

证券代码：002607
教育

证券简称：中公教育

中公教育科技有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-005

| | |
|--|--|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 安信基金、海通证券、财通证券等机构 |
| 时间 | 2024年6月12日 |
| 地点 | 现场会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书王新汉先生、山东分校校长程志然先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | |
| <p>一、山东公考市场景气度，培训人数以及客单价趋势如何？</p> <p>山东公考市场的景气度较高，如2024年山东省公务员考试报考人数40.1万人，创历史新高；2024年山东事业单位考试报名人数53.6万人，相较于去年的47.4万人增长了约13.08%。还有山东2024年的三支一扶，今年的报考人数有19.3万左右，包括山东省内的国企、银行等，今年的参考人数都相比往年也是有所增加的。</p> <p>随着报考人数的不断增长，竞争也变得越发激烈，考生们希望通过专业培训来提升自己的核心竞争力，参培意向也较为强烈，由此也吸引了许多小机构进入行业，产品需求多元化趋势也随之明显。但各机构的客单价因课程和服务质量的不同而有所差异，山东分校目前好评度较高的班型是客单价超过5000元以上的正价课程，今年的培训人次相比去年同期增长了</p> | |

21%。

二、山东市场竞争格局情况如何？未来如何看小机构发展？行业集中度能否提升？

近些年来，山东公考市场上涌现出大量的小机构，这些小机构通常规模较小，但灵活性高，同时由于小机构的运营成本相对较低，因此在客单价上往往可以定的比较低。然而，受招录培训行业的季节性和培训需求的地域分散性影响，中小型培训机构在师资力量、教学资源、教学质量等方面会比较受限，生存空间会被进一步压缩。头部企业基于其规模化的研发能力和不断更新迭代的教学内容优势，能够更有效地应对市场变化，从而在竞争中占据有利地位，市场份额将越来越向头部企业集中。能够在竞争中生存下来的都是强者，我们欢迎良性竞争，同时也会在竞争过程中提升自身的核心竞争力。

三、过去几年咱们确实遇到了一些困境，山东分校是如何应对的，在这种情况下我们怎么去保证组织的竞争力？

坦诚讲，退费的问题让我们吸取了很大的教训，这在中公的发展史上从未发生过的，困难出现后，分校的招生人数也受到一定的影响，市面也出现了很多关于公司的谣言。对于公司 10 多年来这批老员工来说，我们比较难受，但内心也始终认为，公司一定能涅槃重生。出现问题后，公司明确了调整方向，及时采取了业务优化、组织架构调整及提升分校的经营自主权等措施，分校在迅速调整后，业务也在快速恢复。

另外说到公司核心竞争力，我们始终跟团队说，我们的信心来源于公司的研发，这是公司立足的根本，也是业内普遍认可的，保住这个核心，对于我们团队来说是最大的信心。我们清楚地知道公司的教研老师付出了多少精力，经历了这样的困难期，留下来的更是忠诚度比较高的教研团队。

四、公司研发能力体现在哪些地方？

中公的研发能力体现在以下方面，一方面是公司拥有庞大的研发规模，目前公司的专职研发团队人数依然是行业最多的，具备不同类型职业就业培训所需的专业知识储备。很多机构没有专职研发，这是有问题的，现在有各种各样的考试，国考、三十多个省份的公务员考试要求，甚至事业单位、三支一扶和社区的考试要求，能不能深刻把握得到？个体化研发显然是无法满足的，一定是系统化跟平台化研发才能满足；另一方面，公司有非常成熟的研发体系，

中公在这些主要考试的培训项目中已经有了多年的运营经验，早已建立了一套及时响应招考标准、不断更新和提高课程体系和优化教学方法完整的研发体系，可以分析招录职位各项能力的基本要素、提升能力的方式方法及重点难点，最终可以针对不同层次、不同需求、不同学习阶段的学员设计具有不同侧重点的标准化课程产品，还会同步研发包括授课讲义、补充材料、经典案例在内的一系列辅助性资料。

五、山东地区组织架构，管理有哪些调整以应对新的市场变化？

自今年开始，山东分校在推进组织架构高效整合。一方面公司从架构、机制、能力等方面进行检视，重新确定了以执行校长、副校长、省级校长助理为核心，项目负责人、地市校长、地市主管、分中心负责人为管理团队的建设；另一方面公司在人员管理方面推进晋级淘汰工作，提升人均效能。人员总量相对来说基本是平稳的，但调整也是动态的，公司始终杜绝“躺平”现象，随着公司业务恢复，我们还计划下半年要进驻几个基础比较好的城市进行渠道拓展。

六、目前学生的消费习惯有变化吗？长周期班型比例是否有所提升？

目前来看，部分学员倾向于选择线上培训，但大部分包括有过考试经历的学员会回归到线下培训，线下培训的效果更为明显。今年来看，公司的长线寄宿制班型比较受市场欢迎，今年的参培人数相比去年同期上涨了 233%。

七、山东的培训基地使用情况如何？

目前，我们的大部分班型都是在泰安、青岛的基地开班，尤其在推出长线寄宿制班型后，培训基地基本都是满负荷的状态。相对学员而言，基地模式对学员的性价比更高（单课时费用更低，服务更好）；对于我们企业而言，基地培训模式可以替代原有酒店培训模式，可以节省培训成本。

八、员工工资发放情况，如何激励员工？

山东分校的工资都是按时发放的，同时我们通过绩效调整，提倡“多劳多得”政策，这其中还有一些对业务部门得激励，就比如任务超额完成后，我们会拿出一定的比例给到地市分校，分校每个月会自主支配分给团队，目前激励效果还不错。

九、目前跟高校合作情况如何？

近一年来，我们与高校合作举办活动近 200 场次，这个活动量以及通过活动新增的新用户增长量相对往年来说还是比较明显的。其中公开课就有 150 余场，为高校学生提供了就业规划方向、公职备考方向等诸多培训内容，打破就业信息差，帮助学生及时了解职场动态和公职招聘趋势，为他们提供实用的技能和策略，公开课在学校比较受欢迎；此外，我们还与高校联动举办比赛等，今年我们就全程参与了中国农业大学（烟台）、山东理工大学、山东政法学院、菏泽学院等高校的职业生涯大赛，担任大赛评委；同时，我们也参与了 20 余场校园招聘，在招聘会现场担任政策答疑老师，助力学生更好地就业。

附件清单

无

日期

2024 年 6 月 12 日