

证券代码：002599  
份

证券简称：盛通股

北京盛通印刷股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022005

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	开源证券、财通基金管理有限公司
时间	2022年12月6日
地点	北京
上市公司接待人员姓名	盛通股份董事 汤武
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司董事汤武介绍了公司业务的基本情况。</p> <p>主要问题如下：</p> <p>Q1:如何展望明年的出版印刷业务情况？ A1: 公司在党政类、红色书刊方面具有优势，目前行业处于整合阶段，随着行业洗牌，公司订单会不断提高。同时公司北京、上海、天津、河北工厂未来产能进一步释放，印刷业务利润贡献保持提升；包装业务从前年开始逐步走向正轨，未来也会贡献更多利润。</p> <p>Q2:乐博乐博线下单店模型是怎样的？ A2: 以上海为例，上海租金6元/平米，选址面积标准是300平，一般配备10名员工。双减以前，单店现金流回正大约1年多的周期。双减以后对于预售制学费门槛的提升，现金流回正和利润回正保持一致，单店现金流回正需要1年半-2年的周期。</p> <p>Q3:目前大约有多少学员数量？ A3: 目前校均学员数量大约230以上，离饱和还有空间。</p> <p>Q4:为什么校均学员才230个？ A4: 公司并购乐博乐博以后，对赌要求是实现一定的净利润，实现正常的交付就可以实现利润，所以在招生侧放缓，学员数量提不上去。同时学员年龄不断增加，大龄学员自然流失。从去年开始，公司介入门店的管理、进行人员迭代、重新进行KPI考核、提升满班率等，门店的学员数量在明</p>

	<p>年会有所提升。</p> <p>Q5:学员续费的周期? A5: 双减以前按年来报,续费率大约 80%。现在按照季度收费,可能会影响续费率,但是我们相信随着科技教育的普及和市场供给的减少,加之服务质量提高,总体门店学员数量会提升。</p> <p>Q6:课程单价情况? A6: 入门课程一年 40 次课,大约 8000-10000 元。随着学员学习的深入,课程价格也会提升,比如 C++的课程价格比较贵。</p> <p>Q7:目前乐博的门店情况? A7: 直营门店 150 家,加盟 500 多家。</p> <p>Q8:疫情是否对加盟店的运营情况和公司的教具收入有影响? A8: 今年疫情扩散往三四线城市蔓延,而且经济周期波动,也对三四线消费能力有所影响,所以对于公司的教具收入有影响。对加盟店的运营也有影响,但其自身抗风险能力比较强。</p> <p>Q9:直营门店的发展趋势? A9: 直营门店在 2019 年增长到了快 170 家,从去年开始关了十几家,不是因为疫情,而是从内部管理的角度出发,门店质量在提升,但是数量在减少,疫情期间,稳健为主。</p> <p>Q10: 对于未来的开店规划? A10: 会根据外部情况动态判断,希望先整合行业,比如合并其他机构的门店、学员,提高校均学员人数,预计未来超一线城市还有 100 家新增直营门店的机会。</p> <p>Q11: 市场的竞争格局情况? A11: 双减以前,根据多鲸资本《2022 中国素质教育行业研究报告》预测,未来行业市场规模会有 500 亿左右,双减以后市场规模会加速实现。今年二十大对于科教兴国也有了更高层次的建议,相信市场规模会增加。</p> <p>Q12: 预期的行业监管情况? A12: 首先对于金额的限制,以前都是一次收取年度费用,现在只允许收一个季度,会导致当期现金流直接减少 3/4,就无法支撑高运营成本。其次,设置监管账户是在季度收费的情况下再进一步收紧。</p>
--	---

	<p>Q13: 比较好的直营门店的利润水平? A13: 例如北京比较好的直营门店净利润大约 70-150 万元。</p> <p>Q14: 对于明年教育业务的展望? A14: 明年中旬学员可能会快速提升, 公司会积极提高校均学员人数, 明年中下旬考虑会在一线城市进行直营店开店扩张。</p> <p>Q15: 今年直营门店的利润情况? A15: 今年直营门店大部分时间处于动态的停业当中, 直营门店利润是亏损的。</p> <p>Q16: 明年上半年公司的直营门店是否也会倒闭一些? A16: 不会的, 公司的财务状况比较健康, 现金流比较充足。</p> <p>Q17: 是否会寻找机会并购一些机构? A17: 会考虑也有在接触, 暂时没有合适的。</p> <p>Q18: 合同负债为什么近年没有太大增长? A18: 公司陆续执行季度收费, 同时控制人均学员的课时负债规模。</p> <p>Q19: 单学员贡献的收入的变化情况? A19: 收入需要确认课耗才能确认收入, 把负债控制为下降趋势; 现金流的贡献基本持平, 可能略微上升。</p> <p>Q20: 公司的学员人数是否有提升? A20: 2021 年期末的在读学员有 3.3 万, 今年 Q3 有 3.6 万, 有提升。</p> <p>Q21: 学费价格变动情况? A21: 在上市公司 ESG 的要求下, 同时教育也是普惠事业, 公司紧跟国家政策, 目前常规课没有提价准备。</p> <p>Q22: 学员报班的目的? A22: 大部分是兴趣, 有一部分为了科技特长生。</p> <p>Q23: 直营门店的城市分布情况? A23: 基本在超一线及一线城市, 北京 20 多家, 上海 10 多家, 广深 30 多家, 南京 10 来家, 成都 8 家, 济南、宁波、福州也有。</p> <p>Q24: 各地的单店模型差距?</p>
--	--

	<p>A24: 超一线城市的区别不大，运营成本和课时单价都比较匹配。</p> <p>Q25: 目前的资金是否可以支撑后续扩张? A25: 随着课程的正常交付，现金流也会不断增加。此外在政策允许情况下公司也可以通过资本运作增加现金流，足够支持后续扩张。</p> <p>Q26: 非学科机构做定增是否有限制? A26: 目前没有规定对非学科限制</p> <p>Q27: 门店是否都拿到办学许可证? A27: 目前有明确规定的城市都已陆续办理。</p> <p>Q28: 公司的获客模式? A28: 主要通过地推、大众点评的流量投放、家长转介绍、异业合作。</p> <p>Q29: 目前的招生节奏? A29: 开学前后是招生旺季，现在周末上课比较满。</p> <p>Q30: 目前的师生比情况? A30: 情况好的城市大约 1: 43-45，差的城市 1: 30+，理想值是 1: 60+。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 12 月 6 日