

## 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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" 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	申万宏源、新华基金、浙商资管、域秀资本、中银证券、歌斐资产等机构及部分个人投资者（排名不分先后）
会议时间	2025年7月
会议地点	公司会议室及上海世博展览馆
会议形式	现场调研
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； 独立董事：谢佑平；职工董事、副总裁、董事会秘书：张荣健； 副总裁：裘皓明；证券事务代表：俞璟贇等
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、问答纪要</b></p> <p><b>1、问：公司目前有这几块业务，会展、会展相关、赛事、投资等，从历史数据来说增长比较稳定，后续的增长点来源于什么？</b></p> <p><b>答：</b>目前来看，公司的投资不能算作主营业务，投资资金的主要来源系历史积累的金融资产。从业务端看，一个成熟展会的培育需要较长时间，展会看似门槛不高，但持续投入形成品牌效应后会有较高的壁垒，头部展会的溢价能力和稳定性比较强。像工博会、广印展这类办了二十多年的成熟展会，</p>

已经达到相当规模的体量，再进一步增长的空间比较有限。但是这类成熟展会对于公司来说是不错的现金流项目，在维护其现有规模的基础上谋求稳定增长。另一方面，新兴赛道的展会具备较好的成长空间，比如人工智能、宠物经济、健康养老等领域，还有体育产业板块也是公司未来重点发展的方向。公司将在稳定基本盘基础上，通过培育孵化、项目合作、兼并收购等方式，来扩充自主 IP 的矩阵，形成未来的增长点。

**2、问：赛事方面，2025 年情况如何，后续有提升空间吗？**

**上马加入大满贯后，赞助和报名收入会有变化吗？毛利率下滑的原因是什么？**

**答：**公司赛事举办场次数量这两年稳中有升，上马加入大满贯，短期对财务状况有一定影响，但中长期来看，会提升上马的国际影响力，丰富赛事的收入结构。加入大满贯后，报名费和赞助费预计都会有提升。从赛事公司的战略规划来看，除了现有赛事的能级提升，积累国际赛事经验，同时也要通过合作、收购等方式，进一步做大做强体育赛事的规模。这几年公司赛事板块整体营收是增加的，毛利率下降一方面是加入大满贯需要承担一定的成本，另一方面也有一些结算周期的因素，总体而言并不是因为业务减少导致的下滑。

**3、问：成都宠物博览会和每年 4-5 月举办的上海 TOPS 它博会已经形成上下半年，华东、中西部市场互补共振的合力优势，请问公司未来在华北地区有什么具体的布局计划吗？**

**答：**成都是中国宠物店数量第一城，根据“宠业家数据库”发布的数据，截止至 2024 年 12 月 31 日，中国大陆地区拥有营业中的宠物店超 9 万家。其中广东、江苏、四川、浙江四地位列第一阵营。而以城市分布来看，成都已超越上海，成为中国宠物店数量最多的城市。

因此，成都所在的西南市场，无论从领先的宠物店、宠

物医院的数量，还是从宠主的消费能力和意愿，以及城市对待宠物的态度及温度出发，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“天一成都宠博会”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西部市场。

宠物赛道是公司重点关注的赛道之一，目标是构建覆盖宠物全产业链的国际化展示、交易、技术交流、文娱及创新平台，推动构建“它博+”生态体系，让它博会跻身全球头部，亚洲领衔的宠物展。

**4、问：2025 年 6 月份公告处置金融资产，处置后是否有新的投资计划？**

**答：**这是公司处理金融资产的常规动作，每年公司会先取得一个年度授权。公司的投资项目会需要一定的资金投入，如设立香港子公司，注册资金 1,000 万美元；成立威客引力子公司，注册资金 5,000 万元等。另外，公司这几年始终保持着高比例的现金分红，这是从回报股东的角度出发，公司认为目前具备可持续的高比例现金分红能力，不会影响公司的长期发展。同时公司也披露了未来三年的分红规划，承诺每年现金分红比例不低于 50%，也会积极响应监管号召，增加分红频次。

**5、问：威客引力作为公司旗下负责世界人工智能大会相关业务的子公司，目前在拓展人工智能领域生态服务方面，有什么规划？已经取得了哪些具体的进展？比如在服务企业客户、搭建行业合作网络等方面，有没有什么可分享的案例或成果呢？**

**答：**公司首先会继续高水平办好世界人工智能大会（WAIC），今年的世界人工智能大会已于 7 月 26 日-29 日在世博中心和世博展览馆召开，本届大会规模创历史新高，展览面积突破

7 万平米，吸引超过 800 家企业参展，较去年增长近 60%。公司成立了全资子公司威客引力来实体化运营 WAIC，定位是科技服务公司，以 WAIC 为核心，打造 WAIC 服务生态。在传统会展业务之外，面向不同行业人群的全年服务产品，加强用户粘性、深化服务能级的同时，拓展公司增长曲线。2025 年起，威客引力公司推出会员服务体系，开拓 WAIC UP 线上期刊、Future Tech 创投生态系列活动为初创企业赋能链接资本市场、WAIC Connect 产业对接服务、WAIC YOUNG 聚焦青年科技人才，以及 WAIC 国际化战略等。更多的详情和案例请关注世界人工智能大会的官网和公众号。

**6、问：公司作为世界人工智能大会的承办方，是否会考虑科创方面的创投和项目孵化？**

**答：**公司主业目前还是会展、赛事业务，投资也主要围绕主业及公司优势领域进行。基于 WAIC 项目设立的子公司威客引力，将为科创企业提供生态服务。例如本届大会位于世博展览馆 H4 展区的 Future Tech 就是为初创企业链接资本市场的平台，超 200 家科技领域初创企业，经过定期路演层层筛选最终在 WAIC 现场进行展示，这是 WAIC 对初创企业进行赋能的创新孵化平台。

**7、问：2024 年报显示会展业务营收同比增长 15%，公司是否考虑通过并购或战略合作加速会展板块扩张？**

**答：**公司通过内生发展与外延并购双轮驱动。首先是做精做优做细会展主业，沉淀经验形成标准化的解决方案，主要围绕公司现有资源优势以及契合上海“3+6”产业体系，例如高端装备、消费、健康、体育文旅等赛道。高端装备方面公司近期刚举办了低空经济展，另外还有中国工博会及其系列展会，以及宠物经济、体育赛事、文旅健康等都是公司关注的方向。关于合作方面，公司工博会就是与德国汉诺威合作的，已有多年历史，公司内各项目也都有与头部同行企业合作办

	<p>展的案例，例如与意大利博洛尼亚合作的儿童健康展，低空经济展是与贸促会的国展集团以及国家会展中心联合举办的。从区域上来说，目前工业展已形成五城联动，除了上海主场以外，在深圳、成都、武汉、厦门多地拓展。公司宠物展也在华东和西南地区进行布局。并购方面，无论是在工业赛道还是宠物赛道，公司都已经有了积极的实践，也沉淀了相关经验，公司完成了对广东 CMM 电子制造展，以及它博会对成都天一宠博会的收购，经过几年的磨合对于跨区域管理有了一定经验。未来公司也会进一步关注高潜力优质标的，持续推进相关工作。</p> <p><b>8、问：请问公司是否涉足稳定币业务？</b></p> <p><b>答：</b>公司业务主要为会展组织、展馆运营、体育赛事和全产业链服务等，不涉及“稳定币”相关业务。</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>