

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称及人员姓名	华创证券、长江自营、中信保诚资管、幸福人寿、前海开源基金、混沌投资、九泰基金、创金合信基金、巨基资管、民森投资、海创基金、遵道资管、量度资管、域秀资产、前海恒邦兆丰资管、顶天投资、金科投资等投资者和分析师。
时间	2025年2月19日 10:00-11:00
地点	公司会议室
交流形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书王占君，证券事务代表罗江龙。
交流内容及具体问答记录	
<p>一、公司经营情况介绍</p> <p>公司主营业务为 B2B 办公物资集采业务，持续聚焦央企、央管金融机构、政府、世界 500 强等优质大客户，其中当前 98 家央企中，已服务过半客户数。基于核心业务场景的客户重叠度情况，公司在深度经营办公行政物资基础上，业务场景延展和强化 MRO 工业品、员工福利和营销物料等核心场景和服务边界，深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，打造延展性的综合物资集采服务平台。</p> <p>自有品牌业务方面，基于品牌核心竞争力的打造，自有品牌目前聚焦核心品类，通过优化产品结构、客户结构和利润结构，实现线上、线下多渠道销售，提升产品触达终端客户能力。公司通过与优质 IP 的持续合作，先后与吾皇猫、山海经等多个优质文化 IP 携手，为消费者提供品牌化、高端化、年轻化时尚文创产品，打造深受年轻人喜爱的“国潮文创”。</p> <p>云视频业务方面，好视通拥有自研的 PaaS 和 SaaS 底层核心技术，融合 AI 人工智能技术和自研音视频算法，支持公有云、私有云及混合云部署。近年因多家大型平台厂商参与到角逐中，对行业内企业产生了巨大而持续的冲击，叠加近年来 B 端云视频业务场景景气</p>	

度等原因，研发投入转化销售落地较为滞后，云视频业务业绩不达预期。

二、互动问答环节

1、AI 数字化创新对公司业务发展如何赋能，对公司后续盈利能力改善如何？

答：公司产品 SKU 的宽度极为广泛，若仅凭人工经验与互联网技术进行搜索寻源，效率相对较低。面对客户多元化的采购需求，公司积极推动 AI 技术与数字化采购全链路各环节的加速结合，目前已搭建并上线的 AI 大模型技术应用场景已超过 40 个，覆盖数据治理、商品寻源与上架、集采招标、客户询价、订单分配、履约配送、结算对账等环节，有效提升了自动化、集成化、智能化水平。帮助政企客户实现降本增效，也对公司的人效提升产生了极为明显的助益。

如销售预测系统集成多种预测模型，能够处理历史销售数据、市场趋势和消费者行为等复杂数据，为客户优化采购策略，落实降本增效。在智能询报价方面，智能商品检索系统应用最新的大模型技术，实现了投标报价的自动化处理。齐心智能客服平台深度融合多种 AI 大模型技术，支持客服咨询实时回复、意图识别、智能分配坐席、智能回复功能，为客户提供 24 小时在线支持，高效响应客户需求。

2、公司未来在集采客户拓展和品类拓展方面，主要有哪些类别来源？

答：公司是最早进入 B2B 大客户数字化集采市场的企业之一，经过多年发展，公司通过高效的数字化运营平台体系，积累垂直行业服务经验，聚集了 8 万多家优质客户资源，赢得了 200 多家头部大型客户的信赖，其中当前 98 家央企中，服务企业数今年稳步提升，现该类履约客户已过半数，未来央企、央管金融机构、政府、世界 500 强等优质大客户仍有较大拓展空间。

在品类拓展维度，公司聚焦现有办公行政物资、MRO 工业品、员工福利、营销物料四大业务场景下，深度挖掘客户规模化拓展，提升客户业务渗透率和订单内占比，通过产品品类上线扩充和招标主体履约机构范围等扩大，实现集采业务体量的稳步发展和份额提升。

3、如何理解未来办公集采格局和发展方向？

答：据亿邦智库测算，2023 年全国办公用品市场规模约 2 万亿元，MRO 工业品约 9 万亿元，营销物资约 2 万亿元，工会福利超 1 万亿元，随着数字化采购渗透率的逐步提升，公司所聚焦的该四大业务场景显示出较强的增长势头和市场潜力。随着客户更加理性、科学规划招标、评标结构规则，行业竞争将较为平稳。公司所处集采竞争格局相比较稳定，集采政策设计方面偏良性竞争。公司在多年履约服务中已逐渐建立起了良好业务粘性与密

切合作关系，得到了行业客户积极认可，齐心集团等第一梯队企业在中标及履约拿单方面比较稳定。随着数字化市场规模逐步扩大，集采渗透率进一步提升，规模效应日渐突显，数字化集采业务收入利润有望更稳健持续发展。

4、公司集采收入方面业务构成情况如何？

答：公司 B2B 集采收入结构方面，主要为办公物资、MRO、员工福利、营销物料四大业务场景。其中办公物资为始创业务场景，占到公司近一半业务比重；MRO 工业品在近几年快速发展，公司加快业务抢占，已成为公司核心业务和主要收入来源之一；员工福利品与营销物料随着线上渗透率快速提升，公司从原有办公物资中单列业务版块，因为基数体量较小，成为增速较快的场景业务。

5、云视频业务未来规划？

答：云视频业务方面，近年因多家大型平台厂商参与到角逐中，对行业内企业产生了巨大而持续的冲击，叠加近年来 B 端云视频业务场景景气度等原因，研发投入转化销售落地较为滞后，营收不达预期，云视频业务总体面临较大亏损。未来好视通将以业务驱动和导向，着眼于现有技术优势，战略性地聚焦于智慧教育领域，地域方面更多聚焦于深圳等成熟市场；同时通过 B2B 集采业务进行业务赋能和客户协同，推动好视通步入健康发展轨道。

6、公司自有品牌线上、线下渠道拓展情况？

答：公司自有品牌目前实行线上、线下多渠道销售模式，多维度提升产品触达终端客户能力。销售渠道包括办公物资集采平台，京东、天猫、拼多多等电商渠道和抖快、小红书等直播线上渠道，经销商、商超渠道和专业渠道等线下渠道，定制品销售渠道以及海外销售渠道等。线上渠道加强自营电商和直播领域的经营能力，并不断开发线上分销型客户，完善全网的齐心品牌店铺群。集采领域持续努力推动自有品牌内占比的提升。

7、公司自有品牌目前与哪些 IP 进行联名，未来还将会发展哪些潜力 IP？

答：公司不断挖掘消费者更深层次消费升级需求，通过 IP 赋能和丰富品牌力。公司 2009 年开始自创 IP 波乐和兜兜，开启自创 IP 探索和产品应用。公司主要定位国潮文化，陆续与国内优质的 IP 签约，如吾皇猫、山海经溯源、孔子爷爷、魔鬼猫、鲨猫、小狗蛇、神烦鸟等国内 IP 联名合作。未来在合作选型上仍将偏重品牌化、时尚化等年轻人喜爱的“国潮文创”类 IP。

8、公司在文具产业开展联名 IP 合作的的优势有哪些？

答：文具与 IP 形象具有较为天然的融合属性和品牌契合度。齐心集团依托领先行业的一体化数字化平台，在产品多元化发展的同时，建立了相对成熟完善的 IP 孵化能力体

系、IP 运营能力、供应链能力以及渠道消费者触达。结合齐心自有品牌在行业内的品牌优势和渠道优势，通过与 IP 伙伴的联名合作，以优质的产品作为载体，实现文化 IP 与数字化营销的创新融合。

目前公司 IP 文创业务仍处于发展阶段，其占公司整体营业收入比例较小，对公司短期利润影响有限。未来希望加大 IP 联名与孵化，携手更多的优质 IP 合作伙伴，打造用户喜爱的国潮文创用品。

9、公司品牌出海跨境电商情况和未来发展规划预期如何？

答：自有品牌产品跨境电商方面，公司在现有品牌分销合作业务的基础上，利用现有数字化运营平台跨境电商系统能力构建，加大跨境电商业务的探索和发展。公司 2024 年上半年海外业务整体销售 3.3 亿，同比增长超 40%，海外业务发展较为稳健。未来公司将以成熟的文具办公业务为核心，并根据海外市场需求适度拓展产品矩阵，目前会聚焦亚洲、欧美等成熟目标市场，通过亚马逊、沃尔玛等多电商平台实现有效销售。

<p>本次活动是否涉及应披露重大信息</p>	<p>不适用</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>