

证券代码：300795

证券简称：米奥会展

浙江米奥兰特商务会展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：____（请文字说明其他活动内容）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	米奥会展2023年年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者。	
时间	2024年4月12日15:00-17:00	
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目	
公司接待人员姓名	董事长：潘建军 总经理：方欢胜 董秘，财务总监：姚宗宪 独立董事：李丹蒙	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（以下简称“公司”）2023年年度网上业绩说明会于2023年4月12日（星期五）下午15:00-17:00在深圳证券交易所“互动易平台”（http://irm.cninfo.com.cn）举办，本次说明会采用网络远程的方式举行，说明会问答环节主要内容如下：</p> <p>1. 请董事长简要介绍一下2023年年度公司的业务情况。</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！公司主营境外会展的策划、组织、推广及运营服务，聚焦中国企业走出去，打造“自主产权、自</p>	

主品牌、独立运营”且布局全球的数字化展览自主服务平台，为“中国制造”量身打造拓展全球市场，特别是“一带一路”市场以及RCEP市场的展览营销方案。2023年是公司境外自主办展的重要发展拐点，结束了公司长期在海外举办综合展的阶段，2023年进入到专业展的升级打造，形成了若干个专业展同档期举办的业态布局，开拓了中国品牌出海联展的局面，实现了公司办展方向和办展形式的突破与革新。2023年，随着海外办展的累积以及覆盖区域的扩大，公司已经自原有的综合展全线创新升级，推出了首批8大专业展同档期举办，即BDE建材家装展、INTEX纺织服装展、HOMELIFE家居礼品展、AES家用电器及消费电子展、TIN工业装备和零部件（联）展、PPP塑料印刷包装及食品加工设备展、PNE电力新能源展、ABC&MOM孕婴童展。其中12月迪拜建材展规模已超过2万平方米，12月迪拜纺织服装展、家电3C展规模均超过1万平方米，公司的专业化转型发展趋势良好，专业展基本成型。报告期内，公司分别在一带一路重要节点国家（波兰、阿联酋、土耳其）、RCEP国家（日本、印尼、越南）、新兴市场国家（巴西、墨西哥、南非）以及新拓展的展会发达国家（德国）共十个国家成功举办境外线下自办展，基本上完成了公司的全球布局。来自于浙江、江苏、广东、湖南、山东、安徽、福建等20多个省市，共计近8800家企业参展，展位总数超过13000个，总办展面积26万平方米，其中展位净面积近12万平方米，展会展品范围涵盖汽摩配、建材、纺织、机械、3C、家电、家居、美容、食品等9大行业，到展买家超24万人，总意向成交额达到146亿美元，公司已经成为布局全球、服务全国的境外自主展览服务平台。报告期内，公司实现营业收入83,497.08万元，同比增长139.72%；实现利润总额22,951.26万元，同比增长315.89%；实现

净利润 19,726.04 万元，同比增长 285.68%；公司总资产为 86,844.94 万元，同比增长 45.84%；归属于上市公司股东的所有者权益为 65,626.39 万元，同比增长 46.61%。感谢您对公司的关注！

2. 董秘您好！请问国家和地方层面的政策支持有哪些？

答：尊敬的投资者您好！在中央层面，2023 年 1 月 12 日，中国贸促会会长任鸿斌在 2023 年全国贸促工作会议上部署重点工作时说，“要强化贸易促进功能，提升产业服务水平，更大力度支持企业开拓海外市场。包括着力在海外打造品牌展览会，……”2023 年 1 月 28 日，国务院召开常务会议指出，推动国内线下展会恢复，支持企业出境参展。2023 年 4 月 25 日，国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，意见中提出五方面政策措施，其中提到“进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度，持续培育境外自办展会、扩大办展规模。”2023 年 8 月 31 日，商务部召开例行新闻发布会，新闻发言人束珏婷在会上表示，下一步，商务部将主要从以下几方面努力为外贸企业减负增活力，其中第二条是“支持企业境内外参展营销……加大对外贸企业人员境外参展、开展海外营销的支持力度。”2023 年 12 月 7 日，国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》的通知，其中提到要支持内贸企业拓展国际市场。……发挥平台交流对接作用。培育一批内外贸融合展会，促进国内国际市场供采对接。……推动境外经贸合作区提质升级，鼓励内外贸企业以合作区为平台开展跨国经营。

在地方层面，2023 年各地政府密集出台展览业支持政策，涉及发展规划、资金扶持、产业促进、行业标准等多个方面，为各地展览业持续复苏提供了有力支持。感谢您对公司的关注！

3. 请问总经理，公司 2024 年的规划能否告知？

答：尊敬的投资者，您好！2024 年公司将继续聚焦主营业务即线下展会的举办，计划在 11 个国家举办 16 场展会，利用现有的竞争优势，不断扩大公司的展会规模尤其是专业展会的规模，提升展会服务质量。感谢您对公司的关注！

4. 请问方总，公司在海外的布局情况如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司已在迪拜、大阪进行了布点，报告期内，公司在新加坡投资设立了全资子公司，并在印尼成立公司，立足当地，协助开拓RCEP国家展会业务，RCEP市场已展现出强劲的韧性和巨大的潜力，实际效果在持续释放，受到国内外贸企业的青睐。截至当前，公司的海外团队已近百人，结合公司丰富的本土资源优势 and 买家数据的沉淀，公司将“一带一路”沿线国家、“RCEP国家”作为办展地点，与国际巨头形成差异化竞争，推进了公司的国际化战略发展。感谢您对公司的关注！

5. 请问方总，公司 2023 年专业展转型效果如何？

答：尊敬的投资者，您好！2023 年，随着海外办展的累积以及覆盖区域的扩大，公司已经自原有的综合展全线创新升级，推出了首批 8 大专业展同档期举办，即BDE建材家装展、INTEX纺织服装展、HOMELIFE家居礼品展、AES家用电器及消费电子展、TIN工业装备和零部件（联）展、PPP塑料印刷包装及食品加工设备展、PNE电力新能源展、ABC&MOM孕婴童展。其中 12 月迪拜建材展规模已超过 20000 m²，12 月迪拜纺织服装展、家电 3C 展规模均超过 10000 m²，公司的专业化转型发展趋势良好，专业展基本成型。感谢您对公司的关注！

6. 2023 年为什么是公司发展的重要一年？

答：尊敬的投资者，您好！2023 年是公司境外自主办展的重要

发展拐点，是从国别综合展进入国别专业展的战略第二阶段的关键一年，结束了公司长期在海外举办综合展的第一阶段，2023年进入到升级专业展的升级打造，形成了若干个专业展同档期举办的业态布局，开拓了中国品牌出海联展的局面，实现了公司办展方向、办展形式和自身组织调整的突破与革新，确保公司战略顺利进入到第二阶段，为公司在第二阶段迅速举办更多专业的全球专业展奠定了基础。感谢您对公司的关注！

7. 姚总，您好，经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加257.62%，是什么所致？

答：尊敬的投资者，您好！主要系报告期提供线下展服务收到的现金增加所致。感谢您对公司的关注！

8. 董秘你好，公司年度股东数较上期减少是什么原因？

答：尊敬的投资者，您好！公司股东数量的变动与资本市场环境、经济环境、公司经营情况等各方面因素有关，公司将致力不断提高经营效益、完善治理、加强投资者关系管理，增强投资者对公司价值的认可度。感谢您对公司的关注！

9. 请问方总，2023年公司股权激励实施情况怎么样？

答：尊敬的投资者，您好！2023年，公司圆满完成了2020年限制性股票激励计划，根据天健会计师事务所（特殊合伙）出具的2023年审计报告显示，公司实现营业收入83,497.08万元，结合2021、2022限制性股票激励计划草案以及相应的考核办法要求，公司层面的考核要求已达成，公司会在规定期限内完成对两期限限制性股票激励计划的归属工作，具体归属的情况请关注公司公告。感谢您对公司的关注！

10. 请问潘总，当前国内外向型的经济环境对于公司专业展的布局有什么影响么？

答：尊敬的投资者，您好！在当前的政治经济形势之下，全球

供应链重构后的区域供应链格局已经初步形成，为了更好地追求国家经济安全，国家出台了一系列政策支持中国制造走出去，并鼓励培育境外自办展会，国内也已形成一批外贸新势力，中国品牌出海新趋势已形成，中国外贸企业走出去的意愿与需求呼声越来越高，“中国制造”开始进入到“中国品牌全球制造”时代，培育出口型先锋（不仅局限与本土市场，同时在海外市场占有率也高）成为重要任务。除此以外，国家重点培育高景气的出口赛道（如：新能源汽车、锂电池、光伏产品）并大力推动中间件出口，公司紧跟国家政策方向，在符合国家政策导向的市场和行业领域深耕专业展。感谢您对公司的关注！

11. 您怎么看待2023年会展行业的现状以及未来的发展趋势？

答：尊敬的投资者，您好！随着国际交往的逐渐恢复、经济形势不断复苏，全球展览发展环境趋势向好，2023年全球展览已全面复苏，平均收入已达到了与2019年相当的水平。在当前的政治经济形势之下，全球供应链重构后的区域供应链格局已经初步形成，为了更好地追求国家经济安全，国家出台了一系列政策支持中国制造走出去，并鼓励培育境外自办展会，国内也已形成一批外贸新势力，中国品牌出海新趋势已形成，中国外贸企业走出去的意愿与需求呼声越来越高，“中国制造”开始进入到“中国品牌全球制造”时代，培育出口型先锋（不仅局限与本土市场，同时在海外市场占有率也高）成为重要任务。除此以外，国家重点培育高景气的出口赛道（如：新能源汽车、锂电池、光伏产品）并大力推动中间件出口，公司紧跟国家政策方向，在符合国家政策导向的市场和行业领域深耕专业展。根据ufi《全球展览行业晴雨表》，晴雨表第二次调查提出了一个关于生成性人工智能对展览业影响的具体问题，以揭示这一新兴的数字化转型。在全球范围内，90%以上认为人工智能将

影响展览行业，预计受人工智能发展影响最大的领域是：“销售、营销和客户关系”（80%）、“研发”（80%）和“活动制作”（65%）。这些正是生成型人工智能应用程序最常用的领域（分别为37%、35%和20%）。人工智能已经成为影响展览行业发展的重要因素。2024年，全球展览业整体持续向好为中国出国展览带来良好的外部环境，有效提升企业出国参展办展信心。AMR International在第15期Globex2023《全球展览组织市场：到2025年的评估和预测》中预测，到2024年，全球展览市场规模将反超2019年水平，增长7%。感谢您对公司的关注！

12. 请问公司发展的有利因素有哪些？

答：尊敬的投资者，您好！公司发展的有利因素是：（1）政府对鼓励企业走出去拓市场的重视和配套政策的支持，特别是政府直接鼓励有条件的地方扩大境外自办展会规模；（2）2023年我国与共建“一带一路”国家进出口达到19.47万亿元规模，同比增长2.8%，占我国外贸总值的46.6%，与公司在“一带一路”市场全面布局展览呼应，获得企业青睐；（3）公司在RCEP市场重点布局展会，2023年我国对RCEP其他14个成员国合计进出口12.6万亿元，较协定生效前的2021年增长5.3%，迎来区域市场经济红利，为我国企业开拓RCEP区域市场提供良机；（4）2023年公司专业办展升级获得市场认可；（5）公司先进的数字化办展模式，极大提升了参展的效率和效能以及促进企业对米奥自办展的认可；（6）公司品牌认知建立、展馆租赁、海外布局的先发优势推进了公司战略，助力公司发展。感谢您对公司的关注！

13. 请问方总，参考国际巨头的情况来看，专业展会的粘性更强，盈利能力更好，公司在这块有哪些规划，落地情况如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司将选取重点项目重点开发与运

营，与境内外行业协会、组展单位深度合作，了解目标营销市场行业发展趋势，建立垂直行业推广数字化管理体系，在为国内外外贸企业提供精准服务的同时，组织行业论坛，赋能中国制造、中国品牌走出去，在深耕行业的基础上服务更多的供应商，扩大专业展展会规模，并吸引更多的专业大买家参加公司的专业展会，形成良性循环。

报告期内，公司与汉诺威联手举办了第五届印尼工业装备和零部件（联）展，来自浙江、广东、四川、江苏等 270 家中国机械设备的企业齐聚印尼，与印尼政府、行业协会、实力采购商交流接洽，共探商机，本次展会展示了创新产品技术及解决方案，积极助力参展企业开拓印尼及东南亚市场，受到来自中印双方诸多展商、买家及政府协会的高度肯定，认为是业内不可多得的一场东南亚地区的高品质工业机械商贸盛会。

感谢您的关注！

14. 请问姚总，公司 2022 年、2023 年都实施了资本公积金转增股本，公司会继续实施资本公积金转增股本么？

答：尊敬的投资者，您好！公司会综合考虑当年度股本现状、盈利能力、财务状况、未来发展前景等因素，实施与公司经营发展相匹配的利润分配方案，同时充分考虑对广大投资者的合理投资回报，积极与全体股东分享公司成长的经营成果。感谢您对公司的关注！

15. 请问潘董，公司的先发优势是什么？

答：尊敬的投资者，您好！展会行业的特征是先发优势容易建立壁垒，包括品牌IP在区域内优先打造、观众等一方数据获取的累积和沉淀、展馆最佳办展档期的租赁合作、全球办展目的地公司实体的建立、境外雇员的规模增长以及各项行业资源的优先掌握等都有利于建立起壁垒，使竞争对手进入绕不开的突破点和过程。公司境外的中国贸易博览会有Homelife与Machin

ex两大品牌，经过十余年的培育与境外办展时间，Homelife与Machinex已经是“一带一路”国家采购中国商品的重要的B2B平台，公司还在RCEP市场开拓展会，依靠深耕布局，已经在“一带一路”与RCEP市场建立起品牌认知，有利占据了先发优势。公司充分利用2022年、2023年国内外经济复苏阶段的恢复期，抢先提前预定了符合中国外贸企业出口、中国制造业向外发展最佳国际市场环境的国家的展馆，并获得了最佳办展档期，占据先发优势。公司已在迪拜、大阪进行了布点，报告期内，公司在新加坡投资设立了全资子公司，并在印尼成立公司，立足当地，协助开拓RCEP国家展会业务，RCEP市场已展现出强劲的韧性和巨大的潜力，实际效果在持续释放，受到国内外外贸企业的青睐。截至当前，公司的海外雇员已近百人，结合公司丰富的本土资源优势 and 买家数据的沉淀，公司将“一带一路”沿线国家、“RCEP国家”作为办展地点，与国际巨头形成差异化竞争，推进了公司的国际化战略发展。感谢您对公司的关注！

16. 请姚总介绍一下报告期末已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务情况？

答：尊敬的投资者，您好！本报告期末已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务所对应的收入金额为96,256,095.09元，其中，95,893,087.58元预计将于2024年度确认收入，363,007.51元预计将于2025年度确认收入。感谢您对公司的关注！

17. 您好！宏观经济对公司的影响及应对措施是什么？

答：尊敬的投资者，您好！2023年世界经济低迷，国际格局复杂演变，地缘政治冲突频发，外部环境复杂性、严峻性、不确定性上升。从国家统计局的数据来看，2023年我国的出口增速相比前几年确实有所放缓，但更要看到我国的出口是在高基数上再创新高，不仅实现了量的合理增长，也保持了份额的整体

稳定，更在增长动能、区域格局等方面实现了质的有效提升，彰显了强劲韧性和综合竞争力，尤其是在“一带一路”市场、RCEP市场以及东盟市场均表现优异。

公司主营境外自办展览，紧紧跟随国家政策步伐，在外贸坚韧向前推进的局面下，2023年公司办展区域基本全部布局在一带一路市场、RCEP市场及新兴市场，办展数量占报告期内公司总体办展数量超99%。

公司通过数字化、专业化、平台化、国际化战略推进公司的自办展业务发展，提升办展效果，提高参展服务质量，满足中国外贸企业出展需求。

感谢您对公司的关注！

18. 请问潘总，米奥会展作为会展行业内领先的数字化企业，2023年在数字化方面开展的情况怎么样？

答：尊敬的投资者您好！公司展会的成功举办离不开公司数字化建设赋能，通过不断对展会数字化服务产品的打磨升级，形成了行业领先的双线融合的创新办展模式，数字化的赋能已经全方位地渗透到办展、参展、观展三个层面，通过数字化的办展、参展、观展实现精准的买家撮合。同时公司已实现AI在数据匹配、内容生成、视频制作中的广泛使用，逐渐打造了以数据驱动的数字专业展，实现数字化办展、数字化参展、数字化观展全链路精准对接。在数字化参展层面，公司研发打磨的网展贸O2O服务为参展企业与买家之间架起了高效沟通的桥梁，通过应用智能化技术，充分整合线上、线下的多种资源，使得参展企业参展能够更加便捷、精准地与潜在买家进行对接、沟通、洽谈，从而实现了交易与合作的最大化可能，该产品为参展企业与买家提供了一站式的资源整合、商务对接等服务，改变了传统守株待兔式的参展模式，参展效果和参展体验

	<p>具有了极大的突破，是参展企业较为青睐的一款服务产品。米奥科技作为研发产品的实施单位已被评定为高新技术企业，在报告期内还获得了“国家科技型中小企业”、“创新型中小企业”、“软件企业”的资质，同时取得了“米奥外贸助手MeoCopilot软件V1.0”、“米奥兰特展会现场管理系统V2.0”等8项软著著作权，已累计获得6项专利，29项软著著作权。感谢您对公司的关注！</p>
附件清单	无
日期	2024年4月12日