

# 2016 年中国会展行业资本市场发展报告

**摘要** 本文主要阐述了会展行业的发展现状及会展企业在国内资本市场（主要指新三板）上的表现。我们利用了 wind 资讯、新三板智库、中国会展研究会年度中国展览数据统计等资料对会展行业以及具有代表性的会展企业与资本市场（主要指新三板）的总体表现进行了对比分析，同时我们利用国际知名会展企业的运营能力和在亚太地区的资本运作做对比，得出了国内会展行业目前存在行业整合的机会，会展行业的发展迫切的需要得到资本市场的助力。

**关键词：** 会展行业 wind 资讯 新三板智库 资本市场

## 一、会展行业现状<sup>1</sup>

从跨入新世纪开始，我国就提出了“会展经济”的概念，主要包括展览、行业大型会议等，其上游是展馆等基础设施和信息技术，下游是会展业所服务的国民经济中的各个行业。经过多年的快速发展，按可比口径测算，2016 年，全国展会经济直接产值可达 5331.4 亿元人民币，比 2015 年的 4803.1 亿元人民币增长 11.1%；展览业增加值增速高于当年国内生产总值（GDP）的增速 6.7%，也高于服务业增加值 7.8% 的增速；展览业直接产值在全国 GDP（744,127.2 亿元）<sup>2</sup> 中的占比为 0.72%。另据统计推算，2017 年展览行业经营单位达到 3.94 万家，比 2015 年增长 5.7%，直接从业人员 97.5 万人次，同比增长 8.3%，新增会展企业增多，吸纳就业人数增加。据此测算，2016 年展览业带动全国就业总人数可达 3366 万人次，社会就业拉动效应依然较为显著。

综上所述可以看出，首先展会行业发展高于 GDP 的增速，同时也高于服务业的整体发展增速；其次，展会行业吸纳就业人数显著，有效的带动社会就业。

<sup>1</sup> 本段统计数据引用于中国展览行业发展报告（2016）及（2017）

<sup>2</sup> 数据引用于 wind 资讯国民生产总值统计

## 二、国内会展企业及其新三板市场表现

### （一）会展企业细分

会展企业细分可分为与会展活动相关的三个方向的主营业务的企业：

1、以主办和承办会议、展览，提供综合服务为主营业务的企业，服务内容包括会展主题策划、场馆选租、市场推广、运营服务等等，如举办国际贸易展的米奥兰特公司等。

2、以提供会议、展览举办场馆的物业经营为主营业务的企业，服务内容主要为场馆出租、现场管理等，如北辰实业等。

3、以协助完成场馆搭建、会展器材租赁为主营业务的企业，服务内容主要为场馆搭建、展具租赁等，如德马吉公司等。

4、近年来，资本市场上的信息披露偶尔能发现会展企业也名列其中。我们观察到和会展业相关的企业有如下 8 家，分别是易尚展示、华凯文化、北辰实业、顺网科技（收购 Chinajoy）、岭南园林（收购德马吉）、中青旅、汉商集团、广百股份，其中华凯文化是今年 1 月 20 日成功上市的企业。然而，此 8 家上市公司并没有一家是以会议、展览的主办和承办作为营业收入主要来源的公司。

### （二）新三板资本市场上的会展企业

根据我们在 wind 资讯内查询的数据显示，目前在新三板上有 20 家<sup>3</sup> 以会展及会展上下游为主营业务的企业，其中 20 家企业中创新层公司共 5 家，分别是米奥会展、卡司通、振威展览、蓝色方略以及视纪印象。

根据第一节提到的相关资料显示，2015 年会展企业已经达到 3.73 万家，然而国内资本市场上可以了解的会展及会展相关企业为 28 家，占比仅为 0.08%，这充分说明会展行业极度分散，集中度低。

### （三）会展行业和新三板企业整体发展的对比

#### 1、会展行业收入及增速对比<sup>4</sup>

根据了解的 20 家新三板会展企业披露的年报，2016 年总计实现营收 37.81 亿元，平均营收 1.89 亿元，同比增长 15.81%，而新三板总体 2016 年营收均值

---

<sup>3</sup> 20 家企业分别是：米奥会展、中青博联、视纪印象、卡司通、杰尔斯、名洋会展、广百展贸、蓝色方略、振威展览、西典展览、西码股份、中智商展、黑油展览、上游文旅、万怡会展、决策者、北展股份、优派智能、唐是文化、三绅文化。

<sup>4</sup> 本小节整体数据取自 wind 资讯。

为 1.63 亿元，同比增长 17.31%。

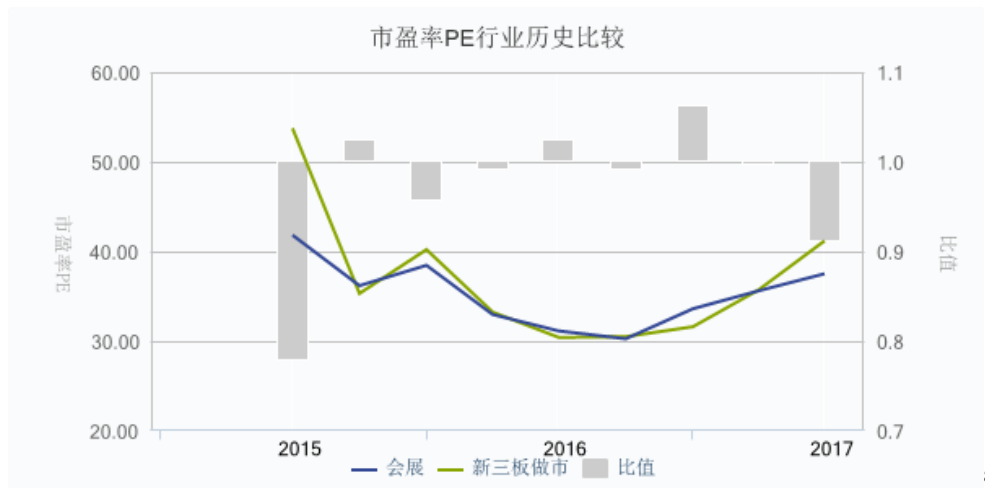
2016 年新三板会展行业总体收入保持良好的成长性，20 家公司中，16 家都是上升，占 80%；其中营收十亿级别的有 1 家<sup>5</sup>，亿元级别的有 11 家，千万级别的有 5 家，千万以下的有 3 家。

## 2、会展行业利润及增速对比<sup>6</sup>

另根据 wind 资讯的数据显示的 20 家企业 2016 年年报披露的财务数据显示，2016 年此 20 家会展企业总计实现净利润 2.77 亿元，平均实现净利润为 1,385.70 万元，同比增速为 14.31%。同一时期新三板 2016 年总体年报披露共实现了 1160.66 亿元净利润，平均净利润为 1,016.72 万元，同比增速为 4.75%。以上数据显示会展行业平均净利润相比于新三板整体平均高出 36.29%，且净利润增速远高于新三板整体水平，这一现状显示出新三板中的会展企业经营发展趋势相对较好。

## 3、新三板行业市盈率对比

根据 wind 资讯近三年以来的数据显示，会展行业<sup>7</sup>的市盈率和新三板做市整个市盈率的波动呈现小范围波动的状态，行业整体水平和新三板做市整体水平趋同，尤其 16、17 年市盈率比值都介于 0.9 到 1.1 之间。



这也一定程度上表示资本市场对会展行业的关注并没有显著的提升，相比于会展行业收入、利润、增速远高于新三板整体水平的情况来看，会展行业的需要

<sup>5</sup> 营收十亿的公司是中青博联 (837784.OC)，2016 年营收 19.75 亿元，净利润为 6841 万元。

<sup>6</sup> 本小节整体数据取自 wind 资讯。

<sup>7</sup> wind 资讯摘取米奥会展、蓝色方略、杰尔斯、和氏股份、北展股份、卡司通、振威展览的企业市盈率和全部新三板做市相比较比较。

<sup>8</sup> 摘自 wind 资讯会展行业和新三板做市整体市盈率历史比较。

更多的资本关注。

#### 4、新三板行业市值纵向比较

我们用今年以来的新三板内各行业市值变动作为比较值，会展行业和其他行业的市值变动对比可以从下表看出。会展行业今年以来的表现良好，相比于新三板做市整体的市值变动（-7.96%）来说，会展行业今年以来市值增幅达到 60.2%，是增速第四快的行业，然而此增幅毕竟只是新三板做市机制的产物，并没有能从真正意义上帮助会展企业获得更为充裕的资本支持，某种程度上只能聊以慰藉。

会展 - 市场表现对比<sup>9</sup>



### 三、会展行业的发展机会和挑战

#### （一）行业发展机会

从上述的数据和对比中，我们可以看出：

1、目前国内 3.73 万家会展相关企业仅 28 家能够在资本市场体现——新三板 20 家，主板、中小板等 8 家。其中主板、中小板、创业板上的 8 家上市公司也仅因为收并购或从事会展相关业务而被统计为会展相关企业，会其展业务收入并不是其营业收入的主要来源，即便如此，我们也仅能收集到 28 家会展相关企业，这说明国内会展企业规模以上企业少，行业分散，集中度很低。

2、从上述第二节的数据中看到新三板市场仅有 20 家会展企业，其中十亿以上收入规模有且仅有一家，为中青博联，2016 年的收入为 19.75 亿元，利润也仅为 6841 万元。这一现状和会展行业 2016 年 5331.4 亿元的产值，0.72%GDP 占比是不匹配的。

综上所述，会展行业迫切的需要出现行业领头羊在国内和国际市场引领国

<sup>9</sup> 摘自 wind 资讯会展行业及 wind 分类的新三板其他行业的市场表现对比。

内会展企业进一步发展。

## （二）行业整合可能预见的挑战

### 1、外资企业的投资和并购给国内会展企业发展带来的影响

自 21 世纪以来，尤其 2005 年以后，以励展、Informa、UBM 为代表的境外会展标杆企业强势进入中国市场，尤其是励展博览集团，从 2005 年到 2015 年的十年间，对境内的会展企业至少进行了 10 项有影响力的投资和并购。另据估算，至 2016 年底，外资会展企业在国内的投资已不低于 20 亿人民币。

一方面境外企业的进入，提升了国内会展企业的经营水平，培养了一大批国内会展行业的人才；另一方面境外企业大肆投资和并购国内优秀的会展企业，使得国内很难出现以国内资本为主的收入规模较大的会展行业标杆企业。

总体来说，境外会展企业的进入中国市场表面上看来是对国内会展行业发展起到了推动作用，但是从实际意义上来看，是抑制了国内本土会展企业的崛起和壮大。从另外一个角度看，目前国内会展行业没有领军企业的出现很大程度上是因为外资企业资本大规模进入国内市场而造成的。

### 2、国内展览行业传统经营模式给自身带来的桎梏

①国内传统展览会的运营模式是以项目制为主，一个项目组负责一个展览项目，即一个展览会。其中项目组每一个成员负责一个模块的运作，不可或缺。若期间项目组中缺了一个人，往往会给这个展览项目带来极大的损失。这样的运营模式某些程度上制约了国内展览企业的壮大。

②国内会展企业发展壮大的方式大多是将一个展览会的面积通过时间的沉淀，不断的积累壮大。实际上在过去的发展经验中我们可以看到单一会展项目做到 10 万平方时，基本能难再进行扩大，这样的发展模式具有明显的瓶颈。

③相比于单一展览会扩大面积的做法，以扩张展会企业经营行业的方式也是国内会展企业的传统做法，然而新扩张的行业，往往和其运营多年的行业相差甚远，其参展商和专业买家都需要从头积累，耗时长久且风险颇大。

### 3、资金缺乏是整合最大的障碍

由于国内以展览主办为主营业务的上市公司很少，因此融资渠道相对单一，融资方式相对不太合理。单纯的一家展览公司很难拿出巨额的资金进行业务拓展以及行业整合。因此，目前来说缺乏健康合理的融资渠道是国内会展公司发展壮

大的一大阻碍。

## 四、会展行业发展的思考

### （一）模式创新是会展企业发展的唯一出路

1、国内会展企业和境外标杆企业管理模式上一个最大的区别在于，国内企业大多为项目制运营，境外的企业基本都以分工制，标准化，流水线化作业。因此在管理模式上，我国会展企业一定要进行革新，学习先进的管理模式。

2、如何打破单一展览会面积和会展企业经营行业单一带来的桎梏。一方面，我们需要思考展览会品牌影响力的衍生，即同一品牌的展览会，在不同的区域集散地进行“巡演”，并对单区域展览面积和多区域两个方向进行拓展，从二维的角度衍生经营范围，扩张经营规模。另一方面，我们的会展企业可以思考如何从一个综合性的展览行业孵化出一个个细分的子行业，比如机械行业可以根据机械用途分为农业机械、医药机械、工业机械等等，之后再将这些细分的行业做大做强，则不失为另一个扩张的思路。

3、我国与欧美、新加坡、日本等国相比，会展业起步稍晚，目前大多仍然停留在简单的撮合服务阶段。如何学习先进的境外企业深化信息化服务和贸易综合服务可以作为国内会展企业探讨和发展的一个方向。

### （二）借助资本市场是会展企业发展的必然选择

借助资本市场的力量是国内会展企业崛起的必经之路。

一方面，国内会展企业应该通过走资本市场道路规范企业发展，寻求资本市场的支持，走持续发展的道路；另一方面通过资本市场搭建融资平台，为行业整合提供资金支持，整合境内外的优秀公司和资源，走综合性服务的道路，这会是国内会展企业未来发展的方向。

## 总结：

综上所述，国内会展行业在过去的几年内获得了较快的发展，但是未能在国内资本市场获得较大关注。同时，因为各种原因，国内会展企业存在行业分散，集中度低的现状，凸显出行业整合的趋势和机会。相比于境外会展上市企业在全球范围内（尤其在中国市场）上通过投资和并购取得会展业务的拓展，我们国内的会展企业尤其需要获得本土资本市场的支持。当然近年来，逐渐有一些会展相

关企业登陆资本市场，但是大多并不是以会展主办业务作为主要收入来源的企业，并且相比整个行业规模登陆资本市场的会展企业数量占比也很低。我们希望国内的会展企业能够获得资本市场的支持，为国内外的会展经济做更大贡献。