

上海晨光文具股份有限公司

2023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26家机构
时间	2023年4月27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	<p>【公司介绍】</p> <p>2023 年一季度公司实现营业收入 48.8 亿元，同比增长 15%，实现归母净利润 3.3 亿元，同比增长 21%，实现扣非后归母净利润 2.9 亿元，同比增长 15%。分业务看，传统核心业务同比增长 7%，其中晨光科技实现营业收入 1.8 亿元，同比增长 57%。新业务科力普实现营业收入 26 亿元，同比增长 23%。九木杂物社实现营业收入 2.7 亿元，同比增长 14%。截至 2023 年 3 月底，九木杂物社在全国拥有 504 家门店，较年初新增 15 家。</p> <p>【问答环节】</p> <p>1、传统核心业务一季度恢复情况和驱动力</p> <p>答：传统核心业务在 1-2 月还是有一定的疫情影响和干扰的，3 月中旬以后有比较明显的恢复。传统核心业务一是从品类角度，发挥产品优势，精准开发，减量提质，找到新的突破点和增长点。二是从市场角度，在保持国内市场竞争优势的同时，积极推动海外市场拓展，包括东南亚和非洲。</p> <p>2、晨光科技一季度增速较快的原因</p> <p>答：公司持续推进线上提升战略，线上各主要平台有布局，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。既提升线上的占比，也对线上运营质量有提升。</p>

3、一季度精品文创的表现如何

答：精品文创通过几年的探索，逐步形成了前中后台，从信息反馈到需求以及产品开发整个闭环的探索，一季度在恢复中。目前全国的部分终端，以及未来杂物社的门店，能够做出对市场需求的快速反应，使得我们产品开发更加精准。

4、九木杂物社各方面能力的提升和开店计划

答：九木杂物社的门店运营能力、线上运营能力以及会员的运营和管理能力，在 2022 年都得到了提升。今年随着商场客流的恢复，上述能力建设持续推进。从开店计划来说，今年继续保持 100 家以上的新开店计划。

5、科力普保持稳定增长的驱动力

答：科力普的持续增长主要有以下驱动力：客户的拓展，即原有客户的深挖和新客户的拓展；四大业务场景的持续拓展；后平台竞争能力的持续提升。

6、科力普毛利率下降的原因

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。随着业务场景的不断拓展，有一些客户比较偏远，比如说油田、石化等等，我们找到属地供应商来跟我们一起配合，满足客户的即时交付，所以主要是属地供应商的占比提高了，导致毛利率下降。但是总体的投入和成本是下降的。总体来讲，科力普的发展是健康和稳健的。

7、如何看待渠道数量和结构的变化

答：随着人口和出生率的变化，国内文具市场的增长驱动力主要已不依赖销售数量的增长。我们在制定 2021~2025 战略的时候，更加注重渠道的质量和效率，公司向品牌零售服务商转变。在多层级经销为主体的基础上，有更多的直达 D2C。推进数字化赋能。公司正积极推进渠道转型，聚焦重点终端，头部大店的经营质量更高，对所在区域有明显拉动效应。

【会议总结】

感谢各位投资者的支持。从中长期来看，公司传统核心业务继续巩固核心优势，新业务科力普和九木杂物社持续壮大，国际市场拓展加大力度，我们对晨光的中长期发展充满信心。