

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：2026-009

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）
---------------	---

上市公司 接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：陈碧琳女士 证券事务代表：逢建毅先生 投资者关系经理：徐江南女士
投资者关系活动 主要内容介绍	1.公司“传智 AI”新品牌的课程进展？ 答:公司新推出的“传智 AI”属于短训业务板块下的子品牌，目前各类课程正处于研发投入与前期试点阶段。该品牌明确聚焦 AI 应用类人才的培养，与公司旗下专注 AI 开发类人才培养的“黑马程序员”形成优势互补，共同构建起“AI+X”复合型人才培养矩阵。“传智 AI”的潜在培训客群已突破开发者圈层，广泛延伸至千行百业的白领人群，如金融、财务、法律等领域。公司将精准匹配行业需求与人才缺口，致力于帮助学员提升 AI 技术应用能力与职场竞争力。后续随着全新 AI 课程的正式发布，公司也将持续探索创新的营销与获客模式，不断沉淀并提升品牌口碑，致力于持续拓展 AI 人才教育行业的发展前沿，为蓬勃发展的 AI 产业精准输送高质量、复合型人才。 2.前沿技术快速更迭是否会颠覆企业用工画像，进而影响公司短训课程内容？ 答:从宏观产业背景来看，AI 技术的快速迭代正在推动企业用工画像发生结构性重构，但并非整体性替代。具体表现为存量岗位能力要求上移与新兴工种确立。公司短训课程内容也随着企业用工画像的变化而持续调整。为配合 AI 技术的快速迭代，公司全面强化了讲师与教研人员的持续学习机制及研发能力考核。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，教研人员持续对产业前沿技术深入研究，也在实际授课教学中获取反馈，以周为频次更新改善课程内容，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.公司目前短训业务的模式是怎样的？

答:公司短训业务分为线上和线下两种教学模式。线下“黑马程序员”品牌在全国一、二线城市共布局 14 个直营校区，整体采取轻资产运营模式，可根据各地招生情况动态灵活调整校区布局与扩张节奏。讲师与教研团队采用标准化教学流程，具备较强的弹性调配能力，师资及教学场地不构成产能瓶颈。线上课程依托“博学谷”平台，学习周期更灵活、课程品类更丰富，边际成本更低，对规模化招生需求的承接能力更强。公司将根据招生规模灵活调整产能情况，确保产能利用率保持在合理区间。

4.公司短训业务在院校端除了促进 C 端学员转化以外，是否独立产生收入？

答:公司短训业务通过院校端的推广，主要目的是带来 C 端学员转化，也会独立产生收入，但目前该类业务直接营收占公司整体营收的比例较小。具体院校端业务包括自研教材出版、师资培训承办、高校教辅平台服务、机器人软硬件一体化教学产品销售等。

5.公司是否有再融资、并购、股权激励等资本运作计划？

答:现阶段公司的首要战略目标是夯实现有主营业务基本盘，巩固拓展市场份额，促进盈利能力的改善，提升公司的综合竞争力和市场占有率。后续如有明确的资本运作事项，公司将严格按照监管规则及时履行信息披露义务。

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，获客成本最低。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 9 月 18 日