

证券代码：600826

证券简称：兰生股份

东浩兰生会展集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与人员	现场：财联社、淳厚基金、从容投资、德邦证券、方正证券、广发证券、国盛证券、国泰海通、恒泰证券、华西证券、莫暮投资、诺泉投资、鹏扬基金、平安证券、睿信投资、上海信托、上海证券报、申万宏源、信达证券、燕园投资、野村东方、义柏资本、中财资本、中信建投、中信证券、中银证券、重鼎资产管理、银河证券、太平洋证券、中泰证券等（排名不分先后）
会议时间	2025年4月18日
会议地点	上海市浦东新区世纪大道1239号世纪大都会2号楼16层 “全景上海演播室” 上海证券交易所上证路演中心 (网址： https://roadshow.sseinfo.com/) 全景路演平台 (网址： https://rs.p5w.net/html/145778.shtml)
会议形式	现场会议及线上直播、转播
公司接待人员姓名	董事长：陈小宏；董事、总裁：毕培文；独立董事：吕勇； 职工董事、副总裁、董事会秘书：张荣健；副总裁：裘皓明；

	财务总监：楼铭铭等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、问答纪要</p> <p>1、问：2024 年公司取得了良好的业绩，请问董事长在未来一段时间公司业务发展方面有什么中长期的规划？</p> <p>答：首先是提质增效，推动上海国际会展之都建设；我们要把握发展机遇，发挥上市公司平台作用、国企改革红利和科技进步红利，以国际化、资本化、专业化、数字化为工作抓手，促进企业高质量发展。</p> <p>重点围绕“三大平台、一大地标”，全力打造上海头部会展公司。聚焦资本运作、科技创新、文商体旅三大平台，发挥世博展馆核心地标优势，形成以工博会、世界人工智能大会、上海马拉松、世博展览馆为主体的“3+1”核心业务生态圈，放大“品牌+”模式，不断扩大“东浩兰生会展集团”品牌在国内外的影响力，打造集多元业态于一体的上海头部会展公司。</p> <p>其次，要聚焦垂类市场，促进品牌展会效益提升。品牌展会要进一步与特定行业深度融合，对不同行业场景打造专业交流平台，精准把握展商诉求，高效吸引客商群体，对内容进行深挖，致力于将专业展做精、做深、做厚助推业务快速发展，促进品牌展会效益提升。</p> <p>最后，聚焦优势资源，探索布局新产业，发展新质生产力。围绕人工智能、低空经济、体育赛事、宠物经济、大健康等方面加大投入力度。将威客引力打造成具有全球影响力的人工智能大会生态服务商、科技服务创新平台。通过打造首届低空经济博览会、丰富体育赛事品牌矩阵、强化宠物博览会的区域布局等，为东浩兰生会展集团未来的可持续发展奠定基础，寻找新的增长点。</p> <p>对于企业而言，要追求可持续发展、高质量发展，要不断提升核心竞争力。公司要立足成为一家伟大的会展赛事公</p>

司。在存量业务上，我们已经拥有一些具备稀缺性特质的资源，但是在盈利模式、商业模式上，还有进一步提升的空间；在增量方面，要进一步拓展 IP 数量和质量，同时，不能仅仅着眼于项目本身，还要积极布局上下游，拓展媒体等矩阵。未来还要积极探索国际合作，从项目层面、股权等各个层面加速国际布局。

2、问：关于体育赛事方面，我们看到 2024 年赛事公司营收上升但毛利率下降，加入大满贯候选赛事对赛事业务会有多大影响？除了上马，公司在其他国际化赛事运营方面有哪些具体准备？另外，近日四部门联合发布的体育产业支持政策，对公司会产生什么影响？

答：为了更好匹配大满贯办赛要求，2024 年上海马拉松在竞赛组织和赛事服务方面都做了进一步提升，也产生了一定的增项费用。此外近几年新增赛事如上艇、上帆尚在培育期，成本较高，毛利较低，承接的国际赛事对收入增长影响较大，对利润端的影响较小，这些业务目前更多地是为积累国际赛事经验所做的铺垫。

成为世界马拉松大满贯候选赛事既是对上马的肯定，也意味着更高的要求。赛事公司将全面对标大满贯标准，在赛事组织和赛事服务方面全面接轨国际，以专业的赛事为跑者们奉上一场顶尖路跑盛宴。加入大满贯有利于吸引更多境外跑者参加上马；通过打通国际宣传渠道，及时发布赛事信息，全面提升我们上马品牌的国际影响力；充分把握上马成为大满贯候选赛事的契机，开拓更多新的合作伙伴加入上马赞助商体系；充分发挥上马溢出效应，通过加强与大满贯赛事的互动和深化国际跑者旅游项目，吸引更多境外跑者，从而带动周边行业的消费提升。总的来说，对标大满贯后，体育赛事业务的收入结构将更加多元化，拓展领域包括转播权、周边产品开发、运动康复、培训等。我们也致力于不仅将上海

马拉松打造成为一场中国头部马拉松赛事，更是使其成为一场全球跑者所向往的世界金字塔尖马拉松赛事。

对于体育赛事板块，也是公司重点布局发力的赛道。未来将以“三上”赛事运营核心为基本盘，多元化拓展营收渠道，形成以“赛事主业+配套产业”的运营模式，发挥自主品牌优势，推动行业规则标准建立，形成可复制推广经验、商业模式；进一步拓展体育展览、周边产品、运动培训、运动康复等体育相关产业。待时机成熟时，对优质品牌赛事进行外延式并购整合。关于国际化赛事运营方面，2024年公司承接了奥运资格赛部分项目以及2024世界泳联游泳世界杯上海分站赛，均为公司未来筹办承接国际赛事积累经验打好基础。2025年，我们将加快赛事与国际接轨，全力以赴承办好2025世界赛艇锦标赛。

在政策红利叠加行业数字创新及大众体育消费升级等多方因素的共同影响下，中国体育产业呈现多板块、多运动项目、多相关产业融合发展的新局面，并已形成庞大的市场增长空间，可以说政策面是助力体育赛事积极发展的。体育与文化、旅游、商业、会展的融合发展也将逐步深入，是值得公司进行深耕发展的赛道。《意见》的出台在后续优化赛事基础设施与场馆建设，提升赛事品质；促进“体育+”消费场景融合，拓展商业合作空间；拓宽融资渠道，支持赛事规模化与国际化；推动产业链协同等方面都做了相关政策指引，通过金融工具创新、消费场景拓展、产业链协同等多维度的支持，为公司体育赛事板块提供了资金保障、风险管理和品牌升级的契机，有利于推进公司进一步向国际化、专业化方向迈进，同时深化“体育+商业”融合，助力上海建设全球著名体育城市的目标。

3、问：刚刚裘总分享了威客引力公司的业务发展规划，请教一下2025年世界人工智能大会相比去年会有什么变化和

提升？

答：2025 世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议（WAIC）即将于 7 月 26 日至 28 日在上海世博中心和世博展览馆举办。本届大会定位为“承担国家任务的行业盛会”，以“智能时代 同球共济”为主题，聚焦“国际化、高端化、专业化、年轻化”四大发力方向，打造百场会议论坛、七万平展览展示、以 SAIL 为代表的赛事评奖、馆内馆外应用体验、创新孵化五大内容板块，通过这场在上海举办的世界人工智能大会，让世界看到中国 AI 的技术前沿、产业发展、治理范式和生态活力。

一、国际化：全球科技合作的交流平台

大会邀请 80 余个国家部长代表携各国产业嘉宾朋友圈来沪参会，围绕跨国技术标准与伦理共识、AI 普惠等国际议题深度交流，推动形成伦理治理共识，促进国际合作，向世界展示中国治理新范式。

二、高端化：全国成果展示的顶级秀场

大会今年新增国务院国资委作为主办单位，部委资源充分导入，打造 10 场部委论坛，搭建中国对外交流平台，输出中国声音。同时，挖掘全国范围内亮点成果，打造中国人工智能成果展，向世界全链条展示中国自主、原创、可控的 AI 技术实力和产业进展。

三、专业化：全域行业赋能的加速引擎

以“人工智能+”行动计划为指引，成立大会顾问团，邀请专家委专题研讨前沿议题，设大会论坛主席，由产学研大咖领衔出品，龙头链主企业承办核心重点论坛，引领行业风向标。聚焦前沿技术、行业赋能、智能终端，创新孵化四大方向，展示企业从“初创-成长-成熟”全版图产业图景。通过项目路演、投融资对接、供需对接等活动形式，加速产业落地。

四、年轻化：全员参与共创的活力生态

邀请新生代青年领袖、初创、独角兽代表等年轻力量，策划云帆奖、BPAA 算法大赛、青少年赛事等品牌赛奖，以“用 AI 技术办 AI 大会”为核心理念，策划 HIWAIC 智能体，馆内打造 AIGC 应用体验，馆外打造自动驾驶、低空飞行应用体验，夜场打造 AI 盛典，让 AI 从千行百业走向千家万户。

特别要强调的是，WAIC 不仅仅是一个三天的展会。我们现在在布局的是全年的活动、全周期的服务，WAIC 四大子品牌 Future Tech、WAIC CONNECT、WAIC UP、WAIC YOUNG 将在本届大会上精彩亮相。

我们将不断加大大会溢出效应，联动上海各区共创 WAIC CITY，让大会变成赋能人工智能企业成长的最佳平台，成为上海招商引资和招才引智的重要抓手，成为中国话语、中国方案和中国智慧的呈现平台。

4、问：它博会作为公司比较成功的收购案例，目前发展情况如何？宠物经济作为未来成长性较好的领域，公司是否有计划推出更多与宠物相关的展会或活动？

答：2024TOPS 它博会规模全面提升。作为中国增长速度最快的新锐宠物展，汇聚超 800 家展商、4000 多个优质宠物品牌，启用上海世博展览馆全馆，展会面积超 7 万，展期由 3 天延长至 4 天并开设夜场。首日到场专业观众数量同比增长 30%。不仅仅聚焦展会，2024 年拓展全年活动，举办了它博集及它博小课活动，它博集打造全国巡回市集，已于成都、杭州、北京、上海、广州等多地举办，累计全国范围内上百家品牌与将近 10 万人参加，娱乐、社交、跨界、潮流、放松、购物、仪式感等等都是它博集的重要组成标签。它博小课精准锚定下沉市场、洞察发现二三线城市宠物店的巨大发展潜能。持续关注宠物店实际需求，凭借专业视角，打造专属二三线城市门店经营课程为针对宠物门店培训课程并下沉三四线华东

地级市场。此外，它博会与欧洲著名宠物行业 B2B 贸易展——意大利博洛尼亚国际宠物用品展 Zoomark 签约合作。

作为它博会战略布局，2025 年它博会与成都宠博会达成战略合作，双方将在展会品牌、行业资源、策展内容、媒体宣传等方面全力协作，进一步夯实打造成成都宠博会，赋能其升级成为品效合一、有口皆碑的中西部第一宠物展，并正式更名为“TOPS 成都宠物博览会”。将和每年 4-5 月举办的上海 TOPS 它博会形成上下半年，华东、中西部市场互补共振的合力优势，为参展商提供上半年度在市场份额最大的华东市场面向全国买家发布年度新品，而在下半年度金九银十深耕宠物店数量第一城成都所在的中西部市场的高 ROI 优选平台。成都所在的中西部市场，无论从领先的宠物店/宠物医院数量、犬繁育发源地之一的地位、还是从宠主的消费能力和意愿，无疑都是品牌开辟第二增长曲线的重要目标区域市场。而整合后的 TOPS 成都宠物会，将在这一目标市场深度开展专业观众及消费人群的组织，将“成都宠博会”的品牌升级再造，充分发挥势能建立标杆项目，助力品牌深耕极具潜力的中西部市场。

2025 年第五届它博会将移师国家会展中心，于 5 月 8 日至 11 日举办，展出面积达 10 万平方米，预计吸引 1200+展商，8 万多专业观众，也欢迎大家前来参观。

5、问：近来国资委都在强调市值管理工作，作为独立董事，请问吕总您如何看待上市公司市值管理和中小投资者保护措施？

答：公司高度重视市值管理，积极践行“以投资者为本”的上市公司发展理念，响应上海证券交易所关于开展上市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议，进一步推动公司高质量发展和投资价值提升，公司于 2024 年 2 月 9 日制定并披露了《2024 年度“提质增效重回报”行动方案》，自行动方

案发布以来，公司积极开展和落实有关工作，在资本市场树立了良好的企业形象。在主营业务方面，公司加快推进主业高质量发展，全力打造世界知名、国内首选的会展服务品牌，助力上海打造国际会展之都、建设全球著名体育城市，2024年度取得了不俗的业绩。在资本运作方面，公司聚焦重点发展的人工智能、高端装备、文体商旅等优势赛道，通过对下属子公司的业务赋能、兼并收购或培育孵化扩充公司自主 IP 展会赛事项目矩阵，提升公司整体盈利能力。在股东回报方面，更是连续五年现金分红比例超过 50%，并在 2024 年首次实施了中期分红以及推进完成 1 个亿的股份回购。公司也通过持续的投资者交流活动，积极传递公司价值。

在总结过往经验的同时，公司进一步制定了 2025 年度“提质增效重回报”行动方案，计划通过做优主业拓增量、共享公司发展红利、多措并举促改革等方式，切实推动公司的高质量发展。

公司致力于向投资者精准传递公司真实价值，持续提升信息披露质量，增强公司“透明度”。重视投资者关系管理，将继续积极开展调研活动，通过多渠道、多平台、多方式、有针对性地开展投资者关系管理工作。研究开展并参与组织“我是股东”“走进上市公司”等活动，结合公司会展赛业务的特性，邀请投资者深度了解公司具体业务；利用好“传媒的声音”，努力在资本市场扩大声量，向投资者传递公司资本市场品牌形象。

此外，公司制定了《未来三年（2025 年-2027 年）股东回报规划》，2025 至 2027 年，在满足现金分红条件的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 50%。通过股东回报规划增强公司利润分配政策的透明度，保持利润分配政策的连续性和稳定性，积极回报广大投资者。

	<p>6、问：近期香港子公司完成注册，未来我们将如何利用香港子公司开展业务，出海方面有什么具体的举措？关税政策对公司业务有什么影响？</p> <p>答：为加快拓展海外市场，提升公司全球资源配置能力，以及专业竞争力，积极打造“世界知名，国内首选”的会展服务品牌，公司出资 1000 万美元，在香港设立全资子公司，搭建境外投资、业务平台。香港子公司将以“走出去，引进来”等方式，将国内优质项目带向海外，助力海外优质项目落地国内市场，并与海外头部会展公司共同孵化开发新的会展 IP 项目，积极拓展海外业务。通过香港作为境外业务支点，辐射东南亚、中东、南美等地区，推动海内外业务一体化发展，为公司会展业务国际化布局奠定基础。</p> <p>关税政策短期内对公司经营业务没有直接影响，后续公司将积极关注国内展商和客户的需求，同时抓住国家多措并举扩大服务消费的契机，重点关注大健康、宠物经济、体育文旅、人工智能+消费等领域，构建服务消费平台，为产业结构优化和经济高质量发展贡献会展力量。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>交流过程中，公司严格按照有关制度要求，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>