

# 深圳齐心集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2026-009

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	中信证券李鑫、肖昊、林镇潘，泾溪投资方彦，润晖投资刘娜，鹏华基金范晶伟，工银瑞信基金袁文韬，盛松投资张永昌，广东博众智能科技投资刘银华，鹏山资产祝培修，福建豪山资产蔡再雄，上海理成资产杨帆，毕盛（上海）投资孙鹏
时间	2026年5月26日 16:00-17:00
地点	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
<b>交流内容及具体问答记录</b>	
<p><b>一、公司经营情况介绍</b></p> <p>公司主营业务为 B2B 办公物资集采业务，围绕办公行政物资、MRO 工业品、员工福利、营销物料等大办公产业链多个场景和领域，为企业级客户提供更优质的一站式采购体验与服务。</p> <p>2025 年度，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，报告期内新增 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>基于战略规划，2026 年，公司将继续秉持数字化转型升级和服务客户的宗旨，持续聚及公司治理等方面的实践与成效，进一步提升信息披露的透明度与规范性。焦优质大客户，聚焦核心业务场景，深入应用大模型和 AIGC 技术于数据治理到售后服务的全生命周期管理</p>	

中，不断完善数字化系统架构和功能，探索新的商业模式和领域，争取以更好的业绩回报投资者的支持。

## 二、互动交流

### 1. 近期大宗原材料价格波动，对公司是否会产生影响？

答：整体来看，公司业务受原材料价格波动影响相对较小。未来，公司也将持续关注大宗商品价格走势，不断增强风险应对能力，保障业务稳定健康发展。

### 2. 公司一季度毛利率水平较好，后续持续性如何？

答：近两年，公司注重产品结构组合的调整，推动整体毛利率改善。公司将持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. 针对国际海外业务后续发展战略为？

答：国际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。

### 4. 关注到公司分红比例较高，请公司展望后续分红规划？

答：2025 年度，公司在持续稳健经营，合规治理的同时，积极响应和落实证监会、深交所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。公司已发布《未来三年（2024-2026 年）股东回报规划》，未来将在兼顾经营发展需求与资金安排的基础上，努力为投资者提供现金分红回报。

### 5. 公司未来两年在 IP 文创业务方面有哪些发展规划？

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。

### 6. 公司 AI 大模型目前发展情况为？

答：公司推出齐心智磐 AI 大模型，覆盖商品寻源与上架、客户点单、订单分配、供应链结算、履约配送等数字化采购环节。在商品管理端，公司平台商城覆盖巨量 SKU 单品数，公司建立 AI 大模型后，可以快速智能识别匹配商品并对商品、价格及相关信息进行产品库的高效管理。同时，还可应用于客户咨询服务、商品智能推荐、以及商品图文内容的智能校

对与纠错等场景，有效提升运营效率，并在一定程度上降低人工成本。

**7. 公司海外跨境电商业务的产品情况为？**

**答：**公司海外业务中的跨境电商产品目前以自有品牌产品为主。公司将根据不同国家和地区的市场需求，持续优化产品结构、丰富产品品类，不断提升海外市场的竞争力与品牌影响力。

**8. 公司 MRO 目前主要服务哪些客户？**

**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。

**9. 公司海外业务发展具体情况为？**

**答：**目前公司海外业务发展较为稳健，公司在现有品牌分销合作业务的基础上，加大跨境电商业务的探索和发展。目前聚焦亚洲、欧美等成熟目标市场，通过亚马逊、沃尔玛等多电商平台实现有效销售。

**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