

深圳齐心集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-010

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	中信证券肖昊、银华基金陈思远
时间	2025 年 11 月 14 日 17:00-18:00
地点	公司会议室
交流形式	现场交流
上市公司接待人员姓名	公司副总经理、董事会秘书王占君
交流内容及具体问答记录	
一、公司业务介绍 公司主营业务为 B2B 办公物资集采业务，持续聚焦央企、央管金融机构、政府、世界 500 强等优质大客户，其中当前 100 家央企中，已服务超 60 家。基于核心业务场景的客户重叠度情况，公司在深度经营办公行政物资基础上，业务场景强化 MRO 工业品、员工福利等核心业务服务能力，拓展营销物料等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，不断丰富产品品类，打造延展性的综合物资集采服务平台，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。 自有品牌业务方面，公司根据多场景的办公用品、学生文创的消费需求，加强与优质 IP 的深度合作，加强功能型文具的研发，坚持品牌新文具的核心发展方向做深做宽，提升用户使用体验，调整客户结构和利润结构，努力提高经营质量。在产品方面，齐心文创秉承“深耕中国 IP，讲好中国故事”品牌理念，加强了与更多国内新 IP 的合作，将实用文具与阳光、萌趣的情绪价值相结合，打造符合年轻人审美和生活方式的文创产品。 二、互动问答环节 1. 公司近年来的现金分红情况如何？ 答：公司在持续稳健经营，合规治理的同时，积极响应和落实监管部门关于股东回报和市值管理政策、法规指引，在保障公司正常经营和长远发展的前提下，积极与股东共享公司	

经营成果。2023 年度和 2024 年度，公司累计实施现金分红 10,924.08 万元，2025 年半年度再次实施现金分红 4,981.96 万元。

2. 如何有效提升公司集采业务的毛利率？

答：在现有客户结构和业务场景属性下，公司将通过提升自有品牌产品在整个业务中的销售占比、集采规模效应、提升高毛利商品占比等措施不断优化毛利率。公司还将继续加强数字化平台各大业务模块的升级打造与供应链管理，构建适用于多业务场景的 AI 模型，推动电商运营场景的高效匹配与数智化、精准化运营管理，提升订单获取率和优质率，努力提升公司盈利能力。

3. 关税调整是否对公司自有品牌海外业务产生影响？

答：针对近期关税调整带来的外部挑战，公司跨境电商业务受影响相对较小，通过优化定价策略、强化内部供应链管理、缩短产品交付周期等举措，不断提升整体运营效率，增强抵御外部波动的能力。

4. 公司 MRO 目前有哪些客户？

答：公司 MRO 工业品平台已服务多家大型企业客户，如国家电网、南方电网、中国华能、中国华电、中航发、航天科工、国铁集团、华润等企业客户，今年新增中核集团、南水北调、中电科、哈电器、中电子、中国盐业、保利集团等项目。

5. 公司 MRO 业务目前发展情况如何？

答：齐心 MRO 业务全链路数字化运营，聚焦能源电力、轨道交通石油化工、汽车电子等多个垂直行业场景，提供定制 MRO 工业品采购解决方案，从专家驻场、产品寻源、配送交付到现场安装深入参与。

6. 公司现金流储备较好，未来是否有投资并购计划？

答：公司现金流状况良好，为业务发展和战略布局提供了坚实的资金保障。未来，公司在投资方面将以主营业务及产业链上下游为重点，公司会积极关注行业内的投资机会。如有较好标的，公司结合市场情况和公司整体情况进行深入分析，决策将坚持审慎原则。

7. 公司自有品牌业务未来如何发展规划？

答：自有品牌是公司中长期发展规划的基石性业务和重要组成部分，公司根据多场景的办公用品、学生文创的消费需求，坚持品牌新文具的核心发展方向做深做宽，加强与优质 IP 的品牌联名战略合作，聚焦核心品类，持续优化产品结构、客户结构和利润结构。同时，充分利用数字化集采平台渠道优势，逐步提升 B2B 办公集采中的自有品牌产品份额。公司还将加大对高价值学生和办公文具的研发投入，提升自有品牌在消费者端的价值呈现。

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

