

## 深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-004

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研                      √分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访                                √业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会                              □路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	浙商证券、招商证券、国泰君安、长江证券、中信证券、兴业证券、国信证券、华西证券、广发证券、海通证券、华泰证券、华创证券、中金公司等 40 余位分析师、投资者通过齐心好视通视频会议系统接入
<b>时间</b>	2021 年 8 月 26 日 19:00-20:40
<b>地点</b>	深圳市宝安区海城路 5 号前城商业中心 14 楼齐心集团（齐心好视通视频会议交流）
<b>上市公司接待人员姓名</b>	公司董事长陈钦鹏，公司董事、董事会秘书兼财务总监黄家兵，公司董事、合约事业部总经理戴盛杰，齐心好视通 CEO 王化福，公司自有品牌事业部总经理陈昕，证券事务代表罗江龙
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	
<p><b>一、公司 2021 年半年报业绩介绍</b></p> <p><b>董事长兼总经理陈钦鹏：</b></p> <p>2021 年上半年整个经济环境不乐观情况下，公司还是保持了稳定成长。报告期勤练内功，在大客户招投标能力建设和储备上，公司已经储备了 190 多个大客户，未来要保持公司持续成长，还需继续加强。第二在中标客户获取订单能力上，我公司也做了进一步加强，特别在核心市场方面，保持在关键项目比较好的内占比。第三在整个运营效率上，公司通过信息化、数字化平台，进一步提高对客户响应和服务的速度。同时在视频会议方面，我们也加强产品的更新迭代升级，同时也推出了我们的这个 Pass 平台，应用在各种不同的行业。未来公司所在行业整体趋势上，阳光化、电商化、数字化、集中化集采趋势，是确定性是非常高的。</p> <p>未来，公司仍将聚焦一站式的企业服务平台，构建“硬件+软件+服务”的全场景解决方案。然后在办公室，我们还是重点会去强化几个场景。第一个场景就是在办公物资是围绕行</p>	

政后勤运维这个场景，第二个是工会员工福利场景，第三是营销物料场景，第四是MRO工业品场景。未来3到5年，公司将围绕这几个大的场景深度洞查客户需求，做好产品服务。

**董事、财务总监兼董事会秘书黄家兵：**

2021年上半年在后疫情时期，公司在客户业务需求驱动和市场变化的情况下，公司B2B业务和云视频业务聚焦优质大客户，聚焦行业应用场景，构筑核心技术壁垒，深挖客户集成服务的需求，经营保持了持续稳定的增长。

2021年上半年公司实现营业收入448,589.87万元，较上年同期增长19.41%；归属于上市公司股东的净利润7,184.55万元，较上年同期下降61.04%。报告期B2B大客户业务实现营业收入39.48亿元，同比增长26.06%，B2B大客户业务实现净利润1.05亿元，净利润率2.65%。

利润相对于去年同期出现一定下滑的主要原因，第一个是大宗商品采购成本的上涨，对公司的这个利润有一定的侵蚀；第二是公司加大了B2B业务前端招投标能力、业务开拓能力、落地服务能力建设投入，好视通研发能力建设投入，数字化运营平台服务体系投入；第三个核心原因是上半年受深圳部分港口疫情影响，公司已生产的部分国外客户订单因物流资源紧缺不能顺利报关出口，影响了上半年经营业绩。出口汇率对公司整个经营也产生了一定的干扰。下半年大宗商品、原材料的控制上，预计随着价格的回落，可以实现成本可控性，在芯片上，通过和主要芯片厂商达成长期的供货协议来保证芯片的价格和稳定供应。

公司上半年实现了1.4亿的经营活动现金流，那么相对于2020年同期来说还是有一个比较好的成长，整个公司经营质量持续向好。那么从研发投入上面呢，整个公司的研发投入相对于2020年同期有20.37%的成长。在经济环境不确定的情况下，公司持续加大研发投入，为未来的这个发展的储备更多的能量。

从公司经营和治理方面，上半年B2B重点加强了我们的招投标的能力、业务开拓的能力、落地服务的能力，在合约大客户的储备上面稳定增长，客户业务驱动和进入新品类、新场景。报告期公司持续完善集团数字化运营平台建设项目，打通供应链上下游，实现多场景业务布局，为企业客户提供一体化服务体系，重点聚焦布局工业品和员工福利等逐步进入电商化集采的成熟品类。公司快速响应和服务多家不同类型的央企客户，得到了客户的积极认可，持续驱动B2B业务营收增长。

在自有品牌方面，公司强基础、练内功，构建渠道力、产品力与服务力，在品类管理上建立长效机制，聚焦核心品类，深耕战略品类和重点品类。积极响应办公消费新场景、新趋势、新时代的消费需求开发新兴办公和文创IP等新产品，通过与众多知名品牌IP的联名合作，为年轻消费者带来有情感、有温度的文创产品。自有品牌持续优化渠道客户结构，新增和签约多家核心伙伴；在夯实传统渠道的基础上发力新渠道；直播模式方面，在多平台直播输出，结合直播、电商、社群等新式营销手段，增强产品体验，通过线上+线下渠道融合，

持续激发市场活力。

在云视频方面，齐心好视通推动“云+端+行业”发展战略的实施落地，加大云视频核心技术的研发投入，持续保持云视频产品线的升级迭代，推出的夜莺™AI 音频算法，可实现智能降噪、丢包恢复、声纹识别，远距离拾音等功能；推出基于 AI 技术的新一代灵犀™智能云视频算法，可实现对会议室、教室等场景的感知分析，目标检测和识别，视频智能优化调节。软硬一体化这一行业发展趋势下，齐心好视通加大研发投入力度，致力将云视频与 AI 技术整合，推动高品质的多场景应用一体化终端产品发展。公司不断深化音视频技术与垂直行业应用场景间的有机融合，强化行业核心应用场景解决方案，树立行业标杆，帮助各行业搭建具备行业特色的专业级远程视频协作平台。以智慧政务、智慧党建、智慧金融、智慧医疗等垂直应用领域为核心，深入布局行业应用市场，打造“国产化、高安全、全兼容、多场景”的一站式解决方案，逐步形成云视频细分业务发展的竞争优势与竞争壁垒。公司自 2020 年下半年推动“云+端+行业”战略，全面聚焦政府及中大型企业市场，聚焦拓展智慧政务、智慧党建、智慧金融、智慧医疗等应用场景以来，虽然报告期内公司在垂直行业客户和渠道合作伙伴开发初见成效，但业绩目标还未达到公司上半年预期目标，随着公司在垂直行业服务的客户不断增加，预计公司云视频服务业务经营情况将持续改善。

## 二、互动问答环节

**问：今年部分大宗商品上涨，B2B 中标客户集采这块是否存在调价可能？**

答：集采定价策略是以主流电商的自营价格为标准，有一部分客户原则上是可以实现动态调价的，但涉及到客户订单 OA 流程处理时间，基本上是一个月调价一次。另外一部分客户基本上是没有调价可能的，在合同期内必须执行当时的招投标价格，但是这一部分客户的产品组合采购成本在不同时期有的上涨，有的下降，相对可以冲抵部分价格波动，总体来说整个成本和毛利率还是比较稳定的。

**问：公司海外的业务可能也会因为短期的运费、运力等调整，公司与海外客户是采取业务什么模式，运费给我们带来大概多大的影响？**

答：公司海外客户在中国这个集采需求，我们主要通过 FOB（离岸价）模式，运费主要由客户承担，因为齐心的产品品质和服务在客户中多年形成的口碑，目前这个运费上涨短期内还没有大的影响，当然这个运费未来持续出于高价位也会影响客户的采购量。

**问：公司对未来 B2B 业务的利润率水平怎么看？看公司友商净利率也在 2.3-2.6 的水平公司与友商相比优势在哪里？**

答：B2B 整个销售毛利率目前基本趋稳了，今年经营过程中确实也面临了大宗物资的调价，在 7、8 月份开始，整体的毛利率已经开始抬头，整个供应渠道也是更趋向于稳定。随着下半年的整个规模的递增，加上办公集采销售业务下半年高于上半年的季节性，应该说下

半年的净利润率会得到积极改善。在公司竞争优势方面，公司通过高效运营的企业数字化平台，为客户提供专业的数字化采购解决方案和专业、高效的办公物资交付服务，客户的接受度以及由此产生的长期的客户粘性，这是我们将和我们的竞争对手长期来看的一个差别。

**问：公司 B2B 业务、云视频业务和自有品牌几大版块，请问陈董事长对于这三块业务之间的精力的分配，包括整个考核体制有何考虑。**

答：关于几大业务版块精力分配方面，首先花的最多时间去思考公司大的战略方向；第二是怎么去建设这个团队，包括人才梯队的搭建；同时我要思考公司的企业文化是朝哪个方向发展？

关于考核方面，每个业务版块根据不同的业务特点各有不同，会结合他们的每年的关键业绩指标进行设计。比如说招投标方面中标数量、中标率等，客户内占比、客户续约率等。

**问：当前整个办公行业的自有品牌行业格局相对比较成熟，行业发展速度可能相对也没有那么快，未来是打算采用什么样的打法，来把自有品牌版块进一步做大，同时在中长期来看的话还能够获得一个不错的利润的水平。**

答：目前而言整个的自有品牌有四五千家厂家，也就是说整个的竞争还并没有形成一个垄断格局。从打法来说，目前在成长期有成本领先战略、差异化战略和集中战略。集中化战略是战略聚焦在设定的区域，聚焦在优势产品上，通过聚焦战略形成在部分优势的品类上、渠道上和这个赛道上的一些优势，然后再逐渐的差异化以及在这些品类上的成本优化，我们选择的是这种集中化聚焦的这样一个打法。关于中长期利润水平方面，主要从开源和节流方面考虑。集中化之后，在部分的品类上的这个成本供应链的这个优势就可以形成，同时通过产品结构的优化，提升中高毛利的商品的占比，比如 IP 产品毛利就比较高，从中长期来看，通过产品结构的优化，通过一定的这个成本的调整，通过渠道的扩展，来实现中长期发展目标。

**问：公司上半年加大了前端招投标能力、业务开发能力和落地服务能力等建设投入，公司具体如何提升的？**

答：目前 B2B 业务已经从 1.0 版本上升到 2.0 版本，从初期的野蛮生长期，进化到对客户精细化运作，价值输出。前期因为政策推动，办公集采成为管理诉求，那么到了 2.0 版本的时候，客户需求进入到价值需求，公司能给客户带来什么样的价值？基于此，第一部份是我们前端招投标的整个过程应答，以及整个资源团队的配套与客户之间能够在招投标之前就建立整个品牌的推广和客户认知而做的市场方面的投入。第二大部分就是在做价值方面的投入，就是如何让客户持续的体会到我们的价值？一是帮助客户做到产品清单管理，二是帮助客户对品类成本中心甚至于一些高消耗的产品进行一些数据维度的分析，有效降低这一部分消耗。因应客户需求，公司内部采取的手段主要措施是实现产品、流程的标准化、数字化；第二是团队建设，提升数字化新时代的服务能力。

**问：刚才提到建设这个 2.0 能力的过程之中，其实人才是非常重要的维度，那就想请教**

一下，我们是怎么样去这个挖掘以及就是说去留住人才呢？

答：关于我们提到的这类人才，目前市场上没有成熟或者成型的，B2B 办公集采业务是近几年新兴发展起来的，过往并没有。我们更关注的是人才的几个特质：第一大特质是要有足够的敏感数据；第二大特质是要对行业有比较完整的知识结构去支撑。

那至于说留住人才的手段，当然是很实际的薪水，我相信我们的薪水在整个行业里面还是有足够竞争力的；第二个就是软实力，软实力就是齐心 B2B 事业部所营造出来的文化价值观，是不是公正公开的能够被大家都所认同的，是不是符合主流的，在这一方面齐心也是非常自信；第三是我们的留住人才也有员工持股计划，包括一些绩效考核方案，那刚才董事长也讲了，包括对整个业务一些软实力的一些突出，用综合的环境去吸引和留住人才。

问：比较大的比如央企客户对供应商有哪些方面的考核？如果没有达到他们的标准的话，会不会有一些相应的一些就是惩罚性的一些措施？

答：集采客户对供应商的主要考核重点是交付履约，像交付时效方面一线城市、二线城市、偏远地区这些都有一些履约交付时效的考核管理。这一点对于齐心来说难度不是太大，公司整个平台运营已经是数字化了，能够取到每个关键节点数据，便于跟踪管理。

问：我们关注到好视通最近推出了新产品，公司对这块业务的战略定位、战略规划是什么样的？在智慧政务和智慧教育等业务场景方面的拓展情况？

答：好视通今年与以往相比有了较大的变化，过去以中小客户加上部分大客户开拓为主，在经历了 2020 年云视频行业大涨之后，2021 年上半年随着 BAT 众多巨头入局，让行业竞争加剧。如何提供企业级高质量的云视频服务，成为这个赛道必将共同面临的挑战。

公司在去年下半年开始聚焦中大型客户，包括在纵深的智慧教育、智慧政务等加大投入，加大软件和硬件产品的研发。在渠道方面，好视通以大型客户为主，构建了超过 120 家核心经销商，会同超过 800 人的外部伙伴团队来一起开拓市场。在战略客户服务方面，作为粤视会音视频技术供应服务商，齐心好视通政务云平台助力广东省人民政府建设粤视会平台，在数字政府建设方面积累了丰富的经验；为中国交建搭建覆盖全球 150 余个国家、20 余个省份分支机构远程沟通平台。在智慧教育方面，齐心好视通推出“专递课堂”、“名师课堂”和“名校网络课堂”等“三个课堂”解决方案，通过“能力云+应用云+智能终端”，能更好地进行互动教学，共享优质教育资源，同时满足多种场景需求。

问：齐心好视通在音视频业务方面的竞争力是什么？

答：好视通核心竞争力方面首先是云视频技术产品维度，经过多年行业的积累，公司有着丰富的音视频解决方案能力。2020 年开始，好视通加大研发投入，组建了音视频专家团队，引进了多名在音视频行业具有丰富经验的顶尖人才，组建了以云视频会议为核心、以智能硬件为辅的多条纵深产品线，搭建了行业应用实验室，全面提升视频编解码能力、音频算法、及与人工智能相融合的多场景应用能力，持续保持云视频行业技术领先。公司今年推出了夜莺™AI 音频算法和新一代灵犀™智能云视频算法，以及全新新一代 PaaS 视频云平台，成

像流、文件流双 4K 双流 4K 技术等云视频核心技术。在多项核心技术加持下，公司推出智能云视频一体机、云视频“智会”大屏终端等全新云视频会议智能终端，全面满足不同场景下可视化沟通需求。

第二个核心竞争力实际上是公司在中大型客户的服务能力上，公司通过实施“云+端+行业”战略，全面聚焦政府及中大型企业市场，聚焦拓展智慧政务、智慧党建、智慧金融、智慧医疗等行业，强化行业核心应用场景解决方案，树立行业标杆，尤其是像广东省政府、中交集团等标杆类客户。公司基于国产芯片、国产操作系统、国密算法的纯国产云视频会议平台，以及海量用户大并发技术、智能高效双引擎架构，三云合一，打造“国产化、高安全、全兼容、多场景”的一站式解决方案，为中大型客户提供自主可控、安全稳定的云视频会议。

第三个能力方面是好视通销售团队强化，公司积极搭建了渠道专业团队，整个销售能力从过去以互联网线上营销进行转型升级。

附件清单（如有）	无
日期	2021 年 8 月 26 日