

证券代码：605098

证券简称：行动教育

上海行动教育科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过上证路演参与公司 2022 年第三季度业绩说明会的投资者
时间	2022 年 11 月 24 日 13:00-14:00
地点	上证路演中心 http://roadshow.sseinfo.com/
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理李践先生 董事、副总经理、董事会秘书杨林燕女士 独立董事张晓荣先生 财务总监陈纪红女士
投资者关系活动主要内容介绍	见附件《2022 年第三季度业绩说明会问题记录清单》
记录日期	2022 年 11 月 24 日

附件：2021 年度业绩说明会问题记录清单：

Q1：三季度以来，公司的经营情况如何？

A1：第三季度，公司营业收入 1.39 亿元，同比增长 21.73%，归母净利润 4480 万元，增长 38.06%，扣非净利润 4332 万元，同比增长 93.17%；前三季度总营收和归母净利润分别达到 3.41 亿元和 9411 万元，降幅明显收窄。

考虑到新冠疫情可能较长时间会存在，对国内中小企业的生存和发展带来巨大的挑战，公司积极分析和把握企业发展各阶段的培训需求，紧密围绕“实效第一，持续改进”，通过持续的内部创新和扩大外部合作，不断地充实实战导师团队和丰富实效课程体系，在帮助国内企业积极地破局自救、“迈向第一”的同时，反向赋能，助推公司业务的快速修复。

Q2：今年以来，公司都有哪些知名的导师加盟？

A2：对于导师的选聘，公司制订了严格的选择标准，所有的导师均为实战型导师，不仅拥有丰富的企业管理经营经验，同时还具备较高的实效管理理论学术造诣。

今年以来，公司与“中国定位第一人”、全球总裁、特劳特(中国)董事长邓德隆先生深度合作，开设了《特劳特·战略定位行动实效班》重磅课程；与独角兽企业慧算账联合创始人、被中国注册税务师协会评为全国 20 名“最具影响力税务老师”之一的王葆青导师合作，为《校长 EMBA》课程正式引入《税商模式》课程。公司的导师队伍的实力在不断地扩充，较大地提升了公司的实效课程体系。

Q3: 公司注重差异化的竞争优势，那么在课程研发方面，公司的具体举措是什么？

A3: 课程研发是公司的核心基因之一，也是支撑公司持续发展的核心要素之一。公司坚持围绕“忠于用户价值，实效第一”的核心开展研发活动，公司课程体系的设计、研发，注重契合市场刚需、以用户为向导，将实效的科学观和方法论教授给学员，以帮助学员解决公司经营发展过程中面临的痛点问题。

课程研发类型方面，公司的研发活动主要分为新课程研发和现有课程的升级研发。新课程的研发主要考虑三大方面的因素。第一，市场需求因素，项目的选题需要契合市场刚需，以用户为导向；第二，公司战略因素，新课程的选题必须符合公司的战略方向和企业愿景，新课程的选题必须围绕着新经济环境下的管理课题展开；第三，公司核心竞争力因素，新课程的选题必须要结合公司现有的核心竞争力和竞争优势，在此基础上，新课程的研发成果才可能得到市场的认同和欢迎，从而为公司带来新的学员和收益。现有课程的升级研发则主要秉承“持续改进”的理念，结合前沿管理学理论、新经济环境变化、学员和销售团队反馈信息等因素，更新课程内容和教学方式，以寻求获得更好的教学效果。

研发形式方面，公司的研发又可以分为自主研发和合作研发。其中，自主研发主要是指公司的研发管理中心会同公司自有讲师、营销团队、教学中心等内部机构共同合作开发的活动形式；合作研发主要指公司研发管理中心与外部讲师团队合作开发课程的活动形式。

在课程研发之外，公司紧密跟踪教育行业科技的发展，结合公司业务发展的需要，进行信息技术、移动互联网等技术的应用研发。

Q4：与传统的高等院校和一般的培训机构相比，公司的优势在哪里？

A4：区别于高等院校和一般培训机构，公司的管理培训课程注重实效，以贴近企业、贴近经营、为企业解决实际问题著称。公司的导师普遍在各自授课领域有过多年的实务操作经验，真正实现了“做自己所讲、讲自己所做”，保证了公司企业管理培训课程的实效性，为参加培训的企业带来实质性的效益提升。同时，在内训师培养方面，公司已经形成了一套完善的培养体系，实现内训人员的批量复制，从而为公开课后的内训、咨询等增值服务提供支持。

公司拥有优秀的培训和咨询讲师队伍，汇聚了包括李践、朱民、宋志平、付小平、陈军、张晓岚、罗伯特·卡普兰（Robert S. Kaplan）、巴里·波斯纳（Barry Posner）、帕特里克·莱格朗德教授（Patrick Legland）、邓德隆、胡彦平、王葆青等行业知名讲师。同时，为丰富公司课程体系，满足学员拓展国际视野和接触前沿管理思想的需要，公司积极与国内外经济管理领域的知名人士开展课程合作。

Q5：公司的销售模式是怎样的？如何保持客户的黏性？

A5：公司营销管理中心负责产品营销与市场推广。自公司上市后，良好的品牌形象以及较高的客户满意度，使公司在获客方面主要通过口口相传的品牌效应来获取新客，当前公司的客户转介绍率在 85%以上。我们预期能够继续通过广泛的老客户转介绍增加新客户的人数；同时销售人员通过电话、课程试听、与行业协会等机构合作组织主题论坛等方式开拓新客户。

Q6: 今年公司推出了三场公益直播教学课程，这个直播教学课程的设置初衷是什么？

A6: 今年以来，公司陆续举办了三场公益直播教学课程，其中2月份第1场课程以“迈向第一——择高而立的战略设计”为主题、5月份第2场课程以“大将辈出——聚焦靶心人才，突破业绩增长”为主题，10月份第3场以“企业年度规划——达标推演”为主题，加上第三季度的以“迈向第一”为主题的第6届企业家校长节，3场的公益直播课程均是通过线上线下联动直播的形式公开教学。公司的公益直播课程旨在帮助更多的中小企业能够在创业和创新发展的道路上实现突破，迈向第一。公司也将会将这一公益直播课程坚持下去，并打造成为公司的品牌课程，帮助更多的企业共同成长。

Q7: 请问公司目前的服务覆盖到那些区域，各地的分支机构在公司的经营中承担怎样的功能？

A7: 目前公司已经在北京、上海、深圳、杭州、成都设立了子公司，在南京、武汉、合肥、郑州、济南、石家庄、西安、昆明、长沙、广州、佛山、东莞、厦门等30多个省会城市和经济发达城市设立了分支机构，形成了覆盖全国的服务及营销网络。

公司在各分支机构设有学习官，其会定期回访参加公司培训的企业管理者，调研企业在参加培训后是否有明显改善，并提出补救措施、落实培训效果。同时服务人员也会收集全国学员出现的问题，供公司研发中心进一步研发设计新课程。通过“目标明确方向——选择途径精准达标——及时反馈了解学情、补救跟

进巩固落实”的闭环教学模式，最终达到提升企业管理教育实效的目标，做到了其所追求和承诺的“忠于用户价值，实效第一”的教学理念。

Q8：此前，公司与阿里巴巴集团钉钉事业部联手推出“管理教育+数字化管理工具”战略合作，目前进展如何？能为中小企带来哪些帮助？

A8：公司与钉钉事业部合作主要从三个方面展开：第一，两家企业将共同推出数字化平台系统。第二，两家企业共同推出行动钉为企业家的管理进行赋能，帮助企业最大的价值就是降本增效。第三，钉钉将和行动教育共同联合开发数字化相关的一系列课程，帮助企业更好的发展。目前，双方共同研发的关于人力资源管理的数字化平台已经在研发测试阶段，并按计划顺利推进。

数字化转型已经是企业发展的必然趋势，国家积极地多措并举推动企业科学高效开展数字化转型。行动教育作为一家资深的企业管理培训专业机构，对企业管理教育有着深刻的理解和丰富的实效经验，能够准确把握企业在数字化转型过程中的各类难点和痛点。钉钉则为企业提供了数字化转型平台，成为不少企业数字化转型的加速器。行动教育与钉钉合作，将有助于公司在企业管理数字化教育方面的加速落地，能够帮助更多的中小企业打造符合自身发展需要，且高效流转的企业数字化平台。

Q9：当前疫情情况下，公司的招生情况如何？

A9：三季度公司的排课已经全部恢复正常，并在可能的情况下更密集地排课，但疫情对学员的出行造成一定的影响，第三季度的到课率约在 85%左右。同时，

公司积极与各地校友会、商协会展开合作，选取防疫安全较好的外省市作为备用开课地点，以应对疫情突发带来的影响。

Q10：请问公司人才建设方面有什么举措？

A10：公司所处行业决定了公司的发展和持续盈利能力依赖于关键业务人员的综合素质，公司课程的研发、营销等业务链环节都需要关键业务人员决策、执行和服务。公司完善薪酬体系和绩效管理体系，加大人才梯队建设力度，积极储备高素质人才。同时，公司积极为关键业务人员提供良好的业务交流环境。公司拥有稳定、高素质的关键业务人员和高效管理团队，并保持持续发展壮大的良好趋势。

行动教育的人才培养体系称为行动军校，由六大模块组成：八条人才生产线、教材体系、教练体系、教学体系、教学平台、学习文化生态建设。人才培养路径有两个方向：专家（专业向）、企业家（管理向）。以行动军校的人才生产线为例：

- 1、精兵营：培养对象为 0-6 个月的学习官，并对入职前 7 天、前 30 天、前 3 个月的学习官进行了细化培养，称之为“733 成长模式”；
- 2、教官营：培养对象为 6 个月以上的学习官，当满足一定的条件（司龄、业绩、能力、价值观），可以申请成为教官，通过带教新人成长，不断提升自身的管理和辅导能力，为后续晋升打好基础；
- 3、行星计划：培养对象为管培生，通过业务必修+业务竞赛、管理必修+晋长机制、轮岗学习+毕业答辩，根据不同阶段参与其它人才培养项目，培养储备管理梯队；

- 4、飞马计划：培养对象为预备总监，通过必修课学考、标杆教练帮扶、标杆分校实践、管理答辩的培养模式，培养预备总监的基础管理能力；
- 5、大将营：培养对象为团队总监，基于总监层级的必备能力，主要培养模式为线上课程+线下集训共创；
- 6、千里马计划：培养对象为预备总经理，主要培养模式为：必修课学考、标杆教练帮扶、标杆分校实践、经营答辩、经营会议、将帅学习、市场实践；
- 7、将帅营：培养对象为分校总经理，基于总经理层级的必备能力，主要培养模式为：线上课程+校长 EMBA+经营哲学班+线下集训共创；
- 8、AC 认证（ActionCoach）：培养对象为全体员工，主要培养员工如何萃取经验、开发实战课程、内训授课能力。