

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-010

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	浙商证券史凡可、傅嘉成、褚远熙
时间	2024年11月28日10:30-11:30
地点	公司会议室
交流形式	视频会议
上市公司接待人员姓名	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，证券事务代表罗江龙。
交流内容及具体问答记录	
<p>互动问答：</p> <p>1、从公司所处的集采行业来看，未来产业发展趋势如何？</p> <p>答：根据行业研究报告显示，办公集采市场每年均呈现出增量增长的趋势。政府出台的电子商务、数字商务和数字化采购相关支持政策为数字化采购的发展提供了有力保障，另一方面，受益于供应链数字化的推进，采购效率得到了大幅提升，数字化采购渗透率和增速均在不断增长，降本增效、合规安全效应显现。未来集中采购在市场化企业端更加显著，从集采总额变化看行业趋势仍处于上行阶段和大的发展趋势。</p> <p>2、办公集采被认为是成长大赛道，从目前集采推行情况来看核心竞争格局和挑战方面如何变化？</p> <p>答：在数字经济大环境下，数字化、电商化、集中化采购已成为中央到地方公共资源交易的主要形式，公共采购政策性功能彰显，公共采购领域营商环境进一步优化。我们认为目前行业发展情况与早年间预判无本质趋势变化。</p> <p>在集采合规化、阳光化政策引导下，今年是集采政策较大调整年度。受采购人业务管控及新技术平台对接影响，从产品上架、订单处理和管理运营等管理技术方面还需要磨合运营。在体量释放方面，从入围公告、系统对接、试运营到平稳运行，整个流程需要一定</p>	

上线周期。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，整体的竞争格局表现较和谐。公司深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，加强数字化运营和交付服务等能力建设，持续受益于阳光采购政策的推进成果。

3、针对集采业务竞争和变化，公司在管理上有何新的管理举措？

答：从内部管理和策略上，公司目前逐步在从资源型向能力型转变。

公司集采业务以客户为中心，围绕客户需求不断提升服务能力与客户满意度，努力提升内占比。以往的集采业务主要以拿单为主，以满足采购人集采需求快速做大业务量，注重满足客户服务要求甚至超越客户想象来构建核心竞争力。在此服务策略下确实取得了良好的成效和回报。

公司目前在逐步构建新的竞争力向能力型转型，通过与客户深度沟通，在产品和服务方案设计上更多介入，规范商品方案并向客户输出，有助于提升库存服务时效和利润，这是未来多年内会开展的工作。以前更多是客户需要什么就提供什么，现在和未来我们将规范自己的商品解决方案，面对不同场景和客户群体，公司内部都要已经有比较合理的商品方案，实现商品解决方案的主动型输出，这样有助于公司提升库存服务的时效性，更重要的是有利于提升销售利润率。

公司同时持续探索人工智能与商业场景的深度融合，深入数字化采购全场景全链条，针对数字化采购市场的动态变化和业务数据的深度分析，构建适用于多业务场景的AI模型，推动电商运营场景的高效匹配与数智化、精准化运营管理，有效发挥新质生产力对现代化产业的驱动作用。

4、外部市场环境下，公司在客户选取上策略会否发生相应变化；客户结构中，央企、金融、地方企业等目前占比情况如何？

答：目前外部市场环境的发展，更坚定公司持续聚焦央企、央管金融机构、政府、世界500强等优质大客户，同时基于核心业务场景的客户重叠度情况，强化办公行政物资、MRO工业品、员工福利核心业务场景的服务能力，深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求。

公司目前客户续标和新增中标率维持在良好的水平，客户订单池储备不断丰富。公司B2B集采客户收入结构方面，其中央国企占比超过50%，金融机构占比约20-30%，地方企业占比约10-20%。

5、办公集采行业内梯队企业情况如何？

答：目前数字化、一站式办公物资供应商主要包括三类：一是从传统办公文具制造企业转型而来的办公物资B2B直销供应商，二是专门从事办公物资B2B直销的批发企业，三

是综合性电商平台。从中国盘整体按项目来看，齐心集团、晨光股份和得力集团等是本行业第一梯队和领先企业。

6、MRO 公司成长起来的关键是什么，齐心的 MRO 发展模式是怎样的？

答：MRO 公司成长起来会形成业务内核，成为 MRO 行业企业要么靠资本型，要么将通用物料变成在线标准物料，但在中国仅靠通品概念会很“卷”，通品虽不可或缺但会高度透明。齐心目前还是走行业专家发展思路。

7、公司自有品牌未来发展策略如何规划？

答：自有品牌是公司中长期发展规划中的重要组成部分，在多年的发展中，在行业客户里面形成了良好的齐心自有品牌口碑。公司致力于满足多场景的办公用品、学生文创的消费需求，坚持品牌新文具的核心发展方向做深做宽，划开市场，细分市场。在产品的研发、品质提升、产品情感价值及使用体验等方面持续投入，加强与客户的社交及视觉体验，建立情感型消费链接。

随着办公场景品牌化、创意化、年轻化和高端化的消费升级的趋势，公司通过与优质文创品牌联名的持续合作，不断推陈出新，塑造产品年轻化、时尚化形象，打造文化爆品。同时将抓住数字化集采机会，推动实现部分品类自有品牌化，通过公司 B 端集采服务渠道以期实现自有品牌产品的快速提升。

8、公司近期大客户中标情况如何？

答：近期随着一系列稳增长措施的密集出台，实体经济发展迎来了新的动力。在年终采购季，各行各业的采购需求较为旺盛，政企采购服务市场也因此迎来了较快发展的契机。公司近期在多个行业的物资采购项目中也接连中标，具体中标项目包括：四川烟草、中铁二局、中国工商银行江苏省分行和四川省分行、恒丰银行青岛分行、中国铁建以及中国航空油料集团等。

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