

上海晨光文具股份有限公司

2026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、国泰君安、中信证券、信达证券、浙商证券等30家机构
时间	2026年4月1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 财务总监刘佳琦 董事会秘书白凯
投资者关系活动主要内容介绍	<p>【公司介绍】</p> <p>2025年，面对复杂外部环境，公司坚持长期主义，保持发展战略定力与经营韧性，顺应消费者消费偏好、购买习惯和消费场景的持续变化，在产品开发、技术创新、原创设计、IP赋能、绿色化、数字化、全球化等方向发力，深入落实提质增效举措，加快培育新质生产力，稳定推进传统核心业务发展，持续发展壮大新业务，不断提升组织效能和执行力，进一步增强综合竞争力。实现营业收入250.64亿元，同比增长3.45%；实现归母净利润13.10亿元，同比下降6.12%。</p> <p>去除合并抵消影响，传统核心业务同比下滑5%，新业务同比增长9%。其中，科力普集团实现营业收入150.48亿元，同比增长9%，九木杂物社实现营业收入15.37亿元，同比增长9%。截止2025年末，公司零售大店超900家，顺利完成了全年开店目标。晨光科技实现收入12亿元，同比增长5%。海外业务整体实现11亿元，同比增长6%。</p> <p>【问答环节】</p> <p>1、传统核心业务的业务规划？有什么具体举措？</p> <p>答：公司以产品力提升和全渠道布局作为抓手，全面推进传统核心业务稳定发展。一方面提速技术与产品创新步伐，加大研发和创新投入，加强IP赋能，通过内部自主IP孵化及与外部知名IP</p>

合作相结合的方式，创新产品结构，提升产品力。另一方面持续推进传统核心业务的全渠道布局，线下线上海外同步发展。

2、公司怎么看传统核心业务毛利的提升趋势？

答：一方面公司加大研发和创新，聚焦核心品类，提升产品附加值，开发培育高品质、强功能、满足消费者情绪价值的产品，增加 IP 产品的丰富度。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、传统文具行业的发展现状？

答：目前国内文具行业集中度仍较低，随着市场的不断发展，文具行业的市场集中度会逐年提高。行业整合空间进一步打开，优质的品牌文具企业占据市场有利地位，市场份额向头部企业集中。国内人口数量 14 亿左右，约占全球人口总数的 18%，优秀的国内文具行业的头部公司具有以国内大循环为主，双循环并进的有利条件，在全球文具市场有广阔的发展空间。

4、IP 赋能方面有怎样的规划？

答：公司构建了多元化 IP 合作生态，以自主 IP 孵化、IP 运营、品牌联合开发、潮玩衍生为核心模式，以长期主义运营 IP，时刻与年轻人同频，保持 IP 在消费者心中的创新生命力。用 IP 赋能文具，让产品兼具实用价值（好用）、兴趣价值（好看）和情绪价值（好玩），从“功能提供者”到“情绪价值提供者”延伸。IP 合作会按计划推进，加强在 IP 供应链方面的赋能，推动 IP 业务稳步发展。

5、2026 年公司对于情绪价值，包括趣玩性、功能性产品方面的规划？

答：公司将会加大情绪类文具、趣玩类文具的研发与创新，加强内部与 IP 部门和供应链部门的协同。同时，发挥九木杂物社的“桥头堡”作用，通过会员反馈来洞察和筛选适配的情绪类、趣玩类产品，为传统文具市场提供信息反哺和开发建议。

6、晨光科技 26 年业务规划？

答：公司线上业务保持健康稳健的成长，会兼顾收入增长和利润增长。公司会探索新的线上分销管理模式，针对线上不同渠道与产品特性，制定并实施差异化运营策略，充分挖掘线上增长潜力，努力扩大国内市场份额。

7、公司 26 年出海的节奏和规划？

答：公司会加快开发海外市场节奏，深化海外市场本土化布局，聚焦海外重点国家的重点城市，抓住渠道进驻契机，以单店提升的方式深度展开业务工作。海外业务模式、渠道模式、团队模式、产品模式等不断打磨成型。

8、九木杂物社 25 年有哪些新的变化？

答：九木杂物社线下渠道数量持续拓展，“门店升级、主题快闪营销、IP 与产品品类拓展、会员深度营运”等多个维度系统化部署、协同发力，共同构成驱动品牌焕新、消费体验升级与市场扩张的增长引擎，有效确保了九木杂物社在规模化基础上的持续活力与竞争优势。

9、九木杂物社 26 年的发展规划和开店计划？

答：九木杂物社作为晨光品牌和产品升级的桥头堡，继续增加晨光品牌露出，带动晨光的高端化产品开发，输出零售能力，提供及时的消费者信息和洞察。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，线上线下多渠道协同发展，进一步巩固在中高端文创杂货零售市场的领先地位。商品端会聚焦核心品类，增加独家和自有 IP 商品占比。门店端会调整门店结构，升级店型，提升坪效。继续保持每年 100 家以上的新开店计划。

10、科力普集团分拆的考量？

答：公司已形成传统核心业务与新业务双轮驱动的发展格局，传统核心业务主要是文教办公用品的设计、研发、制造和销售等，通过遍布全国的线下零售终端和线上电商平台进行销售。新业务主要是企业通用物资数智化采购服务业务和零售大店业务。其中科力普集团作为晨光股份旗下的企业通用物资数智化采购服务平台，主营业务是面向央企国企集团、金融、政府及各类企业客户的通用物资数智化采购服务。

本次分拆上市后，科力普集团可以独立深耕企业通用物资领域，持续优化其供应链能力、客户服务能力和数智化精益经营体系，以更好地响应大型客户需求。晨光股份能够更专注于传统核心业务的转型升级，进一步提升传统核心业务的竞争优势，进一步增强上市公司独立性，避免内部资源重叠，实现更专业、更高效的发展。

11、科力普集团利润率的改善抓手？

答：科力普集团的毛利率相对较低。第一，目前属地业务的占比较大，未来会努力提升自营的比例，依靠自有仓储配送体系实现

属地化配送。第二，针对性的开发重点行业的高价值品类，提高自有商品的丰富度和比例，提升空间大。第三，学习和借鉴国外模式，考虑行业细分领域的整合并购。

12、关于股东回报，公司怎么考虑的？

答：公司重视投资者回报，坚持维护股东权益，保障持续稳定的分红政策，积极通过现金分红等利润分配方式为投资者带来长期、稳定的投资回报，与股东共享公司经营成果。2025 年度公司拟每 10 股派发现金红利 10 元（尚待股东会审议），现金分红金额占当年度归母净利润的 70%。同时，公司董事会提请股东会授权，根据公司的盈利情况和资金需求状况，在满足 2026 年度中期分红条件的前提下，董事会有权根据届时情况制定 2026 年度中期分红方案，包括但不限于决定是否实施 2026 年度中期分红、制定具体分红方案，中期分红金额上限不超过当期归属于公司股东的净利润。

【会议总结】

2025 年确实不容易，整体收入略有增长，净利润略有下降。2025 年已经成为历史，管理层对 2026 年充满信心。2026 年全体管理层会继续努力，提升公司业绩，希望能有更好的成绩回馈大家。感谢所有投资者一直以来关心和关注晨光股份的发展，谢谢！