

深圳齐心集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-009

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	民生证券、长江证券、中信证券、申万宏源证券、国投证券、中邮证券、浙商证券、国盛证券、华泰证券、泰康资产、中金公司、国信自营、利檀投资、国海证券、华西证券、兴业证券、华福证券、方正证券、中泰证券近 30 位投资者和分析师。	
时间	2024 年 10 月 31 日 15:00-16:00	
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	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、公司经营情况介绍</p> <p>2024 年前三季度公司业绩继续保持稳健发展态势，得益于公司聚焦优质大客户策略的持续推进，对存量客户的业绩挖潜，内占比继续保持良好份额，新中标关键项目持续新增。在数字经济大环境和阳光采购政策持续推动下，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，集采的趋势持续推进，公司认为数字化集采未来肯定是积极向上和持续发展的。</p> <p>公司 2024 年三季度主要业绩情况如下：</p> <p>公司前三季度营收 83.96 亿元，同比增长 8.20%（其中 B2B 集采业务营收 78.04 亿元，同比增长 8.91%）；归属于上市公司股东的净利润 1.59 亿元，同比增长 6.89%（其中 B2B 集采业务净利润 2.51 亿元，同比增长 16.32%）；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.57 亿元，同比增长 7.38%；经营活动产生的现金流量净额 2.11 亿元，同比增长 22.33%。第三季度单季营收 33.99 亿元，同比增长 2.78%；归属于上市公司股东的净利润 0.64 亿元，同比下降 5.79%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.65 亿</p>		

元，同比下降 10.44%。

公司持续通过云计算、大数据分析、AI 等前沿技术来提升客户满意度，已形成多场景综合性数字化采购服务模式，通过共享服务中心和数据中台、技术中台的支撑，构建了集大数据处理、移动端支持、业务自动化和高效协同于一体的服务体系，便于精准、便捷地对接客户各类需求。

随着办公集采市场容量逐年呈现增量增长，公司所处的行业场景线上采购渗透率不断提升，办公集采行业稳健成长可期。未来公司将继续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。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，对办公物资、MRO 工业品、员工福利、营销物料等场景进行卓越运营。

二、互动问答环节

1、公司 Q3 大 B 业务增长不如 Q1 和 Q2，整个 B2B 业务是受到哪些阻碍？整体 10 月份接单的一个情况如何？

答：B2B 集采业务第三季度单季仍呈现增长态势，只是增速不及第一季度与第二季度。主要原因在于我们若干关键的大型项目是在续标并中标后才得以重新启动上线。在此过程中，甲方的一些点单规则以及执行交付的履约规则又发生了轻微调整，使得订单的下达速度有所放缓，而适应这一规则变化需要一定的时间。

就 10 月份的订单状况而言，比如公司的重点重大项目南方电网自 8 月底至 9 月初启动新上线后，至 10 月份时，其表现已开始步入正常轨道。其次，国家电网作为一个新续标项目，在 10 月初切换新的合约期正式上线和部署工作，目前其进展略显迟缓。总盘子而言，目前了解来看目标央企大型客户中，其整个预算年度的预算基本维持不变，且年度预算的执行相对精确。因此，在 11 月和 12 月这两个关键月份，我们有信心去实现全年业绩指标。

2、明年 B2B 以及好视通的一个预期大概是什么样的？

答：公司目前正在开展对过去五年战略进行回顾，并明确未来战略定位以及落实相关指标，坚定维持未来业绩增长率目标，并对此充满信心，同时通过一系列具体措施以及客户营收来源分解来进行预期保障。

近年来，云视频业务因财政预算调整等发生一定变化。自 2024 年起，场景方面好视通全面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。2024 年，好视通已为深圳数所优质中学提供了服务，涵盖了智慧教育项目及理化生态实验室项目等关键领域。展望 2025 年，好视通将继续深耕这一赛道，积极满足成熟市场业务需求。

3、B2B 集采业务的利润率在三季度和前面两个季度对比是什么样的趋势，包括未来可

能对这块的利润率怎么去预期？

答：B2B 集采的利润率相对而言较为稳定，第三季度单季利润率在今天的上升基础上继续保持稳定，不过净利率增长速度有所放缓。原因包括部分应收账款稍有滞后，根据会计政策减值评估处理等。随着后续应收款的加快推动，未来这块有望得到缓解和弥补。

随着公司与客户的服务周期不断延长，服务粘性逐渐增强，公司亦将适时优化商品品类结构。对于未来，通过多项净利率提升措施，我们预期利润率将得到更好改善提升。大 B 客户的运营周期及其调整周期相对较长，我们对利润率的稳步增长持有稳健的预期。

4、在过往的几个季度中，费用率的管理与控制方面整体表现良好。销售费用比率呈现出一定的上升趋势，而其他各项费用则基本呈现下降趋势。针对这一情况，请问就后续费用的管理与控制策略有什么展望？

答：整体前三季度费用率较为稳定且可控，9 月份略有增长，主要是招投标公司的费用进入了一个结算周期，销售费用略有增长，但未来公司整体销售费用率会趋于稳定甚至于略有下降。从人效各方面来看处于进一步提高中，从这方面角度来看，公司费用率在持续下降，主要得益于我们的数字化能力带来的效率快速提升。

齐心数字化运营平台积极推动大模型和 AIGC 技术应用于数字化采购各业务环节，深入数字化采购全场景全链条，通过共享服务中心和数据中台、技术中台的支撑，构建了集大数据处理、移动端支持、业务自动化和高效协同于一体的服务体系。公司利用 AI 技术在多个具体场景中实现了数据的高效流动与应用，显著优化库存结构，提升采购效率，为客户实现了更大程度的降本增效，形成多场景综合性数字化采购服务平台竞争力。

5、关于当前政策层面的相关状况，政府已制定并实施了一系列旨在推动大规模工业设备升级换新的政策措施，包括消费品以旧换新政策。针对大规模工业设备更新升级这一领域，对我们的后续大 B 业务及 MRO 业务将产生怎样的促进作用，以及是否有实际执行并落地的案例存在？

答：从政策层面来看，消费品更新升级对于部分消费品公司而言，其影响较为显著。而对于工业设备升级换代这一过程，目前我们收入增长的主要驱动力来源于甲方整个产业的投资规模扩大，从这一维度来看，我们将直接从中受益。

从设备升级换代的角度来看，一方面，它很可能涉及整装设备。整装设备与我们的关联度相对较低。另一方面，基于我们今年与客户紧密合作过程中观察到的业务趋势，更将收益于针对基础设施的投入，特别是设备能源领域的产业级投入。这种国家级政策的持续强化，对公司的业务边际增效效果更为显著。

6、有哪些方面利用数字化的方式对降本增效起到一些作用？

答：数字化，特别是 AI 在这一领域的应用，对公司业务场景中展现出了极大的助力。在消费品领域，尤其是 MRO 方面，其产品 SKU 的宽度极为广泛。当用户提出产品需求时，

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。为此，公司将历史搜索寻源结果整合至大型数据库中，并对该数据库进行训练，通过对大模型的深度训练调优，提升服务效率。

目前，公司 AI 大模型技术在全盘业务中的应用在较短时间内得以迅速增长，目前已搭建并上线的 AI 大模型技术应用场景已超过 40 个，包括智能询报价、商品标准库模型、商品专有大模型库、数字人、企业知识库、智能营销、以图生图等，覆盖了采购全流程，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。

7、10 月份，中央针对解决拖欠企业账款问题提出了相关意见。此意见是否将促使国有企业及部分大型客户的回款速度加快，进而对我们的现金流产生积极影响？

答：在进行大规模的电商化集中采购过程中，若遇到应收账款延迟的情况，其主要原因在于甲方采购方内部存在系列规则。这并非出于恶意或主动将应付账款作为金融产品利用，而是基于特定规则所致。例如，部分物资供应属于特定项目范畴，若该项目尚未结束并作出相应决断，相关货款很可能无法及时支付，这是主要原因。

当时在国家政策的明确指导下，我们深刻体会到，临近年底时，采购方通常会进行内部应付账款的清算工作。因此，在 11 月和 12 月期间，我们的回款在某些天数会达到一个较为显著的数额。总体来看，应收账款的问题并不构成重大困扰，多数情况下，经过一段时间后，款项仍能顺利回收。对于部分物资由于其周期较长，回款速度可能相对较慢，但基本上回款不存在问题。

8、公司正全面致力于数据化双轮驱动的发展战略，请问公司在这一领域是否会考虑通过收购或并购的方式，以进一步增强我们的综合实力？

答：在收购并购领域，我们将紧密围绕公司产业链下游进行深入考察与积极接纳，对此持开放态度，绝不排斥。因此，若后续出现优质而合适的标的，我们将采取积极行动，把握这一良好机遇，并按规定及时履行决策程序和信息披露义务。

9、自下半年以来，B2B 客户是否存在进一步压低价格的行为？此外，随着年末的临近，国央企可能将陆续开始下单。在此背景下，请教公司近期的经营趋势是怎样的？

答：关于客户压价的情况，明确的压价行为并未出现，但存在部分客户调整了下达订单前的价格确认流程。部分客户会制定一项规则，即当某一商品仅有一家供应商独家供应时，该商品在平台上将无法进行采购，而是需要引入多家供应商进行比价，并设定价格差异范围，以确保其采购价格的合理性。相对而言，各客户均会对大额采购或大宗采购实施一定的价格管理措施。历经多年经营，公司在类似问题上已积累了丰富的经验。

从四季度整体业绩趋势来看，B2B 集采有信心达成全年目标，其中客户的采购预算额度是重要依据。第三季度由于重新中标、项目下架、再次上架及审核等一系列因素，导致订单规模有所波动。但从客户需求沟通来看，客户采购预算额度并未发生大的变化。从整

体年度化视角来看，基于客户的稳定采购规模预算以及公司在各客户中的采购内占比，特别是齐心在各客户中的采购占比保持相对稳定，这是我们能够完成全年目标的信心所在。

10、关于品牌新文具业务的经营趋势以及后续如何发展规划

答：自有品牌作为公司的基石性业务，未来将聚焦于高效学习、高效办公、减压及情绪价值管理等核心客户价值诉求。在此基础上，我们将持续加大对该品牌的投入，旨在发掘高潜力的市场领域，以满足客户日益增长的对于新型文具品牌的需求。这一需求将推动齐心自有品牌从原先的通用化定位，向更加年轻化的客户群体转变，从而实现品牌价值的升级。公司将不断探索高价值的市场领域。就未来业绩预期而言，由于当前仍处于新文具业务的投入阶段，该领域业务可能不会对公司的整体业绩产生显著影响。

11、据了解公司今年数字化平台订单实现了 56%的同比增长，这一增长主要源自员工福利及营销物料两大领域。请问这一增长具体是由哪些客户群体的需求所驱动，这些客户群体在需求上发生了哪些显著变化，未来增长趋势及持续性如何？

答：数字化订单数量实现了 56%的增长，这一增长主要归因于两个方面：一是员工工会福利的采购，二是银行积分兑换活动的推动。由于银行积分兑换活动为我们带来了大量的订单单据，涉及金额约两、三个亿，此 TOB-TOC 模式下，该部分客户单位的分订单数量均实现了显著的增长。

从长期发展角度来看，工会福利品业务稳健，将是我们的核心业务场景之一。今年营销品积分兑换业务也已步入快速发展阶段，个人积分兑换业务，涉及较为刚性的营销费用支出，具有相对固定的需求。目前包括广发银行、浦发银行、中信银行、招商银行等一系列公司金融行业主要客户，均在这一领域开始进行集中采购。近期，我们就成功中标中信银行等相关项目。我们对福利品和营销物料这两块业务的发展持积极乐观态度，有望为公司未来营收规模和利润增长提供更大增长力。

<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>