

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-007

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、中邮证券、中信证券、浙商证券、国盛证券、民生证券、招商证券、申万宏源证券、信达证券、安信证券、东北证券、华西证券、华泰证券、国金证券、国海证券、广发证券、华创证券、中泰证券、中金公司、利檀投资、鹏华基金等近 50 位分析师和投资者。	
时间	2023 年 10 月 28 日 10:00-11:00	
地点	深圳市坪山区锦绣中路 18 号齐心科技园公司会议室	
交流形式	齐心好视通视频会议	
上市公司接待人员姓名	公司董事长、总经理陈钦鹏，董事、副总经理、财务总监黄家兵，董事、副总经理、B2B 事业部总经理戴盛杰，副总经理、董事会秘书王占君	
交流内容及具体问答记录		
<p>一、董事长致辞：</p> <p>尊敬的各位投资者，大家上午好！非常感谢大家周末参加公司 2023 年第三季度业绩说明会。在公司团队的努力下公司 2023 年前三季度业绩保持稳健增长。公司不断加强存量客户内占比，积极发展储备核心客户项目资质资源体系，深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，以专业的数字化采购解决方案助力政企客户实现集采降本增效。感谢大家对齐心长久的关注与支持。</p> <p>二、公司 2023 年三季度经营情况介绍：</p> <p>2023 年前三季度公司实现营业收入 77.60 亿元，较上年同期增长 15.13%，归属于上市公司股东的净利润 1.48 亿元，较上年同期增长 3.92%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.46 亿元，较上年同期增长 14.52%。经营活动现金流量净额为 1.73 亿元，较上年同期增长 95.53%。</p>		

2023年第三季度公司实现营业收入33.07亿元，较上年同期增长33.38%，归属于上市公司股东的净利润0.68亿元，较上年同期增长17.85%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.73亿元，较上年同期增长29.51%。

三、互动问答环节

1. 目前集采行业竞争格局是否发生变化？

答：目前整体市场格局没有较大变化，企业内集中采购的降本增效管理需求及成本需求是在进一步加强，对于供应商是向好趋势。从参与者角度看，MRO供应商与办公供应商，两者数量上略有增加，在线下的服务过程中，也逐渐产生了分工，整体的竞争格局表现较和谐。

2. 公司 B2B 业务前五大客户是否有变化？

答：B2B业务前五大客户结构变化较小，但是前五大中客户的销售结构内占比变化较大，近期国家电网采购体量增加，南方电网将MRO作为独立标包进行招标，公司顺利中标办公物资及MRO双标包，邮政、邮储项目中总体规模稳中趋升。从增速角度，公司对部分客户主动的调整，重点聚焦在能源、金融、通讯、航空等优质大客户，为其带来比较稳定安全的收入来源。

3. 相较以往今年 B2B 业务做了哪些调整？

答：首先公司注重运营安全、企业安全、客户安全。内部进行提效降本，通过数字化流程的调整，去掉冗余岗位。外部销售过程中，公司持谨慎态度应对，针对不同问题，及时响应并采取不同策略手段。

4. 目前 MRO 供应链情况如何？

答：过往MRO供应链对集中采购接受度较低，但目前整体供应链改善较大，部分品牌开放接受集中采购。齐心作为中标集采供应商，会更加关注并尊重原生态中的经销环节、品牌渠道架构，使整体生态更加和谐。

5. 公司 B2B 业务三季度利润率较好的原因？

答：公司2023年年初面临市场挑战承压较大，随着客户降本增效等策略的实施，为维持客户整体服务B2B业务利润率有所下降，公司上半年整体体量规模较小，三季度后，面对采购人降本增效的需求，公司在内部供应链、交付服务、内部运营成本上，采取了一系列针对性举措，使经营规模逐步回稳。其次，随着公司规模体量逐步提升，一些固定费用率会被摊薄，整体净利润表现较好。在内部管理考核时，公司时刻注重毛利额成本分布结

构，合理掌握净利润、运营费用、市场投入等比例，使企业在波动过程中，利润结构、费用结构趋于合理。

6. 目前 B2B 业务办公物资板块的需求和整体利润率变化？

答：需求方面没有太大变化，随着市场资金预算紧张及采购规范性要求进一步提高，前期客户点单效率有所放缓，其中预算没有明显收缩，但审核流程更加严密，周期有所放长，目前 8、9 月份情况已有所好转。利润方面有所变化，随着新一年度客户降本增效等策略的实施，为维持客户整体服务 B2B 业务利润率有所下降，公司内部采取了一系列针对性举措，使毛利率逐步回稳。

7. 今年 B2B 业务在运营精细化管理中有哪些较好举措？

答：公司采用集中采购闭环运营方式，目前已形成了相对稳定的生态，齐心在应对全国性集中采购的央企大客户时，在整体交付履约商务管理闭环运营系统中，齐心服务商中部分客户的老供应商已成为公司面向客户点对点的供应商，承担不同的角色。通过多年的沉淀，以地级市为区域代表，齐心已经有了完整的交付履约网络。

随着 MRO 项目采购越来越多，部分原供应商已转化成齐心服务商，为客户提供现场服务，公司有相应管理标准，角色越来越细分。随着信息化手段对管理的推进，每位区域客户，都能够得到较好的履约服务。公司首先追求客户体验感最优、注重交付履约风险最低，最后考虑部署成本效率与回报。

8. MRO 采购需求情况及增长预期？

答：MRO 集采后续可能围绕类通用物资展开，对于设备类的专用物资、设备辅材等部分产品，后续可能有清晰参与集采的界定，MRO 市场未来会更加健康。从中长期来看，公司预计将有收入稳定增长、利润持续稳定向好的发展机会。

9. B2B 业务办公物资板块中期增长中枢为？

答：目前已经参与办公物资集采客户的稳定性较高。根据行业报告，办公物资集采每一年的增量或大幅度增长，企业客户项目型的办公物资采购及客户内部管理项目型办公物资采购驱动招标公司整个集采总量的提升。总体而言，办公物资稳定性增长来源于客户的年化项目性投入，传统物资趋于平稳。

10. 经营性净现金流同比改善，应收账款周转天数明显下行，公司内部进行了哪些举措？

答：公司各大业务板块在客户选择进行了优化，以现金流为核心诉求指标开展业务选择。公司在客户端加快应收账款回收，加强信控管理。在运营上，随着齐心多年数字化的

开展，B2B 业务整体人效得到了持续改善和提升。公司建立财务共享中心、费用报账中心、资金管理中心、运营管理中心，通过数字化方式优化，使项目持续改善，管理成本持续降低。在研发投入上，公司侧重客户需求端的研发投入，有效更贴近业务的需求，促进公司经营效益持续改善。

11. B2B 客户增量来源情况？后续客户增长展望？

答：今年 B2B 整体业务来源主要客户为国网、南网、邮政、邮储、农行、税务、移动，工农中建交、中航航空系、能源系、中船、中烟、人保等，整体收入结构稳定，增量来源一部分为采购项目单位的内占比，另一部分为新增业务其中包括老客户内的新增业务和新开发项目。

在招投标过程中今年公司得到了越来越多客户的认同，央企类客户已有较好的积累，在地方客户上，公司对部分中短期资金紧张客户，招标响应过程中采取相应策略。整体来看，在老客户增长、内占比增长，新客户储备方向公司趋于向好趋势。

12. 好视通珠三角地区的学校合作进展情况？

答：在深圳教研落地项目中，继龙津中学二次增购，好视通连续中标及签约宝中集团外国语学校、坪山外国语学校等 10 多所学校。由于教育项目落地周期较长，历经多年项目培育，未来预计将有较好产出。好视通深入推进智慧教育、建设教育新型基础设施，打造教学、教研、管理融合的互动教育云平台，结合智慧教育硬件设备、大屏，为“三个课堂”常态化应用提供支撑，持续提升音视频核心能力与融合 AI 人工智能技术，重点解决教育领域数字化需求，积极提升教育部门、老师、学生的满意度。

13. 未来 MRO 聚焦通用类物资，公司如何提升行业体量？

答：未来 MRO 通用类物资将成为采购人集中采购的大趋势，由于 MRO 通用类物资品牌关注度较低，齐心也在思考做一定的自有品牌通用类物资，从 MRO 服务经销供应商逐渐过渡到品牌商，作为内部策略，公司正在评估并将积极有益、谨慎尝试，最终通过数据进行中长期决定。

14. 如果做 MRO 自有品牌，可能会聚焦哪些品类？

答：未来有两个方向可探索：一、聚焦通用性较强、品牌关注度比较低、使用场景风险度较低类物资。二、聚焦某个行业的专用类物资，该类通用性相对比较弱，门槛较高。两个方向都有尝试的可行性。未来需要根据 MRO 集采进一步发展顺势而为。

本次活动是否涉及应披露重大信息	不适用
附件清单（如有）	无