**深圳齐心集团股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2020-011

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 √分析师会议  □媒体采访 √业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 安信证券、浙商证券、招商证券、中信建投、长江证券、西南证券、国泰君安、兴业证券、华泰证券等分析师、投资者通过齐心好视通视频会议系统接入 |
| **时间** | 2020年10月28日19:00-20:00 |
| **地点** | 深圳市坪山区坑梓锦绣中路18号齐心科技园行政楼（齐心好视通视频会议交流） |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事长兼总经理陈钦鹏，董事、财务总监兼董事会秘书黄家兵，董事兼B2B事业部总经理戴盛杰，公司副总裁侯刚，公司副总裁兼好视通CE0王化福，证券事务代表罗江龙 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | |
| **一、公司2020年三季度业绩介绍**  2020年第三季度，齐心集团服务、陪伴客户一起走出疫情雾霾，通过硬件+软件+服务一站式办公服务平台，满足客户办公行政集采服务需求，报告期内公司经营业绩持续稳步增长。齐心集团秉持“夯实主业，打造平台，布局生态”的发展战略，致力于打造“硬件+软件+服务”的一站式办公服务平台，为用户提供高效企业综合服务解决方案。通过持续叠加商品品类与服务，齐心集团不断满足企业级客户的一站式办公采购和服务需求。  **1、公司2020年三季度业绩情况**  2020年1到9月份，整个齐心集团实现收入60.95亿，同比2019年增长40.14%；其中B2B业务中，办公物资集采业务维持较高增长态势，实现营业收入51.05亿，同比增长57.42%。  从利润情况来看，2020年1到9月份，齐心集团实现归母净利润2.4亿元，同比2019年同期增长30.66%，扣非净利润实现2.27亿元，同比2019年增长41.21%，整个公司的经营业绩持续改善。  **2、公司2020年员工持股计划**  公司业绩和业务积极成长吸引更多投资者关注和支持齐心，共同成就企业办公服务平台。为建立和完善员工与股东的利益共享机制，充分调动员工的积极性和创造性，吸引和保留优秀管理人才和业务骨干，提高公司和下属公司员工的凝聚力和公司竞争力，从而实现公司、股东和员工利益的一致性，促进各方共同关注公司的长远发展，公司拟推动实施2020年员工持股计划。本次方案参与对象不超过150人，股份来源是回购库存股，本员工持股计划锁定期为12个月，存续期为60个月。业绩考核年度为2020年、2021年、2022年和2023年。根据各考核年度的考核结果，将持有人所持员工持股计划权益，分四个批次归属至各持有人，各批次归属比例为25%。本考核方案通过分期业绩考核和分期权益归属，实现员工利益与公司中期业绩发展共创共赢，进一步稳定和鞭策核心经营管理团队。  **3、办公服务平台构建进展**  齐心集团持续打造“硬件+软件+服务”办公服务平台，致力于构建完整的企业服务体系，实现海量SKU企业采购平台交易，支持多业态、多模式共存，用数字化手段连接合作伙伴及业务场景，最终构建一站式的企业办公服务平台。  在办公物资这个赛道，持续深挖存量客户的业务，新增中标大客户集采，累计中标、履约大型客户集采项目170多家，典型客户像中直机关、国家电网、南方电网、中国移动、中国联通、工商银行、招商银行、中信银行、太平保险集团等一系列中国最优质的大客户之一。续约国家电网也代表着我们为客户服务，得到客户的积极认可。  在自有品牌方面，公司围绕办公场景化推出自有品牌，不断加强自有品牌的建设能力，加强电商直播的投入，自营店铺流量和月均销量获得积极增长。公司还持续保障政府、大型央企、军工、金融机构和海外客户等群体的防疫供应需求。  在MRO领域，公司品类持续深耕、强化，目前数字化平台上为客户提供服务商品超过20大品类，100多万级的商品。MRO工业品中标多家大型客户，拓展客户新场景，满足客户MRO工业品物资一站式工业集采需求。  在企业福利领域，公司持续服务建筑、电力、保险、金融等企业客户，典型中标客户有中国中铁、中国联动、中国联通、中国人寿、工商银行、深圳航空等。  在云视频领域，齐心集团坚持“云+端+行业”战略实施落地，共建线上办公行业生态。公司发布首款5G智能会议终端，可升级运用于行业会议、智慧教育、智慧党建等多行业场景。  **二、互动问答环节**  **1、公司2020年半年报的时候发现毛利率下滑的还比较多，从整个三季度来看，大B业务毛利率趋势是怎样？**  答：B2B业务还是维持10%到13%左右的毛利率，因为整个齐心集团在目前这个阶段，先以满足客户的需求为主，我们打造满足客户需求的极其丰富的产品供应链，先满足客户的需求，待公司收入规模达到一定量之后，我们集成供应上面会有多个措施来改善我们的毛利率。公司通过规模化采购与供应链管理，数字化运营平台管理效率的提升等方面进行成本改善。未来随着公司数字化运营能力的提升，公司销售规模的扩大，公司固定成本也还有较大的改善空间。  **2、公司2020年持股计划草案中，我看到收入增长一直按30%的预期，利润如果按照复合增速的系数来算，那么2022年到2023年利润增速比收入增速要快，是不是咱们对于利润率的拐点预期，会在2022年看到？**  答：我们根据管理数据测算，B2B销售业务规模破了百亿之后，在毛利率改善的几个措施会持续推进下，净利润业务增长拐点预计会高于收入的增长。整个齐心集团战略目标就是构建一站式的企业办公服务平台，未来自有品牌，像好视通都是整个平台为客户提供服务，定义我们自有品牌，那么这些品牌都能带来毛利率改善，但是在改善同时也要加大研发投入，保持在市场上有足够竞争力，才能保证我们品牌在市场上保持长久的竞争力，未来还会在研发、产品、技术方面会引进更多的团队，打造整个领先的核心竞争优势。  **3、三季度云视频业务和集采业务净利润还是有一定波动，波动原因是什么？**  答：好视通方面，今年好视通在疫情期间推出了500方免费会议系统，会带来一定的流量成本。在研发上面也加大了投入，这些增长会体现一定的成本和费用，像“数字广东”项目2020年9月份才上线，投入费用会在2020年，但是未来收入增长会在未来3到5年呈现出来，我们认为这种投入是代表着未来业务增长的技术储备。  在B2B领域，我们的收入和利润还是呈现较快速的增长，今年是在疫情等情况下，我们是对人员招聘进行了一定的控制，今年整个B2B团队在戴总带领下克服了疫情带来的影响，我们用更高效的销售模式实现了业绩的增长，B2B业绩也实现了较高速增长。  **4、请对目前两大业务未来发展方向和明年发展规划做一下介绍。**  答：关于B2B方面，从今年整个态势来看，去年和今年在疫情前中标的一些客户，他们一部分的存量市场得到了非常大的成长。像比较典型的，邮储、国税、邮政这些项目整个成长性都非常好。一家客户特别是大B的客户，从中标以后到整个内部实施采购量完全释放出来，需要比较长的周期，齐心集团依靠一部分已经很成熟的客户，像国网、南网很成熟的客户打下很坚实的客户，那么也储备了一些客户得到了释放，我们还会通过服务和内占比基本奠定我们在这些项目上面比较稳定坚实的基础。  下一步我们会更长远去思考，我们在做B2B业务时候，如何奠定我们坚实的核心竞争力，也就是我们的运行效率、商品运营能力，我们内部交付运营能力以及我们对整个生态粘合能力。当我们构建自己真正的竞争力同时，从商品、内部运营以及服务者这样生态构建完成之后，我们相信我们2B业务整个收入和业务增长，会更加稳定和更加坚实。  云视频方面，好视通在齐心集团家族里面承担着云视频业务重要责任。疫情其实对于云视频是非常大的契机。2003年非典真正拉动视频的业务，其实释放在第二年、第三年以后视频业务高速发展。同样，今年疫情对于云视频是一个很好的机会。齐心好视通对于明年增长做了很大储备，比如说研发投入、人才的引入。对于整个好视通未来发展利基方面：  第一、今年疫情带来小微企业，可能被行业巨头免费业务给消化，但是中大型企业，这部分我们会大量引入渠道合作伙伴，这个方面我们会加大在中大型客户，面向广阔合作伙伴。 B2B办公物资业务与好视通的业务协同下，也会帮助好视通在重大客户大型拓展上有一个很好的帮助。  第二、在大B客户上面，好视通有很好的积累，未来一些央企会有很好的突破和产出。  第三、纵深的行业，其实好视通以前有很好的教育，但是随着疫情加速远程教育的发展，其实国家教育部在今年3月份三号文发布利用第三课堂，来促进整个师资力量均衡指导性政策，并且匹配了相应的资金。  好视通通过掌握音视频的技术以及对于教育深刻理解，我们能够把握住这次机会。未来智慧教育行业不仅是千亿，而且是数千亿的市场，云视频在里面也会起到一个非常重要的作用，所以这是明年预期有增长主要三个依据的来源。  **5、先前97家央企大概有26家完成电商化采购，现在整个开放进度是怎样？以及渗透率上面有没有提升？**  答：目前整个央企已经启动集采是28家，招投标的业务来源方面，目前从实际渗透率来看，去年中标的客户今年都实现了业务快速上量。  **6、我们看到今年尤其三季度以来，各类原材料价格涨的比较多，不知道自有供应链价格会不会往上提，三季度毛利率下滑跟自有品牌毛利率下滑会不会有一定关系？**  答：自有品牌方面，应对市场价格波动、原材料价格带来的波动，公司进行货源的价格锁定，保持我们生产成本的相对稳定，满足客户需求，也保持整个产品在终端销售价格相对稳定，为公司获取更好的盈利能力，最终目的是为了让客户有更好的消费体验。目前实际情况来看，我们自有品牌毛利率还是保持比较稳定的态势。  **7、我们看到客户也可以分为政府、央企、市场化的企业，包括军队各个方面，想问一下如果从这个角度去划分，未来3年来看，哪一块市场可能会成为比较主流增长的市场？**  答：目前至少到2022年，整个齐心集团仍将以中国头部客户央企、政府、银行、军区军工类为主。未来会不会进入地方500强，什么时间进入4千家优质上市公司，是基于业务快速拓展和团队的能力。公司将不断构建核心竞争能力，不断拓展这样一类的客户。目前主要业务是以央企、政府、银行等为主，我们认为未来增长最大的来源还是在央企和政务市场方面。 | |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年10月28日 |