

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：2023-002

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年半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	2023年9月26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年半年度网上业绩说明会于2023年9月26日（星期二）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. 请问董事长，能否简要介绍一下2023年半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、</p>

推广及运营服务，聚焦中国企业走出去，打造“自主产权、自主品牌、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。报告期内，公司按照2023年全年计划，分别在一带一路重要节点国家（波兰、阿联酋）、RCEP国家（日本、印尼、越南）、新兴市场国家（巴西、墨西哥）以及新拓展的展会发达国家（德国）成功举办了九场展会，来自于浙江、江苏、广东、山东、河北、湖北、安徽、湖南、福建等全国18个省，共计约4200多家企业参展，展位总数超5600个（其中RCEP国家占50%以上），总办展面积超过11万平方米，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个行业。到展买家约13万人，总意向成交额超过60亿美元。报告期内，公司实现营业总收入35,337.76万元，同比增长270.55%；实现利润总额9,436.01万元，同比增长521.79%；实现净利润8071.86万元，同比增长520.24%；本报告期末公司总资产78,534.94万元，比上年度末增长31.88%；本报告期末归属于上市公司股东的所有者权益为53,163.19万元，比上年度末增长18.76%。感谢您对公司的关注！

2. 请问董事长，公司的发展战略是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司的总体战略分打造全球的国别综合展，到打造全球的国别专业展，最后到打造国际专业展三个阶段。今年开始进入到总体战略的第二阶段，该阶段战略实施路径为四化，即数字化、专业化、平台化、国际化。首先公司将通过推进数字化战略路径实现销售数字化、营销数字化、服务数字化、管理数字化、办展数字化；其次在未来五年的时间内，公司将在原有展会平台上，通过和国内专业展会、行业

协会合作，或者自行举办等方式打造 20 个行业品类的专业展，推进专业化战略路径；再次公司将发挥原有展览的基础和境外办展的先发优势，沉淀资源等集合，作为未来打造专业展的孵化平台，确保合作举办或自行举办专业展落地的无风险和快速成长，发挥平台化的战略实施优势；最后公司在继续服务中国外贸企业的基础上，尝试对国际展商服务的开放，探索国际展商的组织资源和能力培养，展开国际化探索，为下一阶段战略实施做好准备。感谢您对公司的关注！

3. 请问方总，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 年上半年，世界经济复苏乏力，全球贸易投资放缓，单边主义、保护主义和地缘政治等风险上升，外需减弱对中国外贸的直接影响仍在持续。不过，中国经济长期向好的基本面没有变，加上良好的产业体系和完备的生产能力，外贸发展韧性足、回旋余地大；同时，中国坚持对外开放，积极推进国际经贸合作，陆续出台一系列稳外贸政策措施，综合效应正在持续显现，推动外贸稳规模、优结构仍然具有坚实的支撑。在外贸坚韧向前推进的局面下，今年上半年，中国企业出海参展踊跃，已经有超过 20 万家中国企业出海参展，参展企业数量大幅提升；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！

4. 请问董事长，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！2023 年，全球展览行业将基本完成复苏，线下展览活动将如火如荼，线下展览仍然是会展行业的主要形式，面对面的会展活动更体现出其价值，但其中俄乌战

争带来的欧美拒绝俄罗斯商家参展、参观并剥离俄罗斯业务的现象，引起了国家有关部门对境外自办展的重视；自国内市场的逐渐放开，2023年国内展览已逐渐全面恢复，国内展会的数量与规模将大幅度上升并扩大；结合政府出台的稳外贸、拓市场的相关政策，出国参展的企业数迅速增加，根据中国贸易报《2023年二季度（Q2）中企海外参展数据简报》，今年上半年，已经有超过20万家中国企业出海参展，参展企业数量大幅提升，中国企业出海参展踊跃。由此我们判断未来：1、展览依然是商贸活动不可替代的重要组成部分，是外贸企业获客拓市场的主要路径。2、服务行业的专业展览，其生产性服务业的特征，已经成为各行业完善产业链的重要组成部分，尤其是在当前国际大环境下对其承担服务行业内循环和外循环的双需求明晰，对当前基本满足服务内循环基础上，对服务外循环需求日益迫切；3、数字化的推进加速了会展行业变革，展会的数字化发展方向不可逆，且数字化因素融入面将不断加大，双线融合速度不断加快，大数据、AI人工智能、元宇宙等信息技术的革新已经成功落地会展领域并产生应用场景（如亚运会开幕式的数字火炬手）。数字化将快速推动展会行业的变革与发展。感谢您对公司的关注！

5. 董秘您好！请问国家和地方政府有出台相关政策支持会展行业发展吗？

答：尊敬的投资者，您好！2023年国家陆续出台相关政策措施，境外自办展会受到国家的鼓励和政策支持。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，包括推动国内线下展会全面恢复。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。继续为境外客商办理来华签证提供便利。尽快推进国际客运航班特别是国内重点航空枢纽的国际客运航班稳妥有序恢复。我驻外使领馆加大对外贸企业特别是中小微外贸企业开拓市场的支持力度。感谢您对公司的关注！

6. 请问方总，公司的业务发展目标是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司将在一带一路重要节点国家、RCEP国家、新兴市场国家以及欧美重要展会国家布点，充分利用数字化技术，持续提高线下专业展会服务的水平，增加公司境外自办展的办展数量、扩大办展规模，提高公司自办展的知名度和市场影响力，打造共创、共建、共享的数字化展览平台。感谢您对公司的关注！

7. 请问公司境外自办展的目标市场涵盖哪些国家？

答：尊敬的投资者，您好！2023年，根据全球贸易市场的变化，公司将重点布局“一带一路”市场、RCEP市场及新兴市场三大区域，其中，“一带一路”市场，将在波兰、土耳其、阿联酋等一带一路重要节点国家布局展会；在RCEP区域市场，将在日本（RCEP15国中和中国贸易量最大国家）、印尼（RCEP15国中人口最多、市场潜力最大国家）、越南（RCEP15国中国投资最热的国家）布局展会；以及在新兴拉美市场的贸易节点国墨西哥、南部美洲的贸易市场节点国巴西、非洲的贸易节点国南非等新兴市场国家举办线下展会。同时为了相应政府与市场稳外贸的需求，我们将在欧盟市场的主要节点国德国布局展会，感谢您对公司的关注！

8. 请问方总，公司境外自办展都是面向什么行业的企业呢？

答：尊敬的投资者，您好！公司境外自办展在原有Homelife及Machinex两大主题展会的基础上，按照今年专业展的升级战略，当前境外自办展将细分为：BDE（建材家装展）、INTEX（纺织服装展）、HOMELIFE（家居用品展）、AES（家电3C展）、MACHINEX（工业装备和零部件展）、New Energy（电力新能源展）、ABC&MOM（孕婴童展），感谢您对公司的关注！

9. 请问董事长，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年上半年，我国对“一带一路”沿线国家合计进出口同比增长9.8%，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，与RCEP协议今年全面生效背景映衬，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。感谢您对公司的关注！

10. 请问董事长，公司的竞争优势有哪些？

答：尊敬的投资者，您好！公司的竞争优势主要体现在以下四个方面：

1、数字化优势：公司多年持续投入研发资金用于公司数字化建设，构建双线融合的创新办展模式，目前已经分别在针对自身主办展会的数字化和针对展商和观众的数字化参展服务二个方向发挥作用或产生收益，为行业输出领先的展览数字化解决方案；

2、先发布局优势：2022年9月国家有关部门文件首次提出鼓

励境外自办展，公司已经先发在全球各大区域市场的贸易节点城市完成了公司自主品牌展会的全球布局，即实现了公司所属Homelife与Machinex二大品牌展的全球布局，成为在每个区域采购中国商品买家家门口的知名B2B展览平台，获得了办展城市主流展馆的最佳档期，率先在全球不同区域市场打造了自主展览IP，率先将境外自主品牌展会达到办展规模化，布局全球化等。

3、人才优势：展览是服务业中严重依赖人的产业，公司作为上市公司，通过股权激励在对内激励在职员工、对外吸引行业优秀人才二方面发挥巨大的作用，使得公司员工在获得丰厚的薪资收益的同时，还能有机会成为公司股东，参与分享公司高速发展的红利，使得人才在公司的获得感，遥遥领先！

4、平台优势：公司整体办展已经彻底摆脱传统模式，进入平台孵化生产模式，原有布局全球的展览，将成为今后培育专业新展的孵化平台，最大程度降低了以往举办新展初期的各种风险，使得下一阶段举办全球的新专业展落地并快速移植到全球的战略实施路径更加具备可行性；感谢您对公司的关注！

11. 2023年上半年国家对“一带一路”沿线国家进出口持续增长，对欧美国家的外贸进出口的比例降低，对于公司来说有什么影响？

答：尊敬的投资者，您好！国家进出口数据显示出国内的外贸企业更多地选择了“一带一路”市场，这个对公司前期的展览重点布局在“一带一路”市场主要贸易节点国非常有利，且公司在波兰、土耳其、阿联酋等“一带一路”重要节点国家举办境外自办展会多年，展会在当地已经具备相当的品牌影响力，展会规模也在不断扩大并且进入当地展会的头部阵营，同时在公司数字展览的深耕，通过数字化技术赋能展会质量进一步得

到提升，进一步推动了公司在“一带一路”市场纵深发展。因此，公司展会在帮助更多、更好的中国外贸企业高质量进军一带一路市场的同时，自身也分享了一带一路市场增长带来的红利。感谢您对公司的关注！

12. 请问总经理，贵公司业务收入是否有季节性？

答：尊敬的投资者，您好！线下会展具有一定季节性特征，公司受国内外风俗习惯影响，每年国外的圣诞假期及新年（12月下旬-1月）、年中度假期（7-8月）以及我国春节（2月）、广交会（春季4-5月、秋季10-11月，广交会是国内最具盛名的综合性国际贸易展会，在此期间企业外贸出口参加其他展会的意愿不强）期间为中国企业出境展览淡季。受上述因素影响以及考虑当地展馆的档期，公司展会主要集中在6月、9月、12月，同时因规模较大的迪拜展、印度展等主要展会集中在第四季度，致使公司收入存在一定季节性。中国企业出境展览的业务特性导致存在上述季节性的特征，不会对公司的持续经营能力造成重大影响。感谢您对公司的关注！

13. 请问财务总监，公司的持续盈利能力如何？

答：尊敬的投资者，您好！目前，公司营业收入仍然主要来自国内出口型中小企业，因此，公司的对外贸易依存度较高。在公司收入结构未发生变化的情况下，可能对公司业务收入或盈利能力带来影响。公司在进一步加强“一带一路”市场开发，同时坚定数字化转型战略，优化商业模式，提升客户价值以及公司品牌影响力，盈利能力将随之提高。感谢您对公司的关注！

14. 请问董秘，公司股权激励实施情况怎么样？

答：尊敬的投资者，您好！根据天健会计师事务所（特殊合伙）出具的2022年审计报告显示，公司实现营业收入34,831.30万元，结合2020、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三期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！

15. 公司股权激励的员工覆盖情况如何以及后续是否会继续推出股权激励计划？

答：尊敬的投资者，您好！公司前三期限制性股权激励计划还在实施过程中，合计已授予 647 万股（按转增前股数计），到目前为止，一共有 150 多名在职员工获得了公司股权；公司未来将持续推进公司的经营业务发展，并根据业务发展情况适时开展股权激励，激励公司的核心骨干人员。感谢您对公司的关注！

16. 请问，今年公司的AI应用情况怎么样？给公司带来了什么影响？

答：尊敬的投资者，您好！公司一直致力于通过技术赋能优化会展行业，在新技术领域一直保持积极关注和大力投入，在大数据、元宇宙、人工智能等技术方向都有布局。2022 年公司投资成立了杭州米奥米塔技术有限公司，全力开发面向外贸企业的数字化展示营销产品，帮助外贸企业线上线下全方位展示公司生产制造流程和品牌实力。公司积极应用AI技术，接入微软的OpenAI和D365系统。通过AI算法，智能匹配用户的触达方式，实现国际推广过程中的用户的精准渠道交互，如AICall、EDM、SMS、WhatsAPP等。在用户及标签画像方面，通过数据挖掘、AI语义分析等技术，采集互联网全域数据，实现数据清洗和买家精准匹配，促成其线上线下的有效对接。公司持续投入的针对境外买家推广的数字化运作已取得了显著成效。以迪拜展为例，相较于 2019 年线下及人工邀约为主，数字化推广为辅的模式，2023 年上半年公司转变成数字化推广为主，线下及人

工邀约为辅的推广模式。相较于2019年，2023年6月的迪拜展预注册买家数增长了超200%，到展买家数较2019年增长近50%，其中属于海关提单买家占30%以上，相较于2019年未明确的买家分层和深度分析的情况，公司对于买家的分层和用户画像更加清晰，捕捉的信息更加精准，买家的数量尤其是质量大幅提升。另一方面，2023年上半年迪拜展推广成本较2019年减少了约35%。由此可见，公司展会的数字化运作降本增效成果显著。感谢您对公司的关注！

17. 请问公司在新加坡设立全资子公司对于公司发展战略的推动作用在哪里？

答：尊敬的投资者，您好！公司本次在新加坡设立境外全资子公司，有利于推动公司的战略发展规划，加快开拓RCEP市场，尤其是RCEP市场内的东盟市场，利用新加坡在该市场中的金融服务中心的总体优势，开拓RCEP国家展会业务，从而进一步完善全球营销布局，提升国际营业收入，吸引国际优秀办展人才，有助于进一步建立全球运营中心，提升展会服务质量，深化全球化战略，实现资本整合优化升级。感谢您对公司的关注！

18. 请问，经营活动产生的现金流量净额同比增长4851.17%，是什么所致？

答：尊敬的投资者，您好！主要系本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！

19. 请问，公司合同负债占总资产比例21.47%，期末较期初比重增加9.3%，是什么原因所致？

答：尊敬的投资者，您好！公司合同负债增加主要系本报告期预收展会款较上年年末增加所致。感谢您的关注！

20. 请问总经理，上市以来，公司的投并购推进工作效果如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司主要是围绕整体战略有序推进投资并购项目。公司IPO成功后，主要的战略目标是进入到在原有综合展基础上细分举办专业展。2021年，公司完成首个国内项目收购，更重要的意义在于布局专业展领域，2022年，收购了中纺广告展览有限公司60%的股权，与公司的现有的专业展会相吻合。在填补了公司日本市场空白的基础上，2023年，AFF展将复制到日本以外的墨西哥、越南、印尼举办，未来要完成全球布局。同时，2023年，公司的兼并购逐渐显现成效，中纺广告展览有限公司2023年上半年营收较同期增长超150%。感谢您对公司的关注！

21. 请问，公司研发费用主要投向哪些方向？

答：尊敬的投资者，您好！为保证展会质量，2023年公司继续加大在展览数字化方向的研发投入力度，研发投入较上年同期增长21.15%。公司将持续关注大数据、人工智能、数字展会、数字化营销、元宇宙等领域的新技术新应用新趋势，紧跟行业的技术创新，确保研发的产品在市场上具有领先优势，提升公司在技术领域的竞争力。重点关注将人工智能技术全面融入各部门各业务线和各项产品服务中，以实现业务运营的智能化重构和产品服务的智能化升级，持续加强在人工智能、数据驱动、智慧运营等方向的研发投入，确保相关技术能力和人才储备跟上业务发展需要，力争行业领先。感谢您对公司的关注！

22. 今年以来公司的市值还比较稳定，但股票流动性却始终不大好，公司是否有考虑过通过哪些手段提升股票流动性？

答：尊敬的投资者，您好！由于公司总股数只有1亿多股，盘子比较小。公司正在通过资本公积转增股本的方法，使总股数增加。同时，公司认真做好主营业务，保持公司基本面持续健康稳步增长，为广大投资者带来丰厚的投资回报，吸引更多的

	投资者关注公司。感谢您对公司的关注!
附件清单	无
日期	2023年9月26日