

# 东浩兰生会展集团股份有限公司

## 2020 年年度报告摘要

### 一 重要提示

1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

#### 3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	姚莉	工作原因	曹炜

4 上会会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

#### 5 经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

本公司 2020 年度利润分配预案为：以公司总股本 535,920,895 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.30 元（含税），共派发现金股利 69,669,716.35 元。剩余未分配利润转入下一年度。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	兰生股份	600826	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张荣健	俞璟贇
办公地址	上海市博成路568号B座3楼	上海市博成路568号B座3楼
电话	021-51991611	021-51991610
电子信箱	rojay@lansheng.com	yujingyun@lansheng.com

## 2 报告期公司主要业务简介

### 1、主要业务

为进一步做强、做优上市公司业务，2020年10月公司完成重大资产重组，置出外贸资产的同时注入优质会展资产。公司主营业务由进出口贸易转变为会展业务，经营范围转变为体育赛事策划；市场营销策划；展览及信息领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广、技术交流；会议及展览服务；文化场馆管理服务；广告制作、发布、设计、代理；项目策划与公关服务；组织文化艺术交流活动；图文设计制作；实业投资；企业管理咨询；商务代理代办服务；数字文化创意内容应用服务；非居住房地产租赁；资产管理。

公司拥有会展业全产业链资源，业务涵盖展览组织、展馆运营、会议活动赛事、会展服务等。公司倾力打造东浩兰生会展品牌，旗下会展集团成为首批通过“上海品牌”认证的唯一会展企业，是UFI CHINA CULB的发起单位之一，也是黄金合作伙伴之一。

作为全国会展行业中的知名企业，会展集团凭借着丰富的组展办会经验和充足的资源优势，主办、承办了诸多重要展会。包括中国国际工业博览会、上海国际广告技术设备展览会、上海国际绿色建筑建材博览会、上海国际照明展览会等4个国际展览业协会（UFI）认证展会，以及中国（上海）国际技术进出口交易会、中国华东进出口商品交易会、中国自主品牌博览会、上海（国际）赛事文化及体育用品博览会、上海国际广告节等知名品牌项目。

会展集团承办的大型会议活动项目，如世界人工智能大会，每年吸引相关行业数百位世界500强企业高管参会，上千名海内外知名专家学者现场演讲，数十万专业观众及买家洽谈沟通，具有较强的国际影响力。旗下赛事公司承办的“上马”系列品牌赛事，充分彰显上海城市精神，成为闪亮的“上海城市名片”。2020年，上海国际马拉松升级为中国首个世界田联认证的白金标赛事，跻身世界顶级赛事行列。

会展集团运营上海世博展览馆，紧扣时代发展脉搏，探索利用人工智能、5G技术进行智慧场馆改造，将进博会期间构建智慧场馆综合管理平台的经验技术充分融入世博展览馆的运营管理，用技术力量提供更专业高效的会展服务。

报告期内会展集团主办、承办的主要展会及活动情况如下：

展会名称	展会类型	展会时间	展会地点	展会面积（平方米）	参展范围
云上2020年中国品牌日活动	承办	2020.5.10-5.12	线上	-	消费类、医疗类等品牌
2020世界人工智能大会云端峰会	承办	2020.7.9-7.11	世博中心及线上	-	人工智能产业
2020国际绿色建筑建材（上海）博览会	承办	2020.7.15-7.17	上海新国际博览中心	30,000	建筑节能、装配式建筑，外墙材料、内墙材料，建筑材料，室内装饰等

2020 上海国际广印展	主办	2020. 7. 21-7. 23	国家会展中心（上海）	100,000	数码喷印技术设备、雕刻设备、广告介质及材料等
第 22 届中国国际工业博览会	承办	2020. 9. 15-9. 19	国家会展中心（上海）	255,121	机床、自动化、新能源汽车等
北京国际广印展	主办	2020. 9. 23-9. 25	中国国际展览中心（静安庄馆）	11,000	数码喷印、标识标牌、LED, 雕刻切割等
中国人力资源技术大会	主办	2020. 9. 2-9. 3	上海世博展览馆	3,000	人力资源技术
华南国际工业博览会	主办	2020. 10. 12-10. 15	深圳国际会展中心（宝安新馆）	50,000	机床、工业自动化、机器人等
“一带一路”艺术上海博览会	主办	2020. 10. 23-10. 25	上海世博展览馆	15,000	油画、国画、艺术品等
第六届智博会暨第二届中国（华南）国际机器人与自动化展览会	承办	2020. 12. 2-12. 4	广东现代国际展览中心（东莞厚街）	30,000	工业自动化、机器人等
2020 上海国际城市与建筑博览会	承办	2020. 11. 25-11. 27	国家会展中心（上海）	41,000	城市更新、建筑装饰装修材料、城市规划与建筑设计等
第十四届上海金融服务实体经济洽谈会暨论坛	承办	2020. 10. 22-10. 24	上海世博展览馆	8,800	金融科技、金融文化/人才、资产管理以及普惠金融
第三届进博会上海综合形象展区	承办	2020. 11. 5-11. 10	国家会展中心（上海）	234	城市综合形象展示
上海国际赛事文化及体育用品博览会	主办	2020. 11. 26-11. 28	上海世博展览馆	17,000	路跑装备, 运动装备等
第二届上海金融科技国际论坛, 首届上海金融科技创新博览会暨全球金融科技节（2020）上海场	承办	2020. 12. 7-12. 9	城创中心	500	金融科技、金融产品等

1) 中国国际工业博览会（简称“中国工博会”）



中国工博会（China International Industry Fair 简称“CIIF”）是由工业和信息化部、国家发展和改革委员会、商务部、科学技术部、中国科学院、中国工程院、中国国际贸易促进委员会、联合国工业发展组织和上海市人民政府共同主办，中国机械工业联合会协办，东浩兰生（集团）有限公司承办的以装备制造业为展示交易主体的国际工业品牌展，每年秋季在上海举办。会展集团下属上海工业商务展览有限公司是具体承办单位。

中国工博会自 1999 年创办以来，通过专业化、市场化、国际化、品牌化运作，已发展成为通过国际展览业协会（UFI）认证，中国装备制造业最具影响力的国际工业品牌展，是我国工业领域面向世界的一个重要窗口和经贸交流合作平台。

经过多年发展，2019 年，工博会展览总面积达 28 万平方米，吸引了来自全球 32 个国家和地区的 2,610 家参展商，和来自境外 87 个国家和地区，中国境内 26 个省区市的 19 万人次观众参观，同期更举办了共 49 场论坛及专题活动，展会品牌覆盖率和综合影响力进一步提升。

2020 年举办的第 22 届工博会尽管受疫情影响，遭遇客户参展信心不足，展商退展等重重困难，但展会在危机中寻新机，在变局中拓新局，成功将规模保持在 20 万平方米以上，达到 25.5 万平方米，专业观众超越上年达 19.18 万人次，增长 4.67%。展会期间发布新产品新技术近 500 个，较去年增加了 66.67%，多个阔别工博会多年的展商也重回工博会大家庭，工博会的影响力得到了进一步提升。

## 2) 上海国际广告节



上海国际广告节（Shanghai International Advertising Festival 简称“SHIAF”）是由中共上海市委宣传部、上海市市场监督管理局、中国广告协会共同指导；青浦区政府、东浩兰生集团、上海大学支持；上海市广告协会与会展集团下属上海现代国际展览有限公司联合主办的一年一度的国际级广告节事活动。

2018年4月，在中共上海市委、市人民政府颁发的《关于全力打响上海“四大品牌”率先推动高质量发展的若干意见》指导文件中，上海国际广告节与上海国际艺术节、上海国际电影节等列入本市重大节庆项目。同时被上海市发改委列入“上海服务”品牌未来三年行动计划。

2019年，上海国际广告节以“创意连接世界”为主题，继续探索“展+会+节庆活动”一体化发展创新模式，对标戛纳和纽约广告节，设置论坛、奖项、展览、新锐挑战营等四块内容。近百位演讲嘉宾出席论坛，外籍讲师达到25位，现场吸引3,000人次观众，线上观众超过260万人次。总计颁发了113个奖项，并在广告节期间展出了优秀获奖作品。

2020年，上海国际广告节积极应对疫情影响，开设东浩兰生“云·2020上海国际广告节”，实现线上线下论坛联动，并首次实现国际三大广告节同时在线交流。

### 3) 上海国际广告印刷包装纸业展览会（简称“上海国际广印展”）



上海国际广印展（Ad, Print, Pack & Paper Expo 简称“APPPEXPO(Shanghai)”），由会展集团下属上海现代国际展览有限公司主办，已有 28 年的历史。上海国际广印展作为上海四大节庆活动之一的“上海国际广告节”的展览单元，荟集喷印、切割、雕刻、材料、标识、展示、照明、印花、快印、包装等领域的创新产品和技术成果，是将广告创意与技术革新完美融合的充分表达。

上海国际广告技术设备展览会（Ad & Sign Expo）作为上海国际广印展最重要的组成部分，旨在为广告标识行业提供一站式解决方案，打通广告标识业上下游关系，探索未来广告标识的新发展。

2019 年，上海国际广印展展览规模突破 20 万平米，荟集 30 多个国家和地区的逾 2,000 家参展企业，云集 103 个国家和地区的 209,665 人次专业观众。同期还举办了纪念中国恢复商业广告的四十年展，与可口可乐、OLAY、上海大学、农本方等联动举办的品牌展，与国内权威媒体联合举办媒体展等。

2020 上海国际广印展规模虽有下降，但仍达到 10 万平方米，其中展会拓展的新板块-图文快印展通过“微课堂”的形式招展招商，成功落地 1 万平方米；展会同时推出了“展会+直播”的新模式，调动线上线下资源，实现零距离对接。

#### 4) 中国品牌日活动



党中央、国务院高度重视品牌发展工作。2017年4月24日，国务院批准将每年5月10日设立为“中国品牌日（China Brand Day）”。中国品牌日活动，由国家发展改革委、中宣部、工信部、农业农村部、商务部、国家市场监督管理总局、国家知识产权局和上海市人民政府共同主办，会展集团下属上海外经贸商务展览有限公司承办，自2018年起，已连续三年在上海举办。

2019年中国品牌日活动在规模、形式、内容方面都有了新调整、新变化，共举办1场主论坛和6场分论坛，活动同期还设置13个自主品牌消费品体验区、50个特色主题互动体验场景，遴选180家知名自主品牌企业参与，规模达1,100平方米；三天累计吸引观众近6万人次，1.2亿网民线上互动，共计135家境内外媒体对活动进行了实地采访，引起广泛社会关注。

2020年，作为疫情后首个国家级经贸类展会活动和首个“云展”项目，云上2020中国品牌日活动于5月10日开幕，聚焦集成电路、人工智能、生物医药等三大战略性新兴产业，以新经济“3+1”发展模式为主线，汇集37个省市的123家代表性品牌企业共同“云展示”，融合移动端、PC端和官网等同步传播，通过微信、微博和抖音等新媒体，以及电商平台等渠道，打造“云服务”、“云医疗”、“云消费”、“云直播”等一系列在线体验。

#### 5) 国际绿色建筑建材（上海）博览会（简称“绿色建博会”）

作为行业领先的专业建筑建材贸易展，亚洲绿色建筑建材风向标—绿色建博会深耕绿色建筑行业十七年。

2020国际绿色建筑建材（上海）博览会如期开幕，成为了华东建筑业复工复产第一展，有效助推行业疫后经济重启。展会聚焦建筑节能、装配式建筑、室内装饰三大板块，展览规模达3万平方米，观众热情高涨，三天展会共吸引40,000人次观众参观，全面提振线下展会信心。

## 6) 上海国际城市与建筑博览会（以下简称“城博会”）

城博会作为“世界城市日”的重要主题活动之一，由联合国人居署、上海市住房和城乡建设管理委员会主办，是继“进博会”后第一个在沪举办的综合性大型国际城市建设与管理展会。“城博会”紧扣“提升社区和城市品质”主题，从“宜居、绿色、智造、智慧、韧性”5个维度展开，正逐渐成为中国新型城镇化建设成就宣传推广的国际平台、长三角一体化发展成就的展示平台、上海城市建设和社会治理水平的体验平台、以及促进行业、企业交流与合作的高端平台。

2020年“城博会”在开展前，遭遇零星确诊病例的影响，导致展会实际展出面积较之前预估有所减少，但在项目团队的努力下，最终仍确保了组展及运营工作的顺利进行。

## 7) 世界人工智能大会



世界人工智能大会（The World Artificial Intelligence Conference 简称“WAIC”）以“高端化、国际化、专业化、市场化、智能化”为特色，将集聚全球智能领域最具影响力的科学家和企业家，以及相关政府的领导人，围绕智能领域的技术前沿、产业趋势和热点问题发表演讲和进行高端对话，打造世界顶尖的智能合作交流平台，成为业内广受赞许的专业性学术会议，打造具有国际水平和影响力的行业盛会。

2019年，会展集团首次承办世界人工智能大会，负责大会的策划、筹备、组织、接待、运营等各项工作。3天的会期共汇集了500多位国内外嘉宾到场演讲，举办近63场高端论坛活动，千人以上的会议33场；2万平方米的展览面积共有303家企业参展，吸引来自全球60多个国家和地区超24万人次的观众参会观展。

2020世界人工智能大会云端峰会以“智联世界 共同家园”为主题，采用线上为主、线上线



下结合的形式举行，设1场开幕式、2场全体会议、10场主题论坛和若干场行业论坛，“AI云展览”以上海为蓝本打造了“3D虚拟AI家园”场景。展会内容高端化，演讲嘉宾国际化和专业化，筹办市场化，线上线下智能化获得了业界高度赞誉。

## 8) 上海马拉松赛事



上海马拉松（Shanghai Marathon）是由中国田径协会、上海市体育总会等单位主办，由上海市田径协会、上海市路跑协会、会展集团下属东浩兰生赛事管理有限公司等承办的大型国际性马拉松赛事，2020年荣获世界田联白金标赛事的称号，全球仅有12个一线城市马拉松赛事获得白金标殊荣，位居国内最具影响力的马拉松赛事前列，也是上海著名城市名片赛事之一。自1996年创赛以来上马已成功举办24届，赛事规模从6,000人扩展到如今38,000人，每年赛事从外滩出发，途经上海城市地标景观，路线全长42.195km。其他承办的马拉松赛事包括：上海半程马拉松、上海女子半程马拉松、上海10公里精英赛、上马系列赛等。

2020上海马拉松是升级为国际田联白金标赛事后的首次亮相，受疫情影响，在仅保留了全程马拉松，参赛规模缩减至9000人的情况下，仍有超过10万名跑者积极报名参与，完赛率高达97%。

### 2、经营模式

展览组织业务及会议活动赛事业务主要为举办境内外展览、会议、赛事等项目。会展集团发起、组织及运营展会、会议、大型赛事、活动，收入来源包括：1) 组织会展活动产生于展位、门票、广告（商业赞助）、配套活动等方面的销售收入；2) 向会议、活动的主办方、会展项目的服务商收取服务佣金收入；3) 组织会展活动过程中的其他收入，如政府奖励补贴等。

展馆运营业务主要为对特定场馆进行运营管理，主要盈利环节为大型展会/活动的开展以及展会活动期间的配套服务，盈利来源为向大型展会/活动收取展馆场地租金及展馆现场配套服务收

入。展馆运营需要对国内外展会市场进行充分调研，结合展馆可提供的场地条件及服务进行目标客户、潜在客户分析，有针对性的开展招商工作。

会展服务业务主要为在展会组织过程中向参展商、会展组织方提供广告、物流运输及搭建设计等配套服务，主要盈利来源为向客户收取搭建、广告、运输等服务费用。

此外，公司本部拥有金融资产、上海兰生大厦投资管理有限公司 48%股权等资产，通过存量金融资产运作、资金管理、投后管理，提升公司资产收益，并构成公司利润的重要来源。

### **3、行业情况**

全球会展市场竞争激烈，国内会展企业和项目与国际知名会展企业及品牌展会相比，在知名度和影响力等方面存在差距，集团化经营渐成趋势。国内各地政府对会展业发展的重视程度不断提升，积极承揽各种大型会议和品牌展览。上海会展业继续“领跑”全国，展览数量、面积等规模指标均居国内首位，跻身世界前列，“上海会展”将成为国际知名的城市名片。

2020年，由于受到新冠疫情影响，会展活动行业作为面向市场的前端也受到了广泛的冲击，随着世界经济形势的变幻莫测，我国会展行业也不可避免地受到冲击，行业重点展会全部延期，部分展会取消或者延至下一年。据测算，2-4月受疫情影响的境内展会近3,500场，涉及展出面积5,000万平方米，产值2,000亿元以上。出境展受影响程度更为严重，虽然2020年下半年国内几个行业重点会展逐渐恢复举办，但是观展人数受到限制，大多数会展选择开始在线上进行。根据目前会展行业在线上发展的局势来看，未来中国会展业将加快运营机制的互联网流程再造，运用大数据发展平台化管理与运营，从而开创会展业发展新局面，实现会展产业的升级——线上+线下“O2O模式”，“互联网+”促使展览业面向数据化、平台化、智能化发展，会展业信息化成为了常态。

## **3 公司主要会计数据和财务指标**

### **3.1 近3年的主要会计数据和财务指标**

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年		本年比上年 增减(%)	2018年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	4,561,085,308.44	5,610,557,958.53	4,505,938,705.26	-18.71	5,176,607,063.07	3,991,182,066.51
营业收入	2,982,152,998.62	5,374,993,646.97	3,610,889,691.49	-44.52	4,897,741,404.81	3,305,829,174.00
归属于上市公司股东的净利润	138,353,680.40	313,017,236.22	174,358,313.45	-55.80	367,642,662.20	228,941,958.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	61,273,717.28	23,915,787.84	23,915,787.84	156.21	58,621,728.83	58,621,728.83
归属于上市公司股东的净资产	3,707,861,893.95	3,966,205,143.93	3,511,851,618.35	-6.51	3,389,137,336.02	2,868,227,924.01
经营活动产生的现金流量净额	-73,801,589.86	69,904,435.14	-99,732,036.73	-205.57	89,533,553.80	-41,109,093.53
基本每股收益(元/股)	0.258	0.584	0.415	-55.82	0.544	0.544
稀释每股收益(元/股)	0.258	0.584	0.415	-55.82	0.544	0.544
加权平均净资产收益率(%)	3.52	8.29	5.47	减少4.77个百分点	10.27	7.26

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：万元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	65,476.76	76,559.97	92,837.25	63,341.32
归属于上市公司股东的净利润	-7,104.68	5,102.36	7,770.48	8,067.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,102.09	1,123.12	665.33	3,236.84
经营活动产生的现金流量净额	-6,782.28	-7,759.73	5,647.39	1,443.72

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用□不适用

上表数据与已披露定期报告数据的差异的原因是，公司实施重大资产重组，同一控制下企业合并追溯调整置入资产 2020 年 1-10 月数据。

#### 4 股本及股东情况

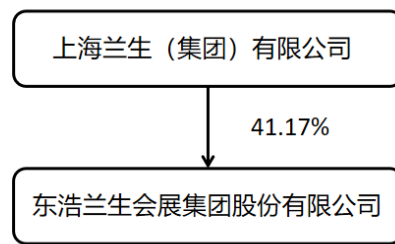
##### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					19,615		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					19,237		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海兰生（集团）有限公司	0	220,658,920	41.17	0	无		国有法人
东浩兰生（集团）有限公司	115,278,607	115,278,607	21.51	115,278,607	无		国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	0	12,987,700	2.42	0	未知		其他
李振宁	2,484,947	8,221,409	1.53	0	未知		境内自然人
上海国盛（集团）有限公司	4,815,000	4,815,000	0.90	0	未知		国有法人
香港中央结算有限公司	834,700	3,245,275	0.61	0	未知		其他
中国工商银行股份有限公司—中证上海国企交易型开放式指数证券投资基金	102,000	3,231,191	0.60	0	未知		其他
上海埃森化工有限公司	2,865,300	2,865,300	0.53	0	未知		其他
许世甫	0	2,855,500	0.53	0	未知		境内自然人
宁波海钦投资管理有限公司—海韵 1 号私募投资基金	2,273,700	2,273,700	0.42	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	东浩兰生（集团）有限公司为上海兰生（集团）有限公司的控股股东，二者与表列的其他股东无关联关系，二者与表列的其他股东不属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。公司无法确定其他股东是否有关联关系或一致行动人关系。						

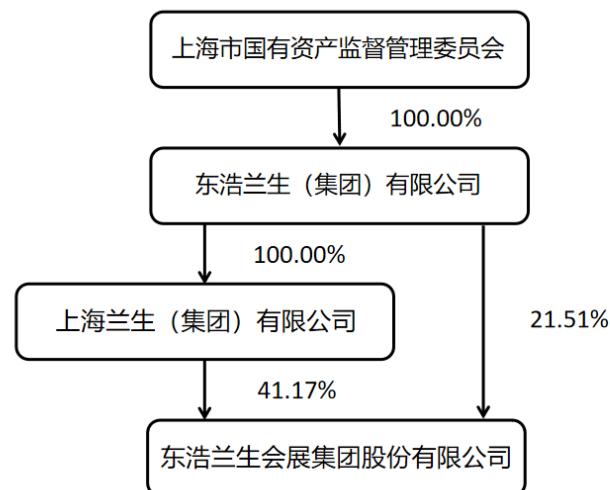
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



说明：公司于2020年12月31日收到公司实际控制法人东浩兰生集团转发的《关于划转东浩兰生（集团）有限公司等9家企业部分国有资本有关事项的通知》（沪国资委产权[2020]463号），经上海市财政局、上海市国有资产监督管理委员会、上海市人力资源社会保障局审核确认，将上海市国资委持有的东浩兰生集团10%的国有股权（国有资本）一次性划转给上海市财政局持有。详见公司于2021年1月4日披露的《兰生股份关于实际控制法人部分国有股权划转的公告》（临2020-057）。截至目前，相关股权划转工作尚未完成。

#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

适用 不适用

### 5 公司债券情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

2020年受新冠肺炎疫情影响，世界经济增长低迷，国际经贸摩擦加剧，国内经济下行压力加大，面对复杂多变的内外部环境，公司坚持“稳中求进、稳中求新、稳中求好”的工作主基调，在做好疫情防控工作的基础上，一手抓主业经营，一手抓资产盘活，努力开创公司改革发展的新局面。2020年，公司实现营业收入29.82亿元，归属于上市公司股东的净利润1.38亿元，每股收益0.258元，净资产收益率3.52%。

#### （一）努力克服疫情影响，全力确保业务稳定

##### 1、会展业务情况

尽管新冠肺炎疫情使上半年的会展业务全面停摆，但公司下属会展集团直面疫情影响，努力在危机中育新机，于变局中开新局。

一是全力以赴确保既定项目顺利举办，2020年会展集团共举办包括第22届工博会、上海广告节、上海国际广印展、“一带一路”艺术上海国际博览会、中国人力资源技术大会在内的线下展会13场，展会规模达到56.14万M<sup>2</sup>，观众人数累计达49.68万人次。2020上海马拉松是升级为国际田联白金标赛事后的首次亮相，虽然受疫情影响参赛规模大幅缩减至9,000人，但报名跑者仍超过10万人次。2020年会展集团还涉足赛事新版图，成功承办了2020年全国赛艇锦标赛。

二是创新探索线上办展模式和线上线下融合方式，年内共主承办五个线上会展项目，分别为2020中国品牌日活动、世界人工智能大会，中国华东进出口商品交易会、世界制造业大会，以及中国(上海)国际跨国采购大会。其中，5月举办的“云上2020中国品牌日活动”是疫情后首个国家级经贸类展会活动和首个“云展”项目，7月举办的“2020世界人工智能大会云端峰会”以“智联世界 共同家园”为主题，采用线上为主、线上线下结合的形式举行，获得业界高度赞赏和认可。

三是积极参与服务重大项目，会展集团及其下属子公司集整体合力，投入服务和保障进博会的包括招展策展、设计搭建、商务接待、物流运输等19项任务中。下属公司承接的上海综合形象展区以“城市，让生活更美好”为主题，打造了闪亮进博会全场的“红房子”，充分展示了上海的颜值、摩登、内涵和气度，成为进博会上的“网红”打卡地。世界技能大赛是最高层级的世界性职业技能赛事，第46届世界技能大赛将于2022年举行，公司正积极投身大赛商业赞助策划及实施、接待安排、大型活动会议会务、总体环境设计布展、世界技能博物馆筹建等工作中。

四是继续推进区域布局，加强区域会展赛事资源的整合，立足上海、服务长三角，助力粤港澳大湾区、长江经济带、长江三角洲区域、京津冀协同发展，赴深圳举办首届华南国际工业博览会、在东莞合作举办第二届中国(华南)国际机器人与自动化展览会、克服北京疫情反复的困难全力推进北京广告展。同时，积极推动体育产业走出上海，以承办上海马拉松赛、上马系列赛等路跑赛事为核心，大力推进上海国际马拉松赛的产业化运营和向长三角地区复制。

五是加速展馆改造升级，2020年展馆业务受疫情影响，导致大部分展会规模缩小或取消，全年取消展会37个，缩减面积展会13个，延期+缩减面积17个，共承接项目98个，为进一步加强世博展馆的硬件建设，提升场馆智慧化、信息化水平，探索利用人工智能、5G技术进行智慧场馆改造，将进博会期间构建智慧场馆综合管理平台的经验技术充分融入世博展览馆的运营管理，用技术力量提供更专业高效的会展服务。

2020年，会展集团实现营业收入6.95亿元，归属于母公司股东的净利润4,672.35万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为2,954.31万元，完成业绩承诺2,216.95万元的133.26%。

## 2、进出口贸易情况

面对国际经贸环境的不利影响，兰轻公司以“风险防范、资源整合、降本增效、转型升级”为总目标，克难前行。通过对公司自营产品进行全面梳理，优化主营产品结构；通过对组织架构进行调整，在降本增效的同时为传统业务转型打好基础；通过完善制度建设，提高风险防范水平。2020年1-10月，完成进出口总额业务统计数3.314亿美元，同比下降27.42%，其中出口同比下降约18.07%，进口同比下降约71.16%。

### **（二）圆满完成重组任务，赋能主业转型升级**

根据公司主业转型的战略部署和“十三五”规划的主要目标，兰生股份积极响应上海市国企改革，于2019年9月启动重大资产重组工作，置入优质会展资产的同时，置出原有外贸资产。报告期内，公司董事会严格按照规则及时间节点，稳步推进重组各环节工作，确保重组过程有序、合规。2020年9月，公司收到中国证监会关于重大资产重组事项的核准批复，年内资产交割、股份发行及工商变更等工作全部完成，兰生股份正式成为全产业链会展上市公司。

公司重大资产重组完成后，主要从事会展行业业务经营，为更好聚焦会展主业，公司对会展集团下属专业公司进行逐家走访调研，在全面梳理会展集团发展现状的基础上，着手制订“十四五”发展规划，聚焦会展行业产业研究，跟踪研究会展类项目数十个，并形成投资分析报告、尽调报告，为公司未来的发展进一步夯实基础。通过积极挖掘市场机会，经董事会审议通过，公司与杭商旅集团开展战略合作，参股组建杭州市国际会展博览集团有限公司，双方形成互助互补效应，助推会展业务的地域协同发展，培育会展业务发展新动能。报告期内，公司下属企业合资成立了上海浩成展览有限公司，投资成立东浩兰生会展（东莞）有限公司等，不断扩展会展行业版图。

### **（三）调整策略优化配置，金融资产结构日益多元**

综合考虑公司资产结构情况，董事会审议通过了关于盘活金融资产的决议，在稳定主业的同时继续实施盘活金融资产并举策略。经理层根据董事会的决议，本着积极稳妥调整存量金融资产结构，提高金融资产收益的原则，对公司的存量金融资产开展了更为积极的操作管理。根据证券市场行情，调研各类金融机构及产品，及时调整操作策略。年内首次尝试申购私募证券投资基金，买入主动管理型公募产品，基于股息率策略买入二级市场部分高股息率银行类股票，参与海通证

券和东方创业的非公开发行等，获得较好收益。

为优化资金配置结构，提升资金运作效能。董事会审议通过对闲置资金进行理财的决议，本着“安全性、流动性、效益性”的资金运作基本原则，公司统筹全年资金使用安排，建立畅通、高效的资金运行审批流程，减少资金沉淀，提高管控效能，在市场收益率整体下行的情况下，保持了较高的资金收益水平，全年共计实现相关收益 5,872.84 万元。

#### **（四）加强企业投后管理，获取稳定投资回报**

公司十分重视投资企业及投资项目的投后管理，派出董事参与投资企业重要事项决策，为业务稳健运行提供建议或意见。投资企业上海兰生大厦投资管理有限公司主营楼宇出租及物业管理，疫情期间兰生大厦对符合条件的租户予以免租，同时推出各种优惠政策稳定租户确保营收；加快推进大厦智慧楼宇改造项目，提升管理水平与事件处理效率，增强建筑安全与舒适度，使客户体验更加友好；专注于高端物业管理服务，从品牌形象、软件服务、精细化管理等方面满足租户多元化需求，拓展差异化延伸服务；严格执行“安全第一，预防为主”方针，坚持人防与技防相结合，严抓疫情防控常态化不放松，切实加强安全管理，提升租户信任度。2020 年度上海兰生大厦投资管理有限公司向本公司分红 1,630.80 万元。

#### **（五）积极推进内控建设，全面提升管理水平**

公司把提升企业内控水平作为完善治理结构的重要抓手。充分发挥董事会、股东会的集体决策作用，2020 年公司共计召开 11 次董事会和 4 次股东大会，审议通过了包括资产重组、盘活金融资产、理财、参与定增、投资参股公司等多项重要议案并规范及时地做好信息披露工作，报告期内共披露定期报告及临时公告 70 余份。二是针对公司金融资产占比较大的情况，建立风险预警机制及应急预案，对不同类型的金融资产个性化设置预警值和应对预案并进行月度核查，制定《证券交易操作规程（试行）》，完善金融资产授权及操作流程。三是以线上系统核查和线下现场核查方式对公司持有的理财产品进行全面核查。四是启动业财管一体化建设私有云基础平台搭建，提升重组完成后的集约化管理能力。

#### **2 导致暂停上市的原因**

适用 不适用

#### **3 面临终止上市的情况和原因**

适用 不适用

#### **4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明**

适用 不适用



会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》(财会〔2017〕22号)(以下简称“新收入准则”)。公司于2020年1月1日起开始执行前述新收入准则。	董事会审议通过	详见本财务报表附注五、44(3)、(4)
财政部于2019年12月16日发布了《企业会计准则解释第13号》，公司于2020年1月1日起开始执行。		对相关报表项目无影响
财政部于2020年6月19日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》(财会〔2020〕10号)，允许企业对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让采用简化方法进行会计处理。		本公司作为经营租赁承租人，采用简化方法处理相关租金减让冲减营业成本3,888.89万元；本公司作为经营租赁出租人，采用简化方法处理相关租金减让冲减营业收入216.46万元。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“七、合并范围的变更”和“八、在其他主体中的权益”。

序号      子公司全称

- 1            上海兰生鞋业有限公司(以下简称“兰生鞋业”)
- 2            上海文泰运动鞋厂(以下简称“文泰厂”)
- 3            上海欣生鞋业有限公司(以下简称“欣生鞋业”)
- 4            上海东浩兰生会展(集团)有限公司(以下简称“东浩兰生会展集团”)
- 5            上海外经贸商务展览有限公司(以下简称“外经贸商展”)
- 6            上海跨国采购中心有限公司(以下简称“跨国采购中心”)
- 7            上海华交会经营服务有限公司(以下简称“华交会展”)
- 8            上海鸿达展览服务有限公司(以下简称“鸿达展览”)
- 9            上海依佩克国际运输有限公司(以下简称“依佩克运输”)
- 10           上海东浩兰生赛事管理有限公司(以下简称“东浩兰生赛事”)
- 11           上海东浩会展经营有限公司(以下简称“东浩会展经营”)
- 12           上海博展地下空间经营管理有限公司(以下简称“博展地下空间”)
- 13           上海工业商务展览有限公司(以下简称“工业商展”)
- 14           东浩兰生会展(东莞)有限公司(以下简称“东莞会展”)
- 15           上海靖达国际商务会展旅行有限公司(以下简称“上海靖达”)

<u>序号</u>	<u>子公司全称</u>
16	靖轩（上海）文化传播有限公司（以下简称“靖轩文化传播”）
17	靖达（北京）国际商务会展有限公司（以下简称“北京靖达”）
18	北京合力纬来咨询服务有限公司（以下简称“合力纬来咨询”）
19	上海东浩兰生文化传播有限公司（以下简称“兰生文化传播”）
20	上海广告有限公司（以下简称“上海广告”）
21	上海现代国际展览有限公司（以下简称“现代国际”）
22	北京华展博览展览有限公司（以下简称“北京华展”）
23	上海道仑文化传播有限公司（以下简称“道仑文化”）
24	上海建智展览有限公司（以下简称“建智展览”）
25	上海优力广告有限公司（以下简称“优力广告”）
26	上海先河文化传播有限公司（以下简称“先河文化”）
27	上海世博文化传播有限公司（以下简称“世博文化传播”）
28	上海浩成展览有限公司（以下简称“浩成展览”）

本期不再纳入合并范围的子公司共计 9 家，如下：

<u>序号</u>	<u>子公司全称</u>	<u>变更原因</u>
1	上海兰生轻工业品进出口有限公司	因重大资产置换置出
2	上海兰生文体进出口有限公司	因重大资产置换置出
3	上海大博文鞋业有限公司	因重大资产置换置出
4	上海兰生-豪呐乐器有限公司	因重大资产置换置出
5	上海灏永进出口有限公司	因重大资产置换置出
6	上海上轻国际贸易有限公司	因重大资产置换置出
7	上海升光轻工业品进出口有限公司	因重大资产置换置出
8	兰轻海外有限公司（LSLI OVERSEAS LIMITED）	因重大资产置换置出
9	上海云智展览有限公司	注销

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。