

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 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）
参与单位名称及人员姓名	浙商轻工、招商轻工、民生通信，华泰证券，泰康资产兴业证券，华创轻工，利檀投资、安信证券、华泰轻工、华西轻工，开源证券，中金公司等投资者和分析师
时间	2022年4月24日 19:00-20:00
地点	深圳市坪山区坑梓锦绣东路18号齐心科技园（通过齐心好视通云视频会议接入交流）
上市公司接待人员姓名	公司董事、财务总监兼董事会秘书黄家兵，董事长特别助理王占君，证券事务代表罗江龙, 证券专员荣晏雪。

投资者关系活动主要内容介绍

一、公司业绩预告情况说明

公司前期就2021年业绩情况跟会计师、评估师进行了充分沟通。基于公司业务情况和引战投实施情况，公司初步认为杭州麦苗、好视通减值风险较小，对年报影响较小。

2022年春节后，全国疫情频发，杭州麦苗推出的直播品牌电商代运营、电商培训在一季度未取得预期的收益，好视通2021年实施的部份政府、智慧教育项目因疫情不能及时取得验收资料影响了当年经营业绩，随着审计工作逐步开展，会计师、评估师认为杭州麦苗、好视通有减值的迹象，需要对杭州麦苗计提商誉减值23,000-25,300万元，对好视通计提商誉减值37,500-41,250万元。基于未来好视通的可持续发展和杭州麦苗的持续稳健经营，公司经过慎重决策，在当前国内外经济形式情况下，积极听取评估机构和审计机构的意见，对商誉充分预估和减值计提，并发布了2021年度业绩预告。

公司主营业务发展情况来看，2021年B2B业务取得了持续向好的经营成果。2021年B2B业务新增中标了22家大型的政务、央企等单位，比较典型的为去年四季度28个省农行集采项目、军网集采等项目，年底新增中标中国移动、南方电网、国家电网、中国邮政、中国华

能、中国人寿等项目，所有项目的储备为 2022 年 B2B 业务积极发展打下良好基础。

目前压力较大的主要为好视通业务。在互联网巨头入局云视频赛道以来，好视通战略性的放弃了部分中小微企业，全面转向政务、教育、战略大客户、中大型企业单位的“云+端+业务”的发展战略。这种战略转型也取得了投资者的认可，好视通 2021 年 3 月、2022 年 3 月分别引入格力集团下属投资主体、松禾资本下属投资主体等战略投资者，并实施员工持股，从而加快其未来独立发展的进程。

公司将在 4 月 30 号披露公司 2021 年年报和 2022 年一季报，感谢各位投资者持续支持齐心集团发展。因为业绩变化，公司向各位投资者表示歉意。

二、互动问答环节

问：好视通亏损主要原因是什么？2022 年对公司对好视通、麦苗的发展预期和展望如何？

答：好视通从 2020 年全面转向政务、教育、战略大客户、中大型企业以来，业务出现了根本性变化，客户开拓需要一定周期，为应对这样的变化，齐心好视通在研发团队上进行了大量投入。研发投入代表着未来的竞争优势，好视通在核心技术上实现了原生态的混合云的底层云平台，也实现了完全国产化的智能硬件、MCU 产品，这些产品满足了国家目前的信控领域的安全性要求。随着研发投入的增加，也带来一定的经营压力。

2021 年，好视通持续地为教育、政务、大型的央企提供完整的云服务解决方案，这些投入代表着未来技术在同行业中属于相对领先的地位。好视通云视频平台打造的“国产化、高安全、全兼容、多场景”的一站式解决方案得到了中高端政企市场的认可，公司将持续推动“云+端+行业”和“5G+信创+国产化”的发展实施战略，聚焦核心板块，促进云端融合，打造核心竞争力，连接传递价值，服务创造效益。

杭州麦苗随着电商业务加速向直播赛道的迁移，凭借过去积累的客户资源、在大数据的核心技术，麦苗仍是围绕在京东、阿里、拼多多等赛道商家，为其提供大数据精准多维度服务。公司希望能将麦苗继续推向新的发展的路径，与更多的伙伴合作。

问：今年一季度各地的疫情可能比预期的要严重一些，从公司目前招投标的情况 B2B 办公业务会不会对政府央企集采规模或推进节奏带来影响？

答：由于疫情，很多订单发货受到影响，但是在这种艰难的情况下，公司仍然保持 B2B 办公集采的稳健发展。预计二季度随着 4、5 月份疫情减轻，客户还会陆续投入交付。

二季度在招投标领域有一定影响，由于上海等地疫情影响，公司重要的大客户招标、中标信息推迟。未来随着国家疫情的有效控制，今年有望增加 8 至 12 家的央企大型的银行金融机构，公司认为今年 B2B 业绩将会保持稳定增长。

问：与 B2B 行业友商增速发展差异原因？

答：首先是匹配业务发展的团队大规模招聘准备不足，客户业务需求未得到更深度挖掘；其次友商也跟随时代进化，齐心平台发展运营模式得到了行业友商的借鉴，营收增速；第三在大客户中标节奏和订单履约实施方面，公司与友商出现一定偏差。2022 年一季度后，随着疫情的有效管控和招投标的正常推进，公司认为将在 2022 年可能会带来更多业绩增长机会。

问：好视通其他一些领域的主要竞争对手是否有一些先进入者，未来竞争格局如何？

答：目前来看，与好视通在业务技术解决方案和业务模式比较类同的只有一家，公司认为未来在政务、教育、央企大型客户里面是竞争的关系。面对行业互联网巨头的云视频“免费蛋糕”常态化竞争，好视通将顺应客户需求与竞争态势的变化，实施差异化竞争。

好视通在市场和客户选择上重点聚焦中大型优质大客户，聚焦拓展纵深行业场景应用，依靠自身强大的技术实力和多年的音视频领域的技术积累满足不同领域的差异化、专业化需求，探索新的应用场景，导入新技术新业态，将是云视频业务保持行业竞争优势，构建核心壁垒的重要因素。

问：最近友商也在进入国内混合云方案的市场，如何评价其产品方案？

答：目前的硬件出台的视频会议，市场特点是部署的成本非常高，未来升级、维护的成本也比较高，好视通利用混合的基础架构，既解决了部署需求，也满足了在云端快速响应的一些需求，这是一个技术优势。公司认为在未来赛道是错位竞争，与客户群体也有非常大的不同。

问：好视通投入 mcu 国产化与哪些国内企业合作，国产化占整体的产品占比大概是多少？

答：目前在硬件端好视通与深腾、飞腾国内的硬件厂家战略合作，在软件端和腾讯等全国产化、支持国产化的软件操作系统实现了深度融合。从硬件端、研发设计一直到最终好视通底层的云平台算法，包括操作系统都实现了国产化。这些国产化发展完全适应了国家信创的需求，也是好视通未来在政务、教育、央企，包括还有这个地方大型企业单位专业的云业务领域构建了独特的竞争优势。

问：公司未来对成本端对毛利率端有哪些应对的举措及展望？公司在去年年底提出了 5 年战略发展发展规划，到 2026 年公司规划体量及其各个业务板块的发展情况？

答：关于毛利率提升计划，公司过去一直进行毛利率四个改善的措施，在 2022 年，公司重点推进客户端自主拿单考核。未来齐心会逐步构建更高的自主拿单体系，构建全国性的弹性可控的交付网络，持续提升服务能力，带来毛利率的持续改善。在客户选择中，齐心还是聚焦央企、金融、地方大型的国企。

未来五年公司企业服务平台将以全场景、全产业链为主，聚焦 B2B 行政办公物资、云视

频、MRO、员工福利、营销物料等场景，不断向高毛利品类和场景进化，从过去交易型的商业模式向深度服务型商业模式转变。

问：公司 MRO 未来发展规划？

答：公司定位清晰的，未来在能源、交通、航空等领域提供标准化的 MRO 的解决方案。深度贴近客户服务的现场，比如公司的业务人员甚至服务团队进入客户的生产现场，及时满足客户生产现场服务，快速响应生产运维场景需求。公司未来在核心能力的构建为供应链搭建、数据化运营平台、线下交付、服务构建。

目前现在 B2B 在后端的运维服务上，运用更多的是分布式的交互系统，所以未来的在核心能力构建上，MRO 投入会更加清晰，通过其核心的构建的实现业务的稳步增长，同时与客户产生更深度的联系，对于选择航空、交通这样的能源行业，都有巨大的客户群体，公司希望为其提供四个场景、一个完整的物资解决方案。

问：B2B 整个业务受疫情的影响如何？未对来规划是否会有影响？

答：今年一季度 B2B 大客户订单情况良好，部分订单受疫情影响，比如上海、吉林等地的封控，对货物顺利交付带来一定影响。

4 月份订单持续向稳，交付还受到一定影响，期待疫情能在 5 月份有效控制，业务部门已在其他区域采取有效措施积极加速订单推进，来弥补部分区域因疫情带来销售的下滑。公司认为今年的招标仍在加速，特别是为了有效应对疫情对经济的影响，很多大型企业今年加大资本化投入和人员投入，随之也会带来物质消耗的增量，也将为集采业务带来积极增长。

附件清单（如有）

无

日期

2022 年 4 月 24 日