

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	民生证券、国海证券、中信建投、财通证券、华夏基金、汇添富基金、景顺长城、恒越基金、彤源投资、东方自营、泰康基金、中信资管、相聚资本
时间	2023年10月31日
地点	公司、线上电话会
公司接待人员姓名	盛通股份董秘肖薇 乐博乐博负责人周炜
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</p> <p>2023 年三季度公司实现营业收入 17.98 亿元，同比增加 6.21%，实现归母净利润-2231 万元，同比下降 2120.78%。单三季度收入 6.33 亿元，同比下降 6.85%，环比增长 11.32%，实现归母净利润 890 万元，同比下降 73.85%，环比增长 230.30%。其中，印刷综合服务前三季度实现收入 14.8 亿元，同比增长 4.52%，第三季度净利润 884.16 万元，环比增长 15.48%；科技教育服务前三季度实现收入 3.1 亿元，同比增长 15.11%，第三季度净利润扭亏 5.98 万元，同比 100.6%，环比增长 100.4%。</p> <p>教育板块边际改善，其中三季度招生情况：单月同比前三年创新高。报告期内，公司与腾讯合作的人工智能平台已有2000多学员报名，累计收入达400万元。</p> <p>行业变化如下：</p> <p>1) 政策端：近期教育部提出，应加强新时代中小学科学教育工作，要求各地各部门要进一步聚焦教育教学全过程，推动课程建设、教学改革、师资培养等环节质量全面提升，强化家校社协同育人，构建科学教育新体系，10月20日，教育部召开全国中小学科学教育工作部署推进会。</p> <p>2) 需求端：随着AI普及，STEAM教育全球市场规模持续快速增长，Meet Intelligence预测2026年全球市场规模将超</p>

过200亿美元，2023-2026年GARG达16.96%。今年以来，家长们对编程的认知度在不断提升，叠加北京中考改革、上海校内科技教育课程的推广，整个学习氛围逐渐增厚。

3) 供给端：供给出清持续演绎，10月15日起，《校外培训行政处罚暂行办法》（下称《办法》）正式施行，有一家舞蹈类培训机构（天鹅湖畔少儿芭蕾），15号出新规，14号晚上关门。今年以来艺术、体育、英语、早教类机构跑路和倒闭频发，伴随着监管不断收紧，良莠不齐的校外培训机构将进一步得以规范，利好盛通旗下的乐博乐博，乐博已在6月份就严格贯彻执行监管要求。

Q1 全国有更多省份把编程教育纳入中小学必选课程，公司和公办学校合作的业务进展？

A1：公司直营To C业务占比60%以上，To B业务包括加盟业务和与外部机构合作。今年以来，公司开展了与青少年宫、科技馆的广泛合作，进展顺利。

Q2 中鸣机器人的推进方案？是否与华为合作？

A2：中鸣机器人的业务推进，一方面是内部教具教材的推广，另一方面是To B进校、组织活动等。近三年始终保持盈利，毛利率在45%-50%。

中鸣公司基于华为鸿蒙系统自主开发了一个控制器，操作系统已经上线。

Q3 单班班容是多少？预计未来修复到什么水平？

A3：目前校均单班是250人的班容。7-9月，公司新招人数分别是1500、1115、1800人，较前2年同期有所提升。今年公司的经营思路更加侧重优化整合，提升单店健康度以实现未来更好的成长性。根据公司财务模型，若单店店均人数达到300人，单店可以实现盈利50-100万。

Q4 政策监管进一步收紧，对公司教育业务的影响？

A4：政策对公司的影响主要是现金流。教育培训行业主要通过预收来实现日常经营和扩张。政策出台后，季度收费对现金流会造成较大压力。同时，因为一次交费变少，客户的更换成本变低，客户粘性变弱，这对老师的教学质量、客户服务满意度提出了更高的要求。但从另一方面，政策规范化有利于出清不规范的小型机构，对行业头部企业是长期利好的。

Q5 公司门店扩展的规划？及直营、加盟店的侧重？

A5：公司目前主要重点是优化单店模型，先达到上述公司规划的单店经营目标。现在公司布局20个直营城市，直营

门店不到140家，直营和加盟店合计500-600家。公司千店计划是不变的，即直营+加盟店突破1000家的规模。预计2024年接近或实现这个目标，加盟店增长会更多一些，直营店在保证店面经营健康度的条件下稳步增长扩店。

Q6 公司教育业务未来的发展模式？

A6：目前公司教育业务修复良好，学员人数已经恢复到2019年状态。从财务角度，公司合同负债数据向好，从2020年2.8亿下降到2亿，有利于公司在政策收紧的情况下把控风险。推广方面，公司通过地推、线上（大众点评、抖音等）、进校、与少年宫及团中央合作等多种形式增加推广的力度。未来，公司仍将以直营To C为主，To B和To G协同发展。

Q7 公司元宇宙课程都有哪些？亮点有哪些？

A7：公司元宇宙课程针对7-10岁年龄段孩子设计，含有试听、基础课、主题课三种类型，主题课包括智慧城市、太空时代、星际探险，课程难度逐级提升。第一节课以体验虚拟世界和三维软件学习为主，中间的课程以两到三节课一个小主题通过VR眼镜的方式沉浸呈现最终作品效果。最后几节课加入多人实时在线交互的功能。

我们的元宇宙课程优势在于：1、通过3D编程+VR+AI的技术手段，可以有效提高学生的学习兴趣与主观能动性；2、元宇宙课程采用自由创造与搭建的模式，有利于最大限度激发学员的想象力和创造力；3、课程是多人实时在线互动和多人协同编辑的模式，可以提高学生的课堂体验。

此外，我们还有AI创作营的活动，比如AI助手、AI绘画和AI数字人。这类活动也很受欢迎。

Q8 公司传统印刷业务影响业绩的因素？以及 Q4 及明年的展望？

A8：印刷业务受纸张原材料采购成本增加影响，导致收入上升，利润及毛利下降。其次，受内部订单结构变化影响，毛利率较去年同期有所下降。但从库存、周转率等财务数据来看，印刷业务的健康度仍然是向好的，企业运营效率有所提升。

Q9 公司印刷业务前三季度各类业务的比例？以及未来预判？

A9：今年印刷业务的结构有所变化。期刊杂志板块，有较大幅度的增长；主题图书板块，今年相较有所下降。公司会根据各板块订单情况，通过互补尽量保持订单平衡及稳

	定增长。今年，同行业公司做外单实现了较好的增长，公司也在着手这项业务为未来铺垫。
附件清单	无
日期	2023年10月31日