

股票代码：600826
证券简称：兰生股份

DEXPO
东浩兰生会展
DONGHAOLANSHENG EXPO

环境、社会及治理 (ESG) 报告

2025



Environmental, Social and
Governance Report

目录

02	关于本报告
03	董事长致辞
04	走进会展集团
08	可持续发展治理
12	专题：展赛双驱 循环共生 ——会展集团构筑可持续发展新引擎
14	Decarbonization 绿色赋能，低碳先行
18	Engagement 党建引领，共创未来
21	Partnership 协同飞跃，聚力共赢
27	Openness 开放创新，会展出海

01 治理向新，固本致远

企业治理	31
风险管理	34
商业道德与反贪腐	35
知识产权保护	36

02 发展向绿，和谐共生

环境管理	38
应对气候变化	41
推广循环经济	47

03 专业向实，展赛引领

客户服务	55
信息安全与隐私保护	58

04 人和为本，聚力焕新

员工权益	63
人才培养	64
沟通与关怀	68
健康与安全	69

05 合作向远，共创价值

供应商管理	73
行业发展	75
公益慈善	76

索引	79
绩效表	81
未来展望	85
前瞻性陈述	86
报告评价及建议	87

关于本报告

概览

本报告是东浩兰生会展集团股份有限公司发布的第二份《环境、社会及治理报告》（以下简称“本报告”），面向各利益相关方，重点披露本公司在环境、社会及管治方面的管理、实践与绩效。

报告时间范围

本报告覆盖的周期为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（即报告期），部分内容溯及以往年份。

报告范围及边界

本报告覆盖东浩兰生会展集团股份有限公司及其子公司（以下简称“本公司”“会展集团”或“我们”），报告范围口径与年报一致。除特殊说明外，报告中涉及的货币均为人民币。

编制依据

本报告编制参考上海证券交易所（以下简称“上交所”）《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》¹ 以及《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系》进行编制。

本报告按照识别和排列重要的利益相关方，以及环境、社会及管治（以下简称“ESG”）相关重要议题、决定 ESG 报告的界限、收集相关材料和数据、根据资料编制报告和对报告中的资料进行检视等步骤进行厘定，以确保报告内容的完整性、实质性、真实性和平衡性。

资料来源及可靠性保证

本报告披露的信息和数据来源于本公司统计报告和正式文件，并通过公司相关部门审核。本公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责。

报告语言及形式

本报告为中文，并以电子版形式供参阅。如想了解更多关于会展集团的背景、业务发展和可持续发展理念，欢迎浏览会展集团官方网站（<https://www.dlg-expo.com>）、微信公众号（东浩兰生会展集团）。



东浩兰生会展集团公众号

确认及批准

本报告经管理层确认后，于 2026 年 4 月 22 日获董事会通过。

联系方式

邮件：stock@dlg-expo.com

地址：上海市黄浦区董家渡路 200 号
董家渡外滩中心 T3 办公楼

¹根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》的相关要求，本公司对报告中鼓励披露或具有行业特性的相关议题进行了适用性评估。经评估，指引中提及的“尽职调查”“平等对待中小企业”等议题，因会展集团业务范围及实际运营情况，暂不涉及或不适用于本公司。



董事长致辞

作为会展行业的领军者，会展集团紧密响应国家扩大开放战略，以会展服务为枢纽，积极构建多赛道业务格局，赋能产业升级，持续为上海注入发展动能，助力城市能级向全球顶尖跃升。我们始终将可持续发展理念融入战略核心，深耕会展全产业链服务，持续提升场馆运营服务水平，精心打造工博会、世界人工智能大会、上海马拉松、广印展、它博会等顶级节展赛事 IP，并积极发挥香港子公司的战略支点作用，加速全球化布局进程。



治理向新，固本致远

完善的公司治理是我们实现可持续发展的重要基石。2025 年，我们积极响应监管导向，优化治理结构，由董事会审计委员会承接原监事会职能，确立“股东会—董事会—管理层”的高效单层治理模式，有效提升了决策与监督效能。同时，通过开展系统化培训及专项考察，持续增强董事会的履职能力。面向未来，我们将继续深化治理现代化，为公司高质量发展筑牢制度根基。

发展向绿，和谐共生

绿色低碳是企业面向未来的必然选择。我们围绕“展、会、赛、馆”一体化服务，将可持续理念深度融入运营全链条，持续推动绿色设计、环保材料、低碳办公及绿色场馆等实践。我们系统推进展馆与赛事能源管理，实施屋面光伏、暖通及照明系统节能改造，以精细化管理积极应对气候变化。同时，我们积极践行循环经济，通过宣传赛事循环理念、推广可循环展台搭建、采用环保文创产品等方式，将循环利用贯穿于业务全链路，以实际行动支持国家“双碳”目标。未来，我们将持续引领绿色会展转型，与行业伙伴共同构建低碳、可持续的产业生态。

专业向实，展赛引领

我们坚持以专业实力引领行业，打造覆盖全流程的服务生态。2025 年，公司客户满意度持续保持在行业高位，并通过加强舆情管理与负责任宣传，切实维护客户体验与品牌声誉。在信息安全领域，我们不断完善数据保护体系，切实保护客户隐私。同时，我们以 AI 智能驱动会展革新，推动行业向数字化、智能化跨越。

人和为本，聚力焕新

人才是会展集团发展的核心动力。我们持续完善“分层分类、实战导向”的培养体系，累计开展 22 场专题培训，其中包含 4 期“移动课堂”，覆盖员工 671 人次，并通过青年人才培养项目与职业技能认证体系，系统支持员工成长路径。在员工关怀与职业健康领域，我们持续优化沟通机制，严格落实展会安全搭建规范，全年实现工伤与职业

病零发生。未来，我们将持续打造具有凝聚力与创新活力的组织生态，为会展集团可持续发展提供坚实人才支撑。

合作向远，共创价值

会展集团始终将社会责任融入发展脉络，致力于构建合作共赢的产业生态。我们持续加强供应商风险管理与信息化建设，推动供应链可持续发展，并通过战略协作、参与行业标准制定，促进产业链开放协同。在社会贡献方面，我们积极响应乡村振兴号召，持续支持贵州毕节希望小学与云南大姚县特色产业；同时发挥平台优势，开展“党员在现场”等活动，并与上海罕见病防治基金会合作举办公益科普画展。展望未来，我们将进一步深化产业链协同，拓展全球合作网络，携手伙伴共创可持续未来。

时代浪潮，奔涌向前。展望未来，会展集团将以国家“十五五”规划为指引，紧密围绕服务国家战略与上海城市发展定位，坚定朝着“打造世界知名、国内首选会展服务品牌”的愿景迈进。我们将持续深化 ESG 实践，坚持高质量发展，积极培育新质生产力，坚持以会展平台驱动产业创新，以科技力量赋能实体经济，并持续拓展全球化合作网络。

我们坚信，秉持责任、创新与协作，必将在可持续发展的道路上行稳致远，与各位同仁携手，共同谱写会展行业高质量发展的崭新篇章。

走进会展集团

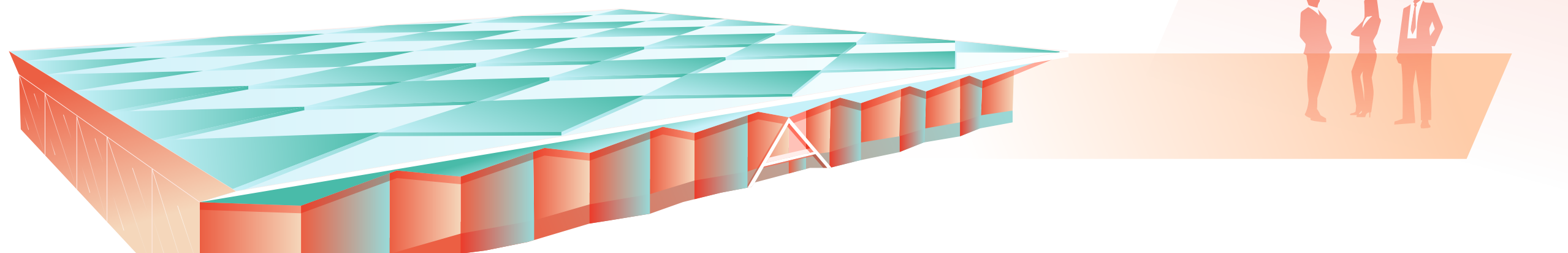
公司简介

东浩兰生会展集团股份有限公司作为上海市属大型现代服务业国有骨干企业集团东浩兰生(集团)有限公司旗下的国有控股会展企业,拥有“展、会、赛、馆”全产业链资源,业务涵盖展览组织、体育赛事、展馆运营、会展服务等。公司全力打造东浩兰生会展服务品牌,拥有多个 UFI 认证项目及行业领先项目。2025 年共举办展会、赛事、论坛及活动等项目 58 个,展会总面积 127 万平方米,累计吸引观众 200.2 万人次、参赛者 6.3 万人次。

会展集团积极响应党中央“十五五”规划建议,紧扣“坚持高质量发展”原则,以发展新质生产力为引领,做强国内大循环、畅通国内国际双循环,围绕“科技自立自强水平大幅提高”的战略目标和建设上海“国际消费中心城市”“世界著名旅游城市”“全球著名体育城市”的建设目标,以“品牌化导向、资本化运营、国际化布局、数字化发展”为四个战略维度,全面实施“2+3+1”¹战略路径。



¹“2+3+1”即两大核心赛道(A科技、体育赛事)、三大支柱业务(展馆运营、IP运营、会展服务)和一个海外业务平台(香港公司海外业务平台)





2025 年 ESG 亮点绩效

经济绩效

营业收入	归属于上市公司股东的净利润	纳税总额	现金分红 ¹	现金分红占本年度归属于上市公司股东净利润比例
16.26 亿元	3.26 亿元	1.43 亿元	2.17 亿元	66.70%

会展价值

展会、赛事、论坛及活动等项目	展会总面积约	展会服务观众	总参赛人数
58 个	127 万平方米	200.2 万人次	6.3 万人次

核心业务

社会

员工福利与关怀投入金额	员工培训投入金额	职业病体检率
476.40 万元	90.67 万元	100%

公益投入总金额	其中，乡村振兴投入金额
88.35 万元	13.40 万元



环境

废弃物处置
100%
合规

展馆照明系统能效提升

预计年节约	节能量约
100 万度电	60%

2025 工博会证件本体物料

100%
可回收的 PP 合成纸

暖通系统节能改造

提升冷水机组能效	制冷综合 SCOP 提升	提升热泵机组能效	热源系统综合 SCOP 提升
12%	18%	5% 以上	5%

¹ 现金分红包含年度及中期现金红利

治理

董事会会议	企业治理培训
10 次	24 场

股东会	业绩说明会
3 次	3 场



奖项荣誉



品牌与 行业影响力

会展优秀实践案例

中国展览馆协会

2025 年度中外会展“金樽杯”
全能会展综合体——上海世博展览馆

中外会展品牌大会组委会

2025 年度行业影响力奖

证券之星

可持续发展

Wind ESG 评级 A 级

Wind

华证 ESG 评级 A 级

华证指数

ESG 治理金牛奖

中国证券报

2025 年度上市公司
ESG 价值传递奖

价值在线

资本市场认可

2024-2025 年度信息
披露工作评级 A

上海证券交易所

2024 年报业绩说明会
最佳实践
2025 年度上市公司董事会
优秀实践
2025 年上市公司董事会办公室
优秀实践

中国上市公司协会

2025 年金曙光投资回报奖

证券市场周刊

社会认可

会展集团荣获
“年度云治理先锋团队”称号

阿里云

元数科技与靖轩科技通过
高新技术企业认定

全国高新技术企业认定管理工作
领导小组办公室

元数科技获 2025 年上海市专精
特新中小企业

上海市经济和信息化委员会

上马项目组获上海市模范集体称号

中共上海市委、上海市人民政府



可持续发展治理

可持续发展治理架构

会展集团秉承可持续发展理念，系统性健全可持续发展管理体系，深化可持续发展理念与战略规划及日常运营的有机融合。为深化公司可持续发展治理效能，会展集团在强化管理层战略决策作用的基础上，完善并固化公司可持续发展治理架构与运行机制，建立起以董事会、战略及 ESG 委员会为最高决策机构的三级 ESG 治理架构，持续推进科学部署决策、明确各层级职责分工与汇报路径。



会展集团可持续发展治理架构

与此同时，公司持续强化制度体系建设，以政策机制引导 ESG 治理规范化、常态化运行。在既有治理框架基础上，我们已制定《东浩兰生会展集团股份有限公司董事会战略及 ESG 委员会工作实施细则》《东浩兰生会展集团股份有限公司 ESG 指导委员会工作细则》以及《东浩兰生会展集团股份有限公司 ESG 工作小组职责手册》以保障 ESG 管理要求有效落地。报告期内，经第十一届董事会第十一次会议审议，公司对《董事会战略及 ESG 委员会工作实施细则》进行了修订完善，进一步优化委员会职责范围与工作机制，更好支撑会展集团 ESG 战略规划、风险管控与信息披露要求，推动会展集团可持续发展治理能力持续提升。

规划牵引： 三年行动计划锚定可持续转型路径

在制度规范持续完善的基础上，公司进一步以中长期规划牵引 ESG 工作从“机制建立”走向“体系化推进”。会展集团围绕自身“展、会、赛、馆”业务特点，制定并推进 2025-2027 年 ESG 专项劳动竞赛三年行动，聚焦绿色会展赛实践、产业链协同发展、文商旅体展融合发展、数字化转型实践、公司治理体系建设等关键方向，明确阶段性目标、重点任务与责任分工，形成闭环管理机制，推动 ESG 要求更系统地嵌入各业务板块与子公司经营管理流程，为集团可持续发展战略落地提供清晰路线图与执行抓手。

规划落地： 会展集团举办 ESG 实践竞赛

为进一步促进可持续发展战略深入各业务单元，报告期内，会展集团组织开展 ESG 实践竞赛与最佳实践案例评选工作，面向各子公司征集 ESG 实践案例并形成标准化申报与评审机制。

活动以案例分享与评比提升为抓手，引导各子公司结合自身业务场景开展差异化实践。报告期内，共有 9 家子公司参与案例申报与分享，累计形成 14 项实践案例 / 解决方案，并评选出 2 个最佳案例及 3 个优秀案例，通过“以赛促建、以评促优”的方式，推动可持续理念在会展集团内部加速扩散与规模化落地。

交流共享： 进博会期间举办 ESG 圆桌论坛

为深入践行企业社会责任，我们将 ESG 理念有机融入展赛生态体系。在进博会期间，我们特别举办 ESG 圆桌论坛，携手东丽等核心合作伙伴及全运会帆船冠军运动员共同探讨体育赛事低碳化、可持续化的创新路径。各方分享了将环保理念融入赛事设计的实践经验，并发布了可持续承诺倡议书，彰显“三上”赛事在推动绿色发展方面的引领作用。



利益相关方沟通

会展集团始终将利益相关方的多元诉求视为推动可持续发展的重要驱动力，持续完善更具韧性、透明度的常态化沟通机制，并鼓励各方积极反馈意见与期望，动态优化沟通策略与重点议题设置，确保沟通更有效、回应更及时。在制定和推进可持续发展战略及优化管理过程中，会展集团始终关注包括投资者、股东、政府及监管机构、客户、供应商及合作伙伴、员工、社区及公众、媒体等核心利益相关方所关注的可持续发展议题，并将相关反馈作为 ESG 管理与决策的重要输入。

会展集团通过多元化沟通手段积极推进与利益相关方的沟通并开展详尽的利益相关方调研以更加充分了解利益相关方的诉求和对我们发展的期待，通过实质行动予以积极回应。报告期内，会展集团共披露定期报告 4 份、ESG 报告 1 份、临时公告 44 份，发布投资者关系记录表 5 份；举办业绩说明会 3 次，年报业绩说明会线上直播累计浏览量超 13 万次，并组织多场“走进展会现场”的沉浸式投资者关系活动。

利益相关方	关注议题	沟通与回应方式
 <p>股东和投资者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 利益相关方沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 投资者调研活动 高管面对面访谈 股东会 线上及线下业绩说明会 路演 公司公告 上证 e 互动平台 热线电话 电子邮件
 <p>供应商与合作伙伴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 供应链安全 尽职调查 创新驱动 反商业贿赂及反贪污 平等对待中小企业 利益相关方沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 商务互访 公司网站 微信公众号 热线电话 举报投诉
 <p>政府及监管机构</p>	<ul style="list-style-type: none"> 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 利益相关方沟通 尽职调查 平等对待中小企业 科技伦理 环境合规管理 应对气候变化 能源利用 污染物排放 废弃物处理 水资源利用 生态系统和生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期沟通 合规信息披露 公司官网 政企沟通汇报 工作会议及汇报 公司调研 座谈交流

利益相关方	关注议题	沟通与回应方式
 <p>客户</p>	<ul style="list-style-type: none"> 产品和服务安全与质量 创新驱动 科技伦理 数据安全与客户隐私保护 产品和服务安全与质量 负责任营销 	<ul style="list-style-type: none"> 热线电话 客户走访 销售及客户服务对接 满意度调研 电子邮件 微信公众号 公司官网
 <p>员工</p>	<ul style="list-style-type: none"> 员工 反商业贿赂及反贪污 产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 职工大会 员工座谈会 高管见面会 员工活动 员工满意度调查 举报投诉
 <p>社区及公众</p>	<ul style="list-style-type: none"> 污染物排放 废弃物处理 生态系统和生物多样性保护 社会贡献 循环经济 乡村振兴 负责任营销 	<ul style="list-style-type: none"> 合规排放 开展公益志愿活动 社区交流活动
 <p>媒体</p>	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 循环经济 员工 乡村振兴 社会贡献 创新驱动 负责任营销 	<ul style="list-style-type: none"> 交流互访 媒体采访 官方媒体平台 信息披露 公益活动

重大性议题

年度重要性议题评估是公司理解、判定、管理 ESG 事项的重要方法。2025 年，公司在既有工作基础上，依照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》等要求，结合自身业务特点与行业发展趋势，通过问卷调研等方式广泛征集利益相关方意见，系统梳理 ESG 议题并开展双重重要性评估。评估过程中，公司同时考量议题对会展集团财务表现的影响（财务重要性）以及对环境、社会与经济层面的影响程度（影响重要性），据此分析识别与会展集团可持续发展高度相关的重大性议题，为后续 ESG 信息披露的框架搭建与管理举措的聚焦发力提供依据。

重要性议题识别

会展集团基于多维度分析框架整合业务特性、内外部环境变化、相关法律法规要求、行业标准、利益相关方诉求、行业关键议题及监管要求，系统性识别 ESG 重要性议题核心范畴。

开展问卷调查

通过结构化问卷调研量化评估内外部利益相关方对议题的关注优先级与影响程度，构建议题重要性坐标系。

重要性议题评估和排序

我们基于利益相关方调研结果，结合会展集团实际运营情况和行业发展趋势，对识别出的重要性议题进行优先级排序。

会展集团重大议题识别与评估流程

影响重要性

- 正面影响的重要性取决于影响的规模、范围和可能性。
- 负面影响的重要性取决于影响的严重性、范围、可能性和不可补救性。
- 我们设置阈值以评估影响的重要性，并对重要性议题进行排序。

财务重要性

- 正面和负面财务影响的重要性取决于资源使用的连续性、对持续生产经营的关系依赖性。
- 我们设置阈值以评估财务影响的重要性，并对重要性议题进行排序。

会展集团重大议题评估维度

2025 年，公司结合自身所处行业和经营业务特点，并根据利益相关方需求梳理与专家评估的结果，形成会展集团的重大性议题矩阵，并由董事会授权战略及 ESG 委员会对重大性议题结果进行审批。

分类	议题	双重重要性分析	
		影响重要性	财务重要性
环境	循环经济	●●●	●●●
社会	创新驱动	●●●	●●○
社会	数据安全与客户隐私保护	●●●	●●○
社会	社会贡献	●●●	●●○
社会	乡村振兴	●●●	●●○
社会	产品和服务安全与质量	●●○	●●○
治理	利益相关方沟通	●●○	●●○
社会	供应链安全	●●○	●●○
社会	员工	●●○	●●○
治理	反商业贿赂及反贪污	●●○	●●○
治理	反不正当竞争	●●○	●●○
社会	负责任营销	●●○	●●○
环境	污染物排放	●●○	●○○
环境	生态系统和生物多样性保护	●●○	●○○
环境	废弃物处理	●●○	●○○
环境	应对气候变化	●●○	●○○
环境	能源利用	●○○	●○○
环境	环境合规管理	●○○	●○○
环境	水资源利用	●○○	●○○

在国家“绿水青山就是金山银山”理念引领及“双碳”目标持续推进、产业链绿色转型不断深化的背景下，东浩兰生会展集团紧跟国家绿色转型战略步伐，将可持续发展理念深度融入会展全链条，加速向绿色化、数字化、国际化方向演进。

会展集团将在董事会的领导下，以“服务国家战略和上海城市发展定位”为目标，以“打造世界知名、国内首选的会展服务品牌”为愿景，聚焦做优增量、盘活存量，通过内生发展与外延并购双轮驱动，全面助力上海打造国际会展之都、建设全球著名体育城市。

为实现会展集团可持续文化引领与战略落地的一致性，会展集团系统提炼“企业可持续文化”关键词体系，以此凝聚全员共识、指引实际行动。

渠道开拓 (Be Channel-expanding and Trailblazing)

绿色低碳 (Be Green & Low Carbon)

专业包容 (Be Professional and Inclusive)

生态共创 (Be Ecosystem-enabled and Value-creating)

开放多元 (Be Open and Pluralistic)

会展集团可持续文化

在此基础上，会展集团将可持续战略核心概念聚焦为“低碳、共创、协同、开放”，并形成可持续战略方案——DEXPO：以 DEXPO 首字母延展为战略支柱，构建“D 低碳、E 共创、X 协同增效乘数机制、P 协同、O 开放”的一体化框架，确保各战略支柱可对应会展集团可持续发展议题与目标，形成统一的战略叙事与可执行的管理路径。

专题

展赛双驱
循环共生

——会展集团构筑
可持续发展新引擎

专题

展赛双驱 循环共生

——会展集团构筑
可持续发展新引擎

D 低碳 ecarbonization

会展集团以绿色办展、绿色赛事为主要抓手，把减排与资源循环嵌入活动全流程管理，从策划组织到搭建运输、现场运营再到撤展回收，持续提升能源使用效率，减少污染物排放，规范废弃物处置与资源化利用，推动会展活动全链条迈向更低环境足迹、更可持续的新方向。



X 协同增效乘数机制

作为可持续发展战略的乘数机制，“X”推动低碳（D）、共创（E）、协同（P）、开放（O）四大支柱在策划组织、供应链协作、运营管理与公众参与中的联动落地，实现由单点举措向体系化机制、由项目实践向可复制模式的跃迁，持续构筑会展集团可持续发展新引擎。

E 共创 ngagement

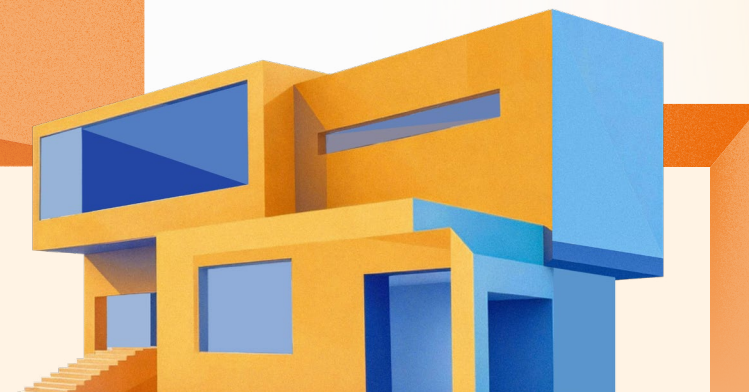
会展集团秉持将党的全面领导贯穿于公司治理各环节，持续深化反商业贿赂与不正当竞争专项治理，建立健全长效机制，强化风险排查与监督检查，切实维护市场公平秩序。同时，我们为员工提供丰富的学习资源与广阔的职业发展平台，赋能个人与企业协同成长、共同发展。

P 协同 artnership

会展集团以产业协同与生态共建为路径，持续加强与参展商、供应商及合作伙伴的联动，推动供应链风险管理与负责任营销实践落到全价值链之中，并通过会展行业跨界联动与多方参与机制，我们将项目的影响力从活动现场延伸至产业链上下游与社区层面，形成多方参与、共建共享的会展产业链生态。

O 开放 penness

会展集团秉持开放合作的精神，持续激发组织内外创新活力，坚持以国际化战略为引领，通过境外业务支点“走出去，引进来”，推动国内外业务一体化发展，实现全球业务布局，提升企业国际影响力和竞争力。



作为会展行业 ESG 实践的先行者，东浩兰生会展集团始终以行业责任为己任，将节能降碳与循环经济举措深度融入“展、会、赛、馆”全产业链服务，不断降低碳排放强度、提升资源循环利用率，推动会展行业向更环保、高效的方向进阶。

我们将资源循环、减量替代、低碳材料应用与精细化运营贯穿于从策划组织到现场执行的全过程，通过搭建绿色倡导与展示平台、推动可回收物的闭环利用，并引导参与方践行低碳行为，将低碳理念转化为可见、可感、可复制的行动体系，持续提升会展展赛活动的环境绩效与社会影响力。

报告期内，上海世博展览馆进一步聚焦屋面光伏、暖通与照明等关键用能环节，推进系统性节能改造与智能化管理升级，强化能源系统的协同管控与精细化运营，以更有效地降低运营能耗、提升能源利用效率，支撑会展集团的绿色低碳目标。

会展集团以展台搭建与展具租赁为核心业务场景，把绿色理念落实到“设计—采购—施工—运营—拆除—回收—复用”的全周期管理中，为多个重点展会与项目如上交会、工博会、进博会、低空经济展、水果展及科交会等提供可复制、可规模化的绿色会展解决方案。

通过材料与结构体系的标准化、轻量化与可回收化，显著减少一次性消耗与废弃物产生。

会展集团绿色搭建解决方案

通过运营端的运输电动化、服务节点集约化、展具循环化与流程无纸化，实现“搭建更绿、运行更轻、管理更省”的综合减排效果。

01 专题 绿色赋能 低碳先行 Decarbonization



会展集团全生命周期绿色搭建举措

2025 年中国（上海）国际技术进出口交易会 - 绿色展台搭建案例

依托自有场馆上海世博展览馆，会展集团将“全生命周期绿色搭建”理念嵌入自办展会运营，通过模块化设计、低碳材料与可回收拆装的闭环管理，系统性降低搭建过程的资源消耗与废弃物产生。

- **设计与施工阶段：**采用轻量化钢木混合结构与 90% 标准化模块（如可拼接展墙、桁架系统）设计，并运用数字化技术进行全案预演与优化，有效减少了现场变更与材料浪费。
- **材料选用阶段：**所有主材均严格选用 FSC 认证木材、再生铝材及低 VOC 涂料。
- **拆除与回收阶段：**通过有序拆解与分类回收，85% 的模块化构件得以入库储存、以备复用，其余木材与金属废料均实现资源化回收。



85%

模块化构件得以入库
储存、以备复用

专题
01
绿色赋能
低碳先行
Decarbonization



上海广告于 2025 年进博会为住友商事打造绿色展台

在本届进博会项目中，上海广告为住友商事打造符合 ESG 理念的绿色展台，展台以“未来城市沙盘”为视觉核心，把企业六大业务转译为可循环、可互动的城市场景模块，并在每个业务场景中嵌入真实项目逻辑：

- 通过“智慧工厂零废弃”的模块化展示呈现循环生产流程与绿色制造理念
 - 通过“大健康康养社区”呈现健康监测与生态居住的融合
 - 通过“再生资源枢纽”呈现废弃物向资源转化的循环体系
- 这套沙盘在展后被永久收藏于总部展厅，成为长期的 ESG 沉浸式教具，实现“一次搭建、长期传播”。



我们在工博会等重要展会中，设置了绿色低碳展区，深度融入绿色理念，进一步推动会展行业的可持续发展。同时，我们将节能降碳与循环经济理念深度融入“展、会、赛、馆”全产业链服务体系，在持续降低自身运营碳排放的同时，不断提升资源循环利用率，致力于推动会展行业迈向更绿色、更高效的发展新阶段。

01 专题 绿色赋能 低碳先行 Decarbonization

2025 中国工博会——“零碳未来”绿色低碳展区

2025 年中国国际工业博览会以“工业新质，智造无界”为主题，展览规模达 30 万平方米，集中呈现先进制造业的最新成果与产业趋势，为产业链上下游提供高密度的交流、展示与对接平台。在全球气候治理持续深化、中国“双碳”战略加速落地的背景下，本届工博会首次重磅设立“绿色低碳展区”，强调以工业场景为牵引，把绿色低碳从理念层面进一步转化为可对接、可落地的解决方案，体现出展会在推动工业绿色转型方面的“风向标”意义。

本次绿色低碳展区以“零碳园区建设”为主线，通过“1+3”架构与四大主题展区，将园区从规划到运营的实践经验与技术供给、场景验证、生态协同串联起来，使政策制定者、园区管理者、企业与投资者能够在同一场景内形成对绿色转型逻辑的共识，并实现更高效率的供需对接与合作落地。

展区在内容呈现上，将“零碳园区‘五化协同’”作为可复制框架进行集中展示，突出能源清洁化、产业低碳化、管理数字化、设施绿色化、政策标准化的协同路径；同时围绕深度脱碳的关键赛道，把新型燃料（如绿氢、绿醇、绿氨、SAF 等）作为破解“难减排”场景的重要方向，并以新型储能作为绿电高比例应用的“稳定器”，呈现不同技术路线在多场景中的适配价值；在迈向深度减排阶段，CCUS 的全链条方案也被纳入同一叙事，体现其对工业与航运等领域碳中和目标的关键支撑作用。

2025 年工博会

展馆规模超过

30 万平方米

汇聚全球 28 个国际地区的展商

3,000 多家

吸引专业观众

22.4 万人次

梳理出代表性成果

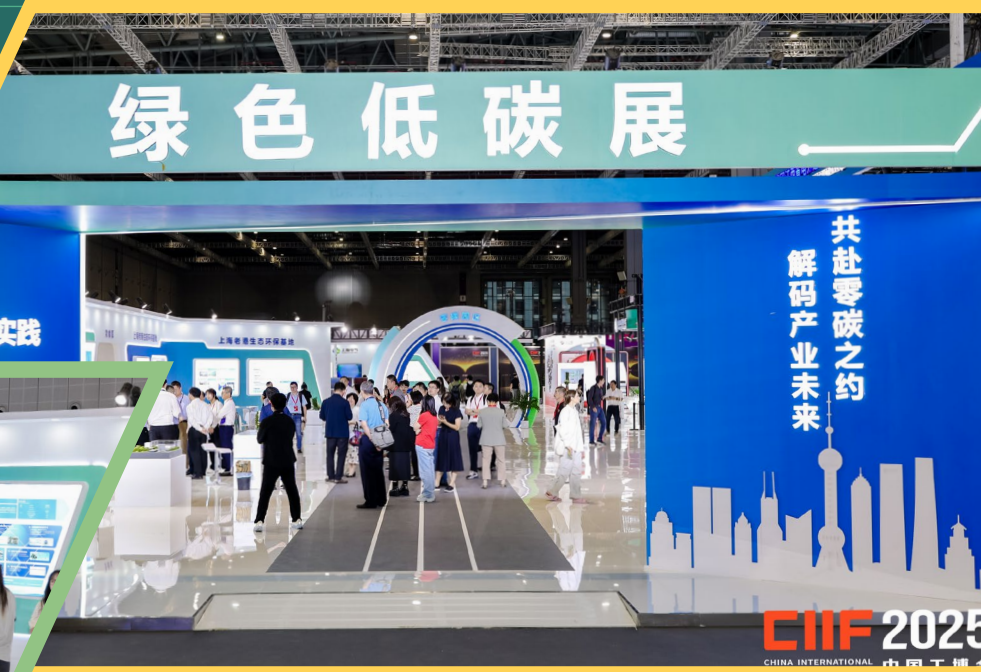
392 项

全网曝光量高达

23.86 亿次

展会可循环搭建材料使用比例超

80 %



广印展“碳索未来 ESG 展台”

2025 APPPEXPO 上海国际广印展于3月4日在国家会展中心(上海)盛大开幕。本届展会以“印用无界”为主题，聚焦广告、标识、印花、印刷、包装等产业链的多元融合与协同创新，在智能化、数字化、绿色化转型加速推进的背景下，持续打造全球数字印刷工业前沿成果的展示与交易平台，汇聚全球客商共享新机遇、共拓新市场。

在广印展布展过程中，项目优先采用可重复利用的展具与材料，IP 主展台使用了瓦楞纸板作为主体搭建材料，通过功能分区设计实现环保理念与艺术表达的融合，形成可复制的绿色展览示范模型，从而减少宣传画面与展示物料的一次性投入，降低广告印刷类物料及相关废弃物的产生。



上海国际广印展

4 天展期，覆盖展馆规模约

17 万平方米

7 大集群展

联动呈现全产业链创新成果

汇聚优质展商集中亮相逾

1,600 家

强化技术与供需对接，
配套重量级活动

数十场



2025 上海马拉松——从瓶到袖“零碳”奔跑

2025 上海马拉松以“申爱无界 Run Beyond Borders”为口号，向着世界顶级赛事目标稳步迈进，全世界的跑者因为对马拉松的热爱共赴上马之约，同一个信仰让世界无界。

绿色马拉松，是上海马拉松始终秉持的核心理念，也是贯穿赛事血脉的可持续发展承诺。从前期筹备到现场执行，环保意识融入每一处细节，构建出一套完整、可溯的绿色运行体系。为引导跑者低碳出行，上马持续推出系列举措：提供可免费乘坐两次的上马赛事主题地铁卡，鼓励公共交通参与，让上马之旅成为跑者一场身体力行的“零碳”奔跑。

上海马拉松连续两年推出“上马 care 计划”，成功构建了塑料瓶循环再生链条，2024 年与 2025 年赛事现场共分类回收了约 0.64 吨与 0.9 吨废弃塑料瓶。2024 年的回收成果在 2025 年上马赛事中得以运用：回收的废弃塑料瓶经加工后变为再生聚酯纤维“&+”，并最终织造成 2025 年上马赛事选手佩戴的冰袖，实现了废弃物向高价值赛事装备的成功转化，体现了资源的高效循环。

2025 年上海马拉松

赛事共计预报名人数

356,589 人

配备 AED 设备

275 台

参赛规模达

23,000 人

集结志愿者近

4,400 名

赛事沿线设置医疗站点

43 个



专题
02
党建引领
共创未来
Engagement

东浩兰生会展集团扎实推动自身党建工作落实，紧扣会展服务升级、产业生态构建、红色文化传播三大战略维度，将党建工作深度融入业务肌理，打造多个党建品牌亮相会展集团党建品牌矩阵。为深入贯彻中央关于全面从严治党和反腐倡廉的决策部署，我们持续深化纪律建设并推动“四责协同”机制落地。同时，我们聚焦人才队伍建设，夯实组织基础，为高质量发展注入红色动能。

目前，会展集团已成功打造“党旗扬会展”、“会展圆心共联”等党建品牌，并荣获“上海国企党建品牌”称号，创新培育“廉联看”“申爱行动力”等兼具行业特性与社会责任属性的潜力品牌，通过持续推动党建引领与公司业务的深度融合，努力将党建品牌优势转化为企业高质量发展的动能，以高质量党建引领会展集团迈向发展新征程。

党建红赋能会展蓝 主题党日绘就进博会担当画卷

为保障高质量党建服务护航进博会，会展集团成立服务保障第八届进博会临时党委，统筹外经贸商展、工业商展、现代国际、上海广告、靖达国际各子公司组建临时党支部，构建“一盘棋”工作格局。临时党委以“八个一”为抓手，推动支部工作规范化，并通过专题党课凝聚思想，号召党员从统筹力、凝聚力、服务力与责任心发力，将组织优势转化为服务进博会的“红色动能”。

展会期间，各临时党支部开展“先锋有我”主题党日4次，47名党员落实“党员在现场”机制，团结带领全体员工圆满完成招商招展、会务接待、媒体传播等多项服务保障任务，让党旗在会展集团服务国家战略的一线高高飘扬。



专题

02

党建引领
共创未来

Engagement

会展集团深入贯彻落实全面从严治党要求，将党的领导贯穿于公司治理全过程，通过系统构建并认真推动“四责协同”机制落地，确保党的政治监督责任有效落实。我们持续筑牢高标准合规底线，深化反商业贿赂与反不正当竞争治理，共同促进行业的规范与健康发展。

政治监督助力赛艇世锦赛高质量举办

2025年6月及9月，会展集团纪委两次奔赴赛艇世锦赛基地，进行现场监督和调研，确保赛事筹备过程中杜绝任何形式的违反商业道德的行为。

会展集团纪委组织可视化宣贯团队，于赛艇世锦赛现场搭建“赛事拼搏场”摊位，组织设计了世锦赛项目干事创业漫画，并为境外参赛选手，尤其是发展中国家运动员提供文化体验服务。本次文化体验活动“赛艇一家人、公平共竞赛”的内涵和高质量中国文化宣贯，获得各国运动员的广泛赞誉。



专题

02

党建引领
共创未来

Engagement

会展集团以党建引领发展，着力将组织优势转化为发展动能，并通过锻造一支专业精进、勇于担当的人才队伍，为事业行稳致远筑牢根基、注入活力。报告期内，我们致力于构建一支“数量充足、结构合理、素质过硬、充满活力”的人才梯队。

队伍结构优化

人员规模调控：围绕业务发展需要，动态调节各类用工人选规模，使人员规模与公司高质量发展阶段相匹配，提升人均效能与整体竞争力

年龄结构保持稳健：中层干部平均年龄为 42.9 岁，在自然年龄增长因素下实际保持稳中有降，年轻干部占比稳步提升

梯队建设强化

战略性挂职培养：选派 10 名青年人才赴重点岗位挂职，覆盖总部及下属核心企业

年轻干部提拔：全年提拔中层干部 24 人，90 后占比 39%，80 后占比 60%

机制活力激发

健全人才流动生态：持续优化人才流动机制，员工流动率整体处于行业健康区间，有效保障了组织的活力与可持续发展能力

市场化机制探索：搭建高端人才猎头供应商库，完善多元化用工及转换机制

培训体系升级

培训规模与覆盖：全年组织培训 22 场，覆盖 671 人次，80 后与 90 后员工合计占比 85%

多元化培训模式：涵盖 AI 专题认证培训、大型展会实地访学、线上线下融合学习等

会展集团人才建设全景

会展集团青年人才培养项目

为响应国资委培养年轻干部的号召，东浩兰生会展集团于 2025 年 5 月启动了首届青年人才培养项目。该项目在会展集团党委指导下，由达学院具体落实，聚焦 35 位青年潜力员工，开展了为期 5 天 4 晚的全脱产培训。

培训围绕“思想教育、业务管理和综合素养”三大模块，采用“党委把方向、学院抓落实”的协同机制。项目亮点在于高强度、实战化的学习模式。学员们以跨企业小组为单位，聚焦会展数字化转型、品牌营销等核心议题，结合 AI 工具应用等前沿知识，进行课题研究汇报。会展集团领导组成评审团，给予专业点评与方向指导，有效促进了学用结合。



依托会展平台的资源组织与连接优势，我们联动展商、供应商、行业机构与城市资源，在供应链安全、责任实践与社会价值创造等方面形成合力：一方面，会展集团通过建立标准化体系与合作机制，驱动合作伙伴共同提升交付质量与风险管理水平，增强产业链整体韧性。另一方面，我们通过开展跨界联动、鼓励多方参与，将项目影响力从会展现场延伸至产业链与社区层面，构建共建共享、合作增值的良性生态，从而将“聚力”真正转化为长期竞争力和可持续的社会价值。



2025 世界人工智能大会——“智能时代 同球共济”

2025 世界人工智能大会以“智能时代 同球共济”为主题，聚焦 AI 技术前沿、产业趋势与全球治理的最新实践。大会生动呈现了诸多垂直领域的创新应用，集成核心技术、关键零部件到整体具身智能产品的完整产业链，推动 AI 成果从“技术突破”更快走向“产业应用”。展览首设“WAIC 里技能大舞台”主题街区，并开展无人机飞行表演、机器人擂台等应用展示，让观众沉浸式感受 AI 技术场景化落地成效。

本次大会不仅是对过去人工智能领域革命性突破的全面检阅，更是全球社会共同应对智能时代机遇与挑战的集体共识表达。大会成立“全球人工智能创新治理中心”，通过密集举办法治与安全论坛，汇聚全球顶尖专家探讨 AI 伦理、算法治理与法律框架，促进行业在创新扩张的同时形成更清晰的治理共识与规则环境。



世界人工智能大会：

展馆规模超过

70,000 平方米

海内外专业观众

35.5 万人次

来自国家地区

91 个

全网流量

25.2 亿

全球优质展商

827 家

直接经济影响

2.68 亿元

前沿展品

3,055 件

展会可循环搭建材料使用比例约

65%



2025 年 TOPS 它博会通过国际观众与采购团到场采购以及“TOPS 出海东南亚高峰论坛暨供需资源直洽会”，把新品首发、订单对接与市场趋势、政策法规、渠道格局等关键信息放在同一平台集中整合，直接提高了宠物行业协同效率，帮助国货品牌更顺畅地对接东南亚市场资源，降低出海试错成本并提升规模化拓展的确定性。

2025 年 TOPS 它博会——助力国货品牌出海东南亚

2025 年 5 月，第五届 TOPS 它博会在上海国家会展中心成功举办。本届展会以“击掌为萌”为主题，300 余款新品独家首发，“它博纳新采购节”现场订单总交易额更是突破 3,500 万元，同比增长 135%。专业观众日和公众开放日的参观人数均实现显著增长，分别达到 23% 和 42%，展现出强劲的行业活力。



2025 TOPS 它博会

展馆规模超过

10 万平方米

全球优质展商

1,200+ 家

汇集品牌

8,000+ 家

2025 年国际低空经济博览会通过国内外专业采购团对接、现场签约与意向订单，以及 40 场国际级与全国性会议论坛的密集交流，推动低空产业形成联动。同期发布基础设施框架指引并推动产业联盟、总装制造联合体等机制落地，进一步促成飞控、动力、通讯导航等细分环节协同，加速低空经济从示范走向规模化发展的产业化进程。

2025 年国际低空经济博览会——启航低空经济，赋能千行百业

2025 年国际低空经济博览会于 7 月 23 日至 26 日在国家会展中心（上海）顺利举办。本次博览会以“启航低空经济，赋能千行百业”为主题，吸引近 300 家参展商，覆盖无人机、eVTOL（电动垂直起降飞行器）、飞行汽车、低空基础设施等全产业链，展览面积突破 6 万平方米，累计接待观众超 5.52 万人次。



2025 年国际低空经济博览会

展会面积达

6 万平方米

展商数量

285 家

会议活动

40 场

观众数量

5.52 万人次

首发产品

44 项

共计展示低空航空器（含模型）

201 架

2025 华东进出口商品交易会通过交易团体系、特色展区与定向邀约采购团组、现场采购对接会等方式，把区域产业带、跨境新业态与国际采购网络高效联动，提升供需匹配与成交效率。筹办期海外推介与重点市场链接的工作，则进一步扩大对“一带一路”等市场的触达半径，增强外贸产业链协同与订单获取的稳定性，推动外贸稳量提质。

2025 华东进出口商品交易会

2025 年 3 月，外贸“新春第一展”第 33 届华交会在上海新国际博览中心举办。本届华交会以“开放共赢”为核心理念，全面展现中国外贸创新突破与韧性发展的蓬勃气象，为深化高水平对外开放、推动外贸稳量提质注入强劲动能。



2025 华东进出口商品交易会

共计交易团
15 个

3,250 家
境内外参展企业

展览总面积达
11.5 万平方米

总展位数突破
5,100 个

共吸引境内外采购商
45,253 人

来自国家和地区到会
130 个

展会可循环搭建材料使用比例约
80%



WBX 2025 国际件杂货运输展

参展企业共计
150 余家

国际展商占比
43%

首次参展企业占比
38%



WBX 2025 国际件杂货运输展通过把海运、空运、铁路、公路、多式联运、港口码头、货代、设备与 IT 技术等全链条参与方集中到同一平台，形成可对接、可协商、可促成合作的行业协同枢纽。平台化联动有助于运力资源、工程货主需求与解决方案提供方的快速匹配，提升项目物流与件杂货运输的组织效率与供应链韧性。

WBX 2025 国际件杂货运输展

2025 年，WBX 国际件杂货运输展在上海世博展览馆盛大开幕。WBX 作为亚洲首屈一指的国际件杂货运输和项目物流 B2B 展会平台，在行业发展的关键节点上，将为推动产业升级、促进全球贸易畅通充分发挥自己的平台价值。



体育产业链条长、跨界属性强，单靠单一企业或单一场景难以形成规模效应。上海国际赛事文化及体育用品博览会平台将把品牌供给、渠道资源、专业内容与城市消费场景放到同一空间与同一节奏里，让“展示—交流—交易—体验”形成闭环：既促进国际与本土品牌的合作对接，也推动“体育+文旅+科技+消费”等新业态的资源整合，从而加速产业模式创新与体育消费扩容。



探索无限 · EXPLORE MORE ——2025 上海国际赛事文化及体育用品博览会

2025 上海体博会以“探索无限 · EXPLORE MORE”为主线，通过“国际品牌与本土力量同台、产业链跨界融合、展馆与城市联动”三类协同，把展会从单一展示升级为体育产业资源对接与模式共创的平台：

一方面聚合美国、英国、瑞士、德国等国家的品牌与机构，与中国品牌同场展示，强化国际合作与供需链接；

另一方面以运动康复、科学训练、体育旅游、健身食品等论坛为抓手，推动“体育+文旅+科技+消费”的跨界协同与产业方向共识。

2025 上海国际赛事文化及体育用品博览会

上海世博展览馆双馆齐开，
展览面积约

5 万平方米

覆盖视频号、抖音、小红书、快手等平台，形成线上线下联动传播闭环

全球品牌参展

200+

联动上海城市地标，打造“票根经济”场景

18 个



03

专题
协同飞跃
聚力共赢
Partnership

会展集团以“上马、上帆、上艇”三项城市自主品牌赛事为载体，把单一赛事的组织运营升级为“城市形象—公共服务—产业联动—可持续倡议”的协同体系。“三上”品牌在战略定位上，以体育赛事为平台，将绿色理念、公众参与和城市治理能力三者有机结合、协同放大，共同塑造具有持续影响力的城市名片。

“上马”

进一步把大型路跑赛事的公共服务体系与城市治理能力结合起来：在高参与规模和国际化选手占比的背景下，赛事组织在报名组织、起终点动线、分枪起跑、补给与秩序维护等方面持续优化，形成可复制的城市级办赛能力。



“上帆”

赛事由国家级行业协会、上海市体育主管部门、多个区政府及临港新片区管委会等共同参与，并由东浩兰生（集团）有限公司参与主办，贯通滨水公共空间、城市展示窗口与体育竞赛体系，推动“文商旅体展”资源的整合与联动。



“上艇”

以城市河道为舞台，将赛事与城市风貌、公共空间和生态环境融合呈现，扩大公众参与与城市传播的触达面，并通过专业化运营保障提升赛事体验，优化城市感知。



专题
协同飞跃
聚力共赢
Partnership

03

2025年9月，世界赛艇锦标赛首次在中国上海举办，这也是该项赛事首次落户中国、亚洲范围内第三次举办。东浩兰生会展集团旗下上海东浩兰生体育有限公司作为承办单位，深度参与本次赛事的组织与执行。公司全面统筹竞赛组织、招商运营、接待服务等全链条筹备工作。

依托会展集团的产业链协同优势，各业务团队分工协作、高效落实：靖达国际负责人员接待保障，依佩克提供专业物流支持，上海广告则输出视觉创意设计。通过多方联动与精准配合，赛事取得圆满成功，不仅展现了东浩兰生体育的品牌实力，也进一步提升了 DEXPO 品牌的国际影响力。

2025 年世界
赛艇锦标赛

国家和地区

55 个

运动员及教练员参赛

1,203 名

2025 世界赛艇锦标赛——艇力同聚、残健融合

世界赛艇锦标赛是由国际赛艇联合会主办的年度国际赛艇赛事，该赛事是赛艇运动最高级别的国际赛事，汇集了全球顶尖的赛艇运动员。

作为目前世界各单项锦标赛里唯一的残健融合赛事，残障运动员与国家队奥运选手在同一条赛道、同一个终点体系下参赛，赛事组织围绕“能到、能上、能赛”构建立体化无障碍保障体系，引入专业机构优化赛场动线、打通无障碍通行，并在近岸配置无障碍卫生间与休息区等配套设施，确保从热身、上下水到参赛的各个关键环节对不同群体都“同等可达、同样顺畅”。与此同时，赛事以多方协作放大社会与城市综合效益，通过“文旅商体展”联动机制，把赛事影响力与区域公共服务、消费场景和社区参与相结合，推动赛事价值从竞技场延伸到更广泛的社会层面，体现体育赛事对社会融合与城市韧性的促进作用。





在当前数字化浪潮席卷全球背景下，会展集团聚焦创新驱动发展战略，持续深化数字化建设。同时，我们不断加快推进公司全球战略，拓展海外市场，通过境外业务支点“走出去，引进来”，推动海内外业务一体化发展，实现全球业务布局，提升企业国际影响力和竞争力。“聚科技之光，展未来之境”，会展集团将以开放创新的姿态，携手全球伙伴，共筑智慧会展新生态。

2025年，我们聚焦自身能力提升，大力推进智慧展馆建设，统一中小型展会的前端建设与推广，打通全生命周期业务管理流程，以AI智能开启会展服务新篇章，真正做到“以会展为媒，以科技为翼”，通过数字化内核驱动会展业务运营与服务能级跨越。

Hi! WAIC 智能体项目——打造世界人工智能大会“超级智愿者”

为解决传统志愿者与纸质指南难以应对大量问询与差异化需求的问题，由WAIC主办方牵头，东浩兰生元数构建垂直模型、设计智能体并支持运营，依托“FUTUR X 未来模盒”，会展集团推出了首个智能体服务，为参会者提供展会问询、路线规划、内容推荐、知识回顾等一体化智能服务。

策展式问答

Hi! WAIC 是大会历史上首位具备“策展者思维”的智能答疑官，能从全局视角智能分析大会亮点，为参观者提供结构化的行程建议，让观展体验更高效、个性化。

实时联动推荐

基于用户实时位置与行为数据，系统可主动推送动态路线规划及活动安排，实现智能路径保存与场景化导览，成为真正的会展导航伴侣。

内容沉淀系统

通过自动记录论坛观点、展商介绍等核心内容，构建可持续更新的WAIC知识库，可将会议价值延伸至会期之外，为学术研究、策展优化提供结构化数据支持。

Hi! WAIC 在展会四天内完成对近两万名注册用户的触达和近 1.1 万名提问用户的服务，总对话消息数达到 2.4 万余条。它不仅显著分担了现场人工问询压力，也通过知识与数据沉淀，为大会后续选题策划、运营优化和品牌传播提供了新的基础。





04 专题 开放创新 会展出海 Openness

第二十五届中国工博会 GOCIIF 智能体项目——打造国家级工业展“智慧中枢”

面对第二十五届中国国际工业博览会“规模大、展区多、信息密”带来的观展挑战，主办方联合会展集团打造了展会“智慧中枢”——专属智能体 GOCIIF。该智能体依托工博会权威知识库与专家思维模型，确立了“全周期、全场景、全角色”的服务架构：

全周期覆盖：打通展前规划、展中导览至展后回顾全流程，支持观众提前锁定亮点展商与论坛；

全场景触达：通过“场景码”覆盖入口、展区及服务台，实现“所见即所扫，扫码即服务”；

全角色赋能：面向观众提供个性化导览与技术解读，助力展商精准对接资源，并为主办方提供实时运营看板。

运营数据显示，在会期内，GOCIIF 累计服务近千人次，完成对话交互超千次，引导问题点击率达 30%，显著分流了人工咨询压力。从交互趋势看，首日聚焦“票务 / 交通”刚需，中期侧重“行程定制 / 推荐”，末期则转向“撤展 / 总结”服务，充分验证了智慧化手段对观展效率的提升作用。



服务中台建设

会展集团 2025 年启动了“统一前端建设与推广项目”，旨在构建一个可适配多展会项目通用需求、标准化服务流程，并支持各展会个性化展示的统一服务中台。项目以服务中台的标准化能力为基础，涵盖用户体验策略与服务设计、前端触点设计、统一组件开发、页面开发测试，以及与中台的集成联调等内容，致力于提升展会项目的整体服务效率与体验一致性。

为进一步推进会展集团全球战略，加快拓展海外市场，提升专业性及竞争力，2025年，我们成立了东浩兰生香港公司。作为会展集团的国际总部与海外业务平台，凭借优越的区位与营商环境，香港公司将成为我们链接外资海外企业的重要枢纽。通过海外资源配置、投融资管理等核心职能，我们积极展开与国际伙伴的合作，开拓东南亚及“一带一路”市场，稳步推进全球化战略布局。

04 专题 开放创新 会展出海 Openness

上海国际广印展

——“走出去”开拓多个海外市场

- 团队分赴美国、德国、澳大利亚、沙特、哈萨克斯坦等多国参与行业展会，覆盖欧美、中东、亚太等重点区域，通过海外展会直面当地买家与展商，主动收集采购需求与市场反馈。
- 在海外宣传推介的同时，积极吸纳国际经验与技术趋势，既提升上海广印展的国际影响力，也为全球产业协同搭建专业桥梁。



TOPS 它博会

——助力国货品牌出海东南亚

- 首次吸引来自全球 29 个国家和地区的国际观众到访，泰国、新加坡等地组织专业采购团参与，协助国内外企业商贸对接。
- 针对东南亚这一新兴消费市场，展会举办“TOPS 出海东南亚高峰论坛暨供需资源直洽会”，汇聚多国行业专家解读趋势、政策与渠道，为中国宠业品牌提供海外市场本土化支持与资源对接。



出海荟

——助力中小企业“ESG 出海”

- 出海荟是一个专注于企业跨境出海的生态服务平台，联合多家行业组织与全球领先的跨境服务机构，依托本地化服务打造跨境服务生态圈，为企业出海保驾护航。
- 将 ESG 纳入核心议题框架，围绕供应链优化、数据合规、文化融合开展专题研讨，协助企业构建可持续的出海运营体系。
- 在引导企业履行海外用工合规、深化本地化运营的基础上，为中小企业提供 ESG 落地方案，支持政府政策实施，并向全球输出合规模式与发展机遇。



AI Gravity

汇聚前沿技术、行业智慧与全球网络，旨在构建一个促进 AI 生态深度对话与跨境协作的国际平台。2025 年 11 月，AI GRAVITY 首站携手 AIMX 亮相新加坡，助力产业链上下游的深度联动。



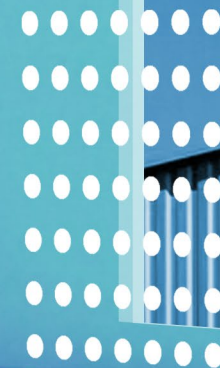
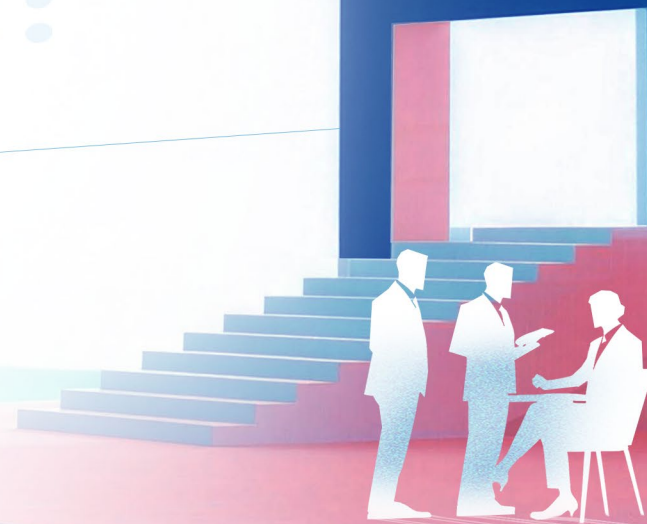
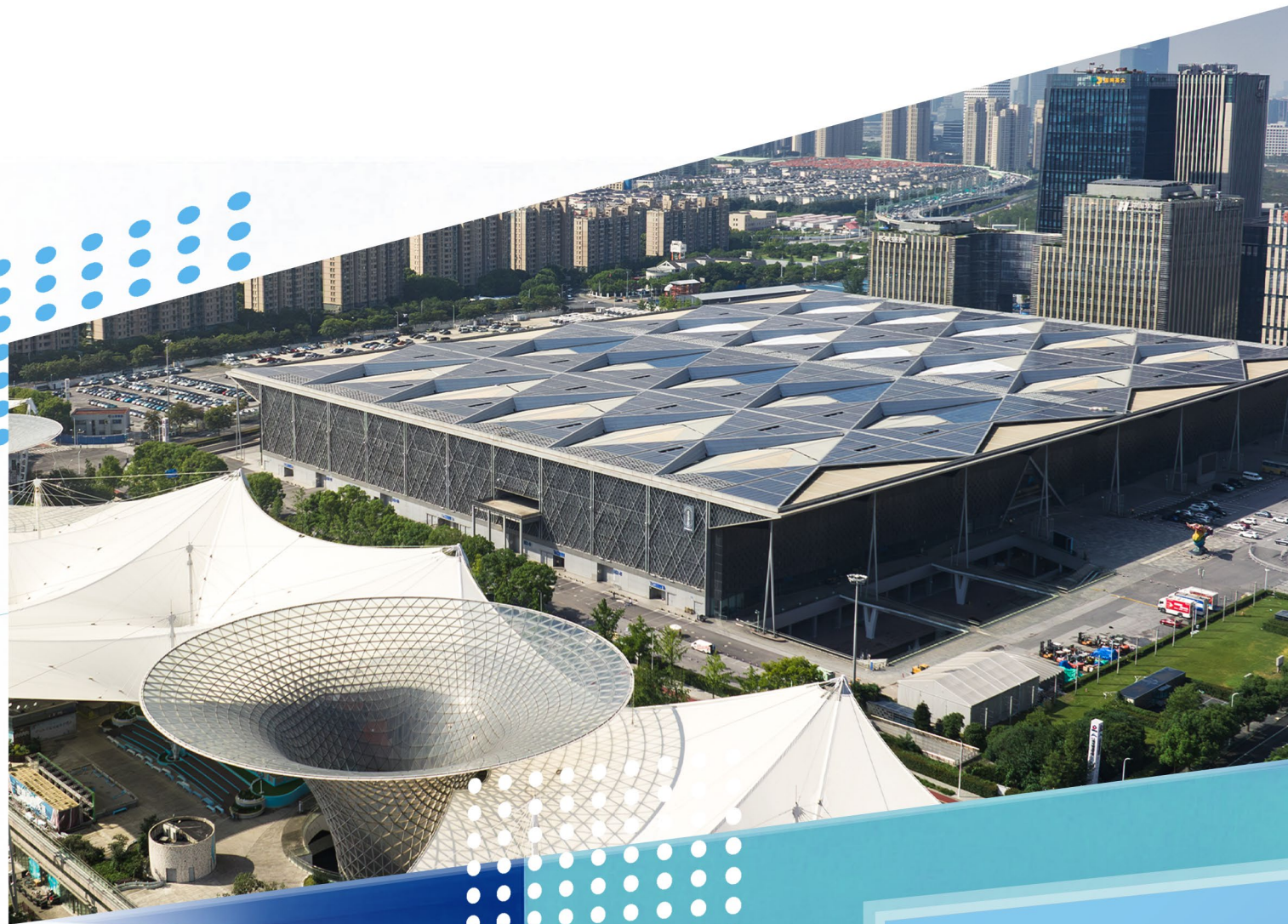
会展集团 2025 年
国际化战略举措

治理向新

固本致远

01

会展集团将卓越的公司治理视为实现可持续发展的关键要素，持续完善公司治理架构，深化投资者沟通，优化内控与风险管理体系，强化商业道德建设，全面提升治理效能与决策质量。我们致力于构建权责清晰、运作规范、透明高效的治理环境，为公司的稳健经营与长期价值创造提供坚实保障。



16 和平、正义与
强大机构



17 促进目标实现的
伙伴关系

治理向新
固本致远

企业治理

风险管理

商业道德与反贪腐

知识产权保护

发展向绿
和谐共生

专业向实
展赛引领

人和为本
聚力焕新

合作向远
共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

企业治理

会展集团恪守《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等国家法律法规。报告期内，我们制定《董事会授权管理制度》《舆情管理制度》《董事、高级管理人员持股变动管理制度》《董事、高级管理人员离职管理制度》，修订《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》及董事会下属各专门委员会《工作实施细则》等内部制度，企业治理制度体系日益完善。

会展集团已建立权责透明、运作规范的公司治理机制，确保各层级在职责范围内规范运作、有序协同。2025年，我们响应监管要求取消监事会，由董事会审计委员会全面行使原属监事会的财务报告审核、内部控制监督、董事及高管履职监督、关联交易审核等职权，形成“股东会 - 董事会 - 管理层”的“单层治理”模式，公司治理效率进一步提升。



企业管治架构



报告期内，会展集团共召开股东会 3 次，董事会会议 10 次，依法依规对本公司战略发展、经营管理及风险控制等重大事项进行了审议与决策。

会展集团重视公司董事会成员多元化构成，致力于提升董事会有效性，在董事候选人选拔和董事任命环节，以年龄、学历、职称、能力、行业经验、专业资质等为考察维度，对候选人综合素质进行充分考量，旨在构建结构均衡、专业互补的董事会团队。截至报告期末，会展集团共有董事 9 人，其中独立董事 3 人，职工董事 1 人；女性董事 1 人，占比 11.11%，为会展集团战略决策和长远发展提供坚实保障。

报告期内

会展集团共召开股东会 董事会会议

3次 **10**次

职工董事

1人

截至报告期末

会展集团共有董事 其中独立董事

9人 **3**人

女性董事

1人

占比

11.11%

关于本报告

董事长致辞

走进会展集团

可持续发展治理

专题

治理向新
固本致远

■ 企业治理

风险管理

商业道德与反贪腐

知识产权保护

发展向绿
和谐共生

专业向实
展赛引领

人和为本
聚力焕新

合作向远
共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

会展集团通过系统化培训与实地考察相结合的方式，进一步提升董事及高级管理人员履职能力。2025 年，会展集团共组织企业治理培训 24 场，共计 156 人次参加，覆盖董事及高级管理层，涵盖年度报告编制、可持续发展报告指引、重大资产重组新规、独立董事履职要求等关键议题。同时，我们组织独立董事考察华南工博会、世界人工智能大会、中国工博会和进博会等公司展会项目，提升独立董事对公司核心业务与市场前沿动态的直观认知，为其履职提供更充分的一线信息支撑。

会展集团恪守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及有关部门监管要求，依法开展信息披露工作，确保披露信息及时、准确、完整，以便投资者深入了解公司经营情况，全面保障投资者及股东合法权益。

会展集团践行“以投资者为本”理念，组织多元化投资者关系活动，持续深化与资本市场的沟通。2025 年，我们共举办 3 场“线上+线下”业绩说明会，开展其他各类投资者活动 44 场，覆盖机构投资者 202 家次、吸引 274 人次参与，涵盖“走进上市公司”活动、结合会展主业的“走进展会现场”沉浸式调研等，有效传递公司价值与战略。

会展集团通过可视化报告、媒体合作等多种方式，提升信息透明度与传播力。同时，我们充分利用电话、邮件、“上证 e 互动”等多渠道，及时响应投资者关切，切实保障了投资者的知情权与参与权，维护了良好、互信的投资者关系。

2025 年

开展其他各类投资者活动

44 场

覆盖机构投资者

202 家次

吸引

274 人次参与



治理向新
固本致远

企业治理

风险管理

商业道德与反贪腐

知识产权保护

发展向绿
和谐共生

专业向实
展赛引领

人和为本
聚力焕新

合作向远
共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

举办“我是股东”走进上市公司活动

2025 年 7 月，会展集团在世界人工智能大会 (WAIC) 期间举办“我是股东”走进上市公司——兰生股份活动，吸引近 50 名投资者参加。本次活动通过实地调研、高管对话及深度交流等形式，围绕公司业务整体情况，重点聚焦本公司在区域布局、创新应用、增长引擎等热点问题展开深入互动交流，确保参会人士深入了解本公司在人工智能赛道的生态布局与战略推进情况，充分彰显本公司发展潜力。



2025 年 7 月

兰生股份活动吸引近

50 名

投资者参加



会展集团举办年度业绩说明会

2025 年 4 月，会展集团采用“线上直播 + 线下交流”相结合的模式举办年度业绩说明会。本次业绩说明会继续深挖内容创新，不仅详细解读了行业市场形势、本公司未来规划、助力新质生产力发展等问题，还结合本首份 ESG 报告发布以及投资者关心的热点项目“世界人工智能大会”进行专项路演，在线直播总浏览量超 13 万次，关注度较上一年提升了 30%，收获了参会人员的积极评价和财经媒体的广泛报道，荣获中国上市公司协会颁发的 2024 年报业绩说明会最佳实践。



风险管理

会展集团将风险管理位置视为企业稳健发展的重要基础，制定并落实《内控手册》，并于报告期内修订《审计委员会工作实施细则》《内部审计管理制度》等制度，进一步完善会展集团内部控制框架。报告期内，我们明确由董事会领导的四级风险管理架构，确保企业合规运营。

会展集团遵循并进一步修订《内部审计管理制度》，通过系统化、规范化的审计方法，独立、客观地审查公司经营活动中存在的风险，持续完善内部控制体系。报告期内，我们自主或配合母公司东浩兰生集团开展多项审计工作。我们按照年度工作计划，针对四家三级企业开展经营管理专项审计，进一步落实“三年内实现所有三级子公司专项审计全覆盖”的目标。同时，我们结合经营活动中的主要风险点，开展经济责任审计、薪资福利审计、业务项目收支情况审计，并针对股权转让事项，进行评估基准日至交割日的净资产审计，全力保障公司各项经营活动依法合规。此外，我们配合东浩兰生集团开展第三方支付账户管理、无关多元经营风险、过度负债和大额资金管理三项由国资委主导开展的审计项目，涉及会展集团及下属公司共计 45 家次企业，切实履行强化监督、防范风险的职责。

针对审计过程中发现的各项问题，我们通过即知即改、集中整改、持续整改的方式开展整改工作，并对整改效果进行持续跟踪与评估。

2025 年，会展集团围绕合同规范与招投标流程风险防控、劳动争议案件法律解读等关键议题，组织开展两场专项培训，系统宣贯运营管理各环节的潜在风险，累计覆盖相关岗位人员 86 人次，全员风险识别与合规意识显著提升。



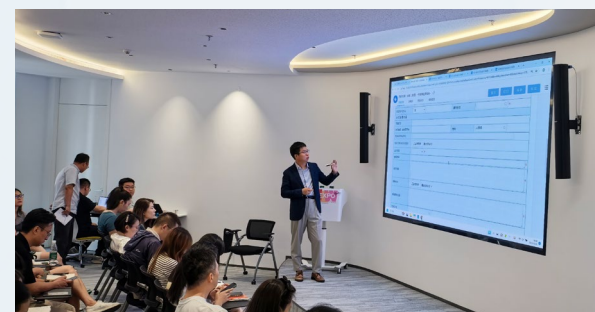
会展集团风险管理架构



2025 年

审计项目涉及会展集团及下属公司共计

45 家次



合同及招投标风险防控培训

累计覆盖相关岗位人员

86 人次



劳动争议法律法规解读培训

商业道德与反贪腐

会展集团严格遵循《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，依据《东浩兰生会展集团关于企业经营管理活动中防止关键岗位人员利益冲突的管理办法》《商业道德规范》等内部制度，明确禁止任何形式的贪污腐败等违反商业道德的行为。

会展集团深入贯彻落实全面从严治党要求，将党的领导贯穿于公司治理全过程，通过系统构建并认真推动“四责协同”机制落地，确保党的政治监督责任有效落实。我们已全面完成与高级管理人员、各下属公司党支部以及本部部门的“四责协同”责任书签订工作，实现责任落实全覆盖。同时，我们强化“一岗双责”要求，将“中央八项规定精神学习教育”以及年度审计发现的问题纳入清单管理范畴，通过加强考责问责，不断提升治理效能。

报告期内，会展集团未发生贪污诉讼或不正当竞争诉讼事件，未受到相关行政处罚。

商业道德治理体系

会展集团已构建完善的商业道德治理体系，由董事会授权 ESG 指导委员会全面统筹商业道德相关事务的监督与管理，确保道德规范在会展集团范围内的有效落地与持续优化。ESG 指导委员会负责推动商业道德的制度建设、规范实施及违规行为处置，并将道德要求融入企业战略与日常运营。



廉洁文化建设



会展集团以“创新廉洁建设品牌建设年”为契机，积极创新廉洁文化建设模式，打造“廉联看”廉建品牌，推动党风廉政宣传教育可视化、常态化。

“廉洁树”由木成林

一年来，纪委邀请专家举办廉洁文化建设培训讲座；助力集团设计制作《东浩兰生集团廉洁漫画创作集》；推进“会展有担当”系列漫画，鼓励项目创业干事担当；重点项目焕新呈现，“广印新风尚”展台焕新绿色搭建、“工博加油站”成为合作廉建共建平台；政治监督重点项目做出特色，赛艇世锦赛“赛事拼搏场”以匠心服务、创新作品向世界弘扬时代中国文化精神。



关于本报告

董事长致辞

走进会展集团

可持续发展治理

专题

**治理向新
固本致远**

企业治理

风险管理

商业道德与反贪腐

■ 知识产权保护

发展向绿
和谐共生专业向实
展赛引领人和为本
聚力焕新合作向远
共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

36 东浩兰生会展集团股份有限公司

会展集团高度重视廉洁教育体系建设，将廉洁培训作为提升员工职业操守、筑牢思想防线的重要手段。2025 年，我们持续深化反贪腐长效机制建设，通过开展覆盖全员系统性反贪腐培训，并对廉洁相关制度要求进行常态化宣贯，不断强化全员合规意识。同时，我们组织了面向纪检干部的专项纪检业务培训，提升了监督队伍的专业能力。在重要节假日前，我们发布全员廉洁告示，并组织开展以违规吃喝等为重点的专项排查，严格执行“提醒—自查排查—报告”的排查机制。此外，每年 11 月 26 日被明确为会展集团廉政教育日，我们通过集中开展警示教育等方式，进一步筑牢干部职工拒腐防变的思想防线。

会展集团将供应商廉洁风险识别与排查纳入重点工作中，并在合作协议中统一纳入专项廉洁协议，系统性地向商业伙伴传递和宣贯会展集团的商业道德规范，促使其遵守相关管理要求，以此共同促进行业的规范与健康发展。

举报管理

会展集团致力于构建安全可靠的举报环境，保障员工、客户、供应商及合作伙伴能够通过多种渠道有效行使对违法违规违纪行为的举报权利。根据《东浩兰生集团纪检监察组织监督执纪工作办法（试行）》的规定，所有接收到的举报事项均须上报母公司东浩兰生集团归口受理；在接到母公司转办的信访举报件后，会展集团将严格依规开展相应的调查与处置工作。我们对举报人及举报内容实行严格保密，杜绝任何形式的打击报复行为，切实保护举报人合法权益。

**知识产权保护**

会展集团恪守《中华人民共和国专利法》等法律法规，制定了《知识产权管理制度》《商标管理制度》等内部制度，加强对我们商标、专利、著作权、软件著作权、版权等知识产权的注册、续展、转让、许可使用、保护和管理，知识产权合规管理体系进一步系统化、规范化。报告期内，会展集团未发生知识产权侵权及被侵权事件。

反不正当竞争

会展集团恪守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，于报告期内制定《反不正当竞争管理制度》，对涉及虚假宣传、垄断行为、侵犯商业秘密等信息进行重点监测，就开展不正当竞争的公司或个人进行严格管理。2025 年，会展集团未因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚。

发展向绿

和谐共生

02

会展集团紧扣国家“双碳”目标与会展业绿色转型方向，将绿色发展从“理念倡导”转化为可落地、可管理、可评估的全流程管理体系，贯穿会展服务的策划、设计、搭建、运营到撤展的全生命周期中。我们围绕“展、会、赛、馆”一体化服务，系统推进绿色设计、绿色材料、绿色办公以及绿色场馆建设与运营等关键环节，推动绿色要求嵌入项目管理标准、供应商管理与现场执行控制之中。通过持续构建涵盖主办方、参展商、搭建商、物流、场馆与观众的绿色会展生态圈，会展集团不断助力行业实现低碳化、循环化与规范化运营转型，为会展业可持续发展树立标杆。



环境管理

环境保护不仅是企业的社会责任，更是保障企业长远发展的必然选择。会展集团将环境管理作为运营管理的重要组成部分，持续强化合规要求在各项经营活动中的落实与执行。公司将提高水资源利用率的理念推进日常管理，通过加强节水倡导与内部宣贯、优化用水行为与管理措施，持续提升用水效率。与此同时，公司进一步完善废弃物管理机制，结合不同废弃物类别的特性实施分类投放、分类收集与分类处置的精细化管理，配套专项处置要求与流程控制，推动废弃物得到更规范、更高效且更环保的处理与资源化利用。

环境管理

应对气候变化

推广循环经济

专业向实
展赛引领

人和为本
聚力焕新

合作向远
共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

环境合规管理

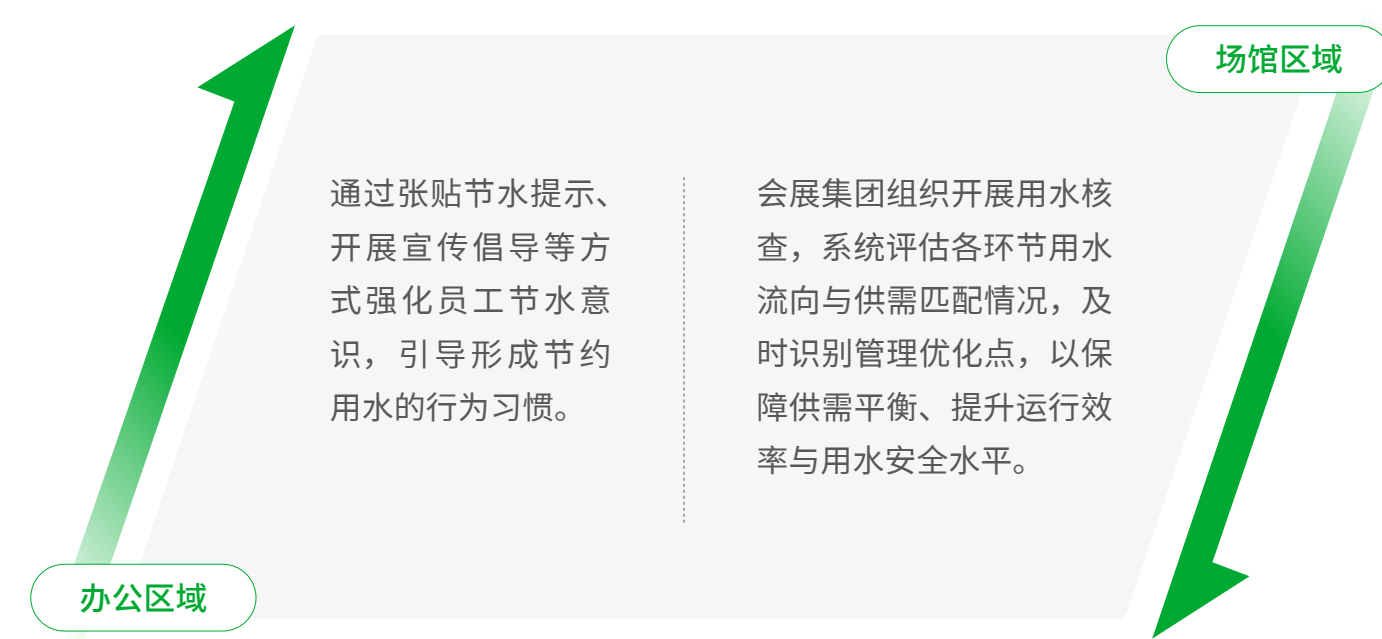
会展集团始终将环境合规要求嵌入日常经营管理，切实履行企业环境保护责任，严格落实国家及运营所在地相关法律法规、标准规范及行业监管要求，包括但不限于《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关规定。

鉴于会展集团主营业务以展会承办、会议服务与赛事活动策划执行为主，生产型排放源较少，整体在废水、废气及固体废弃物排放等方面的环境合规风险相对可控。报告期内，会展集团未发生重大环境违法违规事项，亦未受到重大环境处罚。

水资源管理

会展集团严格遵守并落实《中华人民共和国水法》等与取用水、节水管理相关的法律法规和监管要求，持续推进水资源的规范化、精细化管理。我们用水按照使用场景主要分为两类：办公区域日常用水与展馆区域运营用水，水源均统一来自市政供水系统，纳入统一计量与日常管理范畴。

围绕提升用水效率与减少浪费，我们在办公区域、场馆区域分别采取以下措施：



废弃物管理

会展集团严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等废弃物管理相关法律法规及监管要求，建立并持续完善覆盖全流程的废弃物管理体系，以确保各类废弃物实现 100% 合规处置。鉴于会展集团主营业务以展会承办、会议服务、赛事活动策划及场馆运营为主，废弃物产生场景主要集中在办公管理、场馆运营与展陈宣传物料等环节。

基于上述业务特点，会展集团将废弃物管理范围划分为三类：办公废弃物、展馆废弃物及广告印刷类废弃物，并针对不同类别匹配相应的分类标准与处置方式，对废弃物从产生、分类收集、内部转运、暂存、对外运输到资源化利用与最终处置等关键环节实施全过程管控与合规把关。

建立并持续完善覆盖全流程的废弃物管理体系，
以确保各类废弃物实现合规处置

100%



办公室废弃物管理

会展集团持续强化办公场所废弃物管理，将“从源头减量”作为日常管理的重要理念，并在既有实践基础上不断巩固与优化相关举措。报告期内，公司延续并深化“家具利旧”管理做法，优先通过调剂复用、维修翻新等方式延长办公家具使用周期，减少不必要的新购需求，从源头降低资源消耗与废弃物产生。同时，公司持续推进打印设备租赁模式替代一次性采购，根据实际办公需求精确、灵活配置设备数量与型号，降低设备闲置率与更新淘汰带来的电子废弃物增量。

展馆废弃物管理

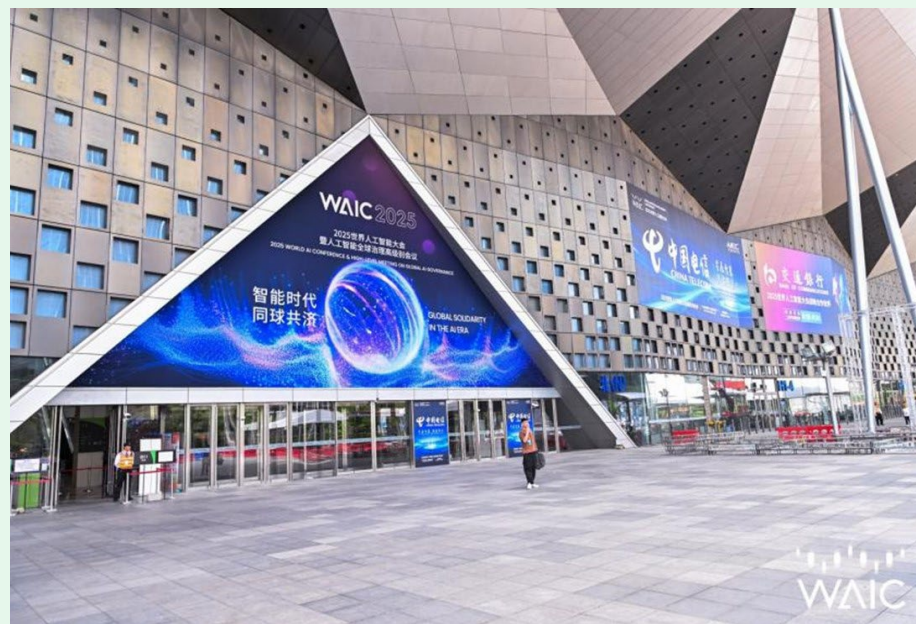
上海世博展览馆持续完善展会现场废弃物管理机制，制定并执行更为严格的管理要求，明确主办单位需将展会展馆红线内产生的废弃物自行带离展馆区域并落实规范处置，以压实各方责任、降低现场环境负荷。针对展馆红线范围内产生的其他生活垃圾，由展馆统一收集分类处置。展馆同时严格落实《上海市关于进一步加强塑料污染治理的实施方案》等相关要求，倡导各类展会活动减少一次性用品使用，尤其避免使用一次性塑料购物袋，引导参展各方共同推动绿色办展。为进一步提升管理效率并减少纸张消耗，展馆积极整合智能化线上整改系统，以电子整改单替代传统纸质整改单，推动整改闭环、过程可追溯。

广告印刷类废弃物管理

会展集团在展会活动运营、品牌传播及项目搭建过程中不可避免会使用各类广告印刷与展示物料。为降低广告印刷类物料带来的资源消耗与废弃物产生，会展集团坚持从源头减量入手，优先采用数字化展示替代部分实体画面，推广可循环利用、可回收的环保基材与耗材，并推动展陈物料向模块化、可拆装、可复用方向优化；同时对相关物料在制作、使用、撤展回收等环节进行规范化管理，提升回收复用与资源化处置水平，持续减少一次性广告印刷物料的环境影响。

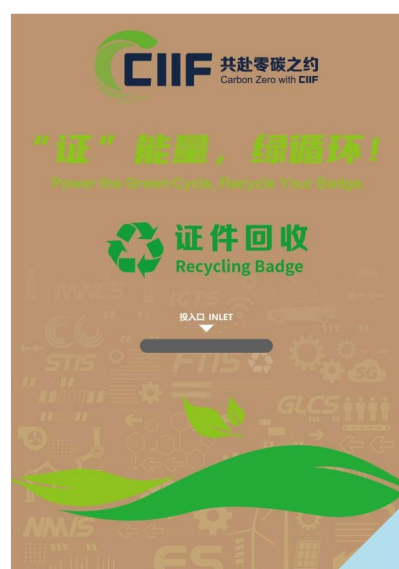
WAIC 绿色环保广告布运用

在本次世界人工智能大会 (WAIC) 展区形象呈现中,项目摒弃传统复杂门楼实体装饰,改以“大幅环保广告布+数字视觉呈现”作为主要载体。展会入口处巨型三角造型展示面采用可循环利用的高清精变环保布料,替代传统门楼常用的泡沫、KT板等不可降解装饰物料;场内同步结合多块数字屏显呈现“智能时代 同球共济”主题视觉,在显著降低实体装饰材料消耗的同时,保持科技感与视觉张力,实现展示效果与环保实践的平衡。



工博会环保材质证件使用

2025 工博会将证件系统作为绿色实践的重点场景,推进证件物料的闭环管理与源头减量。证件本体选用 100% 可回收的 PP 合成纸,在满足使用强度与信息呈现需求的同时提升可回收属性;证件挂绳采用 RPET 再生聚酯材质,以回收塑料瓶为原料,实现再生材料替代,从源头减少原生塑料使用并降低一次性会务物料带来的环境负荷。



生态系统和生物多样性保护

会展集团遵循国家生态文明建设与生物多样性保护相关法律法规及监管要求,秉持绿色办展、低碳运营的发展理念,持续关注经营活动对自然环境与生态系统可能产生的影响,推动资源节约、污染防治与环境友好型运营管理。

鉴于会展集团主营业务以会展与赛事运营、场馆管理及配套服务为主,经营活动不涉及高生态敏感区域的资源开发与高强度生产制造环节,整体对生物多样性的直接影响相对有限。尽管如此,我们仍坚持将生物多样性保护理念融入展馆与展会运营场景,优先采用可循环、可回收与低环境影响的搭建与物料方案,规范废弃物分类与回收处置,降低活动开展对周边环境的扰动,并通过绿色采购与供应商协同,引导合作伙伴共同提升环境管理水平,助力构建人与自然和谐共生的可持续发展路径。

应对气候变化

会展集团积极识别与评估气候相关的风险与机遇，并对气候变化的影响进行分析与分类。在评估过程中会展集团遵循气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 与《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告 (试行)》的建议，深入识别并细致排序业务运营中可能遇到的气候相关风险与机遇，并制定分层应对策略，短期通过系列演练及相关应急措施降低运营中的风险，中长期通过绿色理念落地实现低碳转型。



管理架构

会展集团已将气候议题纳入公司治理核心并形成自上而下的管理闭环，确保气候相关风险与机遇能够被及时识别、有效评估、科学决策并落实到具体行动与绩效管理中。

会展集团董事会下设战略及 ESG 委员会，作为应对气候变化相关事项的最高决策与审议机构，负责对气候治理方向、重大议题与关键决策进行把关与审批。

ESG 指导委员会聚焦气候变化风险识别与评估，牵头研究并制定气候应对策略，统筹管理与协调气候相关重点事项。ESG 委员会围绕会展集团气候变化风险及影响的管理成效进行审议，确保气候治理在董事会层面得到持续监督与有效指导。

会展集团 ESG 工作小组负责具体落实应对气候变化工作的推进情况，由会展集团内与 ESG 相关的多个职能部门及子公司共同组成，以跨部门协同方式推动气候相关战略、政策与目标的落地实施，从而持续提升会展集团气候治理的执行力与管理韧性。

会展集团气候变化管理架构

战略

会展集团主动识别并响应气候变化带来的风险与机遇，坚信气候议题亦将催生新的商业空间与增长动能。为增强决策的前瞻性与可操作性，我们系统评估气候变化对经营活动与发展战略可能产生的潜在财务影响，并结合不同风险类型明确相应的时间跨度与影响区间，从而为气候相关治理决策、行动优先级排序及应对策略制定提供更坚实的分析依据与管理支撑。目前，我们暂未识别到对会展集团有显著影响的气候机遇。

风险类型	气候风险名称	潜在财务影响	时间范围 ¹	应对举措
实体风险 ²	台风	<ul style="list-style-type: none"> 台风可能直接破坏本公司的会展场馆、办公设施、库存等固定资产，导致修复或重建成本增加。台风期间，会展及赛事活动可能被迫取消或延期，影响业务连续性导致收入减少。 	短期	<ul style="list-style-type: none"> 展馆对防汛器材进行检查，对相关器材进行维护和更换，并组织物业团队开展了 2 次防汛防台演练和培训。 体育公司加强搭建、设备、货物的检查，并对围板、棚架、广告牌等易被风吹动的搭建物进行加固，停止高空作业等户外危险作业。
	极热	<ul style="list-style-type: none"> 极热天气可能导致参展商和观众的参观意愿降低，进而影响会展活动的参与度和门票收入。会展集团可能需要投入更多资源来应对极热天气，如增加降温设备、增加空调使用量等，这将直接增加运营成本。 若气温上升至 40 摄氏度以上，将触发赛事“熔断机制”，导致赛事延期或取消，影响体育公司正常运营。 	短期	<ul style="list-style-type: none"> 展馆采取临时降温措施，并规划空调系统升级。 体育公司在赛道沿途增加饮水站，提供遮阳棚、风扇等防暑降温的工具，并配备医务人员和必备药品，降低参赛者身体不适的风险。
转型风险 ³	强化环境披露信息义务	<ul style="list-style-type: none"> 随着碳排放、碳交易等管理措施的完善及实施，国家和地区、交易所、资本市场等对会展集团的环境信息披露提出了更高要求，会展集团需披露环境相关指标。若未能及时披露该信息，会展集团将面临合规风险。 	短期 中长期	<ul style="list-style-type: none"> 根据上海国资委和上海交易所要求积极每年定期披露 ESG 信息。
	客户消费偏好转变	<ul style="list-style-type: none"> 客户倾向于选择更加低碳的产品或服务，若不能在节能降耗等可持续发展表现方面达到客户要求，会展集团可能会面临客户流失的风险，进而带来减少收入的影响。 	中长期	<ul style="list-style-type: none"> 在会展、赛事、会议等活动中融入绿色理念，并进行有效的能源管理满足客户消费需求。

结合会展集团运营特点，为更有针对性地识别并应对气候变化带来的风险与机遇，会展集团逐步构建并完善覆盖主要用能场景的能源管理体系，将能源管理要求贯穿于展馆与展会运营、赛事活动保障以及办公场所日常运行等环节，推动能耗管理更加系统化、精细化与可控化。

¹ 时间范围：短期定义为一年内，中长期定义为一年以上。

² 实体风险：场馆及主要办公运营场所位于上海，实体风险以台风的影响为主。

³ 转型风险：会展集团的主营业务为承办展会、会议、赛事策划等，不涉及高碳排放的生产流程，转型风险较为可控。

展馆能源管理

上海世博展览馆，持续完善能源管理制度与运行机制，统筹推进能效提升与可再生能源利用，全方位推动场馆绿色低碳运营。在既有能源管理举措基础上，报告期内，展馆进一步聚焦屋面光伏、暖通与照明等关键用能环节，推进系统性节能改造与智能化管理升级，强化能源系统的协同管控与精细化运营，以更有效降低运营能耗、提升能源利用效率，支撑集团绿色低碳目标。

暖通系统节能改造

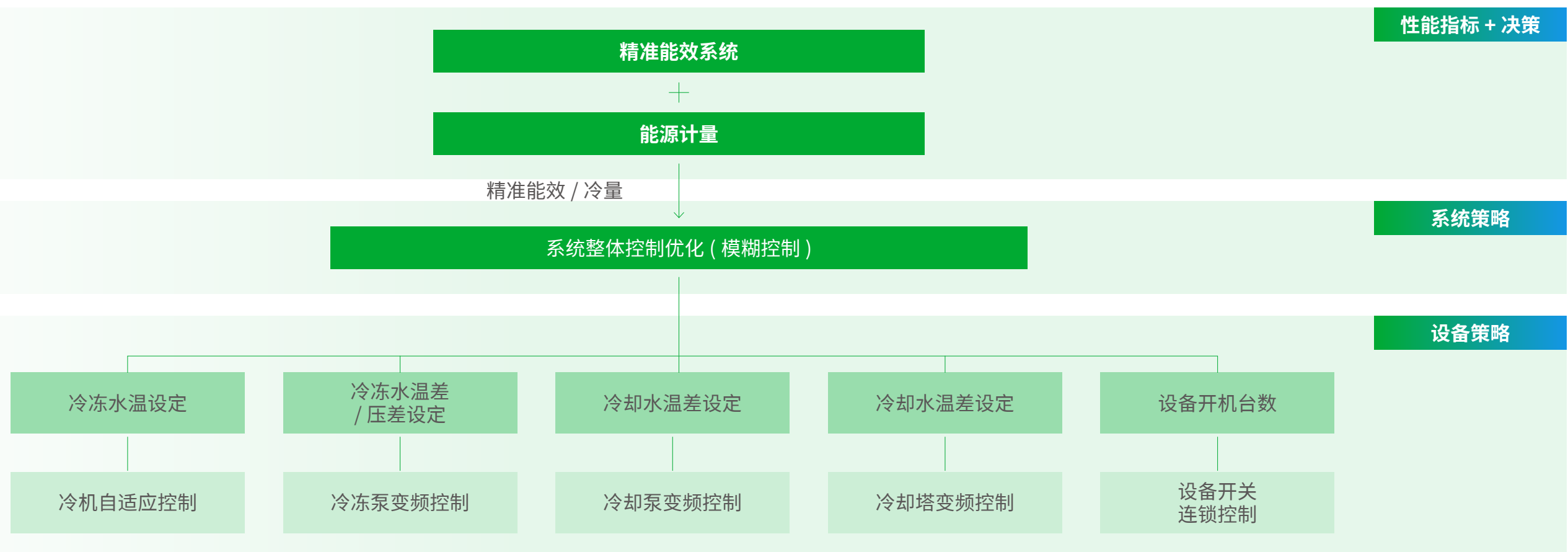
展馆以降低暖通能耗、提升系统综合能效为目标，系统推进暖通节能改造方案，重点包括 BA 系统重建与冷 / 热源系统优化。

BA 系统方面，通过硬件升级与软件功能开发，实现关键设备的统一监测与协同控制，并预留数据接口，为后续引入机器学习优化运行模型提供条件。

冷源系统方面，对冷冻 / 冷却水泵开展变频改造，实现流量与末端需求匹配，并增设中央空调主机智慧节能独立控制系统，提升冷水机组能效 12%，制冷综合 SCOP 提升 18%。

热源系统方面，同步推进相关泵组变频改造，结合热泵后备冷源与风冷热泵智慧节能控制模块，提升热泵机组能效 5% 以上，热源系统综合 SCOP 提升 5%。

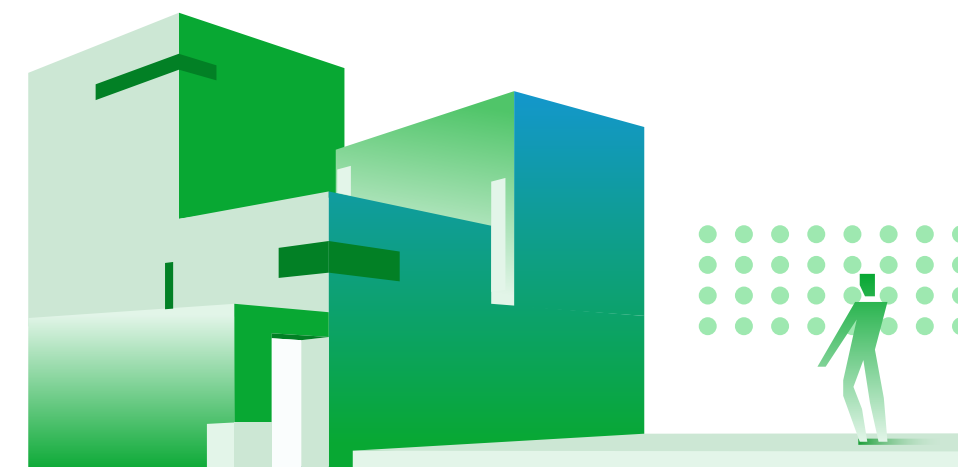
配套开展管道阀门修缮与水力平衡调试，改善末端制冷 / 制热效果并降低整体能耗；并在空调风柜端引入基于 CO₂ 浓度的新风联动与多工况模式（展览 / 会议 / 空置）自动切换，在保障舒适性的同时实现按需运行。



屋面光伏改造计划

展馆现有屋面光伏系统为 2010 年世博会主题馆建设时期的屋顶光伏系统，装机规模 2.64 兆瓦，年发电量约 280 万度，所发电量并入公共电网。

为进一步提升可再生能源利用水平，展馆计划联合原光伏运维单位对既有光伏系统进行改造升级，拟采用新一代高效光伏组件替代原有设备，以提升光电转换效率并扩大发电能力，在满足并网要求的同时增强清洁电力供给能力，并探索更好匹配展馆自用需求，支持展馆绿色低碳运营目标。



照明系统节能改造与智能控制系统集成

展馆已完成照明系统能效提升，通过 LED 光源全面替代传统高耗能灯具（如金属卤素灯），并同步适配智能调光，实现按需照明与精细化管理。

完成 LED 替换后每年预计可减少约 100 万度电，整体节能效果约 60%，在保障展馆照度与展示效果的同时显著降低照明用能。



完成 LED 替换后每年预计可减少约

100 万度

赛事能源管理

会展集团在赛事组织与保障过程中坚持绿色低碳理念, 聚焦赛事全生命周期碳排放管理, 系统推进节能设备应用、用能调度优化与过程管控, 强化赛事期间能源使用的可控性与可追踪性, 助力打造绿色可持续的赛事品牌。

上海半程马拉松—定制地铁卡鼓励低碳出行

在 2025 上海半程马拉松与 2025 上海马拉松期间, 赛事引导跑者以更绿色的方式完成参赛旅程。每位跑者均获赠一张可往返乘坐两次的定制地铁卡, 鼓励参赛者优先选择轨道交通出行, 降低赛事出行环节的能源消耗与碳排放。



办公区域能源管理

为提升会展集团办公场所的能源使用效率, 我们制定了内部用电管理制度, 并依托智能管控系统加以落实。通过技术手段与宣导培训相结合, 引导员工节约用电, 共同营造绿色办公环境。在公共区域照明管理中, 我们办公场所利用智能控制系统设定分时段照明策略, 在保障正常使用的时候, 有效减少电力消耗, 从而系统性推进节能降碳目标。



上海马拉松—赛事车辆新能源化保障

2025 上马持续引入新能源车型用于赛事计时与运行保障, 通过更低排放的车辆承担计时、引导及赛事保障任务, 推动赛事交通保障环节的绿色升级。



风险管理

公司通过精细化的气候变化风险识别、监测、管理流程，全面识别与气候相关的潜在风险，并采取针对性措施以降低这些风险对公司运营的具体影响。会展集团气候风险管理流程主要分为三个步骤：风险识别、风险评估、风险应对，以确保会展集团在面对气候变化带来的挑战时能够做出及时有效的应对策略。

风险识别

会展集团每年定期识别并评估由气候变化带来的主要风险和机遇。在会展集团层面，我们根据国内外气候变化政策、法规及相关业务的反馈以及同行对标结果识别风险。

风险评估

会展集团评估每项风险的可能性、影响性及适应性，包括财务和非财务影响，并根据利益相关方和外部专家的反馈设定优先级。

风险应对

会展集团每年为气候变化带来的主要风险制定应对计划。在战略及 ESG 委员会的指导下，ESG 指导委员会负责制定会展集团层面的气候变化应对计划，并制定缓解相关气候变化风险的应对策略。

会展集团气候风险管理流程

指标与目标

为推动应对气候变化策略从规划走向落地，会展集团建立了清晰的气候相关目标体系，持续跟踪并按期披露温室气体排放情况，为节能减排路径的制定、实施与效果评估提供数据支撑与决策依据。在已形成气候风险管理关键指标框架的基础上，报告期内，会展集团进一步完善指标与目标的监测评估机制，强化过程管理与闭环改进，持续优化相关管理流程与执行要求，提升指标管理的可追踪性与有效性，推动气候目标稳步落实。

会展集团目标

2025 年追踪情况

展馆能源管理

进一步扩大展馆光伏规模使用更加节能的设备

- 1、LED 光源更换，每年可减少约 100 万度电，节能量约 60%。
- 2、暖通系统节能改造：冷源系统优化，增加水冷机智慧节能控制模块，提升冷水机组能效 12%，制冷综合 SCOP 提升 18%。增加风冷热泵智慧节能控制模块，提升热泵机组能效 5% 以上，热源系统综合 SCOP 提升 5%。

赛事能源管理

减少赛事全生命周期的碳排放

使用新能源汽车作为赛事官方指定计时车，为跑者准备了不限里程的地铁卡，倡导低碳出行，倡导绿色低碳。

推广循环经济

构建资源高效利用、废弃物最小化的循环经济体系，不仅是企业社会责任的核心体现，也是实现绿色未来的关键路径。在推动循环经济的道路上，会展集团积极投身于循环经济的实践与创新，致力于打造一个资源高效利用、环境友好型的现代企业典范。公司在会展活动、赛事活动、日常办公过程中，全方位融入循环经济理念，力求在每一个环节都能实现资源利用最大化和环境影响最小化。

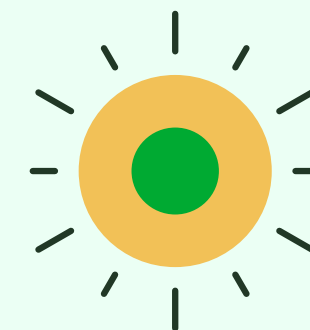
管理架构

报告期内，公司持续完善 ESG 治理体系，循环经济相关议题的管理纳入会展集团统一的 ESG 治理框架并按既定层级机制运行。董事会下设战略及 ESG 委员会作为循环经济议题的最高审议与决策层，负责把关重大方向与关键事项；管理层层面由 ESG 指导委员会牵头开展风险识别与评估，统筹循环经济相关战略规划、制度安排及日常管理；在执行层面，由跨部门组成的 ESG 工作小组协同推进循环经济工作落地，落实具体举措、过程跟踪与成效反馈。相关职责分工与运作机制详见会展集团 ESG 治理架构章节。

决策层
董事会、战略及
ESG 委员会

管理层
ESG 指导委员会

执行层
ESG 工作小组



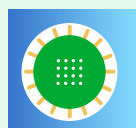
战略

会展集团充分认识到循环经济在推动可持续发展、提升资源利用效率方面的关键作用，因而将循环经济理念作为绿色运营的重要抓手，持续推进落地实践。为进一步提升循环经济管理的系统性与前瞻性，集团组织开展循环经济相关风险的识别与评估工作，结合业务场景梳理其对经营活动可能产生的潜在财务影响，并在此基础上形成针对性的管理重点与应对策略，持续优化循环经济管理能力和执行成效。

风险与机遇类别	风险与机遇名称	潜在财务影响	时间范围 ¹	应对举措
 风险	成本增加	循环经济转型对绿色技术与低环境负荷材料的应用提出更高要求，但部分技术路线仍处于迭代期，相关材料与工艺成本也可能偏高，可能导致会展集团在推进循环化方案时面临前期投入较大、改造与替代成本上升、投资回收周期拉长等不确定性风险。	短期	结合财务考量选取相对成熟的循环技术与材料。同时，材料循环利用减少开支。
	 机遇	市场需求增长	随着社会环保意识提升以及客户对绿色办展、低碳服务的偏好增强，可循环、可复用的产品与服务需求持续增长。会展集团可把握这一趋势，加快绿色会展产品与服务的供给与推广，通过更具可持续属性的解决方案满足市场需求，进一步提升品牌识别度与市场竞争力。	中长期
	政策与相应资金扶持	为促进循环经济发展，政府陆续推出税收优惠、资金支持等政策工具。相关政策有助于为会展集团绿色转型提供外部支撑，缓解改造投入压力，降低转型过程中的资金成本与财务风险，并提升项目落地的可行性与稳定性。	中长期	

¹ 时间范围：短期定义为一年内，中长期定义为一年以上。

会展集团积极践行与探索循环经济模式，全面支持国家“双碳”战略的实现。会展集团建立包含“赛事循环理念宣传、展台循环材料搭建、可循环物料及文创产品”为核心的循环经济管理体系，努力实现资源的高效转化。



赛事循环理念宣传

通过赛事的品牌传播，提高大众对循环经济重要性的认识，传递可持续消费与生活模式



展台循环材料搭建

使用可回收或再生材料来构建展会中的展台，以减少废弃物和环境污染



可循环物料及文创产品

在会展、会议活动中使用可循环的物料或回收再利用物料，并提供具有创意且环保的文创产品

会展集团循环经济管理体系

赛事循环理念宣传

会展集团将循环理念嵌入赛事组织与品牌传播，以赛事这一高参与度、高曝光度的城市公共场景为载体，持续向跑者、观众、赞助商及合作伙伴传递“减量化、可复用、可回收”的可持续消费与生活方式。

上海马拉松——一个塑料瓶的 42.195

会展集团将赛事作为传播循环理念的高触达场景，通过把“回收—再生—再应用”的链条嵌入参赛体验，让公众在真实使用中理解资源循环的价值并形成行为认同。

在 2025 上海马拉松中，东浩兰生会展集团与合作伙伴东丽将上一年度赛道回收的废弃水瓶纳入再生利用流程：组委会在赛前物资包中向跑者发放由 2024 年赛事回收水瓶再生制成的“冰袖”，把原本一次性消耗的塑料瓶转化为可穿戴、可使用的功能性装备，让循环利用从“口号”变成“可触摸的体验”。这一“从瓶到袖”的闭环实践不仅减少了赛事废弃物的环境负荷，也以更具参与感的方式强化跑者对绿色办赛与循环经济的直观认知，进一步提升赛事品牌的可持续传播力。



展台循环材料搭建

会展集团将展台搭建视为循环经济落地的关键场景，推动搭建材料与结构从一次性消耗向可拆装、可周转、可回收方向升级。我们优先采用模块化构件与标准化连接方式，提高展具与主体结构的重复使用率，并推广可循环材料与环保基材替代传统不可降解物料；在拆除环节同步强化分类回收与再利用管理，形成从设计、搭建到撤展回收的闭环流程，以更低资源投入实现更高展示效率，持续降低展台搭建全过程的环境影响。依托 WAIC 等重点项目对于“5R 概念”的实践基础，我们进一步将上述循环理念沉淀为可复制、可推广的绿色搭建方法论，并逐步向更多展会项目与子公司业务场景延展。

威客引力——“5R”理念在 2025 世界人工智能大会 WAIC 中的实践

在 2025 年世界人工智能大会 (WAIC) 中，威客引力将其“5R”可持续理念融入展会筹备与现场执行，从信息发布到展位搭建均以“减量、复用、再生利用”为导向，推动绿色办展从理念倡导转化为可量化、可复制的操作路径。展位搭建方面，选用轻量化、可循环材料方案，相较传统一次性搭建材料，测算可减少约 65% 的现场废弃物产生。

Reduce

展商手册全面采用“电子版 + 企业网盘实时更新”模式，替代传统纸质手册印制与分发。展商指南、日程表、展位图等资料整合为加密电子文档并分权限同步给参展方，实现全流程“零纸张消耗”，同时可随展会动态实时更新，减少重复印刷与运输造成的资源浪费，并提升信息传递效率与服务响应灵活性。

Reuse

展位主体结构采用可循环铝合金型材搭建，支持多次拆装复用与入库周转，可在不同项目间重复使用，从源头降低一次性结构件投入与报废量。

Recycle

搭建材料端优先使用再生属性材料。主体结构的铝合金型材为工业再生铝材质；展示面环保布料以再生聚酯纤维为原料，通过再生材料替代实现“再循环”在物料端的落地，降低对传统不可降解喷绘板材的依赖，减少不可回收物料占比与后端处置压力。

Recover

项目在材料选型选择铝合金型材可在撤展后拆解回收并入库周转，环保布料可清洗后回收留存并再次使用，为撤展后的回收与复用提供条件，提升物料周转率与资源回收效率。

Rethink

将绿色办展以数字化手册替代纸质印刷、以可循环结构与再生材料替代一次性装饰板材，重构信息交付与展位搭建方式，在保证展示效果的同时降低资源消耗与环境影响。



工业商展—工博会 “可循环布展方案”绿色搭建实践

- 在绿色搭建领域，公司以“可循环布展方案”为抓手，将循环经济理念贯穿展台设计、搭建、运营与撤展全流程，推动搭建材料从一次性消耗向可拆装、可周转、可复用方向升级。
- 布展执行中，公司优先选用可循环材料与可重复利用的展品，例如主题造型采用循环搭建模式，门楼及宣传画面等采用铝型材软膜材质，兼顾展示效果与拆卸便利性，便于入库管理并在后续展会直接复用，从源头减少一次性材料投入与废弃物产生。与此同时，公司将绿色理念同步融入服务与管理环节，在《展商手册》中明确倡议展商使用环保材料搭建展位、参与绿色实践；在《参观须知》中倡导观众选择地铁、公交等绿色出行方式，推动参展各方共同建设绿色会展生态。



现代国际——城博会全流程 ESG 融合与绿色低碳办展实践

2025 城博会以“智慧赋能城乡建设，绿色引领低碳发展”为核心主题，构建“6+4+N”展示架构，并通过四大展区推广近零能耗建筑、海绵城市等实践路径，展示低碳涂料、节能建材等产品。

运营阶段，展会落实绿色办展准则，优先采用可循环展材，全面执行低碳办展标准，优先采用装配式模块化木结构等可循环、可复用展陈材料替代传统一次性展墙展板。与往届相比，本届展会一次性物料浪费减少约 30%，能耗降低约 15%，以过程管理与材料替代相结合的方式推动办展全链路环境影响最小化。



可循环物料及文创产品

在推动绿色办展与循环经济落地过程中，会展集团不仅关注搭建与运营环节循环，也持续引导展会平台向“可循环产品与材料创新展示”延伸，促进绿色理念从办展流程走向展商产品与公众消费场景，带动更广泛的资源节约与循环利用实践。

WAIC——可回收配套设施

大会现场垃圾桶统一采用瓦楞纸与再生纸浆模塑材质制作，兼具防水、耐用等实用性能；展会结束后可直接回收再加工，减少一次性塑料或金属垃圾桶带来的资源浪费，提升现场配套设施的可回收属性与循环利用效率。



咖啡渣循环利用礼品



天然软木卡包

苹果皮再生包



上海广告为客户提供再生材料制作的文创产品，形成闭环式的“全链绿”体验。礼品选用天然软木卡包、咖啡渣等可自然降解材料，延长材料生命周期价值；同时推出高关注度的“苹果皮再生包”，将循环原料与可持续设计美学相融合——其原料源于苹果皮，采用植物鞣制工艺取代传统重金属鞣剂，每只包可实现约 0.3 千克的碳减排。



风险管理

为提升循环经济管理的有效性与可执行性，会展集团围绕已识别的循环经济相关风险进一步开展分级评估，综合风险发生的可能性与影响程度，明确管理重点与优先级。在此基础上，集团建立了针对性的管理体系与工作流程，明确职责分工与管理要求，授权专门团队定期开展风险监测、记录与跟踪复盘，推动风险管理形成闭环。同时，集团同步落实相应的风险缓释措施，持续降低循环经济相关风险对业务运营及内外部利益相关方的潜在影响。

风险与机遇清单建立

- 基于会展集团经营现状与同行实践，分析循环经济的风险与机遇。
- 与风险责任人针对循环经济风险与机遇清单开展讨论。

风险与机遇分析及确定

- 基于行业特性分析及利益相关者与外部专家意见，明确会展集团适用的具体风险与机遇。

风险与机遇评估及管理

- 评估风险与机遇发生的可能性、影响、适应力和恢复力等因素，从而确定相关管理策略的优先级。

指标与目标

为持续提升会展集团循环经济管理能力并强化信息透明度，我们围绕重点应用场景建立目标与指标管理机制，在赛事循环理念传播、展会循环材料搭建以及可循环物料与文创产品使用等方面设定阶段性目标，并配套构建相应的指标体系与数据跟踪口径。我们将对相关目标完成情况开展持续追踪与评估，定期沉淀管理成效与改进方向，并向利益相关方展示会展集团在循环经济领域的实践成果与进展。

目标	2025 年进度
赛事循环理念宣传： <ul style="list-style-type: none"> ■ 在赛事中融入循环理念 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在上海马拉松等赛事活动中，以实际案例对循环理念进行宣传，以赛事作为媒介传递循环理念
展台循环材料搭建： <ul style="list-style-type: none"> ■ 在展台搭建中使用更多可循环材料；绿色搭建理念逐步推广 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 采用模块化构件与标准化连接方式，提高展具与主体结构的重利用率 ■ 推广可循环材料与环保基材替代传统不可降解物料 ■ 强化分类回收与再利用管理，形成从设计、搭建到撤展回收的闭环流程
可循环物料及文创产品： <ul style="list-style-type: none"> ■ 为客户提供更多的可循环相关产品 ■ 在赛事、展会等活动中开展循环回收活动 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在展会及赛事活动中推广可重复使用材料及产品，可回收物料落地 ■ 为客户提供再生材料制作的文创产品，形成闭环式的“全链绿”体验



专业向实

展赛引领

03

会展集团始终以专业实力引领行业，坚持以展赛为核心，全心为每位客户与合作伙伴提供卓越的服务体验。我们依托深厚的行业积淀与持续创新的服务理念，不断优化会展服务品质，并在客户服务、负责任宣传、信息安全与隐私保护等领域持续深化。我们期望携手各方，通过专业化、全方位、高标准的服务体系，共同擘画会展行业的美好未来。



客户服务

会展集团贯彻落实“以客户为中心”的服务理念，坚持用专业服务为大众创造幸福生活。我们通过持续提升的服务品质与负责任的宣传，致力于为客户提供优质可靠的服务体验。与此同时，我们高度重视客户权益，不断完善投诉响应与处理机制，切实倾听并回应客户的反馈，从而与客户构建长期、稳定、互信的合作关系。

客户服务管理体系

会展集团始终将提升客户服务质量置于发展的核心位置，系统化赋能客户服务全流程，持续优化服务体验。在此基础上，会展集团各子公司均已制定完善的客户服务管理制度，依托完善的服务流程与客诉处理机制，全面推动客户服务的规范化与高效运作。

为保障系统在大型展会期间运行稳定、现场响应及时，我们严格推进服务中台项目建设，并在工博会等重要展会场景投入实战应用，有效保障了服务通道的顺畅与高效。

负责任宣传

我们严格遵守《对外宣传管理办法》，构建负责任宣传体系，明确宣传责任部门，对下属公司上报的内容进行逐层审核、严格把关，确保对外宣传内容及时、准确、一致。对于宣传内容涉及会展集团重大事项的，需同步向会展集团办公室报送重大宣传活动审批申请，获批后进行发布。此外，我们特别设立宣传通讯员，并建立《宣传通讯员管理办法（试行）》制度，以搭建及时畅通的信息流通渠道，推动各部门工作协同开展，凝聚各方宣传力量，共同为会展集团高质量发展营造积极健康的舆论氛围。

为提高会展集团应对各类舆情的能力，我们制定了《舆情管理制度》，并建立“日常监测、快速响应、妥善处置”的舆情管理机制，为项目开展保驾护航。2025 年，会展集团为世界人工智能大会、工博会等展会提供专项舆情监测保障。

上海广告开展虚假宣传行为审查

会展集团上海广告在进博会相关营销活动中，依托“三级审核 +AI 辅助筛查”的双重机制，对所有对外发布物料实施全面合规审查，相关文案及视觉素材均经过法务与合规部门双重审核确认，有效杜绝虚假宣传与不当表述风险，确保项目全程实现零舆情。

工博会营销疲劳保护

为保障用户的长久体验及品牌形象维护，工博会通过数仓算法控制，设置了可营销数据的疲劳状态监控，防止频繁营销打扰客户。系统采用“扣分制”监测整个数仓的营销动作并进行疲劳值扣减，如营销一次短信扣减 3 点、邮件扣减 2 点，疲劳点数随着时间缓慢恢复，以确保用户每月不会收到超过 4 次的营销信息。



客户投诉管理

为畅通客户沟通与意见反馈渠道，我们建立了包含热线电话、企业微信、信箱及现场接待点等多元化的投诉与建议接收体系，并配套建立了规范的投诉处理机制，确保客户的每一项诉求都能得到及时响应与有效解决。

01

当公司接到客户投诉后，会严格依据受理原则，第一时间将问题转交至对应的责任部门跟进处理。

接待与受理

02

公司对相关投诉及材料的真实性展开调查。

针对原则性或全局性问题的投诉，公司将召开专题会议研究处理方案，并在必要时向上级部门进行通报。

相关处理人员会签署明确处理意见，最终以书面或口头形式将处理情况反馈给投诉人，形成闭环管理。

处理与反馈

03

投诉处理完成后，公司将对相关材料进行整理归档并妥善备案。

公司会系统分析投诉案例，识别客户服务流程与管理中的改进点，持续优化措施，从而持续推动公司整体服务管理水平的提升。

归档与提升

会展集团客户投诉处理流程

报告期内，会展集团持续优化客诉处理，致力于为客户提供更优质的服务体验。其中，体育公司共受理 242 件 12345 市民服务热线工单，总体解决率达到 100%；WAIC 有序开展客户投诉处理工作，共受理 7 条工单，解决率达到 100%。

体育公司共受理 12345 市民服务热线工单

242 件

总体解决率达到

100%

客户满意度调查

会展集团持续完善客户满意度调研机制，通过问卷收集客户对产品与服务的整体评价及改进建议。我们委托专业第三方机构对调研数据进行系统分析，并依据分析报告及时优化相关产品与服务。同时，我们定期对重要客户开展回访，在持续提升服务质量与满意度的基础上，进一步增强客户黏性。

2025 年，我们围绕重要项目开展的专项调研显示，客户整体满意度持续保持在较高水平。

工博会满意度

96.1%

WAIC 满意度

83.3%

上马满意度

97.9%

广印展满意度

94.2%

2025 会展集团展会及赛事客户满意度情况



信息安全与隐私保护

会展集团始终坚持“安全第一，预防为主，管理与技术并重，综合防范”的总体方针，持续完善信息安全与隐私保护管理体系，加强数字化建设，并不断强化全员信息安全意识的宣贯与培训，系统构筑起坚固的信息安全防线，有力保障集团业务运营的安全、稳定与持续发展。

管理体系

会展集团建立了完善的信息安全治理架构，以保障信息安全与隐私保护的高效管理。集团成立信息安全领导小组，负责信息安全重大事项的决策与工作部署，并定期监督相关措施的执行进展与目标达成情况。同时，会展集团下设信息安全工作小组，负责信息系统运维和日常安全管理工作。通过集团各层级之间的紧密协作与高效联动，形成了权责清晰、运行顺畅的安全管理机制，切实保障了信息与隐私数据的安全可控。



会展集团严格遵守《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》《信息安全技术信息系统安全等级保护基本要求》(GB/T 22239-2008)《信息安全技术信息系统安全管理要求》等法律法规，在此基础上建立并持续完善集团信息安全管理框架与制度体系，包括《信息安全管理手册》《信息安全管理策略》《信息安全事件管理制度》《信息安全应急预案管理制度》等内部规范，从而系统化保障集团整体信息安全工作。





会展集团信息安全管理目标

- 确保信息系统持续、稳定、可靠运行，保障信息内容的机密性、完整性、可用性；
- 防止因自身故障导致信息系统不能正常使用和系统崩溃，抵御黑客、病毒、恶意代码等对信息系统发起的各类攻击和破坏；
- 防止信息内容及数据丢失和失密，防止有害信息在网上传播，防止对外服务中断和由此引发的系统运行事故。

为应对信息安全相关突发事件，会展集团构建了完善的信息安全应急管理体系，并形成科学有效的应急工作机制，最大程度减少非计划停机事件，以保障信息系统的正常运转。

2025 年，会展集团与第三方专业安全机构合作，对核心业务系统开展系统化的安全性和高并发性能测试，旨在在重大展会项目前开展相关测试工作，主动发现并修复潜在安全风险，保障会展业务的连续性与安全性。

保障措施

为全面提升信息安全保障能力，会展集团持续完善信息保护系统建设，强化信息全流程应用安全。集团明确禁止员工窃取、泄露个人信息及公司重要数据，并严禁发布或传输任何禁止公开的信息。所有个人信息处理行为均须事先获得当事人同意，且严禁任何泄露、篡改或毁损已收集的个人信息。同时，集团严格规范信息出境管理，未经个人信息主体同意、可能侵害个人权益，以及涉及国家安全、公共利益或公司核心利益的信息，一律不得擅自出境。会展集团系统筑牢信息安全防线，切实提升整体信息安全保护与管理水平。

权限管理

为保障会展集团信息安全与客户隐私，2025 年，会展集团与阿里云合作实施了 LandingZone 云治理体系，实施了 LandingZone 云治理体系，建立账号管理、资源组管理、分账管理办法，以提升上云、用云的便捷性、合规性与安全性。



漏洞扫描

会展集团持续推进常态化漏洞扫描工作，每月根据项目排期，提前进行漏洞扫描及修复工作，以确保留有充足的整改时间。2025 年，我们的漏洞解决率为 100%。



信息资产探测

会展集团针对对外服务网站访问、网站备案、域名数据、子域名、公开服务及服务安全等方面开展信息资产探测，并提醒相关单位及时续期，关注及处置相关风险。



核心业务系统安全与性能测试

为保障核心业务系统对外服务的安全性和稳定性，邀请第三方专业团队对相关系统进行专业测试。制定差异化解决方案建议，避免因系统问题引发业务中断带来经济损失，确保业务服务连续性，满足法律法规对网络安全和数据保护的要求。为后续业务正式上线、应对实际高并发场景提供了演练机会，确保系统在高负载下的稳定性。



信息安全文化建设

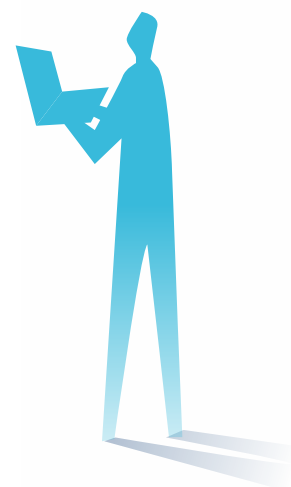
会展集团每月就漏洞与域名探测所发现的问题形成信息安全月报，并定期组织各专业公司网络安全负责人召开网络安全例会。2025 年，我们邀请了公安三所专家就“守护数字正义防线”专题进行培训，通过案例学习的形式吸引员工学习信息安全知识。

为进一步提升全员网络与信息安全防护意识，筑牢会展集团数字安全防线，有效应对当前复杂的网络安全形势，会展集团举办网络与信息安全意识专项培训，围绕当前国家网安格局、国内外安全问题等网络安全实际工作需求，进一步构建会展集团的信息安全文化。

审计与认证

会展集团致力于构筑安全合规的信息安全体系，并积极推动信息安全外部审计和认证。截至报告期末，会展集团官网在内的 8 个网站已通过信息安全二级等保认证，人工智能大会、北外滩航运论坛、上海马拉松、世界传播学大会 4 个项目均具备信息安全三级等保证书。

报告期内，会展集团未发生信息泄露事件，亦未接到与侵犯客户隐私、丢失客户资料相关投诉。



科技伦理

为切实践行科技伦理治理，会展集团从内外双重路径系统推进人工智能的负责任治理。在内部治理层面，在信息安全宣贯中特别增设了 AI 相关板块，反响良好。在外部实践层面，公司严格遵循《生成式人工智能服务管理暂行办法》，完成自主研发的“FUTUR X 未来模盒”服务备案，其首个会展场景应用成果 Hi! WAIC 标志着我们已在合规框架下正式开展生成式 AI 服务。

在上海国际广告节的开幕仪式上，我们积极响应并宣导《上海市支持人工智能赋能广告业创新发展的若干措施》，鼓励“AI+ 广告”的技术研发与场景落地，同时高度重视 AI 技术应用的合规性与伦理性。通过举办“数字广告发展与治理论坛”，聚焦违法广告、隐性营销、技术合规等现实挑战，我们为政府、平台、企业及法律界搭建多方对话平台，共同探索技术创新下的治理路径，推动数字广告行业健康可持续发展。

工博会数仓平台保障客户隐私

工博会的数仓平台采用数据权限分离及敏感信息不开放等措施保障客户隐私。平台内所有报表与数据看板均基于账号权限进行访问控制，权限支持按业务需求灵活配置整体或部分数据权限，严格遵循最小可用原则。

在数据展示层面，报表仅呈现业务相关字段，隐匿身份证号、手机号等隐私信息；营销功能中的联系方式均采用半隐藏展示，用户同意后由系统直发信息，确保营销全程不接触用户联系方式，从访问与展示双重维度保障了数据安全与客户隐私。

人为本

聚力焕新

04

秉承以人为本的核心价值观，会展集团致力于打造平等、包容、多元且安全的工作环境，切实保障员工权益，并通过不断完善培训体系、丰富培训内容，为员工职业发展提供坚实支持与广阔平台。我们重视沟通，积极倾听反馈，通过持续深化员工关怀，增强团队凝聚力与归属感，最终实现员工与企业共同成长，携手推动会展集团的持续发展与繁荣。



员工权益

我们深信，员工是企业最宝贵的财富。因此，我们坚持尊重并全力保障每位员工的合法权益，致力于打造一个和谐融洽、公正透明、积极向上的工作氛围，让归属感与成就感成为每位员工的真切体验。

员工招聘

招聘管理方面，会展集团严格遵循国家法规，并通过《招聘工作管理实施办法》确立制度化、规范化的招聘与人力资源配置流程。我们以公开、平等、多元为原则，确保最终选拔出符合岗位需求的、德才兼备的优秀人才。

内部人才发展

会展集团搭建开放流动平台，于新设公司或岗位时优先启动内部竞聘，扩展员工职业发展路径。

外部人才发展

会展集团每年制定系统性招聘计划，结合社会与校园渠道广泛吸纳优秀人才，为会展集团持续发展注入新动能、储备新生力量。

会展集团招聘渠道

平等雇佣

维护劳工权益与反对歧视是会展业务运营的基石，会展集团致力于构建并维护一个公平、公正的工作环境，尊重并保障每位员工的合法权益。我们在《商业道德规范》中明确规定集团在合法雇佣与劳动安全保障方面的责任，确保不因性别、国籍、年龄、残疾状况、婚姻或家庭状况等任何因素，影响员工在招聘、晋升、奖励、培训及日常工作中的平等机会与待遇，并坚决杜绝职场歧视与骚扰行为。同时，我们切实维护员工获取劳动报酬、享受休息休假、获得劳动安全卫生保护、依法参加社会保险以及接受职业技能培训等各项法定权利。

为强化员工权益保障体系构建，会展集团积极推进《集体合同》《工资专项集体合同》及《女职工权益保护专项集体合同》的签订工作，以保障全体员工的薪酬、福利与劳动条件，并强化了对女性员工的权益保护，致力于共同营造一个安全、健康且平等的工作环境。

报告期内，会展集团未发生人权及劳工相关违规事件。



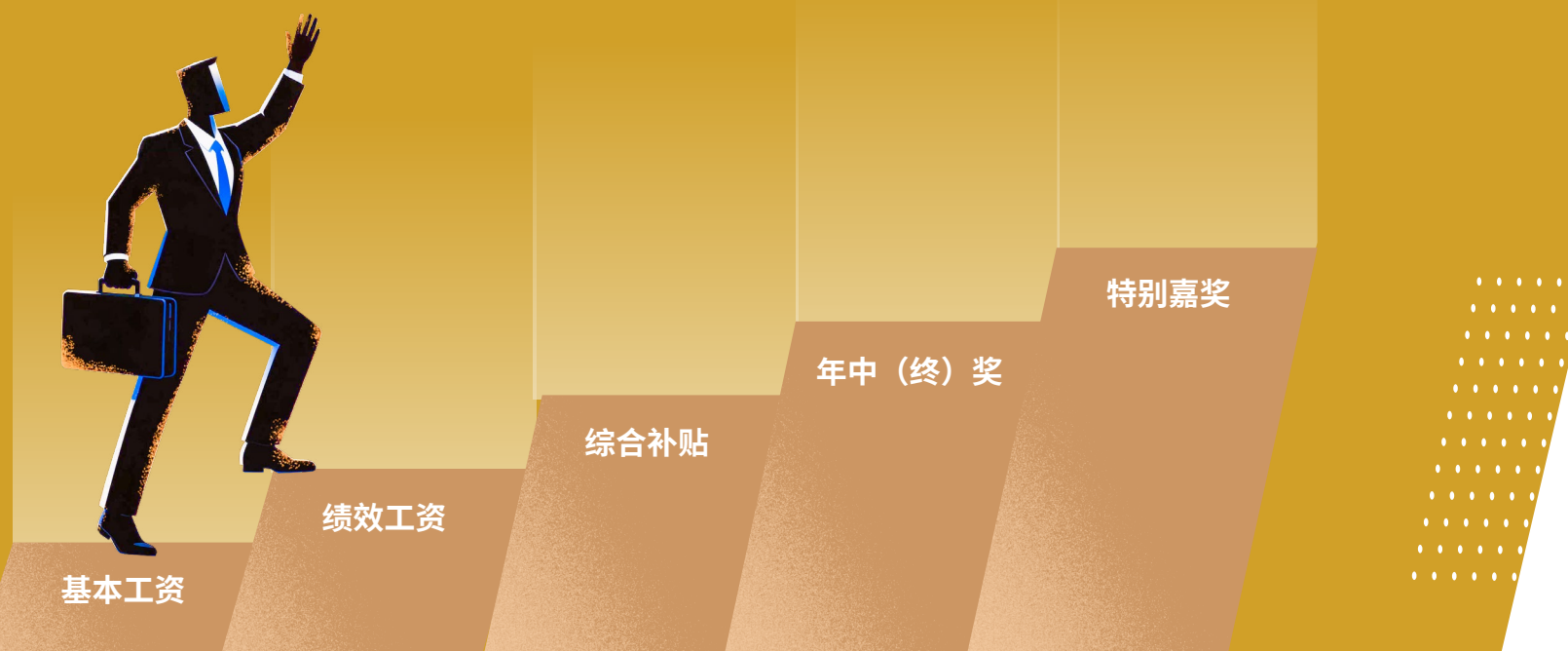
人才培养

人才队伍建设是会展集团的战略基石，通过构建持续完善的培训体系，为员工提供多元化、多形式、多维度的学习资源与广阔的职业发展平台，推动员工职业目标与企业愿景深度融合，赋能个人与会展集团协同成长、共同发展。

激励与晋升

会展集团秉持同工同酬原则，充分认可每位员工的劳动价值，致力于提供公平合理的薪酬回报。我们通过实施《薪酬管理办法（试行）》，建立多元化的薪酬激励体系与常态化增长机制，有效发挥薪酬的激励作用，增强会展集团凝聚力与市场竞争力。

在此基础上，我们制定并推行《绩效考核管理办法》，针对工资总额、领导层级的绩效考核规定、子公司领导的绩效考核规定等制定了详细的方案，提倡多劳多得、公平竞争，持续完善绩效薪酬分配与长效激励机制。

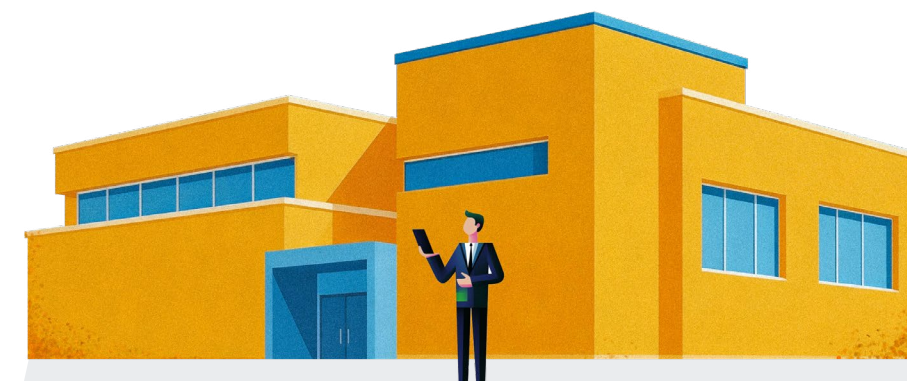


绩效评估办法

为确保评估的全面性与公信力，我们采用公开述职与 360 度考评相结合的方式，对基层员工及中层干部的工作绩效进行公平、公正的综合评定，并据此实施相应激励。

晋升考核办法

员工的绩效考核结果若达到规定标准，将被纳入晋升候选名单。集团会结合整体经营状况及所在部门的实际人员配置，对符合条件的人员进行综合评估与合理晋升。



为加强干部队伍管理，会展集团制定并实施了《干部管理办法（试行）》，科学规范干部管理制度，着力推进干部队伍向年轻化、专业化、知识化的方向发展，为会展集团战略目标的实现提供坚实的组织保障与人才支撑。

员工培训

为深化员工培训成效，会展集团制定并实施《员工培训管理实施办法（试行）》。该办法旨在紧密围绕会展集团发展目标设计培训体系，持续创新培训形式与内容，通过开展覆盖全员系统化培训，有效提升员工专业知识与职业素养，为员工成长与会展集团发展提供双向支撑。

会展集团每年定期召开专题会议，通过构建“分层分类”的人才培养体系，系统研究人才队伍建设与培养工作。



人和为本 聚力焕新

员工权益

■ 人才培养

沟通与关怀

健康与安全

合作向远 共创价值

索引

绩效表

未来展望

前瞻性陈述

报告评价及建议

中层干部队伍

依托达学院线上学习平台，开展 50 学时的在线自学，内容涵盖经营管理、团队管理、高效办公以及个人提升四个模块，持续提升干部队伍的综合履职能力。

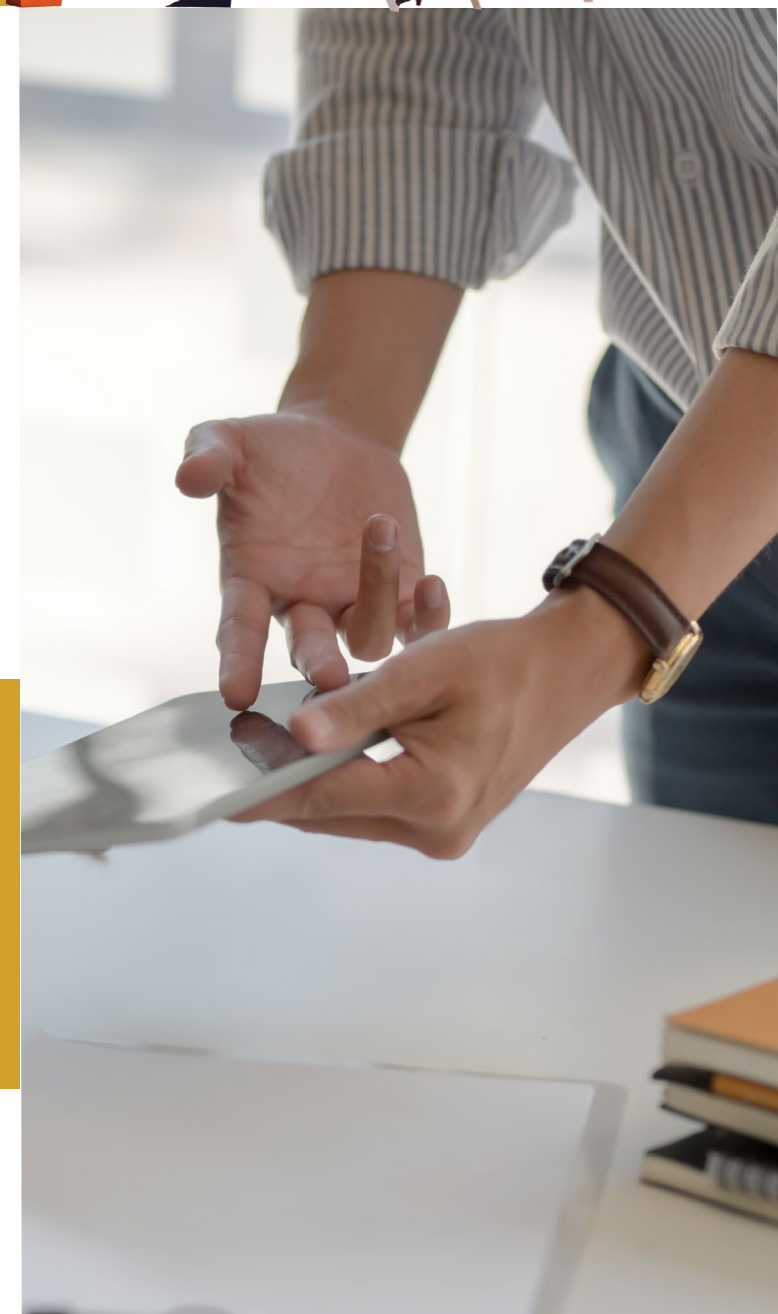
青年后备队伍

开展首期会展集团青年人才培养项目，围绕“思想教育、业务管理、综合素养”三大维度，通过沙盘推演、情景模拟、小组研讨、课题攻坚等多元化互动教学与训战结合，强化学员综合能力，夯实干部梯队储备。

技能人才队伍培养

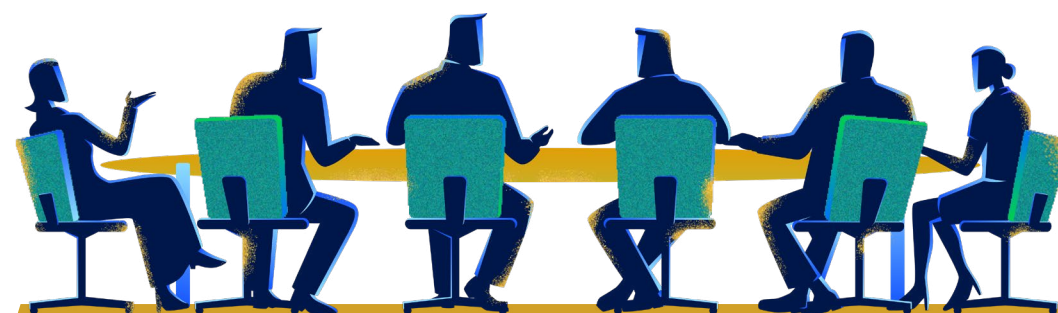
建立职业技能认证体系以支持会展集团业务转型与岗位专业化需求，本年度重点围绕“会展+AI”方向，开展“人工智能训练师（三级/高级工）”等国家职业技能等级认证培训，通过“培训—辅导—认证”闭环，强化AI应用、数据工具与智能服务设计等实战能力，推动“持证上岗、专业赋能”，为业务发展夯实人才基础。

会展集团员工培训体系



为响应《关于促进市国资委系统企业职工技能提升的若干意见》，聚焦上海市“三大先导产业”相关紧缺人才培养，会展集团倡导并支持员工参与与岗位相关的专业技能培训，并按规定承担经审批参加培训并取得合格成绩的员工的培训费用。截至报告期末，人工智能训练师培训共有 26 人通过认证；企业人力资源管理师与 4 人，全部通过认证。

此外，我们通过常态化运作的“达学院”，系统化推进企业文化建设与传承、提升员工综合素质与能力、加强人才梯队建设与培养。该平台设立四大专业模块，致力于构建会展行业完整的专业知识体系，为员工成长与组织发展提供持续支撑。



截至报告期末
人工智能训练师培训共有

26人

通过认证

企业人力资源管理师

4人

全部通过认证

展会经验传承与创新模块

聚焦各专业展实战经验，由业务骨干授课，通过组织学员走进低空经济博览会、WAIC 人工智能大会、工博会等行业一线，通过“现场参观 + 深度交流”提升行业洞察与实战理解。

岗位专业能力精进模块

面向人力资源、法务、财务等职能岗位，开展专业制度、风险防控、技能提升等专项培训。

人才梯队专项赋能模块

通过“分层分类”精准建设人才队伍梯队。

高效办公与数字素养模块

结合 AI 技术应用，开展智能办公工具与数字化转型实操培训。



达学院持续响应各职能部门与子公司的培训需求，系统策划并开展形式多样的培训项目。通过内部讲师授课、业务培训深度融合、建立“线下实战+线上平台”双轨模式等方式，深度推进“移动课堂”、人才培养项目等，打造“实战导向”的培训生态。截至报告期末，达学院已开展 22 场专题培训，其中包含 4 场“移动课堂”实地访学，累计 671 人次参与达学院培训。

为构建系统化学习体系，支持员工开展自主化、专业化学习，我们于 2025 年 5 月正式上线“达学院”在线学习平台，面向全体员工开放。目前已构建覆盖领导力、专业能力、职业素养、个人发展及行业趋势五大维度的课程体系，累计上线课程近 5,000 门。截至报告期末，平台学习参与活跃，中层干部年度在线学习任务完成率达 100%。

达学院“移动课堂”：走进低空经济新赛道

为服务国家战略、布局低空经济新赛道，东浩兰生会展集团达学院组织开展“移动课堂”活动，组织学员实地走访峰飞航空科技公司。学员通过参观 eVTOL 飞行器展厅、聆听技术讲解、参与企业对话，深入了解了低空经济政策趋势与技术应用，为会展集团筹办首届国际低空经济博览会积累了行业认知与合作资源。此次活动以场景化学习推动业务与人才协同发展，通过“以学促干、学用结合”提升了员工对新兴产业的洞察力，也为会展集团拓展低空经济会展业务奠定了实践基础。



为达而学 Grow
Believe. Achieve
因学而达



达学院在线平台

沟通与关怀

我们重视与员工的深度交流，通过持续、双向的沟通营造归属感，同时支持员工业余探索个人兴趣并丰富生活体验，从而持续激发其工作内驱力与创造力。

员工沟通

会展集团持续拓宽干部群众积极互动与民主协商的通道。2025 年，我们通过开展干部交流活动、工资集体协商等多种形式的交流活动，促进管理层与管理层之间、管理层与员工之间及员工与员工之间的直接对话与相互理解。我们通过定期会议，系统听取并吸纳员工对薪酬福利、工作环境及职业发展等多方面的意见建议，确保各项决策充分反映员工诉求，切实保障员工合法权益，共同营造开放、包容的沟通氛围，有效推动信息的双向流动，为会展集团管理的持续优化与创新发展注入了内在动力。

员工关怀

为增强员工幸福感与归属感，会展集团在履行法定福利基础上，针对性增设企业特色福利。同时，通过工会全面落实上海市互助保障计划，实现会员保障全覆盖，并依托专项帮扶机制持续关怀困难员工，营造温暖稳定的组织氛围。

报告期内，会展集团出资 15 万元参加“爱心一日捐”活动，用于帮助困难员工。

员工活动

为丰富员工生活、提升团队凝聚力，会展集团持续开展多元化的员工关怀与文化体育活动，着力营造健康、有活力、有温度的工作氛围。

兴趣小组活动

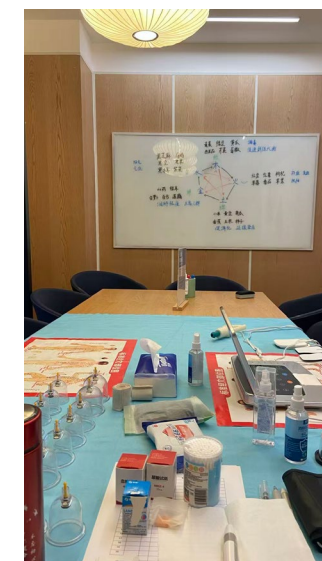
为丰富员工业余文化生活，营造积极健康、团结协作的企业氛围，会展集团定期组织各类兴趣社团活动，包括每周五的羽毛球兴趣比赛、匹克球培训等，鼓励员工在运动中释放压力、增进交流，持续提升团队凝聚力与归属感。



员工健康关怀

为持续深化员工健康关怀体系建设，切实关注员工身心平衡，2025 年 3 月，会展集团特邀中医专家开展为期一周的坐诊服务，为员工提供一对一的身体调理与情绪疏导专业咨询，传递企业人文温度。

同时，我们按最高标准为全体职工采购年度体检卡，全面维护员工身体健康；会展集团工会特邀专业讲师开设心理健康讲座，帮助员工有效缓解工作压力、培养正向情绪，促进身心和谐发展。



中医坐诊



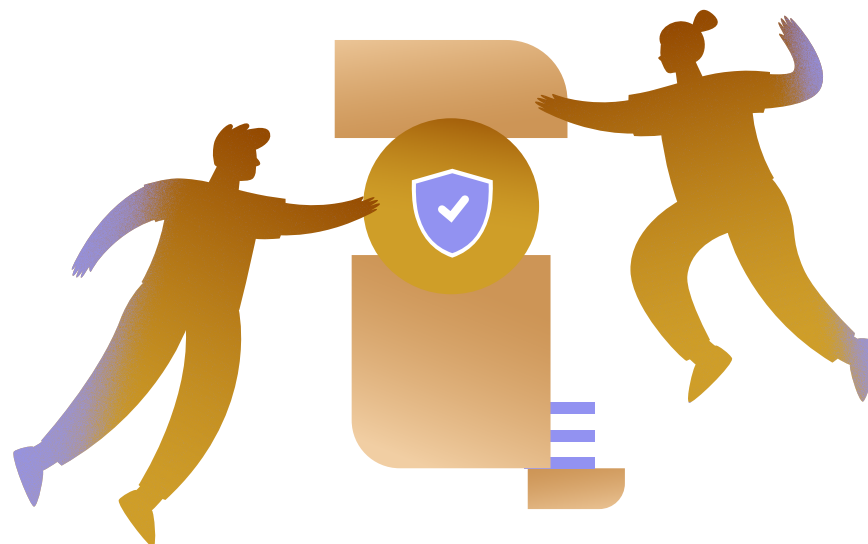
心理健康讲座

文艺汇演



健康与安全

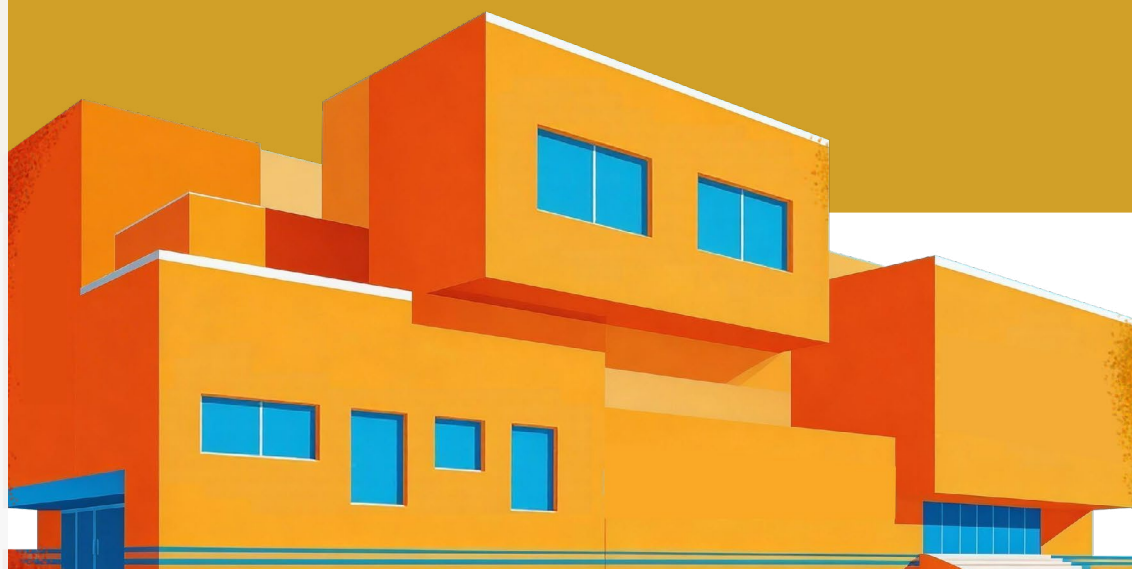
为确保安全健康的展会环境，会展集团建立了层级清晰、责任明确的安全管理架构，并通过对各项活动的全过程安全管控，持续守护员工、参展商及参展者的健康与安全。



安全管理架构

2025 年，会展集团持续完善职业健康与安全管理架构，于安全生产委员会（安委会）下设安全生产委员会办公室（安委办），负责日常安全生产工作的组织与落实。

安委会的主要成员包括会展集团领导班子及各条线部门的主要负责人，负责整体的战略决策与责任分工；安委办由会展集团安全工作管理部门负责人牵头，各子公司安全专员共同参与，负责隐患排查、制度修订、责任书签订及培训组织。



展会安全

展会安全是会展集团业务的重中之重，我们全力保障每场活动顺利开展及所有参与者的人身安全。会展集团严格执行《危险作业安全管理制度》《隐患排查治理管理制度》等一系列安全制度，并不断完善安全管理体系，对展会搭建与运营期间的安全管理、隐患排查提出明确要求，从源头上预防安全事故。

在责任落实与过程监管方面，会展集团于 2025 年全面形成“隐患排查—整改落实—监督检查”的闭环管理机制，并围绕该机制系统推动安全工作落地。为保证安全问题层层分解、责任到人，我们全面推行安全责任书签订工作。在此基础上，安委办依据安委会部署，重点聚焦重大项目运营安全，组织开展常态化现场隐患排查，对发现问题即时督促整改。同时，各专业公司积极引入第三方监理力量，对施工改造与设备维护进行专业监督，持续提升安全管理的规范性与实效性。

针对布展与撤展等重点作业阶段，会展集团以安委办为核心，联动主办单位、主场及特装搭建单位、运输单位、场馆运营公司等多方安全管理人员，组建现场巡查组，全面开展文明施工监督、消防管控、用电核查、台账审查及专项培训等安全工作。安委会还针对不同业务领域定制检查清单，并以此作为日常评审与年度安全考核的依据，强化监督评价，推动安全管理水平持续提升。

此外，上海世博展览馆作为会展集团自有展馆，积极应用超窄带物联网、AI+ 图像识别、BIM 数字孪生等先进技术，积极打造智慧安全展馆，为搭建、展期及机房运营提供全方位技术保障。

搭建安全

在展位搭建过程中，引入 AI 技术自动识别工作人员是否正确佩戴安全帽与安全带，实时保障作业行为合规。同时，调度专业安全人员对搭建情况进行现场检查，并持续跟进整改落实情况，形成监督闭环，全方位确保搭建安全。



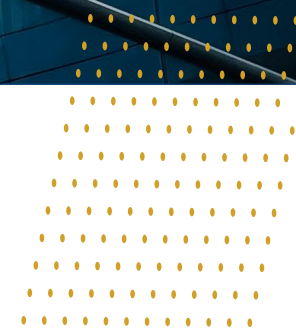
展期安全

通过部署 AI+ 高清智能摄像头，实现了对展馆内人流密度的实时监测与分析。该系统能够预测客流高峰时段，自动识别如人群过度密集等安全隐患，并及时触发预警，提升风险响应速度与管控效率。



机房安全

通过线上线下相结合的方式开展机房日常安全管理工作，内容涵盖设施巡检、设备维护、应急响应，保障核心机房、高配机房、空调机房、强弱电间、有限空间的安全。



安全文化

会展集团严格遵守《职业健康管理制度》与《商业道德规范》中的相关职业健康与安全管理要求，致力于为全体员工营造健康、安全的工作环境。我们建立并持续完善劳动安全卫生制度，严格执行运营所在地的各项法规与标准，并通过系统的安全教育培训，有效预防安全事故，降低职业健康风险。

报告期内，会展集团员工职业病体检覆盖率达

100%

未出现职业病病例；全年未发生工伤及工亡事故，安全生产形势保持稳定。



员工健康与安全宣贯

- 组织全员安全培训并制定应急预案，每半年开展应急演练，持续提升员工的安全意识与应急处置能力
- 通过制作宣传海报，鼓励员工积极参与安全生产管理，共同维护安全、健康的工作氛围

会展集团多层次安全培训体系

会展集团构建了“管理人员培训 + 专项培训 + 安全月培训 + 视频教育 + 实战演练”的多层次培训体系，全年培训内容覆盖安全法律法规、消防安全、用电安全等重点领域。

2025 年，我们围绕健康与安全主题开展了多场大型培训活动，为强化管理人员的专业能力，我们组织会展总部及各下属公司安全管理人员开展专题培训，重点强化安全管理职责与应急处置流程。安全月期间，先后举办由上海市应急管理局专家李黎明主讲的《强化安全意识，共筑安全防线》线上培训，以及由市应急管理局政策法规处处长丁立现场授课的《会展业安全生产的责任与思考》专项培训。我们还通过组织全员观看安全教育视频、开展消防逃生演练等方式加强员工的安全文化建设，有效提升了全员的防范能力与集团的整体安全管理水平。

安全演习

2025 年，会展集团共开展 2 次消防灭火救援疏散演练，参演人数分别为 66 人与 36 人。通过此次演练应急领导小组的组织能力、指挥能力和应急应变能力得到了锻炼，达成了消防演练的目的。



合作向远

共创价值

05

会展集团将社会责任理念深度融入企业运营，持续强化供应商管理，构建安全、稳定、高效的供应链体系；率先引领行业变革，不断探索会展业态的新模式与新场景；积极投身公益慈善事业，以实际行动回馈社会，携手各方伙伴，共同推动行业与社会的可持续发展。



供应商管理

会展集团始终将供应商管理视为供应链稳健运营的核心环节，持续完善供应商全生命周期管理体系建设，致力于强化供应链的风险防控能力，通过及时沟通与信息化手段积极引导供应商协同践行可持续发展理念，共同迈向高质量合作共赢。

供应商管理体系

为系统提升供应链管理效能，会展集团持续优化供应商管理组织架构，明确由运营管理部作为归口管理部门，统筹跨部门成员构成的合格供应商管理小组，开展供应商准入、评价、绩效管理等全流程工作，确保供应链体系规范高效。

会展集团持续完善《供应商管理办法》《采购管理办法》等内部制度，确立供应商集中管理、分类管理和动态管理的要求，明确采购活动必须遵循的合法合规、公平公正及效益最大化原则，降低运营风险、并持续提升采购价值。同时，我们制定《供应商行为准则》，对供应商数据隐私、质量与服务标准、业务运营安全、保密与知识产权保护、采购责任、商业道德廉洁等 ESG 相关实践进行监督与规范，推进供应商可持续管理能力稳步提高。

会展集团明确涵盖准入、动态评价及退出等步骤的供应商管理流程，未来将进一步建立供应商全生命周期管理体系。

- **准入**
 - 利用 OA 系统开展准入审核，实现从案头评估到线上评估的方法迭代；
 - 申请方需按要求填写准入申请表，并提交营业执照等基本资质；
 - 特定行业供应商须提供专项许可证明；
 - 针对建筑类供应商，要求提供环保检测报告与轻量化材料性能证明，并审核其绿色施工方案。
- **动态评价**
 - 采购需求部门配合供应商管理部门，采用“年度定期评价”与“不定期专项评价”相结合的方式开展供应商动态评价；
 - 评价内容全面覆盖供应商所提供物资或服务的质量表现、价格水平、交付及时性，以及采购需求方的满意度等。
- **退出**
 - “近3年未交易”及“近3年无合同单次交易”的供应商，暂时冻结供应资格；
 - 动态评价中不符合要求的供应商将被冻结供应资格并要求整改，整改后仍不符合要求的，取消供应商资格；
 - 严重违规的供应商将被纳入黑名单。

供应商风险管理

会展集团持续完善供应链风险管理机制，筑牢稳定运营的防线。我们在供应商准入阶段，通过案头评估方式开展全面评价与资质审查，重点考察供应商的运营合规性与可持续性、产品与服务质量、履约能力等关键维度，以此强化供应链风险防控，确保供应链安全与稳定。

会展集团严格遵循内部供应商管理政策，定期组织对合作供应商的全面审核工作，并对审核中发现的不合格项提出明确整改要求，督促供应商限期改进，以此持续提升供应链的整体稳定性与风险抵御能力。

供应商沟通

为精准匹配供应商能力与项目需求，会展集团采用了线上 / 线下沟通会与现场考察相结合的模式，与意向供应商进行了全面的前期沟通。

沟通重点围绕供应商的技术实力、过往服务案例、ESG 管理实践以及合作意向等核心维度展开，旨在深入评估其综合能力与产品适配性。沟通所获得的信息，将作为潜在供应商遴选的关键参考依据，有效保障项目需求与供应商资源之间的高度契合。

供应商信息化管理

为系统提升供应商管理效能，会展集团以信息化建设为关键手段，切实履行系统对接优化、资质审查强化等举措，推进质量验收数字化建设，夯实供应商全生命周期管理的数据基础与流程闭环。

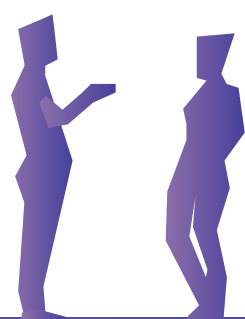
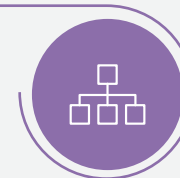
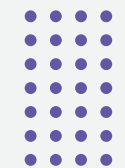
系统对接优化

- 供应商管理平台与“启信宝”数据接口完成对接，实现供应商基本信息自动填充与定期更新、数据清洗与治理，形成涵盖企业参保人数、股东信息、主要人员等要素的数据看板，提升供应商数据采集及校验能力。

资质审查强化

- 通过系统设置规则，自动校验供应商营业执照、信用信息等资质有效性，提升审查效率与准确性。

会展集团供应商信息化管理举措



行业发展

会展集团以深厚的行业积淀为基础，以前瞻的战略视野为引领，依托卓越的资源整合与服务能力，在快速变化的市场环境中持续为行业注入发展动力。我们作为行业发展的核心推动者，通过深化战略协作、参与标准制定及引领高层次行业交流，构建开放协同的产业生态，携手产业链伙伴共同推动会展业向专业化、数字化方向高质量发展，为会展业的创新升级注入持续动能。

会展集团作为行业领军企业，通过深度参与国家标准制定与国内外高端行业对话，积极引领中国会展业的规范化、国际化与可持续发展。2025 年 5 月，由我们主导起草的国家标准《经济贸易展览会数据统计规则》(GB/T 30521-2025)，经国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准正式发布并实施。



《经济贸易展览会数据统计规则》
(GB/T 30521-2025)

会展集团出席 2025 国际会展业 CEO 上海大会，助力上海打造国际会展之都

2025 年 6 月，会展集团出席以“会展创新，驱动可持续发展”为主题的 2025 国际会展业 CEO 上海大会，助力上海打造国际会展之都。本届大会吸引了国内外会展行业精英 300 余人汇聚峰会。

大会期间举办以“创新与变迁”为主题的中外 CEO 圆桌对话。会展集团董事长陈小宏围绕企业战略规划与会展行业发展趋势发表讲话，明确会展集团将通过持续、深入的国际化、市场化运作成为中国本土会展领军企业，巩固上海乃至长三角在中国会展区域龙头地位，拉动以会展为核心，辐射文商体旅四大行业的经济发展，推动上海及长三角地区会展经济高质量发展。



会展集团坚持以市场化、国际化为导向，积极构建开放协同的产业生态，通过与国内外优秀企业、团体及个人开展多层次战略合作，推动资源共享、业务协同与创新共进，持续提升全产业链服务能力与品牌影响力，致力于打造具有全球竞争力的会展服务品牌。

会展集团解锁“服务商 + 参展商”双重身份，深度参与第八届进博会

2025 年 11 月，会展集团作为服务进博会的“八年全勤生”，直接参与第八届进博会，首次解锁“服务商 + 参展商”双重身份。

会展集团以“聚 DEXPO 生态，展环球新篇”为主题，打造沉浸式“SPACE X”展示空间，创新推出“六天不重样”主题日活动，通过圆桌论坛、精品展示、互动体验等形式，全景呈现“会展赛”一体化服务体系，展示 AI 科技、智能制造、宠物经济、大文旅、大健康、体育赛事、展馆运营等亮点赛道优秀实践，充分展现会展集团链接全球资源、赋能产业升级的成果。



公益慈善

会展集团积极承担企业责任,坚持回馈社会,多维度助力乡村振兴和社区公益活动,增进民生福祉,实现会展集团与社区的深度融合与互促共赢。

乡村振兴

会展集团积极响应国家“乡村振兴”战略号召,对贵州、云南等地区开展系统性对口帮扶。我们通过支持希望小学建设、组织消费帮扶等多种形式,着力提升当地教育文化水平与产业发展能力,为促进乡村全面振兴注入持续动能。2025 年,会展集团乡村振兴投入金额 13.4 万元。

会展集团在社会公益事业合计投入

88.35 万元

其中乡村振兴

13.4 万元

贵州省毕节市“上马公益学校”运动场揭牌

2025 年 10 月,会展集团成员企业创建的上马公益专项基金援建的贵州省织金县绮陌街道中心学校运动场正式揭牌,并同步举办“上马公益杯”学生运动会开幕式。

上马公益专项基金由上海市体育发展基金会指导,启动“上马公益学校”项目,新建标准化足球场、篮球场及运动跑道,并配套捐赠体育器材与学生运动装备,为全校师生提供了更加安全、专业的锻炼环境,极大激发了学生参与体育运动的热情。

当天,来自织金县绮陌街道中心学校及周边学校的运动员们在崭新的运动场上挥洒汗水、展现风采。上马公益专项基金也借此契机,将勇于拼搏、尊重规则的“上马精神”传递给每一位学生,持续助力乡村体育教育的高质量发展。



大姚县乡村走访与消费帮扶

2025 年 3 月,会展集团调研团队前往对口帮扶地区云南省楚雄州大姚县铁锁乡自碑么村,开展经验交流、爱心传递、助学助教等帮扶工作。调研期间,团队先后走访当地农副产品基地、特色文化产业点及乡党群服务中心,与州、县、乡、村各级代表深入交流。

2025 年内,会展集团总部及成员企业积极采购大姚县特色农副产品,消费帮扶金额 13 万余元。



社区公益

会展集团积极履行企业社会责任，将公益理念融入日常运营，组织员工志愿服务、精准对接社区需求，持续开展形式多样的社会公益项目，助力构建和谐美好的社区未来。2025 年，会展集团持续弘扬公益精神，踊跃参加东浩兰生集团“爱心一日捐”活动，捐赠 15 万元至东浩兰生集团互助互济帮困基金，并在春节、“七一”等多个时间节点，走访慰问多位老党员和困难党员。

报告期内，本公司开展员工志愿服务 118 次，参与人数 90 人，累计志愿服务时长 795 小时。

“党员在现场”系列志愿活动

2025 年，会展集团围绕“党旗扬会展”品牌建设，联动重大展会项目开展党建工作。党员同志充分发挥表率作用，在“党员在现场”系列志愿活动中展现先锋力量。

7 月，在 WAIC 举办期间，党务干部带头驻守“党员在现场”服务站，为观众提供引导、咨询解答等服务。

9 月，在世界赛艇锦标赛期间，党员同志在境外参赛选手休息区设置“赛事拼搏场”现场服务点，邀请全球参赛者体验书法魅力，借助重大项目平台向来自全球的菁英选手宣传中华优秀传统文化。

12 月，在上海马拉松期间，于终点急速放松区设立“党员在现场”服务点，为 3,100 余名上马跑者提供赛后足部放松缓冲的保障服务，并与现场医护团队默契配合，全方位助力跑者尽快恢复状态。



报告期内

开展员工志愿服务

118 次

参与人数

90 人

累计志愿服务时长

795 小时

“万分之一的遇见”——会展集团举办罕见病公益画展、爱心义诊、科普讲座

2025 年 11 月，会展集团与上海市罕见病防治基金会等单位携手，举办“万分之一的遇见”——阳光科普公益行“不止罕见”公益科普视频画展，通过“以笔为甲，笑对命运”“以美抗痛，点亮希望”“童心向阳、聚力赋能”三个单元，展现罕见病患者对生活的热爱与坚守。

本届画展共展出 68 幅罕见病患者及学生创作的画作，同步开展罕见病科普宣传，累计覆盖观展人群超 5,000 人次，提升公众对罕见病的科学认知，倡导形成理解、尊重、关爱罕见病患者的社会氛围，鼓励各界力量共同参与罕见病支持。

同时，会展集团等主办单位联手长三角范围内主要三甲医院及相关专家，通过爱心义诊、科普讲座等形式，推动罕见病防治知识的普及，提升公众健康素养；同时联合国内外医药研发团队，共同参与、助力健康中国建设。

本届画展共展出罕见病患者及学生创作的画作

68 幅

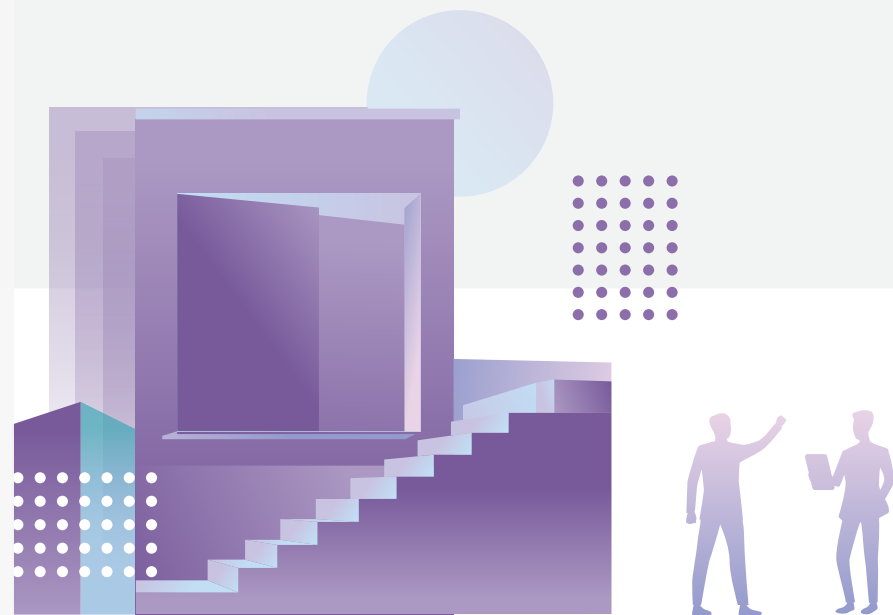


上海帆船公开赛公益分享活动

2025 上海帆船公开赛赛事期间，会展集团体育公司与临港新片区深度合作，策划并实施了两场公益宣讲活动，旨在通过帆船运动这一载体，向公众传播体育精神与人文价值。

体育公司联合奥运帆船冠军徐莉佳及三位国际知名帆船运动员，走进上海建平临港小学，以亲身经历讲述体育精神，让孩子们近距离感受帆船运动的魅力，播种热爱体育、勇于探索的种子。

体育公司邀请中国独臂帆船运动员徐京坤在朵云书院开展“徐京坤：大海里的孤勇者”主题公益分享会，面向公众讲述在海上挑战自我、突破极限的真实故事，传递坚韧不拔的帆船运动精神。



索引

上交所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》索引

披露要求	对应的本报告章节
应对气候变化	发展向绿，和谐共生——应对气候变化
污染物排放	发展向绿，和谐共生——环境管理
废弃物处理	发展向绿，和谐共生——环境管理
生态系统和生物多样性保护	发展向绿，和谐共生——环境管理
环境合规管理	发展向绿，和谐共生——环境管理
能源利用	发展向绿，和谐共生——应对气候变化
水资源利用	发展向绿，和谐共生——环境管理
循环经济	发展向绿，和谐共生——推广循环经济
乡村振兴	合作向远，共创价值——公益慈善
社会贡献	合作向远，共创价值——公益慈善
创新驱动	治理向新，固本致远——知识产权保护
科技伦理	专业向实，展赛引领——信息安全与隐私保护
供应链安全	合作向远，共创价值——供应商管理
平等对待中小企业	不涉及
产品和服务安全与质量	专业向实，展赛引领——客户服务
数据安全与客户隐私保护	专业向实，展赛引领——信息安全与隐私保护
员工	人和为本，聚力焕新
尽职调查	不涉及
利益相关方沟通	可持续发展治理
反商业贿赂及反贪污	治理向新，固本致远——商业道德与反贪腐
反不正当竞争	治理向新，固本致远——商业道德与反贪腐

上海市国有控股上市公司 ESG 指标体系索引

披露要求	对应的本报告章节
环境管理	发展向绿，和谐共生——环境管理
能源	发展向绿，和谐共生——应对气候变化
资源	发展向绿，和谐共生——环境管理
污染物	发展向绿，和谐共生——环境管理
气候变化	发展向绿，和谐共生——应对气候变化
生物多样性	发展向绿，和谐共生——环境管理
产品和服务	专业向实，展赛引领——客户服务
员工责任	人和为本，聚力焕新
供应链责任	合作向远，共创价值——供应商管理
社区责任	合作向远，共创价值——公益慈善
企业责任	治理向新，固本致远——企业治理
公司治理	治理向新，固本致远——企业治理
ESG 治理	可持续发展治理
数据治理	专业向实，展赛引领——信息安全与隐私保护

绩效表

治理绩效指标	单位	2025 年数据	2024 年数据
反贪腐相关培训			
反贪腐相关培训员工参训人数	人	220	250
反贪腐相关培训员工参训覆盖率	%	63.04	48.26
反贪腐相关培训员工参训小时	小时	1,226.5	2,094
董事参与反贪腐相关培训人数	人	4	4
董事参与反贪腐相关培训覆盖率	%	100	44.44
董事参与反贪腐相关培训小时数	小时	192	192
高级管理层 ¹ 参与反贪腐相关培训人数	人	52	51
高级管理层参与反贪腐相关培训覆盖率	%	92.86	86.44
高级管理层参与反贪腐相关培训小时数	小时	892	811
知识产权			
知识产权数量 ²	件	128	25

¹ 高级管理层是指在会展集团及其子公司中担任高层管理职责的管理人员。

² 知识产权数量覆盖东浩兰生会展集团股份有限公司、上海工业商务展览有限公司、上海靖达国际商务会展旅行有限公司、上海东浩兰生体育有限公司、上海现代国际展览有限公司；知识产权类型包括注册商标、著作权、计算机软件著作权。

环境绩效指标	单位	2025 年数据	2024 年数据
能源管理¹			
汽油	吨标准煤	7.49	12.55
天然气	吨标准煤	54.02	72.28
外购电力	吨标准煤	1,616.1	1,714.5
重点展会用能情况²			
工博会	千瓦时	555,783	/
世界人工智能大会	千瓦时	676,830	/
上交会	千瓦时	22,000	/
华交会	千瓦时	91,000	/
城博会	千瓦时	23,223	/
广印展	千瓦时	207,623	/
休博会	千瓦时	6,911	/
温室气体排放³			
温室气体排放范围一	吨二氧化碳当量	111.68	154.65
温室气体排放范围二	吨二氧化碳当量	6,977.01	8,169.33
温室气体排放总量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量	7,088.69	8,323.98
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万人民币营收	4.36	5.06
水资源管理⁴			
总耗水量	吨	725.93	826.24
水资源消耗强度	吨 / 百万人民币营收	0.5	0.5
废弃物管理⁵			
无害废弃物产生总量	吨	983.3	1,342.8
可回收废弃物	吨	51.5	13.2
不可回收废弃物	吨	931.8	1,329.6

¹ 能源管理数据覆盖会展集团及其所有子公司。

² 2025 年新披露指标，仅包括展商使用的外购电力，不包括展馆的灯、空调。

³ 温室气体排放数据覆盖会展集团及其所有子公司。温室气体排放数据计算参考来源：《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》《省级温室气体清单指南（试行）》《2023 年电力二氧化碳排放因子》《2005 年中国温室气体清单研究》。

⁴ 水资源管理数据覆盖会展集团及其所有子公司。

⁵ 废弃物管理数据覆盖会展集团旗下东浩会展自有的上海世博展览馆。

社会绩效指标		单位	2025 年数据	2024 年数据
员工构成				
员工总数		人	507	518
新进员工总数		人	29	44
按性别划分的员工总数	男性员工	人	229	240
	女性员工	人	278	278
按年龄划分的员工总数	30 岁以下 (不含 30 岁) 员工	人	56	69
	30-50 岁员工	人	416	411
	50 岁以上 (不含 50 岁) 员工	人	35	38
按职级划分的员工总数	高级管理层	人	56	59
	中级管理层	人	102	100
	基层员工	人	349	359
员工流失				
员工主动流失数量		人	50	30
员工主动流失率		%	9.86	5.79
员工权益				
社会保险覆盖率		%	100.00	100.00
员工集体合同签署数量		人	507	518
员工集体合同签署率		%	100.00	100.00
员工福利与关怀投入金额		万元	476.40	467.93
员工培训				
员工培训总数		人	440	466
员工培训覆盖率		%	86.79	89.96
员工培训投入金额		万元	90.67	27.00
按性别划分的参训人数	男性员工	人	200	218
	女性员工	人	240	248
按职级划分的参训人数	高级管理层	人	52	53
	中级管理层	人	94	93
	基层员工	人	294	320
员工培训总小时数		小时	12,392	8,209

社会绩效指标		单位	2025 年数据	2024 年数据
按性别划分的参训小时数	男性员工	小时	6,065.75	3,960.50
	女性员工	小时	6,326.25	4,248.50
按职级划分的参训小时数	高级管理层	小时	4,328.00	1,445.50
	中级管理层	小时	4,375.50	2,768.00
	基层员工	小时	3,688.50	3,995.50
职业健康与安全				
安全和应急演练次数		次	4	5
安全和应急演练完成率		%	100	100
职业健康与安全培训参训人数		人	384	338
职业健康与安全培训小时数		小时	1,271	2,646
安全生产投入		万元	7.21	7.55
职业病体检率		%	100	100
职业病发生次数		次	0	0
因工死亡人数		人	0	0
承包商因工死亡人数		人	0	0
供应商管理				
供应商总数		家	3,485	5,466
新进供应商总数		家	1,970	2,318
签订供应商行为准则（廉洁协议）的供应商数量		家	1,813	3,439
公益慈善				
公益 / 志愿者活动累计时长		小时	795	3,124
公益 / 志愿者活动员工参与次数		次	118	210
公益 / 志愿者活动员工参与总人数		人	90	220
公益投入		万元	88.35	115.38

未来展望

为积极响应党中央“十五五”规划建议，紧扣“坚持高质量发展”原则，以发展新质生产力为引领，做强国内大循环、畅通国内国际双循环，并围绕“科技自立自强水平大幅提高”的战略目标，会展公司将以“服务国家战略和上海城市发展定位”为目标，以“打造世界知名、国内首选的会展服务品牌”为愿景，在“十五五”开局之年全面启航。我们将紧紧围绕上海“国际消费中心城市”“世界著名旅游城市”“全球著名体育城市”的建设目标，以“品牌化导向、资本化运营、国际化布局、数字化发展”为四个战略维度，全面实施“2+3+1”战略路径（“2”即 AI 科技、体育赛事两大核心赛道；“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）。围绕“AI 科技、体育赛事”两大核心领域，做强展馆运营、IP 运营、会展服务三大支柱业务，发挥香港公司国际总部作用。在 AI 科技领域，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，力争培育成为领先的 AI 产业生态服务商；在体育赛事方面，把握体育公司揭牌契机，引入数智技术提升参赛观赛体验，强化资本运作，加快构建全链条体育产业体系，持续办好“三上”赛事。做强三大支柱业务：展馆运营以世博展览馆为核心，输出标准化运营经验，拓展至张江科学会堂等重点场馆，打造“1+N”专业展馆集群；IP 运营深化品牌影响力，拓展工博会、它博会、广印展等自主 IP，推动组展业务营收增长；会展服务整合搭建、物流、策划、广告等服务资源，提升全产业链服务能力。同时将香港公司打造为国际总部，构建国际结算、投资、运营三大中心，推动品牌出海与资本出海。

前瞻性陈述

本报告旨在总结过去一年会展集团在 ESG 领域的成就，部分章节包含基于当前情境对未来事件的预测与前瞻性陈述，主要见于“董事长致辞”“走进会展集团”等部分。这些陈述代表了会展集团依据最佳判断所做的预估，不应单独作为投资决策的依据。我们的前瞻性陈述涉及固有风险和不确定性，包括但不限于：

法律法规和政策的变化、经济环境的变化、客户需求波动、会展行业周期及市场动态等多个方面。

除本报告内容外，各位投资者及读者还应密切关注会展集团在上海证券交易所实时发布的官方文件。同时，存在其他未预见或未能充分评估的风险因素，可能对会展集团的未来业绩、表现及发展产生不利影响。前瞻性或期望性陈述仅反映报告发布时的认知，会展集团除遵循相关法律法规要求外，对于此类陈述后续的变化不承担任何法律责任。

报告评价及建议

本报告是会展集团面向社会公开发布的 2025 年环境、社会及治理 (ESG) 报告。为了持续完善 ESG 管理工作，不断提高履行社会责任的能力和水平，我们非常希望倾听您的意见和建议。恳请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，您可以通过电子邮件、邮寄以及线上回复的方式反馈给我们。

如对本报告内容有任何问题或建议，可通过以下方式联系我们：

联系电话：021-63366287

邮箱：stock@dlg-expo.com

地址：上海市黄浦区董家渡路 200 号

董家渡外滩中心 T3 办公楼

1. 您对会展集团 ESG 报告的总体评价是？

好 较好 一般 差

2. 您希望会展集团披露 ESG 报告的频率是？

每年度 每半年度 每季度

3. 您最关心报告里的哪些议题？

法规遵循 废弃物处理

风险管理

产品和服务安全与质量

循环经济

数据安全与客户信息隐私保护

应对气候变化 其他

4. 您认为本报告是否能反映会展集团对经济、社会、环境和企业治理的重大影响？

能 一般 不能 不了解

5. 您认为本报告所披露信息的准确度、完整度如何？

高 较高 一般

较低 低

6. 您认为报告的哪些方面需要改进？

版面设计 数据类型

议题覆盖 参考标准

欢迎您在此提出对会展集团 ESG 工作和本报告的意见建议：

DEXPO
东浩兰生会展
DONGHAOLANSHENG EXPO