

上海晨光文具股份有限公司

2020年8月投资者关系活动记录表

证券简称：晨光文具

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、中信建投、招商证券等
时间	2020年8月25日
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事长陈湖文、总裁陈湖雄、董事会秘书全强、财务总监张青
投资者关系活动主要内容介绍	<p>（一）公司概况</p> <p>公司管理层简要介绍了2020年半年度业绩情况。</p> <p>2020年上半年受新冠疫情的严峻考验，文具行业受到了宏观经济放缓和开学延后的综合影响，公司收入和净利润同比均有小幅下降。报告期内，公司积极应对挑战，一方面积极配合疫情防控，另一方面稳步推进工厂复工复产，争分夺秒的恢复日常运营。上半年公司实现营业收入47.61亿元，同比下降1.60%，归母净利润4.65亿元，同比下降1.44%。</p> <p>报告期内，公司保持了健康稳定的发展，核心业务竞争力进一步提升，内部管理不断优化，在一些重要的业务领域取得了重要进展，并持续深耕渠道，线上销售显著上升，品牌形象持续提升，股权激励计划顺利落地。</p> <p>报告期内，晨光科力普业务持续发展，实现营业收入16.00亿元，同比增长6.63%；零售大店业务受新冠疫情影响，一季度大部分时间处于非正常营业状态，二季度开始逐步恢复，晨光生活馆（含九木杂物社）实现营业收入2.35亿元，同比增长1.83%，其中九木杂物社收入1.96亿元，同比增长19.06%。截至2020年6月底，公司在全国拥有404家零售大店，其中九木杂物社295家，晨光生活馆109家。</p> <p>（二）交流的主要问题及答复</p> <p>问题1：安硕上半年亏损2,400万的主要原因</p> <p>答复：由于安硕的业务结构出口占比较大，今年上半年出现亏损主要系出口受影响较大。另外国内市场上半年亦受到疫情影响，综合</p>

导致出现亏损。

问题2：传统业务的零售渠道方面，公司推出的一系列举措加强晨光产品的竞争力，例如加强加盟门店升级、晨光联盟APP等，这些举措目前的进展情况

答复：传统业务终端升级方面，包括晨光联盟APP等项目进展比较顺利，按计划推进，成效也不断地在提升。未来重点是提升晨光联盟APP交易频次和交易体验，以及交易额、客单价方面。

问题3：上半年疫情对整个行业造成较大影响，股权激励计划的实现对下半年业绩的增速提出较高要求。目前公司对股权激励目标的难度和信心？

答复：公司保持谨慎乐观的态度，积极采取各项措施努力冲刺，力争传统核心业务和新业务的发展机会与发展空间。但下半年业绩实现情况仍具有不确定性。

问题4：九木在疫情影响下发展还是比较良性的。请问后续开店的计划

答复：九木的战略定位不仅仅是一个相对独立的零售经营体，其更大的价值是反哺总部产品开发，提升总部产品开发的精准度。受新冠疫情影响，今年上半年开店很多商场出现推迟，对全年开店目标影响较大，但总体来说仍是扩张态势。下半年开店速度会比上半年适当加快，团队也保持较好信心。

问题5：科力普下半年规划

答复：科力普仍按自己既定目标及战略方向稳健发展，全国建立自营加上区域配送，扎实推进。不会只追求销售额，不顾盈利质量。科力普下半年总体预期会比上半年乐观，二季度数据已经恢复同比增长。

问题6：整个上半年学校有大概三四个月都处在关闭状态，公司做了哪些应对工作？

答复：晨光采取了积极有效的措施。比如对二三线城市的精耕，不仅仅是前台分销，帮助终端店铺，同时也进行品牌服务商的后台产品优化、管理优化，包括信息化的提升，实现前中后台一体化的提升。

问题7：上半年线上发展较不错，采取了哪些措施？

答复：线上提升确实比较明显。2月份针对疫情影响，我们立即采取了措施。主要措施包括加大投入、加大对线上的倾斜。晨光发展线上主要依据自己的节奏和策略，通过这些年的努力和沉淀，逐步形成了线上线下两盘货，有一定的产品区隔，卖法也有不同，线上

是偏组合式的。

问题8：未来产品的升级方向？

答复：实际上过去三年我们对产品升级投入较大，对更高附加值的产品开发、重视度仍在不断提升。反映到中报上，公司毛利在传统业务特别是书写工具这方面有所提升，即是得益于高附加值产品的比例不断提升。

问题9：公司内部在管理这些中后台方面有没有提升效率的具体措施

答复：公司积极推动MBS管理，推进多个公司级改善项目，包括新品SKU管控、渠道效率提升等；此外，公司还推进多个中心级改善项目，管理能力持续提升。

问题10：我们对于国际化战略的规划

答复：晨光国际化较早，之前主要以东南亚一些国家为主。现在的国际化，我们会有一个新的发力点，原来卖产品，未来则主要将中国成功的渠道建设和品牌建设经验应用到海外的适合区域和市场。国际化将是晨光未来较大的增长引擎，现在可能才刚刚开始。