

上海晨光文具股份有限公司

2025年3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42家机构
时间	2025年3月31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>【公司介绍】</p> <p>2024年，外部环境的复杂性及不确定性有所上升，市场形势快速变化，有效需求不足，消费者消费偏好、购买习惯和消费场景持续变化。在这种背景下，公司坚持长期主义，以消费者为中心，以市场为导向，以技术创新为支持，以精益管理为保障，提质增效培育新质生产力。巩固传统核心业务竞争优势，持续发展壮大新业务，并积极拓展国际市场。虽然没有达成年度经营目标，但是公司坚定发展信心，保持战略定力，直面挑战，保持了稳健的增长，实现营业收入242.28亿元，同比增长4%；实现归母净利润13.96亿元，同比减少8.5%；扣除股份支付影响，实现归母净利润14.46亿元，同比减少2.8%。</p> <p>去除合并抵消影响，传统核心业务同比增长2%，新业务同比增长5%。其中，科力普实现营业收入138.31亿元，同比增长4%，九木杂物社实现营业收入14.06亿元，同比增长13%。截止2024年末，九木杂物社共有741家门店。晨光科技实现营业收入11.44亿元，同比增长33%。海外业务整体实现营业收入10.38亿元，同比增长21%。</p> <p>【问答环节】</p> <p>1、数字化对于企业发展非常重要，请问公司目前怎么评估分销体系的数字化水平？</p>

答：对于渠道，过去几年公司一直在投入数字化管理，通过渠道信息化和数据有效性助力运营效率的提升。晨光联盟 APP 发挥总部链接终端店主的作用，通过信息共享、私域直播赋能终端店主，提高终端粘性。聚宝盆 APP 作为业务日常工作检核的基本操作工具，通过实时准确的动销数据，赋能业务在终端进行实时的推广决策，更好地做到“选对店、上对货”。

2、晨光科技 2024 年增速较高，后续如何规划线上渠道的打法以及盈利能力的提升？

答：公司积极推动线上业务，线上直营模式与分销模式互相协同，挖掘线上增长潜力。赛道与渠道协同，加强线上品类的产品线布局及产品力挖掘，开发平台专供款、联合共创款、定制化款等多维度新品，满足各平台差异化消费需求。公司线上业务会保持健康稳健的成长，不会过度追求速度。

3、公司在出海节奏和区域布局方面的规划？

答：现在的出海是要建立渠道、品牌、团队及专属产品。不同国家其各自的国情、消费力、品类风格、竞争情况差异还是蛮大的，机会和挑战并存，这个过程需要一定时间，但目前进展还是比较顺利的。目前公司的出海区域主要是非洲和东南亚市场。

4、请问目前文具行业集中度情况怎么样？行业开拓整合的空间如何？

答：目前国内文具行业仍有数千家文具制造企业，整体上较为分散，平均规模小，大多数细分文具品类尚未出现拥有较高市场份额的龙头企业，随着市场的不断发展，文具行业的市场集中度逐步提高，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。

5、公司在行业发展和洞察中看到了哪些变化？

答：青年群体消费观念正在发生变化，从以前更侧重商品本身的实用性，到愈发注重消费带来的情绪价值，更渴望通过消费获得情感共鸣与心理满足。这种对情绪价值的追逐，驱动青年消费向个性化、体验式迈进，也带动商家在产品设计等环节深度融入情感元素。二次元与文创周边衍生品已然破圈，其背后蕴藏着青年消费者对优秀动漫、动画等文化作品的认同，折射出从“实用”到“情绪价值”的消费需求转变。

6、新的消费品类对传统文具产生一定影响，请问公司拟采取

哪些应对措施？

答：公司关注到消费需求的变化，产品开发会以消费者为核心，提供更多能够满足情绪价值的产品。优化产品结构，进一步拓展品牌阵营、丰富产品线。通过自主 IP 孵化和与国内外热门 IP 合作相结合的方式，在产品之上建立起与用户更深层次的连接和沟通，为消费者提供更多样化的购买选择。

7、公司在年报中提到了 IP 和二次元，请问公司在该领域的布局情况？

答：公司积极布局年轻人喜爱的 IP 与二次元产品，加速文具产品的文创化，用 IP 赋能文具，让产品兼具实用价值（好用）、兴趣价值和情绪价值（好玩）。奇只好玩作为公司旗下独立潮玩品牌，以自主 IP 孵化、IP 运营、品牌联合开发、潮玩衍生为核心经营模式，关注年轻消费者的情绪价值和价值主张，积极布局“二次元 IP”领域。

8、围绕 IP 产品，未来的拓品类次序是否有比较明确的规划？

答：拓品肯定是以消费者需求为前提，原则上是离我们的核心能力最近的，比如说文具文创类、潮玩类，可能会有优先级。同时会结合九木杂物社这个渠道，包括我们的传统渠道适应的一些品类。

9、九木杂物社的盈利改善措施以及 2025 年开店计划？

答：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。目前会员量级已破千万，公司会积极做好会员运营，增加复购率和连带率。产品拓展方面，IP 类产品资源投入和销售占比会继续提升。继续保持每年 100 家以上的新开店计划。

10、科力普 2025 年的规划和行业发展趋势展望？

答：从市场空间来看，根据券商的研究报告，综合办公一站式、MRO 工业品、营销礼品和员工福利四大业务场景，有几万亿的市场空间。从驱动因素来看，既有国家政策的驱动也有市场和企业自身发展的驱动。科力普会继续聚焦发展四大业务板块，拥抱数字化发展趋势，利用 AI 技术为招投标注入新动力，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。

11、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。公司基本盘的发展是稳健的，管理层对于企业的发展是有信心的，未来公司会通过更好的业绩，积极回报股东。

【会议总结】

2024年是充满挑战的一年，虽然没有达成年度经营目标，但是公司坚定发展信心，保持战略定力，相信企业拥有穿越周期的能力。2025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支持晨光股份的发展。