

证券代码：002621

证券简称：美吉姆

## 大连美吉姆教育科技有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230518

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
参与单位名称	广发证券 发展研究中心 批零与社会服务业 高级分析师 包晗
时间	2023年5月18日 15:30-17:00
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	副总经理兼董事会秘书 李乐乐女士 证券事务代表 方佳佳女士
投资者关系 活动主要 内容介绍	<p><b>1、目前早教市场复苏迹象、客流恢复情况。</b></p> <p>答：公司2023年第一季度经营情况受到一定影响，主要为：1月份是疫情感染高峰期；1月底至2月初，涉及中国传统春节假期安排；3月份之后，逐步开始恢复正常经营。</p> <p>根据《大连美吉姆教育科技有限公司2022年年度报告》，截至2022年12月31日，公司在全国30个省、自治区、直辖市等拥有479家美吉姆与小吉姆签约早教中心，采取以加盟为主、直营为辅的模式。整体经营还是受疫情影响，比如商场租金、中心对过往成本负担等，要一步步进行消化，所以，市场复苏不仅仅是客流量的恢复和业务本身的复苏。</p> <p><b>2、公司加盟模式的介绍。</b></p> <p>答：公司与加盟商签订加盟合同，授权加盟商使用“美吉姆”品牌相关的经营资源，为其提供经营指导、课程和技术支持、业务和人员培训等服务，向加盟商收取初始授权费、持续授权费、市场推广费、技术与系统服务费等。</p> <p><b>3、对加盟中心的服务、支持和培训内容。</b></p>

答：公司对加盟中心提供全方位的服务、支持和培训等，从加盟商开始投资设立加盟中心，覆盖选址、门店装修、教具采购、老师配置等。

公司设置了标准化加盟模式，例如 800-900 平米空间，一般分别设置 2 个欢动课教室、艺术课教室、音乐课教室，配置 30 名左右的工作人员，具体以加盟商根据自身资金实力进行选择。

**4、800-900 平方米是最大的一种配置，这种配置在目前的门店中大概占比？加盟商前期投资是多少？回本周期是多长？**

答：以一线城市为例，前期投资大概在 300-500 万元左右，正常经营情况下，预计 2 年左右收回初始投资，不同地区会有差别。目前，800-900 平方米配置的中心占比尚未具体统计。

**5、直营中心和加盟中心教师团队的搭建情况如何？后续培训形式是什么？对老师课程质量的把关有哪些手段？教师流失、流动性怎么样？**

答：总体要求，教师要有与教育相关的背景和本科以上学历，但考虑到全国范围内教师需求量与一些下沉市场的实际情况，还重点考虑教师个人亲和力、表现力等其他因素。

公司对教师进行上岗、认证等持续培训，疫情期间，以线上形式为主；疫情结束后，更多还是在公司进行培训或到指定地点现场培训。总体而言，现场培训效果更好。

公司设置有通畅的客户投诉通道，客户可以直接向公司进行投诉，反馈各加盟中心的运营质量。

疫情之前，教师总体流动性比较正常；疫情期间，主要是部分中心可能存在欠薪等情况，导致教师流失较多。

**6、除了教师、系统方面，还有哪些其他手段对加盟商提供服务支持？**

答：公司设置运营部门，负责与全国加盟商进行沟通和联系，对接加盟中心运营状态；另外公司设置课程与教学管理部、信息技术部、培训部等，对加盟中心进行持续服务支持。

**7、未来考虑提高直营中心比例吗？加盟方面有什么未来扩张计划？**

答：公司近两年还是以加盟模式为主、直营模式为辅。目前，直营中心业务还在恢复过程中，短期内不会扩大直营中心规模。

未来加盟中心扩张计划还需要考虑公司 2023 年的实际经营情况，公司披露的《2023 年度财务预算报告》中提到，2023 年，计划拓展美吉姆中心 25 家，计划拓展小吉姆中心 5 家。

总之，2023 年，公司主要任务还是稳住当前基本面，在这个基础上，争取能够有一定程度增长。

#### **8、小吉姆目前是加盟模式还是直营模式？**

答：小吉姆目前都是加盟模式进行经营。

#### **9、课程单价、上课频率、一节课一般多少宝宝参加、课表一天可以排多少课？**

答：平均每节正式课程在 200-260 元左右（不同地区、不同课包会存在区别），每节课平均 45 分钟-1 小时。课程以大课包为主，基本在 1 万元以上，包括 48 节课、60 节课、72 节课等套餐。具体会对欢动课、音乐课和艺术课等进行搭配，一个月 4-8 次课程安排居多，每节课满班情况下，有 10-13 个宝宝参加。

不同教室排课、不同时间排课都不一样。基本上，每周一休息，进行环境消毒、内部开会等，不对外营业；周六、周日安排课程较多，平均一个教室一天安排 8 节课左右；周二到周五期间，平均一个教室一天安排 4 节课左右。

#### **10、课程复购率情况怎么样？**

答：课程主要针对特定年龄段的宝宝，一般当大课包用完时，宝宝已经过了相应年龄；小课包可能存在复购情况。

#### **11、留学培训业务的剥离情况？**

答：为优化产业结构，促进公司高质量发展，公司以出售楷德教育 100%股权的方式剥离青少年留学语言培训与服务业务。目前在公司体外经营，未来不会考虑重新纳入公司体内。

#### **12、公司的竞争对手主要有哪些？早教行业市场规模和渗透率是多少？公司业务“护城河”是什么？**

答：美吉姆是早教行业的领导者，主要竞争对手是金宝贝等。

目前，中国没有对早教行业市场规模和渗透率的权威统计数据。但与发达国家相比，中国早教渗透率还有较大提升空间。目前阶段，中国早教市场还是处于出清状态，竞争对手在疫情期间受到影响也比较大，美吉姆作为早教行业第一家上市公司，总体实力和抗风险能力相对较强。整体市场调整环境下，公司在稳定现有局面基础上，努力提高市场占有率，扩大市场份额。

与竞争对手相比，美吉姆教育理念强调非竞争环境、正强化理念、纪律哲学，这种理念贯穿在整个课程体系设计中。

### **13、国际业务进展情况？主要服务海外华人吗？**

答：美吉姆品牌是 1983 年创立于美国，2023 年是品牌创立 40 周年。公司拥有美吉姆品牌在亚洲地区的永久独家授权，目前公司在国际业务开拓方面还是处于初级阶段。

2022 年，公司国外地区营业收入为 1,781,117.58 元，占整体营业收入的 1.16%。在日本、泰国、越南、沙特、中国澳门等地设有美吉姆中心，不同地区的美吉姆中心，主要是服务当地客户，并不是以华人为主。

### **14、2019 年收入和利润增速很快，主要原因是什么？**

答：2018 年 11 月公司完成重大资产重组，收购了天津美杰姆教育科技有限公司，2018 年 12 月天津美杰姆的损益纳入公司合并报表范围，而 2019 年度合并期间为 2019 年 1-12 月，因此 2019 年度收入和利润规模较 2018 年度大幅增长。

### **15、预计 2023 年能恢复到 2019 年水平吗？**

答：公司披露了《大连美吉姆教育科技股份有限公司 2023 年度财务预算报告》，2023 年度预算营业收入 2.14 亿元，和 2019 年相比还是有一定差距。

在目前宏观环境下，业绩快速恢复到 2019 年的水平，还是比较困难，需要长期平稳恢复周期。

### **16、成本费用方面整体的管控情况是怎样的？广告投放的渠道主要有哪些？**

答：公司以落实全面预算为核心，开源节流、挖潜增效，进一步实施精细化成本管控，提升主业盈利水平。设置了品牌宣传部门，主要通

	<p>过官方网站、公众号、抖音等渠道发布与早教业务领域相关的视频和文章，持续进行更新和宣传。另外，还在大众点评、小红书、抖音等线上渠道进行广告投放。</p> <p><b>17、公司未来在直播方面会有业务突破吗？</b></p> <p>答：目前，公司还在探索阶段，短期之内很难看到对营业收入有突破性的贡献。</p> <p><b>18、还有哪些比较重要的业务内容？</b></p> <p>答：近两年，国家出台很多行业相关利好政策，美吉姆作为早教行业龙头，目前正在考虑和权威机构进行合作，拟制定相关行业标准，提升品牌影响力和企业地位。</p> <p><b>19、疫情期间，在整顿和改造方面，公司做了哪些工作？</b></p> <p>答：疫情期间，公司主要进行了线上业务探索，比如线上课程培训、培养用户的线上约课习惯等。</p> <p><b>20、课程本身有进行线上探索的可能性吗？</b></p> <p>答：现阶段，还是以线下现场上课为主。对于用户而言，早教课程消费更加强调体验感，现场上课有相应教具可以进行辅助教学，同时教师现场进行指导。</p> <p><b>21、与商场签订的租赁合同，租金是固定模式还是浮动模式？与哪些商场品牌形成了系统性的合作？</b></p> <p>答：不同地区、不同商场，租金政策各不相同。目前，美吉姆与规模较大的地产商场基本都有合作。</p>
备注	无
日期	2023. 5. 18