

公司代码：603899

公司简称：晨光文具

上海晨光文具股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	晨光文具	603899	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	全强	白凯
电话	021-57475621	021-57475621
办公地址	上海市松江区研展路455号汉桥文化科技园C栋	上海市松江区研展路455号汉桥文化科技园C栋
电子信箱	ir@mg-pen.com	ir@mg-pen.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	6,304,397,133.44	5,677,500,049.71	11.04
归属于上市公司股东的净资产	3,606,136,738.69	3,410,808,445.41	5.73
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期 增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	247,079,847.28	164,025,265.31	50.64
营业收入	4,838,623,016.89	3,786,631,947.71	27.78
归属于上市公司股东的净利润	471,264,507.83	374,662,084.71	25.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	427,359,529.63	340,813,889.85	25.39

加权平均净资产收益率 (%)	13.26	12.72	增加0.54个百分点
基本每股收益 (元 / 股)	0.5122	0.4072	25.79
稀释每股收益 (元 / 股)	0.5122	0.4072	25.79

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数 (户)		11,973				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)		0				
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
晨光控股 (集团) 有限公司	境内非国有法人	58.26	536,000,000	0	无	0
陈湖文	境内自然人	3.30	30,400,000	0	无	0
上海科迎投资管理事务所 (有限合伙)	其他	2.89	26,600,000	0	无	0
上海杰葵投资管理事务所 (有限合伙)	其他	2.85	26,200,000	0	无	0
陈湖雄	境内自然人	2.83	26,000,000	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	2.28	20,993,826	0	未知	0
陈雪玲	境内自然人	1.57	14,400,000	0	无	0
中国工商银行股份有限公司—景顺长城新兴成长混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.23	11,299,927	0	未知	0
全国社保基金四零六组合	其他	1.04	9,561,401	0	未知	0
中国银行股份有限公司—景顺长城鼎益混合型证券投资基金 (LOF)	境内非国有法人	1.01	9,260,544	0	未知	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东晨光集团、科迎投资、杰葵投资、陈湖文、陈湖雄、陈雪玲之间存在关联关系。陈湖文、陈湖雄、陈雪玲为一致行动人。除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2019年上半年,在经济下行压力加大、市场多变的复杂环境下,公司董事会按照既定的年度目标,稳定推进年度经营计划,持续保持贯彻“调结构,促增长”的公司战略,积极推进渠道升级、产品升级、品牌升级的战略实施,持续聚焦和深耕终端,全面推进四条赛道,持续壮大办公直销,加速发展零售大店,加速提升线上销售,产品研发推陈出新,积极推进兼并购战略,不断优化内部管理。在管理层和全体员工的努力下,各项工作稳步有序推进,公司保持了健康、稳定的发展,经营业绩稳定增长。具体推进如下:

1、聚焦和深耕渠道

报告期内,公司聚焦重点终端,打造完美门店,推进渠道优化升级:(1)持续推进单店质量提升,聚焦完美门店;(2)积极推进连锁加盟升级;(3)推进配送中心后平台升级和运营优化;(4)打造精品文创专区、办公专区和儿童美术专区;(5)提升重点商圈占比,扩大市场份额。截至报告期末,公司在全国拥有35家一级合作伙伴、近1200家二、三级合作伙伴,“晨光系”零售终端超过7.8万家。

2、全面推进四条赛道

(1) 大众产品

报告期内,大众产品赛道以强商品挖潜、商品管理策略为核心思想,深挖细分市场,寻找品类增量。通过消费者调研和专业测试研究,新品开发减量提质,定位精准,提升单款销售贡献;聚焦重点品类的产品管理,聚焦打造长线产品和爆款开发,持续优化核心品类的产品结构,多款线上专供产品开发落地,达成大众产品赛道有质量的稳定增长。

(2) 精品文创产品

报告期内,公司聚焦重点品类,升级产品结构,完善精品文创产品布局,扩充高价值产品线;以标杆终端带动整体终端,通过打造精品文创专区,提升精品文创单店销售,在全国范围拓展精品文创渠道,扩大公司产品在精品文创市场占有率。

(3) 办公产品

报告期内,公司加强办公产品的开发和推广,实现核心产品上柜,持续推进晨光办公店的开拓和办公完美门店开发,全面推动国内重点大型办公终端客户的开发,通过持续开发新客户及提升已合作客户单店销售,促进销售增长,提高办公市场占有率。

(4) 儿童美术产品

报告期内,公司持续推进产品开发,通过对主流产品创新,存量品类实现有效提升;沉淀MG-KIDS和MG-ARTS中端产品线,通过合作和引进方式,形成低中高三个产品品牌阵营,丰富公司儿童美术中高端产品阵营。聚焦重点品类,强化重点产品单款贡献,积极打造各渠道重点终端的儿童美术完美专区,实现儿童美术产品的销售提升。

3、晨光科力普持续壮大

报告期内，通过提升服务品质、拓展产品品类、加强客户挖掘、搭建全国供应链体系，加强全国各中心仓覆盖区域属地服务能力，晨光科力普保持高速增长，实现营业收入 150,030 万元，同比增长 56%，在办公直销市场的占有率和品牌影响力进一步提升，具体如下：

（1）客户开发方面

政府客户成功入围：山西省政府电商项目、吉林省政府电商项目、重庆市政府电商项目等；央企客户成功入围：中国邮政集团公司各省电商项目；大型企业客户成功入围：默沙东（中国）投资有限公司、TCL 集团股份有限公司、上海盒马网络科技有限公司、德勤华永会计师事务所、西门子（中国）医疗系统集团、壳牌华北石油集团有限公司等。

（2）市场拓展方面

报告期内，晨光科力普全国已投入运营 5 个中心仓，覆盖华北、华南、华东、华西、华中五大区域，对华东、华北、华南及华中等四仓辐射区域及范围做了优化部署，在均衡各仓作业负荷的同时，提升了整体配送时效；在上海、北京、广州、深圳、天津等九个城市自建配送队伍，提高了配送效率，提升了客户体验，对相应地区的市场拓展起到积极的作用。

4、直营结合加盟，加速发展零售大店

报告期内，晨光生活馆（含九木杂物社）实现总营业收入 23,082 万元，同比增长 95%，其中，九木杂物社实现营业收入 16,447 万元，同比增长 240%。截至报告期末，公司在全国拥有 300 家零售大店，其中晨光生活馆 129 家，九木杂物社 171 家（直营 114 家，加盟 57 家）。

晨光生活馆方面，以货品结构调整及店铺单店质量提升作为主要方向，持续提升店铺运营能力，优化产品结构，从而实现减亏增效。九木杂物社方面，提升市场拓展速度，加快渠道布局，不断完善和调整产品品类，通过会员系统，增加消费粘性，从而满足消费升级带来的文创产品的消费需求，拓展公司在精品文创市场占有率并促进公司品牌升级。

5、晨光科技持续发展

报告期内，晨光科技实现营业收入 12,457 万元，同比增长 43%。公司加快发展线上分销渠道，开发多个除京东、天猫之外的线上新渠道；培育线上产品开发能力，协同四大产品赛道，多款线上专供产品开发落地；完善线上产品阵营和推广，不断创造线上增量品类，提高品类推广效率和品牌露出机会；完善会员运营管理系统，增加用户黏性，实现业务稳定发展。

6、设计研发推陈出新

报告期内，基于消费者的需求洞察，公司各产品赛道不断推陈出新，优化各品类产品布局，外部设计资源的合作持续推进，结合市场调研数据反馈，加大爆品打造力度，产品阵营进一步完善，高品质高性价比产品线不断扩充。全食品级水彩墨水的研发和制造取得突破，极大提升了儿童美术品类的安全性能，为消费者的健康提供了保障。多款新型油画棒配方的成功开发提升了产品的使用性能和成本竞争力，将为儿童美术赛道贡献新的增量。国家十三五重点研发计划项目《制笔新型环保材料》中的第三和第五课题的工作正顺利开展中，已完成多个子课题的研究。

7、内部管理持续提升

生产方面，公司继续深度推进前置主动预防机制，运用大数据分析潜在质量风险，追踪落实改善措施的执行情况，从源头防止不良品的产生，提升产品品质。人力资源方面，通过 NEO（新员工入职培训）、MT（管理培训生项目）和高管团队培训，加强公司人才储备和梯队建设，培养了中坚力量，提高了管理领导能力，推动公司人才建设。IT 方面，第一家区域仓库 WMS 系统正式上线运行，实现了总部与区域仓库间调拨转货；九木杂物社微信小程序上线，多触点触达用户，给九木杂物社会员提供了线上购物的渠道，实现线上营销到销售利润的高效转化。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

√适用 □不适用

财政部于 2019 年 4 月 30 日发布《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财

会[2019]6号)，对企业财务报表格式进行调整。

2019年5月9日，财政部发布《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》(财会[2019]8号)，根据要求，本公司对2019年1月1日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据该准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整。

2019年5月16日，财政部发布《企业会计准则第12号—债务重组》(财会[2019]9号)，根据要求，本公司对2019年1月1日至执行日之间发生的债务重组，根据该准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的债务重组交易，不进行追溯调整。

2017年3月31日，财政部颁布了修订的《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号—金融资产转移》《企业会计准则第24号—套期保值》；2017年5月2日，颁布了修订的《企业会计准则第37号—金融工具列报》，要求境内上市的企业自2019年1月1日起施行前述四项新金融工具相关会计准则。

经公司第四届董事会第十八次会议审议通过，根据财会[2019]6号文规定的财务报表格式编制2019年中期财务报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。

相关列报调整影响如下：

2018年12月31日受影响的合并资产负债表和母公司资产负债表：

单位：元 币种：人民币

合并资产负债表

报表项目	调整前	调整后
应收票据及应收账款	810,666,344.91	
应收票据		1,894,232.00
应收账款		808,772,112.91
应付票据及应付账款	1,319,407,048.21	
应付票据		
应付账款		1,319,407,048.21

母公司资产负债表

报表项目	调整前	调整后
应收票据及应收账款	93,324,765.86	
应收票据		
应收账款		93,324,765.86
应付票据及应付账款	240,475,062.99	
应付票据		
应付账款		240,475,062.99

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

董事长：陈湖文

上海晨光文具股份有限公司

2019年8月23日