

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，东吴证券，广发证券，国联民生，国盛证券，国泰海通，华创证券，华福证券，华西证券，上海证券报，上银基金，申万宏源证券，天风证券商社，天弘基金，信达证券，兴业证券，中国银河证券，中国证券报，中泰证券，中信建投，中信证券，中银证券等（排名不分先后）
会议时间	2026年6月2日
会议地点	上海市浦东新区浦东南路528号上海证券交易所交易大厅 （网址： https://roadshow.sseinfo.com/ ）
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（线上）；独立董事：谢佑平；职工董事、副总裁、董事会秘书：张荣健；财务总监：楼铭铭等
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司2025年度及2026年一季度业绩介绍 公司介绍了2025年度经营情况及未来发展规划。公司拥有会

展组织、体育赛事、展馆运营和会展全产业链服务四大业务板块,2025年实现营业收入16.26亿元,归母净利润3.26亿元,“十四五”期间营收与净利润分别增长75.78%和171.67%。其中会展组织业务收入8.42亿元,占比52%,工博会连续三年居全球工业类展会首位,世界人工智能大会吸引91个国家和地区参与、推动产业项目签约450亿元;体育赛事方面,“上马”通过世界马拉松大满贯第一阶段评估;世博展览馆全年举办88场展览、服务展商1.9万家。公司连续五年累计分红6.83亿元,2025年度拟分红约2.17亿元,分红比例66.70%。面向“十五五”,公司提出“2+3+1”战略,聚焦AI科技和体育赛事两大核心赛道,做强展馆运营、IP运营和会展服务三大支柱,建好香港公司海外平台,加快国际化布局。2026年一季度公司实现营业收入2.44亿元,同比增长5.47%,同比减亏46.14%。

二、问答纪要

1、问：2026年是十五五的开局之年，新的五年中，公司未来的战略规划是怎么样的？

答：尊敬的投资者，您好！

2026年是“十五五”规划的开局之年。公司坚持聚焦“增强核心功能、提升核心竞争力”两个核心原则，紧紧围绕“专业化聚焦、数智化转型、国际化链接、品牌化升级”四个发展路径，全面实施“2+3+1”战略路径，全力打造具有全球竞争力的会展领军企业，在“十五五”新征程上展现会展担当。

公司将牢牢把握推动高质量发展这一根本主题，对接“3+6”新型产业体系建设，全面实施“2+3+1”战略路径（“2”即“AI科技、体育赛事”两大核心领域；“3”即展馆运营、IP运营、会展服务三大支柱业务；“1”即香港公司海外业务平台）。

“AI科技、体育赛事”两大核心领域：

在 AI 科技领域,以 WAIC 为载体,孵化五大生态子品牌:WAIC UP、WAIC Future Tech、WAIC CONNECT、WAIC Young 和 AI GRAVITY,推动 WAIC 向市场化、生态化转型,构建“4+365”全生命周期运营体系,力争将威客引力培育成为领先的 AI 产业生态服务商。在体育赛事方面,积极提升体育板块规模,持续办好“三上”赛事,把握体育公司揭牌契机,强化资本运作,加快构建全链条体育产业体系,拓展体育场馆运营、体育展会、数字体育、体育旅游等业务。

针对展馆运营、IP 运营、会展服务三大支柱业务:

一是形成专业展馆的集群效应。通过展馆管理输出、运营托管、股权合作等多种模式链接上海乃至长三角区域多个专业场馆,形成集群效应。推动上海世博展览馆输出智慧化系统、低碳化改造、标准化服务体系等方面的成熟经验,实现轻资产扩张,打造统一品牌、统一标准、资源共享的展馆运营联合体。

二是推进 IP 专业化、品牌化、资本化运作。按照“一品一策”,对所有 IP 进行系统化培育和价值深度挖掘,通过品牌授权、模式输出、联合运营等方式,最大化品牌价值,并积极探索 IP 的资本化路径,实现资源集中、战略统一和品牌协同。拓展智能制造细分领域,工博会紧扣“CIIF+”品牌发展战略,坚定推进“母展引领+走出去自办展”双轮驱动,迈出“三年跃升”关键一步;低空经济展、广印展紧贴行业热点,策划多元、创新、前瞻的配套活动,多维度深挖产业趋势,持续丰富展会内容、提升专业深度与行业引领力;打造“它博会”“文旅消费季”等自主 IP,深耕宠物经济、大文旅、大健康赛道,力争组展业务营收增长创新高。

三是强化会展全产业链服务能力。持续发挥会展钓鱼台服务标准,健全数据流动与合规服务体系,为企业提供搭建、运输、餐饮、策划、咨询、AI 技术等一站式服务支持,全面增

强平台辐射力及产业带动力。

香港公司海外业务平台，构建海外总部海外结算中心、海外投资中心、海外运营中心三大核心功能。

未来，公司以服务国家战略、服务城市发展、服务行业转型升级为目标，坚持稳中求进、以进促稳，聚焦“增强核心功能，提升核心竞争力”，加快推动企业高质量发展，为上海建设国际会展之都、助力上海建设全球著名体育城市、助力上海建设全球最佳旅游城市服务中国式现代化作出贡献！

感谢您的关注！

2、问：在促进文商旅体展层面，公司做了哪些工作？取得了哪些实效？

答：尊敬的投资者，您好！

根据相关研究，会展行业对经济作用的拉动效应是 1:9。为促进文商旅体展融合、拉动消费，公司深入落实上海“促进文商旅体展联动发展”“做强票根经济”等政策导向，发挥好会展业连接产业与城市、贯通内需与外向、整合资源与要素的独特功能。公司做了以下举措：

公司高质量参与筹备 2026 年举办的第 48 届世界技能大赛以及“三上”赛事国际参赛者占比的提升，充分释放国际参赛者/跑者带来的酒店、餐饮、航空、旅游、购物等复合消费乘数效应。

围绕上海马拉松等“三上”赛事，拓展体育场馆运营、体育展会、数字体育、体育旅游等，实现公司内部资源互通共享，如体博会与上海马拉松联动，实现展览与赛事双向引流、相互赋能。

创新“文商旅体展”深度融合模式，参与 2026 年上海旅游节的运营工作，借鉴“一节两季”“全域联动”等成功经验，系统规划旅游节内容体系与跨界联动机制，推动其从“城市活动”向“国际节庆 IP”升级。

建立会展场馆与消费联动机制，结合体博览、体博会、个人保养博览会等自有 IP 展会，完善展会门票与周边商圈、文旅景点的消费券、体验券联动机制，进一步促进“文商旅体展”融合。

规划利用世博园区独特地标优势，打造以宠物文化与沉浸式体验为主题的“Xstation”创新文旅场景，融合主题展览、互动娱乐、品牌零售、休闲社交于一体，开拓“会展+文旅”新商业模式。

未来，公司将继续探索会展和体育赛事与文旅、商业、科技、消费等产业的深度融合。“票根经济”“赛事+消费”等新模式将有效放大活动的乘数效应，带动城市综合消费，创造更大的社会经济价值。

感谢您的关注！

3、问：关于体育赛事方面，为满足日益增长的美好生活需要，国家进一步推进体育产业高质量发展，公司对于体育赛道的未来布局有哪些方面？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？

答：尊敬的投资者，您好！

2025 年末，公司下属子公司上海东浩兰生赛事管理有限公司正式更名为上海东浩兰生体育有限公司，并于 2026 年 3 月，公司增资 5,000 万元，将体育公司注册资本从人民币 300 万元增加到人民币 5,300 万元，正式开启管理体制和组织能级的升级之路，公司未来对于体育公司的规划如下：

一是聚焦战略升级，全面打响东浩兰生体育品牌。

立足于战略升级的全新起点，公司将围绕“专业化、国际化、市场化”发展导向，在持续巩固并提升上马、上艇、上帆等核心赛事 IP 国际影响力与品牌价值的基础上，积极拓展业务边界与产业纵深，系统布局体育场馆运营、体育旅游融合、体育科技应用等新兴业务赛道，着力构建覆盖赛事组织、场

馆管理、体育服务、衍生开发等多环节的多元化、全链条体育产业生态体系。通过全面提升专业化运营能级、深化市场化运作机制、强化跨领域资源整合能力，公司将致力于把“东浩兰生体育”打造成为代表上海城市形象、具有全国引领力和全球竞争力的卓越体育品牌，为上海体育产业的高质量发展与全球著名体育城市建设持续注入创新动能与品牌活力。

二是活化赛事资产，创新赛事发展格局。

2026年，公司将充分转化举办2025世界赛艇锦标赛的资产，依托与世界赛艇联合会的持续合作，首次在上海引入并举办世界赛联城市冲刺赛这一全新国际精英赛事。

该赛事是世锦赛成功后与国际组织深化合作的直接成果，计划于2026年9月在上海标志性水域举行。公司将以此为契机，进一步发挥世锦赛积累的场馆设施、专业团队和国际合作关系，推动上海水上赛事体系向专业化、国际化、品牌化方向升级，实现从“单一赛事承办”到“持续赛事培育”的战略转型。

三是树立传统赛事标杆，驱动运营能级提升。

对标国际标准，实现品质升级。上海马拉松已进入标雅培世界马拉松大满贯候选资格评估得的第二阶段，下一次关键评估将于2026上海马拉松期间开展。上海马拉松将严格对标大满贯赛事标准，以更高要求推动赛事组织与服务体系的全面国际化升级。公司将围绕竞赛管理、跑者体验、品牌传播等核心环节，持续优化全流程运营机制，致力于为全球跑者呈现一场符合大满贯品质的路跑盛会。

公司将在持续巩固与提升“上马、上艇、上帆”三大核心赛事品牌价值与行业影响力的基础上，进一步系统构建多层次、广覆盖的赛事矩阵，全面推动上海半程马拉松、上海10公里精英赛、女子半马等一系列常规赛事的专业化运营与品质化升级。公司将以国际一流赛事体系为标杆，全面对标行业最

高标准与最佳实践，从赛事策划、组织执行、服务配套、品牌传播各环节进行系统性优化与创新，构建科学高效的赛事服务体系。

感谢您的关注！

4、问：公司设立了世界人工智能大会项目的实体公司，这一两年实体化后运作成果如何？未来对于这块有新的发展方向吗？

答：尊敬的投资者，您好！

公司围绕世界人工智能大会（WAIC）项目设立的专业化运营公司“威客引力”，定位为“全球人工智能生态链接者”，打造全周期服务体系。

2025年展会规模与影响力双升，展览面积首次突破7万平方米，较去年增长34.6%；吸引参展商800余家，较去年增长61.25%；线下观众达35.5万人次，上涨18.3%，分布全球91个国家和地区；全网流量超25亿，较上届增长23.5%。

目前，威客引力生态服务体系初步成型，已推出多个子品牌矩阵，包括：Future Tech（孵化平台）、CONNECT（对接平台）、WAIC UP!（智识平台）、Young（青创平台）、AI GRAVITY（海外平台）。作为公司核心IP，出海步伐加快，2025年AI GRAVITY与新加坡人工智能盛会AIMX携手成功举办海外专场活动。

未来，威客引力将积极构建功能完备的大会数据平台，通过建立数据标签体系与自主数据底座，精准生成用户画像及数据报告，大会服务中台与数字中台的系统开发有序推进，计划在2026年大会期间投入应用。同时，打造统一、开放的APP平台，向全年运营平台的战略延展，覆盖资讯发布、专家智库、活动服务、供需对接等核心场景，实现从工具型应用向内容型、社区型、生态型平台的升级。

感谢您的关注！

5、问：近年来监管层面高度重视提高上市公司质量与投资者回报，请问公司在这方面做了哪些举措？

答：尊敬的投资者，您好！

本质上来说，分红是基于上市公司的盈利情况和盈利质量，公司积极践行“以投资者为本”的上市公司发展理念，自 2025 年起披露“提质增效重回报”行动方案以及评估报告。聚焦公司主业，提升经营质量。为服务国家战略、构建上海“3+6”新型产业体系、建设上海国际会展之都贡献力量。打造科技服务平台，发展新质生产力。深化“数字会展”战略，夯实数字底座，赋能智慧会展。以中台建设为核心打造“会展智慧中枢”，深度融合行业知识图谱与数据要素，加速推进业务流程标准化、服务模式规模化和运营管理高质量化。推进 ESG，打造可持续新名片。深化 ESG 体系建设，将可持续发展理念深度融入企业运营。2025 年公司编制发布首份《环境、社会及管治（ESG）报告》。系统、全面地披露了公司在环境保护、社会责任及公司治理方面的探索与实践。不断深化 ESG 理念与价值传递，公司 ESG 工作获得市场认可，万得（Wind）、华证等 ESG 评级均有显著提升。增加投资者回报，共享公司发展红利。

公司连续多年现金分红比例超 50%，为建立稳定的股东回报机制，积极响应新“国九条”政策导向，公司制定并披露了《公司未来三年股东回报规划（2025—2027 年）》，明确规划期内每年以现金方式分配的利润原则上不低于当年实现的可分配利润的 50%，并探索实施中期分红、特别分红等更为灵活的回报方式。通过稳定的现金分红政策和完善的回报机制，切实增强投资者的获得感与满意度。2025 年度公司现金分红约 1.74 亿元，占公司本年度归属于上市公司股东的净利润比例为 53.36%，合并中期分红后达 66.70%，合计派发现金红利 2.17 亿元。

此外，公司于 2024 年 2 月至 5 月使用自有资金回购公司股份 11,349,981 股，共计使用资金 1 亿元。基于公司实际经营情况及发展战略，为提升股东价值，增强投资者对公司的投资信心，维护投资者利益，经公司 2026 年 4 月及 5 月分别召开的董事会、股东会审议通过，将该部分回购股份全部予以注销。公司正按照相关规定向上海证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司申请办理回购股份注销手续并完成通知债权人等相关工作。

感谢您的关注！

6、问：您好，2025 年公司会展收入同比 + 10.4%、赛事活动收入同比 + 29.3%，毛利率大幅提升。结合惠民促消费导向，公司如何把 WAIC、它博会、上马等顶级 IP 转化为面向市民的常态化文旅惠民产品，拉动文旅消费？谢谢！

答：尊敬的投资者，您好！

公司依托覆盖会展赛事全产业链的优质资源体系，始终致力于推动“文商旅体展”融合发展。2025 年 WAIC 大会期间，公司与世博源、世博天地等核心商圈深度联动，参会者持 WAIC 票根可享指定区域及商户菜品优惠，并联动西岸区域推出音乐剧、艺术展览等展演专属折扣。同步限量发放 5 万本上海打卡“护照”，联动 17 个文旅点位集章打卡，实现科技探索与城市漫游的深度融合。

2025 年上海马拉松期间，创新推出“跑马嗨购节”，联动 456 个品牌、7,700 家线下门店，围绕出行、住宿、美食、茶饮四大场景构建全域优惠网络，将赛事流量转化为消费增量；耐克女子夜跑等活动则将体育与夜经济相结合，进一步拓展了消费场景。

依托上海国际马拉松的品牌影响力，借力“上海国际赛事文化及体育用品博览会”与“上海国际休闲度假博览会”双展联动的契机，公司与上海电影联手在上海世博展览馆举办“乐

活浦江·上海 TASTE”活动。通过整合文化、体育、旅游、商业等资源，公司发挥会展产业“流量入口”与“资源枢纽”功能的重要实践，为上海建设国际消费中心城市和世界著名旅游城市持续注入新动能。

未来，公司将依托上海的票根联动政策红利与消费券支持，以 WAIC、“三上”赛事、它博会等优质 IP 为流量引擎，通过数字化工具、票根联动、商圈联合、夜间经济和首发经济等组合拳，构建“展会/赛事引流—消费场景串联—全域权益互通”的惠民闭环，将“流量”转化为“留量”，将“人气”转化为消费，持续助力上海国际消费中心城市建设。

感谢您的关注！

7、问：收购无锡汇跑后，除了‘三上’赛事（上马、上艇、上帆），公司在路跑市场的市占率目标是怎样的？

答：尊敬的投资者，您好！体育赛事是公司“2+3+1”战略两大核心赛道之一，公司将围绕“三上”赛事拓展体育产业生态链，发展赛事组织、体育展览、体育旅游、数字体育和场馆运营五大业务。路跑赛事作为赛事组织的重要组成部分，参股无锡汇跑 26%股权是公司产业布局的重要一步，汇跑旗下运营的无锡马拉松是国内头部路跑赛事之一，通过参股方式建立深度合作关系，有助于公司在“三上”赛事的基础上进一步延伸路跑产业链，在长三角核心区域形成赛事矩阵，实现品牌联动、资源共享和运营协同。公司不仅仅只是追求单一维度的数量或份额指标，更是致力于提升赛事品质和参赛体验，扩大路跑赛事在全国范围内的品牌影响力，同时以赛事为纽带推动文商旅体展融合。感谢您的关注！

8、问：WAIC 的‘4+365’运营模式具体如何转化为实际的财务收入？

答：尊敬的投资者，您好！WAIC 现已推出多个全年生态子品牌，包括：WAIC Future Tech（孵化平台）、WAIC CONNECT（对接平台）、WAIC UP!（智识平台）、WAIC Young（青创平台）、AI GRAVITY（海外平台）。作为公司核心 IP，出海步伐加快，2025 年 AI GRAVITY 与新加坡人工智能盛会 AIMX 携手成功举办海外专场活动。公司计划打造统一、开放、可扩展的 WAIC APP，力争覆盖资讯发布、专家智库、活动服务、供需对接等核心场景的全年化智能服务平台，未来目标实现从工具型应用向内容型、社区型、生态型平台的升级。WAIC 通过将短期会展流量转化为全年生态服务，实现从单一展会收入向多元化、持续性收入的升级。感谢您的关注！

9、问：作为中小股东，我非常感谢公司提出的每 10 股派发现金红利 2.40 元（含税）的年度分红预案，加上中期分红，全年现金分红总额占归母净利润的比例高达 66.70%。但也注意到公司 2025 年的营业收入同比微降了 1.07%，且归母净利润增速已连续三年下滑（从 2023 年的 140.46% 降至 2025 年的 6.16%）。更令人担忧的是，2026 年一季度虽然营收微增，但扣非净利润却同比大幅下滑了 191.36%。请问独董层面是如何权衡“高比例分红承诺”与“公司核心业务盈利能力承压”之间的平衡的？在公司扣非净利润出现阶段性恶化的背景下，这种高分红政策的可持续性在未来两年是否有充分保障？

答：尊敬的投资者，您好！公司 2025 年度利润分配方案依据《公司未来三年股东回报规划（2025-2027 年）》制定，该规划明确 2025 年至 2027 年每年以现金方式分配的利润原则上不低于当年可分配利润的 50%。2025 年度合并中期分红后共计约 2.17 亿元，占当年归母净利润的 66.70%，符合规划要求。关于分红政策的可持续性，公司董事会在审议利润分配

方案时，已综合考虑了公司当前盈利水平、未来资金需求及业务发展规划等因素。需要特别说明的是，公司业务具有较强的季节性特征，第一季度为行业传统淡季，展会和赛事活动数量较少，一季度业绩不代表全年经营趋势。公司二季度起各项展会和赛事将陆续进入旺季，经营情况预计将逐步改善，未来公司将结合年度实际经营业绩和资金状况，在满足分红规划的前提下合理确定各年度分红水平。感谢您的关注！

10、问：当前文旅和会展行业正迎来复苏与转型的关键期，公司也明确提出要打造“展、会、赛、馆”全产业链资源。但从年报来看，公司传统的主业增长已显疲态，2025 年营收出现负增长，且 2026 年一季度核心业务的扣非净利润亏损幅度同比扩大了近两倍。面对核心主业盈利能力的持续承压，请问管理层将采取哪些具体举措来稳住会展组织与展馆运营这两大核心业务的利润基本盘？此外，公司寄予厚望的体育赛事业务（如上海马拉松、世界赛艇锦标赛等）目前距离真正成为支撑公司跨越发展的“第二增长曲线”还有多远？

答：尊敬的投资者，您好！

关于会展组织与展馆运营两大核心业务，公司将从以下几个方面发力：一是持续巩固核心 IP 的行业竞争力，工博会深化“上海母展+成都、深圳、厦门、武汉”五城联动格局，TOPS 它博会形成“上海+成都”双枢纽辐射，世界人工智能大会推动从年度盛会向全年运营平台转型，同时通过资本运作扩展 IP 矩阵，以规模效应和品牌溢价提升盈利能力；二是展馆运营方面，世博展览馆正推进“智慧展馆”三期建设，聚焦数据智能分析、数字孪生和 AI 安防升级，以数字化手段提高运营效率，同时拓展自营餐饮、年会业务和“X station”创新文旅场景等增值服务（2025 年自营餐饮等增值服务收入同比

增长 40.73%)，培育新的利润增长点；三是国际化布局也在同步推进，工博会将在泰国举办海外首展、上海国际广印展将落地哈萨克斯坦，同时打造香港公司战略支点，培育海外增量。

关于体育赛事业务，公司围绕“上马”系列路跑赛事、上海赛艇公开赛和上海帆船公开赛构建“三上”赛事 IP 体系，“上马”已通过世界马拉松大满贯第一阶段评估，2025 年国际田联全球排名首次跻身前十。同时通过参股无锡汇跑 26% 股权深化路跑产业链合作。以赛事为纽带推动文商旅体展融合发展，在赛事组织、体育展览、体育旅游、数字体育和场馆运营等方向逐步构建完整的产业生态。公司对这一业务板块的培育持长期坚定态度，具体的经营成果请关注公司定期报告。

感谢您的关注！

11、问：财报显示，公司 2025 年归母净利润实现了 6.16% 的增长，但这一成绩主要是由成本优化和非经常性损益贡献的，而反映核心业务盈利能力的扣非净利润在 2026 年一季度出现了剧烈波动。同时，公司的存货在 2026 年一季度末同比增长了 56.55%，财务费用更是同比大幅增长 454.83%。面对这些不利的财务指标变化，请问管理层将采取哪些具体措施来加快存货周转、控制财务成本，以改善公司的整体运营效率？

答：尊敬的投资者，您好！会展行业第一季度属于淡季，我司大部分项目基本分布在第二、第三及第四季度，因此第一季度项目的预付款在存货科目中进行归集。财务费用的增长与公司资金的管理使用方向相关，闲置资金的集中管理使用主要是购买存款和银行理财产品，其中购买理财产品的资金收益计入投资收益中。感谢您的关注！

12、问：从现金流的角度来看，公司 2026 年一季度的经营状况面临较大挑战。一季度经营活动产生的现金流量净额为-6932.15 万元，虽然同比有所收窄，但依然处于资金流出状态。同时，年报中披露 2025 年的研发投入虽然同比增长了 70.38%，但绝对金额仅为 314.99 万元，占公司营收的比例极低。作为科技赋能型的现代服务业企业，如此微薄的研发投入是否会影响公司在数字化转型和技术支撑类能力建设上的竞争力？另外，针对应收账款账龄增加导致信用减值损失大增的问题，财务部门在加强回款管理、优化资产质量以及缓解短期经营性现金流压力方面，有哪些具体的应对策略？

答：尊敬的投资者，您好！第一季度为行业传统淡季，展会和赛事活动数量较少，公司二季度起随着各项展会赛事活动的开展，经营情况将逐步改善。公司在持续分阶段的投入数字化建设，部分费用纳入研发支出。研发支出只是数字化建设的一部分。26 年一季度经营活动现金净支出为项目成本的支付。财务部根据公司制度以及项目实际情况，与业务部门共同对应收账款的收款、催收进行全阶段管理。感谢您的关注！

13、问：近期资本市场对文旅消费和体育赛事概念关注度极高，但公司相关业务的实际营收占比和盈利能力依然存在不确定性。为了更好地引导市场预期，保护中小投资者的知情权，未来公司在信息披露和投资者关系管理方面，是否会进一步细化体育赛事业务的订单进展、客户验证及产能落地情况，以帮助投资者更客观地评估公司的真实价值？此外，针对近期业绩的大幅波动，公司在加强与市场的沟通、提振投资者长期信心方面，未来是否有计划通过更频繁的交流活

	<p>动，向市场传递公司在运营转型与盈利改善方面的积极信号？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！公司始终严格按照中国证监会、上海证券交易所关于上市公司信息披露的相关规定以及公司内部信息披露管理制度的要求，履行信息披露义务，确保披露内容的真实、准确、完整、及时。对于体育赛事等具体业务的经营进展和财务表现，公司会在定期报告中按照相关披露准则进行列示和说明；达到披露标准的重要事项，公司也将通过临时公告或自愿性披露的方式及时向市场传达。在投资者关系管理方面，公司一贯重视与投资者的沟通交流，未来将持续通过业绩说明会、投资者调研接待、互动平台回复等多种渠道，保持与市场的常态化沟通，积极传递公司经营动态和战略方向。感谢您的关注！</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>