

证券简称：传智教育

证券代码：003032

江苏传智播客教育科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-012

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 冯重光 郑逸坤；方正证券 谭瑞峤 杨牧笛；招商银行 夏嘉南；华泰资产 吴张爽；招银理财 赵杰；中融汇信期货资管 方美玲；深圳山石基金 林嘉雯；星石投资 董延涛 杨英；中信保诚基金 邹伟；诺安基金 王月；汇信聚盈基金 朱焱；慎知资产 金戈；深圳裕晋投资 邱馨慧；加拿大鲍尔 蔡浩翔；财富聚资产 王迪；湘财基金 赵晨凯；国寿安保 严堃；东兴基金 高坤；广发基金 印培；建信养老 谢天龙；中欧基金 王颖；国寿养老 高媛媛；安信基金 高宇；青骊投资 匡人雷；高维资产 劭雯琼；兴业证券 张彬鸿；平安证券 易永坚；中信建投 魏中泰；国盛证券 李宣霖；广发证券 沈涛；申万宏源 任梦妮
时间	2021年8月18日 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、董事会秘书、财务总监
投资者关系活动主要内容介绍	一、上半年宏观市场 1. 政策落地，分类管理 上半年，党中央、国务院发布《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》和《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》两大教育行业政策。 政策中对于培训机构和学历教育的限制是在义务教育阶段，尤其是学科类培训，辐射到幼儿园和高中。公司主营业务为面向成人的数字化人才培养业务，是一家以就业为导向的实用型职业教育培训机构，主要培养人工智能、大数据、智能制造、软件、

互联网、区块链等数字化专业人才及数据分析、网络营销、新媒体等数字化应用人才，致力于为国家建设现代化经济体系的战略目标培养科技人才。相关政策对公司主营业务不存在重大影响。

针对职业教育，党的十九大报告开始，提出“完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作”，明确职业教育发展方向。2019年初《国家职业教育改革实施方案》发布职教20条，鼓励企业参与职业教育发展。今年4月习近平总书记对职业教育工作作出重要指示，强调“职业教育前途广阔、大有可为”。5月颁布的《实施条例》也再次对于企业参与职业教育发展、参与高等教育办学，明确了通路。在经济发展领域特别提到了大力发展数字经济。

国家鼓励的职业教育是以就业为导向的、能为国家培养更多高素质技术技能人才的教育类型，而传智教育做的正是以就业为导向的技能型人才培养，是受到国家政策呵护的职业教育机构。

2. 疫情反复，趋势向好

今年一季度，北京和河北校区因为疫情反复线下停课转为线上，3月中下旬全面复课；二季度深圳和广州受到小规模疫情反复影响短暂停课转为线上，现已恢复线下教学。当前疫情得到有效控制，同时疫苗的普及降低了疫情复发的概率，恢复报名上课的速度较去年有所提升。

3. 经济复苏，信心传导

今年上半年，经济逐步复苏，招聘需求在扩大，上半年学员的平均就业率表现优异，随着一届一届学生毕业，信心逐步向外传导，将吸引更多学生前来学习就业课程。

二、半年报业绩亮点

1. 扭亏为盈

报告期内，公司收入3.04亿元，同比增长15.21%，归母净利润同比大幅上升184.9%至2612.7万元，扣非净利润为1311.6万元，同比上升128.3%。公司主营的线上线下短训业务板块，收入2.85亿元，同比增长19%。

季度业绩上，第二季度收入1.65亿元，同比增长42.6%，环比上升18.6%，单季度归母净利润同比大幅上升169.1%至1962.8万元，环比上升202%。

对于上半年经营业绩扭亏为盈，同比实现大幅增长，主要是因为宏观市场上，国内疫情防控形势日趋稳定，国内经济延续复苏态势，加之政策对职业教育和数字化人才培养的大力支持，公司短期现场培训业务陆续恢复线下教学。此外，今年上半年公司研发端不停修炼内功，做了新一轮的教研深化改革，研发持续稳定投入3773万元，从董事长、CEO、研究院到区域总监、校长、教学主管都在不断磨课、听课、更新讲课方式、培训讲师，产出了更多好内容和好的教学模式，取得了良好的成效。

2. 成本控制

报告期内，公司在课研方面的投入持续稳定，而营业成本和管理费用皆有所下降，主要是去年下半年开始对于人力成本的优

	<p>化，保留了一只强战斗力的精干团队，减少了冗余成本。另外，销售费用同比下降 21.39%（其中宣传推广费用下降 43.76%），一方面是口碑营销模式的巩固形成，另一方面是新的营销手段初见成效。</p> <p>3. 现金充足</p> <p>截止至报告期末，公司货币资金 7.74 亿元，另有 3.5 亿元交易性金融资产和 8000 万元其他非流动性资产，现金充足。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 8 月 18 日