

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 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
参与单位名称及人员姓名	华夏久盈 华夏基金 天弘基金 宏利基金
时间	2023年11月28日-29日
地点	北京
公司接待人员姓名	盛通股份董事汤武先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司董事汤武先生介绍公司业务的基本情况</p> <p>今年以来，印刷业务的客户有所增加，由于受到库存高位、高毛利订单占比下降导致毛利率下降、包装业务结构调整等因素的影响，印刷业务整体表现一般，但结构调整后，毛利率较高的快消品包装业务的订单正在增长。</p> <p>教育业务 Q1 停课时间较长影响收入，但成本是固定支出的，导致上半年有亏损，但今年 Q3 已经实现了扭亏为盈，亏损主要集中在一季度。目前在读学员约 3.6 万人，乐博直营门店 120 多家。线上业务通过新渠道开拓，如和少年宫、儿童中心等合作，已经取得比较好的进展。后续公司会视情况考虑是否进一步完善升级课程体系，如增加更刚性的课程提高交付频次、招生人数和续费率。</p> <p>Q1 教育行业投资比较低，为什么现金流有压力？</p> <p>A1: 短期现金流是有一定压力的，一是合规要求对学员收费每季度不能超过 5000 元；二是刚性成本支出，比如获客成本、房租成本和人工成本，特别是疫情后需要进行存续课时负债的快速消化，消课支出也是不断增加，在存续负债无法滚动交付的情况下，现金流是净支出的，但随着招生向好、交付频次提高，相信很快现金流也会扭负为正。</p> <p>Q2 公司教育业务的发展规划？</p> <p>A2: 对于未来公司一方面会进一步开拓获客渠道，如和中国儿童中心、各地少年宫展开合作，其次在内部经营上，抓住重点指标招生、课消频次和续费率，研发更多科技课程提供给用户，也会根据外部情况，参考头部机构如好未来新东方等，结合自身科技课程的特点增加更加符合用户需求的课程，多方面提高交付频次和粘性，增加招生。对于加盟业务对来会投入更多的精力，努力展业，提高加盟商的数量，增加服务力度，</p>

	<p>进而实现加盟商更高的复购金额。</p> <p>Q3 公司的校均在读学员目标是否低于预期？ A3：教育经营性现金流紧张客观还是影响了经营体能，不过在这种情况下公司校均在读学员环比同比还都是在增加的。</p> <p>Q4 公司培训课程和校内科技课程相比有哪些优势？ A4：首先在内容上，公司的课程体系师资体系要比校内课程要丰富、完善。其次如果是想要参加科技赛事的学员，在学校里的各项资源都是比较有限甚至可能不具备的，但是我们可以提供这些资源。</p> <p>Q5 教育业务明年Q1是否存在压力？ A5：春节是有压力的，行业都客观有这个问题，即不能够展业交付，但刚性成本需要支付，也是对一些抗风险能力差的机构的考验。</p> <p>Q6 公司如何应对季度收费对现金流的影响？ A6：在大环境的影响下，季度收费可以减少用户的负担，促进成交，但后期肯定是要注重课程质量，增强学员粘性，提升用户的服务质量。季度收费对公司也意味着机遇，未来教育服务公司扩张是需要一定的资金实力才可以实现。</p> <p>Q7 加盟店的商业模式？ A7：主要是器材复购。第一年会有加盟费，后续主要是器材销售。</p> <p>Q8 国外教育业务的发展情况？ A8：11月公司在新加坡的乐博乐博学习中心已经开业了，国外科学素质培训业务规模比国内大，渗透率也更高，目前中鸣机器人的海外销售也有所进展。</p>
附件清单	无
日期	2023年11月30日