

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-010

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国联证券梁婉怡、吴嘉敏
时间	2022年11月24日 14:50-17:10
地点	深圳市坪山区锦绣中路18号齐心科技园
上市公司接待人员姓名	董事会秘书王占君、证券事务代表罗江龙、证券事务助理荣晏雪
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>一、公司发展战略介绍</p> <p>公司致力于打造全场景、全产业链、数字化、万物互联的企业服务平台。聚焦大客户组织与生产运维场景，一站式物资供应，做强自有品牌，发展数智品类，做大视频方案。通过高附加值商品供应链体系与全链路数字化体系两个能力底座的打造，对办公行政、MRO、工会福利、营销物料四大场景进行卓越运营。</p> <p>在战略实施路径和能力构建上，公司将完善内部运营数字化，打造敏捷运营体系，实现全业务数据化、云化；同时完善全国性B2B招投标体系、订单获取体系和商品供应链体系，品牌业务深耕产品和研发，布局线上线下核心渠道，通过产品技术+渠道体系构建好视通重点行业壁垒。</p> <p>二、公司经营情况介绍</p> <p>企业服务业务：公司存量合约大客户续约情况、客户新增中标情况稳步发展，储备订单规模也在稳步增长中。B2B 存量大客户如能源行业、金融行业、政采行业等行业多个大客户的内占比继续保持领先。公司持续强化自身核心业务服务能力，塑造行业专家的品牌</p>	

形象，积极洞察客户采购需求，在办公行政物资基础上拓展 MRO、企业福利、营销物料等较高附加值的业务。

品牌新文具：齐心自有品牌持续推进产品创新发展，致力于打造质优价高的差异化产品，以头部明星单品、核心爆款产品为主提升单品贡献，力求在重点细分品类市场实现份额提升。齐心文创通过与具有中国文化属性的 IP 合作，通过创意化+IP 化+研发提升产品附加值，推出令人耳目一新的文创产品，传承和发扬文化价值。

国内方面，公司继续推进渠道建设，深耕一级市场，大力开发二、三级市场，持续优化渠道客户结构，通过线上+线下渠道融合，运用多店铺+旗舰店精细化运营，持续激发市场活力。国际方面，通过跨境电商方式发展品牌出海，开拓新客户，开发新材料，发展新品类，国际业务商业模式取得新发展。

品牌云视频业务：齐心好视通顺应客户需求与竞争态势的变化，依靠多年音视频领域技术积累以差异求胜，通过实施“云+端+纵深行业应用”和“5G+信创+国产化”战略，全面聚焦政府及中大型企业市场，聚焦拓展智慧政务、智慧教育、智慧医疗、智慧金融、智慧交通等领域。在掌握自主知识产权和自主研发软、硬件系统的基础上，深耕垂直行业，探索新的应用场景，导入新技术新业态，将是云视频服务商保持行业竞争优势，构筑技术壁垒的重要因素。

三、互动问答环节

问题 1：B2B 行业市场增速？

答：目前较于成熟的客户，体量已经趋于稳定，市场总量不会再大幅度增加，但还有大部分客户未真正的进入市场。随着客户开始基础采购更多细化品类，集中采购的规模也将越来越大。MRO 工业品物资，把它作为独立的标包进行集中采购管理，这部分体量也会有巨大释放，但释放周期较长，所以在未来 5 年内，行业的增速仍保持相对稳定增长。

问题 2：B2B 业务未来客户增量来源？

答：据行业报告，全国数字化采购渗透率约为 7.5%，对于百万亿级的采购市场规模来说，数字化率每提升一个百分点，就会为数字化采购市场带来万亿级的市场空间。具体到公司目前所聚焦的办公物资、MRO、员工福利和营销物料，都是万亿级的市场。目前部分央企等大客户已经开展集采，但品类上线不足，员工福利、MRO、营销物料等集采占比较低，随着更多物料匹配进入，央企等大客户未来仍有较大的增量市场空间。

问题 3：B2B 业务有哪些优势？

答：早在 2013 年，公司就携手 IBM 上线 SAP 系统，先发布局数字化转型，并逐步打

造具有业务特色的一体化数字化平台。在“阳光采购”发展的背景下，公司开拓了企业办公行政物资、工业品、企业福利、营销物料等物资线上集采模式。从多年深耕到深度布局，公司企业服务平台的整合效应凸显，凭借一站式企业集成服务优势、品牌优势、客户资源优势、数字化运营平台技术优势、商品供应链与交付优势等核心竞争力。数字化多场景运维物资服务平台助力众多政企数字化采购改革。

问题 4：公司未来对提升毛利率有哪些应对举措？

答：关于毛利率提升计划，在 2022 年，公司重点推进客户端自主拿单考核，未来齐心会逐步构建更高的自主拿单体系，构建全国性的弹性可控的交付网络，持续的提升服务能力，带来毛利率的持续改善。在客户选择中，齐心还是聚焦央企、金融、地方大型的国企。

问题 5：2022 年 B2B 新中标客户有哪些？

答：今年新中标项目主要集中在：一、金融、能源、交通等央企类大客户，如太平洋保险、中国华能、中粮、中国建筑、中铝物资等；二、司法类客户的整盘物资供应；三、具有代表性的地方类客户，如城投、轨道、交投等，是公司通过长期业务履约实践，筛选保留下来的地方性优质客户。

问题 6：好视通业务的成长性？

答：今年好视通主要聚焦在政企、教育、医疗、信创可替代化等领域。虽然赛道转化周期较长，但是转化成功后，随着行业的特性，好视通每年都可能持续的高速增长。疫情过后，明年基层政府、基层医疗、远程教育，这些需求将爆发式增长，现在好视通在客户上已经有了大量积累，但随着疫情反复，项目招标延迟等仍有不确定因素。

问题 7：公司上半年 B2B 增速放缓的原因？

答：随着疫情持续反复，整体经济环境和客户行业环境等变化，部分类别客户的毛利状况、交付成本、应收账款期及风险发生变化，公司基于谨慎性原则对该类业务予以主动和适度回避，提升经营质量，加强风险管控，不以牺牲经营质量和业务风险来保快增长。公司 B2B 业务未来仍将聚焦优质大客户，增加对优质客户的拿单能力和履约服务能力，行稳见远，顺势而生，聚焦核心客户、核心场景，全面推进核心业务稳健发展。

附件清单（如有）	无
日期	2022 年 11 月 24 日