

创业板风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



天津振威展览股份有限公司

Tianjin Zhenwei Exhibition Co.,Ltd.

(天津经济技术开发区达尚路 10 号)

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书(申报稿)

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书(申报稿)不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为做出投资决定的依据。

保荐人：



主承销商：

广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 1,020.00 万股，占发行后总股本的 25.09%，全部为公司公开发行的新股，不安排公司股东公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 4,065.6853 万股
保荐人(主承销商)	广发证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

发行人提醒投资者特别关注下述重大事项提示。此外，在做出投资决策之前，发行人请投资者认真阅读本招股说明书“风险因素”一节全部内容。

一、股份锁定及限售承诺

本次发行前公司股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺如下：

（一）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人张学山承诺：

自发行人首次公开发行 A 股股票并在创业板上市（以下简称“发行并上市”）之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本人所直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所直接或间接持有的该等股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

在前述锁定期满后，在本人于发行人处任职期间内（包括但不限于担任董事长或总经理等职务），在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年转让的发行人的股份不超过上一年末所持有发行人股份总数的 25%；在离任后 6 个月内，不转让本人所持发行人的股份。在发行上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让或者委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；在发行并上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让或委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本人所持发行人公开发行股票前已发行的股份如在锁定期满后两年内减持，减持价格不低于发行人本次公开发行股票的发价。发行人于本次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发价，或者本次发行

并上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若发行人股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，上述发行价将作相应调整。

本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的；以及中国证监会规定的其他情形，则本人在上述期间不减持股份。

本人自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

本承诺自作出之日起即生效，未来不会因本人职务发生变更、离职等原因而拒绝履行。

本人如违反上述承诺，擅自减持发行人股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红时扣留与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红；若扣留的现金分红不足以弥补违规减持所得的，发行人可以变卖本人所持有的其余可出售股份，并以出售所得补足差额。

如果因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

（二）实际控制人张超凡、张学林的承诺

公司实际控制人张超凡、张学林承诺：

自发行人发行并上市之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本人所直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所直接或间接持有的该等股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发

行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

在前述锁定期满后，在本人于发行人处任职期间内，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年转让的股份不超过上一年末所持有的发行人股份总数的 25%；在离任后六个月内，不转让所持有的发行人股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本人所持发行人公开发行股票前已发行的股份如在锁定期满后两年内减持，减持价格不低于本次公开发行股票发行价；发行人于本次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。在发行上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让或者委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；在发行并上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让或委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。若发行人股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，上述发行价将作相应调整。

本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的；以及中国证监会规定的其他情形，则本人在上述期间不减持股份。

本人自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

本承诺自作出之日起即生效，未来不会因本人职务发生变更、离职等原因而拒绝履行。

本人如违反上述承诺，擅自减持发行人股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有，如未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红时扣留与本

人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红；若扣留的现金分红不足以弥补违规减持所得的，发行人可以变卖本人所持有的其余可出售股份，并以出售所得补足差额。

如果因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

担任公司董事、监事或高级管理人员的邓小辉、刘文娟、谷茹、靳风菊、赵红斌、陈旭、刘晨承诺：

自发行人发行并上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本人所直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所直接或间接持有的该等股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

在前述锁定期满后，在本人于发行人处任职期间内，在满足股份锁定承诺的前提下，本人每年转让的股份不超过上一年末所持有的发行人股份总数的 25%；在离任后六个月内，不转让所持有的发行人股份。在发行并上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让或者委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；在发行并上市之日起第 7 至 12 个月内申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理本人已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本人所持发行人公开发行股票前已发行的股份如在锁定期满后两年内减持，减持价格不低于本次公开发行股票发行价；发行人于本次发行并上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若发行人股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除

息事项的，上述发行价将作相应调整。

本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的；以及中国证监会规定的其他情形，则本人在上述期间不减持股份。

本人自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

本承诺自作出之日起即生效，未来不会因本人职务发生变更、离职等原因而拒绝履行。

本人如违反上述承诺，擅自减持发行人股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有，如未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红时扣留与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红；若扣留的现金分红不足以弥补违规减持所得的，发行人可以变卖本人所持有的其余可出售股份，并以出售所得补足差额。

如果因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

（四）公司股东华镕投资、虢合投资、珠海中兵、五五绿洲的承诺

公司股东华镕投资承诺：

自发行人首次公开发行 A 股股票并在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业已经直接或者间接持有的发行人的股份，也不由发行人

回购该部分股份。

因发行人进行权益分派等导致本公司直接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本公司自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

公司股东魏合投资、珠海中兵、五五绿洲承诺：

自发行人首次公开发行 A 股股票并在创业板上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业已经直接或者间接持有的发行人的股份，也不由发行人回购该部分股份。

因发行人进行权益分派等导致本公司直接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本合伙企业自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

（五）公司其他自然人股东的承诺

公司其他自然人股东承诺：

自发行人首次公开发行 A 股股票并在创业板上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本人所直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所直接或间接持有的该等股份。因发行人进行权益分派等导致本人直接或间接持有发行人的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

本人自愿配合中国证券监管部门的明确要求，自动受其调整后的锁定期约束。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

二、发行人及其控股股东、实际控制人、公司董事及高级管理人员关于上市后三年内稳定股价的预案及承诺

公司第一届董事会第十六次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《天津振威展览股份有限公司稳定股价预案》，预案主要内容如下：

（一）启动稳定股价措施的条件

发行人首次公开发行股票并上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日（公司股票全天停牌的交易日除外，下同）除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值（以下简称“启动条件”），则公司应按下述规则启动稳定股价措施。

（二）稳定股价的具体措施

1、公司回购

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、共同实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（3）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项要求：

①公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额；

②公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。

（4）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）超过公司上一会

计年度经审计的除权后每股净资产值，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、公司控股股东、实际控制人增持

（1）下列任一条件发生时，公司控股股东、实际控制人张学山，以及实际控制人张超凡、张学林应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①公司回购股份方案实施期限届满之日后的 10 个交易日除权后的公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

②公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

（2）公司控股股东、实际控制人承诺单次增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

3、董事、高级管理人员增持

（1）下列任一条件发生时，在公司领取薪酬的公司董事（不包含独立董事）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①公司控股股东、实际控制人增持股份方案实施期限届满之日后的 10 个交易日除权后公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

②公司控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

（2）有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度薪酬总和的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度的薪酬总和。公司全体董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

（3）在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、公司控股股东、实际控制人增持及董事、高级管理人员增持工作。

（4）公司新聘任将从公司领取薪酬的董事和高级管理人员时，将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

（三）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

（1）公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 15 个工作日内做出回购股份的决议。

（2）公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。

（3）公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持

（1）公司董事会应在上述公司控股股东、实际控制人及董事（除独立董事、不在公司领取薪酬的董事外的其他董事）、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个工作日内做出增持公告。

（2）公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（四）稳定股价的进一步承诺

在启动条件首次被触发后，公司控股股东、实际控制人及持有公司股份的董事和高级管理人员的股份锁定期自动延长 6 个月。为避免歧义，此处持有公司股份的董事和高级管理人员的股份锁定期，是指该等人士根据《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》第四条第（三）款的规定做出的承诺中载明的股份锁定期限。

（五）违反承诺的措施

1、公司的承诺

本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺、以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

2、公司控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本人的原因外，公司控股股东、实际控制人将向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实发生之日后 10 个工作日内，公司控股股东、实际控制人停止在发行人处获得股东分红，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

3、在公司领取薪酬的董事和高级管理人员的承诺

在公司领取薪酬的董事和高级管理人员如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本人的原因外，该等董事和高级管理人员将向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实的当月起，停止在发行人处领取薪酬，同时所持有的发行人股份（如持有）将不得转让，直至按承诺采取相应的增持措施并实施完毕时为止；如该等董事和高级管理人员在任职期间连续两次未能履行其增持义务，由控股股东或董事会提请股东大会更换相关董事，由公司董事会提请解聘相关高级管理人员。

三、股份回购、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

（一）发行人的承诺

发行人承诺：

本公司向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

若本公司向中国证监会提交的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在该等违法事实被证券监管部门做出认定或处罚决定之日起 30 天内，启动依法回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格为发行价格加上同期银行存款利息（若本公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整）。

若本公司向中国证监会提交的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定之日起 30 天内依法赔偿投资者损失。

（二）控股股东、实际控制人的承诺

控股股东、实际控制人承诺：

天津振威展览股份有限公司向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，作为振威展览的控股股东及实际控制人，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

若振威展览向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质

影响的，本人将利用发行人的控股股东、实际控制人地位促成发行人在证券监管部门依法对上述事实做出认定或处罚决定后启动依法回购发行人首次公开发行的全部新股的工作。

若振威展览向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监管部门依法对上述事实做出认定或处罚决定后 30 天内依法赔偿投资者损失。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

公司董事、监事或高级管理人员的承诺：

天津振威展览股份有限公司向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，董事、监事及高级管理人员对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

若振威展览向中国证监会提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，董事、监事及高级管理人员将在该等违法事实被证券监管部门认定后 30 天内依法赔偿投资者损失。

承诺人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

（四）本次发行相关中介机构的承诺

1、保荐机构的承诺

发行人本次公开发行上市的保荐机构（主承销商）广发证券股份有限公司承诺：

因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述

或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师的承诺

发行人律师北京市君合律师事务所承诺：

因本所为振威展览首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

3、审计机构及验资机构承诺

审计机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

因本所为振威展览首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

四、发行前持股 5%以上的股东的持股意向及减持意向承诺

首次公开发行并在创业板上市前，持有股份超过公司股本总额 5%以上的股东为张学山，实际控制人为张学山、张超凡、张学林。张学山、张超凡、张学林承诺：

振威展览首次公开发行 A 股股票并在创业板上市后，本人直接所持振威展览的振威展览本次发行并上市前的股份在锁定期满后可根据需要有限度减持。本人自锁定期满之日起两年内减持股份（本人届时通过二级市场买入的振威展览股份除外）的具体安排如下：

（一）减持数量

张学山在锁定期满后两年内拟进行有限度股份减持，每年减持股份数量不超过上一年末直接所持股份数量的 20%；锁定期满两年后若拟进行股份减持，减持具体股份数量将在减持前予以公告。张超凡、张学林在锁定期满后两年内拟进行有限度股份减持，每年减持股份数量不超过上一年末直接所持股份数量的 25%；

锁定期满两年后若拟进行股份减持，减持具体股份数量将在减持前予以公告。

（二）减持方式

本人所持股份将通过证券交易所集中竞价交易系统或大宗交易系统进行，但如果本人预计未来三个月内公开出售解除限售存量股份的数量合计超过振威展览届时股份总数的 1%，将不通过证券交易所集中竞价交易系统转让所持股份。

（三）减持价格

本人所持股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市的发行价（若公司有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）；锁定期满两年后减持的，通过证券交易所集中竞价交易系统减持股份的价格不低于减持公告日前一个交易日股票收盘价或本次发行并上市的发行价；通过证券交易所大宗交易系统减持股份的，转让价格由转让双方协商确定，并符合有关法律、法规规定。

（四）减持期限

若本人拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合公司在本人减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若本人拟通过其他方式进行减持，将配合公司在本人减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划，减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。按该等减持计划减持股份的期限为该等减持计划公告后六个月。减持期限届满后，若拟继续减持股份，则需按照上述安排再次履行减持公告。

（五）减持限制

若公司或者本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证券监督管理委员会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；或本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；或出现中国证券监督管理委员会规定的其他情形，则本人在上述期间不减持股份。

（六）协议转让承诺

若本人通过协议转让方式减持股份，则单个受让方的受让比例不低于 5%，协议转让价格范围下限按照大宗交易的规定执行。

五、公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司本次发行摊薄即期回报采取填补措施切实履行的承诺

公司首次公开发行股票后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增长。但由于募集资金投资项目的建设及产能的完全释放需要一定时间，公司每股收益和净资产收益率等指标将在短期内出现一定幅度的下降，公司投资者即期回报存在被摊薄的风险。具体分析见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、本次发行后每股收益的变动趋势及采取的措施”。

六、关于未履行承诺时的约束措施的承诺

（一）发行人的承诺

本公司将严格履行在首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若本公司未能完全有效地履行承诺事项中的各项义务和责任，则本公司将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，补偿金额由本公司与投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定；

2、自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之日起 12 个月内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

3、自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司不得以任何形式向本公司之董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。

（二）控股股东、实际控制人的承诺

本人将严格履行在首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若本人未能完全有效地履行承诺事项中的各项义务和责任，则本人将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金（包括但不限于本人自发行人所获分红）补偿发行人、投资者因依赖该等承诺而遭受的直接损失；

2、自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式减持持有的发行人股份；

3、自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式要求发行人为本人增加薪资或津贴，且亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

本人将严格履行在首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。若本人未能完全有效地履行承诺事项中的各项义务和责任，则本人将采取以下措施予以约束：

1、以自有资金（包括但不限于本人自发行人所获分红）补偿发行人、投资者因依赖该等承诺而遭受的直接损失；

2、自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式减持持有的发行人股份；

3、自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式要求发行人为本人增加薪资或津贴，且亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

七、本次发行前公司滚存未分配利润的安排

根据公司 2017 年第二次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共同享有。

八、本次发行上市后的股利分配政策

公司第一届董事会第十六次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程》，公司本次发行后的股份分配政策如下：

公司应实行持续、稳定的利润分配办法，并遵守下列规定：

（一）利润分配原则

公司的利润分配应充分考虑对投资者的合理投资回报并兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

（二）利润分配形式

公司采取现金、股票、现金股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配股利。具备现金分红条件的，公司应当优先采取现金方式分配股利。采用股票股利进行利润分配的，应当在利润分配方案中对公司成长性、每股净资产的摊薄等因素进行真实合理地分析。

（三）利润分配的时间间隔

在公司当年盈利且符合《公司法》规定的利润分配条件情况下，原则上公司每年度至少分红一次。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（四）现金分红的条件

- 1、公司当年度或半年度盈利（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）；
- 2、公司期末累计可供分配利润为正，且每股累计可供分配利润不低于 0.10 元；
- 3、审计机构对公司该年度或半年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告

告；

4、在考虑了各种外部融资的前提下，公司现金能够满足公司正常生产经营的需要。

（五）现金分红的比例

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

重大资金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、对外偿付债务或者购买设备等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%，或达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，或金额在 5,000 万元以上。

除满足上述现金分红比例外，在满足现金分红条件的情况下，公司每年以现金方式分配的利润应当不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（六）发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，在满足上述现金分红条件的前提下，可以采取股票股利方式进行利润分配。

（七）利润分配政策的决策机制和程序

公司董事会按照既定利润分配政策论证利润分配预案的过程中，需与独立董事、监事会充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案，并提交股东大会通过网络投票的形式进行表决。

制定现金分红具体方案时，公司董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过电话、传真、邮件、互动易等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司董事会未做出现金利润分配预案或最近三年以现金方式累计分配的利润低于最近三年实现的年均可分配利润的 30%的，公司应在董事会公告中详细披露未进行现金分红或现金分红水平较低的原因、留存收益的用途及收益情况。独立董事应对公司未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表独立意见。

公司如因外部经营环境或自身生产经营发生较大变化而需要调整利润分配政策的，首先应经独立董事同意并发表明确独立意见，然后分别提交董事会和监事会审议，董事会和监事会审议通过后提交股东大会审议，经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见，公司股东大会在审议公司董事会提出的关于修改公司利润分配政策的议案时，公司应当提供网络形式的投票平台，为社会公众股股东参加股东大会提供便利。调整后的利润分配政策不得违反法律、法规、规章和规范性文件的有关规定。

公司董事会应当制定股东分红回报规划，并至少每 3 年重新审阅一次股东分红回报规划。股东分红回报规划经公司董事会审议通过后提交股东大会审议批

准。如因外部经营环境或自身生产经营发生较大变化而需要调整股东分红回报规划的，首先应经独立董事同意并发表明确独立意见，然后分别提交董事会和监事会审议，董事会和监事会审议通过后提交股东大会审议批准。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

九、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

经核查，保荐机构认为：报告期内，发行人具有较好的财务状况和持续盈利能力，具体见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（八）保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见”。

十、需要特别关注的风险因素

（一）市场需求波动的风险

发行人主营业务是组织举办各类型专业性展览会，所运营的会展项目主要覆盖能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业，如果上述行业的景气度出现下落趋势，可能会影响到相关会展服务的市场需求，从而对公司的服务经营产生不利影响。

（二）行业竞争加剧的风险

公司所处行业为商务服务业中的会议及展览服务业，处于较为激烈的竞争环境中，行业内会展企业数量多、市场集中度较低。随着国务院促进展览业发展的相关文件相继出台，行业协会、商会与政府机关脱钩，会展业的市场化进程逐步推进，运营能力弱、缺乏创新的企业将逐渐被市场淘汰，具有核心竞争力的会展企业逐步占据较大的市场份额。如果公司不能持续对国内外竞争对手保持竞争优势，经营业绩将会受到不利影响。

请投资者仔细阅读“第四节 风险因素”全文，并特别关注上述风险的描述。

目 录

发行概况	1
发行人声明	2
重大事项提示	3
一、股份锁定及限售承诺.....	3
二、发行人及其控股股东、实际控制人、公司董事及高级管理人员关于上市 后三年内稳定股价的预案及承诺.....	9
三、股份回购、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺.....	12
四、发行前持股 5%以上的股东的持股意向及减持意向承诺	15
五、公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司本次发行摊 薄即期回报采取填补措施切实履行的承诺.....	17
六、关于未履行承诺时的约束措施的承诺.....	17
七、本次发行前公司滚存未分配利润的安排.....	18
八、本次发行上市后的股利分配政策.....	19
九、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见.....	22
十、需要特别关注的风险因素.....	22
第一节 释义	28
一、普通术语.....	28
二、专业术语.....	29
第二节 概览	33
一、发行人简要情况.....	33
二、控股股东、实际控制人简要情况.....	34
三、主要财务数据及财务指标.....	35
四、募集资金用途.....	37
第三节 本次发行概况	38
一、本次发行的基本情况.....	38

二、与本次发行有关的当事人.....	39
三、发行人与有关中介机构的关系.....	41
四、与本次发行上市有关重要日期.....	41
第四节 风险因素	43
一、市场风险.....	43
二、经营风险.....	44
三、管理风险.....	45
四、财务风险.....	46
五、募集资金投向风险.....	46
第五节 发行人基本情况	48
一、发行人基本情况.....	48
二、发行人设立情况.....	48
三、发行人设立以来的重大资产重组情况.....	50
四、发行人的股权结构.....	52
五、发行人控股子公司、参股公司情况.....	53
六、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况	59
七、发行人的股本情况.....	61
八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排.....	68
九、公司员工情况.....	68
十、发行人实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董	
事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	69
第六节 业务和技术	80
一、发行人的主营业务、主要产品或服务的情况.....	80
二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况.....	97
三、发行人的销售情况和主要客户	125
四、发行人采购情况和主要供应商.....	135
五、发行人主要固定资产和无形资产情况.....	143
六、发行人特许经营权情况.....	151

七、发行人主要技术情况.....	151
八、发行人境外经营情况.....	152
九、发行人未来发展与规划.....	153
第七节 同业竞争与关联交易	157
一、独立性.....	157
二、同业竞争.....	158
三、关联方及关联关系.....	160
四、关联交易.....	163
五、关联交易决策权限与程序及执行情况.....	171
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	173
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....	173
二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有本公司股份的情况.....	181
三、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在本次发行前对外投资情况.....	183
四、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况.....	183
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺.....	185
六、董事、监事及高级管理人员两年内的任职变动情况.....	185
七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运作及履职情况.....	186
八、发行人内部控制制度情况.....	189
九、发行人最近三年违法违规行为的声明.....	190
十、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况.....	191
十一、发行人资金管理、对外投资与担保事项的政策及制度.....	191
十二、发行人保障投资者权益情况.....	195
第九节 财务会计信息与管理层分析	199
一、简要财务报表.....	199

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	204
三、会计师事务所的审计意见类型.....	205
四、主要会计政策和会计估计.....	205
五、税项.....	223
六、分部信息.....	225
七、非经常性损益明细表.....	226
八、报告期内的主要财务指标.....	227
九、会计报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	229
十、盈利能力分析.....	230
十一、公司财务状况分析.....	283
十二、现金流量分析.....	304
十三、本次发行后每股收益的变动趋势及采取的措施.....	307
十四、股利分配政策及最近三年股利分配情况.....	315
第十节 募集资金运用	317
一、本次发行募集资金总量及其使用计划.....	317
二、募集资金投资项目的可行性分析.....	318
三、募集资金投资方向与公司现有业务的关系.....	319
四、募集资金投资项目具体情况.....	320
五、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响.....	332
第十一节 其他重要事项	334
一、发行人重大合同及履行情况.....	334
二、发行人对外担保情况.....	335
三、重大诉讼和仲裁事项.....	335
四、控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和 其他核心人员涉及的重大诉讼或仲裁.....	335
五、公司控股股东、实际控制人重大违法行为.....	336
六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的刑事诉讼事项	336

第十二节 有关声明	337
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	337
二、保荐人（主承销商）声明.....	338
三、发行人律师声明.....	339
四、审计机构声明.....	341
五、验资机构声明.....	342
六、评估机构声明.....	343
第十三节 附件	344
一、附件.....	344
二、附件查阅地点、时间.....	344

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通术语

公司、本公司、发行人、振威展览、股份公司	指	天津振威展览股份有限公司，由天津振威展览有限公司整体变更设立
振威有限	指	天津振威展览有限公司，系发行人的前身
华镕投资	指	广州市华镕投资管理有限公司，系发行人的股东之一，员工持股平台
虢合投资	指	上海虢合投资合伙企业（有限合伙），系发行人的股东之一
珠海中兵	指	珠海中兵广发投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人的股东之一
五五绿洲	指	新疆五五绿洲壹期股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人的股东之一
北京振威	指	北京振威展览有限公司，系发行人的全资子公司
广州振威	指	广州振威国际展览有限公司，系发行人的全资子公司
新疆振威	指	新疆振威国际展览有限公司，系发行人的全资子公司
香港振威	指	香港振威国际展览有限公司，曾系北京振威的全资子公司，已于2017年7月28日注销
振威传媒	指	香港振威国际能源传媒集团有限公司，曾系香港振威的全资子公司，已于2017年6月23日注销
西安振威	指	西安振威展览有限公司，系发行人的全资子公司
中装润达	指	北京中装润达展览有限公司，系北京振威的控股子公司
成都振威	指	成都振威世展展览有限公司，系新疆振威的全资子公司
南京振威	指	南京振威展览服务有限公司，系发行人的全资子公司
新疆亚欧	指	新疆亚欧国际博览有限公司，系发行人的参股公司
西安分公司	指	天津振威展览股份有限公司西安分公司，系发行人曾经的分公司，已于2016年12月注销
振威贸易	指	广州振威贸易展览有限公司，系发行人控股股东曾经控制的公司，已于2015年8月注销
本次发行、本次公开发行股票、A股	指	发行人本次向社会公众公开发行不超过1,020万股人民币普通股
上市	指	本次公开发行的每股面值人民币1.00元的人民币普通股在发行人股票在深圳证券交易所创业板上市交易

公司章程、《公司章程》	指	《天津振威展览股份有限公司章程》
招股说明书、本招股说明书	指	天津振威展览股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
股东大会	指	天津振威展览股份有限公司股东大会
董事会	指	天津振威展览股份有限公司董事会
监事会	指	天津振威展览股份有限公司监事会
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
贸促会	指	中国国际贸易促进委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
Wind资讯	指	上海万得信息技术股份有限公司
保荐人、保荐机构、主承销商、广发证券	指	广发证券股份有限公司
君合、发行人律师	指	北京市君合律师事务所
天健、会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期、最近三年	指	2015年、2016年及2017年
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业术语

展会、会展	指	会议、展览、大型活动等集体性的商业或非商业活动，是在一定地域空间和有限时间区间内举办的，以产品、技术、服务的展示、参观、洽谈、贸易、投资、经济合作和信息交流为主要目标的，有多人参与的群众性活动
展品	指	参展商在展会期间展示的产品、技术和服务
展馆	指	展览场馆，即公司举办展会用到的场地
展位	指	参展企业的展台、展厅及其他展示空间
标准展位	指	展会主办单位委托搭建商为参展商按照统一标准搭建的展位，每个标准展位的面积一般为3m×3m
特装展位	指	展会上需要进行特别装修的展位。展馆室内或室外空地上按任意面积划出的展出空间，通常只提供正常大厅照明及未铺地毯的展位空地，一般36平方米起租，由客户自行设计并搭建。如客户特别要求，少部分特装展位的搭建也由主办方完成
UFI	指	国际展览联盟（Union of international Fairs），2003年10月20日更名为“国际展览业协会”（使用英文名称The Global Association of the Exhibition Industry），但其简称仍沿用了UFI
CIPPE	指	中国国际石油石化技术装备展览会（China International Petroleum & Petrochemical Technology and Equipment Exhibition）

子展	指	由于专业展会不断发展参展企业增加，会展企业在该专业主题下进行细分、与该专业展会同期举办的细分主题专业展会
自办展	指	会展企业根据对会展市场需求进行分析、选题、策划、运营的展会项目
承办展	指	党政机关、事业单位等机构组织、主办的展会项目，会展企业可根据主办单位的委托作为承办单位从事展会项目的实际运营工作
北京石油展	指	中国国际石油石化技术装备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2001年开始举办，简称北京石油展
上海石化展	指	中国（上海）国际石油化工技术装备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2009年开始举办，简称上海石化展
西安节能供热展	指	中国西安国际供热采暖与建筑环境技术设备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，1999年开始举办，简称西安节能供热展
新疆农业会	指	中国新疆国际农业博览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2001年开始举办，简称新疆农业会
东营石油展	指	中国（东营）国际石油石化装备与技术展览会，2008年首次举办，由贸促会及山东省人民政府主办，贸促会山东省委员会、东营市人民政府、中国石化胜利石油管理局承办，公司自2013年起接受委托组织举办的承办展，简称东营石油展
天津制博会	指	中国（天津）国际装备制造业博览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2007年起开始举办，简称天津制博会
绵阳科博会	指	中国（绵阳）科技城国际科技博览会，2013年首次举办，由科技部和四川省人民政府主办，公司自2015年起参与承办的承办展，简称绵阳科博会
上海电池展	指	上海国际充电站（桩）技术设备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2008年开始举办，简称上海电池展
成都电动车展	指	中国（成都）电动车及新能源汽车展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2015年起开始举办，简称成都电动车展
广州保健展	指	中国（广州）国际保健食品及特医食品展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2010年起开始举办，简称广州保健展
西安供热节能展	指	中国西安国际供热采暖与建筑环境技术设备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，1999年起开始举办，简称西安供热节能展
天津机床展	指	中国（天津）国际工业自动化技术与装备展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2007年起开始举办，简称天津机床展
顶级生活展	指	北京国际高端生活品牌博览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2012起开始举办，简称顶级生活展
化工装备展	指	中国（上海）国际化工技术装备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2009年起开始举办，简称化工装备展

新疆煤炭展	指	中国新疆国际煤炭工业博览会（停办），是公司自主策划运营举办的展会，2004年起开始举办，简称新疆煤炭展
新疆工矿展	指	新疆国际矿业与装备博览会，是公司自主策划运营举办的展会，2011年起开始举办，简称新疆工矿展
北京农业会	指	中国（北京）国际智慧农业装备与技术博览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2013年起开始举办，简称北京农业会
北京节能展	指	中国（北京）国际建筑节能及新型建材博览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2014年起开始举办，简称北京节能展
进口食品展	指	北京国际进口食品博览会，是公司自主策划运营举办的展会，2012年起开始举办，简称进口食品展
天津海博会	指	中国（天津）国际海工装备和港口机械交易博览会，2015年首次举办，由天津市滨海新区人民政府及天津市海洋局主办，简称天津海博会
绵阳科博会	指	中国（绵阳）科技城国际科技博览会，2013年首次举办，由科技部、四川省人民政府主办，简称绵阳科博会
昌吉农业展	指	中国新疆国际农业机械博览会（停办），是公司自主策划运营举办的展会，2015年起开始举办，简称昌吉农业展
北京充电桩展	指	北京国际充电站（桩）技术设备展览会及其子展，是公司自主策划运营举办的展会，2016年起开始举办，简称北京充电桩展
乐陵枣博会	指	中国（乐陵）红枣暨健康食品产业博览会，由中国农产品市场协会、中国经济林协会、德州市人民政府及乐陵市人民政府主办，简称乐陵枣博会
自行车展	指	北京国际自行车展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2015年起开始举办，简称自行车展
南昌展	指	世界绿色发展投资贸易博览会，2016年首次举办，由江西省人民政府主办，简称南昌展
深圳充电桩展	指	深圳国际充电站（桩）技术设备展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2016年起开始举办，简称深圳充电桩展
生态环保展	指	中国（天津滨海）国际生态城市论坛暨博览会，2016年首次举办，由国家发展和改革委员会、国家住房和城乡建设部、天津市人民政府以及中国国际经济交流中心主办，天津市滨海新区人民政府承办，简称生态环保展
兰州展	指	中国兰州科技成果博览会，2016年首次举办，由甘肃省发展和改革委员会、甘肃省科学技术厅、兰州市人民政府以及上海市张江高新技术产业开发区管理委员会主办，兰州市科学技术局承办，简称兰州展
洛阳机器人展	指	中国（洛阳）国际机器人暨智能装备展览会，2015年首次举办，由洛阳市人民政府主办，天津振威展览股份有限公司承办，简称洛阳机器人展

中日韩产业博览会	指	中国中日韩产业博览会，2016年首次举办，由中国国际商会、日本国际贸易促进协会、韩国贸易协会以及中日韩三国合作秘书处主办，简称中日韩产业博览会
青岛海洋经济展	指	中国（青岛）国际海洋科技展览会，2016年首次举办，由青岛蓝谷科学技术协会主办，简称青岛海洋经济展
濮阳展	指	中原（濮阳）油气技术装备展览会暨国际能源装备科技创新高峰论坛，2016年首次举办，由濮阳市人民政府中石化中原油田主办，简称濮阳展
海口电动车展	指	中国（海口）电动车及新能源汽车展览会，2016年首次举办，由海口市会展局主办，简称海口电动车展
南京智能大会	指	2017世界智能制造大会，2017年首次举办，由工业和信息化部、中国工程院、中国科协和江苏省人民政府联合主办，简称南京智能大会
西安产能展	指	“一带一路”国际产能合作博览会，2017年首次举办，由欧亚经济论坛组委会主办，简称西安产能展
临汾环保展	指	临汾国际大气污染防治技术展览会，2017年首次举办，由临汾市尧都区环境保护局主办，简称临汾环保展
满洲里科博会	指	中国（满洲里）北方国际科技博览会，2004年首次举办，由满洲里市科技开发中心主办，简称满洲里科博会
天津智能大会	指	世界智能大会，2017年首次举办，由国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部联合主办，简称天津智能大会
濮阳光电展	指	中国（濮阳）光电产业展览会，2017年首次举办，由濮阳县商务局主办，简称濮阳光电展
新能源汽车展	指	上海国际新能源汽车产业博览会，是公司自主策划运营举办的展会，2017年起开始举办，简称新能源汽车展
沈阳农博会	指	中国沈阳国际农业博览会，2017年首次举办，由濮沈阳市农村经济委员会主办，简称沈阳农博会
洛阳电动车展	指	中国（洛阳）电动车及新能源汽车展览会，是公司自主策划运营举办的展会，2017年起开始举办，简称洛阳电动车展
消费电子展	指	北京国际消费电子博览会，是公司自主策划运营举办的展会，2017年起开始举办，简称消费电子展
生物发酵展	指	广州国际生物技术博览会，是公司自主策划运营举办的展会，2017年起开始举办，简称生物发酵展

本招股说明书所列示表格中，合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异是因四舍五入造成的。

第二节 概览

声明：本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简要情况

（一）发行人基本情况

公司名称：天津振威展览股份有限公司

英文名称：Tianjin Zhenwei Exhibition Co., Ltd.

公司住所：天津经济技术开发区达尚路 10 号

注册资本：3,045.6853 万元

成立时间：2007 年 4 月 25 日

整体变更时间：2015 年 7 月 6 日

法定代表人：张学山

经营范围：展览展示服务、会议组织策划；商务、经济信息咨询；网络技术服务；广告业务；自有房屋出租。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）发行人设立情况

公司前身天津振威展览有限公司成立于 2007 年 4 月 25 日。2015 年 6 月 11 日，振威有限作出股东会决议，以振威有限全体股东作为发起人，并以振威有限截至 2015 年 4 月 30 日经审计的账面净资产值 6,871.81 万元，按照 1:0.1164 的比例折成股本 800.00 万股，整体变更设立为股份公司。2015 年 7 月 6 日，天津市滨海新区市场和质量技术监督局核准了整体变更设立登记。

（三）发行人主营业务情况

发行人主营业务是组织举办各类型专业性展览会，具备大型专业会展项目的策划运营能力，拥有良好的品牌形象及丰富的项目经验，所运营的会展项目主要覆盖能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业。

二、控股股东、实际控制人简要情况

（一）控股股东简要情况

张学山现直接持有公司股份 2,065.1560 万股，占公司股本总额的 67.81%，是公司的控股股东。

（二）实际控制人简要情况

控股股东张学山系发行人创始人，在发行人及主要子公司担任董事长、总经理等职务，其子张超凡、弟张学林系公司主要股东，并担任公司董事及重要职务，对公司主要决策的制定和执行具有重要影响。本次发行前，张学山、张超凡、张学林合计持有公司 75.95%，系公司的共同实际控制人。

1、张学山先生，男，1969 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1988 年 1 月至 1994 年 5 月，任职于广州铁路局；1994 年 5 月至 1996 年 5 月，任中国报纸博览中心企划部总监；1996 年 5 月至 2002 年 12 月，任振威贸易执行董事、总经理；1999 年 10 月至 2010 年 12 月，任陕西振威国际展览贸易有限公司执行董事、总经理；1999 年 11 月至 2006 年 11 月，任乌鲁木齐振威展览有限公司执行董事、总经理；2000 年 3 月至 2013 年 6 月，任广东振威国展展览有限公司执行董事、总经理；2000 年 10 月至 2017 年 5 月，担任成都市振威展览有限公司执行董事、总经理；2000 年 12 月至今，任北京振威执行董事、总经理；2005 年 6 月至今，任新疆振威执行董事、总经理；2007 年 4 月至 2015 年 7 月，任振威有限董事长、总经理；2007 年 9 月至 2012 年 8 月，任西安曲江振威会展有限公司董事长、总经理；2011 年 9 月至 2016 年 12 月，任西安分公司总经理；2012 年 2 月至今，任广州振威执行董事、总经理；2015

年3月至今，任新疆亚欧董事；2015年7月发起设立振威展览，任振威展览董事长、总经理；2016年6月至2017年7月，任香港振威董事；2016年6月至2017年6月，任振威传媒董事；2016年9月至今，任西安振威执行董事、总经理；2017年3月至今，担任成都振威执行董事。

张学山先生曾荣获“2008年改革开放30年影响中国会展业进程30人”、“2014年中国会展业杰出企业家”等称号，现任广州市海珠区人大常委、中国国际商会常务理事、UFI（国际展览业协会）全球董事会成员、中国会展经济研究会副会长、中国展览馆协会常务理事、全国会展业标准化技术委员会委员、南开大学客座教授。

2、张超凡先生，1991年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：2015年3月至2015年7月，任广州振威电池组销售员；2015年7月至今，担任公司董事、项目总监；2018年4月至今，担任南京振威执行董事兼总经理。

3、张学林先生，1973年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1995年3月至1999年12月，任振威贸易业务经理；2000年1月至2003年9月，任陕西振威国际展览贸易有限公司副总经理；2003年9月至2006年7月，任广东振威国展展览有限公司副总经理；2005年6月至今，任新疆振威副总经理；2010年12月至2015年7月，任振威有限董事、副总经理；2015年3月至2015年7月，任新疆亚欧总经理；2015年7月至今，担任公司董事、副总经理。

三、主要财务数据及财务指标

公司报告期内的财务报表已经天健审计，并出具了“天健审（2018）1-87号”标准无保留意见的《审计报告》。公司主要财务数据及财务指标如下：

（一）简要合并资产负债表数据

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
流动资产合计	21,712.57	16,636.08	14,944.04
资产总计	26,776.82	21,521.54	19,642.79
负债合计	5,208.90	3,645.79	3,504.73
归属于母公司所有者权益合计	21,352.65	17,603.37	15,979.03

（二）简要合并利润表数据

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	2015年度
营业收入	21,093.26	17,821.28	13,885.84
营业利润	5,608.36	4,165.69	4,505.27
利润总额	5,821.61	4,725.67	4,828.29
归属于母公司所有者的净利润	4,370.91	3,455.30	3,259.05
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,041.34	3,105.78	2,642.40

（三）简要合并现金流量表数据

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	2015年度
经营活动产生的现金流量净额	5,218.16	3,791.88	1,356.87
投资活动产生的现金流量净额	-367.88	2,244.74	4,503.56
筹资活动产生的现金流量净额	-350.25	-1,470.81	3,000.00
现金及现金等价物净增加额	4,500.02	4,565.82	8,860.48

（四）主要财务指标

主要财务指标	2017年度/2017年12月31日	2016年度/2016年12月31日	2015年度/2015年12月31日
流动比率（倍）	4.17	4.56	4.26
速动比率（倍）	4.17	4.56	4.26
资产负债率（母公司）	8.69%	5.43%	5.93%
资产负债率（合并）	19.45%	16.94%	17.84%
应收账款周转率（次）	14.49	26.70	31.39
存货周转率（次）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	6,112.30	5,028.76	5,124.62
利息保障倍数（倍）	-	-	-
每股经营活动产生的现金净流量（元）	1.71	1.25	1.61
每股净现金流量（元）	1.48	1.50	10.52

基本每股收益（元）	1.44	1.15	1.16
加权平均净资产收益率	22.59%	20.81%	27.82%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.74%	0.90%	1.12%

四、募集资金用途

经公司股东大会审议通过，本次公开发行股票募集资金按照项目资金需求轻重缓急的顺序，拟用于以下项目建设：

序号	项目名称	投资额度（万元）	投资备案
1	创新展会运营中心建设	15,205.82	津开审批（2016）10303号
2	网络会展系统	1,606.89	津开审批（2016）10301号
3	信息化升级	1,320.20	津开审批（2016）10302号
4	补充流动资金	4,000.00	
	合计	22,132.91	

本次公开发行募集资金尚未到位之前，公司可以按计划启动上述投资项目；公司以自有资金或银行贷款垫付项目建设所需资金，再以实际募集资金置换前期投入的自有资金或归还银行贷款。本次公开发行募集资金到位之后，若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决；若实际募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，将用于补充公司流动资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

(一) 股票种类：人民币普通股(A股)。

(二) 每股面值：人民币1.00元。

(三) 发行股数及占发行后总股本的比例：

本次公开发行股份数量不超过1,020.00万股，全部为公司公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份，公开发行股份比例为25.09%。

(四) 每股发行价格：公司取得发行核准文件后，由公司和保荐人（主承销商）协商确定发行价格。

(五) 发行市盈率：【】倍（计算口径：按公司和保荐人（主承销商）协商确定的每股发行价格除以发行后每股盈利确定，每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）。

(六) 每股净资产：

1、发行前每股净资产：7.01元(以截至2017年12月31日归属于母公司所有者权益与截至发行前公司股本总数为基准计算)。

2、发行后每股净资产：【】元(以截至2017年12月31日归属于母公司所有者权益加上募集资金净额，按发行后的股本全面摊薄计算)。

(七) 发行市净率：【】倍(计算口径：按照发行价格除以发行后每股净资产计算)。

(八) 发行方式：采用网上向社会公众投资者定价发行的方式或中国证监会规定的其他发行方式。

（九）发行对象：符合资格的在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开立A股证券账户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象。

（十）承销方式：余额包销。

（十一）本次预计募集资金总额为【】万元。

（十二）发行费用概算（包括承销保荐费用、审计验资费用、律师费用、信息披露费用、发行手续费等）。

本次发行费用预计共需【】万元（将根据最终募集资金总额予以调整），具体明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	承销及保荐费用	【】
2	审计及验资费用	【】
3	律师费用	【】
4	用于本次发行的信息披露费用	【】
5	发行手续费及材料制作等费用	【】

二、与本次发行有关的当事人

（一）发行人：天津振威展览股份有限公司

住所：天津经济技术开发区达尚路10号

法定代表人：张学山

董事会秘书：崔喜庆

电话：022-65832358

传真：022-66224099

互联网网址：<http://www.zhenweiexpo.com>

电子信箱：ir@zhenweiexpo.com

（二）保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司

住所：广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街2号618室

法定代表人：孙树明

保荐代表人：黄海声、张永青

项目协办人：王欢

项目组成员：雷丰善、赵亮

电话：020-87555888

传真：020-87557566

（三）发行人律师：北京市君合律师事务所

住所：北京市建国门北大街8号华润大厦20层

单位负责人：肖微

经办律师：石铁军、陈怡

电话：010-85191300

传真：010-85191350

（四）会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座

单位负责人：胡少先

经办注册会计师：王振宇、王书勤

电话：010-62167760

传真：010-62156158

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：深圳市福田区莲花街道深南大道2012号深圳证券交易所广场25楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（六）保荐人（主承销商）收款银行：中国工商银行广州市第一支行

收款账户名称：广发证券股份有限公司

收款账户：3602000119200018813

（七）申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市深南东路5045号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083190

三、发行人与有关中介机构的关系

截至本招股说明书签署之日，珠海中兵广发投资基金合伙企业（有限合伙）持有发行人3.33%股权。广发证券全资子公司广发乾和投资有限公司是珠海中兵广发投资基金合伙企业（有限合伙）的有限合伙人，直接持有该合伙企业37.94%出资。除此之外，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系。

四、与本次发行上市有关重要日期

发行公告刊登日期

【】



申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	本次发行后将尽快申请在深圳证券交易所上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险会依次发生。

一、市场风险

（一）市场需求波动的风险

发行人主营业务是组织举办各类型专业性展览会，所运营的会展项目主要覆盖能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业，如果上述行业的景气度出现下落趋势，可能会影响到相关会展服务的市场需求，从而对公司的经营产生不利影响。

（二）行业竞争加剧的风险

公司所处行业为商务服务业中的会议及展览服务业，处于较为激烈的竞争环境中，行业内会展企业数量多、市场集中度较低。随着国务院促进展览业发展的相关文件相继出台，行业协会、商会与政府机关脱钩，会展业的市场化进程逐步推进，运营能力弱、缺乏创新的企业将逐渐被市场淘汰，具有核心竞争力的会展企业逐步占据较大的市场份额。如果公司不能持续对国内外竞争对手保持竞争优势，经营业绩将会受到不利影响。

（三）网络展览模式竞争的风险

随着移动互联网的兴起，会展业信息化水平逐步提高，展览行业内逐渐出现互联网作为展会的载体，观众通过网络参观的网络展览模式。网络展览模式具有低成本，全天候、用户广的优点，如果网络展览的发展迅速，将对传统线下展会

运营产生竞争，发行人经营的业务将面临网络展览模式竞争的风险。

二、经营风险

（一）新会展项目亏损的风险

自主培育新会展项目是会展企业发展的重要途径之一，而培育新会展项目需要会展企业进行多方面的长期投入。会展企业塑造品牌展会需要进行几年甚至更长时间，在展会题材、展会主题、合作对象、行业支持、发展战略、内部管理、形象设计、媒体宣传、展商拓展等方面持续投入。新展会在培育过程中，可能存在经营环境发生变化、题材策划与同行企业其他展会相近、参展商拓展不及预期等诸多因素，导致会展项目发生亏损的风险。

（二）人才流失的风险

会展业是人才和知识密集型行业，会展企业对兼备专业知识储备和服务创新能力的展会策划管理专业人才依赖程度较高。通过长期举办大型专业会展项目，公司已经培养了一批拥有丰富展会策划举办及销售拓展经验的专业人才。截至2017年12月31日，公司共有员工373人，其中展会运营和销售人員共有314人，占全部员工的84.18%。随着会展业进一步市场化、规模化，会展行业对专业会展人才的需求将会持续旺盛，会展企业对专业人才的争夺也会更加激烈，行业内的人才流动将变得日益频繁。如果公司不能持续进行人才引进和人才培育，保证核心业务团队人员稳定，将会影响到公司的持续稳定发展。

（三）重大突发事件影响展会运营的风险

发行人举办的大型专业性展会主要面向专业参展商和社会公众开放，受公共安全、重大疫情和自然灾害在内突发事件影响较大。2015年的8·12天津滨海新区爆炸事故直接导致公司临时变更天津机床展的展览场馆，增加了展览支出，宣传力度和展出效果也未能达到预期。如果上述事件发生在展会举办期间，发行人将承担相应损失的赔偿责任。未来期间，若公司不能及时规避或采取措施，重大突

发事件将会对展会的日常经营、经营业绩和品牌形象等方面造成不利影响。

（四）投资收益下滑的风险

报告期内，新疆亚欧分别为公司实现投资收益189.38万元、448.75万元和126.19万元。如果新疆亚欧出现盈利水平下降的情况，将对公司盈利能力产生一定的不利影响。

（五）不能如期预定场馆的风险

展览馆是展会举办的必要基础设施，与会展服务紧密相关。随着我国各行业会展服务需求的增长，国内展会的办展规模和办展场次大幅增加。虽然北京、上海、广州等重要城市大型展览馆资源相对丰富，但在部分时段展览馆的办展排期仍日趋紧张。如果发行人不能提前预定展览馆的办展排期，将面临展会改期或改址所产生的不利影响。

三、管理风险

（一）实际控制人控制不当的风险

公司的实际控制人张学山、张超凡、张学林，直接合计持有公司2,312.9863 万股的股份，持股比例为75.94%。虽然公司已制订了完善的内部控制制度，公司法人治理结构健全有效，但根据《公司章程》和相关法律法规规定，公司实际控制人仍然可以通过股东大会和董事会对本公司实施控制和重大影响，有能力按照其意愿选举董事和高级管理人员、修改《公司章程》、确定股利分配政策等，对公司的重大经营决策以及业务管理、人事安排等方面施加控制和影响，从而形成有利于实际控制人的决策，有可能损害公司及其他股东的利益。

（二）规模快速扩张引致的管理风险

本次发行后，公司经营规模将会进一步扩大，人员规模也会相应增长。公司已建立规范的管理体系，经营情况良好，但随着公司募集资金的到位和投资项目

的实施，资产和经营规模的扩大，公司的客户范围和业务区域将更加广泛，公司经营决策和风险控制难度将增加，要求公司组织结构和管理体系向更有效率的方向发展。如公司的管理模式、管理制度和管理人员不能适应公司的发展，公司的经营将受到一定的影响，公司存在资产及业务规模迅速扩展带来的管理风险。

四、财务风险

（一）利润率降低的风险

报告期内，公司的毛利率保持较高水平，分别为59.43%、52.12%和54.90%。公司目前举办的北京石油展等多个大型成熟展会举办历史较长、展出面积较大、品牌声誉较高，与主要参展客户建立了良好的合作关系，单个展会项目盈利水平较好，有效保证了公司综合毛利率水平。由于公司正在积极拓宽服务领域、发展新会展项目，而新会展项目在培育期内由于影响有限、覆盖客户范围较小、展出面积较小、尚未形成规模经济效应等原因，盈利水平较低甚至发生亏损，导致公司综合毛利率有所下降。同时，新会展项目在培育期内需要加大人力资源投入力度，可能导致销售费用率及管理费用率上升，最终使得净利率有所下降。

（二）政府补助变动的风险

会展业作为国家和各级地方政府重点支持行业，对国家经济和地方产业都具有明显的促进作用，各地政府相继出台一系列优惠政策和补贴措施推动当地会展经济及会展企业的发展。报告期内，公司与收益相关的财政补贴分别为492.90万元、564.98万元和220.30万元。随着会展业市场化推进及发达程度提高，各级地方政府可能会减少或取消财政补贴，从而对公司产生不利影响。

五、募集资金投资项目风险

公司本次公开发行股票募集资金拟投资于以下项目：创新展会运营中心建设、网络会展系统、信息化升级。本次发行募集资金投资项目可能存在以下风险：

（一）项目研发风险

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务进行，属于公司长期关注和调研的领域，包括对现有业务模式的升级和服务领域的拓展。针对本次投资，公司已经具备一定的人员和市场储备。经济结构的不断调整促使我国会展业的服务范围不断丰富，参展体验和服务模式的创新层出不穷。如果公司新项目的研发和推广偏离了会展行业发展趋势，业务团队不能准确预测和把握客户的服务需求，将对公司的业务发展产生不利影响。

（二）项目市场风险

本次募集资金投资项目是在目前的业务规模和服务模式的基础上，结合未来市场发展的需求对现有服务进行创新并推广。尽管公司已对上述项目市场前景进行了充分的调研和论证，但公司在市场开拓、展会运营过程中依然会面临一定的不确定性，存在着市场需求和服务推广低于预期、项目投产后未能达到预期效益的风险。

（三）净资产收益率下降和公司摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，公司净资产将在短时间内大幅增长，但募投项目尚需培育一段时间才能形成盈利能力。预计本次发行后，公司净资产收益率将出现一定幅度的下降。因此，公司存在短期内净资产收益率下降和公司即期回报被摊薄的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司中文名称：天津振威展览股份有限公司

公司英文名称：Tianjin Zhenwei Exhibition Co., Ltd.

注册资本：3,045.6853 万元

法定代表人：张学山

成立时间：2007 年 4 月 25 日

整体变更时间：2015 年 7 月 6 日

住所：天津经济技术开发区达尚路 10 号

邮政编码：300457

电话：022-65832358

传真：022-66224099

互联网网址：<http://www.zhenweiexpo.com>

电子邮箱：ir@zhenweiexpo.com

负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室

负责信息披露和投资者关系的部门负责人：崔喜庆

二、发行人设立情况

（一）振威有限设立情况

公司前身振威有限成立于 2007 年 4 月 25 日，由张学山、靳风菊 2 名自然人共同出资设立，注册资本为 100.00 万元，全部为货币出资，住所为天津开发区

第一大街 2 号津滨大厦第七层 719 室。

2007 年 4 月 24 日，天津广信有限责任会计师事务所出具《验资报告》（津广信验内 K 字[2007]第 115 号），经审验，截至 2007 年 4 月 23 日振威有限已收到股东缴纳的全部注册资本 100.00 万元。

2007 年 4 月 25 日，振威有限取得了天津市工商行政管理局天津经济技术开发区分局核发的《企业法人营业执照》，注册号为 1201912111738。

振威有限设立时各股东的出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	张学山	94.00	94.00%	货币
2	靳风菊	6.00	6.00%	货币
合计		100.00	100.00%	-

（二）发行人整体变更设立情况

2015 年 6 月 11 日，振威有限召开股东会并作出决议，同意振威有限更名为天津振威展览股份有限公司，将公司类型由有限责任公司变更为股份有限公司。

2015 年 6 月 15 日，天健出具《审计报告》（天健审[2015]1-108 号），经审计，截至 2015 年 4 月 30 日振威有限的净资产为 68,718,087.18 元。

2015 年 6 月 17 日，开元资产评估有限公司出具《评估报告》（开元评报字[2015]165 号），经采用资产基础法评估，振威有限于 2015 年 4 月 30 日的净资产评估价值为 12,528.35 万元，评估增值额为 5,656.54 万元，增值率为 82.32%。

2015 年 6 月 18 日，振威展览召开股份公司创立大会并作出决议，原振威有限全体股东作为发起人，以振威有限截至 2015 年 4 月 30 日经审计的净资产 68,718,087.18 元折合公司股本 800.00 万股，每股面值 1 元，净资产超过股本部分 60,718,087.18 元计入股份公司资本公积，并选举产生了股份公司董事会和监事会。同日，振威展览全体发起人共同签署了《发起人协议书》。

2015 年 7 月 28 日，天健出具《验资报告》（天健验[2015]1-19 号），经审验，截至 2015 年 4 月 30 日，公司本次整体变更的发起人已足额缴纳出资。

2015年7月6日，振威展览就本次变更完成了工商登记，取得了天津市滨海新区市场和质量技术监督局核发的《企业法人营业执照》，注册号为120191000029586。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例
1	张学山	5,999,720	75.00%
2	张超凡	400,000	5.00%
3	华镨投资	400,000	5.00%
4	张学林	320,000	4.00%
5	刘文娟	296,000	3.70%
6	张留生	108,642	1.36%
7	靳风菊	80,800	1.01%
8	贾鹏洲	80,000	1.00%
9	邓小辉	80,000	1.00%
10	刘晨	80,000	1.00%
11	陈旭	48,000	0.60%
12	王培勋	27,934	0.35%
13	刘文艳	24,000	0.30%
14	范洪颖	15,000	0.19%
15	翟文婧	14,400	0.18%
16	郭伟	10,595	0.13%
17	赵红斌	7,757	0.10%
18	张合军	7,152	0.09%
	合计	8,000,000	100.00%

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人设立以来的主要资产重组情况如下：

（一）收购成都振威100.00%的股权

1、收购成都振威 55.00%股权

为优化公司的区域布局，开拓西南地区会展市场，2015年12月28日，振威展览召开董事会，同意新疆振威以887.50万元的价格收购直洪霞持有的成都

振威 55.00%股权，双方就上述事宜签署了股权转让协议。振威展览核心人员贾鹏洲任成都振威法定代表人，本次收购为同一控制下的企业合并，转让价格以成都振威的评估值作为定价依据。2016年1月28日，本次股权转让完成工商信息变更登记，成都振威成为发行人的控股子公司。

根据新疆振威与直洪霞所签署的《成都振威世展展览有限公司股权转让协议》，成都振威2016年至2018年电动车展营业收入分别按照最低不低于50%、40%、30%增长幅度增长，或电动车展2016年至2018年三年盈利累计超过600万元，新疆振威将按原定金额和支付安排支付，如上述两项指标均未达成，新疆振威将有权根据偏离指标的幅度对支付的股权转让对价作相应下调。

2、调低前次收购对价并收购成都振威 45.00%股权

为进一步开拓西南地区的会展市场，2017年3月9日，振威展览召开股东大会并通过了《关于子公司签署<关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书之补充协议>的议案》，决议同意新疆振威就上述股权转让签订补充协议。补充协议约定将前述收购成都振威 55.00%股权的收购价格由 887.50 万元调整为 459.57 万元，并以 376.01 万元的价格收购张学辉持有的成都振威 45.00%股权。2017年3月29日，本次股权转让完成工商信息变更登记，成都振威成为发行人的全资子公司。

根据补充协议，张学辉、直洪霞夫妇承诺 2017、2018、2019 年度成都振威扣除非经常性损益的净利润分别达到 60 万元、80 万元和 90 万元。成都振威承诺年度内的累积实现净利润不低于累积承诺净利润，否则张学辉、直洪霞夫妇应按照以下方式对发行人予以现金补偿：

承诺年度内的补偿金额按照如下方式计算：应补偿金额=（目标公司承诺年度累积承诺净利润-承诺年度累积实现净利润）÷各承诺年度承诺净利润总和×目标公司两次股权转让的总对价

同时，张学辉、直洪霞夫妇作出承诺，承诺在成都振威任职期限不低于 7 年，在任职期间和离职后两年内，张学辉、直洪霞及其直系亲属不会直接或间接的以任何方式参与与振威展览及其子公司实际从事的业务存在竞争关系的任何

业务活动。

（二）收购振威传媒100.00%的股权

为建立完整的业务体系，减少关联交易，振威展览决定同意香港振威以 1.00 港元的价格收购杨香芬持有的振威传媒 100.00% 股权。2016 年 6 月 22 日，双方就上述转让事宜签署了股权转让协议。杨香芬系振威展览实际控制人之一张学山配偶，本次收购为同一控制下的企业合并。该次股权转让已经取得振威传媒股东同意，并于 2016 年 6 月 28 日在香港特别行政区公司注册处完成变更登记。

成都振威、振威传媒与振威展览 2015 年总资产、净资产和营业收入情况如下：

单位：万元

主体	总资产	利润总额	营业收入
成都振威	887.50	-68.07	0.00
振威传媒	0.84	-	0.00
合计（A）	888.34	-68.07	0.00
振威展览（B）	19,642.79	4,828.29	13,885.84
相应指标比例（A/B）	4.52%	-1.41%	0.00%

注：成都振威、振威传媒以各自主体相应的总资产与各自交易金额相比孰高为准；振威展览的总资产、利润总额、营业收入取自经审计的 2015 年度财务报表。

成都振威与振威展览 2016 年总资产、净资产和营业收入情况如下：

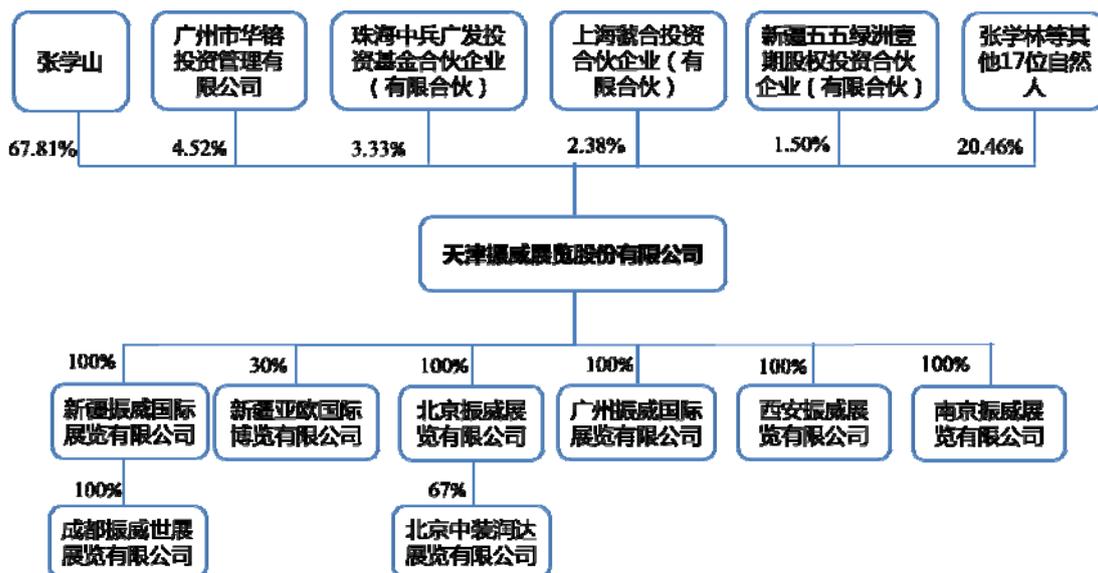
单位：万元

主体	总资产	利润总额	营业收入
成都振威（A）	835.58	180.89	851.36
振威展览（B）	21,521.54	4,725.67	17,821.28
相应指标比例（A/B）	3.88%	3.83%	4.78%

注：成都振威的总资产与交易金额相比孰高为准；振威展览的总资产、利润总额、营业收入取自经审计的 2016 年度财务报表。

四、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署之日，发行人股权结构如下：



五、发行人控股子公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 6 家全资子公司、1 家控股子公司、1 家参股公司。全资子公司为北京振威、广州振威、新疆振威、西安振威、成都振威、南京振威，控股子公司为中装润达，参股公司为新疆亚欧。

（一）发行人全资子公司情况

1、北京振威展览有限公司

（1）基本概况

成立时间	2000 年 12 月 21 日	
注册资本	500.00 万元人民币	
实收资本	500.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	北京市朝阳区北苑路 170 号 6 号楼 8 层 801、802、803、805、806、808、809、18 层 1802	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	天津振威展览股份有限公司	100.00%
经营范围	展览展示服务；组织国内文化艺术交流活动（演出除外）；展示设计；网络技术服务；企业形象设计；广告设计、制作、代理、发布；房地产信息咨询（不含中介服务）；科技开发、咨询、转让；家居装饰；计算机软设计；货物进出口、技术进出口、代理进出口。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	

主营业务	组织举办各类型专业性展览会
与发行人主营业务的关系	以北京为中心拓展会展市场，在北京引进会展专业人才

(2) 主要财务数据

经天健会计师审计，北京振威最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	4,956.43
净资产	1,908.38
净利润	1,490.46

2、广州振威国际展览有限公司

(1) 基本情况

成立时间	2012年2月21日	
注册资本	1,000.00 万元人民币	
实收资本	1,000.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	广州市海珠区新港东路2433号自编405房（仅作办公用途）	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	天津振威展览股份有限公司	100.00%
经营范围	会议及展览服务；商品信息咨询服务；计算机技术开发、技术服务；节能技术咨询、交流服务；企业管理咨询服务；文化艺术咨询服务；节能技术开发服务；广告业	
主营业务	组织举办各类型专业性展览会	
与发行人主营业务的关系	以广州为中心拓展会展市场，在广州引进会展专业人才	

(2) 主要财务数据

经天健会计师审计，广州振威最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	2,445.15
净资产	1,705.57
净利润	738.18

3、新疆振威国际展览有限公司

（1）基本概况

成立时间	2005年6月9日	
注册资本	1,000.00 万元人民币	
实收资本	1,000.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	新疆乌鲁木齐市新市区北京南路 223 号康源财富中心 7 层 4 号	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	天津振威展览股份有限公司	100.00%
经营范围	会议展览服务，商务信息咨询，企业管理营销策划，设计、制作、发布、代理国内各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	组织举办各类型专业性展览会	
与发行人主营业务的关系	以新疆为中心拓展会展市场，在新疆引进会展专业人才	

（2）主要财务数据

经天健会计师审计，新疆振威最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	913.04
净资产	702.68
净利润	-12.82

4、西安振威展览有限公司

（1）基本概况

成立时间	2016年9月26日	
注册资本	500.00 万元人民币	
实收资本	500.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	西安市碑林区长安北路 1 号陕西国际会展大厦 2805 室	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	天津振威展览股份有限公司	100.00%
经营范围	展览展示服务、会议组织策划；网络信息技术咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	组织举办各类型专业性展览会	

与发行人主营业务的关系	以西安为中心拓展会展市场，在西安引进会展专业人才
-------------	--------------------------

(2) 主要财务数据

经天健会计师审计，西安振威最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	755.85
净资产	520.73
净利润	109.69

5、成都振威世展展览有限公司

(1) 基本情况

成立时间	2015年7月24日	
注册资本	200.00 万元人民币	
实收资本	200.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	成都高新区益州大道中段 599 号 13 幢 8 层 803、804 号	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	新疆振威国际展览有限公司	100.00%
经营范围	会议及展览展示服务、组织策划文化交流活动、商务咨询（不含投资咨询）、企业管理咨询、市场营销策划；计算机软硬件开发并提供技术转让、技术咨询；计算机信息技术咨询；图文设计、平面设计、网页设计；网络技术服务；代理、制作、发布国内各类广告（不含气球广告）；网络工程设计及施工（工程类凭资质许可证经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
主营业务	组织举办各类型专业性展览会	
与发行人主营业务的关系	以成都为中心拓展会展市场，在成都引进会展专业人才	

(2) 主要财务数据

经天健会计师审计，成都振威最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	809.72

净资产	625.74
净利润	333.13

6、南京振威展览服务有限公司

（1）基本概况

成立时间	2018年4月8日	
注册资本	1,200.00 万元人民币	
实收资本	1,200.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	南京市建邺区江东中路303号03幢2单元1108室	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	天津振威展览股份有限公司	100.00%
经营范围	展览展示服务；会议服务；商务信息咨询；经济信息咨询；网络技术服务；设计、制作、代理、发布各类广告；室内外装饰工程设计、施工；工程勘察、设计；设备租赁；企业营销策划；礼仪服务；展览工程设计、施工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	组织举办各类型专业性展览会	
与发行人主营业务的关系	以南京为中心拓展会展市场，在南京引进会展专业人才	

（2）主要财务数据

南京振威报告期内尚未成立，无最近一年财务数据。

（二）发行人控股子公司情况

1、北京中装润达展览有限公司

（1）基本概况

成立时间	2014年12月31日	
注册资本	500.00 万元人民币	
实收资本	300.00 万元人民币	
注册地和主要生产经营地	北京市朝阳区北苑路170号6号楼9层906	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	北京振威展览有限公司	67.00%
	孙国辉	33.00%
经营范围	工程勘察设计；承办展览展示活动；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；建筑工程机械与设备租赁；企业策划；技术开发、技术转让、	

	技术服务、技术咨询；设计、制作、代理、发布广告；礼仪服务；销售建材、五金交电、日用品、文具用品、展览器材、电子产品、计算机、软件及辅助设备。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务	展览展示搭建相关业务
与发行人主营业务的关系	承办展览展示搭建相关业务

（2）主要财务数据

经天健会计师审计，中装润达最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	1,022.72
净资产	652.35
净利润	225.97

（三）发行人参股公司情况

1、新疆亚欧国际博览有限公司

（1）基本概况

成立时间	2015年3月12日	
注册资本	500万元人民币	
实收资本	500万元人民币	
注册地和主要生产经营地	新疆乌鲁木齐高新区（新市区）北京南路506号美克大厦1806室	
股东构成及控制情况	股东名称	股权比例
	新疆国际博览事务局会展服务中心	40.00%
	北京点意空间展览展示有限公司	30.00%
	天津振威展览股份有限公司	30.00%
经营范围	会务服务，展览展示服务，礼仪庆典服务，文化艺术交流策划，策划创意服务，企业形象策划，广告业。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	举办中国—亚欧博览会、亚欧商品贸易博览会等，同时组织运营大型展览、会议、节庆、搭建及广告运营等业务	
与发行人主营业务的关系	作为发行人与新疆亚欧其他股东合作运营亚欧博览会等会展项目的主体	

（2）主要财务数据

新疆亚欧最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度
总资产	3,566.91
净资产	3,047.72
净利润	420.62

六、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5% 以上股份主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日，张学山直接持有公司 2,065.1560 万股股份，占公司发行前股份 67.81%，为本公司控股股东，同张超凡、张学林为发行人共同实际控制人；同时持有五五绿洲 2.49% 出资份额，而五五绿洲持有公司 45.6853 万股股份，张学山通过五五绿洲间接持有公司 1.1376 万股股份，占公司发行前股份 0.04%；张学山直接及间接持有公司合计 2,066.2936 万股股份，占公司发行前股份 67.85%。

张学山先生，男，1969 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，身份证号码 41062119690209****，住址为广州市海珠区华怡路 102 号***，现任本公司董事长、总经理。张学山先生的个人简介详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东、实际控制人简要情况”。

除张学山之外，公司无其他持股 5% 以上的股东。

（二）实际控制人的基本情况

发行人的实际控制人为张学山、张超凡和张学林。

张超凡先生，男，1991年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码44010519910929****，住址为广州市海珠区华怡路102号****。张超凡先生的个人简介详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东、实际控制人简要情况”。

张学林先生，男，1973年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码41062119730121****，住址为广州市海珠区雅源街6号。张学林先生的个人简介详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东、实际控制人简要情况”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

报告期内，发行人实际控制人张学山曾经控制振威贸易和成都市振威展览有限公司。截至本招股说明书签署之日，振威贸易和成都市振威展览有限公司均已注销完毕。具体情况如下：

1、广州振威贸易展览有限公司

注销前，广州振威贸易展览有限公司的基本情况如下：

成立时间	1996年5月21日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
注册地和主要生产经营地	广州市先烈中路云山大酒店0319房
经营范围	国内商业及物资供销业（国家专营专控商品除外）。商品展览服务。企业管理咨询。市场策划。商业信息服务
主营业务及与发行人主营业务的关系	已于2015年8月31日注销，与发行人无业务关系

振威贸易已于2003年1月6日被吊销营业执照。2015年8月31日，广州市工商行政管理局出具《企业核准注销登记通知书》，核准振威贸易注销工商登记。

2、成都市振威展览有限公司

注销前，成都市振威展览有限公司的基本情况如下：

成立时间	2000年10月8日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
注册地和主要生产经营地	成都市督院街56号中合楼4楼
经营范围	提供商品展览、展销服务、科技信息开发、咨询、商业信息咨询（不含限制经营项目）销售日用百货、办公设备（不含彩色复印机）机械设备、机电产品（不含汽车）钢材、化工产品（不含危险品）环保设备、装饰材料、电子产品、农副土特产品（不含量粮、棉、油）
主营业务及与发行人主营业务的关系	已于2017年5月27日注销，与发行人无业务关系

成都市振威展览有限公司已于2005年12月20日被吊销营业执照。2017年5月27日，成都市工商行政管理局出具《企业核准注销登记通知书》，核准成都市振威展览有限公司注销工商登记。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东、实际控制人持有公司的股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

七、发行人的股本情况

（一）发行人本次发行后的股本变化

本次发行前公司总股本为30,456,853股，本次拟公开发行不超过10,200,000股，占发行后公司总股本的比例为25.09%。本次发行全部为公司公开发行新股，不存在股东公开发售股份的情形。本次发行前后，公司股本结构变化情况如下（假设按发行新股数量10,200,000股计算）：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行并上市后	
		持股数量(股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
一、有限售条件股份					

1	张学山	20,651,560	67.81%	20,651,560	50.79%
2	张超凡	1,376,835	4.52%	1,376,835	3.39%
3	华镨投资	1,376,835	4.52%	1,376,835	3.39%
4	张学林	1,101,468	3.62%	1,101,468	2.71%
5	刘文娟	1,018,858	3.35%	1,018,858	2.51%
6	珠海中兵	1,014,001	3.33%	1,014,001	2.49%
7	毓合投资	724,652	2.38%	724,652	1.78%
8	谷茹	724,649	2.38%	724,649	1.78%
9	五五绿洲	456,853	1.50%	456,853	1.12%
10	张留生	373,955	1.23%	373,955	0.92%
11	靳风菊	278,121	0.91%	278,121	0.68%
12	贾鹏洲	275,367	0.90%	275,367	0.68%
13	邓小辉	275,367	0.90%	275,367	0.68%
14	刘晨	275,367	0.90%	275,367	0.68%
15	陈旭	165,220	0.54%	165,220	0.41%
16	王培勋	96,151	0.32%	96,151	0.24%
17	刘文艳	82,610	0.27%	82,610	0.20%
18	范洪颖	51,631	0.17%	51,631	0.13%
19	翟文婧	49,566	0.16%	49,566	0.12%
20	郭伟	36,469	0.12%	36,469	0.09%
21	赵红斌	26,700	0.09%	26,700	0.07%
22	张合军	24,618	0.08%	24,618	0.06%

二、本次拟公开发行社会公众股

公司公开发行新股	-	-	10,200,000	25.09%
股东公开发售新股	-	-	-	-
合计	30,456,853	100.00%	40,656,853	100.00%

（二）本次发行前发行人前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（股）	占总股本的比例
1	张学山	20,651,560	67.81%
2	张超凡	1,376,835	4.52%
3	华镨投资	1,376,835	4.52%
4	张学林	1,101,468	3.62%
5	刘文娟	1,018,858	3.35%
6	珠海中兵	1,014,001	3.33%
7	毓合投资	724,652	2.38%
8	谷茹	724,649	2.38%
9	五五绿洲	456,853	1.50%

10	张留生	373,955	1.23%
	合计	28,819,666	94.62%

（三）公司前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，发行人前十名自然人股东所持股份及其在发行人担任的职务情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	占总股本的比例	在公司任职
1	张学山	20,651,560	67.81%	董事长、总经理
2	张超凡	1,376,835	4.52%	董事、项目总监
3	张学林	1,101,468	3.62%	董事、副总经理
4	刘文娟	1,018,858	3.35%	董事、副总经理、财务总监
5	谷茹	724,649	2.38%	董事
6	张留生	373,955	1.23%	北京振威副总经理
7	靳风菊	278,121	0.91%	监事会主席
8	邓小辉	275,367	0.90%	董事、副总经理
9	刘晨	275,367	0.90%	副总经理
10	贾鹏洲	275,367	0.90%	北京振威副总经理

（四）国有股份及外资股份情况

发行人股本中无国有股份及外资股份。

（五）申报前一年新增股东情况

1、申报前一年新增股东取得股份的时间、价格和定价依据

截至本招股说明书签署之日，发行人最近一年新增股东持股情况如下：

序号	股东姓名或名称	取得过程	取得日期	持股数量（股）	持股比例	每股取得价格（元/股）
1	五五绿洲	初次取得	2016.06.08	456,853	1.50%	22.32

注：取得股份日期以办理工商变更登记为准。

五五绿洲取得公司股份的过程如下：

2016年5月10日，公司召开2016年第三次临时股东大会并作出决议，同意向新疆五五绿洲壹期股权投资合伙企业（有限合伙）发行456,853股，发行价格为

22.32元/股。2016年5月14日，天健出具《验资报告》（天健验[2016]1-11号），经审验，截至2016年5月13日止，公司本次增资的出资方已足额缴纳出资。2016年6月8日，振威展览就本次变更完成了工商登记，取得了天津市滨海新区市场和质量技术监督局换发的《企业法人营业执照》。

上述股东增资价格经参与方和公司协商一致确定，具体以增资时公司的经营情况为基础进行合理估值定价。公司最近一年新增股东不属于战略投资者。

2、申报前一年新增股东的基本情况

统一社会信用代码	916540023287580776
名称	新疆五五绿洲壹期股权投资合伙企业（有限合伙）
类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	冯昕、新疆绿洲股权投资管理有限公司（委派代表：唐薇）
成立日期	2015年7月7日
主要经营场所	新疆伊犁州霍尔果斯经济开发区伊宁园区宁远路1119号
经营范围	从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
登记机关	伊宁市工商行政管理局

五五绿洲的基金管理人新疆绿洲股权投资管理有限公司已于2014年6月4日取得了中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号：P1003771），五五绿洲已于2015年11月4日取得了中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金备案证明》（基金编码：S80100）。五五绿洲属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金，已按照前述规定办理私募投资基金管理人登记手续和私募投资基金备案手续。

截至本招股说明书签署之日，五五绿洲的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	住所	营业执照或身份证号
普通合伙人					
1	新疆绿洲	85.00	85.00	新疆伊犁州霍尔果斯口	654000055008273



	股权投资 管理有限 公司			岸亚欧路1号建设银行 202室	
2	冯昕	84.00	84.00	北京市朝阳区胜古东里 3楼	11010519701116****
有限合伙人					
3	潘健	1,600.00	1,600.00	北京市海淀区田村路40 号院3单元	11010819610727****
4	汪亮	1,120.00	1,120.00	郑州市金水区岗杜街 188号院1号楼	41270119690303****
5	新疆绿洲 鼎顺股权 投资合伙 企业（有限 合伙）	791.00	435.00	新疆伊犁州霍尔果斯经 济开发区伊宁园区宁远 路1108号	9165400233302545X3
6	徐宏见	360.00	360.00	河北省石家庄市新华区 中华北大街81号2栋	13010519871212****
7	唐金玲	340.00	340.00	新疆伊宁市合作区辽宁 路253号43号楼	43292219780601****
8	田犁	300.00	300.00	新疆伊宁市解放路后7 巷20号	65240119730718****
9	陈梅	300.00	300.00	新疆伊宁市斯大林西路 5巷18号4号楼	65242119640501****
10	关鑫	260.00	260.00	新疆伊宁市解放西路四 巷56号	65410119821006****
11	罗贤金	240.00	240.00	新疆伊宁市斯大林街63 号	65410119680903****
12	张学山	240.00	240.00	广州市海珠区华怡路 102号	41062119690209****
13	刘长茹	240.00	240.00	安徽省合肥市蜀山区长 江西路阳光花园	34232419721015****
14	冯茂林	240.00	240.00	北京市海淀区学院路30 号48栋	11010819570909****
15	曾文	240.00	240.00	北京市海淀区清河北京 体育大学红14楼	11010819681213****
16	黄林玉	240.00	240.00	北京市西城区月坛北街 13楼	11010819631013****
17	巩宁峰	240.00	240.00	山东省青岛市市北区延 吉路118号	11010819690902****
18	刘伟	240.00	240.00	福建省福州市鼓楼区西 江滨大道66号融侨锦江	51010219671030****



				A 区	
19	岳新	240.00	240.00	北京市西城区双旗杆东里 15 号楼	11010519680926****
20	吕连生	240.00	240.00	重庆市渝中区渝建村 1 号	44010219660201****
21	李梅	240.00	240.00	北京市宣武区上斜街 31 号	11010419680507****
22	王晓雯	240.00	240.00	北京市海淀区北三环中路 69 号东 6 号楼	11010819630428****
23	彭俊	120.00	120.00	南京市下关区新河一村 4 号 4 幢	32010719740918****
24	张玲	120.00	120.00	广东省深圳市福田区莲花路香景大厦 1 栋	64020319790316****
25	田永生	120.00	120.00	河北省保定市南市区三丰东路 383 号 2 栋	23011919790615****
26	洪亮	120.00	120.00	北京市海淀区学院路 30 号 46 栋	11010819631029****
27	高凡	120.00	120.00	甘肃省酒泉市肃州区小西街 21 号楼	13201119700708****
28	游琳姝	120.00	120.00	北京市海淀区世纪城春荫园 9 号楼	53290119760222****
29	南鹏	120.00	120.00	北京市海淀区安宁庄西路 15 号怡美花园 12 楼	12022219720415****
30	阴俊山	120.00	120.00	陕西省铜川市印台区泥阳路市铝厂家属院散居	61020319730517****
31	刘奕实	120.00	120.00	广东深圳市南山区兴南路 37 号	11010519620505****
32	熊国宏	120.00	120.00	北京市海淀区北京科技大学学院路 30 号	13080319630901****
33	刘继威	120.00	120.00	广州市越秀区明月一路 55 号	44010219450327****
34	李韶华	120.00	120.00	郑州市金水区天赋路 19 号 10 号楼	41272419680818****
35	马晓玲	120.00	120.00	新疆霍城县兰干乡拜什克木兰街西一巷 48 号	65412319790705****
36	于小刚	120.00	120.00	新疆伊宁市解放西路 380 号徐汇苑 25 号楼	65400219791106****
37	熊均	100.00	100.00	新疆伊宁市斯大林西路 2 巷 29 号	65412119831016****
38	苑立文	100.00	100.00	北京市东城区朝阳门北大街 8 号	64210219830920****

合计	10,000.00	9,644.00	-	-
----	-----------	----------	---	---

公司控股股东、实际控制人之一张学山为五五绿洲的有限合伙人，并持有五五绿洲实缴出资额 2.49% 的份额。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，发行人各股东之间的关联关系情况如下：

序号	股东名称	持股比例	关联关系
1	张学山	67.81%	
2	张超凡	4.52%	控股股东张学山之子
3	华镛投资	4.52%	控股股东张学山配偶杨香芬持有 40.05% 的股权并担任法定代表人、执行董事
4	张学林	3.62%	控股股东张学山之弟
5	刘文娟	3.35%	刘文艳之姐
6	谷茹	2.38%	毓合投资执行事务合伙人
7	王培勋	0.32%	公司监事赵红斌之姐配偶
8	赵红斌	0.09%	王培勋配偶之弟
9	毓合投资	2.38%	公司董事谷茹担任执行事务合伙人；控股股东张学山配偶杨香芬为持有上海毓实投资合伙企业（有限合伙）2.08% 出资份额之有限合伙人，上海毓实投资合伙企业（有限合伙）为持有毓合投资 41.76% 出资份额之有限合伙人
10	五五绿洲	1.50%	控股股东张学山为持有五五绿洲 2.49% 出资份额之有限合伙人
11	刘文艳	0.27%	公司董事、副总经理、财务总监刘文娟之妹
12	杨香芬	持有华镛投资 40.05% 股份；持有上海毓实投资合伙企业（有限合伙）2.08% 出资份额，上海毓实投资合伙企业（有限合伙）持有毓合投资 41.76% 出资份额	控股股东张学山配偶
13	马丽萍	通过华镛投资间接持股 0.09%	公司董事、副总经理张学林配偶
14	马玉柱	通过华镛投资间接持股 0.08%	广州振威副总经理刘文艳配偶

除上述关联关系外，发行人各股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的影响

发行人本次拟向社会公众发行 10,200,000 股人民币普通股，占发行后总股本的 25.09%，全部为公司公开发行新股。本次发行不存在股东公开发售股份的情形。

（八）本次申报后的股权变动情况

根据全国中小企业股份转让系统公开披露的信息及中国证券登记结算有限公司北京分公司提供的《证券持有人名册》，发行人本次申报完成后，截至本招股说明书签署之日，发行人的股本结构未发生变化。

八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

九、公司员工情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，发行人在册员工总数分别为 328 人、337 人和 373 人，随着公司业务规模的扩张，公司员工总人数逐步增长。

（二）员工专业结构

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人员工专业结构情况如下：

专业类别	人数	比例
财务人员	21	5.63%
行政人员	38	10.19%
市场销售人员	217	58.18%
运营人员	97	26.01%
合计	373	100.00%

（三）员工薪酬情况

1、公司员工薪酬制度

（1）员工薪酬政策

公司制定了《薪酬管理制度》，公司员工薪酬主要包括基本工资和绩效奖金两部分组成。《薪酬管理制度》主要规定了计算、调整、审批、发放和保密等事项。

（2）上市前后高管薪酬安排

公司上市前高管薪酬采取基本工资加绩效奖金的形式。未来公司将根据业务发展需要、经营业绩情况、同行业上市公司以及所在地区员工薪酬水平对包括高管在内的员工薪酬进行相应调整以保持一定的竞争力。

（3）薪酬委员会对工资奖金的规定

公司董事、高级管理人员薪酬方案由薪酬与考核委员会根据董事及高级管理人员所在岗位的工作内容、职责、重要性以及同行业类似岗位的薪酬水平制定方案报董事会或股东大会批准后实施；公司监事薪酬方案由股东大会批准后实施。

2、各级别、各类岗位员工收入水平、大致范围及与当地平均工资水平比较情况

（1）公司各层次员工的薪酬水平及增长情况

单位：元/月

类别	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
财务人员	6,972.08	14.38%	6,095.57	14.47%	5,324.98
行政人员	6,253.19	17.74%	5,311.16	2.94%	5,159.65
销售人员	7,388.91	30.72%	5,652.48	3.17%	5,478.77
运营人员	10,127.58	8.63%	9,322.59	1.63%	9,173.29
合计	7,926.21	21.28%	6,535.72	4.51%	6,253.66

注：运营人员为发行人各展会项目负责人等。

报告期内，公司各层次员工的薪酬水平总体呈上升趋势。

(2) 公司各岗位员工的薪酬水平及增长情况

单位：元/月

类别	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
高级管理人员	16,557.63	13.65%	14,569.47	8.00%	13,490.03
总监督管理人员	11,300.19	29.85%	8,702.34	-6.51%	9,308.78
中层管理人员	8,419.34	22.94%	6,848.14	4.60%	6,546.81
基层管理人员	6,468.63	16.63%	5,546.22	2.08%	5,433.17
合计	7,926.21	21.28%	6,535.72	4.51%	6,253.66

注：总监督管理人员为发行人及其子公司各职能部门负责人等。

报告期内，公司各层次员工的薪酬水平总体呈上升趋势。2016 年度总监督管理人员薪酬下降，主要原因为随着展会项目增加、成熟展会内部衍生子展及职能部门业务增长，负责各个展会运作的项目总监及管理各个职能部门相关负责人员增加，新晋总监级管理人员收入低于此前的总监督管理人员收入。

(3) 公司员工的薪酬水平与行业平均工资水平和当地平均工资水平的比较

报告期内公司员工年均工资、同行业及所在地员工年均工资具体如下：

单位：元/月

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北展股份平均工资	6,997.49	4,317.99	3,012.04
米奥会展平均工资	11,380.88	8,378.02	12,162.28
名洋会展平均工资	8,915.69	8,789.49	5,782.14
同行业员工均工资	9,098.02	7,161.83	6,985.49
公司员工平均工资	7,926.21	6,535.72	6,253.66
当地员工平均工资	5,607.00	5,265.00	4,944.00

注 1：“同行业员工年均工资”系根据同行业上市公司招股说明书、定期报告公开的“应付职工薪酬-短期薪酬-工资、奖金、津贴和补贴”本期增加额，除以各期末员工人数估算出员工年均工资，再将年均工资按月度算术求平均数。

注 2：“当地员工平均工资”数据来源于天津市公布的《关于 2015 年度全市职工平均工资及 2016 年度工资福利和社会保险缴费基数标准等有关问题的通知》和《关于 2016 年度全市职工平均工资及 2017 年度工资福利和社会保险缴费基数标准等有关问题的通知》、《关于 2017 年度全市职工平均工资及 2018 年度工资福利和社会保险缴费基数标准等有关问题的通知》中全市职工平均工资。

报告期内公司员工平均工资均高于所在地在岗职工平均工资水平，略低于同行业平均工资，主要是由于米奥会展和名洋会展的主要办公的地点分别为上海和北京，且米奥会展主要在境外开展展会业务相关人员薪酬水平较高。

3、未来薪酬制度及水平变化趋势

未来公司将根据业务发展需要、经营业绩情况、同行业上市公司以及所在地区员工薪酬水平对包括高管在内的员工薪酬进行相应调整以保持一定的竞争力，因此，公司未来薪酬制度将整体稳定并根据上述相关因素适时调整，未来公司薪酬变化水平将维持长期整体增长的趋势。

（四）劳务派遣情况

1、劳务派遣使用情况

（1）振威展览

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	85	0	-
2016.12.31	0	63	0	-
2015.12.31	0	56	0	-

（2）北京振威

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	115	0	
2016.12.31	11	114	9.65%	财务人员 1 人，行政人员 1 人，市场销售人员 8 人，运营人员 1 人
2015.12.31	12	101	11.88%	行政人员 3 人，市场销售人员 5 人，运营人员 4 人

（3）广州振威

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	62	0	-
2016.12.31	6	56	10.71%	行政人员 1，市场销售人员 5 人
2015.12.31	5	42	11.90%	市场销售人员 5 人

（4）新疆振威

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布

2017.12.31	0	31	0	-
2016.12.31	0	42	0	-
2015.12.31	0	41	0	-

(5) 西安振威

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	36	0	-
2016.12.31	5	35	14.29%	市场销售人员 5 人

(6) 成都振威

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	26	0	-
2016.12.31	0	32	0	-

(7) 中装润达

截至时间	劳务派遣人数	用工总量	劳务派遣人数占比	劳务派遣岗位分布
2017.12.31	0	17	0	-
2016.12.31	0	16	0	-
2015.12.31	0	16	0	-

2、劳务派遣薪酬情况

报告期内，发行人劳务派遣人员的薪酬情况如下：

单位：元/月

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
劳务派遣人员人均薪酬	5,646.51	3,648.61	5,823.78

2015 年，公司存在部分核心业务部门岗位员工采用劳务派遣方式，因此人均薪酬较高。随着逐渐规范 2016 年度及 2017 年度仅在少数辅助岗位采用劳务派遣方式，因此劳务派遣人员人均薪酬较 2015 年度下降明显。2017 年度随着薪酬水平的普遍上涨，劳务派遣人员人均薪酬相应增加。

3、劳务派遣单位情况

(1) 领天英才（北京）企业顾问有限公司

名称	领天英才（北京）企业顾问有限公司
统一社会信用代码	911101016699481000
注册地址	北京市东城区东四北大街 107 号 A 座 418 室

法定代表人	王一凡
注册资本	2970 万元
企业类型	有限责任公司
经营范围	经济信息咨询；劳务派遣；专业承包；技术推广服务；健身服务；计算机技术培训；体育运动项目经营；销售通讯设备、服装；接受金融机构委托从事金融业务流程外包服务；接受委托从事邮政、通信、电子行业外包服务；人才供求信息的收集、整理、储存、发布和咨询服务；人才信息网络服务；人才推荐；人才招聘；人才培养；人事代理（代理人事政策咨询与人事规划；代理人才招聘；经国家和本市有关部门批准，代办社会保险；经国家和本市有关部门批准，代办住房公积金；代办聘用合同鉴证；代理当事人参加人才流动争议仲裁事宜）（人力资源服务许可证有效期至 2019 年 01 月 11 日）。 （企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
经营期限	2007 年 11 月 27 日至 2027 年 11 月 26 日
股权结构	宋彦霞：6.73%、李雨凌：2.53%、王一凡：60.61%、顾宇星：2.53%、王占领：3.37%、林恺枫 10.10%、萍乡捷英佳绩商务信息咨询合伙企业（有限合伙）：14.14%。

领天英才（北京）企业顾问有限公司持有编号为（京）10174 的《劳务派遣经营许可证》（有效期至 2019 年 9 月 11 日），王一凡为领天英才（北京）企业顾问有限公司实际控制人，并担任董事长及总经理，宋彦霞担任其监事，领天英才（北京）企业顾问有限公司与发行人不存在关联关系。

（2）西安佳诚劳务派遣有限公司

名称	西安佳诚劳务派遣有限公司
统一社会信用代码	91610131678635288D
注册地址	西安曲江新区翠华路 1819 号人力资源产业园 6 楼 1 号
法定代表人	杜卫
注册资本	500 万元
企业类型	有限责任公司
经营范围	劳务派遣（许可证有效期至 2019 年 10 月 11 日）；人力资源管理服务咨询；人才供求信息的收集、整理、储存、发布和咨询服务；人才推荐；人才招聘；人才信息网络服务；人才测评；人力资源服务外包；人力资源和社会保障事务代理；建筑工程劳务分包；园林绿化工程的设计、施工；人工装卸服务；企业管理咨询服务；物业管理；保洁服务；餐饮企业管理；道路整修、绿化、保洁；仓储服务；网络信息技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经营期限	长期
股权结构	刘娟：16%、杜卫：24%、陕西欣佳诚人力资源有限公司：60%

西安佳诚劳务派遣有限公司持有编号为陕劳派许字第 201302002 号的《劳务派遣企业资质证书》，杜卫为西安佳诚劳务派遣有限公司实际控制人，并担任董事长及总经理，刘娟担任其监事，西安佳诚劳务派遣有限公司与发行人不存在关联关系。

4、劳务派遣合规性说明

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人使用被派遣劳动者的工作岗位性质属于为发行人提供辅助服务的非主营业务岗位。公司用工符合《劳动合同法》和《劳务派遣暂行规定》的规定。

同时，发行人及其子公司已取得劳动保障主管部门出具的证明文件，确认自 2015 年 1 月以来，发行人及其下属子公司无劳动保障行政处罚记录。

（五）员工社保、公积金缴纳情况

1、缴纳人数

（1）社会保险缴纳人数

报告期内，发行人及子公司的员工人数对比社会保险缴纳人数如下：

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	劳动合同人数	缴纳人数	劳动合同人数	缴纳人数	劳动合同人数	缴纳人数
养老保险	373	347	337	333	328	280
医疗保险	373	347	337	334	328	280
失业保险	373	283	337	334	328	254
工伤保险	373	347	337	334	328	254
生育保险	373	347	337	334	328	287

发行人劳动合同人数与缴纳人数差异的主要原因包括：①因社会保险缴存录入时间与员工入职时间/离职时间之间存在数天的人力资源操作流程时间而产生的差异；②部分员工处于试用期，因此于试用期暂未缴纳，由公司于试用期满后

后为员工补充缴纳；③部分员工属于农村户口，因此其缴纳新型农村养老保险、新型农村合作医疗保险，未缴纳城镇职工社会保险；④部分员工属于退休返聘员工，因此未缴纳城镇职工社会保险；⑤报告期内（2015年）部分员工申请仅缴纳养老保险、医疗保险以及生育保险，未缴纳工伤保险和失业保险。

（2）住房公积金缴纳人数

报告期内，发行人及子公司的员工人数对比住房公积金缴纳人数如下：

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	劳动合同人数	缴纳人数	劳动合同人数	缴纳人数	劳动合同人数	缴纳人数
养老保险	373	348	337	333	328	280

发行人劳动合同人数与缴纳人数差异的主要原因包括：①因住房公积金缴存录入时间与员工入职时间/离职时间之间存在数天的人力资源操作流程时间而产生的差异；②部分员工处于试用期，因此于试用期暂未缴纳；③部分员工属于农村户口，因此其未缴纳住房公积金；④部分员工属于退休返聘员工，因此未缴纳住房公积金；⑤报告期内（2015年）部分员工申请不缴纳住房公积金。

2、企业与个人的缴费比例、办理社保的起始日期

（1）社保缴费比例

经保荐机构核查发行人的员工名册、社会保险缴费凭证、发行人出具的说明，发行人的社会保险企业和个人缴费比例如下：

主体	2017年度									
	养老保险		医疗保险		失业保险		工伤保险		生育保险	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
发行人母公司	19%	8%	11%	2%	0.5%	0.5%	0.2%	-	0.5%	-
北京振威	19%	8%	10%	2% +3元	0.8%	0.2%	0.3%	-	0.8%	-
广州振威	12%、 14%、 20%	8%	10%+0.26%	2%+3元	1.2%	0.5%	0.5%	-	0.85%	-
新疆振威	18%	8%	9%	2% +0.5%	0.5%	0.5%	0.2%	-	0.8%	-
中装润达	19%	8%	10%	2% +3元	0.8%	0.2%	0.4%	-	0.8%	-

成都振威	19%	8%	6.5%	2%	0.6%	0.4%	0.28%	-	0.5%	-
西安振威	20%	8%	7% +6.4元	2% +1.6元	0.7%	0.3%	0.28%	-	0.5%	-
主体	2016年度									
	养老保险		医疗保险		失业保险		工伤保险		生育保险	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
发行人母 公司	19%	8%	11%	2%	1%	0.5%	0.2%	--	0.5%	-
北京振威	19%	8%	10%	2%+3 元	0.8%	0.2%	0.3%	--	0.8%	-
广州振威	12%、 14%、 20%	8%	10%+0. 26%	2%+3 元	1.2%	0.5%	0.5%	-	0.85 %	-
新疆振威	18%	8%	9%	2% +0.5%	1%	0.5%	0.4%	--	0.8%	-
中装润达	19%	8%	10%	2%+3 元	0.8%	0.2%	0.4%	--	0.8%	-
成都振威	19%	8%	6.5%	2%	0.6%	0.4%	0.28%	--	0.5%	-
西安分公 司	20%	8%	7% +6.4元	2% +1.6元	0.7%	0.3%	0.28%	-	0.5%	-
主体	2015年度									
	养老保险		医疗保险		失业保险		工伤保险		生育保险	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
发行人母 公司	20%	8%	11%	2%	1%	1%	0.5%	-	0.8%	-
北京振威	19%	8%	10%	2%+3 元	1%	0.2%	0.3%	-	0.8%	-
广州振威	12%、 14%、 20%	8%	10%+0. 26%	2%+3 元	1.2%	0.5%	0.5%	-	0.85%	-
新疆振威	20%	8%	9%	2% +0.5%	1.5%	0.5%	0.5%	-	0.8%	-
中装润达	19%	8%	10%	2%+3 元	0.8%	0.2%	0.5%	-	0.8%	-
成都振威	19%	8%	6.5%	2%	1.5%	0.5%	0.4%	-	0.5%	-
西安分公 司	20%	8%	7% +6.4元	2% +1.6元	1%	0.5%	0.25%	-	0.5%	-

（2）住房公积金缴费比例

报告期内，发行人及其下属子公司的住房公积金缴纳比例如下：

名称	2017年度		2016年度		2015年度	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
发行人母公司	11%	11%	11%	11%	11%	11%
北京振威	12%	12%	12%	12%	12%	12%
广州振威	5%	5%	5%	5%	5%	5%

新疆振威	6%	6%	6%	6%	6%	6%
中装润达	12%	12%	12%	12%	12%	12%
成都振威	6%	6%	6%	6%	-	-
西安振威	5%	5%	-	-	-	-
西安分公司	-	-	5%	5%	5%	5%

（3）缴纳起始日期

根据社保主管部门及住房公积金管理中心开具的查询证明，发行人及其子公司缴纳社会保险和住房公积金的起始日期如下：

公司名称	社会保险	住房公积金
发行人母公司	2007年4月25日	2007年4月25日
北京振威	2013年10月24日	2011年8月18日
广州振威	2012年3月12日	2012年7月24日
新疆振威	2010年4月19日	2011年8月29日
中装润达	2015年5月5日	2015年8月14日
成都振威	2016年3月14日	2016年2月19日
西安振威	2016年11月7日	2016年11月7日
西安分公司	2012年2月8日	2015年1月26日

报告期内，发行人按照社会保险及住房公积金相关法律法规的规定，为应缴纳社会保险、住房公积金员工缴纳了社会保险费用及住房公积金。发行人已经取得所在地人力资源及社保、住房公积金主管部门出具的不存在重大违法违规的相关文件。

同时，就发行人及其子公司在首次公开发行 A 股股票并上市前社会保险以及住房公积金缴纳的事宜，发行人的实际控制人张学山、张超凡、张学林承诺：如果发行人或其分公司、控股子公司被要求为其员工补缴或被追偿基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险和住房公积金（以下统称“五险一金”），或因“五险一金”缴纳问题受到有关政府部门的处罚，其将全额承担应补缴或被追偿的金额、承担滞纳金和罚款等相关经济责任及因此所产生的相关费用，保证发行人及其分公司、控股子公司不会因此遭受任何损失。其同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人及其分公司、控股子公司造成的一切损失、损害和开支。

十、发行人实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作

为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）股份限售流通和股份锁定的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份锁定及限售承诺”。

（二）稳定股价和股份回购的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、发行人及其控股股东、实际控制人、公司董事及高级管理人员关于上市后三年内稳定股价的预案及承诺”。

（三）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、股份回购、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺”。

（四）股东的持股意向及减持意向

详见本招股说明书“重大事项提示”之“四、发行前持股 5%以上的股东的持股意向及减持意向承诺”。

（五）填补摊薄即期回报的承诺

详见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、本次发行后每股收益的变动趋势及采取的措施”之“（六）控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补摊薄即期回报措施能够得到切实履行作出的承诺”。

（六）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，维护发行人及其中小股东的利益，公司控股股东、实际控制人张学山以及实际控制人张超凡、张学林向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，有关内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、

同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务、主要产品或服务的情况

（一）发行人的主营业务

发行人主营业务是组织举办各类型专业性展览会及博览会、交易会，打造参展企业与采购商、专业观众之间精准高效的展示和贸易平台，提供展位、形象展示、技术交流、产品发布、经济合作、会议论坛、宣传推广及其他相关服务。

会展业具有极强的产业带动效应，展览业的产业带动系数可达到1:9¹。会展具有强大的经济功能，包括联系和交易功能、整合营销功能、调节供需功能、产业联动功能、技术扩散功能、促进经济一体化等，目前已形成较大规模且持续增长。2015年中国展览业迎来了加快转型发展的转折点，国务院于4月发布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发[2015]15号），提出加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局，会展已成为一种新型经济业态。

发行人所举办的展会主要服务于高端装备制造、新能源产业、节能环保、能源装备、生物科技等战略性新兴产业领域企业，同时为一带一路、军民融合等国家级展览会提供服务。公司以北京、天津、上海、广州、西安、成都、新疆为中心开展业务，形成了对国内会展经济带的初步布局，辐射环渤海、长三角、珠三角等国内主要经济区域。公司已成为国内民营展览公司中举办专业性展览会数量最多、展会涉及产业领域最广的公司之一，是中国会展行业领先企业。

公司以自办展为核心业务，同时为政府等其他单位提供展会承办服务。自办展与承办展并行是发行人业务发展的独特模式，能够与客户资源、专业观众、品

¹ 《现代会展导论》——中国商务出版社的现代会展培训指定教材，主编王彦华，总顾问王志平。

牌宣传相互结合，共同发展。发行人在运营境内专业性展会之外，同时开展展台设计搭建、组织国内企业到境外参展、网络运营等相关业务。

依赖于先进的经营理念和丰富的办展经验，发行人在行业内形成了较好的品牌美誉度，发行人所注册的振威商标是天津市著名商标。发行人子公司北京振威是中国会展经济研究会副会长单位、中国国际商会常务理事单位、UFI会员。发行人凭借雄厚的专业会展策划运营能力，成功举办了一系列会展项目，目前已有7个会展项目获得UFI认证。

报告期内发行人承办国家级展览会数量不断增加，其中承办的2017世界智能制造大会、中国（绵阳）科技城国际科技博览会、2017欧亚经济论坛“一带一路”国际产能合作博览会、中国—亚欧博览会等展会，增强了发行人在展览行业的领先地位。南京市经济和信息化委员会、绵阳市博览事务局、中国—亚欧博览会秘书处和西安市会展业发展办公室在内的多地政府单位向发行人致函给予高度赞扬。

（二）发行人的主要产品或服务及收入构成

1、发行人的主要产品

发行人作为专业会展组织者，主要业务为组织举办各类型专业性展览会，包括自有品牌会展项目和承办政府会展项目，目前已形成了涵盖能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业的业务格局。公司目前主要的会展项目简要情况如下（含自办展会及承办展会）：

展会类别	主要展会名称	举办月份	展会面积(m ²)	主要参展范围	备注
能源装备	中国国际石油石化技术装备展览会	3月	86,797	石油石化技术装备、页岩气技术装备、海洋石油天然气技术装备、海工装备、天然气技术装备、管道与储运技术装备、防爆仪器仪表	商务部重点支持展会、UFI认证展会
	上海国际石化与海洋石油天然气及化工技术装备展览	8月	11,560	海洋石油天然气装备、天然气管道与储运技术装备、智能油田建设及机器	

				人装备	
	中国（天津）国际海工装备和港口机械交易博览会	10月	25,355	海工装备、港口机械、无人机、水下机器人、海水淡化	天津市滨海新区人民政府、天津市海洋局主办
	中国（东营）国际石油石化装备与技术展览会	9月	40,000	石油装备大型成套设备、石油石化装备与技术、节能环保	中国贸促会、山东省人民政府主办
新兴产业	充电技术设备展览会（深圳、上海、北京）	6月、8月、11月	50,000	充电站（桩）、动力电池、超级电容器、新能源汽车、燃料电池、储能设备	-
	中国（绵阳）科技城国际科技博览会	9月	39,000	军民融合、大数据、人工智能、国防科工、信息通信、节能与新能源、航空航天装备、新材料	党中央、国务院批准，科技部和四川省人民政府共同主办
	世界智能制造大会（南京）	12月	50,000	智能装备与控制、智能轨道交通装备、工业互联网、大数据	工信部、中国工程院、中国科协和江苏省人民政府共同主办
	世界智能大会（天津）	6月	6,000	大数据、云计算、智能汽车、产业集群、智慧城市、人工智能	国家发改委、科学技术部、工业和信息化部、国家互联网信息办公室、中国科学院、中国工程院、天津市人民政府共同主办
工业制	中国（天津）国际装备制造业博览会	3月	47,710	机床、机器人、汽车装备、工业装配、钣金激光、模具工具、智慧物流、智能制造	商务部批准展会，UFI认证展会
	（上海）国际化工技术装备展览会	8月	11,440	化工环保、化工新材料、生物化工装备、化工泵阀管道、化工环保技术及设备	-
	欧亚经济论坛之一带一路国际产能合作博览会	9月	30,000	一带一路建设、国际产能合作、先进制造业	商务部、上海合作组织秘书处、联合国开发计划署、陕西省人民政府等22家单位联合主办
消费	中国-亚欧博览会	8月	62,000	一带一路建设、一带一路沿线国家、国家外交、经	中共中央、国务院批准，新疆维

				济贸易平台	吾尔自治区人民政府、商务部、外交部、贸促会等单位联合主办
农业	北京国际智慧农业装备与技术博览会	3月	10,134	农业物联网、植物工厂、智能灌溉、航空植保、智能农业装备	商务部批准展会、农业部认定展会、UFI认证展会

相关展会具体介绍如下：

(1) 中国国际石油石化技术装备展览会

中国国际石油石化技术装备展览会每年3月份在北京举办，参展范围主要包括石油石化技术装备、页岩气技术装备、海洋石油天然气技术装备、海工装备、天然气技术装备、管道与储运技术装备、防爆仪器仪表等，是商务部重点支持展会、UFI认证展会，目前国内石油石化装备行业规模最大的展会之一，已成为目前国内外石油石化行业年度例会。展会同期举办的高端论坛、技术交流会以及展商产品推介会等活动近百场。展会邀请“一带一路”沿线的石油国家以及众多国际买家组团到场参观采购，促进了中国油气企业在“一带一路”沿线的合作与发展。展会吸引了来自几十个国家和地区的众多知名石油石化企业，国际知名参展商包括埃克森美孚、俄罗斯国家石油公司（俄油）、俄罗斯天然气工业股份公司（俄气）、卡特彼勒、GE等，国内知名参展商包括中石油、中石化、中海油、中国船舶、中船重工等大型国有企业。



(2) 国际充电站（桩）技术设备展览会

国际充电站（桩）技术设备展览会在 6 月、8 月、11 月分别在深圳、上海、北京举办，参展范围主要包括充电站（桩）、动力电池、超级电容器、新能源汽车、燃料电池、储能设备。ABB、比亚迪、上汽、北汽新能源、吉利新能源等知名企业参加展会。



（3）中国（绵阳）科技城国际科技博览会

中国（绵阳）科技城国际科技博览会由党中央、国务院批准，科技部和四川省人民政府共同主办，每年 3 月在北京举办，参展范围包括军民融合、大数据、人工智能、国防科工、信息通信、节能与新能源、航空航天装备、新材料等，是国家落实军民融合战略的重要平台。“军民融合”是科博会最大的特色，中国兵装、中国电科、中船工业等军工集团及多家重点科研院所组团参展，军民融合参展企业总数达到 207 家。全球首款“双 M 型”高速智能无人艇、世界首台模块化大型海洋潮流能发电机组、太阳能 wifi 无人机、智能机器人等一批重大前沿科技成果在科博会上集中展示。



（4）世界智能制造大会

世界智能制造大会由工信部、中国工程院、中国科协和江苏省人民政府共同主办，12月在南京举办，参展范围主要包括智能装备与控制、智能轨道交通装备、工业互联网、大数据。中车、华为、卡特彼勒、海尔、博西、菲尼克斯、格力、熊猫电子、IBM、甲骨文、三菱、徐工等知名企业参加展会。



（5）中国（天津）国际装备制造业博览会

中国（天津）国际装备制造业博览会每年3月在天津举办，参展范围包括机床、机器人、汽车装备、工业装配、钣金激光、模具工具、智慧物流、智能制造，是商务部批准展会、UFI认证展会。西门子、施耐德、哈斯、沈阳机床、大族激

光等知名企业参加展会。



（6）欧亚经济论坛·一带一路国际产能合作博览会

欧亚经济论坛由商务部、上海合作组织秘书处、联合国开发计划署、陕西省人民政府等 22 家单位联合主办，9 月在西安举办。振威展览被选定全面承接“2017 欧亚经济论坛·一带一路国际产能合作博览会”。一带一路国际产能合作博览会是 2017 欧亚经济论坛框架下的重要组成部分，充分发挥西安作为丝绸之路经济带新起点的优势，进一步落实“一带一路”战略。



（7）中国-亚欧博览会

中国—亚欧博览会由中共中央、国务院批准，新疆维吾尔自治区人民政府、商务部、外交部、贸促会等单位联合主办，8 月在乌鲁木齐举办，主要任务是推动国家“一带一路”战略，建设成为承载中国向西开放的国家级交流平台。2015

年经新疆维吾尔自治区人民政府批准，由新疆国际博览事务局会展服务中心、振威展览等共同组建国内首家混合所有制展览公司——新疆亚欧国际博览有限公司，振威展览负责委派总经理，主要负责中国-亚欧博览会的运营管理。



上述展会项目举办届次较长或在同类题材展会中发展相对较快，在相应行业内已形成一定的影响力。同时，发行人举办多项其他展会，亦不断根据市场需求及行业发展趋势调整业务布局，持续拓展培育新兴展会。此外，发行人目前举办的展会可能会因展会排期、展会策略调整而新增或撤销子展会、将子展会升格为主展会等而发生变化。

除举办专业性展会之外，发行人为满足参展客户的需求，同时经营境外展会代理、会议组织运营、展览展示搭建、网络及杂志运营等其他相关业务，具体情况如下：

(1) 境外展会代理：公司依靠专业的展览服务经验及优质的客户资源，代理境外多个国家石油天然气、机械等领域的展会在境内的参展商及观展商招揽工作，并带领境内展商出国参展。公司目前代理的境外展会主要包括伊朗国际石油天然气石化展览会、美国国际石油天然气展等。

（2）会议组织运营：公司组织能源装备、工业制造等行业的高端论坛和会议，以及专业技术交流会、新产品发布会等，服务内容包括会前调研、会议策划、嘉宾邀请、市场推广、招商、会场管理等环节。

（3）展览展示搭建：公司子公司中装润达专业从事展览展示搭建业务，以展会搭建为主，同时也为论坛会议、陈列室等场所提供搭建服务。公司首先进行方案设计，在同客户确定设计方案后，联系供应商进行展架预订和设备租赁。公司通常在展会开展前2至3日内组织供应商进行现场搭建并负责施工管理，展会期间进行现场维护，展会结束后组织撤展。

（4）网络及杂志运营：公司围绕在能源装备领域内展会的品牌优势，根据参展客户的需求，运营石油化工行业的专业网站——全球石油化工网（网址：www.cippe.net），并运营面向石油石化行业高层管理者、决策者、科技人员及物资采购人员的专业杂志——《石油与装备》杂志。自2017年起，公司停止杂志运营业务。

3、发行人主营业务收入构成

公司主营业务收入按照服务类别的构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
展览业务	18,098.99	86.06%	15,966.71	89.87%	12,534.74	90.49%
其中：能源装备	5,843.39	27.78%	6,839.88	38.50%	7,996.18	57.72%
新兴产业	6,526.73	31.03%	4,555.55	25.64%	1,401.78	10.12%
工业制造	2,891.67	13.75%	2,269.13	12.77%	1,414.07	10.21%
消费品	1,928.55	9.17%	1,569.58	8.83%	961.21	6.94%
农业	908.64	4.32%	732.56	4.12%	761.50	5.50%
展览相关业务	2,932.09	13.94%	1,799.08	10.13%	1,317.99	9.51%
合计	21,031.08	100.00%	17,765.79	100.00%	13,852.73	100.00%

公司主营业务收入按照项目来源及承担角色的构成情况如下：

单位：万元

期间	类别	场次	办展面积	收入金额
----	----	----	------	------

			面积 (m ²)	占比	金额	占比
2017 年度	自主	25	441,596.00	59.15%	12,465.11	68.87%
	承办	17	304,923.00	40.85%	5,633.88	31.13%
	合计	42	746,519.00	100.00%	18,098.99	100.00%
2016 年度	自主	21	433,110.00	65.26%	12,126.05	75.95%
	承办	15	230,555.00	34.74%	3,840.65	24.05%
	合计	36	663,665.00	100.00%	15,966.71	100.00%
2015 年度	自主	19	335,839.00	80.89%	11,642.56	92.88%
	承办	4	79,355.00	19.11%	892.18	7.12%
	合计	23	415,194.00	100.00%	12,534.74	100.00%

报告期内，发行人展览业务收入随着展会举办场次增长而快速增长，其中承办展会的场次及收入增长速度明显高于自办展增速，承办展收入占发行人展览业务收入比例不断增加。

（三）主要经营模式

公司根据会展行业的特点，采用“自办+承办”的经营理念。公司在充分的市场调研和可行性论证基础上，根据市场需求，为客户提供全方位的专业性会展服务。公司的服务模式、盈利模式、采购模式、销售模式、研发模式具体情况如下：

1、服务模式

公司主要提供展览服务，同时经营境外展会代理、会议组织运营、展览展示搭建、网络及杂志运营等其他相关服务。展览及其他相关业务的服务模式分为展前、展中、展后三个阶段，具体如下：

（1）展前阶段

展前阶段是展会项目开幕前一系列包括调研立项、采购、招展招商等环节。

①调研立项的流程具体如下：

A、自办展

自办展是发行人通过对某一行业或产业进行系统科学分析，选择国家鼓励或

政策支持、市场容量大、空间广、产业链长且丰富的行业，自行组织、策划、举办专业性展览会。

a、全新项目

公司定期召开高管业务分析会，对现有展会项目进行梳理，探讨是否存在子项目的孵化机会，调研未涉及的行业的展览需求情况。公司市场部针对会展行业发展趋势及潜在的市场机会，对新展会项目进行可行性研究，同时财务部门对新展会项目进行成本测算。市场部结合可行性研究报告及成本测算形成立项报告，并由各部门提出审核意见后召开总经理办公会进行审核，并完成立项。

b、现有项目

发行人现有项目再次举办前，由市场部对上届展会进行总结分析，并编制下届展会的预算、业绩目标，形成立项报告，发起立项审批流程，并由各部门提出审核意见后召开总经理办公会进行审核，并完成立项。

B、承办展

承办展是发行人凭借多年来自办展积累的客户资源、组展经验、品牌影响力为政府等单位提供展会承办服务。

承办展主要由市场部进行信息搜集、可行性研究，同时财务部门进行成本测算。市场部结形成立项报告，并由各部门提出审核意见后召开总经理办公会进行审核，并完成立项。

②采购

公司建立了严格的采购预算管理制度，公司采购和品牌中心根据《全面预算管理暂行办法》的有关规定进行采购。

③招展招商

A、销售

销售是整个展会运营过程中的关键环节。发行人主要采取直接招展的方式，同时存在部分利用同行业其他公司的业务资源进行联合营销的方式。对于承办展项目，发行人通常通过公开招投标、单一来源采购或竞争性磋商的方式获得政府或相关企事业单位的委托承办，少数承办展采取商务谈判等其他方式获得委托。发行人根据合同约定进行招展招商工作，由主办方与参展商签订参展合同。

B、邀请专业观众

公司观众组织部负责专业买家、专业观众的邀请、接待、回访工作，组织专业采购商，与参展商沟通、洽谈，提高展会效果。

（2）展中阶段

展中阶段主要进行展会现场执行，主要分为搭建布展、展会现场服务、闭幕撤展等。

①搭建布展

搭建布展属于展会开展的前期阶段，包括对登陆大厅、观众登记处、形象展台、标准展位及部分特装展位的搭建，以及地毯铺设、广告宣传载体布置、展位展品的运输管理、参展商布展搭建管理等。

②展会现场服务

展会现场服务以对专业观众的迎送、资料派发、参观引导、安全保障、餐饮、住宿、组织配套的会议论坛为主，兼顾对参展商的销售服务。专业性展览会主要面对行业内专业人士开放，良好的秩序对展会的形象至关重要，对邀请的重要专业观众应全程跟踪引导参观，侧重引导采购商与参展商做好对接，做好贸易配对工作，以提升参展商和参观商的满意度。对参展商的服务以销售服务为目的，提高展商的满意度。同时，公司需要负责展会现场的保洁与保安管理、秩序维护、协调各方之间的工作。

③闭幕撤展

发行人需要做好撤展管理，在约定的时间内完成撤展工作。由展会主办方统一设计搭建的标准展台由搭建布展单位统一撤除，参展商只需移走展品、清理现

场；由参展企业自行搭建布展的展台，撤除工作通常由当时搭建的施工公司负责撤除。

（3）展后阶段

展会结束后，项目组将对所有本届展会涉及的展商数据、专业观众数据、宣传资料进行整理分析并制作展后报告，积累展会经验，继续跟踪服务重点参展商和专业观众。

2、盈利模式

作为展会的主办方或承办机构，公司在充分的市场调研和可行性论证基础上，积极开展整体策划、市场营销、展台搭建、招展招商、现场组织等工作，获得展位费、广告宣传费、展会承办费、展台搭建费、会议服务费等收入。

（1）自办展会盈利模式

发行人具备展会丰富的分析策划和组织运营经验。发行人向场馆运营方租赁场馆，对展会进行针对性的宣传策划和现场组织运营，组织搭建商现场搭建。在展会运营过程中，发行人通过向参展商收取参展费作为收入，同时还向部分参展商收取展台搭建费、广告宣传费、会议论坛服务费等。

（2）承办展会盈利模式

发行人利用丰富的展会运营经验，通过招投标或商务谈判的方式获取政府部门、国有企业、行业协会或其他单位主办的展会。主办单位向发行人支付一定的承办费用，同时发行人也会向参展商收取参展费和广告服务费等。承办展会前，发行人业务团队会对业务的可行性和成本预算整体评估。承办展会时，发行人根据合同约定，为主办单位提供展会策划、流程设计、招展招商、现场组织等服务，最终获得展会承办收入。承办展会服务费的定价由于各项目的展会的规格、规模以及服务类型的不同而产生差异，各项目收费标准区别较大。通常承办展会的规格越高，参展企业越多，办展规模越大的展会，承办服务费越高。

3、采购模式

公司建立了严格的采购预算管理制度，根据《全面预算管理暂行办法》的有关规定编制执行年度采购预算。展览部根据展会举办时间，提出关于展会场馆租赁、展览展示搭建、印刷、广告宣传等采购需求，采购部根据项目预算进行展会场馆租赁、展览展示搭建、印刷服务等采购，广告宣传相关采购由品牌中心负责。

由于一线城市会展经济发达，展会数量多且举办时间较为集中，会展场馆档期较为紧张。如需取得符合发行人需求的时间段，存在需要提前半年至十个月预定，且付款方式由场馆方决定的情形。

采购人员在执行采购计划时根据经确认的合格供应商进行询价。经过多年发展，公司形成了一套完善的采购体系，并与主要的展览场馆及其他供应商建立了良好的合作关系。

4、销售模式

（1）参展商的销售模式

①直接销售

对于自主策划运营的展会项目，公司主要采取直接销售的方式向客户提供会展服务。公司主要采用商务谈判的方式进行销售，通常由销售人员直接同客户市场部门或管理层相关负责人员沟通确定合同价格和服务细节。公司对客户参加展会的习惯和过程进行分析，长期关注客户的产品、市场营销动态。公司按照客户在其所处行业中的重要性及地位进行分级，行业中处于领导地位的核心客户决定了展会的档次及影响力。针对核心客户，公司建立大客户管理制度及数据库，并经常性地征求大客户对展会的意见，以此作为未来市场预测的重要依据。以服务大客户为依托，公司对行业内其他企业进行邮寄印刷品、发布展讯、电话传真联系等方式持续营销展会项目。通过抓住行业大客户的需求，以点带面、以大带小，公司深入挖掘相关行业潜在参展企业的需求，使公司展会在相同或相似主题展会的竞争中始终保持行业领先地位及良好的竞争优势。

②联合营销

报告期内，发行人在自主招展的同时存在部分利用同行业其他公司的业务资源进行销售的模式，该模式具体如下：对于部分展会或展会的行业板块，公司采取联合营销的模式。发行人与合作方签订合作协议，协议规定了合作方负责招展的专业板块、定价方式、合作期限等条款。合作方根据协议约定进行展会的宣传和销售活动。由合作方招揽的参展商直接与发行人签订参展合同并支付参展费用。展会结束后，发行人对合作方的业绩进行结算并向合作单位支付服务费用。

公司举办的展会主要由自主招展的形式进行销售，部分展会或行业板块通过合作方协助。公司通过寻找合作方（通常为同行业展览公司）并借助其销售资源协助进行推广和营销的展会主要为报告期内新设展会或成熟展会中的新设行业板块。由于上述展会或行业板块设立时间较短、影响力较小、缺乏历史客户积累，拓展难度较大，一般需要运营3-5届逐步培育客户，形成一定的行业影响力和品牌知名度，最终实现展会盈利。为加强营销力度，发行人通过联合营销的方式协助推广，一方面可以扩大营销的覆盖范围，另一方面可以借助合作方的客户资源提高销售效率。报告期内发行人举办所有展会均以自主招展为主要销售方式，以下展会曾采用自主招展和联合营销相结合的方式进行销售：

期间	展会数量	具体应用板块
2017年度	15	上海电池展-充电桩板块、天津制博会-橡胶塑料工业展板块、化工装备展、北京石油展-管道板块、北京石油展-海工板块、北京石油展-天然气板块、新疆农业会、广州保健展-保健板块、上海石化展、西安供热节能展-供热板块、北京环保展、新能源汽车展、天津机床展-机博会、北京节能展、自行车展
2016年度	13	北京充电桩展-充电桩板块、北京节能展、北京石油展-管道板块、北京石油展-海工板块、北京石油展-天然气板块、成都电动车展、广州保健展-健博板块、上海电池展-充电桩板块、化工装备展、上海石化展、四川电力展、天津机床展-机博会、天津制博会-塑胶板块、西安供热节能展、新疆煤炭展
2015年度	9	北京环保展、顶级生活展-奢侈品板块、顶级生活展-食品板块、广州保健展-健博板块、化工装备展、上海石化展、天津机床展-机博会、天津制博会、新疆煤炭展、自行车展

报告期内发行人展览业务中联合营销形成收入的金额及占比情况如下：

期间	项目	销售面积		收入金额	
		面积（m ² ）	占比	收入（万元）	占比

2017年 度	合作方销售	12,244.00	17.29%	1,202.80	6.65%
	展览业务合计	70,833.40	100.00%	18,098.99	100.00%
2016年 度	合作方销售	7,189.00	3.35%	685.55	4.29%
	展览业务合计	214,521.70	100.00%	15,966.71	100.00%
2015年 度	合作方销售	922.50	0.63%	92.77	0.74%
	展览业务合计	145,835.80	100.00%	12,534.74	100.00%

联合营销的主要合作方均为与发行人无关联关系的第三方企业。上述企业主要通过自有市场资源对发行人举办的展会进行销售，赚取服务费用。合作过程中，合作方只进行展会的销售活动，不参与展会的组织和运营工作，不存在商业贿赂的情况。

（2）承办展会主办方的销售模式

对于承办展会项目，发行人通常通过公开招投标、单一来源采购或竞争性磋商的方式获得政府及相关企事业单位的委托承办，少数承办展采取商务谈判等其他方式获得委托。公司获得承办展项目后，根据委托方的要求，结合自办展会的经验及模式承办展会。

5、研发模式

公司在运营成熟的展会之外，每年制定新展会项目的研发计划。公司市场部针对会展行业发展趋势及潜在的市场机会，对新展会项目进行可行性研究，同时财务部门对新展会项目进行成本测算。市场部结合可行性研究报告及成本测算形成立项报告，并由各部门提出审核意见后报请分管副总经理及总经理审核。新展会经审批通过后，由展览部负责具体实施工作。

（2）展览相关服务

①境外展会代理

公司通过成功举办多个国际性展会，积累了丰富的客户资源。公司为满足境内客户参加境外展会的需求，与境外各大石油天然气展会及工业、泵阀、管道等展会的举办单位签订代理协议，为境内客户提供境外展览咨询、组织境外参展、境外行程安排、境外商务考察等多个方面服务。

②会议组织

公司在展会期间通常同时举办专业技术交流会、新产品发布会等，该类会议需要收取主讲方的费用，服务内容包括会前调研、会议策划、嘉宾邀请、市场推广、招商、会场管理等环节。在非展会期间，公司会议部组织能源装备、工业制造等行业的高端论坛和会议，该类会议需要收取论坛参与者的费用。

③展览展示搭建

公司通过子公司中装润达开展展览展示搭建业务，以展会搭建为主，同时也为论坛会议、陈列室等场所提供搭建服务。公司首先进行方案设计，在同客户确定设计方案后，联系供应商进行展架预订和设备租赁。公司通常在展会开展前2至3日内组织供应商进行现场搭建并负责施工管理，展会期间进行现场维护，展会结束后组织撤展。

④网络及杂志运营

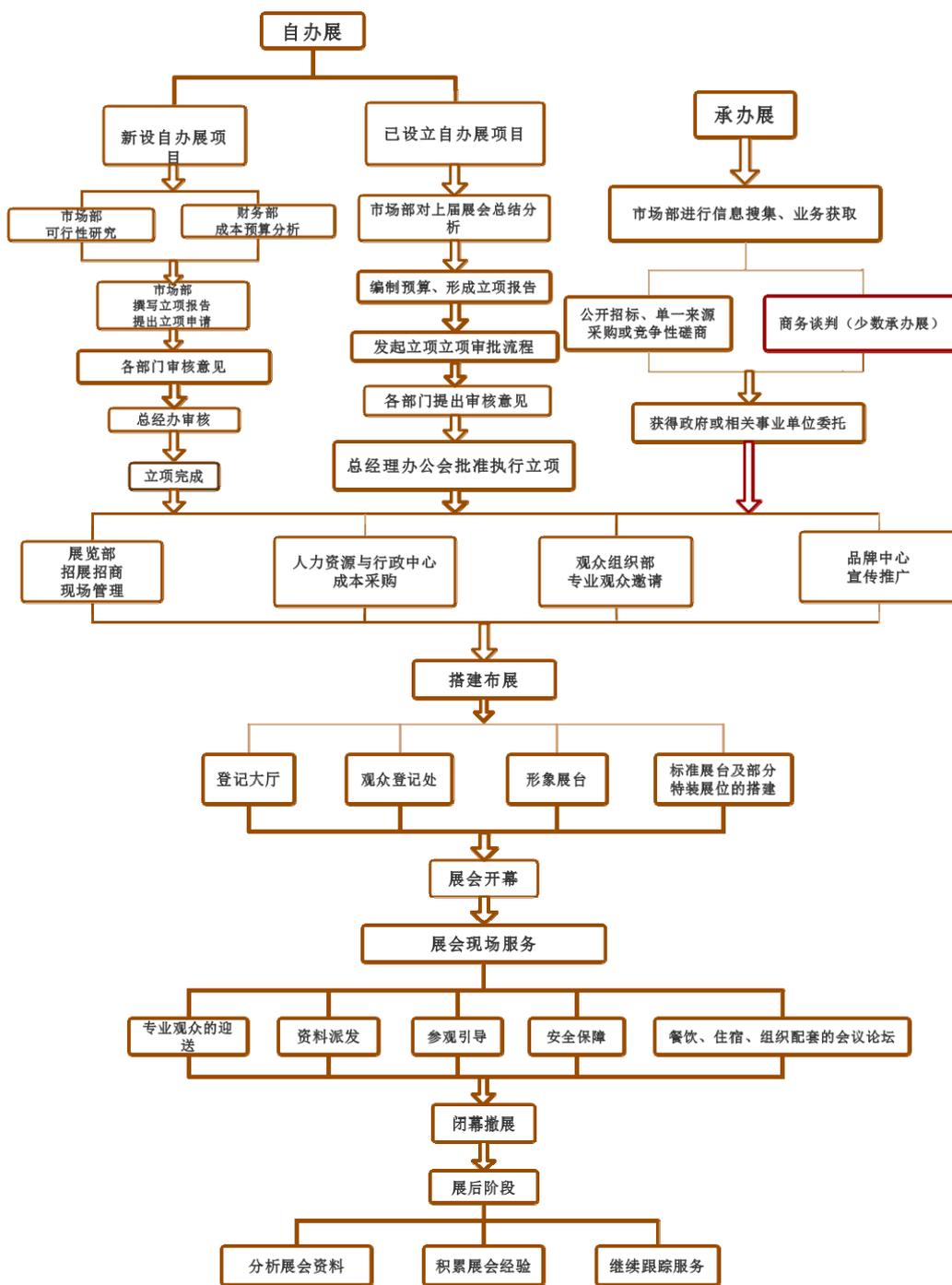
公司信息部负责全球石油化工网相关内容的发布、更新和维护，同时公司通过该网络平台为客户提供宣传推广服务。报告期内，公司根据参展客户的需求，运营石油装备业专业杂志——《石油与装备》杂志。自2017年起，公司停止杂志运营业务。

（四）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

发行人自设立以来，一直从事组织举办各类型专业性展览会，致力于成长为国内综合会展服务商，主营业务、主要服务、主要经营模式未发生重大变化。

（五）发行人主要服务流程图

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会，公司对展会项目策划运营、客户开发服务的具体流程如下：



二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况

按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为商务服务业，行业代码为L72。按照国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司属于商务服务业中的会议、展览及相关服务细分行业，

行业代码为 L728。

（一）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

我国会展业长期处于多部门审批管制的状态，2016 年才彻底取消原由省级商贸主管部门负责的展会审批权限。2004 年以前除国有企事业单位外其他民营展览公司不能作为主办方独立办展，需与具备办展资格的国有企事业单位联合举办。自 2004 年起取消对境内举办对外经济技术展览会主办和承办单位资格审批、2010 年国务院取消工商局对展览会的审批权限，会展业主管部门开始减少，行业管制逐步放开，趋向市场化。

1、行业主管部门及监管体制

（1）目前，商务部服务贸易和商贸服务业司是全国会展行业的主管部门，负责会展业促进及管理工作，仅保留展会冠名“中国”、“中华”及“全国”的审批。

（2）中国国际贸易促进委员会作为全国性对外贸易投资促进机构，根据国务院授权，审批和管理各地区、各单位出国举办经贸展览会。

（3）各省、市会展业管理工作主要由地方商务局负责，部分省、市在国家和地区相关主管部门的领导下成立省、市级会展办公室、博览局或会展行业协会，共同统筹规划、指导和协调地方会展业发展。

（4）中国会展经济研究会作为商务部主管的学术性、全国性的非营利性社会组织，主要组织会展研究人员参与会展政策、会展发展规划及有关法律、法规的制定，为各级决策部门提出合理化建议。

2、行业主要法律法规

与会展行业有关的法律法规包括关于会展审批、会展举办方主体资格、展品进出关及运输、其他有关会展管理等方面的规定，主要法律法规如下：

名称	颁布单位	文号及发文时间	主要内容
《国际科学技术会议与展览管理暂行办法》	科技部、外交部、海关总署、国家工商行政管理总局	国科发外字[2001]311号，2001年8月23日	加强对国际科学技术会议与展览的管理，鼓励国内科技界、学术界、产业界及相关机构积极举办各类国际科学技术会议与展览，促进国际科学技术交流与合作。
《设立外商投资会议展览公司暂行规定》	商务部	商务部令2004年第1号，2004年1月13日	鼓励引进国际上先进的组织会议展览和专业交流方面的专有技术设立外商投资会议展览公司，促进我国会展业的发展，创造良好的社会和经济效益。
《展会知识产权保护办法》	商务部、国家工商总局、国家版权局、国家知识产权局	商务部、国家工商总局、国家版权局、国家知识产权局令2006年第1号，2006年1月10日	加强展会期间知识产权保护，维护会展业秩序，推动会展业的健康发展。
《出国举办经济贸易展览会审批管理办法》	中国国际贸易促进委员会、商务部	贸促展管[2006]28号，2006年5月14日	出国办展须经中国国际贸易促进委员会审批（会签商务部）。组展单位应当向中国国际贸易促进委员会提出出国办展项目申请，项目经批准后方可组织实施。
《商务部举办展览会管理办法（试行）》	商务部	2006年12月15日	商务部根据集中资源、合理布局、协调发展和市场化导向的原则，按照展览会推动国民经济和商务工作的重要程度，对展览会实行分类管理。展览会分类包括重点发展类、参与主办类、支持引导类。
《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》	国家发展和改革委员会	发改委令第21号，2013年2月16日	将会展服务（不含会展场馆建设）列为鼓励类产业。
《党政机关境内举办展会活动管理办法》	中共中央办公厅、国务院办公厅	中办发[2015]33号	党政机关应当加快转变职能，减少举办展会活动，建立退出机制，注重展会活动的市场化、专业化、国际化功能培育，切实发挥市场在展览业资源配置中的决定性作用。各级党政机关原则上不再举办新的展会活动。

《展览业统计监测报表制度》	商务部、国家统计局	国统制[2016]143号	建立以展馆经营者、展览组织者和展览服务商为主要调查对象的展览业统计监测体系，科学、有效地开展展览业统计工作，进一步增加市场透明度，优化市场结构，规范、引导和推动行业有序健康发展。
---------------	-----------	---------------	---

3、行业主要政策

近年来，政府及有关部门连续出台了关于扶持会展行业发展、设定会展行业中期发展目标及发展各经济领域展会项目等的支持政策文件，主要内容如下：

名称	颁布单位	文号及发文时间	主要相关内容
《国民经济和社会发展规划第十二个五年规划纲要》	十一届全国人大第四次会议	2011年3月14日	营造环境推动服务业大发展，规范提升商务服务业，促进广告、会展业健康发展。
《关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干问题的决定》	中共中央十七届第六次会议	2011年10月18日	加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱型产业，构建现代文化产业体系，发展壮大会展等产业。
《商务部关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》	商务部	商服贸发[2011]463号，2011年12月20日	做大做强几个综合性龙头展会，搞好搞活若干个区域性重点展会，做精做实一批专业品牌展会，培育几个有一定影响力的境外展会，打造若干展览中心城市和核心展馆，造就一批大型办展实体和人才队伍，形成与国际水平接轨，服务体系完备、服务品质优良、市场竞争有序、专业化程度高的会展业发展格局。
《关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见》	中共中央办公厅	中发[2012]1号，2012年2月2日	举办多形式、多层次的农产品展销活动，培育具有全国性和地方特色的农产品展会品牌。
《关于加快发展对外文化贸易的意见》	国务院办公厅	国发[2014]13号，2014年3月3日	推动文化产品和服务出口交易平台建设，支持文化企业参加境内外重要国际性文化展会。

《关于进一步做好贸促系统会展工作的意见》	中国国际贸易促进委员会	贸促展[2014]715号，2014年9月10日	开展贸促系统“大会展”建设，用三至五年的时间，形成系统内横向联动、纵向提升、统一开放、协调有力的办会办展机制，集系统内外力量在境内外打造若干个具有平台作用、溢出效应和国际影响力的品牌会展项目，形成规范有效的办会办展模式。
《关于加快发展服务贸易的若干意见》	国务院办公厅	国发[2015]8号，2015年2月14日	支持企业赴境外参加服务贸易重点展会。积极培育服务贸易交流合作平台。
《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》	国家发展和改革委员会、外交部、商务部	2015年3月28日	继续发挥沿线各国区域、次区域相关国际论坛、展会以及博鳌亚洲论坛、中国—东盟博览会、中国—亚欧博览会等平台的建设性作用。支持办好丝绸之路（敦煌）国际文化博览会、丝绸之路国际电影节和图书展。
《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》	国务院	国发[2015]15号，2015年4月19日	到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，市场化、专业化展会数量显著增长，展馆投资建设及管理运营的市场化程度明显提高。加快“走出去”步伐，大幅提升境外组展办展能力。在国际展览业中的话语权和影响力显著提升，培育一批具备国际竞争力的知名品牌展会。定期发布引导支持展览会目录，科学确立重点展会定位，鼓励产业特色鲜明、区域特点显著的重点展会发展，培育一批品牌展会。支持中小企业参加重点展会，鼓励展览机构到境外办展参展。
《商务部办公厅关于切实做好取消部分展览项目行政审批事项后续衔接工作和试运行展览业信息系统的通知》	商务部办公厅	商办服贸函[2016]83号，2016年3月1日	做好取消省级商务主管部门负责的境内举办对外经济技术展览会办展项目审批后续衔接工作，加强展览业事中事后监管，优化政府服务。

3、开展业务主要履行的审批流程

（1）商务部门审批手续、具体流程

根据《国务院办公厅关于对在我国境内举办对外经济技术展览会加强管理的通知》（国办发[1997]25号）、《在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法》

（外经贸政发[1998]325号）、《关于重申和明确在境内举办对外经济技术展览会有关规定的通知》（外经贸贸发[2001]651号）以及《国务院对确需保留的行政审批项目设定行政许可的决定》（国务院2004年第412号）和《商务部服务贸易和商贸服务业司关于境内举办对外经济技术展览会办展项目审批事项服务指南》的相关规定，举办冠名“中国”、“中华”、“全国”等类似字样的对外经济技术展览会的单位，以及举办展期超过6个月对外经济技术展览会的单位，需要申请商务部就该境内举办对外经济技术展览会办展项目进行审批。此外，依照国务院办公厅关于对在境内举办对外经济技术展览会加强管理的通知》（国办发[1997]25号）、《在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法》（对外经贸政发[1998]325号）以及《关于重申和明确在境内举办对外经济技术展览会有关规定的通知》（对外经贸发[2001]651号）的规定，对地方单位主办的（不得冠以“中国”字样，可以使用地方性展览名称），由所在省、自治区、直辖市外经贸主管部门审批，报外经贸部备案；但根据《国务院关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》（国发[2016]9号）规定，自2016年2月3日起取消省级商务主管部门进行审批的“地方负责的境内对外经济技术展览会办展项目审批”，因此自2016年2月3日起，地方单位在境内举办对外经济技术展览会，如不冠以“中国”、“中华”、“全国”或类似字样，则不需要省级商务主管部门行政审批。

据此，发行人举办冠名“中国”、“中华”、“全国”等类似字样的对外经济技术展览会，或展期超过6个月的对外经济技术展览会的，需要省级商务主管部门报商务部核准，申请商务部就该境内举办对外经济技术展览会办展项目进行审批。如举办不冠以“中国”、“中华”、“全国”或类似字样的境内举办的对外经济技术展览会，在2016年2月3日以前需要取得省级商务主管部门的审批，在2016年2月3日以后，无需取得商务主管部门审批。

同时，根据商务部网站所进行的说明，商务部负责审批的是境内举办对外经济技术展览会，国内经贸展会如不涉外，不需要商务部办理行政许可。

申请商务部审批境内举办对外经济技术展览会办展项目的主要申请条件包括：①如主办单位为企业法人，所持有工商部门登记颁发的营业执照“经营范围”中须包含“展览展示”、“会展服务”等相关内容；主办单位如为社会团体法人或

事业单位法人，所持有的法人登记证书“业务范围”中须包含“展览展示”、“会展服务”等相关内容。②首次举办展会需至少提前 6 个月提交申请材料；非首次举办展会需至少提前 3 个月提交申请材料。③申请举办冠名“国际”的对外经济技术展览会，境外参展商比例须达到 20%以上。④地方单位申请举办冠名“中国”的对外经济技术展览会，须满足下列条件：A、连续举办两届以上；B、上届展览会面积超过 10000 平方米；C、境外参展商（不包括境内外商投资企业）比例达到 20%以上；D、国内参展企业来自除举办所在地省（区、市）以外的三个以上省（区、市），且其比例达到 20%以上。⑤在北京以外地区举办的，主办单位需事先征得举办地商务主管部门同意。

申请商务部审批境内举办对外经济技术展览会办展项目的具体流程如下：①网上预审批，申请单位登陆商务部业务系统统一平台企业端（<http://ecomp.mofcom.gov.cn/loginCorp.html>），在展会管理板块中提交申请材料。未通过预审批的，申请单位根据系统通知完善或补充材料后重新提交；②预审批通过后，申请单位将纸质材料递交商务部行政事务服务中心，并领取受理单；③商务部服务贸易和商贸服务业司进行审核；④审核通过后，商务部下发批件；⑤展览会举办后一个月内，申请人应通过商务部业务系统统一平台企业端展会管理板块提交展会总结。⑥批件下发后，批复同意举办的展会名称、主办方、办展地点、展览内容等要件之一有变化的，申请人应在展会举办前履行变更手续。

（2）公安部门审批手续、具体流程

发行人举办展会如达到大型群众性活动标准，则应当取得相应的公安机关的安全许可。

依照《大型群众性活动安全管理条例》（国务院令 505 号）规定，大型群众性活动包括法人或其他组织面向社会公众举办的每场次预计参加人数达到 1000 人以上的展览、展销等活动。大型群众性活动的预计参加人数在 1000 人以上 5000 人以下的，由活动所在地县级人民政府公安机关实施安全许可；预计参加人数在 5000 人以上的，由活动所在地设区的市级人民政府公安机关或者直辖市人民政府公安机关实施安全许可；跨省、自治区、直辖市举办大型群众性活动的，由国务院公安部门实施安全许可。

此外，依照《消防法》规定，举办大型群众性活动，承办人应当依法向公安机关申请安全许可，制定灭火和应急疏散预案并组织演练，明确消防安全责任分工，确定消防安全管理人员，保持消防设施和消防器材配置齐全、完好有效，保证疏散通道、安全出口、疏散指示标志、应急照明和消防车通道符合消防技术标准和管理规定。

根据《大型群众性活动安全管理条例》，申请大型群众性活动安全许可的主要流程如下：①承办者应当在活动举办日的 20 日前提出安全许可申请，申请时，应当提交下列材料：A、承办者合法成立的证明以及安全责任人的身份证明；B、大型群众性活动方案及其说明，2 个或者 2 个以上承办者共同承办大型群众性活动的，还应当提交联合承办的协议；C、大型群众性活动安全工作方案；D、活动场所管理者同意提供活动场所的证明；E、依照法律、行政法规的规定，有关主管部门对大型群众性活动的承办者有资质、资格要求的，还应当提交有关资质、资格证明；②公安机关收到申请材料应当依法做出受理或者不予受理的决定。对受理的申请，应当自受理之日起 7 日内进行审查，对活动场所进行查验，对符合安全条件的，做出许可的决定；对不符合安全条件的，做出不予许可的决定，并书面说明理由。③对经安全许可的大型群众性活动，承办者不得擅自变更活动的时间、地点、内容或者扩大大型群众性活动的举办规模。承办者变更大型群众性活动时间的，应当在原定举办活动时间之前向做出许可决定的公安机关申请变更，经公安机关同意方可变更。承办者变更大型群众性活动地点、内容以及扩大大型群众性活动举办规模的，应当依照本条例的规定重新申请安全许可。承办者取消举办大型群众性活动的，应当在原定举办活动时间之前书面告知做出安全许可决定的公安机关，并交回公安机关颁发的准予举办大型群众性活动的安全许可证件。

（3）上述审批手续的办理情况

①对外经济技术展览会

自 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日期间，发行人合计举办自办展 63 场。其中：

A、冠以“中国”、“中华”、“全国”等类似字样的对外经济技术展览会

根据《主要展会客户清单》，自 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日期间，发行人及其下属子公司共计举办冠以“中国”、“中华”、“全国”等类似字样的对外经济技术展览会合计 21 场，该等展会需要申请商务部就该境内举办对外经济技术展览会办展项目进行审批。发行人已就其中的 11 场展会取得的商务部审批批复文件。

B、在 2016 年 2 月 3 日以前，举办的不冠以“中国”、“中华”、“全国”或类似字样的境内举办的对外经济技术展览会

根据《主要展会客户清单》，自 2015 年 1 月 1 日至 2016 年 2 月 3 日期间，发行人及其下属子公司共计举办 5 场不冠以“中国”、“中华”、“全国”等类似字样的对外经济技术展览会，该等展会均已取得省级商务主管部门审批。

C、法律责任及合规证明

发行人及其下属子公司所在地主管部门出具证明，其未依法履行举办境内对外经济技术展所应履行的审批程序未受到过行政处罚。

②大型群众性活动安全许可

发行人举办上述会展活动之前，均会向公安部门申请办理大型群众性活动安全许可，但公安部门档案公示系统不能提供检索核查功能，公司未能如数提供全部许可批准文件。针对该情况，保荐机构和律师对发行人举办展会所在地的公安部门进行了电话访谈。

保荐机构及发行人律师经核查后认为，报告期内，公司及下属子公司于自主举办展会前均已向公安主管部门申请办理大型群众性活动安全性许可审批，并已取得批准，公司及下属子公司不存在因未办理大型群众性安全性许可审批而遭受主管部门处罚的情形。

（二）行业发展概况

1、国内会展行业发展历程

国内会展业起步较晚。长期以来我国的展会基本由政府部门、协会商会、国有展览公司举办，政府对展会的管制严格，举办展会需要进行严格的审批。从2004年开始，我国的会展业才逐步进入市场化的阶段。

（1）起步阶段（1949-1978年）

1951年中国首次参加“莱比锡春季博览会”，标志着新中国会展业发展的开端。1953年中国贸促会接待了“德意志民主共和国工业展览会”，这是新中国成立后接待的第一个来华展览会。1957年中国进出口商品交易会（2007年前为中国出口商品交易会，简称“广交会”）开始举办，是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。这一时期，出国展和来华展都取得了长足的发展。总的来说，起步阶段的展会数量少，专业化程度和组织水平不高。

（2）发展阶段（1978-2004年）

1978年伴随着中国经济体制改革的逐步深入和对外开放的不断扩大，中国展览业迎来了蓬勃发展时期。1978年中国贸促会在北京成功举办了“十二国农业机械展览会”，这是建国后我国首次举办国际博览会。1986年中国贸促会组团参加瑞士“巴塞尔样品博览会”，标志着中国展览业开始与现代国际展览业接轨。2001年，德国三大会展巨头与上海浦东土地发展（控股）公司共同投资兴建上海新国际博览中心，标志着国际会展巨头大举进入中国市场的序幕正式拉开。中国初步形成了自主办展、来华展、出国展并驾齐驱，政府或相关部门、协会/商会、国有展览公司、民营展览公司、合资展览公司等多主体办展的格局，但是政府或相关部门、协会/商会、国有展览公司占据绝对主导地位。

（3）深化阶段（2004年至今）

随着国家深化行政审批制度改革，推动简政放权工作，展会审批逐步取消，具体如下：

时间	颁发单位	文件名称	内容
2004年2月29日	海关总署、商务部	《海关总署、商务部关于在我国境内举办对外经济技术展览会有关管理事宜的通知》	取消对境内举办对外经济技术展览会的主办和承办单位资格审批

2010年7月4日	国务院	《国务院关于第五批取消和下放管理层级行政审批项目的决定》	取消工商局对商品展销会的审批
2016年2月3日	国务院	《国务院关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》	取消省级商务主管部门进行审批的“地方负责的境内对外经济技术展览会办展项目审批”

同时，国家出台了一系列鼓励政策推动我国会展业发展，包括《国务院关于加快发展服务业的若干意见》（2007年）、《文化产业振兴规划》（2009年）、《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》（2011年）等。2015年国务院公布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》，第一次从国家层面明确提出要全面深化展览业管理体制改革的，加快展览业发展。

国家对展览行业的管制逐步放开，并积极推动展览业的发展。展览行业发展迅速，民营展览公司迅速发展，市场地位逐步增强。

2、国内会展行业发展概况

（1）会展业成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台

近年来，我国展览业快速发展，已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，在我国经济社会发展中的作用日益凸显。2015年国务院印发《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发〔2015〕15号），这是国务院首次全面系统地提出展览业发展的战略目标和主要任务。

会展业的发展对所在产业和地区经济、社会发展有较强的推动作用。会展业不仅可以有效促消费、扩内需，还有利于促进城市服务水平以及基础设施建设水平的提升，提高一个城市的管理水平、文明程度和知名度、美誉度。同时，会展业有助于实体产业技术的更新和结构的提升。会展业已成为展示大国外交的重要平台。随着经济全球化水平的不断提升，会展行业在促进贸易往来、技术交流、信息沟通、经济合作及增加就业等方面发挥着日益重要的作用。

2018年4月10日国家主席习近平出席博鳌亚洲论坛2018年年会开幕式时强调：“今年11月，我们将在上海举办首届中国国际进口博览会。这不是一般性的会展，而是我们主动开放市场的重大政策宣示和行动。”振威展览作为中国

会展行业领先企业受商务部委托负责中国国际进口博览会服务贸易展区新兴技术板块的招展协调和服务相关工作。

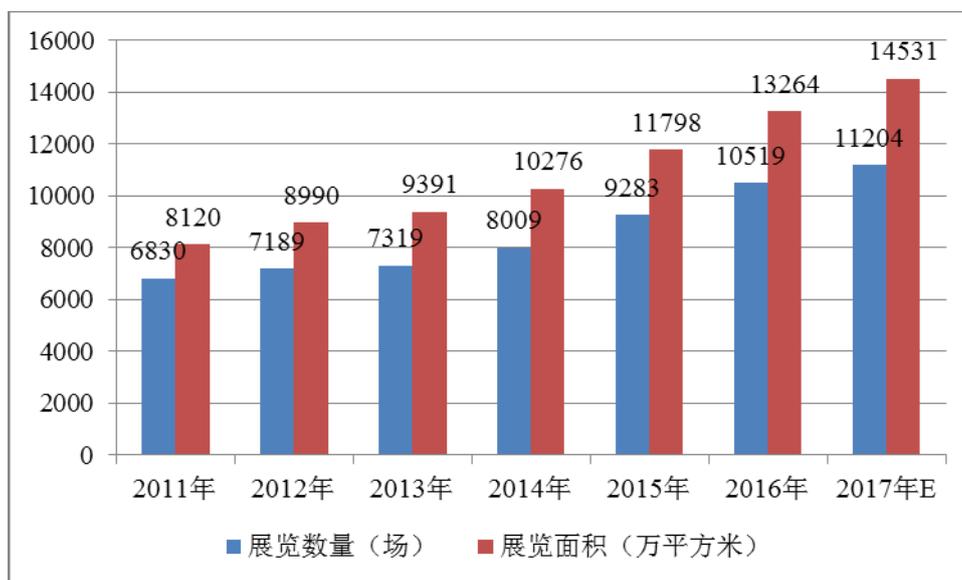
（2）会展产业已成为国内一线城市重要支柱产业

展览业作为投资与贸易的重要平台，不仅能够有效推动产业和消费增长，而且作为现代高端服务业的重要组成部分，对举办城市的住宿餐饮、交通物流、广告传播以及旅游购物等行业均具有明显的拉动效应。目前越来越多的城市开始重视展览业的发展，为展览业稳定发展注入了更多的增长动力。会展业对于促进供给侧结构性改革有着非常大的引领作用。展览会为生产者和消费者打造了一个平台，对于生产有较强的引领和带动作用，为社会经济的发展注入新的活力，从而为展览业的持续增长带来新的机遇。国内一线城市如北京、上海、广州、深圳等等均出台文件，促进会展业的改革发展。会展产业已成为国内一线城市重要支柱产业。

（3）我国会展业规模持续增长，会展经济产值不断扩大

2011-2016年，我国举办各类展览数量从6,830场上升到10,519场。展览面积从8,120万平方米上升到13,264万平方米。展览面积增长快于展览项目增长，单位项目规模扩大，展览行业效益向好。

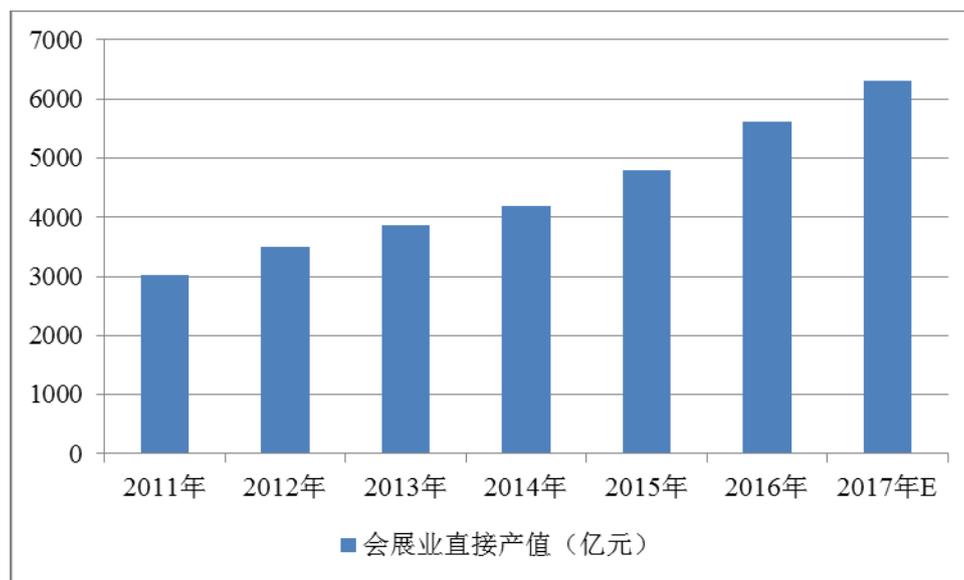
2011-2017年全国会展展览数量及面积情况统计



数据来源：商务部、中国会展经济研究会

随着会展业办展数量和办展面积的快速增长，相应会展经济产值也实现大幅增长。根据商务部等机构的统计数据，2011年会展经济直接产值仅为3,016亿元，到2016年增加到5,612亿元。

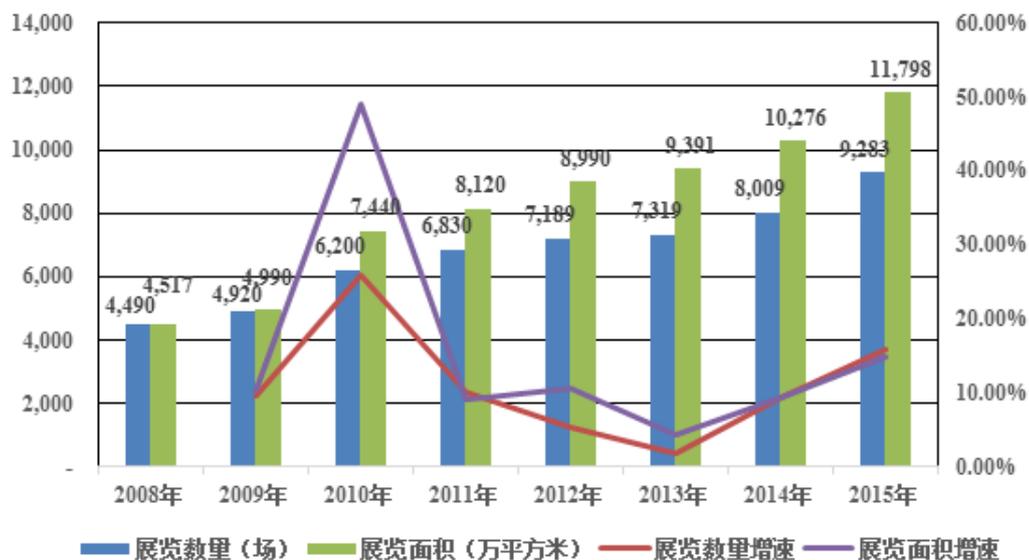
2011-2017年全国会展业直接经济产值统计



数据来源：商务部、中国会展经济研究会

（4）会展行业初具规模，由数量扩张型向质量提升型内涵发展转变

经过十余年的快速发展，我国会展业已初具规模。根据中国会展经济研究会发布的《中国展览行业发展报告（2016）》，2015年全国共举办各类展会9,283场，展览面积11,798万平方米，会展经济直接产值达到4,803.1亿元人民币，约占全国国内生产总值的0.71%，占全国第三产业增加值的1.41%。2008年至2015年，国内会展场次数量和展览面积均实现了稳步增长，具体情况如下：



资料来源：中国会展经济研究会历年《中国展览行业发展报告》

根据上述统计，境内展览除了总体保持增长趋势之外，展览面积增速快于展览数量增速，单个展会展出规模扩大，规模经济效应明显增强。会展业发展方式发生质的飞跃，由数量扩张型向质量提升型内涵发展转变。2015年，全国超过10万平方米的展会项目124个，比2014年增加了16个，其中最大展会展出面积达到118万平方米。以会展业发展程度相对较高的上海为例，与2014年相比，上海市2015年展览数量减少20个，但展览面积增加近232.55万平方米。2015年上海单一展览总体平均超过2万平方米，展会规模经济效益明显。

（5）组展单位趋向市场化，行业集中度相对较低

从会展组展单位性质来看，国内组展单位可划分为党政机关、行业协会、外资企业和国内企业四大类型。按照贸促会的统计，2016年全国会展行业办展主体中共有国内企业1,406家，较2015年增加80家，占比57.13%；共有行业协会863个，较2015年增加424家，占比35.07%；共有151个党政机关，较2015年增加9家，占比6.14%；共有41个外资企业，较2015年减少37个，占比1.67%。国内企业和行业协会型组展单位数量不断增长，而党政机关和外资企业型的组展单位数量增长较小或有所下降。

国内会展市场集中度相对较低，大部分组展企业规模实力相对较弱，举办的

会展数量及会展面积有限。根据贸促会的统计，2016年近七成展览会面积在1-5万平方米之间，其中1-3万平方米的小规模展会占据主流。面积在1-3万平方米的展览会共有1310个，约占已知面积展览会总数量的52%；面积在3-5万平方米的展览会共有482个，约占已知面积展览会总数量的19%。

3、国际会展行业发展概况

（1）欧美会展业整体实力领先，行业发展重心向中国等新兴市场迁移

一国会展业实力及发展水平与该国的综合经济实力、经济总体规模及其发展水平相对应，发达国家凭借各个方面的优势在会展业中处于主导地位并向世界各地扩张。作为世界会展业的发源地，欧洲会展业整体实力及规模均最强大，德国等欧洲国家相继成为世界知名的会展强国。

伴随着亚洲、非洲和拉丁美洲等新兴市场的经济发展，国际会展产业出现了重心由发达国家向发展中国家转移的趋势。由国家商务部和上海市合作共建的会展研究专门机构上海会展研究院（简称SMI）发布的《中外会展业动态评估研究报告2016》创立了会展指数（SMI）综合评价，中国位列第二台阶，排名全球第二，是世界会展新兴大国，仅次于德国，远超意大利、美国等老牌强国。中国等新兴市场逐渐成为世界展览业发展重心。

（2）国际会展业呈现品牌化、集团化，并加速国际化及信息化扩张趋势

依托于所在城市及区域的产业，发达国家主要会展地区与其本身的产业发展特点紧密相关，并形成了品牌效应。国际上诸多著名展会依托当地优势产业发展，如巴黎时装文化展览会、汉诺威工业博览会、杜塞尔多夫国际印刷包装展等，上述专业展览会使得举办城市在国际会展上积累了较强的影响力，并打造了当地城市的会展品牌。

展览规模直接跟展览效果及经济效益相关，展会大型化、集团化、品牌化已成为国际展览业的发展趋势。发达国家的领先会展企业不断通过跨题材、跨区域兼并收购或强强联合的方式来扩大各自的展会规模，提高市场份额，并形成了多个展览集团如英国励展博览集团、德国汉诺威展览公司、意大利米兰国际展览公

司等。

随着信息技术的不断发展，会展公司开始引入现代信息管理系统。国际领先的会展公司如德国汉诺威展览公司通过全球网上业务信息系统，建立以客户关系管理为基础的网络数据互动平台，并通过互动平台共享会展信息，实现“点对点、多对多”对话，帮助参展商将客户资源、销售管理、市场服务、营销决策整合起来提高效率；帮助专业观众把握行业动态，建立伙伴关系，实现线上与线下结合，深化营销沟通；帮助相关媒体获取会展信息，实时动态传播，助力品牌营销。

（3）会展业受到世界各国政府的重视，国际组织活跃

会展行业起源于 19 世纪中叶在英国举办的首届世界博览会，并迅速发展成为一个新兴产业，被世界各国所重视。经过多年的发展，欧美发达国家的会展业已经成为成熟的产业，在组织管理、市场拓展、品牌扩张等方面都积累了丰富的经验，并在行业内倡导形成了国际展览局（BIE）这一政府间国际组织及国际展览业协会（UFI）、国际展览与项目协会（IAEE）、独立组展商协会（SISO）等国际性行业协会组织。根据上述组织及协会官方网站的介绍资料，其基本情况如下：

组织或协会	基本情况
国际展览业协会（UFI）	原名国际展览联盟（Union des Foires Internationales，简称 UFI），由 20 家主要展览公司于 1925 年在米兰发起成立，此后不断吸纳展览馆、会展公司、贸易协会、展览服务机构、展览媒体及其他会展行业相关的机构，并对展览公司及展会项目进行 UFI 认证。2003 年，UFI 更名为国际展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry），并继续沿用 UFI 标志和简称。
国际展览局（BIE）	国际展览局（Bureau of International Exhibitions，简称 BIE）是协调、管理、举办世界博览会的政府间国际组织，根据《国际展览会公约》于 1931 年成立，总部位于巴黎，宗旨是通过协调举办世界博览会，促进世界各国经济、文化和科学技术的交流和发展，目前主要举办世博会（World Expos）、国际专业博览会（International Specialized Expos）、园艺博览会（Horticultural Exhibitions）和米兰三年展（Triennale di Milano）四类展会项目。
国际展览与项目协会（IAEE）	前身为成立于 1928 年的国际展览管理协会（International Association for Exhibition Management，简称 IAEM），总部位于美国达拉斯，2006 年更名为国际展览与项目协会（International Association of Exhibitions and Events，简称 IAEE），目前共有 6700 家会员，其中有近 1300 家是展览组织。2006 年中国贸促会（CCPIT）以团体会员的身份加入 IAEE。

独立组展商协会（SISO）	独立组展商协会（The Society of Independent Show Organizers，简称 SISO）由 12 家展览公司牵头于 1990 年成立，是世界上有影响、实力雄厚的展览会组织者协会，总部设在芝加哥，在全球拥有 170 家会员，该协会的会员每年在全世界举办 3000 多个贸易展览会。
---------------	--

由于会展业对国家经济及国际贸易具有明显的促进作用，会展业受到世界各国政府的重视。许多国家将会展行业作为国家经济贸易发展的重要环节，设立了全国性的展览管理组织以促进会展业的发展，如德国展览业协会（AUMA）、美国展览服务与承包商协会（ESCA）等。

（三）行业竞争格局、市场化程度、主要企业情况

1、行业竞争格局

从全球范围来看，欧美发达国家在国际会展业的竞争中占据绝对竞争优势，大多数发达国家拥有开展会展活动的良好基础，办展经验丰富，品牌展会众多，会展业竞争力强。而发展中国家的会展产业相对于发达国家在行业管理体制和企业运作机制上仍存在明显差距，产业国际竞争力相对缺乏。欧洲会展企业整体实力雄厚，德国、英国、法国、意大利等国家的会展企业出现了国际化、大型化、集团化的发展趋势，通过在海外设立办事机构、子公司或合资公司为全球各国及地区提供会展全方位服务；并不断开展跨区域、跨主题的同行业兼并重组，行业集中度及品牌影响力持续提升。

相对国际会展行业中知名会展企业占据主要市场份额，国内会展行业目前市场集中度仍然相对较低，绝大部分会展企业仅有 1 到 2 个会展项目。在行业主要企业中，中国对外贸易中心（集团）等国有会展企业历史悠久实力较强，举办会展项目涉及的行业分布较广，经营范围涵盖上游展览馆运营环节，并已开始尝试境外自主办展向国际市场发展，因此在行业中占据领导地位。民营会展公司抓住行业发展机遇，在部分细分行业或新兴产业中举办的会展项目逐渐形成了较强的影响力，位居行业第二梯队。自 2004 年商务部首次允许外资会展企业在中国办展招商以来，国内会展业开始受到国际会展龙头企业的冲击。2008 年后，受金融危机的影响，发达国家会展市场出现萎缩，越来越多的国际会展企业通过设立

办事机构、子公司或合资公司等方式进入中国并抢占高端市场，对尚处于快速成长期的国内会展企业形成较大的竞争压力。

2、行业市场化程度

我国会展业发展早期由政府主导，这种模式在行业发展初期对推动社会经济发展发挥了重要作用。但随着经济及现代会展业的不断发展，政府主导型的发展模式越来越难以适应会展行业发展需求。随着政府不断简政放权，政府、协会商会、会展企业各个主体职能进行重新定位，一方面表现为加大政府向社会购买服务的力度，建立政府办展退出机制；另一方面表现为建立符合市场机制的竞争环境，引导会展行业健康有序发展。随着我国逐步规范和减少政府办展，鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，会展行业的市场化程度将持续上升。

3、行业内主要企业情况

我国的会展企业有国有企业、外资企业和民营企业，主要企业具体情况如下：

（1）国有企业

序号	企业名称	国内展览业务基本情况
1	中国对外贸易中心（集团）	隶属于商务部，自 1957 年随中国进出口商品交易会（又称广交会）创办而成立以来，一直负责承办广交会；在非广交会期间，主办和承办各种展览会、博览会、洽谈会，如中国（广州）国际家具博览会、中国（广州）国际汽车展览会、马来西亚中国进出口商品展览会暨投资洽谈会等；同时拥有并经营亚洲最大、世界前列的现代化展馆广交会展馆。
2	中国对外贸易广州展览总公司	成立于 1985 年，是国家商务部下属中国对外贸易中心（集团）的直属全资子公司，业务板块包括家具类、建材类、工业类和境外展，如中国（广州）国际家具博览会、中国（广州）国际建筑装饰博览会、中国广州国际工业自动化技术及装备博览会、中国-东盟（泰国）商品贸易展览会、中国品牌商品非洲展等。
3	中国国际展览中心集团公司	简称中展集团，成立于 1985 年，隶属于中国国际贸易促进委员会，现已发展成为集展馆经营、国内组展、海外出展、展览工程于一身，业务范围成龙配套的集团企业。

资料来源：各公司官方网站

（2）外资企业

序号	企业名称	国内展览业务基本情况
----	------	------------

1	亚洲博闻有限公司	隶属于伦敦股票交易所上市的博闻公司（UBM），是亚洲最大的展会主办单位，涵盖酒店及休闲、标识及照明、制药及医疗、家具等领域。
2	法兰克福展览（上海）有限公司	成立于 2002 年，在交通运输及物流、纺织品及纺织技术、技术和制造、娱乐、媒体及制作和消费及休闲用品领域品牌优势明显，国内主要展会包括上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会、广州国际照明展览会、中国国际纺织面料及辅料博览会、中国（上海）国际乐器展览会等。
3	英国励展博览集团	在国内拥有九家成员公司：励展博览集团中国公司、国药励展展览有限责任公司、励展华博展览（深圳）有限公司、北京励展华群展览有限公司、上海励欣展览有限公司、北京励展光合展览有限公司、励展华百展览（北京）有限公司、河南励展宏达展览有限公司和上海励扩展览有限公司。
4	汉诺威米兰展览（上海）公司	为汉诺威米兰国际展览有限公司的全资子公司，在国内举办展会涉及汽车、工业自动化、装备制造、旅游等领域，并邀请中国企业前往德国、意大利、印度、土耳其、俄罗斯、美国及加拿大等国家参加汉诺威旗下涉及二十余个主题的六十多项专业贸易展览会。

资料来源：各公司官方网站

（3）民营企业

序号	企业名称	国内展览业务基本情况
1	深圳市华巨臣实业有限公司	成立于 2003 年，主要运作茶博会、酒博会和珠宝展等。
2	青岛海名国际会展有限公司	成立于 2000 年，主要运作中国国际珠宝首饰展览会、山东纺织博览会、青岛健康产业博览会等。

资料来源：各公司官方网站

（四）行业特有的经营模式及盈利模式

会展业属于商务服务业，在经营模式方面，行业多数企业为轻资产运营，重视会展专业人才、品牌和会展项目策划运作经验，在新会展项目的研发、项目运营、品牌宣传和市场拓展方面的投入比重较高，而在土地、厂房及生产设备上投入较小，因此固定资产比重较低。同时，由于会展项目运营前期需要投入大量资金，会展企业通常保持较大的货币资金规模，以维持会展项目正常运营。

针对自有品牌的会展项目，会展企业依靠自身经验及对市场前景的判断进行项目策划，完成参展商招展、观众拓展、展馆租赁等项目运营工作，并收取参展商的展位费等收入。针对承办展项目，会展企业凭借其办展经验、在特定领域内

的客户资源及品牌优势获得政府的委托，承办项目进行招展运营，并收取政府支付的承办费及参展商支付的展位费等收入。

目前，国内外领先会展企业盈利模式呈现多元化的发展趋势，部分规模较大的会展企业已将盈利模式从单一的会展服务延伸至展馆运营，例如德国汉诺威展览公司拥有并运营全球最大的展览场馆——汉诺威展览中心，法兰克福展览公司在法兰克福拥有并运营多个展厅和会议中心；而国内会展企业如中国对外贸易中心（集团）拥有并运营亚洲最大的现代化展览中心——中国进出口商品交易会展馆（即广交会展馆）。随着会展业集中度逐渐提高，会展企业将有可能通过自建或收购等方式增加展馆等固定资产，从而改变目前会展业务的单一经营模式及轻资产运营模式。

（五）公司市场地位

公司是全国会展业标准化技术委员会委员单位、UFI 全球董事会成员、中国会展经济研究会副会长单位、中国国际商会会展委员会副主席单位。

公司目前是国内办展数量最多、组展范围涵盖行业最广的展览公司之一，其中所举办的石油展是全球最大的石油展之一。公司所举办的北京石油展等七个展会为 UFI 认证的展会，是目前国内展会数量认证最多的民营展览公司。新疆农业会等五个展会为商务部重点引导支持展会，是入选数量最多的公司之一。天津制博会等四个展会为商务部批准展会。

公司未来将继续以能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业作为会展项目的发展重点，继续扩大在上述领域的影响力，强化公司展会运营能力、提高客户拓展服务水平、进一步巩固公司在相关行业会展服务的优势地位。

（六）公司技术水平及技术特点

会展业运用的技术主要在参展商招展、展馆陈列、展品展示、观众管理等方面。在参展商招展环节，会展企业借助CRM等信息技术手段，优化业务流程，管理客户信息等数据资产，有针对性地对客户进行营销。

在展览展示环节，通过组合应用视频、音频、动画、图片、文字等多媒体技术，在视觉、听觉以及其他感官和行为方面提高展品对象给观众的印象。在观众管理方面，会展企业针对具体展会项目开发观众在线注册系统对观展商进行有效管理，还可以通过该系统向参展观众发送关于展会的参展商资料、展会实时新闻。

随着信息技术不断发展，会展企业开始整合现有虚拟展会资源，在展览会中引进移动互联、在线展示等应用技术，发展基于互联网的新型展览业态；依托实体展会建设网络展示平台，实现“互联网+展览”升级；完善网上营销推广等配套服务，实现线上虚拟展会与线下实体展会互补融合。

公司所应用的技术及技术水平与会展业总体水平相一致。

（七）行业未来发展趋势

1、国家政策鼓励展览业加速发展，行业向市场化方向改革

会展业具有影响面广、关联度高、发展潜力大等特点，对于推动国民经济和社会发展具有重要意义，在带动经济增长、扩大市场消费、促进经贸合作、增加社会就业、推动城市建设等方面发挥着积极作用。2015年中国展览业迎来了加快转型发展的转折点，国务院于4月发布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》，首次从国家层面针对展览业的改革发展进行部署，具有重大意义。意见强调，促进展览业改革发展，坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局。到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。严格规范各级政府办展行为，减少财政出资和行政参与，逐步加大政府向社会购买服务的力度，建立政府办展退出机制。放宽市场准入条件，着力培育市场主体，加强专业化分工，拓展展览业市场空间。随后，部分省市相继发布支持展览业发展的相关政策实施文件。2015年10月，商务部牵头建立了促进展览业改革发展部际联席会议制度，将展览业作为发展现代服务业的重要组成部分。随着政府不断简政放权，鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，会展行业的市场化程度将持续上升。

2、展会行业分布逐步拓展，创新会展项目存在增长空间

我国会展行业正在完成专业化和市场化转型，展会的选题逐步受到行业发展潜力和会展服务需求的影响。会展服务由过去主要面向重工业、煤炭能源等传统行业，逐步将影响渗透入各行各业。由于目前国内宏观经济正在进行结构调整，部分过剩产业处于去产能阶段，相关行业景气度低迷；而消费品行业、新兴产业保持相对良好的增长趋势。预计建筑材料、钢材、煤炭等展会举办历史较长、景气程度低迷的会展市场将面临更为激烈的竞争，而消费产品、服务业、新兴产业等行业的会展项目将存在较大的增长空间。

3、现代信息技术在展会中的渗透程度加深，会展运营效率有效提升

移动互联网及云计算等现代信息技术不断与国民经济各个行业融合发展，也将成为推动展览业创新发展的驱动力。根据贸促会《中国展览经济发展报告（2016）》，近两年，会展业信息化水平显著提高。随着移动互联网的兴起，“自媒体”蓬勃发展，微博、微信等即时通信工具成为人们获取信息的重要来源，会展业也顺应形势开始建立官方微博、官方微信、公众号，及时发布展览资讯并与客户开展互动交流。展会官网、官方微博、官方微信使用率大幅增长，公众号、专业化信息平台等方式得到普遍应用。然而，互联网对会展业发展的冲击远不仅于此，“互联网+”作为推动会展业新一轮转型的外在动力，将对传统会展业形成具有变革意义的冲击和倒逼，刺激会展商业模式主动调整，变革服务边界，提高服务效率和服务质量，进一步深化改革，再造产业链条，重构产业格局。

4、会展业趋向品牌化发展，服务范围呈现多元化

品牌是会展业发展的灵魂，实现品牌化发展是国内会展企业竞争力得以提高的必由之路。目前，国内已经涌现一批初具规模及品牌影响力的会展企业和会展项目，但与德国、英国、意大利、法国等会展强国的国际知名会展公司及品牌展会相比，其品牌知名度仍存在差距。因此，品牌化将是未来一段时间内中国会展业发展的重要趋势。

在服务范围上，国际会展业正在向多元化方向发展，包括展会项目的多行业化、经营服务的多样化等。随着会展业持续蓬勃发展、会展企业经营实力进一步

增强，国内主要会展企业和外资会展企业逐步通过收购优质会展运营商、新设会展项目等方式拓展行业布局；经营服务也将从单一专业会展策划、运营延伸至场馆搭建、展馆运营等展览相关领域。

（八）公司的竞争优势与劣势

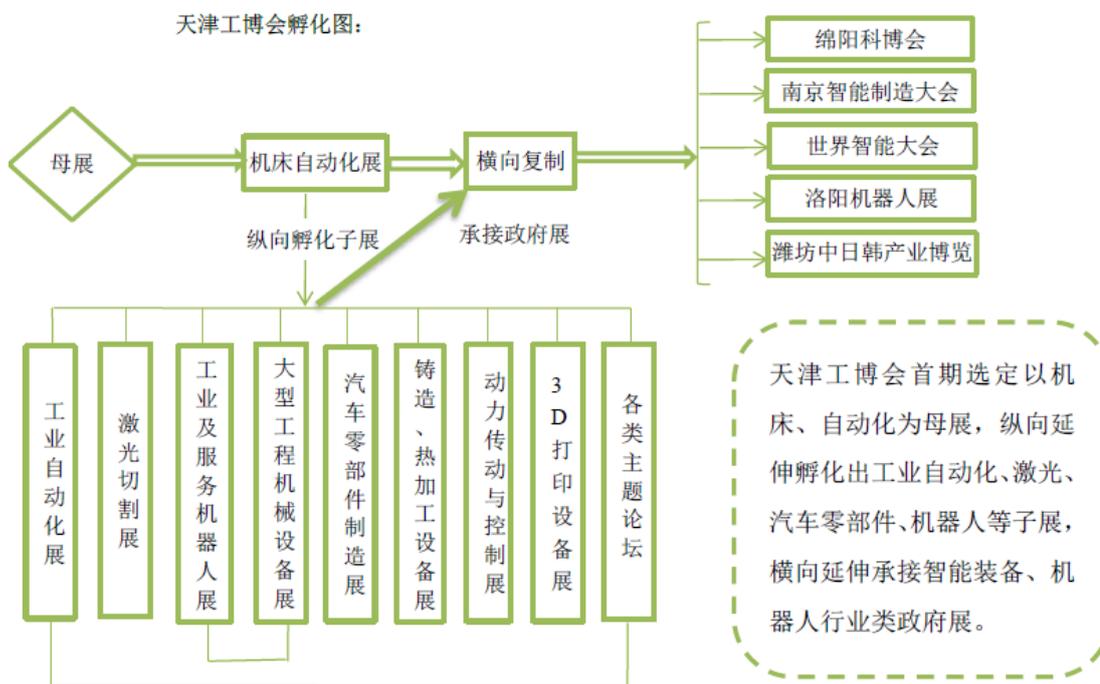
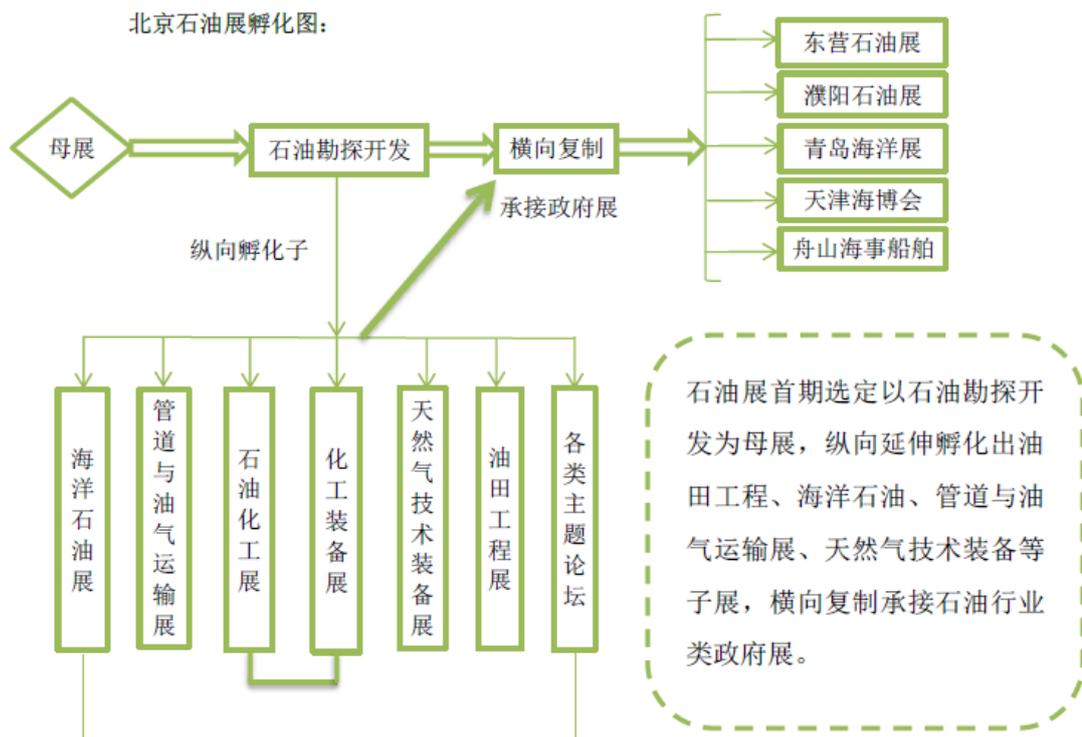
1、公司的竞争优势

（1）成熟的行业布局和展会孵化复制能力

公司拥有完善的行业布局，在展会孵化和复制方面具有先发优势。公司定位于综合会展服务商，所运营的会展项目覆盖高端装备制造、生物科技、新能源产业、节能环保、能源装备等战略性新兴产业领域。以上行业覆盖国民经济发展的主要行业，产业链较长，具有较强的行业带动能力，是经济发展的主要动力。

公司展会具有较强的孵化能力。公司通过展会的长期举办，深入挖掘展会题材，在行业上下游、行业周边，以及替代性行业等设立专业板块展会。随着专业板块展会做大做强，公司将会把专业板块展会提升为主展会。如公司在北京石油展的基础上孵化出北京国际海洋石油天然气展览会、北京国际石油天然气管道建设与油气储运技术装备展览会、北京国际天然气技术装备展览会等展会，在天津制博会的基础上孵化出天津国际机床展览会、天津国际工业机器人展览会、天津国际工业自动化技术装备展览会等展会。

同时，公司展会具有较强的复制能力。公司与客户、参展商建立了良好的合作关系，因此可以在现有展会成功举办的基础上，在不同的城市举办相同行业的展会。公司在北京石油展的基础上复制出了上海石化展、东营石油展等展会，在天津制博会的基础上复制出了绵阳科博会、南京智能制造大会、世界智能大会等。



（2）较高的行业地位和品牌影响力

发行人作为国内较早从事专业会展服务的企业之一，已经树立了良好的品牌形象，具有较好的美誉度。发行人在行业内形成了较强的影响力，子公司北京振威是中国会展经济研究会副会长单位、中国国际商会会展委员会副主席单位、

UFI 成员。发行人策划并主办的多个会展项目已在相应行业形成了较高影响力及品牌知名度，赢得了庞大稳定的客户群。

发行人是国内最早取得 UFI 认证的民营展览公司，也是目前取得 UFI 认证国内展会数量最多的民营展览公司，拥有 7 个经 UFI 认证的展会项目，具体如下表所示：

序号	展会英文名称	展会中文名称	认证时间
1	China International Petroleum, Petro-chemical & Automation Technical Equipment Exhibition, China International Pipeline Industry & Explosion Protection Industry (CIPPE/CIPCA/CIPE/EXPEC)	中国国际石油石化及自动化技术设备展&中国国际管道工业、防爆工业展	2005 年 4 月
2	The China (Tianjin) International Machinery Industry Equipment Expo	中国（天津）国际机械工业装备博览会	2013 年 11 月
3	China (Tianjin) International Machine Tool Exhibition (IMTE)	中国（天津）国际机床展览会	2014 年 7 月
4	China (Tianjin) International Industrial Automation Technology & Equipment Exhibition (CIAI)	中国（天津）国际工业自动化技术装备展览会	2014 年 7 月
5	China (Xinjiang) International Agriculture Fair	中国新疆国际农业博览会	2014 年 7 月
6	China (Xinjiang) International Coal Industry Exhibition	中国新疆国际煤炭工业博览会	2014 年 7 月
7	China Xinjiang International Mining Expo	中国新疆国际矿业博览会	2016 年 4 月

UFI 认证展会国际认可度较高，在会展行业具有较强的品牌影响力和公信力。公司举办的新疆农业会等五个展会为商务部重点支持展会，天津制博会等四个展会为商务部批准展会。上述经认证或批准的展会项目与发行人的行业地位及品牌影响力相得益彰，成为发行人重要的竞争优势。

（3）专业的办展经验和观众组织能力

发行人自成立以来一直专注于专业会展服务，在能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等领域积累了丰富的展会举办经验，成功运作了北京石油展、天津制博会等较高知名度及较强影响力的展会项目，并承办了绵阳科博会、东营石油展等展会项目。上述策划运作大型自办展会及承办展会项目的成功经验，有

利于公司后续扩张自办展项目及承办展会项目，从而促进公司良性发展。

发行人是国内最早组建独立、专业观众组织部门的公司之一，观众组织部门的组建发挥了重要作用。观众组织部门负责专业买家、专业观众的邀请、接待、回访工作，专门针对参展商，采用“一对一”的精准配对，组织与之匹配的专业采购商，与参展商沟通、洽谈，使之实现高效配对，促成交易，提高展会效果。专业观众资源是专业性展览会长期稳健发展的核心资源之一。通过长期的组织，公司在能源装备、工业制造等各个领域积累了大量优质、对口的观众资源，对客户更具粘性。

2、公司的竞争劣势

（1）融资渠道单一

公司目前融资渠道主要依靠股东投入及外部投资者增资。公司为轻资产运营模式，固定资产规模较小，难以通过银行信贷方式取得融资，制约了公司发展速度。公司近年来依赖内生增长的累计利润增加及外部投资者的新增资本投入仍然难以满足公司跨越式发展的需求，使得公司在经营规模、营销网络、信息化建设、新项目拓展、国际市场开拓、人才引进等方面与国际大型会展企业相比存在明显劣势。

（2）国际化水平较低

欧洲、美国等国际会展市场发展较早且容量较大，在各领域均相继培育了具有国际影响力的专业会展项目，吸引国内相关企业到境外参加展会。同时，国内部分会展企业及相关机构走出国门将视野拓展至国际市场，在境外自主办展等方面相继取得进展。国内企业赴境外参展、国内会展企业在境外自主办展成为会展行业新的增长机会，而公司目前在上述领域尚处于探索阶段，相关人才储备薄弱，参与国际业务竞争时存在劣势。

（九）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）市场准入条件放宽，宏观政策大力推动，

2015年中国展览业迎来了加快转型发展的转折点，国务院于发布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发〔2015〕15号），首次从国家层面针对展览业的改革发展进行部署，具有重大意义。《意见》强调，促进展览业改革发展，坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局。

《意见》指出，到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。严格规范各级政府办展行为，减少财政出资和行政参与，逐步加大政府向社会购买服务的力度，建立政府办展退出机制。放宽市场准入条件，着力培育市场主体，加强专业化分工，拓展展览业市场空间。

（2）“一带一路”国家战略为会展业发展带来新机遇

在政治经济格局日益复杂、全球贸易保护主义重新抬头的背景下，中国为了更好地推动全球经济增长，提出了“一带一路”倡议的宏伟构想。在“一带一路”下，我国加强与沿线国家的互联互通，推动国际和区域层面的经济合作。“一带一路”倡议的贯彻落实，客观上需要以展览为平台，推动中国与“一带一路”沿线国家和地区的经贸与投资合作。展览作为经贸、文化的重要展示窗口，将在“一带一路”概念中承载重要的角色。在这种背景下，“一带一路”沿线国家和地区不仅面临着更多的展览业发展机会，而且也可能得到更多的政策支持，因而在未来几年，“一带一路”沿线国家和地区有望继续成为展览的重点和热点区域。

（3）展会行业分布逐步拓展，创新会展项目存在增长空间

会展业是商务服务业，服务于政治、经济、文化等各方面。我国会展行业正在完成专业化和市场化转型，展会的选题逐步受到行业发展潜力和会展服务需求的影响。由于目前国内宏观经济正在进行结构调整，部分过剩产业处于去产能阶段，相关行业景气度低迷，逐步被淘汰；而能源装备、高端装备制造、新能源产业、节能环保、消费行业、新兴产业等，则保持相对良好的增长趋势。预计建筑

材料、钢材、煤炭等展会举办历史较长、景气程度低迷的会展市场将面临更为激烈的竞争，而能源装备、高端装备制造、新能源产业、节能环保、消费行业、新兴产业等行业的会展项目将存在强劲的发展空间。

（4）专业展览场馆快速增长，会展基础设施条件得到改善

展览场馆与会展服务紧密相关，场馆租赁费用是会展项目运营的最主要成本。经过多年建设，国内专业展览馆条件大为改善，数量充足，功能齐全。根据贸促会的统计，2016年UFI标准的展览馆数量156个，展览馆室内可租用总面积823万平方米。我国专业展览馆数量及可租用面积逐年增长，为举办各类国际国内大型展会项目提供了良好的硬件设施。对于会展企业来说，有更多的选择性，有利于寻求更优质、更优惠的会展场地。

2、不利因素

（1）缺乏全国统一的行业自律组织，市场无序竞争

目前，我国会展行业缺乏全国统一的行业自律组织，缺乏统一的行业标准，统一协调及指导行业发展秩序的机制尚待健全，导致市场竞争无序，会展项目数量多而不精，缺乏统一的行业标准，制约着会展行业健康有序发展。

同时，目前国内部分会展项目市场定位不够明确、缺乏特色、选题重复，导致参展商及参展观众难以甄别，存在会展资源投入的浪费现象。而部分会展项目缺乏参展商的筛选机制，严重影响展会的办展效果。

（2）专业展览场馆供需结构严重失衡

近年来，虽然我国各地展览馆建设掀起新热潮，但发展不平衡、不协调的现象正在扩大。北京、上海、广州，展览馆供不应求现象明显。在多数二三线城市，会展场馆沦为一种形象工程和摆设。据不完全统计显示，我国会展场馆的使用率偏低，部分超过30%，而多数在20%左右。有的城市专业展览场馆严重浪费，有的城市供不应求，供需结构严重失衡。

（3）行业高端人才储备不足

会展业是一个新兴的行业，也是一个综合性的现代商务服务行业，需要高素质、高水平的专业性人才作为支撑。随着会展业的迅猛发展，近年来会展人力需求旺盛与人才供给不足的矛盾日益突出。由于我国会展业起步较晚，会展职业教育存在教材编写落后、专业师资力量匮乏以及教学与实践脱轨等问题，难以供应会展行业所急需的专业性人才，具有综合性策划、创意潜质及执行能力的中高端人才长期稀缺。此外，国外会展行业通常依托先进会展企业及协会组织进行人才培养，我国会展人才专业能力与培养机制与国际同行存在差距。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）主要产品或服务销售情况和主要客户

公司主要提供会展服务，并围绕会展业务及客户需求配套开展境外展会代理、会议组织运营、展览展示搭建、网络运营等其他相关业务。公司主要客户为会展项目所属行业的企业客户，以及承办展会项目时的委托办展的有关政府单位。

报告期各期公司主要展会运营及收入情况如下：

1、2017 年度

序号	展会名称	起止时间	收入金额 (万元)	自有展会/承 办展会	联合营销销 售收入
1	北京石油展	3.20-3.22	4,252.91	自办	128.93
2	天津制博会	3.9-3.12	1,107.66	自办	205.52
3	上海电池展	8.23-8.25	895.60	自办	312.27
4	绵阳科博会	9.7-9.9	791.33	承办	-
5	南京智能大会	12.6-12.8	779.80	承办	-
6	化工装备展	8.23-8.25	754.58	自办	156.14
7	天津海博会	10.19-10.21	650.28	承办	-
8	西安供热节能展	4.20-4.22	640.05	自办	40.51
9	新疆农业会	8.8-8.10	632.84	自办	115.56
10	深圳充电桩展	6.23-6.25	605.86	自办	-
11	西安产能展	9.21-9.23	533.58	承办	5.20
12	广州保健展	9.9-9.11	526.37	自办	92.89
13	上海石化展	8.23-8.25	506.65	自办	72.19

	合计		12,677.50		1,129.20
--	----	--	-----------	--	----------

2、2016 年度

序号	展会名称	起止时间	收入金额 (万元)	自有展会/ 承办展会	联合营销销 售收入
1	北京石油展	3.29-3.31	5,153.09	自办	89.48
2	上海电池展	8.23-8.25	1,136.58	自办	94.12
3	天津制博会	3.9-3.12	932.41	自办	103.62
4	新疆农业会	8.8-8.10	620.17	自办	12.51
5	南昌展	11.25-11.28	551.51	承办	-
6	绵阳科博会	9.21-9.24	547.75	承办	-
7	天津海博会	10.21-10.23	525.47	承办	-
8	化工装备展	8.23-8.25	475.03	自办	27.80
9	西安供热节能展	4.22-4.24	456.40	自办	0.66
10	深圳充电桩展	6.23-6.25	430.61	自办	-
11	广州保健展	9.9-9.11	380.55	自办	78.81
	合计		11,209.59		406.98

3、2015 年度

序号	展会名称	起止时间	收入金额 (万元)	自有展会/ 承办展会	联合营销销 售收入
1	北京石油展	3.26-3.28	6,721.37	自办	-
2	天津制博会	3.12-3.15	700.28	自办	11.69
3	上海电池展	8.26-8.28	502.32	自办	-
4	上海石化展	8.26-8.28	478.01	自办	2.17
5	新疆农业会	8.21-8.23	455.12	自办	-
	合计		8,857.11		13.86

公司主营业务收入分类情况参见本节“一、发行人的主营业务、主要产品或服务的情况”之“（二）发行人的主要产品或服务及收入构成”。

（二）前十名客户的销售情况

1、发行人前十名客户销售情况

(1) 2017 年度

排名	客户名称	客户类型	销售内容	信用政策 (月)	销售金额 (万元)	占比	开始 合作 年度	是否 新增 客户	是否关 联方	展会名称	收入金额 (万元)	毛利率	展会周期
1	绵阳科发会展旅游有限责任公司	承办展会的主办方	展会承办服务	12	784.04	3.73%	2015	否	否	绵阳科博会	784.04	43.97%	1 届/年
2	南京市经济和信息化委员会	承办展会的主办方	展会承办服务	12	750.00	3.57%	2017	是	否	南京智能大会	750.00	78.62%	1 届/年
3	天津临港经济区管理委员会	承办展会的主办方	展会承办服务	12	650.28	3.09%	2015	否	否	天津海博会	650.28	57.10%	1 届/年
4	甘肃省国有资产投资集团有限公司	承办展会的主办方、展览相关业务	展会承办服务、会议服务	12	552.36	2.63%	2016	否	否	兰州展	469.34	30.63%	1 届/年
										会议组织运营	83.02		-
5	临汾市尧都区环境保护局	承办展会的主办方	展会承办服务	12	452.55	2.15%	2017	是	否	临汾环保展	452.55	80.03%	1 届/年
6	西安市会展业发展办公室	承办展会的主办方	展会承办服务	12	394.34	1.88%	2017	是	否	西安产能展	394.34	40.18%	1 届/年
7	潍坊市贸促会	承办展会的主办方	展会承办服务	12	374.15	1.78%	2016	否	否	中日韩产业博览会	374.15	46.14%	1 届/年
8	中国石油天然气集团有限公司	自办展会客户、承办展会的客户	展位、会议服务	6	364.18	1.73%	2009	否	否	北京石油展	329.38	55.45%	1 届/年
										会议组织运营	5.19		-
										境外展会代理	29.61		-

9	满洲里市科技开发中心	承办展会的主办方	展会承办服务、会议服务	12	339.62	1.61%	2017	是	否	满洲里科博会	226.42	39.29%	1届/年
										会议组织运营	113.21		-
10	洛阳市人民政府会展办公室	承办展会的主办方	展会承办服务	12	283.02	1.35%	2016	否	否	洛阳机器人展	283.02	90.00%	1届/年
合计					4,944.54	23.51%							

注：2017 年度公司中国石油天然气集团有限公司集团客户分别为宝鸡石油机械有限责任公司、中国石油技术开发公司及其子公司、中国石油集团渤海石油装备制造有限公司等 18 家子公司或分支机构。

(2) 2016 年度

排名	集团名称	客户类型	销售内容	信用政策（月）	销售金额（万元）	占比	开始合作年度	新增客户	是否关联方	展会名称	收入金额（万元）	毛利率	展会周期
1	绵阳博览事务局	承办展会的主办方	展会承办服务	12	545.39	3.07%	2015	否	否	绵阳科博会	545.39	79.96%	1届/年
2	第四届世界绿色发展投资贸易博览会组委会秘书处	承办展会的主办方	展会承办服务	12	539.43	3.04%	2016	是	否	南昌展	539.43	32.09%	1届/2年
3	天津临港经济区管理委员会	承办展会的主办方	展会承办服务	12	522.64	2.94%	2014	否	否	天津海博会	522.64	47.86%	1届/年
4	甘肃会展商务有限责任公司	承办展会的主办方	展会承办服务	6	369.81	2.08%	2016	是	否	兰州展	369.81	50.68%	1届/年
5	中国石油天然气集团公司	自办展会客户	展位、会议服务、宣传服务	6	346.68	1.95%	2009	否	否	会议组织运营	8.14	64.51%	1届/年
										北京石油展	337.6		-

										网络及杂志运营	0.94		-
6	潍坊市贸促会	承办展会的主办方	展会承办服务	12	291.23	1.64%	2016	是	否	中日韩产业博览会	291.23	31.42%	1届/年
7	青岛蓝色硅谷核心区管理委员会	承办展会的主办方	展会承办服务、会议服务	12	283.02	1.59%	2016	是	否	青岛海洋经济展	216.98	79.87%	1届/年
										会议组织运营	66.04		-
8	洛阳市人民政府会展办公室	承办展会的主办方	展会承办服务	12	281.13	1.58%	2016	是	否	洛阳机器人展	281.13	67.04%	1届/年
9	濮阳市华龙区商务局	承办展会的主办方	展会承办服务、会议服务	12	267.92	1.51%	2016	是	否	濮阳展	201.89	72.00%	1届/年
										会议组织运营	66.04		-
10	天津国融金融综合服务有限公司	展览相关业务	搭建服务	6	215.75	1.21%	2016	是	否	搭建	215.75	48.45%	-
合计					3,663.03	20.62%							

注：2016 年度公司中国石油天然气集团有限公司集团客户分别为宝鸡石油机械有限责任公司、中国石油技术开发公司、中国石油集团渤海石油装备制造有限公司、中国石油集团钻井工程技术研究院等 22 家子公司或分支机构。

(3) 2015 年度

排名	集团名称	客户类型	销售内容	信用政策(月)	销售金额(万元)	占比	开始合作年度	新增客户	是否关联方	展会名称	收入金额(万元)	毛利率	展会周期
----	------	------	------	---------	----------	----	--------	------	-------	------	----------	-----	------

1	天津临港经济区管理委员会	自办展会客户、承办展会的主办方	展位、展会承办服务	12	427.74	3.09%	2014	否	否	北京石油展	36.23	90.87%	1届/年
										天津海博会	391.51		1届/年
2	中国石油天然气集团公司	自办展会客户	展位、会议服务、宣传服务	6	324.62	2.34%	2009	否	否	北京石油展	307.87	65.90%	1届/年
										会议组织运营	15.77		-
										网络及杂志运营	0.75		-
										上海石化展	0.23		1届/年
3	绵阳博览事务局	承办展会的主办方	展会承办服务	12	228.30	1.65%	2015	是	否	绵阳科博会	228.30	73.93%	1届/年
4	三一集团有限公司	自办展会客户	展位、会议服务、宣传服务	6	217.96	1.57%	2010	否	否	会议组织运营	1.40	71.58%	-
										北京石油展	216.52		1届/年
										网络及杂志运营	0.04		-
5	中国石油化工集团公司	自办展会客户	展位、会议服务、宣传服务	6	190.61	1.38%	2007	否	否	会议组织运营	6.48	69.33%	-
										上海石化展	0.23		1届/年
										北京石油展	170.08		1届/年
										新疆煤炭展	5.30		1届/年
										网络及杂志运营	8.52		-
6	东营区商务局	承办展会的主办方	展会承办服务	12	188.68	1.36%	2013	否	否	东营石油展	188.68	77.47%	1届/年
7	烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司	自办展会客户	展位	6	188.11	1.36%	2007	否	否	上海石化展	7.55	68.77%	1届/年
										北京石油展	180.57		1届/年
8	山东科瑞石油装备有限公司	自办展会客户	展位、会议服务、宣传服务	6	171.52	1.24%	2006	否	否	北京石油展	159.43	70.92%	1届/年
										会议组织运营	0.47		-
										上海石化展	7.55		1届/年
										网络及杂志运营	4.08		-
9	中国海洋石油总公司	自办展会客户	展位、会议服务	6	130.73	0.94%	2006	否	否	上海石化展	0.08	71.38%	1届/年
										会议组织运营	13.11		-

										北京石油展	117.55		1 届/年
10	北方重工石油装备有限公司	自办展会客户	展位	6	110.38	0.80%	2008	否	否	北京石油展	110.38	76.85%	1 届/年
	合计				2,178.65	15.73%							

注：2015 年度公司中国石油天然气集团有限公司集团客户分别为宝鸡石油机械有限责任公司、中国石油技术开发公司、中国石油集团钻井工程技术研究院、宝鸡石油钢管有限责任公司等 26 家子公司或分支机构；公司中国石油化工集团公司集团客户分别为中石化石油工程机械有限公司、中国石油化工股份有限公司、中国石化润滑油有限公司、中石化西南石油工程有限公司等 14 家子公司或分支机构；公司三一集团有限公司集团客户分别为三一重型能源装备有限公司、三一重型装备有限公司 2 家子公司；公司烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司集团客户分别为烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司、德州联合石油机械有限公司、烟台杰瑞富耐克换热设备有限公司 3 家子公司；公司中国海洋石油总公司集团客户分别为中国海洋石油总公司、中海油能源发展股份有限公司、海洋石油工程股份有限公司等 6 家子公司或分支机构。

2、报告期各期前十名客户的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本(万元)	实缴资本(万元)	股权结构		实际控制人
					股东	出资比例	
1	中国石油天然气集团有限公司	1990/2/9	37,986,346.00	37,986,346.00	国务院	100.00%	国务院
3	中国石油化工集团公司	1983/9/14	27,486,653.40	(无公开信息)	国务院	100.00%	国务院
3	烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司	1999/12/10	95,785.40	95,785.40	孙伟杰	42.35%	孙伟杰、王坤晓、刘贞峰
					王坤晓	24.18%	
					刘贞峰	18.91%	
					其他法人	8.52%	

					刘东、吴秀武等其他 2 位自然人	6.04%	
4	中国海洋石油总公司	1983/2/25	11,373,749.20	(无公开信息)	财政部	100.00%	财政部
5	甘肃会展商务有限责任公司	2010/11/30	100.00	100.00	甘肃会展中心有限责任公司	100.00%	甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会
6	三一集团有限公司	2000/10/18	32,288.00	(无公开信息)	梁稳根	56.42%	梁稳根
					唐修国	8.75%	
					毛中吾	8.00%	
					向文波	8.00%	
					袁金华、周福贵、易小刚等其他 11 位自然人	18.83%	
7	北方重工石油装备有限公司	2013/7/26	14,000.00	14,000.00	北方重工集团有限公司	58.57%	沈阳经济技术开发区国有资产监督管理委员会办公室
					沈阳创业投资管理集团有限公司	28.57%	
					BFOILANDGASTECHNOLOGIESINC.	12.86%	
					来宏翔	20.00%	
					李林议	10.00%	
8	天津国融金融综合服务有限公司	2013/10/10	50.00	(无公开信息)	天津市金融培训研究中心	100%	天津市金融培训研究中心
9	山东科瑞石油装备有限公司	2004/6/16	36,200.00	36,200.00	山东科瑞控股集团有限公司	100%	杨宪
10	甘肃省国有资产投资集团有限公司	2017/11/23	1,197,056.55	(无公开信息)	甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会	83.54%	甘肃省人民政府国有资产监督管理委员会
					酒泉钢铁(集团)有限责任公司	16.46%	
					北京九方合纵投资管理有限公司	9.76%	
					业荣惠华咨询(北京)有限责任公司	6.21%	
					北京联众融泽投资管理中心(有限合伙)	4.37%	
北京信和展业投资管理中心(有限合伙)	3.34%						

注：2017 年度，中国石油天然气集团公司更名为中国石油天然气集团有限公司。

3、报告期内前十大客户销售价格情况

报告期内，发行人自办展主要客户各年参展情况及展位平均售价情况如下：

单位：元/m²

序号	客户名称	参展项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1	中国石油化工集团公司	北京石油展	1,311.11	1,311.11	1,358.49
		上海石化展	-	1,048.22	-
		新疆煤炭展	-	-	981.13
		东营石油展	-	-	-
2	中国石油天然气集团有限公司	北京石油展	1,331.91	1,367.92	1,105.84
		上海石化展	-	-	-
3	山东科瑞石油装备有限公司	北京石油展	1,415.09	1,462.26	1,594.34
		上海石化展	-	-	628.93
4	烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司	北京石油展	1,449.73	1,431.71	1,406.28
		上海石化展	-	519.76	503.14
5	中国海洋石油总公司	北京石油展	1,415.09	1,415.09	1,959.12
		上海石化展	-	-	-
6	中国石化集团胜利石油管理局	北京石油展	1,358.49	-	1,391.56

4、报告期各期主要客户变动情况

由于报告期内发行人收入规模和新承办展会数量正处于快速增长阶段，因此前十大客户各期变化较大，报告期各期前十大客户中报告期新增客户具体收入金额及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	金额	金额	占比
新增客户	4,580.36	21.78%	2,793.70	15.73%	228.30	1.65%

报告期内发行人前十客户变动原因主要由收入排名变动和新增客户两种情形组成，其中新增客户是主要变动原因。2015 年度，发行人前十大客户中的新增客户主要为新增展会客户和石油展新客户组成；2016 年度、2017 年度，发行人前十大客户中的新增客户主要为发行人当期新承办展会的客户。

(1) 2015 年度，发行人前十大客户中当期新增客户情况如下：

序号	客户名称	项目及说明
----	------	-------

1	绵阳博览事务局	绵阳博览事务局为绵阳科博会的主办方，2015年开始发行人首次与其建立合作并承办绵阳科博会
---	---------	--

(2) 2016 年度，发行人前十大客户中当年新增客户情况如下：

序号	客户名称	项目及说明
1	第四届世界绿色发展投资贸易博览会组委会秘书处	第四届世界绿色发展投资贸易博览会组委会秘书处为南昌展的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办南昌展
2	甘肃会展商务有限责任公司	甘肃会展商务有限责任公司为兰州展的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办兰州展
3	潍坊市贸促会	潍坊市贸促会为中日韩产业博览会的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办中日韩产业博览会
4	青岛蓝色硅谷核心区管理委员会	青岛蓝色硅谷核心区管理委员会为青岛展的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办青岛展
5	洛阳市人民政府会展办公室	洛阳市人民政府会展办公室为洛阳机器人展的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办洛阳机器人展
6	濮阳市华龙区商务局	濮阳市华龙区商务局为濮阳展的主办方，2016年发行人首次与其建立合作并承办濮阳展
7	天津国融金融综合服务有限公司	2015年度发行人收购中装润达拓展搭建业务，报告期内中装润达业务规模迅速增长，并于2016年度承担天津国融金融综合服务有限公司举办的中国企业国际融资洽谈会的搭建业务

(3) 2017 年度，发行人前十大客户中当年新增客户情况如下：

序号	客户名称	项目及说明
1	南京市经济和信息化委员会	南京市经济和信息化委员会是南京智能大会的主办方，2017年发行人首次与其建立合作并承办南京智能大会
2	临汾市尧都区环境保护局	临汾市尧都区环境保护局是临汾环保展的主办方，2017年发行人首次与其建立合作并承办临汾环保展
3	西安市会展业发展办公室	西安市会展业发展办公室是西安产能展的主办方，2017年发行人首次与其建立合作并承办西安产能展
4	满洲里市科技开发中心	满洲里市科技开发中心是满洲里科博会的主办方，2017年发行人首次与其建立合作并承办满洲里科博会

报告期内，本公司向单个客户的销售比例均未超过当期销售总额的 50%，亦不存在严重依赖于少数客户的情形。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%股份的股东在上述客户中没有任何权益。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及能源供应情况

公司所从事的会展服务一般不需要进行大规模的物资采购，主要采购内容为展会场馆租赁、展览展示搭建、印刷服务、广告服务等。由于自办会展项目的年度排期计划及举办地点相对稳定，公司与相关的主要展览场馆运营方保持良好的合作关系，场馆租赁价格不会发生剧烈波动。展览展示搭建、印刷服务、广告服务等供应商较多，市场竞争较为充分，采购价格根据市场水平定价。

公司生产或服务耗用的能源主要为办公用水、用电，均由市政供应，价格稳定，且耗用量较小，历年来占公司成本及费用的比例较低，不会对公司的经营业绩造成重大不利影响。

（二）前十大供应商的采购情况

1、报告期内前十大供应商的采购情况

(1) 2017 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比	开始采购时间	采购内容	展会	金额明细
1	北京中展投资发展有限公司	810.43	8.52%	2004	场馆费用、广告宣传费、印刷制作费、组展费	北京石油展	696.70
						北京充电桩	56.52
						搭建	57.21
2	天津泰达投资控股有限公司	494.56	5.20%	2013	广告宣传费、组展费、场馆费用	天津制博会	250.31
						天津海博会	152.15
						天津机床展	92.10
3	上海新国际博览中心有限公司	386.84	4.07%	2011	组展费、场馆费用	上海电池展	191.76
						化工装备展	78.10
						上海新能源展	41.51
						上海石化展	75.46
4	北京北辰实业股份有限公司国家会议中心	356.13	3.74%	2012	搭建费用、组展费、场馆费用	承德会议	27.72
						北京节能展	54.62
						消费电子展	89.12
						北京环保展	38.55
						奢饰品展	38.26
						自行车展	89.55
						搭建	18.31

5	绵阳科发会展旅游有限责任公司	332.24	3.49%	2015	搭建费用、组展费	绵阳科博会	332.24
6	北京东方坤宇展览有限公司	256.90	2.70%	2016	搭建费用	2016 濮阳展	-0.19
						北京石油展	48.20
						满洲里科博会	67.48
						兰州展	67.92
						上海石化展	1.79
						奢侈品展	17.33
						中日韩产业博览会	54.37
7	西安曲江国际会展（集团）有限公司	222.14	2.34%	2003	场馆费用、搭建费用	西安供热节能展	61.88
						西安产能展	159.19
						搭建	1.06
8	上海泛海展示服务有限公司	189.02	1.99%	2008	搭建费用	深圳充电桩展	43.21
						上海电池展	57.72
						化工装备展	53.27
						上海新能源	9.53
						上海石化展	21.70
						搭建	3.60
9	中国对外贸易中心（集团）	182.44	1.92%	2013	场馆费用、搭建费用、广告宣传费、组展费	生物发酵展	46.29
						广州保健展	135.79
						搭建	0.36
10	新疆国际会展中心	171.27	1.80%	2011	场馆费用、搭建费用、广告宣传费、组展费	新疆农业会	137.39
						新疆工矿展	33.01
						搭建	0.86

注：2017 年度北京中展投资发展有限公司集团供应商分别为北京中展投资发展有限公司、北京中展商务服务有限公司、北京国展国际展览中心有限

责任公司等 7 家子公司或分支机构；上海新国际博览中心有限公司集团供应商分别为上海新国际博览中心有限公司、上海陆家嘴物业管理有限公司 2 家子公司；天津泰达投资控股有限公司集团供应商分别为天津梅江国际会展中心有限责任公司、天津滨腾会展管理有限公司 2 家子公司；中国对外贸易中心（集团）集团供应商分别为中国对外贸易中心（集团）、广州广交会展览工程有限公司、广州交易会广告有限公司 3 家子公司；新疆国际会展中心集团供应商分别为新疆国际会展中心、新疆国展广告有限公司、新疆国展会务有限公司 3 家子公司。

(2) 2016 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比	首次合作时间	当期新增供应商	采购内容	展会	金额明细
1	北京中展投资发展有限公司	846.57	9.95%	2004	否	场馆费用、广告宣传费、印刷制作费、组展费	北京充电桩展	62.39
							北京石油展	752.04
							搭建	32.14
2	天津泰达投资控股有限公司	441.82	5.19%	2013	否	场馆费用、搭建费用、广告宣传费、组展费	天津制博会	247.79
							天津海博会	115.42
							天津机床展	75.86
							生态环保展	2.34
							搭建	0.40
3	上海新国际博览中心有限公司	401.30	4.72%	2011	否	场馆费用、组展费	化工装备展	101.47
							上海电池展	200.44
							上海石化展	98.85
							搭建	0.54
4	北京东方坤宇展览有限公司	297.84	3.50%	2016	是	搭建费用、广告宣	兰州展	58.25

						传费、其他组展费	南昌展	5.53
							濮阳展	18.64
							湛江展	50.73
							北京石油展	91.31
							化工装备展	4.11
							广州保健展	0.83
							中日韩产业博览会	68.45
5	上海泛海展示服务有限公司	249.42	2.93%	2008	否	搭建费用、组展费	搭建	4.15
							化工装备展	60.60
							上海电池展	118.63
							深圳充电桩展	43.40
							上海石化展	22.64
6	北京北辰实业股份有限公司国家会议中心	223.45	2.63%	2012	否	场馆费用、组展费	北京农业会	43.75
							自行车展	79.25
							北京节能展	89.84
							搭建	10.61
7	新疆国际会展中心	202.89	2.38%	2011	否	场馆费用、广告宣传费、组展费	新疆农业会	145.82
							新疆工矿展	35.21
							新疆煤炭展	21.86
8	成都世纪城新国际会展中心有限公司	139.04	1.63%	2013	否	场馆费用、搭建费用、组展费	会议组织运营	12.81
							四川电力展	23.60
							成都电动车展	102.63
9	北京展览馆	125.85	1.48%	2001	否	场馆费用、搭建费用、组展费	顶级生活展	106.01
							搭建	19.85

10	天津东万华展览展示有限公司	125.47	1.47%	2014	否	搭建费用、组展费	搭建	14.81
							天津海博会	9.81
							天津制博会	71.70
							天津机床展	11.85
							生态环保展	17.30

注：2016 年度北京中展投资发展有限公司集团供应商分别为北京中展投资发展有限公司、中国国际展览中心集团公司、北京国展国际展览中心有限责任公司等 5 家子公司或分支机构；天津泰达投资控股有限公司集团供应商分别为天津梅江国际会展中心有限责任公司、天津滨腾会展管理有限公司 2 家子公司。

(3) 2015 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比	首次合作时间	当期新增供应商	采购内容	展会	金额明细
1	北京中展投资发展有限公司	925.11	16.46%	2004	否	场馆费用、广告宣传费、印刷制作费、组展费	北京充电桩展	46.46
							北京石油展	794.17
							搭建	17.79
							自行车展	66.69
2	天津泰达投资控股有限公司	335.56	5.97%	2013	否	搭建费用、场馆费用、组展费	天津机床展	62.34
							天津制博会	250.64
							搭建	22.58
3	上海新国际博览中心有限公司	268.05	4.77%	2011	否	场馆费用、搭建费用、组展	上海电池展	96.33

						费	上海石化展	107.11
							化工装备展	64.17
							搭建	0.44
4	中国对外贸易中心（集团）	174.12	3.10%	2013	否	场馆费用、搭建费用、组展 费	搭建	0.10
							保健展	174.02
5	北京瑞征世纪展览展示有限公司	167.96	2.99%	2014	否	场馆费用、搭建费用	北京石油展	118.54
						搭建	北京节能展	49.42
6	北京启恒印刷有限公司	150.29	2.67%	2001	否	印刷制作费	东营石油展	4.14
							会议组织运营	1.12
							北京农业会	0.71
							北京石油展	116.09
							境外展会代理	0.11
							天津海博会	2.57
							顶级生活展	8.49
							成都天然气展	0.13
							网络及杂志运 营	15.96
							北京自行车展	0.97
7	北京展览馆	146.73	2.61%	2001	否	场馆费用、组展费	顶级生活展	121.83
							搭建	24.90
8	新疆国际会展中心	143.74	2.56%	2011	否	场馆费用、广告宣传费、组 展费	新疆农业会	84.59
							新疆工矿展	32.35
							新疆煤炭展	26.81
9	北京北辰实业股份有限公司国家会	137.16	2.44%	2012	否	场馆费用、搭建费用、组展	北京农业会	39.02

	议中心					费	搭建	2.75
							北京节能展	41.91
							北京环保展	53.48
							北京农业会	21.98
10	北京盛典博览会展咨询有限公司	126.50	2.25%	2008	否	搭建费用、组展费	搭建	4.52
							北京石油展	70.00
							北京自行车展	17.92
							北京充电桩展	12.08

注：2015 年度北京中展投资发展有限公司集团供应商分别为北京中展投资发展有限公司、中国国际展览中心集团公司、北京国展国际展览中心有限责任公司等 5 家子公司或分支机构；天津泰达投资控股有限公司集团供应商分别为天津梅江国际会展中心有限责任公司、天津滨腾会展有限公司 2 家子公司。

2、各期主要供应商变动情况及原因分析

由于报告期内发行人收入规模和新承办展会数量快速增长，因此前十名供应商存在一定更替，报告期内新增供应商数量较少，具体采购金额及占营业成本比例情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新增供应商	589.14	6.19%	297.84	3.50%	-	-

报告期内发行人前十名供应商主要由报告期之前即建立合作关系的供应商构成，较少为当期新增的供应商，具体情况如下：

（1）2015 年度，发行人前十大供应商无当期新增供应商。

（2）2016 年度，发行人前十大供应商中当年新增供应商情况：

客户名称	项目及说明
北京东方坤宇展览有限公司	北京东方坤宇展览有限公司为发行人报告期内新增的搭建供应商，由于本年度发行人承办展会数量大幅增加，对搭建服务的需求增加，发行人向其采购兰州展、南昌展、濮阳展、湛江展的搭建服务。由于合作融洽，该公司展现了一定的业务能力，发行人同时向其采购北京石油展等展会的搭建业务

（3）2017 年度，发行人前十大供应商无当期新增供应商。

报告期内，本公司向单个供应商的采购比例均未超过总额的 50%，亦不存在严重依赖于少数供应商的情形。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%股份的股东在上述供应商中没有任何权益。

五、发行人主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产

会展行业属于轻资产行业，公司采取轻资产运营模式，主要固定资产为房屋及建筑物、运输工具及其他设备。截至2017年12月31日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	账面价值	成新率（%）
房屋及建筑物	4,367.81	743.67	3,624.14	82.97%
运输工具	122.29	79.80	42.50	34.75%
其他设备	313.79	196.52	117.27	37.37%
合计	4,803.89	1,019.98	3,783.91	78.77%

1、自有房地产

截至本招股说明书签署之日，公司拥有的房屋所有权具体如下：

序号	权证号	房屋坐落	所有权人	建筑面积（m ² ）	用途
1	房地证津字第114031503958号	开发区达尚路10号	振威展览	8,836.85	工业
2	X京房权证朝字第1070444号	朝阳区北苑路170号2号楼-2层231	北京振威	31.93	车位
3	川（2017）成都市不动产权第0429810号	高新区益州大道中段599号13栋8层803号	成都振威	139.96	办公
4	川（2017）成都市不动产权第0430298号	高新区益州大道中段599号13栋8层804号	成都振威	139.96	办公

2、租赁房产情况

公司主要办公用房采取租赁方式。截至本招股说明书签署之日，发行人租赁的用于办公经营的房屋建筑物具体如下：

序号	承租方	出租方	权证号	房屋坐落	建筑面积（m ² ）	租赁期限
1	北京振威	杨香芬	X京房权证朝字第600031号	朝阳区北苑路170号6号楼801	140.26	2018.01.01-2018.12.31
2		张学山	X京房权证朝字第600033号	朝阳区北苑路170号6号楼802	132.58	
3		杨香芬	X京房权证朝字第614166号	朝阳区北苑路170号6号楼803	72.90	
4		张学山	X京房权证朝字第600035号	朝阳区北苑路170号6号楼805	72.90	
5		杨香芬	X京房权证朝字第600039号	朝阳区北苑路170号6号楼806	140.26	
6		张学山	X京房权证朝字第600041号	朝阳区北苑路170号6号楼807	132.58	

7		杨香芬	X京房权证朝字第600042号	朝阳区北苑路170号6号楼808	72.90	
8		张学山	X京房权证朝字第600044号	朝阳区北苑路170号6号楼809	72.90	
9		高建敏	京（2016）朝阳区不动产权第0171320号/ 京（2016）朝阳区不动产权第0171329号	朝阳区北苑路170路6号楼18层1802	113.37	2018.02.01-2020.01.31
10	广州振威	广州启盛科技企业孵化器管理有限公司	注1	广州市海珠区新港东路2433号403之二和405房间	531.00	2016.09.01-2021.08.31
11	新疆振威	乌鲁木齐市丹璐洗衣连锁股份有限公司	注2	新疆乌鲁木齐市新市区北京南路223号康源财富中心裙楼第七层3室和4室	422.00	2016.07.09-2019.07.08
12	西安振威	陕西展拓置业发展有限公司	注3	西安市碑林区长安北路1号陕西国际会展大厦2805室	321.86	2017.01.01-2021.12.31
13	中装润达	李丽娜	京（2016）朝阳区不动产权第0109102号	北京市朝阳区北苑路170号6号楼9层906室	140.26	2016.10.12-2018.10.11

注：1、广州启盛科技企业孵化器管理有限公司与广州市凤浦实业有限公司签订了《房屋租赁合同》。广州市凤浦实业有限公司已经取得了《建设工程规划验收合格证》和门牌批复，并且向广州启盛科技企业孵化器管理有限公司出具了同意转租的证明。

2、乌鲁木齐市丹璐洗衣连锁股份有限公司原名为乌鲁木齐市丹璐洗涤设备有限公司，乌鲁木齐市丹璐洗涤设备有限公司已经与新疆新康源房地产开发有限公司签订了《商品房买卖合同》。目前，不动产权证书正在办理中。

3、陕西展拓置业发展有限公司作为陕西国际会展大厦的开发商，已经取得了建设工程竣工验收备案证明文件。目前，不动产权证书正在办理中。

（二）主要无形资产

1、土地使用权

截至2017年12月31日，发行人土地使用权账面价值为123.51万元，土地使用权具体情况如下：

权证号	取得方式	坐落	使用权面积(m ²)	用途	终止日期
房地证津字第114031503958号	出让	开发区达尚路10号	2,998.90	工业用地	2061.10.27

(1) 土地使用权取得情况

2011年9月27日，天津土地交易中心以及天津经济技术开发区土地管理局出具《挂牌地块成交确认书》，天津土地交易中心于2011年9月15日至2011年9月27日期间（法定节假日除外）负责组织实施位于天津开发区东区内，出让土地面积2,998.9平方米，宗地编号津滨开（挂）G2011-014号国有建设用地使用权的公开挂牌出让工作，振威有限竞买申请的总价134.9505万元为最高有效报价，成为竞得人。

2011年10月28日，天津经济技术开发区土地管理局与发行人签署《天津市国有建设用地使用权出让合同》，天津经济技术开发区土地管理局将出让宗地编号为津滨开（挂）G2011-014号地块，出让宗地为2,998.9平方米出让给振威有限，土地出让金为134.9505万元。发行人已足额支付前述土地出让金。

(2) 产权登记办理情况

振威有限就该房屋以及土地办理了登记手续，取得了《房地产权证》（房地证津字第114011500425号），该土地上建设有数据中心一座（六层），建筑面积为8,836.85平方米。

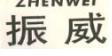
因振威有限整体变更为股份公司，发行人于2015年8月28日取得天津市滨海新区规划和国土资源管理局签发的《房地产权证》（房地证津字第114031503958号），土地使用权人已变更为振威展览。

2、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司已登记并取得50项商标，具体情况如下：

序号	商标图示	注册号	核定使用商品类别	注册人	有效期限
----	------	-----	----------	-----	------



1		第 9067311 号	第 16 类	振威展览	2012.01.28-2022.01.27
2		第 3238703 号	第 35 类	振威展览	2014.04.07-2024.04.06
3		第 12854155 号	第 35 类	振威展览	2014.12.21-2024.12.20
4		第 9067471 号	第 36 类	振威展览	2012.03.14-2022.03.13
5		第 12854154 号	第 37 类	振威展览	2015.03.28-2025.03.27
6		第 12854153 号	第 38 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
7		第 9067368 号	第 39 类	振威展览	2012.04.14-2022.04.13
8		第 12854152 号	第 39 类	振威展览	2015.04.07-2025.04.06
9		第 12854151 号	第 40 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
10		第 9067343 号	第 41 类	振威展览	2012.02.07-2022.02.06
11		第 12854055 号	第 41 类	振威展览	2014.12.21-2024.12.20
12		第 12854005 号	第 41 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
13		第 9067442 号	第 42 类	振威展览	2012.02.07-2022.02.06
14		第 12854004 号	第 42 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
15		第 12854003 号	第 43 类	振威展览	2015.08.28-2025.08.27
16		第 12854002 号	第 44 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
17		第 12854000 号	第 45 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
18		第 12854001 号	第 45 类	振威展览	2015.02.07-2025.02.06
19		第 9048752 号	第 35 类	北京振威	2012.02.28-2022.02.27
20		第 4216816 号	第 35 类	北京振威	2009.03.21-2019.03.20



21		第 11374121 号	第 35 类	新疆振威	2014.01.21-2024.01.20
22		第 9048790 号	第 16 类	北京振威	2012.06.07-2022.06.06
23		第 9158465 号	第 35 类	振威展览	2012.06.28-2022.06.27
24		第 9067338 号	第 35 类	振威展览	2012.07.28-2022.07.27
25		第 12853997 号	第 35 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
26		第 12853998 号	第 35 类	振威展览	2015.01.28-2025.01.27
27		第 12853999 号	第 35 类	振威展览	2014.12.28-2024.12.27
28		第 9158438 号	第 35 类	振威展览	2012.06.28-2022.06.27
29		第 12965354 号	第 35 类	振威展览	2015.01.07-2025.01.06
30		第 9158481 号	第 35 类	振威展览	2014.01.07-2024.01.06
31		第 10218613 号	第 35 类	北京振威	2013.01.21-2023.01.20
32		第 19521563 号	第 35 类	振威展览	2017.05.21-2027.05.20
33		第 18972678 号	第 35 类	振威展览	2017.02.28-2027.02.27
34		第 18972677 号	第 35 类	振威展览	2017.05.14-2027.05.13
35		第 18972676 号	第 35 类	振威展览	2017.02.28-2027.02.27
36		第 18613894 号	第 35 类	振威展览	2017.01.21-2027.01.20
37		第 18613893 号	第 35 类	振威展览	2017.01.21-2027.01.20
38		第 17107174A 号	第 35 类	振威展览	2016.08.14-2026.08.13
39		第 18152287 号	第 35 类	新疆振威	2016.12.07-2026.12.06
40		第 20806803 号	第 35 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20

41		第 20806541 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
42		第 20807067 号	第 35 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
43		第 20805991 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
44		第 20806325 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
45		第 20806928 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
46		第 20807006 号	第 35 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
47		第 20806112 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20
48		第 20805511 号	第 41 类	北京振威	2017.11.21-2027.11.20
49		第 20807115 号	第 35 类	北京振威	2017.12.28-2027.12.27
50		第 20805736 号	第 41 类	北京振威	2017.09.21-2027.09.20

3、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司共拥有38项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	登记号	著作权人	取得方式	首次发表日期
1	石油化工行业 BBS 信息展示系统 V1.0	2012SR080944	北京振威	原始取得	2010.05.27
2	石油化工行业产品展示系统 V1.0	2012SR081165	北京振威	原始取得	2010.07.27
3	石油化工行业企业信息管理系统 V1.0	2012SR081188	北京振威	原始取得	2010.09.20
4	石油化工行业产品管理系统 V1.0	2012SR081260	北京振威	原始取得	2010.03.24
5	石油化工行业 BBS 信息管理系统 V1.0	2012SR081290	北京振威	原始取得	2010.04.23
6	客户关系管理系统 V1.0	2012SR081292	北京振威	原始取得	2009.10.09
7	石油化工行业文库分享管理系统 V1.0	2012SR082056	北京振威	原始取得	2010.12.05
8	石油化工行业新闻发布系统 V1.0	2012SR082059	北京振威	原始取得	2010.01.08
9	石油化工行业企业信息展示系统 V1.0	2012SR083647	北京振威	原始取得	2010.02.18

10	观众在线预登记管理系统 V1.0	2012SR086249	北京振威	原始取得	2010.01.20
11	石化网站汇总导航系统 V1.0	2015SR197273	北京振威	原始取得	未发表
12	石化企业名录云平台 V1.0	2015SR197276	北京振威	原始取得	未发表
13	展会 CMS 极速建站系统 V1.0	2015SR197286	北京振威	原始取得	未发表
14	石油展商展品展示系统 V1.0	2015SR197335	北京振威	原始取得	未发表
15	石化产品汇总云平台 V1.0	2015SR197338	北京振威	原始取得	未发表
16	石化客户 CRM 资源系统 V1.0	2015SR197415	北京振威	原始取得	未发表
17	石油之家论坛系统 V1.0	2015SR197419	北京振威	原始取得	未发表
18	石油化工资讯站群管理系统 V1.0	2015SR197700	北京振威	原始取得	未发表
19	石化销售王管理系统 V1.0	2015SR197843	北京振威	原始取得	未发表
20	石油化工资料管理系统 V1.0	2015SR197865	北京振威	原始取得	未发表
21	展会信息管理软件 V1.0	2016SR221234	广州振威	原始取得	2015.03.20
22	充电桩计费软件 V1.0	2016SR220920	广州振威	原始取得	2015.02.20
23	展会承办组织管理系统 V1.0	2016SR219999	广州振威	原始取得	2015.04.25
24	展会综合管理系统 V1.0	2016SR219990	广州振威	原始取得	2015.04.09
25	充电桩电池监控系统 V1.0	2016SR219979	广州振威	原始取得	2015.03.12
26	展览服务管理系统软件 V1.0	2016SR219942	广州振威	原始取得	2015.01.30
27	锂电池容量控制系统 V1.0	2016SR219533	广州振威	原始取得	2015.04.10
28	锂电池充放电管理控制系统 V1.0	2016SR219606	广州振威	原始取得	2015.04.20
29	充电站运营管理系统 V.1.0	2016SR219774	广州振威	原始取得	2015.01.10
30	展示馆数据资源共享平台 V1.0	2016SR219796	广州振威	原始取得	2015.02.18
31	振威货物进出口管理系统 V1.0	2017SR347247	北京振威	原始取得	2017.01.06
32	振威展览展示信息咨询管理系统 V1.0	2017SR348180	北京振威	原始取得	2016.07.23
33	振威网络技术服务管理系统 V1.0	2017SR348189	北京振威	原始取得	2015.05.22
34	振威科技开发管理软件 V1.0	2017SR348208	北京振威	原始取得	2016.12.23
35	振威文化艺术交流活动管理系统 V1.0	2017SR348264	北京振威	原始取得	2015.02.06
36	振威企业形象设计管理系统 V1.0	2017SR349277	北京振威	原始取得	2015.01.09
37	振威技术进出口管理系统 V1.0	2017SR350480	北京振威	原始取得	2017.02.17
38	振威计算机软件设计软件 V1.0	2017SR350489	北京振威	原始取得	2017.03.21

（三）业务资质

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的资质如下：

序号	主体	资质名称	证书编号	发证日期	有效期	颁发机构
1	北京振威	电信与信息服务业务经营许可证	京 ICP 证 120803 号	2017.09.06	2017.09.06-2022.09.06	北京市通信管理局
2	北京振威	海关报关单位注册登记证书	1105969667	2015.01.28	-	中华人民共和国海关

3	中装润达	展览工程企业二级资质证书	Q20152094	2015.05.28	2015.05.28-2018.05.28	中国展览馆协会
---	------	--------------	-----------	------------	-----------------------	---------

六、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人未拥有特许经营权。

七、发行人主要技术情况

（一）发行人的核心技术及其应用情况

发行人归属于商务服务业，主营业务是组织举办各类型专业性展览会，需要根据不同行业的特点策划会展项目、招募参展商及专业观众，并对展会进行运营，对发行人的项目策划能力、客户拓展能力及展会运营能力要求较高，因此发行人的核心技术主要体现在展会创新和策划能力、会展项目管理和运营能力以及成熟的销售网络，具体情况如下：

1、展会创新和策划

发行人自成立以来一直专注于展会的创新和策划工作，目前公司所运营的展会大部分是自主创新形成的，成功培育了北京石油展、上海电池展、天津制博会等一批具有较强行业影响力的展会项目。

公司展会的研发工作同现有展会运营紧密关联，已经形成了新会展项目推广与现有展会不断提升和相互补充的良性机制。公司市场部统一负责潜在市场的数据收集、统计和分析工作，基于庞大的数据支持和客户资源，策划能够满足行业会展需求、具有一定前瞻性的会展项目。

2、会展项目管理和运营

公司在多年从事大型展会运营的过程中，积累了丰富的解决方案及众多的行业客户案例，同时聚集了一批专业过硬、团结敬业的业务团队。为精细化管理展会运营流程，公司制定了《展会项目实操规程》、《展位销售工作流程》等制度，

对流程中的立项、招展、观众组织、现场操作、媒体宣传等各主要环节进行了规范。展览部为展会管理和运营的主要负责部门，严格执行展会管理流程的各项制度，在缩短项目筹备周期的同时提高了客户的参展体验。公司严格按照目标责任制推动项目管理，激发项目管理人员的积极性、创造性。目前，公司的展会管理和运营体系已经基本成熟，并在各子公司稳定应用。

3、成熟的销售网络

公司多年运营专业性展会，积累了丰富的招展和招商经验，培育了专业的业务团队，凝聚了优秀的营销人才，建立了稳定的营销网络。公司展览部负责参展商的招展工作；观众组织部负责专业观众的招商工作。公司统一安排各展会项目的销售计划、销售记录核查、销售追踪、合作营销、宣传活动等工作。专业的销售网络帮助公司同客户建立了稳定的合作关系，并吸引着更多商家参展和参观。

（二）合作研发情况

报告期内，公司采用自主独立研发方式，不存在合作研发的情形。

（三）核心技术人员

公司核心技术人员包括公司董事长兼总经理张学山、董事兼副总经理张学林、公司副总经理刘晨、北京振威副总经理贾鹏洲，他们在展会组展、策划、运营、销售、管理等方面拥有资深经验，专业能力突出，具体简历参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

八、发行人境外经营情况

报告期内，发行人曾拥有两家境外子公司，即香港振威及振威传媒。香港振威成立的主要目的为拓展香港、澳门等境外参展客户，报告期内未实际经营；振威传媒运营《石油与装备》杂志。截至本招股说明书签署之日，香港振威及振威传媒已经完成注销。

九、发行人未来发展与规划

（一）战略发展目标

振威展览自成立后一直专注于在会展领域的发展，根据贸促会按照展览面积进行的排行，公司位于行业前列，形成了知名会展品牌。公司未来的发展战略为：通过走专业化、品牌化、信息化、国际化发展道路，成为具有先进办展理念及管理经验、信息化水平较高的国内领先、国际上具有一定影响力的综合会展服务商。

（二）未来三年发展目标

未来三年内，公司将坚持以能源装备、工业制造、消费品及农业会展项目为基础，扩大现有展览规模，提高品质，提升品牌；积极培育新兴会展项目，如消费电子、新能源、智能电网等领域展会；加大承办展会项目的投入力度，打造展会承办服务商品牌；实施信息化平台建设和互联网+战略，通过大数据技术打造会展营销网络平台，推动公司运营及会展信息化水平大幅提升；实施品牌战略和人才战略，通过建设品牌传播团队、持续引进满足业务发展需要的行业高端人才，实现公司品牌形象的进一步提升和人员结构的优化。通过上述多方面的拓展及内生发展，公司未来将打造成业务规模国内领先、会展项目覆盖行业较广、品牌影响力较强、运营管理信息化水平较高的综合会展服务商。

（三）发展规划所依据的假设条件

公司拟定上述目标主要依据以下假设条件：

1、本次股票发行能够尽快顺利完成，募集资金能及时到位，募投项目建设计划如期进行；

2、公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大不利变化，并能被较好地执行；

3、公司所在行业及市场处于正常的发展状态，不会出现重大的市场突变情形；

4、公司的经营管理水平能够充分适应公司规模及业务量的快速增长，能够保持现有高级管理人员、核心人员的稳定性和连续性。管理、技术、营销人员适当增长并形成合理的人才梯队；

5、公司主要经营地以及业务涉及区域的社会经济环境不会发生重大不利变化；

6、不会发生对公司经营业务造成重大不利影响以及导致公司财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素。

（四）发展目标所面临的困难

1、资金困难。公司各项业务发展规划的实施，需要大量的资金投入。虽然公司盈利能力较强，但融资渠道有限，仅依靠自身利润积累滚动发展和现有股东投入，很可能错失重要的发展机遇。因此，通过在资本市场公开发行股票快速筹集发展资金，对公司发展规划顺利实施具有重大意义。

2、人才瓶颈。公司除了资金投入之外，还需要引入高端人才。国内会展业高端管理人才、专业会展策划人才、品牌推广人才较为稀缺，并集中在北上广深一级会展中心城市。公司在全国各大片区布局及开拓国际市场，需要补充大量优秀的会展人才。因此，如果公司本次公开发行股票募集资金投资计划顺利实施，如何建立支撑公司快速发展的高端人才团队将是未来面临的挑战之一。

3、管理风险。公司自设立以来一直致力于从传统企业向现代企业转型，不断提升规范运作水平。募集资金到位及募投项目实施后，公司资产规模及业务规模将快速扩张，公司在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、运营管理、市场开拓、资金管理等方面均面临新的挑战。

（五）实现发展规划采用的方法

公司在现有业务基础上，根据行业发展趋势及公司长远经营目标，结合本次募集资金运用，拟定了旨在增强公司品牌知名度、提升核心竞争优势、提高成长

性的具体计划和措施。公司将在稳健经营的基础上，通过有效实施这些计划与措施，实现公司的战略规划和经营目标。

1、提升品牌知名度

为了提升振威展览品牌，公司将组建经验丰富的品牌传播团队，加强宣传推介力度。具体措施上，扩大展会的知名度，使其成为所在领域内的知名展会；提升公司的专业形象，树立国内领先的专业性展会策划运营商、展会专业承办服务商的良好形象。通过上述举措，实现以品牌促规模、以规模增效益的良性循环发展。

2、深化市场开发

公司已经在北京、天津、广州、西安、成都、新疆等地建立起比较完备的运营网络，未来将完成在全国布局，从一线会展城市向二三线会展城市渗透，并且和当地政府建立起良好的合作关系。此外，公司也在加强与贸促会、商会、协会以及重要客户的合作，扩大对潜在参展企业的覆盖拓展力度。

3、拓展会展项目

围绕国内领先综合会展服务商这一目标，公司未来将以成熟会展项目为基础，积极培育创新展会项目。公司将结合能源装备、工业制造等会展项目的成功经验，重点培育消费电子、新能源、智能电网等领域展会，力争将其培育成为公司新的重要展会项目，拓展公司会展业务的行业布局。

4、拓展海外会展市场

在国际会展企业拓展中国市场的同时，国内大型会展企业已开始在境外自主办展，进军国际市场。公司立足于北京石油展，逐步建立起成熟的专业团队拓展国际客户，设立国际合作部提升国内展会的国际参展企业比例。未来几年内公司将与境外会展机构、使领馆及商会协会等组织建立合作关系，尝试在海外自主办展，将目前国内成熟展会移植到国外。

（六）发行人关于持续公告规划实施和目标实现情况的声明



公司声明：公司在完成本次公开发行股票并在创业板上市后，将通过定期报告持续公告上述规划的实施情况和发展目标的实现情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

公司成立以来，严格按照《公司法》等有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作，逐步建立健全了公司法人治理结构。目前，公司在资产、人员、财务、机构、业务方面均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（一）资产完整

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会，合法拥有与业务经营有关的房产、商标等，不存在争议和纠纷的情形。公司已建立与会展运营所需的策划、运营、推广和服务体系，具有独立、完整的资产。

（二）人员独立

截至本招股说明书签署之日，公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员专职在公司从事财务工作，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

发行人已建立独立的财务核算体系，配备了独立的财务人员，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和财务管理制度，建立了严格的内部控制制度和对于公司的财务监管体系，不存在实际控制人干预公司资金使用的情况。发行人独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。发行人作为独立纳税人，依法独立纳税。

（四）机构独立

公司设有股东大会、董事会、监事会等机构，各机构均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司生产经营、办公场所与各股东及其关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。公司设立了与经营业务相适应的组织机构和部门，拥有机构设置的独立自主权。

（五）业务独立

发行人具有完全独立的业务运作体系，拥有完整的与展会运营有关的策划、推广及服务体系，营业收入和利润不存在依赖股东及其他关联方的情形。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

保荐机构经核查后认为，发行人的资产独立完整，并保持人员、财务、机构和业务的独立性，在独立性方面不存在重大缺陷，相关的披露信息真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署之日，张学山、张超凡、张学林合计持有公司 75.95%，系公司的共同实际控制人。

报告期内，公司控股股东、实际控制人之一张学山曾控股广州振威贸易展览有限公司和成都市振威展览有限公司。振威贸易主要从事国内商业及物资供销业、商品展览服务等业务，由于长期未从事业务经营已于 2015 年 8 月 31 日完成注销。成都市振威展览有限公司主要从事商品展览展示服务等业务，由于长期未从事业务经营已于 2017 年 5 月 27 日完成注销。振威贸易和成都市振威展览有限公司具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际

控制人控制的其他企业情况”。报告期内，上述两家公司均未从事业务经营。

2012年1月13日，公司控股股东、实际控制人张学山之妹、实际控制人张超凡之姑、实际控制人张学林之妹张学艳及其配偶王有强注册成立天津恒信展览有限公司。恒信展览主要从事生物医药行业的展览业务，张学艳、王有强分别持有30.00%、70.00%的股权。2013年11月11日，张学艳与王有强办理离婚手续。2015年8月25日，张学艳向王有强转让恒信展览11.00%股权，持股比例降为19.00%。2016年11月24日，张学艳分别向王有强、赵志伟、刘彦魁转让恒信展览3.00%、3.00%和13.00%股权，转让后不再持有恒信展览股权。

2015年7月24日，张学辉与直洪霞注册成立成都振威世展展览有限公司，发行人核心技术人员、北京振威副总经理贾鹏洲担任执行董事、法定代表人。成都振威主要从事会议及展览展示服务、组织策划文化交流活动等业务。2016年1月4日，新疆振威与直洪霞签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书》，受让直洪霞持有的成都振威55.00%股权，交易完成后成都振威成为公司控股子公司。股权受让完成前，成都振威并未开展实际业务。2017年3月14日，新疆振威与直洪霞、张学辉、张学山签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书之补充协议》，受让张学辉持有的成都振威45.00%股权，交易完成后成都振威成为发行人全资子公司。

截至本招股说明书签署之日，除振威展览外，张学山无其他存在控制关系的企业。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为有效防止及避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人张学山以及实际控制人张超凡、张学林出具了关于避免同业竞争的承诺函，内容如下：

“本人除投资振威展览外，没有直接或间接地以任何方式（包括但不限于自己经营、为他人经营、协助他人经营等）从事与振威展览及其子公司相同或类似的业务，亦未投资于任何与振威展览从事相同或类似业务的公司、企业或者其他经营实体，与振威展览不存在同业竞争。”

本人不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于自营、合资或联营方式）参与或进行与振威展览及/或其子公司实际从事的业务存在直接或间接竞争的任何业务活动。凡本人有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与振威展览及/或其子公司实际生产经营构成竞争的业务，将通过包括但不限于以下方式退出：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的资产或业务以合法方式置入振威展览；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）采取其他对维护振威展览权益有利的行动以消除同业竞争等。

如果本人违反上述声明、保证与承诺，导致振威展览及/或其子公司损失，本人同意就振威展览及/或其子公司的实际损失给予赔偿。

本声明、保证及承诺可被视为对振威展览及其他股东共同和分别作出的声明、保证和承诺。”

三、关联方及关联关系

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《上市规则》等关于关联方和关联关系的有关规定，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的股东

发行人的控股股东是张学山，发行人的实际控制人是张学山、张超凡、张学林。基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）控股股东和实际控制人的基本情况”。

2、发行人控股子公司

序号	企业名称	与本公司关联关系	发行人持股比例
1	北京振威展览有限公司	发行人全资子公司	100.00%

2	广州振威国际展览有限公司	发行人全资子公司	100.00%
3	新疆振威国际展览有限公司	发行人全资子公司	100.00%
4	西安振威展览有限公司	发行人全资子公司	100.00%
5	成都振威世展展览有限公司	发行人全资子公司	100.00%
6	南京振威展览服务有限公司	发行人全资子公司	100.00%
7	北京中装润达展览有限公司	发行人控股子公司	67.00%

3、发行人参股公司

序号	企业名称	与本公司关联关系	发行人持股比例
1	新疆亚欧国际博览有限公司	发行人参股公司	30.00%

4、公司的董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司的董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”，与上述人员关系密切的家庭成员也是公司的关联方。除董事、监事、高级管理人员外，主要关联方包括以下人员：

序号	关联方名称	关联关系
1	杨香芬	董事长兼总经理张学山配偶
2	张学艳	董事长兼总经理张学山之妹
3	马丽萍	董事兼副总经理张学林配偶
4	杨春伟	监事会主席靳风菊配偶
5	刘文艳	董事、副总经理、财务总监刘文娟之妹
6	马玉柱	董事、副总经理、财务总监刘文娟之妹刘文艳配偶

5、其他关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	广东省充电设施协会	张学山担任法定代表人
2	张学辉	成都振威总经理，持有华镕投资 3.71%股份，曾持有成都振威 45.00%股权
3	直洪霞	张学辉配偶，曾持有成都振威 55.00%股权
4	广州市华镕投资管理有限公司	张学山配偶杨香芬持股 40.05%并担任法定代表人、执行董事、总经理
5	天津滨海新区芳香园鲜花销售有限公司	张学山之妹张学艳持股 100.00%并担任法定代表人、执行董事、总经理

6	上海虢合投资合伙企业（有限合伙）	持有公司 2.38%股份，发行人董事谷茹担任执行事务合伙人委派代表
7	上海虢盛投资管理有限公司	虢合投资基金管理人，发行人董事谷茹担任总经理
8	上海虢实投资合伙企业（有限合伙）	持有虢合投资 41.76%出资份额，上海虢盛投资管理有限公司为企业执行事务合伙人，发行人董事谷茹担任执行事务合伙人委派代表
9	上海虢顺投资管理有限公司	发行人董事谷茹担任执行董事
10	上海虢盈投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人
11	上海虢盛资产管理中心（有限合伙）	上海虢盛投资管理有限公司为企业执行事务合伙人，发行人董事谷茹担任执行事务合伙人委派代表
12	上海虢茂投资合伙企业(有限合伙)	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人委派代表
13	长兴虢益投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人委派代表
14	上海騫淼商务咨询合伙企业（普通合伙）	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人
15	上海童恺企业营销策划合伙企业(普通合伙)	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人
16	上海瑾童企业管理咨询合伙企业(普通合伙)	发行人董事谷茹担任执行事务合伙人
17	天津锐新昌轻合金股份有限公司(已于 2017 年 11 月 7 日更名为天津锐新昌科技股份有限公司)	发行人董事谷茹通过上海虢盛资产管理中心（有限合伙）间接持股 2.62%、通过上海虢合投资合伙企业（有限合伙）持股 4.4662%、上海虢实投资合伙企业（有限合伙）持股 16.63%，并担任担任董事
18	孙国辉	中装润达执行董事、总经理，持有中装润达 33.00%股权

（二）报告期内曾经存在关联关系的企业

报告期内，发行人曾经存在关联关系的企业包括：

序号	企业名称	关联关系
1	广州振威贸易展览有限公司	海南（广州）三力信息咨询中心持股 8.00%，张新锁持股 12.00%，杨香芬持股 15.00%，杨思香持股 15.00%，张学山持股 50.00%，于 2015 年 8 月 24 日注销
2	成都市振威展览有限公司	张学山持股 70.00%，左霖持股 10.00%，张新国持股

		10.00%，肖晓雪持股 10.00%，于 2017 年 5 月 27 日注销
3	天津恒信展览有限公司	张学山之妹张学艳曾持股 30.00%，张学艳前夫王有强曾持股 70.00%，双方于 2013 年 11 月 11 日办理离婚手续。2015 年 8 月 25 日，张学艳向王有强转让恒信展览 11.00% 股权，持股比例降为 19.00%。2016 年 11 月 24 日，张学艳分别向王有强、赵志伟、刘彦魁转让恒信展览 3.00%、3.00% 和 13.00% 股权，转让后不再持有恒信展览股权
4	香港振威	北京振威曾持股 100.00%，于 2017 年 7 月 28 日注销
5	振威传媒	香港振威曾持股 100.00%，于 2017 年 6 月 23 日注销

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、支付董事、监事及高级管理人员报酬

报告期内，公司支付董事、监事和高级管理人员合计报酬分别为 163.25 万元、264.17 万元和 337.44 万元，具体情况请参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“四、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况”。

2、关联租赁

单位：万元

年度	出租方名称	承租方名称	租赁资产	租赁费
2017 年度	张学山、杨香芬夫妇	北京振威	北京办公楼	175.39
2016 年度	张学山、杨香芬夫妇	北京振威	北京办公楼	175.39
	杨香芬	西安分公司	西安办公楼	3.15
	杨香芬	西安振威	西安办公楼	3.50
	张学辉	成都振威	成都办公楼	12.23
	合计			194.27
2015 年度	张学山、杨香芬夫妇	北京振威	北京办公楼	175.39
	杨香芬	西安分公司	西安办公楼	5.40
	张学辉	成都振威	成都办公楼	4.80
	张学辉	成都振威	办公用车	0.60
	合计			186.19

北京振威成立之初曾租赁无关联第三方房产作为办公场所，由于房产租赁期限到期后出租方不再续约导致北京振威临时变更办公场所，更换办公场所整租大面积办公区域的装修费用较高、装修时间较长。张学山、杨香芬夫妇名下的房屋地处北京市朝阳区，紧邻国家会议中心等专业展馆，通往北京新国际展览中心（北京石油展举办场所）交通便利，结合办公环境、配套设施、员工交通等重要因素，该处房产符合北京振威的发展需要；北京振威经与张学山、杨香芬夫妇协商后租赁该处房产作为办公场所。北京振威租赁关联方房产，有利于发行人专注于主营业务的经营和发展。

借鉴北京振威的租赁模式，西安分公司、新疆振威和成都振威在报告期内均曾租赁关联方的房产作为办公地点。租赁控股股东或其他关联方房产作为办公地点，有利于办公场所的稳定。上述租赁发生时全面考虑了房屋的处所、周边环境、交通等关键因素，租赁价格参考了同地段、同时期的周边商业房产的租赁行情，价格公允，不存在特殊安排，不存在显失公允的交易或利益输送情形。

报告期内发行人关联租赁房产同周边可比商业房产的租金对比情况如下：

单位：元/m²天

年度	出租方名称	租赁资产	关联租赁房产坐落	日租金	周边可比日租金
2017年度	张学山、杨香芬夫妇	北京办公楼	朝阳区北苑路170号凯旋城E座	5.82	5.80-6.00
2016年度	张学山、杨香芬夫妇	北京办公楼	朝阳区北苑路170号凯旋城E座	5.82	5.80-6.00
	杨香芬	西安办公楼	长安北路91号富城大厦	1.78	1.00-1.83
	杨香芬	西安办公楼	长安北路91号富城大厦	1.00	1.00-1.83
	张学辉	成都办公楼	太升北路56号江信大厦	0.92	0.92-1.00
	张学辉	成都办公楼	益州大道中段888号	1.27	1.14-1.52
2015年度	张学山、杨香芬夫妇	北京办公楼	朝阳区北苑路170号凯旋城E座	5.82	5.78-6.00
	杨香芬	西安办公楼	长安北路91号富城大厦	1.00	1.00-1.33
	张学辉	成都办公楼	太升北路56号江信大厦	0.92	0.89-1.00

注：2016年下半年西安振威租赁杨香芬的房产租赁价格随着周边租金上涨有所上涨，由1元/m²天上涨到1.78元/m²天

报告期内，上述子公司除北京振威外均通过自购房产或租赁其他无关联第三方的形式消除了关联租赁。北京振威经营规模较大，对办公区域面积要求较高，

更换办公场所的装修、搬迁等成本较高，故未更换办公地址。目前北京房地产平均价格较高，报告期内，发行人通过购买房产作为办公场所成本较高。随着公司业务规模的扩大，人员逐步增加，现有办公场所已经逐步难以满足公司的需要。因此，公司计划在合适的时机，向第三方购买房产作为自有办公场所使用。

3、关联采购

（1）向恒信展览采购展览服务

2015年5月，新疆振威与恒信展览签订采购合同，约定参加恒信展览于2016年举办的“天津国际生物产业博览会”，合同金额50.00万元。2015年8月，新疆振威与恒信展览签订采购合同，约定参加恒信展览于2016年举办的“天津国际医疗器械展览会”，合同金额15.00万元。2015年5月和2015年9月，新疆振威分别向恒信展览预付参展费用50.00万元和15.00万元。

2015年10月，由于会展举办时间调整，新疆振威与恒信展览签订协议，约定解除上述合同。2015年10月和2016年3月，恒信展览分别退还预收参展费用15.00万元和50.00万元。

（2）向天津滨海新区芳香园鲜花销售有限公司采购鲜花盆栽

单位：万元

年度	采购方	销售方	采购内容	金额	占当期主营业务成本比
2015年度	振威展览	天津滨海新区芳香园鲜花销售有限公司	鲜花盆栽	2.21	0.04%

报告期内，公司向关联方天津滨海新区芳香园鲜花销售有限公司采购鲜花盆栽，交易金额占公司各期采购总额的比重较低。交易双方按照市场价格定价，自2016年起，公司未向其采购任何商品或服务。

4、关联销售

单位：万元

序号	销售方	采购方	销售协议名称	金额
----	-----	-----	--------	----

1	新疆振威	新疆亚欧	展会专场活动服务	9.43
2	新疆振威	新疆亚欧	国际馆展商服务	15.00
3	新疆振威	新疆亚欧	现场成交额统计调研服务	12.60
4	新疆振威	新疆亚欧	专业观众组织邀请工作服务	46.18

2016 年度，新疆振威向新疆亚欧举办的第五届中国-亚欧博览会提供专业观众组织、统计调研等服务，实现销售收入 83.22 万元，占发行人 2016 年度营业收入的 0.47%。

5、使用关联方刊号

2014 年 4 月 15 日，振威传媒与北京振威签订了《刊号授权无偿使用合作协议》，协议约定北京振威自 2014 年 5 月 1 日至 2024 年 2 月 28 日可无偿使用振威传媒名下的杂志刊号《石油与装备》（国际刊号 ISSN：1990-5947），同时约定刊号年费及相关其他费用由北京振威承担。北京振威通过向北京石油展等客户赠阅期刊《石油与装备》，为参展商提供高附加值的服务。

发行人全资子公司香港振威已于 2016 年 6 月收购振威传媒 100.00% 股权，目前该项关联交易已经消除。2016 年 12 月 10 日，北京振威同振威传媒签订《刊号使用协议之终止协议》，发行人停止发行期刊《石油与装备》。

（二）偶发性关联交易

1、收购成都振威

2016 年 1 月 4 日，新疆振威与直洪霞签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书》，经双方协商一致，新疆振威以现金 887.50 万元受让直洪霞持有的成都振威 55.00% 股权。

2017 年 3 月 14 日，新疆振威与直洪霞、张学辉、张学山签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书之补充协议》。因成都振威盈利状况低于预测，为支持公司发展，经双方协商一致，将前述收购成都振威 55.00% 股权的收购价格由 887.50 万元调整为 459.57 万元，并以 376.01 万元的价格收购张学辉持有的成都振威 45.00% 股权。

2、收购振威传媒

2016年6月22日，香港振威与杨香芬签署《股权转让协议》，经双方协商一致，同时参考振威传媒经审计后净资产，香港振威以现金1.00港币受让杨香芬持有的振威传媒100.00%股权。

（三）关联方应收应付款情况

报告期内，公司与关联方存在资金往来，主要为关联方对公司资金占用事项。具体情况如下：

1、新疆亚欧对公司的资金占用

报告期内，新疆亚欧占用发行人资金的具体情况如下：

单位：万元

日期	占用金额	归还金额	余额
2015年1月14日	6.00		50.12
2015年2月9日	15.00		65.12
2015年2月13日	0.29		65.40
2015年2月26日	0.50		65.90
2015年3月2日	0.43		66.34
2015年3月12日		0.04	66.30
2015年3月16日	0.05		66.34
2015年8月19日		68.93	-2.58
2015年8月25日	2.58		
2015年度合计	24.85	68.97	

公司2014年起参与筹备成立新疆亚欧。筹备期内公司代新疆亚欧向美克国际家居用品股份有限公司、乌鲁木齐艾利特物业服务有限公司租赁办公住所，并代垫相关房屋租金、物业费。2015年度，公司为新疆亚欧垫付房屋租金及物业费22.22万元。新疆亚欧已于2015年8月19日全部归还上述振威展览代垫款项。

2、杨春伟对公司的资金占用

报告期内，监事会主席靳风菊配偶杨春伟占用发行人资金的具体情况如下：

单位：万元

日期	占用金额	归还金额	余额
2015年4月10日	180.00		180.00
2015年4月13日	136.00		316.00
2015年4月13日	300.00		616.00
2015年4月24日		210.00	406.00
2015年4月27日		106.00	300.00
2015年4月29日		300.00	
2015年度合计	616.00	616.00	

2015年4月，公司员工杨春伟、唐志峰分别向振威展览申请借款316.00万元、300.00万元，唐志峰收款后将300.00万元借款转账至杨春伟账户。其后，公司加强资金管理，通知二人全额退还借款，杨春伟、唐志峰于当月将所借款项全部退还。

3、直洪霞对成都振威的资金占用

报告期内，公司控股子公司成都振威总经理张学辉配偶直洪霞占用成都振威资金的具体情况如下：

单位：万元

日期	占用金额	归还金额	余额
2015年10月29日	47.60		47.60
2015年度合计	47.60		47.60
2016年1月12日		47.60	
2016年度合计		47.60	

2015年10月29日，直洪霞向成都振威借款47.60万元。2016年1月4日，新疆振威与直洪霞签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书》，受让直洪霞持有的成都振威55.00%的股权，成为成都振威控股股东。2016年1月12日，直洪霞归还上述借款。

为解决关联方资金占用问题，公司不断加强规范与关联方的资金往来。除上述垫付和向关联方提供借款情况，未再发生关联方对公司的资金占用情形。

为进一步规范和减少关联交易，公司采取了以下改进措施：

- （1）公司制订《天津振威展览股份有限公司规范与关联方资金往来的管理

制度》并明确规定：“公司应防止公司关联方通过各种方式直接或间接占用公司的资金和资源，公司不得为关联方垫支工资、福利、保险、广告等相关费用，也不得互相代为承担成本和其他支出。”

（2）公司控股股东、实际控制人张学山以及实际控制人张超凡、张学林作出如下承诺：

“本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《公司章程》等制度的规定行使股东权利，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，在任何情况下均不要求公司违规为本人提供任何形式的担保。

本人将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

本人将严格遵守公司章程及关联交易管理制度中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照公司关联交易决策程序进行，并将履行合法程序，敦促公司及时对关联交易事项进行披露。

本人保证不会利用关联交易转移公司利润，不会通过影响公司的经营决策来损害公司及其他股东的合法权益。”

（3）公司全体董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《公司章程》等制度的规定行使股东权利，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，在任何情况下均不要求公司违规为本人提供任何形式的担保。

本人将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

本人将严格遵守公司章程及关联交易管理制度中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照公司关联交易决策程序进行，并将履行合法程

序，敦促公司及时对关联交易事项进行披露。

本人保证不会利用关联交易转移公司利润，不会通过影响公司的经营决策来损害公司及其他股东的合法权益。”

（四）关联交易对公司财务状况及经营成果的影响

公司具有独立的展会策划、推广和运营服务体系，报告期内公司与关联方发生的关联交易占同期成本的比例较低，双方按照市场公允价格进行定价结算，不存在损害公司及非关联股东利益的情形，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

保荐机构认为，发行人在报告期内存在关联方对公司资金占用的情形，资金占用时间较短，并已经予以改正。发行人制定了严格的规范资金占用制度，并且由控股股东、实际控制人和全体董事、监事、高级管理人员出具承诺，确保以后不再发生关联方资金占用事宜。发行人与关联方发生的关联交易是在公平、互利的基础上进行的，交易价格按照市场化原则确定，符合公司及全体股东的最大利益。上述事宜未造成公司及股东的实际损失，不存在损害中小股东的利益情形，对公司的财务状况和经营成果不构成重大不利影响，因此，该等事宜不构成发行人首次公开发行股票并上市的实质性障碍。

（五）关联交易汇总表

报告期内，公司的关联交易汇总表如下：

单位：万元

项目	关联交易内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经常性 关联交 易	支付董事、监事及高级管理人员报酬	337.44	264.17	163.25
	支付张学山、杨香芬夫妇房屋租赁款	175.39	182.04	180.79
	支付张学辉房屋租赁款	-	12.23	4.80
	支付张学辉办公用车租赁款	-	-	0.60
	收到新疆亚欧展览服务款	-	83.22	-
	支付天津芳香园鲜花采购款	-	-	2.21
偶发性 关联交	收购成都振威 55.00%股权	-	459.57	-
	收购成都振威 45.00%股权	376.01	-	-

易	支付杨香芬受让振威传媒股权款	-	1 港币	-
关联方	垫付新疆亚欧房屋租金、物业费	-	-	22.22
资金占	直洪霞借款	-	-	47.60
用	杨春伟、唐志峰借款	-	-	616.00

注：2017年3月14日，新疆振威与直洪霞、张学辉、张学山签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书之补充协议》，将收购成都振威55.00%股权的收购价格由887.50万元调整为459.57万元。

五、关联交易决策权限与程序及执行情况

（一）公司章程的有关规定

公司现行《公司章程》对于关联交易决策权限与程序作出如下规定：

“第七十九条 股东大会拟审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该项事项提交股东大会审议。”

除《公司章程》的规定外，公司还在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事年报工作制度》、《关联交易管理制度》和《对外担保管理制度》中对关联交易决策与程序作了更为详尽的规定。

（二）关联交易决策程序的执行情况

报告期内，公司根据有关法律、法规和规范性文件的规定，已在其《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事年报工作制度》、《关联交易管理制度》和《对外担保管理制度》中规定了在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他公允决策程序，且有关议事规则及决策制度已经公司股东大会审议通过。公司章程、有关议事规则及关联交易决策

制度等内部规定中明确的关联交易公允决策程序合法、有效。

（三）独立董事对关联交易的意见

公司独立董事对关联交易进行了认真核查并发表了如下意见：

“公司于报告期内的关联交易符合商业惯例，关联交易定价公允，遵循了公平、公开、公正的市场原则；该等关联交易符合公司的实际需要，未损害公司利益和中小股东利益；公司的关联交易事项履行了相关的公司内部审批程序，符合《公司法》、《公司章程》和其他的公司制度的规定。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

公司现有董事 9 名、监事 3 名、高级管理人员 6 名、核心技术人员 4 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务
1	张学山	董事长、总经理、核心技术人员
2	张学林	董事、副总经理、核心技术人员
3	邓小辉	董事、副总经理
4	刘文娟	董事、副总经理、财务总监
5	张超凡	董事
6	谷茹	董事
7	林国伟	独立董事
8	张效林	独立董事
9	张羚	独立董事
10	靳风菊	监事会主席
11	赵红斌	监事
12	于勇	职工代表监事
13	刘晨	副总经理、核心技术人员
14	陈旭	副总经理
15	崔喜庆	副总经理、董事会秘书
16	贾鹏洲	核心技术人员

（一）董事会成员

公司董事会现有 9 名董事，其中独立董事 3 名。具体情况如下：

1、张学山先生，男，1969 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1988 年 1 月至 1994 年 5 月，任职于广州铁路局；1994 年 5 月至 1996 年 5 月，任中国报纸博览中心企划部总监；1996 年 5 月至 2002 年 12 月，任振威贸易执行董事、总经理；1999 年 10 月至 2010 年 12 月，任陕西振威

国际展览贸易有限公司执行董事、总经理；1999年11月至2006年11月，任乌鲁木齐振威展览有限公司执行董事、总经理；2000年3月至2013年6月，任广东振威国展展览有限公司执行董事、总经理；2000年10月至2017年5月，担任成都市振威展览有限公司执行董事、总经理；2000年12月至今，任北京振威执行董事、总经理；2005年6月至今，任新疆振威执行董事、总经理；2007年4月至2015年7月，任振威有限董事长、总经理；2007年9月至2012年8月，任西安曲江振威会展有限公司董事长、总经理；2011年9月至2016年12月，任西安分公司总经理；2012年2月至今，任广州振威执行董事、总经理；2015年3月至今，任新疆亚欧董事；2015年7月发起设立振威展览，任振威展览董事长、总经理；2016年6月至2017年7月，任香港振威董事；2016年6月至2017年6月，任振威传媒董事；2016年9月至今，任西安振威执行董事、总经理；2017年3月至今，担任成都振威执行董事。

现任公司董事长兼总经理、北京振威执行董事兼总经理、新疆振威执行董事兼总经理、广州振威执行董事兼总经理、西安振威执行董事兼总经理、成都振威执行董事、新疆亚欧董事。

2、张学林先生，1973年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1995年3月至1999年12月，任振威贸易业务经理；2000年1月至2003年9月，任陕西振威国际展览贸易有限公司副总经理；2003年9月至2006年7月，任广东振威国展展览有限公司副总经理；2005年6月至今，任新疆振威副总经理；2010年12月至2015年7月，任振威有限董事、副总经理；2015年3月至2015年7月，任新疆亚欧总经理；2015年7月至今，担任公司董事、副总经理。

现任公司董事、副总经理、新疆振威副总经理。

3、邓小辉先生，1979年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，注册会展经理（CEM），南开大学会展管理系客座教授。主要经历：2000年10月至2003年10月，任乌鲁木齐振威展览有限公司销售部职员；2003年10月至2007年9月，任陕西振威国际展览贸易有限公司销售部项目经理；2007年

9月至2009年9月，任振威有限项目经理；2009年9月至2011年11月，任振威有限项目总监；2010年12月至2015年7月，任振威有限监事；2015年5月至2015年7月，任振威有限副总经理；2015年7月至今，担任公司董事、副总经理。

现任公司董事、副总经理。

4、刘文娟女士，1977年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：2000年3月至2000年11月，任陕西振威展览贸易有限公司业务经理；2000年12月至2015年7月，任北京振威副总经理；2010年12月至2015年7月，任振威有限董事、财务总监；2015年7月至今，担任公司董事、副总经理、财务总监。

现任公司董事、副总经理、财务总监。

5、张超凡先生，1991年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：2015年3月至2015年7月，任广州振威电池组销售员；2015年7月至今，担任公司董事、项目总监；2018年4月至今，担任南京振威执行董事兼总经理。

现任公司董事、项目总监、南京振威执行董事兼总经理。

6、谷茹女士，1974年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。主要经历：1996年至1999年，任中信证券有限责任公司投资银行部高级经理；1999年至2002年，任招商证券有限责任公司投资银行部总经理助理；2002年至2007年，任天一证券有限责任公司风险管理部总经理；2008年至2011年，任上海复星创富股权投资管理有限公司常务副总裁；2011年至2013年，任复星凯雷（上海）股权投资管理有限公司联席总裁；2013年至今，任虢盛投资总经理；2016年8月至今，担任公司董事；2017年5月至今担任天津锐新昌轻合金股份有限公司（已于2017年11月7日更名为天津锐新昌科技股份有限公司）董事。

现任公司董事、虢盛投资总经理、天津锐新昌科技股份有限公司董事。

7、张效林先生，1950年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：1975年8月至1978年11月，任北京二七机车厂技术员；1978年12月至1979年3月，任第一机械工业部华北农机公司工程师；1979年4月至1988年6月，任机械电子工业部主任科员；1988年7月至2010年8月，任贸促会机械行业分会副会长、处长；2009年12月至今，任机械汽车展览联合会秘书长。自2016年8月起担任公司独立董事。

8、张羚女士，1955年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：1990年至2000年，任国务院发展研究中心管理世界杂志社副主任；2000年至2008年，任北京市贸促会副处长；2001年至今，任北京国际会议展览业协会常务副秘书长。自2016年8月起担任公司独立董事。

9、林国伟先生，1965年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，中国注册会计师，中国注册税务师。主要经历：1989年9月至1997年11月，任天津市财经学校教师；1997年12月至1999年12月，任天津公信会计师事务所部门副经理；2000年1月至2007年7月，任天津天华会计师事务所合伙人；2007年8月至2012年11月，任信永中和会计师事务所有限责任公司天津分所高级经理及审计合伙人；2008年1月至2011年12月，任华北高速公路股份有限公司独立董事；2012年12月至今，任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）天津分所审计合伙人。自2016年8月起担任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会现有3名监事，其中1名为职工代表监事，公司监事基本情况如下：

1、靳风菊女士，1973年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1992年7月至2002年1月，任河南省浚县白寺乡教育办公室数学教师、教研组长；2002年2月至2003年8月，任乌鲁木齐振威展览有限公司行政人事部总经理；2003年9月至2007年3月，任北京振威行政人事部总经理；2007年4月至2015年7月，任振威有限行政人事部总经理；2010年12月至2015

年 7 月，任振威有限监事会主席。2015 年 7 月至今，担任公司监事会主席、人力资源与行政中心总经理。2018 年 4 月至今，担任南京振威监事。

现任公司监事会主席、人力资源与行政中心总经理、南京振威监事。

2、赵红斌先生，1965 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。主要经历：1986 年 6 月至 1988 年 7 月，任鹤壁市矿务局供电处机修科职员；1988 年 8 月至 1998 年 7 月，任鹤壁市矿务局供电处变电科调度；1998 年 8 月至 1999 年 10 月，任广东振威国展展览有限公司销售经理；1999 年 10 月至 2012 年 12 月，任陕西振威国际展览贸易有限公司总经理助理；2007 年 9 月至 2012 年 8 月，任西安曲江振威会展有限公司总经理助理；2012 年 9 月至 2016 年 8 月，任西安分公司副总经理；2016 年 9 月至今，任西安振威监事。2015 年 7 月至今，担任公司监事。

现任公司监事、西安振威监事。

3、于勇先生，1975 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。主要经历：1998 年 9 月至 1999 年 9 月，任沈阳机床集团第一机床有限公司销售部职员；1999 年 10 月至 2000 年 9 月，任沈阳东北家饰批发广场企划部职员；2000 年 10 月至 2001 年 4 月，任中企动力网络公司广州分公司技术销售部职员；2001 年 5 月至 2012 年 2 月，任广东振威国展展览有限公司观众信息部总监；2012 年 2 月至今，任广州振威副总经理。2015 年 7 月至今，担任公司职工代表监事。

现任公司职工代表监事、广州振威副总经理。

（三）高级管理人员

公司现有 6 名高级管理人员，公司高级管理人员简历如下：

1、张学山先生

现任公司董事长、总经理，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

2、张学林先生

现任公司董事、副总经理，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

3、邓小辉先生

现任公司董事、副总经理，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

4、刘文娟女士

现任公司副总经理、财务总监，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

5、刘晨先生，1976年10月出生，中国国籍，拥有加拿大永久居留权，本科学历。主要经历：1999年3月至2005年6月，任新华社音像部记者编辑；2005年6月至2009年11月，任北京联动空间文化有限公司总裁办公室副总经理；2009年11月至2015年7月，任振威有限品牌中心总经理；2015年7月至今，任公司品牌中心总经理；2016年8月至今，任公司副总经理。

现任公司副总经理、品牌中心总经理。

6、陈旭先生，1984年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中级策划师。主要经历：2007年7月至2008年9月，任北京北奥会展有限公司项目部经理；2008年9月至2009年3月，任北京和君咨询有限公司项目部咨询师；2009年3月至2010年12月，任北京振威总经理助理；2010年12月至2015年7月，任振威有限董事会秘书；2015年7月至2017年12月，任振威展览董事会秘书。2015年7月至今，担任公司副总经理。

7、崔喜庆先生，1989年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要工作经历：2012年3月至2013年6月，任北京九禾融通投资顾问有限公司项目部经理；2013年6月至2015年12月，任中国中医集团投资有限公司董事长助理；2016年1月至2017年12月，任振威展览证券事务代表。2017年12月至今，担任振威展览副总经理、董事会秘书。

（四）其他核心人员

公司的核心技术人员张学山、张学林、刘晨、贾鹏洲，简历如下：

1、张学山先生，现任公司董事长、总经理，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

2、张学林先生，现任公司董事、副总经理，其简历详见本节“（一）董事会成员”。

3、刘晨先生，现任公司副总经理、品牌中心总经理，其简历详见本节“（三）高级管理人员”。

4、贾鹏洲先生，1978年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。主要经历：2000年11月至2001年8月，任陕西振威国际展览贸易有限公司业务代表；2001年8月至2009年10月，任北京振威项目经理；2009年10月至2015年1月，任北京振威项目总监；2015年1月至今，任北京振威副总经理；2015年7月至2017年3月，任成都振威执行董事。

现任北京振威副总经理。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况如下：

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与本公司关系
1	张学山	董事长、 总经理	北京振威展览有限公司	执行董事、总经理	全资子公司
2			广州振威国际展览有限公司	执行董事、总经理	全资子公司
3			新疆振威国际展览有限公司	执行董事、总经理	全资子公司
4			西安振威展览有限公司	执行董事、总经理	全资子公司
5			新疆亚欧国际展览有限公司	董事	参股公司
6	张学林	董事、副 总经理	新疆振威国际展览有限公司	副总经理	全资子公司
7	赵红斌	监事	西安振威展览有限公司	监事	全资子公司
8	于勇	职工代表 监事	广州振威国际展览有限公司	副总经理	全资子公司
9	谷茹	董事	上海競合投资合伙企业（有限 合伙）	执行事务合伙人委 派代表	持有公司 2.38%股份

10			上海虢盛投资管理有限公司	总经理	虢合投资执行事务合伙人
11			上海虢实投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	持有虢合投资41.76%出资份额
12			上海虢顺投资管理有限公司	执行董事	无
13			上海虢盈投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	无
14			上海虢盛资产管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
15			上海虢茂投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
16			长兴虢益投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
17			上海骞淼商务咨询合伙企业（普通合伙）	执行事务合伙人	无
18			上海童恺企业营销策划合伙企业（普通合伙）	执行事务合伙人	无
19			上海瑾童企业管理咨询合伙企业（普通合伙）	执行事务合伙人	无
20			天津锐新昌科技股份有限公司	董事	无
21	张效林	独立董事	中国机械汽车展览联合会	秘书长	无
22	张羚	独立董事	北京国际会议展览业协会	常务副秘书长	无
23	林国伟	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）天津分所	审计合伙人	无

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

张学山与张超凡系父子关系，张学山系张超凡之父；张学山与张学林系兄弟关系，张学山系张学林之兄。

截至本招股说明书签署之日，除以上关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

（七）发行人董事、监事的选聘和提名情况

1、董事选举及提名情况

序号	姓名	提名人	任期	当选会议届次
1	张学山	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
2	张学林	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
3	邓小辉	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
4	刘文娟	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
5	张超凡	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
6	谷茹	董事会	2016.8-2018.6	2016 年第四次临时股东大会
7	张效林	董事会	2016.8-2018.6	2016 年第四次临时股东大会
8	张羚	董事会	2016.8-2018.6	2016 年第四次临时股东大会
9	林国伟	董事会	2016.8-2018.6	2016 年第四次临时股东大会

2、监事选举及提名情况

序号	姓名	提名人	任期	当选会议届次
1	靳风菊	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
2	赵红斌	全体股东	2015.6-2018.6	2015 年公司创立大会
3	于勇	职工代表大会	2015.6-2018.6	2015 年职工代表大会

（八）董事、监事、高级管理人员了解股票上市相关法律法规及其法定义务责任情况

本公司董事、监事和高级管理人员通过参加保荐机构、律师和会计师的上市辅导培训、交流答疑等，对股票发行上市、上市公司规范运作等有关法律法规和规范性的文件进行了学习，并通过了辅导验收考试。

公司的董事、监事和高级管理人员已了解发行上市相关法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有本公司股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的具体情况如下表：

序号	姓名	公司职务/近亲属关系	直接持股数量（股）	直接持股比例
1	张学山	董事长、总经理	20,651,560	67.81%
2	张学林	董事、副总经理	1,101,468	3.62%
3	邓小辉	董事、副总经理	275,367	0.90%
4	刘文娟	董事、副总经理、财务总监	1,018,858	3.35%
5	张超凡	董事	1,376,835	4.52%
6	谷茹	董事	724,649	2.38%
7	靳风菊	监事会主席	278,121	0.91%
8	赵红斌	监事	26,700	0.09%
9	刘晨	副总经理	275,367	0.90%
10	陈旭	副总经理	165,220	0.54%
11	贾鹏洲	核心技术人员	275,367	0.90%
12	王培勋	赵红斌之姐配偶	96,151	0.32%
13	刘文艳	刘文娟之妹	82,610	0.27%

上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持公司股份不存在质押或冻结情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份的具体情况如下表：

序号	姓名	职位	间接持股比例
1	张学山	董事长、总经理	持有五五绿洲 2.49% 的出资份额，五五绿洲持有公司 1.50% 的股份
2	于勇	职工代表监事	持有华镭投资 2.70% 的股权，华镭投资持有公司 4.52% 的股份
3	杨香芬	张学山配偶	1、持有华镭投资 40.05% 的股权，华镭投资持有公司 4.52% 的股份 2、持有上海虢实投资合伙企业（有限合伙）2.08% 出资份额，上海虢实投资合伙企业（有限合伙）持有虢合投资 41.76% 出资份额，虢合投资持有公司 2.38% 的出资份额
4	马丽萍	张学林配偶	持有华镭投资 2.00% 的股权，华镭投资持有公司 4.52% 的股份

三、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在本次发行前对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的其他对外投资情况如下：

姓名	职务	投资企业名称	注册资本 (万元)	直接或间接 投资比例
张学山	董事长、 总经理	新疆五五绿洲壹期股权投资合伙企业（有限合伙）	-	1.50%
于勇	职工代表 监事	广州市华镛投资管理有限公司	162.00	2.70%
谷茹	董事	陕西红旗民爆集团股份有限公司	15,756.00	0.46%
		哇棒移动传媒股份有限公司	6,049.105	0.01%
		上海虢盛投资管理有限公司	1,000.00	55.00%
		上海虢顺投资管理有限公司	3.00	95.00%
		上海虢盈投资合伙企业（有限合伙）	-	94.50%
		上海虢盛资产管理中心（有限合伙）	-	92.85%
		上海骞淼商务咨询合伙企业（普通合伙）	-	9.00%
		上海童恺企业营销策划合伙企业（普通合伙）	-	9.00%
		上海瑾童企业管理咨询合伙企业（普通合伙）	-	9.00%
		长兴虢益投资合伙企业（有限合伙）	-	9.00%
		上海虢合投资合伙企业（有限合伙）	-	2.50%
		上海虢实投资合伙企业（有限合伙）	-	3.13%
		天津锐新昌科技股份有限公司	8,271.00	23.7162%

四、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司内部董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬由工资及奖金构成，并依据其所在岗位、工作年限、绩效考核结果确定。公司董事会下设的薪酬与考核委员会，按照薪酬计划及绩效考评结果，提出具体薪酬指标，报董事会批准后执行；公司独立董事在公司所领取的津贴，参照其他可比公司津贴标准拟定，并经公司股东大会批准确定。

其他核心人员薪酬由工资及奖金构成，依据其所处岗位、工作年限、绩效考

核结果综合确定。公司人力资源与行政中心按照薪酬计划及绩效考评结果，提出具体薪酬指标，经分管领导审核报总经理批准后执行。

报告期内，公司董事、监事和高级管理人员薪酬总额为 163.25 万元、264.17 万元和 337.44 万元，占各期公司利润总额的比重分别为 3.38%、5.59%和 5.80%。其中 2015 年度董监高薪酬总额较低，主要原因如下：

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员薪酬主要由工资和奖金构成，奖金同公司整体业绩挂钩。报告期内，发行人收入规模快速增长，董监高的薪酬水平大幅增加。

（二）最近一年领取薪酬情况

2017 年度公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从发行人及关联企业领取薪酬情况如下：

序号	姓名	职务	薪酬（万元）	领薪单位
1	张学山	董事长、总经理、核心技术人员	48.08	振威展览
2	张学林	董事、副总经理、核心技术人员	28.80	振威展览
3	邓小辉	董事、副总经理	26.37	振威展览
4	刘文娟	董事、副总经理、财务总监	39.59	振威展览
5	张超凡	董事	20.14	振威展览
6	谷茹	董事	-	未在公司领薪
7	林国伟	独立董事	6.06	振威展览
8	张效林	独立董事	6.06	振威展览
9	张羚	独立董事	6.06	振威展览
10	靳风菊	监事会主席	17.37	振威展览
11	赵红斌	监事	11.60	振威展览
12	于勇	职工代表监事	18.72	振威展览
13	刘晨	副总经理、核心技术人员	24.85	振威展览
14	陈旭	副总经理	21.72	振威展览
15	崔喜庆	副总经理、董事会秘书	20.25	振威展览
16	贾鹏洲	核心技术人员、北京振威副总经理	28.47	振威展览

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺

公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订劳动合同、聘用合同和商业保密协议。董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作出的其他重要承诺参见本招股说明书“重大事项提示”中有关董事、监事和高级管理人员作出的承诺事项。

截至本招股说明书签署之日，上述合同、协议、承诺等均履行正常，不存在违约情形。

六、董事、监事及高级管理人员近两年内的任职变动情况

（一）董事变动情况

2016年初，公司董事会成员有五名，分别为张学山、张学林、邓小辉、刘文娟和张超凡，其中张学山为董事长。

2016年8月2日，公司召开2016年度第四次临时股东大会，增选谷茹为董事，增选张效林、张羚、林国伟为独立董事。

（二）监事变动情况

2016年初至今，公司监事会有成员三名，分别为靳风菊、赵红斌、于勇其中，靳风菊为监事会主席，于勇为职工代表监事。

（三）高级管理人员变动情况

2016年初，公司总经理为张学山，张学林、刘文娟、邓小辉、陈旭为副总经理，刘文娟兼任财务负责人，陈旭兼任董事会秘书。

2016年7月15日，公司召开第一届董事会第十次会议，聘任刘晨为副总经理。

2017年12月20日，公司召开第一届董事会第十九次会议，同意陈旭辞去董事会秘书职务，聘任崔喜庆为副总经理、董事会秘书。

最近两年内，除上述情况外，公司董事、高级管理人员没有其他变化，公司董事、监事和高级管理人员基本保持稳定，上述人员的变动没有对公司产生重大不利影响。

七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运作及履职情况

股份公司自成立以来，根据《公司法》、《证券法》等相关法规及《公司章程》的规定，公司已经建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，形成了规范的公司治理结构。公司董事会设有审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会。公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律法规、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运作，各股东、董事、监事和高级管理人员按制度规定切实地行使权力、履行义务，公司治理不存在重大缺陷。

（一）股东大会的实际运行情况

公司设股东大会，为公司的权利机构。股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一个会计年度结束后的6个月内举行。

2015年6月18日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》，对股东的权利和义务、股东大会职权、股东大会的召集和召开、股东大会的提案和通知、股东大会的表决和决议等内容做了具体的规定。

自2015年整体变更为股份公司以来，公司共召开14次股东大会，主要对董事的任免、增资、公司章程的修订等事项进行了审议。历次股东大会均按照法律

法规和《公司章程》的规定履行了召集、提案、出席、议事、表决、决议以及会议记录程序，股东依法履行股东的义务、行使股东权利，股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议内容均合法有效，不存在违反《公司法》、《公司章程》及相关制度的情形。

（二）董事会的实际运行情况

公司设董事会，由9名董事组成，其中独立董事3名，设董事长1名。公司董事会设立审计、提名、薪酬与考核、战略四个专门委员会，专门委员会对董事会负责，其成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中至少一个独立董事是会计专业人员。各专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案应提交董事审查决定。

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了20次董事会，主要对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制订公司主要管理制度、公司重大经营决策等事项作出了决议。公司董事（包括独立董事）出席了历次董事会，监事、部分高级管理人员列席董事会；历次董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》规定的职权范围和程序对各项事务进行了讨论决策，会议的召集、召开和决议内容合法有效，不存在违反法律、法规行使职权的行为。

（三）监事会的实际运行情况

公司设监事会，监事会由3名监事组成，包括1名职工代表监事，设监事会主席1名。

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了8次监事会，公司全体监事均出席了会议。公司监事会一直按照《公司法》等法律法规和《公司章程》、《监事会议事规则》的要求规范运作，对董事会的决策程序、公司董事、高级管理人员履行职责情况进行了有效监督，认真履行职责，维护公司及股东的合法权利。历次监事会会议的召集、召开等方面均遵守了《公司法》、《公司章程》以及《监事会议事规则》等的规定，决议内容合法有效，不存在违反相关法

律、法规行使职权的行为。

（四）独立董事履职情况

2016年8月2日，公司召开2016年度第四次临时股东大会，选举张效林、张羚、林国伟为第一届董事会独立董事，同时审议通过了《独立董事工作制度》。

公司依据《公司章程》和《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、选聘、任期、发表独立意见等作了详细规定，独立董事负有诚信与勤勉义务，维护公司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益。

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司独立董事通过出席董事会、召集并参加董事会专门委员会、列席股东大会等方式，及时了解公司经营管理、公司治理、内部控制、关联交易管理等各项情况，谨慎、勤勉、尽责、独立地履行职责，在关联交易管理、内部控制有效运行的督促检查、保护中小股东合法权益等方面发挥了积极有效的作用。

（五）董事会秘书的履职情况

公司设董事会秘书，负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作、组织筹备董事会会议和股东大会以及公司信息披露事务等。

公司董事会秘书按照《公司法》等法律法规和《公司章程》、《董事会秘书工作细则》等要求行使职责，并积极配合公司独立董事履行职责，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

1、审计委员会的人员构成及运行情况

2016年8月5日，公司第一届董事会第十一次会议审议设立审计委员会，组成人员为林国伟、刘文娟、张效林，林国伟为主任委员，制定并实施《董事会审计委员会工作细则》。

董事会审计委员会设立之后，严格按照有关法律、《公司章程》和《董事会审计委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

2、提名委员会的人员构成及运行情况

2016年8月5日，公司第一届董事会第十一次会议审议设立提名委员会，组成人员为张学山、张效林、张羚，张效林为主任委员，制定并实施《董事会提名委员会工作细则》。

董事会提名委员会设立之后，严格按照有关法律、《公司章程》和《董事会提名委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

3、薪酬与考核委员会的人员构成及运行情况

2016年8月5日，公司第一届董事会第十一次会议审议设立薪酬与考核委员会，组成人员为刘文娟、张效林、张羚，张羚为主任委员，制定并实施《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。

董事会薪酬与考核委员会设立之后，严格按照有关法律、《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

4、战略委员会的人员构成及运行情况

2016年8月5日，公司第一届董事会第十一次会议审议设立战略委员会，组成人员为张学山、邓小辉、张效林，张学山为主任委员，制定并实施《董事会战略委员会工作细则》。

董事会战略委员会设立之后，严格按照有关法律法规、《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

八、发行人内部控制制度情况

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市规则》等法律法规的规定，制定了一套包括组织架构、治理结构、管理制度、财务制度等在内的较为健全有效的内部控制体系，以确保公司的各项生产、经营活动都能有章可循。在组织架构方

面，本公司各部门分工明确、权责明晰、高效协作。对于公司的日常管理，公司制定了议事规则并规定了各项业务的工作程序，同时建立内部审计制度，监督、控制各项工作的开展。公司制定了完善的财务管理制度，严格规定了各项财务工作的流程，保障了财务工作正常、有序进行。

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司管理层认为：公司已经建立了较完善的法人治理结构，内部控制体系健全、合理，内控制度基本覆盖了公司业务活动和内部管理的各个方面和环节，符合有关法律法规和证券监管部门的要求。随着公司的不断发展，管理层将根据实际需要，对内部控制制度不断改进和完善，从而使内控制度得到进一步健全和提高。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了鉴证，并于2018年3月26日出具了“天健审〔2018〕1-88号”《内部控制鉴证报告》，认为“振威展览公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2017年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

九、发行人最近三年违法违规行为情况的声明

2015年7月16日，乌鲁木齐市天山区地方税务局第一征收税务局出具《税务行政处罚决定书（简易）》（征收一所税简罚[2015]10-87号），新疆振威因未按规定的期限内办理纳税申报和报送纳税资料，违反《税收征管法》第二十五条的规定，被处以200元罚款。2015年7月16日，新疆振威已补充提交纳税社保材料并缴纳200元罚款。根据乌鲁木齐市天山区地方税务局第一征收税务局出具说明，确认新疆振威在2015年6月因逾期申报被处罚200元不属于重大违法违规。

报告期内，公司及全资子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在重大违法违规情况，也不存在受到任何国家行政及行业主管部门重大处罚的情况。

十、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

1、报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间曾存在资金占用的情况，详细情况见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（三）关联方应收应付款情况”。

截至本招股说明书签署之日，上述资金占用情况已经得到有效解决，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间已不存在资金占用的情形。

2、发行人的《公司章程》及《对外担保管理制度》明确规定了对外担保的审批权限和审议程序，公司报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

十一、发行人资金管理、对外投资与担保事项的政策及制度

为完善和提高公司治理水平，保护股东的合法权益，规范公司的资金管理、对外投资和对外担保行为，有效防范风险，确保公司资产安全及保值增值，公司制定了资金管理、规范资金占用、对外担保和对外投资等制度。另外，《公司章程》也对公司的对外担保和对外投资的审批权限作出了明确的规定。

（一）资金管理制度安排

为防范和控制资金风险，保证资金安全，提高资金使用效益，根据有关法律法规及规范性文件的规定，公司制定了《财务管理制度》等资金管理制度，明确了资金使用的审批权限，加强了财务、资金使用预算管理和现金、银行存款的控制管理。另外，针对公司报告期存在的资金关联往来情况，公司专门制定了《规范与关联方资金往来的管理制度》，以防范资金被关联方非经营性占用，提高公司资金使用的规范性和有效性。

（二）对外投资管理制度安排

为规范公司重大经营及投资决策，确保决策科学、规范和透明，2015年6月18日，公司召开创立大会作出决议，制定了《对外投资管理制度》。

1、对外投资决策权限

（1）公司股东大会审批权限范围外的投资项目达到以下标准的，由公司董事会负责审批并及时披露，未达到下列标准的由董事会授权总经理办公会议审批决定，但法律、法规、其他规范性文件、《公司章程》及本制度另有规定的除外：

①交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的10%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的10%以上，且绝对金额超过500万元；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的10%以上，且绝对金额超过100万元；

④交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的10%以上，且绝对金额超过500万元；

⑤交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的10%以上，且绝对金额超过100万元。

（2）公司进行下列交易（公司获赠现金资产除外），且达到如下标准的，须经股东大会审议通过：

①交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算依据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的50%以上，且绝对金额超过3,000万元；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润50%以上，且绝对金额超过300万元；

④交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的50%以上，且绝对金额超过3,000万元；

⑤交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润50%以上，且绝对金额超过300万元。

2、对外投资决策程序

（1）公司投资管理部门对拟投资项目进行调研、论证，编制可行性研究报告及有关合作意向书，必要时应聘请中介机构进行尽职调查或聘请财务顾问出具财务顾问报告，报送总经理。由总经理组织公司各相关部门对投资项目进行综合评审，评审通过后，提交公司总经理办公会议讨论。

（2）公司总经理办公会讨论通过后，如该拟投资项目超出公司总经理审批权限，则总经理办公会需将该事项上报董事会。董事会对可行性研究报告及有关投资合同或协议等评审，根据相关权限履行审批程序，超出董事会权限的，提交股东大会审议。根据股东大会、董事会相关决议以及董事长、总经理依据本制度作出的投资决策，由董事长或总经理签署相关文件或协议。

（三）对外担保制度安排

为规范本公司对外担保行为，有效控制公司对外担保风险，保证公司资产安全，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《对外担保管理制度》，并于2015年6月18日经创立大会审议通过。

1、对外担保决策权限

公司对外担保的最高决策机构为公司股东大会，董事会根据《公司章程》、《对外担保管理制度》的有关董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的审批权。超过《公司章程》、《对外担保管理制度》规定的董事会的审批权限的，董事会应当提出预案，并报股东大会批准。董事会组织管理和实施经股东大会通过的对外担保事项。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（1）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（4）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；（5）连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%的担保；（6）连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过人民币 3,000 万元的担保；（7）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（8）法律、法规和本章程规定应当由股东大会审议通过的其他担保情形。

连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%的担保，应由出席股东大会的股东所持有的有效表决权三分之二以上通过，其他应由股东大会审批的对外担保事项，应由经出席股东所持有的有效表决权的过半数通过。

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，应回避参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

除上述情形外，其余情形的对外担保应当经董事会审议。

对外担保提交董事会审议时，必须经出席董事会的三分之二以上董事审议同意、做出决议并及时对外披露。

公司对外担保总额不得超过最近一个会计年度合并会计报表净资产的 50%。

2、对外担保的决策程序及其执行

公司对外担保的最高决策机构为公司股东大会，董事会根据《公司章程》、《对外担保管理制度》有关董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权。超过《公司章程》、《对外担保管理制度》规定的董事会的审批权限的，董事会应该提出提案，并报股东大会批准。董事会组织管理和实施经股东大会通过的对外担保事项。

股份公司设立以来，公司未发生对外担保事项，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

十二、发行人保障投资者权益情况

为充分保护投资者的合法权益，促进公司诚信自律、规范运作，根据《公司法》、《证券法》、中国证监会颁布的上市公司信息披露相关规定及其他适用法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，公司建立健全了《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》等，对保障投资者依法享有获取公司信息、取得资产收益、参与重大决策、选择管理者等权利方面做出了相关的规定。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

公司已经按照相关法律法规以及《公司章程》的规定建立了《信息披露管理办法》，公司信息披露遵循以下原则：信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息；公司董事、监事、高级管理人员和其他知情人在信息披露前，应当将该信息的知情者控制在最小范围内，不得泄露公司内幕信息，不得进行内幕交易或者配合他人操纵股票及衍生品种交易价格；公司及其董事、监事、高级管理人员应当保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司应当在公告显要位置载明前述保证。

信息披露义务人在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。

公司发生的或与之有关的事件没有达到《上市规则》的披露标准，或者《上市规则》没有具体规定，但深圳证券交易所或本公司董事会认为该事件可能对公司股票及其衍生品种交易价格产生较大影响的，公司应当比照《上市规则》及时披露。

（二）保障投资者参与重大决策和选择管理者权利的措施

1、选举和更换公司董事、监事采取累积投票制

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》，股东大会在选举两名及以上董事或监事时可以实行累积投票制度。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东提供候选董事、监事的简历和基本情况。

2、法定事项采取网络投票方式召开股东大会

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。在公司首发上市后，还可以在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

3、临时股东大会召开和临时提案权

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》，单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。单独或者合计持有公司 3% 以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，并将该临时提案交股东大会审议。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

公司重视保护投资者特别是中小投资者的权益，通过制订《公司章程》、“三会”议事规则等相关公司治理文件，有力地保障了投资者的信息获取、收益享有、参与公司重大决策和选择管理者的权利，相关政策安排如下：

1、公司建立健全了独立董事制度

根据《独立董事工作制度》的规定，公司设独立董事 3 名，其中至少包括 1 名会计专业人士，独立董事应当认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注

中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

独立董事除应具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及《公司章程》赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事行使以下职权：（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；聘用或解聘会计师事务所应经独立董事认可后，提交董事会讨论；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会会议；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担；（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事二分之一以上同意。

独立董事除履行上述职责外，还应对公司以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）关联交易（含公司向股东、实际控制人及其关联企业提供资金）；（5）上市后变更募集资金用途；（6）《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的其他对外担保事项；（7）股权激励计划；（8）独立董事认为有可能损害中小股东权益的事项；（9）法律、法规、规范性文件和《公司章程》要求独立董事发表独立意见的事项。

2、公司建立健全了投资者关系管理制度

公司制定了《投资者关系管理制度》，通过充分的信息披露，增强与投资者和潜在投资者之间的双向沟通与交流，促进投资者对公司的了解和认同，建设尊重投资者、尊重市场的企业文化，实现本公司价值最大化和股东利益的最大化。

3、保障投资者资产收益权的相关措施

公司重视对投资者的回报，发行人现行《公司章程》和上市后适用的《公司章程（草案）》对利润分配的时间要求、方式等作出了明确规定。

发行人现行《公司章程》第一百四十二条规定：“公司可以采取现金、股票或者法律允许的其他方式分配股利。在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司实施积极稳健的利润分配方法，重视对投资者的合理投资回报。”

发行人《公司章程（草案）》及《未来三年股东回报规划》对上市后的利润分配政策作出具体规定，详细情况见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的股利分配政策”。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了本公司最近三年经审计的财务状况、经营成果和现金流量。公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股说明书揭示的财务及其他信息一并阅读。以下分析所涉及数据及口径若无特别说明，均依据公司最近三年经天健审计的财务会计报告，按合并报表口径披露。

一、简要财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
流动资产：			
货币资金	187,129,255.48	142,129,014.33	96,470,807.09
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			244,800.00
应收账款	19,160,219.50	9,947,003.16	3,403,112.24
预付款项	7,115,426.78	9,284,389.51	18,221,089.01
应收利息			
应收股利			
其他应收款	3,246,280.56	5,000,422.04	926,252.47
存货			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	474,484.91		30,174,326.63
流动资产合计	217,125,667.23	166,360,829.04	149,440,387.44
非流动资产：			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			

长期应收款			
长期股权投资	9,143,174.53	7,881,315.06	3,393,819.36
投资性房地产			
固定资产	37,839,085.69	37,472,762.72	39,292,467.69
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	2,821,587.66	2,863,298.14	3,091,475.86
开发支出			
商誉	490,000.00	490,000.00	490,000.00
长期待摊费用	86,386.20		93,625.00
递延所得税资产	262,344.18	147,164.52	626,090.12
其他非流动资产			
非流动资产合计	50,642,578.26	48,854,540.44	46,987,478.03
资产总计	267,768,245.49	215,215,369.48	196,427,865.47
负债和所有者权益	43,100.00	42,735.00	42,369.00
流动负债：			
短期借款			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	12,324,025.48	8,129,360.70	2,475,124.41
预收款项	17,906,140.35	16,916,458.07	21,059,862.19
应付职工薪酬	9,436,570.23	6,598,973.17	2,540,973.43
应交税费	10,396,427.73	3,552,833.52	8,747,157.18
应付利息			
应付股利			
其他应付款	2,025,817.89	1,260,251.09	224,151.15
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	52,088,981.68	36,457,876.55	35,047,268.36
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
长期应付款			

长期应付职工薪酬			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	52,088,981.68	36,457,876.55	35,047,268.36
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	30,456,853.00	30,456,853.00	8,421,053.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	119,947,853.34	119,947,853.34	110,912,989.63
减：库存股			
其他综合收益		-1,292.60	-1,406.00
专项储备			
盈余公积	10,867,819.37	8,021,877.22	5,725,905.17
一般风险准备			
未分配利润	52,253,967.74	17,608,373.42	34,731,759.80
归属于母公司所有者权益合计	213,526,493.45	176,033,664.38	159,790,301.60
少数股东权益	2,152,770.36	2,723,828.55	1,590,295.51
所有者权益合计	215,679,263.81	178,757,492.93	161,380,597.11
负债和所有者权益总计	267,768,245.49	215,215,369.48	196,427,865.47

（二）合并利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	210,932,553.72	178,212,773.31	138,858,379.61
减：营业成本	95,125,612.70	85,330,136.31	56,331,486.32
税金及附加	1,732,304.25	1,040,977.34	1,952,796.95
销售费用	33,142,211.94	27,742,894.24	23,677,774.00
管理费用	28,138,003.71	27,522,617.72	46,363,482.53
财务费用	-1,332,467.32	-588,927.10	-56,861.12
资产减值损失	673,872.28	632,824.85	-122,442.97
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			761,268.15
净敞口套期损益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）	1,261,859.47	5,124,648.83	33,579,278.34
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	1,261,859.47	4,487,495.70	1,893,819.36

资产处置收益（损失以“-”号填列）			
其他收益	1,368,750.00		
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	56,083,625.63	41,656,898.78	45,052,690.39
加：营业外收入	2,323,219.87	5,666,695.98	4,932,196.94
减：营业外支出	190,704.28	66,881.64	1,702,005.62
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	58,216,141.22	47,256,713.12	48,282,881.71
减：所得税费用	14,033,014.91	11,570,191.58	15,992,119.51
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	44,183,126.31	35,686,521.54	32,290,762.20
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	44,183,126.31	35,686,521.54	32,290,762.20
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类：			
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	43,709,133.00	34,552,988.50	32,590,466.69
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	473,993.31	1,133,533.04	-299,704.49
五、其他综合收益的税后净额	1,292.60	113.40	489.00
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	1,292.60	113.40	489.00
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益			
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动			
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额			
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	1,292.60	113.40	489.00
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额			
2.可供出售金融资产公允价值变动损益			
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
4.现金流量套期损益的有效部分			
5.外币财务报表折算差额	1,292.60	113.40	489.00
6.其他			
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	44,184,418.91	35,686,634.94	32,291,251.20
归属于母公司所有者的综合收益总额	43,710,425.60	34,553,101.90	32,590,955.69
归属于少数股东的综合收益总额	473,993.31	1,133,533.04	-299,704.49
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	1.44	1.15	1.16
（二）稀释每股收益	1.44	1.15	1.16

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	214,826,758.84	177,802,803.55	142,045,726.65
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	5,082,332.80	7,204,755.19	5,357,112.05
经营活动现金流入小计	219,909,091.64	185,007,558.74	147,402,838.70
购买商品、接受劳务支付的现金	92,731,722.71	74,158,464.35	68,561,793.69
支付给职工以及为职工支付的现金	39,341,801.81	29,345,695.81	24,339,698.04
支付的各项税费	16,925,906.88	24,403,254.79	20,792,457.30
支付其他与经营活动有关的现金	18,728,063.00	19,181,350.53	20,140,171.70
经营活动现金流出小计	167,727,494.40	147,088,765.48	133,834,120.73
经营活动产生的现金流量净额	52,181,597.24	37,918,793.26	13,568,717.97
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			145,624,826.49
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5,500.00		
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	8,627.04		
收到其他与投资活动有关的现金		30,765,591.49	3,584,278.51
投资活动现金流入小计	14,127.04	30,765,591.49	149,209,105.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,692,944.21	1,205,719.93	2,615,035.87
投资支付的现金			72,980,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	0.89	4,595,690.00	1,500,000.00
支付其他与投资活动有关的现金		2,516,810.00	27,078,438.36
投资活动现金流出小计	3,692,945.10	8,318,219.93	104,173,474.23
投资活动产生的现金流量净额	-3,678,818.06	22,447,371.56	45,035,630.77
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		31,186,424.96	30,000,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计		31,186,424.96	30,000,000.00
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,502,538.03	45,894,495.94	
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	3,502,538.03	45,894,495.94	
筹资活动产生的现金流量净额	-3,502,538.03	-14,708,070.98	30,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		113.40	489.00

五、现金及现金等价物净增加额	45,000,241.15	45,658,207.24	88,604,837.74
加：期初现金及现金等价物余额	142,129,014.33	96,470,807.09	7,865,969.35
六、期末现金及现金等价物余额	187,129,255.48	142,129,014.33	96,470,807.09

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并范围增加

（1）2015 年

公司于 2015 年 3 月 18 日现金收购非同一控制企业北京中装润达展览有限公司 67.00% 股权，收购金额 250.00 万元。

（2）2016 年

公司于 2016 年 1 月 28 日现金收购同一控制企业成都振威世展展览有限公司 55.00% 股权，收购金额 887.50 万元。2017 年 3 月 14 日，新疆振威与直洪霞、张学辉签署补充协议，将上述收购价格由 887.50 万元调整为 459.57 万元。

公司于 2016 年 6 月 20 日于香港特别行政区设立全资子公司香港振威国际展览有限公司，注册资本 1.00 万港币。

公司于 2016 年 6 月 30 日现金收购同一控制企业香港振威国际能源传媒集团有限公司 100.00% 股权，收购金额 1.00 港币。

公司于 2016 年 9 月 26 日于西安市设立全资子公司西安振威展览有限公司，注册资本 500.00 万元。

2、合并范围减少

公司全资子公司振威传媒于 2017 年 6 月 23 日完成注销，香港振威于 2017 年 7

月28日完成注销。

三、会计师事务所的审计意见类型

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司财务报表，包括2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日的合并及母公司资产负债表，2015年度、2016年度、2017年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的“天健审〔2018〕1-87号”审计报告。审计意见认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日的合并及母公司财务状况，以及2015年度、2016年度、2017年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经天健审计的公司财务会计报表。

四、主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的

公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（二）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（三）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（五）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变

动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计

入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

（1）资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

（2）对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独

测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

（3）可供出售金融资产

表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- ①债务人发生严重财务困难；
- ②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- ③公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- ④债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- ⑤因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- ⑥其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（六）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款余额 30 万元以上（含），其他应收款余额 10 万元以上（含）的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1）具体组合及坏账准备的计提方法

账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
其他组合	合并范围内关联方款项及员工备用金等具有类似信用风险特征

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法：

账龄组合	账龄分析法
其他组合	单独进行减值测试，根据未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备（若无明显减值迹象，一般不计提坏账准备）

（2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含，下同）	5.00	5.00
1-2 年	30.00	30.00
2-3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（七）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

(1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前

持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股

比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（八）投资性房地产

1、投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

2、投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

（九）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
运输工具	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
其他设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

（十）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十一）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资

产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十二）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50
软件	10

3、使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值高于可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

4、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十三）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产,在资产负债表日有迹象表明发生减值的,估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产,无论是否存在减值迹象,每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的,按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十四）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出,摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账,在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十五）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间,根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤:

①根据预期累计福利单位法,采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统

计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十六）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为本公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，本公司将该项义务确认为预计负债。

2、本公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（十七）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服

务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十八）收入

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会。会展服务收入确认的具体方法：客户根据合同约定参展，公司根据合同约定提供全部服务，展会结束后，会展服务收入金额能够可靠地计量，已经收回销售款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，展会相关的成本能够可靠地计量，确认展会收入。

（十九）政府补助

1、2017 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，

将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本费用或损失；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本费用或损失。

（3）与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收入。

2、2015 年度和 2016 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（二十）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得

税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、本公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十一）经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

五、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	3%、5%、6%
营业税	应纳税营业额	5%

房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
文化事业建设费	提供广告服务取得的计费销售额	3%
企业所得税	应纳税所得额	15%、16.5%、20%、25%

不同税率的纳税主体企业所得税税率如下：

纳税主体名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
新疆振威国际展览有限公司	15%	15%	25%
北京中装润达展览有限公司	25%	25%	20%
成都振威世展展览有限公司	15%	15%	15%
香港振威国际能源传媒集团有限公司	16.5%	16.5%	16.5%
香港振威国际展览有限公司	16.5%	16.5%	
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

（二）税收优惠

1、根据国家税务总局《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号），经当地主管税务机关审核确认后，子公司新疆振威公司、成都振威公司自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，享受减按 15% 的税率缴纳企业所得税的优惠政策。其中，2015 年度子公司新疆振威公司因收入比例指标不达标，未享受西部大开发税收优惠政策。

2、根据财政部、国家税务总局《关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》（财税〔2013〕37 号），境内的单位和个人提供会议展览地点在境外的会议展览服务免征增值税。

3、根据财政部、国家税务总局联合发布《关于小微企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34 号），年应纳税所得额低于 20 万元（含 20 万元）的小型微利企业，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。子公司中装润达公司 2015 年度适用上述优惠政策。

4、发行人子公司北京振威目前持有北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局于 2016 年 12 月 1 日联合颁发的《高新技术企业证书》（编号：GR201611000831 号），有效期为三年；广州振威目前持有广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局于 2016 年 12 月 9 日联合颁发的《高新技术企业证书》（编号：GR201644006671）。根据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号）规定，企业取得省、自治区、直辖市、计划单列市高新技术企业认定管理机构颁发的高新技术企业证书后，可持“高新技术企业证书”及其复印件和有关资料，向主管税务机关申请办理减免税手续。手续办理完毕后，高新技术企业可按 15% 的税率进行所得税预缴申报或享受过渡性税收优惠。截至本招股说明书出具之日，发行人获得该等证书后并未以高新技术企业证书向主管税务机关申请办理过减免税手续，发行人未曾享受以 15% 税率缴纳企业所得税的税收优惠政策；发行人目前已正在申请取消其高新技术企业资格。

六、分部信息

报告期内，发行人营业收入的分部信息如下所示：

（一）按业务分部

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
展览业务	18,098.99	86.06%	15,966.71	89.87%	12,534.74	90.49%
其中：能源装备	5,843.39	27.78%	6,839.88	38.50%	7,996.18	57.72%
新兴产业	6,526.73	31.03%	4,555.55	25.64%	1,401.78	10.12%
工业制造	2,891.67	13.75%	2,269.13	12.77%	1,414.07	10.21%
消费品	1,928.55	9.17%	1,569.58	8.83%	961.21	6.94%
农业	908.64	4.32%	732.56	4.12%	761.50	5.50%
展览相关业务	2,932.09	13.94%	1,799.08	10.13%	1,317.99	9.51%
合计	21,031.08	100.00%	17,765.79	100.00%	13,852.73	100.00%

（二）按地区分部

单位：万元

地区	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
华北	6,802.95	32.35%	4,974.14	28.00%	4,377.95	31.60%
华东	6,426.52	30.56%	5,575.64	31.38%	4,539.21	32.77%
华南	2,237.04	10.64%	2,082.90	11.72%	1,026.37	7.41%
华中	1,395.62	6.64%	1,037.35	5.84%	914.43	6.60%
西北	1,676.62	7.97%	1,361.17	7.66%	853.23	6.16%
西南	1,433.24	6.81%	1,282.74	7.22%	599.70	4.33%
东北	523.50	2.49%	348.99	1.96%	541.76	3.91%
海外	535.58	2.55%	1,102.87	6.21%	1,000.08	7.22%
合计	21,031.08	100.00%	17,765.79	100.00%	13,852.73	100.00%

七、非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-3.82	-1.98	-0.75
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	437.18	564.98	492.90
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	63.72	158.43
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-68.07
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-

除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	3,086.24
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		-	-
受托经营取得的托管费收入		-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-3.23	-3.01	-169.14
其他符合非经常性损益定义的损益项目（股份支付）		-99.40	-2,146.83
小计	430.13	524.29	1,352.80
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	99.31	149.81	766.75
少数股东损益	1.24	24.96	-30.60
归属于母公司股东的非经常性损益净额	329.58	349.52	616.65

八、报告期内的主要财务指标

（一）报告期主要财务指标

财务指标	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
流动比率	4.17	4.56	4.26
速动比率	4.17	4.56	4.26
资产负债率（母公司）	8.69%	5.43%	5.93%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	7.01	5.78	18.98
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.74%	0.90%	1.12%
财务指标	2017年度	2016年度	2015年度
应收账款周转率（次/期）	14.49	26.70	31.39
存货周转率（次/期）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	6,112.30	5,028.76	5,124.62
归属于发行人股东的净利润（万元）	4,370.91	3,455.30	3,259.05
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,041.34	3,105.78	2,642.40

利息保障倍数	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.71	1.25	1.61
每股净现金流量（元/股）	1.48	1.50	10.52

注：财务指标计算如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=速动资产÷流动负债
- 3、资产负债率=总负债÷总资产（为母公司口径）
- 4、每股净资产=以期末归属于母公司所有者的权益÷期末总股本
- 5、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
- 6、存货周转率=营业成本÷存货平均余额
- 7、息税折旧摊销前利润=税前利润+利息费用+折旧支出+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销
- 8、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）÷利息支出
- 9、每股经营活动产生的净现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额

（二）报告期净资产收益率与每股收益

公司按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》（中国证券监督管理委员会公告[2010]2号）、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（中国证券监督管理委员会公告[2008]43号）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

项目	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2017年	22.59%	1.44	1.44
	2016年	20.81%	1.15	1.15
	2015年	27.82%	1.16	1.16
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2017年	20.88%	1.33	1.33
	2016年	18.70%	1.03	1.03
	2015年	22.55%	0.94	0.94

注：上述指标的计算公式如下：

$$1、\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀为报告期月份数；M_i为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

$$2、\text{基本每股收益} = P \div S$$

$$S = (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k)$$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S₀为期初股份总数；S₁为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M₀为报告期月份数；M_i为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

3、稀释每股收益 = P₁ / (S₀ + S₁ + S_i × M_i ÷ M₀ - S_j × M_j ÷ M₀ - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)，其中P₁为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

九、会计报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

2018年3月26日，公司第一届董事会第二十次会议审议通过了以总股本30,456,853股为基数，向股权登记日登记在册的股东每10股派发现金股利人民币2.9元（含税）。

十、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、收入确认方法

公司主要业务为组织举办各类型专业性展览会。自办展会主要通过向参展商提供展位和现场服务收取参展费；承办展会业务公司主要根据主办方的委托承办组织展会，取得承办费，承办展会业务客户通常是展会的主办方，主要为党政机关、事业单位、大型企业等；展览相关业务收入包括境外展会代理、会议组织运营、展览展示搭建、网络及杂志运营收入。

公司自办展会业务、承办展会业务、展览相关业务的收入确认具体时点如下：

项 目	收入确认具体时点
自办展会业务	自办展会结束
承办展会业务	承办展会结束
展览相关业务：	
其中：展览展示搭建	搭建服务已交付
境外展会代理	代理展会结束
会议组织运营	运营会议结束
网络及杂志运营	广告宣传服务已交付

由于网络及杂志运营业务主要内容为通过发行人自有网站等媒体向客户提供宣传服务，展览展示搭建业务主要内容为向参展商提供搭建服务，因此上述两项业务收入确认时点为服务交付，网络及杂志运营业务同发行人展会业务相互独立。

除网络及杂志运营在广告或杂志交付后确认收入外，其余业务均在相关展会或会议结束后确认收入。

2、营业收入整体分析

公司自成立以来一直从事专业会展项目的组织举办工作。报告期内主营业务收入和其他业务收入分别如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	21,031.08	99.71%	17,765.79	99.69%	13,852.73	99.76%
其他业务收入	62.18	0.29%	55.49	0.31%	33.11	0.24%
营业收入合计	21,093.26	100.00%	17,821.28	100.00%	13,885.84	100.00%

报告期内，公司营业收入增长的主要原因如下：

经过多年在会展服务业的经营发展，公司树立了良好的品牌形象和市场信誉，报告期内，办展数量从2015年的23个增加到2016年的36个，再增加到2017年的42个；办展面积2015年41.5万平米，2016年增长到66.4万平米，2017年达到74.7万平米。办展数量和规模的不断增加，使得发行人营业收入快速增长。

发行人组织举办的专业展览涵盖能源装备、高端装备制造、生物科技、智能制造、新能源产业、能源装备、节能环保、一带一路等战略性新兴产业领域，实现了“自办为主、承办为辅，多行业布局”的战略发展模式，即可保证业绩快速增长又可抵御周期性行业波动带来的风险。

3、主营业务收入按业务类别分析

报告期内，公司主营业务收入按业务行业类别构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
展览业务	18,098.99	86.06%	15,966.71	89.87%	12,534.74	90.49%
其中：能源装备	5,843.39	27.78%	6,839.88	38.50%	7,996.18	57.72%
新兴产业	6,526.73	31.03%	4,555.55	25.64%	1,401.78	10.12%
工业制造	2,891.67	13.75%	2,269.13	12.77%	1,414.07	10.21%
消费品	1,928.55	9.17%	1,569.58	8.83%	961.21	6.94%
农业	908.64	4.32%	732.56	4.12%	761.50	5.50%
展览相关业务	2,932.09	13.94%	1,799.08	10.13%	1,317.99	9.51%
合计	21,031.08	100.00%	17,765.79	100.00%	13,852.73	100.00%

2016年度和2017年度公司主营业务收入增长幅度分别为28.25%和18.38%，呈现持续、快速、稳定的增长趋势。报告期内展览业务按业务行业类别的收入变动情况分析如下：

（1）能源装备类展会

能源装备类展会主要是指传统的石油石化和煤炭能源相关的装备类展会。报告期内，能源装备类会展项目收入占主营业务收入比例分别为57.72%、38.50%和27.78%，占比逐年下降，主要原因为公司多行业展会布局已见成效，新兴产业、工业制造、消费品收入逐年大幅增长，主营业务收入增长较快。

①办展规模

报告期内发行人能源装备类展会具体办展规模及形成收入情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
数量合计	6	8	6
办展面积（m ² ）	153,385	180,712	147,495
展位销售面积（m ² ）	50,450	62,903	62,202
收入合计（万元）	5,843.39	6,839.88	7,996.18

北京石油展是发行人能源装备类展会中最具影响力、规模最大的展会。其各期各期北京石油展收入占能源装备类展会收入的比例分别为85.06%、75.34%和72.78%。

2016年度，北京石油展受石油行业景气度下降的影响，客户参展支出预算下降，使公司北京石油展收入由2015年的6,721.37万元下降至5,153.09万元，导致能源装备类展会收入较2015年度大幅下降。

2017年度，北京石油展收入规模受行业波动影响继续下降，同时发行人停办受宏观调控、行业持续低迷影响的新疆煤炭展，导致本年度能源装备类展会收入继续下滑。

②收费标准

报告期内发行人主要能源装备类展会收费标准未发生变化，按照招展难度、客户规模、参展届数给予参展商一定浮动。主要展会北京石油展、上海石化展按照不同场地类型的收费标准如下：

展会项目	场地类型	收费标准		
		2017 年度	2016 年度	2015 年度
北京石油展[注]	国内标摊 1 区	16000 元/9 m ²	16000 元/9 m ²	16000 元/9 m ²
	国内标摊 2 区	19000 元/9 m ²	19000 元/9 m ²	19000 元/9 m ²
	国际标摊	30000 元/9 m ²	30000 元/9 m ²	30000 元/9 m ²
	国内空地	1600 元/m ²	1600 元/m ²	1600 元/m ²
	国际空地	3200 元/m ²	3200 元/m ²	3200 元/m ²
上海石化展	国内标摊	13000 元/9 m ²	13000 元/9 m ²	13000 元/9 m ²
	国际标摊	30000 元/9 m ²	30000 元/9 m ²	30000 元/9 m ²
	国内空地	1300 元/m ²	1300 元/m ²	1300 元/m ²
	国际空地	3200 元/m ²	3200 元/m ²	3200 元/m ²

注：北京石油展规模较大，由于展览位置不同单价存在差异，国内标摊 1 区为普通客户展区，国内标摊 2 区为品牌客户展区。

③持续性分析

A、石油价格的波动是周期性的，而非惯性下滑。作为最重要的基础能源之一，原油的价格受到供求关系、地缘政治、货币与金融因素、地区局势以及世界经济周期性变化等因素的影响。未来如果石油等能源行业景气度进一步下滑，相关展会项目收入存在持续下降风险。

B、石油作为世界第一大能源，在世界经济体系中占有重要地位。报告期内，国际石油消费需求和产量持续增加，展览业务需求仍有广泛的市场空间。

C、2017年石油行业已逐步呈现了复苏迹象。会展行业的客户参展意愿与行业景气度相关，并存在一定的滞后性。2016年国际原油价格降至26美元/桶，为2004年以来最低价格，石油装备企业的参展意愿也降至最近几年最低。随着原油价格逐步企稳，能源装备行业的企业参展需求也将有所回暖增加。

(2) 新兴产业类展会

报告期内新兴产业类会展项目收入分别为1,401.78万元、4,555.55万元和6,526.73万元，占公司主营业务收入比例分别为10.12%、25.64%和31.03%，实现持续快速增长。

①办展规模

报告期内发行人新兴产业类展会具体办展规模及形成收入情况如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
数量合计	19	11	6
办展面积（m ² ）	253,885	165,814	73,250
展位销售面积（m ² ）	74,549	55,939	21,916
收入合计（万元）	6,526.73	4,555.55	1,401.78

2016年，发行人新兴产业类展会收入较2015年大幅增加原因如下：

A、上海电池展收入1,136.58万元，较2015年增长634.25万元；

B、承办绵阳科博会收入547.75万元，较2015年增长317.56万元；

C、新举办深圳充电桩展新增收入430.61万元；

D、新承办的南昌展、生态环保展、洛阳机器人展、中日韩产业博览会合计带来收入1,522.16万元。

2017年度，发行人新兴产业类展会收入较2016年继续较快增长原因如下：

A、新增北京环保展、生物发酵展、新能源汽车展南京智能大会、天津智能大会、西安产能展、濮阳光电展、临汾环保展、满洲里科博会等，新增收入1,703.24万元；

B、绵阳科博会继续扩大合作办展范围，收入791.33万元，比2016年增长243.57万元；

新兴产业展会抓住新能源、环保节能、智能科技、机器人等行业发展机遇，实现收入的高速增长。

②主要客户情况

2016年度新兴产业展会主要客户情况如下：

序号	客户名称	展会名称	营业收入（万元）	占新兴产业收入的比例
1	绵阳博览事务局	绵阳科博会	545.39	11.97%
2	第四届世界绿色发展投资贸易博览会组委会秘书处	南昌展	539.43	11.84%
3	中国国际贸易促进委员会潍坊市委员会	中日韩产业博览会	291.23	6.39%
4	洛阳市人民政府会展办公室	洛阳机器人展	281.13	6.17%
5	天津滨海新区商务委员会	生态环保展	198.11	4.35%
6	中关村政府采购促进中心	生态环保展	75.47	1.66%
小计			1,930.78	42.38%

2017年度新兴产业类展会主要客户情况如下：

序号	客户名称	展会名称	营业收入（万元）	占新兴产业收入的比例
1	南京市经济和信息化委员会	南京智能大会	750.00	11.49%
2	临汾市尧都区环境保护局	临汾环保展	452.55	6.93%
3	西安市会展业发展办公室	西安产能展	394.34	6.04%
4	满洲里市科技开发中心	满洲里科博会	226.42	3.47%
5	中青旅罗根（天津）国际商务会展有限公司	天津智能大会	222.04	3.40%
6	濮阳县商务局	濮阳光电展	146.23	2.24%
7	唐山市秀朗园林绿化工程有限公司	西安产能展	123.58	1.89%
小计			2,315.15	35.47%

收费标准

报告期内新兴产业类展会收费标准及收入情况如下：

项目	场地类型	收费标准		
		2017 年度	2016 年度	2015 年度
西安供热展节能展	国内标摊	7000 元/9 m ²	7000 元/9 m ²	7000 元/9 m ²
北京节能展	国内标摊	5000 元/9 m ²	5000 元/9 m ²	5000 元/9 m ²
深圳充电桩展	国内标摊	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²
上海电池展	国内标摊	12000 元/9 m ²	8800 元/9 m ²	8800 元/9 m ²
北京充电桩展	国内标摊	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²
四川电力展	国内标摊	8000 元/9 m ²	8000 元/9 m ²	-
北京环保展	国内标摊	11000 元/9 m ²	-	11000 元/9 m ²
生物发酵展	国内标摊	12800 元/9 m ²	-	-
新能源汽车展	国内标摊	12000 元/9 m ²	-	-

④持续性分析

A、新兴产业在全球发展迅猛，机器人、人工智能等技术在人类工作、生活的应用领域不断被拓展和开发；节能环保、新能源电池等新兴产业是我国及世界生态环境保护的方向和趋势。

B、新兴产业受我国宏观政策支持，行业的快速成长促使供给方和需求方都亟需一个交流和交易的服务平台。近年来，发行人抓住机遇，大力发展新兴产业展会，在行业内已经逐渐形成了一定的知名度和品牌效应。2016年度和2017年度，受展会数量和展位销售面积增长影响，发行人新兴产业展会收入分别增长3,153.77万元和1,971.18万元。未来，发行人将继续借助整个行业规模爆发的大势，开发品牌自办展会，拓展承办展会，积极打造新兴产业类展会，使其业绩长期维持增长态势。

（3）工业制造类展会

报告期内，工业制造类会展项目收入占主营业务收入比例分别为10.21%、12.77%和13.75%，是公司收入的重要组成部分。公司自办的天津制博会和机床展收入持续增长，展位面积的逐年增长也是工业制造类展会收入逐年上升的原因。

①办展规模

报告期内发行人工业制造类展会具体办展规模及形成收入情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
数量合计	5	6	4
办展面积（m ² ）	99,555	92,945	71,325
展位销售面积（m ² ）	40,715	36,582	21,292
收入合计（万元）	2,891.67	2,269.13	1,414.07

2016年度工业制造类展会收入较2015年增加原因如下：

- A、天津制博会收入932.41万元，较2015年增长232.13万元；
- B、化工装备展收入475.03万元，较2015年增长167.13万元；
- C、新增加兰州展收入322.34万元。

2017年度工业制造类展会收入较2016年增加原因如下：

- A、天津制博会收入1107.66万元，比2016年增长175.25万元，
- B、化工装备展收入754.58万元比2016年增长279.55万元，
- C、兰州展收入469.34万元，比2016年增长147万元。

②收费标准

报告期内工业制造类展会收费标准及收入情况如下：

展会项目	场地类型	收费标准		
		2017 年度	2016 年度	2015 年度
新疆工矿展	国内标摊	11000 元/9 m ²	11000 元/9 m ²	11000 元/9 m ²
化工装备展	国内标摊	13000 元/9 m ²	13000 元/9 m ²	13000 元/9 m ²
天津制博会	国内标摊	9800 元/9 m ²	8800 元/9 m ²	8800 元/9 m ²
天津机床展	国内标摊	9800 元/9 m ²	9800 元/9 m ²	8800 元/9 m ²

③持续性分析

A、作为中国支柱产业的工业制造业体量巨大，市场广阔。《中国制造2025》是中国政府实施制造强国战略第一个十年行动纲领，提出通过“三步走”实现制造强国的战略目标，相关展览服务需求拥有广阔的市场空间。

B、工业制造业细分行业较多，可挖掘的细分行业展会空间较大，某个细分行业的波动对工业制造大类的展会不会产生重大影响。同时，由于行业比较细分，展会受其周期性波动的影响较小。

C、工业制造类展会的现场体验感较强，行业内专业人员比较倾向于现场直接交流，更能直观的感受高新技术的应用。

随着公司工业制造类展会项目培育，展会品牌影响力及客户粘性逐年增强，该类展会收入未来将保持长期稳定的发展。

(4) 消费类展会

报告期内，公司针对消费品行业培育了电动车展、食品展、保健产品展等会展项目，收入快速增长，各期收入分别为961.21万元、1,569.58万元和1,928.55万元。

①办展规模

报告期内发行人消费品展会具体办展规模及形成收入情况如下：

	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
合 计	数量合计	9	9	4
	办展面积 (m ²)	158,860	178,734	77,154
	展位销售面积 (m ²)	38,120	47,288	13,760
	收入合计 (万元)	1,928.55	1,569.58	961.21

2016年度消费品展会收入较2015年增长主要原因是，发行人收购的成都振威自办的成都电动车展、昆明电动车展和承办的海口电动车展新增收入642.09万元。

2017年度，自办展中广州保健展较2016年度增长145.82万元，自行车展较2016年度增长183.56万元，是2017年度消费品类展会收入增长的主要原因。

②收费标准

报告期内消费类展会收费标准及收入情况如下：

展会项目	场地类型	2017 年度	2016 年度	2015 年度
旅博会	国内标摊	-	-	-
广州保健展	国内标摊	10000/9 m ²	9000/9 m ²	9000/9 m ²
成都电动车展	标准展位	6000 元/9 m ²	6000 元/9 m ²	-
昆明电动车展	标准展位	5800 元/m ²	4000 元/9 m ²	-
海口电动车展	标准展位	5000 元/9 m ²	5000 元/9 m ²	-
顶级生活展	国内标摊 1 区	5000 美金/12 m ²	6500 美金/12 m ²	6500 美金/12 m ²
	国内标摊 2 区	--	18000 元/9 m ²	18000 元/9 m ²
自行车展	国内标摊	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²	12000 元/9 m ²
洛阳电动车展	标准展位	4000 元/9 m ²		
消费电子展	国内标摊	12000 元/9 m ²		

注：顶级生活展其中以板块面向海外客户招展，以美元计价，国内标摊 1 区为奢侈品展区，国内标摊 2 区为进口食品展区。

③持续性分析

消费品类展会涵盖的细分行业非常广阔，潜在参展企业基数庞大。目前，发行人仅渗透了保健食品、进口食品、电动车、自行车等主题举办展会。消费行业展会竞争相对激烈，但发行人已经在此行业布局，内部调研、市场开发、协会走访等培育一些新的主题展会。随着发行人品牌影响力、办展经验进一步增强，消费品类展会收入未来将保持稳定的发展。

（5）农业类展会

由于农业类展会市场发展程度较低、规模较小，农业类会展项目收入规模较小，整体规模较为平稳。

（6）展览相关业务

报告期内展览相关业务的具体构成、各期结构变化情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
展览展示搭建	1,173.24	40.01%	904.02	50.25%	591.30	44.86%
境外展会代理	351.75	12.00%	316.75	17.61%	311.91	23.67%
会议组织运营	1,292.36	44.08%	416.14	23.13%	190.11	14.42%
网络及杂志运营	114.74	3.91%	162.17	9.01%	224.67	17.05%
合 计	2,932.09	100.00%	1,799.08	100.00%	1,317.99	100.00%

2015年公司通过收购中装润达开展展览展示搭建业务，以展会搭建为基础，同时也为论坛会议、陈列室等场所提供搭建服务。搭建业务与会展业务具有协同效应，报告期内发行人展览展示搭建业务规模持续增加。

境外展会代理收入为公司向境内客户提供境外展览咨询、组织境外参展、境外行程安排、境外商务考察等服务产生的收入，该业务与自办展业务共享客户资源，随着发行人自办展会客户资源不断积累收入规模有所增长。

会议组织运营收入是公司举办专业技术交流会、新产品发布会等向会议主讲方收取费用形成的收入。报告期内公司承办会议数量增加，促使会议组织运营收入分别增长226.03万元和876.22万元。

报告期内网络及杂志运营收入金额及占比逐年下降，原因为公司逐步缩减该类业务的资源投入，2017年起公司停止杂志运营业务。

4、客户情况分析

（1）报告期各期客户的数量、销售金额分布情况

报告期内发行人展览业务客户数量及销售金额分布情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
≥50 万元	51	38	28
≥10 万元且<50 万元	198	214	207
≥5 万元且<10 万元	388	406	381
<5 万	4,360	3,845	3,247
合计	4,997	4,503	3,863

2015年-2017年客户数量随业务规模的扩大不断上升，客户比较分散。大客户数量由2015年的28家增加至2017年的51家，新增大客户主要为新增承办展会业务的主办方。报告期内，5万元以下的小客户占发行人客户总数比例分别为84.05%、85.39%、87.25%，逐年提升。公司收入规模不断扩大，且拓展客户的能力不断增强。

（2）各期新增客户数量及销售收入占比情况

报告期内，发行人新增客户数量及占客户总数比率、形成收入情况及占营业收入比率如下表所示：

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	数量/金额	占比	数量/金额	占比	数量/金额	占比
客户数量（家）	3,498	70.00%	3,172	70.44%	2,778	71.97%
金额（万元）	10,741.78	51.80%	9,232.45	51.97%	7,138.17	51.53%

报告期内，发行人业务规模快速发展，新增客户数量较多。新增客户主要由小客户构成，按金额分布情况如下：

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	客户数量	收入金额	客户数量	收入金额	客户数量	收入金额
≥50 万元	24	4,246.11	15	2,441.99	8	688.01
≥10 万元且<50 万元	78	1,299.85	96	1,617.68	99	1,567.07
≥5 万元且<10 万元	189	1,239.71	211	1,416.40	226	1,475.79

<5万	3,207	3,956.12	2,850	3,756.38	2,445	3,407.30
合计	3,498	10,741.78	3,172	9,232.45	2,778	7,138.17

公司展会数量较多，参展商数量较大，新增客户主要集中在5万元销售额以下的小客户，这类客户通常参展预算较低，参加一次展会就能满足其多方面的需求，因此报告期内发行人小客户重合度较低。

注重大客户的关系维护的同时，发行人注重展会品牌的挖掘和培育，更积极开拓新客户、小客户，他们是公司业绩增长的重要来源之一。

报告期内新增客户收入占营业收入比重较高，每年都达到50%以上。新增客户主要来源于以下三种情况：

①发行人自办品牌展会收入增长快，宣传范围广、销售力度大，每年新增客户较多。

发行人将主要的营销资源投入到重要的自办品牌展会运营，如北京石油展、天津制博会、上海电池展、新疆农业会等，上述展会的规模相对较大、宣传范围较广、销售力度较大，每年新增客户较多。报告期内上述展会的新增客户收入、展会收入及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

展会项目		2017年度		2016年度		2015年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
北京石油展	新增客户收入	1,049.00	4.99%	1,365.88	7.69%	2,199.94	15.88%
	展会收入	4,252.45	20.22%	5,153.09	29.01%	6,721.37	48.52%
上海电池展	新增客户收入	416.34	1.98%	700.10	3.94%	441.77	3.19%
	展会收入	895.60	4.26%	1,136.58	6.40%	502.32	3.63%
天津制博会	新增客户收入	534.71	2.54%	480.73	2.71%	423.57	3.06%
	展会收入	1,107.66	5.27%	932.41	5.25%	700.28	5.06%
新疆农业会	新增客户收入	407.64	1.94%	451.05	2.54%	318.65	2.30%
	展会收入	632.84	3.01%	620.17	3.49%	455.12	3.29%
西安供热节能展	新增客户收入	427.78	2.03%	340.05	1.91%	250.39	1.81%
	展会收入	640.05	3.04%	456.40	2.57%	337.99	2.44%

②报告期内，发行人新增展会数量多。新增展会中，新增客户数量占比较大，形成的收入也较高。

报告期内，发行人新增展会数量较多，各年新增展会项目形成收入、新增展会的新增客户收入及占展会业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新增展会新增客户收入	2,557.21	12.16%	2,952.66	16.62%	841.26	6.07%
新增展会收入	2,740.54	13.03%	3,688.36	20.76%	1,707.99	12.33%

③发行人在2015年收购中装润达，由于其承接的搭建业务增长较快，新增客户较多，所以新增客户的收入占搭建业务收入的比也比较大。

报告期内搭建业务新增客户收入、搭建业务收入及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
搭建业务新增客户收入	858.86	4.08%	680.14	3.82%	438.25	3.16%
搭建业务收入	1,173.24	5.58%	904.02	5.09%	525.26	3.79%

5、主营业务收入按地区构成分析

报告期内公司按地区划分的收入构成情况如下：

单位：万元

地区	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
华北	6,802.95	32.35%	4,974.14	28.00%	4,377.95	31.60%
华东	6,426.52	30.56%	5,575.64	31.38%	4,539.21	32.77%
华南	2,237.04	10.64%	2,082.90	11.72%	1,026.37	7.41%
华中	1,395.62	6.64%	1,037.35	5.84%	914.43	6.60%
西北	1,676.62	7.97%	1,361.17	7.66%	853.23	6.16%
西南	1,433.24	6.81%	1,282.74	7.22%	599.70	4.33%
东北	523.50	2.49%	348.99	1.96%	541.76	3.91%
海外	535.58	2.55%	1,102.87	6.21%	1,000.08	7.22%
合计	21,031.08	100.00%	17,765.79	100.00%	13,852.73	100.00%

注：主营业务收入按地区划分依据公司客户根据国家企业信用信息公示系统查询情况确定，大陆以外客户均归类为海外。

报告期内随着公司办展数量及收入规模的逐年上升，参展商家数量多、分布广。国内除东北以外，源于各个地区收入分布整体呈逐年稳步增长趋势。

发行人新增展会主要如下：华北地区2016年度新增承办展生态环保展，2017年新增承办天津智能大会和自办消费电子展；西北地区2016年度新增承办展南昌兰州展和银川商品展，2017年新增西安国际产能展；华东地区2016年度新增承办展南昌展；华南地区2016年度新增承办展湛江展及自办展海口电动车展；西南地区2016年度扩大了绵阳科博会的承办规模，2016年度新增自办展成都电动车及昆明电动车展；上述新增展会对举办地周边地区的客户具有辐射效应，促进了相关区域收入增长。

报告期内海外收入的内容为海外客户参展公司参加境内举办的展会形成的收入。公司所有自办展或承办展均在境内举办，不涉及海外运营展会。

6、主营业务收入季节性分析

(1) 报告期各季度营业收入情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
第一季度	5,872.25	6,824.55	7,740.45
第二季度	2,882.93	2,166.75	524.57
第三季度	9,056.94	6,276.82	4,404.22
第四季度	3,281.14	2,553.16	1,216.59
合 计	21,093.26	17,821.28	13,885.84

报告期内公司营业收入主要集中在第一及第三季度，季节波动较大，与公司的实际经营情况一致。主要是上述时段发行人展会排期数量较多。报告期内发行人主要展会举办排期如下：

行业类别	展会名称	展会排期
能源装备类	北京石油展	每年 3 月
	天津海博会	每年 10 月
	上海石化展	每年 8 月
工业制造类	天津制博会	每年 3 月
	化工装备展	每年 8 月
新兴产业类	西安供热节能	每年 4 月

	上海电池展	每年 8 月
	绵阳科博会	每年 9 月
	南京智能大会	每年 12 月
	深圳充电桩	每年 6 月
	西安产能展	每年 9 月
消费品	广州保健展	每年 9 月
农业类	新疆农业会	每年 8 月

报告期各季度扣除非经常性损益的净利润情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
第一季度	1,454.84	1,960.03	2,944.90
第二季度	175.23	-180.30	-766.07
第三季度	2,308.72	1,621.03	1,270.60
第四季度	148.70	-206.59	-806.41
合计	4,087.49	3,194.17	2,643.02

参照行业惯例等方面因素，同一展会不同年度举办时的展期通常被确定在相对固定的时间范围内。公司展会排期主要集中在第一季度及第三季度，导致发行人的收入季节性波动。

公司经营业绩与同行业展览公司均存在季节性波动，主要系展会排期影响所致。根据米奥会展招股说明书披露，其所举办的展会主要集中在 6 月、9 月、12 月，因而办展呈现一定的季节性波动。

（二）营业成本分析

1、营业成本总体分析

报告期内主营业务成本和其他业务成本分别如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	9,487.60	99.74%	8,508.23	99.71%	5,621.44	99.79%
其他业务成本	24.96	0.26%	24.79	0.29%	11.71	0.21%
营业成本合计	9,512.56	100.00%	8,533.01	100.00%	5,633.15	100.00%

报告期内，公司大力拓展新业务，展会数量增多、办展面积增大，导致主营业务成本增长较快。

2、主营业务成本按成本构成的分析

报告期内，公司的主营业务成本按构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
场馆费用	2,959.59	31.19%	2,739.05	32.19%	2,038.32	36.26%
搭建费	3,447.77	36.34%	2,739.11	32.19%	1,572.87	27.98%
广告费	355.40	3.75%	463.47	5.45%	426.60	7.59%
印刷制作费	438.72	4.62%	505.92	5.95%	325.02	5.78%
组展费	2,286.13	24.10%	2,060.67	24.22%	1,258.63	22.39%
合计	9,487.60	100.00%	8,508.23	100.00%	5,621.44	100.00%

公司主营业务成本包括场馆费用、搭建费、广告费、印刷制作费和组展费，符合会展企业的特点。

（1）场馆费用

场馆费用为运营展会或展览相关业务时需向展馆运营方支付的场地租赁费用，是主营业务成本的主要部分，占比分别为36.26%、32.19%和31.19%，占比合理、趋势平稳、与会展行业的业务特点相一致。报告期内，随着公司业务规模逐渐扩张，场馆费用也随着举办展会的场次和面积的增长逐年增加。

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
租赁面积 (m ²)	539,185	476,205	313,839
办展面积 (m ²)	746,519	663,665	415,194
场馆费支出 (万元)	2,959.59	2,512.11	1,861.20
营业收入 (万元)	21,031.08	15,966.71	12,534.74

报告期内租赁面积小于办展面积，原因为发行人部分承办展会业务根据与主办方的约定不承担场地支出，而由主办方提供办展场馆。

发行人与展馆方签署的展馆租用合同约定租用展馆期限，除天津制博会租赁7天、天津机床展租赁6天外，展会租赁场馆使用时间一般在5天左右，其中前2天为进场布展时间，后3天为展览时间。

报告期内，发行人主要展览场馆供应商采购单价情况如下：

单位：元/m²天

供应商名称	展会名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上海新国际博览中心有限公司	化工装备展	11.22	15.55	14.88
	上海石化展	11.18	15.55	14.88
	上海电池展	15.03	15.55	14.88
北京中展投资发展有限公司	北京充电桩展	14.15	14.29	14.50
	自行车展			14.50/15.00
	北京石油展	15.24	16.00	15.50/16.00
北京北辰实业股份有限公司国家会议中心	北京农业会		14.00	13.50
	自行车展	14.15	12.74	
	北京节能展	16.92	13.50	13.00
	北京环保展	11.32		
北京展览馆	北京农业会	13.81		
	顶级生活展	10.38	4.29/13.81	4.00/14.00
天津泰达投资控股有限公司	天津制博会	6.12	6.46	6.46
	天津机床展	7.62	5.90	6.34
成都世纪城新国际会展中心有限公司	成都天然气展			5.00
	成都电动车展	6.79	7.50	
新疆国际会展中心	新疆工矿展	6.13	6.60	6.13
	新疆煤炭展		6.60	6.13
	新疆农业会	6.60	6.60	6.13
中国对外贸易中心（集团）	广州保健展	8.49/9.34	8.49/9.34	8.49/8.96/9.34/9.43

场馆租金水平主要由租赁的具体展厅位置、办展时间等因素决定，并受供求关系及社会整体物价水平的影响。近几年来，随着我国各行业会展服务需求的增长，国内展会的办展规模和办展场次大幅增加，部分时段展览馆的办展排期仍日趋紧张。发行人办展的主要场馆租赁场租单价呈小幅递增趋势。

上海展馆租赁市场竞争激烈，上海新国际博览中心与公司合作多年，为继续保持长期的合作关系，2017年度上海新国际博览中心给予发行人举办的上海石化展、化工装备展、上海电池展一定的场租优惠，从而使得其场租单价下降。

天津制博会办展规模及品牌知名度逐年提升。天津梅江会展中心为吸引品牌展会，报告期向发行人举办的展会分别给予了一定的折扣，因而单价整体呈下降趋势。受折扣幅度的影响，2017年天津机床展场租折扣由2016年的6.26折调整为8折，故2017年度天津机床展场租单价有所上升。

①能源装备类展会场馆费用

报告期内能源装备类展会的场馆费用变动及与展会数量、展会面积匹配情况如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
自办展及承办展数量	6	8	6
租用面积合计（m ² ）	116,955	126,712	110,140
场馆费用合计（万元）	808.69	931.26	827.97

报告期内能源装备类展会场馆费用逐年增加，主要是由于自办展数量增加，场馆租用面积不断增长。报告期内主要项目的场馆租赁单价波动较小，其中2015年天津海博会场馆费用由主办单位承担。各期主要能源装备类展会项目场馆租赁单价如下：

单位：元/天m²

项目	2017年度		2016年度		2015年度	
	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价
北京石油展	5	15.24	5	16.00	5	15.50/16.00
上海石化展	5	11.18	5	15.55	5	14.88
天津海博会	5	7.19	5	7.07		-

注：1、发行人与展馆方签署的展馆租用合同约定租用展馆期限，并将租用展馆期限进一步划分为布展时间、展览时间、撤展时间。布展时间指为准备展览而在展会开幕前对展位进行搭装、布置和将展品陈列在展位上的系列工作的时间；展览时间指展会开幕至闭幕的对外开放时间；撤展时间指展会闭幕后的展品、展具处理工作时间。下同。

2、租赁单价均为不含增值税价格。

上海石化展2017年度场馆给予一定的折扣，扣除折扣因素后单价为15.53元，与2016年度基本持平。

②新兴产业类展会场馆费用

报告期内新兴产业类展会场馆费用变动与展会数量、展会面积匹配情况如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
自办展及承办展数量	19	11	6
租用面积合计（m ² ）	171,981	96,814	51,250
场馆费用合计（万元）	795.37	513.23	236.72

报告期内，新兴产业类展会场馆费用随着办展数量及办展面积的增加逐年呈上升趋势。各期主要新兴产业类展会项目场馆租赁收费标准如下：

单位：元/天m²

项目	2017年度		2016年度		2015年度	
	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价
西安供热节能展	5	6.00	5	5.00	5	3.00
上海电池展	5	15.03	5	15.55	5	14.88
深圳充电桩	5	8.57	5	8.57	-	-
北京充电桩	5	14.15	5	14.29	-	14.50

报告期内发行人主要新兴产业类展会项目的场租单价较为平稳。西安供热节能的展场馆西安曲江国际会展中心此前一直采用会员制，发行人作为会员享受会员价格，2016年起该场馆取消会员制，对外场馆租赁单价大幅上涨。

③工业制造类展会场馆费用

报告期内工业制造类展会场馆费用变动与展会数量、展会面积匹配情况如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
自办展及承办展数量	5	6	4
租用面积合计（m ² ）	82,555	79,745	71,325
场馆费用合计（万元）	401.48	394.68	347.19

报告期内，发行人工业制造类展会自办展场次和规模比较稳定，新承办的展会不需要发行人承担场馆费用，因此工业制造类展会场馆费用未发生重大波动。各期主要项目场馆租赁收费标准如下：

单位：元/天 m²

项目	2017年度	2016年度	2015年度
----	--------	--------	--------

	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价
天津制博会	7	6.12	7	6.46	7	6.46
天津机床展	6	7.62	6	5.90	6	6.34
化工装备展	5	11.22	5	15.55	5	14.88

由于天津制博会办展规模及品牌知名度逐年提升，天津梅江会展中心为吸引品牌展会，报告期向公司结算价分别给予一定的折扣，单价整体呈下降趋势。天津机床展 2016 年度给予较高的折扣，故 2016 年度场馆费用下降。

2017 年度，化工装备展场馆场租给予折扣，故 2017 年度场租单价下降。

④消费品展会场馆费用

报告期内消费品类展会场馆费用变动与展会数量、展会面积匹配情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
自办展及承办展数量	9	9	4
租用面积合计（m ² ）	126,860	136,734	57,154
场馆费用合计（万元）	467.34	490.24	335.38

报告期内场馆费用随场馆租用面积和办展数量的增加而逐年增长，主要消费品类展会项目场馆租赁收费标准如下：

单位：元/天 m²

项目	2017年度		2016年度		2015年度	
	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价
广州保健展	5	8.49/9.34	5	8.49/9.34	5	8.49/8.96/9.34/9.43
成都电动车展	5	6.79	5	7.50		

广州保健展不同楼层单价不同，受营改增影响，报告期内消费品展会主要项目单价呈下降趋势，整体波动较小。

⑤农业类展会场馆费用

报告期内农业类展会场馆费用变动与展会数量、展会面积匹配情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
自办展及承办展数量	3	2	3
租用面积合计（m ² ）	40,384	36,200	23,970
场馆费用合计（万元）	196.52	182.70	113.95

报告期内场馆费用与场馆租用面积变动趋势一致，具有一定的匹配性。各期主要项目场馆租赁收费标准如下：

单位：元/天 m²

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价	租赁天数	租赁单价
新疆农业会	5	6.11	5	6.60	5	6.13

报告期内新疆农业会场租单价2016年略有上升，原因为乌鲁木齐的展会场馆较少，场馆方出租价格上涨。

⑥展览相关业务场馆费用

发行人展览相关业务场馆费用主要为会议组织运营业务发生的会议室租赁支出及境外展会代理业务的展位采购支出，具体支出情况如下：

单位：万元

展览相关业务	2017 年度	2016 年度	2015 年度
会议组织运营	35.95	49.98	25.59
境外展会代理	254.24	176.96	151.52
合计	290.18	226.94	177.11

随着发行人客户资源不断积累，境外展会代理业务支出不断增加，相关采购支出逐年递增。

(2) 搭建费

搭建费主要包括展会主场搭建支出和少部分由主办方负责的特装搭建的费用，以及子公司中装润达开展搭建业务时产生的成本。报告期内，由于公司办展规模和搭建业务规模不断增加，搭建费支出总额呈上升趋势，分别为1,570.41万元、2,722.13万元和3,447.77万元。

①展览业务搭建成本

公司搭建费用成本主要由展览业务搭建成本构成，具体情况如下：

	项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
标摊展位 搭建	搭建面积 (m ²)	41,679	35,431	29,294
	搭建总成本 (万元)	228.71	269.95	219.91
	平均搭建单价 (元/m ²)	54.87	76.19	75.07
特装展位 搭建	搭建面积 (m ²)	34,074.75	15,080	5,907
	搭建总成本 (万元)	1,387.48	497.67	183.41

	平均搭建单价（元/m ² ）	407.19	330.03	310.50
主场公共区域搭建	办展面积（m ² ）	746,519	663,665	415,194
	搭建总成本（万元）	957.72	1,360.38	780.19
	搭建展会数量	41	33	23
展览业务搭建成本合计（万元）		2,573.91	2,128.00	1,183.51

展览业务搭建费主要由标准展位搭建费、特装展位搭建费、主场公共区域搭建费组成。搭建费价格主要根据搭建材料、设计、工艺等因素结合市场价格确定。

由于自办展客户对展位搭建要求存在差异，因此各期展位搭建单价有一定变化。标准展位的面积通常为9m²，搭建为统一规格，单位搭建成本较低。特装搭建为根据参展商的个性化需求而专门设计搭建，单位搭建成本较高，并随着客户需求而波动。主场公共区域搭建是对会场除展位之外办展设施等的搭建支出，同办展规模和数量密切相关。报告期内，发行人特装搭建比例逐年上升。

2016年度，发行人标摊展位和特装展位搭建面积随办展规模增大而增加。2017年标摊单价较2016年有小幅下降，主要原因为2016年公司承接了南昌绿博会，主办方为政府单位，对展会规格要求较高，现场标摊全部采用高规格搭建，单价较高，相应拉高了2016年的标摊单价。南昌绿博会为2年一届，2017年未举办。

2017年特装单价波动的原因主要为，新疆农业会新增加了13125m²的特殊篷房搭建，单价为26.68元/m²，规格较低，拉低了2017年特装单价。

②展览相关业务搭建费支出

单位：万元

展览相关业务	2017 年度	2016 年度	2015 年度
搭建	708.57	580.36	368.16
会议组织运营	162.07	26.64	3.52
境外展会代理	3.22	4.11	17.67
网络及杂志运营		-	-
合计	873.86	611.11	389.36

搭建业务的搭建成本指发行人为开展搭建业务而发生的成本支出；会议组织运营业务搭建成本主要为发行人承办会议的现场搭建支出；境外展会代理搭建成

本主要指发行人为境外参展客户采购特装搭建展位时，支付的搭建支出。报告期内，随着发行人搭建业务规模不断增加，展览相关业务搭建成本逐年增加。

（3）广告费

广告费是公司在展会筹备和举办过程中采用报刊、网络新媒体、地铁、公交、电视台等媒体资源用于广告宣传而发生的费用。报告期内，广告费支出分别为426.60万元、463.47万元和355.40万元；占主营业务成本比例分别为7.59%、5.45%和3.75%，总体呈下降趋势。

2016年度，公司承办展会数量由2015年的4个增加到15个，为达到承办展委托方对展会宣传效果的要求，广告费支出较2015年度有所增加。

随着移动互联网技术的广泛应用，为达到精准营销和控制成本，发行人增加微信、微博、官方网站等更高效且低成本宣传手段的应用，减少了其他成本较高媒体的广告投放，促使2017年度广告成本下降。

（4）印刷制作费

印刷制作费主要为公司推广和开办展会期间采购印刷材料支付的费用，包括邀请函、门票、参展手册、会刊、导览图、展会报告等。报告期内公司印刷制作费有所波动，分别为325.02万元、505.92万元和438.72万元。2016年度，公司承办展由2015年的4个增加到2016年的15个，承办展主办方对印刷品的规格、品质要求较高，公司增加了高质量纸质印刷品的投放；同时上游原材料价格较2015年度明显上涨，也导致了印刷制作费价格上涨。2017年度，公司通过增加光影技术、网络技术和无线显示技术等新型显示手段的应用，控制纸质印刷品的采购规模，降低了印刷制作成本。

（5）组展费

发行人组展费归集的各项成本内容如下：

联合招展费	主要归集联合营销发生的联合招展服务费
现场服务费	主要归集展会现场同传翻译、速记、网络，以及场馆收取的加班费、空调费、电费、清洁费、票房使用、卸货、设备租赁费、摄影费、媒体费用、

	网络费用等
展会用品	主要归集展会期间的地毯、胸卡、挂绳、无纺布袋，展会发放的奖杯、奖品、小礼品，现场购买的零星办公用品等
主办费	主要归集向展会主办单位、协会支付的挂名、专业嘉宾邀请、组织观众、业内宣传等合作费用
安保费	主要归集展会期间的安保费
餐宿费	主要归集展会期间的餐饮住宿费用
运输费	主要归集展会期间的展具等各类物品运输费用
境外代理费	主要归集境外展会展位代理的采购支出
开幕式费用	主要归集展会开幕式举办费用
其他组展费	主要归集展会期间的租赁费、水电费、出展地接服务等

由于组展费包括展会现场运营部分的全部支出，因此各期组展费占营业成本的比重较高。报告期内各期组展费明细构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
联合招展费	496.65	21.72%	306.46	14.87%	28.43	2.26%
现场服务费	416.72	18.23%	329.92	16.01%	228.25	18.13%
展会用品	238.99	10.45%	291.54	14.15%	209.52	16.65%
主办费	172.57	7.55%	237.20	11.51%	166.99	13.27%
安保费	206.79	9.05%	199.96	9.70%	140.19	11.14%
餐宿费	174.86	7.65%	148.84	7.22%	126.66	10.06%
运输费	117.13	5.12%	167.39	8.12%	110.75	8.80%
境外代理费	69.37	3.03%	101.82	4.94%	98.74	7.84%
开幕式费用	78.81	3.45%	50.51	2.45%	36.89	2.93%
其他组展费	314.24	13.75%	227.03	11.02%	112.22	8.92%
合计	2,286.13	100.00%	2,060.67	100.00%	1,258.63	100.00%

报告期内公司组展费分别为1,258.63万元、2,060.67万元和2,286.13万元，占比分别为22.39%、24.22%和24.10%，逐年呈上升的趋势。组展费增长的主要原因为联合招展费、现场服务费、展会用品费等随着办展规模扩张而增长较快。

报告期初，发行人主要通过自有业务团队招展。为应对新增及原有展会数量、展会规模的迅速扩大，发行人借用其他公司业务资源进行招展并支付一定的成本，从而导致联合营销成本逐年增加，占比不断增大。

报告期内随着公司展会数量及规模的不断增加，尤其是2016年度开始新增较

多承办展会，展会规格较高，展会举办所需的相关组展费支出大幅增长，与业务相匹配并具有合理性。

3、营业成本按业务种类的分析

(1) 营业成本总体构成分析

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
展览业务	8,029.43	84.63%	7,518.65	88.37%	4,865.18	86.55%
其中：能源装备	2,061.57	21.73%	2,411.63	28.34%	2,384.76	42.42%
新兴产业	2,743.02	28.91%	2,264.44	26.61%	620.21	11.03%
工业制造	1,502.73	15.84%	1,267.52	14.90%	739.19	13.15%
消费品	1,143.55	12.05%	1,177.22	13.84%	826.92	14.71%
农业	578.56	6.10%	397.84	4.68%	294.08	5.23%
展览相关业务	1,458.17	15.37%	989.58	11.63%	756.26	13.45%
合计	9,487.60	100.00%	8,508.23	100.00%	5,621.44	100.00%

报告期内，公司会展项目主要集中在能源装备和工业制造领域，这两类会展项目成本占公司主营业务成本比重较高，分别为55.57%、43.24%和37.57%。

公司持续关注消费品行业 and 新兴产业会展服务的市场需求，近年来成功举办了上海电池展、成都电动车展、顶级生活展等展会。随着相关展会项目数量及规模持续增长，会展项目成本逐年递增。

展览相关业务成本持续增长，主要是由于中装润达搭建业务增长较快。

(2) 能源装备类展会成本

报告期内，公司能源装备类展会成本分别为2,384.76万元、2,411.63万元和2,061.57万元，占主营业务成本比重分别为42.47%、28.34%和21.73%。能源装备类展会成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	808.69	39.23%	931.26	38.62%	827.97	34.72%
搭建费	480.99	23.33%	616.01	25.54%	625.09	26.21%

广告费	120.13	5.83%	108.36	4.49%	170.07	7.13%
印刷制作费	120.22	5.83%	187.59	7.78%	206.32	8.65%
组展费	531.53	25.78%	568.40	23.57%	555.31	23.29%
合计	2,061.57	100.00%	2,411.63	100.00%	2,384.76	100.00%

(3) 新兴产业类展会成本

报告期内，公司新兴产业类展会成本分别为620.21万元、2,264.44万元和2,743.02万元，占主营业务成本比重分别为11.03%、26.61%和28.91%。新兴产业展会成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	795.37	29.00%	513.23	22.66%	236.72	38.17%
搭建费	1,213.55	44.24%	791.44	34.95%	181.00	29.18%
广告费	88.62	3.23%	104.79	4.63%	34.24	5.52%
印刷制作费	51.26	1.87%	152.66	6.74%	13.41	2.16%
组展费	594.22	21.66%	702.32	31.02%	154.85	24.97%
合计	2,743.02	100.00%	2,264.44	100.00%	620.21	100.00%

(4) 工业制造类展会成本

报告期内，公司工业制造类展会成本分别为739.19万元、1,267.52万元和1,502.73万元，占主营业务成本比重分别为13.11%、14.90%和15.84%。工业制造类展会成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	401.48	26.72%	394.68	31.14%	347.19	46.97%
搭建费	417.72	27.80%	347.95	27.45%	110.10	14.89%
广告费	66.30	4.41%	75.61	5.97%	47.03	6.36%
印刷制作费	82.19	5.47%	83.70	6.60%	49.88	6.75%
组展费	535.05	35.60%	365.58	28.84%	184.99	25.03%
合计	1,502.73	100.00%	1,267.52	100.00%	739.19	100.00%

(5) 消费品展会成本

报告期内，公司消费品展会成本分别为826.92万元、1,177.22万元和1,143.55万元，占主营业务成本比重分别为14.71%、13.84%和12.05%。消费品展会成本

构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	467.34	40.87%	490.24	41.64%	335.38	40.56%
搭建费	303.13	26.51%	289.19	24.57%	189.97	22.97%
广告费	35.94	3.14%	86.77	7.37%	117.92	14.26%
印刷制作费	103.68	9.07%	55.71	4.73%	27.26	3.30%
组展费	233.46	20.42%	255.31	21.69%	156.40	18.91%
合计	1,143.55	100.00%	1,177.22	100.00%	826.92	100.00%

（6）农业类展会成本

报告期内，公司农业类展会成本分别为294.08万元、397.84万元和578.56万元，占主营业务成本比重分别为5.23%、4.68%和6.10%。农业类展会成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	196.52	33.97%	182.70	45.92%	113.95	38.75%
搭建费	158.52	27.40%	83.40	20.96%	77.36	26.30%
广告费	15.94	2.76%	82.40	20.71%	57.34	19.50%
印刷制作费	71.20	12.31%	17.16	4.31%	8.78	2.98%
组展费	136.38	23.57%	32.17	8.09%	36.66	12.47%
合计	578.56	100.00%	397.84	100.00%	294.08	100.00%

（7）展览相关业务成本

报告期内，公司展览相关业务成本分别为756.26万元、989.58万元和1,458.17万元，占主营业务成本比重分别为13.45%、11.63%和15.37%。展览相关业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
场馆费用	290.18	19.90%	226.94	22.93%	177.11	23.42%
搭建费	873.86	59.93%	611.11	61.75%	389.36	51.48%
广告费	10.16	0.70%	5.54	0.56%	0.00	0.00%
印刷制作费	28.47	1.95%	9.11	0.92%	19.37	2.56%

组展费	255.49	17.52%	136.88	13.83%	170.41	22.53%
合计	1,458.17	100.00%	989.58	100.00%	756.26	100.00%

报告期内，随着发行人境外展会代理规模扩大，展览相关业务场馆成本逐年增加。

报告期内，展览相关业务中的搭建费金额及占展览相关业务成本的比例持续上升，主要源于2015年公司收购控股子公司中装润达，开展搭建业务；由于展览展示搭建业务与展会业务具有协同效应，发展速度较快，促使搭建费用持续增长。

组展费主要核算举办会议论坛、境外展会代理业务发生的组展费用。2017年度新增会议论坛较多，组展费大幅增加，占比较2016年度上升。

组展成本主要核算公司举办会议论坛及开展境外展会代理业务发生的直接支出。2017年度新增会议论坛较多，组展支出大幅增加，占比较2016年度上升。

（三）毛利率分析

1、毛利来源分析

报告期内，公司营业毛利分别为8,252.69万元、9,288.26万元和11,580.69万元，保持较快增长速度，其中主营业务毛利占比分别为99.74%、99.67%和99.68%。

报告期内主营业务毛利和其他业务毛利分别如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	11,543.47	99.68%	9,257.56	99.67%	8,231.29	99.74%
其他业务毛利	37.22	0.32%	30.70	0.33%	21.40	0.26%
营业毛利合计	11,580.69	100.00%	9,288.26	100.00%	8,252.69	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
展览业务	10,069.56	87.23%	8,448.06	91.26%	7,669.57	93.18%
其中：能源装备	3,781.82	32.76%	4,428.25	47.83%	5,611.41	68.17%

新兴产业	3,783.72	32.78%	2,291.11	24.75%	781.57	9.50%
工业制造	1,388.94	12.03%	1,001.61	10.82%	674.88	8.20%
消费品	784.99	6.80%	392.36	4.24%	134.29	1.63%
农业	330.08	2.86%	334.73	3.62%	467.42	5.68%
展览相关业务	1,473.92	12.77%	805.50	8.74%	561.73	6.82%
合计	11,543.47	100.00%	9,257.56	100.00%	8,231.29	100.00%

报告期内，公司营业毛利保持稳定增长，能源装备类会展项目是公司毛利主要来源，工业制造、新兴产业和消费品展会毛利占比逐年上升。

2、毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率分别为59.43%、52.12%和54.90%。具体情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
主营业务毛利率	54.89%	52.11%	59.42%
其他业务毛利率	59.86%	55.33%	64.62%
综合毛利率	54.90%	52.12%	59.43%

报告期内，公司主营业务毛利率变动情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
展览业务	55.64%	52.91%	61.19%
其中：能源装备	64.72%	64.74%	70.18%
新兴产业	57.97%	50.29%	55.76%
工业制造	48.03%	44.14%	47.73%
消费品	40.70%	25.00%	13.97%
农业	36.33%	45.69%	61.38%
展览相关业务	50.27%	45.00%	42.62%
合计	54.89%	52.11%	59.42%

2016年度，公司主营业务毛利率下降的原因主要如下：①公司因扩展展会市场举办新的展会项目，增加了办展的场次和面积，新设展会通常需要前期投入较高成本拓展市场；②公司2016年度新承接多个承办展项目，该类项目对搭建规格、印刷材料品质等要求较高，相应增加了相关成本支出，导致该年度毛利率有所下降。

（1）能源装备类展会毛利率

报告期内，发行人能源装备类展会毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	5,843.39	6,839.88	7,996.18
营业成本	2,061.57	2,411.63	2,384.76
毛利率	64.72%	64.74%	70.18%

①能源装备类展会毛利率水平整体较高原因分析

A、能源装备类展会中的北京石油展已成功举办18届。作为石油行业最重要的展会之一，其在国内、国际都已具备较强的品牌影响力，具备一定的定价话语权，展位平均销售价格较高。

B、参展客户优质，行业领导企业聚集。客户主要为石油、天然气行业产业链中知名的国内外大型企业。这些企业参展频率稳定、有足够的预算、支付能力强。

北京石油展基本每年都能吸引近60个国家和地区的参展商，40余家世界500强企业，以及近20个国家展团参展。专业观众超过10万人次，展会面积接近9万平方，受到新华网、人民网、新浪、搜狐、华尔街日报等国内外主要媒体关注报道。

报告期内，能源装备展项目主要包括以下大客户：

国内客户：中国石油天然气集团公司、中国石油化工集团公司、中国海洋石油总公司、中国船舶工业集团公司、中国船舶重工集团公司、中国航天科技集团公司、烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司等国内知名石油及能源装备制造企业。

国外客户：埃克森美孚、俄罗斯国家石油公司（俄油）、俄罗斯天然气工业股份公司（俄气）、俄罗斯国家石油管道运输公司、卡特彼勒、美国国民油井华高公司、斯伦贝谢公司、美国贝克休斯公司、GE 等来自美国、加拿大、德国、俄罗斯等主要能源国家的相关企业。

承办展客户：东营市商务局、天津临港经济区管理委员会、青岛蓝色硅谷核心区管理委员会、濮阳市华龙区商务局等油气资源或能源装备产业重要城市相关政府或事业单位。

②2016年能源装备类展会毛利率下降原因分析

报告期内，发行人能源装备行业展会成本构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
场馆费用	808.69	39.23%	931.26	38.62%	827.97	34.72%
搭建费	480.99	23.33%	616.01	25.54%	625.09	26.21%
广告宣传费	119.68	5.81%	108.36	4.49%	170.07	7.13%
印刷制作费	120.22	5.83%	187.59	7.78%	206.32	8.65%
组展费	531.98	25.80%	568.40	23.57%	555.31	23.29%
合计	2,061.57	100.00%	2,411.63	100.00%	2,384.76	100.00%

2016年度能源装备类展会收入规模下滑，但成本中占比较大的场馆成本、搭建成本以及组展成本并未下降，导致毛利率由2015年度的70.18%下降至64.74%，影响主要来自以下主要展会：

展会	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北京石油展	平均单价（元/m ² ）	1,723.43	1,727.19	1,765.06
	客户数量	759	770	946
	收入（万元）	4,252.91	5,153.09	6,721.37
	成本（万元）	1,497.89	1,710.14	1,969.44
	毛利率	64.78%	66.81%	70.97%
新疆煤炭展	平均单价（元/m ² ）	-	1,103.99	821.97
	客户数量	-	33	62
	收入（万元）	-	61.71	161.88
	成本（万元）	-	66.03	89.88
	毛利率	-	-7.01%	44.48%
天津海博会	收入（万元）	650.28	525.47	398.58
	成本（万元）	278.97	274.00	31.30
	毛利率	57.10%	47.86%	92.15%
上海石化展	平均单价（元/m ² ）	1,279.99	1,058.51	1,199.93
	客户数量	224	223	257
	收入（万元）	506.65	378.37	478.01
	成本（万元）	170.35	153.81	205.94

	毛利率	66.38%	59.35%	56.92%
--	-----	--------	--------	--------

能源装备类展会收入主要来自于北京石油展。受国际石油价格波动的影响，2016 年度北京石油展参展客户数量减少导致收入下降，但为维持展出规模，成本降幅较小，导致其毛利率下降。

新疆煤炭展受煤炭行业景气度下滑的影响，参展客户数量骤减，加之该展会办展规模较小，固定成本无法大幅缩减，导致该展会亏损毛利率为负，也是能源装备类展会毛利率下滑的因素之一。

天津海博会为承办展会，2015 年度按照合同约定负责展会招展工作，无场馆、搭建等主要支出成本；2016 年度双方扩大合作规模，公司按照合同承担部分场馆租赁、主场搭建、宣传推广、现场活动、展会运营等工作，成本增加，毛利率下滑。

③能源装备类展会毛利率持续性分析

能源装备类展会客户主要集中在石油产业链，行业景气度直接影响该类展会客户参展意愿。

作为最重要的基础能源之一，原油的价格受到供求关系、地缘政治、货币与金融因素、地区局势以及世界经济周期性变化等因素的影响，造成了石油价格的周期性波动。如果未来国际政治环境、宏观经济、地缘因素等发生不利变化影响石油价格继续下降、相关行业需求持续低迷，行业内主要企业将有可能进一步缩减参展支出及参展意愿，从而使得公司展会收入继续下降并致使毛利率下滑。

（2）新兴产业类展会毛利率

报告期内，发行人新兴产业类展会毛利率情况如下：

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	6,526.73	4,555.55	1,401.78
营业成本	2,743.02	2,264.44	620.21
毛利率	57.97%	50.29%	55.76%

新兴产业类主要展会项目具体情况如下：

展会	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上海电池展	客户数量	293	396	250
	收入	895.60	1,136.58	502.32
	成本	383.88	494.56	179.07
	毛利率	57.14%	56.49%	64.35%
北京充电桩展	客户数量	66	125	87
	收入	107.71	281.89	202.52
	成本	85.15	144.69	72.91
	毛利率	20.94%	48.67%	64.00%
西安供热节能展	客户数量	319	260	219
	收入	640.05	456.40	337.99
	成本	164.59	132.56	95.24
	毛利率	74.28%	70.95%	71.82%
深圳充电桩展	客户数量	165	201	-
	收入	605.86	430.61	-
	成本	193.15	265.20	-
	毛利率	68.12%	38.41%	-
四川电力展	客户数量	85	79	
	收入	111.79	91.35	
	成本	11.13	39.33	
	毛利率	90.05%	56.95%	
绵阳科博会	收入	791.33	547.75	230.19
	成本	443.35	109.80	60.02
	毛利率	43.97%	79.96%	73.93%
南昌展	收入	-	551.51	-
	成本	-	374.52	-
	毛利率	-	32.09%	-
生态环保展	收入	-	369.95	-
	成本	-	250.89	-
	毛利率	-	32.18%	-
南京智能大会	收入	779.80		
	成本	166.75		
	毛利率	78.62%		
西安产能展	收入	533.58		
	成本	319.16		
	毛利率	40.18%		
中日韩产业博览会	收入	382.20	296.33	-
	成本	205.85	203.23	-
	毛利率	46.14%	31.42%	-

临汾环保展	收入	452.55		
	成本	90.37		
	毛利率	80.03%		

①新兴产业类 2016 年展会毛利率下滑原因分析

2016 年毛利率有所下降，主要原因如下：

A、2016 年新增承办展中南昌展、生态环保展、中日韩产业博览会，按照约定需要公司承担办展支出较多，整体毛利率水平较低；

B、2015-2016 期间，上海电池展及北京充电桩展办展规模扩张，租赁场馆面积分别从 11,500 m²、6,000 m² 增长至 23,000 m²、8,670 m²，相关的搭建、广告、组展等支出也快速增长，而收入增幅低于成本增幅，因此毛利率有所下降；

C、自办展培育有三至五年的培育期，培育期内场馆租赁规模、广告宣传支出、印刷制作均相对较高。2016 年发行人新增深圳充电桩展，收入规模较小，场馆、搭建及组展成本等支出较高，也拉低了自办展的毛利率。

②新兴产业类 2017 年展会毛利率上升原因分析

新兴产业类展会是发行人报告期内集中培育的业务，报告期内收入规模稳定增加，2017 年度新兴产业类展会毛利水平提高是行业影响力及业务水平共同进步的结果。

2017 年毛利率有所上升，主要原因为：

A、公司自办展会深圳充电桩展、西安供热节能展通过多年的品牌培育，收入规模较上一年度有所增加；

B、公司本年度新承办南京智能大会和临汾环保展，上述两场承办展会业务规模较大，毛利水平高，促使新兴产业类展会整体毛利率上升。

C、成都市博览局高度重视会展业的发展，2017 年补贴四川电力展部分场馆成本，从而使得四川电力展 2017 年度毛利率大幅提高。

③新兴产业类展会毛利率持续性分析

新兴产业类展会相较于传统行业展会，具有较强的生命力，毛利率较高，盈利能力强等特点。

目前，发行人已在节能材料、新能源等主题行业建立了一定的品牌知名度，获得了稳定的客户资源，处于先发地位。此外，公司有一支研发的团队，调研、前瞻、提前布局新兴产业的行业需求，在完善现有细分行业的同时，不断累积、复制经验开发新展会，使得新兴产业类展会持续有大量的储备产品，以保持竞争优势。2017年新兴产业类展会毛利率相比2016年同类展会毛利率已明显回升。因此，新兴产业类展会的毛利率不存在持续下降的风险。

（3）工业制造类展会毛利率

报告期内，发行人工业制造类展会毛利率情况如下：

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	2,891.67	2,269.13	1,414.07
营业成本	1,502.73	1,267.52	739.19
毛利率	51.97%	44.14%	47.73%

工业制造类主要展会项目具体情况如下：

	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
天津制博会	客户数量	558	415	312
	收入	1,107.66	932.41	700.28
	成本	625.58	590.56	417.46
	毛利率	43.52%	36.66%	40.39%
天津机床展	客户数量	98	138	141
	收入	306.36	257.32	200.63
	成本	147.39	151.61	124.67
	毛利率	51.89%	41.08%	37.86%
化工装备展	客户数量	235	192	167
	收入	754.58	475.03	307.90
	成本	249.07	216.83	106.66
	毛利率	66.99%	54.36%	65.36%
新疆工矿展	客户数量	245	110	84
	收入	253.73	277.31	205.26
	成本	127.65	149.55	90.40
	毛利率	49.69%	46.07%	55.96%

兰州展	收入	469.34	322.34	
	成本	353.05	158.97	
	毛利率	24.78%	50.68%	

①工业制造类 2016 年展会毛利率下滑原因分析

2016 年毛利率较 2015 年小幅下降了 3.59%，主要原因为天津制博会、化工装备展、新疆工矿展的毛利率均有所下降。具体而言：

A、天津制博会为增强宣传展示效果，广告宣传和印刷制作支出大幅增加；

B、化工装备展展出面积从 8,625 m²增加至 11,440 m²，展出规模扩大、展览搭建规格较高，场馆费用及搭建费用明显增长；

C、新疆工矿展，场馆租赁价格上涨，从 6.13 元/m²增长至 6.60 元/m²，场馆成本明显增长；同时为培育展会影响力及提升形象规格，广告宣传成本、印刷制作成本均有所增长，导致新疆工矿展会毛利率由 55.96%下降至 46.07%。

②工业制造类 2017 年展会毛利率上升原因分析

2017 年度，发行人通过品牌培育，主要工业类自办展会的收入规模均呈现增长。同时，本年度发行人工业类自办展会的搭建规格、服务品质等方面同去年保持一致水平，相关成本支出较为稳定，综合促使本年度工业类展会的毛利率增加。

③工业制造类展会毛利率持续性变化分析

发行人工业制造类展会收入主要来自于自办展会，随着天津制博会、化工装备展等展会培育成熟，上述展会在细分行业内已形成了一定的行业影响力和稳定的客户群体；另一方面，该类展会对发行人整体毛利的贡献占比较小，即使出现行业的周期性波动，对发行人的业绩也不会造成较大影响。因此，新兴产业类展会的毛利率不存在持续下降的风险。

（4）消费品展会毛利率

报告期内，发行人消费类展会毛利率情况如下：

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	1,928.55	1,569.58	961.21
营业成本	1,143.55	1,177.22	826.92
毛利率	40.70%	25.00%	13.97%

消费类主要展会项目具体情况如下：

	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
广州保 健展	客户数量	400	340	325
	收入	526.37	380.55	431.68
	成本	267.64	382.30	461.10
	毛利率	49.15%	-0.46%	-6.82%
顶级生 活展	客户数量	91	90	148
	收入	249.58	225.22	418.61
	成本	126.53	225.45	224.71
	毛利率	49.30%	-0.11%	46.32%
自行车 展	客户数量	88	47	26
	收入	308.30	124.75	43.00
	成本	158.22	125.65	120.47
	毛利率	48.68%	-0.72%	-180.16%
成都电 动车展	客户数量	150	122	-
	收入	274.87	377.17	-
	成本	121.37	186.24	-
	毛利率	55.84%	50.62%	-
海口电 动车展	客户数量	29	29	-
	收入	182.75	132.05	-
	成本	106.87	58.93	-
	毛利率	41.52%	55.37%	-
银川商 品展	收入	-	35.93	-
	成本	-	53.11	-
	毛利率	-	-47.83%	-

2016 年消费类展会毛利率进一步提升，主要原因为承办展收入增长较快，虽然承办展毛利率有所下降，但其贡献的收入在消费品展会收入中的比例由 7.07% 增加至 20.96%，总体提升了消费品展会毛利率。

2017 年度，发行人自办的消费品展会积累了不错的品牌影响力，自行车展、顶级生活展、海口电动车展等展会盈利能力大幅增加，同时发行人并未继续承办上一年度亏损的银川商品展项目，促使 2017 年度消费品展会毛利水平增加。

（5）农业类展会毛利率

报告期内，发行人农业类自办展和承办展各期营业收入、营业成本及毛利率情况如下：

单位：万元

	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北京农业会	客户数量	121	81	49
	收入	179.54	112.39	90.97
	成本	130.80	76.30	76.21
	毛利率	27.15%	32.11%	16.22%
新疆农业会	客户数量	475	462	331
	收入	632.84	620.17	455.12
	成本	398.26	321.53	173.50
	毛利率	37.07%	48.15%	61.88%
昌吉农机展	客户数量	-	-	150
	收入	-	-	215.41
	成本	-	-	44.37
	毛利率	-	-	79.40%
合计	收入	812.38	732.56	761.50
	成本	529.07	397.83	294.08
	毛利率	34.87%	45.69%	61.38%

昌吉农机展仅于 2015 年举办了一届，2016 年未再举办。2016 年北京农业会收入增长较快但场馆租赁面积不变，成本变动较少，毛利率提高；新疆农业会办展面积从 18,470 m² 增加至 30,700 m²，场馆费用大幅增加，搭建、广告宣传、印刷制作等其他成本也有所增加，导致成本较 2015 年度增加 85.32%，而展会收入仅增长 36.27%，综合影响下新疆农业会毛利率从 61.88% 下降到 48.15%。

2017 年度，北京农业展展览面积由 5,500 m² 增加至 10,134 m²，场馆支出增加；新疆农业会为室外展览场地额外提供基础搭建，增加了搭建支出，综合导致本年度农业类展会毛利率下滑。

（6）展览相关业务毛利率

随着中装润达盈利水平和业务规模不断增加，2016 年度公司展览相关业务毛利率有所提高。

2017 年度，发行人会议组织运营业务能力逐步成熟，会议服务盈利能力有

所提高，毛利率较高，促使展览相关业务毛利率水平同步提高。

3、可比上市公司毛利率比较

（1）同行业可比公司选取

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会。根据发行人所处行业和业务特征，选取展会收入占 70%以上的挂牌公司或 IPO 申报企业、国外主要会展上市公司作为发行人同行业可比公司，包括北展股份（831023.OC）、米奥会展（831822.OC，在审 IPO）、名洋会展（831946.OC）、励展博览集团（Reed）、ITE 集团（ITE）、英富曼集团（INFORMA），上述展览公司名单包括了国内外专业从事展会运营业务的公司，将其作为发行人的同行业可比公司可以尽可能完整的反应会展行业的综合情况。具体情况如下：

北展股份

北展股份主要从事展会和会议的策划、发起及组织运行，目前主要运营房地产、家装建材、机械装备等行业的展会。北展股份营业成本由场地搭建费、场地租赁、广告宣传费、会务费、印刷制作费等支出构成。北展股份虽然以大连及周边为重点市场业务规模较小，但其承办的贸易型展会（主要包含房地产及家装建材行业展会）和机床展分别在大连、上海地区形成了一定的规模影响力，经营模式、收入构成和成本内容同发行人较为接近。2014 年起，北展股份采用联合举办的方式运营机床行业展会，属于发行人举办的天津制博会、天津机床展同行业展会。

②米奥会展

米奥会展主要从事境外自办展、境内自办展以及境外代理展业务。自办展业务为自主创办并运营境内外家居品、工业机械、智慧城市、城市安全等行业展会；境外代理展业务为代理海外展会向境内企业进行销售，同时提供国内企业出国参展相关服务。米奥会展的营业收入主要包括展位收入和人员收入；营业成本主要包括场馆及场租、展会运营成本、宣传推广成本、机票地接成本等支出。报告期内，米奥会展自办展收入规模及占比不断增加，形成以自办展为主的业务机构。

米奥会展和发行人的主营业务均为展会的策划、组织和运营服务，双方展会的运营模式、收入构成、成本构成等方面较为接近。

名洋会展

名洋会展的主营业务为会展项目的组织和承办，同时向其他展会主办机构提供主场运营和设计搭建服务。名洋会展的营业收入主要包括设计服务收入、自办展收入和展会运营收入；营业成本主要包括员工工资、折旧费、材料款等支出。发行人同名洋会展虽然在收入和成本构成方面存在一定差异，名洋会展搭建业务和主场服务业务同发行人从事的搭建业务和展会运营服务的服务模式接近。

励展博览集团（Reed）

励展博览集团（Reed）是全球最大的展览及会议活动主办机构。励展博览集团的主营业务为全球品质展览会的开发、策划、推广及销售，每年在 40 多个国家主办 500 个展览及会议活动。励展博览集团的业务规模明显高于发行人水平，但作为全球最大的展览公司，其业务涵盖了展览运营的各运营环节，反映了整个行业的综合财务状况，体现了国际展览行业发展的趋势。

ITE 集团（ITE）

ITE 集团（ITE）专业组织并主办全球性的国际展览和会议，在新兴市场展览占有优势。该集团成立于 1991 年，并于 1998 年在伦敦证券交易所上市。每年在十多个国家举办 200 多场展览，展览行业涉及石油及天然气、电信与计算机、汽车、服装与时尚、家具、旅游、建材、食品与农业及包装技术、医疗保健、矿业、厨具与家电、交通运输与物流等领域。

英富曼会展集团（Informa）

英富曼会展集团（Informa）是全球策划及组织展览、会议、公共活动及培训的最大型上市公司，也是全球公认最值得信赖的会展贸易供应商之一，每年在全世界举办超150场大型会展活动，为商界专业人士和消费者提供合作贸易、市场开拓、发展业务的专业平台。集团展会涉及食品、农业、健康、美容美发、机

械、工业、建材等多个行业。英富曼集团拥有强大的国际会展资源，为展商提供全方位品牌推广，贸易交流、产品行销及全球行业资源整合的高品质服务。

（2）同行业可比公司毛利率分析

根据发行人所处行业和业务特征，选取展会收入占 70%以上的挂牌公司或 IPO 申报企业、国外主要会展上市公司作为发行人同行业可比公司。报告期内，发行人与同行业可比公司毛利率对比情况如下：

公司名称		2017 年度	2016 年度	2015 年度
国内可比公司	米奥会展	39.98%	40.51%	43.36%
	北展股份	18.69%	42.66%	51.11%
	名洋会展	52.07%	61.33%	51.71%
	平均	36.91%	52.11%	52.63%
国外可比公司	REED	64.23%	63.92%	64.34%
	ITE	38.90%	43.56%	45.79%
	INFORMA	100.00%	69.14%	68.85%
	平均	67.71%	58.87%	59.66%
	发行人	54.89%	52.12%	59.43%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

①国内可比公司分析

报告期内，发行人毛利率水平整体高于米奥会展，主要原因是米奥会展主要从事境外展会的举办和代理销售业务，其中报告期内境外自办展收入占其自办展总收入的 97.94%、98.23%和 91.28%。由于展会设在境外，米奥会展报告期前两年机票地接成本占其营业成本的 39.96%、33.63%。而发行人举办的展会均在我国内地，不存在上述费用支出情况。扣除机票地接成本影响，米奥会展报告期前两年毛利率为 65.93%、60.52%，达到并高于发行人毛利率水平。

北展股份地处大连，主要在东北地区从事家装建材、机械装备等行业的展会，报告期初北展股份毛利率同发行人处于同一水平。2015 年度开始，受我国东北地区整体经济下滑的影响，我国东北地区房地产行业低迷，北展股份旗下展会经营规模持续下滑，导致其毛利率不断降至低于发行人水平。

2015 年度，名洋会展业务规模较小，其毛利率水平低于发行人水平，主要

原因是当时展台搭建和会展组织运营业务占其主营业务收入的 67.86%，上述两项业务在展览业务中属于较下游环节，毛利率相对较低。2016 年开始，名洋会展自办的食品行业展逐步形成规模，会展组织承办业务收入 1,324.71 万元，毛利率为 69.98%，使得该年度公司整体毛利率水平实现跨越增长，达到并超过了发行人水平。

②国外可比公司分析

报告期内，发行人毛利率水平明显低于励展博览集团（REED）和英富曼集团（INFORMA），主要原因是上述公司作为全球主要的展览及会议活动主办机构，拥有较强的行业号召力和品牌影响力，旗下展会均较为成熟，毛利率水平较高。同时不断通过收购境内外成熟展会拓展业务规模，被收购的展会大多已经拥有较好的盈利能力。发行人业务运营仍处于成长阶段，大部分展会仍处于培育阶段，毛利率整体低于 REED 和 INFORMA。

报告期内，发行人毛利率明显高于ITE，但均呈下滑趋势。主要原因为：ITE 虽根植于英国但业务主要集中在俄罗斯和中亚，由于近年来这些地区的经济发展滞后，展会业随之不景气。特别是，ITE展会类型主要集中于建筑行业 and 能源行业，随着俄罗斯建筑行业 and 能源领域的衰退，ITE这些领域的展会收入也随之受到影响。同时，ITE的主营业务地处俄罗斯，由于近年来卢比币值不稳定，也对公司的毛利率造成了一些影响。

4、可比上市公司净利率比较

报告期内，发行人与各同行业可比公司净利率情况如下：

单位：万元

公司名称		2017 年度	2016 年度	2015 年度
国内可比公司	米奥会展	12.82%	14.94%	14.45%
	北展股份	-43.21%	-0.6%	11.30%
	名洋会展	31.40%	35.62%	19.16%
国外可比公司	REED	22.66%	16.95%	16.98%
	ITE	14.07%	21.90%	19.57%
	INFORMA	17.85%	12.61%	14.25%
振威展览		20.95%	20.02%	23.25%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

国内同行业可比公司虽然均主要从事展会的运营业务，但由于业务区域分部、行业分部、展会成熟度、目标客户等多方面因素的不同，净利率情况整体呈现多元化，与公司可比性较低。米奥会展由于专注于海外展会的运营，销售模式采用代理销售，销售费用率较高，净利率低于发行人水平。报告期初北展股份展会运营情况较好，净利率水平较高，后受东北地区经济环境影响，盈利能力不断下滑，最近一期出现亏损情况，净利率不断下滑。报告期初，名洋会展业务规模较小，尚处于亏损状态，净利率较低。随着名洋会展自办的食品行业展会逐步形成规模，会展组织承办业务收入 1,324.71 万元，且毛利率大幅上升，使得名洋会展整体利润水平实现跨越增长，净利率超过发行人水平。

国外同行业可比公司净利率较为稳定，主要原因为该等可比公司发展已进入成熟期，经营规模较大、业务结构稳定、抗风险能力较强、各项财务指标相对稳定。发行人作为国内规模较大的会展企业之一，展会结构多元，经营稳定发展，净利率与国外同行业可比公司基本一致。其中，REED 的毛利率明显高于发行人及其他国外可比公司而净利率水平较低，原因是展览业务收入只占励展公司业务的 15%左右，而公司的主要收入来源于帮助客户做战略咨询、分析客户公司风险；同时励展 2016 年的商誉高达 89 亿英镑，相关减值或摊销计入费用，销售费用率及管理费用率明显较高，综合导致净利率水平较低。

（四）期间费用分析

报告期内公司期间费用具体构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度			2016 年度		
	金额	占期间费用占比	占营业收入占比	金额	占期间费用占比	占营业收入占比
销售费用	3,314.22	55.29%	15.71%	2,774.29	50.74%	15.57%
管理费用	2,813.80	46.94%	13.34%	2,752.26	50.34%	15.44%
财务费用	-133.25	-2.22%	-0.63%	-58.89	-1.08%	-0.33%
合计	5,994.77	100.00%	28.42%	5,467.66	100.00%	30.68%

单位：万元

项目	2015 年度		
	金额	占期间费用占比	占营业收入占比
销售费用	2,367.78	33.83%	17.05%
管理费用	4,636.35	66.25%	33.39%
财务费用	-5.69	-0.08%	-0.04%
合计	6,998.44	100.00%	50.40%

报告期内，公司期间费用分别为6,998.44万元、5,467.66万元和5,994.77万元，占营业收入比重分别为50.40%、30.68%和28.42%。公司报告期内期间费用构成情况具体如下：

1、销售费用

单位：万元

费用性质	2017 年度	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	2,775.01	2,243.16	1,824.00
办公费	91.67	82.62	89.23
招待费	13.67	4.71	5.86
差旅费	321.00	279.47	274.00
宣传推广费	103.99	143.79	157.09
其他	8.88	20.54	17.59
合计	3,314.22	2,774.29	2,367.78

公司的销售费用主要由销售人员职工薪酬、差旅费和宣传推广费等构成。报告期内，发行人销售费用占营业收入的比例分别为17.05%、15.57%和15.71%。

（1）职工薪酬

销售费用中的职工薪酬包括销售人员的工资、社会保险费、住房公积金、福利费等。报告期内公司销售费用中的职工薪酬迅速增长，主要原因是公司业务规模扩大，销售人员人数和人均薪酬均呈上升趋势。

（2）差旅费

销售费用中的差旅费由销售人员因公出差期间所产生的交通费、住宿费、伙食费和公杂费等各项费用构成。报告期内，公司销售费用中差旅费支出逐年增加，

主要原因是公司举办展会项目逐年增加，同时公司客户数量增长及地域分布逐步分散，增加了差旅费支出。

（3）宣传推广费

宣传推广费主要是为提高公司的知名度、树立振威展览品牌开展的宣传推广支出。报告期内，公司宣传推广费逐年下降，主要原因是随着移动互联网技术的广泛应用，公司增加微信、微博、官方网站等低成本新媒体宣传手段的应用，减少了其他成本较高的传统媒体的广告投放。

2、管理费用

单位：万元

费用性质	2017 年度	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	1,449.84	1,111.87	741.30
办公费	110.77	123.44	168.84
交通差旅费	149.34	170.55	123.53
税费	32.34	38.77	50.72
折旧及摊销费	265.73	278.30	284.62
物业装修及水电费	446.96	503.46	453.09
中介服务费	196.45	274.87	422.24
招待费	130.33	104.58	114.37
会务费	29.68	33.46	63.73
其他	2.37	13.57	67.09
股份支付		99.40	2,146.83
合计	2,813.80	2,752.26	4,636.35

公司的管理费用主要由职工薪酬、折旧及摊销费、物业装修及水电费、中介服务费和股份支付费用构成。2015年至2017年公司管理费用分别为4,636.35万元、2,752.26万元和2,813.80万元，占主营业务收入分别为33.39%、15.44%和13.34%。2015年度公司管理费用较高，主要是由于该年度公司控股股东张学山将其持有的振威有限部分出资额转让给公司员工及华谘投资，公司控股股东配偶杨香芬通过华谘投资向发行人员工转让股份，形成股份支付2,146.83万元。

（1）职工薪酬

管理费用中的职工薪酬主要包括行政管理人员的工资、社会保险费、住房公

积金、福利费等。由于报告期内业务规模和分支机构数量不断增加，为提高内部管理能力和管理效率，公司增加了管理人员人数，并提高了人均薪酬水平，相关的薪酬支出呈现上升趋势，分别为741.30万元、1,111.87万元和1,449.84万元。

（2）折旧及摊销费

折旧及摊销费包括公司行政管理部门的固定资产折旧、土地使用权摊销以及无形资产摊销等。报告期内，公司折旧摊销费略有下降，分别为284.62万元、278.30万元和265.73万元。

（3）物业装修及水电费

物业装修及水电费由办公场所租赁费、物业费、装修费、水电费等费用构成。2016年成都振威装修办公场所，导致当年度装修费用较高。

（4）中介服务费

中介服务费主要包括证券公司、律师、会计师等中介机构的费用。2015年，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让，导致当年度中介费用较高。

（5）股份支付

2015年3月12日，振威有限召开股东会并作出决议，同意控股股东张学山将其持有的振威有限部分出资额转让给张学林、刘文娟等12名自然人股东及华镕投资，其他股东自愿放弃优先权。2015年度振威展览实际控制人之一张学山之配偶杨香芬通过华镕投资向公司员工间接转让振威有限18,715元出资额，实质构成权益结算的股份支付。公司因上述事项共确认股份支付2,146.83万元。

2016年度振威展览杨香芬通过华镕投资向公司员工间接转让振威展览股份14,175股，形成股份支付99.40万元。

3、财务费用

单位：万元

费用性质	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	139.04	64.20	9.54
银行手续费	5.79	5.31	3.86
合计	-133.25	-58.89	-5.69

报告期内，公司财务费用占营业收入的比例分别为-0.04%、-0.33%和-0.63%。报告期内，公司无银行借款，未发生利息支出；公司银行存款形成利息收入，因此公司财务费用为负。

4、与同行业公司比较

（1）销售费用率与同行业各可比公司差异原因分析

公 司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北展股份	30.20%	25.15%	20.04%
米奥会展	18.42%	19.27%	14.91%
名洋会展	5.15%	8.54%	13.41%
平均值	17.92%	17.65%	16.12%
振威展览	15.71%	15.57%	17.05%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

报告期初，发行人的销售费用率高于同行业可比公司的平均销售费用率，主要原因是报告期内公司自办展会数量较多、行业分布广，销售部门招展和广告宣传力度较大，相关的差旅费和宣传推广费较高。同行业公司展会举办地和参展客户相对集中，销售费用较低。

随着同行业公司展会举办地的扩大，销售费用率逐步提高。报告期内，发行人承办展收入占比逐步提高，承办展的参展商参展收入占比较低，销售费用率有所下降。同时，随着公司业务逐步形成一定的区域布局，以及品牌影响力的提升，发行人的销售费用率逐步接近并低于行业平均水平。

（2）管理费用率与同行业各可比公司差异原因分析

公 司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北展股份	23.10%	19.07%	19.04%
米奥会展	5.86%	6.71%	13.57%
名洋会展	10.78%	17.30%	19.37%
平均值	13.25%	14.36%	17.32%
振威展览	13.34%	15.44%	33.39%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

2015-2017年度公司分别确认确认股份支付2,146.83万元、99.40万元和0元，剔除股份支付后，报告期管理费用率分别为17.93%、14.89%和13.34%，基本与同行业可比公司持平，公司管理费用率与同行业公司不存在明显差异。

（3）财务费用率与同行业各可比公司差异原因分析

公司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北展股份	-2.95%	-1.60%	-0.15%
米奥会展	-1.03%	-0.41%	0.27%
名洋会展	0.64%	-0.13%	-0.21%
平均值	-1.11%	-0.71%	-0.03%
发行人	-0.63%	-0.33%	-0.04%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

发行人的财务费用率与同行业可比公司相比基本保持一致，主要原因是发行人和同行业可比公司均无利息支出或有利息支出但金额较小，银行存款产生利息收入导致财务费用为负。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

公司税金及附加主要是城市维护建设税和教育附加费。公司税金及附加情况如下表：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业税	29.12	1.67	104.22
城市维护建设税	48.90	42.20	49.99
教育费附加	20.96	18.09	21.42
地方教育附加	13.97	12.06	14.28
文化事业建设费	4.03	2.71	5.37
房产税	41.00	24.09	-
车船使用税	0.40	0.20	-
土地使用税	1.56	1.01	-
印花税	13.29	2.07	-
合计	173.23	104.10	195.28

注：根据财政部《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）以及《关于〈增值税会计处理规定〉有关问题的解读》，公司将2016年5-12月房产税、车船使用税、土地使用税和印花税的发生额列报于“税金及附加”项目，2016年5月之前的发生额仍列报于“管理费用”项目。

报告期内，公司主营业务收入全部缴纳增值税。公司对外证券投资收益、银行理财收益等按照规定缴纳营业税。

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失分别为-12.24万元、63.28万元和67.39万元，均为按照会计政策对应收款项计提的坏账损失。

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失	67.39	63.28	-12.24
合计	67.39	63.28	-12.24

3、投资收益

报告期内，公司形成的投资收益包括参股新疆亚欧的权益投资、二级市场的股票投资、购买银行及证券公司理财产品的投资。公司于2015年停止二级市场股票投资，于2016年末停止理财产品投资。公司未来投资收益将主要来自于长期股权投资的投资收益。报告期各期发行人投资收益主要形成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
权益法核算的长期股权投资收益	126.19	448.75	189.38
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	3,010.12
其他-银行理财产品	-	63.72	158.43
合计	126.19	512.46	3,357.93

（1）权益法核算的长期股权投资收益

2015年3月公司参股设立新疆亚欧，出资金额150.00万元持有新疆亚欧30.00%股权。由于公司拟长期持有新疆亚欧股权且其公司章程约定公司对新疆亚

欧能够施加重大影响，公司在“长期股权投资”科目采用权益法核算。报告期内，新疆亚欧净利润及公司确认的投资收益如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
新疆亚欧净利润	420.62	1,495.83	631.27
投资收益金额	126.19	448.75	189.38

新疆亚欧目前负责运营中国-亚欧博览会，具有稳定的业务资源和盈利能力，公司对新疆亚欧准备长期持有，该项投资收益具有持续性。

（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益

2015年初公司基于对股票市场的良好预期，利用闲置资金通过证券二级市场进行股票的短期投资，主要依靠股票买卖净差价形成金融资产的投资收益。公司已于2015年处置清理全部股票，不再从事该类投资活动。

（3）银行理财产品投资收益

报告期内公司利用自有闲置资金购买银行及证券公司理财产品，投资收益为该理财产品的利息收入。公司已于2016年末赎回全部理财产品，不再进行理财产品投资。

（4）报告期内投资收益占利润总额的比例如下：

单位：万元

项 目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
投资收益	126.19	512.46	3,357.93
利润总额	5,821.61	4,725.67	4,828.29
占 比	2.17%	10.84%	69.55%

报告期内，公司投资收益占利润总额的比例总体呈下降趋势，公司经营业绩不存在对投资收益的重大依赖。公司已分别在2015年与2016年末停止二级市场股票和理财产品的投资活动。2017年起，发行人投资收益全部来源于以长期股权投资计量的新疆亚欧30.00%股权。

报告期内，新疆亚欧分别为公司实现投资收益189.38万元、448.75万元和

126.19万元。如果新疆亚欧出现盈利水平下降的情况，将对公司盈利能力产生一定的不利影响。

4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1. 政府补助	220.30	564.98	492.90
2. 其他	12.02	1.69	0.32
合计	232.32	566.67	493.22

报告期内，公司营业外收入分别为493.22万元、566.67万元和232.32万元，营业外收入主要为政府补助。公司计入营业外收入的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营改增过渡性财政扶持资金		55.50	29.50
北京市商业会展业发展补贴		-	100.00
朝阳区文化创意产业发展引导资金		-	30.00
北京市会奖旅游奖励资金		64.35	29.00
成都市会展业发展专项资金		65.00	-
广东省商务厅支持展会专项资金		-	20.00
广州市商贸流通业发展资金		40.41	20.00
广州市海珠区会展扶持资金		52.60	-
中央财政促进服务业发展专项资金		-	0.40
广州市海珠区财政补助		4.20	-
海珠区高成长性中小企业创新发展专项资金	19.00		
深圳市会展业财政资助专项资金		16.88	-
市场监测统计补贴	0.60	0.35	-
商标奖励资金	0.70	0.40	30.00
天津市滨海新区会展业发展专项资金		-	74.00
西安市会展发展专项资金		-	10.00
西安市省级会展专项资金		35.00	20.00
天津市滨海新区支持企业上市专项资金	200.00	140.00	-
天津市支持会展经济加快发展项目补助资金		90.00	-
天津市会展企业参加资格考试培训补贴		0.10	-
乌鲁木齐市会展业专项扶持资金		-	130.00

商贸流通统计样本企业补贴款		0.20	-
小计	220.30	564.98	492.90

5、营业外支出

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损失合计	3.82	1.98	0.75
其中：固定资产处置损失	3.82	1.98	0.75
非常损失		-	167.01
对外捐赠		0.40	-
其他	15.25	4.30	2.45
合计	19.07	6.69	170.20

2015年8月12日，天津塘沽发生爆炸事件，爆炸点距离公司天津滨海新区办公楼较近，造成办公楼玻璃破碎，室内装修破损，计入非常损失167.01万元。

(六) 利润分析

报告期内，公司营业利润、利润总额和净利润情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业利润	5,608.36	4,165.69	4,505.27
利润总额	5,821.61	4,725.67	4,828.29
净利润	4,418.31	3,568.65	3,229.08
营业利润占利润总额的比例	96.34%	88.15%	93.31%

报告期内，公司营业利润占利润总额的比例分别为93.31%、88.15%和96.34%。2016年政府补贴金额较高，导致当年度营业利润占利润总额的比例较低。

(七) 税收情况分析

1、主要税种及缴纳金额

公司的主要税种为企业所得税、增值税和营业税，报告期内缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
----	---------	---------	---------

企业所得税	926.19	1,577.91	1,283.63
增值税	596.00	613.05	651.65
营业税	29.12	97.84	8.04

2、所得税费用分析

报告期内，公司所得税费用的情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
所得税费用	1,403.30	1,157.02	1,599.21
其中：当期所得税	1,414.82	1,109.13	1,609.02
利润总额	5,821.61	4,725.67	4,828.29
所得税费用占利润总额的比例	24.11%	24.48%	33.12%

报告期内，公司所得税费用有所波动，所得税费用分别占当期利润总额的33.12%、24.48%和24.11%。2015年度，公司控股股东张学山将其持有的振威有限部分出资额转让给公司员工及华睿投资，同时控股股东配偶杨香芬通过员工持股平台向公司员工转让发行人股份，共形成股份支付2,146.83万元，导致2015年度公司所得税费用占利润总额比例较高。

(八) 保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

报告期内，发行人经营状况良好，销售收入和盈利水平保持稳定增长的态势，不存在下列对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；
- 4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

- 5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；
- 6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

公司存在影响未来持续盈利能力的风险因素，已在本招股说明书“第四节 风险因素”进行了分析和披露。

保荐机构经核查后认为：发行人已披露了其面临的风险因素，发行人不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，发行人具备持续盈利能力。

十一、公司财务状况分析

（一）资产构成情况

1、资产构成分析

报告期各期末，公司资产构成及变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	21,712.57	81.09%	16,636.08	77.30%	14,944.04	76.08%
非流动资产	5,064.26	18.91%	4,885.45	22.70%	4,698.75	23.92%
资产总计	26,776.82	100.00%	21,521.54	100.00%	19,642.79	100.00%

2016年末和2017年末，公司资产总额分别增长9.56%和24.42%。一方面是由于公司生产经营规模逐步扩大，通过利润留存增加资产总额。另外，公司进行多次股权融资，导致资产总额不断上升。

公司所处行业为商务服务业，主要资产为维持会展项目运营所需的流动资产，不需要大规模的固定资产投入。报告期内，公司经营活动产生的利润留存及历次股权融资投入形成新增的流动资产，导致流动资产占总资产比例逐年上升，分别为76.08%、77.30%和81.09%。

2、流动资产分析

报告期各期末公司流动资产结构及变化情况如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	18,712.93	86.18%	14,212.90	85.43%	9,647.08	64.55%
应收票据	-	-	-	-	24.48	0.16%
应收账款	1,916.02	8.82%	994.70	5.98%	340.31	2.28%
预付款项	711.54	3.28%	928.44	5.58%	1,822.11	12.19%
其他应收款	324.63	1.50%	500.04	3.01%	92.63	0.62%
其他流动资产	47.45	0.22%	-	-	3,017.43	20.19%
合计	21,712.57	100.00%	16,636.08	100.00%	14,944.04	100.00%

报告期各期末，公司流动资产的账面价值分别为14,944.04万元、16,636.08万元和18,712.93万元。随着公司业务的快速发展，2016年末和2017年末，公司流动资产分别较上年末增长11.32%和12.48%。公司流动资产以货币资金为主。报告期内各期末，货币资金占比分别为64.55%、85.43%和86.18%。2015年末，公司其他流动资产3,017.43万元，主要为公司持有的银行理财产品。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	比例	金额	比例
现金	10.80	0.06%	11.75	0.08%	23.66	0.25%
银行存款	18,702.13	99.94%	14,201.15	99.92%	9,623.33	99.75%
其他货币资金			-	-	0.09	0.00%
合计	18,712.93	100.00%	14,212.90	100.00%	9,647.08	100.00%

公司货币资金主要为银行存款。公司盈利能力较强且多次进行股权融资，报告期各期末公司银行存款余额整体呈增长趋势。

报告期各期末其他货币资金余额如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
金额	-	-	0.09

2015年末的其他货币资金为股票证券户的可用资金余额。2015年度，公司基于对股票市场的良好预期，利用闲置资金在证券二级市场进行股票投资，2015年整体变更前公司逐步进行持有股票的清理工作，全部股票持仓于2015年底之前清理完毕。

（2）应收票据

报告期内，公司应收票据仅2015年末发生余额24.48万元。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款净额分别为340.31万元、994.70万元和1,916.02万元，占各期末流动资产的比例分别为2.28%、5.98%和8.82%。报告期内，公司应收账款余额及占营业收入比重变动情况如下表：

单位：万元

项目	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度	2015年12月31日 /2015年度
应收账款余额	2,029.11	1,055.57	358.22
营业收入	21,093.26	17,821.28	13,885.84
占营业收入比例	9.62%	5.92%	2.58%
应收账款增长率	92.23%	194.67%	-
营业收入增长率	18.36%	28.34%	-

报告期各期末，公司应收账款余额占当年营业收入的比重较小，分别为2.58%、5.92%和9.62%。

①应收账款较低的原因分析

公司主要收入为举办会展项目向参展商收取的展位费，并根据行业惯例采取预收款模式。具体而言，在会展项目运营中，会展举办方在销售展位时，即与参展商确定展位需求并签订《参展确认书》，参展商在展会开幕前向举办方全额支付参展费用。因此，公司对绝大部分客户不存在应收账款，只有少部分政府机关单位或大型国有企业客户由于其内部预算、立项、采购和实施付款审批等内部流程较长，导致付款周期相对较长，形成少量应收账款。

报告期各期末，公司应收账款逐年增长，主要原因为公司当年承办多个展会项目，该等展会项目委托方为政府机关及事业单位等，内部请款及付款流程时间较长。

②应收账款前五名客户情况

A、2017年12月31日应收账款前5名客户

单位：万元

序号	名称	账面余额	账龄	占比
1	南京市经济和信息化委员会	700.00	1年以内	34.50%
2	绵阳科发会展旅游有限责任公司	186.57	1年以内	9.19%
3	河南省濮阳市华龙区商务局	182.00	1年以内	8.97%
4	海口市会展局	178.99	1年以内	8.82%
5	濮阳县商务局	108.50	1年以内	5.35%
小计		1,356.06		66.83%

B、2016年12月31日应收账款前5名客户

单位：万元

序号	名称	账面余额	账龄	占比
1	绵阳博览事务局	221.12	1年以内	20.95%
2	中国国际贸易促进委员会潍坊市委员会	210.14	1年以内	19.91%
3	河南省濮阳市华龙区商务局	198.80	1年以内	18.83%
4	天津市滨海新区商务委员会	147.00	1年以内	13.93%
5	海口市会展局	100.00	1年以内	9.47%
合计		877.06		83.09%

C、2015年12月31日应收账款前5名客户

单位：万元

序号	名称	账面余额	账龄	占比
1	天津临港经济区管理委员会	135.00	1年以内	37.69%
2	北京鑫赛克展示服务有限公司	70.00	1年以内	19.54%
3	绵阳博览事务局	48.40	1年以内	13.51%
4	辽宁陆海石油装备研究院有限公司	34.50	1年以内	9.63%
5	北京佰斯威汀文化传媒有限公司	11.10	1年以内	3.10%
合计		299.00		83.47%

③与同行业可比公司的比较

公司应收账款占营业收入的比例与同行业可比公司的比较情况如下表：

同行业可比公司	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
北展股份	5.85%	4.71%	3.33%
米奥会展	0.31%	0.02%	0.45%
名洋会展	35.90%	54.62%	6.70%
平均	14.02%	19.78%	3.49%
发行人	9.08%	5.58%	2.45%

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

根据上表显示，同行业可比公司应收账款占营业收入的比例普遍较低，公司应收账款情况符合行业特点。

④应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款账龄主要在 1 年以内。具体情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2017年12月31日			2016年12月31日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
1年以内	1,991.66	98.15%	99.58	1,023.22	96.94%	51.16
1-2年	26.10	1.29%	7.83	32.35	3.06%	9.71
2-3年	11.35	0.56%	5.68	-	-	-
合计	2,029.11	100.00%	113.09	1,055.57	100.00%	60.87

单位：万元

账龄	2015年12月31日		
	账面余额	占比	坏账准备
1年以内	358.22	100.00%	17.91
1-2年	-	-	-
2-3年	-	-	-
合计	358.22	100.00%	17.91

报告期各期末，公司应收账款坏账准备余额分别为17.91万元、60.87万元和113.09万元，占应收账款账面余额的比例分别为5.00%、5.77%和5.57%，已充分考虑了应收账款回收风险，坏账准备计提充分、适当。公司应收账款的主要客户为政府机关和国内大型能源和装备企业，信誉良好，与公司合作时间长，历史上

从未发生过坏账损失，而且应收账款都在信用期以内，回收风险较小。

⑤公司及同行业可比公司应收账款坏账准备计提比例如下：

项 目	振威展览	北展股份	米奥会展	名洋会展
1年以内（含，下同）	5%	1%	5%	5%
1-2年	30%	10%	10%	10%
2-3年	50%	30%	50%	50%
3-4年	100%	50%	100%	100%
4-5年		80%		
5年以上		100%		

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

公司各账龄的应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司计提比例相同或略高，坏账计提政策比较谨慎。公司各期末账龄为 1 年以上的应收账款金额占应收账款余额的比例较低，应收账款回款情况良好，各期实际发生的坏账损失金额较小，报告期内按照坏账政策计提的坏账准备金额能够覆盖各期实际发生的坏账损失。因此，发行人的坏账准备计提比例充分，符合公司的实际经营情况。

综上，公司的坏账计提政策符合公司的实际经营情况，与同行业公司相比较为谨慎。

（4）预付款项

公司预付款项主要为公司向场馆方、展具制作企业和广告公司等供应商预付的采购款，具体账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
1年以内	576.28	908.60	1,822.11
1-2年	122.06	19.84	-
2-3年	13.21	-	-
合计	711.54	928.44	1,822.11

报告期各期末预付款项按供应商类别分类明细如下：

单位：万元

供应商类别	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
-------	-------------	-------------	-------------

场馆费用	319.26	635.50	542.20
搭建	125.43	50.79	746.40
广告宣传	91.74	40.58	117.65
印刷制作	12.83	33.41	173.84
其他	119.91	125.89	201.62
办公室租金	42.38	42.28	40.40
合计	711.54	928.44	1,822.11

报告期内预付款项以预付场馆费用及搭建费为主，符合公司业务的特点。

2016 年末预付款项金额大幅下降

2016 年末发行人预付款项大幅下滑，一方面由于发行人年末预付款项内容主要为次年上半年的展会采购款，发行人预判 2017 年北京石油展规模将可能下滑，因此该展会的预付金额相应减少。另一方面，2016 年减少采用通过预付款项的方式稳定与供应商合作关系，搭建、广告宣传、印刷制作相关的预付款金额下降明显。

②2017 年末预付款项金额大幅下降

2017 年度，发行人举办展会 42 场，较上一年度增加 6 场；营业收入为 21,031.08 万元，较上一年度增加 18.38%，未出现展会数量及面积规模大幅下降的风险。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为92.63万元、500.04万元和324.63万元，占各期末流动资产的比例分别为0.62%、3.01%和1.50%。公司其他应收款主要由押金或保证金构成，报告期各期末公司其他应收款余额明细如下：

单位：万元

款项性质	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
押金保证金	140.03	265.99	34.51
上市费用	212.00	-	-
股权转让款		251.68	-
拆借款		-	47.60
应收暂付款	9.82	2.26	5.99

待认证进项税		0.16	0.25
其他		2.00	11.49
合计	361.85	522.10	99.85

① 其他应收账款主要客户分析

截至2017年12月31日，发行人前五名其他应收款客户详细情况如下表所示：

单位：万元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占比
广发证券股份有限公司	保荐费	212.00	1年以内	58.59%
天津滨腾会展管理有限公司	押金保证金	54.49	1年以内,1-2年	15.06%
湛江臻创国际会议会展有限公司	押金保证金	20.00	1-2年	5.53%
南京百樾展览工程有限公司	押金保证金	18.54	1年以内	5.13%
绵阳科发会展旅游有限责任公司	押金保证金	18.00	1年以内	4.97%
合计		323.03		89.27%

押金保证金主要为承办展会履约保证金、场馆押金、投标保证金、办公室租赁押金及子公司中装润达因搭建展台支付的押金。2016年度，新疆振威以887.50万元的价格向直洪霞女士收购其持有的成都振威55.00%股权。2017年3月14日，新疆振威与直洪霞、张学辉、张学山签署《关于成都振威世展展览有限公司之投资协议书之补充协议》，将上述收购价格由887.50万元调整为459.57万元，形成应收股权转让款251.68万元。2017年末其他应收款主要是广发证券股份有限公司的保荐费。

② 报告期各期末其他应收款中押金保证金余额如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
押金保证金	140.03	265.99	34.51
其他应收款	361.85	522.10	99.85
占比	38.70%	50.95%	34.56%
期后回款金额（截至本招股说明书签署之日）	37.19	144.61	15.39

其他应收款中押金保证金占主要部分。2016年末押金保证金大幅度上升主要系公司承办展会明显增长，相应的履约保证金大幅提高。各期主要押金保证金

情况如下：

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额（万元）
2017年12月31日	1	天津滨腾会展管理有限公司	场租押金	54.49
	2	湛江臻创国际会议会展有限公司	履约保证金	20.00
	3	南京百榭展览工程有限公司	搭建押金	18.54
	4	绵阳科发会展旅游有限责任公司	投标保证金	18.00
	5	广州启盛科技企业孵化器管理有限公司	房屋租赁押金	5.58
	小计			
2016年12月31日	1	绵阳博览事务局	履约保证金	71.40
	2	天津滨腾会展管理有限公司	场租押金	43.00
	3	第四届世界绿色发展投资贸易博览会组委会秘书处	履约保证金	33.70
	4	湛江臻创国际会议会展有限公司	履约保证金	20.00
	5	南昌绿地博览中心运营有限公司	搭建押金	20.00
	小计			
2015年12月31日	1	奥企达（北京）国际会展有限公司	搭建押金	10.72
	2	北京博文阳光展览有限公司	搭建押金	6.05
	3	广州启盛科技孵化器管理有限公司	房屋租赁押金	5.58
	4	北京京正国际展览有限公司	业务保证金	5.00
	5	乌鲁木齐市丹璐洗衣连锁股份有限公司	房屋租赁押金	4.00
	小计			

（6）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产账面价值分别为3,017.43万元、0元和47.45万元，主要由预缴税金和理财产品构成。

各期末其他流动资产具体明细如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
理财产品		-	3,012.84
待抵扣待认证进项税	7.66		
预缴税金	39.79	-	4.59
合计	47.45	-	3,017.43

3、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产结构及变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	914.32	18.05%	788.13	16.13%	339.38	7.22%
固定资产	3,783.91	74.72%	3,747.28	76.70%	3,929.25	83.62%
无形资产	282.16	5.57%	286.33	5.86%	309.15	6.58%
商誉	49.00	0.97%	49.00	1.00%	49.00	1.04%
长期待摊费用	8.64	0.17%	-	-	9.36	0.20%
递延所得税资产	26.23	0.52%	14.72	0.30%	62.61	1.33%
非流动资产合计	5,064.26	100.00%	4,885.45	100.00%	4,698.75	100.00%

报告期内公司的非流动资产由固定资产、长期股权投资和无形资产构成，其中最主要是固定资产。公司各项非流动资产项目具体如下：

（1）长期股权投资

2015年末、2016年末和2017年末，公司长期股权投资账面价值分别为339.38万元、788.13万元和914.32万元，为对参股公司新疆亚欧的股权投资。

（2）固定资产

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
房屋及建筑物	3,624.14	3,577.27	3,753.37
运输工具	42.50	43.62	32.49
其他设备	117.27	126.39	143.39
合计	3,783.91	3,747.28	3,929.25

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为3,929.25万元、3,747.28万元和3,783.91万元，占非流动资产的比例分别为83.62%、76.70%和74.72%，是非流动资产的重要组成部分。公司的固定资产主要是位于天津滨海新区的办公楼。

（3）无形资产

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
土地使用权	123.51	126.33	129.15
软件	158.65	160.00	180.00
合计	282.16	286.33	309.15

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为309.15万元、286.33万元和282.16万元，2015年初，公司收购中装润达67.00%股权，中装润达拥有的软件200.00万元计入公司的无形资产。

（4）商誉

公司商誉49万元，为公司在购买日合并成本大于中装润达可辨认净资产公允价值份额的差额。

（5）长期待摊费用

公司长期待摊费用占非流动资产比例较低，分别为0.20%、0%和0.17%，全部由办公室装修费构成。

（6）递延所得税资产

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产减值准备	26.23	14.72	4.31
预收账款	-	-	58.30
合计	26.23	14.72	62.61

报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值分别为62.61万元、14.72万元和26.23万元，占非流动资产的比例分别为1.33%、0.30%和0.52%。

公司资产的账面价值与计税基础不同是形成递延所得税资产的原因。报告期内，公司已确认的递延所得税资产主要为计提坏账准备和预收账款提前开具发票形成。部分地区税务主管部门要求，所有开票金额都计为应税收入。由此导致部分已开票金额计入当期应纳税所得额，但不满足收入确认条件，无法计入营业收入，从而形成递延所得税资产。

（二）负债构成情况

1、负债构成分析

报告期各期末，公司负债构成及变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	5,208.90	100.00%	3,645.79	100.00%	3,504.73	100.00%
非流动负债	-	-	-	-	-	-
负债合计	5,208.90	100.00%	3,645.79	100.00%	3,504.73	100.00%

报告期内，公司负债均为流动负债。公司通过自身积累和股权融资的方式筹集资金，不存在银行借款。

2、流动负债分析

流动负债结构分析如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	1,232.40	23.66%	812.94	22.30%	247.51	7.06%
预收款项	1,790.61	34.38%	1,691.65	46.40%	2,105.99	60.09%
应付职工薪酬	943.66	18.12%	659.90	18.10%	254.10	7.25%
应交税费	1,039.64	19.96%	355.28	9.75%	874.72	24.96%
其他应付款	202.58	3.89%	126.03	3.46%	22.42	0.64%
合计	5,208.90	100.00%	3,645.79	100.00%	3,504.73	100.00%

报告期内公司的流动负债主要由应付账款、预收款项和应付职工薪酬构成，各主要流动负债项目具体分析如下：

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为247.51万元、812.94万元和1,232.40万元，占流动负债的比例分别为7.06%、22.30%和23.66%。公司应付账款主要是应付搭建费、宣传费、中介服务等。

截至2017年12月31日，公司应付账款余额前五名如下：

单位：万元

序号	名称	金额	账龄	占比
1	绵阳科发会展旅游有限责任公司	330.92	1年以内	26.85%
2	西安曲江国际会展（集团）有限公司	159.19	1年以内	12.92%

3	南京河西会议展览有限责任公司	89.62	1年以内	7.27%
4	西安明日英才会展服务有限公司	79.25	1年以内	6.43%
5	北京东方坤宇展览有限公司	67.92	1年以内	5.51%
合计		726.91		58.98%

(2) 预收款项

报告期各期末, 公司预收款项余额分别为2,105.99万元、1,691.65万元和1,790.61万元, 占流动负债的比例分别为60.09%、46.40%和34.38%。

①公司各期按展会所属行业分类的预收款项情况如下:

单位: 万元

项 目	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能源装备类	1,164.28	65.02%	1,133.05	66.98%	1,581.20	75.08%
工业制造类	402.23	22.46%	242.72	14.35%	244.58	11.61%
新兴产业类	157.39	8.79%	202.92	12.00%	186.31	8.85%
农业类	47.99	2.68%	28.55	1.69%	15.83	0.75%
消费品	18.73	1.05%	14.37	0.85%	27.16	1.29%
展览相关业务	-		70.04	4.14%	17.60	0.84%
其他	-		-		33.31	1.58%
合 计	1,790.61	100.00%	1,691.65	100.00%	2,105.99	100.00%

报告期内, 年末预收账款所属项目主要以次年上半年举办的能源装备类北京石油展、工业制造类天津制博会、新兴产业类西安供热节能展为主, 与发行人展会排期一致。2016年预收款项金额下降, 主要是由于全球石油行业低迷, 能源装备类展会客户参展意愿降低, 该类展会预收款项金额下降。

2017年末, 发行人预收账款较上一年度有所增加, 主要由于2018年3月举办的天津制博会盈利能力上升, 收入规模增加, 提高了预收账款金额。

展览相关业务2014年末金额较大, 主要是预收的广告费。2016年以后, 发行人子公司搭建业务增长较快, 搭建费预收款项大幅增加。

2015年末其他预收款项为发行人预收天津办公楼的房屋租赁费。

②各期主要展会项目预收款政策变化情况

发行人自办展会预收款政策：发行人自办展会的主要客户为展会的参展商，发行人与参展商签订参展协议，并根据协议具体约定于展会开幕前全额或部分收取展位费用。

发行人承办展会预收款政策：发行人承办展会的主要客户为展会的主办方，发行人与主办方签订承办服务协议，并根据协议约定在展会的筹备期间即向主办方预收部分款项。通常发行人承担办展成本较高的承办展会项目，预收款金额及比例较高。

③ 发行人预收款项主要客户

截至2017年12月31日，公司预收款项余额前五名如下：

单位：万元

序号	客户	金额	账龄	占比
1	山东科瑞石油装备有限公司	30.19	1年以内	1.69%
2	胜利油田工业园管理办公室	28.30	1年以内	1.58%
3	中信重工开诚智能装备有限公司	24.00	1年以内	1.34%
4	北京恒泰万博石油技术股份有限公司	19.56	1年以内	1.09%
5	济南邦德激光股份有限公司	17.83	1年以内	1.00%
	合计	119.88		6.70%

③ 各期末预收款项金额变动分析

报告期各期末，发行人主要展会项目预收款金额如下：

单位：万元

展会名称	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
北京石油展	1,139.14	1,121.40	1,560.37
天津制博会	375.94	226.09	204.79
西安供热节能	127.27	85.61	79.60
主要展会项目预收款合计	1,649.75	1,433.10	1,844.76
预收账款余额	1,790.61	1,691.65	2,105.99
占比	92.13%	84.72%	87.60%

各期末预收账款主要为预收后尚未举办的展会款项。报告期内上半年展会以北京石油展（3月举办）、天津制博会（3月举办）及西安供热节能展（4月举

办)为主。受国际石油周期调整影响,石油产业相关客户参展意愿降低,发行人能源装备类展会预收账款有所下降。

(3) 应付职工薪酬

报告期各期末,公司应付职工薪酬分别为254.10万元、659.90万元和943.66万元,占流动负债的比例分别为7.25%、18.10%和18.12%。公司应付职工薪酬中不存在拖欠性质的款项。应付职工薪酬具体变动如下:

单位:万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
短期薪酬	922.39	646.76	248.38
离职后福利中的设定提存计划负债	11.38	13.14	5.72
辞退福利	9.89		
合计	943.66	659.90	254.10

(4) 其他应付款

报告期各期末,公司其他应付款余额分别为22.42万元、126.03万元和202.58万元,占流动负债的比例分别为0.64%、3.46%和3.89%。2016年度,公司其他应付款大幅增加,主要是中装润达向展具制作商采购展具时收取的保证金。2017年,公司收购张学辉持有的成都振威45.00%股权部分股权转让款尚未支付,导致2017年末其他应付款较期初大幅增加。

(5) 应交税费

报告期各期末,公司应交税费分别为874.72万元、355.28万元和1,039.64万元,占流动负债的比例分别为24.96%、9.75%和19.96%。

报告期各期末,公司应交税费具体构成情况如下表所示:

单位:万元

税费项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
增值税	231.52	99.63	54.46
营业税	-	-	97.84
企业所得税	760.35	228.47	697.25

代扣代缴个人所得税	27.76	20.85	6.19
城市维护建设税	8.43	3.30	10.97
教育费附加	3.61	1.42	4.70
地方教育附加	2.41	0.94	3.14
文化事业建设费	1.89	0.55	0.14
水利基金	0.33	0.06	0.02
印花税	2.42	0.00	0.00
房产税	-	0.06	-
土地使用税	-	0.01	-
残保金	0.92		
合计	1,039.64	355.28	874.72

（三）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产负债率（母公司）	8.69%	5.43%	5.93%
资产负债率（合并）	19.45%	16.94%	17.84%
流动比率	4.17	4.56	4.26
速动比率	4.17	4.56	4.26
项目	2017年度	2016年度	2015年度
利息保障倍数	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	6,112.30	5,028.76	5,124.62

1、短期偿债能力分析

2017年末，公司的资产负债率较高，主要是应付账款和应交税费增加较多。合并报表资产负债率高于母公司资产负债率，主要是子公司北京振威和中装润达预收账款较多所致。

报告期内，发行人的流动比率和速动比率较为平稳，处于合理水平，短期偿债能力较强。

2、长期偿债能力分析

报告期内，发行人未向银行借款，不存在利息偿付的风险。发行人息税折旧摊销前利润维持在较高水平，盈利水平较高。

3、与同行业公司偿债能力比较

项目	公司	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产负债率	北展股份	2.68%	6.75%	4.04%
	米奥会展	22.98%	46.45%	27.22%
	名洋会展	30.03%	24.12%	4.26%
	平均	18.56%	25.77%	11.84%
	发行人	19.45%	16.94%	17.84%
流动比率	北展股份	31.41	12.08	23.94
	米奥会展	3.69	1.68	3.75
	名洋会展	3.27	3.96	21.40
	平均	12.79	5.91	16.37
	发行人	4.17	4.56	4.26
速动比率	北展股份	31.41	12.08	23.94
	米奥会展	3.69	1.67	3.75
	名洋会展	2.02	3.96	21.40
	平均	12.37	5.90	16.37
	发行人	4.17	4.56	4.26

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

（1）资产负债率

公司报告期初资产负债率均明显高于同行业可比公司的平均水平，主要原因是发行人流动负债较高。公司举办的会展项目主要采取预先向参展商全额收取参展费用的收款方式，导致合并资产负债表形成大额预收账款，最终提高了流动负债规模。

（2）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司的流动比率和速动比率低于同行业可比公司平均水平，主要原因是发行人流动负债较高。公司举办的会展项目主要采取预先向参展商全额收取参展费用的收款方式，导致合并资产负债表形成大额预收账款最终提高了流动负债。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率（次/年）	14.49	26.70	31.39
存货周转率（次/年）	-	-	-
总资产周转率（次/年）	0.87	0.87	0.90

公司主要收入为举办展会向参展商收取的展位费。参展商通常在展会开幕前全额支付参展费用，因此公司应收账款较低。自2015年开始，公司不断通过承办展会项目拓展业务规模，提高企业知名度，由于政府部门付款审批流程较长，导致报告期各期末应收账款占营业收入比例不断增加，应收账款周转率呈下降趋势。

报告期内，公司不断通过留存收益和吸引财务投资者等方式增强资本实力，资产总额不断上升，总资产周转率逐步降低。

2、与同行业公司比较

发行人与同行业可比公司资产周转能力指标的比较情况如下：

项目	公司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周 转率	北展股份	15.22	26.41	59.97
	米奥会展	608.51	515.97	67.90
	名洋会展	3.16	3.45	27.28
	平均	208.96	181.94	51.72
	发行人	14.49	26.70	31.39
总资产周 转率	北展股份	0.40	0.57	0.53
	米奥会展	1.92	1.65	1.37
	名洋会展	1.17	1.05	0.93
	平均	1.16	1.09	0.94
	发行人	0.87	0.87	0.90

注：以上资料来自 Wind 数据库、招股说明书或公司年报。

（1）应收账款周转率

报告期各期末，公司应收账款周转率均低于同行业可比公司平均值。报告期内，公司承办展收入逐渐增加，由于政府客户预算、立项、采购和实施付款等内部审批流程较长，付款周期相对较长，应收账款增加。

（2）总资产周转率

报告期内，发行人的总资产周转率与同行业可比公司平均水平接近，主要原因是发行人与同行业公司都是轻资产公司，业务相近。

（五）所有者权益变动分析

报告期各期末，公司所有者权益情况如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
股本	3,045.69	3,045.69	842.11
资本公积	11,994.79	11,994.79	11,091.30
盈余公积	1,086.78	802.19	572.59
未分配利润	5,225.40	1,760.84	3,473.18
归属于母公司所有者权益合计	21,352.65	17,603.37	15,979.03
所有者权益合计	21,567.93	17,875.75	16,138.06

1、股本

报告期各期末，公司股本情况如下：

单位：万股

股东	2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	持股数	占比	持股数	占比	持股数	占比
张学山	2,065.16	67.81%	2,065.16	67.81%	599.97	71.25%
张超凡	137.68	4.52%	137.68	4.52%	40.00	4.75%
广州市华镕投资管理有限公司	137.68	4.52%	137.68	4.52%	40.00	4.75%
张学林	110.15	3.62%	110.15	3.62%	32.00	3.80%
刘文娟	101.89	3.35%	101.89	3.35%	29.60	3.51%
珠海中兵广发投资基金合伙企业（有限合伙）	101.40	3.33%	101.40	3.33%	-	-
上海毓合投资合伙企业（有限合伙）	72.47	2.38%	72.47	2.38%	21.05	2.50%
谷茹	72.46	2.38%	72.46	2.38%	21.05	2.50%
新疆五五绿洲壹期股权投资合伙企业（有限合伙）	45.69	1.50%	45.69	1.50%	-	-

张留生	37.40	1.23%	37.40	1.23%	10.86	1.29%
靳风菊	27.81	0.91%	27.81	0.91%	8.08	0.96%
邓小辉	27.54	0.90%	27.54	0.90%	8.00	0.95%
刘晨	27.54	0.90%	27.54	0.90%	8.00	0.95%
贾鹏洲	27.54	0.90%	27.54	0.90%	8.00	0.95%
陈旭	16.52	0.54%	16.52	0.54%	4.80	0.57%
王培勋	9.62	0.32%	9.62	0.32%	2.79	0.33%
刘文艳	8.26	0.27%	8.26	0.27%	2.40	0.28%
范洪颖	5.16	0.17%	5.16	0.17%	1.50	0.18%
翟文婧	4.96	0.16%	4.96	0.16%	1.44	0.17%
郭伟	3.65	0.12%	3.65	0.12%	1.06	0.13%
赵红斌	2.67	0.09%	2.67	0.09%	0.78	0.09%
张合军	2.46	0.08%	2.46	0.08%	0.72	0.08%
杨攀攀	-	-	-	-	-	-
合计	3,045.69	100.00%	3,045.69	100.00%	842.11	100.00%

2、资本公积

报告期各期末，公司资本公积情况如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资本溢价（股本溢价）	9,731.16	9,731.16	8,816.10
其他资本公积	2,263.63	2,263.63	2,275.20
合计	11,994.79	11,994.79	11,091.30

（1）2014年度，发行人实际控制人之一张学山配偶杨香芬通过华镕投资向公司员工间接转让振威有限出资额20,200元，公允价值与转让价格所形成的差异计入当期管理费用及资本公积17.40万元。

（2）2015年3月，振威有限召开股东会并作出决议，同意控股股东张学山将其持有的324,563元振威有限出资额以188.14万元的价格转让给张学林、刘文娟等12名自然人股东及华镕投资，实质构成权益结算的股份支付。公司参照同期外部机构投资者上海毓合投资合伙企业（有限合伙）增资价格71.25元/股作为公允价格，与授予员工的实际价格所形成的差异计入管理费用及资本公积2,015.59万元。

（3）2015年7月，公司以截至2015年4月30日的净资产进行折股，增加

资本公积 5,858.20 万元。公司折股后股本 800 万元、资本公积 6,071.81 万元。

（4）2015 年 8 月，公司股东大会决议同意增加注册资本，由谷茹出资 1,500.00 万元认购 21.05 万元新增注册资本，毓合投资出资 1,500.00 万元认购 21.05 万元新增注册资本。共新增注册资本 42.11 万元，溢价新形成资本公积 2,957.89 万元。

（5）2015 年度，发行人实际控制人之一张学山配偶杨香芬通过华镕投资向公司员工间接转让振威有限出资额 18,715 元，实质构成权益结算的股份支付，确认管理费用及资本公积 131.24 万元。

（6）2016 年 2 月，经公司 2016 年度第二次临时股东大会决议，同意向珠海中兵发行股票 29.46 万股，溢价新形成资本公积 2,069.49 万元。

（7）2016 年 4 月，经公司 2015 年年度股东大会决议，由资本公积转增股本增加注册资本 2,128.44 万元，资本公积减少 2,128.44 万元。

（8）2016 年 5 月，经公司 2016 年第三次临时股东大会决议，同意向五五绿洲发行股票 45.69 万股，溢价新形成资本公积 974.01 万元。

（9）2016 年 6 月，发行人子公司香港振威以 1.00 港币对价收购振威传媒，属于同一控制下企业合并，追溯调整比较期财务报表，追溯调增 2014 年度、2015 年度其他资本公积 0.98 万元；2016 年 1 月，公司的子公司新疆振威收购成都振威，属于同一控制下企业合并，追溯调整比较期财务报表，追溯调增 2015 年度其他资本公积 110.00 万元。上述同一控制下企业合并累计 2016 年初资本公积 110.98 万元，收购完成对应减少 2016 年末资本公积 110.98 万元。

（10）2016 年度，发行人实际控制人之一张学山之配偶杨香芬通过华镕投资向公司员工间接转让发行人股份 14,175 股，实质构成权益结算的股份支付，确认管理费用及资本公积 99.40 万元。

3、盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
盈余公积	1,086.78	802.19	572.59

报告期内，公司净利润稳定增长，致使发行人报告期各期末盈余公积持续增加。

4、未分配利润

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
期初未分配利润	1,760.84	3,473.18	6,210.63
加：本期归属于母公司所有者的净利润	4,370.91	3,455.30	3,259.05
减：提取法定盈余公积	284.59	229.60	574.33
应付普通股股利	350.25	4,589.45	-
其他	271.51	348.59	5,422.17
期末未分配利润	5,225.40	1,760.84	3,473.18

2016年和2017年，公司分别向股东分红4,589.45万元和350.25万元。

2015年，公司以截至2015年4月30日的净资产折股减少未分配利润5,422.17万元。2016年，公司执行2015年度利润分配方案减少未分配利润4,589.45万元，导致2016年末公司未分配利润大幅减低。

十二、现金流量分析

（一）总体现金流量状况分析

报告期内公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	2015年度
经营活动产生的现金流量净额	5,218.16	3,791.88	1,356.87
投资活动产生的现金流量净额	-367.88	2,244.74	4,503.56
筹资活动产生的现金流量净额	-350.25	-1,470.81	3,000.00
现金及现金等价物净增加额	4,500.02	4,565.82	8,860.48
期末现金及现金等价物余额	18,712.93	14,212.90	9,647.08

1、经营活动产生的现金流量分析

公司举办的展会通常由参展商预先支付参展费用。报告期内，公司经营活动现金流较好。采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
净利润	4,418.31	3,568.65	3,229.08
加：资产减值准备	67.39	63.28	-12.24
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	265.25	270.91	259.47
无形资产摊销	22.97	22.82	22.82
长期待摊费用摊销	2.47	9.36	14.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	3.82	1.98	167.75
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-76.13
财务费用（收益以“-”号填列）	-	-	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-126.19	-512.46	-3,357.93
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-11.52	47.89	-9.33
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-0.48
存货的减少（增加以“-”号填列）	-	-	-
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-895.53	49.33	-833.12
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	1,471.18	170.71	-193.88
其他（股份支付）	-	99.40	2,146.83
经营活动产生的现金流量净额	5,218.16	3,791.88	1,356.87

2015年度公司经营活动产生的现金流量净额较低，主要是因为其他应收款和预付款项的增加以及预收款项的减少。随着公司营业收入不断增加，2016年度和2017年度公司经营活动产生的现金流量净额大幅回升。报告期内公司的现金流量较好，盈利质量较高。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流出金额分别为 10,417.35 万元、831.82 万元和 369.29 万元。2015 年度公司投资活动现金流出金额较高主要是公司投资交易性金融资产金额较大。

（1）收回投资收到的现金

报告期内发行人收回投资收到的现金明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
证券投资本金收回	-	-	11,552.36
证券投资收益	-	-	3,010.12
合计	-	-	14,562.48

证券投资本金收回为股票投资所支付的本金。证券投资收益为股票投资获取的投资收益金额。

（2）投资支付的现金

报告期内发行人投资支付的现金明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
证券投资本金支出	-	-	7,148.00
长期股权投资支出	-	-	150.00
合计	-	-	7,298.00

证券投资支出为股票投资所支付的本金。长期股权投资支出为投资新疆亚欧的投资款支出。2015 年 3 月公司出资设立新疆亚欧国际博览有限公司，出资金额 150.00 万元，持股比例为 30.00%。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流出金额分别为0.00万元、4,589.45万元和350.25万元，主要为现金股利分配产生。

（二）重大资本支出情况分析

1、报告期内的重大资本支出情况

报告期内，公司无重大的资本性支出。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

公司募集资金投资项目拟支出3,004.95万元用于资产购置。未来重大资本性项目实施后，将对提高公司运营管理能力、业务拓展能力、盈利能力有着极为重

要的意义。本次发行募集资金投资项目请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

截至2017年12月31日，除上述有关支出外，发行人无可预见的重大资本性支出计划。

十三、本次发行后每股收益的变动趋势及采取的措施

（一）本次募集资金到位当年发行人每股收益的变动趋势

本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标影响的假设前提：

1、假定本次发行方案于2018年5月底前实施完毕（该时间仅为估计，最终以中国证监会核准本次发行后的实际完成时间为准）；

2、假定本次发行股票数量为1,020.00万股，募集资金总额为23,237.71万元，并且不考虑发行费用的影响；

3、未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响；

4、公司2018年归属于公司普通股股东的净利润较2017年同比增长10%，不考虑非经常性损益的影响；

5、公司2018年现金分红在2018年5月底前完成分红；

6、在预测发行后公司的净资产时，未考虑除募集资金、净利润、现金分红之外的其他因素对净资产的影响；

公司2017年度每股收益、净资产收益率等财务指标如下表：

项目	2017年12月31日/2017年度
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,370.91
归属于母公司股东的所有者权益（万元）	21,352.65
基本每股收益（元）	1.44
每股净资产（元）	7.01
加权平均净资产收益率（%）	22.59%

基于上述情况，公司测算了本次发行摊薄即期回报对主要财务指标的影响，具体情况如下：

项目	2018年度/2018年12月31日	
	发行前	发行后
总股本（万股）	3,045.69	4,065.69
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,808.00	4,808.00
归属于母公司股东的所有者权益（万元）	25,277.40	47,410.31
基本每股收益（元）	1.58	1.32
每股净资产（元）	8.30	11.66
加权平均净资产收益率	20.69%	13.30%

（二）本次融资的必要性和合理性

1、宏观经济结构调整，相关会展产业迎来市场机遇

由于目前国内宏观经济正在进行结构调整，部分过剩产业处于去产能阶段，相关行业景气度低迷，展览服务的需求相对饱和。部分新兴产业保持良好的增长趋势的行业蕴藏着丰富的市场机遇。为此，公司需顺应市场趋势，积极优化业务结构，推出极具发展潜力的会展项目。

2、资金来源渠道有限，有利于优化公司资本结构

公司属于轻资产公司，能够用于抵押和质押的资产较少，获取银行借款难度较大。因此，虽然发行人资产负债率较低，但是难以通过债务融资的方式满足流动资金的需求。本次募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，资本结构得到优化，在提高盈利能力的同时增强公司的抗风险能力。

3、提升公司盈利水平，维护全体股东的长远利益

公司本次募集资金运用围绕主营业务进行，募集资金将用于创新展会运营中心建设、网络会展系统和信息化升级项目，利用公司现有的品牌优势和业务资源，继续增加业务拓展力度，保持公司在展览行业的竞争优势。这些项目是保持公司战略实施的具体措施，有助于本公司主营业务的拓展、发展战略目标的实现，提升公司的核心竞争力和可持续发展能力，实现并维护全体股东的长远利益。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

公司自成立以来，一直从事大型专业会展项目的推广和运营服务，已建立了成熟的会展服务业务体系，主要组织举办各类型专业性展览会，同时提供境外展会代理、会议组织运营、展台搭建、网络及杂志运营等相关业务。公司在能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业均有丰富的办展经验。本次发行的募集资金的投资方向均围绕公司主营业务进行，有利于提升公司核心竞争力。

本次募集资金运用符合国家产业政策和公司发展战略，顺应我国商务服务业需求发展的潮流，紧密围绕公司主营业务，包括对已在提供的展会服务向更高层次发展、提升公司内部管理、拓展公司服务领域，旨在提升主营业务的竞争能力和可持续发展能力，进一步巩固和提高公司在已有市场的竞争优势，并为进一步的市场开拓提供基础设施、技术平台和团队建设方面的支持。

（四）发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会，具备大型专业会展项目的策划运营能力，拥有良好的品牌形象及丰富的项目经验，积累了丰富的管理经验及技术水平，培养了大量有丰富经验的专业人员。募投项目均属于公司现有经营领域的拓展和服务能力升级，与公司主要服务项目存在延续性，同公司的生产经营、市场储备及管理能力和能力相适应。为公司进一步抢占市场份额，提高展会品牌影响力打下坚实基础。

1、人员储备

公司在多年的业务实践和拓展中，通过不断提高企业的管理水平、努力向规模化、集约化发展，积极营建员工、企业和社会利益命运共同体，成功建立了稳定的核心管理团队和业务团队。公司管理层能够对重大经营事项有效决策，准确把握企业发展方向、抓住行业发展的机遇。各业务团队熟悉参展商需求，拥有丰富的展会主办经验，并建立了稳定的销售渠道。同时，公司致力于打造员工和企

业共同成长的企业文化，并通过员工持股的激励方式保证管理层队伍及核心团队保持长期稳定。

2、技术储备

公司自成立以来一直关注展会运营信息化，已经掌握了领先的展会推广和运营相关信息技术。通过多年的技术探索，成功自主研发了《观众在线预登记管理系统》、《客户关系管理系统》、《石油化工行业 BBS 信息管理系统》等多款专业软件，并且在中国国际石油天然气管道建设与油气储运技术装备展览会、中国（天津）国际机床展览会、北京国际顶级生活品牌（奢侈品）博览会等多个行业领先展会成功运行，有效提高了运营团队的管理效率和销售能力，为本次募集资金投资项目积累了扎实的技术储备。

3、市场储备

发行人作为专业会展组织者，主要业务为举办专业会展，包括自有品牌会展项目和承办政府会展项目。通过多年的推广和创新，已经形成了稳定、高效的业务体系。作为最早加入 UFI 国际展览业协会的成员之一，成功举办了北京石油展、新疆农业会、天津制博会等多个全国性展会，同 5,000 多家境内外公司建立了稳定的合作关系。

借助公司在石油工业、制造业等领域大型展会的成功举办，高度验证了公司在会展策划、推广销售、组织运营、现场服务等方面的专业能力，表明公司在相关行业会展服务的优势地位，为公司未来业务的发展奠定了坚实的基础。

（五）发行人填补摊薄即期回报的具体措施

本次发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司将采取多种措施以提升公司的经营业绩，增强公司的持续回报能力。具体如下：

1、公司现有业务板块运营状况及发展态势

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会。目前，公司已经成功自主举办北京石油展、天津制博会、新疆农业会、上海电池展等全国优质会展项目，业

务规模不断拓展。报告期内，公司营业收入分别为13,885.84万元、17,821.28万元和21,093.26万元，净利润分别为3,229.08万元、3,568.65万元和4,418.31万元，呈逐年上升趋势，体现出公司良好的成长性。

2、公司现有业务板块主要风险及改进措施

（1）公司现有业务面临的主要风险

①市场需求波动的风险

发行人所运营的会展项目主要覆盖能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业，如果上述行业的景气度出现下落趋势，可能会影响到相关会展服务的市场需求，从而对公司的服务经营产生不利影响。

②业务人员流失的风险

会展业是人才和知识密集型行业，会展企业对兼备专业知识储备和服务创新能力的展会管理人才依赖程度较高。经过多年的大型展会举办工作，公司已经培养了一批拥有丰富展会主办经验和稳定销售渠道的优秀人才。截至2017年末，公司共有员工373人，其中展会运营和销售人员共有314人，占全部员工的84.18%。随着会展业进一步市场化、规模化，各行业对专业会展业务人才的需求将会持续旺盛，会展企业对专业人才的争夺也会更加激烈，行业内的人才流动将变得非常频繁。如果公司在人才引进和培育方面失去持续性，不能保证核心业务团队人员稳定，将会影响到公司的持续稳定发展。

③市场竞争风险

公司所处行业为商务服务业中的会议及展览服务业，处于较为激烈的竞争环境中，行业内企业数量多、市场集中度较低。随着国务院促进展览业发展的相关文件相继出台，行业协会、商会与政府机关脱钩，会展业的市场程度越来越高，运营能力弱、缺乏创新的企业将逐渐被市场淘汰，具有核心竞争力的会展企业逐步占据较大的市场份额。如果公司不能持续对国内外竞争对手保持竞争优势，经营业绩将会受到不利影响。

（2）公司的主要改进措施

①提高创新能力，拓展会展服务领域

公司自成立之初，一直致力于关注会展行业的整体发展趋势，努力开展新兴会展服务的研发工作。公司将通过多种渠道积极筹措资金，加快完成创新展会运营中心和网络会展系统的建设工作。同时公司将进一步推进其他项目的开展进度，提高业务创新能力，拓展会展服务领域和业务体系，提升公司的盈利能力。

②实施人才引进和培养计划

为进一步提升公司的市场竞争力，公司将继续加强人才培养、引进、激励机制建设，加强专业技术人才队伍建设。在人才的培养方面，通过培训、传帮带以及薪酬激励等方式，提高人员的专业水平。在人才的引进方面，加大力度从行业内、大学院校引进企业发展所需专业人才，充实技术中心队伍，共同参与企业的发展。在人才的激励机制建设方面，通过加强业绩考核激励的方式充分调动业务人员的工作积极性，为公司发展奠定坚实的人才基础。

③加大市场开拓力度，保持企业竞争优势

目前公司已经在石油工业、制造业、新能源产业等领域成功举办了多个全国知名展会。未来，公司将在现有会展服务的基础上，进一步加大市场投入和客户开发力度，对优势项目的市场需求进行深度挖掘，保持振威展览的品牌影响力和市场占有率。

3、提升公司经营业绩的具体措施

（1）积极提升公司核心竞争力，规范内部控制

公司将致力于进一步巩固和提升核心竞争优势、拓宽市场，努力实现收入水平和盈利能力的双重提升。公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。

（2）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权力，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

4、保证募集资金有效合理使用，加快募集资金投资项目进度，提高资金使用效率

（1）保证此次募集资金有效合理使用

根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，公司制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督进行了明确的规定。为保障公司规范、有效使用募集资金，本次发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于指定的投资项目、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（2）加快募集资金投资项目进度，提高资金使用效率

公司董事会已对本次发行募集资金项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。公司抓紧进行本次募投项目的前期工作，统筹合理安排项目的投资建设，力争缩短项目建设期，实现本次募投项目的早日投产和投入使用。

5、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

公司根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（[2013]43号）和《上市公司章程指引（2014修订）》的要求，进一步对公司利润分配政策进行了完善，明确公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式等，完善利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。同时，公司制定

了未来三年股东回报规划（2017-2019年），明确了未来三年股东的具体回报计划，建立了股东回报规划的决策、监督和调整机制，公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（六）控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补摊薄即期回报措施能够得到切实履行作出的承诺

发行人控股股东、实际控制人为保证填补回报的措施能够得到切实履行，做出以下承诺：

“本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

发行人董事、高级管理人员为保证填补回报的措施能够得到切实履行，作出以下承诺：

“1、本人承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、如公司拟实施股权激励，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、本人承诺在中国证监会、深圳证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及深圳证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司做出新的规定，以符合中国证监会及深圳证券交易所要求；

7、本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东

造成损失的，本人愿意：①在股东大会及中国证监会指定报刊公开做出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或深圳证券交易所等监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本人做出的处罚或采取的相关监管措施。”

十四、股利分配政策及最近三年股利分配情况

（一）公司现行股利分配政策

根据有关法律法规、公司章程和《天津振威展览股份有限公司利润分配管理制度》的规定，公司股利分配的政策如下：

公司可以采取现金、股票或者法律允许的其它方式分配股利。在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司实施积极稳健的利润分配办法，重视对投资者的合理投资回报。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

（二）报告期内的股利分配情况

2016年4月，根据振威展览2015年年度股东大会决议，公司向股东分配现金股利4,589.45万元。

2017年5月，根据振威展览2016年年度股东大会决议，公司向股东分配现金股利350.25万元。

2018年4月，根据振威展览2017年年度股东大会决议，公司向股东分配现金股利883.25万元。

（三）本次发行前滚存利润的分配政策

根据2018年4月18日召开的2017年年度大会决议，本次公开发行人民币普通股股票（A股）前滚存的未分配利润由发行后新老股东按持股比例共享。

（四）本次发行后的利润分配政策

2017年5月5日，公司召开2017年第二次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定参见“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的股利分配政策”。

第十节 募集资金运用

一、本次发行募集资金总量及其使用计划

经公司股东大会审议通过，本次公开发行股票募集资金按照项目资金需求轻重缓急的顺序，拟用于以下项目建设：

序号	项目名称	投资额度（万元）	投资备案
1	创新展会运营中心建设	15,205.82	津开审批（2016）10303号
2	网络会展系统	1,606.89	津开审批（2016）10301号
3	信息化升级	1,320.20	津开审批（2016）10302号
4	补充流动资金	4,000.00	-
合计		22,132.91	

本次公开发行募集资金尚未到位之前，公司可以按计划启动上述投资项目；公司以自有资金或银行贷款垫付项目建设所需资金，再以实际募集资金置换前期投入的自有资金或归还银行贷款。本次公开发行募集资金到位之后，若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决；若实际募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，将用于补充公司流动资金。

上述募集资金投资项目在实施过程中仅会产生一定的装修施工噪音及少量施工废料，不会产生工业废水、废气和废渣，对环境不会产生污染。2016年10月19日，天津经济技术开发区环境保护局出具了《环保局关于天津振威展览股份有限公司关于募投项目开具环保局证明的说明申请的回函》，创新展会运营中心建设、网络会展系统、信息化升级三个项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理目录》。按照《天津市滨海新区人民政府办公室关于对部分环境影响轻微建设项目进行差别化管理的通知》（津滨政办发〔2015〕21号）的规定，上述三个项目属于办公信息化系统开发与建设类别，不进行工程建设，不涉及污染物排放，可不办理环境影响评价，免于环境保护“三同时”管理。

二、募集资金投资项目的可行性分析

（一）公司拥有优质的市场品牌

公司主营业务是组织举办各类型专业性展览会，通过多年的推广创新，已经形成了稳定、高效的业务体系。作为国内较早加入 UFI 国际展览业协会的领先会展企业之一，公司成功举办了北京石油展、天津制博会、上海电池展、西安节能供热展等多个极具行业影响力的展会，展现了公司在会展策划、推广销售、组织运营、现场服务等方面的专业能力，强化了公司会展服务的外延性和可复制性，树立了优质的市场品牌形象，为本次募集资金投资项目的推广奠定了坚实的基础。

（二）公司拥有稳定的客户资源

客户资源是会展企业长期稳健发展的核心资源之一。通过举办多个国际性大型展会，公司在能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等领域同 5,000 多家境内外参展商建立了稳定的合作关系；通过拓展承办展会项目，公司与多个地方政府、企事业单位建立起稳定的合作信任关系。得益于最近几年的快速发展，公司业务团队在会展运营和客户拓展方面已经赢得各行业客户的长期认可，并以此为突破口将客户的服务需求延伸至整个产品体系。

（三）公司拥有优秀的人才团队储备

发行人在多年的业务实践和拓展中，致力于打造员工和公司共同成长的企业文化，并通过员工持股等激励方式凝聚了一大批兼具行业知识储备和服务创新能力的业务人才。通过不断提高企业的管理水平，努力向规模化、集约化发展，保证了核心业务团队长期稳定。公司管理层具有多年的会展业从业经验，能够对重大经营事项有效决策，准确把握企业发展方向、抓住行业发展机遇。各业务团队熟悉参展商需求，拥有丰富的展会主办经验，并建立了稳定的销售渠道，能够根据行业不同特点提出完整、优质的会展运营方案，保障投资项目的顺利实施。

（四）公司拥有丰富的行业数据资源

大型专业性展会一般汇聚了行业内的主要生产厂商和供应商，是各种行业信息的集散地。会展公司作为专业性展会的组织者，在数据采集方面拥有先天优势。公司凭借良好的运营模式，已经在国内能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等领域建立了优质的展示平台，树立了一定的行业知名度。通过以往多年的合作，公司对各个行业会展服务市场的供需两端都有丰富的数据积累。同时，公司现有客户资源也可以为数据收集、展会推广创造有利条件。在大数据技术迅猛发展的潮流下，公司的行业数据和客户数据储备将为本次募集资金投资项目的顺利实施提供保障，帮助公司进一步的业务推广。

（五）项目的建设符合国家产业政策和行业发展规划

2012年6月，国务院发布《关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》并指出：全面提高企业信息化水平。全面普及企业资源计划、供应链、客户关系等管理信息系统。实施重大信息化示范项目，引导企业业务应用向综合集成和产业链协同创新转变。继续实施中小企业信息化推进工程和制造业信息化科技工程，提高中小企业和制造业企业信息化水平。2015年4月，国务院发布《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》并指出：加快信息化进程，引导企业运用现代信息技术，开展服务创新、管理创新、市场创新和商业模式创新，发展新兴展览业态。举办网络虚拟展览会，形成线上线下有机融合的新模式。2016年《国家信息化发展战略纲要》中提出，要推进服务业网络化转型，支持运用互联网开展服务模式创新，加快传统服务业现代化进程，提高生活性服务业信息化水平，推动现代服务业网络化发展。发展分享经济，建立网络化协同创新体系。国家政策的大力支持为本项目建设营造了良好的政策环境。

三、募集资金投资方向与公司现有业务的关系

公司自成立以来，一直致力于推广和运营具有行业影响力的大型专业会展项目，为客户提供专业、稳定、高效的服务。公司已建立了成熟的会展服务业务体

系，主要组织举办各类型专业性展览会，同时提供境外展会代理、会议组织运营、展台搭建、网络运营等相关业务。公司在能源装备、新兴产业、工业制造、消费品及农业等行业均有丰富的办展经验。本次发行的募集资金的投资方向均围绕公司主营业务进行，有利于提升公司的核心竞争力。

本次募集资金运用符合国家产业政策和公司发展战略，顺应我国商务服务业需求发展的潮流，紧密围绕公司主营业务，包括推动现有展会产品向更高层次发展、提升公司内部管理、拓展公司服务领域，旨在提升主营业务的竞争能力和可持续发展能力，进一步巩固和提高公司在已有市场的竞争优势，并为进一步的市场开拓提供基础设施、技术平台和团队建设方面的支持。

四、募集资金投资项目具体情况

（一）创新展会运营中心建设

1、项目概况

发行人在大力开拓现有展会市场的同时，一直关注其他行业会展项目的前景，着力开展新展会的研发工作。通过前期不懈的准备活动，本次公司设立创新展会运营中心，统一负责会展市场调研和新项目运营工作。运营中心下设消费类电子产品组、新能源汽车组、智能电网组。

2、项目建设内容

本次募投项目，公司将集中优势资源筹备建设创新展会运营中心。中心将对新会展项目的可行性进行分析和研究，并负责新展会的策划、推广、销售和运营工作，具体计划如下：

项目组	消费类电子产品组	新能源汽车组	智能电网组
员工人数	51人	37人	15人
办公地点	天津滨海新区	天津滨海新区	天津滨海新区
展会名称	消费类电子展	新能源汽车展	智能电网展
拟举办地点	北京	上海	上海
会展面积	10万平方米	5万平方米	3万平方米

参展商家数	1,500家	600家	300家
-------	--------	------	------

（1）消费类电子产品组

消费类电子产品组由公司消费类展会的核心管理人员和对外招聘的优秀会展服务销售人才构成，主要职责是消费类电子产品展会的筹备和举办工作。此前公司已经成功举办了北京国际顶级生活品牌（奢侈品）博览会、北京进口食品博览会、中国（广州）国际保健食品及特医食品展览会等消费品行业展会，在相关领域积累了丰富的运营管理经验。公司所处的京津冀及环渤海地区是电子消费品的集中发展地区，拟于北京开展大型消费类电子展，将为服务机器人、3D 打印设备、智能可穿戴设备、无人机、智能家居家电等智能化的新兴电子产品提供优质展示平台。

（2）新能源汽车组

新能源汽车组主要由公司新兴产业展会的核心管理人员和对外招聘的具有丰富汽车展览经验的会展人才构成，负责新能源汽车展的筹备和举办工作。随着我国经济快速发展，消费者购车刚性需求旺盛。政府相继出台了一系列政策推进新能源汽车产业化，努力实现节能减排，促进我国汽车行业可持续发展。公司本次筹建新能源汽车项目组将为抢占行业会展市场争取先发优势，顺应产业发展进程。新能源汽车展的举办，也会推动新能源技术和节能技术的研发，为我国新能源汽车行业提供良好的沟通与合作环境。

（3）智能电网组

智能电网组主要由公司新兴产业类展会的核心管理人员和对外招聘的具有智能电网专业背景的行业人才构成，主要负责智能电网展的筹备和举办工作。作为低碳经济的重要组成部分，发展智能电网技术、推进智能电网建设已经成为国家重要战略。随着太阳能、风能等可再生资源发电规模不断攀升，电力系统对智能电网的需求会逐步增大。本次筹建智能电网项目组并举办行业内专业性展会，将提高我国相关技术和设备的创新能力，促进我国智能电网产业同国际清洁能源领域的交流与合作，推动中国智能电网建设和清洁能源高效利用。

3、募集资金项目市场前景及必要性

（1）宏观经济结构调整，相关会展产业迎来市场机遇

由于目前国内宏观经济正在进行结构调整，部分过剩产业处于去产能阶段，相关行业景气度低迷，会展项目举办相对饱和；而消费品、新兴产业等保持良好的增长趋势的行业蕴藏着丰富的会展服务需求及市场机遇。

具体而言，数字技术和信息技术的迅猛发展，加速了消费型电子产品的更新换代，高端化、智能化的电子产品层出不穷，同时相关厂商贴近生活不断推出新型消费电子产品，未来全球消费电子产业规模将保持增长态势；节能环保需求及车联网等促进了新能源汽车行业的发展，根据工信部统计，2015年我国新能源汽车呈现爆发式增长，产量37.9万辆，同比增长4倍，中国已经成为全球最大的新能源汽车增量市场；我国智能电网的建立也正逐渐启动，智能电网作为新兴的行业，以无人智能化、高效运作化为特征，成为电网产业的未来投资趋势。作为国内会展业的核心企业，公司针对未来经济发展趋势，推出创新会展项目，满足相关产业对会展市场的需求。创新展会研发项目所要求的展会创意策划、运营团队、组织方式相对现有展会项目专业性更强，公司拟通过建立更科学的营销网络、聚集顶尖的国内外会展业人才等措施，促使创新展会项目尽快推向市场，形成公司新的利润增长点，最终巩固和提升公司行业地位。

（2）拓展创新会展项目有利于公司提升产品层次，扩大服务领域

目前，公司主要运营的会展服务主要集中在能源装备、工业制造等行业。伴随消费升级、工业转型升级、淘汰落后产能等国家战略的推进，上述行业类型展会的市场规模将逐渐面临增长瓶颈。近几年来，电子信息、新能源、智能电网等产业蓬勃发展。同时，国务院已提出加快培育形成新供给新动力的相关意见，培育壮大节能环保、新一代信息技术、新能源汽车等战略性新兴产业，加快发展3D打印、机器人、基因工程等产业，开拓消费新领域可穿戴设备、智能家居、数字媒体等。为应对新一轮的展会行业分布结构调整，公司加快展会项目创新势在必行。

发行人一直高度重视创新会展项目的研发工作。随着各类新兴产业的不断发展，公司需进一步加大研发投入，强化现有的研发团队和条件，基于现有基础不断延伸出新的会展项目和服务。通过本次募集资金投资项目建设，公司将进一步满足目标产业客户日趋增长的服务需求，扩展会展服务的行业范围和客户规模。

4、投资概算情况

该项目总投资为15,205.82万元，拟全部使用本次发行股份募集资金投入，具体投资概算情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比
1	建设投资	14,406.86	94.75%
1.1	工程费用	643.68	4.23%
1.1.1	建筑工程费	200.00	1.32%
1.1.2	设备购置费	422.55	2.78%
1.1.3	安装工程费	21.13	0.14%
1.2	工程建设其他费用	13,731.00	90.30%
1.2.1	场地租赁费	4,383.00	28.82%
1.2.2	搭建费	1,558.40	10.25%
1.2.3	广告宣传费	1,669.20	10.98%
1.2.4	印刷制造费	1,112.80	7.32%
1.2.5	其他	5,007.60	32.93%
1.3	预备费用	32.18	0.21%
1.3.1	基本预备费	32.18	0.21%
1.3.2	涨价预备费	0.00	0.00%
2	流动资金	798.96	5.25%
	合计	15,205.82	100.00%

5、项目的周期

该项目的开发期为 12 个月。

6、项目选址

该项目不涉及新取得土地或房产，发行人拟将位于天津经济技术开发区的办公楼作为本项目实施建设地点。

7、项目的环保问题

本项目已经取得天津经济技术开发区环境保护局出具的《环保局关于天津振威展览股份有限公司关于募投项目开具环保局证明的说明申请的回函》，本项目属于办公信息化系统开发与建设类别，不进行工程建设，不涉及污染物排放，可不办理环境影响评价，免于环境保护“三同时”管理。

8、项目的审批、核准或备案问题

该项目已于2016年9月22日取得天津经济技术开发区（南港工业区）行政审批局核发的《项目备案通知书》（津开审批〔2016〕10303号），完成投资项目的备案手续。

9、项目的经济效益分析

该项目的开发期为1年，运营期为6年。经测算，该项目开发期第一年即可实现收入1,320.00万元，项目年均净利润1,368.95万元，项目投资内部收益率为23.57%（税前），项目投资回收期为4.57年（税前），该项目具有较好的经济效益。

（二）网络会展系统

1、项目概况

近年来，我国展览业信息化水平显著提升，展览业与互联网新技术的相互促进、协同发展正成为中国会展市场发展的新特点。本次募集资金投资项目具体内容为公司拟依托互联网技术开发出具有线上展示功能的网络会展系统，突破线下会展项目在时间、空间等多方面制约，打造线上线下会展服务并行的全展览产业链。

2、项目建设内容

发行人作为国内大型综合会展服务商，一直努力创新传统会展项目，打造具备全景展示、深度互动等功能的线上会展平台。网络会展系统主要包括全景展示平台、信息增强平台和在线交互平台三部分。

（1）全景展示平台

通过全景图像转换、三维建模等技术，全景展示平台可以将线下会展项目展位还原到线上，实现产品 360 度展示、场景 720 度无死角漫游，具备产品多维展示、展位全景呈现、3DMAX 展位模拟、展馆鸟瞰、场景个性化展示、行业数据库、信息发布等功能，为观展者提供一个三维实景的参观环境。

（2）信息增强平台

信息增强平台主要通过三维建模、实时视频、场景融合等技术，使网络会展系统能够更加立体和全面地展示展品规格、功能、使用方法、适用范围等产品信息，主要具备实时视频直播、在线音频、视频插入、文字图片解说、多渠道分享等功能，对场景和产品进行多种表现方式的全方位信息展示，增强观展者的参观体验。

（3）在线交互平台

在线交互平台运用 COMET、AJAX、FlashStock 等技术，使观展者在观展同时可以对场景和产品进行标注和记录，并集成学术交流、视频通话、研讨会、讲座、文件推送等实用功能。通过平台，参观者可以随时对厂商留言或发起在线对话，打破时间、地理位置等因素的限制，在参展商和观展者之间建立高效、稳定的即时通讯通道。

3、募集资金项目市场前景及必要性

（1）信息化技术创新，促进会展企业丰富业务模式

我国会展业的信息化水平已经取得了一定进步，展会官网、微博、移动 APP 等新兴手段已经被运用到会展项目的招展、宣传、招商和统计工作中。随着互联网与社会经济各领域的融合发展进一步深化，技术驱动下的商业模式创新层出不穷，展览业与互联网新技术的相互促进、协同发展正成为我国会展市场发展的新趋势。公司自成立以来一直注重开展新模式会展服务的创新工作，网络信息技术普及成为公司线上服务模式发展的重要契机。利用互联网技术推广互联网会展平

台、开拓网上展览市场，将丰富公司现有业务模式，打造线上线下会展服务并行的业务模式。

（2）经济结构调整对会展服务模式提出新需求

目前，我国经济面临国内经济结构持续调整和改革不断深化的双重影响，部分行业仍处于去杠杆、去库存、去产能过程中。作为现代服务业的重要组成部分和各产业经济的重要营销和扩散环节，会展行业快速增长，有力地促进了国内产业结构转型。国内经济环境发展和产业结构的调整将使参展商对会展项目的服务模式提出更高要求。因此，能够实现线上客户导流、品牌及产品推广、活动信息发布等创新服务的线上展览系统成为迫切需要。

本次募集资金投资项目将打造基于互联网的线上营销和展示方案，为参展商提供更加精准的多维度产品展示平台。项目的实施可以帮助参展企业开拓线上展览推广模式，满足参展商对会展项目的信息化、线上营销和信息整合等多方面的需求。

4、投资概算情况

该项目总投资为1,606.89万元，拟全部使用本次发行股份募集资金投入，具体投资概算情况如下表所示：

单位：万元

序号	建设项目	投资金额	占比
1	建设投资	1,273.93	79.28%
1.1	工程费用	1,213.27	75.50%
1.1.1	设备购置费	1,163.27	72.39%
1.1.2	安装工程费	50.00	3.11%
1.2	预备费用	60.66	3.78%
1.2.1	基本预备费	60.66	3.78%
1.2.2	涨价预备费	0.00	0.00%
2	流动资金	332.96	20.72%
	合计	1,606.89	100.00%

5、项目的时间周期

该项目的开发期为 12 个月。

6、项目选址

该项目不涉及新取得土地或房产，发行人拟将位于天津经济技术开发区的办公楼作为本项目实施建设地点。

7、项目的环保问题

本项目已经取得天津经济技术开发区环境保护局出具的《环保局关于天津振威展览股份有限公司关于募投项目开具环保局证明的说明申请的回函》，本项目属于办公信息化系统开发与建设类别，不进行工程建设，不涉及污染物排放，可不办理环境影响评价，免于环境保护“三同时”管理。

8、项目的审批、核准或备案问题

该项目已于2016年9月22日取得天津经济技术开发区（南港工业区）行政审批局核发的《项目备案通知书》（津开审批〔2016〕10301号），完成投资项目的备案手续。

9、项目的经济效益分析

该项目的开发期为 1 年，运营期为 4 年。经测算，该项目开发期第一年即可实现收入 400.00 万元，项目年均净利润 322.52 万元，项目投资内部收益率为 28.83%（税前），项目投资回收期为 3.65 年（税前），该项目具有较好的经济效益。

（三）信息化升级项目

1、项目概况

发行人在注重业务发展的同时不断加强办公及日常运营的信息化建设，截至目前已经实施了财务系统、销售统计系统、人力资源系统等信息化基础建设。但上述系统信息化程度较低，不能满足公司发展需求。公司将利用本次募集资金建设升级办公终端设备、办公自动化管理系统（OA）、动态建模系统、企业绩效

管理系统、财务会计系统、供应链管理系统、数字化营销系统，实现公司整体管控架构的信息化。会展行业的经营模式较为复杂，客户需求多样化，公司将通过本次募投项目优化营销体系和内部资源配置，为发展战略的制定和实施提供高效的信息系统支持。

2、项目建设内容

（1）终端设备升级

公司将对个人办公电脑、打印设备、网络设备等终端进行全面升级，淘汰落后办公设备，解决公司办公终端生产力不足的问题。

（2）办公自动化管理系统（OA）

办公自动化系统是通过结合计算机网络和现代化办公技术，覆盖公司管理层及下属各子公司、职能部门，提供内部网络之间的信息交换，有效处理、协调各公司、各部门之间的工作，强化信息及数据的共享和反应速度，全面提高办公效率。

（3）动态建模系统

动态建模系统包括动态建模平台模块和报表平台模块。动态建模平台模块主要用于搭建企业信息系统的基础架构和基本信息，形成对企业内部信息和动态流程的统一管理。报表平台模块是可以满足企业多方面需求的综合性企业报表分析解决方案，具备报表绘制、数据追踪、大数据处理等功能。

（4）企业绩效管理系统

企业绩效管理系统通过建立统一的报表收发平台和综合预算体系，为企业内部各级部门和子公司提供财务报表、人力资源报表、企业信息报表等各类管理报表的编制、数据采集、过程管理、合并报表、预算编制、分析控制和预算考核等服务，主要包括全面预算模块、企业报表模块、合并报表模块。

（5）财务会计系统

财务会计系统是一个以总账管理为核心，可提供包括资产管理、往来核销处理、期末处理等全部企业日常财务核算功能的财务管理平台，主要包括总账模块、应收管理模块、应付管理模块和固定资产模块。

（6）供应链管理系统

供应链管理系统是统一的采购、库存、销售一体化流程管理平台，对供应链各环节及状态进行跟踪管理。系统在满足企业日常经营需求的前提下，达到降低成本和管理风险，提高企业运营管控能力的作用，主要包括合同管理模块、采购管理模块和销售管理模块。

（7）数字化营销系统

数字化营销系统是一个为处理海量客户数据并对客户关系进行有效管理而建立的营销活动管理平台。数字化营销系统利用零散客户数据收集、精准客户标签、客户群细分等功能建立完整、精确地客户数据库，以数据分析为核心，通过为特定客户生成个性化营销方案，提高客户体验和消费转化率。

3、募集资金项目市场前景及必要性

（1）公司优化内部控制需要进行信息化升级

对于现代化企业，信息系统发挥着极为重要的作用。目前，公司内部流程信息化程度较低，服务器和网络设备等硬件设施相对落后，办公管理方式较为传统，不能满足公司管理层和业务人员面对业务快速发展的需求。随着业务规模扩大和客户资源扩张，内部流程的数量和复杂程度将迅速增长，公司急需建立统一的管理信息系统，实现业务数据和内部流程集中管理，提升各部门之间的沟通效率。

本项目的顺利实施将为公司的经营管理提供强有力的技术支持，完善和优化公司的业务流程，有效提高员工的工作效率和质量。同时，信息化管理平台还能实现管理层对公司日常经营的实时监控。

（2）满足会展服务多元需求，提升公司盈利能力

最近几年，国内会展行业迅猛发展，行业竞争愈加激烈，会展服务模式和营

销手段不断创新。为应对竞争压力，公司不断扩展业务范围、丰富行业布局、扩大客户规模。公司已经在我国华北地区、西北地区、西南地区和华南地区建立了成熟的营销网络，业务范围和客户规模的扩展对公司内部信息分享能力、资源配置能力和数据处理能力提出了更高的要求。受困于现有的技术水平，公司仅将有限资源用于开发传统行业展会，大量客户资源和供需两端信息不断沉淀而未有效利用。

公司通过多年经营已经积累了大量的客户资源。通过本次募投项目的实施，公司将拥有自己的企业资源计划系统和客户管理平台，有效整合、分析公司各类业务资源、客户数据和客户关系，继续加强公司在展会服务推广方面的优势，提升公司的盈利能力。同时，项目平台还可以为公司未来发展战略的制定和实施提供庞大、精准的技术支持，以及时调整、优化经营策略。

4、投资概算情况

该项目总投资为1,320.20万元，拟全部使用本次发行股票募集资金投入，具体投资概算情况如下表所示：

单位：万元

序号	建设项目	投资金额	占比
1	建设投资	1,320.20	100.00%
1.1	工程费用	1,148.00	86.96%
1.1.1	建筑工程费	83.00	6.29%
1.1.2	资产购置费	931.10	70.53%
1.1.3	项目实施费	133.90	10.14%
1.2	预备费用	172.20	13.04%
1.2.1	基本预备费	172.20	13.04%
1.2.2	涨价预备费	0.00	0.00%
2	流动资金	0.00	0.00%
	合计	1,320.20	100.00%

5、项目的时间周期

该项目的开发期为 24 个月。

6、项目选址

该项目不涉及新取得土地或房产，发行人拟将位于天津经济技术开发区的办公楼作为本项目实施建设地点。

7、项目的环保问题

本项目已经取得天津经济技术开发区环境保护局出具的《环保局关于天津振威展览股份有限公司关于募投项目开具环保局证明的说明申请的回函》，本项目属于办公信息化系统开发与建设类别，不进行工程建设，不涉及污染物排放，可不办理环境影响评价，免于环境保护“三同时”管理。

8、项目的审批、核准或备案问题

该项目已于2016年9月22日取得天津经济技术开发区（南港工业区）行政审批局核发的《项目备案通知书》（津开审批〔2016〕10302号），完成投资项目的备案手续。

9、项目的经济效益分析

本项目投入的软件系统运营后，将不直接产生经济效益。项目实施后，公司的经营管理能力、市场扩展能力、营销水平将大幅提高，同时有助于公司进行成本控制、费用控制、资源利用从而节约资金。

（四）补充流动资金

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的4,000.00万元用于补充流动资金。

2、补充流动资金的合理性和必要性

（1）公司营业收入快速增长，对营运资金需求较大

报告期内，公司营业收入分别为13,885.84万元、17,821.28万元和21,093.26万元。随着公司业务的持续发展，尤其是承办展会快速增多，公司的资金需求越来越大。公司承办的展会，需要预先支付展会运营的各项成本。但是由于展会主办方的结算和付款需要一定的流程，导致公司应收账款快速增加。报告期各期末，

公司的应收账款由340.31万元增长到1,916.02万元。因此，随着公司经营规模的扩大，公司对日常营运所需的流动资金提出了较高的需求。

（2）加强公司研发能力，保持公司经营活力

公司需要研究国内外展览公司的现状和历史、上下游公司的竞争格局、国内行业布局与区域发展状况等，为公司发展制定长期的战略规划。公司作为综合性的展览公司，展览领域涵盖能源装备、工业制造、新兴产业、消费品、农业等领域。公司展会的举办情况与展会的行业情况紧密相关。公司需要对行业发展趋势、行业的上下游、行业的可替代性、行业内的主要公司及竞争地位等进行研究，选择有发展前景的行业进行开拓与挖掘。

（3）满足公司经营发展及外延扩张的储备需要

在保持高速内生增长的同时，公司也在密切关注产业链上下游优质企业的并购机会。如果未来出现合适的投资标的，公司也可能对展览行业公司或者上下游企业开展并购，通过外延扩张获得技术、品牌和渠道。这也要求公司有相应的资金储备。

综上，根据公司未来业务发展需要和保持财务结构稳定性的考虑，公司拟使用本次募集资金补充流动资金约4,000.00万元。

3、流动资金管理安排

公司将根据《募集资金管理制度》的规定，将流动资金存入专户管理，按照中国证监会、深圳证券交易所颁布的有关规定以及公司的《募集资金管理制度》，根据业务发展的需要使用该项流动资金。在具体资金使用过程中，公司将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行。公司将根据业务发展的需要，在科学预算和合理调度的基础上，合理安排资金的使用方向、进度和数量，保障募集资金的安全和使用效率，保障并不断提高股东收益。

五、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响

（一）对公司经营情况的影响

公司本次募集资金投资项目是在现有主营业务的基础上，结合未来市场发展的需求而对现有服务进行创新并推广，一方面可以提升现有会展项目的服务品质、扩大业务规模；另一方面，可以针对市场需求提供更为行之有效的解决方案。公司的品牌优势将得到巩固，有助于提升公司的竞争力，推动公司业绩的快速增长。预计募集资金的投入将带来公司营业收入的大幅增加和盈利能力的较快增长。募集资金投资项目的顺利实施将进一步提高公司的综合竞争力，对公司的长远发展产生积极影响。

（二）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的总资产和净资产会有较大的增长，资产负债率将有所下降，资产结构进一步得到优化，偿债能力将进一步增强，可以提高公司对外融资能力，降低公司运营的财务风险。由于募集资金投资项目需一定的建设周期，募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，募集资金的投入也将产生各项资本性支出和一定的资产折旧摊销。因此，公司本次发行后净资产收益率在短期内会相应下降，但随着项目的陆续投产，未来公司的营业收入和利润水平将有大幅增长，净资产收益率也将随之提高。

第十一节 其他重要事项

一、发行人重大合同及履行情况

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的标的金额在 100 万元以上，或虽未达到 100 万元但对公司生产经营活动有重大影响的重要合同及其履行情况如下：

（一）重大采购合同

单位：万元

编号	合同名称	合同对方	合同项目内容	合同金额	签订日期	发行人合同签署主体
1	天津梅江会展中心展馆租用合同	天津滨腾会展管理有限公司	中国（天津）国际装备制造业博览会	1,100.00	2016.1.18	广州振威
2	国家会议中心展览合同书	北京北辰实业股份有限公司 国家会议中心	北京国际消费电子博览会、北京国际电子游戏博览会、北京国际人工智能大会	132.00	2017.10.24	振威展览、北京振威
3	北京中展投资发展有限公司中国国际展览中心（新馆）租馆合同（2017-2019）	北京中展投资发展有限公司	中国国际石油石化技术装备展览会及中国国际管道防爆天然气海洋工程装备展览会	1,922.40	2017.02.16	振威展览

（二）重大销售合同

单位：万元

编号	合同名称	合同对方	合同项目内容	合同金额	签订日期	发行人合同签署主体
----	------	------	--------	------	------	-----------

1	中国（海口）电动车及新能源汽车展合作协议	海口市商务局	中国（海口）电动车及新能源汽车展	合同约定公司按照招展情况向甲方收取展会承办费用	2016.11.02	成都振威
2	2018 中国（浙江）自由贸易试验区国际海事博览会合作协议	舟山群岛北部海洋开发投资有限公司	2018 中国（浙江）自由贸易试验区国际海事博览会	432.60	2017.10	北京振威

（三）承销保荐协议

2017 年 6 月 2 日，发行人与广发证券签署《首次公开发行股票并上市承销保荐协议》约定：发行人聘任广发证券担任本次首次公开发行股票并上市的主承销、保荐机构，协助发行人完成其股票发行上市的相关工作。

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

四、控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及的重大诉讼或仲裁

截至本招股说明书签署之日，本公司的控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员无作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、公司控股股东、实际控制人重大违法行为

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的刑事诉讼事项

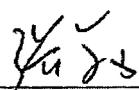
截至本招股说明书签署之日，本公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

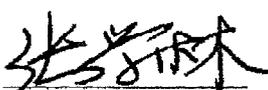
第十二节 有关声明

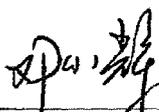
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

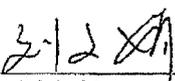
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

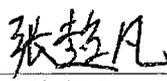
董事签名：

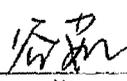

张学山


张学林


邓小辉

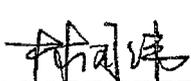

刘文娟


张超凡


谷茹


张效林

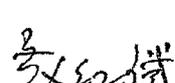

张 羚


林国伟

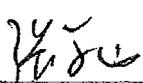
监事签名：


靳凤菊

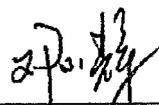

于 勇

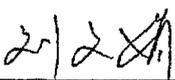

赵红斌

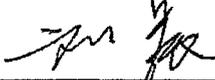
高级管理人员签名：

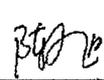

张学山

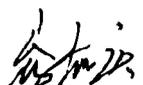

张学林


邓小辉


刘文娟


刘 晨


陈 旭


崔喜庆

天津振威展览股份有限公司
2018年5月18日

二、保荐人(主承销商)声明

本公司已对招股说明书进行了核查,确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,给投资者造成损失的,将依法赔偿投资者损失。

项目协办人签名: 王欢
王欢

保荐代表人签名: 黄海声 张永青
黄海声 张永青

保荐机构总经理签名: 林治海
林治海

保荐机构法定代表人(董事长)签名: 孙树明
孙树明



保荐机构负责人声明

本人已认真阅读天津振威展览股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任

保荐机构总经理签名:



林治海

保荐机构董事长签名:



孙树明

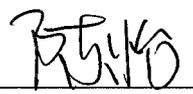


三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性、及时承担相应的法律责任。

经办律师签名:


石铁军


陈怡

律师事务所负责人:

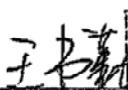
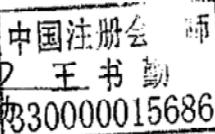

肖微



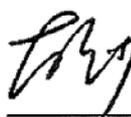
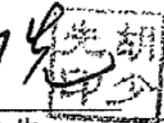
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《天津振威展览股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审（2017）1-597号）、《内部控制鉴证报告》（天健审（2017）1-598号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对天津振威展览股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

   
王振宇 10001540163 王书勤 330000015686

天健会计师事务所负责人：

 
胡少先

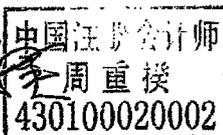
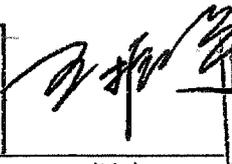
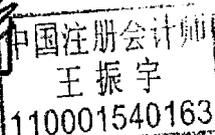
天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一八年五月十八日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《天津振威展览股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称招股说明书),确认招股说明书与本所出具的《验资报告》(天健验〔2015〕1-19号)的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对天津振威展览股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师:

   
周重揆 王振宇

天健会计师事务所负责人:

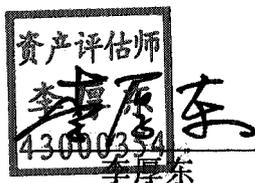
 
胡少先


天健会计师事务所(特殊普通合伙)
二〇一八年五月十八日

六、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师签名：



评估机构负责人签名：



第十三节 附件

一、附件

在本次发行承销期内，下列附件均可在本公司和保荐人（主承销商）办公场所查阅。

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告（附：关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表）；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师审核的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件查阅地点、时间

（一）查阅地点

发行人：天津振威展览股份有限公司

联系地址：天津经济技术开发区达尚路 10 号

电话: 022-66224086

传真: 022-66224099

联系人: 崔喜庆

保荐人(主承销商): 广发证券股份有限公司

联系地址: 广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街2号618室

电话: 020-87555888

传真: 020-87557566

联系人: 黄海声、张永青、王欢、雷丰善、赵亮

(二) 查阅时间

周一至周五: 上午 9:30-11:30 下午 2:30-5:00

投资者除在以上查阅时间和地点查阅附件外, 还可登陆巨潮资讯网站(网址为: <http://www.cninfo.com.cn>) 查阅招股说明书等电子文件。