

上海晨光文具股份有限公司

关于 2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案的评估报告 暨 2026 年度“提质增效重回报”专项行动方案

为贯彻中央经济工作会议、中央金融工作会议精神，响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，积极践行以投资者为本的理念，保护投资者尤其是中小投资者的合法权益，推动公司高质量发展和投资价值提升，上海晨光文具股份有限公司（以下简称“公司”）结合实际经营情况，于 2025 年 3 月 26 日披露了《2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案》（以下简称“行动方案”），自行动方案发布以来，公司积极开展并落实相关工作，在聚焦做强主业、注重投资者回报、践行可持续发展等方面取得良好的成效。

公司于 2026 年 3 月 30 日召开第六届董事会第十五次会议审议通过了《关于 2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案的评估报告暨 2026 年度“提质增效重回报”专项行动方案的议案》，对 2025 年度专项行动方案实施情况进行了评估，并明确了 2026 年度专项行动方案，具体内容如下：

一、聚焦主责主业，坚持长期主义

2025 年，世界在变局中前行，挑战接踵而至。外部环境的不确定性对企业经营提出更高要求，但长期向好的支撑条件和基本趋势没有改变。公司在董事会的带领下坚持稳中求进、守正创新，以战略的确定性应对外部波动，努力保持经营韧性与发展定力。2025 年公司实现营业收入 250.64 亿元，同比增长 3.45%；归属于上市公司股东的净利润 13.10 亿元。

1、传统核心业务：聚焦产品力提升和全渠道布局。公司始终以消费者需求为核心导向，通过产品创新与推广模式双重升级优化供给结构，重点培育高品质、强功能、具有 IP 属性的优质产品，推动产品价值持续升级。围绕用户需求和消费习惯的变化，优化零售运营体系，形成以多层级经销体系为主体，线下新渠道、线上业务和直供更多直接接触达客户的、全渠道、多触点的布局。

2、零售大店业务：通过门店形象迭代、消费场景优化、IP 品类拓展及会员精细化运营，持续提升品牌影响力。以九木杂物社为核心载体，坚守中高端文创零售定位，充分发挥品牌升级“桥头堡”作用。2025 年，九木杂物社线下渠道数量持续拓展，“门店升级、主题快闪营销、IP 与产品品类拓展、会员深度营运”等多个维度系统化部署、协同发力，共同构成驱动品牌焕新、消费体验升级与市场规模扩张的增长引擎，有效确保了九木杂物社在规模化基础上的持续活力与竞争优势。2025 年，晨光生活馆（含九木杂物社）实现营业收入 15.85 亿元，同比增长 7%，其中，九木杂物社实现营业收入 15.37 亿元，同比增长 9%。截至报告期末，公司在全国拥有超 860 家九木杂物社。

3、企业通用物资数智化采购服务业务：行业引领，全链条提质增效。科力普集团作为企业采购数字化领域标杆，依托一站式数字化采购解决方案、全品类产品矩阵及前沿数智化应用，聚焦四大核心业务板块，积极拓展新兴业务领域。客户开发坚持“深耕存量、拓展增量”，在央企、政府、金融等重点领域持续突破，深化 MRO 工业品业务合作；中后台强化数字化赋能，不断优化供应链体系与仓储配送网络，为业务持续拓展提供坚实保障，充分彰显数智化核心竞争力。2025 年，科力普集团保持战略定力，坚定发展信心，业务保持稳定向好，实现营业收入 150.48 亿元，同比增长 9%。

2026 年，公司将全面推进传统核心业务稳定发展，持续发展壮大新业务，推动组织升级与变革，积极开拓国际市场，保持企业持续健康高质量发展，向着“世界级晨光”的愿景努力。

1、推进传统核心业务稳定发展：公司将继续以消费者为中心，聚焦产品力提升与全渠道布局双发力。产品力方面，公司将提速技术与产品创新，加大研发投入，以爆款思路推进产品减量提质，优化产品结构，培育高品质、强功能、高附加值产品，紧跟品牌化、创意化等市场趋势，通过自主 IP 孵化与外部 IP 合作强化 IP 赋能，提升国际化设计能力，丰富品牌与产品矩阵。全渠道布局方面，公司将继续深耕渠道、夯实基础设施，聚焦重点城市与头部优质大店，提升单店质量与阵地竞争力，推进多类型直供模式创造增量，探索线上差异化运营挖掘增长潜力，同时抓住海外机遇，加速国际化与渠道多元化布局，扩大市场份额，实现品牌可持续发展。

2、持续发展零售大店业务：九木杂物社持续推进产品组合优化与品类战略升级，双向拓展产品矩阵。横向拓展产品边界，积极引入高关联性新品类，以吸引更广泛的消费群体；纵向深耕核心优势品类，持续做精做深，巩固专业领导地位，带动客单价与复购率的双重提升。加大 IP 类产品资源投入和自有品牌占比提升，丰富产品结构。持续拓展渠道数量，进一步扩大渠道优势，保持线下渠道的快速增长和线上业务的多渠道增长。围绕会员与 IP 进行深度运营，构建更立体的品牌增长模型。利用数字化管理思维和工具，提升单店业务能力。加强人才梯队建设，在业务端培养核心人才，为更大规模的全国布点和业务增长提供坚实支撑，确保企业可持续发展。

3、加快科力普集团发展速度：科力普集团将持续升级优化电子交易系统、智慧仓储物流管理体系、数智化供应链及个性化服务；拥抱数字化发展趋势，利用 AI 技术为招投标、运营调度与客户服务注入新动力，助力后平台效率的提升，构建差异化的数字化竞争优势；聚焦核心品类与自有产品体系建设，提升自营与自有产品销售占比，推动毛利率与净利率稳步改善；坚持市场拓展与结构优化并举，继续夯实行业地位，与央企、政府及金融机构等合作伙伴建立长期稳固的战略合作关系，携手打造更具韧性与竞争力的现代供应链体系，实现多方共赢；启动分拆上市项目，发挥资本市场优化资源配置的作用，进一步提升科力普集团的核心竞争力，实现高质量、可持续发展。

二、持续稳定分红，增强股东获得感

公司重视投资者回报，牢固树立回报股东意识，积极提升投资者回报能力和水平。公司自 2015 年上市以来，始终通过持续稳定的分红为投资者带来长期、稳定的投资回报，与股东共享公司经营发展成果。2025 年 5 月，公司实施完成 2024 年度权益分派，每股派发现金红利 1.0 元（含税），共计派发现金红利 9.15 亿元（含税）。自上市以来累计分红和回购总额超 47 亿元。

公司密切关注市场对公司价值的评价，积极提升投资者回报能力和水平，丰富投资者回报手段。2025 年 2 月，公司完成股份回购工作，实际回购公司股份 517.5 万股，占公司当时总股本的 0.56%，使用资金总额 1.5 亿元。6 月，公司对回购专用证券账户中 2,858,043 股进行注销并相应减少注册资本。

此外，公司重视市值管理工作，根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）以及《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》《上市公司信息披露管理办法》《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》等有关规定，结合公司实际情况制定了《市值管理制度》，以进一步规范公司市值管理行为，推动公司价值提升，维护公司、投资者及其他利益相关者的合法权益。

2026 年，公司将继续秉承积极回报股东的理念，以提高公司质量为基础，实现公司价值的持续提升。公司根据盈利状况、资金需求和未来发展计划制定《未来三年分红回报规划（2026-2028）》，该规划明确，在 2026 年至 2028 年期间，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的比例，将由原规划的 20%提升至 30%，进一步提高现金分红的最低承诺比例，建立并完善对投资者持续、稳定、科学、可预期的回报规划和机制，提升分红透明度与可预期性。公司将严格落实股东回报规划，提振长期投资者的投资信心，增强投资者获得感。

三、聚焦创新驱动，激发发展新动能

2025 年，公司始终秉持以消费者为中心，注重技术突破与消费者实际需求融合，以“底层技术储备”和“当期新品技术开发转化”为主线，在材料、结构和工艺方面进行前瞻性的基础研究，持续提升技术积累与成果转化效率。组建国际化设计团队，强化创新设计能力，不断为传统文具注入更多新的内容和设计可能性。基于品类结构和品类阵地完整度完善产品布局，打造产品梯队阵营，形成高品质、高颜值、高性价比的产品竞争力组合，满足消费者多场景需求，提升使用体验。报告期内，公司围绕“功能价值”与“情绪价值”双重提升，在产品研发、技术应用及 IP 融合等方面取得显著成果，打造出开关笔、meeboki、大馥大桂、三好书包等一系列叫好又叫座的爆款产品；晨光优品防伤手旋转护套剪刀获 2025 德国 iF 设计奖。

2026 年，公司将继续以消费者为中心，提速技术与产品创新步伐，加大研发和创新投入，以爆款思路开发产品；产品开发减量提质，提高单款上柜率和销售贡献；优化产品结构，开发培育高品质、强功能、高附加值的产品，积极响应当前市场品牌化、创意化、IP 化、个性化与高端化的核心趋势；进一步拓展品

牌与产品矩阵，聚焦潜力品类细分机会的突破及快速反应；强化 IP 赋能，通过内部自主 IP 孵化及与外部知名 IP 合作相结合的方式，创新产品结构，提升产品力；提升国际化设计能力，为消费者提供更多样化的购买选择，实现品牌的可持续发展。

四、保持高质量信息披露，加强投资者关系管理

公司坚持把好信息披露质量关，2025 年，公司再次获得上海证券交易所信息披露工作考核“A”级评价，2018 年至 2025 年连续 8 年信息披露工作考核获评“A”级。公司严格按照《上海证券交易所股票上市规则》及信息披露管理相关制度的规定，遵循“真实、准确、完整、及时、公平”的披露原则。

2025 年，公司共发布公告及上网文件 82 份，其中《2024 年年度报告》和《2024 年环境、社会和公司治理（ESG）报告》采用中英文双版，并通过可视化长图文和视频形式增加相关报告关键信息的可读性，向投资者及时、充分展现公司的经营发展和可持续发展情况，保障中小投资者的知情权。

在定期报告中，公司主动进行个性化披露，除按照编制规则要求的分行业、分产品、分地区披露之外，还针对不同业务模式均进行了详细的说明，在年度报告中主动按照业务模式的划分补充披露收入情况，剖析公司各细分业务板块的经营情况，强化数据支撑，避免内容模板化、宽泛化，确保信息披露直击实质、便于投资者决策。

公司建立了多元化投资者沟通交流渠道，通过公告、投资者交流会、业绩说明会、投资者现场调研、上证 e 互动、电话、邮件等诸多方式，确保相关信息能够及时、公开、透明地传达给投资者，帮助投资者更好地理解公司的经营成果、财务状况和发展战略，提高信息的直观性和可理解性。

公司董事长、独立董事、财务总监、董事会秘书等管理层人员都积极参与调研活动，认真接待投资者，促进公司与投资者良性互动。2025 年，公司采取线上线下相结合的方式加强投资者交流工作，共组织召开了 3 次业绩说明会、接待了投资者调研活动、累计接听投资者专线电话几十次、上证 e 互动平台的投资者提问回复率达到 100%，通过多途径、多渠道的沟通平台和交流方式加强与投资者的互动交流，及时传达公司的投资价值，增强投资者对公司的信心和信任。

2026年，公司将进一步夯实信息披露与投资者关系管理体系建设，把“真实、准确、完整、及时、公平”作为信息披露工作的底线要求，以提升信息透明度与市场沟通有效性为目标，持续优化披露机制与沟通方式。

五、持续优化治理结构，不断完善制度建设

规范高效的公司治理和内部控制是公司高质量、可持续发展的基石。2025年，公司持续优化公司治理结构，完善制度体系，健全治理机制。公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和中国证监会、上海证券交易所发布的有关公司治理的规范性文件的要求，结合公司实际情况，优化公司治理结构，平稳完成监事会改革工作，由董事会审计委员会承接相应职能；规范做好董事的离任及补选工作，增加一名职工代表董事。

公司严格按照相关规定执行股东会、董事会及董事会专门委员会的运作与会议召开，确保公司规范运作和决策科学公正。2025年，公司共召开股东会2次，董事会5次，董事会专门委员会9次，独立董事专门会议1次，董事会及各专门委员会、独立董事、管理层认真履职，保证了公司运营的规范性和决策的科学性。

公司密切关注法律法规和监管政策变化，对公司内部管理制度予以及时梳理，整合“1+X”制度体系。2025年，修订了《上海晨光文具股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）《董事会议事规则》《股东会议事规则》等26项制度、制定了《董事、高级管理人员离职管理制度》。确保治理规则与业务规则协同，构建以《公司章程》为根本，以各项议事规则、管理办法为支撑的制度体系，防止出现规则“真空”或冲突。通过制度建设的持续完善，公司合规管理有了更坚实的制度基础，切实维护全体股东特别是中小股东的合法权益。

2026年，公司将持续深化治理结构优化与制度建设，通过持续完善公司内部管理制度，完善公司法人治理结构，提升公司规范运作水平和风险防范能力。公司将紧密围绕新修订《上市公司治理准则》的核心要求，着力推进“1+X”制度体系的动态更新与迭代。此外，公司董事会将于2026年进行换届，公司将按照《上市公司治理准则》《公司章程》等规定，确保董事会人数及人员构成符合法律法规的要求，并考虑候选人专业结构等因素，提升董事会多元化水平。

六、压实“关键少数”责任链条，提升合规管理能力

公司持续加强控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员等“关键少数”与公司及中小股东之间的风险共担与利益共享约束，始终将“关键少数”规范履职作为公司治理与合规管理的核心抓手，推动“关键少数”牢固树立法治意识和投资者保护意识。

2025年，公司每月向“关键少数”发送监管月报，包括资本市场发展动态、监管导向、业务规则、违规案例等，及时传达最新监管精神、处罚案例等信息，确保政策理解精准、执行到位；以市场“高压线”案例为镜鉴，明确履职边界与红线清单。强化“关键少数”对投资者保护导向和立体追责机制的敬畏。推动“看得懂规则、守得住边界、留得下证据”的合规文化建设。公司组织“关键少数”积极参与中国证监会、上海证券交易所、上海上市公司协会等组织的线上、线下各类专题培训，围绕《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等专题开展系统学习。

公司持续完善“关键少数”履职支持与合规管理机制，推动重大事项在决策、执行与披露层面实现全过程留痕，完善内幕信息知情人登记、敏感期管理与交易提醒机制，降低内幕交易与窗口期违规风险。

2026年，公司将持续组织“关键少数”参加监管机构专题培训，保持每月推送包含规则更新、处罚案例与履职提示的监管月报，及时普及最新法规信息和监管案例，持续提升公司董事和高管的风险防控意识和履职能力，警钟长鸣，行稳致远。公司将制定《董事、高级管理人员薪酬管理制度》，进一步优化管理层激励和约束机制，将董事和高级管理人员薪酬与上市公司经营效益合理挂钩，促进“关键少数”与公司长期利益深度绑定，推动公司可持续高质量发展。

七、践行可持续发展理念，提升长期价值与韧性

公司结合商业战略制定可持续发展战略，以“书写可持续的商业未来”为愿景，围绕“可持续产品、应对气候变化、可持续供应链、赋能员工和社区”四大战略支柱，积极推进可持续发展，建设负责任的公司治理，通过产品设计、原材料选择、产品制造等方面将绿色理念融入全价值链，以自身探索和新质生产力的发展带动整个行业不断走向更可持续的未来。

2025年，公司发布面向2030年的可持续发展战略目标，将可持续发展战略融入到集团的核心业务和运营模式中，推动ESG从理念转化为可量化、可追踪的落地行动。可持续产品方面，推出环保理念系列文具和低碳办公系列文具。应对气候变化方面，系统化推进减排工作，加大光伏发电、绿电采购等可再生能源投入，提升可再生能源使用比例。可持续供应链方面，持续实施供应商ESG评估，完善新供应商准入机制，面向关键供应商组织专题培训。赋能员工和社区方面，联动公司高管和员工积极参与公益捐赠、开展志愿服务。凭借在ESG领域的卓越表现，公司明晟（MSCI）ESG评级上升为“AA级”，入选标普全球（S&P Global）《可持续发展年鉴》、生态环境部《2025年工商业生物多样性保护典型案例》，中国上市公司协会《2025年上市公司可持续发展优秀实践案例》，并荣登“2025中国企业ESG100指数”榜单。

2026年，公司将坚定遵循并全面执行面向2030年的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。继续围绕“可持续产品、应对气候变化、可持续供应链、赋能员工和社区”四大战略支柱，将可持续发展战略融入到公司的核心业务和运营模式中，可持续发展始终是企业长期价值创造的“战略锚点”。同时基于对年轻消费群体的洞察，不断推出多款可持续创新产品，做有温度的可持续教育。稳步建设负责任的公司治理，以自身探索赋能行业可持续、高质量发展。

八、其他事宜

公司将持续评估“提质增效重回报”行动方案的执行情况，履行信息披露义务。继续聚焦主业，提升公司核心竞争力、品牌影响力和盈利能力。通过稳健的经营管理、规范的公司治理和积极的投资者回报，切实保护投资者利益，履行上市公司责任和义务，建立优质的资本市场形象，回报投资者信任。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

上海晨光文具股份有限公司董事会

2026年3月30日