2019年
年度报告摘要

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

一重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，拟向全体股东每 10 股派现金红利 4 元（含税），本次分配的利润总额为 368,000,000 元。2019 年度剩余未分配利润转入下一年度。

二公司基本情况

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
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
电话	021-57475621	021-57475621
电子信箱	ir@mg-pen.com	ir@mg-pen.com

2 报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务及经营模式

2.1.1 主要业务

公司是一家“整合创意价值与服务优势，倡导时尚文具生活方式，提供学习和工作场景解决方案的综合文具供应商”，传统核心业务主要是从事 @ 及所属品牌书写工具、学生文具、办公文具及其他产品等的设计、研发、制造和销售；新业务主要是发展办公一站式服务平台晨光科力普、零售大店晨光生活馆、九木杂物社以及互联网和电子商务平台晨光科技。报告期内，公司主要业务和经营模式未发生重大变化。

2.1.2 主要经营模式

公司拥有独立完整的从品牌、产品设计研发、原辅料采购、产品制造、供应链管理、营销网络管理到仓储物流的健全经营体系，独立面向市场进行经营活动。研发模式，新品研发方面，公司建立了从消费价值设计、到产品设计、到产品模具开发、再到品牌形象设计的“全程设计系统”，采用趋势化、主题化、体验化的开发模式，以消费者洞察为出发点，从全品类角度开发新品；制造模式方面，公司实行“以销定产、自主生产和 OEM 委外生产相结合”的品牌制造模式，拥有独立的原材料采购、产品生产和销售系统，在市场上建立了自己的品牌，并具有文具设计、研发、制造与销售的全产业链优势；销售模式方面，基于文具产品特性以及国内文具消费的现状，公司针对性地建立了以区域经销为主，结合办公直销、直营大店销售、KA 销售、线上销售和境外经销的销售模式，并且率先在国内文具行业规模化开展零售终端的品牌销售管理和特许经营管理。

办公直销业务晨光科力普主要为政府、企事业单位、世界 500 强企业和其他中小企业提供高性价比办公采购一站式服务。晨光科力普拥有 15 大核心品类，覆盖办公用品、办公耗材、办公设备、IT 数码、办公家具、劳防用品、食品饮料、商务礼品等，确保全部商品厂家直供，并提供个性化的增值服务。

晨光科技的业务主要分为天猫和京东两大业务板块。天猫业务是晨光科技在天猫开设线上门店，客户在天猫门店下单。京东业务是每月结合库存情况和动销比系统开出采购订单，晨光科技根据实际库存情况在系统中进行采购单回告，回告确认无误的订单由系统推送至大仓系统，大仓根据双方确认的采购订单发货给京东。

晨光的零售大店业务分为晨光生活馆和九木杂物社两种商业形态，晨光生活馆是以 8-15 岁的学生作为主要消费群体，销售的产品以文具品类为主，辅以部分生活和玩娱品类，店铺主要集中在新华书店及复合型精品书店，是公司对现有传统渠道进行升级的探索。九木杂物社是以 15-35 岁的年轻女性及其家庭作为目标消费群体，销售的产品主要为文具、文创、益智文娱、实用家居等品类，店铺主要分布在各城市核心商圈的购物中心，是一家文创杂货集合店，是公司基于文创生活的新零售模式的探索。九木杂物社自 2018 年 7 月开始启动加盟，加盟模式为加盟商按照合同约定缴纳合同保证金和装修费款项，加盟门店的租金，人员工资，水电费等营运费用由加盟商承担。

公司的传统核心业务面临着 90 后、00 后的个性化需求变化推动的新产品需求变化的挑战。随着国内人口结构变化，出生率下降，传统核心业务靠销售数量增长对收入的贡献减弱，收入增长将更多来源于消费升级和产品升级。国内文具消费呈现品牌化、创意化、个性化和高端化的趋势，精品文创类产品需求进一步凸显，正在推动从文具到文创生活的升级转型。晨光生活馆和九木杂物社作为公司传统核心业务产品升级和渠道升级的桥头堡，发挥着促进品牌露出及升级产品销售的作用。办公直销业务的晨光科力普有效覆盖了大型企事业单位的办公文具采购需求，助力公司传统核心业务中书写工具和办公文具产品的销售。

2.1.3 业绩增长的主要驱动因素

（1）社会转型和消费升级；（2）国家对教育的持续投入；（3）文化产业大发展的良好政策环境；（4）居民人均收入持续增长；（5）鼓励二胎政策；（6）行业比较分散集中度不高。

2.2 公司所处行业情况、特点及公司的行业地位

2.2.1 公司所处行业情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）及中国证监会公布的上市公司行业分类结果，公司属于文教、工美、体育和娱乐用品制造业。公司是中国文教体育用品协会、中国制笔协会会员单位。

2019 年，文教办公用品制造完成 1522 亿元，全年增长 6.7%，完成利润 97 亿元，同比增长 9.8%。2019 年，文教办公用品行业规模以上企业 1027 家，亏损面较上年有所扩大。（数据来源：中国文教体育用品协会）。

2019 年，制笔协会企业主营业务收入 164 亿元，同比下降 1%，实现利润 9 亿元，同比增长 15%。据中国轻工业联合会综合评定，制笔行业运行景气指数处于正常区间，制笔行业总体运行良好。2019 年，制笔行业出口金额为 28 亿美元，同比下降 0.5%。中国在低端圆珠笔和铅笔出口上的价格优势有所削弱。制笔行业进口金额为 8 亿美元，同比下降 2.2%。中国进口笔类产品主要以高档为主。（数据来源：制笔协会）

2.2.2 行业特点

2.2.2.1 周期性

书写工具、学生文具以及办公文具受经济周期波动影响很小。书写工具、学生文具单价较低，属于收入弹性较小相对刚需的消耗品，对经济周期波动并不敏感。

2.2.2.2 季节性

学生文具存在一定的季节性。每年的新学期开学前（寒假和暑假）为文教领域所说的“学汛”期，经营学生文具的相关企业会迎来一年中销量的高峰期。

2.2.3 发展趋势

随着国内人口结构变化，出生率下降，文具行业靠数量增长的贡献减弱，更多的增长来源于消费升级和产品升级。随着消费者生活方式和消费习惯的变化，零售业开始了新一轮的重建与创新。文具行业面临外部环境不确定、消费渠道多元分散、主力消费人群（90 后、00 后）的个性化需求而推动的新产品需求的挑战。随着国内消费市场日趋成熟，国内市场对于中高端文具产品的需求不断提高，摆脱了过去以低端产品为主的市场格局，为质优价高的中高端文具产品提供了机遇。于此同时，国内人口数量 14 亿左右占全球人口总数的 18%左右，优秀的国内文具企业在全球文具市场拥有广阔的发展空间。

传统校边商圈仍占主导地位，其他类型的商圈和线上销售增速更高，销售终端形式呈现多样化。新兴渠道与业态悄然形成，渠道升级和渠道竞争愈加明显。国内文具消费呈现品牌化、创意化、个性化和高端化的趋势。精品文创类产品需求进一步凸显，正在推动从功能为主的文具产品到结合了客户体验的文创生活产品的升级转型。随着市场的不断发展，文具行业的市场集中度逐步提高，行业整合空间进一步打开，优质的品牌文具企业占据市场有利地位，强者愈强，市场份额向头部企业快速集中。

办公直销市场蓬勃发展。据证券公司的行业研究报告，国内大办公市场（包括办公家具、器材等办公物资）的规模达上万亿人民币。2015 年起施行的《中华人民共和国政府采购法实施条例》明确要求推动利用信息网络进行电子化政府采购活动。同年，国务院办公厅下发《关于印发整合建立统一的公共资源交易平台工作方案的通知》，要求在全国范围内形成规则统一、公开透明、服务高效、监督规范的公共资源交易平台体系，基本实现公共资源交易全过程电子化。受益于国家政策的大力推广支持，B2B 办公物资采购迎来了快速发展的历史机遇。

2.2.4 公司所处行业地位

公司是文具行业“自主品牌+内需市场”的领跑者。公司在文具行业零售终端网络覆盖的广度和深度方面具有明显的先发优势与领先优势，截至报告期末，公司已在全国构建了超过 8.5 万家零售终端的庞大零售终端网络；在竞争激烈的内需市场确立了自主品牌销售的龙头地位，连续八年荣获“中国轻工业制笔行业十强企业”第一名。

2.3 公司发展战略

重视技术和产品创新，巩固核心业务的竞争优势；深入推进办公一站式服务和新零售业务；积极拓展国际市场；不断推进产业链上优质资源的整合和并购。通过这四个方面的努力，最终实现中国第一文具品牌（群）的目标。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2019 年	2018 年	本年比上年增减(%)	2017 年
总资产	7,565,115,311.74	5,677,500,049.71	33.25	4,388,278,915.63
营业收入	11,141,101,364.44	8,534,988,597.55	30.53	6,357,102,964.25
归属于上市公司股东的净利润	1,060,083,625.03	806,847,308.41	31.39	634,040,991.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,005,187,834.38	749,412,457.07	34.13	544,514,731.94
归属于上市公司股东的净资产	4,201,500,384.99	3,410,808,445.41	23.18	2,833,961,137.00
经营活动产生的现金流量净额	1,081,941,383.68	827,940,565.51	30.68	717,497,928.03
基本每股收益（元／股）	1.1523	0.8770	31.39	0.6892
稀释每股收益（元／股）	1.1523	0.8770	31.39	0.6892
加权平均净资产收益率(%)	28.17	26.16	增加 2.01 个百分点	24.45

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

	第一季度（1-3 月份）	第二季度（4-6 月份）	第三季度（7-9 月份）	第四季度（10-12 月份）
营业收入	2,355,613,820.98	2,483,009,195.91	3,108,721,445.78	3,193,756,901.77
归属于上市公司股东的净利润	258,715,131.28	212,549,376.55	330,611,308.24	258,207,808.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	232,639,806.85	194,719,722.78	333,199,496.91	244,628,807.84
经营活动产生的现金流量净额	99,550,085.40	147,529,761.88	430,910,767.84	403,950,768.56

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

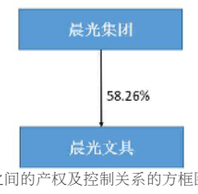
截止报告期末普通股股东总数(户)	15,196
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	14,271
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

前 10 名股东持股情况

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
晨光控股（集团）有限公司	0	536,000,000	58.26	0	无	0	境内非国有法人
香港中央结算有限公司	30,760,849	33,489,521	3.64	0	无	0	未知
上海科迎投资管理事务所（有限合伙）	-7,800,000	23,400,000	2.54	0	无	0	其他
上海杰葵投资管理事务所（有限合伙）	-7,700,000	23,100,000	2.51	0	无	0	其他
陈湖雄	-7,600,000	22,800,000	2.48	0	无	0	境内自然人
陈湖文	-7,600,000	22,800,000	2.48	0	无	0	境内自然人
陈雪玲	-4,800,000	14,400,000	1.57	0	无	0	境内自然人
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	1,691,966	11,999,854	1.30	0	无	0	未知
全国社保基金四零六组合	6,608,798	9,561,401	1.04	0	无	0	未知
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)	375,396	9,260,000	1.01	0	无	0	未知
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						

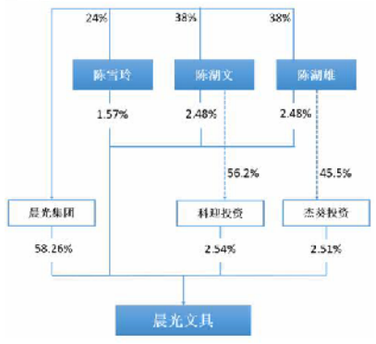
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用　√不适用

5 公司债券情况

□适用　√不适用

三经营情况讨论与分析

2019 年，在国内外不稳定因素增多、市场复杂多变的大背景下，公司紧密围绕董事会制订的发展战略和年度经营目标，在管理层和全体员工的努力下，保持了健康、稳定、高质量的发展，较好的完成了年度经营计划，经营业绩稳定增长，综合实力进一步提升。

公司董事会关注外部行业动态，积极推动公司战略落地，继续以“调结构，促增长”作为年度重点，持续聚焦和深耕终端，全面推进传统核心业务四条赛道，持续壮大办公直销，加速发展零售大店，持续提升线上销售，内部管理不断优化。现将 2019 年公司的经营情况总结报告如下：

（一）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，渠道管理精细化：（1）推进单店质量提升，聚焦完美门店；（2）推进连锁加盟升级；（3）推进配送中心持续升级和运营优化；（4）加强品类推广和专区推广；（5）积极进行新业务模式探索，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 个城市的二、三级合作伙伴，“晨光系”零售终端超过 8.5 万家。

着力推动晨光联盟 APP，更紧密地连接总部、各级合作伙伴和终端门店，提升业务的数字化水平。以实现信息流高效精准送达和提升营运效率的目的。终端门店安装晨光联盟 APP 后，有助于公司销售活动的整体协同。一方面公司信息发布后可突破地理和时间的局限，第一时间传达终端，提升终端用户体验；另一方面也可缩短响应时间，提升订单满足率；此外，总部还能更及时有效地收集用户痛点和产品反馈等需求端信息，提高新品开发准确度。

（二）传统核心业务四条赛道全面推进

（1）大众产品赛道

通过网格化分析工具，对每个细分品类、单品进行逐一扫描，深度挖掘潜力产品，同时有效的联动打通所有产品、设计、市场、销售部门，使部门资源同频，并通过对商品管理的数量进行管控，减量增质的聚焦长线品和爆款产品开发，达到大众赛道有质量的稳定增长。

（2）精品文创产品赛道

报告期内，公司大力拓展精品文创市场。以爆款带动整体品类，聚焦重点品类，升级产品结构，完善精品文创产品布局；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。从产品开发-业务打造-市场推广及品牌传播形成闭环，打造晨光专属季节限定窗口，季节限定得到了市场的热烈反应。公司产品在精品文创市场占有率进一步提升。

（3）办公产品赛道

报告期内，公司加速办公产品的开发和推广，实现由宽度开发向深精度开发转换，形成产品整体解决方案，实现核心产品上柜；深度挖掘潜在客户，办公完美门店持续增加，市场拓展取得进一步成效；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）儿童美术产品赛道

报告期内，公司聚焦重点品类，有效调整产品结构，主推长线品，强化重点产品单款贡献；抓住节奏，集中打造形成标准化上柜专区；品类爆款开发能力大幅提高，实现马克笔、食用级水彩、无木可擦彩铅、水溶性油画棒等多个爆款打造；沉淀 MG-KIDS 和 MG-ARTS 中端产品线。报告期内，公司收购了安硕文教，与意大利文具品牌 CARIOCA 建立战略合作，丰富了公司儿童美术中高端产品阵营。

（三）晨光科力普持续壮大

单位：万元

晨光科力普	2019 年	2018 年	2017 年	三年平均
营业收入	365,806.17	258,604.90	125,515.91	249,975.66
净利润	7,580.35	3,213.52	2,104.34	4,299.40

报告期内，通过提升服务品质和客户满意度、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 365,806.17 万元，同比增长 41.45%，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

政府客户方面成功入围山西省政府、辽宁省政府、吉林省政府、重庆市政府电商等项目；央企客户方面成功入围中国移动、中国联通、中国邮政等集团采购项目；金融客户方面入围浦发银行、广发银行等项目；世界 500 强和其他企业客户方面中标小米、西门子、戴尔、华润置地、广州地铁等采购项目。

报告期内晨光科力普推出省心购业务，以好货低价、低运营成本的模式拓展小微企业市场。（2）仓配物流方面

报告期内，晨光科力普加强订单监控、售后服务和仓储配送，提升基础交付品质，采取配送错误和商品破损改善措施，对破损进行专项改善，在包装上进行改善；强化“端到端”订单交付能力，执行订单全流程监控及操作管理，妥投率进一步提升；对华东、华北、华南及华中等四仓辐射区域及范围做出优化部署，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，提升了客户体验。

（四）加速发展零售大店

单位：万元

生活馆（合并）	2019 年	2018 年	2017 年	三年平均
营业收入	60,063.70	30,592.14	20,510.96	37,055.60
净利润	-804.67	-3,030.04	-4,114.99	-2,649.90
其中，九木杂物社	2019 年	2018 年	2017 年	三年平均
营业收入	46,043.51	15,299.61	3,515.35	21,619.49
净利润	-693.11	-2,602.78	-989.07	-1,428.32

报告期内，晨光生活馆（含九木杂物社）实现总营业收入 60,063.70 万元，同比增长 96.34%。公司积极打造精品文创店组货和服务模式，全面发展九木杂物社，试点优化晨光生活馆，提供基于场景的产品解决方案。满足消费升级带来的文创产品的消费需求，让人们更好地享受书写、记录生活。截至报告期末，公司在全国拥有 380 家零售大店，其中晨光生活馆 119 家，九木杂物社 261 家（直营 158 家，加盟 103 家）。

晨光生活馆方面，持续优化店铺运营管理，继续以货品结构调整及店铺单店质量提升作为主要的工作方向，以保持生活馆继续减亏增效，报告期内晨光生活馆亏损显著减少。九木杂物社方面，提升市场拓展速度，加快渠道布局，新开店在重点城市的渠道布局愈趋完善，全国进驻 55 个城市；不断完善和调整产品品类，商品在文创杂货这个定位上愈加精准，形成杂物社产品影响力；微信小程序上线，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。随着九木杂物社品牌影响力的提升，晨光的品牌露出也随之有更大的曝光度。

（五）晨光科技持续提升

单位：万元

晨光科技	2019 年	2018 年	2017 年	三年平均
营业收入	29,668.20	23,434.15	18,530.70	23,877.68
净利润	-120.59	963.31	1,329.54	724.09

报告期内，晨光科技坚持全渠道战略，实现营业收入 29,668.20 万元，同比增长 26.60%。晨光品牌在淘系学生品类书写工具、学习辅类、画具画材、纸张本册合计终端零售额市场排名第一。推动开发优化新品类，打透市场，夯实品牌阵地。提升了品牌线上店铺阵营的数量与质量，保障晨光品牌在线上的可持续发展；完善线上产品阵营和推广，不断创造线上增量品类。

（六）设计研发有序推进

作为国家级高新技术企业，公司始终专注于核心技术和生产能力的研究开发，不断创新求变，为消费者提供更多具有行业领先技术水平的好产品。报告期内，公司各产品赛道不断推陈出新，优化各品类产品布局，产品与供应链联动，部分重点品类的爆款开发取得突破，产品阵营进一步完善。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。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。全球最细线迹的针管笔头成功开发并顺利量产填补了书写品类空白。开发国产无铅材料应用于笔头的制造加工，解决核心材料供给安全性，为国家的环保事业添砖加瓦。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。

公司 2019 年 10 月再次取得由上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务局上海市税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，有效期 3 年。

（七）内部管理持续提升

生产中心围绕提升效率，消除不良，提升士气三个模块提高，从效率、品质、成本、交期、安全、士气、环境等方面抓落地，实现运营能力的提升。

业务团队加大跨部门协同，产品、设计团队一起从消费者调研、产品规划、技术研发、产品设计、生产制造、流通储运、客户投诉等多方面进行痛点改善，提升产品品质。整合供应链资源，支持爆款和高价值产品的开发。

2015 年公司开始的 MPS（M&G Production System）精益项目于 2019 年升级为 MBS（M&G Business System）管理系统，继续学习全球先进管理经验，致力于持续改善管理能力。人力资源方面，优化职位职级体系，以绩效管理推进业绩达成，搭建人才培养体系，加速储备公司管理人才。

（八）持续企业数字化

报告期内推动数据为业务赋能，建设业务数据中台，以数据为纽带盘点整合现有的信息系统，集中资源优先解决业务痛点，满足日益增长的外部业务需求的变化。销售系统方面以晨光联盟 APP 为抓手推动渠道数字化建设，生产系统方面打通品质检测和 MES 后台系统的数据连接；财务系统方面通过集团化升级提升了作业效率。

1 报告期内主要经营情况

2019 年，公司全年实现营业收入 1,114,110.14 万元，同比增长 30.53%；归属于上市公司股东的净利润 106,008.36 万元，同比增长 31.39%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 100,518.78 万元，同比增长 34.13%。截至 2019 年末，公司总资产为 756,511.53 万元，同比增长 33.25%；归属于上市公司股东的净资产为 420,150.04 万元，同比增长 23.18%。公司保持健康快速增长，资产运行状况良好。

2 导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用　□不适用

4.1 执行财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》。

财政部分别于 2019 年 4 月 30 日和 2019 年 9 月 19 日 发布了《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）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
（1）资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	第四届董事会第十八次会议	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额 1,894,232.00 元，“应收账款”上年年末余额 808,772,112.91 元；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额 0.00 元，“应付账款”上年年末余额 1,319,407,048.21 元。	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额 0.00 元，“应收账款”上年年末余额 93,324,765.86 元；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额 0.00 元，“应付账款”上年年末余额 240,475,062.99 元。
（2）在利润表中投资收益项下新增“其中：以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”项目。比较数据不调整。	第四届董事会第十八次会议	“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”本期金额 0.00 元。	“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”本期金额 0.00 元。

4.2 执行财政部《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——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）

财政部于 2017 年度修订了《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——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的上年年末余额为基础，执行上述新金融工具准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
（1）非交易性的可供出售权益工具投资指定为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”。	第四届董事会第十八次会议	可供出售金融资产：减少 3,600,000.00 元；其他权益工具投资：增加 3,600,000.000 元	可供出售金融资产：减少 3,600,000.00 元；其他权益工具投资：增加 3,600,000.00 元
（2）对“以摊余成本计量的金融资产”和“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”计提预期信用损失准备。	第四届董事会第十八次会议	留存收益：减少 0.00 元 应收票据：减少 0.00 元 应收账款：减少 0.00 元 其他应收款：减少 0.00 元 债权投资：减少 0.00 元 其他综合收益：增加 0.00 元 递延所得税资产：增加 0.00 元	留存收益：减少 0.00 元 应收票据：减少 0.00 元 应收账款：减少 0.00 元 其他应收款：减少 0.00 元 债权投资：减少 0.00 元 其他综合收益：增加 0.00 元 递延所得税资产：增加 0.00 元
（3）银行理财产品重分类至交易性金融资产并以公允价值计量	第四届董事会第十八次会议	留存收益：增加 6,081,955.00 元 其他流动资产：减少 1,020,000,000.00 元 递延所得税负债：增加 1,183,345.00 元 交易性金融资产：增加 1,027,265,300.00 元	留存收益：增加 5,380,330.00 元 其他流动资产：减少 820,000,000.00 元 递延所得税负债：增加 949,470.00 元 交易性金融资产：增加 826,329,800.00 元

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用　√不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用□不适用

截至 2019 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
上海晨光珍美文具有限公司
上海晨光科力普办公用品有限公司
连云港市科力普办公用品有限公司
沈阳晨光科力普办公用品有限公司
上海晨光文具礼品有限公司
上海晨光文具销售有限公司
广州晨光文具礼品销售有限公司
义乌市晨兴文具用品有限公司
哈尔滨晨光三美文具有限公司
郑州晨光文具礼品有限责任公司
晨光生活馆企业管理有限公司
晨光生活馆企业管理（上海）有限公司
上海晨光佳美文具有限公司
江苏晨光生活馆企业管理有限公司
浙江新晨光生活馆企业管理有限公司
九木杂物社企业管理有限公司
上海晨光信息科技有限公司
深圳尔雅文化创意发展有限公司
上海晨光办公用品有限公司
欧迪办公网络技术有限公司
洛阳晨光文具销售有限公司
杭州三美晨光文具有限公司
安硕文教用品（上海）股份有限公司
江苏马可笔业有限公司
长春马可文教用品有限公司
伊犁森徕木业有限公司
安硕文教用品（香港）有限公司
International stationery company

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“六、合并范围的变更”和“七、在其他主体中的权益”。

董事长：陈湖文

上海晨光文具股份有限公司

2020 年 4 月 10 日

证券代码：603899　　证券简称：晨光文具　　公告编号：2020-013

上海晨光文具股份有限公司关于使用部分闲置自有资金进行投资理财的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

委托理财受托方：商业银行、信托公司、证券公司、基金公司、保险公司、资产管理公司等金融机构

本次委托理财金额：不超过人民币 160,000 万元

委托理财产品名称：银行理财产品、债券、基金、信托计划、资管计划等

委托理财期限：自董事会审议通过之日起一年

履行的审议程序：

上海晨光文具股份有限公司（以下简称“公司”）第四届董事会第二十次会议于 2020 年 4 月 10 日以现场结合通讯表决方式召开，会议审议通过了《关于使用部分闲置自有资金进行投资理财的议案》，同意公司及子公司使用最高额度不超过人民币 160,000 万元的闲置自有资金进行投资理财，在上述额度内，资金可以滚动使用。同时，授权公司总裁具体实施上述理财事宜，授权期限自董事会审议通过之日起 1 年内有效。

一、委托理财概况

（一）委托理财目的

为提高资金使用效率，合理利用闲置自有资金，在不影响公司正常经营的情况下，公司及子公司利用闲置自有资金进行现金管理，提高资金使用效率，增加公司投资收益，保证股东利益最大化。

（二）资金来源

投资理财资金来源为闲置自有资金。

（三）投资理财额度

公司及子公司拟使用最高额度不超过人民币 160,000 万元的闲置自有资金进行投资理财。在上述额度内，资金可以滚动使用。

（四）投资理财产品情况

投资理财产品包括银行理财产品、债券、基金、信托计划、资管计划等。

（五）授权期限

资金额度使用期限为自董事会审议通过之日起一年。在额度范围内授权公司总裁行使该项投资决策权并签署相关合同文件。

（六）公司对投资理财相关风险的内部控制

公司投资理财将履行内部审议程序，需符合公司董事会决议要求及公司内部资金管理的要求。

二、投资风险分析及风险控制措施

1、公司财务中心将及时分析和跟踪理财产品投向、项目进展情况，如评估发现存在可能影响公司资金安全的风险因素，将及时采取相应措施，控制投资风险；

2、公司审计部对理财产品的资金使用与保管情况纳入资金管理流程进行审计，保证理财程序合规；

3、公司独立董事、监事会有权对资金使用情况进行监督与检查，有必要的可以聘请专业机构进行审计。

三、对公司的影响

公司最近一年又一期的财务情况如下：

单位：万元

	2019 年 9 月 30 日（未经审计）	2019 年 12 月 31 日（经审计）
资产总额	690,814.15	756,511.53
负债总额	271,731.07	310,419.00
净资产	393,673.64	420,150.04
	2019 年 1 月 1 日 -2019 年 9 月 30 日	2019 年 1 月 1 日 -2019 年 12 月 31 日
经营性现金流量净额	67,799.06	108,194.14

公司及子公司运用部分闲置自有资金进行投资理财是在确保公司日常运营和资金安全的前提下实施的，不影响公司日常资金周转及主营业务正常开展。

公司不存在负有大额负债的同时购买大额理财产品的情形，通过进行适度的投资理财，可以提高资金使用效率，能获得一定的投资收益，进一步提升公司整体资金管理水平，为公司股东谋取更多的投资回报。

根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》，公司委托理财本金计入资产负债表中交易性金融资产，相关收益计入当期损益。（最终以会计师事务所确认的会计处理为准）。

四、风险提示

1、尽管公司会审慎选择投资产品，但金融市场受宏观经济的影响较大，不排除该项投资受到市场波动的影响；

2、公司将根据经济形势以及金融市场的变化适时适量的介入，因此投资的实际收益不可预期；

3、存在相关工作人员的操作风险。

五、决策程序的履行及专项意见的说明

（一）决策程序的履行

公司于 2020 年 4 月 10 日召开第四届董事会第二十次会议及第四届监事会第十三次会议审议通过了《关于使用部分闲置自有资金进行投资理财的议案》，同意公司及子公司使用最高额度不超过人民币 160,000 万元的闲置自有资金进行投资理财，在上述额度内，资金可以滚动使用。同时，授权公司总裁具体实施上述理财事宜，授权期限自董事会审议通过之日起 1 年内有效。

（二）独立董事意见

独立董事对该事项发表了同意的独立意见。独立董事认为：在保证公司日常运营和资金安全的前提下，公司及子公司使用部分闲置自有资金进行投资理财，不影响公司日常资金周转需要，不影响公司主营业务的正常开展。通过进行适度的投资理财，有利于提高资金使用效率，能获得一定的投资效益，进一步提升公司整体业绩水平，为公司股东谋求更多的投资回报。

（三）监事会意见

2020 年 4 月 10 日，公司第四届监事会第十三次会议审议通过了《关于使用部分闲置自有资金进行投资理财的议案》。公司监事会认为：在保证公司日常运营和资金安全的前提下，公司及子公司使用部分闲置自有资金进行投资理财，不影响公司日常资金周转需要，不影响公司主