

上海晨光文具股份有限公司

2018年10月机构调研记录

为做好投资者关系管理工作，公司于2018年10月27日、31日接受了有关机构投资者对公司的现场和微信调研。公司董事会秘书接待了机构人员，并就公司的经营情况及发展规划等相关问题进行了交流。

主要交流内容综合如下：

1、三季度基本业务和财务情况介绍

答：三季度收入61.23亿元，增36.29%，归母净利润6.24亿元，增27.31%，扣非净利润5.72亿元，增29.89%。传统业务整体增速16%，新业务增速113%。

2、三季度新业务收入情况

答：科力普收入16.80亿-增143%；生活馆及九木收入2.19亿-增40%，晨光科技收入1.46亿-增20%。

3、传统业务中办公文具未来的空间和增速？

答：办公文具市场份额有提升空间，整个市场在900-1000亿，每年有5%的增长，晨光进入的比较晚，品类扩张和新品推出方面速度较快。目前晨光的份额在低单位数，未来希望达到中高单位数的份额。

4、科力普毛利率的提升空间？

答：科力普毛利率的提升空间，主要来自：1) 目前以大客户包括央企和地方政府为主，后续企业客户、中小客户比重会提升，毛利率更高；2) 随着规模扩大，供应链的议价能力会提升；3) 员工等规模优势的显现。销售/管理费用的未来可能略微下降，因为我们到达一定规模，规模效应体现后各项费用不会同比例增加。

5、九木前三季度的收入、盈利和坪效？

答：前三季度九木营业收入9600万，去年同期不到2000万，单三季度接近5000万。九木门店营业利润层面盈利，但是加上总部费用，包括今年新开店速度

较快，还没有盈利。坪效在 1.8-2 万。

6、生活馆和九木目前最新的门店数量

答：生活馆截止三季度末 145 家，九木 79 家（69 家自营 10 家加盟）

7、九木的经营过程中，公司感觉有哪些困难，加盟业务什么时候能加快？

答：九木整体的发展趋势还是正面的。主要的困难还是在调节产品结构，打造爆款。加盟业务目前已经有 10 家加盟店，整体来看，运营能力会有希望跟自营门店达到一个水平。

8、九木杂物社盈利预期？

答：九木的盈利预期跟开店速度有关系，公司更在意商业模式的可复制性以及发展速度是否能匹配。不能用传统的零售眼光来看九木，九木的成功对于晨光最大的价值是品牌与产品的升级，对于毛利提升和利润提升有巨大的战略意义。

9、现金流三季度表现很好，是什么原因呢？

答：三季度应收 10 个亿左右，较年初有显著增加，主要是跟科力普业务有关，应付也相应增加，也是 10 个亿左右，基本上抵消对现金流的影响，对合并报表现金的影响有限。

10、6 个月以内的应收账款占比情况？

答：6 个月以内的应收账款占 80%以上。

11、三季度公司零售终端增加多少家？

答：三季度增加 1 千家左右。

12、今年产品有涨价吗

答：总体价格上升，主要是通过新品定价提升和精品文创占比提升来实现。

上海晨光文具股份有限公司

2018 年 11 月 2 日