

深圳齐心集团股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年，深圳齐心集团股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司章程》《董事会议事规则》的要求，切实履行股东大会赋予的董事会职责，严格执行股东大会各项决议，不断规范公司法人治理结构，不断完善公司内部管理和控制制度，持续围绕公司经营发展与合规治理开展各项工作，努力维护公司及全体股东的合法权益。现将董事会 2024 年度工作情况做如下汇报：

一、报告期经营情况分析

（一）报告期内公司从事的主要业务

公司主营业务为 B2B 办公物资集采业务。公司聚焦主营业务，聚焦优质大客户，以数字化连接商业活动，致力成为一家值得信赖的企业级全场景运营服务商。

公司企业服务平台围绕办公行政物资、MRO 工业品、员工福利、营销物料和企业级 SaaS 服务等大办公产业链多个场景和领域，以高附加值商品供应链和全链路数字化为底座，打造全场景、全产链、数智化的企业服务平台，为企业级客户提供更优质的一站式采购体验与服务。

1、数字化运营平台介绍

作为支撑企业服务运营与管理的核心，齐心数字化运营平台经过多年的持续升级和完善，业已打造形成多场景综合性数字化采购服务平台竞争力。在业务前端，公司通过“数采”（数字化开放平台）、“云采”（定制化 SaaS 采购平台）以及“易采”（定制化便捷采购平台）三种不同的服务模式，为不同业务规模和行业场景的客户量身打造数智化、端到端的集采解决方案。在服务中台，公司建立了多个共享服务中心，通过数据中台和技术中台为服务中心提供坚实的能力支撑，为企业客户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。公司数字化运营平台采用轻量化、模块化方式搭建高效、可扩展生态，通过持续构建服务商合作体系，实现生态供应链合作共享、齐心共赢。

2024 年，公司在数字化建设领域持续深耕，以自动化、AI 智能化为核心主题，全面推进数智化建设，覆盖了从采购、运营到服务的全链条业务场景。特别是在 AI 大模型和自动化技术应用方面实现了突破性进展，截至报告期末，已累计上线 50+应用场景，其中主业务生产场景占比超过 70%，为提升客户服务能力和公司业务的高效运转、降本增效提供了重要支

撑。公司将技术与业务深度融合，通过持续推动数智化转型，进一步提升了服务效率和客户体验，为企业的高质量发展注入强劲动力。

在数字化供应链领域，公司深入应用大模型和 AIGC 技术于数据治理到售后服务的全生命周期管理中，包括市场分析、应标招标、客户询价、供应寻源、商品上架、履约供货、结算对账等多个关键节点，显著提升了客户响应效率和供应链效率，有效减少了人工工时和操作误差。

在数据分析领域，结合 AI 大模型，公司上线了智能大数据平台，实时分析业务数据，实现风险评估和预警，并提供改进措施的推荐，数据分析实现全面化、自动化和智能化。

在技术架构领域，公司完成了新一代智能化商品中心和发票中心的全面上线。新一代商品中心实现了 10 万级商品的秒级分发，在海量级商品向量库基础上建立了商品标准库并向客户和供应链伙伴提供及时的商品服务。新一代发票中心通过大模型推理能力，显著提升了自动开票率和开票的准确性，降低开票成本的同时有效提升了客户响应速度和服务质量。

2、集采业务介绍

2.1、集采基本情况介绍

B2B 办公物资集采业务方面，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。

客户开发履约方面，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，持续挖掘民营 500 强集采机会。报告期内公司在持续履约深耕现有客户，保持高比例的续约中标率情况下，新增中标多个客户。覆盖多个目标行业市场，如国家电网、南方电网、中国华能、国电投、中国华电、中电建、国家能源等能源电力行业客户，农业银行、中国邮政、中国银行、建设银行、工商银行、招商银行、中国人保等金融保险行业客户，航空工业、中航发、航天科工、中船集团等航天军工行业客户，中国石化、中国石油等石油化工行业客户，中国移动等通讯行业客户，国铁集团、中国中车等运输物流行业，华润、通用技术等综合行业客户，以及各地政采客户。

依托 B2B 电商集采方面多年来构建的核心能力，公司积极发展储备核心客户项目资质资源体系，逐步构建全国性的弹性可控的交付网络，优化标准品商品池和专品产品体系，以优质的精细化服务和企业数字化平台建设为保障，携手合作伙伴及客户共同打造高效、便捷、智能的集采行业新生态。

借助 AI 和大数据平台，公司不断提升客户服务的有效性，通过智能报价、智能上架、智能选品、智能履约、智能对账、智能库存管理和专属化运营等运营能力，深度挖掘客户订单需求，通过属地化布局、扁平化供应链与个性化服务进一步增强了客户粘性与市场竞争力，有效提升客户订单内占比。

2.2、业务场景情况介绍

2.2.1、办公行政物资

传统办公行政物资是政府、企业、事业单位等各类组织日常运营的必需品，是集采业务发端行业类，线上化采购渗透率、成熟度更高，也是公司自有品牌办公产品密切协同品类。传统办公物资包括办公文具、办公设备、办公耗材、电脑及数码、办公电器、生活用品、办公家具、食品饮料等大类。公司由集采业务发展前期的传统办公行政物资为主，同一平台下拓展至 MRO 等业务场景，在多场景业务集合拓展下，办公行政物资业务处于稳健发展，且营收规模呈逐年稳健增长态势，是公司集采业务的主要业务来源之一。

2.2.2、MRO 工业品

随着办公物资阳光化集采优势日渐突显，以及工业采购降本增效需求下，我国工业企业对透明化采购日渐重视，由头部企业率先发起，MRO 工业品采购亦逐步由线下转入线上，推动了工业供应链服务进入发展新阶段。

MRO 工业品和办公行政物资业务的客户重叠率较高，市场成熟度较高，MRO 存量客户很多为前期办公用品数字化采购业务积累而来。因其业务共通性、兼容性和可复制性，公司凭借自身所积累的客户资源、平台设施、项目经验等优势，早年开始布局 MRO 业务。经过多年的团队打造和能力搭建，公司从行业聚焦开始，着力满足不同场景下的特定需求，提升 MRO 供应链伙伴合作服务能力，在办公集采协同服务下，不断挖掘和履约 MRO 客户，逐步获取行业客户忠诚度和满意度。

截至目前，齐心 MRO 工业品平台已服务多家大型企业客户，如国家电网、南方电网、中国华能、中国华电、中航发、航天科工、国铁集团、华润等企业客户，MRO 工业品业务现已成为公司核心业务和主要收入来源之一。在未来 MRO 销售拓展的规模化效应下，公司逐步向全品类、专业化发展，进一步提升 MRO 工业品盈利能力。

2.2.3、员工福利品与营销物料

近年来员工福利市场规模逐步提升的同时，行业正在由零散采购、粗放管理、内容单一逐步走向一体化、精细化、多样化集采管理模式，以央国企为代表的企业更倾向于线上集采营销物资和员工福利品，由第三方提供一站式福利管理的线上渗透率逐步提升。

公司持续升级数字化福利 SaaS 商城系统，不断完善业务数字化系统，贴合客户需求打造个性化的 API 项目对接，打造独立闭环的运营系统和供应链管理体系，助力客户简化管理流

程，提高采购与分管理效率，以数字化福利发放方式，给员工提供多样性福利选择，提升员工对企业的满意度。

公司面向企业品牌营销需求场景，结合线上线下多种方式，覆盖品牌营销的各个环节和场景，提供丰富多元的营销物料，助力客户通过年节活动、积分兑换等方式吸引目标客户，助力客户提升用户活跃度和黏度，带动客户业绩增长，传递品牌价值。

2.2.4、企业级 SaaS 软件及服务

企业级 SaaS 软件及服务方面，公司深入各大业务场景，推动云视频、数据营销、集采商务服务等业务聚焦发展。数据营销方面，通过数据归集、数据分析和营销策略的输出闭环，推动电商数据变现，让数据产生价值。报告期内，云视频业务进行组织和业务阵线收缩，全面聚焦智慧教育场景，在地域上聚焦于全国核心产粮片区。集采方面充分利用数字化平台强大的技术实力，并将能力转化为 SaaS 模式，为上下游客户赋能提供能力开放、数据共通的集采对接服务。

2.3、品牌新文具业务介绍

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，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，细分市场，加强与优质 IP 的品牌联名战略合作，聚焦核心品类，持续优化产品结构、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，齐心文创聚焦年轻客群的核心需求，积极拥抱年轻化、时尚化的产品趋势，持续创新。通过多元化的产品矩阵布局，打造符合年轻人审美和生活方式的文创产品。基于分层化品类开发策略，推出包括季节限定、开学季、社交礼品、痛包（itabag）系列、吧唧（徽章）等多个主题的产品矩阵，打造文化爆品。公司致力于“深耕中国 IP，讲好中国故事”，将中华优秀传统文化融入产品设计，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 IP 文创与数字化营销的创新融合，为消费者提供品牌化、时尚化且受年轻人喜爱的“国潮文创”。

自有品牌销售渠道方面包括办公物资集采平台、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。线上渠道加强自营电商和直播领域的经营能力，并不断开发线上分销型客户，完善全网的齐心品牌店铺群。在直播领域持续投入，强化场景式营销及传播，加强品牌传播与客户社交及视觉体验，拉近品牌与消费者的距离，建立情感型消费链接。集采领域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，推动多个规模化、高流量产品实现自有品牌化。

（二）主营业务分析

公司坚持“以客户为中心”的服务理念，深挖企业级多场景物资需求，持续推出满足客户价值升级需求的自有品牌文具产品，择机进入高价值文具赛道，积极提升产品能力及服务能力，报告期内公司销售业绩实现稳步增长。2024 年实现营业收入 113.97 亿元，较上年同期增长 2.69%，实现归属于上市公司股东的净利润 0.63 亿元，较上年同期下降 18.32%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.59 亿元，较上年同期下降 21.43%。

1、B2B 办公物资集采业务及品牌新文具

报告期内，B2B 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，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，公司储备的订单规模保持稳步增长。公司持续推进数字化建设和利用“AI 工具”优化业务流程，报告期内公司 B2B 新客户开发能力持续增强，核心大客户销售规模继续保持领先，尤其在能源、金融、政府、通讯、交通等行业和领域具备大客户资源优势。公司积极发展储备核心客户项目资质资源体系，逐步构建全国性的弹性可控的交付网络，优化标准品商品池和专品产品体系，以优质的精细化服务和企业数字化平台建设为保障，携手合作伙伴及客户共同打造高效、便捷、智能的集采行业新生态。公司长期致力于建设高水准的合作伙伴生态体系，围绕客户需求，提升核心运营能力和 B2B 业务项目解决方案能力，加大力度开发专供产品的解决方案，依托集团数字化运营平台、专业供应链服务、先进的商品交付体系，利用不断迭代的数字化技术及持续累积的客户服务经验，公司办公物资与服务的价值明显提升，得到了客户认可。

公司自有品牌办公文具业务销售额有所增长，公司加大了客户开发和线上线下产品推广力度，强化全渠道产品价值链管理，提升产品触达终端客户能力。在线上渠道，加强自营电商的运营能力，不断开发线上分销型客户，完善全网的齐心品牌店铺群。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。齐心自有品牌以“大办公”的全品类夯实与精进为品牌业务发展的核心思想，并基于品牌新文具的核心竞争力的打造，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。在个人及高价值文具市场，公司通过与优质 IP 的持续战略合作，不断推陈出新，尤其将传统文化 IP 与节庆主题相结合，打造文化爆品。在办公场景下，除了满足传统办公室消费场景的文具需求，持续拓展大办公品类，在办公生活品类快速完成多产品品类布局。

公司 B2B 办公物资集采业务及品牌新文具实现营业收入 113.52 亿元，实现扣除商誉减值后的净利润 1.73 亿元，本期公司计提好视通商誉减值 0.47 亿元，不考虑商誉减值的归属于 B2B 办公物资集采业务及品牌新文具的净利润为 2.20 亿元，总体较上年同期下降 9.79%。

2、互联网 SaaS 软件及服务

报告期内，公司互联网 SaaS 软件及服务业务实现营业收入 0.45 亿元，实现净利润-1.10 亿元。

3、经营活动现金流

报告期内公司经营活动现金流量净额 2.45 亿元，公司年度经营策略上，在客户端聚焦优质大客户，保证公司经营活动现金流稳定有效，在运营端，提升业务运营数字化能力，业务流程运营效率改善，客户回款加快，公司经营性现金流表现较好。

（三）公司未来发展展望

1、行业格局趋势简述

在数字经济大环境下，得益于政策驱动、大中型企业集采加速发展等原因，我国 B2B 公共采购领域的数字化、电商化、集中化改革取得了长足发展，数字化、电商化集中采购已成为中央到地方公共资源交易的主要形式。随着信息技术深入发展和深度应用，数据成为新的生产要素。产业数字化正在成为数字经济的主要支柱，传统行业正在积极通过数字赋能获得新的发展动力。公共采购后续将逐步进入模块化、场景化、数字化和生态化发展。用数字化手段提高采购效率，逐步将产业链各环节纳入到企业管理体系中是大势所趋。

品牌文具行业领域需求数量面临收缩的挑战，消费层面又呈现品牌化、创意化、个性化和高端化的趋势，国内市场消费需求增长更多来源于消费升级和产品升级。渠道方面，信息化时代随着用户消费习惯和消费场景的改变，线上消费逐渐成为主流方式，传统线下渠道逐步与线上化融合发展，AI 数字化、多元化的内容电商渠道更加贴合用户的消费体验。

2、公司整体发展战略

基于战略规划，公司秉持数字化转型升级和服务客户的宗旨，持续聚焦优质大客户，聚焦 B2B 行政办公物资、MRO 工业品、营销物料和员工福利等场景，深入应用大模型和 AIGC 技术于数据治理到售后服务的全生命周期管理中，不断完善数字化系统架构和功能，探索新的商业模式和领域，构建可拓展、数字化的生态系统，为企业级客户提供更优质的一站式采购体验与服务，以数字化连接商业活动，致力成为一家值得信赖的企业级全场景运营服务商。

配合公司战略发展规划，公司持续完善组织能力建设，构建多层次的数字化人才队伍，持续完善长效激励机制，为战略实施提供发展源动力。公司不断完善法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度；内部管理上加大公司数据治理，建立规范的数字化服务能力体系，实现全业务、全场景、数智化。

3、经营计划

（1）B2B 办公物资集采业务

公司将聚焦核心客户、聚焦核心业务场景，持续构建核心能力，实现业绩规模性稳健增长。

公司将聚焦央企、央企金融机构、政府、世界 500 强等优质大客户，持续挖掘民营 500 强集采机会，依托高效协同的齐心数字化运营平台和覆盖全国的营销网络和商品交付体系，围绕客户集中化、多元化业务需求，积极构建高附加值行政办公运维物资解决方案，重点发展 MRO

解决方案，配套发展数字化工会福利解决方案与营销物料解决方案，为客户提供全链路、数字化、专业化的高效集采解决方案。

B2B 电商集采将持续构建投标入围能力、仓配交付能力、商品供应链能力和数字化能力等核心能力，发展储备核心客户项目资质资源体系，逐步构建全国性的弹性可控的交付网络，优化标准品商品池和专品产品体系。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。

（2）品牌新文具

在用户市场不断向品牌化、创意化、个性化和高端化的消费趋势转变下，品牌新文具业务方面将加强与优质 IP 的品牌联名战略合作，聚焦核心品类，持续优化调整产品结构、客户结构和利润结构，努力提高经营质量。

品牌新文具核心能力打造方面，公司将锁定渠道多元化、产品创新化、产供销一体化、信息数字化和品牌情感化等五大核心能力打造。持续加强自营电商的经营能力，不断开发线上分销型客户，完善全网齐心品牌店铺群，丰富和拓展多元化线上渠道，在提高收入的同时，重点提升经营质量。

品牌与产品方面积极开创品类聚焦新突破，突出情感输出，建立差异化的品牌定位；丰富品牌阵营，加强与 IP 伙伴的联名合作，实现 IP 文创与数字化营销的创新融合。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，推动更多规模化、高流量产品品类实现自有品牌化。

二、董事会日常工作情况

（一）董事会召开及审议情况

报告期内，公司共召开 5 次董事会会议。各位董事依据公司《董事会议事规则》等要求规范有序开展相关工作，出席董事会、董事会专门委员会和股东大会，勤勉尽责地履行职责和义务。

报告期董事会召开及审议情况如下：

会议届次	召开日期	披露日期	会议决议
第八届董事会第十次会议	2024 年 1 月 12 日	2024 年 1 月 13 日	《第八届董事会第十次会议决议公告》（公告编号 2024-002）2024 年 1 月 13 日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第八届董事会第十一次会议	2024 年 4 月 21 日	2024 年 4 月 23 日	《第八届董事会第十一次会议决议公告》（公告编号 2024-013）2024 年 4 月 23 日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。

第八届董事会第十二次会议	2024年8月22日	2024年8月24日	《第八届董事会第十二次会议决议公告》（公告编号 2024-034）2024年8月24日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第八届董事会第十三次会议	2024年10月29日	2024年10月31日	《2024年第三季度报告》（公告编号 2024-041）2024年10月31日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。董事会决议免于公告。
第八届董事会第十四次会议	2024年11月29日	2024年11月30日	《第八届董事会第十四次会议决议公告》（公告编号 2024-043）2024年11月30日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

公司严格规范地召集、召开股东大会，报告期内，公司召开的3次股东大会均由公司董事会召集召开，经见证律师进行现场见证并出具法律意见书。在股东大会上保障各位股东有充分的发言权，确保股东对公司重大事项的知情权、参与权、表决权，使其充分行使股东合法权利。

报告期股东大会召开及审议情况如下：

会议届次	会议类型	投资者参与比例	召开日期	披露日期	会议决议
2024年第一次临时股东大会	临时股东大会	53.10%	2024年1月29日	2024年1月30日	公告名称《2024年第一次临时股东大会决议公告》，公告编号 2024-008，2024年1月30日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
2023年年度股东大会	年度股东大会	52.24%	2024年5月13日	2024年5月14日	公告名称《2023年年度股东大会决议公告》，公告编号 2024-027，2024年5月14日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
2024年第二次临时股东大会	临时股东大会	48.78%	2024年12月16日	2024年12月17日	公告名称《2024年第二次临时股东大会决议公告》，公告编号 2024-049，2024年12月17日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。

公司董事会根据相关法律法规的要求，严格按照股东大会的各项决议和授权，认真执行了股东大会通过的各项决议内容，确保各项决策顺利实施。

（三）独立董事履行职责情况

独立董事持续关注公司经营情况和财务指标，积极、严谨评估审议计提资产减值、财务报告、续聘会计师事务所、衍生品交易和担保事项等重大事项，并对日常会计规范与内控建议提出了建设性意见，得到财务部门、内部审计和业务部门等单位诚恳采纳。

（四）董事会下设专门委员会工作情况

公司董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会四个专门委员会，对公司董事会负责，依照《公司章程》和各专门委员会议事规则履行职责。

任职期内，各专门委员会严格按照各专门委员会议事规则等相关规定和要求履行自己的职责，积极参加董事会所任职的各专门委员会会议。报告期内专门委员会会议召开及审议情况如下：

委员会名称	成员情况	召开日期	会议内容
战略委员会	陈钦鹏（召集人）、黄家兵、戴盛杰	2024 年 4 月 21 日	审议并通过《2023 年度总经理工作报告》《2024 年度经营发展计划》。
薪酬与考核委员会	车晓昕（召集人）、韩文君、黄世政	2024 年 4 月 21 日	审议并通过《董事会薪酬与考核委员会 2023 年度工作报告》《关于 2024 年度管理任职董事、高级管理人员薪酬的议案》。
提名委员会	胡泽禹（召集人）、钱荣、黄世政	2024 年 1 月 12 日	审议并通过《关于补选第八届董事会独立董事候选人资格审核的议案》。
提名委员会	胡泽禹（召集人）、车晓昕、黄世政	2024 年 4 月 21 日	审议并通过《董事会提名委员会 2023 年度工作报告》。
审计委员会	韩文君（召集人）、胡泽禹、陆继强	2024 年 1 月 25 日	审议并通过《2023 年第四季度审计工作总结报告》《2023 年第四季度审计委员会工作报告》《2023 年度审计工作总结报告》《董事会审计委员会 2023 年度工作报告》。
审计委员会	韩文君（召集人）、胡泽禹、陆继强	2024 年 4 月 21 日	审议并通过《关于计提资产减值准备的议案》《2023 年度财务决算报告》《2023 年度内部控制自我评价报告》《2023 年年度报告及摘要》《2024 年第一季度报告》《关于开展金融衍生品交易的议案》《关于开展金融衍生品交易的可行性分析报告》《2024 年第一季度审计工作总结报告》《2024 年一季度审计委员会工作报告》《对会计师事务所履行监督职责情况报告》。
审计委员会	韩文君（召集人）、胡泽禹、陆继强	2024 年 8 月 22 日	审议并通过《关于 2024 年半年度计提资产减值准备的议案》《2024 年半年度财务报告》《2024 年半年度报告及摘要》《2024 年第二季度审计工作总结及三季度工作计划报告》《2024 年第二季度审计委员会工作报告》。
审计委员会	韩文君（召集人）、胡泽禹、陆继强	2024 年 10 月 29 日	审议并通过《2024 年第三季度报告》《2024 年第三季度审计工作总结及四季度工作计划报告》《2024 年第三季度审计委员会工作报告》。
审计委员会	韩文君（召集人）、胡泽禹、陆继强	2024 年 11 月 29 日	审议并通过《关于聘任会计师事务所的议案》《关于 2025 年度审计工作计划的议案》。

三、独立董事独立性自查情况的专项意见

经核查：独立董事韩文君女士、胡泽禹先生、车晓昕女士、钱荣女士（已于 2024 年 1 月离任）作为公司 2024 年度在任的独立董事，未在公司担任除独立董事、董事会专门委员会委员以外的任何职务，上述独立董事及其直系亲属均不在公司或其附属企业担任除独立董事之外的其他职务，也未在公司主要股东处担任任何职务；没有为公司或其附属企业提供财务、法律、咨询等服务；不存在妨碍独立董事进行独立客观判断的情形。独立董事独立性情况符合《上市

公司独立董事管理办法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关要求。

董事会认为：2024 年任职期间，上述独立董事任职符合法律法规和规范性文件等规定的独立性要求，不存在影响独立性的情况。

四、对会计师事务所履职情况评估意见

按照公司与政旦志远会计师事务所签署的《业务约定书》，根据《中国注册会计师审计准则》和其他执业规范，政旦志远会计师事务所独立、客观、公正地完成了公司 2024 年年报的财务审计及内部控制的审计工作，并及时出具了标准无保留意见的 2024 年年度审计报告、内部控制审计报告，以及控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明。

政旦志远会计师事务所在担任公司 2024 年度财务审计及内部控制的审计机构期间，严格遵循有关法律、法规和相关政策，勤勉尽责，遵照独立、客观、公正的执业准则，较好地履行了双方所约定的责任和义务，为公司出具的 2024 年年度审计报告和内部控制审计报告等客观、公正地反映了公司治理、财务状况和经营成果。

五、2025 年董事会主要工作

2025 年，公司董事会将进一步强化其在公司治理结构中的核心引领地位，不断提升自身战略视野与决策能力，确保对公司重大事项做出科学、合理且高效的决策，认真有效贯彻落实股东大会的各项决议，不断提升公司的规范化运作水平和透明度，以实际行动维护公司全体股东的合法权益，为公司的稳健前行与长远发展奠定坚实基础。

在内部控制方面，根据今年中国证监会和深圳证券交易所出台的新规，公司将落实新《公司法》在法人治理结构、内部控制体系建设等方面的实施开展，提升治理能力和决策水平，推动公司实现高质量发展，为公司股东合法权益提供有力保障。

在董事会运作方面，根据任职规划，今年将启动正常换届工作，董事会将积极加强最新法规学习与运用，在完善治理制度下，推动 2025 年董事会换届高质量完成，为齐心集团下一个三年战略发展打造新一届董事会和管理团队，促进公司未来继续合规治理、稳健发展。

在经营发展方面，董事会成员将切实有效履行职责，持续提高公司的经营管理水平和风险防范能力，引领公司管理层和全体员工推动公司高质量可持续发展。根据发展战略及行业形势，公司将积极运用前沿新技术，不断完善齐心数字化运营平台，推动大模型和 AIGC 技术应用于数字化采购各业务环节，持续提升核心竞争力，形成多场景综合性数字化采购服务平台竞争力。同时加强内控制度建设与流程优化，优化长效激励机制，深入推进 B2B 办公物资集采业务长足发展，以数字化连接商业活动，致力成为一家值得信赖的企业级全场景运营服务商。

在信息披露方面，公司董事会将严格按照相关规定做好信息披露，及时编制并披露公司定

期报告和临时报告，确保公司信息披露内容的真实、准确、完整，不断提升公司信息披露透明度与及时性。做好投资者关系管理工作，通过多种渠道加强与投资者的联系和沟通，树立公司良好的资本市场形象。

深圳齐心集团股份有限公司

董事会

2025 年 4 月 26 日