环球艺盟(870639)　　打造艺术留学教育品牌

基本数据

2017 年 7 月 11 日	
收盘价(元)	
总股本(万股)	151
流通股本(万股)	30.27
总市值(亿元)	
每股净资产(元)	3.93
PB(倍)	

财务指标

	2014A	2015A	2016A	2017E	2018E
营业收入(百万元)	4.62	11.31	71.62	111.01	158.75
净利润(百万元)	0.66	-0.04	-9.96	8.52	15.36
毛利率（%）	64.07	60.62	60.2	60.3	60.85
净利率（%）	14.35	-0.39	-13.90	7.67	9.68
ROE（%）	67.75	5.28	-729.54	58.94	72.13
EPS(元)	1.33	0.15	-8.65	5.64	10.17

投资评级：买入(首次)

公司是国内首家从事海外艺术院校艺术留学预备课程教育的机构之一，是行业内较早引进海外师资进行专业培训的教育机构。同时也是首家建立与国际接轨的工作室教学模式、直接引入欧美艺术桥梁课程的培训体系的艺术留学预备课程教育机构。公司培训专业覆盖景观建筑、珠宝服装、视觉传达、工业设计、电影传媒、动画新媒体、音乐舞蹈等 50 多个国际主流创意产业方向，留学院校覆盖到了美国、英国、德国、法国、意大利、荷兰、加拿大、澳洲等主流艺术留学国家。

截止 2014 年底，我国青少年艺术教育培训市场规模达到 330 亿左右，预计未来三到五年，国内艺术教育培训的市场潜在规模将达到 600 亿元。目前我国青少年基数庞大，艺术教育培训面临着史上最大的发展空间，预计我国每年参加各类艺术教育培训的青少年儿童将超过一亿人次。以主要留学目标国家美国为例，据美国国务院下属的教育办公室支持 IEE 发布的 Open Door 的数据显示，2015 年共有 30 多万中国学生奔赴美国求学，其中 5.6%的学生选择艺术相关专业，大概有 1.7 万中国人在美国学习艺术相关专业，可见艺术类专业申请的火爆程度。

2016 年公司业务实现异地快速扩张，营业收入为较上年度增长 533.27%。公司覆盖区域从广州、成都、杭州、深圳四家分子公司，扩展至天津、上海、苏州、南京、合肥、山东家 6 家新成立的分公司。通过拓展新的市场推广模式，如海外艺术大师行，校园推广，专题策展等不同方式的市场活动及品牌推广，树立了品牌长期价值。同时，通过尝试增加不同的自媒体营销模式，如微信、自媒体，直播等方式，扩大市场认知度，增加自主招生占比。

研究员　周川南

zhouchuannan@wtneeq.com

010-85715117

盈利预测

预测公司 2017~2018 年归属于上市公司股东的净利润分别为 0.085 亿元、0.154 亿元，每股收益分别为 5.64 元、10.17 元。

风险提示

市场竞争的风险；行业发展低于预期；留学政策变动的风险。

目　录

■ 风险分析 1
■ 围绕国际主流创意产业方向，业务覆盖多个省市 1
■ 艺术培训市场前景广阔 4
■ 伴随行业发展，打造培训标准化业务体系 6
■ 2016 年业务扩张，营收大幅增长 8
■ 盈利预测 9

图表目录

图表 1　公司官网录取专业展示 1
图表 2　主要业务及介绍 2
图表 3　公司主要股东及持股情况 3
图表 4　公司核心管理团队情况 3
图表 5　我国出国留学变化 5
图表 6　公司业务流程 6
图表 7　作品集十大维度评估体系 7
图表 8　导师团展示 7
图表 9　公司财务及盈利能力情况 8
图表 10　与同行业公司毛利率对比情况 8
图表 11　盈利预测 9

■ 风险分析

- **与实际控制人相关分析**

公司控股股东张军先生共计持有公司 921,123 股股份，持股比例为 60.86%。张军先生一直担任有限公司及股份公司的执行董事、董事长、总经理，对公司的经营决策具有重大影响，为公司控股股东及实际控制人。报告期内，公司无股权质押情况。

- **与业务相关分析**

公司所涉业务主要以线下一对一教育服务为主。我们认为其课程标准化难度较大，扩张较依赖于师资。

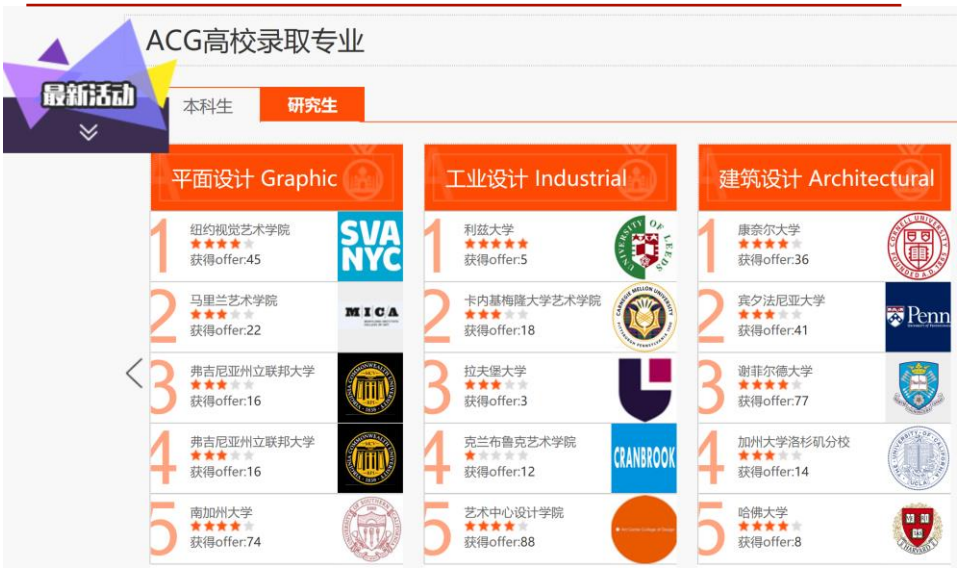
国内艺术从业、学习人群数量持续提升，但艺术类海外留学涉及费用较高，从目前行业数据来看用户数量仍处于起步阶段。

■ 围绕国际主流创意产业方向，业务覆盖多个省市

北京环球艺盟国际教育咨询股份有限公司，成立于 2012 年 11 月。公司是国内首家从事海外艺术院校艺术留学预备课程教育的机构之一，是行业内较早引进海外师资进行专业培训的教育机构。同时也是首家建立与国际接轨的工作室教学模式、直接引入欧美艺术桥梁课程的培训体系的艺术留学预备课程教育机构。

公司培训专业覆盖景观建筑、珠宝服装、视觉传达、工业设计、电影传媒、动画新媒体、音乐舞蹈等 50 多个国际主流创意产业方向，留学院校覆盖到了美国、英国、德国、法国、意大利、荷兰、加拿大、澳洲等主流艺术留学国家。

图表 1　　公司官网录取专业展示



资料来源：公司官网

公司主要提供艺术留学预备课程的定制服务、艺术留学规划、国际创新创意素养培训等多维度的综合性教育服务：

图表 2　　主要业务及介绍

业务	培训内容
艺术留学预备课程的定制服务	公司以专业项目为核心研发出不同的课时包，适应不同基础的学生的需求，公司同时针对学生选择不同的国外目标院校和专业、从而需要提交不同的“作品集”的特点，课程教学采用一对一的定制形式，由公司的教学与教研团队配合完成。
艺术留学的规划服务	艺术留学的规划服务由公司专职的规划顾问团队完成。公司的规划顾问团队拥有平均 2 年以上的行业经验，主要通过对学生创意、基础等多项能力的综合测评，结合学生家庭的经济条件与留学需求，向其提供艺术留学的专业规划方案与艺术留学的具体培训规划。
国际创新创意素养培训服务	公司通过多维度发掘客户需求、拓展产品类型，分别针对 16 岁以下学生群体和 20 岁以上大学生、毕业生群体研发国际创意素养培训服务与国际创新创意素养培训服务。对于年龄在 16 岁以下的学生群体，公司以模块化课程设计为核心，开发并推行幼儿—学前段、小学—初中段的国际创意创新教育课程，通过延续地浸泡式教育，从小培养学生的创意能力，以使其成长后具备创新能力；对于年龄 20 岁以上的大学学生、大学毕业生及在职人士，以项目式课程设计为核心，开发并推行国际艺术创意产业人才培训和职业设计课程，使学员通过接轨国际化的艺术创意理念，极大提升学员的艺术设计水平，帮助其完成符合当前产业需求的创意设计工作。

资料来源：公开转让说明书

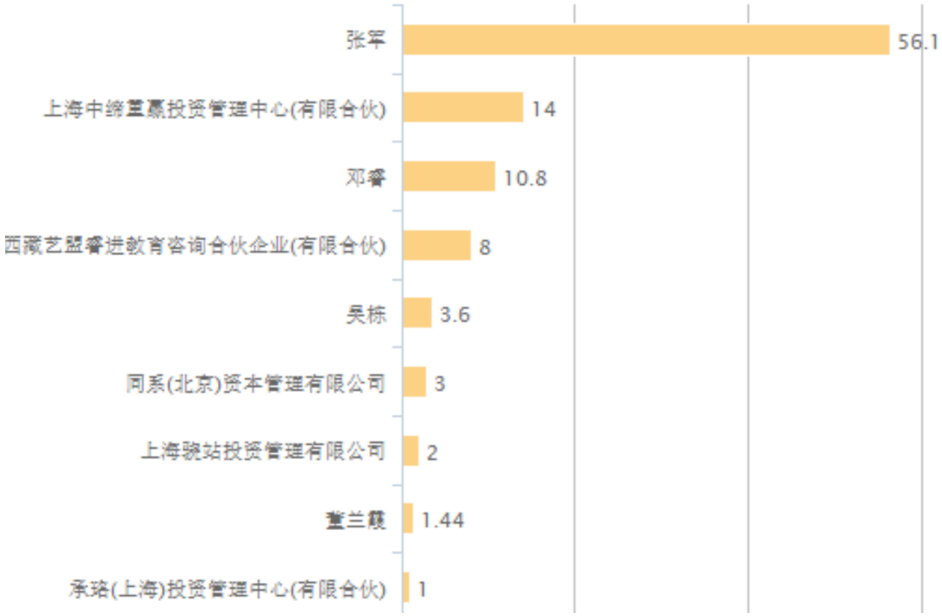
公司目前主要消费群体为年龄 15-24 岁的高中学生与大学学生（申请本科国外院校的高中生和申请国外研究生课程的本科生），消费群体的申报主要集中在美国艺术类院校及专业、欧洲艺术类专业。主营产品是针对这两类学生群的艺术留学的需求，设计并提供艺术留学一对一教育与规划服务。

销售方面，公司目前销售区域覆盖北京、上海、山东、江苏、四川、浙江、湖北、广东、重庆、天津等多个省、直辖市，通过线上线下联合推广、渠道深度合作的方式完成市场宣传。线下推广主要依托校园展开，通过固定广告牌宣传、举办艺术讲座、组建艺术社团、合作艺术课程等形式吸纳学生完成转化与

销售。线上推广经由搜索引擎平台、网络自媒体、网络代理平台等通道进行全网营销，将目标客户吸引到线下直营进行咨询实现销售，同时也加大了公司品牌的宣传与推广。此外，通过相关上下游的渠道深度合作，与语言培训机构、留学中介、银行、国际高中等相关的渠道通过相互推荐实现销售。

报告期内公司主要股东及持股情况如下：

图表 3　　公司主要股东及持股情况



资料来源：choice

创始人及核心管理人员情况如下：

图表 4　　公司核心管理团队情况

张军,男,汉族,1972 年 7 月生,中国国籍。1991 年至 1993 年,就读于山东菏泽学院美术教育专业;1993 年至 1995 年,就读于山东曲阜师范大学美术教育专业,获学士学位。1995 年至 2000 年,就职于山东曹县师范学校,担任美术讲师;2000 年至 2004 年,就职于山东创佳工艺美术进出口公司,担任总经理;2004 年至 2006 年,就职于北京汇众鼎视教育咨询有限公司,担任市场总监;2007 年至 2009 年,就职于北京罗宾国际文化交流有限公司,担任首席运行官;2008 年至今,担任北京艾迪迪视觉艺术交流有限公司执行董事;2011 年至今,担任北京小哲盒子影视文化传播有限公司监事;2014 年 6 月至今,担任上海艾学文化传播有限公司监事;2014 年 9 月至 2016 年 8 月,担任青海环球留学出国服务有限公司上海分公司负责人;2016 年 3 月至今,担任上海来喔教育科技有限公司监事。2015 年 7 月至股份公司成立前,担任北京环球艺盟国际教育咨询有限公司执行董事兼经理。现任公司董事长兼总经理,任期 3 年。
陈宝君,男,汉族,1978 年 12 月生,中国国籍。1999 年至 2002 年,就读于江苏省广播电视大学市场营销专业。2007 年至 2011 年,就职于浙江新通出国留学咨询服务有限公司南京分公司,担任副总经理;2011 年至 2013 年,就职于金吉列出国留学咨询服务有限公司南京分公司,担任业务总监;2013 年至 2014 年,就职于金吉列出国留学咨询服务有限公司宁波分公司,担任总经理。2015 年至今,就职于北京环球艺盟国际教育咨询有限公司山东分公司。2016 年 8 月 24 日至今任公司监事,任期 3 年。2017 年 3 月 17 日辞去公司职工监事一职,同日担任副公司

总经理一职。
张倩,女,汉族,1982年9月生,中国国籍,毕业于中国戏曲学院。2004年至2005年,就职于凤凰卫视《综艺新势力》栏目组,担任编导;2005年7月至2007年7月,就职于中央电视台2套,担任制片人助理;2007年至2009年,就职于北京罗宾国际视觉艺术交流有限公司,担任咨询经理;2009年至2012年,就职于北京艾迪迪国际艺术教育咨询有限公司,担任市场经理;2012年至今,就职于北京环球艺盟国际教育咨询有限公司,担任营销副总裁。自2016年8月24日至今任公司董事、副总经理,任期3年。
邓瑾,女,汉族,1980年10月生,中国国籍。1998年9月至2002年6月,就职于湖南师范大学历史学专业,获学士学位;2004年9月至2007年1月,就于深圳大学课程与教学论专业,获硕士学位。2002年9月至2004年6月,就职于湖南江平第一中学,担任高中教师;2007年3月至2010年5月,就职于新通留学深圳分公司,担任市场经理;2010年5月至2012年6月,就职于广东教育国际交流服务中心深圳分中心,担任中心副主任;2013年3月至今,就职于北京环球艺盟国际教育咨询有限公司,担任市场总监。现任公司董事、董事长助理。

资料来源：choice

■ 艺术培训市场前景广阔

- **艺术培训市场持续增长**

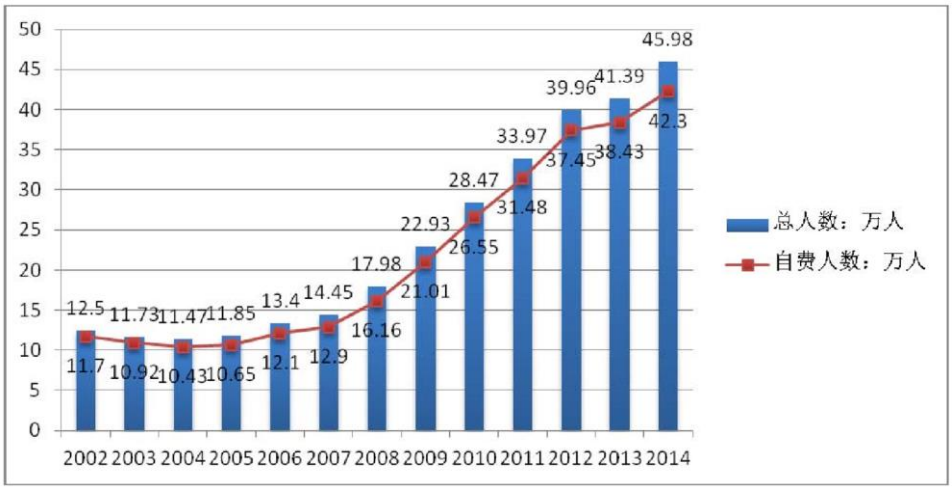
据思博数据中心 2015 年出版的《中国少儿艺术培训市场调研与投资前景研究报告》的数据表明与分析，截止 2014 年底，我国青少年艺术教育培训市场规模达到 330 亿左右，目前我国青少年基数庞大，艺术教育培训面临着史上最大的发展空间，预计我国每年参加各类艺术教育培训的青少年儿童将超过一亿人次。

2015 年后，随着计划生育政策的开放，城市化水平和人们收入水平的提高，预计未来三到五年，国内艺术教育培训的市场潜在规模将达到 600 亿元。

- **留学人数保持较快增长，自费留学有望形成趋势**

随着中国综合国力的提升，未来将有大批家庭选择将子女送出国门进行留学深造，美国国际教育协会发表的《2014 年中国出国留学趋势报告》预测：2016 年达 78 万人，2017 年达 93 万人，2018 年将突破 100 万人，达到 112 万人。另一方面，随着国家经济的繁荣，中国已成为世界上大的留学生派出和回归国。并且据统计自 2002 年以来，我国海外留学市场以年均 20%的速度在增长，其中自费留学人数增长比例呈显著增长。

图表 5　　我国出国留学变化



资料来源：网络数据

教育部 2017 年 3 月 1 日发布“2016 年度我国出国留学人员情况统计”数据显示，2016 年度我国出国留学人员总数达 54.45 万人，较 2015 年人数增加 2.08 万人（而 2015 年度留学人员总数为 52.37 万，比 2014 年增加 6.39 万人）增长了 3.97%。目前，中国已经成为了世界第一大留学生输出国。从 1978 年到 2016 年底，中国各类出国留学人员 累计达 458.66 万人，留学生人数一直呈上升趋势，每年的出国留学人数持续增长。在 2016 年度的 54.45 万出国留学人员中，国家公派 3 万人，单位公派 1.63 万人，自费留学 49.82 万人。

伴随着中国留学市场的持续火热，留学低龄化趋势日益明显，近年本科及以下留学人数增长明显。根据美国大使馆新闻文化处《2016 年门户开放报告》，2014/2015 年，中国留美学生数首次突破 30 万， 留美本科生首次超过研究生人数。而 2015/2016 年度达到 328,547 人，同比增长 8.1%，占在美国留学生总数的 31.5%。中国与全球化智库（CCG）与麦可思联合调查结果显示，2015 年，在高中阶段就选择出 国留学的人数比例明显增加，比例从 2012 年的 17% 上升到 2015 年的 27%，还有超过 1/3 的学生打算出 国就读高中或预科及语言学校。

据数据显示，中国主要目的国留学人数在稳步增长，美国、英国、澳大利亚、加拿大是四大主要留学国，其中赴美留学人数增长最为迅速在 2015 年达到了三十多万，而艺术留学在其中所占比例为 5.6%。从 2005 年开始中国艺术设计类在美留学的人数，每年以几何倍数飞速增长。近年中国高考适龄学生中有 10%选择申请国外大学，其中以美国为主，相当于 40 万-50 万人。而近年来，设计类专业硕士的申请比往年增长了 120%，建筑类增长了 10%，影视类更是增长了 150%以上。据另一项统计数字显示：英国大学录取学生中艺术设计类学生人数已居于第二位，申请赴法国留学的学生中有一半以上是艺术生。而根据美国国务院下属的教育办公室支持 IEE 发布的 Open Door 的数据显示，2015 年共有 30 多万中国学生奔赴美国求学，其中 5.6%的学生选择艺术相关专业，大概有 1.7 万中国人在美国学习艺术相关专业，可见艺术类专业申请的火爆程度。

我们认为随着影视、建筑设计、装修、服装、印刷、杂志社、电视台、报社、广告策划、动漫、网络设计行业等行业兴起，对美术人才的需求会持续上升。从而引导更多适龄考生、社会从业者在专业学习以及进修方面对艺术设计类学习需求增加。

■ 伴随行业发展，打造培训标准化业务体系

● 潜在的教育受众空间巨大

公司旗下的教育服务覆盖了从低龄学生到在职人士的教育市场，如公司设计了幼儿—学前的国际创意课程，小学—初中—高中—大学的艺术留学预备课程、国际艺术类职业设计课程等。

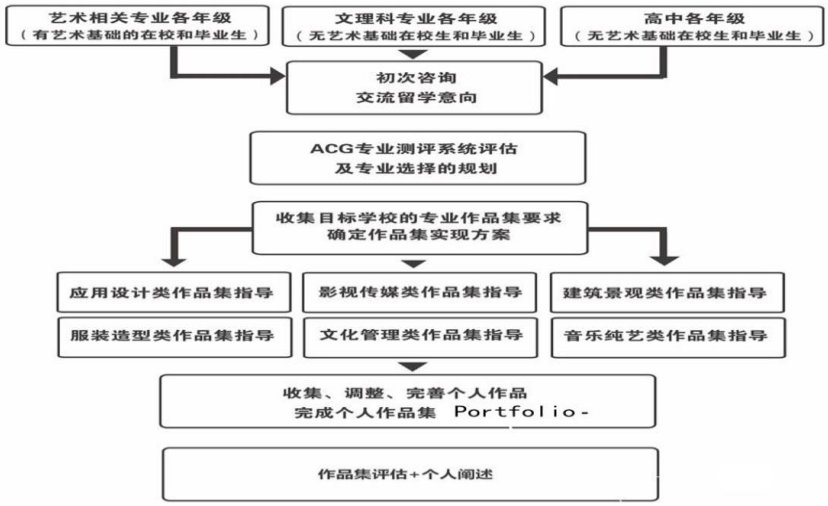
公司未来的业务规划，将依托国际艺术留学升学服务产品为主营业务，开发上游业务延伸板块，主要是面向大学阶段的国际艺术类教育包括大学职业教育，融合国际创新创意教育理念针对产业岗位需求和行业需求。将面对 400 万在校艺术及艺术设计类大学生和行业内 1000 万艺术相关从业人员的广泛市场。

未来公司还将重点发展下游业务延伸板块，包括国内公立中小学国际创意教育课程输出，学前教育阶段的国际课程输出（在线教育模式），A+学院的低龄段学生出国预备课程，针对 10-16 岁年龄段的国际衔接教育。

● 业务流程标准化

公司围绕自身业务中各个培训环节定制了教学咨询标准化的服务流程，能够实现留学咨询、专业选择、作品集培训，面试模拟，实习推荐等一系列功能，对整个教学教务活动实行标准化管理。

图表 6　公司业务流程

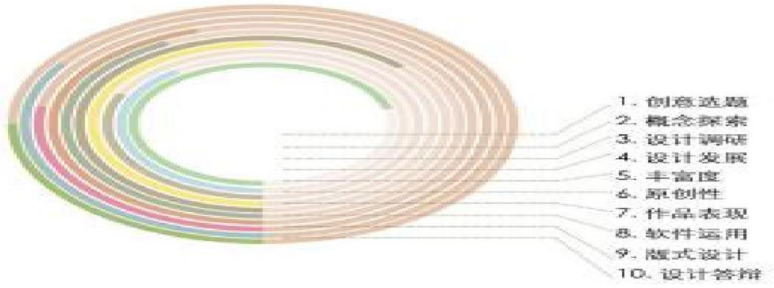


资料来源：公开转让说明书

由于艺术留学申请中的学生“作品集”是非常重要的。因此公司提供的“艺术留学预备课程的定制服务”、“艺术留学的规划服务”、“国际创新创意素养培训服务”均属于“作品集培训”服务的各个环节。

公司提供的培训直接与学员签署培训合同，在约定期限内提供服务，并凭借具备的关键资源优势，包括特有的作品集十大维度评估体系、专业化的教师团队、良好的教学环境、课程体系，为期望申请艺术留学的学员提供专业化的培训服务。

图表 7　　作品集十大维度评估体系



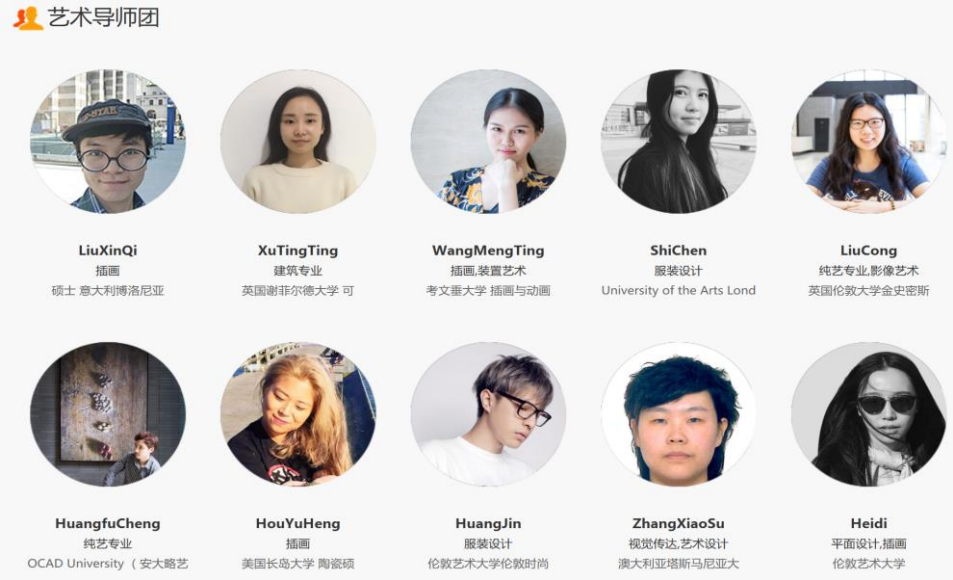
资料来源：公开转让说明书

- **艺术顾问+主线教师+专业教师+督导教师“四线一体”的课程培养模式**

在课程培训过程中，每一位学生会匹配一名主线教师与多名专业教师，主线教师负责学生艺术留学预备课程的整体规划与教学结果的检查，承担培训后作品集的专业审核，专业教师按照主线教师的整体规划，实施学生艺术留学预备课程中的部分教学工作，教研团队由公司专职的督导助教组成。在课程培训过程中，每一位学生会配备一名专属督导，督导会根据艺术留学培训规划设计并执行定制化服务，按照学生碎片化时间预约教学教师进行一对一培训，对艺术留学课程的实施提供协助与监督，并对主线教师和专业教师的教学情况进行跟踪督导，同时与学员家长建立紧密的日常沟通机制，使家长及时了解学员的学习进度与成果，并协调解决学员与家长对教学的不同需求。

教学团队由有海外留学背景的海归艺术家组成，拥有专业教研教学经验或产业实践经验，根据教育规划方案参与并完成艺术留学预备课程的实施。公司以专业项目为核心研发出不同的课时包，适应不同基础的学生的需求，公司同时针对学生选择不同的国外目标院校和专业、从而需要提交不同的“作品集”的特点,课程教学采用一对一的定制形式,由公司的教学与教研团队配合完成。

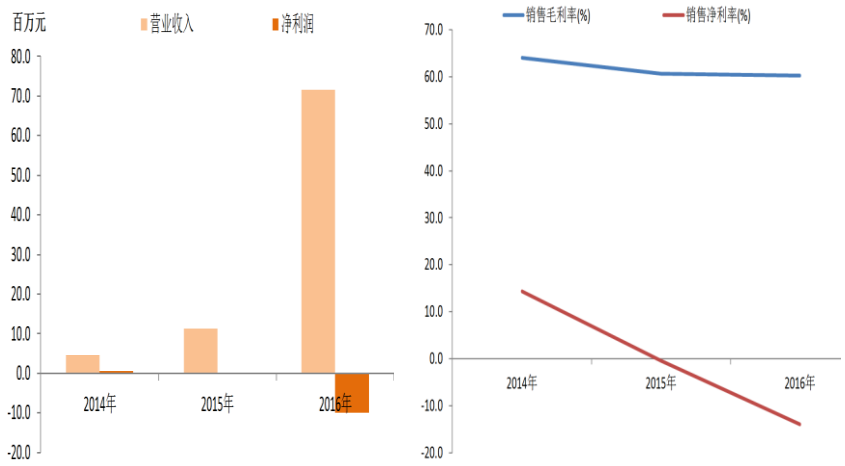
图表 8　　导师团展示



资料来源：公司官网

■ 2016 年业务扩张，营收大幅增长

图表 9　公司财务及盈利能力情况

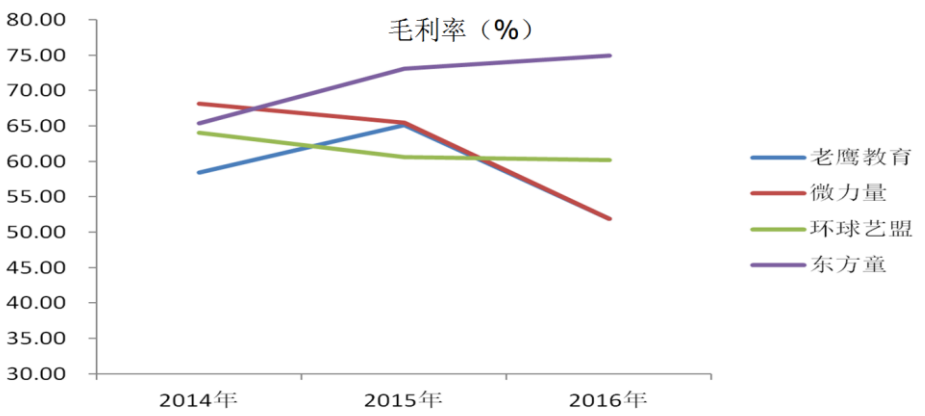


资料来源：choice

2016 年公司营业收入为较上年度增长 533.27%。主要原因：1、报告期内公司规模增加较多，由原有 3 家分公司 1 家子公司的规模，逐渐壮大至拥有 9 家分公司。区域从广州、成都、杭州、深圳四家分子公司，扩展至天津、上海、苏州、南京、合肥、山东家 6 家新成立的分公司；2、公司通过拓展新的市场推广模式，如海外艺术大师行，校园推广，专题策展等不同方式的市场活动及品牌推广，树立了品牌长期价值；3、通过尝试增加不同的自媒体营销模式，如微信，自媒体，直播等方式，扩大市场认知度，增加自主招生占比；4、公司自有品牌影响力增加，吸收客户资源。

同时，公司 2016 年营业成本较上年度增长 539.93%。主要是新开设 8 个分支机构产生的房屋场地租金、教学人员成本和教学其他杂费的增 加导致营业成本相应增加。其中：2016 年教学人均工资 16.78 万元，较上年增长 3.52 倍，增长主要原因是：聘请了更优质、更高端的师资团队，提升教学品质；随着业务的增加，专业更细分，聘用人员更专业。

图表 10　与同行业公司毛利率对比情况



资料来源：choice

■ 盈利预测

图表 11　　盈利预测

	2014A	2015A	2016A	2017E	2018E
营业收入(百万元)	4.62	11.31	71.62	111.01	158.75
净利润(百万元)	0.66	-0.04	-9.96	8.52	15.36
毛利率（%）	64.07	60.62	60.2	60.3	60.85
净利率（%）	14.35	-0.39	-13.90	7.67	9.68
ROE（%）	67.75	5.28	-729.54	58.94	72.13
EPS(元)	1.33	0.15	-8.65	5.64	10.17

资料来源：梧桐公会，choice

预测公司 2017~2018 年归属于上市公司股东的净利润分别为 0.085 亿元、0.154 亿元，每股收益分别为 5.64 元、10.17 元。

【分析师声明】

本报告中所表述的任何观点均准确地反映了其个人对该行业或公司的看法，并且以独立的方式表述，研究员薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的观点无直接或间接的关系。

【免责声明】

本报告信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所载的观点、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，不保证该信息未经任何更新，也不保证我公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下，报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价，亦不构成个人投资建议。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。

【评级说明】

买入 — 未来 6 个月的投资收益率领先三板成分指数指数 15%以上；
中性 — 未来 6 个月的投资收益率与三板成分指数的变动幅度相差-15%至 15%；
卖出 — 未来 6 个月的投资收益率落后三板成分指数 15%以上。

本报告将首次发布于 D3 研究平台。D3 研究是一个付费研究报告交流分享平台。在平台中您可以阅读别人的研究成果，提出对某家特定企业的研究需求，也可以完成别人的悬赏任务，或者将您的研究成果直接变现。微信用户在微信端通过搜索 D3 研究或扫描二维码的方式查找到 D3 研究公众号并关注后,即可成为 D3 研究的用户。

梧桐研究公会
电　　话：010-85715117
传　　真：010-85714717
电子邮件：wtlx@wtneeq.com