

证券代码：600826

股票简称：兰生股份

## 东浩兰生会展集团股份有限公司

### 投资者关系活动会议纪要（2023.8）

#### 一、会议基本情况

**会议时间：**2023年8月29日10:00

**会议形式：**2023年半年报业绩交流会（电话会议）

**参会机构：**信达证券；泉果基金；申万宏源；东方证券；淳厚基金；安信证券；中航基金；西南证券；牛乎资管；中国人民大学金融科技研究所；玖歌投资；银河证券；华西证券；鸿运基金；中银国际证券；汇添富基金；趣时资管；天风证券；财通证券；广发发展研究中心；浙商证券；国泰君安；方正证券；睿信投资；中泰证券；申万菱信基金；谦心投资；建设银行；歌斐诺宝资管；承珞投资；民生证券；华创证券；理成资管；国联安基金；南华基金；磐厚动量资管；同犇投资；中海基金；东吴基金；璟恒投资；天猗投资；申银万国证券；华宝基金；万纳资管等（排名不分先后）

**接待人员：**董事长陈小宏；总裁毕培文；董秘张荣健；财务总监楼铭铭

#### 二、半年度经营情况介绍

##### 1、业绩情况

公司2023年上半年实现营业收入5.65亿元，与上年同期1.14亿元相比增加397.95%。其中，会展组织实现营业收入3.18亿元；展馆运营服务实现营业收入1.27亿元；会展配套服务实现营业收入7,276.10万元；赛事活动实现营业收入3,682.21万元。归属于上市公司股东的净利润1.93亿元，与上年同期-3,739.47万元相比，增加23,038.96万元。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.10亿元，与上年同期-991.97万元相比，增加11,995.53万元。报告期末公司总资产59.36亿元，比上年度末增加3.05%；归属于上市公司股东的净资产37.80亿元，比上年度末增加7.38%。实现基本每股收益0.36元，加权平均净资产收益率为5.24%。

公司重大资产重组标的会展集团在上半年实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润数为 6,218.39 万元，占 2023 年业绩承诺目标数 12,664.96 万元的 49.10%。

## 2、下半年业务展望

7 月 6-8 日，公司成功举办 2023 世界人工智能大会，本届大会以“智联世界 生成未来”为主题，聚焦通用人工智能发展，共话产业新未来，展览面积达 5 万平米，获得很高的社会关注度。

8 月 9-11 日，2023 上海国际广告节顺利举办，本届广告节旨在以科技之名，聚行业之力，展现广告业在“科技+创意”的双核驱动下赋能品牌、促进消费、提振经济。

8 月 10-12 日，2023 国际绿色建筑建材（上海）博览会圆满落幕，展会以绿色低碳、节能转型为主题，展览面积达 2.5 万平米，吸引了超 2 万人次专业观众。

第 23 届中国国际工业博览会将于 2023 年 9 月 19-23 日在国家会展中心(上海)举行,设置九大专业展区，预计展览面积 30 万平方米，创下历史新高，共有来自全球 27 个国家和地区 2600 家企业参展。

此外，公司还将主承办包括 2023 东方国际介入医学博览会，2023 上海国际城市与建筑展览会，2023 上海国际赛事文化及体育用品博览会，2023 中国(上海)国际跨国采购大会等展会项目。

2023 上海赛艇公开赛定于 9 月 16-17 日在苏州河上举办，剑桥、牛津等国际赛艇队将来沪同场竞技。同时，旗下赛事公司也在积极筹备即将于 2024 年春季在上海黄浦江举办的首届上海帆船公开赛。

路跑赛事方面，下半年将举办耐克少儿跑，上海 10 公里精英赛，上海马拉松，临港半程马拉松和长三角半程马拉松等 5 场赛事。

2023 年是会展赛事行业的复苏之年，公司各项业务已全面恢复，上半年取得了良好的经营业绩，下半年我们会扎实稳步推进各项业务的开展，力争全年交出令人满意的答卷。

## 三、问答环节纪要

1、展望下半年，公司面临不少压力，参展商参展意愿如何，全年的业绩承

### **诺完成情况预计如何？后续增量及国际化布局方面如何考虑？**

回答：从公司层面看，下半年安排较满，行业报告也显示2023年预计能恢复至2019年97%的水平。根据世博展览馆的档期安排，从数量上看，目前全年计划承接的展会活动项目有望超过2019年，但从质量上看，受过去几年的影响可能略有下滑。业绩承诺方面，上半年已完成约50%，对于全年完成业绩承诺目标还是很有信心的。增量方面，公司将通过内生增长与外延并购双轮驱动实现增长。存量核心业务在稳定发展的基础上会进一步提升展会品质和规模效益。此外，公司会通过培育孵化以及兼并收购进一步丰富自主IP矩阵，重点围绕高端装备与人工智能、体育文化赛事、医疗大健康等领域进行积极布局。过去，公司业务主要集中在上海区域。近年来，公司积极推进“会展中国”战略，尝试“走出去”，上半年也举办了不少异地展，包括公司去年收购的一个异地展项目。国际化也是公司未来重点布局方向，上半年公司与国际同行企业进行了交流互访，共同探讨合作机会。此外，公司的品牌展会项目也在积极尝试“走出去”，将中国企业带向世界，但这需要一定的时间与过程。同时，公司也在积极探索与同行合作共同拓展国际市场，助力公司优势品牌展会进一步拓宽国际布局。

### **2、上海政府发布了《上海市推动会展经济高质量发展打造国际会展之都三年行动方案（2023-2025年）》，提到说到2025年展览总面积达到2200万平米，对公司未来布局是否有影响？展望未来3-5年，市场会有什么变化？**

回答：上半年上海政府发布了三年行动方案，重点提到要打造2-3家具备国际竞争力的会展企业集团，这对上海的会展企业而言是政策方面的利好。公司会根据政策导向积极布局，首先是品牌项目走出去，其次是与国际同行积极交流，进行项目、股权等多方面的合作，目标是将公司打造成一家有国际背景的上市公司。未来3-5年行业展望是一个较为宏大的课题，2023年是行业的复苏之年，还处于恢复的过程，有前几年需求压抑的反弹，2024年对行业内的企业而言才是常态化的挑战，我们需要进一步观察行业的变化和动向。

### **3、从公司角度来讲如何看到未来2-3年的成长，是否有清晰的成长目标，更多是通过异地办展还是兼并收购来实现增长？如果进行异地扩张，主要通过什么方式，异地布局主要是通过内生增长还是外延并购为主？**

回答：2023年公司取得了较好的恢复，2024年对公司是机遇也是挑战，存量业务恢复弹性较好，公司既有优势项目的内生增长空间相对有限，部分培育型展会、赛事项目处于成长阶段，会有较大的增长空间。公司资产质量较好，具备兼并收购的资金储备，公司会持续努力推进外延并购，但这方面存在的不确定因素较多。作为上海本地全产业链上市公司，具备综合竞争优势，如果2024年行业情况进一步好转，公司有望获取更多项目机会。异地扩张方面，公司也做了不少的尝试，广印展有异地展，工博会今年也在华南、成都等地举办系列展，此外公司也会通过兼并收购，实现异地项目的本地化运作，这是公司扩张的重要手段之一。

**4、今年上半年毛利率相比21、22年波动较大，是否可以拆解下各板块毛利率，以及下半年毛利率如何展望？**

回答：公司2023年上半年实现营业收入5.65亿元，其中，会展组织实现营业收入3.18亿元；展馆运营服务实现营业收入1.27亿元；会展配套服务实现营业收入7,276.10万元；赛事活动实现营业收入3,682.21万元。2023年上半年公司综合毛利率约25%，各板块业务毛利率水平不同，相对于前两年不具备可比性。后续可以进一步跟踪关注公司第三季度以及今年全年的业务情况和毛利率水平。

**5、公司前面提到与国内外同行交流，想了解下行业格局方面，未来是否会有一些参与者因经营不善退出的情况，公司未来市场份额是否会进一步提升？**

回答：公司今年一直积极开展同行之间的交流，国内会展行业主要的参与主体包括国资、外资和民企。公司因为是国资背景，政府类展会项目较多。近几年受外部环境以及地缘政治影响，行业格局确实在发生一些变化。像公司6月底举办的件杂货展，就是一家外资企业退出中国市场，然后我们把这个团队和项目给吸纳进来。包括一些中小民营企业，也退出了市场。在这个过程中，对于我们这类产业链齐全且资产质量较好的企业来说，机会是要大于困难和挑战的。我们会对照上海市政府提出的目标，去积极地助力会展行业高质量发展，努力成为具备国际竞争力的大型会展集团企业。

**6、关于上半年展会毛利率变化，请问本地展会与异地展会差异情况，未来预期如何？目前看待外延并购，主要面临什么问题？并购能够顺利推进需要什么**

**么要素，这个市场大致的情况如何？**

回答：公司过去90%的项目集中在上海地区，不同项目毛利率差异较大，整体毛利率在25-30%。异地收购项目有2022年收购的华南地区CMM展，但项目体量较小，对公司整体的影响不大。像国际企业Informa的成长路径是通过不断的并购迅速扩张，但行业内可供选择的优质标的不是特别多，像政府类项目也不具备交易条件。作为国有企业，在投资并购方面会相对谨慎，国资有评估备案等方面的要求，灵活性方面可能不如民营企业，但风险把控会更严格。

**7、公司对于现有展会未来发展规划如何，是提升单价还是扩大面积？像广印展项目已经30年了，展商的参展意愿是否会下降，公司是否有什么规划去保持IP优势？**

回答：公司现有展会分为两类：政府展以及市场展，对于政府类展会公司主要是稳中求进，重点将会放在自主IP的打造，最主要是提升展会IP的影响力，随着影响力的提升展商的参展意愿也相应会有所提升。对于培育型展会来说，扩大规模和面积是一个路径。对于提升单价来讲，要视不同项目的具体情况区别对待。成熟项目如何维系IP优势，例如广印展经过30年的积累已经具备了较多的行业资源，但这个行业受冲击较大，加上行业本身也存在周期性，今年我们规模在14万平方米左右，大致也就恢复至70%-80%的水平。广印展项目本来就是一个较为国际化的项目，未来也会考虑走出去，在东南亚地区进行布局，把这个行业的优势和产能向外输出。

**8、费用优化降本增效方面公司做了哪方面的工作？医疗方面介博会项目的展望情况如何？**

回答：就展会项目而言，场租金成本占比较高，也是刚性支出，这一块要说降本增效还是挺有难度的。这些年上海展馆的租赁价格处于单边上涨趋势，对于广大的会展主承办企业来讲，都会形成一定的成本压力。那么对于我们来讲，是有利有弊，我们既是展馆运营方也是项目主办方。公司在人员和团队方面还是比较精简的，稳定性较强，公司项目能够快速恢复得益于稳定的团队，随着业务的进一步扩展未来公司会扩充团队，费用方面可能会有所增加，不会一味强调降本。介博会是我们这几年重点培育的项目，也专门成立了东浩兰生健康科技公司，一

家市场化的混合所有制企业去运作展会。包括除了办展办会，还成立了介入医学创新联盟，旨在打造介入医学领域的一个生态圈。但是大家也看到近期医疗领域的反腐，短期内会对医疗类展览会、学术会议造成一定的冲击和影响。但从中长期来讲的话，是有利于行业健康发展的，未来我们对这个项目也是比较有信心的。

东浩兰生会展集团股份有限公司

董事会

2023年8月31日