

深圳齐心集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-007

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（_____）
参与单位名称及人员姓名	时代伯乐陈骅、胡琦伟
时间	2025 年 9 月 8 日 15:50-16:50
地点	公司会议室
交流形式	现场交流
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	
一、参观公司展厅 二、公司业务介绍 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 100 家央企中，已服务超 60 家。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，业务场景强化 MRO 工业品、员工福利等核心业务服务能力，拓展营销物料等高附加值业务服务边界，深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，不断丰富产品品类，打造延展性的综合物资集采服务平台，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。 自有品牌是公司中长期发展规划的基石性业务和重要组成部分。公司根据多场景的办公用品、学生文创的消费需求，细分市场，加强与优质 IP 的深度合作，加强功能型文具的研发，坚持品牌新文具的核心发展方向做深做宽，提升用户使用体验，调整客户结构和利润结构，努力提高经营质量。在自有品牌产品方面，齐心文创秉承“深耕中国 IP，讲好中国故事”品牌理念，加强了与更多国内新 IP 的合作，将实用文具与阳光、萌趣的情绪价值相结合，打造符合年轻人审美和生活方式的文创产品。 三、互动问答环节 1. 公司自有品牌的销售渠道为？	

答：自有品牌销售渠道包括办公物资集采平台、京东、天猫、拼多多、抖快、小红书电商渠道和直播渠道等线上渠道，以及线上分销管理的经销商、商超渠道和专业渠道等，定制产品销售渠道以及海外销售渠道等，通过加强全渠道产品价值链管理和推广力度，提升产品触达终端客户能力。

2. 在自有品牌文创方面的后续 IP 战略规划是什么？

答：公司较早布局 IP 文创领域，通过与各类 IP 伙伴进行联名合作，将优质产品作为载体，实现 IP 文创与数字化营销的创新融合，为消费者提供具有品牌感、时尚感且符合年轻人喜好的产品。未来，公司将按照既定规划持续投入资源，推动 IP 文创成为自有品牌业务的重要补充，并打造新的增长点。

3. 公司数字化运营平台是否持续进行投入？

答：公司在数字化运营平台建设上，持续完善业务前台的电商化采购数字化、场景化业务数字化和生态平台数字化，加强中台数字化能力中心建设，积极探索人工智能与商业场景的深度融合，不断沉淀数据中台，实现数据资产化，推动电商运营场景的高效匹配与数智、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. 公司在仓储、物流方面有哪些投入布局？

答：公司在全国范围内构建了广泛的履约服务网点，结合“集采采购权与实际使用权分离”的市场特点，通过模块化输出商品、仓储、物流、配送及售后等核心业务功能，采用属地化服务团队与数字化系统相结合的方式，利用大数据分析人工智能技术，优化仓储布局与物流路径，实现资源调配与交付的最优效率，确保全国资源的灵活调配和快速响应。

公司自建并持续优化仓储物流系统，整合自有物流资源与第三方物流网络，形成了覆盖全国的多层次物流配送体系，通过数字化技术实现全程可视化、可追踪管理，为客户提供灵活、可靠的商品交付服务。

5. 公司自有品牌业务未来是否有考虑并购文创类的优秀品牌或企业？

答：我们将持续关注行业内优质的并购机会，并秉持稳健审慎的原则进行评估，深度分析后再做决策。

6. 公司提升 MRO 业务净利率的措施为？

答：作为集采供应商，我们的 MRO 物资主要集中在行业通用类物资。未来，我们也将重点关注行业专品，通过供应链组合优化利润空间和采购效率。同时，派驻服务人员深入客户现场，精准对接实际需求，从而有效提升服务价值与整体毛利率。

7. 公司联名 IP 授权合作模式具体为？

答：IP 联名模式有两种，一种是全品类产品授权，一种是品牌联动。公司与授权方相互成就、共赢发展，公司通过 IP 联名满足深层次的消费升级需求，联名 IP 也通过齐心产品实现品牌拓展和收益获取。IP 合作模式根据品牌成熟度、知名度、粉丝量等，通过授权保底金和溢出销售比例提成等进行组合设计。IP 授权费用在公司总体产品成本中占比较小，

但是它为用户带来情绪价值和毛利率提升方面效果较为明显。

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