

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-006

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、中邮证券、中信证券、国盛证券、民生证券、招商证券、信达证券、财通证券、安信证券、东北证券、格力金投、浙商证券、华西证券、申万宏源证券、国金证券、国海证券、广发证券、华创证券、利檀投资、中泰证券、智合远见基金、国联基金等近 50 位分析师和投资者。
时间	2023 年 8 月 19 日 10:00-11:30
地点	深圳市坪山区锦绣中路 18 号齐心科技园公司会议室
交流形式	齐心好视通视频会议
上市公司接待人员姓名	公司董事长、总经理陈钦鹏，董事、副总经理、财务总监黄家兵，董事、副总经理、合约事业部总经理戴盛杰，副总经理、董事会秘书王占君，齐心好视通 CEO 王化福
交流内容及具体问答记录	
<p>一、董事长致辞：</p> <p>尊敬的各位投资者，大家上午好！非常感谢大家周末来参加公司 2023 年上半年度业绩说明会。2023 上半年公司持续聚焦 B2B 办公集采业务，优化好视通业务，加强存量客户内占比，积极发展储备核心客户项目资质资源体系，在深度经营办公行政物资基础上，业务场景强化 MRO 工业品、企业福利核心业务服务能力，拓展营销物料高附加值业务服务边界，深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，以专业的数字化采购解决方案助力政企客户实现集采降本增效。</p> <p>未来公司将继续聚焦 B2B 集采业务，对超大型客户深度拓展，提升客户订单内占比，加大 MRO 专业能力的建设，加强自有品牌发展，同时优化好视通业务，谢谢大家。</p> <p>二、公司 2023 年半年度经营情况介绍：</p> <p>2023 年上半年公司实现营业收入 44.53 亿元，较上年同期增长 4.51%，实现净利润 8061 万元，经营活动现金流量净额 1.12 亿元。2023 年第二季度单季营业收入 25.42 亿，较上年</p>	

同期增长 20.31%，实现净利润 3606 万元，较上年同期增长 18.83%。

1、B2B 事业部总经理戴盛杰：

各位投资者好，感谢大家来参加本次业绩交流会，B2B 业务是公司重要的战略板块，过去半年中，B2B 业务采取了以下措施，对外：一、进一步梳理存量业务，保证经营的安全可持续。在梳理过程中，基于对客户服务的安全性、保障性梳理，对偏远地区部分客户，进行服务网点的重新调整部署，保证这部分客户的服务能够及时响应。二、为供应链更加有效率公司进行了品类商品的梳理。三、针对客户回款进行梳理，在未来经济环境中公司处于安全边界。对内：一、人才引进培养，公司目前主要人才技能是通过管培生培训，公司管培生成才率接近 20%，还是比较高的水准。二、通过数字化对公司整体运营流程再次进行持续梳理，同时公司对新技术的应用 AI 也做了深入的研究，通过与百度的合作，目前正在确定具体的落地项目。三、针对需要具备专业知识的 MRO 项目，公司对现场人员重新调整部署，总部后台人员明确 SOP 的岗位定义，以及对人才的画像。

上半年存量客户成功续标，也新增了部分客户，同时公司已经加大了地方优质客户储备，相信对下半年及明年 B2B 业务的持续发展奠定了一定的基础保障。

2、齐心好视通 CEO 王化福：

大家上午好，非常感谢大家对齐心好视通的关注。首先向各位投资人致歉，好视通没有达到预期。2023 上半年好视通积极求变，增加了多个有影响力客户，比如：国务院国资委国际合作局&机关事务管理局、广东省民政厅、广西省交通厅等客户；老客户升级增购：中国林业集团二期升级、粤视会 2023 年度续签等合同。

好视通上半年开始聚焦优质大客户及经济发达区域，尤其聚焦深圳教育初见成效，继龙津中学二次增购，连续中标及签约宝中集团外国语学校、坪山外国语学校等 10 多所学校互动录播大屏及互动课堂项目。目前好视通积极瘦身，希望下半年能够盈亏平衡。谢谢各位。

三、互动问答环节

1. 公司 B2B 业务如何提升毛利率水平？

答：公司供应商采用包销制，可以通过批量采购、协议采购适当的调整毛利率。目前，公司与采购人共同推动清单制，通过缩减 SKU 数量，来达到有效管理，将其全国各地采购的零星个人爱好，用行政手段来做规范。公司也将快速推出自有品牌策略并加快落地。过往自有品牌策略围绕着传承过来的办公行政类物资，还没有真正的大幅度跨出去。今年下半年，适配国产系统的扫描仪、高拍仪、双色打印机公司自有品牌这一部分产品，入围了一部分客户的清单，希望通过品牌溢价来实现一部分利润。

2. 上半财年经营性现金流有明显提升，主要是哪些业务和类型的客户回款速度加快导致？

答：公司始终重视经营活动现金流的管理，公司 B2B 业务、自有品牌业务、好视通业务在客户选择进行了优化，对于部分账期较长的客户主动缩减了部分服务比例。随着公司收入的增加，整体应收账款得到良好管理，经营活动现金流因此得到有效改善。

3. B2B 业务收入增长重回快速增长区间，公司主要采取了哪些措施去加速 B2B 业务的发展？

答：从数据角度，二季度 B2B 收入、净利润率均比较稳定。一季度员工福利类、营销品类物资市场价值的波动比较大，采购人采购方式采用竞价模式，为了获得订单可能要牺牲部分毛利额。二季度开始，采购品类倾向于装备物资类，受到市场大的波动，其稳定性并不是很好，其中使用进口仪器仪表材料较多的客户，会略有波动，公司采取了对通用物资加强内部商品梳理手段，集中规模与供应商进行二次价格谈判。

4. 公司 MRO 目前已进入到哪些客户？

答：专项 MRO 主要为以下三大行业客户，一、航空航天行业客户：航空工业、中航发；二、发电、煤电企业：以华能、华电为代表；三、建工行业：电建、能建、中国建筑等。在办公物资中扩充 MRO 物资其中比较具有代表性的为：国网、南网。公司去年双中南网办公用品和 MRO 标包。国网刚刚结束的招标，其 MRO 物资也在进一步增加。

5. 齐心好视通下半年盈利趋势如何？

答：节流方面，好视通经营费用部分持续降本，同时运用技术手段来降低公有云采购订单量的流量费用。同时好视通顺应业务场景聚焦和重点区域聚焦的发展战略，对非聚焦类的产品线研销组织机构和地区分支进行人员结构优化，轻量化战队实现精准聚焦发展。在开源方面，好视通把精力聚焦在全国核心片区，比如广东政务国企市场、深圳教育市场。深圳的项目落地不仅是为实现销售收入，更多的是验证好视通转型教育方案的领先性以及方案对于整体行业、经济发达地区的适应性。未来云视频业务通过行业化聚焦、标准化产品和规模化复制实现效益运营，总体希望好视通下半年止损达到盈亏平衡。

6. 公司应收账款和存货周转都有一定提升，主要做了哪些努力？

答：公司更加关注客户的回款节奏，针对节奏较乱的客户及时进行调整。公司客户大部分为大型央企，应收账款比较稳定。公司对存货的控制越来越严格，由于 SKU 较多，一些长尾 SKU 一旦有库存的话，很可能变成滞销品，财务减值计提后会严重影响净利润与回

报，所以公司对长尾类物资采购采用了精确采购策略，目前已在严格执行。

7. 在应对应收账款回流上好视通有哪些举措？

答：好视通今年上半年的转型，围绕降成本、去库存、保现金三个方面进行展开，聚焦优质大客户及经济发达区域，例如广东经济比较发达的地区，好视通在此地域有领先的品牌优势，同时营销模式也在变化，从过去的中小企业直销为主向分销、合作渠道转型。部分客户积极通过联合国企集成商办理账期，来规避资金回款过慢、对好视通经营的不利情况。

8. 公司在品牌新文具方面的投入力度及未来的发展方向？

答：公司坚持品牌新文具的核心发展方向，致力于满足文具消费的创意化、个性化、高端化、差异化的趋势。公司品牌新文具目前投入主要在研发设计、IP 授权、生产制造等方向，未来公司将加速品牌新文具业务的探索与持续投入，强化多渠道综合发展策略，发力多元化的新渠道。在小红书、拼多多、抖音等赛道，加速新品上市的节奏进行品牌消费升级。

9. 目前 B2B 客户资金回款情况如何？

答：公司长期关注 B2B 客户的资金回款情况，并严格审核客户资质。目前 B2B 业务整体运营现金流表现较好，通过多年梳理调整，公司客户能够按照规定进度回款。公司注重客户回款稳定性，也有利于公司后续发展计划的展开。

10. MRO 业务团队人员配置加速情况？

答：公司下半年 MRO 人员配置做了部分调整，通过增加、培养、调整三步来完成 MRO 各项目在区域前端人员的组织规划，以能力宽度作为人才部署，把有工业背景的办公行政类人员调整到明确的行业客户中，目前配置情况呈现良好效果。

11. 办公集采今年的竞争形势有没有加剧？

答：目前集采参与者基本稳定，集采竞争主要呈现在整体解决方案，针对客户的专项解决方案以及历史经验案例。采购人在评判时有较好的规范性，通过长期服务后，采购人在服务与价格之间不会一味强调低价，因为低价可能会影响服务质量或带来其它损失。

公司 B2B 业务稳健发展的重要原因在于公司的战略定位，公司将 B2B 设为企业重大战略之一，能够有节奏的对内投入，对市场服务网络投入，对商品投入，对客户服务提升投入。公司深度契合客户业务发展过程中的新场景与新需求，以专业的数字化采购解决方案助力客户实现集采降本增效。

12. 上半财年经营性现金流有明显提升，主要是哪些业务和类型的客户回款速度加快导致？

答：公司 B2B 业务、自有品牌业务、好视通业务在客户选择进行了优化，对于部分账期较长的客户公司主动缩减了一些服务比例。随着收入增长，公司整体应收账款得到良好管理，经营活动现金流因此得到有效改善。

13. 好视通在研发投入转化为收入方面，公司有哪些规划？

答：目前好视通“云+端+SDK/API”解决方案覆盖多终端、多平台、多场景，支持公有云、私有云及混合云部署。公司拥有自研的 PaaS 和 SaaS 底层核心技术，融合 AI 人工智能技术和自研音视频算法，不断研发升级智能云视频灵犀算法和夜莺 AI 音频算法。随着近两年的转型，SaaS+PaaS 成为好视通主要的盈利模式，专有云领域中部署 PaaS 能力，底层开放接口给到更多的生态合作伙伴。

在 AI 上，好视通深入业务场景，例如宝安区教育局也在积极布局，如何在远程顺畅上课的基础上通过 AI 分析的能力，进行学生、老师堂课表现分析，有利于指导老师后续更好开展教学活动。经济发达和信息化发达的地区，对于 AI 的融合，在学习、医疗、应急指挥等场景中迫切的需要。好视通的云视频其实已经进入到另外一个赛道，在自己更擅长的领域发展。

14. 请问公司 MRO 整个行业的竞争格局怎么样？

答：目前竞争格局中参与的玩家数量有限且门槛较高，随着专业选手的加入，各自都体现出相应的优势，对于采购人来说都是一揽子的解决方案，如果从成熟市场来看，办公类供应商与 MRO 类供应商在通用物资中是兼容的。事实上采购人在采购行业的通用物资，由于办公行政物资的解决方案更加繁琐、费时、费力，在行业通用物资中做办公行政出身的一些公司也存在相对优势。

15. 请问 MRO 产品的盈利情况怎么样，会不会因为供应链难度较高对利润有影响？

答：MRO 采购人要求的交期与服务，以及供应链本身具备的文化，目前在持续的好转。集采初步开始时，可能供应链会耗费较大精力，随着公司服务客户数量的增加，数据的积累会使公司提高数据分析能力，与供应商关系将进一步加强。

供应链增加的成本并不多，服务可能会消耗公司一些资源，但随着长尾产品加入以后，综合毛利率的调整能力相对较大，净利润率并不会拖累传统办公行政物资毛利率，整体来看净利润率未来不会有大的问题。

本次活动是否涉及应披露重大信息	不适用
附件清单（如有）	无