

证券代码：300654

证券简称：世纪天鸿

世纪天鸿教育科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20260428

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	世纪天鸿2025年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2026年4月28日 15:00-16:00
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
公司接待人员姓名	董事长：任志鸿 董事、财务总监：善静宜 董事会秘书：花俊 独立董事：赵琳
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 1. 公司如何应对教辅政策变化带来的影响？ 答：2025年，教育部启动“规范管理提升年”行动，明确16条基础教育规范管理负面清单，随着评议教辅“一科一辅”政策的纵深推进，教辅行业传统业务模式与市场格局正经历系统性变化，运营规范、内容优质的教辅企业依靠产品优势加固竞争壁垒，占据业务先机，将迎来结构性增长的关键期，取得

更为有利的发展空间。

公司围绕校内教学核心场景，持续优化业务结构。

一、战略层面：深化“研销服科一体化”，从产品提供商向综合服务商转型。公司持续推进“研销服科一体化”战略，以教研为核心引擎，推动营销、服务、科技的深度融合。2025年，公司在全国共组织落地教研服务活动340场次，涵盖教研培训、高考报告会、专题研讨会等多种形式，有效提升了客户粘性与市场影响力。同时，公司推动区域中心从“单一销售”向“区域教育服务中心”转型升级，通过“产品+服务”双轮驱动，精准匹配教育改革方向与学校实际需求，在重点区域形成了较为稳定的市场基础，并通过持续拓展新增区域市场，进一步扩大业务覆盖范围。

二、产品层面：强化内容竞争力，提升产品覆盖深度与广度。在评议教辅目录数量受到严格管控的背景下，公司聚焦存量精品升级与新品拓展：一方面，围绕新课标、新教材及高考改革方向，完成由高考备考体系、高效课堂、培优、关键能力组成的4大课程体系建设，强化产品品质与差异化优势；另一方面，积极争取在更多省份列入评议教辅推荐目录，目前公司产品已覆盖30多个省市自治区，并在28个省份列入评议教辅推荐目录。

三、渠道层面：全渠道布局，降低单一渠道政策风险。在传统渠道持续夯实的基础上，公司顺应图书零售渠道结构变化趋势，积极拓展电商渠道布局，逐步构建线上线下协同发展的销售体系，通过完善产品结构、强化运营能力，推动教辅产品在电商渠道的销售增长。

四、数字化转型：以AI赋能传统业务，拓展增量空间。公司明确“内容为本、技术赋能、场景驱动”的发展路径，将AI+教育确立为第二增长曲线。核心产品“小鸿助教”围绕备课、

命题、作业批改等核心场景持续迭代，目前已在部分区域开展试点应用。未来，公司将围绕“小鸿助教”等核心产品，持续完善功能体系与应用场景，推动AI在教学辅助领域的深入落地，实现产品规模化、商业化落地。

2026年，公司将进一步巩固教辅主业基本盘，深化区域服务中心转型；加快AI产品商业化进程；加强产业投资布局，通过资本赋能完善教育产业链。公司将密切关注政策动向，及时调整业务结构，持续提升核心竞争力。

2. 在当前教辅政策趋严、行业竞争加剧的背景下，请问公司在教辅业务方面具备哪些核心竞争优势？这些优势是否支撑公司保持市场份额应对行业挑战？

答：在教辅行业，紧跟教材改革是生存之本。一方面，公司已与包括人民教育出版社、教育科学出版社、北京师范大学出版社等国内主要教育类图书出版社建立了长期稳固合作关系；同时，公司设有教育研究院及专家委员会，合作专家超500人，持续进行产品迭代升级。在此基础上，公司能够快速响应新课标、新高考改革，持续提升教辅产品的内容质量与适用性。2025年，公司组织教研服务活动340场次，以专业化服务和专业的教研水平增强客户粘性。

品牌上，公司深耕教辅三十载，“志鸿优化”品牌深入人心，产品覆盖K12全学段、全学科主流教材版本，每年策划出版图书3,000余种，并在28个省份列入评议教辅推荐目录，具备较强的市场准入壁垒。

渠道上，公司目前已在全国范围内建立起覆盖教育主管部门、学校及新华书店等教育体系的经销与代销网络，并积极拓展电商新渠道，形成全渠道布局。

上述优势构成了公司稳固的竞争护城河。虽然政策趋严会

淘汰部分不规范的中小参与者，但公司凭借内容质量、品牌信誉和渠道覆盖，有望在行业集中度提升过程中进一步巩固市场份额，实现稳健发展。

3. 请问公司教育科技业务在 2026 年有哪些战略规划与发展部署？

答：2026 年，公司将全面拥抱 AI，将其作为引领公司未来发展的核心驱动力。

公司持续深化“AI+教育”战略布局，围绕教学场景构建数字化业务体系。公司坚持以真实教学场景为核心切入点，将 AI 技术应用聚焦于课堂教学、作业训练及教学管理等高频刚需环节，通过持续优化产品功能与服务模式，逐步构建覆盖教学全过程的数字化应用体系，并通过将技术能力与内容资源深度融合，利用 AI 算法对现有产品内容进行迭代优化，推出个性化、分层化的教辅产品，满足不同学情学生的学习需求，为 AI 学习诊断、个性化辅导等增值服务奠定基础，逐步构建具有自身特色的教育科技产品体系。

公司将以“小鸿助教”为旗舰产品，持续完善其功能体系与应用场景，全面覆盖教师备课、命题、作业批改及教学事务处理等核心教学环节，不断提升产品性能与用户体验，在部分区域试点应用的基础上，大力拓展在校内教学场景的覆盖广度与使用深度。公司将利用教辅业务三十年来积累的深厚渠道关系与用户基础，积极拓展与地方教育主管部门的合作、加快“小鸿助教”等产品进入更多学校，实现产品从试点走向规模化、商业化的关键一步。

此外，公司也将充分发挥资本市场的赋能作用，聚焦教育核心领域，特别是人工智能等前沿科技方向，通过精准的产业投资，不断完善公司在教育科技产业链的布局。

4. 2025 年公司教辅图书主业基本上整体保持稳固，但归母净利润出现较大幅度下滑。请具体分析一下背后的主要原因，以及这种压力是否具备持续性？

答：2025 年，受公司主动战略调整及行业政策变化等因素影响，公司净利润短期有所承压，但整体经营根基稳固，核心基本面未发生动摇。一方面，公司进一步深化“AI+教育”战略布局，围绕教学场景构建数字化业务体系，整体研发费用同比增长 64.42%；同时，公司在传统渠道持续夯实的基础上，顺应图书零售渠道结构变化趋势，积极拓展电商渠道，逐步构建线上线下载体协同发展的销售体系，从而造成整体销售费用有所增加；另一方面，受教辅征订政策调整影响，行业整体盈利空间面临普遍性收窄压力，传统图书业务结构产生变化，教辅图书业务整体利润空间被一定程度上压缩。但在这一轮行业性冲击中，公司提前布局，较早完成了业务结构的调整，核心业务展现出较强的韧性，整体经营底盘保持稳定；此外，公司按照会计政策对截至 2025 年 12 月 31 日可能出现减值迹象的存货和长期股权投资等资产进行了减值测试，基于谨慎性原则，对可能发生减值损失的资产计提了资产减值准备，对当年利润产生一定影响。随着减值准备的充分计提，未来对公司业绩的负面影响将显著降低。

5. 公司今年分红多少，会延续高比例分红的做法吗？

答：公司 2025 年度利润分配预案为：以公司现有总股本为基数向全体股东每 10 股派发现金 0.50 元（含税），合计拟派发现金红利占 2025 年归母净利润的比例超过 70%。自上市以来，公司每年保持现金分红，分红比例基本保持占当年归母净利润不低于 30%，近五年均在 40%以上，现金分红总额稳步上升，股利支付率明显提升。公司深知，良好的投资者回报不仅是公司稳健发展的体现，更是对股东信任的回报，公司十分重视投资

者回报。公司将持续优化经营管理，提高盈利能力，为投资者创造更多的价值。

6. 公司在年报中披露正在拓展电商渠道，请问 2025 年做了哪些举措？目前有什么成果？

答：根据开卷数据，2025 年，在整体图书零售市场下行的行业背景下，内容电商渠道增长强劲，码洋同比上升 30.43%，首次超越平台电商成为规模最大的细分渠道。

公司积极顺应这一渠道变革趋势，2025 年电商业务聚焦结构优化，围绕主流电商平台持续推进渠道建设与运营优化，通过完善产品结构、提升内容呈现及强化运营能力，推动教辅产品在电商渠道的销售。公司针对电商渠道用户需求特点，对产品形态与内容呈现方式进行适配性调整，强化选题的实用性与差异化，同时通过精细化管理方式，探索私域流量运营模式，逐步积累终端用户资源，不断提高渠道运营效率与投入产出水平。

目前，公司电商渠道及私域流量运营仍处于持续探索与优化阶段，随着运营经验的积累及用户规模的扩大，相关业务有望逐步形成对传统渠道的有效补充，并为公司未来业务结构优化提供支持。

7. 请问公司 2026 年在人才建设及激励方面有哪些新举措？

答：公司经过多年在行业的耕耘，已形成一支专业能力突出、经验丰富的经营管理团队。近年来，公司在保持团队稳定性的基础上，持续推进人才结构优化，通过内部培养与外部引进相结合的方式，逐步充实外部营销、市场策划、教育科技、管理等方面的人才，已形成一支专业化、职业化的中坚力量，为公司持续发展提供有力支撑。同时，公司也将结合发展阶段

	<p>与业务需要，研究并适时推出中长期激励相关方案，将其作为长效激励工具充分调动公司核心员工的积极性，将股东、公司和员工利益结合到一起，共创企业未来，实现公司资产质量和经营能力的稳步提升。2026年，公司将加强核心人才团队的建设，引进高层次人才；强化价值创造导向，创新激励方式，建立短期激励+中长期激励相结合的长效激励机制，完善组织保障体系，激发长期发展动能。</p>
附件清单	无
日期	2026年4月28日