

上海晨光文具股份有限公司

2026年8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	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（ ）
参与单位名称	申万宏源、中信证券、信达证券、浙商证券等30家机构
时间	2026年8月31日
地点	现场会议
公司接待人员姓名	董事长陈湖文 财务总监汤晓明 董事会秘书白凯
投资者关系活动主要内容介绍	【公司介绍】 2026 年上半年，面对宏观经济环境的复杂变化与全球市场的跌宕波动，公司始终坚持长期主义，保持经营韧性和发展定力。传统核心业务聚焦产品力提升和全渠道布局，满足消费者多元化需求，持续提升品牌力和中后台能力，不断提升组织效能和执行力。同时，积极发展企业通用物资数智化采购服务业务及零售大店业务，深入落实提质增效举措，经营质量持续改善，整体经营呈现企稳向好的发展态势，综合竞争力进一步提升。 报告期内，公司实现营业收入 113.20 亿元，同比增长 4.7%；归属于上市公司股东的净利润 5.86 亿元，同比增长 5.1%。去除合并抵消影响，公司传统核心业务营业收入较去年同期持平，新业务营业收入较去年同期增长7%。其中，科力普集团实现营业收入65.30 亿元，同比增长 6.5%，实现净利润 1.3 亿，同比增长 5.9%。九木杂物社实现营业收入 8.76 亿元，同比增长 16%，并实现了盈亏平衡。 公司坚持稳健合规的市值管理导向，依托稳定分红与股份回购双轮驱动，构建长效股东回报机制。报告期内，公司完成 2025 年度权益分派工作，现金分红总额达 9.15 亿元（含税），占当年度归母净利润的 70%。公司注销回购股 517.5 万股，通过注销股份，有效增厚每股收益与每股净资产。同时，公司发布新一轮的回购计划，回购金额不低于人民币 5 亿元且不超过人民币 10 亿元，向资本市

	场传递长期发展信心。截至报告期末，公司已实际回购 1,116 万股，回购金额 2.4 亿元。整体而言，公司以“持续分红+灵活回购”的价值回馈模式，持续优化市值管理体系，切实守护广大投资者长远利益。 综上所述，报告期内公司营收净利双增，分红回购并举，与股东共享发展红利，一体两翼齐驱，提质增效并进，以长期主义韧性成长。 【问答环节】 1、传统核心业务二季度收入实现了正增长，公司如何做到的？ 答：按照公司的产品策略和渠道策略不折不扣的执行，不断为消费者提供优质的产品，持续赋能渠道和终端。例如产品端围绕“功能价值”与“情绪价值”双重提升，在产品研发、技术应用及 IP 融合等方面进行深耕，经典书写和情绪文具表现很好。渠道端执行“扩大阵地，做透品类”的销售策略，强化阵地打造概念，推动重点品类在终端的有效上柜带动销售。 2、传统核心业务上半年单价和毛利率也都稳中有升，主要驱动因素是什么？ 答：单价的增长主要是结构性的影响。例如今年上半年的增长品类在经典书写和一些比较有优势的学生文具方面。这些品类相对来讲销售单价稍微高一点，也比较有竞争力。 3、九木杂物社 2026 年有哪些新的变化？ 答：九木杂物社是公司传统核心业务产品升级和渠道升级的桥头堡。报告期内，作为全国领先的中高端文创杂货零售品牌，九木杂物社围绕“门店升级、潮玩阵地打造、主题快闪营销、IP 与产品品类拓展、会员深度营运及线上渠道建设”等多个维度系统化部署、协同发力，经营质量和市场竞争力进一步提升。 4、九木杂物社对于 IP 类产品是如何规划的？ 答：2026 年上半年，九木杂物社 IP 类产品资源投入和销售占比提升，晨光系产品和自有品牌的占比提升，更多九木杂物社原创品类和产品上市，为消费者提供更加丰富的产品选择。积极引入高关联性的 IP 衍生类产品，通过与热门 IP 合作，增加与消费者的链接，品牌影响力和会员粘性都得到进一步提升。 5、公司对于情绪类产品的规划？ 答：公司将会加大情绪类文具、趣玩类文具的研发与创新，加
--	---

	强 IP 部门和供应链部门的协同，爆款品类继续迭代并持续推陈出新。同时，发挥九木杂物社的“桥头堡”作用，通过会员反馈来洞察和筛选适配的情绪类、趣玩类产品，为传统文具市场提供信息反哺和开发建议。 6、线上业务 2026 年业务规划？ 答：公司线上业务保持健康稳健的成长，继续探索新的线上分销管理模式，针对线上不同渠道与产品特性，制定并实施差异化运营策略，充分挖掘线上增长潜力，努力扩大国内市场份额。 7、公司对海外业务的展望？ 答：公司将继续打磨海外业务模式、渠道模式、团队模式、产品模式，夯实海外业务基础。深化海外市场本土化布局，聚焦海外重点国家和重点城市，抓住渠道进驻契机，以单店提升的方式深度展开业务工作，同步落地品类推广，逐步形成品类阵地势能。公司相信阶段性波动不改长期增长的趋势。 8、科力普集团的毛利率如何提升？ 答：科力普集团的毛利率相对较低，主要还是业务模式和业务结构的影响。科力普集团会聚焦核心品类与自有产品体系建设，提升自营与自有产品销售占比。积极拓展新客户，不断丰富客户结构。在数字化赋能与品类深耕双向发力，推动公司大模型技术的深度应用和持续创新，构建覆盖国内外知名品牌的全品类产品矩阵。 9、科力普集团怎么看待 MRO 行业的一些机会？ 答：MRO 行业确实有比较大的潜力，得益于国家的集采政策驱动，有更多的企业加大集采力度，丰富集采品类，部分行业加快国产替代，这里面涉及各行各业，领域比较广，所以潜力比较大。科力普集团有充分关注到 MRO 品类的市场潜力，并引入了专业的 MRO 团队，致力于在 MRO 板块创造增量。 10、关于股东回报，公司怎么考虑的？ 答：公司坚持稳健合规的市值管理导向，依托稳定分红与股份回购双轮驱动，构建长效股东回报机制。2026 年上半年，公司完成 2025 年度权益分派工作，现金分红总额达 9.15 亿元（含税），占当年度归母净利润的 70%。公司注销回购股 517.5 万股，通过注销股份，有效增厚每股收益与每股净资产。同时，公司发布新一轮的回购计划，回购金额不低于人民币 5 亿元且不超过人民币 10 亿元，向资本市场传递长期发展信心。按照最新披露，公司已实际回购
--	---

	1,340 万股，回购金额近 3 亿元。整体而言，公司以“持续分红+灵活回购”的价值回馈模式，持续优化市值管理体系，切实守护广大投资者长远利益。 【会议总结】 2026 年上半年各行各业都不容易，公司的营业收入和净利润实现了双增长，并积极开展分红与回购。下半年全体管理层会继续努力，稳健经营，创新求变，不断进取，致力于提升公司业绩，希望能有更好的成绩回馈投资者。感谢所有机构投资者一直以来关心和支持晨光股份的发展。谢谢！
--	--