

上海晨光文具股份有限公司

2025年10月投资者关系活动记录表

证券简称：晨光股份

证券代码：603899

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（ ）
参与单位名称	申万宏源、中信证券、中金公司、浙商证券、信达证券等28家机构
时间	2025年10月29日
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书白凯
投资者关系活动主要内容介绍	【公司介绍】 今年消费市场整体较弱，在这个大背景下，公司坚持长期主义，保持发展定力，在产品开发、技术创新、原创设计、IP 赋能、数字化、全球化等方向发力，稳定推进传统核心业务发展，持续发展壮大新业务，积极推动组织升级与变革，综合竞争力进一步提升。 2025 年前三季度，公司实现营业收入 173.27 亿，同比增长 1.25%，实现归母净利润 9.48 亿元，同比下降 7.18%。 单三季度，公司实现营业收入 65.19 亿，同比增长 7.52%，实现归母净利润 3.91 亿元，同比增长 0.63%。单三季度，合并抵消后，传统核心业务收入同比下降 4%，新业务收入同比增长 16%。 科力普前三季度实现营业收入 96.90 亿元，同比增长 5.83%，单三季度同比增长 17%。九木杂物社前三季度实现营业收入 11.54 亿，同比增长 9.22%，单三季度同比增长 9%。截至 9 月底，公司在全国拥有超 870 家零售大店，继续保持快速开店节奏。 【问答环节】

	1、科力普 Q3 收入恢复显著，请问主要原因是？ 答：主要是本季度集中采购下单逐步回归常态以及新客户开拓顺利，收入实现较快增长。 2、三季报显示书写工具、学生工具毛利率都有改善，主要是采取了哪些措施？ 答：一方面公司加大研发和创新，创新产品结构，提升产品力，开发培育高品质、强功能、满足消费者情绪价值的产品；另一方面公司持续推进精益生产，降本增效，不断优化常销产品的毛利水平。 3、基于消费者洞察的产品开发表现怎么样？ 答：今年公司提供的产品更加丰富和多元。既有经典畅销款的持续上架，也有体现黑科技的强功能产品，还有市场关注度较高的 IP 类产品以及为消费者带来情绪价值的创新产品。通过产品力提升，从功能、外观到情感等层面，满足消费者多元化需求，受到消费者的欢迎。 4、渠道优势一直是公司的核心竞争力，现阶段公司采取了哪些措施保持竞争优势？ 答：公司在全国构建了近 7 万家使用“晨光文具”店招的零售终端，线下终端门店数量稳定。公司对渠道的赋能是持续且不断迭代的。从连锁加盟升级、到聚焦重点区域重点终端开展单店质量提升，不断提升渠道效率。包括通过数字化赋能终端店主、与时俱进推进试点即时零售系统等进行持续的改善。 5、九木杂物社经营平稳，下半年加快了开店节奏，公司采取了哪些措施？ 答：今年以来，九木杂物社线下渠道数量持续拓展，门店在产品组合、精细化运营以及消费者洞察及服务等方面继续提升。通过线上线下多渠道的协同发展，为消费者提供全渠道便捷的购物体
--	---

	验。产品拓展方面，IP 类产品资源投入和销售占比均有提升，进一步丰富产品结构，提升品牌的市场吸引力。新增多场与外部 IP 联动的快闪活动，通过与热门 IP 的合作，增加与市场 and 消费者的互动，品牌影响力和会员粘性都得到进一步提升。 6、科力普毛利率略有下降的原因及后续改善措施？ 答：一方面是政策原因导致招投标的价格受到影响，另一方面是业务结构的占比影响毛利率。未来科力普会聚焦发展四大业务板块，持续升级优化电子交易系统，拥抱数字化发展趋势，助力后平台效率的提升；推进核心产品和自有产品的开发，提高自营和自有产品的销售比例；积极拓展新客户，不断丰富客户结构，提升科力普的利润水平。 7、公司在降本增效方面采取了哪些行动？ 答：公司积极推动传统核心业务和零售大店业务发展，持续推行精益化管理，提升效率。在生产板块，精益改善高质量多领域深入发展，并把 MBS 管理系统从生产管理向商务管理延伸，将 MBS 解决问题和改善流程的原则与公司的业务模式结合，持续提升管理能力。 【会议总结】 今年的市场环境总体上来说是有挑战的，从中长期来看，公司传统核心业务继续巩固核心优势，不断推陈出新，新业务科力普科技集团和九木杂物社保持稳健发展，国际市场拓展加大力度，公司有信心持续提升中长期的竞争能力。感谢各位投资者的持续支持和关注。
--	---