证券代码：300662　证券简称：科锐国际　公告编号：2025-007

北京科锐国际人力资源股份有限公司

【2024】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。

信永中和会计师事务所（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信永中和会计师事务所（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196,806,360为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.6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0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	科锐国际	股票代码	300662
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	张宗伟	贺乐斌	
办公地址	北京市朝阳区朝阳门南大街10号楼A座5层	北京市朝阳区朝阳门南大街10号楼A座5层	
传真	010-59271313	010-59271313	
电话	010-59271212	010-59271212	
电子信箱	CIBDO@careerintlinc.com	CIBDO@careerintlinc.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司不断完善“技术+服务+平台”的全产业链生态模式，持续加大技术投入，大力推进内部数字化建设与各类直聘平台、产业互联平台、人力资源管理saas等产品开发，加强线上平台与线下服务产品的协同，国内与海外业务的协同以及前台与服务中台后端门洞的紧密配合，为广大客户提供专业的人力资源服务整体解决方案。

1.中高端人才寻访

中高端人才寻访，也称猎头业务，是一种针对中高端人才的招聘模式，通为客户提供咨询、搜寻、甄选、评估、推荐并协助录用中高级人才的服务活动。其目标就是人（即中高端人才）与资料有较高知识水平，专业技能的中高级管理人员、中高级技术人员或其他稀缺人员，处于企业组织结构中的中层或高层位置，中高端人才的寻求以为企业提供一整套完善的服务流程，通过针对性寻访、面试、测评等工具方法，对候选人才进行反复甄选，具有效率高、及时准确等特点，能提高招聘效率，帮助企业提高劳动生产率和人力资本质量。

本公司中高端人才寻访业务以“区域+新增+行业”矩阵式划分服务单位，公司拥有多年进行业及新增经验积累，深谙中国重点行业的人才需求特征，致力于提供精准高端的人才解决方案。中高端人才寻访业务覆盖医药、消费品、房地产、金融、物流、工业制造、能源化工等传统行业，以及文化教育、高科技、互联网、现代服务业等新兴行业；此外，公司也基于研发、工程、制造、供应链、市场、销售、财务、法律、人事等多种职能职位形成跨行业的中高端人才寻访业务体系。

2、招聘流程外包

招聘流程外包，是一种以客户为导向，以项目为建制的招聘解决方案服务，是着眼于公司在较长的招聘周期内大规模招聘需求提供的定制化解决方案。招聘流程外包服务过程中，企业客户需要招聘的整个或部分流程外包给第三方服务机构来完成，由其负责招聘人才规划、雇主品牌维护、招聘管理系统优化、招聘流程实施、应用和改进以及第三方供应商管理等，以期达到招聘周期、弹性招聘成本、提高招聘效率、提升用人部门满意度。招聘流程外包业务特别适用于人员流动频繁、批量招聘需求大、岗位同质性高、注重招聘时效和质量的企业，是帮国企业更明的一种人才服务解决方案。

本公司提供的是通对通招聘流程外包业务，面客户即整体的招聘流程全部外包给本公司完成，本公司提供的服务包括：前期1到3个月的招聘流程及招聘组织结构优化咨询，设计招聘方案，引入招聘系统，执行招聘计划等，具体流程从确定职位描述，到分析用人需求，影响需求；与用人部门负责人沟通，招聘复盘；与用人部门负责人沟通，面试前准备，人才测评，面试前说明通知，直至候选人报到的所有环节。需对通招聘流程外包业务是一种帮助面临较高的招聘流程外包服务需求，有效减少但客户人力资源部门的招聘压力，以便其专注于其他非招聘类的人力资源管理，是目前全球招聘流程外包业务的主流模式以及中国未来招聘流程外包业务的主要服务形式。

3.灵活用工

灵活用工是一种人力资源管理方式，指企业根据业务需求的波动，灵活调整员工数量和工作时间，通常通过业务外包、雇佣非全日制、临时或合同工的方式来实现，具体市场服务表现有岗位外包、兼职服务、临时服务、劳务派遣服务。灵活用工方式可以帮助企业提高组织人力成本、提高运营效率，并快速响应市场变化。公司所涉及的灵活用工业务专指岗位外包业务和兼职专家服务等，主要对接龙头企业客户“专精特新”企业、高校和科研机构的人才需求，依托全球业务网络和渠道资源，提供专业岗位外包及兼职专家服务。

4.技术服务

公司的技术服务业务主要指的是人力资源产业互联平台（采桔），人力资源saas云系列产品（科锐才到云）等产品。

图 1:人力资源产业互联平台

图 2:人力资源管理saas平台

5.其他业务

除上述业务外，本公司其他业务主要为传统劳务派遣、企业代理服务、咨询与调研、职业培训、转职服务等业务形式。

图3:公司整体产品结构图

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

单位：元

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	4,024,548,447.85	3,748,359,452.20	7.37%	3,748,735,130.95
归属于上市公司股东的净资产	1,972,178,807.67	1,795,320,801.00	9.85%	2,263,113,893.47
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	11,787,660,144.16	9,778,499,802.73	20.55%	9,092,062,287.06
归属于上市公司股东的净利润	205,349,967.12	200,501,198.39	2.42%	290,792,115.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	138,854,501.32	134,072,719.71	3.57%	235,347,392.76
归属于上市公司股东的扣除员工限制性股票成本和非经常性损益的净利润（元）	144,284,362.08	133,544,275.18	8.04%	239,836,650.67
经营活动产生的现金流量净额	118,299,677.73	175,002,759.28	-32.40%	337,738,569.49
基本每股收益（元/股）	1.0434	1.0196	2.33%	1.4856
稀释每股收益（元/股）	1.0409	1.0196	2.09%	1.4818
加权平均净资产收益率	10.91%	9.87%	1.04%	13.49%

（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	2,639,370,993.83	2,901,889,757.35	2,974,786,688.26	3,271,612,704.72
归属于上市公司股东的净利润	40,650,565.18	45,436,817.56	49,166,001.31	70,096,583.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,730,455.46	41,519,727.09	47,748,464.32	26,855,854.45
经营活动产生的现金流量净额	-82,361,143.58	59,571,178.35	56,993,807.41	84,095,835.55

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	12,029	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,794	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
霍尔果斯麦永康达创业投资有限公司	境内非国有法人	30.42%	59,862,540.00	0.00	质押	16,000,000.00
全国社保基金四一八组合	其他	3.73%	7,345,880.00	0.00	不适用	0.00
天津奇特咨询有限公司	境内非国有法人	3.27%	6,426,262.00	0.00	不适用	0.00
广发基金管理有限公司－社保基金四二零组合	其他	2.88%	5,676,961.00	0.00	不适用	0.00
CAREER SEARCH AND CON-SULTING (HONG KONG) LIMITED	境外法人	1.91%	3,755,165.00	0.00	不适用	0.00
汇添富基金管理股份有限公司－社保基金17022组合	其他	1.30%	2,554,716.00	0.00	不适用	0.00
平安安赢股票型养老金产品－中国银行股份有限公司	其他	1.26%	2,478,007.00	0.00	不适用	0.00
中国建设银行股份有限公司－华宝生态中国混合型证券投资基金	其他	1.10%	2,173,428.00	0.00	不适用	0.00
基本养老保险基金一二零八组合	其他	0.98%	1,937,400.00	0.00	不适用	0.00
周培良	境内自然人	0.84%	1,656,302.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知前十大股东之间，以及其他前10名无限售流通股股东和其他前10名股东之间是否存在关联关系，以及是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

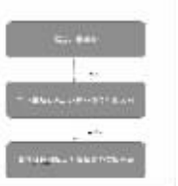
公司是否具有表决权差异安排

□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

（一）实施股权激励计划或员工持股计划的情况

2024年1月18日，本公司召开2024年第一次临时股东大会，会议审议通过《关于〈2023年限制性股票激励计划（草案）〉及摘要的议案》《关于〈2023年限制性股票激励计划考核管理办法〉的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理2023年限制性股票激励计划有关事项的议案》；2024年1月19日，本公司分别召开第四届董事会第一次会议和第四届监事会第一次会议，审议通过《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》，确定2024年1月19日为首次授予日，向符合资格的96名激励对象共计授予407.26万股限制性股票，授予价格为15.66元/股。

2024年，实施2023年年度权益分派方案

2023年年度利润分配方案已经公司2023年年度股东大会审议通过，公司以总股本196,806,360股为基数，向全体股东每10股派0.80元人民币现金（含税），共分派现金红利15,744,508.72元（含税），并于2024年7月11日实施完成，具体内容详见公司于2024年7月3日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《2023年年度权益分派实施公告》（公告编号：2024-048）。

（三）实施2023年限制性股票授权激励预留部分计划

2024年9月12日，公司分别召开第四届董事会第五次会议和第四届监事会第五次会议，审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划授予价格的议案》《关于向激励对象授予预留部分限制性股票的议案》，本次激励计划授予限制性股票预留授予40.39万股，占本激励计划草案公告之日公司股本总额的0.2306%，占本激励计划限制性股票授予总额的10.0276%。同时因2023年年度利润分配影响，授予价格由15.66元/股变更为15.58元/股。

证券代码：300662　证券简称：科锐国际　公告编号：2025-004

北京科锐国际人力资源股份有限公司 关于2024年年度报告披露的提示性公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2025年4月24日，北京科锐国际人力资源股份有限公司（以下简称“公司”）召开第四届董事会第六次会议，审议通过了关于公司《2024年年度报告全文及其摘要》的议案。

公司2024年年度报告全文及摘要于2025年4月26日在中国证监会指定的创业板信息披露网站巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）上披露，请投资者注意查阅。

特此公告。

北京科锐国际人力资源股份有限公司董事会

2025年4月25日

证券代码：300795　证券简称：米奥会展　公告编号：2025-009

浙江米奥兰特商务会展股份有限公司

【2024】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无变更，仍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2,227,226,046为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.5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0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

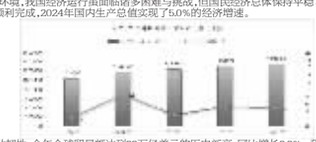
股票简称	米奥会展	股票代码	300795
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	姚宗宪	陆艳君	
办公地址	上海市恒丰路218号现代交通商务大厦21楼2104室	上海市恒丰路218号现代交通商务大厦21楼2104室	
传真	021-61331709	021-61331709	
电话	021-61331777	021-61331777	
电子信箱	zhengquan@meorient.com	zhengquan@meorient.com	

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司所处行业情况

（一）全球经济形势复杂承压，我国外贸发展韧性强、格局优

2024年，世界经济持续复苏但增长乏力，总体增速放缓，地缘矛盾的联动性与危险性愈发凸显，供应链重构问题持续加深，贸易需求总体上升但发展失衡和不确定性增加等风险因素也更加突出。与此同时，以生成式人工智能为代表的科技变革迅猛发展，对全球产生全方位影响。面对复杂多变的外部环境，我国经济运行虽面临诸多困难与挑战，但国民经济总体保持平稳、稳中有进，高质量发展边出新步伐，经济社会主要发展目标任务顺利完成，2024年国内生产总值实现了5.0%的经济增速。



2024年，全球贸易展现出强劲韧性，全年全球贸易额达到33万亿美元的历史新高，同比增长3.3%。我国外贸展模持续扩大，结构不断优化，整体呈现质升量稳运行态势。随着外贸发展新动能不断增强，出国展览步入发展快车道，在2023年逐步复苏的良好基础上进一步蓬勃发展，迎来前所未有的机遇。

海关总署数据显示，2024年中国货物贸易进出口总值43.85万亿元（人民币，下同），规模创历史新高，同比增长5%。其中，出口连续8年保持增长，规模首次突破25万亿元，达25.45万亿元，增长7.1%；进口18.39万亿元，增长2.3%。

2024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（%）	占全部出口比重（%）	
东盟	41736	13.4	16.4	28163	3.2	15.3	
美国	37337	6.1	14.7	11641	1.2	6.3	
欧盟	36751	4.3	14.4	19164	-3.3	10.4	
中国香港	20719	7.3	8.1	1321	37.8	0.7	
日本	10816	-2.3	4.2	11119	-1.7	6.0	
韩国	10415	-0.5	4.1	12931	13.6	7.0	
印度	8574	3.6	3.4	1280	-1.7	0.7	
俄罗斯	8212	5	3.2	9198	1	5.0	
中国台湾	5350	11	2.1	15498	10.5	8.4	
巴西	5128	23.3	2.0	8258	-4.4	4.5	
南非	1552	-6.5	0.6	2180	-3	1.2	

我国与共建“一带一路”国家进出口达到22.07万亿元规模，比上年增长6.4%，占我国外贸总值的50.33%，出口12.21万亿元，增长9.6%；进口9.86万亿元，增长2.7%。对RCEP其他14个成员国合计进出口额13.16万亿元，比上年增长4.5%。

2024年中国与一带一路国家（地区）进出口贸易金额TOP10									
排名	国家/地区	进出口		出口		进口		贸易顺差（亿元）
		金额（亿元）	同比（%）	金额（亿元）	同比（%）	金额（亿元）	同比（%）	
1	韩国	23346	6.9	10415	-0.5	12931	13.6	-2516
2	越南	18548	14.6	11520	19	7028	8.1	4492
3	俄罗斯	17410	2.9	8212	5	9198	1	-986
4	马来西亚	15087	12.7	7220	17.6	7867	8.6	-647
5	巴西	13387	4.6	5128	23.3	8258	-4.4	-3130
6	印度尼西亚	10517	7.4	5458	19	5058	-2.9	400
7	泰国	9533	7.4	6122	15	3412	-4	2710
8	新加坡	7907	3.9	5638	4.3	2269	2.7	3369
9	沙特阿拉伯	7651	1.6	3562	18.2	4089	-9.5	-527
10	阿联酋	7247	8.5	4668	19.2	2579	-6.7	2089
一带一路合计		220685	6.4	122095	9.6	98589	2.7	23506

中国连续16年保持东盟第一大贸易伙伴地位，东盟连续5年是中国第一大贸易伙伴。2024年中国与东盟贸易总值6397万亿元，增长9.0%，占中国外贸总值的15.9%。其中，对东盟出口4.17万亿元，增长13.4%。

2024年前三季度中国与其他金砖国家的进出口总额为4.62万亿元人民币，同比增长5.1%，金砖国家扩员后（2024年成员国增至10国），中国与金砖国家贸易规模持续扩大，前三季度增速高较2023年有所放缓，但仍保持韧性。

从国家统计局的数据来看，2024年我国对外贸易虽面临诸多挑战，但整体发展态势良好，彰显了强劲韧性与综合竞争力。在复杂多变的全球经济形势下，我国出口在高基数上继续保持增长，不仅实现了规模的进一步扩大，更在贸易结构与区域市场上实现了质的有效提升。特别是在“一带一路”沿线国家、RCEP成员国以及东盟市场，我国对外贸易优势明显，进出口规模持续扩大，贸易份额稳步提升，区域合作不断深化，贸易格局持续优化。报告期内，公司办展区域重点布局在一带一路、RCEP及金砖国家市场（出口三大增长最快的市场），区域内的展数量占报告期内公司总体办展数量近90%。

（二）政策助力出国展览，多举措推动外贸高质量发展

2024年，全国两会热议的“鼓励企业出海发展”，已然掀起出海浪潮，“中国制造”正迈向“中国品牌全球制造”新时代。中国外贸从2023年的“稳外贸、拓市场”，进阶至2024年的“稳外贸、优结构”。境外展会作为中国企业“走出去”的关键载体，在推动对外贸易发展中扮演重要角色，国家及地方各层面纷纷出台政策予以支持。

2024年初，商务部公厅发布《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》通知，着重强调支持内贸企业拓展国际市场，培育内外贸融合展会的重要意义。商务部在年初也明确表态，将大力支持企业参加境外展会，助力企业开拓全新市场。同年6月，商务部等9部门发布《关于拓展境电商出口推进海外仓建设的意见》，全力支持跨境电商企业“群展出海”，各地政府积极响应，在资源调配、资金扶持等方面加大投入，持续推动境外日办展会的培育工作，为出国展览实现高质量发展予实基础。

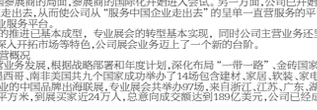
2024年，中国贸促会开展“下团出海”行动，全国贸促系统积极为中外企业搭建更为优质的经贸交流平台，鼓励贸促机构、商协会积极行动，进一步强化对各类外贸企业参与境外展会的扶持力度。与此同时，新质生产力成为年度热门展览主题，随着外贸发展新动能持续增强，出国展览步入快速发展通道。展览业作为现代化产业体系的重要构成部分，是推动更高水平开放、全面推进中国式现代化和实现经济高质量发展的关键平台，2024年《求是》杂志刊发文章，习近平总书记进一步强调，新质生产力是高质量发展的内在要求。在此背景下，政府将展览业提作促进经济发展的重要抓手，企业出国参展办展的力度与频次不断提升，为外贸稳规模、优结构贡献关键力量，有力推动新质生产力发展。

2024年12月，中央经济工作会议明确了积极推动“首发经济”发展的重要决策。随后，商务部等七部门联合印发《零售业创新提升工程实施方案》，对“发展首发经济”“支持百店、百展、百秀”等工作作出具体部署。叠加商发经济政策支持，以创新驱动为引领，激发外贸新动能，充分展现政府在推动产业升级、提升国际竞争力方面的关键作用，助力中国出境展览为中国高质量发展贡献更大力量。

作为中国会展第一股以及专注境外日办展领域的龙头公司，公司在资本助力下，得以快速获取资源并开拓优化发展模式，发挥布局全球日主展览营销平台助力中国外贸的作用，也成为国内创新产品、材料、技术在全球的推广首发平台。在服务外贸企业的同时公司还开放了全球办展平台，努力成为服务产业的平台，助推中国境内品牌走出去，通过服务国内品牌展览，促使其内展外办，帮助这部分展览变成为外贸展会服务的展览平台，满足贸促会双循环高质量发展的市场需求。？

（三）2024 全球展览市场增长向好，AI影响凸显且国内赋能新发展

根据2024年6月全球市场研究公司（GMI）发布的《全球展览市场报告2024-2032》，全球展览市场规模2023年为394亿美元，估计在2024年至2032年年复合增长率为7%，其中2023年贸易展览板块的规模为225亿美元，占整个展览市场板块的57%。全球展览市场呈现积极发展的态势。



根据2024年7月以及2025年1月全球展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry,UFI）发布的第33期与第34期《全球展览行业晴雨表》数据显示，全球范围内展会租赁面积、展览活动较去年呈增长趋势，自2020年开始至2023年，全球展览市场的平均收入增长均以2019年为参照对比，逐步恢复至2019年的水平，2024年的收入较2019年增长了16%，说明全球展会在2024年已经完全恢复并超出2019年。

历年平均收入较2019年的增长					
	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
全球展览市场	-72%	-59%	-23%	0%	16%
公司	-78%	-57%	-18%	96%	76%

公司营业收入较2019年的增长除2020年略低于全球展览行业的增长，其余年份均高于行业的增长水平，且2023年与2024年均较大幅度地超过了全球展览行业平均收入水平，公司2024年营收较2019年增长了76%。

对于全球展览业业面言，短期内最紧迫的疫业问题是“国内市场的经济状况”；另外在全球范围内，有一个压倒性的共识（92%的公司表示了这一点）：人工智能将影响该行业，预计受人工智能发展影响最大的两个主要领域为：“销售、市场营销和客户关系”（全球86%）和“研发”（82%）。

2024年，国内鼓励顺应大数据、云计算、人工智能等发展趋势，利用人机交互、人工智能、大数据可视化、元宇宙等新技术，推动“数字+会展+体验”等新场景加快发展，为展览业高质量发展提供了新动能。

（四）2024 年中国出国展览快速发展，多区域市场保行业新发展

2023年出国参展赴市场强劲复苏潮，2024年未能延续此前盛况。走出去已经从早期的贸易走出去迭代到投资走出去，投资走出去领衔了当前的出海热潮。同时前期如政府包机等非常规支持也已不再，中国企业贸易走出去在选择国际市场时更为谨慎，决策也日趋理性。中国境外参展整体规模略有收缩，但中国展览“走出去”的意愿却日益增强。根据《2024中国展览数据统计报告》，2024年中国境外办展主办机构共53家，较上年增加16家，增幅为43.24%。其中独立办展33家（公司及控股子公司25家），合作办展8家。

2024年，中国境外自主办展总数为216个，较上年的增加了26个，增幅为13.68%，其中公司（含中资）办展数量为97个，办展数量占比44.91%。在中国境外办展主办机构排名第一。中国在境外日主办展总面积为129.53万平方米，较上年增加了31.81万平方米，增幅达32.55%，其中公司（含中资）办展面积为近30万平方米，办展面积占比22.64%，在中国境外办展主办机构排名第一。

在中国境外日主办展的216场展览中，针对一带一路、RCEP、金砖国家等中国产品出口热点区域市场日主办展情况为：

有160场展览在“一带一路”沿线国家举办，占境外日主办展总数的78.24%，较上年增加了60场，增幅35.50%；其中公司在“一带一路”沿线国家举办的专业展会数量为77场，占比45.56%。

有94场展览在RCEP成员国举办，占境外日主办展总数的43.12%，其中公司在RCEP成员国举办的专业展会数量为40场，占比42.55%。

有75场展览在金砖成员国举办，占境外日主办展总数的34.72%，其中公司在金砖成员国举办的专业展会数量为34场，占比45.33%。

上述数据说明公司在一带一路、金砖国家及RCEP三大市场的展览布局优势明显。同时也能看到中国展览业已具备从“本土优势”向“全球布局”跃升的产业基础，境外办展正从中国展览业的补充性业务升级为结构性增长方向，国内主办机构的国际化拓展将成为行业发展的新动能。

二、报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司主营境外会展的策划、组织、推广及运营服务，聚焦中国企业与中国产业走出去，打造“自主产权、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，正式从为“中国制造”量身打造拓展全球展览服务平台，升级迭代为“中国品牌展出海孵化平台”。面临复杂的外部环境，公司致力于成为中国外贸企业出海一站式服务的供应商；同时，公司抓住当下的机遇和有利时机，结合新质生产力发展要求，集约中国展会力量，积极打造中国品牌展览出海的孵化平台，并借助公司在境外日办展领域内积累30年的办展优势，充分利用公经掌握的政策资源优势、海外办展资源优势以及国内外展览业发展脉络与培育孵化未来细分专业展的能力优势，进一步扩大公司境外日办展的办展规模，优化办展效果。

1.公司主营业务发展的阶段变化与专业化转型基本路径

2023年公司结束了长期在海外举办综合展的阶段，进入了专业展的升级打造，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迭代，自此从“国际综合展”进入到“国别专业展”的战略阶段。随着全球展览市场恢复正常，公司2024年的办展频次也从反弹时期的高频举办逐步恢复正常，接近2019年的正常办展频次。

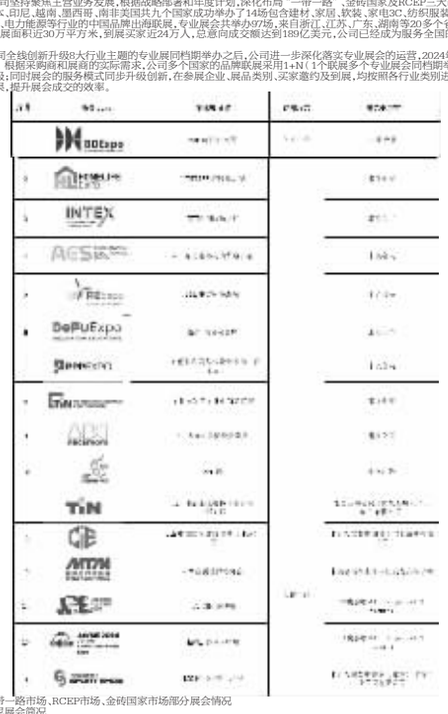
在“国别专业展”的战略阶段内，公司积极招募行业展专业人才加入公司，深化落实公司专业展的运营，夯实专业展的品牌建设，扩大专业展的落地规模；同时基于公司多年海外展会运营经验和资源的积累，在国别专业展的推进过程中，公司积极促成了办展目的国本土展商的组展参展，在今年上半年举办的日本AFF展会以及在即将开展的越南展会的展会上，已出现了日本以及印尼、阿联酋当地展商的身影，打破了公司以往展会只有中国参展商的局面，参展商的国际化开始进入尝试。另一方面，公司已开始着手布局“中国品牌展出海孵化平台”的打造，聚焦推进中国展览走出去，从而使公司从“服务中国企业走出去”的呈单一直营服务的平台模式慢慢升级为“服务中国会展产业走出去”的组展生态的产业服务平台。

报告期内，公司国别专业展的推进已基本成型，专业展会的转型基本实现，同时公司主营业务还呈现出拥抱新质生产力、“AI+数据”驱动赋能以及区域品牌出海深入开拓市场等特色，公司展会业务迈上了一个新的台阶。

2.报告期内国别专业展的经营概况

报告期内，公司坚持聚焦主营业务发展，根据战略部署和年度计划，深化布局“一带一路”、金砖国家及RCEP三大市场，分别在波兰、阿联酋、巴西、日本、印尼、越南、墨西哥、南非美国共九个国家成功举办了14场包含建材、家居、软装、家电3C、纺织服装、宠物、孕婴童、舞台音响、工业机械、电力能源等行业的中国品牌出海联展，专业展会共举办97场，来自浙江、江苏、广东、湖南等20多个省市共计超过7500家企业参展，总办展面积近30万平方米，到展买家近24万人，总意向成交额达到189亿美元，公司已经成为服务全国的境外日主办展平台。

继2023年公司全线创新升级8大行业主题的专业展同档期举办之后，公司进一步深化落实专业展会的运营，2024年已扩大到15大行业主题的专业展。根据米购商和展商的实际需求，公司多个国家的品牌联展采用1+N（1个联展多个专业展会同档期举办）的形式展出，在延续中创新升级；同时展会的服务模式同步升级创新，在参展企业、展品类别、买家邀约及到展，均按照各行业类别进行匹配，保证专业观展和交流的效果，提升展会成交的效率。



3、公司在一带一路市场、RCEP市场、金砖国家市场部分展会情况

（1）公司印尼展会简况

印尼作为“21世纪海上丝绸之路”首棋之地，也是世界第四大人口国家及东盟最大经济体，近年来与中国在共建“一带一路”倡议下展开了密切合作，同时也是RCEP市场的主要经济体。中国已连续多年成为印尼最大的贸易伙伴、进口来源地和出口目的地，双边经贸合作展现出强劲的增长态势，2024年中国印尼双边贸易额已达1.05万亿美元。在此背景下，印尼展览作为雅加达乃至东南亚地区最大的中国日办展，吸引了国内外众多主流展协会、商贸人士、媒体代表及专业买家的高度关注与积极参与。

2024年印尼中国出口品牌联展在雅加达成功举办三届，年展览总面积突破10万平方米，集结了来自中国各省市以及印尼本土近2,500家企业参展，吸引RCEP市场专业买家超16万人次。其中，11月27日–30日举办的第八届印尼中国出口品牌联展中，行业展规模再升级，由11大行业展组成，新增JAVME舞台首亮展，JPE雅加达国际宠物展，2024中国体博会（印尼）–东盟展三大展。

展会期间，公司携手当地商业协会、行业专家与领军企业代表将举办了近30场系列活动，涵盖多个行业前沿论坛、产品研讨会议等，聚焦印尼最新的进口政策、市场趋势及改革走向，投资者和从业者建议、东盟区域合作联盟成立等议题，深入探讨产业发展趋势。

（2）公司迪拜展会简况

阿联酋作为“一带一路”沿线重要国家和中东地区经济实力最雄厚的国家之一，连续多年是中国在中东地区第一大出口市场，2024年中阿双边贸易额达7247亿元人民币，同时，其国内生产总值(GDP)在2024年前三季度达到了9304亿美元，全年预计超十亿美元，展现了其本身强大的经济体量和增长潜力。作为中东地区规模最大的中国日办展，2024年阿联酋展会计举办两届，全年累计参展企业超3,000家，展览面积超10万平方米。其中，为积极响应国家首发经济号召，12月17日–19日举办的第十七届阿联酋中国品牌联展的2000多家展商中，首次来中东参展的企业超800家，其首发新品近10万件，阿联酋联展已成为中企掘金中东的“首发”平台，企业带着高质量的产品和最新成果奔赴迪拜，以展会为契机积市场，抢订单，将中国“智”造推向更广阔的国际舞台。

为助力展商们更精准、高效开拓中东市场，在第十七届阿联酋中国品牌联展展期间，近600场行业大买家贸易对接会持续进行中，通过与阿联酋知名品牌大买家的1V1商洽对接，帮助参与企业直面当地市场，精准对接本土商业资源。阿联酋零售巨头LULU集团、Homebox、Day to Day、DAMAC、MDS集团、SWISS PLUS、2XL、Al Jazeera Household、Safeer Group等各行业中东大买家出席对接会与中企沟通、采购。

4.报告期内展会呈现出的新特色

（1）积极拥抱新质生产力，驱动中国外贸高质量前行

科技创新能够催生新产业、新模式、新动能，是发展新质生产力的核心要素，展会则以其独特引擎方式激发中国外贸高质量发展。在第十六届阿联酋中国品牌出口联展上，AES家用电器及消费电子展、HMELIFE家居礼品展、INTEX国际纺织展及PNE电力及新能源展，新引入了百余家国内专业展会，近万件新颖展品，能提中国新质生产力企业创新实力。在第九届墨西哥中国出口品牌联展和第十一届印西中国出口品牌联展展会上，8大行业专业展合计超37,000平方米展览面积超46个细分品类，近1100家中企组团来到现场拉宾，竞出“杀手锏”，通过新产品、新技术、新场景、新应用，向拉美地区的专业买家展示匹配当地市场需求的优质中国产品和品牌。

（2）“AI+数据”驱动赋能展会已实现全渗透

鉴于传统展会企业存在展会开盲盒、语言沟通隐碍、守株待兔及接待有限、现场客户记忆混乱、展后买家跟进难等参展痛点，公司基于多年积累的公司级全球买家数据和行业采购信息的大数据平台，通过AI大模型智能答疑算法、独有专利的“网展钱O2O”商贸服务平台，展会以“AI+数据”驱动赋能全展用。

报告期内，公司携手全球顶尖学术机构与实验室，深度整合目主研发的AI Agent技术，成功打造了一系列具有颠覆性的智能工具：RFO采集助手、AI展会咨询助手、AI展商推荐引擎。这些工具精准洞察全球买家的核心需求，通过简化采购流程、提供个性化展会信息以及智能匹配潜在展商，显著提升了出海商机的对接效率与精准度。

在服务展商的过程中，公司AI平台充分展现了数字化参展的全方位优势，覆盖了目标市场分析、客户开发信创作、买家推荐与检索、客户智能接待等关键环节，这些工具的深度融合，不仅赋予展商深刻的市场洞察力，还能智能推荐并连接潜在买家，创作引人入胜的营销内容，并提供即时的买家咨询服务，为展商在国际市场中抢占先机提供了有力支持。在2024年9月美国中国出口品牌联展上，首次实现了“AI