

陈湖文先生：曾用名：陈升贤。1970 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士（EMBA），1997 年起涉足文具制造行业，是晨光控股（集团）有限公司的创始人之一。曾任中韩晨光总经理。现任上海晨光文具股份有限公司董事长。上海市奉贤区第三届及第四届政协委员，2007 年 12 月被中华人民共和国人事部等机构授予“全国轻工行业劳动模范”荣誉称号，2013 年 7 月被上海品牌发展研究中心评为“上海十大品牌领军人物”。

陈湖雄先生：曾用名：陈升明。1970 年 7 月出生，陈湖文的胞弟，中国国籍，拥有新加坡永久居留权，工商管理硕士（EMBA）。1995 年起涉足文具制造行业，2001 年至 2004 年任中韩晨光总经理，2004 年至 2009 年任中韩晨光董事长，现任本公司副董事长、总裁，兼任中国制笔协会副理事长，中国制笔协会

圆珠笔专业委员会副主任，上海潮汕商会常务副会长。2008年9月被中国轻工业联合会人事教育部及中国制笔协会评为“中国制笔行业优秀企业家”，2014年1月被中国质量协会评为“中国杰出质量人”。

陈雪玲女士：1967年10月出生，陈湖文和陈湖雄的胞姐，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1997年起涉足文具制造行业，是晨光控股（集团）有限公司的创始人之一。曾任上海晨光文具股份有限公司生产中心副总经理，现任上海晨光文具股份有限公司副总裁。

潘健先生：1976年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，曾任科尔尼咨询、贝恩咨询公司咨询顾问，MBK Partners 投资基金副总裁，现任鼎晖投资董事总经理。

卫哲先生：1970年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，上海外国语大学本科学历，并修毕伦敦商学院企业融资课程。历任上海万国证券公司资产管理总部副总经理、永道国际会计公司（现合并为普华永道）企业融资部经理、东方证券有限公司投资银行部总经理，2000-2006年期间担任翠丰集团亚洲区首席代表，翠丰集团附属百安居中国公司首席财务官及首席执行官，2006年担任阿里巴巴网络有限公司首席执行官及阿里巴巴集团执行副总裁，现任嘉御（中国）投资基金 I 期董事长和创始合伙人。

潘飞先生：1956年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，管理学博士，博士生导师。先后承接了四项国家级课题与三项省部级课题，先后在各种权威会计学刊物发表近30篇学术论文，其中在《The British Accounting Review》上发表的研究被中国会计学会评为优秀课题，《改革开放三十年中国管理会计的发展与创新》获得财政部优秀论文一等奖，《管理会计研究方法述评》获得中国会计学会2007年度优秀论文二等奖，2004年获上海市育才奖，2008年获全国先进会计工作者，2009年获上海市第五届教学名师奖。目前除担任本公司独立董事外，还担任上海财经大学会计学院副院长、美国会计学会会员、中国会计学会和中国会计教授会理事，上海市成本研究会理事，《新会计》特聘编审，兼任光明乳业股份有限公司、上海友谊集团股份有限公司、上海万业企业股份有限公司及环旭电子股份有限公司的独立董事。

李志强先生：1967年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学

历，高级律师。上海金茂凯德律师事务所创始合伙人，国际律师协会理事，环太平洋律师协会法律执业委员会副主席，第十届全国青联委员，上海杰出青年协会理事，具有上海市市管国有企业外部董事、外派监事专业资格，中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员，上海仲裁委员会仲裁员，上海锦江国际酒店发展股份有限公司独立董事，中国海诚工程科技股份有限公司独立董事，上海外高桥保税区开发股份有限公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 人组成，其中徐京津是由职工代表大会民主选举产生的监事，本届监事会任期如下：

姓名	性别	出生年月	公司职务	提名人	本届任期
朱益平	女	1959.03	监事会主席	晨光集团	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
韩连花	女	1978.04	监事	晨光集团	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日
徐京津	男	1979.07	职工监事	职工代表大会	2014 年 6 月 12 日-2017 年 6 月 11 日

监事简历如下：

朱益平女士：1959 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，曾任江苏生命集团有限公司副总经理、上海宇江实业有限公司副总经理。2003 年 5 月加入晨光，历任上海中韩晨光文具制造有限公司财务总监、上海晨光文具股份有限公司财务中心副总监，现任晨光控股（集团）有限公司财务总监。

韩连花女士：1978 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，曾任上海奉贤前桥粮管所出纳、上海荣建化工厂主办会计、奉贤现代农业园区上海办事处财务主管。2006 年 6 月加入晨光。历任上海中韩晨光文具制造有限公司、上海晨光珍美文具有限公司、上海晨光文具礼品连锁经营有限公司财务主管。现任晨光控股（集团）有限公司财务主管。

徐京津先生：1979 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任北京国际饭店销售经理、好苑建国商务酒店市场主管兼销售经理、乙十六号商务会所销售经理、泰辣椒餐饮服务公司餐厅经理。2007 年加入晨光。现任上海晨光文具股份有限公司公共事务部经理。

（三）高级管理人员

姓名	性别	出生年月	公司职务	本届任期
陈湖雄	男	1970.07	副董事长、 总裁	2014年6月12日-2017年6月11日
陈雪玲	女	1967.10	董事、副总裁	2014年6月12日-2017年6月11日
姚鹤忠	男	1956.05	副总裁	2014年6月12日-2017年6月11日
丁一新	男	1968.09	副总裁、董事 会秘书	2014年6月12日-2017年6月11日
曹澎波	男	1970.09	财务总监	2014年6月12日-2017年6月11日

高级管理人员简历如下：

陈湖雄先生：参见本招股说明书“第八节 一、（一）董事”。

陈雪玲女士：参见本招股说明书“第八节 一、（一）董事”。

姚鹤忠先生：1956年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，曾任上海圆珠笔厂副厂长、上海爱伊文具有限公司董事总经理、上海吉野塑料制品有限公司董事总经理。1999年加入晨光，曾任上海晨光文具股份有限公司研发中心副总经理，现任上海晨光文具股份有限公司副总裁。

丁一新先生：1968年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，曾任上海白猫有限公司行政部经理，上海白猫股份有限公司董事会秘书，上海牙膏厂副厂长。2010年5月加入晨光，现任上海晨光文具股份有限公司副总裁、董事会秘书。

曹澎波先生：1970年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，曾任上海国福龙凤食品股份有限公司财务总监、上海苏谷阳盈投资咨询公司副总经理、上海汇慈投资有限公司财务营运副总经理。2010年9月加入晨光，现任上海晨光文具股份有限公司财务总监。

（四）核心技术人员

姓名	性别	出生年月	公司职务
陈湖文	男	1970.07	董事长

姓名	性别	出生年月	公司职务
陈湖雄	男	1970.07	副董事长、总裁
姚鹤忠	男	1956.05	副总裁
孙璐	女	1973.05	产品中心总监

核心技术人员简历如下：

陈湖文先生：参见本招股说明书“第八节、一、（一）董事”。

陈湖雄先生：参见本招股说明书“第八节、一、（一）董事”。

姚鹤忠先生：参见本招股说明书“第八节、一、（三）高级管理人员”。

孙璐女士：1973年5月出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理硕士（EMBA）。曾任深圳力创广告有限公司事业一部总经理、上海华与华广告有限公司总经理。自2005年6月起加入晨光文具，先后担任晨光文具营销中心副总监，研发中心副总监、总监，现任晨光文具产品中心总监。任职期间，凭借对市场的充分了解，开发推出系列畅销产品，并针对特定消费细分市场，将考试系列、可擦系列、按动针管系列等发展为晨光文具重要的产品系列。

（五）董事、监事、高级管理人员的提名与选聘情况

1、董事提名和选聘情况

本届董事会为公司第三届董事会，公司现任董事陈湖文、陈湖雄及陈雪玲由公司控股股东晨光控股（集团）有限公司提名，现任董事潘健由公司股东天津鼎晖股权投资一期基金和天津鼎晖元博股权投资基金联合提名，现任独立董事卫哲、潘飞和李志强由公司董事会提名，以上全部董事均通过2014年6月12日召开的公司2014年第二次临时股东大会选举产生。

2014年6月13日，公司第三届董事会第一次会议选举陈湖文为公司董事长，选举陈湖雄为公司副董事长。

2、监事提名和选聘情况

本届监事会为公司第三届监事会，公司现任监事朱益平、韩连花由公司控股股东晨光控股（集团）有限公司提名，并经2014年6月12日召开的公司2014年第二次临时股东大会选举产生。

本公司现任职工监事徐京津经2014年6月11日召开的公司职工代表大会

选举产生。

2014 年 6 月 13 日，公司第三届监事会第一次会议选举朱益平为公司监事会主席。

3、高级管理人员提名和选聘情况

公司现任总裁陈湖雄、董事会秘书丁一新由公司董事长陈湖文提名，公司现任副总裁陈雪玲、姚鹤忠、丁一新及财务总监曹澎波由公司总裁陈湖雄提名，以上全部高级管理人员均经 2014 年 6 月 13 日召开的公司第三届董事会第一次会议决议聘任。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其直系亲属持股、对外投资情况

（一）直接或间接持股情况

1、直接持股情况

自本公司 2008 年成立以来，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其直系亲属直接持有公司股份情况如下：

姓名	公司职务	2011 年末		2012 年末		2013 年末		2014 年 9 月 30 日	
		数量 (万股)	比例	数量 (万股)	比例	数量 (万股)	比例	数量 (万股)	比例
陈湖文	董事长	760	3.80%	760	3.80%	1,520	3.80%	1,520	3.80%
陈湖雄	副董事长、总裁	760	3.80%	760	3.80%	1,520	3.80%	1,520	3.80%
陈雪玲	董事、副总裁	480	2.40%	480	2.40%	960	2.40%	960	2.40%

2、间接持股情况

本公司存在部分董事、高级管理人员通过持有公司股东晨光集团、杰葵投资、科迎投资、晨光创投、钟鼎创投及兴烨创投股权进而间接持股的情形，具体明细及其近三年增减变化情况如下：

（1）通过持有公司股东晨光集团股权而间接持股情况

持有晨光集团的股权比例					
姓名	公司职务	2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日

陈湖文	董事长	38.00%	38.00%	38.00%	38.00%
陈湖雄	副董事长、总裁	38.00%	38.00%	38.00%	38.00%
陈雪玲	董事、副总裁	24.00%	24.00%	24.00%	24.00%
晨光集团持有本公司的股权比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		67.00%	67.00%	67.00%	67.00%

(2) 通过持有公司股东科迎投资权益而间接持股情况

在科迎投资中的出资比例					
姓名	公司职务	2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
陈湖文	董事长	56.20%	56.20%	56.20%	56.20%
丁一新	副总裁、董事会 秘书	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
曹澎波	财务总监	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
科迎投资持有本公司的股权比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		5.00%	5.00%	5.00%	5.00%

(3) 通过持有公司股东杰葵投资权益而间接持股情况

在杰葵投资中的出资比例					
姓名	公司职务	2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
陈湖雄	副董事长、总裁	43.00%	43.00%	45.50%	45.50%
孙璐	产品中心总监	4.00%	4.00%	4.00%	4.00%
姚鹤忠	副总裁	3.50%	3.50%	3.50%	3.50%
朱益平	监事	3.50%	3.50%	3.50%	3.50%
徐京津	职工监事	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%
杰葵投资持有本公司的股权比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		5.00%	5.00%	5.00%	5.00%

（4）通过持有晨光创投、公司股东钟鼎创投及兴烨创投资权益而间接持股情况

在晨光创投中的出资比例					
姓名	公司职务	2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
陈湖文	董事长	38.00%	38.00%	38.00%	38.00%
陈湖雄	副董事长、总裁	38.00%	38.00%	38.00%	38.00%
陈雪玲	董事、副总裁	24.00%	24.00%	24.00%	24.00%
晨光创投在钟鼎创投中的出资比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		4.00%	4.00%	4.00%	4.00%
钟鼎创投持有本公司的股权比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		1.00%	1.00%	1.00%	1.00%
晨光创投在兴烨创投中的出资比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
兴烨创投持有本公司的股权比例					
		2011 年末	2012 年末	2013 年末	2014 年 9 月 30 日
		0.575%	0.575%	0.575%	0.575%

除上表人员外，其他董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员未间接持有本公司股份。

（二）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其直系亲属其他对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其直系亲属其他对外投资情况如下：

姓名	其他对外投资企业	出资额	持股比例	其他对外投资企业与公司关系
陈湖文	晨光集团	11,400 万元	38.00%	公司控股股东
	晨光创投	1,140 万元	38.00%	公司股东钟鼎创投的合伙人、公司股东兴烨创投的合伙人
陈湖雄	晨光集团	11,400 万元	38.00%	公司控股股东
	晨光创投	1,140 万元	38.00%	公司股东钟鼎创投的合伙人、公司股东兴烨创投的合伙人
	世睿投资	25 万元	50.00%	公司实际控制人陈湖雄及其妻子郭少霞共同控制的企业
陈雪玲	晨光集团	7,200 万元	24.00%	公司控股股东
	晨光创投	720 万元	24.00%	公司股东钟鼎创投的合伙人、公司股东兴烨创投的合伙人
陈琼香	世昕投资	50 万元	100%	公司实际控制人陈湖文的妻子控制的企业
郭少霞	世睿投资	25 万元	50.00%	公司实际控制人陈湖雄及其妻子郭少霞共同控制的企业
陈楚进	世洽投资	50 万元	100%	公司实际控制人陈雪玲的丈夫控制的企业
卫哲	上海维鸣商贸有限公司	10 万元	100%	无关联关系

上述对外投资与发行人不存在利益冲突。除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其直系亲属不存在其他对外投资。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 2013 年度从公司领取的税前收入情况如下：

姓名	职务	金额（万元）	是否在本公司及关联企业专职领薪
陈湖文	董事长	100	是
陈湖雄	副董事长、总裁	100	是
陈雪玲	董事、副总裁	70	是
潘健	董事	-	否
卫哲	独立董事	10	除独立董事津贴 10 万元/年外，不在本公司及关联
潘飞	独立董事	10	

姓名	职务	金额（万元）	是否在本公司及关联企业专职领薪
李志强	独立董事	10	企业专职领薪
朱益平	监事会主席	-	在本公司控股股东晨光集团专职领薪
韩连花	监事	-	在本公司控股股东晨光集团专职领薪
徐京津	职工监事	30	是
姚鹤忠	副总裁	70	是
丁一新	副总裁、董事会秘书	60	是
秦敬海	副总裁	50	2014 年已离职
曹澎波	财务总监	60	是
孙璐	产品中心总监	55	是

公司的董事（独立董事除外）、监事不享有董事、监事津贴，所有董事、监事为履行其职责所发生的合理费用由公司承担。

在公司领薪的高级管理人员及核心技术人员，除享受薪酬外，还享有法定社会保险和住房公积金等待遇。除此之外，无其他特殊待遇或退休金计划。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况

截至招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他单位兼职情况如下：

姓名	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
陈湖文	晨光集团	总裁	公司控股股东
	晨光创投	普通合伙人	受同一控制人控制
	晨光三美	总经理	同一控股股东
	科迎投资	普通合伙人	公司股东
	兴烨创投	董事	公司股东
陈湖雄	晨光集团	董事长	公司控股股东
	晨光创投	有限合伙人	受同一控制人控制
	晨光三美	董事长	同一控股股东

姓名	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
	杰葵投资	普通合伙人	公司股东
陈雪玲	晨光集团	董事	公司控股股东
	晨光创投	有限合伙人	受同一控制人控制
	晨光三美	董事	同一控股股东
潘健	鼎晖投资	董事总经理	鼎晖一期和鼎晖元博的管理人
	Amperex Technology Limited	董事	无关联关系
	LuYe Pharmaceutical International Co.,Ltd	董事	无关联关系
	北京自如友家资产管理有限公司	董事	无关联关系
	宁德新能源科技有限公司	董事	无关联关系
	Ceva Sante	董事	无关联关系
卫哲	嘉御（中国）投资基金 I 期	创始合伙人、董事长	无关联关系
	PCCW LIMITED	非执行董事	无关联关系
	好耶集团	董事	无关联关系
	深圳市中农网股份有限公司	董事长	无关联关系
	CARTELO Crocodile Holding Co.Ltd	董事	无关联关系
	江南布衣服饰有限公司	董事	无关联关系
	China Talent Group Holdings Ltd	董事	无关联关系
	500.com Limited	独立董事	无关联关系
	金夫人国际控股有限公司	董事	无关联关系
	Wilkinson Asia Limited	董事	无关联关系
	上海外国语大学	MBA 教授	无关联关系
	LEJU HOLDINGS LIMITED	董事	无关联关系
	Octopus(Cayman) Holdings Inc	董事	无关联关系
	福建一零一教育科技有限公司	董事	无关联关系

姓名	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
	深圳市房多多信息技术有限公司	董事	无关联关系
	MEILELE INC.	董事	无关联关系
潘飞	上海财经大学会计学院	副院长	无关联关系
	中国会计学会	理事	无关联关系
	中国会计教授会	理事	无关联关系
	上海市成本研究会	理事	无关联关系
	《新会计》	特聘编审	无关联关系
	光明乳业股份有限公司	独立董事	无关联关系
	上海友谊集团股份有限公司	独立董事	无关联关系
	上海万业企业股份有限公司	独立董事	无关联关系
	环旭电子股份有限公司	独立董事	无关联关系
李志强	上海金茂凯德律师事务所	创始合伙人	无关联关系
	上海锦江国际酒店发展股份有限公司	独立董事	无关联关系
	中国海诚工程科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
	上海外高桥保税区开发股份有限公司	独立董事	无关联关系
朱益平	晨光集团	财务总监	公司控股股东
韩连花	晨光集团	财务主管	公司控股股东

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均无其他兼职情况。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员中，陈雪玲、陈湖文、陈湖雄之间是姐弟关系，其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间均不存在亲属关系。

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签署协议及承诺情况

根据国家有关规定，在公司担任行政职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订了《劳动合同》并承诺：在公司任职期间，不论何时因履行职务而获取的资料、研究成果或者利用公司的物质及技术条件、业务信息等产生的相关知识产权、技术秘密或其他商业秘密信息，其相关权利及利益均归属公司所有；在公司任职期间，必须遵守公司的保密规定，履行保守公司秘密的义务；离职后，按其与公司签订的《保密协议》履行各自的权利义务。

公司董事、监事、高级管理人员作出的承诺情况详见本招股说明书“重大事项提示”及“第五节 发行人基本情况”之“十二、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”。

截至招股说明书签署日，上述合同、协议、承诺履行正常，未发生违约情况。

七、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司所有董事、监事、高级管理人员均符合法律、法规要求的任职资格，其聘任均符合公司章程规定的程序。

八、董事、监事、高级管理人员报告期的变动情况

（一）董事变动情况

1、2011 年 3 月 21 日，公司 2011 年临时股东大会增选潘健为公司董事。

2、2011 年 6 月 28 日，公司 2011 年第三次临时股东大会选举陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、潘健为公司第二届董事会董事，选举卫哲、潘飞和李志强为第二届董事会独立董事。2011 年 7 月 9 日，公司第二届董事会第一次会议选举陈湖文为公司董事长，选举陈湖雄为公司副董事长。

3、2014 年 6 月 12 日，公司 2014 年第二次临时股东大会选举陈湖文、陈湖雄、陈雪玲、潘健为公司第三届董事会董事，选举卫哲、潘飞和李志强为第三届董事会独立董事。2014 年 6 月 13 日，公司第三届董事会第一次会议选举陈湖文为公司董事长，选举陈湖雄为公司副董事长。

（二）监事变动情况

1、2011年6月28日，公司2011年第三次临时股东大会选举朱益平、韩连花为股东代表监事，与职工代表监事徐京津共同组成第二届监事会。2011年8月25日，公司第二届监事会第一次会议选举朱益平为公司监事会主席。

2、2014年6月12日，公司2014年第二次临时股东大会选举朱益平、韩连花为股东代表监事，与职工代表监事徐京津共同组成第三届监事会。2014年6月13日，公司第三届监事会第一次会议选举朱益平为公司监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

1、2011年7月9日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任陈湖雄为公司总裁，聘任丁一新为董事会秘书，聘任陈雪玲、姚鹤忠为公司副总裁，聘任曹澎波为公司财务总监。

2、2011年12月15日，公司召开第二届董事会第三次会议，聘任丁一新为公司副总裁。

3、2012年6月8日，公司召开第二届董事会第六次会议，聘任秦敬海为公司副总裁。2014年1月26日，公司召开第二届董事会第十四次会议，审议通过了《关于一名高级管理人员辞职的议案》，批准秦敬海先生的辞职申请。

4、由于公司高级管理人员任职期满，公司于2014年6月13日召开第三届董事会第一次会议，决议聘任陈湖雄先生为公司总裁，聘任丁一新先生为公司董事会秘书，聘任陈雪玲女士、姚鹤忠先生、丁一新先生为公司副总裁，聘任曹澎波先生为公司财务总监。

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员近三年内未发生变化。

第九节 公司治理

公司建立了完善的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，上述相关制度符合《上海证券交易所股票上市规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司股东大会规则》以及《上市公司治理准则》等上市公司治理的规范性文件的要求，不存在实质差异。

报告期内发行人股东大会、董事会、监事会均按照相关规定召开会议，运行情况良好，相关股东大会、董事会、监事会的召开程序、决议内容及签署符合当时有效的《公司章程》及/或股东大会、董事会、监事会制度要求，不存在董事会、管理层违反《公司法》、《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

一、股东大会制度的建立健全及运行情况

公司制定了规范的《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》，《公司章程（草案）》明确了股东的权利和义务，《股东大会议事规则》则进一步细化了股东大会制度的运行规则。

（一）股东的权利与义务

1、股东享有的权利

《公司章程（草案）》第三十四条规定，公司股东享有下列权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。

2、股东承担的义务

《公司章程（草案）》第三十九条规定，公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和公司章程；（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（5）法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

（二）股东大会的职责

《公司章程（草案）》第四十二条规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：1、决定公司的经营方针和投资计划；2、选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；3、审议批准董事会的报告；4、审议批准监事会报告；5、审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；6、审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；7、对公司增加或者减少注册资本作出决议；8、对发行公司债券作出决议；9、对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；10、修改公司章程；11、对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；12、审议批准《公司章程（草案）》第四十三条规定的担保事项：（1）公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（4）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。13、审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；14、审议批准变更募集资金用途事项；15、审议股权激励计划；16、审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

（三）股东大会议事规则

2011 年 6 月 28 日，公司 2011 年第三次临时股东大会审议并通过了《股东

大会议事规则》，2011年12月30日公司2011年第四次临时股东大会以及2014年6月29日公司2014年第三次临时股东大会审议并通过了《关于重新修订〈股东大会议事规则〉的议案》，重新修订后的《股东大会议事规则》包括股东大会的一般规定、股东大会的职权、股东大会的授权、股东大会的召集、股东大会的提案与通知、股东大会的召开、股东大会的表决和决议以及附则，其对股东大会的召集，议案的提交、审议与表决，股东大会的召开以及信息披露等事项规定如下：

1、股东大会的召集

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开1次，并应于上一会计年度结束后6个月内召开。临时股东大会不定期召开，出现以下所列应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会应当在2个月内召开：（1）董事人数不足《公司法》规定的法定最低人数或者少于公司章程所定人数的2/3时；（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额的1/3时；（3）单独或者合计持有公司股份总数10%以上的股东请求时；（4）董事会认为必要时；（5）监事会提议召开时；（6）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到提议后10日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应在作出董事会决议后的5日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，应说明理由。

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到提案后10日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应在作出董事会决议后的5日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应征得监事会的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提案后10日内未作出反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

单独或者合计持有公司10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公

公司章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

2、股东大会的提案与通知

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，通告临时提案的内容。

召集人应在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会应于会议召开 15 日前通知各股东。公司在计算起始期限时，不应当包括会议召开当日。

3、股东大会的召开

公司应当在公司住所地或公司章程规定的地点召开股东大会。股东大会应当设置会场，以现场会议形式召开。所有股东或其代理人，均有权出席股东大会，并依照有关法律、法规及公司章程行使表决权。股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。

股东大会由董事长主持。董事长不能履行职务或不履行职务时，由副董事长主持，副董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。

召开股东大会时，会议主持人违反议事规则使股东大会无法继续进行的，经现场出席股东大会有表决权过半数的股东同意，股东大会可推举一人担任会议主持人，继续开会。召集人应当保证股东大会连续举行，直至形成最终决议。因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能做出决议的，应采取必要措施尽快恢复召开股东大会或直接终止本次股东大会。

4、股东大会的表决和决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会做出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $1/2$ 以上通过。下列事项由股东大会以普通决议通过：（1）董事会和监事会的工作报告；（2）董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；（3）董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；（4）公司年度预算方案、决算方案；（5）公司年度报告；（6）除法律、行政法规规定或者公司章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

股东大会做出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $2/3$ 以上通过。下列事项由股东大会以特别决议通过：（1）公司增加或者减少注册资本；（2）公司的分立、合并、解散和清算；（3）公司章程的修改；（4）公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30% 的；（5）股权激励计划；（6）法律、行政法规或公司章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

（四）股东大会运行情况

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
1	2011.02.21	2011 年临时股东大会	公司全体股东（或股东代表）、董事、监事和高级管理人员出席	《公司章程修正案》
2	2011.03.21	2011 年临时股东大会	公司全体股东（或股东代	1)《关于增选一名公司董事的议案》； 2)《公司章程修正案》

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
			表)、董事、监事和高级管理人员出席	
3	2011.05.06	2010 年度股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《2010 年度财务决算报告》; 2)《2010 年度利润分配预案》; 3)《2011 年度财务预算报告》; 4)《聘任公司 2011 年度审计机构的议案》
4	2011.06.28	2011 年第三次临时股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《关于董事会换届的议案》; 2)《关于监事会换届的议案》; 3)《关于重新修订〈公司章程〉的议案》; 4)《关于建立〈股东大会议事规则〉的议案》; 5)《关于建立〈董事会议事规则〉的议案》; 6)《关于建立〈监事会议事规则〉的议案》
5	2011.12.30	2011 年第四次临时股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《关于决定公司独立董事津贴的议案》; 2)《关于重新修订〈股东大会议事规则〉的议案》; 3)《关于重新修订〈董事会议事规则〉的议案》; 4)《关于重新修订〈监事会议事规则〉的议案》; 5)《关于建立〈独立董事工作制度〉的议案》; 6)《关于建立〈关联交易管理制度〉的议案》; 7)《关于建立〈对外担保管理制度〉的议案》; 8)《关于建立〈募集资金使用制度〉的议案》
6	2012.03.08	2011 年度股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《2011 年度财务决算报告》; 2)《2011 年度利润分配预案》; 3)《2012 年度财务预算报告》; 4)《聘任公司 2012 年度审计机构的议案》; 5)《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》;

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				6)《关于公司首次公开发行股票所募集资金投资项目可行性的议案》; 7)《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》; 8)《关于授权董事会办理首次公开发行股票并上市具体事宜的议案》; 9)《关于审议公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程(草案)〉的议案》
7	2012.08.09	2012 年第一次临时股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《关于公司未来三年分红回报规划(2012-2014)的议案》; 2)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程(草案)〉的议案》
8	2012.11.12	2012 年第二次临时股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	《公司章程修正案》
9	2013.03.13	2012 年度股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、监事和高级管理人员出席	1)《2012 年度董事会工作报告》; 2)《2012 年度监事会工作报告》; 3)《2012 年度财务决算报告》; 4)《2012 年度利润分配预案》; 5)《关于关联交易的议案》; 6)《2013 年度财务预算报告》; 7)《关于聘任公司 2013 年度审计机构的议案》; 8)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程(草案)〉的议案》; 9)《关于延长〈关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案〉有效期的议案》; 10)《关于延长〈关于授权董事会办理首次公开发行股票并上市具体事宜的议案〉有效期的议案》; 11)《关于公司未来三年分红回报规划(2013-2015)的议案》
10	2013.12.13	2013 年第一次临时股东大会	公司全体股东(或股东代表)、董事、	1)《在缩短会议通知期限的情况下紧急召开临时股东大会的议案》; 2)《2013 年中期利润分配预案及资

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
			监事和高级管理人员出席	本公积金转增股本预案》； 3)《关于修订公司章程的议案》； 4)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的<公司章程（草案）>的议案》
11	2014.03.07	2013 年年度股东大会	公司全体股东（或股东代表）、董事、监事和高级管理人员出席	1)《2013 年度董事会工作报告》； 2)《2013 年度监事会工作报告》； 3)《2013 年度财务决算报告》； 4)《2013 年利润分配预案》； 5)《关于关联交易的议案》； 6)《2013 年度财务预算报告》； 7)《关于聘任公司 2014 年度审计机构的议案》； 8)《关于为 IPO 募集资金投资项目“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”向银行申请贷款提供担保的议案》； 9)《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）的议案》； 10)《关于调整公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》； 11)《关于稳定公司股价的预案》； 12)《关于公司公开发行上市所涉承诺事项及约束措施的议案》； 13)《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》； 14)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 15)《关于公司董事 2014 年薪酬标准的议案》； 16)《关于公司监事 2014 年薪酬标准的议案》
12	2014.04.11	2014 年第一次临时股东大会	公司全体股东（或股东代表）、董事、监事和高级管理人员出席	1)《在缩短会议通知期限的情况下紧急召开临时股东大会的议案》； 2)《关于修改公司首次公开发行股票所募集资金投资项目可行性的议案》； 3)《关于调整公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》
13	2014.06.12	2014 年第二次临时股东大会	公司全体股东（或股东代表）、董事、	1)《关于董事会换届的议案》； 2)《关于监事会换届的议案》； 3)《关于决定公司独立董事津贴的议案》

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
			监事和高级管理人员出席	
14	2014.06.29	2014 年第三次临时股东大会	公司全体股东（或股东代表）、董事、监事和高级管理人员出席	1)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 2)《关于修订公司〈股东大会议事规则〉的议案》

历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》的要求规范运作，对公司董事、监事和独立董事的选举、公司财务预算、利润分配、《公司章程》及其他主要管理制度的制订和修改、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。

二、董事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，董事会运行规范。

（一）董事会构成

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，包括 1 名会计专业人士。董事会设董事长 1 名，副董事长 1 名。董事长和副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，任期三年，可连选连任。

（二）董事会职责

《公司章程（草案）》第一百零九条规定，董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案或退休福利方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托

理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书；根据总裁的提名，聘任或者解聘公司副总裁、财务总监及高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作；（16）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

（三）董事会议事规则

2011年6月28日，公司2011年第三次临时股东大会审议通过了《董事会议事规则》，2011年12月30日，公司2011年第四次临时股东大会审议并通过了《关于重新修订〈董事会议事规则〉的议案》，重新修订的《董事会议事规则》包括总则、董事会的组成和下设机构、董事会的职权、董事会的权限、董事会的授权、董事会会议制度、董事会秘书以及附则，其对董事会的召集和主持、会议通知、会议召开、会议表决等事项规定如下：

1、董事会的召集和主持

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。所有董事会会议应由董事长、副董事长或一名董事（视具体情况）召集并主持。代表1/10以上表决权的股东、1/3以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后10日内，召集和主持董事会会议。

2、董事会会议通知

董事会召开定期董事会会议，应当于会议召开前至少10天向全体董事和监事发出书面通知，通知会议召开的时间、地点及议程。

董事会召开临时董事会会议，应当于会议召开前5日以书面方式通知全体董事。情况紧急，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

3、董事会的召开

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。

监事可以列席董事会会议；总裁和董事会秘书未兼任董事的，应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。

董事会会议，应由董事本人出席；董事因故不能出席，可以书面委托其他董事代为出席。委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（1）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；（2）独立董事不得委托非独立董事代为出席，非独立董事也不得接受独立董事的委托；（3）董事不得在未说明其本人对会议议题的个人意见和表决意向的情况下全权委托其他董事代为出席，有关董事也不得接受全权委托和授权不明确的委托；（4）一名董事不得接受超过两名董事的委托，董事也不得委托已经接受两名其他董事委托的董事代为出席。

4、董事会会议表决

董事会决议的表决，实行一人一票，表决方式为举手表决或投票表决。董事会就职权内事项作出决议时，须经全体董事的过半数通过。以下事项经全体董事的三分之二以上通过：（1）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（2）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（3）制订公司章程的修改方案。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。

董事会决议可以不经召开董事会会议而采用书面方式、经董事会全体董事签字后通过，但拟通过的书面决议须送至每位董事。为此，每位董事可签署同份书面决议的不同复本文件，所有复本文件共同构成一份有效的书面决议，并且，为此目的，董事的传真签字有效并有约束力。此种书面决议与在正式召开的董事会会议上通过的决议具有同等效力。

（四）专门委员会的设置情况

发行人于 2011 年 7 月 9 日，经第二届董事会第一次会议决议通过建立了董事会战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会，并于 2011 年 12 月 15 日经第二届董事会第三次会议决议通过了各委员会的工作

细则。因公司第二届董事会各专门委员会任期届满，公司于 2014 年 6 月 13 日召开第三届董事会第一次会议，决议设立公司第三届董事会各专门委员会，并选举产生了新一届委员。

目前，各专门委员会成员的具体名单如下：

委员会名称	成员
战略委员会	陈湖文（主任委员）、卫哲、潘飞
提名委员会	卫哲（主任委员）、陈湖雄、李志强
审计委员会	潘飞（主任委员、会计专业人士）、陈湖文、李志强
薪酬与考核委员会	李志强（主任委员）、陈湖雄、潘飞

专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任主任委员，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。上述各专门委员会人员构成合理。

战略委员会的主要职责权限：（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（2）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；（3）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（5）对以上事项的 implementation 进行检查；（6）董事会授权的其他事宜。

提名委员会的主要职责权限：（1）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（2）研究董事、总裁及其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（3）广泛搜寻合格的董事、总裁和其他高级管理人员的人选；（4）对董事（包括独立董事）候选人、总裁和其他高级管理人员人选进行审查并提出建议；（5）董事会授权的其他事宜。

审计委员会的主要职责权限：（1）提议聘请或更换外部审计机构、是否聘请外部审计机构为公司提供除审计外的其他服务，审核外部审计机构的服务费用并提交董事会审议；（2）监督公司的内部审计制度及其执行情况，指导审计部的工作，并听取工作汇报；（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通，有权单独召集审计师会议；（4）审核公司的财务信息及其披露；（5）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；（6）协助董事会战略委员会对正在执行的投资项目等进行风险分析，对公司的潜在风险提出预警，以防范风险的发生；（7）董事会授予

的其他事宜。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：（1）研究董事及高级管理人员考核的标准，并向董事会提出建议；（2）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平研究、审查并制定薪酬政策、计划或方案，其中薪酬政策、计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系、奖励和惩罚的主要方案和制度等；（3）审查公司董事（不含独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（5）董事会授权的其他事宜。

发行人董事会战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会均已依据各自工作细则开展工作并已遵照工作细则之要求召开会议，具体情况如下：

序号	会议名称	召开日期	会议讨论内容
1	战略委员会 2012 年度会议	2012.02.15	审议《关于拟定公司未来发展战略及未来三至五年具体规划的议案》
2	审计委员会 2012 年第一次会议	2012.02.15	审议立信会计师出具的《审计报告》（2009 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日）
3	审计委员会 2012 年第二次会议	2012.07.25	审议立信会计师出具的《审计报告》（2009 年 1 月 1 日至 2012 年 6 月 30 日）
4	提名委员会 2012 年度会议	2012.06.08	审议《关于公司副总裁候选人秦敬海资格审查意见的议案》
5	薪酬与考核委员会 2012 年度会议	2012.01.18	审议《关于公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2012 年度薪酬标准的议案》
6	审计委员会 2013 年第一次会议	2013.02.20	审议立信会计师出具的《审计报告》（2010 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日）
7	薪酬与考核委员会 2013 年度会议	2013.03.25	审议《关于公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2013 年度薪酬标准的议案》
8	战略委员会 2013 年度会议	2013.04.19	1) 审议《关于投资设立控股子公司并实施直营旗舰大店拓展计划的议案》； 2) 审议《关于向上海晨光科力普办公用品有限公司增资的议案》
9	审计委员会 2013 年第二次会议	2013.08.08	审议立信会计师出具的《审计报告》（2010 年 1 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日）
10	战略委员会 2014 年度会议	2014.01.25	审议《关于全资设立上海晨光佳美文具有限公司（暂定名）的议案》

序号	会议名称	召开日期	会议讨论内容
11	薪酬与考核委员会 2014 年度会议	2014.01.25	审议《关于公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2014 年度薪酬标准的议案》
12	审计委员会 2014 年第一次会议	2014.01.26	审议立信会计师事务所出具的《审计报告》（2011 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日）
13	提名委员会 2014 年度会议	2014.05.23	审议《关于公司董事、总裁和其他高级管理人员候选人资格审查意见的议案》
14	审计委员会 2014 年第二次会议	2014.07.01	审议立信会计师事务所出具的《审计报告》（2011 年度至 2014 年 1-3 月）
15	审计委员会 2014 年第三次会议	2014.10.15	审议立信会计师事务所出具的《审计报告》（2011 年度至 2014 年 1-9 月）

各专门委员会自建立之日起便开始积极参加发行人有关发展战略、财务审计、人员提名、薪酬考核等方面的讨论，并遵循《董事会战略委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》中所规定的时间、次数等要求召开会议并审议相关事项，总体而言，前述各专门委员会已在发行人生产经营、重大事项决策过程中发挥了实际作用。

（五）董事会运行情况

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
1	2011.02.01	第一届董事会临时会议	公司全体董事出席	1)《公司章程修正案》； 2)《关于提请召开 2011 年临时股东大会的议案》
2	2011.03.06	第一届董事会临时会议	公司全体董事出席	1)《关于增选一名公司董事的议案》； 2)《公司章程修正案》； 3)《关于提请召开 2011 年临时股东大会的议案》
3	2011.04.16	第一届董事会第七次会议	公司全体董事出席	1)《2010 年度财务决算报告》； 2)《2010 年度利润分配预案》； 3)《2011 年度财务预算报告》； 4)《聘任公司 2011 年度审计机构的议案》； 5)《关于召开 2010 年度股东大会的相关事宜》
4	2011.06.09	第一届董事会第八次会议	公司全体董事出席	1)《关于董事会换届的议案》； 2)《关于重新修订〈公司章程〉的议案》；

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				3)《关于建立〈股东大会议事规则〉的议案》; 4)《关于建立〈董事会议事规则〉的议案》; 5)《关于建立〈监事会议事规则〉的议案》; 6)《关于召开 2011 年第三次临时股东大会的相关事宜》
5	2011.07.09	第二届董事会第一次会议	公司全体董事出席	1)《关于选举公司第二届董事会董事长、副董事长的议案》; 2)《关于成立第二届董事会专业委员会的议案》; 3)《关于聘任公司高级管理人员的议案》; 4)《关于决定公司独立董事津贴的议案》
6	2011.11.11	第二届董事会第二次会议	公司全体董事出席	《关于向交通银行上海奉贤支行申请贷款授信额度人民币 1 亿元的议案》
7	2011.12.15	第二届董事会第三次会议	公司全体董事出席	1)《关于增聘一名副总裁的议案》; 2)《关于重新修订〈股东大会议事规则〉的议案》; 3)《关于重新修订〈董事会议事规则〉的议案》; 4)《关于重新修订〈监事会议事规则〉的议案》; 5)《关于建立〈内部审计管理制度〉的议案》; 6)《关于建立〈董事会战略委员会工作细则〉的议案》; 7)《关于建立〈董事会审计委员会工作细则〉的议案》; 8)《关于建立〈董事会提名委员会工作细则〉的议案》; 9)《关于建立〈董事会薪酬与考核委员会工作细则〉的议案》; 10)《关于建立〈独立董事工作制度〉的议案》; 11)《关于建立〈董事会秘书工作细则〉的议案》; 12)《关于建立〈总裁工作细则〉的议案》; 13)《关于建立〈关联交易管理制度〉的议案》;

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				14)《关于建立〈对外担保管理制度〉的议案》; 15)《关于建立〈信息披露管理制度〉的议案》; 16)《关于建立〈投资者关系管理制度〉的议案》; 17)《关于建立〈重大信息内部报告制度〉的议案》; 18)《关于建立〈重大投资、财务决策管理制度〉的议案》; 19)《关于建立〈重大诉讼、仲裁披露管理制度〉的议案》; 20)《关于建立〈募集资金使用制度〉的议案》; 21)《关于建立〈控股股东和实际控制人行为规则〉的议案》; 22)《关于建立〈控股子公司管理制度〉的议案》; 23)《关于提请召开 2011 年第四次临时股东大会的议案》
8	2012.02.15	第二届董事会第四次会议	公司全体董事出席	1)《2011 年度财务决算报告》; 2)《2011 年度利润分配预案》; 3)《2012 年度财务预算报告》; 4)《聘任公司 2012 年度审计机构的议案》; 5)《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》; 6)《关于公司首次公开发行股票所募集资金投资项目可行性的议案》; 7)《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》; 8)《关于授权董事会办理首次公开发行股票并上市具体事宜的议案》; 9)《关于审议公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》; 10)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》; 11)立信会计师出具的《审计报告》; 12)《关于召开 2011 年度股东大会的相关事宜》
9	2012.05.07	第二届董事会第五次会议	公司全体董事出席	《关于立体自动化仓库建设项目之物流设备集成项目的议案》

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
10	2012.06.08	第二届董事会第六次会议	公司全体董事出席	《关于增聘一名副总裁的议案》
11	2012.07.02	第二届董事会第七次会议	公司全体董事出席	《关于购买土地使用权的议案》
12	2012.07.25	第二届董事会第八次	公司全体董事出席	1)《关于公司未来三年分红回报规划（2012-2014）的议案》； 2)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 3)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》； 4)立信会计师事务所出具的《审计报告》（2009年1月1日至2012年6月30日）； 5)《关于提请召开2012年第一次临时股东大会的相关事宜》
13	2012.10.25	第二届董事会第九次	公司全体董事出席	1)《关于全资设立上海晨光科力普办公用品有限公司（暂定名）的议案》； 2)《关于关联交易的议案》； 3)《公司章程修正案》； 4)《关于提请召开2012年第二次临时股东大会的相关事宜》
14	2013.02.20	第二届董事会第十次	公司全体董事出席	1)《2012年度董事会工作报告》； 2)《2012年度总裁工作报告》； 3)《2012年度财务决算报告》； 4)《2012年度利润分配预案》； 5)立信会计师事务所出具的《审计报告》； 6)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》； 7)《关于关联交易的议案》； 8)《2013年度财务预算报告》； 9)《关于聘任公司2013年度审计机构的议案》； 10)《关于向交通银行上海奉贤支行申请贷款授信额度的议案》； 11)《关于向子公司上海晨光文具礼品有限公司增资的议案》； 12)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 13)《关于延长〈关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案〉有效期的议案》；

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				14)《关于延长〈关于授权董事会办理首次公开发行股票并上市具体事宜的议案〉有效期的议案》; 15)《关于公司未来三年分红回报规划（2013-2015）的议案》; 16)《关于提请召开 2012 年度股东大会的相关事宜》
15	2013.04.19	第二届董事会第十一次	公司全体董事出席	1)《关于投资设立控股子公司并实施直营旗舰大店拓展计划的议案》; 2)《关于向上海晨光科力普办公用品有限公司增资的议案》; 3)《关于为 IPO 募集资金投资项目“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”向银行申请贷款的议案》
16	2013.08.08	第二届董事会第十二次	公司全体董事出席	1) 立信会计师出具的《审计报告》（2010 年 1 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日）; 2)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》; 3)《关于设立连锁大店事业部的议案》
17	2013.12.12	第二届董事会第十三次	公司全体董事出席	1)《在缩短会议通知期限的情况下紧急召开董事会的议案》; 2)《2013 年中期利润分配方案及资本公积金转增股本方案》; 3)《关于修订公司章程的议案》; 4)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的<公司章程（草案）>的议案》; 5)《关于提请召开 2013 年第一次临时股东大会的相关事宜》
18	2014.01.26	第二届董事会第十四次	公司全体董事出席	1)《2013 年度董事会工作报告》; 2)《2013 年度总裁工作报告》; 3)《2013 年度财务决算报告》; 4)《2013 年度利润分配预案》; 5) 立信会计师事务所出具的《审计报告》; 6)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》; 7)《关于一名高级管理人员辞职的议案》; 8)《关于关联交易的议案》; 9)《2014 年度财务预算报告》; 10)《关于聘任公司 2014 年度审计机

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				构的议案》； 11)《关于向交通银行上海奉贤支行申请贷款授信额度的议案》； 12)《关于为 IPO 募集资金投资项目“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”向银行申请贷款提供担保的议案》； 13)《关于全资设立上海晨光佳美文具有限公司（暂定名）的议案》； 14)《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）的议案》； 15)《关于调整公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》； 16)《关于稳定公司股价的预案》； 17)《关于公司公开发行上市所涉承诺事项及约束措施的议案》； 18)《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》； 19)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 20)《关于公司董事 2014 年薪酬标准的议案》； 21)《关于公司高级管理人员 2014 年薪酬标准的议案》； 22)《关于提请召开 2013 年度股东大会的相关事宜》
19	2014.04.10	第二届董事会第十五次	公司全体董事出席	1)《在缩短会议通知期限的情况下紧急召开临时董事会的议案》； 2)《关于修改公司首次公开发行股票所募集资金投资项目可行性的议案》； 3)《关于调整公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》； 4)《关于提请召开 2014 年第一次临时股东大会的相关事宜》
20	2014.05.27	第二届董事会第十六次	公司全体董事出席	1)《关于董事会换届的议案》； 2)《关于决定公司独立董事津贴的议案》； 3)《关于提请召开 2014 年第二次临时股东大会的相关事宜》
21	2014.06.13	第三届董事会第一次	公司全体董事出席	1)《关于选举公司第三届董事会董事长、副董事长的议案》； 2)《关于设立公司第三届董事会专业

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
				委员会的议案》； 3)《关于聘任公司高级管理人员的议案》； 4)《关于调整公司组织机构的议案》； 5)《关于修订公司首次公开发行股票并上市后生效的〈公司章程（草案）〉的议案》； 6)《关于修订公司〈股东大会议事规则〉的议案》 7)《关于提请召开 2014 年第三次临时股东大会的相关事宜》
22	2014.07.01	第三届董事会第二次	公司全体董事出席	1) 立信会计师事务所出具的《审计报告》(2011 年度至 2014 年 1-3 月)； 2)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》
23	2014.08.29	第三届董事会第三次	公司全体董事出席	1)《关于向上海晨光科力普办公用品有限公司增资的议案》
24	2014.10.15	第三届董事会第四次	公司全体董事出席	1) 立信会计师事务所出具的《审计报告》(2011 年度至 2014 年 1-9 月)； 2)《关于公司内部控制的自我评价报告的议案》

公司根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定召开董事会会议并审议决定其职权范围内的事项，历次董事会会议的召集、通知、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范、完整。

三、监事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，公司的监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，监事会运行规范。

（一）监事会构成

公司监事会由 3 名监事组成，其中包括股东代表监事 2 名和职工代表监事 1 名，发行人不存在外部监事。监事每届任期 3 年，股东代表由股东大会选举或更换，职工代表监事由公司职工代表大会民主选举产生或更换。监事连选可以连任。公司董事、总裁和其他高级管理人员不得兼任监事。

（二）监事会职责

《公司章程（草案）》第一百四十六条规定，监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

（三）监事会议事规则

2011年6月28日，公司2011年第三次临时股东大会审议通过了《监事会议事规则》，2011年12月30日，公司2011年第四次临时股东大会审议并通过了《关于重新修订〈监事会议事规则〉的议案》，重新修订的《监事会议事规则》包括总则、监事职责、监事会职权、监事会主席职权、监事会召集与通知、议事规则、监事会记录以及附则，其对监事会的召集和通知、会议召开、会议表决等事项规定如下：

1、监事会的召集与通知

监事会每六个月至少召开一次会议，由监事会主席召集，于会议召开十日以前书面通知全体监事。

监事可以提议召开监事会临时会议。监事会临时会议应当于会议召开五日以前书面通知全体监事；情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过监事留存于公司的电话、传真或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

2、监事会的召开

监事会会议应当由二分之一以上的监事出席方可举行。董事会秘书应当列席

监事会会议。监事会临时会议在保障监事充分表达意见的前提下，可以用传真方式进行并作出决议，并由参会监事签字。

3、监事会决议

监事会决议以书面记名方式投票表决。监事会议实行一事一表决，每一监事享有一票表决权。表决分为赞成和反对两种，一般不能弃权。如果弃权，应当充分说明理由。监事会决议，必须经全体监事的过半数通过。

（四）监事会运行情况

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
1	2011.04.16	第一届监事会第四次会议	公司全体监事出席	1)《2010 年度财务决算报告》; 2)《2010 年度利润分配预案》; 3)《2011 年度财务预算报告》
2	2011.06.09	第一届监事会第五次会议	公司全体监事出席	《关于公司监事会换届的议案》
3	2011.08.25	第二届监事会第一次会议	公司全体监事出席	《关于选举公司第二届监事会主席的议案》
4	2012.02.15	第二届监事会第二次会议	公司全体监事出席	1)《2011 年度财务决算报告》; 2)《2011 年度利润分配预案》; 3)《2012 年度财务预算报告》
5	2012.07.25	第二届监事会第三次会议	公司全体监事出席	《关于公司未来三年分红回报规划（2012-2014）的议案》
6	2013.02.20	第二届监事会第四次会议	公司全体监事出席	1)《2012 年度监事会工作报告》; 2)《2012 年度财务决算报告》; 3)《2012 年度利润分配预案》; 4)《2013 年度财务预算报告》; 5)《关于公司未来三年分红回报规划（2013-2015）的议案》
7	2013.08.08	第二届监事会第五次会议	公司全体监事出席	立信会计师出具的《审计报告》（2010 年 1 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日）

序号	日期	会议届次	出席情况	审议通过的决议内容
8	2014.01.26	第二届监事会第六次会议	公司全体监事出席	1)《2013 年度监事会工作报告》; 2)《2013 年度财务决算报告》; 3)《2013 年度利润分配预案》; 4)立信会计师出具的《审计报告》; 5)《2014 年度财务预算报告》; 6)《关于公司未来三年分红回报规划(2014-2016)的议案》; 7)《关于公司监事 2014 年薪酬标准的议案》
9	2014.05.27	第二届监事会第七次会议	公司全体监事出席	《关于监事会换届的议案》
10	2014.06.13	第三届监事会第一次会议	公司全体监事出席	《关于选举公司第三届监事会主席的议案》
11	2014.07.01	第三届监事会第二次会议	公司全体监事出席	立信会计师出具的《审计报告》(2011 年度至 2014 年 1-3 月)
12	2014.10.15	第三届监事会第三次会议	公司全体监事出席	立信会计师出具的《审计报告》(2011 年度至 2014 年 1-9 月)

公司根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定召开监事会会议并审议决定其职权范围内的事项，历次监事会会议的召集、通知、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范、完整。公司监事会对公司董事会工作的监督、高级管理人员职务行为的监督、公司重大生产经营决策、关联交易的执行、公司主要管理制度的制定、重大项目的投向等重大事宜实施了有效监督。

四、独立董事制度的建立健全及运行情况

自发行人建立独立董事工作制度以来，三位独立董事出席了 20 次董事会会议，并就相关议案进行了投票表决。报告期内，发行人的独立董事未就董事会议案提出异议。此外，独立董事对发行人报告期内的重大关联交易发表了独立意见。

公司独立董事自聘任以来，认真履行职责，在规范公司运作、保护中小股东权益、提高董事会决策水平等方面起到了积极作用，进一步完善了公司法人治理结构。

（一）独立董事的设立

根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》和《公司章程》等规定，2011年6月28日，公司2011年第三次临时股东大会审议通过《关于董事会换届的议案》，并聘任卫哲、潘飞、李志强为独立董事，独立董事的人数符合相关规定，其中潘飞为会计专业人士。

（二）独立董事履行职权的制度安排

2011年12月30日，公司2011年第四次临时股东大会审议通过《独立董事工作制度》，《独立董事工作制度》包括独立董事的任职资格、独立董事的独立性、独立董事的提名、选举和更换、独立董事的职权、公司为独立董事提供必要的条件以及附则，其对独立董事的任职资格、权责范围做出相应规定，主要内容如下：

1、独立董事的任职资格

担任本公司独立董事应当具备下列基本条件：（1）根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任上市公司董事的资格；（2）具有《独立董事工作制度》第三章所要求的独立性；（3）具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；（4）具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；（5）公司章程规定的其他条件。

2、独立董事的职权

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有《公司法》、其他相关法律、法规及公司章程赋予董事的职权外，公司还应当赋予独立董事以下特别职权：（1）重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会会议；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）关联交易（含公司股东、实际控制人及其关联企业提

供的资金)；(5) 变更募集资金用途；(6) 《上海证券交易所股票上市规则》第 9.11 条规定的对外担保事项；(7) 股权激励计划；(8) 独立董事认为可能损害中小股东合法权益的事项；(9) 公司章程规定的其他事项。

独立董事发现公司存在下列情形时，应当积极主动履行尽职调查义务，必要时应聘请中介机构进行专项调查：(1) 重要事项未按规定提交董事会审议；(2) 未及时履行信息披露义务；(3) 公开信息中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；(4) 其他涉嫌违法违规或损害社会公众股股东权益的情形。

（三）独立董事实际发挥作用的情况

自公司建立独立董事制度以来，独立董事依据有关法律法规、《公司章程》及《独立董事工作制度》的规定，谨慎、认真、勤勉地行使权利并履行义务，在完善公司治理结构和促进公司规范性运作方面发挥了积极有效的作用。

五、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）董事会秘书制度安排

公司设董事会秘书一名，董事会秘书为公司的高级管理人员。董事会秘书对公司和董事会负责，遵守法律、法规及公司章程的规定，承担高级管理人员的有关法律责任，对公司负有诚信和勤勉义务。董事会秘书为公司与证券交易所的指定联系人，负责管理公司信息披露事务部门。

公司制定了《董事会秘书工作细则》，并经 2011 年 12 月 15 日公司第二届董事会第三次会议审议通过。《董事会秘书工作细则》包括董事会秘书的任职资格、董事会秘书的职责、董事会秘书的任免、董事会秘书工作细则、董事会秘书办公室等内容。公司董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》行使权利、履行职责。

（二）董事会秘书的工作职责

根据《董事会秘书工作细则》，董事会秘书的主要职责是：(1) 负责公司和相关当事人与上海证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；(2) 负责

公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司和信息披露义务人遵守信息披露相关规定；（3）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；（4）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会会议、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；（5）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息泄露时，及时向证券交易所报告并公告；（6）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复证券交易所所有问询；（7）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、《上海证券交易所股票上市规则》、上海证券交易所其他相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；（8）督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、《上海证券交易所股票上市规则》、上海证券交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所做出的承诺；在知悉公司做出或者可能做出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向上海证券交易所报告；（9）根据《上海证券交易所股票上市规则》中关于定期报告的有关规定，会同公司总裁、财务负责人等其他高级管理人员及时编制定期报告并提交董事会审议；（10）《公司法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

（三）董事会秘书制度的运行

公司董事会秘书根据《公司章程》和《董事会秘书工作细则》履行职责，按照法定程序组织董事会会议和股东大会，协助公司董事、监事和高级管理人员了解法律法规及规范性文件规定的责任，促使董事会依法行使职权，对完善公司的法人治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

六、公司报告期违法违规行为情况

报告期内公司不存在违法违规行为，也不存在被相关主管部门处罚的情形。

七、公司资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情形，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

八、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内控制度的评价

管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：本公司内控制度基本健全，符合有关法律法规规定，且能够得到有效实施，能够保证公司经营活动的健康开展，能够保证公司财务报告及相关会计信息的真实性、准确性和完整性，并能较好地防范企业经营风险。报告期内，公司内部控制重点控制活动未存在重大缺陷、重大问题和重大异常事项，因此，公司的内部控制是健全且执行有效的。随着管理的不断深化，公司将进一步对内部控制制度给予补充和完善，使之始终适用公司发展的需要。

（二）注册会计师的鉴证意见

立信对公司的内部控制制度进行了审核，并于 2014 年 10 月 15 日出具了信会师报字（2014）第 114418 号《内部控制鉴证报告》，认为：公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2014 年 9 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

九、公司保证内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

发行人结合自身的股权结构及行业特点，建立了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会战略委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《独立董事工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《总裁工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《内部审计管理制度》、《重大信息内部报告制度》、《重大投资、财

务决策制度》、《重大诉讼、仲裁管理制度》、《募集资金使用制度》、《控股股东和实际控制人行为规则》以及《控股子公司管理制度》等内部规章制度，完善了发行人的治理结构和内控体系。公司针对其股权结构、行业等特点建立的保证公司治理完善的具体措施主要体现在以下几方面：

1、公司股权结构的一大特点是科迎投资和杰葵投资分别持有公司 5%的股份，科迎投资和杰葵投资是由公司管理层和业务骨干持股的企业，其设立初衷在于保证公司管理层和业务骨干的稳定性，并有效激励管理层。公司通过这种方式不仅在治理结构和日常运行中引入了一支由管理层和业务骨干组成的制约力量，同时管理层和业务骨干也通过股东大会等方式参与公司的重大决策，尤其在战略发展、分配政策等方面发挥监督和制衡作用。

2、公司股权结构的另一大特点是鼎晖投资（鼎晖一期、鼎晖元博）等一些专业 PE 机构的引入，该等专业 PE 机构不仅通过股东大会和推荐董事加入董事会等方式参与公司治理，推动公司规范管理；还发挥其在战略投资、海外并购等领域的专业优势，帮助公司了解和掌握发达市场文具行业动态和发展趋势，研究和探索海外并购的可行性，为公司的长期发展战略提供专业意见，从而进一步推动了公司的科学决策、风险控制和治理规范。

3、公司所处的文具行业的一大特点是集中度不高，有较大的整合空间，为此公司充分发挥独立董事的作用，公司的独立董事分别是财务、法律和行业专家，公司在战略发展规划、业务拓展、行业并购方面充分听取管理层和独立董事的意见和建议，让管理层和独立董事全面参与战略发展的研讨和探索，进而在公司内部形成了有效和有益的科学治理机制。

4、公司所处的文具行业的另一特点是必须在传统行业的业务模式上不断创新和拓展。公司充分发挥治理结构特点和优势，发挥 PE 股东和独立董事的优势和作用，利用他们的经验和专业特长，帮助实际控制人弥补相关专业经验的不足。例如，公司的一位独立董事有很好的电子商务方面的经验和专业特长，公司在 O2O（线上到线下）模式的探索方面就充分发挥和利用了该独立董事的专业和经验，帮助公司作出了有益和有效的尝试。

5、发行人通过多年的摸索，总结出一套行之有效的内部业务控制制度：

（1）销售和收款

公司的产品属于快速消费品，核心消费群体是 3 亿左右的学生和 1 亿左右办公人士，主要销售渠道是通过一二三级经销商直至晨光样板店、晨光加盟店及其他终端文具店进行销售。

新品的开发和上市是晨光拓展市场和销售额的重点。通过 KPI 考核、PDM（产品设计系统）的应用、研产销协调的一体化，目前公司每年上市的新品已占销售额的 20% 左右，同时，通过物流系统的整合，新品从生产完毕至各门店的时间也已缩短到 7 天，不仅有效降低公司和各级经销商的库存，而且也防范了竞品或者伪劣厂家的仿冒，取得了在市场上的先发优势。

在市场渠道维护方面，公司通过统一订货会内容、统一店招、统一店内设计、统一陈列标准、统一展示的各类道具等，拉动消费者的购买欲望；每年年末，公司派员分赴各省进行督导巡查，抽样检查约 150 个城市的市场状况，并由公司高层抽取其中约 50 个城市进行复查，而后进行统一考评。并根据考核的成绩，以作为经销商次年订货额度的分配、市场扶持费用的投入。

在应收账款管理方面，公司执行统一的应收款制度和信用制度。一级经销商的信用额度一般为 20 天左右。子公司的下级经销商也均采用当月货款在次月 3 日前结清的政策。此外，由于学汛是订货和销售的高峰，公司给予经销商额外的信用额度，额外的学汛期信用额度的拨放分营销总监、总裁 2 级授权核定，并均有年度总额的上限控制，从而有效规避应收款的风险。

（2）采购和付款

公司的书写类产品工艺要求在制时间较长。因此，除了进口原料依据预估生产量采取安全库存制度，其余的原料均依据 ERP 系统和生产排程系统自动运算 MRP（物料需求计划），减少原物料和在制品的库存。同时，年度供应商评比、筛选和询价系统的实施，月结付款的制度也保证付款的安全和成本的控制。

（3）信息系统

公司已经建立了较为完整的信息管理系统，实现以 ERP 为核心，DRP（分销系统）、eHR（人力资源管理系统）、PDM（产品设计系统）、模具生产系统、自动生产排程系统、计件工资系统为辅的信息系统的整合和数据共享。通过流程的梳理和优化，人均管理效率较以前有了极大的提升，也充分满足了生产和销售的需求。

第十节 财务会计信息

立信已对本公司报告期的资产负债表、利润表及现金流量表进行了审计，并出具了信会师报字（2014）第 114417 号标准无保留意见《审计报告》。

立信认为：“我们认为，贵公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了贵公司 2011 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2014 年 9 月 30 日的财务状况以及 2011 年度、2012 年度、2013 年度、2014 年 1-9 月的经营成果和现金流量。”

本节财务会计数据及相关分析说明反映了本公司最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果及现金流量，引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量和会计政策等进行更详细的了解，应当认真阅读备查文件。

一、发行人财务报表

（一）合并报表

1、合并资产负债表

单位：元

资 产	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
流动资产：				
货币资金	170,691,128.10	121,119,571.05	151,136,074.54	73,347,428.04
交易性金融资产	-	-	-	-
应收账款	75,507,382.84	54,387,999.47	34,409,044.73	71,840,414.87
预付款项	11,379,600.09	22,905,983.56	5,056,006.42	27,292,160.91
其他应收款	30,400,031.04	29,440,281.74	11,949,654.26	14,722,301.50
存货	460,871,980.54	393,449,465.18	270,222,724.37	245,026,543.46
其他流动资产	25,000,000.00	1,500,000.00	-	-
流动资产合计	773,850,122.61	622,803,301.00	472,773,504.32	432,228,848.78

资 产	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
非流动资产:				
固定资产	463,163,796.35	405,698,815.43	267,995,532.99	266,442,191.75
在建工程	203,536,985.51	96,778,245.64	55,894,906.85	3,206,666.67
无形资产	131,013,610.41	124,593,084.52	125,119,532.29	55,272,776.90
长期待摊费用	47,433,186.13	42,884,030.76	24,543,347.60	11,951,160.27
递延所得税资产	7,200,392.61	5,013,980.88	635,612.90	939,244.51
非流动资产合计	852,347,971.01	674,968,157.23	474,188,932.63	337,812,040.10
资产总计	1,626,198,093.62	1,297,771,458.23	946,962,436.95	770,040,888.88

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
流动负债：				
短期借款	-	-	-	28,312,437.39
应付账款	239,963,559.87	183,296,994.51	142,154,773.74	140,486,730.43
预收款项	11,396,868.21	28,012,470.09	35,960,162.69	19,689,775.97
应付职工薪酬	43,218,255.62	39,107,351.38	32,694,011.54	23,069,517.83
应交税费	30,600,859.16	13,342,647.22	-955,891.18	25,194,757.67
应付股利	-	24,750,000.00	-	-
其他应付款	63,114,452.66	58,212,861.11	43,007,554.63	25,420,837.47
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	388,293,995.52	346,722,324.31	252,860,611.42	262,174,056.76
非流动负债：				
长期借款	1,006,415.74	-	-	-
专项应付款	9,870,000.00	9,870,000.00	6,647,900.00	3,888,000.00
其他非流动负债	14,050,585.45	9,044,944.23	-	-
非流动负债合计	24,927,001.19	18,914,944.23	6,647,900.00	3,888,000.00
负债合计	413,220,996.71	365,637,268.54	259,508,511.42	266,062,056.76
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	400,000,000.00	400,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00
资本公积	54,487,764.53	54,487,764.53	142,860,934.62	142,860,934.62
盈余公积	76,087,976.06	76,087,976.06	47,987,238.50	27,867,976.69
未分配利润	639,544,926.79	366,347,726.32	296,605,752.41	133,249,920.81
归属于母公司所有者权益合计	1,170,120,667.38	896,923,466.91	687,453,925.53	503,978,832.12
少数股东权益	42,856,429.53	35,210,722.78	-	-
所有者权益（或股东权益）合计	1,212,977,096.91	932,134,189.69	687,453,925.53	503,978,832.12
负债和所有者权益（或股东权益）总计	1,626,198,093.62	1,297,771,458.23	946,962,436.95	770,040,888.88

2、合并利润表

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、营业总收入	2,344,931,831.90	2,359,855,921.32	1,899,583,321.14	1,447,011,066.85
营业收入	2,344,931,831.90	2,359,855,921.32	1,899,583,321.14	1,447,011,066.85
减：营业总成本	2,045,576,546.83	2,048,763,066.46	1,656,816,879.96	1,294,534,128.51
其中：营业成本	1,743,170,957.78	1,714,722,342.78	1,378,566,485.55	1,058,025,704.21
营业税金及附加	7,529,498.63	7,220,386.99	7,330,505.10	5,824,260.25
销售费用	144,090,612.65	151,415,030.14	149,986,540.89	95,060,705.36
管理费用	149,499,051.00	174,260,674.47	123,706,011.84	134,525,876.10
财务费用	-1,822,258.43	-1,304,175.25	-973,168.69	-1,691,510.28
资产减值损失	3,108,685.22	2,448,807.33	-1,799,494.73	2,789,092.87
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	45,493.73	66,023.29	-	63,596.26
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
汇兑收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	299,400,778.78	311,158,878.15	242,766,441.18	152,540,534.60
加：营业外收入	25,160,679.01	23,071,640.11	23,944,066.02	12,519,397.39
减：营业外支出	2,268,738.63	2,853,602.52	1,590,973.79	1,139,975.02
其中：非流动资产处置损失	368,965.16	423,778.96	891,228.04	645,907.63
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	322,292,719.16	331,376,915.74	265,119,533.41	163,919,956.97
减：所得税费用	56,449,811.94	55,196,651.58	39,644,440.00	34,983,908.46
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	265,842,907.22	276,180,264.16	225,475,093.41	128,936,048.51
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
归属于母公司所有者的净利润	273,197,200.47	280,342,711.47	225,475,093.41	128,936,048.51
少数股东损益	-7,354,293.25	-4,162,447.31	-	-
五、每股收益				
（一）基本每股收益	0.6830	0.7009	0.5637	0.3223
（二）稀释每股收益	0.6830	0.7009	0.5637	0.3223
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	265,842,907.22	276,180,264.16	225,475,093.41	128,936,048.51
归属于母公司所有者的综合收益总额	273,197,200.47	280,342,711.47	225,475,093.41	128,936,048.51
归属于少数股东的综合收益总额	-7,354,293.25	-4,162,447.31	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	2,611,699,187.77	2,728,670,631.79	2,309,790,143.17	1,560,245,079.17
收到的税费返还	1,163,974.83	1,210,579.43	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	54,814,376.61	51,855,522.23	55,206,417.44	45,689,280.38
经营活动现金流入小计	2,667,677,539.21	2,781,736,733.45	2,364,996,560.61	1,605,934,359.55
购买商品、接受劳务支付的现金	1,792,957,454.48	1,971,672,887.19	1,558,798,031.36	1,126,674,584.44
支付给职工以及为职工支付的现金	283,761,943.38	284,382,488.11	222,282,693.39	159,747,354.45
支付的各项税费	161,111,782.80	161,954,906.29	173,298,417.37	154,020,047.48
支付其他与经营活动有关的现金	139,364,775.91	144,756,922.44	135,409,987.68	111,915,675.33
经营活动现金流出小计	2,377,195,956.57	2,562,767,204.03	2,089,789,129.80	1,552,357,661.70
经营活动产生的现金	290,481,582.64	218,969,529.42	275,207,430.81	53,576,697.85

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
流量净额				
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	11,200,000.00	11,500,000.00	-	225,081,566.26
取得投资收益收到的现金	45,493.73	66,023.29	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	620,710.30	3,963,943.42	5,116,077.60	1,796,227.22
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	11,866,204.03	15,529,966.71	5,116,077.60	226,877,793.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	200,861,199.79	257,921,650.69	135,109,563.74	67,657,211.66
投资支付的现金	34,700,000.00	13,000,000.00	-	225,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	235,561,199.79	270,921,650.69	135,109,563.74	292,657,211.66
投资活动产生的现金流量净额	-223,694,995.76	-255,391,683.98	-129,993,486.14	-65,779,418.18
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	15,000,000.00	41,000,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	15,000,000.00	41,000,000.00	-	-
取得借款收到的现金	1,005,000.00	-	-	28,312,437.39
收到其他与筹资活动有关的现金	-	4,426,000.00	5,005,400.00	4,590,000.00
筹资活动现金流入小	16,005,000.00	45,426,000.00	5,005,400.00	32,902,437.39

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
计				
偿还债务支付的现金	-	-	28,312,437.39	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	24,768,801.78	45,000,000.00	42,552,968.78	40,021,588.23
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,203,900.00	1,565,292.00	702,000.00
筹资活动现金流出小计	24,768,801.78	46,203,900.00	72,430,698.17	40,723,588.23
筹资活动产生的现金流量净额	-8,763,801.78	-777,900.00	-67,425,298.17	-7,821,150.84
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,042,802.50	-224,874.48	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	56,979,982.60	-37,424,929.04	77,788,646.50	-20,023,871.17
加：期初现金及现金等价物余额	113,711,145.50	151,136,074.54	73,347,428.04	93,371,299.21
六、期末现金及现金等价物余额	170,691,128.10	113,711,145.50	151,136,074.54	73,347,428.04

（二）母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资 产	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
流动资产：				
货币资金	103,466,929.35	68,405,993.21	99,040,447.42	56,740,123.20
应收账款	21,176,815.35	17,289,592.98	12,120,339.97	119,888,574.20
预付款项	6,896,563.19	20,106,108.39	3,462,374.34	26,631,490.65
其他应收款	45,346,329.35	42,110,265.89	98,161,539.30	25,313,222.61
存货	374,383,771.10	316,583,609.37	222,334,790.54	188,346,389.34
流动资产合计	551,270,408.34	464,495,569.84	435,119,491.57	416,919,800.00
非流动资产				
长期股权投资	193,288,599.09	128,288,599.09	33,288,599.09	23,288,599.09
固定资产	450,566,911.83	393,770,393.15	264,599,846.02	263,843,458.19
在建工程	203,406,985.51	96,431,511.24	55,894,906.85	3,206,666.67
无形资产	129,977,524.57	123,680,732.17	125,119,532.29	55,272,776.90
长期待摊费用	52,000.02	356,302.35	948,672.27	1,426,958.93
递延所得税资产	2,473,801.23	1,538,250.07	87,808.06	413,126.32
非流动资产合计	979,765,822.25	744,065,788.07	479,939,364.58	347,451,586.10
资产总计	1,531,036,230.59	1,208,561,357.91	915,058,856.15	764,371,386.10

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
流动负债：				
短期借款	-	-	-	28,312,437.39
应付账款	226,120,086.34	164,836,036.60	138,307,114.54	137,847,295.21
预收款项	8,014,642.64	17,232,395.82	44,220,730.88	16,379,660.16
应付职工薪酬	39,990,537.76	36,532,182.40	32,399,329.99	22,703,338.69
应交税费	26,414,054.64	11,215,776.37	-4,547,035.64	22,774,426.55
应付股利	-	24,750,000.00		
其他应付款	45,687,174.49	49,114,867.60	20,298,431.43	13,926,461.28
流动负债合计	346,226,495.87	303,681,258.79	230,678,571.20	241,943,619.28
非流动负债：				
长期借款	1,006,415.74	-	-	-
专项应付款	9,870,000.00	9,870,000.00	6,647,900.00	3,888,000.00
其他非流动负债	13,424,598.21	8,770,338.55	-	-
非流动负债合计	24,301,013.95	18,640,338.55	6,647,900.00	3,888,000.00
负债合计	370,527,509.82	322,321,597.34	237,326,471.20	245,831,619.28
所有者权益（或股东权益）				
实收资本（或股本）	400,000,000.00	400,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00
资本公积	56,148,599.09	56,148,599.09	146,148,599.09	146,148,599.09
盈余公积	75,759,116.15	75,759,116.15	47,658,378.59	27,539,116.78
未分配利润	628,601,005.53	354,332,045.33	283,925,407.27	144,852,050.95
所有者权益（或股东权益）合计	1,160,508,720.77	886,239,760.57	677,732,384.95	518,539,766.82
负债和所有者权益（或股东权益）合计	1,531,036,230.59	1,208,561,357.91	915,058,856.15	764,371,386.10

2、母公司利润表

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、营业收入	2,134,936,204.79	2,129,320,923.09	1,762,275,926.59	1,395,633,167.65
减：营业成本	1,651,250,416.48	1,606,749,627.22	1,342,047,800.45	1,046,773,876.40
营业税金及附加	5,568,745.88	5,147,087.03	5,428,278.06	4,766,094.78
销售费用	59,183,834.45	75,383,280.00	94,557,827.02	56,532,209.51
管理费用	116,732,393.76	129,990,490.01	111,159,944.86	124,376,558.99
财务费用	-1,549,173.96	-1,276,287.25	-919,841.16	-1,658,823.94
资产减值损失	1,582,748.05	899,274.86	-2,168,788.41	1,529,941.07
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	47,547.95
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	302,167,240.13	312,427,451.22	212,170,705.77	163,360,858.79
加：营业外收入	24,569,334.74	22,420,886.87	23,296,671.35	12,281,768.08
减：营业外支出	2,193,620.32	2,794,912.08	1,533,975.84	1,066,619.21
其中：非流动资产处置损失	368,843.13	376,925.25	889,969.44	633,929.17
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	324,542,954.55	332,053,426.01	233,933,401.28	174,576,007.66
减：所得税费用	50,273,994.35	51,046,050.39	32,740,783.15	33,275,582.08
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	274,268,960.20	281,007,375.62	201,192,618.13	141,300,425.58
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	274,268,960.20	281,007,375.62	201,192,618.13	141,300,425.58

3、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	2,495,381,912.01	2,460,334,401.56	2,152,403,932.68	1,525,725,656.83
收到的税费返还	948,884.90	1,210,579.43		
收到其他与经营活动有关的现金	32,256,480.46	124,623,454.52	38,508,045.65	32,915,244.37
经营活动现金流入小计	2,528,587,277.37	2,586,168,435.51	2,190,911,978.33	1,558,640,901.20
购买商品、接受劳务支付的现金	1,763,120,493.54	1,810,612,134.53	1,481,376,585.90	1,143,006,657.95
支付给职工以及为职工支付的现金	235,491,543.77	252,735,368.47	207,563,158.09	150,452,129.96
支付的各项税费	137,125,755.70	134,633,143.91	150,041,778.65	144,101,328.12
支付其他与经营活动有关的现金	78,089,308.88	74,129,338.99	119,681,344.72	82,780,131.88
经营活动现金流出小计	2,213,827,101.89	2,272,109,985.90	1,958,662,867.36	1,520,340,247.91
经营活动产生的现金流量净额	314,760,175.48	314,058,449.61	232,249,110.97	38,300,653.29
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	-	-	225,047,547.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	156,500.00	2,055,959.94	5,112,497.60	1,757,971.30
投资活动现金流入小计	156,500.00	2,055,959.94	5,112,497.60	226,805,519.25
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	182,640,709.51	217,154,514.83	117,635,986.18	57,134,997.17
投资支付的现金	65,000,000.00	95,000,000.00	10,000,000.00	225,000,000.00
投资活动现金流出小计	247,640,709.51	312,154,514.83	127,635,986.18	282,134,997.17

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
投资活动产生的现金流量净额	-247,484,209.51	-310,098,554.89	-122,523,488.58	-55,329,477.92
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	1,005,000.00	-	-	28,312,437.39
收到其他与筹资活动有关的现金	-	4,426,000.00	5,005,400.00	4,590,000.00
筹资活动现金流入小计	-	4,426,000.00	5,005,400.00	32,902,437.39
偿还债务支付的现金	-	-	28,312,437.39	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	24,768,801.78	45,000,000.00	42,552,968.78	40,021,588.23
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,203,900.00	1,565,292.00	702,000.00
筹资活动现金流出小计	24,768,801.78	46,203,900.00	72,430,698.17	40,723,588.23
筹资活动产生的现金流量净额	-23,763,801.78	-41,777,900.00	-67,425,298.17	-7,821,150.84
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,042,802.50	-224,874.48	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	42,469,361.69	-38,042,879.76	42,300,324.22	-24,849,975.47
加：期初现金及现金等价物余额	60,997,567.66	99,040,447.42	56,740,123.20	81,590,098.67
六、期末现金及现金等价物余额	103,466,929.35	60,997,567.66	99,040,447.42	56,740,123.20

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则-基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2010 年修订）的披露规定编制财务报表的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。编制符合企业会计准则要求的财务报表需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到财务报告日的资产、负债和或有负债的披露，以及报告期间的收入和费用。

财政部于 2014 年颁布下列新的及修订的企业会计准则，本公司已于 2014 年 7 月 1 日起执行下列新的及修订的企业会计准则：《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》（修订）、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订）、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（修订）、《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》和《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

控制，是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响本公司的回报金额。相关活动，是指对被投资方的回报产生重大影响的活动，根据具体情况进行判断，通常包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等。本公司在综合考虑所有相关事实和情况的基础上对是否控制被投资方进行判断。一旦相关事实和情况变化导致对控制所涉及的相关要素发生变化，则进行重新评估。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利

润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益。

（2）处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益。

②分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

第一，这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

第二，这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

第三，一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

第四，一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公

司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照调整后的账面价值确认。

在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

本公司为进行企业合并而发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费等，于发生时计入当期损益。

企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等，抵减权益性证券溢价收

入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。

2. 非同一控制下的企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量。公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

企业合并中取得的被购买方除无形资产外的其他各项资产（不仅限于被购买方原已确认的资产），其所带来的经济利益很可能流入本公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按公允价值计量；公允价值能够可靠计量的无形资产，单独确认为无形资产并按公允价值计量；取得的被购买方除或有负债以外的其他各项负债，履行有关义务很可能导致经济利益流出本公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按照公允价值计量；取得的被购买方或有负债，其公允价值能可靠计量的，单独确认为负债并按照公允价值计量。

本公司在企业合并中取得的被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

非同一控制下企业合并，购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，应当于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（四）合营安排

当本公司是合营安排的合营方，享有该安排相关资产且承担该安排相关负债

时，为共同经营。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- （1）确认本公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；
- （2）确认本公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；
- （3）确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- （4）按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- （5）确认单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

（五）合并财务报表的范围

1、子公司

（1）通过设立或投资等方式取得的子/孙公司

子/孙公司名称	注册资本	持股比例	备注
晨光礼品	5,000 万元	100%	公司全资子公司
义乌晨兴	500 万元	100%	晨光礼品全资子公司
广州晨光	500 万元	100%	晨光礼品全资子公司
上海晨光	1,000 万元	100%	晨光礼品全资子公司
晨光佳美	3,000 万元	100%	公司全资子公司
晨光科力普	5,000 万元	70%	公司控股子公司
晨光生活馆	5,000 万元	60%	公司控股子公司
上海晨光生活馆	1,200 万元	100%	晨光生活馆全资子公司
江西晨光生活馆	1,500 万元	60%	晨光生活馆控股子公司

（2）通过同一控制下企业合并取得的子/孙公司

子/孙公司名称	注册资本	持股比例	备注
晨光珍美	1,000 万元	100%	公司全资子公司
哈尔滨晨光	500 万元	100%	晨光礼品全资子公司

郑州晨光	500 万元	100%	晨光礼品全资子公司
------	--------	------	-----------

2、合并范围及其变更情况

（1）2011 年度合并范围变更情况

①本期纳入合并范围的主体：晨光文具、晨光珍美、晨光礼品、郑州晨光、哈尔滨晨光、上海晨光、广州晨光及义乌晨兴。

②本期不再纳入合并范围的主体：中韩晨光全部业务及经营性资产。

2009 年 4 月 10 日，上海诚汇会计师事务所有限公司就中韩晨光 2008 年度审计情况出具诚汇会审字（2009）第 0523 号《审计报告》。依据该审计报告，中韩晨光 2008 年末净资产为 14,782.34 万元，总资产为 33,113.36 万元，2008 年度净利润为 1,951.93 万元。

2010 年 12 月 30 日，上海中韩晨光文具制造有限公司已按其与晨光文具签订《资产和业务转让协议》，完成了所有约定事项。资产转让完成后，上海中韩晨光文具制造有限公司不再从事文具生产相关业务，处于歇业状态，并于 2011 年 11 月 24 日正式注销，故本期不再将中韩晨光作为业务合并方式形成控制权的经营实体纳入合并范围。

（2）2012 年度合并范围变更情况

①本期纳入合并范围的主体：通过设立方式纳入合并范围的子公司：上海晨光科力普办公用品有限公司。

②本期无不再纳入合并范围的主体。

（3）2013 年度合并范围变更情况

①本期纳入合并范围的主体：通过设立方式纳入合并范围的子公司：晨光生活馆、上海晨光生活馆、江西晨光生活馆。

②本期无不再纳入合并范围的主体。

（4）2014 年 1-9 月合并范围变更情况

①本期新纳入合并范围的主体：通过设立方式纳入合并范围的子公司：上海晨光佳美文具有限公司。

②本期无不再纳入合并范围的主体。

三、主要会计政策及会计估计

公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止，本次申报期间为 2011 年 1 月 1 日至 2014 年 9 月 30 日，以人民币为记账本位币，在报告期内执行新企业会计准则。本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

（一）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（二）外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额计入当期损益或资本公积。

（三）金融工具

金融工具包括金融资产。

1、金融工具的分类

管理层按照取得持有金融资产的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产；应收款项等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未

领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、预付账款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

3、金融资产公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考活跃市场中的报价。

（四）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的金额标准：金额在人民币 50 万元以上。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收账款和其他应收款，以账龄为信用风险特征根据账龄分析法计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据

组合 1	按账龄段划分为类似信用风险特征的款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内（含 1 年）	5	5
其中：合并关联方往来余额（适用于母公司报表）	0	0
1—2 年	30	30
2—3 年	60	60
3 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由：如有客观证据表明预计未来现金流量现值低于账面价值。

坏账准备的计提方法：根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。单独测试未发生减值的应收款项，并入账龄分析法组合计提坏账准备。

期末对于类似信用风险特征组合的预付账款进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经测试未发现减值的，则不计提坏账准备。

（五）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存

货跌价准备。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

低值易耗品采用一次转销法。

（六）长期股权投资

1、投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产、所承担债务账面价值以及发行股份的面值总额之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产

在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

为企业合并而发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本节“二、（二）”和“二、（四）”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

于资产负债表日长期股权投资存在减值迹象的，进行减值测试。

对可收回金额低于长期股权投资账面价值的，计提减值准备。长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20 年	5%	4.75%
机器设备	10 年	5%-10%	9.5%-9%
运输设备	4 至 10 年	0-10%	25%-9%
其他设备	2 至 10 年	0-10%	47.5%-9.5%

注：2010 年因控股股东晨光集团对公司增资而新增的实物资产以评估价值入账，按剩余可使用年限折旧。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间

较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（八）在建工程

1、在建工程的类别

在建工程以立项项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

3、在建工程的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断在建工程是否存在可能发生减值的迹象。

在建工程存在减值迹象的，估计其可收回金额。有迹象表明一项在建工程可能发生减值的，企业以单项在建工程为基础估计其可收回金额。企业难以对单项在建工程的可收回金额进行估计的，以该在建工程所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

可收回金额根据在建工程的公允价值减去处置费用后的净额与在建工程预

计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当在建工程的可收回金额低于其账面价值的，将在建工程的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为在建工程减值损失，计入当期损益，同时计提相应的在建工程减值准备。

在建工程的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（九）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作

为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项 目	预计使用寿命	依 据
土地使用权	50 年	土地使用权证
形象标识使用权	1 年至 64 个月	形象标识使用许可合同
电脑软件	3 至 10 年	预计受益年限
专利权	10 年	专利证书

注：2010 年因控股股东晨光集团对公司增资而新增的土地使用权以评估价值入账，按剩余可使用年限摊销。

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预

计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

4、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

5、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十一）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

项 目	预计使用寿命	依 据
装修费	3 至 5 年	预计收益年限
产品代言费	2 年	代言人使用合同
软件维护服务费	2 年	软件维护服务合同
网络应用服务费	2 至 5 年	中国互联网络应用服务协议
预付长期租赁费用	2 年	预计收益年限

（十二）股份支付权益工具

本公司的股份支付是为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。权益工具的公允价值以公司原股东转让公司股份于外部投资者的单价确定。

在满足业绩条件和服务期限条件的期间，应确认以权益结算的股份支付的成本或费用，并相应增加资本公积。可行权日之前，于每个资产负债表日为以权益结算的股份支付确认的累计金额反映了等待期已届满的部分以及本公司对最终可行权的权益工具数量的最佳估计。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职

工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（十三）职工薪酬

1、短期薪酬

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

2、辞退福利

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

3、离职后福利

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

（十四）收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

公司收入确认的基本原则——商品发出后，经购买方确认后作为销售收入的实现。在此原则下，公司各销售模式执行中略有不同，具体如下：①针对区域销售和境外经销模式（出口代理商）的收入确认时点为：上海地区：货物一经发出即确认销售收入；非上海地区：货物已发出，且发货单据已经物流方签字确认时确认销售收入。②针对KA销售的收入确认时点为：货物已发出，且发货单据已经客户签字确认时确认销售收入；③自营外销模式的收入确认时点为：FOB（Free On Board，即船上交货（指定装运港））模式下以货物在装运港越过船舷时作为确认时点。④办公用品直销的收入确认时点为：货物已发出，且经客户

方确认时即确认销售收入；⑤直营旗舰大店销售的收入确认时点为：货物已发出，且经客户方确认时即确认销售收入。

公司针对不同销售模式制定了相应的收入确认条件，使不同销售模式下公司销售的商品在所有权有关的主要风险和报酬同时转移给了购货方后确认收入的实现，从而保证公司收入的确认符合企业会计准则的要求。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、按完工百分比法确认提供劳务的收入和建造合同收入时，确定合同完工进度的依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（十五）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

2、会计处理方法

与购建固定资产、无形资产等长期资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

（十六）递延所得税资产和递延所得税负债

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

（十七）公允价值计量

本公司以公允价值计量相关资产或负债时，基于如下假设：

市场参与者在计量日出售资产或者转移负债的交易，是在当前市场条件下的有序交易；

出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行。不存在主要市场的，假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。

采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

以公允价值计量非金融资产时，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用估值技术时考虑了在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。估值技术的输入值优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才可以使用不可观察输入值。

公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次：

第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。

第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。

第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重要意义的输入值所属的最低层次决定。

（十八）关联方

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成本集团的关联方。

本公司的关联方包括但不限于：

- （1）本公司的母公司；
- （2）本公司的子公司；
- （3）本公司控股股东全资子公司；
- （4）本公司实际控制人控制的企业；
- （5）本公司实际控制人或与其关系密切的家庭成员控制或共同控制的其他企业。

（十九）主要会计政策、会计估计的变更和重大会计差错更正及其影响

1、会计政策变更

本公司于 2014 年 7 月 1 日起执行财政部于 2014 年修订及新颁布的《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）等七项准则，并按照相关准则中的衔接规定进行追溯调整，同时对 2013 年度财务数据进行了重新列报。

本报告期公司除上述会计政策变更之外，其他主要会计政策未发生变更。

2、会计估计变更

本公司报告期内主要会计估计未发生变更。

3、重大会计差错更正

本公司报告期内无重大会计差错更正。

四、主要税项

（一）公司主要的税种及税率

税 种	计税依据	税率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%
营业税	加盟服务费营业税	5%
城市维护建设税	实际缴纳的增值税及营业税	7%、1%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%

合并范围内各公司报告期内实际执行的企业所得税税率：

公司名称	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
上海晨光文具股份有限公司	15%	15%	15%	15%
上海晨光珍美文具有限公司	25%	25%	25%	25%
上海晨光文具礼品有限公司	25%	25%	25%	25%
上海晨光文具销售有限公司	25%	25%	25%	25%
广州晨光文具礼品销售有限公司	25%	25%	25%	25%
义乌市晨兴文具用品有限公司	25%	25%	25%	25%
哈尔滨晨光三美文具有限公司	25%	25%	25%	25%
郑州晨光文具礼品有限责任公司	25%	25%	25%	25%

上海晨光佳美文具有限公司	25%	-	-	-
上海晨光科力普办公用品有限公司	25%	25%	25%	-
晨光生活馆企业管理有限公司	25%	25%	-	-
晨光生活馆企业管理（上海）有限公司	25%	25%	-	-
晨光生活馆江西企业管理有限公司	25%	25%	-	-

（二）税收优惠及批文

经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局及上海市地方税务局批准，公司于 2010 年 12 月 9 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201031000327，有效期为三年。

晨光文具自 2010 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日减按 15%征收企业所得税。

2013 年 11 月 19 日，公司再次被认定为国家高新技术企业并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GF201331000403，有效期为三年。因此，晨光文具自 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日将继续享有税率为 15%的企业所得税税收优惠政策。

五、分部信息

（一）主营业务按行业分类

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月				2013 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比
文教办公用品制造与销售	233,463.02	99.62%	174,317.10	100.00%	234,906.89	99.56%	171,472.23	100.00%
服务业	882.50	0.38%	-	-	1,030.84	0.44%	-	-
合计	234,345.52	100.00%	174,317.10	100.00%	235,937.73	100.00%	171,472.23	100.00%
项目	2012 年度				2011 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比

文教办公用品制造与销售	189,329.21	99.67%	137,856.65	100.00%	144,268.01	99.70%	105,802.57	100.00%
服务业	628.03	0.33%	-	-	432.00	0.30%	-	-
合计	189,957.24	100.00%	137,856.65	100.00%	144,700.01	100.00%	105,802.57	100.00%

（二）主营业务按产品分类

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月				2013 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比
书写工具	103,750.25	44.27%	70,933.30	40.69%	105,687.84	44.79%	70,623.25	41.19%
学生文具	70,169.36	29.94%	52,063.10	29.87%	73,255.24	31.05%	53,221.71	31.04%
其中：代理产品	2,034.13	0.87%	1,208.71	0.69%	965.85	0.41%	563.18	0.33%
办公文具	53,732.13	22.93%	46,226.94	26.52%	50,150.99	21.26%	42,712.44	24.91%
其中：代理产品	10,026.12	4.28%	8,802.76	5.05%	9,250.82	3.92%	8,311.62	4.85%
其他文具	5,811.28	2.48%	5,093.75	2.92%	5,812.82	2.46%	4,914.84	2.87%
加盟管理费	882.50	0.38%	-	-	1,030.84	0.44%	-	-
合计	234,345.52	100.00%	174,317.10	100.00%	235,937.73	100.00%	171,472.23	100.00%
项目	2012 年度				2011 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比
书写工具	94,669.37	49.84%	64,052.35	46.46%	81,741.03	56.49%	59,830.03	56.55%
学生文具	60,238.44	31.71%	43,213.89	31.35%	46,238.38	31.95%	32,703.54	30.91%
其中：代理产品	-	-	-	-	-	-	-	-
办公文具	28,920.45	15.22%	25,903.57	18.79%	14,363.12	9.93%	11,703.97	11.06%
其中：代理产品	-	-	-	-	-	-	-	-
其他文具	5,500.96	2.90%	4,686.83	3.40%	1,925.49	1.33%	1,565.03	1.48%
加盟管理费	628.03	0.33%	-	-	432.00	0.30%	-	-
合计	189,957.24	100.00%	137,856.65	100.00%	144,700.01	100.00%	105,802.57	100.00%

（三）主营业务按地域分类

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月				2013 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比
中国	227,932.05	97.26%	169,916.90	97.48%	227,898.39	96.59%	166,154.54	96.90%
其他国家或地区	6,413.47	2.74%	4,400.19	2.52%	8,039.34	3.41%	5,317.69	3.10%
合计	234,345.52	100.00%	174,317.10	100.00%	235,937.73	100.00%	171,472.23	100.00%
项目	2012 年度				2011 年度			
	营业收入	占比	营业成本	占比	营业收入	占比	营业成本	占比
中国	181,775.35	95.69%	132,236.10	95.92%	136,059.25	94.03%	99,465.00	94.01%
其他国家或地区	8,181.89	4.31%	5,620.55	4.08%	8,640.76	5.97%	6,337.57	5.99%
合计	189,957.24	100.00%	137,856.65	100.00%	144,700.01	100.00%	105,802.57	100.00%

六、最近一年内收购兼并情况

公司最近一年内不存在收购兼并其他企业资产（或股权），且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情况。

七、非经常性损益明细表

立信对本公司报告期内非经常性损益情况进行了审核，并出具了信会师报字（2014）第 114421 号《上海晨光股份有限公司非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》。本公司报告期内非经常性损益项目及金额如下表所示：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-117,830.30	19,722.13	918,386.85	-544,667.54
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返		-	-	-

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
还、减免				
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	24,662,353.81	20,235,980.38	22,102,474.18	12,174,645.14
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	45,493.73	66,023.29	-	63,596.26
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、	-	-	-	-

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,652,583.13	-37,664.92	-667,768.80	-250,555.23
其他符合非经常性损益定义的损益项目（注）	-	-	-	-45,360,000.00
非经常性损益合计	22,937,434.11	20,284,060.88	22,353,092.23	-33,916,981.37
减：所得税影响数	-3,475,249.00	-3,074,478.01	3,414,266.12	1,739,497.53
非经常性损益净额	19,443,182.5	17,209,582.87	18,938,826.11	-35,656,478.90
其中：影响少数股东损益（税后）	-19,002.61	2,190.00	-	-
影响归属于母公司普通股股东净利润	19,462,185.11	17,207,392.87	18,938,826.11	-35,656,478.90
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	253,735,015.36	263,135,318.60	206,536,267.30	164,592,527.41
影响归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益净额占归属于母公司普通股股东净利润的比重	7.12%	6.14%	8.40%	-27.65%

注：其他符合非经常性损益定义的损益项目为 2011 年度计入管理费用的股份支付金额。

上表中，各非经常性损益项目按税前金额列示。本公司对非经常性损益项目的确认依照中国证监会公告[2008]43 号《公开发行证券的公司信息披露解释性

公告第 1 号-非经常损益》的规定执行。报告期内，本公司非经常性损益主要为计入当期损益的股份支付及政府补助。

2011 年度股份支付事项作为非经常性损益计入当期管理费用的金额为 4,536 万元，扣除该因素的影响，当期营业利润及净利润的金额均将增加 4,536 万元。

八、主要资产情况

截至 2014 年 9 月 30 日，公司主要资产情况如下：

单位：元

资产	2014 年 9 月 30 日	占比
货币资金	170,691,128.10	10.50%
应收账款净额	75,507,382.84	4.64%
预付款项	11,379,600.09	0.70%
其他应收款净额	30,400,031.04	1.87%
存货净额	460,871,980.54	28.34%
其他流动资产	25,000,000.00	1.54%
流动资产合计	773,850,122.61	47.59%
固定资产净额	463,163,796.35	28.48%
在建工程净额	203,536,985.51	12.52%
无形资产净额	131,013,610.41	8.06%
长期待摊费用	47,433,186.13	2.92%
递延所得税资产	7,200,392.61	0.44%
非流动资产合计	852,347,971.01	52.41%
资产总计	1,626,198,093.62	100.00%

（一）货币资金

截至 2014 年 9 月 30 日，公司货币资金情况如下：

单位：元

类别	2014年9月30日
现金	2,346,713.29
银行存款	168,344,414.81
货币资金合计	170,691,128.10

（二）应收账款

截至2014年9月30日，公司应收账款情况如下：

单位：元

类别	账面原值	坏账准备	账面净值
应收账款	79,534,491.59	4,027,108.75	75,507,382.84

2014年9月末公司应收账款坏账准备占应收账款账面原值的5.06%。

公司应收账款主要是应收非自有省级经销商的销售货款、KA及办公直销客户款。截至2014年9月30日，公司账龄在一年以内的应收账款占应收账款账面原值的99.75%，应收账款回收良好。

（三）预付账款

截至2014年9月30日，公司预付账款11,379,600.09元。公司预付账款账龄在1年之内和1-2年的金额分别为11,333,822.32元和45,777.77元，占预付账款的比重分别是99.60%和0.40%。

（四）其他应收款

截至2014年9月30日，公司其他应收款情况如下：

单位：元

类别	账面原值	坏账准备	账面净值
其他应收款	34,707,021.25	4,306,990.21	30,400,031.04

2014年9月末公司其他应收款坏账准备占其他应收款账面原值的12.41%。

截至2014年9月30日，公司账龄在一年以内的其他应收款占其他应收款账面

原值的 73.88%，账龄在 1 至 2 年的其他应收款占其他应收款账面原值的 21.28%，其他应收款回收良好。

（五）存货

截至 2014 年 9 月 30 日，公司存货情况如下：

单位：元

类别	账面原值	跌价准备	账面净值
原材料	94,611,541.92	-	94,611,541.92
在产品	23,004,888.93	-	23,004,888.93
库存商品	332,848,165.86	-	332,848,165.86
周转材料	113,654.14	-	113,654.14
发出商品	2,404,786.17	-	2,404,786.17
委托加工物资	7,888,943.52	-	7,888,943.52
存货合计	460,871,980.54	-	460,871,980.54

截至 2014 年 9 月 30 日，公司存货均未发生存货跌价情形，公司未提取存货跌价准备。

（六）其他流动资产

截至 2014 年 9 月 30 日，公司其他流动资产 25,000,000.00 元，为银行理财产品。

（七）固定资产

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司固定资产情况如下：

单位：元

类别	账面原值	累计折旧	资产减值	账面价值
房屋及建筑物	257,711,884.84	44,489,308.41	-	213,222,576.43
机器设备	252,314,335.52	52,163,195.61	-	200,151,139.91
运输设备	37,250,190.55	18,610,217.42	-	18,639,973.13

类别	账面原值	累计折旧	资产减值	账面价值
其他设备	65,541,839.32	34,391,732.44	-	31,150,106.88
固定资产合计	612,818,250.23	149,654,453.88	-	463,163,796.35

2014 年 1-9 月折旧额 4,280.12 万元；本期由在建工程转入固定资产原价为 8,345.58 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司及下属子公司拥有的房屋及建筑物情况请参见本招股说明书“第六节 五、（三）房屋建筑物”。

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的固定资产账面价值为 21,322.26 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日，固定资产不存在减值情况，也不存在暂时闲置、通过融资租赁租入、通过经营租赁租出、持有待售的固定资产的情况。

（八）在建工程

截至 2014 年 9 月 30 日，公司在建工程情况如下：

单位：元

类别	账面原值	跌价准备	账面净值
待验收固定资产	23,283,741.99	-	23,283,741.99
书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目	177,963,624.38	-	177,963,624.38
其他	2,289,619.14	-	2,289,619.14
在建工程合计	203,536,985.51	-	203,536,985.51

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的在建工程账面价值为 17,668.34 万元。

（九）无形资产

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司无形资产情况如下：

单位：元

类别	账面原值	累计摊销	资产减值	账面价值
土地使用权	117,122,288.00	7,278,370.62	-	109,843,917.38
形象标识使用权	17,908,412.86	7,698,048.77	-	10,210,364.09

电脑软件	12,275,887.18	3,449,587.19	-	8,826,299.99
专利权	848,250.91	244,827.22	-	603,423.69
其他	1,650,000.00	120,394.74	-	1,529,605.26
无形资产合计	149,804,838.95	18,791,228.54	-	131,013,610.41

2014 年 1-9 月摊销额 5,795,505.13 元。

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的无形资产账面价值为 6,601.42 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司及及下属子公司拥有的无形资产情况请参见本招股说明书“第六节 五、（四）主要无形资产”。

2012 年 7 月 11 日，公司与上海市奉贤区规划和土地管理局签订青村镇 132 亩土地【青村镇（沪奉府土[2012]60 号）】出让合同，合同标的为 45,290,000 元，截至 2013 年 12 月 31 日汇款手续已办理完毕，房地产权证尚未办妥，目前仍处于办理过程中。

截至 2014 年 9 月 30 日，无形资产不存在减值情况，用于抵押的无形资产账面价值为 6,601.42 万元。

（十）长期待摊费用

截至 2014 年 9 月 30 日，公司长期待摊费用情况如下：

单位：元

类别	2014 年 9 月 30 日
装修费	47,379,639.33
预付长期租赁费用	25,506.75
服务费	28,040.05
长期待摊费用合计	47,433,186.13

（十一）递延所得税资产

截至 2014 年 9 月 30 日，公司递延所得税资产情况如下：

单位：元

类别	2014 年 9 月 30 日
----	-----------------

类别	2014 年 9 月 30 日
资产减值准备	1,313,636.70
由于内部存货销售至期末未实现的毛利所产生的递延所得税费用	3,873,066.18
递延收益-政府补助	2,013,689.73
递延所得税资产合计	7,200,392.61

（十二）对外投资及长期股权投资

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司子公司已全部纳入合并报表，除此之外，本公司无其他对外投资情况。

九、主要债项

截至 2014 年 9 月 30 日，公司主要负债情况如下：

单位：元

负债	2014 年 9 月 30 日	占比
应付账款	239,963,559.87	58.07%
预收款项	11,396,868.21	2.76%
应付职工薪酬	43,218,255.62	10.46%
应交税费	30,600,859.16	7.41%
其他应付款	63,114,452.66	15.27%
流动负债合计	388,293,995.52	93.97%
长期借款	1,006,415.74	0.24%
专项应付款	9,870,000.00	2.39%
其他非流动负债	14,050,585.45	3.40%
非流动负债合计	24,927,001.19	6.03%
负债合计	413,220,996.71	100.00%

（一）应付账款

截至 2014 年 9 月 30 日，公司应付账款为 239,963,559.87 元，主要为公司应付原材料供应商及委托加工厂商的款项。

（二）预收账款

截至 2014 年 9 月 30 日，公司预收账款为 11,396,868.21 元，主要为公司预收除公司自有省级经销商外的其他各省级经销商货款。

（三）应付职工薪酬

截至 2014 年 9 月 30 日，公司应付职工薪酬为 43,218,255.62 元，主要为公司应付员工 2014 年 9 月份工资、奖金、津贴和补贴等。

（四）应交税费

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司应交税金余额情况如下：

单位：元

类别	金额
增值税	10,887,728.32
营业税	46,600.65
城建税	165,940.38
企业所得税	18,225,848.34
个人所得税	523,779.46
印花税	13,977.39
教育费附加	535,452.89
堤防费	22,637.09
水利建设基金	75,472.39
河道管理费	97,282.27
其他	6,139.98
应交税费合计	30,600,859.16

报告期内，公司主要的税种及税率情况，以及税收优惠及批文情况，可参见

本招股说明书“第十节 四、主要税项”。

（五）其他应付款

截至 2014 年 9 月 30 日，公司其他应付款为 63,114,452.66 元，主要为应付 Peanuts Worldwide LLC 公司的商标使用费、公司省级经销商的保证金，以及上海永富展示用品制作有限公司装修款等。

（六）专项应付款

截至 2014 年 9 月 30 日，公司专项应付款为 9,870,000.00 元，其中，770,000.00 元系 2012 年度“创新行动计划”第一批国家重要科技项目地方匹配经费；7,700,000.00 元系 2011 年度国家科技支撑计划项目，笔头与墨水匹配技术评价体系及新型笔头研发课题（课题编号：2011BAE31B03）专项经费；1,400,000.00 元系 2010 年上海市特色产业中小企业发展资金拟支持项目——“书写创意”制笔新材料系列研发技术改造专项经费。

（七）其他非流动负债

截至 2014 年 9 月 30 日，公司其他非流动负债为 14,050,585.45 元，主要是计入递延收益的客户积分奖励、上海现代服务业专项资金——立体仓库的政府补贴款、购买国际先进研发仪器设备专项基金和重点技术改造专项资金。

十、所有者权益变动表

报告期内，本公司所有者权益变动表如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	40,000.00	5,448.78	7,608.80	36,634.77	3,521.07	93,213.42

项目	2014 年 1-9 月					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
二、本年年初余额	40,000.00	5,448.78	7,608.80	36,634.77	3,521.07	93,213.42
三、本期增减变动金额 （减少以“-”号填列）	-	-	-	27,319.72	764.57	28,084.29
（一）净利润	-	-	-	27,319.72	-735.43	26,584.29
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
（三）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	1,500.00	1,500.00
（四）利润分配	-	-	-	-	-	-
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	40,000.00	5,448.78	7,608.80	63,954.49	4,285.64	121,297.71

单位：万元

项目	2013 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	20,000.00	14,286.09	4,798.73	29,660.57	-	68,745.39
二、本年年初余额	20,000.00	14,286.09	4,798.73	29,660.57	-	68,745.39
三、本期增减变动金额 （减少以“-”号填列）	20,000.00	-8,837.12	2,810.07	6,974.20	3,521.07	24,468.03
（一）净利润	-	-	-	28,034.27	-416.24	27,618.03
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
（三）所有者投入和减少资本	11,000.00	162.68	-	-	3,937.32	15,100.00
（四）利润分配	-	-	2,810.07	-21,060.07	-	-18,250.00
（五）所有者权益内部	9,000.00	-9,000.00	-	-	-	-

项目	2013 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
结转						
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	40,000.00	5,448.78	7,608.80	36,634.77	3,521.07	93,213.42

单位：万元

项目	2012 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	20,000.00	14,286.09	2,786.80	13,324.99	-	50,397.88
二、本年年初余额	20,000.00	14,286.09	2,786.80	13,324.99	-	50,397.88
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	2,011.93	16,335.58	-	18,347.51
（一）净利润	-	-	-	22,547.51	-	22,547.51
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
（三）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	2,011.93	-6,211.93	-	-4,200.00
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	20,000.00	14,286.09	4,798.73	29,660.57	-	68,745.39

单位：万元

项目	2011 年度			
	归属于母公司所有者权益		少数股东	所有者权益合计

	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	20,000.00	21,817.51	1,373.79	7,359.30	-	50,550.61
二、本年初余额	20,000.00	21,817.51	1,373.79	7,359.30	-	50,550.61
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-7,531.42	1,413.00	5,965.69	-	-152.72
（一）净利润	-	-	-	12,893.60	-	12,893.60
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
（三）所有者投入和减少资本	-	4,536.00	-	-	-	4,536.00
（四）利润分配	-	-	1,413.00	-5,413.00	-	-4,000.00
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-12,067.42	-	-1,514.91	-	-13,582.33
四、本期期末余额	20,000.00	14,286.09	2,786.80	13,324.99	-	50,397.88

（一）股本

报告期内，本公司股本变动情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
期初股本金额	400,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00
所有者投入股本	-	200,000,000.00	-	-
所有者减少股本	-	-	-	-
期末股本金额	400,000,000.00	400,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00

2013 年 12 月，根据公司董事会、股东大会会议决议，以截至 2013 年 6 月 30 日总股本 20,000 万股为基数，以经审计的 2013 年上半年度净利润向全体股东每 10 股送 5.5 股红股，分配红股股利 11,000 万股；同时以经审计的截至 2013 年 6 月 30 日的资本公积向全体股东每 10 股转增 4.5 股，共计转增 9,000 万股。本次分配红股及资本公积金转增股本共计 20,000 万股。

2014 年 1-9 月间股本金额没有发生变化。

（二）资本公积

报告期内，本公司资本公积变动情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
期初资本公积金 额	54,487,764.53	142,860,934.62	142,860,934.62	218,175,116.31
所有者投入资本	-	-90,000,000.00	-	-
股份支付计入所 有者权益的金额	-	-	-	45,360,000.00
对所有者（或股 东）的分配	-	-	-	-
同一控制下企业 合并的影响	-	-	-	-120,674,181.69
其他	-	1,626,829.91	-	-
期末资本公积金 额	54,487,764.53	54,487,764.53	142,860,934.62	142,860,934.62

2011 年度有 45,360,000.00 元是因股份支付而计入资本公积。公司 2009 与 2010 年由于同一控制下企业合并（含业务合并），相关企业视同 2009 年初就纳入合并范围，2010 年末上述处理累计影响资本公积余额为 120,674,181.69 元，由于 2011 年度上述影响因素消除，故 2011 年度相应减少资本公积 120,674,181.69 元。

2013 年度有因公司不失去控制权情况下处置部分股权而产生的收益 1,626,829.91 元，是 2013 年 5 月上海晨光科力普办公用品有限公司增资 4,000 万元，本公司增资 2,500 万元，外部股东增资 1,500 万元，本公司的投资比例由年初 100%变更为 70%，由此产生处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额 1,626,829.91 元调整资本公积（资本溢价）。此外，2013 年 12 月，根据公司董事会、股东大会会议决议，以截至 2013 年 6 月 30 日总股本 20,000 万股为基数，以经审计的 2013 年上半年度净利润向全体股东每 10 股送 5.5 股红股，分配红股股利 11,000 万股；同时以经审计的截至 2013 年 6 月 30 日的资本公积向全体股东每 10 股转增 4.5 股，共计转增 9,000 万股。本次分配红股及资本公积金转增股本共计 20,000 万股。

（三）盈余公积

报告期内，本公司盈余公积变动情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
期初盈余公积金额	76,087,976.06	47,987,238.50	27,867,976.69	13,737,934.13
提取盈余公积	-	28,100,737.56	20,119,261.81	14,130,042.56
其他（同一控制下企业合并的影响）	-	-	-	-
期末盈余公积金额	76,087,976.06	76,087,976.06	47,987,238.50	27,867,976.69

报告期内，公司按照当年度净利润金额的 10%计提法定盈余公积而增加盈余公积。

（四）未分配利润

报告期内，本公司未分配利润变动情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
期初未分配利润金额	366,347,726.32	296,605,752.41	133,249,920.81	73,593,018.69
当期净利润	273,197,200.47	280,342,711.47	225,475,093.41	128,936,048.51
提取盈余公积	-	-28,100,737.56	-20,119,261.81	-14,130,042.56
对所有者（或股东）的分配	-	-72,500,000.00	-42,000,000.00	-40,000,000.00
转作股本的普通股股利	-	-110,000,000.00	-	-
其他（同一控制下企业合并的影响）	-	-	-	-15,149,103.83
期末未分配利润金额	639,544,926.79	366,347,726.32	296,605,752.41	133,249,920.81

公司分别按照 2011 年度、2012 年度和 2013 年度净利润金额的 10%计提法定盈余公积 14,130,042.56 元、20,119,261.81 元和 28,100,737.56 元；

2011 年 5 月 6 日，经公司股东大会决议通过《公司 2010 年度利润分配预

案》，共分配利润 4,000 万元；2012 年 3 月 8 日，经公司股东大会决议通过《公司 2011 年度利润分配预案》，共分配利润 4,200 万元；2013 年 3 月 13 日，经公司股东大会决议通过《公司 2012 年度利润分配预案》，共分配利润 4,500 万元；2013 年 12 月 13 日，经公司临时股东大会决议通过《2013 年中期利润分配方案及资本公积转增股本方案》，分配红股股利 11,000 万元，现金股利 2,750 万元；

公司因同一控制下企业合并（含业务合并）因素影响，2011 年度减少未分配利润 15,149,103.83 元。

十一、现金流量情况

报告期内，本公司现金流量情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动产生的现金流量净额	290,481,582.64	218,969,529.42	275,207,430.81	53,576,697.85
投资活动产生的现金流量净额	-223,694,995.76	-255,391,683.98	-129,993,486.14	-65,779,418.18
筹资活动产生的现金流量净额	-8,763,801.78	-777,900.00	-67,425,298.17	-7,821,150.84
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,042,802.50	-224,874.48	-	-
现金及现金等价物净增加额	56,979,982.60	-37,424,929.04	77,788,646.50	-20,023,871.17
加：期初现金及现金等价物余额	113,711,145.50	151,136,074.54	73,347,428.04	93,371,299.21
期末现金及现金等价物余额	170,691,128.10	113,711,145.50	151,136,074.54	73,347,428.04

十二、其他重要事项

（一）或有事项

截至 2014 年 9 月 30 日，公司无需要披露的重大或有事项。

（二）承诺事项

截至 2014 年 9 月 30 日，公司无需要披露的重大承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

截至本招股说明书出具之日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项说明

公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行于 2013 年 6 月 28 日签订了（编号：26132000002 号）《固定资产借款合同》，用于书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目，合同金额 48,000 万元，将由晨光控股（集团）有限公司提供担保、公司的固定资产提供抵押，借款期限 71 个月，自实际提款日起算。2014 年 4 月 1 日，本公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行就上述合同内容重新签订《固定资产借款合同》，以替换原 2013 年 6 月 28 日双方签订的《固定资产借款合同》。

2014 年 4 月 1 日，针对本公司的《固定资产借款合同》，本公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行签订《抵押合同》，以本公司合法拥有的位于奉贤区金钱公路 3469 号的工业厂房（沪房地奉字（2010）第 020364 号）和位于奉贤区青村镇 13 街坊 37/6 丘的在建工程（沪房地奉字（2012）第 001295 号）作为本公司向中国工商银行股份有限公司奉贤支行借款人民币 480,000,000 元的抵押物。《抵押合同》同时对抵押登记、保险、抵押权的实现、违约责任等方面均作了明细约定。同日，晨光集团与中国工商银行股份有限公司奉贤支行签订《担保合同》，为本公司上述《固定资产借款合同》提供担保。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司已通过其在中国工商银行股份有限公司奉贤支行的贷款账户支付款项共计 100.50 万元。

十三、财务指标

（一）主要财务指标

财务指标		2014-09-30	2013-12-31	2012-12-31	2011-12-31
资产负债率（%）（母公司）		24.20%	26.67%	25.94%	32.16%
流动比率（倍）		1.99	1.80	1.87	1.65
速动比率（倍）		0.81	0.66	0.80	0.71
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）		1.75%	1.45%	1.63%	1.13%
归属于母公司的每股净资产（元/股）		2.93	2.24	1.72	1.26
财务指标		2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
应收账款周转率（次）（注）		48.14	50.44	33.80	25.45
存货周转率（次）（注）		5.44	5.17	5.35	6.64
息税折旧摊销前利润（元）		382,149,391.45	387,938,621.71	305,180,896.60	192,555,568.48
利息保障倍数（倍）		N/A	N/A	480.45	7,594.02
每股净现金流量额（元/股）		0.14	-0.09	0.20	-0.05
每股经营活动现金流量净额（元/股）		0.73	0.55	0.69	0.13
加权平均净资产收益率（%）	扣除非经常性损益前	26.43%	35.27%	37.19%	28.56%
	扣除非经常性损益后	24.55%	33.11%	34.07%	36.45%
基本每股收益（元/股）	扣除非经常性损益前	0.6830	0.7009	0.5637	0.3223
	扣除非经常性损益后	0.6344	0.6578	0.5163	0.4115

注：2014 年 1-9 月的应收账款周转率和存货周转率已进行了年化处理。

（二）主要财务指标计算公式

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债=（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧与摊销=净利润+利息支

出+所得税+固定资产折旧+长期待摊和无形资产摊销

利息保障倍数=息税前利润/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动现金净流量/期末总股本

每股净现金流量=净现金流量/期末股本总数

归属于母公司的每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末股本总数

无形资产占净资产比例=（无形资产-土地使用权）/期末净资产×100%

（三）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》要求，计算公司报告期的净资产收益率和每股收益情况如下：

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2014年1-9月	26.43%	0.6830	0.6830
	2013年度	35.27%	0.7009	0.7009
	2012年度	37.19%	0.5637	0.5637
	2011年度	28.56%	0.3223	0.3223
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2014年1-9月	24.55%	0.6344	0.6344
	2013年度	33.11%	0.6578	0.6578
	2012年度	34.07%	0.5163	0.5163
	2011年度	36.45%	0.4115	0.4115

（四）净资产收益率及每股收益计算方法

加权平均净资产收益率= $P_0/(E_0+NP\div 2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0\pm E_k\times M_k\div M_0)$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、

归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

十四、盈利预测

公司未为本次发行编制盈利预测。

十五、资产评估情况

公司在设立时，各股东均以货币资金形式出资，未涉及非货币资产的资产评估情形。

公司在报告期内，未涉及资产评估事项。

十六、历次验资情况

公司设立以来共进行过 3 次验资和 1 次验资复核，具体情况如下：

（一）2008年7月，公司设立时的验资情况

2008年7月14日，上海东明会计师事务所有限公司出具沪东师报（2008）第F0313号《验资报告》，验证截至2008年7月14日，公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本人民币5,000万元，各股东均以货币资金出资，其中，晨光控股出资4,750万元，占注册资本95%，陈湖文出资125万元，占注册资本的2.50%，陈雪玲出资125万元，占注册资本的2.50%。

（二）2010年12月，公司第一次增资时的验资情况

2010年12月14日立信会计师事务所有限公司出具信会师报字（2010）第25575号《验资报告》，验证截至2010年12月13日，公司已收到晨光集团缴纳的新增注册资本（实收资本）人民币15,000万元，新增实收资本占新增注册资本的100%。此次用以增资的资产包括货币资产和非货币资产，其中，晨光集团以货币资金1,702.50万元对本公司增资，按每股1.65元折成股本1,031.82万股；用以增资的非货币资产已由上海银信汇业资产评估有限公司出具了沪银信汇业评字（2010）第A029号资产评估报告，作价23,047.50万元，按每股1.65元折成股本13,968.18万股。本次增资后，公司新增注册资本15,000万元，转入资本公积9,750万元。

本次增资后，公司注册资本增至人民币20,000万元，其中，晨光集团出资为人民币18,000万元，占本次增资后注册资本的90%，陈湖文和陈湖雄分别出资为人民币760万元，分别占本次增资后注册资本的3.80%，陈雪玲出资为人民币480万元，占本次增资后注册资本的2.40%。

本次增资后，全体股东的累计货币出资金额为6,031.82万元，占本次增资后注册资本总额的30.16%。

（三）验资复核情况

2012年2月15日，立信出具了信会师报字[2012]第110320号《关于上海晨光文具股份有限公司注册资本、实收资本的复核报告》，经复核，截至2011年12月31日止，公司账面实收资本为人民币20,000万元，与由立信会计师事务所有限公司2010年12月14日出具的信会师报字（2010）第25575号《验资报告》注册资本实收数额相一致。

（四）2013年12月，公司分配红股及资本公积金转增股本时的验资情况

2013年12月13日，立信会计师事务所出具了信会师报字[2013]第114171号《验资报告》，验证截至2013年12月13日，公司已将资本公积9,000.00万元、未分配利润11,000.00万元，合计20,000.00万元转增股本。截至2013年12月13日，公司变更后的注册资本为人民币40,000.00万元、累计实收资本（股本）为人民币40,000.00万元。

第十一节 管理层讨论及分析

本公司管理层结合经审计的财务报告，对报告期内本公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行如下讨论和分析。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书“第十节 财务会计信息”中的相关财务报告及其附注的内容。

除非特别说明，以下分析中的财务数据均取自本公司经审计的合并报表。单位为人民币万元时，合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，原因为四舍五入。

1、股份支付对营业利润及净利润的影响

2011年度公司自然人股东陈湖文和陈湖雄以每股4.50元的价格分别将其各自持有的1,000万股公司股份转让给由公司部分高级管理人员和业务骨干共同出资设立的杰葵投资和科迎投资，公司按《企业会计准则第11号-股份支付》及中国证监会公告（2008）43号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益（2008）》的相关规定，将该事项作为股份支付事宜进行会计处理。

公司自然人股东陈湖文和陈湖雄（即实际控制人）转让其持有公司股权于管理层和业务骨干持股企业（科迎投资与杰葵投资）的时点为2011年2月，转让于外部战略投资者股权的时点为2011年3月，基本属于同一节点上发生的相同性质的事宜；且自然人股东陈湖文和陈湖雄针对所有外部战略投资者的股权转让价格相同，故本次股份支付事宜以自然人股东陈湖文和陈湖雄转让公司股份于外部战略投资者的单价，即每股9元作为授予日权益工具的公允价值，并将其和科迎投资与杰葵投资受让公司股份的单价（每股4.5元）的差额，即4.5元与公司高管和业务骨干所持有公司股权份额（扣除自然人股东陈湖文和陈湖雄分别在科迎和杰葵中所持有的股份）的乘积，即4,536万元作为本次因以权益结算的股份支付而确认的费用总额计入当期损益，并作为当期非经常性损益项目列示。

2011年度扣除上述股份支付因素的影响，当期营业利润及净利润的金额均将增加4,536万元。

2、对比公司信息说明

目前与公司从事相同或类似业务的上市公司有齐心文具和广博股份两家，在本节中将其作为对比公司进行比较分析。

齐心文具和广博股份的基本情况如下：

公司简称	股票代码	主要经营范围及产品（注）
齐心文具	002301	（一）文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售（生产场所及执照另行申办）；（二）文教及办公用品、办公设备、纸制品、文化用品、计算机硬件软件及耗材、通讯设备、五金交电、电子产品、金融设备、安防设备、会议设备、办公家具、日用百货、一般劳防用品、工艺品的批发、零售；预包装食品（不含复热预包装食品）的批发（《食品流通许可证》有效期至 2015 年 5 月 29 日）；（三）在计算机硬件、软件、系统整合和通讯技术领域提供技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务；（四）商品及技术的进出口（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；（五）提供办公设备及其他日用品的租赁、维修、产品配送及相关配套服务
广博股份	002103	许可经营项目：出版物、包装装潢、其他印刷品印刷（在许可证有效期限内经营）。一般经营项目：文化用品、办公用品、办公设备、纸制品、塑胶制品、包装纸箱的制造、加工、批发、零售和网上销售；体育用品、工艺美术品、家具、服装、鞋帽、针纺织品、日用百货、音响器材、电动工具、仪器仪表、通讯器材、油墨、纸张、印刷机械、五金、电工器材、建筑材料、金属材料、计算机软件及辅助设备的批发、零售和网上销售；商务信息咨询；图文设计；办公设备的维修服务；自营和代理各类货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外

注：上述描述来源于 Wind 资讯及相关企业定期报告。

一、财务状况分析

（一）资产状况

1、资产构成及变动状况

报告期内，公司资产构成及其增减变动具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 9 月末	2013 年末	2012 年末	2011 年末
----	-------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
流动资产	77,385.01	47.59%	62,280.33	47.99%	31.73%	47,277.35	49.93%	9.38%	43,222.88	56.13%
非流动资产	85,234.80	52.41%	67,496.82	52.01%	42.34%	47,418.89	50.07%	40.37%	33,781.20	43.87%
资产总计	162,619.81	100.00%	129,777.15	100.00%	37.05%	94,696.24	100.00%	22.98%	77,004.09	100.00%

公司资产总额随着公司的业务规模的逐年增长而增长，2012 年末及 2013 年末公司资产总额分别较上年末增长 22.98%及 37.05%。

2、流动资产的构成及变动

报告期内，本公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	17,069.11	10.50%	12,111.96	9.33%	15,113.61	15.96%	7,334.74	9.53%
应收账款	7,550.74	4.64%	5,438.80	4.19%	3,440.90	3.63%	7,184.04	9.33%
预付款项	1,137.96	0.70%	2,290.60	1.77%	505.60	0.53%	2,729.22	3.54%
其他应收款	3,040.00	1.87%	2,944.03	2.27%	1,194.97	1.26%	1,472.23	1.91%
存货	46,087.20	28.34%	39,344.95	30.32%	27,022.27	28.54%	24,502.65	31.82%
其他流动资产	2,500.00	1.54%	150.00	0.12%	-	-	-	-
流动资产小计	77,385.01	47.59%	62,280.33	47.99%	47,277.35	49.93%	43,222.88	56.13%
非流动资产	85,234.80	52.41%	67,496.82	52.01%	47,418.89	50.07%	33,781.20	43.87%
资产总计	162,619.81	100.00%	129,777.15	100.00%	94,696.24	100.00%	77,004.09	100.00%

报告期内，流动资产随着生产经营规模的扩大而逐年增长，2012 年末及 2013 年末分别较上年末增长 9.38%及 31.73%。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金结构情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	234.67	1.37%	165.95	1.37%	56.63	0.37%	96.59	1.32%

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行存款	16,834.44	98.63%	11,185.17	92.35%	15,056.98	99.63%	7,238.14	98.68%
其他货币资金	-	-	760.84	6.28%	-	-	0.01	-
货币资金合计	17,069.11	100.00%	12,111.96	100.00%	15,113.61	100.00%	7,334.74	100.00%

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司货币资金余额分别为 7,334.74 万元、15,113.61 万元、12,111.96 万元及 17,069.11 万元，2012 年末及 2013 年末分别较上年末增长 106.06%及-19.86%。

2012 年末货币资金较上年末增长 106.06%，其主要原因是由于 2012 年度公司整体销售情况良好，2012 年度销售收入较上年度增长 31.28%，且现金回收情况良好，2012 年度经营活动现金流量净额较 2011 年度增长 4.14 倍，公司货币资金随着公司销售规模的扩大而增长。

2013 年度公司销售规模持续增长，且现金回收情况良好，2013 年末货币资金较上年末减少 19.86%，其主要原因是由于 2013 年度公司持续增加固定资产等长期资产的投入所致。

（2）应收账款

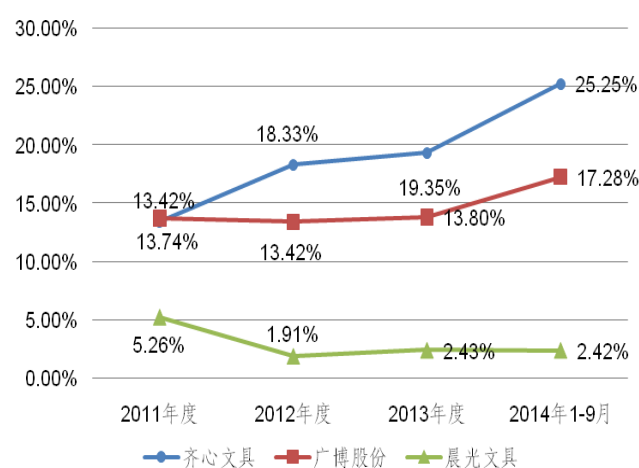
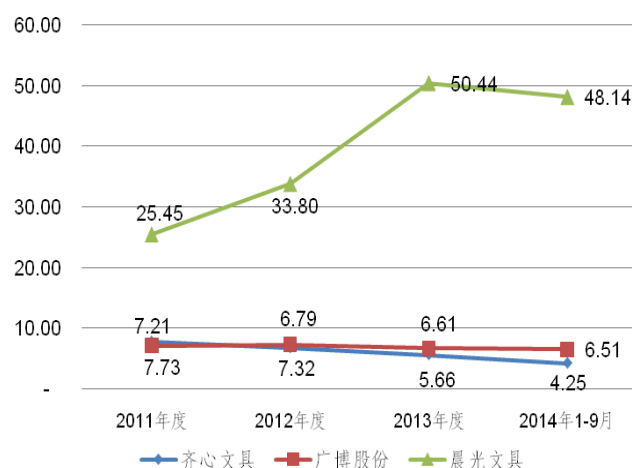
公司应收账款主要是应收非自有省级经销商的销售货款、KA 及办公直销客户款。2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末应收账款净额分别为 7,184.04 万元、3,440.90 万元、5,438.80 万元及 7,550.74 万元，占当期末资产总额的比重分别为 9.33%、3.63%、4.19%及 4.64%。

①应收账款对比分析

公司与齐心文具、广博股份的应收账款周转率指标比较如下：

图：公司与可比上市公司应收账款周转率（次）对比

图：公司与可比上市公司应收账款占营收比重对比



注：上述 2014 年度 1-9 月相关指标按相关公司 2014 年三季度报数据进行年化计算。

数据来源：WIND 资讯

通过与可比公司的比较可以发现，公司应收账款周转率与应收账款占营业收入比重两项指标均较大幅度地优于行业可比公司，这体现了公司优秀的客户管理能力及应收账款控制能力。

②应收账款的变化及原因分析

报告期内，公司应收账款占营业收入比重均控制在 5.50% 以内，公司信用控制和现金管理良好。2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司应收账款原值分别为 7,611.15 万元、3,630.16 万元、5,726.31 万元及 7,953.45 万元，2012 年末及 2013 年末较上年末分别增长 -52.30% 及 57.74%。

目前，公司主要面对的客户为 24 家非自有省级经销商以及 5 家自有省级经销商。随着公司层级营销网络的规范和稳定以及各经销商自身实力的不断增强，公司配合业务发展需要规范经销商的信用政策。

公司依据各省级经销商的销售规模，资金实力及信用等级的不同，每年按各省级经销商平均半月至二十天的销售额确定其信用额度，各省级经销商在次月 10 号前结清上月货款。同时，公司按照省级经销商的规模收取 30-50 万元不等的保证金。

这一信用政策为公司根据经营实践而制定的，将在未来一段时间内保持稳定。

2012 年末较上年末减少 52.30%，其主要是由于 2013 年度小学汛较 2012 年度有所延迟，公司各省级经销商备货期由上年年末延迟至 2013 年 1 月份所致。

2013 年末较上年末增长 57.74%，主要是由于 2013 年度公司开始进行办公直销，新增应收账款所致。

① 应收账款的安全性分析

报告期内，公司资产运营能力始终保持在较高水平，应收账款周转率 2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月分别达到 25.45 次、33.80 次、50.44 次及 48.14 次，总体呈上升趋势，在此前提下，公司应收账款回收周期较短，在客观上降低了应收账款的回款风险。

从账龄结构来看，公司报告期各期末 97%以上的应收账款均在一年以内，其余一年以上应收账款均为零散货款。公司严格按照会计准则和公司会计政策的规定对应收账款计提了坏账准备，其具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日			2013 年末			2012 年末			2011 年末		
	账面原值	比重%	坏账准备	账面原值	比重%	坏账准备	账面原值	比重%	坏账准备	账面原值	比重%	坏账准备
1 年内(含)	7,933.30	99.75	396.66	5,721.23	99.91	285.99	3,599.16	99.15	179.96	7,424.95	97.55	371.25
1-2 年(含)	20.15	0.25	6.05	5.08	0.09	1.52	31.00	0.85	9.30	186.19	2.45	55.86
应收账款账面原值	7,953.45	100.00	402.71	5,726.31	100.00	287.51	3,630.16	100.00	189.26	7,611.15	100.00	427.11

从应收对象来看，公司主要面对的客户为 24 家非自有省级经销商、全国性大型连锁零售终端和办公直销客户。

公司的 24 家非自有省级经销商，经过多年的发展，其自身规模和实力已有显著提高；在多年的合作中该类客户财务状况及资信状况良好，历史上没有不良还款记录；同时，公司亦已按其规模大小收取 30-50 万元不等的保证金。报告期内，公司面对该类客户的应收账款未发生坏账损失。

公司 KA 销售面对的客户主要为全国性大型连锁零售终端，如大润发、沃尔玛、家乐福、乐购、麦德龙等，该类客户财务状况及资信状况良好，但该类客户与公司结算流程及结算周期较长。报告期内，2012 年上半年，由于沃尔玛整体收购好又多，与晨光珍美发生购销往来的好又多门店及好又多原股东控制的百货公司的剩余货款经公司多次努力协商、催讨等均无法收回，公司对好又多各商场的应收账款发生总计 28.25 万元的坏账损失，公司经内部批准流程，对该批应收

账款坏账进行了确认。上述坏账损失占 2012 年年初应收账款原值的 0.37%，远低于应收账款坏账准备计提比例，公司该类应收账款相对安全。

公司办公直销的主要客户包括企事业单位及综合文具经销商，目前公司办公直销应收账款主要是应收德邦物流、史泰博、欧迪等客户的款项，此类客户信用状况良好，应收账款安全系数较高，发生坏账的可能性较小。

报告期各期末，公司应收账款余额中均无应收本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及关联单位款项，

截至 2014 年 9 月 30 日，公司应收账款前五名单位的明细情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	账面余额 (控制范围内合并数)	账龄	占比%
康成投资（中国）有限公司	客户	7,643,487.28	1 年以内	9.61
德邦物流股份有限公司	客户	6,741,572.07	1 年以内	8.48
家乐福（中国）控股有限公司	客户	2,702,457.49	1 年以内	3.40
常熟市汉玛商贸有限公司	客户	2,209,147.93	1 年以内	2.78
江西新华发行集团有限公司文教用品分公司	客户	2,062,364.56	1 年以内	2.59
合计	-	21,359,029.33	-	26.86

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名单位的明细情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	账面余额 (控制范围内合并数)	账龄	占比%
康成投资（中国）有限公司	客户	9,143,116.43	1 年以内	15.97
史泰博(上海)有限公司	客户	3,829,829.43	1 年以内	6.69
上海市黄浦区星都百货商店	客户	3,722,044.86	1 年以内	6.50
欧迪办公(中国)	客户	2,560,022.10	1 年以内	4.47
兰州晨光睿智星文具礼品有限公司	客户	1,238,414.15	1 年以内	2.16
合计	-	20,493,426.97	-	35.79

截至 2012 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名单位的明细情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	账面余额 (控制范围内合并数)	账龄	占比%
------	-------	--------------------	----	-----

康成投资（中国）有限公司	客户	4,765,583.14	1 年以内	13.13
福都商厦 508 商铺	客户	1,926,323.90	1 年以内	5.31
沃尔玛（中国）投资有限公司	客户	1,639,986.21	1 年以内	4.52
欧尚（中国）投资有限公司	客户	1,428,879.54	1 年以内	3.94
上海新华传媒连锁有限公司-南桥百联店	客户	1,260,762.03	1 年以内	3.47
合计	-	11,021,534.82	-	30.37

截至 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名单位的明细情况如下：

单位：元

单位名称	与公司 关系	账面余额 （控制范围内合并数）	账龄	占比%
山东晨光文具有限责任公司	客户	15,803,172.15	1 年以内	20.76
上海爱联国际贸易有限公司	客户	7,203,658.54	1 年以内	9.46
上海大润发有限公司	客户	4,722,694.49	1 年以内	6.20
南京晨日文化用品销售有限公司	客户	3,943,499.24	1 年以内	5.18
湖南晨光文具礼品有限公司	客户	3,848,461.89	1 年以内	5.06
合计	-	35,521,486.31	-	46.66

报告期内，公司的应收账款客户存在一定程度变化，该等变化均为公司正常经营所致。其中，康成投资（中国）有限公司与上海大润发有限公司为同一集团的企业，在对公司的业务上有承继关系；2013 年公司开展办公直销业务，因此，新增德邦物流、史泰博、欧迪等客户的款项。

从整体来看，报告期各期末公司应收账款余额均处于合理水平，账龄结构较好，应收账款对象与公司多年合作，资信良好。因此，公司应收账款安全性较高，不存在较大风险。

（3）预付款项

公司预付款项主要是预先支付给上游原材料供应商的货款及预付的其他款项。报告期各期末，公司预付款项余额分别为 2,729.22 万元、505.60 万元、2,290.60 万元及 1,137.96 万元。

2012 年末预付款项较上年末下降 81.47%，其主要原因是公司已取得青村工业园区 68 亩土地使用权权证，2011 年度预付该宗土地的出让金 2,028 万元确认为无形资产所致。

报告期各期末公司预付账款的账龄均在一年以内，预付账款风险较小，质量较好。

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司预付账款前五名单位列示如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比（%）
杭州爱华文具有限公司	供应商	3,895,016.16	1 年以内	34.23
上海方正信息系统有限公司	供应商	796,662.75	1 年以内	7.00
南宁晨鹏文具销售有限公司（注 1）	经销商	608,930.00	1 年以内	5.35
MIKRON SAAGNO（注 2）	供应商	488,142.77	1 年以内	4.29
苏州博创注塑机有限公司	供应商	452,919.19	1 年以内	3.98
合计	-	6,241,670.87	-	54.85

注 1：为公司子公司向南宁晨鹏文具销售有限公司采购当地礼饰品而预付的款项。

注 2：MIKRON SAAGNO 是国际知名的精密设备供应商，公司向其采购制笔头设备用于募投项目的建设。

截至 2014 年 9 月 30 日，预付账款余额中含向公司控股股东预付的租赁款 38.75 万元。

（4）其他应收款

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司其他应收款原值分别为 1,530.99 万元、1,283.37 万元、3,179.06 万元及 3,470.70 万元。

2011 年末其他应收款除了当期暂估增值税进项税额外，还包括米菲形象标识授权许可金、预付的电费及公司代垫的社保个人应缴部分等款项。

2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末其他应收款主要是当期暂估增值税进项税额及预付的保证金等款项。

报告期各期末公司一年内的其他应收款占当期末其他应收款总额的比重较高，公司其他应收款回收期较短。从整体上看，公司其他应收款余额处于合理水平，其他应收款回收期较短，回收情况良好。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司其他应收款前五名单位/项目列示如下：

单位：元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占比%
------	------	------	----	-----

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占比%
暂估扣进项税	暂估进项税	7,762,141.77	0-2 年	22.36
上海市奉贤区建筑企业管理所	保证金	1,966,000.00	1-2 年	5.66
上海市电力公司	电费	1,426,113.20	1 年以内	4.11
上海升美文具制造有限公司	物料费	561,050.34	1 年以内	1.62
德邦物流股份有限公司	保证金	388,000.00	1 年以内	1.12
合计	-	12,103,305.31	-	34.87

截至 2014 年 9 月 30 日，其他应收款余额中无应收本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及关联单位款项。

报告期各期末，公司其他应收款按账龄计提坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月末		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	账面原值	坏账准备	账面原值	坏账准备	账面原值	坏账准备	账面原值	坏账准备
1 年内（含）	2,564.20	91.67	2,838.98	112.96	1,141.32	45.65	1,518.97	55.09
1-2 年（含）	738.44	218.15	273.44	82.03	141.85	42.56	11.82	3.55
2-3 年（含）	117.96	70.78	66.49	39.90	-	-	0.20	0.12
3 年以上	50.10	50.10	0.14	0.14	0.20	0.20	-	-
其他应收款账面原值合计	3,470.70	430.70	3,179.06	235.03	1,283.37	88.40	1,530.99	58.76

（5）存货

公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品、委托加工物资及其他周转材料等。报告期各期末，公司存货占资产总额的比重分别为 31.82%、28.54%、30.32%及 28.34%。

报告期各期末，公司存货结构具体情况如下表：

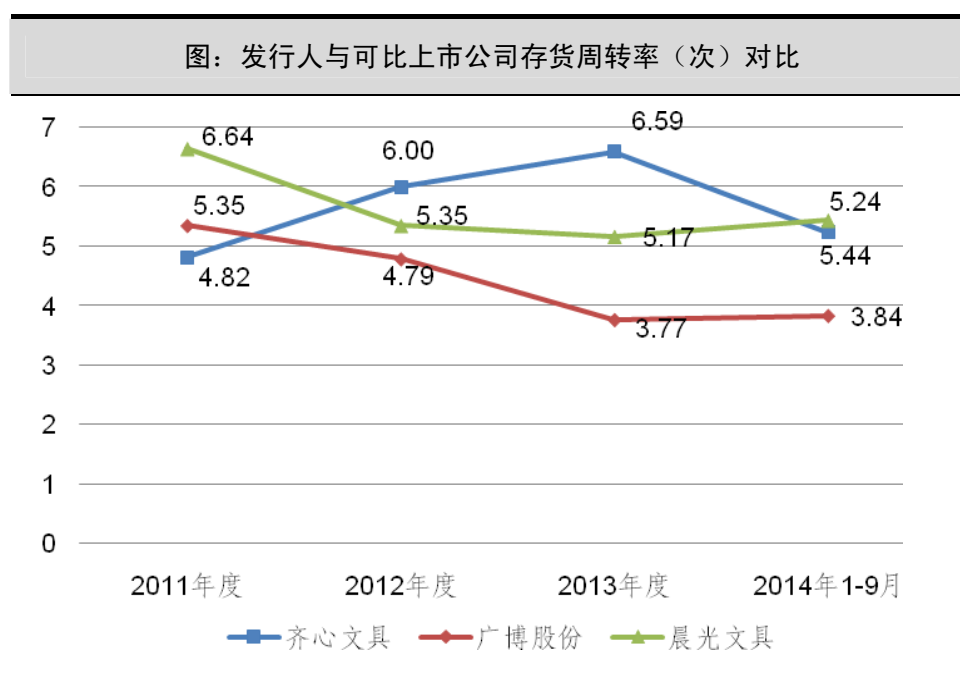
单位：万元

项目	2014 年 9 月末		2013 年末			2012 年末			2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
原材料	9,461.15	20.53%	8,554.21	21.74%	46.86%	5,824.87	21.56%	-9.41%	6,429.86	26.24%

项目	2014 年 9 月末		2013 年末			2012 年末			2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
在产品	2,300.49	4.99%	1,832.69	4.66%	-9.91%	2,034.18	7.53%	-16.68%	2,441.49	9.96%
周转材料	11.37	0.02%	15.43	0.04%	187.87%	5.36	0.02%	-53.27%	11.47	0.05%
生产性存货小计	11,773.01	25.55%	10,402.33	26.44%	32.27%	7,864.41	29.10%	-11.47%	8,882.83	36.25%
委托加工物资	788.89	1.71%	886.00	2.25%	61.56%	548.39	2.03%	-52.04%	1,143.42	4.67%
库存商品	33,284.82	72.22%	27,951.22	71.04%	50.20%	18,609.48	68.87%	37.01%	13,582.89	55.43%
发出商品	240.48	0.52%	105.40	0.27%	N/A	-	-	-100.00%	893.52	3.65%
存货合计	46,087.20	100.00%	39,344.95	100.00%	45.60%	27,022.27	100.00%	10.28%	24,502.65	100.00%

① 同行业比较情况

公司与齐心文具、广博股份的存货周转率指标比较如下：



注：上述 2014 年度 1-9 月相关指标按相关公司 2014 年三季报数据进行年化计算。

数据来源：WIND 资讯

从以上图表可以看到，公司存货周转率指标总体与同行业平均水平相当，符合行业运营特点。

② 变动情况及原因分析

A、生产性存货

公司主要原材料为笔头、墨水及塑料原粒等，在产品是在生产过程中的未完

工产品，周转材料为文具生产过程中用于周转的生产物料，这三类存货均与公司的主要生产供应活动密切相关，并随着生产流转而产生形态转化，可统称为“生产性存货”。

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司生产性存货分别为 8,882.83 万元、7,864.41 万元、10,402.33 万元及 11,773.01 万元，2012 年末及 2013 年末分别较上年末增长-11.47%及 32.27%。

尽管生产性存货金额随着公司经营及销售规模的扩大而有所增长，但随着公司产能的不断扩大、生产管理能力和业务运营能力的不断增强，公司生产性存货占当期营业成本的比重呈下降趋势。

B、委托加工物资

委托加工物资主要是公司发送给委托加工工厂委托其进行加工的各类原材料、辅料及半成品等物资。公司委托加工物资均来自正常采购或自制配件，公司与委托加工物资采购方均不存在关联关系。

公司将继续与委托加工工厂保持稳定的业务合作模式及财务结算方式，未来委托加工物资余额将主要受公司委托加工业务量大小的影响。

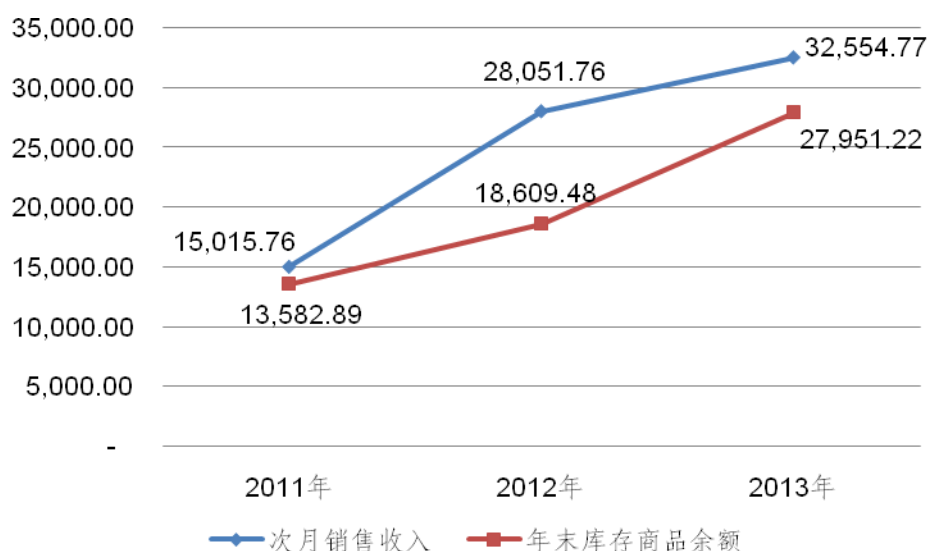
C、库存商品

库存商品是公司生产及加工装配完成后，拟运送至各销售地的文具产成品。

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司库存商品分别为 13,582.89 万元、18,609.48 万元、27,951.22 万元及 33,284.82 万元，最近三年末公司库存商品持续增长，其主要是由于：a、公司报告期内营业收入持续增长，为了确保销售渠道的及时供货，公司基本保持可供 1 个月销售的库存商品作为安全库存；b、公司在 2013 年度将办公用品直销业务做为拓展方向，公司扩大了办公用品的生产及销售品类，办公用品在备货齐全后再销售的销售特点致使期末库存商品有所增加；c、2013 年度晨光生活馆业务逐步开展致使期末库存商品有所增加。

报告期各期末库存商品余额与次月销售收入的对比情况如下图：

单位：万元



注：①上图中次月销售收入数据未经审计；

②由于 2014 年第三季度的次月销售收入数据尚未结算，故本次未做比较。

2014 年 9 月末，公司库存商品余额为 33,284.82 万元，较 2013 年末库存商品余额 27,951.22 万元增长 19.08%。2014 年 1-10 月公司文教办公用品销售的月均销售额为 25,573.87 万元，较 2013 年全年月均销售额 19,575.57 万元增长 30.64%，存货的增长幅度远小于销售额的增长，公司存货周转良好。

D、发出商品分析

2011 年末发出商品为 8,935,195.93 元，是公司子公司晨光珍美发送到 KA 大卖场但尚未由大卖场验收确认的文具产成品，主要是由于 2011 年末，由于节假日因素，致使晨光珍美发往 KA 卖场的商品物流运转速度延缓，从而无法使客户及时确认，公司将该批商品作为发出商品列示。

2012 年末公司无发出商品余额。

2013 年末及 2014 年 9 月末发出商品分别为 1,053,996.77 元、2,404,786.17 元，是公司自营出口尚未完成出口手续的商品，公司将其作为发出商品列示。

③安全性分析

公司采取“以销定产、自主生产为主”的生产模式，库存商品均有客户销售订单或公司依据经销商提供的市场销售数据分析确定的产品销售预测相对应。

报告期内，公司产品价格一直保持稳步上升的上扬态势。公司各类产品销售情况良好，未出现库存商品滞销及由其产生的生产性存货积压等情况。

报告期内，公司存货库龄情况如下表：

单位：元

项目	2014 年 9 月 30 日			2013 年 12 月 31 日		
	半年内	半年至一年	合计	半年内	半年至一年	合计
原材料	91,077,609.68	3,533,932.24	94,611,541.92	82,261,088.32	3,280,966.12	85,542,054.44
在产品	23,004,888.93	-	23,004,888.93	18,326,883.49	-	18,326,883.49
库存商品	328,207,872.90	4,640,292.96	332,848,165.86	277,200,996.98	2,311,232.47	279,512,229.45
周转材料	68,595.61	45,058.53	113,654.14	91,348.53	62,995.12	154,343.65
发出商品	2,404,786.17	-	2,404,786.17	1,053,996.77	-	1,053,996.77
委托加工物资	7,888,943.52	-	7,888,943.52	8,859,957.38	-	8,859,957.38
合计	452,652,696.81	8,219,283.73	460,871,980.54	387,794,271.47	5,655,193.71	393,449,465.18
项目	2012 年 12 月 31 日			2011 年 12 月 31 日		
	半年内	半年至一年	合计	半年内	半年至一年	合计
原材料	54,371,932.54	3,876,781.44	58,248,713.98	59,837,092.08	4,461,536.55	64,298,628.63
在产品	20,341,811.42	-	20,341,811.42	24,414,908.68	-	24,414,908.68
库存商品	179,130,857.07	6,963,898.58	186,094,755.65	127,843,445.71	7,985,455.57	135,828,901.28
周转材料	16,860.65	36,691.29	53,551.94	91,508.41	23,226.84	114,735.25
发出商品	-	-	-	8,935,195.93	-	8,935,195.93
委托加工物资	5,483,891.38	-	5,483,891.38	11,434,173.69	-	11,434,173.69
合计	259,345,353.06	10,877,371.31	270,222,724.37	232,556,324.50	12,470,218.96	245,026,543.46

从上表可知，占公司各期末存货比重较大的主要为原材料和库存商品。

原材料：公司的生产模式为①一级经销商销售订单—>②制造通知单—>③生产工单（委外加工工单/OEM 委外采购单）。除大部分笔头和油墨因进口需进行提前一个月的备货外，其余均由 ERP 系统按照生产工单直接运行请购和采购程序，因此原材料库存天数一般不超过 2 个月，仅部分研究试制的材料和包装物可能有半年至一年的库存时间。

库存商品：公司的销售一般为成套（多颜色/同系列）发货，但生产流程为顺序生产，因此，自制书写类产品和替芯通常会有 20~30 天的等待配套时间；

OEM 委外产品因经济起订量的因素，库存约在 30~70 天之间；促销类物料（笔架、吊旗、促销用品等）因采购频率较低，库存天数为 1~11 个月，但无损失风险；外销产品因订货品种多，单品数量较少且产品较为分散，同时公司在外销业务中，爱联公司通常有拼箱（集装箱）的要求，因此容易发生库龄超过半年的情况，但该部分客户多为长期合作客户，信用较好，基本无损失风险。

报告期各期末，公司不存在存货跌价情况，也未计提存货跌价准备。

3、非流动资产的构成及变动

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	77,385.01	47.59%	62,280.33	47.99%	47,277.35	49.93%	43,222.88	56.13%
固定资产	46,316.38	28.48%	40,569.88	31.26%	26,799.55	28.30%	26,644.22	34.60%
在建工程	20,353.70	12.52%	9,677.82	7.46%	5,589.49	5.90%	320.67	0.42%
无形资产	13,101.36	8.06%	12,459.31	9.60%	12,511.95	13.21%	5,527.28	7.18%
长期待摊费用	4,743.32	2.92%	4,288.40	3.30%	2,454.33	2.59%	1,195.12	1.55%
递延所得税资产	720.04	0.44%	501.40	0.39%	63.56	0.07%	93.92	0.12%
非流动资产小计	85,234.80	52.41%	67,496.82	52.01%	47,418.89	50.07%	33,781.20	43.87%
资产总额	162,619.81	100.00%	129,777.15	100.00%	94,696.24	100.00%	77,004.09	100.00%

报告期内，公司非流动资产持续增长，2012 年末及 2013 年末分别较上年末增长 40.37% 及 42.34%。

（1）固定资产

本公司固定资产构成主要为房屋及建筑物、机器设备、运输设备及其他设备。报告期内，随着公司生产规模的扩大，公司固定资产呈逐年增长趋势。

公司各项固定资产运行状况良好，报告期各期末，固定资产均未出现固定资产减值迹象，因此，公司未对固定资产计提固定资产减值准备。

报告期内，本公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
一、账面原值合计：	61,281.83	51,431.57	33,949.71	30,847.45
其中：房屋及建筑物	25,771.19	23,788.92	18,775.61	18,660.33
机器设备	25,231.43	19,448.69	9,615.59	8,150.76
运输设备	3,725.02	3,311.96	2,276.91	2,083.01
其他设备	6,554.18	4,882.00	3,281.61	1,953.34
二、累计折旧合计：	14,965.45	10,861.69	7,150.16	4,203.23
其中：房屋及建筑物	4,448.93	3,408.33	2,300.64	1,276.77
机器设备	5,216.32	3,742.19	2,621.20	1,765.13
运输设备	1,861.02	1,423.47	983.04	555.71
其他设备	3,439.17	2,287.69	1,245.28	605.62
三、固定资产账面价值合计：	46,316.38	40,569.88	26,799.55	26,644.22
其中：房屋及建筑物	21,322.26	20,380.59	16,474.97	17,383.56
机器设备	20,015.11	15,706.50	6,994.38	6,385.63
运输设备	1,864.00	1,888.49	1,293.87	1,527.30
其他设备	3,115.01	2,594.30	2,036.33	1,347.72

报告期内新增的固定资产主要是生产经营需要而购置的机器设备，以及公司“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”前期投入在建工程转入的固定资产。

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的固定资产账面价值为 21,322.26 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日，固定资产不存在减值情况，也不存在暂时闲置、通过融资租赁租入、通过经营租赁租出、持有待售的固定资产的情况。

（2）在建工程

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司在建工程余额分别为 320.67 万元、5,589.49 万元、9,677.82 万元及 20,353.70 万元。

2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末均有较大幅度增长，主要是新增待验收的生产用设备以及募集资金投资项目之“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”新增前期支出。

公司报告期内各项在建工程建设情况良好。报告期各期末各项在建工程均未

出现减值迹象，因此，公司未对在建工程计提减值准备。

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的在建工程账面价值为 17,668.34 万元。

（3）无形资产

公司无形资产主要包括商标权、专利权、电脑软件及土地使用权。

报告期各期末，公司无形资产总体呈逐年上升趋势，其账面价值分别为 5,527.28 万元、12,511.95 万元、12,459.31 万元及 13,101.36 万元。其中，2012 年末较上年末增长幅度较大，其主要是由于增加 6,619.58 万元土地使用权等无形资产所致。

公司报告期内各项无形资产运行情况良好，报告期末各项无形资产均未出现减值迹象，因此，公司均未对无形资产计提减值准备。

报告期内，本公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
1、账面原值合计	14,980.48	13,758.88	13,283.76	5,864.89
土地使用权	11,712.23	11,712.23	11,712.23	5,092.65
形象标识使用权	1,790.84	871.64	823.34	272.55
电脑软件	1,227.59	1,104.56	682.80	451.02
专利权	84.83	70.45	65.39	48.68
其他	165.00	-	-	-
2、累计摊销合计	1,879.12	1,299.57	771.81	337.61
土地使用权	727.84	552.15	317.91	136.50
形象标识使用权	769.80	488.71	287.22	92.88
电脑软件	344.96	239.97	154.38	101.59
专利权	24.48	18.74	12.31	6.64
其他	12.04	-	-	-
3、无形资产账面价值合计	13,101.36	12,459.31	12,511.95	5,527.28
土地使用权	10,984.39	11,160.08	11,394.32	4,956.15
形象标识使用权	1,021.04	382.93	536.12	179.67
电脑软件	882.63	864.59	528.42	349.43

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
专利权	60.34	51.71	53.09	42.03
其他	152.96	-	-	-

其中，“其他”子科目系“chenguang.com”、“MG.cn”两项域名的费用。公司以实际交易价格 165.00 万元入账，按实际受益年限进行摊销。至 2014 年 9 月 30 日，摊销后账面价值 152.96 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日用于抵押的无形资产账面价值为 6,601.42 万元。

（4）长期待摊费用

公司报告期末长期待摊费用分别为 1,195.12 万元、2,454.33 万元、4,288.40 万元及 4,743.32 万元，主要为加盟店面装修费用。

报告期各期末公司长期待摊费用均较上年末有较大幅度增长，其主要由于报告期内公司加盟店数量在不断增加，促使公司长期待摊费用中加盟店装修费用的逐年增加。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
资产减值准备	131.36	82.61	63.56	93.92
由于内部存货销售至期末未实现的毛利所产生的递延所得税费用	387.31	287.23	-	-
递延收益-政府补助	201.37	131.56	-	-
已确认的递延所得税资产合计	720.04	501.40	63.56	93.92

公司递延所得税资产形成的主要原因是计提应收账款及其他应收款坏账准备、内部存货销售至期末未实现的毛利，以及递延收益-政府补助导致的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，对于上述可抵扣暂时性差异项目，公司按相关规定确认了当期末的递延所得税资产。

4、主要资产减值准备计提情况

公司根据最新《企业会计准则》及相关会计制度的规定，结合自身实际情况制定了应收款项坏账准备、存货跌价准备、长期股权投资减值准备、固定资产减

值准备、在建工程减值准备、无形资产减值准备等资产减值准备的计提政策。

报告期各期末，公司主要资产减值准备计提情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 9 月 30 日	2013 年末	2012 年末	2011 年末
坏账准备	833.41	522.54	277.66	485.86
其中：应收账款坏账准备	402.71	287.51	189.26	427.11
其他应收款坏账准备	430.70	235.03	88.40	58.76

公司坏账准备的计提是根据应收款项期末余额采用账龄分析法计提。报告期内，坏账准备余额随着应收款项余额的增减而增减。从公司应收款项账龄结构来看，在报告期内应收款项质量良好，97%以上的应收账款均在一年以内且收款对象为公司多年合作伙伴、资信良好，发生坏账损失的风险较小。报告期内，2012年上半年，由于沃尔玛整体收购好又多，与晨光珍美发生购销往来的好又多门店及好又多原股东控制的百货公司的剩余货款经公司多次努力协商、催讨等均无法收回，公司对好又多等 KA 客户的应收账款发生总计 28.25 万元的坏账损失，公司经内部批准流程，对该批应收账款坏账进行了确认。除上述应收账款坏账外，公司在报告期内未发生过应收账款坏账损失。上述应收账款坏账损失占 2012 年年初应收账款原值的 0.37%，远低于应收账款坏账准备计提比例，公司应收账款相对安全。

报告期各期末，公司按照稳健性原则计提了应收款项坏账准备。除此之外，公司不存在其他资产减值迹象，按规定未计提其他资产的减值准备。

（二）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标分析

报告期内，公司资产周转能力相关指标及其变动情况如下表：

财务指标	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
应收账款周转率（次）	48.14	50.44	33.80	25.45
存货周转率（次）	5.44	5.17	5.35	6.64
流动资产周转率（次）	4.48	4.31	4.20	3.74

财务指标	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
总资产周转率（次）	2.14	2.10	2.21	2.02

注：2014 年 1-9 数据为前三季度数据经年化处理。

报告期内，公司总资产周转率（次）及流动资产周转率（次）总体保持平稳上升态势，由于 2013 年度公司继续加大固定资产等长期资产的投入，2013 年度总资产周转率（次）较上年度稍有下降。

报告期内，应收账款周转率（次）整体上呈上升趋势，主要是由于报告期内公司加强对全国各级经销商的优化和整合，目前，公司主要面对的客户为 24 家非自有省级经销商以及 5 家自有省级经销商。随着公司层级营销网络的规范和稳定以及各经销商自身实力的不断增强，公司配合业务发展的需要规范并优化了经销商的信用政策。

报告期内，存货周转率（次）逐年小幅下降，主要是由于：①公司报告期内营业收入持续增长，为了确保销售渠道的及时供货，公司基本保持可供 1 个月销售的库存商品作为安全库存；②公司在 2013 年度将办公用品直销业务做为拓展方向，公司扩大了办公用品的生产及销售品类，办公用品在备货齐全后再销售的销售特点致使期末库存商品有所增加；③2013 年度晨光生活馆业务逐步开展致使期末库存商品有所增加。

2、可比公司的对比分析

报告期内，公司与同行业其他公司资产周转能力指标的比较情况如下表：

财务指标（次）		齐心文具	广博股份	晨光文具	行业平均
应收账款周转率	2011 年度	7.73	7.21	<u>25.45</u>	13.46
	2012 年度	6.97	7.32	<u>33.80</u>	16.03
	2013 年度	5.66	6.61	<u>50.44</u>	20.90
	2014 年 1-9 月	4.25	6.51	<u>48.14</u>	19.63
存货周转率	2011 年度	4.82	5.35	<u>6.64</u>	5.60
	2012 年度	6.00	4.79	<u>5.35</u>	5.38
	2013 年度	6.59	3.77	<u>5.17</u>	5.18
	2014 年 1-9 月	5.24	3.84	<u>5.44</u>	4.84
流动资产周转率	2011 年度	1.01	1.53	<u>3.74</u>	2.09

财务指标（次）		齐心文具	广博股份	晨光文具	行业平均
	2012 年度	1.35	1.60	<u>4.20</u>	2.38
	2013 年度	1.63	1.33	<u>4.31</u>	2.42
	2014 年 1-9 月	1.49	1.36	<u>4.48</u>	2.44
总资产周转率	2011 年度	0.84	0.85	<u>2.02</u>	1.24
	2012 年度	0.98	0.87	<u>2.21</u>	1.35
	2013 年度	1.00	0.72	<u>2.10</u>	1.27
	2014 年 1-9 月	0.85	0.75	<u>2.14</u>	1.25

注：上述 2014 年度 1-9 月相关指标按相关公司 2014 年三季报数据进行年化计算。

数据来源：WIND 资讯

从上表可以看到，在报告期内，公司存货周转率与同行业相当，其他指标均远高于各可比公司及行业平均水平。

3、公司管理层对公司资产状况的评价

公司管理层认为，公司资产质量良好，资产结构合理，符合公司所在行业的实际情况；公司已根据实际情况制定了稳健的资产减值准备计提政策，主要资产减值准备提取情况与资产质量实际状况相符，不存在因资产减值准备提取不足而影响公司持续经营能力的情形。

（三）负债情况

报告期内，本公司的负债情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	-	-	-	-	2,831.24	10.64%
应付账款	23,996.36	58.07%	18,329.70	50.13%	14,215.48	54.78%	14,048.67	52.80%
预收款项	1,139.69	2.76%	2,801.25	7.66%	3,596.02	13.86%	1,968.98	7.40%
应付职工薪酬	4,321.83	10.46%	3,910.74	10.70%	3,269.40	12.60%	2,306.95	8.67%
应交税费	3,060.09	7.41%	1,334.26	3.65%	-95.59	-0.37%	2,519.48	9.47%

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年末		2012 年末		2011 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付股利	-	-	2,475.00	6.77%	-	-	-	-
其他应付款	6,311.45	15.27%	5,821.29	15.92%	4,300.76	16.57%	2,542.08	9.55%
流动负债	38,829.40	93.97%	34,672.23	94.83%	25,286.06	97.44%	26,217.41	98.54%
长期借款	100.64	0.24%	-	-	-	-	-	-
专项应付款	987.00	2.39%	987.00	2.70%	664.79	2.56%	388.80	1.46%
其他非流动负债	1,405.06	3.40%	904.49	2.47%	-	-	-	-
非流动负债	2,492.70	6.03%	1,891.49	5.17%	664.79	2.56%	388.80	1.46%
负债合计	41,322.10	100.00%	36,563.73	100.00%	25,950.85	100.00%	26,606.21	100.00%

报告期内，公司负债结构主要以流动负债为主。其中，应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费及其他应付款为流动负债的主要组成部分。

公司 2013 年末负债总额较上年末增长较大，主要是由于 2013 年末应付账款及应付股利的增加所致。

（1）短期借款

除 2011 年末外，报告期内各期末公司均不存在短期借款余额。

2011 年，交通银行上海奉贤支行在晨光集团提供担保的前提下向公司提供为期一年、金额为 1 亿元人民币的组合授信额度。2011 年 12 月，晨光文具与交通银行上海奉贤支行签定《流动资金借款合同》，向其借入的短期流动资金 28,312,437.39 元，期限为不超过六个月。

2012 年 4 月 27 日，公司全额归还上述短期借款。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司无短期借款。

2014 年 4 月 1 日，公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行签订（编号：26132000002 号）《固定资产借款合同》，用于书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目，合同金额 48,000 万元，由晨光控股（集团）有限公司提供担保、公司的房屋建筑物及相应土地使用权（沪房地奉字[2010]第 020364 号、沪房地奉字[2012]第 001295 号）提供抵押，借款期限 71 个月，自实际提款日起算。截至 2014 年 9 月 30 日，公司已提款 100.50 万元。

（2）应付账款

公司应付账款主要为应付原材料供应商及委外厂商的款项，为公司负债的主要组成部分。2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司应付账款占负债总额的比重分别为 52.80%、54.78%、50.13%及 58.07%。

报告期各期末，公司应付账款随公司生产采购规模的扩大而增长，其账面余额分别为 14,048.67 万元、14,215.48 万元、18,329.70 万元及 23,996.36 万元。

报告期内，公司应付账款周转天数如下表：

项 目	2014 年 9 月 30 日	2013 年度	2012 年度	2011 年度
应付账款周转天数	32.78	34.16	36.90	35.18

上游供应商系经公司筛选的实力较强的企业，且公司与合作多年，已形成良好商业合作关系，结算周期基本稳定在 1 个月左右。

报告期各期末，公司应付账款账龄均在一年以内。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司应付账款金额前五名单位列示如下：

名称	金额（万元）	占比	款项性质
温州金马文具用品制造有限公司	634.84	2.65%	采购货款
上海天聚塑化有限公司	532.03	2.22%	采购货款
上海盈洲包装制品有限公司	527.28	2.20%	采购货款
上海冠德塑胶制品有限公司	485.38	2.02%	采购货款
日本 Asia Associates, Inc	471.74	1.97%	采购货款
合计	2,651.26	11.05%	-

截至 2014 年 9 月 30 日，应付账款余额中无应付本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（3）预收账款

公司预收账款主要是预收报告期内各经销商客户销售款项。2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司预收账款余额分别为 1,968.98 万元、3,596.02 万元、2,801.25 万元及 1,139.69 万元，预收账款余额占当年销售收入的比重分别为 1.36%、1.89%、1.19%及 0.49%，占比较小。

报告期各期末的预收账款余额为各省级经销商为确保后期大小学汛的销售旺季提货而向公司提前支付的货款。

（4）应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要是根据公司薪酬政策提取但尚未支付的工资、奖金、津贴和补贴、社保及住房公积金、工会经费及职工教育经费等。

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司应付职工薪酬余额分别为 2,306.95 万元、3,269.40 万元、3,910.74 万元及 4,321.83 万元，其中，短期薪酬余额分别为 2,224.34 万元、3,192.10 万元、3,795.97 万元和 3,286.04 万元，设定提存计划余额分别为 82.61 万元、77.30 万元、114.77 万元和 1,035.79 万元。应付职工薪酬余额随着公司生产经营规模及员工人数的增长呈逐年增长趋势。

报告期各期末，公司不存在拖欠职工工资情况。

（5）应交税费

公司应交税费主要包括应交企业及个人所得税、应交增值税、应交营业税及其他应交附加税费等。

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司应交税费余额分别为 2,519.48 万元、-95.59 万元、1,334.26 万元及 3,060.09 万元。2012 年年末应交税费为-95.59 万元，主要是由于当期采购进项量较大，致使应交增值税余额为-365.56 万元所致。

报告期各期末，公司不存在拖欠各项税款情况。

（6）应付股利

除 2013 年末外，报告期各期末公司均无应付股利余额。2013 年末应付股利余额为 2,475.00 万元，系 2013 年中期分红应付公司企业股东现金股利。2014 年 2 月 20 日，上述应付股利款项已全额支付完毕。

（7）其他应付款

2011 年末、2012 年末、2013 年末及 2014 年 9 月末公司其他应付款余额分别为 2,542.08 万元、4,300.76 万元、5,821.29 万元及 6,311.45 万元。

2011 年末其他应付款余额主要包括应付销售费用 1,500 万元。

2012 年末其他应付款余额主要为公司应付 Peanuts Worldwide LLC 公司商标使用费 414.73 万元、应付上海瀚允卓辰文化传播有限公司的商标使用费 50 万元，以及收取各经销商、终端门店及运输合作伙伴保证金款等。

2013 年末其他应付款余额主要为公司应付 Peanuts Worldwide LLC 公司商

标使用费 319.00 万元、上海欧棋展览服务有限公司装修款 124.64 万元及大唐软件技术股份有限公司软件采购款 123.90 万元。

2014 年 9 月末其他应付款余额主要为公司应付 Peanuts Worldwide LLC 公司商标使用费、公司省级经销商保证金及专项合作保证，以及上海永富展示用品制作有限公司装修款等。

报告期各期末公司其他应付款账龄主要分布在一年以内。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司其他应付账款金额前五名单位列示如下：

名称	金额（元）	占比	性质
LF Asia Limited	7,027,200.00	11.13%	商标使用费
Peanuts Worldwide LLC	2,725,000.00	4.32%	商标使用费
同受郭伟龙控制的销售主体	900,000.00	1.43%	经销商保证金及 专项合作保证金
山东晨光文具有限责任公司	570,000.00	0.90%	经销商保证金
辽宁锐星晨光文具礼品有限公司	500,000.00	0.79%	经销商保证金
合计	11,722,200.00	18.57%	-

截至 2014 年 9 月 30 日，其他应付款余额中含应付控股股东房屋租赁费 47.55 万元。

（8）专项应付款

公司专项应付款主要是技术研发工程专项资金。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司专项应付款为 9,870,000.00 元，其中，770,000.00 元系 2012 年度“创新行动计划”第一批国家重要科技项目地方匹配经费；7,700,000.00 元系 2011 年度国家科技支撑计划项目，笔头与墨水匹配技术评价体系及新型笔头研发课题（课题编号：2011BAE31B03）专项经费；1,400,000.00 元系 2010 年上海市特色产业中小企业发展资金拟支持项目——“书写创意”制笔新材料系列研发技术改造项目专项经费。

（9）其他非流动负债

报告期仅 2013 年末及 2014 年 9 月末有其他非流动负债 904.49 万元及 1,405.06 万元，主要是递延收益，包括与收益相关并计入递延收益的客户积分奖励 62.60 万元，与资产相关并计入递延收益的上海现代服务业专项资金——立体仓库 844.15 万元，与资产相关并计入递延收益的购买国际先进研发仪器设备专

项资金 152.25 万元，与资产相关并计入递延收益的重点技术改造专项资金 346.06 万元。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期各期末，公司流动比率、速动比率及资产负债率（母公司）指标及其变动情况如下表：

财务指标	2014 年 9 月末	2013 年末	2012 年末	2011 年末
流动比率（倍）	1.99	1.80	1.87	1.65
速动比率（倍）	0.81	0.66	0.80	0.71
资产负债率（母公司）	24.20%	26.67%	25.94%	32.16%
利息保障倍数	N/A	N/A	480.45	7,594.02

报告期内公司流动比率（倍）及速动比率（倍）总体均小幅波动。2013 年末较 2012 年末公司流动比率（倍）有小幅下降主要是由于公司报告期内营业收入持续增长，为了确保销售渠道的及时供货，公司基本保持可供 1 个月销售的库存商品作为安全库存，致使存货资产持续增长，此外，办公直销及生活馆业务的逐步开展，也使公司期末库存商品有所增加。2013 年末较 2012 年末公司速动比率（倍）小幅下降主要是由于一方面公司在报告期内不断加大固定资产等长期资产以及存货资产投入，相应降低了公司的现金留存水平，另一方面，随着公司生产规模及原材料采购量的扩大，公司应付账款逐步增加。

报告期各期末资产负债率（母公司）总体保持在 30%左右，2011 年末相对较高，主要是由于公司在 2011 年 12 月借入短期借款所致。

报告期内公司息税折旧摊销前利润逐年增长。由于报告期内 2013 年度及 2014 年 1-9 月公司无金融负债及其相应借款利息支出，因此上述期间不适用于利息保障倍数指标的计算。公司 2011 年度及 2012 年度利息保障倍数指标分别为 7,594.02 倍及 480.45 倍，公司利息保障倍数较高，表明公司具有很强的偿付能力。2012 年度该指标较 2011 年度有较大幅度下降，主要是由于 2011 年 12 月，公司借入短期借款，2012 年 4 月 27 日，公司全额归还上述短期借款，2012 年度公司财务费用较 2011 年度有所增长所致。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保情形。公司因其他或有负债产生新债务和损失的风险极小。

2、可比公司的对比分析

报告期内，公司与同行业其他公司偿债能力指标的比较情况如下表：

财务指标		齐心文具	广博股份	晨光文具	行业平均
流动比率	2011 年末	3.47	2.49	<u>1.65</u>	2.54
	2012 年末	2.21	1.52	<u>1.87</u>	1.87
	2013 年末	1.61	2.97	<u>1.80</u>	2.13
	2014 年 9 月末	1.71	1.65	<u>1.99</u>	1.78
速动比率	2011 年末	2.87	1.89	<u>0.71</u>	1.82
	2012 年末	1.80	1.09	<u>0.80</u>	1.23
	2013 年末	1.26	2.14	<u>0.66</u>	1.35
	2014 年 9 月末	1.28	1.19	<u>0.81</u>	1.09
资产负债率 (母公司)	2011 年末	20.29%	35.38%	<u>32.16%</u>	29.28%
	2012 年末	24.84%	29.67%	<u>25.94%</u>	26.82%
	2013 年末	37.79%	32.48%	<u>26.67%</u>	32.31%
	2014 年 9 月末	36.19%	29.66%	<u>24.20%</u>	30.02%

数据来源：WIND 资讯

报告期内公司流动比率及速动比率与可比上市公司表现趋势相同，均呈小幅波动态势。

齐心文具的流动比率及速动比率总体而言均比公司同期指标高，其主要是由于齐心文具在 2009 年末上市募集了大量募投资金，其资产分布结构有较大改变所致。广博股份的流动比率及速动比率与公司同期指标基本趋同，但总体略高于公司。报告期内公司不断加大固定资产等长期资产，同时新业务模式的拓展使存货资产增加，由此一方面降低了公司的现金留存水平，另一方面增加了公司应付账款。2013 年末广博股份流动比率及速动比率均有较大幅度提升，主要是由于 2013 年度借入长期借款所致。

由于 2011 年末公司借入短期借款，致使当期末资产负债率（母公司）指标相对较高，除此之外，报告期内公司资产负债率（母公司）总体保持平稳且均低

于同行业平均水平。

3、公司管理层对偿债能力的评价

公司管理层认为，从总体来看，报告期内流动比率、速动比率、资产负债率（母公司）、息税折旧摊销前利润及利息保障倍数指标均正常，公司的负债结构与资产结构相配比；资产流动性较高，银行资信状况良好，无对外担保等或有负债，公司偿债能力较强；公司目前融资方式单一，上市后将大幅提高公司融资能力，对公司未来持续发展将起到极为重要的推动作用。

二、盈利能力分析

（一）盈利能力概况

报告期内，公司营业收入及盈利情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度		2012 年度		2011 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业总收入	234,493.18	235,985.59	24.23%	189,958.33	31.28%	144,701.11
营业毛利	60,176.09	64,513.36	23.82%	52,101.68	33.94%	38,898.54
营业利润	29,940.08	31,115.89	28.17%	24,276.64	59.15%	15,254.05
利润总额	32,229.27	33,137.69	24.99%	26,511.95	61.74%	16,392.00
净利润	26,584.29	27,618.03	22.49%	22,547.51	74.87%	12,893.60
归属于母公司所有者的净利润（扣非前）	27,319.72	28,034.27	24.33%	22,547.51	74.87%	12,893.60
归属于母公司所有者的净利润（扣非后）	25,373.50	26,313.53	27.40%	20,653.63	25.48%	16,459.25
综合毛利率	25.66%	27.34%		27.43%		26.88%

可以看出，报告期内，公司营业总收入、毛利总额、利润总额及净利润均呈持续快速增长趋势，显示了公司较强的持续增长能力及盈利能力。

（二）营业收入分析

报告期内，公司营业总收入情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
文教办公用品制造与销售	233,463.02	99.56%	234,906.89	99.54%	189,329.21	99.67%	144,268.01	99.70%
服务业	882.50	0.38%	1,030.84	0.44%	628.03	0.33%	432.00	0.30%
主营业务收入小计	234,345.52	99.94%	235,937.73	99.98%	189,957.24	100.00%	144,700.01	100.00%
其他业务收入小计	147.66	0.06%	47.86	0.02%	1.10	-	1.10	-
营业收入合计	234,493.18	100.00%	235,985.59	100.00%	189,958.33	100.00%	144,701.11	100.00%

公司自成立以来，一直围绕M&G晨光品牌文具的设计、研发、制造和销售，致力于做大做强文具主业。公司营业总收入基本全部来源于文教办公用品销售及加盟服务所组成的主营业务收入。

其中，主营业务收入包括文教办公用品制造与销售收入及服务业收入。

文教办公用品制造与销售收入是指公司针对一级经销商的文具产品，包括书写工具、学生文具、办公文具及其他产品的销售收入，公司办公直销销售收入以及直营旗舰大店的其他文具收入。

服务业收入是指报告期内公司在全国逐步推广晨光品牌特许经营管理模式，协同各省级经销商对当地加盟店进行管理并收取的加盟管理费。

其他业务收入包括公司出租给中国移动等公司用于放置通信发射天线的场地租赁费以及晨光科力普销售其他产品的产品推广费等收入。

报告期内，公司主营业务收入保持持续快速增长势头。从主营业务收入构成来看，虽然加盟服务业收入在报告期内增长速度较快，但其占收入总额比重较低，报告期内公司文教办公用品制造与销售收入是营业总收入的主要来源。

1、文教办公用品制造与销售收入按产品类型分类

公司在文具领域拥有十分丰富的产品品类，产品系列齐全。截至目前，公司已拥有“4 大类，45 品项，1,900 余品种”的文具产品系列，居国内同行前列。

报告期内，公司文教办公用品制造与销售收入按产品类型分类如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
书写工具	103,750.25	44.44%	105,687.84	44.99%	11.64%	94,669.37	50.00%	15.82%	81,741.03	56.66%
学生文具	70,169.36	30.06%	73,255.24	31.18%	21.61%	60,238.44	31.82%	30.28%	46,238.38	32.05%
其中：代理产品	2,034.13	0.87%	965.85	0.41%	N/A	-	-	-	-	-
办公文具	53,732.13	23.02%	50,150.99	21.35%	73.41%	28,920.45	15.28%	101.35%	14,363.12	9.96%
其中：代理产品	10,026.12	4.29%	9,250.82	3.94%	N/A	-	-	-	-	-
其他文具	5,811.28	2.49%	5,812.82	2.47%	5.67%	5,500.96	2.91%	185.69%	1,925.49	1.33%
合计	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%	29.47%	189,329.21	100.00%	31.23%	144,268.01	100.00%

从上表可以看到，公司文教办公用品制造与销售收入按产品分为书写工具、学生文具、办公文具及其他。报告期内，由于书写工具是公司的传统产品及核心产品，因此，公司书写工具产品收入占当期文教办公用品制造业销售收入总额的比重较高，均在 40%以上。书写工具产品收入是公司文教办公用品制造业销售收入的主要来源。

随着晨光品牌知名度的不断提升及销售规模的逐步扩大，公司在书写工具自主制造的基础上，基于强大品牌影响力和设计研发能力，积极进行供应链管理，将公司的产品线逐步向修正工具、画材、橡皮、尺规、包袋、桌面办公、文件管理、办公事务、本册、计算器、台灯及耳机等学生文具、办公文具及其他产品类别延伸。2012 年度及 2013 年度学生文具产品收入分别较上年度增长 30.28%及 21.61%，办公文具产品收入分别较上年度增长 101.35%及 73.41%，高于同期公司营业收入增长率。公司学生文具、办公文具和其他收入合计占销售收入的比重从 2011 年度的 43.34%逐步上升到 2013 年度的 55.01%，2014 年 1-9 月该比例为 55.56%。

2013 年，公司开始办公直销及直营旗舰大店业务，其同时销售自有产品和代理产品。其中，代理产品 2013 年的销售收入分别为 9,250.82 万元及 965.85 万元，收入占比均较小。

2、文教办公用品制造与销售收入按生产方式分类

公司文教办公用品制造与销售的生产模式可以分为自主生产和 OEM 委外生产。报告期内，公司文教办公用品制造与销售收入按生产模式分类具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
文教办公用品制造与销售	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%	24.07%	189,329.21	100.00%	31.23%	144,268.00	100.00%
其中：自产	169,770.24	72.72%	175,348.20	74.65%	15.96%	151,219.22	79.87%	21.13%	124,841.00	86.53%
OEM	51,632.53	22.12%	49,342.02	21.00%	29.47%	38,109.99	20.13%	96.17%	19,427.00	13.47%
代理产品	12,060.25	5.17%	10,216.67	4.35%	N/A	-	-	-	-	-
合计	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%	24.07%	189,329.21	100.00%	31.23%	144,268.00	100.00%

2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月公司自产产品营业收入分别占当期文教办公用品制造与销售收入总额的 86.53%、79.87%、74.65%及 72.72%，公司文教办公用品制造与销售收入主要源于自产产品的销售收入，其主要是由于，报告期内，公司实行的是“以销定产、自主生产为主、OEM 委外生产为辅”生产模式。

书写工具以及油画棒等学生文具类产品采用自主生产，在书写工具制造方面，公司则仅对其中部分生产环节采用委托加工方式，在模具开发、注塑、笔芯制造等核心生产领域或者技术难度较高及较易出现品质问题的产品线，公司完全自主生产。

对于以晨光文具品牌销售的部分办公文具及部分学生文具产品，由于其单一品类的市场规模较小，以及制造的规模效应不明显等因素，公司目前采用 OEM 委外生产。

报告期内，公司自产产品及 OEM 产品的销售收入均有不同程度的增长。其中，OEM 产品的总体销售收入虽然占比不高，但其占比在报告期内呈逐年增长趋势，且各期增长率均高于同期自产产品销售收入的增长率，这主要是学生文具和办公文具业务的快速增长。

随着本次募集资金投资项目之一“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”的建成，将在很大程度上缓解公司产能受限问题，并进一步提高公司装备水平和工艺技术开发能力，以更好的满足市场对公司产品日益增加的需求。

2013 年度公司开始进行办公直销及直营旗舰大店业务，2013 年上述两项业

务的代理产品销售收入合计为 10,216.67 万元，2014 年 1-9 月为 12,060.25 万元，占比均较小。

3、文教办公用品制造与销售收入按国内国际销售市场分类

公司是国内文具行业“自主品牌+内需市场”的领跑者，同时，公司也十分重视国际市场的开拓及晨光世界级品牌的树立。

报告期内，公司文教办公用品制造与销售收入按国内国际销售市场分类情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
中国	227,049.55	97.25%	226,867.55	96.58%	25.24%	181,147.32	95.68%	33.56%	135,627.25	94.01%
其他国家或地区	6,413.47	2.75%	8,039.34	3.42%	-1.74%	8,181.89	4.32%	-5.31%	8,640.76	5.99%
合计	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%	24.07%	189,329.21	100.00%	31.23%	144,268.01	100.00%

2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月公司文教办公用品制造与销售收入中国内市场上的销售收入占比分别为 94.01%、95.68%、96.58%及 97.25%。报告期内，公司产品的销售以国内市场为主，产品国内销售收入占公司总收入的绝大部分，其主要原因是由于公司自成立以来利用多年来积累的品牌、渠道及设计研发优势专注于国内市场的开拓，基本不参与无自身品牌的 OEM 业务，以自有品牌通过贸易代理商进行出口。2012 年度，随着公司境外市场的培育，公司在保留专业外贸代理出口的同时，逐步开展自营出口业务，自营出口的比例逐步提高，在境外经销方面，公司逐步形成“自营出口+专业外贸相结合”的出口经销模式。

尽管公司在其他国家或地区产品销售收入的占比较小，但在报告期内，公司在以国内市场为主的同时也十分重视国际市场的开拓。报告期内，公司专门成立了国际销售部，专门负责国际客户资源的维护与管理，负责制定国际业务发展规划、国际市场营销策略和市场推广方案，并推进具体实施工作等。未来，公司将持续加强对国际市场的开拓，推动公司境外销售收入的持续与稳定。

（三）营业成本分析

2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月公司营业成本分别为 105,802.57 万元、137,856.65 万元、171,472.23 万元及 174,317.10 万元。由于公司加盟服务业务、场地租赁业务及晨光科力普产品推广业务均无相对应的成本支出，因此，在报告期内公司营业成本均为文教办公用品制造与销售成本。公司文教办公用品制造与销售成本随着销售规模的增长而增长。

1、文教办公用品制造与销售成本按产品类型分类

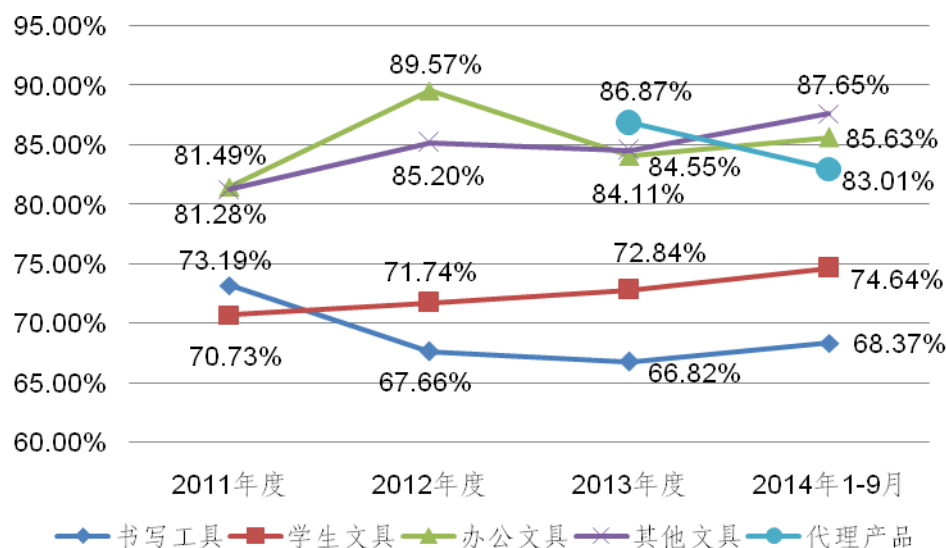
报告期内，公司文教办公用品制造与销售成本按产品类型分类具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
书写工具	70,933.30	40.69%	70,623.25	41.19%	10.26%	64,052.35	46.46%	7.06%	59,830.03	56.55%
学生文具	52,063.10	29.87%	53,221.71	31.04%	23.16%	43,213.89	31.35%	32.14%	32,703.54	30.91%
其中：代理产品	1,208.71	0.69%	563.18	0.33%	N/A					
办公文具	46,226.94	26.52%	42,712.44	24.91%	64.89%	25,903.57	18.79%	121.32%	11,703.97	11.06%
其中：代理产品	8,802.76	5.05%	8,311.62	4.85%	N/A	-	-	-	-	-
其他	5,093.75	2.92%	4,914.84	2.87%	4.86%	4,686.83	3.40%	199.47%	1,565.03	1.48%
合计	174,317.10	100.00%	171,472.23	100.00%	24.38%	137,856.65	100.00%	30.30%	105,802.57	100.00%

报告期内，公司书写工具、学生文具及办公文具营业成本均有不同程度的增长。其中，书写工具及学生文具营业成本在报告期内均占比较大且呈持续增长趋势，主要是由于书写工具及学生文具销售额中占比较高且销售收入快速增长，因此，也是公司最主要的成本构成。2013 年度公司开始进行办公产品直销，因此，成本占比较小。

报告期内，公司各类产品销售成本率具体情况如下图：



从上图可以看到，报告期内，公司办公文具（除代理产品）及其他产品销售成本率有一定波动，学生文具（除代理产品）销售成本率基本保持平稳且小幅上升，而公司主导产品书写工具的销售成本率总体呈下降趋势，这主要是由于产品价格上升、材料成本下降以及人工、制造费用上升的综合作用所致。

2、文教办公用品制造与销售成本按生产方式分类

报告期内，公司文教办公用品制造与销售成本按生产方式分类具体情况如下：

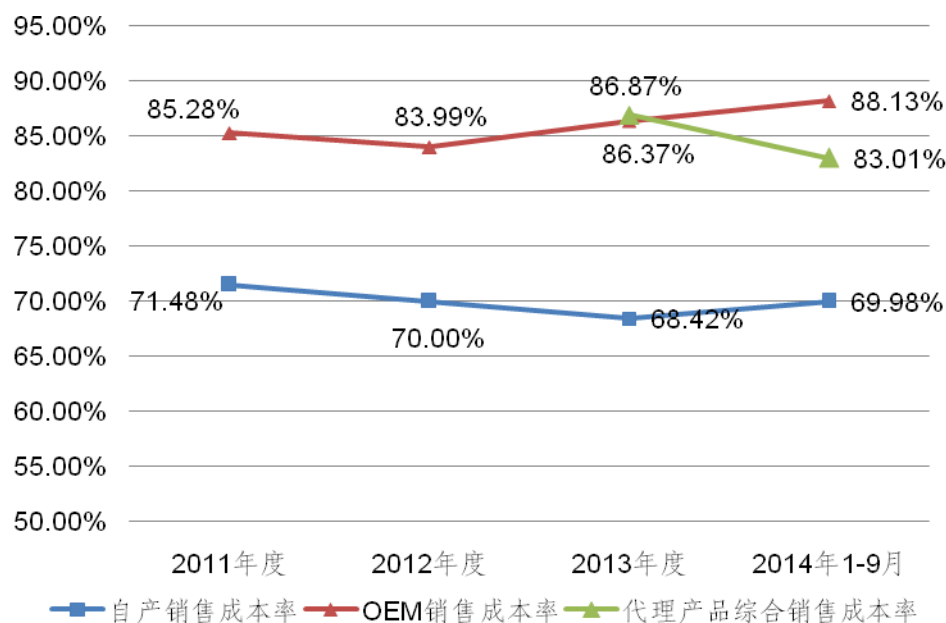
单位：万元

项目	成本构成 明细	2014年1-9月		2013年度			2012年度			2011年度	
		金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
文教办公用品 制造与销售		174,317.10	100.00%	171,472.23	100.00%	24.38%	137,856.65	100.00%	30.30%	105,802.57	100.00%
其中：自产		118,803.85	68.15%	119,978.52	69.97%	13.35%	105,846.21	76.78%	18.61%	89,235.27	84.34%
	材料成本	78,295.03	65.90%	82,229.00	68.54%	10.15%	74,653.00	70.53%	19.00%	62,736.00	70.30%
	其中：笔头	13,386.78	17.10%	14,464.53	17.59%	-3.72%	15,023.30	20.12%	-19.92%	18,761.11	29.90%
	墨水	11,743.01	15.00%	12,452.42	15.14%	8.00%	11,530.30	15.45%	-4.81%	12,112.67	19.31%
	塑料原粒	20,823.61	26.60%	21,450.01	26.09%	6.42%	20,156.40	27.00%	10.67%	18,212.28	29.03%
	其他辅料	32,341.63	41.31%	33,862.40	41.18%	21.18%	27,943.00	37.43%	104.71%	13,649.94	21.76%
	人工成本	17,968.75	15.12%	15,911.00	13.26%	21.21%	13,127.00	12.40%	60.95%	8,156.00	9.14%
	制造费用及 外协加工费	22,540.07	18.97%	21,839.00	18.20%	20.88%	18,066.00	17.07%	-1.52%	18,344.00	20.56%
OEM		45,501.78	26.10%	42,618.91	24.85%	33.14%	32,010.44	23.22%	93.22%	16,567.30	15.66%
代理产品		10,011.47	5.74%	8,874.80	5.18%	N/A	-	-	-	-	-
合计		174,317.10	100.00%	171,472.23	100.00%	24.38%	137,856.65	100.00%	30.30%	105,802.57	100.00%

从上表可以看到，报告期内，由于公司实行的是“以销定产、自主生产为主、

OEM 委外生产为辅”的生产模式，因此，自产产品成本占整个文教办公用品制造业销售成本总额的比重较大。

报告期内，公司自产产品、OEM 产品及代理产品的销售成本率对比情况如下图：



从上图可以看到，报告期内，公司自产产品的销售成本率总体呈下降趋势，OEM 产品的销售成本率保持在 86%左右，且 OEM 产品的销售成本率均高于自产产品销售成本率，2013 年度公司开始进行办公直销及直营旗舰大店业务，其代理产品综合销售成本率为 86.87%，2014 年 1-9 月代理产品综合销售成本率为 83.01%。

（1）自产产品成本分析

①自产产品销售成本率分析

报告期内，公司自产各类产品销售成本率具体情况如下表：

自产产品类别	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
书写工具	68.37%	66.82%	67.66%	73.19%
学生文具	68.27%	66.65%	68.32%	66.92%
办公文具	81.83%	80.86%	90.69%	79.33%
自产产品综合	69.98%	68.42%	70.00%	71.48%

报告期内，公司自产产品的销售成本率总体呈下降趋势，主要是由于合计占

比较大的书写工具类产品销售成本率总体均呈下降趋势所致。

②自产产品成本构成分析

报告期内，公司自产产品成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	78,295.03	65.90%	82,229.00	68.54%	10.15%	74,653.00	70.53%	19.00%	62,736.00	70.30%
人工成本	17,968.75	15.12%	15,911.00	13.26%	21.21%	13,127.00	12.40%	60.95%	8,156.00	9.14%
制造费用及外协加工费	22,540.07	18.97%	21,839.00	18.20%	20.88%	18,066.00	17.07%	-1.52%	18,344.00	20.56%
合计	118,803.85	100.00%	119,979.00	100.00%	13.35%	105,846.00	100.00%	18.61%	89,236.00	100.00%

报告期内，公司材料成本占自产产品成本的比重均在 65%以上，占比较高。

报告期内人工成本占比不断上升，其主要原因是由于近年来社会生活水平提高、物价持续上涨，以及用工荒、招工难等问题的出现，生产人员的薪酬福利等持续上涨所致。

报告期内制造费用及外协加工费占比基本保持在 18%左右，略有小幅波动。

（2）自产书写工具成本分析

①自产书写工具成本构成分析

书写工具为公司传统产品及核心产品，报告期内，公司书写工具全部为自产，其成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	42,594.60	60.05%	44,235.00	62.64%	5.02%	42,121.00	65.76%	10.30%	38,189.00	63.83%
人工成本	11,156.82	15.73%	9,779.00	13.85%	14.56%	8,536.00	13.33%	47.22%	5,798.00	9.69%
制造费用及外协加工费	17,181.88	24.22%	16,609.00	23.52%	24.00%	13,395.00	20.91%	-15.45%	15,843.00	26.48%
合计	70,933.30	100.00%	70,623.00	100.00%	10.26%	64,052.00	100.00%	7.06%	59,830.00	100.00%

报告期内书写工具成本构成中，材料成本占比虽有小幅波动，但均在 60%以上，是影响书写工具成本的主要因素。

②自产书写工具材料成本构成分析

报告期内，书写工具材料成本构成具体情况如下表：

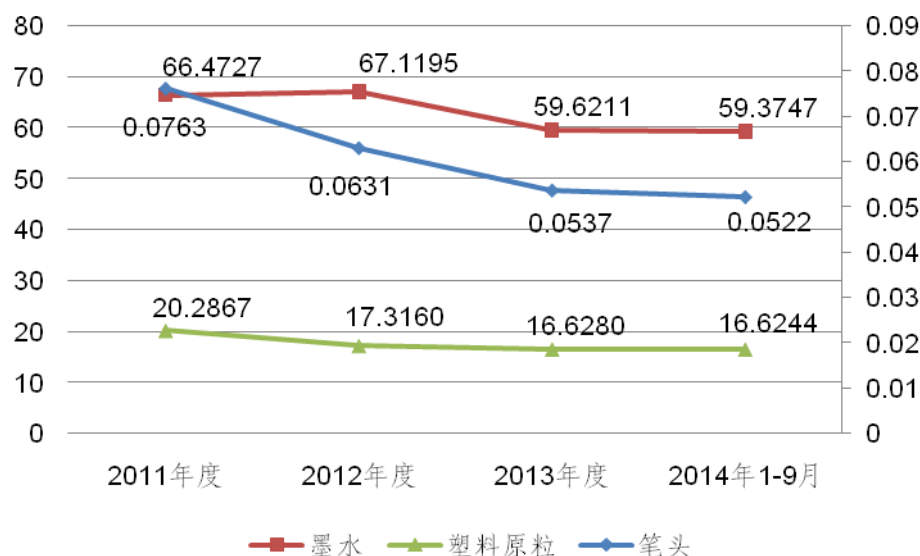
单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
笔头	6,611.58	15.52%	6,824.45	15.43%	-6.94%	7,333.30	17.41%	-18.49%	8,996.57	23.56%
墨水	5,277.01	12.39%	5,395.75	12.20%	1.59%	5,311.30	12.61%	-6.79%	5,698.27	14.92%
塑料原粒	12,058.55	28.31%	12,294.44	27.79%	-6.09%	13,091.40	31.08%	-17.94%	15,952.86	41.77%
其他辅料	18,647.46	43.78%	19,720.36	44.58%	20.36%	16,385.00	38.90%	117.27%	7,541.30	19.75%
合计	42,594.60	100.00%	44,235.00	100.00%	5.02%	42,121.00	100.00%	10.30%	38,189.00	100.00%

从上表可以看到，除其他辅料外，书写工具的主要原材料为笔头、墨水、塑料原粒。报告期内，虽然书写工具材料成本金额呈逐年上升趋势，但笔头成本无论是金额还是占比，均呈逐年下降趋势，主要是由于笔头原材料采购单价在报告期内持续下降所致；2011 年度墨水和塑料原粒成本及其占比相对 2012 年度及 2013 年度较高，而 2012 年度及 2013 年度上述材料占比均较上年有所下降，主要是由于公司在 2012 年度起为提高消费者的使用体验和产品的附加值，推出大量带有金属件和吊牌等配件的新产品，致使墨水及塑料原料的成本相对减少所致。

③自产书写工具材料成本价格分析

报告期内，书写工具主要原材料平均采购单价具体情况如下图：



从上图可以看到，报告期内笔头采购单价下降明显，墨水采购及塑料原粒平均采购单价存在小幅波动，总体呈下降趋势。

报告期内笔头平均采购单价呈明显下降趋势，其主要是由于：①笔头价格根据其技术参数的不同，平均采购单价差异较大，公司通过生产工艺的优化推动笔头采购结构逐渐调整，从而从结构上降低了整体的单位笔头成本；②伴随着晨光近年来的快速发展，公司的生产规模迅速提升，对笔头的采购量逐步加大，提高了公司对供应商的议价能力，推动了笔头价格的调整；③国内笔头制造技术的进步，改变了行业生态，促进笔头价格的合理回归。

墨水采购价格在一个正常的波动范围之内。公司与日本 MIKUNI、德国 Dokumental 等国际墨水厂商建立了长期合作关系，正常情况下，原外币采购价格保持稳中略降的趋势。此外，墨水采购价格也受到日元对人民币汇率波动的影响较大。

公司塑料原料总体受国际原油价格的影响较大，采购平均单价变化趋势与中国塑料价格指数基本一致。

（3）自产学生文具成本分析

①自产学生文具成本构成分析

公司学生文具主要为自产，报告期内，自产学生文具占学生文具总产量均在80%以上，其成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年度			2012年度			2011年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	25,754.17	83.10%	27,659.46	84.56%	12.12%	24,670.00	85.11%	12.16%	21,996.00	85.21%
人工成本	3,123.54	10.08%	2,914.38	8.91%	26.71%	2,300.00	7.93%	26.72%	1,815.00	7.03%
制造费用及外协加工费	2,115.41	6.83%	2,134.15	6.53%	5.86%	2,016.00	6.96%	0.65%	2,003.00	7.76%
合计	30,993.12	100.00%	32,707.99	100.00%	12.84%	28,986.00	100.00%	12.29%	25,814.00	100.00%

从上表可以看到，报告期内自产学生文具成本构成中，材料成本占比维持在85%左右，占比较高，且基本保持稳定，是影响自产学生文具成本的主要因素。

②自产学生文具材料成本构成分析

报告期内，公司自产学生文具材料成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年度			2012年度			2011年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
笔头	6,775.20	26.31%	7,640.08	27.62%	-0.65%	7,690.00	31.17%	-21.25%	9,764.54	44.39%
墨水	6,466.00	25.11%	7,056.67	25.51%	13.47%	6,219.00	25.21%	-3.05%	6,414.40	29.16%
其他辅料	12,512.98	48.59%	12,962.71	46.87%	20.46%	10,761.00	43.62%	84.99%	5,817.06	26.45%
合计	25,754.17	100.00%	27,659.46	100.00%	12.12%	24,670.00	100.00%	12.16%	21,996.00	100.00%

从上表可以看到，除其他辅料外，自产学生文具的主要原材料为笔头和墨水。

关于报告期内笔头及墨水的采购单价、变动趋势及其主要原因，可参见上述“（2）自产书写工具成本分析 ③书写工具材料成本价格分析”。

（4）自产办公文具成本分析

①自产办公文具成本构成分析

报告期内，公司办公文具主要采取 OEM 委外生产方式，但其自产量占办公文具总产量的比重逐步上升，2013 年度已超过 45%，其成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
----	-----------	--------	--------	--------

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	9,946.25	58.93%	10,335.00	62.08%	31.46%	7,862.00	61.38%	208.19%	2,551.00	71.02%
人工成本	3,688.39	21.85%	3,217.00	19.33%	40.42%	2,291.00	17.89%	321.92%	543.00	15.12%
制造费用及外协加工费	3,242.79	19.21%	3,095.00	18.59%	16.57%	2,655.00	20.73%	433.13%	498.00	13.86%
合计	16,877.43	100.00%	16,647.00	100.00%	29.97%	12,808.00	100.00%	256.57%	3,592.00	100.00%

从上表可以看到，报告期内公司自产办公文具各类成本项目均有较大增长，主要是由于公司在报告期内增加自产办公文具的产能所致。报告期内自产办公文具成本构成中，材料成本占比虽然总体呈下降趋势，但均在 58% 以上，占比较高，是影响自产办公文具成本的主要因素。

②自产办公文具材料成本构成分析

报告期内，公司自产办公文具材料成本构成具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
塑料原粒等主要材料	8,765.06	88.12%	9,155.57	88.59%	29.59%	7,065.00	89.86%	212.69%	2,259.42	88.57%
其他辅料	1,181.19	11.88%	1,179.33	11.41%	47.97%	797.00	10.14%	173.34%	291.58	11.43%
合计	9,946.25	100.00%	10,335.00	100.00%	31.46%	7,862.00	100.00%	208.19%	2,551.00	100.00%

从上表可以看到，除其他辅料外，自产办公文具的主要原材料为塑料原粒。报告期内，公司自产办公文具塑料原粒成本呈持续上升趋势，其占比基本保持稳定，且均在 88% 以上。

报告期内塑料原粒平均采购单价存在小幅波动，总体呈下降趋势，可参见上述“（2）自产书写工具成本分析 ③书写工具材料成本价格分析”。

3、文教办公用品制造与销售成本按国内国际销售市场分类

报告期内，公司文教办公用品制造与销售成本按国内国际销售市场分类具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
中国	169,916.90	97.48%	166,154.54	96.90%	25.65%	132,236.10	96.18%	33.30%	99,465.00	94.01%
其他国家或地区	4,400.19	2.52%	5,317.69	3.10%	-5.39%	5,620.55	3.82%	-16.90%	6,337.57	5.99%
合计	174,317.10	100.00%	171,472.23	100.00%	24.38%	137,856.65	100.00%	30.30%	105,802.57	100.00%

从上表可以看到，在报告期内公司国内产品销售成本占比均在 94%以上，主要是由于公司销售市场以国内为主。

（四）公司利润的主要来源及影响盈利能力的主要因素

1、公司利润的主要来源

报告期内公司利润主要来源于主营业务利润贡献。报告期内公司无公允价值变动净收益，投资收益和营业外收支对利润的影响均较小。公司的主营业务突出，具有良好的盈利能力和持续发展能力。

报告期内，公司营业毛利具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
文教办公用品制造与销售	59,145.93	98.29%	63,434.65	98.33%	51,472.56	98.79%	38,465.44	98.89%
服务业	882.50	1.47%	1,030.84	1.60%	628.03	1.21%	432.00	1.11%
其他业务	147.66	0.25%	47.86	0.07%	1.10	0.00%	1.10	0.00%
合计	60,176.09	100.00%	64,513.36	100.00%	52,101.69	100.00%	38,898.54	100.00%

从上表可以看到，报告期内，公司营业毛利主要来源于文教办公用品制造与销售业，其文具产品销售毛利占比均在 98%以上。

2、影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

（1）公司的品牌优势-M:G晨光为国内文具第一品牌，圆珠笔第一品牌

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）1、品牌优势——M:G晨光为国内文具第一品牌，圆珠笔第一品牌”。

（2）公司的渠道优势-高效的分销体系管理与高覆盖的国内终端网络

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）2、渠道优势-高效的分销

体系管理与高覆盖的国内终端网络”。

（3）公司的设计研发能力优势-强大的新品研发能力

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）3、设计研发能力优势-强大的新品研发能力”。

（4）公司的技术优势——书写工具制造领域多年积淀成就技术领先

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）4、技术优势-书写工具制造领域多年积淀成就技术领先”。

（5）公司的制造优势——规模化制造中优良的质控水平

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）5、制造优势——规模化制造中优良的质控水平”。

（6）公司的管理优势——优于同业的运营管理能力

具体内容请参见本招股说明书“第六节 三、（三）6、管理优势——优于同业的运营管理能力”。

（五）营业毛利与毛利率分析

从国际知名品牌文具企业的盈利水平来看，国际领先的品牌文具制造商的毛利由于体现了较为明显的品牌、渠道及设计价值，同时各自在行业内的市场占有率等居于绝对领先地位，综合盈利水平处于较高水平。2008~2012 年，世界第二大品牌书写工具制造商 BIC 的毛利率超过 40%，全球最大的品牌书写工具制造商 Sanford 的文具制造综合盈利能力也维持较高水平。

与成熟的欧美文具市场相比，我国文具行业尚处于快速发展阶段，消费者对产品设计、质量等多方面的需求面临升级，同时文具行业整体规模较小，集中度较低；在这一发展阶段，具备领先优势的品牌文具企业的正常毛利水平应比成熟市场的领先企业略低。因此，管理层认为，在较长的一段时间内，公司的正常毛利率水平应稳定地维持在 25%~30%。

1、公司的营业毛利率水平概览

报告期内，公司主要产品的毛利率、主营业务毛利率及公司综合毛利率总体较为稳定，具体情况如下表：

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
----	--------------	---------	---------	---------

书写工具毛利率	31.63%	33.18%	32.34%	26.81%
自产学生文具毛利率	31.73%	33.35%	31.68%	33.08%
文教办公用品制造与销售毛利率	25.33%	27.00%	27.19%	26.66%
公司综合毛利率	25.66%	27.34%	27.43%	26.88%

报告期内，公司盈利能力维持在较为稳定和健康的水平。管理层认为，目前公司的营业毛利率水平是晨光的行业地位、品牌优势、渠道价值以及技术水平的综合体现。随着公司的进一步发展，展望未来，公司的营业毛利率仍将处于行业较高水平并保持相对稳定。

2、营业毛利细分

（1）公司营业毛利主要来源于文教办公用品制造与销售

公司自设立以来一直致力于主营业务的拓展。报告期内，公司主营业务突出，营业毛利主要来源于文教办公用品制造与销售，其毛利占比均高于 98%，具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
文教办公用品制造与销售	59,145.93	98.29%	63,434.65	98.33%	51,472.56	98.79%	38,465.44	98.89%
服务业	882.50	1.47%	1,030.84	1.60%	628.03	1.21%	432.00	1.11%
其他业务	147.66	0.25%	47.86	0.07%	1.10	0.00%	1.10	0.00%
合计	60,176.09	100.00%	64,513.36	100.00%	52,101.69	100.00%	38,898.54	100.00%

（2）公司文教办公用品制造与销售毛利主要受书写工具及自产学生文具的影响

报告期内，公司文教办公用品制造与销售毛利主要来源于自产的书写工具及学生文具两类产品，具体情况如下表：

单位：万元

项目		2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
		金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
书写	自产	32,817	55.48%	35,065	55.28%	14.53%	30,617	59.48%	39.73%	21,911	56.96%

项目		2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
		金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
工具	OEM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
学生文具	自产	14,4027	24.35%	16,364	25.80%	21.75%	13,441	26.11%	5.35%	12,758	33.17%
	OEM	2,879	4.87%	3,267	5.15%	-8.82%	3,583	6.96%	361.73%	776	2.02%
	代理产品	825	1.40%	403	0.63%	N/A	-	-	-	-	-
办公文具	自产	3,747	6.34%	3,941	6.21%	199.70%	1,315	2.56%	40.49%	936	2.43%
	OEM	2,534	4.29%	2,558	4.03%	50.29%	1,702	3.31%	-1.22%	1,723	4.48%
	代理产品	1,223	2.07%	939	1.48%	N/A	-	-	-	-	-
其他	自产	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	OEM	718	1.21%	898	1.42%	10.32%	814	1.58%	125.48%	361	0.94%
自产小计		50,966	86.17%	55,370	87.29%	22.03%	45,373	88.15%	27.43%	35,605	92.56%
OEM 小计		6,131	10.37%	6,723	10.60%	10.23%	6,099	11.85%	113.25%	2,860	7.44%
代理产品小计		2,049	3.46%	1,342	2.11%	N/A	-	-	-	-	-
合计		59,146	100.00%	63,435	100.00%	23.24%	51,472	100.00%	33.82%	38,465	100.00%

从上表来看，公司营业毛利主要来源于文教办公用品制造与销售，其中，书写工具及自产学生文具两类产品的综合毛利对公司营业毛利的影响较为突出。

3、行业毛利率比较

报告期内，公司与同行业上市公司的综合毛利率比较具体情况如下表：

公司简称	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
齐心文具	17.58%	17.38%	20.96%	22.69%
广博股份	20.51%	20.88%	22.21%	20.09%
晨光文具	25.66%	27.34%	27.43%	26.88%
行业平均	21.25%	21.87%	23.53%	23.22%

数据来源：WIND 资讯

报告期内，公司的综合毛利率均高于行业平均水平，呈现出了良好的综合毛利率水平。

4、报告期毛利率变化分析

报告期内，公司毛利总额不断增长，综合毛利率处于行业较高水平并总体保持稳定。一方面，公司拥有较强的定价权、关键原材料——笔头的单位成本下降以及新产品的不断推出，是影响公司毛利率水平的主要正面因素。另一方面，外部加工比重的提高、劳动力成本的上升以及办公产品的拓展，是影响公司毛利率水平的主要负面因素。在前述因素的综合影响下，公司毛利率总体保持稳定，但存在小幅波动。

报告期内，对公司综合毛利率产生正面影响的主要因素如下：

（1）公司拥有较强的产品定价权，产品销售单价稳中有升

公司较强的定价权主要来自于全方位的竞争优势，包括品牌、渠道、终端、设计研发、技术、规模制造及运营管理等，具体体现在如下几个层面：

第一、较高的产品质量。公司通过长时间的摸索和积累，建立了从原料进厂到产品出厂的一套非常完善的质量控制系统，对不良品率进行多环节、系统性的全过程监控，包括对原材料质量进行把关的进料检验标准，对制造过程进行管控的过程标准和工艺规定，对产成品进行质量管控的企业标准及检验制度等，优良稳定的品质赢得了消费者的普遍认同和好评。

第二、营销网络的相对稳定、闭合和高效。公司建立了以区域经销为主，结合 KA 销售、境外经销、办公直销和直营旗舰大店销售的销售模式。在国内营销渠道建设方面，公司运用“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，与各级经销商（合作伙伴）共同建立了“稳定、共赢”的分销体系。在此基础上，晨光文具率先在国内文具行业成功地规模化开展零售终端的品牌销售管理与特许经营管理，在为文具零售终端带来盈利能力及经营能力提升的同时，也为合作伙伴提升了盈利的空间，并最终为公司的产品销售的 growth 带来强大动力。经过多年的建设和发展，公司营销网络已相对完善、稳定和闭合，为公司产品快速推向市场打下了坚实的基础。

第三、较高的校边商圈覆盖率。截至 2014 年 9 月 30 日，公司在全国范围内与各级合作伙伴共同构建了包括“49,067 家 M:G 晨光标准样板店、7,009 家 M:G 晨光高级样板店以及 4,856 家 M:G 晨光加盟店”在内的庞大零售终端网络，在全国校边商圈覆盖率达约 80%。

公司对自身产品拥有较高的定价权，但在具体产品定价时，一般综合考虑公

司阶段性的发展重点、市场竞争态势以及消费者的购买力水平等主要因素。

2011 年以来，公司对产品的定价能力逐步提高。然而，为了维护市场的稳定，保持分销体系的健康发展，报告期内，公司基本维持稳定的价格政策；同时，为了覆盖报告期内生产及管理人员成本的上涨，公司的产品销售单价在稳定中略有增长。

报告期内，公司各类文教办公用品可比平均销售单价具体情况如下表：

单位：元/支（个/台/本/盒等）

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年		2011 年度
	平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价
书写工具	0.8219	0.04%	0.8216	6.84%	0.7690	8.36%	0.7097
学生文具（自产）	0.2941	-0.07%	0.2943	-1.47%	0.2987	-0.27%	0.2995
办公文具（自产）	1.2714	-0.02%	1.2717	16.30%	1.0935	-8.99%	1.2014
其他	1.2534	-0.02%	1.2537	-10.06%	1.3939	98.31%	0.7029

（2）关键原材料单位成本下降是确保毛利率水平稳定的重要因素

笔头是书写工具和学生文具的关键原材料，其单位成本的下降，是保证公司毛利率水平稳定的重要因素。

①2011 年以来，单位笔头成本下降对公司毛利率产生重要正面影响

报告期内，公司书写工具单位生产成本的具体构成如下表：

单位：元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	0.3374	60.05%	0.3439	62.64%	0.53%	0.3421	65.76%	3.17%	0.3316	63.83%
其中：笔头	0.0524	9.32%	0.0531	9.67%	-10.91%	0.0596	11.45%	-23.69%	0.0781	15.03%
其他	0.2851	50.73%	0.2908	52.97%	2.90%	0.2826	54.31%	11.48%	0.2535	48.80%
人工成本	0.0884	15.73%	0.0760	13.84%	9.67%	0.0693	13.32%	37.77%	0.0503	9.68%
制造费用及 外协加工费	0.1361	24.22%	0.1291	23.52%	18.66%	0.1088	20.92%	-20.93%	0.1376	26.49%
合计	0.5619	100.00%	0.5490	100.00%	5.52%	0.5203	100.00%	0.15%	0.5195	100.00%

报告期内，公司学生文具主要为自产，其单位生产成本构成具体情况如下表：

单位：元

项目	2014年1-9月		2013年度			2012年度			2011年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
材料成本	0.1669	83.10%	0.1659	84.60%	-4.49%	0.1737	85.11%	1.70%	0.1708	85.23%
其中：笔头	0.0439	21.86%	0.0458	23.36%	-15.34%	0.0541	26.51%	-28.63%	0.0758	37.82%
其他	0.1230	61.24%	0.1201	61.24%	0.33%	0.1196	58.60%	25.89%	0.0950	47.41%
人工成本	0.0202	10.08%	0.0175	8.92%	8.02%	0.0162	7.94%	14.89%	0.0141	7.04%
制造费用及 外协加工费	0.0137	6.83%	0.0128	6.53%	-9.86%	0.0142	6.95%	-8.97%	0.0156	7.78%
合计	0.2008	100.00%	0.1961	100.00%	-3.92%	0.2041	100.00%	1.85%	0.2004	100.00%

从上表来看，作为关键原材料的笔头的单位成本呈下降趋势，对公司毛利率的稳定产生积极影响。

②单位笔头成本下降的主要原因

A、生产工艺的优化推动笔头采购结构逐渐调整

笔头价格根据其技术参数的不同，平均采购单价差异较大。从生产工艺上看，笔与墨水的匹配是决定选择某种笔头型号的重要因素。报告期内，公司一直致力于制笔技术的提升，尤其是笔头和墨水的匹配技术的突破，并因此承担了国家科技支撑计划的重点项目课题。同时，研发团队针对学生日常和考试书写的特殊要求，推出了一系列畅销新品，既引领了学生用笔的时尚，提高学生书写的质量与舒适度，也通过对不同型号的笔头的调整和优化，在确保产品质量的同时，降低了单价较高的笔头的使用量，从而从结构上降低了整体的单位笔头成本。

B、随着生产规模的扩大，公司议价能力逐步提高

伴随着公司生产规模迅速提升，对笔头的采购量逐步加大，提高了公司对供应商的议价能力，推动了笔头价格的调整，这也是笔头价格下降的重要因素。

C、国内笔头制造技术的进步，改变了行业生态，促进笔头价格的合理回归

笔头制造技术过去一直为少数国际笔头制造企业所垄断，国内领先的文具生产企业所使用的笔头基本依靠进口。在一定程度上，较为垄断的行业格局使笔头价格一直处于偏高的水平。

近年来，由于笔头生产技术已经被国内及印度厂家掌握，原主要的国外供应商的笔头价格逐年下降，目前与国内及印度厂家相比虽质量略有差异，但价格已

差距不大，如瑞士 PREMEC 的笔头价格下降比例按型号不同下降幅度已达 20%-70%。

目前，公司已掌握笔头生产技术，并正在逐步建立笔头生产能力，2013 年起公司已进行少量笔头生产，这将进一步对笔头成本产生积极意义。

（3）公司产品特点突出，并且不断推陈出新，消费者粘性进一步增强

学生的消费向品牌化、个性化、时尚化发展，对创意和流行性敏感，对价格相对不敏感，公司针对这一特点，凭借强大的新品设计研发能力，每年推出大量的流行新产品，例如 2013 年推出新品 1,236 款。在大、小“学汛”期间，公司更是一次性推出数百款新品。同时，公司还积极开拓与国际知名动漫品牌的授权合作，先后获得米菲、史努比、冬己、毕加索等品牌的文具授权，公司创意产品与国际知名动漫品牌的结合，使晨光品牌产品更加深受学生们的喜爱。此外，公司还针对学生的学习特点，有针对性的推出了“考试系列”等优质高价的产品系列，获得了较大的成功。这些新品得到了消费者、终端、及合作伙伴的高度认可，公司新品销售占比近三年维持在 20%左右，竞争优势明显，新品对公司毛利率有相当贡献。

报告期内，对公司综合毛利率产生负面影响的主要因素如下：

（1）报告期内毛利率较低的办公文具销售收入占比有所增加

报告期内，公司办公文具销售规模不断扩大，销售占比不断增加。相比于书写工具和学生文具，办公文具产品毛利率偏低，因此办公文具销售比重的提高对公司整体综合毛利率带来一定负面影响。

（2）报告期内毛利率较低的 OEM 委外生产比重有所增加

随着公司销售规模不断增长，公司产能受制于现有厂房、设备等，无法快速适应销售规模的增长。报告期内，公司书写工具自产产能利用率均高于 100%，2014 年 1-9 月书写工具自产产能利用率达到 116.33%，公司虽已规划募投项目，但尚未建设完毕，规划产能尚未释放。因此，公司在保持基本制造模式的基础上，适当增加了 OEM 委外生产量，以应对市场的快速拓展。相比于自产，OEM 委外生产的毛利率偏低，对公司整体综合毛利率带来一定负面影响。

（3）报告期内公司劳动力成本有所提升

劳动力成本上升已成为中国经济发展的普遍现象，也成为国内许多企业面临

的共性问题。2011 年度至 2013 年度，公司自产产品的直接人工成本金额分别为 8,156.00 万元、13,127.00 万元和 15,911.00 万元，2014 年 1-9 月，公司自产产品的直接人工成本金额为 17,968.75 万元，占当期自产产品生产成本的比重分别为 9.14%、12.40%、13.26%和 15.12%，占当期销售收入的比重分别为 5.64%、6.91%、6.74%及 7.66%，呈上升趋势，对公司综合毛利率带来一定负面影响。

（4）募投项目部分在建工程转为固定资产而导致摊销费用增加

截至 2014 年 9 月 30 日，公司对“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”已自筹资金先行投入 28,193.42 万元，工程投入占预算比例为 38.51%，该项目涉及的部分在建工程 10,397.05 万元已陆续竣工结算并转为固定资产且开始计提折旧，但由于其效益尚未释放，在募投项目正式达产前一定程度上会暂时影响公司综合毛利率水平。

5、管理层对营业毛利水平的展望

展望未来，公司将继续致力于在品牌、渠道、新品设计、生产工艺及供应链管理等方面的持续改进，维持目前较为快速的增长态势，不断加强公司在文具行业的领先地位。同时，随着募投项目的如期达产，公司有望在确保销售收入不断增长的同时，将毛利率水平继续保持在 25%~30%左右。

公司的新业务模式中，正在积极拓展的晨光生活馆和晨光科力普业务模式，也将对公司未来的毛利总额产生积极影响。晨光科力普办公直销业务由于其自身的行业特点毛利率相比学生文具较低，但其业务空间巨大，对公司盈利能力的提升有积极的贡献。

（六）期间费用分析

报告期内，公司三项期间费用具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
销售费用	14,409.06	49.39%	15,141.50	46.68%	0.95%	14,998.65	55.00%	57.78%	9,506.07	41.71%

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
管理费用	14,949.91	51.24%	17,426.07	53.72%	40.87%	12,370.60	45.36%	-8.04%	13,452.59	59.03%
财务费用	-182.23	-0.62%	-130.42	-0.40%	34.01%	-97.32	-0.36%	-42.47%	-169.15	-0.74%
合计	29,176.74	100.00%	32,437.15	100.00%	18.94%	27,271.93	100.00%	19.67%	22,789.51	100.00%
扣除股份支付后的管理费用	14,949.91	51.24%	17,426.07	53.72%	40.87%	12,370.60	45.36%	38.74%	8,916.59	48.85%
扣除股份支付后的期间费用	29,176.74	100.00%	32,437.15	100.00%	18.94%	27,271.93	100.00%	49.41%	18,253.51	100.00%

从上表可以看到，报告期内，公司期间费用总体呈持续增长趋势，其中：销售费用呈持续增长趋势，管理费用有一定波动，但总体呈增长趋势，财务费用均为负值。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
品牌推广费	1,271.39	8.82%	2,420.30	15.98%	44.89%	1,670.41	11.14%	31.49%	1,270.34	13.36%
薪资及福利	5,592.72	38.81%	4,561.91	30.13%	24.79%	3,655.63	24.37%	82.07%	2,007.76	21.12%
运输装卸费	792.70	5.50%	1,165.78	7.70%	-52.66%	2,462.39	16.42%	60.71%	1,532.23	16.12%
渠道建设费	1,861.28	12.92%	2,033.65	13.43%	-17.24%	2,457.39	16.38%	52.42%	1,612.24	16.96%
业务宣传费	929.56	6.45%	876.79	5.79%	-2.71%	901.23	6.01%	650.84%	120.03	1.26%
其他	3,961.42	27.49%	4,083.06	26.97%	6.01%	3,851.60	25.68%	29.97%	2,963.46	31.17%
合计	14,409.06	100.00%	15,141.50	100.00%	0.95%	14,998.65	100.00%	57.78%	9,506.07	100.00%

从上表可以看到，公司销售费用主要包括品牌推广费、薪资及福利、运输装卸费、渠道建设费等，各项费用在报告期内均有不同程度的增长。

品牌推广费主要包括 4S 店的装修费用、广告费、展会费、促销费、物料制作费等。品牌推广费在报告期内持续增长，其主要是因为公司从 2011 年度开始持续加大品牌建设投入及品牌推广力度，持续对营销网络中 4S 店及管理的各类零售终端门店进行品牌规范及形象提升，同时，不断推出新的产品促销方案及加

大大、小学汛间的新产品推广力度，这些措施有力的提升了公司品牌形象。

薪资及福利费在报告期内均有较大幅度增长，其主要原因，一方面是由于报告期内随着销售业务的扩大，整体营销人员数量逐年增加；另一方面是由于公司于 2010 年普遍提高了各部门员工薪资水平，并开始计提并发放年终奖。

运输装卸费主要是公司产品在运输、搬运、装卸等过程中发生的相关费用。公司运输装卸费在 2011 年度及 2012 年度持续增长，其主要是由于公司销售业务持续扩大，销售量及运输量持续增长，运输装卸费也随之增长；2013 年度该费用有所下降，主要是由于随着国家对交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点范围的扩大，公司与各经销商间的运费结算政策有所调整所致，依据新的结算政策，原由公司直接支付的运费由各经销商支付，公司以折扣的形式将该运费补贴给各经销商。

渠道建设费主要包括样板店（标准样板店、高级样板店）的升级、大篷车的费用等。公司渠道建设费在 2011 年度及 2012 年度持续快速增长，其主要原因是为了进一步规范渠道形象，统一样板店的形象标识及店面店招等，公司加大对样板店，包括标准样板店及高级样板店的装修建设投入；2013 年度该费用有所下降，主要是由于经过近几年公司对渠道建设的持续增加投入，渠道及各零售终端形象均有较大改善及提升，公司未来将保持持续稳定的渠道建设投入。

公司销售费用的增长，一部分是投资性的，如品牌推广费、渠道建设费、业务宣传费及广告费等，这些费用对公司品牌形象的提升，渠道的建设与管理、企业价值的增长均有长期持续的效应；另一部分是随着公司销售规模的增长而同步合理增长的，如薪资及福利、运输装卸费、差旅费及办公费等。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
股份支付	-	-	-	-	-	-	-	-100.00%	4,536.00	33.72%
薪资及福利	6,496.48	43.46%	7,332.31	42.08%	32.74%	5,523.67	44.65%	45.34%	3,800.48	28.25%
折旧及摊销	2,346.12	15.69%	1,741.68	9.99%	32.40%	1,315.49	10.64%	-5.36%	1,389.99	10.33%

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度			2012 年度			2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
研发费用	1,648.84	11.03%	2,193.49	12.59%	51.86%	1,444.37	11.68%	99.48%	724.08	5.38%
办公费	466.66	3.12%	518.28	2.97%	-17.83%	630.71	5.10%	-11.52%	712.79	5.30%
其他	3,991.80	26.70%	5,640.31	32.37%	63.19%	3,456.36	27.93%	50.98%	2,289.25	17.02%
合计	14,949.91	100.00%	17,426.07	100.00%	40.87%	12,370.60	100.00%	-8.04%	13,452.59	100.00%
扣除股份支付后合计	14,949.91	100.00%	17,426.07	100.00%	40.87%	12,370.60	100.00%	38.74%	8,916.59	100.00%

从上表可以看到，公司管理费用主要包括股份支付、薪资及福利、折旧及摊销、研发费用及办公费用等，主要费用在报告期内均有不同程度的增长。

公司在 2011 年度发生 4,536.00 万元的股份支付费用，其具体情况如下：

2011 年 2 月 21 日，经公司股东大会决议，公司自然人股东陈湖文和陈湖雄均以每股 4.50 元的价格分别将其各自持有的 1,000 万股公司股份转让给由公司部分高级管理人员和业务骨干共同出资设立杰葵投资和科迎投资。2011 年 3 月 21 日，经公司股东大会决议，公司自然人股东陈湖文和陈湖雄又均以每股 9 元的价格分别将其各自持有的 1,200 万股和 1,400 万股的公司股份转让于外部投资者约蓝投资、鼎晖一期、鼎晖元博、钟鼎创投、敏新创投、兴烨创投和大众资本。公司按《企业会计准则第 11 号-股份支付》及中国证监会公告〔2008〕43 号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》的相关规定，确认自然人股东陈湖文和陈湖雄将其持有的公司股份转让给杰葵投资和科迎投资作为股份支付事宜，以 2011 年度自然人股东陈湖文和陈湖雄转让公司股份于外部投资者每股 9 元的单价作为授予日权益工具的公允价值，扣除自然人股东陈湖文和陈湖雄分别在科迎投资和杰葵投资中所持有的股份，公司本次授予的权益工具总额为 4,536 万元。2011 年度该股份支付事项作为非经常性损益计入当期管理费用的金额为 4,536 万元，扣除该因素的影响，当期营业利润及净利润的金额将分别增加 4,536 万元。

薪资及福利费用在报告期内有较大增长，其主要是由于管理人员增加及公司整体薪酬制度调整及改革所致。

折旧及摊销费用在 2011 年度至 2012 年度保持稳定，2013 年度较上年度有年增长，其主要是由于 2013 年度晨光科力普增加办公设备所致。

公司研发投入在报告期内持续上升，依据上海海峡会计师事务所有限公司2013年8月31日出具的《专项审计报告》（沪海峡审专字（2013）第31050-1号），2011年度、2012年度公司实际投入的研发投入分别为4,273.04万元、5,794.73万元，但“管理费用”科目下的“研发费用”子科目仅归入部分研发投入，公司研发投入还包括研发材料、试制材料、科技仪器、研发相关人员的薪酬等投入。2013年度及2014年1-9月公司实际投入的研发投入分别为7,507.98万元和7,360.97万元。

3、财务费用分析

报告期内，公司财务费用具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
利息支出	-	-	55.30	2.16
减：利息收入	267.45	203.54	141.92	130.62
汇兑损益	104.28	22.49	-36.35	-55.15
其他	-19.05	50.64	25.65	14.47
合 计	-182.23	-130.42	-97.32	-169.15

从上表可以看到，报告期内，公司财务费用总额均为负值，其主要构成包括利息支出、利息收入及汇兑损益。

报告期内公司在2011年度及2012年度分别发生利息支出2.16万元及55.30万元，主要是由于2011年年底发生短期流动资金借款所致，该短期流动资金借款已于2012年度全额归还，2013年度及2014年1-9月均无利息支出。

利息收入主要是公司货币资金银行存款利息收入，报告期内利息收入的增减变动主要是受当期公司产生的现金净流量及前期货币资金银行存款存量多少的影响。

汇兑损益主要是公司进行进口原材料或由代理机构出口产品过程中发生的汇兑损益，报告期内，其增减变动主要是受当期进出口业务量的多少及外汇汇率变化的影响。

4、期间费用的比较分析

报告期内，公司与可比公司期间费用占营业收入比重指标对比情况如下表：

公 司	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
齐心文具	15.73%	15.23%	15.13%	15.74%
广博股份	19.61%	20.32%	17.51%	16.19%
晨光文具	12.44%	13.75%	14.36%	15.75%
晨光文具（扣除股份支付后）	12.44%	13.75%	14.36%	12.61%

数据来源：WIND 资讯

公司报告期内的期间费用率均低于可比公司同期数据，体现了公司较高的整体企业运营管理能力及效率。

报告期内，公司与可比公司销售费用率比较具体情况如下表：

公司简称	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
齐心文具	10.13%	9.50%	10.37%	9.91%
广博股份	10.08%	10.47%	9.26%	7.87%
晨光文具	6.14%	6.42%	7.90%	6.57%
行业平均	8.78%	8.80%	9.18%	8.12%

数据来源：WIND 资讯

2012 年度较 2011 年有所上升，主要是由于公司持续加强对渠道和终端的整合力度，不断加大品牌建设投入及品牌推广力度，规范渠道形象，统一样板店及 4S 店的形象标识及店面店招，加大对样板店，包括标准样板店及高级样板店，以及 4S 店的装修建设投入等原因所致；2013 年度公司销售费用占营业收入的比重较上年度有所下降，主要是由于随着国家对交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点范围的扩大，公司与各经销商间的运费结算政策有所调整所致。报告期内公司该比例指标持续优于同期可比公司。

报告期内，公司与可比公司管理费用率比较具体情况如下表：

公司简称	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
齐心文具	5.06%	5.19%	5.29%	6.82%
广博股份	8.82%	8.17%	7.22%	6.88%
晨光文具	6.38%	7.38%	6.51%	9.30%/6.16%（注 1）
行业平均	6.75%	6.91%	6.34%	7.67%/6.62%（注 2）

注 1：此指标在扣除 2011 年度的股份支付费用前后分别为 9.30%和 6.16%；

注 2：此指标在晨光文具扣除 2011 年度的股份支付费用前后分别为 7.67%和 6.62%。

数据来源：WIND 资讯

报告期内，公司管理费用占营业收入的比重呈上升趋势，主要是由于公司为了进一步保持研发设计优势，不断加大新品研发力度，持续进行研发费用的投入；此外，为了更进一步加强公司运营管理水平，公司逐步引进高级管理人才，同时逐步调整公司薪资结构，促使公司研发费用及薪资福利费用有所增加所致。公司该比例指标在 2011 年高于可比公司，主要是由于公司将股份支付费用 4,536 万元列于管理费用；若扣除此因素影响，公司 2011 年度管理费用占营业收入比重仍低于同行业水平，2012 年度、2013 年度小幅高于齐心文具，但低于广博股份。

（七）资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失变动具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
坏账损失准备	310.87	244.88	-179.95	278.91
合 计	310.87	244.88	-179.95	278.91

报告期内，公司的资产减值损失主要是由当期计提坏账准备引起的。

2012 年上半年，由于沃尔玛整体收购好又多，与晨光珍美发生购销往来的好又多门店及好又多原股东控制的百货公司的剩余货款经公司多次努力协商、催讨等均无法收回，公司对好又多等 KA 客户的应收账款发生总计 28.25 万元的坏账损失，公司经内部批准流程，对该批应收账款坏账进行了确认。除上述应收账款坏账外，公司在报告期内未发生过应收账款坏账损失。上述应收账款坏账损失占 2012 年年初应收账款原值的 0.37%，远低于应收账款坏账准备计提比例，公司应收账款相对安全。

从总体上来看，报告期内资产减值损失相对较小，不会对公司利润造成重大不利影响。

（八）投资收益分析

报告期内，公司投资收益变动具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
持有股票期间取得的投资收益	-	-	-	1.60
银行理财产品	4.55	6.60	-	4.75
合 计	4.55	6.60	-	6.36

2011年度公司持有股票期间取得的投资收益及银行理财产品投资收益分别为1.60万元及4.75万元，2012年度公司不存在上述投资收益，2013年度及2014年1-9月公司因持有银行理财产品而取得投资收益分别为6.60万元和4.55万元，其金额较小，对公司当年营业利润不存在重大影响。

（九）营业外收支分析

1、营业外收入分析

报告期内，公司营业外收入具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014年1-9月	2013年度	2011年度	2010年度
非流动资产处置利得合计	25.11	42.38	180.96	10.12
其中：处置固定资产利得	25.11	42.38	180.96	10.12
政府补助	2,466.24	2,023.60	2,210.25	1,217.46
盘盈利得	-	-	-	1.78
违约金、罚款收入	9.62	109.21	-	-
其他	15.10	131.98	3.20	22.57
合计	2,516.07	2,307.16	2,394.41	1,251.94

从上表可以看到，公司报告期内营业外收入主要来源于政府补助收入。

（1）2014年1-9月，政府补助具体情况如下：

政府补助内容	金额（万元）	付款人
财政扶持	779.28	上海市奉贤区青村镇人民政府招商引资管理
财政扶持	10.00	上海市奉贤区青村镇光明经济园区管理委员

政府补助内容	金额（万元）	付款人
		会
财政扶持	101.63	上海市国库收付中心
财政扶持	1,210.07	上海市奉贤区财政扶持资金结算中心
财政扶持	6.00	上海市地方税务局奉贤区分局
上海现代服务业专项资金——立体仓库	32.89	上海市商务委员会
重点技术改造专项资金	136.48	上海市奉贤区财政局、上海市奉贤区经济委员会
	38.45	
购买国际先进研发仪器设备专项资金	21.75	上海市国库收付中心
地方教育附加专项资金	125.92	上海市奉贤区财政扶持资金结算中心
专利资助	3.76	上海市国库收付中心
合计	2,466.24	-

（2）2013 年度，政府补助具体情况如下：

政府补助内容	金额（万元）	付款人
财政扶持	1,096.26	上海市奉贤区青村镇人民政府
财政扶持	775.97	上海市商务委员会
财政扶持	30.00	上海市国库收付中心
专利资助	34.78	上海市奉贤区科学技术委员会
企业标准化	21.00	上海市奉贤区经济委员会
超比例安排残疾人就业单位奖励	2.42	上海市残疾人劳动服务中心
税收扶持	0.04	上海市地方税务局奉贤区分局
财政扶持	63.13	上海市奉贤区财政扶持资金结算中心
合 计	2,023.60	-

（3）2012 年度，政府补助具体情况如下：

政府补助内容	金额（万元）	付款人
中小企业国际市场开拓资金	21.24	上海市国库收付中心
专利奖励	16.22	上海市奉贤区科学技术委员会
财政扶持	1,876.02	上海市奉贤区青村镇人民政府

推动企业改制上市奖励	100.00	上海市奉贤区企业改制上市推进办
工程技术研究中心建设专项经费	80.00	上海市奉贤区科学技术委员会
中小企业发展专项资金	20.00	上海市经济和信息化委员会
技改项目立项资金	21.76	上海市国库收付中心
加快自主品牌建设专项资金	50.00	上海市国库收付中心
企业标准化	10.00	上海市奉贤区经济委员会
知识产权优势企业专项经费	15.00	上海市奉贤区科学技术委员会
合 计	2,210.25	-

（4）2011 年度，政府补助具体情况如下：

政府补助内容	金额（万元）	付款人
财政扶持	1,048.86	上海市奉贤区青村镇人民政府
专利奖励	22.18	上海市奉贤区科学技术委员会
节能技改贴息	48.75	上海市奉贤区财政局
职工文化建设奖励	1.50	上海市奉贤区青村镇人民政府教育工会
研发资助	50.00	上海市奉贤区科学技术委员会
财政补贴	43.00	上海市奉贤区经济委员会
财政补贴	3.18	上海市奉贤区青村镇光明经济园区管理委员会
合 计	1,217.46	-

2011 年度至 2014 年 1-9 月，政府补助占当期利润总额的比重分别为 7.43%、8.34%、6.11%及 7.65%，其占比均在 8.50%以下。总体而言，报告期内政府补助对公司利润总额未产生重大影响。

2、营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非流动资产处置损失	36.90	40.41	89.12	64.59
其中：固定资产处置损失	36.90	40.41	89.12	64.59
公益性捐赠支出	181.46	235.50	64.40	32.91
盘亏损失	0.87	0.79	3.11	1.08

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
罚款滞纳金支出	0.29	2.36	0.91	1.43
其他	7.36	6.30	1.56	13.99
合 计	226.87	285.36	159.10	114.00

上表中“罚款滞纳金支出”并非行政处罚导致的支出，而是公司在正常的商业行为过程中由于具体工作人员的疏忽而导致的商业性的赔偿支出。

3、各期营业外收支对利润总额均不存在重大影响

2011 年度至 2014 年 1-9 月，公司营业外收支净额占公司利润总额的比重分别为 6.94%、8.43%、6.10%及 7.10%，占比较小。总体而言，报告期内，公司营业外收支未对公司利润总额产生重大影响。

（十）所得税费用分析

报告期内，公司所得税费用具体情况如下：

单位：万元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	5,863.62	5,957.50	3,934.08	3,240.44
递延所得税调整	-218.64	-437.84	30.36	257.95
合计	5,644.98	5,519.67	3,964.44	3,498.39

报告期内公司享受高新技术企业税收优惠政策，相关税收优惠及批文可参见本招股说明书“第十节 四、（二）税收优惠及批文”。

（十一）非经常性损益情况分析

报告期内，公司非经常性损益具体情况如下表：

单位：元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-117,830.30	19,722.13	918,386.85	-544,667.54

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	24,662,353.81	20,235,980.38	22,102,474.18	12,174,645.14
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	45,493.73	66,023.29	-	63,596.26
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,652,583.13	-37,664.92	-667,768.80	-250,555.23
其他符合非经常性损益定义的损益项目（注）	-	-	-	-45,360,000.00
非经常性损益合计	22,937,434.11	20,284,060.88	22,353,092.23	-33,916,981.37
减：所得税影响数	-3,475,249.00	-3,074,478.01	3,414,266.12	1,739,497.53
非经常性损益净额	19,443,182.50	17,209,582.87	18,938,826.11	-35,656,478.90
其中：影响少数股东损益（税后）	-19,002.61	2,190.00	-	-
影响归属于母公司普通股股东净利润	19,462,185.11	17,207,392.87	18,938,826.11	-35,656,478.90
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	253,735,015.36	263,135,318.60	206,536,267.30	164,592,527.41
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益净额占归属于母公司普通股股东净利润的比重	7.12%	6.14%	8.40%	-27.65%

注：计入当期损益的政府补助具体情况可参见本节“二、（九）1、营业外收入分析”。

从上表可以看到，报告期内，归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益净额占归属于母公司普通股股东净利润的比重有较大波动。2011 年度该比重为负值，其主要是由于当期股份支付费用 4,536 万元计入非经常性损益所致。

报告期内，非经常性损益中影响上述比重指标的因素主要是“非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分”、“计入当期损益的政府补助”

及“其他符合非经常性损益定义的损益项目（股份支付）”三项，其他项目金额较小，对公司净利润影响较小。

三、现金流量及资本性支出分析

（一）现金流量分析

报告期内，公司各类现金流量如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度		2012 年度		2011 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
经营活动产生的现金流量净额	29,048.16	21,896.95	-20.43%	27,520.74	413.67%	5,357.67
投资活动产生的现金流量净额	-22,369.50	-25,539.17	96.46%	-12,999.35	97.62%	-6,577.94
筹资活动产生的现金流量净额	-876.38	-77.79	-98.85%	-6,742.53	762.09%	-782.12
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-104.28	-22.49	N/A	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	5,698.00	-3,742.49	-148.11%	7,778.86	-488.48%	-2,002.39
归属于母公司的净利润	27,319.72	28,034.27	24.33%	22,547.51	74.87%	12,893.60

从上表可以看到，报告期内，经营活动产生的现金流量净额总体增长，但由于公司持续加大投资支出，致使公司 2011 年度及 2013 年度现金及现金等价物净增加额为净流出。

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度		2012 年度		2011 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售商品、提供劳务收到的现金	261,169.92	272,867.06	18.14%	230,979.01	48.04%	156,024.51
收到税费返还	116.40	121.06	N/A	-	-	-

项目	2014年1-9月	2013年度		2012年度		2011年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
收到其他与经营活动有关的现金	5,481.44	5,185.55	-6.07%	5,520.64	20.83%	4,568.93
经营活动现金流入小计	266,767.75	278,173.67	17.62%	236,499.66	47.27%	160,593.44
购买商品、接受劳务支付的现金	179,295.75	197,167.29	26.49%	155,879.80	38.35%	112,667.46
支付给职工以及为职工支付的现金	28,376.19	28,438.25	27.94%	22,228.27	39.15%	15,974.74
支付的各项税费	16,111.18	16,195.49	-6.55%	17,329.84	12.52%	15,402.00
支付其他与经营活动有关的现金	13,936.48	14,475.69	6.90%	13,541.00	20.99%	11,191.57
经营活动现金流出小计	237,719.60	256,276.72	22.63%	208,978.91	34.62%	155,235.77
经营活动产生的现金流量净额	29,048.16	21,896.95	-20.43%	27,520.74	413.67%	5,357.67

报告期内，公司经营活动现金流入及现金流出随着公司经营规模的扩大均呈逐年增长趋势，公司经营活动现金净流量均为净流入，2012年度及2013年度公司经营活动产生的现金流量净额较2011年度有较大幅度增长并保持稳定，主要得益于公司销售收入的增长、前期应收账款的收回及当期预收货款的增加。

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量具体情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
收回投资收到的现金	1,120.00	1,150.00	-	22,508.16
取得投资收益所收到的现金	4.55	6.60		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	62.07	396.39	511.61	179.62
投资活动现金流入小计	1,186.62	1,553.00	511.61	22,687.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,086.12	25,792.17	13,510.96	6,765.72
投资支付的现金	3,470.00	1,300.00	-	22,500.00
投资活动现金流出小计	23,556.12	27,092.17	13,510.96	29,265.72
投资活动产生的现金流量净额	-22,369.50	-25,539.17	-12,999.35	-6,577.94

从上表可以看到，报告期内，公司投资活动产生的现金流量均为净流出，且净流出金额呈上升趋势，这主要是受购建长期资产活动的影响。报告期内，随着公司市场的逐步开拓，公司销售规模逐步扩大，公司逐步加大了各类生产用固定资产、无形资产等长期资产的投入，致使公司投资活动产生的现金净流出逐年增长。

随着公司募集资金投资项目资金逐步投入，公司未来在二至三年内，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金将有所增加。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
吸收投资收到的现金	1,500.00	4,100.00	-	-
取得借款收到的现金	100.50	-	-	2,831.24
收到其他与筹资活动有关的现金	-	442.60	500.54	459.00
筹资活动现金流入小计	1,600.50	4,542.60	500.54	3,290.24
偿还债务支付的现金	-	-	2,831.24	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,476.88	4,500.00	4,255.30	4,002.16
支付其他与筹资活动有关的现金	-	120.39	156.53	70.20
筹资活动现金流出小计	2,476.88	4,620.39	7,243.07	4,072.36
筹资活动产生的现金流量净额	-876.38	-77.79	-6,742.53	-782.12

从上表可以看到，报告期内，公司筹资活动产生的现金流量均为净流出。

2011 年度公司取得借款收到的现金 2,831.24 万元，是公司向交通银行上海奉贤支行借入的短期借款；2011 年度公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金 4,002.16 万元，主要是 2011 年 5 月 6 日，经公司股东会决议通过《公司 2010 年度利润分配预案》，共分配利润 4,000 万元；2011 年度公司收到及支付其他与筹资活动有关的现金，是当期收到及支付技术研发工程专项资金。

2012 年度筹资活动现金净流出与 2011 年度相比有所上升，主要是由于：
①当期全额归还 2011 年度借入的短期借款 2,831.24 万元；②2012 年 3 月 8 日，经公司股东大会决议通过《公司 2011 年度利润分配预案》，共分配利润 4,200.00

万元。

2013 年度公司取得吸收投资收到的现金 4,100.00 万元，主要包括：①成立晨光科力普吸收外部投资收到现金 1,500.00 万元；②成立晨光生活馆吸收外部投资收到现金 2,000.00 万元；③成立江西晨光生活馆吸收外部投资收到现金 200.00 万元，江西晨光生活馆增资吸收外部投资收到现金 400.00 万元。2013 年度公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金 4,500.00 万元，是由于 2013 年 3 月 13 日，经公司股东大会决议通过《公司 2012 年度利润分配预案》，共分配利润 4,500.00 万元。

2014 年 1-9 月公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金 2,476.88 万元，其中 2,475.00 万元系 2013 年中期分红应付公司企业股东现金股利。2014 年 2 月 20 日，上述应付股利款项已全额支付完毕。

（二）最近三年主要资本性支出情况

报告期内，公司的重大资本性支出情况如下所示：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产原值净增加（注）	1,826.53	8.26%	2,127.68	9.44%	1,302.18	7.95%	2,970.84	61.98%
在建工程增加	19,056.13	86.21%	19,925.55	88.45%	7,653.46	46.74%	1,447.04	30.19%
其中：待验收固定资产	7,253.60	32.82%	6,151.58	27.31%	2,670.97	16.31%	1,342.12	28.00%
书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目	11,171.44	50.54%	12,696.13	56.36%	4,220.94	25.78%	104.91	2.19%
无形资产增加	1,221.60	5.53%	475.12	2.11%	7,418.87	45.31%	375.10	7.83%
其中：土地使用权	-	-	-	-	6,619.58	40.43%	-	-
形象标识使用权	919.20	4.16%	48.30	0.21%	550.79	3.36%	220.00	4.59%
电脑软件	123.03	0.56%	421.76	1.87%	231.78	1.42%	142.36	2.97%
资本性支出合计	22,104.26	100.00%	22,528.35	100.00%	16,374.51	100.00%	4,792.98	100.00%

注：固定资产原值净增加=当期固定资产原值增加额-当期在建工程转入固定资产原值。

报告期内，公司的重大资本性支出主要是在建工程的增加，主要包括待验收固定资产及“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”等支出。

（三）未来可预见的重大资本性支出计划和资金需要量

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金有关投资外，发行人无其他可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”相关内容。

四、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的差异情况

报告期内，公司重大会计政策及会计估计与可比上市公司基本一致，不存在较大差异。根据目前国家法律法规，公司重大会计政策及会计估计不需要进行变更，公司不会因为重大会计政策或会计估计的差异或变更而对公司利润产生影响。

五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在可能或已经影响公司财务状况、盈利能力及持续经营的重大诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况趋势

报告期内，公司资产质量较好，资产结构中流动资产和非流动资产结构均较稳定。

公司流动资产主要为货币资金、应收账款及存货。报告期内，公司随着渠道建设的推进，公司规范了信用政策，按照各省级经销商的销售规模、资金实力及信用等级的不同，给予其不同的信用额度和账期，应收账款有所增长，但应收账款周转速度远高于可比公司，且 99.70%的应收账款账龄在一年以内；公司实行的是以销定产的生产模式，通常保持供一个月销售的库存商品作为安全库存，故而

存货随主营业务收入增长而增长，但其安全性较高。在未来，公司仍将执行现行应收账款和存货政策。因此，公司未来流动资产结构将基本保持稳定，且发生坏账或存货减值的可能性较小。

公司非流动资产主要为生产用机器设备等固定资产及土地使用权等无形资产。目前，公司各项固定资产及无形资产运营情况良好，均为公司主营业务所需资产，不存在资产减值迹象。

本次募集资金投资项目顺利实施后，公司固定资产及无形资产金额将会进一步提高。同时，由于募集资金投资项目建成投产后需要配备一定的流动资金，且新增的产量将会促进存货及应收项目金额的增加，故流动资产金额亦将进一步提高，公司流动资产和固定资产仍将维持相对合理的水平。

公司资产负债结构良好，随着募集资金的到位及经营业绩的快速发展，资产负债率将进一步降低，公司的资产负债结构将持续优化。

（二）盈利能力趋势

国内文具市场需求将进一步增加，公司在营销网络、新品研发和品质控制等方面均具有较强优势，公司营业收入可望以高于行业平均水平的速度增长。

同时，通过多年来营销网络建设，公司在市场上拥有较强的定价能力，毛利率可望保持稳中有升的态势，盈利能力较强。

（三）未来影响公司财务状况和盈利能力的因素

1、文具行业仍将保持较为快速的增长势头

文具行业是典型的“小产品、大市场”。近年来，国内文具市场规模快速增长，但是，与美国、日本等经济发达、文具消费成熟的国家相比，目前的国内文具消费市场容量还有很大的提升空间，随着国家对教育投入力度的加大、文化产业大发展的政策支持、居民人均可支配收入的持续增长以及城镇化水平进一步提升，国内文具市场规模将持续增长，对公司的盈利能力产生积极的影响。

2、公司创新能力进一步提高

公司一直致力于产品的技术创新和设计创新。技术研发也是晨光文具的核心

竞争优势之一。公司将继续提高和完善创新体系及创新机制，继续加大对新产品的创新研发及资金投入，公司未来盈利能力必将得到进一步的提升。

3、募集资金投资项目的顺利实施

本次公开发行股票募集资金到位后，募集资金投资项目的顺利实施将继续扩大公司生产规模，继续增强产品研发创新能力，更进一步的完善营销网络和改善公司资产结构，公司未来盈利规模与盈利能力必将得到进一步的提升。

七、股东未来分红回报分析

（一）董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由

2014 年 1 月 26 日，公司召开第二届董事会第十四次会议，对股东回报事宜进行了专项研究论证，审议并通过了《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）的议案》。

公司作为一家“整合创意价值与服务优势的综合文具供应商”，系文具内销市场的龙头企业。公司凭借强大的研发实力和持续优秀的质量控制能力，与下游客户结成了长期稳定、相互依存的合作关系。公司具有较强的盈利能力和资金管理能力，有足够能力给予股东持续、稳定、合理的回报。公司资产负债率合理，生产经营较为稳健，通过经营积累、债权融资以及本次发行募集资金可以获得现阶段发展所需资金。

公司本次发行上市后，将通过募集资金投资项目的建设，进一步扩大公司产品生产规模，完善和丰富产品系列，优化产品结构，提升产品的市场占有率，巩固和加强公司在文具行业中的竞争地位，进一步增强公司盈利能力，为股东创造更大的价值，与股东共享公司成长收益。

2011 年度至 2013 年度，母公司实现净利润分别为 14,130.04 万元、20,119.26 万元及 28,100.74 万元，母公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,830.07 万元、23,224.91 万元及 31,405.84 万元。公司有能力给予股东合理回报，也有充足的现金流保证未来对股东的现金股利分配。

（二）公司利润分配政策制定时的主要考虑因素及已经履行的决策程序

1、主要考虑因素

2014 年至 2016 年具体股利分配计划的制定着眼于公司现阶段经营和未来可持续发展，以保证利润分配政策的连续性和稳定性为目的，综合分析并充分考虑以下重要因素：

（1）公司经营发展的实际情况

公司自身经营业绩良好，自设立以来持续盈利。公司将根据当年实际经营情况制定相对持续和稳定的股利分配政策。

（2）公司所处的发展阶段

公司目前正处在快速发展阶段。公司将充分考虑目前所处发展阶段的影响因素，使股利分配政策能够满足公司的正常经营和可持续发展。

（3）股东要求和意愿

公司的股利分配政策还将充分考虑各股东的要求和意愿，既重视对投资者的合理投资回报，也兼顾投资者对公司持续快速发展的期望。

（4）现金流量状况

稳定的现金流状况将对公司未来继续实施积极的现金分红政策提供有力的保证。公司将根据当年的实际现金流情况，在保证最低现金分红比例的基础上，确定具体的分红方案。

（5）社会资金成本和外部融资环境

公司现有融资渠道主要以银行贷款为主；公司上市后，还可以通过证券市场发行新股、可转换公司债券以及公司债券等方式进行融资。公司在确定股利分配政策时，将全面考虑来自各种融资渠道的资金规模和成本高低，使股利分配政策与公司合理的资本结构、资本成本相适应。

（6）本次发行融资的使用情况

公司本次发行获得的募集资金到位后，公司将在确保募集资金取得良好投资效益和使用效率的基础上制定合理的股利分配政策。

2、已经履行的决策程序

2014年1月26日，公司召开第二届董事会第十四次会议及第二届监事会第六次会议，分别审议并通过了《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）的议案》。

2014年3月7日，公司2013年年度股东大会审议通过了《关于公司未来三年分红回报规划（2014-2016）的议案》。

（三）未来三年具体利润分配计划

1、具体分配计划

2014年至2016年是实现公司发展战略的重要时期，公司的持续发展需要股东的大力支持，因此公司将在关注自身发展的同时注重股东回报。2014年至2016年，如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司计划每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的20%。

若公司营业收入增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

根据公司未来发展规划及对公司所处行业发展阶段的判断，公司目前正处于成长期，且公司未来三年内将继续扩大现有优势产品的生产规模、加大新产品研发力度、积极寻求产业并购机会，董事会认为未来三年公司发展阶段属成长期，倘若届时有重大资金支出安排，则公司未来三年内在进行利润分配时，现金分红在当次利润分配中所占比例最低应达到20%；倘若届时无重大资金支出安排，则公司未来三年内在进行利润分配时，现金分红在当次利润分配中所占比例最低应达到30%。

前述重大投资计划或者重大现金支出指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且超过5,000万元；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

满足上述条件的重大投资计划或者重大现金支出须由董事会审议后提交股东大会审议批准。

2、确定20%为现金分红最低比例的原因和依据

公司确定未来现金分红的最低比例为 20%。公司认为，股东回报规划旨在建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持公司股利分配政策的连续性和稳定性，树立良好的资本市场形象，公司分红回报规划及未来最低现金分红比例着眼于公司长远和可持续发展，公司在综合分析公司经营发展实际、外部融资环境、目前及未来盈利规模、现金流量状况等基础上，考虑了股东的意愿和要求，衡量了过去三年公司所承担的社会资金成本等因素后确定的，未来 20%的现金分红最低比例是符合公司股东整体利益及公司长远发展的。

3、未分配利润的用途

公司当年利润分配完成后留存的未分配利润主要用于与主营业务相关的对外投资、收购资产、购买设备等重大投资及现金支出，逐步扩大经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤的实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

（四）未来三年具体股利分配计划的实施程序

在每个会计年度结束后，公司董事会结合具体经营数据、充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事（如有）的意见，提出年度（或中期）具体的利润分配预案，并提交股东大会表决。公司接受所有股东对公司利润分配的建议和监督。

利润分配预案通过股东大会审议后，董事会在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发。

（五）未来具体股利分配计划的制订或调整事项

公司遵循相对稳定的股利分配政策，在此原则下，公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策以及公司未来盈利和现金流预测情况每三年制定或修订一次利润分配规划和计划，并对公司即时生效的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划。同时，公司董事会在经营环境或公司经营情况发生重大变化等情况下，可根据实际经营情况对具体股利分配计划提出

必要的调整方案，但公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。未来具体股利分配计划的制订或调整仍需注重股东特别是中小股东的意见，由董事会提出，独立董事对此发表独立意见，公司监事会对此进行审核并提出书面审核意见，并交股东大会进行表决。

（六）公司长期回报规划的具体内容，以及规划制定时主要考虑因素

公司长期回报规划应根据公司的总体发展战略、未来经营发展规划及可预见的重大资本性支出情况，结合融资环境及成本的分析，在综合考虑公司现金流状况、目前及未来盈利情况、日常经营所需资金及公司所处的发展阶段带来的投资需求等因素后制订，应兼具股利政策的稳定性和实施的可行性。

同时，公司长期回报规划应充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营和业务发展的前提下，以现金分红为主要形式向投资者提供回报，每年现金分配比例以不低于当年实现的可分配利润的 20% 为原则，若公司净利润快速增长，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

八、财务报告审计截止日后的主要经营情况

2014年10月，本公司继续保持良好的经营态势，采购模式、生产模式及销售模式等经营模式未发生重大变化，主要产品销售价格未进行重大调整，公司主要税收政策与报告期相比，未发生重大变化，未出现影响公司正常经营的其他重大不利因素。

（一）2014年10月采购情况

1、主要原材料采购情况

主要原材料	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
笔头	33,470.58	0.0521	255,952.85	0.0522	303,689.40	0.0537

主要原材料	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
墨水	17.13	59.3840	198.37	59.3747	236.10	59.6211
塑料原粒	99.35	16.6723	915.67	16.6244	826.24	16.6280

注：笔头数量单位为“万粒”，单价为“元/粒”；墨水及塑料原粒数量单位为“万公斤”，单价为“元/公斤”

2、主要供应商情况

日期	序号	供应商名称	采购额（万元）
2014 年 10 月	1	日本 Asia Associates, Inc	475.62
	2	广东晨光文具有限公司	472.96
	3	温州金马文具用品制造有限公司	400.89
	4	瑞士 PREMEC 公司	343.77
	5	上海天聚塑化有限公司	326.67
	合计		2,019.91
2014 年 1-9 月	1	日本 Asia Associates, Inc	5,870.71
	2	广东晨光文具有限公司	3,990.10
	3	瑞士 PREMEC 公司	3,516.96
	4	上海兆方文具有限公司	3,154.62
	5	上海天聚塑化有限公司	3,095.74
	合计		19,628.12
2013 年	1	日本 Asia Associates, Inc	9,151.18
	2	瑞士 PREMEC 公司	6,854.79
	3	广东晨光文具有限公司	4,409.94
	4	上海盈洲包装制品有限公司	3,590.64
	5	上海兆方文具有限公司	3,560.70
	合计		27,567.26

（二）2014年10月生产情况

1、主要产品产量情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月	2014 年 1-9 月	2013 年度
书写工具	12,188	131,456	134,446
学生文具	17,672	191,390	203,952
办公文具	3,486	36,897	34,783
其他	426	4,778	4,802

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

2、主要产品自产生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月			2014 年 1-9 月			2013 年度		
	产能	自产产量	产能利用率	产能	自产产量	产能利用率	产能	自产产量	产能利用率
书写工具	12,056	12,188	101.10%	113,000	131,456	116.33%	125,000	134,446	107.56%
学生文具	14,767	14,843	100.51%	150,000	160,529	107.02%	170,000	172,415	101.42%
办公文具	1,547	1,602	103.60%	15,500	16,791	108.33%	16,800	16,851	100.30%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

3、主要产品OEM委外生产情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	OEM 委外生产量	占总产量的比例	OEM 委外生产量	占总产量的比例	OEM 委外生产量	占总产量的比例
书写工具	-	-	-	-	-	-
学生文具	2,829	16.01%	30,861	16.12%	31,537	15.46%
办公文具	1,884	54.04%	20,106	54.49%	17,932	51.55%
其他	426	100%	4,778	100%	4,802	100%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

（三）2014年10月销售情况

1、主要产品销售情况

（1）主要产品的产销情况

单位：万支/个/台/本/盒等

产品	2014 年 10 月			2014 年 1-9 月			2013 年度		
	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率	销量	产量	产销率
书写工具	11,946	12,188	98.02%	126,232	131,456	96.03%	128,638	134,446	95.68%
学生文具	17,217	17,672	97.43%	184,239	191,390	96.26%	197,293	203,952	96.74%
办公文具	3,460	3,486	99.27%	35,702	36,897	96.76%	33,402	34,783	96.03%
其他	420	426	98.71%	4,636	4,778	97.03%	4,636	4,802	96.54%

注：以上学生文具及办公文具不包括代理产品

（2）主要产品的销售单价情况

项目	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
书写工具	0.8402	2.26%	0.8219	0.04%	0.8216
学生文具（自产）	0.2845	-3.33%	0.2941	-0.07%	0.2943
办公文具（自产）	1.2755	0.30%	1.2714	-0.02%	1.2717
其他	1.2518	-0.15%	1.2534	-0.02%	1.2537

2014 年 10 月，公司未对主要产品的销售单价进行重大调整，因此，公司主要产品的销售平均单价与上期保持基本稳定。

（3）主要产品销售收入情况

单位：万元

产品	2014 年 10 月		2014 年 1-9 月		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
书写工具	10,037.25	45.06%	103,750.25	44.44%	105,687.84	44.99%
学生文具	6,381.43	28.65%	70,169.36	30.06%	73,255.24	31.18%

其中：代理产品	201.34	0.90%	2,034.13	0.87%	965.85	0.41%
办公文具	5,330.66	23.93%	53,732.13	23.02%	50,150.99	21.35%
其中：代理产品	1,063.16	4.77%	10,026.12	4.29%	9,250.82	3.94%
其他	526.34	2.36%	5,811.28	2.49%	5,812.82	2.47%
合计	22,275.68	100.00%	233,463.02	100.00%	234,906.89	100.00%

2、主要客户情况

日期	序号	客户名称	销售额（万元）（注）
2014 年 10 月	1	山东晨光文具有限责任公司	1,339.61
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	1,339.38
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	1,068.60
	4	北京中韩晨光文具礼品有限公司	1,018.07
	5	湖南晨光文具礼品有限公司	880.78
	合计		5,646.44
2014 年 1-9 月	1	山东晨光文具有限责任公司	16,654.70
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	12,506.89
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	11,534.14
	4	湖南晨光文具礼品有限公司	9,309.75
	5	北京中韩晨光文具礼品有限公司	8,760.75
	合计		58,766.23
2013 年	1	山东晨光文具有限责任公司	15,182.01
	2	南京兆晨文具用品销售有限公司	12,488.53
	3	石家庄晨光文具礼品有限公司	10,058.35
	4	北京中韩晨光文具礼品有限公司	9,215.02
	5	湖南晨光文具礼品有限公司	8,428.51
	合计		55,372.42

注：含其控制主体的合并数。

（四）2014年10月税收政策

经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局及上海市地方税务局批准，公司于 2010 年 12 月 9 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201031000327，有效期为三年。晨光文具自 2010 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日减按 15%征收企业所得税。

2013 年 11 月 19 日，公司再次被认定为国家高新技术企业并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GF201331000403，有效期为三年。因此，公司 2014 年 10 月按 15%缴纳企业所得税。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略及经营目标

（一）公司发展战略的背景

晨光多年来砥砺前行，在成功打造M&G晨光品牌、逐步树立国内文具市场领先地位的同时，将“成为世界级的文具品牌”作为自身的历史使命。然而，在进一步扩大国内市场的领先优势、并逐步缩小与跨国一流文具企业的差距方面，晨光依然任重而道远。展望未来，中国不断增长的文具需求为公司的长远发展提供了良好的市场环境；高度分散、无牌杂牌企业林立的行业格局赋予公司进一步提升行业领导地位的历史机遇；渠道的升级、产业链的延伸为公司的长远发展打造了更广阔的市场空间；而与国际一流文具企业的差距则为公司在长期发展战略的指导下、勇攀新的高峰注入了强大动力；

1、从消费需求来看，中国文具市场潜力巨大，增长势头有望继续保持

近 10 多年以来，在国家对教育的投入加大、文化产业大发展、居民可支配收入提高、城镇化进程逐步推进等因素的驱动下，国内文具行业消费群体日益扩大、产品不断丰富，呈现健康快速的增长态势。据中国制笔协会的统计，目前，国内文具市场的整体规模已达 1,500 亿元。但是，另一方面，从与国际市场的对比来看，中国人均文具消费额约仅为 105 元/年，而全球平均人均消费水平约为 240 元/年；作为一个传统的文化大国，中国的文具市场需求依然有很大的发展空间。

从文具行业自身的消费趋势来看，随着购买力的提高、品牌意识的增强，消费者对文具创意及个性的要求不断加强、对高端文具的认可度逐步提高，这将进一步拓展文具行业的外延，推动行业需求容量的扩大，有力地支撑国内文具市场的增长势头。据 Intellinb 咨询公司预测，国内文具市场规模未来几年内将继续保持不低于 20%的年增速水平。中国不断增长的文具需求将为公司的长远发展提供良好的市场环境。

2、从生产企业来看，文具行业高度分散，集中度提高将成大势所趋

目前，国内文具行业高度分散，生产企业多，平均规模小，行业集中度很低。据统计，国内目前有约 8,000 家文具制造企业，分散于各个文具品类；按照中国制笔协会文具行业 1,500 亿的市场规模推算，平均单个企业销售规模仅为约 900 万元。在产品品类达上千种的各细分文具市场，绝大多数细分市场尚未出现拥有明显领先优势的龙头企业；从整体而言，文具行业的集中度很低。

从行业发展阶段来看，目前这一高度分散的行业格局的形成有其历史原因。但是，展望未来，随着中国制造业人工成本优势的逐步减弱、消费者对品牌和质量意识逐步加强、对文具时尚感和流行性要求的逐步提高，国内文具行业必将迎来新的机遇和挑战，行业集中度的提高已成大势所趋。行业整合空间的逐步打开，成为公司实现进一步跨越、不断提升行业领导地位的历史机遇。

3、零售网络的升级、产业链的延伸，将推动品牌企业实现更大发展

在国内许多消费品子行业，已经出现了众多品牌企业在已经建立的品牌优势和产品优势的基础上、借助于渠道的拓展和延伸，成功推动公司实现飞跃发展。随着晨光对国内文具终端消费市场的理解逐步加深，晨光也正致力于进一步推进零售网络的改造升级，逐步延伸产业链，充分发挥公司已经确立的品牌优势和管理优势，借助于营销网络所带来的增值，为公司的长远发展进一步打造更广阔的市场空间。

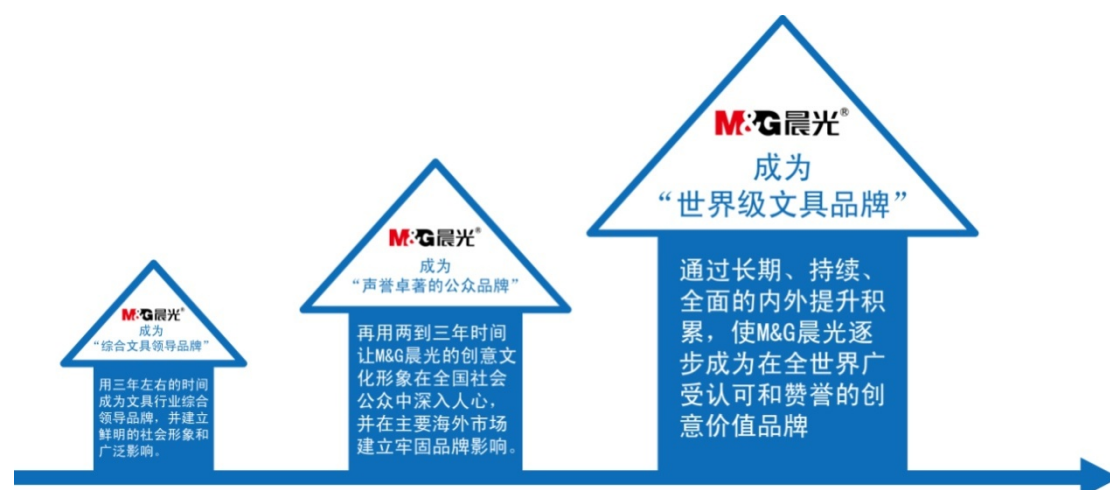
4、与国际一流文具企业相比，国内领先文具企业成长空间巨大

发达国家的文具行业起步较早、发展较为成熟，在多年的发展演变过程中，已形成较为稳定的行业格局，少数一流文具企业占据了行业的主要市场份额，牢牢树立了行业领先地位。专注于零售渠道经营的 Staples，作为全球最大的办公用品零售商，2013 年销售收入达 231.14 亿美元；专注于自有品牌产品生产的 BIC，作为全球第二大书写工具制造商，2013 年的销售收入则为 25.08 亿美元。晨光与这些国际优秀文具企业相比，尽管发展速度较快，但在企业规模、品牌的国际影响力等方面的差距还十分巨大。从长远来看，随着公司不断巩固在国内市场的领先地位、并逐步打造世界级的文具品牌，晨光在国际文具行业拥有十分可观的发展空间。

（二）公司发展战略

渠道的持续扩充与升级是公司的核心发展战略，在此基础上，进一步扩大文具主业销售规模，在各细分文具市场均确立明显的竞争优势，最终将公司打造为在市场、品牌、研发、制造及供应链管理等多个方面均具有国际先进水平的世界级文具企业。公司品牌发展愿景分为三个阶段：

图：公司品牌发展愿景



1、市场方面

重点还是对现有营销网络进行升级和扩充，并且，将逐渐加强大客户的挖掘和直营渠道的建设，包括大型直营旗舰店、办公直销与目录直销等渠道的建设，提高“一站式服务”产品销售的比例；同时，公司将积极进行 O2O(online to offline) 电子商务模式的探索，引领文具行业营销模式的又一次重大突破。

2、品牌方面

公司将进一步加强品牌策划和推广，优化并拓展品牌宣传渠道，将经营活动与环保、公益充分结合，充分挖掘文化内涵和市场主题，更好地提升公司的整体形象。

3、研发方面

一方面，通过整合产品企划流程，进一步优化产品规划和产品品类的设计开发，加大消费新领域的挖掘；另一方面，继续对产品结构、模具开发、基础材料进行研发，确保公司在产品品质方面的持续领先。

4、制造方面

在制造规模扩大的同时，进一步优化生产工艺，不断提高装配机械化生产比

例，不断提升精细化生产与管理水平，并在中长期内实现生产基地的战略转移；在加大新品类自主制造力度的同时，借助品牌优势、渠道优势和设计研发优势，加大新品类尤其是办公文具的 OEM 委外生产，扩大销售规模。

5、供应链管理方面

公司将进一步整合公司在产业链上各环节的资源优势，并通过构建一体化信息系统和建立供应链预测管理体系，持续提升公司对市场的快速反应能力和资源整合能力。

（三）公司的经营目标

1、发行当年和未来两年内

发行当年和未来两年内，公司计划完成现有产品的产能扩充、新产品开发、核心技术和材料的研发、12,000 家样板店升级为加盟店、样板店店招及 4S 店的升级等募集资金投资项目的建设，以保证公司在此期间实现：

（1）销售规模继续保持每年两位数的增速，不断缩小公司营收规模与跨国知名文具企业营收规模的差距；

（2）将书写工具、学生文具领域的优势延续到办公文具领域，进一步提升公司在国内办公文具市场的品牌影响力；

（3）继续保持公司在书写工具、学生文具细分市场的领先地位。

2、未来五年内

（1）继续巩固和提升书写工具市场份额，国内书写工具市场占有率增长 100%；

（2）学生文具业务收入快速增长，年均增速在 30%以上；

（3）进一步提升办公文具在主营业务收入中的比重，实现在现有基础上办公文具主营业务收入占比增长约 100%。

二、公司业务发展规划

（一）营销网络建设计划

公司将继续强化扩充“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，

并积极进行 O2O 电子商务模式和办公直销模式的探索和突破。

（1）对现有营销网络进行升级扩充

公司将加大对现有各级经销商的资金、技术投入和扶持力度，继续巩固双方合作关系并加大其开发区域市场的力度。通过投入资金对各级合作伙伴的 4S 店进行店招、货柜、信息系统等经营条件的改进和升级，改善其服务环境，增强经销商品牌宣传、货物中转、销售信息统计与反馈的功能。通过加盟店“统一定位、统一品牌、统一管理、统一采购、统一配送、统一服务”，大幅提升公司产品单店销售收入和销售利润。在样板店方面，公司计划对 4.5 万家现有及新增样板店的店招进行升级，进一步提升公司整体形象和品牌知名度；同时，公司计划继续在未覆盖的潜力市场挖掘新的样板店合作伙伴，在样板店不断升级为加盟店的同时继续对样板店进行新增扩充，继续保持公司在国内文具零售终端覆盖度的优势地位，进一步缩小公司与国际大型文具销售商的规模差距。

对于海外市场，公司将加大在亚洲、欧洲、北美等地区的市场开发力度，在重点开发区域设立办事处，加大自有品牌在世界范围内的销售比例，扩大 M:G 晨光品牌在全球的知名度和影响力。

（2）充分利用现有实体营销网络优势，进行 O2O 电子商务模式的探索

O2O 是一种新诞生的电子商务模式，即“Online To Offline”（“线上到线下”的简写），该模式核心特点就是客户在线完成支付购买，在线下实体店进行实际消费，而传统的 B2B、C2C 电子商务模式则是将在线购买商品通过物流的方式送至消费者手中。O2O 模式有利于线下实体店进行宣传和提高服务质量，打破实体门店有效经营时间短、经营面积有限的时间空间二维束缚，进行 O2O 模式的探索，是公司把握市场消费趋势进入电子商务最佳利刃。通过公司现有的线下零售终端和物流体系，公司拥有可接触消费人群广和物流成本低的两大优势，可大大降低赢得线上有效客户的成本，从而实现在成本小幅增加的情况下，大幅提升线下实体店的单店销售收入和销售利润的业务目标。O2O 电子商务模式是对现有线下营销模式的重要补充。

（3）探索直营旗舰大店业务模式

2012 年起，公司开始起步和探索直营旗舰大店——“晨光生活馆”主题旗舰大店的业务模式。“晨光生活馆”主题旗舰大店是在传统文具的基础上，融合市场的

流行元素和汇聚不同流行文化与风格，以学生、年轻白领为主要消费群，提供文具、礼品、饰品及生活用品等大类商品，是学习生活相关的“全品类一站式”文化时尚购物场所。

作为文具行业一种全新模式的探索，晨光生活馆精确选址，对于目标受众有着精准的定位，发挥公司供应链整合优势，并在行业终端上进行创新性的尝试。年轻的文具用户对于晨光品牌拥有较强的忠诚度，也具备相当的购买力。因此，晨光生活馆无论在店面设计、店型规划还是商品结构上都针对这类特点鲜明的受众量体裁衣，度身打造。渠道管理方面，在构建自营渠道的基础上，通过品牌授权、特许经营等方式，与一批优质合作伙伴共享资源，共同发展。针对文具、礼品饰品行业市场规模潜力巨大、但零售终端普遍以缺乏购物体验的小店形式经营的特点，致力于打造标准化运营管理的生活馆终端体验。

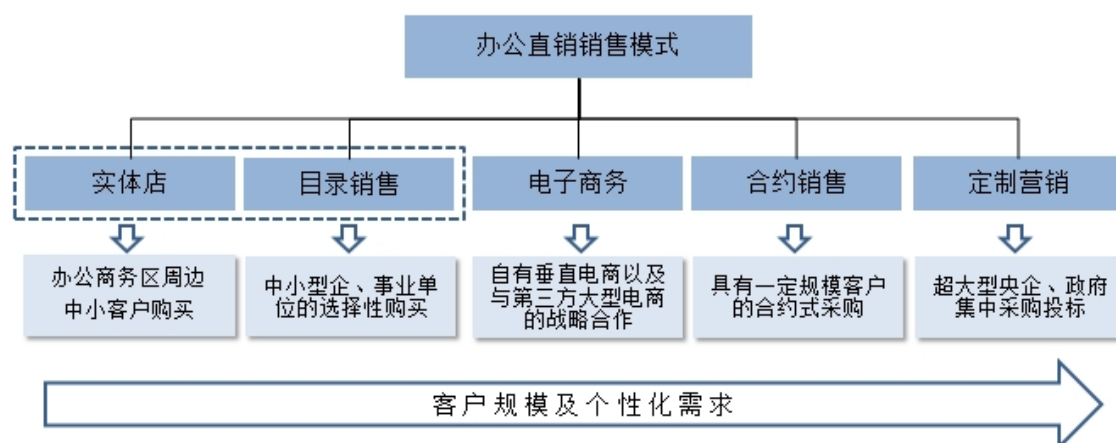
直营旗舰大店业务模式的探索，是公司从传统分销模式向现代零售领域延展的尝试，是对公司现有渠道网络的有力补充。

（二）办公直销业务拓展计划

2012年12月5日，公司成立了控股子公司晨光科力普，具体负责公司的办公直销业务。

在国外发达市场，办公用品直销行业已属于相对较为成熟的行业，市场集中度较高，少数几家超大型企业（如史泰博、欧迪等）拥有较高的市场份额和较好的经济效益。相对而言，国内办公直销市场正处在发展阶段，市场集中度较低，相关企业的规模化、专业化水平较低。但是，办公用品直销市场空间广阔，孕育着巨大的发展机遇。公司发展办公直销业务一方面可以对现有业务形成有效互补与促进，带动公司书写工具、办公文具在办公机构的销售，更为重要的是办公直销业务带给公司的增量营收和效益，能带动公司经营规模的跨越式发展，提升公司经营效益；一站式的供应模式也能全面提高公司商品采购和组织能力、物流配送能力和服务能力，从而增强公司的综合竞争力。

根据客户的规模大小和个性化需求不同，公司未来规划的销售模式如下图所示：



公司致力成为国内办公直销行业的领先企业，初步计划未来几年在现有基础上逐步扩大办公直销业务规模。目前公司已开展电子商务、合约销售及定制营销的直销业务，初步探索了采购和销售模式，有效地宣传了公司办公直销品牌；未来，公司将逐步完善办公直销销售模式，适时开拓线下实体店及目录销售模式，同时，逐步提升公司合约销售及定制营销模式的客户服务广度及深度，根据客户的规模大小和个性化需求不同，深度挖掘各类客户需求，不断提高客户服务质量。

（三）品牌文化建设计划

晨光文具通过不断整合本土优势和全球优势，在为消费者提供优质文具产品的同时，传播晨光领先的品牌文化，通过多年精心打造的M&G晨光品牌，已经成为行业内公认的领先品牌。晨光品牌文化，是融合了中国传统文化与现代企业精神的精髓，晨光品牌所倡导的创意精神、分享精神、进取意识、责任意识，已经成为全球知名企业的共识。为配合公司致力于打造全球知名文具企业的发展战略，公司将重点从合理规划品牌架构和深化品牌运营两个方面对公司品牌文化进行建设。

在品牌架构规划方面，目前已经形成了公司、业务、产品三个完整的品牌层次，属于“单一品牌架构模式”，但总体来看，公司、业务品牌完全重合，品牌架构规划不够明显。公司计划在未来采用“整体统一、局部多样”的伞形品牌架构模式，在业务品牌上增加背书和独立品牌，在产品品牌上明晰、丰富、规范品牌形式。采用与目前品牌架构类似的“整体统一、局部多样”架构模式，有利于现有品牌影响的延续，同时可有效支持多品类扩展，适合晨光“围绕文具主业相关多元

化”的发展战略。新型品牌架构的建设可描述为：对于现有的主营业务继续沿用现有的“统一品牌”模式；未来出现与文具主业关联又需突出特殊属性的新业务，采取产品背书形式，即“晨光+新业务品牌+新业务名称”的形式；未来出现与现有主业差异较大、需要完全隔离的新业务，采取独立品牌形式，以避免与现有业务品牌的相互影响，降低不必要的品牌运营风险。

在品牌资源引入方面将更多考虑多样化、成人化，不仅仅局限于目前引入较多的卡通形象，并推出更多公司自己打造的品牌形象，在条件成熟时尝试对外授权M:G晨光品牌，扩大品牌影响力。通过积极参与慈善公益、环保节能活动及高端文化活动，体现公司以人为本、传播文化的企业理念和企业公民责任，增加品牌美誉度和社会影响力。

（四）产品设计计划

在不断优化产品品类结构，持续提升目标消费人群的需求满足度的同时，一方面，依托公司在学生消费群体的强大品牌影响力，开拓学生精品文具，不断提升产品附加价值和产品差异化特质从而进一步提升公司产品毛利率水平；另一方面，依托全品类开发优势，针对具有成长潜力的细分目标市场，将子产品线发展成为子品牌，使得产品成功不仅体现在产品销售贡献上，更能够持续在品牌上进行沉淀。

晨光目前在上海已拥有一个国际化的、庞大的设计中心，设计师团队涵盖中国、韩国、台湾等国家和地区的优秀设计师，未来将投入更大力量，继续完善与巩固一支高水平设计师团队。同时，借助外部设计资源，通过加强与优秀独立设计师、外部设计团队和高校的合作，加入更多创新灵感，最终形成一个跨国界、跨领域的多元化设计平台，从而使得公司拥有源源不断的创新力，始终保持公司在行业内的新产品研发优势。

（五）技术开发和创新计划

公司将根据实际情况逐步加大技术研发力度，同时本次部分募集资金也将投入，重点进行核心生产技术和基础材料的研发、产品结构的改进，提高产品使用性能，保持公司生产技术和产品品质的领先地位；大力采用新工艺、新技术、新

设备、新材料，加快技术改造，不断提高加工过程中的自动化程度和技术装备水平，提升企业生产效率，降低生产成本；积极研发再生资源环保型产品，节约资源，创造绿色增长。

公司将重点进行书写工具基础材料的技术研发。公司已于 2011 年 9 月建立上海制笔工程技术研究中心，计划通过 3 年时间的改进与完善，将上海制笔工程技术研究中心升级成为国家级的制笔行业工程技术研究中心。技术研究中心通过对前沿设计理论的跟踪研究，对重点核心技术进行攻坚突破，目前已基本掌握书写工具笔头的生产技术。除此之外，公司将继续进行对高品质墨水、塑料等基础原材料的生产进行攻克，尽快缩小本公司与日本、德国等先进制笔企业在核心技术方面的差距。

同时，公司将进一步加大技术改造力度，提高公司技术装备水平。未来三年内，公司将集中人力、物力和财力，并充分利用本次股票发行的募集资金，加大技改投入，引进国外高精度模具开发设备，快速提升公司整体工艺装备水平，推动企业工艺结构、产品结构的优化和整体装备水平的升级换代；同时公司还将投资引进自动化程度较高的装配设备，使设备的机械化水平进一步得到提升。

（六）生产扩充与布局计划

公司拟利用募集资金投资项目来扩大现有书写工具的生产能力，项目达产后，公司书写工具的产能增长近一倍左右，从而更好满足国内消费者对高品质书写工具不断增长的需求。此外，公司将进一步做精做深现有产品品类，向专业性更强的细分市场发展，例如专业级绘画工具和签字系列书写工具等。

目前，公司的产能集中在华东地区，考虑到上述区域因劳动力成本、物流成本、能源成本等上升导致的不利影响，公司计划在中长期内实现生产基地由现有区域向华中、华北、西北、西南等地区进行合理产业梯队转移的策略。该策略的实施一方面可以降低公司生产成本，提高公司盈利能力；另一方面，可以使生产更加贴近客户群体，当地的生产基地可以在最短的时间内对该区域内产品的需求变动和流行趋势做出反应，为公司在市场竞争中赢得有利地位。

（七）人力发展计划

人才是公司业务持续发展的原动力，是企业活力的源泉，公司始终把员工当作与企业共同发展主体，努力营造全员学习的良好氛围，为员工搭建发挥才能的平台，使其各展其长，充分互补，共创知识型、学习型团队。公司计划在未来三年内，通过自身培养和引进的方式，发展一批技术和管理骨干人才，并不断完善和优化人才结构。

1、人才引进与培养：随着公司的规模日益扩大，通过对外招聘进行人才引进势在必行，公司将分析未来战略目标与现有人员配置情况之间的差距识别招聘需求，通过校园招聘和社会招聘挑选最适合企业发展的优秀人才，尤其是设计研发人员和技术研发人员，必须具备较高的专业素养和与时俱进的构思。

2、实施竞争性的薪酬策略：公司针对不同岗位、不同层级的人员采用不同的考核方式，通过建立和完善具有竞争性的薪酬福利、绩效考核体系和激励体系，吸引各类专业人才，并形成良性内部竞争，激发员工潜能，提升员工的积极性和主动性，打造稳定发展的专业团队，确保公司绩效的不断提高。

3、员工学习与发展：随着业务的发展，公司的现有人员专业水平需要得到进一步的更新与提升，业务能力的进一步强化。通过包括内部交流培训，外部人员授课和到国外先进企业和公司进行学习等在内的全公司从高级管理人员到销售业务人员的一整套培训计划，使得在职人员能不断适应公司的发展需求，继续保持公司的人才竞争力。

（八）信息系统升级计划

企业信息系统能够帮助企业实现计划、采购、生产、物流、销售等各方面信息资源的高效利用。随着信息化技术在文具行业的广泛运用，信息化建设已成为企业提升企业竞争力的重要手段。面对公司业务的不增长，管理的日趋复杂，公司计划在未来三年内全面推进以 ERP 为核心的各业务管理信息项目建设，不断提高公司供应链管理水。同时，公司将加大投入，帮助各级经销商和加盟店进行信息化升级，更加准确、及时地向公司进行产品销售情况的反馈，加强公司对渠道的有效管理，帮助公司更好地制定产品设计方案和生产计划。

通过信息化系统的升级，全面提升公司对业务数据的集成管理与科学应用能力，进一步整合业务体系和优化业务流程，降低运营成本，改善内外部信息沟通

渠道，提高供应链管理水平和市场快速应对能力，增强营销渠道掌控能力，有效推动财务、业务一体化进程，从而进一步提升公司的核心竞争力。

三、拟定上述计划依据的假设条件及主要困难

（一）假设条件

公司上述的发展计划的拟定依据以下假设条件：

- 1、本公司股票发行与上市工作顺利进行，募集资金按时到位，募集资金投资项目如期实施；
- 2、本公司所处国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势；
- 3、本公司所处行业处于正常发展态势，国家对文具行业相关政策的变化不会对公司业务造成重大影响；
- 4、本公司各项经营业务遵循的国家和地区现行法律、法规和政策不发生重大改变；
- 5、本公司经营管理水平能够充分适应公司规模及业务量的快速增长，管理、技术、营销人员保持稳定并能满足公司业务快速发展的需要；
- 6、无其它人力不可抗因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

（二）主要困难

在具体实施上述指定的发展计划过程中，本公司的业务规模将有较大扩张。与公司发展速度相比，公司当前的人才储备略显不足，在未来可能面临人才短缺的问题。

四、发展计划与现有业务的关系

本公司上述发展计划是结合现有业务的实际情况、公司在国内文具市场上的地位、行业发展现状及发展趋势等综合因素，进行深入研究和综合分析的基础上制定而成，发展计划的实施将推动现有业务的进一步发展和优化。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金运用计划

（一）本次发行募集资金总量及其依据

根据本公司第二届董事会第十五次会议以及2014年第一次临时股东大会决议，本公司拟公开发行不超过10,000万股人民币普通股，预计发行价格为【】元，募集资金总额【】元，扣除发行费用后，本次募集资金净额为【】元。

（二）募集资金投向概况

根据本次发行方案，若根据本次发行询价结果预计新股发行募集资金净额超过募投项目所需资金总额的，则本次发行将适时依据中国证监会的相关规定，可适当进行公司股东公开发售股份，其中公司股东公开发售股份所得资金不归公司所有，归出售股份的公司股东所有。本次公开发行新股募集资金扣除发行费用后，本公司将根据项目建设进度分轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	建设投资	铺底流动资金
1	营销网络扩充及升级项目	38,750.00	38,750.00	-
2	书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目	73,391.01	66,547.73	6,843.28
3	补充流动资金	36,000.00	-	-

在募集资金到位前，本公司将自筹资金预先投入本次募集资金项目的建设，截至2014年9月30日，本公司对“营销网络扩充及升级项目”已先行投入8,341.30万元；“书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目”（以下简称“书写工具制造及研发基地建设项目”）已先行投入28,193.42万元。此次募集资金到位后，将首先利用募集资金置换已投入资金，其余部分继续投入项目建设。募集资金投资上述项目如有不足，不足部分将由本公司自筹解决。

（三）募集资金项目审批情况

序号	项目名称		审批/备案文号
1	营销网络 扩充及升级项目	加盟店营销网络扩充项目	奉经[2011]117 号
		样板店及 4S 店营销网络升级项目	奉经[2011]116 号
2	书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目		沪奉发改备 2011-264

书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目已取得上海市奉贤区环保局“沪奉环保许管 [2012]027 号”环评确认文件。

二、募集资金投资项目对于公司发展战略的综合必要性分析

公司本次拟实施的项目相互补充、相互促进，符合公司一直以来的经营特点和发展需要，在公司董事会慎重决策的基础上确定。

（一）为强化竞争优势，公司将继续致力于渠道的升级和扩充

多年来，晨光持续耕耘终端市场，对零售终端持续加强产品控制力和管理支持力度。遍布全国各地的晨光文具零售终端是晨光产品树立强大的品牌影响力、逐年提高市场占有率、逐步确立在中国文具市场领先地位的主要原因之一，是晨光的核心竞争优势的重要组成部分。但是，随着文具行业的快速发展、消费者消费意识的逐步升级以及业内竞争的逐步加剧，为了支撑公司的长远发展，进一步强化公司的竞争优势，晨光在增强渠道深度、增加产品排他性、提高晨光文具零售终端的运营效率等方面依然有较大的提升和改进空间。

通过“营销网络扩充及升级项目”的实施，公司在终端的销售网络将进一步扩充，对终端渠道的管理能力也将得到强化，从而为公司的长远发展进一步夯实基础，并进一步加强公司的领先优势，建立起竞争对手难以逾越的、广度与深度兼备的营销壁垒。

（二）为了公司的长远发展，公司产能受限的问题需要得到解决

近年来，随着公司在国内文具行业领先优势的逐步显现，晨光产品的销售规模不断扩大、市场占有率不断提高，对公司主要产品的产能所带来的压力逐步增大。过去几年，公司原有的产能与市场需求无法完全匹配的问题已经开始出现。报告期内，公司书写工具产能利用率持续维持在 105%以上，其中，2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月分别是达到 118.13%、109.79%、107.56%

和 116.33%；尽管未来 2~3 年内，公司将通过采取加大部分生产环节的委托加工力度、优化现有的厂房及生产设施的安排、提高生产环节的运营效率等措施，解决产能受限问题对公司所带来的影响，满足日益增长的市场需求；但是，从长期来看，考虑到公司将通过加大营销网络的拓展力度、优化新品设计与研发等措施进一步以强化公司的竞争优势、提高晨光产品的市场占有率，产能受限的问题若不能得到彻底解决，势必会对公司的长期发展带来一定的制约。

通过“书写工具制造及研发基地建设项目”的实施，公司产能受限的问题将在项目建成后得到缓解。公司将通过产品自产以及部分生产环节委托加工相结合，在巩固公司现有优势的基础上，扩大晨光文具产品的生产规模，为晨光的持续扩张以及整体竞争力的进一步提升打下良好基础。

三、募集资金投资项目分析

（一）募集资金投资项目背景

1、国内文具市场快速发展

近年来国内文具市场规模及细分书写工具市场规模都处于快速发展阶段。

（1）国内文具市场规模的快速发展是公司不断发展壮大的充分保障

近 10 多年以来，在国家对教育的投入加大、文化产业大发展、居民可支配收入提高、城镇化进程逐步推进等因素的驱动下，国内文具行业消费群体日益扩大、产品不断丰富，呈现较为健康的增长态势。但是，另一方面，从与国际市场的对比来看，中国人均文具消费额约 105 元/年，而全球平均人均消费水平约为 240 元/年；作为一个传统的文化大国，中国的文具市场需求依然有很大的发展空间。

从文具行业自身的消费趋势来看，随着购买力的提高、品牌意识的增强，消费者对文具创意及个性的要求不断加强、对高端文具的认可度逐步提高，文具行业的外延将逐步拓展，行业需求容量将进一步扩大，其增长势头将得到有力支撑。据 Intellinb 咨询公司预测，国内文具市场规模未来几年内将继续保持不低于 20% 的年增速水平。

（2）制笔内需市场还存在巨大的成长空间

一方面，国内人均书写工具消费水平与美国、日本等国家的差距仍然比较明

显。根据中国制笔工业信息中心数据显示，2008 年美国、日本等国家的年人均书写工具消费就已超过 100 元，而目前国内的年人均书写工具消费仅在 10-15 元之间，后续增长空间依然巨大。

另一方面，制笔行业的发展与国家教育投入密切相关，国家在“十二五”期间，教育投入将进一步加大，制笔行业必将迎来更大的发展机遇。根据中国制笔协会的分析数据，国家教育投入占 GDP 的比重每增加 0.5%，制笔行业销售产值大约能够增长 25 亿元，按照行业特点估算，25 亿元的销售产值约可以带来 50 亿元的新增市场规模。

2、公司市场占有率提升空间巨大

国内极低的文具市场品牌集中度为公司提供了绝佳的市场拓展空间。国内文具市场品牌集中度还很低，公司居行业首位的书写工具市场占有率还不到 10%，整体文具市场的品牌集中度则更低。目前国内还未出现在各文具市场细分领域都具有绝对优势的品牌文具企业，与成熟文具市场国家高度集中的竞争格局相比，公司在书写工具、学生文具和办公文具等领域的市场占有率提升空间十分巨大。

3、公司顺应并引领国内文具消费新局面

从国内文具消费特征及趋势来说，文具行业的消费日益呈现出以品牌文具、创意及个性文具和高端文具为主导的格局，并且，文具消费终端连锁化的特征逐渐加强。公司作为国内文具市场龙头企业，拥有高覆盖度的国内终端网络，“真诚、品质、创意、乐趣”的晨光文具品牌核心价值体现了公司对于文具市场消费特征及趋势的准确把握。成功顺应并引领国内文具消费新局面，为公司募集资金投资项目的顺利实施提供了充分保证。

（二）营销网络扩充及升级项目

本项目旨在深化公司营销网络建设、持续提升对零售终端的管理能力，实施品牌营销战略，巩固及进一步提升公司现有市场地位，该项目的实施不会改变公司现有的经营模式。

1、项目建设概况

本项目总投资 38,750 万元，建设期三年，主要建设内容及投入情况如下表所示：

序号	子项目	主要建设内容	投资金额 (万元)	占比
1	加盟店扩充	将现有样板店中的 1.2 万家升级为加盟店	30,000.00	77.42%
2	样板店升级	对 4.5 万家现有及新增样板店的店招进行升级	6,750.00	17.42%
3	4S 店升级	对现有 1,000 家 4S 店升级改造	2,000.00	5.16%
合计			38,750.00	100.00%

2、项目实施主体

加盟店扩充项目实施主体为发行人全资子公司晨光礼品，样板店及 4S 店升级项目实施主体为发行人。

3、项目必要性

包括样板店及加盟店在内，遍布全国各地的超过 6 万家晨光文具零售终端（样板店、加盟店）是晨光的核心竞争优势的重要组成部分，是公司近年来持续发展、不断领先的重要驱动因素之一。但是，随着文具行业的快速发展、消费者消费意识的逐步升级以及业内竞争的逐步加剧，晨光在增强渠道深度、增加产品排他性、提高晨光文具零售终端的运营效率等方面还有较大的提升和改进空间。“营销网络扩充及升级项目”的核心是巩固公司的终端门店资源、并进一步提升公司对终端渠道的管理能力。通过该项目的成功实施，公司在终端的销售网络将进一步扩充，渠道领先优势将进一步得到增强，企业的核心竞争力有望得到进一步提升。

（1）加盟店扩充可进一步提升公司核心竞争力

晨光样板店的销售受公司分销体系的直接指导和约束，公司对其销售晨光产品的具体种类有明确规定。随着公司产品逐渐丰富、市场占有率逐步提高，公司对样板店具体产品种类的约束已略显偏弱；为了适应公司持续扩张的需要，在加强销售产品的排他性以及改善运营效率等方面，样板店已出现比较大的改善空间。因此，公司在本次募集资金项目实施中计划将样板店升级为具有更强排他性、除了非竞品外全部销售晨光产品的加盟店，将进一步增强公司营销网络的深度，提升公司的核心竞争力，有利于公司的长远发展。

（2）样板店升级是进一步提升品牌知名度的有效手段

公司遍布全国各地的超 5.6 万家晨光文具样板店已成为公司最有效的品牌宣

传渠道。这些零售终端均以M&G晨光作为店招，数百种晨光文具产品精心陈列于终端，对消费者产生了巨大的视觉冲击和感染力。通过对样板店店招统一升级，将优化公司整体品牌形象，进一步提高消费者对晨光品牌的认可度和满意度，突出公司在样板店、加盟店商圈的影响力。

（3）4S店的升级是完善营销网络的必要保障

4S店虽然并非零售终端，但作为各级经销商用来进行商品销售、终端服务、产品展示、信息收集与反馈的批发营业店面，是公司营销体系的重要组成部分。随着公司的不断发展壮大，终端营销网络的广度和深度不断提高，公司对4S店的店面形象和配套服务能力提出了更高的要求，尤其是在加盟店扩张背景下，4S店的商品订单管理、整体形象和配送能力至为重要，因此，公司存在对4S店升级改造的迫切需求。

4、项目可行性

（1）公司具有该项目建设的基础资源

本项目与一般意义上的营销网络扩建项目最大的区别在于：本项目是通过对现有终端升级而非新建的方式实现营销网络的扩充与升级，这一特点也使得该项目具有很强的可行性。

表：发行人报告期内零售终端增长情况

项目	2014年9月30日			2013年度			2012年度			2011年度	
	数量	占比	增长数量	数量	占比	增长数量	数量	占比	增长数量	数量	占比
样板店	56,076	92.03%	2,105	53,971	93.29%	2,263	51,708	94.46%	6,057	45,651	96.47%
标准样板店	49,067	80.53%	1,190	47,877	82.76%	1,340	46,537	85.02%	4,975	41,562	87.83%
高级样板店	7,009	11.50%	915	6,094	10.53%	923	5,171	9.45%	1,082	4,089	8.64%
加盟店	4,856	7.97%	974	3,882	6.71%	852	3,030	5.54%	1,360	1,670	3.53%
合计	60,932	100.00%	3,079	57,853	100.00%	3,115	54,738	100.00%	7,417	47,321	100.00%

①加盟店扩充不存在终端资源稀缺的问题

本项目将选择现有样板店中地理位置、经营业绩较为突出的1.2万家进行改造升级。公司自2005年以来即着力于终端销售渠道的构建，现有的超5.6万家样板店均由公司综合门店位置、商圈影响力等因素精挑细选而来，其本身质地较好。在终端资源充裕的前提下，公司进行仔细的筛选，选择其中经营能力和盈利

潜力更为优秀的样板店作为升级对象，进一步提升门店的运营效率和销售能力。

②样板店升级为加盟店客观上符合终端业主意愿

现有样板店升级为加盟店后，公司将加大对加盟店装修、培训、服务力度，不仅使加盟店的货品陈列条件、店铺形象得到大幅度改善，而且还可以让加盟店经营者获得更高的管理能力和经营水平，较升级前的样板店销售能力和盈利能力都得到大幅提升。同时，M&G晨光作为文具行业知名品牌，市场定位准确、设计能力突出、产品品质佳等特点保证了产品的持续畅销，在消费者心中具有很强的号召力，客观上提升终端店主加大晨光产品销售的意愿。

③4S 店的升级改造将满足各地经销商增强营销能力的迫切需求

4S 店是公司的各级合作伙伴服务于下级经销网络及零售终端的重要渠道，是各地经销商营销体系内的重要一环。4S 店的升级改造，将进一步突出 4S 店的品牌形象、提高经销商的服务配套能力，满足各地经销商增强营销能力的迫切需求，得到各地经销商的大力支持。

（2）公司拥有保障该项目顺利实施的管理能力

①优秀的营销管理团队

公司的营销管理团队务实进取，管理层成员经常走访全国各地，不断吸取并融合国内外先进成熟的管理经验，加强与各级合作伙伴的紧密合作。同时，公司每年都定期组织全国合作伙伴的培训会议，在为公司自身培养优秀销售管理团队的同时，也提升了各级合作伙伴的经营管理能力及其对于晨光文具的黏度。

②丰富的渠道管理经验

通过十余年的努力经营，公司与各级合作伙伴共同管理的各类零售终端基本覆盖全国各个省、市、县地区，在文具行业终端管理方面，多年的渠道拓展经验为该项目的实施打下了坚实的管理基础。同时，公司通过“层层投入、层层分享”的渠道管理理念，与各级合作伙伴层层投入加盟店的开发，并层层分享收益，大大缓解了公司对营销人员数量的需求，增强了项目顺利实施的可行性。

③“层层投入、层层分享”的营销管理模式

公司并不仅依靠自身力量开拓及管理市场，而主要是通过各级经销商“层层投入”并“层层分享”利益共同开拓及管理市场。

“层层投入”是指在公司统一的营销管理体系内，各级合作伙伴分别在各自的

唯一授权管理区域内开展下一级经销商管理、终端网络扩充等营销网络开拓与维护工作，并按照各自分管区域，投入相应人员、资金、软硬件等资源，做到从上而下的“层层投入”，并“层层分享”收益，借助这一机制，晨光大大提升了营销渠道的管理能力与覆盖能力；公司通过培训、制度建设、考核体系、文化建设、标准化操作等措施，打造了一支具有强大执行力的晨光文具销售团队，增强了项目顺利实施的可行性。

④针对性的人才储备计划

在营销体系系列培训和培训内网的推广方面，公司每年坚持精英训练营、营销大会、业务检核三次培训会议，并以公司重点发展的连锁业务为侧重，以营销培训内网为阵地，以培养三类专家（开店专家、商品配置专家、店铺维护专家）为宗旨，开展营销技能、开店技巧、连锁店管理、内训师等培训，为打造一支持续发展、有战斗力的营销队伍贡献力量。

（3）公司具有保证项目建设的信息管理系统

公司通过信息化建设及应用使管理模式一体化、数字化、科学化。具体包括对信息系统进行远程管理、对市场进行分析、对数据进行整合等。公司现有的销售管理系统已经具备了基本的加盟店管理功能。在营销网络扩充及升级项目中公司将对加盟店信息系统进行升级，项目实施后，公司信息管理系统将具有更强大的管理能力和终端控制力，可以协助公司管理层依据第一手的市场信息及时作出科学的管理决策，极大地丰富了公司的营销网络管理手段，将大幅提高营销网络管理的信息化水平，使终端控制力度更强，管理更加规范、有效。

5、项目投入明细与实施进度

（1）加盟店扩充子项目

该子项目投资总额 30,000 万元，包括：门店投入 25,200 万元，信息系统升级投入 4,800 万元。

①投入明细

A、门店投入

根据经营的实际需要，将会对每家加盟店进行必要装修，包括提供晨光统一标识的货柜和中岛柜、收银系统、店铺形象装饰物品等，单店投入合计 2.1 万元，项目实施期间共改造 12,000 家门店，项目合计投入 25,200 万元。

B、信息系统升级投入

表：信息系统投入清单

单类别	总投入（万元）
前端订单系统	200
后台配货送货系统	300
无线销售系统	2,400
操作系统和数据库版权	1,200
购买服务器、存储设备、宽带费用、机房不间断电源等	700
合计	4,800

②投入进度

表：加盟店扩充子项目投入进度

单位：万元

投入	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年	合计
投入家数（家）	2,500	4,400	5,100	12,000
门店投入	5,250	9,240	10,710	25,200
信息系统升级投入	1,000	1,760	2,040	4,800

（2）样板店升级子项目

根据经营的实际需要，公司将对晨光文具样板店的店招进行升级，相关投入主要包括铁架、喷绘布等的购置，单店预计投入 1500 元，项目实施期间共改造 45,000 家门店，项目预计总投入为 6,750 万元。项目投入进度如下表所示：

表：样板店升级子项目投入进度

单位：万元

项目	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年	合计
投入家数（家）	15,000	15,000	15,000	45,000
店招升级投入	2,250	2,250	2,250	6,750

目前，公司现有样板店超 5.6 万家，其中的 1.2 万家将在未来三年内逐步升级至加盟店。由于公司未来将继续拓展样板店，并综合考虑公司在过去三年内样板店的发展速度以及零售终端格局逐步调整等因素，公司预计未来样板店数量将

继续保持合理增长。目前计划中的 4.5 万家样板店升级改造对象已包含公司未来三年内新增的样板店。

（3）4S 店升级子项目

根据经营的实际需要，公司将会对 4S 店店铺进行必要的改造、装修，包括提供晨光统一标识的货柜和中岛柜、店铺形象装饰物品等，单店投入预算 2 万元，项目实施期间共改造 1,000 家门店，项目预算总投入为 2,000 万元。项目投入进度如下图所示：

表：4S 店升级子项目投入资金进度安排

单位：万元

项目	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年	合计
投入家数（家）	300	300	400	1,000
投入资金（万元）	600	600	800	2,000

6、项目建设要点

（1）项目实施原则

本项目在实施时，主要遵循以下四点基本原则：

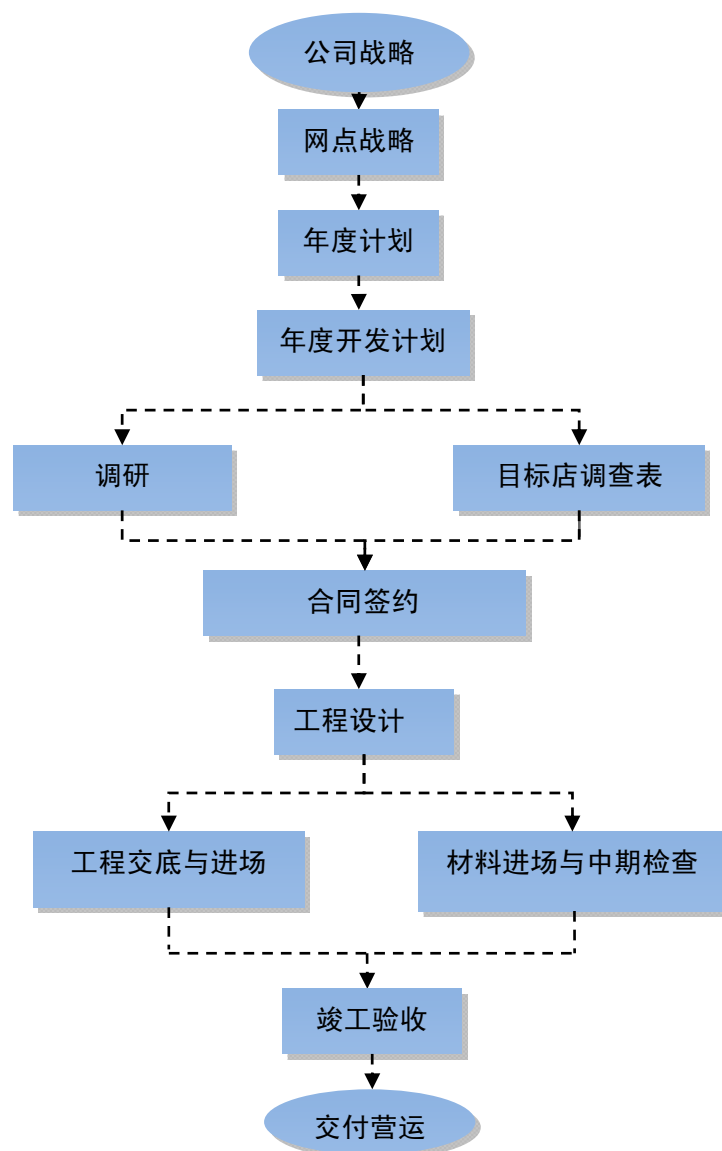
①公司营销网络的实施首先应符合国内建设和审批程序，同时企业内部各有关单位部门积极配合，创造良好条件，为营销网络的建设和资金筹措创造条件；

②投入加盟店、样板店及 4S 店的设备采购及安装由与公司合作多年的供应商提供，装修工程采用询价方式在项目当地进行；

③项目的设计、供货、施工安装等履行单位，应履行必要的法律手续，违约责任应按照国家的相关法律执行；

④项目执行单位应为履行单位开展工作，积极创造条件，项目履行单位也应服从项目执行单位的指挥和调度。

（2）项目实施流程



（3）加盟店扩充子项目选址因素

加盟店店址的选择对门店的目标销售人群、销售覆盖能力等具有重大的影响，是加盟店经营状况和盈利能力的重要决定因素之一。本公司进行项目选址主要考虑因素及说明如下：

选址因素	选址说明
城市经济地位 与区域影响力	经济地位、区域影响力因素将决定以该城市为中心向周边城市扩展的方向，进而影响到在该区域开设不同功能门店的比例，如直辖市、省会城市具有较强区域影响力和较高经济地位，是公司的核心市场，并以此辐射周边的战略市场和重点市场
城市状况	城市状况包括城市地理、城市规模、未来发展规划、交通状况等，这些宏观条件是公司考虑向该区域拓展的基础因素，间接

选址因素	选址说明
	影响该地区的市场容量等
消费者因素	连锁门店的选址首要考虑的是消费者因素，消费者因素包括人口结构、消费者购买习惯和购买力等，人口结构是考虑门店选址的重要因素，包括消费者密度、消费水平等
公司品牌的市场基础	坚持区域核心扩张的战略，坚持以每个发展区域的核心市场为发展重点，在加强和巩固核心市场的领先优势后再采用“区域渗透、点面结合”的方式进行稳健、快速扩张，现阶段公司品牌市场基础较好的地区是开展项目的首选
门店位置	门店位置包括门店及周边环境、商圈定位、门店租售状况等

7、项目的环保情况

本项目主要为商业流通环节建设，不会对环境产生污染。经上海市奉贤区环境保护局认定：加盟店营销网络扩充项目与样板店及 4S 店营销网络升级项目均不需进行单独的环境评价行政许可。

8、项目经济效益分析

从本项目的各组成部分来看，1) 4S 店升级改造不直接产生经济效益，但会对公司品牌形象的提升、分销网络的服务能力带来积极作用，有利于公司进一步扩大在终端的销售规模；2) 样板店升级后由于店面形象的改善、运营能力的提高，往往单店销售规模会得到一定增长，同时，由于改造成晨光样板店后、销售晨光产品的排他性增强，一般门店在升级为晨光样板店后，不仅提升公司的品牌影响力，更直接在一定程度上提升晨光产品在终端的销售规模；3) 由于升级为加盟店后，加盟店的运营能力、销售规模以及与晨光的排他性合作在加盟后将得到质的提升，加盟店扩充子项目将对公司的销售及盈利带来直接影响。

出于谨慎考虑，并考虑到未来项目实施过程中可能面临的不确定性，此处项目收益测算仅针对加盟店扩充子项目进行，而投入成本则包含样板店店招升级和 4S 店升级改造在内的整个营销网络扩充及升级项目的总投资额。

①收入测算前提：发行人能够有效管理加盟店

虽然发行人不对加盟店出货，也不拥有或实际运营任何加盟店，但是，发行人通过与加盟店签署《特许加盟合同》的方式，明确双方的责任与义务，并通过“层层投入、层层分享”的“晨光伙伴金字塔”营销模式，借助各级经销商的分级管

理和发行人成熟的市场监管及考核体系，实现对加盟店的有效管理，《特许加盟合同》主要内容如下表：

序号	事项	主要内容
1	销售产品数量	被特许人（加盟店）应当保证其经营的加盟店内所销售的特许产品品种在 1,000 款以上，并符合特许人不时要求的产品品种和数量
2	加盟店供货	由发行人在加盟店区域的经销商提供货物供应和服务支持；加盟店从晨光文具经销商处采购的特许产品，第一年总品种数量不低于门店产品品种数量的 70%，以后逐渐增加，到第三年总品种数量不低于加盟店产品品种数量的 80%；未经特许人许可，不得向任何非晨光文具经销商进货
3	加盟店产品排他	与晨光特许经营商品相同或类似竞争性产品全排他
4	价格政策	特许人拥有特许产品的价格制定权，并根据市场环境的变化进行相应的修改和调整，被特许人应当服从
5	加盟店特许期限	自合同签订之日起 5 年
6	加盟店信息系统	加盟店使用特许人提供的信息系统

发行人通过管理和控制加盟店的产品采购渠道、产品价格和产品数量，对加盟店的销售情况能够做到较准确的掌握。

②收入测算过程

营销网络扩充及升级项目的建设期为三年，各年新增加盟店分别为 2,500 家、4,400 家和 5,100 家。该项目对于公司的收入贡献包括两方面：

一是产品销售收入，单店收入的增长来自因加盟店扩充募投项目的实施，样板店升级至加盟店带来的一次性增长（并考虑单店收入每年随文具行业的自然增长，假设年平均自然增速为 12%）。由于公司不直接向加盟店销售，根据公司统一价格体系模拟计算，加盟店升级完成（达产）第一年，公司向加盟店的单店年销售收入相比样板店一次性增长 4.83 万元，从谨慎角度，假设达产后的未来三年运营期，模拟因样板店升级为加盟店带来的单店年销售收入增长仍然为建设期的平均值 3.75 万元。二是特许使用权费收入，单店为 1,800 元/年。测算过程如下表：

单位：万元

测算指标	建设期 第一年	建设期 第二年	建设期 第三年	达产 第一年	达产 第二年	达产 第三年	达产 第四年
------	------------	------------	------------	-----------	-----------	-----------	-----------

测算指标	建设期 第一年	建设期 第二年	建设期 第三年	达产 第一年	达产 第二年	达产 第三年	达产 第四年
新增门店（家）	2,500	4,400	5,100	0	0	0	0
年均门店（家）	1,250	4,700	9,450	12,000	12,000	12,000	12,000
模拟因样板店升级为 加盟店带来的单店年 销售收入一次性增长	3.43	3.85	4.31	3.75	3.75	3.75	3.75
模拟年产品销售收入	4,300	18,095	40,730	45,000	45,000	45,000	45,000
特许权使用费收入	225	846	1,701	2,160	2,160	2,160	2,160
模拟年总收入	4,525	18,941	42,431	47,160	47,160	47,160	47,160

注：年均加盟店家数通过简单平均法平滑处理。

加盟店扩充项目建设期为 3 年，运营期为 7 年（含建设期）。在具体测算时，项目收益为 1.2 万家新升级加盟店销售收入较升级前作为样板店销售收入的增量收入（根据公司统一价格体系模拟计算，加盟店升级完成后，公司向加盟店的单店年销售收入增加 3.75 万元）和新增加盟店收取的加盟管理费（单店每年 1,800 元）。项目必要收益率为 15%。经测算，项目在全建成年后年新增营业收入为 47,160 万元，平均年净利润为 4,790.00 万元。

项目主要经济技术指标情况如下：

序号	主要经济技术指标	单位	数额	备注
1	营业收入	万元	47,160.00	达产后年均数据
2	净利润	万元	4,790.00	达产后年均数据
3	项目投资回收期（所得税后）	年	5.75	-
4	项目投资内部收益率（所得税后）	%	19.94	-
5	项目投资净现值（所得税后）	万元	821.58	-

（三）书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目

本项目旨在现有生产线的基础上扩大产能以缓解产能受限问题、完善产品系列并提升公司整体研发能力，该项目的实施不会改变公司现有的经营模式。

1、项目建设概况

本项目总投资 73,391.01 万元，各子项目建设期均为两年，投产后第三年达产，主要建设内容如下表所示：

序号	子项目	主要内容
1	书写工具及替芯产能扩建	➤ 140,000 万支笔类产能扩建 ➤ 90,000 万支替芯产能扩建
2	新增核心部件笔头生产线	新建已具有技术储备的中性笔笔头生产线，全部产能自行消化吸收
3	新增高端金属笔生产线	新建 400 万支与现有制笔工艺与技术类似的高端金属笔生产线
4	技术、材料研发中心建设	围绕核心原材料、匹配技术、书写工具基础材料等方面的研发中心建设
5	立体自动化仓库建设	进行立体自动化仓库建设以提升公司仓储及周转效率
6	生活配套设施建设	针对新增生产基地进行生活配套设备的建设

其中：建筑工程投资 23,404.05 万元，设备投资 43,143.68 万元，铺底流动资金 6,843.28 万元。

表：“书写工具制造及研发基地建设项目”投资金额情况

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比
1	建筑工程	23,404.05	31.89%
1.1	其中：厂房建设	14,343.05	19.54%
1.2	配套设施	9,061.00	12.35%
2	设备	43,143.68	58.79%
3	铺底流动资金	6,843.28	9.32%
合计		73,391.01	100.00%

注：配套设施包括制造及研发基地的土地平整、道路绿化、强弱电设施等。

2、项目实施主体与项目选址

本项目实施主体为发行人。

本项目属于新建项目，项目建设地址为奉贤区青村镇 13 街坊 37/6 丘，所需土地的土地使用权通过出让方式获得，已取得沪房地奉字（2012）第 001295 号房地产权证，土地占地面积为 45,333.6 平方米。

3、项目必要性

（1）书写工具及替芯产能扩建的必要性

①该项目是解决公司产能受限问题、满足终端销售的迫切需要

近年来，随着晨光产品的销售规模不断扩大、市场占有率不断提高，公司主要产品的产能所面临的压力逐步增大。过去几年，公司原有的产能与市场需求无法完全匹配的问题已经开始出现。报告期内，发行人产能利用率始终保持在105%以上，2011年度、2012年度、2013年度和2014年1-9月分别为118.13%、109.79%、107.56%和116.33%。

尽管未来2~3年内，公司将通过采取加大部分生产环节的委托加工力度、优化现有的厂房及生产设施的安排、提高生产环节的运营效率等措施，解决产能受限问题对公司所带来的影响，满足日益增长的市场需求；但是，从长期来看，考虑到公司将通过加大营销网络的拓展力度、优化新品设计与研发等措施进一步以强化公司的竞争优势、提高晨光产品的市场占有率，产能受限的问题若不能得到彻底解决，势必会对公司的长期发展带来一定的制约。

表：报告期内书写工具产销情况

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
产能（万支）	113,000	125,000	116,000	105,000
产量（万支）	131,456	134,446	127,362	124,035
销量（万支）	126,232	128,638	123,111	115,169
产能利用率	116.33%	107.56%	109.79%	118.13%
产销率	96.03%	95.68%	96.66%	92.85%

②该项目是公司应对成本上涨压力的必要措施

随着近年来国内用工成本的不断提高，公司逐步加大了在改善运营效率、提升生产自动化等领域的投入，使得人工成本的上升幅度总体处于较为温和的水平。为了在扩大书写工具生产规模的同时、维持产品的质量优势，同时合理控制产品的生产成本，公司需要进一步提升生产线自动化程度、并大幅改进生产运营效率。

本项目拟引进先进的生产、检测设备，以提升公司整体装备水平。项目建成后，公司生产自动化水平将大幅提升，从长远来看将有利于逐步降低人工成本在生产成本中的比重，进一步增强公司应对宏观环境变化所带来的成本上涨能力。

③该项目是使公司产能匹配研发能力的必要保证

公司新品研发能力较强，历年来，公司新品的推出数量及速度居行业领先地位。2011 年度至 2013 年度，公司新品开发数量分别达到 727 款、1,058 款及 1,236 款，新品销售占比近三年维持在 20%左右。新品推出在给公司带来了较高毛利的同时，也对公司的生产能力提出了较高的要求：一方面新品推出要求在短时间内快速铺货、快速占领市场，短期内的产能要求较高，同时，不同新品对生产工艺、生产参数具有不同要求，在有限的生产线上频繁进行新品的更替生产，也影响了公司的生产效率。通过产能扩建，将有利于产能与公司设计研发能力匹配，确保公司的设计理念得到更充分的发挥和执行。

（2）新增核心部件笔头生产线的必要性

笔头是制笔的核心部件之一，笔头的质量直接影响笔的性能。目前，公司生产所需笔头主要是通过从第三方采购来满足，其采购成本是公司产品生产成本的重要组成部分。随着近年来公司采购量的逐步增大，笔头的质量控制以及供应的及时性与稳定性对公司的重要性逐步加大。作为国内书写工具龙头企业，为了完善公司的书写工具制造产业链，公司计划在已具备笔头制造技术的基础上，进入笔头生产领域；通过逐步实现自产笔头，进一步增强公司的成本优势，提高公司对产品质量的控制力，并避免可能出现的采购风险。

该项目投产后，其产品将全部由公司内部生产消化，不对外销售。

（3）新增高端金属笔生产线的必要性

新增高端金属笔生产线符合公司产品结构进一步优化的需要。

根据公司未来发展战略，将进一步对产品结构进行调整和丰富，由目前低价位产品向更高价位带发展。在高端金属笔方面具有较强竞争力的金星、皇冠等老牌企业市场地位逐渐淡化，造成了该细分市场一定程度的空白，为公司借助现有渠道优势迅速进入该市场创造了有力条件。目前，公司已通过 OEM 委外生产的方式销售了少量的金属笔产品，并取得了良好的市场反应。高端金属笔项目建成后，一方面将丰富公司产品品类，为公司带来新的增长点；另一方面，公司也可以借此进入高端文具制造领域，凭借先发优势迅速抢占市场。

（4）技术、材料研发中心建设的必要性

公司是国内制笔行业技术研发的领导者之一，公司研发机构已被认证为上海市制笔工程技术研究中心和上海市认定企业技术中心，并牵头承担国家研究课题

《圆珠笔笔头与墨水匹配技术评价体系研究》。但是，在书写工具基础材料研发、专用多工位笔头加工设备研发等方面与国际先进水平相比仍然存在一定的差距。

本项目针对公司现有研发机构设置和研发试验条件，以研发中心建设为契机，以圆珠笔笔头与墨水匹配技术评价体系研究、圆珠笔笔头专用多工位加工机床研发、高级中性墨水的研发与产业化为研发重点，新增恒温恒湿试验室、电化学工作站，购置高浓度 Zeta 电位分析仪、全自动表面/界面张力仪以及 3D 激光扫描显微系统等先进设备，完善硬件设施和研发设计软件，以进一步加强研发、试验能力，强化公司在材料以及适配方面的研发能力，提升研发水平，保证公司在国内市场竞争中的领先地位，并增强国际竞争能力，实现长期可持续发展。

（5）立体自动化仓库及生活配套设施建设的必要性

该两个子项目系基于书写工具及替芯产能扩产、新产品生产线建设的配套项目。公司制造规模及终端网络规模的进一步扩大需要增强公司的仓储、物流配套能力，提升公司的仓储管理自动化水平，从而保证产品的周转效率。

另外，“书写工具制造及研发基地建设项目”建成后，公司员工数量将进一步大幅增加，需要新建生活配套设施。

4、项目可行性

“书写工具制造及研发基地建设项目”面对的是拥有巨大成长空间的书写工具内需市场，并且公司具备实施该项目的市场、技术和人员等多方面的保障。

（1）公司具备项目顺利实施所需的市场保障

截至 2014 年 9 月 30 日，公司在全国范围内与各级合作伙伴共同构建了包括“49,067 家 M&G 晨光标准样板店、7,009 家 M&G 晨光高级样板店以及 4,856 家 M&G 晨光加盟店”在内的庞大零售终端网络，各类终端在全国校边商圈的覆盖率高约 80%，居行业领先地位。公司在未来的业务发展中仍将深化营销渠道建设，持续提高公司对营销渠道的管理能力，从而为本项目的实施提供可靠的市场保障。

（2）公司具备项目顺利实施所需的技术保障

①公司具备书写工具及替芯制造技术

书写工具及替芯扩建项目属于公司原有产品的产能扩张，产品相应的制造技术及工艺公司均已掌握，并已经过多年的规模化应用，技术已十分成熟。

②公司具备笔头制造技术及工艺储备

A、公司自主掌握圆珠笔笔头生产技术和工艺

标准的圆珠笔笔头生产工艺已经是一项成熟的技术，国内已有部分企业能够大批量制造，且在质量上与进口笔头已比较接近，实现了部分笔头的国产化生产。但核心技术的真正掌握是体现在制造精度的持续稳定以及对新产品的研发方面。近年来，晨光文具致力于笔头制造精度的一致性和稳定性控制，以及笔头与墨水匹配技术的研究。公司逐步积累了笔头制造的技术工艺，并于 2011 年 1 月率先在同行中编制了《圆珠笔笔头》技术标准，已经上海市质量技术监督局审查备案作为企业标准，也作为晨光文具与瑞士 PREMEC 公司就笔头采购共同遵循的技术标准。

B、公司充分掌握笔头制造设备的运用

目前，圆珠笔笔头专用多工位加工机床主要为瑞士 MIKRON 公司所垄断，典型代表为 Multistar LX-24 工位和 LX-12 工位笔头专用加工机床。晨光文具通过将技术人员派往瑞士培训和企业内部培训等方式，已储备了一批技术骨干力量；对于制造设备的运用和笔头制造工艺流程等具有充分的准备。同时，公司正在研发 16 工位笔头专用加工机床的制造技术，通过自主设备的开发，不仅可以打破国外的垄断，降低成本，而且能够更为全面的掌握制笔核心技术。

③公司具备生产高端金属笔的技术水平

A、公司充分掌握高端金属笔生产工艺

目前，高端金属笔的生产技术属于成熟技术，且与本公司现有其他笔类的生产技术和工艺类似，主要是现有书写工具生产工艺中加入金属零部件的生产，公司已成熟掌握。

B、公司充分具备自制及供应链配套能力

在自制能力及供应链完善的配套方面，公司将利用成熟的生产工艺技术，运行有效的生产管理团队，以及现有的供应链配套，适当增加生产场地和制造设备进行生产。涉及环保等生产许可证的电镀、喷涂等，晨光文具已经在江苏、浙江、广东等地区选择优质企业建立了比较完善的配套体系，从而保证高端金属笔生产能正常进行，并且产品质量能够保持在优良的水平。

（3）公司具备项目顺利实施所需的人员保障

公司始终注重人才队伍的建立与培养。目前公司多数中高级管理人员是公司内部培养和提拔起来的人才，该部分管理人员对公司有着很强的归属感与认同感，人才队伍稳定；在面向社会公开招聘时，公司主要招聘具有五年以上工作经验的专业人才，其生产管理经验丰富。公司基层管理人员也多采用内部培养提拔的方式，每年举行多次内部公开招聘活动，选拔出一线的优秀员工，为员工的晋升发展提供平台，并提供优厚的待遇。公司稳定的人力资源是本项目实施的重要保障。公司将优选工作责任心强、工作能力强的管理人员负责该项目的统筹协调和日常管理。

（4）公司具备项目实施的管理能力

公司现有管理能力能够保证书写工具制造及研发基地项目的顺利实施，这是基于：在规模化制造方面，公司拥有众多高素质的管理人才和丰富的管理经验。

自晨光品牌创立以来，晨光公司（包括发行人、中韩晨光等经营实体）从事文具制造已经 15 年，目前已成为国内文具行业的龙头企业。在供应链管理、生产流程控制、品质控制等领域，公司建立了科学、稳定的规模化制造管理体系，并通过多年的培育，拥有了众多具备丰富经验的管理人才。2008 年，作为对晨光公司多年以来形成的规模化、高品质制造优势的认可，中国轻工业联合会、中国制笔协会联合认定晨光公司为“中国制笔中心”和“中国制笔工业基地”。

5、项目产能消化情况分析

营销网络扩充及升级项目的实施，将进一步提高发行人分销体系及零售终端的营销能力，提升晨光品牌形象，从而确保公司销售规模继续维持增长态势，使得新增书写工具、替芯及高端金属笔产能在建成后能得到合理释放。

（1）书写工具新增产能合理性分析

① 项目投产建设情况

书写工具	单位	建设期第一年	建设期第二年	投产第一年	投产第二年	投产第三年
笔类	万支	-	-	30,000	70,000	140,000

② 产能合理性分析

项目达产后，公司的书写工具新增年产能约为 14 亿支。由于目前我国制笔行业还比较分散，公司在书写工具行业的占有率处于偏低水平。假设近三年内国内书写工具市场仅维持自然增长，同时假设公司的新增笔类产品全部在国内市场

实现销售，则项目达产后，公司在国内书写工具市场的占有率有小幅提升。考虑到公司日益深化的零售网络、逐步强化的品牌优势以及强大的新品推出能力，未来公司完全有能力小幅提高在国内书写工具市场的占有率，消化新增产能。

（2）替芯新增产能合理性分析

① 项目投产建设情况

书写工具	单位	建设期 第一年	建设期 第二年	投产 第一年	投产 第二年	投产 第三年
替芯	万支	-	-	30,000	60,000	90,000

② 产能合理性分析

从零售市场来看，笔芯的消费群体主要为学生，学生对替芯的需求直接决定于对笔的需求。在报告期内，公司替芯与笔的销量比基本维持在 1:1 左右。根据这一水平合理预计，若公司能顺利实现约 14 亿支的笔类产品新增产能的销售，则会带来约 14 亿支的替芯消费需求，足以使新增 9 亿支替芯产能得到完全释放。

（3）高端金属笔新增产能合理性分析

① 项目投产建设情况

书写工具	单位	建设期 第一年	建设期 第二年	投产 第一年	投产 第二年	投产 第三年
高端金属笔	万支	-	-	100	250	400

② 产能合理性分析

随着中国居民购买力的提高，消费者对书写工具的需求逐步升级，高端金属笔的潜在市场逐步扩大。另一方面，由于国内传统金属笔制造企业数量较为有限，目前高端金属笔市场规模化供应较少，市场处于相对空白期。本次募集资金投资项目完成后，作为公司进入高端金属笔生产领域的尝试，新增产能仅为 400 万支左右，考虑到近年来国内书写工具市场的快速发展、笔类产品庞大的消费基数以及高端金属笔细分市场的相对空白，晨光高端金属笔将满足部分消费者的升级需求，400 万支的金属笔产能将得到合理消化。

（4）发行人关于募投项目新增产能消化的定量分析

书写工具制造及研发基地项目中，新增笔头产品由公司自用，其产能顺利消化间接取决于书写工具产能扩建子项目及新增高端金属笔产能的顺利消化。发行人通过营销网络扩充及升级项目的实施，将进一步加大对晨光文具管理的各类零售终端的管控，提升终端销售能力，为新增产能的消化吸收提供强有力保障。

新增产能销售收入与营销网络销售能力匹配情况的测算过程如下：

①新增产能全部实现销售情况下发行人的营收测算

测算前提：

- ◆ 现有产品平均价格参照历史数据确定；
- ◆ 高端金属笔价格为公司根据市场情况制定的目标出货价格；
- ◆ 投产后新增产能每年的产能利用率及产销率均为 100%。

通过测算，达产后，书写工具新增产能每年为发行人带来的营业收入为 139,100 万元。

书写工具	单位	建设期第一年	建设期第二年	投产第一年	投产第二年	投产第三年
金属笔	万支	-	-	100	250	400
价格	元/支	-	-	20	20	20
销售额	万元	-	-	2,000	5,000	8,000
笔类	万支	-	-	30,000	70,000	140,000
价格	元/支	-	-	0.75	0.75	0.75
销售额	万元	-	-	22,500	52,500	105,000
替芯	万支	-	-	30,000	60,000	90,000
价格	元/支	-	-	0.29	0.29	0.29
销售额	万元	-	-	8,700	17,400	26,100
销售总额	万元	-	-	33,200	74,900	139,100

②营销网络扩充及升级项目实施后的晨光文具营收测算

公司目前的销售模式为区域经销为主，辅以全国性 KA 销售和境外经销。以下根据文具行业的未来发展趋势及市场前景、公司的各销售模式下收入在报告期内的历史增长情况，对营销网络扩充及升级项目实施下的区域经销、全国性 KA 销售和境外经销各自未来的销售规模进行谨慎测算：

国内文具行业处于消费品牌化、创意化和高端化的升级阶段，在国家教育投入加大、居民消费水平提高和城镇化加快等多重因素推动下，国内文具市场依然会保持较快的发展势头，根据 Intellinb 咨询公司预测，国内文具市场规模未来几年内将继续保持不低于 20% 的年增速水平。

A、区域经销-样板店与加盟店销售收入测算

——公司来自于单店的收入增长分析

公司向样板店单店销售收入的模拟测算：根据公司对于经销商销售情况的反馈分析，经销商向晨光文具终端以外的批发业务销售比重在 2011 年、2012 年及 2013 年的比重分别约为 12.41%、15.01%和 15.68%，将公司 2010 年的区域经销收入拆分，以 2010 年的年平均样板店数为基准模拟测算该年向样板店单店销售收入为 1.97 万元，2011 年、2012 年及 2013 年分别为 2.38 万元、2.74 万元及 3.07 万元。

公司向加盟店单店销售收入的模拟测算：根据发行人的要求，晨光文具加盟店经营公司产品数量不低于 1,000 种，是样板店经营公司产品数量的 3-4 倍，结合公司对于报告期内样板店及加盟店销售情况的抽样对比分析，谨慎假设公司模拟加盟店单店收入约 2 倍于公司模拟样板店收入。按照公司制定的产品销售价格体系，模拟测算 2010 年、2011 年、2012 年及 2013 年公司对加盟店的销售收入数据分别为 3.93 万元、4.76 万元、5.47 万元及 6.13 万元。

单店收入的增长来自于两方面：一是因加盟店扩充募投项目的实施，样板店升级至加盟店带来一次性的增长，二是其他的未升级样板店、原有加盟店及新增加加盟店每年都将随文具行业的整体增长而保持一定的自然增长，晨光文具样板店和加盟店在公司管理理念的支持下，比普通文具店具备更强的盈利能力，此处谨慎假设未来公司模拟样板店的单店收入增幅为 12%（Intellinb 咨询公司：国内文具市场规模年增速不低于 20%），公司模拟加盟店的单店收入是模拟样板店收入的 2 倍。测算情况如下表：

单位：万元

终端形式	2011 年	2012 年	2013 年	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年	达产年
	公司单店收入	公司单店收入	公司单店收入	预测公司单店收入	预测公司单店收入	预测公司单店收入	预测公司单店收入
样板店	2.38	2.74	3.07	3.43	3.85	4.31	4.83
增速	21.12%	15%	12%	12%	12%	12%	12%
加盟店	4.76	5.47	6.13	6.87	7.69	8.61	9.65
增速	20.81%	15%	12%	12%	12%	12%	12%

——样板店及加盟店数量预测

根据营销网络扩充与升级项目各子项目的投入进度，预计发行人在建设期三年内，样板店和加盟店的数量变化情况如下表所示：

建设期间	加盟店数量		样板店数量	
	当年增加家数	年末家数	当年增加家数	年末家数
2013 年末家数	852	3,882	2,263	53,971
建设期第一年	2,500	6,382	2,000	55,971
建设期第二年	4,400	10,782	2,000	57,971
建设期第三年	5,100	15,882	2,000	59,971

说明：样板店年末家数已扣除升级为加盟店的家数

——销售收入测算

单位：万元

销售收入来源		加盟店	样板店
2011 年	收入（万元）	6,804	104,081
	店数（平均）	1,430	43,732
	公司模拟单店销售（万元）	4.76	2.38
2012 年	收入（万元）	12,864	133,236
	店数（平均）	2,350	48,680
	公司模拟单店销售（万元）	5.47	2.74
2013 年	收入（万元）	21,188	161,976
	店数（平均）	3,456	52,840
	公司模拟单店销售（万元）	6.13	3.07
建设期第一年	收入（万元）	35,239	188,732
	店数（平均）	5,132	54,971
	公司模拟单店销售（万元）	6.87	3.43
建设期第二年	收入（万元）	66,001	219,070
	店数（平均）	8,582	56,971
	公司模拟单店销售（万元）	7.69	3.85

销售收入来源		加盟店	样板店
建设期第三年	收入（万元）	114,834	253,972
	店数（平均）	13,332	58,971
	公司模拟单店销售（万元）	8.61	4.31

注：①建设期三年的模拟单店销售均四舍五入、保留一位小数处理；②年样板店及加盟店家数通过简单平均法平滑处理。

B、区域经销-除样板店与加盟店外的批发业务收入测算

随着公司营销网络扩充及升级项目的实施，经销商对晨光文具终端以外的批发业务销售比重预计将逐渐下降，参照上表的样板店及加盟店增长数据，谨慎预测公司建设期内，通过区域经销的晨光文具终端以外的批发业务收入如下表：

批发业务	2011 年	2012 年	2013 年	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年
收入（万元）	17,954	28,522	37,009	47,459	48,362	36,735
批发业务销售比重	13.90%	15.50%	15.68%	16.48%	13.77%	8.64%

C、全国性 KA 销售收入测算

2012 年及 2013 年，公司对全国性 KA 的销售收入增速分别为-3.89%、3.34%，由于 KA 不是公司未来主要发展的销售终端，谨慎预测建设期内公司 KA 销售收入基本稳定略有增长，因此测算时按全国性 KA 的销售收入保持 2%的年增速计算，销售预测如下表：

全国性 KA 销售	2011 年	2012 年	2013 年	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年
收入（万元）	6,789	6,525	6,743	6,878	7,015	7,156
增速	12.51%	-3.89%	3.34%	2%	2%	2%

D、境外经销收入测算

报告期内，公司境外经销收入增速分别为-5.31%、-1.75%，但由于公司对于境外市场尚处于开拓期且境外市场不确定性较大，在目前境外经销收入基数较小的基础上，预测建设期内公司境外经销收入保持 5%的年增速，销售预测如下表：

境外经销	2011 年	2012 年	2013 年	建设期第一年	建设期第二年	建设期第三年
收入 (万元)	8,641	8,182	8,039	8,441	8,863	9,306
增速	45.28%(注)	-5.31%	-1.75%	5%	5%	5%

注：该年增速较大，主要由于公司出口结算方式和汇率变化等原因所致。

综上，营销网络扩充及升级后，并考虑公司特许经营模式推广后，根据加盟店扩充进度而相应增加的加盟管理费收入，公司各销售模式下可实现销售收入测算情况如下表：

单位：万元

销售收入来源		加盟店	样板店	KA	境外经销	加盟管理费	批发	合计
2011 年	收入	6,804	104,081	6,789	8,641	432	17,954	144,701
	店数（平均）	1,430	43,732					
	单店销售	4.76	2.38					
2012 年	收入	12,864	133,236	6,525	8,182	628	28,522	189,957
	店数（平均）	2,350	48,680					
	单店销售	5.47	2.74					
2013 年	收入	21,188	161,976	6,743	8,039	1,031	37,009	235,986
	店数（平均）	3,456	52,840					
	单店销售	6.13	3.07					
建设期第一年	收入	35,239	188,732	6,878	8,441	1,155	47,459	287,903
	店数（平均）	5,132	54,971					
	单店销售	6.87	3.43					
建设期第二年	收入	66,001	219,070	7,015	8,863	1,931	48,362	351,242
	店数（平均）	8,582	56,971					
	单店销售	7.69	3.85					
建设期第三年	收入	114,834	253,972	7,156	9,306	3,000	36,735	425,002
	店数（平均）	13,332	58,971					
	单店销售	8.61	4.31					

③新增产能消化与销售规模匹配分析

根据上述财务测算，在两年建设期后，第一年的全部产能释放且 100%产销率情况下的销售收入为 33,200 万元，第二年为 74,900 万元，第三年即达产的当年，为 139,100 万元，与 2013 年度公司销售收入 235,986 万元累加，合计分别为 269,186 万元、310,886 万元和 375,086 万元；公司在营销网络扩充与升级项目的建设期第三年（达成年），所有销售模式下可实现产品销售收入 422,002 万元（扣除加盟管理费 3,000 万元后），公司营销网络扩充与升级后，对公司产品 42 亿左右的销售能力完全可以覆盖当前产能及新增产能达产所需要消化的销售额。

（5）新增产能消化可能存在的市场营销及开拓风险

保荐机构对发行人募投项目新增产能消化的定量分析的假设前提、计算分析过程等进行了审慎核查，认为：发行人本次募投项目新增产能是在充分考虑营销网络扩充及升级项目实施基础上，由发行人董事会审慎确定的；营销网络扩充及升级项目的顺利实施能够保障书写工具制造及研发项目新增产能得到合理消化。

尽管发行人营销网络扩充及升级具备较好的品牌、市场及渠道管理基础，但是，一方面，营销网络扩充及升级募投项目中，发行人终端扩张尤其加盟店扩张的力度要大大超过报告期内，能否如期顺利实施存在一定的不确定性；另一方面，发行人主要竞争对手近年来也逐渐加强了终端拓展的力度，终端市场的争夺和竞争将更为激烈。基于以上因素，若本次营销网络扩充及升级项目未能如期顺利实施，发行人本次募投项目新增产能的消化也将存在一定的市场营销及开拓风险。

6、项目投入明细

（1）项目建筑工程明细

项目建筑工程包括在项目所在地进行厂房及配套设施的建设及装修，建筑面积为 90,610m²。其中：书写工具及替芯扩产子项目 46,010m²，高端金属笔生产子项目 9,062m²，笔头生产子项目 4,992 m²，立体自动化仓库建设子项目 18,320 m²，研发中心建设子项目 4,731 m²，生活配套设施建设子项目 7,495 m²，如下表：

序号	子项目	建筑面积 (m ²)	单位成本 (万元/m ²)	投入 (万元)
1	书写工具及替芯产能扩建项目	46,010	0.16	7,361.60

2	新增核心部件笔头生产线项目	4,992	0.15	748.80
3	新增高端金属笔生产线项目	9,062	0.15	1,359.30
4	立体自动化仓库建设项目	18,320	0.17	3,114.40
5	技术、材料研发中心建设项目	4,731	0.15	709.65
6	生活配套设施建设项目	7,495	0.14	1049.30
合计		90,610	-	14,343.05

（2）项目设备购置明细

本项目建设需购置相应的硬件设备和系统软件，包括自动车床、联合自动抛光机、自动装配机、笔头线材切线机、笔头计数装袋机、精密工具磨床、CNC坐标磨床、CNC慢走丝线切割机等专业化生产和研发书写工具的高端设备，设备计划投资总额为43,143.68万元，如下表：

序号	子项目	投入（万元）
1	书写工具及替芯产能扩建项目	24,236.48
2	新增核心部件笔头生产线项目	8,778.00
3	新增高端金属笔生产线项目	2,556.00
4	立体自动化仓库建设项目	2,250.15
5	技术、材料研发中心建设项目	4,956.00
6	生活配套设施建设项目	367.05
合计		43,143.68

具体子项目设备购置的清单明细如下：

①书写工具及替芯产能扩建项目设备清单

序号	设备名称	数量（台）
1	中性笔芯装配机（高速）	78
2	中性笔芯装配机（普通）	10
3	油性笔芯装配机	17
4	离心机	104
5	护套机	41
6	打蜡机	21
7	点数机	24

序号	设备名称	数量（台）
8	转印机	35
9	烫印机	18
10	笔芯装袋机	39
11	喷码机	5
12	50T 注塑机	40
13	50T 注塑机	24
14	80T 注塑机	56
15	120T 注塑机	128
16	150T 注塑机	152
17	200T 注塑机（双色）	9
18	200T 注塑机（单）	9
19	250T 注塑机	5
20	机械手	320
21	吸料机	320
22	粉料机	334
23	半自动移印机	100
24	全自动移印机	29
25	半自动丝印机	25
26	全自动丝印机	5
27	半自动转印机	39
28	全自动转印机	31
29	半自动烫印机	25
30	全自动烫印机	5
31	套管机	1
32	平板烫印	7
33	喷印机	12
34	笔芯拔护套机	8
35	贴标机	39

序号	设备名称	数量（台）
36	吸塑机	23
37	收缩机	6
38	自动装配组装机	50
39	自动配件组装机	50
40	超声波	8
41	生产流水线	1,091
42	冷却水塔	10
43	空压机	6
44	行车起重机	30
45	模具架	110
46	中央空调	396
47	通风设备	538
48	其它辅助设备	-
49	CNC 雕刻机	4
50	MINMO 超音波套装	3
51	超声波模具抛光机	16
52	电火花 EDM 机	18
53	电火花线切割机	12
54	慢走丝线切割机	1
55	高速台钻	2
56	共渗炉	1
57	金属带锯床	2
58	精密补焊机	2
59	精密内径研磨机	4
60	精密平面磨床	2
61	精密外径研磨机	4
62	无心磨床	1
63	内孔磨床	1

序号	设备名称	数量（台）
64	冷冻式干燥机	1
65	冷却塔	1
66	立式加工中心	7
67	立式钻床	6
68	洛氏硬度计	2
69	落地砂轮机	2
70	模具修补机	2
71	抛光电动工具	1
72	抛光机	1
73	抛光机吸尘机	1
74	皮带式空气压缩机	1
75	普通车床	24
76	起重机	2
77	切割机	1
78	三相稳压器	3
79	深孔放电加工机	4
80	手摇磨床	6
81	数控车床	4
82	塑料注射成型机	4
83	碳氮共渗炉	1
84	投影仪	1
85	三次元坐标检测仪	1
86	万能工具磨床	3
87	万能磨刀机	3
88	端铣刀研磨机	1
89	万能外圆磨床	5
90	万能摇臂铣床	6
91	卧轴平面磨床	2

序号	设备名称	数量（台）
92	箱式电阻炉	1
93	氩弧焊机	2
94	激光焊机	1
95	摇臂钻床	2
96	饮水机	2
97	直饮机	1
98	铸铁平台	5
99	立式综合加工机	1
100	车床 CL6140	2
101	平面磨床	2
102	移动式万向摇臂钻床	1
103	电火花线切割机	3
104	内外圆磨床	1
105	万能摇臂铣床	3
106	深孔放电加工机	1

②笔头生产项目设备清单

序号	设备名称	数量（台）
1	MIKRON24 工位	34
2	国产 16 工位	72
3	笔头线材切线机	3
4	笔头断料去毛刺机	2
5	笔头去油离心机	10
6	针管切割机	1
7	清洗机	1
8	CNC 磨刀机	1
9	三维显微镜	1
10	投影仪	1

11	视频检测仪	10
12	显微硬度仪	1
13	金相显微镜	1
14	顶珠力仪	2
15	书写划线仪	2
16	笔头筛检机	4
17	笔头计数装袋机	2

③高端金属笔生产项目设备清单

序号	设备名称	数量（台）
1	自动车床	54
2	CNC 自动车床	2
3	杆套拉伸机	6
4	管材切割机	12
5	管材缩颈机	8
6	自动冲床	2
7	单机冲床	10
8	CNC 加工中心	1
9	CNC 慢走丝线切割	1
10	联合自动抛光机	2
11	单机抛光机	12
12	吸尘装置	1
13	CNC 雕刻机	2
14	机械雕刻机	6
15	自动喷漆流水线	1
16	手动喷漆装置	2
17	四色移印机	1
18	单色移印机	6
19	自动丝网印机	4
20	自动装配机	10

序号	设备名称	数量（台）
21	气动装配工夹具	200
22	投影仪	1
23	三坐标测量仪	1
24	金属表面镀层检测仪	1
25	漆膜牢度检测仪	1

④立体自动化仓库建设项目设备清单

序号	设备名称	数量（台、套）
1	堆垛机	10
2	入库输送机	10
3	出库输送机	10
4	货架（含天轨地轨）	15,750
5	前移式叉车	5
6	叉车电瓶	2
7	仓库管理信息系统（WMS）	1
8	自动化控制系统	1
9	AS/RS 钢托盘	15,750
10	木托盘	7,000
11	塑料周转箱	4,650

⑤研发中心建设项目设备清单

序号	仪器设备名称	数量（台/套）
1	高浓度 zeta 电位分析仪	1
2	全自动表面/界面张力仪	1
3	电化学工作站	1
4	流变分析仪	1
5	3D 激光扫描显微系统	1
6	接触角测量仪	1
7	笔头与弹簧专用组装机	1

序号	仪器设备名称	数量（台/套）
8	MIKRON24 工位	2
9	精密工具磨床	1
10	小型清洗机	1
11	恒温恒湿试验室	1
12	圆珠笔摩擦力测试仪	1
13	顶珠力仪	2
14	交变式恒温恒湿保存箱	2
15	书写划线仪	2
16	工具显微镜	1
17	激光衍射颗粒度仪	1
18	CNC 坐标磨床	1
19	CNC 外圆磨床	1
20	CNC 加工中心	1
21	UG 设计、加工软件	1
22	有限元分析软件	1
23	CNC 慢走丝线切割机	1
24	纳米研磨机	3
25	小型喷雾干燥仪	1
26	凝胶液相色谱分析仪	1
27	液相色谱仪	1
28	反应釜	5
29	紫外可见分光光度计	1
30	高效液相色谱分析仪	1
31	元素分析仪	1
32	气相色谱-质谱联用仪	1
33	原子吸收分光光度计	1
34	荧光分光光度计	1
35	视频旋转滴超低界面张力仪	1

序号	仪器设备名称	数量（台/套）
36	离子色谱分析仪	1
37	高温金相显微镜	1
38	总有机碳分析仪	1
39	平行同向双螺杆挤出机	1
40	塑料洛氏硬度计	1
41	熔融指数仪	1
42	热变形维卡试验机	1
43	毛细管流变仪	1
44	万能材料试验机	1
45	三维立体打印机	1
46	CAE 分析软件	1
47	UG 设计软件	3

⑥员工生活配套设施建设项目设备清单

序号	设备名称	数量（套、个）
1	铁卧床	900
2	电视机	90
3	空调	90
4	电脑	8
5	太阳能热水器系统	3
6	空压机余热利用系统	1
7	热水箱	2
8	水电工维修工具	1
9	下水道清通工具	1
11	就餐厅餐桌椅	150
12	蔬菜切配区设备	1
13	肉类加工区设备	1
14	热加工区设备	1
15	蒸饭间设备	1

序号	设备名称	数量（套、个）
16	面点加工间设备	1
17	备菜间设备	1
18	洗碗间设备	1
19	消毒间设备	1
20	冻库设备	1
21	主副食库	1
22	屋顶排烟化油系统	1
23	通风排气系统	1
24	就餐厅空调系统	1

7、项目固定资产投资合理性分析

本项目涉及六个子项目，计划设备投资总额为 43,143.68 万元，其设备投资总额在子项目中的分布情况如下：

单位：万元

序号	子项目	设备投资总额	说明
1	书写工具及替芯产能扩建	24,236.48	
2	新增核心部件笔头生产线	8,778.00	产能全部内部消化，不形成最终产品和销售收入
3	新增高端金属笔生产线	2,556.00	
4	技术、材料研发中心建设	2,250.15	不形成最终产品和销售收入
5	立体自动化仓库建设	4,956.00	不形成最终产品和销售收入
6	生活配套设施建设	367.05	不形成最终产品和销售收入
合计		43,143.68	

其中，新增核心部件笔头生产线产品将全部由公司内部生产消化，不形成最终产品的产能，也不形成最终销售收入；而技术、材料研发中心将为公司盈利能力的可持续发展提供有力保证，亦不能直接形成最终销售收入；立体自动化仓库建设属生产配套设施，和生活配套设施一样不能直接形成产能和销售收入。

因此，在固定资产变化与产能、收入变动匹配关系的分析中，将仅对书写工具及替芯产能扩建项目和新增高端金属笔生产线进行分析比较。

项目	现有情况	本次募集资金项目（达产后）
销售收入（万元）	98,348	139,100
产能（万支）	225,000	230,400
设备资产（原值）（万元）	9,749	26,892
销售收入/设备资产（倍）	10.09	5.17
产能/设备资产（倍）	23.08	8.57

注：销售收入为书写工具、替芯与高端金属笔销售收入之和；产能为书写工具、替芯以及高端金属笔产能之和；制造用固定资产为书写工具、替芯与高端金属笔制造用固定资产之和。

本次募集资金投资项目达产后，随着公司运营效率的提高、人工在生产要素中所占的比重下降，销售收入对应的单位固定资产有所上升。具体分析如下：

（1）生产自动化水平的提升

从整体上看，目前公司生产自动化水平处于行业领先定位，但包括装配、贴标在内的非核心环节，人工在生产要素所占比重仍偏高，自动化水平有一定的提升空间。公司将借助本次募集资金投资项目，通过加大自动化生产设备的使用，大幅提升公司的生产自动化装配水平，从而一方面提高生产运营效率，一方面抵御国内劳动力短缺和成本上升因素给公司带来的不利影响，增强对运营的控制力。

尽管随着生产自动化水平的提升，带来固定资产比重的增加以及固定资产折旧的相应增加，但由于人工成本得以大幅降低，固定资产增加基本对成本没有带来负面影响。目前，公司书写工具生产人员人数约为 3,000 人，而本次产能扩充项目新增产能与现有产能大致相当，但计划配备生产人员人数仅为 1,450 人，按生产工人人均工资 3 万/年计算，人工成本将节省约 4,500 万，足以抵消折旧上升对单位成本所带来的影响。

（2）先进设备的引进

受制于资金规模，公司在保证产品质量的前提下，尽可能选择优质高效的生产设备，但现有设备水平仍与国际领先企业仍存在一定的差距。为进一步提高精细化生产和管理水平，所购置的设备均为先进的生产、检验和研发设备，且包含多台国际先进的进口设备。项目建成后，将大幅度提高发行人的生产设备水平和整体技术水平，生产的产品可以持续满足未来较长一段时间内国内外市场逐步提

高的产品质量和市场规模要求，对本公司的长远发展具有重要意义。另外，本次投资的固定资产具备在特殊时期超负荷生产的条件，实际单位固定资产产能在市场需要时可能会超过设计水平。

（3）产品结构的调整

通过公司多年运营，M:G晨光已成为国内文具第一品牌、国内圆珠笔第一品牌，公司在产品定价上具有较强的话语权。在本次“书写工具制造及研发基地建设项目”中，公司将加大高附加值产品生产设备的采购比例，进一步优化产品结构，提高公司盈利能力，由于产品比较高端，这些产品往往单位设备投资生产能力较低。比如：新产品高端金属笔设备投资 2,556.00 万元，而产能为 400 万支，单位设备投资生产产能仅为 0.16 支/元，书写工具及替芯产能扩建项目的单位设备投资生产产能则为 0.95 支/元，这一因素也在一定程度上影响了本次产能扩充项目的单位固定资产生产产能。

（4）物价上涨因素的影响

公司现有书写工具及替芯固定资产投资时间较早，部分购置时间已长达七、八年，购置历史成本普遍较低。而近年来物价指数逐年攀升，现今相同设备的价格较购置初期已有大幅上升。

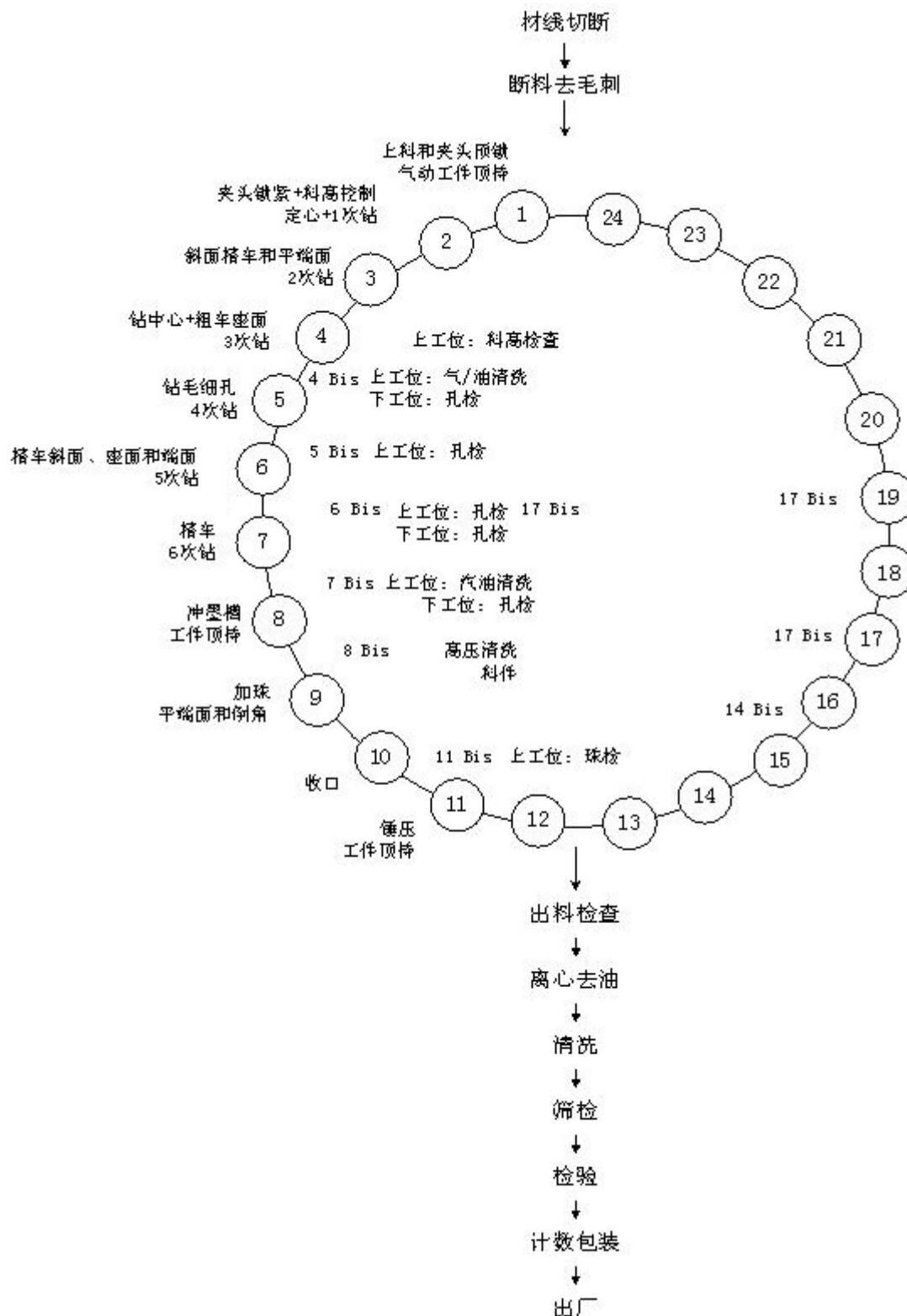
综上所述，本次固定资产投资规模及新增产能基本与目前实际情况相配比。

8、项目产品工艺流程

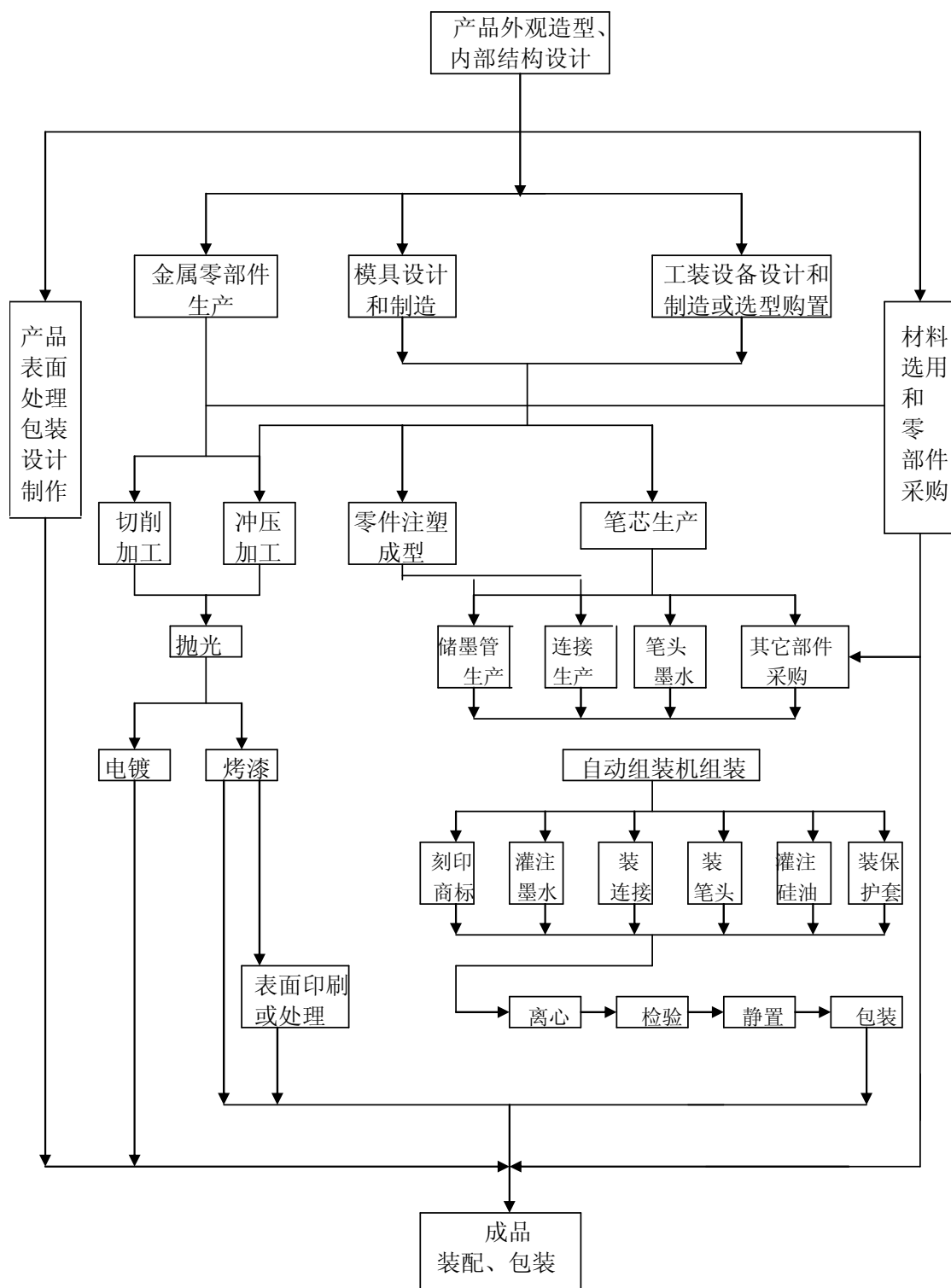
（1）书写工具

详情请参见“第六节 四、（三）、1、书写工具生产工艺流程”。

（2）笔头



（3）高端金属笔



9、项目所需主要原材料供应情况

项目生产所需的主要原材料为笔头、墨水、塑料原粒等，主要由瑞士

PREMEC 公司、日本 Mikuni、德国文都 Dokumental、LG 化学、奇美等国内外知名的厂家提供，同时，公司将通过本次募集资金投资项目逐渐具备笔头自主供应能力。公司经过多年诚信经营，与原材料供应商建立了长期、稳定的合作伙伴关系。尤其是对于笔头、墨水等核心原材料，公司与供应商的合作关系非常稳定，另一方面替代性选择也在逐步增多，公司完全有能力保证主要原材料得到充分供应。

10、项目实施进度

本项目建设期为两年，投产三年后达产，项目建设进度表如下：

项目进度	建设期第一年				建设期第二年			
	3 月	6 月	9 月	12 月	3 月	6 月	9 月	12 月
土建工程	●	●	●	●				
设备订购					◆	◆		
设备安装与调试						■	■	
人员招聘和培训							★	★

11、项目的环保情况

根据本项目工艺的特点，工艺生产过程不会产生废渣和废气，污染主要为噪声和固体废弃物。本公司对本项目生产过程中产生的固废、噪声设计了相应的治理和控制措施，实现了污染物排放的最小量化，符合国家环保相关政策规定。本项目的实施对环境基本无影响。

（1）噪声环境影响分析

本项目噪声源主要为生产设备在运行过程中产生的机械噪声。本项目选购相对噪音较小的设备并要求厂商针对设备主要噪声发生源加设隔音设施及结构本体，采用减震效果好的材质，以有效降低噪音，污染非常小。

采取以上措施后，本项目正式投产后，对厂界的噪声影响能够达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-90）中的 2 类标准，对周围环境影响较小。

（2）固体废弃物环境分析

固体废弃物主要是废塑料等，可通过回收再次使用，对环境的影响较小。

该项目已取得上海市奉贤区环保局“沪奉环保许管 [2012]027 号”环评确认

文件。

12、项目经济效益分析

本项目中新增核心部件笔头生产线、立体自动化仓库建设、技术及材料研发中心建设及生活配套设施建设等子项目不直接产生经济效应，但其实施后产生的间接效益将在公司的利润中体现。出于谨慎考虑，此处项目收益测算仅针对书写工具及替芯产能扩建和新增金属笔生产线两个子项目进行，而投入成本则包含新增核心部件笔头生产线、立体自动化仓库建设、技术及材料研发中心建设及生活配套设施建设等子项目在内的整个“书写工具制造及研发基地建设项目”的总投资额。

书写工具及替芯产能扩建和新增高端金属笔生产线两个子项目建设期为两年，运营期为 10 年（不含建设期）。在测算时，假设产品价格与现有价格（高端金属笔为公司目标定价）保持一致，产能在运营期第 3 年开始实现全部销售，项目必要收益率为 15%。经测算，项目在全达产后年营业收入为 139,100 万元，净利润为 18,317 万元。

项目主要财务情况如下：

序号	财务评价指标	单位	数额	备注
1	营业收入	万元	139,100.00	达产年数据
2	净利润	万元	18,317.00	达产年数据
3	项目投资回收期（所得税后）	年	4.96	-
4	项目投资内部收益率（所得税后）	%	20	-
5	项目投资净现值（所得税后）	万元	14,748.25	-

（四）补充流动资金

公司拟投入 36,000.00 万元补充流动资金，以保证公司未来主营业务的快速、持续增长：

1、主营业务的快速发展对营运资金提出更高要求

随着国家对教育投入的持续增加和城乡居民收入水平、城镇化率的稳步提升，文教体育用品行业近年来增长显著。晨光文具作为文具行业“自主品牌+内需市场”的领跑者；M&G晨光作为国内文具第一品牌、圆珠笔第一品牌，展现出超

出行业平均水平的增长率，市场占有率稳步提升。

2011 年至 2013 年，公司营业收入快速、持续增长，其复合增长率达到 27.70%。这直接导致应收账款、存货等经营性资产的大幅增加，进而对营运资金的持续投入也提出更高的要求。2011 年至 2013 年，公司营运资金的复合增长率达到 28.50%。

在行业整体快速发展的背景下，公司作为市场占有率排名第一的企业，将迎来发展的良好契机，营运资金的需求将随着业务规模的扩大而相应增加。

2、新的盈利增长点的培育需要较大的前期投入和运营维护

目前，公司已基于文具产品特性以及国内文具消费的现状，针对性地建立了以区域经销为主，结合 KA 销售、境外经销、办公直销和直营旗舰大店销售的销售模式。其中，办公直销和直营旗舰大店销售模式是公司正在探索和拓展的新销售模式，公司已设立晨光科力普和晨光生活馆两家控股子公司作为新销售模式拓展平台。

国内办公直销市场正处在发展阶段，集中度较低，市场空间广阔，孕育着巨大的发展机遇。直营旗舰大店业务模式的探索，是公司从传统分销模式向现代零售领域延展的尝试，是对公司现有渠道网络的有力补充。公司在涉足两项业务前已进行了细致的市场调研，并进行了周密的前期准备。2013 年，公司办公直销和直营旗舰大店销售分别实现销售收入 10,673.23 万元和 1,068.05 万元，其占同期公司销售收入的比重分别为 4.52%和 0.45%，2014 年 1-9 月，上述比例分别为 4.75%和 0.95%。未来随着两项新业务的持续、快速增长，公司也将在此两项业务上进行持续投入，相关营运资金的需求将显著增加。

3、库存商品的主动增加将进一步提升营运资金的需求

受制于仓储和生产能力，尽管报告期内公司书写工具产能利用率一直保持在 105%以上，但整体存货水平基本保持可供 1 个月销售的库存商品作为安全库存。在仓储和生产能力的约束下，公司对于系列产品的顺序生产、批次发货的运营模式并未能完全执行。在募集资金投资项目中的立体仓库完全建成并投入使用后，公司将对系列产品中的单品根据颜色、花型等进行顺序生产，待整套生产完毕后方才全系列发货。在这种模式下，公司存货将出现一定幅度的上升，尤其是在公司新品数量显著提升时，这一上升将更加明显，这也将进一步提高公司对营运资

金的需求。

4、未来的市场竞争需要雄厚的整体资金实力

公司目前的主要竞争对手为国内的品牌文具制造商：在书写工具、学生文具领域，最直接竞争对手为真彩文具；而在办公文具领域，最直接竞争对手为齐心文具、得力文具等企业。

尽管国内文具市场对跨国文具企业具有较高的市场壁垒，但在部分细分领域，如办公文具零售渠道方面，跨国文具零售巨头已开始构成一定的竞争。比如：全球办公用品零售巨擎 Staples 借道本土强势网络直销商 OA365 涉足中国市场。跨国文具业者成熟的业务管理模式、全球统一采购的议价能力将在办公文具领域给国内厂商带来品牌、价格、渠道等多方位的竞争。

随着行业的快速发展和市场集中度的不断提升，公司需要提升整体资金实力，与竞争对手看齐，以面对可能的机遇与挑战。

四、募集资金运用对公司经营成果及主要财务状况的影响

（一）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

“书写工具制造及研发基地建设项目”包括建筑工程 23,404.05 万元、设备 43,143.68 万元，该募集资金投资项目建成后，公司固定资产将有较大规模的增长。按照公司现行固定资产折旧政策，采用直线法计算，建筑物折旧年限为 20 年，残值率为 5%；设备折旧年限为 10 年，残值率为 10%，该募集资金投资项目建成投产后公司每年新增固定资产折旧 4,994.62 万元。项目建成达产后，在经营环境不发生重大变化的情况下，公司将实现新增销售收入 139,100 万元，新增利润总额 21,550 万元，完全有能力消化新增折旧。

（二）对公司净资产和净资产收益率的影响

截至 2014 年 9 月 30 日，公司归属母公司的所有者权益为 117,012.07 万元，每股净资产为 2.93 元，本次发行后，公司资本实力将得到增强，公司的净资产和每股净资产将大幅度提升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此，在短期内本公司的净资产收益率将因净资产增加而有所下降，但随着

本公司生产项目和营销项目的效益逐渐显现，公司的营业收入和营业利润将大幅提升，净资产收益率将随之回升，公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。

（三）对公司资本结构的影响

本次发行后，公司资产负债率将会有较大幅度下降，资金实力和偿债能力将得到有效提升，公司整体抗风险能力增强。同时，本次发行后，公司将引进较大比例的社会公众股股东，有利于优化公司的股本结构，实现投资主体多元化，进一步完善公司法人治理结构，促进公司长远发展。

五、募集资金专户存储的相关措施

公司制定了《募集资金管理办法》，对募集资金的存储、使用、变更、管理与监督等事项作了较为详细的规定。

公司将严格遵循公司《募集资金管理办法》的规定，本次募集资金到位后将及时存入公司董事会指定的专项账户，严格按照募集资金使用计划确保专款专用。

第十四节 股利分配政策

一、报告期股利分配政策

《公司法》及本公司《公司章程》，对利润分配有如下规定：

1、利润分配的程序

公司董事会制订公司的利润分配方案，公司监事会对利润分配方案进行审议并出具书面意见，公司独立董事发表独立意见，公司股东大会对利润分配方案作出决议。公司在召开审议分红的股东大会上应为股东提供网络投票方式。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

2、利润分配的方式

公司可以采取现金或者股份方式分配股利。

3、利润分配的顺序

- （1）以税后利润弥补以前年度的亏损；
- （2）提取税后利润的 10%作为法定公积金；
- （3）提取任意盈余公积金；
- （4）支付股东股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

4、利润分配说明

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

二、报告期内股利分配情况

2011 年 5 月 6 日，经 2010 年年度股东大会决议通过《2010 年度利润分配预案》，公司以 2010 年度末总股本 20,000 万股为基数，向 2011 年末全体股东按每 10 股派现金红利 2 元（含税），合计分配股利 4,000 万元。

2012 年 3 月 8 日，经 2011 年年度股东大会决议通过《2011 年度利润分配预案》，公司以 2011 年度末总股本 20,000 万股为基数，向全体股东按每 10 股派现金红利 2.1 元（含税），合计分配股利 4,200 万元。

2013 年 3 月 13 日，经 2012 年年度股东大会决议通过《2012 年度利润分配预案》，公司以 2012 年度末总股本 20,000 万股为基数，向 2012 年度末全体股东按每 10 股派现金红利 2.25 元（含税），合计分配股利 4,500 万元。

2013 年 12 月 13 日，经 2013 年第一次临时股东大会决议通过《2013 年中期利润分配预案及资本公积金转增股本预案》，公司以截至 2013 年 6 月 30 日总股本 20,000 万股为基数，以经立信会计师事务所审计的截至 2013 年 6 月 30 日未分配利润向全体股东每 10 股送 5.5 股红股，派发现金红利 1.375 元（含税），共分配红股股利 11,000 万股，现金股利 2,750 万元；同时以经审计的截至 2013 年 6 月 30 日的资本公积向全体股东每 10 股转增 4.5 股，共计转增 9,000 万股。本次分配红股及资本公积金转增股本共计 20,000 万股。

三、本次发行后的股利分配政策

2014 年 3 月 7 日公司召开的 2013 年年度股东大会以及 2014 年 6 月 29 日召开的 2014 年第三次临时股东大会，审议并通过了经修订的上市后适用的《公

公司章程（草案）》，其中关于利润分配的有关内容如下：

“（一）利润分配的研究论证程序和决策机制

1、利润分配政策研究论证程序

公司制定利润分配政策或者因公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要修改利润分配政策时，应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报，由董事会充分论证，并听取独立董事、监事、公司高级管理人员和公众投资者的意见。对于修改利润分配政策的，还应详细论证其原因及合理性。

2、利润分配政策决策机制

董事会应就制订或修改利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数表决通过并经 $1/2$ 以上独立董事表决通过，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。对于修改利润分配政策的，董事会还应在相关提案中详细论证和说明原因。独立董事可以征集中小股东的意见，提出有关制订或修改利润分配政策的提案，并直接提交董事会审议。

公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事表决通过，并发表意见。

股东大会审议制订或修改利润分配政策前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。在股东大会审议制定或修改利润分配政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $2/3$ 以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制订或修改提供便利。

（二）公司利润分配政策

1、公司的利润分配原则：公司实行同股同利的股利分配政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司董事会、监事会和股东大会在利润分配政策的决策和论

证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事（如有）和公众投资者的意见。

2、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

3、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，如无重大投资计划或重大现金支出发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

此外，针对现金分红占利润分配总额之比例，公司董事会综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，确定差异化的现金分红比例：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 30%；

（4）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

前文所述之“重大投资计划”或者“重大现金支出”指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

满足上述条件的重大投资计划或者重大现金支出须由董事会审议后提交股东大会审议批准。

4、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长或者公司具备每股净资产摊薄的真实合理因素，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可

以在满足上述现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本，法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

5、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

6、利润分配应履行的审议程序：公司利润分配方案应由董事会审议通过后提交股东大会审议批准。公司董事会须在股东大会批准后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事（如有）的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。

7、利润分配政策的变更：公司应保持股利分配政策的连续性、稳定性，如果变更股利分配政策，必须经过董事会、股东大会表决通过。公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事（如有）的意见制定或调整股东分红回报规划。但公司保证现行及未来的股东分红回报规划不得违反以下原则：即如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

（三）利润分配的具体规划和计划安排

公司董事会应根据股东大会制订或修改的利润分配政策以及公司未来盈利和现金流预测情况每三年制定或修订一次利润分配规划和计划。若公司预测未来三年盈利能力和净现金流入将有大幅提高，可在利润分配政策规定的范围内向上修订利润分配规划和计划，例如提高现金分红的比例；反之，也可以在利润分配政策规定的范围内向下修订利润分配规划和计划，或保持原有利润分配规划和计划不变。董事会制定的利润分配规划和计划应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过。独立董事可以征集中小股东的意见，提出利润分配规划和计划，并直接提交董事会审议。董事会通过相关决议后，该等利润分配规划和计划应提交股东大会审议；股东大会审议该等利润分配规划和计划前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和

诉求，及时答复中小股东关心的问题。在股东大会审议该等利润分配规划和计划时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上表决通过。

若公司利润分配政策根据公司章程的相关规定进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要临时调整利润分配规划和计划，利润分配规划和计划的调整应限定在利润分配政策规定的范围内，且需经全体董事过半数以及独立董事 $\frac{1}{2}$ 以上表决通过，并经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上表决通过。独立董事可以征集中小股东的意见，提出临时调整的利润分配规划和计划，并直接提交董事会审议。董事会通过相关决议后，该等临时调整后的利润分配规划和计划应提交股东大会审议；股东大会审议该等临时调整后的利润分配规划和计划前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。在股东大会审议该等临时调整的利润分配规划和计划时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上表决通过。

上述经营环境或者自身经营状况发生较大变化是指公司所处行业的市场环境、政策环境或者宏观经济环境的变化对公司经营产生重大不利影响，或者公司当年净利润或净现金流入较上年下降超过 20%。”

四、本次发行前滚存利润的分配安排

根据 2014 年 3 月 7 日本公司 2013 年年度股东大会决议通过的《关于公司公开发行股票前滚存利润归属的议案》，公司本次发行前滚存的未分配利润，将由发行前公司的老股东和发行完成后公司新增加的社会公众股东共同享有。

五、保荐机构核查意见

保荐机构认为：发行人本次发行完成后的利润分配政策着眼于公司的长远利益和可持续发展，注重给予投资者持续、稳定的合理投资回报，具有可操作性，有利于保护投资者的合法权益；《公司章程（草案）》及本招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分

配决策机制健全、有效，有利于保护公众股东合法权益。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

（一）信息披露制度及为投资者服务计划

本公司根据相关法律法规的要求制定了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》，以规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者的合法权益。

（二）信息披露和投资者关系相关部门联系方式

本公司的信息披露及投资者关系管理工作由公司董事会秘书负责，相关人员的联系方式如下：

董事会秘书：丁一新

办公地址：上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼

电话：021-57475621

传真：021-57475621

电子邮箱：ir@mg-pen.com

二、重大合同协议

公司目前正在履行的、交易金额在 500 万元以上或未达到 500 万元但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同或协议

1、区域经销的销售合同或协议

截至本招股说明书签署日，公司的下游客户主要为除 5 家自有销售孙公司外的 24 家省级经销商。公司销售产品主要通过与各省级经销商订立年度经销合同的形式，在遵照年度经销合同的前提下，具体销售行为结合各次订单确定。

截至本招股说明书签署日，与公司已经订立且正在履行的重大年度经销合同如下表：

序号	供货方	省级经销商	合同编号	签署时间	授权经营期限
1	发行人	汕头市潮南区峡山晨之光文具贸易商行	MG-HT/MGA-2014-101	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
2	发行人	唐山晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-104	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
3	发行人	深圳市晨之光文具有限公司	MG-HT/MGA-2014-100	2014.01.09	2014.01.01-2014.12.31
4	发行人	南宁晨鹏文具销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-098	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
5	发行人	昆明晨鹏文具销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-097	2014.01.22	2014.01.01-2014.12.31
6	发行人	贵州晨光伟业贸易发展有限公司	MG-HT/MGA-2014-096	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
7	发行人	江西省晨光文具礼品有限责任公司	MG-HT/MGA-2014-095	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
8	发行人	福州三美晨光文具礼品销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-094	2014.01.08	2014.01.01-2014.12.31
9	发行人	南京兆晨文化用品销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-089	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
10	发行人	安徽晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-088	2014.01.24	2014.01.01-2014.12.31
11	发行人	重庆晨光文具销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-087	2014.01.06	2014.01.01-2014.12.31
12	发行人	成都晨光文具销售有限公司	MG-HT/MGA-2014-086	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
13	发行人	湖南晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-085	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
14	发行人	湖北晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-084	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
15	发行人	陕西晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-083	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
16	发行人	兰州晨光睿智星文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-082	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
17	发行人	新疆金晨光商贸有限公司	MG-HT/MGA-2014-080	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
18	发行人	天津逸美晨光文具有限公司	MG-HT/MGA-2014-078	2014.01.24	2014.01.01-2014.12.31
19	发行人	北京中韩晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-076	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
20	发行人	辽宁锐星晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-075	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
21	发行人	太原晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-105	2014.01.06	2014.01.01-2014.12.31
22	发行人	石家庄晨光文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-077	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
23	发行人	长春晨鹏文具礼品有限公司	MG-HT/MGA-2014-106	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
24	发行人	山东晨光文具有限责任公司	MG-HT/MGA-2014-081	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31

2、办公直销的销售合同或协议

截至本次招股说明书签署日，本公司办公直销业务已经订立且正在履行的主

要合同或协议如下：

序号	客户	合同标的	签署时间	合同期限
1	上海屈臣氏日用品有限公司	以双方确认的日常文具价目表为准	2014.09.01	2014.09.01-2015.08.31
2	德邦物流股份有限公司	品牌办公文具	2014.06.25	2014.06.25-2015.06.30

（二）采购合同或协议

公司与上游材料供应商建立了良好的合作关系，公司依据双方签定的年度《买卖合同》，向供应商发出的订购单，供应商以报价方式向公司提供每批次产品的价格，经双方协商后以共同确认的价格执行。年度《买卖合同》对产品质量标准、包装方式、交货方式、验收方式、付款及结算方式均作了详细的约定。

截至本次招股说明书签署日，本公司已经订立且正在履行的重大《买卖合同》如下：

1、笔头采购合同

序号	供应商	合同标的	签署时间	合同期限
1	意瑞纳米科技（昆山）有限公司	全针管中性笔头	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
2	温州市金锐笔业有限公司	可擦中性笔头、热敏可擦笔头	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
3	温州文星制笔有限公司	全针管中性笔头	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
4	汕头市振泰实业有限公司	半针管中性笔头、子弹头中性笔头	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
5	上海帕勒工艺制笔厂	钢笔笔尖	2014.03.13	2014.03.13-2015.03.12
6	上海爱伊文具有限公司	纤维笔头	2014.03.14	2014.03.14-2015.03.13
7	派锐美科笔业（上海）有限公司	笔头	2014.10.23	2014.10.23-2015.10.22

2、墨水采购合同

序号	供应商	合同标的	签署时间	合同期限
1	上海博航文具有限公司	墨水	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
2	上海俊彩文具用品有限公司	可擦中性墨水	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
3	杭州雅希雅贸易有限公司	MIKUNI 中性墨水	2013.11.06	2013.11.06-2015.11.05
4	上海欣洲文化用品有限公司	可擦墨水	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31

序号	供应商	合同标的	签署时间	合同期限
5	上海合愉商贸有限公司	墨水	2014.07.31	2014.07.31-2015.7.30

3、其他原辅料采购合同

序号	供应商	合同标的	签署时间	合同期限
1	上海天聚塑化有限公司	PMMA、POM	2014.02.10	2014.02.10-2015.02.09
2	宁波信升化工有限公司	ABS	2014.02.14	2014.02.14-2015.02.13
3	上海永贵贸易有限公司	PC	2014.02.14	2014.02.14-2015.02.13
4	鹤山市嘉益文具实业有限公司	铅芯	2014.02.13	2014.02.13-2015.02.12
5	上海色冠贸易有限公司	色粉珠光粉	2014.03.04	2014.03.04-2015.03.03
6	上海豪君森包装材料有限公司	PVE\PP\PET材料产品	2014.10.17	2014.10.17-2015.10.16

4、设备采购合同

2013年8月30日，发行人与MIKRON SA AGNO签署了相关设备采购协议；基于该等协议之约定，发行人向MIKRON SA AGNO采购总价为5,889,660.00瑞士法郎元的设备。根据发行人出具的说明，该等设备采购协议将于2014年内履行完毕。

（三）商标授权许可合同

发行人于2012年3月29日与PEANUTS WORLDWIDE LLC签署《许可协议》（合同编号：18663-0-0）。根据该协议，PEANUTS WORLDWIDE LLC授予发行人PEANUTS/SNOOPY品牌相关著作权和商标在中国地区的非排他性许可使用权（即普通许可），有效期为2011年12月1日至2017年3月31日。为保证上述《许可协议》的适当履行，发行人与雯雯（上海）贸易有限公司签署《关于执行许可合同的协议》。雯雯（上海）贸易有限公司作为PEANUTS WORLDWIDE LLC在中国地区有关PEANUTS/SNOOPY卡通版权的代理公司，具体执行上述《许可协议》所约定的相关商标的许可使用事宜，并监督指导发行人使用该等商标。

2013年8月26日，发行人与毕加索国际企业股份有限公司（以下简称“毕加索国际”）签订《商标使用许可合同》，根据该合同，毕加索国际将其使用在

第 18 类商品：皮带（非服饰用）、皮包、皮夹、皮箱、行李箱、手提箱、公事包、背包、雨伞、阳伞、动物皮商品上的“毕加索”商标许可给发行人在第 18 类商品：学生笔袋、学生书包、笔记本（皮革制）、背包商品上使用。许可使用期限自 2013 年 8 月 1 日起至 2018 年 8 月 13 日止。许可区域为中华人民共和国大陆地区，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾及其他国家。许可使用的形式为除书包、背包为一般使用许可，其他为排他性许可。

2013 年 8 月 20 日，发行人与上海大者实业有限公司（以下简称“大者实业”）签订《商标使用许可合同》，根据该合同，大者实业将其使用在第 16 类商品：桌上纸杯垫、笔记本或绘图本、卡片、印刷品、贺卡、照片、纸牌、包装纸、文具、墨水、书写工具、直角尺、绘图仪器、绘画材料、电动或非电动打字机、日历等商品上的 PIMIO 商标许可给发行人在第 16 类商品：绘画材料、书写工具、文具、纸制品等商品上使用。许可使用期限自 2013 年 8 月 1 日起至 2018 年 8 月 13 日止。许可区域为中华人民共和国大陆地区，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾及其他国家。许可使用的形式为独占许可。

（四）形象标识授权许可合同

序号	许可方	被授权 形象标识	授权产品/使用范围	许可区域	许可形式	合同期限
1	Mercis bv	 [注]	书写及修改用文具：圆珠笔、中性墨水笔、自动铅笔、笔芯、笔、油画笔、水彩笔、修正液、修正带、尺和橡皮	中国大陆地区	独家授权	2014.01.01 -2019.03.31
2	Mercis bv	 [注]	1、笔记本、便笺本、贴纸、书签、折纸、利是封和图画本； 2、学生用袋及盒：文具袋，铅笔盒和书包	中国大陆地区	非独家授权	2014.01.01 -2019.03.31
3	Mercis bv	 [注]	1) 书写工具，如：圆珠笔、水彩笔、中性笔、自动铅笔、钢笔、笔芯、油画棒 2) 修正文具，如：修正液、修正带 3) 书写配件，如：尺、橡皮、胶水 4) 文具包、铅笔盒	新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾、印度尼西亚、越南	独占许可	2012.05.01 -2016.04.30

序号	许可方	被授权 形象标识	授权产品/使用范围	许可区域	许可形式	合同期限
4	上海韩 丽文化 传播有 限公司		圆规、尺、固体胶、液体胶、白胶、修正带、修正液、修正贴、书立、白板、书签、折纸、学生书包、剪刀、油画棒、中性笔、圆珠笔、钢笔、自动铅笔、铅笔、彩色铅笔、荧光笔、橡皮、文具盒、笔筒、储钱罐、美工刀、书写垫板、票夹、水彩笔、记号笔、白板笔、笔芯、铅芯、削笔机、卷笔刀、证件套、名片夹、书套、pp文件夹、pp资料册、水彩颜料、活页夹、水彩墨水、长尾夹、三针一钉、订书机、文具套装、印章、购物袋、学生本册、办公本册、报喜贴、清水粘泥、毛笔	中华人民共和国境内（不含港、澳、台地区）	商品授权	2014.10.01 -2017.09.30

注：该标识为基本图样，实践中，发行人将根据不同产品设计米菲标识，并经许可方确认。

（五）运输合同

公司产品运输方式主要为汽运方式。2013 年起，公司的物流配送模式发生了变化，由原来的公司（作为托运方）与货运公司（作为承运方）直接签订运输协议变更为发行人区域经销商（作为托运人）与货运公司（作为承运人）及公司（作为起货方）三方签订运输协议。截至本次招股说明书签署日，新运输合同的基本信息如下表所示：

序号	起货方	托运方	承运方	合同编号	运输方式	签署时间	合同期限
1	发行人	天津逸美晨光文具有限公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005b	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31
2	发行人	北京中韩晨光文具礼品有限公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005d	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31
3	发行人	山东晨光文具有限责任公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005g	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31
4	发行人	山东晨光文具有限责任公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005a	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31
5	发行人	兰州晨光睿智星文具礼品有限公司	上海新飞龙物流有限公司	MG-HT/X01-2014-004c	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31
6	发行人	太原市晨光文具礼品有限公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005f	汽车	2014.01.01	2014.01.01 -2014.12.31

序号	起货方	托运方	承运方	合同编号	运输方式	签署时间	合同期限
7	发行人	石家庄晨光文具礼品有限公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005e	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
8	发行人	安徽省晨光文具礼品有限公司	上海鑫鲁物流有限公司	MG-HT/X01-2014-005c	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
9	发行人	辽宁锐星晨光文具礼品有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003a	火车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
10	发行人	长春晨鹏文具礼品有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003b	火车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
11	发行人	哈尔滨晨光三美文具有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003c	火车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
12	发行人	南宁晨鹏文具销售有限公司	上海新飞龙物流有限公司	MG-HT/X01-2014-004b	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
13	发行人	湖北晨光文具礼品有限公司	隆都物流有限公司	MG-HT/X01-2014-008	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
14	发行人	陕西晨光文具礼品有限公司	上海新飞龙物流有限公司	MG-HT/X01-2014-004a	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
15	发行人	义乌市晨兴文具用品有限公司	义乌市宗信货物运输有限公司	MG-HT/X01-2014-001	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
16	发行人	新疆金晨光商贸有限公司	上海新蓝园物流有限公司	MG-HT/X01-2014-007	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
17	发行人	广州晨光文具礼品销售有限公司	上海盛辉货运有限公司	MG-HT/X01-2014-006a	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
18	发行人	汕头市潮南区峡山晨之兴文具贸易商行	上海盛辉货运有限公司	MG-HT/X01-2014-006c	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
19	发行人	深圳市晨之光文具有限公司	上海盛辉货运有限公司	MG-HT/X01-2014-006b	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
20	发行人	福州三美晨光文具礼品销售有限公司	上海盛辉货运有限公司	MG-HT/X01-2014-006d	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
21	发行人	唐山晨光文具礼品有限公司	上海大田运输服务有限公司	MG-HT/X01-2014-002b	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31

序号	起货方	托运方	承运方	合同编号	运输方式	签署时间	合同期限
22	发行人	重庆晨光文具销售有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003e	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
23	发行人	贵州晨光伟业贸易发展有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003g	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
24	发行人	成都晨光文具销售有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003d	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
25	发行人	郑州晨光文具礼品有限责任公司	上海大田运输服务有限公司	MG-HT/X01-2014-002d	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
26	发行人	湖南晨光文具礼品有限公司	上海大田运输服务有限公司	MG-HT/X01-2014-002c	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
27	发行人	南京兆晨文化用品销售有限公司	上海大田运输服务有限公司	MG-HT/X01-2014-002e	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
28	发行人	江西省晨光文具礼品有限责任公司	上海大田运输服务有限公司	MG-HT/X01-2014-002a	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31
29	发行人	昆明晨鹏文具销售有限公司	南丰县顺丰物流有限公司	MG-HT/X01-2014-003f	汽车	2014.01.01	2014.01.01-2014.12.31

（六）委托加工合同

基于生产需要，2011 年度公司委托部分外部加工企业为本公司加工成品。加工方收取的费用按标准成本和成本加成率进行核算。本公司与委托加工单位均签订了《晨光股份公司成品收购结算方案》，对结算模式、标准成本范围、成本加成率、若涉及模具买卖模具的会计处理方式等主要条款均作了详细规定。

截至本招股说明书签署日，与公司已经订立且正在履行的委托加工成品收购结算方案如下表：

序号	委托加工商	委托加工事项	签署时间
1	广东晨光文具有限公司	成品笔	2008.11.18
2	上海升美文具制造有限公司	成品笔	2010.11.16

（七）OEM委外生产合同

基于生产需要，本公司委托部分外部生产企业为本公司定牌加工生产“米菲”、“晨光”等文具产品，公司委外定牌加工主要通过和承揽方订立年度加工承揽合同的形式，在遵照年度加工承揽合同的前提下，具体的各批次加工行为以双方补充签订的加工订单确定。

截至本招股说明书签署日，与公司已经订立且正在履行的《加工承揽合同》如下表：

序号	加工承揽方	加工事项	签署时间
1	上海兆方文具有限公司	“晨光”橡皮类产品	2014.10.10
2	温州金马文具用品制造有限公司	“晨光”水彩笔、彩绘棒类产品	2014.08.25
3	杭州爱华文具有限公司	“晨光”圆规类产品	2014.10.15
4	宁波云峰文具有限公司	“晨光”订书机、起钉器、打孔机、封箱器、笔筒类产品	2014.08.01
5	江苏兴达文具集团有限公司	“晨光”胶类产品	2014.07.28
6	哈尔滨天坛铅笔板厂	“晨光”铅笔类产品	2014.09.04
7	浙江省丽水传人笔业有限公司	“晨光”钢笔类产品	2014.08.14
8	汕头市潮阳区汇海五金电器厂	“晨光”尺类产品	2014.10.20
9	佛山市长飞文具有限公司	“晨光”彩泥、轻泥类产品	2014.09.11
10	温州晨悦文具有限公司	“晨光”水彩笔类产品	2014.08.18
11	宁波天虹文具有限公司	“晨光”长尾夹类产品	2014.08.01
12	温州福达文教用品有限公司	“晨光”水彩类产品	2014.09.05
13	蚌埠市雪莲铅笔厂	“晨光”铅笔类产品	2014.09.04
14	汕头市四海集文具制造有限公司	“晨光”文件夹类产品	2014.11.01
15	上海亮杰塑料制品有限公司	“晨光”文件夹类产品	2014.10.29
16	浙江波斯猫文具有限公司	“晨光”削笔机类产品	2014.10.08
17	汕头市腾佳电子实业有限公司	“晨光”耳机、台灯类产品	2013.11.01

注：上表第 17 项合同已到期，公司正与相关企业续签合同。同时，由于合作关系较为稳定，且原合同中均已约定，合同到期未续签前，如双方无异议，按原合同执行。因此，上述合同的到期不会对公司与 OEM 厂商的合作关系造成不利影响。

（八）土地使用权出让合同

2012年7月11日，发行人与上海市奉贤区规划和土地管理局签署编号为“沪奉规土（2012）出让合同第46号”的《上海市国有建设用地使用权出让合同》，约定上海市奉贤区规划和土地管理局以45,290,000元的价格向发行人出让位于青村镇的宗地一处，该宗地编号为201216248579429602，宗地总面积为87,782.00平方米，其中出让宗地面积为81,783.40平方米。

（九）项目施工合同

2012年7月5日，发行人与台朔重工（宁波）有限公司签署《晨光AS/RS项目物流设备集成合同书》，约定台朔重工（宁波）有限公司作为总承包，承担“晨光AS/RS项目物流设备集成项目”的技术方案、设备供货和安装调试、物流设备集成、人员培训及技术服务等工作。协议总金额为2,600万元，总工期为9个月。

2013年5月16日，发行人与广东省第二建筑工程公司签署《上海市建设工程施工合同》，约定由广东省第二建筑工程公司作为承包方，承建“书写工具制造及技术、材料研发基础建设项目（二期）”工程，承包范围为图纸范围内的所有工程内容及发包人招标文件中补充的内容，主要包括14#车间及周边总体，以及以上分部分项工程的安装工程、装饰工程。协议合同价款为980.00万元，合同约定根据实际工程建设等需要，发包人有权决定合同工期予以适时调整，具体以届时发包人盖章的书面通知为准。

2013年8月1日，发行人与广东省第二建筑工程公司签署《上海市建设工程施工合同》，约定由广东省第二建筑工程公司作为承包方，承建“晨光文具两栋厂房及消防水池、3#变电站”工程，承包范围为图纸范围内的所有工程内容及发包人招标文件中补充的内容，主要包括2#车间、3#车间、3#变电站、消防水池共4个单体及室外给排水、消防、雨污水管网、道路、预埋管、路灯以及以上分部分项工程的土建工程、安装工程、装饰工程、消防工程。合同价款为5,888.89万元，合同约定根据实际工程建设等需要，发包人有权决定合同工期予以适时调整，具体以届时发包人盖章的书面通知为准。

2013年8月1日，发行人与广东省第二建筑工程公司签署《上海市建设工

程施工合同》，约定由广东省第二建筑工程公司作为承包方，承建“晨光文具两栋厂房”工程，承包范围为图纸范围内的所有工程内容及发包人招标文件中补充的内容，主要包括 4#车间、5#车间以及以上分部分项工程的土建工程、安装工程、装饰工程、消防工程。合同价款为 5,000.00 万元，合同约定根据实际工程建设等需要，发包人有权决定合同工期予以适时调整，具体以届时发包人盖章的书面通知为准。

2014 年 1 月 3 日，发行人与广东省第二建筑工程公司签署《上海市建设工程施工合同》，约定由广东省第二建筑工程公司作为承包方，承建“书写工具制造及技术、材料研发基础建设项目”工程，承包范围为图纸范围内的所有工程内容及发包人招标文件中补充的内容，主要包括 15#（A）宿舍、15#（B）宿舍、16#车间、17#车间、18#地下车库（含人防地下室）及室外给排水管网、消防管网、雨污水管网、道路、预埋管、路灯以及以上分部分项工程的土建工程、安装工程、装饰工程、消防工程。合同价款为 7,200.00 万元，合同约定根据实际工程建设等需要，发包人有权决定合同工期予以适时调整，具体以届时发包人盖章的书面通知为准。

2014 年 1 月 10 日，发行人与上海烨基建设工程有限公司签署《上海市建设工程施工合同》，约定由上海烨基建设工程有限公司作为承包方，承建“书写工具制造及技术、材料研发基础建设项目二期 14#车间装饰工程”项目，主要工程包括：14#车间一至三层厨房及就餐厅的地面、墙柱面、中庭钢楼梯、天棚装饰、安装工程（其中还包括室内给排水、消防管与室外总体管网的接通）、三层露台的绿化工程。合同价款为人民币 400.00 万元，合同约定根据实际工程建设等需要，发包人有权决定合同工期予以适时调整，具体以届时发包人盖章的书面通知为准。

2014 年 5 月 8 日，发行人与上海天捷建设工程有限公司签署《上海市建设工程施工合同》，约定由上海天捷建设工程有限公司作为承包方，承建“晨光文具 3#变电站（35KV）和车间（10KV）变电房的变配电设备制造及安装工程”，主要工程包括：4 个车间 10KV 变电所的变配电设备、3#变电站（35KV）的变配电设备、联接 3#变电站与 4 个车间 10KV 变电房的高压电缆、1#变电站的 4 个低压柜的购置、制造、安装。合同价款为人民币 770.00 万元。

（十）固定资产借款合同

2013年6月28日，本公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行签订《固定资产借款合同》，借款金额为人民币480,000,000元，借款用途为专用于本公司书写工具制造及技术、材料研发基地建设项目，借款期限为自实际提款日起算71个月，借款利率以与借款期限相对应档次的中国人民银行基准贷款利率为基础下浮10%计算。

2014年4月1日，本公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行就上述合同内容重新签订《固定资产借款合同》，以替换原2013年6月28日双方签订的《固定资产借款合同》。截至2014年9月30日，公司已通过其在中国工商银行股份有限公司奉贤支行的贷款账户支付款项共计100.50万元。

（十一）抵押合同

2014年4月1日，针对本公司的《固定资产借款合同》，本公司与中国工商银行股份有限公司奉贤支行签订《抵押合同》，以本公司合法拥有的位于奉贤区金钱公路3469号的工业厂房（沪房地奉字（2010）第020364号）和位于奉贤区青村镇13街坊37/6丘的在建工程（沪房地奉字（2012）第001295号）作为本公司向中国工商银行股份有限公司奉贤支行借款人民币480,000,000元的抵押物。《抵押合同》同时对抵押登记、保险、抵押权的实现、违约责任等方面均作了明细约定。

三、对外担保

截至本招股说明书签署之日，公司不存在任何对外担保的情况。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在未决重大诉讼或仲裁事项。

五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的重大诉讼

或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司以及公司控股股东和实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结的或者可预见的作为一方当事人的重大诉讼、仲裁事项。

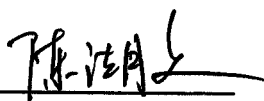
截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均不存在尚未了结的或者可预见的刑事诉讼。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、公司董事、监事及高级管理人员声明

公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体董事、监事及高级管理人员签字：



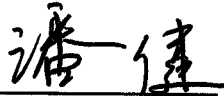
陈湖文



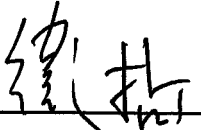
陈湖雄



陈雪玲



潘 健



卫 哲



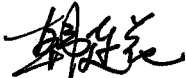
潘 飞



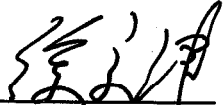
李志强



朱益平



韩莲花



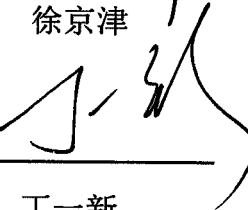
徐京津



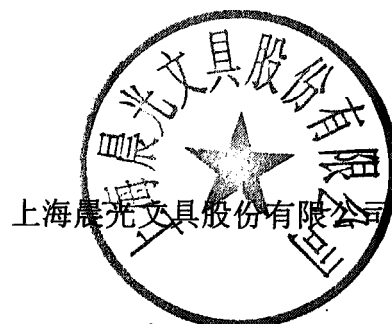
姚鹤忠



曹澎波



丁一新

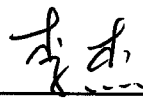


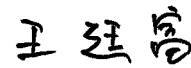
2014年11月10日

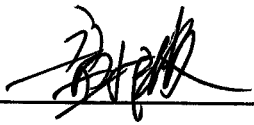
二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人签字：_____ 
兰 荣

保荐代表人签字：_____ 
李 杰

_____ 
王廷富

项目协办人签字：_____ 
童少波



三、公司律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

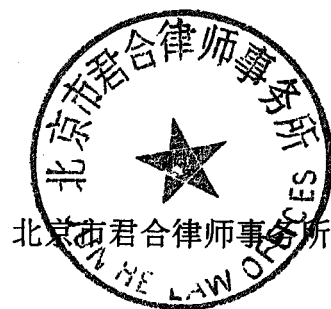
律师事务所负责人签字：

刘大力

经办律师签字：

王毅

赵君

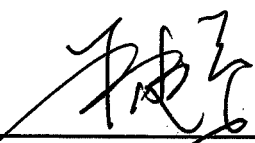


2010年11月10日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

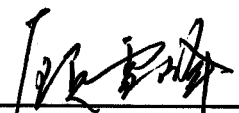
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签字：


朱建弟

经办注册会计师签字：


戴定毅


顾雪峰

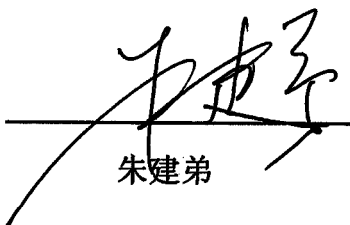
立信会计师事务所（特殊普通合伙）



五、承担验资业务的会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签字：


朱建弟

经办注册会计师签字：



戴定毅


顾雪峰

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



六、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

评估机构负责人签字：_____

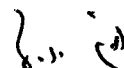


梅惠民

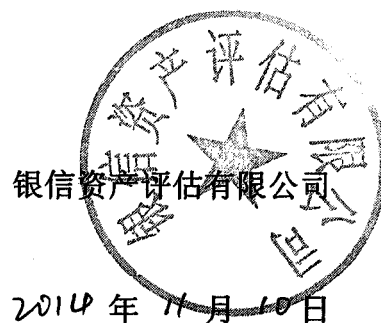
经办评估师签字：_____



潘婉怡



孙迅



第十七节 备查文件

一、备查文件内容

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制鉴证报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址及时间

- 1、发 行 人：上海晨光文具股份有限公司

办公地址：上海市奉贤区金钱公路 3469 号 3 号楼

联 系 人：丁一新

联系电话：021-57475621

传 真：021-57475621

电子邮箱：ir@mg-pen.com

查阅时间：法定工作日上午 9:00-11:30，下午 1:30-3:30

- 2、保 荐 人：兴业证券股份有限公司

办公地址：上海市浦东民生路 1199 弄证大五道口广场 1 号楼 20 楼

联系电话：021-38565735

传 真：021-38565707

联 系 人：童少波

查阅时间：法定工作日上午 9:00-11:30，下午 1:30-3:30