

证券代码：300795

证券简称：米奥会展

公告编号：2024-009

浙江米奥兰特商务会展股份有限公司 2023 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 152,961,290 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	米奥会展	股票代码	300795
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	姚宗宪	陆艳君	
办公地址	上海市恒丰路 218 号现代交通商务大厦 21 楼 2104 室	上海市恒丰路 218 号现代交通商务大厦 21 楼 2104 室	
传真	021-61331709	021-61331709	

电话	021-61331708	021-61331708
电子信箱	zhengquan@meorient.com	zhengquan@meorient.com

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 报告期内公司所处行业情况

2023 年世界经济低迷，国际格局复杂演变，地缘政治冲突频发，外部环境复杂性、严峻性、不确定性上升。国内周期性、结构性矛盾比较多，我国顶住外部压力、克服内部困难，国民经济回升向好，高质量发展扎实推进，主要预期目标圆满实现。

2023 年我国实现了 5.2% 的经济增速，不仅高于全球 3% 左右的预计增速，在世界主要经济体中也名列前茅。我国经济 2023 年对世界经济增长的贡献率有望超过 30%，是世界经济增长的最大引擎。同时，在预计全球贸易下降的情况下，我国出口还实现了小幅增长，占全球市场的份额保持稳定。

图 1 2019-2023 年国内生产总值及其增长速度



据海关统计，2023 年我国进出口总值 41.76 万亿元人民币，同比增长 0.2%。其中，出口 23.77 万亿元，增长 0.6%；进口 17.99 万亿元，下降 0.3%。

我国与共建“一带一路”国家进出口达到 19.47 万亿元规模，同比增长 2.8%，占我国外贸总值的 46.6%，出口 107314 亿元，增长 6.9%；进口 87405 亿元，下降 1.9%。规模和占比均为“一带一路”倡议提出以来的最高水平。

我国对 RCEP 其他 14 个成员国合计进出口 12.6 万亿元，较协定生效前的 2021 年增长 5.3%，其中我国对 RCEP 其他成员国出口 6.41 万亿元，占我国出口比重较 2021 年提升 1.1 个百分点，达到 27%。

2013 年以来，我国与东盟贸易年均增速 8.8%，高出同期我国整体年均增速 3.8 个百分点。2023 年，双边贸易继续增长，规模达 6.41 万亿元，东盟连续 4 年保持我国第一大贸易伙伴地位，我国也连续多年为东盟第一大贸易伙伴。

图 2 2019-2023 年货物进出口总额

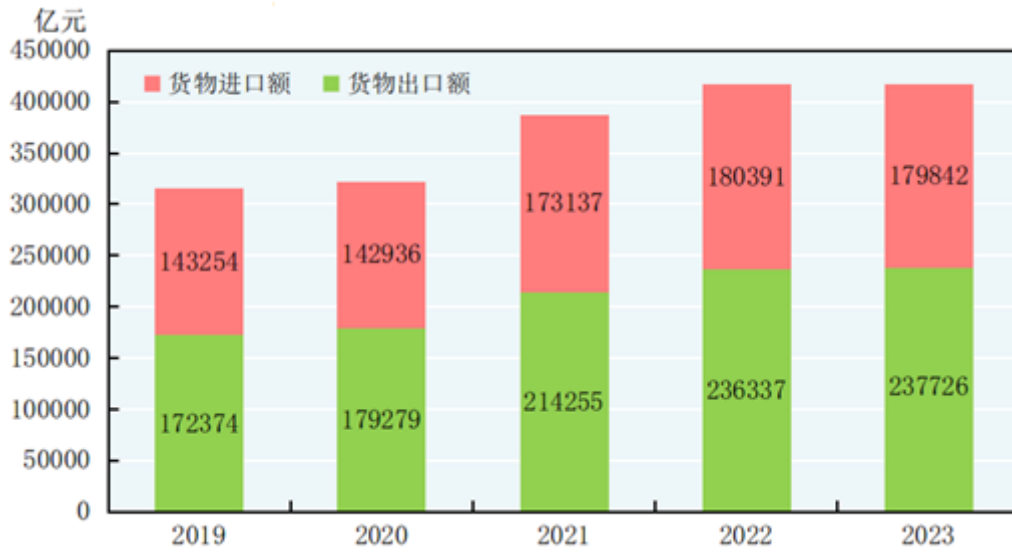


表 1 2023 年货物进出口总额及其增长速度

指标	金额 (亿元)	比上年增长 (%)
货物进出口总额	417568	0.2
货物出口额	237726	0.6
其中：一般贸易	153530	2.5
加工贸易	49062	-9.0
其中：机电产品	139196	2.9
高新技术产品	59279	-5.8
货物进口额	179842	-0.3
其中：一般贸易	117042	1.3
加工贸易	27061	-11.3
其中：机电产品	65363	-5.5
高新技术产品	47916	-5.2
货物进出口顺差	57883	3.5

表 2 2023 年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

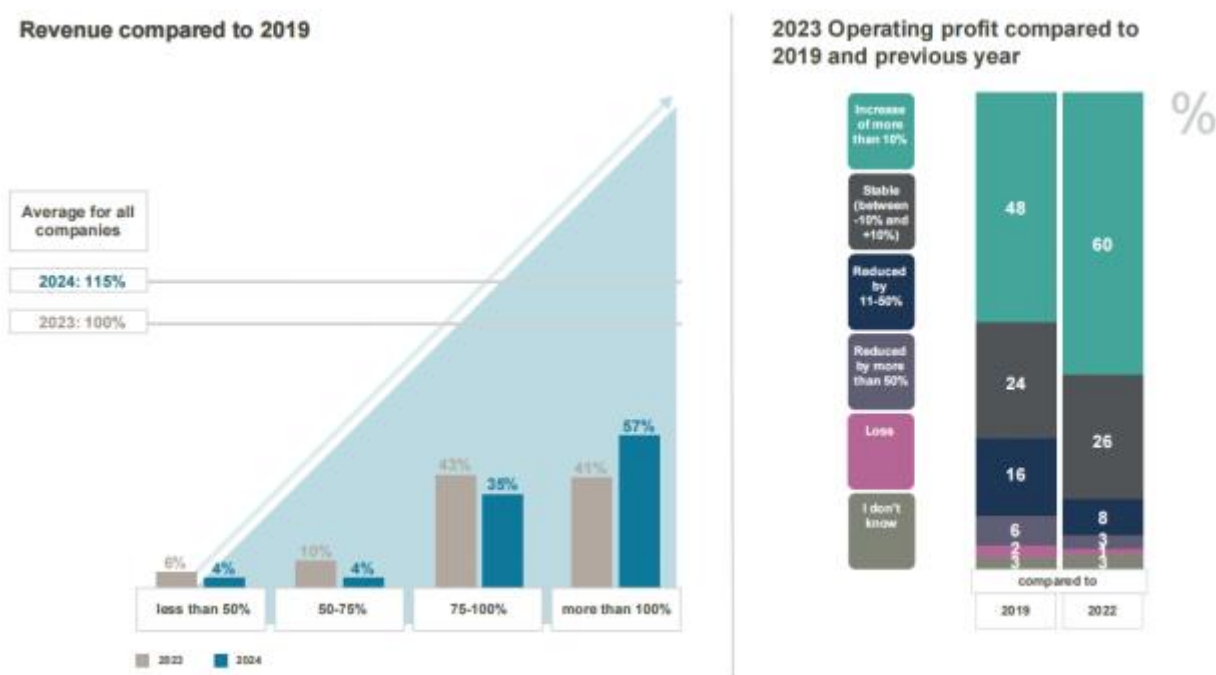
国家和地区	出口额 (亿元)	比上年增长 (%)	占全部出口比重 (%)	进口额 (亿元)	比上年增长 (%)	占全部进口比重 (%)
东盟	36817	0.0	15.5	27309	0.4	15.2
欧盟	35226	-5.3	14.8	19833	4.6	11.0
美国	35198	-8.1	14.8	11528	-1.8	6.4
日本	11076	-3.5	4.7	11309	-7.9	6.3
韩国	10467	-2.2	4.4	11381	-13.9	6.3
中国香港	19333	-1.3	8.1	958	84.3	0.5
中国台湾	4819	-11.1	2.0	14033	-10.5	7.8
俄罗斯	7823	53.9	3.3	9093	18.6	5.1
巴西	4159	1.0	1.7	8625	18.4	4.8
印度	8279	6.5	3.5	1301	12.2	0.7
南非	1661	4.4	0.7	2245	3.7	1.2

从国家统计局的数据来看，2023 年我国的出口增速相比前几年确实有所放缓，但更要看到我国的出口是在高基数上再创新高，不仅实现了量的合理增长，也保持了份额的整体稳定，更在增长动能、区域格局等方

面实现了质的有效提升，彰显了强劲韧性和综合竞争力，尤其是在“一带一路”市场、RCEP 市场以及东盟市场均表现优异。公司主营境外自办展览，紧紧跟随国家政策步伐，在外贸坚韧向前推进的局面下，2023 年公司办展区域基本全部布局在一带一路市场、RCEP 市场及新兴市场，办展数量占报告期内公司总体办展数量超 99%。

根据 2024 年 1 月全球展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry, UFI）发布的《全球展览行业晴雨表》数据，2023 年全球展览已全面复苏，平均收入已达到了与 2019 年相当的水平。就营业收入而言，与 2019 年的水平相比，2023 年收入和 2024 年预测的收入预计有一半以上的公司呈现增长；就营业利润而言，与 2019 年的水平相比，约有一半的公司宣布 2023 年的增长超过 10%，四分之一的公司增长稳定。与 2022 年相比，十大公司中有 6 家宣布增长超过 10%。全球展览发展环境向好，且表现出正增长的趋势。

图 3 与 2019 年相比 参与调研的对象关于营收与利润对比及预计情况



随着国际交往的逐渐恢复、经济形势不断复苏、全球展览发展环境趋势向好。各级政府纷纷出台各项政策鼓励推进境外自办展，并鼓励推动中国展览走出去，国内企业纷纷重启出国参展办展，加大力度开拓国外市场。国家中央层面和地方层面均从政策角度支持出国参展办展。

在中央层面，2023 年 1 月 12 日，中国贸促会会长任鸿斌在 2023 年全国贸促工作会议上部署重点工作时说，“要强化贸易促进功能，提升产业服务水平，更大力度支持企业开拓海外市场。包括着力在海外打造品牌展览会，……”2023 年 1 月 28 日，国务院召开常务会议指出，推动国内线下展会恢复，支持企业出境参展。2023 年 4 月 25 日，国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，意见中提出五方面政策措施，其中提到“进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度，持续培育境外自办展会、扩大办展

规模。”2023 年 8 月 31 日，商务部召开例行新闻发布会，新闻发言人束珏婷在会上表示，下一步，商务部将主要从以下几方面努力为外贸企业减负增活力，其中第二条是“支持企业境内外参展营销……加大对外贸企业人员境外参展、开展海外营销的支持力度。”2023 年 12 月 7 日，国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》的通知，其中提到要支持内贸企业拓展国际市场。……发挥平台交流对接作用。培育一批内外贸融合展会，促进国内国际市场供采对接。……推动境外经贸合作区提质升级，鼓励内外贸企业以合作区为平台开展跨国经营。

在地方层面，2023 年各地政府密集出台展览业支持政策，涉及发展规划、资金扶持、产业促进、行业标准等多个方面，为各地展览业持续复苏提供了有力支持。

在各项政策的支持下，2023 年我国企业参与国外展览等经贸活动的次数和规模快速增长，出国办展各项平均数据达到甚至超过 2019 年水平。

2023 年中国贸促会共审批计划出国展览项目 1240 项，实际执行 900 项。其中：

出国参展 822 项，涉及 71 家组展单位和 55 个国家或地区，参展企业共计 3.96 万家，展览的净展面积达 57.22 万平方米。

出国办展 78 项，审批执行的办展项目实际展出总净展面积 21.21 万平方米，参展企业数量共计 1.51 万家，展位数量共计 2.19 万个。

公司以境外出国办展为主营业务，报告期内公司总办展面积 26 万平方米，其中展位净面积近 12 万平方米，实际组织境外参展企业数量近 8800 家，展位数达 1.3 万个，占 2023 年审批执行的出国办展项目各参数比重均超过 50%，在国内组织出国展览的组展单位中排名第一。

在展览行业整体发展向好的趋势下，要更加关注行业发展新动向。根据 ufi《全球展览行业晴雨表》，晴雨表第二次调查提出了一个关于生成性人工智能对展览业影响的具体问题，以揭示这一新兴的数字化转型。在全球范围内，90%以上认为人工智能将影响展览行业，预计受人工智能发展影响最大的领域是：“销售、营销和客户关系”（80%）、“研发”（80%）和“活动制作”（65%）。这些正是生成型人工智能应用程序最常用的领域（分别为 37%、35%和 20%）。人工智能已经成为影响展览行业发展的重要因素。

（2）报告期内公司从事的主要业务

1) 公司主营业务概览

报告期内，公司主营境外会展的策划、组织、推广及运营服务，聚焦中国企业走出去，打造“自主知识产权、自主品牌、独立运营”且布局全球的数字化展览自主服务平台，为“中国制造”量身打造拓展全球市场，特别是“一带一路”市场以及 RCEP 市场的展览营销方案。2023 年是公司境外自主办展的重要发展拐点，结束了公司长期在海外举办综合展的阶段，2023 年进入到专业展的升级打造，形成了若干个专业展同档期举办的业态布局，开拓了中国品牌出海联展的局面，实现了公司办展方向和办展形式的突破与革新。

2023 年，随着海外办展的累积以及覆盖区域的扩大，公司已经自原有的综合展全线创新升级，推出了首

批 8 大专业展同档期举办，即 BDE 建材家装展、INTEX 纺织服装展、HOMELIFE 家居礼品展、AES 家用电器及消费电子展、TIN 工业装备和零部件（联）展、PPP 塑料印刷包装及食品加工设备展、PNE 电力新能源展、ABC&MOM 孕婴童展。其中 12 月迪拜建材展规模已超过 20000 m²，12 月迪拜纺织服装展、家电 3C 展规模均超过 10000 m²，公司的专业化转型发展趋势良好，专业展基本成型。

报告期内，公司分别在一带一路重要节点国家（波兰、阿联酋、土耳其）、RCEP 国家（日本、印尼、越南）、新兴市场国家（巴西、墨西哥、南非）以及新拓展的展会发达国家（德国）共十个国家成功举办境外线下自办展，基本上完成了公司的全球布局。来自于浙江、江苏、广东、湖南、山东、安徽、福建等 20 多个省市，共计近 8800 家企业参展，展位总数超过 13000 个，总办展面积 26 万平方米，其中展位净面积近 12 万平方米，展会展品范围涵盖汽摩配、建材、纺织、机械、3C、家电、家居、美容、食品等 9 大行业，到展买家超 24 万人，总意向成交额达到 146 亿美元，公司已经成为服务全国的境外自主办展平台。

2) 公司在一带一路市场、RCEP 市场部分展会情况

①报告期内，公司在一带一路国家阿联酋迪拜成功举办了两场展会，其中 12 月举办的展会规模近 7 万平方米，本届博览会创造了中国在境外自办展规模的新纪录，成为中东地区商人采购中国商品最大、最重要的展览平台。迪拜展会已连续举办十五年，已经成为中阿两国商贸合作交流的重要平台之一。本届博览会在中国驻阿大使馆、驻迪总领馆的关心、支持和指导下，共吸引了来自广东、浙江、江苏、山东等十六个省市超 2300 家外贸企业参展，展位数超过 3200 个，吸引国际专业买家观展超 7.4 万人次，占比前五的买家来源国分别是阿联酋、印度、沙特、阿曼、卡塔尔，此外还吸引了埃及、埃塞俄比亚、南非等非洲地区采购商，以及英国、土耳其、希腊、荷兰、德国、美国等欧美国家的专业买家来到现场。

根据中东市场需求，依托米奥兰特深耕中国外贸领域及全球市场 20 余年所积累的丰富经验和深入洞察，本届展会优选在市场规模、上下游匹配度、持续增长潜力等方面极为突出的 8 大行业板块，采用“1+N”的形式开展，即“8 大主题专业展组成 1 场中国出海品牌联展”，包括：BDE 建材家装展、HOMELIFE 家居礼品展、ABC&MOM 孕婴童展、INTEX 纺织服装展、AES 家用电器与消费电子展、TIN 工业装备和零部件（联）展、PPP 塑料印刷包装及食品加工设备展、以及 PNE 电力新能源展同期不同馆举办，实现了专业展升级。



迪拜展会现场

②报告期内，公司在 RCEP 国家印度尼西亚（印尼）成功举办了三场展会，总办展规模达到近 8 万平方米。中国（印尼）贸易博览会是印尼当地极具影响力的中国自办展，是中印两国商贸交流合作的重要盛会之一，也是中国企业在东南亚寻求发展的重要一站。

2023 年 11 月举办的印尼博览会在印尼工商会、印尼工商会中国委员会、印尼首席执行官商业论坛、印度尼西亚中华总商会等支持下，来自浙江、广东、四川、江苏等地超 1000 家企业参展，展位数近 1500 个，总展示面积超 4 万平方米，数万件中国制造产品齐聚雅加达，再现中国产品及品牌实力，本届博览会共有超 9 万印尼及周边国家的买家完成观展预登记，实际到场买家超过 2.4 万人，采购金额超过 31 亿美元。

根据采购商和展商的实际需求，本届博览会采用 1+N 的形式展出，由 9 个专业展同期举办组成，涵盖多个行业和领域，包括纺织服装展、工业装备和零部件（联）展、塑料印刷包装及食品加工设备展、家用电器与消费电子展、家居礼品展、建材五金展、孕婴童展、电力能源展、智慧交通展。



印尼展会现场

③报告期内，公司在 RCEP 国家日本举办了三场 AFF 展会，日本 AFF 展会是公司收购的子公司中纺广告展览有限公司的核心项目，2023 年举办的 AFF 展会总规模达 3 万平方米，实现了历史的突破，其中“AFF·大阪 2023”展会是时隔四年后大阪首次完全恢复线下办展首展，同时 2023 年在公司的赋能下，AFF 展会增加了在大阪办展的频次，由原来每年一场增加至两场，另外东京展会的规模较 2019 年翻了一番。中纺 2023 年度实现营业收入较去年同期增长超过 150%，实现利润总额较去年同期增长超过 340%，营收与利润均大幅增长，该展会受到了业界及行业媒体的高度关注。

在米奥会展的赋能下，AFF 展会首次走出日本，推向全球，报告期内分别在越南、印尼、迪拜举办了纺织服装展，AFF 展会已突破了地域范围，开启了全球办展布局。



AFF 展会现场

3) 数据驱动的数字展览

公司展会的成功举办离不开公司数字化建设赋能，通过不断对展会数字化服务产品的打磨升级，形成了行业领先的双线融合的创新办展模式，数字化的赋能已经全方位地渗透到办展、参展、观展三个层面，通过数字化的办展、参展、观展实现精准的买家撮合。同时公司已实现 AI 在数据匹配、内容生成、视频制作中的广泛使用，逐渐打造了以数据驱动的数字专业展，实现数字化办展、数字化参展、数字化观展全链路精准对接。



在数字化参展层面，公司研发打磨的网展贸 O2O 服务为参展企业与买家之间架起了高效沟通的桥梁，通过应用智能化技术，充分整合线上、线下的多种资源，使得参展企业参展能够更加便捷、精准地与潜在买家进行对接、沟通、洽谈，从而实现了交易与合作的最大化可能，该产品为参展企业与买家提供了一站式的资源整合、商务对接等服务，改变了传统守株待兔式的参展模式，参展效果和参展体验具有了极大的突破，是参展企业较为青睐的一款服务产品。

米奥科技作为研发产品的实施单位已被评定为高新技术企业，在报告期内还获得了“国家科技型中小企业”、“创新型中小企业”、“软件企业”的资质，同时取得了“米奥外贸助手 MeoCopilot 软件 V1.0”、“米奥兰特展会现场管理系统 V2.0”等 8 项软著著作权，已累计获得 6 项专利，29 项软著著作权。

4) 报告期内主营业务的其他情况

报告期内，公司与汉诺威联手举办了第五届印尼工业装备和零部件（联）展，来自浙江、广东、四川、江苏等 270 家中国机械设备的企业齐聚印尼，与印尼政府、行业协会、实力采购商交流接洽，共探商机，本次展会展示了创新产品技术及解决方案，积极助力参展企业开拓印尼及东南亚市场，受到来自中印双方诸多展商、买家及政府协会的高度肯定，认为是业内不可多得的一场东南亚地区的高品质工业机械商贸盛会。

报告期内，专注教育装备产业的控股子公司深圳华富展览服务有限公司顺利在国内举办了教育装备展，总办展面积超 11 万平方米，参展企业超 1200 家次，观众超 22 万人次，规模上已恢复至 2019 年的水平，华富国内业务基本恢复，2023 年的业务基本达成预期收益。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

追溯调整或重述原因

其他原因

元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年 末增减	2021 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	868,449,405.17	595,484,129.44	595,484,129.44	45.84%	522,883,374.09	522,883,374.09
归属于上市公司股东的净资产	656,263,898.51	447,639,856.93	447,639,856.93	46.61%	383,969,054.17	383,969,054.17
	2023 年	2022 年		本年比上年增 减	2021 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	834,970,775.31	348,312,961.72	348,312,961.72	139.72%	181,640,930.64	181,640,930.64
归属于上市公司股东的净利润	188,207,680.36	50,385,049.39	50,385,049.39	273.54%	57,645,024.53	57,645,024.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	181,880,905.82	35,942,287.73	35,942,287.73	406.04%	53,530,941.43	53,530,941.43
经营活动产生的现金流量净额	271,369,271.49	75,882,729.89	75,882,729.89	257.62%	14,292,460.25	14,292,460.25
基本每股收益（元/股）	1.24	0.50	0.34	264.71%	-0.58	-0.39
稀释每股收益（元/股）	1.23	0.50	0.33	272.73%	-0.58	-0.39
加权平均净资产收益率	34.35%	12.25%	12.25%	22.10%	-14.10%	-14.10%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	67,850,076.65	285,527,559.43	115,809,160.06	365,783,979.17
归属于上市公司股东的净利润	1,071,342.77	75,123,579.15	5,532,838.70	106,479,919.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	372,223.58	73,093,389.08	4,250,402.91	104,164,890.25
经营活动产生的现金流量净额	115,149,194.76	68,664,231.23	89,213,593.42	-1,657,747.92

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	4,690	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	3,707	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
方欢胜	境内自然人	23.08%	35,299,577.00	26,864,682.00	质押	2,865,000.00			
潘建军	境内自然人	22.96%	35,117,029.00	26,637,771.00	质押	2,965,000.00			
姚宗宪	境内自然人	9.30%	14,228,079.00	11,008,558.00	不适用	0.00			
俞广庆	境内自然人	4.20%	6,422,720.00	0.00	不适用	0.00			
程奕俊	境内自然人	2.41%	3,689,144.00	0.00	不适用	0.00			
太仓长三角股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.96%	3,001,000.00	0.00	不适用	0.00			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.37%	2,088,535.00	0.00	不适用	0.00			
交通银行股份有限公司—嘉实优势成长灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.85%	1,293,800.00	0.00	不适用	0.00			
中国银行股份有限公司—嘉实研究精选混合型证券投资基金	其他	0.66%	1,010,300.00	0.00	不适用	0.00			
中国银行股份有限公司—富国创新趋势股票型证券投资基金	其他	0.65%	1,001,500.00	0.00	不适用	0.00			

上述股东关联关系
或一致行动的说明

公司未知前 10 名股东之间是否存在关联关系或一致行动人。

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

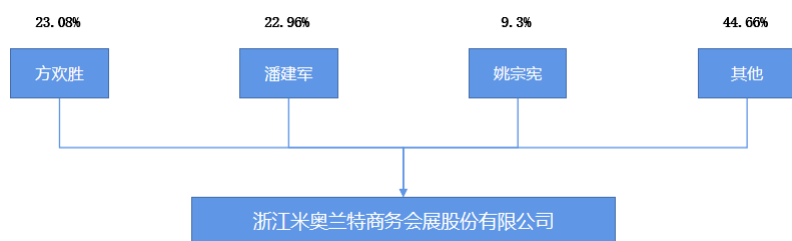
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

不适用