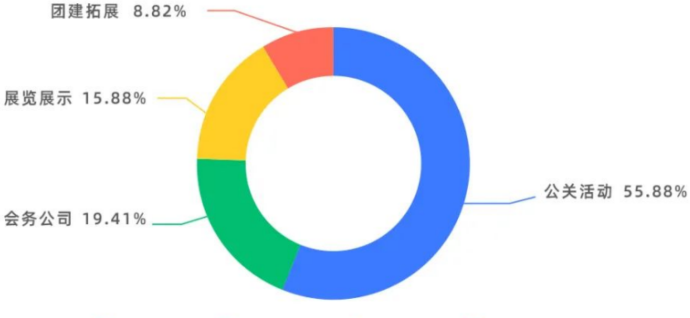
活动汪

2022
会展活动公司生存报告

共邀请到174家公司参与调查

一 样本状况

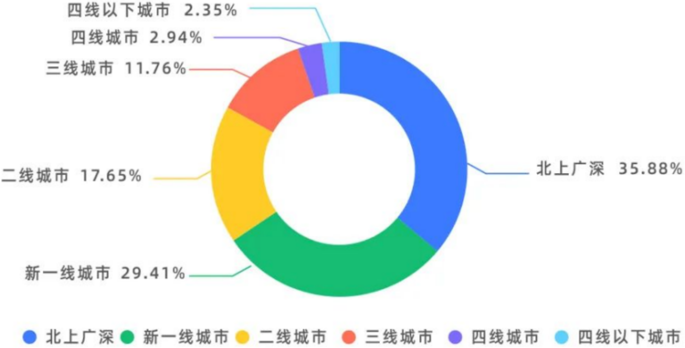
1 公司类型



● 公关活动 ● 会务公司 ● 展览展示 ● 团建拓展

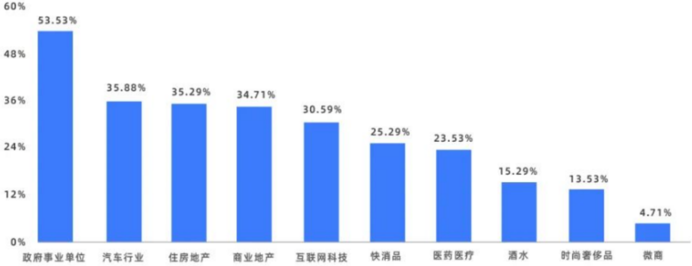
受访企业中，一半以上是活动公司，其次是会务公司、展览展示公司，最后是团建公司。

2 城市分布



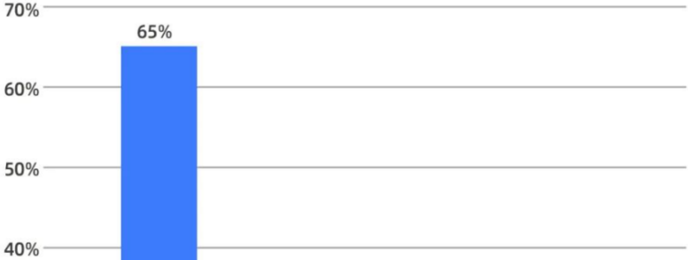
受访企业中，超35%在北上广深，近30%在新一线，近18%在二线，近12%在三线，三线以下不足6%。

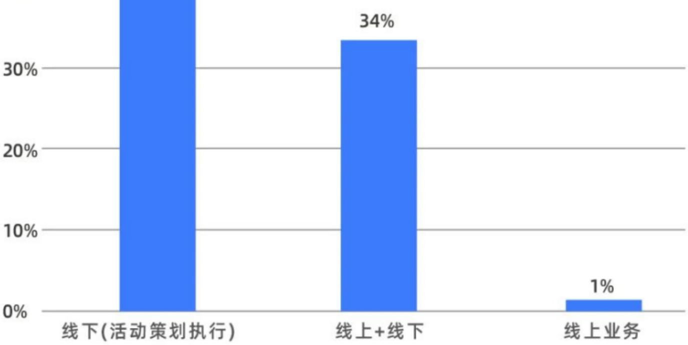
3 客户行业



受访企业中，大部分公司的客户都是政府事业单位，汽车、地产次之。
企业级活动在2022年大受影响，政府事业单位成为活动业务最坚挺的主办方。

4 活动类型





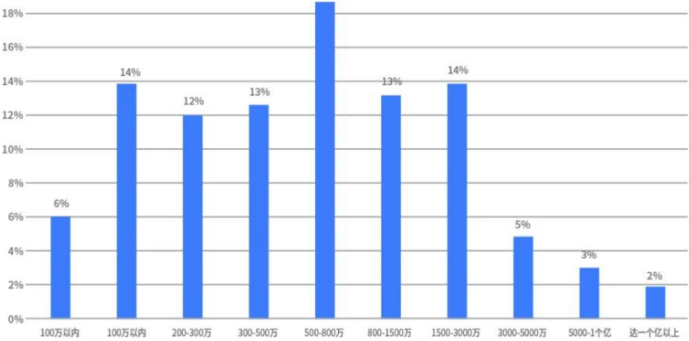
公关活动公司中，只做线下活动的已经不到七成，超过三成开始搭建线上+线下的业务模式。

二 报告内容

1 关于公司营收

● 年营收规模

营收达3000万就能超过90%公司

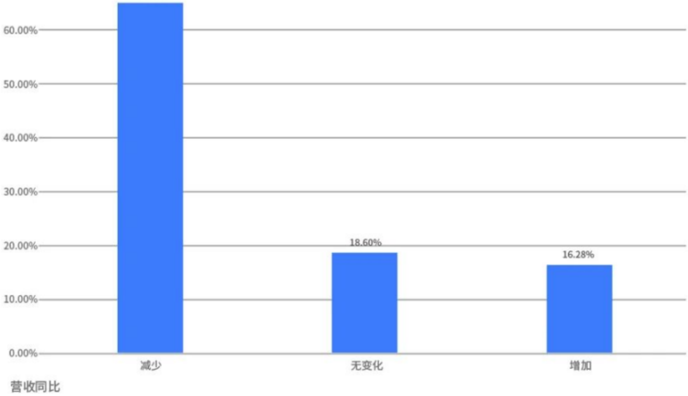


45%的受访企业，营收在500万以内，其中有营收不足200万占比44%。
31%的受访企业，营收在500-1500万之间。

营收达1500万的仅24%，
别气馁，大家去年业绩都不好！😊

● 同比变化

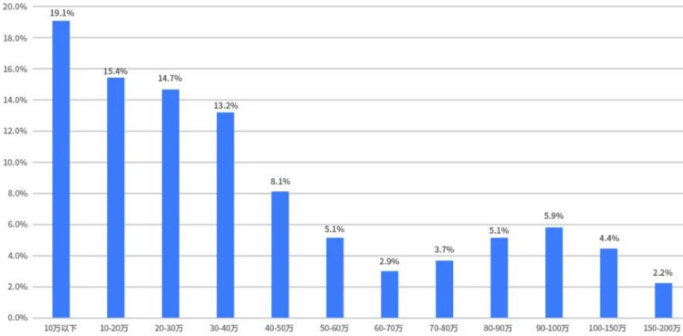
超六成公司营收较2021年减少



2022年与2021年同比减少的企业有**65.12%**，只有**16.28%**是同比增加的。

单人年产值

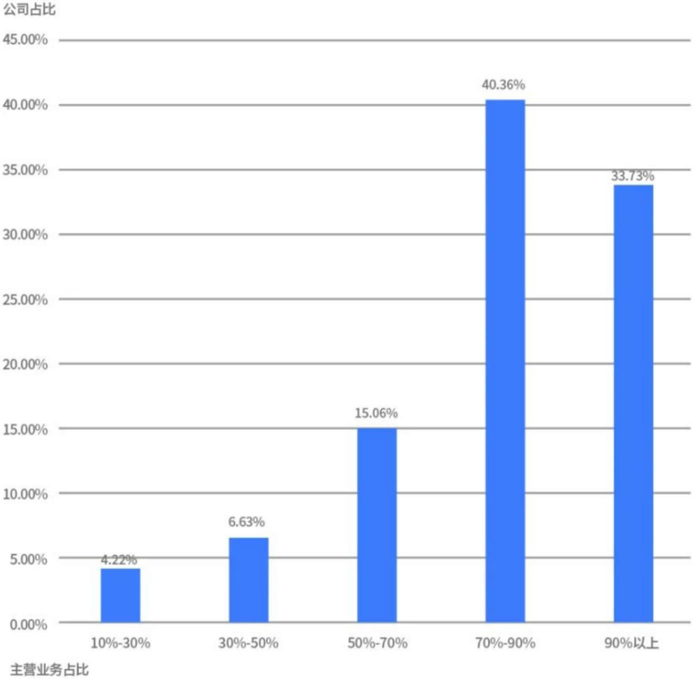
七成公司的人均年产值不足50万



只有29.3%人均**年产值超过50万**，70.7%的公司人均产值不足50万，49%的公司人均产值不足30万，
小编想问：“真的能赚钱么？”😂

主营业务占比

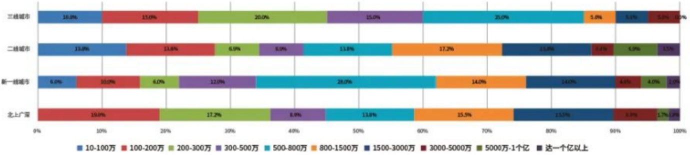
三成企业主营业务占比不足70%



74%的受访企业，主营业务占比超过七成；
15%的受访企业，主营业务占比在五到七成左右，
还有10.8%的受访企业，主营业务占比不足五成，
已经迈入转型之路。

营收VS城市

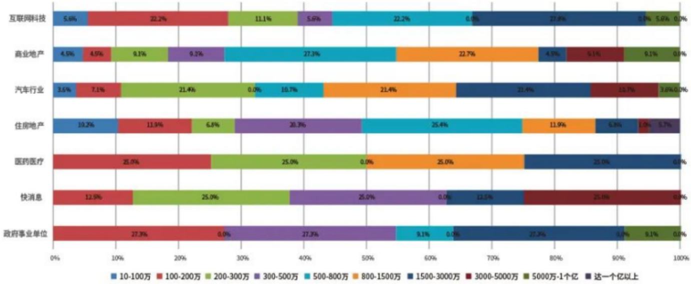
北上广没有低于100万营收的活动公司



越发达城市，营收规模越大；
北上广没有低于100万营收的公司！

营收VS客户行业

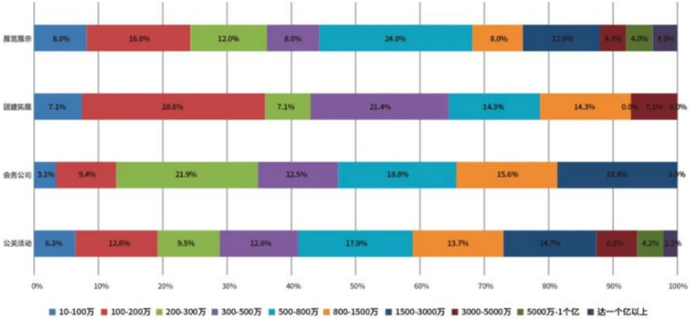
要想营收高，多做政府、快消、汽车、互联网客户



做住房地产客户的公司，低营收规模较多；做政府、快消、汽车、互联网客户的公司，高营收规模较多。

营收VS业务类型

只有展览和活动公司，营收才能超过1个亿



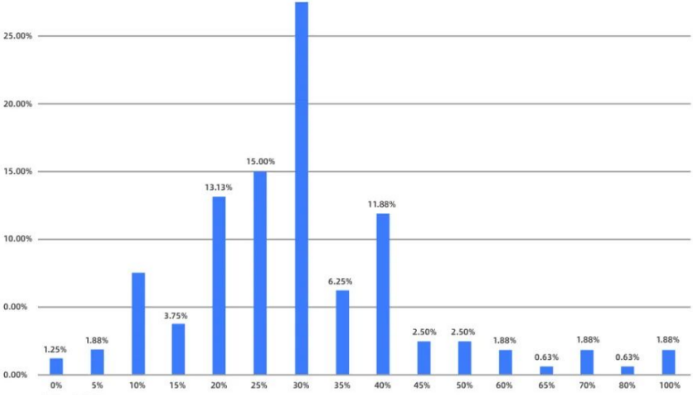
团建拓展类型的公司，
低于200万营收的小规模公司较多；
会务类型的公司，
200-1500万的中等营收规模公司较多；
公关活动和展览展示类公司，1500万以上的大型营收规模公司较多。

团建拓展和会务公司，
营收要比展览和活动公司少！

2 关于利润情况

● 毛利分布

七成以上公司毛利不足40%

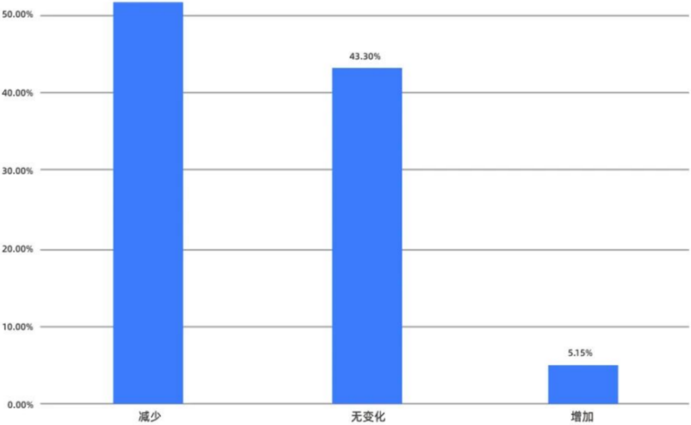


2022公司毛利率

76%的受访企业，毛利不足40%！42.5%的受访企业，毛利不足30%！只有23.74%的受访企业，毛利达到40%以上！

● 毛利同比变化

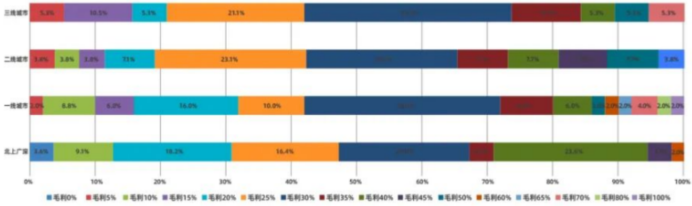
超五成公司毛利下降



**51.55%的受访企业毛利率下降，
43.3%的受访企业毛利率无变化，
仅5%毛利率同比增长。**

毛利VS城市

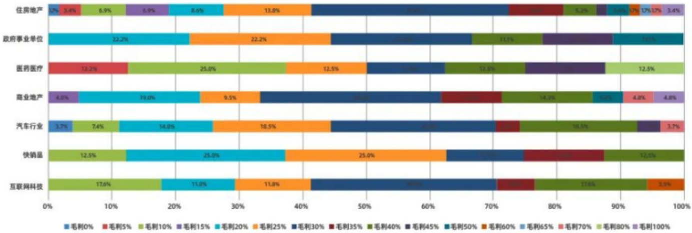
二线城市的毛利率最高，北上广深最低



北上广深，八成受访企业毛利率不到40%；二线城市的毛利率最高，近一半受访企业毛利率高于40%。
北上广深，快要卷不动了！😂

毛利VS客户行业

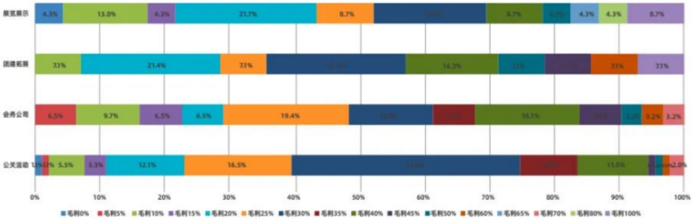
追求高毛利，可以选择医药医疗、政府客户



服务快消品的公司，毛利率普遍较低，都在40%以下；服务医药医疗、政府客户的公司，七成毛利率都在40%以上。

● 毛利VS业务类型

团建拓展公司毛利率最高，公关活动公司最低



团建拓展业务的公司毛利率最高，有近**八成**毛利在**40%**以上，且有超**六成**毛利在**60%**以上；

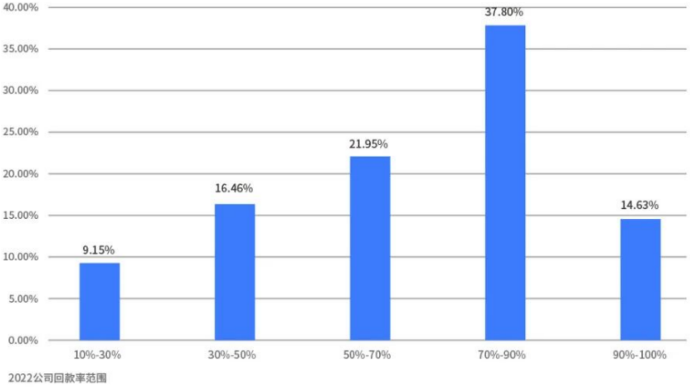
其次是展览展示业务，有**七成**毛利在**40%**以上；会务公司毛利率在40%以上的只占一半不到，

公关活动公司毛利率最低，只有**三成**的毛利率在**40%**以上。

3 关于回款情况

● 回款率

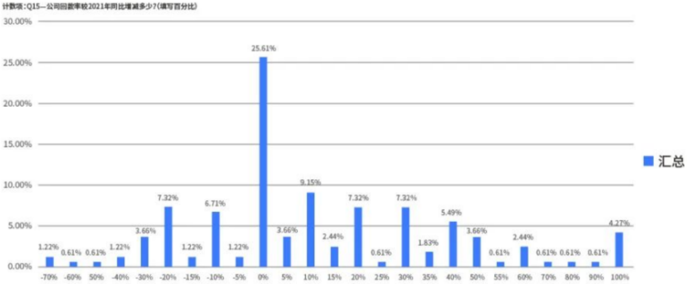
近一半公司回款率不足70%



只有52.43%的公司回款率在七成以上；
有25.61%的公司回款率只有不到50%！

回款率同比变化

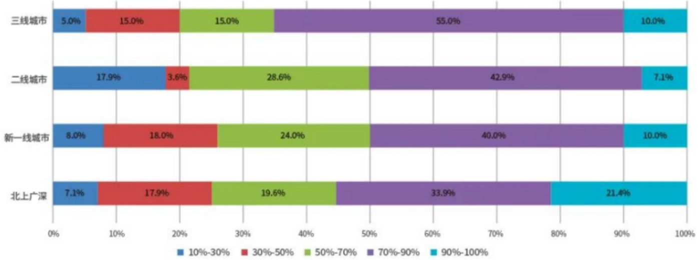
大多数公司回款率同比上升！



较2021年回款率同比上升的居多。
50.6%的公司回款率有上升，23.71%的公司回款率较2022年是下降的；25.61%的公司回款率同比不变。
小编内心：看来催款很重要呀~

回款率VS城市

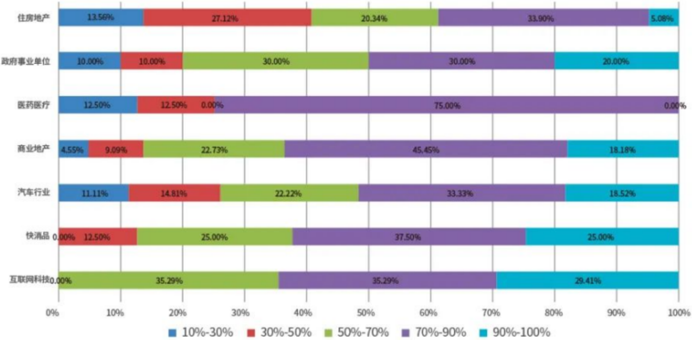
回款率最高的不是北上广深



回款率最高的是三线城市，65%的公司回款率达70%以上；其次是北上广深，55%回款率达70%以上。

回款率VS客户行业

互联网客户回款率最高！



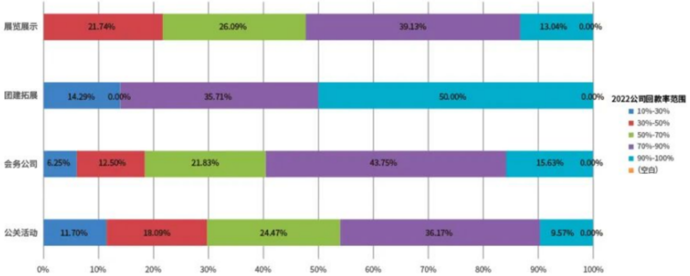
回款率最高的是服务互联网客户，
回款率不低于50%；
其次是快消客户和商业地产客户。

住宅地产回款最慢，
有四成企业回款率不足50%。

回款率VS业务类型

团建拓展公司的回款率最高，活动公司最低！

Q1-公司业务类型？

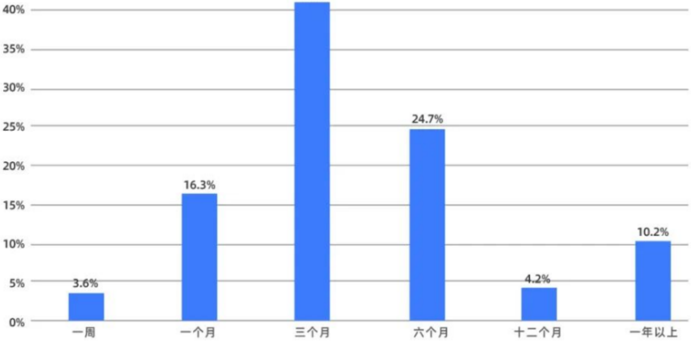


团建拓展领域的回款率最高，85.7%的公司回款率在七成以上；会务公司次之，也有59.38%的公司回款率在七成以上；展览展示有52.17%回款率在七成以上，活动公司的回款率最低，只有45.74%的回款率在七成以上。

4 关于账期

● 账期

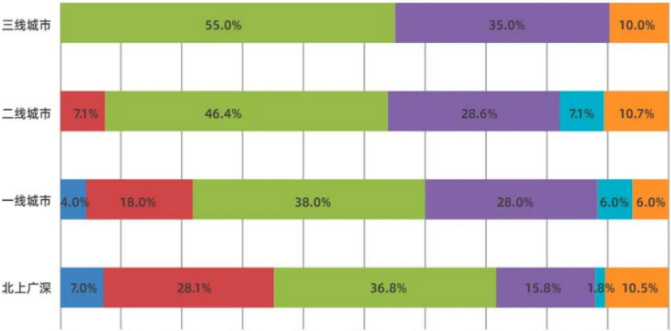
普遍账期在1-6个月

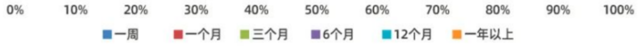


八成以上受访企业的账期在1-6个月左右，四成是3个月，24.7%是6个月，还有16.27%是1个月。

账期VS城市

越发达城市账期越短



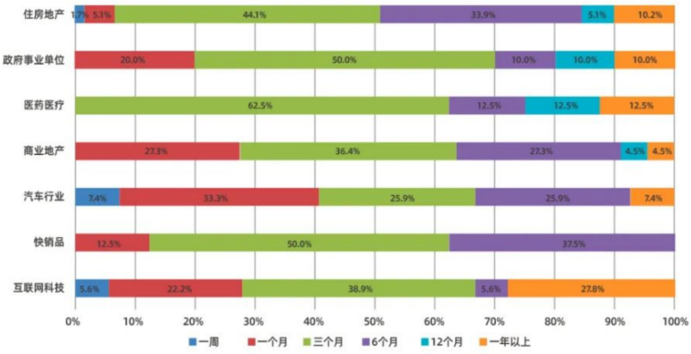


受访结果呈现出，**越发达城市账期越短**的现象。

北上广深有35.1%的受访企业账期在1个月内，七成以上账期在3个月内；
新一线城市也有六成的受访企业账期在3个月内；而四线以下城市，只有25%的受访企业账期在3个月内。

● 账期VS客户行业

服务快消品客户，账期最短



服务快消品客户，账期最短，没有超过6个月的；其次是服务政府、互联网客户，七成左右账期在

3个月以内。

三 结语

2022年总结

在坚持“动态清零”的政策方针下，会展活动从业者几近绝望的熬过了2022年。“封城、封小区”是最流行的大型活动，“卫健委和疾控中心”也成为发布会的高频主办方，活动从业者在这一年可能最繁忙的业务是在小区封控时主动承担流程统筹和活动执行督导的重要角色。作为受疫情影响最为严重的三大行业之一（餐饮、旅游、会展），虽然没能像其他行业那样受到政府有关部门的扶持关注，但却为疫情做出了重大贡献：方舱医院！

作为行业观察者，我们深刻体会到2022年从业者的情绪和信心跌到了谷底。很多从业者转型带货卖菜，也有很多从业者躺平休息。在活动汪的社群里，每天见到很多策划师、设计师讨论的问题不是业务，而是“你们公司转型了没？”在调查报告中我们发现，

2022年营收超过3000万的公司不足10%，七成以上公司毛利率低于40%，大多数公司都存在毛利率降低，营收大幅下降的情况！我们认为：疫情三年，让行业倒退了起码5年！

但在活动汪主办的“逆流而上奖项”中，我们惊喜的发现，仍然有一小部分公司营收和利润在逆势增长。他们当中，有一些抓住了线上直播、元宇宙的大趋势；有一些抓住了抖音、小红书新媒体的流量红利，积极创新业务模式；还有一些积极推进内部组织改革，业务上做到了厚积薄发。我们发现，不管在怎样的极端环境下，总有一小群人依然能冷静不悲观、锐意且进取！也只有这样的精神，才能跨越时代的周期。

2023年展望

在调查问卷中，虽然大部分公司对今年抱着“谨慎乐观”的态度，但是从活动汪平台的数据来看，各类活动需求正在快速复苏！无论是政府还是企业，今年都对会展活动这类能面对面的交流、体验、洽谈的线下真实场景有着极其迫切的需求。2023，一定是没法为赚不到钱找客观原因的“好年份”！

当从业者还未从元宇宙是否能替代线下的讨论中抽离出来时，ChatGPT又在今年年初引起了是否能替代策划师、设计师的激烈讨论。但历史告诉我们，永远是那些对未知充满好

奇、对未来充满期待的从业者才能持续赢得客户的信任。疫情后新一代活动人仍需时刻关注新技术、新模式带来的变局与挑战。

作为一家成立仅4年的创业公司，活动汪侥幸能熬过疫情最终存活下来。这让我们坚信，只有行业好我们才会好，我们存在的价值都是用户赋予的。活动汪在未来依旧会坚定的与用户站在一起，与大家共同迎接“后疫情时代”的行业再次繁荣！

如需完整版报告，请扫描下方二维码