

证券代码：605098

证券简称：行动教育

上海行动教育科技有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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	中庚基金胡坤 建行理财汪径尘 银华基金王翔 大成基金肖文瀚 新华养老保险魏文岭 泉汐投资于苏龙 普辉投资任磊、李振武 鹏华基金谢添元 安信传媒焦娟、苏多永 准锦投资程乙峰 天风证券张一帆 安信证券崔雨璋、董文静 睿扬投资彭砚 安信基金高宇 豪敦基金吴晓冰、吴若愚 中银基金张文洁
时间	2021年5月13日 15:00-17:00
地点	上海行动教育科技有限公司一楼会议室
上市公司接待 人员姓名	公司董事长李践先生 保荐代表人安信证券执行总经理任国栋先生

	<p>董事、副总经理、董事会秘书、财务总监杨林燕女士 证券事务代表孙莹虹女士</p>
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>一、参观公司；</p> <p>二、董事会秘书杨林燕女士致欢迎词；</p> <p>三、董事长李践先生介绍公司定位、行业规模、公司产品及未来发展定位；</p> <p>四、问答环节：</p> <p>Q1：公司近几年业务增速不是很快，请问是什么原因？</p> <p>A：2018年至2020年，公司实现营业收入分别为43,767.69万元、43,865.50万元和37,867.74万元。</p> <p>2020年度，由于新冠肺炎疫情的爆发，公司的线下培训和咨询业务都受到了一定的影响。为遵守防控疫情的相关规定，公司2020年2月、3月及4月上旬都未能开展线下培训课程；2020年4月17日，在地方政府支持复工复产的背景下，在充分考虑防控安全措施的要求下，公司才重新启动线下培训业务。因此，公司培训业务收入在本期有所下降。咨询业务方面，由于防控疫情的需要，公司的入企咨询服务也受到了比较多的限制，咨询业务收入也随之减少。</p> <p>Q2：销售费用公司近几年都保持增长趋势，什么原因导致的？</p> <p>A：2018年、2019年和2020年，公司销售费用分别为10,808.64万元，12,007.01万元和11,507.37万元，呈现一定的波动。销售费用的波动主要与销售人员的工资薪酬费用波动相关。2019年销售费用增加主要是因为销售人员数量和薪酬水平提升所致；2020年度则由于受疫情影响，公司业务收入下降，销售人员的绩效奖金减少，从而造成整体销售费用减少。</p>

Q3: 请问公司在行业中有什么样的竞争优势?

A:公司在行业中有五大竞争优势:第一,良好的品牌形象:作为一家资深的企业管理培训专业机构,行动教育在行业内享有较高的知名度,公司自成立以来已经累计服务了7万多家企业,为15万位企业家提供了管理培训或咨询服务,包含上市企业600余家,其中沪深股、港股、美股等300余家,新三板近300家。第二,研发优势:公司一贯重视研发在公司经营中的重要作用,为保证教学质量,公司建立了系统性的课程研发团队。第三,教学质量优势:区别于高等院校和一般培训机构,公司的管理培训课程注重实效,以贴近企业、贴近经营、为企业解决实际问题著称。第四,销售网络优势:目前公司已经在北京、上海、深圳、杭州、成都设立了五家销售服务子公司,在南京、武汉、合肥、郑州、济南、石家庄、西安、昆明、长沙、广州、佛山、东莞、厦门等省会城市和经济发达城市设立了分支机构,形成了覆盖全国的服务及营销网络。第五,人才建设优势:公司完善薪酬体系和绩效管理体系,加大人才梯队建设力度,积极储备高素质人才。公司拥有稳定、高素质的关键业务人员和高效管理团队,并保持持续发展壮大的良好趋势。

Q4: 请问在未来公司如何保持自己的竞争优势?

A:公司将抓住管理培训行业的发展机遇,力求准确把握和引导企业家和企业管理人员的需求,通过内部不断创新和扩大外部合作,打造一体化、全方位的管理培训咨询服务平台,围绕企业发展各阶段的培训需求,为其提供高品质、高附加值的商品和服务。

公司将坚持以线下课堂培训为基础,线上视频互动培训为突破,进一步巩固公司在管理培训行业的领导地位;并加大研发力量,适时推出符合企业转型升级需要的新课程。同时,公司将以上市为契机,进一步提高内部治理水平,优化产品及

服务，努力提升核心竞争力，成为客户信赖的具有较高品牌知名度和市场影响力的管理培训行业领军企业。

Q5：请问公司是怎样获取新客户的，公司的销售模式是什么样的？

A：公司营销管理中心负责产品营销与市场推广。公司主要通过一线销售人员的电话销售、关系销售、小规模课程试听、与行业协会等机构合作组织主题论坛等方式开拓新客户。同时，由于公司的品牌形象较好，客户满意度较高，也存在着较多的老客户介绍新客户的情形。公司的业务人员在与客户就服务内容和期限达成一致后，将签订业务合同。合同签订后，根据行业惯例，客户将全部的款项预付至公司账户。之后，公司业务人员根据合同约定，为客户安排管理培训计划或提供管理咨询服务。

Q6：公司 2020 年年报中，合同负债为 64145.99 万元，为什么合同负债如此高，且逐年递增？

A：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将预收款项调整至合同负债、其他流动负债列报。公司预收款项、合同负债主要是预收培训、咨询费。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司合同负债及其他流动负债余额（2018 年末至 2019 年末列式科目为预收款项）占流动负债的比例分别为 87.18%、90.41%和 92.51%，占比较大。

根据行业惯例以及公司的销售管理制度，公司在提供管理培训或咨询服务前需要客户先预付全额费用，后续等客户实际消费时或验收后，公司根据消费或验收的结果确认业务收入并结转合同负债及其他流动负债（2018 年末至 2019 年末列式科目为预收款项）。因此，公司在报告期末的预收账款、合同负债余额较高。

合同负债逐年增长的主要原因是公司通过加大课程研发投入、对培训内容进行更新迭代、不断提高学员的培训体验，促成了公司品牌效应逐步增强、市场认可度不断提高，公司业务保持了较高的增长。

Q7：公司近几年业务快速发展，公司员工人数是否也有变化，员工专业结构是怎样的？

A：2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司及其子公司在册员工总数分别为 721 人、881 人和 741 人，员工总体人数保持稳定。截止 2020 年末，公司销售人员 534 人，讲师及研发人员 77 人，财务和行政管理人员 130 人。随着公司业务规模的不断扩大和研发投入力度的加大，员工人数会相应的增加。

Q8：请介绍下企业管理培训行业的发展现状。

A：中国企业管理培训行业目前处于行业发展初期，机构众多、规模普遍较小、同质化严重、缺乏市场领导品牌。现阶段，行业呈现多生态、离散、非系统的状态。此外，当前企业管理培训行业呈现出区域发展不均衡、企业间发展水平差异明显等特点。企业管理培训、咨询机构服务能力参差不齐，部分优秀企业经过多年发展，积累了丰富的服务经验，在提供企业管理培训服务的同时也可以针对企业的提供更加个性化的管理咨询服务，具备一体化服务能力，在行业内具有较强的竞争力。而行业内多数企业提供的产品相对单一，培训课程和咨询服务质量没有保障，竞争力普遍不强。

Q9：公司在今后几年的的发展计划是怎么的？

A：其一、公司多年来在管理培训咨询行业精耕细作，培育了良好的品牌形象与众多的客户群体，并在经营过程中积累了宝贵的市场经验及对客户需求的全面了解。接下来公司将继续秉承“一米宽，一公里深”的服务理念，依托原有业务经营、

	<p>客户及市场基础，继续巩固行业地位，持续做强主业的同时，进一步把握市场需求发展方向，为目标企业特别是中小民营企业提供更优质的培训产品和咨询服务，支持我国的中小民营企业发展壮大。</p> <p>其二、公司将新建上海、北京、深圳、长沙、昆明五个智慧管理培训基地，分别辐射华东、华北、华南、华中和西南的培训市场。</p> <p>其三、公司将加大新产品的开发力度，力争在未来推出更多契合我国企业发展和时代发展需求的管理培训产品，为中国中小企业的做大做强提供强有力的智力支持和知识支撑。</p> <p>其四、公司将继续整合线上教育资源，拓展线上教育渠道，开发线上教育课程，通过线上数据统计和分析，持续提升公司的研发能力，最大化利用客户学员的碎片化时间，提升客户粘性，并形成线上线下融合互动的培训效果。</p>
记录日期	2021年5月13日