上海晨光文具股份有限公司

2026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、国泰海通、中信证券、浙商证券、中金公司等26家机构
时间	2026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，保持经营韧性和发展定力。传统核心业务聚焦产品力提升和全渠道布局，满足消费者多元化需求，新业务持续发展企业通用物资数智化采购服务业务及零售大店业务，整体经营呈现稳健的发展态势。 2026 年前三季度，公司实现营业收入 180.10 亿元，同比增长 3.94%，实现归母净利润 9.52 亿元，同比增长 0.36%。单三季度，公司实现营业收入 66.90 亿元，同比增长 2.63%，实现归母净利润 3.66 亿元，同比下降 6.44%。前三季度，合并抵消后，公司传统核心业务较去年同期持平，新业务较去年同期增长 6%。 分子公司来看，科力普集团前三季度实现营业收入 102.37 亿元，同比增长 5.63%，单三季度同比增长 4%。九木杂物社实现营业收入 13.11 亿元，同比增长 13.54%，单三季度同比增长 9%。晨光科技实现营业收入 10.35 亿元，同比增长 6.97%，单三季度同比增长 15%。 分产品来看，书写工具前三季度营业收入同比增加 4.75%，毛利率同比增加 1.83%；学生文具前三季度营业收入同比基本持平，

	毛利率同比降低 0.95%;办公文具前三季度营业收入同比基本持平，毛利率同比略增 0.19%。 **【问答环节】** 1、晨光科技单三季度表现优异，主要采取了哪些措施？ 答：基于公司线上提升的战略举措，公司根据各个平台的特点制定有针对性的产品策略，新兴平台如抖音在本次大学汛增长较快，原有的一些大的平台的效率也在提升。 2、本册品类今年的进展？ 答：本册在文具里面是刚需的大品类，空间比较大，对公司来讲机会也很大。今年公司在产品开发、资源投入以及渠道的针对性都有所加强，市场份额进一步提升。 3、情绪类产品今年表现如何？ 答：今年公司提供的产品更加丰富和多元。围绕“功能价值”与“情绪价值”双重提升，在产品研发、技术应用及 IP 融合等方面进行深耕。既有经典畅销款的持续上架，也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、传统核心业务的渠道策略有没有变化？ 答：公司持续推进传统核心业务的全渠道布局。围绕用户需求和消费习惯的变化，优化零售运营体系，形成多层级经销体系为主体，线下新渠道、线上业务和直供更多直接触达客户的、全渠道、多触点的布局。公司对渠道的赋能是不断迭代的。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、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。科力普集团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，提升利润水平。

	6、九木杂物社保持了稳健的增长，利润端也持续优化，主要采取了哪些措施？ 答：公司看好九木杂物社的发展，今年围绕“门店升级、潮玩阵地打造、主题快闪营销、IP 与产品品类拓展、会员深度营运及线上渠道建设”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规模扩张的增长引擎，有效确保了九木杂物社在规模化基础上的持续活力。 **【会议总结】** 今年的市场环境总体上来说是充满挑战的，从中长期来看，公司传统核心业务继续巩固核心优势，新业务科力普集团和九木杂物社持续壮大，积极拓展国际市场，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。