

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（2023.5）

一、会议基本情况

会议时间：2023年5月

会议形式：业绩说明会、现场调研、策略会、电话会议

调研机构：国泰君安；西南证券；永赢基金；前海开源基金；万家基金；汇添富基金；淳厚基金；中泰证券；长安基金；富国基金；融通基金；国海证券；宝弘资产；同犇投资；平安养老；鹏扬基金；中海基金；远信投资；国联商社；兴业证券；敦和资管；华西证券；交银施罗德；财通证券；华西证券；旌安投资；同犇投资；光大证券；德邦证券；明溪资产；一犁基金；红塔资管；炬诚资产；前海鸿富；博亚投资；芑石投资（排名不分先后）

接待人员：董事长陈小宏、总裁毕培文、财务总监楼铭铭、董事会秘书张荣健、证券事务代表俞璟贇

二、会议内容

公司 2022 年度及 2023 年第一季度经营情况

2022年公司虽然受到疫情的较大影响，但还是实现了营业收入7.73亿元，同比减少16.42%，归属于上市公司股东的净利润1.15亿元，同比减少4.58%，总资产57.61亿元，同比增加10.31%，归属于上市公司股东的净资产35.20亿元，同比减少5.28%，净资产减少主要是因为受到持有的金融资产去年公允价值变动损益的影响。每股收益0.21元，加权平均净资产收益率3.17%，与上年基本持平。每股净资产6.61元。

公司一向注重投资者回报。2022年度分红预案为每10股派发现金红利1.09元，共计发放现金股利5,762万元，现金分红占归母净利润的比例50.32%。公司已经连续3年分红比例超过50%，最近10年累积分红金额超过10亿元，平均分红比例达到36%。

公司重大资产重组的标的资产上海东浩兰生会展（集团）有限公司2022年度实现营业收入7.38亿元，同比减少17.08%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为1.01亿元，3年累积实现2.14亿元，业绩承诺缺口为1,070万元，根据重组协议约定，业绩承诺方东浩兰生集团应补偿的金额为4,157.78万元，对应以股份方式补偿413.71万股，公司将以总价1元的价格回购这部分股份并予以注销，同时，东浩兰生集团也将返还该部分股票对应已取得的利润分红100.53万元。

2023年第一季度，公司实现营业收入5,380万元，同比增长34.43%，一季度是传统的展会赛事活动的淡季，同时也受到外部环境的影响，公司的会展业务基本到3月上旬开始恢复；归属于上市公司股东的净利润-891.41万元，同比大幅收窄，2022年是-8,000多万，主要原因除了会展业务影响外，还由于公司持有较多的金融资产，2023年一季度市场表现好于2022年同期。国内线下展会从3月开始全面复苏，公司的各项业务也在迅速恢复中。

问答环节纪要

1、公司预计完成2023年业绩承诺是否存在压力？

回答：公司今年的业绩承诺目标是1.26亿元，从现有存量业务恢复情况来看，我们有信心去完成目标。从项目安排情况来看，4月-5月公司已举办4场马拉松赛事，其中三场半马和一场少儿跑。成都工博会于4月下旬顺利举办，5月已举办的展会包括中国品牌博览会、世界智能大会智能科技展（天津）、广东智博会暨华南机器人展暨CMM电子制造展。此外公司积极筹备的展会包括6月即将举办的上交会、上海国际广印展、华南国际工博会、件杂货运输展等。世界人工智能大会定档7月，中国工博会定档9月，上马定档11月。除存量业务外，公司还持续关注增量方面，成立天津子公司、数字会展公司，进行业务的开拓和布局。除了展会赛事项目，公司也会承接展览展示或展厅项目，在全国范围内积极拓展业务。

2、公司对于主业增长方面如何考虑？

回答：公司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。近年来，公司积极推进“会展中国”战略，尝试“走出去”。一方面，公司会通过项目合作、股权合作实现异地布局；另一方面，通过兼并收购实现项目的本地化运作。公司获得项目资源的渠道较为丰富，各项目公司、会展产业基金以及世博展览馆都会为公司提供行业和项目资源。

3、公司新孵化的介博会项目情况如何？

东方国际介入医学博览会作为2022年年底的收官之展，是公司历时2年与专业医疗机构合作，共同培育孵化的自主IP展会项目，标志着公司正以“健康中国”战略为背景，谋划布局医疗健康领域。公司以介博会为平台，合资成立东浩兰生健康科技有限公司，持股比例40%。除了办展办会，还将从多角度构建介入医疗“产、学、研、用、投”全领域生态圈，为将来进入医疗器械销售领域奠定基础，以拓展新的收入增长点。

4、公司数字会展方面新兴技术应用情况如何，以及未来布局有何考虑？

回答：公司结合展会项目在数字会展方面做了一些尝试，比如2022世界人工智能大会，通过 AR、VR、5G、数字藏品等技术，打通线上与线下、场内与场外用户体验，打造虚实结合、无界共生的“AI元境星球”超级应用场景。工博会持续探索双线模式，打造“数字工博”平台。世博展馆智慧展馆建设也在尝试丰富应用场景。这些线上线下相互融合与赋能的模式都是为了提供更优的参展体验。我们还与专业机构合作成立了东浩兰生元数文化科技有限公司，这家公司未来会更多聚焦数字技术的会展与营销领域，也会进行与数字会展、数字营销、数字广告相关的业务拓展。

5、公司在自主IP培育方面如何考虑？

回答：公司未来运营重心之一就是丰富自主IP项目矩阵，目前政府背景项目较多，公司将重点关注高端装备与人工智能、体育赛事、医疗健康三大领域。除了自主培育孵化，还将加强与行业协会、专业机构联动，例如介博会项目。此外，公司也会持续关注研究有发展潜力的优质标的。

6、公司后续会考虑布局海外市场吗？

回答：国际化是公司未来重点考量方向，后续公司也会继续探索国际化道路。近期公司与国际头部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包括工博会和广印展也在积极尝试“走出去”，将中国企业带向世界，但这需要一定的时间与过程。

7、异地拓展方面公司通常如何运作？

回答：展会项目具有比较明显的地域特征，通常作为地方政府招商引资、产业转型升级的平台。在异地拓展方面公司一是通过股权合作的方式，参股外地的会展集团，如杭州会展集团和武汉会展集团；二是通过兼并收购，通过本地化的团队，进行当地业务的拓展，如CMM电子制造展；三是通过优势项目的异地复制输出，如工博会和广印展。

8、配套激励机制方面公司如何考虑？

回答：公司于2021年曾经推出过股权激励方案，但基于当时严峻的外部环境，公司终止了股权激励方案。后续，公司会探索更有针对性的激励方案来激发团队活力，激励团队探索更多增量业务。

东浩兰生会展集团股份有限公司

董事会

2023年6月3日