

证券代码：002301

证券简称：齐心集团

公告编号：2026-008

# 深圳齐心集团股份有限公司

## 2025 年年度报告摘要

### 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 721,307,933 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.40 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

### 二、公司基本情况

#### 1、公司简介

股票简称	齐心集团	股票代码	002301
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	齐心文具		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王占君	罗江龙	
办公地址	深圳市坪山区锦绣中路 18 号齐心科技园	深圳市坪山区锦绣中路 18 号齐心科技园	
传真	0755-83002300	0755-83002300	
电话	0755-83002400	0755-83002400	
电子信箱	stock@qx.com	stock@qx.com	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务介绍

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、央管金融机构、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与市场竞争力，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，推出小黄鸭、卡皮巴拉 TATA 等 IP 联名产品，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，为品牌发展打造了良好的产品与渠道。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。

## 3、主要会计数据和财务指标

### （1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	8,614,357,726.65	7,996,152,816.77	7.73%	8,275,480,977.61
归属于上市公司股东的净资产	3,084,747,311.43	3,076,213,172.71	0.28%	3,106,962,595.98
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年

营业收入	11,964,947,588.80	11,396,893,442.74	4.98%	11,098,853,010.84
归属于上市公司股东的净利润	80,656,765.82	62,821,994.12	28.39%	76,908,851.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	75,756,682.32	59,237,842.53	27.89%	75,393,061.42
经营活动产生的现金流量净额	417,041,442.33	245,461,760.53	69.90%	633,804,784.28
基本每股收益（元/股）	0.11	0.09	22.22%	0.11
稀释每股收益（元/股）	0.11	0.09	22.22%	0.11
加权平均净资产收益率	2.59%	2.00%	0.59%	2.48%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,212,153,750.95	2,561,047,748.06	2,956,104,843.41	4,235,641,246.38
归属于上市公司股东的净利润	48,865,693.45	38,627,300.25	52,911,519.80	-59,747,747.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,008,613.36	35,744,109.74	54,770,802.29	-58,766,843.07
经营活动产生的现金流量净额	24,859,634.29	94,151,381.53	32,670,780.85	265,359,645.66

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

## 4、股本及股东情况

### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	41,636	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,918	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
深圳市齐心控股有限公司	境内非国有法人	29.36%	211,775,097.00	0	质押	83,310,000	
蔡晓玲	境内自然人	5.00%	36,070,000.00	0	不适用	0	
陈钦武	境内自然人	4.99%	36,000,000.00	0	质押	33,650,000	
陈钦徽	境内自然人	2.99%	21,600,000.00	0	质押	19,600,000	
珠海格力金融投资管理有限公司	国有法人	2.56%	18,443,804.00	0	不适用	0	
深圳齐心集团股份有限公司	其他	1.33%	9,600,000.00	0	不适用	0	

—2025 年员工持股计划						
上海利檀投资管理有限公司—利檀诚同私募证券投资基金	其他	1.29%	9,301,200.00	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.11%	8,015,974.00	0	不适用	0
宁波梅山保税港区东芷投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.02%	7,339,429.00	0	不适用	0
全国社保基金一零三组合	其他	0.83%	6,000,000.00	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，深圳市齐心控股有限公司为公司控股股东，陈钦武先生、陈钦徽先生与实际控制人陈钦鹏先生为兄弟关系。除此以外，公司尚未获悉上述股东之间及与其他股东之间是否存在关联关系，也未获悉是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上海利檀投资管理有限公司—利檀诚同私募证券投资基金合计持股 9,301,200 股中，包含通过信用证券账户持有的公司股份 8,250,000 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

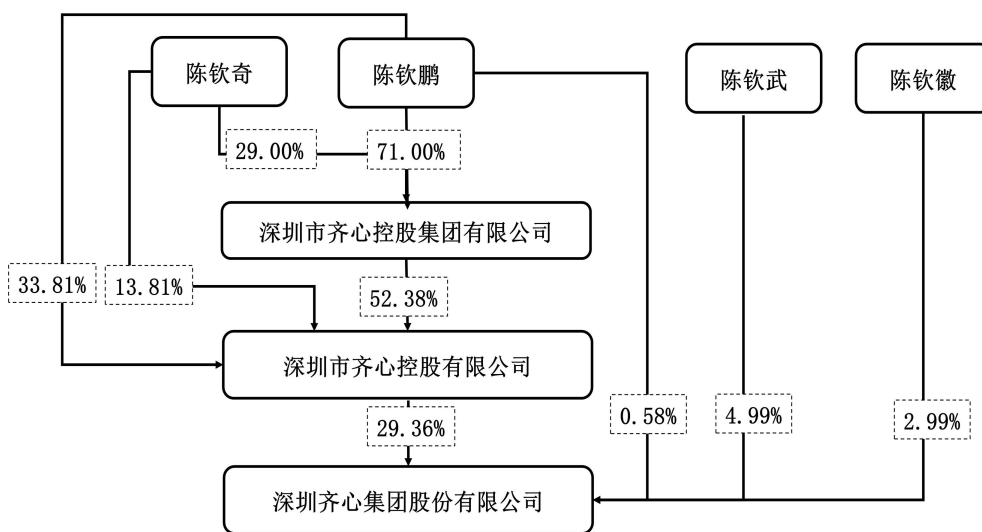
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



### 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

### 三、重要事项

公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）与本报告同日披露了《2025 年年度报告》，其第五节“重要事项”详细描述了报告期内公司发生的重要事项。

深圳齐心集团股份有限公司

董事会

2026 年 4 月 25 日