

上海晨光文具股份有限公司

2026年9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	线上参与公司2026年半年度业绩说明会的全体投资者
时间	2026年9月4日
地点	上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ）网络互动
公司接待人员姓名	董事长陈湖文 独立董事潘飞 独立董事俞卫锋 独立董事潘健 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	在本次业绩说明会上，公司就投资者关心的问题给予了答复，并对相关问题进行了梳理，主要问题及答复如下： 1、公司在 ESG 方面投入巨大，连续五年披露 ESG 报告并入选标普全球《可持续发展年鉴 2026》，但文具行业属于典型的“绿色溢价失灵”品类，消费者对可持续产品的支付意愿有限。请问独立董事，公司目前的 ESG 投入（如 PLA 可降解笔杆、碳中和系列）在财务上是否已形成正向回报？未来在将 ESG 指标纳入管理层考核时，如何平衡“长期社会责任”与“短期财务回报”之间的潜在冲突，避免陷入“既要活下去、又要可持续”的三元悖论？ 答：您好。面对市场竞争加剧、消费市场承压等复杂局面，公司选择做长期主义者，坚持做难而正确的事。2025 年，公司正式发布 2030 年可持续发展战略目标，推动 ESG 从理念转化为可量化、可追踪的落地行动，并通过目标牵引可持续发展理念更深度地与业务运营融合。公司已将可持续发展目标与业务中心负责人绩效考核挂钩，实行“月度跟踪、季度审视、年度考核”的闭环管理机制。更多 ESG 相关信息详见公司已披露的《2025 年环境、社会和公司治理（ESG）报告》，谢谢。 2、关于科力普分拆赴港上市，市场普遍担忧这会削弱母公司的营收体量和盈利能力，毕竟科力普贡献了公司近 60%的营收。请问分拆后，晨

	光股份在 A 股的估值逻辑将如何重构？公司是否已制定明确的市值管理计划，以向中小股东证明分拆是“价值释放”而非“资产剥离”？另外，针对九木杂物社的加盟模式，目前全国近 900 家门店的坪效和单店盈利模型是否已经跑通？未来是否有加速开店的具体时间表和资本开支计划？ 答：您好。科力普分拆上市完成后，公司仍为科力普的控股股东，不会导致公司丧失对科力普的控制权，科力普的财务情况仍将反映在公司的合并报表中。通过本次分拆，公司将进一步实现业务聚焦，将科力普打造成为公司下属独立上市平台，发挥资本市场优化资源配置的作用。同时，本次分拆上市将进一步深化公司在企业通用物资数智化采购服务领域的布局，增强公司综合竞争力，符合公司整体发展战略目标。公司看好九木杂物社的发展，在商品运营、门店运营、会员运营等方面持续打磨，不断提升坪效，每年保持稳健的开店速度。 3、中报显示，公司传统核心业务（书写工具、学生文具等）虽然实现了正增长，但整体增速已放缓至个位数，且扣非净利润增速（0.02%）远低于归母净利润增速，这是否意味着传统主业的增长动能正在衰减？在出生率下降和无纸化办公的长期趋势下，公司提出“一体两翼”战略，但科力普业务毛利率仅 6.54%且持续承压，九木杂物社虽实现盈利但体量尚小。请问管理层，未来 3-5 年公司如何重新定义“传统核心业务”的护城河？在科力普分拆上市后，母公司层面的“一体”将依靠什么来支撑现有的估值和增长预期？ 答：您好。公司始终坚持长期主义，保持经营韧性和发展定力，直面挑战，韧性成长。传统核心业务以消费者为中心，持续推进技术创新、产品创新、渠道创新和业务模式创新。聚焦产品力提升和全渠道布局，调结构，扩品类，提升市占率，满足消费者多元化需求。同时，抓住海外市场机会，加速国际化布局，创新渠道多元化。新业务积极发展企业通用物资数智化采购服务业务科力普及零售大店业务九木杂物社，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。科力普在本次分拆完成后，公司仍为科力普的控股股东，科力普的财务情况仍将反映在公司的合并报表中，“一体两翼”的业务协同发展格局不会发生变化。 4、白总，公司在市值管理和股东回报方面是怎么考虑的？ 答：您好。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 1,375 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。 5、从财务质量来看，2026 年上半年公司经营活动产生的现金流量净额为 4.60 亿元，同比大幅下降 29.64%，而同期归母净利润是增长的。请问导致经营性现金流与净利润严重背离的核心原因是什么？是应收账款（特别是科力普业务）的账期延长，还是存货积压？此外，中报显示销售费用同比增长 10.34%，显著高于营收增速，在“减量提质”的背景下，公司如何评估当前的营销投入产出比？下半年在降本增效和营运资金管理方面有哪些具体的财务抓手？ 答：您好。经营活动产生的现金流量净额变动主要是科力普上年末应付货款按合同约定于本期集中支付，导致本期购买商品、接受劳务支付的现金同比增加所致。销售费用同比增长主要是零售和电商业务的占比增加所致。公司始终坚持效益导向，强化投入产出管控，营销投放更加精准高效。下半年将持续深化降本增效，从严管控费用支出，加强资金统筹与营运资金管理，提升资金使用效率，确保经营稳健、行稳致远。
--	--