

证券代码：002607

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：2021-002

<b>投资者关系活动类别</b>	<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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	交银施罗德、易方达、景顺长城、富国、高毅资产、兴全、中银、南方、博时、友邦保险、嘉实、大成、泰达宏利、鹏华、西部利得、汇丰晋信、农银汇理、BlackRock、Fidelity、Infore Capital Management、Barings 等 88 家公募、私募等机构及投资人共 173 人参与
<b>时间</b>	2021 年 7 月 16 日星期五
<b>地点</b>	电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长李永新先生、董事石磊先生、财务总监罗雪先生、董事会秘书兼副总经理桂红植先生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	
<b>董事长介绍情况：</b>  公司上半年业绩预亏主要是两个原因：  一方面是从去年下半年到今年上半年，很多机构引进资本进入公考这个赛道，整个的行业竞争发生了较大变化，在此格局下，公司采取主动应对策略，加大对网点、研发、教学、平台等方面的投入，导致公司上半年整体运营成本相比同期有较大增长。比如：公司的网点建设。今年上半年比去年同期增加了 500 多个分校，和去年年底相比增加了 200 多个；再比如：公司的 OMO 设备投入，今年上半年为全年双师课程全面推进而进行了大量的屏媒设备投入。等等。总体而言，在竞争加剧的格局下，公司围绕提升学生学习效果以及整体运营效能	

而进行的各方面投入有所增加。

另一方面由于多省公务员考试提前的确非常突然，2月中下旬省考公告发布，考试时间突然由每年的4月下旬提前到3月下旬，备考时间由原来的两个月缩短为一个月，导致长线课程由于课时减少而降低收费，同时，学员参培意愿有所下降。初步估计考试提前影响公司少了一个月左右的高峰收款期。在上述两种因素的综合影响下，公司上半年出现阶段性亏损。

目前，经过去年下半年和今年上半年的整体竞争，行业重新洗牌，很多机构规模收缩或停止扩张，整个行业形成新的竞争格局。

下一阶段，公司将在上半年奠定的市场格局下，做好暑期封闭集训课程，并紧紧抓住下半年国家公务员考试、研究生入学考试进入冲刺期，以及教师招聘等考试的复苏契机，扎扎实实推进各项工作，以更加辛勤地努力工作，进一步巩固市场和扩大优势，不辜负大家的信任。

### 提问环节

**Q: 今年上半年行业竞争比较激烈，也有一些价格战，想请问下公司有没有在此期间对产品做一些比较大的折扣力度调整？**

A: 去年下半年行业在产品竞争上是比较激烈的，公司在产品结构上作了些调整，推出一些折扣力度较大的产品，到今年三月份也有一定延续。但从四五月份开始，公司市场格局进一步稳固后，公司逐步恢复了正常的产品折扣以及产品结构，这是公司产品从去年下半年到今年上半年的变化趋势和特点。

**Q: 截至目前，公司的考研业务情况怎么样？**

A: 考研业务是公司今年的工作重心，按照年初目标的设定，公司截至七月中旬，完成了全年一半以上的目标，整体比较顺利。

**Q: 公务员扩招有限，省考录取率下降，未来是否会减少高退协议班产品的比例？**

A: 高退费班大量推广是抵御市场竞争加剧的一个做法，从去年下半年后期到今年上半年会多一些。基于现在稳定的市场格局，公司高退的课程比例已快速下降，产品结构及利润水平更趋于合理。

**Q: 是否有明确做股权激励或者分红的规划时间表？**

A: 股权激励相关事项正在推进中，后续如有进展会进行公告。

**Q: 由于K12教育政策的收紧，是否会导致K12的教育巨头转向公司的主营赛道导致公司主营业务领域竞争再次加剧？**

A: 对于已有一定数量线下布局的K12公司，尽管线下运营经验较丰富，但是渠道布局特点与职业教育差别较大。由于公司的目标群体及市场战略安排，公司的网点布局大多分布在县域。K12巨头的网点布局往往偏向于在中心城市或二三线核心城市，渠道需要重新开辟建设。另外，公司已形成了实战经验丰富的研发专家团队，不是短期可以复制的。

**Q: 现阶段公司对于五年规划是否有调整？**

A: 从整体趋势来看，公司的规划没有方向性的调整，我们目前的基本判断和想法，未来5年还是非常自信的。尤其是考研、学历提升、3+2、IT、财经、建工、医疗等赛道，各个领域的收入增速还是非常好的。

**Q: 公司的绩效考核与什么因素挂钩？**

A: 公司每年都会动态调整绩效考核体系，今年也做了绩效系数的调整。绩效调整方向主要是激励更优秀的骨干教师，鼓励教师以学员通过率、学员满意度、学员评价为工作努力方向，而不局限于课时数量。

**Q: 未来如何去建立和扩大公司教育产品的优势？**

A: 产品的优势有一个传统的口碑作为基础，也就是品牌口碑、学员评价，形成了产品的差异化。中公无论是品牌还是口碑，大家都比较认可。实际上中公是比较注重研发和教学的，这是一个优势。其次是在整个产品的设计过程当中有几个考虑：①注重研发的针对性，现在考试特别多，尤其很多事业单位考试的变化也比较大，现在公司在这块投入比较多，做的工作也比较深。②教学培训上非常扎实，教师围绕着研发的这种特点有效地实施和推进。③注重产品服务，我们经常讲三分研发、三分讲课、三分训练，训练也是非常重要的，就算讲的再好再有针对性，学生不去学习，也无法体现在考试能力和分数上，所以必须把学生管好，例如收掉手机，让学生在一個封闭的环境中扎实认真的听课学习。所以在产品设计上这三个方面公司是特别注重，研发的针对性、教学的实践性以及线下严格有效的管理，是公司产品差异化方面比较有特点的地方。

**Q: 未来在基地这一块是怎样的规划？以自建为主还是租赁物业为主？**

A: 从目前情况来看，我们认为租赁方式（轻资产模式）也还可以，总体来讲：轻重结合，以轻为主，能够更快地适应快速发展的要求，因为自建的周期还是相对较长，一次性资金投

入较大，基于促进业务快速发展的角度，整体上还是以快速租赁、快速实现价值增值为主。

**Q：公司全年增长目标、以及各项业务比重是怎样？**

A：年初我们有一个基本的目标设定，整体上还是按照我们原有的这样一个目标在稳健地推进各项业务，目前来看我们还是比较有信心完成年度的各项经营目标。对于各块业务的比重情况，在往年的基础上新业务的比重会上升一些，大家可以参考一下我们去年各业务的状况，考研、学历、“3+2”这些项目在整个比重上会有所上升，其他传统业务会稍有下降。

**Q：今年网点的扩张目标是多少？下半年会继续加大像 OMO 战略性的投入吗？**

A：下半年网点的扩张目标相对来讲比较稳健，因为上半年整体铺设得差不多了，下半年在网点数量上属于稳健模式，在一些关键的收入增长的地方进行网点建设即可。关于 OMO 和设备的投入，上半年已经基本上结束了全年的投入，下半年主要是实现价值增值与创造。

**Q：去年到今年对产品结构进行调整，整体退费比例大概怎么样？**

A：去年竞争加剧后，退费率确实有一定的波动；但今年四五月份市场格局稳定之后，公司对产品结构进行了调整，基本上回到原来的常规状态，并且现在还在不断改善，不断向更好的利润水平调整。

**Q：从中长期的维度来看，展望未来 3-5 年战略投入、资源匹配以及长期的业绩增长的战略考量？**

A：未来会将新项目，像考研、“3+2”、学历、财经、建工、IT、医疗等作为重点的赛道领域，其中战略投入主要在四个领域：一是教学和研发的专业人才，这个实际上是教育的本质。我们会充分挖掘行业内优秀的专业人士，同时培养新生力量，打造好的师资团队。第二是研发的投入。第三是渠道建设。第四个是专业设备和专业模式的投入，比如部分培训品类需要特殊的教学场景。

公司非常看好新兴赛道，在对新兴赛道进行以上四个方面的战略投入后，公司有信心扩大新兴赛道的市场容量，逐步成为行业的领跑者。

**Q：消化师资产能，靠正常的业务发展需要多长时间？**

A：很快，从目前情况看，公司产能基本匹配。随着 OMO 的推进，公司下半年不会大幅增加教师数量。

**Q：客单价是否还有提升空间？**

A：公司客单价与课时和课后服务紧密相关。今年上半年，省考考试提前导致课时缩短，客单价有所下降。展望下半年，公司客单价将恢复正常水平并稳步上升。

**Q：从人员数量来看，不仅仅是教师，销售人员数量也有一定的波动性特征。展望今年下半年，公司如何去平滑这个波动。**

A：公司目前已经做了较多的调整和安排，如人力成本与结构优化等，相信调整的效果会较快显现出来。

**Q：公司目前正在发力第二增长曲线——考研和专升本，那怎么看第三增长曲线——职业技能培训？这一块从全国来看还没有特别大的一个机构，公司在这块的投入如何？以及公司对哪几块是相对比较看好的？**

A：职业技能培训是国家政策大力提倡与支持的行业，是我们非常看好的第三增长极。目前我们业务主要是以就业为导向的强刚需的高端技能培训。主要围绕三个方向，第一是IT和技术类，如软件开发（Java、Python等）、互联网从业（直播带货、新媒体与短视频运营、电商运营等）、高新技术培训（人工智能、大数据、云计算、VR/AR、物联网、智能机器人等）；第二是高端制造与智能制造技术类培训；第三是传统领域的数字化提升类培训，比如BIM等。

公司非常看好这一新兴领域的培训市场，认为未来市场极其巨大并将成为职业教育的主流。公司通过独立开设或与各领域头部企业强强联合共建的形式，建立了多个电商、动漫、软件、游戏、IT新技术、智能制造学院，全面开展校培企合作，推动产培教融合。公司目前在这一领域培训了大量学生并顺利就业，这一培训领域的增长也较为迅速。

未来，公司会在这一领域积极储备人才，建设标准化的研发与教学体系，不断提升这一领域的服务与互联网化水平，并努力成为行业的领跑者，对此我们很有信心。

总的来讲，目前我们是三大领域，公职考试类是基础增长极，考研、学历类等是第二增长极，职业技能培训是第三增长极。我们一定会综合利用人才、渠道、管理、品牌与时间的先发优势，多品类联动发展，努力成长为一个优秀的职业教育领军企业。

最后，再一次对大家的参会表示感谢，我们一定会加倍努力工作，不辜负大家的信赖。

附件清单

无

日期

2021年7月16日