创业板投资风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

北京挖金客信息科技股份有限公司

（北京市海淀区知春路 51 号 1 幢 408）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（注册稿）

保荐人（主承销商）

中原证券股份有限公司
CENTRAL CHINA SECURITIES HOLDINGS CO.,LTD.

中原证券股份有限公司
郑州市郑东新区商务外环路 10 号中原广发金融大厦

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

本公司的发行申请尚需深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	公开发行新股不超过 1,700 万股，本次发行股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 6,800 万股
保荐人、主承销商	中原证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司提请投资者特别关注以下重大事项，并提请投资者认真阅读本招股说明书正文的全部内容。

一、公司及相关责任主体出具的承诺

公司、控股股东、实际控制人、公司的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、持有公司 5%以上股份的股东以及本次发行的保荐机构及证券服务机构等已就股份限售安排、稳定股价、股份回购、欺诈发行、减少和规范关联交易、填补被摊薄即期回报、利润分配、依法承担赔偿或赔偿责任等事项作出承诺，具体情况详见本招股说明书备查文件之“与投资者保护相关的承诺”。

二、特别风险提示

投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司披露的风险因素，公司提请投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”章节全文，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定，并特别关注下列风险：

（一）行业整体风险

1、《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的实施对公司经营影响的风险

2020 年 8 月 31 日，工信部就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称“《管理规定（征求意见稿）》”）公开征求意见。监管机构对于发送商业性短信取得用户同意的要求由来已久，《管理规定（征求意见稿）》对发送商业性短信息需经过用户同意的监管要求进一步细化。具体而言，《管理规定（征求意见稿）》在第三章“商业性短信息和商业性电话管理”中对商业性短信息的业务经营作了具体规定，在现行监管要求的基础上对相关监管措施作了细化，新增的内容主要为：

《通信短信息服务管理规定》的现有规定	《管理规定（征求意见稿）》的规定	新增监管要求
第十八条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者未经用户同意或者请求，不得向其发送商业性短信息。用户同意后又明确表示拒绝	第十六条：“任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业	用户未明确同意的，视为拒绝，任何组织或个人不得向其发送商业性短信息

接收商业性短信息的，应当停止向其发送。 短信息服务提供者、短信息内容提供者请求用户同意接收商业性短信息的，应当说明拟发送商业性短信息的类型、频次和期限等信息。用户未回复的，视为不同意接收。用户明确拒绝或者未回复的，不得再次向其发送内容相同或者相似的短信息。”	性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。”	
无	第十七条：“短信息服务提供者发送端口类商业性短信的，应当确保有关用户已同意或请求接收，并保留用户同意凭证至少五个月。”	短信息服务提供者应保留用户同意凭证至少五个月
第十九条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者用于发送业务管理和服务类短信息的端口，不得用于发送商业性短信息。”	第十八条：“短信息服务提供者不得擅自改变电信网码号用途，不得将用于发送业务管理和服务类短信息的端口用于发送商业性短信息，无正当理由不得对用户接收业务管理或者服务类短信息进行限制。”	无正当理由不得对用户接收业务管理或者服务类短信息进行限制
第二十条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者向用户发送商业性短信息，应当提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收短信息设置障碍。” 第二十一条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者向用户发送商业性短信息，应当在短信息中明确注明短信息内容提供者的名称。”	第十九条：“短信息服务提供者发送端口类商业性短信息的，应当在短信息中明确标注通过其服务发送短信的组织或个人的名称、联系电话，提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收设置障碍。”	在短信息中注明短信息内容提供者的联系电话

根据《管理规定（征求意见稿）》第四十二条规定，“（七）商业性短信息或商业性电话，是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息或电话”。公司移动信息化服务分为验证通知类和行业营销类，其中行业营销类短信业务中发送的短信属于商业性短信息，需符合上述新增监管要求。

由于公司移动信息化服务中的行业营销类短信属于商业性短信息，待《管理规定（征求意见稿）》正式生效，可能导致行业营销类短信的需求减弱。因此，公司以“验证通知类短信收入保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入受政策影响有所下降，毛利率保持 2020 年毛利率不变”为前提，对《管理规定（征求意见稿）》生效后对公司可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

验证通知类短信保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入下降 20%

收入分类	2020 年收入	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年毛利额变化
验证通知类	17,596.27	-	12.69%	17,596.27	2,232.97	-
行业营销类	19,965.51	-20.00%	17.62%	15,972.41	2,814.34	-
小计	37,561.78	-	-	33,568.68	5,047.30	-12.23%
验证通知类短信保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入下降 50%						
收入分类	2020 年收入	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年毛利额变化
验证通知类	17,596.27	-	12.69%	17,596.27	2,232.97	-
行业营销类	19,965.51	-50.00%	17.62%	9,982.76	1,758.96	-
小计	37,561.78	-	-	27,579.03	3,991.93	-30.59%

注：验证通知类和行业营销类的毛利率假设参照 2020 年对应业务毛利率确定。

根据上表，公司对《管理规定（征求意见稿）》正式实施后可能存在的影响进行测算，在行业营销类短信收入变动为-20%和-50%的情形下，公司 2021 年移动信息化服务的毛利额较 2020 年将分别变动为**-12.23%和-30.59%**。根据以上估算与分析，《管理规定（征求意见稿）》可能对公司行业营销类短信业务的收入产生不利影响。未来随着《管理规定（征求意见稿）》的具体实施，若公司下游客户的用户数量出现下降，可能导致其对于企业短信的需求减弱，从而对公司经营业绩造成不利影响。目前《管理规定（征求意见稿）》仍未定稿，可能存在重大变化导致对公司营业收入等方面产生不利影响。日后如果移动信息化服务行业政策进一步变化，可能对公司移动信息化业务经营造成重大影响。

2、技术迭代风险

公司所处行业是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业。近年来，随着通信技术和信息技术的快速发展，移动互联网应用技术与信息服务领域呈现出技术更新速度快、迭代周期短的特点，相关技术的发展趋势表现为从 2G 数字信号取代模拟信号到 4G 移动互联网的飞速发展、从单纯基于短信的文字交互产品到基于智能终端的多媒体功能与服务、从堆砌硬件性能到使用弹性云计算来提供服务和解决方案等。移动互联网应用技术和信息服务企业需要进行持续的研发投入，根据先进技术发展趋势保持创新，紧跟技术更新迭代节奏，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术能力支撑客户相关业务的革新。如果未来公司不能及时跟进技术发展趋势，对技术研发做出合理安排或转型，并相应更新系统、优化算法，将导致公司的技

术水平无法持续满足客户要求，则公司将面临被竞争对手赶超，或者核心技术发展停滞甚至被替代的风险。

3、市场需求变化风险

近年来，随着移动互联网相关产业的发展，新的业务模式和产品类型不断涌现，客户对应用技术和信息服务的需求随之变化。例如随着移动互联网和电子商务的发展，企业短信的应用场景不断增加，移动信息业务规模持续上升，我国企业短信业务总量从 2010 年的 2,826 亿条增长至 2017 年的 5,322 亿条[1]，增幅达 88.32%，给移动信息化服务商带来了发展机遇。公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，需要不断根据市场变化调整经营策略，准确把握客户需求，保证为各行业大型企业持续提供符合市场发展方向的优质服务。

目前，公司与主要客户建立了良好的合作关系，且始终坚持以客户需求为发展导向，具备较强的先发优势。如果未来公司不能有效预测并及时快速响应市场需求的变化，可能对公司的经营业绩造成不利影响。随着 5G 通信技术和相关产业的发展，运营商的增值电信业务和 5G 消息等业务都将实现技术和业务方面的跃变，未来发展前景良好。如果未来公司不能及时根据 5G 通信技术的发展调整业务模式、提高技术能力和服务水平，导致无法满足客户新的业务要求，则公司将面临主营业务市场份额下降、经营业绩下滑的风险。

报告期内，由于运营商采购需求和公司资源投入减少，公司对运营商的信息交互类业务的销售规模下降，**2018 年至 2020 年**，此项业务收入占公司营业收入的比例分别为16.36%、8.50%和**3.88%**。未来随着5G时代即将推出的超高清直播、云游戏、云 VR 等众多创新服务，信息交互类业务的更新迭代，此类业务的采购需求可能存在下降风险：如果运营商未能及时根据市场发展对信息交互类业务进行创新升级，或此项业务发展未能把握产业的发展方向和终端用户的需求，则可能导致运营商此项业务发展缓慢，使得运营商的采购需求有限，公司对运营商此类业务的服务规模可能继续减小。

目前，移动支付主要有运营商主导模式、银行机构主导模式及非银行支付机构（如支付宝、微信支付）主导模式等。随着 5G 通信技术的发展、数据安全要求的提升和用户移动支付习惯的普及，或市场其他同质新兴产品的推出，话费结

[1] **注：工信部 2018 年及以后未公布企业短信业务总量数据。**

算业务的市场空间可能会被压缩，如果未来运营商话费结算业务不能及时根据5G 通信技术及用户支付习惯的发展调整业务模式，或公司不能紧跟话费结算业务升级迭代方向，则话费结算业务面临被其他移动支付产品替代、市场份额下降的风险，公司也将面临经营业绩下滑的风险。

随着云计算、人工智能、5G 等技术的发展与成熟，即时通信行业的技术革新与产品迭代逐渐加快。公司移动信息化服务基于电信运营商开展，具有高效、稳定、安全等特性。但是，微信、QQ 等即时通信产品的发展使得基于短消息的移动信息化业务面临挑战。未来，随着通信技术革新及消费者行为模式的改变，移动信息化业务存在被即时通信新技术或新产品替代的风险，公司移动信息化服务的经营业绩可能受到不利影响。

4、产业政策调整风险

软件和信息技术服务行业及其各个细分领域是国家大力推动的新兴产业，近年来行业各级主管部门不断出台相关产业政策、部门规章等规范性文件促进行业的健康快速发展及各细分领域的重大技术突破和产业集聚，对行业发展起到了积极的促进作用。公司的业务发展受产业政策影响较大，如果未来国家产业政策进行调整，可能导致相关业务运营模式的改变和市场规模的波动；如果未来公司在业务拓展上不能与政策导向保持一致，将对公司业务的开拓及持续发展产生重大不利影响。

（二）公司特别风险

1、客户集中的风险

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，主要为各行业大型企业提供增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。**2018 年至 2020 年**，公司对前五大客户的销售占比分别为 96.65%、80.76%和 **63.98%**，公司存在客户集中的风险。其中，公司增值电信服务的客户主要是中国移动，**2018 年至 2020 年**，公司对中国移动的销售收入分别为18,242.21 万元、16,280.60 万元和**19,196.76 万元**，占公司营业收入比例分别为 86.81%、63.00%和 **37.55%**。

公司自成立起持续为电信运营商或其合作伙伴的增值电信业务提供服务。公司自 2014 年与中国移动建立合作关系以来，双方合作十分紧密，公司持续满足中国移动技术支持、运营服务和营销推广等方面的业务需求，服务规模、业务规

范等指标均获得了中国移动的认可，报告期内，公司在中国移动的评级持续保持较高水平。电信运营商凭借其基础网络、用户资源、收费系统等优势，在增值电信行业产业链中占据主导地位，增值电信服务商的经营对电信运营商普遍存在一定程度的依赖。因此，报告期内公司对中国移动的销售收入占比较高。

公司的移动信息化服务和移动营销服务主要客户包括卓望信息（中国移动控股公司）、腾讯云、国家电网、携程等大型企业客户。报告期内，公司移动信息化服务和移动营销服务两项业务收入合计分别为 2,708.38 万元、12,350.40 万元和 **39,219.22 万元**，这两项业务的较快发展促使 2020 年公司对中国移动的销售收入占比降至 **37.55%**。

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重要影响。如果未来公司主要客户由于宏观环境变化、市场竞争或其他原因大幅减少对公司服务的采购规模，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、主营业务结构波动风险

发行人围绕运营商业务提供的增值电信服务，包括技术支持、运营维护、营销推广的综合性服务。发行人根据消费者和运营商的业务发展和产品更新迭代，提供具体的增值电信服务。运营商的具体产品和采购需求变化导致了发行人增值电信服务的细分业务结构发生变化。

2014 年，发行人开始为中国移动直接提供信息交互类服务，至 2016 年发行人增值电信服务中信息交互类业务占比达 44.46%。随着移动互联网相关产业的发展和终端用户的需求变化，信息交互类业务正在更新迭代，运营商对此类业务采购需求逐渐下降。

2015 年，随着移动支付业务市场发展，发行人与中国移动的话费结算业务进行深度合作。随着产品成熟和市场发展，运营商对于话费结算业务采购快速上升，发行人该项业务收入占增值电信服务的比重不断上升。至 **2020 年**，发行人该项业务收入占增值电信服务的比例为 **79.98%**，增值电信业务内部结构发生较大变动。

近年来移动信息化市场高速发展，发行人自身移动信息化业务的收入增长迅速。以 **2020 年**为例，除久佳信通外，挖金客自身移动信息化业务收入为 **10,614.59** 万元，同比增长 **203.69%**，同时 2019 年发行人完成对于久佳信通的收购，与久

佳信通在业务、人员、技术等方面实现较强的协同效应，**2020 年**久佳信通该业务的收入为 **26,947.19 万元**。移动信息化服务的收入占全部收入的比例由 **2018 年**的 **2.19%**上升至 **2020 年**的 **73.48%**，发行人移动信息化服务的快速增长，推动主营业务规模的持续上升，引起公司主营业务收入结构有所变动。

未来若增值电信市场或消费者需求发生重大变化、运营商产品和采购需求发生重大变动，发行人现有服务如不能及时调整，可能发生重大萎缩甚至被淘汰。发行人主营业务结构也将发生重大不利变化，影响发行人的盈利能力和经营前景。

3、久佳信通业绩波动风险和商誉减值风险

2019 年 10 月，发行人收购久佳信通股权，形成非同一控制下企业合并。通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通 2019 年 11-12 月及 **2020 年**纳入合并范围，且于 2019 年合并报表中产生了投资收益 4,976.16 万元，商誉 9,379.17 万元；**2020 年**，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为 **30.15%、21.08%、55.65%、32.38%**，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。倘若久佳信通由于自身经营不善、收购后业务整合困难、宏观经济环境变化或国家产业政策调整等因素发生业绩波动的情况，将会对发行人的业绩产生重大不利影响。

截至报告期末，公司商誉账面价值为 9,859.42 万元，其中因收购久佳信通形成的商誉为 9,379.17 万元，因收购罗迪尼奥形成的商誉为 480.25 万元。公司商誉主要为收购久佳信通所形成，久佳信通主要从事移动信息化服务，2019 年实现净利润 2,144.72 万元，**2020 年**实现净利润 **2,754.34 万元，达到了盈利预测水平；**罗迪尼奥主要从事增值电信服务和移动营销服务，经营情况亦正常，不存在减值迹象。如果未来宏观经济、市场条件以及产业政策等外部因素发生重大不利变化，导致上述两家公司经营情况不及预期，则公司存在商誉减值的风险，进而对经营业绩产生不利影响。

4、技术研发创新失败风险

作为创新驱动型成长企业，公司注重以技术创新驱动业务发展，不断升级迭代核心技术。报告期内，公司研发投入金额分别为 633.93 万元、844.93 万元和

1,259.68 万元，占各期营业收入的比例分别为 3.02%、3.27%和 **2.46%**，公司始终保持较高的研发投入规模，研发投入全部计入当期研发费用。公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，并形成了以大数据处理分析和机器智能运算为核心的技术体系。截至报告期末，公司正在进行的研发项目基本情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	对应的主营业务	项目预算	已投经费	所处阶段
1	融合通信业务监控及服务保障平台	移动信息化服务	2,000.00	**1,183.35**	持续研发升级
2	挖金客业务运营管理平台	增值电信服务	2,000.00	**1,056.81**	持续研发升级
3	基于微服务架构的系统升级改造	增值电信服务、移动信息化服务	500.00	**103.43**	需求设计
合计			**4,500.00**	**2,343.59**	

良好的创新能力和坚实的技术储备是公司日常业务开展和保持竞争优势的基础，为此公司必须持续进行研发投入和技术创新。虽然公司拥有强大的自主研发和技术创新实力，但如果未来公司技术研发失败，或虽然技术研发成功但相关技术不具有商业价值、不符合市场需求、不能与产业成功融合，将导致公司前期投入的研发费用无法全部收回，并对公司的市场竞争力和经营业绩造成重大不利影响。公司正在进行的研发项目总预算为**4,500.00 万元**，已投入**2,343.59 万元**，研发投入全部计入当期费用，如果上述项目全部研发失败，将导致已投入的**2,343.59 万元**研发费用无法通过未来产生收益的方式补偿，也会对公司主营业务的持续发展造成不利影响。

三、本次发行前滚存利润的处理和上市后股利分配政策

经公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过，本次发行完成后，公司本次发行前的滚存利润由发行后的新老股东共同享有。

本次发行上市后的股利分配政策，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后股利分配政策及发行前后差异”。

四、新冠病毒疫情对公司经营情况和财务数据的影响

2020 年初以来，我国发生新型冠状病毒（COVID-19）疫情（以下简称“新冠疫情”），虽然疫情对公司及部分下游客户短期经营带来了一定的影响，但整体影响有限：1、公司进行业务开拓时往往需要与客户进行现场沟通和技术对接，在新冠疫情影响下，各地政府对人员流动进行了限制，下游客户的各项工作开展也有所放缓，从而推迟了公司新客户的开发及部分销售合同的签署，对公司市场开拓造成了短期影响；2、公司部分传媒及旅游等行业客户受疫情影响，业务开展整体有所放缓，进而影响了部分客户短期的采购需求；3、由于公司主营业务为移动互联网应用技术和信息服务，业务开展主要基于移动通信网络、以各类服务为载体，新冠疫情期间下游客户仍存在广泛的采购需求，且公司业务实施亦无需较多人员聚集操作，因此公司主营业务开展未受到重大影响；4、公司主要采用轻资产经营模式，固定经营成本较低，因此疫情期间短期停工对公司此期间的经营成果影响有限。

2020 年以来，公司业务规模仍在持续增长，2020 年，公司实现营业收入**51,116.60 万元**，较上年同期增长**97.80%**；**扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的**净利润 **6,819.07 万元**，较上年同期增长 **8.97%**。本次疫情对公司短期生产经营和业务规模快速增长存在一定的影响，但主要是时间性影响，总体而言疫情对公司经营的影响可控，不会对公司的经营业绩及持续经营能力造成重大影响。

五、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

发行人最近一期财务报告的审计基准日为**2020 年 12 月 31 日**，财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，发行人经营情况良好，相关行业政策、税收政策、市场竞争环境、与主要客户及供应商的合作关系等未发生重大变化，发行人主要核心管理人员以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

目录

发行人声明 2
本次发行概况 3
重大事项提示 4
一、公司及相关责任主体出具的承诺 4
二、特别风险提示 4
三、本次发行前滚存利润的处理和上市后股利分配政策 11
四、新冠病毒疫情对公司经营情况和财务数据的影响 11
五、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况 12
目录 13
第一节 释义 18
一、一般词语 18
二、专业词汇 21
第二节 概览 23
一、发行人及中介机构基本情况 23
二、本次发行概况 23
三、发行人主要财务数据和财务指标 24
四、发行人主营业务经营情况 25
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 27
六、发行人选择的具体上市标准 30
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 30
八、本次募集资金用途 30
第三节 本次发行概况 31
一、本次发行的基本情况 31
二、与发行有关的机构和人员 31
三、发行人与本次发行有关当事人存在的股权关系或其他权益关系 32
四、本次发行上市重要日期 33

第四节 风险因素 34
一、技术研发创新失败风险 34
二、技术风险 35
三、经营风险 35
四、内控风险 43
五、财务风险 43
六、募集资金投资项目风险 45
七、发行失败风险 45
第五节 发行人基本情况 46
一、发行人基本情况 46
二、发行人设立情况和重大资产重组情况 46
三、发行人股权结构图 76
四、公司控股、参股公司情况 76
五、发行人主要股东及实际控制人情况 81
六、发行人股本情况 83
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况 88
八、发行人员工情况 98
第六节 业务与技术 110
一、公司主营业务、主要服务的情况 110
二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况 153
三、销售情况和主要客户 215
四、采购情况和主要供应商 305
五、与公司业务相关的主要固定资产及无形资产 351
六、特许经营权、主要经营许可 361
七、公司核心技术和研发情况 365
八、境外经营情况 371
第七节 公司治理与独立性 372
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及董事会专门委员会制度的建立健全和运行、履职情况 372
二、特别表决权股份或类似安排 378

三、协议控制架构情况.....378
四、发行人内部控制制度情况.....378
五、报告期内公司违法违规行为情况.....384
六、报告期内发行人资金占用和对外担保的情况.....384
七、独立持续经营情况.....384
八、同业竞争.....386
九、关联方与关联关系及关联交易情况.....387
第八节 财务会计信息与管理层分析 395
一、合并财务报表.....395
二、审计意见、关键审计事项及重要性水平.....403
三、公司服务特点、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等影响因素及其变化趋势，以及其对未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险.....405
四、审计基准日至招股说明书签署日之间的财务信息和经营状况.....408
五、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况.....408
六、主要会计政策和会计估计.....409
七、分部信息.....449
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....450
九、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策.....451
十、主要财务指标.....457
十一、经营成果分析.....459
十二、资产质量分析.....520
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....567
十四、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并的情况.....581
十五、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项的进展情况.....584
十六、发行人盈利预测情况.....585
第九节 募集资金运用与未来发展规划 586
一、本次募集资金运用及安排.....586

二、募集资金的管理安排.....587
三、募集资金投资项目对主营业务发展的贡献、对未来经营战略的影响和对业务创新的支持作用.....588
四、募集资金具体应用与公司现有主营业务、核心技术的关系.....589
五、募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应.....589
六、募集资金投资项目的必要性.....590
七、募集资金投资项目的可行性.....592
八、募集资金投资项目具体运用情况.....593
九、募集资金项目对公司财务状况的影响.....597
十、未来发展与规划.....597
第十节 投资者保护 601
一、投资者关系的主要安排.....601
二、发行后股利分配政策及发行前后差异.....602
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排及已履行的决策程序.....606
四、股东投票机制的建立.....607
第十一节 其他重要事项 609
一、重要合同.....609
二、对外担保的情况.....614
三、重大诉讼和仲裁事项.....614
四、关联方的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项.....614
第十二节 有关声明 615
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....616
发行人控股股东、实际控制人声明.....617
保荐人（主承销商）声明.....618
保荐机构董事长、总裁声明.....619
发行人律师声明.....620
会计师事务所声明.....621
资产评估机构声明.....622
验资机构声明.....623

第十三节 附件.....624

一、备查文件.....624

二、文件查阅时间和地点.....624

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、一般词语

公司、挖金客、发行人	指	北京挖金客信息科技股份有限公司
挖金客有限	指	北京挖金客信息科技有限公司
风笛指媒	指	北京风笛指媒信息科技有限公司
喀什聚合	指	喀什聚合汇智信息科技有限公司
运智伟业	指	北京运智伟业信息技术有限公司
罗迪尼奥	指	北京罗迪尼奥网络技术有限公司
久佳信通	指	北京久佳信通科技有限公司
山铭影业	指	山铭影业（北京）有限公司
先锋赛讯	指	北京先锋赛讯科技有限公司
星空合众	指	北京星空合众科技有限公司
永奥投资	指	新余永奥投资管理中心（有限合伙）
欧通投资	指	新余欧通投资管理中心（有限合伙）
芊芊年投资	指	共青城互兴芊芊年投资合伙企业（有限合伙），曾用名深圳互兴芊芊年投资合伙企业（有限合伙）
人合安润	指	宁波人合安润投资合伙企业（有限合伙）
博创同德	指	宁波梅山保税港区博创同德投资中心（有限合伙）
博创世成	指	宁波博创世成投资中心（有限合伙）
南靖佳信	指	南靖佳信企业管理合伙企业（有限合伙）
南靖佳科	指	南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）
佳诚科通	指	贵州佳诚科通企业管理合伙企业（有限合伙），曾用名南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）
南靖佳宇	指	南靖佳宇企业管理合伙企业（有限合伙）
佳诚宇通	指	贵州佳诚宇通企业管理合伙企业（有限合伙），曾用名南靖佳宇企业管理合伙企业（有限合伙）
三大电信运营商	指	中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司及中国电信集团公司
中国联通	指	中国联合网络通信集团有限公司
中国电信	指	中国电信集团公司
中国移动/ 中国移动通信集团	指	中国移动通信集团有限公司及其下属子公司。 报告期内与发行人（及其子公司）存在业务合作关系的具体主体包括中国移动通信集团江苏有限公司、卓望信息技术（北京）有限公司、卓望信息网络（深圳）有限公司、中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司、中移互联网有限公司。上述公司同受中国移动通信集团控制。

中国移动江苏基地	指	中国移动通信集团江苏有限公司
卓望信息	指	卓望信息技术（北京）有限公司、卓望信息网络（深圳）有限公司
卓望深圳	指	卓望信息网络（深圳）有限公司
卓望北京	指	卓望信息技术（北京）有限公司
中移铁通	指	中移铁通有限公司新乡分公司
百度时代	指	百度时代网络技术（北京）有限公司
新华新媒	指	新华新媒文化传播有限公司
车云网	指	启程未来科技（北京）有限公司
电动邦	指	电动邦科技（北京）有限公司
腾讯云	指	腾讯云计算（北京）有限责任公司
携程/携程计算机	指	携程计算机技术（上海）有限公司
国家电网	指	国家电网有限公司客户服务中心
去哪儿网	指	北京趣拿软件科技有限公司
酷狗	指	广州酷狗计算机科技有限公司
58 同城	指	北京城市网邻信息技术有限公司
360 金融/福州三六零	指	福州三六零网络小额贷款有限公司
小米科技	指	小米科技有限责任公司
奇保信安	指	北京奇保信安科技有限公司
新联协同	指	新联协同通信技术（北京）有限公司
江苏云之树	指	江苏云之树科技有限公司
爱奇艺	指	北京爱奇艺科技有限公司
网易	指	网易(杭州)网络有限公司
每日优鲜	指	北京每日优鲜电子商务有限公司
东信易通	**指**	**广西东信易通科技有限公司**
广州百纳	**指**	**广州百纳软件技术有限公司**
阳光河谷	指	北京阳光河谷科技有限公司
如禾信息	指	上海如禾信息科技有限公司
考拉心扉	指	北京考拉心扉科技有限公司
安徽捷兴	指	安徽捷兴信息安全技术有限公司
和悦致远	指	北京和悦致远通讯科技有限公司
江苏美圣	指	江苏美圣信息技术有限公司
深圳诚立业	**指**	**深圳市诚立业科技发展有限公司**
立昂技术	指	立昂技术股份有限公司
沃驰科技	指	杭州沃驰科技有限公司
海联金汇	指	海联金汇科技股份有限公司
联动优势	指	联动优势科技有限公司
平治信息	指	杭州平治信息技术股份有限公司
人民网	指	人民网股份有限公司

梦网集团	指	深圳市梦网科技发展有限公司
吴通控股	指	吴通控股集团股份有限公司
国都互联	指	北京国都互联科技有限公司
北纬科技	指	北京北纬通信科技股份有限公司
中嘉博创	指	中嘉博创信息技术股份有限公司
线上线下	指	无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司
天下秀	指	北京天下秀科技股份有限公司
中原证券、保荐机构	指	中原证券股份有限公司
发行人律师	指	国浩律师（北京）事务所
容诚、审计机构、会计师	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
正中珠江	指	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
联信评估	指	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
中水致远	指	中水致远资产评估有限公司
艾瑞咨询	指	一家专注于网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等新经济领域，深入研究和了解消费者行为，并为网络行业及传统行业客户提供数据产品和研究咨询的专业机构。
招股说明书	指	北京挖金客信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
三会	指	股东大会、董事会、监事会
股东大会	指	北京挖金客信息科技股份有限公司股东大会
股东会	指	北京挖金客信息科技有限公司股东会
董事会	指	北京挖金客信息科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京挖金客信息科技股份有限公司监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法（2019 年修订）》
《公司章程》	指	北京挖金客信息科技股份有限公司章程
《公司章程（草案）》	指	发行人为本次发行上市而制定的公司章程（经发行人 2020 年 3 月 25 日召开的 2020 年第一次临时股东大会审议通过，自发行人在深圳证券交易所上市之日起实施）
报告期、近三年一期	指	**2018 年、2019 年和 2020 年**
报告期各期末	指	**2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日**
挂牌、公开转让	指	2015 年公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并进行公开转让之行为
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
文化和旅游部	指	中华人民共和国文化和旅游部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本次发行	指	本次向社会公众公开发行不超过 1,700 万股人民币普通股
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业词汇

电信运营商	指	提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司
（运营商）移动基地	指	中国移动通信集团为解决省级公司资源不集中、战略分散的问题，通过建立业务基地的方式，形成若干条独立的一体化运营产业链。各大移动基地与省公司平级，由集团公司直接管理。 中国移动通信集团设立的移动基地包括设在四川的手机音乐基地、设在上海的手机视频基地、设在辽宁的位置服务基地、设在湖南的电子商务基地、设在广东的互联网基地、设在杭州的手机阅读基地、设在江苏南京的手机游戏及 12580 基地、设在福建厦门手机动漫基地、设在重庆的物联网基地九大基地。
增值电信业务	指	利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。 主要包括：互联网数据中心业务、内容分发网络业务、国内互联网虚拟专用网业务、互联网接入服务业务、在线数据处理与交易处理业务、国内多方通信服务业务、存储转发类业务、呼叫中心业务、信息服务业务、编码和规程转换业务。
基础电信业务	指	提供公共网络基础设施、公共数据传送和基本话音通信服务的业务。 主要包括：固定通信业务、蜂窝移动通信业务、卫星通信业务、数据通信业务、IP 电话业务、集群通信业务、无线寻呼业务、网络接入设施服务业务、国内通信设施服务业务、网络托管业务。
移动信息化	指	在现代移动通信技术、移动互联网技术构成的综合通信平台基础上，通过掌上终端、服务器、个人计算机等多平台的信息交互沟通，实现管理、业务以及服务的移动化、信息化、电子化和网络化，向社会提供高效优质、规范透明、适时可得、电子互动的全方位管理与服务的过程。
移动营销（移动广告）	指	面向移动终端（手机、平板电脑等）用户，在移动终端上直接向受众定向和精确地传递个性化即时信息，通过与消费者的信息互动达到市场营销目标的行为。
移动终端	指	可以在移动中使用的计算机设备，如具有多种应用功能的智能手机以及平板电脑等
流量	指	网站/APP 的访问量，是用来描述访问一个网站/APP 的用户数量以及用户所浏览的网页数量等
粘性	指	通过易用性、通用性和实用性等特色，在用户使用后能让用户形成对相关产品的依赖性
广告联盟	指	中小网络媒体资源（如中小网站、个人网站等）组成的联盟。成立广告联盟的主要目的是为中小媒体提供高效的流量变现服务，为广告主提供集群化广告投放媒体资源
时延	指	数据从网络（或链路）的一端传送到另一端所需的时间。它是计算机网络的性能指标之一，网络中的时延包括发送时延（传输时延）、传播时延、处理时延、排队时延。
直客客户	指	移动信息化服务的一类客户，该类客户不以销售移动信息为主营业务。
渠道客户	指	移动信息化服务的一类客户，该类客户是主营业务为销售移动信息的移动信息服务提供商。

运营商网关	指	运营商的动态短信数据交换平台系统
B 端	指	business，即企业、商家、行业客户或政企客户。
C 端	指	customer，即消费者、个人用户或终端用户。
3G	指	3rd-Generation 的缩写，即第三代移动通信技术
4G	指	4th-Generation 的缩写，即第四代移动通信技术
5G	指	5th-Generation 的缩写，即第五代移动通信技术
SDK	指	SoftwareDevelopmentKit 的缩写，即软件开发工具包，包括可被特定程序调用或嵌入的开发工具集合
CNNIC	指	ChinaInternetNetworkInformationCenter 的缩写，中国互联网络信息中心
APP	指	Application 的缩写，即智能手机、平板电脑或其他移动终端上的第三方应用程序

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	北京挖金客信息科技股份有限公司	成立日期	有限公司成立日期：2011 年 2 月 24 日 股份公司成立日期：2015 年 7 月 3 日
注册资本	人民币 5,100 万元	法定代表人	李征
注册地址	北京市海淀区知春路 51 号 1 幢 408	主要生产经营地址	北京市朝阳区裕民路 12 号中国国际科技会展中心 C 座 8 层
控股股东	李征、陈坤	实际控制人	李征、陈坤
行业分类	软件和信息技术服务业（I65）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	2015 年 11 月 30 日，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌（股票代码：834003.OC），**自 2021 年 2 月 10 日起终止在股转系统挂牌**
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中原证券股份有限公司	主承销商	中原证券股份有限公司
发行人律师	国浩律师（北京）事务所	其他承销机构	无
审计机构	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 1,700 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 1,700 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 6,800 万股		
每股发行价格	【】		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元/股
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元/股
发行市净率	【】倍		
发行方式	采用网下向股票配售对象询价配售与网上向社会公众投资者		

	定价发行相结合的方式。
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。
承销方式	采取余额包销方式
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行费用由公司承担
募集资金总额	【】
募集资金净额	【】
募集资金投资项目	移动互联网信息服务升级扩容项目
	研发及运营基地建设项目
发行费用概算	本次发行费用总额约【】万元，主要包括：
	其中：承销和保荐费用：【】万元
	审计验资费用：【】万元
	律师费用：【】万元
	用于本次发行的信息披露费：【】万元
	发行手续费用：【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2020.12.31/2020 年	2019.12.31/2019 年	2018.12.31/2018 年
资产总额（万元）	**35,266.65**	33,419.35	18,761.71
归属于母公司所有者权益（万元）	**26,869.85**	24,242.10	17,200.50
资产负债率（母公司）（%）	**8.40**	18.72	4.00
营业收入（万元）	**51,116.60**	25,842.24	21,014.29
净利润（万元）	**8,505.32**	12,020.06	6,153.96
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**6,819.07**	6,257.66	5,904.85
基本每股收益（元）	**1.42**	2.28	1.21
稀释每股收益（元）	**1.42**	2.28	1.21
加权平均净资产收益率（%）	**29.11**	57.19	38.38
经营活动产生的现金流量金额（万元）	**5,562.40**	1,024.48	6,863.80
现金分红（万元）	**4,590.00**	4,590.00	4,590.00

项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
研发投入占营业收入的比例（%）	**2.46**	3.27	3.02

四、发行人主营业务经营情况

（一）主营业务情况

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，业务范围涵盖增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务等领域，针对各行业大型企业客户个性化的业务需求，提供包括技术、运营、营销等方面的综合解决方案及服务，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

公司提供的应用技术和信息服务主要包括：（1）为电信运营商开展增值电信业务提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务；（2）为各行业大型企业客户提供移动信息化解决方案及运营服务等移动信息化服务；（3）与媒体平台合作并提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。

（二）主要经营模式

作为技术创新驱动型的高新技术企业，公司一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，紧跟技术更新迭代节奏，持续进行研发投入。截至报告期末，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，并形成了以大数据处理分析和机器智能运算为核心的技术体系。上述核心技术体系及相关软件著作权主要属于应用技术领域，覆盖了公司业务的各个环节，可以直接应用于电信、电力、传媒等传统行业与通信技术和信息技术等新技术、移动互联网运营等新模式的深度融合等业务领域。

公司基于上述核心技术积累和持续创新能力，结合丰富的业务运营经验、深刻的行业理解、优质的合作渠道资源、高效专业的业务团队等优势形成的综合服务能力，使得公司可以深度契合各行业大型企业客户需求，是公司主要的核心竞争力。

公司的业务开展以技术支撑为依托、以各类服务为载体，主要采用轻资产经营模式。此外，公司各类主营业务的日常实施主要是通过搭载多种算法的自有业务平台，借助自主研发的智能化系统进行业务处理，系统智能化处理的业务模式使公司日常业务实施摆脱了人工操作环节，减轻了公司主营业务的人力成本。

公司具体各项服务的经营模式如下：

增值电信服务业务中，公司向电信运营商提供包括技术支持、运营服务和营销推广在内的综合性增值电信服务。电信运营商向终端用户收取电信增值业务信息费，公司以电信运营商收取的电信增值业务信息费为基础，与运营商按照合同约定进行服务费结算。

移动信息化服务业务中，公司根据客户对移动信息化服务的需求，与客户进行技术及系统层面的研发、调试和对接，并向客户提供信息发送、运营支撑和保障服务。公司按照实际完成的信息发送量和合同约定的发送单价向客户收取移动信息服务费。

移动营销服务业务中，媒体代理方面，公司将代理的媒体资源匹配合适的广告主投放需求，根据具体广告位投放数量、时间及合同约定单价向广告主收取费用；流量引入方面，公司通过合适的优质推广渠道为媒体平台引入中小渠道流量资源，从而增加媒体平台的访问次数和来源途径，最终提升媒体平台的广告资源转化率，媒体平台依据公司引入流量实现的广告曝光次数（CPM）、最终达成用户行为数（CPA）等广告投放效果情况与公司进行结算。

（三）公司的市场地位

公司在大数据处理分析、机器智能运算等方面形成了一定的技术优势，并积累了丰富的运营经验和渠道资源，具备满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力，从而建立了与电信、互联网、传媒、电力等各行业大型企业长期稳定的合作关系，在行业竞争中占据有利地位。

在增值电信服务领域，公司与中国移动合作十分紧密，自 2014 年建立合作以来，一直与其保持稳定的互惠合作关系。报告期内，公司增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地，在中国移动江苏基地对合作方的评级考核中，公司始终保持优秀合作方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方[1]，业务优势和行业地位较为突出。

在移动信息化服务领域，依托良好的技术水平和综合服务能力，公司与卓望信息、腾讯云、携程、国家电网、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了合作关系。

[1]根据中国移动江苏基地《合作方管理办法》，“按照一定的评估分级方法，将合作方分为 A 级合作方:B 级合作方:C 级合作方:普通合作方＝2%:4%:6%:88%。” 其中 A 级、B 级、C 级合作方均为优秀合作方。

在移动营销服务领域，公司通过与新华社公众号、车云网、电动邦等媒体平台合作，积累了优质媒体广告资源。

综上，公司与大型知名企业建立了稳定的合作关系，并形成了一定的业务壁垒，公司在移动互联网应用技术与信息服务领域具有一定的行业地位。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司的技术创新特征

1、公司所处行业属于技术创新驱动型行业

软件和信息技术服务业是引领科技创新、驱动经济社会转型发展的核心力量，是建设制造强国和网络强国的核心支撑。其中，公司所处的移动互联网应用技术和信息服务领域是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业。近年来，随着通信技术和信息技术的快速发展，移动互联网应用技术与信息服务领域呈现出技术更新速度快、迭代周期短的特点，相关技术的发展趋势表现为从 2G 数字信号取代模拟信号到 4G 移动互联网的飞速发展、从单纯基于短信的文字交互产品到基于智能终端的多媒体功能与服务、从堆砌硬件性能到使用弹性云计算来提供服务和解决方案等，技术创新成为驱动整个行业增长的重要动力。

得益于技术创新、产业融合和新兴业态的兴起，移动互联网应用技术与信息服务行业拥有巨大的发展空间，云计算、大数据、5G、人工智能等技术浪潮都将给行业的创新发展带来新的机遇。移动互联网应用技术和信息服务企业需要进行持续的研发投入，根据先进技术发展趋势保持创新，紧跟技术更新迭代节奏，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。

2、公司具备良好的技术研发创新能力

（1）公司通过持续的技术创新，实现了业务拓展和客户开拓

公司自设立以来，始终专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，基于通信技术和信息技术的迭代，通过持续的技术创新，实现了细分业务的拓展和各行业大型企业客户的开拓，进而扩大了公司的业务规模。公司技术创新和主营业务的发展历程详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、

主要服务的情况”之“（三）公司设立以来主营业务、主要服务和经营模式的演变情况”。

（2）公司形成了良好的技术创新能力和坚实的技术储备

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术实力支撑客户相关业务的革新与发展。公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司研发人员占员工总数比例约为 40%。

公司注重以技术创新驱动业务发展，不断迭代升级核心技术，经过多年的探索和积累，公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系和相应一系列核心技术成果。截至报告期末，公司已拥有 90 项计算机软件著作权，覆盖了公司业务的各个环节，提高了业务运营效率，满足了客户的服务需求。公司两大技术体系和主要核心技术的具体情况详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）公司的技术水平及特点”。

3、公司未来将持续技术创新以驱动业务发展

公司的发展规划是秉承“技术赢得客户，服务创造价值”的经营理念，通过持续技术创新和服务提升，提供及时、高效、优质的综合服务，满足大型企业客户全方位业务需求，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

公司已建立以大数据处理分析和机器智能运算为核心的两大技术体系，形成了良好的技术创新能力和坚实的技术储备，为公司未来的持续技术创新奠定了基础。未来，公司将顺应国家创新驱动发展战略规划，继续专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，以技术创新为企业发展的核心驱动力，紧跟国家政策导向，把握云计算、大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，不断加大研发投入和科技创新人才培养力度，持续推进技术创新能力建设，积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能，不断拓展公司的服务领域，实现公司成为“行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商”的发展规划。

（二）公司通过提供各类服务，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合

1、公司主营业务属于新产业、新业态、新模式

根据国家统计局印发的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司的主营业务属于其中规定的“0506 现代信息技术服务”，公司主营业务属于新产业、新业态、新模式。

2、公司通过提供各类服务，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合

移动互联网的蓬勃发展，带动了传统行业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合，同时带动了相关行业对移动互联网应用技术和信息服务的需求。

增值电信业务领域，电信运营商在移动互联网产业高速发展的大背景下主动拥抱“互联网+”，增值电信业务的经营模式向互联网化模式转变，电信运营商增值电信业务与移动互联网充分融合。公司通过向电信运营商提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的综合性增值电信服务，满足增值电信业务开展的数据处理需求，并在符合各项合规要求的基础上保持较高的转化率，提高其业务运转效率，助力传统电信行业的增值电信业务与新技术、新产业、新业态、新模式的融合与发展。

移动信息化领域，公司通过为客户提供移动信息化解决方案及运营服务，广泛满足传统电力行业、旅游行业、金融行业等行业客户对于用户身份验证、提醒通知、信息确认等方面的业务需求。公司此类服务的主要客户包括腾讯云、国家电网、携程、去哪儿网、小米科技、酷狗等大型企业客户，公司协助客户通过短信等移动信息形式开展业务，满足传统电力行业、旅游行业、金融行业等行业与新技术、新产业、新业态、新模式融合的需求。

移动营销领域，随着移动终端日益普及，移动互联网的发展使移动营销更为智能和高效，移动互联网全生态的打通为移动营销提供了更多价值场景。公司作为移动互联网广告产业链上下游之间的资源整合媒介，将上游的媒体、流量资源与下游的营销推广需求相结合，主要提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务，支持传统营销行业、传媒行业与新技术、新产业、新业态、新模式的融合。

综上，公司根据客户的行业属性和业务需求，通过各项服务支持传统电信行

业、电力行业、旅游行业、金融行业、营销行业、传媒行业等行业与通信技术和信息技术等新技术、移动互联网运营等新模式深度融合。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》，公司选择的具体上市标准为第（一）项标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。”

公司**2019 年和 2020 年**归属于母公司所有者的净利润分别为**11,631.60 万元和 7,217.75 万元**，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**6,257.66 万元和 6,819.07 万元**；公司扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正，且累计不低于人民币 5,000 万元，符合上述标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

公司不存在有关公司治理的特殊安排事项。

八、本次募集资金用途

本次募集资金在扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	拟使用募集资金金额
1	移动互联网信息服务升级扩容项目	29,024.45	29,024.45
2	研发及运营基地建设项目	15,401.30	15,401.30
合计		**44,425.74**	**44,425.74**

若本次发行实际募集资金净额小于上述项目投资需要，不足部分由公司自筹解决，以保障项目的顺利实施；若本次发行实际募集资金净额超过预计资金使用需求的，超过部分公司将用于补充日常经营所需流动资金。如果本次募集资金到位前，公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换出上述自筹资金。募集资金项目的具体内容，详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 1,700 万股，全部为新股，不低于发行后总股本的 25%。
每股发行价格	【】元
市盈率	【】（按发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元（按照公司【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按照公司截至【】年【】月【】日经审计的归属于公司普通股股东的权益和发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照公司实际募集资金额和发行后总股本全面摊薄计算）
市净率	【】（按发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向股票配售对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式。
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。
承销方式	采取余额包销方式。
发行费用概算	本次发行费用总额约【】万元，主要包括：
	其中：承销和保荐费用：【】万元
	审计、验资费用：【】万元
	律师费用：【】万元
	用于本次发行的信息披露费：【】万元
	发行手续费用：【】万元

二、与发行有关的机构和人员

（一）保荐机构（主承销商）

名称	中原证券股份有限公司
法定代表人	菅明军
住所	郑州市郑东新区商务外环路 10 号
保荐代表人	欧雨辰、刘哲
项目协办人	温晨
其他项目组成员	王丹彤、刘晓明、于丹华
联系电话	010-57058322
传真	010-57058349

（二）律师事务所

名称	国浩律师（北京）事务所
法定代表人	刘继
住所	北京朝阳区东三环北路 38 号泰康金融大厦 9 层
经办律师	沈义、杨宏
联系电话	010-65890704
传真	010-65176800

（三）会计师事务所

名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人	肖厚发
住所	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦
经办注册会计师	肖桂莲、陈君、成立卿
联系电话	010-66001391
传真	010-66001392

（四）资产评估机构

名称	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
法定代表人	陈喜佟
住所	广州市越秀区越秀北路 222 号越良大厦 16 楼
经办注册评估师	潘赤戈、张晗
联系电话	020-83642123
传真	020-83642103

（五）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（六）收款银行

开户银行	中国农业银行股份有限公司郑州自贸区分行
账号	16064101040010612
户名	中原证券股份有限公司

三、发行人与本次发行有关当事人存在的股权关系或其

他权益关系

本公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员均未持有本公司股份，与本公司也不存在其他权益关系。

四、本次发行上市重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介时间	【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素，下列风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，并不表示必然会依次发生。公司主要风险因素如下：

一、技术研发创新失败风险

作为创新驱动型成长企业，公司注重以技术创新驱动业务发展，不断升级迭代核心技术。报告期内，公司研发投入金额分别为 633.93 万元、844.93 万元和 **1,259.68 万元**，占各期营业收入的比例分别为 3.02%、3.27%和 **2.46%**，公司始终保持较高的研发投入规模，研发投入全部计入当期研发费用。公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，并形成了以大数据处理分析和机器智能运算为核心的技术体系。截至报告期末，公司正在进行的研发项目基本情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	对应的主营业务	项目预算	已投经费	所处阶段
1	融合通信业务监控及服务保障平台	移动信息化服务	2,000.00	**1,183.35**	持续研发升级
2	挖金客业务运营管理平台	增值电信服务	2,000.00	**1,056.81**	持续研发升级
3	基于微服务架构的系统升级改造	增值电信服务、移动信息化服务	500.00	**103.43**	需求设计
合计			**4,500.00**	**2,343.59**	

良好的创新能力和坚实的技术储备是公司日常业务开展和保持竞争优势的基础，为此公司必须持续进行研发投入和技术创新。虽然公司拥有强大的自主研发和技术创新实力，但如果未来公司技术研发失败，或虽然技术研发成功但相关技术不具有商业价值、不符合市场需求、不能与产业成功融合，将导致公司前期投入的研发费用无法全部收回，并对公司的市场竞争力和经营业绩造成重大不利影响。公司正在进行的研发项目总预算为**4,500.00 万元**，已投入**2,343.59 万元**，

研发投入全部计入当期费用，如果上述项目全部研发失败，将导致已投入的**2,343.59 *万元***研发费用无法通过未来产生收益的方式补偿，也会对公司主营业务的持续发展造成不利影响。

二、技术风险

（一）技术迭代风险

公司所处行业是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业。近年来，随着通信技术和信息技术的快速发展，移动互联网应用技术与信息服务领域呈现出技术更新速度快、迭代周期短的特点，相关技术的发展趋势表现为从 2G 数字信号取代模拟信号到 4G 移动互联网的飞速发展、从单纯基于短信的文字交互产品到基于智能终端的多媒体功能与服务、从堆砌硬件性能到使用弹性云计算来提供服务和解决方案等。移动互联网应用技术和信息服务企业需要进行持续的研发投入，根据先进技术发展趋势保持创新，紧跟技术更新迭代节奏，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术能力支撑客户相关业务的革新。如果未来公司不能及时跟进技术发展趋势，对技术研发做出合理安排或转型，并相应更新系统、优化算法，将导致公司的技术水平无法持续满足客户要求，则公司将面临被竞争对手赶超，或者核心技术发展停滞甚至被替代的风险。

（二）知识产权保护风险

软件和信息技术服务业是技术研发投入最集中、创新最活跃的行业之一。公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，业务经营在很大程度上依赖于拥有的知识产权。自成立以来，公司高度重视自主知识产权的保护，在研发和使用过程中及时申请相应的知识产权。截至报告期末，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，在未来仍会加强知识产权的保护力度。若公司未能有效保护自身知识产权，将对公司的生产经营、市场声誉等方面造成负面影响。

三、经营风险

（一）客户集中的风险

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，主要为各行业大型企业提供增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。**2018 年至 2020 年**，公司对前五大客户的销售占比分别为 96.65%、80.76%和 **63.98%**，公司存在客户集中的风险。其中，公司增值电信服务的客户主要是中国移动，**2018 年至 2020 年**，公司对中国移动的销售收入分别为18,242.21万元、16,280.60万元和**19,196.76万元**，占公司营业收入比例分别为86.81%、63.00%和**37.55%**。

公司自成立起持续为电信运营商或其合作伙伴的增值电信业务提供服务。公司自 2014 年与中国移动建立合作关系以来，双方合作十分紧密，公司持续满足中国移动技术支持、运营服务和营销推广等方面的业务需求，服务规模、业务规范等指标均获得了中国移动的认可，报告期内，公司在中国移动的评级持续保持较高水平。电信运营商凭借其基础网络、用户资源、收费系统等优势，在增值电信行业产业链中占据主导地位，增值电信服务商的经营对电信运营商普遍存在一定程度的依赖。因此，报告期内公司对中国移动的销售收入占比较高。

公司的移动信息化服务和移动营销服务主要客户包括卓望信息（中国移动控股公司）、腾讯云、国家电网、携程等大型企业客户。报告期内，公司移动信息化服务和移动营销服务两项业务收入合计分别为 2,708.38 万元、12,350.40 万元和 **39,219.22 万元**，这两项业务的较快发展促使 2020 年公司对中国移动的销售收入占比降至 **37.55%**。

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重要影响。如果未来公司主要客户由于宏观环境变化、市场竞争或其他原因大幅减少对公司服务的采购规模，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。

（二）供应商集中度较高的风险

2018 年至 2020 年，公司对前五大供应商的采购金额占当期外部采购总额比例分别 88.05%、65.66%和 **52.33%**，采购集中度较高。报告期内，公司对前五大供应商的采购内容主要为渠道推广服务和短信。公司上游渠道推广服务商和短信供应商领域企业数量较多，公司可选择的供应商充足，供应商的可替代性较强。公司基于自身供应商管理体系，在众多供应商中选择服务经验丰富、资源储备深厚的供应商进行合作。报告期内，公司供应商集中度较高是公司对供应商主动筛

选、择优合作的结果，有助于公司提高业务效率、降低采购成本。未来若公司主要供应商业务经营发生不利变化、提供服务规模受限或双方合作关系紧张，或由于其他不可抗力因素不能与公司继续进行业务合作，若公司未能及时选择新的供应商进行替换，将对公司短期内的生产经营产生不利影响。

（三）市场需求变化风险

近年来，随着移动互联网相关产业的发展，新的业务模式和产品类型不断涌现，客户对应用技术和信息服务的需求随之变化。例如随着移动互联网和电子商务的发展，企业短信的应用场景不断增加，移动信息业务规模持续上升，我国企业短信业务总量从 2010 年的 2,826 亿条增长至 2017 年的 5,322 亿条[1]，增幅达 88.32%，给移动信息化服务商带来了发展机遇。公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，需要不断根据市场变化调整经营策略，准确把握客户需求，保证为各行业大型企业持续提供符合市场发展方向的优质服务。

目前，公司与主要客户建立了良好的合作关系，且始终坚持以客户需求为发展导向，具备较强的先发优势。如果未来公司不能有效预测并及时快速响应市场需求的变化，可能对公司的经营业绩造成不利影响。随着 5G 通信技术和相关产业的发展，运营商的增值电信业务和 5G 消息等业务都将实现技术和业务方面的跃变，未来发展前景良好。如果未来公司不能及时根据 5G 通信技术的发展调整业务模式、提高技术能力和服务水平，导致无法满足客户新的业务要求，则公司将面临主营业务市场份额下降、经营业绩下滑的风险。

报告期内，由于运营商采购需求和公司资源投入减少，公司对运营商的信息交互类业务的销售规模下降，**2018 年至 2020 年**，此项业务收入占公司营业收入的比例分别为16.36%、8.50%和**3.88%**。未来随着5G时代即将推出的超高清直播、云游戏、云 VR 等众多创新服务，信息交互类业务的更新迭代，此类业务的采购需求可能存在下降风险：如果运营商未能及时根据市场发展对信息交互类业务进行创新升级，或此项业务发展未能把握产业的发展方向和终端用户的需求，则可能导致运营商此项业务发展缓慢，使得运营商的采购需求有限，公司对运营商此类业务的服务规模可能继续减小。

[1] **注：工信部 2018 年及以后未公布企业短信业务总量数据。**

目前，移动支付主要有运营商主导模式、银行机构主导模式及非银行支付机构（如支付宝、微信支付）主导模式等。随着 5G 通信技术的发展、数据安全要求的提升和用户移动支付习惯的普及，或市场其他同质新兴产品的推出，话费结算业务的市场空间可能会被压缩，如果未来运营商话费结算业务不能及时根据 5G 通信技术及用户支付习惯的发展调整业务模式，或公司不能紧跟话费结算业务升级迭代方向，则话费结算业务面临被其他移动支付产品替代、市场份额下降的风险，公司也将面临经营业绩下滑的风险。

随着云计算、人工智能、5G 等技术的发展与成熟，即时通信行业的技术革新与产品迭代逐渐加快。公司移动信息化服务基于电信运营商开展，具有高效、稳定、安全等特性。但是，微信、QQ 等即时通信产品的发展使得基于短消息的移动信息化业务面临挑战。未来，随着通信技术革新及消费者行为模式的改变，移动信息化业务存在被即时通信新技术或新产品替代的风险，公司移动信息化服务的经营业绩可能受到不利影响。

（四）主营业务结构波动风险

发行人围绕运营商业务提供的增值电信服务，包括技术支持、运营维护、营销推广的综合性服务。发行人根据消费者和运营商的业务发展和产品更新迭代，提供具体的增值电信服务。运营商的具体产品和采购需求变化导致了发行人增值电信服务的细分业务结构发生变化。

2014 年，发行人开始为中国移动直接提供信息交互类服务，至 2016 年发行人增值电信服务中信息交互类业务占比达 44.46%。随着移动互联网相关产业的发展和终端用户的需求变化，信息交互类业务正在更新迭代，运营商对此类业务采购需求逐渐下降。

2015 年，随着移动支付业务市场发展，发行人与中国移动的话费结算业务进行深度合作。随着产品成熟和市场发展，运营商对于话费结算业务采购快速上升，发行人该项业务收入占增值电信服务的比重不断上升。至 **2020 年**，发行人该项业务收入占增值电信服务的比例为 **79.98%**，增值电信业务内部结构发生较大变动。

近年来移动信息化市场高速发展，发行人自身移动信息化业务的收入增长迅速。以 **2020 年**为例，除久佳信通外，挖金客自身移动信息化业务收入为 **10,614.59**

万元，同比增长 **203.69%**，同时 2019 年发行人完成对于久佳信通的收购，与久佳信通在业务、人员、技术等方面实现较强的协同效应，**2020 年**久佳信通该业务的收入为 **26,947.19 万元**。移动信息化服务的收入占全部收入的比例由 **2018 年**的 **2.19%**上升至 **2020 年**的 **73.48%**，发行人移动信息化服务的快速增长，推动主营业务规模的持续上升，引起公司主营业务收入结构有所变动。

未来若增值电信市场或消费者需求发生重大变化、运营商产品和采购需求发生重大变动，发行人现有服务如不能及时调整，可能发生重大萎缩甚至被淘汰。发行人主营业务结构也将发生重大不利变化，影响发行人的盈利能力和经营前景。

（五）产业政策调整风险

软件和信息技术服务行业及其各个细分领域是国家大力推动的新兴产业，近年来行业各级主管部门不断出台相关产业政策、部门规章等规范性文件促进行业的健康快速发展及各细分领域的重大技术突破和产业集聚，对行业发展起到了积极的促进作用。公司的业务发展受产业政策影响较大，如果未来国家产业政策进行调整，可能导致相关业务运营模式的改变和市场规模的波动；如果未来公司在业务拓展上不能与政策导向保持一致，将对公司业务的开拓及持续发展产生重大不利影响。

（六）《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的实施对公司经营影响的风险

2020 年 8 月 31 日，工信部就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称“《管理规定（征求意见稿）》”）公开征求意见。监管机构对于发送商业性短信取得用户同意的要求由来已久，《管理规定（征求意见稿）》对发送商业性短信息需经过用户同意的监管要求进一步细化。具体而言，《管理规定（征求意见稿）》在第三章“商业性短信息和商业性电话管理”中对商业性短信息的业务经营作了具体规定，在现行监管要求的基础上对相关监管措施作了细化，新增的内容主要为：

《通信短信息服务管理规定》的现有规定	《管理规定（征求意见稿）》的规定	新增监管要求
第十八条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者未经用户同意或者请求，不得向其发送商业性短	第十六条：“任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其	用户未明确同意的，视为拒绝，任何组织或个人不得向其发送

信息。用户同意后又明确表示拒绝接收商业性短信息的，应当停止向其发送。 短信息服务提供者、短信息内容提供者请求用户同意接收商业性短信息的，应当说明拟发送商业性短信息的类型、频次和期限等信息。用户未回复的，视为不同意接收。用户明确拒绝或者未回复的，不得再次向其发送内容相同或者相似的短信息。”	发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。”	商业性短信息
无	第十七条：“短信息服务提供者发送端口类商业性短信的，应当确保有关用户已同意或请求接收，并保留用户同意凭证至少五个月。”	短信息服务提供者应保留用户同意凭证至少五个月
第十九条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者用于发送业务管理和服务类短信息的端口，不得用于发送商业性短信息。”	第十八条：“短信息服务提供者不得擅自改变电信网码号用途，不得将用于发送业务管理和服务类短信息的端口用于发送商业性短信息，无正当理由不得对用户接收业务管理或者服务类短信息进行限制。”	无正当理由不得对用户接收业务管理或者服务类短信息进行限制
第二十条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者向用户发送商业性短信息，应当提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收短信息设置障碍。” 第二十一条：“短信息服务提供者、短信息内容提供者向用户发送商业性短信息，应当在短信息中明确注明短信息内容提供者的名称。”	第十九条：“短信息服务提供者发送端口类商业性短信息的，应当在短信息中明确标注通过其服务发送短信的组织或个人的名称、联系电话，提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收设置障碍。”	在短信息中注明短信息内容提供者的联系电话

根据《管理规定（征求意见稿）》第四十二条规定，“（七）商业性短信息或商业性电话，是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息或电话”。公司移动信息化服务分为验证通知类和行业营销类，其中行业营销类短信业务中发送的短信属于商业性短信息，需符合上述新增监管要求。

由于公司移动信息化服务中的行业营销类短信属于商业性短信息，待《管理规定（征求意见稿）》正式生效，可能导致行业营销类短信的需求减弱。因此，公司以“验证通知类短信收入保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入受政策影响有所下降，毛利率保持 2020 年毛利率不变”为前提，对《管理规定（征求意见稿）》生效后对公司可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

验证通知类短信保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入下降 20%						
收入分类	2020 年收入	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年毛利额变化
验证通知类	17,596.27	-	12.69%	17,596.27	2,232.97	-
行业营销类	19,965.51	-20.00%	17.62%	15,972.41	2,814.34	-
小计	37,561.78	-	-	33,568.68	5,047.30	-12.23%
验证通知类短信保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入下降 50%						
收入分类	2020 年收入	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年毛利额变化
验证通知类	17,596.27	-	12.69%	17,596.27	2,232.97	-
行业营销类	19,965.51	-50.00%	17.62%	9,982.76	1,758.96	-
小计	37,561.78	-	-	27,579.03	3,991.93	-30.59%

注：验证通知类和行业营销类的毛利率假设参照 2020 年对应业务毛利率确定。

根据上表，公司对《管理规定（征求意见稿）》正式实施后可能存在的影响进行测算，在行业营销类短信收入变动为-20%和-50%的情形下，公司 2021 年移动信息化服务的毛利额较 2020 年将分别变动为**-12.23%和-30.59%**。根据以上估算与分析，《管理规定（征求意见稿）》可能对公司行业营销类短信业务的收入产生不利影响。未来随着《管理规定（征求意见稿）》的具体实施，若公司下游客户的用户数量出现下降，可能导致其对于企业短信的需求减弱，从而对公司经营业绩造成不利影响。目前《管理规定（征求意见稿）》仍未定稿，可能存在重大变化导致对公司营业收入等方面产生不利影响。日后如果移动信息化服务行业政策进一步变化，可能对公司移动信息化业务经营造成重大影响。

（七）经营合规性风险

公司所从事的移动互联网应用技术和信息服务业务受到工信部、文化和旅游部等政府部门的监管。随着产业的快速发展，主管部门不断加强行业相关的法规建设、市场监管和业务管理，行业规范程度不断提高。公司始终遵守行业监管部门关于市场规范的各项规定，报告期内公司不存在重大违法违规的行为。如果未来公司未严格执行国家相关监管部门管理规定，导致业务运营出现严重违规，并受到行业监管部门处罚，则可能导致公司部分业务暂停或终止，从而对公司业绩及持续发展产生不利影响。

（八）移动营销业务波动风险

2020 年，全球爆发新冠肺炎疫情对互联网广告市场造成较大影响，使得移

动营销行业整体业绩有所萎缩，市场需求下降，公司 2020 年移动营销服务收入下降。如果疫情继续在全球范围内蔓延且持续较长时间，公司不能根据行业结构变换，快速调整业务模式，公司移动营销业务将面临较大波动风险。

2017 年 10 月，公司与新华新媒签订《合作协议》，成为新华社公众号广告资源的独家代理；2019 年 12 月，交易双方协商修改原合作协议，公司从独家代理变更为一般代理。公司从独家代理变更为一般代理后，将面临更多的同行业公司的竞争，移动营销业务市场份额可能下降，可能导致该类业务的收入下滑，对公司该业务的经营产生不利影响。

（九）久佳信通业绩波动风险

2019 年 10 月，发行人收购久佳信通股权，形成非同一控制下企业合并。通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通 2019 年 11-12 月及 **2020 年**纳入合并范围，且于 2019 年合并报表中产生了投资收益 4,976.16 万元，商誉 9,379.17 万元；2020 年，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为 **30.15%、21.08%、55.65%、32.38%**，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。倘若久佳信通由于自身经营不善、收购后业务整合困难、宏观经济环境变化或国家产业政策调整等因素发生业绩波动的情况，将会对发行人的业绩产生重大不利影响。

（十）用户退款风险

发行人与运营商之间，以运营商实际收取的信息费作为结算基础，其中已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除，如果双方结算完成后发生用户退费的情况，运营商会在退费发生当期结算金额中进行抵扣；发行人与渠道供应商之间，以“有效计费”的信息费记录作为结算依据，若“有效计费”交易在后期发生退款的情形，发行人不会就此对渠道供应商进行追索。因此，用户后续退款导致的损失由发行人承担。运营商未向发行人提供用户退费明细数据，但退费金额包含在“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异中。报告期内上述差

异率均在 5%以内，用户退款对发行人增值电信服务收入的影响较小。针对上述情况可能导致的损失，发行人建立了严格的供应商管理体系和日常业务监控体系进行风险管控。发行人从事增值电信服务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人与渠道供应商未发生过对交易或结算存在异议/纠纷的情形。如果未来发行人不能继续有效对渠道供应商进行管理，不能及时发现异常交易，则存在由于承担用户退款导致损失的风险，将对发行人的经营业绩造成不利影响。

四、内控风险

（一）管理风险

报告期内，公司业务规模及资产规模保持了稳定增长。本次募集资金到位后，公司经营规模将快速扩大。业务及资产规模的快速增长对公司的管理水平、决策能力和风险控制水平提出了更高的要求。如果公司不能根据上述变化进一步建立健全完善的管理制度，不能对业务及资产实施有效的管理，将给公司持续发展带来风险。

（二）实际控制人不当控制风险

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人李征、陈坤通过直接和间接持股合计控制公司 77.25%股份。本次发行完成后，李征及陈坤仍将控制公司 57.94%的股权，对公司具有实际控制能力。同时，李征担任公司董事长和总经理、陈坤担任公司董事和副总经理，可对公司董事会决策和日常经营管理施加重大影响。

公司内部控制制度的健全完善和良好运行需要公司实际控制人的配合和支持。如果公司实际控制人未来不能很好地约束自身行为，不排除其以后通过控制的股份行使表决权对公司的经营决策实施不当控制，做出损害公司及其他中小股东利益的决策或安排，从而导致公司内部控制制度执行不力甚至失效，使得公司可能会面临实际控制人损害公司和中小股东利益的风险。

五、财务风险

（一）商誉减值风险

2015 年，公司收购了罗迪尼奥 100%股权，构成非同一控制下企业合并；2019 年，公司通过增持股份对久佳信通的持股比例达到 51%，构成非同一控制下企业合并。上述合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉。截至报告期末，公司商誉账面价值为 9,859.42 万元，其中因收购久佳信通形成的商誉为 9,379.17 万元，因收购罗迪尼奥形成的商誉为 480.25 万元。公司商誉主要为收购久佳信通所形成，久佳信通主要从事移动信息化服务，2019 年实现净利润 2,144.72 万元，**2020 年**实现净利润 **2,754.34 万元，达到了盈利预测水平；**罗迪尼奥主要从事增值电信服务和移动营销服务，经营情况亦正常，不存在减值迹象。如果未来宏观经济、市场条件以及产业政策等外部因素发生重大不利变化，导致上述两家公司经营情况不及预期，则公司存在商誉减值的风险，进而对经营业绩产生不利影响。

（二）毛利率波动风险

2018 年至 2020 年，公司综合毛利率分别为 38.17%、34.81%和 **23.21%**。作为成长型企业，公司不断拓展业务领域、开拓新的客户，新的业务体系增长迅猛，公司整体仍处于快速发展阶段。在新业务领域拓展前期，为更好地开拓市场、发展业务规模、增强总体盈利能力，公司会适当让利于产业链上下游企业，因此会造成一定时期新业务毛利率相对较低；随着新业务的稳步发展、相关服务经验的积累和技术水平的提升，公司新业务的毛利率将逐步趋于稳定。未来随着公司业务规模的增长以及对新业务领域的持续拓展，为成功进行业务开拓，公司可能会短期让利于上下游企业导致新业务毛利率相对较低，公司将面临毛利率波动的风险，将对公司的经营成果造成一定影响。

（三）税收优惠政策变化风险

报告期内，公司及其子公司享受的税收优惠政策主要包括高新技术企业所得税优惠、喀什地区企业五年内免征企业所得税和小型微利企业所得税优惠，具体情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策”之“（二）税收优惠”。**2018 年至 2020 年**，公司税收优惠占利润总额的比例分别为 13.25%、7.16%和 **12.23%**，税收优惠政策对公司及子公司的发展起到了一定促进作用。如果公司及子公司未来发生重

大变化导致不符合享受税收优惠政策的条件，或者国家调整相应税收优惠政策，将会对公司盈利能力及财务状况产生不利影响。

（四）本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行股份完成后，公司股本及净资产规模将有一定幅度的增加，由于募集资金投资项目的实施和收益实现需要一定周期，若公司在发行当年最终实现的净利润未能与股本及净资产规模同比例增长，每股收益、净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降，本次募集资金到位后发行人即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。

六、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目可行性分析是基于当前宏观市场环境、技术发展趋势、公司研发能力和技术水平、未来市场拓展情况等因素作出的。公司对募集资金投资项目进行了慎重、充分的调研和论证，认为这些项目有利于公司提升服务能力、拓展服务范围，对公司现有研发技术进行补充和完善，增强公司未来的持续盈利能力。但由于市场情况不断发生变化，如果募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，将导致本次募集资金投资项目经济效益的实现存在较大不确定性。

七、发行失败风险

在中国证监会同意注册且公司启动发行后，本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对发行人价值的判断、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内、外部因素的影响，存在发行失败的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	北京挖金客信息科技股份有限公司
英文名称	Beijing Waluer Information Technology Co., Ltd.
注册资本	人民币 5,100 万元
法定代表人	李征
有限公司成立日期	2011 年 2 月 24 日
整体变更为股份公司日期	2015 年 7 月 3 日
统一社会信用代码	91110108569475721M
住所	北京市海淀区知春路 51 号 1 幢 408
邮编	100029
联系电话	010-62986992
传真	010-62986997
互联网网址	www.waluer.com
电子信箱	wjk@waluer.com
董事会秘书（信息披露负责人）	刘志勇
信息披露的部门	证券事务部
信息披露负责人联系电话	010-62986992

二、发行人设立情况和重大资产重组情况

（一）发行人的设立情况

1、公司前身挖金客有限的设立情况

公司前身北京挖金客信息科技有限公司（以下简称“挖金客有限”）成立于 2011 年 2 月 24 日，注册资本为 10.00 万元。其中，李征和陈坤各以货币出资 5.00 万元。

2011 年 1 月 20 日，北京润鹏冀能会计师事务所出具了《验资报告》（京润[验]字[2011]-201706 号），确认截至 2011 年 1 月 20 日止，挖金客有限（筹）已收到全体股东以货币缴纳的注册资本（实收资本）10.00 万元。

2011 年 2 月 24 日，挖金客有限取得了由北京市工商局海淀分局核发的《企业法人营业执照》（注册号：110108013610700）。

挖金客有限设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	李征	5.00	50.00%
2	陈坤	5.00	50.00%
合计		10.00	100.00%

2、股份公司的设立情况

公司系由挖金客有限按照经审计的净资产折股整体变更设立。2015 年 6 月 18 日，挖金客有限召开临时股东会，全体股东一致同意由有限公司股东作为发起人，将有限公司整体变更为股份公司。同日，挖金客有限全体股东作为发起人，共同签署了《发起人协议》，同意共同发起设立股份有限公司。

2015 年 7 月 3 日，正中珠江对挖金客有限截至 2015 年 5 月 31 日的财务状况进行了审计，并出具了《审计报告》（广会审字[2015]G15036520018 号），挖金客有限截至 2015 年 5 月 31 日经审计的净资产为 4,255.65 万元。

2015 年 7 月 3 日，广东联信资产评估土地房地产估价有限公司（以下简称“联信评估”）对挖金客有限净资产进行了评估，并出具了《资产评估报告书》（联信（证）评报字[2015]第 A0324 号），本次评估的基准日为 2015 年 5 月 31 日，挖金客有限净资产账面价值为 4,255.65 万元，评估价值为 4,290.48 万元，增值率为 0.82%。公司未根据本次评估结果进行调账。

2015 年 7 月 3 日，挖金客召开创立大会暨 2015 年第一次临时股东大会，同意以挖金客有限经审计的 2015 年 5 月 31 日的净资产 4,255.65 万元按 1:0.234982 的比例折股 1,000.00 万股，整体变更为股份公司，每股面值 1 元，净资产超过股本的差额共 3,255.65 万元作为资本公积。

同日，正中珠江出具了《验资报告》（广会验字[2015]G15036520029 号），确认截至 2015 年 7 月 3 日止，各股东出资真实、足额到位。

2015 年 7 月 3 日，公司完成变更登记，领取了北京市工商行政管理局海淀分局核发的《营业执照》（注册号：110108013610700）。挖金客设立时的股东结构如下：

序号	发起人	持股数量（股）	持股比例
1	李征	3,575,000	35.75%
2	陈坤	2,925,000	29.25%
3	永奥投资	1,335,667	13.36%
4	芊芊年投资	800,000	8.00%
5	刘湘之	500,000	5.00%

序号	发起人	持股数量（股）	持股比例
6	支俊立	333,333	3.33%
7	陈健春	231,000	2.31%
8	张凤康	166,667	1.67%
9	刘志勇	100,000	1.00%
10	王晓辉	33,333	0.33%
合计		10,000,000	100.00%

（二）报告期内的股本和股东变化情况

1、报告期初，公司的股权结构

报告期初，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	李征	18,587,568	36.45%
2	陈坤	14,373,465	28.18%
3	永奥投资	6,435,474	12.62%
4	刘湘之	2,457,003	4.82%
5	芊芊年投资	2,401,204	4.71%
6	支俊立	2,148,000	4.21%
7	博创世成	1,035,319	2.03%
8	张凤康	819,002	1.61%
9	乾亨投资	614,251	1.20%
10	人合安润	614,251	1.20%
11	陈健春	510,135	1.00%
12	刘志勇	491,400	0.96%
13	张鲁明	221,130	0.43%
14	王晓辉	163,798	0.32%
15	郭庆	128,000	0.25%
合计		51,000,000	100.00%

2、2018 年 5 月，股权转让

2018 年 5 月 24 日，乾亨投资通过全国中小企业股份转让系统以 29.58 元/股的价格将其持有的挖金客全部股权转让给博创同德。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	李征	18,587,568	36.45%
2	陈坤	14,373,465	28.18%
3	永奥投资	6,435,474	12.62%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
4	刘湘之	2,457,003	4.82%
5	芊芊年投资	2,401,204	4.71%
6	支俊立	2,148,000	4.21%
7	博创世成	1,035,319	2.03%
8	张凤康	819,002	1.61%
9	博创同德	614,251	1.20%
10	人合安润	614,251	1.20%
11	陈健春	510,135	1.00%
12	刘志勇	491,400	0.96%
13	张鲁明	221,130	0.43%
14	王晓辉	163,798	0.32%
15	郭庆	128,000	0.25%
合计		51,000,000	100.00%

3、2018 年 6 月，股权转让

2018 年 6 月，陈健春通过全国中小企业股份转让系统以 23.53 元/股的价格将其持有的挖金客全部股权分别转让给张鲁明、王晓辉、张凤康，具体情况为：

转让方	受让方	转让股数（股）	转让价款（万元）
陈健春	张鲁明	255,000	600.02
	王晓辉	128,000	301.18
	张凤康	127,135	299.15

本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	李征	18,587,568	36.45%
2	陈坤	14,373,465	28.18%
3	永奥投资	6,435,474	12.62%
4	刘湘之	2,457,003	4.82%
5	芊芊年投资	2,401,204	4.71%
6	支俊立	2,148,000	4.21%
7	博创世成	1,035,319	2.03%
8	张凤康	946,137	1.86%
9	博创同德	614,251	1.20%
10	人合安润	614,251	1.20%
11	刘志勇	491,400	0.96%
12	张鲁明	476,130	0.93%
13	王晓辉	291,798	0.57%
14	郭庆	128,000	0.25%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
合计		51,000,000	100.00%

（三）发行人设立以来的重大资产重组情况

报告期内，公司发生的主要资产重组为2019年10月收购久佳信通股权，形成非同一控制下企业合并，其具体情况如下：

1、久佳信通的基本情况

久佳信通成立于2016年3月，法定代表人为齐博，经营范围为技术推广、技术服务；企业管理；货运代理；销售通讯设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；承办展览展示活动；产品设计；第二类增值电信业务中的信息服务业务(不含互联网信息服务)(增值电信业务经营许可证有效期至2021年08月17日)。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

2016年3月，挖金客与齐博、周晓磊共同出资设立久佳信通，其中挖金客持股比例为20%。随着久佳信通业务的逐步发展，挖金客2017年1月对久佳信通进行了增资，持股比例升至28%。本次收购前久佳信通股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	南靖佳信企业管理合伙企业（有限合伙）（注）	420.00	37.80%
2	南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）（注）	380.00	34.20%
3	挖金客	311.11	28.00%
合计		1,111.11	100.00%

注：南靖佳信企业管理合伙企业(有限合伙)和南靖佳科企业管理合伙企业(有限合伙)分别为周晓磊和齐博实际控制的合伙企业。

久佳信通主要为大型互联网企业、金融企业等各类政企客户提供移动信息服务。久佳信通自成立以来便专注于移动信息化服务领域,业务团队运营经验丰富,自主研发了功能强大的智能业务处理平台,积累了分布广泛的优质客户群体和覆盖三网、辐射全国的短信通道资源，经营规模增长迅速。

本次收购前一年（2018年）久佳信通的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日
资产总额	2,674.93

项目	2018 年 12 月 31 日
负债总额	431.12
所有者权益	2,243.81
项目	**2018 年**
营业收入	8,389.65
利润总额	435.11
净利润	408.06

注：以上数据经容诚会计师事务所审计。

久佳信通**2018 年至 2020 年**主要财务数据如下所示：

项目	2020.12.31/2020 年	2019.12.31/2019 年	2018.12.31/2018 年
总资产	**10,632.73**	8,785.24	2,674.93
净资产	**6,442.87**	3,688.52	2,243.81
营业收入	**28,448.67**	18,527.66	8,389.65
净利润	**2,754.34**	2,144.72	408.06

注：以上数据经容诚会计师事务所审计。

2、本次收购的具体内容和所履行的法定程序

2019 年 10 月 23 日，公司召开董事会，审议通过《关于公司购买资产》的议案，同意公司购买南靖佳信企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“南靖佳信”）持有的久佳信通 23%股权。同日，公司与南靖佳信签订了《股权转让协议》，约定南靖佳信向挖金客转让其持有的久佳信通 23%股权，转让价格为人民币 5,175.00 万元。公司和南靖佳信、南靖佳宇签订的上述《股权转让协议》中未包括对赌条款，公司与久佳信通原实际控制人不存在对赌条款。

2019 年 10 月 23 日，久佳信通召开股东会审议通过上述股权转让事项，并就本次股权转让签署了新的公司章程。

2019 年 10 月 24 日，挖金客根据协议约定，向南靖佳信支付股权转让款项 2,639.25 万元，占本次股权转让总价款的 51%。

2019 年 10 月 24 日，久佳信通取得了北京市工商行政管理局颁发的《营业执照》（统一社会信用代码：91110108MA00434Q5X），久佳信通完成了此次股权转让相关的工商变更。公司取得了久佳信通的控制权，完成对久佳信通的收购。

3、收购久佳信通的定价依据及公允性

（1）收购久佳信通的定价依据

挖金客本次收购标的为久佳信通 23%的股权。根据评估机构中水致远出具的《资产评估报告》（中水致远评报字[2019]第 020398 号），于评估基准日 2019

年 7 月 31 日，久佳信通股东全部权益价值评估值为 22,750.00 万元。本次交易价格以评估值为参考，经交易各方协商，最终确定久佳信通 23%股权的转让价格为 5,175.00 万元。本次收购的交易定价公允合理，未高于评估价值，未损害公司利益。

（2）收购久佳信通定价依据的公允性

同行业可比上市公司立昂技术收购同行业公司沃驰科技和大一互联、吴通控股收购同行业公司国都互联、海联金汇收购同行业公司联动优势时的评估增值情况如下：

单位：万元

收购公司	账面价值	评估值	增值率	P/E 倍数
沃驰科技	19,800.27	123,069.09	521.55%	14.17
大一互联	4,493.82	42,069.89	836.17%	18.53
国都互联	5,575.72	55,495.00	895.30%	17.17
联动优势	55,201.99	331,883.42	501.22%	19.27
平均	-	-	**688.56%**	**17.29**
久佳信通	3,080.86	22,750.00	638.43%	10.61

发行人本次收购久佳信通全部权益价值评估值为 22,750.00 万元,评估增值 19,669.14 万元，增值率 638.43%，P/E 倍数为 10.61（久佳信通估值倍数=久佳信通 100%股权估值/2019 年度久佳信通经审计的净利润），与同行业上市公司收购相关公司的平均增值率、P/E 倍数相近，符合行业惯例，评估值公允、合理。

本次交易价格以评估值为依据，经交易各方协商，确定久佳信通 23%股权的转让价格为 5,175.00 万元，交易定价公允、合理。

4、公司收购久佳信通的原因、合理性

久佳信通自 2016 年成立以来便专注于移动信息化服务领域，经过成立初期的业务摸索、核心团队磨合、业务系统升级等调整，久佳信通的经营日趋稳定，2019 年上半年业务规模和客户资源等方面都实现了较大的突破。本次收购前，久佳信通已自主研发了功能强大、高速运转、安全稳定的智能业务处理平台，具备丰富的运营经验，积累了分布广泛的优质客户群体和覆盖三网、辐射全国的短信通道资源，已成为卓望信息、小米科技、酷狗、去哪儿网、58 同城等大型企业客户的移动信息服务商。

移动信息化服务一直是公司近几年着力发展的业务板块。公司自身从 2016

年开始开展移动信息化服务，目前已与腾讯云、携程、国家电网等大型企业客户建立了稳定的合作关系。同时，通过 2016 年参股设立、2017 年增资扩股、2019 年收购控股，公司逐步实现了对久佳信通的控制，进而实现了移动信息化服务业务规模的快速扩张。通过本次收购，公司可以扩大优质客户资源和市场份额，同时在技术、管理、团队、采购等方面实现共享，充分发挥业务协同效应。业务协同的实现和经营规模的扩张，将提高公司的抗风险能力和持续盈利能力。

5、收购后的整合情况

2019 年 10 月，发行人完成对久佳信通收购后，对其业务发展、人员、公司治理、财务控制方面具体的整合情况如下：

（1）业务发展整合情况：本次收购完成后，公司确定了全面的经营计划和发展方向，将久佳信通在研发、产品、市场渠道等方面统一纳入公司整体统筹，协同发展。公司对久佳信通的营销、采购体系进行了系统化整合，实现客户、供应商渠道资源一体化管理，为目标客户提供更加丰富且更有针对性的产品与服务，同时也多元化采购渠道，降低采购成本，为公司的业绩增长提供额外的发展动力。

（2）人员整合情况：本次收购完成后，久佳信通改组了董事会，董事会 3 名董事席位中有 2 名是由挖金客高级管理人员李征和郭庆担任，其中李征任董事长；挖金客的业务总监魏彦丽兼任久佳信通监事；挖金客财务负责人郭庆兼任久佳信通财务总监，直接负责管理久佳信通财务部门。同时，挖金客已派遣部分业务人员进入久佳信通，双方各部门已逐步整合、相互配合，实现运营经验和研发技术的共享。

（3）公司治理运行情况：本次收购完成后，公司将久佳信通全面纳入统一的管理体系和治理结构中，向久佳信通推行与公司一致的财务管理制度等内部控制制度，提高久佳信通的业务规范程度和综合管理水平，确保公司保持良好的整体治理水平。

（4）公司财务控制情况：本次收购完成后，发行人整合了久佳信通的财务管理制度。发行人财务负责人郭庆兼任久佳信通财务总监，直接负责管理久佳信通财务部门，同时派出 2 名财务人员分别担任久佳信通的会计和出纳，负责久佳信通日常财务工作。

综上所述，发行人收购久佳信通后对其业务、人员、公司治理、财务等方面均予以整合并控制，发行人对久佳信通具备控制力。

6、本次收购对公司管理层、实际控制人的影响

本次收购是公司以现金形式对原参股公司久佳信通增持股份最终实现非同一控制下的企业合并，对公司的股权结构不存在影响，对公司管理层和实际控制人亦不存在影响。

7、本次收购为非同一控制下企业合并、公司主营业务未发生重大变化的判定

本次收购前，公司持有久佳信通 28%的股份，久佳信通不受公司或公司控股股东、实际控制人的控制；本次收购后，公司持有久佳信通 51%的股份，实现了对久佳信通的控制，故本次收购久佳信通属于非同一控制下企业合并。

久佳信通的主营业务是为大型互联网企业、金融企业等各类政企客户提供移动信息服务，公司自身亦从事移动信息化服务，公司通过本次收购实现了移动信息化服务业务规模的快速扩张。公司本次收购的久佳信通主营业务与公司重组前业务具有高度相关性。

以收购前一年度即 2018 年经审计的相关数据计算，久佳信通资产总额、资产净额、营业收入、利润总额占发行人相关项目的比例如下：

单位：万元

项目	久佳信通（①）	挖金客（②）	占比（①/②）
资产总额	2,674.93	18,761.71	14.26%
资产净额	2,243.81	17,200.50	13.05%
营业收入	8,389.65	21,014.29	39.92%
利润总额	435.11	6,835.67	6.37%

久佳信通的主营业务与公司重组前业务具有高度相关性。根据上表数据，久佳信通重组前一个会计年度末（2018 年 12 月 31 日）的资产总额、资产净额或前一个会计年度（2018 年）的营业收入或利润总额，均未达到重组前公司相应项目的 50%，故公司主营业务未发生重大变化。

综上，根据《首发业务若干问题解答》等规定，公司本次收购为非同一控制下企业合并，公司主营业务未发生重大变化，符合重组后运行期限等相关要求。

8、本次评估增值率较高的原因及合理性

本次收购通过收益法对久佳信通未来的经营状况和获利能力进行分析，充分反映久佳信通股东全部权益的市场价值，该价值内涵包含了久佳信通全部的经营成果和发展能力的市场价值。故评估结果相对于账面成本有较大程度的增值。

本次评估增值率较高的具体原因如下：

（1）久佳信通具有技术水平、客户资源、通道资源、管理团队等竞争优势

①技术水平

久佳信通自成立以来便持续升级移动信息化服务系统，截至报告期末已拥有22 个自主研发的软件著作权。久佳信通通过自行研发的信息运维平台，采用智能交互处理技术，能够实现同一时间瞬时并发的多个终端相互信息传输，并确保服务的及时性、安全性和稳定性。目前，久佳信通信息运维平台能够充分满足各类客户高时效、高保障性的业务需求。

②客户资源

久佳信通具备为大型互联网企业、金融企业等各类政企客户提供服务的能力，满足了客户对于数据安全、服务稳定、信息及时、合规运营等方面的需求。目前，久佳信通的主要客户包括卓望信息、爱奇艺、小米科技、酷狗、去哪儿网、58同城等。

③短信通道资源

久佳信通在业务发展过程中不断拓展短信通道资源，逐步与电信运营商或其代理商建立了广泛合作关系。目前，久佳信通已建立了覆盖三网、辐射全国的短信通道资源体系。丰富的短信通道资源能够满足客户就短信发送的类型、性能、价格等多方面服务需求。

④专业的管理团队

久佳信通拥有经验丰富、执行力强的核心管理团队，主要业务负责人在移动信息化服务领域从业多年，具备丰富的业务运营经验和和深刻的行业认识，为久佳信通的快速发展提供了保障。

（2）本次收购定价符合同行业收购惯例

同行业可比上市公司立昂技术收购同行业公司沃驰科技和大一互联、吴通控股收购同行业公司国都互联、海联金汇收购同行业公司联动优势时的评估增值情况如下：

单位：万元

被收购公司	账面价值	评估值	增值率	P/E 倍数
沃驰科技	19,800.27	123,069.09	521.55%	14.17
大一互联	4,493.82	42,069.89	836.17%	18.53

被收购公司	账面价值	评估值	增值率	P/E 倍数
国都互联	5,575.72	55,495.00	895.30%	17.17
联动优势	55,201.99	331,883.42	501.22%	19.27
平均	-	-	**688.56%**	**17.29**
久佳信通	3,080.86	22,750.00	638.43%	10.61

久佳信通所处行业为轻资产行业，收购时相关资源和核心优势无法在企业账面价值体现，导致评估增值率较高。本次收购时，久佳信通全部权益价值评估值为 22,750.00 万元,评估增值 19,669.14 万元，增值率 638.43%，P/E 倍数为 10.61 倍（久佳信通估值倍数=久佳信通 100%股权估值/2019 年度久佳信通经审计的净利润）；与同行业上市公司收购同行业公司的平均增值率、P/E 倍数相近。

基于对企业培育和对未来业务发展的战略布局，本次收购的交易各方以评估值为参考，经协商确定本次收购价格，交易定价公允、合理。

9、本次收购的评估方法、相关核心假设与评估参数及其合理性

（1）选取的评估方法

本次收购对久佳信通的评估采取收益法和资产基础法两种评估方法，最终评估结论采用收益法的评估结果。

经评估，于评估基准日 2019 年 7 月 31 日，久佳信通股东全部权益价值评估值为 22,750.00 万元,与账面净资产价值 3,080.86 万元相比评估增值为 19,669.14 万元，增值率为 638.43%。

收益法是从久佳信通的未来获利能力角度考虑的，其结果不仅反映了有形资产的价值，而且包括了软件著作权、合同权益、客户资源、营销网络、技术研发团队、管理团队等无形资产的价值，而资产基础法主要是从成本构建的角度，基于企业的资产负债表进行的，虽然结果中考虑了软件著作权的价值，但是对于久佳信通客户资源、人力资源、营销网络、技术研发团队、管理团队等价值并未全面反映。

评估专业人员经过对久佳信通财务状况的调查和历史经营业绩分析，依据资产评估准则的规定，结合本次资产评估的评估目的、适用的价值类型、被评估单位的行业特征，认为收益法的评估结果能更全面、合理地反映久佳信通的股东全部权益价值，因此选定收益法评估结果作为最终评估结论。

综上所述，收益法的评估结果更为合理，更能客观反映久佳信通的公允价值，因此采用收益法的评估结果作为最终评估结果。

评估机构采取的收益法是以未来现金流量折现的方式对企业股权价值进行评估，计算情况如下：

期间	2019 年 8-12 月	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
自由现金流量（万元）	656.29	3,479.64	2,365.90	2,480.09	2,601.92	2,698.57
折现率（WACC）	12.51%	12.47%	12.47%	12.47%	12.47%	12.47%
折现系数	0.9757	0.8979	0.7983	0.7098	0.6311	5.0609
折现值（万元）	640.34	3,124.37	1,888.70	1,760.37	1,642.07	13,657.19
自由现金流量现值（万元）						22,700.00
溢余资产和非经营性资产净值（万元）						51.01
企业股权价值（万元）						**22,750.00**

注：上述指标具体说明如下：

1、自由现金流量：指企业经营活动产生的现金流量扣除资本性支出的差额，通过对未来各期营业收入、营业成本、期间费用等项目进行合理预测后，再进行相关计算得出。

2、折现率的确定情况详见下述对评估参数的说明。

3、一般预测期的折现系数=1/(1+折现率)^n，n 为年数；永续期的折现系数=1/折现率*2023 年折现系数。

4、折现值=自由现金流量*各期对应的折现系数。

5、自由现金流量现值=各期折现值加总；计算结果取整。

6、溢余资产和非经营性资产净值：与预测现金流不直接相关的资产、负债在评估基准日的账面价值。

7、企业股权价值=自由现金流量现值+溢余资产和非经营性资产净值；计算结果取整。

（2）相关核心假设与评估参数及其合理性

①相关核心假设

A.交易假设：假定所有待评估资产已经处在交易过程中，资产评估师根据待评估资产的交易条件等模拟市场进行估价。

B.公开市场假设：公开市场假设是对资产拟进入的市场的条件以及资产在这样的市场条件下接受何种影响的一种假定。公开市场是指充分发达与完善的市场条件，是指一个有自愿的买方和卖方的竞争性市场，在这个市场上，买方和卖方的地位平等，都有获取足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易都是在自愿的、理智的、非强制性或不受限制的条件下进行。

C.资产持续使用假设：持续使用假设是对资产拟进入市场的条件以及资产在这样的市场条件下的资产状态的一种假定。首先被评估资产正处于使用状态，其次假定处于使用状态的资产还将继续使用下去。在持续使用假设条件下，没有考

虑资产用途转换或者最佳利用条件，其评估结果的使用范围受到限制。

D.企业持续经营假设：被评估单位的生产经营业务可以按其现状持续经营下去，并在可预见的经营期内，其经营状况不发生重大变化。

②主要评估参数及其合理性

A.营业收入

通过对历史数据的分析，结合久佳信通的销售计划及未来的发展规划，考虑到相关预测参数的市场变化趋势，对久佳信通的收入进行预测，久佳信通收入的参数预测和合理性分析如下：

单位：万元

年度	营业收入	合理性分析
2019 年 8-12 月	12,133.75	根据已签项目及预计完成情况进行测算
2020 年	27,059.50	根据公司近年实际业绩情况，行业发展状况及同行业公司的增长情况综合确定
2021 年	28,717.44	
2022 年	30,484.09	
2023 年	32,366.72	

B.折现率

采用加权平均资本成本确定折现率。由于自由现金流量代表的现金流量未扣除任何有关融资的资金流，且加权平均资本成本是反映公司可获得的资金成本（负债和股本）以及对债权人和股东不同回报率上的杠杆影响的指标，所以一般采用加权平均资本成本（WACC）作为评估公司价值的折现率。

WACC 的计算公式为：

$$WACC=\left(\frac{1}{1+D/E}\right)\times \mathrm{Re}+\left(\frac{1}{1+E/D}\right)\times(1-T)\times Rd$$

其中股权资本成本Re按资本资产定价模型（CAPM）求取，计算方法如下：

Re=Rf+Rpm× β +a

上述公式中相关评估参数的定义、取值及合理性分析如下：

项目	取值	合理性分析
债务资本占股权资本的比重 D/E	9.89%	根据久佳信通被评估基准日时的资本结构，计算久佳信通目标债务资本占股权资本的比重
股权资本占债务资本的比重 E/D	10.11	根据久佳信通被评估基准日时的资本结构，计算久佳信通目标股权资本占债务资本的比重
所得税税率 T	15%	久佳信通作为高新技术企业，2019 年的所得税税率为 15%。
	25%	鉴于久佳信通的高新技术企业证书于 2020 年到期，出于

项目	取值	合理性分析
		谨慎性考虑，从 2020 年起所得税税率按 25%计算。
无风险报酬率 Rf	3.43%	按年付息、且剩余年限在 5 年以上的中、长期记账式国债的到期收益率平均值
市场风险收益率 Rpm	6.94%	在成熟股票市场风险溢价的基础上进行国家信用违约风险息差调整，得到中国市场风险溢价比例
无财务杠杆风险系数 βu	0.8646	可比上市公司于评估基准日前 2 年剔除杠杆调整 Beta 之平均值
风险系数 β	0.9373	β/βu=1+D/E×（1-T）（按所得税率为 15%计算）
	0.9288	β/βu=1+D/E×（1-T）（按所得税率为 25%计算）
企业个别风险系数 α	3.50%	综合考虑国家风险、规模风险、经营风险、财务风险、流动性风险等给定
股权资本成本 Re	13.43%	Re=Rf+Rpm×β+α（按所得税率为 15%计算）
	13.38%	Re=Rf+Rpm×β+α（按所得税率为 25%计算）
债务资本成本 Rd	4.35%	评估基准日久佳信通的借款利率
加权平均资本成本（WACC）	12.51%	见前文公式（按所得税率为 15%计算）
	12.47%	见前文公式（按所得税率为 25%计算）

10、久佳信通原股东南靖佳信和南靖佳科的基本情况

本次收购前久佳信通股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	南靖佳信企业管理合伙企业（有限合伙）	420.00	37.80%
2	南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）	380.00	34.20%
3	挖金客	311.11	28.00%
合计		1,111.11	100.00%

（1）南靖佳信和南靖佳科的基本情况

①南靖佳信的基本情况如下：

合伙企业名称	南靖佳信企业管理合伙企业（有限合伙）
成立日期	2019 年 9 月 26 日
注册资本	420.00 万元
执行事务合伙人	白云
注册地	福建省漳州市南靖县山城镇江滨路 23 号邮政综合楼三楼 301-104
股权结构	周晓磊持有南靖佳信 99%份额，白云持有南靖佳信 1%份额
经营范围	企业管理；企业管理咨询服务；人力资源服务(不含劳务派遣)；软件开发；信息技术咨询服务；提供企业营销策划服务；企业登记代理服务；非证券类股权投资及股权投资有关的咨询服务

注：白云为周晓磊的妻子，南靖佳信为周晓磊实际控制的合伙企业。**南靖佳信于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳信通华企业管理合伙企业（有限合伙），地址变更为贵州省贵阳市南明区月亮路月亮岩商住 5 楼 2 单元 1 层 3 号 108。上述工商变更仅为合伙企业名称、地址变更，实际股东并未发生变化。**

收购当年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.12.31/2019 年
总资产	5,345.88
净资产	5,345.76
营业收入	-
投资收益	8,652.00
净利润	8,652.01

注：上述财务数据未经审计。

②南靖佳科的基本情况如下：

合伙企业名称	南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）
成立日期	2019 年 9 月 26 日
注册资本	380.00 万元
执行事务合伙人	齐博
注册地	福建省漳州市南靖县山城镇江滨路 23 号邮政综合楼三楼 301-109
股权结构	齐博持有南靖佳信 50%份额，林琳持有南靖佳信 50%份额
经营范围	企业管理；企业管理咨询服务；人力资源服务(不含劳务派遣)；软件开发；信息技术咨询服务；提供企业营销策划服务；企业登记代理服务；非证券类股权投资及股权投资有关的咨询服务

注：林琳为齐博的妻子，南靖佳科为齐博实际控制的合伙企业。**南靖佳科于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚科通企业管理合伙企业(有限合伙)，地址变更为贵州省贵阳市南明区月亮路月亮岩商住 5 楼 2 单元 1 层 3 号 110,上述工商变更仅为合伙企业名称、地址变更，实际股东并未发生变化。**

收购当年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.12.31/2019 年
总资产	380.02
净资产	379.97
营业收入	-
投资收益	513.00
净利润	512.97

注：上述财务数据未经审计。

（2）南靖佳信和南靖佳科与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董监高不存在关联关系，发行人实际控制人及关联方与久佳信通实际控制人及关联方不存在资金或业务往来

南靖佳信和南靖佳科的股权情况如下：

南靖佳信为周晓磊实际控制的合伙企业。周晓磊持有南靖佳信 99%份额，白云持有南靖佳信 1%份额，白云为周晓磊的妻子。

南靖佳科为齐博实际控制的合伙企业。齐博持有南靖佳信 50%份额，林琳持有南靖佳信 50%份额，林琳为齐博的妻子。

南靖佳信和南靖佳科与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董监高不存在关联关系，发行人实际控制人及关联方与久佳信通实际控制人及关联方不存在资金或业务往来。

11、本次收购相关会计处理

（1）本次股权收购的合并日，相关会计处理及符合《企业会计准则》规定，对发行人主要财务数据和财务指标的影响

①合并日的确定

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》应用指南，合并日或购买日是指合并方或购买方实际取得对被合并方或被购买方控制权的日期，即被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期。同时满足下列条件的，通常可认为实现了控制权的转移：

A.企业合并合同或协议已获股东大会等通过。

B.企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。

C.参与合并各方已办理了必要的财产权转移手续。

D.合并方或购买方已支付了合并价款的大部分（一般应超过 50%），并且有能力、有计划支付剩余款项。

E.合并方或购买方实际上已经控制了被合并方或被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。

发行人于 2019 年 10 月 23 日召开第二届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司购买资产》的议案，由于上述资产收购不构成重大资产重组及关联交易，根据公司章程规定，该议案无需提交股东大会审议。

本次收购不需要经过国家有关主管部门审批。

2019 年 10 月 24 日，久佳信通完成了本次股权收购的工商变更，双方办理了财产权转移手续，本次工商变更后，发行人持有久佳信通的股权比例为 51%。

根据转让协议，本次股权收购价款为 5,175 万元，双方约定，2019 年 10 月 31 日之前支付 51%转让款，2020 年 12 月 31 日之前支付 28%转让款，2021 年 12

月 31 日之前支付 16%转让款，2022 年 12 月 31 日之前支付 5%转让款。发行人于 2019 年 10 月 24 日，支付了股权收购款的 51%，结合发行人的财务状况，发行人有能力、有计划支付剩余款项。

2019 年 10 月 24 日，久佳信通完成董事会变更，变更后，久佳信通共 3 名董事，发行人委派董事长及一名董事，根据久佳信通的公司章程约定，公司重大经营决策由董事会决定；同时，发行人委派了财务总监及财务人员，故发行人实际上已经控制了久佳信通的财务和经营政策。

故综合上述情形，发行人根据通常处理方法，将合并日确认为 2019 年 10 月 31 日，符合《企业会计准则》要求。

②合并类型的判断

本次合并类型为非同一控制下企业合并。

A.本次收购前，久佳信通的股权结构及董事会成员组成情况为：

股东	出资额（万元）	持股比例	提名董事数量（人）及职位
南靖佳信	420.0000	37.80%	1
南靖佳科	380.0000	34.20%	1
挖金客	311.1100	28.00%	1
合计	**1,111.1100**	**100.00%**	**3**

本次收购前，发行人为久佳信通第三大股东，且仅委派一名董事，无法控制久佳信通。

B.本次收购后，久佳信通的股权结构及董事会成员组成情况为：

股东	出资额（万元）	持股比例	提名董事数量（人）及职位
挖金客	566.6667	51.00%	2
南靖佳科	380.0000	34.20%	1
南靖佳宇	164.4444	14.80%	无提名权
合计	**1,111.1100**	**100.00%**	**3**

本次收购后，发行人完成了对久佳信通的控制，成为久佳信通的实际控制人。

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》第十条，参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。

故本次合并类型确认为非同一控制下的企业合并符合《企业会计准则》的要求。

③非同一控制下合并的会计处理

A.商誉的计算

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》第十三条，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。本次商誉计算过程为：

单位：万元

项目	说明	金额
1、购买日久佳信通公司净资产账面价值	A	2,874.64
2、本次收购评估增值的无形资产影响金额的计算：		
（1）2019 年 7 月 31 日无形资产评估增值	a	1,490.00
（2）2019 年 8-10 月评估增值的无形资产的摊销金额	b	37.25
（3）购买日评估增值的无形资产净值	c=a-b	1,452.75
（4）购买日评估增值的无形资产对应的递延所得税负债	d=c*15%（注 1）	217.91
(5)评估增值的无形资产对购买日可辨认净资产公允价值的影响金额	B=c-d	1,234.84
3、购买日可辨认净资产公允价值	C=A+B	4,109.48
4、购买日可辨认净资产公允价值份额	D=C*51%（注 2）	2,095.83
5、合并成本的计算：		
（1）本次收购增持 23%股权的交易价格	e	5,175.00
（2）本次收购前持有的 28%股权的公允价值	f=e/23%*28%	6,300.00
（3）合并成本	E=e+f	11,475.00
6、商誉	F=E-D	9,379.17

注 1：1）根据《企业会计准则第 18 号——所得税》的规定：“由于企业会计准则规定与税法规定对企业合并的处理不同，可能会造成企业合并中取得资产、负债的入账价值与其计税基础的差异。比如非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常应调整企业合并中所确认的商誉。”2）本次非同一控制下企业合并中存在无形资产评估增值，上述无形资产的账面价值与其计税基础产生暂时性差异，需确认递延所得税负债，进而影响可辨认净资产公允价值。2019 年久佳信通适用的所得税税率为 15%，购买日评估增值的无形资产对应的递延所得税负债=评估增值无形资产净值*15%。

注 2：购买日的持股比例为 51%。

注 3：购买日为 2019 年 10 月 31 日。

B.投资收益的计算

根据《企业会计准则解释第 4 号》，企业通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，应当区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

a.个别财务报表中，应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的

被购买方的股权涉及其他综合收益的，应当在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，下同）转入当期投资收益。

b.在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当转为购买日所属当期投资收益。

发行人具体会计处理：

1）在个别财务报表中，应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本，不涉及其他综合收益，具体计算如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值	1,323.84
购买日新增投资成本	5,175.00
初始投资成本	6,498.84

2）合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，具体计算过程如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前原持有股权在购买日的账面价值	1,323.84
购买日之前原持有股权在购买日的公允价值	6,300.00
购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失	4,976.16

综上所述，发行人对于本次非同一控制下合并的会计处理符合企业会计准则关于企业合并的规定，均按照会计准则进行会计处理。

（2）发行人收购久佳信通前未对其实际控制

本次收购前，久佳信通的股权结构及董事会成员组成情况为：

股东	出资额（万元）	持股比例	提名董事数量（人）及职位
南靖佳信	420.0000	37.80%	1
南靖佳科	380.0000	34.20%	1
挖金客	311.1100	28.00%	1

股东	出资额（万元）	持股比例	提名董事数量（人）及职位
合计	1,111.1100	100.00%	3

本次收购前，发行人为久佳信通第三大股东，持股比例为 28%，其他两名股东持股比例为 72%，发行人无法控制久佳信通的股东会。此外，发行人仅委派一名董事，发行人也无法控制久佳信通董事会。发行人收购久佳信通前不能对其实际控制。

（3）本次收购与之前的参股设立、增资扩股不构成一揽子交易；认定为一揽子交易及认定为一揽子交易的会计处理差异及对相关会计科目的影响

①发行人与其他股东共同投资设立久佳信通

随着移动信息化服务行业高速发展，发行人看好移动信息化服务行业前景，2016 年 3 月，发行人与齐博、周晓磊共同出资设立久佳信通，由于公司成立初期，经营风险较大，故发行人出资 200 万元，持股比例 20%，根据久佳信通成立初期的公司章程，久佳信通的董事会由 3 人构成，其中发行人委派 1 名董事，参与公司的重大经营和财务决策。

②发行人对久佳信通进行增资扩股

2017 年，移动信息化服务行业继续保持高速增长，发行人决定增加对此类业务的投资，此时，久佳信通的生产经营已经步入正轨，且 2016 年成立当年即实现了 56.55 万元的净利，发行人决定对其增资扩股。2017 年 1 月，经董事会审议通过，发行人以自有资金人民币 700 万元对久佳信通增资，其中 111.1111 万元为新增注册资本，588.8889 万元计入资本公积，增资完成后，发行人占久佳信通注册资本的 28%。

③发行人收购久佳信通

2019 年，为了进一步扩展公司业务，丰富产业结构，发行人决定对久佳信通进行收购。经过几年发展，久佳信通已经具有相对优秀的为互联网、金融等各类政企客户提供移动信息化服务的能力。2019 年 10 月，发行人从南靖佳信处购买久佳信通 23%股权，连同以前所持有的 28%股权，合计持有 51%股权，形成了对久佳信通的控制。本次收购将帮助公司培养新的业务增长点，帮助公司提升市场竞争力，对公司具有积极意义。

④本次收购与之前的参股设立、增资扩股不构成一揽子交易

根据《企业会计准则-企业合并》讲解，各项交易的条款、条件以及经济影

响符合下列一种或多种情况的，通常将多次交易作为“一揽子交易”进行会计处理：

A.这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的。

B.这些交易整体才能达成一项完整的商业结果。

C.一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生。

D.一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

发行人对久佳信通的设立、增资、收购等行为，是发行人各经营阶段的正常投资决策行为，上述行为之间是独立的，相互之间并非考虑了彼此影响的情况下所发生，并非取决于其他行为的发生，故发行人对久佳信通的设立、增资、收购等行为相互独立，不构成一揽子交易。

⑤不认定为一揽子交易及认定为一揽子交易的会计处理差异及对相关会计科目的影响

若本次收购被认定为一揽子交易，即自成立初始即发行人控制久佳信通，并将久佳信通纳入合并范围，对相关会计科目的影响如下：

单位：万元

项目	非一揽子交易		一揽子交易	
	2020.12.31	2019.12.31	2020.12.31	2019.12.31
商誉	**9,859.42**	9,859.42	**480.25**	480.25
资产总额	**35,266.65**	33,419.35	**24,608.56**	22,612.26
资本公积	**3,387.81**	3,387.81	**-**	-
净资产	**30,559.52**	26,644.20	**20,093.28**	16,051.30
收入总额	**51,116.60**	25,842.24	**51,116.60**	39,030.90
利润总额	**9,563.68**	12,761.48	**9,712.68**	8,928.47
净利润	**8,505.32**	12,020.06	**8,631.97**	7,945.29
归属于母公司净利润	**7,217.75**	11,631.60	**7,282.35**	6,588.28
少数股东损益	**1,287.57**	388.46	**1,349.63**	1,357.00
归属于母公司所有者权益	**26,869.85**	24,242.10	**16,936.27**	14,243.93
少数股东权益	**3,689.67**	2,402.10	**3,157.00**	1,807.38

（续上表）

单位：万元

项目	非一揽子交易		一揽子交易	
	2018.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2017.12.31

项目	非一揽子交易		一揽子交易	
	2018.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2017.12.31
商誉	480.25	480.25	480.25	480.25
资产总额	18,761.71	17,487.91	20,143.35	19,568.60
资本公积	3,387.81	3,387.81	2,965.14	2,965.14
净资产	17,200.50	15,636.54	18,151.02	16,386.23
收入总额	21,014.29	21,002.23	29,403.94	28,665.97
利润总额	6,835.67	6,485.47	7,149.95	7,379.46
净利润	6,153.96	5,902.87	6,441.18	6,638.16
归属于母公司净利润	6,153.96	5,902.87	6,147.38	5,889.94
少数股东损益	-	-	293.80	748.22
归属于母公司所有者权益	17,200.50	15,636.54	16,759.47	15,202.09
少数股东权益	-	-	1,391.54	1,184.14

如上表所示，2019 年，发行人收购南靖佳信持有的久佳信通 23%股权，在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，2019 年的归属于母公司净利润分别为 11,631.60 万元和 6,588.28 万元，差异金额为 5,043.32 万元，主要原因系在不认定为一揽子交易的情况下，发行人对原持有的股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，该金额为 4,976.16 万元，具体如下：

在不认定为一揽子交易的情况下，发行人收购久佳信通属于通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的情形，根据《企业会计准则解释第 4 号》规定，企业通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，发行人计算投资收益过程如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前原持有股权在购买日的账面价值	1,323.84
购买日之前原持有股权在购买日的公允价值	6,300.00
购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失	4,976.16

在认定为一揽子交易的情况下，即久佳信通自设立之初即受发行人控制，发行人收购久佳信通股权属于购买子公司少数股东股权的情形，根据《企业会计准则解释第 2 号》规定，母公司购买子公司少数股权，母公司在编制合并财务报表时，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公

司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整所有者权益（资本公积），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

故综上所述，上述差异金额主要系会计处理方式不同所致，在不认定为一揽子交易的情形下，购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失计入当期投资收益，认定为一揽子交易的情形下未产生因公允价值重新计量而产生的利得或损失。

发行人收购久佳信通股权非一揽子交易，自 2019 年 10 月将久佳信通纳入合并范围，故不认定为一揽子交易情况下，2019 年度**和 2020 年度**净利润即为发行人审计报告披露的净利润。认定为一揽子交易情况下，发行人模拟计算自久佳信通成立初始即受发行人控制，即自设立起即纳入发行人的合并范围，2019 年度两种情形下净利润计算过程如下：

单位：万元

项目	非一揽子交易	一揽子交易	差额
一、营业收入	25,842.24	39,030.90	13,188.66
减：营业成本	16,845.54	27,337.16	10,491.62
税金及附加	71.20	71.25	0.05
销售费用	417.53	558.38	140.85
管理费用	859.68	1,091.52	231.84
研发费用	844.93	1,471.39	626.46
财务费用	-23.64	-17.19	6.45
信用减值损失	130.31	287.42	157.11
加：其他收益	66.81	111.79	44.98
投资收益（损失以“-”号填列）	5,971.17	558.50	-5,412.67
二、营业利润（亏损以“－”填列）	12,734.69	8,901.25	-3,833.44
加：营业外收入	26.79	27.23	0.44
减：营业外支出	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	12,761.48	8,928.47	-3,833.01
减：所得税费用	741.42	983.18	241.76
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	12,020.06	7,945.29	-4,074.77
其中：归属于母公司所有者的净利润	11,631.60	6,588.28	-5,043.32
少数股东损益	388.46	1,357.00	968.54

2020 年度两种情形下净利润计算过程如下：

单位：万元

项目	非一揽子交易	一揽子交易	差额

项目	非一揽子交易	一揽子交易	差额
一、营业收入	51,116.60	51,116.60	-
减：营业成本	39,250.76	39,101.76	149.00
税金及附加	33.80	33.80	-
销售费用	572.85	572.85	-
管理费用	907.59	907.59	-
研发费用	1,259.68	1,259.68	-
财务费用	-2.03	-2.03	-
信用减值损失	77.41	77.41	-
加：其他收益	243.15	243.15	-
投资收益（损失以“-”号填列）	243.90	243.90	-
二、营业利润（亏损以“—”填列）	9,503.58	9,652.58	-149.00
加：营业外收入	63.81	63.81	-
减：营业外支出	3.71	3.71	-
三、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	9,563.68	9,712.68	-149.00
减：所得税费用	1,058.35	1,080.70	-22.35
四、净利润（净亏损以“—”号填列）	8,505.32	8,631.97	-126.65
其中：归属于母公司所有者的净利润	7,217.75	7,282.35	-64.59
少数股东损益	1,287.57	1,349.63	-62.06

两种处理方式下，差异主要受投资收益的影响，即根据前述两种会计处理的方式不同，在非一揽子交易情形下发行人对原持有的股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。

其他项目差异主要系合并久佳信通的时点不同，非一揽子交易情形下发行人合并久佳信通的时点为 2019 年 10 月 31 日，一揽子交易情形下发行人合并久佳信通的时点为久佳信通成立之日。

12、本次收购的无形资产评估情况

（1）久佳信通账面未记录的软件著作权和域名的具体情况

久佳信通账面未记录的无形资产主要系公司自主申报的 7 项计算机软件著作权和 1 项域名，具体情况如下：

①计算机软件著作权

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
1	短信通道流量数据分析系统 V1.0	软著登字第 1957867 号	2017SR372583	2016.09.10	2017.07.14	原始取得	久佳信通
2	企业短信发送管理云平台 V1.0	软著登字第 1957858 号	2017SR372574	2016.10.20	2017.07.14	原始取得	久佳信通

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
3	彩信可视化编辑发送系统 V1.0	软著登字第 1957853 号	2017SR372569	2016.11.18	2017.07.14	原始取得	久佳信通
4	企信通业务管理系统 V1.0	软著登字第 1964817 号	2017SR379533	2016.08.11	2017.07.18	原始取得	久佳信通
5	语音短信服务系统 V1.0	软著登字第 1962718 号	2017SR377434	2016.11.10	2017.07.18	原始取得	久佳信通
6	智能运维业务支撑系统 V1.0	软著登字第 1962703 号	2017SR377419	2016.12.15	2017.07.18	原始取得	久佳信通
7	短信流量管理控制系统 V1.0	软著登字第 1967985 号	2017SR382701	2016.07.07	2017.07.19	原始取得	久佳信通

②域名

序号	域名	注册时间	到期时间	取得方式	注册所有人
1	jj-mobile.com	2016.05.11	2021.05.11	申请取得	久佳信通

上述无形资产均为久佳信通自主申报、未资本化的无形资产，故账面原值为零。

（2）无形资产评估增值情况

①无形资产评估增值的原因

根据评估机构中水致远出具的《资产评估报告》（中水致远评报字[2019]第 020398 号），评估机构采用收益法对 7 项计算机软件著作权和 1 项域名进行评估，上述无形资产应用于久佳信通整个短彩信发送服务业务中，评估基准日的评估价值为 1,490.00 万元。

上述 7 项软件著作权均在国家版权局进行了著作权登记、1 项域名已在工信部域名信息备案管理系统进行了备案，久佳信通拥有上述无形资产的权属并实际控制。久佳信通的主营业务为移动信息化服务，高速运转、安全稳定的智能业务处理平台是久佳信通业务经营的基础。上述评估增值的无形资产是构成智能业务处理平台的重要要素，能够使久佳信通实现销售、产生收入，是久佳信通的一项重要资产。

上述评估增值的无形资产目前在久佳信通的主营业务实施过程中正常使用，共同作为久佳信通的重要生产要素，久佳信通根据自身的生产经营情况可以对与被评估无形资产相关产品的未来经营销售情况做出合理预测。评估专业人员根据收集的无形资产的资料结合被评估单位做出的盈利预测，采用收益法对久佳信通上述软件著作权和域名作为无形资产进行评估。评估机构对上述无形资产采用收

益法进行评估，是国际上通行的做法，相对于市场法和成本法而言，收益法无论是理论上还是实践上，都更为合理。

②无形资产评估增值的依据

上述无形资产组采用收益法，在评估基准日 2019 年 7 月 31 日的评估价值为 1,490.00 万元。计算过程详见下表：

单位：万元

项目	2019 年 8-12 月	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
销售收入 I	12,133.75	27,059.50	28,717.44	30,484.09	32,366.72
收入分成率 r	4.80%	2.40%	1.20%	0.60%	0.30%
折现率 i					21.27%
折现系数 R	0.9606	0.8380	0.6910	0.5698	0.4699
现值 P	559.47	544.22	238.13	104.22	45.63
评估价值 V					1,490.00

注：上述指标具体说明如下：

1、销售收入 I：从评估基准日起至上述无形资产剩余有效期限内，预计久佳信通可实现的销售收入。

2、收入分成率 r：指无形资产的应用对实现销售收入产生的价值贡献所对应的百分比。

本次对久佳信通上述无形资产收入分成率的确定主要采用参考同行业上市可比公司的数据确定，此为行业通行的收入分成率确定方法之一。具体计算过程如下：

（1）同行业上市公司的无形资产收入分成率情况

同行业上市公司的无形资产收入分成率情况如下所示：

可比公司	股票代码	2016 年	2017 年	2018 年	平均值
北纬科技	002148.SZ	17.70%	20.96%	14.01%	17.55%
梦网集团	002123.SZ	7.67%	5.77%	0.55%	4.67%
中嘉博创	000889.SZ	10.46%	8.39%	4.02%	7.63%
吴通控股	300292.SZ	9.85%	3.14%	3.17%	5.39%
平均					8.81%

同行业上市公司的无形资产收入分成率，是根据同行业上市公司具体情况，通过考虑无形资产在资本结构中所占比例、主营业务收入、税息折旧/摊销前利润等多项数据计算得出。

（2）同行业上市公司的毛利率情况

同行业上市公司的毛利率情况如下所示：

可比公司	股票代码	2016 年	2017 年	2018 年	平均值
北纬科技	002148.SZ	47.41%	47.22%	56.34%	50.32%
梦网集团	002123.SZ	30.01%	29.14%	24.64%	27.93%
中嘉博创	000889.SZ	24.79%	23.65%	19.82%	22.75%

吴通控股	300292.SZ	39.24%	33.29%	31.96%	34.83%
平均					33.96%

（3）收入分成率的计算过程

一般认为，无形资产收入分成率应与相关技术复杂程度、收入规模、剩余收益年限和企业规模等因素有直接联系。一般情况下，无形资产技术越先进，带来的收益越高，分成率就越高，即盈利水平越高，则收入分成率越高。本次评估选取毛利率作为衡量被评估单位和类比公司盈利水平的参数进行对比。根据行业内通行的计算公式：无形资产收入分成率＝可比公司无形资产收入分成率平均值×（1-毛利率差异率），我们对久佳信通无形资产的收入分成率进行测算，详见下表：

项目	可比公司平均毛利率	久佳信通毛利率	毛利率差异	可比公司收入分成率平均值	收入分成率
	A	B	C=(A-B)/A	D	E=D*（1-C）
久佳信通无形资产	33.96%	18.52%	45.46%	8.81%	4.80%

通过上述测算，久佳信通无形资产的收入分成率为 4.8%。

（4）各预测年度无形资产收入分成率情况

随着时间的推移以及行业竞争的加剧，原有技术的先进性和获利能力也将随着更新技术的推出而不断下降，无形资产对营业收入贡献比重也在不断下降，越接近其寿命终点其贡献率下降越快，直到最终退出市场。在此过程中，无形资产贡献的收益在全部资产中比重逐渐下降，直到新的更先进的技术取而代之。因此本次评估考虑委估无形资产的收入分成率在寿命期平均下降，并结合久佳信通所处行业特性、久佳信通实际经营情况等因素对收入分成下降率设定为 50%。

具体各预测年度无形资产收入分成率如下：

项目/期间	2019 年 8-12 月	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
收入分成下降率		50%	50%	50%	50%
收入分成率	4.80%	2.40%	1.20%	0.60%	0.30%

3、折现率 i：折现率的确定为国际通用的社会平均收益率法，其基本公式为：折现率=无风险报酬率+风险报酬率。

（1）无风险报酬率的确定

以按年付息、且剩余年限在 5 年以上的中、长期记账式国债的到期收益率平均值作为无风险报酬率，为 3.43%。

（2）风险报酬率的确定

对技术类无形资产而言，风险报酬率主要考虑技术风险、市场风险、资金风险、管理风险，上述各单项风险报酬率通常取值范围在 0%-8%之间，总体风险报酬率通常取值范围在 0%-32%之间。评估中对委估无形资产组在技术、市场、资金和管理诸方面风险因素的进行分析，对上述各风险因素进行评判打分，加权测算确定委估无形资产组风险报酬率为 17.84%。

折现率=无风险报酬率+风险报酬率=3.43%+17.84%=21.27%

4、折现系数 R=1/(1+i)^n，n 为年数。

5、现值 P=销售收入*收入分成率*折现系数

6、评估价值 V 为各期间现值之和；计算结果取整。

评估机构在评估中已充分识别久佳信通无形资产。近年来，同行业的并购案例中无形资产评估及交易作价的情况如下：

单位：万元

上市公司	收购标的	无形资产评估值	收益法评估值	无形资产评估值占收益法评估值比例
北纬科技	杭州掌盟软件技术有限公司	1,207.48	43,629.83	2.77%
梦网集团	深圳市梦网科技股份有限公司	15,369.71	290,589.00	5.29%
吴通控股	北京国都互联科技有限公司	1,523.00	55,495.00	2.74%
中嘉博创	北京中天嘉华信息技术有限公司	4,222.19	177,347.00	2.38%
中嘉博创	创世漫道的股东全部权益	5,130.34	87,802.98	5.84%
银之杰	北京亿美软通科技有限公司	4,493.43	34,672.69	12.96%
平治信息	深圳市兆能讯通科技有限公司	5,201.31	22,500.00	23.12%
平均值				**7.87%**
挖金客	久佳信通	1,490.00	22,750.00	6.55%

通过上表分析，发行人收购久佳信通中无形资产评估值占收益法评估值比例与同行业上市公司并购案例处于同一水平，符合移动信息服务行业轻资产、技术驱动的特点。在久佳信通对未来经营发展能够按预测有效应用的前提下，采用收益分成法对无形资产进行评估，依据充分，估值合理。

（3）发行人未通过无形资产评估增值减少确认商誉金额

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》第十四条：被购买方可辨认净资产公允价值，是指合并中取得的被购买方可辨认资产的公允价值减去负债及或有负债公允价值后的余额。合并中取得的无形资产，其公允价值能够可靠地计量的，应当单独确认为无形资产并按照公允价值计量。

根据证监会发布的《2013 年上市公司年报会计监管报告》的有关要求，购买方在初始确认企业合并中购入的被购买方资产时，应充分识别被购买方拥有的、但在其财务报表中未确认的无形资产，对于满足会计准则规定确认条件的，应当确认为无形资产。根据证监会发布的《2018 年上市公司年报会计监管报告》的有关要求，并购重组交易中普遍存在对被收购方可辨认净资产确认不充分并低估其公允价值的现象。这一现象在新兴行业表现尤为突出，这些行业的并购标的多

为轻资产公司，其商业价值很可能来自于未确认的无形资产（如客户关系、合同权益等），对这类资产辨认不充分导致商誉金额在初始确认时被高估。

根据《中国企业会计准则第 6 号——无形资产》的规定，无形资产是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产；资产满足下列条件之一的，符合无形资产定义中的可辨认性标准：

①能够从企业中分离或者划分出来，并能单独或者与相关合同、资产或负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换；

②源自合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。

《资产评估执业准则-无形资产》第二条：无形资产，是指特定主体拥有或者控制的，不具有实物形态，能持续发挥作用并且能带来经济利益的资源。《资产评估执业准则-无形资产》第十四条：可辨认无形资产包括专利权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益、域名等。不可辨认无形资产是指商誉。

评估机构本次执行的评估范围包括久佳信通所拥有的各项资产和负债，涵盖了软件著作权、域名等无形资产，评估机构依据上述各项规定，在评估报告中辨认及判断久佳信通拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产。

综上，本次评估已充分辨认及合理判断标的资产拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产。不存在通过无形资产评估增值减少确认商誉金额的情形。

13、本次收购交易价款和税款缴纳情况

2019 年 10 月，公司与南靖佳信、南靖佳宇签订《股权转让协议》，约定南靖佳信向挖金客转让其持有的久佳信通 23%股权，转让价格为人民币 5,175.00 万元。根据《股权转让协议》第四条约定：

“在协议生效后，受让方（挖金客、南靖佳宇）应分四次将上述转让价款全部支付至转让方（南靖佳信）指定的银行账户：

（1）第一笔：在 2019 年 10 月 31 日之前，受让方应向转让方支付转让价款的 51%，即：挖金客应支付人民币 2,639.25 万元，南靖佳宇应支付人民币 1698.30 万元；

（2）第二笔：在 2020 年 12 月 31 日之前，受让方应向转让方支付转让价款的 28%，即：挖金客应支付人民币 1,449.00 万元，南靖佳宇应支付人民币 932.4

万元；

（3）第三笔：在 2021 年 12 月 31 日之前，受让方应向转让方支付转让价款的 16%，即：挖金客应支付人民币 828.00 万元，南靖佳宇应支付人民币 532.80 万元；

（4）第四笔：在 2022 年 12 月 31 日之前，受让方应向转让方支付转让价款的 5%,，即：挖金客应支付人民币 258.75 万元，南请佳宇应支付人民币 166.50 万元。”

2019 年 10 月 24 日，挖金客根据协议约定，向南靖佳信支付股权转让款项 2,639.25 万元，占本次股权转让总价款的 51%。

2020 年 10 月至 12 月，挖金客根据协议约定，向南靖佳信支付股权转让款项 1,449.00 万元，占本次股权转让总价款的 28%。

根据协议约定，剩余价款支付安排情况如下：

单位：万元

序号	期限	支付金额	累计支付金额占本次股权转让总价款比例
1	2021 年 12 月 31 日之前	828.00	95%
2	2022 年 12 月 31 日之前	258.75	100%

南靖佳信已向主管税务机关完成纳税申报，并缴纳税款。

14、对久佳信通剩余股权的后续安排

发行人与久佳信通其他股东未就后续收购剩余股权进行协商与安排。

（四）公司在其他证券市场上市或挂牌情况

2015 年，公司为进一步完善公司治理体系，提升公司品牌及市场知名度，借助资本市场力量推动公司更快发展，启动新三板挂牌工作。

2015 年 10 月 15 日，公司取得全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具的《关于同意北京挖金客信息科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2015]6615 号），同意公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，转让方式为协议转让。

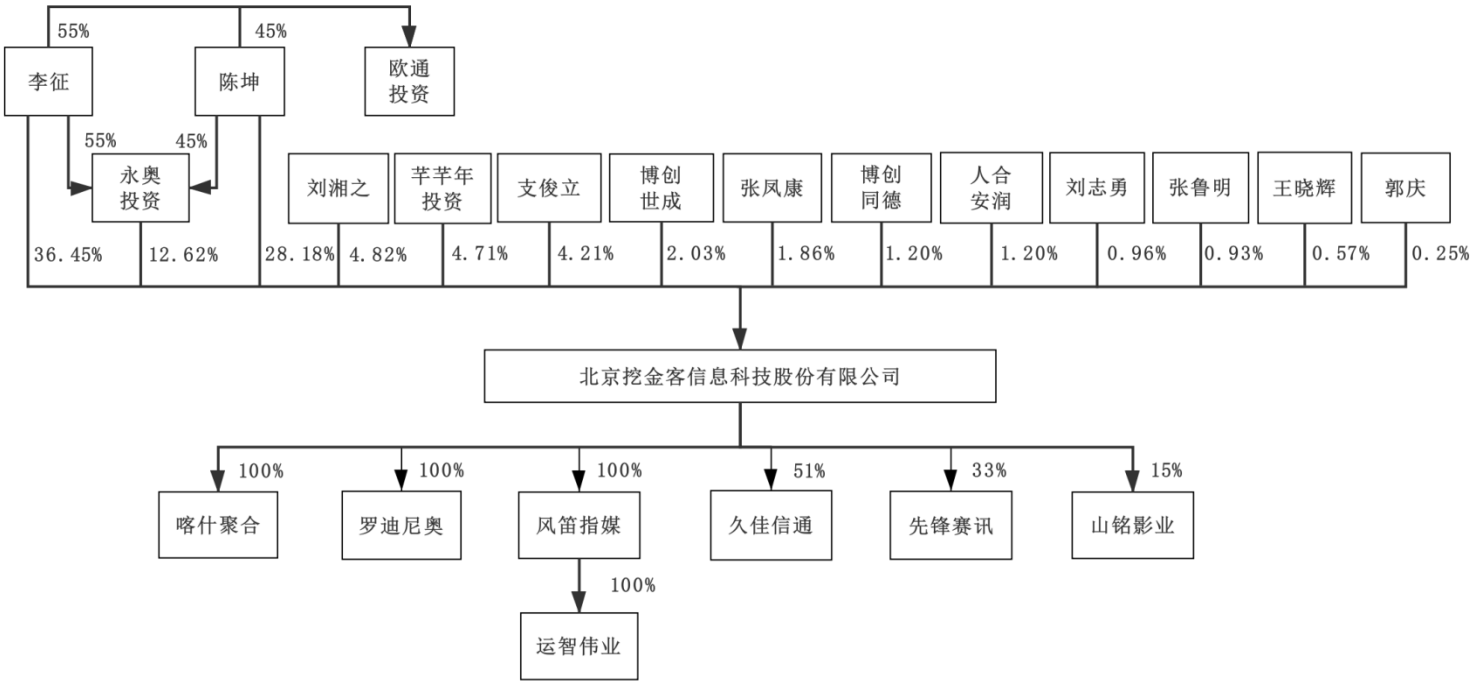
2015 年 11 月 27 日，公司发布《关于股票挂牌并采用协议转让方式的提示性公告》。2015 年 11 月 30 日，公司股票正式在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让。证券简称为“挖金客”，证券代码为“834003”。

2021 年 2 月 8 日，全国股转公司出具《关于同意北京挖金客信息科技股份

有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2021]279 号），公司自 2021 年 2 月 10 日起终止在股转系统挂牌。

公司在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，严格遵守《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》等法律法规及相关细则指引，不存在受到全国中小企业股份转让系统等机构处罚的情形。本招股说明书披露与公司新三板挂牌期间信息披露不存在差异。

三、发行人股权结构图



四、公司控股、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家控股公司、2 家参股公司。

（一）控股公司情况

1、风笛指媒

（1）基本情况

公司名称	北京风笛指媒信息科技有限公司
成立日期	2007 年 10 月 23 日

注册资本	1,000.00 万元	**实收资本**	1,000.00 万元
法定代表人	李征		
注册地和主要生产经营地	北京市房山区良乡长虹西路翠柳东街 1 号-694 号		
股东构成	挖金客持有风笛指媒 100.00%股权		
主营业务	主要从事发行人的增值电信服务、移动营销服务		

（2）最近一年的主要财务数据

经容诚会计师事务所审计，风笛指媒最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**2,399.41**
净资产	**2,138.65**
净利润	**1,369.18**

2、运智伟业

风笛指媒的子公司北京运智伟业信息技术有限公司的简要情况如下：

（1）基本情况

公司名称	北京运智伟业信息技术有限公司		
成立日期	2006 年 10 月 24 日		
注册资本	1,000.00 万元	**实收资本**	1,000.00 万元
法定代表人	陈坤		
注册地和主要生产经营地	北京市房山区良乡凯旋大街建设路 18 号-A231		
股东构成	风笛指媒持有运智伟业 100.00%股权		
主营业务	主要从事发行人的增值电信服务、移动营销服务		

（2）最近一年的主要财务数据

经容诚会计师事务所审计，运智伟业最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**1,297.06**
净资产	**1,200.97**
净利润	**327.25**

3、罗迪尼奥

（1）基本情况

公司名称	北京罗迪尼奥网络技术有限公司		
成立日期	2006 年 09 月 06 日		
注册资本	1,000.00 万元	**实收资本**	1,000.00 万元
法定代表人	陈坤		

注册地和主要生产经营地	北京市海淀区知春路 51 号慎昌大厦 5367 室
股东构成	挖金客持有罗迪尼奥 100.00%股权
主营业务	主要从事发行人的增值电信服务、移动营销服务

（2）最近一年的主要财务数据

经容诚会计师事务所审计，罗迪尼奥最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**1,063.87**
净资产	**456.59**
净利润	**115.55**

4、喀什聚合

（1）基本情况

公司名称	喀什聚合汇智信息科技有限公司		
成立日期	2015 年 11 月 20 日		
注册资本	500.00 万元	**实收资本**	500.00 万元
法定代表人	李征		
注册地和主要生产经营地	新疆喀什地区喀什经济开发区深喀大道总部经济区川渝大厦 15 层 30 室		
股东构成	挖金客持有喀什聚合 100.00%股权		
主营业务	主要从事发行人的增值电信服务、移动营销服务		

（2）最近一年的主要财务数据

经容诚会计师事务所审计，喀什聚合最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**2,406.03**
净资产	**2,357.77**
净利润	**2,026.66**

5、久佳信通

（1）基本情况

公司名称	北京久佳信通科技有限公司		
成立日期	2016 年 03 月 11 日		
注册资本	1,111.11 万元	**实收资本**	1,111.11 万元
法定代表人	齐博		
注册地和主要生产经营地	北京市朝阳区工人体育场北路甲 6 号 20 层 2007、2008 室		
主营业务	主要从事发行人的移动信息化服务		

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，久佳信通股权结构情况如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	挖金客	566.67	51.00%
2	佳诚科通	380.00	34.20%
3	佳诚宇通	164.44	14.80%
合计		1,111.11	100.00%

注：南靖佳科于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚科通企业管理合伙企业(有限合伙）；南靖佳宇于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚宇通企业管理合伙企业(有限合伙)。上述工商变更仅为合伙企业名称变更，实际股东并未发生变化。

（3）最近一年的主要财务数据

经容诚会计师事务所审计，久佳信通最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**10,632.73**
净资产	**6,442.87**
净利润	**2,754.34**

2020 年末，久佳信通的经营成果主要财务数据及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31
	金额	增长率	金额
资产总额	**10,632.73**	**21.03%**	8,785.24
所有者权益	**6,442.87**	**74.67%**	3,688.52

2020 年末，随着经营业绩的提升，久佳信通资产总额较 2019 年末增加 1,847.49 万元，上升 21.03%；所有者权益较 2019 年末增长 2,754.35 万元，增幅 74.67%。

2020 年，久佳信通的盈利能力主要财务数据及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年
	金额	增长率	金额
营业收入	**28,448.67**	**53.55%**	**18,527.66**
净利润	**2,754.34**	**28.42%**	**2,144.72**

2020 年，久佳信通较上年同期实现了业绩增长：**2020 年**，营业收入较上年同期增长 **9,921.00 万元**，增幅 **53.55%**；净利润较上年同期增长 **609.62 万元**，

增幅 **28.42%**。2020 年以来，久佳信通向卓望信息、爱奇艺等客户的销售规模不断增长，同时发展了**东信易通**等新客户，业务规模增长显著。

（二）参股公司情况

1、山铭影业

（1）基本情况

公司名称	山铭影业（北京）有限公司		
成立日期	2015 年 12 月 03 日		
注册资本	800.00 万元	实收资本	356.00 万元
法定代表人	马飞		
注册地和主要生产经营地	北京市海淀区西三旗安宁北里 8 号三层 325 室		
主营业务	主要从事互联网电影的摄制与发行，有利于发行人未来拓展影视类媒体资源		
公司入股时间	2016 年 3 月		

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，山铭影业股权结构情况如下：

序号	**股东**	**出资额（万元）**	**出资比例**
1	厦门艺乐山投资管理合伙企业（有限合伙）	680.00	85.00%
2	挖金客	120.00	15.00%
合计		800.00	100.00%

（3）最近一年的主要财务数据

单位：万元

项目	**2020.12.31/2020 年**
总资产	**363.99**
净资产	**257.97**
净利润	**-13.99**

注：上述财务数据未经审计。

2、先锋赛讯

（1）基本情况

公司名称	北京先锋赛讯科技有限公司		
成立日期	2016 年 04 月 22 日		
注册资本	1,000.00 万元	实收资本	940.00 万元
法定代表人	高峰		
注册地和主要生产经营地	北京市东城区藏经馆胡同 11 号 3 层 A3261 房间		
主营业务	主要从事移动互联网体育媒体运营相关业务，有利于发行人未来拓展体育类媒体资源		

公司入股时间	2016 年 4 月

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，先锋赛讯股权结构情况如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	广州先锋报业有限公司	430.00	43.00%
2	挖金客	330.00	33.00%
3	张磊	150.00	15.00%
4	霍尔果斯易简新媒体创业投资有限公司	90.00	9.00%
合计		1,000.00	100.00%

（3）最近一年的主要财务数据

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年
总资产	**342.97**
净资产	**326.62**
净利润	**-38.53**

注：上述财务数据未经审计。

五、发行人主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东和实际控制人

截至本招股说明书签署日，李征先生直接持有公司 36.45%的股份，为公司的第一大股东，陈坤女士直接持有公司 28.18%的股份。李征先生、陈坤女士通过持有新余永奥投资管理中心（有限合伙）100.00%的合伙份额合计间接持有公司 12.62%的股份。

李征、陈坤系公司创始股东，自公司成立以来，在董事会、股东（大）会对公司重大事项的决策过程中意见均保持一致，未出现由于存在分歧而发表不同意见或弃权的情况。2015 年 7 月 3 日，李征、陈坤签署了《一致行动协议》，承诺：自协议签署之日起，在处理有关需经挖金客董事会、股东大会审议批准的事项时，双方应采取一致行动，如果双方不能达成一致意见，则（1）行使股东提案权时，如果双方不能取得一致意见，李征可以独自或联合其他方向董事会、股东大会提出议案，陈坤不能单独或联合其他方向董事会、股东大会提出议案；（2）行使股东表决权时，如果经充分沟通协商，不能达成一致意见，陈坤应按李征意见行使表决权。协议有效期自双方共同签署协议之日起至挖金客首次公开发行的

股票上市交易满三十六个月之日止，经双方一致同意，协议有效期可以延长。

综上，李征先生、陈坤女士通过直接和间接持股合计控制公司 77.25%股份，系公司创始股东及一致行动人，为公司控股股东及实际控制人。报告期内，公司的控股股东及实际控制人未发生变更。

李征先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 11010819760116****。

陈坤女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 42010619770618****。

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人李征、陈坤直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署之日，永奥投资直接持有本公司 12.62%的股份，为持有公司 5%以上股份的股东，具体情况如下：

永奥投资系公司实际控制人李征、陈坤出资设立的合伙企业，主要从事企业投资管理相关业务，自成立至今仅对本公司进行投资，其基本情况如下：

企业名称	新余永奥投资管理中心（有限合伙）
成立日期	2014 年 05 月 29 日
出资总额	10.00 万元
类型	有限合伙企业
经营场所	新余高新区城东办事处
执行事务合伙人	李征
统一社会信用代码	913605043994347825
经营范围	企业投资管理、资产管理（不含金融、保险、证券、期货业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合伙期限	2014 年 05 月 29 日至 2024 年 05 月 27 日

截至本招股说明书签署之日，永奥投资的出资结构情况如下：

合伙人	出资额（万元）	比例	合伙人类型
李征	5.50	55.00%	普通合伙人
陈坤	4.50	45.00%	有限合伙人
合计	**10.00**	**100.00%**	-

（三）关于实际控制人涉诉情况

1、实际控制人涉诉基本情况

2015 年 5 月 4 日，李征之妻张宏向北京市海淀区人民法院（以下简称“海淀法院”）提起离婚诉讼，并提交《诉讼保全申请书》，申请冻结李征所持发行人

35.75%的股权。2015 年 5 月 27 日，李征之妻向海淀法院提交《撤诉申请书》、《撤销诉讼保全申请》。

根据海淀法院《民事案件处理报告表》（2015 海民初字第 18325 号），2015 年 5 月 27 日，海淀法院已经裁定准予撤诉。李征与其妻张宏的离婚诉讼自 2015 年 5 月 27 日终结，相关财产保全已经于 2015 年 5 月 27 日解除。

目前，相关保全措施已经完全解除，李征所持发行人股份不存在权利受限的情形。

2、诉讼判决及股权情况

诉讼当事人未签署相关协议，海淀法院未就相关财产分割作出判决。截至本招股说明书签署日，上述当事人不存在再起诉或签订相关协议的情况，双方目前婚姻关系仍存续。李征所持发行人股份权属清晰，不存在代持或其他利益安排，不存在第三方主张权利的风险。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本情况

本次发行前公司总股本为5,100万股，本次计划公开发行不超过1,700万股，公司现有股东不公开发售股份。若本次发行股份为 1,700 万股，则本次发行股份占发行后总股本的 25%，本次发行前后公司股东持股及占比情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	李征	18,587,568	36.45%	18,587,568	27.33%
2	陈坤	14,373,465	28.18%	14,373,465	21.14%
3	永奥投资	6,435,474	12.62%	6,435,474	9.46%
4	刘湘之	2,457,003	4.82%	2,457,003	3.61%
5	芊芊年投资	2,401,204	4.71%	2,401,204	3.53%
6	支俊立	2,148,000	4.21%	2,148,000	3.16%
7	博创世成	1,035,319	2.03%	1,035,319	1.52%
8	张凤康	946,137	1.86%	946,137	1.39%
9	博创同德	614,251	1.20%	614,251	0.90%
10	人合安润	614,251	1.20%	614,251	0.90%
11	刘志勇	491,400	0.96%	491,400	0.72%
12	张鲁明	476,130	0.93%	476,130	0.70%
13	王晓辉	291,798	0.57%	291,798	0.43%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
14	郭庆	128,000	0.25%	128,000	0.19%
本次发行股份		-	-	17,000,000	25.00%
合计		**51,000,000**	**100.00%**	**68,000,000**	**100.00%**

（二）前十名自然人股东及其在公司担任的职务

序号	自然人股东姓名	持股数量（股）	持股比例	担任职务
1	李征	18,587,568	36.45%	董事长、总经理
2	陈坤	14,373,465	28.18%	董事、副总经理
3	刘湘之	2,457,003	4.82%	无
4	支俊立	2,148,000	4.21%	无
5	张凤康	946,137	1.86%	无
6	刘志勇	491,400	0.96%	董事、副总经理、董事会秘书
7	张鲁明	476,130	0.93%	无
8	王晓辉	291,798	0.57%	无
9	郭庆	128,000	0.25%	副总经理、财务负责人

（三）国有股或外资股情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份或外资股份。

（四）最近一年发行人新增股东情况

最近一年公司无新增股东的情况。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，挖金客股东之间存在以下关联关系：

1、李征和陈坤签署了《一致行动协议》，为一致行动人，具体情况详见本节之“五、发行人主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东和实际控制人”。

永奥投资系李征和陈坤出资设立的合伙企业，并由李征担任执行事务合伙人。

李征和陈坤分别直接持有公司 36.45%的股份和 28.18%的股份；永奥投资持有公司 12.62%的股份。

2、博创世成和博创同德的执行事务合伙人、基金管理人均为宁波博创海纳

投资管理有限公司。博创世成和博创同德分别持有公司 2.03%和 1.20%的股份。

除上述情况外，公司股东之间不存在其他关联关系。

（六）私募基金股东的情况说明

截至本招股说明书签署日，公司股东中私募基金股东基本情况如下：

1、芊芊年投资

基金名称	共青城互兴芊芊年投资合伙企业（有限合伙）
基金编号	S82189
成立时间	2014-12-18
备案时间	2015-12-10
基金类型	股权投资基金
基金管理人名称	深圳前海互兴资产管理有限公司

2、博创世成

基金名称	宁波博创世成投资中心（有限合伙）
基金编号	SK5883
成立时间	2015-10-26
备案时间	2016-7-4
基金类型	股权投资基金
基金管理人名称	宁波博创海纳投资管理有限公司

3、博创同德

基金名称	宁波梅山保税港区博创同德投资中心（有限合伙）
基金编号	SR9418
成立时间	2017-1-18
备案时间	2017-3-31
基金类型	股权投资基金
基金管理人名称	宁波博创海纳投资管理有限公司

4、人合安润

基金名称	宁波人合安润投资合伙企业（有限合伙）
基金编号	S81123
成立时间	2015-9-15
备案时间	2015-11-9
基金类型	股权投资基金
基金管理人名称	深圳人合资本管理有限公司

公司上述私募基金股东均已按规定完成基金备案手续。

经核查，保荐机构认为，发行人的私募基金股东均依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按规定完成了基金备案手续，其管理人均

已依法注册登记，符合法律法规的规定。

（七）关于对赌协议解除的情况

1、对赌条款的签署、解除协议及具体内容

（1）《股份回购协议书》的签署

2015 年 11 月，发行人的实际控制人李征、陈坤与乾亨投资、人合安润、盛盈投资及张鲁明分别签署了《股份回购协议书》，约定：

“乙方（李征、陈坤）向甲方（乾亨投资、人合安润、盛盈投资及张鲁明）承诺：

若挖金客未能在 2018 年 12 月 31 日之前实现在 A 股 IPO，则甲方有权在上述期满后 60 日内要求乙方回购其持有的挖金客全部股票，乙方应在甲方提出要求后 60 日内向甲方支付回购款。回购金额为以下两者孰高：

①甲方认购款 1500 万元×（1+10%×T/365）-甲方自实际支付认购款 1500 万元之日起从挖金客获得的分红等收益-甲方 2018 年 12 月 31 日之前出售股票所获得的本金。

（其中：T 为自甲方支付挖金客 1500 万元股票认购款之日起，至甲方实际收到全部回购价款项之日止的总天数。该天数为自然日，包括甲方支付全部股票认购款之日，不包括甲方收到全部回购价款项之日。）

②根据回购日（即甲方向回购义务人书面提出要求行使回售权利的当天）公司最近一期经审计的财务报表计算的甲方投资 1500 万元所持股份对应之净资产-最近一期经审计的财务报表期后甲方从挖金客获得的分红等收益-甲方 2018 年 12 月 31 日之前出售股票所获得的本金。”

（2）《股份回购协议书之补充协议》的签署

2016 年 4 月，发行人的实际控制人李征、陈坤与乾亨投资、人合安润、盛盈投资及张鲁明分别签署了《股份回购协议书之补充协议》，约定：

“自挖金客向中国证券监管部门做出首次公开发行股票并在创业板上市申报之日起，《股份回购协议书》的效力终止，但如发生如下情形之一的，本协议自动解除，《股份回购协议书》立即自动恢复全部效力：本协议签署后 6 个月内，挖金客未进行上市申报；挖金客进行上市申报后主动撤回；挖金客上市申请被有权监管部门终止审核；挖金客上市申请被有权监管部门否决。”

（3）《关于<股份回购协议书>及其补充协议之解除协议》的签署

2016 年 12 月，盛盈投资在全国中小企业股份转让系统将其所持有的全部公司股票（410,319 股）转让给博创世成。

2017 年 4 月，盛盈投资出具《承诺函》确认：在盛盈投资退出对挖金客的持股后，《股份回购协议书》及其补充协议已不再具有法律效力；盛盈投资与挖金客及其实际控制人李征、陈坤之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2017 年 3 月，发行人的实际控制人李征、陈坤与乾亨投资、人合安润及张鲁明分别签署了《关于<股份回购协议书>及其补充协议之解除协议》，约定：

“自本协议生效之日起，《股份回购协议书》、《补充协议》自动解除并终止履行，甲乙双方在《股份回购协议书》、《补充协议》中的权利义务全部终止，且互不承担任何违约责任。”

综上，发行人实际控制人曾与乾亨投资、人合安润、盛盈投资及张鲁明签署过对赌协议，相关各方已确认解除对赌协议，且不存在相关的纠纷或潜在纠纷。除此之外，发行人、控股股东、实际控制人未与其他投资方签署过对赌协议。

2、外部投资者同意解除对赌条款的原因及其他安排

盛盈投资已于 2016 年 12 月 22 日将其持有的发行人全部股票转让给博创世成。根据盛盈投资出具的确认函，以及对博创世成的访谈，盛盈投资、博创世成与挖金客及其实际控制人李征、陈坤之间不存在任何纠纷或潜在纠纷，不存在向发行人及其实际控制人主张任何权利的情况。

为了满足上市规范要求，2017 年 3 月 20 日，发行人的实际控制人李征、陈坤与乾亨投资、人合安润及张鲁明分别签署了《关于<股份回购协议书>及其补充协议之解除协议》，同意无条件解除对赌条款。

乾亨投资已于 2019 年 12 月 3 日注销，其 100%持股股东广发乾和投资有限公司已出具《确认函》，确认不存在向发行人及其实际控制人李征、陈坤等主张任何权利的情况，不存在对于发行人现有股权产生任何纠纷或潜在纠纷。人合安润、盛盈投资及张鲁明已出具书面文件对解除对赌条款进行了确认。上述外部投资者不存在与控股股东、实际控制人签署“抽屉协议”的情况。

（八）发行人不存在股份代持等情形

公司自设立以来，不存在股份代持等情形。

（九）发行人历次股权变动的价格合理、定价公允

公司历次增资、股权转让的价格、定价依据情况如下：

序号	时间	事项	股权转让方	增资方/股权受让方	价格	定价依据
1	2011 年 5 月	增资	-	李征、陈坤	1 元/出资额	公司成立初期，原股东按原始出资价格同比例增资
2	2014 年 4 月	股权转让	陈坤	李征	1 元/出资额	公司成立初期，原股东间按原始出资价格转让
3	2014 年 6 月	股权转让	李征、陈坤	永奥投资	1 元/出资额	永奥投资为原股东李征、陈坤同比例持股合伙企业，本次转让为实控人股权安排
4	2015 年 6 月	股权转让	永奥投资	芊芊年投资、刘湘之、支俊立、陈健春、张凤康、刘志勇、王晓辉	60.00 元/出资额	根据公司经营情况及未来发展趋势，结合市场估值水平协商确定
5	2015 年 11 月	增资	-	乾亨投资、人合安润、盛盈投资、张鲁明	120.00 元/股	根据公司经营情况及未来发展趋势，结合市场估值水平按照认购协议中约定的价格确定
6	2016 年 12 月	股权转让	陈健春	博创世成	23.53 元/股	本次股权转让系引入新投资者和高级管理人员，股权转让价格系参考前次增资价格及市场利率确定
7			盛盈投资	博创世成	26.79 元/股	
8			芊芊年投资	李征	23.53 元/股	
9			芊芊年投资	支俊立	23.53 元/股	
10			永奥投资	郭庆	23.53 元/股	
11	2018 年 5 月	股权转让	乾亨投资	博创同德	29.58 元/股	本次股权转让系老股东追加投资，股权转让价格系参考前次增资价格及市场利率确定
12	2018 年 6 月	股权转让	陈健春	张凤康、张鲁明、王晓辉	23.53 元/股	本次股权转让系老股东追加投资，股权转让价格系参考前次增资价格及市场利率确定

如上表所示，公司历次股权变动的价格合理、定价公允。

七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况

1、董事会成员基本情况

公司董事会设 7 名董事，其中独立董事 3 名。全体董事均由股东大会选举产生，董事任期 3 年，可连选连任（其中独立董事连任时间不得超过六年）。

公司现任董事基本情况如下：

姓名	任期	职位	提名人
李征	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事长、总经理	陈坤
陈坤	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事、副总经理	李征

刘志勇	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事、副总经理、董事会秘书	李征
刘立君	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事	李征
范世锋	2018 年 7 月-2021 年 7 月	独立董事	李征
王京梅	2018 年 7 月-2021 年 7 月	独立董事	李征
吴少华	2018 年 7 月-2021 年 7 月	独立董事	支俊立

（1）李征先生 董事长、总经理

1976 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1998 年 7 月毕业于首都经济贸易大学贸易经济专业，本科学历。1998 年 8 月至 2000 年 1 月，任赛特购物中心家电部业务主管；2000 年 1 月至 2003 年 3 月，任海天网联公关顾问有限公司市场顾问；2003 年 3 月至 2003 年 7 月，任空中网高级市场推广经理；2003 年 7 月至 2004 年 9 月，任千橡寰宇科技发展（北京）有限公司市场总监；2004 年 9 月至 2008 年 11 月，任华友世纪通讯有限公司数字营销事业部总经理；2007 年 10 月至今，相继担任风笛指媒、喀什聚合的监事、执行董事及先锋赛讯的董事职务；2014 年 5 月至今，担任永奥投资执行事务合伙人；2014 年 8 月至今，担任欧通投资执行事务合伙人；2011 年 2 月至今，历任挖金客有限监事、执行董事兼总经理、挖金客董事长兼总经理；2019 年 11 月至今，担任久佳信通董事长。

（2）陈坤女士 董事、副总经理

1977 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2000 年 7 月毕业于武汉大学汉语言文学专业，本科学历。2000 年 8 月至 2002 年 7 月，任广州白马信息集团网络媒体事业部副经理；2002 年 8 月至 2003 年 4 月，任新浪无线人力资源部主管；2003 年 4 月至 2006 年 4 月，任深圳浩天科技有限公司互联网事业部市场总监；2006 年 4 月至 2007 年 4 月，任广州滚石移动科技有限公司网络营销部总监；2007 年 10 月至今，相继担任风笛指媒监事、运智伟业及罗迪尼奥的执行董事、经理等职务；2011 年 2 月至今，历任挖金客有限执行董事兼总经理、监事、挖金客董事兼副总经理。

（3）刘志勇先生 董事、副总经理、董事会秘书

1974 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2005 年 1 月毕业于中国人民大学经济法专业，研究生学历。2001 年获得律师从业资格，2006 年获得律师执业执照。1997 年 7 月至 2002 年 9 月，任山东省某检察院检察员；2005 年 1 月至 2006 年 10 月，任北京市中伦文德律师事务所律师；2006 年 11 月至 2015

年 6 月，任北京市中伦律师事务所律师、合伙人；2016 年 3 月至 2019 年 11 月，任上海惊破天资产管理有限公司执行董事；2016 年 3 月至今，任济南上华科技有限公司监事；2018 年 5 月至今，任济南泰华科技咨询有限公司监事；2019 年 9 月至今，任山铭影业（山东）有限公司监事；2019 年 12 月至今，任济南上华环境技术有限公司监事；2020 年 4 月至今，任山东省领创环保能源有限公司监事；2015 年 7 月至今，担任挖金客董事、副总经理、董事会秘书。

（4）刘立君先生 董事

1979 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2002 年 7 月毕业于长春工业大学计算机科学与技术专业，本科学历。2002 年 9 月至 2005 年 5 月，任深圳市清华深讯科技发展有限公司项目经理；2005 年 6 月至 2006 年 10 月，任微软移动（深圳）有限公司项目经理；2006 年 11 月至 2007 年 12 月，任北京市华仁电通科技发展有限公司技术总监；2008 年 1 月至今，担任风笛指媒高级技术总监、研发部总监；2011 年 2 月至今，历任挖金客有限高级技术总监、研发部总监、挖金客董事、研发部总监。

（5）范世锋先生 独立董事

1971 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2011 年 6 月毕业于中国人民大学 EMBA，EMBA 学历，中国注册会计师。曾任加拿大侧钻水平井资源国际有限公司首席财务代表，北京汇德通科技有限公司财务总监，北京卫道泰达科技有限公司财务总监，光明乳业股份有限公司华北区财务总监，北京真百代化妆品有限公司财务总监，北京金一文化发展股份有限公司董事、副总经理，浙江越王珠宝有限公司董事，江苏金一文化发展有限公司董事，江苏金一黄金珠宝有限公司董事，臻宝通（深圳）互联网科技有限公司董事，深圳红土潮盛投资管理有限公司监事，南昌金一文化发展有限公司董事，浙江运发文化发展有限公司副总经理。现任深圳市捷夫珠宝有限公司董事，牙博士医疗控股集团有限公司董事；2016 年 2 月至今，任挖金客独立董事。

（6）王京梅女士 独立董事

1973 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1995 年 7 月毕业于首都师范大学汉语言文学教育专业，本科学历。历任北京育英学校教师，北京国风广告有限公司纸媒编辑和影视编导，国风集团有限公司董事会办公室主任、董事会秘书，中关村文化发展股份有限公司董事长助理，西藏旅游股份有限公司董事会

秘书，国风集团有限公司副总经理。现任西藏文化创意产业股份有限公司监事；2016 年 2 月至今，任挖金客独立董事。

（7）吴少华先生 独立董事

1975 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2005 年 7 月毕业于山东省经济管理干部学院经济学专业，本科学历。历任山东省皮革工业（集团）企发部副经理、经理，《现代企业教育》杂志社副社长，山东省齐鲁周刊文化传媒公司总经理，影视独立制片人。现任霍尔果斯华彩影业有限公司经理；2017 年 1 月至今，任挖金客独立董事。

2、监事基本情况

本公司监事会由 3 名成员组成，其中 1 名为职工监事，监事任期 3 年，可连选连任。

公司现任监事基本情况如下：

姓名	任期	职位	提名人
韩陆	2018 年 11 月-2021 年 7 月	监事会主席	监事会
邱赞忞	2018 年 7 月-2021 年 7 月	职工代表监事	职工代表大会
刘桥宇	2018 年 7 月-2021 年 7 月	监事	李征

（1）韩陆先生 监事会主席

1981 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2011 年 12 月毕业于吉林大学计算机应用软件专业，本科学历。2003 年 9 月至 2007 年 6 月，任北京讯软科技有限公司技术经理；2007 年 7 月至 2009 年 8 月，任中国中期投资股份有限公司产品总监；2009 年 9 月至 2011 年 6 月，任视信可观（北京）有限公司产品总监;2011 年 7 月至 2014 年 6 月,任北京网路时代科技发展有限公司产品总监；2014 年 6 月至今，历任挖金客有限无线广告部总监、挖金客监事、无线广告部总监。

（2）邱赞忞先生 职工代表监事

1982 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，2007 年 12 月毕业于北京交通大学人力资源管理专业，本科学历。2004 年 5 月至 2007 年 7 月，任北京硅谷动力电子商务有限公司旗下的 eNe 硅谷动力副总编；2007 年 8 月至 2009 年 11 月，任重庆天极网络有限公司旗下的 Yesky 天极网数码群组总监；2007 年 8 月至 2011 年 9 月，任中关新象（北京）科技发展有限公司副总经理；2011 年 10 月至今，历任挖金客有限营销总监、挖金客监事、内容营销部总监。

（3）刘桥宇女士 监事

1985 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007 年毕业于锦州师范学校，汉语言文学专业，专科学历；2008 年 11 月至 2011 年 12 月，任北京走向未来培训学校人事专员；2012 年 1 月至 2014 年 2 月，任北京北方天舟文化有限公司行政主管；2017 年 3 月 14 日至今，担任北京汇合通科技有限责任公司法定代表人、经理；2014 年 7 月至今，历任挖金客有限行政部经理、挖金客监事、行政部经理。

3、高级管理人员基本情况

公司现任高级管理人员的基本情况如下：

姓名	任期	职位
李征	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事长、总经理
陈坤	2018 年 7 月-2021 年 7 月	董事、副总经理
刘志勇	2018 年 7 月-2021 年 7 月	副总经理、董事、董事会秘书
郭庆	2018 年 7 月-2021 年 7 月	副总经理、财务负责人

（1）李征先生 董事长、总经理

简历详见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况”之“1、董事会成员基本情况”。

（2）陈坤女士 董事、副总经理

简历详见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况”之“1、董事会成员基本情况”。

（3）刘志勇先生 董事、副总经理、董事会秘书

简历详见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况”之“1、董事会成员基本情况”。

（4）郭庆先生 副总经理、财务负责人

1983 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007 年 6 月毕业于中南财经政法大学会计学专业，硕士学历，高级会计师，天津市会计领军人才。2007 年 7 月至 2016 年 2 月，历任中远散货运输有限公司会计、财务副经理、财务经理等职务；2014 年 5 月至 2016 年 2 月兼任中远散运通导信息中心（分公司）财

务负责人；2016 年 6 月至今，担任挖金客副总经理、财务负责人；2019 年 11 月至今，担任久佳信通董事、财务总监。

4、其他核心人员基本情况

刘立君、陈磊拥有丰富的软件和信息技术开发行业从业经验，系公司其他核心人员。刘立君为公司董事，其基本情况详见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况”之“1、董事会成员基本情况”；陈磊的基本情况如下：

陈磊先生 研发部副总监

1984 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2006 年 8 月至 2007 年 7 月，任广州外语外贸大学教育技术中心实验师；2008 年 4 月至 2009 年 4 月，任大洋探索（北京）信息技术有限公司研发工程师；2009 年 5 月至 2011 年 2 月，任风笛指媒研发工程师；2011 年 2 月至今，历任挖金客有限及挖金客研发工程师、研发部副总监。

（二）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况如下表所示：

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
李征	董事长、总经理	永奥投资执行事务合伙人	实际控制人控制的其他企业、公司股东
		欧通投资执行事务合伙人	实际控制人控制的其他企业
		风笛指媒执行董事	公司的全资子公司
		喀什聚合执行董事	公司的全资子公司
		久佳信通董事长	公司的控股子公司
		先锋赛讯董事	公司的参股子公司
陈坤	董事、副总经理	风笛指媒监事	公司的全资子公司
		运智伟业执行董事、经理	风笛指媒的全资子公司
		罗迪尼奥执行董事、经理	公司的全资子公司
刘志勇	董事、副总经理兼董事会秘书	济南上华环境技术有限公司监事	无
		济南上华科技有限公司监事	无
		济南泰华科技咨询有限公司监事	无
		山铭影业（山东）有限公司监事	公司参股子公司山铭影业的全资子公司

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
		山东省领创环保能源有限公司监事	无
刘立君	董事	风笛指媒高级技术总监、研发部总监	公司的全资子公司
范世锋	独立董事	深圳市捷夫珠宝有限公司董事	无
		牙博士医疗控股集团有限公司董事	无
王京梅	独立董事	西藏文化创意产业股份有限公司监事	无
吴少华	独立董事	霍尔果斯华彩影业有限公司经理	无
刘桥宇	监事	北京汇合通科技有限责任公司法定代表人、经理	无
郭庆	副总经理、财务负责人	久佳信通董事、财务总监	公司的控股子公司

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间是否存在亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在任何亲属关系。

（四）发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签定的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议，以及相关协议的履行情况

公司与独立董事签署了《独立董事聘用合同》，与内部董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签署了《劳动合同》、《保密和竞业禁止协议》。截至本招股说明书签署日，上述协议均正常履行，不存在违约情况。

除上述合同或协议以外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司未签订其他重大商业协议。

（五）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员所持股份质押、冻结或诉讼情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事长兼总经理李征直接或通过永奥投资间接持有公司的股份；董事兼副总经理陈坤直接或通过永奥投资间接持有公司的股份；董事、副总经理、董事会秘书刘志勇和副总经理兼财务负责人郭庆直接持有公司的股份。

上述人员持有的公司股份均不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

（六）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变动情况

1、董事变动情况

职务	报告期初至今
董事长	李征
董事	陈坤
董事	刘志勇
董事	刘立君
独立董事	范世锋
独立董事	王京梅
独立董事	吴少华

报告期内，公司董事未发生变动。

2、监事变动情况

职务	报告期初至2018年7月	2018年7月至2018年11月	2018年11月至今
职工代表监事	王成魁	邱赞忞	邱赞忞
监事	董婷（监事会主席）	董婷（监事会主席）	韩陆（监事会主席）
监事	刘桥宇	刘桥宇	刘桥宇

2018年7月，监事会进行换届选举，董婷、刘桥宇连任，职工代表大会选举邱赞忞为职工代表监事。

2018年11月，董婷因个人原因辞职，公司股东大会选举韩陆担任监事，监事会选举韩陆担任监事会主席。

除上述情况外，公司监事报告期内未发生其他变动。

3、高级管理人员变动情况

报告期内，公司高级管理人员未发生变动。

4、其他核心人员变动情况

报告期内，公司其他核心人员未发生变动。

公司上述董事、监事的变动主要是基于进一步完善公司的法人治理结构进行的调整，以及因工作职务调整、个人原因等出现的相关变动，对公司的正常运营没有产生重大不利影响。

（七）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人

员，除持有公司的股份外，其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	对外投资单位	持有对外投资单位权益情况
李征	董事长、总经理	永奥投资	持有 55%合伙份额
		欧通投资	持有 55%合伙份额
陈坤	董事、副总经理	永奥投资	持有 45%合伙份额
		欧通投资	持有 45%合伙份额
刘志勇	董事、副总经理、董事会秘书	福鼎市泰华股权投资合伙企业(有限合伙)	持有 7.26%合伙份额
		山东省领创环保能源有限公司	持有 17%股权
吴少华	独立董事	霍尔果斯华彩影业有限公司	持有 15%股权
范世锋	独立董事	上海碧空龙翔投资管理有限公司	持有 1.29%股权
		牙博士医疗控股集团有限公司	持有 3.0002%股权

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资与公司及子公司业务不存在相关性，不存在与公司及子公司有利益冲突的情形。

（八）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属持有本公司股份情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份的情况具体如下表所示：

姓名	职务/亲属关系	持股情况
李征	董事长、总经理	直接持有本公司 18,587,568 股，即 36.45%的股份；同时，持有本公司股东永奥投资 55%的出资份额，永奥投资持有本公司 12.62%的股份。
陈坤	董事、副总经理	直接持有本公司 14,373,465 股，即 28.18%的股份；同时，持有本公司股东永奥投资 45%的出资份额，永奥投资持有本公司 12.62%的股份。
刘志勇	董事、副总经理、董事会秘书	直接持有本公司 491,400 股，即 0.96%的股份。
郭庆	副总经理、财务负责人	直接持有本公司 128,000 股，即 0.25%的股份。

除上述所列情况之外，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情况。上述人员所持本公司股份无质押或冻结情况。

（九）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

公司董事会薪酬与考核委员会是负责董事、监事、高级管理人员及其他核心

人员薪酬管理、考核和监督的专门机构。公司董事会薪酬与考核委员会负责初步确定薪酬分配方案，并审查上述人员职责履行情况并进行年度考核。

除公司独立董事以外，在公司领薪的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由工资、奖金、社会保险和住房公积金等基本年薪组成，独立董事的薪酬为独立董事津贴。

2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在发行人及其下属公司领取收入的情况

公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员**2020年**从公司及子公司领取薪酬或津贴情况如下：

姓名	报告期内职务	2020年年薪/津贴（万元）
李征	董事长、总经理	**41.68**
陈坤	董事、副总经理	**42.00**
刘志勇	董事、副总经理、董事会秘书	**36.14**
刘立君	董事、研发部总监（其他核心人员）	**24.51**
范世锋	独立董事	**7.20**
王京梅	独立董事	**7.20**
吴少华	独立董事	**7.20**
韩陆	监事会主席	**35.09**
邱赞忞	职工代表监事	**22.23**
刘桥宇	监事	**14.41**
郭庆	副总经理、财务负责人	**38.28**
陈磊	研发部副总监（其他核心人员）	**25.34**

3、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期内薪酬总额占各期公司利润总额的比例

项目	2020年	2019年	2018年
薪酬总额（万元）	**301.28**	311.35	285.22
利润总额（万元）	**9,563.68**	12,761.48	6,835.67
薪酬总额/利润总额	**3.15%**	2.44%	4.17%

4、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他待遇情况

在公司任职领薪的上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员按国家规定享受保险保障。除此之外，上述人员未在公司享受其他待遇或退休金计划。

5. 发行人正在执行的股权激励及其他制度安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及

其他制度安排。

（十）发行人创始人的创业历程

发行人创始人的创业历程如下：

李征在创立发行人前，曾任华友世纪通讯有限公司数字营销事业部总经理，华友世纪通讯有限公司是一家专门从事增值电信业务的服务商，是纳斯达克上市企业。

陈坤在创立发行人前，曾任深圳浩天科技有限公司互联网事业部市场总监和广州滚石移动科技有限公司网络营销部总监，深圳浩天科技有限公司和广州滚石移动科技有限公司均为专门从事增值电信业务的服务商。

2007年，李征与陈坤一起在移动互联网应用技术和信息服务领域开始创业。李征、陈坤作为联合创始人，在创立发行人前，均在移动互联网应用技术和信息服务领域深耕多年，在行业内积累了客户资源、供应商资源等行业资源以及相应的市场经验，为其日后设立发行人并开展相关业务奠定了基础。李征、陈坤作为行业内资深专家，已在该领域具有超过15年的行业背景。

八、发行人员工情况

截至报告期末，发行人及子公司员工人数为**99**人，报告期各期期末员工人数变化情况如下表所示：

年份	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
人数（人）	**99**	96	69

报告期内，公司各期末的员工人数分别为69人、96人和**99**人。2019年末员工人数增加27人主要是由于2019年10月公司收购了久佳信通导致人数增加。

（一）员工学历构成表

截至报告期末，发行人及其子公司员工学历构成如下：

学历	人数（人）	占员工总数的比例
硕士及以上	**4**	**4.04%**
本科	**49**	**49.49%**
专科及以下	**46**	**46.46%**
合计	**99**	**100.00%**

（二）员工专业构成表

截至报告期末，发行人及其子公司员工专业构成如下：

岗位	人数（人）	占员工总数的比例
销售人员	**27**	**27.27%**
研发人员	**39**	**39.39%**
运营人员	**2**	**2.02%**
管理及行政人员	**31**	**31.31%**
合计	**99**	**100.00%**

（三）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

公司及各子公司与在职员工按照《中华人民共和国劳动合同法》等有关规定签订劳动合同，员工按照签订的劳动合同享受相应的权利和承担相应的义务。公司及各子公司按照国家和地方有关规定执行社会保障和住房公积金制度，为员工办理并交纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等社会保险和住房公积金。

1、员工社会保险和住房公积金的缴纳情况

报告期各期末，公司及各子公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的基本情况如下：

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
社会保险缴纳人数	**95**	94	67
住房公积金缴纳人数	**94**	94	63
员工总人数	**99**	96	69

报告期各期末，公司及各子公司员工人数与实缴社会保险和住房公积金人数存在差异的原因为：1）部分员工因在当月新办理入职或离职，而导致社会保险、住房公积金的缴纳手续延迟；2）部分员工属于退休人员返聘等情况，该等人员不属于应参保人员及应缴纳住房公积金人员，公司无需为其缴纳社会保险及住房公积金；3）2020 年，存在 1 名农村户籍员工个人拒绝缴纳住房公积金，并出具声明自愿放弃缴纳住房公积金，公司未为其缴纳住房公积金，但已为其缴纳社会保险。

2、主管部门就发行人社会保险、住房公积金缴纳情况出具的意见

北京市朝阳区人力资源和社会保障局、北京市房山区人力资源和社会保障局、

北京市海淀区人力资源和社会保障局、喀什市社会保险管理局均出具证明，确认发行人及其子公司报告期内未因违反劳动保障相关法律法规受到行政处罚。

北京住房公积金管理中心、喀什地区住房公积金管理中心均出具证明，确认发行人及其子公司报告期内住房公积金缴存状态正常，未因违法行为而受到行政处罚。

报告期内，发行人社会保险和住房公积金缴纳情况正常，不存在因违反社会保险、住房公积金缴纳方面的法律法规而受到行政处罚的情况。

3、发行人控股股东、实际控制人关于社会保险及住房公积金的承诺

公司控股股东、实际控制人李征、陈坤已作出承诺：

“如发生政府主管部门或其他有权机构因挖金客在报告期内未为全体员工缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳“五险一金”对挖金客予以追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生员工因报告期内挖金客未为其缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳“五险一金”向挖金客要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形的，本人自愿承担挖金客因此遭受的全部损失，且在承担相关责任后不予追偿，保证挖金客不会因此遭受任何损失。

本人将促使挖金客全面执行法律、行政法规及规范性文件所规定的社会保障制度和住房公积金制度，为全体在册员工建立社会保险金和住房公积金账户，足额、按时缴存社会保险金和住房公积金。”

（四）劳务派遣情况

报告期内，公司不存在劳务派遣情况。

（五）员工与业务的匹配性

1、公司员工与相关业务的匹配关系

公司主营业务主要包括增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。公司的主要业务岗位有策划与设计岗、技术研发岗、商务管理岗和运营岗等，同时财务部、行政部、人力资源部等后台部门支撑业务部门的综合工作。

目前,公司具体业务岗位员工与相关业务的匹配关系如下所示：

岗位设置	人数	增值电信服务	移动信息化服务	移动营销服务

岗位设置	人数	增值电信服务	移动信息化服务	移动营销服务
策划与设计岗	5	根据运营商要求负责产品方案策划、设计与申报。	-	负责网站活动策划与设计、移动新媒体营销方案设计等。
技术研发岗	**34**	根据运营商增值电信业务管理要求，负责增值电信服务平台和工具开发、运行维护与迭代更新等，结合最新技术进行创新研发。	负责移动信息化服务业务系统研发与应用、定制化平台开发等技术服务需求，结合通讯技术发展研发5G应用场景下通讯平台。	负责新媒体业务管理平台研发、广告客户平台数据对接及部分应用系统技术接口开发与测试等。
商务管理岗	**27**	负责运营商业务对接、招投标管理、渠道商管理、运营数据跟踪、商务结算和客户服务。	负责客户开拓、招投标管理、供应商商务接洽、运营跟踪、商务结算和客户服务。	负责客户平台对接、渠道商管理、运营跟踪、商务结算和客户服务。
运营岗	2	-	-	负责斑马网平台运营管理、内容编辑与更新。

目前，公司处于业务规模快速增长阶段，因此与同行业可比上市公司相比，公司目前组织架构更加精简。公司作为软件与信息技术服务行业中技术驱动型企业，其业务特征体现了员工岗位与业务的匹配性。公司业务模式特征表现为以下方面：

（1）日常业务由系统自动化处理，无需大量运维人员

公司属于软件和信息技术服务业，截至报告期末，公司拥有 **39** 名研发人员，占员工总数的 **39.39%**。经过多年技术积累，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，并形成了以大数据处理分析和机器智能运算为核心的技术体系，研发了搭载多种算法的自有业务平台。目前，公司各类主营业务的日常实施主要是借助自主研发的智能化系统进行业务处理，一般不需要人工干预，无需大量运维人员。

（2）公司客户、供应商相对集中，不服务终端用户，无需大量营销、客服人员

自设立以来，公司一直秉承“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，各类业务主要通过发展各领域大型企业客户进行开拓。报告期内，发行人客户相对集中，主要客户为中国移动、腾讯云、国家电网、携程等大型企业。同时，报告期内，公司采购较为集中，主要供应商为中国移动、阳光河谷、安徽捷兴等大型企业。截至报告期末，公司拥有 **27** 名商务管理岗位人员，能够满足客户开拓、供应商管理、运营跟踪、商务结算和客户服务等工作需求。

（3）技术驱动带来的竞争优势，业务增长不依赖于人员扩张

作为技术驱动型企业，公司拥有自主研发的多项核心知识产权、海量数据交互的处理能力和高效便捷的管理沟通机制。因此，与劳动密集型的传统行业不同，公司业务规模的提升主要是通过对相关业务平台进行升级和扩容、增加硬件设施的投入、扩充技术储备等途径实现，而非单纯通过增加员工人数实现业务增长。

综上，公司现有员工岗位与主营业务分配合理，能满足日常经营需要。

2、喀什聚合员工与相关业务的匹配关系

（1）喀什聚合员工职责分工结构

报告期内，喀什聚合的员工职责分工主要为销售运营岗、研发岗、财务岗，其中销售运营岗负责运营商业务对接、招投标管理、渠道商管理、运营数据跟踪、商务结算和客户服务；研发岗根据运营商增值电信业务管理要求，负责增值电信服务平台和工具开发、运行维护与迭代更新等，并结合最新技术进行创新研发；财务岗负责日常财务核算和账套管理。截至报告期末，喀什聚合拥有销售运营人员 3 人、研发人员 2 人和财务人员 1 人。

（2）喀什聚合人均创收金额情况及员工人数较少的合理性

报告期内，喀什聚合的人均创收金额如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
喀什聚合营业收入	**4,473.22**	4,914.61	5,882.57
员工人数	**6**	6	6
人均创收金额	**745.54**	819.10	980.43

报告期内，喀什聚合主营业务的收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值电信业务	**4,473.22**	**100.00%**	4,914.00	99.99%	5,843.71	99.34%
移动营销业务	**-**	**-**	0.61	0.01%	38.86	0.66%
合计	**4,473.22**	**100.00%**	**4,914.61**	**100.00%**	**5,882.57**	**100.00%**

报告期内，喀什聚合增值电信业务占比均在 99%以上，移动营销业务占比较低，无需耗费大量的人力和资源。喀什聚合开展增值电信业务，员工人数较少的原因如下：

①喀什聚合的主营业务相对单一，客户、供应商较为集中

相较于发行人其他经营主体，喀什聚合主要从事增值电信服务，主营业务相对单一。报告期内，喀什聚合的客户主要为中国移动江苏基地；同时，采购亦较为集中，主要供应商为阳光河谷、考拉心扉等大型长期合作企业。喀什聚合现有的销售运营人员，能够满足客户开拓、供应商管理、运营跟踪、商务结算和客户服务等工作需求。因此，相较于发行人其他经营主体，喀什聚合员工人数较少、人均创收较高。

②日常业务由系统自动化处理

喀什聚合主营业务的日常实施主要是借助以大数据处理分析和机器智能运算为核心的技术体系，通过搭载多种算法的自有业务平台自主研发的智能化系统进行业务处理，一般不需要人工干预，无需大量运营人员。

③业务团队从事增值电信服务多年，具备丰富业务经验

喀什聚合自设立以来，主要由挖金客原业务骨干人员负责业务运营。喀什聚合核心业务人员具备多年增值电信服务运营经验，开发的业务平台能够充分满足运营商的需求，无须为新客户、新行业进行大量定制化的研发投入。喀什聚合在挖金客原业务人员多年运营经验、技术积累的基础上进行业务发展，故人均创收较高。员工人数较少具备合理性。

（六）员工薪酬情况

1、公司职工薪酬制度

为了充分发挥员工的积极性，保证公司经营目标的实现，按照国家有关劳动政策和公司相关规章制度，根据公司管理模式和经营情况，制定了员工薪酬管理办法。

员工全面薪酬=固定工资+绩效工资+社会保险及福利+中、短期激励

（1）固定工资

固定工资由基本工资和岗位工资组成，是员工较稳定的基本收入。基本工资反映员工工作所在地生活水平及通货膨胀水平，用于保障员工基本生活所需。岗位工资反映员工所在岗位或所具备的专业技能的价值，根据员工所在岗位的职责确定。

（2）绩效奖金

绩效奖金是根据过去工作行为和已取得的工作业绩，在固定工资之外支付的。

绩效工资随员工的工作表现及其业绩的变化而调整，目的在于发挥员工潜能，鼓励员工超额完成企业管理或生产经营目标，提高本企业综合竞争力。

（3）社会保险及福利

社会保险及福利是在固定工资和绩效以外的，员工薪酬的一种重要的补充形式。公司依法为员工缴纳基本医疗保险、基本养老保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险和住房公积金，相关缴费由个人和单位按照政策规定的缴费比例共同负担。

（4）中、短期激励

同时公司为促进员工业绩，使员工与企业目标共同实现，能快速增加企业经营业绩，按照企业业绩的实现，为员工创造中、短期激励。

2、各级别、各类岗位员工收入水平及与当地平均工资水平比较情况

（1）报告期内各级别员工薪酬情况

报告期内，公司各级别员工薪酬情况如下：

单位：万元

员工级别	2020 年	2019 年	2018 年
	年平均薪酬	年平均薪酬	年平均薪酬
高级管理人员	**43.06**	49.38	41.25
中层管理人员	**34.92**	31.43	26.90
一般员工	**11.94**	11.20	10.94
全体员工平均薪酬	**16.51**	**16.53**	**15.59**

报告期内，公司各级别员工薪酬稳定，与公司发展规模基本匹配。

（2）报告期内各类岗位员工薪酬情况

报告期内，公司各类岗位员工薪酬情况如下：

单位：万元

员工类别	2020 年	2019 年	2018 年
	年平均薪酬	年平均薪酬	年平均薪酬
销售人员	**14.66**	12.03	13.29
研发人员	**15.81**	17.47	15.95
运营人员	**23.96**	35.80	15.09
管理及行政人员	**18.67**	18.53	18.01
全体员工平均薪酬	**16.51**	**16.53**	**15.59**

报告期内，由于公司实施业务调整，对斑马网事业部进行人员精简，斑马网运营人员从 2018 年末 9 人减少至 2019 年末的 2 人，人员变动较大导致 2019 年

运营人员的平均职工薪酬上升显著；此外，发行人销售人员、研发人员和管理及行政人员的薪酬情况基本稳定，全体员工平均薪酬水平总体呈上升趋势。

（3）与当地平均工资水平比较情况

报告期内，根据北京市统计局统计，北京市城镇私营单位信息传输、软件和信息技术服务业员工平均工资和挖金客薪酬情况对比如下：

单位：万元

类别	2020 年	2019 年	2018 年
	年平均薪酬	年平均薪酬	年平均薪酬
北京市	（未公布）	16.20	13.10
挖金客	16.51	16.53	15.59

注：北京市统计局尚未公布 2020 年数据。

由上表可知，报告期内，公司员工薪酬水平总体呈上升趋势，人均年薪水平高于北京市统计局公布城镇私营单位信息传输、软件和信息技术服务业员工平均工资。公司员工薪酬体现了公司对于员工正常劳动付出的合理回报。

3、未来薪酬制度及薪酬水平变化趋势

公司未来会参照自身业务发展情况，在目前的薪酬制度框架上对薪酬制度进行修订，同时会更加注重员工的绩效评估，进一步完善激励性的薪酬体系建设。未来公司将在保持现有薪酬制度有效执行的基础上，根据公司经营发展情况、人才市场供需状况、当地政府的相关工资政策规定，并充分考虑工作岗位和工作地区的差异化影响，定期对公司薪酬制度进行调整，最大限度地调动全体员工的工作积极性和创造性，充分挖掘员工的内在动力，适时适度地调整员工薪酬水平，使公司薪酬始终保持对外竞争性和对内公平性。预计公司未来薪酬水平将继续保持在当地中等偏上水平，并保持稳步增长的趋势。

4、与同行业可比公司对比情况

（1）人工成本与同行业可比公司对比的情况

报告期内，公司主营业务的业务模式特征决定增值电信和移动增值化服务的成本中不包含职工薪酬，公司主营业务中的职工薪酬为斑马网事业部的员工薪酬和技术开发相关的薪酬。

①增值电信服务和移动信息化服务成本归集对象未包含职工薪酬的原因

发行人增值电信服务和移动信息化服务的运营主要由商务管理岗负责，对于增值电信服务，商务管理岗负责运营商业务对接、招投标管理、渠道商管理、运

营数据跟踪、商务结算和客户服务；对于移动信息化服务，商务管理岗负责客户开拓、招投标管理、供应商商务接洽、运营跟踪、商务结算和客户服务。商务管理岗的工作内容中既包含与销售相关的事项，例如与运营商业务对接、招投标管理、商务结算、客户服务、客户开拓等，也包含与运营相关的事项，例如运营跟踪，但以销售业务为主。

考虑到将商务管理岗人员的薪资在销售费用与营业成本之间拆分较困难，按照配比性原则，并结合行业惯例，公司对于无法以合理的、系统的方法分配到具体业务的开支不进行分配，将商务管理岗人员的薪酬全部计入了销售费用。

②同行业可比公司中营业成本中包含职工薪酬情况

A.增值电信服务

可比上市公司	业务项目	营业成本是否包含职工薪酬
平治信息（300571）	移动阅读业务、资讯类业务、其他增值电信业务	否
立昂技术（300603）	运营商增值服务业务	否

可比上市公司平治信息、立昂技术的增值电信服务营业成本中不包含职工薪酬，与发行人情况一致。

B.移动信息化服务

可比上市公司	业务项目	营业成本是否包含职工薪酬
中嘉博创（000889）	信息智能传输	否
银之杰（300085）	短彩信通讯服务	否

可比上市公司中嘉博创、银之杰的移动信息化服务营业成本中不包含职工薪酬，与发行人情况一致。

发行人增值电信服务和移动信息化服务成本归集对象未包含职工薪酬符合业务实际经营情况及行业惯例，具有合理性，相关成本核算准确。

与同行业可比公司相比，发行人人工成本情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	人工成本	占主营业务成本比重	人工成本	占主营业务成本比重	人工成本	占主营业务成本比重
北纬科技			75.34	0.80%	16.29	0.16%
平治信息			247.70	0.21%	781.23	1.69%
吴通控股			3,623.99	1.20%	2,312.37	0.95%

公司名称	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	人工成本	占主营业务成本比重	人工成本	占主营业务成本比重	人工成本	占主营业务成本比重
线上线下			284.07	0.65%	238.57	0.65%
平均			**1,057.78**	**0.72%**	**837.11**	**0.86%**
挖金客	**61.81**	**0.16%**	71.61	0.43%	110.68	0.85%

注：同行业可比公司年报均未披露成本中的职工薪酬，所以表中的人工成本为计算所得。人工成本=当期应付职工薪酬计提数-职工薪酬（销售费用）-职工薪酬（管理费用）-职工薪酬（研发费用）。**截至本招股说明书签署日，可比公司尚未披露 2020 年数据，下同。**

由上表可知，报告期内，公司的人工成本与同行业可比公司北纬科技、线上线下处于同一水平，并且人工成本占主营业务成本比重与同行业可比公司平均水平没有显著差异。

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，各类主营业务的日常实施主要是通过搭载多种算法的自有业务平台，借助自主研发的智能化系统进行业务处理，一般不需要人工干预。因此，与劳动密集型的传统行业不同，公司的人工成本较低、员工数量较少。报告期内，公司人工成本占主营业务收入的比重与同行业可比公司没有显著差异，趋势一致。

综上，公司和同行业可比公司的人工成本占同期主营业务成本比例均较低，为公司所处行业的普遍现象。

（2）员工数量、人均产值与同行业公司差异情况及合理性

2018 年末至 2020 年末，公司员工人数分别为 69 人、96 人和 **99 人**。人均产值、员工数量与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	人均产值（万元）			员工人数（人）		
	2020 年	2019 年	2018 年	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
北纬科技		72.76	77.06		237	302
平治信息		311.73	219.33		551	393
吴通控股		289.50	256.05		1,223	1,186
线上线下		492.91	546.13		108	84
平均		**291.72**	**274.64**		**530**	**491**
挖金客	**516.33**	354.00	304.55	**99**	96	69

注：由于公司 2019 年 10 月收购久佳信通，上述计算人均产值统计口径为人均产值=当期营业收入/当期平均每月人数，当期平均每月人数=Σ每月人数/计算月份数。

由上表可知，报告期内，公司的员工人数与线上线下相接近，但低于同行业

平均水平；人均产值与线上线下、平治信息和吴通控股较为接近，但明显高于北纬科技。北纬科技近年来业务调整，由于受物联网业务仍处于发展初期未产生规模收入，人均产值相对较低，与公司的人均产值存在差异。

公司员工人数较低、人均产值与同行业公司存在差异主要由业务模式特征决定，详见本节之“八、发行人员工情况”之“（五）员工与业务的匹配性”。

综上，报告期内，公司员工人数较低、人均产值与同行业可比公司的差异主要是由于公司业务模式特征和公司业务结构不同导致，具备合理性。

（3）平均职工薪酬与同行业公司对比情况

报告期内，同行业公司与公司的平均职工薪酬对比情况如下：

单位：万元

公司名称	平均职工薪酬		
	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术-沃驰科技		13.01	8.99
海联金汇-联动优势		16.40	12.64
线上线下		17.73	16.21
梦网集团		25.32	16.12
吴通控股-国都互联		23.70	25.35
平均		**19.23**	**15.86**
挖金客	**16.51**	16.53	15.59

报告期内，同行业公司与公司的平均职工薪酬差异不大。

5、职工薪酬核算与相关科目变动情况的匹配性

报告期内，公司不存在劳务派遣的情况，支付给员工的职工薪酬包括：工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费、住房公积金等。报告期内，公司应付职工薪酬贷方发生额（计提数）与当期用工人数情况如下：

人员类型	2020 年		
	计入生产成本/销售费用/研发费用/管理费用（万元）	加权平均员工人数	人均薪酬（万元）
研发人员	**595.62**	**37.67**	**15.81**
管理人员	**527.38**	**28.25**	**18.67**
销售人员	**425.25**	**29.00**	**14.66**
运营人员	**61.81**	**2.58**	**23.96**
合计	**1,610.05**	**97.50**	**16.51**
人员类型	2019 年		
	计入生产成本/销售	加权平均员工人数	人均薪酬（万元）

	费用/研发费用/管理费用（万元）		
研发人员	443.90	25.42	17.47
管理人员	406.16	21.92	18.53
销售人员	284.73	23.67	12.03
运营人员	71.61	2.00	35.80
合计	**1,206.40**	**73.00**	**16.53**
人员类型	**2018 年**		
	计入生产成本/销售费用/研发费用/管理费用（万元）	**加权平均员工人数**	**人均薪酬（万元）**
研发人员	287.12	18.00	15.95
管理人员	327.20	18.17	18.01
销售人员	269.09	20.25	13.29
运营人员	110.68	7.33	15.09
合计	**994.10**	**63.75**	**15.59**

注：加权平均员工人数=Σ每月人数/计算月份数。

报告期内，公司计入营业成本、管理费用、销售费用、研发费用等科目的薪资总额逐年增加，职工薪酬的变动与各类人员用工人数的变动趋势基本一致。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要服务的情况

（一）主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况

1、公司主营业务

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，业务范围涵盖增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务等领域，针对各行业大型企业客户个性化的业务需求，提供包括技术、运营、营销等方面的综合解决方案及服务，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

公司在大数据处理分析、机器智能运算等方面形成了一定的技术优势，并积累了丰富的运营经验和渠道资源，具备满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力，从而建立了与电信、互联网、电力、传媒等各行业大型企业长期稳定的合作关系。



2、公司主要服务

公司提供的应用技术和信息服务主要包括：（1）为电信运营商开展增值电信业务提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务；（2）为

各行业大型企业客户提供移动信息化解决方案及运营服务等移动信息化服务;（3）与媒体平台合作并提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。公司主要服务的基本情况如下：

（1）增值电信服务

电信运营商的增值电信业务，是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务业务，是集智能语音交互、可视图文、流媒体、话费权益等为一体的综合性业务。增值电信业务与基础电信业务对应，基础电信业务满足消费者短信、语音等基本通信需求，增值电信业务则满足消费者更丰富的信息需求，其实现的价值使原有网络的经济效益或功能价值增高。

运营商的增值电信业务产品类别广泛、内容丰富、形式多样。近年来，电信运营商增值电信业务与移动互联网充分融合，通信技术、智能移动终端和移动互联网商业模式的高速发展，使得增值电信业务的应用场景日益丰富，市场规模持续扩大。从 2G 时代的彩铃、语音信箱，到 4G 移动互联网时代的视频、音乐、游戏、阅读、移动支付、语音信息交互等多元化服务，到 5G 时代即将推出的超高清直播、云游戏、云 VR 等众多创新服务，增值电信业务的服务内容与形式不断升级与发展，满足了消费者日益丰富和个性化的消费需求。随着未来 5G 技术的应用与普及，增值电信业务将迎来新的发展机遇，为消费者带来更为全面和多元的服务体验，市场空间也将进一步提升。运营商的增值电信业务主要通过手机应用 APP、语音、短彩信、手机邮箱等形式开展。

公司的增值电信服务对象是运营商，不直接面向终端用户提供产品/服务。公司提供的增值电信服务是针对运营商的各类增值电信业务，提供技术支持、运营服务并选择合适的渠道进行营销推广的综合性服务。具体包括：1）技术支持，包括将运营商的话费计费代码整合至 SDK（软件开发工具包）和对信息交互类产品进行方案设计、技术实施方面的联合开发；2）运营服务，包括对运营商的增值电信业务运行状态进行智能监控与维护，并按照运营商的产品迭代要求进行相关技术升级维护；3）营销推广，公司根据运营商具体增值电信业务特性，选择合适的方式和匹配的合作渠道资源进行营销推广，协助运营商扩大其增值电信业务的市场规模。

公司运用在大数据处理分析、机器智能运算等方面的技术优势，通过自主知识产权研发了云数据处理系统、人工智能监控系统、无线支付 SDK 分发管理系统

等一系列应用软件系统，搭建业务平台与运营商进行对接，满足运营商业务开展的数据处理需求；同时，公司深耕行业多年积累的运营经验和推广渠道，协助运营商增值电信业务在满足各项合规要求的基础上保持了较高的转化率，提高了业务运转效率。公司凭借自身技术优势、运营经验和推广资源，形成的综合服务能力深入契合了电信运营商开展增值电信业务的需求，在与运营商多年合作过程中，双方建立了良好稳定、相互认可的合作关系，公司在运营商的供应商资质体系中的评级持续保持较高水平。

（2）移动信息化服务

公司的移动信息化服务主要是面向各行业大型企业客户提供移动信息化解决方案及运营服务。公司基于客户的个性化需求，为客户提供移动信息化软件系统开发、平台搭建、方案咨询及相关业务的信息发送、运营支撑和保障服务，从而满足各行业企业通过移动通信网络实现用户身份验证、提醒通知、信息确认等功能需求。

移动信息化基于移动通信网络的短信、彩信、语音等移动信息传输方式，具有传播快捷、到达精准、操作方便、成本低廉等优点，应用日益广泛。公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，依托强大的系统整合、数据处理能力，利用与电信运营商的多年合作基础以及丰富的运营、服务经验，通过移动信息服务平台向客户提供移动信息化服务。

自 2016 年开展移动信息化服务以来，公司不断加大技术研发投入并持续升级业务系统，通过自主研发的移动信息服务平台，采用成熟的多线程交互处理和智能路由技术，实现多个客户同时向多个手机用户瞬时并发的“多对多”信息传输，并确保服务的及时性、安全性和稳定性。目前，公司移动信息服务平台已实现毫秒级的实时信息处理速度和日均 1 亿条、日峰值 5 亿条的短信息处理能力，95%以上的送达率、毫秒级时延和99.99%的高保障率，能够满足各类客户高时效、高保障性的业务需求。同时，公司坚持直接服务大型企业客户的发展战略，根据客户需求定制、优化移动信息化服务方案，公司技术水平和服务能力均得到了客户的充分认可。目前，公司已与腾讯云、卓望信息、国家电网、酷狗、携程、去哪儿网、小米科技等大型企业客户建立了稳定合作关系，移动信息化服务规模稳步增长。

（3）移动营销服务

在移动营销服务领域，公司作为移动互联网广告产业链上下游之间的资源整合媒介，将上游的媒体、流量资源与下游的营销推广需求相结合，主要提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。公司通过与车云网、电动邦、新华社公众号等媒体平台合作，开展媒体代理业务，积累了优质媒体广告资源。

此外，公司基于在移动互联网技术与服务领域丰富的运营经验和良好的技术积累，能够根据客户需求提供相关的技术开发服务。

（4）两次 IPO 申报业务分类变化及原因

为使投资者更易理解发行人业务情况，更充分地披露发行人主营业务实质，发行人本次 IPO 申报对主营业务进行了重新梳理与分类，情况如下：

本次申报业务类型	前次申报业务类型
增值电信服务（包括话费结算业务、信息交互类业务等）	内容整合发行+产品支付计费
移动信息化服务	融合通信
移动营销服务	渠道营销推广
技术开发服务	无历史业务对应

如上表所示，发行人前次 IPO 申报期间占比较高的“内容整合发行”业务为增值电信服务的细分业务；本次 IPO 申报文件中描述的“信息交互类业务”对应于前次申报“内容整合发行”业务，和“话费结算业务”均属于运营商的增值电信业务，发行人为这两类业务提供的服务实质相同，均为包括技术支持、运营服务、营销推广的综合性服务。

①前次 IPO 申报的主营业务变化原因系满足运营商的需求

公司围绕运营商业务提供的增值电信服务，包括技术支持、运营维护、营销推广的综合性服务。公司根据运营商的业务发展和产品更新迭代，提供相应的增值电信服务。运营商具体产品和采购需求的变化导致了公司增值电信服务的细分业务结构发生变化。

2014 年，公司开始为中国移动直接提供信息交互类服务，至 2016 年公司增值电信服务中信息交互类业务占比达 44.46%。随着移动互联网相关产业的发展和终端用户的需求变化，信息交互类业务正在更新迭代，运营商对此类业务采购需求逐渐下降。

2015 年，随着移动支付业务市场发展，公司与中国移动的话费支付业务进行深度合作，随着产品成熟和市场发展，运营商对于话费结算业务采购快速上升，公司该项业务收入占增值电信服务的比重不断上升。至 **2020 年**，公司该项业务

收入占增值电信服务的比例为 79.98%，增值电信业务内部结构发生较大变动。

未来随着增值电信市场的发展，运营商的产品将不断会更新迭代，公司将紧跟客户需求，不断推出新的服务，优化迭代原有服务，继续为运营商提供持续服务。

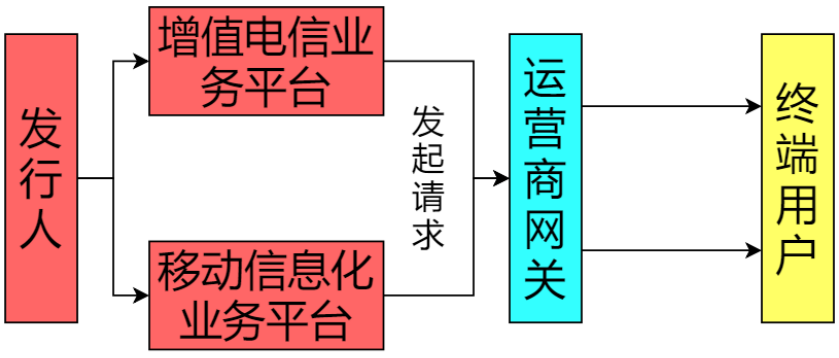
②本次申报期内的主营业务结构变化及原因

公司主营业务结构的变化是由于移动信息化服务的快速增长导致的。

增值电信服务和移动信息化服务均基于运营商业务资源开展，具有较强的业务相关性。以往经营过程中，公司增值电信服务收入占比均超过 50%。2019 年以来，随着公司本身对于移动信息化业务客户的积累以及公司完成对于久佳信通的收购，公司移动信息化服务的收入增长迅速。2020 年，除久佳信通外挖金客自身移动信息化业务收入为 10,614.59 万元，同比增长 203.69%，且与久佳信通在业务、人员、技术等方面实现较强的协同效应，久佳信通该业务的收入为 26,947.19 万元。移动信息化服务的收入占全部收入的比例由 2018 年的 2.19% 上升至 2020 年的 73.48%，公司移动信息化服务的快速增长，推动主营业务规模的持续上升，引起公司主营业务收入结构有所变动。

（5）增值电信服务和移动信息化服务业务资源差异性及通用性

增值电信服务和移动信息化服务的业务模式如下所示：



增值电信服务和移动信息化服务均基于运营商业务资源开展，由于公司在开展这两项业务时，通过自主研发的系统向运营商发起请求，最终均依托于运营商网关实现对最终用户的信息传输，这两项业务在运营商接入接口、批量信息发送队列管理和数据存储等技术层面具备高度相关性。成立初期，公司主要专注为运营商及其合作方提供增值电信服务；随着业务发展，在累积了丰富的技术储备、

渠道资源和运营经验后，公司开始拓展移动信息化服务领域并逐渐形成公司新的盈利增长点。

不同类型增值电信服务所需的业务资源相同。增值电信服务和移动信息化服务的业务资源主要体现在以下方面：

①运营商资源

两项业务均基于运营商网关开展，增值电信服务主要是面向运营商的个人业务，移动信息化服务主要是面向运营商的企业业务。发行人开展两项业务均需充分理解运营商的业务运营规则，并与运营商建立良好的合作关系，获取其业务资源支持。运营商资源是两项业务的开展基础，具备通用性。

②技术资源

两项业务的底层技术具有高度相关性，日常运行均主要依靠系统自动化处理，业务开展均涉及对传输内容多个维度的监控、分析与匹配、对数据传输通道的优化、对数据接口协议的运营管理等。两项业务所需的技术储备、运行环境、研发能力高度重合，应用的业务数据分布式内存计算框架、大数据分析与挖掘技术、数据协议快速接入开发框架、高效弹性分布式计算平台、智能分布式缓存技术等核心技术资源具备通用性。

③业务团队资源

两项业务的开展均需技术研发岗和商务管理岗人员。由于两项业务所需的技术储备、研发能力高度重合，两项业务的技术研发人员通用；由于两项业务的主要客户、供应商均较为集中，且业务合作方面均与运营商相关，两项业务的商务管理人员通用。

④业务平台资源

两项业务的开展平台系统存在差异：增值电信服务主要依托公司的增值电信服务平台开展，移动信息化服务主要依托公司的移动信息服务平台开展。

综上所述，增值电信服务和移动信息化服务在运营商资源、技术资源、业务团队资源等方面的业务资源具有通用性，且上述资源主要通过公司多年业务发展过程中积累形成。在实际经营中，公司会根据两项业务客户采购需求及业务发展布局等情况，对相关业务资源在两项业务中进行合理的分配调整，以提高公司整体业务运营效率。

3、公司主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入按服务类别划分的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值电信服务	**11,703.98**	**22.90%**	13,062.60	50.55%	18,305.91	87.11%
移动信息化服务	**37,561.77**	**73.48%**	8,834.16	34.18%	459.70	2.19%
移动营销服务	**1,657.45**	**3.24%**	3,516.24	13.61%	2,248.68	10.70%
技术开发服务	**193.40**	**0.38%**	429.25	1.66%	-	-
合计	**51,116.60**	**100.00%**	**25,842.24**	**100.00%**	**21,014.29**	**100.00%**

由上表可知，**2018 年至 2020 年**增值电信服务的收入金额分别为 18,305.91 万元、13,062.60 万元和 **11,703.98 万元**，整体销售规模**有所波动**；随着公司对客户的成功开拓及客户需求的显著增长，移动信息化服务收入规模从 **2018 年**的 **459.70 万元**增长至 **2020 年**的 **37,561.77 万元**，涨幅达 **8,070.87%**。移动信息化服务收入规模的快速增长使得此项业务收入占比提高至 **73.48%**，同时增值电信服务收入占比下降至 **22.90%**。

2019 年以来随着公司移动信息化服务快速增长，主营业务规模持续扩大，推动主营业务规模的持续上升，报告期内公司主营业务收入结构虽发生一定变化，但有利于提高公司整体盈利能力、市场竞争力及抵御风险的能力，公司主营业务收入结构未发生重大不利变化。

增值电信服务和移动信息化服务均基于运营商业务资源开展，具有较强的业务相关性，同行业上市公司海联金汇（002537.SH）亦同时从事移动信息服务和移动运营商计费结算服务业务。这两项业务均属于移动互联网应用技术与信息服务领域，同属“软件和信息技术服务业（I65）”，公司的主营业务和发展方向未发生变化。

公司的发展战略规划为致力于各行业大型企业客户提供移动互联网应用技术和信息服务，目前公司已向中国移动、国家电网、腾讯云等各行业大型企业客户提供了相关服务。未来公司将在增值电信服务和移动信息化服务已形成的技术基础和客户基础上，进一步横向做宽做广，纵向做深做厚。同时，在保证现有业务稳定运营的情况下，公司将顺应云计算、大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能，不断拓展公司的服务方式及服务领域。

4、发行人各类业务具有可持续性

（1）发行人增值电信服务具有可持续性

报告期内，发行人增值电信服务收入分别为18,305.91万元、13,062.60万元和**11,703.98万元**，增值电信服务收入规模有所波动。由于发行人与电信运营商建立了稳定的合作关系，随着国内移动互联网增值电信业务的快速发展，发行人增值电信服务的收入规模始终较为可观。

发行人从2014年起陆续与中国移动江苏基地建立直接合作关系，报告期内，发行人始终保持优秀合作方的评级，自2018年三季度以来，发行人是唯一连续每个季度均被评为A级的合作方，发行人与中国移动江苏基地合作稳定，始终得到其业务资源支持。同时，发行人与阳光河谷等优质渠道供应商合作关系稳定，保证了发行人增值电信服务的业务规模始终在领域中具有优势。

综上，发行人增值电信服务具备可持续性。

（2）发行人移动信息化业务具有可持续性

2018年至2020年，发行人移动信息化服务收入金额分别为459.70万元、8,834.16万元和**37,561.77万元**，占主营业务收入的比重分别为2.19%、34.18%和**73.48%**。发行人从2016年开始开展移动信息化服务，报告期内发行人持续优化调整此项业务的经营策略，并投入充足业务资源，与众多大型企业建立深入合作关系，使得发行人移动信息化服务收入增长显著。

2018年，发行人不断拓展移动信息化业务的客户群，成功与携程、腾讯云、国家电网等知名客户建立合作关系，并于2019年合作逐渐深入，发行人移动信息化服务业务规模增长显著。同时，2019年10月发行人完成了对久佳信通的收购，获得了卓望信息、去哪儿网、酷狗、58同城、360金融、小米科技等大型企业客户的业务合作机会，业务规模进一步扩大。2019年发行人移动信息化服务收入较2018年增长8,374.46万元，增幅达1,821.71%。

2020年，发行人移动信息化服务收入较上年同期增长**28,727.61万元**，增幅达**325.19%**。随着发行人与腾讯云、国家电网等大型企业客户的合作规模扩大，同时与久佳信通实现较强的协同效应，此项业务发展迅猛，2020年移动信息化服务已成为发行人销售占比第一大的主营业务。

发行人移动信息化服务中具有较强的竞争力，与客户合作稳定，业务开展具备可持续性。

（二）主要经营模式

1、服务模式和盈利模式

（1）增值电信服务

针对具体不同的增值电信业务，公司向运营商提供的服务模式有所不同。公司能够为运营商的各项增值电信业务提供综合性增值电信服务，报告期内，公司主要向运营商两类增值电信业务提供服务：话费结算业务和信息交互类业务。

公司增值电信服务实质是为运营商提供技术支持、运营服务并选择合适的渠道进行营销推广的综合性服务。在各类增值电信服务开展过程中，公司的增值电信服务对象是运营商，不直接面向终端用户提供产品/服务，均由电信运营商向终端用户收取电信增值业务信息费；公司通过与渠道供应商合作对增值电信业务进行营销推广，不直接对接众多手机应用 APP 服务商。公司以电信运营商收取的电信增值业务信息费为基础，与运营商按照合同约定进行服务费结算。

①运营商的话费结算业务及公司的服务模式

A.运营商的话费结算业务

运营商的话费结算业务是指消费者使用话费兑换游戏、视频、电子书、软件等小额电子商务类商品和服务，运营商收到消费者的消费指令后以话费进行结算的业务。业务开展主要流程为：消费者在支付界面选择手机话费方式结算，确认支付后由运营商在消费者话费账户中扣除对应的消费金额，完成支付流程。话费结算具有保障资金安全、操作便捷等优点，丰富了消费者的话费使用途径，为中小手机应用 APP 服务商提供了便捷的收费途径。

目前谷歌、苹果、亚马逊、Facebook 等互联网巨头均支持话费结算方式购买数字内容，谷歌和苹果分别已经在全世界 45 个和 12 个国家和地区支持了话费结算方式。根据全球电信业权威研究机构 Ovum[1]，2019 年全球运营商话费结算的业务规模达到 490 亿美元，预计 2024 年将达到 790 亿美元。根据全球领先的市场分析报告服务供应商 Research and Markets，2019 年亚太地区运营商话费结算的业务规模达到 135 亿美元，预计 2027 年将达到 357 亿美元。未来运营商话费结算业务的市场空间巨大。随着通信技术的发展、终端用户的消费需求日益丰富，运营商话费结算业务未来具备良好的发展空间。话费结算业务发展前景详见

[1]已于 2020 年 2 月更名为 Omdia.

本节“二、发行人所处行业的基本情况及竞争情况”之“（二）行业特点和发展趋势”之“6、公司对话费结算业务提供服务的经营环境情况”。

a. 终端用户使用话费结算的原因

（a）可丰富用户的话费使用途径

话费结算作为一种移动支付方式，可以增加消费者的话费余额使用场景，使消费者在不花费额外成本的情况下，用话费账户余额进行其他产品和服务的消费，大大丰富了话费的使用途径。

（b）话费结算无需绑定银行卡，提高了资金安全保障

用户话费账户与银行卡等其他资金账户隔离，降低了用户发生误支付的资金损失风险。特别是用户在使用非知名手机 APP 时，如存在对手机 APP 支付安全性的疑虑，使用话费结算可降低可能发生的损失金额。

（c）无需安装支付软件，操作便捷

话费结算无需进行下载、安装、注册、升级等操作，用户操作更为便捷。

（d）若运营商采取促销活动，用户使用赠送的话费消费更为划算

为吸引新增用户、提高已有用户粘性，运营商日常采取充值加倍返还话费的促销活动。用户使用充值赠送的话费进行消费更为划算。

（e）员工福利、客户回馈中存在话费报销、赠送话费充值卡等情况

话费充值卡一般金额较低、较为实用，可作为客户回馈的选择；员工福利中也存在话费报销的情况。上述情形使得部分用户存在使用话费余额兑换产品的需求。

b.运营商话费结算与其他支付手段的比较

（a）运营商话费结算的特点和优势

a）保障资金安全

用户话费账户与银行卡等其他资金账户隔离，降低了用户发生误支付的资金损失风险，且交易经过运营商信息安全部门和互联网公司双重安全认证，交易更加安全。

b）操作便捷

用户可一键操作完成支付流程，运营商会在后台直接划转话费账户余额，节省了用户关联其他资金账户、在其他支付平台进行验证的操作时间和步骤，终端用户最少可以只需 2 步即可完成付费。例如对手机游戏充值时，使用话费结算无

需跳转至其他支付平台，为手机游戏用户节省了支付时间、避免了操作界面切换，提高了用户的使用体验。同时，话费结算无需进行下载、安装、注册、升级等操作，且不需要绑定银行卡，能够天然覆盖所有手机用户。

c）支持离线状态

话费结算基于通信网络实现，可以在没有互联网信号覆盖或者互联网系统出现故障时使用。

d）适用于高频、小额的消费

话费结算更适用于高频、小额的数字化产品、服务的消费，比如开通会员、兑换数字点卡、兑换电子卡券等，可应用于游戏、音乐、视频、阅读等各种文娱消费方面。

e）丰富消费者的话费使用途径

话费结算作为一种移动支付方式，可以增加消费者的话费余额使用场景，使消费者在不花费额外成本的情况下，用话费账户余额进行其他产品和服务的消费，大大丰富了话费的使用途径。

f）中小手机 APP 服务商选择话费结算更便捷、稳定

由于支付宝和微信支付的接入和技术模块集成等流程相对复杂，且对手机 APP 服务商的使用存在要求，例如一段期间内无交易发生则相关账户会被限制甚至关闭，而中小手机 APP 发展初期业务不稳定、交易活跃度可能难以达到上述要求，此外，接入支付宝和微信支付还需支付保证金；而话费结算仅需将 SDK 嵌入 APP 即可实现收费功能，对手机 APP 服务商的经营规模无门槛。对仍处于发展期的中小手机 APP 服务商而言，话费结算是更为便捷的收费途径，利于 APP 服务商快速变现、积累用户，保证其收费通道稳定运行。

g）手机 APP 服务商促销时增加话费结算方式，可覆盖更多用户、更好实现营销目的

目前，移动互联网相关各领域竞争激烈，各类手机 APP 广泛采用各种促销形式进行补贴。手机 APP 选择使用话费结算，促进用户使用话费兑换高于话费价值的优惠券，可丰富用户话费余额消费的使用场景，有效覆盖更有意愿使用话费余额兑换的用户，有助于扩大 APP 覆盖人群、吸引新增用户、培养已有用户形成消费习惯，为手机 APP 带来增量收入，达到最终营销目的。例如，用户在“迅雷”中使用话费结算的界面示例如下：



（b）支付宝、微信支付等支付方式应用范围更广

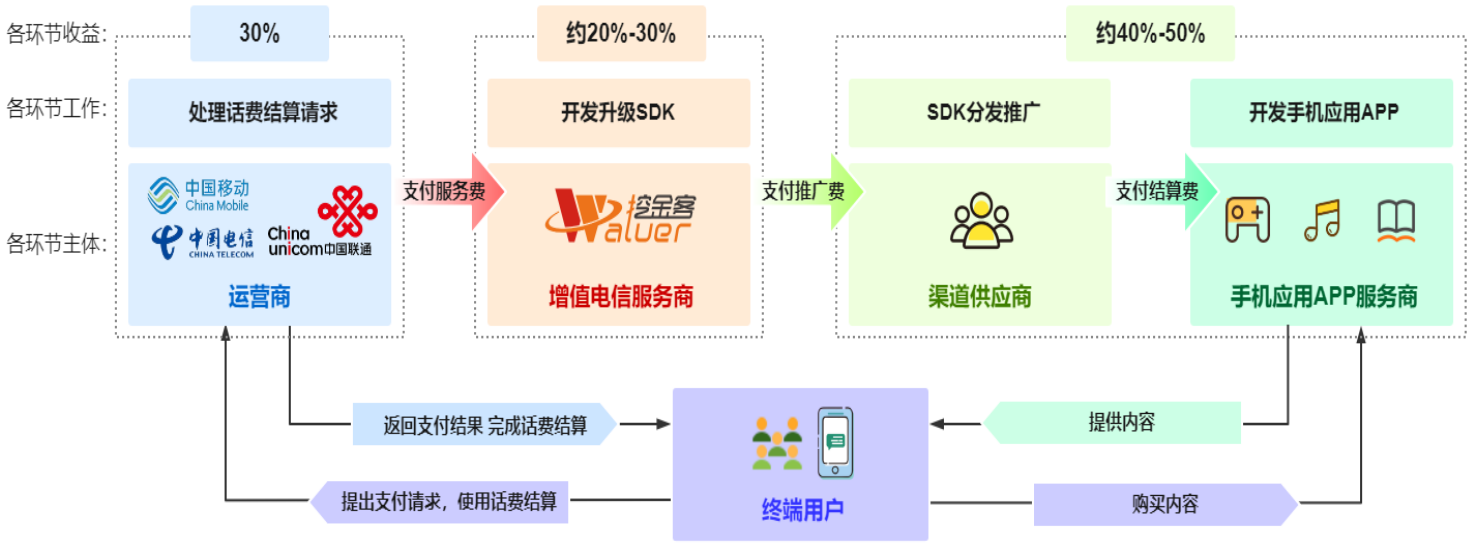
相较于话费结算，支付宝、微信支付等支付方式的支付金额限制更少、应用场景更多。在我国移动支付市场中，支付宝、微信支付等支付方式占据了较大的市场份额。

（c）话费结算与支付宝、微信支付等支付方式存在互补关系

话费结算对其他支付方式没有排他性，手机 APP 服务商可提供多种支付方式供用户选择，其中包括话费结算。使用话费结算的手机 APP 主要提供小额、无物流的数字化产品/服务，此类虚拟产品/服务增加“话费结算”这一支付方式不会使手机 APP 服务商新增额外成本。因此，增加“话费结算”支付方式可为手机 APP 服务商带来增量收入。

c. 话费结算业务产业链的各环节情况

话费结算业务的产业流程图如下：



在话费结算业务开展过程中：1）运营商提供话费计费代码并处理终端用户的话费结算请求；2）发行人将运营商的话费计费代码整合至 SDK，负责持续升级 SDK，并将 SDK 分发至优质渠道供应商；3）渠道供应商具备广泛的推广资源，将 SDK 分发给众多的手机应用 APP 服务商；4）手机应用 APP 服务商作为内容提供商，为终端用户提供游戏、视频、阅读等多种数字化产品。

根据《中国移动语音杂志业务流量 SDK 业务开发指南》，SDK 中包括以下参数：

参数标识	参数名称	对应的信息	说明
spid	支撑方 ID	增值电信服务商，如挖金客、风笛指媒等	由中国移动定义、分配
productid	话费计费代码 ID	资费标准	由中国移动定义、分配
channeled	渠道 ID	渠道推广商，如阳光河谷、上海如禾等	由增值电信服务商（如挖金客）定义、分配

（a）公司成为中国移动话费结算业务合作伙伴后，中国移动会分配专属六位数字的企业代码（支撑方 ID），该企业代码会在双方签署的合作协议中直接注明，且约定该企业代码资源所有权为公司所有。支撑方 ID 映射至增值电信服务商。

（b）公司申请的资费标准经中国移动评审通过后，中国移动会通过管理平台向公司分配话费计费代码 ID。话费计费代码 ID 映射至具体资费标准。

（c）根据与渠道供应商合作安排情况，公司对各渠道供应商也会分配渠道 ID，渠道 ID 可拓展映射至各级渠道供应商直至产品提供方。

SDK 中嵌套上述参数标识后，话费结算业务发生时，运营商通过网关系统接

收包括上述参数的数据包，经系统解析后可实现所有参数与映射信息的区分，能够明确识别实现该项交易的增值电信服务商、资费标准和各级渠道供应商。

综上，运营商向合作伙伴分配的支撑方 ID 和话费计费代码 ID、公司向渠道供应商分配的渠道 ID，均具有唯一性和可区分性。

在话费结算业务实施过程中，各环节的工作、掌握的信息等情况如下：

序号	环节	各环节的工作	各环节掌握的信息	各环节的收入来源	各环节获取的产业收益
1	运营商	提供话费计费代码，并直接处理终端用户的话费结算请求，将终端用户的话费余额转为信息费，实现自身信息费收入	终端用户的手机号码等用户信息及话费结算交易信息	向终端用户收取信息费	30%
2	挖金客	将运营商话费计费代码整合至 SDK，负责持续升级 SDK，并将 SDK 分发至优质渠道供应商	部分交易信息（交易金额、交易状态、对应的渠道供应商等）	向运营商收取服务费	约 20%-30%
3	渠道供应商	具备广泛的推广资源，将 SDK 分发给众多手机应用 APP 服务商	部分交易信息（交易金额、交易状态、对应的手机应用 APP 服务商/下一级渠道供应商）	向挖金客收取推广费	共享约 40%-50%
4	手机应用 APP 服务商	为用户提供游戏、视频、阅读等多种数字化产品	用户消费的产品/服务等消费信息	向渠道供应商收取产品/服务结算费用	

在话费结算产业链中，运营商享有产业链 30%的收益，挖金客享有约 20%至 30%的收益，渠道供应商和手机应用 APP 服务商共同享有约 40%至 50%的收益。上述各环节收益情况符合数字化文娱产品的产业链分成惯例，以苹果手机应用 APP 数字产品消费为例：终端用户如在苹果应用商店（App Store）购买手机应用 APP 中的数字产品/服务或会员权益，通常苹果公司分成 30%，手机应用 APP 各级代理商、APP 服务商、内容提供商共同分成 70%。

报告期内，发行人通过与渠道供应商合作对增值电信业务进行营销推广，不直接对接众多手机应用 APP 服务商。渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例会根据手机 APP 的知名度、用户规模等具体情况进行协商确定，以渠道供应商的全部收入为基础，发行人主要渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例如下所示：

主体	分成比例
渠道供应商	10%-20%

手机 APP 服务商	80%-90%

在安卓和 iOS 平台中，用户付费购买内容有两种支付方式：一种是基于操作系统提供的 IAP 支付通道（In-App Purchase 应用内购买），另一种是通过第三方支付通道（微信支付、支付宝、话费结算等）。

1）若用户使用 IAP 支付通道，用户将款项支付于谷歌、苹果等服务商，上述应用商店服务提供商收取 30%分成作为平台费用后，再进行后续结算；2）若用户使用第三方支付通道，用户将款项支付于支付宝、微信、运营商等第三方机构，再进行后续结算。由于第三方支付通道不通过应用商店服务提供商的 IAP 结算通道，谷歌、苹果等应用商店服务提供商不会从中抽取平台费用。

公司涉及的增值电信业务中，一部分业务的开展不涉及手机 APP，因此无需与谷歌、苹果等应用商店服务提供商进行分成；另一部分业务开展虽涉及手机 APP,但其支付方式均为话费结算(属于第三方支付通道),不使用 IAP 支付通道，因此亦不需与谷歌、苹果等应用商店服务提供商进行分成。

B.公司提供的增值电信服务

在这类业务开展过程中，公司提供的增值电信服务实质是为运营商提供技术支持（SDK 开发和升级）、运营服务和营销推广：1）公司将运营商分配的话费计费代码整合至 SDK（软件开发工具包，SDK 可嵌入手机应用 APP 中并实现结算功能），并针对手机应用 APP 的升级以及手机适配的变化，及时调整 SDK 的嵌入方案；2）公司对业务运行状态进行智能监控与运营维护；3）公司整合渠道资源，将开发完成的 SDK 分发给渠道商进行推广，扩大运营商话费结算业务的市场规模。

②运营商的信息交互类业务及公司的服务模式

A.运营商的信息交互类业务

运营商的信息交互类业务，是一种功能性交互工具，广泛应用于电视、手机应用 APP、平面媒体、大型活动等多种场景，主要通过语音、短信等交互方式满足终端用户在情感、社交、体育、旅游、财经、娱乐等方面的需求。

a.运营商的信息交互类产品与微信公众号、微博等社交渠道产品的差异

（a）产品属性不同：微信公众号、微博属于平台类社交媒体[1]，终端用户通过此类社交媒体进行人与人之间的信息分享与交流，终端用户的参与程度和曝光

[1]社交媒体，指互联网上基于用户关系的内容生产与交换平台。

量是其关键运营指标；运营商的信息交互类产品是一种功能性交互工具，不具备媒体或社交属性，终端用户通过使用此类交互工具，获取各类应用场景（媒体、手机应用 APP 等）的内容或服务，终端用户的付费意愿是其关键运营指标。

（b）服务方式不同：微信公众号、微博主要以微信/微博平台作为载体，满足终端用户之间的社交和信息传播需求；运营商的信息交互类产品是一种功能性交互工具，没有单独的媒介平台，终端用户主要通过语音拨打方式接入，获取各类应用场景的内容或服务。

（c）产品内容不同：微信公众号、微博具有较强的内容属性，实时更新提供丰富的海量资讯；运营商的信息交互类产品，是通过对公共资讯、公开资料、常识信息等进行采集、整理和方案设计形成，产品开发完成后不需对产品内容进行频繁更新。

（d）运营商的信息交互类产品与微信公众号、微博可进行融合：运营商的信息交互类产品作为一种功能性交互工具，可直接与微信公众号、微博进行融合，为其提供语音的交互形式，丰富微信公众号、微博的业务形式和变现途径。

b.信息交互类业务产业链的各环节情况

在信息交互类业务开展过程中：1）运营商与发行人对产品进行产品方案策划、信息采集整理、技术研发测试等联合开发工作；2）渠道供应商将信息交互类产品通过广泛的渠道资源进行推广。在此类业务中，产品由运营商与发行人联合开发，不存在单独的内容提供商直接向终端用户提供内容。

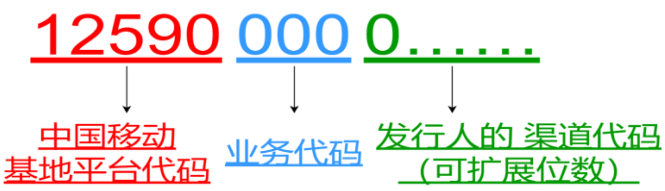
信息交互类产品需要通过多种渠道进行营销推广，向终端用户进行展示并促进其最终消费使用。发行人不直接从事渠道推广业务，因此需要与渠道供应商开展合作。渠道供应商利用自身推广资源，可将信息交互类产品与多种场景结合，协助发行人开拓市场、发展用户，因此发行人向其支付渠道推广服务费。

在信息交互类业务实施过程中，各环节的工作、掌握的信息等情况如下：

序号	环节	各环节的工作	各环节掌握的信息	各环节的收入来源	各环节获取的产业收益
1	运营商	招募合作方进行产品联合开发，并直接面向终端用户提供信息交互类产品	终端用户的手机号码等用户信息及信息交互类产品交易信息	向终端用户收取信息费	30%
2	挖金客	协助运营商进行产品联合开发并上线，将运营商产品分发至优质渠道供	部分交易信息（交易金额、交易状态、对应的渠道供应商等）	向运营商收取服务费	约 20%-30%

序号	环节	各环节的工作	各环节掌握的信息	各环节的收入来源	各环节获取的产业收益
		应商进行推广			
3	渠道供应商	具备广泛的推广资源，将信息交互类产品推广至众多媒体、手机应用 APP 等渠道	部分交易信息（交易金额、交易状态、推广对应的终端渠道）	向挖金客收取推广费	约 40%-50%

信息交互类业务开展过程中，终端用户拨打的电话号码包括如下信息：



如上图所示，发行人可在电话号码中自行拓展设置“渠道代码”。发行人为每个渠道供应商分配唯一对应的“渠道代码”，并设置在电话号码中，用于识别渠道供应商。

业务开展过程中，运营商记录终端用户的交易信息，并向发行人实时传输交易数据，其中包括渠道标识。发行人根据渠道标识，识别具体的渠道供应商，根据交易数据结合约定的分成比例，计算确定结算金额后分别与各渠道供应商进行对账和结算。

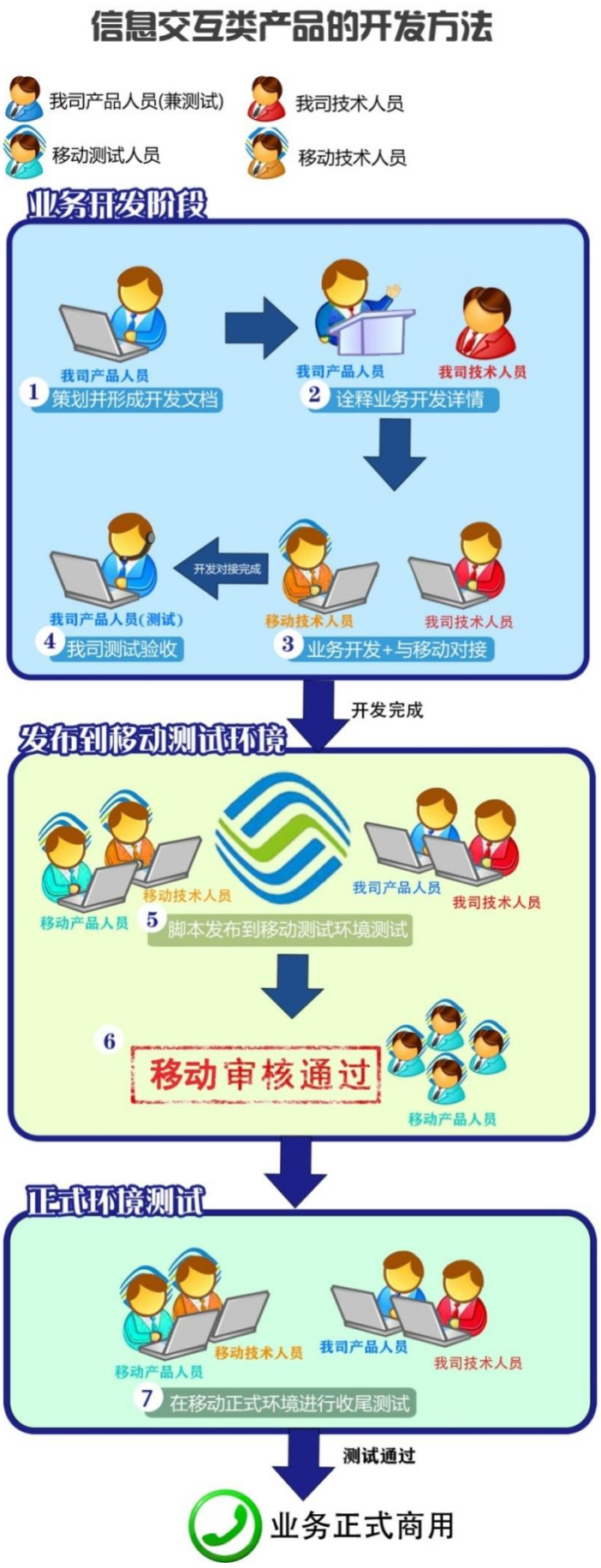
B. 公司提供的增值电信服务

在这类业务开展过程中，公司提供的增值电信服务实质是为运营商提供产品联合开发、运营服务和营销推广：1）发行人根据运营商产品开发需求进行产品方案策划和技术开发，与运营商经过沟通、修改、对接、测试等联合开发工作后，最终形成信息交互类产品并由运营商上线运营；2）信息交互类产品正式上线运营后，公司对业务运行状态进行智能监控与维护，并根据运营商此类产品与各类场景融合的变化持续进行辅助研发；3）公司结合信息交互类产品特性，选择匹配的合作渠道进行营销推广，扩大运营商此类业务的市场规模。

a. 联合产品联合开发的情况

运营商向终端用户提供信息交互类产品，公司为运营商的上述产品提供方案设计，并与运营商进行联合产品开发，具体过程为：运营商提出产品开发需求，公司产品人员进行产品策划、研发人员进行技术开发，在此过程中与运营商的产品和技术人员针对产品设计、技术方案等进行反复的沟通、修改、对接、测试等联合开发工作后，最终形成满足运营商业务开展和技术要求的信息交互类产品。

公司为信息交互类产品提供产品设计和联合开发约需 10 名产品人员、研发人员参与（非专职人员，同时可以从事其他业务策划与研发）。具体开发方法如下图所示：


信息交互类产品的开发方法
我司产品人员(兼测试)
我司技术人员
移动测试人员
移动技术人员
业务开发阶段
我司产品人员
1 策划并形成开发文档
我司产品人员
我司技术人员
2 诠释业务开发详情
开发对接完成
我司产品人员(测试)
4 我司测试验收
移动技术人员
我司技术人员
3 业务开发+与移动对接
开发完成
发布到移动测试环境
移动技术人员
移动产品人员
5 脚本发布到移动测试环境测试
我司产品人员
我司技术人员
6
移动审核通过
移动产品人员
正式环境测试
移动技术人员
移动产品人员
我司产品人员
我司技术人员
7 在移动正式环境进行收尾测试
测试通过
业务正式商用

公司与运营商联合开发的核心是设计合理的产品方案并通过技术手段成功实现。信息交互类产品作为一种功能性交互工具，其开发过程中需要对公共资讯、公开资料、常识信息等进行采集、整理和方案设计，不涉及使用第三方拥有的知识产权。

b. 发行人提供服务的应用场景

（a）话费结算业务：发行人提供服务的应用场景及各应用场景的收入金额、占比情况

目前，发行人提供服务的话费结算业务主要用于兑换小额、无物流的数字化产品/服务，应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP。各类应用场景的收入和占比情况如下：

单位：万元

应用类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
游戏类	**2,937.40**	**31.38%**	3,163.53	29.21%	4,046.37	27.30%
视频类	**1,262.53**	**13.49%**	1,461.37	13.49%	1,397.03	9.43%
阅读类	**1,355.40**	**14.48%**	1,303.89	12.04%	1,967.54	13.28%
资讯类	**918.35**	**9.81%**	780.67	7.21%	1,122.52	7.57%
社交类	**689.20**	**7.36%**	986.46	9.11%	1,471.98	9.93%
音乐类	**638.19**	**6.82%**	988.15	9.12%	1,386.72	9.36%
生活类	**515.08**	**5.50%**	795.69	7.35%	1,222.36	8.25%
教育类	**193.43**	**2.07%**	207.45	1.92%	637.03	4.30%
其他	**850.73**	**9.09%**	1,143.94	10.56%	1,568.98	10.59%
合计	**9,360.32**	**100.00%**	**10,831.15**	**100.00%**	**14,820.53**	**100.00%**

由上表可见，报告期内发行人提供服务的话费结算业务应用的 APP 类别较为广泛，其中游戏、视频、阅读、资讯、社交类 APP 的占比较高。

发行人话费结算服务主要应用场景的举例如下：

a）游戏类——小鸡模拟器

用户在“小鸡模拟器”中使用话费结算的界面示例如下：



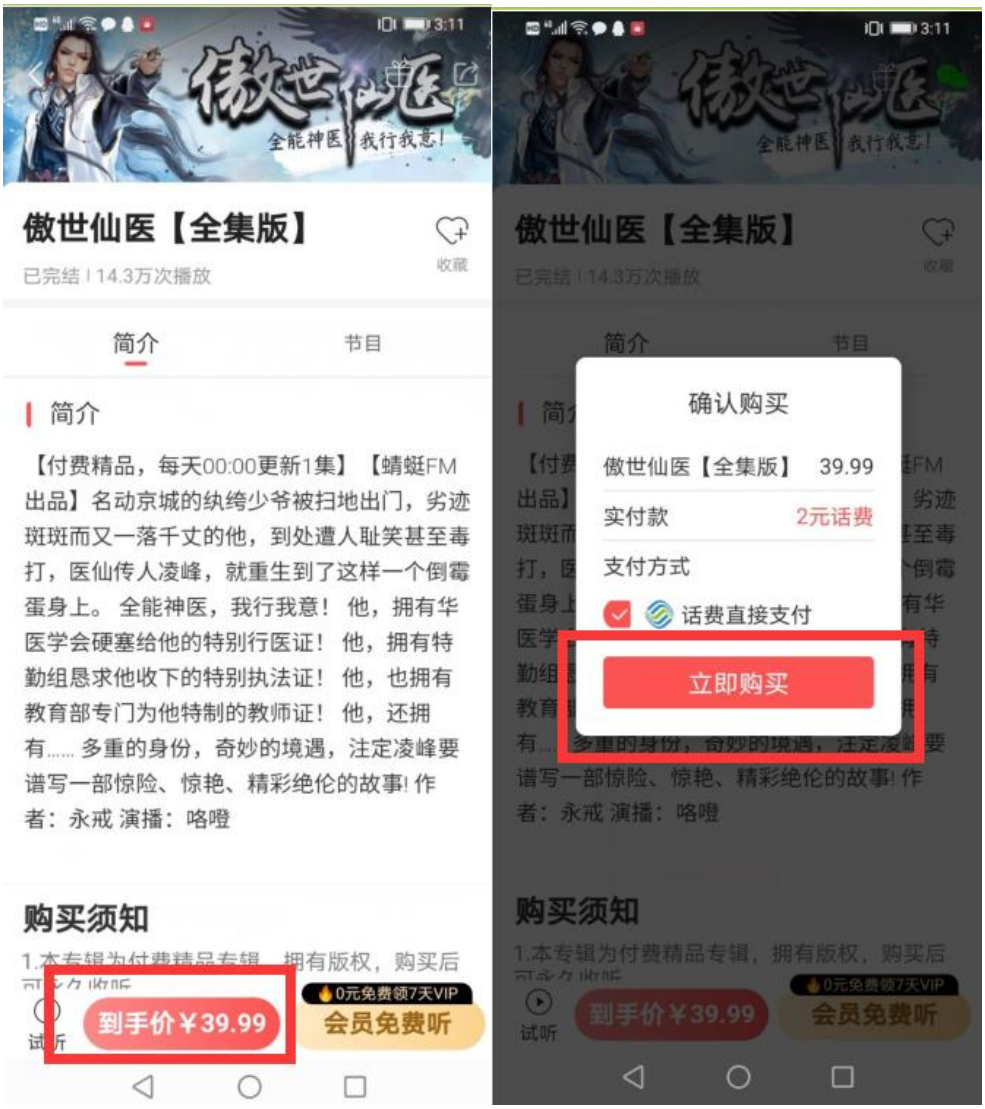
b）视频类——迅雷

用户在“迅雷”中使用话费结算的界面示例如下：



c）阅读类——蜻蜓 FM

用户在“蜻蜓 FM”中使用话费结算的界面示例如下：



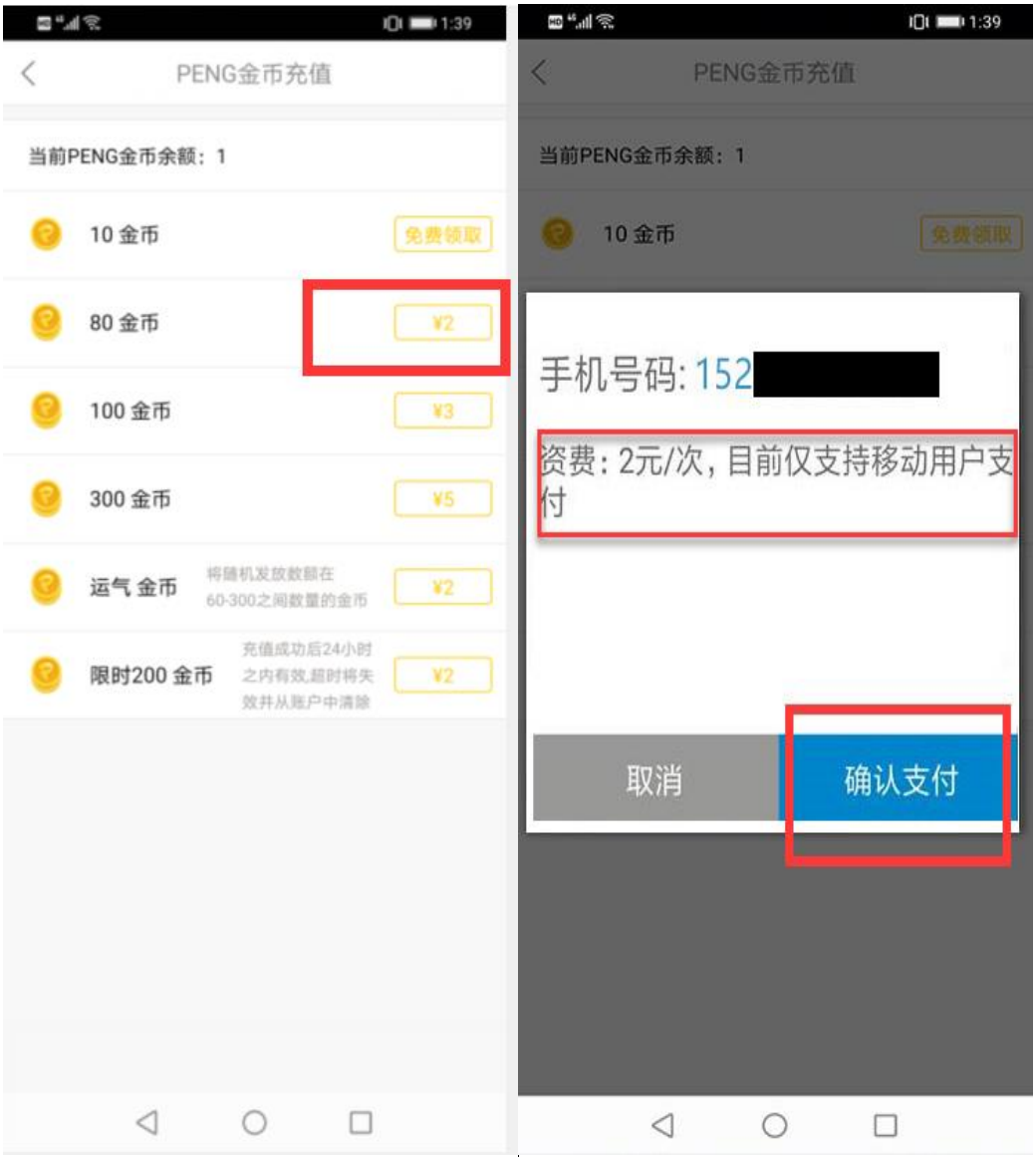
d）资讯类——光明云媒

用户在“光明云媒”中使用话费结算的界面示例如下：



e）社交类——PENG

用户在“PENG”中使用话费结算的界面示例如下：



f）资讯类——荔枝新闻

用户在“荔枝新闻”中使用话费结算的界面示例如下：



如上所述，发行人提供服务的话费结算业务应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP。报告期内，发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 情况如下：

APP 名称	类别	基本情况	规模
小鸡模拟器	游戏	“小鸡模拟器”是一款经典游戏集合 APP，可畅玩 PSP、NDS、街机等超过 20,000 款的模拟器游戏。	平台用户量突破 7,000 万，日活跃用户超过 130 万。
迅雷	视频	“迅雷”是一款基于下载加速技术优势，为用户提供影音娱乐、资源下载、边下边播等服务的 APP。	迅雷付费会员数量超 400 万。
蜻蜓 FM	阅读	“蜻蜓 FM”是一款语音阅读 APP，为用户和内容生产者共建生态平台，为用户提供汇聚广播电台、版权内容、人格主播等优质音频 IP 的数字阅读服务。	总用户规模超过 4.5 亿，生态流量月活跃用户量 1 亿。平台收录全国 1,500 家广播电台。
光明云媒	资讯	“光明云媒”是光明日报社打造的移动新闻信息服务 APP，是光明日报开发新媒体、新业态的重要成果。	累计下载量突破 4,000 万，已成为光明日报在移动互联网领域的主渠道和媒体融合发展的核心产品。
荔枝新闻	资讯	“荔枝新闻”是江苏广电集团打造的新闻客户端 APP。	全国省级广电首个新闻客户端，下载用户突破 2,450 万。

APP 名称	类别	基本情况	规模
PENG	社交	“PENG”是一款结合娱乐众筹和粉丝社区的移动产品，拥有强大的线上、线下运营体系和丰富的娱乐明星粉丝资源。	累计下载量超过 2,000 万。

由于具体各手机 APP 与渠道供应商的交易金额属于商业机密，受其双方合同保密条款约定，向第三方透露合作具体情况属违约行为，故发行人无法准确获取话费结算业务对应的具体各 APP 的销售金额。主要渠道供应商根据与发行人业务相关的 APP 合作规模、APP 行业知名度、APP 用户规模等提供上述主要 APP 情况。

报告期内，发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 可以从公开的手机应用市场下载，并具备一定的用户规模或下载次数。

（b）信息交互类业务：发行人提供服务的应用场景及各应用场景的收入金额、占比情况

报告期内，发行人提供服务的信息交互类业务应用于体育类、情感类、手机安全类、旅游类和综合资讯类等业务场景。各类应用场景的收入和占比情况如下：

单位：万元

业务类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
体育类	**941.70**	**47.20%**	975.54	43.64%	1,150.40	33.15%
情感类	**384.36**	**19.27%**	618.67	27.68%	1,114.64	32.12%
手机安全类	**279.61**	**14.02%**	344.38	15.41%	609.72	17.57%
旅游类	**253.90**	**12.73%**	144.92	6.48%	423.73	12.21%
综合资讯类	**135.38**	**6.79%**	151.84	6.79%	172.07	4.96%
合计	**1,994.96**	**100.00%**	**2,235.35**	**100.00%**	**3,470.56**	**100.00%**

注：上表根据业务平台经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异。

由上表可见，报告期内发行人提供服务的信息交互类业务主要应用于体育类、情感类应用场景，这两类业务场景的收入占比合计达 60%以上。

发行人信息互动类服务主要应用场景的举例如下：

（1）体育类——足球百乐汇

“足球百乐汇”是一款体育互动答题类产品，终端用户可以通过拨打产品号码，参与足球方面的答题闯关，并有机会赢得心爱的明星足球签名。下图为《足球报》中“足球百乐汇”产品的展示界面：



记者艾文报道 当周日晚上拜仁与莱比锡的德甲巅峰战开始时，两支球队应该带着一种不错的感觉：他们的身后没有追兵了，多特蒙德在无预警的情况下掉队。前一天晚上对勒沃库森，多特蒙德再次打进3球，最后十分钟时还是3比2领先，可对手勒沃库森81秒内翻盘，以4比3完成逆转。新加盟多特蒙德的德国国脚信说："这支球队有许多潜能，但也有很多要学习的东西，比如在领先之后踢得鲜一点。"

俱乐部历史上首次的下半程三连胜后，多特蒙德原本重新向联赛冠军发起挑战，然而一周之内情况就发生了改变。先是在德国杯上被不来梅淘汰出局，接着遭勒沃库森逆转。主帅法夫尔赛后被记者问到冠军问题时情绪很糟糕，他回答说："我不想讨论这个，这不是谈论冠军的时候，我们要准备下一场比赛。"

多特蒙德的保守犯错

拉比、迪亚比和辛克格拉文，五名进攻球员一字排开。比赛的第一分钟，双方就投入大量兵力进行贴身逼抢，都想在中场拿到球权，打出快速反击。

第19分钟，此前进球如泼水的哈兰德在左路拿到球，他小角度的劲射被门将赫拉德基扑出。勒沃库森随即反攻，阿米里将球推给哈兰德，后者用身体靠住防守自己的阿坎吉，将球打进远角。勒沃库森的领先没有持续多久，两分钟后，桑乔开出角球，胡梅尔斯头球破门，这是他在本赛季第一球，也是连续12年在联赛中进球。扳平让多特蒙德军心大振，他们的配合流畅度明显提升。第33分钟，第一次代表球队首发的詹30米外的远距离吊射，皮球飞进死角，让赫拉德基无可奈何，多特蒙德反超。但在上半场结束前，沃兰德略带幸运成分的进球把比分变成2比2，他的射门打在扎加杜的身上弹进球网。

下半场双方变得平静一些，更专注于配合。桑乔第53分钟的进球被视

沃库森机会"，经理佐尔克赛后说："现在不要讨论接下来的赛季目标了，我们要先看看如何减少失球数字。"新加盟的詹则表示："这绝对是一次打击，接下来有很多的事情要做了。球队的潜质有待于发挥。"《南德意志报》批评说："是多特蒙德击败了自己，没有人明白他们为什么在最后十分钟做出这样的选择。"

两连败的多特蒙德遇到了相当大的麻烦。首先是伤病形势更严峻，队长罗伊斯在周中德国杯上受伤，布兰特又在这一场比赛中提前退场。他的伤情比罗伊斯重，可能要缺阵一段时间，在中场形成了空缺。其次是哈兰德的使用。挪威人在前三轮打进7球，德国杯上也破门得分，可以说状态炙手可热。但他更多是依靠自己的灵性，与球队的配合有时候显得生疏，对手也在对他重点研究和盯防。

本场比赛，勒沃库森派出今年冬天刚从葡萄牙吉马良斯签下的布基纳法索中卫塔普索巴，这个在德甲赛场

多特蒙德人很清楚这个问题。经理佐尔克说："我们在禁区内防守不够专注，这是球队无法在积分榜上更进一步的主要原因。"新援詹说："我们的丢球太容易了，要学着在领先后踢得鲜一点，有时要学会犯规，更好地防守。我们踢出了精彩的攻势足球，可后场的防守要更好些。进3球丢4球，这是不可能赢得比赛的。"主帅法夫尔的口径一致："我们的问题是，轻易丢掉了许多球。球员们要更好地控制场面，踢得聪明一些。当你有很多失球时，当然要做得事情就变多了。"

然而除了刚到球队不足两周的詹之外，其他人应该早就对此有所认识。多特蒙德在上半程丢球数24个，场均1.41，是前六名中最多的。1比3输给柏林联队，对法兰克福、不来梅、弗赖堡的连续三场2比2，0比4输给拜仁，3比3平帕德博恩，每一场比赛后，球队必谈的是防守缺陷。可是他们在冬季买下新前锋和新中场，唯独没有调整防线。

法夫尔依赖于强大的进攻组合，这让球队在攻守间失去了平衡点。不过多特蒙德的防守球员个人失误过多也是重要原因，这是主教练无法改变的。上半程饱受批评的瑞士人阿坎吉继续扮演着糟糕的角色。对勒沃库森，法夫尔将他放在右边后卫上，他对第一个失球负有不可推卸的责任。右路不是阿坎吉的习惯位置，可也不能指责法夫尔乱用人。他在后防线上的选择并不多，皮什切克速度太慢，哈基米攻强守弱。

防守责任不仅在防线上，还有多特蒙德的中场。勒沃库森一次次毫无阻碍地通过中场，又或者发动边路传中，这意味着多特蒙德没有给对手施加足够的压力。他们在正面拼抢中缺少决心，这是缺少领头羊造成的。一个不在最佳状态的维特塞尔控制不住哈弗茨，更追论带领整个球队了。也许随着詹的逐步融入，他可以帮助罗伊斯，发挥出领导作用。

获得德国杯冠军
最多的球队是？
移动用户拨打：（2元/分钟，不含通信费）
有机会赢球星足球签名

记者艾文报道 詹与队友们站在客队的看台下，感谢球迷的支持。虽然比赛输了，但球迷们在高喊他的名字。詹说："我以前作为对手就知道多特蒙德球迷的热情，现在又有了完全不同的感觉了，我希望能回报他们。"这对詹来说是一个不同寻常的夜晚：第一次首发，打进一个世界波，然后是比赛后对球队的批评。

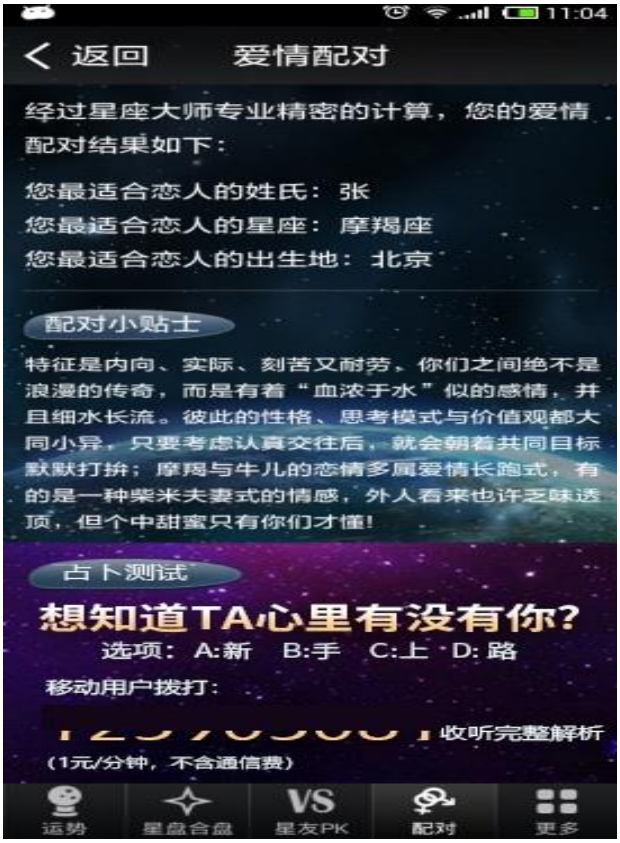
多特蒙德在冬季转会市场上完成了两笔重量级的转会。一个是哈兰德，

多面手，詹可以是中场的扫荡者，也能踢中后卫，甚至在德国队中客串过有边卫的角色。为了能回到德国，有足够的上场机会，詹是在降薪的情况下签约的。对不来梅的德国杯，主帅法夫尔在最后时刻用詹换下罗伊斯，让他找比赛感觉。四天后对勒沃库森，他进入首发阵容，只不过踢的不是后腰或者后卫，而是担任中前卫，负责前后场的连接。

他的首秀会给球迷们留下深刻印

（2）情感类——爱情配对

“爱情配对”是一款爱情测试类产品，终端用户在“星座大师”APP 中完成爱情配对后，可以通过拨打产品号码，进一步进行“择偶约会”、“婚恋观念”等方面的爱情测试。下图为“星座大师”APP 中“爱情配对”产品的展示界面：



（3）综合资讯类——脑力魔法师

“脑力魔法师”是一款与江苏卫视“一站到底”节目进行联动的益智答题类产品。终端用户通过拨打产品号码，以语音交互应答的方式进行答题，经选拔有实力的选手有机会参加江苏卫视的“一站到底”电视答题节目。下图为江苏卫视官方网站中“脑力魔法师”产品的展示界面：



③发行人对运营商提供的计费账单的验证方式

运营商向发行人提供的计费账单只显示与发行人的结算金额，不包括结算的交易明细。发行人根据运营商传输至发行人系统的全部交易数据，与“运营商计费账单金额”进行核对，如核对差异不大（通常 5%以内为可接受差异），则发行人接受运营商的计费账单结算金额并确认收入。

根据发行人与运营商的合同约定，双方以运营商从终端用户收取的信息费作为结算的基础。其中按合同约定，以下情形不纳入结算的基数：销户客户费用（含预销号）；停机客户费用；退费费用；客户服务成本；恶意欠费；沉默客户等无效客户号码、非业务开通范围等非正常使用客户号码产生的费用；违约或非正常业务行为收入等。上述不应纳入结算范围的消费事项的具体明细情况由运营商掌握，不向发行人进行开放。

上述不纳入结算基数的事项是“交易数据对应金额”与“运营商计费账单金额”存在差异的主要原因。报告期内，发行人与运营商的对账差异情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
运营商计费账单金额	**11,703.98**	13,062.60	18,305.91
交易数据对应金额	**11,946.53**	13,404.68	18,814.31
差异率	**-2.03%**	-2.55%	-2.70%

报告期内，发行人“交易数据对应金额”与“运营商计费账单金额”核对差异率均在 5%以内，未发生因核对差异较大导致双方重新对账的情形。

④发行人与渠道供应商的结算依据及验证方式

A.发行人与渠道供应商的结算依据

在发行人与渠道供应商的结算中，根据双方约定，以运营商向发行人传输的属于“有效计费”的交易数据为结算基础。发行人根据“有效计费”交易数据，结合与各渠道供应商约定的分成比例，计算结算金额后向渠道供应商提供业务结算账单。

B.渠道供应商对结算数据的验证方式

在增值电信业务开展过程中，发行人业务平台将接收的“有效计费”交易数据，实时向对应的渠道供应商传输。渠道供应商根据日常接收到的交易数据，可以准确预估结算金额。发行人向渠道供应商提供结算账单，渠道供应商根据自行计算的预估结算金额与账单的实际结算金额进行核对验证。

报告期内，发行人与渠道供应商的对账结算未发生重新对账或其他异议情形。

⑤发行人与运营商、渠道供应商的结算依据与验证方式汇总

项目	运营商（收入端）	渠道供应商（成本端）
结算依据	以运营商计费账单为依据，确定结算金额	以运营商传输的属于“有效计费”的交易数据为基础，根据约定的分成比例，计算确定结算金额
对账流程	运营商计算结算金额并出具计费账单，发行人进行对账验证	发行人计算结算金额并出具结算账单，渠道供应商进行对账验证
验证方式	发行人根据全部交易数据，预估结算金额，并与计费账单核对	渠道供应商根据“有效计费”交易数据，预估结算金额，并与结算账单核对

报告期内，发行人不涉及直接与手机应用 APP 服务商合作的情形，均向渠道供应商进行采购。

（2）移动信息化服务

公司根据客户对移动信息化服务的需求，与客户进行技术及系统层面的研发、调试和对接，并向客户提供信息发送、运营支撑和保障服务。1）根据客户是否具备技术研发能力，以及对于移动信息系统对接有无自身个性化需求，公司进行相应一对一的技术对接研发或提供一体化技术解决方案，同时配合客户完成系统对接联调测试；2）依据不同客户的业务需求，为其适配类型、性能、价格合适的通道资源；3）业务实施过程中，客户主动发送的通知等内容和终端用户触发的验证码等数据，经过公司移动信息服务平台进行传输路径优化、违规内容监控

等处理后传送至运营商，并最终发送至终端用户。通过提供上述应用技术和信息服务，公司协助客户保障移动信息传输的及时性、安全性和稳定性。

公司按照实际完成的信息发送量和合同约定的发送单价向客户收取移动信息服务费，构成此类业务的主要收入来源。公司与客户的结算方式主要为后付款方式，部分客户根据合作情况采取预付款。客户与公司按照合同约定周期和价格进行对账结算，双方确认无误后由公司向客户收取移动信息化服务费用。

此类业务应用场景举例如下：



A. 移动信息化业务平台对客户的管理方式

发行人在移动信息化业务平台为各客户开设独立的账户，并根据客户的具体业务需求录入各种参数（譬如运营商类别、地域信息、短信内容信息、发送规模等），同时不断对客户信息进行更新和维护，以保证及时满足客户的发送需求。

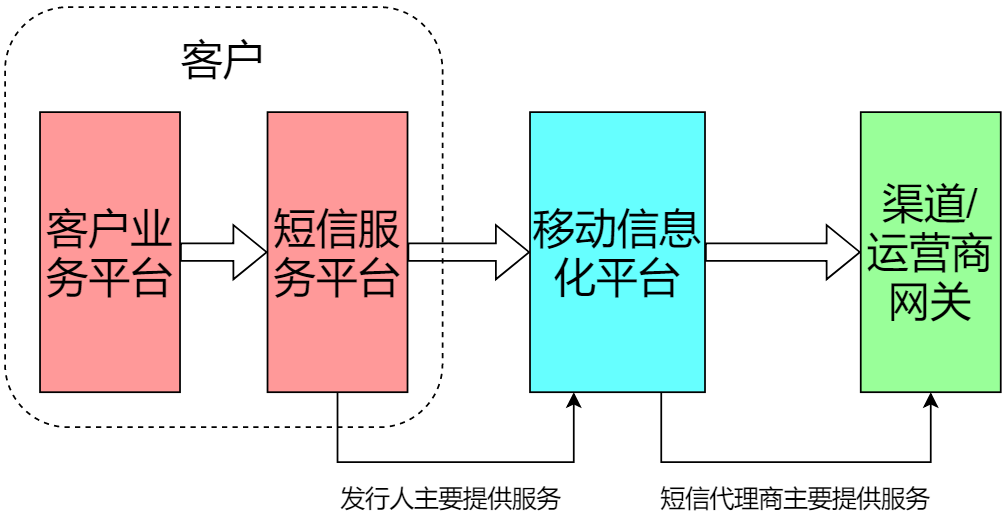
B. 移动信息化业务平台对供应商的管理方式

公司与供应商进行短信通道对接后，会对各短信通道进行业务拨测、成功率

测试、端口性能压测、限定性政策测试等方面的测试。经测试通过后，公司在移动信息化业务平台为各短信通道配置价格、地域限制、内容限制、速率限制等参数，用于后续设立匹配规则，在短信发送自动分配及运营维护时，增强可操作性并满足各方的短信发送要求。

C.不同客户短信需求与不同短信通道的匹配方式

a.公司为客户搭建的短信服务平台运行过程



直客客户的通过公司为其搭建的短信服务平台发送短信的具体过程如下：

①客户在其业务平台中发起短信发送请求，接入短信服务平台，传输终端用户号码、短信内容、发送时间（即时/定时）、发送数量等基础数据。

②短信服务平台接收到提交的数据后进行安全验证，用户鉴权，参数校验等步骤，将短信写入高速缓存队列。

③平台随时获取位于高速缓存队列的数据，进行必要的逻辑验证，将处理完的短信写入数据库待发送区。

④短信穿透模块将平台数据库中待发送的数据拉出，并发送至公司移动信息化平台，进行后续发送。

b.公司的移动信息化平台的匹配方式

公司的移动信息化平台根据在通道管理模块中设定的各种参数，对不同客户短信需求匹配不同短信通道，实现智能化管理，具体实现步骤如下：

①公司移动信息化平台运营人员会在客户开设账号的过程中，依据客户发送需求的相关属性（譬如运营商类别、地域信息、短信内容信息、发送规模等）对

账号进行参数设置；同时，在与供应商进行短信通道对接后，也会依据相关短信资源通道的价格、地域限制、内容限制、速率限制等属性，对通道进行参数设置。

②公司移动信息化平台会结合第①步设置的参数，对于不同客户不同短信的发送需求，按照地域、内容、速率等限制因素且具备价格优势等属性，建立匹配规则，以确定短信发送时使用不同供应商不同通道的优先顺序。

③在匹配关系建立完成后，当客户提交短信发送请求时，平台能够根据客户提交的手机号码属性（如运营商类型、号码归属地等）和短信内容（如验证通知类、行业营销类等）等信息，按照②中匹配的优先顺序确定合适的短信息通道，完成短信发送。具体举例如下：

当某客户提交需要向 10000 个手机号码发送信息后，系统会根据手机号码与预设参数进行匹配，识别 7000 条属于移动类短信，进入移动类短信的匹配规则；3000 条属于联通类短信，进入联通类短信的匹配规则。

随后，系统会根据客户提供的短信内容与预设参数进行匹配，识别 7000 条移动类短信有 3000 条属于行业营销类短信，进入行业营销类短信的匹配规则；4000 条属于验证通知类短信，进入验证通知类短信的匹配规则；3000 条联通类短信同样按照行业营销类短信和验证通知类短信进行分类匹配。

最后，当该客户提交的短信发送需求进入移动（联通/电信）类下辖的行业营销类短信和验证通知类短信匹配规则后，按照通道匹配优先级（优先级顺序：价格优势>速率限制>内容限制>地域限制）进行发送。

④在日常自动发送过程中，平台监控模块对于当前通道的数据接口速度、承载能力、数据流速、到达率等核心指标进行实时监控，当核心指标达到预设警戒线时，系统会按照预先设置的规则，自动优化策略配置或提示相关人员进行干预处理，确保高效完成短信发送服务工作。

⑤运营人员在匹配规则建立完成后，会在定期确认相关参数是否需要根据供应商价格、区域通道政策等信息进行变更；当运营人员对参数进行调整后，客户在提交短信需求时无需进行额外操作，平台将通过预先建立的匹配规则，自动按照新的参数匹配通道。

D.“不同运营商的短信能否互相发送、不同运营商短信发送的差异、客户是否指定短信发送运营商”的情况

不同运营商的短信不能互相发送，即不同运营商之间不能互相向另一方的终

端手机用户直接发送企业短信；不同运营商短信发送服务不存在差异；报告期内，公司客户不存在指定短信发送运营商的情形，运营商的选择取决于终端手机用户所属的运营商类别。

（3）移动营销服务

公司的移动营销服务，主要是与媒体平台合作并提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。

媒体代理方面，公司与优质媒体平台签订协议，预付一定费用锁定部分媒体资源，同时将代理的媒体资源匹配合适的广告主投放需求，根据具体广告位投放数量、时间及合同约定单价向广告主收取费用。

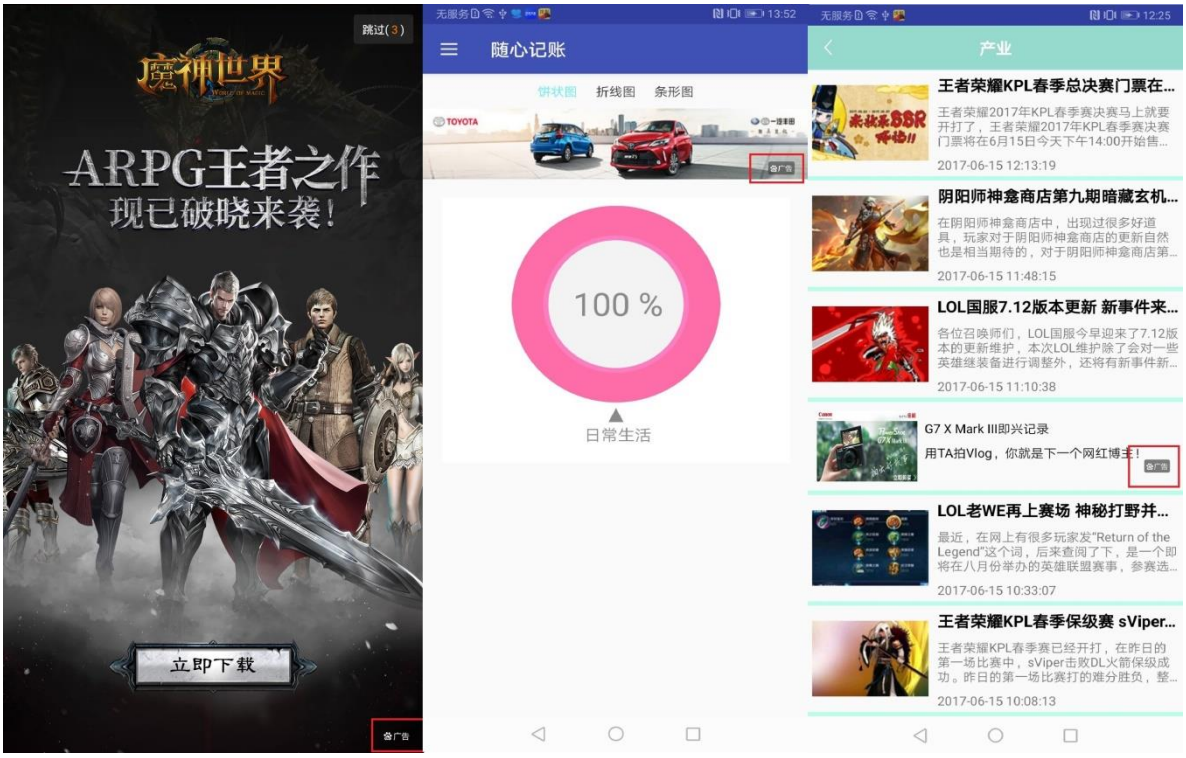
此类业务应用场景举例如下：





流量引入方面，公司根据媒体平台需求，通过合适的优质推广渠道为媒体平台引入中小渠道流量资源，从而增加媒体平台的访问次数和来源途径，最终提升媒体平台的广告资源转化率。媒体平台依据公司引入流量实现的广告曝光次数（CPM）、最终达成用户行为数（CPA）等广告投放效果情况与公司进行结算。

此类业务应用场景举例如下：



2、采购模式

公司采购的产品或服务主要包括渠道推广服务、短信和媒体广告资源。

（1）渠道推广服务采购

渠道推广服务采购成本是公司主营业务成本的主要构成部分。在增值电信服务中，为使更多用户通过多重渠道了解电信运营商的增值服务产品，丰富运营商话费结算业务的应用渠道，公司充分利用渠道供应商进行业务推广；在移动营销服务中，公司通过渠道供应商为合作媒体平台引入更多流量。

公司与具有一定规模和丰富渠道资源的优质渠道供应商建立了长期稳定的合作关系。公司依据具体推广内容的特性和受众，结合丰富的推广经验和对渠道供应商优势的了解，将不同推广内容分发给合适的渠道供应商，以实现最佳的推广效果，提高推广转化率。

公司主要采取业务分成的方式，按照合同约定的分成比例计算并向渠道供应商支付市场推广费。

（2）短信采购

移动信息化业务中，公司与短信供应商签订采购合同，双方约定以短信发送成功数量作为结算依据，基于不同通道的短信资费单价，公司向短信供应商支付短信采购费。

公司与短信供应商的结算方式有后付款和预付款两种方式：1）后付款方式：公司按月与供应商进行上月业务对账，双方确认无误后公司向供应商支付短信采购费；2）预付款方式：公司为锁定特定短信通道资源或优惠价格，向供应商预先支付短信采购款，实际消耗短信资源后，双方按月进行对账，短信采购款直接从预付款项中扣除。

（3）媒体广告资源采购

公司先后与新华新媒、车云网及电动邦开展合作。根据合作协议，公司向新华新媒、车云网及电动邦预付一定费用锁定部分媒体广告资源，并按照媒体代理价格进行结算。

3、销售模式

公司销售模式为直销，直接为企业客户提供移动互联网应用技术和信息服务。公司主要客户经营规模较大、运营较为规范。公司主要通过投标和商务谈判等方式与客户建立合作关系并签署协议。

（三）公司设立以来主营业务、主要服务和经营模式的演变情况

公司自设立以来，主营业务未发生变化，始终专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，基于通信技术和信息技术的迭代，根据客户业务需求，为不同行业的企业客户提供有针对性的应用技术和信息服务。公司主营业务的发展历程如下：

项目	第一阶段	第二阶段	第三阶段
技术演进	以单点服务为核心，基于Java语言和应用服务与数据服务分离、缓存等技术，实现了与电信运营商网关对接、对传输数据进行违规内容监控等处理	以数据库读写分离、缓存代理技术为核心，基于集群化服务等技术，实现了运营商计费代码的整合与分发；以分布式技术为核心，基于分布式数据库和分布式文件系统等技术，保证了为媒体平台引入流量的适配性与转化率	以分布式服务和 NoSQL 检索技术为核心，基于 MongoDB 和业务分布式化等技术，实现了移动信息传输的及时性、安全性和稳定性
服务拓展	主要为电信运营商信息交互类业务提供包括技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务	增值电信服务的业务领域进一步拓展到运营商话费结算业务；同时为媒体平台提供流量引入等方面的移动营销服务	增值电信服务规模不断扩大；移动营销服务方面拓展了媒体代理服务；为客户提供移动信息化应用技术方案及相关业务的信息发送、运营和保障的移动信息化服务
客户	主要服务于电信运营商	主要服务于电信运营商、	主要服务于电信运营商、有营

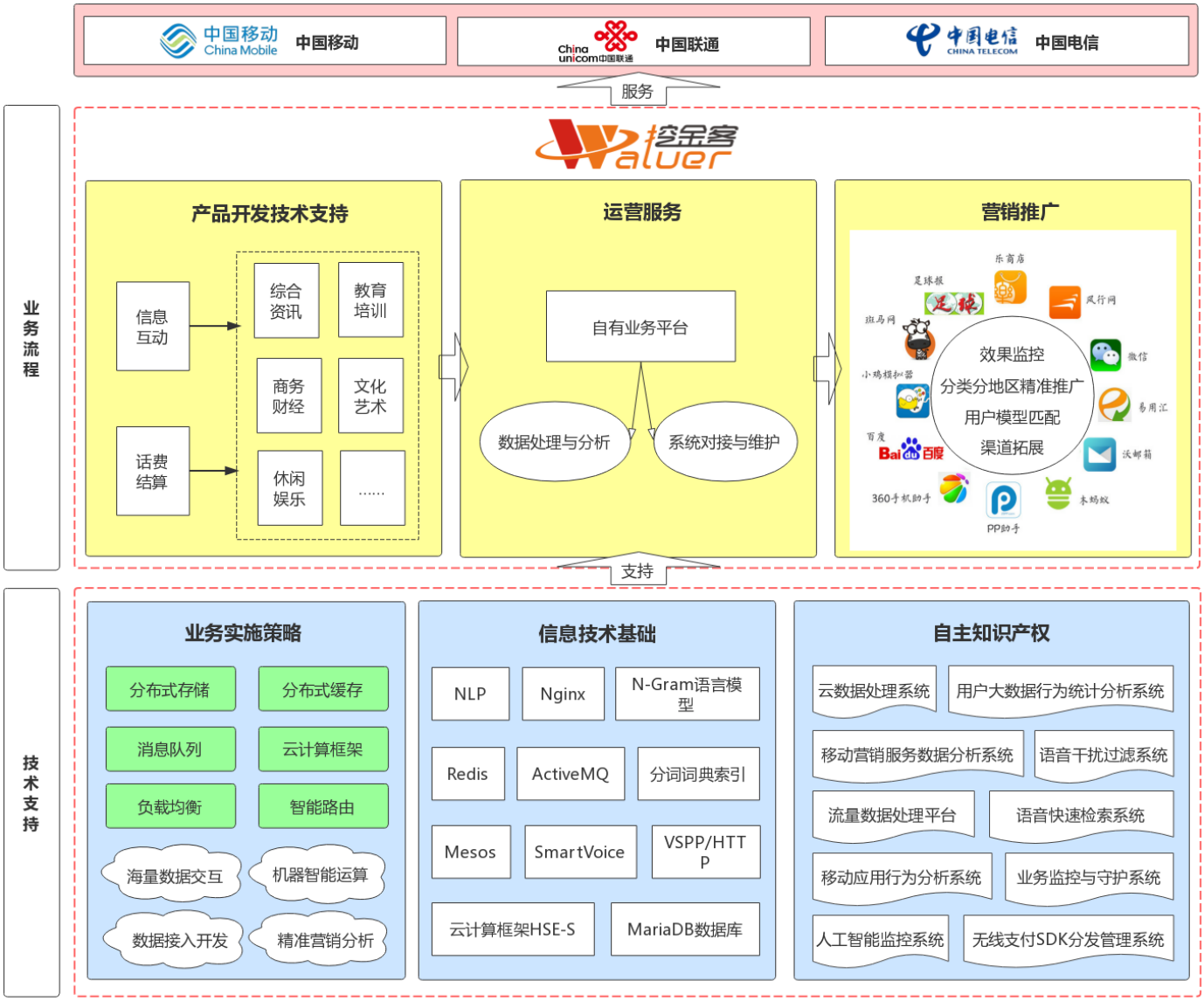
项目	第一阶段	第二阶段	第三阶段
延伸		有营销推广需求的媒体平台企业	销推广需求的媒体平台企业、有移动信息服务需求的各行业大型企业客户

公司通过为各行业大型企业提供移动互联网应用技术与信息服务，实现了大型企业客户服务能力、移动互联网业务运营经验、成熟的应用技术水平、优质合作渠道资源、行业内良好口碑等优势的融汇贯通，也为公司未来拓展新的客户、实现已有技术和服务能力在移动互联网应用技术与信息服务不同细分领域应用、为各行业客户创造价值的目标奠定基础。

综上，公司长期致力于为大型企业客户提供良好的移动互联网应用技术与信息服务，公司主营业务、主要服务和主要经营模式均无重大变化。

（四）主要服务的流程图

1、增值电信服务



在增值电信服务中，公司以 NLP、Nginx 等各类信息技术为基础，运用分布式存储、分布式缓存等运营策略业务框架，结合云数据处理系统、人工智能监控系统等自主研发的软件，为运营商各类增值电信业务提供技术支持和运营服务；同时，公司结合多年的业务推广经验和丰富的合作渠道资源，为运营商推广增值业务产品提供营销服务。

公司为运营商提供增值电信服务主要包括以下流程：

（1）需求招募：电信运营商在其业务管理平台发布业务需求，规定准入条件与招募评审标准并公开合作伙伴招募。

（2）业务申报：发行人按照电信运营商的招募条件，准备业务合作方案参与评审与答辩，经电信运营商评审通过后，发行人成为增值电信业务的服务商。

（3）测试上线：根据电信运营商的业务接入指导书要求，发行人组织设计

人员、技术人员进行业务平台开发与技术接入，经电信运营商联调测试通过后，正式开展业务上线。

（4）业务推广：按照电信运营商业务管理规范，发行人遴选后确定负责渠道推广合作的供应商，将电信运营商增值电信业务代码分发至供应商，进行增值电信业务的推广和应用。

（5）运营监控：根据电信运营商业务管理规范，发行人配合电信运营商进行各业务线运维、数据交互、网关监控、迭代优化等，确保业务稳定运行。

（6）对账结算：按照合同约定，电信运营商向终端用户收取信息费后按照分成比例，向发行人发布计费账单，并安排财务结算工作。

2、移动信息化服务



移动信息化服务中，公司通过数据协议快速接入平台框架等技术实现与企业客户系统和运营商网关的数据对接，采用智能融合通信等技术对传输数据进行传输路径优化、内容合规性监控等处理的同时，保障信息传输的及时性、安全性和稳定性；此外，公司为客户适配类型、性能、价格合适的通道资源，以满足不同客户的具体业务需求。

公司开展移动信息化服务主要包括以下流程：

（1）获取客户：公司主要通过招投标、询价报价、竞争性谈判等方式获取商业合作机会。

（2）沟通需求：公司与客户建立合作关系后，安排商务人员、技术人员和运维人员组成项目组，与客户沟通商业条款细节、技术环境和软硬件服务要求、

日常业务管控要求等，明确客户需求，拟定个性化实施方案提交至客户。

（3）业务对接：客户认可实施方案后，商务人员安排合同签署、技术人员安排技术环境搭建、运维人员安排短信通道资源支持，完成业务整体对接与实施准备。

（4）测试运行：与客户进行业务对接，按照部署开展业务测试、试发送验证，客户确认后安排全面开展短信发送服务。

（5）开展服务：根据客户要求全面开展短信发送服务，同时启动 24 小时服务应急响应机制，确保按客户要求完成约定服务项目和内容，保证服务质量。

（6）对账结算：按照合同约定，按月与客户进行业务对账与财务结算工作。

以公司为国家电网公司客户服务中心提供服务为案例，公司移动信息化服务的业务开展流程如下：

序号	流程节点	时间	节点内容
1	获取客户	2017 年 10 月至 11 月	1、2017 年 10 月，公司通过国家电网电子商务平台获取短信机制采购项目招标信息，立即成立工作小组，研读招标文件，从商务、技术等方面充分论证，完成投标材料制作； 2、2017 年 11 月，公司成功中标“2017 年中心 106 号码短信接入服务（KF1706-10Z15）”项目，成为国家电网公司客户服务中心短信服务唯一供应商。
2	沟通需求	2017 年 12 月	1、公司成立项目组，与国家电网公司客户服务中心就商务条款、技术方案、短信通道资源、客服保障等进行专项沟通，进行需求分析； 2、提交了短信服务建设方案、技术方案、部署方案等资料并多次进行专题汇报，获得国家电网公司客户服务中心内部评审专家认可。
3	业务对接	2017 年 12 月至 2018 年 4 月	1、与国家电网公司客户服务中心签署短信接入服务合同，启动项目方案实施工作； 2、成立技术专家组，开展技术平台搭建、通道资源落地、软硬件环境配置、测试环境网络互联互通等基础设施搭建； 3、部署短信平台应用版本确定、参数配置、业务数据准备等应用落地，初步完成需求阶段各具体方案的落实。
4	测试运行	2018 年 5 月	将定制化系统提交测试申请，通过国家电网公司客户服务中心环境专项组、网络专项组、数据专项组、测试专项组等的综合测评，系统达到可正式上线运行状态。
5	开展服务	2018 年 6 月	1、为国家电网公司客户服务中心项目提供 106 短信服务、国家电网重点项目“网上国网”提供短信平台服务，提供平台系统 24 小时响应服务，

序号	流程节点	时间	节点内容
			并派驻技术专员驻现场提供维护、问题解决等支持性服务； 2、按照项目中长期规划，配合国家电网公司客户服务中心统一规划，不断扩展短信服务项目各省份对应的短信接入落地实施。
6	对账结算	2018 年 9 月	公司开始与国家电网公司客户服务中心就第一笔短信服务费进行对账和财务结算。

国家电网公司客户服务中心短信服务项目是公司较为典型的移动信息化服务项目。自项目中标以后，公司历时半年深入分析国家电网公司客户服务中心的需求，对技术架构、生产环境、保密安全、专属通道、系统灾备等各方面问题逐项分析并提出解决方案，最终为国家电网公司客户服务中心完成 106 短信平台的建设任务，服务质量得到了国家电网公司客户服务中心的充分认可。

以公司向腾讯云提供移动信息化服务为例，公司移动信息化业务平台开展业务的流程如下：

（1）开立账户

公司与腾讯云合同签署完毕后，商务人员在公司的移动信息化业务平台提交开立账户申请。经审批通过后，商务人员在移动信息化业务平台中的客户管理模块录入腾讯云的基本信息情况，完成腾讯云专用账户的设立和登记工作。

（2）开发配置

公司与腾讯云沟通并确定其个性化需求，并据此制定开发计划和工期。商务人员结合腾讯云验证通知、会员营销、自定义行业营销等需求要素，在其账户下配置对应的短信通道，确定短信分发、短信协议、安全规范等具体实施策略，由技术人员完成对应的开发配置。技术人员实施开发、测试、上线流程，运维人员进行运营环境的开发配置。

（3）通道测试

开发、上线、策略配置等工作完成后，腾讯云进行基本业务拨测，由其业务和技术人员开展功能完整性测试、压力测试、并发测试、载荷测试等保障性测试程序，完成其账户下所有类别通道的技术测试工作。

（4）业务上线

测试通过后，腾讯云业务正式上线。公司移动信息化业务平台接收腾讯云的短信发送提交申请，相关数据进入预设通道的提交队列，移动信息化业务平台各

子模块的具体运作流程如下：

①逻辑处理模块对腾讯云提交的数据按设定的通道方案、发送策略、安全策略等进行逻辑处理，对于不符合逻辑配置的数据进行回退处理，并向客户返回对应错误码，逻辑清晰以后符合发送的数据提交进入待发队列。

②网关处理模块提取待发队列数据，进行运营商协议封装，向运营商网关提交发送请求，并实时将业务平台提交后的数据状态结果反馈腾讯云客户接口。

③系统监控模块根据数据接口速度、承载能力、数据流速、成功率、到达率等核心指标，自动优化策略配置或提示相关人员进行干预处理，确保高效完成短信发送服务工作。

同时，运维人员通过平台监控系统确保业务流转正常，技术人员通过技术监控系统监控技术指标情况，进行技术保障。

（5）运营管理

公司组成项目团队，7*24 小时提供业务运营及保障服务支撑，实时反馈业务运行状态，响应腾讯云对业务、技术等方面的各类疑问或应急需求。

（6）出账对账

月度结束后，公司运维人员从业务平台导出腾讯云账户的成功发送短信数量，匹配价格并计算结算金额后出具对账单，向腾讯云发起对账，双方核对确认后安排后续结算工作。

3、移动营销服务



在移动营销服务中，公司基于大数据分析与挖掘等技术，通过合适的推广渠道为媒体平台引入优质流量资源，从而提升媒体平台的广告资源转化率；同时，公司采购部分优质媒体广告资源，并匹配合适的广告主投放需求进行营销。

（五）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司日常经营过程中不产生工业废水、废气、废渣与噪声，主要的污染物有生活污水、生活垃圾等，由环卫部门定期清运。

二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，主要为各行业大型企业提供增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。按照证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“软件和信息技术服务业”（I65）。

（一）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策及对发行人的影响

1、行业主管部门和监管体制

公司从事业务所处行业处于完备的行业监管体系之下，主要受到工信部、文化和旅游部等相关政府部门的共同监管。

工信部主要负责网络强国建设相关工作，推动实施宽带发展；负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展；负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息安全规划、政策、标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查；拟订电信网、互联网数据安全管理政策、规范、标准并组织实施；负责网络安全防护、应急管理和处置。

文化和旅游部主要负责拟订文化和旅游政策措施，起草文化和旅游法律法规草案；统筹规划文化事业、文化产业和旅游业发展，拟订发展规划并组织实施，推进文化和旅游融合发展，推进文化和旅游体制机制改革；管理全国性重大文化活动，指导国家重点文化设施建设，组织国家旅游整体形象推广，促进文化产业和旅游产业对外合作和国际市场推广，制定旅游市场开发战略并组织实施，指导、推进全域旅游；指导、管理文艺事业，指导艺术创作生产，扶持体现社会主义核心价值观、具有导向性代表性示范性的文艺作品，推动各门类艺术、各艺术品种发展；负责公共文化事业发展，推进国家公共文化服务体系建设和旅游公共服务建设，深入实施文化惠民工程，统筹推进基本公共文化服务标准化、均等化；指导、推进文化和旅游科技创新发展，推进文化和旅游行业信息化、标准化建设。

2、主要法律法规和产业政策

（1）主要法律法规

公司在业务经营活动中所涉及到的主要法律法规具体如下：

文件名称	发布/修订时间	发布单位	主要相关内容
中华人民共和国电信条例	2016 年 2 月	国务院	经营基础电信业务，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《基础电信业务经营许可证》。经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，

文件名称	发布/修订时间	发布单位	主要相关内容
			取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。运用新技术试办《电信业务分类目录》未列出的新型电信业务的，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构备案。
互联网信息服务管理办法	2011 年 1 月	国务院	互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。
电信业务经营许可管理办法	2017 年 7 月	工信部	《基础电信业务经营许可证》和《跨地区增值电信业务经营许可证》由工业和信息化部审批。省、自治区、直辖市范围内的《增值电信业务经营许可证》由省、自治区、直辖市通信管理局审批。《跨地区增值电信业务经营许可证》和省、自治区、直辖市范围内的《增值电信业务经营许可证》的有效期为 5 年。电信业务经营者应当按照经营许可证所载明的电信业务种类，在规定的业务覆盖范围内，按照经营许可证的规定经营电信业务。电信业务经营者经发证机关批准，可以授权其持股比例（包括直接持有和间接持有）不少于 51%并符合经营电信业务条件的公司经营其获准经营的电信业务。发证机关应当在电信业务经营者的经营许可证中载明该被授权公司的名称、法定代表人、业务种类、业务覆盖范围等内容。
电信网码号资源管理办法	2015 年 7 月	工信部	为有效利用电信网码号资源，保障公平竞争，促进电信事业的健康发展，《办法》针对移动通信网码号、固定电话网码号、数据通信网码号、信令点编码等码号资源的申请、分配、使用、调整、收回、处罚等进行了规范。
通信短信息服务管理规定	2015 年 5 月	工信部	为了规范通信短信息服务行为，维护用户的合法权益，《规定》对短信息服务规范、商业性短信息管理、用户投诉和举报、监管管理以及法律责任等进行了规定。
电信和互联网用户个人信息保护规定	2013 年 7 月	工信部	《规定》就电信和互联网用户个人信息的保护范围、用户个人信息收集和使用原则、代理商管理、安全保障制度等方面进行了规范，以保障电信和互联网用户的合法权益。
规范互联网信息服务市场秩序若干规定	2011 年 12 月	工信部	未经用户同意，互联网信息服务提供者不得收集与用户相关、能够单独或者与其他信息结合识别用户的信息（以下简称“用户个人信息”），不得将用户个人信息提供给他人，但是法律、行政法规另有规定的除外。互联网信息服务提供者经用户同意收集用户个人信息的，应当明确告知用户收集和处理用户个人信息的方式、内容和用途，不得收集其提供服务所必需以外的信息，不得将用户个人信息用于其提供服务之外的目的。
互联网文化	2017 年	文化和旅	互联网文化产品是指通过互联网生产、传播和流通的

文件名称	发布/修订时间	发布单位	主要相关内容
管理暂行规定	12 月	游部	文化产品。互联网文化活动是指提供互联网文化产品及其服务的活动。经营性互联网文化活动是指以营利为目的，通过向上网用户收费或者以电子商务、广告、赞助等方式获取利益，提供互联网文化产品及其服务的活动。省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门对申请从事经营性互联网文化活动的单位进行审批。

（2）主要产业政策

近年来，国务院和各级部门不断出台产业政策、部门规章等规范性文件促进行业健康发展，公司在业务经营活动中所涉及到的主要产业政策具体如下：

文件名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
关于促进信息消费扩大内需的若干意见	2013 年 8 月	国务院	大力发展数字出版、互动新媒体、移动多媒体等新兴文化产业，促进动漫游戏、数字音乐、网络艺术品等数字文化内容的消费。加快建立技术先进、传输便捷、覆盖广泛的文化传播体系，提升文化产品多媒体、多终端制作传播能力。加强数字文化内容产品和服务开发，建立数字内容生产、转换、加工、投送平台，丰富信息消费内容产品供给。加强基于互联网的新兴媒体建设，实施网络文化信息内容建设工程，推动优秀文化产品网络传播，鼓励各类网络文化企业生产提供健康向上的信息内容。
三网融合推广方案	2015 年 8 月	国务院办公厅	建立基础电信运营企业与广电企业、互联网企业、信息内容供应商等的合作竞争机制，规范企业经营行为和价格收费行为，加强资费监管，维护公平健康的市场环境。鼓励电信、广电企业及其他内容服务、增值服务企业加强协作配合，创新产业形态和市场推广模式，鼓励创建三网融合相关产业联盟，凝聚相关产业及上下游资源共同推动产业链成熟与发展，促进创新成果快速实现产业化。
关于加快发展高技术服务业的指导意见	2011 年 12 月	国务院办公厅	将“信息技术服务”列入要重点推进高技术服务加快发展的八个领域之一，并提出要着力推进网络技术和业务创新，培养基于移动互联网、云计算、物联网等新技术、新模式、新业态的信息服务。
产业结构调整指导目录	2019 年 10 月	国家发改委	明确规定“在线数据与交易处理、IT 设施管理和数据中心服务，移动互联网服务，因特网会议电视及图像等电信增值服务；行业（企业）管理和信息化解决方案开发、基于网络的软件服务平台、软件开发和测试服务、信息系统集成、咨询、运营维护和数据挖掘等服务业务”属于科技服务业中国家鼓励发展的业务。
扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）	2018 年 7 月	工信部	提升信息技术服务研发应用水平。发布信息技术服务标准体系，支持企业以标准为引领加快提升综合集成服务能力。推动信息消费领域“双创”发展。支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台，培育信息消费融合发展新业态、新模式。

文件名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020年）	2016年12月	工信部	支持提升信息技术咨询、信息系统方案设计、集成实施、远程运维等服务能力，鼓励相关企业建立信息技术服务管理体系。鼓励发展新一代信息技术驱动的信息技术服务新业态。整合资源，支持重点企业面向人工智能、虚拟现实和增强现实等领域，提升容器、区块链、开发运营一体化等方面的关键技术服务能力，加快培育各类新型服务模式和业态，促进信息服务资源的共享和利用。促进企业服务化转型发展。支持重点行业企业发挥基础优势，加速提升信息技术的应用水平，发展基于云计算、大数据分析的新型服务业务。
信息通信行业发展规划（2016-2020年）	2016年12月	工信部	推动从研发到应用的产业链深层次互动和协作，拓展信息服务范围，提升信息服务层次和水平。加强政策支持和引导，积极培育和壮大互联网新业务新应用新业态新模式。大力推动电子商务、视频、泛娱乐、社交媒体、搜索等网站类和移动APP类互联网应用发展。
工业和信息化部关于开展深入治理垃圾短信息专项行动的通知	2013年4月	工信部	落实《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》的要求，完善短信息服务的法规、标准体系；落实企业责任，建立多环节技术手段，完善垃圾短信息发现、举报、处置、监督流程。

3、法律法规和产业政策对公司经营资质、准入门槛、运营模式、所在行业竞争格局等方面的具体影响

在经营资质、准入门槛方面，根据《电信业务经营许可管理办法》、《电信网码号资源管理办法》等法规规定，企业从事移动信息化业务需取得《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》、《中华人民共和国电信网码号资源使用证书》等经营资质；根据《电信业务经营许可管理办法》、《互联网文化管理暂行规定》等法规规定，企业利用自有网站平台从事移动营销业务，需取得《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》等经营资质。

在运营模式、行业竞争格局方面，《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》、《三网融合推广方案》等产业政策加强了电信运营商与增值服务企业的联系，凝聚相关产业及上下游资源共同推动产业链成熟与发展，促进电信增值行业的发展；《关于加快发展高技术服务业的指导意见》《产业结构调整指导目录》、《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020年）》、《信息通信行业发展规划（2016-2020年）》等产业政策鼓励各行业大型企业建立信息技术服务管理体系，对于各行业企业移动信息化这一新业态、新模式进行积极引导；《工业和信息化部关于开展深入治理垃圾短信息专项行动的通知》等产业政策完善了短信息服务的法规、标

准体系和垃圾短信息发现、举报、处置、监督流程，对于规范移动信息行业健康发展进行了指引。

报告期内，行业相关法律法规和产业政策较为稳定，主要针对部分业务经营资质、行业发展趋势等方面做出了新的规定和引导。公司具备开展主营业务所需的各项经营资质，日常业务经营严格遵循相关法规规定，业务拓展方向符合产业政策指引。行业相关法律法规和产业政策的制定和实施，鼓励和推动了行业的发展，为公司的经营发展创造了规范、积极的政策环境。同时，行业主管部门提出的行业发展规划和相关政策，在推动行业发展的同时也对公司的运营能力和业务发展提出了更高的要求，公司将遵循相关产业政策，规范业务发展。

4、《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》正式实施后对发行人主营业务的可能影响

《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下称“《管理规定（征求意见稿）》”）在第二章“服务规范”中对经营短信息服务提出了基本的监管要求，在第三章“商业性短信息和商业性电话管理”中针对商业性短信息的业务经营提出了特殊监管要求。主要监管要求如下：

第二章“服务规范”法律条文	基本监管要求
第 6 条：经营短信息服务或语音呼叫服务，应当依法取得电信业务经营许可	短信息服务应取得电信业务经营许可
第 8 条：短信息服务提供者、语音呼叫服务提供者应当在其服务系统中记录短信息或语音呼叫的发送和接收时间、发送端和接收端电话号码或者代码用户订阅和退订情况，以及端口类短信息内容、平台类电话录音。上述信息除信令数据外应当保存至少 5 个月，信令数据至少保存 1 个月。用户订阅和退订情况应当保存至与用户服务关系终止后 5 个月。	短信息服务提供者应当在其服务系统中记录发送和接收时间、用户订阅和退订情况
第 9 条：、语音呼叫服务提供者应当按照电信管理机构批准的电信网码号结构、位长、用途和使用范围使用码号，不得擅自改变位长、用途和使用范围，不得擅自变更、隐藏、冒用电信网码号，不得发送缺少或者含有虚假、冒用发送端电信网码号的短信息或语音呼叫，不得擅自转让或者出租电信网码号	短信息服务提供者应在批准范围内规范使用电信网码号
第三章“商业性短信息和商业性电话管理”法律条文	**对商业性短信息的特殊监管要求**
第 16 条：任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。	提供商业性短信息服务应征得短信接收方的同意

第 17 条：短信息服务提供者发送端口类商业性短信的，应当确保有关用户已同意或请求接收，并保留用户同意凭证至少五个月	提供商业性短信息的短信息服务提供者，应按要求保留用户同意接收商业性短信的凭证
第 19 条：短信息服务提供者发送端口类商业性短信息的，应当在短信息中明确标注通过其服务发送短信的组织或个人的名称、联系电话，提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收设置障碍	商业性短信息的内容，要包含实际的短信发送者的名称、联系电话以及拒绝接收方式

根据《管理规定（征求意见稿）》第四十二条，商业性短信息是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息。发行人开展的行业营销类短信业务主要以发送商业性短信息为主，不仅要符合基本监管要求，还要符合针对商业性短信的特殊监管要求。发行人验证通知类短信业务中发送的短信不属于商业性短信息的范围，该等业务经营需符合基本监管要求。

（1）报告期内已开展的短信业务是符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求

对验证通知类短信业务，发行人履行《管理规定（征求意见稿）》基本监管要求的情况如下：

1）发行人及下属企业中开展短信息服务的主体均已取得所需的《增值电信业务经营许可证》、《电信网码号资源使用证书》，已具备相应电信业务经营许可。

2）发行人的移动信息化服务平台系统已经记录了对短信息发送和接收时间、用户订阅和退订情况，并按规定保留记录。

3）报告期内发行人在批准范围内使用电信网码号，不存在因经营验证通知类短信业务受到行政处罚等监管措施的情形。

发行人报告期内已开展的验证通知类短信业务符合《管理规定（征求意见稿）》的要求。

发行人报告期内已开展的行业营销类短信业务已符合《管理规定（征求意见稿）》的主要要求，对于新增的监管细节，发行人已经采取措施规范

对行业营销类短信业务，发行人履行《管理规定（征求意见稿）》基本监管要求以及商业性短信息特殊监管要求的情况如下：

1）在征得短信接收方同意方面，发行人报告期内的行业营销类短信业务已经符合《管理规定（征求意见稿）》的要求。在行业营销类短信业务经营中，发行人以客户提供的用户及手机号码名单为准，向名单中的手机号码发送短信息，客户提供名单一般为在其网站、APP 等应用端中进行注册的用户。经登陆主要直

客客户的网站、APP，在主要直客客户的网站、APP 用户注册条款中，已包含用户同意客户向其发送各类通知、信息，以及同意客户向第三方服务提供者授权使用其相关信息的内容。

2）在商业短信内容方面，目前发行人发送的商业短信内容中，已经包含短信发送主体的名称，并在短信中附有拒绝接收的方式，已符合现行的监管要求。

相较于现行监管要求，《管理规定（征求意见稿）》新增了在商业性短信息中附带短信发送主体联系电话的要求。对此，发行人已将该等规范要求告知主要客户，要求客户在《管理规定（征求意见稿）》生效后提供的短信内容应附带发送主体联系电话。发行人与主要客户的业务合同中已约定，客户使用发行人提供的短信通道须符合法律、法规及相关规范性文件的规定。《管理规定（征求意见稿）》正式生效后，若客户提供的短信内容未包含联系电话，发行人将依据合同要求客户进行整改。

3）保留用户同意接收短信的凭证的监管要求为《管理规定（征求意见稿）》新增的内容，对此，发行人已作出如下规范措施：在新签或续签合同中明确规定，客户在提供短信发送名单的同时，应一并提供名单所列用户已同意接收短信的凭证，以及名单所列用户已授权第三方服务提供者使用其相关信息的凭证；发行人已建立单独的档案，用于留存该等同意接收凭证；目前发行人与主要客户的业务合同已约定，客户使用发行人提供的短信通道须符合法律、法规及相关规范性文件的规定，若届时客户未按要求向发行人提供凭证，发行人将依据合同要求客户进行整改。

综上，发行人报告期内已开展的行业营销类短信业务已经符合现行的监管要求，《管理规定（征求意见稿）》在现行监管要求的基础上对相关规定作了细化，对于新增的细化内容，发行人已经采取了相关措施进行规范。

（2）上述规定正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响

发行人的短信业务分为验证通知类短信和行业营销类短信，其中行业营销类可细分为普通营销、互金、游戏、其他类型。报告期内，发行人按短信类别分类的业务具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例

验证通知类	-	**17,596.27**	**46.85%**	4,315.57	48.85%	100.42	21.84%
行业营销类	普通营销	**17,281.62**	**46.01%**	4,425.67	50.10%	235.17	51.16%
	互金营销	**1,689.14**	**4.50%**	57.59	0.65%	-	-
	游戏营销	**450.23**	**1.20%**	35.33	0.40%	124.11	27.00%
	其他营销	**544.52**	**1.45%**	-	-	-	-
合计		**37,561.77**	**100.00%**	**8,834.16**	**100.00%**	**459.70**	**100.00%**

对于验证通知类短信业务，《管理规定（征求意见稿）》对此类短信业务的监管要求与现行有效的《通信短信息服务管理规定》基本一致，发行人现有业务经营已经符合相关规定，《管理规定（征求意见稿）》正式实施后，不会对发行人造成可预见的不利影响。

对于以发送商业性短信息为主的行业营销类短信业务，虽然《管理规定（征求意见稿）》在业务实施细节上新增了部分监管要求，但《管理规定（征求意见稿）》正式生效后并不会对发行人造成重大不利影响：

1）新增的监管要求较于现行有效的要求没有发生重大变化。现行有效的《通信短信息服务管理规定》已对短信息服务提供者在取得用户同意、短信内容等方面提出了监管要求，《管理规定（征求意见稿）》主要是对监管要求进一步细化，并没有增加对短信业务实施作出重大改变的条款。

2）《管理规定（征求意见稿）》于 2020 年 8 月 31 日发布，行业内已经开始逐步落实《管理规定（征求意见稿）》的监管要求。如前文所述，发行人已经在业务合同审查、短信内容审核、业务资料归档留存等方面采取了针对性措施，待《管理规定（征求意见稿）》正式生效后，将立即按照监管要求执行。发行人的短信业务主要服务于各行业的大型企业客户，该等客户对自身业务经营的合规性较为注重，也将会按照《管理规定（征求意见稿）》对自身业务实施进行规范。

3）发行人以“验证通知类短信收入保持 **2020 年**收入额不变，行业营销类短信收入受政策影响有所下降，毛利率保持 **2020 年**毛利率不变”为前提，对《管理规定（征求意见稿）》生效后对发行人可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

验证通知类短信保持 2020 年收入额不变，行业营销类短信收入下降 20%						
收入分类	**2020 年收入**	**增长率**	**毛利率**	**2021 年预计收入**	**2021 年预计毛利额**	**较 2020 年毛利额变化**
验证通知类	**17,596.27**	-	**12.69%**	**17,596.27**	**2,232.97**	**-**
行业营销类	**19,965.51**	-20.00%	**17.62%**	**15,972.41**	**2,814.34**	**-**
小计	**37,561.78**	**-**	**-**	**33,568.68**	**5,047.30**	**-12.23%**

验证通知类短信保持2020年收入额不变，行业营销类短信收入下降50%						
收入分类	2020年收入	增长率	毛利率	2021年预计收入	2021年预计毛利额	较2020年毛利额变化
验证通知类	17,596.27	-	12.69%	17,596.27	2,232.97	-
行业营销类	19,965.51	-50.00%	17.62%	9,982.76	1,758.96	-
小计	37,561.78	-	-	27,579.03	3,991.93	-30.59%

注：验证通知类和行业营销类的毛利率假设参照2020年对应业务毛利率确定。

根据上表，公司对《管理规定（征求意见稿）》正式实施后可能存在的影响进行测算，在行业营销类短信收入变动为-20%和-50%的情形下，公司2021年移动信息化服务的毛利额较2020年将分别变动为**-12.23%和-30.59%**。即使《管理规定(征求意见稿)》的正式生效会对行业营销类短信业务的收入产生不利影响，该等不利影响也不会构成对发行人总体短信业务以及持续经营能力的重大不利影响。

（3）发行人行业营销类短信的合规性、期间被处罚或投诉的情形、毛利率较高的合理性

①发行人行业营销类短信的合规性以及期间被处罚、投诉的情形

报告期内，发行人因经营行业营销类短信业务受到一次行政处罚，详情如下：2020年4月24日，陕西省通信管理局对发行人下属企业运智伟业作出《行政处罚决定书》(陕通罚字[2020]1号)，主要内容为，因运智伟业在业务经营活动中，存在未经用户同意或者请求向其发送商业性短信息的行为，且10692851码号未在陕西备案，违反《通信短信息服务管理规定》第十八条、《电信网码号资源管理办法》第二十三的规定，处以责令立即改正，予以警告，并处行政罚款1万元的行政处罚。

发行人下属企业运智伟业曾在2020年初尝试开拓短信业务，故在陕西省范围内进行了业务测试，但是由于相关经办人员业务经验不足，不了解短信业务经营的监管要求，导致在测试过程中出现失误，致使运智伟业违反相关监管要求从而受到行政处罚。该等处罚作出后，运智伟业已经按照要求进行了整改，且停止了短信业务测试。截至本招股说明书出具之日，运智伟业未实际开展短信业务，不存在与短信业务相关的营业收入。

根据运智伟业受到行政处罚的依据：1)《通信短信息服务管理规定》第三十四条规定，“基础电信业务经营者、短信息服务提供者违反本规定第七条至第十二条、第十五条、第十八条至第二十一条、第二十七条第三款规定的，由电信管

理机构依据职权责令限期改正，予以警告，可以并处一万元以上三万元以下罚款，向社会公告。”2）《电信网码号资源管理办法》第四十条规定，“违反本办法的规定有下列情形之一的，工业和信息化部或者省、自治区、直辖市通信管理局责令改正，视情节轻重可以给予警告，并处 5000 元以上 3 万元以下的罚款：…（七）未按规定向电信主管部门备案的…。”发行人受到的处罚为较轻档次，不构成罚款金额较大的行政处罚，其行为不属于重大违法行为。

除上述行政处罚之外，发行人报告期内不存在其他受到行政处罚等监管措施以及被投诉的情况。发行人行业营销类短信业务经营符合现有的监管要求，对于《管理规定（征求意见稿）》新增的监管细节，发行人已经采取措施进行规范，发行人的营销类短信业务经营符合合规性的要求。

②发行人行业营销类短信毛利率较高的合理性

发行人行业营销类短信 2018 年之后的毛利率均高于可比公司线上线下，其毛利率较高的主要原因为：

1）2018 年至 **2020 年**，发行人行业营销类短信销售价格为 0.0261 元/条、0.0263 元/条和 **0.0279 元/条**，**2018 年至 2019 年**线上线下行业营销类短信销售价格 0.0203 元/条、0.0195 元/条。发行人行业营销类短信的销售价格自 2018 年之后均高于线上线下，进而导致毛利率高于线上线下。2）根据公开信息披露，线上线下为了开拓直客市场，采用了“低价开拓客户后逐步提价的销售策略”，其对直客客户的销售价格较低，进而影响其毛利率。3）在客户结构方面，2018 年至 **2020 年**，发行人直客客户占比为 100.00%、95.53%和 **86.61%**，**2018 年至 2019 年**线上线下直客客户占比为 38.65%、68.90%。相较于线上线下，发行人主要以直客客户为主，发行人在报告期内对直客客户的销售比例要高于线上线下，从而导致发行人毛利率较高。

综上，发行人行业营销类短信毛利率主要受销售价格、客户结构等因素的影响；发行人行业营销类短信毛利率相较于可比公司线上线下营销类短信毛利率较高具备合理性。

5、发行人话费结算业务各环节中面临的主要法律及合规风险

（1）主要法律及合规风险

话费结算业务中涉及的主体主要有电信运营商、发行人、渠道供应商、手机应用 APP 服务商，四个主体分别负责四个不同的业务环节：电信运营商主要负责

处理终端用户的话费结算请求并向终端用户收取费用；发行人主要为电信运营商提供服务，负责开发升级 SDK，并拓展渠道推广 SDK；渠道供应商主要负责将 SDK 推广至手机应用 APP 服务商；手机应用 APP 服务商主要负责向终端用户提供游戏、视频等产品。

在电信运营商的环节中，电信运营商作为增值电信业务经营者，其经营行为应符合《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》的规定，取得相应资质证书，并在许可范围内进行经营。

发行人和渠道供应商所在的环节，主要受到《中华人民共和国合同法》规范，发行人与渠道供应商应在合同约定的范围内履行其应尽义务，若未履行相应义务，将会按照合同约定和法律规定承担相应的违约责任。

在手机应用 APP 服务商的环节中，手机应用 APP 服务商作为网络服务提供者应遵守法律法规及规范性文件对网络服务提供商作出的监管要求，例如应遵守新修订的《未成年人保护法》对网络服务提供商作出的网络安全管理方面的规定。

①发行人不存在违反其相关规定的风险

A.新修订的《未成年人保护法》之具体规定

新修订的《未成年人保护法》（2020 年 10 月 17 日发布，2021 年 6 月 1 日生效）增加了“网络保护”章节，对未成年人的网络使用进行了规范，主要条款如下：

第六十九条：“智能终端产品的制造者、销售者应当在产品上安装未成年人网络保护软件，或者以显著方式告知用户未成年人网络保护软件的安装渠道和方法。”

第七十二条：“信息处理者通过网络处理未成年人个人信息的，应当遵循合法、正当和必要的原则。处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当征得未成年人的父母或者其他监护人同意，但法律、行政法规另有规定的除外。未成年人、父母或者其他监护人要求信息处理者更正、删除未成年人个人信息的，信息处理者应当及时采取措施予以更正、删除，但法律、行政法规另有规定的除外。”

第七十四条：“网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。”

第七十五条：“网络游戏服务提供者应当按照国家有关规定和标准，对游戏

产品进行分类，作出适龄提示，并采取技术措施，不得让未成年人接触不适宜的游戏或者游戏功能。网络游戏服务提供者不得在每日二十二时至次日八时向未成年人提供网络游戏服务。”

第七十六条：“网络直播服务提供者不得为未满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务；为年满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务时，应当对其身份信息进行认证，并征得其父母或者其他监护人同意。”

根据上述，新修订的《未成年人保护法》主要对与未成年人网络用户有直接业务联系的主体，比如智能终端产品制造者及销售者、网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交的服务提供者、信息处理者等提出了监管要求。

B.发行人不是新修订的《未成年人保护法》规定的法律责任主体，不存在违反其规定的风险

在话费结算业务流程中，向未成年网络用户提供游戏、视频等网络产品的主体是手机应用 APP 服务商；电信运营商仅为终端用户提供购买产品或服务的支付方式，并不向其提供具体的网络产品；发行人以电信运营商为服务对象，为电信运营商的话费结算支付方式提供技术支持、运营推广等服务。

根据法律规定及合同约定的权利义务关系，发行人与未成年网络用户之间并没有直接的业务联系，发行人对未成年网络用户不直接享有权利或承担义务。手机应用 APP 服务商作为网络服务提供者，直接与终端用户产生业务关系，是新修订的《未成年人保护法》规定的网络保护方面的责任主体。发行人不属于新修订的《未成年人保护法》所规定的责任主体，其业务经营不适用新修订的《未成年人保护法》相关条文，不存在违反其规定的风险。

②手机应用 APP 服务商是承担未成年人保护义务的责任主体，游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施及保护责任由手机应用 APP 服务商负责

在发行人向电信运营商提供话费结算服务的过程中，运营商对终端用户的个人信息严格保密，运营商并未将终端用户交易的个人信息向发行人开放。发行人无法获知终端用户是否为未成年人，不具备针对未成年人这一特殊群体单独设置保护措施的实质条件。

在整个话费结算业务流程中，发行人对接的主体只有电信运营商、渠道供应商，发行人与终端用户之间并不建立直接的业务关系，不对终端用户直接享有权利或直接承担义务。手机应用 APP 服务商作为网络服务提供商，直接与终端用户

建立直接业务联系，是承担未成年人网络用户保护义务的责任主体，负责实施法律法规、规范性文件规定的未成年人网络保护措施，并承担网络保护责任。

根据现有的法律法规、规范性文件，以及各方签署的业务合同，在发行人提供话费结算服务时，不涉及承担《未成年人保护法》中相关法律责任，对运营商、手机应用 APP 服务商没有监管责任。若运营商或者手机应用 APP 服务商在提供网络服务时，因未履行在未成年人网络保护方面的法定监管要求而受到相应罚则，具体法律责任由运营商、手机应用 APP 服务商自身承担，发行人并不因此产生相关法律风险。

基于上述，游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施和保护责任由手机应用 APP 服务商负责，若其因未履行相关义务而承担行政处罚等法律责任，相关法律风险由手机应用 APP 服务商承担。

③发行人不参与退款流程，无法获知报告期内实际退款情况，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施由运营商、手机应用 APP 服务商负责实施

根据发行人与运营商业务合同的约定，双方以运营商从终端用户实际收取的信息费作为结算的基础，以下情形不纳入结算的基数：销户客户费用（含预销号）；停机客户费用；退费费用；客户服务成本；恶意欠费；沉默客户等无效客户号码、非业务开通范围等非正常使用客户号码产生的费用；违约或非正常业务行为收入等。按照上述约定，“退费费用”并不纳入运营商与发行人的结算范围，在运营商与发行人结算费用时，已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除。

上述包括退费费用在内的不纳入结算范围的消费事项明细由运营商掌握，不向发行人开放。发行人不参与终端用户退费的流程，不掌握终端用户退费明细，无法获知报告期内实际退款情况，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施由运营商、手机应用 APP 服务商直接负责实施。

④发生退款时发行人与电信运营商、渠道供应商的资金结算方式

A.发行人与电信运营商之间

如前文所述，按照运营商与发行人之间的业务合同，在电信运营商与发行人进行资金结算时，已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除。发行人从运营商处实际收取的结算资金已经不包含用户退款的相应金额，发行人无需针对用户退款的情形与电信运营商单独进行资金结算。

B.发行人与渠道供应商之间

发行人与渠道供应商之间，以运营商向发行人实时传输的属于有效计费的信息费记录作为结算依据。若存在有效计费的交易数据在后期发生退款的情形，发行人不会再与渠道供应商就退款的部分单独结算，相应差额由发行人承担。

⑤用户退款导致的损失由发行人承担

如前所述，1）发行人与运营商之间，以运营商实际收取的信息费作为结算基础，其中已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除，如果双方结算完成后发生用户退费的情况，运营商会在退费发生当期结算金额中扣除；2）发行人与渠道供应商之间，以“有效计费”的信息费记录作为结算依据，若“有效计费”交易在后期发生退款的情形，发行人不会就此对渠道供应商进行追索。因此，用户后续退款导致的损失由发行人承担。

为管控上述业务风险，发行人建立了严格的供应商管理体系和日常业务监控体系：1）对供应商进行严格筛选，对于新增供应商，发行人会依据业务合作情况逐步扩大合作规模，如发现异常交易则将暂停或终止与相关渠道供应商的合作；2）发行人业务系统实时监控交易情况，如发现异常交易会进行业务预警；3）发行人运营人员日常按供应商维度进行业务管控，关注运营商实时传输的交易数据；4）发行人运营人员日常监控投诉数据是否超过运营商的管控指标。

发行人从事增值电信服务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人主要渠道供应商已成立多年，均具备多年从事增值电信业务渠道推广的业务经验，在行业内具备良好口碑。同时，发行人与主要渠道供应商的合作期限已超过 4 年，双方合作持久稳定。报告期内，发行人与渠道供应商未发生过对交易或结算存在异议/纠纷的情形。

运营商与发行人进行结算时，直接将用户退费金额（包括当期退费和前期退费）从结算基础中扣除。运营商未向发行人提供用户退费明细数据，但退费金额包含在“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异中。报告期内，上述差异情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
运营商计费账单金额	**11,703.98**	13,062.60	18,305.91
交易数据对应金额	**11,946.53**	13,404.68	18,814.31

差异率	**-2.03%**	-2.55%	-2.70%

如上表所示，报告期内“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”差异率均在 5%以内，上述差异已包括用户退费的情形。报告期内，用户退费情形对发行人增值电信服务收入的影响较小。

（2）业务合规性

①工业和信息化部对于手机 APP 的监管

依据《网络安全法》、《电信条例》、《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》（工业和信息化部令第 20 号）和《电信和互联网用户个人信息保护规定》（工业和信息化部令第 24 号）等法律法规和规范性文件要求，工业和信息化部对于 APP 的内容、业务模式、获取数据权限有规范性限制，并会定期对于市场上的 APP 进行检查，督促存在问题的 APP 进行整改。对于未在规定期限内完成整改的 APP 进行下架处理并通报批评甚至行政处罚。

②运营商通过 SDK 获取数据进行合规性管理

在话费结算业务开展过程中，运营商业务系统将根据相关法规和内部管理办法要求，实时监控并分析 SDK 的抓取的 APP 数据，对终端 APP 的业务进行合规性管理。倘若存在不符合相关法律或规定的情形发生，运营商将终止该 APP 的业务，及时通知发行人（渠道管理方），并进行限制和处罚。

③手机应用市场对于手机应用 APP 服务监管和限制

手机 APP 的下载渠道主要为各大应用市场。手机 APP 在应用市场上线需要通过资料提交、资质管理、平台审核等过程，手机应用市场遵循法律法规及规范性文件，按照工信部等机构监管要求，对于 APP 的内容、权限、业务模式进行审核、备案及监控。同时根据监控和投诉情况，对于现平台中不符合相关要求的 APP 及时下架整改。

④发行人对于渠道供应商推广的合规限制

发行人与渠道供应商在合同约定中，对于渠道供应商通过终端 APP 或媒体资源进行推广，明确了应遵守国家相关法律法规的规定、符合国家有关主管部门和运营商管理规范的合规要求。

综上，发行人话费结算业务的主要 APP 业务开展受工信部、运营商、手机应用市场和发行人的监管、约束和限制，需符合国家相关法律法规的规定及国家有关主管部门、运营商的管理规范。报告期内，发行人话费结算业务的开展不存在

被运营商及工信部等监管机构警告和处罚的情况。

（3）发行人相关业务不存在较多投诉或违规情形

发行人与主要客户在协议中约定须遵守相关法律法规，维护互联网秩序和安全，发行人移动信息化业务开展过程中，信息发送请求通过发行人开发的客户短信服务平台、发行人自身移动信息化业务平台及运营商业务系统的层层检索和校验，对于发送内容、用户号码、请求条件不符合相关法规要求的短信均实施拦截处理。倘若客户在短信发送过程中出现非法信息，发行人将要求客户及时整改。

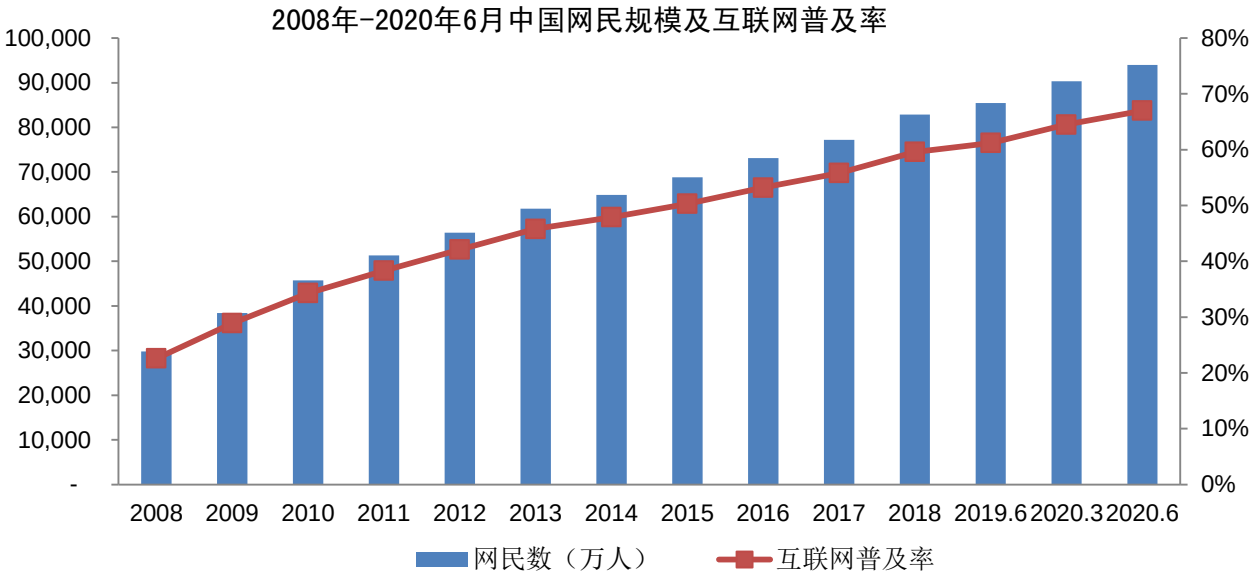
同时，根据《中国移动通信集团业务渠道管理办法》，运营商各端口累计百万投诉率设置投诉阈值（0.5），倘若通道投诉率超出阈值，通道代理商将会受到暂停业务、缴纳罚金甚至取消代理通道资格的惩罚措施。报告期内，发行人不存在被运营商处罚的情况。

（二）行业特点和发展趋势

1、移动互联网的发展为移动互联网应用技术和信息服务领域创造了新的成长空间

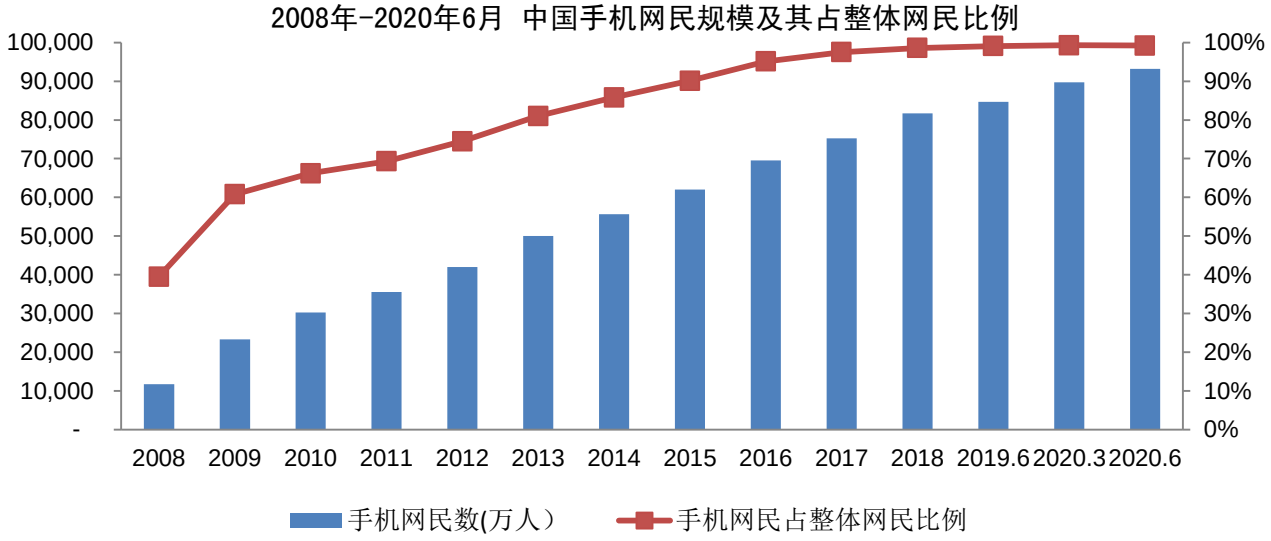
（1）我国互联网用户规模持续增长，其中移动互联网用户成为主流

我国拥有世界上最大的互联网用户群，截至 2020 年 **6 月**，我国网民规模达 **9.40 亿**。**2020 年 3 月**至 **2020 年 6 月**新增网民 **3,625** 万人，网民规模较 **2020 年 3 月末**增加 **4.01%**，互联网普及率达 **67.0%**，仍有一定提升空间。近年来，中国网民规模保持了稳步增长的态势，互联网覆盖范围进一步扩大，中国网民规模及互联网普及率具体变化情况如下：



数据来源：CNNIC 第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》

随着基础通信技术的日趋完善和移动终端设备的普及，移动互联网成为了互联网产业发展的重要推动力量。根据中国互联网网络信息中心（CNNIC）发布的统计报告，截至 2020 年 **6 月**底，我国手机网民规模达 **9.32** 亿，**2020 年 3 月**至 **2020 年 6 月**新增手机网民 **3,546 万**人，较 **2020 年 3 月**末增加 **3.95%**。网民中使用手机上网的比例为 **99.2%**，手机在上网设备中占据主导地位。近年来，中国手机网民规模及其占整体网民比例变化情况如下：

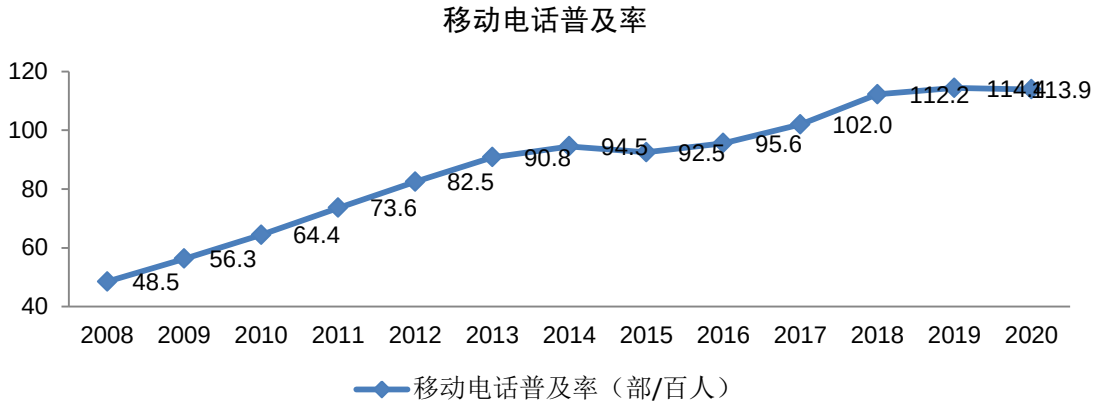


数据来源：CNNIC 第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》

（2）移动终端设备和宽带 3G/4G 的普及，支撑了移动互联网的持续发展

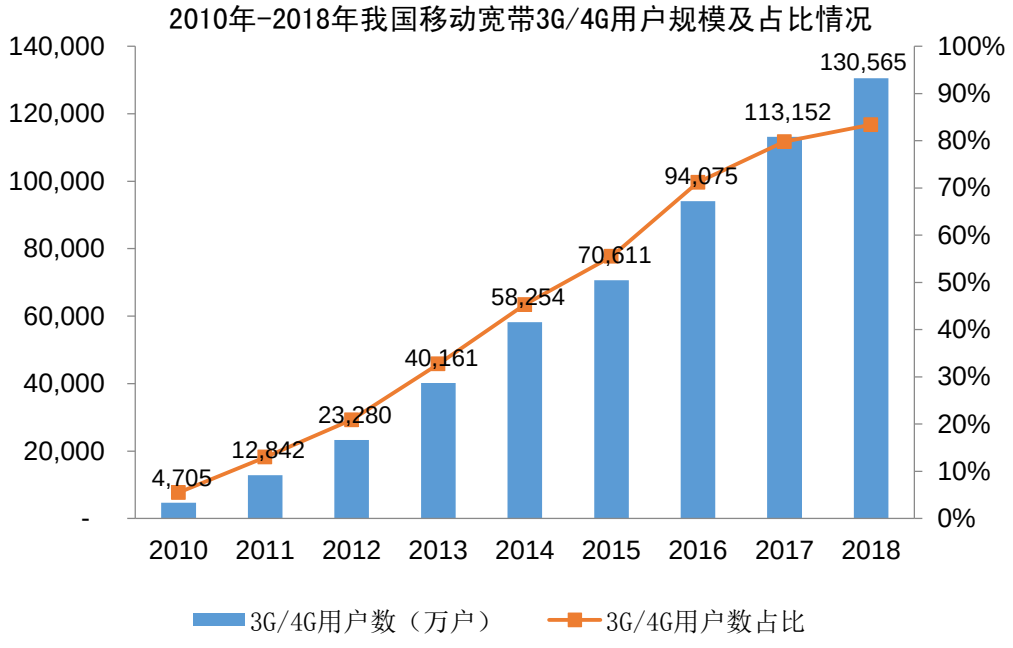
作为移动互联网业务最广泛的终端载体，移动电话普及率的大幅提升促进了

移动互联网行业的高速发展。**2020 年**，我国增移动电话用户总数达到 **15.94 亿**户，移动电话用户普及率达到 **113.9** 部/百人。全国已有 26 个省市的移动电话普及率超过 100 部/百人。近年来，我国移动电话普及率情况如下图所示。



数据来源：工信部，2008 年至 **2020** 年《通信业统计公报》

根据工信部发布的数据，近年来我国移动宽带 3G/4G 渗透率不断提升，用户数及用户占比持续扩大，2018 年移动宽带 3G/4G 用户数达 130,565 万户，占移动电话用户的比重达 83.4%。近年来，随着我国移动电话普及率不断提高，3G/4G 用户规模持续扩大，为移动互联网行业发展提供了广泛的用户基础。

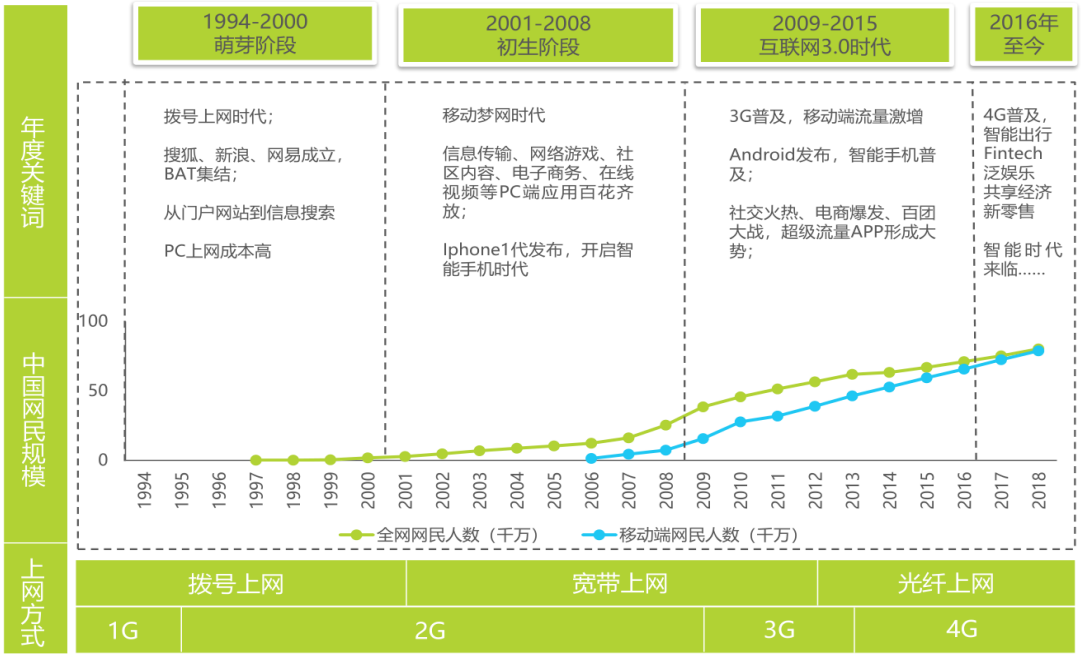


数据来源：工信部，2010 年至 2018 年《通信业统计公报》**（注：2018 年及以后未公布移动宽带 3G/4G 用户数据）**

（3）移动互联网相关产业蓬勃发展

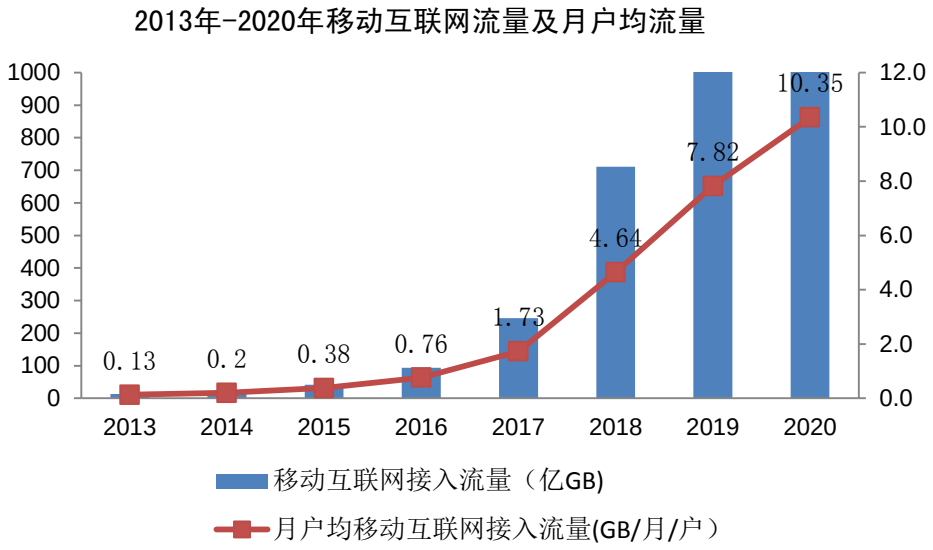
随着网络环境的日益完善、移动互联网技术的发展，各类移动互联网消费的需求逐渐被激发。从基础的内容消费、社交沟通、信息查询到商务交易、网络金融，再到教育、医疗、交通等公共服务，移动互联网塑造了全新的社会生活形态，潜移默化地改变着网民的日常生活。

我国互联网经济的发展阶段



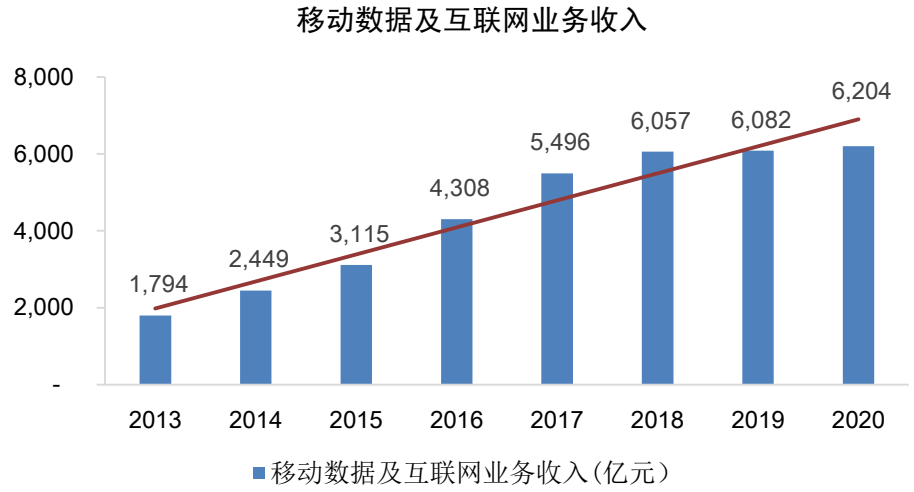
数据来源：艾瑞咨询，《2018 年中国互联网流量年度数据报告》

各种线上线下服务加快融合，移动互联网业务创新拓展，带动移动支付、移动出行、移动视频直播、餐饮外卖等应用加快普及，刺激移动互联网接入流量消费保持高速增长。**2020 年**，移动互联网接入流量消费达 **1,656 亿** GB，比 **2019 年**增长 **35.7%**。**2020 年**月移动互联网接入月户均流量（DOU）达 **10.35GB**/月/户，比上年增长 **32%**。



数据来源：工信部，2013 年至 **2020 年**《通信业统计公报》

移动互联网接入流量的爆发和相关产品的业务创新，带动了移动互联网相关产业的市场规模稳步上升。**2020 年**，我国移动数据及互联网业务收入规模达 **6,204** 亿元。



数据来源：工信部，2013 年至 **2020 年**《通信业统计公报》

（4）移动互联网应用技术和信息服务领域前景广阔

移动互联网的蓬勃发展，带动了相关行业企业对移动互联网应用技术和信息服务的需求。

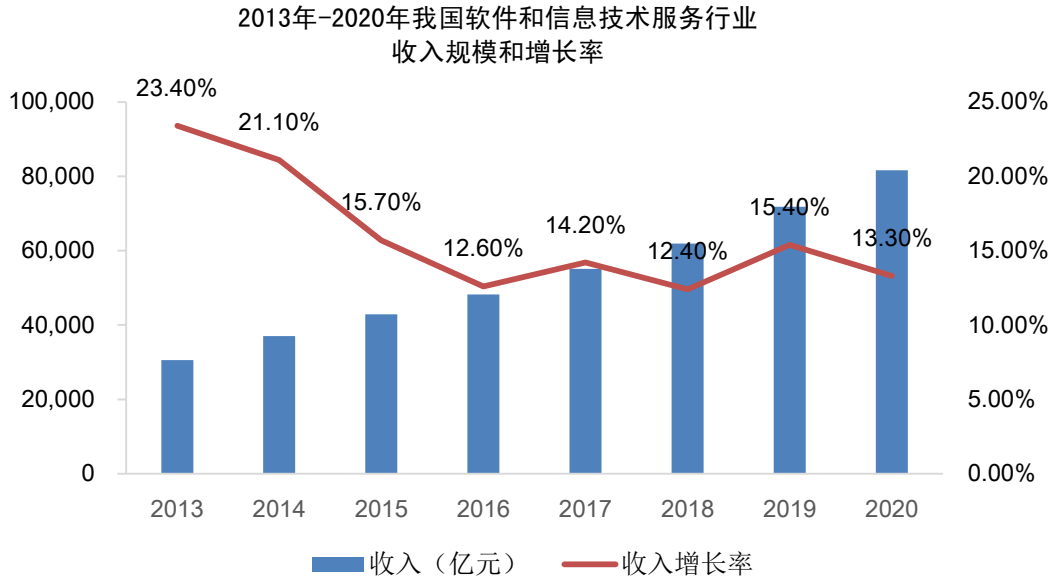
增值电信业务领域，电信运营商在移动互联网产业高速发展的大背景下主动拥抱“互联网+”，各大电信运营商均设立了语音、动漫、阅读、游戏等业务基地，增值电信业务的经营模式向互联网化模式转变；移动信息化领域，随着移动

互联网和电子商务的广泛应用，以及国家对网络实名认证的要求，各行业对用户身份验证、提醒通知、信息确认等服务产生大量需求，企业短信的应用场景不断增加；移动营销领域，随着移动终端日益普及，移动互联网的发展使移动营销更为智能和高效，移动互联网全生态的打通为移动营销提供了更多价值场景。随着各行业与移动互联网的业务融合，众多企业对优质的移动互联网应用技术和信息服务产生大量需求。

随着云计算、大数据、5G、人工智能等技术浪潮的到来，移动互联网在智能家居、游戏娱乐、智慧城市等场景将得以更加广泛的应用，且产品更新换代周期缩短，移动互联网相关行业的未来市场规模仍将迎来增长。为顺应市场发展趋势，把握移动互联网带来的机遇，相关各行业企业都需要更大服务规模、更高技术水平、更优服务能力的移动互联网应用技术和信息服务作为业务发展的支撑。移动互联网应用技术和信息服务行业各细分市场前景广阔。

2、软件和信息技术服务业及公司所在细分行业的发展情况

近年来，我国软件和信息技术服务业总体保持较快发展，产业规模持续扩大，盈利能力稳步提升，全行业正在形成具有实力的大企业和充满活力的小企业协同发展的良好局面。根据工信部发布的数据，2013 年至 **2020 年**，我国软件和信息技术服务业的业务收入从 30,587 亿元增至 **81,616 亿元**，实现利润总额从 3,831 亿元增至 **10,676 亿元**，收入规模和盈利能力均呈现稳步提升的态势。



数据来源：工信部，2013 年至 **2020 年**《软件和信息技术服务业统计公报》

公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，主要业务属于软件和信息技术服务业的以下细分行业。

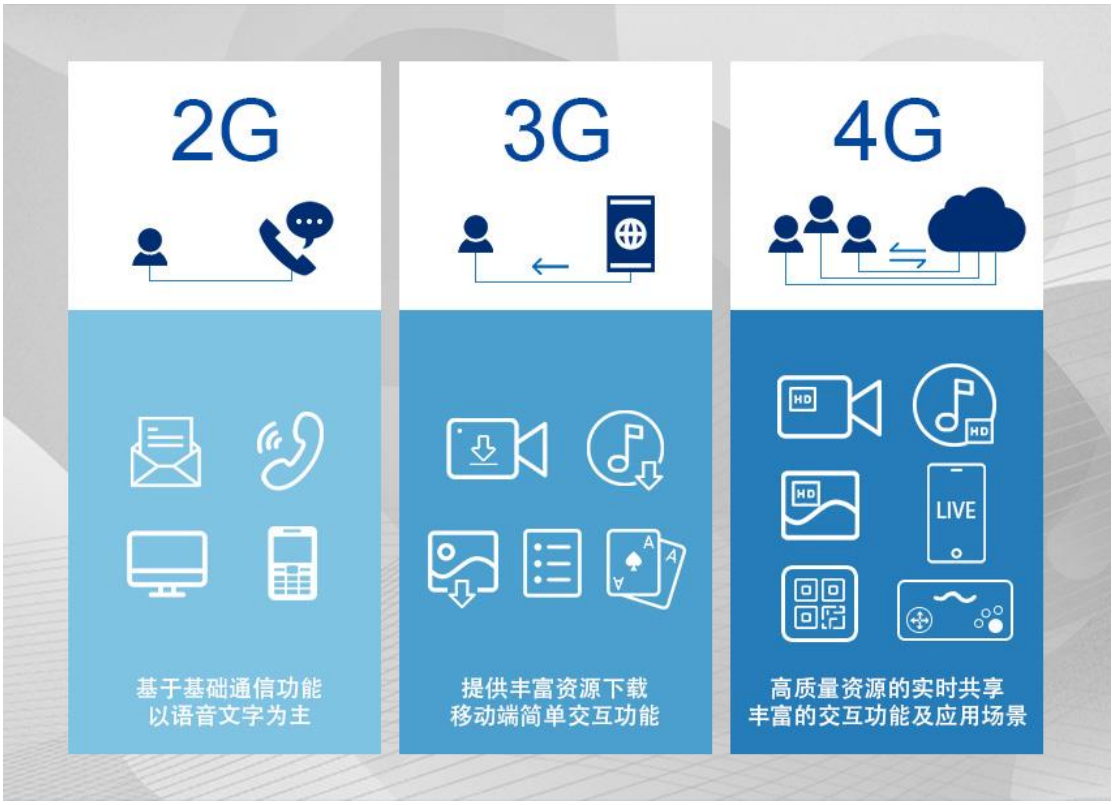
（1）增值电信行业发展情况

①增值电信行业的服务内容及展现方式日益丰富

电信行业发展进入 21 世纪以后，增值电信业务同传统的基础通信业务一样，成为电信运营商的重要服务和手机用户的核心需求。

自 2000 年起步以来，我国增值电信业务市场保持快速发展，业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信宽带技术的限制，主要侧重于固定增值业务，以固网、固话终端为基础，逐步向彩信、手机铃声等移动增值业务延伸。2010 年以来随着智能终端和移动互联网产业的快速发展以及通信网络的全面覆盖，增值电信业务的服务范围也随着上述产业格局的变化迭代升级，其服务内容及展现方式从2G时代简单的彩信、彩铃等发展至3G时代包括游戏、视频、图片、音乐、文字等多种类型的信息服务，再升级至 4G 时代在线大型手游、高清视频、高清图片、高清音乐、移动支付、直播等高质量信息的实时推送和高效的用户交互，包括生活服务、文化娱乐、新闻资讯、社交互动等各领域的应用场景迅速发展与扩张。增值电信行业商业模式和服务内容的发展把握了移动互联网相关技术进步的机遇，极大地满足了终端用户个性化和多元化的消费需求。

增值电信行业各阶段的主要服务形式



②移动互联网产业的进步推动了电信运营商对增值电信业务的发展

作为增值电信行业产业链的重要一环，电信运营商在移动互联网产业高速发展的大背景下主动拥抱“互联网+”，增值电信业务的经营模式向互联网化模式转变，各大电信运营商均设立了语音、动漫、阅读、游戏等业务基地，对移动互联网相关产品与服务进行大力发展，力争通过多样化的增值电信业务谋求业务转型。

各大电信运营商的主要增值电信产品

随着近年来“提速降费”政策的推出，电信运营商需要在原有传统的基础通

信业务基础上更高效益地利用数据和客户资源，增值电信业务作为基础电信业务的重要补充，近年来发展迅速。借助移动互联网用户规模爆发增长的趋势，增值电信业务成为电信运营商业务发展的新蓝海。

③用户对增值电信服务的认知度和消费意愿不断提高

随着我国经济的快速发展和物质生活水平的不断提高，居民对于精神文化产品的需求保持着比较旺盛的发展势头，希望享受更加丰富多彩的高品质、多样化、个性化的文化产品和服务。通过电信运营商和增值电信服务提供商不懈的市场培育，随着移动通信技术的成熟和上网费用的降低，移动终端用户对增值电信服务的认知度和服务需求不断提高。加之增值电信服务具备消费时间碎片化、消费方式多元化的特点，近年来终端用户对增值电信服务相关产品和内容付费意愿逐渐提升。以中国移动通信集团有限公司披露的经营数据为例，除语音、流量、宽带等传统业务之外，应用与信息服务业务的收入从2017年的607亿港币上升到2019年的825亿港币，年复合增长率约为16.6%，应用与信息服务业务收入占其营业收入的比例也从2017年的8.2%上升2019年的11.1%。

④行业参与者从产业链单环节服务商向多环节整合服务商发展



增值电信行业产业链主要参与者包括电信运营商、服务提供商（SP）、内容提供商（CP）和最终用户。电信运营商在产业链中处于核心地位，通过在移动基地平台上线增值电信产品或提供话费结算渠道直接面向终端用户。移动基地平台

不仅需要内容提供商(CP)源源不断地贡献精彩内容,同时也需要服务提供商(SP)围绕平台各类业务提供一揽子的运营支撑及营销推广等服务。

随着增值电信产业链的演进,内容提供商到最终用户之间的产业链环节逐渐细化。从产业链最上游的内容生产到终端用户消费,一般需要经过代理发行、产品运营、营销推广、计费支付等诸多细分环节。产业链各环节参与者不再满足于仅获取单一环节的收益,而是通过上下游整合,分享产业链多环节收益。此外,通过多环节的整合,服务商亦能够以更加丰富的服务手段,满足客户的一站式服务需求,增强行业竞争力。

⑤运营商话费结算业务为增值电信行业打开了新的发展空间

运营商话费结算具有操作便捷、保障资金安全、支持离线状态等优势。操作便捷指用户可一键操作完成支付流程,电信运营商会在后台直接划转话费账户余额,节省了用户关联其他资金账户、在其他支付平台进行验证的操作时间和步骤;保障资金安全指用户话费账户与银行卡等其他资金账户隔离,降低了用户发生误支付的资金损失风险;支持离线状态指话费支付基于通信网络实现,可以在没有互联网信号覆盖或者互联网系统出现故障时使用。运营商话费结算功能丰富了话费用途,成为手机游戏、手机音乐、手机视频、手机阅读等移动文娱产品以及线下产品的一种便捷小额结算手段。根据全球电信业权威研究机构 Ovum[1],2019 年全球运营商话费结算的业务规模达到 490 亿美元,预计 2024 年将达到 790 亿美元;根据全球领先的市场分析报告服务供应商 Research and Markets,2019 年亚太地区运营商话费结算的业务规模达到 135 亿美元,预计 2027 年将达到 357 亿美元。未来运营商话费结算业务的市场空间巨大。

(2)移动信息行业的发展情况

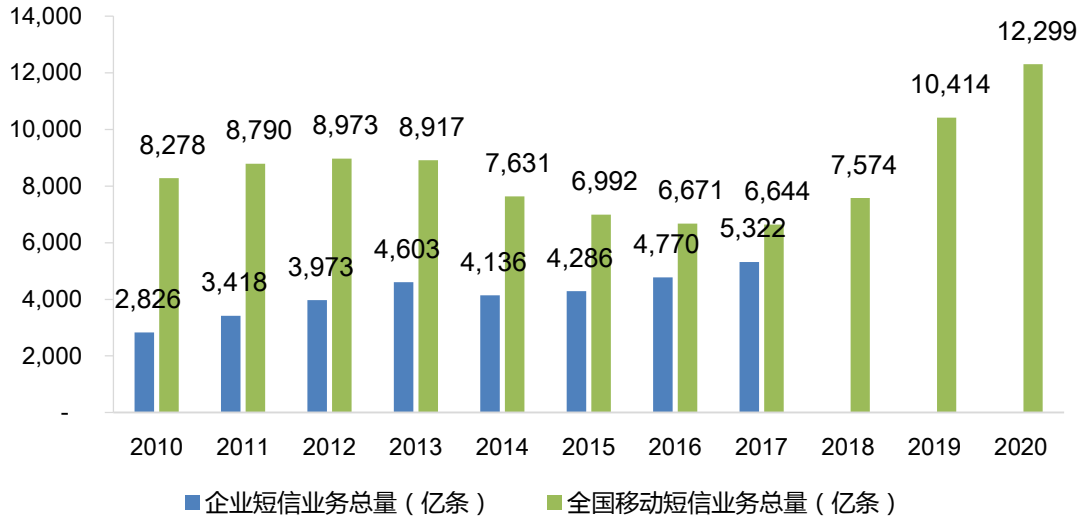
随着移动互联网和电子商务的广泛应用,以及国家对网络实名认证的要求,各行业对用户身份验证、提醒通知、信息确认等服务产生大量需求,而短信是目前移动信息即时通讯领域最为直接和便利的工具。此外,在新经济形态下,移动信息即时通讯已经渗透到越来越多的经济活动中,如以电子商务、第三方支付、020 服务、物流快递等为代表的互联网企业,基于本身业态特征,对移动信息即时通讯服务的需求持续增长。企业短信的应用场景不断增加,移动信息业务已经

[1]已于 2020 年 2 月更名为 Omdia.

成为企业发展不可或缺的环节。

近年来，我国移动信息业务规模持续上升。2010 年以来，我国企业短信业务总量总体呈现上升趋势，除 2014 年因垃圾短信整治活动出现下滑外，其他年份均实现同比增长，2017 年企业短信的业务总量为 5,322 亿条，较 2016 年增长 11.57%。同时，在移动信息业务的拉动下，2018 年我国移动短信业务总量止跌转升，同比增长 14%；2019 年**和 2020 年**，我国移动短信业务总量同比增长 37.50%**和 18.10%**，增速进一步加快。未来，移动信息业务将在企业的交易开展和客户服务业务中扮演越来越重要的角色，加之其与新经济业态的不断融合渗透，预计移动信息行业的市场规模将继续保持增长态势。

2010年-2020年我国移动短信和企业短信业务量



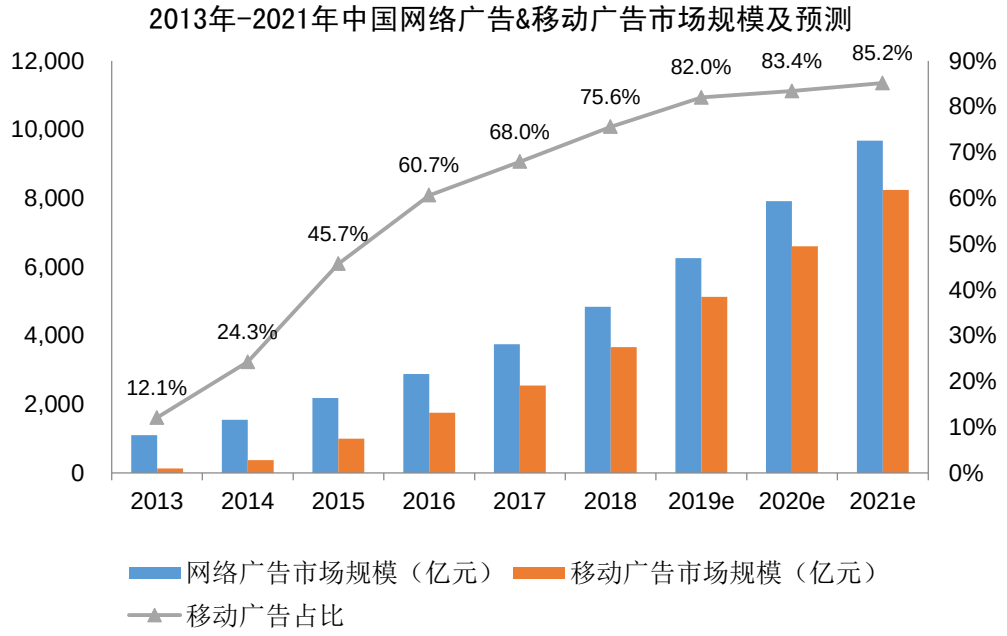
数据来源：工信部，2010 年至 **2020 年**《通信业统计公报》（注：2018 年及以后未公布企业短信业务总量数据）

（3）移动营销行业的发展情况

近年来，移动终端日益普及和移动互联网全生态的打通为移动营销提供了更多价值场景；大数据、人工智能、物联网等技术的发展为移动营销带来了变革，前沿技术对营销各个环节的介入将全面提升广告投放效率，使移动营销更为智能和高效，营销生态系统更加透明；移动营销各个环节参与者的商业模式更加清晰成熟，产业链整体日趋完善。以上因素共同推动移动营销行业规模实现快速增长。

根据艾瑞咨询统计数据显示，网络营销市场规模已由 2013 年的 1,105.2 亿元增加至 2018 年的 4,844.0 亿元，年复合增长率维持在 34%以上。同时移动营销市场规模从 2013 年的 133.7 亿元增长至 2018 年的 3,663.0 亿元，年复合增长

率维持在 93%以上。2018 年我国移动营销市场规模占总体网络营销的比例达到 75.6%，预计 2021 年我国移动营销市场规模占比将达到 85.2%，作为核心力量引领网络营销市场的发展。



数据来源：艾瑞咨询，《2018 年中国移动营销行业洞察报告-产业篇》

3、行业竞争格局

随着通信技术的快速发展和移动智能终端的日益普及，移动互联网应用技术和信息服务产业各细分领域蓬勃发展。目前，国内提供移动互联网应用技术和信息服务的企业数量众多，市场竞争充分，市场集中度相对较低。行业内各家企业依托自身独特优势和资源，打磨针对细分市场和特定场景的产品与服务。随着市场参与者的不断增加，移动互联网应用技术和信息服务行业分工将不断细化。

移动互联网应用技术和信息服务行业各细分市场前景广阔，单个领域均可深耕。深耕于某一领域的企业形成产品和服务的品牌优势后，在一定程度上可形成竞争壁垒，遏制潜在进入者。此外，在细分领域中具备较强技术储备、资金实力及渠道资源的企业，往往会推进多元化的业务布局，在多领域全面发展。

（1）增值电信服务提供商的竞争情况

公司的增值电信服务主要围绕运营商移动基地平台开展，承担着增值电信产业链中服务提供商（SP）的角色。目前，增值电信服务行业集中度较低。近年来，移动互联网产业、智能移动终端与 5G 技术的飞速发展推动了增值电信业务的不断创新，增值电信服务提供商的服务随之持续升级，以满足运营商开展各类增值

电信业务的需求。增值电信服务提供商之间的竞争日益激烈，行业结构开始调整。

作为增值电信行业产业链的核心参与者，电信运营商基于业务种类的拓展和延伸，选择优质的增值电信服务提供商，为自身提供技术支持、运营服务和营销推广等增值电信服务。为保证服务提供商的服务质量，电信运营商对合作伙伴实施严格的准入条件和业务考核，并根据业务考核结果对服务质量较高的合作伙伴提供业务资源支持。在运营商的准入和考核管理制度下，随着运营商对服务提供商服务能力和技术水平要求的不断提高，部分服务提供商将难以继续发展，并从行业中退出。随着竞争加剧，行业发展呈现两极分化态势，行业集中度也在不断提高。

在移动互联网产业高速发展的大背景下，电信运营商积极推进增值电信业务的拓展。未来，伴随着对移动支付、移动文娱服务及其它细分领域介入程度的加深，以及业务规模的持续扩大，运营商对增值电信服务合作方将会在服务质量、市场开拓、技术支持等方面提出更高要求，这将为具备充足运营经验、丰富渠道资源和深厚技术积淀的服务提供商带来发展机遇。

（2）移动信息化服务商的竞争情况

国内涉及移动信息化服务的公司较多，规模较大的公司有梦网集团、国都互联等，业务广泛应用于金融、互联网、电商、出行等众多领域。行业参与者的管理水平和运营理念参差不齐，行业集中度较低，且正处于集中度提升的过渡时期。

各行业大型企业具备长期大量采购的实力，议价能力较强，因此对移动信息服务提供商的技术水平、服务经验、个性化需求响应能力等方面要求较高，且一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换，所以对于重点行业头部企业的开发和维护已成为移动信息服务提供商业务发展的主要着力点，行业参与者愈发注重对于运营能力和技术实力的培育，针对重点客户不同的行业属性和业务发展特征，提供优质、差异化的产品和服务，逐步建立客户资源和技术壁垒，从而在市场竞争中掌握主动。

大型直客客户选择供应商时主要考虑如下因素：

①技术水平

大型直客客户具备短信发送量大、业务需求个性化强等特点，因此对供应商的技术水平要求较高，在遴选供应商时会提出明确的技术要求，包括对于标准协议的约定、短信单通道长期下行发送速度的要求、发送速度上限的可调节能力、

短信到达率等。大型直客客户在业务正式上线前会对供应商的技术能力进行测试，以确保供应商的技术水平能满足其业务需求。

②行业客户服务经验

大型直客客户向供应商采购的是移动信息化综合解决方案及配套的短信发送服务，其中部分直客客户会要求供应商结合具体业务需求提供移动信息化软件系统开发、平台搭建、方案咨询等服务。如果供应商具备同行业客户的服务经验、对行业属性和业务发展特征的理解较深，则能够更好地把握业务需求、提供更具针对性的综合解决方案。因此，大型直客客户会将具备一定同行业企业服务经验的供应商作为优先备选对象。

③报价信息

大型直客客户在遴选供应商时将不同供应商同一类短信的价格信息进行横向对比，倾向于选择价格具有竞争力的报价方案。

④运维能力

大型直客客户对于供应商的运维能力要求较高，以满足其短信稳定发送、日常用户信息能够有效传达的需求，包括要求供应商为其提供备用的通道资源，定期提供短信接收方反馈信息的可视化数据，提供 7*24 小时的故障响应、客服支持、系统监控等服务。

大型直客客户将以上标准作为选择供应商的主要考量要素，根据对不同供应商的考量结果，对自身的供应商进行管理，选择优质的移动信息化服务商作为合作伙伴。在实际业务开展过程中，大型直客客户会综合考虑发送价格、速度、成功率等多种因素，选择不同的供应商渠道进行短信发送。

（3）移动营销服务商的竞争情况

按照移动营销产业链的维度划分，参与主体有广告主、移动营销服务商、媒体等。广告主作为产业链的开端和需求释放端，在产业链当中起到了关键性作用；移动营销服务商作为服务方，通过服务于产业链两端，来提升竞争力；媒体是输出窗口，负责传递广告主想要传播的品牌信息。

移动营销服务商作为连接产业链两端的一方，主要通过多年的服务经验和业务资源构成优势壁垒。目前移动营销领域多种关键要素已经处于融合状态，移动营销服务商朝整合营销方向发展。大部分移动营销服务商都在做整合营销战略布局，在自身所具备的优势壁垒之上，不断的去尝试和触及更多的营销业务类型，

希望通过整合营销的手段，帮助客户实现营销活动一体化。

4、行业进入壁垒

（1）行业资质壁垒

移动互联网应用技术和信息服务行业的业务类型众多，覆盖领域广泛，提供产业不同细分服务的企业需要具备相关的行业资质，否则不能依法开展经营。若企业从事移动信息化业务，需取得《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》、《中华人民共和国电信网码号资源使用证书》等经营资质；若企业利用自有网站平台从事移动营销业务，需取得《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》等经营资质。

（2）大型企业客户业务准入壁垒

在增值电信服务领域，电信运营商凭借其基础网络、用户资源、收费系统等优势，在增值电信行业产业链中占据主导地位。电信运营商对业务合作方采取准入和考核机制，特别是出于对增值电信业务稳定性和规范性等方面的考虑，电信运营商通常会比较谨慎地选择和发展合作伙伴，在公司资质、服务能力、行业经验、技术团队水平、业务资源等方面对合作方进行规范和要求。行业的新进入者面临电信运营商业务准入壁垒。

在移动信息化服务领域，各行业大型企业具备长期大量采购的实力，因此议价能力较强，对移动信息服务提供商的突发性海量数据处理能力、平台系统的稳定性和安全性、行业客户服务经验、个性化需求响应能力等方面要求较高。而且由于更换合作伙伴可能会带来平台系统稳定性和成本增加等方面的问题，大型企业客户与移动信息服务提供商一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换。行业的新进入者由于在服务经验等方面存在不足，较难取得大型企业客户的认可与合作机会。

在移动营销服务领域，移动营销服务商通过服务于产业链两端来实现价值，因此移动营销服务商需取得一定的广告主或媒体业务资源才可实施业务。目前移动营销服务领域发展已较为成熟，大部分移动营销服务商都具备一定的核心优势和业务资源，行业内大型广告主及广告代理公司、媒体及媒体代理公司，均有较为固定的合作伙伴，并对新增合作伙伴提出较高要求。行业的新进入者较难在短时间内获得大型客户的认可及合作机会。

（3）技术壁垒

公司所处行业是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业，核心技术涉及人工智能监控、大数据分析与挖掘等多个技术领域。通信技术和信息技术的升级迭代以及移动互联网相关业务的快速发展，要求应用技术和信息服务提供商在数据处理能力、系统稳定性、信息安全性和业务综合管理等方面具备较强的技术水平和快速的服务响应能力。优质的技术和服务提供商需要建立持续有效的研发创新体系，同时还要与客户业务系统进行技术对接，在运营过程中持续优化调整。对于行业新进入者，核心技术的积累、研发体系的搭建和基于行业深度理解的优化算法将形成较高的技术壁垒。

（4）人才壁垒

移动互联网应用技术和信息服务行业是集技术、运营、营销等多方面于一体的现代服务业，具有跨领域、综合性强的特点。行业从业者不仅要具备一定的通信技术和信息技术水平，对客户的运营方式、管理体制和所在细分行业的商业模式等也需具备一定的理解。从业经验丰富、市场理解深刻、用户偏好洞察力强的高水平人才团队，始终属于市场的稀缺资源，新进入者将面临短期内无法聚集高水平团队的人才壁垒。

5、行业的周期性、区域性和季节性特征

随着移动互联网的发展与渗透，终端用户的需求持续增长，相关各行业企业对移动互联网应用技术和信息服务的需求也与日俱增，我国移动互联网应用技术和信息服务行业处于稳定上升的发展态势。本行业受宏观经济波动或地域性因素的影响较小，无明显周期性特征或区域性特征。由于公司移动信息化服务的主要客户经常在每年四季度进行诸如“双十一”、“双十二”等促销活动，存在较大规模的移动信息服务需求，因此移动信息化服务具备一定的季节性，往往四季度销售规模较高，公司其他主营业务不存在明显的季节性特征。

6、公司对话费结算业务提供服务的经营环境情况

（1）话费结算业务具备良好的发展前景

目前谷歌、苹果、亚马逊、Facebook 等互联网巨头均支持话费结算方式购买数字内容，谷歌和苹果分别已经在全世界 45 个和 12 个国家和地区支持了话费结算方式。根据全球电信业权威研究机构 Ovum[1]，2019 年全球运营商话费结算的业务规模达到 490 亿美元，预计 2024 年将达到 790 亿美元；根据全球领先的市

[1]已于 2020 年 2 月更名为 Omdia.

场分析报告服务供应商 Research and Markets，2019 年亚太地区运营商话费结算的业务规模达到 135 亿美元，预计 2027 年将达到 357 亿美元。随着通信技术的发展、终端用户的消费需求日益丰富，运营商话费结算业务未来具备良好的发展空间。

（2）中国移动增值电信业务规模持续增长

三大运营商合计拥有超过 16 亿的终端用户，运营商增值电信业务具备天然的巨大客户基数。随着移动互联网相关产业的发展和终端用户对内容付费意愿的提升，运营商增值电信业务规模持续增长。以中国移动披露的经营数据为例，除语音、流量、宽带等传统业务之外，其应用与信息服务业务的收入从 2017 年的 607 亿港币上升到 2019 年的 825 亿港币，年复合增长率约为 16.6%，应用与信息服务业务收入占其营业收入的比例也从 2017 年的 8.2%上升 2019 年的 11.1%。

（3）公司与中国移动的合作关系未发生重大不利变化

①公司在中国移动江苏基地的评级考核中保持较高评级

公司自 2014 年与中国移动建立合作关系以来，双方合作十分紧密。报告期内，公司增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地，中国移动江苏基地是中国移动集团内负责增值电信业务的九大基地之一，综合业绩在中国移动集团内位居前列。在中国移动江苏基地对合作方实施的评级考核中，中国移动江苏基地根据合作方提供服务相关的收入规模、用户数、投诉率等数据进行评估，其中前 2%的合作方被评为 A 级合作方[1]。报告期内，公司始终保持优秀合作方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方。

②公司对中国移动江苏基地的销售规模排名靠前

中国移动等运营商未公开披露其增值电信服务的采购规模或对供应商的采购排名。根据对中国移动江苏基地的访谈，公司对中国移动江苏基地的销售规模在其同类业务采购中排名在前 10 名以内。

③公司与中国移动江苏基地的业务合同一直续签

中国移动与合作方签订的合作协议有效期为一年，在合作协议到期前三个月，中国移动对合作伙伴进行协议续签考核评估。自 2014 年与中国移动江苏基地建

[1] 根据中国移动江苏基地《合作方管理办法》，“按照一定的评估分级方法，将合作方分为 A 级合作方:B 级合作方:C 级合作方:普通合作方＝2%:4%:6%:88%。” 其中 A 级、B 级、C 级合作方均为优秀合作方。

立合作关系以来，公司各年均能够顺利通过中国移动江苏基地的考评，满足续签协议的各项要求，并且历年来公司与中国移动江苏基地所签署的各类协议的核心条款均未发生变化。

④公司与中国移动继续拓展其他新业务的合作

2019 年，公司对业务资源进行临时性调整，导致公司对运营商话费结算业务的服务规模出现阶段性下降，但未影响公司与中国移动新业务合作的持续开拓与前期开发。2020 年 3 月，公司与中国移动江苏基地签署《全网语音杂志业务接听助理产品合作协议书》，公司开始为中国移动的接听助理产品提供服务。

综上，话费结算业务具备良好的发展前景，运营商的增值电信业务规模持续增长，公司与中国移动的合作关系良好，公司对运营商话费结算业务提供服务的经营环境未发生重大不利变化。

7、公司为信息交互类业务提供服务的经营环境情况

（1）公司对信息交互类业务提供服务的经营环境情况

目前，在运营商的增值电信业务体系中，信息交互类业务属于较为传统、成熟的产品类型，相较于话费结算等新兴业务，运营商对信息交互类业务的采购需求相对较小。

运营商正不断结合移动互联网相关产业的发展和终端用户的需求，对信息交互类业务进行形式与内容等方面的升级创新。未来随着信息交互类业务的更新迭代，此类业务的采购需求可能存在一定波动风险：1）如果未来运营商成功将移动互联网产业众多应用场景、5G 通信等先进技术与信息交互类业务充分进行融合，则此类业务将通过业务升级打开新的成长空间，采购需求亦将大幅增长；2）如果未来运营商未能及时根据市场发展对信息交互类业务进行创新升级，或此项业务发展未能把握产业发展方向和终端用户需求，则可能导致运营商此项业务发展缓慢，使得运营商的采购需求有限。

在业务更新迭代过程中，信息交互类业务的整体规模可能存在一定波动。作为运营商的增值电信业务体系中较为成熟的产品类型，信息交互类业务随着行业和技术的发展不断迭代、持续发展。未来，信息交互类业务仍将通过升级创新不断发展。

（2）对运营商单一类别业务提供服务规模的波动，不影响公司增值电信服务整体业务的长期发展趋势

1）随着通信技术和移动互联网相关产业发展，运营商的增值电信业务体系不断升级迭代、日益丰富，运营商会不断推出新的增值电信业务类型；2）公司与运营商保持长期稳定合作关系，具有优秀的合作伙伴评级资质，具备为运营商各类增值电信业务提供服务的能力，不局限于运营商的单一类别业务；3）公司会在运营商不断推出的新增业务方面持续发力，保证紧跟运营商增值电信业务的发展步伐，以实现公司增值电信服务整体销售规模的长期增长。综上，对单一类别业务提供服务规模的波动，不影响公司增值电信服务整体业务的长期发展趋势。

（3）对信息交互类业务提供服务对公司整体业绩影响较小

报告期内，公司对信息交互类业务提供服务的销售情况及对公司营业收入的占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	销售金额	变动率	销售金额	变动率	销售金额
对信息交互类业务的服务（A）	**1,981.77**	**-9.81%**	2,197.43	-36.10%	3,438.72
营业收入(B)	**51,116.60**	**97.80%**	25,842.24	22.97%	21,014.29
占营业收入的比例(A/C)	**3.88%**		8.50%		16.36%

如上表所示，随着公司对信息交互类业务提供服务的销售规模减小，此项业务对公司整体销售规模的占比已降至 10%以下，且此项业务收入下降并未影响公司整体销售规模的持续增长。此项业务对公司整体业绩影响较小。

8、公司可为运营商的各项增值电信业务提供服务，不局限于运营商的话费结算业务和信息交互类业务

公司深耕增值电信服务领域，可为运营商的各项增值电信业务提供服务。公司随着运营商的业务发展不断为新的增值电信业务类型提供服务，持续满足运营商的业务需求。公司及各子公司在发展过程中，与中国移动就不同增值业务类型开展合作的接入时点情况如下：

业务基地	业务类型	挖金客	风笛指媒	罗迪尼奥	运智伟业	喀什聚合
中国移动江苏基地	信息交互类	2015 年 4 月	2014 年 3 月	2014 年 9 月	2015 年 10 月	2017 年 6 月
	话费结算-互联网应用深度合作	2016 年 6 月	2015 年 7 月	2015 年 7 月	2016 年 10 月	2018 年 6 月
	语音助手	2020 年 3 月				

业务基地	业务类型	挖金客	风笛指媒	罗迪尼奥	运智伟业	喀什聚合
	话费结算-网页计费	2016 年 10 月			2018 年 5 月	
咪咕文化科技有限公司	咪咕游戏	2014 年 1 月	2014 年 8 月			
	咪咕动漫	2014 年 10 月	2014 年 10 月			
	咪咕阅读	2015 年 12 月		2016 年 2 月		
	咪咕音乐	2017 年 6 月				
中国移动广东基地	话费结算-网页计费	2016 年 10 月				

公司基于自身技术和资源优势情况，结合运营商各类增值电信业务的整体经营规模、具体业务内容和发展重点等因素，报告期内，公司主要向运营商话费结算业务和信息交互类业务这两类增值电信业务提供服务。

随着产业和技术的发展，运营商的增值电信业务不断更新迭代，公司会紧跟运营商增值电信业务的发展步伐，持续向运营商不同类别的增值电信业务输出服务。如 2020 年 3 月，公司开始为中国移动“语音助手”业务提供服务，该项业务上线当月便为运营商实现了近 10 万的用户规模。

公司始终根据运营商的采购需求和各类增值电信业务发展情况部署业务资源。经过多年与运营商的持续合作，公司已具备良好的技术实力，并能把握运营商的业务需求。未来，公司仍将根据运营商的各项增值电信业务发展和采购情况，为运营商更多类型的增值电信业务提供服务。

9、5G 通信时代对公司增值电信服务业务可能产生的影响

（1）5G 通信技术的建设、推广情况良好，为增值电信业务发展奠定基础

2020 年以来，我国 5G 建设在政策推动及运营商通信需求激增下发展态势良好：1）运营商方面，**运营商 5G 网络建设稳步推进，新建 5G 基站超 60 万个，全部已开通 5G 基站超过 71.8 万个，其中中国电信和中国联通共建共享 5G 基站超 33 万个，5G 网络已覆盖全国地级以上城市及重点县市**；2）终端方面，我国已有 197 款 5G 终端拿到入网许可，5G 手机累计出货量超过 **1.63 亿**部；3）用户发展方面，**中国移动和中国电信两家 5G 套餐用户之和已经突破了 2.5 亿户**。2020 年在疫情原因导致运营商复产复工时间推迟的情况下，我国 5G 建设仍保持较高增长，随着疫情影响程度降低 5G 建设节奏将不断提速，我国 5G 通信技术建设、推广情况良好，为增值电信业务发展奠定了基础。

（2）5G 通信技术推动增值电信业务形式和内容更加丰富

根据中国移动公布的“5G+”计划，中国移动将顺应 5G 通信技术和产业发展趋势，加快推动 5G 融入百业、服务大众的进程：1）面向 C 端个人用户，中国移动将创新 5G 业务应用，采用超高清直播、云游戏、云 VR 等特色业务，丰富“五新”体验，即新看法、新听法、新玩法、新拍法、新用法，为广大终端用户提供更精彩、更优质的增值电信服务；2）面向 B 端行业客户，中国移动将推动 5G 产业合作共赢，与行业伙伴共建行业标准、共推应用创新、共创商业模式、共促产业融通，推出“百亿生态引入计划”和“百亿分享计划”，深化跨界跨域融合创新，推动产业协作从业务开放向平台共享、生态共创演进，构建合作共赢生态。

（3）5G 通信技术发展对运营商的话费结算业务和信息交互类业务的发展影响

①随着 5G 通信技术推广和移动互联网市场发展，运营商的话费结算业务具备良好成长空间

运营商的话费结算业务作为一种支付手段，主要应用于高频、小额的数字化产品/服务的消费中。5G 通信技术的发展，将推动移动互联网相关产业的升级，移动互联网在游戏娱乐、智能家居、智慧城市、资讯传递等场景将得以更加广泛的应用，且产品更新换代周期缩短，移动互联网相关行业的未来市场规模仍将迎来增长。在此过程中，数字化产品/服务的销售规模将迎来新的增长，话费结算作为数字化产品/服务的支付手段，亦具备良好的成长空间。

②运营商的信息交互类业务随着技术发展进行升级创新，未来发展规模可能存在一定波动

运营商始终不断结合通信技术和移动互联网相关产业的发展，对信息交互类业务进行形式与内容等方面的升级创新。未来随着 5G 通信技术的推广，信息交互类业务的发展规模和采购需求可能存在一定波动风险：1）如果未来运营商成功将 5G 通信等先进技术、移动互联网产业众多应用场景与信息交互类业务充分进行融合，则此类业务将通过业务升级打开新的成长空间，采购需求亦将大幅增长；2）如果未来运营商未能及时根据 5G 通信技术和市场发展对信息交互类业务进行创新升级，或此项业务发展未能把握 5G 通信技术和产业发展方向，则可能导致运营商此项业务发展缓慢，使得运营商的采购需求有限。

（4）5G 通信技术的应用推广为公司增值电信服务发展打开新的成长空间

5G 通信技术推动了运营商增值电信业务的升级迭代，运营商增值电信服务的采购需求存在巨大成长空间。一方面，运营商将结合 5G 通信技术推出超高清直播、云游戏、云 VR 等新兴的增值电信业务类型；另一方面，运营商也将利用 5G 通信技术对现有增值电信业务类型进行形式、内容等方面的升级。运营商对上述新兴业务的推出和现有业务的升级，均对增值电信服务存在大量的采购需求。

公司持续跟踪运营商增值电信业务的创新需求，重点关注 5G 富媒体消息业务下的商业模式和产品应用。以 2020 年公司与中国移动新合作的业务类型“语音助手”业务为例，公司已启动对该项业务智能交互功能进行升级迭代的专题项目，打造基于 5G 通信网络和消息机制的移动语音助手类小程序。项目研发成功后，可在涵盖 4G 通信网络环境下全部功能的基础上，让用户超越移动端操作系统，不依赖任何第三方 APP，也不需要单独注册，仅使用手机号的统一认证，即可通过手机内置消息窗口体验运营商提供的语音小助手交互功能。未来公司将持续投入研发力量，跟踪并满足运营商 5G 时代下增值电信业务的核心需求，在未来 5G 商业模式全面落地之后占据产业领先位置。5G 推动增值电信业务形式和内容更加丰富，也为公司的增值电信服务带来新的成长空间。

综上，随着 5G 通信技术和相关产业的发展，运营商的增值电信业务将实现技术和业务方面的跃变，在对已有业务升级迭代的同时不断推出新的增值电信业务类型，将产生大量的采购需求。作为运营商多年的合作伙伴，公司具备良好的技术积累，并随着 5G 等技术发展持续进行现有技术水平、业务系统的升级和前瞻性技术的研发储备。公司将把握 5G 通信技术的发展机遇，基于已有的核心优势，深化与运营商的合作。随着 5G 通信技术的推广，公司将为运营商更多新兴增值电信业务类型提供服务，公司增值电信服务打开了新的成长空间。

（三）公司自身创新、创造、创意特征以及和新旧产业融合情况

1、公司的技术创新特征

（1）公司所处行业属于技术创新驱动型行业

软件和信息技术服务业是引领科技创新、驱动经济社会转型发展的核心力量，是建设制造强国和网络强国的核心支撑。其中，公司所处的移动互联网应用技术和信息服务领域是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业。近年来，随着通信技术和信息技术的快速发展，移动互联网应用技术

与信息服务领域呈现出技术更新速度快、迭代周期短的特点，相关技术的发展趋势表现为从 2G 数字信号取代模拟信号到 4G 移动互联网的飞速发展、从单纯基于短信的文字交互产品到基于智能终端的多媒体功能与服务、从堆砌硬件性能到使用弹性云计算来提供服务和解决方案等，技术创新成为驱动整个行业增长的重要动力。

得益于技术创新、产业融合和新兴业态的兴起，移动互联网应用技术与信息服务行业拥有巨大的发展空间，云计算、大数据、5G、人工智能等技术浪潮都将给行业的创新发展带来新的机遇。移动互联网应用技术和信息服务企业需要进行持续的研发投入，根据先进技术发展趋势保持创新，紧跟技术更新迭代节奏，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。

（2）公司具备良好的技术研发创新能力

①公司通过持续的技术创新，实现了业务拓展和客户开拓

公司自设立以来，始终专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，基于通信技术和信息技术的迭代，通过持续的技术创新，实现了细分业务的拓展和各行业大型企业客户的开拓，进而扩大了公司的业务规模。公司技术创新和主营业务的发展历程详见本节之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“（三）公司设立以来主营业务、主要服务和经营模式的演变情况”。

②公司形成了良好的技术创新能力和坚实的技术储备

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术实力支撑客户相关业务的革新与发展。公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司研发人员占员工总数比例约为 40%。

公司注重以技术创新驱动业务发展，不断迭代升级核心技术，经过多年的探索和积累，公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系和相应一系列核心技术成果。截至报告期末，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，覆盖了公司业务的各个环节，提高了业务运营效率，满足了客户的服务需求。公司两大技术体系和主要核心技术的具体情况详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）公司的技术水平及特点”。

（3）公司未来将持续技术创新以驱动业务发展

公司的发展规划是秉承“技术赢得客户，服务创造价值”的经营理念，通过持续技术创新和服务提升，提供及时、高效、优质的综合服务，满足大型企业客户全方位业务需求，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

公司已建立以大数据处理分析和机器智能运算为核心的两大技术体系，形成了良好的技术创新能力和坚实的技术储备，为公司未来的持续技术创新奠定了基础。未来，公司将顺应国家创新驱动发展战略规划，继续专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，以技术创新为企业发展的核心驱动力，紧跟国家政策导向，把握云计算、大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，不断加大研发投入和科技创新人才培养力度，持续推进技术创新能力建设，积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能，不断拓展公司的服务领域，实现公司成为“行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商”的发展规划。

2、公司通过提供各类服务，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合

（1）公司主营业务属于新产业、新业态、新模式

根据国家统计局印发的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司的主营业务属于其中规定的“0506 现代信息技术服务”，公司主营业务属于新产业、新业态、新模式。

（2）公司通过提供各类服务，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合

移动互联网的蓬勃发展，带动了传统行业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合，同时带动了相关行业对移动互联网应用技术和信息服务的需求。

增值电信业务领域，电信运营商在移动互联网产业高速发展的大背景下主动拥抱“互联网+”，增值电信业务的经营模式向互联网化模式转变，电信运营商增值电信业务与移动互联网充分融合。公司通过向电信运营商提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的综合性增值电信服务，满足增值电信业务开展的数据处理需求，并在符合各项合规要求的基础上保持较高的转化率，提高其业务运转效率，助力传统电信行业的增值电信业务与新技术、新产业、新业态、新模式的融合与发展。

移动信息化领域，公司通过为客户提供移动信息化解决方案及运营服务，广泛满足传统电力行业、旅游行业、金融行业等行业客户对于用户身份验证、提醒通知、信息确认等方面的业务需求。公司此类服务的主要客户包括腾讯云、国家电网、携程、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户，公司协助客户通过短信等移动信息形式开展业务，满足传统电力行业、旅游行业、金融行业等行业与新技术、新产业、新业态、新模式融合的需求。

移动营销领域，随着移动终端日益普及，移动互联网的发展使移动营销更为智能和高效，移动互联网全生态的打通为移动营销提供了更多价值场景。公司作为移动互联网广告产业链上下游之间的资源整合媒介，将上游的媒体、流量资源与下游的营销推广需求相结合，主要提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务，支持传统营销行业、传媒行业与新技术、新产业、新业态、新模式的融合。

综上，公司根据客户的行业属性和业务需求，通过各项服务支持传统电信行业、电力行业、旅游行业、金融行业、营销行业、传媒行业等行业与通信技术和信息技术等新技术、移动互联网运营等新模式深度融合。

（四）公司产品或服务的市场地位

移动互联网应用技术与信息服务领域内企业众多，公司凭借自身技术优势、运营经验和推广资源，形成了对各行业大型企业客户提供优质服务的能力，在行业竞争中占据有利地位。

1、增值电信服务领域

公司业务主要围绕电信运营商开展。其中，公司与中国移动合作十分紧密，自 2014 年建立合作以来，一直与其保持稳定的互惠合作关系。为发展增值电信业务，中国移动形成了以九大业务基地为主体的增值业务发展格局，各个业务基地受集团总部的委托在全国开展业务，面向全国用户，显著的特点是“一点接入，一点结算，全国推广”，即各个基地独立进行业务决策、运营与结算，日常业务开展不需经过集团总部和各省公司的审批，并且直接面向全国用户开展业务，业务运营不受业务基地的地域限制。报告期内，公司增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地。中国移动江苏基地在全国范围内开展信息交互和话费结算等增值电信业务，公司为上述业务提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务。中国移动江苏基地对合作方实施严格的引入条件，并按季度对合作

方以评级的方式实施业务考核，评级较高的合作方能够获得江苏基地更多的业务资源支持，有资格申请数量更多、资费更高的业务。在上述评级考核中，中国移动江苏基地根据合作方提供服务相关的收入规模、用户数、投诉率等数据进行评估，其中前 2%的合作方被评为 A 级合作方[1]。报告期内，公司始终保持优秀合作方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方，业务优势和行业地位较为突出。中国移动等运营商未公开披露其增值电信服务的采购规模或对供应商的采购排名。报告期内，公司增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地，中国移动江苏基地是中国移动集团内负责增值电信业务的九大基地之一，综合业绩在中国移动集团内位居前列。根据对中国移动江苏基地的访谈，公司对中国移动江苏基地的销售规模在其同类业务采购中排名在前 10 名以内。

2、移动信息化服务领域

依托良好的技术水平和综合服务能力，公司与腾讯云、国家电网、卓望信息、携程、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了合作关系。

3、移动营销服务领域

公司通过与车云网、电动邦、新华社公众号等媒体平台合作，积累了优质的媒体广告资源。

综上，公司与大型知名企业建立了稳定的合作关系，并形成了一定的业务壁垒，公司在移动互联网应用技术与信息服务领域具有一定的行业地位。

（五）公司的技术水平及特点

公司自成立以来即专注于移动互联网应用技术与信息服务领域，并一直以技术创新驱动业务发展，不断迭代升级核心技术，经过多年的探索和积累，公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系和相应一系列核心技术成果，其基本情况如下：

技术体系	主要核心技术	应用的业务领域	对应主要软件著作权
大数据处理分析	业务数据分布式内存计算框架	增值电信服务、移动信息化服务	流量数据处理平台、分布式微服务系统、高速内存数据处理系统等

[1]根据中国移动江苏基地《合作方管理办法》，“按照一定的评估分级方法，将合作方分为 A 级合作方:B 级合作方:C 级合作方:普通合作方＝2%:4%:6%:88%。” 其中 A 级、B 级、C 级合作方均为优秀合作方。

技术体系	主要核心技术	应用的业务领域	对应主要软件著作权
	大数据分析与挖掘技术	各项业务	用户大数据行为统计分析系统；移动营销服务数据分析系统；移动应用行为分析系统；大数据原始数据抽取系统；云数据处理系统
机器智能运算	智能融合通信技术	移动信息化服务	企信通业务管理系统；全自动短信业务鹰眼系统；短信流量管理控制系统等
	增值业务云监控技术	增值电信服务	人工智能监控系统；计费数据统计分析系统；移动语音内容分布系统；业务监控与守护系统；无线支付业务监控系统等
	智能语音处理技术	增值电信服务	语音快速检索系统；语音分析系统；语音干扰过滤系统；语音验证系统；移动语音文件自动生成软件；移动语音业务开发公共库系统等
	数据协议快速接入开发框架	增值电信服务、移动信息化服务	移动应用 C/S 架构快速开发框架；无线支付 SDK 在线封闭管理系统；无线支付 SDK 分发管理系统；移动语音业务快速开发框架软件；无线支付 SDK 二次封装软件；HTTP 协议短信接口服务系统；CMPP 协议短信接口服务系统等
	高效弹性分布式计算平台	各项业务	数据安全存储系统；无线支付 SDK 支付分析系统；短信业务统计分析系统等
	智能分布式缓存技术	各项业务	智能路由系统；智能运维业务支撑系统等

大数据处理分析和机器智能运算两大技术体系涵盖了公司主要的核心技术，也是公司各项主营业务开展的基础，其基本情况如下：

1、大数据处理分析技术

随着移动互联网相关产业业务规模的爆发式增长，移动互联网应用技术和信息服务领域各项业务的实施均需以大数据的及时处理和挖掘分析能力作为支撑。公司在大数据处理分析方面形成了良好的技术能力。

增值电信服务中，电信运营商与终端消费者的信息交互形成了海量的业务数据。公司自主研发的“用户大数据行为统计分析系统”、“大数据原始数据抽取系统”等软件著作权形成的大数据分析与挖掘技术，通过对各类业务实施形成的

海量数据及其运营效果进行分析，为公司调整运营策略和资源安排决策提供依据，使得运营商增值电信业务保持较高的转化率，提高了客户粘性。

移动信息化服务中，公司自主研发的“企信通业务管理系统”、“短信流量管理控制系统”等软件著作权形成的智能融合通信技术，使得公司移动信息服务平台已实现毫秒级的实时信息处理速度，处理能力达到：每月最大短信处理能力>100 亿条、每天最大短信处理能力>5 亿条、每秒最大短信处理能力>10,000 条，并保证 95%以上的送达率、毫秒级时延和 99.99%的高保障率，能够满足各类客户高时效、高保障性的业务需求。

2、机器智能运算技术

在机器智能运算方面，公司通过相关系统的研发与应用，将原本需要人工干预处理的问题由智能化系统代替解决，提高了客户的业务运转效率，保证了业务实施的可靠性和高效性。

增值电信服务中，公司自主研发的“人工智能监控系统”、“业务监控与守护系统”等软件著作权形成的增值业务云监控技术，通过对增值电信业务进行多个维度的监控与预警，使得增值电信服务整体可用率[1]提升至 99.99%，公司业务故障率和综合运营成本显著下降。而且，该系统不仅能够对自有业务实现全方位监控，同时也能监控运营商数据对接网关的可用性，可通过监控运营商的网关故障或服务器托管商的网络故障，避免业务运行中断事故。

移动信息化服务中，公司自主研发的“企信通业务管理系统”、“全自动短信业务鹰眼系统”等软件著作权形成的智能融合通信技术，能够依据移动信息发送的不同需求和具体情况，对数据传输和信息监控进行准确、快速的智能处理，例如根据移动信息接收号码所处区域和电信运营商类型智能匹配短信通道、根据移动信息发送类型（通知类或验证类、普发或触发）智能调整数据传输方式、对数据自动识别防止违规信息发送、根据移动信息发送数量级别和时延需求智能安排消息队列和发送顺序、自动判别短信通道障碍并调整传输路径等。上述技术通过对不同行业类型、不同应用场景的移动信息进行个性化智能处理，保障了移动信息化服务的及时性、安全性、稳定性和准确性，是公司移动信息化服务规模持

[1]可用率是指对电子设备、网站、软件系统等相关产品和服务稳定性衡量的一个指标，具体来说 99.9%的可用率代表一年约有 9 小时的宕机时间，而 99.99%的可用率要求宕机时间一年要控制在 0.9 小时以内，对系统的可用性要求非常高。

续扩大的技术基础。

上述两大核心技术体系和主要核心技术均由公司自主研发建立、取得，是公司各项主营业务实施与发展的基础。公司依托自身科研实力，不断升级迭代核心技术和服务支撑系统，基于已有的多项核心技术，紧密跟踪、对接客户的技术发展动态，通过持续的技术研发创新为各行业大型企业客户创造价值。

（六）行业内主要企业情况

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，业务领域涵盖增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务等方面，涉及细分业务领域较广。报告期内，增值电信服务和移动信息化服务两项业务为公司收入和利润的主要来源。目前国内还未有与公司的业务类型和业务结构完全相近的可比上市公司，根据公司业务的特性，综合考虑主营业务、服务应用领域及业务可比性等因素后，选取的同行业可比公司情况如下：

1、杭州沃驰科技有限公司

杭州沃驰科技有限公司（以下简称“沃驰科技”）成立于 2011 年 5 月，于 2016 年 8 月在全国中小企业股份转让系统挂牌，于 2019 年 1 月被立昂技术股份有限公司（以下简称“立昂技术”）收购。立昂技术于 2017 年 1 月在深圳证券交易所创业板上市，股票代码 300603。沃驰科技不仅围绕电信运营商基地开展数字阅读、视频、动漫等增值电信业务，同时构建自有平台开拓数字阅读服务。在增值电信服务中，沃驰科技提供内容整合发行、数字媒体营销和移动支付计费等一站式服务。

2、联动优势科技有限公司

联动优势科技有限公司（以下简称“联动优势”）成立于 2003 年 8 月，于 2016 年 7 月被海联金汇科技股份有限公司（以下简称“海联金汇”）收购。海联金汇于 2011 年 1 月在深圳证券交易所中小板上市，股票代码为 002537。联动优势业务范围涵盖移动信息服务、移动运营商计费结算服务、互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、供应链金融、大数据服务及跨境支付等领域。

3、人民网股份有限公司

人民网股份有限公司（以下简称“人民网”）成立于 2005 年 2 月，于 2012 年 4 月在上海证券交易所主板上市，股票代码为 603000。人民网是由人民日报

社控股的上市公司，是以新闻为主的大型网上信息交互平台。人民网从事的主要业务包括广告及宣传服务、移动增值业务、信息服务和技术服务。

4、梦网荣信科技集团股份有限公司

梦网荣信科技集团股份有限公司（以下简称“梦网集团”）成立于 1998 年 11 月，于 2007 年 3 月在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002123。梦网集团主营业务为企业云通信业务，目前在运营和扩展中国最大的企业云通信平台。

5、北京国都互联科技有限公司

北京国都互联科技有限公司（以下简称“国都互联”）于 2007 年 2 月成立，2014 年 9 月被吴通控股集团股份有限公司（以下简称“吴通控股”）收购。吴通控股于 2012 年 2 月在深圳证券交易所创业板上市，股票代码为 300292。国都互联业务范围主要为行业短彩信等移动信息化产品解决方案、移动信息化产品运营服务、移动营销服务等其他移动综合服务。

综上，公司主营业务涉及细分业务领域较广，各细分业务模式存在差异，其中增值电信服务和移动信息化服务两项业务为公司收入和利润的主要来源。公司根据自身业务特性，综合考虑主营业务、服务应用领域及业务可比性等因素，选取了主营业务中具有可比性同类业务的上市公司作为可比公司，上述同行业可比公司选取全面、可比公司的同类业务具有可比性。

6、增值电信业务的直接竞争对手情况

报告期内，发行人增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地，发行人的直接竞争对手主要是向中国移动江苏基地提供同类服务的其他服务商。根据中国移动江苏基地公告的《优秀合作伙伴分层分级评级结果》清单，发行人的直接竞争对手列举如下：

序号	公司名称	从事话费结算业务	从事信息交互类业务	基本情况
1	北京互动时空通讯技术有限公司	是	是	成立于 2003 年 11 月，注册资本 1,650 万元，专注于互联网和移动通讯技术的开发和应用，是中国领先的手机游戏开发商和发行商。
2	北京龙腾鼎宸科技有限公司	是	是	成立于 2010 年 3 月，注册资本 1,000 万元，拥有多年厂商推广渠道经验，拥有十余款优质游戏产品，同时也是中国移动优质合作伙伴。
3	北京网科视通信息技术有限公司	否	是	成立于 2004 年 7 月 16 日,注册资本 1,000 万元，主要从事无线信息增值服务、无线应用服务。
4	北京彦成文化有限公司	是	是	成立于 2015 年 5 月,注册资本 1,000 万元,是行业领先的娱乐互动平台。
5	新华网股份有限公司	否	是	新华社控股的传媒文化上市公司（新华网，603888.SH），成立于 2000 年 7 月，注册资本 51,902.936 万元，开展网络广告、信息服务、移动

				互联网、网络技术服务和数字内容等主营业务。
6	北京中投视讯文化传媒股份有限公司	否	是	成立于 2007 年 10 月 8 日,注册资本 10,157 万元，是中国互联网新闻中心（中国网）控股的新媒体运营公司。主要从事内容集成、节目制作、产品研发、推广运营等业务。
7	人民网股份有限公司	否	是	人民日报社控股的上市公司（人民网，603000.SH），成立于 2005 年 2 月，注册资本 110,569.1056 万元，从事的主要业务包括广告及宣传服务、移动增值业务、信息服务和技术服务。
8	北京明顶信息技术有限公司	否	是	光明网参股子公司，成立于 2013 年 8 月，注册资本 1,000 万元，主要从事增值电信业务中的信息服务业务。
9	兆荣联合（北京）科技发展有限公司	否	是	龙力退（002604.SZ）的全资子公司，成立于 2005 年 8 月，注册资本 5,000 万元，是以移动增值服务为业务核心的高新技术企业。成立于 2010 年 3 月，注册资本 1,000 万元，拥有多年厂商推广渠道经验，拥有十余款优质游戏产品，同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。
10	北京烽火万家科技有限公司	否	是	成立于 2013 年 3 月 21 日,注册资本 1,241.975 万元，是一家一站式云通讯服务提供商。
11	北京德盛网络科技有限公司	否	是	成立于 2010 年 2 月 4 日，注册资本 1,000 万元，具有较强的电信增业务平台开发技术实力，以及丰富的电信增值服务运营经验。
12	北京网高科技股份有限公司	否	是	成立于 2005 年 12 月，注册资金 1000 万。是一家服务于中国及全球华人互联网及手机用户的在线媒体及增值资讯服务提供商。
13	山东华企通网络科技有限公司	否	是	成立于 2011 年 6 月,注册资本 1000 万元,主要从事移动互联网计费解决方案与推广渠道推广,着力发展手机业务的行业应用。
14	中青英创（北京）教育科技有限公司	否	是	成立于 2012 年 4 月 23 日，注册资本 1,000 万元，是一家推广和应用服务公司。
15	中国青年出版总社有限公司	否	是	成立于 1999 年 3 月 30 日，注册资本 7,791 万元，是一家综合的网络、杂志和图书出版、发行、编辑等服务的提供商。
16	北京中国网传播有限公司	否	是	成立于 2003 年 7 月 22 日，注册资本 1,954.3267 万元,是一家国务院新闻办公室领导，中国外文出版发行事业局管理的国家重点新闻网站运营公司。
17	北京秦泽博远信息技术有限公司	否	是	成立于 2005 年 11 月 4 日，注册资本 1,000 万元，是一家领先的增值电信服务提供商。
18	浙江昉寅科技有限公司	否	是	成立于 2010 年 12 月 27 日，注册资本 1,000 万元，是一家优秀的移动互联网综合解决方案提供商
19	振戎信通（北京）科技发展有限公司	否	是	成立于 2012 年 10 月 18 日，注册资本 1,000 万元，是一家以增值电信服务为经营核心的领先企业。
20	北京智灵天下科技有限公司	否	是	成立于 2009 年 10 月 9 日，注册资本 100 万元，是一家为客户提供全面的推广和通讯服务的优秀企业。
21	南京玛卡珑信息技术有限公司	否	是	成立于 2013 年 11 月 28 日，注册资本 100 万元，是一家优秀的电信业务经营企业。
22	南京制优汇信息科技有限公司	否	是	成立于 2014 年 8 月 1 日，注册资本是 1,000 万元，拥有多年厂商推广渠道经验，同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。
23	上海长戎兴信息技术有限公司	否	是	成立于 2014 年 8 月 1 日，注册资本是 1,000 万元，是一家从事网络信息技术服务的企业。
24	北京满疆科技开发有限公司	否	是	成立于 2005 年 6 月 7 日，注册资本 3,005 万元，是一家推广和应用服务公司。
25	上海帝云网络科技有限公司	否	是	成立于 2005 年 3 月 10 日，注册资本 1,000 万元，是一家优秀的互联网文化信息服务提供商。
26	北京博睿赛思信息系统	否	是	成立于 2008 年 4 月 22 日，注册资本 1,000 万元，是

	集成有限公司			一家移动数字营销方案平台供应商。
27	北京海星联众文化传媒有限公司	否	是	成立于 2016 年 10 月 27 日，注册资本 500 万元，是一家多元化文化传播公司。
28	南京我的网网络信息有限公司	否	是	成立于 2001 年 1 月 2 日，注册资本 1,000 万元，是一家优秀的电信增值服务企业。
29	广州得微电子有限公司	否	是	成立于 2012 年 8 月 31 日，注册资本 100 万元，是一家以增值服务业务为核心的优秀公司。
30	北京多多娱科技有限公司	否	是	成立于 2015 年 7 月 14 日，注册资本 1,000 万元，是一家优秀的电信业务经营企业。
31	南京红泉信息服务有限公司	是	是	成立于 2004 年 7 月 30 日，注册资本 1,000 万元，是一家提供移动终端应用软件及游戏等研发外包服务的专业公司。
32	福建博士通信息有限责任公司	是	是	成立于 1999 年 04 月 07 日，注册资本 1,000 万元，是优秀的移动互联网综合解决方案提供商。
33	大唐高鸿通信技术有限公司	是	是	高鸿股份（000851.SZ）的全资子公司，是以移动增值服务为业务核心的领先企业。
34	北京联盛捷讯科技有限公司	是	是	成立于 2013 年 3 月 6 日，注册资本 1,000 万元，拥有多年厂商推广渠道经验，同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。

注：上表中信息系根据网络检索上市公司公开披露的年报、国家企业信用信息公示系统、企查查、公司官方网站等国家公示或市场公开信息确定。

根据《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》，“12590 业务商务模式采用分成模式，对于应用提供商（AP）类合作伙伴，中国移动分成比例原则上不低于实收信息费的 30%，合作方不高于产品收入的 70%。”

根据对中国移动江苏基地业务相关负责人的访谈，中国移动江苏基地对所有同类合作商的分成比例一致，均为：中国移动分成 30%、合作商分成 70%。

综上，根据中国移动的业务管理文件和对中国移动江苏基地的访谈，公司竞争对手获得的分成比例为 70%。公司与竞争对手获得的分成比例一致，不存在差异。

（七）公司的竞争优势

1、良好的创新能力和坚实的技术储备

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术实力支撑客户相关业务的革新与发展。公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司研发人员占员工总数比例约为 40%。

公司注重以技术创新驱动业务发展，不断迭代升级核心技术，经过多年的探索和积累，公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系

和相应一系列核心技术成果。截至报告期末，公司已拥有 90 项计算机软件著作权，覆盖了公司业务的各个环节，提高了业务运营效率，满足了客户的服务需求。公司两大技术体系和主要核心技术的基本情况详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）公司的技术水平及特点”。

同时，公司采用以实体机为主、云服务和云主机为辅的分布式部署方式，业务系统主要采用主动式冗余弹性架构，在实现了业务高度可扩展性的同时，也保证了系统的可用性和稳定性。此外，公司在合理配备服务器数量的基础上，采用虚拟化技术对系统整体架构进行升级，形成经济高效、通信稳定、业务并发量高、数据吞吐能力强的基础设施支撑能力，为公司在业务运营层面实现更加精准、可靠的服务提供了技术支撑。

良好的技术水平不仅可以保障公司业务的稳定运行，还可以为客户创造价值，对于及时满足客户个性化的业务需求、提高客户粘性等方面具有重要作用，是公司获得大型企业客户认可的基础。公司依托自身的科研实力，不断升级迭代核心技术和服务支撑系统，基于已有的多项核心技术和持续的研发投入，通过紧密跟踪、对接客户的技术发展动态和服务需求，公司不断与各行业大型企业建立稳定合作关系。由于为不同行业客户提供各类应用技术和信息服务所需的底层技术架构和核心处理系统具有共性，公司可以将已形成的技术能力拓展到移动互联网应用技术与信息服务更多细分业务领域，为各行业客户创造价值。

2、满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力

移动互联网应用技术和信息服务行业是集技术、运营、营销等多方面于一体的现代服务业，行业从业者不仅要具备一定的通信技术和信息技术水平，对客户的运营方式、管理体制和所在细分行业的商业模式等也需具备一定的理解。同时，大型企业客户具有经营规模较大、业务发展较快的特点，对服务提供商的服务能力要求较高。大型企业客户对移动互联网应用技术和信息服务提供商的要求主要包括以下方面：

（1）高标准的技术要求

公司主营业务的实施涉及移动支付、身份验证、信息提醒等大量关键数据的处理与传输，公司的业务系统与运营方案需要满足客户对于数据安全性（例如不可出现信息被盗或传输对象错误）、运营稳定性（例如系统可用率达到 99.9%以上）、信息及时性（例如毫秒级时延）等方面高标准的技术要求。此外，大型企

业客户一般业务规模较大，这对服务商的系统承载能力和海量数据处理能力也提出了较高要求。

（2）合规运营要求

增值电信业务、移动信息化业务和移动营销业务的日常开展受工信部等机构监管，公司作为服务商需要在充分了解相关业务监管规则的基础上，设计合理的业务系统对数据传输进行实时监控与检测，满足特定行业的法规、监管、安全等要求，防止触发消费者投诉、违规内容发送等事项，保障客户业务的合规运行。

（3）定制化服务要求

由于各行业大型企业服务需求、技术要求、业务模式、管理体制等方面均有差异，服务商需根据客户的实际场景需求，提供综合解决方案和定制化服务。公司一直秉持“客户为先”的理念，将客户需求分析作为产品研发和服务提供的第一步。公司深耕用户需求，秉持产品快速定制、贴身应需服务的理念，不断推出适合大型企业客户需求的技术与服务解决方案，通过差异化、定制化的服务为客户提高运营效率、创造更多价值。

公司自设立以来，一直专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，具备深厚的行业积淀，能够满足大型企业客户对于数据安全、服务稳定、信息及时、合规运营等方面的需求。同时，公司能够在深刻理解大型企业客户的业务需求基础上，为其提供定制化的综合服务，并且持续跟踪其业务发展动向，针对其新的服务需求快速响应、高效执行。此外，公司具备为大型企业客户提供技术支持、运营服务、营销推广等一站式服务的能力。高效、定制化、一站式的综合服务能力，使得公司可以深度契合各行业大型企业客户需求，为公司业务的稳步开拓奠定了基础。

3、优质大客户资源

凭借较强的研发能力、丰富的运营经验、良好的服务品质和商业信誉，公司与众多优质大型企业建立了深入合作关系。

增值电信服务领域，自 2014 年建立合作关系以来，公司与中国移动一直保持稳定的互惠合作关系，双方合作紧密；移动信息化服务领域，公司已与腾讯云、国家电网、卓望信息、携程、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了合作关系；在移动营销服务领域，公司已对接车云网、电动邦、新华社公众号等头部媒体平台，积累了优质的媒体广告资源。

大型企业客户出于业务稳定性和规范性等方面的考虑，通常会比较谨慎地选择和发展合作伙伴，在公司资质、服务能力、行业经验、技术水平、业务资源等方面对合作方进行较高要求，且一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换。公司已形成了优质大客户资源优势，不仅促进了公司业务规模的增长，还为公司的服务能力建立了良好的口碑，利于公司持续获得更多优质客户资源。



4、专业的管理团队

公司拥有洞察力敏锐、执行力强的核心管理团队，为公司快速发展提供了保障。公司管理团队具有丰富的业务运营、客户拓展、战略规划、团队管理等方面经验，主要负责人具备丰富的互联网行业工作经历和深刻的行业认识：公司董事长及总经理李征先生拥有二十余年的互联网及通讯行业经验，曾担任多家美国纳斯达克上市公司核心管理人员，包括空中网、千橡寰宇（人人网）、华友世纪等；董事及副总经理陈坤女士在互联网营销领域拥有近二十年的行业经验，曾任职于白马广告、新浪无线等互联网企业。公司核心管理团队多年积累的行业经验和产业资源使公司能快速捕捉市场机遇、应对市场变化，在激烈的行业竞争中保持较高的运营效率。

5、公司移动信息化服务的核心竞争力及具体体现

（1）技术优势

自 2016 年开展移动信息化服务以来，公司持续升级业务系统，通过自主研发的移动信息服务平台，基于以下良好的技术实力，确保服务的及时性、安全性和稳定性，满足客户高时效、高保障性的业务需求。

①对瞬时并发消息高效稳定的处理能力

同行业公司线上线下的业务指标披露情况如下：

指标类别	客户要求	公司情况
时延率	验证码、通知类短信发送后 10 秒抵达率≥90%	符合
处理能力	每日数据处理能力：亿级	5 亿
平台响应速度	高峰流量响应时延≤200 毫秒；非高峰流量响应时延≤100 毫秒	符合
服务保障	故障首次响应时长≤5 分钟	符合
最大峰值发送量	短信平台峰值发送速率≥20000 条/秒	50000 条/秒

发行人上述指标的情况如下：

指标类别	公司情况
时延率	验证码、通知类短信发送后 10 秒抵达率≥90%
处理能力	每日数据处理能力：5 亿
平台响应速度	响应时延≤50 毫秒
服务保障	故障首次响应时长≤5 分钟
最大峰值发送量	60000 条/秒

注：根据公开市场信息查询，其他同行业公司未披露相关具体业务指标。

如上表所示，公司的各项业务指标均与同行业公司线上线下相近。公司移动信息化服务主要服务对象为卓望信息、腾讯云、国家电网等各行业大型企业客户，公司相关业务技术指标均达到或突破了客户要求，体现公司相关技术处于行业领先水平。

②具备软件系统开发、平台搭建等附加服务的技术实力

除满足客户对短信发送服务的各项指标要求外，公司还具备为直客客户提供移动信息化软件系统开发、平台搭建等附加服务的能力，公司分别为国家电网、腾讯云等客户提供了 106 短信平台、短信大数据平台开发等服务。公司的技术储备能够满足直客客户对于移动信息化综合解决方案的需求，为客户提供全方位、一站式服务。

③强大的运营监控管理功能

公司对移动信息服务平台运营状态实行 24 小时自动监控和管理，监控指标包括通道工作情况、业务接入情况、信息发送状态、通道工作状态、定时短信执行情况等。强大的运营监控和管理功能，使公司能够实现统一、规范、可控的业务运营。

④智能通道路由分配机制

报告期内，公司移动信息化业务规模持续增长，信息发送量随之增长显著。

尤其在“双十一”、“双十二”等促销活动期间，爆发性的信息发送量增长对系统的数据处理能力和短信通道的合理配置提出了较高要求。公司通过智能融合通信技术可根据移动信息发送数量级别、时延需求等条件智能安排消息队列和发送顺序，智能匹配短信通道，确保海量信息的快速、稳定传输。

⑤灵活快捷的扩展能力

公司的移动信息服务平台易于扩展，现有系统可方便、快捷地增加新功能、对接新端口。随着业务的发展，各大型企业客户的业务需求也呈现出类型新、个性化强的特点。公司通过在业务平台中设置灵活的接口以保证系统的平滑升级，提高了系统整体扩展能力，满足了客户多样化的业务需求。

⑥5G 消息方面的业务布局和技术研发

目前，公司已与中兴通信就 5G 消息达成战略合作，一同探索 5G 消息，在整体解决方案、试点示范、市场拓展、项目推进、实施交付、运营服务等层面进行全面合作，并基于 5G 消息的业务应用场景，共同打造 5G 消息行业应用示范。公司在 5G 消息方面的业务布局和技术研发，为持续保持技术优势奠定了基础。

公司已形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系和相应一系列核心技术成果，是公司移动信息化服务规模持续扩大的技术基础。

（2）运营和服务优势

①充分了解监管规则，满足合规运营要求

移动信息化业务的日常开展受工信部等机构监管，公司具备多年与运营商的合作经验，充分了解工信部和运营商相关业务监管规则。在此基础上，公司通过设计合理的业务方案对数据传输进行实时监控与检测，满足特定行业的法规、监管、安全等要求，防止触发消费者投诉、违规内容发送等事项，保障客户业务的合规运行。

②直接服务大型企业，深刻理解客户需求

报告期内，公司移动信息化服务的客户主要为大型知名企业，公司根据客户的实际场景需求，为其提供综合解决方案和定制化服务。公司深耕用户需求，秉持产品快速定制、贴身应需服务的理念，通过差异化、定制化的服务为客户提高运营效率、创造更多价值。同时，公司移动信息化服务的主要客户覆盖互联网、电力、金融等多个业务领域，在与上述大型知名企业合作过程中公司加深了对客户所处行业商业模式的理解，为公司持续向各行业客户提供契合其业务需求的服

务奠定了基础。

③高效、全方位、不间断的服务体系

公司在充分了解客户业务需求的基础上，建立了高效、专业、及时的服务机制，提供 7*24 小时的故障响应、客服支持、系统监控等服务，结合客户需求实时推送信息状态报告、设计业务统计分析系统，并拥有完善的故障处理机制，实现高效、全方位、不间断的移动信息化服务。

（3）通道资源优势

公司通过与运营商和优质的短信代理商建立良好的合作关系，已积累了覆盖三网、辐射全国的短信通道资源。稳定优质的短信通道资源保证了移动信息化服务的运营稳定性，也能满足客户对特殊号段、三网同号等个性化的服务需求。

6、移动信息化服务中，发行人相较直客客户其他供应商的竞争优势

（1）技术优势

公司具备良好的创新能力和坚实的技术储备，能够满足客户的综合服务需求。

在短信发送服务方面，公司移动信息服务平台已实现毫秒级的实时信息处理速度和日均 1 亿条、日峰值 5 亿条的短信息处理能力，95%以上的送达率、毫秒级时延和 99.99%的高保障率，相关技术处于行业领先水平。

除满足客户对短信发送服务的各项指标要求外，公司还具备为直客客户提供移动信息化软件系统开发、平台搭建等附加服务的技术实力，公司分别为国家电网、腾讯云等客户提供了 106 短信平台、短信大数据平台开发等服务。公司的技术储备能够满足直客客户对于移动信息化综合解决方案的需求，为客户提供全方位、一站式服务。

目前，公司已与中兴通信就 5G 消息达成战略合作，一同探索 5G 消息，在整体解决方案、试点示范、市场拓展、项目推进、实施交付、运营服务等层面进行全面合作，并基于 5G 消息的业务应用场景，共同打造 5G 消息行业应用示范。公司在 5G 消息方面的业务布局和技术研发，为持续保持技术优势奠定了基础。

（2）竞争壁垒优势

报告期内，公司向直客客户的销售金额占此类业务销售总额比例始终在 90%以上。公司移动信息化服务的客户主要为大型知名企业，公司深耕用户需求，秉持产品快速定制、贴身应需服务的理念，通过差异化、定制化的服务为客户提高运营效率、创造更多价值。同时，公司移动信息化服务的主要客户覆盖互联网、

电力、金融等多个业务领域，在与上述大型知名企业合作过程中公司加深了对客户所处行业商业模式的理解，为公司持续向各行业客户提供契合其业务需求的服务奠定了基础。

（八）公司的竞争劣势

与行业内上市公司相比，公司在融资渠道、经营规模等方面存在一定差距，客观上制约了公司的业务拓展、人才引进，从而对公司的市场竞争造成一定影响。

1、融资渠道单一，资金实力有待提升

移动互联网应用技术与信息服务领域内企业众多，市场竞争日趋激烈，公司在业务拓展、研发创新、渠道开拓、人才引进、市场营销等方面都需要持续投入大量资金。加之公司轻资产的运营特点，公司获取银行贷款等间接融资相对比较困难，公司亟待拓宽融资渠道，提升资金实力。

2、经营规模有待提高

公司由于成立时间较短及自身资本规模的制约，导致规模化服务大型企业客户的资源不足，经营规模和市场占有率与行业内领先企业仍有一定差距。公司需进一步加强市场开拓力度和业务发展速度，以提升公司的盈利能力和市场竞争力。

（九）行业发展态势及面临的机遇与挑战

1、行业发展态势及面临的机遇

（1）国家产业政策引导行业发展

移动互联网相关产业、软件与信息技术服务业及其细分领域是国家大力推动的新兴领域，近年来国务院和各级部门不断出台相关产业政策、部门规章等规范性文件促进行业的健康快速发展。国家相继出台《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》、《三网融合推广方案》、《关于加快发展高技术服务业的指导意见》、《扩大和升级信息消费三年行动计划》、《软件和信息技术服务业发展规划》等重要政策文件，积极促进相关行业各细分领域的重大技术突破和产业集聚。国家政策作为行业发展的重要引导力量，为移动互联网相关产业、软件与信息技术服务业及其细分领域的长期稳定发展奠定了良好的基础。

（2）技术创新助力行业发展

4G 通信技术与智能移动终端的广泛普及、5G 产业的飞速推进，使得移动互

联网产品的种类从传统短信、彩信等逐步升级为移动阅读、移动游戏、移动音乐等新型移动互联网产品。同时，用户对产品消费体验需求的提升及移动支付技术的成熟完善，也推动了用户对移动产品付费意愿的提高。未来，随着移动通信技术、信息技术以及云计算、大数据等新一代技术的不断突破与广泛应用，移动端消费市场将保持增长态势。受益于整个移动消费行业的快速发展，移动互联网应用技术和信息服务的应用领域将更为广泛，公司未来发展前景广阔。

（3）大型企业客户对移动互联网应用技术和信息服务的需求不断增长

移动互联网的蓬勃发展，带动了相关行业企业对移动互联网应用技术和信息服务的需求。增值电信业务领域，借助移动互联网用户规模庞大的优势，电信运营商增值电信业务的经营模式向互联网化模式转变；移动信息化领域，随着移动互联网和电子商务的广泛应用，以及国家对网络实名认证的要求，企业短信的应用场景不断增加；移动营销领域，移动互联网全生态的打通为移动营销提供了更多价值场景。随着各行业与移动互联网的业务融合，众多企业对优质的移动互联网应用技术和信息服务产生大量需求。移动互联网应用技术和信息服务行业各细分市场前景广阔。

2、面临的挑战

（1）行业集中度不高，市场竞争较为激烈

目前，国内提供移动互联网应用技术和信息服务的企业数量众多，市场竞争充分，市场集中度相对较低。由于各企业经营风格和理念不同，行业内参与者良莠不齐，存在部分企业进行恶性价格竞争，扰乱市场竞争秩序。

（2）市场需求不断变化

近年来，随着移动互联网相关产业的发展，新的业务模式和产品类型不断涌现，客户对应用技术和信息服务的需求随之变化。公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，需要不断根据市场变化调整经营策略，准确把握客户需求，保证为各行业大型企业持续提供符合市场发展方向的优质服务，保证竞争优势。

（十）话费结算业务、信息交互类业务发展及发行人增值电信业务竞争情况

1、三大电信运营商话费结算业务、信息交互类业务的开展情况

（1）电信运营商开展增值电信业务的总体情况

话费结算业务、信息交互类业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品。三大运营商是增值电信业务的运营主体，增值电信业务已开展多年，产业链各环节的参与者众多，业务模式和合规管理均相对成熟。以中国移动为例，除语音、流量、宽带等传统业务之外，应用与信息服务业务的收入从 2017 年的 607 亿港币上升到 2019 年的 825 亿港币，年复合增长率约为 16.6%，此类业务收入占其营业收入的比例也从 2017 年的 8.2%上升 2019 年的 11.1%，增值电信业务整体市场规模可观。

（2）电信运营商信息交互类业务开展情况

中国移动于 2003 年率先开始发展信息交互类业务，中国联通随后开始尝试介入，截至目前中国电信尚未开展此项业务。根据中国移动该类业务主管部门提供的数据，2019 年该业务的市场整体规模约为 11 亿至 15 亿元，其中，中国移动是信息交互类业务的主要参与者，目前市场份额约 90%。

（3）电信运营商话费结算业务开展情况

三大运营商均基于各自平台开展话费结算相关业务。

中国移动的话费结算业务主要通过江苏基地、咪咕、和包等平台开展。其中，江苏基地的话费结算业务是为手机各类 APP 内购买游戏、视频、电子书、软件等提供支付方式；咪咕主要针对中国移动旗下音乐、视频、阅读、游戏、动漫数字等平台开展话费结算业务；和包是中国移动开展的一项综合性移动支付业务，其中包括部分话费结算业务。

中国联通的“沃支付”平台包含部分话费结算业务，中国电信的“翼支付”平台包含部分话费结算业务。

2、中国移动江苏基地业务发展

中国移动增值业务分为九大业务基地，其中，江苏基地负责全国范围内 12580（综合信息服务）、12590（语音杂志1）和手机游戏类业务的开展。

江苏基地自 2003 年开始运营信息交互类业务，目前共有超过 200 家合作伙伴，业务范围涵盖政府公益、行业应用、教育培训等领域。根据对中国移动该业务主管部门的访谈及公开资料披露，信息交互类业务属于较为传统、成熟的产品

[1]中国移动语音杂志业务（简称“12590”）是中国移动为用户提供的以语音服务为主以短、彩信等多种服务形式为辅的移动增值业务，包括信息交互、话费结算等业务。

类型，目前市场规模相对稳定，年均业务量达 10 亿至 13 亿之间。

2015 年江苏基地开始逐步发展话费结算业务等项目，话费结算业务启动后整体发展良好，根据该业务主管部门提供的数据，该基地目前此类业务每年规模超 5 亿元，服务近亿用户。

3、发行人增值电信业务竞争情况

发行人的信息交互类业务和话费结算业务围绕中国移动江苏基地展开。

目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商约 200 家，按照中国移动评级管理标准，其中约 40 家优秀级别的供应商是发行人的主要竞争对手。

目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近 10 家，是发行人的主要竞争对手。

在中国移动江苏基地的合作方考核中，发行人是 2018 年三季度以来是唯一连续每个季度均被评为 A 级的供应商。

（十一）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

1、经营情况及衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司的可比业务主要经营指标情况如下：

单位：万元

公司	2020 年		2019 年		2018 年	
	可比业务收入	可比业务毛利	可比业务收入	可比业务毛利	可比业务收入	可比业务毛利
立昂技术			33,779.53	18,619.71	28,019.21	16,155.90
海联金汇			11,094.27	3,990.27	11,270.96	9,229.27
人民网			36,453.84	18,708.98	31,318.95	13,488.48
梦网集团			265,965.46	48,038.01	182,277.14	43,955.17
吴通控股			212,995.01	39,053.29	194,364.55	42,217.76
挖金客	**51,116.60**	**11,865.84**	25,842.24	8,996.71	21,014.29	8,020.53

注 1：鉴于各同行业可比公司的主营业务类型和业务结构与公司不完全相近，因此上表中同行业可比公司数据均为可比业务数据。此外，因沃驰科技、联动优势、国都互联已被立昂技术、海联金汇、吴通控股收购，相关数据来源主要为立昂技术、海联金汇、吴通控股的年度报告，下同。

注 2：截至本招股说明书签署日，可比公司尚未披露 **2020 年**相关数据。

由上表可见，公司与增值电信服务领域的立昂技术、海联金汇和人民网的上

述经营指标规模差距不大，公司自成立起即从事增值电信服务，此项业务经营规模较大，在该细分领域具有一定的规模优势；公司与移动信息化服务领域的梦网集团和吴通控股的上述经营指标规模相比仍有一定差距，公司自 2016 年开始开展移动信息化服务，虽然报告期内此项业务发展较快，但未来仍有较大的发展空间。

报告期内，公司与同行业可比公司可比业务的毛利率比较情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率分析”，报告期内公司毛利率略低于同行业可比公司的可比业务平均毛利率，整体差异不大。

2、市场地位

同行业可比公司的市场地位如下表所示：

可比公司	市场地位
沃驰科技	沃驰科技掌握三大电信运营商有效计费代码数百个，代码类型全面，应用领域涵盖广泛；开通省份实现全国范围的覆盖（不包括港澳台地区）。
联动优势	联动优势是中国移动银信通业务运营支撑单位、集团业务集成商（SI），是目前国内最大、面向“955xx”号段银行总行客户短彩信发送系统提供专业化运营和维护的提供商。
人民网	人民网是由人民日报社控股的上市公司，是以新闻为主的大型网上信息交互平台，是国际互联网上最大的综合性网络媒体之一。人民网拥有 WAP 门户网站、手机视频、手机阅读、手机音乐、手机动漫等多项移动增值业务。通过自身运营及与电信运营商合作的方式，在移动互联网领域，向用户提供新闻、生活、娱乐等内容信息服务。
梦网集团	梦网集团业务规模及服务质量连续多年在电信运营商合作伙伴评比中名列前茅，是中国移动、中国联通、中国电信的全网服务提供商，是中国移动的集团业务集成商和政企业务的一级代理商，以及中国联通和中国电信的长期合作伙伴。
国都互联	国都互联是中国移动、中国联通、中国电信的全网服务提供商，业务规模及服务质量连续多年在电信运营商合作伙伴评比中名列前茅。

注：上表信息来源包括各可比公司公告及官方网站信息。

公司的市场地位详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（四）公司产品或服务的市场地位”。

3、技术实力

截至报告期末，公司拥有 90 项计算机软件著作权。公司技术实力详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争状况”之“（五）公司的技术水平及特点”。

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司比较情况详见本招股说明书

“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”。报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司平均值较为接近，不存在明显差异。

（十二）发行人与线上线下在业务模式、客户、供应商、毛利率等方面的差异情况及差异原因

1、发行人与线上线下业务模式、客户、供应商等差异情况及差异原因

发行人与线上线下业务模式、客户、供应商等差异情况如下：

项目	发行人	线上线下
盈利模式	满足客户的短信发送需求，同时为其采购短信通道，赚取服务费	将采购的运营商短信销售给服务商/客户，赚取差额利润及运营商返佣酬金
利润构成	1）短信销售价格和采购价格的价差 2）短信销售数量和采购数量的量差	1）短信销售价格和采购价格的价差 2）运营商的返佣酬金
销售结算依据	客户通过发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量（与同行业可比上市公司中嘉博创一致）	以运营商反馈的成功发送至终端用户的短信数量
向客户提供的服务内容	1）根据客户需求为其提供短信平台搭建、技术开发及后续的技术支持； 2）提供平台对接、参数调试、运营维护、内容审核等服务。	提供平台对接、参数调试、运营维护、内容审核等在内的全套服务。
客户	主要服务于直客客户，报告期内对直客客户的销售比例始终在**85%**以上。	2017 年至 2018 年，向渠道客户销售短信占比分别为 93.23%和 61.35%；从 2019 年开始主要向直客客户销售短信。
供应商	报告期各期向第三方供应商采购比例为 100.00%、68.74%和**86.08%**。	2017 年至 2018 年，向电信运营商采购占比在 70%以上;从 2019 年开始转变为电信运营商与第三方供应商并重的供应商体系。

根据线上线下《招股说明书》公开披露信息，其向多家中国移动各子公司直接进行短信采购，具备多地运营商的短信代理资格；其协助运营商开拓企业短信市场，将采购的运营商短信销售给服务商/客户，**2017 年至 2020 年 1-6 月**，线上线下取得的运营商返佣酬金占短信采购成本的平均比例高达 21.56%。

发行人为客户提供符合其短信发送需求的综合解决方案和定制化服务，同时为其采购短信通道，赚取服务费。服务内容包括短信平台搭建、技术开发、平台对接、运营维护、短信发送等。

（1）发行人与线上线下业务模式的差异原因：

①企业业务发展历史沿革不同

报告期初期，发行人主要向中国移动提供增值电信服务；随着综合实力的提

高，发行人向更多大型企业客户提供移动信息化服务。发行人始终以客户为服务对象，以客户为中心提供包括技术、运营、营销等方面的综合解决方案及服务。

线上线下与多地运营商直接开展合作，为其开拓企业短信市场，将短信服务提供给企业客户。2017 年至 2018 年，线上线下向渠道客户销售短信占比分别为 93.23%和 61.35%；从 2019 年开始主要向直客客户销售短信。

②双方业务资源优势不同

发行人除为大型企业客户提供短信通道对接和发送服务外，还可为客户提供平台搭建、技术开发等附加服务，具备一定的客户稳定性和持续性；线上线下与多地运营商直接开展合作，具备一定的运营商短信通道资源优势。

③利润构成不同

除均赚取短信销售价格和采购价格的价差外，发行人与线上线下存在以下利润构成差异：

线上线下获取运营商的返佣酬金。运营商的返佣酬金一般包括数量返佣和金额返佣两种形式，根据线上线下的《招股说明书》公开披露信息：“运营商通常经内部审批流程后以银行电汇的方式进行酬金款项的结算，部分时期部分运营商根据其自身经营要求与公司协商以酬金抵减货款的方式进行结算。”线上线下披露其获取的返佣酬金均为金额返佣形式。

发行人与客户约定以“提交发送请求数量”作为销售数量、与供应商/运营商约定以“终端用户接收的短信数量”作为采购数量，因此短信发送失败比例将影响利润。报告期内，发行人整体短信发送失败比例低于 10%，客户认可该失败比例，并接受以“提交发送请求”数量作为结算基础。报告期内，客户与发行人对账结算均未出现异议。

（2）发行人与线上线下在客户方面的差异及原因

报告期内，发行人与线上线下对直接客户和渠道客户的销售占比情况如下：

公司名称	客户类型	2020 年	2019 年	2018 年
挖金客	直接客户	**86.61%**	95.53%	100.00%
	渠道客户	**13.39%**	4.47%	-
线上线下	直接客户		68.90%	38.65%
	渠道客户		31.10%	61.35%

注：截至本招股说明书签署日，线上线下尚未披露 2020 年数据，下同。

在客户结构方面，相较于线上线下，发行人主要以直客客户为主，报告期内

对直客客户的销售比例始终在**85%**以上。上述差异原因主要是由于发行人与线上线下为客户提供的服务不同。

相较于线上线下为客户提供平台对接、参数调试、运营维护、内容审核等服务，发行人还可为客户提供个性化的平台搭建、技术开发等附加服务。具体案例如下：

①国家电网存在向终端用户发送短信的业务需求，但不具备直接开发短信业务系统的研发实力。发行人自 2017 年 12 月到 2018 年 5 月历时近半年，结合国家电网具体业务需求，为其开发了“106 短信平台系统”与其日常业务充分融合，该系统属于国家电网。国家电网可直接通过该系统提交短信发送请求，并进行相关业务管理。国家电网通过短信发送付费的方式向发行人支付整体服务费。

②腾讯云委托发行人进行短信大数据平台开发，其中包括数据可视化中心、短信大数据通道和呼叫中心的开发，上述平台系统属于腾讯云，可满足腾讯云短信数据实时数据化展示、提供稳定的消息通道、智能预警与数据处理一体化等需求。腾讯云通过短信发送付费的方式向发行人支付整体服务费。

（3）发行人与线上线下在供应商方面的差异及原因

报告期内，发行人与线上线下对第三方供应商和运营商的采购占比情况如下：

公司名称	供应商类型	2020 年	2019 年	2018 年
挖金客	第三方供应商	**86.08%**	68.74%	100.00%
	运营商	**13.92%**	31.26%	-
线上线下	第三方供应商		50.75%	28.79%
	运营商		49.25%	71.21%

在供应商结构方面，相较于线上线下，发行人主要向第三方供应商采购为主，报告期内对第三方供应商的采购比例在 68%以上。发行人向第三方供应商采购的占比较高主要是由于：

①采购价格更低：在发行人采购规模有限的情况下，第三方供应商具备一定的采购规模优势，可向运营商获取更优的采购价格优惠，发行人向第三方供应商采购短信的价格更低；

②存在业务壁垒：部分运营商已建立了较为稳定的短信代理商体系，发行人短时无法直接与运营商进行合作，必须通过第三方供应商进行采购；

③与运营商众多的各地分支机构建立直接合作不符合经济效益：由于运营商通常以地市级为单位分别负责各自的短信销售业务，且不同地区运营商的销售政

策存在较大差异，发行人分别与各地市级运营商直接建立业务合作不符合经济效益，且无法满足各家运营商最优销售政策的条件。通过第三方供应商采购短信在行业内较为普遍，发行人向第三方供应商采购占比较高，符合发行人的实际业务情况。

2、发行人与线上线下毛利率的差异情况及原因

项目	2020 年	2019 年	2018 年
发行人-移动信息化服务	**14.92%**	21.20%	19.33%
线上线下		17.63%	19.52%

报告期内，发行人移动信息化服务与线上线下的毛利率变动趋势基本一致。其中，发行人 2019 年移动信息化服务毛利率略高于线上线下且未出现下滑趋势，主要是由于发行人在 2019 年下半年为应对上游供应商涨价，战略性的加大了预付采购规模，锁定了部分通道较为优惠的采购价格，因此延迟了上游供应商提价对发行人移动信息化服务盈利能力的负面影响。**2020 年受上游运营商涨价影响，且客户调价具有滞后性，发行人移动信息化业务毛利率有所下滑。**

三、销售情况和主要客户

（一）主要服务的销售情况

1、按主要服务类别划分的销售收入情况

具体内容详见本节之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“（一）主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况”之“3、公司主营业务收入的构成”。

2、主要服务的服务能力和服务量情况

公司的服务能力和服务量主要受市场容量、市场开发能力、公司业务平台数据处理能力、合作渠道资源的类型和数量、相关技术水平和运营经验等综合因素的影响。公司可根据开展业务类型和客户需求的实际情况及未来预期，对公司相关业务平台进行升级和扩容，适时增加硬件设施的投入，扩展合作渠道，扩充技术储备，积累运营经验，提高服务效率和质量，确保服务满足客户需求，业务规模持续增长。

3、公司服务的主要客户群体

（1）公司各项业务主要服务的客户群体

公司增值电信服务的客户为电信运营商或其合作商，目前中国移动是公司该

类业务的主要客户；公司移动信息化业务的主要客户为各行业大型企业客户，涉及互联网、电信、电力等各个领域；公司移动营销服务的主要客户为广告代理公司、媒体平台等。公司的客户主要为中国移动、腾讯云、**国家电网**、携程等各行业龙头企业，主要客户经营规模较大、运营较为规范，公司主要通过招投标、询价报价、竞争性谈判等方式与客户建立合作关系并签署协议。依托多年来优质的服务及市场竞争优势，公司与客户建立了良好、稳定的合作关系。

（2）公司移动信息化服务获取订单方式及对应金额

移动信息化服务中，公司与主要客户均签订框架合同，不签署具体订单。报告期内，公司移动信息化服务对主要客户的获客方式和销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	获客方式	2020 年		2019 年		2018 年	
			销售金额	占移动信息化服务销售比例	销售金额	占移动信息化服务销售比例	销售金额	占移动信息化服务销售比例
1	腾讯云计算（北京）有限责任公司	询价报价	**8,025.32**	**21.37%**	2,337.15	26.46%	124.11	27.00%
2	中国移动通信集团	竞争性谈判、询价报价	**7,561.43**	**20.13%**	3,252.02	36.81%	-	0.00%
3	国家电网有限公司客户服务中心	招投标	**2,114.58**	**5.63%**	427.20	4.84%	14.51	3.16%
4	**广西东信易通科技有限公司**	**询价报价**	**1,729.38**	**4.60%**	**-**	**-**	**-**	**-**
5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**招投标**	**1,503.18**	**4.00%**	**13.21**	**0.15%**	**-**	**-**
6	携程计算机技术（上海）有限公司	招投标、竞争性谈判	**1,359.23**	**3.62%**	879.70	9.96%	320.10	69.63%
7	**杭州数云信息技术有限公司**	**招投标**	**1,223.96**	**3.26%**	**129.44**	**1.47%**	**-**	**-**
8	北京爱奇艺科技有限公司	招投标	**1,156.51**	**3.08%**	60.31	0.68%	-	0.00%
9	**北京百度网讯科技有限公司**	**询价报价**	**1,155.86**	**3.08%**	**-**	**-**	**-**	**-**
10	**网易(杭州)网络有限公司**	**询价报价**	**1,128.71**	**3.00%**	**158.08**	**1.79%**	**-**	**-**
11	广州酷狗计算机科技有限公司	竞争性谈判	**1,069.03**	**2.85%**	197.83	2.24%	-	0.00%
12	北京奇保信安科技有限公司	竞争性谈判	**721.60**	**1.92%**	-	-	-	0.00%
13	**小米科技有限责任公司**	**竞争性谈判**	**691.51**	**1.84%**	**247.84**	**2.81%**	**-**	**-**
合计			**29,440.20**	**78.38%**	**7,702.72**	**87.19%**	458.72	**99.79%**

注 1：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

注 2：“中国移动通信集团”系指与公司有移动信息化业务合作关系的卓望信息技术（北京）有限公司、卓望信息网络（深圳）有限公司、中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移在线服务有限公司河南分公司、中移铁通有限公司徐州分公司**。卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营，公司向其提供移动信息化方面的综合性解决方案、运营及短信发送服务；公司为中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移在线服务有限公司河南分公司、中移铁通有限公司徐州分公司**提供移动信息化业务的业务推广与资源对接。

由上表可见，公司移动信息化服务的客户主要为互联网、电力等各行业知名企业，公司主要通过招投标、询价报价、竞争性谈判等形式与上述客户建立合作关系。

（3）公司与中国移动的合作未限制公司与其他运营商拓展增值电信服务

报告期内，公司除服务中国移动外，也为中国电信和中国联通提供少量增值电信服务。报告期各期，公司为中国电信和中国联通提供**各类**服务情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	2020 年	2019 年	2018 年
1	中国联合网络通信集团有限公司		**43.97**	-	21.78
	-联通沃音乐文化有限公司	**移动营销服务**	**43.97**	-	-
	-联通信息导航有限公司	**增值电信服务-**联通语音杂志业务	-	-	21.78
2	中国电信集团有限公司		-	-	41.66
	-中国电信股份有限公司吉林分公司	**移动信息化服务**	**104.06**	**38.21**	-
	-天翼电子商务有限公司上海分公司	**增值电信服务-**电信翼支付业务	-	-	-
	-中国电信股份有限公司增值业务运营中心	**增值电信服务-**电信全网话费结算业务	-	-	41.66
合计			**148.03**	**38.21**	**63.44**

基于公司战略规划、业务发展、资金及资源的使用效率等多方面综合考虑，2018 年公司履行完毕与中国联通、中国电信已签订的**增值电信服务相关业务**合同后经友好协商选择不再续期。**此外，公司为联通沃音乐文化有限公司提供移动营销服务，与中国电信在移动信息化服务领域展开合作。**

公司与中国移动合作关系的开展基于平等互利条件，签署的合同不存在限制与其他电信运营商提供增值电信服务的排他性条款，不存在影响公司与其他电信运营商开展业务的情形。

4、报告期内服务定价原则及公允性

公司向客户提供增值电信服务、移动信息化服务、移动营销服务和技术开发服务。报告期内，公司同一类服务的销售政策等不存在明显差异。报告期内，公司各项主营业务的销售结算依据及定价原则如下表所示：

服务内容	细分业务类型	结算依据	定价原则	上市公司同类业务结算依据及定价原则
增值电信服务	各类业务	公司以电信运营商收取的电信增值业务信息费为基础，与客户按照约定结算价格进行服务费结算	招投标定价	平治信息：公司按经双方确认的电信运营商基地、各省分公司等发布的对账单确认收入，根据合同约定比例进行分成
移动信息化服务	各类业务	基于不同类型短信发送服务的单价，根据客户提交短信发送服务申请的次数进行结算	根据发送短信的性质、技术响应速度等标准，通过招投标、竞争性谈判等方式，约定短信发送服务单价	中嘉博创：公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。根据客户要求投标、竞标，中标签署服务合同后，双方协商定价
移动营销服务	媒体代理业务	根据具体广告位投放数量、时间及合同约定单价向客户收费	根据具体广告位和客户采购数量，结合市场价格，实行不同的定价策略	易点天下：广告投放具体价格由公司根据广告主目标价格、市场同类广告投放价格等因素制定
	流量引入业务	根据广告投放效果对客户收费。广告投放效果的计量方式包括广告曝光次数（CPM）、最终达成用户行为数（CPA）等，公司与客户就不同计量方式约定结算价格	实行动态定价，销售价格随行就市	蓝色光标：以 CPM、CPC、CPA 等方式根据实时竞价模式（RTB）确定单价进行结算
技术开发服务	-	根据双方合同约定，按系统研发阶段验收后进行结算	参考市场价格水平，综合考虑项目特征协商定价、**招投标定价**	帝科股份：根据技术服务内容、预计开发成本等情况，参照市场价格协商确定技术服务费

公司各类业务的销售定价原则符合行业惯例，合同定价方式具有公允性。

（1）移动信息化服务的定价方式

报告期内，发行人与客户存在两种定价方式：

①统一报价，发行人采用统一报价的模式进行定价，发行人向此类客户的报

价是在考虑客户招投标明确要求后，结合双方合作模式、发送通道、短信性质等因素后的综合报价；

②非统一报价，按发送短信的类型、行业、运营商通道分别定价。

此两种定价方式均受运营商定价的影响。

发行人与客户各种定价方式的含义及举例如下：

定价方式	定价方式含义	定价方式的具体形式举例
统一定价	不区分短信类型、性质、传输通道等统一定价	按照每条短信 0.0293 元收取
非统一定价-按发送短信的类型、行业定价	按客户提交的短信类型、行业为基础分别定价	行业类短信：0.021 元/条 普通营销：0.023 元/条 互金：0.048 元/条 教育/游戏：0.036 元/条
非统一定价-按运营商通道定价	按不同运营商为基础分别定价	移动：0.024 元/条 移动/联通/电信：0.0255 元/条

报告期内，发行人对客户不同报价情况的销售情况如下：

单位：万元

报价方式	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
统一报价	**6,644.85**	**17.69%**	1,261.74	14.28%	330.09	71.80%
非统一报价	**30,916.92**	**82.31%**	7,572.42	85.72%	129.61	28.20%
合计	**37,561.77**	**100.00%**	**8,834.16**	**100.00%**	**459.70**	**100.00%**

目前发行人与客户的定价方式以“非统一报价”为主。

根据发行人与主要客户的销售合同条款约定及报告期内的结算单，发行人与报告期各期前五大客户的定价方式如下：

序号	客户名称	定价方式
1	腾讯云计算（北京）有限责任公司	按短信类型、行业定价
2	小米科技有限责任公司	按短信类型、行业定价
3	卓望信息技术（北京）有限公司	按运营商通道定价
4	国家电网有限公司客户服务中心	统一定价
5	上海赫程国际旅行社有限公司	按运营商通道定价
6	上海蒜芽信息科技有限公司	统一定价
7	上海华程西南国际旅行社有限公司	统一定价
8	携程旅游网络技术（上海）有限公司	按运营商通道定价
9	携程计算机技术（上海）有限公司	按照通道、行业定价

（2）由于移动信息化服务统一报价导致电信和联通短信销售单价上升的合理性

2020 年，公司统一定价方式下的前五大客户因统一报价导致电信和联通短信销售单价上升的具体信息如下：

客户名称	定价方式	通道类型	2020 年较 2019 年总体价格调整情况
国家电网有限公司客户服务中心	统一定价	移动	上调
		联通	上调
		电信	上调
北京爱奇艺科技有限公司	统一定价	移动	上调
		联通	上调
		电信	上调
广州酷狗计算机科技有限公司	统一定价	移动	上调
		联通	上调
		电信	上调
同程网络科技股份有限公司	统一定价	移动	上调
		联通	上调
		电信	上调
北京奇虎科技有限公司	统一定价	移动	上调
		联通	上调
		电信	上调

发行人与上述客户采取统一定价方式确定结算价格，不单独针对移动、联通或电信中某一特定运营商执行定价。公司根据客户招投标、询价等的明确要求，并结合合作模式、发送短信类型、公司短信采购成本等因素向客户发出统一短信价格方案，最终由客户以招投标、竞争性谈判或询价比价等方式，确定是否与公司进行合作。

上述直客客户主要以移动类短信为主，因而公司在统一定价方式下，主要参照移动运营商的价格，并结合公司自身的短信采购成本进行报价。2020 年以来，三大运营商均不同程度上调短信价格，公司据此完成了向上述各主要客户的价格上调工作，所有定价和调价行为均参照市场化原则进行，因而统一报价导致电信和联通短信销售单价上升的情况具备合理性。

与公司采取统一定价方式下的上述五大客户均为知名行业内大型知名企业，公司均通过公开的方式获取合作机会，且公司上述统一定价方式下的价格变动与线上线下保持一致，因此统一报价导致电信和联通短信销售单价上升符合行业趋势。

综上，发行人由于统一报价导致电信和联通短信销售单价上升具有合理性、

相关销售价格变动符合行业情况。

（3）量化分析移动信息化服务采购单价不同对毛利率的影响

公司采购均价每上涨 1%，对移动信息化服务毛利率的影响如下：

2020 年	2019 年	2018 年
-0.85%	-0.79%	-0.81%

以 2020 年为例，在其他因素不变的情况下，公司短信采购均价每上涨 1%，则公司的毛利率下降 **0.85** 个百分点。

以公司与广州酷狗计算机科技有限公司 2020 年 3 月和 2020 年 4 月的交易情况为例：公司与广州酷狗计算机科技有限公采用统一定价方式，对应不同最终运营商短信通道销售价格相同。2020 年 3 月和 2020 年 4 月，由于公司向最终运营商的采购量占比的变动，采购均价下降了 0.45%，使得公司对广州酷狗计算机科技有限公司的毛利率上升 0.72 个百分点。

（4）移动信息化服务中，公司调整短信售价的具体依据、调整方式和时间间隔情况

报告期内公司与客户签订框架协议，根据双方框架协议中约定的条款，公司在市场采购价格发生变动或运营商政策发生变化的时候，可参考同行业价格调整情况及双方合作情况进行价格调整。

公司与报告期各期移动信息化服务的主要客户调整短信售价的具体依据、调整方式和时间间隔如下：

序号	客户	调价周期	调价依据	调价方式	2020 年较 2019 年是否进行过价格调整
1	卓望信息	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	是
2	腾讯云	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	是
3	国家电网	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整重新签订合同	是
4	**广西东信易通科技有限公司**	**双方不定期协商调整**	**市场价格变化**	**双方合同约定：以结算单形式确认价格调整**	**否，2020 年新增客户**

序号	客户	调价周期	调价依据	调价方式	2020 年较 2019 年是否进行过价格调整
5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**双方不定期协商调整**	**市场价格变化**	**双方合同约定：以邮件形式确认价格调整**	**是**
6	杭州数云信息技术有限公司	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：以结算单的形式确认价格调整	是
7	爱奇艺	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	是
8	**北京百度网讯科技有限公司**	**双方不定期协商调整**	**市场价格变化**	**双方合同约定：以邮件形式确认价格调整**	**否，2020 年新增客户**
9	酷狗	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同未约定，但是后续价格调整采用补充协议	是
10	新联协同	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	是
11	奇保信安	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：以邮件的形式确认价格调整	否，2020 年新增客户
12	网易(杭州)网络有限公司	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同未约定，但是后续价格调整采用补充协议	是
13	小米科技	三个月调整一次	市场价格变化	双方合同约定：以邮件的形式确认价格调整	是
14	携程计算机技术（上海）有限公司	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	是
15	上海赫程国际旅行社有限公司	半年调整一次	市场价格变化	双方合同约定：价格调整采用补充协议	否，2020 年新增客户
16	**北京趣拿软件科技有限公司**	**双方不定期协商调整**	**市场价格变化**	**双方合同约定：以邮件形式确认价格调整**	**是**

序号	客户	调价周期	调价依据	调价方式	2020年较2019年是否进行过价格调整
17	杭州网易再顾科技有限公司	双方不定期协商调整	市场价格变化	双方合同约定：以邮件形式确认价格调整	是

由上表可知，公司主要客户中除小米科技每三个月接受一次调价申请、上海赫程国际旅行社有限公司半年接受一次调价申请外，其余客户的调价周期通常为根据市场及经营情况不定期进行协商调整。受 2019 年下半年起运营商涨价的影响，2020 年上述客户基本均已完成调价，公司调整售价具有可行性。

（5）移动信息化服务售价调整的具体过程案例

①以去哪儿网（北京趣拿软件科技有限公司）为例，公司与其的调价情况具体如下:

2019 年下半年以来，运营商均先后下发拟调整短信资费的通知或要求，公司拟申请对去哪儿网销售单价进行上调。公司市场部人员与对方采购人员进行了电话沟通，并于 2020 年 1 月 7 日发邮件至对方采购人员及相关主管领导，结合 2019 年 4 季度以来短信市场价格形势及公司的调价理由进行专项说明。

对方收到邮件后，进行了内部讨论及审批程序，并对其现有供应商进行了公开询价。经内部沟通及比价询价后，对方于 2020 年 1 月 13 日邮件告知公司，同意公司申请的新资费价格方案。

在与去哪儿网的后续业务合作中，公司将结合自身的综合采购成本变化，不定期地提出变更价格的请求，以保证公司的利益及良好的合作关系。

②以国家电网为例，公司与其的调价情况具体如下：

2019 年下半年以来，运营商均先后下发拟调整短信资费的通知或要求，公司拟申请对国家电网销售单价进行上调。公司自 2019 年 9 月开始，多次通过电话、邮件和现场沟通方式，向对方提出短信资费调整的申请。

2019 年 11 月，国家电网经内部研究后回复，由于原合同并未约定价格调整条款，公司单方提出的资费调整方案，需以公开招标方式重新询价，方可完成价格调整工作。综合考虑公司对国家电网项目的长期资源和服务投入、运营商短信价格上涨的趋势等因素，公司向国家电网提出愿意参加招投标重新报价。

2019 年 12 月，国家电网发布 106 短信接入服务项目集中采购招标公告，公

司按照程序提交了投标文件。

2020 年 1 月，国家电网向所有参加招标供应商通报，由于新冠疫情爆发原因，原定的 106 短信接入服务集中采购项目招标工作无法开展，终止该集中采购项目招标。

2020 年 3 月，国家电网再次发布 106 短信接入服务项目集中采购招标公告，公司重新提交了投标文件，并于 2020 年 4 月中标。自 2020 年 5 月起，公司与国家电网已按新资费进行业务结算，同时新签订合同约定了公司可结合市场情况申请价格调整，经双方协商一致后签订补充协议即可。

公司自 2017 年与国家电网建立合作以来，在技术平台运维、业务监控和服务保障等方面均获得其认可，并自 2020 年开始派驻技术专员服务于国家电网相关项目，业务合作广度和服务深度持续拓展，客户的粘性不断加大。未来公司将继续深化与同类型大客户服务，建立长期可持续、稳定的合作关系。

根据同行业公司线上线下公开信息披露：“公司与客户签订框架合作协议，根据双方合作协议中约定的条款或口头约定的调价方式，公司在采购单价波动剧烈或市场竞争激烈时，参考同行业价格调整情况及自身经济效益分析后对客户价格进行调整。”公司所采取的价格调整机制与同行业公司线上线下基本一致，符合行业惯例。

5、增值电信服务，收入端结算数据以全量交易数据（“有效计费”+“非有效计费”）验证的合理性

（1）运营商未采用基数较低的“有效计费”作为结算基础的原因

①运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础

报告期内，发行人增值电信服务主要针对话费结算业务和信息交互类业务。上述业务均由中国移动语音基地开展，受《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》规范。上述规范规定，“12590 业务商务模式采用分成模式，对于应用提供商（AP）类合作伙伴，中国移动分成比例原则上不低于实收信息费的 30%，合作方不高于产品收入的 70%。”中国移动的业务规范明确约定结算基础为“实收信息费”，即为运营商向发行人出具计费账单的结算基础。

②实际收取信息费是运营商收入金额，以此作为结算基础最为准确、公平、合理

运营商准确掌握用户消费的各类交易信息，其中实际收取信息费是运营商最终实现的收入金额，以此为基础与合作方结算最为准确、公平、合理。

③运营商内部控制规范完善，结算的执行严格遵循业务规范

中国移动作为大型国有上市公司，自身建立了完善的内部控制制度，以确保各项业务的正常开展。中国移动每年执行多次集团内部的业务审计，并接受外部监察和审计。中国移动实际业务执行严格按照其业务规范。

④发行人可依据交易数据对运营商结算金额进行对账

依据《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》，“若合作方对结算金额有异议（结算金额差异大于 5%），可以向基地提交对账申请”。如果运营商采用“有效计费”与发行人进行结算，由于“有效计费”数据与全部交易数据对应金额相差较大（一般约为 20%），根据双方合同约定，发行人将会向运营商申请对账。

综上所述，运营商采用“实收信息费”而非“有效计费”作为结算基础具有合理性。

（2）增值电信服务收入确认基础的确定方式：依据运营商的业务规范和统一制式合同对结算基础的规定

如前所述，运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础。

发行人与中国移动签署的合同为中国移动的统一制式合同，其中约定“甲乙双方按月进行业务结算信息费用的结算，具体的商务模式为：甲方将信息费总额的 70%作为应结信息费支付给乙方”。中国移动的统一制式合同中明确约定以“信息费”作为结算基础。

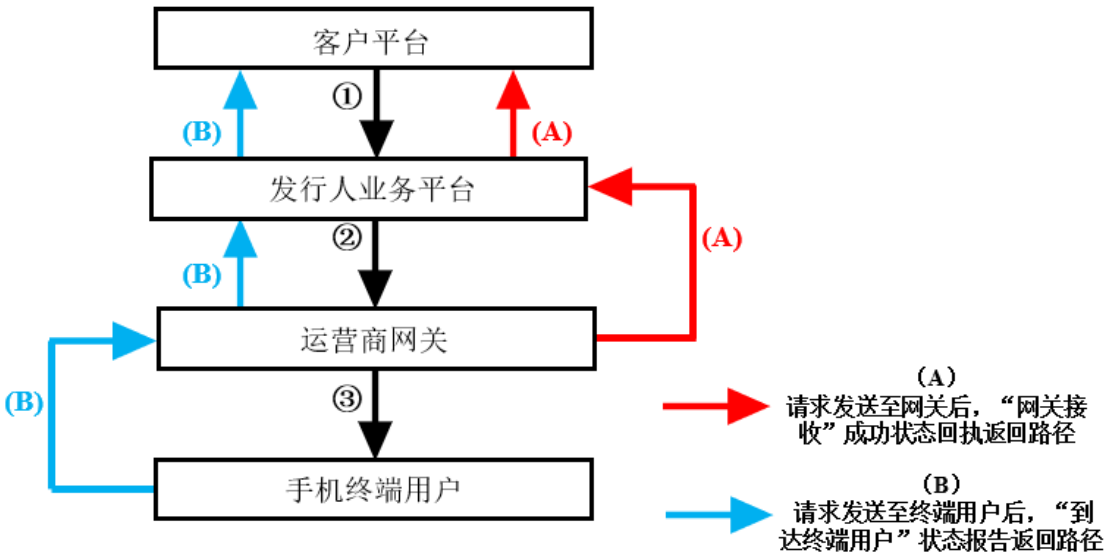
运营商与发行人的结算基础确认未经过招投标或协商流程，发行人直接遵循运营商业务规范和统一制式合同的规定。

（3）同行业可比公司的销售结算基础与发行人不存在差异

如前所述，运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础。同行业可比公司与中国移动开展同类业务需遵循中国移动的上述业务规范，即结算的基础为“实收信息费”，与发行人不存在差异。

6、移动信息化服务，公司按自身业务平台统计的成功短信数量进行汇总与客户进行结算符合行业惯例，存在合理性

（1）以卓望信息为例短信发送的具体流程如下：



如上图所示，短信请求流程具体包括：

①客户通过自有平台/发送客户端向发行人业务平台提交短信发送请求；

②发行人业务平台将请求发送至运营商网关，网关接收成功后返回（A）“网关接收”成功状态回执至发行人，发行人实时同步透传至客户平台；

③短信成功发送至手机终端后，运营商网关返回（B）“到达终端用户”成功状态报告至发行人，发行人实时同步透传至客户自有平台。

根据卓望信息出具的确认函，确认发行人与其结算依据为“成功接收量”，系指通过发行人系统“提交至运营商的发送请求数”，亦及“网关接收成功状态”，并确认与发行人“按月进行业务对账，截至目前所有结算金额均确认一致，无疑义。”因此，发行人与卓望信息合同约定及实际执行的结算基础均为通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，两者不存在差异。

（2）行业内存在两种销售结算计价方式，发行人的结算依据与公开披露的多数可比公司保持一致，符合行业惯例。

①成功提交发送请求的短信数量作为结算基础为行业常用的结算方式

行业发展多年以来，众多服务商与客户互相协商，行业中通常存在两种结算方式，根据公开披露信息，发行人及同行业可比公司与客户结算的数据依据如下：

公司名称	收入确认依据	说明
中嘉博创（000889）	公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。	与发行人一致
企朋股份	向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量。	与发行人一致
线上线下	公司收到供应商的反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客	与发行人不同

	户确定短信发送结果及结算的依据。	
梦网集团（002123）	公司向集团客户提供服务后，根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用。	收入确认依据披露不明确
发行人	根据公司业务系统平台发送完成的短信数量，结合约定的短信结算单价，计算确定计费账单中的服务费金额。	-

注：上述信息来自上市公司最近一期定期报告或非上市公司 IPO 申报材料。其他同行业可比上市公司均未明确披露相关信息。企朋股份指浙江企朋网络技术股份有限公司。

如上表所示：1）发行人和中嘉博创、梦网集团、企朋股份均按自身业务平台统计的短信数量进行汇总与客户进行结算，其中中嘉博创和企朋股份以客户“成功提交”至运营商的短信数据作为收入结算基础；2）线上线下以运营商反馈“成功发送”至终端用户的短信数据作为收入结算基础；3）其他可比上市公司均未明确披露相关信息，无法进行比较。

企朋股份在其《招股说明书中》公开披露：“以短信产品送达率为例，向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量，向供应商支付采购成本时通常按照发送成功的数量计费（请求数量包括发送成功数量、发送失败数量、状态未知数量），因此短信到达率也将影响毛利率。短信到达率与客户短信发送内容及手机号码状态直接相关，如果遇到关键词屏蔽、号码不存在、手机停机等情况，由于公司向客户提供了相关服务，故照常收取费用。但发送的短信不能成功到达，故无需向供应商支付成本。”企朋股份与客户、供应商的结算基础和发行人完全一致。

行业内亦存在同一客户在进行移动信息化业务采购时，同时采用上述两种不同的结算方式的情况。例如：腾讯云同时为发行人与线上线下的主要大客户。报告期内，根据腾讯云与发行人协议约定 “按提交计费”，即以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据；根据线上线下公开披露文件，“公司将待发送的短信信息提交到供应商的平台，随后公司的供应商将短信发送情况的反馈信息推送至公司的短信平台。公司收到反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果的依据”，即以终端用户接收到的短信数量作为结算依据。腾讯云在向发行人和线上线下采购时，分别按照上述两种不同的结算方式进行结算。

综上，成功提交发送请求的短信数量作为结算依据为行业常用的结算方式之一，报告期内，发行人以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据符合行业惯

例。

②发行人以“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”与客户结算的合理性

“成功提交发送请求”是指发行人将短信发送请求提交至运营商网关，运营商网关实时返回“网关接收”状态回执，发行人将上述状态回执实时透传给客户，作为发行人与客户结算对账的数据依据。

在移动信息化服务开展过程中，各环节短信数量情况举例如下：1）客户向发行人提交了 105 条短信的发送请求；2）发行人将不符合发送规定的短信退回至客户系统，并将符合发送规定的 100 条短信发送请求提交至运营商网关，运营商会实时返回“网关接收”状态回执；3）由于存在短信发送失败情形，最终运营商将 95 条短信成功发送至终端用户。

在上述过程中，发行人与客户按照 100 条短信进行结算，与供应商/运营商按照 95 条短信进行结算。发行人以 100 条“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”与客户结算的合理性如下：

A.发行人基于服务向客户收费，所有提交发送请求的短信均已使用了发行人的服务资源

发行人在提供移动信息化服务过程中，不仅为客户提供短信发送通道的对接及运营服务，还提供个性化的解决方案，包括平台搭建、技术开发等附加服务。

发行人为客户提供的上述附加服务不单独收取费用，而是将其与信息发送、运营支撑和保障作为综合性解决方案，均通过后续短信发送付费的方式收取整体服务费。如发行人与腾讯云的合同相关约定条款为：“乙方为甲方提供的服务中包含有技术开发，技术开发对应的技术研发费将会折合为每月使用短信通道的实际成本进行支付”。

根据可比上市公司吴通通讯（现为吴通控股）《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》（2014 年 3 月）披露：国都互联“按照客户的需求，为客户提供移动信息化软件系统开发、平台建设，并最终通过发送信息来实现收益”。国都互联与发行人情形一致，均通过后续短信发送付费的方式收取整体服务费。

对于客户而言，发送短信并非其主营业务，而是其主营业务的支撑性功能，

因此如国家电网等国企客户不一定存在单独搭建短信系统的采购预算，且无专门负责此类业务的管理团队，通过后续短信发送付费的方式与服务商开展合作更符合其诉求。同时，客户会从成本效益角度权衡“单独支付短信系统开发+管理团队”费用和购买“系统开发+短信发送”综合服务的优劣，特别是在相关系统需要进行后续升级迭代的情况下，通过购买整体综合服务，与服务商保持长期合作关系，更有利于客户相关业务系统的长期稳定运转。

无论短信最终是否成功发送至终端用户，所有通过发行人业务平台成功提交发送请求的短信，均已使用了发行人为客户开发的系统以及发行人自身业务平台和运维、客服、技术人员的运营服务等资源。发行人基于提供的服务向客户收取服务费，双方约定以“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”进行结算具备合理性。

B.“短信发送失败”主要由客户原因所致，因此同行业服务商有采用“提交发送请求”作为收入结算基础

短信发送失败原因主要是由客户提供的电话号码、发送内容等问题导致。因此，短信发送失败的成本由客户承担。根据行业惯例，发行人与客户约定，以“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”作为结算基础。

非短信服务相关行业的众多客户不熟悉短信发送相关监管规定，因此会导致一定短信发送失败比例。极端情况下，假设客户批量发送的短信内容由于存在敏感词等导致全部发送失败，如果客户与服务商约定以“运营商成功发送至终端用户”的短信数量作为结算基础，则服务商无法实现收入，使得前期的系统开发成本、日常的运维、客服和技术人员成本均无法收回，相关风险及损失由服务商一方承担。目前在实际业务运营过程中，短信发送失败比例一般均保持低于 10%的合理范围内，客户充分理解亦能接受以“提交发送请求”数量作为结算基础。

以“提交发送请求的短信数量”作为与客户结算的基础，是行业发展多年以来众多服务商与客户互相协商的结果，既能保证服务商获取适当盈利、避免损失风险，亦能促使客户存在动力不断规范短信发送内容、提高用户号码质量，有利于推动行业参与者规范自身商业行为。因此，同行业上市公司如中嘉博创等采用与发行人一致的收入结算基础，即以“提交发送请求的短信数量”与客户结算。

C.“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”具备可验证性

在移动信息化服务业务开展过程中，运营商网关接收到发行人业务平台提交的短信发送请求后，会返回“网关接收”状态回执，发行人将上述状态回执实时透传给客户。“网关接收”状态回执是确认“成功提交发送请求的短信数量”的依据，且由运营商系统提供，发行人无法进行篡改，因此“成功提交发送请求的短信数量”数据可靠、可验证。

保荐机构、申报会计师利用外部信息系统审计专家对发行人的移动信息化服务平台系统执行了 IT 审计程序。保荐机构、申报会计师认为：经核查，发行人移动信息化服务平台在收到运营商的“网关接收”状态回执后，自动将上述状态回执实时传输给对应客户，发行人未对相关数据进行篡改。发行人移动信息化服务系统运行的内部控制设计健全、执行有效。

D.发行人与客户约定以“提交发送请求”数量作为结算基础

“网关接收”状态回执是确认“成功提交发送请求的短信数量”的依据，且由运营商系统提供。客户认可该数据作为结算依据。报告期内，客户与发行人对账结算均未出现异议。

综上所述，发行人与客户根据服务的内容和业务模式，约定以发行人自身业务平台统计的发送完成短信数量作为结算基础，与同行业可比公司不存在重大差异，符合发行人此项业务的经营实质，具备商业合理性。

（3）发行人与主要客户的结算基础条款、定义及实际执行情况

由于发行人与主要客户签订的合同均为客户提供的模板合同，各客户合同中对结算条款的表述不完全相同，且存在部分合同未明确表述以“提交平台成功数”为结算基础的情形。针对结算条款表述易产生歧义的合同，主要客户出具了确认函，确认结算基础为“提交平台成功数”。发行人实际执行与双方合同约定情况一致，具体情况如下：

序号	客户名称	合同约定结算条款	合同约定结算条款说明	合同条款确认程序	实际执行情况	实际执行与合同约定是否一致	报告期内合作情况
1	卓望信息	根据甲乙双方验收确认的成功接收量	客户通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，即“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
2	腾讯云	按提交计费	发行人平台提交至运营商网关	合同明确，无需确认	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
3	国家电网	按照下行短信计费	下行短信是指客户提交的短信需求下行至运营商网关后返回“网关接收”成功状态回执	访谈	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
4	**广西东信易通科技有限公司**	**按发送成功计费**	**客户通过发行人系统提交至运营商的发送请求，并收到“网关接收”成功状态回执**	**访谈**	**发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量**	**一致**	**双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续**
5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**按非失败量计费，以乙方提供的发送报告作为对账依据**	**非失败是指未被发行人平台拦截而成功到达运营商网关并返回“网关接收”成功状态回执**	**确认函**	**发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量**	**一致**	**双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续**
6	奇保信安	按非失败量计费，以乙方提供的发送报告作为对账依据	非失败是指未被发行人平台拦截而成功到达运营商网关并返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
7	新联协同	按成功到达和回执成功计费	“成功到达”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关，“回执成功”为“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
8	携程计算机	按照运营商返回的成功状态	“运营商返回成功状态报告”是客户提交短信需求成功发送至	合同明确，无需确认	发行人平台成功提交至运营商网	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良

		报告计算	运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执		关的短信数量		好、持续
9	小米科技	按照发送成功的短信数量计数	客户通过发行人系统提交至运营商的发送请求并收到“网关接收”成功状态回执数	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

发行人与客户约定的“发送成功”是指短消息提交至运营商网关，返回“网关接收”状态回执为成功，而非短消息“到达终端用户”状态报告为成功。

由上述分析可知，报告期内，双方以通过发行人平台提交至运营商网关的短信数量为结算基础，发行人按照合同约定与主要客户对账结算，合同条款约定与实际执行情况一致，双方对结算基础均无异议，合作稳定良好持续。

（4）现有收入结算依据是充分市场竞争环境下发行人与客户双方的约定，后续收入结算依据变化可能性较低

报告期内，发行人移动信息化服务主要客户的业务获取方式及合同有效期情况如下所示：

序号	客户名称	业务获取方式	合同有效期
1	卓望信息技术（北京）有限公司	竞争性谈判	2021 年 6 月 30 日
2	卓望信息网络（深圳）有限公司	竞争性谈判	2021 年 6 月 30 日
3	腾讯云计算（北京）有限责任公司	询价报价	2022 年 6 月 30 日
4	国家电网有限公司客户服务中心	招投标	**2021 年 12 月 31 日**
5	**广西东信易通科技有限公司**	**询价报价**	**2021 年 2 月 13 日**
6	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**招投标**	**2021 年 12 月 1 日**
7	北京奇保信安科技有限公司	竞争性谈判	2022 年 6 月 30 日
8	新联协同通信技术（北京）有限公司	询价报价	2021 年 4 月 30 日
9	上海赫程国际旅行社有限公司	招投标	**2021 年 12 月 31 日**
10	北京趣拿软件科技有限公司	竞争性谈判	**2021 年 12 月 31 日**
11	小米科技有限责任公司	竞争性谈判	**2021 年 12 月 31 日**

根据上表可知，报告期内，发行人移动信息化服务的主要客户主要获取方式为招投标或竞争性谈判，客户对于商业条款的调整相对谨慎，根据对上述主要客户的访谈，报告期内发行人与客户的合作模式和结算方式未发生改变。截至本招股说明书签署日，发行人与上述主要客户合作稳定，主要合同均已续签且核心条款未发生变化，客户要求更改为“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据的可能性较低。

（5）假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据，对发行人收入、毛利率的影响

发行人与客户的合同定价是以发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量乘以短信结算单价为计算依据，如果发行人与客户将收入结算依据更改为“发送成功”至终端用户的短信数量，则双方将就提高短信结算单价进行相应的重新

谈判和约定。因此，收入结算依据的调整将同时带来短信结算单价的相应调整，不会对发行人收入和毛利率产生实质性影响。

发行人与同行业可比公司同类业务毛利率情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
梦网集团-云通信服务		18.06%	24.11%
吴通控股-移动信息服务		18.34%	21.72%
线上线下		17.63%	19.52%
发行人-移动信息化服务	**14.92%**	21.20%	19.33%

注：截至本招股说明书签署日，可比公司尚未披露 2020 年相关数据。下同。

如上表所示，发行人移动信息化服务毛利率与同行业可比公司同类业务毛利率可比。其中，线上线下与发行人的收入结算依据存在差异，但双方毛利率水平一致，说明毛利率受“结算依据”和“单价”双重影响。如果发行人与客户对结算依据进行调整，则单价亦将重新约定。

假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价，对发行人模拟计算收入和毛利率的敏感性分析结果如下所示：

①对发行人总体业务影响的模拟计算情况如下：

单位：万元

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况
营业收入	**51,116.60**	**49,289.54**	**-3.57%**	25,842.24	24,483.95	-5.26%	21,014.29	21,004.84	-0.04%
毛利额	**11,865.84**	**10,038.78**	**-15.40%**	8,996.71	7,638.42	-15.10%	8,020.53	8,011.08	-0.12%
毛利率	**23.21%**	**20.37%**	**下降 2.85 个百分点**	34.81%	31.20%	下降 3.62 个百分点	38.17%	38.14%	下降 0.03 个百分点
归母净利润	**7,217.75**	**6,334.58**	**-12.24%**	11,631.60	10,929.18	-6.04%	6,153.96	6,145.92	-0.13%
扣非后归母净利润	**6,819.07**	**5,935.89**	**-12.95%**	6,257.66	5,555.25	-11.22%	5,904.85	5,896.81	-0.14%

②对发行人移动信息化业务影响的模拟计算情况如下：

单位：万元

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况
营业收入	**37,561.77**	**35,734.71**	**-4.86%**	8,834.16	7,475.87	-15.38%	459.70	450.25	-2.06%
毛利额	**5,751.44**	**3,924.38**	**-31.77%**	1,872.54	514.25	-72.54%	88.85	79.40	-10.63%
毛利率	**15.31%**	**10.98%**	**下降 4.33 个百分点**	21.20%	6.88%	下降 14.32 个百分点	19.33%	17.64%	下降 1.69 个百分点
净利润	**3,712.47**	**2,159.46**	**-41.83%**	1,364.29	209.74	-84.63%	66.26	58.23	-12.12%

假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价，**2018 年至 2020 年**，1）发行人总体业务的营业收入将分别影响-0.04%、-5.26%、**-3.57%**；毛利率将下降 0.03 个百分点、3.62 个百分点和 **2.85 个**百分点；对扣除非经常性损益后归属母公司的净利润影响金额分别为-8.04 万元、-702.41 万元和**-883.18** 万元，分别影响-0.14%、-11.22%、

-12.95%；2）发行人移动信息化业务的营业收入将分别影响-2.06%、-15.38%、**-4.86%**；毛利率将下降 1.69 个百分点、14.32 个百分点和 **4.33 个**百分点；移动信息化单项业务净利润影响金额分别为-8.04 万元、-1,154.55 万元和**-1,553.00 万元**，分别影响-12.12%、-84.63%和**-41.83%**。

7、销售政策、信用政策

（1）不同类型业务的销售政策和信用政策

业务类型	销售政策	信用政策
增值电信服务	按月结算，每月结算上月交易	信用期赊销，信用期两到三个月
移动信息化服务	按月结算，每月结算上月交易	信用期赊销，信用期两到三个月
移动营销服务-流量引入	按月结算，每月结算上月交易	信用期赊销，信用期通常一到两个月
移动营销服务-媒体代理	广告发布且公司按合同约定履行义务后进行结算	信用期赊销，信用期通常三到六个月

报告期内，上述各类型业务的销售政策和信用政策未发生变动。

报告期内，公司增值电信服务和移动信息化服务的销售政策和信用政策一致，移动营销服务与增值电信服务、移动信息化服务的销售政策和信用政策存在一定差异，其媒体代理业务信用期一般为三到六个月，信用期长于其他业务，此差异由移动营销服务的业务模式、行业惯例导致。

公司在具体业务执行过程中，根据客户资信情况制定了不同的信用政策，因而同一类型业务的不同客户信用政策存在一定的差异。公司同一客户报告期内未发生过信用期变动情况。

（2）主要客户和新增客户的销售结算模式及信用政策

注：主要客户的选取标准为：报告期各期前五大客户；新增客户的选取标准为：报告期内不同类型业务的前五大新增客户，且新增当年交易金额在 50 万以上。

①增值电信服务

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
1	中国移动通信集团江苏有限公司	主要客户	以月为结算周期，公司在收到计费账单后七个工作日内开具发票。	收到发票后 60 个工作日内，支付结算款。

②移动信息化服务

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
1	腾讯云计算（北京）有限责任公司	主要客户、新增客户	每月 5 日向客户提供上月短信账单，客户 5 个工作日内通过邮件确认。	确认账单后，如在当月 12 日之前收到上月发票，则在月底 30 号付款；如在当月 12 日后收到上月发票，则顺延至下月付款。

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
2	卓望信息技术（北京）有限公司	主要客户、新增客户	每一个月为一个结算周期。	发票确认无误后30个工作日内。
3	卓望信息网络（深圳）有限公司	主要客户、新增客户	每月为一个结算考核周期，在考核结束后按月支付费用。	收到发票后30个工作日内，客户支付对应款项。
4	北京奇保信安科技有限公司	主要客户、新增客户	按月结算，每月前5个工作日向客户出具上一个自然月的业务账单，客户于5个工作日进行确认。	客户在收到发票后的20个工作日完成付款。
5	国家电网有限公司客户服务中心	主要客户	每月为一个结算周期，每账期结束后10个工作日内公司将经客户确认过的账单发至客户指定联系人。	客户在收到确认无误的账单和相发票后20个工作日内向公司付款。
6	新联协同通信技术（北京)有限公司	主要客户	每一个月为一个结算周期。	次月5号之前双方完成上月的数据核对工作，无误后，乙方开具发票，甲方在收到发票后15个工作日内向乙方支付服务费。
7	中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	主要客户	每一个月为一个结算周期。	收到发票后30个工作日内，客户支付对应款项。
8	北京趣拿软件科技有限公司	主要客户	每一个月为一个结算周期。	乙方于每月5日前向甲方发送上月账单，甲方在收到账单后的3个工作日内核对，无误后，甲方在收到乙方结算函及发票后20个工作日内付款。
9	上海赫程国际旅行社有限公司	主要客户	每一个月为一个结算周期。	双方在每月10号前，以邮件形式提供上一自然月的结算费用，无误后，甲方在收到发票后的30天内付清相关费用。
10	携程计算机技术（上海）有限公司	主要客户		
11	上海蒜芽信息科技有限公司	主要客户		

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
12	上海华程西南国际旅行社有限公司	主要客户		
13	北京爱奇艺科技有限公司	新增客户	按月结算，公司每月 5 号提供上月账单给客户，客户 15 日内确认账单。	客户收到发票核对无误后 30 个工作日内支付上月费用。
14	广州酷狗计算机科技有限公司	新增客户	每一个月为一个结算周期。	乙方每月 5 日前将上月账单发送至甲方邮箱，甲方收到账单后 3 日内核对，核对无误后，乙方开具发票，甲方在收到发票后 15 个工作日内支付服务费。
15	杭州数云信息技术有限公司	新增客户	每一个月为一个结算周期。	次月 15 日前完成上月数据的核对工作，无误后，乙方向甲方开具发票，甲方在收到发票后 15 个工作日内向乙方支付服务费。
16	小米科技有限责任公司	新增客户	按月结算，每月 5 号前向客户开具上月对账单，客户在 15 号之前完成对账。	客户在收到发票 10 个工作日内完成付款。
17	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	新增客户	按月结算。每月 26 日公司以邮件方式向客户提交上月账单，公司分别快递与本次结算款等额发票及盖章版结算单至客户指定地址。	客户收到公司确认无误的发票与结算单之日起 30 日内支付相应款项。
18	北京微网通联股份有限公司	新增客户	每一个月为一个结算周期。	乙方按月统计账单，并发送给甲方，甲方收到账单后 5 日内核对，无误后，甲方在收到乙方发票后的 30 个工作日内支付费用。

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
19	杭州网易再顾科技有限公司	新增客户	每一个月为一个结算周期。	次月5日前完成数据的核对工作，无误后，甲方在收到乙方开具发票后的20个工作日内向乙方支付服务费。
20	**广西东信易通科技有限公司**	**新增客户**	**双方每月结算一次，次月5日前完成数据的核对工作**	**双方结算无误并收到发票后的15个工作日内支付服务费。**
21	**北京百度网讯科技有限公司**	**新增客户**	**按月结算，每月1日乙方提供上月短信的详细账单，甲方需要在每月1日回复账单确认文件。**	**收到发票确认无误后的15个工作日内付清相关款项。**
22	**北京金山云网络技术有限公司**	**新增客户**	**乙方每月4日之前提供上一自然月费用对账单，待甲方确认无误后，开具发票。**	**甲方确认账单且收到乙方开具的发票后30个自然日内支付费用。**
23	**广州百纳软件技术有限公司**	**新增客户**	**结算采用月结方式，N+1月5个工作日内乙方提供N月的数据及账单，甲方在2个工作日内完成账单的核对工作。**	**甲方完成账单的核对工作后将对应款项汇至乙方指定账户。**

③移动营销服务

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
1	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	主要客户	按月结算，每月15日向客户出具结算单，客户收到结算单5个自然日内进行核对。	公司给予客户60个自然日的账期。
2	广州美推网络科技有限公司	主要客户	按月结算，每月5日前，由客户出具上个月的结算单以及客户与广告投放客户签署的合同扫描件。	客户收到结算单及发票后，十个工作日内付款。
3	百度时代网络技术（北京）有限公司	主要客户	按月结算，每月10日前确认上月的数据。	次月10日前就上月分成收入完成结算。
4	霍尔果斯美推网络科技有限公司	主要客户	每月5日前，由客户出具关于上个月合作内容的结算单以及甲方与广告投放客户签署的合同扫描件。	收到乙方确认的结算单及等额的增值税专用发票后，十个工作日内付款。
5	北京多氪信息科技有限	新增客户	广告发布后结算。	客户在广告投放后180日内确认广告

序号	单位名称	客户性质	销售结算模式	信用政策
	公司			投放无误后一次性支付。
6	上海致趣文化传媒有限公司	新增客户	广告推送后。	广告投放结束并获取结案报告后 6 个月内。
7	深圳市乐搜科技有限公司	新增客户	广告推送后。	广告投放结束并获取结案报告后 6 个月内。
8	中国新闻发展有限责任公司上海分公司	新增客户	广告推送后。	广告投放结束并获取结案报告后 6 个月内。
9	北京东尚海公关策划有限公司	新增客户	广告发布后结算。	收到发票后 30 个自然日内付款。
10	华扬联众数字技术股份有限公司	新增客户	广告发布后结算。	检测报告验收合格之日起 120 个工作日内付款。
11	广州市瀚拓广告有限公司	新增客户	广告推送后	广告投放结束并获取结案报告后 6 个月内。
12	上海秒硕广告有限公司	新增客户	广告发布后结算。	广告发布后 90 个自然日不内、在收到发票后 7 个工作日内支付费用。
13	高陌(北京)科技有限公司	新增客户	广告推送后。	广告投放结束并获取结案报告后 6 个月内。
14	新华新媒文化传播有限公司	新增客户	合同签订后至本项目推广期 10 天后，按合同结算 30%；至项目推广期结束，经甲方验收完成后，按合同结算 70%。	合同签订后至本项目推广期 10 天后，乙方提发票后，支付合同总金额的 30%；至项目推广期结束，经甲方验收完成后，乙方提供发票后，甲方向乙方支付 70%。
15	**上海原锐广告咨询有限公司**	**新增客户**	**广告推送后**	**广告推送后将合同款项的 100%以银行转账的形式支付**
16	**北京爱创天博营销科技有限公司**	**新增客户**	**广告推送后**	**确认发布无误并收到发票后三个月内一次性付清全部合同款项。**
17	**北京塑望时代传播科技有限公司**	**新增客户**	**广告推送后**	**项目完成并收到发票 7 日内将广告推广费全款以银行转账的形式支付。**

报告期内，公司同一类型业务主要客户和新增客户销售结算模式、信用政策不存在差异，各类业务主要客户和新增客户的销售结算模式、信用政策未发生变化。

8、现金销售及第三方回款情况

报告期内，公司不存在现金销售情况，存在少量第三方回款情况。公司存在第三方回款的主要情形为：1）受客户自身支付安排，由隶属于同一集团的其他公司代为付款；2）客户为自然人控制的企业，由该企业的法定代表人代为付款。报告期内，第三方回款情况如下：

单位：万元

客户名称	回款方名称	2020 年	2019 年	2018 年	第三方回款原因
百度时代网络技术（北京）有限公司	北京度小满支付科技有限公司（曾用名：北京百付宝科技有限公司）	59.33	1,020.55	421.55	客户同一控制下的关联方代为支付
上海秒硕广告有限公司	上海秒硕网络科技有限公司	98.40	-	-	
江苏云之树科技有限公司	邱国华	**380.03**	-	-	客户的法定代表人代为支付
合计		**537.76**	**1,020.55**	**421.55**	
营业收入		**51,116.60**	25,842.24	21,014.29	
第三方回款金额/营业收入		**1.05%**	3.95%	2.01%	

报告期内，第三方回款金额占营业收入比重分别为 2.01%、3.95%和 **1.05%**，占当期营业收入的比例较低。客户第三方回款的具体情况及金额变动原因如下：

（1）百度时代网络技术（北京）有限公司

报告期内，公司与百度时代网络技术（北京）有限公司（以下简称“百度时代”）签订交易合同并开展业务，但存在部分销售回款的支付单位为北京百付宝科技有限公司（以下简称“百付宝”）和北京度小满支付科技有限公司（以下简称“度小满”）的情形。经公开信息查询，百付宝于 2019 年 10 月变更企业名称为度小满，百度时代和百付宝/度小满受同一控制人控制。2017 年 11 月起，由于客户自身支付安排的调整，公司与百度时代的交易金额全部由百付宝/度小满进行支付。

报告期内，公司与百度时代双方交易及第三方回款金额具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（含税）	4.07	942.52	370.72

第三方回款金额	59.33	1,020.55	421.55
第三方回款比例(%)	1,458.30%	108.28%	113.71%

报告期内，百度时代第三方回款金额变动主要系受公司与其相关业务规模波动及双方付款安排变动的影响。公司向百度时代提供互联网广告流量引入服务，受宏观经济景气度等因素影响，报告期内双方交易规模有所波动，因此第三方回款金额变动较大。2020 年由于公司自身业务调整向百度时代的销售金额较低，但第三方回款中包含 2019 年的销售金额，因此第三方回款比例较高。同时，由于双方约定在对账结算后次月百度时代支付款项，因此**各期**第三方回款金额与当年销售金额不完全一致。

（2）上海秒硕广告有限公司

公司向上海秒硕广告公司（以下简称“秒硕广告”）提供移动营销服务。2020 年，上海秒硕网络科技有限公司（以下简称“秒硕网络”）代秒硕广告支付 98.40 万元交易款项。经公开信息查询，秒硕广告为秒硕网络全资控股子公司，且三方已就此项付款安排签署委托付款协议书。由于公司移动营销服务与客户的合作通常为广告单笔投放业务，公司仅 2019 年与秒硕广告发生交易，相应回款发生在 2020 年，因此报告期内秒硕广告仅 2020 年存在第三方回款情况。

（3）江苏云之树科技有限公司

公司 2019 年收购的久佳信通向江苏云之树科技有限公司（以下简称“江苏云之树”）提供移动信息化服务。2020 年，江苏云之树受法律诉讼影响导致账户冻结，由江苏云之树法定代表人邱国华代为支付 **380.03 万元**销售价款。报告期内，江苏云之树仅 2020 年受其自身经营情况产生第三方回款情况。

除上述情况外，报告期内公司不存在其他第三方回款情况。

经查询，同行业上市公司的定期报告、招股说明书、重组报告书等公开文件中均未披露第三方回款情况。公司存在第三方回款情形的主要原因是个别客户自身支付安排导致，与客户自身经营模式相关，第三方回款不属于公司所处行业特有的经营特点。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内发行人第三方回款情况主要由客户自身支付安排导致，且销售回款支付方与客户存在关联关系，第三方回款情形合理、必要，不存在异常；客户、第三方回款支付方与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均无关联关系；第三方回款与相关销售

收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定；发行人能够合理区分不同类别的第三方回款，第三方回款金额合理可控，占当期营业收入比例较小。综上，发行人第三方回款情况合理、必要，且占比较小，不影响发行人销售真实性。

（二）报告期内前五大客户的销售情况

1、报告期内，向前五大客户的销售金额及占比

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占营业收入比例
2020年	**1**	**中国移动通信集团**	**19,196.76**	**37.55%**
	2	**腾讯云计算（北京）有限责任公司**	**8,025.32**	**15.70%**
	3	**国家电网有限公司客户服务中心**	**2,251.37**	**4.40%**
	4	**广西东信易通科技有限公司**	**1,729.38**	**3.38%**
	5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**1,503.18**	**2.94%**
	合计		**32,706.00**	**63.98%**
2019年	1	中国移动通信集团	16,280.60	63.00%
	2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	2,337.15	9.04%
	3	百度时代网络技术（北京）有限公司	942.52	3.65%
	4	携程计算机技术（上海）有限公司	879.70	3.40%
	5	北京鑫宇创世科技有限公司	429.25	1.66%
	合计		**20,869.21**	**80.76%**
2018年	1	中国移动通信集团	18,242.21	86.81%
	2	广州美推网络科技有限公司	1,034.36	4.92%
	3	百度时代网络技术（北京）有限公司	370.72	1.76%
	4	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	342.04	1.63%
	5	携程计算机技术（上海）有限公司	320.10	1.52%
	合计		**20,309.44**	**96.65%**

注 1：“中国移动通信集团”系指与挖金客有业务合作关系的中国移动通信集团江苏有限公司、卓望信息技术（北京）有限公司、卓望信息网络（深圳）有限公司、中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司、**中移铁通有限公司徐州分公司、中移在线服务有限公司河南分公司**，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 2：“国家电网有限公司客户服务中心” 系指与挖金客有业务合作关系的国家电网有限公司客户服务中心、英大证券有限责任公司、**北京中电普华信息技术有限公司、英大长安保险经纪有限公司**，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 3：“福州三六零网络小额贷款有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的福州三六

零网络小额贷款有限公司、北京鸿享技术服务有限公司、北京奇虎科技有限公司、北京你财富计算机科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 4：“携程计算机技术（上海）有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的携程计算机技术（上海）有限公司、上海华程西南国际旅行社有限公司、携程旅游网络技术（上海）有限公司、上海蒜芽信息科技有限公司、上海顺途科技有限公司、上海赫程国际旅行社有限公司、上海迅途票务代理有限公司、北京趣拿软件科技有限公司、**艺龙网信息技术（北京）有限公司、同程网络科技股份有限公司、上海携程国际旅行社有限公司、南京同游天下汽车租赁有限公司、上海携程小额贷款有限责任公司、苏州创旅天下信息技术有限公司、苏州同程文化旅游发展有限公司**，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 5：“广州美推网络科技有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的广州美推网络科技有限公司、霍尔果斯美推网络科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

报告期内，公司向前五名客户的销售额合计占当期营业收入的比例分别为 96.65%、80.76%和 **63.98%**。公司前五名客户较为稳定，其中，公司向中国移动通信集团提供增值电信服务和移动信息化服务；向百度时代、广州美推网络科技有限公司（以下简称“美推网络”）、北京轩翔思悦传媒广告有限公司（以下简称“轩翔思悦”）提供移动营销服务；向腾讯云计算（北京）有限责任公司、携程计算机技术（上海）有限公司、国家电网有限公司客户服务中心（以下简称“国家电网”）、**广西东信易通科技有限公司（以下简称“东信易通”）**、**福州三六零网络小额贷款有限公司（以下简称“福州三六零”）**提供移动信息化服务；为北京鑫宇创世科技有限公司（以下简称“鑫宇创世”）提供技术开发服务。

2、报告期内新增前五大客户

报告期内，新增的前五大客户是腾讯云、鑫宇创世、国家电网、**东信易通及福州三六零**。上述新增客户及双方合作的基本情况如下：

新增客户	成立时间	双方合作建立的情况及新增交易的原因	双方合作持续性
腾讯云	2010 年 10 月	2018 年，公司成功与腾讯云建立合作关系，为其提供移动信息化服务，且服务规模增长显著	双方将持续交易
鑫宇创世	2011 年 12 月	2019 年，基于公司在移动互联网技术与服务领域丰富的运营经验和良好的技术积累，且鑫宇创世存在软件开发需求，公司为其开发了大数据行为统计分析和数据监控采集系统	鉴于该客户软件开发需求具有临时性，双方暂无持续交易
国家电网	2012 年 8 月	2017 年 12 月，公司成功与国家电网建立合作关系，为其提供移动信息化服务，且服务规模增长显著	双方将持续合作

新增客户	成立时间	双方合作建立的情况及新增交易的原因	双方合作持续性
东信易通	**2017 年 12 月**	**2020 年 2 月，公司与东信易通建立合作关系，为其提供移动信息化服务，且服务规模增长显著**	**双方将持续合作**
福州三六零	**2017 年 3 月**	**2019 年 10 月，公司通过收购久佳信通与福州三六零建立合作关系，为其提供移动信息化服务，且服务规模增长显著。**	**双方将持续合作**

3、向前五大客户销售的内容及订单获取方式

报告期内，公司向报告期各期前五大客户销售的内容，订单获取方式如下：

序号	客户名称	销售内容	订单获取方式
1	中国移动通信集团江苏有限公司	增值电信服务	招投标
	卓望信息技术（北京）有限公司	移动信息化服务	竞争性谈判
	卓望信息网络（深圳）有限公司	移动信息化服务	竞争性谈判
	中移铁通有限公司新乡分公司	移动信息化服务	询价报价
	中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	移动信息化服务	询价标价
	咪咕数字传媒有限公司	增值电信服务	招投标
	咪咕动漫有限公司	增值电信服务	招投标
	中移在线服务有限公司河南分公司	**移动信息化服务**	**招投标**
	中移铁通有限公司徐州分公司	**移动信息化服务**	**招投标**
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	移动信息化服务	询价报价
3	国家电网有限公司客户服务中心	移动信息化服务	招投标
	英大证券有限责任公司		
	英大长安保险经纪有限公司		
	北京中电普华信息技术有限公司	**技术开发服务**	**招投标**
4	百度时代网络技术（北京）有限公司	移动营销服务	询价报价
	北京百度网讯科技有限公司	**移动信息化服务**	**询价报价**
5	携程计算机技术（上海）有限公司	移动信息化服务	招投标
	上海华程西南国际旅行社有限公司		招投标
	北京趣拿软件科技有限公司		竞争性谈判
	携程旅游网络技术（上海）有限公司		招投标
	上海蒜芽信息科技有限公司		招投标
	上海顺途科技有限公司		招投标
	上海迅途票务代理有限公司		招投标
	上海赫程国际旅行社有限公司		招投标
	上海携程国际旅行社有限公司		招投标
	上海携程小额贷款有限责任公司		招投标
	同程网络科技股份有限公司		**招投标**
	艺龙网信息技术（北京）有限公司		**招投标**
6	北京鑫宇创世科技有限公司	技术开发服务	询价报价

序号	客户名称	销售内容	订单获取方式
7	霍尔果斯美推网络科技有限公司	移动营销服务	询价报价
	广州美推网络科技有限公司	移动营销服务	
8	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	移动营销服务	询价报价
9	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**移动信息化服务**	**招投标**
	北京奇虎科技有限公司		**招投标**
	北京你财富计算机科技有限公司		**询价报价**
	北京鸿享技术服务有限公司		**询价报价**
10	**广西东信易通科技有限公司**	**移动信息化服务**	**询价报价**

注：卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营，公司向其提供移动信息化方面的综合性解决方案、运营及短信发送服务；公司为中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移在线服务有限公司河南分公司**提供移动信息化业务的业务推广与资源对接。

4、报告期各期前五大客户的销售期后回款情况

报告期各期末，公司对上述报告期内各期前五大客户（上表中列示的 **10 名**客户）的应收账款余额及期后回款的情况如下：

（注：如下各表中如存在未列示的前五大客户，则为公司在该期末不存在对相应客户的应收账款余额。）

（1）2018 年末，上述前五大客户的应收账款期后回款情况

单位:万元

序号	客户名称	期末余额	期后 1 个月		期后 3 个月	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	中国移动通信集团江苏有限公司	1,531.63	1,531.63	100.00%	1,531.63	100.00%
2	广州美推网络科技有限公司	58.43	43.43	74.33%	58.43	100.00%
3	百度时代网络技术（北京）有限公司	76.49	76.49	100.00%	76.49	100.00%
4	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	59.65	-	-	59.65	100.00%
5	上海华程西南国际旅行社有限公司	1.86	1.86	100.00%	1.86	100.00%
	携程旅游网络技术（上海）有限公司	15.94	15.94	100.00%	15.94	100.00%
	上海蒜芽信息科技有限公司	15.58	15.58	100.00%	15.58	100.00%
	上海顺途科技有限公司	2.41	2.41	100.00%	2.41	100.00%
	上海赫程国际旅行社有限公司	2.6	2.6	100.00%	2.6	100.00%

序号	客户名称	期末余额	期后 1 个月		期后 3 个月	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
6	腾讯云计算（北京）有限责任公司	5.46	5.46	100.00%	5.46	100.00%
7	国家电网有限公司客户服务中心	2.27	-	-	2.27	100.00%
	英大证券有限责任公司	2.88	-	-	2.88	100.00%
合计		1,775.21	1,695.40	95.50%	1,775.20	100.00%

（2）2019 年末，上述前五大客户的应收账款期后回款情况

单位:万元

序号	客户名称	期末余额	期后 1 个月		期后 3 个月		期后 6 个月	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	中国移动通信集团江苏有限公司	948.06	948.06	100.00%	948.06	100.00%	948.06	100.00%
	卓望信息技术（北京）有限公司	3,237.27	3,237.27	100.00%	3,237.27	100.00%	3,237.27	100.00%
	卓望信息网络（深圳）有限公司	163.56	-	-	118.24	72.29%	163.56	100.00%
	中移铁通有限公司新乡分公司	51.01	-	-	51.01	100.00%	51.01	100.00%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	556.32	556.32	100.00%	556.32	100.00%	556.32	100.00%
3	百度时代网络技术（北京）有限公司	55.02	55.02	100.00%	55.02	100.00%	55.02	100.00%
4	携程计算机技术（上海）有限公司	160.99	77.70	48.26%	160.99	100.00%	160.99	100.00%
	上海华程西南国际旅行社有限公司	21.49	-	-	21.49	100.00%	21.49	100.00%
	北京趣拿软件科技有限公司	104.87	104.87	100.00%	104.87	100.00%	104.87	100.00%
5	国家电网有限公司客户服务中心	106.96	-	-	-	-	106.96	100.00%
	英大证券有限责任公司	3.23	1.77	54.75%	1.77	54.75%	3.23	100.00%
6	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	91.61	91.61	100.00%	91.61	100.00%	91.61	100.00%
合计		5,500.39	5,072.62	92.22%	5,346.65	97.20%	5,500.39	100.00%

（3）**2020 年末**，上述前五大客户的应收账款期后回款情况

截至 **2021 年 1 月 31 日**，公司前五大客户最近一期期末的应收账款已回款 **49.21%**，具体情况如下：

单位:万元

序号	客户名称	期末余额	期后 1 个月	
			回款金额	回款比例
1	卓望信息技术（北京）有限公司	1,722.60	578.49	33.58%
	中国移动通信集团江苏有限公司	763.79	113.38	14.84%
	卓望信息网络（深圳）有限公司	399.26	-	-
	中移铁通有限公司徐州分公司	331.59	-	-
	中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	26.71	19.89	74.44%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	1,173.81	1,173.81	100.00%
3	北京百度网讯科技有限公司	596.23	542.47	90.98%
4	福州三六零网络小额贷款有限公司	453.77	254.88	56.17%
	北京鸿享技术服务有限公司	10.89	10.89	100.00%
	北京你财富计算机科技有限公司	1.79	0.58	32.19%
5	北京趣拿软件科技有限公司	240.02	100.84	42.01%
	上海赫程国际旅行社有限公司	48.22	23.11	47.94%
	上海携程小额贷款有限责任公司	1.02	0.73	71.43%
	上海携程国际旅行社有限公司	0.11	0.10	90.33%
6	广西东信易通科技有限公司	177.27	177.27	100.00%
7	北京中电普华信息技术有限公司	101.50	-	-
	国家电网有限公司客户服务中心	30.00	30.00	100.00%
	英大证券有限责任公司	3.52	1.33	37.66%
8	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	41.59	-	-
9	广州美推网络科技有限公司	29.00	-	-
合计		6,152.69	3,027.76	49.21%

上述尚未回款的客户，未回款项均处于信用期内。

综上所述，公司报告期各期前五大客户期后回款情况良好，上述客户规模较大，具有较高的行业地位和影响力，公司发生坏账损失的风险较小。

5、公司与前五大客户的关联关系

报告期内，公司前五名客户与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均不存在关联关系，前五名客户及其控股股东、实际控制人不存在是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

6、公司与卓望信息的合作情况

（1）发行人与卓望信息的合同约定结算基础和实际结算基础

发行人与卓望信息签署的技术服务合同对于结算基础明确约定为：“成功接

收量”是指“信息发送后，运营商返回的发送状态为成功的信息数量，即除去发送状态为失败和无状态的两种情况后的信息数量。”

上述“运营商返回的发送状态为成功”是指短消息提交至运营商网关，返回“网关接收”为成功的状态回执，而非短消息 “到达终端用户”成功状态报告。

（2）卓望信息充分理解发送失败较高的客观原因，不涉及发行人服务质量问题

卓望信息作为中国移动全资子公司，了解短信发送失败的情形及原因。2019年，卓望信息短信发送失败比例高的具体原因如下：根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，2019 年 11 月-12 月卓望信息短信发送失败数据中，有 91.59%均是由号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）导致。同时由于 11 月、12 月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。由于营销类短信涉及的受众范围较广，号码异常情况更复杂，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息知晓 2019 年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与久佳信通对账结算无异议。**2020 年**，卓望信息通过对无效终端用户接收号码的更新与完善，短信发送失败比例已降至 **7.23%**，并使得发行人的短信发送失败总体比例下降至 **4.99%**。

卓望信息充分理解发送失败较高的客观原因，不涉及发行人服务质量问题，以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据具备商业合理性。

综上所述，发行人与卓望信息根据服务的内容和业务模式，约定以“成功接收量”即为卓望信息通过发行人系统提交至运营商的发送请求数作为结算基础，符合发行人此项业务的经营实质和行业惯例，具备商业合理性。

（3）卓望信息未提出按合同约定结算的合理性或要求发行人给予折扣的商业合理性

卓望信息是中国移动的全资子公司，专业从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营。报告期内，卓望信息为招商银行等大型金融机构提供信息化服务，发行人为其提供关于招商银行等大型金融机构的短信息发送与运营服务。

由于 2019 年 11-12 月，招商银行等大型金融机构受年底旺季促销、用户激活、产品推广等因素影响，有较多的营销类短信（例如：信用卡拓客、积分兑换、

新型理财推广等）的发送需求，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。同时由于营销类短信涉及的受众范围较广，号码异常情况更复杂，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息知晓 2019 年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与久佳信通对账结算无异议，发行人也及时与卓望信息提出改善的建议。**2020 年**，卓望信息通过对无效终端用户接收号码的更新与完善，短信发送失败比例已降至 **7.23%**，并使得发行人的短信发送失败总体比例下降至 **4.99%**。

综上，报告期内，卓望信息与发行人以通过发行人系统提交至运营商的发送请求数为结算基础，与合同约定一致，未要求发行人给予折扣具备商业合理性。

（4）双方实际结算基础的具体内容，与合同约定不存在差异，相关差异是已经过卓望信息公司的书面批准，合规，双方是不存在其他利益安排

发行人与卓望信息实际结算基础为通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，根据卓望信息出具的确认函，确认发行人与其结算依据为“成功接收量”，系指通过发行人系统提交至运营商的发送请求数。

因此，双方合同约定与实际执行不存在差异，无需经过卓望信息的书面批准。双方交易合法合规，不存在其他利益安排。

（5）卓望信息对发行人服务的考核方式及扣款情形，短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性、不影响其他商业条件

①卓望信息对发行人服务的考核方式

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》，双方约定：基准技术服务费用中 95%作为月结款，5%作为考核扣款基数根据考核结果计算考核款，在考核结束后按月支付实际结算技术服务费用。每一结算考核周期结束后，卓望信息项目人员将根据《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》对发行人提供的技术服务进行考核，并向发行人出具签章确认的考核打分表，双方确认无误后卓望信息支付对应款项。

卓望信息对发行人服务的考核内容如下：

序号	考核项目	项目内容
1	电话支持服务	甲方在维护过程中，遇到自己不能解决的问题时，通过电话、传真、E-mail 向乙方提出服务请求。乙方接到技术支持的服务请求后，将在协议约定的服务等级规定的响应时间内通过电话支持服务进行响应，然后根据故障现象划分故障的等级，帮助甲方进行故障定位，并提出解决方案，最终指导甲方排除故障。

		一级问题直接进入“突发事件支持服务”。
2	远程技术支持服务	对于通过电话支持服务不能解决的 P2、P3、P4 级别的问题，乙方在征得甲方同意后，在协议约定的服务等级规定的响应时间内，通过远程终端登录到甲方申告问题的系统中进行调查和收集数据，然后进行故障诊断，查找故障出现的原因，进行相应的处理，指导现场维护人员排除故障。
3	现场技术支持服务	对于通过电话支持服务和远程接入服务都不能解决的问题，乙方提供现场支持服务，安排经验丰富的技术支持工程师赴现场分析故障原因，制定故障解决方案，并最终排除故障。
4	突发事件支持服务	指甲方遇到出现严重影响系统可用性（如：系统紊乱、宕机）或者出现系统已经全部瘫痪等无法正常运行时间超过 30 分钟或使用产品造成的对人身安全的危害的 P1 级别问题，通过电话或者传真向乙方寻求技术支持和帮助，乙方确认用户的服务请求后，乙方的工程师以最短的时间进行系统恢复。乙方必须做到 7×24 小时受理 P1 级别问题紧急排除服务请求
5	现场技术培训	在现场支持服务结束后，根据甲方的需求，乙方工程师对甲方维护人员进行现场培训： 1）乙方工程师根据现场支持的情况，针对此次技术支持的内容对甲方进行现场技术传授，如解释本次故障出现的原因、解决办法以及如何预防，以提高甲方技术水平，掌握独立排除类似故障的能力。 2）甲方负责组织培训人员和准备相关的培训条件。 3）乙方工程师负责提供培训所需的教材内容和电子材料，并负责培训授课，授课方式可以采用讲解、讨论、现场操作等方式。 4）培训结束后，乙方服务人员应向甲方提交培训记录，甲方签字确认。
6	定期健康检查服务	乙方将按照协议服务要求每个季度到现场对系统进行健康检查，及时发现软件运行中出现的隐患，通过系统调整等手段，减少故障发生的概率，保证甲方软件稳定、高效运行。
7	文档提交服务	乙方工程师对甲方系统进行检查，并将检查结果及时通知甲方相关负责人，对日常维护过程中处理的问题，做到每一个问题对应一份文档，提交工作报告。

②卓望信息对发行人服务的扣款情形

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》及《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》，卓望信息对发行人服务的扣款情形如下：

1）当乙方对应考核结算周期内考核结果大于等于 80 分时，乙方的考核扣款比例为零，即甲方全额该期的考核款；

2）当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 80 分大于等于 60 分时，乙方的考核扣款比例为 20%；

3）当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 60 分大于等于 30 分时，乙方的考核扣款比例为 50%；

4）当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 30 分时，乙方的考核扣款比例为 100%，即甲方不支付该期的考核款；

5）乙方考核扣款基数为每个考核周期内该月基准技术服务费的 5%。

③短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性

短信发送失败比例较高的原因主要包括：客户提供的号码质量、短信内容、系统运行差异、系统审核差异等。发行人与客户对短信发送失败的客观原因均有充分和一致的理解。

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》及《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》，卓望信息对发行人服务的考核内容不存在与短信发送失败相挂钩的情形。综上，短信发送失败比例较高不影响考核扣款具备合理性。

④短信发送失败比例较高不影响其他商业条件

2019 年短信发送失败比例较高情况发生后，卓望信息知晓 2019 年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与发行人对账结算无异议，且已全部回款。发行人与卓望信息于 2020 年 7 月续签的合同中，核心条款均未发生变更。因此，2019 年短信发送失败比例较高不影响其他商业条件（包括但不限于结算基础、结算周期、考核方式及扣款情形、双方权利义务等）。

（6）发行人收购久佳信通后合作规模大幅增加的原因：受四季度促销活动影响，收购后合作规模快速攀升

①卓望信息与久佳信通的合作情况

久佳信通与卓望信息于 2019 年 7 月建立合作。2019 年卓望信息向久佳信通的月度采购情况如下：

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
采购金额（万元）	226.00	709.36	901.58	985.34	1,380.23	1,808.66
采购占比（%）	3.76%	11.80%	15.00%	16.39%	22.96%	30.09%

由于卓望信息发送的短信性质多为促销活动短信，而每年四季度由于进行诸如“双十一”、“双十二”等促销活动，因而引起收购后双方合作规模大幅增加。

②四季度销售规模占比较大符合行业特征

1）同行业可比公司销售情况

同行业可比公司未披露 2019 年度分月短信销售规模，但第四季度的销售收入规模均大幅上升，符合第四季度是移动信息化业务传统销售旺季的行业特征。

A.梦网集团

2019 年梦网集团各季度营业收入及占比情况如下：

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入（万元）	44,738.78	52,154.87	63,494.62	105,577.19
占比（%）	16.82%	19.61%	23.87%	39.70%

注：上述信息来自于梦网集团公开披露的《关于对深圳证券交易所问询函回复的公告》

梦网集团第四季度销售收入规模占全年销售收入的 39.70%，占其下半年销售收入的 62.50%，具有一定的季节性，与卓望信息向久佳信通采购的规模变动趋势一致。

B.线上线下

2019 年度，同行业可比公司线上线下向其主要客户阿里巴巴分季度的销售情况如下：

项目	2019 年第一季度		2019 年第二季度		2019 年第三季度		2019 年第四季度	
	销售额（万元）	占比	销售额（万元）	占比	销售额（万元）	占比	销售额（万元）	占比
阿里巴巴	1,526.49	29.42%	456.29	8.79%	488.46	9.41%	2,717.74	52.38%
支付宝								
上海拉扎斯（饿了么）								

注：上述信息来自于线上线下公开披露的《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》

2019 年线上线下向其主要客户阿里巴巴销售收入的 52.38%来自于第四季度，与卓望信息向久佳信通采购的规模变动趋势一致。

2）发行人自身主要客户销售情况

以发行人自身主要客户腾讯云为例，2019 年下半年腾讯云向发行人采购的规模及占比与卓望信息可比，具体情况如下：

项目	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
采购金额（万元）	88.93	182.24	281.71	377.68	785.68	524.83
采购占比（%）	3.97%	8.13%	12.57%	16.85%	35.06%	23.42%

注：为统一比较口径，上表采购占比=单月采购金额/2019 年下半年采购总额

腾讯云向发行人自身 11 月、12 月采购的短信规模占其下半年采购总额的 58.48%，与卓望信息 11 月、12 月的采购占比 53.05%相当。

综上，发行人收购久佳信通后卓望信息 11 月、12 月采购规模大幅增加符合此项业务的行业特征，具备合理性。

（7）发行人收购前与卓望信息的合作情况

2019 年久佳信通向卓望信息的销售金额、销售数量及失败率情况如下：

项目	发行人收购前				发行人收购后	
期间	7月	8月	9月	10月	11月	12月
销售金额（万元）	226.00	709.36	901.58	985.34	1,380.23	1,808.66
销售数量（万条）	9,981.50	31,330.23	39,432.24	43,287.53	54,194.95	75,886.04
发送失败比例	9.39%	12.25%	13.04%	13.93%	19.78%	23.51%

注：短信发送失败比例=短信发送失败数量/销售数量

发行人与卓望信息开展移动信息化业务，此项业务为卓望信息针对其新增业务领域开展移动信息化业务，因而短信内容尚未模板化且提供的终端接收者信息有效性较低。随着发送短信请求规模的爆发式增长，终端接收者信息有效性问题更为显著。同时由于 11 月、12 月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。营销类短信涉及的手机号真实性较低，易出现号码质量问题。11 月、12 月卓望信息短信发送失败中超过 90%是由于提供的号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）。

卓望信息作为中国移动全资子公司，充分理解短信发送失败的情形及原因。报告期内与久佳信通对账结算无异议。

合作期间发行人不断根据系统平台上的返回状态提示卓望信息对无效终端用户信息进行更新与完善。发行人与其经过了 2019 年业务高速发展的磨合期后，**2020 年**卓望信息的短信发送失败率已显著下降至 **7.23%**，与同行业可比公司线上线下 2017 年至 2020 年 1-6 月的失败比例 10.77%、10.33%、8.05%和 6.95%相近，不存在显著差异。

（8）发行人与卓望信息的合作稳定，具有持续性

自发行人 2019 年与卓望信息建立合作后，双方合作稳定良好，目前发行人与卓望信息各主体业务合同均已完成续签，具体情况如下：

序号	合同名称	客户	供应方	合同标的	金额	合同期限
1	《技术服务合同》	卓望信息技术（北京）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
2	《技术服务合同》	卓望信息网络（深圳）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30

综上，双方合作具有持续性。

7、报告期内公司与轩翔思悦、广州美推、鑫宇创世的合作情况

（1）北京轩翔思悦传媒广告有限公司

轩翔思悦成立于 2010 年，主营业务为互联网广告营销业务，为珠海市乐通化工股份有限公司（乐通股份，002319.SZ）全资子公司。2015 年轩翔思悦与公司展开合作，在公司自有媒体（斑马网）投放广告。**2018 年 2020 年**，轩翔思悦向公司采购的金额为 342.04 万元、311.30 万元和 **338.14 万元**，采购金额较为稳定。轩翔思悦 2019 年[1]营业成本为 3,989.65 万元，向公司采购金额占其业务规模比例较低，与其业务规模相匹配。

（2）广州美推网络科技有限公司

广州美推成立于 2012 年，为易简传媒科技集团股份有限公司（易简集团，834498.OC）全资子公司，主营业务为数字、媒体及渠道营销。2017 年 10 月，公司取得了新华社公众号广告资源代理权，广州美推随之与公司就此项广告资源的营销推广业务展开合作。报告期内，公司向广州美推的销售金额为 1,034.36 万元、341.19 万元和 **120.13 万元**，2019 年的交易金额占易简集团[2]营业成本的 7.92%，占比较低。交易金额的波动主要是由于此项业务的合作模式及行业景气度发生变化。2018 年，公司新华社公众号广告资源主要销售给广州美推，2019 年以来，公司除向广州美推销售外，也向包括华扬联众等广告代理公司进行销售，因此双方交易金额波动较大。此外，2020 年受宏观经济形势及疫情的影响，移动营销行业整体下行，广州美推向公司的采购金额随之下降。

（3）北京鑫宇创世科技有限公司

鑫宇创世成立于 2011 年，为科达集团股份有限公司（科达股份，600986.SH）全资子公司，其主营业务是通过数据分析为互联网各行业头部客户提供智能营销解决方案。2019 年，鑫宇创世为进一步发展其移动营销业务，存在业务平台开发升级需求；同时，公司在移动营销领域具备丰富的运营经验和良好的技术积累，符合鑫宇创世的业务需求，双方经商务洽谈达成了合作，鑫宇创世将业务平台中的部分软件开发业务交由公司提供。公司为鑫宇创世开发了大数据行为统计分析和数据监控采集系统，交易金额 429.59 万元。科达股份 2019 年互联网服务业务主营业务收入为 188.00 亿元，主营业务成本为 177.88 亿元，向公司采购的服务

[1] **2020 年乐通股份年报尚未披露。**

[2] 因公开信息未单独披露广州美推财务数据且广州美推所属易简集团从事单一主营业务，因此以易简集团 2019 年主营业务成本 4,308.63 万元进行计算。

金额占其此项业务成本比例较小。

综上所述，轩翔思悦、广州美推、鑫宇创世向公司采购的内容与其主营业务相关，采购金额占其经营规模比例较低，具有商业合理性。**2018 年至 2020 年**，公司向轩翔思悦销售金额较为稳定；受双方合作模式的变化及营销行业景气度的波动，**2019 年以来**广州美推向公司的采购规模有所下降。

8、报告期内前五大客户基本情况及与公司的合作情况

报告期内前五大客户成立时间、与发行人合作时间、合作内容、主营业务范围、经营规模、行业地位情况如下：

序号	客户名称	成立时间	与发行人合作时间	与发行人的合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位
1	中国移动通信集团江苏有限公司	1998 年 08 月 26 日	2013 年 12 月	增值电信服务	主要经营电信业务等	中国移动有限公司（中国移动 00941.HK）关联企业
	中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	2000 年 4 月 11 日	2019 年 11 月	公司为客户提供移动信息化业务的业务推广与资源对接	主要经营电信业务等	
	中移铁通有限公司新乡分公司	2015 年 12 月 18 日	2019 年 11 月	公司为客户提供移动信息化业务的业务推广与资源对接	主要经营电信业务等	
	中移在线服务有限公司河南分公司	**2015 年 05 月 12 日**	**2020 年 1 月**	**公司为客户提供移动信息化业务的业务推广与资源对接**	**主要经营电信业务等**	
	中移铁通有限公司徐州分公司	**2015 年 12 月 21 日**	**2020 年 10 月**	**公司为客户提供移动信息化业务的业务推广与资源对接**	**主要经营电信业务等**	
	咪咕数字传媒有限公司	2014 年 12 月 18 日	2015 年 10 月	就手机阅读业务的推广等开展合作	主要从事数字阅读相关业务，中国移动手机阅读基地	
	咪咕动漫有限公司	2014 年 12 月 18 日	2015 年 1 月	就手机动漫业务的推广等开展合作	主要从事中国移动手机动漫业务	
2	**腾讯云计算（北京）有限责任公司**	**2010 年 10 月 21 日**	**2018 年 8 月**	**公司为客户提供短信服务**	**主要提供集云计算、云数据、云运营于一体的云端服务**	**腾讯云：腾讯控股有限公司（腾讯控股 00700.HK）关联公司，业内知名企业**
3	国家电网有限公司客户服务中心	2012 年 8 月 15 日	2017 年 12 月	公司为客户提供短信服务	主要负责信息系统的日常运维、投诉、抢修	是国家电网有限公司集中供电服务业务的执行单位和营销决策的支撑机构
	英大证券有限责任公司	1996 年 4 月 15 日	2018 年 7 月	公司为客户提供短信服务	主要从事证券代理买卖、证券承销与保荐、证券资产管理、证券投资	国家电网有限公司旗下的全牌照综合性证券公

序号	客户名称	成立时间	与发行人合作时间	与发行人的合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位
					咨询、证券投资基金销售、融资融券、期货中间介绍、代销金融产品、新三板做市、期权经纪以及与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问等证券服务等	司
4	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**2017 年 3 月 3 日**	**2019 年 11 月**	**公司为客户提供短信服务**	**主要为消费贷款领域的金融科技平台**	**三六零集团（三六零 601360.SH）关联公司**
	北京奇虎科技有限公司	**2007 年 8 月 13 日**	**2019 年 11 月**	**公司为客户提供短信服务**	**主要为互联网安全软件与互联网服务提供商**	
	北京你财富计算机科技有限公司	**2016 年 1 月 26 日**	**2020 年 3 月**	**公司为客户提供短信服务**	**主要为互联网金融平台**	
	北京鸿享技术服务有限公司	**2018 年 11 月 23 日**	**2020 年 7 月**	**公司为客户提供短信服务**	**主要从事软件开发与推广业务**	
5	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006 年 4 月 19 日	2014 年 5 月	百度联盟推广服务合作	主要为互联网媒体与服务提供商	百度在线网络技术（北京）有限公司（BIDU.NASDAQ）关联公司，业内知名企业
6	上海赫程国际旅行社有限公司	2015 年 9 月 10 日	2017 年 2 月	公司为客户提供短信服务	主要从事住宿预订、交通票务、旅游度假业务等	携程网(CTRP.NASDAQ)关联企业
	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001 年 3 月 13 日	2018 年 2 月	公司为客户提供短信服务		
	携程旅游网络技术（上海）有限公司	2005 年 4 月 14 日	2018 年 4 月	公司为客户提供短信服务		
	上海蒜芽信息科技有限公司	2013 年 5 月 28 日	2018 年 3 月	公司为客户提供短信服务		

序号	客户名称	成立时间	与发行人合作时间	与发行人的合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位
	上海顺途科技有限公司（曾用名：上海迅途票务代理有限公司，2018年9月更名）	2011年3月3日	2018年3月	公司为客户提供短信服务		
	携程计算机技术（上海）有限公司	1994年1月19日	2019年1月	公司为客户提供短信服务		
	北京趣拿软件科技有限公司	2006年10月10日	2019年11月	公司为客户提供短信服务		
7	霍尔果斯美推网络科技有限公司	2015年9月10日	2017年10月	为客户提供微信公众号广告发布服务	数字、媒体及渠道营销	易简集团（834498.OC）关联企业，易简集团2019年总营业收入8,378.57万元
	广州美推网络科技有限公司	2012年7月9日	2018年6月	为客户提供微信公众号广告发布服务		
8	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	2010年7月7日	2015年8月	为客户提供移动营销服务	主要从事互联网广告营销业务等	珠海市乐通化工股份有限公司（乐通股份002319.SZ）下属互联网广告公司，2019年度营业收入5,957.42万元人民币

注1：上表中“主营业务范围”、“经营规模及行业地位介绍”系根据对主要客户进行访谈，对发行人相关人员访谈，网络检索上市公司公开披露的年报、国家企业信用信息公示系统、企查查、客户官方网站等国家公示或市场公开信息确定。

注2：为避免信息重复披露，前五大客户如为公司报告期内各类型业务前五大新增客户，则请参见本节“（三）报告期内各业务新增前五大客户的销售情况”之“1、报告期内各类型业务前五大新增客户的基本情况及与公司的合作情况”此处不再赘述。

报告期内前五大客户除咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司，不存在成立一年之内即与发行人合作的情况；报告期内前五大客户不存在合作内容与其主营业务范围不相关的情况，不存在经营规模与其行业地位不相匹配的情况。

咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司均为中国移动通信有限公司下属企业，主要负责中国移动数字阅读以及动漫相关业务，因其在数字阅读以及动漫领域有合作需求，从而与发行人展开合作。上述客户与发行人的合作均系正常的商业合作，双方交易真实、具有商业合理性。

（三）报告期内各业务新增前五大客户的销售情况

1、报告期内各类型业务前五大新增客户的基本情况及与公司的合作情况

报告期内公司各类型业务，新增当年交易金额 50 万以上的前五大新增客户的基本情况、合作渊源、成立时间、与发行人合作时间、合作内容、主营业务范围、经营规模、行业地位情况如下：

①2020 年不同类型业务前五大新增客户（新增当年交易金额 50 万以上，下同）情况如下：

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
移动信息化服务	1	广西东信易通科技有限公司	成立时间：2017 年 12 月 26 日 股东信息：广西东信云通科技有限公司持股 50%；广西华信智联投资中心（有限合伙）持股 33.33%；广西北部湾产业直投基金（有限合伙）持股 16.67%	2020 年 2 月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供短信服务	主要从事增值电信业务	一家专业技术服务业的公司	1,729.38
	2	北京百度网讯科技有限公司	成立时间：2001 年 06 月 05 日 股东信息：自然人股东李彦宏持股 99.50%；崔珊珊持股 0.50%	2020 年 8 月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供短信服务	主要通过互联网手段提供搜索产品及服务	隶属于百度集团，拥有网页搜索、hao123、百度推广等多条业务线	1,155.86
	3	北京金山云网络技术有限公司	成立时间：2011 年 03 月 25 日 股东信息：珠海金山云科技有限公司持股 100%	2020 年 3 月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供短信服务	主要为客户提供云计算服务	美国纳斯达克上市公司（股票代码：KC），中国前三的互联网云服务商	730.68
	4	北京奇保信安科技有限公司	成立时间：2017 年 3 月 13 日 股东信息：北京隆惠优选科技有限公司持股 100%	2020 年 1 月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供短信服务	主要通过互联网手段为保险代理人提供销售支持、销售管理、业务拓展工具等	主要产品有“保多星”APP，为互联网保险服务平台	721.60

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
	5	**广州百纳软件技术有限公司**	**成立时间：2012 年 3 月 13 日 股东信息：彩讯科技股份有限公司持股 100%**	**2020 年 6 月**	**公司主动拓展建立合作**	**公司为客户提供短信服务**	**主要从事大数据服务以及数字营销**	**拥有亿级用户的运营经验，为大中型企业提供行业用户研究分析、品牌宣传、新老客户运营以及技术服务等综合解决方案**	**580.99**
移动营销服务	1	北京多氪信息科技有限公司	成立时间：2016 年 12 月 19 日 股东信息：美国纳斯达克上市公司（NASDAQ:KRKR）	2020 年 3 月	公司主动拓展建立合作	客户委托公司在电动邦网站投放广告	主要从事线上广告、企业增值服务以及用户订阅等业务等	美国纳斯达克上市公司，2019 年总营业收入 6.56 亿元	**102.83**
	2	**上海原锐广告咨询有限公司**	**成立时间：2011 年 03 月 21 日 股东信息：OMNICOMASIAPACIFICLIMITED 持股 100%**	**2020 年 9 月**	**公司主动拓展建立合作**	**公司为客户提供微信公众号广告投放服务**	**主要提供设计、制作、代理、发布国内外各类广告业务等**	**一家商务服务业的公司**	**93.40**
	3	上海致趣文化传媒有限公司	成立时间：2018 年 7 月 30 日 股东信息：上海致效趣联科技有限公司持股 100%	2020 年 3 月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供微信公众号投放广告服务	主要从事移动端数字营销业务等	引力传媒股份有限公司（引力传媒 603598.SH）下属企业，母公司上海致效趣联科技有限公司 2019 年度净利润 7,179.57 万元	**92.45**
	4	**北京爱创天博营销科技有限公司**	**成立时间：2004 年 6 月 22 日 股东信息：北京爱创天杰营销科技有限公司持股 100%**	**2020 年 3 月**	**公司主动拓展建立合作**	**客户委托公司在电动邦网站投放广告**	**主要为客户提供数字营销、公关传播等服务**	**北京爱创天杰营销科技有限公司全资子公司，爱创天杰是一家专业的品牌营销与传播服务商**	**69.81**

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
	5	北京朔望时代传媒科技有限公司	成立时间：2020 年 7 月 10 日 股东信息：自然人股东吴桐持股 100%	2020 年 10 月	公司主动拓展建立合作	客户委托公司在电动邦网站投放广告	主要提供技企业管理咨询、商务咨询、企业形象策划服务等	一家科技推广和应用服务业的公司	67.92
技术开发服务	1	北京中电普华信息技术有限公司	成立时间：2004 年 01 月 06 日 股东信息：国网信息通信股份有限公司持股 100%	2020 年 5 月	通过投标方式建立合作	客户委托公司进行短信平台深化提升	主要提供云平台、电力营销、ERP、企业运营支撑服务	国网信息通信股份有限公司（600131）全资子公司	136.79
	2	中电国华（北京）科学技术研究院有限公司	成立时间：2008 年 08 月 20 日 股东信息：自然人股东徐辉持股 76%，朱玉卓持股 24%	2020 年 10 月	通过投标方式建立合作	公司为客户提供短彩信通信平台技术开发服务	工程和技术研究与试验发展；电力技术开发、技术服务	一家研究和试验发展公司	56.60
增值电信服务	无新增客户								

注：上表中“主营业务范围”、“经营规模及行业地位介绍”系根据对主要客户进行访谈，对发行人相关人员访谈，网络检索上市公司公开披露的年报、国家企业信用信息公示系统、企查查、客户官方网站等国家公示或市场公开信息确定。下同。

②2019 年不同类型业务前五大新增客户情况如下：

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
移动信息化服务	1	卓望信息技术（北京）有限公司	成立时间：2004年10月9日 股东信息：中国移动有限公司（中国移动00941.HK）持股100%	2019年11月	原久佳信通客户，自2019年10月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务	主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营	中国移动有限公司（中国移动00941.HK）全资子公司	3,054.02
		卓望信息网络（深圳）有限公司	成立时间：2001年9月28日 股东信息：中国移动有限公司（中国移动00941.HK）持股100%	2019年11月	原久佳信通客户，自2019年7月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务			134.87
	2	小米科技有限责任公司	成立时间：2010年3月3日 股东信息：港交所上市公司（01810.HK）	2019年11月	原久佳信通客户，自2018年8月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务	主要从事智能手机、LOT与生活消费产品、互联网服务等	港交所上市公司，2019年总营业收入2,058亿元	202.80

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
	3	广州酷狗计算机科技有限公司	成立时间：2006年2月20日 股东信息：控股股东林芝利创信息技术有限公司持股54.8706%	2019年11月	原久佳信通客户，自2017年12月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务	主要产品为“酷狗音乐”，为数字音乐交互服务提供商	注册资本达到6800万元以上，中国领先的数字音乐交互服务提供商	197.83
	4	杭州网易再顾科技有限公司	成立时间：2016年1月28日 股东信息：Yanxuan（HongKong）Limited（嚴選（香港）有限公司）持股100%	2019年11月	原久佳信通客户，自2019年6月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务	主要产品为“网易严选”	网易严选是网易集团下属电商App	123.97
	5	杭州数云信息技术有限公司	成立时间：2011年4月6日 股东信息：第一大股东为阿里巴巴（中国）网络技术有限公司（09988.HK），持股19.8676%	2019年11月	原久佳信通客户，自2016年6月开始与久佳信通合作，因收购成为发行人新增客户	公司为客户提供短信服务	主要为消费品牌和零售品牌商提供整合软件产品、数据模型和专业服务的一站式数据化营销解决方案	国内领先的数据化营销软件产品和服务提供商，2019年入选杭州创业独角兽榜单	129.44

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
移动营销服务	1	深圳市乐搜科技有限公司	成立时间：2010年2月1日 股东信息：自然人股东张昆鹏持股99%；自然人股东刘大洋持股1%	2019年4月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供微信公众号广告投放服务	主要从事互联网广告业务等	注册资本1000万元，为知名互联网企业	305.66
	2	华扬联众数字技术股份有限公司	成立时间：1994年6月28日 股东信息：A股上市公司（华扬联众，603825）	2019年11月	公司主动拓展建立合作	客户委托公司在电动邦网站、新华社公众号投放广告	主要提供互联网广告服务等	2019年度总营业收入105.06亿元，国内互联网营销领域内最具竞争力的领先企业之一	120.28
	3	广州市瀚拓广告有限公司	成立时间：2010年12月14日 股东信息：自然人股东陈美容持股95%；自然人股东伍勇进持股5%	2019年9月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供微信公众号投放广告服务	主要为公交车媒体运营商	独家经营广州市公交车内公交品牌车，车辆资源数量超过2600台车，106条公交线路	99.06
	4	上海秒硕广告有限公司	成立时间：2015年10月23日 股东信息：上海秒硕网络科技有限公司持股100%	2019年9月	公司主动拓展建立合作	客户委托公司在电动邦网站投放广告	主要从事数字广告业务、企业级营销服务等	秒硕是国内领先的移动营销服务提供商，已为汽车、金融、快消等各行业内多家国际和国内知名企业提供整合营销服务	92.83

业务类型	序号	客户名称	基本情况（包括成立时间、股东信息）	与发行人合作时间	合作渊源	与发行人合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位	新增当期销售金额（万元）
	5	高陌（北京）科技有限公司	成立时间：2014年12月4日 股东信息：自然人股东孙绘程持股99%；自然人股东刘健持股1%	2019年4月	公司主动拓展建立合作	公司为客户提供微信公众号投放广告服务	主要从事技术推广服务、软件开发、计算机系统服务等	为科技推广和应用服务业企业	83.96
技术开发服务	1	北京鑫宇创世科技有限公司	成立时间：2011年12月8日 股东信息：A股上市公司科达集团（600986）持股100%	2019年6月	公司主动拓展建立合作	公司为其开发了大数据行为统计分析和数据监控采集系统	通过数据分析为互联网各行业头部客户提供智能营销解决方案	科达集团股份有限公司（科达股份600986.SH）下属广告服务业公司，科达股份2019年营业收入为188.82亿元	429.25
增值电信服务	无新增客户								

上述新增客户除**北京塑望时代传播科技有限公司外**不存在成立一年之内即与发行人合作的情况**。北京塑望时代传播科技有限公司是公司移动营销业务新增主要客户，其服务对象具有投放广告的需求，双方合作符合商业逻辑，不存在异常。上述新增客户**不存在合作内容与其主营业务范围不相关的情况，不存在经营规模与其行业地位不相匹配的情况。

2、公司与各类型业务新增前五大客户的关联关系

上述各前述不同类型业务的前五大新增客户与发行人公司及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在关联关系。

（四）客户集中度较高情况的说明

2018 年至 2020 年，公司对中国移动的销售收入分别 18,242.21 万元、16,280.60 万元和 **19,196.76 万元**，占公司营业收入比例分别为 86.81%、63.00%和 **37.55%**。报告期内公司对中国移动销售占比较高，但不会对公司未来持续经营能力构成重大不利影响，分析如下：

1、发行人客户主要为中国移动的原因

（1）中国移动市场规模最大

2020 年三大运营商中，中国移动移动用户总数达 9.4 亿，中国电信移动用户数量达 **3.5 亿**，中国联通移动用户总数达 3 亿，中国移动的用户占比约为 60%，位居三大运营商之首。在增值电信业务中，中国移动的优势更加明显，以信息交互业务为例，中国移动市场份额约 90%。

（2）服务中国移动是公司的最优选择

发行人具备为运营商各类增值电信业务提供服务的能力，不局限于中国移动的单一业务类别。在发展初期，发行人亦与中国联通和中国电信建立合作，但由于中国联通和中国电信的用户数量较少，发行人与中国联通、中国电信的业务合作规模增长较慢、推广转化率低，如同样成本的广告投放，中国联通和中国电信受众用户远少于中国移动，导致投入产出较低。发行人基于战略规划、业务发展等多方面综合考虑，在履行完毕与中国联通、中国电信已签订的**增值电信服务相关**合同后经友好协商选择不再为其提供服务。发行人成立以来，与中国联通、中

国电信的合作情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
1	中国联合网络通信集团有限公司	**43.97**	-	21.78	36.20	67.82	134.22
	-联通沃音乐文化有限公司	**43.97**	-	-	-	-	-
	-联通信息导航有限公司	-	-	21.78	36.20	32.70	-
	-中国联合网络通信有限公司	-	-	-	-	35.12	134.22
2	中国电信集团有限公司	**104.06**	**38.21**	41.66	85.55	71.16	-
	-中国电信股份有限公司吉林分公司	**104.06**	**38.21**	-	-	-	-
	-天翼电子商务有限公司上海分公司	-	-	-	4.20	71.16	-
	-中国电信股份有限公司增值业务运营中心	-	-	41.66	81.34	-	-
合计		**148.03**	**38.21**	**63.44**	**121.75**	**138.98**	**134.22**

注：公司向联通沃音乐文化有限公司和中国电信股份有限公司吉林分公司分别提供移动营销服务和移动信息化服务，未提供增值电信服务。

（3）发行人与中国移动合作持久稳定，已形成业务资源壁垒及运营经验优势

发行人自 2014 年与中国移动建立合作开始，双方合作稳定、持续、良好。发行人在合作期间，形成了业务资源壁垒及运营经验优势，在中国移动江苏基地保持评级不断上升，获得了基地更加广泛的、资费更高的业务类型，得到了中国移动更多的资源支持，发行人选择与中国移动深度合作有助于提高发行人此项业务的转化效率及稳定发展。

2、公司与中国移动的合作内容及合作具体情况说明

报告期内，公司向中国移动内部各公司的销售情况如下：

单位：万元

客户主体	销售服务内容	2020 年	2019 年	2018 年
中国移动通信集团江苏有限公司	增值电信服务	**11,635.33**	13,028.58	18,237.46
卓望信息技术（北京）有限公司	移动信息化服务	**5,814.70**	3,054.02	-
卓望信息网络（深圳）有限公司	移动信息化服务	**882.14**	134.87	-
中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	移动信息化服务	**363.92**	15.01	-
中移铁通有限公司徐州分公司	**移动信息化服务**	**312.82**	-	-
中移在线服务有限公司河南分公	**移动信息化服务**	**187.85**	-	-

客户主体	销售服务内容	2020 年	2019 年	2018 年
司				
中移铁通有限公司新乡分公司	移动信息化服务	-	48.12	-
咪咕数字传媒有限公司	增值电信服务	-	-	4.44
咪咕动漫有限公司	增值电信服务	-	-	0.31
合计		19,196.76	16,280.60	18,242.21

报告期内，公司对中国移动内部各公司提供的服务主要为增值电信服务和移动信息化服务：

（1）公司向中国移动通信集团江苏有限公司（以下简称“中国移动江苏基地”）、咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司提供增值电信服务，其中公司向中国移动江苏基地提供服务规模较大且持续合作。

为发展增值电信业务，中国移动逐步形成了以九大业务基地为主体的增值业务发展格局。中国移动各大业务基地是面向全国用户的业务机构，与省公司平级，由集团总部直接管理。业务基地的一个显著特点是“一点接入，一点结算，全国推广”，即各个基地独立进行业务决策、运营与结算，日常业务开展不需经过集团总部和各省公司的审批，并且直接面向全国用户开展业务，业务运营不受业务基地的地域限制。各大业务基地作为各类增值业务的实施主体，为避免业务重叠，在业务开展时各有侧重。其中，中国移动江苏基地主要负责全国范围内 12580（综合信息服务）、12590（语音杂志[1]）和手机游戏类业务的开展，在话费结算和信息交互类增值业务方面具备良好的业务基础与较大的业务规模，综合业绩在中国移动集团内位居前列。

中国移动内部各公司经营相对独立，各公司业务实施管控政策、具体业务内容和合作模式、合作伙伴评价体系等均具有差异。公司秉持“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，基于自身技术和资源优势情况，结合各客户的整体经营规模、具体业务内容和发展重点、销售回款账期等因素，在增值电信服务领域逐步调整专注向中国移动江苏基地提供服务。

（2）公司向卓望信息技术（北京）有限公司（以下简称“卓望信息”）、卓望信息网络（深圳）有限公司（以下简称“卓望信息”）、中移铁通有限公司新乡分公司、中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、**中移铁通有限公司徐州分**

[1]中国移动语音杂志业务（简称“12590”）是中国移动为用户提供的以语音服务为主以短、彩信等多种服务形式为辅的移动增值业务。

公司、中移在线服务有限公司河南分公司提供移动信息化服务。

①卓望信息为中国移动集团子公司，主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营。卓望信息自身无基础电信业务经营资质，不直接掌握短信资源。中国移动内部各主体运营相对独立，假设卓望信息自身直接从事移动信息化服务，亦需要与中国移动各地市级单位分别建立合作关系以获取短信通道资源。因此，卓望信息作为主要从事系统开发、推广的主体，移动信息化的业务需求仅为其向客户提供服务中的一个环节，卓望信息直接从事移动信息化服务不符合其经济效益。

公司向卓望信息提供移动信息化方面的综合性解决方案、运营及短信发送服务，根据卓望信息的具体需求设计整体方案、搭建并完成系统对接，为其提供覆盖移动、联通、电信三网的短信通道资源。公司专业从事移动信息化服务，能够向卓望信息提供三网合一的短信码号[1]，且规模较大的短信发送量能保证为卓望信息提供较优的短信价格。

综上，卓望信息直接从事移动信息化服务不符合其经济效益，公司为卓望信息提供的亦不仅仅是短信发送服务，能够满足卓望信息移动信息化服务方面的各种需求，因此卓望信息向公司采购移动信息化服务。

②公司为中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移铁通有限公司徐州分公司、中移在线服务有限公司河南分公司**提供移动信息化业务的业务推广与资源对接。中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移铁通有限公司徐州分公司、中移在线服务有限公司河南分公司**具有进行企业短信业务拓展的需求，公司具备此类业务拓展客户的经验和业务资源，因此双方开展合作。

综上，公司对中国移动的销售主要集中于向中国移动江苏基地提供增值电信服务和向卓望信息提供移动信息化服务。

公司自成立以来即开展增值电信服务业务，公司及其子公司从 2014 年起陆续获得了直接向中国移动江苏基地提供增值电信服务的业务资质。中国移动江苏基地对合作方实施严格的引入条件，并按季度对合作方以评级的方式实施业务考核，其中前 2%的合作方被评为 A 级合作方[2]。报告期内，公司始终保持优秀合作

[1]三网合一的码号，能保证向中国移动、中国联通、中国电信的用户发送短信的号码一致。
[2]根据中国移动江苏基地《合作方管理办法》，“按照一定的评估分级方法，将合作方分为 A 级合作方:B 级合

方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方，是中国移动江苏基地重要的合作伙伴，双方合作关系较为稳定。

2019 年公司为进一步发展移动信息化业务收购了久佳信通，久佳信通自成立以来即专注于移动信息化服务领域，良好的技术水平、优质的通道资源、定制化的方案设计等服务能力获得了包括卓望信息在内的众多大型企业客户认可。因此，公司收购久佳信通扩大了移动信息化业务的服务规模，同时实现了对卓望信息的销售，使公司向中国移动增加了新的服务类别。

2019 年，由于腾讯云、国家电网等客户业务需求爆发性增长，为稳固与上述大型企业客户的长期合作关系、扩大业务规模，保证未来收入规模持续稳定增长，并优化客户结构，公司临时性将研发、运营等方面的业务资源向上述客户进行适当倾斜，导致公司对中国移动江苏基地的服务销售收入有所下降，因而向中国移动的整体销售规模有所收缩。**2020 年**随着公司与中国移动合作业务多元化发展的稳步推进，公司对中国移动的销售规模较上年同期的 **16,280.60 万元**增长 **17.91%**。公司对中国移动的销售收入已稳步回升，未出现持续下滑的情形。

3、公司与中国移动的合作对公司持续经营能力影响的分析

（1）公司与中国移动的合作具备稳定性和可持续性

①公司具备增值电信服务领域的核心竞争力，不会轻易被竞争者替代

第一，公司具备良好的创新能力和坚实的技术储备。

公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，强调以优秀的技术实力支撑客户相关业务的革新与发展。公司通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末，公司研发人员占员工总数比例约为 40%。经过多年的探索和积累，公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核心的两大技术体系和相应一系列核心技术成果。公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，覆盖了公司业务的各个环节，提高了公司的业务效率，满足了客户的服务需求。

良好的技术水平不仅可以保障公司业务的稳定运行，还可以为客户创造价值，对于及时满足客户个性化的业务需求、提高客户粘性等方面具有重要作用，是公司获得大型企业客户认可的基础。公司依托自身的科研实力，不断升级迭代核心

作方:C 级合作方:普通合作方＝2%:4%:6%:88%”。其中 A 级、B 级、C 级合作方均为优秀合作方。

技术和服务支撑系统，基于已有的多项核心技术和持续的研发投入，通过紧密跟踪、对接客户的技术发展动态和服务需求，形成了良好的创新能力和坚实的技术储备，为公司与电信运营商的深入合作奠定了基础。

第二，公司具有满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力。

移动互联网应用技术和信息服务行业是集技术、运营、销售等多方面于一体的现代服务业，行业从业者不仅要具备一定的通信技术和信息技术水平，对客户的运营方式、管理体制和所在细分行业的商业模式等也需具备一定的理解。同时，大型企业客户具有经营规模较大、业务发展较快的特点，对服务提供商的服务能力要求较高。

公司自设立以来，一直专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，具备深厚的行业积淀，能够满足大型企业客户对于数据安全、服务稳定、信息及时、合规运营等方面的需求。同时，公司能够在深刻理解大型企业客户的业务需求基础上，为其提供定制化的综合服务，并且持续跟踪其业务发展动向，针对其新的服务需求快速响应、高效执行。此外，公司具备为大型企业客户提供技术支持、运营服务、营销推广等一站式服务的能力。高效、定制化、一站式的综合服务能力，使得公司可以深度契合大型企业客户需求，是保证公司与电信运营商长期稳定合作关系的关键因素。

第三，公司拥有洞察力敏锐、执行力强的核心管理团队，为公司快速发展提供了保障。公司管理团队具有丰富的业务运营、客户拓展、战略规划、团队管理等方面经验，主要负责人具备丰富的互联网行业工作经历和深刻的行业认识：公司董事长及总经理李征先生拥有二十余年的互联网及通讯行业经验，曾担任多家美国纳斯达克上市公司核心管理人员，包括空中网、千橡寰宇（人人网）、华友世纪等；董事及副总经理陈坤女士在互联网营销领域拥有近二十年的行业经验，曾任职于白马广告、新浪无线等互联网企业。公司核心管理团队多年积累的行业经验和产业资源使公司能快速捕捉市场机遇、应对市场变化，在激烈的行业竞争中保持较高的运营效率，为电信运营商的业务开展创造更多价值。

②中国移动对供应商的引入和考核机制严格，公司与中国移动的深入合作具备业务壁垒

中国移动在增值电信业务领域对业务合作伙伴执行严格的引入和考核机制，

主要包括以下几方面：

A.中国移动对合作伙伴准入及新增业务考核标准高

在业务标准上，成为中国移动的合作伙伴需要满足诸多条件，其中包括具备相关业务资质、在无线数据业务和信息服务方面的技术开发能力、良好的资金实力和经营情况、完备的信息安全保障制度等各方面要求；在执行程序上，中国移动对合作方及新增业务的引入需经过启动、评估、决策、签约四个环节，中国移动会对合作方的业务执行能力、经营合规情况等方面进行实质性审核，并经过初审、量化评估评审、层级领导决策、结果公示后，才可引入新的合作伙伴。

B.合作伙伴需满足中国移动的持续考核后方可进行协议续签

中国移动与合作方签订的合作协议有效期为一年，在合作协议到期前三个月，中国移动对合作伙伴进行协议续签考核评估，评估内容包括业务资质、经营合规、服务规模等多项标准。

C.中国移动对合作伙伴进行日常业务考核

中国移动通过对合作方建立信用积分管理制度，对合作方违约行为、服务质量和履约质量等方面进行考核，信用积分每月进行统计、发布，并对信用积分不合格的合作方将采取暂停新增业务、暂停结算、暂停服务、所有业务下线等业务限制措施，性质严重者将终止合作。

中国移动通过对合作方执行分层分级管理制度，对合作方的业务运营情况进行考核，根据指定的业务运营指标的情况进行统计分析并排序分类，每季度根据考核结果进行分层分级，并将相关结果予以公示。评级更高的合作方能够获得中国移动更多的业务资源支持，有资格申请数量更多、资费更高的业务。

D.中国移动内部控制制度完善，执行管理严格

中国移动作为大型上市公司，自身建立了完善的内部控制制度，以确保各项业务的正常开展。针对合作伙伴引入流程中的量化评估评审环节，中国移动需在其纪检组（监察室）的监督下从移动增值业务专家库中以随机抽取的方式选择相关部门专家，并与基地等相关部门业务人员组成评审组，对新增合作方及新增业务进行评审。此外，中国移动每年执行多次集团内部的业务审计，由集团总部审计人员对内部各公司业务执行情况进行审查，其中包括对合作伙伴引入和考核情况的合规性审查。

综上，中国移动对增值电信业务合作伙伴执行严格的引入和考核机制，业务合作门槛较高。公司作为中国移动长期合作伙伴，具备一定的业务壁垒。

③公司与中国移动江苏基地合作长期稳定，已成为中国移动江苏基地的重要战略合作伙伴

公司与中国移动的合作年限较长，双方合作经过了以下几个发展历程：

合作初期：2010 年以前，发行人子公司风笛指媒已通过新浪及其子公司间接向中国移动提供服务，2011 年挖金客成立后也逐步通过与中国移动合作伙伴合作积累增值电信服务经验。在此阶段，公司及其子公司成立期限较短、业务规模有限、技术水平尚待提高，公司及其子公司尚未获取直接向中国移动提供服务的业务资质，主要通过与中国移动合作伙伴合作的方式间接向中国移动提供服务，以积累相关业务经验。

建立直接合作关系：随着国内移动互联网的快速发展，中国移动加大了增值服务业务的投入，并于 2013 年建立中国移动江苏基地对全国业务进行供应商资质管理和产品服务审核。风笛指媒率先于 2014 年获取直接向中国移动江苏基地提供服务的业务资质，挖金客及其他子公司也于 2015 年相继成功成为中国移动江苏基地的合作伙伴。

合作不断深入：随着公司直接向中国移动江苏基地提供服务的开展，公司不断积累业务经验、打磨服务质量，在符合各项业务标准和管理规范的前提下，通过提高技术水平、拓展推广渠道、优化运营方式等形成良好的综合服务能力，实现了对中国移动江苏基地的服务规模逐步提升，并获得了中国移动江苏基地的充分认可。在对合作伙伴的评级考核中，中国移动江苏基地根据合作方提供服务相关的收入规模、用户数、投诉率等数据进行评估，其中前 2%的合作方被评为 A 级合作方[1]。报告期内，公司始终保持优秀合作方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方，成为中国移动江苏基地的重要战略合作伙伴，公司与中国移动江苏基地合作进一步深入。

随着公司与中国移动的合作不断深入，公司向中国移动的销售规模逐步增长。自公司 2014 年与中国移动建立直接合作关系以来，公司各年直接及通过合作伙

[1]根据中国移动江苏基地《合作方管理办法》，“按照一定的评估分级方法，将合作方分为 A 级合作方:B 级合作方:C 级合作方:普通合作方＝2%:4%:6%:88%”。其中 A 级、B 级、C 级合作方均为优秀合作方。

伴间接向中国移动提供服务实现销售金额及占公司当年营业收入比例如下：

单位：万元

销售方式	2020 年		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接销售	**19,196.76**	**37.55%**	16,280.60	63.00%	18,242.21	86.81%	16,130.90	76.81%
间接销售	**-**	**-**	-	-	-	-	-	-
合计	**19,196.76**	**37.55%**	**16,280.60**	**63.00%**	**18,242.21**	**86.81%**	**16,130.90**	**76.81%**
销售方式	**2016 年**				**2015 年**		**2014 年**	
	金额		**比例**		**金额**	**比例**	**金额**	**比例**
直接销售	10,886.57		77.67%		3,195.33	31.87%	773.02	12.67%
间接销售	346.54		2.47%		1,991.49	19.86%	3,727.28	61.08%
合计	**11,233.11**		**80.14%**		**5,186.82**	**51.74%**	**4,500.30**	**73.75%**

在上述获取业务合作资质、服务规模逐步扩大乃至成为中国移动江苏基地 A 级合作方的合作发展历程中，公司各项业务经营与发展始终遵循中国移动相关业务规范、接受中国移动相关评审和考核，中国移动对于合作伙伴的引入和考核结果均会及时在业务平台进行公示。公司与中国移动不存在关联关系，双方业务合作发展均建立在公司良好的服务质量和不断增长的服务规模基础上。

在电信运营商与公司等增值电信服务商的合作过程中，双方需经历较长的系统磨合期，包括系统对接、程序响应、日常系统升级管理、后台数据校验等一系列技术深度耦合。因此，出于对业务及系统的稳定性考虑，电信运营商通常会和增值电信服务商保持较为稳定的合作关系。增值电信服务商与电信运营商的合作期限越长，双方合作的稳固程度就越高。公司与中国移动长期稳定的合作关系是公司增值电信服务业务持续发展的坚实基础。

④公司与中国移动江苏基地各类协议的核心条款均未发生变化，双方合作十分稳定

自 2014 年与中国移动江苏基地建立合作关系以来，公司各年均能够顺利通过中国移动江苏基地的考评，满足续签协议的各项要求，并且历年来公司与中国移动江苏基地所签署的各类协议的核心条款均未发生变化，从未出现过被中国移动江苏基地处罚或者停止业务合作的情形，公司与中国移动江苏基地的合作十分稳定。

（2）增值电信服务领域普遍存在对电信运营商的业务依赖

根据同行业主要公司的公开信息，增值电信服务领域内主要公司对单一运营

商客户的销售比例情况如下：

公司名称	运营商客户	对单一运营商客户的销售比例			
沃驰科技	中国电信	期间	2018 年 1-9 月	2017 年	2016 年
		比例	35.48%	43.01%	41.02%
联动优势	中国移动	期间	2015 年	2014 年	2013 年
		比例	38.53%	58.82%	76.75%
平治信息	中国电信	期间	2015 年	2014 年	2013 年
		比例	35.27%	47.43%	52.71%
彩讯股份	中国移动	期间	2017 年	2016 年	2015 年
		比例	72.54%	73.94%	91.78%
北纬科技	中国移动	期间	2006 年	2005 年	2004 年
		比例	45.81%	65.86%	73.90%

注：上述数据来源为各公司招股说明书或相关的重组报告书，因此数据期间不同。

电信运营商凭借其基础网络、用户资源、收费系统等优势，在增值电信行业产业链中占据主导地位，增值电信服务商的经营对电信运营商普遍存在一定程度的依赖。增值电信服务商一般都要经历先与单一运营商客户建立稳定合作关系、逐步发展业务规模、拓展其他客户与服务、最终降低对单一运营商销售比例的发展过程。公司目前阶段对中国移动的销售占比较高存在业务合理性，符合同行业公司的普遍业务发展规律。

（3）中国移动的业务经营不存在重大不确定性

中国移动是国内最大的移动通信服务供应商，拥有全球最大的移动通信用户基础。中国移动作为大型上市公司和目前国内最大的基础电信运营商，其未来持续发展和业务经营不存在重大不确定性。公司选择中国移动作为重要的长期合作伙伴，具备良好的业务发展前景。

（4）公司与中国移动的业务合作更加多元化，此外双方合作未发生其他重大变化

报告期内，公司与中国移动的合作内容更加多元化，在保持增值电信服务发展稳定的情况下，2019 年就移动信息化服务展开合作。双方各项业务的合作情况如下：

①增值电信服务方面

报告期内，公司增值电信服务的主要客户为中国移动江苏基地，公司自 2014 年与其建立合作关系以来，双方合作十分紧密。在中国移动江苏基地对合作方实

施的评级考核中，仅 2%的合作方被评为 A 级合作方，自 2018 年三季度以来，公司是唯一一个连续每个季度均被评为 A 级的合作方。根据对中国移动江苏基地业务相关负责人的访谈，发行人对中国移动江苏基地话费结算业务、信息交互类业务两类业务合计的销售规模在江苏基地这两类业务采购中排名在前 10 名以内。此外，2020 年双方在保持原有业务合作的同时，就语音助手此项新业务展开合作。公司与中国移动合作良好稳定，未发生重大变化。

②移动信息化服务方面

2019 年公司通过收购久佳信通，与卓望信息、中移铁通、中国移动河南有限公司、**中移在线服务有限公司**就移动信息化业务展开合作。卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营，公司向其提供移动信息化方面的综合性解决方案、运营及短信发送服务。公司在移动信息化领域具有较强的竞争力，双方合作稳定，可持续性强，业务发展良好，主要合同均已续签。

（5）公司拓展新客户、发展新业务情况

在过去的业务发展及当前的业务开拓中，公司始终坚持“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，不盲目进行快速业务拓展。稳扎稳打的客户开拓策略使得公司逐步获得了各行业大型企业的认可。目前，随着与中国移动合作的日益稳定，公司将研发、运营等方面的业务资源向其他业务线进行适当倾斜。报告期内，公司移动信息化服务规模提升显著，公司已与腾讯云、国家电网、携程、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了稳定合作关系；同时，在移动营销领域，公司也在不断优化调整业务模式，公司已与车云网、电动邦、新华社公众号等媒体平台建立合作，进一步扩大了移动营销服务的业务规模。公司移动信息化和移动营销服务业务的发展，为公司优化客户结构、降低客户依赖风险奠定了基础。

（6）分析结论

综上所述，公司增值电信服务的下游客户为电信运营商，由于电信行业分布集中导致公司对单一客户销售金额较大，与同行业公司情况可比，符合行业特性；公司与中国移动合作年限较长，双方交易定价公允，合作长期稳定；中国移动对增值电信业务合作伙伴执行严格的引入和考核机制，公司采用公开、公平的方式

与中国移动建立合作关系，双方合作具备稳定性和可持续性；公司与中国移动不存在关联关系，双方业务合作发展均建立在公司良好的服务质量和不断增长的服务规模基础上。因此，虽然公司对中国移动销售占比较高，但不会对公司持续经营能力构成重大不利影响，

4、保荐机构核查结论

经核查，保荐机构认为，发行人对中国移动的销售金额较高是由于下游客户电信行业分布集中导致，与同行业公司情况可比，符合行业特性；公司与中国移动的合作具有一定的历史基础，相关交易定价公允，发行人采取公开、公平的方式与中国移动建立合作关系，发行人具备独立面向市场获取业务的能力，双方合作具备稳定性和可持续性；发行人与中国移动不存在关联关系；发行人对中国移动销售占比较高不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

（五）公司客户和供应商重合情况

报告期内,公司存在客户和供应商重合（以下简称“重合客户及供应商”）的情形，公司向重合客户及供应商的销售或采购情况如下：

单位：万元

交易类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占营业收入/采购总额比例	金额	占营业收入/采购总额比例	金额	占营业收入/采购总额比例
销售	**20,504.73**	**40.11%**	**17,347.84**	**67.13%**	**18,955.74**	**89.68%**
采购	**5,123.32**	**13.05%**	**2,814.89**	**16.71%**	906.88	7.05%

报告期内，公司共存在**7 家**重合客户及供应商的情形，其具体情况如下：

1、中国移动

报告期内，公司与中国移动内部各公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	客户/供应商	交易内容	交易金额		
			2020 年	2019 年	2018 年
中国移动通信集团江苏有限公司	客户	向对方提供增值电信服务	**11,635.33**	13,028.58	18,237.46
卓望信息技术（北京）有限公司	客户	向对方提供移动信息化服务	**5,814.70**	3,054.02	-
卓望信息网络（深	客户	向对方提供移动信息	**882.14**	134.87	-

交易对方	客户/供应商	交易内容	交易金额		
			2020 年	2019 年	2018 年
圳）有限公司		化服务			
中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	客户	向对方提供移动信息化服务	**363.92**	15.01	-
中移铁通有限公司徐州分公司	**客户**	**向对方提供移动信息化服务**	**312.82**	-	-
中移在线服务有限公司河南分公司	**客户**	**向对方提供移动信息化服务**	**187.85**	-	-
中移铁通有限公司新乡分公司	客户	向对方提供移动信息化服务	-	48.12	-
咪咕数字传媒有限公司	客户	向对方提供增值电信服务	-	-	4.44
咪咕动漫有限公司	客户	向对方提供增值电信服务	-	-	0.31
销售合计			**19,196.76**	**16,280.60**	**18,242.21**
中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	供应商	采购短信	**1,618.83**	2,137.43	-
中国移动通信集团上海有限公司	供应商	采购短信	**1,092.07**	2.44	-
采购合计			**2,710.90**	**2,139.87**	**-**

公司对中国移动内部各公司提供的服务主要为增值电信服务和移动信息化服务：公司向中国移动江苏基地、咪咕数字传媒有限公司、咪咕动漫有限公司提供增值电信服务，协助上述客户提高增值电信业务的运营效率和转化率；向卓望信息技术（北京）有限公司、卓望信息网络（深圳）有限公司、中移铁通有限公司新乡分公司、中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、**中移铁通有限公司徐州分公司、中移在线服务有限公司河南分公司**提供移动信息化服务，卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营，公司向其提供移动信息化方面的综合性解决方案、运营及短信发送服务；公司为中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司、中移铁通有限公司新乡分公司、**中移铁通有限公司徐州分公司、中移在线服务有限公司河南分公司**提供移动信息化业务的业务推广与资源对接。

同时，由于中国移动各地分公司拥有丰富的短信资源，公司存在向中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司和中国移动通信集团上海有限公司直接采购

短信用于开展移动信息化服务的情形。

综上，报告期内，公司存在向中国移动集团内部不同主体进行采购和销售的行为，采购的短信用于开展移动信息化服务，销售是提供增值电信服务和移动信息化服务，双方交易具有业务合理性。

2、百度

报告期内，公司与百度各公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	客户/供应商	交易内容	交易金额		
			2020 年	2019 年	2018 年
北京百度网讯科技有限公司	客户	提供移动信息化服务	1,155.86	-	-
	供应商	采购短信	68.93	-	-
百度时代网络技术（北京）有限公司	客户	为其媒体平台提供引入流量服务	4.07	942.52	370.72

报告期内，公司向百度时代网络技术（北京）有限公司提供流量引入服务，协助媒体平台提高广告资源转化率。

公司和北京百度网讯科技有限公司均从事移动信息化服务业务。由于双方各自渠道的比较优势有所不同，如在不同地区的短信采购成本、通道宽度、通道可靠性和反应速率不同,为合理分配资源，达到资源的最优配置，移动信息化业务服务商会动态评估各自渠道优劣势，并自其他方采购自己具有比较劣势的渠道资源。报告期内双方相互采购的交易具有业务合理性。

3、新华新媒文化传播有限公司

报告期内，公司与新华新媒文化传播有限公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	交易内容	交易金额		
		2020 年	2019 年	2018 年
新华新媒文化传播有限公司	为对方提供新华社客户端推广服务	-	-	169.81
	采购新华社公众号广告资源	228.08	637.86	906.88

新华新媒文化传播有限公司（以下简称“新华新媒”）是新华社直属单位，主要负责新华社新媒体产品的组织策划生产，统筹协调全社新媒体业务的资源整合、市场运作、品牌经营等工作。报告期内，公司自新华新媒采购新华社公众号广告资源并进行营销。同时，公司于 2018 年向新华新媒提供新华社移动客户端

推广服务，协助其提高新华社移动客户端的曝光量和品牌影响力。互联网媒体运营公司通常具备两个需求，一是变现需求，即通过出售广告资源实现销售；二是推广需求，即通过市场推广来保证用户规模和市场影响力。因而，与互联网媒体运营企业合作时，通常会出现客户和供应商角色的转换。公司与新华新媒的合作符合行业特征，双方交易具有业务合理性。

4、中国联通

报告期内，公司与中国联通内部各公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	客户/供应商	交易内容	交易金额		
			2020 年	2019 年	2018 年
联通沃音乐文化有限公司	客户	为对方提供移动营销服务	43.97	-	-
联通信息导航有限公司	客户	为对方提供增值电信服务	-	-	21.78
销售合计			43.97	-	21.78
中国联合网络通信有限公司青岛市分公司	供应商	采购短信	298.24	16.11	-
中国联合网络通信有限公司南昌市分公司	供应商	采购短信	8.17	-	-
中国联合网络通信有限公司湖北省江汉分公司	供应商	采购短信	7.80	2.14	-
采购合计			314.21	18.25	-

公司对中国联通内部各公司提供的服务主要为增值电信服务和移动营销服务：公司向联通信息导航有限公司提供增值电信业务推广服务；向联通沃音乐文化有限公司提供移动营销服务。报告期内，上述服务规模较小。

同时，由于中国联通各地分公司拥有丰富的短信资源，公司存在向中国联合网络通信有限公司青岛市分公司、中国联合网络通信有限公司南昌市分公司和中国联合网络通信有限公司湖北省江汉分公司直接采购短信用于开展移动信息化服务的情形。

综上，公司与中国联通的合作符合行业特征，双方交易具有业务合理性。

5、中国电信

报告期内，公司与中国电信内部各公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	客户/供应商	交易内容	交易金额		
			2020 年	2019 年	2018 年
中国电信股份有限公司吉林分公司	客户	为对方提供移动信息化服务	104.06	38.21	-
中国电信股份有限公司增值业务运营中心	客户	为对方提供增值电信服务	-	-	41.66
销售合计			104.06	38.21	41.66
中国电信股份有限公司北京分公司	供应商	采购短信	705.76	10.27	-
中国电信股份有限公司苏州分公司	供应商	采购短信	40.78	-	-
中国电信股份有限公司南京分公司	供应商	采购短信	19.57	-	-
中国电信股份有限公司常熟分公司	供应商	采购短信	9.74	-	-
广西壮族自治区公众信息产业有限公司	供应商	采购短信	626.65	-	-
采购合计			1,402.49	10.27	-

公司对中国电信内部各公司提供的服务主要为增值电信服务和移动信息化服务：公司向中国电信股份有限公司增值业务运营中心提供增值电信业务推广服务；向中国电信股份有限公司吉林分公司提供移动信息化业务的业务推广与资源对接服务。

同时，由于中国电信各分公司拥有丰富的短信资源，公司存在向中国电信股份有限公司北京分公司、中国电信股份有限公司苏州分公司、中国电信股份有限公司南京分公司、中国电信股份有限公司常熟分公司和广西壮族自治区公众信息产业有限公司直接采购短信用于开展移动信息化服务的情形。

综上，公司与中国电信的合作符合行业特征，双方交易具有业务合理性。

6、安徽华晟聚信科技有限公司和高陌（北京）科技有限公司

报告期内，公司与安徽华晟聚信科技有限公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	交易内容	2020 年	2019 年	2018 年
安徽华晟聚信科技有限公司	采购短信	276.07	8.64	-
	销售短信	-	2.55	-

报告期内，公司与高陌（北京）科技有限公司的交易情况如下：

单位：万元

交易对方	交易内容	2020 年	2019 年	2018 年
高陌（北京）科技有限公司	采购短信	122.64	-	-
	销售短信	-	83.96	-

公司、安徽华晟聚信科技有限公司和高陌（北京）科技有限公司均掌握部分短信渠道资源，但各自渠道的比较优势有所不同，如在不同地区的短信采购成本、通道宽度、通道可靠性和反应速率不同,同时由于各地运营商政策不定时调整，各渠道供应商的优势也随之发生变化。因此，为合理分配资源，达到资源的最优配置，短信渠道供应商会动态评估各自渠道优劣势，并自其他方采购自己具有比较劣势的渠道资源。由于本行业中供应商所提供的渠道资源差异化较大，这种互相采购优势资源的模式符合行业特征。

综上所述，公司与重合客户及供应商发生交易系正常商业行为，采购和销售的产品类型或服务性质存在差异性，交易背景真实，具有业务合理性。

（六）公司客户和竞争对手重合情况

公司移动信息化业务中存在客户和竞争对手重合（以下简称“重合客户及竞争对手”）的情况。2019 年至**2020 年**，公司向重合客户及竞争对手的销售金额为 395.06 万元和**5,030.42 万元**，占各期营业收入的 1.53%和**9.84%**，整体占比较小。2019 年 10 月，公司完成了对久佳信通的收购，久佳信通自成立以来便专注于移动信息化服务领域，积累了覆盖三网、辐射全国的短信通道资源，因而存在竞争对手为降低短信采购成本，向久佳信通采购短信的情形。公司向竞争对手销售短信的交易真实，双方交易金额占当期营业收入比例较小，对公司销售情况影响较小。

（七）公司移动信息化服务收入增长具备可持续性

1、移动信息化服务市场规模持续上升

2010 年以来，我国企业短信业务总量总体呈现上升趋势，除 2014 年因垃圾短信整治活动出现下滑外，其他年份均实现同比增长，2017 年企业短信的业务总量为 5,322 亿条，较 2016 年增长 11.57%。同时，在移动信息业务的拉动下，2018 年我国移动短信业务总量止跌转升，同比增长 14%；2019 年**和 2020 年**，我国移动短信业务总量同比增长 37.50%**和 18.10%**，增速进一步加快。未来，移动

信息业务将在企业的交易开展和客户服务业务中扮演越来越重要的角色，加之其与新经济业态的不断融合渗透，预计移动信息行业的市场规模将继续保持增长态势。

2、公司具有较强的竞争力

公司在移动信息化领域积累了丰富的运营经验和渠道资源，具备满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力。目前，公司移动信息服务平台已实现毫秒级的实时信息处理速度和日均 1 亿条、日峰值 5 亿条的短信息处理能力，95%以上的送达率、毫秒级时延和 99.99%的高保障率，能够满足各类客户高时效、高保障性的业务需求，具备较强的竞争力。

3、公司与客户合作稳定

公司主要直接服务于各行业大型企业等直客客户，直客客户在正式开展业务前，需要经历系统搭建、通道对接、参数调试等前期准备工作，由于搭建的平台对公司自身的渠道在响应速度、传输效率、安全性、有效性、稳定性等方面具备优势，同时公司在后续平台维护和系统升级等方面持续为客户提供服务，直客客户会持续向公司采购短信，客户粘性较高。

前期准备工作主要为客户搭建对接其业务系统的短信服务平台，公司安排商务人员、技术人员和运维人员组成项目组，围绕客户的短信发送需求开展工作，具体工作流程如下：

（1）沟通需求：公司与客户建立合作关系后，安排项目组与客户沟通商业条款细节、技术环境和软硬件服务要求、日常业务管控要求等，明确客户需求，拟定个性化实施方案提交至客户。

（2）基础环境准备：环境专项组按照项目要求，对于系统基础运行环境进行前期部署，包括客户方的硬件设备部署、平台软件安装、第三方服务准备、测试环境网络互联互通等，为后续的应用在客户的硬件设备上做好环境基础部署。

（3）平台核心应用开发及部署：项目实施组根据客户需求编写短信服务平台主体程序，包括消息的分发、路由、日志、查询、WEB 管理、流量控制、消息缓冲、队列处理等核心应用实现，确定平台应用部署版本，并基于完备的基础环境，配置平台应用参数。

（4）平台对接准备：对接专项组根据客户提供的业务系统接口，设置平台

业务接入层，为客户业务系统提供以 CMPP、HTTPS 等方式接入的能力，同时根据公司拥有的短信通道资源，设置网关接入层，负责连接短信网关，实现短信发送与接收。

（5）测试运行与验收：根据客户提供的业务测试数据，通过短信服务平台开展全流程业务测试、典型场景选择、试发送验证等过程，客户验收通过后，安排平台全面上线，开展短信发送服务。

（6）开展服务：根据客户要求全面开展短信发送服务，同时启动 24 小时服务应急响应机制，确保按客户要求完成约定服务项目和内容，保证服务质量。同时，根据客户后续的需求和反馈问题，对平台做系统维护和定期升级。

以公司与国家电网的合作为例，公司自 2017 年 12 月到 2018 年 5 月历时近半年，为国家电网开发了“106 短信平台系统”，具体过程如下：

序号	流程节点	时间	节点内容
1	沟通需求	2017 年 12 月	1、公司成立项目组，与国家电网公司客户服务中心就商务条款、技术方案、短信通道资源、客服保障等进行专项沟通，进行需求分析； 2、提交了短信服务建设方案、技术方案、部署方案等资料并多次进行专题汇报，获得国家电网公司客户服务中心内部评审专家认可。
2	基础环境准备	2017 年 12 月 至 2018 年 1 月	1、部署应用服务器 DXPT-1、数据库服务器、数据队列服务器等环境硬件； 2、安装 CentOS6.8 操作系统，作为 106 短信平台操作系统软件环境； 3、安装调试 redis、jdk、tomcat、MySQL 等三方软件服务； 4、对国网客服中心测试环境开放 8000,9010,9020 端口、对 106 短信通道开放 9000 端口，设置网络互联互通。
3	平台核心应用部署	2018 年 1 月 至 2018 年 3 月	部署短信平台应用版本确定、参数配置、业务数据准备等应用落地，初步完成需求阶段各具体方案的落实。
4	平台对接准备	2018 年 3 月 至 2018 年 4 月	1、根据国家电网提供的业务系统接口，设置平台业务接入层，提供以 CMPP、HTTPS 等方式接入的能力； 2、根据公司拥有的短信通道资源，设置网关接入层，负责连接网关，实现短信发送与接收。

序号	流程节点	时间	节点内容
5	测试运行	2018 年 5 月	将定制化系统提交测试申请，通过国家电网公司客户服务中心环境专项组、网络专项组、数据专项组、测试专项组等的综合测评，系统达到可正式上线运行状态。
6	开展服务	2018 年 6 月	1、为国家电网公司客户服务中心项目提供 106 短信服务、国家电网重点项目“网上国网”提供短信平台服务，提供平台系统 24 小时响应服务，并派驻技术专员驻现场提供维护、问题解决等支持性服务； 2、按照项目中长期规划，配合国家电网公司客户服务中心统一规划，不断扩展短信服务项目各省份对应的短信接入落地实施。

目前，公司与主要客户合作稳定，合作规模持续增长，签署的合同均处于正常履行中，即将到期的合同已完成续签。

4、下游客户市场需求逐步释放

报告期内，经过公司长期的需求沟通、方案设计、系统搭建等客户培育工作，公司与腾讯云、国家电网等主要客户的合作关系逐步深入，上述客户的采购需求均显著增长。公司与主要客户已建立较为深入的合作关系，可更为直接地获取下游客户的商业机会，预期公司现有下游客户的业务需求未来将随着双方合作的深入得到进一步的释放。

综上，公司移动信息化服务收入规模增长具备可持续性。

（八）移动信息化服务短信销售数量和采购数量情况

1、报告期各期短信销售数量和采购数量及匹配性

公司销售短信数量为发行人业务系统平台发送完成的短信数量，即客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量。

公司采购短信数量为公司接收到电信运营商/第三方供应商反馈的成功发送至终端接收用户的短信数量。

销售短信数量=采购短信数量+短信发送失败数量。

报告期内，公司移动信息化服务中采购短信数量、销售短信数量和短信发送失败数量情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售数量（万条）	**1,350,293.58**	365,343.09	18,361.16

项目	2020 年	2019 年	2018 年
采购数量（万条）	**1,282,968.78**	308,835.69	17,983.18
短信发送失败数量（万条）	**67,324.80**	56,507.40	377.98
短信发送失败比例	**4.99%**	15.47%	2.06%

注：短信发送失败比例=短信发送失败数量/销售数量。

销售数量和采购数量的差异是由短信发送失败导致的。报告期内，公司短信发送失败比例分别为 2.06%、15.47%和 **4.99%**，仅 2019 年比例较高。

2、报告期各期公司短信发送失败的比例及与同行业可比公司的差异情况

报告期各期公司短信发送失败的比例及与同行业可比公司的情况如下：

项目	报告期平均情况	2020 年	2019 年	2018 年
公司	**7.51%**	**4.99%**	15.47%	2.06%
线上线下	**9.19%**		8.05%	10.33%

报告期内，公司整体短信发送失败的比例为 **7.51%，略低于**同行业可比公司线上线下的 **9.19%**，整体差异不大。除 2019 年由于收购久佳信通导致短信发送失败比例较高以外，其他期间公司的短信发送失败比例始终保持在 10%以内的合理水平内。

3、短信销售数量和采购数量产生差异（短信发送失败）的主要原因

发行人提交至运营商网关的短信，存在不能成功发送至终端用户的情形，主要由以下几类原因导致：

（1）由于客户原因产生的差异

①客户提供的号码质量问题：客户提交的手机号为空号或该手机用户发生通信信号异常、欠费、未开通国际漫游、关机等情况导致短信发送失败；

②客户提供的短信内容问题：客户提交的短信内容字节超过规定、短信内容涉及非法字符等导致发送失败。

（2）由于系统运行产生的差异

由于运营商系统平台网关超限、内部错误、网络数据丢包等原因导致的发送失败。

（3）由于系统审核产生的差异

①客户提交的内容触发运营商业务系统对关键敏感词等的检索和拦截；

②客户短时间内多次向同一终端用户发送短消息导致信息拦截；

③客户提交的手机号在禁发黑名单中，或提交的手机号已开启免打扰设置，

导致无法通过运营商系统的审核。

4、公司报告期各期短信发送失败比例波动的原因

报告期内，公司短信发送失败的比例分别为 2.06%、15.47%和 **4.99%**。

2018 年短信发送失败比例较低，主要是由于公司当年对移动信息化服务业务进行调整，业务规模有所收缩，客户结构较为简单，均为行业大型客户且其发送的短信请求内容较为规范，受系统的拦截率较低。

（1）2019 年短信发送失败比例较高的原因

①主要由久佳信通短信发送失败比例较高导致

报告期内，发行人合并范围内仅挖金客和久佳信通提供移动信息化服务。报告期内不同经营主体的短信发送失败比例情况如下：

主体	2020 年	2019 年/ 2019 年 11-12 月	2018 年
挖金客	**2.06%**	7.81%	2.06%
久佳信通	**5.89%**	20.33%	-
发行人整体	**4.99%**	15.47%	2.06%

注：鉴于久佳信通从 2019 年 11 月开始纳入发行人合并范围，因此其 2019 年的数据为其 2019 年 11 月-12 月的短信销售数量和短信发送失败比例。

报告期内，挖金客的短信发送失败比例较为稳定。2019 年（11 月-12 月）久佳信通的短信发送失败比例达 20.33%，是导致 2019 年发行人整体短信发送失败比例较高的主要原因。

②久佳信通 2019 年 11 月-12 月短信发送失败比例较高的原因

发行人将久佳信通 2019 年 11 月-12 月纳入合并范围。久佳信通的主要客户包括卓望信息、酷狗、网易、小米等。互联网及电商类客户年底的促销活动日益激烈，上述主要客户集中于年底进行促销。该类型客户无效会员量较多，提供的号码质量较低，同时短信瞬时发送数量过大造成运营商网关处理超时，营销内容易触发运营商拦截，因此因号码质量问题、发送超频、运营商拦截导致的短信发送失败比例提高。久佳信通客户知晓短信发送失败的情况，客户与久佳信通在结算基础、结算依据、对账金额未发生过异议或纠纷情形。2019 年 11 月-12 月，久佳信通与前五大客户的具体销售情况如下：

序号	客户名称	短信类型	收入金额（万元）	占久佳信通当期收入比例	失败发送比例	失败发送主要原因

1	卓望信息	验证通知类	906.92	16.99%	21.96%	失败主要原因是号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）等
		行业营销类	2,281.97	42.74%		
	小计		**3,188.89**	**59.73%**		
2	小米科技有限责任公司	验证通知类	111.53	2.09%	7.38%	互联网类客户，失败主要原因是号码质量问题等
		行业营销类	136.31	2.55%		
	小计		**247.84**	**4.64%**		
3	广州酷狗计算机科技有限公司	验证通知类	118.70	2.22%	32.06%	音乐、直播类客户，失败主要原因是空号、停机等
		行业营销类	79.13	1.48%		
	小计		**197.83**	**3.70%**		
4	网易(杭州)网络有限公司	验证通知类	63.23	1.18%	28.79%	电商类客户、游戏类客户，失败原因主要为空号、停机等
		行业营销类	94.85	1.78%		
	小计		**158.08**	**2.96%**		
5	杭州数云信息技术有限公司	验证通知类	51.78	0.97%	25.93%	电商类客户，失败原因主要为空号、停机、运营商拦截、发送超频等
		行业营销类	77.66	1.45%		
	小计		**129.44**	**2.42%**		
合计		**验证通知类**	**1,252.16**	**23.45%**	**22.14%**	
		行业营销类	**2,669.92**	**50.00%**		
		小计	**3,922.08**	**73.45%**		

如上表所示，2019 年 11 月-12 月久佳信通对第一大客户卓望信息销售金额为 3,188.89 万元，占当期其销售总额的 59.73%。

以卓望信息为例，卓望信息的短信发送失败比例为 21.96%。根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，2019 年 11 月-12 月卓望信息短信发送失败数据中，有 91.59%均是由号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）导致。由于 11 月、12 月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。营销类短信涉及的手机号真实性较低，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息作为中国移动全资子公司，充分理解短信发送失败的情形及原因。卓望信息认可 2019 年 11 月-12 月由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，与久佳信通对账结算无异议。经对无效终端用户接收号码进行更新与完善，卓望信息**2020 年**的短信发送失败比例已降至**7.23%**。

（2）卓望信息短信发送失败情况

①发行人收购前与卓望信息的合作情况

2019 年久佳信通向卓望信息的销售金额、销售数量及失败率情况如下：

	发行人收购前	**发行人收购后**

期间	7月	8月	9月	10月	11月	12月
销售金额（万元）	226.00	709.36	901.58	985.34	1,380.23	1,808.66
销售数量（万条）	9,981.50	31,330.23	39,432.24	43,287.53	54,194.95	75,886.04
发送失败比例	9.39%	12.25%	13.04%	13.93%	19.78%	23.51%

注：短信发送失败比例=短信发送失败数量/销售数量

发行人与卓望信息开展移动信息化业务，此项业务为卓望信息针对其新增业务领域开展移动信息化业务，因而短信内容尚未模板化且提供的终端接收者信息有效性较低。随着发送短信请求规模的爆发式增长，终端接收者信息有效性问题更为显著。

②发行人收购后与卓望信息的合作情况

卓望信息是久佳信通客户，鉴于久佳信通从 2019 年 11 月开始纳入发行人合并范围，因此卓望信息 2019 年 11 月-12 月的短信发送失败情况对发行人产生影响。

根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，2019 年 11 月-12 月卓望信息短信发送失败数据中，有 91.59%均是由号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）导致。由于 11 月、12 月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。营销类短信涉及的手机号真实性较低，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息作为中国移动全资子公司，充分理解短信发送失败的情形及原因。卓望信息认可 2019 年 11 月-12 月由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，与久佳信通对账结算无异议。经对无效终端用户接收号码进行更新与完善，卓望信息**2020 年**的短信发送失败比例已降至**7.23%**。**2020 年**，发行人的短信发送失败比例下降至**4.99%**。

（3）发行人与卓望信息的合作情况

①卓望信息向发行人采购移动信息化服务的合理性

卓望信息隶属卓望集团，卓望集团隶属中国移动（香港）上市公司，为外商独资企业。根据《外商投资电信企业管理规定》，外资持股比例超过 50%不得从事基础电信业务和增值电信业务。因此，卓望信息不直接掌握短信资源，亦无法取得《中华人民共和国电信网码号资源使用证书》，不能直接从事基于短消息的

移动信息化服务。发行人专业从事移动信息化服务，可为卓望信息提供覆盖移动、联通、电信三网的短信通道及三网合一的短信码号资源。

卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营。移动信息化业务非卓望信息主营业务，因此需发行人为其提供移动信息化综合性解决方案、运营及短信发送服务。

②发行人与卓望信息的结算情况

根据发行人与卓望信息的合同约定及确认文件，双方约定以“成功接收量”作为结算依据计算基准技术服务费用。“成功接收量”为卓望信息通过发行人系统提交至运营商的发送请求，运营商成功接收状态回执返回“网关接收”，并由发行人实时透传至卓望信息平台。

根据双方合同约定，基准技术服务费用中 95%作为月结款，5%作为考核扣款基数根据考核结果计算考核款，在考核结束后按月支付实际结算技术服务费用。

报告期内，发行人均通过卓望信息的服务考核，无扣款情形，双方对账结算无异议。

（4）2019 年移动信息化业务非前五大客户失败发送客户明细情况

①非前五大客户短信销售情况

2019 年，移动信息化业务非前五大客户的短信销售数量及短信发送失败比例及主要原因情况如下：

序号	客户名称	客户类别	收入（万元）	收入占比	销售数量（万条）	失败发送比例	失败发送主要原因
1	广州酷狗计算机科技有限公司	直客	197.83	2.24%	9,420.46	32.06%	音乐、直播类客户，失败主要原因是空号、停机等
2	网易(杭州)网络有限公司	直客	158.08	1.79%	7,527.81	28.79%	电商类客户、游戏类客户，失败原因主要为空号、停机等
3	杭州数云信息技术有限公司	直客	129.44	1.47%	6,337.71	25.93%	电商类客户，失败原因主要为空号、停机、运营商拦截、发送超频等
4	掌上通联（北京）科技有限公司	渠道	119.47	1.35%	5,896.39	13.96%	互联网客户，失败原因主要为空号、停机等
5	杭州南讯软件科技有限公司	直客	111.03	1.26%	5,560.45	30.22%	电商类客户，失败原因主要为空号、停机、发送超频等
6	北京口袋时尚科技有限公司	直客	99.13	1.12%	4,809.23	24.64%	电商类客户，失败原因主要为空号、停机、发送超频等
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	直客	99.39	1.13%	4,723.34	23.16%	信息发布、招聘类客户，失败原因主要为空号、停机、运营商拦截等

序号	客户名称	客户类别	收入（万元）	收入占比	销售数量（万条）	失败发送比例	失败发送主要原因
8	其他客户（80 余家客户，平均收入低于 10 万）	直客/渠道	775.88	8.78%	31,371.36	13.01%	互联网客户为主，主要原因为号码停机、空号等原因
合计			**1,690.25**	**19.13%**	**75,646.75**	**20.75%**	

注：上述收入披露口径为同一控制下企业合并披露。

由上表可知，2019 年非前五大客户发送失败的主要原因为号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）、发送超频、运营商拦截等。

发行人与上述客户均以“成功提交发送请求”的短信数量作为结算基础，报告期内发行人与上述客户合同约定的结算基础、定义及实际执行情况如下：

序号	客户名称	合同约定结算条款	合同约定结算条款说明	合同条款确认程序	实际执行情况	实际执行与合同约定是否一致	报告期内合作情况
1	广州酷狗计算机科技有限公司	短信提交成功且状态报告返回成功	“短信提交成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
2	网易(杭州)网络有限公司	短信下发后，按运营商返回的成功状态报告条数计费	“运营商返回成功状态报告”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
3	杭州数云信息技术有限公司	按发送成功收费	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
4	掌上通联（北京）科技有限公司	按发送成功计费	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
5	杭州南讯软件科技有限公司	按提交计费	发行人平台提交至运营商网关	合同明确、无须确认	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
6	北京口袋时尚科技有限公司	按成功回执数	“成功回执”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	按照发送成功的短信数量计数	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续

②非前五大客户失败率超过 20%的合理性

A.互联网及电商类客户的占比较高

2019 年非前五大客户主要为互联网及电商类客户，该类型客户无效会员量较多，故短信发送失败数据中，有 86.15%是由号码质量问题引起。

B.久佳信通移动信息化服务收入规模较大，发行人对其合并期间（11 月-12 月）恰逢促销季，行业营销类短信相对集中

发行人将久佳信通 2019 年 11 月-12 月纳入合并范围。由于 11 月、12 月的年底促销活动较多，在此期间发送的行业营销类短信相对集中，营销短信瞬间发送数量过大、营销内容易触发运营商拦截，导致在短信发送失败数据中，有 7.04%和 4.63%是由运营商拦截和发送超频引起。

③因内容违规或被用户拉近黑名单的占比

根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，因内容违规或被用户拉进黑名单被运营商网关拦截的占比为 6.82%。

5、短信发送失败对公司的成本不产生影响

公司与供应商的结算依据为经由供应商成功发送至终端接收用户的短信数量，结算范围不包括发送失败的短信，短信发送失败对公司的成本不产生影响。

（九）移动信息化服务中对直接客户和渠道客户的销售情况

1、报告期内直接客户和渠道客户的销售情况

报告期内直接客户和渠道客户的销售占比情况如下：

单位：万元

客户类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直接客户	**32,531.36**	**86.61%**	8,439.10	95.53%	459.70	100.00%
渠道客户	**5,030.42**	**13.39%**	395.06	4.47%	-	-
合计	**37,561.77**	**100.00%**	**8,834.16**	**100.00%**	**459.70**	**100.00%**

报告期内发行人向直接客户提供服务的比例均在**85%**以上，直接客户是发行人移动信息化服务的主要客户类型。

报告期内直接客户和渠道客户的毛利率情况如下：

客户类型	报告期
直接客户	**15.82%-21.54%**

渠道客户	**12.24%-20.05%**

报告期内发行人向直接客户提供服务的比例均在**85%**以上，直接客户是发行人移动信息化服务的主要客户类型。**2018 年**至 2019 年发行人直接客户与渠道客户的毛利率均较为平稳，不存在重大差异。**2020 年**由于运营商涨价，且发行人向客户的价格传导具有滞后性，导致发行人直接客户与渠道客户的毛利率均有所下滑。**2020 年**，由于发行人向渠道客户销售占比仅为**13.39%**，假设发行人渠道客户的毛利率与直接客户一致，**2020 年**的毛利影响金额仅为**190.00 万元**，对业绩影响较小。截至**2020 年 12 月 31 日发行人已完成对**主要直接客户及**渠道客户的**价格调整工作，**由于发行人主要先针对直接客户开展调价工作，下半年才逐步完成对渠道客户的调价工作，**因此 2020 年直接客户的毛利率高于渠道客户的毛利率。

2、移动信息化业务前十大客户销售情况

报告期各期移动信息化业务前十大客户的毛利率情况如下：

2020 年					
序号	**客户名称**	**客户类别**	**收入（万元）**	**收入占比**	**毛利率**
1	中国移动通信集团公司(卓望信息等)	直客	**7,561.43**	**20.13%**	**4.23% – 26.35%**
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	直客	**8,025.32**	**21.37%**	
3	国家电网有限公司客户服务中心	直客	**2,114.58**	**5.63%**	
4	**广西东信易通科技有限公司**	**渠道**	**1,729.38**	**4.60%**	
5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**直客**	**1,503.18**	**4.00%**	
6	**携程计算机技术（上海）有限公司**	**直客**	**1,359.23**	**3.62%**	
7	**杭州数云信息技术有限公司**	**直客**	**1,223.96**	**3.26%**	
8	**北京百度网讯科技有限公司**	**直客**	**1,155.86**	**3.08%**	
9	**北京爱奇艺科技有限公司**	**直客**	**1,156.51**	**3.08%**	
10	**网易(杭州)网络有限公司**	**直客**	**1,128.71**	**3.00%**	
合计			**26,958.15**	**71.77%**	
2019 年					
序号	**客户名称**	**客户类别**	**收入（万元）**	**收入占比**	**毛利率**
1	中国移动通信集团公司(卓望信息等)	直客	3,252.02	36.81%	12.32% – 28.78%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	直客	2,337.15	26.46%	
3	携程计算机技术（上海）有限公司	直客	879.70	9.96%	
4	国家电网有限公司客户服务中心	直客	427.20	4.84%	
5	小米科技有限责任公司	直客	247.84	2.81%	

6	广州酷狗计算机科技有限公司	直客	197.83	2.24%	
7	网易(杭州)网络有限公司	直客	158.08	1.79%	
8	杭州数云信息技术有限公司	直客	129.44	1.47%	
9	掌上通联（北京）科技有限公司	渠道	119.47	1.35%	
10	杭州南讯软件科技有限公司	直客	111.03	1.26%	
合计			**7,859.76**	**88.97%**	
2018 年					
序号	**客户名称**	**客户类别**	**收入（万元）**	**收入占比**	**毛利率**
1	携程计算机技术（上海）有限公司	直客	320.10	69.63%	6.91%－36.42%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	直客	124.11	27.00%	
3	国家电网有限公司客户服务中心	直客	14.51	3.16%	
4	上海新华电信网络信息有限公司	直客	0.98	0.21%	
合计			**459.70**	**100.00%**	

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

上述客户的毛利率存在差异，主要是由于：1）发行人为移动信息化业务客户提供的是符合其需求的综合解决方案及定制化服务，报告期内发行人根据用户需求及服务标准要求，通过招投标、竞争性谈判等方式确定销售价格，由于向上述客户的提供的服务不完全一致，因此毛利率有所差异；2）由于客户发送短信性质不同导致的毛利率不同，例如验证通知类短信因为其内容模板化程度较高，发行人只需要进行验证类判定、关键词搜索等系统审核判断，无需进行内容超标判定、类营销关键词检索环节或人工审核，发行人为其提供的风险管控服务较少，因而验证通知类短信的毛利率低于行业营销类短信。

3、与同行业可比上市公司的对比情况

（1）销售单价和采购单价

报告期各期，发行人及可比公司线上线下按客户类型的销售均价如下：

单位：元/条

客户类型	公司名称	报告期
直接客户	挖金客	**0.0244-0.0278**
	线上线下	**0.0199-0.0212**
渠道客户	挖金客	**0.0203-0.0277**
	线上线下	**0.0240-0.0245**

报告期各期，发行人及可比公司线上线下按客户类型的采购均价如下：

单位：元/条

客户类型	公司名称	报告期
直接客户	挖金客	0.0206-0.0248
	线上线下	0.0168-0.0179
渠道客户	挖金客	0.0196-0.0249
	线上线下	0.0186-0.0191

报告期内，发行人直接客户的销售均价和采购均价均高于渠道客户，主要是由于发行人为直接客户除提供基础性服务外，还提供软件系统开发、平台搭建等附加服务，而为渠道客户主要是提供通道对接、运营支撑等基础性服务。根据公开信息披露，同行业可比公司线上线下采用“低价开拓客户后逐步提价的销售策略”获取直接客户，因此其直接客户的销售均价低于渠道客户。**2019 年下半年起**，受到上游运营商价格调整的影响，行业整体采购单价上涨，发行人相应调整了渠道客户和直接客户的销售价格。

（2）毛利率

报告期各期，发行人及可比公司线上线下按客户类型的毛利率如下：

客户类型	公司名称	报告期
直接客户	挖金客	15.82%-21.54%
	线上线下	15.34%-15.44%
渠道客户	挖金客	12.04%-20.05%
	线上线下	22.09%-22.71%

报告期内，发行人对渠道客户主要提供通道对接、运营支撑等基础性服务，对主要直接客户除提供基础性服务外，还提供软件系统开发、平台搭建等附加服务，如发行人分别为国家电网、腾讯云等客户提供了 106 短信平台、短信大数据平台开发等服务。因此报告期内发行人直客客户的毛利率高于渠道客户。

根据公开信息披露，同行业可比公司线上线下发展初期主要对接渠道客户，随着其业务不断发展，为开拓直客市场，采用“低价开拓客户后逐步提价的销售策略”，因而其直接客户的毛利率在报告期内低于渠道客户。

发行人与线上线下的业务开展模式及服务内容不一致导致双方直接客户与渠道客户的毛利率不具有可比性。

（十）移动信息化服务中，验证通知类和行业营销类短信的销售情况

1、验证通知类和行业营销类短信的销售情况

发行人验证通知类和行业营销类短信的销售占比情况如下：

单位：万元

短信类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
验证通知类	**17,596.27**	**46.85%**	4,315.57	48.85%	100.42	21.84%
行业营销类	**19,965.51**	**53.15%**	4,518.59	51.15%	359.28	78.16%
合计	**37,561.77**	**100.00%**	**8,834.16**	**100.00%**	**459.70**	**100.00%**

报告期内，发行人移动信息化服务中行业营销类短信比例分别为 78.16%、51.15%**和 53.15%**，上述变化是由客户采购需求和发行人客户结构的变化导致。

发行人验证通知类和行业营销类短信的采购单价、销售单价、毛利率情况如下：

项目		报告期
采购均价	验证通知类（元/条）	**0.0191-0.0251**
	行业营销类（元/条）	**0.0211-0.0245**
销售均价	验证通知类（元/条）	**0.0220-0.0277**
	行业营销类（元/条）	**0.0261-0.0279**
毛利率	验证通知类	**12.69%-17.53%**
	行业营销类	**17.62%-25.84%**

报告期内，发行人移动信息化服务客户按短信类型分类占比如下：

单位：万元

2020 年				
序号	**客户名称**	**短信类型**	**收入金额**	**占比**
1	**腾讯云计算（北京）有限责任公司**	**验证通知类**	**2,990.19**	**7.96%**
		行业营销类	**5,035.13**	**13.40%**
2	**卓望信息**	**验证通知类**	**1,142.44**	**3.04%**
		行业营销类	**5,554.40**	**14.79%**
3	**国家电网有限公司客户服务中心**	**验证通知类**	**2,098.63**	**5.59%**
		行业营销类	**-**	**-**
4	**广西东信易通科技有限公司**	**验证通知类**	**1,681.77**	**4.48%**
		行业营销类	**47.61**	**0.13%**
5	**福州三六零网络小额贷款有限公司**	**验证通知类**	**763.89**	**2.03%**
		行业营销类	**686.58**	**1.83%**
6	**杭州数云信息技术有限公司**	**验证通知类**	**166.36**	**0.44%**
		行业营销类	**1,057.61**	**2.82%**

7	**北京爱奇艺科技有限公司**	**验证通知类**	**1,041.06**	**2.77%**
		行业营销类	**115.45**	**0.31%**
8	**北京百度网讯科技有限公司**	**验证通知类**	**456.81**	**1.22%**
		行业营销类	**699.05**	**1.86%**
9	**广州酷狗计算机科技有限公司**	**验证通知类**	**618.65**	**1.65%**
		行业营销类	**450.38**	**1.20%**
10	**新联协同通信技术（北京）有限公司**	**验证通知类**	**939.31**	**2.50%**
		行业营销类	**28.45**	**0.08%**
11	**其他客户小计**	**验证通知类**	**5,697.16**	**15.17%**
		行业营销类	**6,290.86**	**16.75%**
合计		**验证通知类**	**17,596.27**	**46.85%**
		行业营销类	**19,965.51**	**53.15%**
		小计	**37,561.77**	**100.00%**

2019 年

序号	客户名称	短信类型	收入金额	占比
1	卓望信息	验证通知类	906.92	10.27%
		行业营销类	2,281.97	25.83%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	验证通知类	934.86	10.58%
		行业营销类	1,402.29	15.87%
3	携程计算机技术（上海）有限公司	验证通知类	791.73	8.96%
		行业营销类	87.97	1.00%
4	国家电网有限公司客户服务中心	验证通知类	427.20	4.84%
		行业营销类	-	-
5	小米科技有限责任公司	验证通知类	111.53	1.26%
		行业营销类	136.31	1.54%
6	广州酷狗计算机科技有限公司	验证通知类	118.70	1.34%
		行业营销类	79.13	0.90%
7	网易(杭州)网络有限公司	验证通知类	63.23	0.72%
		行业营销类	94.85	1.07%
8	杭州数云信息技术有限公司	验证通知类	51.78	0.59%
		行业营销类	77.66	0.88%
9	掌上通联（北京）科技有限公司	验证通知类	47.79	0.54%
		行业营销类	71.68	0.81%
10	杭州南讯软件科技有限公司	验证通知类	44.41	0.50%
		行业营销类	66.62	0.75%
11	其他客户小计	验证通知类	805.04	9.11%
		行业营销类	232.49	2.63%
合计		**验证通知类**	**4,303.18**	**48.71%**
		行业营销类	**4,530.98**	**51.29%**

		小计	**8,834.16**	**100.00%**
2018 年				
序号	**客户名称**	**短信类型**	**收入金额**	**占比**
1	携程计算机技术（上海）有限公司	验证通知类	85.91	18.69%
		行业营销类	234.18	50.94%
2	腾讯云计算（北京）有限责任公司	验证通知类	-	-
		行业营销类	124.11	27.00%
3	国家电网有限公司客户服务中心	验证通知类	14.51	3.16%
		行业营销类	-	-
4	上海新华电信网络信息有限公司	验证通知类	-	-
		行业营销类	0.98	0.21%
合计		**验证通知类**	**100.42**	**21.84%**
		行业营销类	**359.28**	**78.16%**
		小计	**459.70**	**100.00%**

如上表所示：1）2018 年，发行人移动信息化服务客户**结构较为单一，**主要为携程和腾讯云，发送的短信性质**主要**为行业营销类，行业营销类短信占比为 78.16%；2）2019 年以来，发行人与腾讯云、国家电网、卓望信息等大型企业的合作逐步深入，其中国家电网仅发送验证通知类短信，随着发行人销售规模的增长和客户结构的丰富，验证通知类发送规模占比显著提高。发行人在移动信息化服务中发送短信的类型，主要取决于主要客户的采购需求。

验证通知类短信因为其内容模板化程度较高，发行人只需要进行验证类判定、关键词搜索等系统审核判断，无需进行内容超标判定、类营销关键词检索环节或人工审核，发行人为其提供的风险管控服务较少，因而报告期内验证通知类短信销售均价及毛利率均低于行业营销类短信。

2、报告期内，久佳信通验证通知类和行业营销类短信的销售情况

单位：万元

项目		**收购后**	**收购前**			
		2020 年	**2019 年**		**2018 年**	**2017 年**
			11 月-12 月	**1 月-10 月**		
行业营销类	金额	**17,337.37**	3,378.05	8,206.39	6,711.72	6,136.88
	占比	**61.39%**	63.27%	62.22%	80.00%	80.08%
验证通知类	金额	**10,903.75**	1,960.95	4,982.27	1,677.93	1,526.87
	占比	**38.61%**	36.73%	37.78%	20.00%	19.92%

久佳信通不同短信类型服务收入结构主要是其客户结构决定的。前期业务拓

展中，久佳信通主要客户包括互联网电商类、互联网音乐及生活信息服务类客户（如每日优鲜、58 同城和酷狗等），该部分客户以行业营销类短信发送需求为主。随着久佳信通技术能力和服务经验的不断提升，久佳信通不断获得了更多行业客户，验证通知类短信服务收入相应有所增加。

报告期内，久佳信通不存在受到行政处罚等监管措施以及被投诉的情况，其行业营销类短信业务经营符合合规性的要求。

3、与同行业可比公司的对比情况

（1）销售单价

报告期各期，发行人及可比公司线上线下按短信类型的销售均价如下：

单位：元/条

短信类型	公司名称	报告期
验证通知类/行业类	挖金客	**0.0220-0.0277**
	线上线下	**0.0195-0.0203**
行业营销类/营销类	挖金客	**0.0261-0.0279**
	线上线下	**0.0227-0.0251**

由于验证通知类/行业类短信内容模板化程度较高、为其提供风险管控服务较少，报告期各期发行人和同行业可比公司线上线下验证通知类/行业类的销售单价均低于行业营销类/营销类。

同行业其他可比公司未披露其不同短信类型的采购价格，发行人无法与同行业其他公司进行对比分析。

（2）毛利率

报告期各期，发行人及可比公司线上线下按短信类型的毛利率如下：

短信类型	公司名称	报告期
验证通知类/行业类	挖金客	**12.69%-17.53%**
	线上线下	**15.94%-18.41%**
行业营销类/营销类	挖金客	**17.62%-25.84%**
	线上线下	**19.30%-20.16%**

报告期内各期发行人与线上线下的验证通知类短信毛利率均低于行业营销类短信，主要是由于验证通知类短信内容模板化程度较高、为其提供风险管控服务较少。报告期内，发行人与线上线下的毛利率整体差异不大。由于销售均价除受短信类型影响外，还受到客户结构、通道特征等多因素影响，因此发行人与线上线下报告期各期毛利率的变动趋势不完全一致。

四、采购情况和主要供应商

（一）采购情况

1、按主要产品或服务类别划分的采购情况

公司采购的产品或服务主要包括短信、渠道推广服务和媒体广告资源。报告期内，具体采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短信	**31,810.34**	**81.54%**	6,936.79	41.49%	370.85	2.88%
渠道推广服务	**6,245.89**	**16.01%**	8,313.65	49.72%	11,453.98	89.10%
媒体广告资源	**955.42**	**2.45%**	1,439.74	8.61%	906.88	7.05%
其他	**-**	**-**	30.61	0.18%	123.07	0.96%
合计	**39,011.65**	**100.00%**	**16,720.79**	**100.00%**	**12,854.78**	**100.00%**

2、报告期主要服务的采购价格情况

报告期内，公司对外采购的同类主要产品或者服务的价格没有重大变化，其采购价格/分成比例情况如下表所示：

采购内容	业务类型	采购单价/分成比例
渠道推广服务	增值电信服务	65%-80%
	移动营销服务	70%-90%
短信采购	移动信息化服务	0.021 元/条-0.025 元/条
广告媒体资源	移动营销服务	基于媒体资源类型、媒体位置、表现形式、受众量及投放时间等确定价格。

注 1：渠道推广服务费单价为公司与供应商之间的分成比例。

注 2：短信采购单价=报告期各期短信采购总额/当期短信采购总量。

公司与供应商的定价方式和采购价格/分成比例及与同行业可比公司的对比情况如下：

采购内容	对应主营业务	结算依据	定价方式及采购价格/分成比例	同行业可比公司采购价格/分成比例
渠道推广服务	增值电信服务	以挖金客业务平台数据为结算基础，双方按约定结算价格进行结算	根据渠道转化率、稳定性等因素，基于市场价格，通过商业谈判等方式约定分成比例，分成比例在 65%-80%之间。	沃驰科技：与渠道供应商之间由于基地不同，产品包不同，分成比例有所差异，分成比例在 55%-80%之间。

采购内容	对应主营业务	结算依据	定价方式及采购价格/分成比例	同行业可比公司采购价格/分成比例
	移动营销服务-流量引入业务	以客户平台数据为基础，双方按约定结算价格进行结算	根据不同业务双方谈判约定具体结算比例，分成比例在 70%-90%之间。	天下秀：媒体资源的渠道主要为微博和其他包括门户网站展示等传统媒体渠道，供应商采购分成为 70%。
短信采购	移动信息化服务	基于运营商不同通道的短信资费单价，根据发送至用户条数，与供应商进行结算	根据具体短信发送通道的地域、运营商等因素，参考市场价，约定短信采购单价，各期采购均价在 0.021 元/条-0.025 元/条之间。	线上线下：2017 年至 2019 年各期短信采购单价在 0.0178 元/条-0.0218 元/条之间。
媒体广告资源	移动营销服务-媒体代理业务	根据一定广告资源、一段期间的买断价格结算	根据具体广告资源、采购模式等情况通过谈判、招标等方式确定媒体代理价格。	由于广告资源差异性较大，同行业可比公司采购价格不具有可比性。

注：同行业可比公司采购价格数据来源于其公开披露信息。

报告期内，公司与供应商的定价方式和采购价格/分成比例均遵循市场惯例，向供应商的采购价格/分成比例均较为稳定。1）增值电信渠道推广服务价格与同行业可比公司不存在重大差异；2）移动信息化短信采购均价略高于同行业可比公司，主要由于采购短信规模不同导致；3）移动营销渠道推广服务向部分供应商的分成比例略高于同行业上市公司，主要是随着营销行业的竞争日趋激烈，公司新接入流量资源储备实力较强的供应商以提高转化效率，其议价能力较强导致采购价格有所上升。

综上，报告期内公司各项业务的定价公允，采购价格/分成比例与同行业可比公司不存在重大差异。主要供应商和新增供应商不存在为公司承担成本费用的情形。

3、增值电信服务中，渠道推广成本端有效计费和非有效计费数据包括的情形及其金额、占比情况

报告期内，发行人业务平台接收数据中的“有效计费”和“非有效计费”交易数据的金额及占比情况如下：

单位：万元

数据类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
有效计费	**14,319.98**	**77.56%**	15,949.04	78.57%	22,455.33	78.82%
非有效计费	**4,141.99**	**22.44%**	4,349.47	21.43%	6,034.91	21.18%
合计	**18,461.97**	**100.00%**	**20,298.52**	**100.00%**	**28,490.24**	**100.00%**

注：上表数据金额为根据交易数据计算的运营商收取信息费金额。

“非有效计费”包括的情形较多、影响因素较多，报告期内“有效计费”与“非有效计费”的比例存在一定波动，但整体占比情况较为稳定。

（1）“非有效计费”交易数据对应的具体情形及每种情形的金额与占比

增值电信业务在交易发生过程中，运营商业务管理平台记录终端用户的交易信息，并向发行人业务平台实时传输交易数据，主要包括交易金额、交易状态等。根据交易状态，具体交易可分为“有效计费”交易和“非有效计费”交易，其具体区别如下。

项目	有效计费	非有效计费
交易状态	交易成功	未知
主要情形	运营商返回交易“成功状态报告”	运营商返回交易“非成功状态报告”，主要情形包括用户不在网或所在地信号弱无法扣费、用户欠费或销户、移动网关响应延迟、服务器处理故障以及网络丢包等
运营商收费状态	无论当下的交易状态成功与否，均需用户完成付费且无退费的情况下，运营商才可成功收取信息费。	

“非有效计费”代表交易发生当下的交易状态不确定。报告期内，根据运营商传输的交易数据情况，“非有效计费”交易的具体情形、金额及占比情况如下：

①话费结算服务

单位：万元

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额					
				2020 年		2019 年		2018 年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	800040	全网分省用户级动二次计费	由于话费余额不足、手机状态异常等原因用户首次扣费不成功，运营商会进行动态二次扣费	**1,822.07**	**53.20%**	2,036.67	56.41%	2,827.07	57.86%
2	400002	移动内部错误	由于移动内部错误（包含无法接通、超时、连接失败等多种情形），无法返回有效计费数据	**827.17**	**24.15%**	813.20	22.52%	945.84	19.36%
3	400001	服务器异常	由于运营商与合作方服务器数据连接异常，导致无法返回有效计费数据	**150.92**	**4.41%**	136.48	3.78%	209.42	4.29%
4	800029、800035、800037、800038、800039	单 SP 单日限额禁止订购、单 SP 单日单省限额禁止订购、单日单计费代码限额禁止订购、单日单计费代码、单省限额禁止订购	运营商日常设置各种对单一合作方业务单日上限限额、单日单省上限限额、单日单个计费代码上限额、单日单个计费代码、单省上限额设置业务管控措施，超限的不予订购	**92.25**	**2.69%**	94.56	2.62%	120.30	2.46%
5	800001	全网黑名单	订购业务的手机号为运营商全网黑名单用户	**84.66**	**2.47%**	74.38	2.06%	92.69	1.90%
6	800036	灰名单鉴权	订购业务的手机号为运营商全网灰名单用户，需要再次鉴权其号码是否可使用该业务	**65.57**	**1.91%**	68.24	1.89%	62.98	1.29%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额					
				2020 年		2019 年		2018 年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
7	300001	SDK 异常	SDK 计费包发生服务异常导致无法返回有效计费数据	**58.08**	**1.70%**	37.59	1.04%	60.34	1.23%
8	800042、800041	单省单月单用户达到限定次数、单省单日单用户达到限定次数	运营商对单省单月单用户使用业务的次数，单省单日单用户使用业务次数设置上限，超限不予订购	**9.12**	**0.27%**	27.80	0.77%	44.37	0.91%
9	800019、800018	单用户单月到达限费、单用户单日到达限费	运营商对单用户单月使用业务的金额，单用户单日使用业务的金额设置上限，超限不予订购	**7.03**	**0.21%**	55.96	1.55%	83.55	1.71%
10	800034	同一手机号订购时间间隔小于 30 秒	同一手机号两次重复订购业务的时间间隔小于 30 秒	**2.27**	**0.07%**	22.75	0.63%	38.60	0.79%
11	800030	计费代码屏蔽	计费代码被屏蔽，订购失败	**1.93**	**0.06%**	3.54	0.10%	40.07	0.82%
12	800013	主叫号码错误	主叫号码错误	**-**	**-**	2.56	0.07%	12.41	0.25%
13	800008、其他	其他	其他	**304.03**	**8.88%**	236.82	6.56%	348.41	7.13%
合计				**3,425.11**	**100.00%**	**3,610.55**	**100.00%**	**4,886.04**	**100.00%**

注：上表中的“错误代码”及“对应的情形”参照运营商提供的技术文档，下同。

由上表可见，话费结算业务中“非有效计费”的主要情形为全网分省用户级动二次计费和移动内部错误，这两种情形的合计占比在 **75%**以上。

②信息交互类业务

单位：万元

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额					
				2020 年		2019 年		2018 年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	MK:0015、MI:0022、MI:0030、MI:0045、MN:0055	运营商内部错误、移动内部错误	运营商内部未知错误，无法返回有效计费数据	**416.21**	**58.06%**	409.96	55.48%	605.11	52.67%
2	CA:0054	超时未接收到响应消息；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口超时，无法返回有效计费数据	**215.68**	**30.09%**	215.25	29.13%	348.91	30.37%
3	EXPIRED	超时(因用户不在服务区）	由于用户计费当时超出服务区导致返回有效计费数据超时	**18.16**	**2.53%**	28.52	3.86%	52.73	4.59%
4	MN:0999	手机终端所在地区信号较弱或是无信号	用户手机终端所在地区信号弱或无信号导致无法返回有效计费数据	**13.24**	**1.85%**	23.28	3.15%	28.26	2.46%
5	MK:0012	消息等待队列满或者手机是空号	移动平台通过类似排队的方式来处理瞬时批量用户的计费请求，由于队列排满，或者手机为空号，当时无法处理计费	**10.98**	**1.53%**	14.19	1.92%	-	0.00%
6	MK:0010	因用户关机或不在服务区里，手机信号端导致的失败。	因用户关机或不在服务区，手机信号端出现错误，导致当时无法计费	**9.61**	**1.34%**	7.24	0.98%	-	0.00%
7	MK:0118	手机号码端问题	手机号码端出现问题，导致无法返回有效计费数据	**8.79**	**1.23%**	20.02	2.71%	28.84	2.51%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额					
				2020 年		2019 年		2018 年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
8	MI:0051	对端省短信中心或客户终端故障报错	运营商分省短信中心或用户手机终端的故障，导致无法返回有效计费数据	**8.48**	**1.18%**	6.58	0.89%	19.07	1.66%
9	MK:0029	无法接通；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口无法接通，无法返回有效计费数据	**6.72**	**0.94%**	5.54	0.75%	17.58	1.53%
10	MK:0004	暂停使用；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口暂停使用，无法返回有效计费数据	**4.82**	**0.67%**	4.36	0.59%	13.44	1.17%
11	CB:0010	用户已注册该项服务	用户瞬时计费超过一次，不予处理	**3.53**	**0.49%**	3.33	0.45%	11.60	1.01%
12	CB:0013	GW 向 SMC 提交短消息失败	移动网关向计费中心提交信息失败，导致无法返回有效计费数据	**-**	**-**	-	-	1.26	0.11%
13	UNDELIV	失败代码：一般为处于停机、挂起等状态	移动服务器处于停机或挂起等状态，无法返回有效计费数据	**-**	**-**	-	-	21.25	1.85%
14	其他	其他	其他	**0.65**	**0.09%**	0.66	0.09%	0.80	0.07%
合计				**716.87**	**100.00%**	**738.93**	**100.00%**	**1,148.86**	**100.00%**

由上表可见，信息交互类业务中“非有效计费”的主要情形为运营商内部错误和超时未接收到响应消息，这两种情形的合计占比在 80%以上。

（2）“非有效计费”交易金额占比较高的原因及合理性

造成“非有效计费”交易金额占比较高的原因较多，主要包括用户手机应用运行不稳定或闪退、用户不在网或所在地信号弱无法扣费、用户欠费或销户、移动网关响应延迟、服务器处理故障以及网络丢包、用户超套餐消费等多种情形。

发行人仅取得“非有效计费”的错误代码及其对应含义，但无法从运营商获取其具体形成原因。从多年增值电信服务的运营经验来看，在增值电信业务过程中，“非有效计费”属于现实存在的客观情况。发行人“非有效计费”均来源于运营商传输的实时交易数据，且发行人“非有效计费”数据占所有数据的比例相对稳定。同时，发行人不同产品的“非有效计费”比例基本一致，说明运营商或用户的客观情况对交易当下状态确认的影响普遍存在。

（3）“非有效计费”交易当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的商业合理性

在“非有效计费”包括的各种情形中，收费延迟是影响交易当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的主要原因，如全网分省用户级动二次计费、服务器异常、超时未接收到响应消息、超时(因用户不在服务区)、手机终端所在地区信号较弱或是无信号等。

例 1：错误代码为“MK：0010”包括的情形如下：终端用户进行交易后由于关机/不在服务区导致交易发生当下的状态为“非有效计费”，用户开机/进入服务区后运营商可正常实现收费，运营商会向发行人支付服务费。

例 2：错误代码为“800040”包括的情形如下：终端用户话费余额不足，待充值后运营商进行动态二次计费并扣费成功，运营商会向发行人支付服务费。

发行人与中国移动签署的合同为中国移动的统一制式合同，其中明确约定以“信息费”作为结算基础，因此“非有效计费”交易如果最终收费成功，则运营商会向发行人支付服务费。

4、增值电信服务中，发行人收入端、成本端的结算模式

项目	运营商（收入端）	渠道供应商（成本端）
结算依据	以运营商计费账单为依据，确定结算金额	以运营商传输的属于“有效计费”的交易数据为基础，根据约定的分成比例，计算确定结算金额
结算金额与交易数据的关系	与全量交易数据（“有效计费”+“非有效计费”）基本匹配，一般不超过 5%的差异	与“有效计费”的交易数据匹配

项目	运营商（收入端）	渠道供应商（成本端）
对账流程	运营商计算结算金额并出具计费账单，发行人进行对账验证	发行人计算结算金额并出具结算账单，渠道供应商进行对账验证
验证方式	发行人根据全部交易数据，预估结算金额，并与计费账单核对	渠道供应商根据实时获得的“有效计费”交易数据，预估结算金额，并与结算账单核对

5、成本端结算数据与运营商向发行人传输数据的差异情况

（1）发行人与渠道供应商约定以“有效计费”数据作为结算基础及原因

①无法将运营商提供的计费账单作为与渠道供应商进行结算的基础

运营商向发行人提供的计费账单只显示结算金额，不包括交易明细，发行人无法从计费账单中识别具体推广渠道。因此，发行人无法将运营商提供的计费账单作为与各个渠道供应商进行结算的基础。

②发行人与渠道供应商约定以“有效计费”数据作为结算基础

运营商业务管理平台向发行人业务平台实时传输交易数据，包括交易状态和渠道标识等，其中交易状态包括“交易成功”（以下简称“有效计费”交易）和“未知”（以下简称“非有效计费”交易）两种情况。“非有效计费”交易包括的情形较多，主要包括用户不在网或所在地信号弱无法扣费、用户欠费或销户、移动网关响应延迟、服务器处理故障以及网络丢包等，后续运营商是否成功计费存在不确定性，且运营商不向发行人返回“非有效计费”交易的最终交易状态。

根据行业惯例，发行人与渠道供应商约定，以“有效计费”交易数据，作为双方的结算数据基础。在增值电信业务开展过程中，发行人业务平台将接收的“有效计费”交易数据，实时向对应的渠道供应商传输。采用“有效计费”数据作为双方结算基础，具有准确性、及时性、可验证性和公允性。

③发行人与渠道供应商约定的价格已充分考虑数据差异情况

根据发行人历史运营情况，“有效计费”交易数据与全量数据间一般存在约20%的差异，即“非有效计费”交易数据占全量数据的比例约为 20%。发行人与渠道供应商约定价格时，已充分考虑上述数据差异的影响，双方协商确定最终的分成比例。

（2）成本端结算数据与运营商向发行人传输数据（全量交易数据）的差异为“非有效计费”交易数据

如上述说明，发行人与渠道供应商约定以“有效计费”数据作为结算基础，因此成本端结算数据与运营商向发行人传输数据的差异即为“非有效计费”交易

数据。

根据发行人历史运营情况，“非有效计费”交易数据占全量数据的比例约为20%。

（3）发行人不存在多计收入或少计成本的情形

①发行人不存在多计收入的情形：运营商根据实际收取信息费出具计费账单，成为发行人的收入确认依据

运营商面向终端用户从事增值电信业务并收取信息费。运营商根据实际收取的信息费，结合约定的分成比例，发布计费账单，计费账单显示当期应与发行人结算的金额。发行人以运营商的计费账单为依据核对无误后确认收入。

在资金流向方面，发行人销售回款的付款方是运营商的银行账户，终端用户的消费款项不经过发行人账户；在经营数据方面，发行人经营数据均来源于运营商业务平台传输的交易信息。运营商出具的用于结算的计费账单、运营商银行账户的直接付款和运营商业务系统传输的交易记录，三者可以相互核对、验证。

报告期内，运营商发布的计费账单金额、发行人对运营商的销售收款金额和发票开具金额、发行人的收入确认金额均一致。发行人不存在多计收入的情形。

②发行人不存在少计成本的情形

1）发行人与渠道供应商的结算约定是双方独立谈判的结果，发行人实际结算、成本核算与合同约定一致

报告期内，发行人的渠道供应商与发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均不存在关联关系。发行人与渠道供应商均为独立决策的市场主体，发行人与渠道供应商的结算基础和分成比例的约定，是交易双方根据行业惯例独立商业谈判的结果，不存在其他利益安排。发行人与渠道供应商的结算条款约定、结算实际执行和发行人的成本计量情况均一致，发行人不存在少计成本的情形。

2）“有效计费”仅为结算数据基础，渠道供应商收益受“结算基础”和“分成比例”两项因素的综合影响

渠道供应商收取的推广费=“有效计费”数据对应金额*分成比例，因此渠道供应商收益受“结算基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。渠道供应商在定价时，已充分考虑“有效计费”数据与全量数据差异情况，相关价格（分成比例）已覆盖了上述数据差异影响。

报告期内，发行人主要渠道供应商已成立多年，均具备多年从事增值电信业务渠道推广的业务经验，且不仅与发行人一家公司进行此类业务合作，渠道供应商充分了解其自身应获取的合理收益情况。同时，发行人与主要渠道供应商的合作期限已超过 4 年，双方合作持久稳定，报告期内，发行人与渠道供应商未发生过对结算存在异议或纠纷的情形。

③发行人与渠道供应商采用“有效计费”数据作为结算基础具有合理性和可验证性

话费结算业务中，运营商面向终端用户收取信息费，运营商掌握用户最终实际支付数据且其未向其他方开放。发行人和渠道供应商在无法获取用户最终实际支付数据的情况下，需约定合理、可行的结算基础。在增值电信业务开展过程中，发行人业务平台将接收的“有效计费”交易数据，实时向对应的渠道供应商传输。采用“有效计费”数据作为双方结算基础，具有准确性、及时性、可验证性和公允性。

④发行人和供应商的最终收益分配比例，与运营商规范约定的分配比例一致，且与同行业公司可比

《中国移动全网语音杂志业务合作日常管理细则》规定：“根据合作的范畴，将 12590 业务的合作方分为服务合作方和渠道合作方。……原则上服务合作方的分成比例最高不得超过实收信息费的 30%。……渠道合作方分成比例最高不得超过实收信息费的 40%。……同一家合作方可以同时承担服务合作方和渠道合作方的职责，分成比例最多不超过 70%。”即分成比例为运营商：服务商：渠道商=30%：30%：40%。

发行人及同行业上市可比公司承担服务商的职责。发行人及同行业上市公司在增值电信业务中的收益分配情况如下：

公司	收益分配比例情况		
	运营商	服务商 （发行人及可比公司）	渠道供应商
中国移动的分配规定	30%	30%	40%
立昂技术		37.85%-40.36%	29.64%-32.15%
人民网		24.18%-35.92%	34.08%-45.82%
发行人		**28.52%-33.00%**	**37.00%-41.48%**

注：可比公司海联金汇存在净额确认收入的业务模式，因此相关数据无法直接进行比较。

根据中国移动的业务管理规范，同行业上市公司可比业务中运营商分配比例

均为 30%，结合同行业上市公司可比业务的毛利率，可以测算出同行业公司与其供应商的收益分配比例情况：服务商（发行人及可比公司）的收益分配比例=（1-30%）*服务商毛利率，渠道供应商的收益分配比例=1-30%-服务商的收益分配比例。

发行人与供应商以“有效计费”作为结算基础，主要同行业上市公司未明确披露与供应商的结算基础和分成比例。尽管同行业上市公司与供应商的结算条款可能与发行人存在差异，但如上表所示，在最终的分配比例结果上，同行业上市公司与发行人在增值电信业务中的利益分配情况可比，均与中国移动约定的 30%:30%:40%的总体分成比例相差不大。

综上所述，供应商的收益受结算基础（“有效计费”）和分成比例两项因素的综合影响；“有效计费”数据是发行人与供应商双方独立协商约定的结算基础，并在此基础上确定分成比例；发行人主要渠道供应商具备多年从业经验，亦与发行人稳定合作多年，双方不存在结算纠纷；在收益分配结果方面，发行人和供应商的最终收益分配比例，与运营商规范约定的分配比例一致，且与同行业公司可比；报告期内，发行人与渠道供应商的结算条款约定、结算实际执行和发行人的成本计量情况均一致。发行人不存在少计成本的情形。

6、增值电信服务中，按渠道推广服务采购分成比例估算毛利率与实际毛利率存在差异的原因及合理性

（1）实际毛利率计算公式如下

公式 1：实际毛利率=（运营商结算账单金额-渠道结算金额）/运营商结算账单金额

（2）估算毛利率计算公式如下

公式 2：估算毛利率=（运营商结算账单金额-运营商结算账单金额*渠道分成比例）/运营商结算账单金额

（3）估算毛利率与实际毛利率存在差异的原因

公式 1 中“渠道结算金额”与公式 2 中“运营商结算账单金额*渠道分成比例”的差异，即为“非有效计费”交易数据差异，约为 20%。

报告期内，发行人对渠道推广服务的采购分成比例在 65%至 80%之间，如果不考虑其他因素，估算毛利率应为 1-（65%至 80%）=20%至 35%；以“非有效计费”交易数据差异率为 20%计算，实际毛利率应为 1-（1-20%）*（65%至 80%）

=36%至 48%。

报告期内，发行人增值电信服务的毛利率分别为 40.75%、42.91%和 **47.14%**，在上述实际毛利率计算区间内。

7、发行人渠道供应商与手机 APP 服务商的分成情况

（1）发行人渠道供应商与手机 APP 服务商一般按“有效计费”作为分成基础

报告期内，发行人不涉及直接与手机 APP 服务商合作的情形。发行人渠道供应商与手机 APP 服务商一般按“有效计费”作为分成基础。

（2）渠道供应商与手机 APP 服务商按“有效计费”作为分成基础的原因及合理性

①目前，增值电信业务中仅运营商掌握用户后续真实支付情况，其他各方均不知晓用户后续真实支付情况，故以“有效计费”作为分成基础

手机 APP 服务商使用支付宝、微信支付方式直接连接其银行账户，可实时了解自身账户收费信息。相对于支付宝、微信支付方式，话费结算有赖于运营商收取信息费后，发行人、渠道供应商、手机 APP 服务商逐级进行分成。由于运营商未向其他各方开放用户最终实际支付数据，故手机 APP 服务商不知晓用户实际支付情况。

渠道供应商和手机 APP 服务商在不知晓用户最终实际支付数据的情况下，需约定合理、可行的结算基础。在增值电信业务开展过程中，运营商提供的“有效计费”交易数据，实时从发行人到渠道供应商、从渠道供应商到手机 APP 服务商进行透传，以“有效计费”数据作为结算基础，具有准确性和可验证性。

②手机 APP 服务商接受“有效计费”作为分成基础的合理性

1）“有效计费”仅为结算基础，手机 APP 服务商收益受“结算基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。手机 APP 服务商在与渠道供应商进行协商定价时以“有效计费”作为分成基础，约定的“分成比例”已充分考虑了其应得的合理收益。

2）以“有效计费”作为分成基础，手机 APP 服务商不承担由于运营商后续未成功收费或用户退费等产生的核减收入风险，相关风险由发行人承担。发行人从事增值电信服务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人因上述情形产生的核减收入比例低于 5%。

（3）渠道供应商与手机 APP 服务商的结算基础和分成比例约定，能够保证各方获取合理收益

渠道供应商和手机 APP 服务商的收益受“结算数据基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。

目前，增值电信产业链中的各方已形成较为稳定的利益格局。如果未来运营商可开放用户最终实际支付数据，则发行人、渠道供应商和手机 APP 服务商可重新约定结算基础和分成比例：1）如各方约定以实际支付情况作为结算基础，则发行人与渠道供应商、渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例均会重新协商，保证各方仍可赚取合理收益；2）如各方仍约定按“有效计费”结算，则保持现有的结算约定。

综上，即便未来手机 APP 服务商可以实际知晓用户后续真实支付情况，各方无论以“实际支付情况”还是“有效计费”作为结算基础，各方会根据约定的结算基础调整对应的分成比例，最终各方仍将凭借其自身价值获取各自合理收益。

（二）报告期内前五大供应商的采购情况

1、报告期前五大供应商采购金额及占比

单位：万元

期间	序号	供应商名称	金额	占外部采购总额比例
2020 年	**1**	**北京和悦致远通讯科技有限公司**	**7,801.18**	**20.00%**
	2	**江苏美圣信息技术有限公司**	**3,949.61**	**10.12%**
	3	**北京阳光河谷科技有限公司**	**3,127.57**	**8.02%**
	4	**深圳市诚立业科技发展有限公司**	**2,826.63**	**7.25%**
	5	**中国移动通信集团**	**2,710.90**	**6.95%**
	合计		**20,415.89**	**52.33%**
2019 年	1	北京阳光河谷科技有限公司	3,266.55	19.54%
	2	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2,190.86	13.10%
	3	中国移动通信集团	2,139.87	12.80%
	4	上海如禾信息科技有限公司	1,928.70	11.53%
	5	北京和悦致远通讯科技有限公司	1,452.41	8.69%
	合计		**10,978.39**	**65.66%**
2018 年	1	北京阳光河谷科技有限公司	4,532.82	35.26%
	2	上海如禾信息科技有限公司	4,373.00	34.02%
	3	北京考拉心扉科技有限公司	1,134.97	8.83%

期间	序号	供应商名称	金额	占外部采购总额比例
	4	新华新媒文化传播有限公司	906.88	7.05%
	5	北京和悦致远通讯科技有限公司	370.85	2.88%
	合计		11,318.51	88.05%

注 1：“北京和悦致远通讯科技有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的北京和悦致远通讯科技有限公司、北京云湖九鼎科技有限公司、北京掌盟在线科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 2：“江苏美圣信息技术有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的江苏美圣信息技术有限公司、南京飞拓掌中传媒有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 3：“北京阳光河谷科技有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的北京阳光河谷科技有限公司、掌中联动（北京）科技有限公司、喀什阳光河谷信息科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 4：“中国移动通信集团”系指与挖金客有业务合作关系的中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司、中国移动通信集团上海有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

注 5：“上海如禾信息科技有限公司”系指与挖金客有业务合作关系的上海如禾信息科技有限公司、北京市汇聚无限科技有限公司、深圳市智游无限科技开发有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

报告期内，公司向前五名供应商的采购额合计占当期外部采购总额的比例分别为 88.05%、65.66%和 **52.33%**。公司前五名供应商较为稳定，其中，公司向阳光河谷、上海如禾、考拉心扉、安徽捷兴采购渠道推广服务；向中国移动通信集团、和悦致远、安徽捷兴、江苏美圣、**阳光河谷、深圳诚立业**采购短信；向新华新媒文化传播有限公司采购广告媒体资源。

2、公司向前五大供应商的采购金额及占比波动原因

报告期各期，公司向前五大供应商采购金额及占比的波动主要是由于：1）随公司各项业务销售情况及业务结构的变化而波动；2）2019 年 10 月收购久佳信通后，由于存在重合供应商导致公司向部分短信供应商的采购占比上升。

报告期内，公司向前五大供应商采购的金额及占比情况如下：

（1）公司向前五大供应商中短信资源供应商的具体采购情况

单位：万元

供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年		采购金额变动原因
	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	
北京和悦致远通讯科技有限公司	**7,801.18**	**24.41%**	1,452.41	20.86%	370.85	100.00%	和悦致远为公司及久佳信通的主要短信资源供应商，采购金额随移动信息化业务规模而变动，2019 年公司收购久佳信通后合并口径采购规模有所上升。
江苏美圣信息技术有限公司	**3,949.61**	**12.36%**	-	-	-	-	2020 年公司移动信息化规模显著增长后新增供应商。
深圳市诚立业科技发展有限公司	**2,826.63**	**8.84%**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2020 年公司移动信息化规模显著增长后新增供应商。**
中国移动通信集团	**2,710.90**	**8.48%**	2,139.87	30.74%	-	-	2019 年公司通过收购久佳信通新增向中国移动通信集团采购短信。2020 年公司为优化短信资源配置，引入多家供应商，因此向其采购占比有所下降。
安徽捷兴信息安全技术有限公司	**2,351.63**	**7.36%**	1,707.78	24.53%	-	-	安徽捷兴为公司 2019 年移动信息化服务规模显著增长后新增供应商。其同时为久佳信通提供短信资源。2020 年公司为优化短信资源配置，引入多家供应商，因此向其采购占比有所下降。
北京阳光河谷科技有限公司	**41.15**	**0.13%**	-		-	-	2020 年公司移动信息化规模显著增长后新增向阳光河谷采购短信资源。
合计	**19,681.10**	**61.58%**	**5,300.05**	**76.13%**	**370.85**	**100.00%**	

注：同一控制下的企业合并披露。

报告期各期，公司向上述短信资源供应商采购金额合计为 370.85 万元、5,300.06 万元和 **19,681.10 万元**，合计占此类业务营业成本的 100.00%、76.13%和 **61.58%**。公司 2016 年开始发展移动信息化业务，2019 年随着大型企业客户业务量的攀升及完成对久佳信通的收购，此项业务规模迎来爆发式增长，向上述短信供应商的采购金额随之大幅上涨。2020 年前，公司此项业务

规模较小，供应商较为集中，向上述供应商的采购金额占此类业务成本比例较高，2020 年为优化短信渠道资源配置，公司新增多家优质供应商，因此向上述供应商的采购占比有所下降。

（2）公司向前五大供应商中增值电信服务渠道推广服务供应商采购的具体情况

单位：万元

供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年		采购金额变动原因
	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	
北京阳光河谷科技有限公司	**3,086.42**	**49.88%**	3,266.55	43.80%	4,532.82	41.79%	主要为公司提供增值电信服务，采购金额随公司各年业务规模变动而变动。2020 年如禾信息业务调整后服务规模下降，由其承接部分业务因此占比上升。
北京考拉心扉科技有限公司	**739.75**	**11.96%**	1,399.71	18.77%	1,134.97	10.46%	采购金额随公司各年增值电信服务规模变动而变动。
安徽捷兴信息安全技术有限公司	**244.92**	**3.96%**	483.09	6.48%	-	-	2019 年新增移动信息化业务主要供应商，公司同时向其采购部分优质渠道推广资源。
上海如禾信息科技有限公司	**87.91**	**1.42%**	1,928.70	25.86%	4,373.00	40.32%	增值电信服务供应商，由于该供应商自身业务调整收缩，公司采购规模随之下降。部分业务由阳光河谷等供应商承接。
合计	**4,159.00**	**67.22%**	**7,078.05**	**94.91%**	**10,040.79**	**92.57%**	

注：同一控制下的企业合并披露。

报告期各期，公司向上述增值电信服务渠道推广服务供应商采购金额合计为 10,040.79 万元、7,078.05 万元和 **4,159.00 万元**，采购规模随此项业务销售规模的变化而有所波动，**公司前五大供应商中增值电信服务渠道推广服务供应商采购金额**合计占此类业务营业成本的 92.57%、94.91%及 **67.22%**。**2020 年公司为优化渠道推广资源配置，新增多家优质供应商，因此向上述供应商的采购占比有所下降。**

（3）公司向前五大供应商中移动营销服务供应商采购的具体情况

单位：万元

供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年		采购金额变动原因
	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	
新华新媒文化传播有限公司	**228.08**	**20.88%**	637.86	26.64%	906.88	51.05%	随双方合作模式变化而变化。

3、报告期内新增前五大供应商

报告期内，新增的前五大供应商是安徽捷兴、中国移动通信集团、江苏美圣和**深圳诚立业**。上述新增供应商及双方合作的基本情况如下：

新增供应商	成立时间	双方合作建立的情况及新增交易的原因	双方合作持续性
安徽捷兴	2015 年 10 月	公司主要向安徽捷兴采购短信，定期以短信发送成功数量和约定的短信资费单价进行结算；2019 年，随着公司移动信息化服务业务规模显著增长，公司拓展短信资源采购渠道，与安徽捷兴建立合作关系；同时，安徽捷兴也为公司提供增值电信业务推广渠道，双方按约定价格结算市场推广费	双方将持续交易
中国移动通信集团	1999 年 4 月	公司向中国移动通信集团采购短信，并定期以短信发送成功数量和约定的短信资费单价进行结算；久佳信通具备向中国移动通信集团直接采购短信的业务资质，公司 2019 年收购久佳信通导致公司新增向中国移动通信集团采购短信的交易	双方将持续交易
江苏美圣信息技术有限公司	2012 年 1 月	公司主要向江苏美圣采购短信，定期以短信发送成功数量和约定的短信资费单价进行结算；2020 年，随着公司移动信息化服务业务规模显著增长，公司拓展短信资源采购渠道，与江苏美圣建立合作关系	双方将持续交易
深圳市诚立业科技发展有限公司	**2014 年 8 月**	**公司主要向江苏美圣采购短信，定期以短信发送成功数量和约定的短信资费单价进行结算；2020 年，随着公司移动信息化服务业务规模显著增长，公司拓展短信资源采购渠道，与江苏美圣建立合作关系**	**双方将持续交易**

报告期内，公司对前五大供应商的采购量有所波动，主要是由于各项业务发展趋势有所不同，公司根据各项业务发展需求合理安排相关采购导致。**报告期内，**公司增值电信服务收入分别**为 18,305.91 万元、13,062.60 万元和 11,703.98 万元，增值电信服务收入有所波动，同时公司为优化渠道推广资源配置，新增多家优质供应商，**因此减少了对主要渠道推广服务供应商的采购；2019 年以来公司移动信息化服务规模出现显著增长，导致短信采购量大幅增长，公司对短信供应商的采购金额随之上升。此外，在移动信息化服务中，公司通过智能融合通信技术依据移动信息发送的不同需求和具体情况，智能匹配短信通道，公司对短信供应商的采购集中度相对较低，因此公司对前五大供应商的采购集中度有所降低。

4、公司与前五大供应商的合作情况

（1）公司与前五大供应商中**增值电信服务**渠道推广服务供应商的合作情况

（注：报告期内前五大供应商中不存在移动营销服务渠道推广服务供应商）

序号	供应商名称	开始合作时间	信用期	采购金额占供应商该类业务销售比例	分成比例			合作背景及原因
					2020 年	2019 年	2018 年	
1	北京阳光河谷科技有限公司	2015 年	3 个月	20%-30%	**65.00%-80.00%**	65.00%-80.00%	65.00%-80.00%	随着公司增值电信业务的开展，公司陆续与阳光河谷、如禾信息及考拉心扉开展合作，向其采购渠道推广服务。2019 年为优化推广渠道资源配置，新引入渠道供应商安徽捷兴。
	喀什阳光河谷信息科技有限公司	2016 年	3 个月					
	掌中联动（北京）科技有限公司	2017 年	3 个月					
2	深圳市智游无限科技开发有限公司	2016 年	3 个月	约 25%				
	北京市汇聚无限科技有限公司	2016 年	3 个月					
	上海如禾信息科技有限公司	2018 年	3 个月					
3	北京考拉心扉科技有限公司	2015 年	3 个月	约 30%				
4	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2019 年	3 个月	小于 10%				

注 1：分成比例为：以从电信运营商业务管理平台传输的、属于有效计费的信息费为基础的分成比例。

注 2：北京阳光河谷科技有限公司、掌中联动（北京）科技有限公司、喀什阳光河谷信息科技有限公司为同一控制下企业。

注 3：上海如禾信息科技有限公司、北京市汇聚无限科技有限公司、深圳市智游无限科技开发有限公司为同一控制下企业。

公司于 2015 年开始在增值电信服务领域与阳光河谷展开合作，双方合作稳定良好，阳光河谷除与发行人合作外，还向北京通联天地科技有限公司、北京舜合通达数字网络科技有限公司等销售增值电信服务。2019 年 9 月，公司与阳光河谷已签订的合同履行完毕后，双方经友好协商，将渠道信息费的分成比例从原有的 80%降至 70%。本次调价系基于市场价格、公司行业地位、采购规模及议价能力等多方因素考虑，与公司 2019 年新引入增值电信服务供应商价格一致，符合市场行情。价格调整后公司向阳光河谷的采购价格与公司其他主要渠道供应商及同行业可比公司不存在重大差异，定价公允。

公司与北京考拉心扉科技有限公司（以下简称“考拉心扉”）的分成比例是双方基于合作内容友好协商的结果。公司向北京考拉的采购分成比例为与向其他主要供应商的采购分成比例的差异较小。采购价格差异受双方协商时的市场价格、行业相对地位、采购规模及渠道资源转化率等众多因素影响，因此公司向主要供应商的采购价格有所不同。同时，同行业可比公司沃驰科技向其渠道供应商的分成比例在 55%-80%之间，与公司向考拉心扉及主要供应商的采购价格可比。综上，公司向考拉心扉的采购价格略低于其他主要供应商具有商业合理性，采购价格公允，不存在异常。

（2）公司与前五大供应商中短信资源供应商的合作情况

序号	供应商名称	开始合作时间	信用期	采购金额占供应商该类业务销售比例	采购均价（元/条）			合作背景及原因
					2020 年	2019 年	2018 年	
1	北京和悦致远通讯科技有限公司	2018 年	3 个月	约 8%	0.019 -0.031	0.016 -0.041	0.019 -0.021	2016 年，公司开始发展移动信息化业务，同时与掌盟在线开展合作。随着公司移动信息化业务规模攀升，陆续与其同一控制下各主体建立合作。
	北京云湖九鼎科技有限公司	2019 年	3 个月					
	北京掌盟在线科技有限公司	2016 年	3 个月					
2	江苏美圣信息技术有限公司	2020 年	3 个月	约 25%				随公司移动信息化业务发展，为优化短信渠道资源配置，新引入供应商。
	南京飞拓掌中传媒有限公司	**2020 年**	**3 个月**					
3	**深圳市诚立业科技发展有限公司**	**2020 年**	**3 个月**	**约 10%**				**随公司移动信息化业务发展，为优化短信渠道资源配置，新引入供应商。**
4	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	2019 年	3 个月	约 30%-50%				2019 年，公司通过收购久佳信通新增向中国移动通信集团采购短信的交易。
	中国移动通信集团上海有限公司	2019 年	3 个月	-				

5	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2019 年	3 个月	小于 10%				随着公司移动信息化服务业务规模显著增长，公司拓展短信资源采购渠道，与安徽捷兴建立合作关系。
6	北京阳光河谷科技有限公司	2019 年	3 个月	约 5%				2019 年，公司通过收购久佳信通新增向阳光河谷采购短信的交易。

注 1：采购均价=当期短信采购总额/当期短信采购总量。

注 2：无法获取公司采购占某些供应商同类业务销售的比例。

注 3：北京和悦致远通讯科技有限公司、北京云湖九鼎科技有限公司、北京掌盟在线科技有限公司为同一控制下企业。

注 4：南京飞拓掌中传媒有限公司、江苏美圣信息技术有限公司为同一控制下企业。

公司新增向阳光河谷采购短信，但交易金额较小。公司向阳光河谷采购的短信主要为省内短信，而省内短信的采购均价由于不涉及跨省结算较低于全网短信均价，因此采购价格较低。2020 年公司向阳光河谷的采购短信均价与当期公司采购的全部省内短信均价不存在差异，公司向阳光河谷采购短信的均价具有合理性。

（3）公司与前五大供应商中广告媒体资源供应商的合作情况

单位：万元

供应商名称	开始合作时间	双方合作建立的情况及原因	信用期	采购金额占供应商该类业务销售比例	采购金额		
					2020 年	2019 年	2018 年
新华新媒文化传播有限公司	2017 年	2017 年，新华新媒开始对新华社公众号广告资源进行商业化运作，公司与新华新媒开展合作，取得了新华社公众号广告资源代理权。	预付广告资源代理费后开展合作	-	**228.08**	637.86	906.88

注 1：无法获取公司采购占某些供应商同类业务销售的比例。

注 2：采购金额为新华社微信公众号广告资源代理费，由于合作模式的变化各年代理费有所差异。

（4）供应商既销售短信资源又提供增值电信渠道推广服务的合理性

增值电信推广服务及短信资源整合提供服务均是基于运营商基础网络开展的电信类服务。此行业中的市场参与者在业务发展到一定规模后通常会选择多层次的参与到运营商相关业务中，布局多元化产品以提升公司业务的盈利性及稳定性。如同行业可比上市公司北纬科技，根据其 2019 年年报问询函的回复，公司同时开展的物联网应用及移动增值两项业务均是面向企业和个人用户提供的电信类服务。

由于移动信息化服务和增值电信推广服务均是基于运营商网关开展的业务，两项服务的底层技术具有高度相关性。在业务开展的过程中市场参与者针对这两项业务搭建的业务平台均涉及对传输内容多个维度的监控、分析与匹配、对数据传输通道的优化、对数据接口协议的运营管理等，因此同时开展移动信息化服务和增值电信推广服务有利于提高公司的经营效率。如发行人自身在增值电信服务发展进入稳定阶段后，亦开始拓展移动信息化服务领域并逐渐形成公司新的盈利增长点。

综上所述，公司供应商阳光河谷和安徽捷兴在累积了丰富的技术储备、渠道资源和运营经验后，选择在多层次接入运营商相关业务，既销售短信资源又提供电信渠道推广服务符合行业特征，具有合理性。

5、公司向前五大供应商的采购价格及与同行业的对比情况

报告期内，公司向各期前五大供应商采购的价格及与同行业可比公司的对比情况如下：

采购内容	对应主营业务	采购价格/分成比例	同行业可比公司采购价格
渠道推广服务	增值电信服务	渠道推广服务采购分成比例在 65%-80%之间	沃驰科技：与渠道供应商之间由于基地不同，产品包不同，分成比例有所差异，分成比例在 55%-80%之间。
短信采购	移动信息化服务	单条短信平均采购单价在 0.016 元-0.041 元	线上线下：2017 年至 2019 年各期短信采购单价在 0.0178 元/条-0.0218 元/条之间。
媒体广告资源	移动营销服务-媒体代理业务	根据具体广告资源、采购模式等情况通过谈判、招标等方式确定媒体代理价格。	由于广告资源差异性较大，同行业可比公司采购价格不具有可比性。

注：同行业可比公司采购价格数据来源于其公开披露信息。

报告期内，公司与上述渠道推广服务供应商的采购价格未发生重大变化，除

向阳光河谷采购的渠道推广服务价格小幅下调外，其余供应商的采购价格均较为稳定。公司于 2015 年开始在增值电信服务领域与阳光河谷展开合作，双方合作稳定良好。2019 年 9 月，公司与阳光河谷已签订的合同履行完毕后，双方经友好协商，将渠道信息费的分成比例从原有的 80%降至 70%。本次调价系基于市场价格、公司行业地位及采购规模等多方因素考虑，与公司 2019 年新引入增值电信服务供应商价格一致，符合市场行情。价格调整后公司向阳光河谷的采购价格与公司其他主要渠道供应商及同行业可比公司不存在重大差异，定价公允。

移动信息化服务的各短信供应商各期采购价格差异较大主要是由于：1）部分短信供应商如阳光河谷、和悦致远主要提供省内短信资源，采购价格低于全网短信资源；2）部分供应商如中国移动上海分公司的短信采购单价实行阶梯定价标准，因此短信均价取决于当期累积采购量；3）2019 年下半年运营商短信通道资费普遍上调。公司向各短信供应商的采购均价均符合行业合理价格水平，不存在异常。

公司采购价格均遵循市场惯例，采购价格与同行业可比公司不存在重大差异。

6、前五大供应商的基本情况

单位：万元

序号	供应商名称	成立时间	开始合作时间	合作内容	主营业务范围	经营规模及行业地位介绍	2020 年	2019 年	2018 年
1	北京和悦致远通讯科技有限公司	2014 年 1 月	2018 年 1 月	采购短信	主要业务为三大运营商的政企业务	与中国移动、中国联通、中国电信等主要电信运营商进行合作	**5,762.36**	996.72	248.66
	北京云湖九鼎科技有限公司	2016 年 5 月	2019 年 10 月	采购短信			**1,555.75**	-	-
	北京掌盟在线科技有限公司	2012 年 7 月	2016 年 9 月	采购短信			**483.07**	139.66	122.18
2	江苏美圣信息技术有限公司	2012 年 1 月	2020 年 3 月	采购短信	主要从事短信发送服务	与中国移动、中国联通、中国电信等主要电信运营商进行合作，自主研发的移动增值应用平台可实现全国全网跨三大运营商平台的移动信息服务	**3,761.38**	-	-
	南京飞拓掌中传媒有限公司	**2008 年 10 月**	**2020 年 7 月**	**采购短信**	**主要从事短信平台应用并提供各类短信接口**	**江苏地区专业的行业应用短信供应商，先后成为移动、电信、联通的战略合作伙伴，并在增值运营平台技术、应用产品、销售渠道等领域展开深度合作。**	**188.23**	-	-
3	北京阳光河谷科技有限公司	2006 年 6 月	2014 年 11 月	采购渠道推广服务及短信	主要从事互联网广告、移动增信业务等	北京阳光河谷科技有限公司是专业从事手机游戏等无线娱乐产品开发、发行及内容服务的高新技术企业，与各手机厂商的 APPStore、互联网及无线渠道、专业媒体、娱乐机构有广泛	**1,478.06**	1,849.21	2,366.58
	喀什阳光河谷信息科技有限公司	2016 年 7 月	2017 年 12 月	采购渠道推广服务			**1,261.86**	554.56	1,968.36
	掌中联动（北京）科技有限公司	2012 年 6 月	2017 年 1 月	采购渠道推广服务			**387.65**	862.79	197.89

						合作，现有产品 200 款			
4	**深圳市诚立业科技发展有限公司**	**2014 年 8 月**	**2020 年 2 月**	**采购短信**	**主要从事软件开发和短信发送业务**	**目前拥有软件专利 18 项，为广东移动集团业务合作商，截至 2017 年，短信业务月发送量突破 9 亿条**	**2,826.63**	-	-
5	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	1999 年 4 月	2019 年 11 月	采购短信	主要经营电信业务等	隶属于中国移动集团，中国移动有限公司（中国移动 00941.HK）2019 年总营业收入 7459.17 亿元	**1,618.83**	2,137.43	-
	中国移动通信集团上海有限公司	2000 年 8 月	2019 年 11 月	采购短信	主要经营电信业务等		**1,092.07**	2.44	-
6	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2015 年 10 月	2019 年 5 月	采购短信以及渠道推广服务	主要从事互联网运营商推广业务、渠道业务、广告业务、会员权益类业务等	母公司为安徽捷兴信源信息技术有限公司，母公司主要为政府职能监管及执法部门提供移动互联网应用安全监管、网络违法取证、信息安全监测服务等	**2,596.54**	2,190.86	-
7	上海如禾信息科技有限公司	2017 年 11 月	2018 年 11 月	采购渠道推广服务	主要从事移动互联网广告推广、游戏等的 APP 流量采买分发等	北京市汇聚无限科技有限公司在移动游戏领域具有多年行业经验，以国内游戏发行为主，合作渠道除覆盖一线大平台外，与众多的精品游戏网站建立的良好的合作关系	**87.91**	1,045.27	92.66
	深圳市智游无限科技开发有限公司（已于 2019 年 9 月 23 日注销）	2012 年 4 月	2016 年 4 月	采购渠道推广服务	主要从事广告投放、电信增值业务、游戏推广等		**-**	883.43	2,281.36
	北京市汇聚无限科技有限公司	2014 年 9 月	2016 年 7 月	采购渠道推广服务	主要从事广告投放、电信增值业务、游戏推广等		**-**	-	1,998.99

8	北京考拉心扉科技有限公司	2010 年 8 月	2015 年 9 月	采购渠道推广服务	主要从事互联网广告推广等	注册资本为 1000 万元人民币，为科技推广和应用服务业公司	**739.75**	1,399.71	1,134.97
9	新华新媒文化传播有限公司	2013 年 5 月	2017 年 10 月	采购媒体广告资源	主要负责新华社新媒体产品的组织策划生产，统筹协调全社新媒体业务的资源整合、市场运作、品牌经营等	新华社直属单位，新华社是中国的国家通讯社，法定新闻监管机构，同时也是世界性现代通讯社	**228.08**	637.86	906.88

注：上表中“主营业务范围”、“经营规模与行业地位介绍”系根据对主要供应商进行访谈，对发行人相关人员进行访谈，网络检索上市公司公开披露的年报、国家企业信用信息公示系统、企查查、供应商官方网站等国家公示或市场公开信息确定。

如上表所示，报告期内前五大供应商不存在合作内容与其主营业务范围不相关的情况，不存在经营规模与其行业地位不相匹配的情况；除上海如禾信息科技有限公司之外，不存在成立一年以内即与发行人合作的情况。

上海如禾信息科技有限公司为深圳市智游无限科技开发有限公司以及北京市汇聚无限科技有限公司的关联公司，主要从事移动互联网广告推广、游戏推广等业务；2018 年 11 月，公司基于与深圳市智游无限科技开发有限公司、北京市汇聚无限科技有限公司良好的合作过往，开始与上海如禾信息科技有限公司建立合作。

公司与上述主要供应商的合作均系正常的商业合作，双方交易真实，具有商业合理性。

7、公司与前五大供应商的关联关系

报告期内，公司前五名供应商与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均不存在关联关系，前五名供应商及其控股股东、实际控制人不存在是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（三）报告期各期新增供应商中前五大情况的说明

1、各报告期前五大新增供应商（新增当年交易金额 50 万元以上，下同）的基本情况及报告期各期的采购金额、占比情况

单位：万元

序号	供应商名称	成立时间	主营业务范围	经营规模及行业地位介绍	2020 年		2019 年	
					金额	占比	金额	占比
1	江苏美圣信息技术有限公司	2012 年 1 月	主要从事短信发送服务等	与中国移动、中国联通、中国电信等主要电信运营商进行合作，自主研发的移动增值应用平台可实现全国全网跨三大运营商平台的移动信息服务	3,761.38	9.64%	-	-
	南京飞拓掌中传媒有限公司	2008 年 10 月	主要从事短信平台应用并提供各类短信接口	江苏地区专业的行业应用短信供应商，先后成为移动、电信、联通的战略合作伙伴，并在增值运营平台技术、应用产品、销售渠道等领域展开深度合作。	188.23	0.48%	-	-
2	深圳市诚立业科技发展有限公司	2014 年 8 月	主要从事软件开发和短信发送业务	目前拥有软件专利 18 项，为广东移动集团业务合作商，截至 2017 年，短信业务月发送量突破 9 亿条	2,826.63	7.25%	-	-
3	深圳市掌联科技有限公司	2011 年 4 月	主要从事科技推广和应用服务	与中国移动等客户实现了多项标准接口、非标准接口的对接，为虚拟产品的业务实现提供发码、用码、结算、数据安全等技术服务。	1,264.53	3.24%	-	-
4	北京中润无线广告有限公司	2015 年 6 月	主要从事移动广告营销	一家移动广告营销公司，覆盖海量移动广告资源，客户有淘宝、百度、360 核心代理商等，在移动广告领域积累了大量的经验。	742.26	1.90%	-	-
5	福建三拓联创通信科技有限公司	2010 年 10 月	主要从事数据通信业务等	一家研究和试验发展的公司	674.14	1.73%	-	-

序号	供应商名称	成立时间	主营业务范围	经营规模及行业地位介绍	2020 年		2019 年	
					金额	占比	金额	占比
6	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2015 年 10 月	主要从事互联网运营商推广业务、渠道业务、广告业务、会员权益类业务	母公司为安徽捷兴信源信息技术有限公司，母公司主要为政府职能监管及执法部门提供移动互联网应用安全监管、网络违法取证、信息安全监测服务等	**2,596.54**	**6.66%**	2,190.86	13.10%
7	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	1999 年 4 月	主要经营电信业务等	隶属于中国移动，中国移动有限公司（中国移动 00941.HK）2019 年总营业收入 7459.17 亿元	**1,618.83**	**4.15%**	2,137.43	12.78%
8	电动邦科技（北京）有限公司	2014 年 9 月	汽车行业媒体公司，与车企合作推广，主要产品有“电动邦”网站	电动邦网站为用户提供新能源汽车选车、买车、用车的专业垂直一站式服务网站	**424.53**	**1.09%**	471.70	2.82%
9	启程未来科技（北京）有限公司	2013 年 3 月	汽车行业媒体公司，与车企合作推广，主要产品有“车云网”网站	车云网是中国第一个汽车科技媒体，专注于汽车及相关 TMT 领域（科技，媒体，通信）的报道	**283.02**	**0.73%**	330.19	1.97%

序号	供应商名称	成立时间	主营业务范围	经营规模及行业地位介绍	2020 年		2019 年	
					金额	占比	金额	占比
10	北京多客易联科技有限公司	2019 年 1 月	主要从事运营SP业务（短信类），软件开发集成等	业务范围覆盖短信验证码、语音短信、国际短信、各行业会员营销短信等，目前服务众多互联网、金融及传统知名企业，服务9000 万终端用户	**407.90**	**1.05%**	212.84	1.27%

注：上表中“主营业务范围”、“经营规模与行业地位介绍”系根据对主要供应商进行访谈，对发行人相关人员进行访谈，网络检索上市公司公开披露的年报、国家企业信用信息公示系统、企查查、供应商官网等国家公示或市场公开信息确定。

2、公司与新增供应商中前五大的合作情况

（1）与新增短信供应商的合作情况

序号	供应商名称	采购内容	开始合作时间	信用期	采购金额占该供应商销售比例	采购均价（元/条）		双方合作建立的情况及原因
						2020 年	2019 年	
1	江苏美圣信息技术有限公司	短信	2020 年	3 个月	约 25%	**0.021** **-0.031**	0.018 -0.028	随着移动信息化业务规模不断攀升，为保证通道的稳定性、丰富性和价格优势，公司评估引入多家短信通道资源供应商。同时，2019 年公司通过收购久佳信通与多家短信资源供应商建立合作。
	南京飞拓掌中传媒有限公司	**短信**	**2020 年**	**3 个月**				
2	深圳市诚立业科技发展有限公司	短信	2020 年	3 个月	约 10%			
3	**深圳市掌联科技有限公司**	**短信**	**2020 年**	**3 个月**	**约 20%**			
4	**北京中润无线广告有限公司**	**短信**	**2020 年**	**3 个月**	**约 15%**			
5	**福建三拓联创通信科技有限公司**	**短信**	**2020 年**	**3 个月**	**约 15%**			
6	安徽捷兴信息安全技术有限公司	短信	2019 年	3 个月	小于 10%			
7	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	短信	2019 年	3 个月	30%-50%			
8	北京多客易联科技有限公司	短信	2019 年	3 个月	约 5%			

注 1：无法获取公司采购占某些供应商同类业务销售的比例。

注 2：采购均价=当期短信采购总额/当期短信采购总量。

（2）与新增渠道推广服务供应商的合作情况

序号	供应商名称	采购内容	开始合作时间	信用期	采购金额占该供应商销售比例	分成比例		双方合作建立的情况及原因
						2020 年	2019 年	
1	**深圳市掌联科技有限公司**	**渠道推广服务-增值电信服务**	**2020 年**	**3 个月**	**约 20%**	**65%-70%**	70%	为优化渠道资源配置，引入新的渠道推广供应商。
2	安徽捷兴信息安全技术有限公司	渠道推广服务-增值电信服务	2019 年	3 个月	小于 10%			

注：采购价格为以从电信运营商业务管理平台传输属于有效计费的信息费为基础的支付比例。

（3）与新增广告媒体资源供应商的合作情况

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	开始合作时间	双方合作建立的情况及原因	信用期	采购金额占该供应商销售比例	采购金额	
							2020 年	2019 年
1	电动邦科技（北京）有限公司	媒体广告资源	2019 年	2019 年公司拓展移动营销业务，与电动邦、车云网展开合作，取得了其广告资源代理权。	预付广告资源代理费后开展合作	约 4%	**424.53**	471.70
	启程未来科技（北京）有限公司	媒体广告资源	2019 年		预付广告资源代理费后开展合作	约 9%	**283.02**	330.19

3、新增供应商与原有供应商采购价格/分成比例不存在显著差异

采购内容	对应主营业务	原有供应商采购价格/分成比例	新增供应商采购价格/分成比例
渠道推广服务	增值电信服务	渠道推广服务采购分成比例在65%-80%之间	渠道推广服务采购分成比例为70%
短信采购	移动信息化服务	单条短信平均采购单价在0.016元-0.041元	单条短信平均采购单价在0.018元-0.031元
媒体广告资源	移动营销服务-媒体代理业务	根据具体广告资源、采购模式等情况通过谈判、招标等方式确定媒体代理价格。	由于广告资源差异性较大，不同供应商采购价格不具有可比性。

报告期内，公司原有增值电信服务渠道推广服务供应商及移动信息化服务供应商与同业务新增供应商的采购价格/分成比例可比，未发生重大变化。

公司新增前五大供应商采购价格/分成比例与原供应商不存在显著差异，公司向新增前五大供应商的采购价格/分成比例公允。

上述新增供应商不存在合作内容与其主营业务范围不相关的情况，不存在经营规模与其行业地位不相匹配的情况，除北京多客易联科技有限公司之外，不存在成立一年以内即与发行人合作的情况。

北京多客易联科技有限公司目前主要从事增值电信、软件开发集成等业务，具备运营商短信通道资源，且服务于多家知名企业。2019 年 9 月，公司在对多家供应商进行了价格、产品、服务等方面的评估比对后，与北京多客易联科技有限公司展开合作。经对北京多客易联科技有限公司进行实地走访，目前其经营状况良好，具备相应的合同履行能力。公司与北京多客易联科技有限公司交易真实，具有商业合理性。

综上所述，公司与新增前五大供应商的合作背景真实，新增前五大供应商采购价格/分成比例与原供应商不存在显著差异，采购价格/分成比例公允。

4、公司与各期新增供应商中前五大的关联关系

报告期内，公司各期新增供应商中前五大与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均不存在关联关系，前五名供应商及其控股股东、实际控制人不存在是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（四）报告期主要短信供应商的采购情况

1、向主要短信供应商的采购金额及占短信采购总额的比例

报告期内，公司向主要短信供应商的采购金额及占短信采购总额的比例情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		采购金额（万元）	短信采购占比	采购金额（万元）	短信采购占比	采购金额（万元）	短信采购占比
1	北京和悦致远通讯科技有限公司	**5,762.36**	**18.11%**	996.72	14.37%	248.66	67.05%
	北京云湖九鼎科技有限公司	**1,555.75**	**4.89%**	316.03	4.56%	-	-
	北京掌盟在线科技有限公司	**483.07**	**1.52%**	139.66	2.01%	122.18	32.95%
2	江苏美圣信息技术有限公司	**3,761.38**	**11.82%**	-	-	-	-
	南京飞拓掌中传媒有限公司	**188.23**	**0.59%**	-	-	-	-
3	深圳市诚立业科技发展有限公司	**2,826.63**	**8.89%**	-	-	-	-
4	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	**1,618.83**	**5.09%**	2,137.43	30.81%	-	-
	中国移动通信集团上海有限公司	**1,092.07**	**3.43%**	2.44	0.04%	-	-
5	安徽捷兴信息安全技术有限公司	**2,596.54**	**8.16%**	1,707.78	24.62%	-	-
6	北京多客易联科技有限公司	**407.90**	**1.28%**	212.84	3.07%	-	-
合计		**20,292.76**	**63.79%**	**5,512.90**	**79.48%**	370.84	100.00%

2、公司与上述主要短信供应商合作的情况

序号	供应商名称	供应商性质	对应终端供应商	报告期内实际执行的付款政策	公司采购占该供应商同类业务销售的比例	采购均价（元/条）		
						2020 年	2019 年	2018 年
1	北京和悦致远通讯科技有限公司	间接供应商	中国移动北京公司/中国联通/中国电信	预付款、后付款均存在	约 8%	**0.023-0.031**	0.016-0.041	0.019-0.021
	北京云湖九鼎科技有限公司	间接供应商	中国移动/中国联通/中国电信	预付款、后付款均存在				
	北京掌盟在线科技有限公司	间接供应商	中国移动/中国联通/中国电信	预付款、后付款均存在				

2	江苏美圣信息技术有限公司	间接供应商	中国移动	预付款、后付款均存在	约 25%			
	南京飞拓掌中传媒有限公司	**间接供应商**	**中国移动**	**预付款、后付款均存在**				
3	深圳市诚立业科技发展有限公司	间接供应商	中国移动	后付款	约 10%			
4	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	直接供应商	不适用	预付款、后付款均存在	约 30%-50%			
	中国移动通信集团上海有限公司	直接供应商	不适用	后付款	-（注）			
5	安徽捷兴信息安全技术有限公司	间接供应商	中国移动	预付款、后付款均存在	小于 10%			
6	北京多客易联科技有限公司	间接供应商	中国移动/中国联通	预付款、后付款均存在	约 5%			

注 1：无法获取公司采购占某些供应商同类业务销售的比例。

注 2：采购均价=当期短信采购总额/当期短信采购总量

3、主要短信供应商不同付款模式的采购情况如下：

采购模式	供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		采购金额（万元）	采购单价（元/条）	采购金额（万元）	采购单价（元/条）	采购金额（万元）	采购单价（元/条）
预付款	和悦致远	**2,740.43**	**0.0189-0.0443**	-	0.0183-0.0283	-	-
	安徽捷兴	**2,249.95**		1,351.23		-	-
	北京豪讯	**681.53**		116.26		-	-
	江苏美圣	**767.27**		-		-	-
	多客易联	**80.66**		-		-	-
后付款	和悦致远	**5,060.75**	**0.0189-0.0282**	1,452.41	0.0188-0.0264	370.85	0.0206
	安徽捷兴	**101.68**		356.55		-	
	北京豪讯	**112.72**		-		-	
	江苏美圣	**3,182.35**		-		-	
	多客易联	**327.24**		212.84		-	

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

报告期内，公司存在向同一供应商采购多个短信通道的情形。不同短信通道的付款模式存在差异，公司采用预付款模式的主要原因为：1）获取价格优惠：

运营商及第三方供应商通常会根据其业务规划对采购量/预存量达到一定规模的企业不定期开展优惠促销活动，给予特别的优惠政策；2）获取特定通道：部分供应商（含运营商）要求采用预付款模式开展合作。

同时，不同短信通道的采购单价受所属地域、运营商归属、短信发送类型等多种因素影响，因而公司向各供应商的短信采购均价高低不仅取决于付款方式。同一供应商不同付款模式的采购单价存在差异具备合理性。

4、向第三方采购的短信数量、金额及占比情况

报告期内，公司采购短信主要分为直接向运营商采购和通过第三方供应商采购两种形式，其采购情况如下：

采购方式	2020 年			
	采购金额（万元）	采购占比	采购数量（万条）	采购单价（元/条）
第三方采购	**27,382.73**	**86.08%**	**1,116,853.90**	**0.0245**
直接采购	**4,427.60**	**13.92%**	**166,114.88**	**0.0267**
合计	**31,810.34**	**100.00%**	**1,282,968.78**	**0.0248**
采购方式	2019 年			
	采购金额（万元）	采购占比	采购数量（万条）	采购单价（元/条）
第三方采购	4,768.40	68.74%	232,362.80	0.0205
直接采购	2,168.39	31.26%	76,472.90	0.0284
合计	**6,936.79**	**100.00%**	**308,835.69**	**0.0225**
采购方式	2018 年			
	采购金额（万元）	采购占比	采购数量（万条）	采购单价（元/条）
第三方采购	370.85	100.00%	17,983.18	0.0206
直接采购	-	-	-	-
合计	**370.85**	**100.00%**	**17,983.18**	**0.0206**

报告期内公司向第三方采购的均价低于向运营商直接采购均价，主要是由于在公司采购规模有限的情况下，第三方短信供应商具备一定的采购规模优势，可向运营商获取更优的采购价格优惠，因而公司向其采购的均价相应较低。

报告期内公司向第三方采购的占比较高，主要是由于：

（1）采购价格更为优惠；

（2）存在业务壁垒：部分运营商已建立了较为稳定的短信代理商体系，公

司短时无法直接与运营商进行合作，必须通过其代理商进行采购；

（3）与运营商众多的各地分支机构建立直接合作不符合经济效益：由于运营商通常以地市级为单位分别负责各自的短信销售业务，且不同地区运营商的销售政策存在较大差异，公司分别与各地市级运营商直接建立业务合作不符合经济效益，且无法满足各家运营商最优销售政策的条件。

通过第三方采购短信在行业内较为普遍，公司向第三方采购占比较高，符合公司的实际业务情况。

5、公司向第三方采购对应的最终运营商情况

报告期内，公司向第三方采购对应的最终运营商占比情况如下：

最终运营商	2020 年	2019 年	2018 年
中国移动	**68.79%**	71.56%	45.80%
中国电信	**6.58%**	7.54%	12.14%
中国联通	**13.31%**	16.73%	37.81%
三网直连	**11.31%**	4.17%	4.25%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，公司向第三方采购对应的最终运营商采购单价情况如下：

单位：元/条

最终运营商	报告期
中国移动	**0.0205-0.0255**
中国电信	**0.0178-0.0218**
中国联通	**0.0199-0.0213**
三网直连	**0.0194-0.0254**

报告期内，公司向第三方采购对应的最终运营商以中国移动为主，对中国联通、中国电信的短信采购相对较少，整体结构随着公司移动信息化服务规模的不断扩大及客户需求结构的变化而有所变动。报告期各期公司采购均价主要受上游运营商的价格政策及采购结构影响，由于报告期内公司采购的中国移动类短信占比较高，因此公司整体采购单价受中国移动类短信的价格调整影响较大。

6、公司通过第三方供应商向运营商采购占比及单价与同行业可比公司对比情况

（1）采购占比情况

报告期内，公司通过第三方供应商向运营商采购占比与同行业可比公司线上线下的对比情况如下：

运营商	公司	2020 年	2019 年	2018 年
中国移动	发行人	**68.79%**	71.56%	45.80%
	线上线下		73.31%	86.86%
中国电信	发行人	**6.58%**	7.54%	12.14%
	线上线下		11.18%	6.86%
中国联通	发行人	**13.31%**	16.73%	37.81%
	线上线下		15.51%	6.29%

注：根据线上线下披露的对各运营商采购数量和采购均价，计算其相应的采购金额占比。

报告期内，公司通过第三方采购和可比公司线上线下向运营商主要采购的短信均为中国移动类短信。根据三大运营商的定期报告和官网的公开资料，中国移动类用户占三大运营商的比重约为 60%，所以线上线下和公司通过第三方采购的短信中中国移动类短信占比较大符合行业特点。公司 2018 年中国移动类短信采购占比相对较低，主要是由于公司 2018 年移动信息化服务的业务规模较小，客户结构较为简单，受下游客户的需求影响导致公司通过第三方供应商向运营商采购的占比有所波动。报告期内，公司及线上线下对中国联通和中国电信的采购量主要受下游客户的需求影响，因此变动趋势不完全一致。

（2）采购均价情况

报告期内，公司通过第三方采购的运营商采购单价与同行业可比公司线上线下的对比情况如下：

单位：元/条

最终运营商	公司	报告期
中国移动	发行人	**0.0205-0.0255**
	线上线下	**0.0161-0.0181**
中国电信	发行人	**0.0178-0.0218**
	线上线下	**0.0206**
中国联通	发行人	**0.0199-0.0213**
	线上线下	**0.0199-0.0207**
三网直连	发行人	**0.0194-0.0254**
	线上线下	**-**
整体采购均价	**发行人**	**0.0206-0.0245**
	线上线下	**0.0173-0.0186**

报告期内，公司通过第三方采购的运营商整体采购均价高于可比公司线上线下。采购均价受采购通道特征的影响较大，因此报告期内双方向运营商的采购均价不完全一致。

报告期内，公司整体采购均价均高于可比公司线上线下，同行业上市公司未披露各报告期采购均价。根据吴通控股披露的年报信息测算， 其 2018 年短信发送量超 600 亿条，短信通道采购费 15.21 亿元，以超过 600 亿条进行计算，吴通控股 2018 年采购均价应略低于 0.0254 元/条;2019 年短信发送量约为 695 亿条，短信通道采购费 17.35 亿元，采购均价约为 0.0250 元/条。公司报告期内的采购均价处于同行业公司线上线下和吴通控股的采购均价区间内，符合行业情况，不存在异常。

（五）报告期主要增值电信服务供应商采购情况

报告期内，发行人不涉及直接与手机应用 APP 服务商合作的情形，均向渠道供应商进行采购。渠道供应商掌握众多手机应用 APP、各类媒体等渠道资源，与手机应用 APP 服务商直接进行结算。出于对自身商业价值和业务机密的保护，渠道供应商未将与手机应用 APP 服务商的具体合作情况提供给发行人。同时，发行人关注渠道供应商的最终推广效果，无需获知最终手机应用 APP 服务商具体情况。综上，发行人未与手机应用 APP 服务商直接合作，亦不掌握最终手机应用 APP 服务商获取的结算费用情况。

增值电信服务中，发行人与运营商、渠道供应商均按月对账，对账无误后进行结算。报告期内，发行人与运营商、渠道供应商未发生对账差异较大导致双方重新对账的情形，发行人与运营商、渠道供应商就结算金额均未发生异议情形。

1、话费结算业务的主要渠道供应商采购金额及占比

报告期内，话费结算业务开展过程中，公司向主要渠道供应商支付渠道推广服务费用的金额及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本
1	北京阳光河谷科技有限公司	**2,426.29**	**49.18%**	2,874.78	46.59%	4,048.21	45.93%
2	**深圳市掌联科技有限公司**	**615.18**	**12.47%**	**-**	**-**	**-**	**-**
3	北京考拉心扉科技有限公司	**559.63**	**11.34%**	1,066.06	17.28%	792.00	8.99%

4	**北京星矢互动传媒科技有限公司**	**355.35**	**7.20%**	**-**	**-**	**-**	**-**
5	**深圳市睿盛智慧科技有限公司**	**250.17**	**5.07%**	**130.37**	**2.11%**	**-**	**-**
6	安徽捷兴信息安全技术有限公司	**224.61**	**4.55%**	462.44	7.49%	-	-
7	上海如禾信息科技有限公司	**66.08**	**1.34%**	1,566.20	25.38%	3,644.37	41.35%
8	其他	**435.95**	**8.84%**	**70.95**	**1.15%**	328.36	3.73%
合计		**4,933.25**	**100.00%**	**6,170.80**	**100.00%**	**8,812.94**	**100.00%**

注：同一控制下的企业合并披露。

2、信息交互类业务的主要渠道供应商采购金额及占比

报告期内，信息交互类业务开展过程中，公司向主要渠道供应商支付渠道推广服务费用的金额及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本
1	北京阳光河谷科技有限公司	**523.22**	**50.26%**	360.68	28.73%	457.01	22.79%
2	北京考拉心扉科技有限公司	**180.12**	**17.30%**	333.65	26.57%	342.97	17.10%
3	**深圳市掌联科技有限公司**	**177.65**	**17.07%**	**-**	**-**	**-**	**-**
4	**深圳市睿盛智慧科技有限公司**	**55.52**	**5.33%**	**57.03**	**4.54%**	**-**	**-**
5	上海如禾信息科技有限公司	**21.83**	**2.10%**	362.49	28.87%	639.95	31.91%
6	安徽捷兴信息安全技术有限公司	**20.31**	**1.95%**	20.64	1.64%	-	-
7	其他	**62.29**	**5.98%**	**121.10**	**9.64%**	396.65	19.78%
合计		**1,040.94**	**100.00%**	**1,255.59**	**100.00%**	**2,005.24**	**100.00%**

注：同一控制下的企业合并披露。

（六）报告期向主要媒体资源供应商新华新媒的采购情况

2017 年 10 月，公司与新华新媒签订《合作协议》，公司作为独家代理商可在新华社微信公众号发布广告，广告收入归公司所有，合作期限至 2022 年 12 月 31 日；2019 年 12 月，经交易双方协商修改原合作协议，合作期限修改至 2020

年 3 月 31 日。

1、新华社公众号广告位位置和广告资源具体形式

新华社公众号为发行人提供微信公众号“新华社（id: xinhuashefabu1）”的广告信息发布平台，同时新华社公众号提供广告发布的全部技术开发，确保发行人广告发布的各种技术支持和保障。

根据发行人与新华新媒的合同约定，新华社公众号广告位位置举例如下：





2、双方修改合同的具体情况

（1）背景及原因

新华社公众号作为具有重大影响力的权威官方媒体，需要发布自己的新闻、宣传、推广等内容，占用发行人独家代理的广告资源，2018 年和 2019 年均因上述原因分别减免发行人信息发布服务费 200 万元。经两年来的业务磨合，双方均认为新华社公众号不适用于独家代理的广告营销模式，经过双方友好协商，修改了原条款，于 2020 年 3 月终止了原协议。

（2）代理模式变化对该项业务的影响

公司从独家代理变更为一般代理后，无需预付固定独家代理成本，成本主要为信息发布费，即由固定成本变为变动成本，降低了公司的固定成本支付和摊销压力。同时，由于变更为一般代理，公司将面临更多的同行业公司竞争，此项业务市场份额可能下降，导致该类业务的收入有所下滑。

（3）合作期限变更对采购费用摊销的具体影响

假设未发生《合作协议》变更，发行人 2019 年度的摊销金额应与 2018 年摊销金额一致，应为 906.88 万元；由于《合作协议》变更，合作期变更后，2019

年摊销 637.86 万元，采购费用摊销下降 269.02 万元，下降幅度为 29.66%。摊销金额的具体计算过程详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率分析”之“2、毛利率分析”之“（3）移动营销服务”之“②2019 年新华社公众号业务的毛利率变动原因”。

《合作协议》修改主要对合作期限及代理模式进行修改，不涉及退款或者赔偿。

（4）《合作协议》修改前后的主要条款、主要客户及销售金额

《合作协议》修改的主要条款包括：合作期限由 2022 年 12 月 31 日修改为 2020 年 3 月 31 日、原协议的合作费用由固定费用 6,000 万元修改为双方根据实际情况进行结算、独家代理修改为一般代理。

《合作协议》修改前的主要客户及销售金额：

单位：万元

主要客户	2019 年	2018 年
广州美推网络科技有限公司	341.19	1,034.36
深圳市乐搜科技有限公司	305.66	-
广州市瀚拓广告有限公司	99.06	-
高陌（北京）科技有限公司	83.96	-
华扬联众数字技术股份有限公司	75.47	-
广州联络互通文化传播有限公司	66.98	-
北京赛奥图科技发展有限公司	66.04	-
中国新闻发展有限责任公司上海分公司	66.04	-
太极星河（北京）文化传媒有限公司	66.04	-
其他	154.72	-
合计	**1,325.16**	**1,034.36**

注：同一控制下的企业合并披露。

《合作协议》修改后的主要客户及销售金额：

单位：万元

主要客户	2020 年
广州美推网络科技有限公司	**120.13**
中国新闻发展有限责任公司上海分公司	**98.11**
上海原锐广告咨询有限公司	**93.40**
上海致趣文化传媒有限公司	**92.45**
深圳市乐搜科技有限公司	**70.75**

主要客户	2020 年
江西广而易科技有限公司	**28.30**
合计	**503.14**

（七）供应商集中度较高情况的说明

2018 年至 2020 年，公司对前五大供应商的采购金额占当期外部采购总额比例分别为 88.05%、65.66%和 **52.33%**，采购集中度较高。报告期内，公司对前五大供应商的采购内容主要为渠道推广服务和短信，具体情况如下：

序号	供应商名称	合作开始时间	采购内容	定价是否公允	与公司是否存在关联关系
1	阳光河谷	2015 年	渠道推广服务、短信	是	否
2	安徽捷兴	2019 年	短信、渠道推广服务	是	否
3	中国移动通信集团	2019 年	短信	是	否
4	如禾信息	2016 年	渠道推广服务	是	否
5	和悦致远	2016 年	短信	是	否
6	考拉心扉	2015 年	渠道推广服务	是	否
7	新华新媒	2017 年	媒体广告资源	是	否
8	江苏美圣	2020 年	短信	是	否
9	**深圳市诚立业**	**2020 年**	**短信**	**是**	**否**

公司上游渠道推广服务商和短信供应商领域企业数量较多，公司可选择的供应商充足，供应商的可替代性较强。公司根据自身供应商管理体系，对供应商进行严格筛选。报告期内，基于渠道推广服务商的业务转化效率和稳定性，短信供应商提供短信通道的稳定性、丰富性和价格优势，公司在众多供应商中选择服务经验丰富、资源储备深厚的供应商进行合作。报告期内，公司供应商集中度较高是公司对供应商主动筛选、择优合作的结果，有助于公司提高业务效率、降低采购成本。公司与上述供应商合作持久稳定，与优质供应商的深入合作有利于公司业务稳定发展。供应商集中度较高具有商业合理性，符合行业特性，不会对公司持续经营能力构成重大不利影响。

经核查，保荐机构认为，发行人报告期内供应商集中度较高是发行人主动筛选、择优合作的结果，发行人的主要供应商在服务经验、资源储备等方面具备优势，双方深入合作有利于发行人业务发展，且具有稳定性和可持续性，符合行业特性；发行人与主要供应商的交易定价公允，双方不存在关联关系。发行人供应商集中度较高不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

五、与公司业务相关的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

1、固定资产总体情况

公司的固定资产主要为办公设备和运输工具。公司固定资产产权清晰，目前使用状况良好。截至报告期末，公司固定资产主要情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
办公设备	**294.15**	**175.75**	**118.40**	**40.25%**
运输工具	**38.44**	**9.74**	**28.70**	**74.67%**
合计	**332.59**	**185.49**	**147.10**	**44.23%**

注：成新率=资产净值/资产原值×100%

2、租赁房产情况

截至报告期末，公司无自有产权的房屋建筑物，办公场所均为租赁取得。公司及子公司房屋租赁及使用情况具体如下表所示：

承租人	出租人	产权人	租赁物业	面积（㎡）	租金	租赁期限
挖金客	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	北京朝阳区裕民路 12 号 1 号楼中国国际科技会展中心写字楼 C 座 802a，802b，803a	321.54	48,998.68 元/月	2020.4.23-2021.4.22
	北京瑞企创业科技有限公司	中国中原对外工程有限公司	北京海淀区知春路 51 号慎昌大厦 4 层第 408 号	20	12,000 元/年	2020.3.11-2021.3.10
风笛指媒	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	北京朝阳区裕民路 12 号 1 号楼中国国际科技会展中心写字楼 C 座 801a，801b	285.75	43,544.73 元/月	2020.4.23-2021.4.22
罗迪尼奥	北京瑞企创业科技有限公司	中国中原对外工程有限公司	北京海淀区知春路 51 号慎昌大厦 5 层第 5367 号	20	12,000 元/年	**2020.12.16-2021.12.15**
运智伟业	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	芜湖恒一投资中心（有限合伙）	北京朝阳区裕民路 12 号 1 号楼中国国际科技会展中心写字楼 C 座 805a，805b	179.14	27,298.7 元/月	2020.4.23-2021.4.22

承租人	出租人	产权人	租赁物业	面积（㎡）	租金	租赁期限
喀什聚合	郑莅	郑莅	新疆喀什地区喀什经济开发区总部经济区川渝大厦 15 层 1530 号	60.52	24,329.04 元/年	2020.5.3-2021.5.2
久佳信通	**北京安石蔚莱物业管理有限公司（注）**	**北京安石蔚莱物业管理有限公司**	北京市朝阳区工体北路甲 6 号中宇大厦 20 层（使用楼层）2007、2008 室	331.96	91,345.43 元/月	2018.3.5-2021.3.4
久佳信通	**北京安石蔚莱物业管理有限公司**	**北京安石蔚莱物业管理有限公司**	**北京市朝阳区工体北路甲 6 号中宇大厦 25 层 2501、2502、2509 室**	**459.18**	**77,008.31 元/月**	**2020.9.16-2023.9.15**

注：北京安石房地产开发有限公司名称变更为北京安石蔚莱物业管理有限公司。

发行人及其子公司均为独立办公，不存在与第三方共用办公场所的情形。

3、租赁备案登记情况

根据《中华人民共和国房地产管理法》、《商品房屋租赁管理办法》等相关规定，房屋租赁当事人在签订合同后，应当向当地房产管理部门登记备案；未办理房屋租赁备案手续的，政府主管部门可责令当事人限期改正，在逾期不改正的情况下可对当事人处以 1,000 元以上且不超过 10,000 元的罚款。公司及其子公司就房屋租赁备案事宜与出租方积极沟通，因出租方不配合未能就租赁房屋办理租赁备案登记手续，存在被政府主管部门责令改正或处以罚款的风险。

根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）第四条的规定，“当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。当事人约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件的，从其约定。但当事人一方已经履行主要义务，对方接受的除外”，上述租赁物业涉及的租赁协议未约定以办理登记备案手续为生效条件，因此未办理租赁备案登记的瑕疵不会影响相关租赁合同的效力。目前所有租赁房产公司均能正常使用，不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

公司属于“软件和信息技术服务业”，公司承租的物业不属于其核心经营资产，且该等房产的可替代性较强。截至本招股说明书签署日，公司及其子公司未收到任何第三方权利主张或被有权主管机关处罚。同时公司控股股东已就上述房

屋租赁备案问题出具承诺，若发生因所承租物业未办理租赁备案登记而遭受损失，控股股东将及时、全额补偿发行人因此而遭受的损失。

（二）主要无形资产情况

1、总体情况

截至报告期末，公司无形资产为域名及软件著作权，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	摊余价值
域名及软件著作权	1,773.02	402.12	1,370.90

截至报告期末，公司拥有 49 项注册商标、90 项计算机软件著作权和 12 项互联网域名，是公司开展正常生产经营活动的重要资源，对保证公司业务经营稳定有较大作用。公司受让取得的无形资产均与主营业务相关，不存在与主营业务无关的无形资产。

2、商标

截至报告期末，公司拥有 49 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标	注册号	核定使用商品类别	有效期	取得方式
1		第 11697676 号	第 9 类	2014.07.21-2024.07.20	申请取得
2		第 11697736 号	第 42 类	2014.04.14-2024.04.13	申请取得
3	Banma store	第 10246271 号	第 16 类	2013.02.07-2023.02.06	受让取得
4	Banma store	第 10242174 号	第 42 类	2013.01.28-2023.01.27	受让取得
5	Banma store	第 10251768 号	第 9 类	2013.02.21-2023.02.20	受让取得
6		第 11683687 号	第 42 类	2014.10.07-2024.10.06	受让取得
7		第 11679287 号	第 9 类	2014.08.14-2024.08.13	受让取得
8		第 6029621 号	第 42 类	2020.05.07-2030.05.06	受让取得
9		第 6029620 号	第 9 类	2020.01.14-2030.01.13	受让取得
10	挖金客	第 17389644 号	第 45 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
11	挖金客	第 17389645 号	第 44 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
12	挖金客	第 17389646 号	第 43 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
13	挖金客	第 17389647 号	第 42 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
14	挖金客	第 17389648 号	第 41 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
15	挖金客	第 17389649 号	第 40 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得

序号	商标	注册号	核定使用商品类别	有效期	取得方式
16	挖金客	第 17389650 号	第 39 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
17	挖金客	第 17389651 号	第 38 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
18	挖金客	第 17389652 号	第 37 类	2016.08.14-2026.08.13	申请取得
19	挖金客	第 17389653 号	第 36 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
20	挖金客	第 17389654 号	第 35 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
21	挖金客	第 17389655 号	第 16 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
22	挖金客	第 17389656 号	第 9 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
23	挖金	第 17389657 号	第 45 类	2016.09.07－2026.09.06	申请取得
24	挖金	第 17389658 号	第 44 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
25	挖金	第 17389659 号	第 43 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
26	挖金	第 17389660 号	第 42 类	2016.10.28－2026.10.27	申请取得
27	挖金	第 17389661 号	第 41 类	2016.10.28－2026.10.27	申请取得
28	挖金	第 17389662 号	第 40 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
29	挖金	第 17389663 号	第 39 类	2016.09.07－2026.09.06	申请取得
30	挖金	第 17389664 号	第 38 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
31	挖金	第 17389665 号	第 37 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
32	挖金	第 17389666 号	第 36 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
33	挖金	第 17389667 号	第 35 类	2016.11.28-2026.11.27	申请取得
34	挖金	第 17389668 号	第 16 类	2016.08.14－2026.08.13	申请取得
35	挖金	第 17389669 号	第 9 类	2016.09.07－2026.09.06	申请取得
36	挖金客 Valuer	第 17701254 号	第 45 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
37	挖金客 Valuer	第 17701255 号	第 44 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
38	挖金客 Valuer	第 17701256 号	第 43 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
39	挖金客 Valuer	第 17701257 号	第 42 类	2018.01.28-2028.01.27	申请取得
40	挖金客 Valuer	第 17701258 号	第 41 类	2018.01.28-2028.01.27	申请取得
41	挖金客 Valuer	第 17701259 号	第 40 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
42	挖金客 Valuer	第 17701260 号	第 39 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
43	挖金客 Valuer	第 17701261 号	第 38 类	2018.01.28-2028.01.27	申请取得
44	挖金客 Valuer	第 17701262 号	第 37 类	2017.10.14-2027.10.13	申请取得
45	挖金客 Valuer	第 17701263 号	第 36 类	2018.01.28-2028.01.27	申请取得
46	挖金客 Valuer	第 17701264 号	第 35 类	2018.01.28-2028.01.27	申请取得

序号	商标	注册号	核定使用商品类别	有效期	取得方式
47		第 17701266 号	第 9 类	2017.12.21-2027.12.20	申请取得
48		第 25349712 号	第 42 类	2018.07.14-2028.07.13	申请取得
49		第 25349713 号	第 35 类	2018.07.14-2028.07.13	申请取得

3、计算机软件著作权

截至报告期末，公司共拥有 **90** 项计算机软件著作权，具体情况如下表所示：

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
1	限时免费大师软件[简称：限免大师]V2.3.2	软著登字第 0713558 号	2014SR044314	2013.04.15	2014.04.16	受让	挖金客
2	斑马网软件 V1.0	软著登字第 0713562 号	2014SR044318	2013.04.15	2014.04.16	受让	挖金客
3	斑马应用商店软件[简称：斑马市场]V2.1	软著登字第 0713566 号	2014SR044322	2013.04.15	2014.04.16	受让	挖金客
4	广告在线发布管理系统 V1.0	软著登字第 0724253 号	2014SR055009	2013.09.10	2014.05.06	原始取得	挖金客
5	挖金游戏在线发布平台系统 V1.0	软著登字第 0724373 号	2014SR055129	2013.09.20	2014.05.06	原始取得	挖金客
6	广告定向投放及用户反馈管理系统 V1.0	软著登字第 0724357 号	2014SR055113	2013.10.15	2014.05.06	原始取得	挖金客
7	用户大数据行为统计分析系统 V1.0	软著登字第 0724258 号	2014SR055014	2013.11.05	2014.05.06	原始取得	挖金客
8	挖金网络营销推广软件 V1.0	软著登字第 0724351 号	2014SR055107	2013.12.20	2014.05.06	原始取得	挖金客
9	移动营销服务数据分析系统 V1.0	软著登字第 0723030 号	2014SR053786	2013.12.20	2014.05.05	原始取得	挖金客
10	游礼包软件[简称：游礼包]1.2	软著登字第 1227435 号	2016SR048818	2016.01.13	2016.03.09	原始取得	挖金客
11	挖金动漫软件[简称：挖金动漫]V1.0	软著登字第 1469953 号	2016SR291336	2016.04.20	2016.10.13	原始取得	挖金客
12	语音快速检索系统 V1.0	软著登字第 1499259 号	2016SR320642	2016.08.10	2016.11.07	原始取得	挖金客
13	移动游戏应用智能抓取系统 V1.0	软著登字第 1499251 号	2016SR320634	2016.07.15	2016.11.07	原始取得	挖金客
14	移动应用 C/S 架构快速开发框架 V1.0	软著登字第 1499356 号	2016SR320739	2016.06.13	2016.11.07	原始取得	挖金客
15	移动应用行为分析系统 V1.0	软著登字第 1499540 号	2016SR320923	2016.06.06	2016.11.07	原始取得	挖金客

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
16	语音分析系统 V1.0	软著登字第 1499641 号	2016SR321024	2016.08.03	2016.11.07	原始取得	挖金客
17	大数据原始数据抽取系统 V1.0	软著登字第 1499645 号	2016SR321028	2016.07.20	2016.11.07	原始取得	挖金客
18	移动游戏应用道具推广系统 V1.0	软著登字第 1514051 号	2016SR335434	2016.05.20	2016.11.17	原始取得	挖金客
19	移动应用广告管理系统 V1.0	软著登字第 1514053 号	2016SR335436	2016.05.10	2016.11.17	原始取得	挖金客
20	挖金移动支付软件 V1.0	软著登字第 1558343 号	2016SR379727	2016.10.13	2016.12.19	原始取得	挖金客
21	流量数据处理平台 V1.0	软著登字第 1558345 号	2016SR379729	2016.10.21	2016.12.19	原始取得	挖金客
22	挖金网络支付计费平台 V1.0	软著登字第 1558347 号	2016SR379731	2016.09.16	2016.12.19	原始取得	挖金客
23	语音干扰过滤系统 V1.0	软著登字第 1558484 号	2016SR379868	2016.09.30	2016.12.19	原始取得	挖金客
24	语音验证系统 V1.0	软著登字第 1557264 号	2016SR378648	2016.09.23	2016.12.19	原始取得	挖金客
25	人工智能监控系统 V1.0	软著登字第 3409861 号	2018SR1080766	2018.10.17	2018.12.27	原始取得	挖金客
26	智能路由系统 V1.0	软著登字第 3410379 号	2018SR1081284	2018.06.14	2018.12.27	原始取得	挖金客
27	数据安全存储系统 V1.0	软著登字第 3409906 号	2018SR1080811	2018.09.10	2018.12.27	原始取得	挖金客
28	子业务平台授权与快速登陆系统 V1.0	软著登字第 4607271 号	2019SR1186514	2019.04.18	2019.11.21	原始取得	挖金客
29	子业务平台监控与辅助运维系统 V1.0	软著登字第 4606539 号	2019SR1185782	2019.05.21	2019.11.21	原始取得	挖金客
30	私有云文件储存与分享系统 V1.0	软著登字第 4606521 号	2019SR1185764	2019.06.14	2019.11.21	原始取得	挖金客
31	私有云收藏与云名片管理软件 V1.0	软著登字第 4607948 号	2019SR1187191	2019.07.11	2019.11.21	原始取得	挖金客
32	分布式微服务系统 V1.0	软著登字第 4604050 号	2019SR1183293	2019.08.15	2019.11.21	原始取得	挖金客
33	星语星愿 APPV1.0	软著登字第 4605944 号	2019SR1185187	2019.09.17	2019.11.21	原始取得	挖金客
34	公众号运营系统 V1.0	软著登字第 4606758 号	2019SR1186001	2019.10.08	2019.11.21	原始取得	挖金客
35	计费数据统计分析系统 V1.0	软著登字第 0897379 号	2015SR010297	2012.11.30	2015.01.19	原始取得	风笛指媒
36	移动语音内容分布系统 V1.0	软著登字第 0896138 号	2015SR009056	2014.08.29	2015.01.15	原始取得	风笛指媒
37	游戏推广在线服务系统 V1.0	软著登字第 0897305 号	2015SR010223	2012.10.30	2015.01.19	原始取得	风笛指媒

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
38	无线支付 SDK 支付分析系统 V1.0	软著登字第 0896023 号	2015SR008941	2014.03.28	2015.01.15	原始取得	风笛指媒
39	无线支付 SDK 在线封闭管理系统 V1.0	软著登字第 0895896 号	2015SR008814	2013.08.30	2015.01.15	原始取得	风笛指媒
40	无线支付 SDK 分发管理系统 V1.0	软著登字第 0896745 号	2015SR009663	2013.12.25	2015.01.16	原始取得	风笛指媒
41	手游用户行为分析系统 V1.0	软著登字第 0906468 号	2015SR019386	2014.10.31	2015.01.31	原始取得	风笛指媒
42	安卓手机游戏自动渠道封装软件 V1.0	软著登字第 0897391 号	2015SR010309	2013.08.28	2015.01.19	原始取得	风笛指媒
43	风笛指漫软件[简称：风笛指漫]V1.0	软著登字第 1469512 号	2016SR290895	2016.03.11	2016.10.13	原始取得	风笛指媒
44	业务监控与守护系统 V1.0	软著登字第 1497095 号	2016SR318478	2016.06.22	2016.11.04	原始取得	风笛指媒
45	网页 HTML5 转化系统 V1.0	软著登字第 1497097 号	2016SR318480	2016.07.04	2016.11.04	原始取得	风笛指媒
46	网站广告防作弊过滤系统 V1.0	软著登字第 1498428 号	2016SR319811	2016.08.16	2016.11.04	原始取得	风笛指媒
47	移动语音业务开发公共库系统 V1.0	软著登字第 2279802 号	2017SR694518	2017.08.10	2017.12.15	原始取得	风笛指媒
48	移动语音文件自动生成软件 V1.0	软著登字第 2279582 号	2017SR694298	2017.06.22	2017.12.15	原始取得	风笛指媒
49	无线支付业务监控系统 V1.0	软著登字第 2276522 号	2017SR691238	2017.04.27	2017.12.14	原始取得	风笛指媒
50	无线支付 SDK 二次封装软件 V1.0	软著登字第 2278963 号	2017SR693679	2017.01.11	2017.12.15	原始取得	风笛指媒
51	移动语音业务快速开发框架软件 V1.0	软著登字第 2278589 号	2017SR693305	2017.09.27	2017.12.15	原始取得	风笛指媒
52	服务器垃圾数据监控和自动清理软件 V1.0	软著登字第 2279578 号	2017SR694294	2017.03.23	2017.12.15	原始取得	风笛指媒
53	公众号管理系统 V1.0	软著登字第 3420726 号	2018SR1091631	2018.08.21	2018.12.29	原始取得	风笛指媒
54	云数据处理系统 V1.0	软著登字第 3408974 号	2018SR1079879	2018.09.27	2018.12.27	原始取得	风笛指媒
55	APP 推广统计平台 V1.0	软著登字第 3409918 号	2018SR1080823	2018.06.21	2018.12.27	原始取得	风笛指媒
56	星座大师加强版软件 V1.0	软著登字第 3943876 号	2019SR0523119	2019.04.05	2019.05.27	原始取得	风笛指媒
57	智能业务监控平台 V1.0	软著登字第 4606035 号	2019SR1185278	2019.05.21	2019.11.21	原始取得	风笛指媒

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
58	服务器健康预警系统 V1.0	软著登字第 4605906 号	2019SR1185149	2019.07.25	2019.11.21	原始取得	风笛指媒
59	数据清洗软件 V1.0	软著登字第 4606042 号	2019SR1185285	2019.09.19	2019.11.21	原始取得	风笛指媒
60	短信通道流量数据分析系统 V1.0	软著登字第 1957867 号	2017SR372583	2016.09.10	2017.07.14	原始取得	久佳信通
61	企业短信发送管理云平台 V1.0	软著登字第 1957858 号	2017SR372574	2016.10.20	2017.07.14	原始取得	久佳信通
62	彩信可视化编辑发送系统 V1.0	软著登字第 1957853 号	2017SR372569	2016.11.18	2017.07.14	原始取得	久佳信通
63	企信通业务管理系统 V1.0	软著登字第 1964817 号	2017SR379533	2016.08.11	2017.07.18	原始取得	久佳信通
64	语音短信服务系统 V1.0	软著登字第 1962718 号	2017SR377434	2016.11.10	2017.07.18	原始取得	久佳信通
65	智能运维业务支撑系统 V1.0	软著登字第 1962703 号	2017SR377419	2016.12.15	2017.07.18	原始取得	久佳信通
66	短信流量管理控制系统 V1.0	软著登字第 1967985 号	2017SR382701	2016.07.07	2017.07.19	原始取得	久佳信通
67	HTTP 协议短信接口服务系统 V1.0	软著登字第 4776289 号	2019SR1355532	2017.10.20	2019.12.12	原始取得	久佳信通
68	CMPP 协议短信接口服务系统 V1.0	软著登字第 4776539 号	2019SR1355782	2017.10.26	2019.12.12	原始取得	久佳信通
69	PHP 版业务数据交互系统 V1.0	软著登字第 4778297 号	2019SR1357540	2017.12.26	2019.12.12	原始取得	久佳信通
70	PHP 版短信发送配置平台 V1.0	软著登字第 4778934 号	2019SR1358177	2018.11.23	2019.12.12	原始取得	久佳信通
71	分布式业务逻辑服务系统 V1.0	软著登字第 4778288 号	2019SR1357531	2018.12.18	2019.12.12	原始取得	久佳信通
72	高速内存数据处理系统 V1.0	软著登字第 4835103 号	2019SR1414346	2017.11.23	2019.12.23	原始取得	久佳信通
73	基于服务器云管理平台系统 V1.0	软著登字第 4834659 号	2019SR1413902	2018.10.12	2019.12.23	原始取得	久佳信通
74	短信业务统计分析系统 V1.0	软著登字第 4834343 号	2019SR1413586	2019.11.04	2019.12.23	原始取得	久佳信通
75	基础数据分析系统 V1.0	软著登字第 4834665 号	2019SR1413908	2019.11.05	2019.12.23	原始取得	久佳信通
76	全自动短信业务鹰眼系统 V1.0	软著登字第 4835132 号	2019SR1414375	2019.11.06	2019.12.23	原始取得	久佳信通
77	全协议短信网关系统 V1.0	软著登字第 4852831 号	2019SR1432074	2017.10.13	2019.12.26	原始取得	久佳信通
78	基于云桌面的 crm 客户信息管理软件 V1.0	软著登字第 4851842 号	2019SR1431085	2018.10.24	2019.12.26	原始取得	久佳信通
79	数据云共享及办公管理软件 V1.0	软著登字第 4857185 号	2019SR1436428	2018.10.24	2019.12.26	原始取得	久佳信通
80	统一报警承载服务系统 V1.0	软著登字第 4851250 号	2019SR1430493	2019.11.01	2019.12.26	原始取得	久佳信通

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	权利人
81	监控数据采集系统 V1.0	软著登字第 4851436 号	2019SR1430679	2019.11.05	2019.12.26	原始取得	久佳信通
82	WiFi 共享精灵移动版软件 V1.0	软著登字第 4619206 号	2019SR1198449	2019.09.20	2019.11.23	原始取得	罗迪尼奥
83	聚球迷移动版软件[简称：聚球迷] V1.0	软著登字第 5502190 号	2020SR0623494	2020.05.27	2020.06.15	原始取得	运智伟业
84	**私有云文件管理系统 V1.0**	**软著登字第 6491653 号**	**2020SR1690681**	**2020.08.20**	**2020.11.30**	**原始取得**	**风笛指媒**
85	**基于微服务的语音杂志网关管理平台 V1.0**	**软著登字第 6491646 号**	**2020SR1690674**	**2020.09.15**	**2020.11.30**	**原始取得**	**风笛指媒**
86	**基于微服务的无线支付接口协议转换系统 V1.0**	**软著登字第 6495550 号**	**2020SR1694578**	**2020.10.16**	**2020.12.01**	**原始取得**	**风笛指媒**
87	**12580 来电秘书软件 V1.0**	**软著登字第 595550 号**	**2020SR1117854**	**2020.07.23**	**2020.09.17**	**原始取得**	**挖金客**
88	**5G 智能语音助手快应用软件 V1.0**	**软著登字第 6491790 号**	**2020SR1690818**	**2020.08.20**	**2020.11.30**	**原始取得**	**挖金客**
89	**AI 语音助手微信小程序软件 V1.0**	**软著登字第 6491643 号**	**2020SR1690671**	**2020.09.30**	**2020.11.30**	**原始取得**	**挖金客**
90	**AI 语音助手安卓客户端软件 V1.0**	**软著登字第 6491644 号**	**2020SR1690672**	**2020.10.14**	**2020.11.30**	**原始取得**	**挖金客**

上述软件著作权的保护期均为 50 年，自首次发表日起开始计算，权利范围为全部权利。

4、域名

截至报告期末，公司共拥有如下 12 项互联网域名：

序号	类型	域名	注册时间	到期时间	取得方式	注册所有人
1	国际顶级域名	viki8.com	2009.09.27	**2021.09.27**	申请取得	挖金客
2	中国国家顶级域名	viki8.cn	2009.09.27	**2021.09.27**	受让取得	
3	国际顶级域名	banma.com	2001.12.30	**2021.12.30**	受让取得	
4	国际顶级域名	waluer.com	2015.06.30	2023.06.30	申请取得	
5	中国国家顶级域名	waluer.cn	2015.07.02	2023.07.02	申请取得	
6	国际顶级域名	挖金网.com	2010.05.10	2021.05.10	受让取得	
7	中国国家顶级域名	findia.cn	2007.08.13	2023.08.13	申请取得	风笛指媒
8	中国国家顶级域名	ifindia.cn	2009.06.02	2022.06.02	申请取得	
9	国际顶级域名	88meng.com	2009.06.03	2022.06.03	申请取得	
10	国际顶级域名	yunzhi6.com	2014.02.24	2021.02.24	申请取得	运智伟业

11	国际顶级域名	rdnotech.com	2010.02.24	2022.02.24	受让所得	罗迪尼奥
12	国际顶级域名	jj-mobile.com	2016.05.11	2021.05.11	申请取得	久佳信通

上述商标、计算机软件著作权、域名等无形资产是公司开展正常生产经营活动的重要资源，对保证公司业务经营稳定有较大作用。上述与公司业务相关的主要资产不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷和法律风险，不存在对发行人持续经营产生重大不利影响的情形。

5、受让无形资产的情况

截至报告期末，除斑马网相关无形资产是受让取得外，公司其他无形资产均为自主申请取得。

（1）受让与所有权变更情况

2014 年 1 月，公司与王彦波、北京网路时代科技发展有限公司（以下简称“网路时代”）、江苏腾空信息技术有限公司（以下简称“腾空信息”）签订《平台购买合同》，并签署补充协议，约定由公司向网路时代、腾空信息购买包括斑马网在内的手机游戏推广平台，含以下斑马网相关无形资产：1）第 10246271 号、第 10246223 号、第 10242174 号、第 10251768 号、第 11683687 号、第 11679287 号、第 10242012 号、第 6029621 号、第 6029620 号共计 9 项注册商标；2）“限时免费大师软件[简称：限免大师]V2.3.2”、“斑马网软件 V1.0”、“斑马应用商店软件[简称：斑马市场]V2.1”共计 3 项计算机软件著作权；3）“banma.com”一项域名。

上述交易价格约定为人民币 300 万元。根据协议约定，2014 年 5 月 16 日，公司向网路时代支付 153 万元；2014 年 5 月 31 日，公司向网路时代支付剩余 147 万元。公司已按照协议约定完整支付转让价款。

截至报告期末，公司受让取得的上述无形资产均已办理完成所有权变更登记。交易各方对转让的无形资产权属未发生过争议或纠纷。

（2）受让无形资产的原因、其具体用途及与公司主营业务的相关性

公司收购斑马网等资产组时，斑马网是国内具有一定影响力的手游垂直媒体，拥有多个手游专区，涵盖了国内主流精品手游。公司收购斑马网相关的完整经营性资产组，尝试开拓移动营销业务。

斑马网直接业务为移动营销服务，是公司主营业务的直接组成部分。公司收购斑马网的主要目的：一是获得自有媒体平台后，对接更丰富的媒体和流量资源，

为增值电信服务提供支撑；二是利用自有媒体平台开展移动营销业务。

（3）相关无形资产减值情况

截至报告期末，公司受让的斑马网相关无形资产的摊余价值为**91.98 万元**。**2018 年至 2020 年，**斑马网事业部的利润分别为 237.88 万元、243.30 万元和**259.81 万元**，斑马网相关无形资产不存在减值迹象。

六、特许经营权、主要经营许可

（一）特许经营权情况

公司不涉及特许经营情况。

（二）主要经营许可

截至报告期末，公司及其子公司已获得的各类经营许可如下：

1、中华人民共和国增值电信业务经营许可证（核发机构：中华人民共和国工业和信息化部）

序号	持有人	编号	业务种类/范围/服务项目	有效期
1	挖金客	B2-20110236	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）；业务覆盖范围：全国	2017.04.27-2021.10.24
2	风笛指媒	B2-20170166	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）；业务覆盖范围：全国	2017.01.18-2022.01.18
3	罗迪尼奥	B2-20100221	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；业务覆盖范围：全国	2020.05.13-2025.05.13
4	运智伟业	B2-20170801	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）；业务覆盖范围：全国	2017.04.11-2022.04.11
5	罗迪尼奥	京 B2-20160155	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；业务覆盖范围：含文化；不含信息搜索服务、信息即时交互服务。【依法须经批准的项目，经相关部	2017.01.25-2021.12.20

序号	持有人	编号	业务种类/范围/服务项目	有效期
			门批准后方可开展相应经营活动。】	
6	久佳信通	B2-20161114	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务） 业务范围：全国	2016.08.17-2021.08.17

2、中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证（核发机构：北京市通信管理局）

序号	持有人	编号	业务种类/范围/服务项目	网站域名	有效期
1	挖金客	京 ICP 证 110463 号	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；服务项目：互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械，含电子公告服务	banma.com	2017.05.16-2021.08.02
2	风笛指媒	京 ICP 证 090809 号	业务种类（服务项目）及覆盖范围：信息服务业务（仅限互联网信息服务）；不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	findia.cn	2019.12.11-2024.12.11

3、中华人民共和国电信网码号资源使用证书（核发机构：中华人民共和国工业和信息化部）

序号	持有人	编号	业务种类/范围/服务项目	有效期
1	挖金客	号[2013]00095-A01	码号资源：10690409；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范围：全国	2017.02.21-2021.10.24
2	挖金客	号[2015]00202-A01	码号资源：10661225；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范围：全国	2017.03.07-2021.10.24
3	风笛指媒	号[2017]00404-A01	码号资源：10691188；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范围：全国	2017.05.17-2022.01.18
4	罗迪尼奥	号[2017]00547-A01	码号资源：10692103；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范围：全国	2020.6.30-2025.5.13
5	运智伟业	号[2017]01272-A01	码号资源：10692851；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范围：全国	2018.01.12-2022.04.11
6	久佳信通	号[2017]00080-A01	码号资源：10691216；批准用途：短消息类服务接入代码；使用范	2017.02.21-2021.08.17

			围：全国	

4、网络文化经营许可证（核发机构：北京市文化局）

序号	持有人	编号	业务种类/范围/服务项目	网站域名	有效期
1	罗迪尼奥	京网文[2018]1053-952 号	利用信息网络经营游戏产品	www.rdnotech.com	2018.11.13-2021.11.12

公司及子公司已取得从事生产经营活动所必需的经营许可，已取得的上述经营许可均不存在被吊销、撤销、注销、撤回等重大法律风险或者到期无法延续的风险。

（三）喀什聚合的实际业务范围、需要取得的经营许可种类、签订合同合规性

喀什聚合的实际业务范围为增值电信服务和移动营销服务，按照现行法律、法规及规范性文件的要求，喀什聚合经营上述两种业务，无需取得包括《增值电信业务经营许可证》在内的特别经营许可。具体分析如下：

1、喀什聚合经营“增值电信服务”业务无需取得《增值电信业务经营许可证》

（1）“增值电信服务”不属于增值电信业务的范围

根据《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》等相关规定，国家对经营增值电信业务实行许可制度，从事增值电信业务应当办理《增值电信业务经营许可证》。《电信业务分类目录》规定了增值电信业务的具体范围及分类。《增值电信业务经营许可证》的申请文件《二期增值电信业务经营申请表单》（下载自“工业和信息化部政务服务平台”https://ythzxfw.miit.gov.cn/index，以下称“申请表单”）中对增值电信业务进行了具体描述。

喀什聚合从事“增值电信服务”业务的基本运作模式为：喀什聚合以直接面向终端用户的电信运营商或其合作商为服务对象，为其提供技术支持、运营及营销推广服务。

通过将喀什聚合“增值电信服务”业务的运作模式与《电信业务分类目录》中各类增值电信业务的定义进行比对，并与“申请表单”对增值电信业务的具体

描述进行比对，喀什聚合并不直接面对终端用户，而是以电信运营商等为服务对象，此类业务内容不属于增值电信业务。

（2）根据电信运营商的要求，与电信运营商签订“增值电信服务”业务合同无需《增值电信业务经营许可证》

根据喀什聚合与中国移动通信集团江苏有限公司签署的“增值电信服务”业务合同，中国移动通信集团江苏有限公司要求合作方需满足中国移动内部管理规范文件中要求的资质条件。

按照《中国移动语音杂志业务运营管理办法》的规定，中国移动引入相关合作方时，合作方所需资质许可为《营业执照》、《银行开户许可证》、《税务登记证》等，并不包含《增值电信业务经营许可证》。同时，根据与中国移动通信集团江苏有限公司业务负责人的访谈情况，喀什聚合在与中国移动通信集团江苏有限公司开展合作时，具备中国移动要求的资质条件，未出现违反《中国移动语音杂志业务运营管理办法》等内部规范文件的情形。

2、喀什聚合经营“移动营销服务”业务无需取得《增值电信业务经营许可证》

（1）“移动营销服务”不属于增值电信业务的范围

喀什聚合“移动营销服务”业务的基本运作模式为：喀什聚合作为移动互联网广告产业链上下游之间的资源整合媒介，通过媒体代理等方式，将上游媒体流量资源引入到下游营销推广平台。

通过将喀什聚合“移动营销服务”业务运作模式与《电信业务分类目录》中各类增值电信业务的定义进行比对，并与“申请表单”对增值电信业务的具体描述进行比对，在移动营销服务中，喀什聚合仅作为资源整合媒介，为移动互联网广告产业链上下游主体提供资源整合，此类业务内容不属于增值电信业务。

（2）“移动营销服务”业务合同中不要求喀什聚合具有《增值电信业务经营许可证》

根据喀什聚合“移动营销服务”业务的合同，上游的媒体流量资源以及网站平台均为第三方所有，喀什聚合仅为上下游主体提供资源整合，在该等业务合同中，并不要求喀什聚合具有《增值电信业务经营许可证》。

3、喀什聚合的营业执照中记载的经营范围不包含增值电信业务

喀什聚合《营业执照》所列示的经营范围为：“技术开发、技术转让、技术咨询、技术推广服务；计算机技术服务与技术咨询；设计、制作、代理、发布国内各类广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企业策划；影视策划；文艺创作；经济贸易咨询；货物与技术的进出口业务；会议服务；承办展览展示活动；销售：计算机、软件及辅助设备、通讯设备。”其中不包含增值电信业务相关表述。

综上，喀什聚合实际业务经营无需取得《增值电信业务经营许可证》等特别经营许可。因实际经营无需取得《增值电信业务经营许可证》，故喀什聚合未向主管机构申请。

4、签订合同合规性

报告期内，喀什聚合交易金额在 10.00 万元以上（含 10.00 万元）销售合同主要内容为：

序号	客户名称	合同名称	合同内容	所属业务类型
1	中国移动通信集团江苏有限公司	《全网语音杂志业务合作协议书》	为中国移动通信集团江苏有限公司的信息交互类业务提供技术支持、运营及营销推广服务	增值电信服务
2		《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	为中国移动通信集团江苏有限公司的话费结算业务提供技术支持、运营及营销推广服务	增值电信服务
3	罗迪尼奥	《业务推广服务协议》	由罗迪尼奥向喀什聚合采购渠道等相关资源	增值电信服务
4	上海奇速网络科技有限公司	《网络信息合作协议》	委托喀什聚合在网站等资源上发布上海奇速网络科技有限公司所有或代理的产品广告	移动营销服务
5	上海造云网络科技有限公司	《业务合作合同》	就上海造云网络科技有限公司的移动积分兑换商城，提供推广服务及技术支持、技术服务	增值电信服务

上述合同的内容与形式均符合法律规范，喀什聚合与相关客户签订增值电信业务等合同合法合规，不存在被处罚的风险。报告期内，喀什聚合不存在受到重大行政处罚的情形。

七、公司核心技术和研发情况

（一）核心技术基本情况

经过多年的探索和积累，公司形成了一系列核心技术成果，支撑了公司的业务持续发展。截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术来源	应用情况和技术先进性	对应主要软件著作权
1	增值业务云监控技术	原始创新	1、主要应用于增值电信业务运行实施的运营监控、分析和系统的安全管理，对增值电信业务进行技术方面多个维度的监控与预警，主要功能模块包括可用性监控、页面监控、异常行为监控、智能告警、取证等。 2、增值电信服务在运用该系统之后，整体可用率[1]达到了 99.99%，使得公司业务故障率和综合运营成本显著下降。该系统不仅能够对自有业务实现全方位监控，同时也能监控到运营商数据对接网关的可用性，可通过监控运营商的网关故障或服务器托管商的网络故障，避免业务运行中断事故。	人工智能监控系统；计费数据统计分析系统；移动语音内容分布系统；业务监控与守护系统；无线支付业务监控系统等
2	智能融合通信技术	原始创新	1、主要应用于移动信息服务平台的运营与管理。 2、本项技术可将数据中转延迟降低到毫秒级别，使公司移动信息化业务处理性能达到：每月最大短信处理能力>100 亿条、每日最大短信处理能力>5 亿条、每秒最大短信处理能力>10,000 条，并能保证全年 99.99%的可靠性；此外，本项技术能够自定义业务合规性监控策略，对有潜在风险的用户使用行为进行及时预判，避免短信发送内容违反运营商管控规则的违规风险；同时，该技术包括的智能通道健康模块可以根据数据响应时效趋势为短信通道评分，将可能出现问题的短信通道及时反馈运营商。	企信通业务管理系统；全自动短信业务鹰眼系统；短信流量管理控制系统等
3	智能语音处理技术	原始创新	1、主要应用于增值电信业务中信息互动类业务的语音文件质量控制和智能语音片段生成环节，涉及到语音识别、自然语言理解、自然语言生成、语音合成等技术。 2、本项技术在语音文件的制作阶段扮演重要角色。运用本项技术之前，语音文件的录制环节耗时较长，且语音文件质量无法得到有效控制，对后期评审和维护带来巨大工作量。本项技术的使用大大提高了人工语音录入文件的整体优良率，降低了语音文件的审核成本。简短的语音文件可以通过本项技术实现直接生成并输出。	语音快速检索系统；语音分析系统；语音干扰过滤系统；语音验证系统；移动语音文件自动生成软件；移动语音业务开发公共库系统等

[1]可用率是对电子设备、网站、软件系统等相关产品和服务稳定性衡量的一个指标，具体来说 99.9%的可用率代表一年约有 9 小时的宕机时间，而 99.99%的可用率要求宕机时间一年要控制在 0.9 小时以内，对系统的可用性要求非常高。

序号	技术名称	技术来源	应用情况和技术先进性	对应主要软件著作权
4	数据协议快速接入开发框架	原始创新	1、主要应用于增值电信服务、移动信息化服务的业务对接环节，这两类业务的对外接口协议多、新老接口协议的参数升级换代频繁，统一接口对接的开发流程可以大幅缩短研发时间。 2、本项技术是基于现有业务中存在的问题而开发的通用技术方案，通过使用本项技术，可以实现对外接口标准化，有效减少了所涉业务新接口接入、老接口升级所需时间和新技术人员的培训时间，大幅缩短了项目升级研发周期、降低了技术部门的培训学习成本。本项技术提升了公司各类业务对外接口的整体管控能力，切实降低了公司的研发成本和运营成本。	移动应用 C/S 架构快速开发框架；无线支付 SDK 在线封闭管理系统；无线支付 SDK 分发管理系统；移动语音业务快速开发框架软件；无线支付 SDK 二次封装软件；HTTP 协议短信接口服务系统； CMPP 协议短信接口服务系统等
5	高效弹性分布式计算平台	原始创新	1、主要应用于公司各项业务底层硬件资源的优化配置。面对公司各项业务不断增长的数据吞吐量，该项技术通过监控、整合、分配服务器的内存资源，动态地分配计算能力供所需业务使用，一定程度上实现了在不增加新的硬件资源的情况下动态分配计算能力，保证业务数据处理的及时性。 2、该项技术属于硬件资源优化配置的重要工具，通过合理利用闲散的服务器资源，大幅降低了每年的服务器硬件投入，减少了偶发性高并发计算导致的硬件资源不足问题，提高了各项业务系统的稳定性，有效降低了公司的硬件资源开支，减少了实际运营成本。	数据安全存储系统；无线支付 SDK 支付分析系统；短信业务统计分析系统等
6	智能分布式缓存技术	原始创新	1、主要应用于公司各项业务的中间数据缓存环节，对业务实施的网络流量、响应时间进行监控，提高日常业务的处理速度和数据传输的到达率。 2、该项技术是研发层面的基础支撑技术，在公司各类业务的应用层开发中，降低了研发人员在各复杂场景使用分布式缓存的技术难度和学习成本，大幅降低了代码故障率，有效提升研发部门的开发效率，从而降低公司的整体研发成本，使得公司的服务更具竞争力。	智能路由系统；智能运维业务支撑系统等
7	业务数据分布式内存计算框架	原始创新	1、主要应用于业务运营的内存管理。 2、本项技术满足了增值电信业务对数据交互过程中的数据快速处理和数据可视化的需求；解决了移动信息化业务在客户使用过程中的数据实时统计问题，数据报表可实时生成；通过优化计算方式，提高对复杂数据的快速处理能力，对公司各类业务的运营提供了基础平台支持。	流量数据处理平台、分布式微服务系统、高速内存数据处理系统等

序号	技术名称	技术来源	应用情况和技术先进性	对应主要软件著作权
8	大数据分析与挖掘技术	原始创新	1、主要服务于各类业务的运营数据分析、统计管理，应用于数据交互和存储环节，用来对海量数据进行数据采集和整理，高效且便捷地进行数据挖掘和统计分析。 2、通过本项技术，大幅提升了业务数据交互和存储能力，使公司的存储数据能力从 TB 级提升到 PB 级，实现了 GB 级别数据/分钟级、TB 级别数据/小时级的处理、分析和挖掘能力，公司可根据数据分析结果对运营方案进行调整，提高了公司服务客户的能力，也为客户带来直接的经济效益。	用户大数据行为统计分析系统；移动营销服务数据分析系统；移动应用行为分析系统；大数据原始数据抽取系统；云数据处理系统

上述主要核心技术均由公司自主研发取得，是公司各类主营业务实施与发展的基础，公司营业收入全部为核心技术服务收入。

（二）公司正在从事的研发项目

目前公司正在处于研发阶段的项目情况如下：

序号	项目名称	项目内容及目标	经费投入情况（万元）（注）	所处阶段	项目研发人员
1	融合通信业务监控及服务保障平台	对公司移动信息化服务业务平台进行统一的技术架构整合。包括：（1）统筹考虑公司移动信息化服务业务整体管理流程，构建一体化监控平台的统一系统架构，规范业务监控管理体系与平台架构，统一管理各子系统的监控管理工具，为监控及服务保障平台立体化扩展构建基础构架；（2）升级现有的分布式系统以提升核心吞吐量，基于公司在高效弹性化分布式计算平台的相关技术积累，目前正在对消息处理中心等系统底层通信枢纽进行升级改造；（3）提升平台在系统升级或者其他极端情况下的稳定性，并且在灾备和安全体系方面进行升级改造；（4）协调业务运营管理平台的智能监控系统，构建一体化的监控架构，通过改造可将平台的监控与其他业务逻辑解耦，同时通过通用的 API 接口与公司智能业务监控系统对接，实现公司监控的统一管理；（5）能力扩容，新增对 5G RCS 消息平台及 MaaP 的业务监控能力，部署 5G 消息平台内容管理服务监控、RCS 套件监控及业务健康检查。	1,183.35	持续研发升级	15 人

序号	项目名称	项目内容及目标	经费投入情况（万元）（注）	所处阶段	项目研发人员
2	挖金客业务运营管理平台	为公司增值电信服务提供跨模块、跨系统的基础支撑平台。包括：（1）挖金客移动 OA 管理系统，方便各部门员工实现移动端和 PC 端对各部门项目的远程管理；（2）云文件和云名片服务，实现公司云文件和云名片的在线加密存储和按需共享；（3）公司内部 IM，可以实现公司通知与云文件的推送以及内部员工之间通讯功能；（4）公司通用工具类 S/C 服务，对多项目在用的通用服务模块进行统一管理；（5）内嵌智能业务监控系统和融合通信服务，使得公司各个项目实现监控统一管理，并通过多种方式及时推送给相关运维和管理人员。	**1,056.81**	持续研发升级	10 人
3	基于微服务架构的系统升级改造	在公司现有业务体系管理基础上，梳理业务模块与服务作业，实现轻量化的系统管理与运营，节约硬件成本和提升软件效率。通过解耦原 SOA 架构中不断复用的服务模块，对在用子系统/模块进行基于 Dubbo 微服务架构的系统升级改造。按照架构划分和项目相对必要程度，分步将公司系统通用服务、监控服务、增值电信各子项目网关服务、融合通信弹性接口服务以及其他中间件微服务化。与此同时，进行微服务可视化管理后台的开发，方便技术运维管理人员对各微服务状态的实时监控和管理。	**103.43**	需求设计	9 人

注：经费投入情况为该项目累计投入总额，非报告期内投入金额。

（三）研发费用构成及占比

报告期内，公司研发费用构成及占营业收入的比例如下：

单位：万元

年度	2020 年	2019 年	2018 年
职工薪酬	**595.62**	443.90	287.12
软件开发及服务费	**451.05**	202.62	207.55
租金及物业水电	**133.03**	84.71	76.97
折旧摊销费	**57.86**	17.77	7.39
办公差旅费	**17.30**	41.51	12.46
其他	**4.82**	54.42	42.45
研发费用总额	**1,259.68**	**844.93**	**633.93**
研发费用/营业收入	**2.46%**	**3.27%**	**3.02%**

（四）研发团队情况

1、研发人员比例

截至报告期末，公司研发人员为**39 人**，占员工总数的**39.39%**。

项目	人数（人）	占员工总人数比例
研发人员	39	39.39%
其中：核心技术人员	2	2.02%
员工总人数	99	100.00%

2、核心技术人员变动情况

刘立君、陈磊拥有丰富的软件开发行业从业经验，系公司核心技术人员。其相关情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员基本情况”。核心技术人员自公司成立起即在公司任职并从事技术研发工作，全面负责了公司研发体系的搭建、研发部门的组织及具体核心技术的研究，在公司业务开展过程中，根据业务需求及行业技术发展趋势，带领公司研发团队紧跟前沿技术的演进方向，对公司在新业务、新技术领域的研发及核心技术问题解决等方面起到了关键作用。公司对核心技术人员采取了项目奖励、岗位晋升等多种激励方式，为核心技术人员提供多种培训机会，并通过与核心技术人员签署劳动合同、保密协议等方式，对核心技术人员进行激励和约束。

报告期内，公司核心技术人员稳定，不存在核心技术人员发生变动的情况。

（五）技术创新机制情况

公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向。通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系，促使公司技术服务能力保持在较高水平。

1、公司以市场需求为确立技术创新方向的核心要素。在日常经营中，公司十分注重研发人员与公司主要客户或供应商的定期沟通，通过与电信运营商等客户的技术交流，更好地开展技术研发以满足业务的实际需求，不断优化公司服务质量，持续提高用户满意度，以保持与主要客户的亲密合作关系。持续高效运行的技术交流机制以及日常业务数据的分析反馈机制，使得公司可以较为准确地定位市场需求，从立项阶段开始提升最终技术创新成果的实用性，维持较高的研发效率。公司通过与中国移动等大型优质客户的深度合作，学习了国内外先进的创新理念、信息技术及管理模式，从而获得持续改进和创新的源动力。

2、公司设立研发部作为组织开展技术创新活动的核心机构。研发部设高级

技术总监，作为技术创新活动的主要负责人。高级技术总监带领的研发团队按照专业进行划分，并不断扩充专业类别。目前研发团队包括 BOSS 组、应用组、IT 与运维组、网站组，不同团队在集中力量突破各自领域的同时保持高度协同，相互支持合作。公司持续加大研发经费投入，不断优化研发机构设置，提升研发力量。同时，公司制定了严格的信息安全和技术保密制度，保障公司核心技术的保密性和技术优势。

3、公司研发机构保持对行业前沿技术的跟踪。公司所处的移动互联网应用技术和信息服务行业技术发展较快，公司研发部负责行业发展动态研究及行业产品信息分析，负责收集、整理国内外同类服务的开发技术信息并应用于实践工作，对国内外新产品、新技术保持时刻的敏感性。公司近年来对“机器学习”、“人工智能”、“云分析”等前沿信息技术进行持续开发和应用，技术实力及技术成果实用价值稳步提升。

4、公司持续加强研发团队人员力量。公司不断完善研发团队管理体制，持续提升对技术创新人员和项目团队的激励力度，持续扩大研发团队人员规模。公司对核心技术人员与技术团队采取了项目奖励、岗位晋升等多种激励方式，营造了团结融洽、积极向上的技术创新氛围。未来，公司会进一步加大对优秀人才的吸引力度，增强研发梯队建设水平。

八、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在境外生产经营的情况，也不存在境外拥有资产的情况。

第七节 公司治理与独立性

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及董事会专门委员会制度的建立健全和运行、履职情况

（一）公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司建立、健全了符合《公司法》《证券法》等法律法规要求的科学、规范的公司法人治理结构，同时制定了《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》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《信息披露事务管理办法》、《关联交易管理办法》、《对外投资决策制度》、《对外担保决策制度》等各项制度。

报告期内，公司股东大会、董事会、监事会和管理层能按照《公司章程》和相关制度，依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，由全体股东组成。《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东大会的职权。公司根据《公司章程》和相关法律法规，制定了《股东大会议事规则》，规范了股东大会的运行。

公司自 2015 年 7 月 3 日召开创立大会以来，公司股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议内容均符合《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》等制度的要求。

报告期内，公司召开股东大会具体情况如下：

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
1	2018 年 5 月 15 日	2017 年年度股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
2	2018 年 7 月 18 日	2018 年第一次临时股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
3	2018 年 11 月 12 日	2018 年第二次临时股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
4	2019 年 1 月 7 日	2019 年第一次临时股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
5	2019 年 4 月 8 日	2018 年年度股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
6	2019 年 8 月 2 日	2019 年第二次临时股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
7	2019 年 11 月 28 日	2019 年第三次临时股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
8	2020 年 3 月 24 日	2019 年年度股东大会	出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%
9	2020 年 3 月 25 日	2020 年第一次临时股东大会	出席会议股东共 14 人，代表公司股份数的 100.00%
10	**2020 年 7 月 2 日**	**2020 年第二次临时股东大会**	**出席会议股东共 5 人，代表公司股份数的 78.46%**
11	**2020 年 12 月 30 日**	**2020 年第三次临时股东大会**	**出席会议股东共 14 人，代表公司股份数的 100.00%**

公司股东大会运行规范，股东严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利，股东大会的召开和决议内容合法有效。

（三）董事会制度的建立及运行情况

公司依据《公司法》等法律法规及《公司章程》的有关规定，制定《董事会议事规则》。公司董事严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》等文件的规定行使权利、履行义务。

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名，董事人数及构成符合相关规定。董事由股东大会选举和更换，任期 3 年。董事任期届满可以连任（但独立董事连任时间不超过六年）。公司自 2015 年 7 月 3 日召开创立大会以来，董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议内容均符合《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》等文件要求。

报告期内，公司召开董事会具体情况如下：

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
1	2018 年 3 月 26 日	第一届董事会第三十一次会议	全体董事出席
2	2018 年 4 月 23 日	第一届董事会第三十二次会议	全体董事出席
3	2018 年 7 月 2 日	第一届董事会第三十三次会议	全体董事出席
4	2018 年 7 月 19 日	第二届董事会第一次会议	全体董事出席
5	2018 年 8 月 24 日	第二届董事会第二次会议	全体董事出席
6	2018 年 12 月 21 日	第二届董事会第三次会议	全体董事出席
7	2019 年 3 月 18 日	第二届董事会第四次会议	全体董事出席

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
8	2019 年 7 月 18 日	第二届董事会第五次会议	全体董事出席
9	2019 年 8 月 23 日	第二届董事会第六次会议	全体董事出席
10	2019 年 10 月 23 日	第二届董事会第七次会议	全体董事出席
11	2019 年 11 月 13 日	第二届董事会第八次会议	全体董事出席
12	2020 年 1 月 10 日	第二届董事会第九次会议	全体董事出席
13	2020 年 3 月 4 日	第二届董事会第十次会议	全体董事出席
14	2020 年 3 月 10 日	第二届董事会第十一次会议	全体董事出席
15	2020 年 6 月 12 日	第二届董事会第十二次会议	全体董事出席
16	2020 年 6 月 13 日	第二届董事会第十三次会议	全体董事出席
17	**2020 年 8 月 21 日**	**第二届董事会第十四次会议**	**全体董事出席**
18	**2020 年 11 月 25 日**	**第二届董事会第十五次会议**	**全体董事出席**
19	**2020 年 12 月 14 日**	**第二届董事会第十六次会议**	**全体董事出席**

公司董事会运行规范，严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，董事会的召开和决议内容合法有效。

（四）监事会制度的建立及运行情况

公司依据《公司法》等法律法规及《公司章程》的有关规定，制定《监事会议事规则》。公司监事会严格按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的相关规定履行监督职责并行使职权。

公司监事会由 3 名监事组成，包括 1 名职工代表监事，设监事会主席 1 名，监事人数及构成符合相关规定。监事由股东大会选举和更换，任期 3 年。监事任期届满可以连任。公司自 2015 年 7 月 3 日召开创立大会以来，监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议内容均符合《公司法》、《公司章程》及《监事会议事规则》等文件要求。

报告期内，公司召开监事会具体情况如下：

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
1	2018 年 4 月 23 日	第一届监事会第七次会议	全体监事出席
2	2018 年 7 月 2 日	第一届监事会第八次会议	全体监事出席
3	2018 年 7 月 19 日	第二届监事会第一次会议	全体监事出席
4	2018 年 8 月 24 日	第二届监事会第二次会议	全体监事出席
5	2018 年 10 月 26 日	第二届监事会第三次会议	全体监事出席
6	2018 年 11 月 12 日	第二届监事会第四次会议	全体监事出席
7	2019 年 3 月 18 日	第二届监事会第五次会议	全体监事出席
8	2019 年 8 月 23 日	第二届监事会第六次会议	全体监事出席

序号	召开日期	会议届次	出席会议情况
9	2020 年 3 月 4 日	第二届监事会第七次会议	全体监事出席
10	**2020 年 8 月 17 日**	**第二届监事会第八次会议**	**全体监事出席**

公司监事会运行规范，严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利，监事会的召开和决议内容合法有效。

（五）独立董事制度的建立及运行情况

公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事细则的指导意见》、《公司章程》的相关要求，制定了《独立董事工作细则》，对独立董事工作制度作出了明确规定。

公司现有独立董事 3 名，分别为范世锋先生、王京梅女士、吴少华先生，其中范世锋为会计专业人士。公司独立董事的人数及构成符合相关法规规定，具备工作所需财务、法律及专业知识，能够按照公司章程尽职尽责，对董事会的各项决策独立发表意见。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，可以连选连任，但是连任时间不得超过六年。

公司独立董事制度自建立以来，独立董事均尽职尽责，按照法律法规和公司制度的要求履行职责。自独立董事制度建立以来，独立董事出席了历次董事会会议，并列席了历次股东大会会议。在董事会决策程序中，独立董事对各项议案独立、客观、谨慎地发表审慎意见，行使董事表决权，发挥了独立董事的参与和监督作用。独立董事通过参加会议、工作沟通等方式，了解公司生产经营、财务管理和业务发展等情况，检查公司内部控制等制度的完善情况以及股东大会、董事会决议的执行情况；调阅、获取有关决策作出所需的情况和资料，关注公司的经营治理情况，对公司关联交易等事项发表了独立意见，积极有效地履行了独立董事责任。

公司独立董事任职以来均能够勤勉尽职，严格按照《公司法》、《公司章程》及《独立董事工作细则》等相关文件的要求，认真履行职权，在促进公司关联交易决策公平、公正、公允性，保障董事会决策科学性，促进公司规范运作等方面起到了积极的作用。

报告期内，公司未有独立董事对相关决策事项曾提出异议的情形。

（六）董事会秘书制度建立及运行情况

公司根据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》及其他有关规定，制定了《董事会秘书工作细则》。

公司设董事会秘书一名，为刘志勇先生。董事会秘书为公司的高级管理人员，根据《公司章程》及《董事会秘书工作细则》的相关规定，履行相应的工作职责。董事会秘书对公司和董事会负责。公司同时聘任证券事务代表，协助董事会秘书履行职责。

股份公司设立以来，公司董事会秘书按照《公司章程》、《董事会议事规则》和《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，履行相应的权利和义务，出席了公司历次董事会；历次股东大会和董事会均按照有关规定为股东和董事提供会议通知和会议材料等文件，履行了《董事会秘书工作细则》中规定的有关职责。

（七）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

董事会设立战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会，并制定相应的工作细则规定其具体工作职责及工作方式等内容。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事应占多数并担任召集人。审计委员会中应至少有一名独立董事是会计专业人士并担任召集人。

1、审计委员会人员构成及运行情况

公司制定了《董事会审计委员会工作细则》，规定审计委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，委员中至少有 1 名独立董事为专业会计人士。委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。现任审计委员会为公司第二届审计委员会，人员构成为范世锋、刘志勇、王京梅，其中范世锋为审计委员会主任委员。

审计委员会的主要职责权限：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

公司审计委员会设立后，严格按照《公司章程》和《董事会审计委员会工作

细则》的有关规定开展工作，较好地履行了各自的职责。

2、战略委员会人员构成及运行情况

公司制定了《董事会战略委员会工作细则》，规定战略委员会由 5 名董事组成。公司现任战略委员会为第二届战略委员会，成员为李征、陈坤、刘志勇、范世锋、王京梅，其中主任委员由公司李征担任。

战略委员会的主要职责权限：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》的有关规定开展工作，较好地履行了各自的职责。

3、提名委员会构成及运行情况

公司制定了《董事会提名委员会工作细则》，规定提名委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名。公司现任提名委员会为第二届提名委员会，成员为王京梅、李征、吴少华，其中王京梅为主任委员。

提名委员会的主要职责权限：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、总经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和总经理人员的人选；对董事候选人和总经理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会提名委员会委员会工作细则》的有关规定开展工作，较好地履行了各自的职责。

4、薪酬与考核委员会构成及运行情况

公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，规定薪酬与考核委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名。公司现任薪酬与考核委员会为第二届薪酬与考核委员会，成员为吴少华、陈坤、范世锋，其中吴少华为主任委员。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划和方

案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的有关规定开展工作，较好地履行了各自的职责。

二、特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、协议控制架构情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在协议控制架构的情况。

四、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司董事会认为：

1、公司已按照既定内部控制检查监督的计划完成工作，内部控制检查监督的工作计划涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，为内部控制制度执行、反馈、完善提供了合理的保证。

2、公司按照逐步完善和满足公司持续发展需要的要求判断公司的内部控制制度的设计是否完整和合理，内部控制的执行是否有效。判断分别按照内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素进行。

3、公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业特点和公司多年的管理经验，保证了内部控制符合公司生产经营需要，对经营风险起到了有效控制作用；公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效执行，对公司加强管理、规范动作、提高经济效益以及公司长远发展起到了积极有效的作用。

4、公司已按《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面有效保持了与财务报告相关的内部控制。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）就公司内部控制的有效性，出具《内部控制鉴证报告》**（容诚专字[2021] 100Z0028 号）**，认为“挖金客公司于 **2020 年 12 月 31 日**按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制”。

（三）各业务类型的收入及采购成本依据的数据及数据来源、数据生成的相关内部控制及控制有效性

1、增值电信服务

（1）增值电信服务收入

①收入确认的依据

发行人增值电信服务收入确认的依据为运营商提供的计费账单。计费账单是运营商以向终端用户收取的信息费为基础，根据与发行人约定的分成比例，计算确定结算金额。计费账单由运营商定期在其业务管理平台发布，发行人登陆该平台后获取计费账单结算金额信息，核对无误后确认收入。

②依据的数据及数据来源

运营商的计费账单生成基础是运营商自身业务管理平台记录的经营数据。运营商业务管理平台记录终端用户的交易信息，并向发行人业务平台实时传输部分交易数据，包括交易金额、交易状态、该项增值电信业务的类别、渠道标识[1]、终端用户手机号码归属地、终端用户伪码。发行人业务平台接收运营商上述交易数据并予以记录。

③数据生成的相关内部控制及有效性

发行人此项业务收入依据的经营数据和结算金额均由运营商提供，发行人无法修改。

A.公司运营部根据运营商业务管理平台同步传输至公司业务平台的业务数据，计算应收服务费，并将应收服务费与运营商提供的计费账单金额进行核对。如核对差异不大（通常 5%以内为可接受差异），则公司接受运营商的结算金额并确认收入；如核对差异较大，则公司将会向运营商申请对账，根据双方重新核对

[1]该项交易的推广渠道信息，用于识别增值电信服务商及渠道供应商。

确认的应结算金额确认收入。报告期内，未发生因核对差异较大导致双方重新对账的情形。

B.公司运营部对运营商计费账单进行核对后，向公司财务部提交计费账单，经财务部复核通过后，与客户进行结算、收款。

C.公司财务部每月将收款情况通报运营部，并督促运营部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

公司上述收入依据的相关内部控制设计合理，执行有效。

（2）增值电信服务采购成本

①依据的数据及数据来源

发行人增值电信服务采购成本为渠道推广费用。发行人以运营商业务管理平台传输的属于有效计费的信息费记录，作为发行人与供应商计费结算的基础，再按约定的分成比例，计算确定结算金额后向供应商提供业务结算账单，双方核对无误后公司确认成本。发行人此项业务成本数据来源是运营商业务管理平台传输的交易数据。

②数据生成的相关内部控制及有效性

发行人此项业务成本依据的基础经营数据由运营商提供，发行人无法修改。

A.公司运营部按月将各项业务的计费数据汇总，向供应商出具业务结算账单，作为双方的业务结算依据。供应商在收到业务结算账单并核对无误后进行确认，公司据此确认渠道推广成本。

B.公司运营部根据业务结算账单和发票填写付款申请单，经部门负责人审批后，向公司财务部提交付款申请单、业务结算账单和发票，申请与供应商进行结算、付款。

C.财务部根据审批后的付款申请单等资料，并按合同约定的付款期限办理付款并在财务系统核算入账。

公司上述成本依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

2、移动信息化服务

（1）移动信息化服务收入

①依据的数据及数据来源

公司移动信息化服务收入确认的依据为公司出具的计费账单，公司向客户提

供计费账单发起对账，双方核对无误后公司确认收入。

计费账单数据来源为公司移动信息化业务平台统计的成功发送短信数量，公司结合约定的短信结算单价，计算确定计费账单中的服务费金额。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.公司商务拓展部将公司移动信息化业务平台统计的成功发送短信数量进行汇总，根据约定的短信结算单价情况，计算确定服务费金额，向客户发送计费账单进行核对。如核对后差异率在合同约定的合理差异率范围内，则双方以计费账单作为结算依据；如核对后差异率超过合同约定的合理差异率范围，则客户将向公司提请明细数据复核，再次确认无误后作为结算依据。报告期内，未发生因核对差异较大导致双方重新对账的情形。

B.公司商务拓展部与客户核对完计费账单后，向公司财务部提交计费账单，申请开具发票并与客户进行结算、收款。

C.公司财务部每月将收款情况通报商务拓展部，并督促商务拓展部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

公司上述收入依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

（2）移动信息化服务成本

①依据的数据及数据来源

公司移动信息化服务主要成本为短信采购费，确认依据为运营商/运营商代理商出具的计费账单。运营商/运营商代理商向公司提供计费账单发起对账，公司核对无误后确认成本。

计费账单数据来源为运营商/运营商代理商平台统计的公司账号下成功计费短信数量记录，并结合约定的短信单价，计算确定短信计费账单金额。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.公司商务拓展部根据公司移动信息化业务平台统计的各通道成功计费短信数量，结合约定的短信单价，计算公司应支付的服务费金额，并与运营商/运营商代理商提供的计费账单进行核对。如核对后差异率在合同约定的合理差异率范围内，则双方以计费账单作为结算依据；如核对后差异率超过合同约定的合理差异率范围，则公司将向运营商/运营商代理商提请明细数据复核，再次确认无误后作为结算依据。报告期内，未发生因核对差异较大导致双方重新对账的情形。

B.公司商务拓展部根据计费账单和发票填写付款申请单，经部门负责人审批

后，向公司财务部提交付款申请单、计费账单和发票，申请与供应商进行结算、付款。

C.财务部根据审批后付款申请单等资料，并按合同约定的付款期限办理付款并在财务系统核算入账。

公司上述成本依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

3、移动营销服务

公司移动营销服务主要包括媒体代理和流量引入业务。

（1）媒体代理业务收入

此项业务包括合作媒体代理业务和自有媒体业务。

①依据的数据及数据来源

公司媒体代理业务收入为公司向客户收取的广告服务费，确认依据为广告服务费结算单。

其中，1）合作媒体代理业务中，公司向客户提供广告服务费结算单发起对账，广告服务费结算单数据来源为合同执行单，由公司按广告刊例价、广告数量和刊登时间等计算广告服务费金额；2）自有媒体业务中，客户向公司提供广告服务费结算单发起对账，广告服务费结算单数据来源为客户的 DSP 平台（广告需求方平台）记录的通过公司斑马网投放的广告曝光量，结合 CPM（Cost Per Mille，千人展现成本）单价计算广告服务费金额。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.广告执行后，公司无线广告部将结案报告、广告服务费结算单提交客户确认，或收到客户提供的广告服务费结算单后进行核对确认。

B.公司无线广告部与客户确认账单后，向公司财务部提交广告服务费结算单，申请开具发票并与客户进行结算、收款。

C.公司财务部每月将收款情况通报无线广告部，并督促无线广告部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

公司上述收入依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

（2）媒体代理业务成本

①依据的数据及数据来源

合作媒体代理业务的成本为媒体广告资源费，公司预付一定媒体广告资源费

锁定新华社公众号、电动邦等媒体广告资源，并依据会计准则进行摊销后计入成本。

自有媒体业务成本主要为斑马网事业部员工的薪酬和斑马网相关无形资产的摊销，无外部采购成本。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.公司无线广告部按照合同约定填写付款申请单，经部门负责人审批后，向公司财务部提交付款申请单，申请按期向新华社公众号、电动邦等媒体预付媒体广告资源费。

B.公司财务部根据合同约定期限、预付款项金额，按照会计准则规定确定摊销金额、摊销期限等摊销方法，据此确认媒体广告资源采购成本。

C.公司财务部根据人力资源部提供的薪酬表，确认斑马网事业部员工的薪酬并计入成本核算。

D.公司财务部根据相关无形资产的账面价值、使用期限等确定摊销金额，并计入成本核算。

公司上述成本依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

（3）流量引入业务收入

①依据的数据及数据来源

流量引入业务收入为公司向客户收取的广告服务费，确认依据为客户业务平台提供的对账单。

流量引入业务对账单数据来源为客户业务平台统计的数据记录，客户业务平台根据广告曝光量等广告效果数据，结合 CPM 价格（Cost Per Mille，千人展现成本），计算确定广告服务费金额。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.公司无线广告部将客户平台发布的对账单和统计数据进行核对，核对无误后作为结算依据。

B.公司无线广告部向财务部提交广告服务费对账单，申请开具发票并与客户进行结算、收款。

C.公司财务部每月将收款情况通报无线广告部，并督促无线广告部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

公司上述收入依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

（4）流量引入业务成本

①依据的数据及数据来源

流量引入业务成本为公司向渠道供应商支付的渠道推广服务费，确认依据为客户业务平台提供的对账单。

流量引入业务对账单数据来源为客户业务平台统计的数据记录，由公司依据合同约定的分成比例确认结算金额，向供应商发起对账。

②数据生成的相关内部控制及有效性

A.公司无线广告部将客户平台发布的对账单和统计数据提供给供应商，双方确认无误后安排结算。

B.公司无线广告部根据对账单和发票填写付款申请单，经部门负责人审批后，向公司财务部提交付款申请单和发票，申请与供应商进行结算、付款。

C.财务部根据审批后的付款申请单等资料，并按合同约定的付款期限办理付款并在财务系统核算入账。

公司上述成本依据的数据相关内部控制设计合理，执行有效。

五、报告期内公司违法违规行为情况

报告期内，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

六、报告期内发行人资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

报告期内，公司不存在对外担保情形。

七、独立持续经营情况

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与公司股东完全分开，具有独立完整的资产、业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整

公司具备与经营有关的完整业务体系及主要相关资产，合法拥有与生产经营有关的注册商标、计算机软件著作权、域名、办公场所使用权及经营设备等资产，各种资产权属清晰、完整，具有独立的采购和销售系统。

公司资产与股东资产严格分开，并完全独立运营，公司业务和生产经营必需资产的权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况，公司没有依赖控股股东、实际控制人的资产进行生产经营的情况。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务部门，具有独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

（四）机构独立

公司按照法律、行政法规的相关规定及《公司章程》设立了股东大会、董事会、监事会等机构，聘任了总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员，公司按照有关法律、法规在董事会下设立审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略委员会。公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权及管理团队稳定情况

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 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公司的股份权属清晰，最近 2 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。

（七）发行人不存在其他对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）同业竞争情况

除挖金客及其子公司外，控股股东、实际控制人李征、陈坤控制的其他企业的经营范围和主营业务如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务
1	永奥投资	企业投资管理、资产管理（不含金融、保险、证券、期货业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营业务）	从事投资管理；截至目前，除持有挖金客股权外，未从事其他业务
2	欧通投资	企业投资管理、资产管理（不含金融、保险、证券、期货业务）	未实际开展业务

公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况，控股股东、实际控制人控制的企业与公司不存在同业竞争情形。

（二）避免同业竞争的承诺

发行人的实际控制人李征、陈坤出具了《关于消除或避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

（1）本人以及本人直接或间接投资或控制的企业（挖金客及其下属子公司除外，下同）目前没有以任何形式从事与挖金客及其下属子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（2）本人将采取有效措施，并促使本人直接或间接投资或控制的企业采取有效措施，不以任何形式直接或间接从事与挖金客及其下属子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，或于该等业务中拥有权益或利

益；不以任何形式支持挖金客及其下属子公司以外的法人、其他组织或自然人从事与挖金客及其下属子公司目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（3）凡是本人获知的与挖金客可能产生同业竞争的商业机会，本人将及时通知挖金客。

（4）本人不会利用实际控制人的身份，从事任何损害或可能损害挖金客利益的活动。

（5）本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给挖金客造成的一切损失、损害和开支。

九、关联方与关联关系及关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，公司的关联方具体情况如下：

1、关联自然人

公司关联自然人主要包括控股股东、实际控制人，持有公司 5%以上股份的自然人，公司董事、监事、高级管理人员，以及与前述人士关系密切的家庭成员。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及主要股东情况如下：

序号	姓名	关联关系
1	李征	实际控制人、控股股东、持股 5%以上股份自然人、董事长、总经理
2	陈坤	实际控制人、控股股东、持股 5%以上股份自然人、董事、副总经理
3	刘志勇	董事、副总经理、董事会秘书
4	刘立君	董事
5	范世锋	独立董事
6	王京梅	独立董事
7	吴少华	独立董事
8	韩陆	监事会主席
9	邱赞忞	职工代表监事
10	刘桥宇	监事
11	郭庆	副总经理、财务负责人

2、控股及参股子公司

截至本招股说明书签署日，公司控股及参股子公司情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	风笛指媒	全资子公司
2	罗迪尼奥	全资子公司
3	喀什聚合	全资子公司
4	运智伟业	风笛指媒全资子公司
5	久佳信通	持股 51%的控股子公司
6	山铭影业	参股 15%的公司
7	先锋赛讯	参股 33%的公司

3、关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	新余永奥投资管理中心（有限合伙）	实际控制人李征、陈坤全资控制，李征担任执行事务合伙人，持有公司 12.62%股份
2	新余欧通投资管理中心（有限合伙）	实际控制人李征、陈坤全资控制，李征担任执行事务合伙人
3	深圳市捷夫珠宝有限公司	独立董事范世锋担任董事
4	霍尔果斯华彩影业有限公司	独立董事吴少华担任经理
5	北京汇合通科技有限责任公司	监事刘桥宇担任法定代表人、经理
6	牙博士医疗集团控股有限公司	独立董事范世锋任董事
7	北京宇点时代科技有限公司	监事韩陆的妻子刘宇飞为实际控制人
8	长春市迈宿商贸有限公司	监事韩陆的妹妹韩金金为实际控制人
9	梅河口市盈信机电产品经销有限公司	监事韩陆的妹妹韩金金为实际控制人

4、其他关联方

公司报告期内的其他主要关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	北京星空合众科技有限公司	挖金客曾持有 4.35%股权，已于 2019 年 6 月转让
2	王成魁	2016 年 9 月至 2018 年 7 月任挖金客监事
3	董婷	2015 年 7 月至 2018 年 11 月任挖金客监事
4	上海忠旺科技有限公司	董事刘志勇曾最终持股 50.5%，任监事，已于 2019 年 2 月注销
5	上海惊破天资产管理有限公司	2019 年 11 月 18 日前，董事刘志勇持股 100%，任执行董事
6	上海夏达投资管理中心(有限合伙)	上海惊破天资产管理有限公司担任执行事务合伙人，持有 50%财产份额
7	樟树市沃达投资管理中心(有限合伙)	上海惊破天资产管理有限公司担任执行事务合伙人，持有 0.01%财产份额

序号	关联方名称	关联关系
8	樟树市夏达投资管理中心（有限合伙）	上海惊破天资产管理有限公司担任执行事务合伙人，持有 0.34%财产份额
9	樟树市睿达投资管理中心(有限合伙)	上海惊破天资产管理有限公司**曾**担任执行事务合伙人，持有 10.00%财产份额，**2020 年 1 月 16 日退出**
10	潍坊聚信锦荣投资管理合伙企业(有限合伙)	上海惊破天资产管理有限公司担任执行事务合伙人，持有 0.0004%财产份额
11	秋实兴本(天津)投资中心(有限合伙)	潍坊聚信锦荣投资管理合伙企业(有限合伙)持有 99.04%的合伙份额
12	臻宝通（深圳）互联网科技有限公司	2019 年 5 月 14 日前，独立董事范世锋担任董事
13	北京金一文化发展股份有限公司	2019 年 5 月 27 日前，独立董事范世锋担任董事、经理
14	浙江越王珠宝有限公司	2018 年 11 月 7 日前，独立董事范世锋任董事
15	江苏金一黄金珠宝有限公司	2019 年 4 月 4 日前，独立董事范世锋任董事
16	江苏金一文化发展有限公司	2019 年 4 月 30 日前，独立董事范世锋担任董事
17	南昌金一文化发展有限公司	2019 年 12 月 14 日前，独立董事范世锋担任董事
18	贵州佳诚科通企业管理合伙企业(有限合伙)	持有发行人控股子公司久佳信通 34.2%股份
19	贵州佳诚宇通企业管理合伙企业(有限合伙)	持有发行人控股子公司久佳信通 14.8%股份
20	**浙江运发文化发展有限公司**	**2020 年 10 月前，独立董事范世锋担任副总经理**

注：南靖佳科于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚科通企业管理合伙企业(有限合伙）；南靖佳宇于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚宇通企业管理合伙企业(有限合伙)。上述工商变更仅为合伙企业名称变更，实际股东并未发生变化。

（二）关联交易

报告期内，公司关联交易的简要汇总表如下所示：

一、经常性关联交易				
向关键管理人员支付薪酬				
关联方	**年份**	**2020 年**	**2019 年**	**2018 年**
董事、监事、高级管理人员	金额（万元）	**275.93**	279.64	260.95
	占收入比例	**0.54%**	1.08%	1.24%
二、偶发性关联交易				
向关联方拆借资金				
期间	**关联方**	**拆借流出资金（万元）**	**拆借起始时间**	
2019 年	久佳信通	950.00	2019.10.28-2020.12.31	

1、经常性关联交易

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
关键管理人员薪酬	**275.93**	279.64	260.95
关键管理人员薪酬/营业收入	**0.54%**	1.08%	1.24%

关键管理人员为董事、监事、高级管理人员，报告期内均为 11 人。除向董事、监事及高级管理人员支付薪酬外，公司报告期内不存在其他经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

报告期内，公司与关联方发生偶发性关联交易如下：

单位：万元

期间	关联方	拆借流出资金	起始日	到期日
2019 年	久佳信通	950.00	2019.10.28	2020.12.31

2019 年 10 月，公司向久佳信通提供短期借款人民币 950 万元。公司借出给久佳信通的上述资金，还款期限不晚于 2020 年 12 月 31 日，按实际使用天数和不低于同期中国人民银行规定的一年期贷款基准利率收取资金占用费。

注：2019 年 10 月，公司对久佳信通的持股比例由 28%增加至 51%，2019 年 10 月 31 日之前，久佳信通为公司的联营企业，自 2019 年 10 月 31 日，久佳信通成为公司的控股子公司。

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司发生的经常性关联交易为支付关键管理人员薪酬，偶发性关联交易系向子公司久佳信通提供短期资金拆借。公司关联交易程序合规、价格公允，不存在损害公司和其他股东利益的情况。公司的关联交易未对公司的财务状况和经营成果造成重大影响。

（四）关联交易履行公司章程规定情况及独立董事意见

报告期内，公司的关联交易均履行了公司章程规定的程序，涉及关联交易的股东大会、董事会的召开程序、表决方式、关联方回避等方面均符合公司章程等制度的规定。

针对公司的关联交易，独立董事发表了如下意见：“公司发生的关联交易，签订了必要的法律文件，并根据《公司章程》及相关内部授权制度的规定履行了相关审核确认程序，程序上合法有效；此次关联交易为实际业务经营需要，属正常商业行为，借款利率不低于中国人民银行公布的人民币同期贷款基准利率，定

价公平合理，所发生的关联交易符合公司的利益，不存在损害公司和其他股东利益的情况。”

（五）报告期内关联方的变化情况

报告期内，公司关联方的变化情况主要包括：

1、报告期内，董事、监事、高级管理人员的变化

公司的董事、监事、高级管理人员及其变化情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”的相关内容。

2、报告期内，董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的或担任董事、高级管理人员的法人或其他组织的变化

董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的或担任董事、高级管理人员的法人或其他组织存在变化情况导致公司关联方的变化，具体请详见本节之“九、关联方与关联关系及关联交易情况”之“（一）关联方及关联关系”之“4、其他关联方”。

3、发行人子公司的变化及其导致的关联方变化

序号	关联方名称	关联关系	关联关系变化原因
1	星空合众	报告期内公司曾持有星空合众 4.35%股权	2019 年 6 月，公司将对星空合众的股权全部进行了转让，星空合众不再是公司参股子公司。
2	久佳信通	报告期内公司曾持有久佳信通 28%股权	2019 年 10 月，公司增持久佳信通股权后持有其 51%股权，久佳信通成为公司控股子公司。

2019 年 10 月，久佳信通成为公司控股子公司，持有对公司具有重要影响的控股子公司 10%以上股份的自然人、法人或其他组织等的关联方变化情况如下：

序号	关联方名称	关联关系变化原因
1	佳诚科通	持有发行人控股子公司久佳信通 34.2%股份
2	佳诚宇通	持有发行人控股子公司久佳信通 14.8%股份

注：南靖佳科于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚科通企业管理合伙企业(有限合伙）；南靖佳宇于 2020 年 10 月 10 日完成工商变更，名称变更为贵州佳诚宇通企业管理合伙企业(有限合伙)。上述工商变更仅为合伙企业名称变更，实际股东并未发生变化。

（六）规范关联交易的制度安排

公司为保护广大投资者特别是中小投资者的利益，已尽量避免不必要的关联

交易。公司在《公司章程》和《关联交易管理办法》中对关联交易的决策权力与程序作出了明确规定。

1、公司关联交易应当遵循以下基本原则

（1）符合诚实信用的原则；

（2）不损害公司及非关联股东合法权益原则；

（3）关联方如享有公司股东大会表决权，应当回避表决；

（4）有任何利害关系的董事，在董事会对该事项进行表决时，应当回避；

（5）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利。必要时应当聘请专业评估师或财务顾问；

（6）独立董事对重大关联交易需明确发表独立意见。

2、关联交易回避制度

董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权；会议由过半数的非关联董事出席即可举行，会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

3、关联交易决策权限

（1）公司与关联自然人、关联法人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币 1,000 万元以上（含 1,000 万元），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上（含 5%）的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并经股东大会审议批准后方可实施。与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或评估。

（2）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

（3）公司与关联自然人发生的交易金额达到人民币 30 万元以上（含 30 万元）的关联交易事项，与关联法人发生的交易金额在人民币 100 万元以上（含 100 万元）且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上（含 0.5%）的关联交易，由公司董事会审议批准。

（4）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以下的关联交易，或公司与关联法人发生的单笔或连续十二个月内发生的交易标的相关的同类关联交易金额在 100 万元以下，或交易金额在 100 万元以上但占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以下的关联交易，由总经理决定；如总经理与该关联交易审议事项有关联关系，该关联交易由董事会审议决定。

（七）规范和减少关联交易的措施

公司将尽量避免或减少与关联方之间的关联交易。对于无法避免的关联交易，公司将严格执行公司章程制定的关联交易决策程序、回避表决制度和信息披露制度，并进一步健全公司治理结构，保证关联交易的公平、公正、公允，避免关联交易损害公司及股东利益，并对关联交易予以充分及时披露。

为进一步规范和减少关联交易，公司实际控制人李征、陈坤，以及董事、监事和高级管理人员已出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺如下：

（1）本人将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《北京挖金客信息科技股份有限公司章程》、《北京挖金客信息科技股份有限公司关联交易管理制度》、《北京挖金客信息科技股份有限公司股东大会议事规则》、《北京挖金客信息科技股份有限公司董事会议事规则》等关于关联交易的管理规定,避免和减少关联交易,自觉维护发行人及全体股东的利益,不利用本人在发行人中的地位,为本人、本人控制的除发行人及其控股子公司以外的企业或本人担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业,在与发行人或其控股子公司的关联交易中谋取不正当利益；

（2）如果本人、本人控制的除发行人及其控股子公司以外企业或本人担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业与发行人或其控股子公司不可避免地出现关联交易，本人将严格执行相关回避制度，依法诚信地履行相关义务，不会利用关联人的地位，就上述关联交易采取任何行动以促使发行人股东大会、董事会作出侵犯发行人及其他股东合法权益的决议；

（3）发行人或其控股子公司与本人、本人控制的除发行人及其控股子公司以外的企业或本人担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业之间的关联交易将遵循公正、公平的原则进行，确保交易价格公允，不损害发行人及其控股子公司的合法权益；

（4）如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人将向发行人赔偿一切直接和间接损失。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务数据和相关分析反映了本公司报告期内经审计的财务状况和经营成果，引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。以下分析所涉及的数据若无特别说明，均按合并报表口径披露。投资者欲对公司的财务状况、经营成果及会计政策进行更详细的了解，请阅读财务报告及审计报告全文。

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产			
货币资金	**94,819,313.78**	98,135,943.42	132,574,090.28
应收账款	**91,049,766.48**	80,179,758.58	17,134,686.94
预付款项	**41,730,967.77**	32,319,894.52	1,099,298.91
其他应收款	**2,547,911.49**	2,431,670.03	770,686.16
其中：应收利息	**-**	-	265,860.93
其他流动资产	**5,197,599.32**	2,699,839.44	1,549,985.22
流动资产合计	**235,345,558.84**	**215,767,105.99**	**153,128,747.51**
非流动资产			
可供出售金融资产	**-**	-	13,049,063.68
长期股权投资	**1,275,838.66**	1,402,998.69	14,432,967.40
其他权益工具	**955,943.68**	955,943.68	-
固定资产	**1,471,022.35**	1,285,566.39	336,486.75
无形资产	**13,708,977.56**	15,481,996.48	1,485,848.73
商誉	**98,594,155.63**	98,594,155.63	4,802,468.96
长期待摊费用	**553,443.36**	69,068.97	245,954.68
递延所得税资产	**761,540.56**	636,619.33	135,546.07
非流动资产合计	**117,320,921.80**	**118,426,349.17**	**34,488,336.27**
资产总计	**352,666,480.64**	**334,193,455.16**	**187,617,083.78**

（一）合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债			
应付账款	**21,866,579.06**	28,935,077.40	11,882,138.73
合同负债	**221,797.23**	-	-
预收款项	**-**	819,185.61	-
应付职工薪酬	**2,521,690.23**	2,911,521.27	781,177.07
应交税费	**9,645,913.52**	7,467,871.16	2,880,236.34
其他应付款	**29,388.58**	118,420.46	68,532.26
一年内到期的非流动负债	**8,280,000.00**	14,490,000.00	-
流动负债合计	**42,565,368.62**	**54,742,075.90**	**15,612,084.40**
非流动负债			
长期应付款	**2,587,500.00**	10,867,500.00	-
递延所得税负债	**1,918,375.00**	2,141,875.00	-
非流动负债合计	**4,505,875.00**	**13,009,375.00**	**-**
负债合计	**47,071,243.62**	**67,751,450.90**	**15,612,084.40**
所有者权益			
股本	**51,000,000.00**	51,000,000.00	51,000,000.00
资本公积	**33,878,138.96**	33,878,138.96	33,878,138.96
盈余公积	**25,500,000.00**	22,439,925.05	16,672,422.39
未分配利润	**158,320,366.18**	135,102,900.57	70,454,438.03
归属于母公司所有者权益合计	**268,698,505.14**	242,420,964.58	172,004,999.38
少数股东权益	**36,896,731.88**	24,021,039.68	-
所有者权益合计	**305,595,237.02**	**266,442,004.26**	**172,004,999.38**
负债及所有者权益合计	**352,666,480.64**	**334,193,455.16**	**187,617,083.78**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
一、营业总收入	**511,166,016.69**	**258,422,418.49**	**210,142,923.73**
其中：营业收入	**511,166,016.69**	258,422,418.49	210,142,923.73
二、营业总成本	**420,226,531.94**	**190,152,280.40**	**145,565,328.54**
其中:营业成本	**392,507,596.96**	168,455,352.93	129,937,631.64
税金及附加	**338,038.70**	711,955.87	612,039.22
销售费用	**5,728,525.89**	4,175,341.25	3,698,115.63
管理费用	**9,075,913.04**	8,596,825.48	5,574,191.07
研发费用	**12,596,773.80**	8,449,250.12	6,339,333.72
财务费用	**-20,316.45**	-236,445.25	-595,982.74
其中：利息费用	**-**	-	-
利息收入	**127,086.29**	303,529.69	613,768.80
加：其他收益	**2,431,478.55**	668,131.27	14,010.01
投资收益（损失以“-”号填列）	**2,438,953.35**	59,711,698.02	3,004,889.13
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	**-127,160.03**	4,408,389.03	717,441.79
信用减值损失	**-774,147.32**	-1,303,101.61	-
资产减值损失	**-**	-	202,065.00
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	**95,035,769.33**	**127,346,865.77**	**67,798,559.33**
加：营业外收入	**638,101.73**	267,900.39	564,914.27
减：营业外支出	**37,089.18**	-	6,747.85
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**95,636,781.88**	**127,614,766.16**	**68,356,725.75**
减：所得税费用	**10,583,549.12**	7,414,179.98	6,817,165.96
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	**85,053,232.76**	**120,200,586.18**	**61,539,559.79**
（一）1、持续经营净利润	**85,053,232.76**	120,200,586.18	61,539,559.79
（一）2、终止经营净利润	**-**	**-**	**-**
（二）1、归属于母公司所有者的净利润	**72,177,540.56**	116,315,965.20	61,539,559.79
（二）2、少数股东损益	**12,875,692.20**	3,884,620.98	-
六、其他综合收益的税后净额	**-**	-	-
七、综合收益总额	**85,053,232.76**	**120,200,586.18**	**61,539,559.79**
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	**72,177,540.56**	116,315,965.20	61,539,559.79
（二）归属于少数股东的综合收益总额	**12,875,692.20**	3,884,620.98	-
八、每股收益			
（一）基本每股收益（元/股）	**1.42**	2.28	1.21
（二）稀释每股收益（元/股）	**1.42**	2.28	1.21

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	**529,737,793.05**	244,096,501.28	224,644,256.30
收到其他与经营活动有关的现金	**1,335,533.06**	1,064,245.11	926,832.15
经营活动现金流入小计	**531,073,326.11**	245,160,746.39	225,571,088.45
购买商品、接受劳务支付的现金	**431,159,986.76**	189,879,581.54	128,732,036.56
支付给职工以及为职工支付的现金	**16,533,349.45**	11,620,147.03	9,896,483.80
支付的各项税费	**13,039,567.15**	10,462,658.55	10,803,520.84
支付其他与经营活动有关的现金	**14,716,419.86**	22,953,573.06	7,501,011.80
经营活动现金流出小计	**475,449,323.22**	234,915,960.18	156,933,053.00
经营活动产生的现金流量净额	**55,624,002.89**	**10,244,786.21**	**68,638,035.45**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	**-**	14,579,910.00	-
取得投资收益收到的现金	**2,566,113.38**	3,054,876.73	3,406,447.34
投资活动现金流入小计	**2,566,113.38**	17,634,786.73	3,406,447.34
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**1,116,745.91**	543,169.85	71,167.48
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	**14,490,000.00**	15,874,549.95	-
投资活动现金流出小计	**15,606,745.91**	16,417,719.80	71,167.48
投资活动产生的现金流量净额	**-13,040,632.53**	**1,217,066.93**	**3,335,279.86**
三、筹资活动产生的现金流量：			
筹资活动现金流入小计	**-**	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**45,900,000.00**	45,900,000.00	45,900,000.00
筹资活动现金流出小计	**45,900,000.00**	45,900,000.00	45,900,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	**-45,900,000.00**	**-45,900,000.00**	**-45,900,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-3,316,629.64**	**-34,438,146.86**	**26,073,315.31**
加：期初现金及现金等价物的余额	**98,135,943.42**	132,574,090.28	106,500,774.97
六、期末现金及现金等价物余额	**94,819,313.78**	**98,135,943.42**	**132,574,090.28**

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产			
货币资金	**46,369,970.18**	30,871,974.13	66,262,646.44
应收账款	**16,915,395.61**	11,688,947.94	5,297,189.22
预付款项	**10,360,643.19**	6,316,869.78	243,205.81
其他应收款	**15,501,616.51**	60,015,465.98	34,356,413.17
其中：应收利息	**-**	-	155,643.39
应收股利	**-**	34,200,000.00	34,000,000.00
其他流动资产	**5,175,154.42**	2,698,113.20	1,471,698.10
流动资产合计	**94,322,779.91**	**111,591,371.03**	**107,631,152.74**
非流动资产			
可供出售金融资产	**-**	-	13,049,063.68
长期股权投资	**88,454,130.45**	88,581,290.48	36,622,901.45
其他权益工具	**955,943.68**	955,943.68	-
固定资产	**73,169.81**	61,811.41	100,766.79
无形资产	**919,810.89**	1,202,829.81	1,485,848.73
长期待摊费用	**-**	-	245,954.68
递延所得税资产	**150,571.76**	109,037.56	49,818.96
非流动资产合计	**90,553,626.59**	**90,910,912.94**	**51,554,354.29**
资产总计	**184,876,406.50**	**202,502,283.97**	**159,185,507.03**

（四）母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债			
应付账款	**1,529,681.26**	8,398,636.91	4,778,057.83
预收款项	**-**	594,653.93	-
应付职工薪酬	**444,331.69**	458,031.27	495,083.70
应交税费	**2,685,072.37**	3,078,869.31	1,066,106.29
其他应付款	**-**	27,269.04	33,962.26
一年内到期的非流动负债	**8,280,000.00**	14,490,000.00	-
流动负债合计	**12,939,085.32**	**27,047,460.46**	**6,373,210.08**
非流动负债			
长期应付款	**2,587,500.00**	10,867,500.00	-
非流动负债合计	**2,587,500.00**	**10,867,500.00**	**-**
负债合计	**15,526,585.32**	**37,914,960.46**	**6,373,210.08**
所有者权益			
股本	**51,000,000.00**	51,000,000.00	51,000,000.00
资本公积	**36,068,073.01**	36,068,073.01	36,068,073.01
盈余公积	**25,500,000.00**	22,439,925.05	16,672,422.39
未分配利润	**56,781,748.17**	55,079,325.45	49,071,801.55
所有者权益合计	**169,349,821.18**	**164,587,323.51**	**152,812,296.95**
负债及所有者权益合计	**184,876,406.50**	**202,502,283.97**	**159,185,507.03**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
一、营业总收入	**147,900,827.66**	**97,172,205.82**	**80,379,138.06**
减:营业成本	**110,236,916.40**	62,384,172.59	52,224,828.47
税金及附加	**41,774.25**	355,774.80	291,519.63
销售费用	**1,200,529.91**	1,522,415.45	2,012,918.59
管理费用	**3,767,365.74**	6,047,698.10	3,644,890.21
研发费用	**6,689,612.37**	3,805,510.82	3,814,791.59
财务费用	**-34,533.01**	-162,920.62	-345,246.63
其中：利息费用	**-**	-	-
利息收入	**43,169.73**	172,410.50	348,289.06
加：其他收益	**639,830.97**	174,803.27	11,873.64
投资收益（损失以“-”号填列）	**27,769,720.58**	38,397,460.64	35,959,769.87
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	**-127,160.03**	4,408,389.03	717,441.79
信用减值损失	**-276,894.65**	-394,790.67	-
资产减值损失	**-**	-	187,716.78
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	**54,131,818.90**	**61,397,027.92**	**54,894,796.49**
加：营业外收入	**56,294.04**	6,734.18	337,700.27
减：营业外支出	**-**	-	892.59
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**54,188,112.94**	**61,403,762.10**	**55,231,604.17**
减：所得税费用	**3,525,615.27**	3,728,735.54	2,743,906.43
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	**50,662,497.67**	**57,675,026.56**	**52,487,697.74**
（一）持续经营净利润	**50,662,497.67**	57,675,026.56	52,487,697.74
（二）终止经营净利润	**-**	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**-**	-	-
六、综合收益总额	**50,662,497.67**	**57,675,026.56**	**52,487,697.74**

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	**150,743,893.93**	96,955,202.39	86,402,259.37
收到其他与经营活动有关的现金	**10,636,673.95**	334,930.45	542,219.58
经营活动现金流入小计	**161,380,567.88**	97,290,132.84	86,944,478.95
购买商品、接受劳务支付的现金	**127,803,614.75**	67,204,632.36	46,564,700.72
支付给职工以及为职工支付的现金	**5,698,580.18**	6,669,621.05	6,427,823.64
支付的各项税费	**4,471,095.98**	4,211,006.20	3,935,081.48
支付其他与经营活动有关的现金	**9,573,672.55**	32,385,237.15	4,456,342.97
经营活动现金流出小计	**147,546,963.46**	110,470,496.76	61,383,948.81
经营活动产生的现金流量净额	**13,833,604.42**	**-13,180,363.92**	**25,560,530.14**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	**-**	14,579,910.00	-
取得投资收益收到的现金	**62,096,880.61**	35,502,281.61	34,361,328.08
投资活动现金流入小计	**62,096,880.61**	50,082,191.61	34,361,328.08
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**42,488.98**	-	8,466.00
投资支付的现金	**14,490,000.00**	26,392,500.00	-
投资活动现金流出小计	**14,532,488.98**	26,392,500.00	8,466.00
投资活动产生的现金流量净额	**47,564,391.63**	**23,689,691.61**	**34,352,862.08**
三、筹资活动产生的现金流量：			
筹资活动现金流入小计	**-**	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**45,900,000.00**	45,900,000.00	45,900,000.00
筹资活动现金流出小计	**45,900,000.00**	45,900,000.00	45,900,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	**-45,900,000.00**	**-45,900,000.00**	**-45,900,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**15,497,996.05**	**-35,390,672.31**	**14,013,392.22**
加：期初现金及现金等价物的余额	**30,871,974.13**	66,262,646.44	52,249,254.22
六、期末现金及现金等价物余额	**46,369,970.18**	**30,871,974.13**	**66,262,646.44**

二、审计意见、关键审计事项及重要性水平

（一）审计意见

本公司委托容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司近三年财务报告进行了审计，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的《审计报告》（**容诚审字[2021] 100Z0020 号**），其审计意见为：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了挖金客公司 **2020 年 12 月 31 日**、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 **2020 年度**、2019 年度、2018 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

关键审计事项是容诚会计师根据职业判断，认为对 **2020 年度**、2019 年度、2018 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，容诚会计师不对这些事项单独发表意见。

1、收入确认

（1）事项描述

由于营业收入真实性存在重大错报的固有风险，增值电信服务及移动信息化服务是挖金客公司营业收入的主要组成部分，**2020 年度**、2019 年度、2018 年度占营业收入总额的比例分别为 **96.38%**、84.73%、89.30%，为此将增值电信服务及移动信息化服务收入真实性确定为关键审计事项。

（2）审计应对

①评价了挖金客公司收入确认相关会计政策的合理性，了解和评价销售与收款相关的内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性；

②在分析性复核的基础上，从销售记录中选取样本，检查与收入确认相关的销售合同、结算单、发票、银行收款单据等；

③核对业务系统数据记录与客户结算单信息之间的一致性，识别和检查是否存在重大差异或异常的交易记录；

④选取主要的客户，函证其交易金额和往来款项余额，评价收入确认的真实性和准确性；

⑤选取主要的客户，对其进行实地走访，通过访谈确认其交易的真实性。

通过实施以上程序，容诚会计师没有发现收入确认存在异常。

2、非同一控制下企业合并

（1）事项描述

2019 年 10 月，挖金客非同一控制下收购久佳信通 23%的股权，本次收购确认商誉 93,791,686.67 元人民币，确认投资收益 49,761,642.26 元；截至 2019 年 12 月 31 日，本次收购确认的商誉占资产总额的比重为 28.07%，投资收益占利润总额的比重 38.99%，占比较高。

由于非同一控制下企业合并涉及重大管理层判断和估计，包括对购买日的判断、合并成本的确定、原股权按公允价值重新计量确认的投资收益、购买日公允价值的确定、商誉的计算、控制权的分析以及对合并事项的会计处理，为此容诚会计师将企业合并的会计处理确定为关键审计事项。

（2）审计应对

①检查股权转让协议等相关资料，并评估管理层对企业合并的判断；

②评价挖金客管理层及其聘请的执行有关评估工作的外部评估专家的胜任能力及客观性；

③复核了可辨认资产和负债的公允价值时采用的估值方法及评估过程；

④复核了外部评估专家关于久佳信通股东权益价值评估所采用的估值模型以及评估过程。

⑤复核了商誉、投资收益的计算过程。

通过实施以上程序，容诚会计师认为相关证据能够支持管理层关于非同一控制下企业合并的判断及估计。

3、商誉减值

（1）事项描述

2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日，公司财务报表所示商誉项目账面原值为均人民币 98,594,155.63 元，减值准备均为 0 元，账面价值均为人民币 98,594,155.63 元，占 **2020 年 12 月 31 日**、2019 年 12 月 31 日资产总额的比重分别为 **27.96%**、29.50%。

管理层于资产负债表日对企业合并所形成的商誉进行减值测试。减值测试以包含商誉的资产组的可收回金额为基础，相关资产组的可收回金额按照预计未来

现金流量现值计算确定。减值测试中采用的关键假设包括：详细预测期收入增长率、永续预测期增长率、毛利率、折现率等。

由于商誉金额重大，且商誉减值测试涉及管理层判断，容诚会计师将商誉减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

①了解与商誉减值相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

②复核管理层对未来现金流量现值的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；

③评价管理层及外部估值专家在减值测试中使用方法的合理性和一致性，使用数据的准确性、完整性和相关性：包括将现金流量增长率与历史现金流量增长率以及行业历史数据进行比较，将毛利率与以往业绩进行比较，并考虑市场趋势，复核现金流量预测水平和所采用折现率的合理性等；

④测算未来现金流量现值以及商誉减值金额的计算是否正确；

⑤检查与商誉减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

通过实施以上程序，容诚会计师认为相关证据能够支持管理层关于商誉减值的判断及估计。

（三）与财务会计信息相关的重要性水平

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。重大事项标准为当年利润总额的 5%，或金额虽未达到当年利润总额的 5%但公司认为较为重要的相关事项。在判断项目性质的重要性时，本公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响本公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，本公司主要考虑该项目金额占所有者权益总额、营业收入总额、净利润等直接相关项目金额的比重较大或占所属报表单列项目金额的比重较大。

三、公司服务特点、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等影响因素及其变化趋势，以及其对未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险

（一）影响公司未来盈利能力或财务状况的主要因素及其变化趋势

1、服务特点

公司主营业务为移动互联网应用技术和信息服务，主要为各行业大型企业提供增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。公司的业务开展以技术支撑为依托、以各类服务为载体，主要采用轻资产经营模式。此外，公司各类主营业务的日常实施主要是通过搭载多种算法的自有业务平台，借助自主研发的智能化系统进行业务处理，系统智能化处理的业务模式使公司日常业务实施摆脱了人工操作环节，减轻了公司主营业务的人力成本。

2、业务模式

公司营业收入主要来源于向企业客户提供各项移动互联网应用技术和信息服务收取的服务费用。公司各项服务具体业务模式详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“（二）主要经营模式”。

3、行业竞争程度

目前，国内提供移动互联网应用技术和信息服务的企业数量众多，市场竞争充分，市场集中度相对较低。行业内各家企业依托自身独特优势和资源，打磨针对细分市场和特定场景的产品与服务，深耕于某一领域的企业形成产品和服务的品牌优势后，在一定程度上可形成竞争壁垒，遏制潜在进入者。

公司凭借自身技术优势、运营经验和推广资源，形成了对各行业大型企业客户提供优质服务的能力，已与中国移动、腾讯云、国家电网、携程等知名企业客户建立了稳定的合作关系，在市场树立了良好的品牌形象。

4、外部市场环境

公司所处行业的市场发展基于移动互联网信息技术和通信技术的演进，上述技术的发展创新直接刺激了公司下游客户的业务布局、运营和投入，有效拉动下游客户在具体业务环节中对移动互联网应用技术和信息服务的迫切需求。近年来，移动互联网相关产业蓬勃发展，公司所处行业发展前景广阔。

移动互联网应用技术与信息服务行业是以通信技术和信息技术为基础的产业，属于知识密集、技术应用型行业，近年来呈现出技术更新速度快、迭代周期短的特点。移动互联网应用技术和信息服务企业需要进行持续的研发投入，根据

先进技术发展趋势保持创新，紧跟技术更新迭代节奏，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。

（二）上述影响因素对公司未来盈利能力或财务状况可能产生的具体影响或风险

1、营业收入的增长

报告期内，公司的主要服务包括增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务等。近年来，随着移动互联网相关产业的发展，新的业务模式和产品类型不断涌现，客户对应用技术和信息服务的需求随之变化。如果未来公司不能有效预测并及时快速响应市场需求的变化，则公司存在由于下游客户需求变更而导致公司收入下降的潜在风险。

报告期内，由于公司执行“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，导致公司的客户集中度较高，因此，公司存在由于主要客户的经营状况发生重大不利变化而对公司营业收入产生影响的潜在风险。

此外，公司及下游主要客户所处行业处于完备的行业监管体系之下，国家对于相关业务的政策导向，会从宏观层面影响公司主营业务的发展方向和市场容量，公司存在由于国家产业政策变动而对公司营业收入产生影响的潜在风险。

2、毛利率

2018 年至 2020 年，公司综合毛利率分别为 38.17%、34.81%和 **23.21%**。作为成长型企业，公司不断拓展业务领域、开拓新的客户，公司整体处于快速发展阶段。在新业务领域拓展前期，公司会适当让利于产业链上下游企业，因此会造成一定时期新业务毛利率相对较低；随着新业务的稳步发展、相关服务经验的积累和技术水平的提升，公司新业务的毛利率将逐步趋于稳定。未来随着公司业务规模的增长，对新业务领域的持续拓展可能会对公司短期毛利率的波动产生一定影响。

3、研发投入

公司所处行业属于技术创新驱动型行业，企业需要不断保持一定的研发投入才能紧跟技术更新迭代节奏，保证市场竞争力。公司自成立以来，一直注重核心技术的研发及产品服务的创新，建立了全面、高效的技术创新体系。经过多年积累，公司研发了多项具有自主知识产权的核心技术，并应用于公司主营业务的各

个环节，获得了客户的认可。未来如果公司研发投入下降，或所研发的技术未达预期，则公司存在由于服务的市场竞争力下降，进而导致公司市场份额或服务销售价格下降，使得公司经营业绩下滑的潜在风险。

四、审计基准日至招股说明书签署日之间的财务信息和经营状况

公司最近一期财务报告的审计基准日为**2020 年 12 月 31 日**，财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，公司经营情况良好，相关行业政策、税收政策、市场竞争环境、与主要客户及供应商的合作关系等未发生重大变化，发行人主要核心管理人员以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

五、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

公司对自报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响公司持续经营能力的事项，公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

报告期各期末，公司合并财务报表范围情况如下：

序号	公司	是否纳入合并财务报表范围		
		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	风笛指媒	**是**	是	是
2	罗迪尼奥	**是**	是	是
3	喀什聚合	**是**	是	是
4	运智伟业	**是**	是	是

序号	公司	是否纳入合并财务报表范围		
		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
5	久佳信通	**是**	是	否

2、报告期内合并范围变化情况

报告期内，公司合并范围新增子公司情况如下：

名称	合并期间	纳入合并范围原因	期末公司对其持股比例
久佳信通	2019 年 11 月-12 月，**2020 年**	非同一控制下企业合并	51%

如上表所示，2019 年公司通过非同一控制下企业合并方式实现了对久佳信通的控制，将久佳信通纳入合并范围，其具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来的重大资产重组情况”。除此之外，报告期内公司合并财务报表范围无其他变化。

六、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、收入确认原则

自 2020 年 1 月 1 日起适用：

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支

付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；

（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；

（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

（1）本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

（2）本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；

（3）本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

（4）本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

（5）客户已接受该商品。

质保义务

根据合同约定、法律规定等，本公司为所销售的商品、所建造的工程等提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，本公司按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》进行会计处理。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独服务的服务类质量保证，本公司将其作为一项单项履约义务，按照提供商品和服务类质量保证的单独售价的

相对比例，将部分交易价格分摊至服务类质量保证，并在客户取得服务控制权时确认收入。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独服务时，本公司考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及本公司承诺履行任务的性质等因素。

主要责任人与代理人

对于本公司自第三方取得贸易类商品控制权后，再转让给客户，本公司有权自主决定所交易商品的价格，即本公司在向客户转让贸易类商品前能够控制该商品，因此本公司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

应付客户对价

合同中存在应付客户对价的，除非该对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务的，本公司将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

客户未行使的合同权利

本公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当本公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，本公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，本公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

适用于 2019 年度及以前：

（1）销售商品

本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；本公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

（2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确

认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；交易的完工程度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

本公司按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

2、公司收入确认的具体方法

报告期内，公司主营业务包括增值电信服务、移动信息化服务、移动营销服务、技术开发服务。

（1）增值电信服务收入

公司为电信运营商的增值电信业务提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务，电信运营商向手机用户收取信息费，公司根据合同约定以电信运营商收取的信息费为基础，从电信运营商或合作商获取服务费。公司在收到电信运营商或合作商提供计费账单并经公司相关部门核对无误后确认为收入。

（2）移动信息化服务收入

公司为各行业大型企业提供移动信息化解决方案及运营服务等移动信息化服务，公司按移动信息化服务的数量及合同约定单价结算，在公司与客户核对确认无误后确认收入。

（3）移动营销服务收入

公司主要提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。移动营销服务分为按广告位付费或按广告效果付费两种方式，公司按广告位投放数量、时间及合同约定单价结算或依据广告投放效果按照约定的计算方式与客户结算，公司在与

客户核对无误后确认收入。

（4）技术开发服务收入

公司为客户提供技术开发服务，技术开发成果交付客户，并经客户验收后确认收入。

发行人不同类型业务收入确认时点，次月对账后相关收入计入期间情况如下：

业务类型	对账月份	收入确认月份	主要客户举例
增值电信服务	业务发生的次月	业务发生的次月	中国移动通信集团江苏有限公司：次月公司与中国移动通信集团江苏有限公司对上月应结算的信息费用进行对账，由中国移动江苏负责按月出具结算报表，并提供给本公司进行核对确认，本公司确认无误后将相关业务收入计入业务发生次月。
移动信息化服务	业务发生的次月	业务发生的当月	腾讯云计算（北京）有限责任公司：次月公司与腾讯云计算（北京）有限责任公司对上月应结算的短信费用进行对账，由公司负责按月出具上月短信的详细账单，并提供给腾讯云进行核对确认，腾讯云确认无误后将相关业务收入计入业务发生当月。
移动营销服务	业务发生的次月	业务发生的当月	北京轩翔思悦传媒广告有限公司：次月公司与北京轩翔思悦传媒广告有限公司对上月在轩翔思悦 DSP 平台上的广告流量数据进行对账，由轩翔思悦负责按月出具上月数据，公司确认无误后将相关业务收入计入业务发生当月。

公司各项业务的收入确认时点存在差异，主要受收入金额能否可靠计量影响。其中，增值电信服务下，结算账单由运营商次月发出，公司在各月末无法确定准确的结算金额，故无法对收入进行可靠计量，因此在次月取得运营商结算账单后确认收入更为可靠准确；移动信息化服务及移动营销服务账单系由发行人向客户发出，公司在月末可根据自身业务系统数据对结算金额进行可靠计量，故公司根据权责发生制在业务发生的当月确认收入。

经核查，保荐机构认为，发行人披露的收入确认政策准确、有针对性，符合其实际经营情况，与主要销售合同条款及实际执行情况一致，与同行业可比公司差异不大。报告期内，发行人各项业务的收入确认的方法和时点政策得到了一贯执行，未发生变更。

3、新收入准则实施的影响

（1）新收入准则实施前后收入确认会计政策的差异情况

新收入准则实施后，公司的收入确认会计政策及差异情况如下：

当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：

①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；

②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务；

③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；

④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；

⑤企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

本公司收入确认的具体方法如下：

①增值电信服务收入、移动信息化服务收入和移动营销服务收入

公司持续为客户提供上述服务的履约义务，客户在公司履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益，故属于在某一时段内履行履约义务，公司根据与客户约定的价格及应结算的金额获得收取对应的价款的权利。

因此上述业务在新旧收入准则下收入确认方法无差异。

②技术开发服务收入

技术开发业务下，合同中约定履约义务一般包括提供软件或者开发软件、实施调试与安装以及免费维保（保证性质保）等履约义务，公司的产品及服务只有整体交付时才可以给客户带来经济利益，因此属于在特定时点履行履约义务，故在客户获取该商品（或服务）控制权时确认收入，即在按合同约定将产品转移给对方、客户签收或验收后确认销售收入，公司提供的服务性质保系法定质保，不构成单项履约义务。

因此该业务在新旧收入准则下收入确认方法无差异。

综上，新收入准则实施前后公司具体业务收入确认会计政策无差异。

（2）实施新收入准则在业务模式、合同条款等方面产生的影响

公司属于软件和信息技术服务业，主营业务包括增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。公司根据客户的实际需求提供服务，公司的业务模式不会因实施新收入准则而发生变化。

公司与客户的销售合同约定了交易内容、结算方式和价格、违约责任等条款，

公司承担的合同义务为整体性的单项履约义务，交易结算方式、价格与合同约定一致。公司的合同条款不会因实施新收入准则而发生变化。

综上，公司主营业务现行的业务模式和合同条款均符合新收入准则相关规定，新收入准则的实施对公司现有业务模式、合同条款无影响。

（3）新收入准则对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标的影响

鉴于新收入准则实施前后公司具体业务收入确认会计政策、业务模式、合同条款等方面均无差异，假定公司自报告期初（**2018 年 1 月 1 日**）开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标无影响。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，在合并日按取得被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。其中，对于被合并方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被合并方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在企业合并中取得的净资产账面价值与所支付对价的账面价值之间存在差额的，首先调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）的余额不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

2、非同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的被购买方各项可辨认资产和负债，在购买日按其公允价值计量。其中，对于被购买方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被购买方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在购买日的合并成本大于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，确认为商誉；如果合并成本小于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，首先对合并成本以及在企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债的公允价值进行复核，经复核后合并成本仍小于取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的，其差额确认为合并当期损益。

3、企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关

管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（三）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定,不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（注：有时也称为特殊目的主体）。

2、合并财务报表的编制方法

本公司以自身和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策和会计期间，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

（1）合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

（2）抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

（3）抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

（4）站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

3、报告期内增减子公司的处理

（1）增加子公司或业务

①同一控制下企业合并增加的子公司或业务

A.编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数，同时对比较报表

的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

B.编制合并利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

C.编制合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

②非同一控制下企业合并增加的子公司或业务

A.编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

B.编制合并利润表时，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。

C.编制合并现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

（2）处置子公司或业务

①编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

②编制合并利润表时，将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

③编制合并现金流量表时将该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

4、合并抵销中的特殊考虑

（1）子公司持有公司的长期股权投资，应当视为公司的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。

子公司相互之间持有的长期股权投资，比照公司对子公司的股权投资的抵销方法，将长期股权投资与其对应的子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。

（2）“专项储备”和“一般风险准备”项目由于既不属于实收资本（或股本）、资本公积，也与留存收益、未分配利润不同，在长期股权投资与子公司所有者权益相互抵销后，按归属于母公司所有者的份额予以恢复。

（3）因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面

价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

（4）本公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当全额抵销“归属于母公司所有者的净利润”。子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对该子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对出售方子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

（5）子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。

5、特殊交易的会计处理

（1）购买少数股东股权

本公司购买子公司少数股东拥有的子公司股权，在个别财务报表中，购买少数股权新取得的长期股权投资的投资成本按照所支付对价的公允价值计量。在合并财务报表中，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

（2）通过多次交易分步取得子公司控制权的

①通过多次交易分步实现同一控制下企业合并

在合并日，本公司在个别财务报表中，根据合并后应享有的子公司净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积（股本溢价/资本溢价），

资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方在取得被合并方控制权之前持有的股权投资且按权益法核算的，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益。

②通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并

在合并日，在个别财务报表中，按照原持有的长期股权投资的账面价值加上合并日新增投资成本之和，作为合并日长期股权投资的初始投资成本。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益，但由于被合并方重新计量设定受益计划净资产或净负债变动而产生的其他综合收益除外。本公司在附注中披露其在购买日之前持有的被购买方的股权在购买日的公允价值、按照公允价值重新计量产生的相关利得或损失的金额。

（3）本公司处置对子公司长期股权投资但未丧失控制权

母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（4）公司处置对子公司长期股权投资且丧失控制权

①一次交易处置

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。

与原子公司的股权投资相关的其他综合收益、其他所有者权益变动，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

②多次交易分步处置

在合并财务报表中，应首先判断分步交易是否属于“一揽子交易”。

如果分步交易不属于“一揽子交易”的，在个别财务报表中，对丧失子公司控制权之前的各项交易，结转每一次处置股权相对应的长期股权投资的账面价值，所得价款与处置长期股权投资账面价值之间的差额计入当期投资收益；在合并财务报表中，应按照“母公司处置对子公司长期股权投资但未丧失控制权”的有关规定处理。

如果分步交易属于“一揽子交易”的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；在个别财务报表中，在丧失控制权之前的每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益；在合并财务报表中，对于丧失控制权之前的每一次交易，处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额应当确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

各项交易的条款、条件以及经济影响符合下列一种或多种情况的，通常将多次交易作为“一揽子交易”进行会计处理：

A.这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的。

B.这些交易整体才能达成一项完整的商业结果。

C.一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生。

D.一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

（5）因子公司的少数股东增资而稀释母公司拥有的股权比例

子公司的其他股东（少数股东）对子公司进行增资，由此稀释了母公司对子公司的股权比例。在合并财务报表中，按照增资前的母公司股权比例计算其在增资前子公司账面净资产中的份额，该份额与增资后按照母公司持股比例计算的在增资后子公司账面净资产份额之间的差额调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

（四）金融工具

自 2019 年 1 月 1 日起适用

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的

合同。

1、金融工具的确认和终止确认

当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款作出实质性修改的，应当终止原金融负债，同时按照修改后的条款确认一项新的金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款规定，在法规或市场惯例所确定的时间安排来交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期

2、金融资产的分类与计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。因销售商品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收票据及应收账款，本公司则按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

金融资产的后续计量取决于其分类：

（1）以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司

管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、按实际利率法摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。除减值损失或利得及汇兑损益确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。但是采用实际利率法计算的该金融资产的相关利息收入计入当期损益。

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

3、金融负债的分类与计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、低于市场利率贷款的贷款承诺及财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融

负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。但本公司对指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，由其自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额计入其他综合收益，当该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得和损失应当从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（2）贷款承诺及财务担保合同负债

贷款承诺是本公司向客户提供的一项在承诺期间内以既定的合同条款向客户发放贷款的承诺。贷款承诺按照预期信用损失模型计提减值损失。

财务担保合同指，当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除按收入确认原则确定的累计摊销额后的余额孰高进行后续计量。

（3）以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

（1）如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

（2）如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

4、衍生金融工具及嵌入衍生工具

衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除现金流量套期中属于套期有效的部分计入其他综合收益并于被套期项目影响损益时转出计入当期损益之外，衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同、单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果该嵌入衍生工具在取得日或后续资产负债表日的公允价值无法单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

5、金融工具减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

（1）预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失

分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款及应收融资款，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

A.应收款项

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

应收票据确定组合的依据如下：

应收票据组合 1 商业承兑汇票

应收票据组合 2 银行承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

应收账款确定组合的依据如下：

应收账款组合 1 应收合并范围内客户

应收账款组合 2 应收非合并范围内客户

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1 应收合并范围内公司的款项

其他应收款组合 2 备用金、应收押金和保证金、应收代垫款等其他款项

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

B.债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

（2）具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（3）信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

A.信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B.预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C.债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D.作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E.预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F.借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G.债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H.合同付款是否发生逾期超过（含）30 日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限 30 天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

（4）已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

（5）预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表

日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（6）核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

6、金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，根据转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单方面将转移的金融资产整体出售给不相关的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，则公司已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对于终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22

号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分在终止确认日的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入（或利得）和该金融负债产生的费用（或损失）。

7、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

以下金融工具会计政策适用于 2018 年度及以前

1、金融资产的分类

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，前者主要是指公司为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具投资。这类资产在初始计量时按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。在持有期间取得利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，公司将这类金融资产以公允价值计量且其变动计入当期损益。这类金融资产在处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

主要是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司具有明确意图和能力持有至到期的国债、公司债券等。这类金融资产按照取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付价款中包含的已到付息期但尚未发放的债券利息，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是指公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

（4）可供出售金融资产

主要是指公司没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项的金融资产。可供出售金融资产按照取得该金融资产的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，单独确认为应收项目。可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利计入投资收益。

可供出售金融资产是外币货币性金融资产的，其形成的汇兑损益应当计入当

期损益。采用实际利率法计算的可供出售债务工具投资的利息，计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。资产负债表日，可供出售金融资产以公允价值计量，且其变动计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资收益；同时，将原计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

2、金融负债的分类

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；这类金融负债初始确认时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

（2）其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

3、金融资产的重分类

因持有意图或能力发生改变，使某项投资不再适合划分为持有至到期投资的，公司将其重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量。持有至到期投资部分出售或重分类的金额较大，且不属于《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十六条所指的例外情况，使该投资的剩余部分不再适合划分为持有至到期投资的，公司应当将该投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量，但在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资。

重分类日，该投资的账面价值与公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

因持有意图或能力发生改变，或公允价值不再能够可靠计量，或持有至到期投资重分类为可供出售金融资产后持有期限已超过两个完整的会计年度，使金融资产不再适合按照公允价值计量时，本公司将可供出售金融资产改按成本或摊余成本计量。成本或摊余成本为重分类日该金融资产的公允价值或账面价值。

该金融资产有固定到期日的，与该金融资产相关、原直接计入其他综合收益的利得或损失，在该金融资产的剩余期限内，采用实际利率法摊销，计入当期损

益；该金融资产的摊余成本与到期日金额之间的差额，在该金融资产的剩余期限内，采用实际利率法摊销，计入当期损益。该金融资产没有固定到期日的，与该金融资产相关、原直接计入其他综合收益的利得或损失仍保留在所有者权益中，在该金融资产被处置时转出，计入当期损益。

4、金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

（1）如果公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

（2）如果一项金融工具须用或可用公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

5、金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

（1）将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方

（2）将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给与其不存在关联方关

系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

6、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

7、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

8、金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

（1）金融资产发生减值的客观证据：

①发行方或债务人发生严重财务困难；

②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

③债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④债务人可能倒闭或进行其他财务重组；

⑤因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；

⑦债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，例如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本；

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

（2）金融资产的减值测试（不包括应收款项）

①以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现率。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试；已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

②可供出售金融资产减值测试

可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。可供出售债务

工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

（五）公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以主要市场的价格计量相关资产或负债的公允价值，不存在主要市场的，本公司以最有利市场的价格计量相关资产或负债的公允价值。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

主要市场，是指相关资产或负债交易量最大和交易活跃程度最高的市场；最有利市场，是指在考虑交易费用和运输费用后，能够以最高金额出售相关资产或者以最低金额转移相关负债的市场。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

1、估值技术

本公司采用在当期情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。本公司使用与其中一种或多种估值技术相一致的方法计量公允价值，使用多种估值技术计量公允价值的，考虑各估值结果的合理性，选取在当期情况下最能代表公允价值的金额作为公允价值。

本公司在估值技术的应用中，优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。可观察输入值，是指能够从市场数据中取得的输入值。该输入值反映了市场参与者在对

相关资产或负债定价时所使用的假设。不可观察输入值，是指不能从市场数据中取得的输入值。该输入值根据可获得的市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用假设的最佳信息取得。

2、公允价值层次

本公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

（六）应收款项

以下应收款项会计政策适用 2018 年度及以前

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：公司将合并报表前五名应收账款及其他应收款确定为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据：

组合 1：合并范围内各公司之间应收款项。

组合 2：除组合 1 之外的应收款项。

按组合计提坏账准备的计提方法：

组合 1：除存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项外，不计提坏账准备。

组合 2：各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内（含 1 年）	5%	5%

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 至 2 年	10%	10%
2 至 3 年	30%	30%
3 至 4 年	50%	50%
4 年以上	100%	100%

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

（七）长期股权投资

公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。公司能够对被投资单位施加重大影响的，为公司联营企业。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该

种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

2、初始投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

②同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

③非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；

③通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

④通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账

面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

（1）成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（2）权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，应按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按公允价值计量，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（八）固定资产

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一年的单位价值较高的有形资产。

1、确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

项目	预计折旧年限	净残值率	年折旧率
办公设备	3-5 年	5%	19.00%-31.67%
运输工具	5 年	5%	19.00%

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

（九）无形资产

1、无形资产的计价方法：

按取得时的实际成本入账。

2、无形资产使用寿命及摊销

（1）使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	依据
域名及软件著作权	10 年	参考能为公司带来经济利益的期限确定

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于资产负债表日进行减值测试。

（3）无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。使用寿命有限的无形资产，其残值视为零，但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

3、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

在公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其

有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十）长期资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的无形资产、商誉等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十一）政府补助

1、政府补助的确认

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：

（1）公司能够满足政府补助所附条件；

（2）公司能够收到政府补助。

2、政府补助的计量

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、政府补助的会计处理

（1）与资产相关的政府补助

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，分情况按照以下规定进行会计处理：

用于补偿公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益。

用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十二）递延所得税资产和递延所得税负债

公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。公司不对递延所得

税资产和递延所得税负债进行折现。

1、递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

（1）该项交易不是企业合并；

（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

（1）暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

（2）未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额；

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

2、递延所得税负债的确认

公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

（1）因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

①商誉的初始确认；

②具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

（2）公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除

外：

①公司能够控制暂时性差异转回的时间；

②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（3）特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：可供出售金融资产公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

③可弥补亏损和税款抵减

A.公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

B.因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

④合并抵销形成的暂时性差异

公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债

表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所有者权益。

（十三）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

报告期内，公司会计政策的变更均为根据法律、法规或者国家统一的会计制度等要求进行的变更。具体情况如下：

（1）2018 年 6 月 15 日，财政部发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）。2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），对（财会[2018]15 号）文的报表格式作了部分修订，要求对已执行新金融工具准则但未执行新收入准则和新租赁准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；增加“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中在投资收益项目下增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”的明细项目；从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，并在“研发费用”项目增加了计入管理费用的自行开发无形资产摊销

金额；在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

2019 年 9 月 19 日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019 版）》的通知》（财会[2019]16 号），与财会[2019]6 号文配套执行。

（2）财政部于 2017 年 3 月 31 日发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》（财会[2017]8 号）、《企业会计准则第 24 号—套期会计》（财会[2017]9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（财会[2017]14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。本公司于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行了调整。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

（3）2019 年 5 月 9 日，财政部发布了《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》（财会[2019]8 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 10 日起执行本准则。

（4）2019 年 5 月 16 日，财政部发布《企业会计准则第 12 号—债务重组》（财会[2019]9 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的债务重组，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 17 日起执行本准则。

（5）2017 年 7 月 5 日，财政部发布了《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”）。要求境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。

本公司于 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则。新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当年年初(即 2020 年 1 月 1 日)留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。在执行新收入准则时，本公司

仅对首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

（6）2019 年 12 月 10 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 13 号》。本公司于 2020 年 1 月 1 日执行该解释，对以前年度不进行追溯。

综上，报告期内公司会计政策的变更均为根据法律、法规或者国家统一的会计制度等要求进行的变更，符合会计准则的规定。

2、重要会计估计变更

公司报告期内无重要会计估计变更的情况。

3、首次执行新金融工具准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表：

单位：万元

项目	2018.12.31	2019.1.1	调整数
交易性金融资产	-	1,209.31	1,209.31
可供出售金融资产	1,304.91	-	-1,304.91
其他权益工具投资	-	95.59	95.59

母公司资产负债表：

单位：万元

项目	2018.12.31	2019.1.1	调整数
交易性金融资产	-	1,209.31	1,209.31
可供出售金融资产	1,304.91	-	-1,304.91
其他权益工具投资	-	95.59	95.59

4、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表：

单位：万元

项目	2019.12.31	2020.1.1	调整数
预收款项	81.92	-	-81.92
合同负债	-	81.92	81.92

母公司资产负债表：

单位：万元

项目	2019.12.31	2020.1.1	调整数
预收款项	59.47	-	-59.47
合同负债	-	59.47	59.47

七、分部信息

报告期内，公司不存在多种经营或跨地区经营，不适用披露分部报告。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益[2008]43 号》的有关规定,容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期内的非经常性损益明细表进行了鉴证，并出具了《非经常性损益鉴证报告》（**容诚专字[2021] 100Z0029 号**）。依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期内非经常性损益的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
非流动资产处置损益	**-2.63**	-	-0.67
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	**252.38**	68.02	35.17
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	**-**	248.68	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	**53.50**	25.58	22.72
其他符合非经常性损益定义的损益项目	**256.61**	5,106.18	228.74
非经常性损益总额	**559.86**	**5,448.46**	**285.96**
减：非经常性损益的所得税影响数	**83.09**	65.12	36.85
非经常性损益净额	**476.78**	**5,383.34**	**249.11**
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数	**78.09**	9.41	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	**398.69**	**5,373.93**	**249.11**
净利润	**8,505.32**	12,020.06	6,153.96
扣除非经常性损益后的净利润	**8,028.55**	6,636.72	5,904.85
归属于母公司股东的净利润	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**6,819.07**	6,257.66	5,904.85

公司非经常性损益主要包括由于企业合并时原股权按公允价值重新计量、处置股权产生的投资收益、理财收益和政府补助等。报告期内，公司非经常性损益净额分别为 249.11 万元、5,383.34 万元和 **476.78 万元**，占净利润的比例分别为 4.05%、44.79%和 **5.61%**。2019 年公司非经常性损益金额较大，主要是由于公司进行非同一控制下企业合并收购久佳信通时，原股权按公允价值重新计量确认

投资收益4,976.16万元和公司处置星空合众股权产生投资收益248.68万元导致。

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为5,904.85万元、6,257.66万元和**6,819.07万元**，呈现稳步上升的趋势，公司的非经常性损益不会对公司持续盈利能力构成重大影响。

九、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税销售收入	6%、13%、16%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%

报告期内，公司及下属子公司所得税税率明细如下：

纳税主体名称	所得税税率
挖金客	15%
风笛指媒	15%
罗迪尼奥	20%、25%
喀什聚合	25%（报告期内免征）
运智伟业	25%
久佳信通	15%

（二）税收优惠

1、挖金客

2017年8月，公司经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局认定为高新技术企业，证书编号GR201711000376，有效期三年，公司2017-2019年享受高新技术企业15%的所得税优惠税率。

2020年10月，公司经北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局认定为高新技术企业，证书编号GR202011003280，有效期三年，公司2020-2022年享受高新技术企业15%的所得税优惠税率。

2、风笛指媒

2018年9月，风笛指媒经北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局认定为高新技术企业，证书编号GR201811002132，有效期三年，风笛指媒2018-2020年享受高新技术企业15%的所得税优惠税率。

3、罗迪尼奥

依据财政部、国家税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知（财税[2018]77 号），自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。罗迪尼奥 2018 年度符合小型微利企业的条件，所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

依据财政部、国家税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知（财税[2019]13 号），自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。罗迪尼奥 2019 年度**和 2020 年度**符合小型微利企业的条件，100 万以内的所得减按 25%、100 万元至 300 万元的所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

4、喀什聚合

根据财政部、国家税务总局《关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），“2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》（以下简称《目录》）范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。”喀什聚合所经营项目属于《目录》规定范围，并于 2016 年度产生第一笔生产经营收入，根据规定，喀什聚合自 2016 年度起享受五年内免征企业所得税的优惠政策，上述所得税优惠的到期时间为 2020 年 12 月 31 日。

喀什聚合自成立起即从事增值电信服务，并于 2017 年进入中国移动的增值电信业务合作伙伴体系，报告期内喀什聚合业务稳定发展。在上述所得税优惠政策到期后，喀什聚合仍将正常开展主营业务，继续从事增值电信服务。

5、久佳信通

2017 年 10 月，久佳信通经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局认定为高新技术企业，证书编号 GR201711003475，有效期三年，久佳信通 2017-2019 年享受高新技术企业 15%的所得税优惠税率。

2021 年 1 月，全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室公示了“北

京市 2020 年第三批高新技术企业名单”，久佳信通已通过高新技术企业认定复审，证书编号“GR202011006202”，有效期三年，久佳信通 2020-2022 年享受高新技术企业 15%的所得税优惠税率。

（三）报告期内各期税收优惠占公司税前利润的比例

2018 年至 2020 年，公司税收优惠占利润总额的比例分别为 13.25%、7.16%和 **12.23%**，报告期内公司享受的税收优惠占当期利润总额的比例较低，公司经营对税收优惠不存在重大依赖。公司及子公司重视研发投入，根据国家现行的有关规定及公司经营情况，预计公司及子公司将持续符合高新技术企业认定标准，高新技术企业所得税优惠具有可持续性。

（四）报告期内税收优惠计入经常性损益的情况

报告期内，公司及其子公司享受的税收优惠政策主要包括高新技术企业所得税优惠、喀什地区企业五年内免征企业所得税和小型微利企业所得税优惠。上述税收优惠与公司正常经营业务有直接关系，且不属于性质特殊或偶发性的事项，因此报告期内公司将享受的税收优惠计入经常性损益核算。

（五）公司及久佳信通高新技术企业所得税优惠情况

1、公司及久佳信通的高新技术企业认定的复审情况

公司的《高新技术企业证书》**（GR201711000376）**于 2020 年 8 月 9 日届满，公司已于 **2020 年 10 月 21 日通过高新复审，取得了《高新技术企业证书》（GR202011003280），有效期三年，公司 2020-2022 年享受高新技术企业 15%的所得税优惠税率。**

久佳信通的《高新技术企业证书》于 2020 年 10 月 25 日届满，**2021 年 1 月，全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室公示了“北京市 2020 年第三批高新技术企业名单”，久佳信通已通过高新技术企业认定复审，证书编号“GR202011006202”，有效期三年，久佳信通 2020-2022 年享受高新技术企业 15%的所得税优惠税率。**

2、实质性进展及存在障碍分析

截至本招股说明书签署日，公司和久佳信通**已通过了高新技术企业认定复审**。

3、2020 年上半年的所得税税率具体情况及其合规性

公司及久佳信通 2020 年上半年的所得税税率具体情况列示如下：

纳税主体名称	税种	计税依据	税率
挖金客	企业所得税	应纳税所得额	15%
久佳信通	企业所得税	应纳税所得额	15%

根据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）第一条规定：“企业获得高新技术企业资格后，自高新技术企业证书注明的发证时间所在年度起申报享受税收优惠，并按规定向主管税务机关办理备案手续。

企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年底前仍未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴相应期间的税款。”

公司及久佳信通高新技术企业认定于 2020 年到期，目前公司及久佳信通已经提交高新技术企业复审的申请材料，符合上述规定中“企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年底前仍未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴相应期间的税款。”

综上，公司及久佳信通 2020 年上半年的所得税税率适用合规。

（六）喀什聚合的税收情况

1、喀什聚合相关业务合同的实际执行主体、发行人对喀什聚合的业务定位

（1）喀什聚合相关业务合同的实际执行主体为喀什聚合

喀什聚合有独立的办公场所，报告期内其办公场所为新疆喀什地区喀什经济开发区总部经济区川渝大厦 15 层 1530 号；有独立的业务人员，报告期内喀什聚合的职工人数为 6 人；喀什聚合具备独立进行采购、销售等方面的人员配置、技术水平和业务资源。喀什聚合具备执行业务合同的能力，报告期内喀什聚合相关业务合同的实际执行主体为喀什聚合。

（2）发行人对喀什聚合的业务定位

喀什聚合于 2015 年 11 月设立，作为发行人的全资子公司，可独立、自主开展各类经济业务活动。喀什聚合主要开展增值电信服务，发行人通过喀什聚合与中国移动开展合作，有利于发行人在增值电信服务方面扩大整体业务规模，提高市场份额和竞争力。

2、喀什聚合相关内部交易的定价原则、内部交易金额及利润情况、内部交

易减少的税收成本、各子公司的毛利率差异及与发行人同类业务的毛利率差异

（1）喀什聚合相关内部交易的定价原则

报告期内，喀什聚合与罗迪尼奥存在内部交易。罗迪尼奥早期主要从事增值电信服务，与运营商合作时间较长，可获得运营商较多优质合作资源；罗迪尼奥后来进行业务转型，目前主要从事移动营销服务。因此，罗迪尼奥签署的增值电信服务合同均转由喀什聚合实际执行。

由于喀什聚合在整个交易链中承担向运营商提供增值电信服务大部分的职责与风险，包括承担全部的渠道资源采购成本，因而由喀什聚合享有向运营商提供增值电信服务的大部分收益，罗迪尼奥仅留存 5%的收益。

喀什聚合与罗迪尼奥内部交易定价以交易主体各自承担的职责、风险、实际成本为基础，并参考同类业务市场价格确定。报告期内，喀什聚合与罗迪尼奥的内部交易定价原则合理。

（2）喀什聚合向罗迪尼奥提供服务的交易金额及利润情况

单位：万元

年度	2020 年	2019 年	2018 年
内部交易金额	**2,306.12**	2,408.19	4,939.79
内部交易利润	**1,026.85**	912.94	1,874.65

（3）内部交易减少的税收成本情况

单位：万元

年度	2020 年	2019 年度	2018 年度
内部交易利润	**1,026.85**	912.94	1,874.65
企业所得税税率	**25%**	25%	25%
减少的税收成本	**256.71**	**228.24**	**468.66**
当年净利润	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
占比	**3.56%**	1.96%	7.62%

注：“当年净利润”为报告期内发行人归属于母公司所有者的净利润。

（4）各子公司的毛利率差异及与发行人同类业务的毛利率差异

①发行人各子公司及其从事的业务类别如下：

子公司名称	从事的业务类别
风笛指媒	增值电信服务、移动营销服务
罗迪尼奥	增值电信服务、移动营销服务
喀什聚合	增值电信服务、移动营销服务
运智伟业	增值电信服务、移动营销服务

久佳信通	移动信息化服务

②报告期内子公司及发行人从事各类业务的毛利率情况

业务类别	各主体	毛利率		
		2020 年	2019 年	2018 年
增值电信服务	风笛指媒	**46.79%**	41.88%	40.58%
	罗迪尼奥	**5.00%**	5.00%	5.00%
	喀什聚合	**46.29%**	42.06%	37.89%
	运智伟业	**45.71%**	42.24%	40.85%
	挖金客	**47.17%**	43.25%	41.12%
移动营销服务	风笛指媒	**10.00%**	25.00%	30.00%
	罗迪尼奥	**5.99%**	12.91%	-334.42%
	喀什聚合	**-**	28.13%	47.16%
	运智伟业	**0.70%**	-1,132.17%	-66.02%
	挖金客	**58.18%**	39.12%	23.20%
移动信息化服务	久佳信通	**15.49%**	22.84%	-
	挖金客	**14.63%**	19.40%	19.33%

注：2019 年久佳信通移动信息化服务毛利率为 2019 年 11-12 月的毛利率。

对于增值电信服务，除罗迪尼奥外，各主体的毛利率差异较小；由于罗迪尼奥的增值电信服务实际转由喀什聚合执行，罗迪尼奥仅留存 5%的收益，因此与其他主体的毛利率存在差异。

对于移动营销服务，各主体的毛利率差异较大，主要是由于各主体从事的移动营销服务类型不同所致：1）挖金客主要从事广告联盟的流量引入业务、新华社公众号媒体代理业务和斑马网自有媒体营销业务；2）罗迪尼奥主要从事电动邦、车云网的媒体代理业务；3）风笛指媒、喀什聚合、运智伟业的移动营销服务规模均较小，主要从事不同类型的视频网站流量引入业务。由于各类移动营销服务的业务模式、媒体资源不同，各类业务毛利率差异较大，导致各主体的移动营销服务毛利率差异较大。其中，报告期内喀什聚合的移动营销服务销售金额分别为 38.86 万元、0.61 万元和 0，此类业务收入规模较小。

对于移动信息化服务，久佳信通与挖金客之间的毛利率差异较小。

3、发行人未通过喀什聚合转移利润减少税收，符合相关税收法律法规

喀什聚合作为实际经营的实体公司，具备完整的业务链条，独立执行各项业务。喀什聚合与罗迪尼奥内部交易的定价原则合理，喀什聚合内部交易毛利率与外部交易毛利率差异较小，未通过内部交易转移利润减少税收，符合相关税收法

律法规。

根据罗迪尼奥主管税务机关出具的涉税合规证明，报告期内罗迪尼奥未接受过行政处罚；根据喀什聚合主管税务机关出具的涉税合规证明，报告期内喀什聚合未接受过税务行政处罚、未有欠税情形。

4、喀什聚合税收优惠期限届满对发行人的影响

喀什聚合税收优惠期限届满后，根据《国家税务总局关于落实西部大开发有关税收政策具体实施意见的通知》，对设在西部地区，以国家规定的鼓励类产业项目为主营业务，且其当年主营业务收入超过企业总收入70%的企业，实行企业自行申请，税务机关审核的管理办法。经税务机关审核确认后，企业方可减按15%税率缴纳企业所得税。2020年4月14日国务院常务会议决定，对2020到期的对设在西部地区的国家鼓励类产业企业减按15%征收企业所得税政策，延长实施期限。

喀什聚合的主营业务符合鼓励类产业项目，且主营业务收入超过企业总收入70%，故目前税收优惠期限届满后喀什聚合可以享受 15%征收企业所得税。**2020年**喀什聚合税前利润总额**2,026.66万元**，应纳税所得额**2,020.03万元**，以**2020年**喀什聚合数据测算，喀什聚合税收优惠期限届满后，将增加所得税费用**303.00万元**，占**2020年**归属于母公司所有者的净利润的比例为**4.20%**，对发行人影响较小。

十、主要财务指标

（一）报告期公司主要财务指标

项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
流动比率（倍）	**5.53**	3.94	9.81
速动比率（倍）	**5.53**	3.94	9.81
资产负债率（母公司）	**8.40%**	18.72%	4.00%
应收账款周转率（次/年）	**5.66**	5.04	10.27
存货周转率（次/年）（注）	**不适用**	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润（万元）	**9,822.07**	12,863.38	6,951.56
归属于发行人股东的净利润（万元）	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	**6,819.07**	6,257.66	5,904.85

项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
研发投入占营业收入的比例（%）	**2.46**	3.27	3.02
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	**1.09**	0.20	1.35
每股净现金流量（元/股）	**-0.07**	-0.68	0.51
归属于发行人股东的每股净资产（元）	**5.27**	4.75	3.37

注：报告期内，公司无存货，因此存货周转率不适用。

上述指标计算公式如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

3、资产负债率（母公司）=总负债（母公司）/总资产（母公司）

4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

5、存货周转率=营业成本/存货平均余额

6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧支出+长期待摊费用摊销+无形资产摊销

7、归属发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益

8、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后归属于发行人股东的非经常性损益

9、研发投入占营业收入的比例=当期研发费用/营业收入

10、每股经营活动产生的现金流量=当期经营活动现金净额/期末股本

11、每股净现金流量=当期现金流量净额/期末股本

12、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益/期末股本。

（二）报告期净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号－净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》和《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008 修订）》，报告期内公司净资产收益率及每股收益如下：

项目	2020年	2019年	2018年
加权平均净资产收益率（%）			
归属于公司普通股股东的净利润	**29.11**	57.19	38.38
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**27.51**	30.77	36.82
基本每股收益（元/股）			
归属于公司普通股股东的净利润	**1.42**	2.28	1.21

项目	2020 年	2019 年	2018 年
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**1.34**	1.23	1.16
稀释每股收益（元/股）			
归属于公司普通股股东的净利润	**1.42**	2.28	1.21
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**1.34**	1.23	1.16

上述财务指标计算说明：

基本每股收益＝$P_0 \div S$，$S=S_0+S_1+S_i \times M_i \div M_0-S_j \times M_j \div M_0-S_k$

稀释每股收益＝$P_1/(S_0+S_1+S_i \times M_i \div M_0-S_j \times M_j \div M_0-S_k$+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P_0为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；P_1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0为期初股份总数；S_1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M_0报告期月份数；M_i为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

加权平均净资产收益率

＝$P_0/（E_0+NP \div 2+E_i \times M_i \div M_0-E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0$）

其中：P_0分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0为报告期月份数；M_i为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

十一、经营成果分析

报告期内，公司经营业绩情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入	**51,116.60**	25,842.24	21,014.29
营业成本	**39,250.76**	16,845.54	12,993.76
营业毛利	**11,865.84**	8,996.71	8,020.53

项目	2020 年	2019 年	2018 年
期间费用	**2,738.09**	2,098.50	1,501.57
营业利润	**9,503.58**	12,734.69	6,779.86
利润总额	**9,563.68**	12,761.48	6,835.67
净利润	**8,505.32**	12,020.06	6,153.96
归属于母公司股东的净利润	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
扣除非经常性损益后的净利润	**8,028.55**	6,636.72	5,904.85
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**6,819.07**	6,257.66	5,904.85
综合毛利率	**23.21%**	34.81%	38.17%

报告期内，公司主营业务发展稳定，公司营业收入和扣除非经常性损益后的净利润均呈现增长趋势。

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及分析

报告期内，公司营业收入具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	**51,116.60**	**100.00%**	25,842.24	100.00%	21,014.29	100.00%
合计	**51,116.60**	**100.00%**	**25,842.24**	**100.00%**	**21,014.29**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务突出，营业收入全部来自主营业务。受益于良好的市场发展机遇，**2018 年至 2020 年**，公司营业收入分别为 21,014.29 万元、25,842.24 万元和 **51,116.60 万元**，**2018 年至 2020 年**营业收入复合增长率为**55.96%**，公司营业收入实现稳步增长。

2、主营业务收入构成及分析

（1）主营业务收入的构成

报告期内，公司立足于移动互联网应用技术和信息服务领域，为各行业大型企业提供差异化服务，主营业务收入主要来源于增值电信服务、移动信息化服务及移动营销服务业务。公司主营业务收入均来自国内，不存在境外客户。

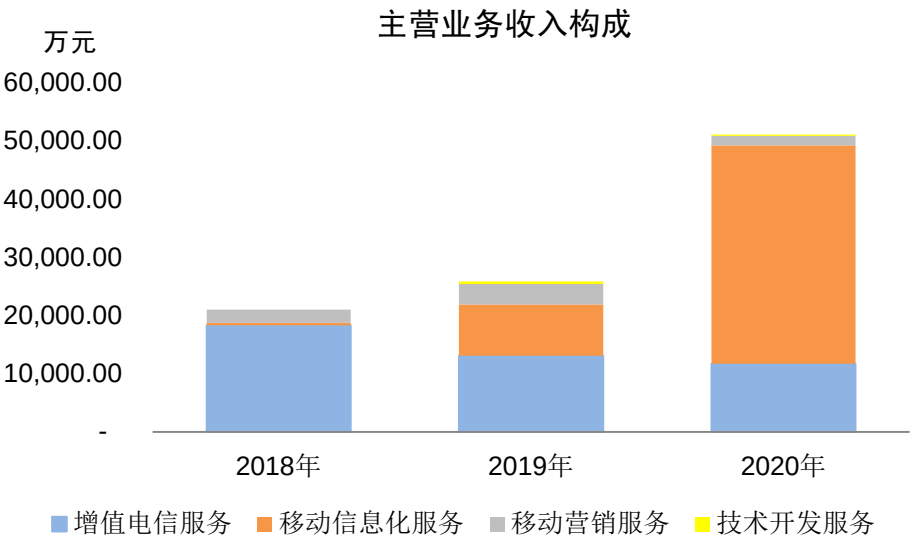
报告期内，公司主营业务收入按业务构成分类如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值电信服务	**11,703.98**	**22.90%**	13,062.60	50.55%	18,305.91	87.11%
移动信息化服务	**37,561.77**	**73.48%**	8,834.16	34.18%	459.70	2.19%
移动营销服务	**1,657.45**	**3.24%**	3,516.24	13.61%	2,248.68	10.70%
技术开发服务	**193.40**	**0.38%**	429.25	1.66%	-	-
合计	**51,116.60**	**100.00%**	**25,842.24**	**100.00%**	**21,014.29**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入构成如下图所示：



2018 年至 2020 年，公司增值电信服务收入分别为 18,305.91 万元、13,062.60 万元和**11,703.98 万元**，占主营业务收入的比例分别为 87.11%、50.55%和 **22.90%**。同时，报告期内公司移动信息化服务的业务规模增长显著，**2018 年至 2020 年，公司移动信息化服务收入分别为 459.70 万元、8,834.16 万元和 37,561.77 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.19%、34.18%和 73.48%。**

报告期内，不同类型业务直接客户和渠道客户的收入金额及占比如下：

单位：万元

期间	增值电信服务	移动营销服务	移动信息化服务			
	直接客户	渠道客户	直接客户	直接客户占比	渠道客户	渠道客户占比
2020 年	**11,703.98**	**1,657.45**	**32,531.36**	**86.61%**	**5,030.42**	**13.39%**
2019 年	13,062.60	3,516.24	8,439.10	95.53%	395.06	4.47%
2018 年	18,305.91	2,248.68	459.70	100.00%	-	-

公司增值电信服务均直接面向运营商提供，无渠道客户；移动营销服务中，由于营销行业广泛采用代理模式，因此公司主要面向广告主代理商进行销售，此

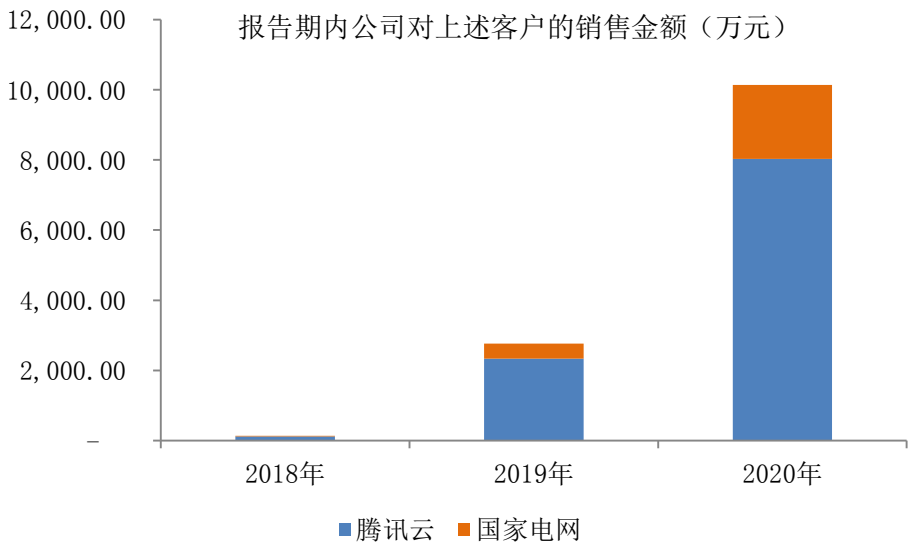
项业务客户均为渠道客户；移动信息化服务中，公司向直接客户提供服务的比例较高，直接客户是此类业务的主要客户类型。

（2）主营业务收入构成变动分析

①2019 年，部分大型企业客户采购需求迅速增长

公司于 2017 年、2018 年分别与腾讯云、国家电网等大型企业客户建立合作关系，随着相关系统搭建和对接工作的逐步完成，2019 年上述客户的采购需求爆发性增长。

2018 年至 2020 年，公司向上述主要客户的销售收入情况如下：



单位：万元

客户	2020 年	2019 年	2018 年
腾讯云计算（北京）有限责任公司	**8,025.32**	2,337.15	124.11
国家电网有限公司客户服务中心	**2,114.58**	427.20	14.51
合计	**10,139.89**	**2,764.35**	**138.62**

注 1：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

注 2：为避免收购久佳信通前后的统计口径不一致，上表已剔除久佳信通销售数据，全部为公司本身的销售数据。

②为满足部分大型企业客户爆发性增长需求，公司对业务资源进行临时性调整，符合公司长期发展利益，具备商业合理性

2019 年，由于腾讯云、国家电网等客户业务需求爆发性增长，为稳固与上述大型企业客户的长期合作关系、扩大业务规模，保证未来收入规模持续稳定增长，并优化客户结构，公司将研发、运营等方面的业务资源向对上述主要客户进

行适当倾斜。

公司基于稳固客户关系和优化客户结构的考虑，面对客户采购需求的爆发性增长，对业务资源进行临时性的调整。虽然增值电信服务的毛利率高于移动信息化服务，但公司通过牺牲阶段性的收益，深化了与腾讯云等大型企业客户的合作，扩大了公司总体经营规模，优化了公司客户结构，符合公司长期发展利益，具备商业合理性。

③业务资源调整导致增值电信服务规模下降，不存在客户减少合作等其他因素影响

如上述分析，为满足部分客户爆发性增长的业务需求，公司将业务资源向对腾讯云等客户进行适当倾斜，导致**报告期内**公司增值电信服务规模有所下降。公司增值电信服务收入规模下降，是公司进行业务资源调整的结果，不存在客户减少合作等其他因素。

（3）各项主营业务的收入分析

①增值电信服务

A.增值电信服务收入变化情况分析

报告期内，公司增值电信服务收入分别为 18,305.91 万元、13,062.60 万元和 **11,703.98 万元**，增值电信服务收入规模有所波动。2019 年增值电信服务收入较 2018 年减少 5,243,31 万元，降幅为 28.64%；**2020 年增值电信服务收入较 2019 年减少 1,358.61 万元，降幅为 10.40%**。公司与电信运营商建立了稳定的合作关系，随着国内移动互联网增值电信业务的快速发展，公司增值电信服务的收入规模始终较为可观。

增值电信服务商的业务规模主要受以下几个因素影响：A、是否与电信运营商建立稳定良好的合作关系，决定了电信运营商对增值电信服务商是鼓励其业务发展并进行资源支持，还是限制其业务规模甚至终止合作；B、是否具备稳定优质的渠道推广资源，决定了增值电信服务商能否稳定开展业务、发展业务规模；C、自身营销推广、系统研发等业务资源的投入情况和运营、技术水平，决定了增值电信服务商自身实力可以支撑的业务发展规模。

公司及其子公司从 2014 年起陆续与中国移动江苏基地建立直接合作关系，报告期内，公司始终保持优秀合作方的评级，自 2018 年三季度以来，公司是唯一连续每个季度均被评为 A 级的合作方，公司与中国移动江苏基地合作稳定，始

终得到其业务资源支持。同时，公司与阳光河谷等优质渠道供应商合作关系稳定，保证了公司增值电信服务的业务规模始终在领域中具有优势。报告期内，影响公司增值电信服务收入规模的因素主要是公司自身在此类业务中的资源投入情况。

如前述分析，2019 年**以来**由于腾讯云、国家电网等客户业务需求爆发性增长，为稳固与上述大型企业客户的长期合作关系、扩大业务规模，保证未来收入规模持续稳定增长，并优化客户结构，公司临时性将研发、运营等方面的业务资源向对上述主要客户进行适当倾斜，导致公司增值电信服务的销售规模有所下降。

B.增值电信服务收入分类明细情况

电信运营商的增值电信业务类型丰富，覆盖了移动互联网文娱产业的各个方面，不断满足终端消费者日益丰富和个性化的消费需求。公司作为增值电信服务商，能够为电信运营商的各类增值电信业务提供技术支持、运营服务和营销推广等服务。公司自提供增值电信服务以来，为电信运营商或其合作伙伴提供服务的业务类型多样，涉及话费结算业务、信息交互类业务、游戏、动漫、阅读、音乐等多种类型，公司具备为电信运营商的各类增值电信业务提供服务的能力。

随着公司与电信运营商的合作不断深入，公司获取了为电信运营商多项业务提供服务的资质。但公司现阶段的服务能力尚无法同时满足运营商多种业务大规模服务需求。为了向客户提供优质的服务，公司会结合以下因素，在运营商不同业务中调节公司综合资源以提高公司运营效率：一方面，公司根据电信运营商的业务布局和发展重心，对运营商重点发展的业务类型倾斜服务资源，来满足电信运营商业务发展需求；另一方面，公司也会根据自身业务资质、合作渠道的优势、市场发展情况等因素配置为电信运营商提供具体各类增值电信服务的资源。

报告期内，根据电信运营商的增值电信业务类别，公司增值电信服务细分业务的收入金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
话费结算业务	**9,360.32**	**79.98%**	10,831.15	82.92%	14,820.53	80.96%
信息交互类业务	**1,981.77**	**16.93%**	2,197.43	16.82%	3,438.72	18.78%
其他增值电信业务	**361.89**	**3.09%**	34.02	0.26%	46.67	0.25%
合计	**11,703.98**	**100.00%**	**13,062.60**	**100.00%**	**18,305.91**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，公司为运营商话费结算业务提供服务的收入分别为

14,820.53 万元、10,831.15 万元和 **9,360.32 万元**，在增值电信服务收入中的占比分别为 80.96%、82.92%和 **79.98%**。话费结算业务主要通过在移动互联网各类应用中嵌套 SDK（软件开发工具包）的模式开展，随着近几年移动互联网应用场景的日益丰富，话费结算市场规模持续增长，公司大力发展话费结算业务的服务，把握住了移动互联网行业的发展趋势和话费结算业务的发展机遇。因此，报告期内，话费结算业务服务收入规模较大，在增值电信服务中的占比呈上升趋势，是公司增值电信服务的主要组成部分。未来运营商话费结算业务的市场空间巨大，公司对运营商话费结算业务提供服务规模将随之增长。

2018 年至 2020 年，公司为信息交互类业务提供服务的收入分别为 3,438.72 万元、2,197.43 万元和 **1,981.77 万元**，在增值电信服务收入中的比重分别为 18.78%、16.82%和 **16.93%**。在电信运营商的增值电信业务体系中，信息交互类业务属于较为传统、成熟的产品类型，运营商正不断结合信息技术的进步和终端消费者的需求，对信息交互类业务产品的服务进行形式与内容等方面的升级。相较于话费结算业务等新兴业务，电信运营商信息交互类业务的采购需求相对较小。同时，报告期内公司为把握话费结算市场规模持续增长的机遇，结合运营商的采购需求情况，将增值电信服务的业务重心放在话费结算业务上，信息交互类业务方面的资源投入相对较少。因此，公司信息交互类业务服务收入规模有所下降。

a. 终端用户使用话费结算的情况

根据运营商向公司提供的经营数据和公司销售情况，报告期内，终端用户使用话费结算业务交易次数和公司实现收入情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
交易次数（万次）	**7,365.85**	8,595.85	11,665.52
运营商收取信息费（万元）	**14,174.21**	16,401.45	22,442.51
交易次均消费（元/次）	**1.92**	1.91	1.92
公司实现收入（万元）	**9,360.32**	10,831.15	14,820.53

注：交易次均消费=运营商收取信息费/交易次数。

b. 终端用户使用信息交互各类产品的情况及实现收入金额

报告期内，公司主要为运营商以下几类信息交互产品提供服务：体育类、情感类、手机安全类、旅游类和综合资讯类。各类产品的终端用户使用情况和公司实现收入情况如下：

产品类别	2020 年

	交易次数（万次）	运营商收取信息费（万元）	交易次均消费（元/次）	公司实现收入（万元）
体育类	695.98	1,426.01	2.05	941.71
情感类	278.45	582.04	2.09	384.36
手机安全类	186.35	423.40	2.27	279.60
旅游类	192.05	384.49	2.00	253.91
综合资讯类	107.94	205.01	1.90	135.39
合计	1,460.78	3,020.94	2.07	1,994.96
产品类别	2019 年			
	交易次数（万次）	运营商收取信息费（万元）	交易次均消费（元/次）	公司实现收入（万元）
体育类	733.82	1,477.25	2.01	975.54
情感类	429.65	936.84	2.18	618.67
手机安全类	245.45	521.49	2.12	344.38
旅游类	104.85	219.45	2.09	144.92
综合资讯类	119.33	229.92	1.93	151.84
合计	1,633.10	3,384.95	2.07	2,235.35
产品类别	2018 年			
	交易次数（万次）	运营商收取信息费（万元）	交易次均消费（元/次）	公司实现收入（万元）
体育类	863.30	1,742.03	2.02	1,150.40
情感类	802.26	1,687.88	2.10	1,114.64
手机安全类	454.11	923.29	2.03	609.72
旅游类	320.33	641.65	2.00	423.73
综合资讯类	134.45	260.56	1.94	172.07
合计	2,574.46	5,255.41	2.04	3,470.56

注 1：交易次均消费=运营商收取信息费/交易次数。

注 2：上表根据业务平台经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异。

c. 增值电信服务终端用户群体情况

（a）终端用户个人信息由运营商掌握

运营商直接面向终端用户提供话费结算业务和信息交互类业务，并负责把握终端用户的消费需求对相关业务进行调整。作为增值电信业务运营主体，运营商掌握终端用户的个人信息和交易数据。发行人面向运营商提供服务，不对终端用户的消费情况进行市场分析。

（b）根据相关法规和运营商内部合规性规定，运营商不可以将终端用户个人信息提供给第三方

根据《电信和互联网用户个人信息保护规定》，“电信业务经营者对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密”。

根据《中国移动客户信息安全保护管理规定》，“保护客户信息安全，严禁泄露、交易和滥用客户信息……在向内部单位、平台、第三方共享开放信息时，在满足管理要求的前提下仅提供业务开展明确需要的信息属性、标签属性及规模。”根据《中国移动江苏公司客户信息安全保护管理实施细则》，“不得收集提供服务所必需以外的用户个人信息或者将信息使用于其提供服务之外的目的……对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密。”

根据相关法规规定，运营商对终端用户的个人信息应严格保密。中国移动出具了一系列规范文件对终端用户的信息安全保护进行了明确规定。出于对终端用户隐私的保护，运营商未将终端用户交易的个人信息开放给发行人。

（c）终端用户的手机号码归属地分布情况

话费结算业务和信息交互类业务的实施主体为运营商，运营商对上述业务在各区域的开展、推广情况进行管理。由于不同时期各区域的业务发展规划、经营业绩考核等情况不同，运营商会阶段性地对不同区域的业务发展策略进行调整，导致不同时期、不同区域的业务开展情况存在差异。

根据终端用户手机号码归属地，终端用户的地域分布情况如下：

1)运营商的话费结算业务

单位：万元

终端用户手机号归属地	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
江苏	**1,989.90**	**20.79%**	1,908.84	17.15%	1,611.26	10.56%
河南	**1,815.21**	**18.97%**	1,865.03	16.75%	1,626.67	10.67%
四川	**1,684.11**	**17.60%**	542.62	4.87%	-	-
广东	**1,581.84**	**16.53%**	1,158.58	10.41%	1,324.33	8.68%
贵州	**1,253.41**	**13.10%**	1,010.70	9.08%	1,874.68	12.29%
广西	**544.82**	**5.69%**	239.07	2.15%	0.01	0.00%
吉林	**160.33**	**1.68%**	181.86	1.63%	231.51	1.52%
山东	**8.07**	**0.08%**	0.19	0.00%	1,095.93	7.19%
云南	**5.77**	**0.06%**	161.76	1.45%	908.61	5.96%
河北	**0.04**	**0.00%**	778.51	6.99%	1,420.15	9.31%
重庆	**0.05**	**0.00%**	338.00	3.04%	577.86	3.79%
湖北	**-**	**-**	1,206.59	10.84%	1,818.29	11.92%

其他	527.63	5.51%	1,741.63	15.64%	2,762.09	18.11%
合计	9,571.17	100.00%	11,133.38	100.00%	15,251.39	100.00%

注：上表根据业务平台记录的经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异，下同。

2)运营商的信息交互类业务

单位：万元

终端用户手机号归属地	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
江苏	369.98	18.55%	428.69	19.18%	455.10	13.11%
广东	349.94	17.54%	269.66	12.06%	247.17	7.12%
河南	339.40	17.01%	194.61	8.71%	203.68	5.87%
山东	324.38	16.26%	137.58	6.15%	0.01	0.00%
贵州	213.22	10.69%	184.62	8.26%	215.54	6.21%
吉林	100.06	5.02%	43.75	1.96%	26.66	0.77%
山西	65.72	3.29%	0.05	0.00%	98.07	2.83%
云南	48.62	2.44%	35.55	1.59%	284.52	8.20%
重庆	-	-	244.78	10.95%	98.06	2.83%
辽宁	0.03	0.00%	143.35	6.41%	239.25	6.89%
河北	-	-	109.66	4.91%	94.64	2.73%
湖北	-	-	45.21	2.02%	129.47	3.73%
四川	0.04	0.00%	23.43	1.05%	621.42	17.91%
湖南	13.10	0.66%	-	-	123.60	3.56%
其他	170.46	8.54%	374.42	16.75%	633.37	18.25%
合计	1,994.96	100.00%	2,235.35	100.00%	3,470.56	100.00%

如上表所示，话费结算业务和信息交互类业务的终端用户区域分布较为广泛，同时受运营商对不同区域的业务开展政策调整影响，不同时期用户在不同区域的分布情况存在差异。

综上，报告期内，公司增值电信服务实现收入对应的终端用户区域分布较为广泛，不存在较强的地域性或客户依赖；公司依据运营商的区域推广需求、管理政策进行业务推广，终端用户区域分布变化主要由运营商对不同区域的业务开展政策调整影响。

（d）终端用户所属城市级别情况

根据终端用户手机号码归属地，发行人话费结算业务和信息交互类业务覆盖全国 300 余个城市，其中收入最高的单个城市占比不超过 4%，终端用户较为分散，符合中国移动用户区域分布情况。

终端用户所属城市级别的情况如下：

a）运营商的话费结算业务

单位：万元

终端用户所属城市	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一线	**48.67**	**0.51%**	27.75	0.25%	50.18	0.33%
新一线	**679.28**	**7.10%**	716.24	6.43%	1,134.84	7.44%
二线	**1,227.58**	**12.83%**	1,315.06	11.81%	1,389.25	9.11%
三线	**3,683.63**	**38.49%**	4,158.37	37.35%	5,680.12	37.24%
四线	**2,153.07**	**22.50%**	2,571.83	23.10%	3,756.25	24.63%
五线	**1,719.09**	**17.96%**	1,435.96	12.90%	1,898.73	12.45%
其他	**59.84**	**0.63%**	908.17	8.16%	1,342.03	8.80%
合计	**9,571.16**	**100.00%**	**11,133.38**	**100.00%**	**15,251.39**	**100.00%**

注：上表根据业务平台记录的经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异，下同。城市级别是根据第一财经新一线城市研究所于 2020 年 5 月发布的《2020 城市商业魅力排行榜》划分。第一财经新一线城市研究所是隶属于第一财经、由上海市国有资产监督管理委员会控股的专业财经全媒体研究机构，《中国城市商业魅力排行榜》是综合 160 个品牌的商业数据，以及美团大众点评数据研究院、飞常准、京东、饿了么、淘宝网、第一财经商业数据中心、支付宝、知乎、智联招聘、滴滴出行、优酷、去哪儿等 17 家公司的数据，根据五大指标对中国城市进行排名的榜单。此榜单 2016 年正式对外发布，截止 2020 年已经连续发布 5 年，每年在行业峰会上正式对外发布。

城市评定标准：按照商业资源集聚度、城市枢纽性、城市人活跃度、生活方式多样性、未来可塑性五个方面作为一级维度来评估城市。具体计算公式为：城市商业魅力=商业资源集聚度*0.22+城市枢纽性*0.20+城市人活跃度*0.18+生活方式多样性*0.18+未来可塑性*0.22。

城市类别	定义	举例
一线	按照评定标准选取排名前 4 的城市。	北京、上海、广州、深圳
新一线	按照评定标准选取排名5至29的城市。	东莞、佛山、成都、重庆、杭州、武汉等
二线	按照评定标准选取排名 30 至 59 的城市。	珠海、惠州、宁波、昆明、厦门、济南等
三线	按照评定标准选取排名 60 至 129 的城市。	汕头、揭阳、海口、洛阳、三亚、咸阳等
四线	按照评定标准选取排名130至219的城市。	茂名、常德、景德镇、孝感、丽水、德州等
五线	按照评定标准选取排名220至437的城市。	酒泉、克拉玛依、丽江、张家界、云浮等

b）运营商的信息交互类业务

单位：万元

终端用户所属城市	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一线	**13.93**	**0.70%**	34.86	1.56%	27.88	0.80%
新一线	**135.25**	**6.78%**	201.40	9.01%	349.60	10.07%
二线	**267.38**	**13.40%**	299.74	13.41%	345.60	9.96%
三线	**899.53**	**45.09%**	654.45	29.28%	990.51	28.54%
四线	**497.89**	**24.96%**	430.45	19.26%	898.08	25.88%
五线	**174.05**	**8.72%**	405.71	18.15%	656.94	18.93%
其他	**6.93**	**0.35%**	208.74	9.34%	201.95	5.82%
合计	**1,994.96**	**100.00%**	**2,235.35**	**100.00%**	**3,470.56**	**100.00%**

报告期内，发行人的话费结算业务和信息交互类业务的终端用户广泛分布于各级城市，其中二线、三线、四线城市用户占比较高，合计占比超过 60%。

C. 增值电信服务扣费及收入确认情况

a. 公司不存在未告知终端用户即进行扣费、免费期后无需用户确认即进行收费等可能引致客户纠纷或客户投诉等情形

公司增值电信服务的服务对象是运营商。运营商作为电信业务经营者，在经营各类电信业务时对终端用户存在明确告知收费标准等义务。公司在增值电信服务过程中，始终遵守工信部等监管部门的法律法规和中国移动的业务规范，协助运营商充分履行对终端用户的资费告知等义务。报告期内，公司不存在未告知终端用户即进行扣费、免费期后无需用户确认即进行收费等可能引致客户纠纷或客户投诉等情形。

b.运营商是通信费、功能费和信息费的服务提供方、负责收费标准的制定

运营商面向终端客户从事增值电信业务并收取各项费用，通信费、功能费和信息费的服务提供方均为运营商。公司为运营商的上述业务提供服务，作为运营商的上游服务提供商，公司不参与运营商对下游终端用户的收费环节。

作为从事增值电信业务的主体，运营商负责制定通信费、功能费和信息费及对应业务的具体定义、服务内容、收费标准和业务区分。通信费、功能费和信息费的区别和服务内容如下：1）通信费指终端用户占用运营商网络资源而产生的费用，服务内容包括语音、短信等；2）功能费指终端用户使用运营商功能性产品或功能性应用而产生的费用，服务内容包括来电显示、语音信箱、彩铃等；3）

信息费指终端用户使用增值业务产生的费用，服务内容包括视频、音乐、游戏、话费结算、信息互动等多种增值业务。

c.公司收入确认基础符合相关规定

据公司与运营商的合同约定，双方以运营商从终端用户收取的信息费作为结算的基础，由运营商向公司支付增值电信服务费。其中，退费费用、违约或非正常业务行为收入等均不纳入信息费的结算基础。

公司与运营商的结算基础中已剔除可能存在的客户投诉、退费等情况，运营商出具的计费账单金额是经运营商确认不存在异常情况的正常交易结算金额。公司在收到运营商提供的计费账单并核对无误后确认为收入，满足收入确认条件。

d.公司与运营商的分成比例

报告期内，公司主要为中国移动的话费结算业务和信息交互类业务提供增值电信服务。根据公司与中国移动的合同约定，中国移动向终端用户收取信息费，将信息费总额的 70%支付给公司作为服务费，其中不包含中国移动的分成部分。公司与中国移动这两类业务的结算基础和分成比例一致，报告期内，上述约定未发生过变化。

e.公司与运营商、供应商不采取共同分成的结算方式

增值电信服务业务中，公司向上游渠道供应商采购推广服务并支付推广费，向下游运营商提供增值电信服务并收取服务费。

运营商、公司、渠道供应商三方不是共同分成的合作关系：1）增值电信产业链中，各环节参与主体均独立进行商业决策和业务实施；2）公司与运营商、渠道供应商分别签订合同，运营商未对公司的渠道供应商进行指定，公司可以自行选择渠道供应商；3）公司向运营商提供的增值电信服务，为包括技术支持、运营服务和营销推广在内的综合性服务；公司向渠道供应商仅采购推广服务。

在公司与渠道供应商的结算中，公司以运营商业务管理平台传输的属于有效计费的信息费记录，作为与供应商计费结算的基础。公司与运营商、供应商未采用共同分成的结算方式。

f.公司收入确认原则符合行业惯例

挖金客及增值电信服务领域内主要可比公司可比业务的收入确认原则如下：

1）挖金客：“电信运营商向手机用户收取信息费，公司根据合同约定以电信运营商收取的信息费为基础，从电信运营商或合作商获取服务费。公司一般在

收到电信运营商或合作商提供计费账单并经公司相关部门核对无误后确认为收入。”

2）平治信息：“公司与基础运营商及其他第三方开展合作，由基础运营商及其他第三方负责向用户收取信息费，公司根据合同约定比例对收取的信息费与基础运营商及其他第三方进行分成。公司按经双方确认的电信运营商基地、各省分公司等发布的对账单确认收入。”

3）北纬科技：“移动电信运营商根据合同约定每月向公司提供上月结算数据，公司财务部门对其进行核对确认后开具发票，同时将其确认为当期收入。如果运营商在结算期内未提供结算数据，在相关收入能够可靠计量的情况下，公司根据业务系统数据合理估算确认收入。”

4）沃驰科技（立昂技术）：“公司通过电信运营商及其他第三方向最终客户收取信息费，并根据合同约定比例对收取的信息费进行分成。公司根据权责发生制原则，已提供服务并取得运营商或第三方提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；已提供服务但尚未取得运营商或第三方提供的结算数据的，公司根据双方确认的有效用户数、合同约定分成比例和结算费率及历史回款率等预计信息费金额确认收入。”

综上，公司及主要可比公司均以运营商或合作商向终端用户收取的费用为基础进行结算，结合分成比例后计算收取的服务费并确认收入，公司增值电信服务的收入确认原则与主要可比公司可比业务一致，符合行业惯例。

发行人的收入确认具体时点与平治信息及北纬科技一致，与沃驰科技（立昂技术）存在差异，考虑到增值电信服务下，计费账单由运营商发出，发行人在各月末无法获取准确的计费信息，且根据历史经验判断，存在一定差异率，故无法对收入进行可靠计量，因此在次月取得结算单据后确认收入更为可靠准确。

D.账单核对差异率及差异原因

增值电信服务中，公司与运营商按月进行对账结算。由运营商发起对账并提供计费账单，公司作为对账执行方进行核对无误后确认收入。报告期内，公司与运营商的对账差异情况如下：

单位：万元

业务类型	2020 年	2019 年	2018 年
运营商账单金额	**11,703.98**	13,062.60	18,305.91

业务类型	2020 年	2019 年	2018 年
发行人系统金额	**11,946.53**	13,404.68	18,814.31
差异率	**-2.03%**	-2.55%	-2.70%

根据公司与运营商的合同约定，双方以运营商从终端用户收取的信息费作为结算的基础，由运营商向公司支付增值电信服务费。其中，以下事项不纳入结算的基数：销户客户费用（含预销号）；停机客户费用；退费费用；客户服务成本；恶意欠费；沉默客户等无效客户号码、非业务开通范围等非正常使用客户号码产生的费用；违约或非正常业务行为收入等。上述不应纳入结算范围的消费事项的具体明细情况由运营商掌握，上述事项的明细情况运营商不向公司进行开放。

上述不纳入结算基数的事项是公司与运营商形成对账结果差异的原因。公司收到运营商的计费账单后，如核对差异不大（通常 5%以内为可接受差异），则公司接受运营商的结算数据并确认收入；如核对差异较大，则公司将会向运营商申请对账，根据双方重新核对确认的应结算金额确认收入。报告期内，未发生因核对差异较大导致双方重新对账的情形。

公司以运营商的计费账单为依据核对无误后确认收入。运营商在其自身业务管理平台中发布各期间应向公司支付服务费的计费账单，公司可在该平台中通过账号密码登录后进行查询确认，并可随时查询历史记录。公司收入具备可核查性。

同行业可比公司北纬科技的对账差异安排为“由于各种因素的影响，本公司数据分析平台所统计的数据与移动电信运营商提供的结算数据会产生一定程度的差异。当差异不超过 5%时，属于合同许可的正常范围，本公司将按照移动电信运营商提供的数据进行结算；当差异超过 5%时，本公司可向移动电信运营商提出对账申请，但对账不影响当月信息费收入的正常核算，本公司仍将按照移动电信运营商提供的结算数据确认收入。对账申请处理后确认的结算差异，本公司将在结算差异确认当月计入营业收入”，与公司对对账差异安排的具体处理方式基本一致。

②移动信息化服务

A.移动信息化服务收入变化情况分析

2018 年至 2020 年，公司移动信息化服务收入金额分别为 459.70 万元、8,834.16 万元和 **37,561.77 万元**，占主营业务收入的比重分别为 2.19%、34.18%和 **73.48%**。公司从 2016 年开始开展移动信息化服务，报告期内公司持续优化调

整此项业务的经营策略，并投入充足业务资源，与众多大型企业建立深入合作关系，使得公司移动信息化服务收入增长显著。

报告期内，公司移动信息化服务中短信数量、销售收入和变动率情况如下：

单位：万元/万条

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额
短信数量	**1,350,293.58**	**269.60%**	365,343.09	1,889.76%	18,361.16
销售收入	**37,561.77**	**325.19%**	8,834.16	1,821.72%	459.70

从 2019 年下半年开始，运营商普调短信价格，推动了行业短信采购和销售价格的上涨。公司从 2020 年逐步提高对客户的销售价格，因此 2020 年，公司销售收入涨幅大于短信数量涨幅。除此之外，报告期内公司移动信息化服务中短信数量和销售收入变动趋势一致。

2019 年公司移动信息化服务收入较 2018 年增长 8,374.46 万元，增幅达 1,821.71%。得益于公司与腾讯云、国家电网、携程等大型客户的合作逐渐深入，公司移动信息化服务业务规模增长显著。同时，2019 年 10 月公司完成了对久佳信通的收购，获得了卓望信息、去哪儿网、酷狗、58 同城、360 金融、小米科技等大型企业客户的业务合作机会，业务规模进一步扩大。

2020 年，公司移动信息化服务收入较上年同期增长 **28,727.61 万元**，增幅达 **325.19%**。随着公司与腾讯云、国家电网等大型企业客户的合作规模扩大，同时久佳信通此项业务发展迅猛，**2020 年**移动信息化服务已成为公司销售占比第一大的主营业务。

B.不同类型移动信息化服务的收入金额及占比、变动分析

a.公司发送的短信根据用户接受到的内容可以分为验证通知类和行业营销类：

（1）验证通知类短信主要为客户对其终端用户及相关人员发送的用于满足身份认证、信息核实、订单提醒、服务通知等方面需求的短信；

（2）行业营销类短信主要为客户对其终端用户及相关人员发送的用于满足其营销需求的短信。

同行业可比公司线上线下将其发送的短信分为行业类和营销类：“行业类短信主要为终端用户对其内部员工、客户及相关人员发送的用于满足其信息确认、经营管理、客户关怀等方面需求的短信；营销类短信主要为终端用户对其客户及

相关人员发送的用于满足营销需求的短信。”

目前行业内对于短信分类尚无统一定义。公司与同行业可比公司短信类别名称虽然不同，但分类和定义实质基本一致，不存在明显差异。

以公司客户去哪儿网为例，相关验证通知类和行业营销类短信的用途和具体表现形式如下：

序号	短信类别	用途	表现形式
1	验证通知类	验证码通知	【去哪儿网】您的手机号验证码为：XXXX，5 分钟内有效，请勿向任何人出示。
2		入住通知	【去哪儿网】XXX 您好，您预定了明天入住的 XXX 酒店(XXXX 店)，记得按时入住哦~详情请见链接。
3		扣费通知	【去哪儿网】您已从授权账户支付房费：XX 元，订单：XXX 大床房 1 间 1 晚（信用住-芝麻信用）。详情见：链接感谢您使用（信用住）。
4		出票通知	【去哪儿网】已出票：尊敬的用户，您预订的 XX 年 X 月 X 日 XX 航班，已出票完成，XX(票号:XXX-XXXXXXXXXX)。请您提前 2 小时到机场值机。详情见链接。
5		优惠券通知	【去哪儿网】您的国内机票代金券已到账，截至到 2020 年 X 月 X 日有效，请登录去哪儿 APP 及时使用链接。
6	行业营销类	营销信息	【去哪儿网】您有一张 20 元券已到账，暂时无需求没关系~点此延长有效期~最长 365 天内任性出行~链接 T 退订。
7		营销信息	【去哪儿网】恭喜您得到去哪儿网 5 元国内机票代金券 1 张，即日起 2020 年 X 月 X 日内有效，请登录去哪儿网-我的-代金券查看规则并及时使用 T 退订。
8		营销信息	【去哪儿网】恭喜您获得机票限时砍价福利，砍多少，返多少！限量 300 份，过期无效，点击 opsai.cn/cT9BcE 领取 T 退订。
9		营销信息	【去哪儿网】机票新客限时赠送价值 120 元大礼包，首单送爱奇艺会员，点此链接领取~opsai.cn/fCh_BAT 退订。
10		营销信息	【去哪儿网】同学你知道吗，有时候机票比火车票更便宜喔～学生特惠 1 折机票常常有，还可以领取 15 元机票代金券，别说小骆驼没告诉你喔！opsai.cn/YZR9TYT 退订。

b.报告期内，公司移动信息化服务按发送短信类型分类的销售情况如下：

单位：万元

短信类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
验证通知类	**17,596.27**	**46.85%**	4,315.57	48.85%	100.42	21.84%
行业营销类	**19,965.51**	**53.15%**	4,518.59	51.15%	359.28	78.16%
合计	**37,561.77**	**100.00%**	**8,834.16**	**100.00%**	**459.70**	**100.00%**

2018 年，公司移动信息化服务中发送行业营销类短信占比较高，2019 年以来，验证通知类和行业营销类短信的比例较为均衡，上述变化是由客户采购需求和公司客户结构的变化导致：2018 年，公司移动信息化服务客户主要为携程，客户结构相对单一，鉴于公司为携程发送的短信中行业营销类占比较高，导致公

司发送行业营销类短信占比较高；2019 年以来，公司与腾讯云、国家电网、卓望信息等大型企业的合作逐步深入，随着公司销售规模的增长和客户结构的丰富，验证通知类和行业营销类短信的发送规模均增长显著，上述两类短信的销售规模趋同。公司在移动信息化服务中发送短信的类型，主要取决于主要客户的采购需求。

c.报告期内，公司移动信息化服务按通道覆盖范围可以分为全网短信和省内短信：

（1）全网短信指的是在某一省份开通业务的短信通道可以向全网手机号码发送短信，而省内短信指的是在某一省份开通业务的短信通道仅可向号码归属地为此省的手机号码发送短信。

（2）省内短信的采购价格通常由当地运营商按实际情况自行定价。全网短信的采购价格中除包含与省内短信价格相当的基础价格外，还包括运营商对跨省发送短信实行省间结算产生的费用，因此通常情况下，省内短信的采购单价低于全网短信采购单价。

报告期内，公司不同运营商全网短信和省内短信的采购、销售金额如下：

单位：万元

运营商	短信类型	2020 年		2019 年		2018 年	
		采购金额	销售金额	采购金额	销售金额	采购金额	销售金额
移动	省内短信	**3,136.99**	**3,673.27**	1,008.14	1,283.89	-	-
	全网短信	**18,411.01**	**21,863.95**	4,544.18	5,787.12	169.87	205.32
联通	省内短信	**833.97**	**979.74**	132.23	168.40	-	-
	全网短信	**3,126.12**	**3,675.74**	683.71	870.72	140.22	177.47
电信	省内短信	**379.14**	**445.38**	47.87	60.96	-	-
	全网短信	**2,824.87**	**3,313.70**	321.75	409.76	45.02	56.98
三网	全网短信	**3,098.23**	**3,609.99**	198.90	253.30	15.75	19.93
小计		**31,810.34**	**37,561.77**	**6,936.79**	**8,834.16**	**370.85**	**459.70**

公司 2018 年移动信息化业务处于稳步发展阶段，公司的客户及供应商结构相对单一，业务量相对较小，因此全网短信足以满足公司的业务需求。2019 年以来，公司与腾讯云、国家电网、卓望信息等大型企业的合作逐步深入，随着公司销售规模的增长和客户结构的丰富，叠加上游运营商涨价的影响，公司陆续开始接入省内短信通道以优化资源配置、降低整体采购成本、增强公司在此项业务的竞争力及盈利能力。公司在移动信息化服务中发送短信的类型，主要取决于主

要客户的采购需求及公司对客户需求和通道的匹配，报告期内公司采购短信的结构变化符合移动信息化行业特征。

报告期内，公司不同运营商全网短信和省内短信的采购、销售单价如下：

单位：元/条

运营商	短信类型	报告期	
		采购单价	销售单价
中国移动	省内短信	0.0164-0.0196	0.0176-0.0216
	全网短信	0.0205-0.0274	0.0243-0.0312
中国联通	省内短信	0.0162-0.0177	0.0174-0.0196
	全网短信	0.0210-0.0234	0.0226-0.0264
中国电信	省内短信	0.0112-0.0132	0.0121-0.0146
	全网短信	0.0197-0.0234	0.0212-0.0258
三网直连	全网短信	0.0194-0.0254	0.0235-0.0279

报告期各期，公司向各终端运营商采购的省内短信单价均低于该供应商的全网短信单价，符合运营商对跨省短信结算收取额外费用的政策要求。各运营商省内短信和全网短信的销售单价变动趋势与公司的采购单价变动趋势基本一致，具有商业合理性，符合行业特征。

同行业可比公司未在公开资料中披露各运营商全网短信及省内短信的采购价格和销售价格，公司无法与同行业公司进行比对。

C.不同类型客户的移动信息化服务收入金额及占比、变动分析

报告期内，公司移动信息化服务客户包括直客客户和渠道客户，公司向其销售的具体情况如下：

单位：万元

客户	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直客客户	32,531.36	86.61%	8,439.10	95.53%	459.70	100.00%
渠道客户	5,030.42	13.39%	395.06	4.47%	-	-
合计	37,561.77	100.00%	8,834.16	100.00%	459.70	100.00%

2018 年至 2020 年，公司向直客客户的销售金额占此类业务销售总额比例分别为 100.00%、95.53%和 **86.61%**。**报告期内，**公司向直客客户销售规模整体呈上升趋势。2019 年，公司完成对久佳信通的收购，久佳信通存在部分渠道客户，因此公司新增向渠道客户销售的情况。报告期内，公司向直客客户提供移动信息化服务的比例较高，直客客户是公司此类业务的主要客户类型。

公司直接与直客客户进行合作，能够基于客户的个性化需求，更有针对性地为客户提供综合解决方案和定制化服务，并针对其新的服务需求快速响应、高效执行，有利于公司与客户加深合作关系、提高客户粘性。

公司移动信息化服务客户主要为腾讯云、国家电网、卓望信息等各行业大型企业，由于更换合作伙伴可能会带来平台系统稳定性和成本增加等方面的问题，大型企业客户与移动信息服务提供商一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换，具备较强的合作粘性。报告期内各期公司主要客户对公司的采购规模均呈上升趋势。公司移动信息化业务与主要客户合作关系稳定，对主要客户的销售规模不断增长，具备较强的客户粘性。

D. 公司收入确认原则符合行业惯例

公司与同行业可比公司的收入确认时点情况如下：

公司名称	收入确认时点
梦网集团	根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用，公司据此向集团客户发出结算通知并核对后确认收入
银之杰	以业务统计表记录实际提供的服务量，并据以计算应向客户收取的服务费，于资产负债表日向客户发出结算通知，待客户核对后确认收入
吴通控股	以业务统计表记录实际提供的服务量，并据以计算应向客户收取的服务收入。于资产负债表日向客户发出结算通知，待客户核对后确认收入
中嘉博创	公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。
线上线下	次月根据上月发送量、单价生成对账单与客户进行对账，对账当月确认结算数量、结算金额，并确认收入
发行人	公司按移动信息化服务的数量及合同约定单价结算，在公司与客户核对确认无误后确认收入

发行人与可比上市公司梦网集团、银之杰、吴通控股、中嘉博创收入确认时点均一致，均为与客户核对无误后确认收入。

发行人的收入确认时点与线上线下存在差异，主要原因系双方的业务模式不同。根据线上线下招股书披露，线上线下与客户的结算以发送“成功数”（数据来源最终是运营商）作为结算数据确定标准并据此安排对账，一般运营商于次月安排对账，故线上线下各月末无法及时获取可靠的结算数据向客户发起对账，因而在次月对账后再进行收入确认；而发行人各月末依据自身业务平台出具对账单，并直接向客户发送，收入对应的结算金额能够可靠计量，因而根据权责发生制于业务发生的当月确认收入。

梦网集团披露“根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用”；银之杰和吴通控股均披露“于资产负债表日向客户发出结算通

知”；中嘉博创披露“提交到移动通信运营商平台后确认收入”；发行人“各月末依据自身业务平台出具对账单”。发行人与梦网集团、银之杰、吴通控股、中嘉博创收入确认时点、方式具有一致性。

综上，发行人移动信息化服务的收入确认原则与主要可比公司一致，与线上线下存在不一致的原因主要系业务模式不同，符合行业惯例。

E.账单核对差异率及差异原因

公司按月向客户发送账单，客户进行核对，当差异在合同约定比例之内，以发行人出具账单为准；当差异超出约定的比例范围，双方进行明细数据的核对，查明差异后对核对后的差异进行协商处理。报告期内，此类业务不存在对账差异，不存在双方重新对账的情形。

同行业可比公司线上线下对对账差异的安排为“当差异在合同约定比例之内，双方根据合同约定的方式对差异进行处理、确认；当差异超出约定的比例范围，双方进行明细数据的核对，查明差异后对核对后的差异进行协商处理。”，与公司对对账差异的安排基本一致，不存在异常。

③移动营销服务

A.移动营销服务收入变化情况分析

公司移动营销服务主要包括媒体代理和流量引入业务。报告期内，公司移动营销服务细分业务收入金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
媒体代理业务	**1,593.75**	**96.16%**	2,557.10	72.72%	1,411.23	62.76%
流量引入业务	**19.73**	**1.19%**	951.20	27.05%	653.76	29.07%
其他业务	**43.97**	**2.65%**	7.94	0.23%	183.69	8.17%
合计	**1,657.45**	**100.00%**	**3,516.24**	**100.00%**	**2,248.68**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，公司移动营销服务收入分别为 2,248.68 万元、3,516.24 万元和 **1,657.45 万元**，占公司主营业务收入的比例分别为 10.70%、13.61%和 **3.24%**。

a. **2020 年**公司移动营销服务收入下降的原因及与同行业营销类上市公司的业绩变化趋势对比分析

2020 年，公司按销售渠道分类的收入同比变化情况如下所示：

单位：万元

销售渠道类别	2020 年	2019 年	同比变化	影响移动营销业务营业收入变化的比例
微信公众号平台	503.14	1,325.16	-62.03%	-23.38%
广告交易平台	19.73	951.20	-97.93%	-26.49%
合作媒体	752.47	920.64	-18.27%	-4.78%
自有媒体	338.14	311.30	8.62%	0.76%
其他	43.97	7.94	453.93%	1.02%
合计	1,657.45	3,516.24	-52.86%	-52.86%

2020 年，公司移动营销业务的收入同比下降 **52.86%**，主要由于通过广告交易平台（百度联盟）渠道营销的收入下降导致。

2020 年，全球爆发新冠肺炎疫情对互联网广告市场造成较大影响，使得互联网广告市场整体份额有所萎缩，广告主延后了广告营销的计划或减少了广告营销的整体预算，公司主要销售渠道营业收入下降。

同时，受整体经济下行环境影响，随着互联网流量从PC端向Mobile端转移，行业竞争格局发生重大变化，加大了对程序化广告业务模式的冲击，行业进入了结构化调整阶段。伴随着大数据、AI 人工智能、5G 商用等新型技术等出现和发展，新型营销模式逐步取代传统网络营销模式。因此，百度集团调整营销战略，缩减了百度联盟业务，致使公司通过百度联盟开展的广告交易平台渠道营销业务收入大幅下滑，同比下降 **97.93%**。

截至本招股说明书签署日，同行业营销类上市公司 2020 年报尚未披露，因此与同行业的业绩变化趋势对比以半年报数据进行分析。2020 年 1-6 月，公司移动营销类业务收入与同行业营销类上市公司的比较情况如下所示：

单位：万元

同行业上市公司	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变化比例
华谊嘉信	9,828.09	46,381.61	-78.81%
乐通股份	513.80	3,652.07	-85.93%
每日互动	13,023.55	15,071.24	-13.59%
数知科技	150,673.88	163,272.56	-7.72%
智度股份	68,476.61	100,170.58	-31.64%
吴通控股	20,388.42	53,541.02	-61.92%
平均			-46.60%
挖金客	780.85	1,442.42	-45.87%

由于受到宏观经济及疫情影响，2020 年 1-6 月，公司移动营销类业务营业

收入同比下降 45.87%，以传统网络营销模式为主的同行业营销类上市公司营业收入同比下降平均比例为 46.60%，公司移动营销类业务营业收入变化与同行业营销类上市公司的变化趋势一致。

b.媒体代理业务分析

报告期内，公司先后与新华社公众号、车云网、电动邦等媒体平台建立合作关系开展媒体代理业务，为公司移动营销业务带来了新的业绩增长点。

2018 年随着新华社公众号广告资源代理业务的全面开展，2018 年公司此类业务收入大幅增加，带动 2018 年公司移动营销业务收入的整体增长。2019 年，除了继续代理新华社公众号广告资源，公司还与车云网、电动邦建立了合作关系，媒体代理业务规模进一步扩大，公司移动营销服务收入随之增长。

2020 年，受宏观经济及疫情影响，移动营销行业整体下行，公司媒体代理业务收入规模有所减少。

c.流量引入业务分析

公司的流量引入业务主要是为百度时代等媒体平台引入流量，协助媒体平台提高广告资源转化率。报告期内，受营销市场环境变化和和下游主要客户广告业务波动影响，公司此类业务收入规模整体有所下降。

公司与百度时代合作的运作模式为：广告主通过百度时代广告联盟（以下简称“百度联盟”）投放广告，百度联盟向公司采购渠道流量。当终端用户通过公司整合的流量点击相关广告时，公司即完成了一次流量整合与引入服务。

百度联盟是国内知名的基于搜索引擎的广告联盟。虽然国内广告联盟市场庞大，并没有权威的市场规模和排名情况，但依托百度搜索引擎的品牌号召力和竞价广告资源，百度联盟在市场中具备一定影响力。

报告期内，公司来源于百度联盟的收入金额及占公司营业收入的比例情况如下：

单位：万元

2020 年		2019 年		2018 年	
销售金额	收入占比	销售金额	收入占比	销售金额	收入占比
4.07	**0.01%**	942.52	3.65%	370.72	1.76%

近年来，百度联盟业务持续收缩。报告期内，公司来源于百度联盟的收入占各期营业收入的比例均在 5%以下，公司判断此项业务合作不具备长期大规模发

展前景，因此于 2020 年终止了与百度联盟此类业务的合作。

B. 公司收入确认原则符合行业惯例

公司与同行业可比公司的收入确认时点情况如下：

公司名称	收入确认时点
华扬联众	公司根据客户品牌营销需求与客户签订营销排期表，详细约定品牌营销的媒体、营销方式、期间、频次、单价、进度等要素，并于项目上线前由客户及公司双方共同确认。公司客户部在营销执行过程中根据客户要求定期向客户报送日报、周报或月报，就当期的营销投放进度、监测数据、投放效果等向客户进行汇报，公司财务系统基于内部监测管理流程确认的结果和外部数据监测的结果形成的营销投放进度监测报告，按照营销投放的实际执行情况和相应的结算金额，按月确认品牌营销收入
利欧股份	针对媒介代理业务收入具体确认标准为：公司承接业务后，按照客户要求选择媒体并与其签订投放合同，由公司与媒体沟通编制媒介排期表，媒体按照经客户确认的媒介排期表执行广告发布。广告发布后，公司收集结案报告、投放数据等信息，送客户核实。经公司和客户共同对广告发布情况确认后，报告至公司财务部门，财务部门再核实相应的客户合同后，确认收入
公司	公司为媒体平台提供媒体代理、流量引入等方面的移动营销服务。移动营销服务分为按广告位付费或按广告效果付费两种方式，公司按广告位投放数量、时间及合同约定单价结算或依据广告投放效果按照约定的计算方式与客户结算，公司在与客户核对无误后确认收入

由上表可知，公司及主要可比公司移动营销服务业务均以经客户核对后的结算金额为基础确认收入，公司移动营销服务的收入确认原则与主要可比上市公司可比业务一致，符合行业惯例。

C.账单核对差异率及差异原因

媒体代理业务中，主要由公司在广告发布后向客户发送账单；流量引入业务中，客户按月向公司发送账单。报告期内，此类业务不存在对账差异，不存在双方重新对账的情形。同行业公司未公开披露对对账差异的安排，无法进行比较。

（4）经营数据与财务数据匹配情况

A.增值电信服务

a.运营商的话费结算业务

报告期内，运营商的话费结算业务终端用户交易次数和公司销售金额情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
交易次数（万次）	**7,365.85**	8,595.85	11,665.52
销售金额（万元）	**9,360.32**	10,831.15	14,820.53
公司次均销售金额（元/次）	**1.27**	1.26	1.27

注：公司次均销售金额=销售金额/交易次数，下同。

报告期内，运营商的话费结算业务终端用户交易次数和公司销售金额的比例稳定，公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

b.运营商的信息交互类业务

报告期内，运营商的信息交互类业务终端用户交易次数和公司销售金额情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
交易次数（万次）	**1,460.78**	1,633.10	2,574.46
销售金额（万元）	**1,981.77**	2,197.43	3,438.72
公司次均销售金额（元/次）	**1.36**	1.35	1.34

报告期内，运营商的信息交互类业务终端用户交易次数和公司销售金额的比例稳定，公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

B.移动信息化服务

报告期内，公司与客户结算的短信数量和公司销售金额情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
短信数量（万条）	**1,350,293.58**	365,343.09	18,361.16
销售金额（万元）	**37,561.77**	8,834.16	459.70
销售均价（元/条）	**0.028**	0.024	0.025

报告期内，公司与客户结算的短信数量和销售金额的比例基本稳定。公司从2020 年逐步提高对客户的销售价格，因此 2020 年销售均价略有提升。公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

a.**2020 年**移动信息化服务业务收入大幅增长的原因

2019 年和 2020 年，公司移动信息化服务销售收入按业务主体构成如下：

单位：万元

主体	2020 年			2019 年	
	销售收入	占比	增长比例	销售收入	占比
挖金客	**10,614.59**	**28.26%**	**203.69%**	**3,495.16**	**39.56%**
久佳信通	**26,947.19**	**71.74%**	**404.72%**	**5,339.00**	**60.44%**
合计	**37,561.77**	**100.00%**	**325.19%**	**8,834.16**	**100.00%**

注：公司 2019 年 10 月完成对久佳信通的合并，因此上表中久佳通 2019 年的销售收入仅包括当年 11-12 月的销售收入。2020 年久佳信通全年销售收入较 2019 年久佳信通全年销售收入 18,527.66 万元增长 45.44%。

由上表可见，公司 2020 年移动信息化服务收入大幅增长是由挖金客自身业务高速发展和收购久佳信通两方面因素导致。

1)挖金客自身移动信息化服务高速发展

挖金客于 2017 年、2018 年分别与腾讯云、国家电网等大型企业客户建立合作关系，随着相关系统搭建和对接工作的逐步完成，2019 年起上述客户的采购需求进入爆发性增长阶段，带动挖金客自身移动信息化服务高速发展。**2019 年和 2020 年**挖金客移动信息化服务销售收入按客户归集情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年	增长比例(%)	2019 年
腾讯云计算（北京）有限责任公司	**8,025.32**	**243.38%**	**2,337.15**
国家电网有限公司客户服务中心	**2,114.58**	**394.99%**	**427.20**
其他	**474.69**		**730.81**
合计	**10,614.59**	**203.69%**	**3,495.16**

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

由上表可见，挖金客主要大型企业客户较上年同期采购金额均大幅上涨，带动挖金客移动信息化服务高速发展。

2)收购久佳信通

2019 年公司为进一步发展移动信息化服务业务收购了久佳信通。久佳信通自成立以来即专注于移动信息化服务领域，良好的技术水平、优质的通道资源、定制化的方案设计等能力获得了众多大型企业客户认可。因此，公司收购久佳信通扩大了移动信息化服务业务的服务规模。

2019 年 10 月公司非同一控制下合并久佳信通，因此仅将久佳信通 11 月-12 月营业收入纳入合并范围；**2020 年**久佳信通的营业收入全部纳入合并范围，使得公司 **2020 年**收入大幅增长。

b.久佳信通 2019 年起营业收入金额大幅增长的原因及合理性

2019 年及 **2020 年**，久佳信通营业收入呈快速增长趋势，主要原因系原有客户需求量增加及新客户的开发。

2019 年久佳信通对主要客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2019 年收入金额	收入占比	是否为新增客户
1	卓望信息技术（北京）有限公司	4,012.83	21.66%	是
	卓望信息网络（深圳）有限公司	1,998.34	10.79%	
2	江苏云之树科技有限公司	2,237.10	12.07%	否

序号	客户名称	2019年收入金额	收入占比	是否为新增客户
3	杭州南讯软件科技有限公司	887.33	4.79%	否
4	北京趣拿软件科技有限公司	868.80	4.69%	是
5	福州三六零网络小额贷款有限公司	844.36	4.56%	是
6	广州酷狗计算机科技有限公司	759.53	4.10%	否
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	486.42	2.63%	否
8	小米科技有限责任公司	449.93	2.43%	否
9	杭州数云信息技术有限公司	390.16	2.11%	否
10	同盾网络科技有限公司	356.36	1.92%	否
合计		13,291.16	71.75%	

注：主要客户为久佳信通2019年前十大客户，其中卓望信息技术（北京）有限公司与卓望信息网络（深圳）有限公司为同一控制下企业。

2020年久佳信通对主要客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020年收入金额	收入占比	是否为新增客户
1	卓望信息技术（北京）有限公司	5,814.70	20.44%	否
	卓望信息网络（深圳）有限公司	882.14	3.10%	否
2	广西东信易通科技有限公司	1,729.38	6.08%	是
3	福州三六零网络小额贷款有限公司	1,450.47	5.10%	否
4	杭州数云信息技术有限公司	1,223.96	4.30%	否
5	北京爱奇艺科技有限公司	1,156.51	4.07%	否
6	北京百度网讯科技有限公司	1,155.86	4.06%	是
7	广州酷狗计算机科技有限公司	1,069.03	3.76%	否
8	新联协同通信技术（北京）有限公司	967.76	3.40%	否
9	北京趣拿软件科技有限公司	877.03	3.08%	否
10	北京金山云网络技术有限公司	730.68	2.57%	是
合计		17,057.54	59.96%	

注：主要客户为久佳信通2020年前十大客户，其中卓望信息技术（北京）有限公司与卓望信息网络（深圳）有限公司为同一控制下企业。

综上所述，久佳信通2019年起收入大幅增加，主要原因系增加了卓望信息、北京趣拿软件科技有限公司、福州三六零网络小额贷款有限公司、**广西东信易通科技有限公司、北京百度网讯科技有限公司和北京金山云网络技术有限公司**等新增客户，同时**杭州数云信息技术有限公司、北京爱奇艺科技有限公司**等原有合作

客户的采购需求大幅增长所致。

报告期内，久佳信通为各客户均提供移动信息化服务，即移动信息化解决方案及运营服务，并非按照项目与客户签订合同并提供服务。久佳信通收入确认时点为收到结算单据并与客户核对无误后确认收入。公司与客户签订的销售合同为非项目制合同，按月度与客户进行结算，故无需确认项目进度和收入确认比例。

久佳信通与客户约定按月进行对账结算，与客户对账无误后，将相关收入计入业务发生的当月。报告期内久佳信通不存在跨期确认收入的情形。

c.移动信息化服务业务收入与短信采购成本的匹配情况

报告期内，公司移动信息化服务业务收入与短信采购成本的匹配情况如下：

单位：万元

期间	营业收入	同比变动率	短信采购成本	同比变动率
2020 年	**37,561.77**	**325.19%**	**31,810.34**	**358.57%**
2019 年	8,834.16	1,821.71%	6,936.79	1,770.51%
2018 年	459.70	-83.34%	370.85	-83.06%

由上表可知，2018 年和 2019 年移动信息化服务收入和短信采购成本的同比变动率基本一致，2020 年短信采购成本的同比变动大于移动信息化服务收入的同比变动率，主要是由于 2019 年下半年以来运营商普调短信价格，导致公司短信采购均价上涨，但公司对客户的价格调整具有滞后性所致。

C.移动营销服务

a.媒体代理业务

合作媒体代理业务中，公司按广告刊例价、广告刊登数量和刊登时间计算应收广告服务费金额，向客户提供结算单进行结算。由于具体广告的刊例价和刊登情况不同，此项业务无法将广告刊登情况与公司销售金额进行整体匹配分析。

自有媒体业务中，公司与客户依据广告曝光量进行结算。报告期内，公司自有媒体（斑马网）的主要客户为轩翔思悦，公司与轩翔思悦确认的广告曝光量和公司对轩翔思悦销售情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
曝光量（千万次）	**79.03**	78.23	86.33
销售金额（万元）	**338.14**	311.30	342.04
占自有媒体业务销售金额比例	**100.00%**	100.00%	90.76%
CPM（千人展现成本）	**4.28**	3.98	3.96

注：CPM=销售金额/千次曝光量

报告期内，公司自有媒体业务的CPM（千人展现成本）价格较为稳定。2019年年底，公司与轩翔思悦经双方协商提高了此项业务单价，因此2020年CPM（千人展现成本）略有提升。公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

b.流量引入业务

流量引入业务中，公司与客户主要依据广告曝光量进行结算，由于不同广告的结算价格差异较大，结算价格以客户平台报价为准，此项业务无法将广告曝光量与公司销售金额进行整体匹配分析。

综上所述，公司各类主营业务的经营数据和财务数据匹配，收入核算真实、准确、完整。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	**39,250.76**	**100.00%**	16,845.54	100.00%	12,993.76	100.00%
合计	**39,250.76**	**100.00%**	**16,845.54**	**100.00%**	**12,993.76**	**100.00%**

公司营业成本全部为主营业务成本，无其他业务成本。报告期内，公司营业成本金额随公司业务发展有所增长。

2、主营业务成本构成及分析

（1）主营业务成本构成及变动分析

①按业务构成分类分析

报告期内，公司主营业务成本按业务构成分类如下表所示：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值电信服务	**6,187.26**	**15.76%**	7,457.48	44.27%	10,846.56	83.48%
移动信息化服务	**31,959.34**	**81.42%**	6,961.62	41.33%	370.85	2.85%
移动营销服务	**1,092.38**	**2.78%**	2,394.52	14.21%	1,776.35	13.67%
技术开发服务	**11.79**	**0.03%**	31.92	0.19%	-	-
合计	**39,250.76**	**100.00%**	**16,845.54**	**100.00%**	**12,993.76**	**100.00%**

报告期内不同类型服务主营业务成本变动主要是由当期该类业务规模的

变动导致的。报告期内不同类型服务的营业收入和营业成本变动情况如下表：

A.增值电信服务

单位：万元

期间	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**11,703.98**	**-10.40%**	**6,187.26**	**-17.03%**
2019 年	13,062.60	-28.64%	7,457.48	-31.25%
2018 年	18,305.91	-	10,846.56	-

2019 年增值电信服务的营业成本与营业收入同比变动率基本一致，2020 年营业成本同比变动率大于营业收入同比变动率，主要原因系 2019 年下半年以来，公司与阳光河谷等主要供应商续签合同时就结算价格进行了重新谈判，取得了更为优惠的采购价格，同时公司从 2019 年开始陆续引入的新进供应商约定的结算价格也较为优惠，因此采购价格较前期有所降低。

B.移动信息化服务

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**37,561.77**	**325.19%**	**31,959.34**	**359.08%**
2019 年	8,834.16	1,821.71%	6,961.62	1,777.21%
2018 年	459.70	-	370.85	-

2019 年移动信息化服务的营业成本与营业收入同比变动率基本一致，2020 年营业成本与营业收入同比变动率的变动趋势一致，但营业成本同比变动率大于营业收入同比变动率，主要原因系 2019 年下半年以来运营商普调短信价格，导致公司短信采购价格上涨所致。

C.移动营销服务

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**1,657.45**	**-52.86%**	**1,092.38**	**-54.38%**
2019 年	3,516.24	56.37%	2,394.52	34.80%
2018 年	2,248.68	-	1,776.35	-

2019 年，营业成本同比变动率与营业收入同比变动率存在差异，主要原因系 2019 年公司与新华新媒签订了补充协议，导致采购合同的总金额与合作期限发生变动，2019 年计入营业成本的摊销金额与 2018 年度相比有所减少所致。2020 年营业成本同比变动率与营业收入同比变动率相差不大，主要原因系移动营销服务内部不同细分业务占比结构变动所致。

D.技术开发服务

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	193.40	-54.94%	11.79	-63.06%
2019 年	429.25	-	31.92	-
2018 年	-	-	-	-

2020 年技术开发服务营业成本同比变动率与营业收入同比变动率相差不大，营业成本同比变动率小于营业收入同比变动率，主要原因系 2020 年技术开发人工成本投入下降所致。

综上，报告期内不同类型服务主营业务成本变动主要由当期该类业务规模的变动导致。报告期内不同类型服务的主营业务成本变动与相应业务主营业务收入整体匹配，个别年度主营业务成本与主营业务收入同比变动率存在差异，主要系采购价格的变动导致。

②按项目类别构成分类分析

A.主营业务成本不同项目的变动原因

报告期内，公司主营业务成本按照项目类别进行归集，主要包括短信采购费、渠道推广服务费、广告媒体资源费等，具体构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短信采购费	**31,810.34**	**81.04%**	6,936.79	41.18%	370.85	2.85%
渠道推广服务费	**6,245.89**	**15.91%**	8,313.65	49.35%	11,453.98	88.15%
广告媒体资源费	**955.42**	**2.43%**	1,439.74	8.55%	906.88	6.98%
职工薪酬	**61.81**	**0.16%**	71.61	0.43%	110.68	0.85%
无形资产摊销	**177.30**	**0.45%**	53.14	0.32%	28.30	0.22%
其他	-	-	30.61	0.18%	123.07	0.95%
合计	**39,250.76**	**100.00%**	**16,845.54**	**100.00%**	**12,993.76**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，渠道推广服务费金额分别为 11,453.98 万元、8,313.65 万元和**6,245.89 万元**，占主营业务成本的比例分别为 88.15%、49.35%和**15.91%；随着报告期内公司移动信息化服务的业务规模增长显著，短信采购费金额分别为 370.85 万元、6,936.79 万元和 31,810.34 万元，占主营业务成本的比例分别为 2.85%、41.18%和 81.04%。**

短信采购费、渠道推广服务费、广告媒体资源费合计占当期营业成本的比

重分别为 97.98%、99.08%和 **99.39%**，是营业成本的主要构成部分。短信采购费、渠道推广服务费、广告媒体资源费的变动主要是由当期各类业务规模的变动导致，不同营业成本项目的变动分析具体如下：

a.渠道推广服务费

增值电信服务和移动营销服务部分业务成本中均包含渠道推广服务费。

报告期内，增值电信服务和移动营销服务中渠道推广服务费金额、占比如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
渠道推广服务费：	**6,245.89**	**100.00%**	8,313.65	100.00%	11,453.98	100.00%
其中：增值电信服务	**6,187.26**	**99.06%**	7,457.48	89.70%	10,846.56	94.70%
移动营销服务	**58.64**	**0.94%**	856.17	10.30%	607.42	5.30%

两类业务中渠道推广服务费变动分析如下：

1）增值电信服务

报告期内，增值电信服务营业收入和渠道推广服务费成本匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
增值电信服务收入	**11,703.98**	13,062.60	18,305.91
渠道推广服务费成本	**6,187.26**	7,457.48	10,846.56
成本/收入	**52.86%**	57.09%	59.25%

报告期内，渠道推广服务费成本占对应增值电信服务收入的比例较平稳。2020 年上述比例有所下降，主要原因系 2019 年下半年以来，公司与阳光河谷等主要供应商续签合同时就采购价格进行了重新谈判，取得了更为优惠的采购价格，同时公司从 2019 年开始陆续引入的新进供应商约定的结算价格也较为优惠，因此采购价格较前期有所降低。

报告期内，增值电信服务业务中营业收入和营业成本变动情况如下：

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**11,703.98**	**-10.40%**	**6,187.26**	**-17.03%**
2019 年	13,062.60	-28.64%	7,457.48	-31.25%
2018 年	18,305.91	-	10,846.56	-

2019 年增值电信服务的渠道推广服务费成本与营业收入同比变动率基本

一致，2020 年渠道推广服务费成本同比变动率小于营业收入同比变动率，主要原因系 2019 年下半年以来，公司与阳光河谷等主要供应商续签合同时就结算价格进行了重新谈判，取得了更为优惠的采购价格，同时公司从 2019 年开始陆续引入的新进供应商约定的结算价格也较为优惠，因此采购价格较前期有所降低。

2）移动营销服务-需要渠道推广的业务

报告期内，移动营销服务中需要渠道推广的业务营业收入和营业成本匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
业务营业收入	**63.70**	951.20	823.58
渠道推广服务费成本	**58.64**	856.17	607.42
成本/收入	**92.06%**	90.01%	73.75%

2018 年，渠道推广服务费成本占对应移动营销业务收入的比重变动较小。2019 年以来上述比例有所提高，主要系公司新接入流量资源储备实力较强的供应商以提高转化效率，其议价能力较强导致采购价格有所上升所致。

报告期内，移动营销服务业务中渠道推广对应的营业收入和营业成本变动情况如下：

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**63.70**	**-93.30%**	**58.64**	**-93.15%**
2019 年	951.20	15.50%	856.17	40.95%
2018 年	823.58	-	607.42	-

2019 年移动营销服务中流量引入业务的营业收入同比变动率小于渠道推广服务费成本同比变动率，主要系公司新接入流量资源储备实力较强的供应商以提高转化效率，其议价能力较强导致采购价格有所上升所致。2020 年，移动营销服务中流量引入业务的营业收入和渠道推广服务费成本同比变动率基本一致。

b.短信采购费

1）整体变动分析

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**37,561.77**	**325.19%**	**31,810.34**	**358.57%**

2019 年	8,834.16	1,821.72%	6,936.79	1,770.51%
2018 年	459.70	-	370.85	-

报告期内，短信采购费均为移动信息化服务业务成本。2019 年移动信息化服务收入和短信采购费成本的同比变动率基本一致，2020 年短信采购费成本的同比变动率大于移动信息化服务收入的同比变动率，主要原因系 2019 年下半年以来运营商普调短信价格，导致公司短信采购价格上涨所致。

2）向运营商采购和通过代理商采购的情况

直接向运营商采购与通过代理商采购的优劣势为：1）通道稳定性差异：直接向运营商采购短信，可以更好地保证短信通道的稳定性，并更全面地了解运营商短信业务的销售政策；2）合作建立难度差异：与运营商建立业务合作流程较为复杂、耗时较长，向短信代理商进行采购更为便捷；3）信用政策差异：运营商在结算方式、周期等方面相对更为严格，通常会要求大额预付或给予较短的信用期，而短信代理商一般给予的结算方式、信用政策等方面相对宽松、灵活。

报告期内，公司采购短信主要分为直接向运营商采购和通过代理商采购两种形式，其采购情况如下：

单位：万元

采购方式	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理商采购	**27,382.73**	**86.08%**	4,768.40	68.74%	370.85	100.00%
运营商采购	**4,427.60**	**13.92%**	2,168.39	31.26%	-	-
合计	**31,810.34**	**100.00%**	**6,936.79**	**100.00%**	**370.85**	**100.00%**

报告期内公司向代理商采购的占比较高，主要是由于：1）采购价格更低：在公司采购规模有限的情况下，短信代理商具备一定的采购规模优势，可向运营商获取更优的采购价格优惠，公司向代理商采购短信的价格更低；2）存在业务壁垒：部分运营商已建立了较为稳定的短信代理商体系，公司短时无法直接与运营商进行合作，必须通过其代理商进行采购；3）与运营商众多的各地分支机构建立直接合作不符合经济效益：由于运营商通常以地市级为单位分别负责各自的短信销售业务，且不同地区运营商的销售政策存在较大差异，公司分别与各地市级运营商直接建立业务合作不符合经济效益，且无法满足各家运营商最优销售政策的条件。通过代理商采购短信在行业内较为普遍，公司向代理商采购占比较高，符合公司的实际业务情况。

c.广告媒体资源费

单位：万元

年度	营业收入	同比变动率	营业成本	同比变动率
2020 年	**1,255.61**	**-44.09%**	**955.42**	**-33.64%**
2019 年	2,245.80	117.12%	1,439.74	58.76%
2018 年	1,034.36	-	906.88	-

报告期内，广告媒体资源费均为移动营销服务中媒体代理业务成本，广告媒体资源主要包括新华社公众号、电动邦、车云网等媒体平台资源。

2019 年的媒体代理业务收入同比变动率高于同期广告媒体资源费成本的同比变动率，主要原因为 2019 年公司与新华新媒签订了补充协议，导致采购合同的总金额与合作期限发生变动，2019 年计入营业成本的摊销金额与 2018 年度相比有所减少。2020 年，媒体代理业务收入与同期广告媒体资源费成本的同比变动率相近。

综上所述，主营业务成本各项目的变动主要由各期各类业务规模的变动导致，部分年度成本项目与对应业务收入同比变动率存在差异，主要系采购价格的变动导致。

d.职工薪酬

报告期内，主营业务成本中的职工薪酬下降是主要由于斑马网事业部人员调整导致。报告期内，斑马网事业部的经营业绩和职工薪酬情况如下所示：

单位：万元

斑马网部	2020 年	2019 年	2018 年
斑马网业务收入	**338.14**	311.30	376.86
占主营业务收入比例	**0.66%**	1.20%	1.79%
职工薪酬	**50.02**	39.69	110.68

2019 年公司实施业务调整，对斑马网事业部进行人员精简，斑马网运营人员从 2018 年末 9 人减少至 2019 年末的 2 人，从而导致报告期内主营业务成本中职工薪酬下降。

综上，主营业务成本中的职工薪酬下降的原因是由于公司业务调整，对斑马网运营岗的人员进行调岗和精简所致，具备业务合理性。

B.与主要业务数据的匹配关系

a.渠道推广服务费-增值电信服务

报告期内，根据电信运营商的增值电信业务类别，公司增值电信服务细分业

务的采购金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
话费结算业务	**4,933.25**	**79.73%**	6,170.80	82.75%	8,812.94	81.25%
信息交互类业务	**1,040.94**	**16.82%**	1,255.59	16.84%	2,005.24	18.49%
其他增值电信业务	**213.06**	**3.44%**	31.09	0.42%	28.38	0.26%
合计	**6,187.26**	**100.00%**	**7,457.48**	**100.00%**	**10,846.56**	**100.00%**

如上表所示，报告期内公司向运营商的话费结算业务和信息交互类业务提供服务时对渠道推广服务费的合计采购金额各期占比均达**96%**以上。针对这两项明细业务，公司渠道推广服务费财务数据与业务数据的匹配情况如下：

1）话费结算业务

报告期内，话费结算业务的终端用户消费次数和公司营业成本情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
消费次数（万次）	**5,666.02**	6,736.69	9,181.76
渠道推广服务费金额（万元）	**4,933.25**	6,170.80	8,812.94
公司次均采购成本（元/次）	**0.87**	0.92	0.96

2）信息交互类业务

报告期内，信息交互类业务的终端用户消费次数和公司营业成本情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
消费次数（万次）	**1,113.99**	1,291.74	2,088.04
渠道推广服务费金额（万元）	**1,040.94**	1,255.59	2,005.24
公司次均采购成本（元/次）	**0.93**	0.97	0.96

报告期内，话费结算业务与信息交互类业务公司次均采购成本比较平稳，其中 2020 年的次均采购成本有所降低，主要原因系 2019 年下半年以来，公司与阳光河谷等主要供应商续签合同时就采购价格进行了重新谈判，取得了更为优惠的采购价格，同时公司从 2019 年开始陆续引入的新进供应商约定的结算价格也较为优惠，因此采购价格较前期有所降低。

b.短信采购费

报告期内，公司与供应商结算的短信条数和移动信息化服务成本中短信采购费的变动情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
结算短信条数（万条）	**1,282,968.78**	308,835.69	17,983.18

项目	2020 年	2019 年	2018 年
短信采购费金额（万元）	**31,810.34**	6,936.79	370.85
采购均价（元/条）	**0.0248**	0.0225	0.0206

2019 年以来，由于运营商普调短信价格，公司短信采购价格上涨，因此采购短信均价有所上升。

综上，公司主营业务成本中主要项目的变动与主要业务数据相匹配，符合业务实际开展情况。

（2）主营业务的成本归集分析

①归集对象与归集方法

业务类别	归集对象	归集内容	归集方法
增值电信服务	渠道推广服务费	运营商增值电信业务相关营销推广支出	根据结算单，将其直接归集至“增值电信服务”项目
移动信息化服务	短信采购费	向供应商采购短信支出	根据结算单，将其直接归集至“移动信息化服务”项目
	无形资产摊销	久佳信通的无形资产摊销	在无形资产使用寿命期内采用直线法系统合理摊销，将摊销金额直接归集至“移动信息化服务”项目
移动营销服务	媒体广告资源费	媒体广告资源采购成本，主要包括新华社公众号、电动邦、车云网等媒体资源	签订的主要为合同期内支付固定媒体代理费的合同，将合同总金额在合同期内进行摊销，将摊销金额直接归集至“移动营销服务”项目
	渠道推广服务费	流量采购费用	根据结算单，将其直接归集至“移动营销服务”项目
	职工薪酬	斑马网人员薪酬	按照职工提供服务的受益对象，将相关人员薪酬直接归集至“移动营销服务”项目
	无形资产摊销	斑马网无形资产摊销	在无形资产使用寿命期内采用直线法系统合理摊销，将摊销金额直接归集至“移动营销服务”项目
技术开发服务	职工薪酬	相关人员薪酬	按照职工提供服务的受益对象，将相关人员薪酬直接归集至“技术开发服务”项目

②核算周期：均为一个月。

③核算流程：运营部、无线广告部、商务拓展部按月分别将本部门的业务台账、经本公司与供应商确认的结算单提交至财务部，经财务部核对无误后，财务部按照受益对象和受益期间将发生的渠道推广服务费、短信采购费、广告媒体资源费分配至“增值电信服务”、“移动营销服务”、“移动信息化服务”项目。

增值电信服务与移动营销服务开展过程中，公司对两类业务中渠道推广服

务采购合同的签订、对账结算均独立执行。财务部根据两项业务原始单据分别进行成本归集与核算，相关费用不存在混同情形。

人力资源部按月将员工工资表提交给财务部，经财务部核对无误后，财务部按照职工提供服务的受益对象将薪酬在成本费用之间进行分配，将相关人员的薪酬计入“移动营销服务”和“技术开发服务”项目。

财务部按月对无形资产在使用寿命期内采用直线法摊销，摊销金额按受益对象计入“移动营销服务”和“移动信息化服务”项目。

综上，主营业务成本中的职工薪酬下降的原因是由于公司业务调整，对斑马网运营岗的人员进行调岗和精简所致，具备业务合理性。

主营业务成本的归集和分配符合相关企业会计准则的规定，原始单据完整，内部控制完善，相关成本归集准确、完整。

（3）增值电信服务开展过程中不进行内容采购

公司增值电信服务包括对话费结算业务和信息交互类业务的服务。

在话费结算业务开展过程中，产业链中各环节承担的工作主要为：1）运营商提供话费计费代码并处理终端用户的话费结算请求；2）发行人将运营商的话费计费代码整合至 SDK，负责持续升级 SDK，并将 SDK 分发至优质渠道供应商；3）渠道供应商具备广泛的推广资源，将 SDK 分发给众多的手机应用 APP 服务商；4）手机应用 APP 服务商作为内容提供商，为终端用户提供游戏、视频、阅读等多种数字化产品。

在信息交互类业务开展过程中，产业链中各环节承担的工作主要为：1）运营商与发行人对产品进行产品方案策划、信息采集整理、技术研发测试等联合开发工作；2）渠道供应商将信息交互类产品通过广泛的渠道资源进行推广。在此类业务中，产品由运营商与发行人联合开发，不存在单独的内容提供商直接向终端用户提供内容。

公司向运营商收取服务费后，需要向渠道供应商支付推广费。公司以运营商业务管理平台传输的属于有效计费的信息费记录，作为与供应商计费结算的基础，分成比例为 65%至 80%。公司与渠道供应商对账无误后，将支付的推广费计入增值电信服务成本，符合《企业会计准则》的规定。

（4）公司及同行业可比公司各项业务与供应商对账产生差异的安排情况

①增值电信服务

公司按月向供应商发送账单，供应商进行核对。同行业公司未公开披露对供应商对账差异的安排，无法进行对比分析。

②移动信息化服务

公司移动信息化服务的供应商包括电信运营商和第三方供应商。1）电信运营商：一般以运营商账单为准；2）第三方供应商：供应商按月向本公司发送账单，公司进行核对，若差异率在合同约定范围以内，以供应商账单为准，若差异率超出此范围，双方进行明细数据的核对，查明差异后对核对后的差异进行协商处理。

同行业可比公司线上线下的供应商也包括电信运营商和第三方供应商。1）电信运营商：一般以运营商账单为准；2）第三方供应商：当差异在合同约定比例之内，双方根据合同约定的方式对差异进行处理、确认；当差异超出约定的比例范围，双方进行明细数据的核对，查明差异后对核对后的差异进行协商处理。

公司和同行业可比公司线上线下对供应商的对账差异的安排基本一致。

（三）毛利与毛利率分析

1、毛利分析

报告期内，公司毛利按业务的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值电信服务	**5,516.73**	**46.49%**	5,605.12	62.30%	7,459.35	93.00%
移动信息化服务	**5,602.44**	**47.21%**	1,872.54	20.81%	88.85	1.11%
移动营销服务	**565.07**	**4.76%**	1,121.72	12.47%	472.33	5.89%
技术开发服务	**181.61**	**1.53%**	397.33	4.42%	-	-
合计	**11,865.84**	**100.00%**	**8,996.71**	**100.00%**	**8,020.53**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，公司的毛利分别为 8,020.53 万元、8,996.71 万元和 **11,865.84 万元**，毛利随着公司经营规模的扩张逐年上升。报告期内，增值电信服务毛利占全部业务毛利的比例超过 **45%**，是公司毛利的主要来源**之一**；随着移动信息化服务的客户拓展和业务发展，此类业务贡献毛利金额增长较大，对毛利的贡献占比从 **2018 年的 1.11%**提高至 **2020 年的 47.21%**。由于移动信息化服务的毛利率相对较低，该业务毛利占比增长水平相比其收入占比增长缓慢，公司移动信息化服务的收入占比由 2019 年的 34.18%上升至 **2020 年的 73.48%**，但毛利占

比仅由 20.81%上升至 **47.21%**，主要是受供应商提价，短信采购价格上涨的影响。

2、毛利率分析

报告期内，公司各类服务的毛利率和销售占比情况如下表所示：

单位：万元

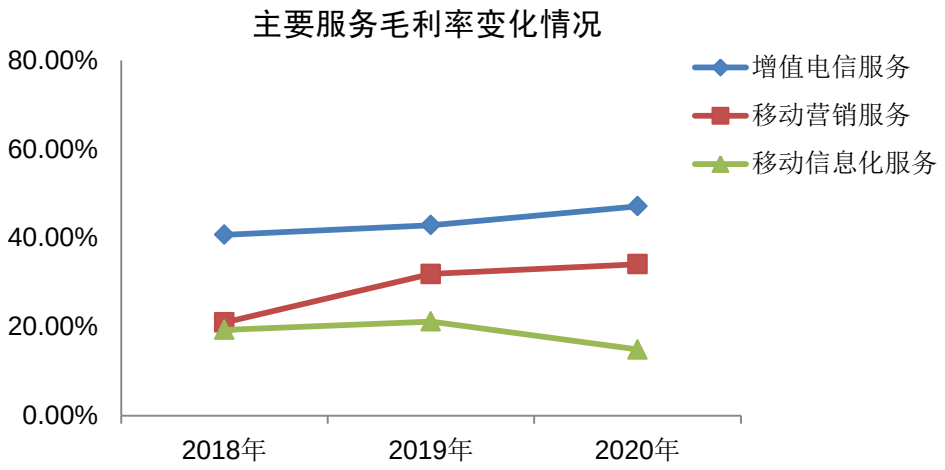
项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
增值电信服务	**47.14%**	**22.90%**	42.91%	50.55%	40.75%	87.11%
移动信息化服务	**14.92%**	**73.48%**	21.20%	34.18%	19.33%	2.19%
移动营销服务	**34.09%**	**3.24%**	31.90%	13.61%	21.00%	10.70%
技术开发服务	**93.91%**	**0.38%**	92.56%	1.66%	-	-
合计	**23.21%**	**100.00%**	**34.81%**	**100.00%**	**38.17%**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，公司的综合毛利率分别为 38.17%、34.81%和 **23.21%**，2020 年和 2019 年综合毛利率较前期有所下降。报告期内，公司综合毛利率变动主要是由公司各类业务的销售占比结构变动，且不同细分业务的毛利率有所波动导致。报告期内，增值电信服务和移动信息化服务两项业务的合计销售占比始终保持在84%以上，这两项业务的毛利率和销售占比是影响综合毛利率的主要因素。

2019 年，腾讯云、携程、国家电网等大型企业客户移动信息化服务采购需求增长较大，使得毛利率较低的移动信息化服务销售占比提升，因此公司综合毛利率较 2018 年有所下降。

2020 年，随着公司对腾讯云、国家电网等客户提供移动信息化服务的销售规模持续增长，加之公司 2019 年 10 月收购的久佳信通主营业务为移动信息化服务，公司移动信息化服务规模大幅增长，成为公司销售占比第一大的主营业务。同时由于运营商普调短信价格，短信采购价格的上涨使得移动信息化服务的毛利率由 2019 年的 21.20%下降至 **2020 年**的 **14.92%**。移动信息化服务的销售占比提升、毛利率下降导致公司综合毛利率下降。

报告期内，公司各类服务的毛利率变化情况如下图：



报告期内，公司增值电信服务和移动营销服务的毛利率整体呈上升趋势，移动信息化服务毛利率有所下降。报告期内，公司具体各项业务毛利率变动情况分析如下：

（1）增值电信服务

2018 年至 2020 年，公司增值电信服务的毛利率分别为 40.75%、42.91%和**47.14%**。**2018 年**至 2019 年，增值电信服务毛利率整体较为稳定。由于公司增值电信服务整体采购规模可观，且与主要供应商合作良好，2019 年下半年以来，公司与阳光河谷等主要供应商续签合同时就结算价格进行了重新谈判，取得了更为优惠的采购价格；同时公司从 2019 年开始陆续引入的新进供应商约定的结算价格也较为优惠，因此 2020 年毛利率有所提升。

（2）移动信息化服务

2018 年至 2020 年，公司移动信息化服务毛利率分别为 19.33%、21.20%和**14.92%**。**2018 年**至 2019 年毛利率较为稳定，2020 年移动信息化服务毛利率下降较多主要是由于短信采购成本的提高导致。从 2019 年下半年，三大运营商陆续调整短信价格，**2020 年**公司短信采购均价为 **0.0248** 元/条，较 2019 年短信采购均价 0.0225 元/条上涨了 **10.22%**。2020 年，由于运营商对短信价格提高幅度较大，且公司对客户的销售价格**具有滞后性**，移动信息化服务毛利率出现了较大幅度的下降。

（3）移动营销服务

2018 年至 2020 年，公司移动营销服务毛利率分别为 21.00%、31.90%和**34.09%**。报告期内，公司移动营销服务的毛利率波动主要由不同媒体资源的采购

价格、营销模式和销售规模有所差异导致，公司移动营销服务的销售占比较低，对公司综合毛利率影响较小。

①2019 年移动营销服务的毛利率大幅提升主要由新华社公众号业务的毛利率变动导致

2019 年，公司移动营销服务的毛利率大幅提升主要是由公司为新华社公众号提供媒体代理业务（以下简称“新华社公众号业务”）的毛利率变动导致，具体分析如下：

A.2018 年和 2019 年,公司新华社公众号业务和其他移动营销业务的毛利率、占移动营销业务销售收入比例情况如下：

项目	2019 年		2018 年	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
新华社公众号	51.87%	37.69%	12.32%	46.00%
其他业务	19.83%	62.31%	28.40%	54.00%
合计	**31.90%**	**100.00%**	**21.00%**	**100.00%**

B.通过因素替代法对 2018 年和 2019 年移动营销服务的毛利率变动原因进行分析如下：

项目	新华社公众号业务毛利率	新华社公众号业务销售占比	其他业务毛利率	其他业务销售占比	移动营销服务毛利率
	A	a	B	b	=A*a+B*b
2018 年	12.32%	46.00%	28.40%	54.00%	21.00%
1）替换新华社新华社公众号业务毛利率	51.87%	46.00%	28.40%	54.00%	39.19%
2)替换新华社新华社公众号业务销售占比	51.87%	37.69%	28.40%	54.00%	34.88%
3）替换其他业务的毛利率和销售占比	51.87%	37.69%	19.83%	62.31%	31.90%

由上表可见，2019 年公司移动营销服务的毛利率大幅提升主要是由新华社公众号业务毛利率变动导致。

②2019 年新华社公众号业务的毛利率变动原因

2018 年和 2019 年,公司新华社公众号业务的销售和采购金额变动情况如下：

单位：万元

销售金额			采购金额		
2019 年	2018 年	变动率	2019 年	2018 年	变动率
1,325.16	1,034.36	28.11%	637.86	906.88	-29.66%

A.销售方面

2017 年 10 月，公司开始代理新华社公众号的广告资源进行营销，2018 年此项业务尚处于市场培育期，2019 年随着公司此项业务运营更为成熟，2019 年销售金额较 2018 年增长了 28.11%。

2018年发行人将公众号的广告投放业务委托给广州美推，为提升推广效果，2019年以来发行人除广州美推外，也向包括华扬联众等广告代理公司进行推广，2018 年及 2019 年主要客户如下：

单位：万元

客户名称	2019 年		2018 年	
	销售金额	占比（%）	销售金额	占比(%)
广州美推网络科技有限公司	341.19	25.75	1,034.36	100.00
深圳市乐搜科技有限公司	305.66	23.07	-	-
广州市瀚拓广告有限公司	99.06	7.48	-	-
高陌（北京）科技有限公司	83.96	6.34	-	-
华扬联众数字技术股份有限公司	75.47	5.70	-	-
广州联络互通文化传播有限公司	66.98	5.05		
北京赛奥图科技发展有限公司	66.04	4.98		
中国新闻发展有限责任公司上海分公司	66.04	4.98		
太极星河（北京）文化传媒有限公司	66.04	4.98	-	-
合计	**1,170.44**	**88.33**	**1,034.36**	**100.00**

B.采购方面

2019 年新华社公众号业务成本下降主要原因系 2019 年签订了补充协议，原合同的合作期限及合同总金额发生了变动，2019 年度的摊销成本下降较多，具体过程如下：

根据约定，发行人向新华社公众号支付的合作费用包括独家代理费及广告信息发布服务费，总金额为 6,000 万元，合作期自 2017 年 11 月至 2022 年 12 月 31 日，2019 年 12 月新华社公众号与发行人签订了补充协议，合作期变更至 2020 年 3 月 31 日，合作费用修改为双方根据实际情况进行结算。

2018 年和 2019 年，因新华新媒自身占用部分广告资源，分别减免发行人信息发布服务费 200 万元。

报告期内，发行人根据与新华社公众号签订的合作协议以及合作补充协议将合作费用在各年度进行摊销；报告期内各年度摊销成本计算如下：

单位：万元

期间	每月摊销成本（a）	摊销月份(b)	应摊销金额(c=a*b)	减免金额（不含税）(d)	计入当期成本金额(e=c-d)
2018 年	91.30	12	1,095.56	188.68	906.88

单位：万元

期间	此合同总费用金额（不含税）(a)	已摊销成本(b)	摊余服务费(c=a-b)	剩余摊销月份(d)	每月摊销成本(e=c/d)	本期摊销月份(f)	本期应摊销金额(g=e*f)
2019 年	1,886.79	1,089.48	797.33	15	53.16	12	637.86

单位：万元

期间	截至 2019 年末未摊销金额	本期应当摊销金额
2020 年 1-3 月	159.47	159.47

注 1：服务费支付情况：合同总金额为 6,000.00 万元，发行人向新华新媒逐年支付，2017 年 10 月与 2019 年 2 月发行人分别向新华新媒支付 1,000.00 万元，共计 2,000.00 万元。

注 2：2018 年费用摊销情况：发行人将总费用 6,000.00 万元在原合作期内按月摊销，合作期自 2017 年 11 月至 2022 年 12 月 31 日，每月摊销金额为 91.30 万元（即 6,000/1.06/62）。因此，2018 年，发行人按照 91.3 万元/月进行费用摊销并计入成本，同时由于新华新媒减免发行人 2018 年度服务费用 200.00 万元，依据会计准则相关规定，发行人将该部分减免费用计入当年，相应减少当年成本 188.68 万元（即 200 万/1.06）。

注 3：2019 年 1 月-2020 年 3 月费用摊销情况：2019 年 12 月，根据发行人与新华新媒补充协议约定，合作期限调整至 2020 年 3 月 31 日，合同总服务费用变更为发行人已经实际支付的服务费 2,000.00 万元整。根据补充协议约定，双方不涉及退款或补偿，故此业务总成本为 1,886.79 万元（即 2,000/1.06）。

截至 2019 年初，摊余的合作服务费金额为 797.33 万元（即 1,886.79 万元-1,089.48 万元），剩余摊销月份为 15 个月，2019 年度每月摊销金额=摊余合作服务费/剩余摊销月份，2019 年 1 月至 2020 年 3 月，每月的摊销费用为 53.16 万元。

2019 年 12 月，发行人与新华新媒签订了补充协议，将合作截止期限调整为 2020 年 3 月 31 日，由于 2019 年度及 2020 年 1-3 月均属于合同履约期间，依据收入准则规定，补充协议下发行人的履约期间发生了变化，为了更准确反映业务的经济本质，符合收入成本配比原则，故将 2019 年度及 2020 年 1-3 月作为完整的履约期间进行处理，将剩余未摊销成本在上述期间内进行摊销。

保荐机构、申报会计师认为：参照《企业会计准则第 29 号--资产负债表日后事项》规定，资产负债表日后事项对资产负债表日的情况提供了进一步的证据，

证据表明的情况与原来的估计和判断不完全一致的，需对资产负债表日的财务报表进行调整。根据 2019 年 12 月发行人与新华新媒签订的补充协议，对合作期限及合作费用进行修改，相当于对原合作期限及费用做进一步确认，故发行人对 2019 年原摊销金额进行调整。此外，参考《企业会计准则第 21 号——租赁》第二十二条规定，对于经营租赁的租金，承租人应当在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益，根据补充协议，发行人将 2019 年度及 2020 年 1-3 月作为新的租赁期，将尚未摊销完毕的合作费用在合作期内按直线法进行摊销。发行人报告期内对新华社公众号业务摊销成本相关会计处理符合企业会计准则。

综上，2019 年公司移动营销服务的毛利率大幅提升，主要是由公司自身新华社公众号业务的业务模式调整导致，其中推广模式改变导致收入增长 28.11%，合作期的修改导致 2019 年度的摊销成本下降 29.66%，同行业可比公司不存在类似情形，因此无法就毛利率变动情况进行比较。

（4）技术开发服务

2019 年，鑫宇创世为进一步发展其移动营销业务，存在业务平台开发升级需求；同时，公司在移动营销领域具备丰富的运营经验和良好的技术积累，符合鑫宇创世的业务需求，双方经商务洽谈达成了合作，鑫宇创世将业务平台中的部分软件开发业务交由公司提供，公司为鑫宇创世开发了大数据行为统计分析和数据监控采集系统。公司为鑫宇创世提供技术开发服务主要是基于公司现有的软件系统，根据鑫宇创世的具体需求进行二次开发，公司开展此项业务无需对外采购，技术开发工作量较小，因此业务成本较低，相关成本主要为软件开发相关人员的薪酬，不涉及外部采购，因此毛利率较高，相关成本成本核算完整。

北京鑫宇创世科技有限公司（以下简称“鑫宇创世”）成立于 2011 年，为科达集团股份有限公司（科达股份，600986.SH）全资子公司，主营业务为通过数据分析为互联网各行业头部客户提供智能营销解决方案。科达股份 2019 年互联网服务业务收入为 188.00 亿元，整体业务规模较大。此次采购符合其经营范围及规模，具有合理性。

2020 年，公司通过招标方式获取合作机会，为北京中电普华信息技术有限公司完成了“短信平台深化提升项目”的开发工作。该项目为“网上国网服务提升工程 95598 核心业务系统支撑能力拓展建设”，是公司为国家电网客户服务中

心提供移动信息化服务的深入拓展。在具体项目执行中，公司完成了短信下行管理、短信上行管理、状态报告管理改造、敏感词管理、报表管理等 8 个功能项的需求分析、系统设计和开发工作，并完成了短信平台与网上国网、省市公司营销业务应用系统的集成开发实施工作。公司为中电普华提供技术开发服务主要是基于公司现有的移动信息化软件系统和核心技术积累，根据中电普华的具体需求进行二次开发，公司开展此项业务无需对外采购，技术开发工作量较小，因此业务成本较低，相关成本主要为软件开发相关人员的薪酬，不涉及外部采购，因此毛利率较高。

3、与可比上市公司毛利率比较

公司是一家移动互联网应用技术和信息服务提供商，业务领域涵盖增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务等方面，涉及细分业务领域较广。报告期内，增值电信服务和移动信息化服务两项业务为公司收入和利润的主要来源。目前国内还未有与公司的业务类型和业务结构完全相近的可比上市公司，根据公司业务的特性，综合考虑主营业务、服务应用领域及业务可比性等因素后，公司选取的同行业可比公司的可比业务毛利率与公司毛利率对比情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术-运营商增值服务业务		55.12%	57.66%
海联金汇-移动运营商计费结算服务		35.97%	81.89%
人民网-移动增值业务		51.32%	43.07%
梦网集团-云通信服务		18.06%	24.11%
吴通控股-移动信息服务		18.34%	21.72%
平均毛利率		**35.76%**	**45.69%**
挖金客	**23.21%**	34.81%	38.17%

注：截至本招股说明书签署日，可比公司尚未披露 **2020 年**相关数据。下同。

由上表可知，报告期内公司毛利率略低于同行业可比公司的可比业务平均毛利率，整体差异不大。公司与可比公司的可比业务毛利率存在差异主要由于具体业务结构、业务模式等因素不完全相同导致，具体如下：

（1）公司自身业务结构变动

公司主要的两项主营业务增值电信服务和移动信息化服务毛利率差异较大，其中移动信息化服务毛利率相对较低。报告期内，随着移动信息化服务销售占比显著提升，导致公司综合毛利率整体呈下降趋势。

（2）与海联金汇的比较分析：海联金汇存在净额确认收入的业务模式，且

存在业务调整

海联金汇存在按照运营商结算款项减去应支付各商户结算款之后的净额确认收入的情形，净额确认收入导致海联金汇 2018 年的毛利率显著高于公司和其他可比公司。此外，2019 年海联金汇对可比业务进行了调整，导致毛利率下降明显。

鉴于海联金汇的财务核算方式与公司及同行业可比公司存在显著差异，且其由于业务调整导致毛利率波动较大，如果剔除海联金汇，公司与其他同行业可比公司的毛利率比较情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术-运营商增值服务业务		55.12%	57.66%
人民网-移动增值业务		51.32%	43.07%
梦网集团-云通信服务		18.06%	24.11%
吴通控股-移动信息服务		18.34%	21.72%
平均毛利率		**35.71%**	**36.64%**
挖金客	**23.21%**	34.81%	38.17%

剔除海联金汇后，公司与同行业可比公司的平均毛利率差异较小，且报告期内变化趋势相同。

（3）与立昂技术、人民网的比较分析

公司的增值电信服务与立昂技术、人民网可比业务的毛利率比较情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术-运营商增值服务业务		55.12%	57.66%
人民网-移动增值业务		51.32%	43.07%
平均毛利率		**50.36%**	**50.36%**
挖金客	**47.14%**	42.91%	40.75%

①立昂技术同时提供内容和服务，发行人仅提供服务

立昂技术的运营商增值服务业务是为运营商增值业务基地平台提供阅读、视频、动漫、音乐、游戏等内容，并为运营商基地及其他内容供应商提供运营、推广等服务。公司主要为运营商增值电信业务提供技术支持、运营服务和营销推广等服务，但不提供产品内容。立昂技术是增值电信业务的内容提供商和服务提供商，公司是增值电信业务的服务提供商。业务内容的不同导致公司增值电信服务毛利率低于立昂技术。

②人民网此类业务包括自身运营模式，发行人均为向运营商提供服务

人民网作为综合性网络媒体，其移动增值业务包括通过自身运营和与运营商合作两种方式；而发行人增值电信服务均是向运营商提供，不存在自身直接面对终端用户运营的业务模式。业务模式不同使得发行人增值电信服务的毛利率与人民网存在一定差异。

（4）与梦网集团、吴通控股的比较分析

公司的移动信息化服务与梦网集团、吴通控股可比业务的毛利率比较情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
梦网集团-云通信服务		18.06%	24.11%
吴通控股-移动信息服务		18.34%	21.72%
平均毛利率		**18.20%**	**22.92%**
挖金客-移动信息化服务	**14.92%**	21.20%	19.33%

报告期内，公司移动信息化服务毛利率与梦网集团、吴通控股可比业务差别不大。2019 年，由于运营商提高短信价格，可比公司毛利率均有所下降；公司通过预付短信采购款锁定了部分短信采购价格，因此 2019 年此项业务毛利率变动不大。但 **2020 年**，短信采购价格提高对公司此项业务成本的影响开始显现，同时公司对客户的销售价格仍在逐步调整过程中，使得公司移动信息化服务毛利率下降至 **14.92%**，与同行业可比公司毛利率下降趋势保持一致。

公司与可比公司梦网集团移动信息化服务分季度的毛利率对比情况如下：

单位：万元

可比公司	2019 年一季度	2019 年二季度	2019 年三季度	2019 年四季度	2020 年一季度	2020 年二季度
挖金客-移动信息化服务	20.52%	20.11%	20.04%	21.71%	11.17%	15.45%
梦网集团-云通信	25.03%	20.27%	21.75%	11.80%		

注：可比公司数据来自梦网集团关于对深圳证券交易所问询函回复的公告，2020 年相关数据未披露。

通过预付短信采购款，公司 2019 年第四季度尚未受到调价的显著影响，但 2020 年受采购端供应商全面调价的影响、销售端尚未完成对全部客户的价格调整，公司 2020 年一季度移动信息化业务的毛利率水平下降较为明显，与同行业可比公司梦网集团的毛利率变化趋势一致，2020 年二季度随着公司对客户陆续进行价格调整，毛利率有所回升。

综上，报告期内公司毛利率略低于同行业可比公司的可比业务平均毛利率，整体差异不大。公司与可比公司的可比业务毛利率存在差异主要由于具体业务结构、业务模式等因素不完全相同导致，差异情况合理。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	期间费用率	金额	期间费用率	金额	期间费用率
销售费用	**572.85**	**1.12%**	417.53	1.62%	369.81	1.76%
管理费用	**907.59**	**1.78%**	859.68	3.33%	557.42	2.65%
研发费用	**1,259.68**	**2.46%**	844.93	3.27%	633.93	3.02%
财务费用	**-2.03**	**0.00%**	-23.64	-0.09%	-59.6	-0.28%
合计	**2,738.09**	**5.36%**	**2,098.50**	**8.12%**	**1,501.57**	**7.15%**

注：期间费用率=期间费用/营业收入（下同）

报告期内，公司期间费用规模整体相对稳定，期间费用占营业收入的比例分别为 7.15%、8.12%和 **5.36%**。2020 年，由于公司移动信息化服务规模增长较快，营业收入增长显著，各项期间费用涨幅小于营业收入，因此期间费用率略有下降。

1、销售费用

（1）销售费用构成及变动分析

报告期内，公司销售费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	**425.25**	**74.23%**	284.73	68.19%	269.09	72.76%
推广宣传费	**99.01**	**17.28%**	118.52	28.39%	70.01	18.93%
办公差旅费	**29.63**	**5.17%**	7.98	1.91%	18.5	5.00%
业务招待费	**18.58**	**3.24%**	3.22	0.77%	9.93	2.69%
其他	**0.39**	**0.07%**	3.09	0.74%	2.29	0.62%
合计	**572.85**	**100.00%**	**417.53**	**100.00%**	**369.81**	**100.00%**
销售费用率	**1.12%**		1.62%		1.76%	

2018 年至 2020 年，公司的销售费用分别为 369.81 万元、417.53 万元和 **572.85 万元**，占当期营业收入的比例分别为 1.76%、1.62%和 **1.12%**。公司的销售费用主要包括销售人员的职工薪酬和推广宣传费等。报告期内，公司销售费用随着主营业务收入的增长而相应增加，销售费用率较为稳定。公司与中国移动等客户合作多年，业务稳定，销售费用整体规模可控；此外，公司新增客户主要为

各行业大型企业，项目获取主要通过公开投标等方式，因此公司在市场开拓、业务招待等方面费用较少。

总体上看，公司销售费用占营业收入的比例变化不大，与公司经营情况相匹配。

（2）销售费用率分析

报告期内，公司销售费用率与可比上市公司具体对比情况如下表所示：

公司简称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术		2.11%	2.71%
海联金汇		5.26%	2.93%
人民网		17.14%	18.01%
梦网集团		8.39%	7.73%
吴通控股		2.62%	2.81%
平均值		**7.10%**	**6.84%**
挖金客	**1.12%**	1.62%	1.76%

公司的销售费用率低于可比上市公司，主要由于：1）较为集中的客户结构：报告期内，公司客户相对集中，主要客户为中国移动、腾讯云、国家电网、携程等大型企业，公司与上述主要客户合作长期稳定，合同续签需要的投入较少，客户维护等方面费用较低。2）客户开拓费用较少：公司主要通过公开招投标等方式与客户达成合作，市场开拓费用相对较少。3）公司客户均为企业客户，不面向终端用户进行营销，市场宣传推广费用较少。

报告期内，公司与主要同行业可比公司销售费用率构成情况如下：

期间	项目	挖金客	立昂技术	梦网集团	吴通控股	人民网	海联金汇
2019 年	职工薪酬	1.10%	1.16%	2.96%	1.88%	13.72%	1.21%
	推广宣传费	0.46%	0.18%	0.54%	0.25%	0.22%	2.48%
	咨询服务费	-	-	4.15%	0.03%	0.21%	-
	运费及包装费	-	-	0.17%	0.09%	-	1.00%
	项目前期费	-	0.20%	-	-	-	-
	其他	0.06%	0.57%	0.59%	0.37%	2.99%	0.56%
	合计	**1.62%**	**2.11%**	**8.39%**	**2.62%**	**17.14%**	**5.26%**
2018 年	职工薪酬	1.28%	1.65%	2.29%	1.89%	14.80%	1.02%
	推广宣传费	0.33%	0.03%	0.87%	0.37%	0.48%	0.36%
	咨询服务费	-	-	3.47%	0.05%	0.12%	-
	运费及包装费	-	-	0.38%	0.09%	-	0.95%
	项目前期费		0.37%	-	-	-	-

期间	项目	挖金客	立昂技术	梦网集团	吴通控股	人民网	海联金汇
	其他	0.15%	0.67%	0.71%	0.41%	2.61%	0.59%
	合计	**1.76%**	**2.71%**	**7.73%**	**2.81%**	**18.01%**	**2.93%**

注：同行业可比公司数据来均自其年报。

由上表可知，公司与同行业可比公司销售费用主要构成项目相近，职工薪酬均为销售费用中金额较大的一项。由于各公司主营业务的内容与模式不完全相同，部分可比公司销售费用中包括的项目前期费、咨询服务费、运费及包装费等项目公司并不适用，因此公司的销售费用率低于可比公司。具体分析如下：

①与立昂技术的比较分析：工程类业务导致存在项目前期费

立昂技术与公司的销售费用构成基本可比，但由于其主营业务除包含运营商增值服务外，还涉及公共安全系统工程、云计算服务和通信网络等工程类业务，因此销售费用中包含较大的项目前期费用。

②与梦网集团的比较分析：剥离业务导致存在咨询服务费

梦网集团因出售相关产业、聘请第三方提供设备维修等技术服务产生较高的咨询服务费，因此其销售费用率高于公司。

③与吴通控股的比较分析：存在通信智能制造业务

吴通控股与公司的销售费用构成基本可比，但其主营业务除移动信息服务外，还包括通信智能制造。由于业务构成不同导致其销售服务费、业务招待费和销售人员薪酬略高于公司。

④与人民网的比较分析：广告及宣传业务存在众多销售人员

人民网从事较大规模的广告及宣传服务，一般需要进行较多的市场开拓和客户关系维护，因此其销售人员众多，职工薪酬占比较高导致销售费用率远高于各可比公司。

⑤与海联金汇的比较分析：存在智能制造及金融科技服务业务

海联金汇的主营业务包括智能制造和金融科技服务。为开展智能制造服务业务海联金汇销售费用中包含运费及包装费。2019 年海联金汇为发展线下支付业务购买 POS 机导致推广宣传费大幅增加，销售费用率进一步攀升。因此其销售费用率高于公司。

综上，公司销售费用的构成合理，与同行业上市公司可比，不存在重大差异。除员工薪酬以外主要费用支付对象与公司不存在关联关系和其他利益安排，不存

在少计销售费用、关联方或潜在关联方为公司承担成本或代垫费用的情形。由于各公司主营业务的内容与模式不完全相同，公司的销售费用率低于同行业可比公司具备合理性。

2、管理费用

（1）管理费用构成及变动分析

报告期内，公司管理费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	**527.38**	**58.11%**	406.16	47.25%	327.2	58.70%
租金及物业水电	**164.61**	**18.14%**	101.74	11.83%	90.49	16.23%
办公差旅费	**73.43**	**8.09%**	36.87	4.29%	36.61	6.57%
中介机构费用	**40.15**	**4.42%**	239.54	27.86%	28.57	5.12%
董事津贴	**21.60**	**2.38%**	21.60	2.51%	21.60	3.88%
折旧摊销费	**9.55**	**1.05%**	4.88	0.57%	6.38	1.14%
其他	**70.86**	**7.81%**	48.90	5.69%	46.57	8.35%
合计	**907.59**	**100.00%**	**859.68**	**100.00%**	**557.42**	**100.00%**
管理费用率	**1.78%**		3.33%		2.65%	

2018 年至 2020 年，公司的管理费用分别为 557.42 万元、859.68 万元和 **907.59 万元**，占当期营业收入的比例分别为 2.65%、3.33%和 **1.78%**。公司的管理费用主要包括职工薪酬、与上市相关的中介机构费用、租金及物业水电等。报告期内，公司的管理费用整体呈上升趋势，与公司不断增长的业务规模趋势保持一致。2020 年，由于移动信息化业务收入的快速增长带动公司营业收入增长幅度远高于管理费用增长幅度，管理费用率有所下降。

（2）管理费用率分析

报告期内，公司管理费用率与可比上市公司具体对比情况如下表所示：

公司简称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术		6.32%	5.53%
海联金汇		8.31%	6.66%
人民网		10.86%	11.20%
梦网集团		9.11%	5.61%
吴通控股		4.81%	6.60%
平均值		**7.88%**	**7.12%**
挖金客	**1.78%**	3.33%	2.65%

各公司管理费用率差异主要由各公司发展阶段、业务规模等因素不同导致。公司管理费用低于同行业上市公司主要是由于：1）管理扁平化：公司内部组织结构较为简单，管理层级相对精简、高效，管理、财务、行政人员数量较少，同行业上市公司规模较大，组织结构相对复杂，使得公司管理人员工资及福利费较高；2）轻资产运营模式：公司一直采取轻资产的运营方式，管理用固定资产规模较小，使得公司折旧摊销、房产租赁、物业办公等费用均低于可比上市公司水平。

报告期内，公司管理费用的项目构成合理，与同行业上市公司可比，除员工薪酬以外主要费用支付对象与公司不存在关联关系和其他利益安排。公司管理费用归集完整，不存在少计管理费用、关联方或潜在关联方为公司承担成本或代垫费用的情形。

（3）上市发行费与管理费用-中介机构费用的勾稽关系

报告期内，公司“管理费用-中介机构费用”构成如下：

单位：万元

中介机构费用	2020 年	2019 年	2018 年
咨询费	**28.30**	**-**	**-**
评估费	**11.32**	11.32	-
保荐费	**-**	100.00	-
辅导费	**-**	19.43	8.33
律师费	**-**	47.17	-
审计费	**-**	56.60	18.87
其他	**0.53**	5.01	1.36
合计	**40.15**	**239.54**	**28.57**

2019 年，由于更换保荐人、申报期变更，前期计入其他流动资产的保荐费和律师费用转入“管理费用-中介机构费用”；此外由于收购久佳信通发生了审计、评估费用。

2019 年，公司与原保荐人招商证券签订终止辅导协议，因此将“其他流动资产”中 100.00 万元的保荐费转入“管理费用-中介机构费用”；由于报告期变更，公司将“其他流动资产”中 47.17 万元的律师费用转入“管理费用-中介机构费用”。因此，2019 年“管理费用-中介机构费用”中保荐费、律师费系自“其他流动资产”转入，此部分数据具有勾稽性。

3、研发费用

（1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	**595.62**	**47.28%**	443.90	52.54%	287.12	45.29%
软件开发及服务费	**451.05**	**35.81%**	202.62	23.98%	207.55	32.74%
租金及物业水电	**133.03**	**10.56%**	84.71	10.03%	76.97	12.14%
折旧摊销费	**57.86**	**4.59%**	17.77	2.10%	7.39	1.17%
办公差旅费	**17.30**	**1.37%**	41.51	4.91%	12.46	1.97%
其他	**4.82**	**0.38%**	54.42	6.44%	42.45	6.70%
合计	**1,259.68**	**100.00%**	**844.93**	**100.00%**	**633.93**	**100.00%**
研发费用率	**2.46%**		3.27%		3.02%	

2018 年至 2020 年，公司的研发费用分别为 633.93 万元、844.93 万元和 **1,259.68 万元**，占当期营业收入的比例分别为 3.02%、3.27%和 **2.46%**。公司研发费用主要项目为职工薪酬和软件开发及服务费。公司结合自身业务发展需求和技术特点，持续进行研发投入。报告期内，公司研发费用金额随公司业务发展有所增长，研发费用率较为稳定。

（2）研发项目具体情况

报告期内，公司研发项目具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	研发项目	整体预算	研发费用投入情况				实施进度
			2020 年	2019 年	2018 年	小计	
1	融合通信业务监控及服务保障平台	2,000.00	**616.65**	190.19	171.91	**978.75**	持续研发升级
2	挖金客业务运营管理平台	2,000.00	**323.12**	505.05	60.76	**888.93**	持续研发升级
3	AI 智能语音助手	200.00	**216.48**	-	-	**216.48**	**完成**
4	基于微服务架构的系统升级改造	500.00	**103.43**	-	-	**103.43**	持续研发升级
5	数据统计平台	450.00	**-**	-	137.44	**137.44**	完成
6	移动新媒体管理平台	300.00	**-**	-	263.81	**263.81**	完成
7	移动应用软件开发	150.00	**-**	149.69	-	**149.69**	完成
合计			**1,259.68**	**844.93**	**633.93**	**2,738.54**	

（3）研发费用率分析

报告期内，公司研发费用率与可比上市公司具体对比情况如下表所示：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
立昂技术		3.40%	2.95%
海联金汇		4.36%	3.50%
人民网		2.28%	1.75%
梦网集团		4.21%	4.96%
吴通控股		3.55%	5.30%
平均值		**3.56%**	**3.69%**
挖金客	**2.46%**	3.27%	3.02%

报告期内，公司研发费用率与可比上市公司平均值较为接近，不存在明显差异。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
利息支出	**-**	-	-
减：利息收入	**6.55**	30.35	61.38
利息净支出	**-6.55**	-30.35	-61.38
手续费及其他	**4.52**	6.71	1.78
合计	**-2.03**	**-23.64**	**-59.60**
财务费用率	**0.00%**	-0.09%	-0.28%

2018 年至 2020 年，公司的财务费用分别为-59.60 万元、-23.64 万元和**-2.03 万元**。公司的财务费用主要为利息收入及少量金融机构手续费。

5、期间费用在不同业务中的分配过程

主要期间费用项目在不同业务中的分配过程如下：

（1）职工薪酬：按照职工提供服务的受益对象，将薪酬分别计入销售费用、管理费用及研发费用。公司的主要业务岗位有策划与设计岗、技术研发岗、商务管理岗和运营岗等，同时财务部、行政部、人事部等后台部门支撑业务部门的综合工作。其中，商务管理岗人员的薪酬计入销售费用，财务部、行政部、人事部等后台部门人员的薪酬计入管理费用，策划与设计岗、技术研发岗人员的薪酬计入研发费用。

（2）推广宣传费：于推广宣传费用发生时，按照权责发生制原则直接计入销售费用“推广宣传费”项目中。

（3）中介机构费用：对于应当计入当期损益的中介机构费用，于满足相应

条件的当期，直接计入管理费用“中介机构费用”项目中。

（4）租金及物业水电：按照权责发生制和配比原则，将租金及物业水电按照使用部门及使用面积分配至期间费用。

（5）软件开发及维护费：根据使用部门及受益对象，按照权责发生制原则将软件开发及维护费计入研发费用“软件开发及维护费”中。

此外，对于研发费用，公司根据各类费用对应的研发项目，将其归集至各研发项目当中；对于财务费用，公司设置了“利息支出”、“利息收入”、“银行手续费及其他”项目，于费用发生时计入相应项目。

报告期内，公司费用归集完整，分配合理，符合企业会计准则中权责发生制及配比原则，核算方法准确，期间费用完整。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司的税金及附加构成比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
城市维护建设税	**16.09**	**47.61%**	31.77	44.63%	30.32	49.53%
教育费附加	**7.72**	**22.84%**	14.31	20.11%	14.31	23.38%
地方教育附加	**5.15**	**15.23%**	9.54	13.40%	9.54	15.59%
残疾人税金保障金	**3.39**	**10.04%**	-	-	-	-
印花税	**1.41**	**4.16%**	4.03	5.66%	0.18	0.29%
车船税	**0.04**	**0.12%**	0.02	0.02%	-	-
文化事业建设费	**-**	**-**	11.52	16.18%	6.86	11.21%
合计	**33.80**	**100.00%**	**71.20**	**100.00%**	**61.20**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，公司税金及附加金额分别为 61.20 万元、71.20 万元和 **33.80 万元**，公司缴纳的税金及附加主要包括城市维护建设税和教育费附加等。

2、其他收益

2018 年至 2020 年，公司其他收益金额分别为 1.40 万元、66.81 万元和 **243.15 万元**。报告期内，公司其他收益主要包括进项税加计抵扣和个税手续费返还，**其构成情况如下所示：**

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
进项税加计扣除	242.26	99.64%	66.62	99.71%	-	-
个税扣缴税款手续费返还	0.89	0.36%	0.20	0.29%	1.40	100.00%
合计	243.15	100.00%	66.81	100.00%	1.40	100.00%

3、投资收益

报告期内，公司投资收益的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
理财产品收益	256.61	305.49	228.74
取得联营企业控股后，原股权按公允价值重新计量产生的利得	-	4,976.16	-
处置股权收益	-	248.68	-
权益法核算的长期股权投资收益	-12.72	440.84	71.74
合计	243.90	5,971.17	300.49

2019 年 10 月，公司收购久佳信通股权并形成非同一控制下企业合并，企业合并具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来的重大资产重组情况”。本次合并前，公司持有久佳信通 28%的股权；本次合并后，公司持有久佳信通 51%的股权。由于此次企业合并，公司原持有股权按公允价值重新计量产生的利得计算情况如下：

（1）在个别财务报表中，应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本，不涉及其他综合收益，具体计算如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值	1,323.84
购买日新增投资成本	5,175.00
初始投资成本	6,498.84

（2）合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，具体计算过程如下：

单位：万元

项目	金额

购买日之前原持有股权在购买日的公允价值	6,300.00
减：购买日之前原持有股权在购买日的账面价值	1,323.84
购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的投资收益	**4,976.16**

2019 年 6 月，公司处置星空合众股权产生投资收益 248.68 万元。此外，为充分利用经营活动中产生的暂时闲置资金创造收益，公司购买了相关短期理财产品，报告期各期公司的理财产品收益整体较为稳定。报告期内，权益法核算的长期股权投资收益明细情况详见本节之“十二、资产质量分析”之“（一）资产构成及变动分析”之“3、非流动资产构成及变动分析”。

4、营业外收支情况

报告期内，公司营业外收支的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
与企业日常活动无关的政府补助	**9.23**	1.21	33.77
其他	**54.58**	25.58	22.72
营业外收入合计	**63.81**	**26.79**	**56.49**
非流动资产毁损报废损失	**2.63**	-	0.67
其他	**1.08**	-	-
营业外支出合计	**3.71**	**-**	**0.67**
营业外收支净额	**60.10**	**26.79**	**55.82**
营业外收支净额/利润总额	**0.63%**	**0.21%**	**0.82%**

报告期内，公司营业外收支金额较小，未对经营成果构成重大影响。公司营业外收入主要为与收益相关的、与企业日常活动无关的政府补助，**2018 年至 2020 年**金额分别为 33.77 万元、1.21 万元和 **9.23 万元**。政府补助明细情况如下表所示：

单位：万元

补助项目	依据	2020 年	2019 年	2018 年
北京市支持企业稳定就业补贴	**北京市人力资源和社会保障局《北京市人力资源和社会保障局关于进一步做好失业保险稳岗返还工作有关问题的通知》（京人社就字〔2020〕 33 号）**	**4.33**	**1.21**	**-**

补助项目	依据	2020 年	2019 年	2018 年
改制上市和并购支持资金	**中关村科技园区管理委员会《关于印发<中关村国家自主创新示范区促进科技金融深度融合创新发展支持资金管理办法实施细则（试行）>的通知》（中科园发〔2019〕7号）**、中关村科技园区管理委员会《关于印发<中关村国家自主创新示范区企业改制上市和并购支持资金管理办法>》（中科园发[2015]62 号）、中关村科技园区管理委员会《关于对 2018 年度第一批中关村企业改制挂牌上市和并购支持项目予以公示的通知》	**4.00**	-	32.63
其他		**0.90**	-	1.14
合计		**9.23**	1.21	**33.77**

（六）非经常性损益、合并报表范围以外的投资收益对公司盈利能力的影响

报告期内，公司非经常性损益和合并报表范围以外投资收益占净利润的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
归属于母公司股东的净利润	**7,217.75**	11,631.60	6,153.96
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	**398.69**	5,373.93	249.11
非经常性损益/归属于母公司股东的净利润	**5.52%**	**46.20%**	**4.05%**
合并报表范围以外的投资收益	**-12.72**	5,665.68	71.74
合并报表范围以外的投资收益/归属于母公司股东的净利润	**-0.18%**	**48.71%**	**1.17%**

2018 年至 2020 年，非经常性损益占净利润的比例分别为 4.05%、46.20%和**5.52%**，合并报表范围以外投资收益占净利润的比例分别为 1.17%、48.71%和**-0.18%**。2019 年数据主要受公司收购久佳信通股权时原股权按公允价值重新计量产生投资收益影响。

剔除 2019 年公司收购久佳信通产生投资收益的因素影响后，公司非经常性损益和合并报表范围以外投资收益占净利润的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
归属于母公司股东的净利润	**7,217.75**	6,655.43	6,153.96
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	**398.69**	397.77	249.11
非经常性损益/	**5.52%**	**5.98%**	**4.05%**

项目	2020 年	2019 年	2018 年
归属于母公司股东的净利润			
合并报表范围以外的投资收益	**-12.72**	689.52	71.74
合并报表范围以外的投资收益/归属于母公司股东的净利润	**-0.18%**	**10.36%**	**1.17%**

剔除 2019 年公司收购久佳信通产生投资收益的因素影响后，**2018 年至 2020 年**，非经常性损益占净利润的比例分别为 4.05%、5.98%和 **5.52%**，合并报表范围以外投资收益占净利润的比例分别为 1.17%、10.36%和**-0.18%**，比例均较低，公司不存在对非经常性损益和合并报表范围以外投资收益的依赖，非经常性损益和合并报表范围以外投资收益对公司盈利能力以及持续经营能力不构成实质性影响。

（七）纳税分析

1、报告期内公司主要税种纳税情况

根据容诚会计师事务所出具的《主要税种纳税及税收优惠情况的鉴证报告》（**容诚专字[2021] 100Z0031 号**），报告期内，公司主要税种缴纳情况如下。

（1）增值税

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
期初未交数	**218.22**	20.00	57.16
本期应交数	**399.65**	586.00	485.58
本期已交数	**354.43**	387.78	522.75
期末未交数	**263.44**	218.22	20.00

注：增值税的期末未交数与经审计财务报表中应交税费明细的差异，系经审计的财务报表将公司及子公司期末待抵扣增值税重分类至其他流动资产所致。

（2）企业所得税

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
期初未交数	**502.51**	255.62	74.04
本期应交数	**1,093.20**	845.60	674.49
本期已交数	**905.27**	598.71	492.91
期末未交数	**690.44**	502.51	255.62

注：企业所得税的期末未交数与经审计财务报表中应交税费明细的差异，系经审计的财务报表将公司及子公司各报告期期末预缴的企业所得税重分类至其他流动资产所致。

2、所得税费用与利润总额的关系

报告期内，公司所得税费用和利润总额的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
利润总额	**9,563.68**	12,761.48	6,835.67
按法定/适用税率计算的所得税费用	**1,434.55**	1,914.22	1,025.35
子公司适用不同税率的影响	**-271.14**	-231.68	-282.32
调整以前期间所得税的影响	**11.95**	-0.87	-0.01
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	**6.46**	1.78	1.08
加计扣除影响	**-125.38**	-127.06	-55.39
权益法核算的长期股权投资收益	**1.91**	-814.97	-10.76
税率调整导致期初递延所得税资产/负债余额的变化	**-**	-	3.77
所得税费用	**1,058.35**	**741.42**	**681.72**

报告期内，公司及其子公司税收优惠情况详见本节之“九、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策”之“（二）税收优惠”。

报告期内，公司及子公司适用的税收政策未发生重大变化。未来如果国家对上述税收优惠政策进行调整，或公司及子公司在以后年度不再满足上述税收优惠的条件，或将对公司的利润水平产生一定的影响。

（八）利润来源分析

报告期内，公司利润的主要来源情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占利润总额比例	金额	占利润总额比例	金额	占利润总额比例
业务经营收益	**9,016.53**	**94.28%**	6,696.70	52.48%	6,477.97	94.77%
投资收益、其他收益	**487.04**	**5.09%**	6,037.98	47.31%	301.89	4.42%
营业利润	**9,503.58**	**99.37%**	**12,734.69**	**99.79%**	**6,779.86**	**99.18%**
营业外收支净额	**60.10**	**0.63%**	26.79	0.21%	55.82	0.82%
利润总额	**9,563.68**	**100.00%**	**12,761.48**	**100.00%**	**6,835.67**	**100.00%**
净利润	**8,505.32**		**12,020.06**		**6,153.96**	

注：业务经营收益=营业收入-营业成本-税金及附加-期间费用+信用减值损失+资产减值损失

2018 年至 2020 年，公司业务经营收益占利润总额的比例分别 94.77%、52.48%和 **94.28%**。2019 年，公司收购久佳信通股权时原股权按公允价值重新计量产生投资收益 4,979.16 万元，剔除此项因素影响之后，公司利润主要来源情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占利润总额比例	金额	占利润总额比例	金额	占利润总额比例
业务经营收益	**9,016.53**	**94.28%**	6,696.70	86.02%	6,477.97	94.77%
投资收益、其他收益	**487.04**	**5.09%**	1,061.82	13.64%	301.89	4.42%
营业利润	**9,503.58**	**99.37%**	**7,758.52**	**99.66%**	**6,779.86**	**99.18%**
营业外收支净额	**60.10**	**0.63%**	26.79	0.34%	55.82	0.82%
利润总额	**9,563.68**	**100.00%**	**7,785.31**	**100.00%**	**6,835.67**	**100.00%**
净利润	**8,505.32**		**7,043.89**		**6,153.96**	

剔除 2019 年公司收购久佳信通产生投资收益的因素影响后，公司业务经营收益占利润总额的比例均在 85%以上，业务经营收益是公司利润的主要来源。

报告期内，公司的利润总额和净利润持续增长，一方面是由于公司业务规模不断扩大，主营业务收入稳步增长，公司业绩随之增长；另一方面，公司保持了良好的管理水平及成本费用控制能力，保证了公司的盈利水平。报告期内，公司净利润主要来源于公司的主营业务，公司主营业务具有良好的盈利能力。

十二、资产质量分析

（一）资产构成及变动分析

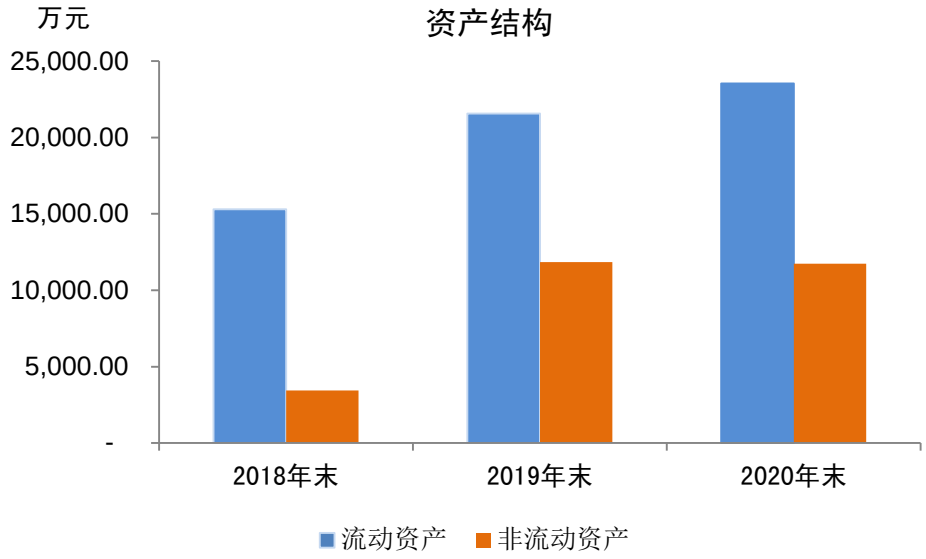
1、资产构成及变动分析

报告期各期末，公司资产结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	**23,534.56**	**66.73%**	21,576.71	64.56%	15,312.87	81.62%
非流动资产	**11,732.09**	**33.27%**	11,842.63	35.44%	3,448.83	18.38%
合计	**35,266.65**	**100.00%**	**33,419.35**	**100.00%**	**18,761.71**	**100.00%**

2018 年末至 2020 年末，公司资产总额分别为 18,761.71 万元、33,419.35 万元和 **35,266.65 万元**，整体呈增长趋势。报告期内公司资产总额的增长主要来源于公司业务规模扩大所带来的流动资产增长和企业合并所带来的非流动资产增长。报告期各期末，公司总资产具体构成情况如下图所示：



报告期内，公司业务开展以技术支撑为依托、以各类服务为载体，采用轻资产经营模式，公司流动资产占总资产的比重分别为 81.62%、64.56%和 **66.73%**，资产结构中流动资产占比较高，符合所处行业的轻资产经营特点。

2、流动资产构成及变动分析

公司流动资产总额整体呈增长趋势，结构较为稳定，其中货币资金、应收账款和预付款项所占比重较大。报告期各期末，公司流动资产的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	**9,481.93**	**40.29%**	9,813.59	45.48%	13,257.41	86.58%
应收账款	**9,104.98**	**38.69%**	8,017.98	37.16%	1,713.47	11.19%
预付款项	**4,173.10**	**17.73%**	3,231.99	14.98%	109.93	0.72%
其他应收款	**254.79**	**1.08%**	243.17	1.13%	77.07	0.50%
其他流动资产	**519.76**	**2.21%**	269.98	1.25%	155	1.01%
流动资产合计	**23,534.56**	**100.00%**	**21,576.71**	**100.00%**	**15,312.87**	**100.00%**

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	**5.98**	**0.06%**	7.98	0.08%	1.04	0.01%

银行存款	**9,475.14**	**99.93%**	9,805.49	99.92%	13,255.40	99.98%
其他货币资金	**0.81**	**0.01%**	0.12	0.00%	0.96	0.01%
合计	**9,481.93**	**100.00%**	**9,813.59**	**100.00%**	**13,257.41**	**100.00%**

2018 年末至 2020 年末，公司货币资金分别为 13,257.41 万元、9,813.59 万元和 **9,481.93 万元**，占流动资产的比重分别为 86.58%、45.48%和 **40.29%**。公司货币资金主要为银行存款，其规模与公司日常所需资金量相适应，能够满足公司日常经营周转的需要。报告期各期末，公司货币资金余额变动主要受公司日常经营活动收付款项和分配股利影响。

（2）应收账款

①应收账款变动原因分析

A.应收账款的金额及总体变动分析

2018 年末至 2020 年末，公司应收账款账面价值分别为 1,713.47 万元、8,017.98 万元和 **9,104.98 万元**，占当期流动资产的比重分别为 11.19%、37.16%和 **38.69%**。公司 2019 年末应收账款金额较 2018 年增长 6,304.51 万元，增幅达 367.94%，主要由于久佳信通整体销售规模较大，且其从事的移动信息化服务具备一定的季节性，往往四季度销售金额较高，导致久佳信通年末处于账期内的应收账款金额达 5,490.70 万元。鉴于公司 2019 年 10 月完成了对久佳信通的收购，公司将久佳信通纳入合并范围导致 2019 年末公司应收账款金额增长显著。**2020 年末应收账款较 2019 年末增长 1,087.00 万元，增幅为 13.56%，主要是随公司的销售规模增长而增加。**

B.久佳信通的应收账款情况

a.久佳信通的销售存在季节性的原因及合理性

久佳信通主要从事移动信息化服务，满足各行业企业通过移动通信网络实现用户身份验证、提醒通知、信息确认等功能需求。久佳信通已与卓望信息、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了稳定合作关系，客户类别广泛遍布于各个行业。此项业务的销售规模主要取决于客户的短信发送需求。短信发送量在“双十一”、“双十二”等商家购物促销活动期间存在较为明显的提升，从而导致久佳信通的销售具备一定的季节性，往往四季度销售规模较高。

b.按季度列示**报告期内**久佳信通营业收入、应收账款余额

期间	项目	第一季度末/第一季度	第二季度末/第二季度	第三季度末/第三季度	第四季度末/第四季度

期间	项目	第一季度末/第一季度	第二季度末/第二季度	第三季度末/第三季度	第四季度末/第四季度
2018 年	应收账款余额	469.98	1,167.42	1,303.12	1,262.21
	营业收入	634.43	2,452.62	2,178.95	3,123.65
2019 年	应收账款余额	1,525.17	2,185.17	3,343.86	5,490.70
	营业收入	2,724.86	3,548.44	5,034.26	7,220.10
2020 年	应收账款余额	3,468.81	4,477.55	**4,851.85**	**6,580.94**
	营业收入	4,460.48	5,619.96	**6,516.00**	**11,852.23**

报告期内，久佳信通各年四季度销售规模均较高，呈现一定的季节性特征。

报告期内，久佳信通各季度应收账款期末余额的变动主要受当季度收入的变动影响所致，随收入规模变动而同步变动。久佳信通对客户的信用期一般为 2-3 个月，故各季度末的应收账款主要为各季度末前 2-3 个月销售金额。

2019 年三季度、四季度末应收账款余额较大，主要原因系当季度收入增长所致，2019 年 8 月、9 月含税销售收入合计 3,829.86 万元，占 9 月末应收账款余额的 114.53%；2019 年 11 月、12 月含税销售收入合计 5,659.34 万元，占 12 月末应收账款余额的 103.07%。

2020 年一季度末，应收账款金额较大，主要原因系受疫情影响，客户回款延缓所致；二季度末应收账款金额较大，主要原因系 5 月、6 月收入增长所致，2020 年 5 月、6 月含税销售收入合计 4,235.63 万元，占 6 月末应收账款余额的 94.60%；**2020 年三季度和四季度，随着营业收入的增长，各季度末的应收账款余额相应有所增长。**

c.2019 年久佳信通应收账款变动情况及原因

2018 年、2019 年久佳信通期末应收账款余额、当年 11 月-12 月收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年
期末应收账款余额	5,490.70	1,262.21
当年 11-12 月营业收入（含税）	5,659.34	2,284.91
应收账款余额/11-12 月营业收入（含税）	97.02%	55.24%

久佳信通对客户的信用期一般为 2-3 个月。2018 年末和 2019 年末，久佳信通应收账款余额占当年 11 月-12 月含税营业收入比例分别为 55.24%和 97.02%，期末应收账款主要是因为年末最后 2 个月实现的销售尚在信用期内未回款所致。年末最后 2 个月销售规模的增长是应收账款大幅增加的主要原因。

（a）2018 年 11-12 月久佳信通主要销售对象（主要客户）及应收账款余额较大客户、销售金额、销售时点、应收账款余额情况

单位：万元

序号	客户名称	当期 11-12 月销售金额（含税）	应收账款期末余额	应收账款余额/11-12 月销售金额（含税）	应收账款余额对应销售期间
1	江苏云之树科技有限公司	371.11	173.16	46.66%	当期 12 月
2	杭州南讯软件科技有限公司	282.90	155.21	54.86%	当期 12 月
3	杭州数云信息技术有限公司	219.41	219.40	100.00%	当期 11-12 月
4	北京创锐文化传媒有限公司	127.75	70.84	55.45%	当期 12 月
5	苏州斯佰德数据信息科技有限公司	126.44	-	-	不适用
6	北京融七牛信息技术有限公司	122.23	60.18	49.24%	当期 12 月
7	广州酷狗计算机科技有限公司	101.74	54.73	53.79%	当期 12 月
8	北京蓝鲸联众科技有限公司	80.44	5.23	6.50%	当期 12 月部分款项
9	北京首信云都科技有限公司	78.66	-	-	不适用
10	新联协同通信技术（北京）有限公司	76.52	5.85	7.65%	当期 12 月部分款项
11	北京小米支付技术有限公司	62.63	62.63	100.00%	当期 11-12 月
12	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	50.69	50.69	100.00%	当期 11-12 月
13	深圳市微网物联科技有限公司	50.03	49.15	98.25%	当期 11-12 月
14	北京豪讯恒业信息有限公司	34.56	69.04	199.79%	当期 10-12 月
合计		**1,785.11**	**976.11**	**54.68%**	

注：主要客户为久佳信通 2018 年 11-12 月含税营业收入前十大，应收账款余额较大客户为 2018 年末应收账款余额前十大客户，选取客户的销售金额合计数占久佳信通 2018 年 11-12 月份含税收入的 78.13%，应收账款余额占久佳信通 2018 年 12 月 31 日应收账款余额的 77.33%。

（b）2019 年 11-12 月份久佳信通主要销售对象（主要客户）及应收账款余额较大客户、销售金额、销售时点、应收账款余额情况

单位：万元

序号	客户名称	当期 11-12 月销售金额（含税）	应收账款期末余额	应收账款余额/11-12 月销售金额（含税）	应收账款余额对应销售期间
1	卓望信息	3,380.23	3,400.83	100.61%	当期 10-12 月
2	小米科技有限责任公司	214.96	252.35	117.39%	当期 10-12 月

序号	客户名称	当期11-12月销售金额（含税）	应收账款期末余额	应收账款余额/11-12月销售金额（含税）	应收账款余额对应销售期间
3	广州酷狗计算机科技有限公司	209.7	151.49	72.24%	当期12月
4	北京趣拿软件科技有限公司	198.33	104.87	52.88%	当期12月
5	杭州数云信息技术有限公司	137.21	48.51	35.36%	当期12月
6	杭州网易再顾科技有限公司	131.4	71.17	54.16%	当期11-12月
7	掌上通联（北京）科技有限公司	126.64	40.75	32.18%	当期12月
8	杭州南讯软件科技有限公司	117.69	46.35	39.39%	当期12月
9	北京口袋时尚科技有限公司	105.08	49.62	47.22%	当期12月
10	江苏云之树科技有限公司	2.23	547.69	24,563.82%	当期8-12月
11	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	100.85	100.85	100.00%	当期11-12月
12	北京爱奇艺科技有限公司	63.93	64.61	101.07%	当期11-12月
13	北京凯乐鹏达科技有限公司	58.61	58.61	100.00%	当期11-12月
合计		4,846.86	4,937.71	101.87%	

注：主要客户为久佳信通2019年11-12月含税营业收入前十大，应收账款余额较大客户为2019年末应收账款余额前十大客户，选取客户的销售金额合计数占久佳信通2019年11-12月份含税收入的85.64%，应收账款余额占久佳信通2019年12月31日应收账款余额的89.93%。

如上表所示，久佳信通2019年末应收账款余额占当年11月-12月含税营业收入比例较2018年大幅上升，主要系受个别客户影响：1）2018年末应收账款余额对应的销售期间主要为当期11月-12月；2）2019年末由于对卓望信息的应收账款尚在信用期内未回款，2019年末久佳信通对其应收账款余额对应的销售期间为当期10月-12月；3）江苏云之树部分应收账款逾期，导致2019年末久佳信通对其应收账款余额对应的销售期间为当期8-12月。如果剔除卓望信息和江苏云之树的影响，2019年末应收账款余额占11-12月份含税收入的比例为67.55%，与同比的55.24%差异不大。

C、剔除久佳信通合并影响后，发行人2019年期末应收账款余额增长的原因

剔除久佳信通合并影响后，2018年、2019年公司期末应收账款余额、当年10/11月-12月收入情况如下：

单位：万元

业务类别	项目	2019年	2018年

业务类别	项目	2019 年	2018 年
增值电信服务	期末应收账款余额	974.32	1,540.81
	当年 11-12 月营业收入（含税）	1,794.72	3,211.08
	应收账款余额/11-12 月营业收入（含税）	54.29%	47.98%
移动信息化服务	期末应收账款余额	858.16	49.01
	当年 11-12 月营业收入（含税）	1,815.94	112.17
	应收账款余额/11-12 月营业收入（含税）	47.26%	43.69%
移动营销服务	期末应收账款余额	1,125.89	217.25
	当年 10-12 月营业收入（含税）	1,562.26	440.38
	应收账款余额/10-12 月营业收入（含税）	72.07%	49.33%

如上表所示，根据公司对不同业务类型主要客户的信用期政策，将公司 2018 年末和 2019 年末的应收账款余额与当年 10/11 月-12 月的含税营业收入进行比较，期末应收账款主要是因为年末最后 2-3 个月实现的销售尚在信用期内未回款所致。年末最后 2-3 个月销售规模的增长是应收账款大幅增加的主要原因。

如上表所示，2019 年最后 2-3 个月公司主要是移动营销服务和移动信息化服务销售规模较上年增长较大，导致应收账款随之大幅增加。1）公司从 2019 年 8 月起开始为电动邦、车云网等媒体开展媒体代理业务，由于新业务的开展，公司 2019 年最后 2-3 个月移动营销服务销售规模有所增长，这类业务在广告执行后，公司依据与客户核对无误后的对账单进行收入确认；2）2019 年，随着公司与腾讯云、携程、国家电网等大型企业客户的合作深入，移动信息化服务规模增长显著，这类业务每月公司依据与客户核对无误后的对账单进行收入确认。2018 年和 2019 年 11 月-12 月公司移动信息化服务的营业收入（含税）、对应期间的短信发送量情况如下：

项目	2019 年 11-12 月	2018 年 11-12 月
营业收入（含税）（万元）	1,815.94	112.17
短信发送量（万条）	64,611.24	4,204.85
短信销售均价（元/条）	0.028	0.027

综上，年末最后 2-3 个月销售规模的增长是是 2019 年末公司应收账款余额大幅增加的主要原因。公司依据与客户核对无误后的对账单进行收入确认，不存在提前确认收入情形。

D、主要客户和新增客户的销售金额和应收账款余额变动情况

a.增值电信服务

单位：万元

单位名称	项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
中国移动通信集团江苏有限公司	应收账款期末余额	**763.79**	948.06	1,531.63
	销售收入	**11,635.33**	13,028.58	18,237.46

报告期各期末，公司对中国移动通信集团江苏有限公司的应收账款余额**有所下降**，主要系公司增值电信服务收入规模下降所致。

b.移动信息化服务

单位：万元

序号	单位名称	项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
1	腾讯云计算（北京）有限责任公司	应收账款期末余额	**1,173.81**	556.32	5.46
		销售收入	**8,025.32**	2,337.15	124.11
2	卓望信息技术（北京）有限公司	应收账款期末余额	**1,722.60**	3,237.27	-
		销售收入	**5,814.70**	3,054.02	-
3	国家电网有限公司客户服务中心	应收账款期末余额	**30.00**	106.96	2.27
		销售收入	**2,090.14**	409.39	7.06
4	北京奇保信安科技有限公司	应收账款期末余额	**2.52**	-	-
		销售收入	**721.60**	-	-
5	新联协同通信技术（北京）有限公司	应收账款期末余额	**74.97**	0.17	-
		销售收入	**967.76**	0.72	-
6	北京爱奇艺科技有限公司	应收账款期末余额	**163.06**	64.61	-
		销售收入	**1,156.51**	60.31	-
7	卓望信息网络（深圳）有限公司	应收账款期末余额	**399.26**	163.56	-
		销售收入	**882.14**	134.87	-
8	广州酷狗计算机科技有限公司	应收账款期末余额	**104.03**	151.49	-
		销售收入	**1,069.03**	197.83	-
9	杭州数云信息技术有限公司	应收账款期末余额	**91.34**	48.51	-
		销售收入	**1,223.96**	129.44	-
10	小米科技有限责任公司	应收账款期末余额	**-**	252.35	-
		销售收入	**603.70**	202.80	-
11	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	应收账款期末余额	**145.72**	100.85	-
		销售收入	**580.47**	95.14	-
12	中国移动通信集团河南有限公司新乡分公司	应收账款期末余额	**26.71**	-	-
		销售收入	**363.92**	15.01	-
13	北京趣拿软件科技	应收账款期末余额	**240.02**	104.87	-

序号	单位名称	项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
	有限公司	销售收入	**877.03**	187.11	-
14	上海赫程国际旅行社有限公司	应收账款期末余额	**48.22**	-	2.60
		销售收入	**287.27**	-	191.85
15	携程计算机技术（上海）有限公司	应收账款期末余额	**-**	160.99	-
		销售收入	**-**	554.17	-
16	上海蒜芽信息科技有限公司	应收账款期末余额	**-**	-	15.58
		销售收入	**-**	7.31	74.15
17	上海华程西南国际旅行社有限公司	应收账款期末余额	**-**	21.49	1.86
		销售收入	**-**	111.16	26.10
18	北京微网通联股份有限公司	应收账款期末余额	**3.29**	-	-
		销售收入	**223.94**	-	-
19	杭州网易再顾科技有限公司	应收账款期末余额	**93.61**	71.17	-
		销售收入	**334.20**	123.97	-
20	**广西东信易通科技有限公司**	**应收账款期末余额**	**177.27**	**-**	**-**
		销售收入	**1,729.38**	**-**	**-**
21	**北京百度网讯科技有限公司**	**应收账款期末余额**	**596.23**	**-**	**-**
		销售收入	**1,155.86**	**-**	**-**
22	**北京金山云网络技术有限公司**	**应收账款期末余额**	**502.87**	**-**	**-**
		销售收入	**730.68**	**-**	**-**
23	**广州百纳软件技术有限公司**	**应收账款期末余额**	**295.70**	**-**	**-**
		销售收入	**580.99**	**-**	**-**

2019年的销售收入及2019年末的应收账款余额情况中，存在部分客户的应收账款余额占当期收入的比重较高，是由于2019年10月公司收购久佳信通，2019年仅将久佳信通11-12月销售收入纳入合并范围，导致应收账款余额相对销售收入的比重较高。其中：1）销售收入为不含税金额，应收账款为含税金额，应收账款期末余额=销售收入*（1+增值税税率），卓望北京、爱奇艺、58同城（北京城市网邻信息技术有限公司）均属于此类情形；2）应收账款期末余额包含合并日之前已经确认收入未回款部分，导致应收账款期末余额大于销售收入*（1+增值税税率），卓望深圳、小米科技均属于此类情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	卓望深圳	小米科技
2019年10月末余额（a）	983.80	37.39
11-12月份销售金额（含税）（b）	142.95	214.96
11-12月份销售回款（c）	963.19	-

2019 年末余额（d=a+b-c）	163.56	252.35

2019 年公司对卓望信息技术（北京）有限公司的应收账款期末余额为 3,237.27 万元，为 2019 年 11-12 月已结算尚未收回款项的含税销售额，其中增值税税率为 6%，发行人对卓望信息技术（北京）有限公司的销售额为 3,054.02 万元。2019 年发行人对卓望信息技术（北京）有限公司的销售收入和期末应收账款的差异原因系销售收入对应的税金，具有合理性。

公司与卓望信息技术（北京）有限公司结算政策为信用期赊销，结算流程为每月根据经双方确认的成功发送量、合同单价，计算当月的结算金额；在客户收到与结算金额相同的发票并确认无误后的三十个工作日内，支付相关款项。

c.移动营销服务

单位：万元

序号	单位名称	项目	2020.12.31 /2020 年	2019.12.31 /2019 年	2018.12.31 /2018 年
1	北京多氪信息科技有限公司	应收账款期末余额	**109.00**	-	-
		销售收入	**102.83**	-	-
2	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	应收账款期末余额	**41.59**	91.61	59.65
		销售收入	**338.14**	311.30	342.04
3	广州美推网络科技有限公司	应收账款期末余额	**29.00**	-	58.43
		销售收入	**120.13**	341.19	230.22
4	上海致趣文化传媒有限公司	应收账款期末余额	**-**	-	-
		销售收入	**92.45**	-	-
5	深圳市乐搜科技有限公司	应收账款期末余额	**-**	-	-
		销售收入	**70.75**	305.66	-
6	中国新闻发展有限责任公司上海分公司	应收账款期末余额	**34.00**	-	-
		销售收入	**98.11**	66.04	-
7	北京东尚海公关策划有限公司	应收账款期末余额	**40.00**	-	-
		销售收入	**54.72**	-	-
8	百度时代网络技术（北京）有限公司	应收账款期末余额	**-**	55.02	76.49
		销售收入	**4.07**	942.52	370.72
9	华扬联众数字技术股份有限公司	应收账款期末余额	**-**	207.50	-
		销售收入	**-**	195.75	-
10	广州市瀚拓广告有限公司	应收账款期末余额	**-**	-	-
		销售收入	**-**	99.06	-
11	上海秒硕广告有限公司	应收账款期末余额	**-**	98.40	-
		销售收入	**-**	92.83	-

序号	单位名称	项目	2020.12.31/2020年	2019.12.31/2019年	2018.12.31/2018年
12	高陌（北京）科技有限公司	应收账款期末余额	-	-	-
		销售收入	-	83.96	-
13	霍尔果斯美推网络科技有限公司	应收账款期末余额	-	-	-
		销售收入	-	-	804.14
14	新华新媒文化传播有限公司	应收账款期末余额	-	-	-
		销售收入	-	-	169.81
15	**上海原锐广告咨询有限公司**	**应收账款期末余额**	**-**	**-**	**-**
		销售收入	**93.40**	**-**	**-**
16	**北京爱创天博营销科技有限公司**	**应收账款期末余额**	**74.00**	**-**	**-**
		销售收入	**69.81**	**-**	**-**
17	**北京朔望时代传媒科技有限公司**	**应收账款期末余额**	**72.00**	**-**	**-**
		销售收入	**67.92**	**-**	**-**

2019年的销售收入及2019年末的应收账款余额情况中，华扬联众数字技术股份有限公司、上海秒硕广告有限公司的应收账款期末余额=销售收入*（1+增值税税率），主要原因系公司与其合作的电动邦、车云网等媒体广告代理业务信用期较长所致，上述应收账款余额均处于信用期内。

2020年的销售收入及**2020年末**的应收账款余额情况中，**北京多氪信息科技有限公司、北京爱创天博营销科技有限公司和北京朔望时代传媒科技有限公司**的应收账款期末余额=销售收入*（1+增值税税率），主要原因系媒体广告代理业务的信用期较长、**客户尚未回款**所致。

综上，除个别客户由于受企业合并的核算期间影响、移动营销服务信用期较长等因素影响导致应收账款余额占当期收入的比重较高外，公司主要客户和新增客户的销售金额和应收账款余额变动情况合理，公司不存在应收账款余额异常大幅增长的情形。

②应收账款账龄及坏账准备分析

报告期各期末，公司应收账款按账龄分类具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	**9,511.37**	**98.99%**	8,427.02	99.74%	1,797.54	99.47%
1-2年	**82.44**	**0.86%**	8.64	0.10%	2.6	0.14%
2-3年	**0.92**	**0.01%**	6.47	0.08%	-	-

3-4 年	**6.47**	**0.07%**	-	-	6.94	0.38%
4 年以上	**6.94**	**0.07%**	6.94	0.08%	-	-
应收账款余额	**9,608.15**	**100.00%**	**8,449.07**	**100.00%**	**1,807.07**	**100.00%**
减：坏账准备	**503.17**		431.09		93.6	
应收账款净额	**9,104.98**		**8,017.98**		**1,713.47**	

注：2019 年末公司 2 至 3 年的应收账款金额为 6.47 万元，与 2018 年末 1 至 2 年 2.60 万元的应收账款金额不匹配，原因系公司 2019 年收购久佳信通，并按其原账龄基础计算后并入 3.87 万元 2 至 3 年的应收账款金额。公司报告期内应收账款账龄计算方法保持了一致性。

从应收账款账龄结构来看，报告期各期末，公司绝大部分应收账款账龄在一年以内。报告期内，公司对信用期始终保持严格管理，增值电信服务和移动信息化服务主要客户的账期通常为两到三个月，移动营销服务主要客户账期通常为三到六个月，各期期末应收账款未收回主要是因为尚在信用期内未回款所致。公司主要客户为中国移动等大型企业客户，客户资质优良，信誉良好，付款周期较为稳定。报告期内，公司的主要客户均能按期结算，截至 **2021 年 1 月 31 日**，报告期末应收账款的期后回款比例为 **47.67%**，公司应收账款期后回款情况良好，公司应收账款不存在较大的坏账风险。

A.逾期情况分析

a.逾期总体情况

报告期各期末，公司应收账款逾期情况如下：

期间	**2020.12.31**	**2019.12.31**	**2018.12.31**
应收账款期末余额	**9,608.15**	8,449.07	1,807.07
逾期金额	**867.11**	507.26	24.54
逾期占比	**9.02%**	6.00%	1.36%
逾期应收账款期后回款金额	**28.80**	472.73	15.00
逾期应收账款期后回款占比	**3.32%**	93.19%	61.13%
逾期应收账款坏账计提金额	**66.12**	34.00	4.48
逾期应收账款坏账计提比例	**7.63%**	6.70%	18.25%

注：上表“期后回款金额”为截至 **2021 年 1 月 31 日**的回款金额。

2019 年末公司应收账款逾期占比较高，主要原因系江苏云之树未及时支付款项导致逾期 387.86 万元，扣除该客户后的逾期率为 1.41%，逾期率较低。江苏云之树受法律诉讼影响导致账户冻结，公司已与江苏云之树法定代表人邱国华签订还款计划。

2020 年末公司应收账款逾期占比较高，是由于：1）2020 年受疫情影响，营销行业不景气，公司部分移动营销服务客户回款较慢，截至报告期末此部分客户的逾期金额为 **319.26 万元**；2）个别客户的回款较慢，主要包括卓望深圳逾期金额为 **150.08 万元**、**广州百纳逾期金额 184.83 万元**。卓望深圳成立于 2001 年，是中国移动通信集团的控股子公司，其受疫情影响回款较慢，导致部分款项逾期；**广州百纳成立于 2012 年，系上市公司“彩讯科技股份有限公司”的全资子公司，其受疫情影响回款较慢，导致部分款项逾期**。公司已与卓望深圳、**广州百纳**就上述账款进行对账确认，卓望深圳、**广州百纳**经营资质良好、信用水平较高，卓望深圳和**广州百纳**逾期账款回款确定性强，发生坏账损失的风险较小。

b.报告期各期末，主要逾期对象、逾期金额、逾期时间

1）2018 年末应收账款逾期情况

单位：万元

客户名称	逾期金额	占逾期总额比例	逾期时间
广州美推网络科技有限公司	15.00	61.12%	3 个月
北京指点互动广告有限公司	3.57	14.55%	3-4 年
深圳市创想盟科技有限公司	2.65	10.80%	3-4 年
北京鸿信互通科技有限公司	2.60	10.59%	1-2 年
广州源慧信息科技有限公司	0.72	2.93%	3-4 年
合计	**24.54**	**100.00%**	

2）2019 年末应收账款逾期具体情况

单位：万元

客户名称	逾期金额	占逾期总额比例	逾期时间
江苏云之树科技有限公司	387.86	76.46%	2-3 个月
北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	66.09	13.03%	1 个月
北京轩翔思悦传媒广告有限公司	31.16	6.14%	1 个月
上海七位数信息技术有限公司	7.27	1.43%	1 年以上
其他	14.88	2.93%	
合计	**507.26**	**100.00%**	

注：上海七位数信息技术有限公司系久佳信通客户，久佳信通自 2019 年 10 月 31 日纳入合并范围，故 2018 年逾期客户中无此客户。

3）2020 年末应收账款逾期具体情况

单位：万元

客户名称	逾期金额	占逾期总额比例	逾期时间

客户名称	逾期金额	占逾期总额比例	逾期时间
广州百纳软件技术有限公司	184.83	21.32%	1-2 个月
卓望信息网络（深圳）有限公司	150.08	17.31%	1-6 个月
北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	116.79	13.47%	1-3 个月
北京多氪信息科技有限公司	109.00	12.57%	1 个月
江苏苏宁易购电子商务有限公司	67.81	7.82%	7-13 个月
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	50.00	5.77%	1 个月
北京爱创天博营销科技有限公司	49.00	5.65%	1-6 个月
北京东尚海公关策划有限公司	40.00	4.61%	1 个月
其他	99.60	11.49%	
合计	867.11	100.00%	

c、期后应收账款回款情况及是否符合结算政策、信用期约定

1）报告期各期末的应收账款期后回款情况如下：

期间	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款期末余额(a)	9,608.15	8,449.07	1,807.07
期后回款金额(b)	4,580.02	7,849.01	1,793.67
期后回款金额占比(b/a)	47.67%	92.90%	99.26%

注：上表“期后回款金额”为截至 2021 年 1 月 31 日的回款金额。

公司报告期各期末的应收账款期后回款情况良好，期后回款金额占应收账款期末余额比例较高。截至 2021 年 1 月 31 日，公司报告期末的应收账款已回款 47.67%，与公司的信用期情况相符，回款情况无异常。

2）应收账款期后回款中的逾期情况

公司应收账款期后回款基本符合结算政策、信用期约定，逾期情况较少，公司应收账款期后回款中的逾期情况如下：

单位：万元

期间	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
期后回款金额(a)	4,580.02	7,849.01	1,793.67
期后回款中的逾期金额(b)	28.80	1,141.01	74.65
期后回款逾期率(b/a)	0.63%	14.54%	4.16%

报告期各期末，仅 2019 年末应收账款期后回款的逾期率略高，主要是由于：1）2020 年初受疫情影响，公司部分客户延迟回款，导致实际回款时已逾期；2）江苏云之树受法律诉讼影响导致账户冻结，公司已与江苏云之树法定代表人邱国华签订还款计划，邱国华已按该还款计划支付 200.00 万元，该笔款项回款时已逾期。

d、期后回款付款方与交易对应的具体客户不一致的情况

报告期内，存在部分期后回款付款方与交易对应的具体客户不一致的情形，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	回款方名称	项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	第三方回款原因
百度时代网络技术（北京）有限公司	北京度小满支付科技有限公司（曾用名：北京百付宝科技有限公司）	应收账款期末余额	-	55.02	76.49	客户同一控制下的关联方代为支付
		期后回款金额	-	55.02	76.49	
上海秒硕广告有限公司	上海秒硕网络科技有限公司	应收账款期末余额	-	98.40	-	
		期后回款金额	-	98.40	-	
江苏云之树科技有限公司	邱国华	应收账款期末余额	-	547.69	-	客户的法定代表人代为支付
		期后回款金额	-	200.00	-	

期后回款付款方与交易对应的具体客户不一致的原因详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务的销售情况”之“6、现金销售及第三方付回款情况”。

B.坏账准备计提政策合理性分析

公司应收账款主要采用账龄分析法计提坏账准备，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业公司比较情况如下：

账龄	应收账款坏账准备计提比例（%）					
	挖金客	立昂技术	海联金汇	人民网	梦网集团	吴通控股
6个月以内（含）					2	
6个月-1年	5	5	3	1	10	5
1至2年	10	10	20	5	38	20
2至3年	30	30	50	10	50	50
3至4年	50	50	100	30	100	100
4年-5年	100	80	100	50	100	100
5年以上	100	100	100	100	100	100

从上表可见，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业公司的划分方式一致，符合行业惯例。公司应收账款坏账计提比例与同行业其他公司应收账款坏账计提比例持平，或略高于同行业其他公司。

新金融工具准则下，发行人采用简化模型对应收账款减值在整个存续期间考虑信用减值损失。在信用风险减值率的确定方面，发行人结合客户风险特征及风

险水平，以及历史损失率，对应收账款整个存续期间考虑可能产生信用减值损失的概率。基于谨慎性原则，并参照同行业上市公司，发行人在增值电信服务和移动信息化服务账期通常为两到三个月情况下，将 6 个月以内和 6 个月至 1 年的应收账款坏账计提比例均设为 5%。发行人将 6 个月以内和 6 个月至 1 年的应收账款坏账计提比例均设为 5%与应收账款的信用风险相匹配。

公司制定的应收账款坏账准备计提政策符合公司实际情况，报告期内，公司按照坏账准备计提政策对应收账款计提了相应的坏账准备，坏账准备计提比例较为谨慎，坏账准备计提充分。

③报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况

2020 年末

单位：万元

单位名称	余额	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	账龄	关联关系
卓望信息技术（北京）有限公司	1,722.60	17.93%	一年以内	非关联方
腾讯云计算（北京）有限责任公司	1,173.81	12.22%	一年以内	非关联方
北京百度网讯科技有限公司	596.23	6.21%	一年以内	非关联方
北京金山云网络技术有限公司	502.87	5.23%	一年以内	非关联方
福州三六零网络小额贷款有限公司	453.77	4.72%	一年以内	非关联方
合计	4,449.28	46.31%		

2019 年末

单位：万元

客户名称	金额	占应收账款余额的比例	账龄	关联关系
卓望信息技术（北京）有限公司	3,237.27	38.32%	一年以内	非关联方
中国移动通信集团江苏有限公司	948.06	11.22%	一年以内	非关联方
腾讯云计算（北京）有限责任公司	556.32	6.58%	一年以内	非关联方
江苏云之树科技有限公司	547.69	6.48%	一年以内	非关联方
小米科技有限责任公司	252.35	2.99%	一年以内	非关联方
合计	5,541.68	65.59%		

2018 年末

单位：万元

客户名称	金额	占应收账款余额的比例	账龄	关联关系
中国移动通信集团江苏有限公司	1,531.63	84.76%	一年以内	非关联方

客户名称	金额	占应收账款余额的比例	账龄	关联关系
百度时代网络技术（北京）有限公司	76.49	4.23%	一年以内	非关联方
北京轩翔思悦传媒广告有限公司	59.65	3.30%	一年以内	非关联方
广州美推网络科技有限公司	58.43	3.23%	一年以内	非关联方
携程旅游网络技术（上海）有限公司	15.94	0.88%	一年以内	非关联方
合计	**1,742.15**	**96.41%**		

2018 年末至 2020 年末，公司前五名客户应收账款余额分别为 1,742.15 万元、5,541.68 万元和 **4,449.28 万元**，占各期末应收账款余额的比例分别为 96.41%、65.59%和 **46.31%**。

（3）预付款项

①预付款项及其变动原因分析

2018 年末至 2020 年末，公司预付款项分别为 109.93 万元、3,231.99 万元和 **4,173.10 万元**，占流动资产的比例分别为 0.72%、14.98%和 **17.73%**。公司增值电信服务及移动营销服务中的流量引入业务不存在预付采购。报告期各期末，预付账款期末余额按款项性质列示如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
短信采购费-久佳信通	**3,035.07**	2,519.38	-
短信采购费-挖金客	**987.06**	461.00	-
市场推广费	**35.77**	35.77	68.79
广告代理费	**25.73**	159.46	-
其他	**89.47**	56.38	41.14
合计	**4,173.10**	**3,231.99**	**109.93**

A.移动信息化服务

报告期各期通过预付款和后付款模式采购短信的金额、平均单价**情况如下：**

采购模式	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购金额（万元）	采购单价（元/条）	采购金额（万元）	采购单价（元/条）	采购金额（万元）	采购单价（元/条）
预付款	**10,068.70**	**0.0238**	1,989.91	0.0208	-	-
后付款	**21,741.64**	**0.0253**	4,946.88	0.0232	370.85	0.0206
合计	**31,810.34**	**0.0248**	**6,936.79**	**0.0225**	**370.85**	**0.0206**

a.采用预付模式采购短信资源的合理性

（a）采用预付模式采购短信的原因：

1）增强与供应商的合作及提升通道的稳定性与及时性。部分供应商或短信

通道要求采用预付款模式以保证通道稳定性与及时性；2）参与供应商优惠活动以获得一定的采购价格优惠。运营商及第三方供应商通常会根据其业务规划对采购量/预存量达到一定规模的企业不定期开展优惠促销活动，给予特别的优惠政策。为控制短信采购成本，公司会在供应商推出较为优惠政策的时候，加大预付采购规模；3）结合公司业务需求及对后续短信价格的预判，与供应商协商实施战略性的预付采购。短信采购价格对公司此项业务的营业成本有重大影响，且价格随运营商政策调整等众多因素而不断变化，公司密切关注行业采购价格，并于预判资费涨价前与供应商进行友好洽谈，通过预付采购锁定当前较为优惠的通道资费价格，延后成本上升对公司此项业务盈利的影响。

由于运营商政策变化不定期，供应商的优惠活动周期具有不确定性，且公司自身预付短信量的消耗情况受客户采购需求等多方因素影响，因此报告期各期末预付短信采购余额波动较大。

（b）预付采购短信资源符合行业惯例

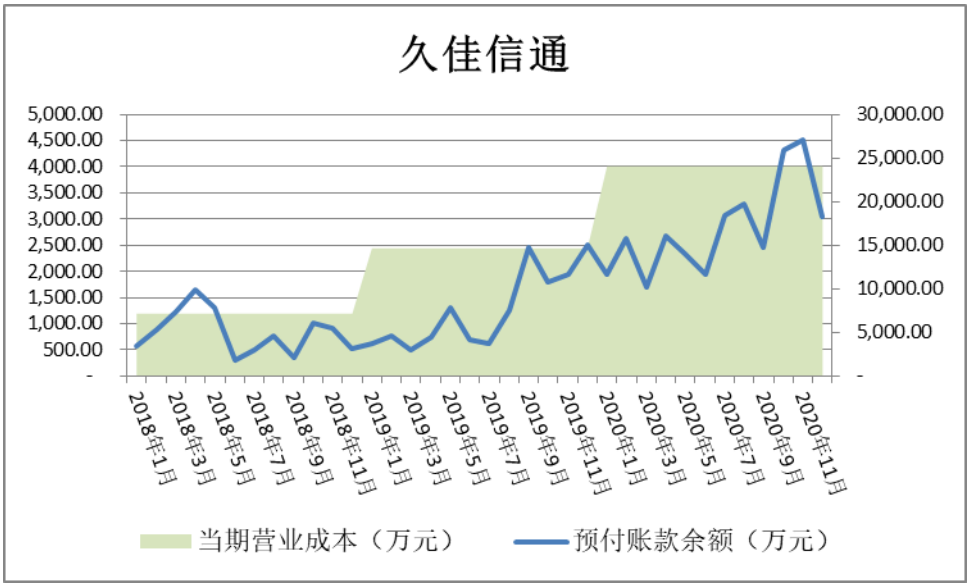
同行业可比公司梦网集团、吴通控股、线上线下均采用后付款及预付款两种模式进行短信资源采购，公司通过预付模式采购短信资源符合行业惯例。

b.2019 年末预付账款大幅增加的合理性

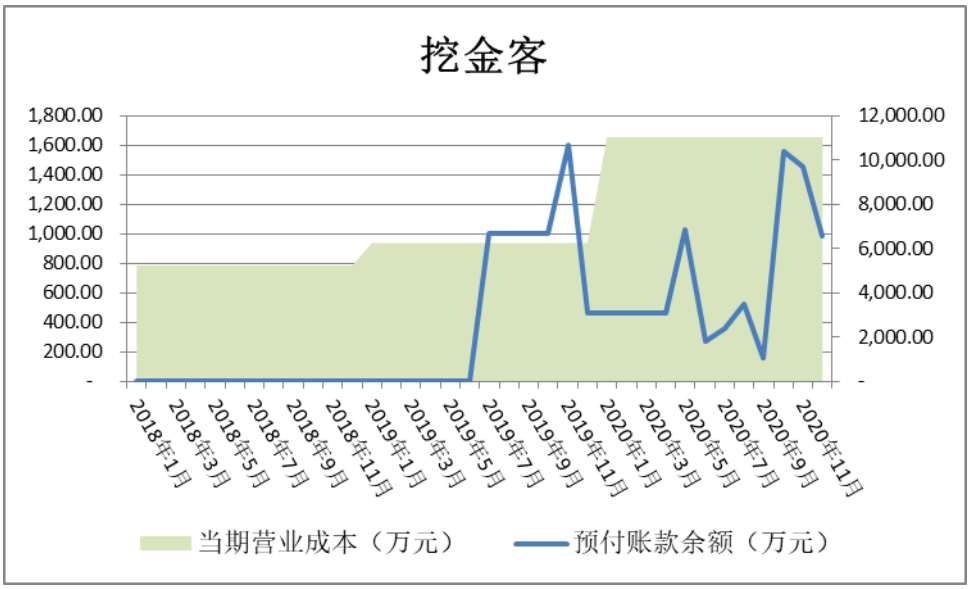
2018 年，公司移动信息化服务规模整体较小，2018 年各月末均无预付短信采购费余额。

（a）预付短信采购费余额随公司业务规模扩大而上升，但具有波动性

短信采购费为公司移动信息化业务的主要成本项，开展移动信息化服务采购短信一般可采用预付或后付的结算模式。**2018 年至 2020 年**，公司与久佳信通开展移动信息化业务各月月末的预付短信采购余额及当年此项业务的采购金额变化具体分析如下：



如上图所示，报告期内各月月末久佳信通预付短信采购金额波动较大且与相关成本指标比例不存在直接关系，但总体预付金额随久佳信通此项业务规模的扩大而有所提高。预付短信采购金额波动主要是由于预付采购短信规模受短信价格变动的影响较大，而短信价格的变化受运营商不定期政策、优惠活动等多方面因素影响，具有不确定性。同时久佳信通自身预付短信量的消耗情况受销售端客户采购需求影响。预付短信采购余额的波动符合久佳信通实际业务开展情况。



2018 年，公司（剔除久佳信通影响）移动信息化服务规模整体较小，短信供应商中仅有一家供应商奥易互通要求预付款项，且公司与其在 2018 年初履行完已签订的合同后经友好协商选择不再续签。因此公司 2018 年、2019 年初各月末均未形成预付账款。

2019 年**以来**随着公司与腾讯云、国家电网、携程等各行业大型企业客户的合作持续深化，销售规模不断扩张，业务迎来爆发式增长，为优化短信资源配置，公司引入多家优质短信供应商，同时由于运营商 2019 年下半年短信价格普遍上涨，公司根据市场情况亦引入新的结算方式来控制相关采购成本。因此 2019 年末公司预付短信采购款余额有所增长。**2020 年，公司移动信息化业务持续规模持续增长，随业务开展情况及供应商的政策调整，各月末的预付账款余额有所波动。**

（b）受运营商调价影响，2019 年下半年起公司加大预付采购规模

2019 年下半年，为持续落实工信部、公安部对严控短信的治理要求，三大运营商陆续制定更新了营销类信息下发规则，出台了多项资费调整政策，逐步提高了通道的短信资费价格以遏制省间低价竞争，确保业务健康发展。短信资源是移动信息化服务的主要成本，短信资费的变化直接影响此项业务的盈利水平，因此公司高度重视此项业务的成本管控。为享受运营商的奖励政策及锁定较为优惠的短信通道资费价格，公司在接到运营商及代理商调价通知后，选择与部分供应商协商通过预付通道资费，锁定优惠通道价格以控制未来经营成本，因此预付短信采购费大幅增加。

2019 年下半年各月末公司预付账款余额如下所示：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2019 年 7 月末	2019 年 8 月末	2019 年 9 月末	2019 年 10 月末	2019 年 11 月末	2019 年 12 月末
久佳信通	704.29	921.09	1,512.09	2,761.82	1,939.42	2,044.55	2,519.38
挖金客	-	851.23	612.51	295.71	-	496.60	461.00

c.期末预付采购短信的期后消耗情况

公司 2019 年末合并口径预付短信采购款 2,980.38 万元，按 2019 年四季度采购均价 0.023 元/条计算对应短信条数 129,581.74 万条，占公司 2020 年上半年此项业务消耗短信总数 483,656.77 万条的 26.79%，占比较低。截至 2020 年 6 月 30 日，公司 2019 年末预付采购的短信已消耗约 94%，**截至 2020 年 12 月 31 日，2019 年末预付采购的短信已消耗完毕**。公司预付短信采购规模符合实际经营情况，与公司移动信息化业务短信需求量相匹配，具有商业合理性。

综上，公司 2018 年无预付账款而 2019 年新增大额预付短信采购费是由公司此项业务规模发展、短信供应商结构丰富、短信采购价格变动等多项业务因素导

致，与公司实际业务情况相符，具有合理性，预付采购短信资源符合行业惯例。2019 年公司通过预付短信采购费延迟了短信通道资费提价对此项业务整体盈利水平的负面影响。

B.移动营销服务

广告媒体资源采购为公司媒体代理业务的主要成本项，报告期内公司主要向新华新媒预付新华社公众号广告代理费。

新华新媒成立于 2013 年 5 月，是中国国家通讯社-新华社旗下的直属企业，亦是新华社的新媒体中心，全面负责新华社移动互联网等新媒体的运营工作；公司拥有经验丰富的运营团队及移动端的营销推广资源优势。2017 年，公司与新华新媒经友好协商，一致同意在新媒体推广、营销服务方面建立长期合作关系，展开深度合作。

2017 年 10 月，公司与新华新媒签订《合作协议》，主要内容包括：1）公司作为独家代理商可在新华社微信公众号发布广告，广告收入归公司所有，合作期限至 2022 年 12 月 31 日；（2）合作费用包括独家代理费及信息发布服务费，总金额为 6,000 万元。

2019 年 12 月，经交易双方协商修改原合作协议，合作期限修改为“合作期限至 2020 年 3 月 31 日”，合作期限期满后，协议终止，公司从独家代理变更为一般代理，双方根据实际付款情况进行结算。

报告期内，公司向新华新媒预付广告代理费变动如下：

项目	年度	期初金额（A）	本期付款（不含税，B）	本期应计入成本（C）	期末金额（D=A+B-C）
预付广告代理费	2018 年	760.80	-	906.88	-146.08
	2019 年	-146.08	943.39	637.86	159.46
	2020 年	**159.46**	**94.34**	**228.08**	**25.72**

注：因 2018 年末期末余额为负数，故重分类至应付账款，预付广告代理费期末余额为 0。

上表中，“本期付款”系当期已支付新华新媒的广告代理费，“本期应计入成本”系根据合作期限在当期应摊销的费用，2019 年摊销成本与 2018 年差异较大，原因系受终止协议影响，摊销期限发生变化所致。

公司预付新华新媒广告代理费波动幅度较大的原因主要受付款进度及当期摊销金额变动的影响，波动原因具有合理性。

②预付账款账龄分析

报告期各期末，公司的预付款项账龄主要在一年以内，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内（含1年）	**4,172.86**	**99.99%**	3,167.15	97.99%	100.57	91.49%
1-2年	**0.24**	**0.01%**	64.84	2.01%	9.36	8.51%
合计	**4,173.10**	**100.00%**	**3,231.99**	**100.00%**	**109.93**	**100.00%**

截至报告期末，公司预付款项余额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占预付款项余额的比例	款项性质
江苏美圣信息技术有限公司	**1,231.94**	**29.52%**	**短信采购费**
安徽捷兴信息安全技术有限公司	**553.55**	**13.26%**	**短信采购费**
北京中润无线广告有限公司	**479.56**	**11.49%**	**短信采购费**
福建三拓联创通信科技有限公司	**423.15**	**10.14%**	**短信采购费**
北京掌盟在线科技有限公司	**305.95**	**7.33%**	**短信采购费**
合计	**2,994.16**	**71.75%**	

报告期末，公司预付款项金额前五名的账龄均在一年以内。

③与可比上市公司预付款项情况比较

截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露2020年财务数据。截至2019 年末，公司预付款项与移动信息化业务可比上市公司预付款项的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	预付款项	资产总额	流动资产	预付款项占资产总额比例	预付款项占流动资产比例
挖金客	3,231.99	33,419.35	21,576.71	9.67%	14.98%
梦网集团	26,361.22	595,541.09	273,498.86	4.43%	9.64%
吴通控股	9,099.84	262,539.76	151,060.71	3.47%	6.02%

由上表可见，经营移动信息化服务的公司普遍存在预付短信采购款用于此项业务日常经营的情况，公司预付款项情况符合行业惯例。2019 年末，公司预付款项占资产总额及净资产的比例略高于可比上市公司，主要是由于公司业务结构及采购模式与可比上市公司不完全一致。除移动信息化服务外，公司主要从事增值电信服务和移动营销服务，采用轻资产经营模式，而梦网集团和吴通控股除经营移动信息化服务外，还从事工业和制造业领域相关业务，因此整体资产规模相

对较大且占用预付款项较少，导致其预付款项占资产总额及净资产比例相对较低。同时，公司为锁定短信采购单价，享受规模采购优惠及保证短信通道的稳定，2019年预付短信采购费金额较大，进一步导致公司预付款项占资产总额及净资产的比例略高于可比上市公司。

（4）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
押金、保证金	**276.90**	260.66	51.95
应收利息	**-**	-	26.59
其他	**5.36**	4.65	3.44
合计	**282.26**	**265.30**	**81.97**
坏账准备	**27.47**	22.14	4.90
其他应收款净额	**254.79**	**243.17**	**77.07**

2018 年末至 2020 年末，公司其他应收款净额分别为 77.07 万元、243.17 万元和 **254.79 万元**，占流动资产的比重分别为 0.50%、1.13%和 **1.08%**。报告期各期末，公司的其他应收款主要是押金、保证金、应收定期存款利息。

（5）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产按性质列示如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
上市发行费	**517.52**	269.81	147.17
待抵扣增值税进项税额	**2.19**	0.17	6.98
其他	**0.06**	-	0.85
合计	**519.76**	**269.98**	**155.00**

2018 年末至 2020 年末，公司其他流动资产分别为 155.00 万元、269.98 万元和 **519.76 万元**，占流动资产的比重分别为 1.01%、1.25%和 **2.21%**。公司其他流动资产主要为上市发行费等。

各期上市发行费的主要构成如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
会计师费用	**290.57**	122.64	-
律师费用	**103.77**	47.17	47.17

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保荐费	**100.00**	100.00	100.00
上市文件制作、印刷费	**23.18**	-	-
合计	**517.52**	**269.81**	**147.17**

2018 年末保荐费用为公司原保荐人招商证券保荐费，2019 年 5 月，公司与招商证券签订终止辅导协议，相关保荐费用转入管理费用。

2018 年末律师费用为国浩律师（北京）事务所之上市律师服务费用，由于申报期变更，其以前年度的律师费用转入管理费用。

根据中国证监会会计部印发的《上市公司执行企业会计准则监管问题解答》规定，上市公司为发行权益性证券发生的承销费、保荐费、上网发行费、招股说明书印刷费、申报会计师费、律师费、评估费等与发行权益性证券直接相关的新增外部费用，应自所发行权益性证券的发行收入中扣减，在权益性证券发行有溢价的情况下，自溢价收入中扣除，在权益性证券发行无溢价或溢价金额不足以扣减的情况下，应当冲减盈余公积和未分配利润；发行权益性证券过程中的广告费、路演及财经公关费、上市酒会费等其他费用应在发生时计入当期损益。

报告期各期末，公司计入其他流动资产的上市费用均与公司发行上市有关，符合《上市公司执行企业会计准则监管问题解答》规定，具有合理性。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期内，公司的非流动资产主要包括可供出售金融资产、长期股权投资、无形资产、商誉等。报告期各期末，公司非流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	**-**	**-**	-	-	1,304.91	37.84%
长期股权投资	**127.58**	**1.09%**	140.30	1.18%	1,443.30	41.85%
其他权益投资工具	**95.59**	**0.81%**	95.59	0.81%	-	-
固定资产	**147.10**	**1.25%**	128.56	1.09%	33.65	0.98%
无形资产	**1,370.90**	**11.69%**	1,548.20	13.07%	148.58	4.31%
商誉	**9,859.42**	**84.04%**	9,859.42	83.25%	480.25	13.92%
长期待摊费用	**55.34**	**0.47%**	6.91	0.06%	24.60	0.71%
递延所得税资产	**76.15**	**0.65%**	63.66	0.54%	13.55	0.39%
非流动资产合计	**11,732.09**	**100.00%**	**11,842.63**	**100.00%**	**3,448.83**	**100.00%**

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产全部为按成本计量的可供出售权益工具，具体构成情况如下表所示：

单位：万元

被投资单位	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
星空合众	-	-	1,209.31
山铭影业	-	-	95.59
账面余额	**-**	-	**1,304.91**
减值准备	-	-	-
账面价值	**-**	**-**	**1,304.91**

2018 年末至 2020 年末，公司可供出售金融资产分别为 1,304.91 万元、0 和 **0**，占非流动资产比例分别为 37.84%、0 和 **0**。可供出售金融资产主要系公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的股权投资，报告期内公司的可供出售金融资产包括对山铭影业和星空合众两家参股子公司的股权投资。

报告期内，公司可供出售金融资产的变动原因是：1）2019 年 6 月，公司将对星空合众的股权全部进行了转让；2）由于金融工具的会计政策调整，2019 年公司将对山铭影业的股权投资调整至“其他权益工具”核算。报告期内，公司投资的公司均正常经营，各期末均不存在减值迹象，因此未计提减值准备。

其中，星空合众的基本情况、投资及转让星空合众股权的原因、相关会计处理情况如下：

①星空合众的基本情况

公司名称	北京星空合众科技有限公司
成立日期	2007 年 07 月 05 日
注册资本	115.8333 万元
法定代表人	王彦波
注册地和主要生产经营地	北京市西城区德胜门外大街 11 号 5 幢
主营业务	主要从事大数据精准营销业务
经营范围	因特网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 BBS 以外的内容）；技术咨询、服务；承办展览展示；会议服务；销售通讯设备、计算机软硬件及辅助设备；设计、制作（仅限使用计算机进行制作）、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

截至报告期末，星空合众的股权结构如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	持股比例（%）
1	南平斑马股权投资合伙企业（有限合伙）	95.3416	82.31%
2	宁波博创世成投资中心（有限合伙）	7.5292	6.50%
3	池龙德	4.1342	3.57%
4	米林隆领投资有限公司	3.6584	3.16%
5	彭海柱	2.9537	2.55%
6	厦门允能天星投资管理合伙企业（有限合伙）	1.2162	1.05%
7	王彦波	1.0000	0.86%
合计		**115.8333**	**100.00%**

报告期内，**公司持股期间内**星空合众的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日/2018 年
总资产	13,290.69
净资产	6,427.64
营业收入	12,378.27
净利润	1,257.78

注：上述财务数据未经审计。

②投资及转让星空合众股权的原因

A.投资星空合众股权的原因

2016 年 2 月，经公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过，公司以人民币 1,209.31 万元的价格购买共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）持有的星空合众 5.04 万元出资，占星空合众注册资本 115.83 万元的 4.35%。

星空合众的主营业务为以大数据为依托的精准营销业务，公司看好星空合众的业务发展并希望能对公司移动营销业务提供业务协同，因此投资星空合众股权。

B.转让星空合众股权的原因

根据 2016 年公司与共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）、王彦波签署的《股权投资协议》第七条回购条款：

“至 2018 年 12 月 31 日前，如星空合众未能满足以下任一目标时：

（1）在 2018 年 12 月 31 日前实现在 A 股首次公开发行股票上市（即 IPO，不包括在新三板挂牌）；

（2）在 2018 年 12 月 31 日前被 A 股上市公司整体重组并购，且整体估值不低于人民币伍亿元（小写：50，000 万元）；

则挖金客有权要求共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）、王彦波回

购其所持有的股权，共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）、王彦波不得以任何理由拒绝。”

由于截至 2018 年 12 月 31 日，星空合众尚未完成回购条款中的任一目标，2019 年 6 月，公司与王彦波、南平斑马股权投资合伙企业（有限合伙）（曾用名“共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）”）签订《股权回购协议书》，对星空合众的股权以“《股权投资协议》第七条回购条款”约定的价格全部进行了转让，星空合众不再是公司参股子公司。

③相关会计处理

2016 年 2 月，公司以人民币 1,209.31 万元的价格购买共青城斑马投资管理合伙企业（有限合伙）持有的星空合众 5.04 万元出资，占星空合众注册资本 115.83 万元的 4.35%。

根据《企业会计准则-金融工具确认和计量》第十八条，可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除下列各类资产以外的金融资产：（一）贷款和应收款项。（二）持有至到期投资。（三）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

公司持有的对星空合众的投资持股比例为 4.35%，公司未派驻董事，因此对其不具有重大影响，该权益投资在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量，故公司列式于可供出售金融资产。

根据《企业会计准则-金融工具确认和计量》第六十四条，企业应当将以公允价值计量的金融资产或金融负债的利得或损失计入当期损益。2019 年 6 月，公司以“《股权投资协议》第七条回购条款”约定的价格出售全部星空合众股权，共计 1,457.99 万元。星空合众股权在发行人的账面价值为 1,209.31 万元，故本次处置全部星空合众股权处置利得为 1,457.99 万元-1,209.31 万元=248.68 万元，转入投资收益。

综上， 投资及转让星空合众股权的会计处理符合《企业会计准则》规定，处置全部星空合众股权的投资收益为 248.68 万元。

（2）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31

	账面价值	减值准备	账面价值	减值准备	账面价值	减值准备
联营企业投资：						
先锋赛讯	**127.58**	**-**	140.30	-	150.01	-
久佳信通	**-**	**-**	-	-	1,293.29	-
合计	**127.58**	**-**	**140.30**	**-**	**1,443.30**	**-**

2018 年末至 2020 年末，公司长期股权投资分别为 1,443.30 万元、140.30 万元和 **127.58 万元**，占非流动资产比例分别为 41.85%、1.18%和 **1.09%**。报告期内，公司长期股权投资主要包括对联营企业久佳信通和先锋赛讯的股权投资。

报告期内，公司长期股权投资的变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	久佳信通	先锋赛讯	合计
2018.1.1	**1,206.06**	**199.09**	**1,405.15**
追加投资	-	-	-
权益法下确认的投资损益	120.83	-49.09	71.74
宣告发放现金股利或利润	33.60	-	33.60
其他	-	-	-
2018.12.31	**1,293.29**	**150.01**	**1,443.30**
追加投资	5,175.00	-	5,175.00
权益法下确认的投资损益	450.54	-9.71	440.84
宣告发放现金股利或利润	420.00	-	420.00
其他	-6,498.84	-	-6,498.84
2019.12.31	**-**	**140.30**	**140.30**
追加投资	**-**	**-**	**-**
权益法下确认的投资损益	**-**	**-12.72**	**-12.72**
宣告发放现金股利或利润	**-**	**-**	**-**
其他	**-**	**-**	**-**
2020.12.31	**-**	**127.58**	**127.58**

报告期内，公司长期股权投资的变动主要由公司对联营企业追加投资、根据联营企业经营情况确认的投资损益和联营企业宣告发放股利等因素导致。其中，2019 年 10 月公司通过购买股权对久佳信通的持股比例由 28%增加至 51%，久佳信通成为公司的控股子公司，因此不在长期股权投资中核算。

其中关于先锋赛讯的长期股权投资情况如下：

①先锋赛讯的基本情况及成立背景

成立时间	注册资本（万元）	主营业务	股权结构

2016-4-22	1,000.00	技术开发、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；承办展览展示活动；销售体育用品、服装；软件开发；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；会议服务；电脑动画设计；经济贸易咨询（投资咨询除外）；基础软件服务；应用软件服务；计算机系统服务	广州先锋报业有限公司持股 51%、挖金客持股 33%、霍尔果斯易简新媒体创业投资有限公司持股 9%、张磊持股 7%

先锋赛讯的控股股东为广州先锋报业有限公司，实际控制人为广东广州日报传媒股份有限公司（粤传媒 002181.SZ）。先锋报业具有丰富的体育类报纸周刊及广告资源，在“互联网+”的时代大背景下，先锋报业的纸质报刊的广告资源整合成移动互联网产品是先锋报业进行媒体融合的发展重点，与此同时，挖金客具有丰富的移动互联网广告营销的经验，在此背景下先锋报业与挖金客等其他股东设立了先锋赛讯，致力于将先锋报业下的报刊广告资源整合延伸至移动互联网端。

②先锋赛讯报告期内主要财务数据

单位：万元

期间	2020.12.31/ 2020 年	2019.12.31/ 2019 年	2018.12.31/ 2018 年
资产总额	**342.97**	381.82	409.88
其中：货币资金	**323.45**	320.59	77.36
预付账款	**0.45**	53.46	93.46
负债总额	**16.35**	16.67	15.31
净资产	**326.62**	365.15	394.56
收入总额	**-**	48.49	76.04
净利润	**-38.53**	-1.82	-148.75

注：货币资金包括银行理财产品，对应的会计科目为交易性金融资产或其他流动资产。

上表数据未经审计。

③不对其计提减值的合理性

报告期内，公司对先锋赛讯的长期股权投资按权益法核算，报告期各期按先锋赛讯的净亏损同比例确认投资损失，按应享有的净资产份额确认对先锋赛讯的股权投资价值，报告期各期末先锋赛讯股权投资的账面价值为：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
账面价值	**127.58**	140.30	150.01

如先锋赛讯报告期内主要财务数据描述，先锋赛讯的资产中主要为货币资金，除 2018 年末外，各期货币资金占资产总额的比例均超过 90%，考虑到货币资金

的变现性，公司对先锋赛讯长期股权投资可收回金额基本与其享有的净资产相等。

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第十五条，可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

由于公司对先锋赛讯股权投资的可收回金额未低于账面价值，故报告期内公司未对先锋赛讯计提减值具有合理性。

（3）其他权益工具

2019 年末和 2020 年末，公司其他权益工具金额均为 **95.59 万元**，为公司对参股公司山铭影业的股权投资。

（4）固定资产

2018 年末至 2020 年末，公司固定资产账面价值分别为 33.65 万元、128.56 万元和 **147.10 万元**，占非流动资产的比重分别为 0.98%、1.09%和 **1.25%**。公司固定资产为运输工具和办公设备，不存在抵押、担保等受限情况，亦不存在减值情形。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产明细如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一、无形资产原值			
域名及软件著作权	**1,773.02**	1,773.02	283.02
二、累计摊销			
域名及软件著作权	**402.12**	224.82	134.43
三、减值准备			
域名及软件著作权	**-**	-	-
四、账面价值			
域名及软件著作权	**1,370.90**	1,548.20	148.58

公司无形资产由域名及计算机软件著作权构成，具体情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、与公司业务相关的主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产情况”。2019 年公司收购久佳信通导致无形资产原值增加 1,490.00 万元，除此之外，公司无形资产的变动主要由摊销导致。报告期内，公司无形资产未出现可收回金额低于账面价值的情形，因此未计提减值准备。

报告期内，公司存在合并中识别并确认无形资产的情形，其具体情况如下：

2019 年 10 月，公司通过增持股份，以非同一控制下企业合并方式实现了对久佳信通的控制，将久佳信通纳入合并范围，其具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来的重大资产重组情况”。在上述合并过程中，公司对久佳信通账面未记录的软件著作权和域名进行了识别并确认为无形资产，相关无形资产确认原值为 1,490.00 万元。

根据评估机构中水致远出具的《资产评估报告》（中水致远评报字[2019]第 020398 号），评估机构采用收益法对 7 项计算机软件著作权和 1 项域名进行评估，上述无形资产应用于久佳信通整个短彩信发送服务业务中，评估基准日的评估价值为 1,490.00 万元。公司根据企业会计准则的相关规定，以评估机构出具的资产评估报告作为识别并确认无形资产的依据。

公司在合并中识别并确认的 7 项软件著作权均在国家版权局进行了著作权登记、1 项域名已在工信部域名信息备案管理系统进行了备案，久佳信通拥有上述无形资产的权属并实际控制。久佳信通的主营业务为移动信息化服务，高速运转、安全稳定的智能业务处理平台是久佳信通业务经营的基础。公司在合并中识别并确认的无形资产是构成智能业务处理平台的重要要素，能够使久佳信通实现销售、产生收入，是久佳信通的一项重要资产。同时，上述无形资产的成本可以可靠计量。综上，久佳信通账面未记录的软件著作权和域名符合无形资产的定义，与该软件著作权和域名有关的经济利益很可能流入企业、该软件著作权和域名的成本能够可靠计量，公司在合并中识别并确认的无形资产满足无形资产的确认条件。

（6）商誉

报告期各期末，公司商誉构成情况如下：

单位：万元

被投资单位名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
久佳信通	**9,379.17**	9,379.17	-
罗迪尼奥	**480.25**	480.25	480.25
合计	**9,859.42**	**9,859.42**	**480.25**

2018 年末至 2020 年末，公司商誉分别为 480.25 万元、9,859.42 万元和 **9,859.42 万元**。对罗迪尼奥形成的商誉系公司 2015 年 9 月购买罗迪尼奥 100%

股权，公司按购买成本高于应享有的罗迪尼奥可辨认净资产公允价值差额确认为商誉 480.25 万元;对久佳信通形成的商誉系公司 2019 年 10 月购买久佳信通 23%股权，对久佳信通的持股比例由 28%增加至 51%，公司按 51%股权对应的公允价值高于 51%股权对应的可辨认净资产的公允价值差额确认为商誉 9,379.17 万元。

对收购久佳信通形成的商誉减值测试情况如下：

①商誉减值的测试方法和过程

A.2019 年 12 月 31 日商誉减值测试

发行人聘请了中水致远对久佳信通 2019 年 12 月 31 日商誉减值测试涉及的资产组可收回金额进行评估，并出具了《资产评估报告》(中水致远评报字[2020]第 020032 号)。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定，资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值，只要有一项超过了资产的账面价值，就表明资产没有发生减值，不需再估计另一项金额。

本次评估中，经过测算，委估资产组预计未来现金流量的现值大于其账面值，中水致远采用了预测未来现金流量的现值一种方法，可以满足评估目的的需求。

预计未来现金流量采用收益途径方法进行测算，即按照目前状态及使用、管理水平使用资产组可以获取的收益。采用的预计未来现金流量的计算公式为：

$$P = \sum_{i=1}^{n} \frac{A_i}{(1+R)^i} + \frac{A}{R(1+R)^n}$$

P——资产组的预计未来现金流量的现值；

Ai——收益变动期的第 i 年的息税前年企业自由现金流量；

A——收益稳定期的息税前年企业自由现金流量；

R——税前折现率；

n——企业收益变动期预测年限。

具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		
	商誉	资产组	合计
资产组账面价值	9,379.17	7,656.70	17,035.87
加：未确认归属于少数股东权益的商誉价值	9,011.36		9,011.36

项目	2019 年 12 月 31 日		
	商誉	资产组	合计
调整后资产组账面价值			26,047.23
资产组可收回金额			26,800.00
资产组减值损失			无需计提

注：上述指标具体说明如下：

1、商誉的账面价值为：发行人合并报表中收购久佳信通所形成的商誉的账面价值；资产组的账面价值为：久佳信通自购买日开始持续计算的可辨认净资产公允价值。

2、未确认归属于少数股东权益的商誉价值：根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》的规定，在合并财务报表中反映的商誉，不包括子公司归属于少数股东权益的商誉。但对相关的资产组（或者资产组组合，下同）进行减值测试时，应当将归属于少数股东权益的商誉包括在内，调整资产组的账面价值（包含完全商誉）。

未确认归属于少数股东权益的商誉价值=商誉价值的账面价值/发行人持有久佳信通股份占比*少数股东持有久佳信通股份占比=9,379.17/51%*49%=9,011.36 万元。

3、调整后资产组账面价值=资产组账面价值+未确认归属于少数股东权益的商誉价值。

4、资产组可收回金额的计算：

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定，资产组是指企业可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组产生的现金流入。由于久佳信通从事移动信息化等相关业务，且久佳信通经营管理方式、客户组成、现金流入方式、对资产的持续使用及处置的决策方式等均明显独立于发行人其他业务，因此资产组应当为与久佳信通主营业务相关的资产及负债。评估基准日，商誉所在资产组与收购日形成商誉时所确定的资产组一致，其构成未发生变化。

通过收益法采用未来现金流折现的方式计算资产组可收回金额。

单位：万元

项目	预测期					
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续期
营业收入	27,059.50	28,717.44	30,484.09	32,366.72	34,373.12	34,373.12
减：营业成本	22,744.27	24,183.34	25,530.50	27,158.46	28,896.63	28,896.63
税金及附加	29.71	31.21	34.21	36.00	37.85	37.85
销售费用	181.65	187.72	193.87	200.08	206.37	206.37
管理费用	333.01	344.63	356.54	369.75	383.26	383.26
研发费用	437.06	451.28	465.65	480.17	495.86	495.86
其他收益	190.44	200.04	219.27	230.77	242.61	242.61
息税前利润	3,524.24	3,719.30	4,122.59	4,353.03	4,595.76	4,595.76
加：折旧与摊销	27.08	27.08	27.08	27.08	27.08	27.08
减：资本性支出	22.60	23.73	24.86	25.99	27.12	27.08

项目	预测期					
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续期
营运资本变动	471.77	164.87	189.95	187.50	199.52	-
税前自由现金流量	3,056.95	3,557.78	3,934.86	4,166.62	4,396.20	4,595.76
折现率	16.63%	16.63%	16.63%	16.63%	16.63%	16.63%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	
折现系数	0.9260	0.7940	0.6808	0.5837	0.5005	3.0102
折现值	2,830.74	2,824.88	2,678.85	2,432.06	2,200.30	13,834.16
预计未来现金流量的现值	26,800.00					

（1）相关核心假设

①持续经营假设：是指假设委估资产组按基准日的用途和使用的方式等情况正常持续使用，不会出现不可预见的因素导致其无法持续经营。

②假设资产组能够按照久佳信通及管理层预计的用途和使用方式、规模、频度、环境等情况继续使用。

③假设资产组业务经营所涉及的外部经济环境不变，现行的宏观经济不发生重大变化，无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

④资产组经营所处的社会经济环境以及所执行的税赋、汇率、税率等政策无重大变化。

⑤假设资产组的现金流入均为均匀流入，现金流出为均匀流出。

⑥假设产权持有人能够继续控制其拥有的各项资源（包括人力资源、特许经营权、营销网络、客户渠道等），能够持续拥有增值电信业务资质，以保持其核心竞争能力。

⑦久佳信通于 2017 年 10 月获得高新技术资质，有效期为 3 年，自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日按 15%的税率计缴企业所得税。高新技术资质到期后，评估专业人员基于谨慎性考虑，假设 2020 年开始久佳信通按 25%的税率计缴企业所得税。

（2）核心参数设置的合理性

计算预测期自由现金流量主要参数包括：营业收入、折现率等。具体情况如下：

①营业收入

通过对历史数据的分析，结合久佳信通的营销计划及未来的发展规划，考虑到相关预测参数的市场变化趋势，对久佳信通的收入进行预测，久佳信通影响收入的各参数预测如下：

A.短信发送量：通过对久佳信通历史年度短信发送量分客户进行分类统计，分析不同客户短信发送量的变化趋势，对不同客户类型短信发送量分别进行预测，进而得到每家客户总的短信发送量。

由于行业特征以及替代产品的出现，未来年度呈下降趋势。但是久佳信通的客户主要集中在大型行业企业，久佳信通预计未来替代产品对公司信息量的冲击影响不大。从评估基准日时新开拓的客户看，久佳信通对 2020 年的预测主要以合同为准，对未来年度的预测以新开拓客户的数量和市场占有率，以及对现有客户历史年度发送量综合考虑了预测。

B.短信单价：通过对久佳信通历史每家客户短信单价变化趋势分析的基础上，未来年度考虑运营商调价对短信价格的影响，对不同签约客户短信单价进行合理预测。预测时，评估机构主要以现在价格为基准进行预测。

根据上述思路，评估机构对久佳信通 2020 年-2024 年营业收入进行了预测，2025 年及以后年度基本维持 2024 年的收入规模，具体测算表格如下：

单位：元

项目/年度	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	27,059.50	28,717.44	30,484.09	32,366.72	34,373.12

根据移动信息服务及相关行业发展、公司自身的储备的客户群等情况，综合确定预测期内的营业收入增长。公司预测的收入增长是符合行业发展趋势和企业的实际状况的，具有合理性。

②折现率

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定，折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。本次商誉减值测试在确定折现率时，首先考虑以该资产的市场利率为依据，鉴于该资产的利率无法从市场获得的，因此使用替代利率估计。在估计替代利率时，根据企业加权平均资本成本率（WACC）确定。计算公式如下：

$$WACC=\left(\frac{1}{1+D/E}\right)\times \mathrm{Re}+\left(\frac{1}{1+E/D}\right)\times(1-T)\times Rd$$

A.股东权益资本成本 Re 采用资本资产定价模型(CAPM)计算确定，为 13.38%，计算公式及主要参数情况如下：

$$R_e = R_f + \beta_e(R_m - R_f) + \alpha$$

a.无风险报酬率（Rf）的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。我们选择了在交易所交易的，按年付息、且剩余年限在 5 年以上的中、长期记账式国债的到期收益率平均值，即 Rf=3.43%。

b.企业的风险系数（βe）的确定

根据同花顺查询的沪深 300 上市公司 Beta，选择北纬科技、梦网集团、吴通控股、中嘉博创 4 家上市公司，进行风险系数的分析比较，测算出无财务杠杆的风险系数（βu）为 0.8646。久佳信通 2020 年及以后执行所得税率为 25%，有财务杠杆的βe 为 0.9288。

c.市场风险溢价 Rpm（Rm-Rf）

市场风险溢价是对于一个充分风险分散的市场投资组合，投资者所要求的高于无风险利率的回报率，国际上的风险溢价通常采用成熟市场的风险溢价进行调整确定，因此评估采用公认的成熟市场（美国市场）的风险溢价进行调整，具体计算过程如下：

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险。

根据 Aswath Damodaran 的统计结果，综合的市场风险溢价水平为 6.65%。

d.企业特定风险调整系数（α）的确定

特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业规模、经营管理、抗风险能力、汇总损益风险等方面的差异进行的调整系数。根据对久佳信通特有风险的判断，取风险调整系数为 3.5%。

B.债务成本（Rd）的确定：以评估基准日久佳信通的借款利率 4.35%确定为被评估单位的借入资本成本的 Rd。

C. 债务资本占股权资本的比重 D/E 的确定：根据久佳信通被评估基准日时的资本结构，计算久佳信通目标债务资本占股权资本的比重为 9.89%。

根据上述确定的参数，久佳信通资产组预测期折现率 WACC 为 12.47%，税前 WACC=预测期折现率 WACC/(1-所得税率)=12.47%/（1-25%）=16.63%。

③营业成本

久佳信通与商誉相关资产组主营业务成本主要由项目材料成本、项目直接人工、项目分包费、制造费用及其他费用组成。评估中，对营业成本分别通过短信量和短信单价来预测。其中：①短信量的预测：通过对短信发送量业务涉及的不同客户预测，按照久佳信通管理层对通过不同平台发送信息的占比，预测分别通过三大运营的发送量。②短信单价成本的预测通过对久佳信通历史年度运营商短信单价收费的变化趋势分析的基础上，未来年度考虑行业的竞争力，分别对三大运营商短信单价进行合理预测。

2020 年至 2024 年平均毛利率符合历史毛利率水平，预测谨慎合理。

④税金及附加

根据历史年度的综合平均税率及当地税收政策进行测算。主要为城建税、教育费附加、地方教育费附加、印花税等。

⑤销售费用

对于销售费用的预测，根据不同的费用项目采用不同的方法进行预测，对历史年度发生的偶然性费用及未来年度无需支付的费用不再预测，职工薪酬根据企业未来年度用人计划及工资薪酬水平预测；其他费用参考历史年度费用水平，考虑行业特点，根据一定的增长率进行预测进行测算。

⑥管理费用

企业管理费用主要由职工薪酬、折旧费、中介结构咨询服务费、装修费用、业务招待费、办公费及其他等组成。对于管理费用，在对历史年度费用分析的基础上，根据不同的费用项目采用不同的估算方法进行估算。对职工薪酬根据企业未来年度用人计划及工资薪酬水平预测；对固定资产折旧根据评估基准日已有固定资产，结合未来资本性支出计划按企业的折旧政策进行预测；对其他费用参考历史年度费用水平，根据未来年度的收入预测进行测算。

⑦研发费用

企业研发费用主要由人工费、检测费、折旧及其他等组成，对于研发费用的预测，主要根据管理层的经营发展规划，主要根据未来年度收入预测的基础上按历史年度的比例进行测算；在对历史年度费用分析的基础上，根据不同的费用项目采用不同的估算方法进行估算。其中：人工费用根据企业未来年度用人计划及工资薪酬水平预测；固定资产折旧、长期待摊费用根据评估基准日已有固定资产、长期待摊费用，结合未来资本性支出计划按企业的折旧、摊销进行预测；其他费用参考历史年度费用水平，根据未来年度的收入预测进行测算。

⑧资本性支出预测

资本性支出一般考虑两个方面的因素，一是按照原有的固定资产、无形资产周转率，伴随销售收入的增长进行的扩产新购；二是为保持原有资产的正常运转要求的综合成新率而进行的设备更新支出。企业目前主要为维持现有规模对固定资产的更换支出的资本性投入。

⑨净营运资金增加

根据企业历史经营数据及未来利润表预测计算出企业年付现成本，再通过企业年营运资金周转次数，预测得到的未来经营期各年度的营运资金，并测算净营运资金增加额。

2019 年 12 月 31 日，久佳信通的可收回金额为 26,800.00 万元，自购买日开始持续计算的可辨认净资产公允价值为 7,656.70 万元，久佳信通按 51%股权对应的公允价值高于应享有久佳信通可辨认净资产公允价值差额确为商誉 9,379.17 万元，对应未确认归属于少数股东权益的商誉价值为 9,011.36 万元，久佳信通公司包含商誉的资产组账面价值合计为 26,047.23 万元。

综上，久佳信通包含商誉的资产组组合的可收回价值高于含营运资金的资产组账面价值，商誉未发生减值。

B. 2020 年 12 月 31 日商誉减值测试

发行人聘请了中水致远对久佳信通 2020 年 12 月 31 日商誉减值测试涉及的资产组可收回金额进行评估，并出具了《资产评估报告》（中水致远评报字[2021]第 020051 号）。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定，资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值，只要有一项超过了资产的账面价值，就表明资产没有发生减值，不需再估计另一项金额。

本次评估中，经过测算，委估资产组预计未来现金流量的现值大于其账面值，中水致远采用了预测未来现金流量的现值一种方法，可以满足评估目的的需求。

预计未来现金流量采用收益途径方法进行测算，即按照目前状态及使用、管

理水平使用资产组可以获取的收益。

具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		
	商誉	资产组	合计
资产组账面价值	9,379.17	9,482.58	18,861.75
加：未确认归属于少数股东权益的商誉价值	9,011.36		9,011.36
调整后资产组账面价值			27,873.11
资产组可收回金额			28,600.00
资产组减值损失			无需计提

注： 资产组可收回金额的计算如下：

通过收益法采用未来现金流折现的方式计算资产组可收回金额。

单位：万元

项目	预测期					
	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	永续期
营业收入	30,724.56	33,182.52	35,837.13	38,704.10	41,800.42	41,800.42
减：营业成本	25,992.98	28,072.42	30,318.21	32,743.67	35,363.16	35,363.16
税金及附加	31.62	34.19	36.99	40.11	43.44	43.44
销售费用	265.06	274.04	283.16	293.44	303.89	303.89
管理费用	372.08	386.48	401.33	417.68	434.56	434.56
研发费用	580.72	613.36	646.83	681.21	717.54	717.54
其他收益	202.67	219.19	237.10	257.12	278.48	278.48
息税前利润	3,684.77	4,021.22	4,387.71	4,785.11	5,216.31	5,216.31
加：折旧与摊销	49.36	59.06	68.76	78.46	88.16	88.16
减：资本性支出	56.50	56.50	56.50	56.50	72.01	88.16
营运资本变动	1,134.04	820.30	879.87	943.87	935.52	-
税前自由现金流量	2,543.59	3,203.48	3,520.10	3,863.20	4,296.94	5,216.31
折现率	15.99%	15.99%	15.99%	15.99%	15.99%	15.99%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	-
折现系数	0.9285	0.8005	0.6902	0.5950	0.5130	3.2086
折现值	2,361.72	2,564.39	2,429.57	2,298.60	2,204.33	16,737.05
预计未来现金流量的现值	28,600.00					

（1）相关核心假设

久佳信通于 2021 年 1 月通过高新技术资质复审，有效期为 3 年，按 15%的税率计缴企业所得税。

（2）核心参数设置的合理性

计算预测期自由现金流量主要参数包括：营业收入、折现率等。具体情况如下：

①营业收入

评估机构对久佳信通 2021 年-2025 年营业收入进行了预测，2026 年及以后年度基本维持 2025 年的收入规模，具体测算表格如下：

单位：万元

项目/年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
营业收入	30,724.56	33,182.52	35,837.13	38,704.10	41,800.42

根据移动信息服务及相关行业发展、公司自身的储备的客户群等情况，综合确定预测期内的营业收入增长。公司预测的收入增长是符合行业发展趋势和企业的实际状况的，具有合理性。

②折现率

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定，折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。本次商誉减值测试在确定折现率时，首先考虑以该资产的市场利率为依据，鉴于该资产的利率无法从市场获得的，因此使用替代利率估计。在估计替代利率时，根据企业加权平均资本成本率（WACC）确定。计算公式如下：

$$WACC=\left(\frac{1}{1+D/E}\right)\times \mathrm{Re}+\left(\frac{1}{1+E/D}\right)\times(1-T)\times Rd$$

A.股东权益资本成本 Re 采用资本资产定价模型(CAPM)计算确定，为 14.12%，计算公式及主要参数情况如下：

$$R_e = R_f + \beta_e (R_m - R_f) + \alpha$$

a.无风险报酬率（Rf）的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。我们选择了在交易所交易的，按年付息、且剩余年限在 5 年以上的中、长期记账式国债的到期收益率平均值，即 Rf=3.10%。

b.企业的风险系数（βe）的确定

根据同花顺查询的沪深 300 上市公司 Beta，选择北纬科技、梦网集团、吴通控股、中嘉博创 4 家上市公司，进行风险系数的分析比较，测算出无财务杠杆的风险系数（βu）为 0.9759。久佳信通 2020 年及以后执行所得税率为 15%，有财务杠杆的βe 为 1.0579。

c.市场风险溢价 Rpm（Rm-Rf）

市场风险溢价是对于一个充分风险分散的市场投资组合，投资者所要求的高于无风险利率的回报率，国际上的风险溢价通常采用成熟市场的风险溢价进行调整确定，因此评估采用公认的成熟市场（美国市场）的风险溢价进行调整，具体计算过程如下：

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险。

根据 Aswath Damodaran 的统计结果，综合的市场风险溢价水平为 7.11%。

d.企业特定风险调整系数（α）的确定

特有风险调整系数为根据被评估单位与所选择的对比企业在企业规模、经营管理、抗风险能力、汇总损益风险等方面的差异进行的调整系数。根据对久佳信通特有风险的判断，取风险调整系数为 3.5%。

B.债务成本（Rd）的确定：以评估基准日 1 年期贷款市场报价利率（LPR）3.85%确定为被评估单位的借入资本成本的 Rd。

C. 债务资本占股权资本的比重 D/E 的确定:根据久佳信通被评估基准日时的资本结构，计算久佳信通目标债务资本占股权资本的比重为 9.89%。

根据上述确定的参数，久佳信通资产组预测期折现率 WACC 为 13.14%，税前 WACC=预测期折现率 WACC/(1-所得税率)= 13.14%/（1-15%）=15.46%。

2020 年 12 月 31 日，久佳信通的可收回金额为 28,600.00 万元，自购买日开始持续计算的可辨认净资产公允价值为 9,482.58 万元，久佳信通按 51%股权对应的公允价值高于应享有久佳信通可辨认净资产公允价值差额确认商誉 9,379.17 万元，对应未确认归属于少数股东权益的商誉价值为 9,011.36 万元，久佳信通公司包含商誉的资产组账面价值合计为 27,873.11 万元。

综上，久佳信通包含商誉的资产组组合的可收回价值高于含营运资金的资产组账面价值，商誉未发生减值。

②久佳信通形成的商誉是否存在减值风险

A.2019 年全年，久佳信通已实现收入、净利润与盈利预测的差异

单位：万元

项目	2019 年 1-7 月实际经营情况（①）	2019 年 8-12 月的评估预测（②）	2019 年全年审定数（③）	差异率（（③-②-①）/（①+②））
营业收入	7,585.65	12,133.75	18,527.66	-6.04%
净利润	837.06	1,071.90	2,144.72	12.35%

注：表中所列评估预测数据为《资产评估报告》（中水致远评报字[2019]第 020398 号）中的预测数据，下同。

通过上表分析，久佳信通 2019 年全年已实现的净利润高于盈利预测情况，久佳信通经营情况较好，业务资产组的可实现利润能力较强，《资产评估报告》盈利预测具备合理性。

B.2019 年预测期，久佳信通已实现收入、净利润与盈利预测的差异

单位：万元

项目	2019 年 8-12 月 实际经营情况（①）	2019 年 8-12 月 的评估预测（②）	差异率（（①-②）/②）
营业收入	10,942.01	12,133.75	-9.82%
净利润	1,307.66	1,071.90	21.99%

通过上表分析，久佳信通 2019 年 8-12 月已实现的净利润高于盈利预测情况，久佳信通经营情况较好，业务资产组的可实现利润能力较强，《资产评估报告》盈利预测具备合理性。

C. **2020 年**，久佳信通已实现收入、净利润情况

2020 年，久佳信通已实现收入、净利润较前期的变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年实际经营情况（②）	2019 年实际经营情况（①）	增长率（（②-①）/①）
营业收入	**28,448.67**	**18,527.66**	**53.55%**
净利润	**2,754.34**	**2,144.72**	**28.42%**

2020 年，久佳信通较上年同期实现了业绩增长：营业收入较上年同期增长 **9,921.01 万元**，增幅 **53.55%**；净利润较上年同期增长 **609.62 万元**，增幅 **28.42%**。在宏观经济下行和新冠疫情双重压力下，**2020 年**久佳信通实现了经营业绩的同比增长，符合盈利预测的情况。

久佳信通 **2020 年**、2020 年 1-6 月和 2019 年 11-12 月收入和费用情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年 11-12 月
营业收入	**28,448.67**	10,080.44	5,339.00
营业成本	**24,042.99**	8,726.95	4,119.60
毛利率	**15.49%**	13.43%	22.84%
期间费用	**1,325.84**	590.04	293.06
期间费用率	**4.66%**	5.85%	5.49%
净利润	**2,754.34**	743.95	813.89

由上表可知，久佳信通 2020 年 1-6 月和 2019 年 11-12 月的期间费用率基本一致，但毛利率由 2019 年 11-12 月的 22.84%下降至 2020 年 1-6 月的 13.43%，毛利率的下降导致久佳信通收入增长但净利润反而下滑。

2020 年 1-6 月，由于 2019 年下半年以来运营商普调短信价格，公司短信采购均价上涨，但公司对客户的价格调整具有滞后性，公司 2020 年 1-6 月的毛利率相较 2019 年 11-12 月有一定程度的下降，从而导致公司收入增长但净利

润反而下滑。**2020 年，随着久佳信通逐步完成对客户的价格调整，2020 年毛利率回升至 15.49%。**

D. 久佳信通是否存在业绩下滑迹象或风险

由于久佳信通与主要客户均签订框架合同，不签署具体订单。截至本招股说明书签署之日，久佳信通与其前十大客户签订的有效框架合同如下：

序号	客户名称	合同标的	合同到期日
1	卓望信息技术（北京）有限公司	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	2021.06.30
2	卓望信息网络（深圳）有限公司	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	2021.06.30
3	**广西东信易通科技有限公司**	**提供短信的通道服务**	**2021.11.14**
4	福州三六零网络小额贷款有限公司	短信的发送和接收提供运营服务	**2021.12.01**
5	杭州数云信息技术有限公司	共同开展集团短消息业务	2022.07.01
6	北京爱奇艺科技有限公司	为客户提供短信产品服务	2021.06.30
7	**北京百度网讯科技有限公司**	**向客户提供企业短信服务**	**2021.7.31**
8	广州酷狗计算机科技有限公司	双方就共同开展集团短消息业务达成协议	**2021.12.31**
9	新联协同通信技术（北京）有限公司	为客户提供发送短信的 API 接口、通道、以及通道的运营支撑服务	2022.04.30
10	北京趣拿软件科技有限公司	使用 CMPP、SGIP、SMGP、SMPP 点对点短信通信协议技术事宜达成协议	**2021.12.31**

公司与主要客户均签订了框架合同，2020 年公司与客户业务合作稳定，销售收入稳步提升，未出现下滑的情形。且除新增客户外，其他客户均到期续签，较高的客户黏性及续签率保证了公司收入持续增长。

久佳信通自 2016 年成立后，客户数量逐年增加，客户数量由 38 个逐年增长至 **243 个**，复合增长率为 **59.10%**，随着新客户的开发及原有客户的需求逐步释放，久佳信通的收入增长具有可持续性。

2020 年，久佳信通已实现收入、净利润同比变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	同比增长率
营业收入	**28,448.67**	**18,527.66**	**53.55%**
净利润	**2,754.34**	**2,144.72**	**28.42%**

2020 年，久佳信通较上年同期实现了业绩增长：营业收入较上年同期增长 **9,921.01 万元**，增幅 **53.55%**；净利润较上年同期增长 **609.62 万元**，增幅 **28.42%**。在宏观经济下行和新冠疫情双重压力下，**2020 年**久佳信通实现了经营业绩的同

比增长。随着国内疫情的控制和经济稳步恢复，久佳信通预计将保持经营业绩的持续增长。

2020 年，久佳信通实现收入 28,448.67 万元，净利润 2,754.34 万元，高于商誉减值测试《资产评估报告》（中水致远评报字[2020]第 020032 号）预测久佳信通 2020 年净利润 2,539.58 万元，不存在业绩下滑的迹象。

F. 报告期内的自由现金流量及与预测自由现金流的差异情况

根据《资产评估报告》（中水致远评报字[2019]第 020398 号），**2019 年，**久佳信通报告期内的自由现金流量与预测自由现金流的差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	报告期			
	2019 年 1-7 月（实际①）	2019 年 8-12 月（预测②）	2019 年（预测）③=①+②	2019 年（实际）
营业收入	7,585.65	12,133.75	19,719.40	18,527.66
减：营业成本	6,085.20	10,516.92	16,602.12	14,636.06
税金及附加	0.03	15.01	15.04	13.4
销售费用	90.16	75.38	165.54	171.38
管理费用	165.02	151.58	316.60	289.87
研发费用	231.01	130.91	361.92	816.66
其他收益	18.20	-	18.20	66.46
息税前利润	838.55	1,071.90	1,910.45	2,666.75
加：折旧与摊销	23.33	13.28	36.61	35.98
减：资本性支出	60.84	13.28	74.12	65.87
营运资本变动	380.04	415.61	795.65	1,209.09
税前自由现金流量	421.00	656.29	1,077.29	1,427.77

由上表可知，久佳信通 2019 年预测自由现金流为 1,077.29 万元，实际自由现金流为 1,427.77 万元。评估机构对 2019 年 8-12 月进行经营预测时，运营商已逐步上调短信价格，久佳信通短信采购成本将逐步上升，故处于谨慎性原则，评估机构对营业成本的预测高于实际。预测期（2019 年 8-12 月）久佳信通实际经营情况良好，故 2019 年实际自由现金流量高于预测自由现金流量。

根据《资产评估报告》（中水致远评报字[2020]第 020032 号），2020 年，久佳信通的自由现金流量与预测自由现金流的差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	报告期	
	2020 年（预测）	2020 年（实际）

营业收入	27,059.50	28,448.67
减：营业成本	22,744.27	24,042.99
税金及附加	29.71	4.18
销售费用	181.65	264.85
管理费用	333.01	338.05
研发费用	437.06	616.66
其他收益	190.44	136.83
息税前利润	3,524.24	3,249.66
加：折旧与摊销	27.08	49.36
减：资本性支出	22.60	85.21
营运资本变动	471.77	1,162.67
税前自由现金流量	3,056.95	2,051.14

由上表可知，久佳信通 2020 年预测自由现金流为 3,056.95 万元，实际自由现金流为 2,051.14 万元。2020 年实际自由现金流量低于预测自由现金流量，主要原因如下：1）久佳信通的收入存在季节性，第四季度的收入占比较高，由于该季度收入均在账期内，应收账款尚未回款，导致实际自由现金流量低于预测自由现金流量；2） 由于久佳信通 2020 年销售规模增长较大，相应预付短信采购款增加，导致实际自由现金流量低于预测自由现金流量。

G.久佳信通 2019 年评估预测期（8-12 月）与实际纳入合并报表期间（11-12 月）存在差异的原因及合理性

评估机构以 2019 年 7 月 31 日作为评估基准日对久佳信通进行了评估，并于 2019 年 10 月 21 日出具了中水致远评报字[2019]第 020398 号评估报告。发行人于 2019 年 10 月 23 日召开第二届董事会第七次会议，审议通过了购买久佳信通股权的议案。2019 年 10 月 24 日，久佳信通完成了本次股权收购的工商变更，交易各方办理了财产权转移手续，本次工商变更后，发行人持有久佳信通的股权比例为 51%。发行人根据通常处理方法，将合并日确认为 2019 年 10 月 31 日。

由于评估基准日为 2019 年 7 月 31 日，故久佳信通 2019 年评估预测期为 8-12 月，合并日为 2019 年 10 月 31 日，故纳入合并报表期间为 11-12 月。

H. 2019 年 8-12 月收入低于预测值但净利润大幅高于预测值的原因

久佳信通 2019 年 8-12 月收入及净利润评估预测值与实际实现的差异如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-7 月实际经营情况	2019 年 8-12 月实际经营情况（①）	2019 年 8-12 月的评估预测（②）	差额（②-①）

营业收入	7,585.65	10,942.01	12,133.75	1,191.74
营业成本	6,085.20	8,550.86	10,516.92	1,966.06
毛利额	1,500.45	2,391.15	1,616.83	-774.32
毛利率	19.78%	21.85%	13.33%	-8.52%
净利润	837.05	1,307.67	1,071.90	-235.77

久佳信通 2019 年 8-12 月实现的收入略低于盈利预测的营业收入，但已实现的净利润远高于盈利预测情况，主要原因是实际经营的毛利率高于预测的毛利率。评估机构对 2019 年 8-12 月进行经营预测时，运营商已逐步上调短信价格，久佳信通的短信采购成本会逐步上升，短信销售价格能否同步上涨尚无法确定，故出于谨慎性原则，评估机构对毛利率的预测低于实际毛利率，使得收入低于预测值但净利润高于预测值。

I. 久佳信通单体净利润率波动的原因及经营的稳定性分析

久佳信通**2018 年至 2020 年**的经营情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
收入总额（万元）	**28,448.67**	18,527.66	8,389.65
毛利率	**15.49%**	21.00%	14.90%
净利润（万元）	**2,754.34**	2,144.72	408.06
费用率	**4.66%**	7.01%	9.49%
净利润率	**9.68%**	11.58%	4.86%
平均员工人数	**43**	35	25

报告期内，久佳信通的净利润率分别为 4.86%、11.58%和 **9.68%**。2020 年，久佳信通净利润率较 2019 年下降幅度较大，主要系受供应商提价，导致短信采购价格上涨，但对客户的价格调整具有滞后性，因此净利润率下降。

2018 年净利润率大幅低于其他期间，主要原因为：1）为开拓市场、发展客户，2018 年久佳信通对新开拓客户销售价格有所下降，导致毛利率**偏低**；2）2018 年久佳信通对业务系统进行升级迭代，增加了研发投入、扩充了业务团队，导致当期费用率**较高**。2018 年久佳信通对客户的开拓和系统的优化，为今后的业务发展奠定了基础，故 2019 年净利润率显著增长。

报告期内，久佳信通净利润率的波动主要系其在业务高速发展中主动调整所致，通过业务调整，**久佳信通的营业收入由 2018 年的 8,389.65 万元增长至 2020 年的 28,448.67 万元，员工人数由 25 人扩充至 43 人**，并已与卓望信息、小米科技、网易、爱奇艺等大型行业企业客户建立稳定合作关系。久佳信通经营稳定，

发展情况良好，净利润率的波动未对其持续经营能力产生不利影响。

久佳信通按月向客户及供应商发送账单并进行对账，在双方核对无误后确认收入及相应的成本。报告期内久佳信通不存在提前确认成本费用或延迟确认收入的情形。

综上，**2020 年**，久佳信通收入、净利润均实现同比增长；根据《资产评估报告》（**中水致远评报字[2021]第 020051 号**），久佳信通包含商誉的资产组组合的可收回价值高于含营运资金的资产组账面价值，发行人并购久佳信通形成的商誉**不**存在减值风险。

报告期内，罗迪尼奥和久佳信通经营情况良好。报告期各期末，公司对商誉进行减值测试，计算得出罗迪尼奥和久佳信通可收回金额高于可辨认净资产账面价值和商誉之和，不存在商誉减值，因此未计提减值准备。

（7）长期待摊费用

2018 年末至 2020 年末，公司长期待摊费用分别为 24.60 万元和 6.91 万元和 **55.34 万元**，占非流动资产的比重分别为 0.71%、0.06%和 **0.47%**。公司的长期待摊费用主要系视频授权使用费和装修费。

（8）递延所得税资产

2018 年末至 2020 年末，公司递延所得税资产分别为 13.55 万元、63.66 万元和 **76.15 万元**，占非流动资产的比重分别为 0.39%、0.54%和 **0.65%**。报告期内，公司的递延所得税资产均为按照会计准则规定确认对可抵扣暂时性差异“资产减值准备**/信用减值准备**”项目税项影响形成。

（二）资产周转能力分析

公司资产周转能力较好，报告期内，公司应收账款周转率如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款周转率（次/年）	**5.66**	5.04	10.27

注：报告期内，公司无存货，不存在存货周转率。

由于久佳信通整体销售规模较大，且其从事的移动信息化服务具备一定的季节性，往往四季度销售金额较高，导致久佳信通年末处于账期内的应收账款金额较大。鉴于公司 2019 年 10 月完成了对久佳信通的收购，公司将久佳信通纳入合并范围使得 2019 年末公司应收账款金额增长显著，但当期营业收入中仅包括收

购后久佳信通 2019 年 11 月和 12 月的收入，导致相应指标不完全匹配，2019 年应收账款周转率相应有较大幅度下降。**2020 年，公司移动信息化服务销售规模达 37,561.77 万元，占营业收入比例达 73.48%，成为发行人销售占比第一大的主营业务。由于移动信息化服务四季度销售金额较高，使得 2020 年末公司应收账款金额较高，应收账款周转率与 2019 年差异不大。**报告期内，公司对主要客户的信用政策及执行情况未发生变化。

2019 年应收账款周转率较 2018 年大幅下降主要由合并久佳信通所致。公司对久佳信通的合并日为 2019 年 10 月 31 日，因此 2019 年久佳信通仅 11-12 月的营业收入纳入发行人合并范围，合并收入金额为 5,339.00 万元，而久佳信通 2019 年末应收账款余额为 5,490.70 万元。因此，计算应收账款周转率时，营业收入与应收账款的不配比导致了公司 2019 年应收账款周转率大幅下降。

剔除久佳信通影响后，发行人 2018 年和 2019 年的应收账款周转率如下：

项目	2019 年/2019.12.31	2018 年/2018.12.31
应收账款期末余额	2,958.37	1,807.07
营业收入	20,503.24	21,014.29
应收账款周转率	8.60	10.27

剔除久佳信通影响后，2019 年公司应收账款周转率较 2018 年略有下降，主要原因如下：

1、2019 年度，发行人移动信息化服务在与腾讯云、携程、国家电网等优质客户建立长期合作的基础上，于 2019 年下半年实现业务量的突破性增长，导致 2019 年末公司移动信息化服务信用期内应收账款期末余额较 2018 年末增长 1,650.99%，应收账款的大幅增长导致移动信息化服务业务的应收账款周转率由 9.60 下降至 7.72。

2、2019 年公司拓展了媒体代理业务规模，由于营销行业业务特点，电动邦、车云网等媒体的移动营销服务客户信用期较长，通常为 3-6 个月，导致 2019 年末应收账款较 2018 年末增长 418.25%，应收账款的大幅增长导致移动营销服务业务的应收账款周转率由 6.35 下降至 5.24。

综上，发行人 2019 年应收账款周转率由 2018 年的 10.27 次/年下降至 5.04 次/年，主要原因系收购久佳信通导致应收账款周转率计算时营业收入与应收账款不配比，以及 2019 年末发行人移动信息化服务、移动营销服务应收账款增加所致。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）报告期末主要债项的情况

1、负债构成及变动分析

报告期各期末，公司负债总体结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	**4,256.54**	**90.43%**	5,474.21	80.80%	1,561.21	100.00%
非流动负债	**450.59**	**9.57%**	1,300.94	19.20%	-	0.00%
负债合计	**4,707.12**	**100.00%**	**6,775.15**	**100.00%**	**1,561.21**	**100.00%**

2018 年末至 2020 年末，公司的负债总额分别为 1,561.21 万元、6,775.15 万元和 **4,707.12 万元**，其中流动负债占比在 **80%**以上，是负债的主要构成部分。

2、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	**2,186.66**	**51.37%**	2,893.51	52.86%	1,188.21	76.11%
合同负债	**22.18**	**0.52%**	-	-	-	-
预收款项	**-**	**-**	81.92	1.50%	-	-
应付职工薪酬	**252.17**	**5.92%**	291.15	5.32%	78.12	5.00%
应交税费	**964.59**	**22.66%**	746.79	13.64%	288.02	18.45%
其他应付款	**2.94**	**0.07%**	11.84	0.22%	6.85	0.44%
一年内到期的非流动负债	**828.00**	**19.45%**	1,449.00	26.47%	-	-
流动负债合计	**4,256.54**	**100.00%**	**5,474.21**	**100.00%**	**1,561.21**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债主要由应付账款和应交税费构成，两项合计占负债总额的比例分别为 94.56%、66.50%和 **74.03%**。

（1）应付账款

2018 年末至 2020 年末，公司应付账款余额分别为 1,188.21 万元、2,893.51 万元和 **2,186.66 万元**，占流动负债的比重分别为 76.11%、52.86%和 **51.37%**。公司应付账款主要包括应支付给供应商的渠道推广费用和短信采购费用等，其按性质列示的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付短信采购费	**1,911.31**	2,288.01	38.31
应付渠道推广费	**224.34**	572.64	1,149.91
其他	**51.00**	32.85	-
合计	**2,186.66**	**2,893.51**	**1,188.21**

报告期各期末，公司应付账款余额变动与各项业务发展情况保持一致。2019年末，公司应付账款较2018年末增长1,705.29万元，增幅为143.52%，主要是由于2019年公司移动信息化服务规模增长使得应付短信采购费大幅增加导致。**2020年末，公司应付账款较2019年末减少706.85万元，降幅24.43%，主要由于2020年公司移动信息化服务中消耗的预付短信采购费较多，导致期末应付短信采购费有所减少。**

报告期内，公司各项业务的营业成本金额及应付账款期末余额情况如下所示：

单位：万元

业务类型	2020年/2020年12月31日			2019年/2019年12月31日			2018年/2018年12月31日		
	应付账款余额	营业成本	占比（%）	应付账款余额	营业成本	占比（%）	应付账款余额	营业成本	占比（%）
增值电信服务	**220.90**	**6,187.26**	**3.57%**	520.33	7,457.48	6.98%	881.51	10,846.56	8.13%
移动信息化服务-挖金客	**3.61**	**7,767.35**	**0.05%**	677.21	2,817.19	24.04%	38.31	370.85	10.33%
移动信息化服务-久佳信通	**1,894.12**	**24,191.99**	**7.83%**	1,610.80	4,144.43	38.87%	-	-	-
移动营销服务-流量引入	**3.45**	**20.90**	**16.51%**	52.04	880.76	5.91%	122.33	630.81	19.39%
移动营销服务-媒体代理	**-**	**1,033.75**	**-**	-	1,439.74	-	146.07	906.88	16.11%

注：占比=应付账款余额/营业成本。

①增值电信服务

公司增值电信服务的主要成本为渠道推广服务费，公司与供应商的结算付款方式为后付款。报告期内此项业务的经营模式、结算及付款方式均未发生变化，各期应付账款余额/营业成本比例较为稳定，应付账款余额与渠道推广费成本相匹配。

②移动信息化业务

公司移动信息化服务主要成本为短信采购费。

A.公司-剔除收购久佳信通影响后的情况

公司通常与短信提供商结算确认成本后次月进行付款。由于存在预付采购和后付采购两种模式，部分短信采购成本通过消耗预付采购的短信资源进行结算，因此处于账期内的应付账款余额低于当期采购金额。公司各期期末应付账款余额和最后一个月结转的预付短信采购金额合计与公司各期末最后一个月的采购规模基本匹配。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
各期最后 1 个月预付采购结转金额	**358.08**	35.60	-
各期末应付账款余额	**358.96**	677.21	38.31
合计	**717.04**	712.81	38.31
各期最后 1 个月采购金额（含税）	**819.86**	637.87	40.95
（预付结转+应付余额）/最后 1 个月的采购金额	**87.46%**	111.75%	93.55%

随着公司与腾讯云、国家电网、携程等各行业大型企业客户合作的持续深化，公司移动信息化服务销售规模不断攀升，2019 年迎来爆发式增长，公司相应加大采购规模，因此 2019 年底处于账期内的应付账款余额金额较高。**2020 年，公司部分短信通道采用预付款项模式进行采购，因此应付账款余额有所下降。**

综上，鉴于公司采购短信存在预付采购和后付采购两种模式，公司各期期末应付账款余额和最后一个月结转的预付短信采购金额合计与公司各期末最后一个月的采购规模基本匹配。报告期各期末应付账款余额的波动主要由报告期各期最后一个月该项业务采购规模变动引起。

B.久佳信通情况

公司 2019 年 10 月完成对久佳信通的收购，因此上表 2019 年营业成本仅包括久佳信通 2019 年 11 月和 12 月的营业成本，导致其应付账款余额/营业成本比

例较高。久佳信通 2019 年全年营业成本 14,636.06 万元，年末应付账款余额为 1,610.80 万元，占其全年营业成本的比例为 11.01%，应付账款余额与营业成本相匹配。

③移动营销服务

公司移动营销服务采购的主要成本内容为广告媒体资源及渠道推广服务。

A.渠道推广服务

渠道推广服务主要是为合作的媒体平台提供流量引入服务，公司与供应商的结算方式为后付款，不存在预付账款。公司此项业务的应付账款余额主要是随着报告期各期最后 2-3 个月的业务规模变动而波动。

公司各期期末移动营销服务应付账款余额及各期最后 2-3 个月的采购金额如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
各期最后 2 个月采购金额	-	49.53	141.64
应付账款余额	-	52.04	122.33
应付余额/采购金额	-	105.07%	86.37%

渠道推广服务商一般给予公司 2 个月的账期，因此各期末应付账款余额一般与各期最后 2 个月采购金额相近。

B.广告媒体资源

广告媒体资源采购为公司媒体代理业务的主要成本项，根据行业惯例，公司一般需先向上游媒体预付款项锁定广告资源后再进行业务开展，受付款时点及当期摊销进度的影响，2018 年、2020 年公司此项业务产生应付账款余额。

综上，公司的应付账款余额与渠道推广费等营业成本科目变动及相匹配，应付账款余额波动主要由各期采购规模的变动引起。

截至报告期末，公司应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方款项。

（2）合同负债

2020 年末，公司合同负债为 **22.18 万元**。公司合同负债主要由**预收移动信息化服务费**构成。

（3）预收款项

2018 年末至 2020 年末，公司预收款项分别为 0、81.92 万元和 **0**。2020 年

公司开始执行“新收入准则”，对尚未完成的合同预收款项调整至“合同负债”核算。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
①短期薪酬：			
工资、奖金、津贴和补贴	**246.21**	270.78	70.23
社会保险费	**5.96**	5.89	3.51
短期薪酬小计	**252.17**	**276.66**	**73.74**
②离职后福利-设定提存计划：			
基本养老保险	**-**	6.12	4.20
失业保险	**-**	0.31	0.18
离职后福利小计	**-**	**6.42**	**4.37**
③辞退福利	**-**	**8.07**	
合计	**252.17**	**291.15**	**78.12**

2018 年末至 2020 年末，公司应付职工薪酬余额分别为 78.12 万元、291.15 万元和 **252.17 万元**，占流动负债的比重分别为 5.00%、5.32%和 **5.92%**。报告期各期末，公司应付职工薪酬主要为期末计提待发放的员工工资，2019 年公司由于合并范围新增久佳信通，导致 2019 年末应付职工薪酬金额较 2018 年显著增加。**2020 年末应付职工薪酬较 2019 年末减少 38.98 万元，变化较小。**

（5）应交税费

报告期各期末，公司的应交税费构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
企业所得税	**690.44**	**71.58%**	502.51	67.29%	256.48	89.05%
增值税	**265.63**	**27.54%**	218.39	29.24%	26.97	9.37%
个人所得税	**6.38**	**0.66%**	9.89	1.32%	-	-
城市维护建设税	**1.25**	**0.13%**	8.03	1.08%	1.57	0.55%
教育费附加	**0.54**	**0.06%**	3.45	0.46%	0.77	0.27%
地方教育附加	**0.36**	**0.04%**	2.30	0.31%	0.51	0.18%
文化事业建设费	**-**	**-**	2.21	0.30%	1.72	0.60%
合计	**964.59**	**100.00%**	**746.79**	**100.00%**	**288.02**	**100.00%**

2018 年末至 2020 年末，公司应交税费余额分别为 288.02 万元、746.79 万

元和**964.59 万元**，占流动负债的比重分别为 18.45%、13.64%和**22.66%**。应交税费主要由应交企业所得税和应交增值税构成。报告期各期末，公司应交企业所得税逐年增长的主要原因是随着公司利润总额的逐年增长，公司各期末计提次年初缴纳的企业所得税也随之增长。

（6）其他应付款

2018 年末至 2020 年末，公司其他应付款余额分别为 6.85 万元、11.84 万元和 **2.94 万元**，主要为公司应付的中介机构费用和员工报销费等。

（7）一年内到期的非流动负债

2019 年末和 2020 年末，公司存在一年内到期的非流动负债 1,449.00 万元**和 828.00 万元**，是按照约定应在 2020 年 12 月 31 日**和 2021 年 12 月 31 日**之前支付的久佳信通股权转让款。

3、非流动负债构成及变动分析

2019 年末和 2020 年末，公司非流动负债分别为 1,300.94 万元和 **450.59 万元**，主要包括长期应付的久佳信通股权转让款 1,086.75 万元**和 258.75 万元**，及由于非同一控制下企业合并资产评估增值产生的递延所得税负债 **214.19 万元和 191.84 万元**。此外不存在其他非流动负债。

（二）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下表所示：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	**5.53**	3.94	9.81
速动比率（倍）	**5.53**	3.94	9.81
资产负债率（母公司）	**8.40%**	18.72%	4.00%
息税折旧摊销前利润（万元）	**9,822.07**	12,863.38	6,951.56
利息保障倍数（注）	**不适用**	不适用	不适用

注：报告期内，公司无利息支出，利息保障倍数不适用。

1、短期偿债能力

公司在报告期内无存货，因此流动比率与速动比率相同。在公司各项主营业务中，移动信息化服务对营运资金量要求较高，公司往往需要预付短信采购费，以保证短信供应及时，并能取得一定的采购价格优惠。鉴于 2019 年**以来**公司移动信息化业务规模增长显著，2019 年末**和 2020 年末**公司流动比率与速动比率较

2018 年末下降较多，但仍保持在较为健康的水平。公司各项业务经营与发展较为稳健，销售回款良好，短期偿债能力较强。

报告期内，公司流动比率和速动比率与可比上市公司的对比情况如下：

可比上市公司流动比率比较表

公司简称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
立昂技术		1.61	1.16
海联金汇		1.80	2.02
人民网		3.17	3.44
梦网集团		1.56	1.44
吴通控股		1.45	1.48
平均值		**1.92**	**1.91**
挖金客	**5.53**	3.94	9.81

可比上市公司速动比率比较表

公司简称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
立昂技术		1.54	1.02
海联金汇		1.53	1.77
人民网		3.10	3.42
梦网集团		1.56	1.26
吴通控股		1.30	1.28
平均值		**1.81**	**1.75**
挖金客	**5.53**	3.94	9.81

报告期内，公司流动比率和速动比率在可比上市公司中处于较高水平，主要是由于公司业绩持续增长，销售回款情况良好，现金流状况较好。公司资产流动情况良好，短期偿债能力较强。

2、长期偿债能力

（1）资产负债率

截至报告期末，公司资产负债率（母公司）为**8.40%**，资产负债率处于较低水平。

（2）息税折旧摊销前利润

报告期内，公司业绩快速增长，盈利能力增强，息税折旧摊销前利润**始终保持较高水平**。报告期内，公司的资金较为充裕，未向银行借款，无利息支出。公司具有较强的偿债能力，财务风险较小。

截至报告期末，公司无重大未决诉讼、长期租赁、分期付款合同等影响偿债

能力的重大事项。

（三）报告期股利分配的具体实施情况

2018 年 5 月 15 日，2017 年年度股东大会审议通过《2017 年年度利润分配预案》，以公司总股本 51,000,000.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 9.0 元人民币（含税），共计派发现金股利 45,900,000 元人民币（含税）。

2019 年 4 月 8 日，2018 年年度股东大会审议通过《2018 年年度权益分派预案》，以公司总股本 51,000,000.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 9.0 元人民币（含税），共计派发现金股利 45,900,000 元人民币（含税）。

2020 年 3 月 24 日，2019 年年度股东大会审议通过《2019 年年度权益分派预案》，以公司总股本 51,000,000.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 9.0 元人民币（含税），共计派发现金股利 45,900,000 元人民币（含税）。

截至本招股说明书签署日，上述现金股利均已派发完毕。

（四）现金流量分析

1、现金流量基本情况

报告期内，公司的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
经营活动产生的现金流量净额	**5,562.40**	1,024.48	6,863.80
投资活动产生的现金流量净额	**-1,304.06**	121.71	333.53
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,590.00**	-4,590.00	-4,590.00
现金及现金等价物净增加额	**-331.66**	-3,443.81	2,607.33
期末现金及现金等价物余额	**9,481.93**	9,813.59	13,257.41

2、经营活动产生的现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量净额变动分析

报告期内，公司净利润和经营活动产生的现金流量净额的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
净利润	**8,505.32**	12,020.06	6,153.96
加：资产减值准备	**-**	-	-20.21
信用减值损失	**77.41**	130.31	-
固定资产折旧	**67.80**	23.02	13.80

项目	2020 年	2019 年	2018 年
无形资产摊销	**177.30**	53.14	28.30
长期待摊费用摊销	**13.30**	25.75	73.79
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	**2.63**	-	0.67
投资损失（收益以“-”号填列）	**-243.90**	-5,971.17	-300.49
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	**-12.49**	-16.45	7.22
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	**-22.35**	-3.73	-
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	**-2,410.41**	-3,848.59	1,196.91
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	**-592.21**	-1,387.87	-290.15
经营活动产生的现金流量净额	**5,562.40**	**1,024.48**	**6,863.80**

2019 年经营活动产生的现金流量净额下降明显，主要是由于：在公司各项主营业务中，移动信息化服务对营运资金量要求较高，公司往往需要预付短信采购费，以保证短信供应及时，并能取得一定的采购价格优惠。同时，此类业务具备一定的季节性，一般四季度销售金额较高。上述业务因素导致主营移动信息化服务的久佳信通在四季度产生较大的营运资金需求。公司 2019 年 10 月收购久佳信通后将其纳入合并范围核算，在合并口径下，2019 年四季度公司移动信息化服务实现收入达 7,544.85 万元，截至报告期末，上述销售大部分因仍处于账期尚未收到客户款项，同时相关的短信采购费大部分已经支付完毕，导致产生较大的经营活动现金净流出。综上，2019 年公司经营活动产生的现金流量净额下降主要是由于收购久佳信通后公司移动信息化服务规模增长较大，此项业务年末占用营运资金较多导致。报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润存在差异的原因主要系上述业务发展引起的经营性应收、应付项目增减变动以及 2019 年公司企业合并产生投资收益导致。2019 年，公司企业合并产生投资收益 4,976.16 万元，具体情况详见本节之“十一、经营成果分析”之“（五）利润表其他项目分析”。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况良好，与同期利润表相关项目对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
经营活动产生的现金流量净额	**5,562.40**	1,024.48	6,863.80
扣除非经常性损益后的净利润	**8,028.55**	6,636.72	5,904.85
经营活动产生的现金流量净额/扣除非经常性损益后的净利润	**0.69**	**0.15**	**1.16**

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售商品、提供劳务收到的现金	**52,973.78**	24,409.65	22,464.43
营业收入	**51,116.60**	25,842.24	21,014.29
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	**1.04**	**0.94**	**1.07**

2018 年和 2020 年，公司经营活动现金流量净额与扣除非经常性损益后净利润的比例较高，说明公司净利润具有较强的现金保障，净利润质量高，财务稳健。2019 年由于前述分析原因，经营活动产生的现金流量净额下降明显，导致这一比例亦随之下降。报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比值较高，说明公司主营业务款项回笼及时，收现能力强。公司经营活动现金流量整体情况良好，既巩固了公司正常生产经营的基础，又为公司定期分派现金股利提供了有力保障。

（2）经营活动产生的现金流量与资产负债表、利润表相关科目的勾稽关系

报告期内，公司经营活动产生的现金流量构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售商品、提供劳务收到的现金	**52,973.78**	24,409.65	22,464.43
收到其他与经营活动有关的现金	**133.55**	106.42	92.68
经营活动现金流入小计	**53,107.33**	**24,516.07**	**22,557.11**
购买商品、接受劳务支付的现金	**43,116.00**	18,987.96	12,873.20
支付给职工以及为职工支付的现金	**1,653.33**	1,162.01	989.65
支付的各项税费	**1,303.96**	1,046.27	1,080.35
支付其他与经营活动有关的现金	**1,471.64**	2,295.36	750.10
经营活动现金流出小计	**47,544.93**	**23,491.60**	**15,693.31**
经营活动产生的现金流量净额	**5,562.40**	**1,024.48**	**6,863.80**

经营活动产生的现金流量主要项目与对应的资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系如下：

①销售商品、提供劳务收到的现金

单位：万元

项目	说明	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入	a	**51,116.60**	25,842.24	21,014.29
销项税额	b	**3,076.00**	1,583.40	1,256.69
应收账款/票据净减少额	c	**-1,159.08**	-6,642.00	479.04
预收账款净增加额	d	**-59.74**	81.92	-287.58
因合并产生的调整事项	e	**-**	3,544.09	-

其他调整事项	f	-	-	1.98
销售商品、提供劳务收到的现金	=a+b+c+d+e+f	**52,973.78**	**24,409.65**	**22,464.43**

②购买商品、接受劳务支付的现金

单位：万元

项目	说明	2020 年	2019 年	2018 年
营业成本	a	**39,250.76**	16,845.54	12,993.76
进项税额	b	**2,424.87**	1,034.51	769.70
与采购相关的应付账款净减少额	c	**706.85**	-1,705.29	83.31
与采购相关的预付款项净增加额	d	**974.13**	3,255.85	-715.44
计入成本的薪酬	e	**61.81**	71.61	110.68
计入成本的折旧、摊销等	f	**177.30**	77.73	140.37
因合并产生的调整事项	g	**-**	293.31	-
其他调整事项	h	**1.49**	-	7.08
购买商品、接受劳务支付的现金	=a+b+c+d-e-f-g-h	**43,116.00**	**18,987.96**	**12,873.20**

③支付给职工以及为职工支付的现金

单位：万元

项目	说明	2020 年	2019 年	2018 年
计入销售费用的职工薪酬	a	**425.25**	284.73	269.09
计入研发费用的职工薪酬	b	**595.62**	443.90	287.12
计入管理费用的职工薪酬	c	**527.38**	406.16	327.20
计入成本的职工薪酬	d	**61.81**	71.61	110.68
应付职工薪酬净减少额	e	**38.98**	-213.03	-4.45
因合并产生的调整事项	f	**-**	181.47	-
其他调整事项	g	**4.30**	-12.82	**-**
支付给职工以及为职工支付的现金	=a+b+c+d+e+f+g	**1,653.33**	**1,162.01**	**989.65**

④支付的各项税费

单位：万元

项目	说明	2020 年	2019 年	2018 年
已交增值税	a	**354.43**	387.78	522.75
已交企业所得税	b	**905.27**	598.71	492.91
税金及附加	c	**47.64**	59.78	64.70
其他调整事项	d	**-3.39**	-	-
支付的各项税费	=a+b+c+d	**1,303.96**	**1,046.27**	**1,080.35**

由上述勾稽关系分析可知，公司报告期内经营活动产生的现金流量主要项目

与对应的资产负债表、利润表相关项目匹配。

3、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
收回投资收到的现金	-	1,457.99	-
取得投资收益收到的现金	256.61	305.49	340.64
投资活动现金流入小计	256.61	1,763.48	340.64
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	111.67	54.32	7.12
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	1,449.00	1,587.45	-
投资活动现金流出小计	1,560.67	1,641.77	7.12
投资活动产生的现金流量净额	-1,304.06	121.71	333.53

报告期内，公司投资活动产生的现金流量，主要来源于出售参股公司股权、理财收益、参股公司分红、对参股公司投资等。

2018 年，公司取得投资收益收到的现金包括理财收益 228.74 万元、参股公司星空合众和久佳信通分红款项 111.90 万元。

2019 年，公司出售星空合众股权收到现金 1,457.99 万元；取得投资收益收到的现金为理财收益 305.49 万元；收购久佳信通股权支付的部分款项扣除久佳信通合并日的货币资金余额后，公司因收购久佳信通的现金流出净额为 1,587.45 万元。

2020 年，公司取得投资收益收到的现金为理财收益 256.61 万元；购建固定资产支付的现金为公司购买办公设备和装修费用支付的款项；取得子公司及其他营业单位支付的现金净额为公司依据收购协议向南靖佳信支付久佳信通股权转让款项 1,449.00 万元。

4、筹资活动产生的现金流量分析

2018 年至 2020 年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-4,590.00 万元、-4,590.00 万元和-4,590.00 万元。报告期内，筹资活动产生的现金流量均为公司分配现金股利所致，报告期内公司业绩较好，为回报投资者，公司每年均进行现金股利分配。

（五）未来可预见的重大资本性支出计划

截至报告期末，公司不存在重大资本性支出决议，公司未来可预见的重大资

本性支出主要为本次发行募集资金投资项目。

（六）流动性分析

公司历来重视流动性风险的管理，财务部门定期制作资金预算，严格控制资金缺口。报告期末，公司不存在银行借款等非经营性债务，公司的负债总额为**4,707.12万元**，其中流动负债占比在**90%**以上，是负债的主要构成部分。报告期末，公司流动资产总额为**23,534.56万元**，其中货币资金总额为**9,481.93万元**，公司具备偿还长短期债务的资金实力。此外，公司应收账款的回款情况良好，不存在大额逾期情况。综上，公司流动性良好，公司流动性风险较小。

（七）持续经营能力分析

1、报告期内，行业相关法律法规和产业政策的制定和实施，鼓励和推动了行业的发展，为公司的经营发展创造了规范、积极的政策环境，且公司业务经营范围在国内，不存在所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响的重大不利变化风险。

2、报告期内，软件和信息技术服务行业、移动互联网行业均保持蓬勃发展趋势，市场规模逐年上升，不存在所属行业周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。

3、公司各项主营业务的主要客户为各行业大型企业，下游客户对于服务能力、行业经验、技术团队水平、业务资源等方面有一定要求。公司凭借自身技术优势、运营经验和推广资源在行业细分市场中保持了一定的竞争优势和市场地位。公司不存在所处行业准入门槛低、竞争激烈、相比竞争者不具有明显优势的情况。

4、公司主要供应商为渠道推广服务商、短信供应商和媒体，主营业务所需采购的产品或服务市场供应充足，公司上游供应商领域企业数量较多，公司可选择的供应商充足，供应商的可替代性较强；公司下游主要为各行业大型企业，主要客户经营情况稳定。公司不存在所处行业上下游供求关系发生重大变化，导致采购价格或产品售价出现重大不利变化的情况。

5、报告期内，公司专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，主营业务、经营模式和服务种类未发生重大变化，不存在因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未

出现明显好转趋势的情况。

6、公司最近一年的营业收入及净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖。公司主要客户为中国移动、腾讯云、**国家电网**等知名大型企业客户，该等客户为公司非关联方，且不存在重大不确定性。

7、公司凭借自身技术优势、运营经验和推广资源在行业细分市场中保持了一定的竞争优势和市场地位，不存在由于产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩的情况。

8、公司报告期内经营情况良好，收入及净利润持续增长，资产负债率较低，资产流动性较好，经营活动创造现金流的能力较强。公司不存在多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象的情形。

9、公司在用的商标、计算机软件著作权、域名等重要资产或者技术的取得、使用不存在重大不利变化的风险。

10、公司不存在其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。

综上所述，公司管理层认为：公司主营业务稳定，各项服务具有一定竞争优势，行业环境持续向好，主要客户及供应商合作稳定，资产及技术权属清晰，报告期内主营业务收入及利润规模持续增长，发展势头良好，具有持续经营能力。

十四、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并的情况

报告期内，公司不存在重大投资或资本性支出，公司发生的股权收购合并事项为 2019 年 10 月收购久佳信通股权，形成非同一控制下企业合并，其具体情况如下：

（一）本次收购的基本情况与必要性

本次收购的基本情况与必要性详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来的重大资产重组情况”。

（二）本次收购对公司生产经营战略的影响

公司的生产经营战略是围绕增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务

三大业务板块，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。本次收购通过公司与久佳信通在业务、人员、管理体系等方面的协同，实现公司移动信息化业务规模的扩张，将提高公司的抗风险能力和持续盈利能力，符合公司生产经营战略的发展方向。本次收购的具体整合情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来的重大资产重组情况”。

（三）对公司经营成果和财务状况的影响

本次收购完成后，公司持有久佳信通 51%的股权，久佳信通于 2019 年 11 月起纳入公司财务报表的合并范围。

（1）本次收购前，对发行人主要财务数据和财务指标的影响

公司收购久佳信通属于非同一控制下企业合并，以收购前一年度即 2018 年经审计的相关数据计算，久佳信通资产总额、资产净额、营业收入、利润总额占发行人相关项目的比例如下：

单位：万元

项目	久佳信通（①）	挖金客（②）	占比（①/②）
资产总额	2,674.93	18,761.71	14.26%
资产净额	2,243.81	17,200.50	13.05%
营业收入	8,389.65	21,014.29	39.92%
利润总额	435.11	6,835.67	6.37%

久佳信通的主营业务与发行人重组前业务具有高度相关性。根据上表数据，久佳信通重组前一个会计年度末（2018 年 12 月 31 日）的资产总额、资产净额或前一个会计年度（2018 年）的营业收入或利润总额，均未达到重组前发行人相应项目的 50%。根据《首发业务若干问题解答》等规定，本次重组未构成发行人主营业务发生重大变化。

（2）本次收购完成后，对发行人主要财务数据和财务指标的影响

①2020 年

单位：万元

项目	资产总额	所有者权益	收入总额	净利润
久佳信通	**10,632.73**	**6,442.87**	**28,448.67**	**2,754.34**
发行人（含久佳信通）	**35,266.65**	**30,559.52**	**51,116.60**	**8,505.32**
占比	**30.15%**	**21.08%**	**55.65%**	**32.38%**

②2019 年

单位：万元

项目	资产总额	所有者权益	收入总额	净利润
久佳信通	8,785.24	3,688.52	5,339.00	813.89
发行人（含久佳信通）	33,419.35	26,644.20	25,842.24	12,020.06
占比	26.29%	13.84%	20.66%	6.77%

注：由于公司仅将久佳信通 2019 年 11 月-12 月收入纳入合并范围核算，上表中久佳信通的收入金额为其 2019 年 11 月-12 月的收入金额。

通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通 2019 年 11-12 月及 2020 年纳入合并范围。本次收购增加了公司财务报表的合并范围且于 2019 年合并报表中产生了投资收益 4,976.16 万元，商誉 9,379.17 万元；2020 年，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为 **30.15%、21.08%、55.65%、32.38%**，通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。综上，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。

（3）本次收购完成后，对发行人主营业务收入的影响

①**2020 年**，发行人合并口径与剔除久佳信通后的主营业务收入构成、不同业务类型收入金额、增长率情况如下：

业务类别	合并口径			剔除收购久佳信通测算		
	收入金额	占比	增长率	收入金额	占比	增长率
增值电信服务	11,703.98	22.90%	-10.40%	11,703.98	48.42%	-10.40%
移动信息化服务	37,561.77	73.48%	325.19%	10,614.59	43.92%	203.61%
移动营销服务	1,657.45	3.24%	-52.86%	1,657.45	6.86%	-52.86%
技术开发服务	193.40	0.38%	-54.95%	193.40	0.80%	-54.95%
合计	51,116.60	100.00%	97.80%	24,169.41	100.00%	17.88%

注：增长率为 2020 年较 2019 年数据的增长率。

2020 年，若剔除收购久佳信通进行测算，发行人的移动信息化服务收入下降 26,947.19 万元，下降比例为 71.74%；移动信息化服务收入占比由 73.48%下降至 43.92%；发行人主营业务收入的增长率由 97.80%下降至 17.88%。

②2019 年，发行人合并口径与剔除久佳信通后的主营业务收入构成、不同

业务类型收入金额、增长率情况如下：

单位：万元

业务类别	合并口径			剔除收购久佳信通测算		
	收入金额	占比	增长率	收入金额	占比	增长率
增值电信服务	13,062.60	50.55%	-28.64%	13,062.60	64.72%	-28.64%
移动信息化服务	8,834.16	34.18%	1,821.71%	3,496.16	17.05%	660.53%
移动营销服务	3,516.24	13.61%	56.37%	3,516.24	17.42%	56.37%
技术开发服务	429.25	1.66%	-	429.25	2.13%	-
合计	**25,842.24**	**100.00%**	**22.97%**	**20,504.25**	**100.00%**	**-2.43%**

2019 年，若剔除收购久佳进行测算，发行人的移动信息化服务收入下降 5,339.00 万元，下降比例为 60.44%；移动信息化服务收入占比由 34.18%下降至 17.05%；发行人主营业务收入的增长率由 22.97%下降至-2.43%。

综上所述，本次收购导致发行人主营业务收入构成发生变动，发行人将久佳信通纳入合并范围后，移动信息化服务收入和占比增长显著。

由于本次收购增加了公司财务报表的合并范围且产生了投资收益，故公司 2019 年、2020 年的营业收入和净利润均有所增加。通过本次收购，公司可以在移动信息化领域扩大优质客户资源和市场份额，同时在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现共享，充分发挥业务协同效应。未来，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，本次收购将进一步提高公司的抗风险能力和持续盈利能力。

十五、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼等事项的进展情况

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的其他重要事项。

（四）重大担保、诉讼等事项的进展情况

公司不存在重大担保、诉讼等事项。

十六、发行人盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用及安排

（一）本次募集资金金额及投资项目

经公司 2020 年第一次临时股东大会审议批准，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 1,700 万股（占本次发行后公司总股本的比例不低于25%），最终募集资金数额将根据实际发行股数和发行价格确定。

根据公司发展战略，本次募集资金投资运用将围绕主营业务进行，着眼于对公司现有业务体系的发展和完善。募集资金到位后，公司将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	拟使用募集资金金额
1	移动互联网信息服务升级扩容项目	29,024.45	29,024.45
2	研发及运营基地建设项目	15,401.30	15,401.30
合计		**44,425.74**	**44,425.74**

若本次发行实际募集资金净额小于上述项目投资需要，不足部分由公司自筹解决，以保障项目的顺利实施；若本次发行实际募集资金净额超过预计资金使用需求的，超过部分公司将用于补充日常经营所需流动资金。如果本次募集资金到位前，公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换出上述自筹资金。

（二）募集资金运用涉及备案、环保事项的说明

上述投资项目已经通过了公司董事会的可行性分析及论证，并经公司股东大会批准。募集资金投资项目的备案情况如下表所示：

序号	项目名称	发改委备案文号	环保备案文号
1	移动互联网信息服务升级扩容项目	京朝阳发改（备）[2020]35 号	202011010500000517
2	研发及运营基地建设项目	京朝阳发改（备）[2020]26 号、朝发改[2020]48 号（注）	202011010500000516、202011010500000518

注：根据北京市朝阳区发展和改革委员会出具的《关于北京挖金客信息科技股份有限公司项目备案相关情况的函》（朝发改[2020]48 号）：“研发及运营基地建设项目”中“购买办公场所”部分“属企业自主决策的经营行为，不属于我委固定资产投资项目管理范畴，不需

要进行备案”。

（三）募集资金对同业竞争和发行人独立性的影响及合规性

公司本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争，也不存在对发行人独立性产生不利影响的情形。

公司本次募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

二、募集资金的管理安排

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、使用、管理与监督等进行了明确规定。

（一）募集资金的专户存储安排

公司对募集资金实行专户存储制度。除募集资金专用账户外，公司不得将募集资金存储于其他银行账户；公司亦不得将生产经营资金、银行借款等其他资金存储于募集资金专用账户。公司在募集资金到位或完成工商登记手续后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订有关募集资金使用监督的三方协议并报深圳证券交易所备案，公告协议主要内容。

（二）闲置募集资金管理安排

公司闲置募集资金暂时用于补充流动资金的，应当经董事会审议通过，独立董事、监事会、保荐机构发表明确同意意见并披露，且应当符合以下条件：

1、不得变相改变募集资金用途或者影响募集资金投资计划的正常进行；

2、已归还前次用于暂时补充流动资金的募集资金（如适用）；

3、单次补充流动资金时间不得超过十二个月。

闲置募集资金用于补充流动资金时，仅限于与主营业务相关的生产经营使用，不得直接或者间接安排用于新股配售、申购或者用于股票及其衍生品种、可转债等的交易。上述事项应当经公司董事会审议通过，并在 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告。补充流动资金到期日之前，公司应将该部分资金归还至募集资金专户，并在资金全部归还后 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告。

公司使用闲置募集资金投资产品的，应当经董事会审议通过，独立董事、监

事会、保荐机构发表明确同意意见并披露。公司应当在面临产品发行主体财务状况恶化、所投资的产品面临亏损等重大风险情形时，及时对外披露风险提示性公告，并说明公司为确保资金安全采取的风险控制措施。

（三）改变募集资金用途的程序

公司应当经董事会、股东大会审议通过后方可变更募集资金用途。公司变更后的募集资金用途应投资于公司主营业务。公司拟变更募投项目用途的，应当在提交董事会审议后 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告以下内容：

1、原项目基本情况及变更的具体原因；

2、新项目的基本情况、可行性分析和风险提示；

3、新项目的投资计划；

4、新项目已经取得或尚待有关部门审批的说明（如适用）；

5、独立董事、监事会、保荐人对变更募投项目的意见；

6、变更募投项目尚需提交股东大会审议的说明；

7、深圳证券交易所要求的其他内容。

三、募集资金投资项目对主营业务发展的贡献、对未来经营战略的影响和对业务创新的支持作用

公司主营业务是移动互联网应用技术和信息服务。本次移动互联网信息服务升级扩容项目主要就是通过升级软硬件设备、对现有业务系统进行研发创新及获取业务授权等手段，对公司主营业务的服务能力进行提升、服务范围进行拓展。本次募集资金投资项目将有力推动公司主营业务纵深发展，实现各项主营业务服务的全面优化升级，顺应主营业务相关细分领域的发展趋势。

公司未来的经营战略和发展目标是：公司秉承“技术赢得客户，服务创造价值”的经营理念，未来公司将继续围绕增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务三大业务板块，同时积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。本次募集资金投资项目均聚焦于移动互联网应用技术和信息服务领域，立足于公司现有的三大业务板块，一方面提升现有业务的服务能力，另一方面把握前沿技术发展方向提前部署技术研发。本次募集资金投资项目的具体

内容和建设目标均符合公司的经营战略和发展目标，有助于公司整体发展战略的实现。

公司所处的移动互联网应用技术与信息服务领域属于技术创新驱动型行业，公司需要进行持续的研发投入，根据先进技术发展趋势保持创新，才能不断发展业务规模、保持竞争优势。本次研发及运营基地建设项目通过扩充前瞻性技术储备，提升公司基础研发能力，保证公司紧跟技术更新迭代节奏，为公司技术升级、业务创新奠定了技术基础。

四、募集资金具体应用与公司现有主营业务、核心技术的关系

项目名称	与公司现有主营业务、核心技术的关系
移动互联网信息服务升级扩容项目	1、通过对软件系统、硬件设备等进行升级，提高公司的系统接入能力、数据处理效率和储存能力，加强公司现有业务的服务水平。 2、通过购置优质内容版权、获取媒体等机构的业务授权和更多大型企业的合作经营权，拓展公司现有业务的服务内容和整体业务规模，加强公司与各行业大型企业的合作深度，增强客户粘性，提高公司核心竞争力。 3、基于目前的核心技术，对现有业务系统进行研发升级，提高算法系统的处理能力及精确度，为业务规模的拓展奠定基础。
研发及运营基地建设项目	1、结合公司现有业务的发展方向，基于公司现有核心技术研发基础，扩充前瞻性的核心技术储备，保障公司各业务板块的均衡发展，通过技术持续积累和创新，满足不断变化的市场需求。 2、通过购置办公场地，扩充研发和运营团队，改善公司业务运营和技术研发环境，打造高效的研发、运营管理体系，为公司持续良性发展奠定基础。 3、通过优化公司资产结构，提高公司经营的抗风险能力，满足公司长远发展需要。

如上表所示，移动互联网信息服务升级扩容项目和研发及运营基地建设项目是以公司现有业务体系和核心技术为基础，对公司现有主营业务的服务能力进行提升、服务范围进行拓展，对公司现有研发技术进行补充和完善。本次募投项目与公司现有主营业务、核心技术紧密相关。

五、募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

公司自设立以来，一直专注于移动互联网应用技术和信息服务领域。公司建立了良好的品牌口碑，掌握了行业核心技术，积累了丰富的运营经验和营销资源，形成了对大型企业客户的综合服务能力，从而建立了与电信、互联网、传媒、电

力等各行业大型企业长期稳定的合作关系。报告期内，公司业务规模稳步发展，未来仍有较大成长空间，公司急需提升主营业务的服务能力，为业务规模的提升和服务类型的拓展奠定基础，满足公司未来发展的需要。本次募集资金投资项目的实施以公司现有主要客户、核心技术和主营业务为基础，通过技术研发升级、人才团队扩充、购置办公场地等，实现业务规模的进一步扩大。本次募集资金投资项目与企业现有生产经营规模相适应。

本次募集资金投资项目具备良好的盈利前景，将使公司盈利水平大幅提高。公司目前总体资产质量较高，现金流状况较好，各项财务指标良好，本次募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力，可以有效支持募集资金投资项目的建设和实施。本次募集资金投资项目与公司财务状况相匹配，项目的实施将对公司的财务状况和经营成果产生积极影响。

公司在移动互联网应用技术和信息服务领域深耕多年，积累了丰富的技术经验，已通过自主研发形成了一系列核心技术成果，支撑了公司多年的业务发展。本次募集资金投资项目通过购置相关软件系统与硬件设备、扩充前瞻性的核心技术储备、引进更多研发人才等，进一步提升公司的研发技术能力。公司目前的技术水平能够保证本次募投项目的成功实施。

公司核心团队深耕行业十余载，积累了丰富的行业经验和产业资源，建立了符合公司经营特点的组织模式和管理制度，能够有效应对本次募投项目实施后业务规模的扩张。

综上，公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了审慎分析，认为：本次募集资金投资项目的实施符合国家产业政策和规划，可以满足持续增长的移动互联网信息服务行业需求，提高公司竞争力。公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平及管理能力与本次募集资金规模相适应，本次募集资金投资项目可行。

六、募集资金投资项目的必要性

1、把握行业高速发展的机遇

随着基础通信技术的飞速发展和移动终端产品的日益普及，移动互联网相关产业市场规模持续增长，移动互联网信息和技术服务行业各细分市场前景广阔。

在移动互联网相关产业实现跨越式发展、新技术快速演进、新应用层出不穷、

新业态不断涌现的大背景下，公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商，各项业务在其所处的细分领域均有较大的发展空间。同时，这也对公司把握发展机遇的能力提出了更高的要求。通过本次募集资金投资项目的实施，公司根据各业务领域在未来的发展趋势进行全面且具有针对性的战略部署，通过对现有业务系统进行研发升级并进行前瞻性技术储备、招募研发运营等各方面人才、拓展公司现有服务范围等举措，全面提高服务能力，把握行业高速发展带来的机遇。

2、提升公司核心竞争力

公司的综合服务能力是抢占行业发展先机的决定性因素，公司必须通过提升技术研发能力、业务运营能力等综合服务能力来保证竞争优势，增强公司核心竞争力。

本次募集资金投资项目能够切实提升公司核心竞争力，助力公司实现各项服务的全面升级。在技术研发方面，公司通过购置先进的软硬件设备，招募专业技术人才，加大技术研发投入，从而实现各类业务处理系统和管理平台的搭建和优化升级，提升细分业务领域相关技术的研发能力和应用深度；在业务运营方面，本次募集资金投资项目有利于深化公司与客户的合作关系，在各项业务领域为客户提供更加完备的解决方案，不断提高客户粘性，从而增强公司盈利能力和核心竞争力。

3、优化公司资产结构，提升公司整体运行效率

通过本次募集资金投资项目的建设，公司非流动资产占总资产的比例将会得到显著提高，资产结构将得到优化。公司资产结构的改善，有利于实现公司资产的保值增值，增加可用于抵押贷款的资产，提高公司融资能力及抗风险能力。

公司设立以来，一直采用轻资产运营模式，经营办公场所长期通过租赁解决。在北京等一线城市写字楼租赁价格较高的情况下，公司通过购置办公场所作为研发及运营基地十分必要。从公司长远发展考虑，本次募集资金投资项目有利于降低公司未来整体的运营成本，提高公司长期盈利能力。

4、实现公司发展战略的必然途径

公司的发展战略目标是致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。为了实现这一发展战略，公司有必要通过本次募集资金投资项目的实施，持续提升公司的技术水平和服务能力，提升公司的核心竞争力，进一步丰富公司业务的范畴和深度，实现战略目标。

七、募集资金投资项目的可行性

1、符合国家政策引导方向

国家高度重视软件与信息技术服务和移动互联网产业及其细分领域的发展，出台了一系列规范和鼓励相关产业的政策，旨在促进行业生态建设，带动国家的整体经济发展。《产业结构调整指导目录》中明确规定“电信增值服务属于科技服务业中国家鼓励发展的业务”;《软件和信息技术服务业发展规划(2016-2020年)》提出“鼓励发展新一代信息技术驱动的信息技术服务新业态。支持重点行业企业发挥基础优势，加速提升信息技术的应用水平，发展基于云计算、大数据分析的新型服务业务”;《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年)》提出“支持企业以标准为引领加快提升综合集成服务能力。推动信息消费领域双创发展。支持大型企业建立基于互联网的双创平台，培育信息消费融合发展新业态、新模式”。本次募集资金投资项目符合国家政策的引导方向，受国家产业政策的鼓励和扶持，产业政策的密集出台为项目的顺利实施提供了良好的政策环境。

2、行业快速发展，市场需求旺盛

随着基础通信技术的完善和移动终端设备的普及，各类移动互联网消费的需求逐渐被激发，移动互联网接入流量的爆发和相关产品的业务创新，带动了移动互联网相关产业的市场规模稳步上升。**2020 年**，我国移动数据及互联网业务收入规模达 **6,204** 亿元。随着云计算、大数据、5G 等技术浪潮的到来，移动互联网在智能家居、游戏娱乐、智慧城市等场景将得以更加广泛的应用，且产品更新换代周期缩短，移动互联网相关产业的未来市场规模仍将迎来增长，移动互联网信息和技术服务行业各细分市场前景广阔。本次募集资金投资项目将使公司实现移动互联网应用技术和信息服务相关产品和服务的全面优化升级，符合行业发展趋势和市场发展的需要。

3、公司具备项目成功实施的实力

公司自成立以来始终专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，积累了必要的业务技术，内部培养和引进人才相结合，具备业务开展所需的客户资源和渠道资源，为实施本次募集资金投资项目奠定了必要的基础。

（1）技术积累

公司对主营业务领域核心技术的研发和产品服务的创新一直保持高度重视。

近年来，公司依托自身的科研实力，凭借对行业的深刻理解，不断创新产品技术支撑系统，建立了完备的研发体系，自主研发出了人工智能监控系统、计费数据统计分析系统、无线支付业务监控系统、无线支付 SDK 分发管理系统、智能路由系统、用户大数据行为统计分析系统等多项非专利技术。本次募集资金投资项目涉及对公司现有业务系统进行研发升级，并扩充前瞻性的核心技术储备。公司现有技术积累为本次募集资金投资项目的顺利开展打下了坚实的基础。

（2）人员储备

公司自成立以来始终专注于移动互联网应用技术和信息服务领域，公司拥有经验丰富的核心管理团队、优秀的技术研发团队和业务运营团队，可持续输出相关领域专业价值。为实施本次募集资金投资项目，公司将进一步聘请技术研发、业务运营方面的人才，扩充公司的人员配置。公司的人才储备将能保证本次募集资金投资项目的顺利实施

（3）市场资源

公司经过多年行业深耕，在移动互联网应用技术和信息服务领域积累了大量优质的客户与供应商资源，与上下游合作伙伴建立了良好稳定的合作关系。公司充分利用产业整合优势，最大限度发挥业务间的协同效应，在市场竞争中占据一定的优势地位。优质的市场资源将为本次募集资金投资项目的顺利实施和公司各项业务的深化、拓展提供保障。

八、募集资金投资项目具体运用情况

（一）移动互联网信息服务升级扩容项目

1、项目概述

移动互联网信息服务升级扩容项目的实施主体是挖金客，项目投资总额为 29,024.45 万元。本项目税后内部收益率为 31.13%，净现值 19,133.70 万元，静态投资回收期 4.99 年。项目主要实施内容如下表所示：

序号	项目	简要说明
1	硬件设备、软件系统及办公设备购置	公司拟通过购置项目所需的软、硬件及办公设备，进一步改善公司现有的业务运营和研发环境，提高公司的系统接入能力、数据处理效率和储存能力，为业务平台的开发升级和各项业务的高效运转奠定坚实的基础。

序号	项目	简要说明
2	版权购置	公司拟通过购置部分优质内容版权，丰富公司在增值电信服务和移动营销服务领域所提供服务的内容，通过多样化、精品化的产品路线提升市场竞争力。
3	授权投入	公司拟通过获取更多媒体等机构的业务授权，深化与各类媒体平台在移动营销服务领域的合作，加强业务布局和市场拓展。
4	合作经营权投入	公司拟获取更多大型企业的合作经营权。在移动信息化服务领域，深化公司与运营商的合作关系，力争获取更多短信通道资源，拓展移动信息化服务业务规模，增强业务竞争优势；在增值电信和移动营销服务领域，基于现有合作关系和综合服务能力，协助不同行业大型企业间实现业务合作与资源共享。
5	营销推广	公司拟通过品牌宣传和推广，提高公司产品和服务的美誉度和影响力，树立品牌效应。
6	招募相关人员	公司将招募各个业务板块所需的技术研发、市场营销、运营管理人才，保证项目的顺利实施和公司各项业务的深入开展。
7	业务系统/平台的开发和升级	公司拟投资进行智能语音处理系统、运营商移动支付业务融合计费能力扩展应用平台、增值电信业务运营及数据管理平台、移动云通信平台、新媒体管理平台等业务平台的开发和优化，提高算法系统的处理能力及精确度，在公司业务各个细分领域构筑技术优势，全方位满足相关领域客户需求，增强公司核心竞争力。

本项目将有力推动公司主营业务纵深发展，为下游客户提供更为优质的移动互联网应用技术和信息服务，实现各项主营业务服务的全面优化升级，顺应主营业务相关细分领域的发展趋势，进一步满足企业客户多样化需求，完善公司业务布局和产品结构，提升公司的盈利规模和核心竞争力，提高行业竞争地位。

2、项目投资概算情况

本项目预计投资 29,024.45 万元，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	合计
1	**软硬件及办公设备投入**	**2,658.04**	**1,736.12**	**4,394.16**
1.1	硬件设备购置	1,820.00	1,075.00	2,895.00
1.2	软件系统购置	660.54	458.62	1,119.16
1.3	办公设备购置	177.50	202.50	380.00
2	**版权费**	**-**	**3,000.00**	**3,000.00**
3	**授权费**	**-**	**6,000.00**	**6,000.00**
4	**合作经营权费**	**-**	**6,000.00**	**6,000.00**
5	**营销推广费用**	**1,500.00**	**1,500.00**	**3,000.00**
6	**项目研发投入**	**2,280.00**	**1,820.00**	**4,100.00**
6.1	平台/系统开发费用	1,860.00	990.00	2,850.00
6.2	研发人员薪酬	420.00	830.00	1,250.00
7	**人员培训费**	**124.00**	**231.00**	**355.00**

序号	项目	第一年	第二年	合计
8	预备费用	328.10	1,014.36	1,342.46
9	铺底流动资金	-	832.83	832.83
总投资金额		6,890.14	22,134.30	29,024.45

3、项目所需时间周期及时间进度

本项目实施共需要 2 年时间，项目实施进度安排如下表所示。

项目	第一年				第二年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
软硬件及办公设备的购置与安装								
版权、授权、合作经营权的投入								
营销推广								
项目研发								
人员招募与培训								

4、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目拟建设地址为北京市，拟通过研发及运营基地建设项目中购置的房产满足项目实施需求。

5、环保问题及采取的措施

本项目不涉及土建，实施地点为商用办公场所，项目实施主要使用电脑、服务器等电子设备，项目实施过程中不产生工业废水、废气、废渣与噪声，主要的污染物有生活污水、生活垃圾等，经过采取有效的措施后，不会对环境产生污染。本项目实施符合环保要求。

（二）研发及运营基地建设项目

1、项目概述

研发及运营基地建设项目的实施主体是挖金客，项目投资总额为 15,401.30 万元。本项目为公司日常办公及移动互联网信息服务升级扩容项目提供场地支持，并扩充前瞻性的核心技术储备，不直接产生经济效益。项目主要实施内容如下表所示：

序号	项目	简要说明
1	购置、装修办公场所	购置并装修办公场所，改善公司业务运营和技术研发环境，为公司持续发展奠定基础。
2	购置硬件设备、软件系统及办公设备	购置项目所需的软、硬件和办公设备，为项目中各个综合管理和基础技术平台的开发、公司各项业务的高效运转提供保障。

序号	项目	简要说明
3	管理/技术平台研发和优化升级	公司将招募高端技术研发及运营管理人才，扩充核心团队规模，进行人工智能场景语义识别处理技术、面向复杂任务人工智能处理系统及调度平台、群体机器人的智能化软件支撑平台、通用特征工程与人工智能模型训练平台以及综合管理平台的开发和优化升级，提升公司基础研发能力，扩充前瞻性技术储备，为公司未来在各个细分业务领域的技术研发与应用奠定坚实基础，为公司服务能力的提升及核心竞争力的打造提供支撑。

本项目将改善公司业务运营和技术研发环境，打造高效的运营和研发体系，并扩充前瞻性的核心技术储备，从而保障公司各业务板块的均衡发展，通过技术的不断创新持续输出优质服务，满足不断变化的市场需求，提升盈利规模，在日趋激烈的市场竞争中保持领先优势，为公司的持续良性发展奠定坚实的基础。

2、项目投资概算情况

本项目预计投资 15,401.30 万元，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	合计
1	**场地费用**	**7,902.00**	**-**	**7,902.00**
1.1	场地购置	7,452.00	-	7,452.00
1.2	场地装修	450.00	-	450.00
2	**软硬件及办公设备购置**	**2,285.70**	**1,628.20**	**3,913.90**
2.1	硬件设备购置	1,542.00	1,272.00	2,814.00
2.2	软件系统购置	383.70	176.20	559.90
2.3	办公设备购置	360.00	180.00	540.00
3	**项目研发**	**1,259.00**	**1,593.00**	**2,852.00**
4	**预备费用**	**572.34**	**161.06**	**733.40**
合计		**12,019.04**	**3,382.26**	**15,401.30**

3、项目所需时间周期及时间进度

本项目实施共需要 2 年时间，项目实施进度安排如下表所示。

项目	第一年				第二年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地购置与装修	■	■						
软硬件及办公设备的购置与安装			■	■	■	■	■	■
项目研发	■	■	■	■	■	■	■	■

4、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目拟建设地址为北京市，拟通过购买方式取得实施本项目所需房产。

本次募投项目拟购买的房产为普通写字楼，项目的实施对房产无特别要求，北京市商用办公用房市场供应充足，不能如期取得的可能性较小，不会对公司生产经营构成重大影响。

5、环保问题及采取的措施

本项目不涉及土建，实施地点为商用办公场所，项目实施主要使用电脑、服务器等电子设备，项目实施过程中不产生工业废水、废气、废渣与噪声，主要的污染物有生活污水、生活垃圾等，经过采取有效的措施后，不会对环境产生污染。本项目实施符合环保要求。

九、募集资金项目对公司财务状况的影响

（一）对财务状况和经营成果的影响

本次发行前，公司资产规模的增长主要依靠经营活动积累。本次发行完成后，公司总资产规模、净资产规模将显著增长，公司非流动资产占总资产的比例将会提高，资产结构将得到优化，有利于公司迅速提升整体经营规模和资金实力，增强业务拓展能力和抵御风险能力。

由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，因此短期内由于公司净资产和股本规模出现较大增长，将导致净资产收益率和每股收益有所下降。但随着募集资金投资项目逐步实施和产生效益，公司的战略布局将得以进一步展开，公司的营业收入和利润水平将有大幅提高，使得公司盈利能力将随之增强，净资产收益率和每股收益将会逐渐上升。最终强化公司长期的持续盈利能力和市场竞争力。

（二）对资本结构的影响

本次发行完成后，公司将引入一定比例的社会公众股东，使公司投资者多元化，有利于进一步完善公司的法人治理结构，规范公司经营活动，增强公司经营决策的合理性。

十、未来发展与规划

（一）公司发展规划和发展目标

1、公司整体发展战略

公司秉承“技术赢得客户，服务创造价值”的经营理念，执行“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，通过持续技术创新和服务提升，提供及时、高效、优质的综合服务，满足大型企业客户全方位业务需求，逐步与各行业大型企业建立稳固深入的合作关系，致力于成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

2、公司未来三年业务发展规划

移动互联网应用技术与信息服务产业是国家大力推动的新兴行业，未来将保持快速发展态势。公司将积极把握行业发展的良好机遇，不断加强公司综合服务能力，为更多各行业大型企业客户提供优质的移动互联网应用技术和信息服务。

未来三年，公司将继续围绕增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务三大业务板块，横向做宽做广，纵向做深做厚，形成三大业务板块既能独立发展，又能相互促进，共同支撑公司持续稳定发展的局面。同时，公司将顺应云计算、大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能，不断拓展公司的服务领域。公司具体规划如下：

（1）公司将以现有技术和服务为基础，通过购置先进的软硬件设备，扩充专业技术人才和运营人才队伍，打造更为高效的运营和研发体系，夯实公司综合服务能力；

（2）不断丰富营销推广渠道和开拓行业合作资源，拓展公司现有业务的服务内容和整体业务规模；

（3）通过加强与各行业大型企业客户合作深度，增强客户粘性，提高公司核心竞争力。

（二）报告期内为实现发展规划已采取的措施及实施效果

1、持续技术创新，形成公司相应的核心技术

报告期内，公司持续进行核心技术的研发创新，在大数据处理分析、机器智能运算等方面形成了一定的技术优势。截至报告期末，公司研发人员占员工总数比例约为 40%，公司已拥有 **90** 项计算机软件著作权，覆盖了公司业务的各个环节，提高了公司的业务效率，充分满足了客户的服务需求。

2、积极开拓市场，发展业务规模

在过去的业务发展及当前的业务开拓中，公司始终坚持“专注大型客户，服务精益求精”的经营策略，不盲目进行快速业务拓展，稳扎稳打的客户开拓策略使得公司逐步获得了各行业大型企业的认可。报告期内，公司在保证与中国移动稳定合作的基础上，将研发、运营等方面的业务资源向其他业务线进行适当倾斜。报告期内，公司移动信息化服务规模提升显著，公司已与腾讯云、携程、国家电网、小米科技、酷狗、去哪儿网等大型企业客户建立了稳定合作关系；同时，在移动营销领域，公司也在不断优化调整业务模式，公司已与新华社公众号、车云网、电动邦等媒体平台建立合作，进一步扩大了移动营销服务的业务规模。

（三）实现发展规划和发展目标未来拟采取的措施

1、持续研发投入，升级现有技术

公司将基于现有业务平台和核心技术研发基础，结合主营业务实施需求和发展方向，对业务系统进行研发升级，提高算法系统的处理能力及精确度，为业务规模的拓展奠定基础。同时，随着业务规模扩大和技术升级，公司需要对相关硬件设备进行扩容或更新，以满足业务运营和技术开发过程中对于数据处理、存储等方面的需求。

2、建立完善的人力资源管理机制，扩充人才团队

随着公司资金实力的增强及融资渠道的拓展，公司将不断优化组织结构，完善人才引进、培养、激励和留用机制。在已有的人才培养机制的基础上建立“人才梯队”制度，达到储备及培养人才的目的，同时完善考核和激励制度等相关辅助工作。公司将招募高端技术研发及运营管理人才，打造高效的研发和运营体系，为公司的持续良性发展奠定坚实的基础。

3、丰富业务资源，深化与各行业大型企业的全面合作

公司将继续深化与电信、互联网、传媒、电力等各行业大型企业的业务合作关系，巩固并发展公司在移动互联网应用技术和信息服务领域的推广渠道、合作授权等业务资源，提高现有客户粘性。同时，公司力争将积累的移动互联网业务运营经验和技术水平、大型企业客户服务能力等拓展到更多细分服务领域，实现公司已有技术和服务能力在行业不同细分领域、为各行业客户创造价值的目标。

（四）拟定业务发展规划及目标所依据的假设条件

公司拟定业务发展规划及目标主要依据以下假设条件：

1、本次股票发行能够尽快完成，募集资金能及时到位，募集资金拟投资项目能顺利实施；

2、公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大变化，并能被较好执行；

3、公司所在行业及市场处于快速发展状态，不会出现重大的市场突变情形；

4、不会发生对公司经营业务造成重大不利影响，以及导致公司重大损失的不可抗力事件。

（五）实现规划和目标面临的主要困难及拟采取的措施

在募集资金到位之前，由于公司融资渠道有限，公司业务发展所需要资金基本上通过自有资金解决，因此资金短缺是公司实施上述规划及目标的较大障碍。募集资金到位后，在这种较大规模资金运用和公司较快扩张的背景下，公司在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、运营管理、市场开拓，特别是资金管理和内部控制等方面都将面临更大挑战。

为顺利实施上述计划，公司将加强内部管理，提高管理水平；通过人才培养和引进，不断提高员工素质，努力打造一个更为成熟的核心技术和管理团队；加大市场开拓力度，凭借品牌口碑及服务优势，不断提高市场份额，扩大销售收入；持续健全和完善公司法人治理结构，更加规范运作，本次发行募集资金到位后加快拟投资项目的建设进度，尽快带来经济效益。

（六）业务发展计划与现有业务的关系

上述业务发展规划是公司以现有业务为基础，结合国家产业政策、行业发展趋势及公司核心竞争优势所制定，经过全面、审慎的分析，有利于公司保持市场领先优势、扩大业务规模、提升行业竞争能力。未来几年的发展规划是现有业务的提升和完善，有助于公司成为行业领先的移动互联网应用技术和信息服务提供商。

（七）发行人持续公告发展规划实施和目前实现情况的声明

若本次公开发行并上市成功，公司将在上市后根据法律、法规以及中国证监会相关规范性文件的要求，通过定期报告持续披露规划实施和目标实现的情况。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

公司已经制定了《信息披露事务管理制度》，将于公司首次公开发行股票并上市之日起适用。该办法对公司上市后的信息披露事项的原则、标准、流程、责任划分、保密措施等予以制度化。同时，公司还制定了《内幕信息知情人登记管理制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》等，也将于上市后生效实施；该等制度分别对内部信息的管理、重大信息内部及时报告的要求和流程，向外部报送信息的管理和追责进行了明确。上述制度的实施有利于依法及时、真实准确完整地向投资者披露公司相关信息，维护中小投资者的知情权。

（二）信息披露和投资者关系的负责机构及人员

负责信息披露和投资者关系部门：证券事业部

公司信息披露负责人：刘志勇

联系电话：010-62986992

传真：010-62986997

电子邮箱：wjk@waluer.com

地址：北京市朝阳区裕民路 12 号中国国际科技会展中心 C 座 8 层

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司已经制定了《投资者关系管理制度》，将于公司首次公开发行股票并上市之日起适用。

1、投资者关系管理的基本原则包括：（1）充分披露信息原则。除强制的信息披露以外，公司可主动披露投资者关心的其他相关信息；（2）合规披露信息原则。公司应遵守国家法律、法规及证券监管部门、证券交易所对上市公司信息披露的规定，保证信息披露真实、准确、完整、及时。在开展投资者关系工作时应注意尚未公布信息及其他内部信息的保密，一旦出现泄密的情形，公司应当按有关规定及时予以披露；（3）投资者机会均等原则。公司应公平对待公司的所有股东及潜在投资者，避免进行选择性信息披露；（4）诚实守信原则。公司的投资者

关系工作应客观、真实和准确，避免过度宣传和误导；（5）高效低耗原则。选择投资者关系工作方式时，公司应充分考虑提高沟通效率，降低沟通成本；（6）互动沟通原则。公司应主动听取投资者的意见、建议，实现公司与投资者之间的双向沟通，形成良性互动。

2、投资者关系管理的工作内容为在遵循公开信息披露原则的前提下，及时向投资者披露影响其决策的相关信息，主要包括：（1）公司的发展战略；（2）公司的经营、管理、财务及运营过程中的其他信息，包括：公司的生产经营、技术开发、重大投资和重组、对外合作、财务状况、经营业绩、股利分配、管理模式等公司运营过程中的各种信息；（3）企业文化；（4）投资者关心的与公司相关的其他信息。

3、公司与投资者沟通的方式包括但不限于：定期报告和临时报告、股东大会、说明会、一对一沟通、电话咨询、邮寄资料、广告、媒体、报刊或其他宣传资料、路演、现场参观、公司网站等。

4、公司董事会秘书为公司投资者关系管理负责人，公司董事会办公室为公司的投资者关系管理职能部门，具体负责公司投资者关系管理事务。

二、发行后股利分配政策及发行前后差异

（一）本次发行后的股利分配政策

根据《公司法》等法律法规以及公司召开的 2020 年第一次临时股东大会通过的《公司章程（草案）》，本次发行上市后，公司的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

（1）公司应充分考虑对投资者的回报，每年按当年合并报表口径实现的可供分配利润的规定比例向股东分配股利；

（2）公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

（3）公司优先采用现金分红的利润分配方式；

（4）按照法定顺序分配利润的原则，坚持同股同权、同股同利的原则。

2、利润分配的具体内容

（1）利润分配形式

公司采取现金、股票、现金与股票相结合的方式分配股利。在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（2）利润分配的期间间隔

在公司当年盈利且累计未分配利润为正数(按母公司报表口径)的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配。

公司可以进行中期现金分红。公司董事会可以根据公司当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（3）利润分配的条件

①公司现金分红的具体条件和比例

A.公司该年度实现的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金等后所余的税后利润）为正值（按母公司报表口径）；

B.公司累计可供分配利润为正值（按母公司报表口径）；

C.审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告(中期现金分红情形除外)；

D.公司资金充裕，盈利水平和现金流量能够持续经营和长期发展；

E.无公司股东大会批准的可以不进行现金分红的其他重大特殊情况。

若满足上述第 A 项至第 E 项条件，公司应进行现金分红；在足额提取盈余公积金后，每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 10%（按合并报表口径）且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%（按合并报表口径）。

未全部满足上述第 A 项至第 E 项条件，但公司认为有必要时，也可进行现金分红。

②各期现金分红最低比例：

公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以比照此项规定处理。

③发放股票股利的具体条件

在公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例规定的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

3、利润分配的决策程序和机制

在定期报告公布前，公司董事会应当在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及业务发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配方案。

公司应当严格执行公司章程确定的利润分配政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案，不得随意变更确定的利润分配政策。

股东大会审定现金分红具体方案前，公司可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式等多种渠道和方式与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复媒体和中小股东关心的相关问题。

公司在上一会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金分红方案的，应当征询独立董事的意见，并在定期报告中披露未提出现金分红方案的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。独立董事还应当对此发表独立意见并公开披露。对于报告期内盈利但未提出现金分红方案的，公司在召开股东大会时除现场会议外，还可向股东提供网络形式的投票平台。

4、利润分配方案的审议程序

（1）公司董事会审议通过利润分配方案后，方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配方案时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。

（2）股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股本方案的，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三

分之二以上通过。

（3）公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

5、利润分配政策的调整

如果公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反证券监管部门的有关规定。上述“外部经营环境或自身经营状况的较大变化”系指以下情形之一：如经济环境重大变化、不可抗力事件导致公司经营亏损；主营业务发生重大变化；重大资产重组等。

公司董事会在研究论证调整利润分配政策的过程中，应当充分考虑独立董事和中小股东的意见。董事会在审议调整利润分配政策时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。

对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，应当经董事会审议通过后提交股东大会审议，且公司可提供网络形式的投票平台为股东参加股东大会提供便利。公司应以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议利润分配政策的调整或变更事项时，应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

6、利润分配方案的实施及披露

（1）如果公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（2）公司应按照证券监管部门的有关规定，在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并根据证券监管部门的要求对相关事项进行专项说明；对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（3）公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于上市公司股东的净利润之比低于 30%的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

①结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因

素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

②留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；

③董事会会议的审议和表决情况；

④独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

（4）公司在将第 4 款第（3）项和第 6 款第（3）项所述利润分配议案提交股东大会审议时，应当为投资者提供网络投票便利条件，同时按照参与表决的 A 股股东的持股比例分段披露表决结果。分段区间为持股 1%以下、1%-5%、5%以上 3 个区间；对持股比例在 1%以下的股东，还应当按照单一股东持股市值 50 万元以上和以下两类情形，进一步披露相关 A 股股东表决结果。

（5）公司存在第 4 款第（3）项和第 6 款第（3）项所述情形的，公司董事长、独立董事和总经理、财务负责人等高级管理人员应当在年度报告披露之后、年度股东大会股权登记日之前，在公司业绩发布会中就现金分红方案相关事宜予以重点说明。如未召开业绩发布会的，应当通过现场、网络或其他有效方式召开说明会，就相关事项与媒体、股东特别是持有上市公司股份的机构投资者、中小股东进行沟通和交流，及时答复媒体和股东关心的问题。

7、监事会的监督

公司监事会对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督。

监事会发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：

（1）未严格执行现金分红政策和股东回报规划；

（2）未严格履行现金分红相应决策程序；

（3）未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异

本次发行前后公司利润分配政策未发生实质性变化，但发行后的利润分配政策更加重视对中小投资者的回馈和保护，进一步增加了信息披露、独立董事的独立意见等安排。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排及已履行的决

策程序

经公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过，本次发行完成后，公司本次发行前的滚存利润由发行后的新老股东共同享有。

四、股东投票机制的建立

公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《股东大会累积投票制实施规则》，上述制度将于公司首次公开发行股票并上市之日起适用。

（一）累积投票制

根据《股东大会累积投票制实施规则》的规定，累积投票制，是指公司股东大会选举两名以上董事或监事时，出席股东大会的股东所拥有的投票表决权等于其所持有的股份总数乘以应选董事或监事人数之积，出席会议股东可以将其拥有的投票表决权全部投向一位董事或监事候选人，也可以将其拥有的投票表决权分散投向多位董事或监事候选人，按得票多少依次决定董事或监事人选。

实行累积投票制选举公司董事时，为确保独立董事当选符合规定，公司独立董事和非独立董事的选举分开进行。具体操作如下：选举独立董事时，出席会议的股东所拥有的投票表决权数等于其所持有的股份总数乘以该次股东大会应选独立董事人数之积，该部分投票表决权只能投向该次股东大会的独立董事候选人；选举非独立董事时，出席会议的股东所拥有的投票表决权数等于其所持有的股份总数乘以该次股东大会应选非独立董事人数之积，该部分投票表决权只能投向该次股东大会的非独立董事候选人。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》的规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式

根据《股东大会议事规则》的规定，股东大会应当设置会场，以现场会议形

式召开。除现场会议投票外，应当向股东提供股东大会网络投票服务。公司可以采用安全、经济、便捷的网络和其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》的规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

（五）特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排。

五、关于公司股东及公司股份合规性的承诺

公司确认并承诺，公司不存在以下情形：

（一）法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份；

（二）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有发行人股份；

（三）以发行人股权进行不当利益输送。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至报告期末，公司已经签署尚未履行完毕的、对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响、金额 500.00 万元以上的合同如下：

（一）销售合同

序号	合同名称	客户	供应方	合同标的	金额	合同期限
1	《全网语音杂志业务合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	风笛指媒	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
2	《全网语音杂志业务合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	运智伟业	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
3	《全网语音杂志业务合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	罗迪尼奥	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
4	《全网语音杂志业务合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	喀什聚合	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	**2020.7.1-2021.6.30**
5	《全网语音杂志业务合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	挖金客	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	**2020.7.1-2021.6.30**
6	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	喀什聚合	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
7	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	运智伟业	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.4.1-2021.3.31
8	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	挖金客	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.4.1-2021.3.31
9	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	风笛指媒	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	**2020.7.1-2021.6.30**
10	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	罗迪尼奥	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	**2020.10.1-2021.9.30**
11	《技术服务合同》	卓望信息技术（北京）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	按服务确定	**2020.7.1-2021.6.30**

序号	合同名称	客户	供应方	合同标的	金额	合同期限
12	《技术服务合同》	卓望信息网络（深圳）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支持	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
13	《短信通道合作协议》	腾讯云计算（北京）有限责任公司	挖金客	双方就短信服务合作项目达成协议	按服务确定	2020.8.28-2022.6.30
14	《全网语音杂志业务接听助理产品合作协议书》	中国移动通信集团江苏有限公司	挖金客	向客户提供全网语音杂志移动信息和数据增值应用服务	按服务确定	2020.4.1-2021.3.31
15	《国网客服中心2020年106号码短信接入服务项目服务合同》	国家电网有限公司客户服务中心	挖金客	为客户提供短信服务	按服务确定	2020.5.18-2020.12.31
16	《短信服务合同》	北京奇保信安科技有限公司	久佳信通	用短信服务平台为客户短信的发送和接收提供运营服务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
17	《短信通道服务协议》	新联协同通信技术（北京）有限公司	久佳信通	为客户提供发送短信的API接口、通道、以及通道的运营支撑服务	按服务确定	2018.9.26-2021.9.25
18	《短信业务产品服务协议》	北京爱奇艺科技有限公司	久佳信通	为客户提供短信产品服务	按服务确定	2019.7.1-2021.6.30
19	《集团短信业务协议》	广州酷狗计算机科技有限公司	久佳信通	双方就共同开展集团短消息业务达成协议	按服务确定	2018.12.1-2020.12.31
20	《短信服务合同》	福州三六零网络小额贷款有限公司	久佳信通	为客户短信的发送和接收提供运营服务	按服务确定	2020.12.1-2021.12.1
21	《北京久佳信通科技有限公司集团短信业务协议》	杭州数云信息技术有限公司	久佳信通	双方就共同开展集团短消息业务达成协议	按服务确定	2019.7.2-2021.7.1
22	《企业短信业务合作协议书》	北京百度网讯科技有限公司	久佳信通	向客户提供企业短信服务	按服务确定	2020.8.1-2021.7.31
23	《短信通道合同》	小米科技有限责任公司	久佳信通	向客户提供短信通道的技术支持和优质、稳定服务	按服务确定	2020.3.1-2020.12.31
24	《短信合作协议书》	北京趣拿软件科技有限公司	久佳信通	就使用CMPP、SGIP、SMGP、SMPP 点对点短信通信协议技术事宜达成协议	按服务确定	2019.1.1-2021.12.31
25	《北京久佳信通科技有限公司集团短信业务协议》	广西东信易通科技有限公司	久佳信通	双方就共同开展集团短消息业务达成协议	按服务确定	2020.2.14-2021.2.13
26	《企业短信通道服务协议》	广西东信易通科技有限公司	久佳信通	提供短信的通道服务	按服务确定	2020.11.15-2021.11.14
27	《短信服务合同》	北京金山云网络技术有限公司	久佳信通	为客户提供短信云服务及全网短信通道服务	按服务确定	2020.3.12-2021.3.11
28	《短信息业务服务合同》	广州百纳软件技术有限公司	久佳信通	双方就行业短信业务服务达成协议	按服务确定	2020.6.3-2021.6.2

序号	合同名称	客户	供应方	合同标的	金额	合同期限
29	《企业（集团）短信通道服务协议》	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	久佳信通	就共同开展手机信息业务达成协议	按服务确定	2019.1.26-2021.1.25

上述销售合同的实际收入确认时点为：公司在收到结算单据并与客户核对无误后确认收入。

1、公司与中国移动签署合同的情况

（1）公司增值电信服务的对象为中国移动 12590 语音杂志平台

中国移动江苏基地负责中国移动全国范围内 12590 语音杂志平台的增值电信业务。目前，公司增值电信服务均是针对 12590 语音杂志平台的业务，根据中国移动江苏基地的合同制式，其合同名称均为“语音杂志业务合同”。

“语音杂志业务合同”作为中国移动江苏基地的制式合同，其约定的合作内容较为宽泛。因此，中国移动江苏基地制定并发布了《中国移动语音杂志业务运营管理办法》等规范文件，明确了各项具体业务类型的业务内容、合作模式、评审指标等内容，对各类业务的招募、评审和实施等环节进行具体约定与规范。

（2）话费结算业务、信息交互类业务均隶属于语音杂志业务

语音杂志业务是中国移动为用户提供的以语音服务为主、以短彩信等多种服务形式为辅的移动增值业务，是中国移动一类增值电信业务的统称。根据《中国移动语音杂志业务运营管理办法》，语音杂志业务涵盖互联网应用深度合作、信息互动等多项增值电信业务，由 12590 语音杂志平台开展。其中，“互联网应用深度合作”是指中国移动与互联网应用进行计费合作，其名称较为概括，根据其业务模式和服务实质，公司将业务表述为“话费结算业务”。话费结算业务、信息交互类业务均隶属于语音杂志业务，签署“语音杂志业务合同”。

（3）中国移动的增值电信业务与签署合同名称的对应关系

针对中国移动不同的增值电信业务类型，公司与中国移动签署合同的名称如下：

中国移动的增值电信业务	双方签署合同
话费结算业务	《全网语音杂志业务互联网深度合作协议书》
信息交互类业务	《全网语音杂志业务合作协议书》

（4）同一时期发行人的多个主体与中国移动通信集团江苏有限公司签约的原因

中国移动在增值电信业务领域对合作伙伴执行严格的业务管理规范，对新增合作伙伴能够开展的业务类型和规模进行限制，随着合作逐步深入，考核评级越高的合作伙伴能够合作的业务类型越广泛、合作规模越大。因此，在与中国移动建立合作关系初期，由于新增的单一法人主体与运营商合作规模有限，公司通过设立多个法人主体开展业务以快速提高合作规模；随着与中国移动的合作逐步深入，目前公司内部多个法人主体在中国移动评级体系中为优秀级，都可开展类别较多、规模较大的业务合作，支撑了公司增值电信服务规模的增长。综上，为扩大业务规模，提高市场份额和竞争力，公司通过设立多个法人主体与运营商进行合作。公司多个法人主体与中国移动江苏基地签约符合行业惯例，具备商业合理性。

（二）采购合同

序号	合同名称	供应商	采购方	合同标的	金额	合同期限
1	《业务推广服务协议》	喀什阳光河谷信息科技有限公司	喀什聚合	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.6.28-2021.6.27
2	《业务推广服务协议》	北京阳光河谷科技有限公司	挖金客	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.7.22-2021.7.21
3	《业务推广服务协议》	北京阳光河谷科技有限公司	风笛指媒	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.7.22-2021.7.21
4	《业务推广服务协议》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	挖金客	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.5.31-2021.5.30
5	《业务推广服务协议》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	风笛指媒	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.5.31-2021.5.30
6	《业务推广服务协议》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	运智伟业	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.5.31-2021.5.30
7	《业务推广服务协议》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	喀什聚合	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2019.5.31-2021.5.30
8	《短信服务合同书》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	挖金客	为短信的发送和接收提供运营服务	按服务确定	2019.7.1-**2022.6.30**
9	《短信服务合同书》	安徽捷兴信息安全技术有限公司	久佳信通	为短信的发送和接收提供运营服务	按服务确定	2019.8.1-2021.7.31
10	《集团短信业务销售代理合作协议》	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	久佳信通	双方进行集团短信业务代理合作	按服务确定	2019.6.1-2020.12.31
11	《和悦致远信息服务合作协议书》	北京和悦致远通讯科技有限公司	久佳信通	开通移动信息发送系统平台并提供移动信息发送服务	按服务确定	2017.12.28-**2021.12.27**
12	《云湖九鼎信息服务合作协议书》	北京云湖九鼎科技有限公司	久佳信通	开通移动信息发送系统平台并提供移动信息发送服务	按服务确定	2019.5.22-2022.5.21

序号	合同名称	供应商	采购方	合同标的	金额	合同期限
13	《和悦致远信息服务合作协议书》	北京和悦致远通讯科技有限公司	挖金客	开通移动信息发送系统平台并提供移动信息发送服务	按服务确定	2018.1.22-2021.1.21
14	《移动信息业务合作协议》	北京阳光河谷科技有限公司	久佳信通	提供移动信息业务的有偿发送服务	按服务确定	2020.1.1-2021.12.31
15	《1069代码短信业务合作协议》	江苏美圣信息技术有限公司	久佳信通	双方就短彩信发送平台进行全面技术合作与运营	按服务确定	2020.3.17-2021.3.16
16	《行业短信合作协议》	北京豪讯恒业信息有限公司	久佳信通	提供短信的发送和接收服务	按服务确定	2019.1.13-2021.1.12
17	《企业短信服务合同》	深圳市诚立业科技发展有限公司	久佳信通	使用企业商务通讯平台并发送短消息	按服务确定	2020.2.21-2022.2.20
18	《云湖九鼎信息服务合作协议书》	北京云湖九鼎科技有限公司	挖金客	共同拓展企业信息化应用领域	按服务确定	2019.10.10-2022.10.9
19	《业务推广服务协议》	北京阳光河谷科技有限公司	挖金客	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.4.1-2021.3.31
20	《业务推广服务协议》	深圳市掌联科技有限公司	喀什聚合	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
21	《业务推广服务协议》	深圳市掌联科技有限公司	挖金客	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
22	《业务推广服务协议》	深圳市掌联科技有限公司	风笛指媒	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
23	《业务推广服务协议》	深圳市掌联科技有限公司	运智伟业	双方就移动增值业务的推广合作事宜达成协议	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
24	《集团业务代理合作协议书》	中国移动通信集团上海有限公司	久佳信通	就集团业务代理合作达成协议	按服务确定	2020.4.1-2021.3.31
25	《短（彩）信技术服务协议》	上海维弘信息科技有限公司	久佳信通	有偿提供短（彩）信网关、短(彩)信中心等通信通道、网络资源，并利用其客户服务和业务支撑系统，提供有偿的接入服务和客户服务。	按服务确定	2019.10.28-2021.10.27
26	《短信通道业务合作协议》	北京中润无线广告有限公司	久佳信通	授权使用码号用于企业短信服务业务	按服务确定	2020.11.18-2021.11.17
27	《中国电信股份有限公司北京分公司行业短信业务合作协议》	中国电信股份有限公司北京分公司	久佳信通	合作展开行业短信业务	按服务确定	2020.1.1-2020.12.31
28	《云信通业务合作协议》	福建三拓联创通信科技有限公司	挖金客	就受理“云通信”业务事宜达成协议	按服务确定	2020.9.1-2021.8.31

序号	合同名称	供应商	采购方	合同标的	金额	合同期限
29	《行业短信业务合同》	广西壮族自治区公众信息产业有限公司	久佳信通	双方合作开展行业短信业务	按服务确定	2020.1.6-2020.12.31
30	《“融合•通信云”服务协议》	融合通信技术（天津）有限公司	久佳信通	使用融合•通信云平台提供的短信服务	按服务确定	2019.6.12-2021.6.11

二、对外担保的情况

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司无对外担保事项。

三、重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日,公司没有对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

四、关联方的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人、控股子公司，公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在尚未了结的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员没有涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、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。

第十二节 有关声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

李征　　陈坤　　刘志勇

刘立君　　范世锋　　王京梅

吴少华

全体监事签名：

韩陆　　邱赞忞　　刘桥宇

除董事、监事以外的高级管理人员签名：

郭庆

北京挖金客信息科技股份有限公司

2021年 2月 10日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名：

李征　　陈坤

北京挖金客信息科技股份有限公司

2021年 2月 10日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

温 晨

保荐代表人：

欧雨辰

刘 哲

法定代表人：

菅明军

中原证券股份有限公司

2021 年 2 月 10 日

保荐机构董事长、总裁声明

本人已认真阅读北京挖金客信息科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总　裁：

常军胜

董事长：

菅明军

中原证券股份有限公司

2021年 2月 10日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

刘 继

经办律师：

沈 义　　杨 宏

国浩律师（北京）事务所

2021 年 2 月 10 日

会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本机构鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本机构鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

肖厚发

签字注册会计师：

肖桂莲

陈君

成立卿

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 2 月 10 日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

陈喜佟

资产评估师：

潘赤戈　　张晗

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

2021 年 2 月 10 日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

肖厚发

签字注册会计师：

肖桂莲

陈君

成立卿

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 2 月 10 日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺，主要包括：

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

2、稳定股价的措施和承诺；

3、股份回购和股份买回的措施和承诺；

4、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺；

5、填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

6、利润分配政策的承诺；

7、依法承担赔偿或赔偿责任的承诺；

8、其他承诺事项。

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间和地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 2:00-5:00。

（二）查阅地点

1、发行人：北京挖金客信息科技股份有限公司

地址：北京市朝阳区裕民路 12 号中国国际科技会展中心 C 座 8 层

电话：010-62986992

联系人：刘志勇

2、保荐机构（主承销商）：中原证券股份有限公司

地址：北京市西城区月坛南街 1 号院月坛金融街中心 7 号楼 18 层

电话：010-57058322

联系人：欧雨辰、刘哲