

江苏传智播客教育科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-010

投资者关系 活动类别	<div>☐特定对象调研</div> <div>☐分析师会议</div> <div>☐媒体采访</div> <div>☐业绩说明会</div> <div>☐新闻发布会</div> <div>☒路演活动</div> <div>☐现场参观</div> <div>☐其他 （请文字说明其他活动内容）</div>
---------------	---

	2026 年 10 月 29 日（星期四）14:00-15:00 2026 年 10 月 29 日（星期四）15:00-16:00 2026 年 10 月 29 日（星期四）16:00-17:00
地点与形式	线上会议
上市公司 接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：陈碧琳女士 证券事务代表：逢建毅先生 投资者关系经理：徐江南女士
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>根据公司《2026 年第三季度报告》及其他公开资料介绍公司经营情况。</p> <p>1.能否分析一下公司三季报收入和利润变动背后原因？</p> <p>答:公司 2026 年三季度实现营业收入 4.34 亿元，同比增长 61.40%，环比增长 11.32%；实现归母净利润 7,769 万元，同比增长 1,012.67%，环比增长 31.31%；实现扣非后归母净利润 6,707 万元，同比增长 591.90%，环比增长 41.45%。收入端增长，主要系本期 AI 开发与应用职业培训学员报名人数增加及学历教育在校学生人数增加所致。利润端增速显著高于营收增速，主要得益于规模效应释放及经营杠杆发挥作用。三季度末，公司合同负债为 2.32 亿元，较期初增长 46.58%，主要系本期学员报名人数增加预收培训费增加所致。整体而言，公司基本面呈现回暖态势，核心得益于公司全面向 AI 课程体系转型的战略成效，以及“职业培训+学历教育”双轨发展模式的持续深化。</p> <p>2.现在公司主要面对哪些竞争对手？</p> <p>答:AI 职业培训市场目前还处于发展初期的蓝海阶段，实力雄厚、能够持续投入资源开发最新技术相关课程的全国性机构较少。AI 技术变革的浪潮叠加宏观经济与就业形势的复杂背景，催生了多元的 AI 职业培训需求，使得潜在市场体量不断扩张，甚至吸引了大量 OPC、教育机构跨界</p>

	<p>入局。但同时赛道竞争格局有待进一步规范，教研能力薄弱、课程更新滞后的传统培训机构难以长远发展。面对这一机遇与挑战，公司根植于“课好、老师好、就业好”的品牌声誉，经历了多轮技术迭代周期与经济波动周期，目前已成功实现了向 AI 职业培训机构的战略转型与业绩复苏。</p> <p>若更多竞争者进入该行业，或将冲击公司的市场份额，直接影响公司的经营业绩和盈利能力。敬请广大投资者注意交易风险，审慎决策、理性投资。</p> <p>3.公司目前短训业务产能利用率如何？</p> <p>答:公司短训业务分为线上和线下两种教学模式。线下“黑马程序员”品牌在全国一、二线城市共布局 14 个直营校区，整体采取轻资产运营模式，可根据各地招生情况动态灵活调整校区布局与扩张节奏。讲师与教研团队采用标准化教学流程，具备较强的弹性调配能力，师资并非产能瓶颈。线上课程依托“博学谷”平台，学习周期更灵活、课程品类更丰富，边际成本更低，可快速承接规模化招生需求，产能端的扩充具备充足弹性。</p> <p>4.公司如何保证课程更新速度与技术进步相匹配？学生能否适应持续的技术更新？</p> <p>答:为配合 AI 技术的快速迭代，公司全面强化了讲师与教研人员的持续学习机制及研发能力考核。公司与产业端头部公司、专业院校保持紧密合作，将最新技术框架融入课堂，构建“基础理论+前沿技术+项目实战”的三层课程体系。依托公司研究院体系，教研人员持续对产业前沿技术深入研究，也在实际授课教学中获取反馈，以周为频次更新改善课程内容，从而为学生提供高质量、高回报的课程。课程不仅教授具体工具使用，更注重培养编程基础、业务理解、AI 应用和工程化落地能力等，使学员在技术持续迭代中具备较强的可迁移能力和自主学习能力。公司力</p>
--	--

	<p>争率先构建起适应 AI 时代的人才培养体系,在下一轮行业竞争中占据先机。</p> <p>公司从事的 AI 人才职业培训所处的细分市场目前尚处于发展初期阶段,未来长期的发展前景和盈利能力存在不确定性。敬请广大投资者注意交易风险,审慎决策、理性投资。</p> <p>5.公司短训在营销获客方面采取了哪些手段?</p> <p>答:公司短训业务的营销渠道主要包括口碑营销、高校合作营销及新媒体网络矩阵等。在口碑营销方面,公司主要客户来源于老用户的口碑推荐,获客成本最低。通过学员亲身体验、全生命周期培训服务以及高质量的就业成果输出,公司打造了行业内独具特色的口碑营销体系。该渠道不仅客户信任度高、粘性强,更有效优化了公司的综合获客成本。在高校合作方面,公司通过师资培训、就业实训、教材出版、专业共建及校企合作等多元化形式,持续拓宽获客渠道。在新媒体网络端,公司各子品牌及业务线已构建起立体的线上营销矩阵,实现品牌曝光与生源引流的双向增长。一方面,公司在 B 站、小红书、抖音、美团等主流内容社交平台深耕布局,凭借优质的内容生态实现了出色的品牌声量与精准获客;另一方面,积极拓展本地生活服务平台,通过线上团购体验课等形式,有效打通了线上流量向线下校区转化的闭环。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次投资者交流活动未涉及公司未公开披露的重大信息。
日期	2026 年 10 月 29 日