

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>东吴证券、东方证券、融通基金、信达澳亚、长城基金、平安基金、南方基金、大成基金、景顺长城、华泰资产、安信基金、创金合信、东方阿尔法、博时基金、宝盈基金、中银基金、申万菱信、前海联合</p>
<p>时间</p>	<p>2023年5月16日-19日</p>
<p>地点</p>	<p>线下会议室</p>
<p>公司接待人员姓名</p>	<p>盛通股份董事汤武</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>公司董事汤武介绍公司业务的基本情况</p> <p>1、科技教育行业变化 2022年12月,教育部联合13个部门出台了非学科教育的规范意见,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。监管趋严提升行业进入门槛,这将显著提升行业壁垒。首先,公司具备领先的合规意识;其次,能够凭借上市公司的平台和资金优势,贯彻执行教育部的规范要求。在本轮行业出清中,公司竞争优势在不断强化。目前,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。公立学校在加码人工智能课程,浙江省的学校已经开设人工智能课程。</p> <p>2、公司科技教育业务最新进展 2023年1月春节放假和疫情高峰无招生,但Q1实现招生人数同比2019-2022年是最高。 2019年公司已着手布局人工智能课程,未来将持续优化课程体系。 合规化压力逐渐向下传递,作为上市公司集团平台,今年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,并补齐人员配置。总的来说,23年招生指引比较乐观。</p> <p>Q1 公司开发大模型应用对公司能起到什么样的效果? A1: 首先是有助于课程开发,例如把C++、python等复杂课程开发成低年龄段能接受的启蒙课程;第二,有助于招</p>

生，大模型替代原有网页端的人工智能，更加智能化，提高招生的交互效果；第三，缩短课程交付周期，一个月上课三到四次变为一个月上课五次。因为大模型能够提升线上交付效果，实现学员在家学习，进而加速消课，提高门店模型上限。第四，能够赋能加盟商，提升加盟商的依赖度，进而提高加盟收入，第五，随着科技、人工智能相关应用普及，用户的认知度提高，未来课程将会是行业竞争的核心壁垒。

Q2 公司有哪些 AI 课程？可以分享大模型应用布局的进展吗？

A2: 2019 年，公司就布局了人工智能课程，课程体系分为启蒙和应用线条，这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，目前占比已超 20%。

目前公司正在和高校合力研发相关的通用大模型，绘画、视频等细分领域都会接相应的大模型。大模型的接入能够提高教学效率和报班转化率，公司会持续推进大模型的投入。

目前公司正在积极推动相关应用的开发。

Q3 我们和头部科技企业的合作如何落地？

A3: 头部科技企业一直在和我们合作开发过课程、硬件等，通过我们的渠道、门店和学员把前端科技产品做成符合 K12 阶段的课程来落地推广。

Q4 可以介绍下数字人业务吗？

A4: 公司数字人助手可以解决课耗和交付场景问题，小朋友有时候注意力不够集中，数字人助手可以加强学习场景的集中度。我们一直在优化 AI 助手，但线下的互动交付还是非常重要。

另外，盛通旗下乐博乐博有 145 家直营店，500 家左右加盟店，是全国头部科技类课程培训机构，也是很大的数据池，我们的 AI 助手可以在各门店实现复用，进而提升效率。

Q5 政策对于科技教育的态度？

A5: 政策方面，科教兴国是国家层面的战略。今年年初国家提到“做好科技教育的加法”，一直是支持鼓励的。

Q6 学生的学习周期？

	<p>A6: 在读周期一般在 4 年左右，黏性较高。</p> <p>Q7 目前线下门店的续费率情况? A7: 80%左右。</p> <p>Q8 公司的竞争优势体现在哪里? A8: 1) 监管层面: 所有非学科的教育机构都需要持办学许可证经营, 获证就一定要合规化, 要符合资金监管以及季度收费标准, 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。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 3) 目前Chat GPT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要求会越来越高, 导致公司的竞争优势愈发明显。</p>
附件清单	无
日期	2023年5月16日-19日