

股票代码：003032

股票简称：传智教育

江苏传智播客教育科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-005

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☒路演活动 ☐现场参观 ☐其他 （请文字说明其他活动内容）
---------------	---

	要的掌握前沿产业技术的职业人才。通过紧贴市场招聘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。公司依托在培养职业人才方面的积累的深厚经验与成熟体系，在数年前启动 AI 相关课程的研发，2024 年管理层预判 AI 产业变革即将开花结果，果断落地“全面拥抱 AI”战略，启动课程 AI 化升级，调整公司人才培养定位：培养 AI 开发人才+AI 应用人才两大类复合型人才。公司依托自有研究院，长期保持高比例研发投入，教研团队持续跟踪大模型、机器人、AIGC 产业迭代，按月更新课程案例与技术栈；联合头部企业共建课程，引入大量企业真实 AI 项目，针对 AI 学科重构全部教材、实训项目，全部采用国产大模型、企业落地项目作为教学核心；同步发布全新 AI 细分学科，覆盖开发、应用、机器人、内容创作多元赛道。“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、产业需求释放的时代背景下，我们致力于培养 AI 开发与 AI 应用人才，帮助广大年轻人抓住时代机遇，在变革的就业市场中找到属于自己的长期竞争力。 2.在业务转型过程中，公司如何保证讲师团队符合新业务要求的？ 答:在师资筛选与能力要求方面，公司一直保持着严格的筛选和考核机制，构建了“教学+研发”双轮驱动的师资架构。面对 AI 时代的到来，公司贯彻实行“全面拥抱 AI”的战略方针，对课程体系进行了系统性重构，不再局限于培养传统的 IT 开发人才，而是全面转向培养 AI 时代的新需
--	---

	求人才。随着课程体系与人才培养方向的变革，公司对教研、教学人员也相应进行了针对性的汰换。目前公司在 AI 学科方向拥有雄厚的师资，讲师与教研人员均选拔自具有多年一线经验的高学历资深专家。同时为配合 AI 技术的快速迭代，公司对讲师、教研人员的持续学习与研发能力提出了更高要求。公司与产业端头部公司、专业院校保持紧密合作，将最新技术框架融入课堂，构建“基础理论+前沿技术+项目实战”的三层课程体系。依托公司研究院体系，教研人员将持续对产业前沿技术深入研究，也在实际授课教学获取反馈，不断更新改善课程内容，从而为学生提供高质量、高回报的课程。公司力争率先构建起适应 AI 时代的人才培养体系，在下一轮行业竞争中占据先机。 3.公司对具身智能学科方面有什么安排和规划？ 答:公司近日正式发布“AI 具身智能机器人开发”新学科，首期班报名已完成，将于今年 10 月正式开班。在培养模式上，该课程采用“理论赋能、仿真进阶、真机实操”闭环教学模式，教学环节同步覆盖工业机械臂、四足巡检机器人、人形服务机器人三类主流设备，并对接智元、众擎、睿尔曼等头部厂商的本体二次开发方案。同时，课程配套高达 70%的真实落地项目，精准适配全赛道机器人岗位。从宏观产业背景来看，根据国家“十五五”规划，人形机器人与具身智能已被列为重点前瞻产业方向。作为未来的蓝海赛道，我们长期看好具身智能（物理 AI）在产业应用端所催生的就业机会与培训需求。在教研积淀方面，公司教研团队数年前启动了相关技术与课程研发工作，通过自研机器人及承担多项政府、行业培训项目，公司已积累了扎实的产业教学经验。未来，公司将持续紧跟产业应用落地进展与技术迭代步伐，及时更新课程理论体系和项目实践内容，为行业输送高质量的复合型技术人才。
--	--

4.公司未来是否会有股权激励的计划？

答:公司高度重视一线业务核心人员、技术研发骨干与管理团队的福祉，希望实现员工与公司的长期共同成长。股权激励是公司进行长期激励的重要方式之一。结合公司当前的经营现状，现阶段公司的经营重心聚焦主业复苏、盈利能力夯实并拓展长期发展空间。我们会结合公司业绩的增长节奏、现金流状况、资本市场整体环境等因素综合研判，考虑在合适的节点推出适当的股权激励方案。

5.公司怎样看待短训业务线上收入的发展前景？

答:公司短训业务的线上课程依托“博学谷”平台，全面涵盖 AI 开发类及应用类课程。在内容上，线上与线下保持同等教研标准，确保核心知识体系的一致性，此外还提供在职技能提升、毕设辅导、资质考证及海外学历提升等多元化增值服务。线上课程具备学习周期灵活、课程品类丰富等优势，采用“直播+录播+答疑”的混合教学模式，高度契合在职人员及在校生利用碎片化时间进行技能提升的需求。随着公司线上营销矩阵的日益完善、品牌知名度的持续提升，以及新品牌“传智 AI”的正式发布，公司对该业务的长期发展保持乐观态度。

6.公司短训在营销获客方面采取了哪些手段？

答:公司短训业务的营销渠道主要包括口碑营销、高校合作营销及新媒体网络矩阵等。在口碑营销方面，公司主要客户来源于老用户的口碑推荐。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，公司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。在高校合作方面，公司通过师资培训、就业实训、教材出版、专业共建及校企合作等多元化形式，持续拓宽获客渠道。在新媒体网络端，公司各子品牌及业务线已构建起立体的

	线上营销矩阵，实现品牌曝光与生源引流的双向增长。一方面，公司在 B 站、小红书、抖音、美团等主流内容社交平台深耕布局，凭借优质的内容生态实现了出色的品牌声量与精准获客；另一方面，积极拓展本地生活服务平台，通过线上团购体验课等形式，有效打通了线上流量向线下校区转化的闭环。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次投资者交流活动未涉及公司未公开披露的重大信息。
日期	2026 年 8 月 3 日