

上海晨光文具股份有限公司

2022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	<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23家机构
时间	2022年10月28日
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书全强
投资者关系活动主要内容介绍	<p>【公司介绍】</p> <p>2022 年三季度以来，公司各项业务整体保持了稳定和恢复的趋势，上半年合并报表收入 84 亿元，同比增长 9%，净利润 5 亿元，同比下降 20%。单三季度合并报表收入 53 亿元，同比增长 18%，净利润 4 亿元，同比下降 10%；分业务看，传统核心业务跌幅环比显著收窄，前三季度同比下降 7%，其中晨光科技实现营业收入 4.5 亿，同比增长 15%。新业务科力普实现营业收入 6.9 亿，同比增长 40%。九木杂物社实现营业收入 6.3 亿元，同比下降 9%。9 月底九木杂物社在全国拥有 484 家门店。</p> <p>【问答环节】</p> <p>1、传统核心业务和新业务三季度的利润表现 答：前三季度传统核心业务的利润有所下降，新业务晨光科力普在单三季度是有提升的，九木杂物社单三季度也是有改善的。</p> <p>2、从三季报来看，书写工具有些压力，哪些品类表现比较好 答：书写工具第三季度从环比略有改善。从赛道看今年表现较好的是儿童美术，从主体来看安硕和贝克曼都是有正向增长的，这些都属于学生文具。</p> <p>3、本册品类的规划和今年的进展</p>

答：本册在文具里面是刚需的大品类，空间比较大，对晨光来讲机会很大，未来随着产品开发、资源投入以及渠道的针对性投入，有机会进一步提升我们的市场份额。今年上半年受疫情影响，本册品类的推进节奏受到影响，有一些计划顺延到下半年来推进。

4、如何看待渠道端数量和结构的变化

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。即使终端数目整体上可能有下降，我们相信通过公司产品和渠道方面的努力，仍能实现中期增长目标。

5、晨光科技前三季度保持了增长，主要采取了哪些措施

答：上半年整体电商大概下降 12%左右，晨光科技前三季度增长 15%左右，其中单三季度增长更高一些。一是在新品类上有进展，还有是在进行了中后台的改善，包括交付，物流方面相比去年还是有改善的。

6、科力普今年的表现亮眼，主要有哪些变化

答：科力普今年整体是比较好的，从收入的表现，包括利润率和盈利质量，都是在往好的方向在发展。除了收入利润的变化之外，它的竞争力方面，在去年的年报包括今年的中报里都有提到，它正在形成自己的竞争力。科力普在主要客户的考核排名有持续提升。

7、Q3 应收账款有相对比较快的上升，公司说明主要是科力普应收账款较年初有所增加所致，请问科力普应收的账期有没有明显的变化

答：三季度末应收账款是 28 亿左右，较年初增加了接近 10 个亿，主要是科力普应收账款增加所致。从账期情况来看是平稳的，科力普应收的账期在 2~3 个月左右，正常范围。同时应付也有相应的增加，保持了运营资金的总体平衡。

8、九木杂物社今年受疫情影响，新开店较少，接下来的开店计划

答：九木从今年年初到三季度，增加了 21 家，其中加盟新增 12 家，自营增加 9 家，在目前商场客流情况有挑战的情况下，九木保持了扩张态势，反映了公司对这块业务的期待和信心。

9、公司在三季报前发布了调整股权激励的公告，主要是基于什么考虑

答：调整变更的主要考虑在调整公告里已有详细说明，公司传统核心业务今年上半年业绩受上海封控管理影响较大，非员工努力能克服。另外需要特别说明的是，把 2022 年考核指标延期一年并不代表对 2023 年的盈利预测。

【会议总结】

今年的市场环境总体上来说是有挑战的，公司有信心提升中长期的竞争能力，避免短期行为，比如加大促销力度或者削减费用。公司按照新五年战略持续推进各项业务。感谢各位投资者的持续支持和关注。