

深圳齐心集团股份有限公司 2025 年度董事会工作报告

2025 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，切实履行股东会赋予的董事会职责，严格执行股东会各项决议，不断规范公司法人治理结构，根据新规不断完善《公司章程》和相关配套制度的修订，顺利完成公司董事会换届工作，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 2025 年度工作情况汇报如下：

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

齐心数字化运营平台经过多年打造与升级，在数字化建设领域持续深耕，业已形成较强的多场景综合性数字化采购服务平台竞争力。在业务前端，公司为不同的行业场景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，高效支撑集采业务与自有品牌业务发展。

1.1 集采业务平台

公司以自动化、AI 智能化为核心主题，全面推进数智化建设。2025 年新增 30 多个 AI 应用场景，累计上线 80+ 个，其中主营业务生产场景占比超过 75%，业务能力由+AI 逐步上升到 AI+，AI 成为公司业务发展的生产力。2025 年初，公司推出齐心智磐 AI 大模型，覆盖商品寻源与上架、客户点单、订单分配、供应链结算、履约配送等数字化采购全链路环节。如在商品管理端，齐心智磐 AI 通过智能审核，让商品从提报到上架实现全自动化，商品价格实时匹配市场行情与经营要求，实现优质商品迅速抵达客户平台。在集采招投标环节，实现智能化分析招标需求并进行精准匹配，抓取标书重点要求，自动输出投标技术方案。在客户下单环节，通过 AI 大

模型推荐系统，帮助客户快速找到需要的商品。在商品送达客户签收环节，供应链系统运用 AI 多模态技术，自动对订单、签收单与现场实物照片开展明细级多维交叉核验，有效解决了采购、配送、收货全流程一致性问题，攻克行业共性痛点，切实保障客户利益。在决策支持层面，AI 商品分析工具整合海量市场消费数据与客户反馈的深度分析，通过智能算法和可视化工具，协助集团全面化、深层次了解消费者真实需求，助力企业在智能数据分析下快速作出科学决策。

1.2 品牌业务平台

自有品牌供应链数字化方面，公司深入应用 AI 大模型技术于供应链全生命周期管理，在市场分析、供应寻源、履约供货等关键节点提升效率。通过 AI 下单系统，使经销商通过语音、文字、图片可轻松下单；通过实时在线的订单交付系统，实现了从“下单”到“送达”的全链路业务在线管理，以 AI 驱动高效运营与交付。通过智能大数据平台，实时分析业务数据，实现风险评估和预警，并提供改进措施推荐，推动运营全面化、自动化和智能化。自有品牌渠道管理方面上线了全新的经销商协同平台，通过大数据和 AI 技术的加持，整合供应链、物流与服务能力，构建了高效运营闭环，实现对经销商服务和履约的全流程、端到端的在线化、自动化、智能化。

2、集采业务介绍

2.1 集采总体情况介绍

B2B 集采业务方面，基于核心业务场景的客户重叠度情况，深度聚焦大办公产业链四大业务场景；客户方面持续聚焦央企、央企金融机构、政府、世界 500 强等优质大客户，挖掘民营 500 强集采业务潜能，行业客户市场着力拓展能源电力、金融保险、航天军工、石油化工、通讯、运输物流等客户。依托企业数字化平台多年来构建的核心能力，公司不断增强客户粘性市场竞争力，推动实现中标客户订单内占比提升和营收规模稳步发展。

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，线上化采购渗透率、成熟度更高。该业务场景是公司集采最早发端业务和基石业务，行业类别客户服务覆盖度最高，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、食品饮料等产品品类。公司业务场景由传统办公行政物资为主，同一平台下深度拓展至 MRO 等业务场景后，办公行政物资业务仍为公司集采主要业务来源之一。

2.2.2 MRO 工业品

随着办公物资阳光化集采优势日渐突显，MRO 工业品逐渐成为线上采购主力。MRO 业务全链路数字化运营，聚焦能源电力、轨道交通、石油化工、航天军工、汽车电子等多个垂直行业场景，提供定制化 MRO 工业品采购解决方案，致力成为工业品领域的行业专家。凭借三十余年

深厚积淀，MRO 业务构建了超百万 MRO 工业品商品数据库，形成全面多元的国内外品牌商品矩阵，运用 AI 大模型技术实现商品的精准匹配，为客户提供最佳商品解决方案，面向全国提供本地化服务，实现 MRO 工业品专业化交付。

MRO 工业品和办公行政物资业务的客户重叠率和市场成熟度较高，因其业务共通性、兼容性和可复制性，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，在国家电网、南方电网等多个客户稳健合作基础上，2025 年新增中核集团、雅江集团、东方电气、中国中化、南水北调、中国盐业、中电科、哈电器、保利集团、安能建设等多个 MRO 项目，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和营销物料市场规模增长，线上采购渗透率较快提升。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，推动员工福利从商品交付向组织凝聚力提升的深层转变，重新定义了新时代工会服务标准。

员工福利品方面，公司持续打造数字化福利 SaaS 商城系统，深度整合供应链资源与 AI 技术，打造独立闭环的运营系统和供应链管理体系，助力客户实现定制化且安全稳定的专属福利商城搭建，满足客户工会福利、餐卡余额转换、乡村振兴、权益兑换、SaaS 商城、小劳保兑换等多场景数字化福利需求，同步简化管理流程，提高采购与分发管理效率，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。截至目前，齐心数字化福利平台已服务包括南方电网、航天科技、中国中车、中国电信、中国石油、中国石化、三峡集团、中信银行等在内的多家大型企业客户，正逐步成为公司业绩重要增长点。

营销物料方面，公司面向企业品牌营销需求场景，结合线上线下多种方式，覆盖品牌宣传、活动执行、用户运营等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，公司积极培育集采方面 SaaS 软件服务发展机会，充分利用数字化平台中各业务模块技术整合和 AI 应用等技术优势，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。

报告期内，云视频业务全面收缩和聚焦智慧教育场景，聚焦核心业务地域，通过集采业务协同，多项指标趋稳发展。

近年来公司资源主要聚焦在集采业务和数字化平台能力打造上，数据营销业务投入较少。基于电商平台巨头市场变化和服务升级，叠加近年来 AI 大模型的快速应用，子公司杭州麦苗现有数据营销技术基础和能力存在被 AI 替代可能性，业务前景不够明朗。报告期杭州麦苗子

公司发展未达管理层预期，2026 年一季度业绩下滑明显，该项业务不再作为公司业务重点。

2.3 品牌新文具业务介绍

自有品牌作为公司中长期发展的核心基石业务与战略增长引擎，以“COMIX 齐心”为主品牌，联动 Compera、V' mo 等子品牌，聚焦“品牌新文具”战略，深耕 B 端企业、C 端文创双赛道，聚力打造行业标杆，锚定长期战略，做强自有品牌。

2.3.1 产品方面，不同渠道构建高价值、差异化矩阵，提升内生动力。

B 端企业级市场方面，公司立足通用标准化采购底座，深度挖掘政企客户差异化、定制化诉求，聚焦高价值功能性与商务型产品赛道，以卓越设计与品质构建专业壁垒，产品力持续获得国内外权威认可：V' mo 指纹锁保温杯斩获 IAI 产品智造奖银奖，指纹锁背包摘得全球顶级设计殊荣德国 iF 设计奖，远见系列特氟龙舒适性剪刀亦荣获思诞生办公用品类银奖。自有品牌产品在国家电网、南方电网、中国移动、各大商业银行等头部客户实现集采业务协同销售，为未来集采自有品牌化业务落地树立了发展标杆。

C 端文创方面，自有品牌深耕国潮 IP，深化与国内优质新 IP 的战略合作，抢抓年轻化增长风口，打造兼具文化内涵与审美价值的国潮文创产品。围绕季节限定、开学季、社交礼品、潮流周边等多元场景搭建主题产品矩阵，全力打造文创爆款。

健康成长赛道方面，自有品牌重塑学生文具价值，顺应行业从单一工具向综合美学、情感陪伴与健康守护升级的趋势，公司将护眼、护肩颈、护脊柱的健康理念融入产品研发，打造差异化竞争优势，以健康创新产品为抓手，推动学生文具消费升级。报告期内上市的 Compera 大小手正姿笔，以科学正姿设计与分阶启蒙理念精准匹配儿童成长需求，获得市场和行业积极认可。

2.3.2 渠道布局方面，推动线上线下深度融合

公司建立了线上线下全渠道融合、数字化深度赋能的立体化销售网络，以提升产品触达终端客户的能力。

线上渠道方面涵盖办公物资集采平台、电商平台和直播渠道。特别是在直播领域，公司强化场景式营销，拉近品牌与消费者的距离，建立情感型消费链接。

线下与集采渠道包括经销商、商超、专业渠道及定制品等销售渠道。在 B2B 办公集采领域，公司利用数字化集采平台渠道优势，打通与头部服务商的平台对接，逐步提升自有品牌产品份额。

海外市场方面聚焦北美主流电商平台，维稳做深，持续提升品类市场份额，构建差异化布局，为品牌出海业务奠定基础。

上述在产品方面的长期打磨与设计升级方面的发展，以及线上线下全渠道的积极拓展与布局，为品牌发展搭建了良好的产品供应与渠道通路。但在报告期内产品在各渠道上线覆盖率不足，供应链产能有待提升，销售未能有效落地，产品结构和占比有待优化，高毛利产品占比有待提升，自有品牌业务全年销售和利润有所下滑。

（二）主营业务分析

2025 年度，公司持续聚焦核心客户、核心业务场景，构建核心能力，B2B 办公物资业务实现稳健发展，报告期公司持续服务国家电网、南方电网、邮政邮储、中国农行、国铁、中国华能、国电投、中国移动、中国华电、工商银行等央国企大客户，其中中核集团、中国铁塔、哈尔滨电气、南水北调、中国盐业等项目综合增量明显；自有品牌业务适应国内市场消费升级和产品升级，深耕企业客户与个人客户标准化产品和文创产品需求，打造兼具文化内涵与审美价值的国潮文创产品；公司在海外业务上高速发展，推出主打品牌等高端文具，在亚马逊北美、欧洲等市场快速发展。公司充分利用 AI 技术，在多个场景中应用提升了运营效率。报告期公司营收和净利润实现稳步增长。

1、公司主营业务收入、净利润情况

2025 年度，公司持续聚焦核心客户、核心业务场景，构建核心能力，B2B 办公物资业务实现稳健发展，报告期公司持续服务国家电网、南方电网、邮政邮储、中国农行、国铁、中国华能、国电投、中国移动、中国华电、工商银行等央国企大客户，其中中核集团、中国铁塔、哈尔滨电气、南水北调、中国盐业等多个项目综合增量明显；自有品牌业务适应国内市场消费升级和产品升级，深耕企业客户与个人客户标准化产品和文创产品需求，打造兼具文化内涵与审美价值的国潮文创产品；公司在海外业务上高速发展，推出高端品牌文具，在亚马逊北美、欧洲等市场快速发展。公司充分利用 AI 技术，在多个场景中应用提升了运营效率。报告期公司营收和净利润实现稳步增长。

1、公司主营业务收入、净利润情况

2025 年报告期公司实现营业收入 119.65 亿元，较上年同期增长 4.98%，实现归属于上市公司股东的净利润 0.81 亿元，较上年同期增长 28.39%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.76 亿元，较上年同期增长 27.89%。

（1）公司 B2B 办公物资集采业务及品牌新文具实现营业收入 119.38 亿元，净利润为 1.34 亿元。

（2）报告期公司互联网 SaaS 软件及服务业务实现营业收入 0.27 亿元，实现净利润-0.24 亿元，利润状况相比去年同期企稳。

（3）报告期公司计提商誉减值 0.29 亿元，相应减少 2025 年度利润总额，本次计提减值后，公司商誉余额（北京办公商誉）0.03 亿元。

2、经营活动现金流

报告期内公司经营活动现金流量净额 4.17 亿元，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因素，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) 品牌业务

公司将持续深化自有品牌战略布局，以“规模化发展、品牌化运营、数字化赋能”为主线，加大产品研发投入与资源精准配置，强化产品对标竞争与差异化能力建设，同时构建国内国际双循环发展格局，推动提升品牌核心竞争力与可持续盈利能力。

国内业务：巩固优势，价值引领

国内自有品牌业务坚持“规模与效益并重”的发展原则。在企业级办公赛道，充分发挥既有竞争优势，优先保障业务规模扩张，同时保持合理利润水平；在消费级市场，聚焦学生群体及高端个人文教用品需求，构建“企业办公+学习用品”双业务线差异化布局，追求高质量增长与价值提升。

国际业务：战略聚焦，重点突破

国际业务以欧美市场为战略重心，实施“区域聚焦、渠道深耕”策略。跨境电商业务是公司布局海外市场的核心抓手，依托亚马逊等平台搭建起全球化发展的双轨通道，精准链接海外优质企业客户，深度挖掘跨境商业采购的市场潜力。公司探索“B端起步，C端突围”的发展路径，在持续夯实B端供应链核心竞争力的同时，大力拓展C端消费市场版图，以创新营销推广策略触达广大C端消费者。公司将继续立足高效供应链优势，以核心品类为根基，深耕细作，通过差异化的产品创新，推动稳步实现品牌出海的长远目标。

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7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
第八届董事会第十五次会议	2025年4月24日	2025年4月26日	《第八届董事会第十五次会议决议公告》(公告编号 2025-003)2025年4月26日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第八届董事会第十六次会议	2025年6月11日	2025年6月12日	《第八届董事会第十六次会议决议公告》(公告编号 2025-017)2025年6月12日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第八届董事会第十七次会议	2025年6月27日	2025年7月1日	《第八届董事会第十七次会议决议公告》(公告编号 2025-021)2025年7月1日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第九届董事会第一次会议	2025年7月18日	2025年7月19日	《第九届董事会第一次会议决议公告》(公告编号 2025-026)2025年7月19日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第九届董事会第二次会议	2025年8月28日	2025年8月30日	《第九届董事会第二次会议决议公告》(公告编号 2025-029)2025年8月30日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。

第九届董事会第三次会议	2025年9月5日	2025年9月6日	《第九届董事会第三次会议决议公告》（公告编号2025-034）2025年9月6日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
第九届董事会第四次会议	2025年10月28日	2025年10月29日	《2025年第三季度报告》（公告编号2025-043）2025年10月29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。

（二）董事会对股东会决议的执行情况

公司严格规范地召集、召开股东会，报告期内，公司召开的4次股东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年年度股东大会	年度股东大会	55.57%	2025年5月16日	2025年5月17日	公告名称《2024年年度股东大会决议公告》，公告编号2025-015，2025年5月17日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
2025年第一次临时股东大会	临时股东大会	53.16%	2025年6月27日	2025年6月28日	公告名称《2025年第一次临时股东大会》，公告编号2025-020，2025年6月28日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
2025年第二次临时股东大会	临时股东会	53.17%	2025年7月18日	2025年7月19日	公告名称《2025年第二次临时股东会决议公告》，公告编号2025-025，2025年7月19日刊登于《证券时报》《上海证券报》和巨潮资讯网。
2025年第三次临时股东大会	临时股东会	54.02%	2025年9月22日	2025年9月23日	公告名称《2025年第三次临时股东会决议公告》，公告编号2025-038，2025年9月23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，严格按照股东会的各项决议和授权，认真执行了股东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、员工持股计划、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	2025年04月24日	审议并通过《2024年度总经理工作报告》《2025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	2025年04月24日	审议并通过《董事会薪酬与考核委员会2024年度工作报告》《关于2025年度管理任职董事、高级管理人员薪酬的议案》。
薪酬与考核委员会	车晓昕(召集人)、韩文君、黄世政	2025年06月27日	审议并通过《关于第九届董事会独立董事、外部非独立董事津贴的议案》。
薪酬与考核委员会	廖睦群(召集人)、车晓昕、黄世政	2025年09月05日	审议并通过《〈2025年员工持股计划(草案)〉及其摘要》《2025年员工持股计划管理办法》。
提名委员会	胡泽禹(召集人)、车晓昕、黄世政	2025年04月24日	审议并通过《董事会提名委员会2024年度工作报告》。
提名委员会	胡泽禹(召集人)、车晓昕、黄世政	2025年06月27日	审议并通过《关于公司第九届董事会非独立董事候选人资格审核的议案》《关于公司第九届董事会独立董事候选人资格审核的议案》。
提名委员会	陈燕燕(召集人)、车晓昕、黄世政	2025年07月18日	审议并通过《关于公司高级管理人员资格审查的议案》《关于公司证券事务代表资格审查的议案》《关于公司内部审计部门负责人资格审查的议案》。
审计委员会	韩文君(召集人)、胡泽禹、陆继强	2025年01月21日	审议并通过《2024年第四季度审计工作总结报告》《2024年第四季度审计委员会工作报告》《2024年度审计工作总结报告》《董事会审计委员会2024年度工作报告》。
审计委员会	韩文君(召集人)、胡泽禹、陆继强	2025年04月24日	审议并通过《关于2024年度计提资产减值准备的议案》《2024年度财务决算报告》《2024年度内部控制自我评价报告》《2024年年度财务报告》《2025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》《2025年第一季度审计工作总结报告》《2025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	车晓昕(召集人)、陈燕燕、陆继强	2025年07月18日	审议并通过《关于提名刘峻先生为公司内部审计部门负责人的议案》。

审计委员会	车晓昕（召集人）、陈燕燕、陆继强	2025年08月28日	审议并通过《关于2025年半年度计提资产减值准备的议案》《2025年半年度财务报告》《2025年半年度报告及摘要》《2025年第二季度审计工作总结及三季度工作计划报告》《2025年第二季度审计委员会工作报告》《关于续聘会计师事务所的议案》。
审计委员会	车晓昕（召集人）、陈燕燕、陆继强	2025年10月28日	审议并通过《2025年第三季度报告》《2025年第三季度审计工作总结及四季度工作计划报告》。

三、独立董事独立性自查情况的专项意见

经核查，独立董事车晓昕女士、陈燕燕女士、廖睦群先生、韩文君女士、胡泽禹先生（韩文君女士和胡泽禹先生已于2025年7月任期满离任）作为公司2025年度在任的独立董事，任职期间情况如下：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：2025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2025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2025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2025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2025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、2026年董事会主要工作

2026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，持续提升战略研判与科学决策能力，严格遵循决策程序，确保公司重大事项决策的合规性、科学性与高效性。董事会将全面贯彻落实股东会各项决议部署，持续完善公司治理机制，提升规范化运作水平与信息披露质量，切实维护全体股东尤其是中小股东的合法权益，为公司稳健经营、长远发展筑牢治理根基。

董事会规范运作方面，紧扣公司治理提升目标，以“合规为先、稳健为基”，推动公司治理持续合规、稳健有序，持续加强董事会成员及相关履职人员的能力建设，充分发挥董事会四个专门委员会的专业职能，推动董事会专业履职能力再上新台阶。

信息披露方面，公司董事会将常态化组织最新监管法规、行业政策及公司治理专业知识的学习与研讨，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。同时，健全投资者关系管理体系，通过多种渠道搭建与投资者的高效沟通桥梁，及时回应投资者关切，充分保障投资者的知情权与参与权，积极传递公司发展价值，树立公司规范、诚信的资本市场良好形象。

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。

深圳齐心集团股份有限公司

董事会

2026 年 4 月 25 日