

上海晨光文具股份有限公司

2017年9月机构调研记录

为做好投资者关系管理工作，公司于2017年9月1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、请问公司对2017年上半年的业绩怎么看？

答：2017年上半年公司实现营业收入27.85亿元，同比增长27.80%；归母净利润2.89亿元，同比增长15.36%；扣非净利润2.73亿元，同比增长18.51%。其中，Q1、Q2单季度实现营业收入14.13亿、13.73亿，同比增长24.66%、31.20%；归母净利润1.66亿、1.23亿，同比增长13.84%、17.47%。Q2环比Q1收入和利润增速均有提升，基本符合公司预期。

2、上半年分产品收入和毛利率增速？

答：分业务来看，上半年书写工具增速8%，学生文具增速9%，办公文具增速73%。毛利率方面，书写工具毛利率基本持平，学生文具毛利率提升1%，办公文具毛利率提升0.7%。由于新业务增速很快且毛利率稍低，综合毛利率略有下滑，细分产品毛利率上升。

3、上半年销售费用增加较多，具体是什么原因？

答：（1）薪酬及福利费用较去年同期增加2,479万元，同比增长25.85%。主要是晨光生活馆、晨光科力普新业务引进人员较多，此外薪资总体水平有所提升。

（2）运输费用较去年同期增加1,211万元，同比增长131.57%，主要是晨光科力普、晨光科技销售的快速增长，带来运输成本的增长。（3）公司加大市场投入，业务宣传、品牌推广、渠道建设等各项费用均有所上升，较去年同期增加1,825万元，合计同比增长51.97%。（4）房屋租赁较去年同期增加752万元，同比增长

47.78%。主要是晨光生活馆和九木杂物社新增店面的租金。

4、上半年传统核心业务发展如何？

答：（1）加强单店质量提升并在全国复制推广；（2）连锁加盟升级，快速推广二代加盟店道具及形象使用；（3）办公品类不断扩展，深度拓展办公市场；（4）积极探索精品文创市场，面向全国精品文具店，打造精品文创专区，提供专属商品解决方案，配备专业团队进行开发和维护，扩大公司产品在精品文创市场占有率。

5、中报披露零售终端 7.3 万家，较 2016 年新增近 1000 家，主要是哪种类型门店？

答：2017 上半年新增店铺 900 多家，其中 1/2 加盟店，1/4 样板店，1/4 家办公店。

6、科力普上半年主要的进展？

答：（1）上半年公司加大对重点投标项目和大型客户开发，期间入围上海、天津、福建等市政府采购项目；（2）公司设立 3 个分公司和子公司，华南仓库正式开始运营；（3）进一步探索服务加盟业务，在全国十几个省份发展了服务合作伙伴，强化科力普在这些区域属地化服务能力；（4）公司收购欧迪办公已完成，欧迪中国与国内众多知名跨国外资品牌有着长期合作关系，此次收购将进一步提高晨光科力普在办公直销领域市场的占有率。

7、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，14 个重点城市，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。

8、科力普的成本结构是怎样的？毛利率的提升通过什么实现？大客户采购占比多少？

答：目前占比较大的人员和仓储物流。现金流和账期的控制，科力普做的很好。初期阶段大客户毛利率较低，中小客户毛利率高一些，发展到一定规模，中

小客户比例提升后会有积极的改善。大客户采购占一半。销售管理费用率比去年同期略有改善。

9、晨光生活馆和九木杂物社发展计划？

答：公司一方面继续提升精品文具店模式的晨光生活馆的经营质量、盈利水平，升级店铺形象，提升采购质量，探索门店的标准化模式和商品组合，提升采购质量；另一方面积极探索精品小百货店模式的九木杂物社，优化商品结构，强化商品组合能力，加快上新速度，加强场景搭建，提升购物体验，打造高品质精品门店。

10、精品文创推进情况如何？

答：精品文创按照计划有序推进，从上半年的表现来看，基本符合预期。上半年做到 200 多家。精品文创是跟晨光传统业务互补，传统渠道销售的产品相对偏中低端，精品文创销售中高端产品。四月份召开精品文创订货会，中高端产品销售增长同比 20%以上。

上海晨光文具股份有限公司

2017 年 10 月 10 日