

北京盛通印刷股份有限公司投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>长江证券、歌汝基金、北海棣增基金、嘉实基金、海富通基金、国寿养老、平安证券、弘毅远方基金、韶夏投资、久盈基金、华宝基金、贤盛投资、泰康养老保险、睿银投资、农银汇理、复胜资管、鸿盛基金、金鹰基金、煜德投资、玖鹏资管、华夏财富、尚雅投资、泰康资管</p>
<p>时间</p>	<p>2023年5月15日</p>
<p>地点</p>	<p>线上会议</p>
<p>公司接待人员姓名</p>	<p>盛通股份董事汤武 盛通股份副总经理/董事会秘书肖薇</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>公司董秘肖薇介绍公司业务的基本情况： 1、公司基本情况 公司有两大业务：综合印刷和科技教育，科技教育覆盖年龄段为 3-18 岁，主要课程有智能机器人、科技入校、人工智能实验室、学前教育装备、校内课后延时服务、智能产品销售等。公司 2022 年度实现营业收入 22.39 亿元，2023 年 Q1 实现 5.96 亿，同比+16.27%，归母净利润为-0.24 亿元，同比+1.75%。 2、科技教育赛道变化 供给端出清，客户端需求增强。 供给端：去年 12 月，教育部联合 13 个部门出台了非学科的规范意见，此意见有几个重要的规范要求：1) 全国各地的非学科教育培训门店需要取得办学许可证；2) 预收费模式由原来的年度收费变成了季度收费，且不超过 3 个月，不超过 5000 元。此规定会提升行业竞争者的门槛，要求今年 6 月 30 号全面实施，这将显著提升行业壁垒。 客户端：国家倡导做科技教育的加法，包括人工智能相关软件的使用培训和全民科技素养的培养。人工智能、AI 运用等泛科技类产品普及，是时代发展的趋势，科技发展及运用的浪潮对用户的影响会有利用科技用户的提升，直接影响报读科技类型教育产品用户数据的增加，增加公司科技教育课程产品的收入。 2023 年公司积极响应 AI 布局，已着手布局相关人工智能课程，并会持续优化课程体系，遵守教育部等主管部门的合</p>

规要求，持续投入资源以支持公司的合规业务。

Q1: 教育业务方面，2022年下半年及2023年Q1的招生趋势如何？今年招生指引如何？

A1: 因为2022年疫情，教培机构是特殊环境下第一个停业，最后一个复工的，2022年Q4招生不太好，没法做参考意见。2023年1月春节放假和疫情高峰无招生，Q1实现招生人数同比2019-2022年是最高。

从目前看，合规化的压力逐渐往下传递，因为政策时间很明确，上市公司需要率先执行合规要求，季度收费和资金监管对现金流的压力很大，而作为上市公司集团平台，今年公司集团会批一定资金来支持教育发展，缓解监管和合规化的资金压力，以及人员编制的补齐需求。这个问题解决后，23年招生指引比较乐观。

Q2: 编程及益智类教育方面，国内教育机构的竞争格局如何呢？

A2: 目前行业供给侧处于出清状态，小机构目前对公司不构成竞争压力，因为其没有扩张逻辑，之前培训机构扩张是靠融资或学员预收款，但目前两条路径因为预付款的原因逻辑不顺，未来会改善头部竞争格局。

Q3: 公司的竞争优势在哪里？

A3: 1) 监管层面：不论是非学科的科技类赛道还是艺术、体育，整个教育机构都需要持办学许可证经营，获证就一定要合规化，要符合资金监管及技术收费标准，因为资金压力很大，尤其是一线城市北上广深，运营成本高，前期现金流压力大，所以未来大体量的机构会很少，或者可能就没有了。从目前来说，随着合规和监管的推行，政策方面的竞争压力愈发明显。

2) 课程体系：2019年公司就和大疆等公司合作开发科技类产品，头部大厂之所以愿意和公司合作，是由于公司的品牌优势和大体量的用户数据优势，这一点在未来竞争格局下将愈发明显。

3) 目前ChatGPT和AI运用得到普及，公司也上线了相关应用，在开发模型过程中发现了核心竞争力及行业壁垒。开发大模型是需要训练更多的用户数据、课程体系和教研体系，这不是小机构具备的，随着AI或科技产品的更新迭代，培训机构所交付产品的研发能力会越来越高，导致公司的竞争优势愈发明显。

Q4: 公司目前有哪些和AI相关的课程，学员人数、价格如何？

A4: 公司常规课程体系四大类: 颗粒积木(低年龄段课程)、单片机、人工智能、C++课程。

人工智能**课程体系**分为启蒙和应用线条,这也符合教育部和相关单位的规定:做好人工智能的启蒙和应用工具的普及。1) 启蒙课程主要是依托python语言做带硬件(EP机器人编程、无人机编程、AI机器狗编程等)和非硬件的课程开发;2) 算法和应用端的课程包括AI绘画、AI视频、AI3D、数据分析、openCV的计算机视觉分析等。

从以往数据看, AI课程**学员**占总在籍学员的比例逐年提升,最近一批已超 20%。

课程开发:目前公司要把各种投放资源转化到AI,要从资源上做投入;其次,从课程开发的角度看,公司也开始介入各个细分领域。公司利用细分领域的通用模型,例如绘画、视频等,开发相关课程,同时和高校合作开发通用大模型,以便后期投入数据开发自己的模型。

未来收入贡献:公司相信AI会带来相关客户的增长,比例肯定会越来越高。

Q5: 公司的教辅教材和政府期刊的订单情况如何

A5: 印刷业务中,每年大概印刷 8 亿册图书,分为 5 大类产品:1) 教材类,如外研社、北师大、高教社、人卫社及民营教辅书商等;2) 期刊杂志类,如瞭望东方、瞭望、南风窗、读者、半月谈;3) 主题图书类,以中宣部、中央党校为主,例如治国理政、两会解读;4) 畅销类,中信出版社、人民文学出版社,京东淘宝可购;5) 儿童绘本类。覆盖了市场上 300 多家大型出版社和杂志社。

Q6: 自动化赋能的生产解决了原材料采购和配送的困难,体现在哪里?

A6: 自动化工厂很早就有投入,2017 年公司自己研发了出版服务云平台,获得中国印刷技术协会评定的科技进步奖。1.0、2.0 版本解决了生产端的印刷订单和供应端的信息共联,将生产和物流配送点进行物理连接。

公司下一步是要解决工厂端和用户端的信息的互联互通,比如订单在工厂印制到什么程度,到了机器还是成品库,用户可以在应用端清晰的看到。此外,在生产车间配备了很多智能化的设备,提高生产的效率,减少人工。

Q7: GPT 的助手和夏令营能进行介绍吗? 夏令营的课程与之前有什么不同?

A7: 这个课程是刚推出的,目前数据还在更新和统计之中,开班是 7 月左右;时间为 7 天左右。预招生 7 月份是两批,8 月份是两批,大概是四期的活动。

课程结合 ChatGPT 和 AI 的应用,与以往是有所区别的。

	<p>这次课程是教会孩子用 AI 的方式做自己的数字人，帮孩子去申请软件著作权。夏令营每一年都会开，但是每年的课程和内容是不一样的，这是科技迭代后对教培机构研发能力提升的要求。</p> <p>Q8: 与高校合作的通用大模型能详细介绍吗？提供什么数据类型？合作模式是什么？</p> <p>A8: 目前公司正在研发相关的通用大模型，从开发角度来讲，还需要上线数据分析系统，公司在整理自己的相关数据，包括课件、教案、授课视频以及相关知识资料。对于直营机构来讲，要有足够多的用户数据和足够多的教案教研能力和课程开发能力。以后通用大模型都是细分领域的模型，相关领域需要投入这个领域相关的用户数据和课程及资料。</p> <p>Q9: 开店的指引？</p> <p>A9: 看几个方面情况：1) 招生的进展；2) 行业处在大规模的出清阶段；3) 等监管措施的落地。公司是动态开店，保证经营的稳定性。公司想先让现有门店接近饱和状态后，再拓店。</p> <p>Q10: 老师的规模？</p> <p>A10: 目前的师生比接近 1:45-1:50 区间</p>
附件清单	无
日期	2023年5月15日