

北京盛通印刷股份有限公司

2019年度董事会工作报告

一、公司经营情况回顾

报告期内，公司坚持打造教育、出版文化综合服务生态圈的发展战略，做强出版综合服务业务，做大素质教育业务。2019年，公司经营指标表现稳健。报告期内，公司实现营业总收入195,268.97万元，同比增长5.87%；归属于上市公司股东的净利润为14,131.43万元，同比增长13.82%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润12,650.88万元，同比增长41.31%。

报告期内，公司出版综合服务业务不断提升效率、提高品质，经营管理水平取得了长足进步。公司作为出版物印刷领域的领先企业，积极搭建和构造“出版服务云平台”，利用数字化技术进行统一生产调度和质量监控，进行标准化生产，简化图书生产流程，降低生产成本。公司出版综合服务业务在“数字化、绿色化、标准化、智能化”的发展道路上走的更加坚实。

报告期内，公司加大对素质教育业务的投入和整合力度，夯实管理基础，推动业务升级。乐博乐博推出3.0业务升级，开启“千店计划”，成立乐博商学院，搭建在线教学平台，初步构建起OMO的教学模式。

二、报告期内董事会日常工作情况

1. 董事会、股东大会会议召开情况

报告期内，公司董事会共召开十次会议，会议召集与召开程序、出席会议人员的资格、会议表决程序、表决结果和决议内容均符合法律法规，规范性文件和《公司章程》的规定。公司董事会全体董事勤勉尽责，认真履行《公司法》、《证券法》等法律法规和《公司章程》赋予的职责，严格执行股东大会各项决议，持续提高公司治理水平，促进了公司各项业务的发展，为公司科学决策和董事会规范运作做了大量的工作。

报告期内，公司董事会审计委员会共召开4次会议，董事会薪酬与考核委员会召开3次会议，董事会提名委员会召开1次会议。董事会各专门委员会的专业优势和职能作用得到进一步充分发挥。

报告期内，公司董事会召集并组织了3次股东大会会议，均采用了现场与网络投票相结合的方式，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，相关议案还对中小投资者的表决单独计票，切实保障中小投资者的参与权和监督权。

2. 公司法人治理情况

报告期内，公司严格按照《公司法》、《证券法》和《深圳证券交易所股票上市规则》等证监会、深交所关于公司治理的规范性文件要求，从实现公司发展战略目标、维护全体股东利益出发，开展全面内控规范管理工作，加强制度建设，强化内部管理，规范信息披露，完善法人治理结构。公司治理与《公司法》和中国证监会相关规定的要求不存在差异。公司按照中国证监会发布的上市公司治理的规范性文件，形成了合法合规且符合公司实际运行所需的制度体系。截至报告期末，公司治理的实际运作情况与证监会、深圳证券交易所上市公司治理规范性文件基本相符，不存在尚未解决的治理问题。

3. 公司内部控制的自我评价

公司已根据内部控制基本规范、评价指引及其他相关法律法规的要求，对公司报告期内的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价。

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷、重要缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷、重要缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

4. 投资者关系管理

报告期内，公司通过实地调研接待、深圳证券交易所互动易平台、公司董事会电话在内的多种形式，加强与投资者特别是社会公众投资者的沟通和交流，解答社会公众投资者关心的问题，切实保障投资者的知情权。

5. 信息披露和内幕信息管理

报告期内，公司董事会严格执行《重大信息内部报告制度》、《内部信息保密制度》、《信息披露管理制度》、《内幕信息知情人登记和报备制度》等规章制度及相关法律法规的规定，披露了各类定期报告和临时公告；依法登记和报备内幕信息知情人，全体董事、监事和高级管理人员及其他相关知情人员能够在定期报告未对外披露的窗口期、敏感期，严格执行保密义务，公司未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形，圆满完成了2019年度的信息披露和内幕信息管理工作。

三、董事会2020年工作计划

（一）出版综合服务业务

公司坚持以客户为中心，提供一体化的出版服务综合服务解决方案，并不断通过出版服务云平台的持续信息化构建、精细化管理、科学的生产调度、高效的生产运营等手段，坚持绿色、创新的发展理念，推动公司稳定的发展。

1、加快出版服务云平台的投入，根据公司出版服务综合服务的运营管理特点，加快 APS、MES、SCM、CRM 等功能性模块落实，打通公司数据，外部实现业务流、物流、信息流在产供销三方产业链内的信息贯通，内部通过信息化及设备智能化，各工厂实现产能共享联动生产满足客户需求，改善以往各环节单独作业，生产过程中通过自动化、标准化提高生产效率及服务能力；

2、发挥产能布局优势，提升生产过程中标准化产品产能投入比例，加快自动化生产方案落实，推进生产产能融入客户供应链，持续开发符合标准化产能的产品，将被动加工转向主动提升标准化产品生产，持续改善现有产能，提高生产稳定输出及生产效率，提升在制品等存货周转率，持续提高公司的运营效率；

3、秉承以客为尊、质量第一的客户观，始终以匠人精神做好产品，坚持以匠心做好服务，培养打造专业高效的核心运营团队，完成专业技能人才的哺育，培养一流的技术团队及运营管理各类人才，实现公司管理的高效协作；

4、积极应对疫情的影响，加强客户沟通，与团队建立共识，共渡难关，提质增效，打好基础，以创新的思维应对疫情带来的短期影响，积极把握好疫情下的市场需求，最大限度减少疫情对公司经营发展带来的影响。

（二）教育培训业务

1、积极战“疫”，提前实现课程体系 4.0 升级

面对 2020 年开年的重大疫情，团队积极应对，从大年初一即开始准备线上课程和对教师的线上培训，为疫情期间所有校区采用线上教学系统进行授课打下了良好的基础。在 3.0 课程体系的基础上，增加了面向学龄前孩子的 ScratchJr 图形化编程课程，面向学龄学生的 Scratch 图形化编程课程、Python 和 C++ 代码编程课程，并进一步优化人工智能课程体系，形成了支持 3-16 岁孩子的完整机器人编程 4.0 课程体系，走在了行业前列。充足的准备保障了学员的学习进度，得到了家长的肯定和好评。

2、OMO 平台运营模式落地，积极推进千店计划

2020 年在 OMO 新平台运营场景下，公司依托线下门店积累的客户资源及市场影响力，打破传统单一获客模式，门店招生与网络平台招生同步推进，形成线上线下获客场景的新客户双向导流，全国门店双向招生一体化成型。实现学员信息，学员课程内容线上线下同步，同时完善服务质量，促进了在校、在线学员人数的增加。强大的平台支持和良好的服务质量，增加了客户对 OMO 品牌战略升级认知，提升了品牌认可度和在整个行业的影响了，非常有力地支持了千店计划的推进，加快了店面布局。

3、进一步提升赛事盈利规模和等级测评体系市场占有率

公司在 2019 年基础上计划进一步提升已有 10 余个国内外知名青少年机器人赛事盈利能力，为更多学员提供更多学以致用和检验学习成果的平台和机会。公司还将持续深耕已有赛事合作，拓展更多、更国际化的人工智能赛事，进一步完善整体赛事体系。借助 4.0 平台线上线下各通道优势，线上赛与线下赛相结合，提升赛事盈利规模。

2019 年，公司与中国少年宫协会建立长期战略合作关系，共同推进了人工智能在教育教学中的深入应用和快速发展，推进校内外学员能力测评和师资评价体系的推广及赛事举办。并在新 OMO 平台支撑下，拓展合作空间，共同充分发挥线上线下招生情景优势，扩大评测体系的社会影响力。

4、建立新平台培训标准，提升员工素养和教学质量

公司将在 2019 年建立的培训基地基础上，充分发挥商学院的能量和 OMO 平台的网络优势，进一步完善员工培训体系，对全国在职员工进行新标准岗位技能

培训，不断提升全员业务能力和服务意识，用科技赋能，为未来的发展提供坚实基础。

对全国的教师队伍进行人才盘点和赋能提升工作，完善师训体系，提升教师的整体质量，为学员提供更好的学习体验提供强力支撑。

5、强化已有教育产业布局，整合现有各个业务板块的优势

公司将充分利用资本工具，强化风控，对已有教育产业资源进行优化整合，利用投资并购、合资经营等方式与更多更优秀的合作伙伴和创业团队合作，完善现有教育品类，全面优化、完善公司教育产业布局。

北京盛通印刷股份有限公司董事会

2020年4月28日