

深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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、民生证券、泰康资产、中邮证券、天治基金、农银汇理、泰康养老、复胜资产、杉树资产、源乘投资、丁松投资、敦和资产、于翼资产、睿胜投资、兆天投资、民生理财、中信建投自营、中信建投资管、光大自营、才华资本、工银安盛、中邮资管、上海南土资管、深圳前海辰星私募、上海混沌投资等分析师和投资者。
时间	2024年7月15日 15:00-17:30
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	电话会议
上市公司接待人员姓名	公司副总经理、董事会秘书王占君，证券事务代表罗江龙
交流内容及具体问答记录	
<p>一、公司业务介绍</p> <p>公司 B2B 业务持续聚焦央企、央管金融机构、政府等优质大客户，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，深挖客户业务需求，公司储备的订单规模保持稳步增长，2024 年半年度经营业绩实现稳健增长。公司依托于全国纵横一体化营销与技术服务网络，围绕客户需求不断提升服务能力与客户满意度，重点发展 MRO 解决方案，配套发展数字化工会福利解决方案与营销物料解决方案。自有品牌业务在产品的研发、品质提升、产品情感价值及使用体验等方面持续投入，加大了客户开发和线上线下产品推广力度，加强自营电商经营、品牌传播与客户社交及视觉体验，建立情感型消费链接。</p> <p>二、互动问答环节</p> <p>1. 目前集采行业市场容量和竞争格局如何？</p> <p>答：根据亿邦智库测算，2023 年全国企业物资采购总额约 175.4 万亿元，其中数字化采购额约 17.2 万亿元，渗透率达 9.8%，增速 15.2%。具体到货物采购，主要涉及办公用</p>	

品、MRO 工业品、营销物资、工会福利四大场景。其中，办公用品市场规模约 2 万亿元，MRO 工业品约 8.9 万亿元，营销物资约 2 万亿元，工会福利超 1 万亿元。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。随着客户更加理性、科学规划招标、评标结构规则，行业竞争将较为平稳，整体的竞争格局表现较和谐。

2. 政府线上采购规模如何？

答：亿邦智库调研显示，截至目前国务院国资委监管的 97 家央企中，已经有超过 70 家企业建立了采购商城。政府、军队体系亦自上而下建立了自行采购平台。根据财政部公布数据，2022 年政府集中采购、部门集中采购、分散采购规模分别占全国政府采购规模的 21.9%、7.5%和 70.6%，总集中采购占比已接近 30%。

3. 请公司展望办公物资集采后续的发展空间？

答：一方面，政府出台电子商务、数字商务和数字化采购相关支持政策，为数字化采购的发展提供了有力保障；另一方面，随着数字技术的广泛应用，供应链正逐步实现数字化和智能化，数字化采购作为供应链的重要环节，受益于供应链数字化的推进，采购效率得到了大幅提升，数字化采购渗透率和增速均在不断增长中。

经过前期国家阳光集采政策常态化、持续性的引导和执行，目前集采单位已明显体验到集采带来的成本控制和高效服务等优势，逐步由靠政策驱动开始向内部管理需求自驱驱动集采发展。未来企业客户则会加大集中采购力度，以降低直接成本、管理成本、运营成本，集中采购在市场化企业端更加显著，也会进一步被推进。公司认为未来政府和央企集采速度应该是加快，不会减缓。

4. 如果公司做 MRO 自有品牌，可能会聚焦哪些品类？

答：未来有两个方向可探索：一、聚焦通用性较强、品牌关注度比较低、使用场景风险度较低类物资。二、聚焦某个行业的专用类物资，该类通用性相对比较弱，门槛较高。未来需要根据 MRO 集采进一步发展顺势而为。

5. 公司半年度业绩增长原因有哪些？

答：公司 B2B 业务持续聚焦央企、央管金融机构、政府等优质大客户，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，深挖客户业务需求，公司存量客户与新中标客户储备的订单规模保持稳步增长。

6. 公司 B2B 客户近期中标情况如何，拆开来看，第二季度 B2B 业务整体增速，是新客户的贡献比较大，还是已有客户的新订单的贡献占比较大？

答：公司紧跟数字化集采行业发展步伐，持续优化采购服务体系，凭借数字化技术、商品与交付、产品服务等多方面综合能力，不断获得客户认可，2024 年上半年，公司接连中标和新增中标多个物资采购项目，如南方电网、中国华能、国铁集团、通用技术集

团、兴业银行、中国一重、中粮集团、上海银行等集采项目，包含办公行政物资、MRO 工业品等多个业务板块。储备业务池进一步丰盈，为后续 B2B 集采稳健发展奠定了良好基础。

其中当前 97 家央企中，公司已服务过半客户数。在履约和业务贡献上，已经具有较大体量的存量客户给公司带来业务增长贡献占比较大。公司近期新增中标的客户项目，经过项目对接和运行后，主要产粮将在下半年。

7. 新增中标的客户中，主要供应的是哪一类产品，其中利润率与整体的 B2B 业务相比是什么情况？

答：新增中标的客户中办公物资仍占主要类别，其次为 MRO。有些大客户中标标包包含 MRO 和办公物资，如中国石油、南方电网、中国一重等。南方电网在 6 月份续标，既有通用类的办公物资标包，也有 MRO 工业品标包。

8. MRO 对毛利的正向贡献如何看待，通用物资和长尾物资在 MRO 里面业务情况？

答：MRO 工业品是近年公司着力重点发展的业务，覆盖的 MRO 品类主要有 36 大类，包括焊接设备、刀具磨具、机床、劳保、安防、存储搬运等，现已成为公司的核心业务场景之一。齐心集团已从办公物资采购平台服务商转变成为包括办公物资、MRO、营销物料、员工福利等在内的综合物资集采服务平台，以往积累的基础服务设施和平台能力，已快速复用到 MRO 业务，在 MRO 团队建设上也作了重要资源投入。

公司希望未来 MRO 占比进一步提升，尤其是中高端的 MRO，加强在 MRO 这方面的服务能力、拿单能力，以及后续持续改善的能力。在通用物资和长尾物资这一块，公司目前大部分占比偏高的为通用标品物资，公司将加快建设专业型 MRO 服务能力，逐步进入并向专业型的 MRO 解决方案转型。

9. 行业增长与预期有些许差距，是否是大环境的影响，大环境影响又是怎样的一个状况？

答：据行业研究报告，2023 年我国数字化采购总额约为 17.2 万亿元，同比增长 15.2%，数字化采购渗透率达到 9.8%，数字化采购增速大大高于全国企业物资采购总额的增速。随着渗透率持续提升，降本增效、合规安全效应显现，数字化采购正在从大型央企火车头串联省、市、县级地方政府及国企。

数字化集采是数字经济的一部分，在数字经济大环境和阳光采购政策持续推动下，数字化、电商化、集中化采购已成为中央到地方公共资源交易的主要形式。客户已经从内而外感受到集采带来的便利和高效，企业采购成本的下降是显而易见的。公司认为数字化集采未来肯定是积极向上和持续发展的。今年受整个国内外经济大环境影响，对集采行业也会或多或少有所影响。随着国家整体经济稳健发展和刺激政策的后续发力，数字化物资集采业务将随行业乘势而上，高质发展。

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