

证券代码：300010

证券简称：立思辰

公告编号：2020-037

北京立思辰科技股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

本报告中所涉及未来的计划、业绩预测等方面的内容，均不构成本公司对任何投资者及相关人士的实质性承诺，投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

公司所有董事均出席了审议本次年报的董事会会议，无董事、监事、高级管理人员对本报告内容存在异议。

致同会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

☐ 适用 ☒ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

☐ 适用 ☒ 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 ☒ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	立思辰	股票代码	300010
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书		
姓名	张亮		
办公地址	北京市海淀区东北旺西路 8 号院 25 号楼立思辰大厦		
传真	010-83058200		
电话	010-83058080		
电子信箱	contact@lanxum.com		

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司的业务及产品

1、教育业务

公司秉承“用科技和人文改变教育”的历史使命，利用科技手段打通校内校外、线上线下、国内国外的学习场景，最终实现“激发•成就亿万青少年”的宏伟愿景。

在学习服务领域，公司主要业务为语文学习服务。公司拥有较强的产品化能力，产品体系丰富程度领先同行。公司产品内容体系以语文为核心，主线为大语文课程，辅线为庖丁阅读、思晨写作这两个提分课程，此外还有语文专项训练课程。大语文、庖丁阅读、思晨写作都有线下面授和线上大班直播两种授课形态，线下面授分为普通班和王者班两类班型。专项训练课程主要在线上，有直播、录播等多种形态，内容丰富多样，包括文言文、古诗词、名著精读、语文基础等。公司具备全国领先的大语文教研体系，教学上坚持以提升学生语文学习兴趣及培育学生文学素养为核心；运营上坚持“线上+线下”的复合运营模式，业务实现快速异地复制及市场拓展。截至报告期末，在全国已建立111个直营学习中心和325个加盟学习中心（部分地区在业务发展初期，与当地的教培机构共享教学场所，2019年公司根据业务发展租赁了独立的办学场所，取消了部分共享合作教学场所，所以2019年底直营店数量为111家）。

在升学服务领域，公司业务包括高考升学服务及留学服务。高考升学服务方面，公司可提供强基计划、综合评价、专项计划申请服务、志愿填报服务、生涯规划服务等。截至报告期末，公司已在全国22个省市设有46家分公司，形成覆盖全国的服务网络。留学服务方面，公司已在国内开设36个分支机构，业务覆盖美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、日本、韩国、新加坡、马来西亚等国家。

在智慧教育领域，公司业务包括区域教育云、智慧校园顶层设计、校本课程及核心学科应用服务等。公司智慧教育业务继续秉承将教育信息技术与教育教学深度融合的理念，进行资源整合和应用驱动，通过校本课程、核心学科应用服务等教育内容的引领，构建一个业务覆盖全国，触角伸到每个学校的教育科技服务网络。在发展2B业务的同时，打造未来教育新模式，完成了2B业务到2C业务的延伸。

2、信息安全业务

报告期内，公司持续推进安全业务板块江南信安等子公司的分拆工作，未来公司将继续着力整合及拓展教育业务，加速推进教育业务的发展。

（二）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1、学习服务

K12 课外培训主要针对中小学阶段学生提供全学科一体式的课外辅导教学服务，它作为课内教育的有效补充，是弥补课内教育不足、实现个性化教育的主要手段。近年来的教改引导语文教育从应试向能力转变，新课标、统编教材、新高考多管齐下，强化课外阅读，加大考试难度，突出语文统领全科的基础地位。这将深刻改变语文的学习时间和学习方式，为语文培训带来历史机遇。

语文课改：强化阅读和能力素养。2017年秋季部编版语文教材开始在全国小学、初中起始年级统一使用，并在2019年秋季学期实现所有年级“全覆盖”。2019年秋季学期部编版高中语文教材率先在北京、上海、天津、辽宁、山东、海南六个省市投入使用。据2019年6月国务院发布的《关于新时代推进普通高中育人

方式改革的指导意见》，2022 年前全国普通高中将全面使用新教材。为实现新课标的要求，部编版语文教材在选文、单元结构等方面都有很大变化，处处落脚在提升语文能力和素养上。

语文考改：突出语文基础地位，加大考试难度。新高考的特点是取消文理分科，实行“3+3”模式。三大主科中数学命题难度下降，英语一年两考，而语文的广度和难度提升，更加突出语文的基础性地位。2019 年高考全国卷数学、理化等理科考题为了创设真实情境中的现实问题，大幅增加了题目篇幅，对学生阅读理解能力和阅读速度提出了很高要求，即考理科的同时也在考语文，充分体现出语文统领全科的基础性地位。

语文培训刚需程度提升，参培率显著提高，预期未来在培训市场规模可能达到千亿级别。按照国内中小學生群体1.8亿人、30%参培率、5000元年收费来计算，远期语文培训市场空间有望超过3000亿元。与数学和英语培训不同，语文培训市场集中度更高。语文课外培训难度大，门槛高，更容易形成马太效应。面对课改和考改市场需要新的语文培训产品，而语文学科的特点是知识点繁多，知识图谱块状化，较难形成体系化和标准化，产品研发难度非常大。语文培训头部机构拥有较好的人才资源，在产品体系研发及教学教案的开发上更有优势。同时，全国统一新课改，也有利于头部机构的产品向全国标准化推广。头部机构有先发优势，通过快速连锁化复制迅速抢占全国市场，将获得较高的市场占有率。未来的语文培训行业集中度将有望进一步提高。语文教育培训将更注重对学生能力的培养及综合素质的提升。

随着新高考、新政策的推出，语文学科的基础地位及分数占比在逐渐提升，以培养综合素养为核心的语文学科成为学习服务行业的新增长点。大语文是目前市面上较为契合教改方向的语文培训品类，能够有效弥补校内教育的不足；大语文将紧密结合考试体系有效形成刚需产品，覆盖整个语文课外培训市场。

2、升学服务

随着新时代科学、文化、技术的进一步发展，对人才要求和需求的不断提升，社会对人才的选拔方式提出了全新的要求，“升学”已经被赋予了更多的方式和意义。教育部公布的最新数据显示，2019年全国高考报名人数1031万，再次突破千万，创下了2010年以来的历史新高。自2007年至今，高考实际录取率一直保持着上升趋势，并且在2017年突破80%，这意味着绝大多数考生拥有接受高等教育的机会。2018年，全国普通本专科招生790.99万人，比上年增长3.87%，高考实际录取率达到81.13%。

传统高考的选拔方式在政策引导下已开始逐步转变，2020年我国将全面建立新的高考制度，“新高考”正全面铺开。高考的改革为高考咨询行业带来全新的机遇，高考不再只是一次考试，更是从兴趣探索、职业规划到科目选择、学习考试、志愿填报的全系列生涯规划。同时生活水平的不断提高，使更多家庭可以承担留学的费用，催生了“升学领域”的又一选择。2020年1月，教育部发布了《教育部关于在部分高校开展基础学科招生改革试点工作的意见》。《意见》指出，为加强拔尖创新人才选拔培养，教育部决定自2020年起，在部分高校开展基础学科招生改革试点（也称“强基计划”）。同时明确，2020年起，不再组织开展高校自主招生工作。

综合评价录取的招生模式适合的考生范围更广，它是基于考生高考成绩、高校综合测试成绩和高中学业水平测试成绩，按照一定比例计算形成考生综合总分，最后按照综合总分择优录取。考生只要满足条件，不同层次考生均可尝试报名，提前锁定目标高校。从2019年的趋势来看，综合评价多元录取将成未来高校

招生的主流模式。此次改革整体上在短期提升高考的重要性，考生降分路径减少。长期来看随着综评模式的推广，头部学生将更关注细分兴趣领域学习和综合素质的培养，而中腰部学生竞争压力加大，培训需求有望进一步释放。强基计划刺激学生专长领域学习需求，提升学生细分赛道培训需求。

升学服务准入门槛较低，未有相应监管措施，而学习者对相应服务又迫切需要，因此行业暂时呈现一种较为散乱的局面，市场集中度较低，参与者众多。未来市场将不断整合集中，具备大数据能力、政策跟踪研究、专业服务能力、规划能力的企业将在竞争中脱颖而出。

3、智慧教育

智慧教育指在教育领域包括教育管理、教育教学和教育科研等方面，全面深入地运用现代信息技术来促进教育改革与发展的过程。针对我国区域教育发展不均衡，优质教育资源稀缺等现状，智慧教育的发展成为推动教育资源均衡的重要手段。

智慧教育作为以2B-2G为主要模式的行业，政府投入将很大程度上决定着智慧教育的市场规模，由于教育在国家战略中处于优先保证发展的地位，促使国家在教育上的财政投入不断增加，占GDP的比例已经超过4%。《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》明确提出各级政府在教育经费中按不低于8%的比例列支教育信息化经费，保障教育信息化拥有持续、稳定的政府财政投入，2016年教育信息化经费已超过2500亿，至2020年，教育信息化经费预算或将达到3500亿以上。因此智慧教育行业市场规模庞大，在国家政策的大力支持下，智慧教育市场的发展具备广袤的空间。

目前，智慧教育市场具备一定的区域性，存在着教育标准差异、地方壁垒、资源垄断等特性，因此即使市场参与者不断增加的情况下，市场竞争仍然较为分散。同时随着人们对智慧教育认知的不断加深以及基础硬件设备的不断完善，市场已经对智慧教育的发展提出了更高的要求，从传统信息系统集成逐步走向教育与IT的深度融合，对教育内容方面的需求亦不断加深。在 market 需求的逐步转变下，供给端在内容资源、整合上的能力成为智慧教育业务发展中的重点。智慧教育业务从关系型向能力型转变，真正具备优质教育内容和全方位顶层设计能力的企业将从行业中脱颖而出，带领行业发展并逐步整合行业中的企业，形成智慧教育产业集群。

目前，公司是中国A股市场语文学习服务领域、高考升学服务领域、智慧校园领域龙头或领先企业。

（三）客户所处行业相关的宏观经济形势、行业政策环境和信息化投资需求等外部因素的变化情况，对公司当期及未来发展的影响以及公司采取的应对措施

2019年2月中共中央、国务院印发了《中国教育现代化2035》，其中提到，推进教育现代化的总体目标是：到2020年，全面实现“十三五”发展目标，教育总体实力和国际影响力显著增强，劳动年龄人口平均受教育年限明显增加，教育现代化取得重要进展，为全面建成小康社会作出重要贡献。《中国教育现代化2035》提出了推进教育现代化的八大基本理念：更加注重以德为先，更加注重全面发展，更加注重面向人人，更加注重终身学习，更加注重因材施教，更加注重知行合一，更加注重融合发展，更加注重共建共享。实施规划着力减轻中小学生过重课外负担，支持中小学普遍开展课后服务工作，K12课外学科培训仍会在政策规范中前行；实施规划大力推进教育信息化，支持学校充分利用信息技术开展人才培养模式和教学方法改革，构建“互联网+教育”支撑服务平台，深入推进“三通两平台”建设。

1、新高考改革

2014年9月，国务院发布《国务院关于深化考试招生制度改革的实施意见》，对考试形式、考试内容、招生录取机制等方面都提出了全新的要求。

2019年7月，教育部正式宣布2019年秋季新学期开始，全国所有中小学生的语文、历史、道德与法治等科目统一使用统编版教材。统编版教材要求语文学习回归人文性、加强阅读量、增加传统文化学习，语文的难度正在逐步提升，包括卷面字数增加、阅读范围触类更加广泛等。另一方面，数学难度的下降以及英语的两次机会也使得语文的重要程度明显提升。

2020年1月15日教育部决定自2020年起，在部分高校开展基础学科招生改革试点（也称“强基计划”）。即取消“自主招生”，改为“强基计划”。其主要变化体现在：录取规则标准化；高考成绩重要化；竞赛重要性弱化；强调基础学科专业，降低专业选择度；培养模式更专业。“强基计划”入围难度加大，k12参培率有望提升。

上述一系列改革无论在宏观导向还是细节要求上，都体现出语文在考试科目中的地位显著提升，直接促进了语文学习需求的提升。语文教学未来将更加侧重语文学科核心素养的培养，大语文的理念被越来越多的人所接受。公司大语文凭借丰富的语文内容资源及独特的教学体系，使语文学习不再枯燥，提升学生学习兴趣，进而提升学生文学素养，符合新高考改革的方向。

新高考政策导致考生选科、升学规划市场需求放大，公司顺应新高考改革的大趋势，快速发展高考升学及职业规划服务。结合国内外职业规划理论及自有专家团队众多的实践经验案例，依托云计算、数据挖掘等技术，通过强基计划、综合评价、专项计划、志愿填报、港澳及留学业务、高中生职业测评及规划等方面的指导，针对不同学生的需求及情况，为其提供全面的咨询指导服务。

截至报告期末，公司已在全国22个省市设有46分公司，形成覆盖全国的服务网络，公司通过科学专业的服务，线上线下共计为近200万的高中生提供有针对性的咨询指导服务。

2、教育信息化2.0行动计划

2018年4月13日，教育部发布关于《教育信息化2.0行动计划》的通知，计划通过实施教育信息化2.0，充分利用相关企业专业化服务的优势，发挥政府和市场的作用，建成“互联网+教育”大平台，建立便捷高效的教育信息化技术服务支撑机制，探索信息时代教育治理新模式，实现教育信息化应用水平和师生信息素养的提升。

随着教育信息化的升级，智慧校园建设已成为趋势，以人工智能、大数据、物联网等新兴技术为基础，开展智慧教育创新研究和示范，推动新技术支持下教育的模式变革和生态重构。

公司秉承与教育信息化2.0高度切合的顶层设计理念，结合自身优质产品，为客户提供智慧教学的整体服务，使客户实现从数字化向智慧化的跨越。在国家大力推进教育信息化2.0的进程中，公司凭借教育信息化方面多年的行业积累以及丰富的项目经验，在行业内优势明显，在中国教育信息化政府采购项目中连续多年中标规模名列前茅。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	1,979,337,719.34	1,952,377,778.43	1.38%	2,161,075,107.14
归属于上市公司股东的净利润	30,593,618.44	-1,392,843,174.23	102.23%	202,782,196.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-25,427,657.78	-1,396,246,206.73	98.18%	174,759,319.34
经营活动产生的现金流量净额	215,437,546.09	-151,880,168.26	241.85%	-166,356,351.80
基本每股收益（元/股）	0.0357	-1.5981	102.23%	0.2326
稀释每股收益（元/股）	0.0357	-1.5981	102.23%	0.2323
加权平均净资产收益率	0.93%	-29.78%	30.71%	3.74%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	7,656,794,945.37	7,354,026,127.03	4.12%	8,254,308,917.27
归属于上市公司股东的净资产	3,349,223,131.91	3,298,544,207.73	1.54%	5,482,737,985.54

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	468,914,316.59	433,824,448.06	422,239,511.94	654,359,442.75
归属于上市公司股东的净利润	28,576,469.89	10,584,632.98	20,357,871.96	-28,925,356.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	28,439,156.51	8,956,109.86	23,553,513.31	-86,376,437.46
经营活动产生的现金流量净额	-73,229,603.30	27,896,729.65	27,733,812.18	233,036,607.56

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐ 是 ☒ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	44,067	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	41,393	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
池燕明	境内自然人	15.26%	132,524,929	111,918,697	质押		82,386,199

窦昕	境内自然人	8.39%	72,873,028	29,607,518	质押	9,410,234
商华忠	境内自然人	2.67%	23,209,447	0	质押	8,800,000
张敏	境内自然人	1.86%	16,143,170			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.77%	15,357,689	0		
张昱	境内自然人	1.62%	14,054,884	0	质押	7,730,000
王邦文	境内自然人	1.41%	12,230,239	0		
华安基金—兴业银行—天津硅谷天堂股权投资基金管理有限公司	其他	0.98%	8,500,998	0		
国泰基金管理有限公司—社保基金四二一组合	其他	0.93%	8,090,794	0		
共青城信安投资管理合伙企业（有限合伙）		0.93%	8,043,960	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明		公司未发现上述股东之间存在关联关系或属于一致行动人。				

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
北京立思辰科技股份有限公司 2017 年面向合格投资者公开发行公司债券（第一期）	17 立思 01	112541	2020 年 07 月 06 日	2,000	7.80%
报告期内公司债券的付息兑付情况	报告期内，公司足额支付 2018 年 7 月 7 日至 2019 年 7 月 6 日期间的利息 7.45 元(含税)/张，债券付息权益登记日为 2019 年 7 月 5 日，债券付息日为 2019 年 7 月 8 日。				

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

联合信用评级有限公司2019年6月24日出具《北京立思辰科技股份有限公司公司债券2019年跟踪评级报告》（联合〔2019〕1188号），本公司主体长期信用等级为AA，评级展望为“稳定”，本期债券的信用等级为AA。

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	同期变动率
资产负债率	53.22%	53.13%	0.09%
EBITDA 全部债务比	4.15%	-35.22%	39.37%
利息保障倍数	1.5152	-18.6797	108.11%

三、经营情况讨论与分析**1、报告期经营情况简介**

2019年，公司坚持战略引领，推动高质量发展，稳步推进今年各项重点工作任务，加大了对教育业务的投入，并取得预期成效。报告期内，公司实现营业收入197,933.77万元，较去年同期增长1.38%，其中2C教育业务实现收入68,271.66万元，比上年同期上升99.10%；实现营业利润4,204.09万元，实现利润总额4,121.31万元，归属于上市公司股东的净利润3,059.36万元，与上年同期相比扭亏为盈。

公司管理层根据2019年度工作计划，结合企业发展战略，充分发挥企业优势，认真组织资源，努力做好各项工作，报告期内，公司总体经营情况如下：

（一）公司各主要业务板块及经营工作开展如下：

2019年，公司积极推进教育板块战略的落地和实施，实现教育业务快速发展。同时，优化公司业务结构，集中资源、人才专注于教育产业，着力整合及拓展教育业务。业务发展具体情况如下：

1、教育业务**（1）大语文学习服务**

报告期内，公司大语文学习业务现金收款54,989.81万元，比上年同期增长127.85%；确认收入43,807.53

万元，比上年同期增长142.90%。截至报告期末，递延收入余额为16,961.44万元，公司大语文直营学习中心数量为111个，加盟学习中心数量为325个。报告期内，报名学生人次为311,619人，比上年同期增长71.81%；当期累计在读学生人次为288,174人，比上年同期增长99.52%。

报告期内，公司大语文学习业务继续保持快速发展态势，已在北京、上海、深圳、长沙、成都、西安、武汉、郑州、广州、合肥、南昌、南京、石家庄、天津、三河燕郊、青岛、洛阳、宁波、太原、唐山、哈尔滨、嘉兴、莆田、重庆、上饶、兰州、厦门、珠海、廊坊、保定、江阴、常熟、张家港、南阳、济宁、沈阳、杭州等城市设立直营分校。报告期内，公司继续实行“1+3”扩展模式，即1个直营校加3个加盟校的模式，快速开展业务，借助当地加盟商的资源进入当地城市，树立了本地化大语文产品的优质口碑，赢得广大学生和家长的认可与支持。此外，公司还加大了大语文线上宣传的力度，如：诸葛学堂作为以语文学科直播课、录播课和会员体系为核心产品的在线学习平台，2019年实现全网覆盖用户1500万人，品牌曝光超14亿次，其知名度和美誉度得到显著提升。

公司始终坚持以大语文为核心不动摇，其他相关的孵化导流学科产品都是为更好地助力大语文发展、为大语文的发展打造护城河。在立思辰大语文到达全国主要城市后，搭载大语文运营渠道带动其他学科发展，一科确保，带动多科，解决一站式服务的问题。

公司已经孵化出了包括纳约数学、大英语、理科前线、思溢幼教在内的多个导流产品。纳约数学从北京辐射全国，线上开设直播大咖数学课、支持双师课等最前沿的授课模式，同时还提供一对一等服务，其全价班长期课程学员近2000人，打造了线上线下相结合的名师团队。大英语课程主要是针对想提高英语阅读、写作、听说等综合能力或想考取MSE证书的学员。理科前线是公司投资孵化的中学理科课程，主要业务模式为线下班授课和一对一授课，服务对象为初一到高二的中学生。思溢幼教从事幼儿教材研发、幼儿教师培训、幼儿入学能力课程培训等综合性专业教育服务，2019年思溢幼教完成了课程项目的研发和搭建，包含拼音识字、阅读说话、数学思维、运算、注意力训练等在内的11套教材教辅的研发工作。

公司大语文新增华语未来业务板块，专注建设专业的青少年文学活动社区，旗下拥有青少年写作计划、在线课程和文学社区等多个板块业务，致力于打造多样化课程资源的一站式服务平台。教育新政之下，通过教育商业模式创新，整合各类资源，为文学竞赛行业的转型提供最佳解决方案，同时将向大语文分校业务及线上诸葛学堂输送优质流量，进行优势互补、协同发展。

立思辰大语文对公业务以2019年全国范围内义务教育阶段语文学科统一使用统编教材为背景，与国家级试点校合作，以专业、优质内容结合人工智能分析与评价技术，为全国小学提供统编教材教学、教研、评价、师训整体支持方案。2019年秋季学期将以京津冀等省市为首批切入点，在最优秀的头部学校形成引领全国的示范基地。

报告期内，公司以不同的方式和渠道进行产品和品牌的输出。公司旗下豆神大语文双师课程通过互联网将大语文优质的课程直播到全国；公司成立了以大语文为核心的青少年轻学习知识付费子品牌诸葛聆听，并在2019年下半年推出音频节目《大语文名师团：部编必读名著精讲》，该节目获得喜马拉雅123知识狂欢节排名亲子儿童第三名、知识付费类节目总订单量第二名的好成绩；2019年公司开始尝试制作大语文衍生动漫产品，完成了部分动漫剧本及大纲的编写；公司推出文化游学子品牌予文游学，自主研发五大

课程板块共计50余条境内、境外游学线路，累计带领上万中国青少年在行走的课堂中收获别样的成长体验；公司与凯撒旅游结合双方优势资源，打造研学直通车和更好的研学营地课程；公司还推出了注重于培养阅读兴趣、提升阅读能力的产品端诸葛书，结合游戏设计理念，大语文体系阅读方法，给孩子沉浸阅读的环境，提高孩子的阅读能力，截至目前公司共计销售诸葛书六千余台。2019年公司与国内的IPTV、OTT平台、百视通、爱奇艺、中国联通 沃乐学、中国移动等平台合作，在全国推广《豆神大语文 诸葛学堂》品牌，同时制作和剪辑出优质的高清课程800余集。

（2）升学服务

报告期内，公司升学服务业务实现营业收入24,464.13万元，较上年同期增长29.74%。

高考升学服务业务快速扩张，在继续保持互联网流量方面领先优势的同时，加快品牌建设，提高自身服务质量，完善全国布局。报告期内，公司全资子公司百年英才分别在南京、广州、烟台、佳木斯、淄博、德州、自贡、菏泽、宜昌、蚌埠、都江堰等地新设销售网点，截至报告期末，分公司数量达46家，覆盖22个省份。公司持续加大新高考“3+3”选科指导相关产品的研发力度，促进与学校的合作，服务高一学生的数量显著增加。同时，公司加大了高考升学规划服务的宣传力度，相关业务曾在中央电视台进行报道。报告期内，公司走进多所全国重点高中学校进行宣讲，线下活动达800余场次，覆盖人数达40万人次，线上直播课程、升学专家公益讲座，覆盖人数达数百万人次。高考管家APP新增下载量达30万次，总计下载量达300万次。自媒体浏览量新增2亿次，总计达6亿次。

留学业务保持快速发展，截止报告期末，公司全资子公司留学360在全国布局下属公司达到36家，已经覆盖全国所有直辖市及绝大部分省会城市。2019年，公司对现有互联网平台进行再一步升级，与今日头条、百度、360搜索合作产品端，扩大流量端入口，适应互联网留学不断快速进步发展的竞争浪潮。其中，公司和百度继续开展更多深入的合作，已经上线包括美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、日本和韩国等国家的百度百科产品。同时，百度阿拉丁产品已经上线了美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、新加坡和马来西亚等国家，抢占流量入口，获取更多的线上资源，加强品牌宣传力度，形成更好的品牌效应。2019年，全国累计签约学生人数规模达到7,000人，人数增长迅猛，一方面得益于门店覆盖的省市增多；另一方面，也体现了公司品牌在行业内获得了更多学生和家长的认可。

（3）智慧教育

报告期内，公司智慧教育业务经营业绩保持稳健增长，继续领军智慧教育行业。2019年，智慧教育业务实现营业收入103,513.46万元。

2019年，公司全资子公司康邦科技在智慧教育方面继续保持行业龙头地位，新签合同额6.39亿元，新签合同来自876个不同的客户。截至目前，除北京总部外，公司已在上海、天津、成都、郑州、南京等多个城市共设有14个分公司及8个办事处。报告期内，中标北京十一晋元中学项目及山东省潍坊第四中学创新实验室、学科教室等建设项目，中标合同额分别为1,144.31万元和1,010.29万元。截止报告期末，康邦科技在手订单金额为5.13亿元。

2、信息安全业务

公司未来战略方向将专注于教育业务，目前正进一步推进上市公司体内剩余信息安全资产和股权的分

拆。在分拆过程中，公司将从维护上市公司及全体股东特别是中小股东的利益出发，本着公平合理的原则确定分拆对价。

（二）持续加大品牌建设

公司处在战略转型的关键期，未来公司将转型为一家纯教育业务公司。报告期内，公司教育业务特别是2C教育业务发展迅速，大语文成为公司战略发展重点业务。在这一关键时期，公司紧密围绕发展战略及重点业务开展一系列品牌建设工作。

根据C端的市场环境及业务发展需求，公司升级品牌宣传内容，加强了“品牌年轻化”的建设工作，通过在高校组织不同形式的宣传活动及加大社交媒体的运营力度，拉近公司与年轻群体的距离，增加了品牌活力。同时，公司与中国教育电视台和中央电视台等权威媒体开展了丰富的合作，对加强品牌知名度起到重要作用。

公司加强对品牌进行教育属性赋能，打造专业教育企业形象，提升公司在教育行业的知名度和影响力。围绕战略重点业务大语文开展一系列品牌宣传工作，加强科学规划及专业执行，公司坚持集中优势资源对大语文品牌建设的投入。报告期内，公司为大语文品牌的升级做了大量工作，规划建设并不断优化营销体系，储备重要的战略性媒体营销资源，为后续的品牌升级和全面深化品牌营销打好基础。

（三）完善公司治理，加强内部管控

报告期内，公司持续完善内部治理，积极推进内控建设，加强财务预算管理及应收账款管理，加强法律事务培训，提升风险防控能力，规范“三会”运行，健全公司信息披露管理、投资者关系管理，维护上市公司良好市场形象。

（四）加强党组织建设

公司成立党委以来，为响应国家对教育机构的要求，公司成立了大语文党支部。坚决在党的领导下，开展相关业务工作。为了更好的发挥党员优秀带头作用，适逢“五四”运动100周年，公司党委开展了以“弘扬‘五四’精神、烛照奋斗青春”为主题的优秀青年员工系列评比活动。为庆祝中国共产党成立98周年，深入贯彻学习“不忘初心、牢记使命”主题教育工作，公司党委开展了主题为“不忘初心、砥砺前行”房山区党群活动中心党日活动。时刻提醒党员同志，以党建引领带动教育工作的规范和健康发展的，以党建引领发挥员工的先锋模范作用。坚持党的领导，强化党的领导核心地位，融合党的思想政治教育与员工行为引领教育，切实将党建工作与公司发展紧密结合是公司党委一直遵循和坚持的目标及原则。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

☐ 是 ☒ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
------	------	------	-----	-------------	-------------	------------

内容（安全）管理解决方案	208,228,553.84	131,078,904.51	37.05%	-43.70%	-42.80%	-0.99%
教育产品及管理解决方案	1,752,935,876.14	1,042,348,891.48	40.54%	18.86%	17.30%	0.80%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

☐ 是 ☒ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

☒ 适用 ☐ 不适用

公司本年度大语文业务的收入、净利润较上年度均有超过100%的大幅增长，导致公司扭亏为盈。

6、面临暂停上市和终止上市情况

☐ 适用 ☒ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

详见“第十二节 财务报告”——“八、合并范围的变更”