

# 上海晨光文具股份有限公司

## 2024年4月投资者关系活动记录表

证券简称：晨光股份

证券代码：603899

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	申万宏源、中信证券、中金公司、浙商证券、招商证券等49家机构
时间	2024年4月2日
地点	现场会议
公司接待人员姓名	董事长陈湖文 总裁陈湖雄 财务总监汤先保 董事会秘书白凯
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>【公司介绍】</b></p> <p>2023年，国内外环境错综复杂，周期性和结构性问题并存的挑战，给企业经营带来了不小的考验。公司保持战略定力，坚持长期主义，稳步推进公司发展战略落地，各项业务取得了稳健的增长。全年实现营业收入 233.51 亿元，同比增长 16%，实现归母净利润 15.26 亿元，同比增长 19%。传统核心业务保持行业龙头地位，新业务快速发展。同时，公司积极开拓国际市场，运用数字化工具赋能组织，推动组织的变革和升级，核心竞争力进一步提升。</p> <p>晨光科力普实现收入 133 亿元，同比增长 21%，实现净利润 4 亿元，同比增长 8%，收入和利润都保持双增长。九木杂物社实现收入 12.4 亿元，同比增长 52%，首次实现盈利，实现净利润 2,572 万元。截至 2023 年末，九木杂物社共有 618 家门店，全年新开店 129 家，其中上半年新开店 42 家，下半年新开店 87 家。晨光科技保持快速增长，安硕文教显著减亏。</p> <p>2024 年，面对国内消费者消费偏好、购买习惯和消费场景持续变化，逐步复苏的市场格局，以及人口变化趋势，公司用新发展理念提高发展质量和效益，稳定推进公司发展战略，全面推进传统核心业务稳定发展，持续发展壮大新业务，推动组织升级与变革，积极开拓国际市场，保持企业持续健康高质量发展。</p> <p><b>【问答环节】</b></p>

1、近年来，公司产品开发聚焦减量提质，请问公司在开发思路、底层能力上做了哪些提升

答：公司以消费者为中心，洞察使用痛点，强化产品功能设计，不断提升消费者体验。产品开发减量提质，提高单款上柜率和新品存活率；优化产品结构，对在销品类结构精细梳理，提高必备品上柜率，提升品类产品力。通过推进内部自主孵化及与外部 IP 合作相结合的方式，不断丰富公司产品阵营，公司产品力得到进一步提升。

2、公司对于线上销售的长期规划

答：公司积极推进线上提升战略，线上各主要平台均有布局，不同的平台打法也各有不同，公司会根据各个平台的特点有针对性的制定策略。一些新兴平台的增长比较快，原有的一些大的平台的效率也在提升。既关注线上占比的提升，也关注线上运营质量的提升。主要扶持头部店铺，也会加大直营部分。

3、九木杂物社与传统核心业务的协同

答：近年来，文创文具日益成为九木杂物社的核心品类，承接晨光品牌和产品升级的桥头堡的角色，通过增加晨光品牌露出，带动晨光的高端化产品开发，输出零售能力，提供及时消费者信息和洞察，在一定程度上形成对总部传统核心业务的赋能和经验反哺，进而带动和引领传统经销商和零售终端的选择。

4、九木杂物社的开店计划

答：九木杂物社通过 7 年的努力，业务模式基本成熟，在产品组合、门店精细化运营以及消费者洞察及服务等方面都有提升，线下渠道持续拓展，形成持续的人、货、场检核机制，继续保持每年 100 家以上的新开店计划。

5、安硕和贝克曼的经营情况

答：安硕经营质量持续优化，显著减亏。外销主动出击，积极拓展海外订单，国内积极推动线上线下发展。贝克曼作为挪威知名书包品牌，海外市场稳健经营，国内市场也在积极推进。

6、办公产品赛道公司聚焦专业渠道的开发，目前这类专业渠道的进展如何

答：公司办公产品起步较晚。起初办公产品是借助于原有的校边店渠道，但办公产品的主要销量还是来自于专业的办公渠道，所以公司会持续加强对专业渠道的开发。通过推进晨光办公店开发，

加快专业渠道转型，为满足专业渠道需求不断加强提升服务能力并开发更对有针对性的产品。

7、科力普 2023 年毛利率较 2022 年同比下降，长期来看科力普毛利率和净利率水平

答：科力普的毛利率下滑主要是业务结构的占比问题导致，是因为属地供应商的占比增加了，导致毛利率下降。但是我们总体的投入和成本是下降的，所以净利润是增长的。总体来讲，科力普的发展是健康和稳健的。

8、科力普的发展规划

答：科力普在顺应政府采购阳光化、公开化、透明化要求的同时，兼顾企业提高采购效率、降低非生产性办公及行政用品采购成本的需求，聚焦发展四大业务板块，办公一站式、MRO 工业品、营销礼品和员工福利，致力于持续有质量地增长。总体的指导思想和目标是要进入高质量发展，不单单考虑量的问题，同时还是要考虑利润的问题。

9、公司海外业务的中长期布局

答：现在的国际化规划，更多的是考虑中长期的投入，包括建立渠道、建立品牌，在当地建设团队，将国内的一些成功的经验，在适合的地区进行落地深耕。从区域来看，一个是东南亚市场，一个是非洲市场。这个过程需要花一定的时间打基础，包括产品怎么样本地化，怎么样更符合当地消费需求。

### 【会议总结】

感谢各位投资者的支持。2023 年我们经受住市场的挑战和考验，保持了稳健发展。2024 年，我们将继续努力，坚守初心，砥砺前行，努力实现年度目标。我们对晨光的中长期发展充满信心。