

江苏传智播客教育科技有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系<br>活动类别   | <div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他 （请文字说明其他活动内容）</div>          |
| 参与单位名称<br>及人员姓名 | <div>浙商证券：陈钊</div> <div>上海云汉资产：程朝阳</div> <div>招商基金：邓艺</div> <div>诺德基金：黄伟</div> <div>天风证券：来舒楠</div> <div>华宝基金：毛文博</div> <div>瑞众人寿：彭双宇</div> <div>循远资产：田超平</div> <div>天治基金：王娟</div> <div>中信自营：魏巍</div> <div>海通证券：许樱之</div> <div>建信基金：杨荔媛</div> <div>汇丰晋信基金：杨明芬</div> <div>新华基金：俞佳莹</div> <div>兴业证券：张彬鸿</div> <div>东方证券：张鲁</div> <div>华夏基金：张盈</div> <div>渤海人寿：张远德</div> |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 时间                | 2026 年 7 月 15 日（星期三）10:00-11:00<br>2026 年 7 月 15 日（星期三）16:00-17:00                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 地点与形式             | 公司会议室/线上                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 上市公司<br>接待人员姓名    | 董事长兼总经理：黎活明先生<br>副总经理兼董事会秘书：陈碧琳女士<br>证券事务代表：逢建毅先生<br>投资者关系经理：徐江南女士                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 投资者关系活动<br>主要内容介绍 | <p><b>1.如何看待“AI将替代程序员”这一观点？这是否意味着 IT 培训的需求减少？</b></p> <p>答:我们认为 AI 不会替代程序员，而是重新定义了程序员这一角色。传统的、模板化的代码编写将被逐渐取代，而懂 AI、能驾驭 AI 的复合型人才需求将日益提高。当下职场招聘需求正经历结构性转变——传统纯代码开发岗位占比收缩，而依托 AI 落地业务的应用型岗位需求持续旺盛。不仅是 IT 行业，千行百业在 AI 浪潮下都催生了 AI 应用布局需求，比如 AI+财务、AI+法律等等，我们认为这一市场未来的空间广阔，AI 职业培训的需求不会下降，反而会持续增长。公司近年来把握这一变化趋势，短期培训课程已全面实现“AI 化”，学员就业率和薪资均表现优异。未来，公司将持续为蓬勃发展的 AI 产业精准输送高质量、复合型开发与应用人才。</p> <p><b>2.请介绍下 AI 职业培训的市场竞争情况。</b></p> <p>答:AI 职业培训市场正经历一场深刻的变革与重塑。AI 技术变革的浪潮叠加宏观经济与就业形势的复杂背景，催生了多元的 AI 职业培训需求,使得潜在市场体量不断扩张，甚至吸引了大量 OPC、非 IT 教育机构跨界入局。但同时赛道竞争愈发激烈，教研能力薄弱的机构正加速出清。面对这一机遇与挑战，公司作为深耕 IT 培训领域 20 年的教育机构，根植于“课好、老师好、就业好”的品牌声誉，</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>经历了多轮技术迭代周期与经济波动周期，目前已成功实现了向 AI 培训机构的战略转型与业绩复苏。</p> <p><b>3.公司的职业培训课程已“全面拥抱 AI”，具体做了哪方面的升级优化？请具体介绍一下公司短训课程。</b></p> <p>答:创业 20 年来，从移动互联网爆发到人工智能大模型浪潮，公司的目标始终是培养驱动产业变革的核心科技人才，通过紧贴市场用工需求的课程研发与迭代能力，确保人才培养内涵与产业技术演进同频共振。早在 2024 年，公司管理层便捕捉到 AI 技术变革的趋势，着手布局相关软件开发课程的 AI 方向转型。2026 年，公司已落实“全面拥抱 AI”战略，全新推出“AI 智能应用开发”“AI 大模型开发”“AI 设计”“AI 漫剧”等课程，聚焦“AI 开发人才”与“AI 应用人才”双赛道。“传智 AI”将专注 AI 时代数字化应用人才培养，与聚焦 AI 开发人才培养的“黑马程序员”形成职业培训赛道双品牌战略布局，以双品牌战略构建“AI+X”复合型人才培养完整矩阵。以“AI 应用智能开发”课程为例，其教学内容经过系统性重构，旨在培养学员驾驭 AI 进行跨语言开发的能力，而非 Java 与 AI 技术的简单叠加。在技术革新、产业需求大爆发的时代背景下，我们不再培养传统的 IT 开发人才，而是全面培养 AI 时代的新需求人才。</p> <p><b>4.优近两年 AI 人才招聘市场景气度提升，公司的职业培训业务呈现复苏态势，公司短训线下校区有无扩张计划？</b></p> <p>答:目前，公司短训业务在全国一、二线城市共布局 14 个校区，整体采取轻资产运营模式，公司会根据各地招生情况动态灵活调整校区布局与扩张节奏。随着招生规模增长，班均人数将有效提升，提高资产及师资利用效率，进而推动毛利率的提升，并对公司整体业绩产生积极传导作</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>用。</p> <p><b>5.公司的短训招生情况相比 2024 年和 2025 年低谷期有明显增长。请介绍一下公司市场推广、营销渠道的模式，公司采取了哪些措施扩大招生规模、降低获客成本，以及培训群体的构成是怎样的？</b></p> <p>答:公司短训业务的营销渠道包括口碑营销、高校合作营销、网络营销等，客群覆盖应届毕业生、零基础在职转行、在职精进人士等。公司主要客户来自于老用户的口碑推荐，我们通过学员亲身体验、全生命周期培训服务以及高质量的就业成果输出，打造了行业内独具特色的口碑营销体系。该渠道不仅客户信任度高、粘性强，更有效优化了公司的综合获客成本。同时，公司在院校端与网络端的拓展也成效显著。院校端，公司通过师资培训、就业实训、教材出版、专业共建、校企合作等，持续拓宽获客渠道。新媒体网络端，公司各子品牌及业务线依托多渠道线上平台已构建优质口碑，实现品牌曝光与生源引流双向增长。</p> <p><b>6.2026 年是公司大同数据科技职业学员第二年招生，今年大学的招生情况和校区整体爬坡情况如何？二期建设什么时候完工？</b></p> <p>答:大同数科院 2026 年的招生工作仍在进行中，目前首届在校生规模为 1,000 余人。二期校区预计在 2026 年下半年完工。目前，大同数科院仍在爬坡初期，由于在校生尚未满员，未来几年仍然存在一定的固定资产折摊和运营支出压力。大同数科院将继续依托山西 AI+OPC 社区的资源，持续深化产教融合、政企校三方协作，全面提升办学水平与品牌知名度，以高质量办学成果为后续招生奠定基础。</p> <p><b>7.公司半年度预告显示，2026 年上半年公司因短训招生和学历教育在校生增长而导致利润同比改善显著，将持</b></p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                      |                                                                                                                                               |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | <p>续深耕“职业培训+学历教育”双轨发展战略。公司未来发展还有哪些战略布局，是否考虑在 AI 产业端布局，有无外延式并购计划？</p> <p>答:公司高度关注技术迭代对教育行业带来的变革机遇，在坚持内生性增长的基础上，公司也将保持开放态度，密切跟踪产业链上下游的优质标的。</p> |
| 关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明 | <p>本次投资者交流活动未涉及公司未公开披露的重大信息。</p>                                                                                                              |
| 日期                   | 2026 年 7 月 15 日                                                                                                                               |