

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：2025-001

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2024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	2025年5月12日15:00-17:00
地点	深圳证券交易所“互动易平台” <a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a> “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”）2024年年度网上业绩说明会于2025年5月12日（星期一）下午15:00-17:00在深圳证券交易所“互动易平台”（<a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a>）“云访谈”栏目举办，本次说明会采用网络远程的方式举行，投资者关注的主要问题以及回复内容如下：</p> <p>1. 公司本期的盈利水平如何？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！2024年度报告期内，公司实现营业收入7.51亿元，实现净利润1.63亿元。感谢您对公司的关注！</p> <p>2. 潘董，您好！2024年中国出境展览发展状况如何？</p>

答：尊敬的投资者，您好！2023年出国参展拓市场强劲反弹，2024年未能延续此前盛况。走出去已经从早期的贸易走出去迭代到投资走出去，投资走出去领衔了当前的出海热潮。同时前期如政府包机等非常规支持也已不再，中国企业贸易走出去在选择国际市场时更为谨慎，决策也日趋理性。中国境外参展整体规模略有收缩，但中国展览业“走出去”的意愿却日益增强。根据《2024中国展览数据统计报告》，2024年中国境外办展主办机构共53家，较上年增加16家，增幅为43.24%。其中独立办展3家（公司及控股子公司占2家），合作办展50家。感谢您对公司的关注！

**3. 请问潘总，未来分红政策是否会保持稳定？在研发高投入阶段如何平衡股东回报与长期发展？**

答：尊敬的投资者，您好！公司从事的会展服务业是一个现金流优良的业务，因此除了20~23年特殊原因造成公司亏损没有分红以外都是正常每年分红，24年年中还进行了分红。而公司一直坚持的数字展览的研发，经过多年的持续投入，甚至在20~23年也没有停止，目前已经进入研发+产品，产生营收并盈利状态，并已经进入良性循环。最后公司将严格贯彻执行证监会关于增强投资者回报的号召，制定积极、稳定的现金分红政策。感谢您对公司的关注！

**4. 请问姚总，公司已连续3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！

**5. 请问潘总，公司业务发展情况与全球展会市场行业发展情况相比如何？**

答：尊敬的投资者，您好！根据2024年7月以及2025年1月全球展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry, UFI）发布的第33期与第34期《全球展览行业晴雨表》数据显示，全球范围内展会租赁面积、展览活动较去年呈增长趋势，自2020年开始至2023年，全球展览市场的平均收入增长均以2019年为参照对比，逐步恢复至2019年的水平，2024年的收入较2019年增长了16%，说明全球展会在2024年已经完全恢复并超出2019年。公司营业收入较2019年的增长除2020年略低于全球展览行业的增长，其余年份均高于行业的增长水平，且2023年与2024年均较大幅度地超过了全

球展览行业平均收入水平，公司 2024 年营收较 2019 年增长了 76%。感谢您对公司的关注！

## 6. 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五个方面：1. 数智化办展转型优势：公司凭借前瞻战略，布局“一带一路”、金砖国家及 RCEP 市场，辐射 15 个国际市场。利用全球买家数据和行业采购信息大数据平台，结合 AI 大模型智能营销算法、AI Agent 技术及“网展贸 O2O”平台，实现展前、展中、展后全链路精准对接，数字化办展能力行业领先。同时，公司与多方合作研发外贸 B2B AI 技术，打造全球贸易数据库，为买家和展商提供全流程数字化服务，分层服务展商，提升 VIP 客户参展效果，打造全方位商务支持体系，优化客户体验，提升复购率。2. 海外自办展平台优势：公司拥有国内唯一的全球布局境外自办展平台，品牌“米奥兰特”及旗下 Homelife 与 Machinex 在境外市场影响力广泛。公司充分利用政策、海外资源和独立落地能力，结合国内外团队形成互补，打造“中国品牌展出海孵化平台”，推动中国品牌出海，助力“千企百城”品牌价值提升，实现产品与产业展示、企业与产业品牌相结合。3. 境外自办展先发优势和支撑体系：“米奥兰特”品牌在国际展会中声誉良好，旗下多个展会获 UFI 认证。公司深耕“一带一路”、金砖国家及 RCEP 市场，提前锁定优质展馆资源，巩固展馆租赁优势。在迪拜、大阪等地设分支机构，在新加坡、印尼等地成立子公司，境外员工超 100 人，构建了强大的境外自办展支撑体系。海外团队结合本土资源优势 and 买家数据分析，助力公司展开差异化竞争，增强国际展览市场竞争力。4. 拼搏进取的企业文化：公司具有拼搏进取的奋斗者文化，激励员工超越自我。2024 年实施第四期限制性股票激励计划，将员工与公司发展紧密结合，奖励有突出贡献者。这种机制既认可员工过往努力，也投资其未来发展，增强员工归属感和忠诚度，助力公司吸引和留住人才，推动持续发展。5. 资本优势：作为中国会展行业首家上市公司，公司拥有得天独厚的资本优势。管理层积极谋划，利用资本市场优势布局投资并购领域，开发优质项目，整合资源、拓展业务，实现资产稳健增值，为公司创造良好投资收益，助力公司多元化发展，稳固行业领先地位。感谢您对公司的关注！

## 7. 请问董事长，公司的发展战略是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司发展战略聚焦三大板块：米奥会展、米奥科技与米奥投资。当前战略核心在于升级打造米奥会展板块。公司已完成从国别综合展向国别专业展的转型，并进一步推进其数字化、专业化、平台化和国际化，逐步构建全球领先的数字展览平台。多年来公司持续投入研发资金，推动

展会业务创新升级，目前已从纯研发投入到逐步形成研发+收益的良性发展循环。米奥科技作为公司持续投入研发、落地研发成果、转化创新价值的实体载体，成为公司除展览以外的收入引擎。作为中国会展行业首家上市公司，公司将充分利用资本优势，聚焦米奥会展和米奥科技二个方向，用好资本杠杆，推动二个业务板块的快速发展。感谢您对公司的关注！

#### **8. 请问董秘，公司展会业务发展季节性特征是什么？**

答：尊敬的投资者，您好！线下会展具有一定季节性特征，公司境外自办展业务受国内外风俗习惯影响，每年国外的圣诞假期、穆斯林的斋月节及新年（12月下旬-3月）、年中度假期（7-8月）以及我国春节（2月）、广交会（春季4月-5月、秋季10月-11月）期间均为中国企业出境办展的规避期。受上述因素影响以及考虑当地展馆的档期，公司境外展会将主要集中在每年的5月、6月、9月、11月与12月，致使公司业务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。随着全球展会市场已恢复正常，公司展会业务逐渐回归到展览行业举办的季节性周期中。感谢您对公司的关注！

#### **9. 请问潘董，当前关税政策对公司业务有什么影响么？公司的应对措施有哪些？**

答：尊敬的投资者，您好！近期美国对贸易伙伴加征关税，让中国企业看到之前仅通过产业转移避开贸易壁垒的道路在当下情境下又不通了。因此，拓展新市场、降低对美国市场的依赖才是眼下最有效的解决方案。公司已前瞻性地在“一带一路”、金砖国家及RCEP三大市场布局，推出了定制化的“外贸快闪”行动，利用自办展的定制能力，快速响应制定了一套连续办展和连续参展方案，针对中美贸易市场“休克”带来中国外贸的“滞胀”，通过自主展览营销平台助力中国外贸企业以最快的速度，抵达贸易增长最大的市场，拓市场“消胀”，在保证产能的基础上降低对美市场的依赖。因此当前关税政策及反制措施对公司业务直接影响有限，未来公司将持续深化在上述市场的开拓，积极响应国家政策，为外贸企业提供多元经贸合作机会。感谢您对公司的关注！

#### **10. 潘董，您怎么看待2024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！2024年，全球经济复苏乏力，地缘矛盾和供应链重构问题凸显，但我国外贸展现强劲韧性，规模持续扩大，结构优化，“一带一路”、RCEP和东盟市场表现突出。鉴于市场对未来美国新政府上台后可能的关税政策变化的预

测，中国外贸除了抓住当前市场端的备货机遇外，着眼未来开始多元化市场布局，一边以加大对外投资来规避未来风险，一边以加大多元化市场拓展以降低对美市场依赖的准备，“贸易走出去”叠加“投资走出去”形成了整个 24 年的出海热。会展行业在政策助力下迎来发展机遇，境外展会作为中国企业“走出去”的关键载体，受到国家及地方层面的政策支持。全球展览市场呈现积极发展态势，2024 年展会租赁面积和展览活动增长，平均收入较 2019 年增长 16%，中国会展行业规模也在不断扩大。同时，人工智能等新技术的应用为展览业发展注入新动能。未来，会展行业将朝着科技赋能、国际化拓展、专业化与细分化、绿色发展、线上线下融合、品牌化建设等方向发展。未来主要因美国新政府带来的国际市场变数增多，企业出海仍是大趋势，但形式将变得更复杂，需求更迫切，降低对美依赖，市场多元化将成为中国外贸企业的主攻方向。全球展览将成为中国外贸实现市场多元化的主要渠道和通路，其中一带一路、金砖国家、RCEP 等新兴市场成为增长引擎，推动中国境外自办展市场布局的多元化。展览业在帮助企业应对国际贸易新形势方面的作用将更加凸显，按照市场需求的定制化办展、数贸融合的数智化高质量办展等将成为行业发展的重要驱动力。感谢您对公司的关注！

**11. 随着公司发展的越来越迅速，现有的管理架构是否能够适应公司的高速发展？**

答：尊敬的投资者您好！公司核心管理层一直在外贸行业及互联网领域深耕，在产品研发、运营、市场营销等方向具备丰富的经验、敏锐的市场触觉，并对业务未来的发展趋势具有深刻理解和迅速反应，中层干部具有展会行业专业的素质与技能，尤其是新引进的管理干部都侧重于 AI 智能领域，因此现有的管理架构能够适应公司的发展战略。感谢您对公司的关注！

**12. 请董事长简要介绍一下 2024 年度公司的业务情况。**

答：尊敬的投资者，您好！报告期内，公司主营境外会展的策划、组织、推广及运营服务，聚焦中国企业与中国产业走出去，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，正式从为“中国制造”量身打造拓展全球展览服务平台，升级迭代为“中国品牌展出海孵化平台”。2023 年公司结束了长期在海外举办综合展的阶段，进入了专业展的升级打造，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迭代，自此从“国别综合展”进入到“国别专业展”的战略阶段。随着全球展览市场恢复正常，公司 2024 年的办展频次也从反弹时期的高频举办逐步恢复正常，接近 2019 年的正常办展频次。报告期内，公司坚持聚焦主营业务发

展，根据战略部署和年度计划，深化布局“一带一路”、金砖国家及 RCEP 三大市场，分别在波兰、阿联酋、巴西、日本、印尼、越南、墨西哥、南非、美国共九个国家成功举办了 14 场包含建材、家居、软装、家电 3C、纺织服装、宠物、孕婴童、舞台音响、工业机械、电力能源等行业的中国品牌出海联展，专业展会共举办 97 场，来自浙江、江苏、广东、湖南等 20 多个省市共计超过 7500 家企业参展，总办展面积近 30 万平方米，到展买家近 24 万人，总意向成交额达到 189 亿美元，公司已经成为服务全国的境外自主办展平台。同时，随着公司从纯线下办展模式，到纯线上办展模式，进入到全球领先的双线办展模式，实现线下的实体展览服务和线上的数字展览服务融合，公司的展会已经彻底告别其他展会“守株待兔”和“三天开盲盒”的传统业态。2024 年，公司实现营业收入 75,136.57 万元，同比下降 10.01%；实现利润总额 19,756.33 万元，同比下降 13.92%；归属于上市公司股东的净利润 15,516.79 万元，同比下降 17.55%；实现基本每股收益 0.68 元，加权平均净资产收益率 24.39%。扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 14,539.15 万元，主营业务收益占比 93.70%，其中米奥科技实现营业收入 47179618.3 元，占公司总收入的 6.28%，实现净利润 35601906.43 元，占公司利润总额的 18.02%。感谢您对公司的关注！

**13. 请问公司是否有计划采取措施改善持续经营能力和业绩表现，具体包括哪些措施？**

答：尊敬的投资者，您好！公司一直高度重视经营能力和业绩表现的提升，在业务拓展方面，公司进一步精准定位客户需求，投入更多资源开拓新兴市场领域，如在沙特举办展会；在成本控制上，优化服务流程，提升客户满意度与复购率，同时提升内部运营效率以削减不必要的开支；在产品或服务创新层面，增加研发投入，优化现有产品或服务的性能，打造差异化的竞争优势，以吸引更多客户，提升市场份额。此外，公司还将加强人才队伍建设，通过内部培训和外部招聘相结合的方式，引入专业人才，为公司的持续发展提供有力的人才支撑。我们会密切关注这些措施的实施效果，并根据实际情况进行适时调整，以确保公司能够实现持续经营能力的提升和业绩的稳步增长。感谢您对公司的关注！

**14. 请问方总，公司 ai 眼镜方面的应用有哪些？**

答：尊敬的投资者，您好！公司 AI 眼镜与 AI 慧展 APP 相结合，主要用于展览及出海商贸场景，能够为参展客户提供以下服务：1、为客户提供多语言实时翻译服务以及语音转文字服务。支持 90 多种语言实时互译（通过 SRRC 认证），专业术语库覆盖外贸多个行业垂直领域，为参展客户解决国际展会中的语言

交流障碍。2、为客户提供实时信息的记录与存储服务。AI 眼镜可以在复杂的展会环境下采用工业级降噪算法实现清晰拾音，实时记录展会交流信息，并存储至 AI 慧展 APP，用于后续复盘。3、为客户提供信息提示与提醒服务。实时提醒展商重要的客户信息、日程安排以及潜在商机。4、为客户提供智能标记服务并生成开发信服务。参展客户通过使用 AI 眼镜，能够智能标记展会谈判过程中的重点信息，展会后自动生成谈判纪要，并自动转化为客户线索导入公司慧客模块（公司外贸 CRM 功能模块），同时结合公司外贸大模型给客户写外贸开发邮件，完成对线索的闭环管理。感谢您对公司的关注！

#### 15. 请问方总，公司 2024 年专业展办展效果如何？

答：尊敬的投资者，您好！继 2023 年公司全线创新升级 8 大行业主题的专业展同档期举办之后，公司进一步深化落实专业展会的运营，2024 年已扩大到 15 大行业主题的专业展，专业展会共举办 97 场。根据采购商和展商的实际需求，公司多个国家的品牌联展采用 1+N（1 个联展多个专业展会同档期举办）的形式展出，在延续中创新升级；同时展会的服务模式同步升级创新，在参展企业、展品类别、买家邀约及到展，均按照各行业类别进行匹配，保证专业观展和交流的效果，提升展会成交的效率。感谢您对公司的关注！

#### 16. 请问方总，公司与安徽李未可公司合作是要达成什么目的？

答：尊敬的投资者，您好！公司及子公司与安徽李未可科技有限公司合作是利用双方优势资源立足于 AI 定制眼镜产品的国际展会、国内展会、出海服务等行业场景的应用、工具创新研发，促进 AI 在展览及出海场景的应用和落地，对于公司展会业务的推进将会产生有力的推动作用，有利于实现公司战略目标并提升公司的市场竞争力，符合公司的实际经营发展需要。感谢您对公司的关注！

#### 17. 请问，方总，公司数字化战略推进的举措有哪些？

答：尊敬的投资者，您好！人工智能推动展览业向智能化加速迈进，实现更智能高效的活动策划和运营，创造新需求、新模式及新的增长点；同时颠覆产业链构建，加速产业创新变革进程。公司将通过以下的举措推进数字化、智能化的进程：1、加快布局数智化展览：作为国内首家在创业板上市的民营展览公司，迎合时代特征的变化，加快布局数智化展览，不仅仅以“AI+数据”驱动赋能展会，同时将重构参展范式，全方位助力中国企业高效出海。2、加大研发与产品开发：加大在数智化转型方面的研究以及研发投入，充分利用先进的人工智能技

术开发应用于展览及出海商贸场景的数字化产品，提升展会服务质量。如 2025 年 1 月召开新产品发布会发布 AI 慧展 1.0 产品，该产品以买卖家智能推荐和匹配算法为核心，结合多个效率提升 AI 工具及 AI 硬件，为出海企业提供展前、展中、展后全链路、全场景的商机赋能。3、合作拓展业务应用场景：与安徽李未可科技有限公司合作，将 AI 眼镜硬件与展会及外贸出海场景深度耦合，打造出全球首款 AI 数智化参展解决方案，实现了展会全链路、全流程的 AI 解决方案。4、强化数据治理与系统整合：加大对已有数据的深度治理，提升数据质量，构建数智化转型的数据底座；同时通过数据治理进一步深化公司内部系统的整合，持续关注并优化数字化办展、数字化参展以及数字化观展各个流程的衔接。感谢您对公司的关注！

**18. 方总，您好！请问公司研发专利有哪些成果？**

答：尊敬的投资者，您好！公司全资子公司米奥兰特（浙江）网络科技有限公司成功入选 2024 年浙江省“专精特新”中小企业榜单，其开发的“网展贸买家包装平台”等 6 项管理平台与软件报告期内已获得软件著作权，公司目前拥有 35 项计算机软件著作权，并将持续在技术创新和研发方面取得突破。感谢您对公司的关注！

**19. 请问方总，公司展会市场布局是基于什么考虑？**

答：尊敬的投资者，您好！2024 年，我国外贸出口在高基数上继续保持增长，不仅实现了规模的进一步扩大，更在贸易结构与区域布局上实现了质的有效提升，特别是在“一带一路”沿线国家、金砖国家、RCEP（东盟）市场，我国对外贸易优势明显。鉴于市场对美国新政府上台后可能的关税政策的预测，中国外贸除了抓住当前市场端的备货机遇外，着眼未来开始多元化市场布局。同时，根据《2024 中国展览数据统计报告》的统计，在中国境外自主办展的 216 场展览中，有 169 场展览在“一带一路”沿线国家举办，占境外自主办展总数的 78.24%；其中公司在“一带一路”沿线国家举办的专业展会数量为 77 场，占比 45.56%；有 94 场展览在 RCEP 成员国举办，占境外自主办展总数的 43.12%，其中公司在 RCEP 成员国举办的专业展会数量为 40 场，占比 42.55%；有 75 场展览在金砖成员国举办，占境外自主办展总数的 34.72%，其中公司在金砖成员国举办的专业展会数量为 34 场，占比 45.33%。因此公司在一带一路、金砖国家及 RCEP 三大市场的展览布局优势明显。感谢您对公司的关注！

**20. 请问公司利润分配方案是怎样的？什么时候实施？**

答：尊敬的投资者您好！以截至 2024 年 12 月 31 日公司总股

	本扣除库存股后的 227,226,046 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 3.50 元（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。利润分配方案尚需提交公司 2024 年年度股东大会审议，审议通过后再实施。感谢您对公司的关注！
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 12 日