

## 深圳齐心集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-007

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	信达证券姜文镗
时间	2026年5月25日 13:40-14:40
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，投资者关系 IR 荣晏雪
<b>交流内容及具体问答记录</b>	
<p><b>一、公司介绍</b></p> <p>公司持续聚焦核心客户、核心业务场景，构建核心竞争力，B2B 办公物资业务实现稳健发展。自有品牌业务适应国内市场消费升级和产品升级，深耕企业客户与个人客户标准化产品和文创产品需求，打造兼具文化内涵与审美价值的国潮文创产品。齐心数字化运营平台是公司集采综合性服务平台，为不同的行业场景客户量身打造数智化、端到端的集采解决方案，高效支撑集采业务与自有品牌业务发展。2025 年度全面推进数智化建设，新增 30 多个 AI 应用场景，累计上线 80+个，业务能力由+AI 逐步上升到 AI+，AI 成为公司业务发展的生产力。</p> <p><b>二、互动交流</b></p> <p><b>1. 公司国内自有品牌渠道如何布局？</b></p> <p><b>答：</b>公司建立了线上线下全渠道融合、数字化深度赋能的立体化销售网络，以提升产品触达终端客户的能力。线上渠道方面涵盖办公物资集采平台、电商平台和直播渠道。特别是在直播领域，公司强化场景式营销，拉近品牌与消费者的距离，建立情感型消费链接。线下与集采渠道包括经销商、商超、专业渠道及定制产品等销售渠道。</p> <p><b>2. 目前集采行业竞争格局怎么样？</b></p> <p><b>答：</b>从国家长效的政策要求和集采大盘运行来看，集采行业格局总体平稳发展，有序竞</p>	

争，并进一步趋于更好。公司集采客户稳定性、续约率较高，从公司中标项目的业务内占比角度来看，公司整体保持较高的占有率。后续逐步提升各客户内占比和营收规模，公司将持续加强核心竞争力打造和服务能力提升，为客户创造更大价值是公司发展的稳定基石。

**3. 公司未来的资金使用规划是怎样的？**

**答：**在资金使用规划方面，除了营销业务运营资金所需，公司将持续加强研发投入，聚焦构建主营业务的技术壁垒和产品竞争力，同时加强团队竞争力打造和长效激励，加强对广大投资者的股东回报。公司坚持谨慎原则和长远规划，持续评估市场发展方向和优质外延拓展资源，推动资金的有效使用与价值投资，努力实现公司稳健、长效、高质量发展。

**4. 公司 IP 文创后续的发展规划具体为？**

**答：**文创产品方面，公司后续仍将持续加大投入。在当前市场环境下，B 端与 C 端客户边界更加清晰，但在文具这一赛道中，除学生及办公人群外，消费群体仍存在较多重叠。针对该类重叠人群，公司积极抓住消费升级机会，通过产品功能性提升、情绪价值表达以及多元化附加价值的打造，推动高价值文具赛道的发展。目前，公司已在 IP 文具方向进行有效的探索，整体销售规模成长较为稳健。公司持续推出具有原创性的高价值文具产品，加大研发投入，以不断提升公司的核心竞争能力。

**5. 公司海外业务后续战略规划为？**

**答：**公司海外业务以欧美市场为战略重心，实施“区域聚焦、渠道深耕”策略。跨境电商业务是公司布局海外市场的核心抓手，依托亚马逊等平台搭建起全球化发展的双轨通道，精准链接海外优质企业客户，深度挖掘跨境商业采购的市场潜力。

**6. 公司自有品牌后续发展规划为？**

**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