

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-011

| | |
|--|---|
| 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、汇丰晋信、西部利得基金、沅京资本、安信资管、循环资产、磐厚动量、鼎萨投资等 10 位投资者和分析师。 |
| 时间 | 2024 年 12 月 13 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 | 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、在大力提振消费、全方位扩大国内需求等政策背景下，公司办公集采发展情况如何？</p> <p>答：当前扩内需促消费政策效果正在逐步凸显，数字化集采服务市场是大消费在 2B 市场的重要体现，迎来了良好的发展趋势。公司目前所聚焦的四大核心场景中，办公行政物资、员工福利、营销物料涵盖了办公生活所需的方方面面。而年终季到来，公司数字化福利发放方式给客户的员工提供多样性福利选择，丰富多元的营销物料则助力客户通过年节活动、积分兑换等方式提升用户活跃度和黏度。</p> <p>我国经济经历了从高速增长向高质量增长的转变，我公司在集采服务上也逐步从资源型向能力型转变，通过深入理解客户需求优化商品解决方案，在人工智能与商业场景的深度融合下，积极提升新质生产力对办公集采的服务效能。</p> <p>2、公司自有品牌业务未来如何发展规划？</p> <p>答：自有品牌是公司中长期发展规划中的重要组成部分，在行业客户里面形成了良好的齐心自有品牌口碑。公司根据多场景的办公用品、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，加强与优质 IP 的品牌联名战略合作，聚焦核心品类，继续优</p> | |

化产品结构、客户结构和利润结构，努力提高经营质量。同时充分利用数字化集采平台渠道优势，逐步提升 B2B 办公集采中的自有品牌产品份额，综合分析和研究 B2B 客户产品需求，推动规模化、高流量产品品类实现自有品牌化。

3、公司自有品牌 IP 联名产品发展情况？

答：自有品牌产品业务方面，公司不断挖掘消费者更深层次的消费升级需求，通过 IP 赋能和丰富品牌力，公司早于 2009 年就开始自创 IP 波乐和兜兜，开启自创 IP 探索和产品应用。近年来，齐心文创致力于“深耕中国 IP，讲好中国故事”，陆续与国内优质的 IP 签约，如吾皇猫、山海经溯源、孔子爷爷、魔鬼猫等，去年与鲨猫、小狗蛇、神烦鸟等新晋的国内 IP 联名合作，为消费者提供品牌化、时尚化，年轻人喜爱的“国潮文创”。尤其与高人气 IP 吾皇猫合作打造的吾皇猫日常系列、猫在花间系列、吾皇猫猫熊系列等文创产品，获得了市场积极反响。

4、公司在文具产业开展联名 IP 合作的优势是什么，未来进一步引进和拓展计划如何规划？

答：文具与 IP 形象具有较为天然的融合属性和品牌契合度。齐心集团依托领先行业的一体化数字化平台，在产品多元化发展的同时，建立了相对成熟完善的 IP 孵化能力体系、IP 运营能力、供应链能力以及渠道消费者触达。结合齐心自有品牌在行业内的品牌优势和渠道优势，通过与 IP 伙伴的联名合作，以优质的产品作为载体，实现文化 IP 与数字化营销的创新融合。

目前公司 IP 文创业务仍处于发展阶段，其占公司整体营业收入比例较小，对公司短期利润影响有限。未来希望加大 IP 联名与孵化，携手更多的优质 IP 合作伙伴，打造用户喜爱的国潮文创用品。

5、公司联名 IP 授权合作模式是怎样的？

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。

6、IP 文创产品主要应用在公司哪些产品品类，通过哪些渠道销售？

答：IP 文创产品目前主要应用于形象契合度高的书写工具、学生收纳、桌面文具，文具套装等产品。销售渠道方面，产品通过京东、天猫和抖快直播间、小红书等电商渠道，以及连锁渠道、商超渠道、定制礼品渠道等销售，欢迎大家选择合适渠道消费体验。

7、公司整体业务毛利率增长有哪些提升措施？

答：在现有客户结构和业务场景属性下，公司主要通过提升自有品牌产品在整个业务中的销售占比、集采规模效应、提升高毛利商品占比等措施不断优化毛利率。公司将继续加强数字化平台各大业务模块的升级打造与供应链管理，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，提升订单获取率和优质率，努力提升公司盈利能力。

| | |
|-------------------------------|------------|
| <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> |