

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：2025-003

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	天风证券、东吴证券、嘉实基金、银华基金、国联基金、中信资管等
时间	2025年6月27日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长李永新先生、董事会秘书龚亚芳女士、证券事务代表徐琴女士等
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>一、行业趋势</p> <p>1、市场整合趋势：公考行业变化较大，消费降级引发客单价下降，国考省考招录人数有7%左右提升，客单价有所下降，市场规模也有收缩。此外行业整体加速分散，受大机构裁员的影响，市场涌现中小机构或个人单独成立工作室，多了几百-上千家培训机构。同时，受新媒体冲击影响，牵引市场发展出新的变化，对短视频、直播技术，行业客单价、营销模式和服务模式都产生了新的影响。公司预计下半年会有市场格局的优化，到今年底加速分散的趋势会见顶，之后趋向整合。</p> <p>2、线上线下学习倾向：虽然线上化加速，线上课程的学习人数增多，但经过发展，仍有相当一部分人会继续选择线下学习。因为线上学习效果存在问题，</p>	

尽管费用相对较低，但与付出的时间金钱相比，学习效果不理想，所以部分被蚕食的线下市场终会回归线下。

3、市场刚性需求：教培市场因毕业生就业压力，尤其是公务员、事业单位等体制内就业的刚性选择，市场需求持续强劲。高校毕业生人数规模庞大，2025年毕业生人数1220万，预计未来十年将保持在1000万以上，毕业生人数保证市场的刚性需求。同时，消费者付费意愿和质量会越来越好，经历直播市场对客单价格冲击后，人们意识到成功就业的机会成本高，会更倾向选择研发教学、培训效果及通过率好的机构。

二、公司目前情况

1、就业服务定位转变：中公教育将自身定位从公务员考试培训向就业与再就业服务提供商转变。体制内就业是大学应届毕业生首选，公司在体制内就业培训有优势，但通过率有限。同时，国企、大厂等企业就业市场广阔，公司希望为更多大学生提供就业服务，且毕业生群体庞大，未来市场规模可观，符合国家战略。

2、智能硬件与服务体系：推出AI就业学习机，针对不同学龄学段，分设多种版本，并配备职业导师提供一对一在线服务和咨询，包括测评、规划、课程学习、就业实践安排等全流程服务，以提高学生就业能力，满足不同就业需求。学习机6月18号全网预售，预计近期会正式发布销售。

3、内部实施调整措施：一是进行组织架构调整，将分校作为自收自支主体，增强自主性；二是推进年轻化组织更新，大规模调整省级分校班子，平均年龄在93-96年，激发团队热情和干劲；三是明确奖励和约束制度，按收入和利润确定工资、奖金，未完成目标有处罚措施。

三、Q&A 部分

Q：公司做了哪些政策调整来促进业绩增长？

A：公司做了三项重要政策调整：一是分校自收自支管理变革，将每个分校作为主体进行自收自支管理，增强其自主性，由单位负责人统一协调管理工资、费用支出、奖金、福利等；二是年轻化的组织更新，2024年下半年至2025年

上半年大规模调整省级分校班子，核心骨干年龄在 93 - 96 年，年轻班子带来了热情和干劲；三是明确奖励和约束制度，围绕收入和利润水平确定工资、奖金，明确各岗位提成，规定完成目标和处罚措施，实行末尾淘汰制。

Q：公司目前网点情况如何？

A：下沉市场一直是公司的基本盘。经过近几年的调整，公司对低效网点进行裁撤优化。2024 年的 681 家同比 2023 年的 783 家下降 13%左右。2025 年公司计划对运营情况良好的分校将再度扩建分支教学网点，以非常审慎的态度进行市场下沉布局。目前来看，四川、陕西、山东、江苏、甘肃、广东等都有复开计划，并且自今年 3 月以来，已陆续启动县域及高校经营网点，其中山东已经复开了 13 家。公司也会随着网点复开的进程，实时评估新网点经营情况，加快规模化的进度，逐步扩大全国的渠道覆盖度。当前公司经营筑底企稳、持续恢复态势明确。

Q：新增网点的规模大小如何？

A：新增网点规模不会特别大，更多从收入和利润角度考量。复开决策依据审慎，要求分校自身运营能力有冗余，复开的区域综合考虑当地近三年招录，人口，消费情况等指标。核心要求是成熟一个建一个，可以少赚但不能亏，不再是以往跑马圈地的模式。

Q：公司为何将自身定位为就业再就业服务提供商？

A：大学毕业生体制内就业是首选，也是公司的优势。但国企就业市场广阔，从国企培训到各类企业都有就业服务需求。大学毕业生群体庞大，毕业三四年的学生群体约有 1 亿的潜在用户。就业服务市场规模大，按沙利文统计，预计从 2024 年的 323.3 亿元人民币增长至 2029 年的 487.7 亿元人民币，期间年复合增长率预计为 8.77%，且头部企业不显著。同时，国家鼓励和支持就业服务，所以公司希望从公职类培训服务转向就业与再就业服务。

Q：公司的就业服务是否包含国企就业咨询等内容，如何提供服务？

A: 是的，公司的就业服务产品按不同学龄学段分为大一版、大二版、大三版、大四版、研一版、研二版、社会在职版、应届学生版等。会有专门的职业导师为不同年级的学生提供一对一在线服务和咨询，进行测评和规划，安排学习课程和活动。例如，若学生想去国企，大一大二会安排相应的岗位实操学习，同时在理论学习方面提前准备国企考试课程，保障学生在理论和实操层面具备能力，心理上也做好准备。等学生进入企业工作后，还会继续提供企业后服务。

Q: 不同年级学生的服务价格是多少，学习机的销售情况如何？

A: 大一学生服务四年，价格在 4 万到 5 万之间；大二学生服务三年，价格大概少 1 万；大三学生服务两年，价格两万多；大四学生服务一年，价格接近 2 万。不同产品因为包含部分面授课程，价格也会有不同版本的差异。学习机 6 月 18 号全网开始预售。

Q: 学习机线上服务有局限吗，如何解决？

A: 线上只是载体，学习机有很多线下课程和活动，由职业导师根据学生情况进行统筹安排和规划。

Q: 新模式是否标准化？

A: 新模式总体还是标准化和个性化的结合，约 70% 标准化，30% 个性化。它依托于线下培训班，基于现有的服务基础，结合学生适配的就业岗位等个人实际情况进行个性化规划。在大一大二阶段个性化内容会多一些，线路构建完毕后，后续学生服务可按照标准化模板进行。

附件清单	无
日期	2025 年 6 月 27 日