

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

关于北京中奥通宇科技股份有限公司

首次公开发行股票并在主板上市之

上市保荐书

保荐人



申万宏源证券承销保荐有限责任公司
SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO.,LTD

二零二三年七月

申万宏源证券承销保荐有限责任公司
关于北京中奥通宇科技股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市之
上市保荐书

深圳证券交易所：

申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“申万宏源承销保荐公司”、“**保荐人**”）接受北京中奥通宇科技股份有限公司（以下简称“中奥通宇”、“**发行人**”、“**公司**”）的委托，担任其首次公开发行股票并在主板上市（以下简称“**本次发行**”）的**保荐人**。

保荐人及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《**公司法**》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《**证券法**》”）、《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《**注册办法**》”）、《深圳证券交易所股票上市规则》（以下简称“《**上市规则**》”）等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

除非文义另有所指，本上市保荐书中的简称与《北京中奥通宇科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》一致。

一、发行人基本情况

（一）基本资料

中文名称	北京中奥通宇科技股份有限公司
英文名称	Beijing Chinalltrade Technology Co., Ltd.
注册资本	5,966.25 万元
法定代表人	刘向锋
有限公司成立日期	2006 年 10 月 18 日
股份公司成立日期	2020 年 11 月 3 日
公司住所	北京市北京经济技术开发区荣华中路 10 号 1 幢 B 座 601 室

邮政编码	100176
电 话	8610-67881245
传 真	8610-67888240
互联网网址	www.chinalltrade.com
电子信箱	office@chinalltrade.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
负责人	杨钰
联系方式	8610-67881245

(二) 主营业务

公司的主营业务聚焦于忠诚度管理领域，为下游客户实施忠诚度管理计划提供专业服务，具体包括为银行、航空、电信等行业企业客户的积分兑换业务、银行客户的信用卡商城业务、快消品企业的经销商积分兑换业务以及其他与客户实施忠诚度管理计划相关的领域（如员工福利、积分商城技术平台的系统开发等）提供专业服务。

1、公司主营业务的行业背景

公司属于忠诚度管理领域为忠诚度计划实施企业提供服务的第三方机构。忠诚度管理的概念最初来源于营销学理论中的客户忠诚度管理，主要指通过定量记录及分析客户重复购买或持续购买行为，研究如何增强客户对品牌或企业喜爱和信心程度的营销活动。营销学中将这种通过定量记录及分析客户重复购买行为的程度，并对客户的重复购买行为予以相应奖励和补贴的专门营销活动策划，称为“客户忠诚度管理计划”。“客户忠诚度管理计划”通常的形式包括客户分级会员制度（如航空公司的金卡、银卡等客户分级，电信运营商、银行信用卡分级）、累计消费奖励制度（如信用卡消费积分、航空公司里程积分、酒店消费积分、商场购物积分）等。营销实践表明，一个好的“客户忠诚度管理计划”，通过不断对重复购买的客户给以对应的奖励，可以有效地维持客户关系，特别是能大大增强老客户的粘性，激励其持续消费、降低其品牌转换率，使得客户对企业和品牌的信心长期维持，并通过老客户的口碑传播等，有利于新客户的开发。

目前，随着商业的发展，现代营销学已经将忠诚度管理的概念从客户忠诚

度管理扩展到对渠道经销商、员工、供应商等利益关联群体进行类似方式有效激励，从而出现经销商忠诚度管理、员工忠诚度管理等新的领域，上述这些均属于忠诚度管理领域。

在目前的商业实践中，以累计消费奖励制度、客户分级会员制度为代表的各类忠诚度管理计划已经被普遍运用，其中通过积分兑换商品或服务是常用的激励手段。

2、公司主营业务是基于忠诚度管理领域的专业分工

在忠诚度计划实施过程中，通常涉及三类主体，即忠诚度计划实施企业、为忠诚度计划实施企业提供服务的第三方机构、被激励对象（如终端消费者、经销商、员工）。公司属于为忠诚度计划实施企业提供服务的第三方机构。此种分工是基于：国内银行、航空、电信等行业大型企业客户拥有海量的用户，遍及全国各地，而且忠诚度计划实施企业所从事的主营业务与忠诚度管理所涉及的服务内容存在较大差异。因此，忠诚度计划实施企业向被激励对象自行提供忠诚度管理所涉及的服务在经济性和专业性方面存在不足。考虑到经济因素和管理因素，忠诚度计划实施企业通常牵头建立和实施忠诚度计划，而将商品推荐、活动营销（设计及执行）、供应链管理、物流配送、售后服务等环节的服务外包给第三方服务提供商来执行。

基于互联网、信息技术等的驱动，忠诚度计划实现线上化、平台化，目前我国忠诚度管理行业市场中已经形成积分兑换为主导的市场格局，积分兑换商品的模式成为忠诚度计划的主要形式。在积分兑换商品为主的模式下，公司围绕下游客户的需求，为其提供对应的服务。

3、公司主营业务的具体服务内容概述

公司专注于忠诚度管理领域，以技术为驱动，为下游客户实施忠诚度计划提供服务。公司所提供的服务涵盖服务方案设计、商品智能选配推荐、数字营销策划及执行、商品供应及仓配物流、售后及客户服务、忠诚度管理网络平台搭建及运营等内容。

对于银行、航空、保险、快消等行业的忠诚度管理计划实施企业而言，公司提供的服务是其忠诚度计划的重要组成部分，公司提供的服务质量将直接影

响企业实施其忠诚度计划的实际效果和其终端消费者的满意度。公司通过为忠诚度计划实施企业推荐、供应受其终端消费者欢迎的商品，并为其设计营销活动，使得其忠诚度计划更具吸引力，在同等条件下，提升终端消费者购买该企业商品或服务的意愿，进而有利于提高终端消费者客户转化效率，提高终端消费者对其品牌认可度，激励终端消费者持续消费、购买行为，进而增加企业收入；公司向忠诚度计划实施企业的终端消费者高效地交付其选择的商品，并通过提供高质量的售后服务，令终端消费者在获得消费奖励的同时感知优质服务，从而提高其对忠诚度计划实施企业的品牌认可度。

4、公司主营业务的价值实现方式

公司为下游客户实施忠诚度计划所提供的服务是围绕忠诚度管理计划实施企业的外包服务需求而展开的，主要以商品为载体完成服务的交付。发行人所提供服务的价值主要通过商品的积分兑换或者销售得以实现。

5、公司主营业务发展情况

经过多年的研发技术沉淀和服务案例积累，公司客户资源遍及银行、航空、保险、快消等众多行业及其庞大的终端客户群体，具体包括全国大型国有商业银行、全国性股份制商业银行、城市商业银行等为代表的各银行总行和分行及四大航空公司等。公司已与上述行业客户形成长期而稳定的合作关系，并获得了“招商银行掌上商城 2021 年度最佳合作伙伴”、“中信银行 2021 年度友鱼积分商城最佳合作伙伴”、“南航 2021 年度最佳电商合作伙伴”、“中国礼赠品企业 100 强排序上榜企业”、“冬奥有我——我的冬奥会和残奥会会徽商品创意设计大赛创意设计奖”等荣誉，得到上述企业和社会的认可。近年来，公司在稳步发展的同时，主动承担社会责任，充分发挥公司忠诚度管理服务优势，积极推动优质品牌农产品上架销售，助力乡村振兴。近年来，公司响应“全面促进消费”号召，积极在积分商城、信用卡商城等多个平台上架优质商品，配合平台方以消费券、积分抵现等持续性支付实惠，在特殊时期刺激消费者消费欲望，提振消费信心，助力消费复苏。

作为国家高新技术企业、北京市中关村科技园区高新企业、北京市瞪羚计划企业、北京市市级企业技术中心、北京市专精特新中小企业，公司通过信息技术

对传统忠诚度管理行业进行赋能，赋予了行业新的技术应用，推动了行业发展进步。

（三）主要经营和财务数据及指标

项目	2022-12-31/ 2022 年度	2021-12-31/ 2021 年度	2020-12-31/ 2020 年度
资产总额（万元）	44,206.90	37,543.82	32,458.16
归属于母公司所有者权益（万元）	40,494.27	32,312.95	26,200.36
资产负债率（母公司）（%）	8.55	14.09	19.51
营业收入（万元）	66,356.82	60,803.19	54,976.84
净利润（万元）	8,129.52	6,108.50	6,642.45
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,129.52	6,108.50	6,642.45
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,003.99	5,906.86	6,581.04
基本每股收益（元/股）	1.36	1.02	1.19
稀释每股收益（元/股）	1.36	1.02	1.19
加权平均净资产收益率（%）	22.35	20.88	41.54
经营性活动产生的现金流量净额（万元）	10,325.51	3,569.08	6,400.01
现金分红（万元）	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	3.03	3.19	3.32

（四）发行人存在的主要风险

1、与发行人相关的风险

（1）经营风险

1) 客户集中风险

公司主要为银行、航空、保险、快消等行业的企业客户**实施忠诚度计划**提供服务。报告期内，公司对前五大客户（同一控制合并口径下）的销售金额占比分别为 61.30%、66.91%及 64.98%。报告期内，公司客户集中度较高，主要客户对公司的业绩具有较为重要的影响。如果未来公司主要客户由于宏观环境、行业政策变化等原因大幅减少对公司商品及服务的采购规模，公司出现招投标未入围、中标结果不如预期、商品上架周期较长等情形，而公司未能及时开拓新客户或新业务，公司的销售规模将存在大幅下降的风险，从而对公司的财务状况和盈利能力产生不利影响。

2) 市场拓展风险

报告期内，公司主要客户为银行、航空、保险、快消等行业的知名企业，上述客户规模较大，公司主要通过公开招投标方式获取项目合同。银行等客户一般1-5年进行招投标，且对供应商的要求较高，招投标时通过竞标公司性质、规模、技术服务能力、资金状况、员工情况、发展历程、主营业务范围、承接业务对象、各类信息安全、质量管理体系、近三年内同类项目经验、货源体系、仓储体系、物流体系、售后体系、数据安全保障体系等各项保证体系和管理措施等维度对供应商进行评选。如果公司综合评价不能很好满足客户招投标要求，导致综合评分落后其他竞标者而未入围客户合格供应商，将会影响公司获得合同的数量、金额，从而影响公司业务规模，对公司的市场拓展和经营情况造成不利影响。

3) 商品质量风险

公司在与银行等客户业务合作中，消费者在积分或信用卡商城等平台上购买商品的质量、采购、发货、售后、维保服务等事宜均由公司负责，若消费者就商品质量发生投诉，由公司进行消费者关系维护。客户定期就商品质量及消费者满意度等指标对公司进行考核，因此商品质量至关重要。为了保证公司销售的商品质量，公司采购端执行严格的合格供应商体系管理，并在库存、销售、售后等各个环节进行严格的质量控制。但公司商品种类和数量繁多，仍有可能在某一环节出现疏忽引发商品质量风险。截至目前，公司商品质量未出现重大问题，且公司均良好地处理消费者售后需求，不存在消费者诉讼等情况，但如果未来出现商品质量重大问题，且公司无法向生产商追责时，则公司须依法向消费者承担赔偿责任，将对公司的声誉造成负面影响，并影响公司与客户的合作关系。

4) 数据安全风险

公司在业务开展过程中会接入大量银行等行业客户数据信息，这对公司的数据安全能力提出了较高要求。公司在数据安全等技术领域持续投入，通过接口安全加密、权限设置及分级管理、平台的不断迭代提升自身信息安全能力，是行业中具备数据安全资质《ISO27001 信息安全管理体系》认证的企业之一。虽然公司坚持严格的数据存储和使用流程，对数据进行严格管理，但如果出现设备故障、软件漏洞、网络恶意攻击等不可控因素，可能会导致公司出现数据丢失、数据泄

密等严重后果,给公司的市场声誉造成较大的影响,并面临一定的客户诉讼风险。

5) 信息系统风险

为实现业务流程高效管理,公司根据自身业务特点研发了业务运营 IT 支撑系统平台,可以有效支撑公司大数据量订单的处理,为公司业务的高速发展提供了强大的信息化支撑体系。但是公司业务订单的不断增加和运营规模的迅速扩大,对 IT 支撑系统平台提出了更高的要求。如果公司不能对目前信息管理系统进行及时升级改造以满足大数据量订单运营,很可能会影响公司的业务开展,进而对公司的经营业绩产生不利影响。

6) 房屋租赁风险

公司专注于忠诚度管理领域,为下游客户实施忠诚度计划提供服务,经营过程中不涉及生产加工。基于此,目前公司办公场所及仓储中心均以租赁方式取得,租赁的相关房产均已签署房屋租赁合同且完成租赁备案。尽管公司办公场所的替换成本较小,但如到期不能正常续租或在租赁过程中发生出租方违约情况,将对公司短期正常经营产生一定不利影响。

7) 主要客户收入波动风险

受 2022 年上半年上海公共卫生事件和建设银行内部流程等原因的影响,公司主要客户建设银行于 2022 年 4 月启动的积分兑换商品增补流程未如期完成,而建设银行商品上架协议已于 2022 年 6 月底到期,使得公司 2022 年下半年建设银行积分商城业务未能开展,导致 2022 年下半年公司对建设银行的积分商城收入较上年同期出现下降。另外,北京冬奥会结束后,冬奥特许纪念品的销售热度于第三季度逐渐下降,且相关商品于 2022 年 9 月末在公司主要客户中国银行积分商城下架后,受中国银行商品下架后不会另行增补政策的影响,使得公司在中国银行积分商城内上架的商品数量较少,导致 2022 年下半年公司对建设银行的积分商城收入较上年同期出现下降。综上,2022 年度发行人主要客户建设银行、中国银行的销售收入均有所下滑,下滑幅度分别为 38.28%、39.43%。

截至目前,上述不利因素尚未消除,并已对公司 2023 年一季度的经营业绩产生不利影响。如果建设银行积分兑换商品增补流程短期内未能完成,且受中国银行商品下架后不会另行增补政策的影响,将导致建设银行和中国银行的销售收

入短期内无法恢复至原有水平，进而可能对公司未来经营业绩尤其是 2023 年上半年的经营业绩产生不利影响。

(2) 技术风险

1) 技术升级迭代风险

公司以技术作为企业发展驱动力，通过自主创新为基础，不断投入研发，已逐步形成以互联网技术为核心的数字营销技术、满足公司大规模订单运营的 IT 支撑系统及忠诚度管理技术解决方案等核心技术体系，支撑公司的快速发展。由于信息技术更新迭代较快，公司需要不断加强对各类新一代信息技术在忠诚度管理领域的应用研究和相关系统的升级和优化，以满足忠诚度计划实施企业的需求，提升自身服务能力。若不能及时掌握信息技术的发展趋势，深入应用并升级优化相关技术及系统，公司未来在同行业的竞争力将会下降。

2) 技术人才流失的风险

忠诚度管理行业对具有较高水平 IT、互联网领域技术能力及拥有丰富行业技术经验的专业技术人员需求较高。高水平技术人才较为稀缺且内部培养周期较长，而忠诚度管理行业的快速发展加大了行业内各企业对相关人才的需求，给公司带来人才流失的可能。若公司不能持续重视对技术人才的培养和引进，提升核心技术人员归属感、福利待遇，保证核心研发团队的稳定性，一旦出现核心人才流失，将对公司生产经营造成不利影响。

(3) 内控风险

经过多年的持续发展，公司已经积累了一批管理、技术和销售人才，建立了较为稳定的经营管理体系。但随着公司业务规模的逐步扩大，资产规模、营业收入、员工数量的快速增加，对发行人的战略决策、市场营销、财务管控、技术创新等方面都提出了更高的要求。若公司管理层的管理水平或公司的管理制度不能适应公司的发展需要，将会给公司带来一定的管理风险。

(4) 财务风险

1) 税收优惠政策变动风险

根据国家高新技术企业认定管理的有关办法，公司于 2018 年 9 月 10 日、2021

年 10 月 25 日取得高新技术企业认定证书，并于 2020 年度、2021 年度和 2022 年度享受企业所得税优惠政策，企业所得税按 15% 的税率计缴。

在上述所得税优惠政策到期后，若存在主管部门认定标准发生变化、证书延展未能及时获批等情况，可能会导致公司不能享受优惠税率，从而影响公司净利润。

2) 存货跌价风险

报告期各期末，公司存货余额分别为 6,514.70 万元、5,438.19 万元和 4,214.48 万元，跌价准备分别为 941.34 万元、1,032.69 万元和 940.45 万元，存货余额较高。虽然公司已制定较为完善的存货管理制度，并对变质、毁损和呆滞存货严格计提跌价准备，但由于市场行情的不确定性，如果公司无法准确预测市场需求并管控好存货规模，或外仓存货管理不善，出现损失等情况，可能导致存货积压、存货的可变现净值降低，公司将面临存货跌价的风险。

3) 毛利率下降风险

报告期各期，还原新收入准则运输费、平台服务费调整影响后，公司主营业务毛利率分别为 28.67%、24.68% 和 23.83%，存在一定波动。公司主营业务毛利率受消费者喜好、市场竞争程度等多种因素的影响，如果未来出现消费者喜好发生变化导致公司产品收入结构中高毛利率产品的占比下降、市场竞争程度加剧等不利情形，公司将面临毛利率下降的风险。

(5) 法律风险

报告期内，公司存在部分员工未缴纳社保和住房公积金的情况。未缴社保和住房公积金金额占当期净利润的比例较低。虽然报告期内公司未因前述事项受到相关主管部门的行政处罚，且控股股东、实际控制人已出具承诺就可能对公司造成的损失由其全额承担，但仍存在未缴社保和住房公积金被相关主管部门追缴或处罚的风险。

2、与行业相关的风险

(1) 行业竞争风险

公司所处的忠诚度管理行业，各类型企业参与较多，包括传统的贸易商、商

品厂商和专业忠诚度管理服务商，市场竞争激烈。虽然传统的贸易商、商品厂商类型的企业大多并不具备忠诚度管理解决方案咨询设计、积分兑换平台设计及开发、积分兑换平台综合运营等方面的专业化、综合性忠诚度管理服务能力，更多的以商品供应为主，但未来 IT、互联网技术的逐渐成熟将为该类型企业的技术转变发展提供可能。忠诚度管理行业广阔的市场空间和良好的发展前景，也将吸引越来越多的企业进入本领域，大量的新竞争者可能会随之出现，市场竞争进一步加剧。如果公司未来不能够紧跟行业发展趋势，积极开拓市场，并通过有效途径持续增强核心竞争力，则可能在日益激烈的市场竞争中丧失技术竞争优势，从而对业务拓展和市场地位造成不利影响。

(2) 宏观经济环境及政策变化风险

公司主要服务银行、航空、保险、快消等行业客户，公司业务发展与下游行业的景气度息息相关。同时，公司客户忠诚度管理服务方案和经销商忠诚度管理服务方案分别主要对终端个人用户和经销商进行激励，公司业务发展也受居民消费水平影响。公司下游行业均为国民经济的重要构成，行业的发展以及居民消费水平提升均与国民经济息息相关，受宏观经济波动和政策变化影响。若我国的宏观经济出现增速大幅放缓等重大变化或者宏观经济政策出现重大调整，国家对营销服务、互联网、电子商务领域的产业支持放缓，将制约消费市场需求，对公司所处的忠诚度管理行业市场规模和行业发展产生不利影响，公司的经营业绩也将面临较大风险。

3、其他风险

(1) 发行后净资产收益率下降的风险

预计公司本次募集资金到位后，公司净资产将有较大幅度的增长。由于募集资金投资项目有一定的建设周期，募集资金产生经济效益存在一定的不确定性和时间差。因此，发行当年公司净资产收益率将出现一定程度下滑，进而导致发行后净资产收益率下降的风险。

(2) 募投项目新增固定资产折旧导致利润下滑的风险

本次募投项目建成后，公司固定资产将显著增加，导致折旧费用相应增加。如果市场需求或行业技术水平发生重大不利变化，导致募投项目无法实现预期收

益，则公司存在因固定资产折旧大幅增加而导致利润下滑的风险。

(3) 发行失败风险

公司本次计划首次公开发行股票并在主板上市。在取得相关审批程序后将择机启动发行，本次发行的发行结果将受到国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司财务状况及发展前景的判断等多种内、外部因素的影响。如果公司价值不能获得投资者的认同，则可能存在发行认购不足从而导致发行失败的风险。

(4) 股票价格可能发生较大波动的风险

首次公开发行股票并上市后，除经营和财务状况之外，公司的股票价格还将受到国内外宏观经济形势、行业状况、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到前述各类因素可能带来的投资风险，并做出审慎判断。

二、发行人本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	1.00元		
发行股数	不超过1,988.75万股	占发行后总股本比例	不低于25.00%
其中：发行新股数量	不超过1,988.75万股	占发行后总股本比例	不低于25.00%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过7,955万股		
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或深圳证券交易所认可的其他发行方式		
发行对象	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开立证券账户的自然人、法人等投资者（国家法律法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件禁止购买者除外）		

三、本次证券发行项目组情况

(一) 本次具体负责推荐的保荐代表人

申万宏源承销保荐公司作为中奥通宇首次公开发行股票并在主板上市的**保荐人**，指派具体负责推荐的保荐代表人为叶强和唐志荣。

保荐代表人叶强的保荐业务执业情况：叶强，2004年保荐制实施以来，作

为签字保荐代表人完成的证券发行项目有大洋电机（证券代码：002249）IPO 项目、和晶科技（证券代码：300279）IPO 项目、理工光科（证券代码：300557）IPO、信科移动（证券代码：688387）IPO 项目、赛恩斯（证券代码：688480）IPO 项目和江南高纤（证券代码：600527）、凯乐科技（证券代码：600260）、康盛股份（证券代码：002418）、大连电瓷（证券代码：002606）的再融资项目，以及财通证券股份有限公司公开配股项目。目前，除签署中奥通宇 IPO 项目外，**签署的其他已申报在审项目有国光电器（证券代码：002045）再融资项目。**

保荐代表人唐志荣的保荐业务执业情况：2004 年保荐制实施以来，无作为签字保荐代表人完成的证券发行项目。目前，除签署中奥通宇 IPO 项目外，未签署其他已申报在审企业。

（二）本次证券发行项目协办人及其他项目组成员

1、项目协办人

本次证券发行项目协办人为陈嘉楠。

项目协办人陈嘉楠的保荐业务执业情况：2004 年保荐制实施以来，曾经参与的项目包括理工光科（证券代码：300557）再融资项目。

2、项目组其他成员

本次证券发行项目组其他成员为：方欣、赵煦峥、徐恺、沈彦超。

（三）本次证券发行上市项目组通讯方式

本次证券发行项目组的联系地址为上海市徐汇区长乐路 989 号，联系电话为 021-33389888。

四、保荐人及其关联方与发行人及其关联方之间的利害关系及主要业务往来情况说明

经核查：

截至本上市保荐书签署日，发行人与**保荐人**之间不存在下列可能影响公正履行保荐职责的情形：

（一）**保荐人**或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本

次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(二) 发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有**保荐人**或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(三) **保荐人**的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况；

(四) **保荐人**的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人的控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

(五) **保荐人**及其关联方与发行人之间的其他关联关系。

五、保荐人按照有关规定应当承诺的事项

(一) **保荐人**承诺已按照法律、行政法规和中国证监会、深圳证券交易所的规定，对发行人及其控股股东和实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

保荐人同意推荐北京中奥通宇科技股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

(二) **保荐人**承诺，将遵守法律、行政法规和中国证监会及深圳证券交易所对推荐证券上市的相关规定，自愿接受深圳证券交易所的自律监管。

六、发行人是否已就本次证券发行上市履行了《公司法》、《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序

发行人就本次证券发行履行的内部决策程序如下：

(一) 2022年4月29日，发行人召开第一届董事会第十次会议，该次会议审议并通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性研究报告的议案》、《关于授权董事会全权办理首次公开发行股票并上市相关具体事宜的议案》等与本次发行上市相关的议案，并决定将上述议案提交于2022年5月14日召开的2022年第二次临时股东大会审议。

(二) 2022年5月14日, 发行人召开2022年第二次临时股东大会, 该次会议审议并通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性研究报告的议案》、《关于授权董事会全权办理首次公开发行股票并上市相关具体事宜的议案》等与本次发行上市相关的议案。

(三) 2023年2月8日, 发行人召开第一届董事会第十六次会议, 该次会议审议并通过了《关于修改公司首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性研究报告的议案》、《关于授权董事会全权办理首次公开发行股票并上市相关具体事宜的议案》等与本次发行上市相关的议案, 并决定将上述议案提交于2023年2月23日召开的2023年第二次临时股东大会审议。

(四) 2023年2月23日, 发行人召开2023年第二次临时股东大会, 该次会议审议并通过了《关于修改公司首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性研究报告的议案》、《关于授权董事会全权办理首次公开发行股票并上市相关具体事宜的议案》等与本次发行上市相关的议案。

(五) 2023年3月11日, 发行人召开第一届董事会第十八次会议, 该次会议审议并通过了《关于修订公司首次公开发行股票并上市后适用的<北京中奥通宇科技股份有限公司章程(上市草案)>的议案》等与本次发行上市相关的议案。

(六) 2023年3月27日, 发行人召开2023年第三次临时股东大会, 该次会议审议并通过了《关于修订公司首次公开发行股票并上市后适用的<北京中奥通宇科技股份有限公司章程(上市草案)>的议案》等与本次发行上市相关的议案。

发行人已就本次证券发行履行了《公司法》、《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序。

七、关于发行人符合板块定位及国家产业政策的说明

(一) 发行人符合主板定位的理由及依据

发行人符合主板的市場定位, 具体理由和依据如下:

1、发行人业务模式成熟

忠诚度管理是指通过开发和实施忠诚度计划对企业的客户、渠道经销商、员工、供应商等利益关联群体进行有效激励，从而有效提升目标激励群体满意度、忠诚度和贡献度的服务过程。自上世纪 80 年代中期起，全球范围内知名航空公司、酒店等都开始建立基于会员的忠诚度管理计划。忠诚度计划和忠诚度管理概念在 20 世纪九十年代开始被引入中国后，以银行、电信、航空、商超、酒店等领域为代表的行业企业，为了在日趋激烈的市场竞争中获得更多用户，通过实施忠诚度管理计划激励客户、增加客户粘性，促进企业收入增长。目前，国内大量的银行、电信、航空、保险、商超、酒店等行业的知名企业已建立起较为完善的客户忠诚度计划，并通过积分商城（积分兑换平台）等平台落地实施。通常情况下，以银行为代表的忠诚度计划实施企业会将其忠诚度管理的部分业务外包给第三方服务提供商，以降低备货成本、人力资源成本和管理成本等经营成本，更好地服务其客户。**公司主要为银行、航空、保险、快消等行业的企业客户实施忠诚度计划提供服务，属于忠诚度管理领域为忠诚度计划实施企业提供服务的第三方机构。**因此，公司所处的忠诚度管理行业是成熟的行业。

发行人是围绕忠诚度计划实施企业需求为其提供专业服务的第三方机构，所提供的忠诚度管理服务按照其业务场景主要涉及积分商城、信用卡商城和经销商忠诚度管理等三项业务。公司最终以商品在积分平台兑换、信用卡商城等渠道销售的形式实现收入，此类业务模式成熟。公司提供的忠诚度管理服务以满足忠诚度计划实施企业需求为出发点，服务内容涵盖**服务方案设计**、商品智能选配推荐、数字营销策划及执行、商品供应及仓配物流、售后及客户服务、忠诚度管理网络平台搭建及运营等多个方面。因此，公司服务内容与客户需求相匹配、与行业经营特点相符，与同行可比公司不存在重大差异。

公司深耕忠诚度管理领域，坚持技术驱动，以满足为客户需求为导向，根据终端消费者个性化、服务场景差异化、运营规模化等需求，将新一代信息技术深度应用于忠诚度管理行业，打造核心技术体系并将其产业化。公司拥有一支专业技能强、行业经验丰富、核心人才稳定的高素质队伍，公司高管团队、核心技术团队及总监以上员工平均司龄超过十年，掌握着丰富的技术和管理经验。因此，公司技术团队稳定，技术能力成熟。

在采购方面，公司以备货采购和订单采购相结合的模式进行采购，通常以备货采购为主。公司采购的商品大多为知名品牌商品，基本处于充分竞争状态，商品价格较为公开透明，商品质量已经得到了市场的充分检验，上游供应商及商品可选择性较为充足，通常情况下，不存在供应瓶颈。为保证供应稳定性，公司一般会与主要供应商签署采购框架协议，并在框架协议的约束下通过订单的方式采购商品。因此，公司采购模式成熟。

经过多年的研发技术沉淀和服务案例积累，凭借较为突出的客户需求挖掘能力、选品推荐能力、品牌商品供应能力以及执行了严格的质量控制体系，公司在国内忠诚度管理行业拥有较高的知名度和较好的口碑。公司已与全国大型国有商业银行、全国性股份制商业银行、城市商业银行等为代表的各银行总行和分行及四大航空公司等客户形成了长期稳定的合作关系，并与多家快消、电信、互联网等行业头部企业客户建立合作关系。报告期内，公司主要客户较为稳定，部分客户服务年限超过十年。因此，公司与客户保持了成熟稳定的合作关系。

因此，公司业务模式成熟。

2、发行人经营业绩稳定

公司坚持优质客户战略，主要客户财务状况和盈利能力良好、信誉度较高，货款结算及时。报告期内，公司积极开拓新客户，并与上海荣数信息技术有限公司、兴业银行股份有限公司、北京字节跳动科技有限公司等知名新增客户保持稳定合作关系。报告期内，尽管面临着公共卫生事件、能耗双控、消费受到压制等诸多不利因素的叠加冲击与交织影响，公司配合平台方开拓新型线上消费场景，通过统筹协调并积极解决不利环境因素干扰，在积分商城、信用卡商城等多个平台积极上架优质商品，全力保障客户的订单履约，确保了经营业绩稳定，助力提振消费信心。

报告期各期，公司营业收入金额分别为 54,976.84 万元、60,803.19 万元和 66,356.82 万元，实现归属于母公司所有者的净利润分别为 6,642.45 万元、6,108.50 万元和 8,129.52 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 6,581.04 万元、5,906.86 万元和 7,003.99 万元。

因此，发行人经营业绩稳定。

3、公司在行业内具有较大的业务规模且有广阔发展空间

忠诚度管理作为营销服务业的重要分支，是面向企业的新兴现代服务业。根据国家市场监督管理总局、中国国际公共关系协会、赛迪 CCID 等统计数据，我国营销服务市场规模由 2018 年的 10,556 亿元增长至 2022 年的 13,267.1 亿元，其中，忠诚度管理市场规模达到 909.5 亿元，过去五年行业复合年增长率为 11.9%，是营销服务细分市场中增速最快的市场。根据此统计数据匡算，发行人 2022 年度忠诚度管理业务全市场占有率为 0.73%，市场占有率显著高于大部分同行可比公司。

根据赛迪 CCID 研究报告，银行业为我国忠诚度管理市场中市场规模最大的积分兑换市场的第一大细分行业，2022 年度银行领域积分兑换市场规模 313.9 亿元。发行人凭借持续多年对行业知名大型银行的服务经验，在银行业具备较强的市场影响力，根据此统计数据匡算，发行人 2022 年度在银行业积分商城市场占有率 1.17%。2022 年中国忠诚度管理市场，除品牌厂商、传统贸易商外，专业忠诚度管理服务商所占市场份额约为 15%，以此数据为基础测算发行人在专业忠诚度管理服务商的市场占有率约在 4.9% 左右。

我国忠诚度管理行业发展至今，吸引了大量各类企业进入行业，行业集中度较低。但随着刺激消费政策逐步落地，消费者需求多元化、消费能力增长和信息技术进步等因素推动下，未来忠诚度管理行业将逐步整合，头部客户资源将逐步向龙头企业集中，部分规模小、不具备技术实力的企业逐渐被淘汰出局，具备技术研发优势、客户资源优势、服务能力优势、供应链优势、人才团队优势、数据安全优势等综合能力较强的领先企业将抢占更多市场份额，行业分散的竞争格局将趋于集中。

报告期各期，公司营业收入金额分别为 54,976.84 万元、60,803.19 万元和 66,356.82 万元，公司是忠诚度管理行业为数不多的收入规模持续超过 5 亿元、具备较强的综合服务能力的企业之一。根据赛迪 CCID 研究报告，国内专业忠诚度管理服务商根据企业规模、综合实力等方面比较，中奥通宇处于专业忠诚度管理服务商的第一梯队。根据中华全国工商业联合会礼品商会于 2022 年 12 月 23 日公布的《2022 中国礼赠品企业 100 强榜单》，中奥通宇位列服务企业排名前十。

近年来，公司创新地将新一代信息技术产业化应用于忠诚度管理领域，实现了新一代信息技术与实体经济深度融合。2023 年一季度，因公司在以人工智能和大数据为代表的新一代信息技术产业化领域的深度研究和实践，被北京市经济和信息化局评为北京市市级企业技术中心、北京市专精特新中小企业。

依托于技术驱动创新、消费者差异化需求日益增长的发展趋势，忠诚度管理行业将迎来快速增长。行业内能够从客群需求出发，借助信息技术等方式助力洞察落地，提升终端消费者服务体验的企业将有机会引领忠诚度管理行业发展。这正是公司的竞争优势所在，在未来数年公司忠诚度管理业务将有广阔的发展空间。

因此，公司属于忠诚度管理行业内规模较大的企业，将有机会引领行业发展，公司忠诚度管理业务在未来将有广阔的发展空间。

4、发行人具有行业代表性

近年来，忠诚度管理行业在互联网技术、信息技术进步的驱动下，获得了快速增长，消费者需求差异化、产品和服务多元化的趋势，也推动了第三方忠诚度管理服务市场的发展。

公司专注于忠诚度管理领域，以技术为驱动，为下游客户实施忠诚度计划提供服务。公司所提供的服务能够涵盖下游客户多维度的综合服务需求，尤其在终端消费者需求挖掘、选品推荐和品牌商品授权及供应方面公司具有较强的竞争优势。凭借优质的综合服务能力，公司在银行、航空、保险、快消等行业积累了大量头部优质企业客户，且保持稳定的合作关系，在国内忠诚度管理行业拥有较高的知名度和较好的口碑，具有较强的行业影响力。

因此，公司具有行业代表性。

综上所述，公司是一家业务模式成熟、经营业绩稳定、在忠诚度管理行业内具有较大的业务规模且具有行业代表性的优质企业，具有“大盘蓝筹”特色，符合主板定位。

（二）发行人符合国家产业政策

公司专注于忠诚度管理领域，以技术为驱动，为下游客户实施忠诚度计划提供服务。忠诚度管理服务行业是营销服务业的重要组成部分，属于现代服务业，

是国家鼓励发展的行业。国务院、国家发展和改革委员会等各主管部门出台的一系列鼓励行业发展的规划、政策和指导意见，如《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》等，有力推动了我国现代服务业的发展。

根据《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，通过持续提升传统消费、积极发展服务消费、加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费等举措全面促进消费，加快消费提质升级。公司提供的忠诚度管理服务，能够提升用户忠诚度和促进消费复购，符合国家经济发展战略。

因此，公司提供的服务符合产业政策和国家经济发展战略。

（三）保荐人的核查内容和核查过程

保荐人主要履行了如下核查程序：查阅了发行人报告期内经立信审计的财务报表及审计报告；通过走访专利局、版权局、商标局等单位并结合网上查询等方式，核查了发行人报告期内的专利、软件著作权、商标等无形资产情况；取得了发行人报告期内的研发费用明细，查阅了发行人的研发项目清单及研发项目相关资料；取得发行人员工名册，了解研发人员的具体情况以及占比情况；访谈发行人高级管理人员，了解公司生产经营的具体情况、产品情况；取得发行人报告期内的主要客户及供应商名单并查阅主要客户的年度报告等公开文件，了解下游行业和客户发展的具体情况；查阅了同行业上市公司的年度报告、招股说明书等公开信息披露文件；查阅了《上市公司行业分类指引（2012年修订）》、《国民经济行业分类 GB/T4754-2017》等相关规定文件；查阅了行业相关产业政策及发展规划。

经核查，发行人符合主板定位及国家产业政策。

八、关于发行人符合《上市规则》规定的上市条件的说明

根据《上市规则》第 3.1.1 条的规定，发行人申请在深交所上市，应当符合下列条件：

（一）发行人符合《证券法》、中国证监会规定的发行条件

本保荐人依据《证券法》和《注册办法》的相关规定，对发行人是否符合发行条件进行了逐项核查，核查意见如下：

1、发行人符合《证券法》第十二条的规定

(1) 根据《公司法》和《公司章程》的规定，并结合公司生产经营的需要，公司建立了完善的法人治理结构和健全的内部管理机构。

公司已经设立了股东大会、董事会、监事会，7名董事会成员中其中独立董事3名，3名监事会成员中职工代表监事1名。《公司章程》对股东大会、董事会、监事会的职责、议事规则以及管理层职责等做出具体规定。公司设立了业务和职能部门，各部门各司其职，公司运行良好。本**保荐人**认为：发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第（一）项的规定。

(2) 通过对公司财务状况、经营成果的核查，并根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人出具的《审计报告》，发行人2020年、2021年和2022年实现的归属于母公司股东的净利润分别为6,642.45万元、6,108.50万元和8,129.52万元，本**保荐人**认为：发行人财务状况良好，具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第（二）项之规定。

(3) 经查验发行人最近三年的财务报告和立信会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人出具的《审计报告》和《内部控制鉴证报告》，查阅发行人的内部控制制度、财务会计制度、重大购销合同、纳税资料、设备清单等资料，本**保荐人**认为：发行人最近三年财务会计文件无虚假记载、无其他重大违法行为，最近三年发行人的财务会计报告被出具标准无保留意见，符合《证券法》第十二条第（三）项之规定。

(4) 根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认，并经本**保荐人**核查，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪。本**保荐人**认为：发行人符合《证券法》第十二条第（四）项的规定。

(5) 经核查，发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。本**保荐人**认为：发行人符合《证券法》第十二条第（五）项之规定。

2、发行人符合《注册办法》第三条的规定

经核查发行人出具的《关于符合主板定位要求的专项说明》以及公司章程、发行人工商档案、《营业执照》等有关资料，查阅了相关行业报告和市场研究资

料，了解了近年来行业相关政策，对发行人所在行业的市场情况和竞争格局进行了分析；对发行人高级管理人员及核心技术人员进行了访谈，查阅了核心技术人员的简历，实地查看发行人的研发场所和研发设施，查阅发行人研发管理相关制度等文件，了解发行人在研项目进度和测试情况。

报告期内发行人业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大，是具有行业代表性的优质企业，符合《注册办法》第三条的规定。

3、发行人符合《注册办法》第十条的规定

本**保荐人**查阅了：发行人设立时的发起人协议、评估报告、验资报告、公司章程、营业执照；发行人历次三会文件；与发行人董监高进行访谈。

经核查，发行人前身为中奥有限，成立于 2006 年 10 月 18 日。2020 年 10 月 19 日，中奥有限召开股东会审议通过以全体股东作为发起人将中奥有限整体变更为股份公司，以中奥有限经审计的 2020 年 4 月 30 日为基准日的账面净资产值人民币 14,057.46 万元，按 1: 0.394808 的比例折合股份总额 5,550.00 万股，每股 1 元，共计股本人民币 5,550 万元，大于股本部分 8,507.46 万元计入资本公积。同日，全体股东签署了《发起人协议书》。

2020 年 11 月 3 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等一系列规章制度。2020 年 11 月 3 日，北京经济技术开发区市场监督管理局向发行人核发了统一社会信用代码为 91110302795100258P 的《营业执照》。

发行人已建立健全了股东大会、董事会、监事会等组织机构，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《战略委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》、《提名委员会议事规则》等规则和制度。公司董事、监事、高级管理人员均出席或列席了历次股东大会、董事会、监事会。

本**保荐人**认为：发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司，具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。发行人符合《注册办法》第十条的规定。

4、发行人符合《注册办法》第十一条的规定

本**保荐人**查阅了：发行人相关财务制度、财务报告；立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 ZG11192《审计报告》；发行人内部控制的各项制度文件；信会师报字[2023]第 ZG11196 号《内部控制鉴证报告》；对发行人高级管理人员、财务人员进行访谈。

本**保荐人**认为：发行人财务状况良好，具有持续经营能力。发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告。发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。发行人符合《注册办法》第十一条的规定。

5、发行人符合《注册办法》第十二条的规定

发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力：

（1）本**保荐人**查阅了发行人房屋租赁协议，实地核查了发行人房产使用情况；取得了发行人固定资产明细表并核查了发行人主要经营设备；取得了发行人专利、商标、软件著作权等无形资产证书，走访国家知识产权局并取得专利登记簿副本，走访国家工商行政管理总局商标局、中国版权保护中心并取得相关证明文件。

本**保荐人**认为：发行人资产完整，发行人业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（2）本**保荐人**查阅了发行人报告期内的采购合同、销售合同；报告期内发行人的员工花名册、社保及公积金缴纳记录情况表；报告期内发行人以及实际控制人控制的其他企业的银行流水；发行人高级管理人员、核心技术人员、财务人员的劳动合同；与发行人高级管理人员、核心技术人员、财务人员进行访谈并取得发行人董监高调查表；发行人历次董事会、监事会、股东大会资料。

本**保荐人**认为：发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近三年内主营

业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近三年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

(3) 本**保荐人**查阅了发行人的工商档案，查询了国家企业信用信息公示系统；访谈发行人股东、董事、监事、高级管理人员，获取公司股东、董事、监事、高级管理人员出具的声明；走访发行人所在地法院并通过 12368 电话查询发行人诉讼情况，走访发行人所在地仲裁机构了解仲裁情况，查询信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站；查阅了国家发布的相关行业政策文件。

本**保荐人**认为：发行人不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

综上，发行人符合《注册办法》第十二条的规定。

6、发行人符合《注册办法》第十三条的规定

经查验发行人的商标、专利、软件著作权等无形资产以及主要生产经营设备等主要财产的权属凭证、相关合同等资料，**保荐人**认为发行人拥有相应的经营资质，生产经营符合法律、行政法规和《公司章程》的规定，符合国家产业政策及环境保护政策。

根据发行人及其控股股东、实际控制人作出的书面确认、相关主管机关出具的证明文件，以及查询信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

根据发行人及其现任董事、监事和高级管理人员作出的书面确认、相关主管机关出具的证明文件，并经**保荐人**查验，发行人的董事、监事和高级管理人员忠实、勤勉，符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列任职资格限制情形：①最近 3 年内受到中国证监会行政处罚；②因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

发行人符合《注册办法》第十三条的规定。

(二) 发行人发行后股本总额不低于 5000 万元；

根据发行人工商登记文件，发行人本次发行前股本总额为 5,966.25 万元，发行后股本总额不低于人民币 5,000 万元。

(三) 发行人公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上。

根据发行人股东大会审议通过的本次发行方案，发行人首次公开发行股票数量不低于 1,988.75 万股，占发行后总股本不低于 25%。

(四) 发行人市值及财务指标符合《上市规则》规定的标准

发行人选择的具体上市标准为《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第（一）项上市标准，即“最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元”。

根据立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具的信会师报字[2023]第 ZG11192 号标准无保留意见的《审计报告》，发行人最近 3 年（即 2020 年、2021 年及 2022 年）经审计的净利润（扣除非经常性损益前后的孰低者）分别为 6,581.04 万元、5,906.86 万元和 7,003.99 万元，合计 19,491.89 万元，满足“最近 3 年净利润均为正且累计不低于 1.5 亿元”的条件；2022 年净利润（扣除非经常性损益前后的孰低者）为 7,003.99 万元，满足“最近一年净利润不低于 6,000 万元”的条件；最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计为 20,294.60 万元，最近 3 年营业收入累计为 182,136.85 万元，满足“最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元”的条件。

因此，发行人满足所选择的上市标准。

(五) 发行人符合深圳证券交易所规定的其他条件

经核查，发行人符合深圳证券交易所规定的其他上市条件。

综上，本保荐人认为，发行人符合《上市规则》规定的上市条件。

九、对发行人证券上市后持续督导工作的安排

事项	安排
(一) 持续督导事项	保荐人 将在本次发行股票上市当年的剩余时间以及其后 2 个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人建立相应的公司治理制度、内部控制制度	(1) 督导发行人建立健全并有效执行公司治理制度，包括但不限于股东大会、董事会、监事会议事规则以及董事、监事和高级管理人员的行为规范等； (2) 督导发行人建立健全并有效执行内控制度，包括但不限于防止董事、监事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度、财务管理制度、会计核算制度和内部审计制度，以及募集资金使用、关联交易、对外担保、对外投资、衍生品交易、对子公司的控制等重大经营决策的程序与规则等； (3) 督导发行人有效执行并完善防止控股股东及其他关联方违规占用发行人资源的制度； (4) 督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见
2、督导发行人建立健全并有效执行信息披露制度	(1) 督导发行人严格按照《公司法》、《证券法》、《上市规则》等有关法律、规范性文件的要求，履行信息披露义务； (2) 审阅发行人信息披露文件及其他相关文件
3、督导发行人及其董事、监事、高级管理人员遵守法律法规，并切实履行其所做出的各项承诺	(1) 持续关注发行人及其董事、监事、高级管理人员履行承诺的情况； (2) 督促发行人对相关承诺事项的具体内容、履约方式及时间、履约能力分析、履约风险及对策、不能履约时的救济措施等方面进行充分信息披露
4、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	(1) 督导发行人执行已制定的《募集资金管理制度》等制度，保证募集资金的安全性和专用性； (2) 持续关注发行人募集资金的专户储存、投资项目的实施等承诺事项
5、督促发行人积极回报投资者	(1) 督导发行人建立健全并有效执行符合公司发展阶段的现金分红和股份回购制度
6、现场检查	(1) 制定对发行人的现场检查工作计划，明确现场检查工作要求； (2) 对发行人进行现场检查应当就核查情况、提请发行人及投资者关注的问题、本次现场核查结论等事项出具现场核查报告
(二) 保荐协议对 保荐人 的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	(1) 可列席发行人或相关当事人股东大会、董事会、监事会等有关会议； (2) 可查阅保荐工作需要的发行人或相关当事人资料，并要求发行人或相关当事人及时提供其发表独立意见事项所必需的资料； (3) 可对发行人或相关当事人的信息披露文件及向中国证监会、深交所提交的其他文件进行事前审阅； (4) 可核查监管部门关注的发行人或相关当事人的有关事项，必要时可聘请相关证券服务机构配合进行共同核查
(三) 其他安排	无

十、推荐结论

北京中奥通宇科技股份有限公司申请其股票上市符合《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《注册办法》、《上市规则》等有关法律、法规的有关规定，发行人股票具备上市的条件。

鉴于上述内容，**保荐人**推荐北京中奥通宇科技股份有限公司的股票在贵所上市交易，请予批准！

（以下无正文）

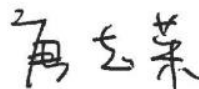
(此页无正文，为《申万宏源证券承销保荐有限责任公司关于北京中奥通宇科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签章页)

项目协办人：


陈嘉楠

保荐代表人：


叶强


唐志荣

内核负责人：


刘祥生

保荐业务负责人：


王明希

法定代表人：


张剑

保荐人（盖章）：申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2023年7月3日