

北京盛通印刷股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	东吴证券、国盛证券、华西证券、开源证券、民生证券、东北证券、广发证券、国元证券、华创证券、国海证券、国元证券、国泰君安、东方证券、中泰证券、招商证券、华福证券、金股证券、银叶投资、平安基金、平安资管、方正富邦基金、光大资管、平安银行、国赞基金、天玑投资、健顺投资、赛伯乐投资、乾惕投资、华商基金、启石资管、志开投资、瀚伦基金、泰德圣投资、嘉世基金、贵源投资、卧龙基金、云杉投资、坤易投资、同犇投资、泰康养老、聆泽投资、禾晟源投资、玄元基金、IGWT Investment、圆信永丰基金、富荣基金、金安基金、嘉实基金、国华人寿、玖鹏资管、红方资管、尚诚资管、大成基金、海南新物种基金、工银资管、SOUTHWEST SECURITIES 国君资管、鸿运基金、厚特投资、谦心投资、昆仑健康保险、智子投资、利幄基金、中邮人寿保险锦上私募、红方资管、怀新投资、西部利得、明达资管、观富资管、巽升资管
时间	2023年5月8日10:00-11:00
地点	线上会议
公司接待人员姓名	盛通股份董事汤武 盛通股份副总经理/董事会秘书肖薇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司董秘肖薇介绍公司业务的基本情况： 2022年度公司实现营业收入22.39亿元，同比下降6.91%，实现归母净利润483.51万元，同比下降92.85%。其中，单四季度净利润373.10万元，同比增长231.66%，增速创年度新高。印刷综合服务实现营收18.76亿元，占比83.79%；科技教育服务实现营收3.63亿元，占比16.21%。2023年一季度公司实现营业收入5.96亿元，同比增长16.27%，亏损2438.03万元，同比增长1.75%。</p> <p>2022年公司主业、尤其是科技教育服务受到外部影响无法持续展业，交付受限。但管理层采取多项积极有效措施，提高公司在教研、教学、服务、管理及营销等多方面的在线化能力。其中，旗下教育子公司还分别与诸多业内优秀企业签订了意向合作，涵盖智能机器人、科技校、人</p>

工智能实验室、学前教育装备、校内课后延时服务、智能产品销售等多个领域。公司全年业绩仅小幅下滑，彰显了教育板块经营质量的提升。

2023年一季度，Chat GPT模型引起广泛关注，国家倡导要做好相关AI运用的普及，让青少年能够触达人工智能，激发其兴趣爱好，培育筛选人才。国家对人工智能的支持力度很大，不仅局限于AI技术开发，也包括人工智能相关软件的使用培训和全民科技素养的培育，政策风向利好盛通教育所在的科技教育服务赛道。

23年公司将积极响应AI改革，着手布局人工智能相关课程，持续优化课程体系，提高教学服务交付质量，增强品牌影响力。

Q1 可以简单介绍下教育业务 2022 年和 2023 年一季度的情况吗？包括网点数量和招生情况等？

A1: 2022 年教育板块贡献收入 3.63 亿元，目前直营门店数量约 145 家。

23 年 2 月份校均招生同比 2019 年实现超 270%增长，同比 2022 年 2 月超 40%增长，23 年 3 月同比 19 年超 26%增长，同比 22 年实现 32%增长。在今年 1 月教育板块休假，经营重心转变调整的背景下，2023 年一季度招生实现 5 年来新高，公司经营已进入正常状态，相信随着经营重心调整完成，公司加大资源倾斜后，招生数据会得到更好的展现。

Q2 今年教育板块的经营展望和发展目标？

A2: 公司教育板块的发展首先是符合资金监管的操作指引。今年股份公司会拨款 1 亿元左右，支持监管新规下教育板块的发展。

今年教育板块会加大招生方面的投入，二季度起招生会有较大突破，同时根据行业的变化动态扩张。

Q3 公司对后续的政策怎么看？

A3: 今年一季度，北京上级单位组织了很多会议，传达的精神是支持科技教育普及，做好科技教育的加法，政策风向利好盛通所在的科技教育服务赛道。

Q4 教辅教材和政府期刊的订单情况？

A4: 4 月份是教材印刷的淡季，5-8 月份是教材印刷高峰期。政府图书订单有淡旺季，根据市场情况分大小年。

Q5 公司和头部互联网企业的合作如何落地？

A5: 首先公司的科技教育理念先进，其次公司的教育服务和教育渠道强势，这个是头部企业具有的优势，可以把前

端科技产品做成一个符合 K12 阶段的课程来推广。公司和头部互联网企业的合作包括科技教育的应用端和产品端，研发出的产品和课程会率先推荐给我们的学员用户和机构客户。

Q6 请问公司是否有通过云计算、大数据、人工智能等数字化技术与企业业务深度融合，落地实施数字化应用场景？

A6: 公司已经具备人工智能的落地课程，一方面，教育的研发投入每年增长，以乐博为例，教研投入每年都在 1000 万以上，并持续增长；另一方面，人工智能课程的收入贡献是逐年上升。2021 年人工智能课程的学员有 6000 多人，2022 年上升至 7000 多人，报读人工智能的学员占总学籍学员比例近 20%，且处于上升趋势，公司将会加大在人工智能教研方面的投入且会加大人工智能的营销投放。

Q7 请问公司旗下乐博乐博有哪些科学类课程？

A7: 乐博乐博拥有完整的科技教育课程体系，年龄段从 3-18 岁，涵盖 AI 编程、人工智能、元宇宙等诸多领域。通过普人工智能、机器人等前沿科技，做好科技加法在教育领域的工作，带领青少年触及前沿科学技术做实践探究，做好科技应用的普及，为社会提供高质量的青少年科技教育服务，也为国家培养更多的科技创新后备人才。

Q8 据贵司 22 年年报显示，未来公司将“积极响应 AI 改革，着手布局人工智能相关课程”请回复目前公司有哪些相关的课程和规划？

A8: 公司旗下课程主要包括积木、单片机和人工智能类课程，其中人工智能分为启蒙课程和应用课程，启蒙课程包括编程语言的学习，应用课程包括 AI 绘画、AI 视频等。人工智能课程的收入占比逐年增多，未来人工智能的研发投入也会逐步增加。

Q9 如何保持教育板块的领先优势并持续扩大市场份额？公司的竞争优势和壁垒是什么？

A9: 双减落地后，公司的竞争优势和竞争壁垒愈发明显。首先是房租、师资等方面有硬性要求，其它玩家很难达到。另外，资金监管加强行业预收款由年度改为季度，资金监管和合规性的要求提升，行业进入壁垒提高，清退了许多资金、技术和客户粘性较低的玩家；公司可以通过上市公司平台使用多种融资手段，另外，出版印刷主业能够提供稳定的现金流抵御风险。最重要的是公司拥有教育全产业链的布局，各品牌能够实现优势互补，相互导流。这是其他竞品难以实现的布局，同时公司也在课程研发、新科技

	<p>产品的引入、进校业务与硬件交付上加大投入，使得公司更具优势。</p> <p>Q10 主营业务与去年相比有什么变化？今年Q1的情况怎么样？</p> <p>A10：公司直营门店基本在北、上、广、深等大城市，去年受到的冲击比较大，今年随着经济修复，一季度的招生情况创近五年新高。过去两年，教育业务目标是生存，现在的经营方向调整为求发展、谋招生。我们对今年的招生展望很乐观，而且学员人数的快速增长对之后的业绩贡献也会很大。</p> <p>Q11 教育板块未来开店计划？加盟和直营的占比指引？区域开店策略？</p> <p>A11：目前直营门店145家，加盟门店数量500家左右。直营门店主要分布在一线及省会城市，未来直营门店将在一线城市继续扩张，二线做旗舰标准模型门店，三四线更多做加盟门店。</p> <p>随着监管趋严，行业壁垒逐渐提升，经营质量较差的公司在逐步出清，优质店铺会空出来。下半年在行业政策落地后，我们会根据北、上、广、深的门店出清情况，开始拓展直营店。</p> <p>Q12 公司现金流情况？</p> <p>A12：公司目前现金储备充足，2022 年年度经营活动产生的现金流量净额为 2.49 亿元，同比增长135.69%。整体负债合理，2023 年传统板块能够贡献的稳定现金流，叠加线下门店复苏，教育板块预计也能提供正向现金流，整体结构健康。</p>
附件清单	无
日期	2023年5月8日