

上海晨光文具股份有限公司

2017年6月机构调研记录

为做好投资者关系管理工作，公司于2017年6月12日、16日、23日接受了有关机构投资者对公司的现场调研。公司董事长和董事会秘书接待了来访人员，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、公司上半年经营状况如何？

答：公司上半年生产经营正常，业绩稳定增长，战略发展规划正有序展开。

2、传统核心业务领域，公司今年的发展重点是什么？

答：（1）从渠道端来说，推进渠道的优化升级，聚焦重点终端，推进单店质量提升、二代加盟店升级。面向全国精品文具店，提供专属商品解决方案，扩大公司产品在精品文创市场占有率。（2）从产品端来说，拓展产品品类，新品类重点开发办公产品、高价值产品，增加公司办公产品和中高端产品的品类，扩大中高端产品和办公产品的市场。加强产品在IP方面的合作，提升产品附加值。

3、晨光生活馆和九木杂物社分别的定位是什么？

答：晨光生活馆和九木杂物社是公司探索的新业务模式，晨光生活馆是新华书店渠道为主的精品文具店铺模式，九木杂物社是Shopping Mall为主的精品小百货店铺模式。

4、九木杂物社包括哪些产品？

答：目前九木杂物社有9个产品系列——实用家居、美丽生活、精品文具、益智文娱、快乐旅行、舒适家纺、杂物收纳、时尚数码、进口食品。

5、晨光生活馆今年的发展规划是怎样的？

答：全面提升店铺经营水平，优化商品结构，强化商品组货能力，提升采购质量，建立商品模型，提高商品满足率，打造高品质精品门店。

6、科力普今年的发展重点是什么？

答：聚焦 5 大核心客户（政府、央企、500 强、金融、中间市场），加强大客户挖掘，提升服务品质，拓展产品品类，提升产品毛利率；拓展 10 个重点城市，将业务范围向全国拓展；继续探索加盟模式和行业整合和并购。

7、科力普收购欧迪办公，对科力普的意义有哪些？

答：（1）业务的合并将有效提升晨光科力普的采购议价能力，降低采购和运营成本。（2）进一步提升科力普在办公行业的品牌知名度。（3）进一步扩大科力普的客户资源，尤其是外企，使晨光科力普的客户结构更加全面、健康。（4）2017 年科力普将重点建设北京、广州、深圳和天津等城市的销售团队和运营团队。通过收购标的公司，将有助于缩短晨光科力普在这些城市的团队搭建和培训时间、仓库及配送等基础设施的建设时间。

8、科力普业务向全国延伸，物流这块是如何规划的？

答：根据公司的规划，有设立分公司的重点城市，会自建分仓，自建物流，例如现在的上海和北京，非重点城市会使用第三方物流。

9、请问公司如何看待未来办公直销这块市场？如果有新的竞争者出现对公司影响大吗？

答：办公直销市场非常大，上万亿的市场，未来出现 5-10 家新的同行也是完全没有问题的。作为科力普来说，保持晨光一贯的风格，稳扎稳打就没有问题。

10、晨光科技今年的发展重点是什么？

答：全面发展线上分销渠道，进行分销渠道分层，聚焦种子店铺，培育线上产品开发能力，完善线上产品阵营和推广，形成“集客”品牌产品阵营，未来将更侧重产品和品牌驱动，寻找更多适合线上定位的产品，增加用户黏性。

11、公司的发展战略有什么变化？

答：第一、聚焦和深耕渠道，加大各级渠道的优化升级，增强渠道竞争优势，提升市场占有率，实现公司可持续增长。第二、积极发展新业务——晨光科力普、晨光生活馆和晨光科技，扩大新业务规模，提升新业务的综合竞争力和盈利能力。第三、上下游和相关行业的优质企业的并购是公司战略发展的重要手段。

12、年报中披露的越南和泰国的 2000 多家终端是采用什么方式合作的？

答：越南和泰国的经销模式与国内省级经销模式一样，由该国经销商负责终端加盟和管理。

13、关于并购公司有什么新进展？

答：公司一直都在积极的接触和推动，我们的目标是真正对公司有意义的，并购后能够发挥协同作用的标的。如果有实质性进展，我们会及时披露。

上海晨光文具股份有限公司

2017 年 7 月 3 日