创业板投资风险提示

发行人声明：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。

无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司

Wuxi Online Offline Communication Information Technology Co., Ltd.

（住所：无锡市高浪东路 999 号-8-C1-701）

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（注册稿）

本公司的发行申请尚需经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（注册稿）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。

保荐人（主承销商）

国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

（住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦十六层至二十六层）

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。

【发行概况】

本次发行前公司总股本为6,000万股，本次公开发行股份数量为不超过2,000万股，占公司发行后股份总数的25.00%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。公司公开发行新股募集资金扣除发行费用后归公司所有。

1、发行股票类型：人民币普通股（A股）

2、每股面值：人民币1.00元

3、拟公开发行新股数：_____万股

4、发行后总股本：_____万股

5、预计发行日期：_____年_____月_____日

6、每股发行价格：_____

7、拟上市的证券交易所和板块：深圳证券交易所创业板

8、保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

9、招股说明书签署日期：_____年_____月_____日

重大事项提示

本公司提醒投资者需特别关注以下重大事项提示，并提醒投资者在做出投资决策之前，认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

本公司提请投资者注意：

一、本次发行的相关重要承诺的说明

本次发行的相关重要承诺主要包括：（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。具体内容参见本招股说明书“第十三节 附件”之“二、与投资者保护相关的承诺具体内容”。

二、公司股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

本次公开发行股票前，公司实际控制人汪坤、门庆娟直接和间接控制公司71.37%的股权。本次发行完成后，本次公开发行股份数量为不超过2,000万股，占公司发行后股份总数的25.00%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。

本次公开发行股票对公司控制权、治理结构及生产经营不会产生重大影响。

三、滚存利润分配方案

参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、发行前滚存利润的分配安排”。

四、本次发行上市后的利润分配政策

参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、本次发行上市后的股利分配政策”。

五、公司关于填补被摊薄即期回报的措施

参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析”之“（四）填补被摊薄即期回报的具体措施”。

六、对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对发行人持续盈利能力的核查结论意见

参见本招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（九）影响公司持续盈利能力的因素”。

七、风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素：

（一）行业监管风险

移动信息行业受益于移动互联网技术的发展以及不断涌现的新商业模式，在近年进入了高速发展通道。与此同时，工信部、各地通信管理局等政府主管部门针对该行业的监管也在不断完善和细化，陆续出台了多项监管政策。这些法规政策的出台，极大地规范了移动信息市场，促进了行业的健康发展，同时，监管的日益严格也会给公司带来合规成本增加的风险。若国家有关移动信息行业的产业政策和行业法规发生重大变化，将可能会对公司经营产生不利影响。

（二）产品替代风险

公司的移动信息服务业务基于电信运营商开展，无需额外的软件安装，同时需要实名认证，具有高效、稳定、安全等特性。但是，微信、QQ 等 OTT 业务的发展使得移动信息服务提供商面临挑战。未来，随着通信技术革新及消费者行为模式的改变，不排除 OTT 应用等新型移动信息服务方式对公司的移动信息服务业务产生一定替代作用的可能性，从而对公司经营产生不利影响。

（三）客户较为集中且波动的风险

报告期内，公司前五名客户的销售收入分别为 18,356.04 万元、30,246.30 万元、28,983.33 万元和 25,927.51 万元，占同期营业收入的比例分别为 66.50%、65.93%、54.45%和 60.47%，客户集中度较高。

公司基于发展需求，自 2017 年开始大力发展直客业务，目前已开拓了京东、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、腾讯、汉海信息（美团）、上海寻梦（拼多多）、网易在内的多家知名企业，业务规模增长迅速。客户数量和销售额的增长、客户结构的调整，

导致公司的主要客户出现了较大的波动。

如果公司不能在业务增长的同时稳定住新老客户关系，导致公司与主要客户的合作出现问题，或者公司主要客户的生产经营发生重大不利变化，或者公司的销售价格继续下降，将会对公司经营稳定性带来不利影响。

（四）供应商较为集中且波动的风险

报告期内，公司前五名供应商的采购金额分别为14,899.52万元、18,616.51万元、21,640.46万元和23,028.05万元，占同期营业成本的比例分别为69.05%、50.46%、49.40%和61.69%，供应商集中度较高。

随着公司销售规模的扩大，公司自2017年起积极开拓不同地市的电信运营商资源和第三方供应商，新增遍布全国多个地区的上百家电信运营商和第三方供应商，供应商集中度相较2017年发生了下降，鉴于不同供应商价格的调整和短信需求的变化，供应商名单出现了一定的波动。

截至报告期末，公司已经较好地完善和丰富了自身的供应商库。但是，如果公司不能很好地维系、稳定与供应商的业务关系，或者供应商的价格出现调整，可能造成公司采购资源供应短缺，对公司经营造成不利影响。

（五）业务相对单一的风险

公司目前的主要业务是移动信息服务的短信服务业务，主要为客户提供围绕短信传输的全套服务。自公司成立以来，公司的主营业务收入均为移动信息服务收入，公司的盈利模式较为单一。公司深耕移动信息服务中的短信服务业务，已经积累了丰富的运营经验和行业资源，但如果短信服务的市场需求下降，公司将因为业务单一承受较大的经营风险。

（六）短信内容合规性风险

公司依托于体系化的服务流程、自主研发的业务平台，对客户提交的短信内容进行7*24小时的合规、安全性审核，确保短信内容的合规性。但是，如果某些客户恶意掺杂发送不合规的短信内容，公司的审核平台可能遗漏对少量内容不合规短信的拦截，使得公司有可能受到电信运营商的监管，将可能会对公司经营产生不利影响。

（七）发行人成长性风险

受益于电子商务、互联网等新经济的不断涌现，公司的业务需求得到了快速提升，公司的业务发展呈现出较高的成长性。报告期各期，公司营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，逐年增长；净利润分别为 3,853.44 万元、5,518.19 万元、6,038.42 万元和 3,463.34 万元，逐年增长。公司未来的经营业绩增长受宏观经济、行业发展、竞争状况、行业地位、技术水平、自主创新能力、服务质量、市场前景及营销能力等因素影响，若上述因素出现重大不利变化，公司将面临一定的成长性风险。

（八）产业政策风险

工信部于 2020 年 8 月 31 日就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（下称《意见稿》）向社会公开征求意见，《意见稿》较现行有效的《通信短信服务管理规定》主要将“语音呼叫服务”纳入了监管和规范的范畴，并对短信用户同意接收商业短信条款提高了要求。监管机构对于移动信息服务商发送企业短信取得用户同意的要求由来已久，发行人在相关法规的监管下规范经营，且在报告期内取得了经营业绩的稳步增长。《意见稿》与监管机构已颁布的类似法规就相关内容具体规定如下：

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要法律法规	具体条款内容
1	2012.12	全国人大	《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》第七条	任何组织和个人未经电子信息接收者同意或者请求，或者电子信息接收者明确表示拒绝的，不得向其固定电话、移动电话或者个人电子邮箱发送商业性电子信息。
2	2015.5	工信部	《通信短信服务管理规定》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。 基础电信业务经营者对通过其电信网发送端口类商业性短信息的，应当保证有关用户已经同意或者请求接收有关短信息。
3	2020.8	工信部	《通信短信信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》	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

			第十六条	同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。

具体而言，根据《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”。发行人开展的行业类短信业务不属于商业性短信息，若《意见稿》正式生效，对发行人行业类短信业务不会构成直接且可预见的不利影响；发行人的营销类短信业务则主要以商业性短信息为主，待《意见稿》正式生效，可能导致营销类短信的需求减弱。因此，发行人以“行业类短信收入增幅保持近两年增幅，营销类短信收入增幅受政策影响，毛利率保持 2020 年 1-6 月毛利率不变”为前提，对《意见稿》正式生效后对发行人可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入增幅为 10%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	10%	14.63%	45,595.46	6,671.97	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	117,553.51	14,813.13	33.45%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入增幅为 0%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-	14.63%	41,450.41	6,065.43	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	113,408.47	14,206.58	27.99%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入下降 20%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-20%	14.63%	33,160.33	4,852.34	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	105,118.39	12,993.50	17.06%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入下降 50%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-50%	14.63%	20,725.21	3,032.71	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	92,683.26	11,173.87	0.66%

注：2020 年年化收入=2020 年 1-6 月收入*2；行业类短信收入增长率假设等于 2019 年和 2020 年年化后的平均增长率(报告期内各期，发行人行业类短信收入增长率分别为 519.62%、57.09%和 67.90%（2020 年收入金额已年化折算），近两年发行人行业类短信收入增长率均值为 62.49%)；行业类短信和营销类短信的毛利率假设未发生变化。

根据以上估算与分析，《意见稿》可能对发行人营销类短信业务的收入产生不利影响，但对发行人持续经营能力不构成重大不利影响；同时，结合公司目前的主要客户均

系下游行业知名企业，规范化程度较高，故本次《意见稿》总体对于发行人企业短信服务业务的影响较小，但是，未来随着《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，从而对发行人经营业绩造成不利影响。

综上所述，经济活动影响因素较多，公司将面临来自宏观、行业、公司自身的经营、财务、管理等多项风险因素的共同作用。

八、提醒投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及2021年1季度经营业绩预计

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日之间，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员保持稳定，未出现对公司经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

（一）财务报告审计截止日后主要财务信息

发行人2020年度合并财务报表未经审计，已经致同事务所审阅，根据致同事务所出具的《审阅报告》，2020年度发行人营业收入110,201.87万元，较2019年增长107.01%，归属母公司股东净利润为8,331.89万元，较2019年增长37.98%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为8,053.59万元，较2019年增长39.66%。具体分析参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十八、财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及2021年1季度经营业绩预计”。

（二）2021年1季度经营业绩预计

发行人预计2021年1季度公司营业收入为25,000万元-30,000万元，同比增长22.14%-46.57%；扣除非经常损益前归属于母公司股东的净利润为2,000万元-2,400万元，同比增长4.10%-24.92%；扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为1,900万元-2,300万元，同比增长4.82%-26.89%。

上述2021年1季度经营业绩预计中的相关财务数据是公司财务部门初步测算的结果，预计数不代表公司最终可实现营业收入、扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润，亦不构成公司的盈利预测及利润承诺。

目 录

发行人声明 1

重大事项提示 3

一、本次发行的相关重要承诺的说明 3

二、公司股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响 3

三、滚存利润分配方案 3

四、本次发行上市后的利润分配政策 3

五、公司关于填补被摊薄即期回报的措施 3

六、对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对发行人持续盈利能力的核查结论意见 4

七、风险提示 4

八、提醒投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及 2021 年 1 季度经营业绩预计 8

目 录 9

第一节 释义 14

一、普通术语 14

二、专业术语 17

第二节 概览 19

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 19

二、本次发行概况 19

三、发行人主要财务数据和财务指标 20

四、发行人主营业务情况 21

五、发行人的科技创新、模式创新、业态创新及新旧产业融合情况 22

六、公司选择的上市标准 22

七、公司治理特殊安排情况 22

八、募集资金用途 22

第三节 本次发行概况 24

一、本次发行的基本情况 24

二、本次发行新股的有关当事人 24

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系.....26
四、与本次发行上市有关的重要日期.....26
第四节 风险因素.....27
一、创新风险.....27
二、技术风险.....27
三、经营风险.....27
四、内控风险.....33
五、财务风险.....34
六、法律风险.....37
七、发行失败风险.....37
八、发行人成长性风险.....37
九、募集资金投资项目风险.....37
十、发行后净资产收益率下降的风险.....38
十一、前瞻性陈述可能不准确的风险.....38
十二、新冠病毒疫情对公司经营影响的风险.....38
第五节 发行人基本情况.....39
一、发行人基本情况.....39
二、发行人设立情况.....39
三、报告期内公司股本和股东变化情况.....41
四、发行人设立以来的重大资产重组情况.....44
五、发行人的股权结构和组织结构.....45
六、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况.....47
七、发行人主要股东及实际控制人的基本情况.....53
八、发行人的股本情况.....57
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介.....58
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况.....64
十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况.....65
十二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况.....66
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订协议或承诺情况.....67

十四、董事、监事与高级管理人员报告期内变动情况.....68
十五、股权激励情况.....69
十六、发行人员工及其社会保障情况.....69
第六节 业务与技术.....75
一、发行人主营业务、主要产品或服务情况.....75
二、发行人所处行业的基本情况.....98
三、发行人的行业竞争地位分析.....124
四、销售情况和主要客户.....132
五、采购情况和主要供应商.....175
六、主要固定资产及无形资产情况.....194
七、发行人的技术研发情况.....202
八、发行人拥有的特许经营权与特殊经营许可情况.....207
九、境外经营情况.....208
第七节 公司治理与独立性.....209
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况.....209
二、对内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见及注册会计师鉴证意见.....211
三、发行人近三年违法违规行为情况.....212
四、资金占用和对外担保情况.....213
五、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况.....213
六、发行人独立运行情况.....215
七、同业竞争.....216
八、关联方及关联关系.....218
九、关联交易.....220
十、规范和减少关联交易的措施及制度安排.....223
第八节 财务会计信息与管理层分析.....224
一、财务报表.....224
二、审计意见.....231
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动

对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....234
四、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的经营状况.....236
五、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....236
六、公司采用的重要会计政策和会计估计.....237
七、公司的主要税种、税率及税收优惠.....274
八、分部信息.....277
九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....277
十、财务指标.....278
十一、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....280
十二、经营成果分析.....281
十三、资产质量分析.....342
十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....371
十五、现金流量分析.....388
十六、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析.....391
十七、股利分配情况.....394
十八、财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及2021年1季度经营业绩预计.....395
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....398
一、本次募集资金投资项目情况.....398
二、企业通信管理平台建设项目.....400
三、分布式运营网络建设项目.....406
四、补充营运资金项目.....413
五、未来发展与规划.....414
第十节 投资者保护.....419
一、信息披露和投资者关系.....419
二、本次发行上市后的股利分配政策.....420
三、发行前滚存利润的分配安排.....423
四、股东投票机制的建立情况.....423
第十一节 其他重要事项.....426
一、重大合同.....426

二、对外担保情况.....428
三、重大诉讼、仲裁事项和重大违法行为.....428
第十二节 声明.....429
本公司及全体董事、监事、高级管理人员声明.....429
本公司控股股东、实际控制人声明.....430
保荐机构（主承销商）声明.....431
发行人律师声明.....432
会计师事务所声明.....433
验资机构声明.....434
评估机构声明.....435
第十三节 附件.....436
一、附件内容.....436
二、与投资者保护相关的承诺具体内容.....436
三、与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项.....446
四、附件文件查阅地址.....447

第一节 释义

本招股说明书中，除非另有说明，下列词语具有如下含义：

一、普通术语

发行人、公司、本公司、线上线下、线上线下股份	指	无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司，系由无锡线上线下网络技术有限公司于 2018 年 6 月 21 日整体变更成立的股份有限公司
线上线下有限	指	无锡线上线下网络技术有限公司，成立于 2012 年 9 月 14 日，系发行人前身
喀什云海	指	喀什云海网络技术有限公司，系发行人的全资子公司
深圳凯风	指	深圳凯风网络技术有限公司，曾用名深圳凯风网络科技有限公司，系发行人的全资子公司
上海禹圭	指	上海禹圭信息技术有限公司，系发行人的全资子公司
北京智成源达	指	北京智成源达信息技术有限公司，系发行人的全资子公司
无锡胜杰	指	无锡胜杰网络技术有限公司，系深圳凯风的全资子公司
无锡赫名	指	无锡赫名网络技术有限公司，系无锡胜杰的全资子公司
无锡凌恒	指	无锡凌恒网络技术有限公司，系无锡胜杰的全资子公司
无锡韬和	指	无锡韬和网络技术有限公司，系无锡胜杰的全资子公司
无锡熠永	指	无锡熠永网络技术有限公司，系无锡胜杰的全资子公司
无锡胜杰杭州分公司	指	无锡胜杰网络技术有限公司杭州分公司
喀什云海石家庄分公司	指	喀什云海网络技术有限公司石家庄分公司
无锡凌恒石家庄分公司	指	无锡凌恒网络技术有限公司石家庄分公司
无锡凌恒深圳分公司	指	无锡凌恒网络技术有限公司深圳分公司
无锡韬和郑州分公司	指	无锡韬和网络技术有限公司郑州分公司
无锡韬和西安分公司	指	无锡韬和网络技术有限公司西安分公司
无锡韬和石家庄分公司	指	无锡韬和网络技术有限公司石家庄分公司
无锡韬和深圳分公司	指	无锡韬和网络技术有限公司深圳分公司
无锡韬和太原分公司	指	无锡韬和网络技术有限公司太原分公司，曾用名无锡韬和网络科技有限公司太原分公司
无锡熠永石家庄分公司	指	无锡熠永网络技术有限公司石家庄分公司
无锡熠永山东分公司	指	无锡熠永网络技术有限公司山东分公司
深圳凯风新疆分公司	指	深圳凯风网络技术有限公司新疆分公司
无锡熠永合肥分公司	**指**	**无锡熠永网络技术有限公司合肥分公司**

上海禹圭武汉分公司	**指**	**上海禹圭信息技术有限公司武汉分公司**
无锡峻茂、峻茂投资	指	无锡峻茂投资有限公司
牧银投资	指	宁波梅山保税港区牧银股权投资有限公司
易简投资	指	珠海横琴易简光煦柒号投资合伙企业（有限合伙）
联成恒健	指	珠海联成恒健资产管理合伙企业（有限合伙）
永通投资	指	福鼎市永通股权投资合伙企业（有限合伙）
融誉投资	指	樟树市融誉投资管理中心（有限合伙）
江西欣典	指	江西欣典文化传播有限公司
腾讯	指	腾讯云计算（北京）有限责任公司
阿里巴巴	指	阿里巴巴云计算（北京）有限公司
支付宝	指	支付宝（中国）网络技术有限公司
网易	指	网易系相关公司，包括网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司、杭州网易再顾科技有限公司、网易有道信息技术（北京）有限公司、上海网之易璀璨网络科技有限公司、上海网之易网络科技发展有限公司、杭州朗和科技有限公司、广州博冠信息科技有限公司
华为	指	华为软件技术有限公司和华为技术有限公司
上海寻梦	指	上海寻梦信息技术有限公司，运营品牌拼多多
京东	指	京东系相关公司，包括北京京东世纪贸易有限公司、京东数字科技控股有限公司、京东云计算有限公司、北京京东尚科信息技术有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、网银在线（北京）科技有限公司、上海京东到家元信信息技术有限公司、达疆网络科技（上海）有限公司
上海拉扎斯	指	拉扎斯网络科技（上海）有限公司，运营品牌饿了么
上海基分	指	上海基分文化传播有限公司，运营品牌趣头条
汉海信息	指	汉海信息技术（上海）有限公司，运营品牌美团
百度	指	北京百度网讯科技有限公司
字节跳动	指	北京字节跳动网络技术有限公司，运营品牌抖音、今日头条
小米	指	小米科技有限责任公司和小米数字科技有限公司
上海宜员	指	上海宜员网络技术有限公司
苏宁	指	苏宁系相关公司，包括江苏苏宁易购电子商务有限公司、苏宁数字科技（南京）有限公司、苏宁易购集团股份有限公司、苏宁消费金融有限公司、苏宁云计算有限公司、南京钟山国际高尔夫置业有限公司高尔夫俱乐部分公司
携程	指	携程系相关公司，包括上海华程西南国际旅行社有限公司、上海携程小额贷款有限责任公司、北京趣拿软件科技有限公司、

		携程计算机技术（上海）有限公司、携程旅游网络技术（上海）有限公司
好未来	指	好未来系相关公司，包括北京世纪好未来教育科技有限公司、亿度慧达教育科技（北京）有限公司、欣欣相融教育科技（北京）有限公司、北京易真学思教育科技有限公司、北京新唐思创教育科技有限公司，运营品牌学而思
无锡移动	指	中国移动通信集团江苏有限公司无锡分公司
常州移动	指	中国移动通信集团江苏有限公司常州分公司
沈阳移动	指	中国移动通信集团辽宁有限公司沈阳分公司
西藏移动	指	中国移动通信集团西藏有限公司
石家庄移动	指	中国移动通信集团河北有限公司石家庄分公司
泸州移动	指	中国移动通信集团四川有限公司泸州分公司
德阳移动	指	中国移动通信集团四川有限公司德阳分公司
内江移动	指	中国移动通信集团四川有限公司内江分公司
邵阳移动	指	中国移动通信集团湖南有限公司邵阳分公司
岳阳移动	指	中国移动通信集团湖南有限公司岳阳分公司
常德移动	指	中国移动通信集团湖南有限公司常德分公司
上海移动	指	中国移动通信集团上海有限公司
青岛电信	指	中国电信股份有限公司青岛分公司
延安移动	指	中国移动通信集团陕西有限公司延安分公司
雄安移动	指	中国移动通信集团河北有限公司雄安新区分公司
青岛移动	指	中国移动通信集团山东有限公司青岛分公司
泉州移动	指	中国移动通信集团福建有限公司泉州分公司
赣州移动	指	中国移动通信集团江西有限公司赣州分公司
上饶移动	指	中国移动通信集团江西有限公司上饶分公司
江门移动	指	中国移动通信集团广东有限公司江门分公司
青岛联通	指	中国联合网络通信有限公司青岛市分公司
上海尔坤	指	上海尔坤通信科技有限公司
厦门朝鹭	指	厦门市朝鹭文化传播有限公司
中嘉博创	指	中嘉博创信息技术股份有限公司，证券代码：000889
梦网集团	指	梦网荣信科技集团股份有限公司，证券代码：002123
银之杰	指	深圳市银之杰科技股份有限公司，证券代码：300085

吴通控股	指	吴通控股集团股份有限公司，证券代码：300292
京天利	指	北京无线天利移动信息技术股份有限公司，证券代码：300399
《公司法》	指	现行《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	现行《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	现行的《无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经公司股东大会审议通过，并将于本次发行后生效的《无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司章程（草案）》
本招股说明书	指	公司为本次发行编写的《无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司招股说明书》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
国信证券、保荐机构	指	国信证券股份有限公司
发行人律师	指	北京国枫律师事务所
发行人会计师、申报会计师、致同	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期、近三年及一期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月
报告期内各期期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日

二、专业术语

直客客户	指	公司的一类客户，该类客户不是以销售短信或流量为主营业务
渠道客户	指	公司的一类客户，该类客户是主营业务为销售短信或流量的移动信息服务提供商
APP	指	Application 的简称，通常指安装于手机、平板电脑或其他移动终端上的应用程序
3G/4G/5G	指	第三/四/五代移动通信技术
SP	指	SP（Service Provider），即服务提供商，通常是指在移动网内运营增值业务的社会合作单位
OTT	指	OTT 是“Over The Top”的缩写，是指通过互联网向用户提供各种应用服务
LBS	指	基于位置的服务，即通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式获取移动终端用户的位置信息
网关	指	短信网关 ISMG，全称 Internet Short Message Gateway，主要是为了解决各网络、各运营商之间的短信互通和 SP 的接入问题,为使用单位收发短信而提供了一个动态数据交换平台系统
异步数据处理技术	指	异步数据处理技术（Asynchronous Messaging Technology）是利用多线程或者多进程，提高设备使用率，从而在宏观上提升程序运行效率的一项技术
CMPP	指	CMPP 协议（China Mobile Peer to Peer），是中国移动通信互联网短信网关接口协议

HTTP	指	超文本传输协议（HTTP，Hyper Text Transfer Protocol）是一个客户端和服务器端请求和应答的标准
Linux	指	一套免费使用和自由传播的类 Unix 操作系统
LVS	指	Linux Virtual Server 的缩写，即 Linux 虚拟服务器，是一个虚拟的服务器集群系统
Nginx	指	一个高性能的 HTTP 和反向代理 web 服务器
Keepalive	指	一种高性能的服务器高可用或热备解决方案，可以用来防止服务器单点故障的发生
Elasticsearch	指	一个基于 Lucene 的搜索服务器，它提供了一个分布式多用户能力的全文搜索引擎
Redis	指	一个支持网络、基于内存、可选持久性的键值对存储数据库
HBase	指	一个分布式的、面向列的开源数据库
WAL	指	Write-Ahead-Log（预写日志），是 HBase 的 Region Server 在处理数据插入和删除的过程中用来记录操作内容的一种日志
I/O	指	Input/Output，即输入/输出，通常指数据在内部存储器和外部存储器或其他周边设备之间的输入和输出
Apache Hadoop	指	一套用于在由通用硬件构建的大型集群上运行应用程序的框架
PB	指	容量单位，相关计量单位有 TB、GB、MB、KB、B，1PB=1024TB
API	指	Application Programming Interface（应用程序编程接口）的缩写，是应用系统（或程序）预先定义的函数或方法，为用户或开发人员提供基于某软件或硬件得以实现产品定制功能的能力
CRM	指	Customer Relationship Management，即客户关系管理
Hadoop	指	一种开源的分布式大数据处理方式，可以使用户在不了解分布式底层细节的情况下开发分布式程序，充分利用集群的威力进行高速运算和存储
Hive	指	基于 Hadoop 的一个数据仓库工具，可以将结构化的数据文件映射为一张数据库表
Yarn	指	Yet Another Resource Negotiator 的缩写，中文称为另一种资源协调者，是一种新的 Hadoop 资源管理器，可为上层应用提供统一的资源管理和调度
Spark	指	全称为 ApacheSpark，是专为大规模数据处理而设计的快速通用的计算引擎
MaaP	指	Messaging as a Platform，通信运营商建立的消息能力，使行业客户可以为其用户提供富媒体信息服务

特别说明：敬请注意，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存在差异，均系计算中四舍五入造成。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司	**成立日期**	2012 年 9 月 14 日（有限公司） 2018 年 6 月 21 日（股份公司）
注册资本	6,000.00 万元	**法定代表人**	汪坤
注册地址	无锡市高浪东路 999 号-8-C1-701	**主要生产经营地址**	无锡市高浪东路 999 号-8-C1-1201
控股股东、实际控制人	汪坤、门庆娟		
行业分类	I65 软件和信息技术服务业	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	国信证券股份有限公司	**主承销商**	国信证券股份有限公司
发行人律师	北京国枫律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	致同会计师事务所（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	1.00 元		
发行股数	不超过 2,000.00 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后股份总数的 25%
其中：发行新股数量	不超过 2,000.00 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后股份总数的 25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	【 】股		
每股发行价格	【 】元（通过向网下专业机构投资者询价的方式确定股票发行价格，或通过发行人与主承销商自主协商直接定价等其他合法可行的方式确定发行价格）		
发行市盈率	【 】倍（每股收益按照【 】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低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【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公	发行前每股收益	【 】元（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公

	司的净资产除以本次发行前总股本计算）		司的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【 】元（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）	发行后每股收益	【 】元（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【 】倍（按照发行价格除以本次发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外）		
承销方式	主承销商余额包销		
拟公开发售股份股东名称	不适用		
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费、保荐费、律师费用、审计及验资费用、发行手续费用、信息披露费用等发行相关费用由发行人承担		
募集资金总额	【 】万元		
募集资金净额	【 】万元		
募集资金投资项目	企业通信管理平台建设项目		
	分布式运营网络建设项目		
	补充营运资金		
发行费用概算	【 】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	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
资产总额（万元）	38,455.52	30,752.48	20,711.01	16,260.85
归属于母公司所有者权益（万元）	27,559.10	24,095.77	18,033.69	12,515.49
资产负债率（母公司）（%）	38.66	29.80	21.08	23.02
营业收入（万元）	42,879.23	53,234.08	45,875.17	27,602.30
净利润（万元）	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,220.68	5,766.56	5,432.96	3,779.87
基本每股收益（元）	0.58	1.01	0.92	-

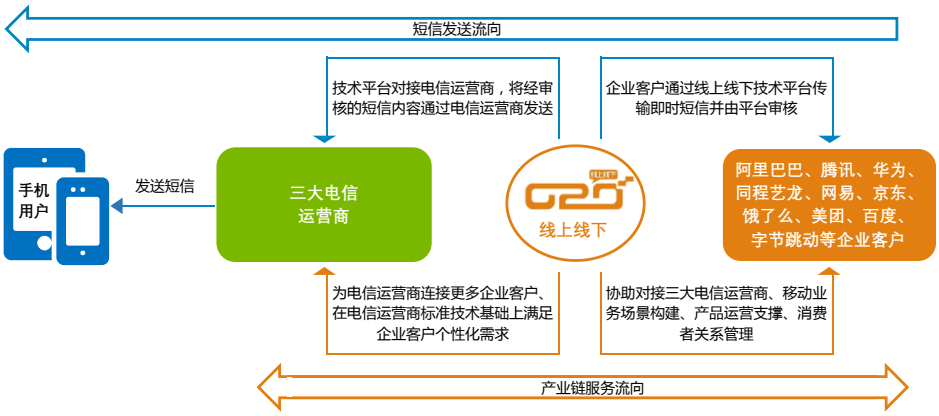
稀释每股收益（元）	0.58	1.01	0.92	-
加权平均净资产收益率（%）	13.41	28.65	36.13	40.50
经营活动产生的现金流量净额（万元）	195.80	-542.64	-4,229.77	765.27
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	0.64	1.06	0.72	0.45

四、发行人主营业务情况

公司深耕移动信息服务行业多年，是一家具有丰富行业经验的移动信息服务提供商。公司依托于体系化的服务流程、自主研发的业务平台，通过对电信运营商的通信资源的整合，秉承“技术驱动服务、深耕行业客户、连接创造价值”的企业文化理念，致力于为客户提供安全、有效、及时的移动信息服务。公司主营业务为移动信息服务，包括企业短信业务以及少量的流量业务。

企业短信服务是公司最主要的业务，公司自成立以来一直从事企业短信相关业务，利用自身长期积累的系统开发技术和基于客户所在行业的业务理解，为包括阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）在内的广大客户提供专业化的企业短信服务。

在具体运营中，公司为客户提供围绕企业短信的全套服务，包括前期调试开通客户和公司平台的对接、运营过程中对客户短信运营系统的维护和升级、短信传输过程中的延迟等问题的解决，确保短信传输的平稳、快捷。



五、发行人的科技创新、模式创新、业态创新及新旧产业融合情况

公司技术水平与服务模式的创新主要来源于对行业特征和客户需求的深入理解，以及对移动信息服务行业相关技术的开发实践与经验积累。公司业务与技术的创新性主要体现于公司移动信息发送平台集成的先进通信技术、因客制宜的创新运营模式以及为客户提供的安全、有效、及时的企业短信服务方案。

报告期内，公司自主研发了分布式消息队列服务、高效预写式日志系统、优先处理短消息技术等多项核心技术，凭借科技创新成果，公司解决了系统平台缓存数据重复消费、服务器奔溃后数据丢失、数据记录查询延迟、大规模多协议并发连接负载等业务与技术难题。同时，公司采用聚焦下游标杆企业的拓客模式、差异化的客户服务模式、全流程的运营模式等创新模式，为后续业务规模的快速增长、技术实力的迭代提升以及市场美誉度的提高奠定了基础。未来，受益于大数据、移动互联网、5G 等新一代信息技术的普及，公司将服务更多的新兴企业以及转型升级的传统企业，在新旧产业融合的进程中努力获得利润增长的动力与源泉。

六、公司选择的上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》2.1.2 条规定：“发行人为境内企业且不存在表决权差异安排的，市值及财务指标应当至少符合下列标准中的一项：（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元；（二）预计市值不低于 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于 1 亿元；（三）预计市值不低于 50 亿元，且最近一年营业收入不低于 3 亿元”。

公司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，符合上述第一项上市标准。

七、公司治理特殊安排情况

截至本招股说明书签署日，本公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

八、募集资金用途

公司本次募集资金扣除发行费用后，将全部用于以下具体项目：

序号	项目名称	总投资额（万元）	拟投入募集资金（万元）	项目备案文号
1	企业通信管理平台建设项目	15,249.28	15,249.28	锡行审投备【2019】16 号
2	分布式运营网络建设项目	13,178.84	13,178.84	锡行审投备【2019】17 号
3	补充营运资金	13,000.00	13,000.00	-
合计		**41,428.12**	**41,428.12**	-

若本次股票发行成功，扣除发行费用后，本次发行新股募集资金将用于置换募投项目已投入资金及其后续投入。若本次发行新股募集资金额与募投项目需要的投资总额之间仍存在资金缺口，将由公司自筹或通过银行借款予以解决；实际募集资金若超过项目所需资金，超出部分将用于补充营运资金。

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	1.00 元	
发行股数	本次公开发行新股不超过 2,000.00 万股，不低于发行后股份总数的 25%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。	
发行价格	【 】元（通过向网下专业机构投资者询价的方式确定股票发行价格，或通过发行人与主承销商自主协商直接定价等其他合法可行的方式确定发行价格）	
公司高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	无	
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无	
市盈率	【 】倍（每股收益按照【 】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
预测净利润及发行后每股收益	无	
本次发行前每股净资产	【 】元（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司的净资产除以本次发行前总股本计算）	
本次发行后每股净资产	【 】元（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）	
市净率	【 】倍（按照发行价格除以本次发行后每股净资产计算）	
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式	
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外）	
承销方式	主承销商余额包销	
发行费用概算	承销及保荐费用	【 】万元
	审计费用	【 】万元
	评估费用	【 】万元
	律师费用	【 】万元
	发行手续费用	【 】万元

二、本次发行新股的有关当事人

发行人	无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司
法定代表人	汪坤
住所	无锡市高浪东路 999 号-8-C1-701

联系人	王晓洁
电话	0510-68880518
传真	0510-68869309
保荐人（主承销商）	**国信证券股份有限公司**
法定代表人	何如
住所	深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16 层至 26 层
电话	0571-85115307
传真	0571-85316108
保荐代表人	谢晶晶、傅毅清
项目协办人	章旗凯
项目经办人	朱星晨、**朱晓珍、杜旭**
律师事务所	**北京国枫律师事务所**
负责人	张利国
住所	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层
电话	010-88004488
传真	010-66090016
经办律师	李大鹏、唐诗、王维维
会计师事务所	**致同会计师事务所（特殊普通合伙）**
法定代表人	李惠琦
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场 5 层
电话	010-85665588
传真	010-85665120
经办注册会计师	杨贞瑜、程家尧
资产评估机构	**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 16 楼
联系电话	020-83642123
传真	020-83642103
经办资产评估师	潘赤戈、张汇良

股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
地址	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
电话	0755-21899999
传真	0755-21899000
申请上市证券交易所	**深圳证券交易所**
地址	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083295
收款银行	**中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行**
户名	国信证券股份有限公司
账号	4000029129200042215

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构等中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

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

第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素。下述各项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，但并不表明风险依排列次序发生。本公司建议投资者阅读本节全文。

投资者应当认真阅读发行人公开披露的信息，自主判断企业的投资价值，自主做出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化导致的风险。

一、创新风险

公司经过多年的经营，陆续形成了自身的业务优势，并获得了相应的创新成果。但是由于公司处于移动信息服务行业，技术与产品的更新迭代较快，公司需根据自身对行业发展的理解以及对产品升级方向的预测来进行持续的科技创新与模式创新，从而推出创新成果以迎合市场需求。未来，如果公司的创新成果未能紧跟行业发展趋势或符合行业政策要求，抑或公司未能在新旧产业融合进程中把握新机遇，公司的整体竞争力与市场地位或将受到不利影响。

二、技术风险

自成立以来，公司通过持续的技术研发形成了自身的核心技术以及一定的技术优势。但是，当下移动信息服务行业的技术升级迭代正随着大数据、5G等新技术的发展而不断加快，行业内企业须持续进行技术研发创新才可能维持已有的竞争力和技术领先优势。未来，如果公司在技术研发上投入不足或者研发项目未能达到预期，公司的技术水平可能无法满足广大客户的需求，从而对公司经营业绩带来一定影响。

三、经营风险

（一）行业监管风险

移动信息行业受益于移动互联网技术的发展以及不断涌现的新商业模式，在近年进入了高速发展通道。与此同时，工信部、各地通信管理局等政府主管部门针对该行业的监管也在不断完善和细化，陆续出台了多项监管政策。这些法规政策的出台，极大地规范了移动信息市场，促进了行业的健康发展，同时，监管的日益严格也会给公司带来合规成本增加的风险。若国家有关移动信息行业的产业政策和行业法规发生重大变化，将

可能会对公司经营产生不利影响。

（二）市场竞争风险

移动信息服务行业规模增长迅速，公司虽然积累了丰富的经验和资源，但移动信息服务行业的竞争者较多，单个公司市场占有率较低，公司仍将面临一些老牌移动信息服务提供商的竞争以及市场新进企业的挑战。

随着移动信息产业的不断发展，该行业的竞争将进一步加剧。如果公司不能准确的把握市场动态和发展趋势，提供更有竞争力、更符合客户需求的服务，将导致公司自身的竞争力弱化，将会对公司的盈利能力产生不利影响。

（三）产品替代风险

公司的移动信息服务业务基于电信运营商开展，无需额外的软件安装，同时需要实名认证，具有高效、稳定、安全等特性。但是，微信、QQ等OTT业务的发展使得移动信息服务提供商面临挑战。未来，随着通信技术革新及消费者行为模式的改变，不排除OTT应用等新型移动信息服务方式对公司的移动信息服务业务产生一定替代作用的可能性，从而对公司经营产生不利影响。

（四）客户较为集中且波动的风险

报告期内，公司前五名客户的销售收入分别为 18,356.04 万元、30,246.30 万元、28,983.33 万元和 25,927.51 万元，占同期营业收入的比例分别为 66.50%、65.93%、54.45%和 60.47%，客户集中度较高。

公司基于发展需求，自 2017 年开始大力发展直客业务，目前已开拓了京东、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、腾讯、汉海信息（美团）、上海寻梦（拼多多）、网易在内的多家知名企业，业务规模增长迅速。客户数量和销售额的增长、客户结构的调整，导致公司的主要客户出现了较大的波动。

如果公司不能在业务增长的同时稳定住新老客户关系，导致公司与主要客户的合作出现问题，或者公司主要客户的生产经营发生重大不利变化，或者公司的销售价格继续下降，将会对公司经营稳定性带来不利影响。

（五）供应商较为集中且波动的风险

报告期内，公司前五名供应商的采购金额分别为14,899.52万元、18,616.51万元、

21,640.46万元和23,028.05万元，占同期营业成本的比例分别为69.05%、50.46%、49.40%和61.69%，供应商集中度较高。

随着公司销售规模的扩大，公司自2017年起积极开拓不同地市的电信运营商资源和第三方供应商，新增遍布全国多个地区的上百家电信运营商和第三方供应商，供应商集中度相较2017年发生了下降，鉴于不同供应商价格的调整和短信需求的变化，供应商名单出现了一定的波动。

截至报告期末，公司已经较好地完善和丰富了自身的供应商库。但是，如果公司不能很好地维系、稳定与供应商的业务关系，或者供应商的价格出现调整，可能造成公司采购资源供应短缺，对公司经营造成不利影响。

（六）不当使用用户信息及系统安全风险

公司为众多电商、互联网、金融、快递物流等公司提供移动信息服务，覆盖了大量的移动终端用户。公司员工在运营过程中可能会接触到移动终端信息，对此公司对数据采用了脱敏处理，并对数据设置权限，使得移动信息审核人员无法获得完整的终端用户资料。同时公司还建立并完善信息安全管理制、采用防火墙和数据加密等技术，以保障系统运行的稳定性以及信息数据的安全性。虽然公司在业务开展过程中采取了上述一系列保障用户信息安全、增强平台系统稳定的预防措施，但若发生公司员工对数据使用不当或系统平台因病毒、黑客影响而造成数据泄露的极端情况，公司声誉和经营业绩可能会受到不利影响。

（七）业务相对单一的风险

公司目前的主要业务是移动信息服务的短信服务业务，主要为客户提供围绕短信传输的全套服务。自公司成立以来，公司的主营业务收入均为移动信息服务收入，公司的盈利模式较为单一。公司深耕移动信息服务中的短信服务业务，已经积累了丰富的运营经验和行业资源，但如果短信服务的市场需求下降，公司将因为业务单一承受较大的经营风险。

（八）短信内容合规性风险

公司依托于体系化的服务流程、自主研发的业务平台，对客户提交的短信内容进行7*24小时的合规、安全性审核，确保短信内容的合规性。但是，如果某些客户恶意掺杂发送不合规的短信内容，公司的审核平台可能遗漏对少量内容不合规短信的拦截，使得

公司有可能受到电信运营商的监管，将可能会对公司经营产生不利影响。

（九）下游行业监管风险

公司下游客户包含电子商务、互联网等新兴行业的企业，目前新兴行业所受到的政策监管相对宽松，但如果新兴行业相关监管政策或法规发生变化，导致客户对于移动信息服务的需求降低、应用场景相应减少，那么公司业务将会受到一定影响。

（十）核心人员流失的风险

随着行业竞争日趋激烈以及公司经营规模的进一步扩大，公司对于高端技术及营销人才的需求不断增加。如未来公司无法保留现有核心员工，或不能持续引进适合公司发展需求的优秀人才，将对其业务的长期可持续发展带来不利影响。

（十一）业务持续性风险

报告期内，公司营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，呈现连续上升趋势。公司经过多年的经营，已成为行业内具有一定市场影响力的知名企业，与下游多个细分行业的知名直客企业逐渐建立起较强的客户粘性并展开深入的业务合作。

但是如果部分主要客户的生产经营发生重大不利变化、公司不能与主要客户保持稳定的合作关系或者行业整体环境发生变化，公司业务将会出现持续性风险，将会对公司经营带来不利影响。

（十二）未来发行人收入增速连续下滑的风险

报告期内，公司短信业务收入分别为 25,631.09 万元、45,844.92 万元、53,187.78 万元和 42,866.97 万元，2018 年和 2019 年短信收入分别较上年增长 78.86%和 16.02%，2020 年上半年公司在逐步完成客户结构的积极调整后，公司借助下游行业发展带来的市场契机，迅速扩大自身营业收入。2020 年上半年，公司短信发送数量相较 2019 年上半年增加 56.27%，公司营业收入增长 73.59%。

但是，如果未来公司经营受到内外部环境剧烈变化的影响、发行人收入增速存在连续下降的可能性，会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

（十三）产业政策风险

工信部于 2020 年 8 月 31 日就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》

（下称《意见稿》）向社会公开征求意见，《意见稿》较现行有效的《通信短信服务管理规定》主要将“语音呼叫服务”纳入了监管和规范的范畴，并对短信用户同意接收商业短信条款提高了要求。监管机构对于移动信息服务商发送企业短信取得用户同意的要求由来已久，发行人在相关法规的监管下规范经营，且在报告期内取得了经营业绩的稳步增长。《意见稿》与监管机构已颁布的类似法规就相关内容具体规定如下：

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要法律法规	具体条款内容
1	2012.12	全国人大	《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》第七条	任何组织和个人未经电子信息接收者同意或者请求，或者电子信息接收者明确表示拒绝的，不得向其固定电话、移动电话或者个人电子邮箱发送商业性电子信息。
2	2015.5	工信部	《通信短信服务管理规定》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。 基础电信业务经营者对通过其电信网发送端口类商业性短信息的，应当保证有关用户已经同意或者请求接收有关短信息。
3	2020.8	工信部	《通信短信信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》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。

具体而言，根据《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”。发行人开展的行业类短信业务不属于商业性短信息，若《意见稿》正式生效，对发行人行业类短信业务不会构成直接且可预见的不利影响；发行人的营销类短信业务则主要以商业性短信息为主，待《意见稿》正式生效，可能导致营销类短信的需求减弱。因此，发行人以“行业类短信收入增幅保持近两年增幅，营销类短信收入增幅受政策影响，毛利率保持 2020 年 1-6 月毛利率不变”为前提，对《意见稿》正式生效后对发行人可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入增幅为 10%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	10%	14.63%	45,595.46	6,671.97	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	117,553.51	14,813.13	33.45%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入增幅为 0%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-	14.63%	41,450.41	6,065.43	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	113,408.47	14,206.58	27.99%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入下降 20%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-20%	14.63%	33,160.33	4,852.34	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	105,118.39	12,993.50	17.06%
行业类短信收入增幅不变，营销类短信收入下降 50%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
行业	22,141.77	44,283.53	62.49%	11.31%	71,958.06	8,141.16	-
营销	20,725.21	41,450.41	-50%	14.63%	20,725.21	3,032.71	-
小计	42,866.97	85,733.95	-	-	92,683.26	11,173.87	0.66%

注：2020 年年化收入=2020 年 1-6 月收入*2；行业类短信收入增长率假设等于 2019 年和 2020 年年化后的平均增长率(报告期内各期，发行人行业类短信收入增长率分别为 519.62%、57.09%和 67.90%（2020 年收入金额已年化折算），近两年发行人行业类短信收入增长率均值为 62.49%)；行业类短信和营销类短信的毛利率假设未发生变化。

根据以上估算与分析，《意见稿》可能对发行人营销类短信业务的收入产生不利影响，但对发行人持续经营能力不构成重大不利影响；同时，结合公司目前的主要客户均系下游行业知名企业，规范化程度较高，故本次《意见稿》总体对于发行人企业短信服务业务的影响较小，但是，未来随着《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，从而对发行人经营业绩造成不利影响。

（十四）新技术替代风险

尽管企业短信服务具有及时、稳定、准确的特点，而微信、QQ 等即时通讯推送方式因受终端用户通信软件使用频率、操作界面、网络信号等条件影响，在及时性、有效性、互动效果等方面不及企业短信，尚未出现替代企业短信的明显迹象；但是，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，微信、QQ 等即时通信产品在其用户规模及使用率进一步增长的同时，正逐步从沟通社交平台向综合服务平台拓展转型。目前，即时通信产品构建的生态系统已日趋完善，满足了其用户的多样化需求，并且在企业日常运营管理、数据信息互通共享、团队远程协同办公等领域发挥作用，帮助企业提升了运营质量与效率。此外，结合了短视频、直播、新闻传递等功能的即时通信创新产品的推出，也进一步拓宽了即时通信产品的服务市场。

因此，如果公司未来不能紧跟行业发展趋势通过技术创新、产品更新、服务升级等手段满足用户相关使用场景下的多样化需求，或者即时通信产品未来逐渐摆脱了其较企业短信在及时性、有效性、互动效果等方面的相对劣势，公司可能存在短信业务被即时通信新技术或新产品替代的风险，公司的经营业绩可能将因此受到不利影响。

（十五）持续盈利能力下降的风险

报告期内，公司存在短信业务销售单价与采购单价的价差逐年缩小、主营业务毛利率下降的情形，同时，发行人的业绩在未来经营过程中也可能受到行业监管政策变动以及对行业新技术掌握不及时的影响。

如果公司未来不能在新的行业监管政策下规范经营，或不能紧跟行业技术发展趋势并通过技术创新、产品升级、客户开拓等有效的措施保持公司的持续盈利能力，公司可能将面临持续盈利能力下降的风险。

四、内控风险

（一）实际控制人控制不当的风险

公司实际控制人为汪坤和门庆娟夫妻，其可支配表决权的股份比例合计为71.37%。虽然公司目前已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的规定，建立了比较完善的公司治理结构，并得到有效运行，但并不能排除实际控制人利用其控制地位，对公司发展战略、生产经营决策、利润分配和人事安排等重大事项实施不当影响或侵占公司利益，进而损害公司及公司其他股东利益的风险。

（二）规模迅速扩张导致的管理风险

公司成立于2012年，近年来随着业务的稳步发展，规模不断扩大，员工持续增加，且公司客户遍布全国多个城市，随着募集资金投资项目的实施，公司的资产规模和人员

规模将会进一步扩大，需要公司在资源整合、市场开拓、技术创新、产品研发、财务管理、内部控制等方面进行调整，对公司各职能部门工作的协调性和连续性亦提出更高要求。如果公司不能够随着规模的扩大不断提升自身的法人治理能力与风险管控能力，公司将会面临一定的管理风险。

五、财务风险

（一）大额应收账款不能收回的风险

报告期内各期期末，公司应收账款账面价值分别为 3,113.11 万元、8,650.92 万元、13,571.65 万元和 20,314.28 万元，公司的应收账款账面价值占营业收入的比例分别为 11.28%、18.86%、25.49%和 23.69%（年化）。

公司应收账款的主要对象为资金实力较为雄厚、商业信誉较好的江西欣典、阿里巴巴、京东、汉海信息（美团）、腾讯等大中型企业。但如果主要客户的经营情况、财务状况、商业信用及客观环境等发生重大不利变化，公司存在大额应收账款无法收回而导致发生坏账损失的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）毛利率下降的风险

报告期内，随着短信采购成本和客户结构的变化，公司主营业务毛利率逐渐下降，分别为 21.82%、19.52%、17.63%和 12.92%。报告期内，公司一方面不断地调整和丰富供应商资源，与多类型多地区的供应商开展业务合作；另一方面，公司不断加强产品研发投入和研发力度，提升平台的稳定性和数据传输效率，提高服务的市场竞争力，增强公司议价能力，优化客户结构。但未来由于销售价格和采购价格的变化，公司毛利率仍存在进一步下降的风险。

（三）经营活动现金流量净额下降的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 765.27 万元、-4,229.77 万元、-542.64 万元和 195.80 万元，其中 2018 年和 2019 年为负数，主要系随着公司销售规模的增长，各期期末以应收账款、预付账款为主的经营性应收项目逐年增加，同时，各期支付供应商的短信采购款也增长所致。目前公司正积极加强应收账款的催收力度，同时通过短期借款等手段来筹措公司正常经营所需资金。但未来公司仍存在经营活动现金流量状况不能得到改善的风险，进而使得公司面临因流动资金不足而业务发展受到制约的风险。

（四）税收优惠政策变化的风险

根据 2007 年颁布的《中华人民共和国企业所得税法》和《财政部、税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税【2017】43 号）、《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）的相关规定，2017 年、2018 年深圳凯风、无锡熠永、无锡凌恒、无锡韬和、无锡赫名和 2018 年上海禹圭符合小型微利企业的标准，按其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据 2019 年颁布的《财政部 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）的相关规定，2019 年和 2020 年 1-6 月深圳凯风、无锡熠永、无锡凌恒、无锡韬和、无锡赫名、上海禹圭、无锡胜杰符合上述标准，按上述小微企业标准计提缴纳企业所得税。该文件的优惠期限到 2021 年底为止。

根据财政部、国家税务总局发布的《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）的相关规定，享受新办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的政策。喀什云海于 2016 年 11 月设立于喀什地区，主营业务属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内，自 2017 年度开始取得生产经营收入起五年内免征企业所得税。该文件的优惠期限到 2020 年底为止。

根据财政部、国家税务总局、科技部联合发布的《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税【2015】119 号）、《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税【2018】99 号）及《中华人民共和国企业所得税法》相关规定，发行人及下属企业享受研发费用加计扣除的相关优惠政策。该文件的优惠期限到 2020 年底为止。

发行人及其下属公司主营业务属于电信服务行业，根据《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号）相关规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额。

报告期内，公司税收优惠对公司经营成果的影响如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司享受企业所得税优惠政策而减免的企业所得税金额（万元）	459.75	742.15	349.74	84.59
公司享受增值税税收优惠政策而减免的计入损益的金额（万元）	218.03	270.83	-	-
公司净利润（万元）	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
税收优惠金额占当期公司净利润的比例	19.57%	16.78%	6.34%	2.20%
其中：企业所得税优惠金额占当期公司净利润的比例	13.27%	12.29%	6.34%	2.20%
增值税优惠金额占当期公司净利润的比例	6.30%	4.49%	-	-

报告期内，公司享受税收优惠的金额占公司净利润的比例分别为 2.20%、6.34%、16.78%和 19.57%，其中公司因企业所得税优惠政策享受的税收优惠金额占公司净利润的比例分别为 2.20%、6.34%、12.29%和 13.27%，因增值税税收优惠政策享受的税收优惠金额占公司净利润的比例分别为 0.00%、0.00%、4.49%和 6.30%,公司经营成果对税收优惠不构成严重依赖。

公司目前所享受税收优惠需满足相应条件及具有期限性，分别将于 2020 年或 2021 年到期，如果税收优惠政策到期后被取消或调整优惠幅度或修改条件后公司不再满足优惠条件，即如果公司未来发生不符合相关税收优惠政策认定条件或国家调整相应税收优惠政策的情形，可能会对公司的经营成果产生一定的不利影响。

（五）酬金政策变化风险

各地市移动运营商每年都会根据年度预算、考核调整和制定当年的价格及酬金政策，因此各年度之间运营商酬金政策存在差异。由于短信的最终价格由结算价格及酬金金额决定，因此运营商最终售价的变化会导致酬金政策发生变更。

如果后续酬金政策结合最终采购价格发生变更，可能会导致公司盈利能力发生下降；在最终采购价格不变的基础上，如果运营商营销政策中酬金比例过大且回款过慢，将会对发行人的现金流产生一定的压力。

（六）对账不及时的风险

公司运营部每月月初生成上月客户、供应商对账单，并与客户、供应商进行核对。报告期内，公司严格根据规定于次月与短信供应商、客户完成对账，公司短信供应商、客户不存在延期对账情况。

但是，若在后续经营过程中出现对账不及时，未能在次月完成对账的情况，将会影响公司收入确认和成本结转，对收入、成本确认的准确性和完整性产生不利影响。

六、法律风险

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，也不存在被任何国家机关及行业主管部门等予以重大处罚的情形。但2019年11月6日江苏省通信管理局作出《行政处罚决定书》（苏通罚字〔2019〕5号），因公司从事发送含有虚假的发送端代码的短信息，违反《通信短信息服务管理规定》第十条的规定，对公司给予责令限期改正、予以警告的行政处罚。公司上述违规行为不属于重大违法违规行为并已按主管部门要求进行了整改，对本次发行不构成实质性障碍。

若在后续经营过程中公司因经营管理不善等原因导致受到监管部门的重大处罚，则会对公司的合法合规性及持续经营能力产生不利影响。

七、发行失败风险

公司股票的市场价格不仅取决于本公司的经营业绩和发展前景，宏观经济形势变化、国家经济政策的调控、利率水平、汇率水平、投资者预期变化等各种因素可能对股票市场带来影响，进而影响投资者对本公司股票的价值判断。因此，本次发行存在由于发行认购不足等情况而导致发行失败的风险。

八、发行人成长性风险

受益于电子商务、互联网等新经济的不断涌现，公司的业务需求得到了快速提升，公司的业务发展呈现出较高的成长性。报告期各期，公司营业收入分别为27,602.30万元、45,875.17万元、53,234.08万元和42,879.23万元，逐年增长；净利润分别为3,853.44万元、5,518.19万元、6,038.42万元和3,463.34万元，逐年增长。公司未来的经营业绩增长受宏观经济、行业发展、竞争状况、行业地位、技术水平、自主创新能力、服务质量、市场前景及营销能力等因素影响，若上述因素出现重大不利变化，公司将面临一定的成长性风险。

九、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目全部围绕公司现有的主营业务进行，是公司依据未来发展规划作出的战略性安排，以进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。在确定募集资

金投资项目时，公司已综合审慎地考虑了自身技术实力、目前业务结构、市场发展状况、客户实际需求，并对产业政策、投资环境、项目进度等因素进行了充分的调研和分析。但是，本次募集资金投资项目的建设计划、实施过程和实施效果仍可能因技术研发障碍、投资成本变化、市场环境突变、项目管理不善等因素而增加不确定性，从而影响公司的经营业绩。此外，募集资金投资项目建设和运营初期，业绩短期之内不能体现，折旧、人工等经营费用上升，将会给公司经营业绩带来不利影响。

十、发行后净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司资金实力将大幅增强，同时公司总股本和净资产将有较大幅度的增长，后续募集资金投资项目的效益将逐步体现，公司的净利润将有所增加，但由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间周期，相关效益的实现也需要一定的时间过程，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

十一、前瞻性陈述可能不准确的风险

公司在招股说明书列载有若干前瞻性陈述，涉及未来发展规划、业务发展目标、盈利能力等方面的预期或相关的讨论。该等预期或讨论所依据的假设系公司基于审慎、合理的判断而作出，但亦提醒投资者注意，该等预期或讨论涉及的风险和不确定性可能不准确。

十二、新冠病毒疫情对公司经营影响的风险

2020年1月至今，随着新型冠状病毒疫情的爆发并在全球范围内蔓延，各行各业均受到了不同程度的影响。公司采取了积极的防控与应对措施以降低疫情对公司经营的影响，但是公司应收账款的回收进度受到一定程度的影响。截至2020年6月30日，公司应收账款账面余额为21,543.56万元，相较2019年末发生较快上升。

如果疫情继续在全球范围内蔓延且持续较长时间，公司部分下游客户可能会受到不利影响，从而导致公司下游客户经营出现波动或者公司应收账款回款放缓并进一步影响公司的经营业绩或对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人中文名称：无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司

发行人英文名称：Wuxi Online Offline Communication Information Technology Co., Ltd.

注册资本：6,000 万元

法定代表人：汪坤

有限公司成立日期：2012 年 9 月 14 日

股份公司成立日期：2018 年 6 月 21 日

住所：无锡市高浪东路 999 号-8-C1-701

统一社会信用代码：913202110535042298

邮编：214131

电话：0510-68880518

传真：0510-68869309

互联网网址：www.wxxsxx.cn

电子邮箱：wangxj@wxxsxx.com

负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室

负责人：王晓洁 联系电话：0510-68880518

二、发行人设立情况

（一）有限公司设立情况

线上线下有限由门庆娟和梁琼共同出资设立，注册资本 1,000 万元。

2012 年 9 月 12 日，无锡锡州会计师事务所（普通合伙）出具了“锡州会师内验字（2012）Z 第 1061 号”《验资报告》，经审验，截至 2012 年 9 月 12 日止，线上线下有限（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 1,000 万元，股东以

货币出资。

2012 年 9 月 14 日，线上线下有限在无锡市滨湖区工商行政管理局办理了工商注册登记。线上线下有限设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	门庆娟	510.00	51.00
2	梁琼	490.00	49.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

（二）股份公司设立情况

2018 年 5 月 24 日，线上线下有限通过股东会决议，同意线上线下有限以 2018 年 2 月 28 日为基准日整体变更设立股份公司，同意以截至 2018 年 2 月 28 日经审计的净资产 129,388,272.70 元折股作为对股份公司的出资，其中，60,000,000.00 元作为股份公司的股本，净资产大于股本部分 69,388,272.70 元计入股份公司的资本公积。同日，线上线下有限全体股东签订《发起人协议》。

发行人会计师出具“致同验字（2019）第 440ZA0217 号”《验资报告》，对上述出资进行了验证。

2018 年 6 月 21 日，公司就上述整体变更事项办理了工商变更登记，公司名称变更为无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司。

公司设立时，各发起人的持股数量及持股比例情况如下：

序号	股东姓名/名称	股份数（股）	持股比例（%） （保留两位小数）
1	汪坤	27,744,994	46.24
2	门庆娟	9,403,115	15.67
3	易简投资	8,219,019	13.70
4	牧银投资	7,621,167	12.70
5	峻茂投资	5,676,695	9.46
6	联成恒健	1,335,010	2.23
合计		**60,000,000**	**100.00**

截至本招股说明书签署日，公司的股本情况和股权结构未发生变化。

三、报告期内公司股本和股东变化情况

（一）报告期初发行人股本和股东情况

发行人前身线上线下有限自设立后至报告期初历经四次股权转让，截至报告期初，发行人的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	378.00	37.80
2	门庆娟	162.00	16.20
3	融誉投资	360.00	36.00
4	广东明家联合移动科技股份有限公司	100.00	10.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

2016 年初，明家联合拟收购线上线下有限部分股权。发行人实际控制人汪坤、门庆娟了解到江西地区对于个人所得税征收有一定的优惠政策，同时参考当时上市公司收购案例的模式，出资设立了融誉投资，并于 2016 年 2 月将二人各自持有的部分线上线下有限股权转让给融誉投资。此后，融誉投资于 2016 年 7 月将其持有的线上线下有限 10%股权转让予明家联合，并作为标的资产（线上线下有限 90%股权）的出售方之一参与明家联合的重大资产重组（发行股份及支付现金购买资产）。

（二）报告期内发行人股本和股东变化情况

1、2017 年 4 月，第五次股权转让

2017 年 1 月 15 日，线上线下有限召开股东会，同意广东明家联合移动科技股份有限公司将其持有的公司 10.00%的股权（即 100 万元出资额）以 18,694,426.23 元的价格转让给汪坤。同日，广东明家联合移动科技股份有限公司、汪坤、门庆娟、融誉投资、线上线下有限签订了股权转让协议。

本次股权转让的原因系广东明家联合移动科技股份有限公司收购线上线下有限剩余 90.00%股权未通过中国证监会审核，将所持股权退出。此次股权转让价格系以广东明家联合移动科技股份有限公司原支付的 1,700 万股权转让款加算年化 12%的利息确定。相关股权转让款已支付完毕。

2017 年 4 月 13 日，线上线下有限完成了此次股权转让事项的工商变更登记。此次

股权转让前后，线上线下有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	股权转让前		股权转让后	
		出资额（万元）	出资比例（%）	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	378.00	37.80	478.00	47.80
2	门庆娟	162.00	16.20	162.00	16.20
3	融誉投资	360.00	36.00	360.00	36.00
4	广东明家联合移动科技股份有限公司	100.00	10.00	—	—
合计		**1,000.00**	**100.00**	**1,000.00**	**100.00**

2、2017 年 6 月，第六次股权转让

（1）股权转让情况

2017 年 6 月 1 日，线上线下有限召开股东会，同意融誉投资将其持有的公司 26.22%的股权（即 262.20 万元出资额）、9.78%的股权（即 97.80 万元出资额）以 1:1 的价格分别转让给永通投资、峻茂投资。同日，融誉投资分别与永通投资和峻茂投资签订了股权转让协议。

永通投资和峻茂投资均系门庆娟与汪坤共同控制的企业，此次股权转让的原因系家庭内部股权结构调整。

2017 年 6 月 2 日，线上线下有限完成了此次股权转让事项的工商变更登记。此次股权转让前后，线上线下有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	股权转让前		股权转让后	
		出资额（万元）	出资比例（%）	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	478.00	47.80	478.00	47.80
2	门庆娟	162.00	16.20	162.00	16.20
3	融誉投资	360.00	36.00	—	—
4	永通投资	—	—	262.20	26.22
5	峻茂投资	—	—	97.80	9.78
合计		**1,000.00**	**100.00**	**1,000.00**	**100.00**

（2）融誉投资所持发行人股份转让给永通投资、峻茂投资的原因

融誉投资将其持有的发行人股权转让给永通投资系汪坤、门庆娟出于个人税务筹划的考虑而进行的家庭内部股权结构调整；融誉投资将其持有的发行人股权转让给峻茂投资系实际控制人出于通过有限责任公司间接持股未来取得发行人分红并再投资的税收与投资筹划考虑。

（3）永通投资设立的背景及目的

2017 年，因获悉江西地区税收优惠政策即将到期，同时发行人实际控制人了解到福建地区对于个人所得税征收有一定的优惠政策，发行人实际控制人汪坤、门庆娟基于个人税务筹划的考虑，于 2017 年 5 月设立了永通投资，并于 2017 年 6 月将融誉投资持有的线上线下有限部分股权转让予永通投资。

3、2017 年 6 月，增资及第七次股权转让

2017 年 6 月 28 日，为丰富公司股东构成，完善公司治理结构，加快公司发展，线上线下有限召开股东会，同意永通投资将其持有的公司 13.13%的股权（即 131.30 万元出资额）、2.30%的股权（即 23 万元出资额）、10.79%的股权（即 107.90 万元出资额）以 1:63.77 的价格分别转让给牧银投资、联成恒健、易简投资；同时，易简投资以 1:63.77 的价格认购新增注册资本 33.70 万元，增资价款超过新增注册资本部分 2,115.3490 万元计入资本公积。同日，牧银投资、联成恒健、易简投资与汪坤、门庆娟、永通投资、峻茂投资共同签订了股权转让及增资协议。

发行人会计师出具“致同验字（2019）第 440ZA0216 号”《验资报告》，对上述出资进行了验证，经审验，截至 2017 年 6 月 29 日止，公司已收到易简投资缴纳的出资款人民币 2,149.0490 万元，其中新增注册资本（实收资本）33.70 万元，2,115.3490 万元作为资本溢价增加资本公积，股东以货币资金出资。

2017 年 6 月 29 日，线上线下有限完成了此次股权转让及增资事项的工商变更登记。此次股权转让及增资前后，线上线下有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	股权转让及增资前		股权转让及增资后	
		出资额（万元）	出资比例（%）	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	478.00	47.80	478.00	46.2416
2	门庆娟	162.00	16.20	162.00	15.6719
3	永通投资	262.20	26.22	—	—

4	峻茂投资	97.80	9.78	97.80	9.4612
5	牧银投资	—	—	131.30	12.7019
6	联成恒健	—	—	23.00	2.2250
7	易简投资	—	—	141.60	13.6984
合计		**1,000.00**	**100.00**	**1,033.70**	**100.00**

此次股权转让及增资价格系各方基于线上线下有限未来盈利预期的基础上协商确定。其中，股权转让款及增资款已支付完毕，相关股东投资的资金来源为：

序号	股东名称	相关股东的资金来源和合法性
1	牧银投资	股东出资，系自有合法资金
2	联成恒健	全体合伙人募集资金，系自有合法资金
3	易简投资	全体合伙人募集资金，系自有合法资金

4、2018 年 6 月，整体变更为股份有限公司

2018 年 5 月 24 日，线上线下有限通过股东会决议，同意线上线下有限以 2018 年 2 月 28 日为基准日整体变更设立股份公司。

2018 年 6 月 21 日，公司就上述整体变更事项办理了工商变更登记。

股份公司成立至本招股说明书签署日，公司的股本情况和股权结构未发生变化。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

（1）发行人向深交所首次申报时间为 2020 年 6 月，发行人现时股东中至迟系 2017 年 6 月 29 日成为发行人股东，发行人于 2018 年 6 月 21 日整体变更设立为股份有限公司，之后未进行股权变动，发行人不存在首次申报前 12 个月内新增股东的情况；

（2）发行人各股东出资、历次增资及股权转让之定价具有合理性，发行人各股东入股交易价格不存在《监管指引》第四条、第五条所述明显异常的情况。

四、发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人设立以来，于 2016 年 1 月发生同一控制下企业合并，即收购无锡胜杰网络技术有限公司 100%股权。

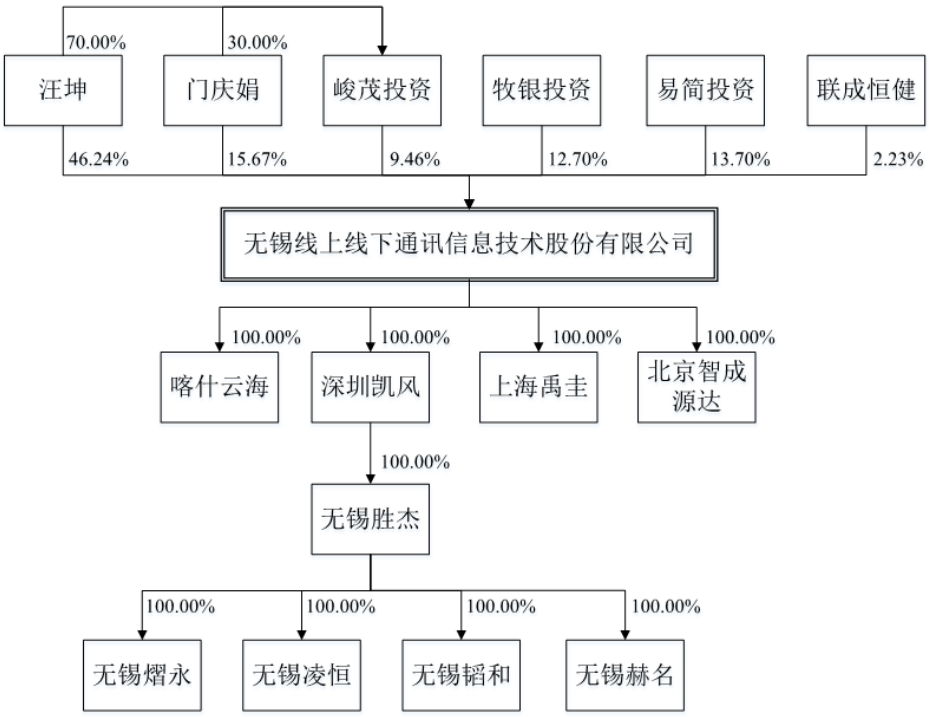
无锡胜杰的主营业务与发行人主营业务相关，提供移动信息服务，被收购前汪坤持有其 100%股权，是无锡胜杰的实际控制人。

2015 年 9 月 7 日，无锡胜杰股东做出股权转让的决定。此后，汪坤与线上线下有限签订《股权转让协议》，汪坤将所持有无锡胜杰 100%的股权转让给线上线下有限。

2016 年 1 月 20 日，无锡胜杰就股东变更事宜办理完毕工商变更登记。

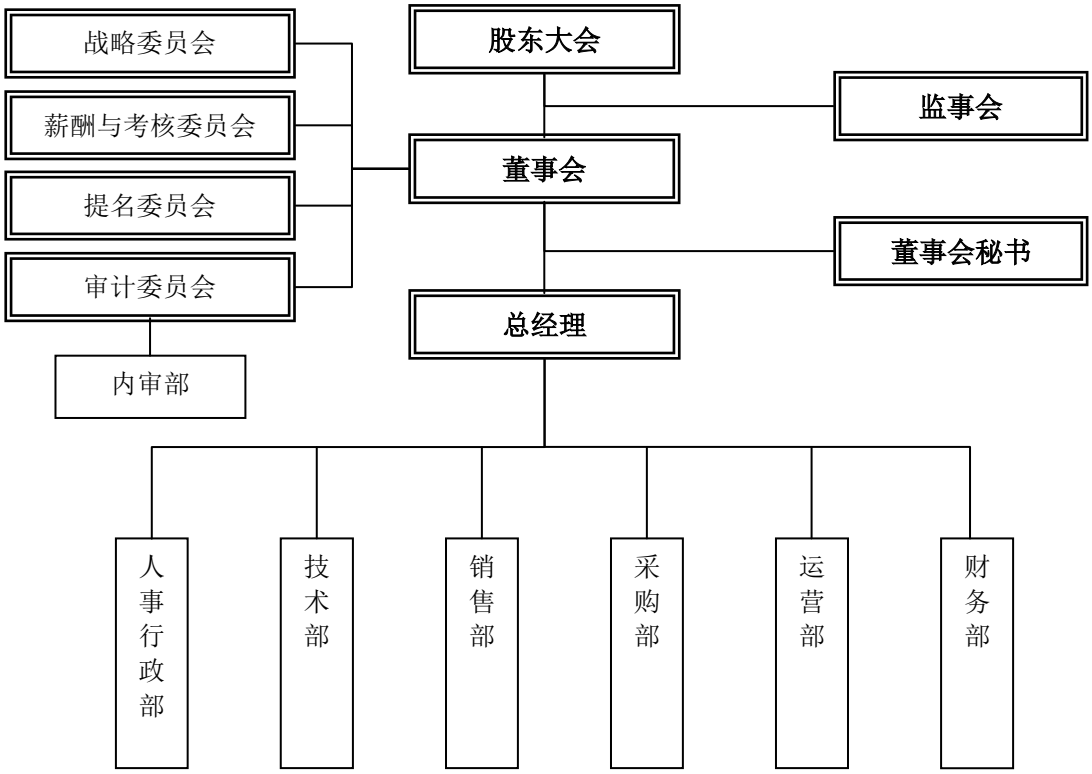
五、发行人的股权结构和组织结构

（一）发行人外部组织结构图



注：截至本招股说明书签署日，上图中：喀什云海有石家庄分公司，深圳凯风有新疆分公司，**上海禹圭有武汉分公司**，无锡胜杰有杭州分公司，无锡熠永有石家庄分公司、山东分公司**和合肥分公司**，无锡凌恒有石家庄分公司和深圳分公司，无锡韬和有石家庄分公司、深圳分公司、郑州分公司、西安分公司和太原分公司。

（二）发行人内部组织结构



（三）发行人内部组织机构设置及主要职能

公司的最高权力机构是股东大会，股东大会下设董事会、监事会；董事会对股东大会负责，下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会等专门委员会。

董事会秘书主要负责收集国家宏观经济政策及证券市场信息，筹备股东大会、董事会的召开，办理公司股票托管登记、信息披露事务、投资者关系管理及其他证券事务。

审计委员会下设内审部，在审计委员会领导下开展内部审计工作，负责建立健全内部审计工作制度，制定和实施公司内部审计工作计划，监督内部控制制度的执行情况；向监事会和审计委员会提供所需资料、协助其进行检查和审计；配合公司聘请的外部审计机构完成年度和专项审计。

公司的日常经营管理团队由总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等组成，在董事会领导下，负责公司的日常经营与管理。

发行人主要职能部门的职责如下：

职能部门名称	部门职责
人事行政部	制定、实施人力资源整体发展规划和人力资源管理制度；负责企业文化建设及宣传；负责员工招聘、培训、人事档案、薪酬管理、社会保险、绩效考核等工作；管理和维护公司行政资产；优化保障公司办公环境，建设优美整洁的工作空间。

职能部门名称	部门职责
技术部	根据公司发展战略、发展规划、市场需求、客户需求及公司资源等情况，制定年度产品开发计划，并开展产品规划、方案设计、程序开发、系统测试上线、系统维护、系统调优等工作；配合销售部、运营部等部门实施项目化运作与管理，持续提升公司的服务质量及盈利能力。
销售部	负责公司品牌形象策划、市场营销策略制定及客户拓展维护工作；收集、分析行业动态、市场环境及竞争对手等信息，制定优化市场销售策略和产品价格体系；负责客户的拓展和维护，重点切入知名直客客户并逐步打造高质、稳定的渠道客户体系。
采购部	负责公司业务资源采购，制定年度、季度业务资源采购政策与计划；跟进与维护供应商关系，及时了解各供应商的销售政策；通过优化采购方案、增加供应渠道、降低采购单价等方式，降低公司的采购成本。
运营部	负责对销售部门开拓的客户进行运营维护，对接新增客户及开设账户；审核客户日常提交的短信发送内容；负责客户的日常跟踪和服务；负责与客户和供应商每月对账；根据客户需求将其调配至优质、合适的供应商进行发送。
财务部	建立健全公司的会计核算及财务管理制度，制定公司财务预算并跟踪、分析与评价；负责公司经营过程中的资金调配、财务监督及会计核算并编制财务报告；负责公司资金管理、信贷管理、税务等工作。

六、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有全资子（孙）公司9家，全资子公司和孙公司共拥有分公司14家，发行人无参股公司。具体情况如下：

（一）全资子公司

1、喀什云海

（1）喀什云海基本情况

企业名称	喀什云海网络技术有限公司
统一社会信用代码	91653101MA77786C2E
成立时间	2016 年 11 月 11 日
法定代表人	沈逸
注册资本	1,000 万元
注册地址	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 9 层 9019 号
股权结构	发行人持股 100%
经营范围	第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；电子信息技术、互联网技术的研发、技术服务、技术转让；计算机系统集成；计算机软硬件、电子元器件、电子产品、通讯设备（不含卫星电视地面接受设施及发射装置）的研发、销售、技术服务；数字音乐、手机媒体、动漫游戏、数码产品的开发。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）喀什云海最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，喀什云海的总资产为 7,643.27 万元，净资产为 3,734.60 万元，2019 年度净利润为 1,525.71 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，喀什云海的总资产为 5,547.19 万元，净资产为 4,560.88 万元，2020 年 1-6 月净利润为 826.28 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

2、深圳凯风

（1）深圳凯风基本情况

企业名称	深圳凯风网络技术有限公司
统一社会信用代码	91440300MA5EMK4M9Q
成立时间	2017 年 7 月 18 日
法定代表人	谭志凌
注册资本	2,000 万元
注册地址	深圳市南山区粤海街道高新区社区科技南十二路 28 号康佳研发大厦十二层 A6
股权结构	发行人持股 100%
经营范围	电子信息技术、物联网技术的研发、技术服务、技术转让；计算机系统集成；计算机软硬件、电子元器件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）；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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）深圳凯风最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，深圳凯风的总资产为 566.40 万元，净资产为 503.16 万元，2019 年度净利润为 234.92 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，深圳凯风的总资产为 1,759.13 万元，净资产为 659.38 万元，2020 年 1-6 月净利润为 156.22 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

3、上海禹圭

（1）上海禹圭基本情况

企业名称	上海禹圭信息技术有限公司
统一社会信用代码	91310114MA1GUJATXD
成立时间	2018 年 3 月 14 日
法定代表人	郑渊
注册资本	1,000 万元
注册地址	上海市嘉定区科福路 358_368 号 4 幢 1 层 E 区 JT2255 室
股权结构	发行人持股 100%
经营范围	从事网络技术、计算机技术、电子技术、通讯技术、物联网

	技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，网络工程，电信业务，计算机系统集成，计算机、软件及辅助设备、电子元器件、电子产品、通讯设备的销售。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）上海禹圭最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，上海禹圭的总资产为 641.69 万元，净资产为 320.82 万元，2019 年度净利润为 197.37 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，上海禹圭的总资产为 665.14 万元，净资产为 444.34 万元，2020 年 1-6 月净利润为 123.52 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

4、北京智成源达

（1）北京智成源达基本情况

企业名称	北京智成源达信息技术有限公司
统一社会信用代码	91110105MA01W57T8R
成立时间	2020 年 9 月 24 日
法定代表人	英超
注册资本	1,000 万元
注册地址	北京市朝阳区光华路 8 号 17 幢二层 A216 房间
股权结构	发行人持股 100%
经营范围	技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务、技术开发；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备、仪器仪表、电子产品、通讯设备；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；经营电信业务已经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；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（二）全资孙公司

1、无锡胜杰

（1）无锡胜杰基本情况

企业名称	无锡胜杰网络技术有限公司
统一社会信用代码	913202113388503364
成立时间	2015 年 4 月 14 日
法定代表人	徐波
注册资本	1,000 万元
注册地址	无锡市高浪东路 999-8-C1-701
股权结构	深圳凯风持股 100%
经营范围	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）；电子信息技术、物联网技术的开发、技术服务、技术转让；计算机系统集成；计算机软硬件、电子元器件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）无锡胜杰最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，无锡胜杰的总资产为 1,671.38 万元，净资产为 1,447.41 万元，2019 年度净利润为 235.36 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，无锡胜杰的总资产为 4,198.88 万元，净资产为 1,179.32 万元，2020 年 1-6 月净利润为 1,303.97 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

2、无锡熠永

（1）无锡熠永基本情况

企业名称	无锡熠永网络技术有限公司
统一社会信用代码	91320211MA1Q08EK72
成立时间	2017 年 7 月 27 日
法定代表人	崔嵘
注册资本	1,000 万元
注册地址	无锡市高浪东路 999-8-C1-1201-8
股权结构	无锡胜杰持股 100%
经营范围	网络信息技术、物联网技术的研发、技术服务、技术转让；在全国范围内从事第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务(不含固定网电话信息服务和互联网信息服务)；计算机系统集成；计算机软硬件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）无锡熠永最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，无锡熠永的总资产为 548.29 万元，净资产为 315.38 万元，2019 年度净利润为 192.73 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，无锡熠永的总资产为 266.96 万元，净资产为 198.39 万元，2020 年 1-6 月净利润为 130.85 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

3、无锡凌恒

（1）无锡凌恒基本情况

企业名称	无锡凌恒网络技术有限公司
统一社会信用代码	91320211MA1Q074W9H
成立时间	2017 年 7 月 27 日
法定代表人	何喆
注册资本	1,000 万元
注册地址	无锡市高浪东路 999-8-C1-1201-5
股权结构	无锡胜杰持股 100%
经营范围	网络信息技术、物联网技术的研发、技术服务、技术转让；在全国范围内从事第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；计算机系统集成；计算机软硬件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）无锡凌恒最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，无锡凌恒的总资产为 878.69 万元，净资产为 493.53 万元，2019 年度净利润为 269.25 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，无锡凌恒的总资产为 936.29 万元，净资产为 362.21 万元，2020 年 1-6 月净利润为 204.90 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

4、无锡韬和

（1）无锡韬和基本情况

企业名称	无锡韬和网络技术有限公司
统一社会信用代码	91320211MA1Q077815
成立时间	2017 年 7 月 27 日
法定代表人	郑渊
注册资本	1,000 万元
注册地址	无锡市高浪东路 999-8-C1-1201-7
股权结构	无锡胜杰持股 100%
经营范围	网络信息技术、物联网技术的研发、技术服务、技术转让；在全国范围内从事第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；计算机系统集成；计算机软硬件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）无锡韬和最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，无锡韬和的总资产为 1,738.26 万元，净资产为 341.90 万元，2019 年度净利润为 220.39 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，无锡韬和的总资产为 4,190.83 万元，净资产为 257.12 万元，2020 年 1-6 月净利润为 186.93 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

5、无锡赫名

（1）无锡赫名基本情况

企业名称	无锡赫名网络技术有限公司
统一社会信用代码	91320211MA1Q07EB0W
成立时间	2017 年 7 月 27 日
法定代表人	沈逸
注册资本	1,000 万元
注册地址	无锡市高浪东路 999-8-C1-1201-6
股权结构	无锡胜杰持股 100%
经营范围	网络信息技术、物联网技术的研发、技术服务、技术转让；在全国范围内从事第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；计算机系统集成；计算机软硬件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务相关，提供移动信息服务

（2）无锡赫名最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，无锡赫名的总资产为 472.64 万元，净资产为 427.46 万元，2019 年度净利润为 196.19 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，无锡赫名的总资产为 340.71 万元，净资产为 299.71 万元，2020 年 1-6 月净利润为 185.00 万元。（以上数据经发行人会计师审计）

（三）全资子/孙公司的分公司

截至本招股说明书签署日，发行人全资子公司和孙公司共拥有分公司 14 家，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	负责人	注册地
1	无锡胜杰杭州分公司	2018 年 3 月 28 日	徐波	浙江省杭州市
2	喀什云海石家庄分公司	2017 年 8 月 11 日	王娇	河北省石家庄市
3	无锡熠永石家庄分公司	2018 年 7 月 10 日	何喆	河北省石家庄市
4	无锡熠永山东分公司	2019 年 6 月 25 日	路磊	山东省枣庄市
5	无锡凌恒石家庄分公司	2018 年 7 月 9 日	何喆	河北省石家庄市
6	无锡凌恒深圳分公司	2019 年 4 月 22 日	何喆	深圳市
7	无锡韬和深圳分公司	2018 年 6 月 20 日	谭志凌	深圳市
8	无锡韬和石家庄分公司	2018 年 7 月 9 日	英超	河北省石家庄市
9	无锡韬和郑州分公司	2019 年 1 月 23 日	何喆	河南省郑州市

序号	分公司名称	成立日期	负责人	注册地
10	无锡韬和西安分公司	2019 年 2 月 8 日	沈逸	陕西省西安市
11	无锡韬和太原分公司	2019 年 3 月 14 日	沈逸	山西省太原市
12	深圳凯风新疆分公司	2020 年 6 月 25 日	谭志凌	新疆喀什地区
13	**无锡熠永合肥分公司**	**2021 年 1 月 25 日**	**崔嵘**	**安徽省合肥市**
14	**上海禹圭武汉分公司**	**2021 年 2 月 3 日**	**周心依**	**湖北省武汉市**

七、发行人主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

公司控股股东及实际控制人为汪坤、门庆娟夫妻，近三年来未发生变化。截至本招股说明书签署日，汪坤直接持有公司本次发行前 46.24%的股份，门庆娟直接持有公司本次发行前 15.67%的股份，汪坤、门庆娟控制的峻茂投资持有公司发行前 9.46%的股份，汪坤、门庆娟合计拥有公司本次发行前 71.37%的股份。

汪坤与门庆娟的身份信息如下：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码	住所
汪坤	中国	否	32088219810706****	江苏省无锡市滨湖区
门庆娟	中国	否	51101119810921****	江苏省无锡市滨湖区

（二）持有发行人 5%以上股份主要股东及其他股东的基本情况

1、峻茂投资

（1）峻茂投资基本情况

峻茂投资于 2017 年 5 月 22 日在无锡市滨湖区市场监督管理局注册成立。截至本招股说明书签署日，峻茂投资的统一社会信用代码为 91320211MA1P1X365W；企业类型为有限责任公司；注册资本为 200 万元；法定代表人为门庆娟；住所为无锡市高浪东路 999 号（软件研发大厦）1708 室；经营范围：利用自有资金对外投资；贸易咨询；企业管理咨询服务（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）；主营业务为投资，与发行人的主营业务不存在关系。

峻茂投资成立后，注册资本及股权结构未发生变化。截至本招股说明书签署日，峻茂投资的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	140.00	70.00

2	门庆娟	60.00	30.00
合计		**200.00**	**100.00**

（2）峻茂投资最近一年及一期的主要财务数据如下：

截至 2019 年 12 月 31 日，峻茂投资的总资产为 98.52 万元，净资产为-0.33 万元，2019 年度净利润为-0.10 万元。（以上数据未经审计）

截至 2020 年 6 月 30 日，峻茂投资的总资产为 98.41 万元，净资产为-0.44 万元，2020 年 1-6 月净利润为-0.11 万元。（以上数据未经审计）

（3）峻茂投资设立的背景及目的

2017 年，因获悉江西地区税收优惠政策即将到期，同时基于《中华人民共和国企业所得税法》中关于对符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益为免税收入的规定，发行人实际控制人汪坤、门庆娟出于通过有限责任公司间接持股未来取得发行人分红并再投资的税收与投资筹划考虑，出资设立了峻茂投资，并于 2017 年 6 月将融誉投资持有的线上线下有限部分股权转让予峻茂投资。

2、易简投资

易简投资于 2017 年 6 月 21 日在珠海市横琴新区工商行政管理局注册成立。截至本招股说明书签署日，易简投资的统一社会信用代码为 91440400MA4WQ1DB0X；企业类型为有限合伙企业；执行事务合伙人为广东易简投资有限公司（委派代表：江晓）；住所为珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-32035（集中办公区）；合伙协议记载的经营范围为：实业投资、项目投资（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）；主营业务为投资，与发行人的主营业务不存在关系。

易简投资系私募投资基金，其已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了备案手续，基金编号：SW3639；广东易简投资有限公司系易简投资的管理人，其已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了登记手续，登记编号：P1026787。

截至本招股说明书签署日，易简投资各合伙人的出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	广东易简投资有限公司（普通合伙人）	1.00	0.0102
2	邓海雄（有限合伙人）	2,000.00	20.4061

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
3	冯超秋（有限合伙人）	2,000.00	20.4061
4	广东光辉投资有限公司（有限合伙人）	2,000.00	20.4061
5	陈双庆（有限合伙人）	800.00	8.1624
6	张坤（有限合伙人）	500.00	5.1015
7	郑灿标（有限合伙人）	500.00	5.1015
8	黄柳青（有限合伙人）	400.00	4.0812
9	杨孟衡（有限合伙人）	300.00	3.0609
10	刘焜（有限合伙人）	260.00	2.6528
11	姚坚秋（有限合伙人）	240.00	2.4487
12	辛瑛（有限合伙人）	210.00	2.1426
13	符康（有限合伙人）	200.00	2.0406
14	付程（有限合伙人）	120.00	1.2244
15	许培贤（有限合伙人）	100.00	1.0203
16	郑克东（有限合伙人）	100.00	1.0203
17	黄彬彬（有限合伙人）	40.00	0.4081
18	严霖（有限合伙人）	15.00	0.1531
19	范楚君（有限合伙人）	15.00	0.1531
合计		**9,801.00**	**100.00**

注：发行人董事辛瑛持有广东易简投资有限公司 10%的股权，同时持有易简投资 2.1426%的份额。

3、牧银投资

牧银投资于 2017 年 6 月 8 日在宁波市北仑区市场监督管理局注册成立。截至本招股说明书签署日，牧银投资的统一社会信用代码为 91330206MA291J8A99；企业类型为有限责任公司（自然人独资）；注册资本为 3,000 万元；法定代表人为崔联；住所为浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 N0063；经营范围：股权投资及相关咨询服务（未经金融等监管部门批准不得从事吸引存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（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）；主营业务为投资，与发行人的主营业务不存在关系。

牧银投资成立后，注册资本及股权结构未发生变化。截至本招股说明书签署日，崔联持有牧银投资 100%的股权。

4、联成恒健

联成恒健于 2017 年 4 月 25 日在珠海市横琴新区工商行政管理局注册成立。截至本招股说明书签署日，联成恒健的统一社会信用代码为 91440400MA4WG2N37P；企业类型为有限合伙企业；执行事务合伙人为深圳市联成资产管理有限公司（委派代表：李华）；住所为珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-29504（集中办公区）；协议记载的经营范围为：投资管理，资产管理，股权投资（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）；主营业务为投资，与发行人的主营业务不存在关系。

联成恒健系私募投资基金，其已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了备案手续，基金编号：SW1320；深圳市联成资产管理有限公司系联成恒健的管理人，其已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了登记手续，登记编号：P1062613。

截至本招股说明书签署日，联成恒健各合伙人的出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳市联成资产管理有限公司（普通合伙人）	1.00	0.07
2	彭玮（有限合伙人）	674.00	45.86
3	黄添香（有限合伙人）	500.00	34.01
4	孙琦（有限合伙人）	100.00	6.80
5	陈海艳（有限合伙人）	100.00	6.80
6	黄斌（有限合伙人）	50.00	3.40
7	王芳（有限合伙人）	30.00	2.04
8	刘梓文（有限合伙人）	10.00	0.68
9	黄慧（有限合伙人）	5.00	0.34
合计		**1,470.00**	**100.00**

公司已在招股说明书中真实、准确、完整地披露了上述股东的相关信息，公司股东所持有的股份为其实际持有，不存在股份代持的情形。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

（1）发行人已在招股说明书中真实、准确、完整地披露了股东信息，发行人历史沿革过程中不存在《监管指引》第一条所述股份代持的情形；

（2）发行人已按照《监管指引》第二条的要求出具了专项承诺函；

（3）发行人非自然人股东中易简投资及联成恒健为私募投资基金，已按照相关法律法规的要求办理了备案手续，其管理人亦已按照相关法律法规的要求办理了私募基金管理人登记手续，均已按照《监管指引》第六条纳入金融产品监管。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，控股股东及实际控制人控制的其他企业情况如下：

1、峻茂投资

峻茂投资的基本情况详见本节“七、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份主要股东及其他股东的基本情况”的相关内容。

（四）控股股东、实际控制人所持股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人汪坤、门庆娟直接和间接持有的发行人股份不存在任何质押或其他有争议的情况。

八、发行人的股本情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前公司总股本为6,000万股，本次公开发行股份数量为不超过2,000万股，占公司发行后股份总数的25.00%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。公司本次发行前后股东持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	本次发行前		本次发行后	
		持股数（股）	持股比例（%）	持股数（股）	持股比例（%）
1	汪坤	27,744,994	46.24	27,744,994	34.68
2	门庆娟	9,403,115	15.67	9,403,115	11.75
3	峻茂投资	5,676,695	9.46	5,676,695	7.10
4	易简投资	8,219,019	13.70	8,219,019	10.27
5	牧银投资	7,621,167	12.70	7,621,167	9.53
6	联成恒健	1,335,010	2.23	1,335,010	1.67
本次发行股数		—	—	20,000,000	25.00
合计		**60,000,000**	**100.00**	**80,000,000**	**100.00**

（二）本次发行前，公司前十名股东情况

本次发行前，公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）	股权性质
1	汪坤	27,744,994	46.24	境内自然人股
2	门庆娟	9,403,115	15.67	境内自然人股
3	峻茂投资	5,676,695	9.46	一般境内法人股

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）	股权性质
4	易简投资	8,219,019	13.70	其他
5	牧银投资	7,621,167	12.70	一般境内法人股
6	联成恒健	1,335,010	2.23	其他
合计		**60,000,000**	**100.00**	—

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人共有 2 名自然人股东，其持股及其在公司担任的职务情况如下：

序号	姓名	持股数（股）	持股比例（%）	在发行人任职情况
1	汪坤	27,744,994	46.24	董事长、总经理
2	门庆娟	9,403,115	15.67	董事、总经理助理

（四）国有股份和外资股份情况

公司不存在国有股份和外资股份。

（五）最近一年发行人新增股东的情况

最近一年发行人无新增股东。

（六）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

本次发行前，公司各股东中汪坤与门庆娟系夫妻关系。本次发行前，汪坤直接持有公司 46.24%的股份，门庆娟直接持有公司 15.67%的股份，峻茂投资系汪坤、门庆娟控制的其他企业，其持有公司 9.46%的股份。

除上述情况外，公司其他各股东之间无关联关系。

（七）公开发售股份对公司的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次发行均为新股发行，不进行老股转让。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

公司的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员均为中国国籍，除独立董事周波外均无境外永久居留权。公司的董事、监事、高级管理人员均符合法律法规规定的任职资格。公司本届董事、监事、高级管理人员的任期为三年，可连选连任（独立董事连任不得超过两届）。

（一）董事会成员简介

公司本届董事会共有成员 5 名，其中 2 名独立董事。董事均由股东提名并经股东大会选举产生或更换。

公司董事选聘情况如下：

姓名	职务	选聘情况	提名人	任期
汪坤	董事长	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6
门庆娟	董事	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6
辛瑛	董事	2019 年第二次临时股东大会选聘	易简投资	2019.9-2021.6
周波	独立董事	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6
周宇	独立董事	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6

上述董事简历如下：

汪　坤先生：1981 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，2002 年毕业于无锡市江阴培尔职业技术学院计算机科学与工程专业。历任培尔职业技术学院职员，金山职业技术学院职员，无锡度易信息科技有限公司执行董事兼经理，武汉楚胜特科技有限公司执行董事兼经理，金华元泰网络科技有限公司监事，无锡微卡网络技术有限公司监事，无锡胜杰执行董事兼经理；2015 年 9 月起担任线上线下有限监事，2018 年 6 月起担任公司董事长、总经理。现任公司董事长、总经理，峻茂投资监事。

汪坤在设立发行人前曾任职于无锡度易信息科技有限公司，并在移动信息服务行业具有较为丰富的运营经验。无锡度易信息科技有限公司的主营业务为短信业务，与发行人业务属于相同行业。汪坤在上述公司的任职及投资期间，在移动信息服务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移动信息服务业务提供了方向性基础，同时也为发行人后续把握行业趋势，整合上下游资源提供了经验和条件。

门庆娟女士：1981 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，2001 年毕业于四川商业高等专科学校财会电算化专业。历任中国工商银行内江市分行机关办公室职员，常州市卓越电脑有限公司职员，常州市奇讯网络科技有限公司监事，永通投资执行事务合伙人，融誉投资执行事务合伙人；2012 年 9 月起担任线上线下有限执行董事兼经理，2018 年 6 月起担任公司董事。现任公司董事、总经理助理，峻茂投资执行董事兼经理。

辛　璞女士：1979 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2002 年毕业于华南农业大学会计学专业，注册会计师。历任广东正中珠江会计师事务所审计员、部门经理，易简广告传媒集团股份有限公司董事；2019 年 9 月起担任公司董事。现任广东易简投资有限公司副总经理、公司董事、广州市新元维讯传媒科技股份有限公司董事、**广州易创汇产业园有限公司董事、广州市莹晴企业管理有限公司执行董事兼经理**。

周　波先生：1973 年 11 月出生，中国国籍，希腊永久居留权，本科学历，2004 年毕业于江南大学法学专业，律师。历任江苏省无锡化工原料总公司职员，无锡市禹光房产开发公司职员，无锡市直湖港水利枢纽工程管理处职员，江苏无锡英特东华律师事务所律师，江苏无锡永宜律师事务所律师，江苏法舟律师事务所律师；2018 年 6 月起担任公司独立董事。现任江苏景丰律师事务所主任律师、公司独立董事。

周　宇先生：1971 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1993 年毕业于南京电力高等专科学校电力系统远方监控技术专业，注册会计师。历任无锡庆丰集团维新漂染有限公司 IT 工程师，无锡大众会计师事务所有限公司历任审计员、审计部副部长；2018 年 6 月起担任公司独立董事。现任无锡大众会计师事务所有限公司执业质量风险委员会主任及监事、公司独立董事。

（二）监事会成员简介

公司本届监事会设监事三名，其中股东代表监事由公司股东大会选举产生，职工代表监事经公司职工代表大会选举产生。

公司监事选聘情况如下：

姓名	职务	选聘情况	提名人	任期
谭志凌	监事会主席	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6
关宏新	监事	创立大会选聘	汪坤	2018.6-2021.6
蒋超	职工代表监事	2018 年 6 月全体职工大会选聘	职工代表大会	2018.6-2021.6

监事简历如下：

谭志凌先生：1977 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，2000 年毕业于景德镇高等专科学校电子应用专业。历任奥克斯空调销售主管、深圳市梦网科技发展有限公司大区经理，无锡荷豆网络信息科技有限公司监事、执行董事兼经理；2013 年 4 月起担任线上线下有限销售经理，2018 年 6 月起担任公司监事会主席。现任公司

监事会主席、渠道客户经理，深圳凯风执行董事兼经理，无锡韬和深圳分公司负责人，深圳凯风新疆分公司负责人。

关宏新先生：1989 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2012 年毕业于安徽工业大学计算机科学与技术专业。历任无锡恩梯梯数据有限公司开发工程师，无锡城市云计算中心有限公司研发工程师，北京神州飞思有限公司大数据工程师；2017 年 11 月起担任线上线下有限高级软件工程师。现任公司监事、高级软件工程师。

蒋　超先生：1990 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2012 年毕业于扬州大学信息与计算科学专业。历任亚信联创科技（中国）有限公司软件工程师，无锡城市云计算中心有限公司软件工程师，文思海辉技术有限公司高级软件工程师；2017 年 6 月起担任线上线下有限高级软件工程师。现任公司监事、高级软件工程师。

（三）高级管理人员简介

根据公司章程，公司总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监为公司高级管理人员。

汪　坤先生：总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事会成员简介”。

崔　嵘先生：副总经理，技术总监，1984 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2007 年毕业于江苏广播电视大学计算机科学与技术（网络）专业。历任南京光和热传媒有限公司开发工程师，无锡和诚科技有限公司开发工程师，无锡朗奇软件有限公司前端工程师，无锡永中软件有限公司开发工程师，中科曙光信息技术无锡有限公司前端工程师；2015 年 10 月起担任线上线下有限技术部经理、技术总监，2018 年 6 月起担任公司副总经理、技术总监。现任公司副总经理、技术总监，无锡熠永执行董事兼经理，无锡韬和监事，无锡胜杰监事，无锡凌恒监事，喀什云海监事，**无锡熠永合肥分公司负责人**。

王晓洁女士：副总经理，董事会秘书，1976 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1997 年毕业于机械工业管理干部学院涉外会计专业。历任泰德房地产（无锡）有限公司出纳，美新半导体（无锡）有限公司财务，希捷国际科技（无锡）有限公司高级会计；2013 年 9 月起担任线上线下有限财务经理，2018 年 6 月起担任公司副总经理、董事会秘书。现任公司副总经理、董事会秘书。

曹建新先生：财务总监，1979 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，2005 年毕业于暨南大学会计专业，注册会计师。历任衡阳市电工器材厂质检员，东莞汉华光电有限公司财务主管，深圳市康翔科技有限公司财务主管，上海蓝泉生物科技有限公司财务主管，富港电子（东莞）有限公司财务主管，中审亚太会计师事务所广东分所审计员，广东正中珠江会计师务事所（特殊普通合伙）项目经理，广东合享投资管理有限公司项目经理；2018 年 1 月起担任线上线下有限财务总监。现任公司财务总监。

（四）其他核心人员简介

崔　嵘先生：简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（三）高级管理人员简介”。

徐文平先生：1974 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1997 年毕业于重庆大学金属压力加工专业。曾参与永中 office 的多个 863 及核高基计划项目，完成相关部分的核心设计及开发；曙光云操作系统的总体结构设计，完成相关子系统的设计及开发；系“提高文字处理文档打开速度的处理方法”、“文档传送方法、文档接收方法和文档传输方法”、“数据的存取方法和装置”等发明专利的发明人。历任常州戚墅堰铁道部机车车辆工艺研究所助理工程师，无锡永中科技有限公司软件工程师，无锡永中软件有限公司架构师，无锡城市云计算中心有限公司架构师；2018 年 1 月起担任线上线下有限架构师。现任公司架构师。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	所兼职单位与本公司关系
汪坤	董事长 总经理	峻茂投资	监事	公司股东、实际控制人控制的其他企业
门庆娟	董事	峻茂投资	执行董事 经理	公司股东、实际控制人控制的其他企业
辛瑛	董事	广东易简投资有限公司	副总经理	公司股东易简投资的执行事务合伙人
		广州市新元维讯传媒科技股份有限公司	董事	-
		广州易创汇产业园有限公司	**董事**	**-**
		广州市莹晴企业管理有限公司	**执行董事，经理**	**-**

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	所兼职单位与本公司关系
周波	独立董事	江苏景丰律师事务所	主任律师	-
周宇	独立董事	无锡大众会计师事务所有限公司	执业质量风险委员会主任、监事	-
谭志凌	监事会主席	深圳凯风	执行董事总经理	公司全资子公司
		无锡韬和深圳分公司	负责人	公司全资孙公司的分公司
		深圳凯风新疆分公司	负责人	公司全资子公司的分公司
关宏新	监事	-	-	-
蒋超	监事	-	-	-
崔嵘	副总经理其他核心人员	无锡熠永	执行董事总经理	公司全资孙公司
		无锡韬和	监事	公司全资孙公司
		无锡胜杰	监事	公司全资孙公司
		无锡凌恒	监事	公司全资孙公司
		喀什云海	监事	公司全资子公司
		无锡熠永合肥分公司	**负责人**	**公司全资孙公司的分公司**
王晓洁	副总经理董事会秘书	-	-	-
曹建新	财务总监	-	-	-
徐文平	其他核心人员	-	-	-

除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员未在其他单位兼职。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中汪坤和门庆娟系夫妻关系。除上述亲属关系之外，公司的其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

保荐机构、发行人律师及发行人会计师通过辅导授课、交互答疑等方式帮助公司董事、监事和高级管理人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任，协助公司按照

法律、法规及规范性文件的要求规范运作与治理。

公司董事、监事和高级管理人员已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况如下表所示：

姓名	本公司职务	被投资公司	出资额（万元）	出资比例（%）	经营范围
汪坤	董事长 总经理	峻茂投资	140	70	利用自有资金对外投资；贸易咨询；企业管理咨询服务
		江西鸿海食品科技有限公司	300	5	食品科学技术研究；餐饮管理；企业管理咨询服务；软件开发；网上贸易代理；文化艺术活动策划；国内贸易；普通货物道路运输；数据处理及存储服务。
门庆娟	董事	峻茂投资	60	30	利用自有资金对外投资；贸易咨询；企业管理咨询服务
辛瑛	董事	广东易简投资有限公司	1,000	10	企业自有资金投资；投资管理服务
		易简传媒科技集团股份有限公司	16	0.24	软件服务；企业自有资金投资；广告业；电子、通信与自动控制技术研究、开发；软件开发；计算机技术开发、技术服务；计算机和辅助设备修理；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；风险投资；创业投资；信息技术咨询服务；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；网络游戏服务
		易简投资	210	2.14	合伙协议记载的经营范围：实业投资、项目投资
		珠海横琴易简光璞贰号投资合伙企业（有限合伙）	40	1.08	协议记载的经营范围：实业投资、项目投资
		广州信加易壹号股权投资合伙企业（有限合伙）	120	1.91	协议记载的经营范围：股权投资
		广州易简光晔股权投资合伙企业（有限合伙）	450	24.06	项目投资（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）;股权投资

姓名	本公司职务	被投资公司	出资额（万元）	出资比例（%）	经营范围
		广州市升悦投资合伙企业（有限合伙）	400	40.00	以自有资金从事投资活动
		广州市莹晴企业管理有限公司	5	50.00	企业管理;企业管理咨询;信息技术咨询服务;信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）;软件开发
		广州信加易捌号股权投资合伙企业（有限合伙）	500	5.60	股权投资
周波	独立董事	-	-	-	-
周宇	独立董事	-	-	-	-
谭志凌	监事会主席	-	-	-	-
关宏新	监事	-	-	-	-
蒋超	监事	-	-	-	-
崔嵘	副总经理 其他核心人员	-	-	-	-
王晓洁	副总经理 董事会秘书	-	-	-	-
曹建新	财务总监	-	-	-	-
徐文平	其他核心人员	无锡小爱信息技术有限公司	75	8.11	计算机软件开发和销售;信息系统集成服务；信息技术咨询服务；家庭服务；清洁服务；家用电器修理；其他日用产品修理；物业管理；房地产中介服务；职业中介服务；网上销售：计算机及配件、日用百货、鲜花、电子产品、箱包、鞋帽、服装、文具用品、家用电器、体育用品、汽车配件、装潢材料、家具。

截至本招股说明书签署日，除持有发行人股权及上述投资外，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他对外投资情况，未持有与发行人产生竞争业务的公司的股权。

十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其

近亲属直接持有公司股份情况如下表所示：

序号	股东姓名	股份数（股）	持股比例（%）
1	汪坤	27,744,994	46.24
2	门庆娟	9,403,115	15.67
合计		**37,148,109**	**61.91**

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长兼总经理汪坤、董事门庆娟通过峻茂投资间接持有公司股权，峻茂投资持有公司 5,676,695 股，占比 9.46%。汪坤、门庆娟在峻茂投资的出资比例如下表所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汪坤	140.00	70.00
2	门庆娟	60.00	30.00
合计		**200.00**	**100.00**

截至本招股说明书签署日，公司董事辛瑛通过易简投资间接持有公司股权，易简投资持有公司 8,219,019 股，占比 13.70%。辛瑛在易简投资的出资比例如下表所示：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	广东易简投资有限公司（普通合伙人）	1.00	0.0102
2	辛瑛（有限合伙人）	210.00	2.1426

注：辛瑛持有广东易简投资有限公司 10%股份。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在直接或间接持有发行人股份的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持发行人股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所直接或间接持有的发行人股份不存在质押或冻结的情况。

十二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况

（一）近一年从公司及其关联企业领取收入的情况

公司独立董事周波、周宇在本公司领取津贴，津贴为税前每人 5 万元/年；董事辛

瑛不在本公司领取津贴或薪酬；其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员根据公司薪酬制度及绩效考核制度，2019 年在公司领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	职务	薪酬（万元）	关联方领薪	关联方名称
1	汪坤	董事长、总经理	46.55	-	-
2	门庆娟	董事	32.99	-	-
3	谭志凌	监事会主席	30.97	-	-
4	关宏新	监事	24.14	-	-
5	蒋超	监事	32.95	-	-
6	崔嵘	副总经理 其他核心人员	37.25	-	-
7	王晓洁	副总经理 董事会秘书	31.60	-	-
8	曹建新	财务总监	39.05	-	-
9	徐文平	其他核心人员	37.13	-	-

以上在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗、失业、工伤、生育等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。

（二）薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内发行人董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比重情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额（万元）	151.92	312.63	291.57	127.61
利润总额（万元）	4,018.95	7,126.62	6,944.99	5,127.79
比例（%）	3.78	4.39	4.20	2.49

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订协议或承诺情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的协议

公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员签订了《劳动合同》和《保密及竞业限制协议》，其中《保密及竞业限制协议》对上述人员的诚信义务，特别是商业秘密、知识产权保护及竞业禁止等方面的义务作出规定。截至本招股说明书签

署日，上述合同履行正常，不存在纠纷及潜在纠纷。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员出具的相关承诺的具体内容详见本招股说明书之“第十三节 附件”之“二、与投资者保护相关的承诺具体内容”及“三、与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项”的相关内容。

十四、董事、监事与高级管理人员报告期内变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变动，具体变动情况如下：

（一）董事

1、公司整体变更为股份公司前，线上线下有限未设董事会，2017 年 1 月至 2018 年 6 月，由门庆娟担任执行董事。

2、2018 年 6 月，公司召开创立大会，选举汪坤、门庆娟、李华、周波、周宇为公司第一届董事会董事。其中，周波、周宇为独立董事。

3、2019 年 9 月，因个人原因，公司董事李华申请辞任，公司增聘辛瑛担任董事。

（二）监事

1、公司整体变更为股份公司前，线上线下有限未设监事会。2017 年 1 月至 2018 年 6 月，由汪坤担任监事。

2、2018 年 6 月，公司召开创立大会，选举谭志凌、关宏新为公司监事；同日公司全体职工大会推选蒋超为第一届监事会的职工监事。

（三）高级管理人员

1、公司整体变更为股份公司前，线上线下有限由门庆娟担任经理。

2、报告期期初，王晓洁担任公司财务负责人；2018 年 1 月，公司为了上市筹备工作的顺利推动，聘任了具备多年资本市场和财务审计工作背景的专业人士曹建新担任公司财务负责人，王晓洁负责公司的其他管理工作，继续为公司服务。

3、2018 年 6 月，公司召开董事会，聘任汪坤担任总经理，王晓洁、崔嵘担任副总经理，曹建新担任财务总监，王晓洁担任董事会秘书。

（四）董事、监事、高级管理人员变动原因

公司上述人员变动，系公司正常经营管理需要，增选董事、监事和高级管理人员系公司实际经营运作的需要，亦有助于发行人建立现代企业制度，促进规范化运行。

综上，发行人近二年内董事、监事和高级管理人员未发生重大变更。

十五、股权激励情况

公司无正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员或员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权等）及其他制度安排。

十六、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

发行人于 2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末的在册员工人数分别为 63 人、84 人、108 人和 118 人。报告期内发行人不存在使用劳务派遣员工的情形。

时间	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工总数（人）	118	108	84	63

（二）员工专业结构、教育程度及年龄结构

报告期各期末，公司人员构成情况如下：

1、员工专业结构

专业结构	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）
技术研发人员	27	22.88	22	20.37	14	16.67	9	14.29
管理人员	18	15.25	17	15.74	16	19.05	11	17.46
销售人员	41	34.75	41	37.96	24	28.57	18	28.57
运营人员	26	22.03	22	20.37	26	30.95	23	36.51
采购人员	6	5.08	6	5.56	4	4.76	2	3.17
合计	**118**	**100.00**	**108**	**100.00**	**84**	**100.00**	**63**	**100.00**

2、员工受教育程度

受教育程度	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）	人数（人）	占比（%）

本科及以上	48	40.68	43	39.81	34	40.48	24	38.10
大专	55	46.61	50	46.30	43	51.19	37	58.73
高中及以下	15	12.71	15	13.89	7	8.33	2	3.17
合计	**118**	**100.00**	**108**	**100.00**	**84**	**100.00**	**63**	**100.00**

3、员工年龄结构

年龄结构	**2020 年 6 月 30 日**		**2019 年 12 月 31 日**		**2018 年 12 月 31 日**		**2017 年 12 月 31 日**	
	人数（人）	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**
30 岁以下	64	54.24	72	66.67	59	70.24	43	68.25
31-40 岁	47	39.83	32	29.63	22	26.19	17	26.98
41-50 岁	7	5.93	4	3.70	3	3.57	3	4.76
合计	**118**	**100.00**	**108**	**100.00**	**84**	**100.00**	**63**	**100.00**

4、研发人员、管理人员、销售人员级别分布

类别	**级别**	**2020 年 6 月 30 日**		**2019 年 12 月 31 日**		**2018 年 12 月 31 日**		**2017 年 12 月 31 日**	
		人数（人）	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**
技术研发人员	中高层	4	14.81	4	18.18	4	28.57	1	11.11
	一般员工	23	85.19	18	81.82	10	71.43	8	88.89
	小计	27	100.00	22	100.00	14	100.00	9	100.00
管理人员	中高层	7	38.89	7	41.18	6	37.50	3	27.27
	一般员工	11	61.11	10	58.82	10	62.50	8	72.73
	小计	18	100.00	17	100.00	16	100.00	11	100.00
销售人员	中高层	4	9.76	4	9.76	4	16.67	3	16.67
	一般员工	37	90.24	37	90.24	20	83.33	15	83.33
	小计	41	100.00	41	100.00	24	100.00	18	100.00

5、研发人员、管理人员、销售人员入职时间分布

人员	**工龄**	**2020 年 6 月 30 日**		**2019 年 12 月 31 日**		**2018 年 12 月 31 日**		**2017 年 12 月 31 日**	
		人数（人）	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**	**人数（人）**	**占比（%）**
技术研发人员	3 年及以上	4	14.82	2	9.09	1	7.14	-	-
	1-3 年（含 3 年）	12	44.44	12	54.55	8	57.14	2	22.22

	1 年以下	11	40.74	8	36.36	5	35.71	7	77.78
	小计	27	100.00	22	100.00	14	100.00	9	100.00
管理人员	3 年及以上	6	33.33	5	29.41	5	31.25	4	36.36
	1-3 年（含 3 年）	10	55.56	9	52.94	6	37.50	2	18.18
	1 年以下	2	11.11	3	17.65	5	31.25	5	45.45
	小计	18	100.00	17	100.00	16	100.00	11	100.00
销售人员	3 年及以上	4	9.76	2	4.88	1	4.17	-	-
	1-3 年（含 3 年）	20	48.78	17	41.46	10	41.67	2	11.11
	1 年以下	17	41.46	22	53.66	13	54.17	16	88.89
	小计	41	100.00	41	100.00	24	100.00	18	100.00

报告期内，公司各期末的员工人数分别为 63 人、84 人、108 人和 118 人，员工人数整体呈较快增长，主要为销售人员和技术研发人员的显著扩编。报告期内公司大力发展直客客户，直客客户的开拓及日常跟踪服务对销售人员数量需求不断增加；公司业务规模的快速增长对平台稳定性、数据传输效率、数据处理等要求越来越高，公司技术研发人员队伍快速扩充为客户提供持续优质的移动信息服务提供了强有力的技术保障。

（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、发行人社会保险及住房公积金的缴纳情况

公司实行全员劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司按照国家的有关规定参加社会保障体系，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

公司及孙公司无锡胜杰、无锡熠永、无锡凌恒、无锡韬和、无锡赫名员工的社会保险和住房公积金的缴纳适用江苏省无锡市的政策；子公司喀什云海的社会保险和住房公积金的缴纳适用新疆维吾尔自治区喀什地区的政策；子公司深圳凯风员工的社会保险和住房公积金的缴纳适用广东省深圳市的政策；子公司上海禹圭员工的社会保险和住房公积金的缴纳适用上海市的政策。

报告期各期末，公司为员工缴纳社保、住房公积金的情况如下：

单位：人

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工总数	118	108	84	63

社会保险	已缴	115	102	83	62
	未缴	3	6	1	1
	缴纳比例（%）	97.46	94.44	98.81	98.41
	差异原因	1 人新入职； 2 人为实习生；	5 人新入职； 1 人为实习生	1 人新入职	1 人为实习生
住房公积金	已缴	115	106	84	61
	未缴	3	2	-	2
	缴纳比例（%）	97.46	98.15	100	96.83
	差异原因	1 人新入职； 2 人为实习生；	1 人新入职； 1 人为实习生	-	1 人为实习生； 1 人为上家单位未及时减员

注：员工总数为报告期各期末人数

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人已为全体员工缴纳社会保险、住房公积金。报告期各期末，员工人数与已缴纳社会保险、住房公积金人数存在差异，主要原因有：①未缴纳人员的入职时间晚于当地社会保险、住房公积金主管部门当月可办理社会保险、住房公积金增员时间；②原单位未及时为员工办理住房公积金的减员手续，导致发行人无法在当期为员工办理住房公积金转移手续；③实习生无需缴纳社会保险及住房公积金。报告期内，发行人已在三十日内为新入职员工办理缴纳或变更缴纳社会保险及住房公积金手续，符合相关规定。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：截至 2020 年 6 月 30 日，发行人已依法为员工缴纳社会保险和住房公积金；公司报告期内不存在应缴未缴纳社会保险及住房公积金情形。

2、发行人缴纳社会保险及住房公积金的合规性证明

根据无锡市社会保险基金管理中心出具的证明，线上线下、无锡胜杰、无锡赫名、无锡凌恒、无锡韬和、无锡熠永在报告期内按规定正常参加社会保险，缴纳社会保险费。

根据无锡市住房公积金管理中心出具的证明，线上线下、无锡胜杰、无锡赫名、无锡凌恒、无锡韬和、无锡熠永在报告期内没有因违反公积金法规而受到追缴、罚款或其他形式的行政处罚情形。

根据喀什市社会保障管理局出具的证明，喀什云海正常在喀什市社会保险管理局缴纳社会保险。

根据喀什地区住房公积金管理中心出具的证明，自开设缴存账户缴存公积金至报告期末，喀什云海没有因违法行为受到任何行政处罚。

根据深圳市社会保险基金管理局出具的证明，自 2017 年 8 月 1 日至报告期末，深圳凯风无因违反社会保险法律、法规或者规章而被行政处罚的记录。

根据深圳市住房公积金管理中心出具的证明，自开设缴存账户缴存公积金至报告期末，深圳凯风不存在因违法违规而被处罚的情况。

根据上海市人力资源和社会保障局向上海市公共信用信息服务平台提供的信息，自设立之日至报告期末，该局未对上海禹圭作出过劳动监察行政处罚。

根据上海市公积金管理中心出具的证明，上海禹圭自建立账户以来未有行政处罚记录。

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、实际控制人汪坤、门庆娟已作出承诺：

“对于线上线下及子公司为员工缴纳社会保险金及住房公积金的事项，如被相关主管部门要求追缴社会保险金及住房公积金，本人保证将按主管部门核定的金额和标准无偿代线上线下进行补偿；

如线上线下及子公司因被认定违反相关社会保险及住房公积金管理规定而受到处罚或带来其他费用支出，本人保证将代线上线下及子公司承担全部费用或损失；

如因相关主管部门要求线上线下及子公司必须先自行支付上述费用，则本人将及时向线上线下及子公司给予全额补偿，以确保线上线下及子公司不会因社会保险金及住房公积金的缴纳给公司造成额外支出及遭受任何其他损失，保证不对线上线下及子公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。”

（四）公司各期生产员工的平均数量和薪酬水平

报告期内，公司各期生产员工的平均数量和薪酬水平如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产员工工资薪酬（万元）	139.44	284.07	238.57	141.99
占营业收入的比例	0.33%	0.53%	0.52%	0.51%
平均人数	31	29	26	21
生产员工平均工资（万元）	4.50	9.80	9.18	6.76

注 1：平均人数=∑各月生产员工人数/当期月数（四舍五入取整数）；注 2：生产员工平均工资=主营业务成本-工资/平均人数

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）发行人主营业务情况

公司深耕移动信息服务行业多年，是一家具有丰富行业经验的移动信息服务提供商。公司依托于体系化的服务流程、自主研发的业务平台，通过对电信运营商的通信资源的整合，秉承“技术驱动服务、深耕行业客户、连接创造价值”的企业文化理念，致力于为客户提供安全、有效、及时的移动信息服务。公司主营业务为移动信息服务，包括企业短信业务以及少量的流量业务。

企业短信服务是公司最主要的业务，公司自成立以来一直从事企业短信相关业务，利用自身长期积累的系统开发技术和基于客户所在行业的业务理解，为包括阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）在内的广大客户提供专业化的企业短信服务。

在具体运营中，公司为客户提供围绕企业短信的全套服务，包括前期调试开通客户和公司平台的对接、运营过程中对客户短信运营系统的维护和升级、短信传输过程中的延迟等问题的解决，确保短信传输的平稳、快捷。

同时，公司以审核信息安全、优化客户体验为己任，通过一套严密的程序对移动信息内容进行审核，确保信息验证、用户通知、会员提醒、营销推广在内的各类企业短信能够安全有效地送达信息接收者。在保障移动信息高效传输以及内容安全的基础上，公司为各类金融、互联网、电子商务、快递物流等企业客户提供包括移动业务场景构建、产品运营支撑、消费者关系管理及支持等各类企业短信服务。

流量业务是公司在移动信息服务领域对短信业务的延伸，报告期内，整体收入规模较小。公司通过向运营商或第三方流量供应商预先购买一定量的流量业务包，并根据下游客户通过喀什云海流量业务平台提交的需求，由公司运营人员通过流量平台对采购的流量业务包进行统一管理后向下游客户分发流量，最终，公司通过下游客户将流量包售予个人终端用户。

报告期内，公司主营业务收入构成为：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）
短信业务	42,866.97	100.00	53,187.78	100.00	45,844.92	100.00	25,631.09	92.86
流量业务	-	-	-	-	-	-	1,971.21	7.14
合计	**42,866.97**	**100.00**	**53,187.78**	**100.00**	**45,844.92**	**100.00**	**27,602.30**	**100.00**

（二）主营业务经营模式

1、短信业务经营模式

（1）采购模式

公司的短信资源系向各地区电信运营商和第三方供应商共同采购。

电信运营商是移动通讯资源的提供者，公司向电信运营商直接采购模式是指公司与电信运营商签订合作协议，从而获得电信运营商资源信息。公司和电信运营商通过网关参数调试等工作后，接入平台和电信运营商网关相连。报告期内公司向电信运营商采购的短信资源主要接入地为江苏、四川、湖南、西藏、河北、辽宁、山东、广东、浙江、上海、陕西、河南、福建、江西、安徽、云南等地区。

公司向第三方供应商采购短信资源主要是为了丰富企业短信资源的供给，同时也是为企业客户提供不间断信息发送服务的一种保护措施。

（2）销售模式

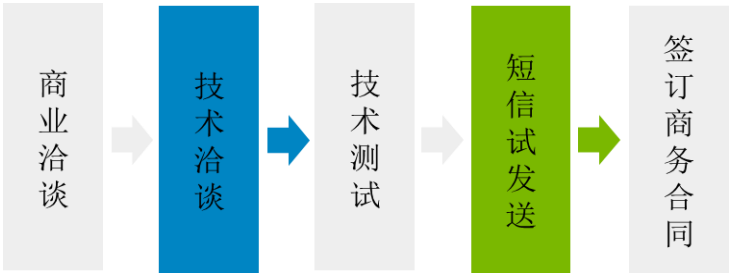
①销售模式

公司的销售目标客户主要是直客客户和渠道客户，其中，直客客户主要包括大型的互联网企业、金融服务机构、物流企业、市政公用单位以及新业态公司等对短信服务有直接需求的客户。

成立初期，公司的主要客户为渠道客户，采用与渠道客户合作的模式，有利于公司充分发挥自身的业务优势，快速获取目标客户群体，并有效积累运营经验和业务实力。2017 年开始，公司在移动信息领域持续发展，随着公司实力的增强，公司从渠道客户转向开拓直客客户，从而开拓具有高附加值的服务内容，在维护现有客户的基础上，丰富不同领域的客户数量，逐步完善公司的客户结构。

公司客户的获取主要通过以下几个环节：商业洽谈、技术洽谈、技术测试、短信试

发送、签订商务合同等。公司营销和技术人员根据每个客户的实际需求，就移动通信资源、技术标准、业务模式等环节进行商务谈判和对接；在技术层面，公司基于客户商业模式，与客户进行技术洽谈并敲定平台模块应用，确定是否有定制化开发需求或业务场景需求；在正式签订合同之前会对公司的短信传输进行压力测试，在公司通过一段时间的试发送考验后，双方签订正式的商务合同，具体示意图如下：



公司和客户的销售价格是基于客户短信发送规模、短信类型、公司对客户技术服务方案形成的商业附加值等多方面因素综合协商确定的。

②向客户提供返利的情况

报告期内，公司存在向客户提供返利的情况，具体信息如下：

序号	单位	返利金额（万元）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	网易	12.74	31.00	-	-

2019 年和 2020 年 1-6 月，公司给予网易销售返利 31.00 万元和 12.74 万元，返利金额的确定以条数为基础，根据业务开展情况调整每条短信的返利金额。

公司根据实际业务发生情况进行对账确定销售金额及应返利金额，在销售收入确认当月将相应返利金额进行会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：应付账款

公司应付客户返利实质系根据客户销售业务量给与客户的价格优惠，属于《企业会计准则第 14 号——收入》规定的可变对价情形，根据准则规定，需冲减对客户的销售收入。因此，公司上述会计处理符合会计准则相关要求。

（3）运营模式

公司针对企业短信的传输共性以及客户的实际不同需求，通过集成化、模块化及支

撑服务的方式进行业务运营；同时公司建立了完善的短信审核制度，实行严格的审核标准，确保发送的短信内容健康、安全。

①业务运营

集成化：公司的运营主要通过公司自主研发设计的业务平台——企信通短信平台进行统一集中的管理；具体而言，该平台实现了客户统一管理、通道统一管理、内容统一审核以及重点信息库统一更新这四大功能。客户上传短信发送需求，经过公司平台审核后传送给电信运营商或第三方供应商然后再发送到信息接收者。

模块化：公司运营时考虑到每个客户所处行业、业务类型、企业短信的反馈需求、客户对信息接收者管理的需要，为客户构建相应的企业短信应用场景；同时，公司将各应用场景对应的短信管理方案以模块的形式嵌入业务平台信息库。

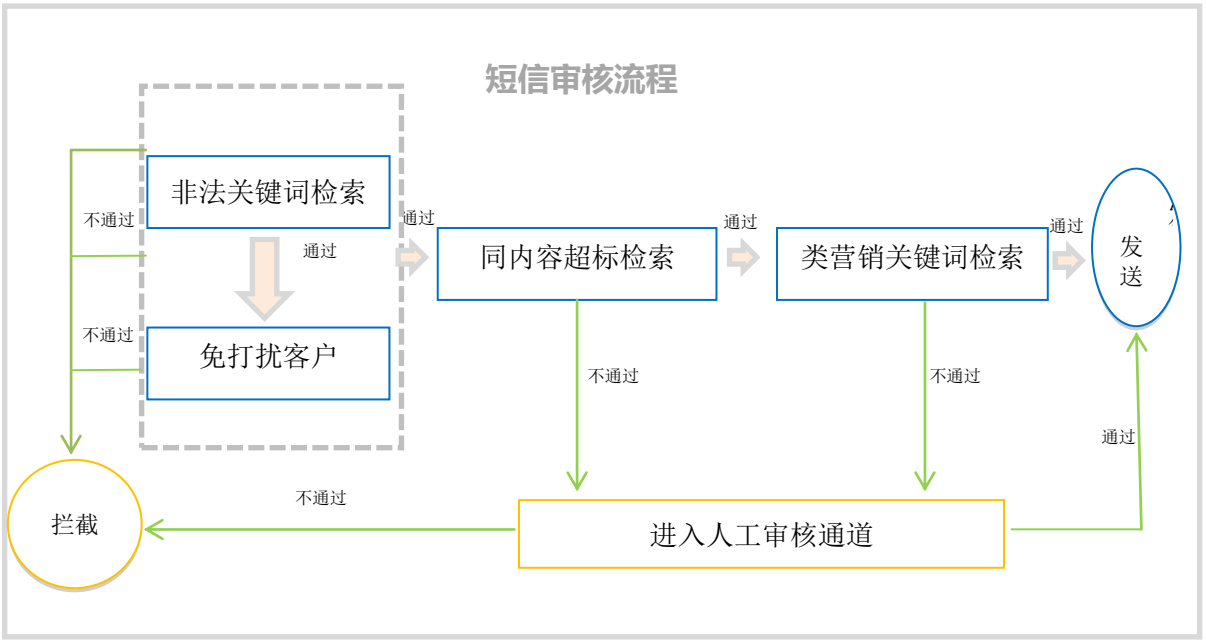
支撑服务：公司在运营过程中始终关注平台系统的运作情况，并配备客服处理客户在短信服务中所遇到的问题。对于客户新增的技术需求以及短信产品相关需求，协同技术人员进行二次开发或定制开发。

②短信审核

在短信审核环节，公司采取系统审核和人工审核相结合的方式确保信息发送的安全性和有效性，主要通过以下三种方式实现短信内容的高效审核：

A、建立严密的审核体系

对于客户提交的企业短信，公司运营系统会根据数据库自动进行非法关键词检索和免打扰客户判断，对于不符合审核标准短信进行直接拦截；如果符合上述审核标准，则再进入同内容超标判断以及类营销关键词检索环节，通过这一系列审核后企业短信方可进入发送状态。短信具体审核流程如下：



B、7*24 小时无间断审核

公司实行对短信内容进行 7*24 小时无间断审核，确保客户发送的短信请求能够被及时处理，避免出现审核漏洞，保证符合规范的短信能够被及时地发送。

C、实时更新关键词库

公司运营系统拥有强大的关键词库，这些词库主要是在工信部规定的“九不准信息标准”、公安部文件规定严格禁止的五大类信息等相关规定以及公司在运营过程中总结经验的基础上建立的，公司在运营的过程中不断更新、丰富词库数据，使得公司的审核平台能够实时符合越来越严格的监管要求。

（4）结算模式

①公司短信业务与客户的结算模式

公司短信业务和客户的结算模式有后付款模式以及预收款模式两种模式。后付款模式是指公司根据与客户约定的移动信息费价格和上月短信发送数量按月与客户进行对账，双方确认无误后由公司向客户收取短信服务费用。预收款模式是指公司先向客户预收款，公司再提供短信发送服务。

②公司短信业务与电信运营商的结算模式

公司短信业务与电信运营商的结算可以分为两部分，第一部分是信息费结算，第二部分是电信运营商酬金返还。

信息费结算是指：公司根据电信运营商统计的上月短信发送数量及约定价格，与电信运营商结算信息费用，采取预付或后付的方式。

电信运营商酬金返还是指：电信运营商主要基于公司每月的短信发送量等因素，综合评估后按约定支付给公司相应的采购返还。由于酬金金额与短信发送量关系密切，为一个业务活动的重要组成部分，所以，根据实质重于形式原则，公司将酬金收入作为营业成本的冲减项处理。

③公司短信业务与第三方供应商的结算模式

公司短信业务与第三方供应商的结算模式和与客户的结算模式类似，有后付款模式以及预付款模式两种模式。后付款模式是指公司根据与第三方供应商约定的移动信息费价格和上月短信发送数量按月与第三方供应商进行对账，双方确认无误后由公司向第三方供应商支付短信采购费用。预付款模式是指公司先向第三方供应商预付款，第三方供应商再提供短信发送服务。

④短信业务的采购价格形成机制

公司短信业务采购价格的形成机制以双方根据短信发送的数量、类型协商确定价格为主，对于部分议价能力较强的供应商以对方单向报价作为价格确定方式。公司的采购部门、运营部门在具体采购时根据与供应商协商一致的价格、数量要求等内容进行合理地规划、调配。

⑤流量业务采购价格的形成机制

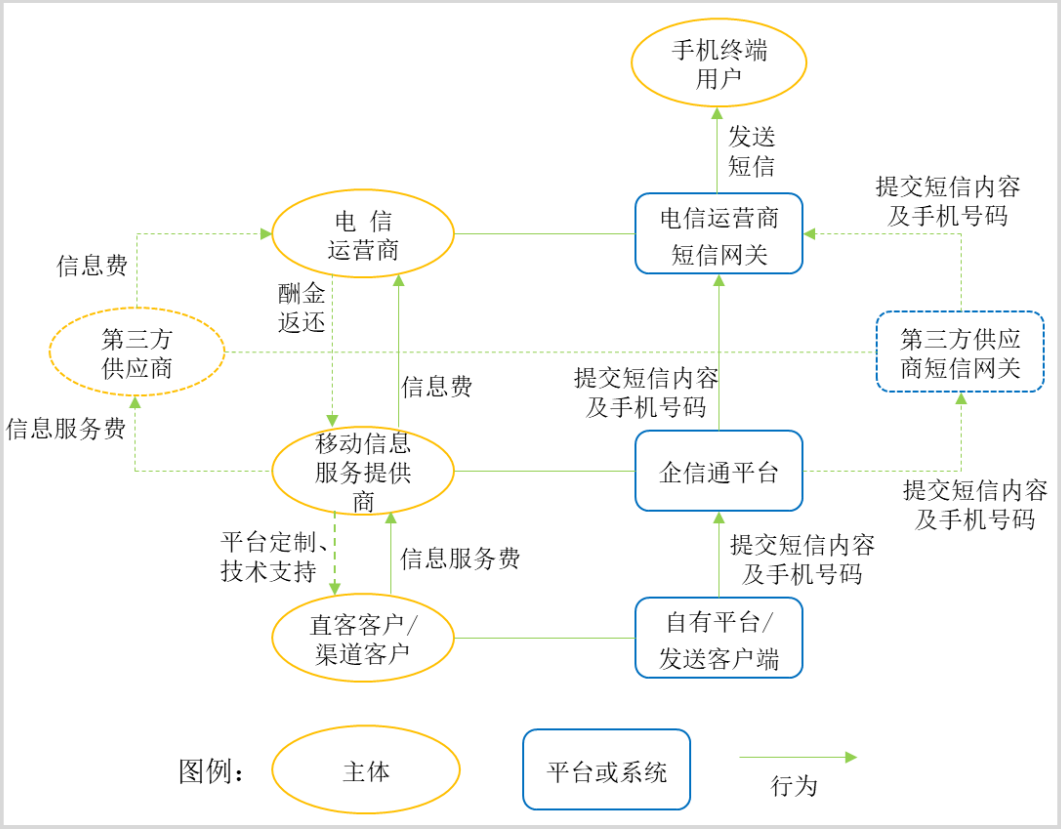
公司流量业务的采购价格形成基础是运营商流量统付业务资费方案，该方案明确了不同流量使用数量对应的单价，以及不同采购金额对应的销售折扣。在此基础上，公司与运营商以及第三方供应商综合考虑流量包型和服务费用，协商确定采购价格。运营商流量统付业务资费方案定期更新，行业内采购价格以此为基础上下浮动。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人短信业务和流量业务采购价格的形成机制符合行业惯例。

（5）公司短信业务经营模式概览

报告期内，公司与直客客户、渠道客户的开展业务具体模式无本质区别。公司根据客户的移动信息服务需求，向其提供包括平台对接、参数调试、运营维护、内容审核等

在内的全套服务。在完成短信测试并正式签订商务合同后，短信业务的需求由终端客户发起，经由渠道客户（如有）传递至发行人，再经第三方供应商（如有）传递至电信运营商，最终电信运营商直接将短信发送至短信接收者，公司与直客客户、渠道客户的具体业务模式可以概括为下图所示：



（6）码号开通前各子公司经营模式

公司	主营业务内容	截止报告期末码号开通前经营业务的具体内容
喀什云海	移动信息服务	1、短信业务：喀什云海通过使用基础运营商分配的通道资源、与第三方合作使用通道资源以及向第三方供应商采购的方式获取码号资源，并根据客户的企业短信服务需求为其提供即时短信服务；2、流量业务。
上海禹圭	移动信息服务	上海禹圭通过使用基础运营商分配的通道资源、与第三方合作使用通道资源以及向第三方供应商采购的方式获取码号资源，并通过企业短信服务取得少量收入
深圳凯风	移动信息服务	深圳凯风通过与第三方合作使用通道资源以及向第三方供应商采购的方式进行短信资源的采购，并通过企业短信服务取得少量收入
无锡胜杰	移动信息服务	无锡胜杰通过与第三方合作使用通道资源、向第三方供应商采购的方式进行短信资源的采购，并通过企业短信服务取得少量收入
无锡赫名	移动信息服务	无锡赫名通过使用基础运营商分配的通道资源的方式进行短信资源的采购

无锡凌恒	移动信息服务	无锡凌恒通过使用基础运营商分配的通道资源以及与第三方合作使用通道资源的方式进行短信资源的采购
无锡韬和	移动信息服务	无锡韬和通过使用基础运营商分配的通道资源以及与第三方合作使用通道资源的方式进行短信资源的采购
无锡熠永	移动信息服务	无锡熠永通过使用基础运营商分配的通道资源以及与第三方合作使用通道资源的方式进行短信资源的采购

注:因发行人母公司线上线下及子公司喀什云海成立较早、品牌知名度相对较高，上海禹圭、深圳凯风等销售子公司的客户较多选择线上线下或喀什云海作为业务承接主体并与之签订服务合同。

2、流量业务经营模式

公司流量业务规模较小，公司流量业务是根据客户在流量平台提交的实时需求，通过为客户提供及时、稳定的流量包并获得相应的收入。公司流量业务与客户的结算模式主要为：公司给予客户一定的授信额度，公司在额度之内，为客户分发所需的流量包，月底与客户进行结算；公司流量业务与供应商的结算模式与其和客户的结算模式相同，先通过信用额度获取流量包型，月底与供应商结算。

3、相关内部控制的建立及执行情况

针对短信业务和流量业务的相关流程，公司制定了《销售管理制度》、《采购管理制度》、《运营管理制度》、《信息系统管理制度》，从销售、采购、运营及系统平台的管理和运营流程制定了相应的内部控制制度，具体如下：

（1）技术部定期优化、更新公司业务系统运营及确保运行环境的安全、稳定，对业务系统的运行状态进行持续监控，确保相关业务记录完整、真实、及时；

（2）销售人员根据业务需求，为客户申请开立业务账号，经销售部门负责人审批后提交运营部，由运营部在业务系统开通账号并配置账号参数；

（3）采购部选择供应商后，由技术部、运营部跟进系统与供应商通道的接入流程；

（4）技术部进行系统接入，运营部对客户/供应商上线调试，确保提交发送、状态反馈等稳定性、及时性测试通过后投入正式运营；

（5）在运营过程中，运营部根据客户的账号需求属性及公司供应商通道资源情况配置适用的发送通道，并对日常运营中的手机号码异常、平台故障、网关故障、供应商反馈信息异常等情况进行实时监控，配合技术部、采购部、销售部进行共同处理，确保运营数据记录及时、准确；

（6）每月月初，运营部根据上月业务系统发送记录生成上月客户/供应商的账单，

并与客户/供应商进行核对；对于合同约定范围内的对账差异，依照合同进行处理，对于超出合同约定范围内的对账差异，公司与客户对当月发送记录进行核对，核查差异原因并确定最终结算数量。

在日常经营活动中，公司严格按照上述内控流程对短信、流量业务进行实时记录、统计及对账，确保了短信业务和流量业务的销售数量和采购数量统计的准确性、及时性。

（三）公司发展情况以及主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

1、公司主营业务演变情况

公司自成立以来一直从事移动信息服务相关业务。得益于近几年我国新经济的快速崛起，电子商务、各类应用软件的快速发展以及手机实名制的推广，公司迎来良好的发展机遇，从成立至今业务规模一直保持稳定增长。整体而言，公司的发展路径基本可以分为三个阶段：探索阶段、积累阶段以及目前所处的全面发展阶段。

探索阶段：该阶段公司主要以积累技术开发经验、理解行业特征和探索客户需求为主。在这一阶段，公司的发展重心是将早期技术形成有效的商业模式，确保技术环节能够和电信运营商稳定磨合，公司服务对象主要为渠道客户，是公司在发展初期为稳定业务模式，快速拓宽服务而执行的商业策略。

积累阶段：经过前期的探索，公司在供应端形成了与电信运营商较为稳定的合作模式，技术开发水平也取得了长足的发展。期间公司继续执行技术驱动战略，建设人才储备机制。同时，公司业务的运营能力也日臻完善，建立了全方位的移动信息审核体系，大幅强化了风险控制能力。以技术、运营服务的质变为后盾，公司不断深入探索信息服务领域，提升信息服务能力，客户群体逐渐转变为江西欣典等大型渠道客户；对于行业理解的进一步加深大幅提升了公司在行业中的地位与口碑，使公司成为了具有知名度和集中度的行业竞争者。

全面发展阶段：经过几年的积累和蜕变，公司逐步确立了“技术驱动服务、深耕行业客户、连接创造价值”的战略规划。公司的技术开发水平更加成熟，运营平台的移动信息处理能力及日均传输量均大幅提升，运营团队也为公司的业务拓展提供了坚实保障。同时，受益于新经济业态的变化，尤其是移动环境下的金融、互联网、电子商务等应用场景对于企业短信需求大大增加，进一步促进了公司技术及业务的快速发展。公司已不再局限于为客户提供单纯的信息传输及处理服务，而是通过自身技术能力，以行业理解

和经验服务于客户需求，全面发掘企业短信可供发掘的商业潜力。例如，公司为电商类客户开发定制化的应用场景如定时提醒。此外，公司针对客户的新兴信息传输需求，陆续开拓并完善了视频短信等产品，并紧跟移动新媒体技术发展动向，积极开展 5G 消息等新兴产品的相关研究。

在此期间，公司短信发送量已由 2017 年的 90 余亿条增长至 2020 年 1-6 月的 186 余亿条。在采购方面，公司已经和全国各地多家电信运营商建立了稳定的合作关系，丰富了移动信息资源的供给；在技术方面，公司自研并持续升级公司业务平台，确保了公司有能力实现大规模企业短信及深层移动信息服务业务；在销售方面，公司从渠道客户转向开拓直客客户，开拓具有高附加值的服务内容，形成客户粘性。公司已成功开发阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）等多家在行业内具有重大影响力的客户资源，构建了多层次的客户结构，为客户提供更加全面的信息化业务服务。

公司的主要发展历程如下图所示：



公司一直致力于为客户提供安全、有效、及时的移动信息服务。公司主营业务为移动信息服务，包括短信业务以及少量的流量业务。自成立以来，公司的主营业务和主要运营模式未发生重大变化。

2、公司客户以渠道客户为主转变为直客客户为主的原因

报告期内，公司直客收入占主营业务收入的比例分别为 6.28%、38.65%、68.90%和

80.70%。公司的客户结构自以渠道客户为主转变为以直客客户为主，主要原因如下：

（1）公司在成立初期，客户结构以渠道客户为主的原因

①公司在成立初期，受限于自身的运营能力、服务能力、技术能力和市场开拓能力，选择厚积薄发的战略规划，积极建立与渠道客户的业务合作，迅速积累和培养自身核心竞争力，避免过度耗费精力于开辟竞争相对激烈的直客客户市场；

②公司在成立初期以“渠道客户为主”的战略选择，有助于其在核心竞争力尚显薄弱的时期，通过与同行业公司广泛的合作，迅速增加自身对于下游行业市场情况的熟悉和移动通信服务行业核心竞争力构成的理解。

（2）随着业务规模的稳定增长，公司在技术、运营、品牌、市场开拓和短信资源等方面逐渐建立起自身的优势的情况下，决定转变公司战略，开始聚焦于开拓直客客户的原因

①公司聚焦于开拓直客客户，能够帮助自身更为直接、快速地感受下游行业对于即时通讯需求的变化，既而及时地改善、提高客户服务的高效性、专业性和及时性；

②公司提升客户结构中直客客户的比例，有助于公司自身对于经营风险的控制；

③下游行业中的知名直客客户短信发送需求量远大于普通渠道客户，直客客户的潜在业务空间较大，能够帮助公司占据更大的市场份额，实现营业利润的最大化；

④部分知名直客客户的毛利率较高，公司积极地与该类直客客户开展业务有助于实现公司营业利润的最大化。

（3）该转变符合行业趋势

同行业公司在成立初期，根据自身的经营能力、资源优势，选择开拓不同类型的客户。但是，随着经营规模的逐渐增长、核心竞争力的逐步提升，同行业公司基本都以直客客户作为其重要客户资源。

根据同行业可比上市公司定期报告中的相关描述，上述同行业公司的主要客户也包括下游行业大中型直客客户。

2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人直客客户的销售收入为 36,645.54 万元和 34,593.19 万元，占主营业务收入的比例为 68.90%和 80.70%，与同行业公司把直客客户作为其重要客户资源的选择存在一致性，发行人以渠道客户为主转变为直客客户为主，是随着发

行人的经营而相应调整的，符合发行人的经营情况和发展战略。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人以渠道客户为主转变为直客客户为主存在合理性，符合发行人的业务经营实际和行业趋势。

（四）主要产品的工艺流程图或服务的流程图

1、短信业务

公司为客户提供移动信息服务主要依托于公司自主研发的移动信息传输平台，业务流程可分为“业务准备”、“短信发送”、“发后管理”三个阶段，主要可细分为“客户接入”、“用户管理”、“通道管理”、“内容接收”、“短信审核”、“反馈推送”、“统计分析”等 7 个环节，具体业务流程如下图所示：



①客户接入

公司在确定客户之后，给予客户正式的账号及密码，公司在绑定客户接入的 IP 地址后，客户通过 CMPP 或 HTTP 协议将自身平台对接到公司的发送平台。

②用户管理

公司平台系统管理员在公司平台系统上对用户账户进行相应的权限与参数设置。在参数应用中，平台系统管理员将根据前期与客户进行商业、技术谈判时所确定的企业短信应用场景、客户对企业短信发送的相关需求、以及客户所需接收的反馈信息等，为其选择并制定相应模块。

③通道管理

公司根据客户终端用户手机运营商的类别、发送短信的内容、发送规模等信息，结

合自身短信通道的相关属性，将客户账户与适合的短信通道进行匹配，同时根据客户需求对该通道进行环境测试。

④内容接收

企业客户通过自己的平台或公司的客户端，向公司企信通平台提交短信内容及手机号码，公司平台自动接收相关内容。同时，若有批量发送的短信或视频短信，客户可提交对应的短信内容模板，审核团队在审核、设计并最终确定模板内容后，将其录入平台。

⑤短信审核

公司通过平台对短信结构是否规范、内容是否含非法关键词、终端手机号是否属于免打扰客户等信息进行判断、识别，并通过审核流程，确保短信符合工信部规定的“九不准信息标准”、国家公安部文件严格禁止的五大类信息、公司《信息安全管理制度》等相关规定。最后，通过平台自动审核以及人工审核而进入通道发送队列的短信，将由系统自动提交至电信运营商短信网关或第三方供应商进而通过其最终提交至电信运营商短信网关，由电信运营商短信网关发送至手机用户终端。其中，视频短信的内容模板须经公司运营人员审核,一般还需经电信运营商报备后发送至手机用户终端。

⑥反馈推送

电信运营商将短信发送成功后，公司将接收到电信运营商或第三方供应商的反馈信息，包括短信发送成功、失败、异常的状态等。同时，公司平台自动将反馈信息推送给客户。

A、公司短信业务销售数量、采购数量的确定标准、计算方式和日常业务流程如下：

根据行业惯例及合同约定，短信业务的结算通常以发送“成功数”作为销售、采购数量的确定标准和计算方式，对于少数客户或供应商，合同约定以“成功数”为基础，包含部分其他发送状态的条数。

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。

次月，公司按客户/供应商分别汇总短信的反馈信息，并根据合同约定的数量确定标准和计算方式与对方进行条数、金额的核对，经双方核对并确认差异处理方式后，公

司分别取得客户/供应商确认的对账单，并以此作为收入、成本入账依据。

B、报告期内发送失败短信数量及发送失败的原因

报告期内，发送失败短信数量的信息如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发送失败短信数量（百万条）	1,296.54	2,037.72	2,051.71	971.00

报告期内，短信发送失败的原因如下：

a、客户提交的手机号码存在错误，存在缺少手机号位数或者本身系空号的情形，致使短信发送失败；

b、运营商在发送短信时，当终端手机用户通讯信号异常、手机欠费、出国未开通国际漫游、关机，会发生其无法顺利接收短信的情况，部分运营商的网关在发生该类情况后不会再次尝试推送短信，致使短信发送失败；

c、客户提交的手机号码无法通过公司自身审核体系中的免打扰客户判断，致使短信发送失败；

d、客户提交的内容无法通过公司非法关键词检索、同内容超标判断和类营销关键词检索等环节的审核，致使短信发送失败；

e、客户提交的短信手机号及内容无法通过运营商网关的审核，致使短信发送失败。

⑦统计分析

公司平台可对短信业务相关发送结果进行统计分析，并以此为公司的下一步经营方针与战略规划提供借鉴，公司亦可据此对业务的具体环节以及平台的功能模块做出相应的优化调整。

报告期内，公司短信发送失败数量与采购数量、销售数量之间的匹配关系如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发送失败短信数量（百万条）	1,296.54	2,037.72	2,051.71	971.00
采购数量（百万条）	18,607.36	25,230.67	19,831.73	8,953.21
失败短信数量/采购数量	6.97%	8.08%	10.35%	10.85%
销售数量（百万条）	18,650.45	25,302.63	19,855.86	9,015.70
失败短信数量/销售数量	6.95%	8.05%	10.33%	10.77%

报告期内，短信发送失败数量占采购数量的比重与占销售数量的比重均呈现逐渐下

降趋势，主要原因如下：

A、报告期内，公司客户结构逐渐发生变化，直客客户比例明显上升，其中包括阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、上海宜员网络技术有限公司、苏宁、小米、好未来（学而思）等知名直客客户。该类直客客户的注册用户填写的信息错误率更低、发送短信内容更为规范，短信发送的成功率较高。

B、报告期内，公司行业类短信占比增加，相较于营销类短信，行业类短信涉及的手机号真实性更高、短信内容模板化程度较高、审核成本较低，短信发送的成功率较高。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人短信发送失败数量与采购数量、销售数量之间存在合理的匹配关系。

公司发送的短信根据其内容可以分为行业类短信和营销类短信两大类：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其营销需求的短信。

以公司直客客户的行业类和营销类短信为例，相关具体含义和表现形式如下：

序号	短信类别	用途	表现形式
1	行业类短信	验证码通知	【同程旅游】您有一笔订单号为 124***正在完成电子签约，手机验证码为 48**，为保证您的权益，请您及时签约。如非本人操作，请及时关注账号安全。
2		交易确认	【同程旅游】<支付成功>您的订单 12186****已经付款成功，出游通知书最迟会在出发前 1 天通过短信发送给您。
3		提醒通知	【同程旅行】您申请的国内机票订单 OHG50DGDE10BBQ10****的电子发票已开具，可前往订单详情，或登录邮箱查看，感谢使用。
4	营销类短信	促销通知	【同程旅行】您的新人专享 888 礼包已到账，请在有效期内尽快使用哦，查看红包请戳 https://**.cn/MAG7oAsv 回 TD 退订
5		促销通知	【同程旅游】安顺-贵阳北往返，单程***.0 元/人，下单方式可通过(微信钱包)-(火车票机票)-(跨城拼车)，或点击 https://s.**.com/TGXdrGQE，进行预定，安顺市上门接送。回 TD 退订
6		促销通知	【同程旅游】红包太小不想用？送您一张 50 元酒店立减券！7 天内有效，速来领取 https://s.**.com/4CiTrCmk 回 TD 退订

2、流量业务

公司的流量业务是通过自主研发设计的业务平台——喀什云海流量管理平台来实现的。公司流量平台本着便捷、高效的原则，设计了运营过程中必要的模块来实现整个

流量业务体系的运转。公司流量平台的几大主要模块如下：



喀什云海流量平台主要分为三大类业务模块，分别为基础信息维护、价格信息管理、交易信息监管。

（1）基础信息维护模块主要有用户面板和库存列表两大业务功能子模块。用户面板子模块主要是对客户信息进行维护，平台管理人员通过该模块输入并更新客户信息；库存列表子模块主要是录入公司的流量供应商资源信息，并标识出其状态是否可用，同时将公司的客户与供应商信息进行匹配，有助于公司对业务的管理。

（2）价格信息管理模板主要实现的功能是实现采购价格的实时更新，公司在采购价格调整子模块和用户产品调整子模块中实时更新产品的采购、销售价格。流量业务的价格变动较为频繁且市场价格较为透明，公司需要及时更新价格并将调整后的销售价格信息传达给客户以保持销售价格竞争力。

（3）交易信息监管模块是整个业务环节的核心模块，主要包含订单列表子模块和卡单查询子模块。订单列表提供了订单的发送数据，包括发送的流量包型、发送信息的成功与否等基本信息；卡单查询模块录取了发送状态没有及时返回的数据信息。公司通过交易信息监管模块，针对出现的大批量的发送失败情况以及卡单情况和流量供应商积极沟通，找出原因并及时解决。

根据行业惯例及合同约定，流量业务的结算通常以流量套餐包成功数量作为销售、采购数量的结算标准。

公司收到客户的流量开通需求后，提交至相应的运营商或第三方供应商进行开通，之后运营商或第三方供应商根据流量套餐包的开通情况实时将发送的状态反馈至公司流量平台，并实时同步自动推送给客户。

次月，公司按客户/供应商分别汇总流量包的反馈信息，并根据合同约定的数量确定标准和计算方式与对方进行包型、数量和金额的核对，经双方核对并确认差异处理方式后，公司分别取得客户/供应商确认的对账单，并以此作为收入、成本入账依据。

3、以举例方式说明短信业务和流量业务收入确认方式和时点、次月对账后相关收入的确认期间

（1）短信业务

公司短信业务的收入确认政策为：公司收到客户短信发送需求，经审核后将其提交到供应商进行发送，次月根据上月发送量、单价与客户对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

以下通过公司与阿里巴巴业务为例说明短信业务收入确认方式和时点：

根据公司与阿里巴巴签订的《无锡线上线下短信合同》中的相关约定，公司为阿里巴巴提供短信服务，由公司的业务人员在阿里巴巴指定的“阿里巴巴供应商门户”平台提交产品及价格信息，待阿里巴巴商务人员审批通过后，平台的产品和价格信息生效；公司业务人员每月前 5 个工作日内发送上月账单明细，阿里巴巴在收到公司对账单的 3 个工作日内以邮件或其他形式回复对账单结果。在短信网关无故障的情况下，双方误差在 3%以内的，双方将以数据少的为准；误差超过 3%的，由公司提供日账单，由双方技术人员核查并协商确认对于误差的承担比例。公司根据与阿里巴巴确认后的对账数据在对账当月确认收入。

公司与阿里巴巴 2018 年 11 月份、12 月份销售业务情况如下：

单位：万元

业务发生期间	客户账单	公司账单	差异率	处理方式	对账确认月份	确认收入月份
2018 年 11 月	1,454.74	1,455.34	0.04%	入账金额 1,454.74 万元	2018 年 12 月	2018 年 12 月
2018 年 12 月	878.85	879.07	0.03%	入账金额 878.85 万元	2019 年 1 月	2019 年 1 月

注：上述账单数据均为含税金额，阿里巴巴账单不包括支付宝、上海拉扎斯（饿了么）

公司与阿里巴巴 2018 年 11 月份账单系在 2018 年 12 月核对确认，相应收入在 2018 年 12 月份进行确认；同理，2018 年 12 月份账单系在 2019 年 1 月进行核对确认，相应收入在 2019 年 1 月进行确认，上述收入确认原则得到一贯执行。

（2）流量业务

公司流量业务的收入确认政策为：公司收到客户购买移动流量包的需求，将移动流量包提供给客户，次月与客户进行对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

以下通过公司与湖北趣佳科技有限公司（以下简称“湖北趣佳”）流量业务合作进行举例说明流量业务收入确认方式和时点：

根据公司与湖北趣佳签订的《虚拟产品充值服务合作协议》中的相关约定，公司为湖北趣佳提供在线流量充值服务，双方于每月 10 日前对上月实际产生的用户业务使用量及对应费用进行结算；结算时，以公司出具的账单数据为准；如对业务数据有异议的，双方数据差异少于万分之一的以公司数据为准，差异超过万分之一，湖北趣佳可提出对账复查，最终数据以运营商核心系统数据为准。公司根据与湖北趣佳确认后的对账数据在对账当月确认收入。

公司与湖北趣佳 2017 年 10 月份销售业务情况如下：

单位：万元

业务发生期间	客户账单	公司账单	差异率	处理方式	对账确认月份	确认收入月份
2017 年 10 月	847.82	847.82	0.00%	入账金额 847.82 万元	2017 年 11 月	2017 年 11 月

注：以上账单数据为含税金额

公司与湖北趣佳 2017 年 10 月业务在 2017 年 11 月进行核对确认，相应收入在 2017 年 11 月份进行确认。2017 年 10 月后，公司调整经营策略，专注于短信业务的发展，不再从事流量业务。

根据合同约定及行业惯例，通常以对账确认作为交易数量、金额确认及款项结算依据，因此出于谨慎性考虑，并参考同行业可比公司收入确认惯例，公司短信和流量业务收入在对账后根据双方确认的对账数据在对账当月确认收入。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司收入确认系经双方确认后的对账数据为准，客户确认对账单时点作为收入确认时点，次月对账后相关收入计入对账确认的当月。

4、以举例方式说明发行人与客户和供应商对账差异（包括约定范围内和超出约定范围的差异）的具体处理方式、主要合同中相关对账差异安排

分客户和供应商类型列举签订的合作协议中关于对账差异的具体处理方式及相关对账差异安排如下：

类型	合同约定安排		具体处理方式
客户	直客客户	华为软件技术有限公司：若双方对账数据误差在1%以上的，双方中任何一方才可以要求核对，若要求核对则需同时提供账单和详细数据。若双方的对账数据误差在1%以内，则按照华为的账单为准。 华为技术有限公司：若双方对账数据误差在 2%以上的，双方中任何一方才可以要求核对，若要求核对则需同时提供账单和详细数据。若双方的对账数据误差在2%以内，则按照华为的账单为准。	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。
	渠道客户	江西欣典：对账误差在 1%以内，以公司出具账单为准，误差超过 1%，双方再次核对明细或协商确定。	
供应商	电信运营商	无锡移动：结算以无锡移动计费系统提供的记录为准	一般以运营商账单为准
	第三方供应商	上海尔坤：双方数据核对后差异比例少于等于 2%的，以上海尔坤最终数据为准；差异比例大于 2%的，可协调复查。	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。

以下通过 2019 年 11 月对账差异进行举例说明：

单位：万元

单位名称	单位账单	公司账单	差异率	处理方式	最终确认账单数

单位名称	单位账单	公司账单	差异率	处理方式	最终确认账单数
华为	48.69	48.69	0.00%	以华为账单为准	48.69
江西欣典	328.35	328.35	0.00%	以公司账单为准	328.35
无锡移动	735.05	723.77	1.56%	以无锡移动账单为准	735.05
上海尔坤	1,085.72	1,100.71	-1.38%	以上海尔坤账单为准	1,085.72

注：以上数据均为含税金额

公司报告期内对账差异超出约定范围情形较少，以联动优势科技有限公司 2019 年 12 月份对账差异为例，说明对账差异超出约定范围的处理安排：

单位：万元

客户名称	客户账单	公司账单	差异率	处理方式	最终确认账单数
联动优势科技有限公司	69.46	70.10	0.92%	差异率超过合同约定的 5‰，双方重新核对，明确原因后并按实际情况进行处理	69.46

注：以上数据为含税数

公司与联动优势科技有限公司 2019 年 12 月份对账单条数差异 20 多万条，差异率超过合同约定的 5‰；双方经过技术排查后，商定对 2019 年 12 月份以联动优势科技有限公司数据为准进行确认结算。

公司与客户和供应商的合同中对相关对账差异安排进行了约定，对账单差异处理方式与合同约定安排一致。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司与客户的合同中具体约定了对账差异安排，实际对账差异处理与合同约定一致，公司的收入确认时点符合准则相关规定。

5、发行人收入确认具体时点和对账差异安排与同行业上市公司对比情况

报告期内，公司收入确认具体时点与同行业上市公司基本保持一致，具体如下：

同行业可比公司	业务类型	收入确认时点
梦网集团（002123）	短信业务	向集团客户发出结算通知并核对后确认收入
中嘉博创（000889）	短信业务	提交到移动通信运营商平台后确认收入
银之杰（300085）	短信业务	向客户发出结算通知，待客户核对后确认收入
吴通控股（300292）	短信业务	向客户发出结算通知，待客户核对后确认收入
京天利（300399）	短信业务	公司收到结算通知并核对无误后确认收入

同行业可比公司	业务类型	收入确认时点
线上线下	短信业务	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

注：同行业可比上市公司未单独披露流量业务的收入确认政策，公司的流量业务销售金额较小，对公司盈利不构成重大影响

根据梦网集团《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（修订稿）》披露：“梦网科技以 BOSS 系统生成的业务统计表所记录的实际提供的服务量为基础，根据与客户业务合作协议中约定的移动信息产品服务价格计算出应向客户收取的服务收入，在次月上旬直接与客户进行对账并确认无误后确认收入”。经对比，与公司收入确认具体时点一致。

经检索同行业公开披露信息，同行业上市公司中未见对对账差异安排进行披露，但同行业可比上市公司主要“以客户核对后确认收入”，收入确认时点、方式与公司具有一致性。由于公司对账差异安排均按合同约定方式执行，且根据同行业可比上市公司的公开信息，其客户与公司客户存在一定的重合，根据行业惯例及相关条款约定合理认为公司和客户之间的对账差异安排与同行业可比公司不存在重大差异。

公司按双方对账确认作为确认收入的时点具有谨慎性，且与同行业可比上市公司确认方法基本一致，报告期内公司收入确认原则和时点得到一贯执行。报告期内，假设公司按当期发送并当期确认收入进行测算，对公司毛利额的影响分别为 10.17%、-1.62%、-1.72%和 0.29%，由于报告期初公司业务规模较小，2017 年比 2016 年收入增长较快，因此 2017 年影响为 10.17%，随着公司的业务发展扩大，2018 年以后对公司总体经营成果影响较小。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司收入确认具体时点与同行业可比公司基本保持一致，对账差异安排与同行业可比公司不存在重大差异，符合行业惯例。

（五）发行人短信业务与流量业务的区别和联系

短信业务与流量业务均是公司依托自主研发的业务平台，通过对电信运营商的通信资源的整合，为客户提供安全、有效、及时的移动信息服务。

短信业务与流量业务不同之处在于：

1、短信产品时效性较高，在通讯信号覆盖的前提下，只要手机正常使用即可接收短信，而流量使用一般需要依赖智能手机 APP 的安装以及状态开启；

2、企业短信由运营商通过通信网络发送；

3、流量应用场景更为广泛，当前企业短信的内容主要呈现为文字或视频形式，而流量将移动信息服务形式扩展至图片、动画、音频和视频等多媒体内容，使用范围扩大。

（六）发行人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

公司在经营过程中不涉及工业废水、废气、废渣等环境污染物。

（七）发行人的创新、创造、创意特征

公司技术水平与服务模式的创新主要来源于对行业特征和客户需求的深入理解，以及对移动信息服务行业相关技术的开发实践与经验积累。报告期内，发行人已经形成了一支专业、稳定并且专注于移动信息服务行业的技术团队，开发了集高效性、稳定性、安全性及智能化于一体的第三代企业短信发送平台。公司业务与技术的创新性主要体现于公司移动信息发送平台集成的先进通信技术、因客制宜的创新运营模式以及为客户提供的安全、有效、及时的企业短信服务方案。

（八）发行人的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、科技创新

公司在移动信息服务平台的升级开发中秉承“技术驱动服务”的理念，充分考虑平台兼容性以及数据传输效率等因素，通过科技创新提升了移动信息服务平台的高效性、稳定性、安全性及智能化。公司自主研发了分布式消息队列服务、高效预写式日志系统、优先处理短消息技术等多项核心技术，使得公司得以通过数据网格和服务网格构建打造适配自身业务的短信发送平台，在信息的接收、审核及发送等信息流关键环节实现了测试预警、分布式搜索、数据可视化等多样化功能。与此同时，凭借自身的技术创新成果，公司解决了系统平台缓存数据重复消费、服务器奔溃后数据丢失、数据记录查询延迟、大规模多协议并发连接负载等业务与技术难题。

未来，公司将立足于已有的技术成果，紧盯行业技术新趋势、健全技术研发新机制、推进在研项目新突破，继续构建、积累公司在移动信息服务行业的优势。

2、模式创新

随着公司客户数量的增加以及新经济业态的丰富，公司制定并实行了聚焦下游标杆企业的拓客模式、差异化的客户服务模式、全流程的运营服务模式等模式。基于上述业

务模式及自身优质的服务，公司与第三方支付、云服务、电商零售、即时配送等众多下游行业的标杆企业建立了业务合作关系，并为部分客户提供了个性化技术方案、点对点专属运营等全方位服务，在提高客户需求匹配度与运营服务效率的同时，保证了客户体验效果，进而为后续业务规模的快速增长、技术实力的迭代提升以及市场美誉度的提高奠定了基础。

3、业态创新和新旧产业融合情况

近年来，随着移动通信技术的日趋成熟、移动通信基础设施的逐步完善以及移动终端设备的广泛普及，移动信息服务作为连接企业与用户、线上业态与线下业态的双重桥梁，已经被广泛应用于新旧产业链各类企业的日常运营管理之中。出于维护市场地位、提升用户体验、提高沟通效率以及维护客户关系等目的，新经济企业以及转型升级的传统企业对于移动信息服务的需求将持续保持。报告期内，凭借自身安全、有效、及时的服务，公司下游客户范围覆盖了互联网应用、电子商务、快递物流、第三方支付、职场社交、教育、旅游、保险等新经济行业和传统行业。未来，受益于大数据、移动互联网、5G 等新一代信息技术的普及，公司将服务更多的新兴企业以及转型升级的传统企业，在新旧产业融合的进程中努力获得利润增长的动力与源泉。

（九）发行人的用户信息保护情况

发行人在开展业务的过程中，本身不涉及主动收集短信接收者个人信息，公司在数据传输及存储过程中实现信息访问控制，并通过技术手段防止了数据接触人员复制、导出数据信息，从而保证业务流程中接触相关信息的人员无法获取用户个人信息和商业秘密等用户数据；发行人的信息安全管理体系符合 GB/T22080-2016/ISO/IEC 27001：2013 标准，同时，发行人依据自身业务的实际情况制定了《员工手册》《网关信息安全管理规范》《信息安全管理制度》《技术部管理制度》《生产平台灾备与应急方案》《企业个人电脑和网络安全管理办法》《IT 信息系统灾难恢复作业指导书》《信息系统用户账号与角色权限管理规定》《保密制度》《保密具体措施说明》等防泄密和保障安全的内部管理制度，对数据防泄漏、网络安全管理、数据保密与数据安全管理、数据备份管理、防病毒管理等作出了详细规定。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人已建立完善防泄密和保障安全的内部管理制度，业务开展符合数据保护和网络安全等法律法规的规定，报告期内发行人不存

在违规泄露用户数据或用户隐私的情形。

一直以来，发行人在合同签订、内容审核、信息发送等业务环节制定并履行了保障终端用户权益的相关制度。公司在短信业务的开展过程中，已要求客户就其合法收集和使用用户信息以及向其用户发送短信是否征得短信接收方同意或是否经用户授权进行了保证，并确保手机终端用户可通过回复“TD”或“退订”等方式退订相关信息，符合《通信短信信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》等法律法规的相关要求。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：《通信短信信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》对发行人企业短信服务业务的影响较小；发行人已在招股说明书中进行相关风险提示。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所处行业的分类

依据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所在行业属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”大类中的细分领域“I65 软件和信息技术服务业”。根据国家统计局发布的《2017 年国民经济行业分类（GB/T4754—2017）》，公司所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”大类下的“移动电信服务”（I6312）子类。根据国家工业和信息化部发布的《电信业务分类目录（2015 年版）》，公司的主营业务属于“B2 第二类增值电信业务”下的“B25 信息服务业务”。

（二）发行人所处行业的管理体制及主要政策

1、发行人所处行业的主管部门及管理体制

公司所在的移动信息服务行业在受到国家职能部门管理的同时，受行业自律组织的指导，表现为行政监管与行业自律相结合的管理体制。其中，工业和信息化部、信息化和软件服务业司、各省区市通信管理局作为国家职能部门，对行业进行监督管理；中国通信企业协会、中国通信标准化协会作为行业自律组织，对行业运行进行规范化指导。

工业和信息化部：拟订并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；监测分析工业、通信业运行态势，统计并发布相关信息，进行预测预警和

信息引导，协调解决行业运行发展中的有关问题并提出政策建议；依法监督管理电信与信息服务市场，会同有关部门制定电信业务资费政策和标准并监督实施，负责通信资源的分配管理及国际协调等。

信息化和软件服务业司：统筹推进工业领域信息化发展；研究拟订信息化和工业化融合发展战略，提出政策建议；研究拟订工业信息安全和信息安全产业发展战略、规划、政策和标准；指导协调信息安全技术、产品研发及产业化；提出并组织实施软件和信息服务业行业规划、重点专项规划、产业政策、行业规范条件、技术规范和标准；推动信息服务业创新发展，组织推进信息技术服务工具、平台研发和产业化等。

各省区市通信管理局：依法对电信和互联网等信息通信服务实行监管。负责电信和互联网业务市场准入及设备进网管理，承担通信网码号、互联网域名和 IP 地址、网站备案、接入服务等基础管理及试办新业务备案管理职能，推进三网融合，监督管理电信和互联网市场竞争秩序、服务质量、互联互通、用户权益和个人信息保护，负责信息通信网络运行的监督管理，组织协调应急通信及重要通信保障等。

中国通信企业协会：根据国家有关政策和要求，结合通信发展实际，研究分析行业发展状况和趋势，为政府主管部门和企业提供建议和参考；承担通信行业管理与咨询服务，起草或参与制定行业标准，组织进行行业统计、从业人员资格认证和企业资质认证及年检；组织开展通信行业技术、业务、管理、法规等培训工作。

中国通信标准化协会：宣传国家标准化法律、法规和方针政策，向主管部门反映会员单位对通信标准工作的意见和要求；开展通信标准体系研究和技术调查，提出、修订通信标准项目建议；组织会员参与标准草案的起草、征求意见、协调、审查；组织开展通信技术标准的宣讲、咨询、服务及培训，推动通信标准的实施等。

2、发行人所处行业的主要政策

（1）行业主要法律、法规、规范性文件

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要法律法规	主要内容
1	2000.9	国务院	《中华人民共和国电信条例》（国务院令第 291 号）	规范电信市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益；对电信业务经营按照电信业务进行分类，分别对经营基础电信业务和增值电信业务规定条件和申请程序；明确电信网互联、电信资费、电信资源、电信服务、电信建设、电信安全、罚则等方面的具体

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要法律法规	主要内容
				内容。
2	2004.4	信息产业部	《关于规范短信息服务有关问题的通知》（信部电[2004]136 号）	维护广大电信用户的合法权益，保障短信息服务业务的健康有序发展。在市场准入、业务宣传、订制申请、服务提供、方便退订、收费透明化、处理投诉、违规处罚等多个环节，进行具体要求，规范短信服务市场。
3	2005.4	信息产业部	《电信服务规范》（信息产业部令第 36 号）	保证电信服务和监管工作的系统化和规范化，对固定网本地及国内长途电话业务、数字蜂窝移动通信业务、因特网及其他数据通信业务、IP 电话业务、无线寻呼业务、信息服务业务、甚小口径终端地球站通信业务、通信设施服务业务等做出规定。
4	2005.9	信息产业部	《关于进一步加强移动通信网路不良信息传播治理的通知》（信部电[2005]456 号）	要求移动信息服务业务经营者承担起信息安全管理责任，加强对所经营信息服务业务的管理，并认真组织、开展不良信息传播治理的自查自纠活动。
5	2005.10	公安部、工信部、中国银监会	《关于依法开展治理手机违法短信息有关工作的通知》（公通字［2005］77 号）	旨在集中治理人民群众接触多、反映强烈的诈骗、骚扰和色情类违法短信息，明确发送违法短信息的五大类行为，建立发现机制、研判机制、查处机制、保障机制、宣传机制等各部门间的协作机制。
6	2006.6	信息产业部	《信息产业部关于调整和统一短消息类服务接入代码的通告》（信部电[2006]393 号）	在全国范围内开展调整和统一短消息类服务接入代码工作，规定调整后，短消息类服务提供者在不同基础电信运营商网络上使用统一“106”号段的号码，明确调整期间服务接入代码的申请和分配原则等事项。
7	2006.7	信息产业部	《短消息类服务接入代码申请、分配、使用与收回管理办法》	明确短消息类服务接入代码的申请、分配、使用与收回等具体内容。
8	2006.7	信息产业部	《短消息类服务接入代码编号规划》	具体明确我国公众电话网编号中“1061～1069”号段号码的编号原则及编号规划。
9	2007.4	信息产业部	《信息产业部关于下一阶段短消息服务接入代码调整和统一工作的通告》（信部电函[2007]175 号）	以维护和保障用户权益为宗旨，以维护 SP 代码调整平稳顺利实施为目标，充分发挥相关电信运营企业、SP 服务商、电信终端厂家等各方面的作用，对下一阶段 SP 代码调整工作做出总体部署。
10	2008.6	工信部	《关于开展垃圾短信息整治专项行动工作方案的通知》（信部电[2008]89 号）	通知旨在净化短信息服务环境，保护用户合法权益，指出清理规范的重点问题，确定具体工作措施，明确工作要求，确立时间安排。
11	2009.1	工信部	《关于进一步深入开展垃圾信息专项治理活动的通知》（工信部电管[2009]33 号）	重点加大对非端口类垃圾短信息、网间和省间垃圾短信息以及违法类短信息等突出问题的整治力度，确保治理工作持续开展，实现专项行动各项工作目标。
12	2009.3	工信部	《工业和信息化部行政许可实施办法》（工信部令第 2 号）	规范行政许可实施行为，保护公民、法人和其他组织的合法权益，对行政许可的申请、注销及被许可人的监督检查、行政处分等内容做出明确规定。
13	2012.3	工信部	《关于组织开展端口类短信群发业务清理整顿专项行动	确定清理整顿的范围主要为利用基础电信企业自有端口和行业类应用端口、信息服务经营者自有端口和个

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要法律法规	主要内容
			的通知》（工信部电管函[2012]126号）	人通信号码开展经营性群发垃圾短信的行为；部署相关工作安排，提出具体工作要求。
14	2012.12	全国人大	《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》	保护公民个人及法人的信息安全，确立网络身份管理制度，明确网络服务提供者的义务和责任、违法者应承担的法律责任，赋予政府主管部门必要的监管手段。
15	2013.4	工信部	《工业和信息化部关于深入治理垃圾信息专项行动的通知》（工信部电管函[2013]160号）	落实《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》，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；建立治理效果评估体系。
16	2013.7	工信部	《电信和互联网用户个人信息保护规定》（工信部令第24号）	明确电信业务经营者、互联网信息服务提供者收集、使用用户个人信息的规则和信息安全保障措施；具体规定了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、代理商管理制度、安全保障制度、监察检查制度等内容。
17	2014.9	工信部	《电信网码号资源管理办法》（工信部令第28号，2014年工业和信息化部令第28号修正）	明确电信主管部门管理的码号资源范围，对码号资源的使用，码号资源的申请、分配、使用、调整等做出具体规定。
18	2015.5	工信部	《通信短信服务管理规定》（工信部令第31号）	从短信息服务规范、商业性短信息管理、用户投诉和举报、电信管理机构对短信息服务活动的监督检查、法律责任等方面，规范通信短信息服务行为，维护用户的合法权益。
19	2017.7	工信部	《电信业务经营许可管理办法》（工信部令第42号）	加强电信业务经营许可管理，对电信业务经营许可证的申请、审批、使用和管理做出规定，规范电信业务经营者的经营行为，明确相关法律责任。
20	2020.8	工信部	《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》	较《通信短信服务管理规定》新增了语音呼叫相关内容，进一步明确了短信息服务提供者、语音呼叫服务提供者、基础电信业务经营者、移动通信转售业务经营者的法律责任。

（2）行业主要政策、规划

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要政策、规划	主要内容
1	2011.12	国务院	《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》（国办发[2011]58 号）	将“信息技术服务”列入要重点推进、加快发展的八个高技术服务领域之一，指出要提高信息系统咨询设计、运营维护等服务水平，加强面向行业应用的系统解决方案，并充分发挥现有信息网络基础设施的作用，依托宽带光纤、新一代移动通信网等信息基础设施建设，大力发展网络信息服务和三网融合业务，着力推进网络技术和业务创新，培育基于移动互联网、物联网等新技术、新模式、新业态的信息服务。
2	2012.4	工信部	《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》	将新兴信息技术服务作为发展重点之一，明确指出将依托新一代移动通信、下一代互联网、数字广播电视网、卫星导航通信系统等信息基础设施，大力发展数字互动娱乐、数字媒体、数字出版、移动支付、位置服务、社交网络服务等基于网络的信息服务。加快培育下一代互联网、移动互联网、物联网等环境下的新兴服务业态，着力推进云计算等业务创新和服务模式创新。
3	2012.5	工信部	《通信业“十二五”发展规划》	将“全面深化信息服务应用”列为发展重点，提出：要积极推动信息通信技术与传统工业技术、生产制造、经营管理流程和企业组织模式深度融合，面向工、农业生产和商贸流通等重点行业和企业，以及工业园区、产业集群的发展需要，打造网络化公共信息服务平台，发展集成化行业信息化解决方案。面向广大中小企业，大力发展经济实用、安全免维护的“一站式”企业信息化解决方案等服务。助力政府管理水平提升，推动电子政务建设，支撑政府管理与公共服务，维护社会稳定。
4	2013.8	国务院	《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发[2013]32 号）	要求加强信息基础设施建设，加快信息产业优化升级，大力丰富信息消费内容，提高信息网络安全保障能力，建立促进信息消费持续稳定增长的长效机制。
5	2016.3	国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	纲要提出针对信息通信业，要实施网络强国战略，加快建设数字中国，推动信息技术与经济社会发展深度融合，加快推动信息经济发展壮大；构建高效的信息网络、发展现代互联网产业体系、实施国家大数据战略、强化信息安全保障；构建高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施，推进信息网络技术广泛运用，形成万物互联、人机交互、天地一体的网络空间。

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要政策、规划	主要内容
6	2016.7	中共中央办公厅、国务院办公室	《国家信息化发展战略纲要》	纲要指出要积极争取并巩固新一代移动通信、下一代互联网等领域全球领先地位，着力构筑移动互联网、云计算、大数据、物联网等领域比较优势。并制定目标：到 2020 年，第三代移动通信（3G）、第四代移动通信（4G）网络覆盖城乡，第五代移动通信（5G）技术研发和标准取得突破性进展；到 2025 年，新一代信息通信技术得到及时应用，实现我国技术先进、产业发达、应用领先、网络安全坚不可摧的战略目标。
7	2016.11	国务院	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	规划对“十三五”期间我国战略新兴产业发展目标、重点任务、政策措施等作出全面部署安排。要求深化电信体制改革，全面推进三网融合，进一步放开基础电信领域竞争新业务，放宽融合性产品和服务的市场准入限制，推进国有电信企业混合所有制试点工作。
8	2016.12	国务院	《“十三五”国家信息化规划》	提出加快开放社会资本进入基础电信领域竞争性业务，形成基础设施共建共享，业务服务相互竞争的市场格局；健全并强化竞争性制度和政策，放宽融合性产品和服务准入限制，逐步消除新技术、新业务进入传统领域的壁垒，最大限度激发微观活力；建立网信领域市场主体准入前信用承诺制度，推动电信和互联网等行业外资准入改革。
9	2017.1	工信部	《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020年）》	提出进一步激活软件和信息技术服务业市场主体、提升产业层级，以强化科技创新引领作用，推进供给侧结构性改革，推进大众创业万众创新，推动服务业优质高效发展；对提升产业自主创新和生态构建能力、支撑制造业转型升级和“互联网+”、驱动信息消费发展、培育壮大新兴领域等方面进行了总体部署和细化安排。
10	2017.1	工信部	《信息通信行业发展规划（2016-2020年）》	规划旨在全面构建新一代国家信息通信基础设施，有效推动宽带网络提速降费，全面推动物联网产业健康有序发展。同时，提出了“完善基础设施”、“创新服务应用”、“加强行业管理”、“强化安全保障”四个发展重点，明确了加快推进法治建设、营造多方参与环境、加大政策支持力度、加强专业人才培养、做好规划落地实施等 5 个方面的保障措施，是指导信息通信业未来五年发展的重要依据。

编号	颁布时间	颁发机构	行业主要政策、规划	主要内容
11	2018.8	工信部、国家发改委	《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》	提出强化信息消费对推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革的重要作用，以深入推进供给侧结构性改革，加快提升产业供给能力为突破口，以优化信息消费环境为保障，深化信息技术融合创新应用，打造信息消费升级版，推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革。

3、行业管理体制及行业政策对发行人的影响

我国相关法律、法规及相关行业的监管体制对行业内企业的规范运作、资质认证方面提出了较高的要求，该行业具有一定的进入壁垒。如果行业内企业不能够满足相关要求，则会面临被相关部门处罚的风险。公司需要不断加强在上述方面的管理，以满足相关要求，保证生产经营的正常进行。

4、新制定或修订、预期近期出台的法律法规、行业政策对发行人的影响

报告期初以来，新制定或修订的法律法规包括《电信业务经营许可管理办法》（工信部令第 42 号），行业政策包括《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）》和《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》等，对于发行人具有政策性利好。未来，具备全面、稳定、高效的业务平台，符合监管要求、紧跟政策导向，同时能够满足客户多元化需求的移动信息服务提供商将在行业竞争格局中占据优势地位。此外，未来《通信短信息和语音呼叫服务管理规定》的落地与实施，将引导移动信息服务行业进一步健康发展，发行人所在的行业监管环境将得到持续完善。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：除个别新增监管要求事项待《管理规定（征求意见稿）》正式实施后遵照执行外，发行人报告期内已开展的短信业务能够基本符合《管理规定（征求意见稿）》的相关要求；待《管理规定（征求意见稿）》正式生效，或对发行人营销类短信业务及经营业绩造成不利影响，但对发行人持续经营能力不构成重大不利影响；发行人在招股说明书的风险揭示中称“《意见稿》对于发行人企业短信服务业务的影响较小”的披露是系发行人基于对其未来整体短信业务的收入、毛利额等财务指标变化情况的估算与营销类短信未来发展的分析，具有合理性。

（三）发行人所处行业的发展状况与发展趋势

1、移动信息服务行业概述

现代移动信息服务是指基于无线信息网络，并结合移动通信技术与信息技术，满足移动场景下用户需求的一系列信息服务，是信息服务的组成部分。 近年来，随着通信技术的快速发展、移动通信网络的不断升级以及移动终端智能化水平的快速提升，移动信息服务已逐渐深入人们学习、工作、生活的各个领域。与此同时，在用户需求与技术创新的协同推动下，移动信息服务的服务模式日趋丰富，应用场景日益广泛，目前已延伸至金融、互联网、电子商务、商贸零售、快递物流、公共服务等多个领域。 与固定信息服务相比，移动信息服务更注重服务的即时性、互动性、主动性、协同性以及服务的个性化等方面。

2、移动信息服务行业发展历程

早期的移动信息服务主要为无线广播电台、流动售报、图书馆流动服务等，其传播方式简单，技术含量较低，主要通过传统无线电、机械技术或人工操作来实现。

上世纪 90 年代，随着第二代通信技术—GSM（Global System for Mobile Communication）技术的推广与普及，移动信息服务开始进入移动通信网络时代。 1992 年，世界上第一条短信在英国沃尔丰的 GSM 网络上通过台式电脑向移动电话发送成功，这标志着短信服务开始成为移动信息服务领域的一项重要应用。 由此，用户可以通过移动终端发送、接收文字或数字形式的移动信息，同时短信快捷、稳定、准确的特点也促进了移动信息服务行业的进一步发展。

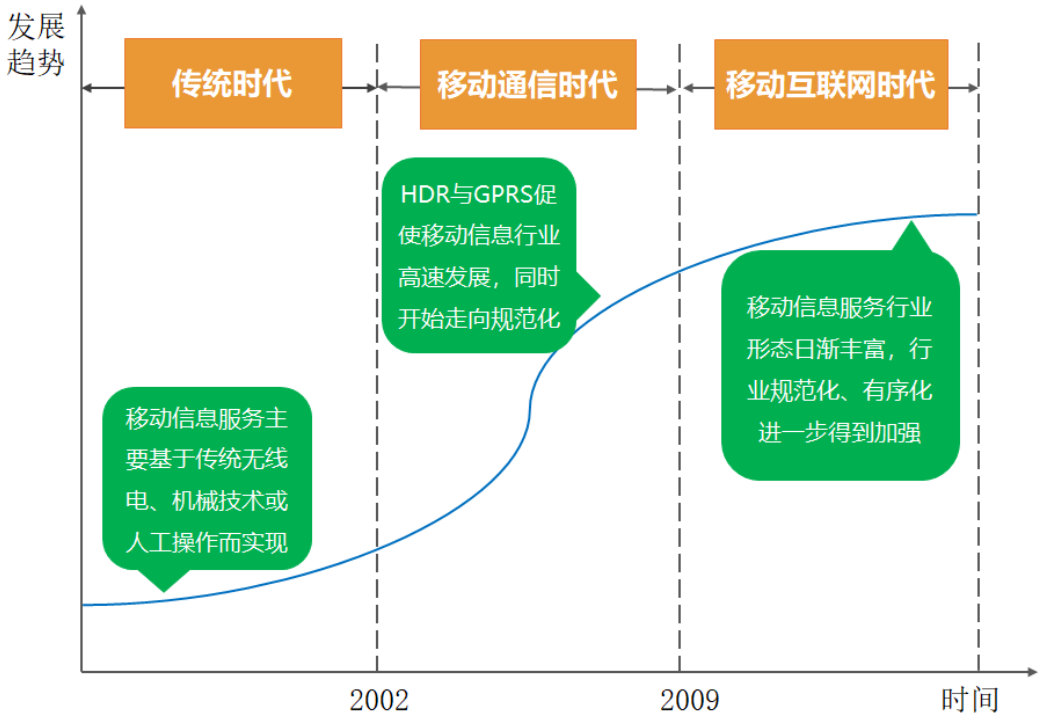
此后，随着高速数据传输技术以及通用分组无线服务技术等多项技术的投入使用，移动信息服务形式也逐步扩展至图片、动画、音频和视频等多媒体内容。期间，基于移动通信网络的短信、彩信、语音等移动信息服务方式因其操作方便、成本低廉等优点，越来越被个人和企业用户广泛采用。

在 2003-2008 年期间，我国移动短信业务发展迅速，一举成为移动数据增值业务的第一大支柱，2008 年移动短信业务量达到 6,996.90 亿条，六年平均增长率达 51.3%。但与此同时，由于被屡屡滥用，一些含有违法有害、虚假诱骗、低级庸俗以及垃圾广告等内容的短信也日益泛滥，不但妨碍了人们的正常工作和生活，而且扰乱了社会秩序，影响了移动信息市场的健康发展。 因此，工信部于 2008 年 6 月出台《关于开展垃圾短信息整治专项行动工作方案的通知》，在全国范围内开展垃圾短信息整治专项行动，整治

内容包括整改行业类应用等短信息端口、清理规范 SP 短信息群发平台、联动处理网间垃圾短信息的情况、梳理规范违规短信息资费套餐等。 根据工信部的统计，2008 年组织开展的垃圾短信专项治理行动共关闭 1.4 万个垃圾短信群发端口、查处 300 多家严重违规企业，工作成效显著。 由此，我国移动信息服务行业开始迈向规范化发展。

2009 年 1 月，中国移动、中国联通、中国电信分别获得了工信部发放的 3G 牌照，这标志着我国正式进入 3G 时代，也标志着我国移动互联网的时代全面到来。在移动通信和互联网融合形成的新兴产业形态下，QQ、微信、Line 等即时通信应用随着我国 3G 和 4G 基础设施建设的完善与移动智能终端的普及开始被个人用户广泛使用，移动信息服务行业形态日渐丰富，行业发展进入新阶段。此外，工信部分别于 2012 年 3 月、2013 年 4 月颁布《关于组织开展端口类短信群发业务清理整顿专项行动的通知》、《工业和信息化部关于深入治理垃圾信息专项行动的通知》以开展大规模的垃圾短信治理活动，移动信息服务行业发展的规范化、有序化、绿色化进一步得到加强。

2014 年后，3G/4G 的广泛覆盖为企业移动应用场景的井喷式发展提供了优渥的土壤。众多企业纷纷搭建基于移动端的应用，并鼓励消费者采用移动应用方式与企业进行经济活动，企业短信在部分场景下代替前端业务人员及客户服务人员，成为了企业与用户之间重要的沟通、认证渠道。受其影响，一方面，个人用户对于短信的需求有所减弱，全国个人点对点短信发送量呈现逐年下降趋势；另一方面，即时通信应用对企业短信业务影响较小，企业在新经济业态下越来越注重通过短信管理、沟通、服务客户，我国企业短信发送量自 2014 年开始呈持续上升态势。



3、发行人所处行业的发展趋势

目前，我国移动信息服务行业的相关技术水平已经较为成熟，相应的法规制度也日臻完善。就发行人所处的核心细分行业，即企业短信行业而言，社会经济环境的变化，尤其是技术和应用场景的大量增加，将进一步增加对企业短信的需求。

2018 年，全球 5G 标准进一步落地完善，标志着应用 5G 即第五代通讯技术的通讯产品及基础设施建设将会逐步铺开。5G 时代下，移动信息服务行业将会呈现更加良性的发展趋势：企业移动应用对身份识别及基础验证的刚性需求依然存在，而 5G 的产生将会进一步带动经济活动入网，增加线上交易应用场景，从而使得对企业短信的绝对需求量增大，电信运营商的刚性实名制要求将使企业短信保有其在交易应用场景下的稳固地位；5G 的高传输效率将带来传输内容的大幅度提升，包含即时消息推送、图像音视频、文件共享、LBS 信息的企业短信将大大降低成本，体现出更高效的性价比，成为重要的营销手段；此外，电信运营商亦在不断探索企业短信的应用可能性，信息通讯技术的整体发展将进一步提升企业短信的拓展性和交互性。

未来，随着信息技术与经济社会发展的深度融合，我国各行各业的信息化程度也将更加深入，信息消费市场整体容量也将进一步扩大，从而推动整个信息经济的发展壮大。同时，我国信息经济的发展壮大也将带动移动信息服务相关产业的转型升级，从而带来

技术变革与更丰富的应用场景。

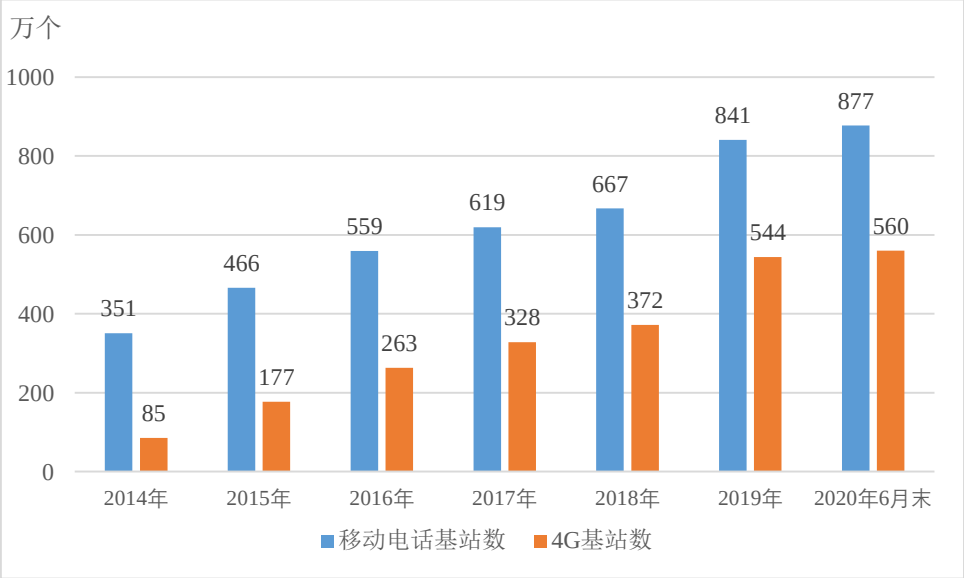
（四）发行人所处行业供求状况

1、我国移动信息服务市场发展状况

（1）基础设施投入规模

近年来，随着我国移动通信行业的快速发展，电信业固定资产投资规模总体呈现增长态势，移动通信基础设施的大力投入为移动信息服务的发展奠定了牢固基础。2019年，全国净增移动电话基站174万个，总数达841万个，其中4G基站总数达到544万个，5G网络建设顺利推进，在多个城市已实现5G网络的重点市区室外的连续覆盖，并协助各地方政府在展览会、重要场所、重点商圈、机场等区域实现室内覆盖；截止2020年6月末，全国移动电话基站总数达877万个，其中4G基站总数达到560万个。2014-2020年6月末我国移动电话基站发展情况如下图所示：

我国移动电话基站发展情况



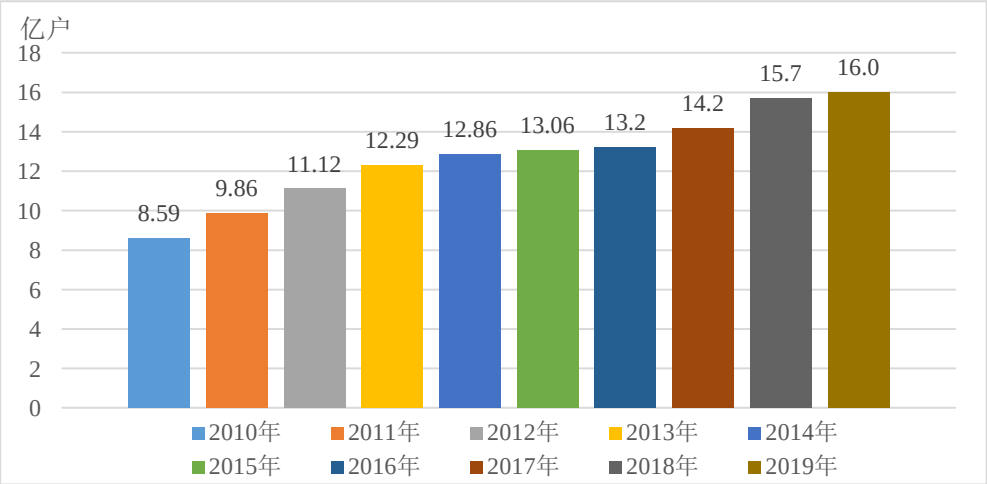
数据来源：工信部

（2）移动设备用户规模

随着国民经济的发展，人民生活水平日益提高，加之我国手机生产技术水平的提升，移动电话成为了人们接受移动信息服务的主要工具。根据工信部统计，我国移动电话用户持续增加，2018年我国移动电话用户净增14,861万户，总数达15.7亿户；2019年我国移动电话用户总数达16亿户。

移动终端渗透的逐渐深入和移动基站的持续增长，促成了更多信息需求，也创造了更多的移动信息服务的应用场景，移动信息服务行业受益于大环境的发展，得到了持续的增长。其中，2010-2019 年我国移动电话用户数情况如下图所示：

我国移动电话用户数情况

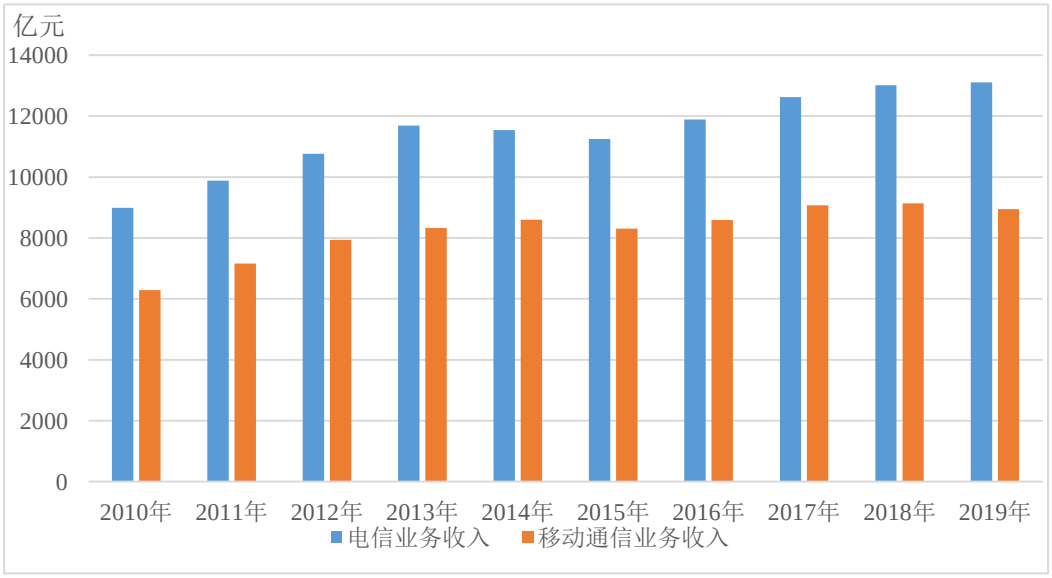


数据来源：工信部

（3）电信业务收入规模

移动通信业务是现代移动信息服务领域的重要组成部分。根据工信部数据，我国 2019 年电信业务收入达到 1.31 万亿元，同比增长 0.8%；其中，移动通信业务实现收入 8,942 亿元，占电信业务收入的比重为 68.2%。2020 年上半年，我国电信业务收入累计完成 6,927 亿元，同比增长 3.2%。总体而言，近年来我国电信业务收入、移动通信业务收入呈稳定增长态势，体现了电信及移动通信市场容量的增长，将为移动信息服务行业创造更多的业务空间。2010-2019 年我国电信业务收入、移动通信业务收入情况如下图所示：

我国电信业务收入、移动通信业务收入情况

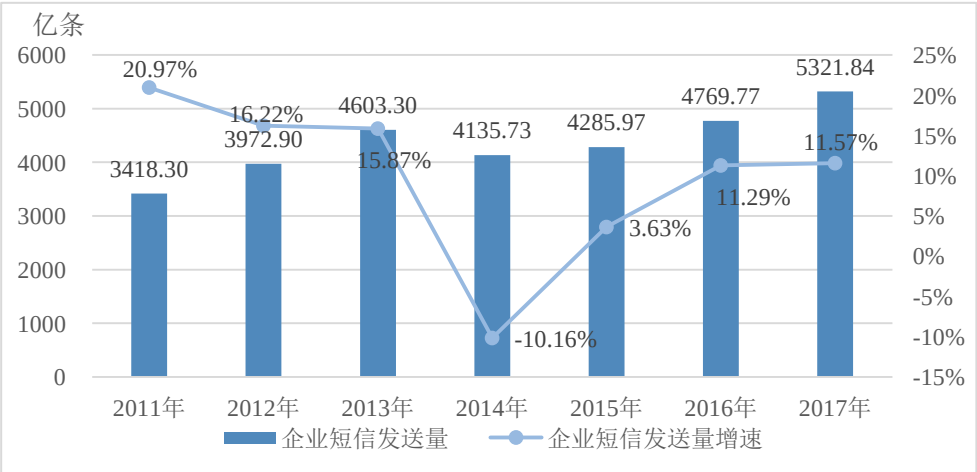


数据来源：工信部

（4）企业短信规模

企业短信作为移动信息服务的主要形式，具有便捷性、稳定性与可靠性的特征。在短信市场规范化后，我国企业短信发送量与其占移动短信总体比例随着我国新经济业态的发展开始稳步增长。根据工信部公布的通信运营业统计公报显示，我国 2011 年-2017 年企业短信业务量不断上升，由 2011 年的 3,000 多亿条增长到了 2017 年的 5,000 多亿条；2017 年全国移动短信业务量为 6,644 亿条，其中企业短信的占比达到 80.1%。我国 2011-2017 年企业短信业务量及增长情况如下图所示：

我国 2011-2017 年企业短信业务量及增长情况



数据来源：工信部

注：2014 年企业短信发送增速下降较为明显，是由于 2013 年的相关垃圾短信清理政策，禁止、清除了不符合规范的垃圾短信所形成的发送量下降所致。

2018 年移动短信业务量比上年大幅增加 14%，网络登录和用户身份认证等安全相关服务不断渗透，大幅提升移动短信业务量，2019 年全国移动短信业务量比上年增长 37.5%，2020 年上半年全国移动短信业务量同比增长 24.3%，而这大部分来自于企业短信的贡献。未来，随着电子商务、物流快递、移动支付等为代表的新经济行业进一步发展，我国新兴企业的数量将不断增加，新兴企业数量的增长也将促进我国企业短信发送需求量进一步增长。

2、我国移动信息服务市场需求状况

新业态下的企业注重通过移动信息管理客户、沟通客户、服务客户并以此获取客户的评价及反馈，这将给企业移动信息服务市场带来大量包括动态验证码、通知提醒、会员营销等短信在内的即时通信需求。新业态的行业特别是金融、互联网、电子商务、快递物流等行业发展对移动信息服务市场起到了积极的促进作用。

（1）金融信息化对于移动信息服务的需求

随着我国金融信息化体系的日益完善、金融科技的迅猛发展，网上银行、手机银行、移动支付等新业态和新模式由之诞生，企业短信等移动信息服务被越来越多地用于金融领域。

近年来，我国经济体量快速扩增，金融制度日臻完善，金融业整体蓬勃发展的同时，行业信息化投入持续增加。以科技手段促进金融服务与管理创新，提高我国金融信息化水平，从而优化金融发展环境、保证我国金融体系安全高效运行，是我国新时期对于金融健康发展与深入改革提出的要求。根据中国人民银行印发的《中国金融业信息技术“十三五”发展规划》，我国“十三五”期间金融业信息技术工作的发展目标就包括金融信息基础设施达到国际领先水平、信息技术持续驱动金融创新等内容。

金融企业面对金融信息化体系下的多元场景，未来将形成更多的移动信息服务需求，移动信息服务行业将迎来更大的市场机会。

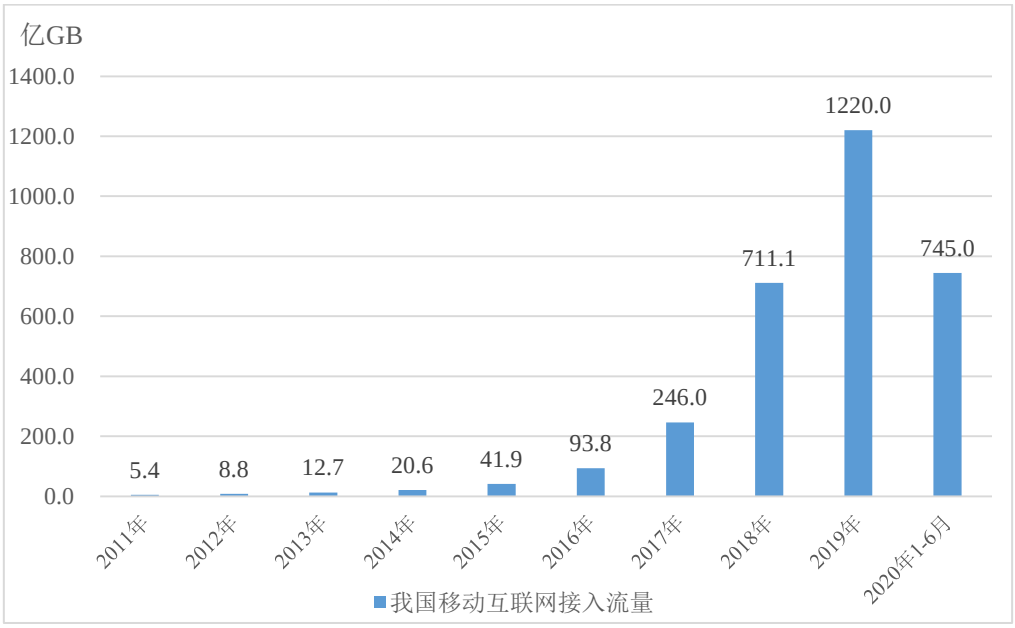
（2）互联网行业对于移动信息服务的需求

作为人与人之间沟通、连接线上与线下的信息桥梁，即时短信在短信验证码、信息推送等场景下的应用比例正随着互联网行业的发展而大幅提高。

我国互联网发展迅速，现如今已经成为影响我国经济社会发展、改变人民生活形态

的关键行业。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据，截至 2020 年 3 月，我国网民规模已达 9.04 亿，互联网普及率为 64.5%。手机网民规模达 8.97 亿，网民中使用手机上网的比例由 2008 年底的 39.5%提升至 99.3%。以互联网为代表的数字技术正在加速与我国经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。随着“互联网+”时代的到来，我国互联网基础资源进一步丰富，网站数量出现了迅猛的增长，APP 等智能应用数量也呈现出爆发式增加，截至 2020 年 6 月底，我国市场上监测到的 APP 为 359 万款；2020 年上半年移动互联网接入流量消费达到 745 亿 GB，同比增长 34.5%。其中，移动互联网接入流量如下图所示：

2011-2020 年 6 月我国移动互联网接入流量

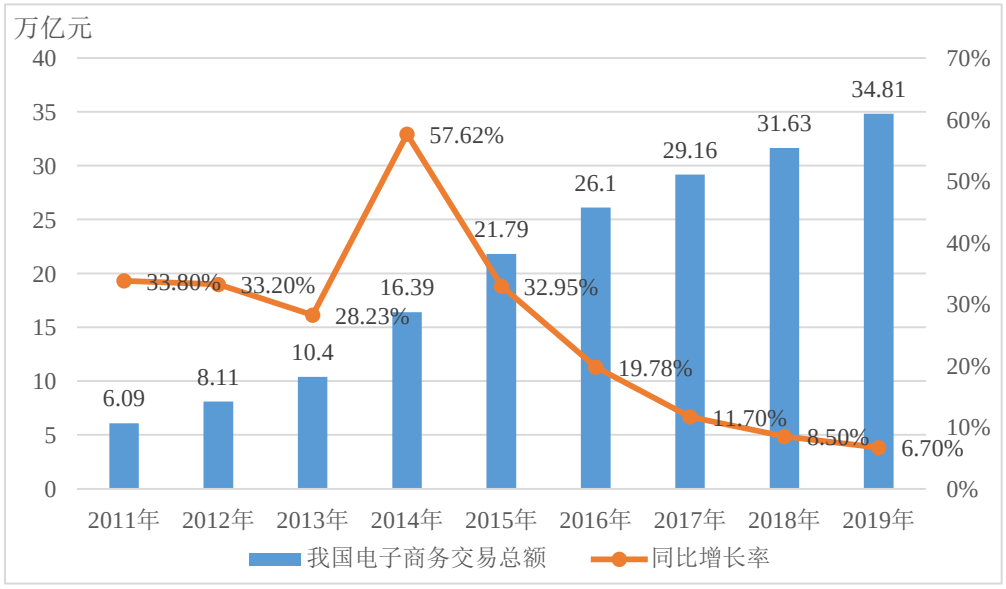


数据来源：工信部

（3）电子商务行业对于移动信息服务的需求

随着互联网基础设施的完善以及移动智能终端的应用和普及，近几年，我国电子商务行业发展迅猛，对社会经济的影响不断深入，已逐渐成为国家经济发展的新动力。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据显示，截至 2020 年 3 月，我国网络购物用户规模达到 7.10 亿，占网民整体的 78.6%，其中手机网络购物用户规模达到 7.07 亿，网民使用率占 78.9%。集信息流、资金流、物流于一体的电子商务平台使得企业、个人参与线上交易的程度持续加深，带动了我国电子商务市场规模稳健增长。目前，我国已经成为全球规模最大、发展速度最快的电子商务市场。2011-2019 年我国电子商务交易额及增长率如下图所示：

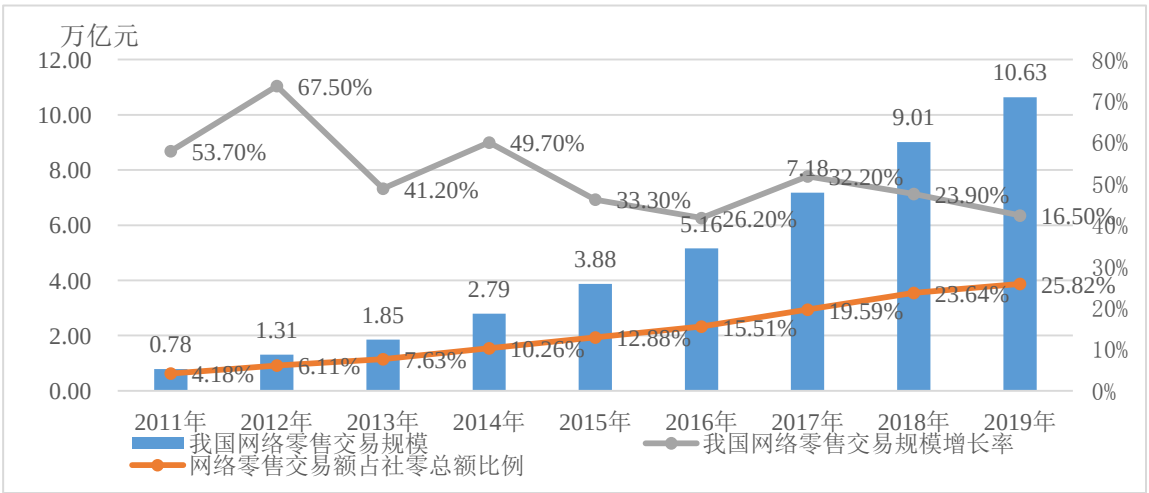
2011-2019 年我国电子商务交易额及增长率



数据来源：商务部《中国电子商务报告 2019》

另外，持续上升的网络购物用户数量和不断提高的购买力，推动了我国网络零售市场的持续升温。2019 年，我国网上零售交易额持续保持快速增长，全国网上零售交易额为 10.63 万亿元，同比增长 16.5%。2011-2019 年我国网络零售交易规模、增速及其占社会消费品零售总额比例如下图所示：

2011-2019 年我国网络零售交易规模、增速及其占社会消费品零售总额比例



数据来源：国家统计局、商务部《中国电子商务报告 2019》

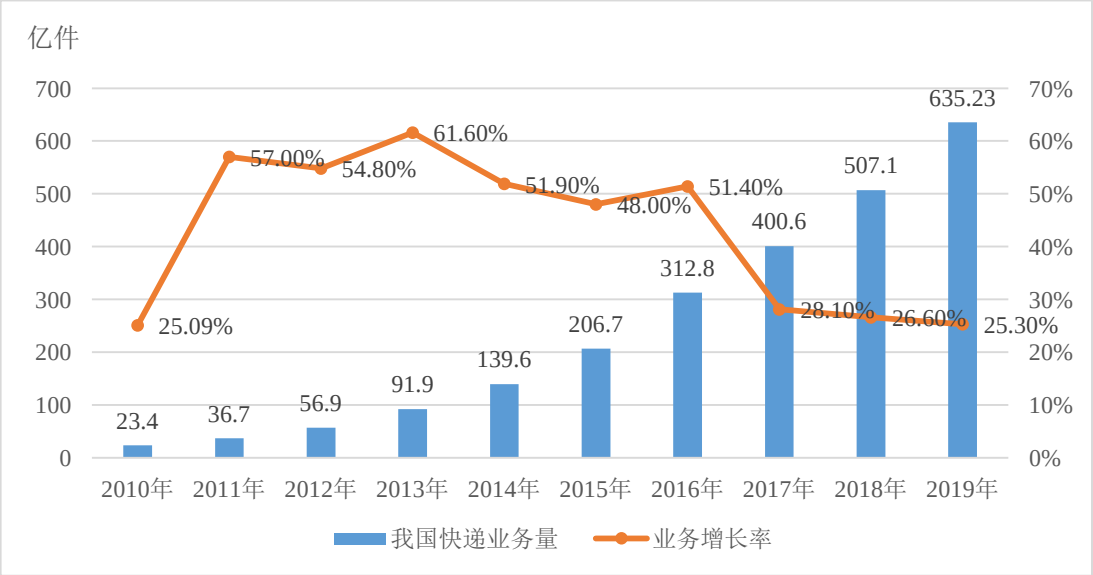
总体而言，我国电子商务行业发展势头良好，网络零售市场具备强劲的活力和增长潜力，在未来将进一步成为我国经济增长和新旧动能转换的关键动力。根据我国《电子商务“十三五”发展规划》，预计至 2020 年，我国电子商务交易额将同比“十二五”末翻一番，超过 40 万亿元，网络零售额将达到 10 万亿元左右。随着我国电子商务经济进

入规模发展阶段，更多的传统流通企业也开始开拓线上市场、转战线上平台，通过即时短信服务、管理客户已经成为电商企业吸引线上客流、进行会员营销、开展会员关怀的重要手段，因此，电子商务行业对于移动信息服务的需求将保持持续高增长。

（4）快递物流行业对于移动信息服务的需求

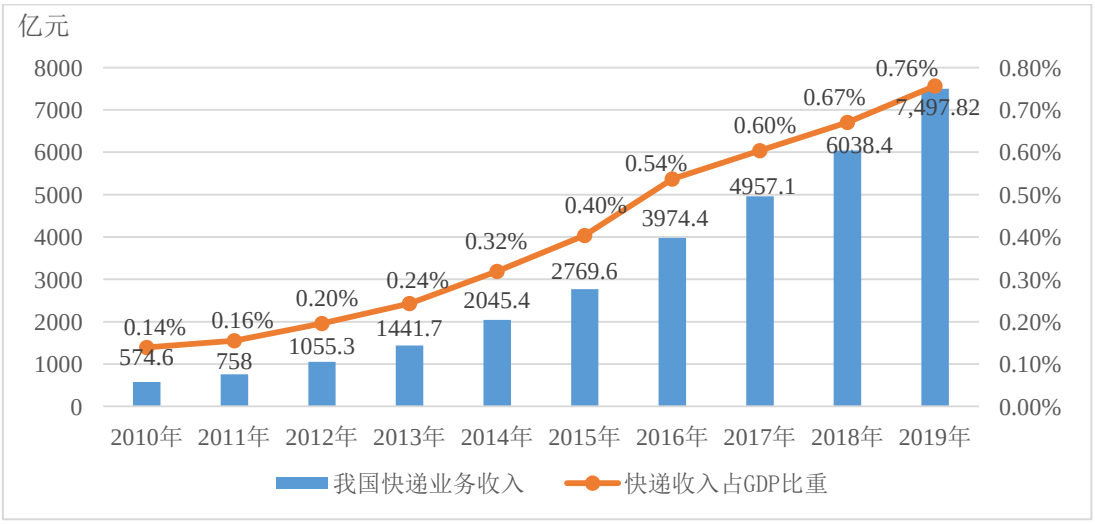
随着我国经济社会发展水平不断提高、产业结构的不断优化、电子商务行业的快速发展以及消费者消费行为习惯的转变，近年来我国快递行业发展迅猛。据国家邮政局的统计，2019 年我国快递业务量达到 635.23 亿件，同比增长 25.3%；同时，我国快递业务收入在 2019 年达到 7,497.82 亿元，同比增长 24.2%，占我国 GDP 比重的 0.76%，对国民经济贡献度持续增加。2020 年上半年我国快递业务量达到 338.8 亿件，同比增长 22.1%；同时，我国快递业务收入为 3,823.8 亿元，同比增长 12.6%。2010-2019 年我国快递业务量变动情况如下图所示：

2010-2019 年我国快递业务量变动情况



数据来源：国家邮政局

2010-2019 年我国快递业务收入变动情况及占 GDP 比重情况

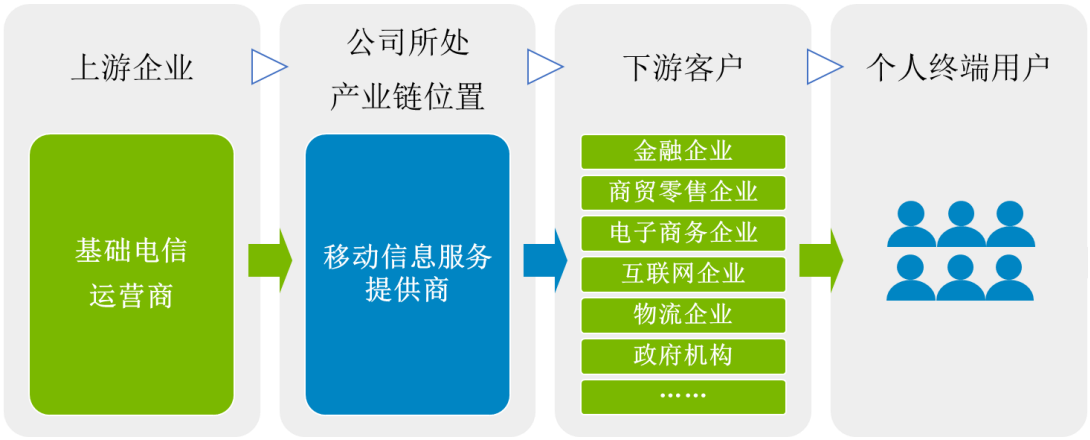


数据来源：国家统计局、国家邮政局

快递业作为“新经济”的代表，在拉动消费、促进生产的同时，也带动了消费者对于快递业相关衍生服务的需求。快递业务必须具备快速、安全、便捷的特点才能更好地吸引、服务客户，这与移动信息服务业务具有高度的一致性。而即时短信解决了消费者要求及时掌握商品派送信息、物件到达信息的痛点问题，例如，消费者可通过企业短信查询订单状态、获取发货通知、接收取件信息以及反馈服务评价等享受移动信息服务带来的便利。未来，我国快递物流行业的发展也将推动移动信息服务行业持续向好。

（五）发行人所处行业与上下游行业之间的关联性

发行人处于移动信息服务行业产业链的中端，作为移动信息服务提供商，其主要通过整合上游三大电信运营商的短信通信资源，并以自主开发的接口产品、后端处理平台、网关软件等为下游客户提供安全、快速、稳定的移动信息服务，其上下游关系示意图如下：



1、与上游行业之间的关系

公司作为移动信息服务提供商，其行业上游企业系电信运营商。一般而言，移动信息服务提供商通过 CMPP、HTTP 等协议与上游供应商平台完成技术参数的匹配对接，连接各省市电信运营商网关，并向其采购短信，在有短信发送需求时向上游供应商提交相应内容，最终由电信运营商向个人终端用户发送短信。移动信息服务提供商的短信采购单价与酬金等往往受到各省市电信运营商政策的影响，但是各省市电信运营商之间的竞争也为企业带来了更多的采购选择。

不同基础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。

2、与下游行业之间的关系

公司的下游客户分布较为广泛，主要包括具有移动信息服务需求的金融、互联网、电子商务、零售商贸、快递物流等行业的企业客户，下游行业的发展为移动信息服务行业提供了较为有利的市场支撑。移动信息服务提供商主要负责开发、接入具有即时通讯需求的企业客户，在严格审核短信内容后为企业客户发送即时短信。

报告期内，发行人的客户不存在指定短信发送运营商的情形。

（六）发行人所处行业主要特点

公司所处的移动信息服务行业经历了多年的发展，行业规模迅速增长，行业监管趋于成熟，并逐渐呈现出了一些符合行业发展的特性，具体情况如下：

1、服务产品不可替代性

近年来，随着微信、QQ 等 OTT 业务的兴起，移动信息服务提供商面临一定挑战，但即时短信业务与 OTT 业务具有不同的特征。就使用效果而言，即时短信服务具有及时、稳定、准确等特点，而 OTT 等即时通讯产品的信息接收则仍需要用户在使用智能终端的前提下主动下载、安装并保持应用信息开启状态，其渗透率和时效性相对即时短信较低。

此外，相对于微信、QQ 等主流即时通信产品，新经济业态下的企业对于通过即时短信进行手机号码绑定、会员管理、提醒通知、身份验证、交易确认、物流提醒等私密的重要信息服务需求较高。短信以及其所依附的基础电信业务，是目前大部分移动互联网应用进行用户实名认证的重要程序。得益于自身快捷、高效、易于理解的特性，用户

对于即时短信的需求属于刚性需求。

移动信息服务提供商的下游客户一般可通过微信、QQ 等主流即时通信产品的公众号或生活服务号向其已关注的会员发送信息，亦可由具备即时通信功能的自有 APP 产品向用户发送信息；但是，鉴于此类信息推送方式受终端用户通信软件使用频率、操作界面、网络信号等条件影响，往往在及时性、有效性、互动效果等方面不及企业短信。因此，新兴起的 OTT 业务目前无法完全满足客户的上述需求，无法对即时短信业务形成强大冲击。

尽管随着用户规模的增长，即时通信产品依托于云计算、人工智能等技术开始在企业日常运营管理等方面扮演重要角色；但是，发行人所处行业技术亦保持较快发展，目前主要体现在行业内企业依托于移动信息服务平台，结合自身技术水平而进行的系统智能化升级、功能多样化拓展、承载能力提升、模块兼容性优化、实时防御能力增强等方面。此外，随着大数据、人工智能、5G 等新技术的逐步落地，行业内领先企业在自动识别检测、通道智能调整、云端信息安全升级以及 5G 消息等领域的研究取得了一定进展。总体而言，行业内公司相关技术的进步，提升了行业整体技术水平，确保了下游客户在新业态下得以获得安全、有效、及时的企业短信服务，因此，短期内企业短信仍将继续保持相对优势，被即时通信产品替代的可能性较小。

经核查，保荐机构认为：在行业技术水平提升、下游客户需求明显、业务量持续增长以及不可替代性依旧具备的背景下，企业短信尚未出现被即时通信产品替代的明显迹象。

2、客户需求呈现多样性

随着移动信息技术应用的逐渐深入，移动互联网开始兴起，大量不同业务模式的企业开始不断涌现，特别是各种类型的 APP 产品开始呈现出爆发式的增长，这些新业务类型的企业对于移动信息服务提出了多样化的要求。在发送内容方面，这些类型的企业客户的需求包括会员营销、通知提醒、身份验证等多种类别；在技术方面，这些类型的企业客户对于移动信息传输的及时性、准确性、安全性以及双方平台的兼容性等方面提出了更高的要求。移动信息服务提供商能否针对不同客户的具体需求提供差异化的服务、根据客户需求及时更新和完善自身平台并提供相应的功能应用模块，成为其获得不同行业内企业客户认可的关键。

3、行业发展趋于规范

移动信息服务行业在发展的过程中，某些阶段发展速度过快，失去了控制，一些违背社会公序良俗、污染社会文化环境的垃圾短信出现在社会公众面前。

基于移动信息内容安全以及行业监管需求，工信部分别于 2008 年、2012-2013 年组织开展垃圾短信息整治专项行动以及端口类短信群发业务清理整顿专项行动，加强行业监管广度和深度，取得了显著成效。

行业主管部门与电信运营商的监管不断升级使得违规经营者、不规范的经营者被逐渐淘汰，行业环境得以净化，行业规范化程度不断提高，移动信息服务行业在监管部门强力监管下实现规范化发展。

4、市场份额进一步集中

随着行业法律法规的不断完善、主管部门相应监管的不断深入，移动信息服务行业对行业的新进入者具有较强的壁垒。一些技术力量不强，运营能力较弱的小型移动信息服务提供商将无法满足监管要求，逐渐被这个行业所淘汰，行业内的客户及供应商资源将向技术实力过硬、运营能力强的大型移动信息服务提供商汇聚。未来，这些具有核心竞争力的企业的市场份额将进一步扩大，移动信息服务行业经营集中度将进一步提升。

（七）发行人所处行业的技术水平

经过多年的高速发展，我国移动信息服务相关技术水平取得了长足的进步。其中，通信网络技术、LBS 定位技术、网关对接技术、信息展示技术、信息服务平台技术等技术的成熟应用保证了电信运营商、移动信息服务提供商、下游客户之间即时信息传输的有效性。另外，缓存技术的发展与应用提升了移动信息服务提供商的整体处理能力；异步数据处理技术则极大地提高了移动信息服务提供商短信发送平台的处理效率和响应速度；实时统计与分析技术则有助于移动信息服务提供商更好地进行数据分析和客户管理。

在未来，市场对于移动信息服务提供商功能平台的高效性、稳定性、安全性将会有更高的要求。另外，基于 5G 高速传输可快速发展的富媒体短信（RCS）、基于大数据与人工智能衍生而来的自动识别、调整与检测技术将成为行业技术发展的主要方向。

（八）发行人所处行业的利润水平

移动通信网络的建设和客户需求的不断丰富推动了我国移动信息服务市场迅速增长，快速发展的市场使得早期行业利润一直维持在较高水平。较高的利润水平吸引了更多竞争者的进入，市场竞争日益激烈。近年来，产品利润水平呈现较为稳定的趋势。

移动信息服务行业竞争模式将逐渐从价格主导转向技术和服务主导。随着移动信息服务行业的不断发展，该行业将向高质量、高效率、一体化方向发展。一方面，市场将逐渐吸引越来越多的参与者进入其中；另一方面，不具备核心竞争力的企业将被淘汰出局。未来，能够以自身技术保证稳定高质量服务、具备客户开拓维护能力以及丰富运营经验的移动信息服务提供商将脱颖而出，凭借其优势分享行业利润。

（九）进入发行人所处行业的主要障碍

1、行业准入壁垒

移动信息服务提供商首先需具备从事电信增值业务的经营许可资质，须遵守《中华人民共和国电信条例》（国务院令第 291 号）和《电信业务经营许可管理办法》（工信部令第 5 号）等相关法律法规。

根据《中华人民共和国电信条例》，我国对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。其中，经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个及两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，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》。

根据《电信业务经营许可管理办法》的要求，申请经营增值电信业务的企业，应当具备有为用户提供长期服务的信誉或者能力、有必要的场地、设施及技术方案、公司及其主要出资者和主要经营管理人员三年内无违反电信监督管理制度的违法记录等条件。

就行业准入壁垒而言，发行人取得的《增值电信业务经营许可证》及《电信网码号资源使用证书》对资金规模、专业人员、服务能力、技术实力等有相应的要求，具有一定的准入门槛；同时，只有具备优秀的管理能力、运营能力以及技术能力的移动信息服务提供商才能在取得资质证书后依托移动信息服务平台正常开展业务；发行人及其下属企业已取得 11 项电信网码号资源使用证书、9 项增值电信业务经营许可证，因此，发行人在业务资质数量较部分同行业公司更具竞争力。

2、技术壁垒

移动信息服务提供商提供的即时企业短信服务需要较强的信息技术能力作为其优质服务的保障。随着下游客户短信发送需求量的上升以及对于发送质量要求的提升，移动信息服务提供商能否在处理大量信息的同时保证信息发送平台的稳定以及是否拥有较高的信息处理效率和较快的响应速度，成为了移动信息服务提供商维系已有客户关系和提升市场份额的关键所在。此外，不同的电信运营商之间的接口、技术体系均有所不同，而下游客户需要对每个电信运营商体系下的终端用户提供具备时效性的无差别短信体验，因此对移动信息服务提供商的技术能力也提出了相当的要求。同时，大数据时代的来临，也对移动信息服务提供商信息平台的接口兼容性、系统稳定性和数据安全性提出新的考验。

因此，未来本行业对于新进入者有较高的技术壁垒，并且随着技术升级的加快，移动信息服务行业的技术门槛将进一步提升。

3、运营经验壁垒

短信内容的审核以及短信发送通道的监控，是移动信息服务提供商业务的重点，也是其为客户提供高质量服务的核心所在。移动信息服务行业的监管严格，对于企业运营的要求较高，只有拥有行业管理经验并在此基础上积极总结和积累的移动信息服务提供商，才能满足上游监管的要求以及下游市场的认可。

同时，移动信息服务提供商需要不断关注市场的变化以及客户需求，积极结合自身积累的运营管理经验以及平台技术，不断强化自身的运营水平。对客户需求的即时响应以及对客户业务的深入理解是移动信息服务提供商能够持续为客户提供服务的基石。由于企业短信，尤其是验证类短信往往内嵌入企业的运营系统，因此客户更换移动信息服务提供商的机会成本较高，客户粘性较强。一些新进入该行业的移动信息服务提供商会因为运营能力欠缺而被市场所淘汰，而长期稳定运营的移动信息服务提供商则有着较高的客户稳定性和新客拓展能力。因此，本行业对于新进入的移动信息服务提供商具有较高的运营经验壁垒。

就运营经验壁垒而言，公司自 2012 年成立以来一直从事移动信息服务业务，深耕移动信息服务行业多年，在业务理解、内容审核、客户服务等多方面积累了行业经验。公司在提供安全、有效、及时的移动信息服务的同时，基于自身移动信息服务平台，提供了涵盖事前、事中、事后的全流程运营服务，有效提高了信息审核与发送的效率，提

升了企业客户的体验效果，公司总体相较于后进入市场的竞争对手或运营经验不足的竞争对手存在较强的先发优势。

（十）影响发行人所处行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策的有效支持

作为新兴的科技服务领域，国家发改委、国务院及工信部等相关主管部委连续出台多项规划和文件，通过多项措施积极鼓励移动信息服务行业的发展：2012 年 5 月，工信部发布了《通信业“十二五”发展规划》，将“全面深化信息服务应用”列为发展重点；2013 年 8 月，国务院发布《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，明确提出要加快信息基础设施演进升级、培育用户信息消费需求，将信息服务产业提升至更高的战略层面；2016 年，国务院发布《“十三五”规划纲要》，提出加快推动我国信息经济发展壮大，构建高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施，推动信息技术与我国经济社会发展深度融合；2017 年 1 月，工信部颁布《信息通信行业发展规划（2016-2020 年）》，旨在全面构建新一代国家信息通信基础设施，提出“完善基础设施”、“创新服务应用”、“加强行业管理”、“强化安全保障”四个发展重点。

产业政策的支持将推动移动信息服务行业持续快速发展，随着政策的逐步落实与推进，我国移动信息服务行业将充分利用政策优势，持续向前。

（2）移动信息服务应用场景日益丰富

近年来，消费逐渐成为我国经济增长的首要动力，随着我国人均收入的不断提高，消费结构升级日趋明显，消费类型由物质型、传统型向服务型、新型升级转变。新型消费模式的高速发展促使了我国电子商务的爆发式增长，也带动了消费与信息化的加速融合。以电子商务、快递物流、移动支付等为代表的新经济行业通过与移动信息技术的高度结合显著地改善消费者的体验，体现了新经济模式的竞争优势。互联网业态下的企业，为了保持市场地位，提升用户体验以及维护客户关系，对于移动信息服务行业将继续保持较高的服务需求。同时，传统企业为把握移动互联网发展趋势，将移动信息服务广泛应用于日常经营管理的每个方面，以提高运营效率。预计未来移动信息服务业仍将不断满足传统行业日益增长的多样化服务需求。

（3）严格监管引导行业良性发展

针对移动信息业务早期的不规范发展，国家立法机关、主管部门和电信运营商不断加强行业相关法规建设以进行市场监管和业务管理，行业整体规范化程度得以提高。例如，2013 年 4 月，工信部就曾发布《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》，指出为巩固垃圾短信息治理成效，将继续健全长效机制，开展深入治理垃圾短信息专项行动；同时制定《深入治理垃圾短信息专项行动工作方案》，要求规范商业性短信息定制和退订，重点清理基础电信企业自有及合作的端口类短信息发送业务。在此背景下，国内三大电信运营商于 2013 年四季度对垃圾短信进行了大范围集中治理。根据工信部统计，当年中国移动、中国联通和中国电信共清理关停违规短信端口 7 万余个，拦截垃圾短信超过 100 亿条。诚然，此类专项整治行动，会对整个行业和部分企业产生一定的负面影响，但另一方面，其为整个移动信息服务行业长期规范化发展提供了保障，也有利于建立行业有序竞争的规则、改善行业总体竞争环境，为具备核心竞争力的优质公司创造了更为有利的发展前景。

2、不利因素

（1）即时通信应用的冲击

近年来，随着智能手机的迅速普及与移动互联网的蓬勃发展，移动即时通信的发展进入了全新的阶段。其中，以微信、QQ 等为代表的即时通信产品以其快速、经济、多功能一体的功能特点获得了用户的青睐。相应地，个人点对点短信业务也随之受到较大冲击，个人短信发送量呈逐年下降趋势。尽管基于公司多年行业经验的判断以及相关研究机构的公开发布内容，相较于即时通信产品，企业短信在实效性、稳定性和法律认证效力等方面存在较为明显的优势，且公司所在的企业短信服务市场也并未受到即时通信产品明显影响、反而呈现增长态势；但是，如若今后即时通信应用在企业即时信息服务领域发力，则可能会对企业短信市场带来不利影响。

面对即时通信应用的冲击，发行人具体的应对措施如下：

①立足已有技术，持续科技创新

公司自成立以来，在技术开发过程中一直秉承“技术驱动服务”的理念，通过技术创新不断提升移动信息服务平台的高效性、稳定性、安全性及智能化。目前，公司已经在系统智能化升级、功能多样化拓展、承载能力提升、模块兼容性优化、实时防御能力及峰值处理能力增强等领域取得了一定成果；未来，公司将立足于已有的技术成果，结

合客户需求持续进行科技创新，以打造兼容性及可扩展性更强的移动信息服务平台为目标，更好地应对即时通信应用带来的冲击。

②紧跟市场趋势，完善产品类型

公司时刻关注市场、紧跟产品迭代方向，针对客户的新兴信息传输需求，公司开拓并完善了视频短信等产品。此外，在三大运营商发布《5G 消息白皮书》之后，公司随即成立 5G 消息研究小组，围绕 5G 消息的设计、开发、运营、维护等方面进行测试与研究；同时，技术部门也迅速响应，确立了 5G 消息调度发送中心建设、5G 客户业务平台开发等研发项目，确保公司能够较早地进行产品的更新迭代，并在移动互联网场景下应对即时通信应用带来的冲击。

③坚持服务模式，增强客户粘性

针对不同的客户，公司结合差异化的运营策略与个性化技术服务方案提高了企业短信的发送效率；而公司制定并实行的涵盖业务事前、事中、事后的全流程运营服务，则降低了信息传输错误率、保证了客户的体验效果。公司未来将继续坚持以上客户服务模式和运营服务模式，从而增强客户粘性、巩固提高市场地位以应对即时通信应用带来的冲击。

经核查，保荐机构认为：发行人将通过立足已有技术、持续科技创新，紧跟市场趋势、完善产品类型以及坚持服务模式、增强客户粘性等措施应对相关技术替代风险，减小即时通信应用的冲击。

（2）高素质人才的缺乏

移动信息服务行业对于人才的需求主要体现在技术、市场营销和运营管理等方面。拥有专业信息技术和通信技术的技术人员，具备丰富行业知识和业务拓展能力的营销人员，积累了信息审核和运营管理经验的运营人员是移动信息服务提供商能够应对市场变化、满足客户需求、突破业绩天花板的关键。然而，由于移动信息服务行业具有独特的行业属性，对应的人才培养也需具备相应的环境和周期，所以行业内高素质人才相对缺乏，而高端人才的缺乏是掣肘行业发展的一大因素。

（3）行业竞争进一步加剧

目前，国内率先进入移动信息服务行业的企业已经在其所处的细分市场占据了一定

的市场份额，并且凭借自身的优质服务形成了较强的用户粘性。与此同时，一些中小规模的移动信息服务提供商也正凭借规模小、较灵活的特点不断地涌入该行业，使得该行业竞争日益加剧。若未来竞争过于激烈，则有可能导致行业毛利率呈下降趋势。

（十一）发行人所处行业的周期性、区域性和季节性

1、行业的周期性

随着我国宏观经济的复苏、新经济业态的形成以及企业对于移动信息服务需求的提升，客户呈现出了多样化趋势。目前，我国移动信息服务行业的下游客户主要分布于金融、互联网、电子商务、快递物流、公共服务等行业，其下游覆盖面较广，单一下游行业景气度变化对本行业的影响程度有限，故而移动信息服务业并不存在明显的周期性特征。

2、行业的区域性

我国已经建成较为完善的移动通信网络，移动信息服务提供商在取得跨地区增值电信服务许可情况下，可以为全国的下游客户提供移动信息服务，同时，移动信息服务行业的下游客户分布于全国各地。因此，我国移动信息服务行业也不存在明显的区域性特征。

3、行业的季节性

目前，移动信息服务行业不存在明显的季节性。但是我国传统的节假日以及近年来兴起的电商促销活动使得移动信息服务提供商的业务量及收入额随之发生一定的变化，从而呈现出一定程度的季节性特征。

三、发行人的行业竞争地位分析

（一）行业竞争格局和公司行业地位

1、行业竞争格局

（1）行业竞争格局

移动信息服务行业的整体市场规模大，参与的竞争主体较多。在经历多年粗放式发展后，市场监管逐年加强，客户群体对于移动信息服务的要求也在逐年提升，整个行业的竞争格局已形成了如下特点：

首先，市场集中度提升趋势显著。一些尚未规模化的小型移动信息服务提供商由于自身的技术、运营等能力的局限，加之供应商、客户资源的缺乏，往往难以创造较好的经营业绩，整个市场份额正在逐步向包括发行人在内的排名靠前的规模化、技术化、运营出众的企业集中。但随着企业客户对移动信息服务稳定性的重视，越来越多的客户开始选择多个供应商提供信息服务，避免供应商依赖。因此，行业内并未出现具备绝对垄断优势的竞争者，市场化程度较高。

其次，不同行业的客户对于企业短信的应用场景、业务特点、服务质量的要求不同，对短信的时效性、精确性、性价比等属性需求也存在差异，在细分领域中也逐渐涌现出一批具有细分行业竞争力与集中度的企业。

最后，整个移动信息服务行业的竞争空间在不断改变，底层技术的变革、竞争外延的延伸以及竞争格局的变化等多方面因素都会在移动信息服务业中快速形成新的市场空间，使部分竞争者可以快速地脱颖而出，改变竞争格局。

综合来看，移动信息服务行业的竞争格局仍在动态平衡中不断变化，市场化程度较高。未来随着移动信息服务行业的进一步发展成熟，具有核心竞争力的移动信息服务提供商将会快速把握市场机遇、形成竞争壁垒、持续扩展市场份额，在竞争格局中占据优势地位。

（2）行业特有的经营模式及盈利模式

移动信息服务行业处于整个产业链的中间位置，更侧重于将客户的运营场景与电信运营商的技术体系及系统有机、高效的整合，形成高质量、高效率、一体化的移动信息应用的服务方案并实施。

移动信息服务提供商特有的经营模式，一方面需要了解客户的消费者群体和企业短信发送场景，将服务触达至消费者，因此必须保证消费者的使用体验；另一方面，必须满足其对客户和供应商之间的双重价值，不断提升自身能力以适应多方的需求，才能持续形成盈利规模的增长。

在行业特有的经营模式中，技术水平、行业经验、运营能力、市场口碑等在移动信息服务提供商获取客户过程中扮演着重要角色。

2、发行人的市场地位

公司经过多年的经营，通过信息服务技术能力，以行业理解和经验模块化定制客户需求，全面发掘企业短信可供发掘的商业潜力，已经获得了行业大客户以及供应商合作方的认可，公司已成为行业内具有市场影响力的，在细分领域具有一定竞争优势的移动信息服务提供商。

在技术和服务能力上，公司以基于客户需求的技术开发为导向，实践“技术驱动服务”的理念，为各类行业客户提供了包括移动业务场景构建、产品运营支撑、消费者关系管理等各类企业短信服务。公司自研了多个业务平台以及对应的软件著作权，确保了公司有能力实现大规模企业短信及深层移动信息服务业务。

从客户资源以及细分领域上来看。公司的业务已覆盖互联网应用、电子商务、快递物流、第三方支付、职场社交等企业短信需求的相关行业，同时建立了以互联网行业作为核心细分覆盖方向的“深耕行业客户”布局。公司经过近年的稳定扩张，已在互联网行业建立一定行业覆盖率的竞争优势，服务了大量基于互联网及移动互联网的高质量龙头企业。例如，公司为阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、小米和好未来（学而思）等在内的广大客户提供专业化的企业短信服务。

3、技术水平及特点

（1）技术水平

公司通过长期的研发实践、开发测试，打造了行业领先的移动信息发送平台，形成了安全、有效、及时的移动信息服务产品，满足了广大渠道客户及直客客户的多应用需求。在技术快速迭代的当下，公司技术开发水平紧跟移动信息服务行业的技术发展，能够满足移动信息发送平台的高效性、稳定性、安全性、智能化等要求。

（2）技术特点

公司以满足企业客户的信息传输需求为出发点，在移动信息服务平台的升级开发中秉承“技术驱动服务”的理念，充分考虑平台兼容性以及数据传输效率等因素，不断提升移动信息服务平台的高效性、稳定性、安全性及智能化。公司结合自身业务特点，将多项移动信息服务行业的关键技术及功能集成于短信发送平台，并不断更新优化，主要特点如下：

①综合性

成熟的移动信息服务平台需要多项技术的集成，其中包括行业内较为基础的通信网络技术、网关对接技术、缓存技术、异步数据处理技术、实时统计与分析技术等。公司结合以上技术，通过数据网格和服务网格构建打造了适配自身业务的短信发送平台，在信息的接收、审核及发送等信息流关键环节实现了测试预警、分布式搜索、数据可视化等多样化功能，具有较强的综合性。

②可拓展性

随着短信发送量的不断增加，公司业务平台采用可扩展的分布式组织架构，能够在对现有系统影响最小的情况下，扩展系统功能，减少模块与模块之间的耦合，提高模块的复用性。此外，介于不同的客户对于移动信息服务具有不同的需求特征，其与公司业务平台的对接、适配、调试要求也不同，故公司设计不同的技术方案以满足客户的多样化需求，具有一定的客户定制化以及业务拓展性特征。

③可靠性

随着公司业务量的持续扩增，公司不断提升业务平台在各场景下的实时防御能力、突发事件应急能力以及峰值处理能力。同时，公司通过采取服务器账号鉴权、存取控制、视图机制、审计日志以及数据加密等技术措施保障了公司平台操作系统与数据存储的安全性，总体体现出公司技术稳定、可靠的特征。

④及时性

在技术快速迭代的当下，公司在保证原有技术水平的同时，也在不断对电信运营商可能推出的新技术标准以及在新标准下的产品和服务进行早期技术平台架设、接入标准测试、新产品预开发等进行技术准备，从而确保公司平台系统能够以最新迭代的技术标准，在客户的需求落地之前就先行一步，形成可快速实施的企业短信解决方案。

（二）行业主要企业的简要情况

对于发行人而言，目前移动通信服务行业的重点竞争企业主要为梦网集团（002123）、海联金汇（002537）、中嘉博创（000889）、银之杰（300085）、吴通控股（300292）、京天利（300399）、大汉三通、玄武科技等，具体情况如下所示：

公司名称	业务实施的子公司	涉及业务	公司介绍
梦网集团（002123）	梦网科技	“IM 云、视频云、物联云”三位一体的企业云通信服务	梦网科技成立于 2001 年 9 月，历经十余载的发展，目前主营中国最大规模之一的企业云通信平台，是中国领先的云通信服务商。
海联金汇（002537）	联动优势	移动信息服务	联动优势成立于 2003 年 8 月，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服务商，公司移动信息服务业务是基于移动、电信、联通（三网）等资源，利用自身拥有的服务能力，为个人和企业提供安全便捷的金融信息服务综合解决方案，主要包括银信通、联信通等业务。
中嘉博创（000889）	创世漫道 嘉华信息	信息智能传输	创世漫道创立于 2009 年 6 月，是一家专业从事增值电信业务的国家高新技术企业；嘉华信息主要从事移动信息传输业务和金融服务外包业务，专注于向行业分布广泛、数量众多的企业、事业单位等客户提供基于行业应用需求的移动信息传输服务，以及与之相关的系统开发与运营维护。
银之杰（300085）	亿美软通	为国内外企业提供移动信息平台与解决方案、移动互联网服务与营销方案服务	亿美软通成立于 2001 年 5 月，自成立以来，亿美软通始终致力于为国内外企业提供移动个性客服、移动数据采集、移动高效管理等方面的各类移动商务产品和通讯服务。
吴通控股（300292）	国都互联	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	国都互联成立于 2007 年 2 月，作为企业移动信息化服务提供商，其主要经营模式为企业客户提供移动信息化平台开发、产品应用、运营支撑等服务，提供整体解决方案，其业务属于电信增值业务，国都互联可以为企业客户提供短信验证码发送、短信服务提醒、语音验证码、语音服务通知、流量充值等服务。
京天利（300399）	—	移动信息服务业务，包括 MAS 业务、ICT 业务、软件定制业务	京天利成立于 2006 年 1 月，是国内领先的行业移动信息系统整体解决方案提供商，同时也在互联网/移动互联网创新业务方面持续探索，拓展新型服务业态。京天利的行业移动信息服务主要是为国内大中型集团客户提供移动信息应用整体解决方案，涵盖定制开发、业务集成、运营支撑和客户关系管理等服务，最终协助集团客户向其客户提供以短信彩信应用、云服务平台为主的移动信息服务。
大汉三通	—	云通信运营和服务	大汉三通成立于 2003 年 1 月，公司定位于移动互联网融合通信服务商，为解决客户日益复杂的移动通信需求，提供个性化的、丰富的、整体的通信运营解决方案和服务，在移动互联网生命周期的每个转化节点上提供关键服务。
玄武科技	—	企业移动信息化服务	玄武科技成立于 2010 年 11 月，是亚太地区领先的企业移动信息化服务提供商，业务范围覆盖 34

公司名称	业务实施的子公司	涉及业务	公司介绍
			个省市。

资料来源：公司官网、定期报告、招股说明书、公开转让说明书等公开披露信息。

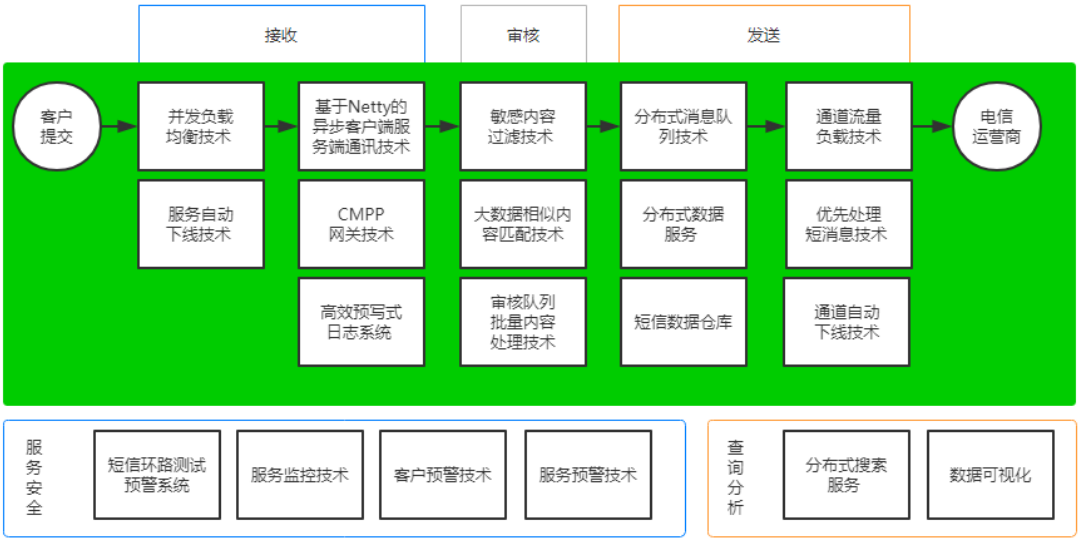
经营情况方面，根据上述可比企业的公开资料，2017 年-2019 年在移动信息服务领域公司收入规模低于梦网集团、吴通控股、中嘉博创，与银之杰较为接近，高于京天利。

（三）发行人竞争优势

报告期内，发行人经营业绩实现了稳步增长，技术开发能力亦取得进步，通过与电信运营商及第三方供应商的长期稳定的合作，公司获得了丰富的短信资源，为公司移动信息的不间断发送保驾护航。具体的竞争优势如下：

1、技术优势

公司经过多年的经营，已经形成了一支专业、稳定并且专注于移动信息服务行业的技术团队，通过数据网格和服务网格构建的短信发送平台可以稳定地完成短期内大量短信的发送任务，此外，该平台还具有海量内容相似处理、数据实时存储及系统崩溃及时恢复等功能，可以实现良好的后台支持功能。公司短信发送平台具备较高的技术含量，主要如下图所示：



同时，公司技术人员为了提升平台的稳定性以及数据传输效率，不断地对现有平台进行更新和技术改进，使得公司的平台越来越成熟，处理信息传输的峰值能力大幅提升，

为客户提供持续优质的移动信息服务提供了强有力的技术保障，公司核心技术见本节之“七、发行人的技术研发情况”之“（一）公司主要核心技术”。

2、运营优势

公司经过多年的经营，已经形成了一支具有强大服务能力的运营团队。针对公司各类直客客户，尤其是新经济环境下直客客户对移动信息服务的深度要求，运营团队始终坚持贴身服务。运营团队可根据客户的需求快速完成信息策略的部署，及时解答客户的疑惑，迅速处理客户突发情况，做到业务联系不间断，并根据客户特征为其匹配最优的短信发送方案，用效率和沟通形成与客户间的紧密联系。同时，公司对于短信的审核已经形成严密的审核体系，采取系统审核和人工审核相结合的方式确保信息发送的安全性和有效性。

另一方面，公司的运营优势还表现在公司对于新经济业态的快速融合。在新经济业态下，更多的客户在企业短信中采用了交互式的执行方式，对短信发送及反馈效率要求极高，高效运营成为了新经济企业选取服务上的重要标准。公司需要针对新经济的细分领域，如金融、互联网、电子商务、快递物流等领域采用不同的运营策略，提高对客户业务的匹配程度，在严格依照标准审核的同时提高客户短信的发送效率。

3、品牌优势

公司通过长期市场竞争积累了较为成熟的行业经验以及较高的行业口碑，在国内移动信息服务行业已经形成了较强的影响力。

报告期内，公司的客户集中度进一步分散，由渠道客户向直客客户逐渐延伸，客户质量得到极大提升。截至 2020 年 6 月末，公司已成功开发阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）等大型优质直客客户，直客业务占比达到 80.70%，较 2018 年、2017 年具有明显增长。公司服务对象亦涵盖了具有移动信息服务需求的金融、互联网、电子商务、零售商贸、快递物流等行业的广大企业客户。

能够为客户提供优质的服务，是公司能获取越来越多优质直客客户的重要原因。公司积累的优质客户资源和平台运营经验为公司开拓新客户奠定了明显的品牌优势，强化了公司后续业务拓展的核心竞争力。

4、服务优势

公司拥有一支具有丰富行业经验，并且“迅速反应、执行有力”的销售团队，能将客户服务理念真正贯彻执行。公司组织架构的层次较为简单，对于客户提出的各种需求能够及时给予反馈，并在较短的时间提供相应的解决方案。

同时，公司的技术团队和销售团队紧密结合、与运营团队紧密合作，对于客户提出的技术需求给予全方位的支持，根据客户需求提供定制化的平台对接、运营调试等多项服务；对于客户提出的新兴信息传输需求，公司开拓并完善了视频短信等产品，使客户可以便捷多样地实现移动信息的传输。客户服务的高效性、专业性、及时性已经成为公司吸引优秀企业客户的核心竞争优势之一。同时，公司在直客客户综合服务方面也积累了丰富的成功经验，为后续公司拓展其他具有发展潜力的新经济行业客户打下坚实基础。

5、资源优势

公司经过多年的经营发展，和电信运营商建立了长期稳定的合作关系。公司对于短信内容的审核要求严格，发送的内容安全性较高，多年来一直符合工信部、电信运营商管理的规范。公司和电信运营商的直接合作使得公司可以获得第一手的资源，提高了公司的竞争力。目前，公司与较多地市的移动、联通、电信三大运营商均形成了持续业务合作，并获得电信运营商伙伴的一致好评和良好的口碑。

6、细分行业优势

公司在互联网行业已经建立了一定覆盖率的竞争优势，通过为互联网行业客户提供快速、高效、稳定的服务，服务了大量基于互联网及移动互联网的高质量龙头企业。公司对互联网细分行业内的客户需求、应用场景、消费者习惯以及与客户之间的沟通协调方式具有较为深入的理解，在行业内具有一定的知名度。

（四）发行人竞争劣势

1、公司规模不足

虽然公司发展迅速，但与同行业龙头企业如梦网集团等相比，在资金规模、研发力量、市场营销、人才储备等方面的投入仍存在一定的不足，导致运营能力虽然较强，但是整体的市场份额还是较低，市场地位亦有待提高。通过本次募集资金的投入，公司可以对自己的薄弱环节进行补强，提高自身在技术创新、新兴业务开发等方面的能力，增

强行业竞争力。

2、营销能力不足

随着公司服务的客户数量不断增长，客户结构逐渐从渠道客户向直客客户拓展，公司现有的营销人员配置和营销网络体系的覆盖范围已难以对公司业务扩张提供有力的营销支持，营销能力逐渐成为公司进一步实现业务规模增长和服务品质提升的瓶颈和障碍。

3、服务行业广度不足

尽管公司具有一定的供应商资源优势，目前也服务了大量优质客户，并形成了一定服务深度，然而公司的服务行业广度不足，在银行、证券、公用事业等对于移动企业信息服务需求较大的行业内并没有较为显著的优势，对于大型国有企业的运营服务的经验亦显不足。未来，公司需继续探索与大型企业客户开展合作的机会，在不同的垂直行业内进行业务拓展，在提高客户黏性与服务可持续性的同时，积累更加优质的行业与客户资源。

4、高端人才储备不足

充足的高端人才储备是移动信息服务提供商竞争力的重要体现，高端人才的储备不足将制约着企业的进一步发展。随着公司业务规模不断扩大，公司在市场营销、技术研发方面的高端人才储备已显相对不足。公司将通过人才内生培养以及外部人才引进双管齐下的方式来实现公司对高端人才的需求。

四、销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的销售情况

1、报告期内公司主营业务构成情况

报告期内，公司主营业务构成情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）
短信业务	42,866.97	100.00	53,187.78	100.00	45,844.92	100.00	25,631.09	92.86
流量业务	-	-	-	-	-	-	1,971.21	7.14
合计	**42,866.97**	**100.00**	**53,187.78**	**100.00**	**45,844.92**	**100.00**	**27,602.30**	**100.00**

2、产品销售价格的变动情况

报告期内，公司主要业务销售价格波动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
短信业务单价（分/条）	2.30	2.10	2.31	2.84
流量业务单价（分/兆）	-	-	-	3.89

3、报告期内发行人销售量统计情况

报告期内，公司主要业务销售量情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
短信业务销量（百万条）	18,650.45	25,302.63	19,855.86	9,015.70
流量业务销量（百万兆）	-	-	-	507.38

（二）公司报告期内向前十名客户销售情况

1、报告期内，公司向前十大客户销售的金额及其占当期营业收入的比例如下：

期间	序号	客户名称	客户类型	销售额（万元）	比例（%）
2020 年 1-6 月	1	京东	直客	9,661.82	22.53
	2	江西欣典	渠道	4,956.70	11.56
	3	阿里巴巴 上海拉扎斯（饿了么）	直客	3,964.28	9.25
	4	腾讯	直客	3,959.36	9.23
	5	汉海信息（美团）	直客	3,385.35	7.90
	6	北京健康之家科技有限公司	直客	2,833.62	6.61
	7	百度	直客	948.14	2.21
	8	华为	直客	915.74	2.14
	9	字节跳动（抖音、今日头条）	直客	803.13	1.87
	10	上海宜员网络技术有限公司	直客	760.72	1.77
	合计			32,188.86	75.07
2019 年度	1	腾讯	直客	9,448.54	17.75
	2	江西欣典	渠道	6,646.50	12.49
	3	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	直客	5,188.98	9.75
	4	京东	直客	5,073.00	9.53

期间	序号	客户名称	客户类型	销售额（万元）	比例（%）
	5	上海寻梦（拼多多）	直客	2,626.31	4.93
	6	北京健康之家科技有限公司	直客	2,554.16	4.80
	7	华为	直客	1,675.33	3.15
	8	厦门集微科技有限公司	渠道	1,384.44	2.60
	9	北京淘友天下科技发展有限公司	直客	717.37	1.35
	10	上海助通信息科技有限公司	渠道	700.85	1.32
	合计			36,015.48	67.65
2018年度	1	江西欣典	渠道	15,849.86	34.55
	2	阿里巴巴 支付宝	直客	10,083.59	21.98
	3	杭州君隆科技有限公司	渠道	1,560.51	3.40
	4	腾讯	直客	1,500.95	3.27
	5	网易	直客	1,251.39	2.73
	6	杭州云片网络科技有限公司 浙江企朋网络技术股份有限公司	渠道	1,219.75	2.66
	7	上海助通信息科技有限公司	渠道	1,028.11	2.24
	8	杭州恩牛网络技术有限公司	直客	834.79	1.82
	9	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	渠道	812.25	1.77
	10	杭州单体网络科技有限公司 浙江云储科技有限公司	渠道	789.51	1.72
	合计			34,930.70	76.14
2017年度	1	江西欣典	渠道	12,782.86	46.31
	2	北京联合维拓科技有限公司	渠道	2,478.96	8.98
	3	杭州君隆科技有限公司 杭州启方科技有限公司	渠道 渠道	1,226.75	4.44
	4	北京桓源创新科技有限公司	渠道	1,052.98	3.81
	5	上海助通信息科技有限公司	渠道	814.49	2.95
	6	湖北趣佳科技有限公司	渠道	799.83	2.90
	7	阿里巴巴	直客	735.69	2.67
	8	北京久佳信通科技有限公司	渠道	717.46	2.60
	9	广州昊博信息科技有限公司	渠道	529.76	1.92

期间	序号	客户名称	客户类型	销售额（万元）	比例（%）
	10	无锡源石云科技有限公司	直客	493.70	1.79
	合计			21,632.49	78.37

报告期内，公司前十名客户收入占比分别为 78.37%、76.14%、67.65%和 75.07%，受到公司知名客户数量增加的影响，客户集中度呈现先下降后上升的趋势。

公司的主要直客客户有腾讯、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、上海寻梦（拼多多）、京东、网易、华为、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、上海宜员网络技术有限公司等知名企业，主要涉及到的细分领域有金融科技、云服务、电子商务、快递物流等，行业集中度较高，具体情况如下：

（1）金融科技

在金融科技领域，公司已与第三方支付市场的行业领先企业建立了业务合作。根据艾瑞咨询《2020 年 Q1-2020 年 Q2 中国第三方支付市场数据报告》中披露，2020 年一季度，第三方支付市场已形成支付宝、财付通两大巨头垄断的市场格局，支付宝市场份额为 55.4%，财付通市场份额为 38.8%，两者的份额共计 94.2%。在 C 端支付市场中，支付宝、财付通两大巨头已占据绝对优势。

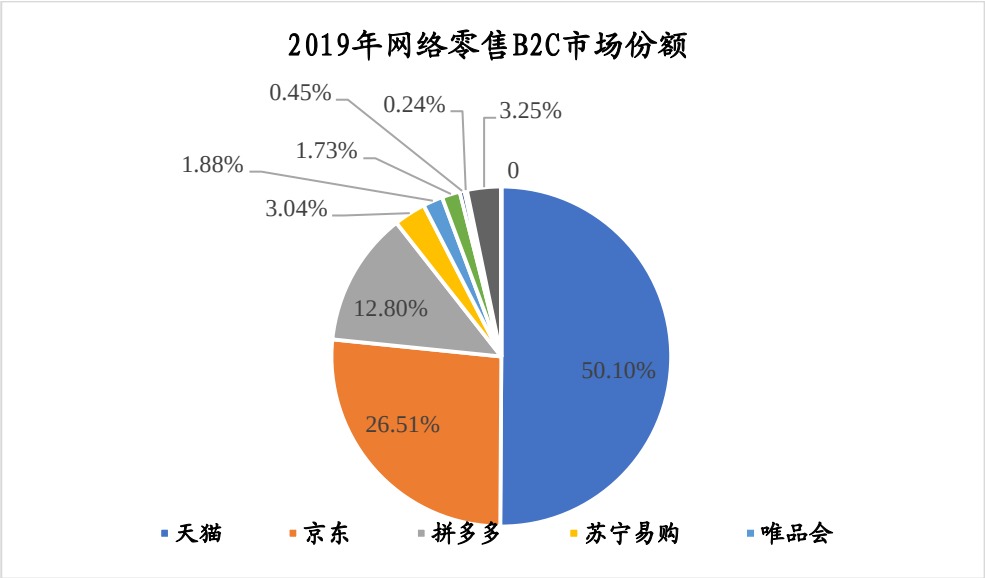
（2）云服务

据英国调研机构 Canalys 发布的 2020 年第一季度中国公共云服务市场报告，2020 年第一季度，中国云计算市场规模达 39 亿美元，同比增长 67%；其中阿里云市场份额为 44.5%，排名第一；华为云市场份额为 14.1%，排名第二；腾讯云市场份额为 13.9%，排名第三。未来伴随着行业领先者不断增加云基础设施投入，且行业门槛较高，我国云计算行业寡头竞争格局将延续，集中度将进一步提升。公司目前已与行业领先企业建立了业务合作，为其提供移动信息服务。

（3）电子商务

我国电商零售市场马太效应显著，长尾企业竞争激烈。据网经社发布的《2019 年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，2019 年网络零售 B2C 市场（包括开放平台式与自营销售式，不含品牌电商），以 GMV(成交总额）统计，天猫、京东与拼多多分别以 50.1%、26.51%、12.8%的市场份额位列前三位，两家电商龙头企业合计占据四分之三的份额，占有绝对竞争优势。公司目前与阿里巴巴、京东、拼多多等均建立了业务

合作。伴随着电商零售市场的进一步发展，企业短信的应用场景进一步深化。



（4）快递物流

据国家邮政局数据，2019 年全国快递服务企业业务量累计完成 635.2 亿件，同比增长 25.3%；业务收入累计完成 7497.8 亿元，同比增长 24.2%。市场快速增长，同时市场集中度快速提升，2019 年快递与包裹服务品牌集中度指数 CR8 为 82.5，较 2018 年上升 1.3。

随着新零售的发展，新的物流细分市场——即时配送也在逐渐形成并完善。根据第三方市场研究机构比达咨询发布的《2019 年第三季度中国即时配送市场研究报告》显示，从市场格局来看，第一梯队蜂鸟配送、达达集团、美团配送的市场份额占比分别为 27.7%、27.2 和 25.4%，第二梯队闪送市场份额为 5.6%，顺丰同城市场份额为 4.5%，其他配送平台合计市场份额为 9.6%。目前的即时配送市场是一个由主要竞争者主导的，市场份额高度集中、竞争激烈的市场。

公司目前与汉海信息（美团）、达达集团旗下即时配送平台京东到家、达疆网络等即时配送行业第一梯队企业达成合作，将企业短信应用于快递物流行业收件、取件、配送进度通知等各类场景。

（5）在线教育

截至 2020 年 3 月，我国在线教育用户规模已达 4.23 亿，占网络用户整体比重的 46.8%。根据《中国科学院：中国 K12 在线教育市场调研及用户消费行为报告》中显示，在在线教育的细分行业 K12 在线教育领域中，以学而思网校、掌门 1 对 1、作业帮、猿

辅导为代表的品牌位列第一梯队。且随着教育部等国家政府部门对在线教育在师资、办学门槛等方面的监管越来越严格，头部品牌的马太效应将进一步加剧。

公司目前已与北京世纪好未来教育科技有限公司（学而思）建立业务合作关系，为其提供移动信息服务。

（6）短视频行业

近年来，我国短视频用户规模持续快速增长，根据 Questmobile 数据，2020 年 6 月，抖音、快手 APP 月活用户数分别达到了 5.13 亿和 4.30 亿，短视频领域已经形成了抖音和快手为第一梯队，西瓜视频、抖音火山版和好看视频为第二梯队的竞争格局。未来，随着短视频内容的不断丰富以及其商业模式的不断成熟，短视频将成为互联网用户的重要娱乐方式之一，市场规模亦将进一步扩大。

公司目前已与行业领先企业字节跳动（抖音、今日头条）建立了业务合作关系，为其提供移动信息服务。

（7）外卖行业

近年来，随着人们生活节奏的不断加快，持续快速增长的外卖市场成为国内餐饮业的发展亮点，中国外卖行业交易金额增长迅速。根据 Trustdata《2019 年上半年中国外卖行业发展分析报告》显示，2019 年第二季度美团外卖交易额占比达 65.1%，饿了么和饿了么星选合计占比达 32.8%，两大行业领先企业占据了 97.9%的市场份额。

公司目前已与行业领先企业汉海信息（美团）、上海拉扎斯（饿了么）建立了业务合作关系，为其提供移动信息服务。

综上所述，公司深耕行业战略，聚焦于开拓直客客户，目前已经与下游行业中的主要竞争者达成合作。公司下游行业市场份额存在一定程度的集中，故公司客户集中度较高具有合理性。

发行人同行业可比公司中嘉博创、吴通控股和京天利存在不同程度的客户集中性，发行人报告期内客户集中度符合行业特征；同行业可比公司受到其自身经营能力、资源优势的影响，客户集中度的变化趋势存在差异，发行人与中嘉博创子公司嘉华信息、吴通控股的集中度变化趋势相一致。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人报告期内客户集中度符合行业特征、

集中度变化趋势与部分同行业可比公司相一致，无明显异常。

2、公司不存在对单一客户的业务依赖

（1）2017 至 2020 年 1-6 月，公司不存在对单一客户的销售金额占比超过 50%。报告期内，公司抓住外部环境日趋良好、下游行业短信发送需求量连续增长的契机，不断提升公司运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力，快速扩大业务规模和增加市场占有率，营业收入和短信发送量不断上升。

（2）公司一方面加大研发投入，对现有平台持续进行更新和技术改进，提升平台的稳定性和数据传输效率，并根据客户需求提供定制化的平台对接、运营调试等多项目服务，从而提高客户服务的高效性、专业性和及时性；另一方面，加强市场和客户拓展力度，增加客户粘性，提高客户质量，改善客户结构，客户数量和收入规模逐年增长，具体信息如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	**增幅**	数值	增幅	数值	增幅	数值
销售金额（万元）	42,866.97	73.59%	53,187.78	16.02%	45,844.92	66.09%	27,602.30
千万级客户数量（个）	6	20.00%	8	14.29%	7	75.00%	4
百万级客户数量（个）	41	7.89%	55	44.74%	38	31.03%	29
前十大客户销售金额（万元）	32,188.86	99.91%	36,015.48	3.11%	34,930.70	61.47%	21,632.49

注：“千万级客户”和“百万级客户”的认定依据为不含税销售额；2020 年 1-6 月增幅与 2019 年同期对比。

公司不断切入下游行业中新的细分领域，未来客户来源更为多样，客户结构更为合理，不存在对单一客户的依赖性。

3、公司主要客户的获客方式、合作情况等

报告期内，公司每期前十大客户占营业收入的比重分别为 78.37%、76.14%、67.75%和 75.07%，其获客方式、合作历史、合同期限等情况如下：

序号	**客户名称**	**客户类型**	**获客方式**	**合作开始时间**	**报告期内续约次数**	**框架合同期限**	**情况说明**
1	江西欣典	渠道	主动开拓	2015.01	3	2020.12	公司因战略调整原因，拟逐步减少渠道客户发送量；预计将继续维持合作，因合同尚未到期，目前暂未续约
2	北京联合维拓科技有限公司	渠道	主动开拓	2015.07	1	2018.01	公司因战略调整等多方面原因，不再与其开展业务，故到期合同未再

							续约
3	杭州君隆科技有限公司	渠道	主动开拓	2016.05	1	2021.07	公司因战略调整原因，已减少与其的业务量，目前已完成续约
	杭州启方科技有限公司				0	2018.05	
4	北京桓源创新科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.02	0	2020.02	公司于 2017 年后暂停流量业务，故到期合同不再续约
5	上海助通信息科技有限公司	渠道	主动开拓	2015.07	2	2020.12	公司因战略调整原因，已减少与其的业务量，因合同尚未到期，目前暂未续约
6	湖北趣佳科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.10	0	2018.10	公司于 2017 年后暂停流量业务，故到期合同不再续约
7	阿里巴巴	直客	招投标	2017.11	0	2022.12	-
	支付宝		主动开拓		0	2023.12	-
	上海拉扎斯（饿了么）		招投标		0	2020.11	预计上海拉扎斯(饿了么)将于 2020 年下半年开展招投标
8	北京久佳信通科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.04	2	2020.06	公司因战略调整原因，已减少与其的业务量，目前暂未续约
9	广州昊博信息科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.01	1	2021.1 2022.05	公司逐步与其开展视频短信的相关合作，故新签订视频短信的业务合同
10	无锡源石云科技有限公司	直客	主动开拓	2017.06	1	2021.04	-
11	腾讯	直客	主动开拓	2018.07	1	2022.06	-
12	网易	直客	主动开拓	2017.08	2	无异议自动续签	-
13	杭州云片网络科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.06	1	无异议自动续签	-
	浙江企朋网络技术股份有限公司				1		-
14	杭州恩牛网络技术有限公司	直客	主动开拓	2017.11	1	无异议自动续签	-
	杭州振牛信息科技有限公司				0	2020.12	-
15	联动优势科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.09	1	无异议自动续签	-
	蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司				0		-
16	杭州单体网络科技有限公司	渠道	主动开拓	2017.01	1	2020.08	公司因战略调整原因，已减少与其的业务量，目前暂未续约
	浙江云储科技有限公司				1	2021.10	-
17	京东	直客	招投标	2019.06	1/0	2021.05/2020.08	预计京东将于 2020 年下半年开展招投标
18	上海寻梦（拼多多）	直客	主动开拓	2019.03	0	2020.03	公司综合考虑自身资金安排等各种因素，暂时未与其开展业务，合同尚在洽谈中

19	北京健康之家科技有限公司	直客	主动开拓	2019.01	1	2021.12	-
20	华为	直客	招投标	2018.05	0	2022.03	-
21	厦门集微科技有限公司	渠道	主动开拓	2018.08	0	无异议自动续签	-
22	北京淘友天下科技发展有限公司	直客	招投标	2018.03	3	2021.04	-
23	汉海信息（美团）	直客	招投标	2019.08	0	2022.12	-
24	百度	直客	主动开拓	2019.02	1	2020.11	预计将于合同到期前展开续约相关的商业洽谈，后续业务仍将继续合作
25	字节跳动（抖音、今日头条）	直客	主动开拓	2020.04	0	2023.04	-
26	上海宜员网络技术有限公司	直客	主动开拓	2018.09	0	2021.12	-
	众安信息技术服务有限公司				0	2022.08	-

注：如框架合同包含“无异议自动顺延*年”条款，表格中按经营惯例自动以顺延后的日期作为有效期；京东中达疆网络科技（上海）有限公司和上海京东到家元信信息技术有限公司的获客方式系主动开拓。

报告期内，公司与部分客户不再续约新的业务合同或减少业务，主要原因如下：

（1）公司自 2016 年起执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户。公司在与下游各类型直客客户建立业务联系的过程中，集中自身资源，逐步减少与渠道客户的合作。因此，公司与北京联合维拓科技有限公司、杭州君隆科技有限公司等部分渠道客户不再续约业务合同或减少其业务量；

（2）公司日常经营中出于经济可行性和风险管理的需要，根据不同客户的毛利率、销售单价和历史回款情况对客户结构进行调整。因此，公司与上海寻梦（拼多多）等客户暂时未与其开展业务；

（3）2017 年，公司曾短暂开展流量业务，受到市场竞争激烈，政策环境变化的影响，公司及时调整经营策略，停止继续开展流量业务，专注于短信业务的发展。因此，公司与北京桓源创新科技有限公司、湖北趣佳科技有限公司等客户不再续约业务合同。

报告期内，公司不再续约的主要客户具体收入信息如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
北京联合维拓科技有限公司	-	-	-	2,478.96
北京桓源创新科技有限公司	-	-	-	1,052.98
湖北趣佳科技有限公司	-	-	-	799.83
北京久佳信通科技有限公司	4.84	95.73	133.39	717.46
杭州单体网络科技有限公司	0.43	439.78	789.51	324.47

浙江云储科技有限公司				
合计	**5.27**	**535.51**	**922.90**	**5,373.71**
占当期营业收入的比重	**0.01%**	**1.01%**	**2.01%**	**19.47%**

由上表可见，不再续约的主要客户占报告期各期营业收入的比例分别为 19.47%、2.01%、1.01%和 0.01%，呈现连续下降的趋势。报告期内，公司深耕直客客户，直客客户收入增长较快，公司在有效进行业务和客户结构调整的同时实现了自身盈利水平的不断提高。

综上所述，公司客户结构的变化主要原因为公司自身战略和经营的主动调整，不存在重要客户被动流失的情况。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人不存在重要客户被动流失的情况。

4、公司与主要客户合作的稳定性和持续性分析

报告期内，公司与主要客户合作的稳定性和持续性分析如下：

（1）报告期内，公司营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，公司每期前十大客户的销售金额分别为 21,632.49 万元、34,930.70 万元、36,015.48 万元和 32,188.86 万元，整体均呈现上升趋势。报告期内，公司运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力不断提升，与主要客户的业务合作及自身的业务发展均具有持续性。

（2）报告期内，公司与上述主要客户中的江西欣典、阿里巴巴、网易、浙江企朋网络技术股份有限公司和联动优势科技有限公司等 10 家公司已有 4 年及以上的合作历史，与腾讯、华为、北京淘友天下科技发展有限公司、众安信息技术服务有限公司和厦门集微科技有限公司等 5 家公司已有 3 年的合作历史，与京东、汉海信息（美团）、百度和北京健康之家科技有限公司等知名企业的合作规模也自 2019 年起逐渐扩大。部分 2020 年到期的合同已经顺利完成续约。

公司与 2020 年 1-6 月前十大客户的合作基础良好，预计未来仍将保持稳定的业务合作关系。公司未来将结合自身战略转变和经营管理的需要，积极开拓与知名直客客户的业务合作，逐步减少与部分渠道客户的业务往来。但是，公司在日常运营中仍会与部分优质的渠道客户保持较好的合作关系，能够结合实际经营情况就业务合作进行积极的商业洽谈。

（3）知名直客客户的发送数量大、对技术服务要求较高，在开展业务前需要经历

较长的调测阶段，部分直客客户要求供应商开发特别的接口，因此，知名直客的客户粘性较强。

（4）公司经过多年的经营，已形成了自身的技术优势、运营优势、品牌优势、服务优势和资源优势。公司依托于核心竞争力的不断提升，与下游客户逐渐建立起较强的客户粘性。

（5）2020 年上半年，公司与汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）和小米等知名直客建立起较为深入的业务合作，积极支持促进了自身业务的持续发展。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人客户集中度较高存在合理性，不存在单一客户业务依赖；发行人主要客户的合作具有稳定性和持续性、发行人在客户稳定性和业务持续性方面不存在重大风险。

5、报告期内，公司向前五名短信渠道客户的销售金额及占当期同类业务中的比例如下：

期间	序号	渠道客户名称	销售额（万元）	占渠道客户销售比例（%）
2020 年 1-6 月	1	江西欣典	4,956.70	59.91
	2	浙江河马通信科技有限公司	440.53	5.32
	3	无锡众合天舟通信技术有限公司	378.29	4.57
	4	联动优势科技有限公司	357.02	4.32
		蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司		
	5	杭州云片网络科技有限公司	320.74	3.88
		浙江企朋网络技术股份有限公司		
	合计		6,453.28	78.00
2019 年度	1	江西欣典	6,646.50	40.18
	2	厦门集微科技有限公司	1,384.44	8.37
	3	上海助通信息科技有限公司	700.85	4.24
	4	联动优势科技有限公司	652.20	3.94
	5	广州有易信息科技有限公司	643.87	3.89
	合计		10,027.86	60.62
2018 年度	1	江西欣典	15,849.86	56.35
	2	杭州君隆科技有限公司	1,560.51	5.55
	3	杭州云片网络科技有限公司	1,219.75	4.33
		浙江企朋网络技术股份有限公司		

	4	上海助通信息科技有限公司	1,028.11	3.66
	5	联动优势科技有限公司	812.25	2.89
		蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司		
	合计		20,470.48	72.78
2017 年度	1	江西欣典	12,782.86	53.49
	2	北京联合维拓科技有限公司	2,478.96	10.37
	3	杭州君隆科技有限公司	1,226.75	5.14
		杭州启方科技有限公司		
	4	上海助通信息科技有限公司	814.49	3.41
	5	北京久佳信通科技有限公司	717.46	3.00
	合计		18,020.52	75.41

6、报告期内，公司向前五名直客客户的销售金额及占当期同类业务中的比例如下：

期间	序号	直客客户名称	销售额（万元）	占直客客户销售比例（%）
2020 年 1-6 月	1	京东	9,661.82	27.93
	2	阿里巴巴	3,964.28	11.46
		上海拉扎斯（饿了么）		
	3	腾讯	3,959.36	11.45
	4	汉海信息（美团）	3,385.35	9.79
	5	北京健康之家科技有限公司	2,833.62	8.19
	合计		23,804.42	68.81
2019 年度	1	腾讯	9,448.54	25.78
	2	阿里巴巴	5,188.98	14.16
		支付宝		
		上海拉扎斯（饿了么）		
	3	京东	5,073.00	13.83
	4	上海寻梦（拼多多）	2,626.31	7.17
	5	北京健康之家科技有限公司	2,554.16	6.97
	合计		24,890.99	67.91
2018 年度	1	阿里巴巴	10,083.59	56.92
		支付宝		
	2	腾讯	1,500.95	8.47
	3	网易	1,251.39	7.06
	4	杭州恩牛网络技术有限公司	834.79	4.71
	5	华为	632.42	3.57
	合计		14,303.14	80.73
2017 年度	1	阿里巴巴	735.69	42.43
	2	无锡源石云科技有限公司	493.70	28.47

	3	厦门趣店科技有限公司	228.10	13.15
	4	网易	220.66	12.72
	5	杭州恩牛网络技术有限公司	16.62	0.96
	合计		1,694.77	97.73

（1）2019 年发行人向阿里巴巴整体的平均销售单价 2.00 分/条，发行人向支付宝、上海拉扎斯(饿了么)的销售单价分别较阿里巴巴整体的平均单价高 17.86%、低 18.44%，主要原因为公司根据支付宝的特殊要求，为其提供了专门的技术服务方案。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2019 年向支付宝的销售单价高于向阿里巴巴销售的单价，存在商业合理性。

（2）发行人 2019 年向腾讯销售的毛利率 15.75%，相较于 2018 年 13.21%上升 2.54 个百分点，主要原因如下：

①由于发行人采购规模逐渐增加、议价能力增强和供应商的短信单价整体下降的影响，公司 2019 年平均采购单价相较 2018 年发生下降 6.91%。

②2019 年，公司向腾讯的平均短信销售单价仅下降 3.24%，主要原因如下：

A、公司凭借其优质的服务与腾讯保持了良好的业务合作关系，2019 年双方不同类型的短信的定价方案并未发生明显改变。

B、2019 年，腾讯行业类短信金额占比为 62.17%，相较 2018 年 42.13%上升了 20.04 个百分点，但是腾讯行业类短信与营销类短信价差小于 10%，因此并未对 2019 年公司对腾讯的平均销售单价产生明显影响。

综上所述，公司对腾讯不同类型短信的售价在 2019 年并未发生明显改变，且短信类型变化未对单价产生明显影响，因此在 2019 年公司整体采购单价下降的趋势下，公司向腾讯的销售价格并未发生同步变化，毛利率随之发生上升。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2019 年向腾讯销售毛利率上升存在合理性。

7、报告期内前十大客户相关信息如下：

表一：

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
1	江西欣典	渠道	否	2010/6/3	1,000	1,000	短彩信息服务	熊欢（97.00%） 杨丽华（3.00%）	江西欣典是在江西九江注册的一家高新技术企业，主营短彩信息技术研究、电信信息服务及相关内容支撑服务兼营计算机软件开发等。该企业长期致力于移动数据行业应用领域信息平台建设、数据安全建设，是集产品研发、技术创新、信息服务为一体的企业。（来源于公司网站）
2	北京联合维拓科技有限公司	渠道	否	2006/4/19	1,000	1,000	短信业务	孙宏芳（45.00%） 侯伯宁（45.00%） 周瑾(10.00%)	北京联合维拓科技有限公司是具备国际水准的移动商务平台技术和应用方案提供商，为超过 20 万家企业提供移动个性客服、移动数据采集、移动高效管理等各方面的移动商务产品和通讯服务，是中国领先的移动商务服务商。（来源于公司网站）
3	杭州君隆科技有限公司	渠道	否	2010/1/4	1,000	300	短信服务、流量充值	郑蕾（70.00%） 仲慧健（30.00%）	两家公司系同一控制，杭州君隆科技有限公司是一家服务于通信技术、应用软件、增值业务等领域的民营企业。公司拥有强大的互联网技术优势、领先的业务策划及运营能力，在互联网商务领域具有强大的实力及丰富经验。（来源于公司网站）
	杭州启方科技有限公司	渠道	否	2015/9/28	1,000	未披露	短信业务	谢征宇（70.00%） 张阳（10.00%） 胡军委（10.00%） 姜旭（10.00%）	
4	北京桓源创新科技有限公司	渠道	否	2011/8/12	1,000	1,000	流量	许钦源（55.00%） 马杰（45.00%）	北京桓源创新科技有限公司专注于移动互联网应用软件和管理系统的研发、运营、服务，拥有国内领先的技术研发团队和跨平台、多形态的产品体系。（来源于企查查简介）
5	上海助通信息科技有限公司	渠道	否	2011/9/15	1,100	100	短信	陈东（100.00%）	上海助通信息科技有限公司是国内领先的互联网增值业务解决方案服务商，公司拥有丰富的码号资源与强大的运营能力，专注 SMS 行业短信、MMS 行业彩信、国际短信、物联网卡等业务。（来源于公司网站）
6	湖北趣佳科技有限公司	渠道	否	2014/7/11	101	101	流量	李璐璐（100.00%）	湖北趣佳科技有限公司是国内领先的虚拟充值方案提供商，公司专注于虚拟充值产品的开发及运营，辐射话费流量等业务，为互联网平台、知名电

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
									商企业提供专业渠道和营销服务方案。（来源于公司网站）
7	阿里巴巴	直客	阿里巴巴控股公司或关联公司（09988.HK）	2004/12/3	1,652	1,652	云计算	杭州臻希投资管理有限公司（100.00%）	阿里云是全球领先的云计算及人工智能科技公司，为 200 多个国家和地区的企业、开发者和政府机构提供服务。阿里云致力于以在线公共服务的方式，提供安全、可靠的计算和数据处理能力，让计算和人工智能成为普惠科技。（来源于公司网站）
	支付宝	直客		2004/12/8	150,000	未披露	第三方支付	浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司（100.00%）	支付宝是全球领先的独立第三方支付平台,致力于为广大用户提供安全快速的电子支付/网上支付/安全支付/手机支付体验,及转账收款/水电煤缴费/信用卡还款/AA 收款等生活。（来源于企查查简介）
	上海拉扎斯（饿了么）	直客		2011/09/29	3,700,000	11,134.56	在线外卖	拉扎斯控股香港有限公司（100.00%）	上海拉扎斯旗下品牌“饿了么”主营在线外卖、新零售、即时配送和餐饮供应链等业务。饿了么以“Everything 30min”为使命，致力于用创新科技打造全球领先的本地生活平台，推动了中国餐饮行业的数字化进程，将外卖培养成中国人继做饭、堂食后的第三种常规就餐方式。（来源于公司网站）
8	北京久佳信通科技有限公司	渠道	挖金客控股子公司（834003）	2016/3/11	1,111.11	未披露	企业通讯云服务	北京挖金客信息科技股份有限公司（51.00%） 南靖佳科企业管理合伙企业（有限合伙）（34.20%） 南靖佳宇企业管理合伙企业（有限合伙）(14.80%)	北京久佳信通科技有限公司是一家国内领先的企业通讯云服务提供商，依托互联网，以云计算的方式，为企业客户提供通讯平台服务和通讯软件服务。公司致力于成为国内最具影响力的移动互联服务商—企业移动互联系统提供商，企业移动互联运营服务商。（来源于公司网站）
9	广州昊博信息科技有限公司	渠道	否	2012/12/26	1,000	1,000	短信服务	黄继烈（95.00%） 欧春妮（5.00%）	广州昊博信息科技有限公司是中国领先的移动通信平台技术和应用方案提供商,始终致力于为各类企业提供具备国际技术水准的移动通信平台及运营服务。（来源于公司网站）

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
10	无锡源石云科技有限公司	直客	否	2016/6/15	2,000	500	分期购物	北京源石云科技有限公司（100.00%）	无锡源石云科技有限公司旗下品牌小象优品，致力于打造全国最有品位的海淘平台，为用户提供最专业的网购服务。公司为用户提供分期付款服务。（来源于公司网站）
11	腾讯	直客	腾讯控股全资子公司（00700.HK）	2010/10/21	14,250	未披露	云计算	深圳市世纪凯旋科技有限公司（80.00%） 北京英克必成科技有限公司（20.00%）	腾讯云是腾讯集团倾力打造的云计算品牌，面向全世界各个国家和地区的政府机构、企业组织和个人开发者，提供全球领先的云计算、大数据、人工智能等技术产品与服务，以卓越的科技能力打造丰富的行业解决方案，构建开放共赢的云端生态，推动产业互联网建设，助力各行各业实现数字化升级。（来源于公司网站）
12	网易	直客	是（NTES.NASDAQ）	2006/6/2	13,760.00（美元）	13,760.00（美元）	游戏	香港网易互动娱乐有限公司(100.00%）	网易是中国领先的互联网技术公司,业务涵盖游戏、电商、新闻门户、邮箱、文化娱乐、在线教育、企业服务、工具应用等，是目前中国领先的互联网公司之一。（来源于企查查简介）
13	杭州云片网络科技有限公司	渠道	否	2013/4/23	5,000	未披露	云通讯服务	浙江企朋网络技术股份有限公司（100.00%）	浙江企朋网络技术股份有限公司旗下拥有云通讯服务商云片、物联网通信服务商 SIMBOSS、电商精准营销平台维客、店铺管理软件美店等众多产品线，涉及云通讯、物联网、电商等多个领域。（来源于公司网站）
	浙江企朋网络技术股份有限公司	渠道	否	2011/10/18	3,000	3,000	云通讯服务	刘大林（55.84%） 杭州淘维创新投资管理合伙企业（有限合伙）（8.66%） 林佳齐（7.79%） 张小龙（6.93%） 吴佳钊（6.49%） 洪丽云（5.19%） 深圳市华拓至远贰号投资企业（有限合伙）（2.70%） 张建社（2.60%）	

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
								卢诚（1.30%） 深圳市华拓至远投资企业（有限合伙）（1.27%） 深圳市创东方富程股权投资基金合伙企业（有限合伙）（0.79%） 凌希洋（0.43%）	
14	杭州恩牛网络技术有限公司	直客	是 (02051.HK)	2012/8/2	50,000	未披露	互联网金融	萍乡纪牛资产管理合伙企业（有限合伙）（20.75%）； 新湖中宝股份有限公司（15.77%）； 深圳天图兴邦投资企业（有限合伙）（9.34%）； 北京国俊投资有限公司（9.20%）； 北京天图兴北投资中心（有限合伙）（8.61%）； 其他股东（36.33%）	两家公司系同一控制，杭州恩牛网络技术有限公司品牌 51 信用卡，是中国领先的金融科技创新企业，根据 2017 年 Oliver Wyman 报告，51 信用卡为中国首个且最大的在线信用卡管理平台、中国最大的独立在线信用卡申请平台，同时亦是以信用卡持有人为目标的最大线上消费金融市场。（来源于公司网站）
	杭州振牛信息科技有限公司	直客		2017/11/16	200,000	未披露	互联网金融	51 Credit Card（China）Limited（100.00%）	
15	联动优势科技有限公司	渠道	海联金汇(002537)全资/控股子公司	2003/8/15	71,569.73	10,000	短信	海联金汇科技股份有限公司（100.00%）	联动优势科技有限公司是一家专业为金融机构和产业经济提供综合性金融科技服务的互联网高新技术企业，积极布局人工智能、区块链、云服务、

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
	蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	渠道		2018/5/23	3,500	未披露	消费金融	联动优势科技有限公司（70.00%） 宁波奥达共赢投资合伙企业（有限合伙）（20.00%） 宁波奥达共创投资合伙企业（有限合伙）（10.00%）	大数据和 5G 消息等金融科技能力建设，重点打造第三方支付、数字科技、智慧营销、智能消息和跨境金融服务等业务板块。（来源于公司网站）
16	杭州单体网络科技有限公司	渠道	否	2015/8/5	1,000	未披露	短信业务	徐耀庭（95.00%） 赵国涛（5.00%）	两家公司系同一控制，杭州单体网络科技有限公司成立于 2015 年，单体网是公司旗下首要运营的 s2s 综合交互式平台。围绕单体网所产生的相关经济链则称之为“单体经济”。公司坚定不移的立足科技创新，潜心于中小企业服务，主要为各中小企业提供对推广方案制定、移动互联网位置应用解决方案、人才鉴定与推送、众筹、应用软件开源、微信公众号托管等服务。（来源于企查查简介）
	浙江云储科技有限公司	渠道	否	2011/7/5	1,000	1,000	信息化系统研发及推广	徐耀庭（95.00%） 赵国涛（5.00%）	
17	京东	直客	是 (JD.NASDAQ)	2007/4/20	139,798.56（美元）	58,992.46（美元）	电商	京东香港国际有限公司（100.00%）	京东定位于“以供应链为基础的技术与服务企业”，目前业务已涉及零售、数字科技、物流、技术服务、健康、保险、物流地产、云计算、AI 和海外等领域，其中核心业务为零售、数字科技、物流、技术服务四大板块。（来源于公司网站）
18	上海寻梦（拼多多）	直客	是 (PDD.NASDAQ)	2014/1/9	1,000	1,000	电商	杭州埃米网络科技有限公司（100.00%）	上海寻梦信息技术有限公司旗下品牌拼多多，是一家致力于为最广大用户提供物有所值的商品和有趣互动购物体验的“新电子商务”平台。拼多多通过创新的商业模式和技术应用，对现有商品流通环节进行重构，持续降低社会资源的损耗，为用户创造价值的同时，有效推动了农业和制造业的发展。平台年交易额突破万亿大关，迅速发展成为中国第二大电商平台。（来源于公司网站）
19	北京健康之家	直客	否	2018/10/17	20,000(美	未披露	健康信息	Waterdrop Group	北京健康之家科技有限公司隶属于水滴公司，水滴

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
	科技有限公司				元)		产业	HK Limited（100.00%）	商城与水滴互助组成公司的商业板块，水滴筹与水滴公益组成社会责任板块。该公司利用移动互联网技术，提供疾病的“事前保障+事后救助”方案，帮助弱势群体建立个人健康保障体系。（来源于公司网站）
20	华为	直客	否	1987/9/15	4,030,813.18	3,990,813.18	软件及通信	华为投资控股有限公司（100.00%）	华为是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，致力于把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织，构建万物互联的智能世界。（来源于公司网站）
21	厦门集微科技有限公司	渠道	否	2015/7/30	5,000	1,000	企业通信	北京百悟科技有限公司（100.00%）	厦门集微科技有限公司是以企业通信为主营业务，以互联网+、物联网+及人工智能等高科技为驱动的国家高新技术企业。公司主要致力于为企业客户提供企业短信、企业语音客户服务热线、物联网、集微私有云、网络广告、人工智能、大象能力平台等产品服务，为移动互联网、金融、电商、交通运输等众多行业提供企业通信解决方案。（来源于公司网站）
22	北京淘友天下科技发展有限公司	直客	否	2012/1/20	315	未披露	职场社交软件	林凡（88.75%） 周杰（11.25%）	北京淘友天下科技发展有限公司旗下品牌脉脉，是实名制商业社交平台，致力于利用科学算法打通“同事、同学、同乡、同校、共同的朋友”的五同关系，为商务人士降低社交门槛、拓展职场人脉，实现各行各业的交流合作，全面赋能中国职场人和中国企业。（来源于公司网站）
23	汉海信息（美团）	直客	美团点评(03690.HK)全资控股公司	2006/03/16	19,500（美元）	11,100（美元）	多媒体信息技术服务	DianPing (Hong Kong) Limited（100%）	作为中国领先的生活服务电子商务平台，美团点评(03690.HK)拥有美团、大众点评、美团外卖等消费者熟知的 App，服务涵盖餐饮、外卖、打车、共享单车、酒店旅游、电影、休闲娱乐等 200 多个品类，业务覆盖全国 2,800 个县区市。（来源于公司网站）
24	百度	直客	百度(BIDU.NASDA	2001/06/05	1,342,128	10,000	中文搜索引擎	李彦宏（99.5%） 崔珊珊（0.50%）	北京百度网讯科技有限公司是百度旗下公司，拥有网页搜索、hao123、百度推广等多条业务线。百度

序号	客户名称	类型	是否上市	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	主营业务	股东结构	客户简介
			Q)关联公司						将“让人们最平等、便捷地获取信息，找到所求”作为自己的使命，致力于为用户提供“简单可依赖”的互联网搜索产品及服务。（来源于企查查简介）
25	字节跳动（抖音、今日头条）	直客	否	2012/07/25	30,000（美元）	1,000（美元）	移动互联网	字节跳动（香港）有限公司（100%）	字节跳动旗下拥有多款互联网产品，包括今日头条、抖音短视频、西瓜视频、皮皮虾、番茄小说、Faceu 激萌等，是国内知名互联网企业。（来源于公司网站）
26	上海宜员网络技术有限公司	直客	众安在线（06060.HK）控股公司及关联企业	2017/05/08	1,000	未披露	互联网平台	深圳市光华愿景投资有限公司（100%）	上海宜员网络技术有限公司旗下品牌最福利是国内领先的互联网+福利生态平台，致力于为企业提供数字化积分平台解决方案。（来源于公司网站）
	众安信息技术服务有限公司			2016/07/07	300,000	未披露	金融科技	众安在线财产保险股份有限公司（100%）	众安信息技术服务有限公司是众安在线财产保险股份有限公司旗下的全资子公司。公司专注于区块链、人工智能、大数据、云计算等前沿技术研究，聚焦于保险科技在国内外市场的技术输出，助力保险生态客户快速高质发展，实现保险普惠，致力于成为全球保险行业数字化升级的战略伙伴。（来源于公司网站）

表二：

序号	客户名称	销售内容	2020 年 1-6 月			2019 年度		
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）
1	江西欣典	短信	注	注	注	注	注	注
2	北京联合维拓科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
3	杭州君隆科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
	杭州启方科技有限公司		注	注	注	注	注	注
4	北京桓源创新科技有限公司	流量	注	注	注	注	注	注
5	上海助通信息科技有限	短信	注	注	注	注	注	注

序号	客户名称	销售内容	2020 年 1-6 月			2019 年度		
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）
	公司							
6	湖北趣佳科技有限公司	流量	注	注	注	注	注	注
7	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	短信	879,651	509,711	140,350	615,402	376,844	80,234
8	北京久佳信通科技有限公司	短信	注	注	注	36.89	注	21.45
9	广州昊博信息科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
10	无锡源石云科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
11	腾讯	短信	606,273	2,229.48（亿元）	618.57（亿元）	488,824	377,289	95,888
12	网易	短信	97,517.60	35,247.17	8,601.93	73,041.46	59,241.15	21,431.13
13	杭州云片网络科技有限公司 浙江企朋网络技术股份有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
14	杭州恩牛网络技术有限公司 杭州振牛信息科技有限公司	短信	注	注	注	2,554.36	2,045.39	-1,111.04
15	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	短信	注	注	注	800.47	955.37	-405.98
16	杭州单体网络科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注

序号	客户名称	销售内容	2020 年 1-6 月			2019 年度		
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）
	浙江云储科技有限公司		注	注	注	注	注	注
17	京东	短信	注	347,259.27	8,849.47	100,625	576,888	11,890
18	上海寻梦（拼多多）	短信	29,493.86	18,734.37	-5,018.68	24,646.87	30,141.89	-6,967.60
19	北京健康之家科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
20	华为	短信	注	4,540（亿元）	417.68（亿元）	295,537	858,833	62,656
21	厦门集微科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
22	北京淘友天下科技发展有限公司	短信	注	注	注	注	注	注
23	汉海信息（美团）	短信	95,003.32	41,475.72	630.90	92,054.39	97,528.53	2,236.17
24	百度	短信	171,796	48,579	1,110	172,815	107,413	-2,288
25	字节跳动（抖音、今日头条）	短信	注	注	注	注	注	注
26	上海宜员网络技术有限公司 众安信息技术服务有限公司	短信	17,490.98	8,585.62	382.32	16,505.53	15,123.96	-638.65

续表二：

序号	客户名称	销售内容	2018 年度			2017 年度			结算方式	收款情况（2020 年 6 月末应收账款余额）（万元）
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）		
1	江西欣典	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	1,914.87
2	北京联合维拓科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	-

序号	客户名称	销售内容	2018 年度			2017 年度			结算方式	收款情况（2020 年 6 月末应收账款余额）（万元）
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）		
3	杭州君隆科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	-
	杭州启方科技有限公司		注	注	注	注	注	注	应收模式	-
4	北京桓源创新科技有限公司	流量	注	注	注	注	注	注	预收模式	-
5	上海助通信息科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	-
6	湖北趣佳科技有限公司	流量	注	注	注	注	注	注	预收模式	-
7	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	短信	439,439	250,266	61,412	324,121	158,273	41,226	应收模式	1,802.91
8	北京久佳信通科技有限公司	短信	22.44	83.90	4.08	注	注	注	应收模式	-
9	广州昊博信息科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	57.85
10	无锡源石云科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	-
11	腾讯	短信	356,207	312,694	79,984	277,093	237,760	72,471	应收模式	987.93
12	网易	短信	51,411.58	51,178.58	6,477.42	47,049.84	44,437.36	10,849.14	应收模式	26.77
13	杭州云片网络科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	1.45

序号	客户名称	销售内容	2018 年度			2017 年度			结算方式	收款情况（2020 年 6 月末应收账款余额）（万元）
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）		
	浙江企朋网络技术股份有限公司									
14	杭州恩牛网络技术有限公司 杭州振牛信息科技有限公司	短信	3,546.26	2,811.99	2,168.77	-4,581.56	2,268.58	-1,378.47	应收模式	-
15	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	短信	1,384.89	1,120.25	238.40	1,508.36	1,086.87	242.30	应收模式	85.66
16	杭州单体网络科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	-
	浙江云储科技有限公司		注	注	注	注	注	注		
17	京东	短信	76,828	462,020	-2,801	52,389	362,332	-12	应收模式	5,489.30
18	上海寻梦（拼多多）	短信	18,822.59	13,119.99	-10,217.13	1,204.96	1,744.08	-525.12	应收模式	733.14
19	北京健康之家科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	580.75
20	华为	短信	233,065	721,202	59,345	175,616	603,621	47,455	应收模式	183.57
21	厦门集微科技有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	6.87
22	北京淘友天下科技发展有限公司	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	0.98
23	汉海信息（美团）	短信	86,509.77	65,227.28	-115,492.70	-40,501.382	33,927.99	-18,987.88	应收	1,820.02

序号	客户名称	销售内容	2018 年度			2017 年度			结算方式	收款情况（2020 年 6 月末应收账款余额）（万元）
			净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）	净资产（百万元）	收入（百万元）	净利润（百万元）		
									模式	
24	百度	短信	175,752	102,277	22,582	130,372	84,809	18,288	应收模式	20.46
25	字节跳动（抖音、今日头条）	短信	注	注	注	注	注	注	应收模式	851.32
26	上海宜员网络技术有限公司 众安信息技术服务有限公司	短信	16,474.67	9,610.31	-1,796.72	17,270.70	5,583.19	-996.36	应收模式	285.15

注：该部分客户的财务数据因涉及其商业机密，公司未能获取；其他客户财务数据来源于其（所属上市公司）招股说明书或（所属上市公司）定期报告，阿里巴巴数据来自其港股招股书及定期报告且系 2017-2020 财年数据。

表三：

序号	客户名称	2020 年半年度				2019 年度			
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第二季度销售金额（万元）	第二季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比
1	江西欣典	4,956.70	11.56%	557.13	11.24%	6,646.50	12.49%	818.15	12.31%
2	北京联合维拓科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-
3	杭州君隆科技有限公司 杭州启方科技有限公司	87.51	0.20%	7.47	8.53%	132.45	0.25%	-	-
4	北京桓源创新科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-
5	上海助通信息科技有限公司	-	-	-	-	700.85	1.32%	4.46	0.64%

序号	客户名称	2020 年半年度				2019 年度			
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第二季度销售金额（万元）	第二季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比
6	湖北趣佳科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-
7	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯(饿了么）	3,964.28	9.25%	2,337.10	58.95%	5,188.98	9.75%	2,717.74	52.38%
8	北京久佳信通科技有限公司	4.84	0.01%	-	-	95.73	0.18%	45.00	47.01%
9	广州昊博信息科技有限公司	21.70	0.05%	17.47	80.53%	205.66	0.39%	10.86	5.28%
10	无锡源石云科技有限公司	-	-	-	-	54.56	0.10%	-	-
11	腾讯	3,959.36	9.23%	2,403.31	60.70%	9,448.54	17.75%	1,437.56	15.21%
12	网易	299.84	0.70%	178.24	59.44%	613.62	1.15%	150.33	24.50%
13	杭州云片网络科技有限公司 浙江企朋网络技术股份有限公司	320.74	0.75%	58.62	18.28%	487.76	0.91%	114.09	23.39%
14	杭州恩牛网络技术有限公司 杭州振牛信息科技有限公司	174.50	0.41%	70.32	40.30%	698.25	1.31%	127.08	18.20%
15	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京)科技有限公司	357.02	0.83%	125.24	35.08%	652.20	1.22%	113.56	17.41%
16	杭州单体网络科技有限公司	0.43	0.00%	-	-	439.78	0.83%	11.47	2.61%

序号	客户名称	2020 年半年度				2019 年度			
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第二季度销售金额（万元）	第二季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比
	浙江云储科技有限公司								
17	京东	9,661.82	22.53%	5,190.38	53.72%	5,073.00	9.53%	2,548.76	50.24%
18	上海寻梦（拼多多）	-	-	-	-	2,626.31	4.93%	107.41	4.09%
19	北京健康之家科技有限公司	2,833.62	6.61%	1,399.93	49.40%	2,554.16	4.80%	956.66	37.46%
20	华为	915.74	2.14%	655.06	71.53%	1,675.33	3.15%	337.29	20.13%
21	厦门集微科技有限公司	154.66	0.36%	29.24	18.90%	1,384.44	2.60%	74.26	5.36%
22	北京淘友天下科技发展有限公司	238.90	0.56%	1.42	0.59%	717.37	1.35%	31.84	4.44%
23	汉海信息（美团）	3,385.35	7.90%	2,516.95	74.35%	450.17	0.85%	428.77	95.25%
24	百度	948.14	2.21%	191.35	20.18%	3.19	0.01%	-	-
25	字节跳动（抖音、今日头条）	803.13	1.87%	803.13	100.00%	-	-	-	-
26	上海宜员网络技术有限公司 众安信息技术服务有限公司	760.72	1.77%	411.02	54.03%	454.37	0.85%	177.89	39.15%

续表三：

序号	客户名称	2018 年度				2017 年度				销售金额占该客户同类采购比重
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	
1	江西欣典	15,849.86	34.55%	1,828.76	11.54%	12,782.86	46.31%	9,992.18	78.17%	注
2	北京联合维拓科	-	-	-	-	2,478.96	8.98%	-	-	注

序号	客户名称	2018 年度				2017 年度				销售金额占该客户同类采购比重
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	
	技有限公司									
3	杭州君隆科技有限公司 杭州启方科技有限公司	1,560.51	3.40%	283.04	18.14%	1,226.75	4.44%	471.56	38.44%	报告期内比例区间为 2.5%-24%
4	北京桓源创新科技有限公司	-	-	-	-	1,052.98	3.81%	-	-	注
5	上海助通信息科技有限公司	1,028.11	2.24%	691.43	67.25%	814.49	2.95%	106.29	13.05%	2017 年-2019 年比例区间为 8-20%
6	湖北趣佳科技有限公司	-	-	-	-	799.83	2.90%	-	-	2017 年比例区间为 20%-30%
7	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	10,083.59	21.98%	2,719.16	26.97%	735.69	2.67%	735.69	100.00%	注
8	北京久佳信通科技有限公司	133.39	0.29%	10.48	7.86%	717.46	2.60%	422.83	58.93%	注
9	广州昊博信息科技有限公司	214.63	0.47%	148.80	69.33%	529.76	1.92%	73.50	13.87%	2017 年-2019 年比例区间为 10-25%，2020 年 1-6 月占比不足 1%
10	无锡源石云科技有限公司	307.27	0.67%	0.15	0.05%	493.70	1.79%	241.49	48.91%	2017 年-2019 年比例区间为 1-20%
11	腾讯	1,500.95	3.27%	1,186.65	79.06%	-	-	-	-	注
12	网易	1,251.39	2.73%	335.59	26.82%	220.66	0.80%	181.95	82.46%	注

序号	客户名称	2018 年度				2017 年度				销售金额占该客户同类采购比重
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	
13	杭州云片网络科技有限公司 浙江企朋网络技术股份有限公司	1,219.75	2.66%	242.14	19.85%	384.49	1.39%	287.65	74.81%	注
14	杭州恩牛网络技术有限公司 杭州振牛信息科技有限公司	834.79	1.82%	76.41	9.15%	16.62	0.06%	16.62	100.00%	注
15	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	812.25	1.77%	373.09	45.93%	35.71	0.13%	35.71	100.00%	注
16	杭州单体网络科技有限公司 浙江云储科技有限公司	789.51	1.72%	299.29	37.91%	324.47	1.17%	299.39	92.27%	2017 年-2019 年比例区间为 5%以下
17	京东	-	-	-	-	-	-	-	-	注
18	上海寻梦（拼多多）	-	-	-	-	-	-	-	-	注
19	北京健康之家科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-		注
20	华为	632.42	1.38%	441.57	69.82%	-	-	-	-	注
21	厦门集微科技有限公司	534.63	1.17%	534.60	99.99%	-	-	-	-	注
22	北京淘友天下科技发展有限公司	322.70	0.70%	134.25	41.60%	-	-	-	-	注

序号	客户名称	2018 年度				2017 年度				销售金额占该客户同类采购比重
		销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	销售金额（万元）	销售金额/营业收入	第四季度销售金额（万元）	第四季度销售占比	
23	汉海信息（美团）	-	-	-	-	-	-	-	-	注
24	百度	-	-	-	-	-	-	-	-	注
25	字节跳动（抖音、今日头条）	-	-	-	-	-	-	-	-	注
26	上海宜员网络技术有限公司 众安信息技术服务有限公司	0.17	0.00%	0.17	100%	-	-	-	-	注

注：公司对该部分客户的销售额占该部分客户同类采购额的比例数据因涉及其商业机密，公司未能获取；其他客户数据来源于其提供资料。

8、报告期内公司前十大客户中新增客户相关信息如下：

报告期内，公司前十大客户收入占比分别为 78.37%、76.14%、67.65%和 75.07%，其中新增客户的相关信息如下：

序号	新增客户名称	类型	新增客户期间	获客方式	交易内容	2020 年 1-6 月销售额（万元）	2019 年销售额(万元)	2018 年销售额(万元)	2017 年销售额(万元)	结算方式	2020 年 6 月 30 日应收账款余额(万元)
1	腾讯	直客	2018 年	主动开拓	短信	3,959.36	9,448.54	1,500.95	-	应收模式	987.93
2	阿里巴巴	直客	2017 年	招投标	短信	3,964.28	5,188.98	10,083.59	735.69	应收模式	1,802.91
	支付宝	直客	2018 年	主动开拓	短信						
	上海拉扎斯（饿了么）	直客	2019 年	招投标	短信						
3	京东	直客	2019 年	招投标/主动开拓	短信	9,661.82	5,073.00	-	-	应收模式	5,489.30
4	上海寻梦（拼多多）	直客	2019 年	主动开拓	短信	-	2,626.31	-	-	应收模式	733.14
5	北京健康之家科技有限公司	直客	2019 年	主动开拓	短信	2,833.62	2,554.16	-	-	应收模式	580.75
6	华为	直客	2018 年	招投标	短信	915.74	1,675.33	632.42	-	应收模式	183.57
7	厦门集微科技有限公司	渠道	2018 年	主动开拓	短信	154.66	1,384.44	534.63	-	应收模式	6.87
8	北京淘友天下科技发展有限公司	直客	2018 年	招投标	短信	238.90	717.37	322.70	-	应收模式	0.98
9	网易	直客	2017 年	主动开拓	短信	299.84	613.62	1,251.39	220.66	应收模式	26.77
10	杭州云片网络科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	短信	320.74	487.76	1,219.75	384.49	应收模式	1.45
	浙江企朋网络技术股份有限公司										
11	杭州恩牛网络技术有限公司	直客	2017 年	主动开拓	短信	174.50	698.25	834.79	16.62	应收模式	0.00
	杭州振牛信息科技有限公司										

12	联动优势科技有限公司 蜜小蜂智慧（北京）科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	短信	357.02	652.20	812.25	35.71	应收模式	85.66
13	杭州单体网络科技有限公司 浙江云储科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	短信	0.43	439.78	789.51	324.47	应收模式	0.00
14	北京桓源创新科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	流量	-	-	-	1,052.98	预收模式	0.00
15	湖北趣佳科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	流量	-	-	-	799.83	预收模式	0.00
16	北京久佳信通科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	短信	4.84	95.73	133.39	717.46	应收模式	0.00
17	广州昊博信息科技有限公司	渠道	2017 年	主动开拓	短信	21.70	205.66	214.63	529.76	应收模式	57.85
18	无锡源石云科技有限公司	直客	2017 年	主动开拓	短信	-	54.56	307.27	493.70	应收模式	0.00
19	汉海信息（美团）	直客	2019 年	招投标	短信	3,385.35	450.17	-	-	应收模式	1,820.02
20	百度	直客	2019 年	主动开拓	短信	948.14	3.19	-	-	应收模式	20.46
21	字节跳动（抖音、今日头条）	直客	2020 年	主动开拓	短信	803.13	-	-	-	应收模式	851.32
22	上海宜员网络技术有限公司 众安信息技术服务有限公司	直客	2018 年	主动开拓	短信	760.72	454.37	0.17	-	应收模式	285.15
合计						28,804.79	32,823.44	18,637.43	5,311.37		12,934.13

鉴于大型直客的业务量较大，出于供应商管理的原则，大型直客一般会选择多家供应商共同为其提供移动信息服务，故公司渠道客户的最终客户与发行人的直客客户存在重合的情形。

9、渠道客户的最终客户与发行人直客客户重合的合理性

鉴于自身的业务量较大，出于增强信息安全性、提高供应稳定性和降低供应商集中度的需求，知名直客客户一般会选择多家供应商共同为其提供移动信息服务。同时，由于部分移动信息服务提供商自身的运营商资源有限，且部分直客客户对其供应商的上游是否为运营商无相关要求，因此当该类移动信息服务提供商的客户短信需求较大时，会结合多方面因素选取同行业公司作为其供应商。故公司渠道客户的最终客户与发行人的直客客户存在重合的情形。

该类直客客户以阿里巴巴、京东、腾讯、华为、网易、汉海信息（美团）和百度等国内知名企业为主，自身经营规模较大，短信需求较高。知名直客客户在丰富其自身供应商体系时，会综合考量移动信息服务提供商的业务规模、行业口碑、技术能力和服务质量，移动信息服务提供商的价格或付款条件仅为参考要素之一。由于客户的相关供应商信息和具体业务合作条款为其内部商业秘密，无法进行与发行人的价格和信用政策的对比分析。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：渠道客户的最终客户在与发行人存在直接销售的情况下，仍通过渠道商向发行人进行采购存在合理性；相关最终客户多数为国内知名企业，其采购的数量及金额与自身规模相匹配。

10、公司对部分客户第四季度销售占比较高的原因

报告期内，公司对部分客户第四季度销售占比较高的原因如下：

（1）报告期内，公司对阿里巴巴的季度销售情况如下：

①2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	第一季度		第二季度	
	销售额	占比	销售额	占比
阿里巴巴	1,627.18	41.05%	2,337.10	58.95%
上海拉扎斯（饿了么）				

项目	第一季度		第二季度	
	销售额	占比	销售额	占比
占 2020 年上半年营业收入的比例	3.79%		5.45%	

②2019 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	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）								
占全年销售收入的比例	2.87%		0.86%		0.92%		5.11%	

③2018 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
阿里巴巴	2,386.38	23.67%	2,521.97	25.01%	2,456.08	24.36%	2,719.16	26.97%
支付宝								
占全年销售收入的比例	5.21%		5.50%		5.36%		5.93%	

④2017 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
阿里巴巴	-	-	-	-	-	-	735.69	100%
支付宝								
占全年销售收入的比例	-		-		-		2.67%	

公司对阿里巴巴的业务合作始于 2017 年 11 月，因此 2017 年度销售额仅 735.69 万元，占当年营业收入的 2.67%；2018 年度公司与阿里巴巴（含支付宝）各季度销售额相对平稳，第四季度销售额为 2,719.16 万元，占比 26.97%，各季度之间不存在明显波动；2019 年，公司向阿里巴巴、支付宝、上海拉扎斯（饿了么）第四季度销售金额占比达 52.38%，主要原因如下：

①公司出于 2018 年阿里巴巴的业务规模虽然较大，但毛利率偏低的考虑，向上调整了对阿里巴巴的报价，导致公司向阿里巴巴的销售规模在第二、三季度发生下降；

②公司在第四季度与阿里巴巴旗下上海拉扎斯（饿了么）开始正式开展业务合作，销售短信 957.67 万元，占阿里巴巴、支付宝、上海拉扎斯（饿了么）全年合计销售金额的 18.46%；

③受“双 11”大型商业活动影响，阿里巴巴第四季度销售额发生明显提高。

2020 年 1-6 月，公司与阿里巴巴第一和第二季度销售额分别为 1,627.18 万元、2,337.10 万元，季度占比分别为 41.05%、58.95%，占公司 2020 年 1-6 月营业收入的 3.79%、5.45%，第二季度占比较高主要系阿里巴巴旗下拉扎斯（饿了么）在疫情期间销售规模增长所致，不存在明显的季节性。

综上所述，2017 年至 2019 年，公司向阿里巴巴、支付宝、上海拉扎斯（饿了么）第四季度的销售金额占比较高存在合理性；2020 年 1-6 月，公司向阿里巴巴、支付宝、上海拉扎斯（饿了么）的第二季度的销售金额较高系疫情期间客户短信需求增长所致，不存在明显的季节性。

（2）京东季度销售情况如下：

①2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	第一季度		第二季度	
	销售额	占比	销售额	占比
京东	4,471.45	46.28%	5,190.38	53.72%
占 2020 年上半年营业收入的比例	10.43%		12.10%	

②2019 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
京东	-	-	-	-	2,524.24	49.76%	2,548.76	50.24%
占全年销售收入的比例	-		-		4.75%		4.79%	

2019 年下半年，公司与京东正式开展合作，公司对京东第三和第四季度的销售额

分别为 2,524.24 万元、2,548.76 万元，季度占比 49.76%、50.24%，京东第三和第四季度的销售额占公司营业收入的比例分别为 4.75%、4.79%，占比较为稳定；2020 年第一季度和第二季度，公司对京东的销售额分别为 4,471.45 万元、5,190.38 万元，季度占比 46.28%、53.72%，占上半年营业收入的比例为 10.43%、12.10%，对京东的销售规模进一步增长，不存在明显季节性。

（3）北京健康之家科技有限公司的季度销售情况如下：

①2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	第一季度		第二季度	
	销售额	占比	销售额	占比
北京健康之家科技有限公司	1,433.69	50.60%	1,399.93	49.40%
占 2020 年上半年营业收入的比例	3.34%		3.26%	

②2019 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
北京健康之家科技有限公司	311.06	12.18%	554.58	21.71%	731.85	28.65%	956.66	37.46%
占全年销售收入的比例	0.58%		1.04%		1.37%		1.80%	

2019 年 1 月，公司正式与北京健康之家科技有限公司开展业务合作，公司对北京健康之家的销售额稳定增长，2019 年度四个季度的销售额分别为 311.06 万元、554.58 万元、731.85 万元和 956.66 万元，季度占比分别为 12.18%、21.71%、28.65%和 37.46%，各季度占公司营业收入的 0.58%、1.04%、1.37%和 1.80%，业务规模保持正常的增长趋势；2020 年 1-6 月，公司与北京健康之家科技有限公司第一季度和第二季度销售额分别为 1,433.69 万元、1,399.93 万元，第一和第二季度占比分别为 50.60%、49.40%，占公司 2020 年 1-6 月营业收入的 3.34%、3.26%，占比较为稳定，不存在明显季节性差异。

（4）报告期内，对华为的季度销售情况如下：

①2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	第一季度	第二季度

	销售额	占比	销售额	占比
华为	260.69	28.47%	655.06	71.53%
占 2020 年上半年营业收入的比例	0.61%		1.53%	

②2019 年度

2019 年度，发行人向华为第四季度销售占比为 20.13%，低于全年度季度销售均值 25.00%，不存在销售占比较高的情形。

③2018 年度

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
华为	-	-	13.61	2.15%	177.23	28.02%	441.57	69.82%
占全年销售收入的比例	-		0.03%		0.39%		0.96%	

公司与华为的合作始于 2018 年 5 月，2018 年度公司对华为的季度销售额分别为 0.00 万元、13.61 万元、177.23 万元、441.57 万元，季度占比分别为 0.00%、2.15%、28.02%、69.82%，占全年营业收入的 0.00%、0.03%、0.39%、0.96%，鉴于业务规模逐渐增长，公司当年度向华为第四季度的销售占比较高。

2020 年 1-6 月，公司与华为第一季度和第二季度的销售额分别为 260.69 万元、655.06 万元，第一和第二季度占比分别为 28.47%、71.53%，占公司 2020 年 1-6 月营业收入的 0.61%、1.53%，其中第一季度较低主要受新冠疫情、春节等因素影响所致，随着新冠疫情好转和公司加大了直客业务开拓力度，第二季度销售额有较大幅度的增长，不存在显著的季节性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人上述客户第四季度销售较多的原因一方面系公司对上述客户的业务开展逐渐深入，销售规模持续增长，另一方面系由于第四季度存在“双 11”等大型商业活动，带动公司销售额增长，存在合理性。

报告期内，公司对上述客户收入确认时点为：次月根据上月发送量、单价与客户对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。因此，公司各年第四季度分别在 10 月、11 月和 12 月与上述客户核对 9 月、10 月和 11 月的业务金额和数量，经双方核对无误后分别在 10 月、11 月和 12 月确认相应的收入。根据公司与上述客户签订的合同约定，

通常以对账确认作为交易数量、金额确认及款项结算依据，出于谨慎性考虑，公司对上述客户收入在次月双方对账后根据对账确认数据在对账当月确认收入，且始终保持一贯执行，符合企业会计准则相关规定。

11、江西欣典毛利率变化及收入变动原因

2020 年 1-6 月，江西欣典的销售短信数量、销售金额及占比的变动信息如下：

项目	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月		
	销售数量（百万条）	销售金额（万元）	占比	销售数量（百万条）	销售金额（万元）	占比
江西欣典	1,546.64	4,956.70	11.56%	1,200.72	2,844.31	11.52%

2020 年 1-6 月，江西欣典的毛利率仅为 9.28%，相较去年发生下降，主要原因为江西欣典的经营成本提高所致。江西欣典要求发行人为其提供固定的运营商通道，但公司出于利益最大化的考虑，集中优势资源保证直客客户供应，因此公司不能为江西欣典配置最优通道，以致产生较高的运营成本，致使毛利率下降。2020 年 1-6 月江西欣典对应的平均采购单价为 2.89 分/条，明显高于平均采购单价。

江西欣典的审核成本主要系运营员工的人工成本，鉴于发行人以发送短信条数在客户间进行成本分配和归集，因此单位短信的审核成本较小，对毛利率的影响较小。

2020 年 1-6 月，江西欣典分月销量、收入及销售价格数据如下：

项目	2020 年 1 月	2020 年 2 月	2020 年 3 月	2020 年 4 月	2020 年 5 月	2020 年 6 月
销售数量（百万条）	367.81	442.59	567.52	122.05	20.28	26.41
收入金额（万元）	1,073.89	1,451.81	1,873.87	402.98	66.95	87.20
销售价格（分/条）	2.92	3.28	3.30	3.30	3.30	3.30

2020 年 1 月，受到江西欣典的短信发送需求增加、加之疫情期间其自身缺乏稳定发送资源的影响，公司结合采购单价的变化上调了对江西欣典的销售单价，并扩大了与其合作的规模，以期促使资源的使用效率得到提升。鉴于江西欣典本身系行业内知名企业，客户资源丰富，因此公司对其销售金额结合客户需求的变化在短期内发生回升。自 2020 年 4 月起，公司结合自身经营战略的长期调整及对方资源得到恢复，双方减少了合作的业务量。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：2020 年 1-6 月江西欣典销售毛利率下降存在合理性；发行人与江西欣典开展业务的毛利率下降而收入占比提升主要系公司结合客户需求短期内发生回升，存在合理性。

12、2020 年 1-6 月前十大客户变动情况及原因分析如下：

序号	2020 年 1-6 月	新增原因	2019 年	退出原因
1	京东	-	腾讯	-
2	江西欣典	-	江西欣典	-
3	阿里巴巴	-	阿里巴巴	-
	上海拉扎斯（饿了么）	-	上海拉扎斯（饿了么）	-
	-	-	支付宝	根据客户要求，支付宝与阿里巴巴进行合并结算。
4	腾讯	-	京东	-
5	汉海信息（美团）	1、公司根据自身的核心竞争力和行业发展情况，执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户，自 2019 年与汉海信息（美团）建立初步合作后，于 2020 年开始展开广泛的业务合作； 2、在新冠疫情期间，汉海信息（美团）的业务量发生上升。公司抓住下游行业带来的发展契机，相应地增加对汉海信息（美团）的销售额； 3、汉海信息（美团）根据自身不同供应商的销售报价和服务质量使其在年度间增加对公司的采购金额； 4、公司根据汉海信息（美团）的所处行业、自身市场声誉，对与汉海信息（美团）开展业务给予积极的考核结果，并及时努力扩大对其的销售规模，增强与客户的合作黏性，以期与未来寻求更强的议价权，实现利润的最大化。	上海寻梦（拼多多）	上海寻梦（拼多多）回款速度较慢，经与上海寻梦（拼多多）协商后，公司暂停了与其的业务，因此本期未发生交易。
6	北京健康之家科技有限公司	-	北京健康之家科技有限公司	-
7	百度	1、公司根据自身的核心竞争力和行业发展情况，执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户，自 2019 年与百度初步合作后，于 2020 年开始展开广泛的业务合作； 2、百度根据自身不同供应商的销售报价和服务质量使其在年度间增加对公司的采购金额。	华为	-
8	华为	-	厦门集微科技有限公司	公司聚焦于开拓直客客户，出于战略转变和经营管理的需要，公司适当减少与渠道客户厦门集微科技有限公司的合作规模
9	字节跳动	1、公司根据自身的核心竞争力和行业发展情况，执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户，与字节跳动（抖音、今日头条）建立起广泛的业务合作； 2、字节跳动（抖音、今日头条）作为下游细分行业的领先企业，近年来得到了快速的发展。公司抓住下游行业带来的发展契机，建立与字节跳动（抖音、今日头条）的合作，扩大对字节跳动（抖音、今日头条）的销售额。	北京淘友天下科技发展有限公司	其出于分散供应商集中度的需求，会调整自身的供应商的构成和各自的合作规模。同时，其根据自身不同供应商的销售报价在年度间调整对公司的采购金额。
10	上海宜员网络技术有限公司	1、公司根据自身的核心竞争力和行业发展情况，执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户，自 2018 年与其建立业务合作； 2、其根据自身不同供应商的销售报价和服务质量使其在年度间增加对公司的采购金额。	上海助通信息科技有限公司	公司聚焦于开拓直客客户，出于战略转变和经营管理的需要，公司适当暂停与上海助通信息科技有限公司的业务合作

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人 2020 年 1-6 月前十大客户的变动存

在合理性。

13、京东在合作次年毛利率为负的原因及对公司经营的影响

发行人与京东在合作次年出现毛利率为负情形的原因系公司的采购单价发生上升，但是出于增强客户粘性、占据市场份额的目的，公司对京东销售价格的提升较为缓慢。

2020 年 9 月初，发行人对京东实现了价格信息的调整（不包含达疆网络和京东到家），相较于 2020 年 1-6 月的平均单价上涨幅度在 10%-20%区间，上调售价后对其毛利率较低的情况将得到有效的改善，双方继续开展业务合作，暂停业务的可能性较小。

2020 年 1-6 月，公司第一大客户京东的毛利率为负，公司当期与其开展业务对经营情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		
	主营业务收入	毛利率	毛利额
京东	9,661.82	-1.38%	-133.58
2020 年 1-6 月经营情况	42,866.97	12.92%	5,537.78
假设当期未与京东开展业务	33,205.15	17.08%	5,671.36
差异额	-9,661.82	4.16 个百分点	133.58

根据上表可见，假设 2020 年 1-6 月公司未与京东展开业务合作，公司整体盈利能力小幅度上涨，毛利率发生明显上升，无明显不利影响。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人与京东在合作次年出现毛利率为负情形存在合理性；2020 年上半年京东销售毛利率为负对发行人经营业绩无明显不利影响，发行人已于期后完成了对其销售价格的调整。

14、发行人暂停与上海寻梦（拼多多）业务对发行人的具体影响及后续业务合作的恢复情况

公司自 2019 年 3 月与上海寻梦（拼多多）开展业务，相关情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-6 月			2019 年		
	主营业务收入	毛利率	毛利额	主营业务收入	毛利率	毛利额
上海寻梦（拼多多）	-	-	-	2,626.31	-1.93%	-50.68
发行人	42,866.97	12.92%	5,537.78	53,187.78	17.63%	9,379.50

由上表可见，公司 2020 年 1-6 月未与上海寻梦（拼多多）继续展开业务合作，公司营业收入和营业利润均呈现快速上升的趋势；同时公司 2019 年与上海寻梦（拼多多）

展开业务合作的期间毛利率为负，并未对盈利水平产生积极的影响。因此，公司暂停与上海寻梦（拼多多）业务对发行人无明显消极影响。

目前，发行人与上海寻梦（拼多多）仍就相关合作事宜进行商业洽谈中，保持后续再度开展业务合作的可能。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人公司暂停与上海寻梦（拼多多）业务对发行人的无明显消极影响；发行人与上海寻梦（拼多多）仍就相关合作事宜进行商业洽谈中，保持后续再度开展业务合作的可能。

15、发行人的调价情况

报告期内，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。以公司 2020 年 1-6 月第一大客户京东为例，发行人报告期后的调价情况如下：

2020 年 9 月初，发行人对京东实现了价格信息的调整（不包含达疆网络和京东到家），相较于 2020 年 1-6 月的平均单价上涨幅度在 10%-20%区间，具体过程如下：

2020 年 8 月，公司与京东的合作协议到期，双方展开新一轮协商。公司于京东的信息平台进行报价，报价信息的显示状态为“已报价”；京东接收公司的报价信息，并开展内部审批程序后，报价信息的显示状态变更为“等待结果”；公司报价审批通过后，京东告知发行人并签订新一轮合作协议。

公司本次调价的时间间隔为 14 个月，期间较长，主要原因系公司于 2019 年 6 月初与京东展开初步合作，公司出于维系客户扩大业务规模的需要，未在短期内提出价格调整的需求。在与京东的后续业务合作中，公司将结合自身的采购成本的变化，不定期地适时提出变更价格的请求。

公司与 2020 年 1-6 月前十大客户的近期调价信息如下：

序号	客户名称	报告期内最后一次调价时间	与前次价格报价的时间间隔	日常调价周期
1	京东（不含达疆网络和京东到家）	-	-	不定期
	达疆网络和京东到家	2019 年 10 月	4 个月	不定期

2	江西欣典	2020 年 1 月	7 个月	不定期
3	阿里巴巴	2020 年 3 月	1 个月	系统每月开放报价
	上海拉扎斯（饿了么）	2020 年 3 月	3 个月	通常为 3 个月
	支付宝	2020 年 1 月	14 个月	系统每月开放报价
4	腾讯	2019 年 12 月	1 个月	不定期
5	汉海信息（美团）	2019 年 12 月	4 个月	不定期
6	北京健康之家科技有限公司	2020 年 4 月	2 个月	不定期
7	百度	2020 年 3 月	3 个月	不定期
8	华为	2020 年 3 月	1 个月	报价系统通常 3 个月开放一次，如遇特殊情况单独申请
9	字节跳动	-	-	通常 3 个月
10	上海宜员网络技术有限公司	2020 年 1 月	3 个月	不定期
	众安信息技术服务有限公司			

由上表可见，公司与 2020 年 1-6 月前十大客户的调价周期通常为根据经营情况不定期可进行双方磋商。2020 年 1-6 月前十大客户报告期内最后一次调价时间距离前次的间隔时间主要集中在 4 个月以内。因此，京东调价的时间间隔较长系公司出于自身经营考量的特殊行为。

京东系下游行业知名企业，发行人与其商议价格信息、进行相关调整的方式不具备特殊性，发行人通过其平台报价的方式进行价格调整，由于发行人并非其唯一短信供应商，因此发行人所采取的价格调整机制与同行业基本一致，符合行业惯例。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人售价调整的机制符合行业惯例。

16、公司大型直客客户对于供应商的选择标准

公司大型直客客户选择供应商的考虑因素主要包括：

（1）公司基本信息

大型直客客户在遴选供应商时会要求供应商提供公司的基本信息，具体涉及公司所在地、注册资本、成立时间、员工人数、资质证书、近期财务数据和主要客户等信息，选择其中成立时间较长、人员资金储备丰富的公司作为优先备选对象。

（2）供应商针对直客所属行业的服务经验

大型直客客户在遴选供应商会要求供应商针对客户自身所处行业，提供合作过或者正处于业务合作中的同行业客户名单，如果供应商获得过相关客户的认可，大型直客客

户一般会要求供应商一并提供。大型直客客户会选择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，会倾向于选择价格具有竞争力的报价方案。

（4）供应商的技术能力

大型直客客户的短信需求丰富且对短信发送的相关要求较高，在遴选供应商时会提供自身对于供应商的技术要求，其中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、短信到达率等要求。大型直客客户仅选择能够符合其技术要求的供应商。

（5）供应商的运维能力

大型直客客户对于供应商提供的运维服务存在一系列具体要求，以满足其短信稳定发送、日常用户信息能够有效传达的要求，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 小时的在线（钉钉等方式）、电话、邮件等方式的相关支持、在“618”、“双 11”、“双 12”等电商节日能针对业务保障提供人员全天候进行监控及服务。大型直客客户仅选择能够符合其运维要求的供应商。

大型直客客户以以上因素作为主要的考量要素，根据对不同供应商考量的结果，对自身的供应商进行动态管理，选择优质的移动信息服务商作为合作伙伴。发行人相较其他直客客户的供应商具备以下竞争优势：

（1）公司深耕企业短信服务多年，具有丰富的行业服务经验，技术能力逐步提高，各类型人才储备丰富，经营规模不断扩大，相较其他直客客户的供应商具备一定的竞争优势；

（2）公司在互联网行业已经建立了一定覆盖率的竞争优势，通过为互联网行业客户提供快速、高效、稳定的服务，服务了大量基于互联网及移动互联网的高质量龙头企业。公司对互联网细分行业内的客户需求、应用场景、消费者习惯以及与客户之间的沟通协调方式具有较为深入的理解，相较其他直客客户的供应商具备一定的竞争优势；

（3）报告期内，公司发生采购业务的供应商数量分别约为 50 家、60 家、90 家和

80 家，整体呈逐渐上升趋势。公司不断积极地开拓各类型的供应商资源，与各地域各类型的供应商广泛地建立起良好的合作关系。公司依托于丰富的供应商资源，通过对短信发送通道的合理分配，能够向直客客户提供具备一定竞争力的报价方案；

（4）报告期内，公司的研发能力与运维能力伴随着业务量的增长而不断提升、完善。发行人能够在满足大型直客客户基本要求的情况下，结合自身丰富的经验，相较其他直客客户的供应商提供更为细致、周全的附加服务。

发行人相较其他直客客户的供应商的竞争劣势主要系除互联网行业外公司对银行、证券公司为代表的金融行业、对市政服务类企业、对传统行业企业等其他短信需求较大的行业服务经验相对较浅。

董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东未在上述客户中占有权益。

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与公司前五大客户不存在关联关系；不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是公司前员工、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。

经核查，保荐机构认为发行人业务持续增长，客户集中度较高未对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

五、采购情况和主要供应商

（一）主要原材料采购情况

1、报告期内各期，公司主要业务的采购情况如下：

期间	项目	采购数量（百万条/百万兆）	采购额（万元）	采购单价（分/条或分/兆）	采购额占比（%）
2020 年 1-6 月	短信业务	18,607.36	37,015.48	1.99	100.00
	流量业务	-	-	-	-
2019 年度	短信业务	25,230.67	43,140.13	1.71	100.00
	流量业务	-	-	-	-
2018 年度	短信业务	19,831.73	36,424.00	1.84	100.00
	流量业务	-	-	-	-
2017 年度	短信业务	8,953.21	19,486.98	2.18	91.60
	流量业务	507.38	1,786.07	3.52	8.40

2、公司短信业务采购数量与销售数量的差异情况

报告期内，公司短信业务采购数量与销售数量的差异如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售条数（百万条）	18,650.45	25,302.63	19,855.86	9,015.70
采购条数（百万条）	18,607.36	25,230.67	19,831.73	8,953.21
差异条数（百万条）	43.09	71.96	24.13	62.49
差异条数/销售条数	0.23%	0.28%	0.12%	0.69%

报告期内，短信业务采购数量与销售数量存在差异的原因主要如下：

（1）公司与客户、供应商结算条数的确定方式除以“成功数”为基础外，还存在以“计费数”、“成功数+未知数”等其他确定基础，不同单位间不同的确定基础导致公司采购量和销售量存在差异；

（2）由于移动网关响应速度、服务器处理能力和网络丢包等原因，使得数据无法及时完整地反馈或在传输过程中存在数据丢失，导致供应商、公司和客户收到数据存在差异，导致公司的短信采购量与销售量存在差异。

综上所述，经核查，保荐机构及发行人会计师认为：公司的短信采购量和销售量存在差异是由多种因素共同决定，存在一定的随机性。报告期内，公司销售量和采购量的差异整体维持在较低水平，基本都在与客户、供应商约定的误差范围之内，符合行业惯例。

（二）公司向前十名供应商采购的情况

1、报告期内，公司向前十名供应商的采购金额及占当期营业成本的比例如下：

2020 年 1-6 月			
序号	供应商名称	采购额（万元）	比例（%）
1	上海尔坤	9,025.05	24.18
2	厦门朝鹭	4,970.49	13.32
	安徽九源云鑫信息技术有限公司		
3	无锡移动	4,594.07	12.31
4	雄安移动	2,697.18	7.23
5	赣州移动	1,741.28	4.66
6	青岛移动	1,635.76	4.38
7	北京云湖九鼎科技有限公司	988.60	2.65
	北京和悦致远通讯科技有限公司		
8	杭州旭蓝科技有限公司	983.12	2.63
9	河南优迅管家计算机科技有限公司	945.60	2.53
10	上饶移动	801.26	2.15
合计		28,382.39	76.03
2019 年度			

序号	供应商名称	采购额（万元）	比例（%）
1	无锡移动	5,853.01	13.36
2	上海尔坤	5,819.47	13.28
3	石家庄移动	4,540.63	10.36
4	上海移动	2,996.77	6.84
5	厦门朝鹭	2,430.58	5.55
6	北京凌渡科技有限公司	1,708.66	3.90
	深圳凌渡信息技术有限公司		
7	河南腾信通信技术有限公司	1,436.08	3.28
	郑州创为通信科技有限公司		
	河南恒茂通信科技有限公司		
8	杭州旭蓝科技有限公司	1,377.52	3.14
9	深圳市易路安科技有限公司	914.96	2.09
10	江门移动	874.00	2.00
合计		27,951.68	63.80
2018 年度			
序号	供应商名称	采购额（万元）	比例（%）
1	石家庄移动	6,233.17	16.89
2	无锡移动	4,869.12	13.20
3	邵阳移动	2,943.48	7.98
4	上海尔坤	2,521.24	6.83
5	沈阳移动	2,049.49	5.55
6	常州移动	1,855.85	5.03
7	岳阳移动	1,811.42	4.91
8	德阳移动	1,296.62	3.51
9	北京艾特捷讯信息技术有限公司	1,233.84	3.34
10	泸州移动	1,121.05	3.04
合计		25,935.29	70.29
2017 年度			
序号	供应商名称	采购额（万元）	比例（%）
1	无锡移动	6,237.36	28.91
2	沈阳移动	4,273.96	19.81
3	西藏移动	2,147.60	9.95
4	泸州移动	1,287.81	5.97
5	常州移动	952.79	4.42
6	北京亿家众投科技有限公司	846.93	3.92
7	南京惠承通信息技术有限公司	788.28	3.65
	南京睿宏无限网络技术有限公司		
8	北京鼎元智业科技有限公司	741.11	3.43
9	成都亿云通信息技术有限公司	562.52	2.61
10	北京艾特捷讯信息技术有限公司	481.06	2.23
合计		18,319.43	84.90

如上表所见，报告期内，公司前十大供应商占营业成本的比例分别为 84.90%、70.29%、63.80%和 76.03%，总体呈现下降的趋势，主要系公司报告期初公司业务规模相对较小，基于成本效益原则，集中采购有利于增强议价能力，因此供应商集中度较高。

经对比同行业可比公司，其披露的移动信息业务前五大供应商采购占比呈现较高的集中度，因此公司供应商集中度符合行业特征。

由于供应商集中度与公司发展阶段、供应商开拓程度相关，随着报告期内业务呈现快速增长，为了满足客户、业务增长需求以及降低集中采购风险，公司通过开拓新的合格供应商，从而使得前十大供应商集中度呈现下降趋势，符合公司的实际经营情况，具有合理性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司报告期内供应商集中度符合行业特征、集中度变化趋势存在合理性。

2、报告期内，公司不存在对单一供应商的采购金额占比超过 50%的情形。

3、报告期内，公司发生采购业务的供应商数量分别约为 50 家、60 家、90 家和 80 家，整体呈逐渐上升趋势，公司不断积极地开拓各类型的供应商资源，与各地域各类型的供应商广泛地建立起良好的合作关系。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为，发行人对主要供应商不存在依赖。

报告期内，公司供应商集中度较高的主要原因为移动信息服务行业中短信业务的终端供应商均为电信运营商，因此公司结合自身的短信资源需求，与部分电信运营商开展业务的同时适时增加自第三方供应商的采购，有利于实现自身利益的最大化；公司与 2019 年度前五大供应商的合作时间均已超过 1 年以上，其中与第一大供应商无锡移动自公司成立当年即建立了业务合作，相关业务具有稳定性及可持续性；保荐机构认为供应商集中度较高对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

4、前五名第三方供应商的采购情况

发行人第三方供应商自有业务的主要内容均为短信或流量业务，或者以短信或流量业务作为其自有业务的主要内容之一。

（1）报告期内，公司向前五名第三方供应商的采购金额及占当期第三方采购总额的比例如下：

期间	序号	第三方供应商名称	采购额（万元）	比例（%）
2020 年 1-6 月	1	上海尔坤	9,025.05	44.25
	2	厦门朝鹭	4,970.49	24.37

		安徽九源云鑫信息技术有限公司		
	3	北京云湖九鼎科技有限公司	988.60	4.85
		北京和悦致远通讯科技有限公司		
	4	杭州旭蓝科技有限公司	983.12	4.82
	5	河南优迅管家计算机科技有限公司	945.60	4.64
	合计		16,912.85	82.93
2019 年度	1	上海尔坤	5,819.47	26.58
	2	厦门朝鹭	2,430.58	11.10
	3	北京凌渡科技有限公司	1,708.66	7.80
		深圳凌渡信息技术有限公司		
	4	河南腾信通信技术有限公司	1,436.08	6.56
		郑州创为通信科技有限公司		
		河南恒茂通信科技有限公司		
	5	杭州旭蓝科技有限公司	1,377.52	6.29
	合计		12,772.31	58.33
2018 年度	1	上海尔坤	2,521.24	24.04
	2	北京艾特捷讯信息技术有限公司	1,233.84	11.77
	3	南京睿宏无限网络技术有限公司	1,120.92	10.69
	4	北京和悦致远通讯科技有限公司	1,046.66	9.98
		北京掌盟在线科技有限公司		
	5	上海维弘信息科技有限公司	680.00	6.49
	合计		6,602.66	62.97
2017 年度	1	北京亿家众投科技有限公司	846.93	18.79
	2	南京惠承通信息技术有限公司	788.28	17.48
		南京睿宏无限网络技术有限公司		
	3	北京鼎元智业科技有限公司	741.11	16.44
	4	成都亿云通信息技术有限公司	562.52	12.48
	5	北京艾特捷讯信息技术有限公司	481.06	10.67
	合计		3,419.91	75.86

目前，我国的通信资源主要集中在中国移动为主的电信运营商手中，公司的采购直接或间接来源于电信运营商。公司从 2017 年开始大力挖掘不同地市的电信运营商资源并积极拓展对接第三方供应商资源，目前已经形成电信运营商与第三方供应商并重的供应商体系，供应商结构更加合理。

董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东未在上述供应商中占有权益。

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与前五大供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是公司前员工、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。

5、报告期内，公司电信运营商营销政策主要条款及业务实质等相关信息如下：

（1）2020 年 1-6 月主要营销政策

2020 年 1-6 月，公司合作的主要电信运营商有东莞联通、赣州移动、杭州移动、吉安移动、江门移动、开封移动、临沂移动、泸州移动、南通电信、内江联通、内江移动、萍乡移动、青岛电信、青岛联通、青岛移动、泉州移动、日照联通、西安联通、上海移动、上饶移动、石家庄电信、铜陵移动、潍坊移动、无锡移动、刑台移动、雄安移动、烟台移动、延安移动、重庆联通、淄博联通等，相关信息如下：

运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	酬金政策区间	结算价格区间（分/条）
中国移动	5.00	0.00%-25.71%	1.40-4.29
中国联通	5.00	0.00%	1.00-10.00
中国电信	5.00	0.00%-25.00%	1.00-3.50

注：（1）运营商系统价格为全国统一价格 5.00 分/条，作为电信运营商价格政策优惠的计算基准；（2）结算价格为电信运营商运营在系统价格基础上按折扣后与服务商的结算价格。（下同）

（2）2019 年度主要营销政策

2019 年度，公司合作的主要电信运营商有常德移动、常州移动、德阳移动、杭州电信、杭州移动、济源移动、江门移动、江宁移动、开封移动、泸州移动、濮阳移动、青岛电信、青岛联通、青岛移动、清远电信、泉州移动、日照联通、上海移动、上饶移动、深圳电信、石家庄移动、铜陵移动、潍坊移动、无锡电信、无锡移动、西双版纳联通、西安联通、邢台移动、雄安移动、薛城移动、延安移动、扬州电信、鹰潭移动、岳阳移动和淄博联通等，相关信息如下：

运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	酬金政策区间	结算价格区间（分/条）
中国移动	5.00	0.00-44.00%	1.00-5.00

中国联通	5.00	0.00%	1.00-2.80
中国电信	5.00	0.00-38.50%	1.00-5.00

注：2019 年营销政策已经补充更新了 2019 年 12 月数据

（3）2018 年度主要营销政策

2018 年度,公司合作的主要电信运营商有常德移动、常州移动、德阳移动、杭州移动、江门移动、江宁移动、连云港移动、泸州移动、濮阳移动、青岛电信、清远电信、西安联通、汕头联通、上海移动、邵阳移动、深圳电信、沈阳移动、石家庄移动、无锡电信、无锡移动、西藏移动、岳阳移动、淄博联通、自贡移动等，相关信息如下：

运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	酬金政策区间	结算价格区间（分/条）
中国移动	5.00	0.00-44.00%	1.40-5.00
中国联通	5.00	0.00%	1.00-1.70
中国电信	5.00	0.00-38.50%	1.20-3.80

（4）2017 年度主要营销政策

2017 年度，公司合作的主要电信运营商有常州移动、德阳移动、江宁移动、连云港移动、泸州移动、内江移动、邵阳移动、沈阳移动、石家庄移动、无锡移动、西藏移动、自贡移动等，相关信息如下：

运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	酬金政策区间	结算价格区间（分/条）
中国移动	5.00	0.00-30.00%	1.54-3.70
中国联通	无合作	-	-
中国电信	无合作	-	-

（5）2016 年 12 月主要营销政策

2016 年 12 月,公司合作的主要电信运营商有常州移动和无锡移动,相关信息如下：

运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	酬金政策区间	结算价格区间（分/条）
中国移动	5.00	0.00-10.00%	2.50
中国联通	无合作	-	-
中国电信	无合作	-	-

如上表所示，公司报告期内各地市移动短信运营商定价机制基本一致，由系统初始价格、结算价格及酬金构成，具体如下：

期间	运营商类别	运营商系统初始含税价格（分/条）	结算价格区间（分/条）	酬金政策区间
2020 年 1-6 月	中国移动	5.00	1.40-4.29	0.00%-25.71%
2019 年	中国移动	5.00	1.00-5.00	0.00%-44.00%
2018 年	中国移动	5.00	1.40-5.00	0.00%-44.00%
2017 年	中国移动	5.00	1.54-3.70	0.00%-30.00%

如上表所示，根据运营商的合作协议及营销政策，运营商的定价机制包括：

①运营商系统初始价格：通常为全国统一价格 5.00 分/条；

②结算价格：各地运营商在运营商系统初始价格上给予服务商一定比例的采购折扣，形成具体的结算单价，结算价格=运营商系统初始价格*（1-折扣）

③酬金：除折扣外，部分运营商还根据各自营销力度制定折扣外的酬金政策，酬金金额与短信发送量关系密切，其实质是电信运营商基于公司每月的短信发送量等因素，综合评估后按约定比例支付给公司相应的采购返还，构成采购价格的一部分，属于采购返利，酬金金额=系统初始价格*酬金比例；

④最终采购价格：最终采购价格=结算价格-酬金

发行人对比同行业上市公司披露的移动短信运营商短信价格政策如下：

同行业可比上市公司	价格构成
中嘉博创	0.05 元/条；酬金 30%-33%；（根据促销活动方案情况，不定期赠送一定条数短信）；注（1）
梦网集团	0.05-0.10；返还或折扣销售合作酬金 10%-30%；返还或折扣产品及技术支撑合作酬金 10%-40%；注（2）
银之杰	注（3）
吴通控股	短信 0.05 元/条，业务酬金约为 34%；注（4）
京天利	注（3）

注：（1）资料来源于 2018 年 8 月《茂业通信网络股份有限公司发行股份及支付现金购买资产暨关联交易报告书（修订稿）》披露的嘉华信息移动短信运营商营销政策；（2）资料来源于 2015 年 7 月，《荣信电力电子股份有限公司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（修订稿）》披露的梦网科技 2014 年移动短信运营商营销政策；（3）银之杰、京天利未披露电信运营商营销政策情况；（4）资料来源于 2014 年 9 月，中和评报字（2014）第 BJV2009《江苏吴通通讯股份有限公司拟发行股份及支付现金收购北京国都互联科技有限公司股权项目资产评估说明》披露的国都互联 2013 年移动短信运营商营销政策。

经对比，同行业可比上市公司所合作的移动短信运营商定价机制主要包括结算价格及酬金，定价机制基本一致。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人移动短信运营商的定价机制与同行业

可比上市公司相一致。

（6）酬金的返还流程

公司根据运营商政策，每月末、每季度末及年末根据发送量测算月度、季度及年度酬金，并与运营商出具的对账单进行核对，核对确认后，运营商进行内部付款审批流程，经审批后向公司付款。

（7）返还金额的计算依据和入账依据、返还时点和入账时点、结算方式和账务处理方式等：

计算依据	公司根据月度、季度、年度发送量与运营商营销政策中对应的酬金返还比例进行计算
入账依据	根据计算结果与运营商进行对账，以双方确认的对账结果作为入账依据
返还时点	核对确认后，运营商根据对账结果申请内部付款流程，经审批后向公司付款
入账时点	与运营商对账确认后入账，因此各月应返还金额与入账金额保持一致
结算方式	对账后现金结算或抵消采购款
账务处理方式	（1）现金返还 借：应收账款 贷：主营业务成本-短信采购成本 （2）抵消采购结算款 借：应付账款 贷：主营业务成本-短信采购成本

上述酬金的会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

（8）报告期内，发行人年均酬金比例与同行业可比上市公司对比情况

①报告期内，公司实际酬金比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	平均值
酬金金额（万元）	2,409.41	7,535.13	8,596.33	3,114.08	5,413.74
短信业务电信运营商采购成本（万元）	19,031.23	28,779.89	34,534.64	18,092.56	25,109.58
酬金占电信运营商采购成本比例	12.66%	26.18%	24.89%	17.21%	21.56%

公司报告期内酬金占电信运营商短信采购成本的比例在公司的酬金政策区间范围内，与运营商约定酬金比例相符。除运营商约定酬金条款外，公司与第三方不存在约定酬金情形。

②同行业可比上市公司酬金相关信息

A、中嘉博创

a．电信运营商营销政策

运营商类型	成本单价分布区间（元/条）
中国移动	0.05 元/条；酬金 30%-33%；（根据促销活动方案情况，不定期赠送一定条数短信）
中国联通	2015-2016 年度：0.0180-0.0300 元/条； 2017 年度：0.0150-0.0300 元/条；酬金 18%
中国电信	0.0250-0.0270 元/条；无酬金

注：资料来源于 2018 年 8 月《茂业通信网络股份有限公司发行股份及支付现金购买资产暨关联交易报告书（修订稿）》披露的嘉华信息三大电信运营商营销政策

b．实际酬金比例情况

项目	2018 年 1-3 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度	平均值
酬金金额（万元）	1,155.88	4,440.63	4,215.60	3,190.71	3,250.71
电信运营商采购成本（万元）	4,553.97	16,109.17	15,118.81	11,861.19	11,910.79
酬金占电信运营商采购成本比例	25.38%	27.57%	27.88%	26.90%	27.29%

注：上表根据 2018 年 8 月《茂业通信网络股份有限公司发行股份及支付现金购买资产暨关联交易报告书（修订稿）》披露的嘉华信息数据统计计算

项目	2014 年 1-5 月	2013 年度	2012 年度	平均值
酬金金额（万元）	537.82	4,000.40	2,435.72	2,324.65
电信运营商采购成本（万元）	5,757.89	15,796.42	10,229.89	10,594.73
酬金占电信运营商采购成本比例	9.34%	25.32%	23.81%	21.94%

注：上表根据 2014 年 11 月《茂业物流股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并向特定对象募集配套资金报告书（修订稿）》披露的创世漫道数据统计计算

B、梦网集团

a．电信运营商营销政策

运营商类型	成本单价分布区间（元/条）
中国移动	0.05-0.10；返还或折扣销售合作酬金 10%-30%；返还或折扣产品及技术支撑合作酬金 10%-40%；
中国联通	0.023-0.035；酬金 10%-37%
中国电信	0.021-0.035；无酬金

注：资料来源于 2015 年 7 月，《荣信电力电子股份有限公司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（修订稿）》披露的梦网科技 2014 年三大电信运营商营销政策

b．实际酬金比例情况

梦网集团未披露实际酬金比例情况。

C、银之杰

a．电信运营商营销政策

银之杰未披露电信运营商营销政策情况。

b．实际酬金比例情况

银之杰未披露实际酬金比例情况。

D、吴通控股

a．电信运营商营销政策

运营商类型	成本单价分布区间（元/条）
中国移动	短信 0.05 元/条，业务酬金约为 34%
中国联通	0.025 元/条
中国电信	每月短信量 5,000 万条以内，0.034 元/条；超过 5,000 万条部分，0.033 元/条

注：资料来源于 2014 年 9 月，中和评报字（2014）第 BJV2009《江苏吴通通讯股份有限公司拟发行股份及支付现金收购北京国都互联科技有限公司股权项目资产评估说明》披露的国都互联 2013 年三大电信运营商营销政策

b．实际酬金比例情况

吴通控股未披露实际酬金比例情况。

E、京天利

a．电信运营商营销政策

京天利未披露电信运营商营销政策情况。

b．实际酬金比例情况

京天利未披露实际酬金比例情况。

经检索公开信息，未能查询到上述同行业可比上市公司报告期内各期完整的酬金相关信息，故无法计算同行业可比上市公司业务酬金实际占比情况。通过对比三大运营商酬金政策，由于不同地市、不同类型的电信运营商的营销政策（结算价格及酬金比例）存在一定差异，总体而言公司享受运营商酬金比例与同行业可比上市公司已披露信息基本吻合。

因此，经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司报告期内年均酬金比例与同行业可比上市公司不存在显著差异；公司报告期内实际酬金比例与运营商约定酬金比例相符、不存在除运营商外的第三方酬金。

6、发行人第三方供应商和渠道客户自有业务的主要内容均为短信或流量业务，或者以短信或流量业务作为其自有业务的主要内容之一。因此，发行人的第三方供应商与渠道客户之间存在业务重合的情况。

报告期内，公司存在向同一单位及其关联方既有销售又有采购的情况，具体情况如下：

序号	单位名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		销售额（万元）	采购额（万元）	销售额（万元）	采购额（万元）	销售额（万元）	采购额（万元）	销售额（万元）	采购额（万元）
1	广东尚通科技发展有限公司	-	-	-	525.33	101.47	-	466.01	-
	石家庄星桥电子科技有限公司	-	-	-	31.43	-	113.31	-	-
2	深圳市易路安科技有限公司	-	12.86	-	914.96	-	75.33	-	115.50
	深圳市资源云软件有限公司	3.98	-	90.52	-	87.02	-	56.61	-
3	广州昊博信息科技有限公司	21.70		205.66	-	214.63	-	529.76	-
	广州芯琅信息科技有限公司	-	-	-	-	-	20.34	-	-
4	广州市单元信息科技有限公司	20.48	-	306.98	-	571.84	-	146.69	-
	广州微威信息科技有限公司	-	125.92	-	226.45	-	1.43	-	-
5	北京理想信通科技有限公司	-	109.31	0.74	54.56	-	-	-	-
6	北京融信互联信息技术有限公司	6.95	-	167.99	35.57	70.44	163.06	-	75.47
7	北京顺智联科技发展有限公司	-	-	-	22.31	-	4.73	44.82	-
8	北京至臻互联信息技术有限公司	-	56.39	-	77.22	11.84	-	326.13	-
9	福建未来无线信息技术有限公司	-	-	-	3.97	0.02	-	95.80	-
10	深圳博瑞天下科技有限公司	-	20.43	0.71	2.95	-	-	-	-
11	深圳市讯美云网科技有限公司	-	-	34.94	205.88	1.79	-	-	-
12	深圳市优讯通信息技术有限公司	-	-	-	-	31.17	-	23.45	0.21
13	四川恒世信通科技有限公司	4.35	-	23.93	18.77	-	-	210.53	-
	成都圆合科技有限公司	-	-	5.31	-	143.43	-	50.32	-

如上表所示，公司向同一单位既有销售又有采购的金额占公司当期销售收入或采购总额的占比较低，对公司的经营不产生重大影响。

公司存在向同一单位既有销售又有采购的原因及合理性如下：

①公司的第三方供应商和渠道客户自身业务的主要内容均为短信或流量业务，或者以短信或流量业务作为其自有业务的主要内容之一。因此在采购资源和销售资源互补的情况下，存在发生任一方向交易的可能性，以实现利益最大化；

②不同类型的移动通信服务行业的公司具备不同类型（指移动类、电信类和联通类）的短信资源和不同类型的发生需求。当公司与同行业公司针对任一类型的短信资源发生采购与销售互补的情况，存在发生任一方向交易的可能性，以满足自身经营的需要，实现利益最大化；

③部分同行业公司在报告期内，调节自身的业务结构，使其在不同时间段从短信资源需求方的角色转变为短信资源供给方的角色，反之亦然。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人的第三方供应商与渠道客户之间存在业务重合；发行人存在向同一单位既有销售又有采购的情况，具有商业合理性。

7、报告期内公司新增前五大供应商相关信息：

报告期内，公司新增的前五大供应商相关信息如下：

序号	供应商名称	类型	成立时间	开始合作时间	结算方式
1	沈阳移动	电信运营商	2001/3/21	2017/09	预付模式
2	西藏移动	电信运营商	2004/8/9	2017/04	应付模式
3	泸州移动	电信运营商	2002/10/23	2017/06	预付模式
4	石家庄移动	电信运营商	2001/7/6	2017/07	预付模式
5	邵阳移动	电信运营商	2002/12/6	2017/12	预付模式
6	上海移动	电信运营商	2000/8/4	2018/11	2018 年应付模式 2019 年预付模式 2020 年 1-6 月应付模式
7	上海尔坤	第三方供应商	2011/11/30	2018/03	预付模式
8	厦门朝鹭	第三方供应商	2013/11/12	2018/07	2018 年应付模式 2019 年预付模式 2020 年 1-6 月应付模式
	安徽九源云鑫信息技术有限公司	第三方供应商	2016/03/11	2020/04	应付模式
9	雄安移动	电信运营商	2017/09/29	2019/10	预付模式
10	赣州移动	电信运营商	2002/09/13	2019/12	应付模式

公司与上述供应商建立业务合作的原因为：①丰富企业的移动、电信和联通三类短

信资源；②分散供应商占比较高引发的集中度风险；③降低采购成本。

公司与上述供应商均保持良好的关系，同时公司结合不同供应商的销售政策、客户实际需求，适当调整对某一供应商的采购金额，以实现自身利益的最大化。

8、公司报告期内各期前五大运营商对账情况

（1）公司报告期内各期前五大运营商对账情况

公司报告期内前五大运营商采购合计占电信运营商总短信采购比例分别为 94.33%、69.21%、70.68%和 69.00%，经统计测算，报告期内前五大运营商对账差异较小，根据各期平均采购单价测算，差异金额分别为-52.85 万元、-3.51 万元、36.22 万元和-82.93 万元，占各期利润总额比例较小，对公司经营成果不构成重大影响，具体如下：

①2020 年 1-6 月

序号	前五大运营商	公司金额(万元)	运营商金额(万元)	差异金额(万元)	差异率	差异处理
1	无锡移动	4,639.84	4,594.07	-45.77	-0.99%	以运营商为准
2	雄安移动	2,699.55	2,697.18	-2.37	-0.09%	以运营商为准
3	赣州移动	1,757.67	1,741.28	-16.39	-0.93%	以运营商为准
4	青岛移动	1,647.12	1,635.76	-11.36	-0.69%	以运营商为准
5	上饶移动	808.30	801.26	-7.04	-0.87%	以运营商为准
合计		11,552.47	11,469.54	-82.93	-0.75%	

注：差异金额=运营商金额-公司金额；差异率=差异金额/运营商金额（下同）

②2019 年度

序号	前五大运营商	公司金额(万元)	运营商金额(万元)	差异金额(万元)	差异率	差异处理
1	无锡移动	5,821.47	5,853.01	31.54	0.54%	以运营商为准
2	石家庄移动	4,555.04	4,540.63	-14.41	-0.32%	以运营商为准
3	上海移动	2,996.99	2,996.77	-0.22	-0.01%	以运营商为准
4	江门移动	854.59	874.00	19.41	2.22%	以运营商为准
5	岳阳移动	752.14	752.04	-0.10	-0.01%	以运营商为准
合计		14,980.23	15,016.45	36.22	0.24%	

③2018 年度

序号	前五大运营商	公司金额(万元)	运营商金额(万元)	差异金额(万元)	差异率	差异处理

1	石家庄移动	6,215.68	6,233.17	17.49	0.28%	以运营商为准
2	无锡移动	4,869.60	4,869.12	-0.48	-0.01%	以运营商为准
3	邵阳移动	2,958.18	2,943.48	-14.70	-0.50%	以运营商为准
4	沈阳移动	2,055.35	2,049.49	-5.85	-0.29%	以运营商为准
5	常州移动	1,855.81	1,855.85	0.04	0.00%	以运营商为准
合计		17,954.63	17,951.11	-3.51	-0.02%	

④2017 年度

序号	前五大运营商	公司金额(万元)	运营商金额(万元)	差异金额(万元)	差异率	差异处理
1	无锡移动	6,225.68	6,237.36	11.68	0.19%	以运营商为准
2	沈阳移动	4,276.00	4,273.96	-2.04	-0.05%	以运营商为准
3	西藏移动	1,419.77	1,376.70	-43.06	-3.13%	以运营商为准
4	泸州移动	1,306.98	1,287.81	-19.18	-1.49%	以运营商为准
5	常州移动	953.04	952.79	-0.25	-0.03%	以运营商为准
合计		14,181.48	14,128.63	-52.85	-0.37%	

（2）报告期内，公司与运营商对账结果存在差异的原因主要如下：

①运营商内部一般分为业务系统及计费系统。其中业务系统负责短信的发送和反馈，计费系统负责账单统计和结算，当短信发送完毕后，运营商业务系统将短信发送的状态反馈到公司平台，与此同时，运营商业务系统将发送状态生成计费数据传输到运营商内部的计费系统，由计费系统通过判决生成最终的结算账单。在此过程中，运营商内部两个系统可能存在网络传输数据丢失等不可预知因素，而运营商对账依据以运营商提供的计费系统的账单数据为准，进而导致运营商结算数据与公司存储的业务系统发送记录可能存在差异；

②由于移动网关响应速度、服务器处理能力、网络丢包和数据调取错误等原因，使得数据无法及时完整地反馈或在传输过程中存在数据丢失，导致公司收到数据和运营商存在差异。

（3）差异的处理方式

①通常以运营商数量为准；

②当差异超出合理的比例范围，公司向运营商申请重新核对差异原因，查明原因后进行协商处理。

根据上述处理原则，经双方确认发送数量后，按合同约定的单价等计算采购成本及

酬金金额，并形成运营商确认的账单，公司凭运营商确认的对账数量及金额作为采购成本确认依据。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内，公司与前五大运营商的差异金额和差异率均较小，对公司经营的影响较小。

9、各月供应商的变化对发行人业务稳定性及客户体验的影响

报告期内，公司发生采购业务的供应商数量分别约为 50 家、60 家、90 家和 80 家，整体呈逐渐上升趋势。公司不断积极地开拓各类型的供应商资源，与各地域各类型的供应商广泛地建立起良好的合作关系，供应商资源丰富，具备应对个别供应商政策波动的能力；同时，单一供应商的价格政策在月度间保持相对稳定的状态，不存在月度间频繁波动的情形，故公司月度间大规模调整供应商的情况较少，但月度间不同供应商采购量的变化会使得公司的月度平均采购单价呈现变动的效果。

针对月度间公司部分供应商政策的变化，发行人具备以下具体措施保障业务稳定性及客户体验：

（1）积极获取相关短信资源的信息，充分应对相关变化

公司的运营人员和采购人员与正在进行业务合作的供应商保持紧密的沟通与交流，通过即使通讯方式对供应商的价格信息进行广泛搜集，通常供应商会提前告知公司价格可能发生变动的相关信息。

同时，公司的运营人员和采购人员与当前未开展业务的历史供应商持续联系，不定期对相关价格信息进行沟通，保持较好的潜在合作关系。除此之外，公司的采购人员会积极主动地与各地市运营商和行业内知名公司进行业务接触，询问相关的销售政策及未来潜在的变化情况，及时告知相关人员以方便进行充分有效地决策。

（2）自动化的移动信息传输平台

公司与客户建立业务合作成功实现短信发送共分为七个流程，具体如下：

①客户接入：公司在确定客户之后，给予客户正式的账号及密码，公司在绑定客户接入的 IP 地址后，客户通过 CMPP 或 HTTP 协议将自身平台对接到公司的发送平台。

②用户管理：公司平台系统管理员在公司平台系统上根据客户的相关需求对用户账户进行相应的权限与参数设置。

③通道管理：公司根据客户终端用户手机运营商的类别、发送短信的内容、发送规模等信息，结合自身短信通道的相关属性，将客户账户与适合的短信通道进行匹配，建立系统自动分配通道的发送规则。

④内容接收：企业客户通过自己的平台或公司的客户端，向公司企信通平台提交短信内容及手机号码，公司平台自动接收相关内容。

⑤短信审核：公司通过平台对短信进行审核，确保短信发送符合国家相关部门的管理规定（视频短信一般还需经电信运营商报备后发送）。最后，短信通过平台审核后依据通道管理中设定的发送规则由系统自动提交至对应供应商的通道，并由其终端电信运营商的短信通道发送至手机用户终端。

⑥反馈推送：电信运营商将短信发送成功后，公司将接收到电信运营商或第三方供应商的反馈信息。同时，公司平台自动将反馈信息推送给客户。

⑦统计分析：公司平台可对短信业务相关发送结果进行统计分析，并帮助自身及时调整经营策略。

在短信内容经过审核后，公司的移动信息传输平台能够根据在通道管理中设定的分配规则，对短信发送的通道分配过程实现自动化的操作运营，具体实现步骤如下:

①公司运营人员、技术人员会在客户开设账号的过程中，依据相关属性及客户要求对账号进行标签化；同时，在供应商短信资源的接入之初，也会依据相关短信资源的属性对通道进行标签化，以方便在后续设立规则、系统预警和短信发送自动分配时增强可操作性与满足各方的短信发送要求；

②公司运营人员会结合价格和第①步设置的标签设立不同客户不同短信的发送规则，以确定短信发送时对于不同供应商不同通道的选择顺序；

③在设定规则后，当客户提交短信需求后，平台能够根据客户提交的账号、手机号码属性（如运营商类型、号码归属地等）和短信内容（如行业类、营销类等）等信息对相关短信息进行标签化，并以标签信息去匹配适合的发送规则，对短信发送的具体过程实现自动化操作。

具体举例如下：

A、当某客户提交需要发送的行业短信内容及移动手机号码后，系统会根据手机号

码识别其属于移动类短信，进入移动类短信的发送规则；

B、随后，系统会根据客户账号和短信内容识别其属于行业类短信，进入行业类短信的发送规则；

C、最后，当短信进入移动类下辖的行业类短信的发送规则后，优先通过位次在前且状态正常的通道进行发送。

④运营人员在设定规则后，会在每月月初确认相关发送规则是否需要根据供应商价格政策等信息进行变更，调整不同通道之间的先后采购顺序；在日常自动发送过程中，当部分通道的承载量达到警戒线时，系统会自动发出提醒，运营人员根据实际运营情况对通道的状态和发送规则进行不定期调整。

⑤当运营人员对规则进行调整时，客户在提交短信需求时无需进行额外操作；同时，鉴于公司供应商资源丰富，亦不会出现无法满足客户要求的情形；

⑥公司通常不会对已经开通并完成设置的通道进行删除，以方便后续相关通道再次建立业务联系时可以随时切换。

（3）经验丰富的运营人员和技术人员

公司经过多年的经营，已经形成了专业、稳定并且专注于移动信息服务行业的采购团队和运营团队。针对公司各种情况下的供应商政策变更和供应商结构调整，均能快速做出及时调整和应对，以保障业务开展的稳定性。

（4）合理的资金安排保障满足相关供应商的结算政策

报告期内，公司结合良好的应付账款和预付账款管理，为公司满足相关供应商的结算政策提供了充分的保障。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人报告期各月采购渠道的变化符合行业惯例；基于公司丰富的供应商资源，结合对于发行人平台功能、人员配置和资金安排的分析，认为发行人各月供应商的变化不会影响发行人业务稳定性及客户体验。

10、发行人采购渠道选择过程和变更渠道的主要考虑

报告期内，公司客户不存在指定供应商的情形。发行人在采购渠道的选择与变更过程中主要依循内部的评价标准，其中主要考虑因素如下：

（1）产品因素

公司结合不同时点自身对于不同短信类型的需求，寻找能够提供对应短信资源和服务的供应商。

（2）价格因素

公司结合直客客户和渠道客户的销售价格，进行综合比对选择采购价格适宜的供应商以实现营业利润的最大化。

（3）政策因素

不同供应商的销售政策存在差异。例如，部分运营商需通过酬金返还的形式使其客户获得一个相对优惠的综合价格，但是如果存在需要支付相对较高的结算款的情形，会对公司的资金安排造成一定的压力。

同时，不同供应商给予客户的结算政策和信用政策存在差异，预付款模式结算的供应商过多会对公司的资金安排产生影响。同时，运营商酬金的信用期相对较长，也会对公司资金安排产生影响。

因此，公司会结合自身的经营情况调整对不同政策的供应商的采购金额，实现对自身资金的有效管理与利用。

（4）能力因素

不同的第三方供应商的技术水平、运营能力、资源的稳定性存在差异。公司在选择是否以第三方供应商作为采购渠道时会对其核心能力进行考量。

其中，公司通过以下方式知晓当月不同采购渠道的相关价格，为发行人采购渠道选择和变更提供信息支持：

（1）不同供应商的价格信息通常会在一定期间保持稳定，单一供应商不存在月度间频繁调整的情况。公司的运营人员和采购人员与正在进行业务合作的供应商保持紧密的沟通与交流，通过即使通讯方式对供应商的价格信息进行广泛搜集。如果对方告知相关政策发生变化，运营人员和采购人员会迅速汇总信息至公司的采购部，支持相关人员进行决策；

（2）公司的采购人员会与当前未开展业务的历史供应商保持联系，不定期对相关价格信息进行沟通，将有效信息进行筛选后及时汇总至公司的采购部，支持相关人员进行

决策；

（3）公司的采购人员会积极主动地与各地市运营商和行业内知名公司进行业务接触，询问相关的销售政策及未来潜在的变化情况，及时告知相关人员进行决策。

11、同行业上市公司可比业务的短信采购单价情况

经核查，保荐机构及申报会计师认为：报告期各期，同行业可比上市公司中，中嘉博创、京天利、银之杰未披露短信采购单价情况，2019 年吴通控股披露的信息服务通道费与短彩信发送量口径不一致，2017 年-2019 年梦网集团短信采购单价与公司短信采购单价接近，但由于存在不可比因素影响，导致价格存在差异。由于不同地区的电信运营商价格政策存在差异，且不同公司产品结构、客户类型、客户需求、供应商类型、供应商分散程度存在差异，在移动信息服务的实际运营过程中，不同公司综合上述因素对采购资源进行配置，从而导致采购单价存在差异，符合行业经营实际情况。

（三）主要能源供应情况

公司开展业务除日常办公消耗少量电力和生活用水外，不涉及其他能源的消耗。

六、主要固定资产及无形资产情况

（一）固定资产情况

1、主要固定资产

公司固定资产包括电子设备、运输工具及其他设备等，截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

项目	账面原值（万元）	累计折旧（万元）	账面净值（万元）	成新率（%）
电子设备	707.33	165.92	541.42	76.54
运输工具	730.56	338.24	392.32	53.70
其他设备	115.18	24.59	90.59	78.65
合计	1,553.08	528.76	1,024.32	65.95

2、主要设备情况

公司的主要设备包括服务器等。

3、房屋及建筑物

（1）公司未拥有房屋及建筑物资产，办公场所皆系租赁，截至 2020 年 6 月 30 日，公司租赁情况如下：

序号	承租人	出租人	房屋地址	面积（㎡）	租金	租赁期限
1	线上线下	无锡龙世太湖科技发展有限公司	无锡市高浪东路 999 号 C1 楼 12 层	2,796.00	125,820 元/年（前 2 年）；419,400 元/年（后 3 年）	2019.10.1-2024.12.31
2	线上线下	戴娟红	无锡市观山名筑 39 号 3103 室	87.09	2,500 元/月	2019.10.1-2020.9.30
3	线上线下	王腾云	无锡市尚锦城 76 号 -3004 室	136.22	3,300 元/月	2019.7.1-2020.6.30
4	无锡胜杰	无锡龙世太湖科技发展有限公司	无锡市高浪东路 999 号 C1 楼 7 层西侧 7 至 12 轴	1,270.00	457,200 元/年（2 免 3 减半）	2016.9.1-2021.8.31
5	上海禹圭	罗琪、盛文斌	上海市徐汇区宜山路 333 号汇鑫国际大厦 1003 室	369.19	61,762.00 元/月	2019.2.21-2021.2.20
6	上海禹圭	上海浮罗创业投资有限公司	上海市嘉定区科福路 358-368 号 4 幢 1 层 E 区 JT2255 室	42.01	35,267.40 元/年	2020.1.1-2020.12.31
7	深圳凯风	方大集团股份有限公司	深圳市南山区科技南十二路 011 号方大大厦 1703 室	119.07	7,144.20 元/月	2019.7.1-2020.6.30
8	深圳凯风	康佳集团股份有限公司	深圳市南山区科技南十二路 28 号	141.00	217,140.00 元/年	2020.3.1-2021.2.28
9	喀什云海	于友斌	喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9019 号	60.5	21,500 元/年	2020.1.1-2020.12.31
10	喀什云海石家庄分公司	马素娟	石家庄市裕华区槐安东路 152 号金源商务广场 018 幢 2-513	43.88	27,600 元/年	2019.7.1-2021.6.30
11	无锡韬和深圳分公司	深圳市创富电子商务秘书服务有限公司	深圳市南山区南海大道 1079 号数码大厦 B 座 2 楼 A167	10.00	1,300 元/月	2019.6.15-2021.6.14
12	无锡韬和郑州分公司	黄景亭	郑州市管城回族区航海东路 2 号 60 号楼 2 单元 10 层 1061 号	50.00	1,400 元/月	2020.1.10-2021.1.9

序号	承租人	出租人	房屋地址	面积（㎡）	租金	租赁期限
13	无锡韬和太原分公司	马培元	太原市小店区平阳路 14 号 26 幢 7017 号、7016 号	97.97	38,000 元/年	2020.3.10-2021.3.10
14	深圳凯风新疆分公司	于友斌	喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9023 号	60.52	21,787.20 元/年	2020.6.20-2021.6.19
15	线上线下	沈晔	无锡市尚锦城 61 号-303 室	90.00	2,500 元/月	2020.6.23-2021.6.22

发行人部分控股子公司、分公司所租赁的房产存在未取得或者无法提供权属证书的情形。

（2）已租赁无证房产情况

①无证房产占发行人全部租赁房产面积的比例、用途

发行人及其下属公司承租的未取得房产证的房屋系因房产证正在办理过程中，未取得房产证事项不会影响发行人及其下属公司与出租人的租赁合同的履行。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人全部租赁房产面积为 5,373.45m2，其中承租的未取得房产证的房屋面积为 121.02 ㎡，合计占发行人全部租赁房屋面积的 2.25%，上述已租赁无证房产的基本情况如下：

序号	承租人	出租人	房屋地址	租赁期限	面积（㎡）	用途	房屋产权状态
1	喀什云海	于友斌	喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9019 号	2020.1.1-2020.12.31	60.5	办公	已有购房合同，房产证正在办理中
2	深圳凯风新疆分公司	于友斌	喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9023 号	2020.6.20-2021.6.19	60.52	办公	已有购房合同，房产证正在办理中

②使用上述房产产生收入、毛利、利润情况

如上表所示，喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9019 号主要用于发行人子公司喀什云海销售、运营及行政人员的办公；喀什市经济开发区川渝大厦 9 楼 9023 号主要用于发行人子公司深圳凯风的分公司的办公。2020 年 1-6 月，该等房产对应产生的收入、毛利和净利润情况如下：

项目	收入	毛利	净利润

金额（万元）	6,501.79	802.67	821.15
占合并报表对应科目的比例	15.16%	14.49%	23.71%

③重要性及下一步解决措施

上述暂未取得房产证的房屋主要用于办公，且房屋面积较小，如确实发生无法继续租用的情况，发行人及其下属公司可在短时间内找到可替代房屋，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

目前，发行人正积极督促出租方办理相关房屋的权属证明。同时，发行人控股股东、实际控制人已出具《关于瑕疵物业的承诺》：“如由于租赁物业产权瑕疵问题而导致线上线下及其子公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或导致线上线下遭受任何处罚、承担任何赔偿，本人保证将代线上线下及子公司承担全部费用或损失；如因相关主管部门要求线上线下及子公司必须先自行支付上述费用，则本人将及时向线上线下及子公司给予全额补偿，以确保线上线下及子公司不会因租赁瑕疵房产给公司造成额外支出及遭受任何其他损失，保证不对线上线下及子公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。”

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人及其子公司上述承租的暂未取得房产证的房屋主要用于办公，占发行人全部租赁房产面积比例较小，如确发生无法继续租用的情况，发行人及其下属公司能在短时间内找到可替代房屋，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

（二）无形资产情况

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有 3 项注册商标，具体如下：

序号	名称/图样	注册号	核定使用商品类别	权利人	有效期至
1		19616511	38	发行人	2027 年 5 月 27 日
2		12768275	38	发行人	2024 年 10 月 27 日
3		12768062	9	发行人	2024 年 10 月 27 日

2、域名

截至本招股说明书签署日，公司拥有经备案的 10 项域名，具体如下：

序号	域名	权利人	备案许可证书
1	wxxsxx.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-1
2	wxxsxx.com	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-1
3	msg2.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-2
4	onmsg.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-3
5	u1q.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-4
6	u6i.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-5
7	e9q.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-6
8	a3i.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-7
9	y6i.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-8
10	q9o.cn	发行人	苏 ICP 备 16002669 号-9

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司不持有任何专利权。

4、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有 29 项软件著作权，具体如下：

序号	名称	登记号	所有人	首次发表日期
1	线上线下短信发送客户端CMPP移动版软件V1.0	2017SR631246	线上线下	2016-9-30
2	线上线下短信模拟网关软件V1.0	2017SR650653	线上线下	2016-9-30
3	线上线下短信发送客户端SMGP电信版软件V1.0	2017SR650628	线上线下	2016-10-30
4	线上线下短信发送客户端SGIP联通版软件V1.0	2017SR631238	线上线下	2016-11-30
5	线上线下客户短信运营平台标准版软件V1.0	2017SR632415	线上线下	2016-11-30
6	线上线下客户短信运营平台企业版软件V1.0	2017SR632089	线上线下	2017-8-1
7	线上线下项目管理系统V1.0	2019SR0357091	线上线下	2018-11-30
8	线上线下客户管理系统V1.0	2019SR0352096	线上线下	2018-11-30
9	线上线下IT资产管理系统V1.0	2019SR0352416	线上线下	2018-11-30
10	喀什云海流量官网系统软件V1.0	2017SR632422	喀什云海	2016-12-30
11	喀什云海流量管理平台软件V1.0	2017SR632856	喀什云海	2016-12-30
12	喀什云海流量接口平台软件V1.0	2017SR630592	喀什云海	2016-12-30
13	喀什云海流量任务派发系统软件V1.0	2017SR630595	喀什云海	2016-12-30
14	赫名腾讯短信运营平台标准版软件V1.0	2018SR1081716	无锡赫名	2017-11-30
15	赫名通道状态监测Android客户端系统V1.0	2019SR0435753	无锡赫名	2018-5-18
16	赫名短链接服务平台软件V1.0	2019SR0435932	无锡赫名	2018-5-18
17	赫名通道状态监测IOS客户端系统V1.0	2019SR0436991	无锡赫名	2018-5-18
18	赫名垃圾网址识别预警系统V1.0	2019SR0439808	无锡赫名	2018-5-18
19	赫名共享发送短信运营平台软件V1.0	2018SR1081667	无锡赫名	2018-7-30
20	赫名全国手机号段查询工具软件V1.0	2018SR1081723	无锡赫名	2018-7-31
21	赫名客户短信平台旗舰版软件V3.0	2018SR1080621	无锡赫名	2018-9-5
22	赫名用户手册软件V1.0	2019SR0026655	无锡赫名	2018-9-12
23	赫名结算中心软件V1.0	2019SR0026647	无锡赫名	2018-9-13
24	赫名电信网与互联网信息服务平台软件V1.0	2019SR0109972	无锡赫名	2018-9-20
25	赫名运维告警中心标准版软件V1.0	2018SR1081729	无锡赫名	2018-9-30

26	赫名客户短信运营平台软件V2.5	2018SR1080633	无锡赫名	2018-10-2
27	赫名大数据分析系统V1.0	2019SR0435928	无锡赫名	2019-3-9
28	线上线下客户国际短信平台V1.0	2020SR1020606	线上线下	2019-12-1
29	赫名客户视频短信平台V1.0	2020SR1020885	无锡赫名	2019-7-30

5、业务许可资格和资质

截至本招股说明书签署日，公司主要业务许可资格和资质具体如下：

（1）增值电信业务经营许可证

序号	证书名称	业务种类及覆盖范围	发证机关	证书编号	有效期至	所有人
1	增值电信业务经营许可证	国内呼叫中心业务；信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20130036	2022.12.19	线上线下
2	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20171776	2022.7.19	无锡胜杰
3	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20171813	2022.7.19	喀什云海
4	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20180419	2023.2.5	无锡韬和
5	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20180411	2023.2.5	无锡熠永
6	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20181139	2023.3.21	无锡凌恒
7	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20180412	2023.2.5	无锡赫名
8	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20180926	2023.3.9	深圳凯风
9	增值电信业务经营许可证	信息服务业务（不含互联网信息服务）；全国	工信部	B2-20184552	2023.11.28	上海禹圭

（2）电信网码号资源使用证书

①电信网码号资源使用证书

序号	证书名称	证书编号	发证机关	码号资源	使用范围	有效期至	证书持有人
1	电信网码号资源使用证书	号[2013]00135-A01	工信部	10690361	全国	2022.12.19	线上线下
2	电信网码号资源使用证书	号[2013]00121-A01	工信部	10660856	全国	2022.12.19	线上线下

3	电信网码号资源使用证书	号[2018]00155-A02	工信部	952108【注】	全国	2022.12.19	线上线下
4	电信网码号资源使用证书	号[2017]01323-A01	工信部	10692595	全国	2022.7.19	无锡胜杰
5	电信网码号资源使用证书	号[2017]01318-A01	工信部	10692159	全国	2022.7.19	喀什云海
6	电信网码号资源使用证书	号[2018]00656-A01	工信部	10692300	全国	2023.2.5	无锡韬和
7	电信网码号资源使用证书	号[2018]00759-A01	工信部	10693020	全国	2023.2.5	无锡熠永
8	电信网码号资源使用证书	号[2018]00799-A01	工信部	10692447	全国	2023.3.21	无锡凌恒
9	电信网码号资源使用证书	号[2018]00691-A01	工信部	10692800	全国	2023.2.5	无锡赫名
10	电信网码号资源使用证书	号[2018]00808-A01	工信部	10692594	全国	2023.3.9	深圳凯风
11	电信网码号资源使用证书	号[2019]00215-A01	工信部	10694097	全国	2023.11.28	上海禹圭

注：1、上表中码号资源 952108 为呼叫中心业务接入号码，其他码号资源均为短消息类服务接入代码；

2、上表中发行人及其全资控股公司现持有的码号资源均已在全国各省市通信管理局完成备案。

公司及其下属公司已取得从事生产经营活动所必需的行政许可、备案、注册或者认证等；已经取得的行政许可、备案、注册或者认证等，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。

公司上述资产不存在抵押、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。

②电信网码号资源的申请、获取、开通及使用的具体流程如下：

A、申请

发行人及下属子公司在注册后登陆工信部电信业务资源综合管理系统，根据相关法律法规规定和自身具备的申请资质情况填写并提交相应的码号占用申请表单，并上传相关申请材料；申请材料齐全、符合法定形式的，工信部将受理并出具受理通知书。

B、获取

工信部在发出受理申请通知书之日起 20 个工作日内完成审查工作，作出批准或不予批准的决定。发行人及下属子公司在电信业务资源综合管理系统中取得工信部予以批准的消息后，可前往工信部信息通信业务受理中心领取所申请码号的《电信网码号资源使用证书》。

C、开通

发行人及下属子公司通过电信业务资源综合管理系统在拟开通的省（自治区、直辖市）通信管理局完成码号的备案后，向拟合作的电信运营商递交资料申请电信网码号的开通，电信运营商在审核并通过公司的申请后，给予公司相关码号的接入参数。

D、使用

发行人及下属子公司使用相关码号的接入参数以 CMPP、SGIP 或 SMGP 等网关协议接入电信运营商网关并测试成功后，可通过该码号向客户提供移动信息服务。

③码号资源与实际业务的匹配

发行人与下属子公司自成立以来皆从事移动信息服务业务，报告期各期公司短信发送量分别为 90.16 亿条、198.56 亿条、253.03 亿条、186.50 亿条，短信业务收入分别为 25,631.09 万元、45,844.92 万元、53,187.78 万元、42,866.97 万元。报告期各期发行人与下属子公司营业利润占利润总额的比例分别为 100.43%、100.03%、100.00%和 100.25%，其报告期内利润总额主要来源于主营业务的利润；同时，报告期各期发行人与下属子公司扣除非经常性损益后的净利润占净利润比例分别为 98.09%、98.46%、95.50%和 92.99%，净利润主要来源于经常性损益产生的利润。

为满足发行人与下属子公司的码号资源使用需求，发行人在自有码号通道的基础上，还通过使用基础电信运营商分配的通道资源、与第三方合作使用通道资源等方式开展移动信息服务业务。同时，公司自 2017 年起积极开拓第三方供应商资源，报告期内，公司第三方供应商采购额占短信总采购金额比例分别为 23.14%、28.79%、50.75%、55.09%。其中，通过使用基础电信运营商分配的通道资源以及通过第三方合作使用通道资源的模式如下：

A、使用基础运营商分配的通道资源

1065 号段的码号资源为工信部分配给基础电信运营商使用的自营短消息接入服务代码，电信运营商获得后可负责相关码号的规划、分配和管理。公司向基础电信运营商提出此类码号的使用申请后，中国移动、中国联通、中国电信等基础电信运营商可分别向其分配以“10657”、“10655”、“10659”等开头的短消息类服务接入代码并提供相关通道参数，公司在完成移动信息服务平台接口与运营商网关的连接后，通过此类短信通道为客户提供企业短信服务。

B、第三方合作使用通道资源

公司与第三方合作使用通道资源的方式系公司与中国移动、中国联通、中国电信等基础电信运营商、具备短消息类服务接入代码资源的第三方签订合作协议，获得其通道资源后将此类码号接入电信运营商网关，并通过该短信通道向客户提供企业短信服务。

总体而言，以上方式丰富了发行人及下属子公司的码号资源，稳定有效地保障了发行人及下属子公司业务的持续经营，公司码号资源与公司的实际业务规模相匹配。报告期内发行人及下属子公司从事移动信息服务的业务模式普遍存在于行业内，符合行业惯例以及运营商、监管部门的规定。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人前期码号资源与其实际业务相匹配，报告期内发行人下属子公司不存在违规使用码号或违规开展业务的情形。

6、其他

2019年11月22日，江苏省科学技术厅、江苏省财政厅和国家税务总局江苏省税务局向无锡赫名核发了《高新技术企业证书》（证书编号：GR201932002408），有效期三年。

2020年7月17日，发行人通过CMMI三级认证并取得了相关证书，有效期至2023年7月17日。

（三）各要素与所提供产品或服务的内在联系及其他情况

发行人目前所拥有的固定资产、无形资产等资源要素，是公司提供移动信息服务的必要基础，不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，亦不存在对发行人持续经营存在重大不利影响的情况。

七、发行人的技术研发情况

（一）公司主要核心技术

1、主要服务的核心技术

公司的核心技术主要应用在公司的企信通系统平台以及喀什云海流量系统平台上，使公司系统平台运行更稳定、更快捷、更安全，其主要涉及的技术如下：

序号	技术名称	技术用途	技术特点及先进性表征	技术来源
大规模通讯技术				

序号	技术名称	技术用途	技术特点及先进性表征	技术来源
1	并发负载均衡技术	解决大规模多协议并发连接负载问题	在Linux服务器上，通过LVS与Nginx技术，分别处理客户不同协议的负载均衡，分流到不同的服务处理	引进消化吸收再创新
2	服务自动下线技术	自动剔除集群中的异常服务	利用LVS与Keepalive心跳监听集群服务，当服务异常时自动剔除异常节点，保障整个短信发送流程畅通	引进消化吸收再创新
分布式技术				
3	分布式消息队列系统	应用于短信过滤、发送、客户推送等核心消息队列服务	支持分布式锁，支持缓存过期检测，消息严格按照顺序消费	原始创新
4	分布式搜索服务	解决海量发送记录实时查询的需求	基于Elasticsearch，针对运营日常使用场景做查询优化，使用Redis进行性能优化，实现毫秒级别查询能力	集成创新
5	分布式数据服务	解决海量数据大并发、大吞吐的问题	基于HBase，自研高度适应短信发送流程的分布式预写缓存，严格控制运营商反馈报告和发送报告顺序写入顺序	集成创新
平台业务核心功能				
6	高效预写式日志系统	用于客户短信数据本地缓存，提供高效稳定的数据持久化服务	基于WAL机制，最低限度进行I/O操作，支持断电数据恢复功能	原始创新
7	优先处理短消息技术	应用于触发类、时效类短信优先发送	自研优先级队列发送模块，支持多个优先级别发送，与通道模块结合，大流量下实现自动分流，支持积压预警与条件切换	原始创新
8	敏感内容过滤技术	用于短信内容过滤识别	使用中文分词、海明码计算等技术，通过关键词、组合关键词、变量模板、相似模板和安全签名自主学习等分析方法，最终达到控制非法和投诉的目的	原始创新
大数据技术				
9	短信数据仓库	存储海量数据，为数据查询、投诉分析、趋势报告和客户支撑等多个应用场景提供运营支撑	基于Apache Hadoop平台，支持PB级别数据存储，支持多平台数据自动拉取，提供并行计算能力	引进消化再创新
10	数据可视化	用于给各个应用场景提供数据可视化效果	提供统一API，整合平台各模块业务数据，提供全面的数据可视化服务	引进消化再创新

总体而言，公司的技术能力相对出众，自主研发的多项核心技术使得公司在信息接收、内容审核、即时发送以及效果反馈等信息流关键环节达到了行业先进水平，公司核心技术在提升移动信息服务平台的高效性、稳定性、安全性及智能化的同时，满足了京东、阿里巴巴、腾讯、汉海信息（美团）、百度、华为、字节跳动（抖音、今日头条）等知名客户对于相关业务技术指标的高要求，其中，部分客户的相关指标要求举例如下：

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

注：根据公开市场信息查询，同行业可比上市公司未披露相关具体业务指标。

综合以上，鉴于公司主要直客系下游细分行业的龙头企业，公司相关业务技术指标均达到或突破了客户要求，体现了技术水平的先进性。同时，公司结合自有技术，以信息传输速率、信息到达率、个性化服务等客户需求为立足点，一方面通过“优先处理短消息技术”实现时效类信息优先触发，确保验证码短信秒达用户，提升用户体验感；另一方面，依托“并发负载均衡技术”、“分布式数据服务技术”解决海量数据大并发、大吞吐的问题，满足大客户在特殊时点下的海量发送服务需求；另外，公司凭借“分布式搜索服务技术”以及“短信数据仓库技术”等技术为各类客户的移动信息发送反馈提供即时查询、数据可视化等功能，增强了客户粘性、巩固了市场地位。

2、核心技术与公司知识产权的关系

公司的核心技术主要体现在公司已经取得的软件著作权中，并通过软件著作权的申请对公司核心技术进行保护。

3、核心技术的服务收入占公司营业收入的比例

公司的核心技术在公司主要服务中得到了充分运用，公司主营业务收入均来自于公司的核心技术。报告期内，公司核心技术服务收入占主营业务收入的比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心技术服务收入（万元）	42,866.97	53,187.78	45,844.92	27,602.30
主营业务收入（万元）	42,866.97	53,187.78	45,844.92	27,602.30
占比（%）	100.00	100.00	100.00	100.00

（二）发行人研发情况

1、研发费用投入情况

报告期内，公司的研发费用投入情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资薪酬	188.11	431.36	264.58	89.41
研发设备及平台费用	87.18	127.55	58.68	27.92
其他	0.76	3.09	4.93	6.13
合计	**276.05**	**562.00**	**328.19**	**123.46**
占营业收入比重	**0.64%**	**1.06%**	**0.72%**	**0.45%**

2、研发人员情况

（1）核心技术人员和研发人员比重

截至 2020 年 6 月 30 日，公司核心技术人员稳定，技术研发人员数量稳定增长，具体情况见下表：

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
技术研发人员数量（单位：人）	27	22	14	9
占总人数比重	22.88%	20.37%	16.67%	14.29%

（2）报告期内核心技术人员变动情况

报告期内，公司核心技术人员稳定，近两年来未出现重大变动。

（3）核心技术人员简历及对研发的具体贡献

发行人核心技术人员为崔嵘先生、徐文平先生，简历参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（四）其他核心人员简介”。

核心技术人员对公司研发的具体贡献如下：

崔嵘先生：资深的全栈工程师，作为公司技术总监，负责全公司的产品开发、技术管理工作，以及技术部工作流程和标准的制定、执行与监督。任职期间，发起并主持规划公司业务平台架构的升级变革，指导了公司研发项目的推进以及公司软件著作权的研发工作；负责应对客户的技术需求，组织团队进行技术方案策划、平台功能设计、运营需求实现等工作；为公司组建并培养了一支专业、全能、精干的技术研发团队。

徐文平先生：作为公司架构师，负责公司平台软件工程架构设计、软硬件数据仓库建设、统一开发标准等工作，并指导团队按照设计方案进行实现。任职期间，主导了短

信平台整体架构的设计、相关技术方案的落地执行工作，指导团队对公司短信平台的各项业务功能进行技术选型、流程优化等。

3、在研项目情况

发行人拥有多项在研项目，以确保公司系统平台能够紧跟移动信息服务行业的发展趋势和下游客户的实际需求，同时也为公司创新能力的提升以及系统平台的多样化拓展提供了相应的项目储备。

目前，发行人正在从事的主要研发项目情况如下表所示：

序号	研究项目名称	说明	目前所处阶段	报告期内经费投入（万元）	项目负责人	拟达到的目标
1	基于海明算法的大数据相似内容匹配项目	短信智能审核模块重要功能，能在审核时抓取相似内容批量审核	使用改进	64.57	李孟生	实现内容的相似关联，提升运营对大批量内容实时管控效果
2	国际短信平台	支持多个国家的手机短信发送	使用改进	113.48	徐文平	实现接口数据分流到相应服务器，智能选择目标通道，同时兼容国内短信路由
3	微服务数据中心	以微服务架构为基础，搭建高并发低延迟短信发送中心	测试	153.30	徐文平	提高定制化服务能力，实现客户侧就近云端接入，提高运营效率并降低响应延迟
4	短信云平台 V4 运营管理中心	包含客户平台、运营管理平台、运维监控平台的对外服务综合平台，	研究分析	58.14	关宏新	实现统一网关、统一认证和授权，提供访问控制，并实现扩展业务的对接
5	客户资源分析平台	对接融合客户关系管理系统，为运营提供统计分析服务	使用改进	17.31	孙露	实现账单明细查询、核销对账、价格变更管理等功能
6	5G 客户业务平台	通过 5G 消息功能模块基本配置，结合大数据与 AI 提供 5G 消息智慧解决方案	研究分析	4.60	崔嵘	实现企业账户安全管理、5G 消息可视化编辑以及交互场景灵活配置
7	5G 消息调度发送中心	支撑 5G 消息业务平台，对接运营商 Maap 系统实现 5G 消息下发	研究分析		崔嵘	接入运营商 Maap 平台，实现 MaaP 系统消息（可包含普通多媒体消息）的接入和下发

（三）发行人研发机制和技术创新机制

1、研发组织结构

公司坚持追求更好的客户体验，根据客户以及业务发展需求持续开发新的技术并升级现有系统。根据实际业务需要，发行人在技术部下设置了用研组、研发组、测试组、IT 网络组和技术支持组等业务组，具体职责如下：

用研组	负责公司信息系统相关产品功能及视觉设计计划、方案等
研发组	负责把控公司技术发展轨迹以及新架构的研究，执行开发工作并推进产品的开发进度，制定平台风控体系与监控方案
测试组	负责项目版本的测试
IT 网络组	负责维护公司信息系统的生产和测试环境的部署与维护，亦负责公司基础设施、办公桌面管理、信息安全等工作
技术支持组	负责配合运营部门为客户提供技术支持服务

2、研发创新的安排

发行人根据“技术驱动服务”的企业文化理念，建立了完善的研发体系。

（1）制定鼓励技术创新的制度

为了鼓励和激励公司技术研发人员参与技术创新，公司制定并推出了相关的激励奖励政策，对于技术创新工作中做出成绩和取得成果的个人，根据其经济效益和项目的难易程度，给予不同的表彰和鼓励，从制度上保证员工利益，调动技术研发人员积极性，有利于公司经营目标的实现和保障公司的持续、健康发展。

（2）人才引进与培养

经过多年培育与探索，公司构建了结构合理、分工优化的技术团队。为满足快速发展对技术人才的需求，公司实施自我培养和引进相结合的战略。在不断引进人才的同时，夯实企业内部人才队伍建设与培养，从体系上确保人才的规范引进、持续培养和合理任用。

（3）个性化技术开发，提升服务质量

公司结合客户所处行业的差异采用不同的运营策略，为其开发并提供个性化的技术服务方案，提高了服务质量及服务对客户业务的匹配程度。与下游行业标杆企业开展合作的经验对公司在研发、服务等方面理念和意识都具有较大的推动作用，促进公司研发创新水平的提升。

八、发行人拥有的特许经营权与特殊经营许可情况

报告期内，公司未拥有特许经营权，不存在特殊经营许可情况。

九、境外经营情况

报告期内，公司不存在境外经营情况。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

自股份公司成立以来，发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运作、履行职责，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策能够严格按照《公司章程》的相关规定履行决策程序。截至本招股说明书签署日，上述机构及人员未出现违法、违规现象，公司法人治理结构功能不断得到完善。

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司主要存在内部组织机构有待完善、内部审计机构运行有待改善等情形。为进一步改进公司治理结构，公司根据《公司法》和《公司章程》的规定，并参照上市公司的要求，先后审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《经理工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《子公司管理制度》、《内部审计制度》等一系列规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序。通过对上述规章制度的制定和执行，公司逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

（二）股东大会的运行情况

自股份公司设立以来，公司已召开 12 次股东大会。公司股东大会就《公司章程》的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，严格依照相关规定行使权力。

上述历次股东大会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在股东违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（三）董事会的运行情况

公司董事会由 5 名董事组成，其中独立董事 2 名，设董事长 1 人。股份公司成立至本招股说明书签署日，公司董事会已召开 22 次会议。董事会按照《公司法》、《公司章

程》、《董事会议事规则》的规定规范运作，公司董事会就《公司章程》和公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、管理层的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，有效履行了职责。

上述历次董事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在董事违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（四）监事会的运行情况

股份公司成立至本招股说明书签署日，公司监事会已召开 17 次会议。监事会按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定规范运作，有效履行了监督等职责。

上述历次监事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在监事违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（五）独立董事制度的运行情况

本公司现有独立董事 2 名，独立董事占公司董事总人数的三分之一以上，其中包括 1 名会计专业人士。独立董事自聘任以来，依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等要求积极参与公司决策，发挥了在战略规划、审计、提名、薪酬与考核等方面的优势。独立董事的履职维护了全体股东权益，完善了公司治理结构。

截至本招股说明书签署之日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（六）董事会专门委员会的运行情况

公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会及战略委员会四个专门委员会。2018 年 7 月，公司董事会会议审议通过了《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》及《战略委员会工作细则》。

1、审计委员会

公司审计委员会由三名董事组成，其中二名为独立董事，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士。本届审计委员会由周宇、周波及门庆娟三名董事组成，其中周宇为专业会计人士，担任召集人，周波、周宇为独立董事。

公司审计委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

2、薪酬与考核委员会

公司薪酬与考核委员会由三名董事组成，其中二名为独立董事。本届薪酬与考核委员会由周宇、周波及汪坤三名董事组成，其中周宇担任召集人，周波、周宇为独立董事。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

3、提名委员会

提名委员会由三名董事组成，其中二名为独立董事。本届提名委员会由周波、周宇及汪坤三名董事组成，其中周波担任召集人，周波、周宇为独立董事。

公司提名委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

4、战略委员会

公司战略委员会由三名董事组成。本届战略委员会由汪坤、周波及辛瑛三名董事组成，其中汪坤担任召集人，周波为独立董事。

公司战略委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

二、对内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见及注册会计师鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制的自我评价

公司董事会认为：公司现有内部控制制度已基本建立健全，能够适应公司管理的要求和发展的需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律、法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司内部控制制度制订以来，各项制度得到了有效的实施。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司的内部控制制度进行了专项审核，出具

了《内部控制鉴证报告》，认为：发行人于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。

三、发行人近三年违法违规行为情况

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，也不存在被任何国家机关及行业主管部门等予以重大处罚的情形。

2019 年 11 月 6 日江苏省通信管理局作出《行政处罚决定书》（苏通罚字〔2019〕5 号），因公司从事发送含有虚假的发送端代码的短信息，违反《通信短信息服务管理规定》第十条的规定，对公司给予责令限期改正、予以警告的行政处罚。

1、行政处罚的具体情况

2019 年 6 月，公司在视频短信平台功能测试时，因员工工作失误将测试环境中的视频短信内容切入至生产环境中真实发送而引起手机终端用户投诉。江苏省通信管理局收到投诉，经调查后发现，用户接收端显示的码号与发行人使用的发送端码号不一致，遂于 2019 年 11 月 6 日作出《行政处罚决定书》（苏通罚字〔2019〕5 号），认定公司从事发送含有虚假的发送端代码的短信息，违反《通信短信息服务管理规定》第十条的规定，对公司给予责令限期改正、予以警告的行政处罚。

2、处罚依据

本次行政处罚的依据为《通信短信息服务管理规定》第十条：“短信息服务提供者发送短信息，应当将发送端电话号码或者代码一并发送，不得发送缺少发送端电话号码或者代码的短信息，不得发送含有虚假、冒用的发送端电话号码或者代码的短信息”；第三十四条：“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”。根据以上规定，处罚机关给予公司较轻档次的处罚，公司行为不属于重大违法违规行为。

3、整改及验收情况

上述行政处罚作出后，发行人已按主管部门的要求通过改进技术、制度完善、加强员工培训等方式积极进行了整改，并在整改完成后向江苏省通信管理局提交了书面的整改报告。江苏省通信管理局已接受发行人按要求整改的书面整改报告，从整改结果而言

江苏省通信管理局未再收到相关用户举报与投诉。

除上述处罚外，发行人不存在其他违法违规或处罚的情况。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人上述违规行为不属于重大违法违规行为并已按主管部门要求进行了整改，对本次发行不构成实质性障碍。

四、资金占用和对外担保情况

报告期内，公司与关联方之间发生的资金往来情况详见本节之“九、关联交易”之“（二）偶发性关联交易”。

截至报告期末，发行人不存在对外担保情况。

五、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

公司建立并完善了有关资金管理、对外投资、担保事项的政策及相关制度，对涉及资金收付、对外投资、担保事项的决策程序及权限进行了明确规定，保障了公司资金管理、对外投资、担保事项的规范运作。

（一）资金管理的制度及执行情况

资金管理方面，公司根据相关法律法规制定了现金管理制度、银行存款及票据管理制度、备用金管理制度等资金管理制度，对公司现金结算、保护货币安全、控制资金占用等方面均作了详细规定。

报告期内，公司严格执行资金管理有关制度，公司资金管理规范、高效。

（二）对外投资的制度及执行情况

为加强对公司对外投资活动的控制、规范对外投资行为，防范对外投资风险，保障对外投资安全，提高对外投资效益，根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《对外投资管理制度》，实行专业管理和逐级审批制度。

公司的下列投资事项，应提交股东大会审议批准：

1、对外投资涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以较高者为准）占公司最近一期经审计总资产的 50%以上；

2、对外投资的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%

以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

3、对外投资标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

4、对外投资标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元人民币；

5、对外投资产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元人民币。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

报告期内，公司的所有重大对外投资程序都按照《对外投资管理制度》严格执行。

（三）对外担保的制度及执行情况

为规范公司对外担保行为，有效控制公司对外担保风险，保证公司资产安全，根据《公司法》、《担保法》、《物权法》、《上市公司章程指引》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《对外担保管理制度》。公司下列对外担保行为，须经董事会审议通过后，提交股东大会决定：

1、单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10％的担保；

2、公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50％以后提供的任何担保；

3、为资产负债率超过 70％的担保对象提供的担保；

4、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30％的担保；

5、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50％且绝对金额超过 3,000 万元以上的担保；

6、对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；

7、法律、法规、规章、其他规范性文件或者《公司章程》规定的其他担保情形。

除前款规定的对外担保行为外，公司其他对外担保行为，须按照《公司章程》规定的审批权限范围经董事会审议决定。董事会审议担保事项时，除应当经全体董事的过半数通过外，还必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情况。如若未来发生对外担保事项，公司将严格履行《公司章程》以及《对外担保管理制度》等相关制度的规定。

六、发行人独立运行情况

（一）资产完整性

本公司由线上线下有限整体变更设立，线上线下有限的业务、资产、机构及相关债权、债务均已进入本公司。本公司拥有独立的经营场所，具备与经营有关的业务体系；对与经营相关的资产均合法拥有所有权或使用权。

目前本公司与股东之间的资产产权界定清晰，经营场所独立，不存在依靠股东的经营场所进行经营的情况。本公司没有以资产为各股东的债务提供担保，公司对所有资产拥有完全的控制支配权。

（二）人员独立性

本公司董事、监事和高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在控股股东、实际控制人超越公司股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。

公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均专职在公司或控股子公司工作并领取薪酬，并无在控股股东、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，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职，财务人员由财务部门集中统一管理。

（三）财务独立性

公司设有独立的财务部门，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，按照《中华人民共和国会计法》和《企业会计准则》等有关法规的要求建立独立的财务核算体系及相应的内部控制制度，能够独立进行财务决策。公司独立在银行开立账户，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现象；公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。

（四）机构独立性

公司建立健全了股东大会、董事会、监事会和总经理负责的经理层等机构及相应的三会议事规则和经理工作细则，形成了完整的法人治理结构，独立行使经营管理职权。

公司建立了适应经营需要的组织结构，拥有完整的采购、技术、运营、销售部门及配套部门，各部门已构成一个有机整体。公司拥有独立的经营和办公机构场所，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在机构混同的情形。公司各职能部门与股东单位及其职能部门之间不存在上下级关系（除股东在本公司担任职务以外），不存在股东单位干预本公司正常经营活动的情形。

（五）业务独立性

本公司主要从事移动信息服务，拥有独立的采购、技术、运营、销售系统，不依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司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不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

综上所述，本公司在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，拥有独立完整的资产和采购、技术、运营、销售系统，已形成了核心竞争力，具有面向市场独立经营的能力。

经保荐机构核查，发行人披露的上述有关独立性方面的内容真实、准确、完整。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人主营业务、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发行人的股份权属清晰，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）不存在重大权属纠纷

发行人不存在主要资产、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。

七、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争

本公司的经营范围为：第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；电子信息技术、物联网技术的研发、技术

服务、技术转让；计算机系统集成；计算机软硬件、电子元器件、电子产品、通讯设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的研发、销售、技术服务。

截至报告期末，除本公司外，公司控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的企业基本情况如下：

名称	经营范围	实际业务
峻茂投资	利用自有资金对外投资；贸易咨询；企业管理咨询服务	股权投资
融誉投资	企业投资管理，资产管理	—
常州仓颉化工有限公司	化工原料及产品（除危化品）、水处理剂、清洗剂、印染助剂、融雪剂、金属材料、建筑材料、通讯设备、针纺织品、五金产品的销售；水污染治理服务	经营化工产品

注：融誉投资于 2020 年 9 月办理完毕注销手续。

目前，本公司不存在与控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业从事相同或相近业务的情况。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人汪坤、门庆娟以及峻茂投资分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体如下：

1、本人/本公司目前没有、将来也不直接或间接从事与股份公司现有及将来从事的业务构成同业竞争的任何活动，包括但不限于研制、生产和销售与股份公司研制、生产和销售产品相同或相近似的任何产品，并愿意对违反上述承诺而给股份公司造成的经济损失承担赔偿责任。

2、对本人/本公司控股企业或间接控股的企业，本人/本公司将通过派出机构及人员（包括但不限于董事、经理）在该等企业履行本承诺项下的义务，并愿意对违反上述承诺而给股份公司造成的经济损失承担赔偿责任。

3、自本承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其产品和业务范围，本人/本公司及本人/本公司控股的企业将不与股份公司拓展后的产品或业务相竞争；可能与股份公司拓展后的产品或业务发生竞争的，本人/本公司及本人/本公司控股的企业按照如下方式退出与股份公司的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；(3)将相竞争的业务纳入到股份公司来经营；(4)将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

八、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关规定，报告期内本公司的关联方情况如下：

（一）存在控制关系的关联方

序号	关联方	关联关系
1	汪坤和门庆娟	公司控股股东、实际控制人
2	喀什云海	公司全资子公司
3	深圳凯风	公司全资子公司
4	上海禹圭	公司全资子公司
5	无锡胜杰	深圳凯风全资子公司
6	无锡熠永	无锡胜杰全资子公司
7	无锡凌恒	无锡胜杰全资子公司
8	无锡韬和	无锡胜杰全资子公司
9	无锡赫名	无锡胜杰全资子公司

注：2020 年 9 月，发行人新设全资子公司北京智成源达。

（二）实际控制人及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响及担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	峻茂投资	同一实际控制人
2	融誉投资	同一实际控制人
3	常州仓颉化工有限公司	实际控制人汪坤之妹夫持股 55%并担任执行董事
4	上海行鹿化工贸易有限公司	实际控制人汪坤之妹夫持股 30%

注 1：融誉投资于 2020 年 9 月办理完毕注销手续；

注 2：汪坤之妹夫于 2020 年 11 月将所持常州仓颉化工有限公司 55%股权予以转让。

（三）直接及间接持股 5%以上的其他股东

1、直接持股 5%以上其他股东

序号	关联方	关联关系
1	易简投资	持有公司 13.70%股权

2	牧银投资	持有公司 12.70%股权

2、间接持股 5%以上股份的股东及关联企业

崔联持有牧银投资 100%的股权，通过牧银投资控制公司 12.70%的股份，崔联为间接持有公司 5%以上股份的股东。除牧银投资外，崔联及其关系密切的家庭成员控制和担任董事、高级管理人员的企业为本公司的关联方，具体如下：

序号	关联方	关联关系
1	北京轩翔思悦传媒广告有限公司	崔联儿子崔佳担任董事[注]
2	深圳亦尔同瑞投资管理企业（有限合伙）	崔联儿子崔佳持股 70%

注：2020 年 8 月，崔佳辞任该公司董事。

（四）实际控制人关系密切的家庭成员

本公司实际控制人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）为本公司的关联自然人。

本公司实际控制人关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响及担任董事、高级管理人员的企业为本公司的关联法人，具体参见本节之“八、关联方及关联关系”之“（二）实际控制人及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响及担任董事、高级管理人员的其他企业”。

（五）公司董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

本公司董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员为本公司的关联自然人。

本公司董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响及担任董事、高级管理人员的其他企业为本公司的关联法人，具体清单如下（除公司子公司、孙公司外）：

序号	关联方（注）	关联关系
1	广东易简投资有限公司	董事辛瑛持股 10%并担任其副总经理
2	广州市新元维讯传媒科技股份有限公司	董事辛瑛担任其董事
3	吴兴织里郜传友制衣厂	监事关宏新之配偶之父亲的个体工商户

注 1：根据工商公示信息，公司副总经理崔嵘持有北京峥嵘宏达商贸有限公司（以下简称“峥

嵘宏达”）50%股权并担任执行董事，该公司已于 2016 年 8 月 26 日被吊销营业执照。根据崔嵘的说明，峥嵘宏达系其身份证被盗用后在其不知情的情况下注册成立的公司，崔嵘已委托北京华夏物证鉴定中心对峥嵘宏达工商档案资料中的笔迹进行鉴定，经鉴定，峥嵘宏达工商档案资料中的笔迹非崔嵘本人笔迹，崔嵘已向工商部门提交了撤销行政许可登记申请，目前已经撤销设立登记；

注 2：董事辛琰于 2020 年 12 月担任广州市莹晴企业管理有限公司董事，于 2021 年 1 月担任广州易创汇产业园有限公司董事。

（六）其他关联方

李华于 2018 年 6 月担任公司董事，于 2019 年 9 月辞任公司董事。李华控制和担任董事、高级管理人员的企业为本公司的关联方，具体情况如下：

序号	关联方	关联关系
1	深圳市联成资产管理有限公司	公司原董事李华持股 100%并担任执行董事兼经理
2	联成恒健	持有公司 2.23%股权，深圳市联成资产管理有限公司担任执行事务合伙人并持有其 0.07%股权，公司原董事李华直系亲属持有其 79.87%股权
3	珠海联成宏盛资产管理合伙企业（有限合伙）	深圳市联成资产管理有限公司担任执行事务合伙人并持有其 1%股权

（七）过往关联方

报告期内，发行人存在部分过往关联方，具体如下表所示：

序号	关联方	关联关系	关联关系解除情况
1	永通投资	实际控制人汪坤、门庆娟控制的企业	于 2018 年 10 月注销
2	广东佳兆业佳云科技股份有限公司（原名广东明家联合移动科技股份有限公司）	公司原持股 5%以上股东	于 2017 年 4 月将全部股权转让给汪坤
3	宁波梅山保税港区联成恒丰投资管理合伙企业（有限合伙）	深圳市联成资产管理有限公司担任执行事务合伙人并持有其 1%股权（原董事李华间接控制的企业）	于 2018 年 8 月注销
4	樟树市拓美投资管理中心（有限合伙）	崔联儿子崔佳持股 70%并担任执行事务合伙人	于 2020 年 5 月注销
5	樟树市云昊投资管理中心（有限合伙）	崔联儿子崔佳持股 70%并担任执行事务合伙人	于 2020 年 5 月注销

九、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，关联方为公司提供担保情况为：

单位：万元

银行	合同号	关联担保人	被担保人	担保方式	担保金额	担保起始时间	是否已经履行完毕
宁波银行无锡分行	07800KB20189311	汪坤、门庆娟	线上线下	最高额保证担保	1,000.00	2018.12.18-2020.12.18	是
上海浦东发展银行无锡分行	ZB8401201900000166	汪坤、门庆娟	线上线下	最高额保证担保	2,000.00	2019.12.13-2022.12.13	否
江苏银行无锡太湖新城支行	BZ023819000570	汪坤、门庆娟	线上线下	最高额保证担保	500.00	2019.12.18-2020.12.10	否
宁波银行无锡分行	07800KB199IAJKC	汪坤、门庆娟	线上线下	最高额保证担保	2,000.00	2018.12.18-2020.12.31	否
中国建设银行无锡鑫湖支行	HTC320618900ZGDB202000008	汪坤、门庆娟	线上线下	最高额保证担保	1,200.00	2020.3.13-2025.3.13	否
江苏江阴农村商业银行无锡分行	澄商银保借字2020030100B200059	汪坤、门庆娟	线上线下	保证担保	1,000.00	2020.3.20-2020.9.19	否

（二）偶发性关联交易

1、资金拆借利息

2016年3月，汪坤向公司归还完毕拆借资金2,569.58万元。2017年7月，公司收到汪坤资金拆借款利息115.81万元（不含税）。除此之外，公司与关联方之间不存在其他资金拆借情况。

2、其他

2016 年度，门庆娟代垫公司费用 101.25 万元，公司已于 2017 年支付上述费用。

3、防范股东资金占用的具体措施及其有效性

发行人目前已制定并进一步完善了《财务管理制度》《审批权限管理制度》。同时，为规范与控股股东及关联方之间的资金往来行为，发行人在整体变更设立为股份有限公司后，进一步建立了一系列规范关联交易、防范关联方资金占用的相关制度，具体如下：

（1）2018 年 6 月，发行人召开 2018 年第一次临时股东大会暨创立大会，审议通过了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》；同日，发行人召开第一届董事会第一次会议，审议通过了《经理工作细则》。上述制度对关联交易的决策权限及决策程序作出了详细的规定，确立了关联交易回避制度、独立董事对关联交易事项发表事前认可及独立意见制度。

（2）2018 年 7 月，发行人召开董事会和股东大会审议，通过了《关联交易决策制度》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》及《内部审计制度》，进一步细化了发行人关联交易的认定、审批权限及决策程序，明确了发行人不得直接或间接以各种方式将资金提供给控股股东或其他关联方使用，确立了“占用即冻结”机制，落实了资金占用的责任追究与处罚措施，同时发行人设立了内审部对发行人内部控制制度的设立和实施进行检查与监督，帮助提高发行人内部控制及治理水平。

除上述 2016 年 3 月前存在的资金占用情况外，发行人不存在其他关联方资金占用的情况，发行人及其实际控制人积极完成整改后，严格按照上述制度规范与控股股东、实际控制人及其他关联方之间的资金往来行为；报告期内发行人未再发生控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用的情况。发行人全体股东、发行人董事、监事、高级管理人员就不发生资金占用和非经营性资金往来的事项作出了承诺。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人及发行人实际控制人已对历史上存在的资金占用情况进行整改；发行人建立健全了防范控股股东、实际控制人及股东资金占用的具体措施及制度；发行人报告期内未发生控股股东、实际控制人及股东资金占用的情况。

（三）关联方的应收应付款项余额

报告期各期期末，公司无关联方应收应付款。

（四）本公司报告期内关联交易的执行情况

公司董事会和股东大会对各项关联交易进行了审议，公司独立董事发表了独立意见，认为：报告期内发生的关联交易事项，遵循公平自愿原则，定价公允，并履行了必要的决策程序，符合交易当时法律法规及公司相关制度的规定，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

十、规范和减少关联交易的措施及制度安排

公司已建立了完善的公司治理制度，在《公司章程》中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序，以保证公司关联交易的必要性和公允性；同时，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《防范控股股东及关联方资金占用专项制度》和《对外担保管理制度》等相关制度中对关联交易决策权力与程序作了更加详尽的规定，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节财务数据，非经特别说明，均引自公司经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。公司提醒投资者仔细阅读本公司的财务报告及审计报告全文，以获取全部的财务资料。

发行人在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为金额超过 500 万元，或金额虽未达到 500 万元但公司认为较为重要的相关事项。

一、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	78,361,773.34	62,383,436.19	51,095,863.44	86,341,307.96
应收账款	203,142,818.12	135,716,478.72	86,509,183.14	31,131,143.34
预付款项	71,850,437.30	85,037,330.93	56,395,590.67	37,436,790.45
其他应收款	8,305,312.88	7,371,882.02	3,770,930.78	1,710,770.79
其他流动资产	7,911,663.18	6,378,155.85	3,317,192.57	2,337,854.80
流动资产合计	**369,572,004.82**	**296,887,283.71**	**201,088,760.60**	**158,957,867.34**
非流动资产：				
固定资产	10,243,221.24	7,101,866.28	4,614,191.75	2,757,150.72
无形资产	250,407.41	10,169.71	13,656.55	17,143.39
长期待摊费用	1,875,545.90	2,169,594.78	336,336.35	462,462.47
递延所得税资产	2,614,070.21	1,355,896.84	1,057,149.73	413,891.08
非流动资产合计	**14,983,244.76**	**10,637,527.61**	**6,021,334.38**	**3,650,647.66**
资产总计	**384,555,249.58**	**307,524,811.32**	**207,110,094.98**	**162,608,515.00**

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动负债：				
短期借款	55,071,479.19	35,048,816.67	10,000,000.00	-

负债和股东权益	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款	41,519,097.88	19,948,104.59	6,475,035.64	29,048,649.05
预收款项	-	1,680,801.72	982,042.21	251,964.38
合同负债	3,104,929.69	-	-	-
应付职工薪酬	2,438,739.22	2,061,356.57	2,007,353.48	975,696.75
应交税费	6,381,266.34	7,582,866.49	6,974,870.95	6,906,689.71
其他应付款	323,344.38	90,365.28	120,154.34	270,569.63
其中：应付利息	-	-	14,420.55	-
流动负债合计	**108,838,856.70**	**66,412,311.32**	**26,559,456.62**	**37,453,569.52**
非流动负债：				
递延所得税负债	125,377.06	154,847.13	213,787.28	-
非流动负债合计	**125,377.06**	**154,847.13**	**213,787.28**	**-**
负债合计	**108,964,233.76**	**66,567,158.45**	**26,773,243.90**	**37,453,569.52**
所有者权益：				
股本（或实收资本）	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	10,337,000.00
资本公积	69,489,272.70	69,489,272.70	69,489,272.70	21,158,501.00
盈余公积	6,112,573.63	6,112,573.63	3,119,808.76	5,264,489.00
未分配利润	139,989,169.49	105,355,806.54	47,727,769.62	88,394,955.48
归属于母公司所有者权益合计	**275,591,015.82**	**240,957,652.87**	**180,336,851.08**	**125,154,945.48**
所有者权益合计	**275,591,015.82**	**240,957,652.87**	**180,336,851.08**	**125,154,945.48**
负债和所有者权益总计	**384,555,249.58**	**307,524,811.32**	**207,110,094.98**	**162,608,515.00**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**428,792,295.41**	**532,340,826.25**	**458,751,686.50**	**276,023,042.80**
减：营业成本	373,291,955.99	438,082,742.46	368,952,807.51	215,785,348.56
税金及附加	311,126.37	453,225.80	796,434.99	729,677.92
销售费用	6,645,274.54	10,501,384.52	5,968,186.58	2,878,233.46
管理费用	5,338,163.43	10,501,661.50	8,498,510.73	5,458,885.81
研发费用	2,760,474.01	5,620,002.79	3,281,907.37	1,234,603.41
财务费用	1,045,209.04	-60,430.26	-86,877.22	-1,337,204.80
其中：利息费用	1,116,421.54	531,504.45	14,420.55	-

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息收入	178,283.18	646,011.17	139,730.49	1,357,144.27
加：其他收益	6,007,601.05	7,228,070.97	1,168,686.17	112,284.00
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	10,875.42
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-5,118,195.66	-3,204,070.94	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-3,035,059.28	104,202.65
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-819.15	-
二、营业利润（亏损以“一”号填列）	**40,289,497.42**	**71,266,239.47**	**69,473,524.28**	**51,500,860.51**
加：营业外收入	-	-	-	9,065.24
减：营业外支出	100,000.00	-	23,660.45	232,053.21
三、利润总额（亏损总额以“一”号填列）	**40,189,497.42**	**71,266,239.47**	**69,449,863.83**	**51,277,872.54**
减：所得税费用	5,556,134.47	10,882,083.82	14,267,958.23	12,743,437.15
四、净利润（净亏损以“一”号填列）	**34,633,362.95**	**60,384,155.65**	**55,181,905.60**	**38,534,435.39**
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	34,633,362.95	60,384,155.65	55,181,905.60	38,534,435.39
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	34,633,362.95	60,384,155.65	55,181,905.60	38,534,435.39
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**34,633,362.95**	**60,384,155.65**	**55,181,905.60**	**38,534,435.39**
归属于母公司所有者的综合收益总额	34,633,362.95	60,384,155.65	55,181,905.60	38,534,435.39
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.58	1.01	0.92	-
（二）稀释每股收益	0.58	1.01	0.92	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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	410,001,304.35	593,490,954.33	503,055,921.90	321,181,864.69

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收到其他与经营活动有关的现金	3,278,807.72	4,263,051.90	1,308,416.66	311,353.06
经营活动现金流入小计	413,280,112.07	597,754,006.23	504,364,338.56	321,493,217.75
购买商品、接受劳务支付的现金	386,270,526.07	559,052,370.26	504,761,720.35	279,709,980.77
支付给职工以及为职工支付的现金	10,042,252.14	18,168,383.15	10,957,192.92	5,270,477.35
支付的各项税费	9,559,263.05	12,900,122.62	21,072,130.90	21,681,381.67
支付其他与经营活动有关的现金	5,450,030.66	13,059,484.73	9,870,955.53	7,178,726.39
经营活动现金流出小计	411,322,071.92	603,180,360.76	546,661,999.70	313,840,566.18
经营活动产生的现金流量净额	**1,958,040.15**	**-5,426,354.53**	**-42,297,661.14**	**7,652,651.57**
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	-	-	-	10,875.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	282.05	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	156,018,140.45
投资活动现金流入小计	-	-	282.05	156,029,015.87
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,650,094.92	6,406,888.93	2,948,065.43	1,029,683.75
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	154,860,000.00
投资活动现金流出小计	4,650,094.92	6,406,888.93	2,948,065.43	155,889,683.75
投资活动产生的现金流量净额	**-4,650,094.92**	**-6,406,888.93**	**-2,947,783.38**	**139,332.12**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	21,490,490.00
取得借款收到的现金	20,000,000.00	35,000,000.00	10,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	20,000,000.00	35,000,000.00	10,000,000.00	21,490,490.00
偿还债务支付的现金	-	10,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,093,759.02	497,108.33	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	235,849.06	1,382,075.46	-	-
筹资活动现金流出小计	1,329,608.08	11,879,183.79	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	**18,670,391.92**	**23,120,816.21**	**10,000,000.00**	**21,490,490.00**
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	**15,978,337.15**	**11,287,572.75**	**-35,245,444.52**	**29,282,473.69**
加：期初现金及现金等价物余额	62,383,436.19	51,095,863.44	86,341,307.96	57,058,834.27

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
六、期末现金及现金等价物余额	78,361,773.34	62,383,436.19	51,095,863.44	86,341,307.96

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资　产	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	64,841,659.01	29,342,947.44	48,446,222.90	67,079,530.52
应收账款	175,095,939.15	119,841,896.32	71,352,410.30	29,525,403.51
预付款项	79,707,841.65	83,918,626.62	53,243,229.10	32,444,870.66
其他应收款	13,170,673.69	2,051,883.70	1,126,854.80	575,192.70
其他流动资产	2,608,490.56	4,889,476.04	1,633,176.81	1,790,920.73
流动资产合计	**335,424,604.06**	**240,044,830.12**	**175,801,893.91**	**131,415,918.12**
非流动资产：				
长期股权投资	12,700,000.00	22,599,000.00	22,599,000.00	20,899,000.00
固定资产	8,851,709.05	5,536,532.35	3,895,034.28	2,699,569.73
无形资产	247,036.96	6,101.88	8,193.96	10,286.04
长期待摊费用	1,784,069.62	2,018,523.22	235,435.43	462,462.47
递延所得税资产	2,371,796.58	1,163,516.80	945,329.23	374,424.87
非流动资产合计	**25,954,612.21**	**31,323,674.25**	**27,682,992.90**	**24,445,743.11**
资产总计	**361,379,216.27**	**271,368,504.37**	**203,484,886.81**	**155,861,661.23**

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动负债：				
短期借款	55,071,479.19	35,048,816.67	10,000,000.00	-
应付账款	76,832,929.62	38,292,775.90	14,910,928.70	28,753,254.79
预收款项	-	731,228.31	10,737,193.50	231,026.90
合同负债	2,087,640.71	-	-	-
应付职工薪酬	605,972.63	726,958.82	971,068.47	665,593.80
应交税费	4,729,854.76	5,838,747.58	5,996,628.06	6,016,667.90
其他应付款	245,383.80	61,121.09	68,920.55	206,802.50

负债和股东权益	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其中：应付利息	-	-	14,420.55	-
流动负债合计	**139,573,260.71**	**80,699,648.37**	**42,684,739.28**	**35,873,345.89**
非流动负债：				
递延所得税负债	125,377.06	154,847.13	213,787.28	-
非流动负债合计	**125,377.06**	**154,847.13**	**213,787.28**	**-**
负债合计	**139,698,637.77**	**80,854,495.50**	**42,898,526.56**	**35,873,345.89**
所有者权益：				
股本（或实收资本）	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	10,337,000.00
资本公积	69,388,272.70	69,388,272.70	69,388,272.70	21,153,490.00
盈余公积	6,112,573.63	6,112,573.63	3,119,808.76	5,168,500.00
未分配利润	86,179,732.17	55,013,162.54	28,078,278.79	83,329,325.34
所有者权益合计	**221,680,578.50**	**190,514,008.87**	**160,586,360.25**	**119,988,315.34**
负债和所有者权益总计	**361,379,216.27**	**271,368,504.37**	**203,484,886.81**	**155,861,661.23**

2、母公司利润表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**363,523,057.14**	**451,338,648.13**	**454,248,061.70**	**254,572,052.94**
减：营业成本	334,992,981.13	404,057,438.20	387,389,560.66	201,432,671.99
税金及附加	171,118.86	197,796.70	623,347.96	422,090.84
销售费用	615,023.79	1,889,564.35	2,023,289.29	2,125,662.36
管理费用	4,065,935.15	8,068,014.44	7,005,862.75	4,766,264.29
研发费用	1,803,439.96	3,035,033.25	2,209,225.21	1,234,603.41
财务费用	1,026,941.16	-80,088.46	-80,764.65	-1,313,254.38
其中：利息费用	1,116,421.54	531,504.45	14,420.55	-
利息收入	170,686.47	629,395.66	113,647.49	1,323,156.34
加：其他收益	3,960,921.70	6,000,525.12	1,166,828.17	112,284.00
投资收益（损失以“-”号填列）	16,024,884.38	-	-	10,875.42
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-4,833,119.07	-1,222,934.36	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-2,283,617.44	181,875.96
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-819.15	-
二、营业利润（亏损以“—”号填列）	**36,000,304.10**	**38,948,480.41**	**53,959,932.06**	**46,209,049.81**

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
加：营业外收入	-	-	-	9,064.56
减：营业外支出	100,000.00	-	23,639.19	232,053.21
三、利润总额（亏损总额以“一”号填列）	**35,900,304.10**	**38,948,480.41**	**53,936,292.87**	**45,986,061.16**
减：所得税费用	4,733,734.47	9,283,469.84	13,338,247.96	12,244,763.75
四、净利润（净亏损以“一”号填列）	**31,166,569.63**	**29,665,010.57**	**40,598,044.91**	**33,741,297.41**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	31,166,569.63	29,665,010.57	40,598,044.91	33,741,297.41
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**31,166,569.63**	**29,665,010.57**	**40,598,044.91**	**33,741,297.41**

3、母公司现金流量表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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	343,554,825.16	493,760,576.11	518,138,784.81	306,426,497.23
收到其他与经营活动有关的现金	2,390,900.47	4,217,945.42	1,280,475.66	277,364.45
经营活动现金流入小计	345,945,725.63	497,978,521.53	519,419,260.47	306,703,861.68
购买商品、接受劳务支付的现金	325,299,558.16	511,206,074.75	513,079,487.38	261,177,571.55
支付给职工以及为职工支付的现金	3,912,465.13	7,113,524.86	6,156,522.65	4,021,450.41
支付的各项税费	7,551,831.76	10,099,020.64	18,857,388.57	19,254,389.69
支付其他与经营活动有关的现金	3,432,192.52	6,688,784.32	6,208,002.37	5,676,812.51
经营活动现金流出小计	340,196,047.57	535,107,404.57	544,301,400.97	290,130,224.16
经营活动产生的现金流量净额	**5,749,678.06**	**-37,128,883.04**	**-24,882,140.50**	**16,573,637.52**
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	15,720,623.25	-	-	10,875.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	11,071.67	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	156,018,140.45
投资活动现金流入小计	15,720,623.25	-	11,071.67	156,029,015.87
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,641,981.66	5,095,208.63	2,062,238.79	960,451.88
投资支付的现金	-	-	1,700,000.00	20,899,000.00

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	154,860,000.00
投资活动现金流出小计	4,641,981.66	5,095,208.63	3,762,238.79	176,719,451.88
投资活动产生的现金流量净额	**11,078,641.59**	**-5,095,208.63**	**-3,751,167.12**	**-20,690,436.01**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	21,490,490.00
取得借款收到的现金	20,000,000.00	35,000,000.00	10,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	20,000,000.00	35,000,000.00	10,000,000.00	21,490,490.00
偿还债务支付的现金	-	10,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,093,759.02	497,108.33	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	235,849.06	1,382,075.46	-	-
筹资活动现金流出小计	1,329,608.08	11,879,183.79	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	**18,670,391.92**	**23,120,816.21**	**10,000,000.00**	**21,490,490.00**
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	**35,498,711.57**	**-19,103,275.46**	**-18,633,307.62**	**17,373,691.51**
加：期初现金及现金等价物余额	29,342,947.44	48,446,222.90	67,079,530.52	49,705,839.01
六、期末现金及现金等价物余额	**64,841,659.01**	**29,342,947.44**	**48,446,222.90**	**67,079,530.52**

二、审计意见

（一）审计意见

受本公司委托，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，出具了《审计报告》（致同审字（2020）第 440ZA11317 号），发表了标准无保留的审计意见。

（二）关键审计事项

关键审计事项是发行人会计师根据职业判断，认为对 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月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，发行人会计师不对这些事项单独发表意见。

发行人会计师在致同审字（2020）第 440ZA11317 号标准无保留意见审计报告中，就关键审计事项具体阐述如下：

1、应收账款坏账准备的计提

（1）事项描述

2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日线上线下应收账款的余额分别为 3,276.96 万元、9,107.43 万元、14,294.02 万元及 21,543.56 万元，对应坏账准备分别为 163.85 万元、456.51 万元、722.37 万元及 1,229.28 万元。由于应收账款金额对财务报表影响较为重大，若应收账款不能按期收回或无法收回而发生坏账，则会导致财务风险，且线上线下管理层在确定应收账款预期信用损失率时涉及重大会计估计和判断，因此发行人会计师将应收账款坏账准备的计提确定为关键审计事项。

（2）审计应对

2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的财务报表审计中，发行人会计师对应收账款坏账准备的计提所执行的主要审计程序如下：

①了解并评价了管理层与应收账款日常管理及可收回性评估相关的关键内部控制，并进行了测试；

②分析应收账款坏账准备会计估计的合理性，包括确定应收账款组合的依据、金额重大的判断、单独计提坏账准备的判断；

③通过分析公司应收账款的历史坏账情况、客户信誉情况及经营情况，并执行应收账款函证程序及检查期后回款情况，评价应收账款坏账准备计提比例的合理性；

④获取管理层编制的坏账准备计提表，检查计提方法是否按照坏账政策执行，重新计算坏账准备计提金额是否准确；

⑤关注检查账龄较长的大额应收账款的客户经营状况，对部分重要客户进行实地走访，分析复核管理层对其可收回金额的预测使用的相关考虑及客观证据。

2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的财务报表审计中，发行人会计师对应收账款坏账准备的计提所执行的主要审计程序如下：

①了解并评估了对管理层与应收账款日常管理及可收回性评估相关的关键内部控

制，并进行了测试；

②分析应收账款坏账准备会计估计的合理性，包括确定应收账款组合的依据、金额重大的判断、单独计提坏账准备的判断；

③通过分析线上线下管理层对应收账款的账龄迁徙情况、历史坏账情况、客户信誉情况及经营情况、预期信用损失判断，并执行应收账款函证程序及检查期后回款情况，评价应收账款预期信用损失率的合理性；

④获取管理层编制的坏账准备计提表，检查了计提方法是否按照坏账政策执行，重新计算坏账准备计提金额是否准确；

⑤关注检查账龄较长的大额应收账款的客户经营状况，对部分重要客户进行实地走访，分析复核管理层对其可收回金额的预测使用的相关考虑及客观证据。

2、收入确认

（1）事项描述

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月线上线下营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元及 42,879.23 万元。线上线下收入主要来源于短信业务，交易发生频繁，交易量大，对信息系统依赖程度高，产生错报的固有风险较高。因此发行人会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的财务报表审计中，发行人会计师对收入确认执行的主要审计程序如下：

①了解和评价了管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

②了解相关业务流程及取得相应的销售合同或业务协议，识别与销售合同履约相关的权利与义务，评价线上线下的收入确认时点是否符合企业会计准则的要求；

③结合对线上线下的业务性质和盈利模式等方面的了解，对其业务模式、营业收入、期间费用、财务指标等执行了分析程序；

④对重要交易及客户进行抽样，核对销售合同、对账单、发票及收款凭证等，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策；

⑤根据客户的交易特点和性质，选取样本，就于资产负债表日的应收账款余额实施函证程序；

⑥对重要交易及客户进行抽样现场走访，就双方是否存在关联关系、交易的真实性进行访谈并收集相关证据；

⑦对线上线下业务依赖的业务系统进行 IT 审计测试，对业务系统的应用控制、对业务数据与财务数据的一致性、业务数据的合理性进行测试分析；

⑧检查资产负债表日前后记录的收入交易记录，选取样本，对账单、业务系统数据及其他支持性文件进行核对，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

报告期内，公司依托于体系化的服务流程、自主研发的业务平台，通过对电信运营商的通信资源的整合，为客户提供移动信息服务实现收入。报告期内，公司营业收入主要来自短信业务，短信业务收入分别为 25,631.09 万元、45,844.92 万元、53,187.78 万元和 42,866.97 万元，占当期营业收入总额的比重分别为 92.86%、99.93%、99.91%和 99.97%，营业收入和业务规模实现较快增长，主要得益于公司自身运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力的增强以及下游行业短信发送需求量的增长。

影响公司收入的主要因素包括公司核心竞争力、公司所处移动信息服务行业的竞争格局以及下游行业市场的发展状况等，具体如下：

（1）公司自成立以来一直从事移动信息服务业务，运营能力、服务范围、电信运营商资源、技术模式以及业务规模等均得到较快发展，在国内移动信息服务行业竞争格局中已经形成了一定的影响力。未来随着公司运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力的增强，公司的业务规模和所处移动信息服务行业的市场份额将进一步的扩大，成为影响公司收入增长的有利因素。

（2）公司主营业务是移动信息服务，下游行业分布较为广泛，主要包括互联网、电子商务、物流快递、金融、零售商贸等行业，下游行业的发展状况将对公司收入具有

重要影响。随着以电子商务、快递物流、移动支付等为代表的新经济行业的快速发展，下游行业企业将充分利用移动信息服务广泛参与到日常经营管理的各个方面，以提高运营效率；同时出于提高用户体验和维护客户关系考虑，下游行业企业动态验证码、通知提醒、会员营销等短信需求随之增长，从而为移动信息行业发展带来机遇，为公司收入增长提供了较为有利的市场支撑。

2、影响公司成本的主要因素

影响公司成本的主要因素包括材料成本、人工成本和运营成本等，其中材料成本占主营业务成本比重最高，分别为 98.58%、98.72%、98.47%和 99.16%，是影响公司成本的最主要因素。公司材料成本由短信信息费和流量费组成，系公司向电信运营商或者第三方供应商采购短信和流量的成本，其中又主要以短信信息费为主。公司自成立以来与供应商形成长期的业务合作，供应商较为认可公司的服务质量和综合实力，双方已经形成了持续稳定、良好的合作关系，未来公司获得短信的采购价格将会对公司成本产生重要影响。

3、影响公司费用的主要因素

公司期间费用由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用组成，其中以销售费用、管理费用、研发费用为主，销售费用主要包括工资薪酬、业务招待费、差旅费和租赁及物业管理费，管理费用主要包括工资薪酬、中介费用、折旧及摊销、差旅及业务招待费等，研发费用主要包括工资薪酬、研发设备及平台费用。未来对公司费用影响较大的主要是职工薪酬水平和研发投入，一方面随着销售规模的逐渐扩大和员工工资、福利待遇的提高，职工薪酬将会随之增长；另一方面，公司将加大研发投入，提高短信平台的性能和稳定性，增强公司服务的市场竞争力。

4、影响公司利润的主要因素

上述影响发行人收入、成本、费用的因素都将对发行人的利润产生影响，其中营业收入增长和营业成本控制是影响发行人利润的主要因素。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

报告期内，公司营业收入和毛利率等财务指标对于公司财务状况和盈利能力具有重要意义，对于公司业绩变动具有较强的预示作用。

营业收入增长率能反映公司主营业务的发展状况、市场开拓能力和趋势，报告期内，公司营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比增长 66.20%、16.04%和 73.63%，呈现较快增长趋势。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 21.82%、19.52%、17.63%和 12.92%，在营业收入快速增长的情况下，由于短信采购成本和客户结构的变化，公司毛利率有所下降。

四、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的经营状况

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日之间，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员保持稳定，未出现对公司经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

五、财务报表的编制基础、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，按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）以及中国证券监督管理委员会《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》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表的范围及变化

1、合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的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，其余额仍冲减少数股东权益。

2、报告期内合并财务报表范围的变化情况

（1）2017 年度

2017 年度新增合并单位 5 家，即成立全资子公司深圳凯风和孙公司无锡凌恒、无锡熠永、无锡韬和、无锡赫名。

（2）2018 年度

2018 年度新增合并单位 1 家，即公司出资设立全资子公司上海禹圭。

（3）2019 年度

2019 年度，公司合并财务报表范围未发生变化。

（4）2020 年 1-6 月

2020 年 1-6 月，公司合并财务报表范围未发生变化。

六、公司采用的重要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则

2020 年 1 月 1 日以前

1、一般原则

（1）销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，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，确认商品销售收入的实现。

（2）提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百

分比法确认收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

（3）让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

2、收入确认的具体方法

（1）短信业务收入

公司收到客户短信发送需求，经审核后将其提交到供应商进行发送，次月根据上月发送量、单价与客户对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

（2）流量业务收入

公司收到客户购买移动流量包的需求，将移动流量包提供给客户，次月与客户进行对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

2020 年 1 月 1 日以后

1、一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，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。

满足下列条件之一时，公司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客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制公司履约过程中在建的商品。

③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且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，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，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，公司在客户取得相关商品或服务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，公司会考虑下列迹象：

①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公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③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客户已接受该商品或服务。

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值（参见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（三）金融工具”）。公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

2、收入确认的具体方法

（1）短信业务收入

公司收到客户短信发送需求，经审核后将其提交到供应商进行发送，次月根据上月发送量、单价与客户对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

（2）流量业务收入

公司收到客户购买移动流量包的需求，将移动流量包提供给客户，次月与客户进行对账确认结算数量、结算金额，并确认收入。

公司以对账结果作为收入、成本确认依据符合合同相关约定及实际经营情况，且符合新旧企业会计准则收入、成本确认的相关规定，公司报告期内收入、成本确认原则得到一贯执行，不存在收入确认与成本结转跨期情况。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理

1、同一控制下企业合并

对于同一控制下的企业合并，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，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并：

（1）在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与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）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，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长期股权投资，在取得原股权之日与合并方与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、其他综合收益和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或当期损益。

2、非同一控制下企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为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。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

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，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小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，经复核后计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并：

（1）在个别财务报表中，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。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，购买日对这部分其他综合收益不作处理，在处置该项投资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；因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（2）在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经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之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

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）金融工具

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

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项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。本公司（债务人）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。

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。

2、金融资产分类和计量

（1）2019 年 1 月 1 日以前

本公司的金融资产于初始确认时分为以下四类：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、应收款项、可供出售金融资产。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。

①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当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和初始确认时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。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

②持有至到期投资

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失，均计入当期损益。

③应收款项

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，

包括应收票据、应收账款和其他应收款等。应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

④可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本计量。

（2）2019 年 1 月 1 日以后

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，将金融资产分为以下三类：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。

①以摊余成本计量的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被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，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。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，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

本公司将同时符合下列条件且未被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，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既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；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。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量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外，本公司将其余所有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。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，本公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地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。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在本公司改变管理金融资产的业务模式时，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；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产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账款，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

3、金融负债分类和计量

（1）2019 年 1 月 1 日以前

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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初始确认时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。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

（2）2019 年 1 月 1 日以后

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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初始确认时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。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

4、金融负债与权益工具的区分

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：

（1）向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务。

（2）在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。

（3）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。

（4）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

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。

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，该工具是本公司的金融负债；如果是后者，该工具是本公司的权益工具。

5、衍生金融工具及嵌入衍生工具

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。因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失，直接计入当期损益。

（1）2019 年 1 月 1 日以前

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未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，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。如果无法在取得时或后续的资产

负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，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。

（2）2019 年 1 月 1 日以后

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。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，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。

6、金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（四）公允价值计量”。

7、金融资产减值

（1）2019 年 1 月 1 日以前

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列可观察到的情形：

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本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组；

⑤因发行方发生重大财务困难，导致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，包括：该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化；债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况；

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，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）；

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

A、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，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

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。

B、可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减

值损失后的余额。

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，不通过损益转回。

C、以成本计量的金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不得转回。

（2）2019 年 1 月 1 日以后

本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：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应收款项和债权投资；《企业会计准则第 14 号——收入》定义的合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）；租赁应收款；财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

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。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

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。

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。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

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、应收账款和合同资产（2020 年 1 月 1 日以后），无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

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对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收票据

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

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。

B、应收账款

应收账款组合 1：直客客户业务形成的应收款项

应收账款组合 2：渠道客户业务形成的应收款项

应收账款组合 3：电信运营商酬金形成的应收款项

应收账款组合 4：合并报表范围内业务形成的应收款项

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

当单项其他应收款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其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：押金和保证金

其他应收款组合 2：合并报表范围内的往来款

其他应收款组合 3：其他

对划分为组合的其他应收款，本公司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。

组合划分和预期信用损失确定

2019 年 1 月 1 日，公司首次执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），根据准则相关要求，对应收款项采用简化模型计提坏账准备，按照整个存续期预期信用损失的金额计量应收账款损失准备。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。在计算预期信用损失时，当单项应收账款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，需要依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。此时，应当考虑对客户群体进行恰当的分组，在分组基础上建立减值矩阵。在考虑客户群体时，公司将应收款项按客户类型、应收款项性质、信用风险估计进行组合分类，分为应收合并范围内关联方往来组合、渠道客户组合、直客客户组合、运营商组合。

其中，对应收合并范围内关联方往来组合，预期未来发生信用损失的概率极低，预期损失率为 0.00%；对于渠道客户组合、直客客户组合、运营商组合，由于账龄的变动与预期损失变动同样存在紧密的关联，公司仍以账龄为依据划分应收账款组合，相同账龄的应收款项具有类似预期损失率，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。

2019 年 12 月 31 日预期信用损失率对照表：

组合	账龄	12 个月内平均回收率	考虑前瞻性信息后的回收率	预期信用损失率
按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按组合计提坏账准备：				
运营商组合	1 年以内	99.92%	74.94%	3.76%
	1-2 年	100.00%	70.00%	15.00%
	2-3 年	-	-	50.00%
直客客户组合	1 年以内	97.38%	73.04%	4.04%
	1-2 年	100.00%	70.00%	15.00%
	2-3 年	-	-	50.00%
渠道客户组合	1 年以内	99.60%	69.72%	9.08%
	1-2 年	100.00%	60.00%	30.00%
	2-3 年	-	-	75.00%

2020 年 6 月 30 日预期信用损失率对照表：

组合	账龄	12 个月内平均回收率	考虑前瞻性信息后的回收率	预期信用损失率
按单项计提坏账准备	-	-	-	100.00%
按组合计提坏账准备：				
运营商组合	1 年以内	97.29%	72.97%	4.06%
	1-2 年	100.00%	70.00%	15.00%
	2-3 年	-	-	50.00%
直客客户组合	1 年以内	99.83%	74.87%	4.40%
	1-2 年	100.00%	65.00%	17.50%
	2-3 年	-	-	50.00%
渠道客户组合	1 年以内	99.66%	67.77%	9.67%
	1-2 年	100.00%	60.00%	30.00%
	2-3 年	-	-	75.00%

公司与客户签订销售合同时，在合同中所约定的信用期一般为 30 天至 90 天内，在实际业务操作中，公司应收账款周转较快，款项在 1 年内基本实现回收，1 年以上账龄款项占比较小。截至 2020 年 6 月 30 日，公司应收邵阳移动账款的账龄已延长至 2-3 年，结合公司历史运营商期后回款情况，该笔款项超过了合理回收期限，可回收的不确定性

及损失风险明显增大，公司基于谨慎性原则，于 2020 年上半年对该笔应收款项的可回收性进行了审慎评估后对其单项按 100%计提了坏账准备，除此外，公司目前不存在回收性存在重大不确定性款项。

根据客户类型、应收款项性质，同行业可比公司应收账款存在直客客户应收账款、渠道客户应收账款及应收运营商返利（酬金），公司结合运营商、直客客户、渠道客户的信誉水平、资产实力、信用风险等进行评估分析，其中，运营商为大型央企，资金实力雄厚，属于民生产业，直客客户主要为大型科技企业、上市互联网龙头企业等，资产、业务规模大，这两类公司信誉度较高、经营及信用风险较小；渠道客户为移动信息服务提供商，从知名度、资产、业务规模等均不及运营商和直客客户，信用风险较前者高。同时，公司基于客户开发战略，预期未来应收账款账龄的分布主要系集中在 2 年以内，且主要以 1 年内为主。据此，公司结合历史损失法的坏账计提比例，预计 2-3 年以上应收款项的损失率分别为 50%、50%、75%。此基础上，公司根据各组合 1 年内、1-2 年账龄段考虑前瞻性信息后的的回收率分别计算了历史信用损失率。

公司将预期损失率乘以应收账款余额来建立准备矩阵，计算 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日应确认的损失准备分别如下：

2020 年 6 月 30 日坏账准备计提情况：

单位：万元

组合	账龄	2020 年 6 月 30 日应收账款余额	预期信用损失率	坏账准备
按单项计提坏账准备	-	133.10	100.00%	133.10
按组合计提坏账准备：				
运营商组合	1 年以内	2,543.83	4.06%	103.28
	1-2 年	85.97	15.00%	12.90
	2-3 年	-	50.00%	-
直客客户组合	1 年以内	15,915.94	4.40%	700.30
	1-2 年	13.54	17.50%	2.37
	2-3 年	-	50.00%	-
渠道客户组合	1 年以内	2,843.18	9.67%	274.94
	1-2 年	8.00	30.00%	2.40
	2-3 年	-	75.00%	-
合计		21,543.56	5.71%	1,229.28

2019 年 12 月 31 日坏账准备计提情况：

组合	账龄	2019 年 12 月 31 日应收账款余额（万元）	预期信用损失率	坏账准备（万元）

按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按组合计提坏账准备：				
运营商组合	1 年以内	3,214.78	3.76%	120.86
	1-2 年	138.26	15.00%	20.74
	2-3 年	-	50.00%	-
直客客户组合	1 年以内	8,209.98	4.04%	332.07
	1-2 年	10.23	15.00%	1.53
	2-3 年	-	50.00%	-
渠道客户组合	1 年以内	2,720.78	9.08%	247.17
	1-2 年	-	30.00%	-
	2-3 年	-	75.00%	-
合计		14,294.02	5.05%	722.37

经对比，2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日，公司在新金融工具准则下采用的预期信用损失法计算的应收账款坏账准备分别为 1,229.28 万元、722.37 万元，与按原坏账计算方法计提的坏账准备 1,209.00 万元、722.13 万元不存在重大差异，不存在少计提坏账的情形。

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。

信用风险显著增加的评估

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，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：

债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；

已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；

已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；

现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

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。

②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；本公司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。

③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。

④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。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

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。

8、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。本公司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，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融

资产。本公司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，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，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。

9、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时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时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（四）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。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。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。

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。

本公司采用在当前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，优先使用相关可观察输入值，只有在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。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：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。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（五）应收款项

应收款项包括应收票据、应收账款、其他应收款等。

1、2019 年 1 月 1 日以前

（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：应收款项余额占本公司前五名或占应收款项余额 10%以上的款项。

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，有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

（2）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	对有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（3）按组合计提坏账准备应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
合并范围内关联方组合	合并报表范围内之内部业务形成的应收款项	除存在客观证据表明无法收回外，不对应收内部款项计提坏账准备
其他风险组合	押金、保证金等	按5%计提

不适用按上述类似信用风险特征组合的	应收票据、应收利息、长期应收款	如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，计提坏账准备。如经减值测试未发现减值的，则不计提坏账准备

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

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
1—2 年	10	10
2—3 年	30	30
3—5 年	50	50
5 年以上	100	100

2、2019 年 1 月 1 日以后

参见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（三）金融工具”之“7、金融资产减值”之“（2）2019 年 1 月 1 日以后”。

（六）持有待售及终止经营

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类与计量

本公司主要通过出售（包括具有商业实质的非货币性资产交换）而非持续使用一项非流动资产或处置组收回其账面价值时，该非流动资产或处置组被划分为持有待售类别。上述非流动资产不包括采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产、采用公允价值减去出售费用后的净额计量的生物资产、职工薪酬形成的资产、金融资产、递延所得税资产及保险合同产生的权利。处置组，是指在一项交易中作为整体通过出售或其他方式一并处置的一组资产，以及在该交易中转让的与这些资产直接相关的负债。在特定情况下，处置组包括企业合并中取得的商誉等。

同时满足下列条件的非流动资产或处置组被划分为持有待售类别：根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，该非流动资产或处置组在当前状况下即可立即出售；出售极可能发生，即已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。因出售对子公司的投资等原因导致丧失对子公司控制权的，无论出售后本公司是否保留部分权益性投资，在拟出售的对子公司投资满足持有待售类别划分条件时，在个别财务报表中将对子公司投资整体划分为持有待售类别，在合并财务报表中将子公

司所有资产和负债划分为持有待售类别。

初始计量或在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，账面价值高于公允价值减去出售费用后净额的差额确认为资产减值损失。对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

后续资产负债表日持有待售的非流动资产或处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值不得转回。

持有待售的非流动资产和持有待售的处置组中的资产不计提折旧或进行摊销；持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。被划分为持有待售的联营企业或合营企业的全部或部分投资，对于划分为持有待售的部分停止权益法核算，保留的部分（未被划分为持有待售类别）则继续采用权益法核算；当本公司因出售丧失对联营企业和合营企业的重大影响时，停止使用权益法。

某项非流动资产或处置组被划分为持有待售类别，但后来不再满足持有待售类别划分条件的，本公司停止将其划分为持有待售类别，并按照下列两项金额中较低者计量：该资产或处置组被划分为持有待售类别之前的账面价值，按照其假定在没有被划分为持有待售类别的情况下本应确认的折旧、摊销或减值进行调整后的金额；可收回金额。

2、终止经营

终止经营，是指满足下列条件之一的已被本公司处置或被本公司划分为持有待售类别的、能够单独区分的组成部分：

（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区。

（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分。

（3）该组成部分是专为转售而取得的子公司。

3、列报

本公司在资产负债表中将持有待售的非流动资产或持有待售的处置组中的资产列报于“持有待售资产”，将持有待售的处置组中的负债列报于“持有待售负债”。

本公司在利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益。不符合终止经营定义的持有待售的非流动资产或处置组，其减值损失和转回金额及处置损益作为持续经营损益列报。终止经营的减值损失和转回金额等经营损益及处置损益作为终止经营损益列报。

拟结束使用而非出售且满足终止经营定义中有关组成部分的条件的处置组，自其停止使用日起作为终止经营列报。

对于当期列报的终止经营，在当期财务报表中，原来作为持续经营损益列报的信息被重新作为可比会计期间的终止经营损益列报。终止经营不再满足持有待售类别划分条件的，在当期财务报表中，原来作为终止经营损益列报的信息被重新作为可比会计期间的持续经营损益列报。

（七）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得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份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：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初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始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投资成本；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，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，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；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资本公积（其他资本公积）。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各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

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，在转换日，按照原股权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。原股权于转换日的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，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，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；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账

面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本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持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

3、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，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，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；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。

当本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；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不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能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4、持有待售的权益性投资

对联营企业或合营企业的权益性投资全部或部分分类为持有待售资产的，相关会计处理见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（六）持有待售及终止经营”。

对于未划分为持有待售资产的剩余权益性投资，采用权益法进行会计处理。

已划分为持有待售的对联营企业或合营企业的权益性投资，不再符合持有待售资产分类条件的，从被分类为持有待售资产之日起采用权益法进行追溯调整。

（八）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司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，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类　别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
电子设备	5	5	19.00
运输工具	4	5	23.75
其他	5	5	19.00

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

详见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（十二）资产减值”。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

（2）本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

5、每年年度终了，本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；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

6、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（九）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

（十）无形资产

本公司无形资产为软件。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法
软件	5	直线法

本公司于每年年度终了，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，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见本节之“六、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（十二）资产减值”。

（十一）研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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；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；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日转为无形资产。

（十二）资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产等（存货、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。

（十三）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十四）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

2、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后

的金额计量。

3、离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

（1）设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

对于设定受益计划，在年度资产负债表日由独立精算师进行精算估值，以预期累积福利单位法确定提供福利的成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

4、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

5、其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

（十五）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：该义务是本公司承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

（十六）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府

补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者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。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。本公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

（十七）递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于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确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：（1）商誉的初始确认，或者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；（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

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，本公司以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，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：（1）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；（2）

对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且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。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本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。

（十八）合同成本（2020 年 1 月 1 日以后）

合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，公司将其作为合同履约成本确认为一项资产：

①该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

②该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

③该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

当与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

①公司因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

②为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

确认为资产的合同履约成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“存货”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

确认为资产的合同取得成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“其他流动资产”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

（十九）重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

A、应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

（二十）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

①新金融工具准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），对会计政策相关内容进行了调整。

新金融工具准则要求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，将金融资产划分为以下三类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（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；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。混合合同包含的主合同属于金融资产的，不应从该混合合同中分拆嵌入衍生工具，而应当将该混合合同作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。

2019 年 1 月 1 日，本公司没有将任何金融资产或金融负债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，也没有撤销之前的指定。

新金融工具准则以“预期信用损失法”替代了原金融工具准则规定的、根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。“预期信用损失法”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，本公司信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

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应收款项和债权投资；

租赁应收款；

财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，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 年年初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。

②于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

单位：元

项　目	调整前账面金额（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2019 年 1 月 1 日）
资产：				
应收账款	86,509,183.14	-	355,918.06	86,865,101.20
其他应收款	3,770,930.78	-	-	3,770,930.78
股东权益：				
盈余公积	3,119,808.76	-	26,263.81	3,146,072.57
未分配利润	47,727,769.62	-	210,382.33	47,938,151.95

公司将根据原金融工具准则计量的 2018 年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的 2019 年年初损失准备之间的调节表列示如下：

单位：元

项　目	调整前账面金额（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2019 年 1 月 1 日）
应收账款减值准备	4,565,111.01	-	-355,918.06	4,209,192.95

③新收入准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”),公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。

公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数调整公司 2020 年年初财务报表相关项目金额：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额（2020 年 1 月 1 日）
将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债。	合同负债	1,680,801.72
	预收款项	-1,680,801.72

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年 1-6 月财务报表相关项目的影响如下：

单位：元

受影响的资产负债表项目	影响金额（2020 年 6 月 30 日）
合同负债	3,104,929.69
预收款项	-3,104,929.69

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重要会计估计的变更。

七、公司的主要税种、税率及税收优惠

（一）公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	6%
城市维护建设税	应纳流转税额	7%、5%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育费附加	应纳流转税额	2%、1%

企业所得税	应纳税所得额	20%、25%（注）

注：1、发行人报告期内企业所得税税率为 25%；

2、无锡胜杰 2017 年-2018 年企业所得税税率为 25%，2019 年和 2020 年 1-6 月企业所得税税率参见本节之“七、公司的主要税种、税率及税收优惠”之“（二）税收优惠及批文”；

3、其他公司企业所得税税率参见本节之“七、公司的主要税种、税率及税收优惠”之“（二）税收优惠及批文”。

（二）税收优惠及批文

1、根据 2007 年颁布的《中华人民共和国企业所得税法》和《财政部、税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税【2017】43 号）、《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）的相关规定，2017 年、2018 年深圳凯风、无锡熠永、无锡凌恒、无锡韬和、无锡赫名和 2018 年上海禹圭符合小型微利企业的标准，按其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

2、根据 2019 年颁布的《财政部 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）的相关规定，2019 年和 2020 年 1-6 月深圳凯风、无锡熠永、无锡凌恒、无锡韬和、无锡赫名、上海禹圭、无锡胜杰符合上述标准，按上述小微企业标准计提缴纳企业所得税。

3、根据财政部、国家税务总局发布的《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）的相关规定，享受新办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的政策。喀什云海于 2016 年 11 月设立于喀什地区，主营业务属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内，自 2017 年度开始取得生产经营收入起五年内免征企业所得税。

4、根据财政部、国家税务总局、科技部联合发布的《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税【2015】119 号）、《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税【2018】99 号）及《中华人民共和国企业所得税法》相关规定，发行人及下属企业享受研发费用加计扣除的相关优惠政策。

5、发行人及其下属公司主营业务属于电信服务行业，根据《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号）相关规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额。

（三）税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司各项税收优惠对利润的影响程度测算如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司享受企业所得税优惠政策而减免的企业所得税金额（万元）	459.75	742.15	349.74	84.59
公司享受增值税税收优惠政策而减免的计入损益的金额（万元）	218.03	270.83	-	-
税收优惠合计（万元）	**677.78**	**1,012.98**	**349.74**	**84.59**
利润总额（万元）	4,018.95	7,126.62	6,944.99	5,127.79
税收优惠占利润总额比例	**16.86%**	**14.21%**	**5.04%**	**1.65%**

从上表可以看出，报告期内公司享受的税收优惠占当期利润总额的比例分别为1.65%、5.04%、14.21%和 16.86%。总体来看，税收优惠对公司经营成果有一定的影响，但公司经营成果对税收优惠不存在重大依赖。

公司依法取得税收优惠，符合《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》规定，可以计入经常性损益；公司报告期内不存在税收优惠续期申请期间按照优惠税率预提预缴情形。

（四）公司税收优惠政策到期后的应对措施

公司享受税收优惠的金额对公司经营存在一定的影响，但经营业绩对税收优惠不构成严重依赖，同时，在目前减税降负的大环境下，公司税收优惠相关政策预计具有一定的延续性，如“小型微利企业所得税优惠政策”及“研究开发费用税前加计扣除优惠政策”等已经延续多次（年），在短期内发生变化的可能性较小，因此对公司经营业绩的影响不构成重大不利影响。公司将通过以下措施以应对公司税收优惠到期后被取消的风险：

1、公司将继续完善现有的销售渠道，建立销售运营基地，提高公司的异地市场获客能力以增加销售规模、增强公司盈利能力。例如，公司在已设立深圳及上海子公司的基础上，筹建了北京销售子公司。未来，新筹建的北京子公司则将服务以北京为中心的华北区域客户并提高该区域的销售额；而公司的深圳及上海子公司则将继续深耕拓展华南、华东区域市场，加强现有客户的进一步合作，并在此基础上拓展新客户，促进公司业务规模的增长。

2、公司将立足于已有的技术成果、不断加强产品研发投入和研发力度，提升移动

信息服务平台的稳定性和数据传输效率，从而提升产品市场竞争力，增强公司盈利能力。

3、公司将发挥自身的技术优势与运营优势，继续推出视频短信等高附加值的移动信息服务产品，并积极推进 5G 消息的研究与开发工作，通过开发符合市场新兴需求的移动信息产品来进一步增强公司盈利能力。

4、发行人将持续完善公司治理及内控制度，不断提高公司管理水平，通过加强内部控制、做好成本管控、合理控制费用支出、提高资金使用效率等手段加强企业的经营能力，从而实现公司持续盈利能力的进一步增强。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：公司的经营业绩对税收优惠不构成严重依赖；公司税收优惠政策如到期后被取消，对公司的经营业绩的影响不构成重大不利影响；公司已针对上述税收优惠到期后被取消制定了相应的应对措施；公司已在招股说明书中对税收优惠不确定性风险进行了揭示。

八、分部信息

报告期内，公司主营业务分类别情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
短信业务	42,866.97	37,329.20	53,187.78	43,808.27	45,844.92	36,895.28	25,631.09	19,771.34
流量业务	-	-	-	-	-	-	1,971.21	1,807.19
合计	**42,866.97**	**37,329.20**	**53,187.78**	**43,808.27**	**45,844.92**	**36,895.28**	**27,602.30**	**21,578.53**

九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

发行人会计师对公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的非经常性损益明细表进行鉴证，并出具了“致同专字（2020）第 440ZA08692 号”《关于无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司非经常性损益的审核报告》。依据经核验的非经常性损益明细表，报告期内，公司非经常性损益的具体内容及其对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-0.08	-

计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	310.05	361.70	116.87	11.23
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	115.81
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-10.00	-	-2.37	-22.30
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	1.09
合计	**300.05**	**361.70**	**114.42**	**105.83**
减：非经常性损益的所得税影响数	57.40	89.85	29.19	32.26
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**242.65**	**271.86**	**85.24**	**73.57**
归属于母公司股东的净利润	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东的净利润比例	7.01%	4.50%	1.54%	1.91%
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后净利润	3,220.68	5,766.56	5,432.96	3,779.87

报告期内，公司的非经常性损益净额主要来源于非流动资产处置损益、政府补助、资金占用费和其他营业外收支等。报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东的净利润比例分别为 1.91%、1.54%、4.50%和 7.01%，其中 2019 年和 2020 年 1-6 月占比有所上升，主要系 2019 年至 2020 年 6 月公司收到企业上市扶持奖励资金 400.00 万元和 2019 年度第一批产业政策项目奖励资金 115.00 万元。公司盈利能力对非经常性损益不存在重大依赖。

十、财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1、流动比率（倍）	3.40	4.47	7.57	4.24
2、速动比率（倍）	3.40	4.47	7.57	4.24
3、资产负债率（母公司）（%）	38.66	29.80	21.08	23.02
4、归属于母公司股东的每股净资产（元）	4.59	4.02	3.01	2.09
5、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例（%）	0.09	0.004	0.01	0.01

财务指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、应收账款周转率（次/年）	5.06	4.79	7.80	8.68
2、存货周转率（次/年）	-	-	-	-
3、息税折旧摊销前利润（万元）	4,286.85	7,388.72	7,068.38	5,219.39
4、利息保障倍数（倍）	37.00	135.08	4,817.03	-
5、归属于母公司股东的净利润（万元）	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
6、归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,220.68	5,766.56	5,432.96	3,779.87
7、每股经营活动产生的现金流量（元）	0.03	-0.09	-0.70	0.13
8、每股净现金流量（元）	0.27	0.19	-0.59	0.49
9、研发投入占营业收入的比例（%）	0.64	1.06	0.72	0.45

主要财务指标计算说明：

流动比率＝流动资产/流动负债

速动比率＝（流动资产－存货）/流动负债

资产负债率（%）（母公司）＝（母公司负债总额/母公司资产总额）×100%

归属于发行人股东的每股净资产（元）=归属于母公司股东权益÷期末股本总额

无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例＝无形资产（扣除土地使用权）/归属于母公司股东的净资产×100%

应收账款周转率＝营业收入/平均应收账款账面价值，2020 年 1-6 月为年化

存货周转率=营业成本/平均存货账面价值（不适用）

息税折旧摊销前利润（万元）=利润总额＋利息支出＋计提折旧＋摊销

利息保障倍数＝（利润总额＋利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

（二）净资产收益率和每股收益

报告期内，公司净资产收益率和每股收益如下：

2020 年 1-6 月	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	13.41	0.58	0.58
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.47	0.54	0.54
2019 年度	**加权平均净资产收益率（%）**	**每股收益（元/股）**	
		基本每股收益	**稀释每股收益**
归属于公司普通股股东的净利润	28.65	1.01	1.01
扣除非经常性损益后归属于公司	27.36	0.96	0.96

普通股股东的净利润			
2018 年度	**加权平均净资产收益率（%）**	**每股收益（元/股）**	
		基本每股收益	**稀释每股收益**
归属于公司普通股股东的净利润	36.13	0.92	0.92
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	35.57	0.91	0.91
2017 年度	**加权平均净资产收益率（%）**	**每股收益（元/股）**	
		基本每股收益	**稀释每股收益**
归属于公司普通股股东的净利润	40.50	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	39.73	-	-

计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率=P÷S

$S=E_0+NP\div2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0\pm E_k\times M_k\div M_0$

其中：P 分别对应于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；NP 为当期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 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

（2）基本每股收益

基本每股收益=P÷S

$S=S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$

其中：P 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；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 为报告期月份数；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。

（3）稀释每股收益

稀释每股收益=P/（$S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$+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 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。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对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和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十一、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至审计报告批准报出日，公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至资产负债表日，本公司不存在需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至资产负债表日，发行人不存在可能对发行人财务状况、盈利能力及持续经营产生重大不利影响的其他重要事项。

（四）重大担保、诉讼等事项在招股说明书签署日的进展情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大担保、诉讼等事项。

十二、经营成果分析

报告期内，公司利润表各项目及占营业收入比例如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
一、营业收入	**42,879.23**	**100.00**	**53,234.08**	**100.00**	**45,875.17**	**100.00**	**27,602.30**	**100.00**
减：营业成本	37,329.20	87.06	43,808.27	82.29	36,895.28	80.43	21,578.53	78.18
税金及附加	31.11	0.07	45.32	0.09	79.64	0.17	72.97	0.26
销售费用	664.53	1.55	1,050.14	1.97	596.82	1.30	287.82	1.04
管理费用	533.82	1.24	1,050.17	1.97	849.85	1.85	545.89	1.98
研发费用	276.05	0.64	562.00	1.06	328.19	0.72	123.46	0.45
财务费用	104.52	0.24	-6.04	-0.01	-8.69	-0.02	-133.72	-0.48
加：其他收益	600.76	1.40	722.81	1.36	116.87	0.25	11.23	0.04
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	1.09	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-511.82	-1.19	-320.41	-0.60	-	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-303.51	-0.66	10.42	0.04
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-0.08	-	-	-
二、营业利润	**4,028.95**	**9.40**	**7,126.62**	**13.39**	**6,947.35**	**15.14**	**5,150.09**	**18.66**
加：营业外收入	-	-	-	-	-	-	0.91	-

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
减：营业外支出	10.00	0.02	-	-	2.37	0.01	23.21	0.08
三、利润总额	**4,018.95**	**9.37**	**7,126.62**	**13.39**	**6,944.99**	**15.14**	**5,127.79**	**18.58**
减：所得税费用	555.61	1.30	1,088.21	2.04	1,426.80	3.11	1,274.34	4.62
四、净利润	**3,463.34**	**8.08**	**6,038.42**	**11.34**	**5,518.19**	**12.03**	**3,853.44**	**13.96**

（一）营业收入情况

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
主营业务收入	42,866.97	99.97	53,187.78	99.91	45,844.92	99.93	27,602.30	100.00
其他业务收入	12.26	0.03	46.31	0.09	30.25	0.07	-	-
营业收入	**42,879.23**	**100.00**	**53,234.08**	**100.00**	**45,875.17**	**100.00**	**27,602.30**	**100.00**

从收入结构来看，公司主营业务突出，其中 2017 年全部为主营业务收入，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月存在部分其他业务收入，金额较小，主要为软件服务收入，对经营成果影响很小。

报告期内，公司的其他业务收入的具体内容如下：

内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占营业收入比	金额（万元）	占营业收入比	金额（万元）	占营业收入比	金额（万元）	占营业收入比
软件服务收入	12.26	0.03%	46.31	0.09%	30.25	0.07%	-	-

报告期内，公司其他业务收入为软件服务，占营业收入的比例分别为 0.00%、0.07%、0.09%和 0.03%。软件服务的具体内容为发行人将现有短信运营平台提供给客户使用，并收取相应的软件使用费用。由于短信运营平台系公司研发团队在前期即开发完成以支持移动信息服务的运营软件，其相应的开发支出在前期开发阶段已经归集至研发费用科目进行核算，公司在销售给客户进行使用时仅需要简单调试，因此无其他业务成本与之对应，具有合理性。

1、分业务主营业务收入分析

（1）报告期内，公司分业务的主营业务收入情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）	销售收入（万元）	比例（%）
短信业务	42,866.97	100.00	53,187.78	100.00	45,844.92	100.00	25,631.09	92.86
流量业务	-	-	-	-	-	-	1,971.21	7.14
合计	**42,866.97**	**100.00**	**53,187.78**	**100.00**	**45,844.92**	**100.00**	**27,602.30**	**100.00**

公司自成立以来一直从事短信业务，为客户提供专业化的企业短信服务，短信服务收入贡献了绝对份额；除文字短信外，公司自 2020 年起为腾讯、宝洁等客户提供视频短信等服务。2017 年公司存在部分流量业务收入，作为短信业务的延伸，实现收入 1,971.21 万元。

①公司 2020 年 1-6 月销售数量、销售收入同比上升原因及合理性分析

单位：百万条、万元

项目	短信销售数量	短信销售收入
2020 年 1-6 月	18,650.45	42,866.97
2019 年 1-6 月	11,934.49	24,693.78
变动额	6,715.96	18,173.19
变动幅度	56.27%	73.59%

公司 2020 年 1-6 月销售数量、销售收入同比上升主要原因包括：A、移动短信业务保持持续增长，市场容量不断扩大。根据工信部发布的数据显示，2020 年上半年，全国移动短信业务量同比增长 24.3%；B、随着公司深耕直客客户的发展战略及品牌口碑的树立，公司直客客户销售数量、销售收入较同期增长 8,267.65 百万条、19,461.55 万元，系整体销售数量、销售收入增长的主要原因；C、此外，随着公司与客户的合作深入，在结合采购成本变动的基础上普遍上调了销售价格，2020 年 1-6 月平均销售价格较 2019 年 1-6 月上升 11.08%。

综上分析，公司 2020 年 1-6 月发行人销售数量和销售收入同比上升的原因符合公司实际经营情况，具有合理性。

②同行业可比上市公司移动信息业务收入、净利润变动对比分析

单位：万元

同行业可比公	移动信息业务收入	净利润

司	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动
中嘉博创	33,575.48	49,122.71	-31.65%	1,284.78	8,359.04	-84.63%
梦网集团	113,666.68	96,894.76	17.31%	2,959.47	12,978.35	-77.20%
银之杰	28,440.99	24,233.38	17.36%	-1,258.52	-2,528.99	50.24%
吴通控股	104,524.37	99,542.77	5.00%	2,583.43	10,221.68	-74.73%
京天利	9,726.52	10,735.83	-9.40%	2,002.29	-1,038.58	292.79%
线上线下	42,866.97	24,693.78	73.59%	3,463.34	2,528.57	36.97%

注：（1）可比上市公司数据系根据其公开披露的定期报告统计；（2）由于同行业可比上市公司存在多项业务，并未单独披露移动信息业务净利润，因此上表净利润为同行业可比上市公司合并报表净利润。

A、移动信息业务收入对比

如上表所示，除中嘉博创、京天利受新冠疫情、运营商价格策略调整影响出现移动信息业务收入下降外，同行业可比上市公司梦网集团、银之杰、吴通控股 2020 年 1-6 月移动信息业务收入较 2019 年同期均保持了增长，但增长幅度均低于公司，主要原因如下：

a、公司与同行业可比上市公司相比，公司移动信息业务占主营业务比例 100.00%，发挥业务集中优势，持续深耕和大力开拓直客客户，保障了客户的短信需求得到持续、稳定、不间断供应和优质服务，因此 2020 年 1-6 月，公司在保持阿里巴巴、腾讯、北京健康之家科技有限公司等直客稳定合作的前提下新增开拓了京东、汉海信息（美团）、百度、上海拉扎斯（饿了么）、字节跳动（抖音、今日头条）、上海宜员、苏宁等大型直客客户，从而实现了收入的快速增长；

b、公司服务的主要直客以互联网行业企业为主，占比较高，与同行业可比公司存在差异。在新冠疫情期间，互联网行业的短信需求增长较快，带动公司营业收入快速增长；

c、发行人与同行业可比公司的发展阶段存在差异，同行业可比公司均是业务多元化发展的上市公司，业务处于相对成熟阶段，而公司尚处于快速成长阶段，业务增速相对较快。

B、净利润对比

公司名称	移动信息服务业务收入占比情况		其他业务类型
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	
中嘉博创	29.98%	30.26%	通信网络维护、金融服务外包

公司名称	移动信息服务业务收入占比情况		其他业务类型
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	
梦网集团	94.17%	73.40%	大功率电力电子设备制造
银之杰	48.29%	44.89%	电子商务、金融信息化
吴通控股	65.12%	53.91%	数字营销服务、通信智能制造
京天利	37.50%	38.84%	保险产品服务
行业平均	55.01%	48.26%	-
线上线下	100.00%	100.00%	-

通过对比同行业可比上市公司公开信息，公司主营业务较为集中，移动信息服务占比达到 100%，而同行业可比公司主营业务种类多元，与公司存在较大差别，且未单独披露移动信息业务净利润。

由于同行业可比公司管理结构较完善且多通过并购重组形成业务多元化发展，管理团队庞大，日常固定运营成本较高，而公司主营业务集中，管理架构精简，日常固定运营成本较低，且同行业可比公司存在业务处置（梦网集团）、诉讼（京天利）等特殊事项对净利润的影响，因此公司与同行业可比上市公司净利润变动趋势存在差异。

综上分析，2020 年 1-6 月公司移动信息业务收入增长趋势与梦网集团、银之杰、吴通控股一致，收入增长幅度高于同行业可比公司具有合理性；由于同行业可比公司主营业务种类多元，与公司存在较大差别，以致净利润变动趋势存在差异。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年 1-6 月发行人销售数量和销售收入同比上升存在合理性；发行人收入增长趋势与部分同行业可比公司相一致，收入增长幅度高于同行业可比公司具有合理性；鉴于同行业可比公司主营业务种类多元，与公司存在较大差别，以致净利润变动趋势存在差异，存在合理性。

（2）报告期内，公司短信业务按客户类型分类的收入情况如下：

报告期内，公司短信业务分渠道客户和直客客户的相关信息如下：

项目	**2020 年 1-6 月**			
	收入（万元）	**比例（%）**	**数量（百万条）**	**单价（分/条）**
直客客户	34,593.19	80.70	15,859.71	2.18
渠道客户	8,273.78	19.30	2,790.74	2.96
合计	**42,866.97**	**100.00**	**18,650.45**	**2.30**
项目	**2019 年度**			
	收入（万元）	**比例（%）**	**数量（百万条）**	**单价（分/条）**
直客客户	36,645.54	68.90	18,417.01	1.99
渠道客户	16,542.23	31.10	6,885.62	2.40

合计	53,187.78	100.00	25,302.63	2.10
项目	2018 年度			
	收入（万元）	比例（%）	数量（百万条）	单价（分/条）
直客客户	17,717.28	38.65	8,362.24	2.12
渠道客户	28,127.64	61.35	11,493.62	2.45
合计	45,844.92	100.00	19,855.86	2.31
项目	2017 年度			
	收入（万元）	比例（%）	数量（百万条）	单价（分/条）
直客客户	1,734.06	6.77	742.48	2.34
渠道客户	23,897.03	93.23	8,273.23	2.89
合计	25,631.09	100.00	9,015.70	2.84

①报告期内，公司渠道客户的销售收入为 23,897.03 万元、28,127.64 万元、16,542.23 万元和 8,273.78 万元，销售数量为 8,273.23 百万条、11,493.62 百万条、6,885.62 百万条和 2,790.74 百万条，均呈现先升后降的趋势；直客客户的销售收入 1,734.06 万元、17,717.28 万元、36,645.54 万元和 34,593.19 万元，销售数量为 742.48 百万条、8,362.24 百万条、18,417.01 百万条和 15,859.71 百万条，均呈现上升的趋势，两者存在差异的主要原因如下：

A、报告期内，公司抓住外部环境日趋良好、下游行业短信发送需求量连续增长的契机，不断提升公司运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力，快速扩大业务规模和增加市场占有率，营业收入和短信发送量不断上升；

B、公司自 2016 年起执行“深耕行业客户”的发展战略，聚焦于开拓直客客户。报告期内，公司的主要直客客户包括阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、上海宜员网络技术有限公司、苏宁、小米、好未来（学而思）等。公司在与下游各类型直客客户建立业务联系的过程中，逐步减少并放弃与部分发送规模较小或单价较低的渠道客户的合作。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人渠道客户和直客客户收入和数量波动符合发行人的战略调整，存在商业合理性。

（3）报告期内，公司短信业务收入增速变动分析

报告期内，公司短信业务收入分别为 25,631.09 万元、45,844.92 万元、53,187.78 万元和 42,866.97 万元，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月短信收入分别同比增长 78.86%、

16.02%和 73.59%，具体信息如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入（万元）	42,866.97	53,187.78	45,844.92	25,631.09
收入增幅	73.59%	16.02%	78.86%	-
销量（百万条）	18,650.45	25,302.63	19,855.86	9,015.70
销量增幅	56.27%	27.43%	120.24%	-
销售单价（分/条）	2.30	2.10	2.31	2.84
价格波动	9.34%	-8.96%	-18.79%	-

注：2020 年 1-6 月价格波动系与 2019 年对比，收入和销量增幅系与去年同期对比。

报告期内，发行人 2018 年收入增速较大、2019 年收入增速下滑的原因如下：

报告期内，由于 2019 年销售单价的下降幅度小于 2018 年销售单价的下降幅度，因此发行人 2018 年收入增速较大、2019 年收入增速下滑的主要原因为销量的增速发生下降，具体原因为：

①随着业务规模的稳定增长，公司在技术、运营、品牌、市场开拓和短信资源等方面逐渐建立起自身的优势，竞争力大幅度提升；同时，公司于 2017 年和 2018 年陆续建立了深圳和上海两个销售团队以加强公司对于各地直客市场的持续开拓。因此，2018 年公司业务规模发生大幅增长，而 2019 年公司在 2018 年大幅增长的基础上稳步经营，积极有效地持续扩大经营规模，提高市场份额。

②公司自 2016 年起执行“深耕行业客户”的发展战略，开始聚焦于开拓直客客户。2018 年，公司在与阿里巴巴、网易等直客于 2017 年建立业务合作的基础上大幅提高短信业务销售量，同时与腾讯、华为、行吟信息科技（上海）有限公司（小红书）、北京淘友天下科技发展有限公司（脉脉）也快速实现广泛的业务合作。2018 年公司直客客户短信发送数量相较 2017 年增长 1,026.26%，相应的直客客户的销售收入增长 921.72%。

2019 年，公司进一步开拓直客客户，在与原有直客客户保持业务合作的基础上与京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海寻梦（拼多多）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）等知名企业也建立起了业务合作。2019 年公司直客客户短信发送数量相较 2018 年增长 120.24%，相应的直客客户的销售收入增长 106.83%。

③公司在与下游各类型直客客户建立业务联系的过程中，结合战略调整和经营需要，逐步减少与渠道客户的合作。2019 年公司渠道客户短信发送数量相较 2018 年下降

40.09%，使发行人 2019 年整体短信销量增速发生下降。

2020 年上半年，在逐步完成客户结构的积极调整后，公司借助下游行业发展带来的市场契机，迅速扩大自身营业收入，在与原有主要直客客户京东、腾讯、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、华为和网易等保持合作的基础上，增加了对汉海信息（美团）、百度、小米和好未来（学而思）的销售规模，并与字节跳动（抖音、今日头条）、深圳依时货拉拉科技有限公司（货拉拉）等知名企业建立了业务合作。2020 年上半年，公司短信发送数量相较 2019 年上半年增加 56.27%，公司营业收入增长 73.63%。

2020 年，发行人收入增速预计存在进一步下滑的可能性较小。但是如果未来公司经营受到内外部环境剧烈变化的影响、发行人收入增速存在连续下降的可能性，会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2018 年收入增速较大、2019 年收入增速下滑存在商业合理性，2020 年公司收入增速预计存在进一步下滑的可能性较小；发行人已在招股说明书中提示未来收入增速连续下滑的风险。

2、主营业务收入变动情况

（1）报告期内，公司分业务的主营业务收入变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售收入（万元）	增长率（%）	销售收入（万元）	增长率（%）	销售收入（万元）	增长率（%）	销售收入（万元）
短信业务	42,866.97	73.59	53,187.78	16.02	45,844.92	78.86	25,631.09
流量业务	-	-	-	-	-	-	1,971.21
合　计	**42,866.97**	**73.59**	**53,187.78**	**16.02**	**45,844.92**	**66.09**	**27,602.30**

报告期内，公司短信收入呈现递增趋势，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司短信收入分别同比增长 78.86%、16.02%和 73.59%，保持了较快的增长趋势，主要系：

①报告期内，公司秉持“技术驱动服务、深耕行业客户、连接创造价值”的公司发展战略，不断提升公司运营能力、服务能力、技术能力、市场开拓能力等核心竞争力。一方面，公司加大研发投入，对现有平台持续进行更新和技术改进，提升平台的稳定性和数据传输效率，同时根据客户需求提供定制化的平台对接、运营调试等多项目服务，从而提高客户服务的高效性、专业性和及时性；另一方面，公司加强市场和客户拓展力度，增加客户粘性，提高客户质量，改善客户结构，客户数量和收入规模逐年增长，其

中 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司前五名客户销量分别同比上升 107.51%、10.31%和 85.16%；同时 2017 年起公司大力发展直客客户，报告期内分别实现直客客户销售收入 1,734.06 万元、17,717.28 万元、36,645.54 万元和 34,593.19 万元，增长较快。

②公司营业收入的增长得益于下游短信发送需求量的增长和良好的外部市场环境。截至本报告期末，公司业务在直客客户中已经建立一定的竞争优势。随着互联网、电子商务、物流快递、金融等行业进一步发展，移动信息服务行业得到快速发展，包括动态验证码、通知提醒、会员营销等在内的短信需求大幅增长，2017 年全国企业短信发送量增长 11.57%，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月全国移动短信业务量同比分别增长 14%、37.5%和 24.3%，而这大部分来自于企业短信的贡献，公司在报告期内抓住了行业发展带来的红利。

（2）销售收入增长的稳定性和可持续分析

受行业的特殊性影响，公司与客户签订的均为框架合同，不存在在手订单。公司 2020 年 1-6 月前二十大客户报告期内的销售合计占当期短信收入的比例分别为 54.38%、65.65%、63.11%和 84.64%，公司与大部分主要客户合作较为稳定，基本都处于框架合同的有效期内，合理预计未来仍将保持稳定的业务合作关系。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人的销售收入增长是稳定和可持续的。

3、主要业务的销售价格及销量的变化情况

（1）报告期内，公司短信业务销售价格和销量变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额/数量	增长率（%）	金额/数量	增长率（%）	金额/数量	增长率（%）	金额/数量
单价（分/条）	2.30	11.08%	2.10	-8.96	2.31	-18.79	2.84
销量（百万条）	18,650.45	56.27%	25,302.63	27.43	19,855.86	120.24	9,015.70

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司短信业务销售价格和销量变动对收入变动影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月销售额增长因素分析			2019 年销售额增长因素分析			2018 年销售额增长因素分析		
	销售收入增长额	单价变化影响额	销量变化影响额	销售收入增长额	单价变化影响额	销量变化影响额	销售收入增长额	单价变化影响额	销量变化影响额
短信业务	18,173.20	2,736.95	15,436.25	7,342.86	-4,106.61	11,449.46	20,213.83	-4,814.86	25,028.69

注：各业务销量变动影响额=（各业务本期销量-上期销量）×各业务本期单价；各产品单价变动

影响额=（各业务本期单价-上期单价）×各业务上期销量。

公司成立之初服务对象主要为渠道客户，整体业务规模属于初步发展阶段。随着移动信息服务行业的快速发展以及公司核心竞争力的增强，公司积极开拓大型渠道客户和直客客户，短信销量逐年增长，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比增长 120.24%、27.43%和 56.27%，带动销售收入分别增长 25,028.69 万元、11,449.46 万元和 15,436.25 万元，因此销量变化因素是公司短信收入增长的主要影响因素；同时受短信采购价格变化、客户结构变动的影响，2017 年至 2019 年销售单价有所下降，2018 年、2019 年分别较上年下降 18.79%和 8.96%，导致销售收入分别下降 4,814.86 万元和 4,106.61 万元；2020 年 1-6 月，受到上游运营商价格调整的影响，公司销售单价发生上升，导致销售收入上升 2,726.95 万元。

（2）报告期内，公司短信业务分客户类型和短信类型的情况

报告期内，公司短信业务分客户类型和短信类型的单价如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
客户类型	直客客户（分/条）	2.18	1.99	2.12	2.34
	渠道客户（分/条）	2.96	2.40	2.45	2.89
短信类型	行业类短信（分/条）	2.16	1.95	2.03	2.14
	营销类短信（分/条）	2.46	2.27	2.51	2.96
合计（分/条）		2.30	2.10	2.31	2.84

报告期内，公司短信业务销售单价分别为 2.84 分/条、2.31 分/条、2.10 分/条和 2.30 分/条。其中按客户类型分渠道客户的销售单价为 2.89 分/条、2.45 分/条、2.40 分/条和 2.96 分/条，直客客户的销售单价为 2.34 分/条，2.12 分/条、1.99 分/条和 2.18 分/条；按短信类型分行业类短信的销售单价为 2.14 分/条，2.03 分/条、1.95 分/条和 2.16 分/条，营销类短信的销售单价为 2.96 分/条，2.51 分/条、2.27 分/条和 2.46 分/条，均呈现先下降后上升的趋势，主要原因如下：

①报告期内，受到上游行业价格波动和公司自身采购量增加等因素的影响，公司采购单价整体呈逐渐下降的趋势。出于增强自身竞争力、扩大业务规模的目的，公司在与客户的商业洽谈中考虑采购单价的变化，适当调整销售单价；

②公司正处于快速扩大业务规模的成长期，在积极争取与大中型知名客户建立合作的过程中，基于知名直客客户开展业务的标杆作用和积极影响，公司会在提供优质服务的同时适当降低销售单价，以实现积极的战略意义；

③报告期内，伴随着自身经营战略的调整和客户结构的变化，公司发送的短信中行业类短信的占比发生明显提升，分别为 10.57%、36.62%、49.59%和 51.65%。在通常情况下，行业类短信因其模板化程度高、审核成本较低，平均价格低于营销类短信，短信类别占比的变化导致公司销售单价逐渐下降；

④2020 年 1-6 月，受到上游运营商价格调整的影响，公司整体采购单价上升，公司在与客户的洽谈中相应合理地上调了销售价格。因此 2020 年 1-6 月公司不同类型客户及整体销售价格均发生上升。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内，发行人分客户类型和短信类型的短信销售单价波动存在合理性，发行人单价变动趋势符合行业特征。

（3）行业类短信与营销类短信的价格差异分析

根据发行人报告期内短信业务前五大渠道客户、前五大直客客户和前五大第三方供应商的业务合同中定价信息的约定，部分客户、第三方供应商在合同中对行业类和营销类短信进行明确的差异化定价。除此之外，运营商在定价时通常不区分行业类短信和营销类短信。

同行业公司间进行商业洽谈时会将短信类型作为定价的考虑因素之一，营销类短信的价格通常高于行业类短信的价格；发行人在与直客客户进行商业洽谈时，也会考虑行业类和营销类短信的因素，分别进行定价，营销类短信的价格通常高于行业类短信的价格。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人行业类短信单价低于营销类为行业共性特征，存在商业合理性。

（4）公司销售策略的可持续性

发行人低价获取客户后提高售价的策略存在一定的适用性，提高售价对业务量不存在明显的消极影响，相关策略存在可持续性，具体原因如下：

①知名直客客户的短信发送数量大、对供应商的技术能力、运营能力要求较高。部分直客客户在开展业务前需要经历较长的调测阶段或者要求供应商开发特别的接口，更换供应商需要较长的前置准备时间。同时，移动信息服务的费用占直客客户运营的成本比例较低。因此，价格并非知名直客客户选择合适供应商的唯一标准，公司凭借自身的

能力和丰富的合作经验，与知名直客客户粘性较高，获得了较为肯定的评价，在不影响业务量的前提下有一定的议价能力。

②移动信息服务行业的整体市场规模较大，参与的竞争主体较多，但是客户群体对于移动信息服务的要求在逐年提升。未来随着移动信息服务行业的进一步发展成熟，具有竞争力的移动信息服务提供商将会快速把握市场机遇、形成竞争壁垒、持续扩展市场份额，在竞争格局中占据优势地位。

公司经过多年的经营，已成为行业内具有一定市场影响力的知名企业，获得了大中型直客客户的认可，与下游客户逐渐建立起较强的客户粘性。公司结合自身的经营情况和竞争力，具有一定的议价能力，价格的适度调整不会对业务量产生明显的消极影响。

③2019 年，电信运营商的短信单价相较 2018 年呈现下降趋势。但是公司依托于自身的竞争力，增强了与客户的黏性，提高了议价能力。公司 2019 年向腾讯、华为、支付宝的平均销售价格并未发生明显变化，该类知名客户的毛利率增加，同时上述客户全年整体业务量明显增长。

④2019 年上半年与下半年相关业务信息如下：

项目	2019 年下半年	2019 年上半年
短信业务收入（万元）	28,494.00	24,693.78
销售数量（百万条）	13,368.14	11,934.49
销售单价（分/条）	2.13	2.07

根据上表数据可知，公司在下半年整体销售价格上升的情况下，销售数量仍呈现上升趋势。公司结合自身实际经营需要，与不同类型的客户对相关价格信息进行不定期调整，能够实现自身经营利润的最大化。

⑤2020 年上半年，受到行业上游供应商价格调整的影响，公司的采购价格发生上升。当采购价格发生变动时，公司会及时制定销售价格的调整方案，与客户就调价诉求进行商务洽谈。但是受部分客户行业地位较高、短信发送量较大、客户内部审批环节较多和行业竞争激烈等因素影响，当公司自供应商的采购单价发生上升时，价格传导存在一定的滞后性。

鉴于价格传导存在滞后性，公司根据对行业价格信息变化的预期判断，在 2019 年末即对公司的部分客户进行了销售价格的调整，2020 年上半年，公司对主要客户的销

售价格较 2019 年发生不同程度的上升，平均单价上升 9.34%；同时，公司短信发送数量相较 2019 年上半年增加 56.27%，公司营业收入增长 73.63%，表明价格的适度调整不会对业务量产生明显的消极影响，即时个别客户的销量在提价后呈现波动，但是发行人能够在整体层面实现盈利水平的增长。

报告期内，公司短信业务的采购价格和销售价格的变动对公司毛利影响的敏感性分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
短信业务单位售价敏感系数	7.74%	5.67%	5.12%	4.37%
短信业务采购单价敏感系数	-6.68%	-4.60%	-4.07%	-3.33%

从上表可以得知，短信的采购单价与单位售价均是短信毛利变动的敏感因素。以2020年1-6月为例，在其他因素不变的情况下，若短信采购单价每上涨1%，则公司短信业务毛利降低6.68%；同样，在其他因素不变的情况下，若单位售价每上涨1%，则公司短信业务毛利将上升7.74%。

⑥报告期内，公司与主要客户阿里、腾讯随着合作的深入、客户黏性的增加和竞争力的增强，2020 年 1-6 月公司对其的毛利率伴随着间断性价格调整已较首次合作当期的毛利率分别上升 7.35 个百分点和 9.38 个百分点，同时业务量分别为 3,964.28 万元和 3,959.36 万元，为公司贡献了较大的毛利额。

⑦2020 年 1-6 月公司前十大客户中，毛利率较低的客户为京东、汉海信息（美团）和北京健康之家科技有限公司，其中对于京东发行人已于 2020 年 9 月初实现了价格信息的调整，相较于 2020 年 1-6 月的平均单价上涨幅度在 10%-20%区间，上调售价后对其毛利率较低的情况将得到有效的改善；对于北京健康之家科技有限公司发行人已处于价格调整的商务谈判过程中，预计谈判成功后对其毛利率较低的情况亦将得到改善；对于汉海信息（美团）发行人尚未与其进行商谈。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人低价开拓客户后逐步提价的销售策略存在一定的可行性，在综合运营能力不断提升的背景下，结合市场环境适当提价后不会对业务量造成明显的消极影响，相关经营策略存在可持续性，能够实现发行人自身利益的最大化。

（5）报告期内，发行人采购和销售电信、移动、联通类短信的价格信息如下：

单位：分/条

短信类型	单价	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
移动类短信	销售单价	2.36	2.13	2.33	2.90
	采购单价	2.02	1.61	1.81	2.22
电信类短信	销售单价	2.18	2.03	2.16	1.63
	采购单价	1.90	2.06	2.06	1.29
联通类短信	销售单价	2.16	2.00	2.12	2.44
	采购单价	1.95	2.07	1.99	1.67

①报告期内，公司移动类短信销售单价分别为 2.90 分/条、2.33 分/条、2.13 分/条和 2.36 分/条，移动类短信的采购单价分别为 2.22 分/条、1.81 分/条、1.61 分/条和 2.02 分/条，均呈现先下降后上升的趋势。

2017 年至 2019 年连续下降的主要原因为受到上游行业移动类短信价格波动的影响和公司自身采购量增加等因素的影响，公司采购单价整体呈逐渐下降的趋势，进而传递至销售端；同时，公司相对价格较低的直客客户占比和行业类短信占比的提升也导致移动类短信的销售价格进一步下降。

2020 年 1-6 月，移动类短信相关价格发生上升的原因系受到上游运营商价格调整的影响，公司整体移动类短信采购单价上升，公司在与客户的洽谈中相应合理地上调了销售价格。

②报告期内，公司电信类短信的销售单价为 1.63 分/条、2.16 分/条、2.03 分/条和 2.18 分/条，电信类短信的采购单价分别为 1.29 分/条、2.06 分/条、2.06 分/条和 1.90 分/条，呈现一定程度的波动。

2017 年至 2019 年，销售单价呈现先上升后下降的趋势，主要原因为受到上游行业电信类短信价格波动的影响；同时公司相对价格较低的直客客户占比和行业类短信占比的提升也导致 2019 年电信类短信的销售单价相较采购单价下降较快。

2020 年 1-6 月，采购单价下降的主要原因系行业上游电信运营商的价格发生调整，同时公司随着业务规模的增长和直客客户占比的提升，电信类短信的采购金额明显上升，议价能力和相关资源的丰富度较报告期初明显提升。销售单价相较采购单价出现反向波动的主要原因如下：

A、公司与部分客户（以直客客户为主）定价时不区分电信、联通类短信和移动类短信，采用统一定价的方式，产生该种定价方式的主要原因为客户发送的短信需求以移动类短信为主，采用统一定价存在便利性。公司在伴随着上游移动运营商价格向上调整

的同时，对该类客户统一的销售价格进行提高；

B、公司电信类短信的前十大客户中字节跳动（抖音、今日头条）、百度和上海宜员网络技术有限公司采用统一定价的方式且单价较高；腾讯自 2020 年 4 月起全部采用统一定价的方式且单价较高；

C、公司电信类短信的前十大客户中华为虽然区分短信类别进行定价，但是鉴于公司服务质量较高、合作历史较长、经验丰富和电信、联通类短信占比较低的原因，公司三类短信的价格差异并不明显，整体价格高于公司平均水平。

③报告期内，公司联通类短信的销售单价为 2.44 分/条、2.12 分/条、2.00 分/条和 2.16 分/条，联通类短信的采购单价分别为 1.67 分/条、1.99 分/条、2.07 分/条和 1.95 分/条，呈现一定程度的波动。

2017 年至 2019 年，销售单价呈现连续下降的趋势，采购单价呈现连续上升的趋势。公司联通类短信的销售单价连续下降的主要原因为公司相对价格较低的直客客户占比和行业类短信占比的提升，公司联通类短信的采购单价连续上升的主要原因为受到上游行业联通类短信价格变化的影响。

2020 年 1-6 月，采购单价下降的主要原因系行业上游电信运营商的价格发生调整，同时公司随着业务规模的增长和直客客户占比的提升，联通类短信的采购金额明显上升，议价能力和相关资源的丰富度较报告期初明显提升。销售单价相较采购单价出现反向波动的主要原因如下：

A、公司与部分客户（以直客客户为主）定价时不区分电信、联通类短信和移动类短信，采用统一定价的方式，产生该种定价方式的主要原因为客户发送的短信需求以移动类短信为主，采用统一定价存在便利性。公司在伴随着上游移动运营商价格向上调整的同时，对该类客户统一的销售价格进行提高；

B、公司联通类短信的前十大客户中百度和上海宜员网络技术有限公司采用统一定价的方式且单价较高；腾讯自 2020 年 4 月起全部采用统一定价的方式且单价较高；

C、公司联通类短信的前十大客户中华为虽然区分短信类别进行定价，但是鉴于公司服务质量较高、合作历史较长、经验丰富和电信、联通类短信占比较低的原因，公司三类短信的价格差异并不明显，整体价格高于公司平均水平；

D、公司联通类短信的前十大客户中无锡众合天舟通信技术有限公司虽然区分短信类别进行定价，但是鉴于其发送的短信中营销类短信占比较高，因此整体价格高于公司平均水平。

2020 年 1-6 月，公司前十大客户中由于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	合同约定报价方式	短信类型	2020 年 1-6 月较 2019 年总体价格调整情况
京东	统一报价	电信类	未调整
		联通类	未调整
		移动类	未调整
腾讯	自 2020 年 4 月起统一报价	电信类	上调
		联通类	上调
		移动类	上调
汉海信息（美团）	统一报价	电信类	上调
		联通类	上调
		移动类	上调
百度	统一报价	电信类	上调
		联通类	上调
		移动类	上调
字节跳动（抖音、今日头条）	统一报价	电信类	2020 年新增合作客户，未调整
		联通类	
		移动类	
上海宜员网络技术有限公司	统一报价	电信类	上调
		联通类	上调
		移动类	上调

公司 2020 年前十大客户中京东、腾讯、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）和上海宜员网络技术有限公司的销售协议中约定移动类、联通类、电信类短信统一报价的情形，主要原因包括：（1）客户发送的短信需求以移动类短信为主，对电信、联通类短信占比较低，价格差异相对不敏感，因此不进行单独报价；（2）采用统一定价使得双方在对账、结算上具有便利性。

由于上述客户主要以移动类短信为主，因此在统一报价时主要参考移动运营商的价格变动进行报价，由上表可见，公司 2020 年 1-6 月前十大客户中采取移动、联通、电信类短信统一报价的客户，受移动运营商价格上涨影响，不同类型短信的报价均较 2019 年发生上升，且前述客户系下游行业知名企业，因此统一报价导致相关价格变动符合行业情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：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。

④2019 年公司在电信类、联通类短信销售亏损的情况下仍开展业务的主要原因系公司出于更好地全面服务直客客户的目的。直客客户的短信需求以移动类短信为主，在综合盈利符合预期的前提下，即使公司短信销售价格的调整存在一定的滞后性，公司坚持为客户提供全类型短信的移动信息服务，存在合理性。2020 年 1-6 月，公司电信类和联通类短信业务伴随着公司竞争力的增强、客户黏性的增加和议价能力的提升，在采购单价下降的情况下销售单价并未同步下降，积极推动公司自身利益最大化。

经查阅相关公开信息，同行业可比公司的定期报告未披露其移动类、电信类和联通类短信的相关价格信息，无法与发行人进行价格趋势对比。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人不同类型短信的购销单价变化存在合理性。

（6）报告期内，发行人采购和销售电信、移动、联通类短信的数量信息如下：

单位：百万条

短信类型	数量	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
移动类短信	销售数量	12,942.16	19,675.03	17,488.65	8,529.79
	采购数量	12,901.14	19,654.13	17,469.98	8,475.96
电信类短信	销售数量	2,613.14	2,354.24	1,213.58	331.04
	采购数量	2,614.24	2,342.79	1,211.53	327.65
联通类短信	销售数量	3,095.15	3,273.36	1,153.62	154.87
	采购数量	3,091.98	3,233.75	1,150.23	149.60

如上表所示，报告期内，公司移动类、电信类和联通类短信的购销数量均呈现快速上升的趋势，主要原因为公司竞争力持续增强，业务规模不断扩大，同时直客客户占比上升较快，不同类型的短信业务量增加明显。

经查阅相关公开信息，同行业可比公司的定期报告未披露其移动类、电信类和联通类短信的相关数量信息，无法与发行人进行数量趋势对比。

根据同行业公司披露的 2017 年-2019 年短信业务收入，除 2018 年京天利和 2019 年银之杰的相关业务收入呈现下降趋势外，其他同行业可比上市公司与公司短信业务收入增长的趋势相一致；根据同行业公司披露的 2020 年 1-6 月短信业务收入，梦网集团、银之杰和吴通控股与发行人一样呈增长趋势，中嘉博创和京天利呈下降趋势。

同时，根据工信部的统计数据，2017 年全国企业短信业务量增长 11.57%，2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月全国移动短信业务量分别增长 14%、37.5%、24.3%。发行人不

同类型短信的购销量均发生连续增长与行业趋势相一致。

公司不同类型短信的主要客户逐渐转变为腾讯、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、汉海信息（美团）、京东和华为等知名企业，该类客户短信资源的需求量较大，自发行人采购的短信数量与其自身业务规模相匹配。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人不同类型短信的数量变动趋势与行业特征、客户需求相符。

4、营业收入分季度情况

（1）报告期内，公司营业收入分季度的销售金额及占比如下：

期间	营业收入（万元）	占当年度比例
2017 年 1 季度	3,692.21	13.38%
2017 年 2 季度	4,209.69	15.25%
2017 年 3 季度	4,753.41	17.22%
2017 年 4 季度	14,947.00	54.15%
2018 年 1 季度	11,587.82	25.26%
2018 年 2 季度	12,478.38	27.20%
2018 年 3 季度	9,199.91	20.05%
2018 年 4 季度	12,609.06	27.49%
2019 年 1 季度	11,559.33	21.71%
2019 年 2 季度	13,136.90	24.68%
2019 年 3 季度	15,823.98	29.73%
2019 年 4 季度	12,713.88	23.88%
2020 年 1 季度	20,468.16	47.73%
2020 年 2 季度	22,411.07	52.27%

由上表可见，公司销售不存在明显的季节性，但是受到我国传统的节假日以及近年来兴起的电商促销活动的影响，使得公司的业务量及收入额随之发生一定的变化。

2017 年 4 季度占比较高，主要系公司于 2017 年 8 月更新自身的“企信通”平台，平台短信承载量、每秒发送能力等较原来有较大提升，公司抓住“双十一”业务机会，扩大业务规模。

（2）与同行业可比上市公司的对比

发行人与同行业上市公司分半年度收入对比如下：

公司名称	**2019 年度**

	上半年		下半年		合计（万元）
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
中嘉博创	49,122.71	56.55%	37,736.55	43.45%	86,859.26
梦网集团	96,894.76	36.43%	169,070.70	63.57%	265,965.46
银之杰	24,233.38	47.14%	27,170.19	52.86%	51,403.57
吴通控股	99,542.77	46.73%	113,452.24	53.27%	212,995.01
京天利	10,735.83	51.67%	10,043.57	48.33%	20,779.40
行业平均	56,105.89	43.97%	71,494.65	56.03%	127,600.54
线上线下	24,696.23	46.39%	28,537.85	53.61%	53,234.08
公司名称	**2018 年度**				
	上半年		下半年		合计（万元）
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
中嘉博创	36,541.74	43.70%	47,076.62	56.30%	83,618.36
梦网集团	81,635.65	44.79%	100,641.49	55.21%	182,277.14
银之杰	23,581.33	45.34%	28,426.00	54.66%	52,007.34
吴通控股	94,555.72	48.65%	99,808.83	51.35%	194,364.55
京天利	9,588.41	54.73%	7,930.33	45.27%	17,518.74
行业平均	49,180.57	46.42%	56,776.65	53.58%	105,957.23
线上线下	24,066.20	52.46%	21,808.97	47.54%	45,875.17
公司名称	**2017 年度**				
	上半年		下半年		合计（万元）
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
中嘉博创	21,687.68	43.56%	28,101.59	56.44%	49,789.27
梦网集团	83,318.41	49.22%	85,970.05	50.78%	169,288.46
银之杰	22,823.79	51.05%	21,888.44	48.95%	44,712.23
吴通控股	66,666.05	45.75%	79,051.04	54.25%	145,717.09
京天利	10,524.37	53.93%	8,992.17	46.07%	19,516.53
行业平均	41,004.06	47.79%	44,800.66	52.21%	85,804.72
线上线下	7,901.90	28.63%	19,700.41	71.37%	27,602.30

注：同行业可比上市公司数据来源于各自移动信息服务业务数据，因未公开披露各自的季度收入，因此此处对比上下半年数据；2020 年 1-6 月，因同行业可比上市公司未公开披露各自的季度移动信息服务业务收入数据，未能进行对比。

2017 和 2018 年，公司受到销售收入迅速增长、客户结构变化和客户月度间销售收入波动的影响，与同行业的半年分布存在一定的差异；2019 年公司的销售收入增长和客户结构逐渐稳定，与同行业公司呈现相同的区间分布。

5、报告期各期前五大客户月度销售集中度分析

（1）2017 年，发行人前五大客户中单月销售金额占全年比重较高的信息如下：

序号	单位	单月占比较高情形 1		单月占比较高情形 2		原因
		月份	占比（%）	月份	占比（%）	
1	江西欣典文化传播有限公司	12	36.27	-	-	“双十一”大型电商促销活动的来临促使 2017 年 12 月公司对江西欣典的销售收入达到当年的峰值
2	北京联合维拓科技有限公司	1	40.23	5	26.64	公司自 2016 年起聚焦于开拓直客客户，逐渐减少与部分渠道客户的合作。公司自 2017 年 7 月起不再与北京联合维拓科技有限公司展开业务合作，故其上半年 1 月、5 月确认的收入占比较高
3	北京桓源创新科技有限公司	5	34.10	6	29.04	公司 2017 年曾短暂开展流量业务，故流量客户北京桓源创新科技有限公司 5 月、6 月确认的收入占比较高

（2）2018 年，发行人前五大客户中单月销售金额占全年比重较高的信息如下：

序号	单位	单月占比较高情形 1		单月占比较高情形 2		原因
		月份	占比（%）	月份	占比（%）	
1	腾讯	12	36.27	-	-	1、腾讯自当年 7 月份起成为公司新增客户； 2、“双十一”大型电商促销活动的来临也促使 2018 年 12 月公司对腾讯的销售收入达到当年的峰值。

（3）2019 年，发行人前五大客户中单月销售金额占全年比重较高的信息如下：

序号	单位	单月占比较高情形 1		单月占比较高情形 2		原因
		月份	占比（%）	月份	占比（%）	
1	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	12	34.45	-	-	1、上海拉扎斯（饿了么）自当年 9 月份起成为公司新增客户； 2、“双十一”大型电商促销活动的来临促使 2019 年 12 月公司对阿里巴巴、支付宝和上海拉扎斯（饿了么）的销售收入达到当年的峰值。
2	京东	9	29.62	12	34.69	1、京东自当年 6 月份起成为公司新增客户； 2、京东“818”手机节的来临促使 2019 年 9 月公司对京东的销售收入占比较高； 3、“双十一”大型电商促销活动的来临促使 2019 年 12 月公司对京东的销售收入达到当年的峰值。
3	上海寻梦（拼多多）	8	27.43%	-	-	1、上海寻梦（拼多多）自当年 3 月份起成为公司新增客户； 2、由于上海寻梦（拼多多）的毛利率较低且回款较慢，公司自 2019 年 9 月起暂停与其开展业务。

（4）2020 年 1-6 月，发行人前五大客户中单月销售占当期比重较高的信息如下：

序号	单位	单月占比较高情形 1		单月占比较高情形 2		原因
		月份	占比（%）	月份	占比（%）	
1	江西欣典文化传播有限公司	2	29.29	3	37.80	公司聚焦于开拓直客客户，逐渐减少与部分渠道客户的合作。同时，公司与江西欣

						典 2020 年 1-6 月的毛利率仅为 9.28%，低于公司短信业务毛利率。结合战略转变和成本效益原则，公司自 2020 年 3 月起逐渐减少与江西欣典的合作规模。
2	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	4	27.42	-	-	受到新冠疫情的影响，外卖、电商等行业业务规模在疫情严控严防期间明显增加。2020 年 3 月，阿里巴巴、支付宝和上海拉扎斯（饿了么）根据自身短信业务需求的变化，增加对供应商的采购金额。
3	汉海信息（美团）	5	26.93	-	-	公司出于应对采购价格变化的需要，2019 年 12 月已提前完成对汉海信息（美团）的初次调价。公司出于维系客户、扩大业务规模的需要，在 4-5 月行业上游运营商整体价格再次向上调整时并未改变销售价格。 因此，伴随着公司优质的服务和良好的价格政策的积极作用，公司与汉海信息（美团）的销售规模逐渐增长。2020 年 4 月和 5 月向汉海信息（美团）的销售金额占比为 50.72%。

综上所述，发行人向部分客户销售集中个别月份的原因主要为:

①受到下游行业传统大型促销活动的影响，直客客户个别月份短信需求较大；

②受到公司对客户和业务结构调整的影响，使发行人向部分客户销售集中于个别月份。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人向部分客户销售集中个别月份主要受到下游行业传统大型促销活动和发行人客户和业务结构调整的影响，存在合理性，与客户业务活动相匹配；发行人受到下游行业传统大型促销活动影响，对部分客户销售集中个别月份符合行业特征。

（二）营业成本分析

1、营业成本分析

报告期内，公司营业收入持续增长，营业成本随之增长，营业成本相对于营业收入的比例分别为 78.18%、80.43%、82.29%和 87.06%，与营业收入规模基本匹配，具体构成情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）

主营业务成本	37,329.20	100.00	43,808.27	100.00	36,895.28	100.00	21,578.53	100.00
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**37,329.20**	**100.00**	**43,808.27**	**100.00**	**36,895.28**	**100.00**	**21,578.53**	**100.00**

报告期内，发行人主营业务成本按照直接材料、直接人工、运营费用及其他列示的具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
直接材料	37,015.48	99.16	43,140.13	98.47	36,424.00	98.72	21,273.05	98.58
直接人工	139.44	0.37	284.07	0.65	238.57	0.65	141.99	0.66
运营费用及其他	174.28	0.47	384.07	0.88	232.70	0.63	163.49	0.76
合计	**37,329.20**	**100.00**	**43,808.27**	**100.00**	**36,895.28**	**100.00**	**21,578.53**	**100.00**

由上表可知，公司主营业务成本主要为直接材料，占主营业务成本比重较大，分别为 98.58%、98.72%、98.47%和 99.16%，原材料的价格是影响公司业务成本最主要的因素；直接人工、运营费用及其他的占比较小，基本维持稳定。

（1）报告期内，公司各项业务的成本中直接材料明细情况如下：

单位：万元

业务类别	直接材料		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
短信业务	短信信息费	结算金额	39,424.89	50,675.26	45,020.33	22,601.06
		酬金	-2,409.41	-7,535.13	-8,596.33	-3,114.08
流量业务	流量费		-	-	-	1,786.07
合计			37,015.48	43,140.13	36,424.00	21,273.05

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司主营业务成本中直接材料均为短信信息费，2017 年则由短信信息费和流量费组成。

短信信息费由短信采购成本和酬金组成。其中短信采购成本是公司向电信运营商或者第三方供应商采购短信的成本；酬金是电信运营商主要基于公司每月的短信发送量等因素，综合评估后按约定支付给公司相应的采购返还。由于酬金金额与短信发送量关系密切，根据实质重于形式原则，公司将酬金收入作为营业成本的冲减项处理。

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。因此报告期内各期，公司均存在部分应收酬金在双方协商一致的情况下与采购款相抵进行结算的情

形，但不存在转为预付运营商采购款情形。

根据同行业可比上市公司公开信息，同行业可比上市公司未披露是否存在应收运营商酬金返还转为预付运管商采购款，或与应付运营商采购款相抵的情况。

报告期内，公司结算方式分类的酬金信息如下：

单位：万元

运营商酬金类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
返现酬金	2,409.41	100.00%	7,372.04	97.84%	7,059.01	82.12%	2,733.28	87.77%
抵减采购款	-	-	163.09	2.16%	1,537.32	17.88%	380.80	12.23%
合计	2,409.41	100.00%	7,535.13	100.00%	8,596.33	100.00%	3,114.08	100.00%

酬金通常以现金方式进行结算，但部分时期部分电信运营商根据其自身经营要求与公司协商以酬金冲抵采购结算款方式进行结算，因此报告期内各期以冲抵采购款结算方式占比较低，且存在一定的波动。

采取现金结算方式下，由于存在信用账期及电信运营商内部付款审批流程时长，如报告期末存在应收酬金，则会导致当期经营性现金流量净额减少；在酬金冲抵采购结算款结算方式下，通常以抵减当期应付采购款，会使得当期经营性现金流量净额增加。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内各期酬金以冲抵采购款结算方式占比较低，波动具有商业合理性。

（2）公司报告期内营业成本中运营费用及其他合计金额占营业成本比重较小，分别为 0.76%、0.63%、0.88%和 0.47%，公司营业成本中运营费用及其他明细构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
通道费	104.10	59.74%	276.38	71.96%	199.68	85.81%	142.72	87.29%
折旧费	25.06	14.38%	38.56	10.04%	12.79	5.50%	5.92	3.62%
服务器托管费	43.22	24.80%	68.63	17.87%	19.38	8.33%	14.73	9.01%
其他	1.89	1.08%	0.50	0.13%	0.85	0.37%	0.12	0.07%
合计	174.28	100.00%	384.07	100.00%	232.70	100.00%	163.49	100.00%

运营费用及其他明细内容主要包括通道费、折旧费、服务器托管费等。其中，通道费是公司向通道方支付的相关费用；折旧费用主要包括服务器折旧、运营部门办公电脑

折旧等费用；服务器托管费是公司向具有服务器托管资质的第三方租用机柜时支付的相关费用。公司报告期内营业成本中运营费用及其他明细项目金额随着业务的发展需要而变动。其中，2019 年和 2020 年 1-6 月折旧费、服务器托管费占比上升主要系随着公司业务规模逐渐扩大，公司加大对于服务器的投入以满足自身发展对于服务器数量及性能的较高需求；2020 年 1-6 月通道费占比下降主要系当期直接向运营商采购占比下降所致。

（3）单位短信人工成本对比

报告期内，公司单位短信人工成本金额与同行业可比上市公司对比情况如下：

单位：万元/亿条

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
梦网集团（002123）	未披露	1.82	2.28	2.95
吴通控股（300292）	未披露	0.68	0.04	-
可比上市公司平均值	未披露	1.25	1.16	-
公司	0.75	1.12	1.20	1.57

注：上表数据来源与可比上市公司公开披露的年报信息；单位短信人工成本金额=移动信息服务业中的人工成本/当期移动信息发送量；其中梦网集团 2019 年报披露当年云通信服务业的发送量及增长幅度，合理推算 2018 年、2017 年发送量；吴通控股 2019 年和 2018 年度披露移动信息服务全年短彩信发送量条数，未披露 2017 年度发送量。

公司直接人工成本主要为运营人员工资薪酬，运营人员的主要工作系短信审核和客户服务。由于公司直客客户占比提升，行业类短信增加、短信内容模板化程度升高，现有运营人员的配置配合自动化的移动信息传输平台，能够较好的支持日常运营工作。因此随着直客客户的合作深入，2020 年 1-6 月客户业务量得到进一步提升情况下，单位短信人工成本进一步下降。

如上表所示，2017 年至 2019 年，公司单位短信人工成本金额与低于梦网集团、高于吴通控股，其中，梦网集团业务规模较大，业务人员投入较多，因此单位短信人工成本金额较高，随着经营开展，2018 年、2019 年梦网集团单位短信人工成本金额呈现较快下降。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2018 年、2019 年公司单位短信人工成本金额与同行业可比上市公司平均水平不存在显著差异。

（4）酬金分月度、季度、年度分析

公司报告期内年度、季度、月度酬金及占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
月度酬金	2,409.41	100.00%	4,925.31	65.36%	4,719.12	54.90%	2,808.98	90.20%
季度酬金	-	-	1,432.72	19.01%	2,615.72	30.43%	305.10	9.80%
年度酬金	-	-	1,177.11	15.62%	1,261.48	14.67%	-	-
合计	2,409.41	100.00%	7,535.13	100.00%	8,596.33	100.00%	3,114.08	100.00%

公司报告期内月度、季度、年度酬金占比变动主要受各年各电信运营商酬金政策变动及各电信运营商采购金额变化影响所致。

酬金对账具体时间及流程为公司根据电信运营商的营销政策，计算应得的采购酬金，在业务完结的次月、季度末的次月、年度末的次月，以月度、季度、年度为对账周期进行核对，通常在次月末完成对账（平均耗时约 1 个月），经双方核对协商并达成一致意见后，此作为酬金入账的依据。

根据公司收入、成本确认原则，公司在短信发送完毕的次月根据上月发送量、单价与客户、供应商对账确认结算数量、结算金额，并在对账当月确认收入、成本。由于公司酬金分为月度酬金、季度酬金、年度酬金，季度酬金、年度酬金的对账时间与相应的业务发生时间存在时间差异，因此，根据收入、成本配比原则，公司月度、季度、年度酬金入账金额及入账时间处理如下：

月度酬金：月度酬金为业务完成的次月进行对账，对账后，根据确认结果计入次月；

季度酬金：季度酬金对账周期为季度，在季度结束的次月进行对账，确认后，根据季度各月的业务量分解各月业务对应的酬金金额，然后根据配比原则，将分解的酬金匹配入账至对应业务收入、成本所属的会计期间；

年度酬金：年度酬金对账周期为年度，在年度结束的次月进行对账，确认后，根据各月的业务量分解各月业务对应的酬金金额，然后根据配比原则，将分解的酬金匹配入账至对应业务收入、成本所属的会计期间；

上述酬金通常以现金方式进行结算，但部分时期部分电信运营商根据其自身经营要求与公司协商以酬金冲抵采购结算款方式进行结算，所抵消的采购款为当期应付采购款。

综上分析，保荐机构、申报会计师认为：公司根据对账结果作为酬金入账依据，根据收入、成本配比原则进行财务核算，不存在时滞情形，相关成本确认与收入确认匹配，发行人酬金所抵减的成本为业务发生当月对应的成本、所冲抵成本期间与相关收入确认期间相匹配、所抵消的采购款为当期应付采购款。

（5）酬金计算案例

运营商酬金计算的具体实例如下：

举例 1：以无锡移动 2018 年第四季度及年度酬金为例

根据公司与无锡移动约定的酬金约定如下：（1）季度酬金：季度发送条数达 1.5 亿条，达标奖励比例按照系统金额（5.00 分/条）返还 14%；（2）年度酬金：全年发送条数达到 40 亿条，全年额外奖励比例按照系统金额（5.00 分/条）返还 8%。

2019 年 1 月初，经与无锡移动核对，公司 2018 年底四季度共计发送短信 20.42 亿条、2018 年全年共计发送短信 42.27 亿条，根据酬金约定，公司均满足了季度、年度酬金达量标准，确认应取得第四季度酬金金额为 1,429.30 万元（20.42 亿条*5.00 分/条*14.00%）、年度酬金 1,690.90 万元（42.27 亿条*5.00 分/条*8.00%）。

根据公司收入、成本确认方法，公司在短信发送完毕的次月根据上月发送量、单价与客户、供应商对账确认结算数量、结算金额，并在对账当月确认收入、成本。因此，公司在 2018 年度会计核算确认的成本为 2017 年 12 月至 2018 年 11 月发送量对应的短信采购成本。根据配比原则，公司将经核对后的 2018 年第四季度酬金、年度酬金按月份进行分解如下：

项目	业务期间	会计确认期间	发送数量（亿条）	含税金额（万元）	不含税金额（万元）
第四季度酬金	2018 年 10-11 月	2018 年	11.58	810.27	764.41
	2018 年 12 月	2019 年	8.84	619.03	583.99
年度酬金	2018 年 1-11 月	2018 年	33.43	1,337.17	1,261.48
	2018 年 12 月	2019 年	8.84	353.73	333.71

根据收入、成本配比原则，2018 年、2019 年会计核算分别如下：

①2018 年

借：应收账款——无锡移动 2,025.89 万元

贷：主营业务成本——酬金 764.41 万元

贷：主营业务成本——酬金 1,261.48 万元

②2019 年

借：应收账款——无锡移动 917.70 万元

贷：主营业务成本——酬金 583.99 万元

贷：主营业务成本——酬金 333.71 万元

举例 2：以江门移动 2019 年 9 月月度酬金为例

根据公司与江门移动的酬金约定如下：

月度酬金：按照系统金额（5.00 分/条）返还 12.50%。

经与江门移动核对，公司 2019 年 9 月发送短信 125.33 百万条，根据酬金约定，公司确认应取得酬金 78.33 万元（125.33 百万条*5.00 分/条*12.50%），不含税金额 73.90 万元。

根据对账确认情况，公司 2019 年 10 月账务处理如下：

借：应收账款——江门移动 73.90 万元

贷：主营业务成本——酬金 73.90 万元

2、各类成本确认的具体原则及归集过程

报告期内，发行人的营业成本主要包括直接材料、直接人工、运营费用及其他，各类成本确认的具体原则及归集过程如下：

（1）直接材料

直接材料成本包括短信、流量采购成本及酬金返还。公司的短信、流量采购成本是公司向电信运营商或第三方供应商采购短信、流量的成本，酬金为电信运营商根据公司短信的采购情况给予的采购返还。

成本确认的具体原则是根据双方协商一致的对账单数据进行相关确认，具体流程为公司次月根据自身业务平台的数据汇总各供应商反馈的短信发送状态，按合同约定的计量标准进行数量统计，并根据合同约定的结算单价生成结算金额。同时，根据电信运营商的营销政策，计算应得的采购酬金，形成对账数据与电信运营商或第三方供应商进行核对。经双方核对协商并达成一致意见后，公司取得电信运营商或第三方供应商确认的对账单，并以此作为短信、流量采购成本入账的依据。

酬金是电信运营商基于公司短信发送量等因素，综合评估后按电信运营商政策支付给公司相应的采购返还。由于酬金金额与短信发送量关系密切，根据实质重于形式原则，

公司将酬金作为营业成本的冲减项处理。

①2020 年 1-6 月和 2017 年度发行人酬金金额占发行人运营商采购成本的比例较低、2020 年 1-6 月未涉及季度酬金的原因

单位：万元、分/条

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		平均占比
	金额	占短信业务电信运营商采购成本比重	金额	占短信业务电信运营商采购成本比重	金额	占短信业务电信运营商采购成本比重	金额	占短信业务电信运营商采购成本比重	
月度酬金	2,409.41	12.66%	4,925.31	17.11%	4,719.12	13.66%	2,808.98	15.53%	14.74%
季度酬金	-	-	1,432.72	4.98%	2,615.72	7.57%	305.10	1.69%	3.56%
年度酬金	-	-	1,177.11	4.09%	1,261.48	3.65%	-	-	1.94%
合计	2,409.41	12.66%	7,535.13	26.18%	8,596.33	24.89%	3,114.08	17.21%	20.24%
短信业务电信运营商采购成本	19,031.23		28,779.89		34,534.64		18,092.56		-
最终不含税采购单价	2.05		1.55		1.75		2.18		

各地市移动运营商每年都会根据年度预算、考核调整和制定当年的价格及酬金政策，因此各年度之间运营商酬金政策存在差异。由于短信的最终价格由结算价格及酬金金额决定，如上表所示，2017 年、2020 年 1-6 月，公司合作运营商通过酬金政策调整（如不制定季度、年度酬金政策）上调了最终采购价格，因此 2020 年 1-6 月和 2017 年度酬金金额占运营商采购成本的比例较低，且 2020 年 1-6 月未涉及季度酬金。

②根据报告期内运营商平均季度酬金比例测算，假设公司 2020 年 1-6 月存在季度酬金对公司毛利率、经营业绩影响如下：

单位：万元

项目	营业收入	营业成本	毛利率	营业利润
调整前	42,879.23	37,329.20	12.94%	4,028.95
假设涉及酬金金额	677.51			
调整后	42,879.23	36,651.69	14.52%	4,706.46
影响数（调整后-调整前）	-	-677.51	1.58 个百分点	677.51

综上分析，2020 年上半年不涉及季度酬金对公司毛利率、经营业绩不存在重大影响，假设 2020 年上半年存在季度酬金，公司毛利率、经营业绩将所有提升。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年 1-6 月和 2017 年度发行人酬金金额占发行人运营商采购成本的比例较低存在合理性；发行人 2020 年 1-6 月未涉及季度酬

金存在合理性；发行人 2020 年上半年不涉及季度酬金对公司毛利率、经营业绩不存在重大影响，假设 2020 年上半年存在季度酬金，公司毛利率、经营业绩将所有提升。

（2）直接人工

公司直接人工包括运营部、采购部人员工资薪酬。公司在运营部、采购部人员为其提供服务的会计期间，按权责发生制将实际发生的薪酬归集为营业成本，并计入当期损益。

（3）运营费用及其他

运营费用及其他包括通道费、折旧费、服务器托管费等。通道费是公司向通道方支付的相关费用，公司按权责发生制将通道费按实际使用期间确认归集至营业成本；折旧费主要包括服务器折旧、运营部门办公电脑折旧等费用，公司按权责发生制将折旧费计入归属期间的营业成本；服务器托管费是公司向具有服务器托管资质的第三方租用机柜时支付的相关费用，公司按权责发生制将托管期间承担相应的成本进行归集作为公司的营业成本。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人各类成本确认的具体原则及归集过程符合《企业会计准则》的相关规定。

3、公司短信业务自电信运营商和第三方供应商采购情况

报告期内，公司短信业务自电信运营商和第三方供应商采购的情况如下：

项目	2020 年 1-6 月			
	采购金额（万元）	占比（%）	数量（百万条）	单价（分/条）
电信运营商	16,621.82	44.91	8,125.20	2.05
第三方供应商	20,393.66	55.09	10,482.15	1.95
合计	**37,015.48**	**100.00**	**18,607.36**	**1.99**
项目	**2019 年度**			
	采购金额（万元）	**占比（%）**	**数量（百万条）**	**单价（分/条）**
电信运营商	21,244.77	49.25	13,743.74	1.55
第三方供应商	21,895.37	50.75	11,486.93	1.91
合计	**43,140.13**	**100.00**	**25,230.67**	**1.71**
项目	**2018 年度**			
	采购金额（万元）	**占比（%）**	**数量（百万条）**	**单价（分/条）**

电信运营商	25,938.32	71.21	14,800.51	1.75
第三方供应商	10,485.69	28.79	5,031.23	2.08
合计	**36,424.00**	**100.00**	**19,831.73**	**1.84**
项目	**2017 年度**			
	采购金额（万元）	**占比（%）**	**数量（百万条）**	**单价（分/条）**
电信运营商	14,978.48	76.86	6,856.15	2.18
第三方供应商	4,508.50	23.14	2,097.06	2.15
合计	**19,486.98**	**100.00**	**8,953.21**	**2.18**

①由上表所示，报告期内，公司短信业务自电信运营商的采购金额和采购条数整体呈上升趋势；自第三方供应商的采购金额和采购条数呈连续上升趋势。公司自第三方供应商采购短信资源的金额占短信资源采购总额的比例分别为 23.14%、28.79%、50.75%和 55.09%，采购金额及占比均逐渐增加，逐步形成电信运营商与第三方供应商并重的供应商体系。不同类型供应商自身数据波动和两者之间存在差异的主要原因如下：

A、报告期内，公司抓住外部环境日趋良好、下游行业短信发送需求量连续增长的契机，快速扩大业务规模和增加市场占有率，短信业务的采购量相应不断增加。

B、随着短信业务规模的不断扩大、客户结构的逐渐转变，公司对电信、联通类短信资源的需求快速增长。报告期内，公司与电信、联通运营商业务合作基础相对薄弱，同时电信、联通类短信资源需求相对较少且分散，公司运营商资源以移动运营商为主。

出于加强市场和客户拓展力度，提高客户服务的全面性、高效性、专业性和及时性的目的，公司在逐渐开拓与电信、联通各地公司合作的同时，扩大了对优质的第三方供应商采购电信、联通类短信的规模，有效地丰富了自身电信联通类短信的采购资源。

C、报告期内，公司短信业务规模增长迅速，结合对于报告期内业务开展稳定性的需要和对未来业务规模将会持续增大的考虑，公司在自身电信网码号资源有限、与运营商建立业务合作耗时较长的情况下，通过逐渐扩大向第三方供应商采购短信资源的数量，为不间断信息发送服务提供保护。

D、全国各地运营商通常以地市级为单位分别制定不同的销售政策来促进其自身短信业务的开展，并且不同地区的电信运营商的销售政策存在较大差异，同时会伴随当年业务的开展情况发生多次变动。从经济可行性的角度考虑，公司知悉全部地市级电信运营商的销售政策并建立业务合作的难度较大，并且也无法满足所有开展业务的电信运营

商销售政策的最优条件。因此，第三方供应商可以从其自身上游运营商处获得优于公司向自身运营商的采购单价，公司在适当时间段扩大向其采购的规模有助于公司降低采购成本，符合公司经营策略。

E、公司与电信运营商的结算方式为预付款形式或给予相对较短的信用期，同时酬金的支付也存在一定的周期，而第三方供应商给予公司的信用政策相对宽松。因此，公司逐渐建立电信运营商与第三方供应商并重的供应商体系以实现较为灵活的资金安排。

②报告期内，公司短信业务自电信运营商的采购单价分别为 2.18 分/条、1.75 分/条、1.55 分/条和 2.05 分/条，自第三方供应商的采购单价分别为 2.15 分/条、2.08 分/条、1.91 分/条和 1.95 分/条，均呈现先下降后上升的趋势，主要原因如下：

A、报告期内，公司短信业务规模增长迅速，因此公司在采购时逐渐获得相对较高的议价能力和优惠的采购政策，使公司 2017 年至 2019 年整体的采购单价呈现连续下降的趋势；

B、公司及其同行业公司的最终供应商均为电信运营商，公司的短信服务以移动类短信为主。报告期内，移动类短信数量占比情况如下：

供应商类型	短信资源类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
运营商	电信类	4.42%	2.93%	0.63%	0.00%
	联通类	3.57%	0.94%	0.25%	0.00%
	移动类	92.01%	96.13%	99.12%	100.00%
第三方供应商	电信类	21.51%	16.89%	22.21%	15.62%
	联通类	26.73%	27.02%	22.14%	7.13%
	移动类	51.76%	56.08%	55.64%	77.25%
合计	电信类	14.05%	9.29%	6.11%	3.66%
	联通类	16.62%	12.82%	5.80%	1.67%
	移动类	69.33%	77.90%	88.09%	94.67%

2017 年至 2019 年，移动类电信运营商的短信单价整体呈现下降趋势，因此公司整体的采购单价也呈现下降的趋势；2020 年 1-6 月，移动类运营商的单价整体呈现上升趋势，因此带动公司不同类型的供应商采购单价均发生上升；

C、2020 年 1-6 月，公司自运营商的平均采购单价上升快于自第三方供应商的平均采购单价，主要原因系 2020 年公司自运营商和第三方供应商采购的短信资源中不同类型的短信数量占比差异较大。2020 年 1-6 月，公司自运营商采购的短信中移动类短信占比为 92.01%，远高于第三方供应商的 51.76%。同时 2020 年 1-6 月，电信、联通类运营

商的价格整体呈现下降趋势，与移动类运营商价格趋势存在差异，相关信息如下：

单位：分/条

短信类型	单价	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
移动类短信	采购单价	2.02	1.61	1.81	2.22
电信类短信	采购单价	1.90	2.06	2.06	1.29
联通类短信	采购单价	1.95	2.07	1.99	1.67

因此，公司受不同类型供应商采购短信资源差异的影响，自运营商的平均采购单价上升快于自第三方供应商的平均采购单价。

2020 年上半年，行业上游供应商出于自身经营需要，进行价格调整系行业内普遍现象，同行业可比公司的相关公开信息如下：

根据梦网集团（002123）的《2020 年半年度报告》中披露，因上游运营商短信价格较大幅度增长，而由于疫情原因公司与客户不能有效沟通调价，导致毛利下降 8.40%；

根据吴通控股（300292）的《2020 年半年度报告》中披露，子公司国都互联因通信运营商对行业短信价格管控政策进行重大调整，采购单价同比大幅上涨；

根据银之杰（300085）的《2020 年半年度报告》中披露，移动信息服务业务受电信运营商通道成本提升的影响，营业利润有所下降；

根据中嘉博创（000889）的《2020 年半年度报告》中披露，公司的信息智能传输（主要为企业短信业务）毛利率比去年同期下降了 10%，主要原因为上游供应商成本的上升。

根据京天利（300399）的《2020 年半年度报告》中披露，受到移动运营商提价及客户进一步成本压缩的挤出效应影响，2020 年上半年公司移动信息服务业务实现收入规模和整体利润情况有所下滑。

根据三大运营商的定期报告和官网的公开资料，2020 年 6 月末移动类用户占三大运营商的比重约 60%，故同行业可比公司的短信业务中移动类短信占比较大，因此其短信成本的增加也系受到移动类运营商涨价的影响。

综上所述，2020 年上半年发行人移动短信采购单价上升符合行业情况，与同行业可比公司不存在明显差异。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年上半年发行人移动短信采购单价上升符合行业情况，与同行业可比公司不存在明显差异。

③公司对电信、联通类短信资源的需求增长的原因

报告期内，公司对电信、联通类短信资源的需求快速增长，具体原因如下：

A、报告期内，公司短信发送量分别为 90.16 亿条、198.56 亿条、253.03 亿条和 186.50 亿条，短信业务收入分别为 25,631.09 万元、45,844.92 万元、53,187.78 万元和 42,866.97 万元，同比均呈现上升趋势。公司对电信、联通类短信资源的需求伴随着业务规模的扩大而逐渐增长；

B、报告期内，公司直客客户收入增长较快，占短信业务的比重分别为 6.77%、38.65%、68.90%和 80.70%，客户结构发生较大变化。公司直客客户主要为公司下游行业的知名企业，对各类型的短信资源均存在一定程度的需求。报告期各期，公司短信业务前五大客户对移动类、电信类和联通类短信数量占比如下：

期间	序号	客户名称	移动类	联通类	电信类
2020 年 1-6 月	1	京东	64.23%	19.73%	16.04%
	2	江西欣典	100.00%	-	-
	3	阿里巴巴 上海拉扎斯（饿了么）	71.69%	15.50%	12.81%
	4	腾讯	63.87%	20.10%	16.03%
	5	汉海信息（美团）	62.26%	21.09%	16.65%
	合计		69.75%	16.73%	13.52%
2019 年	1	腾讯	67.66%	19.31%	13.03%
	2	江西欣典	99.59%	-	0.41%
	3	阿里巴巴 支付宝 上海拉扎斯（饿了么）	81.52%	7.40%	11.08%
	4	京东	68.68%	18.02%	13.30%
	5	上海寻梦（拼多多）	75.93%	17.98%	6.09%
合计			76.99%	13.29%	9.72%
2018 年	1	江西欣典	99.95%	0.04%	0.01%
	2	阿里巴巴 支付宝	85.41%	5.20%	9.39%
	3	杭州君隆科技有限公司	89.55%	2.88%	7.56%
	4	腾讯	67.68%	18.43%	13.90%
	5	网易	61.23%	23.78%	15.00%
合计			90.62%	3.98%	5.40%
2017 年	1	江西欣典	98.31%	0.16%	1.52%
	2	北京联合维拓科技有限公司	100.00%	0.00%	0.00%
	3	杭州君隆科技有限公司 杭州启方科技有限公司	80.99%	2.50%	16.51%
	4	上海助通信息科技有限公司	96.05%	0.02%	3.94%
	5	阿里巴巴	71.20%	8.40%	20.40%
合计			95.04%	0.88%	4.08%

由上表可见，报告期内，发行人短信业务前五大客户中电信、联通类短信需求占比

分别为 4.96%、9.38%、23.01%和 30.25%，呈快速上升的趋势。

综上所述，伴随着公司销售规模的迅速增加、直客客户占比的大幅度提升，发行人出于满足客户各类型短信需求和扩大业务规模、提高盈利水平的目的，需要相应地增加电信和联通类短信的采购。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人对电信、联通类短信需求增长主要原因为业务规模扩大和客户结构调整导致客户需求发生变化，发行人应客户需求而增加对电信、联通类短信的采购。

④公司存在部分月份的平均采购单价低于或高于全年平均采购单价 10%的情形，具体原因如下：

单位：分/条

序号	时间	当月采购均价	当年度采购均价	原因
1	2017.01	1.91	2.18	1、2017 年，公司正处于快速扩大业务规模的成长期，公司为降低供应商集中的风险，积极开拓新的运营商和第三方供应商资源。在双方合作初期，公司议价能力和发送规模有限，并未获得相对较低的采购单价，导致公司全年的采购单价高于 1 月份； 2、公司在逐渐与新的供应商建立业务合作的过程中，鉴于公司当期的整体业务规模有限，分散采购金额后未符合原运营商相对优质的销售政策；同时，原运营商的销售政策也发生一定程度的变动，也导致公司全年的采购单价高于 1 月份。
2	2018.01	2.09	1.84	1、2018 年，公司短信业务规模增长迅速，因此公司在采购时逐渐获得相对较高的议价能力和优惠的采购政策，使公司整体的采购单价开始呈现下降的趋势； 2、在通常情况下，行业类短信的平均采购价格低于营销类短信。伴随着自身经营战略的调整和客户结构的变化，公司发送的短信中行业类短信的占比发生明显提升； 3、2018 年，公司运营商根据其自身经营情况和相关要求，对销售政策进行调整，整体价格呈现下降趋势； 以上 3 点因素均促使 1 月价格高于当年均价，12 月价格低于当年均价。
3	2018.12	1.57	1.84	
4	2019.01	1.49	1.71	2019 年初公司主要供应商的销售价格与 2018 年末相类似，随后上游供应商的价格向上调整，使全年的采购均价高于年初的采购均价。
5	2019.02	1.53	1.71	
6	2019.03	1.52	1.71	
7	2019.06	1.93	1.71	1、2019 年 6 月确认的短信业务收入中营销类短信占比较高且公司当月超过 50%的短信资源通过第三方供应商进行采购，通常情况下营销类短信采购价格较高； 2、公司针对部分运营商销售政策发生变动的情形，及时调

				整自身的采购方案，随后陆续获得了相对较低的采购单价，使 6 月的采购均价高于全年采购均价。

⑤发行人对第三方供应商的筛选过程和选择依据

公司对第三方供应商参照以下评价要素进行综合筛选：

A、产品要素：公司结合不同时点自身对于不同短信类型的需求，寻找能够提供对应短信资源的第三方供应商；

B、价格要素：公司获取不同第三方供应商的报价信息后会进行初步选择，剔除明显不符合公司价格要求的第三方供应商；

C、技术要素：公司会对第三方供应商的技术能力进行评判，具体考量第三方供应商技术人员的业务水平和短信发送平台的稳定性，剔除技术能力相对薄弱的第三方供应商；

D、服务能力要素：公司会对第三方的服务能力进行评判，具体考量第三方供应商不同类型短信业务开展的经验丰富度、第三方供应商自身供应商资源的稳定性、短信业务建立的便捷性和第三方供应商运营人员的服务水平；

E、信用政策要素：公司会结合自身的资金安排，选择信用政策与发行人自身资金安排相契合的第三方供应商；

F、口碑要素：公司会结合不同第三方供应商的行业口碑进行倾向性选择。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：公司根据经营需要，增加向第三方供应商采购金额及占比符合自身经营实际和行业惯例。

4、公司流量业务自电信运营商和第三方供应商采购情况

报告期内，公司流量业务自电信运营商和第三方供应商采购的情况如下：

项目	2017 年度		
	采购金额（万元）	数量（百万兆）	单价（分/兆）
电信运营商	770.90	207.87	3.71
第三方供应商	1,015.17	299.51	3.39
合计	1,786.07	507.38	3.52

2017 年，公司流量业务自电信运营商的采购单价高于第三方供应商的采购单价，原因在于：

①在流量业务方面，公司与电信运营商之间属于初次合作，双方合作基础相对薄弱，

因此获得的价格优惠不足。但是，公司基于长远规划，充分考虑电信运营商在产品稳定性方面的优势以及长期合作可能带来的折扣优惠，依旧选择从电信运营商处采购流量。

②流量业务领域存在大量的第三方供应商，由于产品同质化严重，可替代性强，因此公司在第三方供应商的选择上拥有主导地位，可以依据产品价格孰低的原则进行选择，从而使得第三方供应商的采购单价更低。

（三）毛利率分析

1、主营业务毛利率分析

报告期内，公司分业务的毛利和毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利（万元）	毛利率（%）	毛利（万元）	毛利率（%）	毛利（万元）	毛利率（%）	毛利（万元）	毛利率（%）
短信业务	5,537.78	12.92	9,379.50	17.63	8,949.64	19.52	5,859.75	22.86
流量业务	-	-	-	-	-	-	164.02	8.32
合计	**5,537.78**	**12.92**	**9,379.50**	**17.63**	**8,949.64**	**19.52**	**6,023.77**	**21.82**

（1）短信业务毛利率

①报告期内，公司短信业务毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额（分/条）	增长率（%）	金额（分/条）	增长率（%）	金额（分/条）	增长率（%）	金额（分/条）
销售单价	2.30	9.34	2.10	-8.96	2.31	-18.79	2.84
单位成本	2.00	15.60	1.73	-6.82	1.86	-15.27	2.19
毛利率	**12.92%**	-	**17.63%**	-	**19.52%**	-	**22.86%**

报告期内，公司的短信毛利率呈现下降趋势，主要原因系短信采购价格、销售价格和客户、供应商结构等因素变化共同作用，各因素影响分析如下：

A、销售单价变动分析

报告期内，公司分渠道客户和直客客户的销售情况如下：

客户类别	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	销售收入（万元）	比例（%）	销售单价（分/条）	销售收入（万元）	比例（%）	销售单价（分/条）

渠道客户	8,273.78	19.30	2.96	16,542.23	31.10	2.40
直客客户	34,593.19	80.70	2.18	36,645.54	68.90	1.99
合计	**42,866.97**	**100.00**	**2.30**	**53,187.78**	**100.00**	**2.10**
客户类别	**2018 年度**			**2017 年度**		
	销售收入（万元）	**比例（%）**	**销售单价（分/条）**	**销售收入（万元）**	**比例（%）**	**销售单价（分/条）**
渠道客户	28,127.64	61.35	2.45	23,897.03	93.23	2.89
直客客户	17,717.28	38.65	2.12	1,734.06	6.77	2.34
合计	**45,844.92**	**100.00**	**2.31**	**25,631.09**	**100.00**	**2.84**

为了完善客户结构和加强对下游客户的联系，公司积极开拓直客客户以提升自身在行业中的市场份额和影响力。

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，直客客户的数量和短信发送量迅速上升，占短信收入比例分别达到 38.65%、68.90%和 80.70%，公司直客客户平均销售单价低于当年渠道客户平均销售单价，主要系公司主要直客客户中包含阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）汉海信息（美团）等国内知名企业，该类客户预期发送量大，公司出于增加与该类直客客户业务规模的考虑，予以其相对较低的价格；同时由于 2018 年、2019 年公司采购单价呈现下降趋势，为维持客户关系，扩大业务规模，公司根据采购单价的变动对销售单价进行适当调整。

B、单位成本变动分析

报告期内，公司分电信运营商和第三方供应商采购情况如下：

供应商类别	**2020 年 1-6 月**			**2019 年度**		
	材料成本（万元）	**比例（%）**	**单位材料成本（分/条）**	**材料成本（万元）**	**比例（%）**	**单位材料成本（分/条）**
电信运营商	16,621.82	44.91	2.04	21,244.77	49.25	1.55
第三方供应商	20,393.66	55.09	1.94	21,895.37	50.75	1.89
合计	**37,015.48**	**100.00**	**1.98**	**43,140.13**	**100.00**	**1.70**
供应商类别	**2018 年度**			**2017 年度**		
	材料成本（万元）	**比例（%）**	**单位材料成本（分/条）**	**材料成本（万元）**	**比例（%）**	**单位材料成本（分/条）**
电信运营商	25,938.32	71.21	1.75	14,978.48	76.86	2.17
第三方供应商	10,485.69	28.79	2.09	4,508.50	23.14	2.12
合计	**36,424.00**	**100.00**	**1.83**	**19,486.98**	**100.00**	**2.16**

为降低供应商过度集中的风险，公司积极开拓新的电信供应商和优质的第三方供应商。

2018 年、2019 年，公司单位材料成本有所下降，主要系随着一方面公司与各地电信运营商和第三方供应商的合作逐渐深入，与供应商合作所形成的信任度提升；另一方面公司的短信发送量快速增长，大量采购为供应商带来了一定的规模效益，公司逐步获取了相对较低的采购单价。2020 年 1-6 月，公司单位材料成本上升，主要系公司上游移动运营商的价格调整。

②分直客客户和渠道客户的毛利率分析

A、报告期内，分直客客户和渠道客户的毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月						
	收入（万元）	占比（%）	成本（万元）	毛利率	数量（百万条）	销售单价（分/条）	单位成本（分/条）
直客客户	34,593.19	80.70	30,453.82	11.97%	15,859.71	2.18	1.92
渠道客户	8,273.78	19.30	6,875.37	16.90%	2,790.74	2.96	2.46
合计	**42,866.97**	**100.00**	**37,329.20**	**12.92%**	**18,650.45**	**2.30**	**2.00**
项目	**2019 年度**						
	收入（万元）	占比（%）	成本（万元）	毛利率	数量（百万条）	销售单价（分/条）	单位成本（分/条）
直客客户	36,645.54	68.90	31,022.72	15.34%	18,417.01	1.99	1.68
渠道客户	16,542.23	31.10	12,785.55	22.71%	6,885.62	2.40	1.86
合计	**53,187.78**	**100.00**	**43,808.27**	**17.63%**	**25,302.63**	**2.10**	**1.73**
项目	**2018 年度**						
	收入（万元）	占比（%）	成本（万元）	毛利率	数量（百万条）	销售单价（分/条）	单位成本（分/条）
直客客户	17,717.28	38.65	14,982.23	15.44%	8,362.24	2.12	1.79
渠道客户	28,127.64	61.35	21,913.05	22.09%	11,493.62	2.45	1.91
合计	**45,844.92**	**100.00**	**36,895.28**	**19.52%**	**19,855.86**	**2.31**	**1.86**
项目	**2017 年度**						
	收入（万元）	占比（%）	成本（万元）	毛利率	数量（百万条）	销售单价（分/条）	单位成本（分/条）
直客客户	1,734.06	6.77	1,418.75	18.18%	742.48	2.34	1.91
渠道客户	23,897.03	93.23	18,352.59	23.20%	8,273.23	2.89	2.22
合计	**25,631.09**	**100.00**	**19,771.34**	**22.86%**	**9,015.70**	**2.84**	**2.19**

由上表可见，报告期内，公司直客客户毛利率低于渠道客户毛利率，其主要原因如

下：

a、公司合作的直客客户以下游行业知名企业为主。该类知名企业短信发送需求量较大、短信内容模板化程度较高、审核成本较低并且对其供应商开拓下游市场具有较强的助推作用，因此移动通信服务行业对该类客户的竞争相较于中小型直客客户和渠道客户更为激烈。

公司在与知名直客客户建立合作的过程中，基于与阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、小米、好未来（学而思）等直客客户开展业务产生的标杆作用和积极影响，公司会在提供优质服务的同时适当相较渠道客户降低直客客户的毛利率，以加快建立与直客客户的合作，实现积极的战略意义，实现公司营业利润的最大化。

公司部分渠道客户的下游直客客户与发行人存在差异，致使渠道客户的整体销售价格高于直客客户，具体原因如下：

i.不同的渠道客户结合其自身的特性及资源优势，获得部分中小型直客的短信需求。部分中小型直客客户议价能力相对较弱，自渠道客户的采购单价较高，因此传递至发行人的价格相对较高；

ii.公司的主要渠道客户系行业内知名企业，如江西欣典、联动优势、杭州启方科技有限公司等。该类知名企业凭借自身的竞争力、资源优势和地域优势，服务了部分金融企业（如银行、证券公司）、市政类单位、连锁零售等其他传统行业等。这些行业中的部分企业对价格信息不敏感，此类行业的短信在市场报价普遍较高，因此传递至发行人的价格相对较高。

b、下游行业中的知名直客客户短信发送需求量较大，出于增加与该类客户业务规模的考虑，公司会适当降低该类客户的毛利率，以实现公司规模效应，从而使得公司营业利润的最大化。

c、报告期内，公司直客客户和渠道客户发送的短信中行业类和营销类短信占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

		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(%)
渠道客户	行业类	1,811.04	21.89	5,548.10	33.54	7,561.84	26.88	2,266.32	9.48
	营销类	6,462.75	78.11	10,994.13	66.46	20,565.80	73.12	21,630.71	90.52
直客客户	行业类	20,330.73	58.77	20,826.98	56.83	9,228.08	52.09	443.42	25.57
	营销类	14,262.46	41.23	15,818.56	43.17	8,489.20	47.91	1,290.64	74.43
合计	行业类	22,141.77	51.65	26,375.08	49.59	16,789.92	36.62	2,709.74	10.57
	营销类	20,725.21	48.35	26,812.70	50.41	29,055.00	63.38	22,921.35	89.43

由上表可见，报告期内，直客客户发送的行业类短信占比发生上升，各期占比均明显高于渠道客户。在通常情况下，公司行业类短信因其模板化程度高、风险管理成本较低，平均销售价格低于营销类短信，总体毛利率较低，具体信息如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
行业类	11.31%	15.94%	18.41%	9.98%
营销类	14.63%	19.30%	20.16%	24.38%
合计	12.92%	17.63%	19.52%	22.86%

因此，直客客户行业类短信占比高于渠道客户使其毛利率较低。

d、受到对方行业地位较高、短信发送量较大和行业竞争激烈等因素的影响，当公司自供应商的采购单价发生上升时，主要直客客户销售单价的调整存在一定的滞后性。

e、报告期内，直客客户定价方式与渠道客户存在差异。公司的主要直客客户中京东、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、汉海信息（美团）、华为、小米等均采取内部招投标的方式选取供应商，而渠道客户的定价方式均为商业洽谈，与直客客户存在明显不同。在直客客户内部招投标的过程中，价格信息是其考量的主要因素之一，招投标的方式会促使参与者之间的价格竞争激烈化，因此部分直客客户的销售价格相对较低。

报告期内，渠道客户和直客客户的毛利率的变化趋势无明显差异。2020 年 1-6 月，受到采购成本变化的影响，不同类型客户的毛利率均发生下降。如果剔除第一大直客客户京东亏损的影响，公司 2020 年 1-6 月的直客客户毛利率为 17.14%，与同期渠道客户毛利率 16.90%相比，随着公司竞争力增强、客户黏性的提升，直客客户与渠道客户的毛利率逐渐接近。

综上所述，发行人向渠道客户销售的毛利率高于直客客户存在合理性，符合商业逻辑和发行人经营实际。

鉴于同行业可比公司未区分渠道客户和直客客户披露相关数据，无法与同行业可比公司的相关情况进行对比分析。但是公司整体短信业务毛利率与同行业可比公司无明显差异。

发行人的主要渠道客户多为行业内知名企业，经营情况较好，部分渠道客户经营时间较长。根据企业经营存续的商业合理性判断，公司渠道客户通过开展短信业务获得了一定的盈利能力，保持了相对合理的利润水平。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人向渠道客户销售的毛利率高于直客客户存在合理性；发行人渠道客户保持合理的利润水平。

B、报告期内，公司渠道客户和直客客户毛利率波动的原因及合理性分析：

a、报告期内，公司渠道客户的毛利率分别为 23.20%、22.09%、22.71%和 16.90%，仅 2020 年 1-6 月发生明显下降，主要原因系公司主要渠道客户江西欣典占渠道客户业务收入占比从 40.18%上升至 59.91%，同时将江西欣典的毛利率从 14.14%下降至 9.28%，低于公司渠道客户的平均毛利率。江西欣典毛利率下降的主要原因为江西欣典发送的短信中营销类短信占比为 100%，公司开展江西欣典短信业务的审核成本和经营成本较高。

b、报告期内，公司直客客户的毛利率分别为 18.18%、15.44%、15.34%和 11.97%，2018 年和 2020 年 1-6 月发生一定程度的波动，具体原因如下：

i.2018 年直客客户毛利率下降的原因：

直客客户销售单价、短信成本对其毛利率变动的影响如下：

项目	2018 年度			2017 年度
	数值（分/条）	增幅	对毛利率的影响	数值（分/条）
销售单价	2.12	-9.28%	-8.37%	2.34
短信成本	1.79	-6.24%	5.63%	1.91
毛利率	15.44%	2.74%	-2.74%	18.18%

注：（1）销售单价和短信成本的增幅为增长比例，毛利率的增幅为绝对值；（2）平均单价变化对毛利率的影响=（当期平均单价-上期平均成本）/当期平均单价-上期毛利率；平均成本变化对毛利率的影响=当期毛利率-（当期平均单价-上期平均成本）/当期平均单价。

由上表可见，报告期内直客客户毛利率下降的主要原因为销售单价下降幅度较快，其主要原因如下：

（i.）公司 2018 年正处于与知名直客客户建立合作、扩大业务规模的关键时期，基

于与阿里巴巴、腾讯、华为、网易、行吟信息科技（上海）有限公司（运营品牌小红书）、北京淘友天下科技发展有限公司（运营品牌脉脉）等直客客户开展业务产生的标杆作用和积极影响，公司会在提供优质服务的同时适当调低销售报价，以加快建立与直客客户的合作，实现积极的战略意义。

（ⅱ.）下游行业中的知名直客客户短信发送需求量较大，出于增加与该类客户业务规模的考虑，公司予以其相对渠道客户较低的价格，通过增加业务规模实现营业利润的最大化。2018 年公司直客客户的销售收入较 2017 年上升 921.72%，直客客户产生的毛利额较 2017 年增长 767.42%。

ⅱ.2020 年 1-6 月直客客户毛利率下降的原因

2020 年 1-6 月，公司直客客户毛利率下降主要原因系京东业务量迅速增加，占直客客户业务收入占比从 13.84%上升至 27.93%，同时 2020 年 1-6 月公司京东业务的毛利率仅为-1.38%，远低于公司直客客户平均毛利率。

京东毛利率为负的原因如下：

（i.）京东发送的短信中行业类短信数量占比为 71.21%，电信类和联通类短信数量占比为 35.77%，均高于公司平均水平（2020 年 1-6 月，公司行业类短信售价较低；电信、联通类短信售价低于移动类短信），故促使京东的销售均价较低；

（ⅱ.）公司结合采购价格的变化，对向京东的销售单价进行适当调整，但是出于增强客户粘性、占据市场份额的目的，公司对京东销售价格的提升较为缓慢、提升的幅度较小。

因此，京东的毛利率为负。公司将在未来结合业务的开展情况，继续逐步调整对京东的价格政策，并且结合较大的销售量再次实现盈利。报告期内，公司与主要客户阿里、腾讯随着合作的深入、客户黏性的增加和竞争力地增强，2020 年 1-6 月公司对其销售的毛利率已较首次合作当期的毛利率分别上升 7.35 个百分点和 9.38 个百分点，同时业务量分别为 3,964.28 万元和 3,959.36 万元，为公司贡献了较大的毛利额。

如果剔除京东的影响，公司 2020 年 1-6 月的直客客户毛利率为 17.14%，较 2019 年直客客户毛利率上升 1.80 个百分点，小幅上升。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人渠道客户和直客客户毛利率存在差

异和波动，是随着客户结构变动、短信类型变动和价格波动而发生的，具有合理性。

（2）流量业务毛利率

2017 年，公司流量产品毛利率为 8.32%，对公司毛利贡献较小。可比公司大汉三通 2017 年综合毛利率为 10%（当年其流量业务收入占比为 72.15%），与公司流量毛利率不存在重大差异。

2、与同行业可比上市公司毛利率比较分析

（1）同行业可比上市公司的选取标准

公司主营业务为移动信息服务，包括企业短信业务以及少量的流量业务，其中企业短信服务是公司最主要的业务。

发行人选取同行业可比上市公司的标准主要为行业分类和业务结构，具体介绍如下：

①行业分类

根据国家工业和信息化部发布的《电信业务分类目录（2015 年版）》，公司的主营业务属于“B2 第二类增值电信业务”下的“B25 信息服务业务”。公司依照此业务分类作为同行业可比上市公司选择的行业标准。

②业务结构

发行人同行业上市公司业务结构相对复杂，主营业务种类的具体构成差异较大。公司依照同行业可比上市公司的业务结构选取移动信息服务占比相对较高的企业作为同行业可比公司。

根据海联金汇（002537）定期报告数据，其业务结构中移动信息服务业务的收入占比较低，故未选取其为同行业可比上市公司。

综上所述，发行人选取的同行业可比上市公司具有可比性。

（2）与同行业可比上市公司的对比

报告期内,公司短信业务与同行业可比上市公司的毛利率对比如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中嘉博创	11.14%	5.14%	12.98%	31.12%
梦网集团	14.07%	18.06%	24.11%	27.61%

银之杰	11.36%	13.97%	20.64%	25.04%
吴通控股	9.39%	18.34%	21.72%	21.73%
京天利	17.03%	21.98%	24.14%	34.12%
行业平均	**12.60%**	**15.50%**	**20.72%**	**27.92%**
本公司	**12.92%**	**17.63%**	**19.52%**	**22.86%**

注 1：中嘉博创（证券代码：000889）、梦网集团（证券代码：002123）、银之杰（证券代码：300085）、吴通控股（证券代码：300292）、京天利（证券代码：300399）的数据来源于各自的财务报告，下同。

注 2：此处可比公司数据是移动信息服务的业务数据。

报告期内，公司短信业务毛利率与可比公司平均毛利率均总体呈下降趋势，但下降幅度存在一定差异，主要系：一方面，公司与可比公司供应商存在差异，导致短信采购价格存在差异，2017 年起随着业务规模的增长，公司新增如沈阳移动、西藏移动、泸州移动、石家庄移动、德阳移动、邵阳移动、岳阳移动、常德移动、内江移动、上海移动、江门移动、泉州移动、青岛电信、雄安移动、赣州移动等在内的多家电信运营商和上海尔坤、郑州创为通信科技有限公司、厦门朝鹭、杭州旭蓝科技有限公司和河南优迅管家计算机科技有限公司等第三方供应商；另一方面，公司与可比公司客户结构存在差异，2017 年起逐步加大直客客户的销售，分别实现直客客户销售收入 1,734.06 万元、17,717.28 万元、36,645.54 万元和 34,593.19 万元，直客客户销售收入占比分别为 6.77%、38.65%、68.90%和 80.70%。

同行业可比上市公司在公开资料中未披露其行业类和营销类短信毛利率，发行人行业类和营销类短信无法与同行业可比上市公司进行对比分析。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用金额及占营业收入的比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
销售费用	664.53	1.55	1,050.14	1.97	596.82	1.30	287.82	1.04
管理费用	533.82	1.24	1,050.17	1.97	849.85	1.85	545.89	1.98
研发费用	276.05	0.64	562.00	1.06	328.19	0.72	123.46	0.45
财务费用	104.52	0.24	-6.04	-0.01	-8.69	-0.02	-133.72	-0.48
合计	**1,578.91**	**3.68**	**2,656.27**	**4.99**	**1,766.17**	**3.85**	**823.45**	**2.98**

报告期内，公司期间费用总额占当期营业收入总额的比重分别为 2.98%、3.85%、

4.99%和 3.68%，费用呈平稳上升趋势。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用分别为 287.82 万元、596.82 万元、1,050.14 万元和 664.53 万元，占营业收入的比重分别 1.04%、1.30%、1.97%和 1.55%，主要是工资薪酬、业务招待费、差旅费和租赁及物业管理费等。

（1）报告期内，公司的销售费用的主要明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资薪酬	519.25	709.75	386.52	162.86
业务招待费	56.40	161.22	122.89	83.04
租赁及物业管理费	42.64	81.36	24.63	-
差旅费	31.80	72.56	59.45	40.47
其他	14.44	25.26	3.33	1.46
合计	**664.53**	**1,050.14**	**596.82**	**287.82**

报告期内，随着公司销售规模的扩大，销售人员数量有所增加，与业务销售密切相关的工资薪酬、业务招待费和差旅费逐年增长，导致公司的销售费用呈逐年递增趋势。

（2）报告期内，公司与同行业可比上市公司的销售费用率对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	平均值
中嘉博创	1.15%	0.92%	1.26%	1.50%	1.21%
梦网集团	4.52%	8.39%	7.73%	8.40%	7.26%
银之杰	15.05%	16.27%	15.97%	18.05%	16.34%
吴通控股	1.66%	2.62%	2.81%	1.54%	2.16%
京天利	0.45%	0.63%	2.04%	2.10%	1.31%
行业平均值	4.57%	5.77%	5.96%	6.32%	5.66%
线上线下	1.55%	1.97%	1.30%	1.04%	1.47%

注：（1）可比上市公司指标是根据其公开披露的定期报告数据计算,此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据；（2）销售费用率计算过程：销售费用率=销售费用/营业收入。

如上表所示，报告期内，公司销售费用率分别为 1.04%、1.30%、1.97%和 1.55%，低于同行业平均水平。公司长期以来专注于移动信息服务，主要业务企业短信服务业务模式精炼、清晰，公司销售费用主要由工资薪酬、业务招待费、差旅费等组成。

同行业可比公司因主营业务种类的具体构成存在差别导致销售费用率差异较大，具体情况如下：（1）梦网集团主营移动互联网云通信服务业务、节能大功率电力电子设备的设计和制造业务，销售费用中维修调试费、咨询服务费、运费及包装费等费用金额及占比较高；（2）银之杰主营金融信息化、移动信息服务、电子商务业务，销售费用中运输费、广告咨询费、平台服务费等费用金额及占比较高；（3）吴通控股主营移动终端产品、移动信息服务和数字营销服务业务，销售费用中存在运输及装卸费、销售版税、代理费、销售服务费、广告展览费、视频制作费等费用。

剔除掉同行业可比公司销售费用项目中公司明显不可比的项目后，销售费用率对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	平均值
中嘉博创	1.15%	0.92%	1.26%	1.50%	1.21%
梦网集团	4.13%	3.93%	3.64%	4.32%	4.01%
银之杰	5.45%	5.32%	5.58%	5.35%	5.43%
吴通控股	1.26%	2.14%	2.19%	0.85%	1.61%
京天利	0.45%	0.63%	2.04%	2.10%	1.31%
行业平均值	2.49%	2.59%	2.94%	2.82%	2.71%
线上线下	1.55%	1.97%	1.30%	1.04%	1.47%

由上表可知，剔除掉同行业可比公司销售费用中明显不可比的项目后，公司销售费用率略低于行业平均水平。报告期内公司客户集中度较高，2017 至 2020 年 1-6 月，前十大客户收入占比分别为 78.37%、76.14%、67.65%及 75.07%，且客户主要集中在北京、上海、深圳、杭州等互联网行业较为集中的地区。为了更高效开拓业务、服务客户，公司在上海、深圳建立了销售团队辐射周边地区。客户集中度相对较高、目标客户相对聚集有助于公司销售费用的控制。

综上所述，公司销售费率与同行业可比公司差异主要系公司业务结构、客户集中度及客户分布与同行业可比公司存在差异所致，经剔除不可比因素后，公司的销售费用率略低于同行业可比公司平均水平。公司销售费用率与客户分布、客户开拓策略、销售团队架构相匹配，销售费用率合理。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 545.89 万元、849.85 万元、1,050.17 万元和 533.82

万元，占营业收入的比重分别为 1.98%、1.85%、1.97%和 1.24%，主要是工资薪酬、中介费用、折旧及摊销、差旅和业务招待费等。

（1）报告期内，公司的管理费用的主要明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资薪酬	202.00	400.93	309.88	159.44
中介费用	90.76	220.12	194.53	131.48
折旧及摊销	107.42	133.45	101.55	91.60
差旅及业务招待费	14.74	124.10	90.87	93.14
办公费	32.64	57.70	60.03	28.64
租赁及物业管理费	74.43	90.76	47.72	22.52
其他	11.83	23.11	45.28	19.07
合计	**533.82**	**1,050.17**	**849.85**	**545.89**

报告期内，公司的管理费用呈逐年递增趋势，主要系随着公司规模的扩大，管理人员数量有所增加，且员工工资、福利待遇提高，相应的管理人员工资福利和社保费用等工资薪酬增长。

（2）报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率比较情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	平均值
中嘉博创	4.64%	4.27%	4.26%	5.18%	4.59%
梦网集团	4.44%	9.11%	5.61%	6.80%	6.49%
银之杰	5.08%	5.25%	5.21%	6.16%	5.43%
吴通控股	3.53%	4.81%	6.60%	5.88%	5.21%
京天利	7.27%	6.52%	10.89%	14.71%	9.85%
行业平均值	4.99%	5.99%	6.51%	7.75%	6.31%
线上线下	1.24%	1.97%	1.85%	1.98%	1.76%

注：（1）可比上市公司指标是根据其公开披露的定期报告数据计算，此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据；（2）管理费用率=管理费用/营业收入。

公司管理费用率低于同行业可比上市公司，主要系同行业可比上市公司发展已进入成熟阶段，且管理组织庞大复杂，导致管理费用部分项目费用率较高，具体差异分析如下：

①公司组织架构差异

同行业可比公司管理结构较完善且多通过并购重组形成业务多元化发展，管理团队庞大，公司日常管理成本较高。发行人于 2018 年 6 月完成股份制改制，由于设立时间较短，主营业务集中，管理架构精简，日常管理成本较低。

②管理费用项目差异

报告期内，公司与可比公司相关管理费用项目费用率对比如下：

A、2020 年 1-6 月

项目	类别	中嘉博创	梦网集团	银之杰	吴通控股	京天利	公司
职工薪酬	金额（万元）	2,406.90	1,517.30	1,124.54	2,648.55	835.45	202.00
	项目费用率	2.15%	1.26%	1.91%	1.65%	3.22%	0.47%
折旧摊销	金额（万元）	906.59	2,278.15	574.23	1,481.58	365.49	107.42
	项目费用率	0.81%	1.89%	0.98%	0.92%	1.41%	0.25%
中介费用	金额（万元）	122.23	404.64	250.45	431.02	205.73	90.76
	项目费用率	0.11%	0.34%	0.43%	0.27%	0.79%	0.21%
办公、差旅、招待费及租赁费等费用	金额（万元）	1,396.61	924.13	760.26	942.52	201.97	121.81
	项目费用率	1.25%	0.77%	1.29%	0.59%	0.78%	0.28%
税金	金额（万元）	-	-	28.86	-	-	-
	项目费用率	-	-	0.05%	-	-	-
股权激励	金额（万元）	-	-	-	-	-	-
	项目费用率	-	-	-	-	-	-
其他费用	金额（万元）	361.03	230.25	251.38	160.60	276.49	11.83
	项目费用率	0.32%	0.19%	0.43%	0.10%	1.07%	0.03%
合计	金额（万元）	5,193.37	5,354.47	2,989.72	5,664.27	1,885.13	533.82
	项目费用率	4.64%	4.44%	5.08%	3.53%	7.27%	1.24%

B、2019 年度

项目	类别	中嘉博创	梦网集团	银之杰	吴通控股	京天利	公司
职工薪酬	金额（万元）	6,376.31	3,562.44	2,112.51	9,463.65	2,325.98	400.93
	项目费用率	2.02%	1.11%	1.79%	2.67%	4.11%	0.75%
折旧摊销	金额（万元）	1,825.44	5,675.78	985.16	2,721.59	595.88	133.45
	项目费用率	0.58%	1.77%	0.83%	0.77%	1.05%	0.25%
中介费用	金额（万元）	1,050.32	10,271.85	846.57	1,288.45	130.94	220.12

项目	类别	中嘉博创	梦网集团	银之杰	吴通控股	京天利	公司
	项目费用率	0.33%	3.21%	0.72%	0.36%	0.23%	0.41%
办公、差旅、招待费及租赁费等费用	金额（万元）	4,125.72	5,479.51	1,651.24	3,167.99	408.71	272.56
	项目费用率	1.30%	1.71%	1.40%	0.90%	0.72%	0.51%
税金	金额（万元）	-	-	72.16	-	-	-
	项目费用率	-	-	0.06%	-	-	-
股权激励	金额（万元）	-	2,550.87	-	91.48	-	-
	项目费用率	-	0.80%	-	0.03%	-	-
其他费用	金额（万元）	126.27	1,628.46	538.21	282.38	224.71	23.11
	项目费用率	0.04%	0.51%	0.46%	0.08%	0.40%	0.04%
合计	金额（万元）	13,504.05	29,168.91	6,205.86	17,015.54	3,686.22	1,050.17
	项目费用率	4.27%	9.11%	5.25%	4.81%	6.52%	1.97%

C、2018 年度

项目	类别	中嘉博创	梦网集团	银之杰	吴通控股	京天利	线上线下
职工薪酬	金额（万元）	6,320.59	3,511.32	2,670.35	9,744.54	2,360.91	309.88
	项目费用率	2.09%	1.27%	2.06%	3.21%	6.81%	0.68%
折旧摊销	金额（万元）	1,254.21	4,625.28	848.98	5,224.86	505.78	101.55
	项目费用率	0.41%	1.67%	0.65%	1.72%	1.46%	0.22%
中介费用	金额（万元）	1,326.29	1,625.92	620.60	1,207.33	154.21	194.53
	项目费用率	0.44%	0.59%	0.48%	0.40%	0.44%	0.42%
办公、差旅、招待费及租赁费等费用	金额（万元）	3,527.93	4,404.16	1,831.62	3,265.93	380.07	198.62
	项目费用率	1.16%	1.59%	1.41%	1.08%	1.10%	0.43%
税金	金额（万元）	-	32.72	48.07	-	-	-
	项目费用率	-	0.01%	0.04%	-	-	-
股权激励	金额（万元）	-	771.26	-	359.84	-	-
	项目费用率	-	0.28%	-	0.12%	-	-
其他费用	金额（万元）	483.73	553.03	746.22	224.79	372.69	45.28
	项目费用率	0.16%	0.20%	0.57%	0.07%	1.08%	0.10%
合计	金额（万元）	12,912.74	15,523.68	6,765.84	20,027.29	3,773.65	849.85
	项目费用率	4.26%	5.61%	5.21%	6.60%	10.89%	1.85%

D、2017 年度

项目	类别	中嘉博创	梦网集团	银之杰	吴通控股	京天利	线上线下
职工薪酬	金额（万元）	5,790.71	3,566.13	2,425.48	6,385.04	2,347.84	159.44
	项目费用率	2.75%	1.40%	2.11%	2.50%	7.29%	0.58%
折旧摊销	金额（万元）	988.74	4,635.09	985.88	5,037.27	596.65	91.60
	项目费用率	0.47%	1.82%	0.86%	1.97%	1.85%	0.33%
中介费用	金额（万元）	716.66	3,347.85	343.19	485.75	1,104.02	131.48
	项目费用率	0.34%	1.31%	0.30%	0.19%	3.43%	0.48%
办公、差旅、招待费及租赁费等费用	金额（万元）	3,072.37	4,675.31	2,783.11	2,545.88	313.65	144.31
	项目费用率	1.46%	1.83%	2.42%	1.00%	0.97%	0.52%
税金	金额（万元）	-	46.09	75.07	-	-	-
	项目费用率	-	0.02%	0.07%	-	-	-
股权激励	金额（万元）	-	-	-	-	-	-
	项目费用率	-	-	-	-	-	-
其他费用	金额（万元）	351.93	1,080.46	454.63	590.17	378.47	19.07
	项目费用率	0.17%	0.42%	0.40%	0.23%	1.17%	0.07%
合计	金额（万元）	10,920.40	17,350.93	7,067.36	15,044.11	4,740.63	545.89
	项目费用率	5.18%	6.80%	6.16%	5.88%	14.71%	1.98%

公司管理费用项目主要是职工薪酬、折旧摊销、中介费、办公费、差旅费、招待费及租赁费等费用，与同行业可比公司对比，可比项目的费用率差异如下：

A、报告期各期，公司管理费用中的职工薪酬占营业收入的比例分别为 0.58%、0.68%、0.75%和 0.47%，占比低于同行业可比公司，主要是可比公司业务多元，管理架构及管理团队复杂庞大，管理人员较多，相应的职工薪酬及费用率较高；

B、公司管理费用中折旧摊销占营业收入的比重分别为 0.33%、0.22%、0.25%和 0.25%，与中嘉博创相近，低于梦网集团、银之杰、吴通控股、京天利，主要系同行业公司多拥有大额的房屋建筑物及土地使用权，而公司无自有房产，主要折旧摊销为车辆折旧及房屋装修费摊销，因此折旧摊销费用占比较低；

C、公司管理费用中的中介费用占营业收入的比例分别为 0.48%、0.42%、0.41%和 0.21%，与可比公司不存在显著差异；

D、公司管理费用中的办公、差旅、招待费及租赁费等费用占营业收入的比重分别为 0.52%、0.43%、0.51%和 0.28%，低于可比公司，主要系可比公司业务结构多元，相

应的日常运营成本较高，而公司专注于移动信息业务，管理架构精简，所需的日常运营成本较低。

③同行业可比公司发展阶段存在差异，管理费用增长率存在较大差异

报告期内，公司与可比公司管理费用增长率对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中嘉博创	-15.21%	4.58%	18.24%	15.94%
梦网集团	-15.09%	87.90%	-10.53%	0.24%
银之杰	-13.08%	-8.28%	-4.27%	-0.85%
吴通控股	-28.55%	-15.04%	33.12%	8.51%
京天利	9.79%	-2.32%	-20.40%	47.21%
行业平均值	-12.43%	13.37%	3.23%	14.21%
线上线下	2.78%	23.57%	55.68%	77.11%

注：可比公司数据均取自各定期报告数据统计，管理费用增长率=（本期管理费用-上期管理费用）/上期管理费用。

同行业可比公司均是业务多元化发展的上市公司，业务处于成熟阶段，大部分企业管理费用增长率相对较低；公司处于快速成长阶段，根据自身业务特点采取了扁平化的管理组织架构，根据业务发展需求按成本效益最优的原则配备相应的管理资源投入，因此，虽然 2017-2020 年 6 月公司管理费用率较低，但管理费用增长率高于同行业可比公司平均水平。2020 年 1-6 月，公司同比管理费用增长率为 2.78%，主要系受新冠疫情影响，差旅及招待费等开支减少所致。

综上所述，由于公司的组织架构简单，管理团队精简高效，业务规模及发展阶段与上市公司存在差异，导致公司的管理费用率低于同行业可比公司。随着公司业务规模的较快增长，公司管理费用同步快速增长，与公司的发展阶段、组织架构、业务规模等实际情况相匹配，管理费用率具有合理性。

3、研发费用

（1）报告期内，公司研发费用分别为123.46万元、328.19万元、562.00万元和276.05万元，占营业收入的比重分别为0.45%、0.72%、1.06%和0.64%，主要明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资薪酬	188.11	431.36	264.58	89.41

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发设备及平台费用	87.18	127.55	58.68	27.92
其他	0.76	3.09	4.93	6.13
合计	**276.05**	**562.00**	**328.19**	**123.46**

报告期内，公司研发费用总体呈增长趋势，主要系公司为增强业务的市场竞争力，增加研发人员数量、提高研发人员薪酬和加大研发设备投入，对现有平台持续进行更新和技术改进，提升平台的稳定性和数据传输效率。

报告期内，公司研发费用分项目明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	报告期内研发费用支出金额	截至报告期末的实施进度
1	网络监控项目	102.00	71.73	已完成
2	资产管理项目		52.15	已完成
3	基于 Elasticsearch 的分布式日志分析项目	180.00	128.31	已完成
4	企业运营管理项目		83.39	已完成
5	视频短信平台	48.00	29.31	已完成
6	短链接服务平台		63.67	已完成
7	短信运营平台			已完成
8	高并发轻量级日志存储项目	60.00	51.33	已完成
9	数据加密项目			已完成
10	运维告警中心		21.99	已完成
11	客户短信平台 v3.0			已完成
12	Http 高性能并发短信提交项目	125.00	117.93	已完成
13	分布式队列服务			已完成
14	基于 Netty 的异步客户端服务端通讯项目			已完成
15	国际短信平台	210.00	113.48	使用改进
16	短信环路测试预警系统	70.00	76.35	已完成
17	基于海明算法的大数据相似内容匹配项目	105.00	64.57	使用改进
18	短信大数据分析	105.00	46.22	已完成
19	企业敏捷研发 Sass 平台	13.00	12.45	未研发成功
20	企业微营销平台	30.00	29.81	未研发成功

21	企业运营管理平台的研发	95.00	93.65	已完成
22	微服务数据中心	250.00	153.30	测试
23	短信云平台 V4 运营管理中心	150.00	58.14	研究分析
24	客户资源分析平台	18.00	17.31	使用改进
25	5G 消息调度发送中心	150.00	4.60	研究分析
26	5G 客户业务平台			研究分析
合计		1,711.00	1,289.70	-

（2）报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率比较情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	平均值
中嘉博创	3.78%	2.82%	3.45%	3.81%	3.47%
梦网集团	4.72%	4.21%	4.96%	4.40%	4.57%
银之杰	6.19%	5.83%	4.37%	3.53%	4.98%
吴通控股	2.71%	3.55%	5.30%	4.56%	4.03%
京天利	2.82%	2.96%	5.48%	4.78%	4.01%
行业平均值	4.04%	3.87%	4.71%	4.22%	4.21%
线上线下	0.64%	1.06%	0.72%	0.45%	0.72%

注：（1）可比上市公司指标是根据其公开披露的定期报告数据计算,此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据;（2）研发费用率=研发费用/营业收入。

公司的研发费用率低于同行业可比公司，主要由于公司专注于移动信息服务业务，根据行业技术发展趋势、客户应用需求等提出了契合公司技术、业务发展方向的研发项目，研发支出均与移动信息服务业相关，而同行业可比公司的业务种类较为繁多，研发项目涉及范围广。

公司研发项目与同行业公司吴通控股对比如下：

可比公司	项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		移动信息相关研发项目	其他研发项目	移动信息相关研发项目	其他研发项目	移动信息相关研发项目	其他研发项目	移动信息相关研发项目	其他研发项目
吴通控股	数量	-	-	2	15	9	19	5	21
	占比	-	-	11.76%	88.24%	32.14%	67.86%	19.23%	80.77%
线上线下	数量	17	-	14	-	12	-	2	-
	占比	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-

注：（1）吴通控股研发项目是根据其公开披露的定期报告统计，以旗下专营移动信息服务业的

子公司北京国都互联科技有限公司的在研项目作为移动信息服务相关研发项目进行对比；（2）其他同行业可比公司未披露具体研发项目；（3）同行业可比上市公司吴通控股未披露 2020 年 1-6 月具体研发项目。

吴通控股 2017 年、2018 年和 2019 年在研项目分别为 26、28 和 17 项，其中与移动信息服务相关的仅 5、9 和 2 项，占比分别 19.23%、32.14%、11.76%；而公司在研项目均与移动信息服务行业相关，在研项目内容、方向与移动信息服务业务紧密相关，专注于为短信业务提供先进、安全、高效的技术支持。

报告期内，同行业可比公司营业收入与研发费用率同期变动情况具体如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	营业收入增长率	研发费用率变动	营业收入增长率	研发费用率变动	营业收入增长率	研发费用率变动
中嘉博创	-31.01%	1.18%	4.35%	-0.64%	43.82%	-0.36%
梦网集团	-8.56%	-0.21%	15.61%	-0.75%	8.57%	0.56%
银之杰	9.10%	1.44%	-9.10%	1.46%	13.21%	0.83%
吴通控股	-13.07%	-1.16%	16.59%	-1.75%	18.69%	0.74%
京天利	-6.17%	-0.09%	63.08%	-2.52%	7.56%	0.70%
行业平均值	-9.94%	-0.23%	18.11%	-0.84%	18.37%	0.50%
线上线下	73.63%	-0.51%	16.04%	0.34%	66.20%	0.27%

上表可知，研发费用率与营业收入变动情况无显著关系，研发费用率更多是由公司发展规划、主营业务集中度、研发计划等因素影响，研发费用率可比性较低。

综上所述，公司专注于移动短信业务领域的竞争优势，基于自身技术创新与客户需求进行研发投入，导致公司的研发费用率与同行业多元化业务发展战略下的研发费用率存在不可比性。2017 年至 2019 年度，公司研发投入分别为 123.46 万元、328.19 万元、562.00 万元，复合增长率为 113.36%，公司根据业务需求逐年增加研发投入，以保证公司科技创新能力；2020 年上半年，公司为适应行业发展趋势，基于公司业务需求增加了微服务数据中心、短信云平台 V4 运营管理中心等研发项目的投入。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：公司的销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司存在差异，主要系公司业务结构、业务规模及发展阶段、组织架构情况等因素导致；公司销售费用率、管理费用率、研发费用率与公司业务结构、业务规模及发展阶段相匹配，具有合理性。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	111.64	53.15	1.44	-
减：利息收入	17.83	64.60	13.97	135.71
其他	10.71	5.41	3.84	1.99
合计	**104.52**	**-6.04**	**-8.69**	**-133.72**

报告期内，公司财务费用分别为-133.72万元、-8.69万元、-6.04万元和104.52万元，占各期营业收入的比重较低，分别为-0.48%、-0.02%、-0.01%和0.24%。2017年度财务费用金额变动较大，主要系收到汪坤拆借资金的利息收入115.81万元。2018年、2019年和2020年1-6月，公司短期借款金额逐年增长，导致利息支出金额随之增长。

（五）利润表其他重要项目分析

1、信用减值损失

2019年和2020年1-6月，公司信用减值损失为-320.41万元和-511.82万元，为应收账款和其他应收款计提的坏账准备。

2、资产减值损失

2017年-2018年，公司资产减值损失全部为应收账款和其他应收款计提的坏账准备，公司资产减值准备计提政策稳健，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-303.51	10.42
合计	**-**	**-303.51**	**10.42**

3、其他收益

报告期内，公司其他收益分别为11.23万元、116.87万元、722.81万元和600.76万元，系政府补助和进项税加计扣减，其中政府补助金额分别为11.23万元、116.87万元、361.70万元和310.05万元，均系与收益相关政府补助。

报告期内，公司计入其他收益的政府补助具体内容如下：

序号	内容	金额（万元）

2017 年度		
1	2016 年度经济发展奖励资金	10.00
2	2016 年度扶持奖励资金	0.50
3	企业稳岗补贴	0.73
合计		**11.23**
2018 年度		
1	2017 年度企业经济发展奖励资金	101.84
2	2017 年度扶持实体经济发展奖励资金	14.00
3	企业稳岗补贴及三代手续费返还	1.03
合计		**116.87**
2019 年度		
1	2018 年度企业扶持资金	5.00
2	2018 年度扶持实体经济发展奖励资金	3.00
3	企业上市扶持奖励资金	300.00
4	企业直接融资奖励	50.00
5	现代产业发展扶持资金	2.00
6	企业稳岗补贴及三代手续费返还	1.70
合计		**361.70**
2020 年 1-6 月		
1	无锡经济开发区 2019 年度第一批产业政策项目奖励资金	115.00
2	上市受理奖励资金	100.00
3	高新技术企业认定奖励资金	40.00
4	经济发展奖励资金	23.04
5	高新技术企业培育入库市级奖励资金	15.00
6	地方扶持奖励资金	13.30
7	稳岗补贴及其他	3.71
合计		**310.05**

4、投资收益

2017年，公司投资收益为1.09万元，金额较小，为理财产品收益。

5、营业外收支等项目

（1）营业外收入

2017年，公司营业外收入为0.91万元。

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为23.21万元、2.37万元、0.00万元和10.00万元，主要为滞纳金和捐赠支出，金额较小，对公司经营成果不构成重大影响。

6、所得税费用

报告期内，公司企业所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	684.38	1,135.90	1,469.74	1,269.67
递延所得税调整	-128.76	-47.70	-42.95	4.67
合计	**555.61**	**1,088.21**	**1,426.80**	**1,274.34**

（六）公司利润分析

1、公司利润的主要来源

报告期内，公司主要利润指标情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业利润（万元）	4,028.95	7,126.62	6,947.35	5,150.09
利润总额（万元）	4,018.95	7,126.62	6,944.99	5,127.79
净利润（万元）	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44

报告期内，公司净利润分别为 3,853.44 万元、5,518.19 万元、6,038.42 万元和 3,463.34 万元，整体保持良好的增长趋势，而公司的净利润主要来源于营业利润，营业利润主要来源于主营业务的毛利，具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利（万元）	占比（%）	毛利（万元）	占比（%）	毛利（万元）	占比（%）	毛利（万元）	占比（%）
短信业务	5,537.78	100.00	9,379.50	100.00	8,949.64	100.00	5,859.75	97.28
流量业务	-	-	-	-	-	-	164.02	2.72

主营业务毛利	**5,537.78**	**100.00**	**9,379.50**	**100.00**	**8,949.64**	**100.00**	**6,023.77**	**100.00**

得益于移动信息服务行业和下游互联网、电子商务、物流快递、金融等行业的快速发展，对企业短信的发送需求持续上升，公司的短信销量和收入增加，使得报告期内公司的主营业务毛利整体保持增长趋势。

2、主要材料和业务的价格变动对公司毛利影响的敏感性分析

报告期内，公司直接材料主要为短信信息费，短信业务的采购价格和售价的变动对公司毛利影响的敏感性分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
短信业务单位售价敏感系数	7.74%	5.67%	5.12%	4.37%
短信业务采购单价敏感系数	-6.68%	-4.60%	-4.07%	-3.33%

从上表可以得知，短信的采购单价与单位售价均是短信毛利变动的敏感因素。以2020年1-6月为例，在其他因素不变的情况下，若短信采购单价每上涨1%，则公司短信业务毛利降低6.68%；同样，在其他因素不变的情况下，若单位售价每上涨1%，则公司短信业务毛利将上升7.74%。

报告期内，为了应对短信业务采购单价和单位售价的变化对公司毛利的影响，公司积极采取相应的措施：

（1）加强产品研发投入和研发力度，提升平台的稳定性和数据传输效率，提高产品的市场竞争力，增强公司议价能力；

（2）公司坚持“深耕行业客户”发展战略，公司通过技术研发、行业定制化等方式不断提升对直客客户的综合服务能力，建立公司的竞争优势；

（3）公司在积极收集市场信息、分析采购成本变动和客户需求的基础上，视市场竞争情况制定合适的销售价格；

（4）积极开拓不同区域的电信运营商资源和第三方供应商，凭借公司规模采购的优势和良好的商业信用，获取优质价格。

（七）非经常性损益对经营成果的影响分析

报告期内，公司非经常性损益的具体内容及其对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-0.08	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	310.05	361.70	116.87	11.23
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	115.81
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-10.00	-	-2.37	-22.30
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	1.09
合计	**300.05**	**361.70**	**114.42**	**105.83**
减：非经常性损益的所得税影响数	57.40	89.85	29.19	32.26
归属于母公司股东的非经常性损益净额	242.65	271.86	85.24	73.57
归属于母公司股东的净利润	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东的净利润比例	7.01%	4.50%	1.54%	1.91%
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后净利润	3,220.68	5,766.56	5,432.96	3,779.87

报告期内，公司的非经常性损益净额主要来源于非流动资产处置损益、政府补助、资金占用费和其他营业外收支，公司盈利能力对非经常性损益不存在重大依赖。

（八）税项

1、税收缴纳情况

报告期内，公司主要税种纳税情况如下：

（1）增值税纳税情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初未交数	49.02	26.90	53.24	3.59
本期应交数	113.44	166.18	570.84	535.98
本期已交数	91.04	144.06	597.19	486.34
期末未交数	71.42	49.02	26.90	53.24

（2）企业所得税纳税情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初未交数	693.02	661.90	618.57	972.83
本期应交数	684.38	1,135.90	1,469.74	1,269.67
本期已交数	838.93	1,104.79	1,426.41	1,623.93
期末未交数	538.46	693.02	661.90	618.57

关于重大税收政策变化及税收优惠对公司的影响请参见本节之“七、公司的主要税种、税率及税收优惠”。

2、所得税费用与会计利润

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	4,018.95	7,126.62	6,944.99	5,127.79
按法定/适用税率计算的所得税费用	1,004.74	1,781.66	1,736.25	1,281.95
子公司适用不同税率的影响	-424.84	-646.76	-294.28	-82.56
调整以前期间所得税的影响	1.43	-4.72	9.35	53.97
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	3.71	20.50	20.56	20.98
研发费加计扣除的影响	-37.02	-62.46	-45.08	-
其他	7.61			
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
所得税费用	555.61	1,088.21	1,426.80	1,274.34

（九）影响公司持续盈利能力的因素

公司已在本招股说明书之“第四节 风险因素”中披露了对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素。报告期内，公司经营和财务状况良好，不存在下列对其持续盈利能力构成重大不利影响的情形：

1、公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或

者使用存在重大不利变化的风险；

4、公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

5、公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

经核查，保荐机构认为：根据公司经营、财务状况以及行业发展趋势，公司具备持续盈利能力，不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

（十）新冠疫情对发行人生产经营和财务状况的影响

2020 年以来，新型冠状病毒疫情在全球范围内全面爆发，各行各业的生产经营均受到了一定程度的影响。发行人的下游客户不同行业受到的影响存在差异，其中互联网行业受益于在线业务的增加，影响相对较小。发行人客户所处行业受到新冠疫情的不同影响对发行人 2020 年上半年生产经营和财务状况的具体影响如下:

（1）短信销售数量增长

受到新冠疫情的影响，互联网行业中的部分细分行业得到发展，在线教育、在线医疗、网络娱乐、办公软件服务和电子商务等领域企业的短信资源需求上升。发行人借助下游行业发展带来的市场契机，迅速扩大自身业务规模和市场占有率，积极服务于京东、阿里巴巴、上海拉扎斯（饿了么）、腾讯、汉海信息（美团）、百度、华为、字节跳动（抖音、今日头条）、小米和好未来（学而思）等知名企业，提高行业影响力。2020 年上半年，公司短信业务销售数量 186.50 亿条，相较 2019 年上半年增加 56.27%，公司营业收入呈现增长态势。

（2）短信业务单价上涨

2020 年上半年，公司短信业务的销售和采购单价受到上游供应商价格调整的影响，呈现上升趋势。

（3）应收账款的回收进度受到一定程度的影响

新冠疫情期间，公司客户的回款进度放缓。截至 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款账面余额为 21,543.56 万元，相较 2019 年末发生较快上升，主要系新冠疫情对各行各业的生产经营造成一定程度的影响，受产业链上下游联动，公司客户自身的下游客户的现

金安排也相对紧张，对于上游行业的回款周期呈现增长，加之公司客户日常维系经营所需的运营成本和相关费用并未减少，因此客户的现金流安排管理面临着一定的压力。

（4）政策优惠降低企业成本

依据《关于阶段性减免企业社会保险费的通知》（人社部发〔2020〕11 号）和《关于延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（人社部发〔2020〕49 号），公司自 2020 年 2 月起享受阶段性减免企业基本养老保险、失业保险、工伤保险单位缴费部分的政策。该政策增强了公司抵御新冠疫情风险的能力，减轻了公司的缴费负担，有力支持了复工复产，保障了公司经营的正常开展。

（5）企业经营持续推进

春节后，公司一方面严格遵守当地政府关于新冠肺炎疫情防控的要求，一方面在政府的引导下采用现场办公和居家办公的方式积极复工复产。公司与主要客户和供应商保持紧密沟通，保障公司经营平稳开展。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：结合 2020 年上半年发行人的经营情况，新冠疫情并未对发行人全年经营业绩、持续经营能力产生重大不利影响；发行人已在招股说明书中提示新冠病毒疫情对公司经营影响的风险。

十三、资产质量分析

报告期内各期期末，公司资产构成如下：

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动资产	36,957.20	96.10	29,688.73	96.54	20,108.88	97.09	15,895.79	97.75
非流动资产	1,498.32	3.90	1,063.75	3.46	602.13	2.91	365.06	2.25
资产总额	**38,455.52**	**100.00**	**30,752.48**	**100.00**	**20,711.01**	**100.00**	**16,260.85**	**100.00**

报告期内各期期末，公司资产总额逐年递增，流动资产占资产总额的比例达 96%以上，变现能力较强，公司资产流动性总体较好。

1、流动资产

报告期内各期期末，公司流动资产结构如下：

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
货币资金	7,836.18	21.20	6,238.34	21.01	5,109.59	25.41	8,634.13	54.32
应收账款	20,314.28	54.97	13,571.65	45.71	8,650.92	43.02	3,113.11	19.58
预付款项	7,185.04	19.44	8,503.73	28.64	5,639.56	28.05	3,743.68	23.55
其他应收款	830.53	2.25	737.19	2.48	377.09	1.88	171.08	1.08
其他流动资产	791.17	2.14	637.82	2.15	331.72	1.65	233.79	1.47
合计	**36,957.20**	**100.00**	**29,688.73**	**100.00**	**20,108.88**	**100.00**	**15,895.79**	**100.00**

报告期内各期期末，公司流动资产主要以货币资金、应收账款、预付款项和其他应收款为主。

（1）货币资金

报告期内各期期末，货币资金明细情况如下：

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
库存现金	-	-	-	-	-	-	-	-
银行存款	7,836.18	100.00	6,238.34	100.00	5,109.59	100.00	8,634.13	100.00
合计	**7,836.18**	**100.00**	**6,238.34**	**100.00**	**5,109.59**	**100.00**	**8,634.13**	**100.00**

报告期内各期期末，公司货币资金余额分别为 8,634.13 万元、5,109.59 万元、6,238.34 万元和 7,836.18 万元，均系银行存款。2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月 30 日，货币资金余额较 2017 年末有所下降，主要系公司销售规模扩大，相应短信采购支出增加所致。

（2）应收账款

报告期内各期期末，公司应收账款账面价值分别为 3,113.11 万元、8,650.92 万元、13,571.65 万元和 20,314.28 万元，占流动资产比例分别为 19.58%、43.02%、45.71%和 54.97%。

①报告期内各期期末，公司应收账款账龄结构及计提坏账准备情况如下：

账龄	2020 年 6 月 30 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）

1 年以内（含 1 年）	21,302.95	98.88%	1,078.52	20,224.44
1-2 年（含 2 年）	107.51	0.50%	17.66	89.84
2-3 年（含 3 年）	133.10	0.62%	133.10	-
合计	**21,543.56**	**100.00%**	**1,229.28**	**20,314.28**
账龄	**2019 年 12 月 31 日**			
	账面余额（万元）	**比例（%）**	**坏账准备（万元）**	**账面价值（万元）**
1 年以内（含 1 年）	14,145.54	98.96	700.10	13,445.44
1-2 年（含 2 年）	148.48	1.04	22.27	126.21
合计	**14,294.02**	**100.00**	**722.37**	**13,571.65**
账龄	**2018 年 12 月 31 日**			
	账面余额（万元）	**比例（%）**	**坏账准备（万元）**	**账面价值（万元）**
1 年以内（含 1 年）	9,084.64	99.75	454.23	8,630.41
1-2 年（含 2 年）	22.79	0.25	2.28	20.51
合计	**9,107.43**	**100.00**	**456.51**	**8,650.92**
账龄	**2017 年 12 月 31 日**			
	账面余额（万元）	**比例（%）**	**坏账准备（万元）**	**账面价值（万元）**
1 年以内（含 1 年）	3,276.96	100.00	163.85	3,113.11
1-2 年（含 2 年）	-	-	-	-
合计	**3,276.96**	**100.00**	**163.85**	**3,113.11**

报告期各期期末，公司 1 年以内的应收账款账面余额分别为 100.00%、99.75%、98.96%和 98.88%，占比较高。

②预期信用损失计提情况

A、2019 年 1 月 1 日以前，公司对于应收账款按账龄状态组合，计提坏账准备；

B、2019 年 1 月 1 日以后，公司将应收账款划分为四个组合，分别为：组合 1：直客客户业务形成的应收款项；组合 2：渠道客户业务形成的应收款项；组合 3：电信运营商酬金形成的应收款项；组合 4：合并报表范围内业务形成的应收款项。对于划分为组合的应收账款，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，计算预期信用损失。

截至报告期末，公司应收账款预期信用损失情况如下：

序号	组合类别	账面余额（万元）	预期信用损失（万元）	账面价值（万元）

1	渠道客户	2,851.18	277.34	2,573.85
2	直客客户	15,929.48	702.67	15,226.81
3	电信运营商	2,762.90	249.27	2,513.62
合计		**21,543.56**	**1,229.28**	**20,314.28**

C、按照 2019 年 1 月 1 日之后确定的组合类别，报告期内各期期末，应收账款的余额、坏账准备和账面价值如下：

单位：万元

2020 年 6 月 30 日			
类别	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	133.10	133.10	-
按组合计提坏账准备	21,410.46	1,096.18	20,314.28
其中：渠道客户	2,851.18	277.34	2,573.85
直客客户	15,929.48	702.67	15,226.81
电信运营商	2,629.80	116.17	2,513.62
合计	21,543.56	1,229.28	20,314.28
2019 年 12 月 31 日			
类别	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	-	-	-
按组合计提坏账准备	14,294.02	722.37	13,571.65
其中：渠道客户	2,720.78	247.17	2,473.61
直客客户	8,220.20	333.60	7,886.60
电信运营商	3,353.04	141.60	3,211.44
合计	14,294.02	722.37	13,571.65
2018 年 12 月 31 日			
类别	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	-	-	-
按组合计提坏账准备	9,107.43	456.51	8,650.92
其中：渠道客户	3,325.04	167.39	3,157.65
直客客户	4,023.09	201.15	3,821.94
电信运营商	1,759.30	87.96	1,671.33
合计	9,107.43	456.51	8,650.92
2017 年 12 月 31 日			
类别	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	-	-	-

按组合计提坏账准备	3,276.96	163.85	3,113.11
其中：渠道客户	1,885.63	94.28	1,791.35
直客客户	912.29	45.61	866.68
电信运营商	479.04	23.95	455.09
合计	3,276.96	163.85	3,113.11

③报告期内，应收账款账面余额波动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月/2020.6.30		2019 年/2019.12.31		2018 年/2018.12.31		2017 年/2017.12.31
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
应收余额合计（万元）	21,543.56	50.72%	14,294.02	56.95%	9,107.43	177.92%	3,276.96
当期返现酬金（万元）	2,409.41	-34.63%[注]	7,372.04	4.43%	7,059.01	158.26%	2,733.28
营业收入（万元）	42,879.23	61.10%[注]	53,234.08	16.04%	45,875.17	66.20%	27,602.30
返现酬金与营业收入合计	45,288.64	49.45%[注]	60,606.12	14.49%	52,934.18	74.50%	30,335.58
应收余额占当期营业收入比	50.24%	23.39%	26.85%	7.00%	19.85%	7.98%	11.87%
应收余额占返现酬金与营业收入比	47.57%	23.98%	23.59%	6.38%	17.21%	6.40%	10.80%

注：2020 年 1-6 月变动系乘以 2 换算成全年数据后计算

报告期各期期末，公司应收账款余额分别为 3,276.96 万元、9,107.43 万元、14,294.02 万元和 21,543.56 万元，2018 年末和 2019 年末公司应收账款余额较去年分别增长 5,830.47 万元、5,186.59 万元，增长比例为 177.92%、56.95%。应收账款余额增长的主要系公司营业收入及应取得的返现酬金增长所致；2020 年 6 月末应收账款余额较去年末增长了 50.72%，主要系公司直客客户收入快速增长带动营业收入增加且公司应取得的返现酬金回收较慢所致。

报告期内，公司应收账款期末余额占营业收入和返现酬金的比例上升较快的主要原因如下：

A、客户结构变化

报告期内，公司直客客户收入增长较快，占短信业务的比重分别为 6.77%、38.65%、68.90%和 80.70%。报告期各期末，公司应收直客客户款项占应收账款余额比例分别为 27.84%、44.17%、57.51%和 73.94%，由于公司直客客户主要以下游行业知名企业为主，行业地位较高，内部审批环节较多，信用期通常较渠道客户长，因此随着直客客户收入比重上升，应收账款余额增长较快。

直客客户和渠道客户的应收账款金额与收入的匹配情况及具体分析如下：

项目	2020 年 1-6 月/2020.6.30		2019 年/2019.12.31		2018 年/2018.12.31		2017 年/2017.12.31
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
渠道客户应收余额（万元）	2,851.18	4.79%	2,720.78	-18.17%	3,325.04	76.34%	1,885.63
渠道客户收入（万元）	8,273.78	0.03%[注]	16,542.23	-41.19%	28,127.64	8.73%	25,868.25
渠道客户应收对应收入占比	34.46%	18.01%	16.45%	4.63%	11.82%	4.53%	7.29%
直客客户应收余额（万元）	15,929.48	93.78%	8,220.20	104.33%	4,023.09	340.99%	912.29
直客客户收入（万元）	34,593.19	88.80%[注]	36,645.54	106.83%	17,717.28	921.72%	1,734.06
直客客户应收对应收入占比	46.05%	23.62%	22.43%	-0.28%	22.71%	-29.90%	52.61%

注：2020 年 1-6 月变动系乘以 2 换算成全年数据后计算

2017 年，直客客户应收账款占直客客户收入比重较高的原因为公司于当年年末与重要直客客户阿里巴巴初次建立业务合作，受到双“11”的影响，公司向阿里巴巴的销售收入占 2017 年直客客户收入的 42.43%；同时，根据双方约定，阿里巴巴 2017 年的全部采购款尚在 60 天信用期内，使得直客客户期末应收账款余额相对较高。2018 年至 2019 年，直客客户应收账款占直客客户收入比重基本保持稳定，无明显变化。2020 年 6 月末，直客客户应收账款占直客客户收入比重较上年有所上升主要系公司积极发展直客客户，2020 年第二季度直客客户收入较第一季度增长 45.10%，同时由于主要直客客户的信用期集中在 60 天及以上，因此导致直客客户应收账款占直客客户收入比重发生上升，主要款项并未发生逾期。除此之外，公司第一大直客客户京东鉴于其内部资金审批流程导致存在一定金额的逾期应收账款。截至 2020 年 8 月 21 日，公司应收京东款项逾期部分已回收 1,964.51 万元，占期末逾期金额的比例为 97.69%，期后回款良好。

2017 年至 2020 年 6 月末，渠道客户应收账款占渠道客户收入比持续增加。2018 年渠道客户应收账款占比提升的的主要原因为上海助通信息科技有限公司、杭州单体网络科技有限公司和成都瑞通思亿科技有限公司等渠道客户应收账款占收入比重较高；2019 年及 2020 年 6 月末渠道客户应收账款占比提升的的主要原因为江西欣典应收款占其收入比重发生上升，系其内部资金周转及审批流程导致存在一定金额的逾期。截至 2020 年 8 月 21 日，公司 2020 年 6 月末应收江西欣典款项逾期部分已回收 1,000.01 万元，占期末逾期金额的比例为 75.51%，期后回款良好。

B、返现酬金相关往来余额增加

报告期各期末，运营商应收款项的余额分别为 479.04 万元、1,759.30 万元、3,353.04 万元和 2,762.90 万元，占当期返现酬金的比重分别为 17.53%、24.92%、45.48%和 114.67%，占营业收入的比重分别为 1.74%、3.83%、 6.30%和 6.44%，均呈现连续上升趋势。具体信息如下：

项目	2020 年 1-6 月/2020.06.30		2019 年/2019.12.31		2018 年/2018.12.31		2017 年/2017.12.31
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
运营商应收余额（万元）	2,762.90	-17.60%	3,353.04	90.59%	1,759.30	267.25%	479.04
当期返现酬金（万元）	2,409.41	-34.63%[注]	7,372.04	4.43%	7,059.01	158.26%	2,733.28
运营商应收款项占返现酬金比	114.67%	69.19%	45.48%	20.56%	24.92%	7.40%	17.53%
运营商应收款项占营业收入比	6.44%	0.14%	6.30%	2.46%	3.83%	2.10%	1.74%

注：2020 年 1-6 月变动系乘以 2 换算成全年数据后计算

2018 年占比上升的主要原因为无锡移动、岳阳移动和常德移动属于大型国有企业，付款审批流程相对较长，应收款项占返现酬金比例较高；2019 年占比上升的主要原因系上海移动 2019 年 12 月汇款时将公司收款账号录入错误以致相关款项需要重新进行付款审批，产生了一定比例的逾期应收账款；2020 年 6 月末占比上升的主要原因系公司应收上海移动和无锡移动的款项回款较慢，存在 689.42 万元和 345.21 万元逾期所致，截至 2020 年 8 月 21 日，公司应收上海移动款项逾期部分已回收 453.90 万元，占期末逾期金额的比例为 65.84%，剩余款项公司在积极催收中；公司应收无锡移动逾期款项 345.21 万元已全部回收。

综上所述，报告期内应收账款占比连续发生上升的主要原因为客户结构的变化、直客客户信用期较长和返现酬金相关款项的增加。

报告期内，公司与主要直客客户、渠道客户、返现酬金供应商的信用政策、信用期、结算方式和交易金额等信息如下：

A.报告期各期前五大直客客户信用政策、信用期、结算方式和收入情况

单位：万元

序号	客户	结算方式	2020.06.30/2020 年 1-6 月				2019.12.31/2019 年度			
			销售收入	应收余额	逾期金额	信用期	销售收入	应收余额	逾期金额	信用期
1	腾讯	应收模式	3,959.36	987.93	-	60 天	9,448.54	391.75	0.00	60 天
2	阿里巴巴	应收模式	3,964.28	1,802.91	-	60 天	5,188.98	1,795.32	85.10	60 天
	支付宝					-				30 天
	上海拉扎斯（饿了么）					120 天				120 天
3	京东	应收模式	9,661.82	5,489.30	2,010.88	60 天	5,073.00	2,385.87	188.69	60 天
4	汉海信息（美团）	应收模式	3,385.35	1,820.02	-	60 天	450.17	359.78	0.00	60 天
5	上海寻梦（拼多多）	应收模式	-	733.14	733.14	60 天	2,626.31	2,158.06	2,158.06	60 天
6	北京健康之家科技有限公司	应收模式	2,833.62	580.75	-	30 天	2,554.16	-	-	30 天
7	华为	应收模式	915.74	183.57	-	60 天	1,675.33	48.69	0.00	60 天
8	网易	应收模式	299.84	26.77	-	60 天	613.62	31.09	0.00	60 天
9	杭州恩牛网络技术有限公司	应收模式	174.50	-	-	-	698.25	-	-	30 天
	杭州振牛信息科技有限公司					30 天				30 天
10	无锡源石云科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	54.56	-	-	30 天
11	厦门趣店科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	0.23	-	-	30 天
合计			25,194.51	11,624.39	2,744.02	-	28,385.15	7,170.56	2,431.85	-

（续上表）

序号	客户	结算方式	2018.12.31/2018 年度				2017.12.31/2017 年度			
			销售收入	应收余额	逾期金额	信用期	销售收入	应收余额	逾期金额	信用期

1	腾讯	应收模式	1,500.95	1,591.01	333.16	90 天	-	-	-	-
2	阿里巴巴	应收模式	10,083.59	2,044.61	0.00	60 天	735.69	779.83	0.00	60 天
	支付宝					30 天				-
	上海拉扎斯（饿了么）					-				-
3	京东	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
4	汉海信息（美团）	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
5	上海寻梦（拼多多）	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
6	北京健康之家科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
7	华为	应收模式	632.42	-	-	60 天	-	-	-	-
8	网易	应收模式	1,251.39	-	-	60 天	220.66	-	-	60 天
9	杭州恩牛网络技术有限公司	应收模式	834.79	-	-	30 天	16.62	-	-	30 天
	杭州振牛信息科技有限公司					30 天				30 天
10	无锡源石云科技有限公司	应收模式	307.27	-	-	30 天	493.70	27.04	-	30 天
11	厦门趣店科技有限公司	应收模式	81.60	27.08	-	30 天	228.10	98.58	0.25	30 天
合计			14,692.00	3,662.70	333.16	-	1,694.77	905.45	0.25	-

注：京东中包含单位达疆网络科技（上海）有限公司和上海京东到家元信信息技术有限公司的信用期为 90 天，其余单位的信用期为 60 天。

由上表可见，报告期内，公司前五大直客客户的信用期未发生延长。

2017 年末，公司报告期前五大直客客户应收余额为 905.45 万元，主要为应收阿里巴巴的款项。阿里巴巴系公司 2017 年末新增直客客户，当年末受“双 11”影响，销售额较高。根据约定，期末应收阿里巴巴款项仍在信用期内。

2018 年末，公司报告期前五大直客客户应收余额为 3,662.70 万元，较上年末增长金额为 2,757.25 万元，主要原因如下：

a.阿里巴巴款项余额为 2,044.61 万元，较上年末应收账款增长的金额为 1,264.77 万元，主要系阿里巴巴 2018 年销售额较 2017 年增加 9,347.90 万元，且受“双 11”电商促销活动影响，期末信用期内应收账款相应增加所致；

b.公司当期新增重要直客客户腾讯，期末应收其余额为 1,591.01 万元，逾期金额 333.16 万元。受到双方系首次合作的影响，双方流程对接需短暂的磨合时间，相应款项在 2019 年 2 月已经收回。

2019 年末，公司报告期前五大直客客户应收余额为 6,810.78 万元，较上年末增长金额为 3,148.08 万元，主要系当期新增客户京东、上海寻梦的应收款项较大所致。京东期末应收余额较大的原因为受“双 11”影响，其 12 月确认的销售额金额较高，根据约定，期末应收京东的主要款项仍在信用期内；上海寻梦期末应收余额较高主要系对方业务流程变动，造成了付款审批周期的延长所致。

2020 年 6 月末，公司报告期内前五大直客客户的应收余额为 10,680.92 万元，较上年末增长金额为 3,870.14 万元，主要系客户京东业务规模的增加，其内部资金审批流程导致存在一定金额的逾期，及客户汉海信息（美团）本期收入规模的增长，信用期内应收账款增长所致。截至 2020 年 8 月 21 日，公司应收京东款项逾期部分已回收 1,964.51 万元，占期末逾期金额的比例为 97.69%，应收上海寻梦（拼多多）款项逾期部分已回收 128.38 万元，占期末逾期金额的比例为 17.51%，期后回款较好。

B.报告期各期前五大渠道客户信用政策、信用期、结算方式和收入情况

单位：万元

序号	客户	结算方式	2020.06.30/2020 年 1-6 月				2019.12.31/2019 年度			
			销售收入	应收余额	逾期金额	信用期	销售收入	应收余额	逾期金额	信用期
1	江西欣典	应收模式	4,956.70	1,914.87	1,324.30	90 天	6,646.50	1,991.18	1,123.94	90 天
2	厦门集微科技有限公司	应收模式	154.66	6.87	5.20	30 天	1,384.44	13.07	0.00	30 天

3	上海助通信息科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	700.85	48.67	43.94	90 天
4	联动优势科技有限公司	应收模式	357.02	85.66	-	60 天	652.20	89.99	0.00	60 天
	蜜小蜂智慧(北京)科技有限公司	应收模式				60 天				60 天
5	广州有易信息科技有限公司	应收模式	0.50	-	-	30 天	643.87	-	-	30 天
6	浙江企朋网络技术股份有限公司	应收模式	320.74	1.45	-	30 天	487.76	60.64	-	30 天
	杭州云片网络科技有限公司	应收模式				30 天				30 天
7	杭州君隆科技有限公司	应收模式	87.51	-	-	30 天	132.45	-	-	30 天
	杭州启方科技有限公司					30 天				30 天
8	北京联合维拓科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
9	北京桓源创新科技有限公司	预收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
10	浙江河马通信科技有限公司	应收模式	440.53	134.34	79.95	30 天	1.80	-	-	30 天
11	无锡众合天舟通信技术有限公司	应收模式	378.29	149.05	--	30 天	63.66	-	-	30 天
合计			6,695.96	2,292.22	1,409.45	--	10,713.54	2,203.55	1,167.88	

（续上表）

序号	客户	结算方式	2018.12.31/2018 年度				2017.12.31/2017 年度			
			销售收入	应收余额	逾期金额	信用期	销售收入	应收余额	逾期金额	信用期
1	江西欣典	应收模式	15,849.86	1,820.96	0.00	90 天	12,782.86	1,741.49	0.00	90 天
2	厦门集微科技有限公司	应收模式	534.63	331.74	0.00	30 天	-	-	-	-

3	上海助通信息科技有限公司	应收模式	1,028.11	327.07	0.00	90 天	814.49	-	-	90 天
4	联动优势科技有限公司	应收模式	812.25	57.45	0.00	60 天	35.71	32.24	0.00	60 天
	蜜小蜂智慧(北京)科技有限公司	应收模式				60 天				
5	广州有易信息科技有限公司	应收模式	89.51	-	-	30 天	83.55	-	-	30 天
6	浙江企朋网络技术股份有限公司	应收模式	1,219.75	95.79	0.00	30 天	384.49	-	-	30 天
	杭州云片网络科技有限公司	应收模式			0.00	30 天				30 天
7	杭州君隆科技有限公司	应收模式	1,560.51	-	-	30 天	1,226.75	-	-	30 天
	杭州启方科技有限公司					30 天				30 天
8	北京联合维拓科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	2,478.96	-	-	30 天
9	北京桓源创新科技有限公司	预收模式	-	-	-	-	1,052.98	-	-	-
10	浙江河马通信科技有限公司	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
11	无锡众合天舟通信技术有限公司	应收模式	-	-	-	-	-	-	-	-
合计			21,094.61	2,633.02	0.00	-	18,859.79	1,773.74	0.00	-

由上表可见，报告期内，公司前五大渠道客户的信用期未发生延长。

2017 年末，公司报告期前五大渠道客户应收余额为 1,773.74 万元，其中应收江西欣典余额为 1,741.49 万元，占比较高。根据约定，期末应收江西欣典款项仍在信用期内。

2018 年末，公司报告期前五大渠道客户应收余额为 2,633.02 万元，较上年末增长金额为 859.28 万元，主要系当期前五大渠道客户销售收入增长所致。根据约定，期末相关款项仍在信用期内。

2019 年末，公司报告期前五大渠道客户应收余额为 2,203.55 万元，较上年末减少 429.47 万元，主要系随着公司客户结构变化，渠道客户收入减少所致。

2020 年 6 月末，公司报告期前五大渠道客户应收余额为 2,285.35 万元，较上年末增加 81.80 万元，无明显变化。

C.公司与报告期各期前五大返现酬金运营商的酬金结算方式、结算周期和酬金金额信息如下：

单位：万元

序号	名称	信用期	2020.6.30/2020 年 1-6 月				2019.12.31/2019 年度			
			返现酬金	应收余额	逾期金额	结算方式	返现酬金	应收余额	逾期金额	结算方式
1	无锡移动	90 天	544.90	922.81	345.21	应收	3,703.81	1,146.81	0.00	应收
2	上海移动	90 天	294.86	743.89	689.42	应收	1,369.42	1,424.13	1,424.13	应收
3	常州移动	90 天	-	-	-	-	389.67	50.69	0.00	应收
4	岳阳移动	90 天	2.73	-	-	应收	359.37	86.14	0.00	应收
5	泉州移动	90 天	82.40	-	-	应收	314.28	213.67	73.56	应收
6	常德移动	90 天	-	-	-	-	18.63	-	-	应收
7	西藏移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
8	泸州移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
9	德阳移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
10	邵阳移动	90 天	-	133.10	133.10	应收	-	133.10	133.10	应收
11	青岛移动	90 天	436.48	54.06	-	应收	127.17	-	-	应收
12	赣州移动	90 天	298.83	298.83	298.83	应收	-	-	-	-
13	上饶移动	90 天	200.31	200.31	154.49	应收	-	-	-	-
合计			1,860.51	2,353.00	1,621.06	-	6,282.33	3,054.53	1,630.80	-

（续上表）

序号	名称	信用期	2018.12.31/2018 年度				2017.12.31/2017 年度			
			返现酬金	应收余额	逾期金额	结算方式	返现酬金	应收余额	逾期金额	结算方式
1	无锡移动	90 天	2,015.98	572.31	0.00	应收	980.81	197.33	0.00	应收

2	上海移动	90 天	5.16	5.16	0.00	应收	-	-	-	-
3	常州移动	90 天	712.09	97.25	0.00	应收	164.07	-	-	应收
4	岳阳移动	90 天	1,274.86	429.13	0.00	应收	-	-	-	-
5	泉州移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
6	常德移动	90 天	701.82	229.28	0.00	应收	-	-	-	-
7	西藏移动	90 天	30.96	-	-	应收	880.19	248.75	0.00	应收
8	泸州移动	90 天	-	-	-	-	549.18	-	-	应收
9	德阳移动	90 天	-	-	-	-	117.45	14.05	14.05	应收
10	邵阳移动	90 天	1,557.31	133.17	133.17	应收	-	-	-	-
11	青岛移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
12	赣州移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
13	上饶移动	90 天	-	-	-	-	-	-	-	-
合计			6,298.18	1,466.30	133.17	-	2,691.70	460.13	14.05	-

由上表可见，报告期内，公司前五大返现酬金运营商的信用期未发生变化。

2017 年末，公司报告期前五大返现酬金运营商应收余额为 460.13 万元，其中应收无锡移动和西藏移动的款项分别为 197.33 万元和 248.75 万元，系上述供应商当期末确认的相关酬金。根据约定，期末相关款项仍在信用期内。

2018 年末，公司报告期前五大返现酬金运营商应收余额为 1,466.30 万元，其中应收无锡移动和岳阳移动的款项分别为 572.31 万元和 429.13 万元，系上述供应商当期末确认的相关酬金。根据约定，期末相关款项仍在信用期内。

2019 年末，公司报告期前五大返现酬金运营商应收余额为 3,054.53 万元，其中应收无锡移动和上海移动的款项分别为 1,146.81 万元和 1,424.13 万元。无锡移动应收账款金额较高主要系其当期末确认的年度酬金金额较大；上海移动应收账款金额较大且发生逾期的原因系其 2019 年 12 月汇款时将公司收款账号录入错误以致相关款项需要重新进行付款审批。

2020 年 6 月末，公司报告期前五大返现酬金运营商应收余额为 2,219.90 万元，其中应收无锡移动和上海移动的款项分别为 922.81 万元、743.89 万元。无锡移动应收账款较高的主要系应收当期 6 月确认酬金 544.90 万元；上海移动应收账款较高的原因主要系上海移动款项回款较慢，以致存在一定金额的逾期应收款。截至 2020 年 8 月 21 日，公司应收上海移动款项逾期部分已回收 453.90 万元，占期末逾期金额的比例为 65.84%，剩余款项公司在积极催收中；应收无锡移动逾期款项 345.21 万元已全部回收。

综上所述，经核查，保荐机构和发行人会计师认为：报告期内应收账款金额增长主要系公司营业收入及应取得的返现酬金增长所致，占营业收入和返现酬金的比例上升主要原因为客户结构变化、直客客户信用期较长和应收返现酬金增加；报告期内，公司主要客户及存在返现酬金的供应商的信用期未发生延长，不存在放宽信用政策或延长信用期刺激销售的情形；公司收入、酬金均系与客户、运营商对账核对，经双方一致确认后进行收入、酬金确认，不存在提前确认收入、酬金返还的情形。

④公司应收账款账面余额前五名情况

报告期末，公司应收账款账面余额前五名情况如下：

序号	公司名称	与公司关系	账面余额（万元）	占账面余额的比例（%）

序号	公司名称	与公司关系	账面余额（万元）	占账面余额的比例（%）
1	京东	非关联方	5,489.30	25.48
2	江西欣典	非关联方	1,914.87	8.89
3	汉海信息（美团）	非关联方	1,820.02	8.45
4	阿里巴巴	非关联方	1,802.91	8.37
	上海拉扎斯（饿了么）	非关联方		
5	腾讯	非关联方	987.93	4.59
合计		-	**12,015.03**	**55.77%**

报告期末，公司应收账款集中度较高，主要集中于京东、江西欣典、阿里巴巴、汉海信息（美团）、腾讯等重要客户。

⑤应收账款期后回款情况

截至 2020 年 9 月 21 日，报告期末应收账款期后回款情况如下：

期间	应收账款余额（万元）	期后回款金额（万元）	回款比例
2017 年 12 月 31 日	3,276.96	3,276.96	100.00%
2018 年 12 月 31 日	9,107.43	8,968.70	98.48%
2019 年 12 月 31 日	14,294.02	13,236.06	92.60%
2020 年 6 月 30 日	21,543.56	18,689.10	86.75%

截至 2020 年 9 月 21 日，报告期各期末应收账款回款比例分别为 100.00%、98.48%、92.60%和 86.75%，回款情况总体较好。

2020 年 6 月末应收账款期后回款与 2017 至 2019 年期末应收账款期后回款比例相比不存在重大差异，公司各期期后回款均保持较高水平。公司报告期内应收账款周转率为 8.68、7.80、4.79、5.06，周转天数分别为 41.47 天、46.15 天、75.16 天、71.15 天，鉴于个别客户、供应商受到其自身内部审批流程较长、资金管理的需要导致部分应收账款发生逾期，但公司各期末的主要应收款项并未发生逾期，且逾期款项期后回款情况较好，基本符合相关协议的约定。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：公司应收账款期后回款良好，期后回款占比符合公司历史情况，回款基本符合相关协议约定，公司应收账款周转率与同行业相比不存在显著差异。

⑥报告期各期末，公司逾期应收账款汇总列示如下：

单位：万元

期间	期末应收账款余额	逾期金额	逾期时间	逾期比例(%)	逾期金额期后回款金额（截止2020.8.21）	超期金额期后回款比例(%)
2020.6.30	21,543.56	7,064.33	三年以内	32.79	4,443.30	62.90
2019.12.31	14,294.02	5,920.10	两年以内	41.42	4,977.51	84.08
2018.12.31	9,107.43	704.35	一年以内	7.73	567.81	80.61
2017.12.31	3,276.96	68.74	一年以内	2.10	68.74	100.00

报告期内，公司营业收入增长较快，直客客户占比大幅提升，同时，2017 年至 2019 年返现酬金金额相应也呈上升趋势，使得公司应收账款余额快速增加。公司的个别客户、供应商受到其自身内部审批流程较长、资金管理的原因导致部分应收账款发生逾期，期后回款正常，主要逾期款项的期间在 1 年内，且报告期内不存在因坏账发生的重大损失。

报告期各期末，公司前十大逾期账款具体信息如下：

A、2020 年 6 月 30 日

单位：万元

应收单位名称	应收账款余额	账龄	坏账准备金额	逾期金额	逾期时间	逾期账款回款金额	回款比例(%)	业务内容
京东	5,489.30	1 年之内	241.53	2,010.88	3 个月内	1,964.51	97.69	销售款
江西欣典	1,914.87	1 年之内	185.17	1,324.30	3 个月内	1,000.01	75.51	销售款
上海寻梦（拼多多）	733.14	1 年之内	32.26	733.14	9 个月内	128.38	17.51	销售款
上海移动	743.89	1 年之内	30.20	689.42	9 个月内	453.90	65.84	返现酬金
苏宁	655.46	1 年之内	28.84	417.44	6 个月内	28.99	6.95	销售款
无锡移动	922.81	1 年之内	37.47	345.21	6 个月内	345.21	100.00	返现酬金
赣州移动	298.83	1 年之内	12.13	298.83	3 个月内	-	-	返现酬金
上饶移动	200.31	1 年之内	8.13	154.49	3 个月内	-	-	返现酬金
好未来(学而思)	400.46	1 年之内	17.62	143.42	3 个月内	69.92	48.75	销售款
邵阳移动	133.10	2-3 年	133.10	133.10	2-3 年	-	-	返现酬金
合计	11,492.18		726.45	6,250.24		3,990.93	63.85	

2020 年 6 月末，公司逾期主要客户如上表所见，具体原因如下：

a.客户京东、江西欣典、苏宁，由于其内部资金运转及审批流程的原因导致存在一定金额的逾期；

b.客户上海寻梦（拼多多）逾期原因系对方内部付款流程变动，造成了付款审批周期的延长；

c.客户好未来（学而思）的逾期原因系 2020 年双方展开大规模的业务合作，双方付款对接流程处于磨合阶段，以致出现少量金额的逾期情形；

d.上海移动、无锡移动、赣州移动、上饶移动、邵阳移动属于大型国有企业，付款审批流程相对较长，存在延迟付款情形。

B、2019 年 12 月 31 日

单位：万元

应收单位名称	应收账款余额	账龄	坏账准备金额	逾期金额	逾期时间	逾期账款回款金额	回款比例(%)	业务内容
上海寻梦（拼多多）	2,158.06	1 年之内	87.29	2,158.06	6 个月内	1,553.30	71.98	销售款
上海移动	1,418.98	1 年之内	53.35	1,418.98	9 个月内	1,418.98	100.00	返现酬金
	5.16	1 至 2 年	0.77	5.16	1 年以内	5.16	100.00	返现酬金
江西欣典	1,991.18	1 年之内	180.89	1,123.94	3 个月内	1,123.94	100.00	销售款
京东	2,385.87	1 年之内	96.50	188.69	3 个月内	188.69	100.00	销售款
邵阳移动	133.10	1 至 2 年	19.96	133.10	1 至 2 年	0.00	0.00	返现酬金
江宁移动	120.17	1 年之内	4.52	120.17	3 个月内	0.00	0.00	返现酬金
阿里巴巴	1,795.32	1 年之内	72.62	85.10	3 个月内	85.10	100.00	销售款
上海基分（趣头条）	173.72	1 年之内	7.03	78.75	3 个月内	78.75	100.00	销售款
中国联合网络通信有限公司深圳市分公司	79.80	1 年之内	7.25	70.46	3 个月内	70.46	100.00	销售款
上海佰颂物联网科技有限公司	76.37	1 年之内	3.09	74.27	9 个月内	74.27	100.00	销售款
合计	10,337.71	-	533.26	5,456.67		4,598.64	84.28	

2019 年，公司逾期主要客户如上表所见，具体原因如下：

a.客户上海寻梦逾期的原因系对方内部付款流程的变动，造成了付款审批周期的延长；

b.运营商上海移动逾期原因系其 2019 年 12 月汇款时将公司收款账号录入错误以致相关款项需要重新进行付款审批；

c.客户京东、上海基分的逾期原因系 2019 年双方初次建立业务合作，双方付款对

接流程处于磨合阶段，以致出现少量金额的逾期情形；

d.客户江西欣典、阿里巴巴、中国联合网络通信有限公司深圳市分公司、上海佰颂物联网科技有限公司由于其内部资金运转及审批流程的原因导致存在一定金额的逾期；

e.运营商邵阳移动、江宁移动属于大型国有企业，付款审批流程相对较长，存在延迟付款情形。

C、2018 年 12 月 31 日

单位：万元

应收单位名称	应收账款余额	账龄	坏账准备金额	逾期金额	逾期时间	逾期账款回款金额	回款比例(%)	业务内容
腾讯	1,591.01	1 年之内	79.55	333.16	3 个月内	333.16	100.00	销售款
邵阳移动	133.17	1 年之内	6.66	133.17	6 个月内	0.07	0.05	返现酬金
江宁移动	216.84	1 年之内	10.84	65.35	3 个月内	65.35	100.00	返现酬金
内江移动	76.16	1 年之内	3.81	51.46	6 个月内	51.46	100.00	返现酬金
瓜子汽车服务（天津）有限公司	61.51	1 年之内	3.08	42.46	3 个月内	42.46	100.00	销售款
北京顺智联科技发展有限公司	22.78	1 至 2 年	2.28	22.78	1 至 2 年	22.78	100.00	销售款
深圳平安讯科技术有限公司	19.95	1 年之内	1.00	19.95	3 个月内	19.95	100.00	销售款
中国联合网络通信有限公司深圳市分公司	98.19	1 年之内	4.91	15.26	3 个月内	15.26	100.00	销售款
昆明鼎众商务有限公司	15.88	1 年之内	0.79	12.68	3 个月内	12.68	100.00	销售款
北京如风达快递有限公司	5.63	1 年之内	0.28	3.44	3 个月内	0.00	0.00	销售款
合计	2,241.13		113.20	699.72		563.17	80.49	

2018 年，公司逾期主要客户如上表所见，具体原因如下：

a.客户腾讯、瓜子汽车服务（天津）有限公司、深圳平安讯科技术有限公司、北京如风达快递有限公司逾期原因系 2018 年双方初次建立业务合作，双方付款对接流程处于磨合阶段，以致出现少量金额的逾期情形；

b.客户中国联合网络通信有限公司深圳市分公司、北京顺智联科技发展有限公司、昆明鼎众商务有限公司由于其内部资金周转及审批流程的原因导致存在一定金额的逾期。

c.运营商邵阳移动、江宁移动、内江移动因属于大型国有企业，付款审批流程相对较长，存在延迟付款情形。

D、2017 年 12 月 31 日

单位：万元

应收单位名称	应收账款余额	账龄	坏账准备金额	逾期金额	逾期时间	逾期账款回款金额	回款比例(%)	业务内容
北京顺智联科技发展有限公司	47.51	1 年之内	2.38	47.51	3 个月内	47.51	100.00	销售款
德阳移动	14.05	1 年之内	0.70	14.05	3 个月内	14.05	100.00	返现酬金
昆明鼎众商务有限公司	11.64	1 年之内	0.58	4.81	3 个月内	4.81	100.00	销售款
深圳市融晟信息技术有限公司	3.91	1 年之内	0.20	1.51	3 个月内	1.51	100.00	销售款
厦门趣店科技有限公司	98.82	1 年之内	4.94	0.43	3 个月内	0.43	100.00	销售款
广州利百信息科技有限公司	2.11	1 年之内	0.11	0.26	3 个月内	0.25	100.00	销售款
深圳力活科技有限公司	0.33	1 年之内	0.02	0.17	3 个月内	0.17	100.00	销售款
合计	178.36		8.92	68.74		68.73	100.00	

2017 年，公司逾期主要客户如上表所见，具体原因如下：

a.北京顺智联科技发展有限公司由于其内部资金运转及审批流程的原因导致存在一定金额的逾期。

b.运营商德阳移动属于大型国有企业，付款审批流程长，存在延迟付款情况。

⑦坏账准备计提是否充分

公司上述逾期客户主要为下游行业知名直客客户、大型渠道客户，客户行业地位高、信誉良好，账龄主要在 1 年内，可回收性强，发生实际损失概率较低，公司已经根据《企业会计准则》相关要求充分足额计提了坏账准备。

截至 2019 年 12 月 31 日，邵阳移动逾期金额为 133.10 万元，逾期时间为 1-2 年。同时，2019 年公司对邵阳移动催收后有少量回款，经评估，公司认为该笔款项回收依然可控，可回收的不确定性并未明显增大，公司对其应收款项按照预期信用损失率计提了坏账准备，具体情况如下：

单位：万元

单位名称	应收账款余额	坏账计提金额	预期信用损失率	账龄
邵阳移动	133.10	19.96	15.00%	1-2 年

2020 年上半年，经多次催收，公司未得到回款时间的明确答复，截至 2020 年 6 月 30 日，该笔应收账款的账龄已延长至 2-3 年，结合公司历史运营商期后回款情况，该笔款项超过了合理回收期限，可回收的不确定性及损失风险明显增大，公司基于谨慎性原则，于 2020 年上半年对该笔应收款项的可回收性进行了审慎评估后对其单项按 100%计提了坏账准备，具体情况如下：

单位：万元

单位名称	应收账款余额	坏账计提金额	预期信用损失率	账龄
邵阳移动	133.10	133.10	100.00%	2-3 年

经核查，保荐机构、申报会计师认为：同行业公司中也存在长期未收回的酬金的情形；截至 2020 年 6 月 30 日应收邵阳移动款项账龄顺延至 2-3 年，已超过了合理回收期限，该笔应收款可回收性存在一定的不确定性，面临损失风险，公司采取了恰当的坏账计提方法，已针对其 100.00%单项计提坏账准备。

⑧第三方回款情况

报告期内，公司收到的第三方回款情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款（万元）	-	-	23.23	-
占营业收入比例（%）	-	-	0.05	-

公司第三方回款金额比例较小，系公司客户短暂存在的行为，具有真实的商业背景，第三方回款的客户与公司不存在关联关系。

（3）预付款项

①报告期内各期期末，公司预付款项余额分别为 3,743.68 万元、5,639.56 万元、8,503.73 万元和 7,185.04 万元，主要系采购短信而向供应商支付的短信款。报告期内，公司为扩展业务扩大供应商资源，期末保持一定金额的预付供应商短信采购款。

报告期末，预付款项余额前五名情况如下：

序号	公司名称	与公司关系	余额（万元）	占比（%）
1	无锡移动	非关联方	2,315.54	32.23
2	上海尔坤	非关联方	1,181.90	16.45

序号	公司名称	与公司关系	余额（万元）	占比（%）
3	河南优迅管家计算机科技有限公司	非关联方	1,006.78	14.01
4	雄安移动	非关联方	549.90	7.65
5	泸州移动	非关联方	535.63	7.45
合计		-	**5,589.75**	**77.80**

截至报告期末，公司无预付关联方款项。

②公司报告期内各期预付款项金额按照供应商类型如下：

单位：万元

供应商类型	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
运营商	4,373.27	6,626.86	5,225.42	3,574.12
第三方供应商	2,718.98	1,802.83	345.65	149.29
其他	92.79	74.04	68.49	20.27
合计	7,185.04	8,503.73	5,639.56	3,743.68

注：其他系预付费用相关款项。

③报告期各期末，公司预付账款余额前五大如下：

A、2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月

单位：万元/%

序号	单位名称	期末余额	当期采购金额	预付款项占比	当期采购结转金额	结转比例	采购内容	结算条款
1	无锡移动	2,315.54	4,387.29	52.78	5,138.97	117.13	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
2	上海尔坤	1,181.90	9,500.00	12.44	9,025.05	95.00	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
3	河南优迅管家计算机科技有限公司	1,006.78	1,820.00	55.32	945.60	51.96	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
4	雄安移动	549.90	2,825.00	19.47	2,697.18	95.48	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
5	泸州移动	535.63	-	-	381.24	-	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
合计		5,589.75	18,532.29	30.16	18,188.04	98.14		

注：当期采购金额为当期付款金额；当期结转金额为当期结转为不抵减返现酬金前的结算金额。（下同）

B、2019 年 12 月 31 日/2019 年

单位：万元/%

序	单位名称	期末余额	当期采购	预付款项	当期采购	结转比例	采购	结算条款

号			金额	占比	结转金额		内容	
1	无锡移动	3,420.32	12,318.92	27.76	9,556.81	77.58	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
2	上海尔坤	1,179.59	7,200.00	16.38	5,819.47	80.83	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
3	泸州移动	916.88	6.05	15,144.07	533.09	8,805.13	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
4	雄安移动	537.88	1,150.00	46.77	577.47	50.21	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
5	青岛移动	405.29	888.00	45.64	454.19	51.15	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
合计		6,459.95	21,562.97	29.96	16,941.03	78.57		

C、2018 年 12 月 31 日/2018 年

单位：万元/%

序号	单位名称	期末余额	当期采购金额	预付款项占比	当期采购结转金额	结转比例	采购内容	结算条款
1	泸州移动	1,533.92	2,591.98	59.18	1,121.05	43.25	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
2	无锡移动	1,382.46	9,377.48	14.74	6,885.10	73.42	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
3	石家庄移动	1,238.51	7,370.00	16.80	6,233.17	84.57	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
4	内江移动	333.02	1,368.44	24.34	1,252.45	91.52	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
5	常德移动	197.76	1,990.30	9.94	1,792.54	90.06	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
合计		4,685.66	22,698.20	20.64	17,284.31	76.15		

D、2017 年 12 月 31 日/2017 年

单位：万元/%

序号	单位名称	期末余额	当期采购金额	预付款项占比	当期采购结转金额	结转比例	采购内容	结算条款
1	邵阳移动	1,900.00	1,900.00	100.00	-	-	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
2	沈阳移动	597.42	5,163.67	11.57	4,273.96	82.77	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
3	石家庄移动	492.82	857.15	57.50	343.71	40.10	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
4	内江移动	254.17	320.00	79.43	65.83	20.57	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
5	自贡移动	192.80	225.00	85.69	32.20	14.31	短信资源	根据消耗情况进行对账结算
合计		3,437.22	8,465.82	40.60	4,715.70	55.70		

④预付款项减值准备

报告期内各期期末，公司预付款项余额分别为 3,743.68 万元、5,639.56 万元、

8,503.73 万元和 7,185.04 万元。公司预付款项主要系根据供应商的销售政策、合作要求，综合自身经营情况、现金流安排，对不同供应商预付的短信采购款。报告期内，公司为持续开拓业务、扩大自身供应商资源和获取较为优惠的供应商销售政策，各期期末保持一定金额的预付供应商短信采购款。

公司存在预付款项的供应商主要为电信运营商及行业内规模较大、信誉较优的第三方供应商。报告期内，公司与预付款项涉及的供应商均能保持良好的关系，未发生坏账或无法消耗使用的情形。

报告期各期末，公司按“最近一期的平均销售单价×（1-营业税金及附加率-销售费用率）”与各预付供应商约定采购单价孰低测算预付款项是否存在减值风险。经计算分析，报告期内公司预付账款余额不存在减值风险。

根据同行业可比上市公司公开信息，同行业可比上市公司预付账款均未计提减值，因此，公司未计提预付账款减值符合行业惯例。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：公司预付账款余额的增长与公司实际的业务规模需求变动是相符的，公司预付账款不存在因无法使用导致损失及因可变现净值低于成本导致的减值风险且符合行业惯例、因此公司未对预付账款计提减值准备存在合理性。

⑤部分运营商预付款消耗较慢的原因

A、截至 2019 年 12 月 31 日，公司账龄超过 1 年的主要预付款项列示如下：

单位：万元

供应商名称	金额	占期末预付款项的比例（%）	1 年以内	1-2 年
泸州移动	916.88	10.78	6.05	910.82
内江移动	333.02	3.92	-	333.02
合计	1,249.89	14.70	6.05	1,243.84

虽然泸州移动和内江移动的预付款项消耗较慢，但目前仍在正常业务合作中。2020 年 1-6 月，其预付款项结转消耗情况如下：

单位：万元

供应商名称	2019 年末预付款项余额	2020 年 1-6 月采购金额	消耗结转比例（%）
泸州移动	916.88	381.24	41.58
内江移动	333.02	141.59	42.52
合计	1,249.89	522.83	41.83

B、截止 2020 年 6 月 30 日，公司账龄超过 1 年的主要预付款项列示如下：

单位：万元

供应商名称	预付款项余额	占期末预付款项的比例（%）	1 年以内	1-2 年
泸州移动	535.63	7.45	4.91	530.73
内江移动	179.19	2.49	45.09	134.10
常德移动	123.07	1.71	-	123.07
合计	837.89	11.66	50.00	787.89

公司账龄超过 1 年的主要预付款项期后消耗结转情况如下：

单位：万元

供应商名称	2020 年 6 月末预付款项余额	2020 年 7 月采购金额	消耗结转比例（%）
泸州移动	535.63	88.72	16.56
内江移动	179.19	-	-
常德移动	123.07	-	-
合计	837.89	88.72	10.59

注：2020 年 7 月份数据系未审数

由上表可见，公司预付款消耗较慢的运营商主要有泸州移动、内江移动和常德移动。原因系上述运营商对短信发送内容的要求进行了调整，公司通过上述三家运营商发送模板化程度较高的短信。随着公司大型直客客户短信发送量的增加，客户对于短信发送内容的需求愈发多样化，为保证大型客户的发送成功率和及时性，提高大型客户服务满意度，公司优先将该类大型客户短信需求匹配提交到格式化要求低、效率更高的运营商通道。对于内容变化较小、短信格式相对单一的客户群体，公司会适当选择通过上述运营商进行发送消耗，故公司对于上述三家运营商的预付款项消耗较慢。

2020 年 1-6 月，泸州移动、内江移动的消耗结转比例分别为 41.58%、42.52%，2020 年 7 月，泸州移动、内江移动、常德移动的消耗结转比例分别为 16.56%、0.00%、0.00%，上述三家公司属大型国有企业，资金实力与商业信誉较好，报告期内，公司与预付款项涉及的供应商均能保持良好的关系，未发生坏账或无法消耗使用的情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为:公司部分运营商预付款消耗较慢的原因合理，预付款项并未出现不可回收的迹象，相关款项的可结转回收性良好。

（4）其他应收款

①其他应收款基本情况

报告期内各期期末，公司其他应收款账面价值分别为 171.08 万元、377.09 万元、737.19 万元和 830.53 万元，主要系备用金、押金和保证金等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
押金和保证金	829.32	739.12	382.24	172.35
备用金	38.44	30.68	9.81	4.15
其他	6.48	6.18	4.89	3.58
账面余额合计	**874.24**	**775.99**	**396.94**	**180.08**
减：坏账准备	43.71	38.80	19.85	9.00
账面价值合计	**830.53**	**737.19**	**377.09**	**171.08**

报告期内，随着电信运营商数量的增加和业务规模的扩大，支付电信运营商押金和保证金随之增长，导致期末其他应收款有所增长。

报告期末，其他应收款账面余额前五名均为电信运营商，系应收电信运营商押金和保证金，具体情况如下：

公司名称	与公司关系	账面余额（万元）	占账面余额的比例（%）
石家庄移动	非关联方	110.00	12.58
无锡移动	非关联方	100.00	11.44
泉州移动	非关联方	61.20	7.00
延安移动	非关联方	50.60	5.79
雄安移动	非关联方	40.00	4.58
江门移动	非关联方	40.00	4.58
合计	**-**	**401.80**	**45.96**

截至报告期末，公司无对关联方的其他应收款。

②押金和保证金的具体性质、用途和增加的合理性

报告期内各期末，公司押金和保证金的具体性质和用途如下：

具体用途	2020 年 06 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	余额（万元）	增幅（%）	余额（万元）	增幅（%）	余额（万元）	增幅（%）	余额（万元）
押金和保证金	829.32	12.20	739.12	93.37	382.24	121.78	172.35
其中：合作保证金	772.90	8.67	711.22	94.75	365.20	126.83	161.00
房屋租赁与水电押金	56.42	102.26	27.90	63.70	17.04	50.14	11.35

公司押金和保证金主要为公司向电信运营商及客户支付的合作保证金，用于业务的

开拓和持续，占押金和保证金的比例分别为 93.41%、95.54%、96.23%和 93.20%，其余为公司向房屋出租方和物业支付的房屋租赁和水电押金。

报告期内，公司押金和保证金金额逐年大幅增加的原因如下：

A、2017-2019 年，随着公司业务规模快速增长，公司供应商数量从约 50 家上升至约 90 家，客户数量从约 120 家上升至约 300 家，2020 年上半年，公司供应商数量和客户数量较去年同期分别增加约 30 家和约 50 家，因此公司需要支付合作保证金的电信运营商及客户数量相应地从不足 10 家上升至 40 余家，导致押金和保证金中的合作保证金呈上升趋势；

B、报告期内，公司于各地开立子公司、分公司，房屋租赁数量增加，且公司根据合同约定于 2020 年 1 月支付本部租赁房屋的后续保证金，因此公司支付给房屋出租方和物业的房屋租赁和水电押金相应增长。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人押金和保证金金额逐年增加存在合理性。

③按账龄分布的其他应收款余额结构

单位：万元

日　期	款项性质	期末余额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5 年以上
2020 年 6 月 30 日	押金和保证金	829.32	399.77	156.05	138.87	130.97	3.65
	备用金	38.44	38.44	-	-	-	-
	其他	6.48	6.48	-	-	-	-
	合计	874.24	444.69	156.05	138.87	130.97	3.65
2019 年 12 月 31 日	押金和保证金	739.12	389.74	209.38	122.37	13.97	3.65
	备用金	30.68	30.68	-	-	-	-
	其他	6.18	6.18	-	-	-	-
	合计	775.99	426.60	209.38	122.37	13.97	3.65
2018 年 12 月 31 日	押金和保证金	382.24	219.89	144.72	3.97	10.01	3.65
	备用金	9.81	9.81	-	-	-	-
	其他	4.89	4.89	-	-	-	-
	合计	396.94	234.59	144.72	3.97	10.01	3.65
2017 年 12 月 31 日	押金和保证金	172.35	154.72	3.97	10.00	3.65	-
	备用金	4.15	4.15	-	-	-	-

	其他	3.58	3.58	-	-	-	-
	合计	180.08	162.45	3.97	10.00	3.65	-

（5）其他流动资产

报告期内各期期末，公司其他流动资产分别为 233.79 万元、331.72 万元、637.82 万元和 791.17 万元，主要系待抵扣、待认证进项税及支付发行股票中介费。

2、非流动资产

报告期内各期期末，公司非流动资产情况如下：

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
固定资产	1,024.32	68.36%	710.19	66.76	461.42	76.63	275.72	75.52
无形资产	25.04	1.67%	1.02	0.10	1.37	0.23	1.71	0.47
长期待摊费用	187.55	12.52%	216.96	20.40	33.63	5.59	46.25	12.67
递延所得税资产	261.41	17.45%	135.59	12.75	105.71	17.56	41.39	11.34
合计	**1,498.32**	**100.00%**	**1,063.75**	**100.00**	**602.13**	**100.00**	**365.06**	**100.00**

（1）固定资产

报告期内各期期末，公司固定资产余额的构成情况如下：

项目	2020 年 6 月 30 日			
	原值（万元）	累计折旧（万元）	账面价值（万元）	财务成新率（%）
电子设备	707.33	165.92	541.42	76.54%
运输工具	730.56	338.24	392.32	53.70%
其他	115.18	24.59	90.59	78.65%
合计	**1,553.08**	**528.76**	**1,024.32**	**65.95%**
项目	**2019 年 12 月 31 日**			
	原值（万元）	**累计折旧（万元）**	**账面价值（万元）**	**财务成新率（%）**
电子设备	463.52	123.73	339.79	73.31
运输工具	539.02	269.26	269.76	50.05
其他	114.57	13.93	100.64	87.84
合计	**1,117.11**	**406.92**	**710.19**	**63.57**
项目	**2018 年 12 月 31 日**			

	原值（万元）	累计折旧（万元）	账面价值（万元）	财务成新率（%）
电子设备	269.65	51.79	217.86	80.79
运输工具	392.71	160.73	231.98	59.07
其他	21.67	10.09	11.58	53.43
合计	**684.03**	**222.61**	**461.42**	**67.46**
项目	**2017 年 12 月 31 日**			
	原值（万元）	**累计折旧（万元）**	**账面价值（万元）**	**财务成新率（%）**
电子设备	76.31	28.83	47.48	62.22
运输工具	293.44	80.66	212.78	72.51
其他	21.67	6.22	15.45	71.32
合计	**391.42**	**115.71**	**275.72**	**70.44**

公司固定资产主要系电子设备和运输工具，结构较为合理，与公司主营业务特点相适应。截至报告期末，公司固定资产整体财务成新率为 65.95%。

截至报告期末，公司各类固定资产使用状态良好，无明显迹象表明固定资产存在减值迹象，故未计提减值准备。

公司电子设备中的服务器及其配套设备与公司短信业务有一定关联度，公司的服务器及其配套设备与短信业务的匹配情况如下：

单位：万元/百万条

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
服务器及配套设备账面价值	498.04	296.15	184.52	25.05
短信销售数量	18,650.45	25,302.63	19,855.86	9,015.70

报告期内，随着公司业务规模的扩大，公司短信销售数量不断上涨，相应的公司配备的服务器及其配套设备账面价值也增长；公司服务器及配套设备的分布与公司技术及生产特点、经营规模变化、业务发展等因素一致。

（2）无形资产

报告期内各期期末，公司无形资产的账面价值分别为 1.71 万元、1.37 万元、1.02 万元和 25.04 万元，均为软件。

（3）长期待摊费用

报告期内各期期末，公司长期待摊费用余额分别为 46.25 万元、33.63 万元、216.96

万元和 187.55 万元，主要系办公室装修费。

（4）递延所得税资产

报告期内各期期末，公司已确认的递延所得税资产金额分别为 41.39 万元、105.71 万元、135.59 万元和 261.41 万元，均系资产减值准备产生。

3、资产减值准备计提情况

报告期内各期期末，公司的资产减值准备余额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款坏账准备	1,229.28	722.37	456.51	163.85
其他应收款坏账准备	43.71	38.80	19.85	9.00
合计	**1,272.99**	**761.17**	**476.36**	**172.85**

报告期各期期末，公司应收账款和其他应收款坏账准备金额分别为 172.85 万元、476.36 万元、761.17 万元和 1,272.99 万元，坏账准备计提充分。

报告期内各期期末，公司拥有的固定资产、无形资产等均不存在资产减值情况，因此未提取资产减值准备。

十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债结构

1、负债结构

报告期内各期期末，公司负债的主要构成情况如下：

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动负债	**10,883.89**	**99.88**	**6,641.23**	**99.77**	**2,655.95**	**99.20**	**3,745.36**	**100.00**
短期借款	5,507.15	50.54	3,504.88	52.65	1,000.00	37.35	-	-
应付账款	4,151.91	38.10	1,994.81	29.97	647.50	24.18	2,904.86	77.56
预收款项	-	-	168.08	2.52	98.20	3.67	25.20	0.67
合同负债	310.49	2.85	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	243.87	2.24	206.14	3.10	200.74	7.50	97.57	2.61
应交税费	638.13	5.86	758.29	11.39	697.49	26.05	690.67	18.44

其他应付款	32.33	0.30	9.04	0.14	12.02	0.45	27.06	0.72
其中：应付利息	-	-	-	-	1.44	0.05	-	-
非流动负债	**12.54**	**0.12**	**15.48**	**0.23**	**21.38**	**0.80**	**-**	**-**
递延所得税负债	12.54	0.12	15.48	0.23	21.38	0.80	-	-
合计	**10,896.42**	**100.00**	**6,656.72**	**100.00**	**2,677.32**	**100.00**	**3,745.36**	**100.00**

报告期内各期期末，公司负债主要由短期借款、应付账款、预收款项、合同负债、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款等流动负债构成。

2、主要流动负债

（1）短期借款

报告期各期期末，公司短期借款金额分别为 0.00 万元、1,000.00 万元、3,504.88 万元和 5,507.15 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保证借款	5,500.00	3,500.00	1,000.00	-
应计利息	7.15	4.88	-	-
合计	**5,507.15**	**3,504.88**	**1,000.00**	**-**

截至 2020 年 6 月 30 日，公司银行借款情况如下：

序号	合同号	银行	借款单位	金额（万元）	借款期限	年利率	利息费用（万元）
1	07800LK199IANJN	宁波银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.11-2020.12.10	4.785%	1.33
2	07800LK199IEIDL	宁波银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.23-2020.12.23	4.785%	1.33
3	JK023819001021	江苏银行无锡太湖新城支行	线上线下	500.00	2019.12.18-2020.12.10	4.785%	0.66
4	84012019281755	上海浦东发展银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.24-2020.12.24	5.22%	1.45
5	HTZ320618900LDZJ202000007	建设银行无锡蠡湖支行	线上线下	1,000.00	2020.3.13-2021.3.13	4.00%	1.11
6	2020030100LJB20050	江阴农商行无锡分行	线上线下	1,000.00	2020.3.20-2020.9.19	4.55%	1.26

注：此处利息费用是指上述银行借款截至 2020 年 6 月 30 日的应付利息

截至 2020 年 6 月 30 日，公司不存在关联方借款、合同承诺债务、或有负债等债务情况。

（2）应付账款

①报告期内各期期末，公司应付账款余额分别为 2,904.86 万元、647.50 万元、1,994.81 万元和 4,151.91 万元，占负债总额比重分别为 77.56%、24.18%、29.97%和 38.10%，主要为应付供应商的短信采购款。2018 年末公司应付账款金额较 2017 年末减少 2,257.36 万元，主要系支付短信采购款所致；2019 年末公司应付账款金额较 2018 年末增加 1,347.31 万元，主要系随着采购规模的扩大，相应的短信采购款增长所致；2020 年 6 月末相较 2019 年末增值 2,157.10 万元，主要系以应付模式结算的运营商金额及占比提升。

截至报告期末，公司无应付关联方款项。

②报告期各期末，公司对同一供应商既存在应付账款又有预付款项或应收款项的情形，具体如下：

单位：万元

期间	供应商名称	应付账款		应收账款		预付账款	
		金额	款项性质	金额	款项性质	金额	款项性质
2020.6.30	上海移动	982.87	采购款	743.89	业务酬金	-	-
2020.6.30	烟台移动	377.89	采购款	75.58	业务酬金	-	-
2020.6.30	上饶移动	116.15	采购款	200.31	业务酬金	-	-
2019.12.31	泉州移动	195.89	采购款	213.67	业务酬金	-	-
2019.12.31	岳阳移动	14.73	采购款	86.14	业务酬金	-	-
2018.12.31	上海移动	25.78	采购款	5.16	业务酬金	-	-
2018.12.31	岳阳移动	19.26	采购款	429.13	业务酬金	-	-
2017.12.31	无锡移动	694.47	采购款	197.33	业务酬金	3.53	宽带费
2017.12.31	德阳移动	23.32	采购款	14.05	业务酬金	-	-
2017.12.31	西藏移动	1,716.08	采购款	248.75	业务酬金	-	-

公司应付运营商烟台移动、上饶移动、泉州移动、岳阳移动、上海移动、无锡移动、德阳移动和西藏移动的款项系运营商采购款项，公司应收运营商款项系业务酬金，除此之外，无锡移动存在少量预付款项为宽带费。根据合同约定，采购款、酬金返还需分别进行结算，因此账面存在同一供应商既有应付账款又有应收款项的情形。

相关具体会计处理和财务报表相关科目披露口径如下：

由于公司酬金的实质为短信资源采购的返还，因此公司在核算上酬金按对应的消耗期间冲减主营业务成本。采购款和酬金返还的具体会计核算及财务报告相关披露科目如

下：

A、采购款

借：主营业务成本-短信采购成本

贷：应付账款

B、酬金返还

借：应收账款

贷：主营业务成本-短信采购成本

上述采购款和酬金的会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：发行人报告期内对同一供应商存在既有应付账款又有预付款项或应收款项的情形的会计处理和财务报表相关科目的披露口径，符合《企业会计准则》的相关要求。

③应付账款信用期等情况

公司短信、流量资源采购的结算方式主要包括应付模式及预付模式。在应付模式下，根据公司与供应商合作协议约定的结算信用期通常为 30 天，报告期内未发生明显变动，公司依据合同约定，在对账结算后按约定的信用期进行付款。

根据部分供应商的销售政策，采取预付模式可以获得较低的采购单价，为了有效降低采购成本，公司逐渐采用预付模式为主的结算方式。报告期内结算方式发生变化的主要供应商列示如下：

供应商名称	结算方式			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
无锡移动	预付模式	预付模式	预付模式	应付模式
上海移动	应付模式	预付模式	应付模式	未合作
厦门朝鹭	应付模式	预付模式	应付模式	未合作
江门移动	应付模式	预付模式	应付模式	未合作
青岛电信	应付模式	预付模式	预付模式	未合作
德阳移动	预付模式	预付模式	预付模式	应付模式
北京鼎元智业科技有限公司	未合作	应付模式	应付模式	预付模式

成都亿云通信息技术有限公司	未合作	未合作	应付模式	预付模式
福建讯禾华翎信息科技有限公司	预付模式	应付模式	未合作	未合作
内江联通	应付模式	预付模式	未合作	未合作
开封移动	预付模式	应付模式	未合作	未合作

2017 年至 2019 年，公司以预付模式占当期短信业务采购的比例分别为 36.53%、66.55%和、67.75%，呈现上升趋势；2020 年 1-6 月公司以预付模式占当期短信业务采购的比例为 56.25%，较上年有所下降，主要系当期运营商以应付模式采购的占比上升所致。各期末预付账款余额情况如下：

单位：万元

期间	业务	结算模式	结算金额	占当期同类业务采购的比例	应付账款余额	预付账款余额
2020 年 1-6 月	短信业务	应付模式	17,249.35	43.75%	4,151.91	--
		预付模式	22,175.54	56.25%	--	7,185.04
2019 年度	短信业务	应付模式	16,290.69	32.25%	1,994.81	-
		预付模式	34,221.48	67.75%	-	8,503.73
2018 年度	短信业务	应付模式	14,545.46	33.45%	647.50	-
		预付模式	28,937.56	66.55%	-	5,639.56
2017 年度	短信业务	应付模式	14,102.99	63.47%	2,133.97	-
		预付模式	8,117.27	36.53%	-	3,743.68
	流量业务	应付模式	770.90	43.16%	770.90	-
		预付模式	1,015.17	56.84%	-	-

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内，供应商向发行人提供的信用期较为稳定，应付账款付款安排符合约定，各期期末预付账款和应付账款变动符合经营实际。

④应付账款占相关结算金额比例变动的原因

报告期内，公司各期末应付账款占相关结算金额比例如下表所示：

期间	业务	结算模式	结算金额（万元）	应付账款余额（万元）	占比	应付账款周转天数
2020 年 1-6 月	短信业务	应付模式	17,249.35	4,151.91	24.07%	32.07
2019 年度	短信业务	应付模式	16,290.69	1,994.81	12.25%	29.20
2018 年度	短信业务	应付模式	14,545.46	647.50	4.45%	34.42
2017 年度	短信业务	应付模式	14,102.99	2,133.97	15.13%	51.00
	流量业务	应付模式	770.90	770.90	100.00%	-

注：结算金额为未抵减返现酬金的结算款

报告期内随着公司业务规模的提高及基于成本效益原则，公司采购结算模式由应付

模式为主向预付模式为主逐渐转变。公司报告期各期末应付账款占相关结算金额比例变动原因如下：

A、短信业务

报告期各期末应付账款余额占应付模式下短信业务结算金额的比例分别为 15.13%、4.45%、12.25%和 24.07%，呈现先降后升的变化趋势。2017 年占比较高的原因为公司尚未支付西藏移动当年年末确认的采购款所致，该款项于 2018 年全部结清；2018 年占比下降主要系公司 11、12 月主要以预付模式下的采购为主，应付模式采购下降以致期末应付账款余额下降；2019 年末及 2020 年 6 月末占比上升的主要原因为公司对应付模式结算的部分供应商期末采购上升所致。

B、流量业务

公司仅在 2017 年开展了流量业务，2017 年末应付采购款与采购额相匹配，并于次年结清。

公司报告期内应付账款周转天数分别为 51.00 天、34.42 天、29.20 天和 32.07 天，其中 2017 年应付账款周转时间较长主要原因包括：a、2017 年初，公司应付无锡移动尚在信用期内的 2016 年 12 月的采购款金额较大；b、2017 年末尚未支付西藏移动当年年末确认的采购款。受上述影响导致公司应付账款周转天数计算结果较大。

除 2017 年外，公司 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月应付账款周转率为 34.42 天、29.20 天和 32.07 天，基本符合应付模式下信用期的约定，因此，公司应付账款平均付款时间基本与合同约定相符，报告期内相对稳定，不存在明显缩短。

随着公司预付模式采购规模提升，公司报告期内各期末预付账款余额分别为 3,743.68 万元、5,639.56 万元、8,503.73 万元和 7,185.04 万元。报告期内不同结算方式下短信业务的采购情况列示如下：

期间	业务	结算模式	采购金额（万元）	占当期同类业务采购的比例	采购单价（分/条、分/兆）
2020 年 1-6 月	短信业务	应付模式	15,990.42	43.20%	2.17
		预付模式	21,025.06	56.80%	1.87
2019 年度	短信业务	应付模式	14,806.59	34.32%	1.96
		预付模式	28,333.54	65.68%	1.60
2018 年度	短信	应付模式	12,401.47	34.05%	1.94

期间	业务	结算模式	采购金额（万元）	占当期同类业务采购的比例	采购单价（分/条、分/兆）
2020 年 1-6 月	短信业务	应付模式	15,990.42	43.20%	2.17
		预付模式	21,025.06	56.80%	1.87
	业务	预付模式	24,022.54	65.95%	1.79
2017 年度	短信业务	应付模式	11,960.47	61.38%	2.09
		预付模式	7,526.51	38.62%	2.32

报告期内，公司以预付模式与供应商结算的比例分别为 38.62%、65.95%、65.68%和 56.80%，整体呈上升趋势，主要原因为公司与供应商采取预付模式能够帮助其符合供应商较为优惠的销售政策，获得较低的采购单价，公司与大多数供应商逐渐采用预付模式结算。

综上分析，公司报告期各期末公司预付款项金额较大的原因与公司以预付模式采购规模的增长相关，与公司的实际经营情况相符。

公司报告期内经营活动产生的现金流量净额分别为 765.27 万元、-4,229.77 万元、-542.64 万元和 195.80 万元，其中预付账款余额变动导致经营活动现金流出分别为 3,743.68 万元、1,895.88 万元、2,864.17 万元和-1,318.69 万元，因此，采取预付模式采购额增长，对公司资金安排造成一定的压力。

报告期各期末，公司预付款项余额前五大情况列示如下：

单位：万元

年度	单位名称	预付款项期末余额	占当期期末预付款项比例（%）	是否当年新增供应商	新增原因	截至 2020 年 7 月消耗结转比例（%）【注】
2020 年 1-6 月	无锡移动	2,315.54	32.23	否	-	97.25
	上海尔坤	1,181.90	16.45	否	-	100.00
	河南优迅管家计算机科技有限公司	1,006.78	14.01	否	-	85.48
	雄安移动	549.90	7.65	否	-	81.20
	泸州移动	535.63	7.45	否	-	16.56
	小计	5,589.75	77.80			86.40
2019 年	无锡移动	3,420.32	40.22	否	-	100.00
	上海尔坤	1,179.59	13.87	否	-	100.00
	泸州移动	916.88	10.78	否	-	51.26
	雄安移动	537.88	6.33	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	青岛移动	405.29	4.77	是	本年新开拓电	100.00

					信运营商	
	小计	6,459.95	75.97			93.08
2018 年	泸州移动	1,533.92	27.20	否	-	65.39
	无锡移动	1,382.46	24.51	否	-	100.00
	石家庄移动	1,238.51	21.96	否	-	100.00
	内江移动	333.02	5.91	否	-	42.52
	常德移动	197.76	3.51	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	小计	4,685.66	83.09			84.59
2017 年	邵阳移动	1,900.00	50.75	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	沈阳移动	597.42	15.96	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	石家庄移动	492.82	13.16	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	内江移动	254.17	6.79	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	自贡移动	192.80	5.15	是	本年新开拓电信运营商	100.00
	小计	3,437.22	91.81			100.00

注：期末预付账款前五大的消耗结转比例截止到 2020 年 7 月的数据系未审数。

报告期各期末，公司前五大预付款项单位占当年末预付款项余额的比例为 91.81%、83.09%、75.97%和 77.80%，预付款项前五大中当年新增的供应商均为公司根据业务需要新开拓的电信运营商，公司前五大预付款供应商期后消耗结转比例较高。

报告期内，公司预付账款的支付均通过对公账户转账付款，不存在预付给个人的情形；预付对象基本为电信运营商或行业内知名度较高、商业信誉较好的第三方供应商，公司与预付款项的对象不存在关联关系，公司与预付款项涉及的供应商均能保持良好的业务合作关系，不存在资金风险。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司各期期末应付账款占相关结算金额比例变动的原因系当期应付模式下采购规模的变动所致，公司报告期内应付账款平均付款时间与合同约定基本相符，随着公司结转模式的变化，采取预付模式采购额增长，对公司资金安排造成一定的压力。

（3）预收款项

报告期内各期期末，公司预收款项余额分别为 25.20 万元、98.20 万元、168.08 万元和 0.00 万元，主要为预收客户货款。2018 年末和 2019 年末公司预收账款金额有所增加，主要系以预收货款结算的客户增加所致。2020 年 6 月末不存在预收款项主要系受执行新收入准则影响，相关款项重分类至合同负债所致。

（4）合同负债

2020 年 6 月末，公司合同负债余额为 310.49 万元，主要为预收客户货款。

（5）应付职工薪酬

报告期内各期期末，应付职工薪酬余额分别为 97.57 万元、200.74 万元、206.14 万元和 243.87 万元，主要系各期末已计提但尚未发放的薪酬，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
短期薪酬	243.87	198.53	194.81	93.73
离职后福利-设定提存计划	-	7.61	5.93	3.84
合计	**243.87**	**206.14**	**200.74**	**97.57**

①员工基本工资和奖金构成

报告期内销售人员、管理人员、研发人员的基本工资和奖金构成情况如下：

类别	项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
销售人员	基本工资及津贴	255.21	53.61%	462.41	79.83%	249.33	73.02%	119.62	86.71%
	奖金	220.81	46.39%	116.80	20.17%	92.13	26.98%	18.34	13.29%
	合计	476.03	100.00%	579.21	100.00%	341.45	100.00%	137.96	100.00%
管理人员	基本工资及津贴	143.08	100.00%	280.90	95.14%	197.98	86.29%	102.54	92.16%
	奖金	-	-	14.34	4.86%	31.45	13.71%	8.72	7.84%
	合计	143.08	100.00%	295.23	100.00%	229.42	100.00%	111.26	100.00%
研发人员	基本工资及津贴	170.61	100.00%	333.68	95.14%	211.55	93.01%	71.67	92.80%
	奖金	-	-	17.03	4.86%	15.91	6.99%	5.56	7.20%
	合计	170.61	100.00%	350.72	100.00%	227.46	100.00%	77.23	100.00%

报告期内各期，随公司业务规模扩大，公司计提销售人员、管理人员及研发人员的基本工资及津贴金额呈上升趋势；2019 年公司管理人员的奖金较上期下降，主要系 2019 年公司管理级别人员未达到 2019 年度原定经营目标所致；公司 2020 年 1-6 月销售人员奖金 220.81 万元，较上年同期增长 346.97%，主要系本期销售收入较上年同期大幅增长，销售人员业绩奖金相应提高；本期未计提管理人员及研发人员奖金，主要系年终奖系年终计提。

②公司薪资水平与同行业可比公司比较

报告期内，公司平均薪资水平与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中嘉博创	-	7.96	8.19	7.05
梦网集团	9.36	22.46	16.59	13.85
银之杰	-	14.66	14.44	12.46
吴通控股	-	24.07	24.57	16.38
京天利	-	23.40	24.24	21.14
行业平均值	9.36	18.51	17.61	14.18
线上线下	9.20	17.73	16.21	11.74

注：（1）可比上市公司当期平均工资=“应付职工薪酬”当期的增加额/（期初和期末员工数的均值），相关数据来源于公司公告；（2）中嘉博创大部分员工来自子公司长实通信，长实通信主要从事通信网络维护，通信铁塔维护服务，通信网络优化工程业务，主要员工为生产人员，工资水平相对较低；（3）线上线下平均工资=当期薪酬总额/(∑各月发放工资员工数/当期月数)；（4）中嘉博创、银之杰、吴通控股、京天利未披露 2020 年 6 月末员工人数，故无法计算其当期平均工资。

报告期内公司整体平均工资分别为 11.74 万元、16.21 万元、17.73 万元和 9.20 万元，呈现整体上升趋势。报告期内，与同行业上市公司平均工资水平相比，基本持平，不存在大幅低于同行业上市公司员工工资的情况。2017-2019 年，公司人均薪酬略低于梦网集团、吴通控股、京天利，主要原因系：（1）公司目前规模相对较小，可比同行业上市公司业务规模大多高于公司，且上市公司薪酬体系更为完善；（2）梦网集团与银之杰公司主要经营场所均位于广东省深圳市，京天利主要经营场所均位于北京市，与公司所在地无锡市相比，深圳市、北京市平均工资水平相对较高。

③公司薪资水平与同地区平均工资比较

报告期内，公司平均薪资水平与同地区平均工资对比情况如下：

单位：万元

区域		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
无锡市	城镇私营单位就业人员平均工资	未披露	6.14	5.64	4.91
	线上线下	7.79	17.55	16.23	12.40
上海市	城镇私营单位就业人员平均工资	未披露	6.42	5.71	5.20
	线上线下	20.39	24.52	23.07	-
深圳市	城镇私营单位就业人员平均工资	未披露	7.02	6.36	5.93

	线上线下	8.97	20.92	19.52	14.73
新疆维吾尔自治区	城镇私营单位就业人员平均工资	未披露	未披露	4.18	4.00
	线上线下	4.60	9.26	8.32	7.78

注：（1）上海市、新疆维吾尔自治区城镇私营单位就业人员年平均工资来源于国家统计局，无锡市城镇私营单位就业人员平均工资数据来源为无锡市统计局；深圳市城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源于深圳市统计局；（2）上海禹圭于 2018 年 3 月成立，故无 2017 年线上线下上海地区平均工资数据；（3）2019 年新疆地区及 2020 年 1-6 月各地区平均工资数据未公布。

由上表可知，发行人各地区员工工资水平高于当地平均工资，具备一定的竞争力。

④报告期内，公司员工数量变化、人均薪酬水平及应付职工薪酬余额情况如下：

单位：万元

项目	2020/6/30	两期变动	2019/12/31	两期变动	2018/12/31	两期变动	2017/12/31
应付职工薪酬余额	243.87	18.31%	206.14	2.69%	200.74	105.74%	97.57
其中：应付工资及社保余额	136.72	-2.81%	140.67	39.12%	101.12	61.66%	62.55
应付奖金余额	107.16	63.69%	65.46	-34.29%	99.62	184.45%	35.02
期末员工人数	118	9.26%	108	28.57%	84	33.33%	63
最后一个月人均薪酬	2.07	8.28%	1.91	-20.13%	2.39	54.30%	1.55
其中：人均工资及社保	1.16	-11.05%	1.30	8.20%	1.20	21.25%	0.99
人均奖金	0.91	49.82%	0.61	-48.89%	1.19	113.34%	0.56

报告期内各期期末，公司应付职工薪酬余额分别为 97.57 万元、200.74 万元、206.14 万元和 243.87 万元。

2018 年末应付职工薪酬余额较 2017 年末增长 105.74%，主要系：①公司 2018 年销售收入较 2017 年大幅增长 66.20%，人均工资社保及奖金均有提升；②2018 年末员工人数较 2017 年末增长 33.33%。

2019 年末员工人数较 2018 年末增长 28.57%，而 2019 年末应付职工薪酬余额较 2018 年末仅增长 2.69%，主要系公司管理级别人员未达到 2019 年度原定经营目标，当期末应付奖金余额较 2018 年末下降 34.29%所致。

2020 年 6 月末，公司应付职工薪酬余额较 2019 年末增长 18.31%，其中，公司 2020 年 1-6 月销售收入较上年同期增长 73.63%，销售人员应付奖金余额大幅增加以致应付奖金余额较上期末增长 63.69%；2020 年 6 月末应付工资及社保余额较上期末下降 2.81%，主要系公司根据相关政策 2020 年 2-6 月免缴养老、失业、工伤三项社保费用，期末应付社保金额减少所致。整体而言，公司应付职工薪酬余额的变动与公司实际经营情况相

符，变动原因合理。

报告期内各期，公司不存在现金支付工资的情形。

（6）应交税费

报告期内各期期末，公司的应交税费余额分别为 690.67 万元、697.49 万元、758.29 万元和 638.13 万元，主要为应交企业所得税、增值税等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
企业所得税	538.46	693.02	661.90	618.57
增值税	71.42	49.02	26.90	53.24
城市维护建设税	3.80	3.26	1.77	7.91
教育费附加和地方教育附加	3.10	2.45	1.29	5.65
其他	21.34	10.54	5.62	5.29
合计	**638.13**	**758.29**	**697.49**	**690.67**

（7）其他应付款

报告期内各期期末，公司其他应付款明细情况如下：

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	1.44	-
其他应付款	32.33	9.04	10.57	27.06
其中：保证金	5.00	5.00	5.00	15.00
其他	27.33	4.04	5.57	12.06
合计	**32.33**	**9.04**	**12.02**	**27.06**

报告期内各期期末，公司其他应付款期末余额分别为 27.06 万元、12.02 万元、9.04 万元和 32.33 万元，主要系应付利息、保证金及其他日常往来款等。

（二）偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	3.40	4.47	7.57	4.24
速动比率（倍）	3.40	4.47	7.57	4.24
母公司资产负债率（%）	38.66	29.80	21.08	23.02

流动负债占负债总额比例（%）	99.88	99.77	99.20	100.00
财务指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	4,286.85	7,388.72	7,068.38	5,219.39
利息保障倍数（倍）	37.00	135.08	4,817.03	-

1、偿债能力分析

报告期内各期期末，母公司的资产负债率分别为23.02%、21.08%、29.80%和38.66%，财务杠杆利用率适当，长期偿债风险较小。

报告期内各期期末，公司流动比率与速动比率相同，分别为 4.24 倍、7.57 倍、4.47 倍和 3.40 倍，短期偿债能力较强。

报告期内各期期末，公司流动负债占负债总额的比例分别为100.00%、99.20%、99.77%和 99.88%，公司整体负债结构稳定，以流动负债为主，主要系公司业务开展过程中形成的经营性负债及短期银行借款。报告期内，公司资信状况良好，不存在逾期债务未偿还的情况。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 5,219.39 万元、7,068.38 万元、7,388.72 万元和4,286.85万元；2018年、2019年和2020年1-6月公司利息保障倍数分别为4,817.03、135.08 和 37.00，公司息税折旧摊销前利润充足，利息保障倍数较高，能够满足公司支付利息和偿还债务的需要。

2、与可比上市公司比较分析

公司与同行业可比上市公司的短期偿债能力比较如下：

单位：倍

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
中嘉博创	1.25	1.22	1.29	1.27	1.37	1.34	2.41	2.41
梦网集团	1.71	1.70	1.56	1.56	1.44	1.26	1.71	1.42
银之杰	1.71	1.59	1.75	1.61	2.14	1.93	1.91	1.67
吴通控股	1.41	1.20	1.45	1.30	1.48	1.28	1.66	1.46
京天利	14.19	14.05	17.24	17.18	8.32	8.31	5.92	5.92
行业平均	**4.05**	**3.95**	**4.66**	**4.58**	**2.95**	**2.82**	**2.72**	**2.58**
本公司	**3.40**	**3.40**	**4.47**	**4.47**	**7.57**	**7.57**	**4.24**	**4.24**

注：此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据。

同行业可比上市公司的母公司资产负债率比较如下：

单位：%

公司名称	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
中嘉博创	31.06	25.89	19.79	0.17
梦网集团	11.71	19.91	24.30	25.27
银之杰	27.64	23.99	28.44	31.94
吴通控股	31.05	33.05	34.77	19.80
京天利	4.03	8.83	12.94	20.25
行业平均	**21.10**	**22.33**	**24.05**	**19.49**
本公司	**38.66**	**29.80**	**21.08**	**23.02**

注：此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据。

报告期内，公司流动比率及速动比率与行业平均水平相比总体较好。报告期内，母公司资产负债率有所上升，高于可比公司平均水平，但整体风险较低，主要原因系银行借款增加。

（三）资产周转能力分析

公司不存在存货，其资产周转能力主要与应收账款相关。报告期内，公司应收账款周转情况如下：

财务指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次/年）	5.06	4.79	7.80	8.68

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 8.68 次/年、7.80 次/年、4.79 次/年和 5.06 次/年。2018 年末、2019 年末，公司应收账款周转率有所下降，主要系随着销售规模的增加，应收账款余额增长较多，其中 2019 年下降较快，主要系当年直客客户应收账款增长较快所致。2020 年 1-6 月，公司应收账款周转率相较 2019 年无明显变化。

2、与同行业上市公司资产周转能力比较

单位：次/年

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中嘉博创	2.41	3.25	3.48	3.58
梦网集团	2.32	2.31	1.75	1.58
银之杰	2.90	2.98	3.84	3.96
吴通控股	4.60	6.18	5.76	5.81

京天利	11.57	11.71	7.12	8.67
行业平均	4.76	5.29	4.39	4.72
本公司	5.06	4.79	7.80	8.68

注：（1）可比上市公司指标是根据其公开披露的定期报告数据计算，此处可比公司数据是各可比上市公司整体数据；（2）2020 年 1-6 月公司周转率为年化计算。

报告期内，公司应收账款周转率总体呈现下降趋势，前期高于可比公司平均水平，后逐渐趋同，具体原因如下：

（1）客户结构不同

报告期期初，公司受自身经营实际情况影响，主要客户为渠道客户，相较于直客客户，回款速度较快，应收账款周转率较高。随着公司发展战略转变，直客客户收入占短信业务收入比重从 6.77%上升至 80.70%，公司应收账款周转率随之下降。

（2）业务结构不同

报告期内，公司主营业务较为集中，移动信息服务占比达到 100%,而同行业可比公司主营业务种类较多，与公司存在较大差别。同行业公司业务结构的不同使得公司间应收账款周转率差异明显，平均应收账款周转率较低。

综上所述，公司的业务结构、客户结构与同行业上市公司存在差异，公司应收账款周转率总体呈现下降趋势且逐步趋近于同行业可比上市公司，存在合理性。

2017 年和 2018 年，公司应收账款周转率与可比公司平均水平相比较高，应收账款回收情况较好；2019 年和 2020 年 1-6 月，公司应收账款周转率与可比公司平均水平相近，不存在显著差异。

（四）所有者权益变动情况

报告期内各期期末，公司所有者权益科目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
股本（或实收资本）	6,000.00	6,000.00	6,000.00	1,033.70
资本公积	6,948.93	6,948.93	6,948.93	2,115.85
盈余公积	611.26	611.26	311.98	526.45
未分配利润	13,998.92	10,535.58	4,772.78	8,839.50
所有者权益合计	**27,559.10**	**24,095.77**	**18,033.69**	**12,515.49**

1、股本及资本公积

2017 年，易简投资以 1:63.77 的价格认购新增注册资本 33.70 万元，增资价款超过新增注册资本部分 2,115.349 万元计入资本公积。

2018 年，线上线下有限以经审计的截至 2018 年 2 月 28 日的净资产 129,388,272.70 元中的 6,000.00 万元，按每股 1 元折合股份总额 6,000.00 万股，净资产大于股本部分 69,388,272.70 元计入资本公积，导致 2018 年末股本和资本公积发生变化。

2、盈余公积

报告期内各期期末，公司盈余公积余额分别为 526.45 万元、311.98 万元、611.26 万元和 611.26 万元，均为法定盈余公积。

报告期内，公司以当年净利润的 10%计提盈余公积金。2018 年末公司盈余公积金额较上年末减少，主要系受以净资产整体折股影响。

3、未分配利润

报告期内各期期末，公司未分配利润明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
调整前上年年末未分配利润	10,535.58	4,772.78	8,839.50	5,002.90
调整年初未分配利润	-	21.04	-	-
调整后年初未分配利润	10,535.58	4,793.82	8,839.50	5,002.90
加：本期归属于母公司股东的净利润	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
减：提取法定盈余公积	-	296.65	311.98	16.85
净资产折股	-	-	9,272.93	-
年末未分配利润	**13,998.92**	**10,535.58**	**4,772.78**	**8,839.50**

（五）持续经营能力分析

公司深耕移动信息服务行业多年，积累了丰富的行业经验。报告期内，公司受益于下游行业的积极发展、移动通信服务行业的政策支持和自身竞争力的提升，销售规模不断增加，分别实现营业收入 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，净利润 3,853.44 万元、5,518.19 万元、6,038.42 万元和 3,463.34 万元。公司服务

的客户中包含阿里巴巴、腾讯、华为、网易、上海寻梦（拼多多）、同程艺龙、京东、上海拉扎斯（饿了么）、上海基分（趣头条）、汉海信息（美团）、百度、字节跳动（抖音、今日头条）、小米和好未来（学而思）等知名企业，已在互联网行业建立一定行业覆盖率的竞争优势。未来，随着下游新兴行业和传统行业的稳定发展，公司将会依托于自身持续精进的技术能力和运营服务能力，不断丰富客户群体、扩大业务体量，实现企业持续经营能力的稳定提升。

目前，公司当前不存在对持续经营能力产生重大不利影响的重要事项，影响公司持续经营能力的主要风险因素已在本招股说明书之“第四节 风险因素”中披露。

1、2020 年 1-6 月公司收入与净利润增速存在差异的原因

2020 年 1-6 月，公司营业收入增速为 73.63%，高于净利润增幅 36.97%，受 2020 年上半年客户结构变化、采购成本上涨及价格传导滞后等原因影响，营业成本涨幅高于收入增长，导致毛利率下降至 12.94%，使得毛利额涨幅仅为 38.86%，虽然销售费用、财务费用、其他收益、信用减值损失等变动比例较大，但合计占营业收入比例较低，净利润增幅 36.97%主要与毛利额变动相关，因此 2020 年 1-6 月公司收入与净利润增速存在差异主要受毛利率下降影响所致。

2、2020 年 1-6 月利润表变动超过 30.00%项目的变动原因分析：

序号	科目	变动原因及合理性
1	营业收入	营业收入 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 18,183.00 万元，增幅 73.63%，主要原因如下：①移动短信业务保持持续增长，2020 年上半年全国移动短信业务量同比增长 24.3%；②随着公司核心竞争力的逐渐增强，客户数量及规模快速增长，直客收入增长较快；③2020 年 1-6 月，公司在结合采购成本变动的基础上普遍上调了销售价格，当期平均销售价格较 2019 年 1-6 月上升 11.08%。
2	营业成本	营业成本 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 16,629.94 万元，增幅 80.34%，主要系随着营业收入的增加，相应地采购成本上升以致营业成本相应增加。
3	税金及附加	税金及附加 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 8.05 万元，增幅 34.91%，主要系随着营业收入的增加，相应的应交增值税增加从而税金及附加相应增长。
4	销售费用	销售费用 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 184.32 万元，增幅 38.38%，主要系随着公司销售规模的不断扩大，销售人员数量及销售人员平均工资均整体呈现上升趋势，以致销售费用中工资薪酬增长。
5	财务费用	财务费用 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 113.88 万元，增幅 1,216.67%，主要系公司出于日常经营管理需要，增加银行借款导致相应的利息支出增长。
6	其他收益	其他收益 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额增加 166.33 万元，增幅 38.29%，主要系根据规定可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额增加及政府补助增加所致。
7	信用减值损失	2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月发生额绝对值增加 356.58 万元，增幅 229.70%，主要系随着收入规模增长，期末应收款项余额增加，根据坏账计提政策计提坏账相应增加所致。
8	营业外支出	2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月增幅 100.00%，系因捐赠形成。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2020 年 1-6 月发行人收入与净利润

增速存在差异主要系由于客户结构变化、采购成本上涨及价格传导滞后等原因影响使得毛利率下降所致，原因具有合理性；发行人各项主要财务数据变动原因合理，与公司实际经营情况相符。

十五、现金流量分析

报告期内，公司现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量				
现金流入小计	41,328.01	59,775.40	50,436.43	32,149.32
现金流出小计	41,132.21	60,318.04	54,666.20	31,384.06
经营活动产生的现金流量净额	**195.80**	**-542.64**	**-4,229.77**	**765.27**
二、投资活动产生的现金流量				
现金流入小计	-	-	0.03	15,602.90
现金流出小计	465.01	640.69	294.81	15,588.97
投资活动产生的现金流量净额	**-465.01**	**-640.69**	**-294.78**	**13.93**
三、筹资活动产生的现金流量				
现金流入小计	2,000.00	3,500.00	1,000.00	2,149.05
现金流出小计	132.96	1,187.92	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	**1,867.04**	**2,312.08**	**1,000.00**	**2,149.05**
四、现金及现金等价物净增加额	**1,597.83**	**1,128.76**	**-3,524.54**	**2,928.25**
加：期初现金及现金等价物余额	6,238.34	5,109.59	8,634.13	5,705.88
五、期末现金及现金等价物余额	**7,836.18**	**6,238.34**	**5,109.59**	**8,634.13**

（一）经营活动现金流量分析

1、公司经营活动现金流量变动分析

公司经营活动现金流量主要为销售商品、提供劳务收到的现金和购买商品、接受劳务支付的现金。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例和购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	41,000.13	59,349.10	50,305.59	32,118.19

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	42,879.23	53,234.08	45,875.17	27,602.30
收现酬金	2,409.41	7,372.04	7,059.01	2,733.28
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入及酬金比例	90.53%	97.93%	95.03%	105.88%
购买商品、接受劳务支付的现金	38,627.05	55,905.24	50,476.17	27,971.00
营业成本	37,329.20	43,808.27	36,895.28	21,578.53
收现酬金冲减成本	2,409.41	7,372.04	7,059.01	2,733.28
购买商品、接受劳务支付的现金占酬金冲减前成本比例	97.20%	109.23%	114.84%	115.05%

（1）销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入及酬金的比例变动

公司 2018 年销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入及酬金的比例为 95.03%，较 2017 年下降 10.84%，原因系直客客户收入占比提升及运营商酬金规模增加。2018 年，公司直客客户占比由上一年度的 6.77%增加至 38.65%，新增直客客户以大型互联网企业为主，结算账期及付款审批流程时间较长。同时，随着采购额增长，公司 2018 年度运营商酬金较上期增长 158.26%，因运营商内部审批流程较长，从而使得销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入及酬金的比例下降。

公司 2019 年销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入及酬金的比例为 97.93%，保持相对稳定。

公司 2020 年 1-6 月销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入及酬金的比例下降 7.40%，原因系直客客户收入占比持续提升，从 2019 年的 68.90%增加至 80.70%。

（2）购买商品、接受劳务支付的现金占酬金冲减成本前的比例变动

2017 年和 2018 年，公司购买商品、接受劳务支付的现金占酬金冲减前成本比例较为稳定，购买商品、接受劳务支付的现金高于酬金冲减前营业成本主要系公司根据部分运营商的营销政策、合作要求采取预付采购模式所致。

2019 年，公司购买商品、接受劳务支付的现金占酬金冲减前成本的比例为 109.23%，较上期下降 5.61%，主要系公司上期预付款项期后结转及本期采购量增速平稳所致。

2020 年 1-6 月，公司购买商品、接受劳务支付的现金占酬金冲减前成本的比例为 97.20%，较 2019 年下降 12.03%，主要系供应商结构调整及运营商政策变动导致收现酬金下降。

综上所述，报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入及酬金的比例和购买商品、接受劳务支付的现金与酬金冲减成本前的比例变动趋势存在不一致，系客户结构、供应商酬金及结算模式变化共同作用的结果；公司经营活动产生的现金流量净额的变动具有合理性；与同行业可比公司相比不存在重大差异。

2、经营活动现金流量净额与净利润差异分析

报告期内，经营活动现金流量净额与净利润差异主要体现在以下方面：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	195.80	-542.64	-4,229.77	765.27
净利润	3,463.34	6,038.42	5,518.19	3,853.44
差额	**-3,267.53**	**-6,581.05**	**-9,747.96**	**-3,088.18**
其中：信用减值损失	511.82	320.41	-	-
资产减值损失	-	-	303.51	-10.42
固定资产折旧	121.84	184.31	108.99	78.96
无形资产摊销	5.01	0.35	0.35	0.03
长期待摊费用摊销	29.40	24.29	12.61	12.61
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-	0.08	-
财务费用（收益以“－”号填列）	111.64	53.15	1.44	-115.81
投资损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-1.09
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-125.82	-41.80	-64.33	4.67
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-2.95	-5.89	21.38	-
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-6,029.11	-8,381.58	-7,991.44	-3,747.74
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	2,110.62	1,265.72	-2,140.55	690.62

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别低于净利润 3,088.18 万元、9,747.96 万元、6,581.05 万元和 3,267.53 万元，主要系以应收账款和预付账款为主的经营性应收项目增加较多，同时 2018 年以应付账款为主的经营性应付项目减少较多。

未来公司存在经营活动现金流量状况不能得到改善的风险，进而使得公司面临因流动资金不足而业务发展受到制约的风险。针对可能出现的流动性风险，公司一方面正积极加强应收账款的催收力度；另一方面，公司提前进行资金筹划，合理安排资金，公司

与银行等金融机构建立了良好的合作关系，通过短期借款等手段来筹措公司正常经营所需资金。未来公司通过首次公开发行股票并上市募集资金，将进一步充实资本，增强公司流动性。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，投资活动现金流量净额分别为 13.93 万元、-294.78 万元、-640.69 万元和-465.01 万元，主要系购建固定资产等的支出。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为 2,149.05 万元、1,000.00 万元、2,312.08 万元和 1,867.04 万元，其中 2017 年系公司收到易简投资增资款 2,149.05 万元，2018 年系取得银行借款 1,000.00 万元，2019 年和 2020 年 1-6 月系净新增银行借款和支付利息、支付发行股票的中介费等。

（四）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司发生的重大资本性支出主要为购买固定资产及无形资产。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 102.97 万元、294.81 万元、640.69 万元和 465.01 万元。

（五）未来重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股说明书签署日，发行人可预见的重大资本性支出计划，主要为本次募集资金投资项目“企业通信管理平台建设项目”、“分布式运营网络建设项目”，详见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

十六、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析

（一）本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

1、假设本次首次公开发行股票于 2020 年 11 月底完成发行（此假设仅用于分析本次首发融资对公司主要财务指标的影响，不构成对本次首发融资实际完成时间的判断，最终以中国证监会同意注册本次发行后的实际完成时间为准）。

2、公司 2019 年归属于母公司所有者净利润为 6,038.42 万元。假设 2020 年实现的归属于母公司所有者净利润及当期非经常性损益金额均与 2019 年保持不变，则预计

2020 年的归属于母公司所有者净利润为 6,038.42 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润为 5,766.56 万元。前述利润值不代表公司对未来利润的盈利预测，其实现取决于国家宏观经济政策、市场状况的变化等多种因素，存在不确定性。

3、假设本次首次公开发行股票最终发行数量为经董事会和股东大会审议通过的本次首次公开发行股票预案中的发行数量上限，即 2,000.00 万股。

4、未考虑本次首次公开发行股票募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等（如营业收入、财务费用、投资收益等）的影响。

基于上述假设的前提下，本次首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响对比如下：

项目	2019 年度 /2019.12.31	2020 年度 /2020.12.31（未考虑首次公开发行）	2020 年度 /2020.12.31（考虑首次公开发行）
归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,038.42	6,038.42	6,038.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,766.56	5,766.56	5,766.56
基本每股收益（元/股）	1.01	1.01	0.98
稀释每股收益（元/股）	1.01	1.01	0.98
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.96	0.96	0.94
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.96	0.96	0.94

【注】每股收益系按照《公开发行证券的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）规定计算。

根据以上测算，首次公开发行股票年度每股收益将会出现一定程度的下降，公司的即期回报将被摊薄。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性分析

公司本次募集资金均围绕主营业务进行投资安排，符合国家产业政策导向、市场需求以及公司自身优势的内在要求。募集资金投资项目的实施是稳步推进公司发展战略的重要举措，有利于公司加快引进研发及营销人才、提升研发和自主创新能力、加强市场拓展能力、增强持续盈利能力和抗风险能力，从而进一步提高公司的市场综合竞争力。公司募集资金投资项目具有必要性和可行性，投资金额与公司现有生产经营规模和财务状况等相适应。公司在人员、技术、经验等方面的储备为募集资金投资项目的顺利实施

奠定了坚实的基础。公司募集资金投资项目可行性的具体内容详见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系以及公司从事募集资金投资项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

公司本次募集资金金额和投资项目综合考虑了公司主营业务的发展现状、未来市场预期、现有业务经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等因素，系公司围绕主营业务进行的拓展和升级，旨在进一步增强公司的持续盈利能力和市场竞争力。公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况的具体内容详见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（四）填补被摊薄即期回报的具体措施

本次发行完成后，由于募投项目效益短期内无法充分体现，而随着募集资金投入公司将新增成本支出等，因此，本次发行后公司每股收益、净资产收益率将会出现一定程度的下降，合理预计基本每股收益或稀释每股收益均存在下降趋势，公司即期回报被摊薄。

为保障股东利益，公司拟通过加强经营管理和内部控制、加快募投项目建设进度、完善利润分配政策等方式，大力开拓客户和市场，积极提升公司盈利能力，填补被摊薄的股东即期回报。具体如下：

1、公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平，加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管理风险，同时完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出，努力提高资金的使用效率，提升公司的整体盈利能力。

2、公司已对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，本次募投项目符合产业发展趋势和公司发展战略，具有较好的市场前景和战略意义。本次发行募集资金到位后，公司将进一步加快推进募投项目建设，争取募投项目早日完成，同时，公司将根据相关法规和公司《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资

金按照原定用途得到充分有效利用。

3、为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号），对公司本次公开发行股票并上市后生效的《公司章程》（草案）中关于利润分配政策条款进行了相应规定，并制定了本次发行上市完成后的三年分红回报规划，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

4、公司所处移动通信服务行业发展前景良好、市场空间广阔，未来公司将在稳固现有市场和客户的基础上，通过加大技术研发投入、加强市场开拓力度、完善人才梯队建设等手段，不断扩大经营规模、提高综合竞争力，从而巩固公司行业地位。

公司慎重提示投资者，公司制定填补回报措施不等于对发行人未来利润做出保证，上述填补回报措施实施后，公司仍将面临募集资金到位当年即期回报被摊薄的风险。

（五）公司董事、高级管理人员对公司本次首次公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员为保证公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行作出的承诺，具体参见本招股说明书之“第十三节 附件”之“二、与投资者保护相关的承诺具体内容”之“（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”

十七、股利分配情况

（一）报告期内的公司股利分配政策

根据《公司法》和现行《公司章程》的规定，公司的股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）报告期内实际股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

十八、财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及 2021 年 1 季度经营业绩预计

（一）会计师的审阅意见

发行人财务报告审计基准日为2020年6月30日，致同事务所对发行人**2020年度**的财务报表进行了审阅，出具致同审字**（2021）第440A000140号**《审阅报告》，审阅意见如下：根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映线上线下公司的财务状况、经营成果和现金流量。

（二）发行人的专项声明

发行人及其董事、监事、高级管理人员出具专项声明，保证该等财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）主要财务信息

发行人**2020年度**合并财务报表未经审计，已经致同事务所审阅，主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变动比例
资产总计	43,181.10	30,752.48	40.42%
所有者权益合计	32,427.65	24,095.77	34.58%
归属于母公司所有者权益合计	32,427.65	24,095.77	34.58%

截至 2020 年 12 月末，公司归属于母公司股东权益较上年末增长 34.58%，系公司 2020 年度持续盈利所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动比例	2020 年 7-12 月	2019 年 7-12 月	变动比例
营业收入	110,201.87	53,234.08	107.01%	67,322.64	28,537.85	135.91%
营业利润	10,059.72	7,126.62	41.16%	6,030.77	4,149.43	45.34%
利润总额	10,047.72	7,126.62	40.99%	6,028.77	4,149.43	45.29%
净利润	8,331.89	6,038.42	37.98%	4,868.55	3,509.85	38.71%
归属于母公司股东的净利润	8,331.89	6,038.42	37.98%	4,868.55	3,509.85	38.71%
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	8,053.59	5,766.56	39.66%	4,832.90	3,469.63	39.29%

2020 年度，公司营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润均较上年同期有所增长，主要系在逐步调整客户结构的基础上，2020 年度公司借助下游互联网、电子商务、快递物流、在线教育等行业发展带来的市场契机，迅速扩大自身营业收入，在与原有客户积极保持合作的基础上，不断开拓新客户。2020 年度公司与京东、腾讯、上海拉扎斯（饿了么）、汉海信息（美团）、百度、小米、好未来（学而思）、字节跳动（抖音、今日头条）、上海宜员、唯品会、货拉拉等知名企业业务合作的建立或增加直接促进公司短信业务收入的快速增长。

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动比例	2020 年 7-12 月	2019 年 7-12 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	602.74	-542.64	211.08%	406.94	-3,913.14	110.40%
投资活动产生的现金流量净额	-798.99	-640.69	-24.71%	-333.98	-299.65	-11.45%
筹资活动产生的现金流量净额	2,362.84	2,312.08	2.20%	495.80	2,336.27	-78.78%
现金及现金等价物净增加额	2,166.58	1,128.76	91.94%	568.75	-1,876.52	130.31%

2020 年度，公司经营活动现金流量净额较去年同期由负转正，主要原因系公司加强了自身的资金管理。

4、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	363.38	361.70
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-12.00	-
合计	351.38	361.70
减：非经常性损益的所得税影响数	73.08	89.85
非经常性损益净额	278.30	271.86
归属于母公司股东的非经常性损益净额	278.30	271.86

2020 年度，公司非经常性净损益较上年同期无明显变化。

（四）2020 年 1-6 月经营状况与去年同期对比情况

2020年1-6月发行人经审计的经营状况与去年同期对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
营业收入	42,879.23	24,696.23	73.63%
营业利润	4,028.95	2,977.19	35.33%
归属于母公司股东的净利润	3,463.34	2,528.57	36.97%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,220.68	2,296.93	40.22%

（五）2021 年 1 季度经营业绩预计

发行人预计 2021 年 1 季度公司营业收入为 25,000 万元-30,000 万元，同比增长 22.14%-46.57%；扣除非经常损益前归属于母公司股东的净利润为 2,000 万元-2,400 万元，同比增长 4.10%-24.92%；扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为 1,900 万元-2,300 万元，同比增长 4.82%-26.89%。

上述 2021 年 1 季度经营业绩预计中的相关财务数据是公司财务部门初步测算的结果，预计数不代表公司最终可实现营业收入、扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润，亦不构成公司的盈利预测及利润承诺。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

公司本次募集资金投资项目包括企业通信管理平台建设、分布式运营网络建设和补充营运资金，拟通过本次募集资金投资项目的建设，完善现有平台拓展新的平台功能，实现研发技术和运营能力齐头并进，全方位促进公司未来可持续发展。

一、本次募集资金投资项目情况

（一）预计本次发行募集资金规模

经 2019 年公司第三次临时股东大会审议通过，公司拟公开发行新股不超过 2,000 万股以募集资金用于投资项目需求，具体新股发行数量根据募集资金投资项目需求量、新股发行费用和发行价格确定。

（二）募集资金具体用途

本次发行募集资金将投资于“企业通信管理平台建设项目”、“分布式运营网络建设项目”以及补充营运资金。本次募集资金投资项目的备案情况如下：

序号	项目名称	总投资额（万元）	拟投入募集资金（万元）	建设期（月）	项目备案文号
1	企业通信管理平台建设项目	15,249.28	15,249.28	24	锡行审投备【2019】16 号
2	分布式运营网络建设项目	13,178.84	13,178.84	12	锡行审投备【2019】17 号
3	补充营运资金	13,000.00	13,000.00	—	—
合计		**41,428.12**	**41,428.12**	—	—

注：本次募集资金投资项目实施过程不涉及对环境可能造成重大影响的因素，无需编制环境影响评价文件。

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施。公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，专款专用。

若本次股票发行成功，扣除发行费用后，本次发行新股募集资金将用于置换募投项目已投入资金及其后续投入。若本次发行新股募集资金额与募投项目需要的投资总额之间仍存在资金缺口，将由公司自筹或通过银行借款予以解决；实际募集资金若超过项目所需资金，超出部分将用于补充营运资金。

（三）募集资金投资项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

公司深耕移动信息行业多年，是一家具有丰富行业经验的移动信息服务提供商。本

次募集资金运用围绕公司现有业务进行，是对公司现有运营平台以及市场营销渠道的升级。

经过多年的运营，公司已经形成了成熟稳定的经营模式，本次募投项目“企业通信管理平台建设项目”是对现有平台进一步的升级，通过该项目公司将完善系统构架，打造性能优异、功能完善、效益良好的企业通信管理平台，促进公司主业规模化发展、提升公司管理运营效率、提高公司经营抗风险能力；本次募投项目“分布式运营网络建设项目”将完善发展现有的销售渠道，在增加销售规模的同时也提升后期的客户服务。

整体而言，本次募投项目也正是建立在公司现有业务和技术之上，立足于公司的战略定位，紧密围绕市场未来发展方向而展开，符合公司长远发展目标。募投项目的成功实施，对公司现有业务起到丰富与提升作用，有助于拓展新的客户市场，进一步增强公司的经营能力、盈利能力，提升公司核心竞争力，从而产生更大的经济效益与社会效益，推动公司更快更好发展。

（四）专项存储制度建立情况

公司于 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理办法》，根据该项制度规定，公司首次公开发行股票向投资者募集资金，应当存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理。

公司募集资金专项存储制度将于公司首次公开发行股票上市之日起生效并施行。

（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

1、募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

截至 2020 年 6 月 30 日，公司的资产总额为 38,455.52 万元，且处于逐年快速增长趋势，公司已经具有管理较大规模资产及投资项目的经验和能力。本次募集资金投资项目总体与公司目前的业务规模相适应。

报告期内，公司营业收入分别为 27,602.30 万元、45,875.17 万元、53,234.08 万元和 42,879.23 万元，实现的利润总额分别为 5,127.79 万元、6,944.99 万元、7,126.62 万元和 4,018.95 万元，盈利能力较好，且募集资金到位后将进一步增强公司的盈利能力，公司财务状况能够有效支持和保障募集资金投资项目的建设和实施。

公司在移动信息服务领域沉浸多年，已积累了丰富的平台开发和业务拓展经验并已建立了成熟的技术开发团队和营销团队，为募投项目的顺利实施奠定了坚实的基础。

公司已建立了一整套较为完整的公司治理及内控制度，并随着业务的发展在不断地健全及完善。公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

2、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司本次募集资金投资项目均围绕现有主营业务开展，符合国家产业政策的导向，募集资金投资项目的实施是稳步推进公司发展规划的重要举措，有利于加快引进高端人才、提升研发和自主创新能力、扩大业务规模和增强持续盈利能力，从而进一步提高公司的市场竞争力。

公司董事会经分析后认为，公司本次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相适应，投资项目符合国家政策导向，具有较好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范投资风险，提高募集资金的使用效率。

二、企业通信管理平台建设项目

（一）项目建设内容

公司计划投资 15,249.28 万元实施企业通信管理平台建设项目，通过该项目公司将完善系统架构，打造性能优异、功能完善、效益良好的企业通信管理平台，促进公司主业规模化发展、提升公司管理运营效率、提高公司经营抗风险能力。本项目主要包括场地购置及场地装修、平台开发人员引入、技术方案设计及评审、软硬件询价及采购、各层级架构搭建及业务功能模块开发、数据迁移及平台压力测试、平台试运行及灰度上线等实施内容。

（二）项目建设的必要性

1、持续优化短信业务能力，促进公司主业规模化发展

在移动互联网及移动设备普及率不断提高的发展背景下，微信、QQ 等 OTT 业务快速发展，导致由移动用户主动发起的个人短信量出现下滑。但是，企业短信服务具有广泛的用户覆盖率、实时的传输效率及用户身份绑定等优势，使其在 OTT 业务的冲击下仍保持稳定的发展。未来，随着多元化经济的持续发展，企业短信凭借个人属性强、

业务渗透率高、阅读性好等特点，仍将保持良好的增长趋势。

对于移动信息服务提供商而言，在行业迎来快速发展的背景下，需紧抓行业发展机遇，快速扩大企业规模以提高市场地位。移动信息服务提供商的业务能力对客户业务具有一定的影响，例如，平台每秒发送瞬时峰值会影响客户在特殊时段的业务表现，如在“双 11”或“双 12”等短信发送量高峰期，若因平台短信峰值发送能力不足或系统不稳定等原因，导致客户短信发送需求无法得到满足或短信需求提交响应速度缓慢，将影响客户在特殊时段的业务表现。因此，在客户短信业务需求量不断提升的背景下，客户对移动信息服务提供商的短信峰值发送能力、系统稳定性等短信业务能力的要求亦日益严苛。为此，公司需不断优化自身短信业务能力，以抓住行业快速发展机遇，保证公司在企业短信服务领域的可持续发展。

目前，公司短信发送平台受限于物理设备、平台架构、网络带宽等因素，公司日短信发送量峰值虽可满足目前公司的经营运作，但随着公司业务规模的快速发展，当出现“双 11”及“双 12”等短信发送需求高峰时期，公司现有平台将预计无法满足客户阶段时间内大规模短信发送的需求，平台易出现客户短信发送需求提交响应速度慢或短信发送状态更新慢等现象。同时，随着 5G 高速信息传输技术的应用，类似于富媒体短信（RCS）等大信息量的企业短信传输将对公司现有平台形成一定承载压力，公司亟需优化平台的计算与承载能力。

在本项目中，公司将通过打造具备实时计算能力的企业通信管理平台，提高公司的短信业务能力。一方面，公司将结合智能数据抽取服务、规则引擎服务、实时流计算服务、海量数据分析服务等技术，以对公司通信资源进行实时监控、计算分析及调配，提升公司业务效率。另一方面，公司将通过开发服务网格、分布式均衡、跨机房服务等功能模块，以提高平台在短信发送需求高峰期的处理能力。项目建成后，公司业务效率将得到提高，短信每秒发送瞬时峰值及日短信发送量峰值亦可进一步取得突破。随着上述各方面短信业务能力的提升，公司的获客能力及客户粘性将有效增强，有利于公司营业收入及市场占有率的提升，进而促进公司的规模化发展。

2、增强业务管理智能化水平，提升公司管理运营效率

在日常业务运营过程中，公司虽已有自主开发的短信发送平台及运营平台辅助日常运营工作的开展，但其在运营方面可实现的功能仍以监测为主，部分运营工作仍需依靠

人工操作的方式完成，存在一定的滞后性及主观判断风险。例如，在短信内容审核方面，目前公司为避免部分客户违规发送“九不准”、“五大类”等短信，主要采取人工审核短信内容、短信模板审核、人工设置的非法关键词对上述违规短信进行拦截；在客户账单核对方面，目前主要通过工作人员根据客户短信发送量及合同价格，手动形成客户账单；在销售管理方面，现有平台由于缺乏客户经理机制等功能，使得公司客户经理无法实时了解自身客户业务情况，无法为客户提供更为全面周到的服务。

在本项目中，公司将通过结合大数据分析、人工智能、云计算等技术，开发短信功能、基础功能、CRM 功能等三大业务功能模块，以提高公司业务管理的智能化水平。其中，短信功能模块中将开发审批管理、黑白名单管理、模板管理、签名管理、短信分类管理、关键字管理等多项功能，以从多个维度对客户短信内容的合法合规性进行自动化的实时监控及管理。基础功能模块中将开发报表统计功能，不仅可为公司内部运营人员出具整体业务运营情况统计报表，亦可为客户提供自主查询短信发送数据的可视化功能。此外，基础功能还开发了账单管理、发票管理、结算中心等功能，可供客户登录平台自主操作上述功能，不仅可提高客户的平台使用体验，亦可减轻公司财务人员的工作压力。CRM 功能模块中将开发人事管理、社交管理、销售管理、企业大数据等功能，可有效提升公司在人力资源、销售资源等内部资源的管理效率。届时，待企业通信管理平台开发完毕，通过短信功能、基础功能、CRM 功能等三大业务功能模块，公司业务管理智能化水平将得到增强，不仅可加强违规短信的审核力度，符合行业监管政策的需求，亦可有效提升公司的管理运营效率，进而持续加强公司的核心竞争力。

3、打造可扩展性系统平台，提高公司经营抗风险能力

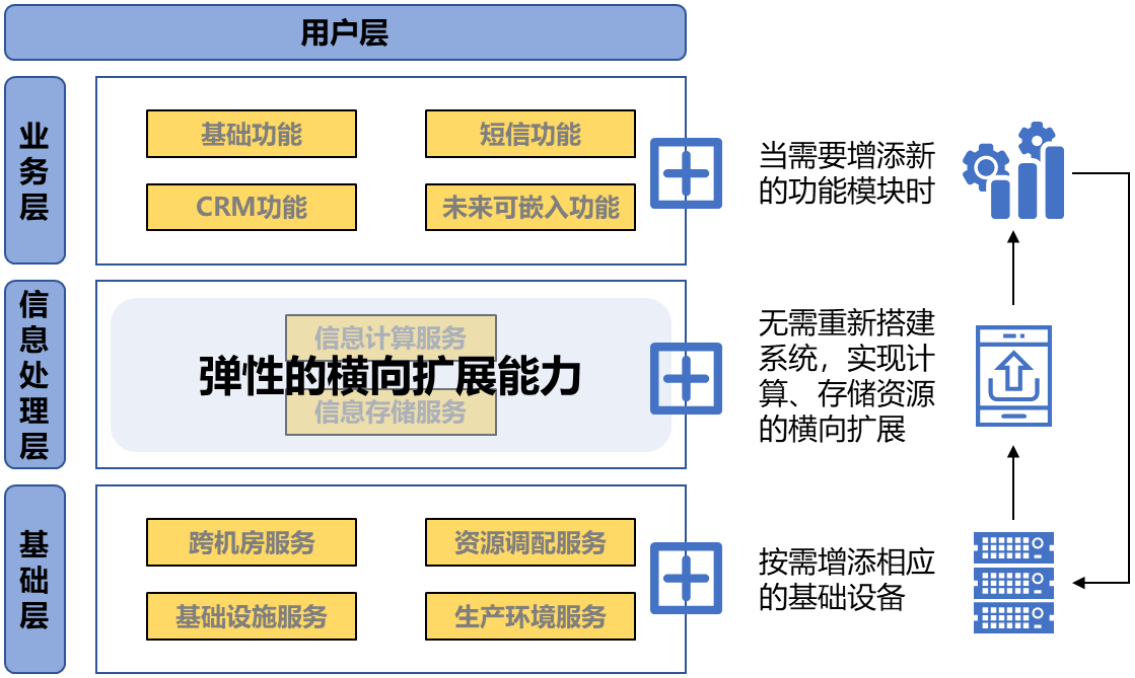
移动信息服务行业包括短信、流量、语音、视频、OTT 等细分领域。其中，由于短信基于其广泛的用户覆盖率、实时的传输效率及用户身份验证等优势，使其率先成为应用场景最为广泛、商业化程度最高的领域。近年来，在 4G 移动电话用户大幅增长、移动互联网应用加快普及的带动下，微信、QQ 等 OTT 社交应用快速兴起。根据工信部数据调查显示，截至 2020 年 6 月底，我国市场上监测到的 APP 为 359 万款。因此，随着未来 5G 通信技术、物联网技术、云通信技术等移动互联网技术的不断发展，短信、流量、语音、视频、OTT 业务等移动信息服务或呈现齐头并进的发展格局。

自成立以来，公司便深耕于移动信息服务行业的企业短信服务领域。2020 年 1-6 月，公司在企业短信服务领域的营业收入达 4.29 亿元，占公司主营业务收入比重为 100%。

可见，公司在企业短信服务领域的高度专注。然而，随着未来 5G 通信技术、物联网技术、云通信技术等移动互联网技术的不断发展，未来若流量、语音、视频或其他移动信息服务因行业技术的成熟或行业需求的变化得以快速发展，公司业务的单一性可能将使公司面临同类产品替代或错失行业发展机遇的风险。因此，公司在专注于企业短信服务领域的同时，亦需充分考虑未来行业技术及市场需求变化可能带来的潜在发展风险和机会。

为避免上述风险的出现，同时提高公司面对行业变化的适应能力，公司将打造兼容性及可扩展性强的企业通信管理平台。在本项目中，公司通过为企业通信管理平台开发数据网格服务、数据持久化服务等功能模块，可使平台系统中的存储资源、计算资源具备弹性的横向扩展能力。当未来需新增流量、语音、视频、OTT 等业务模块时，公司仅需基于企业通信管理平台已有系统架构开发相应的业务功能模块，而无需另建系统。因此，打造可扩展性强的企业通信管理平台，不仅可以有效缩短新增业务模块的开发周期，保证新业务的快速上线，亦可有效降低新增业务模块的开发成本。届时，随着企业通信管理平台的开发完毕，公司经营抗风险能力将得到有效增强。

可扩展性强的“企业通信管理平台”



另外，本项目亦将通过开发网络安全、服务安全、数据安全、操作安全、日志体系、审计体系、监控体系、告警体系等模块，为企业通信管理平台打造实时防御力、突发事件应急能力、故障修复速度快的安全支撑体系，以有效避免黑客攻击、恶性竞争、系统

故障对公司业务的影响。同时，公司亦将通过建设异地灾备系统，以规避火灾、地震等不可抗力因素对公司业务持续性及数据安全性的影响。

（三）项目建设的可行性

1、丰富的项目经验是项目稳步推进的基础保障

公司在移动信息领域服务多年，在服务企业的过程中不断总结经验，逐渐形成了对客户业务需求及公司管理需求的精准理解能力。基于公司对客户业务需求及公司管理需求的理解，公司陆续开发了线上线下短信群发平台、线上线下客户短信运营平台标准版、线上线下客户短信运营平台企业版等多个平台系统。在过往各平台系统的开发及更新过程中，公司在短信系统开发方面已积累了一定的技术方案设计经验。因此，公司在过往业务拓展及系统开发的过程中，基于业务需求理解能力及平台开发能力所形成的项目经验具备重要的借鉴意义，可为项目的稳步推进提供有效的基础保障。

2、扎实的技术基础是项目顺利开展的重要支撑

企业通信管理平台的建设包括基础层、信息处理层、业务层、用户层、安全支撑体系等各个系统架构层级的搭建，涉及诸如 Hadoop、Hbase、Hive 等数据存储类技术及 Yarn、Spark 等数据计算类技术。同时，该平台的开发并非单纯技术的堆砌，需结合公司的实际业务需求设计开发的业务功能模块。因此，在平台开发过程中，对公司的技术储备有较高要求。

公司自成立以来便陆续开发了线上线下短信群发平台、线上线下客户短信运营平台标准版、线上线下客户短信运营平台企业版等多个平台系统。在各系统的开发与升级过程中，公司逐渐打下了扎实的技术基础。在公司各平台系统的技术支持下，公司现阶段日发送量可承受峰值可达 5 亿条，平台平均响应速度＜30 毫秒，现有平台的业务处理能力充分证明了公司在短信系统开发方面的技术实力。因此，公司在过往项目开发过程中所积累的技术基础，可为本项目中企业通信管理平台的建设提供重要支撑，促进项目的顺利开展。

3、雄厚的业务实力是项目发挥效益的核心支柱

近年来，公司现有业务平台所积累的数据量随着公司业务量的上升不断增长，在平台测试阶段，公司庞大的业务数据规模及丰富的数据类型可在平台测试阶段提供丰富的有效数据样本，以实现对平台运作稳定性、功能完善性进行全方位测试。同时，公司在

过往发展过程中已形成了可观业务规模，可在平台上线运营初期，为平台带来可观的业务基础，从而避免平台因利用率不足而无法充分发挥效益的现象发生。综上，公司雄厚的业务实力可成为项目发挥效益的核心支柱。

（四）项目投资概算

本项目预计投资总额为 15,249.28 万元，全部为建设投资。其中包括场地费用 1,365.00 万元、硬件费用 10,640.76 万元、软件费用 977.36 万元、开发费用 1,617.00 万元、基本预备费 649.16 万元。本项目计划投资总额来源于公司首次公开发行股票募集资金，具体投资金额明细及项目效益明细如下所示：

序号	项目	金额（万元）	比例
1	建设投资	15,249.28	100.00%
1.1	场地费用	1,365.00	8.95%
1.2	硬件费用	10,640.76	69.78%
1.3	软件费用	977.36	6.41%
1.4	开发费用	1,617.00	10.60%
1.5	预备费用	649.16	4.26%
2	铺底流动资金	-	-
3	总投资额	15,249.28	100.00%

（五）项目建设期及实施进度

本项目将建设时间节点设为 T，预计建设期为 2 年。建设期包括场地购置及场地装修、平台开发人员引入、技术方案设计及评审、软硬件询价及采购、各层级架构搭建及业务功能模块开发、数据迁移及平台压力测试、平台试运行及灰度上线等实施内容。具体进度安排如下：

实施步骤	建设期 T+1 年				建设期 T+2 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地购置，场地装修								
人员招聘								
前期立项、需求分析、方案调研、可行性研究								

总体方案设计、评审		■						
软件、硬件询价、采购			■					
技术方案评审、平台开发、测试方案评审、平台测试				■	■	■		
数据中心部署、数据迁移							■	
总体联调、试运行、灰度上线								■

（六）项目投资收益情况

本项目达产后预计可实现年均营业收入为 29,744 万元，年均净利润 4,132.59 万元，项目内部收益率 15.75%（税后），动态回收期 6.37 年（税后），项目经济效益较好。

三、分布式运营网络建设项目

（一）项目建设内容

本项目拟通过在 16 个城市设立总部运营基地、区域运营中心或服务网点，以建设分布式运营网络。其中，公司拟在无锡市建立总部运营基地，在北京市、上海市、杭州市、深圳市、武汉市、成都市、天津市、西安市、广州市、郑州市、长沙市等一二线城市建立区域运营中心，在南宁市、佛山市、福州市、石家庄等城市建立服务网点。分布式运营网络建设完毕后，一方面，公司可有效增强市场营销能力，提升公司的拓客能力，促进公司业务规模的快速发展；另一方面，公司通过扩大运营服务网络，优化客户在与公司合作过程中的服务体验，不仅可增强客户的业务粘性，亦可挖掘存量客户潜在的业务机会，提升客户可为公司带来的经济效益。另外，分布式运营网络亦可为公司拓宽信息获取渠道，通过收集客户需求、技术方向、通信资源等市场信息，帮助公司做出正确的经营决策，以提高公司在移动信息服务行业的竞争能力。

（二）项目建设的必要性

1、增强市场营销能力，提升公司拓客能力

得益于移动互联网的快速发展，在国家相关政策鼓舞下，各领域新型经济形态层出不穷。在交通出行领域，出现了共享汽车、共享单车等新型出行方式；在美食餐饮领域，出现了饿了么、美团外卖、大众点评等美食外卖服务平台；在影音娱乐领域，在线视频应用、在线直播应用、短视频应用日益成为人们日常生活的娱乐休闲方式。根据工信部数据调查显示，2020 年 6 月末我国市场上监测到的 APP 总量达到 359 万款，音乐视频

类、社交通信类、游戏类、日常工具类、系统工具类、生活服务类、新闻阅读类应用下载量均超过千亿次。在移动互联网应用数量规模化的发展背景下，各应用为提高用户数量、用户留存率、用户生命周期价值，短信验证、活动提醒、用户通知等企业短信服务需求不断增长。

在行业发展持续向好的形势下，公司需抓住行业发展机遇，促进公司业务规模的快速发展，为此，公司从 2017 年开始大力发展直客。直客具备分布区域较广的特点，故在全国重点城市铺设营销网络的企业，可通过增加与各地客户接触的机会，提高在各地市场的获客能力。因此，在行业发展持续向好及公司大力发展直客的环境下，公司亟需提升自身营销实力。

为提高公司的异地市场获客能力，公司已在上海市、深圳市组建团队。然而，与行业内上市公司相比，公司市场营销能力仍较为薄弱，仍具备较大的提升空间。

该募投项目的成功推进，将以形成覆盖东部沿海地区及中部地区等企业短信发送需求聚集地的运营网络。同时，公司将为各运营网点配备一定规模的营销人员，以拓展当地市场。届时，随着公司运营网络的铺设及营销团队的扩建，公司营销能力将得到有效增强，公司的异地拓客能力亦将得到提升，有利于促进公司业务规模的快速增长。

2、优化客户服务体验，维护客户合作关系

在企业短信服务领域，行业内企业竞争不再局限于产品价格及平台技术水平，运营服务能力亦成为企业竞争的关键因素。客户在选择移动信息服务提供商初期，为避免出现因提供商实际短信业务表现不稳定等现象影响其日常经营，一般会与多家移动信息服务提供商建立合作关系，在合作过程中根据各家提供商服务质量，优选业务表现良好的提供商作为主要合作伙伴。因此，在与客户的合作过程中，为客户提供及时全面的运营服务，可保证客户服务的满意度，不仅可增加客户的业务粘性以避免存量客户的流失，亦可帮助企业充分挖掘存量客户的业务份额，最大化客户为企业带来的经济效益。

近年来，随着公司业务规模的快速发展，公司业务范围已延伸至全国多个省份和城市。现阶段，为保证各地客户的服务质量，当客户提出运营服务需求时，公司主要采取“先远程支持，后现场服务”的模式。在该模式下，当客户出现系统及相关问题需要公司提供相关技术支持服务时，公司运营人员将先通过电话等方式提供远程支持服务。若遇远程支持无法解决的问题，再安排相关人员上门服务。然而，在公司业务范围不断扩

大的趋势下，上述模式使得公司在响应客户服务需求的过程中，受到服务终端渠道不足、本地化服务人员缺乏的局限，难以为客户提供及时快速的咨询和支持服务。

该募投项目的推进，可以为当地客户提供及时的售前技术服务和售后技术支持。当客户需要公司提供相关技术支持服务时，当地技术支持人员可为客户提供快速的咨询和支持服务，提升客户在与公司合作过程中的服务体验，不仅可增强客户的业务粘性，亦可挖掘存量客户潜在的业务机会，最大程度地提升经济效益。

3、拓宽信息获取渠道，提高市场竞争能力

市场信息是企业经营活动的重要参考依据，其反映了行业内市场需求变化、技术迭代方向、资源分布状况、竞争格局等信息。移动信息服务行业具备“客户驱动、技术导向、资源壁垒”等特点。例如，客户需求影响移动信息服务提供商的服务内容；行业技术发展方向及速度影响移动信息服务提供商的技术研发工作；通信资源则影响移动信息服务提供商的采购成本及服务范围。因此，对于行业内企业而言，及时获取行业一手信息有利于企业做出正确的经营决策。若企业在开展经营活动过程中，未充分考虑行业市场需求变化、技术迭代方向、资源分布状况等市场信息，或对企业产生产品策略偏离市场需求、销售策略效益低下、自有技术落后、错失重要资源等负面影响。

公司在以往的发展过程中，对客户业务需求及公司管理需求理解等方面不断总结经验，为公司过往的经营活动决策中提供了重要的参考依据，有效促进了公司业务的快速发展。然而，由于各地客户需求及通信资源均存在一定的差异，且行业技术更新迭代的速度在大数据、人工智能、云计算的影响下亦不断加快，故随着公司业务规模的不断扩大、业务范围的不断延伸，公司未来在经营活动方面的管理难度将不断加大。因此，公司在未来经营决策过程中，除需不断总结业务经验外，亦需通过及时获取外部市场信息，以辅佐公司做出正确的经营决策。

运营网点作为公司运营网络的触角，是接触市场一手信息的良好载体。因此，本项目的推进有助于获取客户需求、技术方向、通信资源等市场信息。例如，各地营销人员在销售过程中获取的客户需求信息，可为公司制定产品策略及销售策略时提供支撑；各地采购人员在维护当地通信资源的过程中，或可发现低价质优的通信资源来源。因此，通过各地运营网点及时获取上述各类市场信息，可为公司未来经营活动决策过程中提供多方面的参考，帮助公司做出正确的经营决策，以提高公司在移动信息服务行业的竞争

能力。

（三）项目建设的可行性

1、公司可靠的业务表现，可为市场开拓提供重要支撑

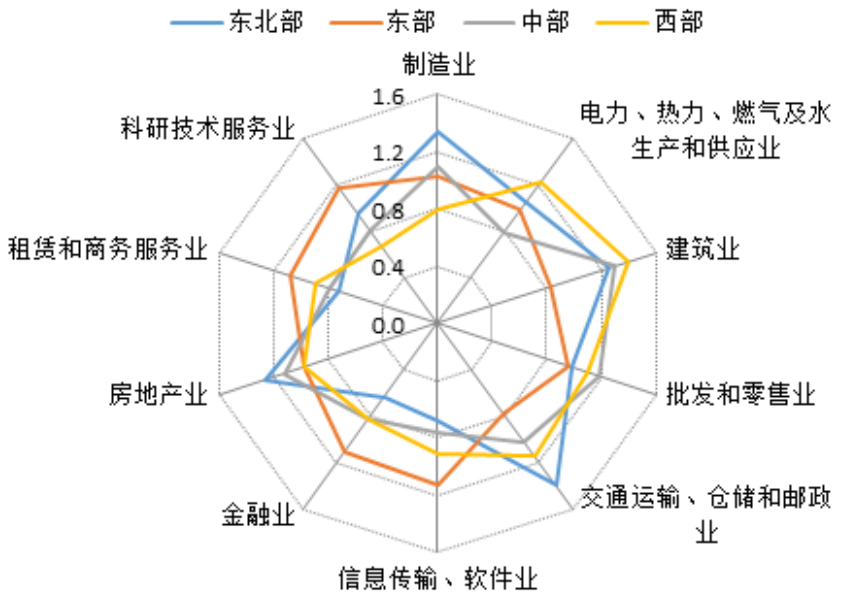
自成立以来，公司便精耕于移动信息服务行业中的企业短信服务领域。在过往的发展过程中，公司基于客户需求不断打磨产品质量，致力于为客户提供精准、高效、便捷的移动信息服务。现阶段，公司已在短信到达率、短信发送峰值能力、平台响应速度等方面取得不俗的表现，可充分满足客户的日常短信发送需求。同时，得益于公司在企业短信服务领域的规范化运营，公司与中国移动、中国联通、中国电信等三大运营商均建立了稳定的合作关系。加之，公司过往庞大的客群规模及品牌客户案例可增强客户对公司业务能力的信任度。

综上，公司可靠的业务表现使得公司产品具备一定的市场竞争力，可为销售团队在市场开拓过程中提供重要支撑。

2、项目建设地存在一定的移动信息服务市场基础

根据国家工商总局统计显示，东部地区偏好科研技术服务业、信息传输、软件业、金融业和租赁商务服务业；中部地区偏好建筑业、批发和零售业、房地产业和制造业；西部地区偏好建筑业、电力热力燃气及水生产供应业和交通运输、仓储和邮政业；东北地区偏好交通运输、仓储和邮政业、房地产业、建筑业和制造业。因此，东部地区及中部地区的产业属性使该地区或具备更旺盛的移动信息服务需求。

中国各地区产业偏好情况



数据来源：国家工商总局

根据中国互联网络信息中心的《国家信息化发展评价报告（2016）》的评估结果显示，北京市、上海市、广东省、浙江省、江苏省、福建省、山东省和天津市等东部省市的信息化发展程度最高，其次是中部地区，西部地区相对落后。总体而言，从中国东部沿海地区向西北、西南、东北三个方向，信息化发展水平基本呈现出逐步递减的态势。此外，重庆、安徽、江西、河南、贵州等省市的信息化发展水平提升幅度较为明显。

同时，根据工信部披露数据显示，2020 年上半年，我国移动终端用户主要集中于广东省、山东省、江苏省、河南省、四川省、浙江省、河北省、湖南省、湖北省、安徽省等省市。

此外，软件企业作为重点短信需求方，公司在选址时充分考虑软件产业的集群效应。根据工信部对《中国软件名城创建管理办法（试行）》的解读，自 2008 年，中国软件名城创建工作启动以来，南京市、济南市、成都市、广州市、深圳市、北京市、上海市、杭州市共 8 个城市被授予“中国软件名城”，苏州市、无锡市、武汉市、厦门市、沈阳市、大连市、福州市 7 个城市正在创建软件名城，且 2016 年 8 个软件名城和 7 个创建城市的软件业收入占全国近 80%。截至 2019 年底，福州、厦门、苏州、武汉、青岛 5 个城市相继被授予“中国软件特色名城”。

综上可见，本项目中总部运营基地、区域运营中心及服务网点建设地选择系基于地方产业偏好、地方信息化程度、地方移动智能终端用户数量占比、软件产业集群效应等

因素的充分考虑，各地均具备良好的市场需求基础。

3、公司科学的管理制度，可为项目运营提供有力保障

公司深知优秀的人才对提升公司竞争力的重要性，在过往数年的发展过程中，公司不断完善招聘制度及薪酬体系。本项目中，公司将通过参加招聘会、通过网络发布招聘信息、内部推荐、企业调任等方式为各区域运营中心及服务网点招聘营销、技术、财务、采购、行政等岗位所需的人员。同时，各运营网点建设地均具备充足的人力资源，可充分满足公司的人员招聘需求。另外，公司亦将根据各地人力资源市场及公司职位架构实际情况制定相应的薪酬体系及职位晋升机制等激励制度，为各地业务人员提供良好的职业发展平台，以保证公司各地业务人员的稳定性。

在项目运营过程中，为保证各业务人员具备可靠的业务能力，公司会专门对各业务人员开展入职培训及不定期业务技能培训。公司对入职新人均会开展公司介绍、公司政策、商业准则、职业道德等入职培训，以帮助新人快速熟悉公司基本情况。同时，根据公司业务发展情况及时对各岗位展开不定期业务技能培训，如针对营销人员开展产品策略、销售技能、行业趋势等培训，对技术人员开展短信平台业务技术、短信平台接口技术、短信平台架构技术等培训。

此外，公司已在上海、深圳等地成功组建了业务团队，各业务团队均取得了良好的业务成绩。上海及深圳等地业务团队的成功，不仅证明了公司管理制度的有效性，亦为公司管理外地分支机构积累了一定的管理经验。

综上，公司在过往发展过程中所形成的招聘制度、薪酬体系、激励制度、培训制度及管理经验，可为项目的顺利运营提供有力保障。

（四）项目投资概算

本项目预计投资总额为 13,178.84 万元，包括场地购置费用 11,576.25 万元、硬件设备费用 914.77 万元、软件费用 60.26 万元、预备费用 627.56 万元。本项目计划投资总额均来源于公司首次公开发行股票所获得的募集资金，具体金额及比例如下表所示：

序号	项目	金额（万元）	比例
1	建设投资	13,178.84	100.00%
1.1	场地费用	11,576.25	87.84%

1.2	硬件费用	914.77	6.94%
1.3	软件费用	60.26	0.46%
1.4	预备费用	627.56	4.76%
2	总投资额	13,178.84	100.00%

（五）项目建设期及实施进度

本项目以 T 为开始建设的时间节点，在 T+1 年的上半年完成总部运营基地与区域运营中心的选址、场地购置、装修、设备购置、人员招聘的工作，并在 T+1 年第三季度开始运营；在 T+1 年的下半年完成服务网点的选址、场地租赁、装修、设备购置、人员招聘的工作，并在 T+2 年的第一季度开始运营。项目实施进度表如下所示：

序号	实施步骤			T+1 年				T+2 年	
				Q1	Q2	Q3	Q4	H1	H2
1	华东大区	无锡	总部运营基地	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
2		杭州	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
3		上海	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
4		福州	服务网点			选址、场地租赁、装修	设备购置、招聘	开始运营	
5	华南大区	深圳	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
6		广州	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
7		佛山	服务网点			选址、场地租赁、装修	设备购置、招聘	开始运营	
8		南宁	服务网点			选址、场地租赁、装修	设备购置、招聘	开始运营	
9	华北大区	北京	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
10		石家庄	服务网点			选址、场地租赁、装修	设备购置、招聘	开始运营	
11		郑州	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
12		天津	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
13	西部大区	成都	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
14		西安	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			
15	华中大区	武汉	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			

序号	实施步骤			T+1 年				T+2 年	
				Q1	Q2	Q3	Q4	H1	H2
16		长沙	区域运营中心	选址、场地购置、装修	设备购置、招聘	开始运营			

四、补充营运资金项目

（一）项目建设内容

现阶段，公司正处于高速成长期，运营网络的建设运营和短信业务量的增加均对流动资金存在一定需求。公司根据自身流动资金需求测算，以及未来拟拓展的战略方向，计划募集资金 13,000 万元用于补充与主营业务相关的营运资金。

（二）项目实施的必要性

1、运营网络范围扩大，日常营运资金需求提升

现阶段，公司正处于高速发展时期，直客客户业务收入占比逐渐提升。为持续拓展业务并为区域性客户及供应商提供更好的对接服务，公司通过募投项目建设，以总部运营中心、区域营销中心、服务网点三级架构建立起全国性的运营网络。运营网络建设运营将增加公司的整体人员数量规模，人员工资的支出将大幅提升。同时，为保持员工的稳定性、增加员工归属感并对不同经济水平的地区的人员薪酬做出浮动调整，公司需适时提升员工的薪酬水平。

此外，运营网络建设完成之后，各分支机构的日常运营将带来管理费用与营销费用的增加，这也将对公司的流动资金产生更大的需求。因此，本次募集资金用于补充营运资金，对公司未来在运营网络覆盖范围及业务场景逐步扩大丰富之后的资金需求能够带来实质性的补充作用。

2、业务稳定性较强，营运资金需求缺口扩大

公司目前主要是以客户后向付费的形式，由此产生一定的应收账款账期。随着移动短信业务规模的扩大，公司应收账款的规模也逐步扩大。报告期各期期末，公司的应收账款账面余额分别为 3,276.96 万元、9,107.43 万元、14,294.02 万元和 21,543.56 万元。同时，公司为采购短信，每年均向供应商提前预付款项，报告期各期期末，公司的预付款项为 3,743.68 万元、5,639.56 万元、8,503.73 万元和 7,185.04 万元。

未来几年，企业短信基于其能够便捷、准确、及时、安全、全面地协助企业客户实

现“一对多”的信息传播服务，仍具有明显的信息传播优势与应用优势。加上公司丰富的渠道客户及直客客户的服务经验，以及较强的供应商合作粘性，未来公司的主营业务仍具有广阔的增长空间。随之而来的营收规模与应收账款规模将同步增长。因此，公司未来对营运资金的需求仍长期存在，通过本项目补充营运资金具有较强的必要性。

（三）管理运营安排

公司制定了《募集资金管理办法》，募集资金存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，并严格执行中国证监会及深交所有关募集资金使用的规定。公司在营运资金的具体使用过程中，将根据公司业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用。在具体资金支付环节，严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行使用。

（四）对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充营运资金后，公司净资产将有所增加而资产负债率降低，公司资产流动性将进一步提高，降低流动性风险。此外，公司可减少银行借款，降低利息支出和财务费用，提升公司盈利能力。

（五）对提升公司核心竞争力的作用

营运资金并不直接带来经济收益，因此公司在短期内面临净资产收益率下降的风险。本次募集资金补充营运资金到位后，为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，保证了公司业务的顺利开展，将有利于公司扩大业务规模，优化公司财务结构，从而提高公司的市场竞争力。

五、未来发展与规划

（一）发行人未来三年的发展目标

公司深耕移动信息行业多年，逐渐确立了“技术驱动服务、深耕行业客户、连接创造价值”的核心理念。公司以科技、服务以及人才作为攻坚重点，立志于成为一家移动信息服务领军企业。公司在未来三年将进一步加大技术的开发，平台的升级优化以及市

场的深入开拓，同时建设具有持续发展能力的骨干人才团队，多管齐下，在做大做强公司移动信息服务业务的基础上，持续探索新技术应用环境下的移动信息服务场景。

（二）实现发展目标和规划的具体措施

围绕公司未来三年发展目标，公司拟以募集资金投资项目的顺利实施为有效手段，在增加公司竞争能力、增强公司增长性方面拟采取以下措施：

1、加大研发投入，不断对技术平台进行升级强化

公司自成立以来一直立足于自主研发，运营平台“线上线下客户短信运营平台”、“喀什云海流量管理平台”皆为自主研发。随着公司业务量规模的迅速发展，公司也将在研发中投入更大的资源，使得公司的研发实力，平台处理能力等能够满足公司发展的需求。

公司将主要从以下几个方面对平台进行升级强化：

（1）持续优化短信运营平台的承载能力

近几年公司的业务规模呈现出高速的发展，对短信峰值发送能力、系统稳定性等短信业务能力的要求越来越高，公司将在软硬件多方面对现有平台进行全面升级，使得公司的短信发送效率满足公司日益增长的发送需求。

（2）增强平台管理智能化水平

公司拟通过结合大数据分析、人工智能、云计算等技术，开发短信功能、基础功能、CRM 功能等三大业务功能模块，以提高公司业务管理的智能化水平，使得短信审核、数据管理、数据统计等方面的平台功能更加智能化，优化公司运营及财务效率。

（3）提升平台的兼容性，打造可拓展的综合性通信平台

目前，公司平台主要实现通信业务中的短信服务相关的功能，考虑到未来行业技术及市场需求变化，公司将对现有平台进行改造，提升平台兼容性。公司将通过为企业通信管理平台开发数据网格服务、数据持久化服务等功能模块，使得平台系统中的存储资源、计算资源具备弹性的横向扩展能力。

（4）进一步探索新业务模式，建设基于客户商业需求的高技术信息平台

企业短信作为企业与信息接收者之间重要的沟通渠道，随着 5G 时代的来临，短信能够承载的信息量将大大提高，不论是音频、视频、大容量信息包都可以快速触达信息接收者，能够实现的商业模式、运营模式以及技术服务也将更加丰富多样。目前，公司已开拓了视频短信等具有高附加值的移动信息服务产品以满足客户的多应用需求；未来，公司将持续探索 5G 传输能力下的企业短信服务模式，更多地发掘作为移动信息服务提供商，能够在商业模式、运营模式、消费者管理及技术沟通等方面为客户带来的价值。同时公司也将应用电信运营商逐步开始普及的 5G 网络，进行基于高传输能力的研究，如富媒体企业短信（RCS）等，建设基于客户进一步商业需求的高技术信息平台。

2、深入拓宽营销网络，进一步优化客户服务

公司从 2017 年开始加大了对直客的开拓力度，针对这一战略转型，公司已经在深圳、上海等地组建了销售团队，积极开拓直客业务。在未来，公司还将在多个重点城市设立总部运营基地、区域运营中心或服务网点，以建设分布式运营网络，对公司拓客能力以及客户服务力度进行提升。

3、人力资源计划

随着公司业务的不断拓展和持续发展，实施人才战略，吸引优秀人才，以此提升公司竞争力是公司未来的重要工作之一。在未来三年中，公司将大力引进中高端技术人员及各类营销、管理等高素质人才，建设一支高水准的技术、营销、管理团队。在研发方面，公司将配合募集资金投资项目“企业通信管理平台建设项目”增强科研机构的人员配置，形成一支精干的移动信息服务行业技术研发团队。在营销方面，公司将通过营销网点的完善，加强各区域营销人员服务意识，深入服务细节，继续巩固广大合作客户关系以及开拓新的客户资源。在管理方面，公司将选拔和引入具有行业管理经验的人才，增强公司的管理能力以及提升管理效率。公司在未来三年中计划引进培养各类技术、营销、管理中高端人才来提升公司实力。

4、再融资计划

如果本次发行股票筹资并上市顺利完成，公司将结合自身发展战略和经营业务发展目标，根据不同发展阶段的资金需要，在考虑资金成本、资本结构的前提下，适时通过银行贷款和在资本市场直接融资等方式筹集资金，促进公司业务持续、高效、健康发展，保证股东利益最大化。

本公司上市后，将通过定期报告持续披露公司发展规划的实施进展和发展目标的实现情况。

（三）拟定上述计划所依据的假设条件及实施上述计划可能面临的主要困难

1、拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述发展计划和目标，主要是基于以下假设：

（1）公司运营所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态；

（2）国家有关产业政策没有重大转变；

（3）公司所处行业领域处于正常发展状态，没有发生重大的市场突变；

（4）公司此次股票发行能够顺利完成，募集资金尽快到位；

（5）募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；

（6）公司能够保持现有高级管理人员、其他核心人员的稳定性。

2、实施上述计划所面临的困难

（1）资金方面。公司未来发展计划的实现，需要大量的资金投入作为保障。当前公司的规模较小，资金主要依靠股东资本金投入及自身经营积累。因此，本次发行股票募集资金有利于缓解公司的资金需求，优化公司的财务结构，实现公司的经营目标。

（2）管理方面。随着公司组织结构日益复杂、上市发行的成功和募集资金的到位，公司技术中心及运营规模将进一步扩大，这就需要公司管理层不断提升运营能力。

（3）技术方面。公司所属的移动通信领域的技术要求高，因此，如果公司不能根据市场需求的发展趋势，及时引入优秀人才以应对平台升级和技术的研发，将会对公司发展造成不利影响。

（四）确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次公开发行股票为公司实现上述发展目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快投入使用，增强公司在移动通信领域的核心竞争力；

2、严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级；

3、加快对优秀人才特别是管理人才、技术人才和营销人才的引进，进一步提高公司的综合实力，确保公司业务发展目标的实现。

（五）上述业务发展规划与现有业务的关系

公司的业务发展规划和目标与现有业务之间具有紧密的关系。发展规划立足于现有业务，以实现公司发展目标为目的；现有业务将为公司实现未来发展规划提供坚实的基础和支持，未来发展规划和目标则是公司现有业务的延伸和深化。公司未来发展规划和发展目标的落实，将大幅度提升公司在技术、营销网络、人力资源等方面的竞争实力。公司未来发展规划和目标将与现有业务形成一种良性互动的关系。

上述发展规划是对公司现有业务的进一步深化与拓展。公司多年来在移动通信技术及客户资源等方面已有丰富的积累，各项能力的积累及本次募集资金投资项目的成功实施将有效保障上述发展规划和目标的实现。

（六）实施上述规划和目标的声明

公司管理层将按照公司发展规划，努力实现公司经营目标。公司上市后，将在定期报告中持续公告规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目进展情况。

第十节 投资者保护

一、信息披露和投资者关系

（一）信息披露制度和流程

为加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、深圳证券交易所和中国证监会的有关规定，制定了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》，确保公司依据有关法律法规履行信息披露义务，加强信息披露事务管理，切实保护投资者合法权益。

具体信息披露流程如下：

1、公司依法披露信息，应当将公告文稿和相关备查文件报送深圳证券交易所登记，并在中国证券监督管理委员会指定的媒体上发布。

2、公司在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。

3、公司应当将信息披露公告文稿和相关备查文件报送中国证监会江苏监管局，并置备于公司住所供社会公众查阅。

4、公司发生的或与之有关的事件没有达到制度规定的披露标准，或者制度没有具体规定，但深交所或公司董事会认为该事件对公司证券及其衍生品种交易价格可能产生较大影响的，公司应当按照制度的规定及时披露相关信息。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司设立董事会办公室作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门的负责人为董事会秘书王晓洁女士，对外联系电话：0510-68880518。

（三）投资者关系管理规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》、深圳证券交易所和中国证监会的相关法律法规和《公司章程（草案）》《投资者关系管理制度》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促

进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策

根据公司本次公开发行股票并上市后生效的《公司章程》（草案），本次发行并上市后，公司的股利分配政策为：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，经股东大会决议，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

3、若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分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

5、利润分配政策及其调整和利润分配应履行的程序

（1）利润分配原则

公司利润分配应充分重视投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，并坚持按照法定顺序分配利润和同股同权、同股同利的原则。

（2）利润的分配形式

公司可以采取现金方式、股票方式、现金与股票相结合的方式或法律允许的其他方式分配股利，其中优先以现金分红方式分配股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等合理因素。

（3）利润分配政策

①如公司该年度实现的可分配利润为正值，且公司无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金方式进行利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的10%。

重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：A、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且超过3,000万元；B、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

②公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，实行差异化的现金分红政策，具体如下：

A、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%；

B、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%；

C、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，可以按照前项规定处理。

③若公司年度盈利但公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在股东大会中说

明原因，独立董事应当对此发表独立意见，监事会应当审核并对此发表意见。

④发放股票股利的条件：若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（4）利润分配政策的调整

公司因生产经营情况发生重大变化、投资规划和长期发展的需要等原因需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并在议案中详细论证和说明原因，提请股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过；调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，充分考虑中小股东的意见，且不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；独立董事、监事会应当对此发表审核意见；公司应当提供网络投票等方式以方便社会公众股股东参与股东大会表决。

（5）利润分配应履行的程序

董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例，提出利润分配方案，独立董事应当发表明确意见。对当年实现的可供分配利润中未分配部分及以股票股利形式分配的部分，董事会应说明使用计划安排或原则，独立董事对此应发表独立意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。股东大会对利润分配具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动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，及时答复中小股东关心的问题，并经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

公司的利润分配政策由董事会拟定、独立董事对此发表独立意见，并经二分之一以上董事同意后提请股东大会审议；股东大会审议制定利润分配政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配政策进行审核并出具书面意见。

6、公司制定了本次发行上市完成后的三年分红回报规划：公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金方式分配的股利不低于当年实现的可供分配利润的10%；在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票权利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会进行表

决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

与发行前股利分配政策相比，本次发行后的股利分配政策主要根据中国证监会《上市公司章程指引（2019 年修订）》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关规定制定，更加合理、完善。公司发行上市后的股利分配方式将优先采用现金分红的方式，符合相关要求，更有利于保护投资者的合法利益。 同时，公司对股利分配的实施条件，尤其是现金分红的条件、比例和股票股利的分配条件等作出了详细规定，并进一步完善了利润分配方案的决策程序和机制，增强了股利分配政策的可操作性。

三、发行前滚存利润的分配安排

经公司 2019 年第三次临时股东大会审议通过：如公司本次向社会公开发行股票在 2021 年度内顺利完成，则在公开发行前滚存的未分配利润，由公司股票发行后新老股东共享；如本次向社会公开发行股票未能在 2021 年度内完成，则利润分配方案由股东大会另作决议。

四、股东投票机制的建立情况

《公司章程（草案）》及《累积投票制实施细则》等制度对股东权利作出了明确的规定并完善了股东投票机制，具体情况如下：

项目	《公司章程》（草案）具体内容
第四十七条	股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还应提供网络投票或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。
第五十二条	单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后十日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。 董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的五日内发出召开临时股东大会的通知，通知如中对原请求进行变更，应当征得相关股东的同意。 董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后十日内未作出书面反馈的，单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。 监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求五日内发出召开临时股东大会的通知，通知中如对原请求进行变更，应当征得相关股东的同意。 监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续九十日以上单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东可以自行召集和主持。

第五十七条	公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司百分之三以上股份的股东，有权向公司提出提案。 单独或者合计持有公司百分之三以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后两日内发出股东大会补充通知，公告临时提案的内容。临时提案的内容应符合本章程第五十五条的要求。 除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知公告后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。 股东大会通知中未列明或不符合本章程第五十五条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。
第八十三条	股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。 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。 公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。 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。
第八十八条	股东大会选举董事、监事应当采取累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。股东大会审议董事、监事选举的提案，应当对每一个董事、监事候选人逐个进行表决；公司独立董事和非独立董事的选举应分开选举，分开投票。
第八十九条	除累积投票制外，股东大会应对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

（一）采取累积投票制选举公司董事

根据《累积投票制实施细则》，股东大会选举两名以上（含两名）的董事、监事时，应采用累积投票制度。

累积投票制是指公司股东大会在选举董事(或监事)时，股东所持的每一有效表决权股份拥有与该次股东大会应选董事(或监事)总人数相等的投票权，股东拥有的投票权等于该股东持有股份数与应选董事(或监事)总人数的乘积，并可以集中使用，即股东可以用所有的投票权集中投票选举一位候选董事(或监事)，也可以将投票权分散行使、投票给数位候选董事(或监事)，最后按得票的多少决定当选董事(或监事)。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案)》，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）对法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决

根据《公司章程（草案）》，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）征集投票权的相关安排

根据《公司章程（草案）》，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。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

除特别说明外，本节重要合同是指截至报告期末公司已履行和正在履行的金额或交易金额、所产生的营业收入或毛利额相应占公司最近一个会计年度经审计的营业收入或营业利润的 10%以上的合同以及其他对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同，具体情况如下：

（一）销售合同

序号	购买方	销售方	合同内容	金额	有效期
1	阿里巴巴	线上线下	短信服务	框架性合同	三年，期满前双方无异议且未签订替代性协议，自动延续一年，最多延续 2 次
2	支付宝	线上线下	短信服务	框架性合同	三年，期满前双方无异议且未签订替代性协议，自动延续一年，最多延续 2 次
3	江西欣典	线上线下	短信服务	框架性合同	2016.1.10-2017.1.9，期满双方无异议自动顺延一年
4		线上线下	短信服务	框架性合同	2017.1.10-2018.1.9，期满双方无异议自动顺延一年
		线上线下	短信服务	框架性合同	2018.1.10-2019.1.9，期满双方无异议自动顺延一年
		咔什云海	短信服务	框架性合同	2019.1.1-2019.12.31，期满双方无异议自动顺延一年
5	腾讯	线上线下	短信服务	框架性合同	2018.7.1-2019.6.30，期满双方无异议自动顺延一年
6	上海拉扎斯（饿了么）	线上线下	短信服务	框架性合同	2019.9.1-2020.8.31
7	北京联合维拓科技有限公司	线上线下	短信服务	框架性合同	2016.1.10-2017.1.9，期满双方无异议自动顺延一年
8	北京京东世纪贸易有限公司	线上线下	短信服务	框架性合同	2019.06.01-2020.08.31
9	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	线上线下	短信服务	框架性合同	2019.08.26-2020.08.25
10	上海京东到家元信信息技术有限公司	线上线下	短信服务	框架性合同	2019.03.26-2020.04.26
11	达疆网络科技（上海）有限公司/上海京东到家元信信息技术有限公司	线上线下	短信服务	框架性合同	2020.04.26-2021.05.31

（二）采购合同

序号	购买方	销售方	合同内容	金额	有效期

1	线上线下	无锡移动	短信	框架性合同	12 个月/24 个月，期满前三个月内双方签字确认，自动延长一年
2	无锡胜杰		短信	框架性合同	2016.7.6-2018.7.5；2018.7-2020.6；2019.2-2021.1；2 年，期满前三个月内各方没有书面通知对方协议期满终止或没有异议，自动延长一年，延长次数不受限制
3	线上线下有限	石家庄移动	短信	框架性合同	2017.6.16-2020.6.16
4	喀什云海石家庄分公司		短信	框架性合同	2017.8.24-2020.8.24； 2017.10.11-2020.10.11； 2019.4-2020.4； 2019.8.31-2021.8.31
5	线上线下	上海尔坤	短信	框架性合同	2018.3.1-2019.2.28，协议期满前双方未提出异议，自动顺延
			短信	框架性合同	2019.1.1-2019.12.31，协议期满前双方未提出异议，自动顺延一年
6	喀什云海		短信	框架性合同	2019.7.1-2020.6.30，协议期满前双方未提出异议，自动顺延一年
7	线上线下	沈阳移动	短信	框架性合同	2017.8.1-2018.7.31，期满后双方均没有提出终止合作的，本协议自动延期 1 年，延期期满后依次类推
8	线上线下	厦门朝鹭	短信	框架性合同	2019.12.01-2020.11.30
9	线上线下	安徽九源云鑫信息技术有限公司	短信	框架性合同	2020.04.01-2021.03.31，协议期满前双方未提出异议，自动顺延 1 年

（三）借款合同

序号	合同号	银行	借款单位	金额（万元）	借款期限	年利率	担保人和担保方式
1	07800LK20188701	宁波银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2018.12.21-2019.12.20	4.785%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（07800KB20189311）
2	07800LK199IANJN	宁波银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.11-2020.12.10	4.785%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（07800KB199IAJKC）
3	07800LK199IEIDL	宁波银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.23-2020.12.23	4.785%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（07800KB199IAJKC）
4	JK023819001021	江苏银行无锡太湖新城支行	线上线下	500.00	2019.12.18-2020.12.10	4.785%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（BZ023819000570）
5	84012019281755	上海浦东发展银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2019.12.24-2020.12.24	5.22%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（ZB8401201900000166）
6	HTZ320618900LDZJ202000007	中国建设银行无锡蠡湖支行	线上线下	1,000.00	2020.3.13-2021.3.13	4.00%	汪坤、门庆娟最高额保证担保（HTC320618900ZGDB202000008）
7	澄商银合同借字2020030100LJB20050	江苏江阴农村商业银行无锡分行	线上线下	1,000.00	2020.3.20-2020.9.19	4.55%	汪坤、门庆娟保证担保（澄商银保借字 2020030100B200059）

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

三、重大诉讼、仲裁事项和重大违法行为

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、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，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年不涉及重大行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、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 声明

本公司及全体董事、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：

汪 坤　　门庆娟　　辛 瑛

周 宇　　周 波

全体监事：

谭志凌　　关宏新　　蒋 超

全体高级管理人员：

汪 坤　　崔 嵘　　王晓洁

曹建新

无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司

2021 年 2 月 24 日

本公司控股股东、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：

汪 坤　　门庆娟

无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司

2021 年 2 月 21 日

保荐机构（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。

本人已认真阅读无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司招股说明书的全部内容，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：

章旗凯

保荐代表人：

谢晶晶 傅毅清

总经理：

邓舸

法定代表人：

何如

国信证券股份有限公司

2021年 2月 21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。

负 责 人

张利国

北京国枫律师事务所

经办律师

李大鹏

唐 诗

王维维

2021 年 2月 21 日

会计师事务所声明

本所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所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所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所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，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。

会计师事务所负责人：

李惠琦

签字注册会计师：

杨贞瑜　　程家尧

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 2 月 21 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，并承担相应的法律责任。

验资机构负责人：

李惠琦

签字注册会计师：

杨贞瑜

程家尧

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年 2月 21日

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。

评估机构负责人：

陈喜佟

签字资产评估师：

潘赤戈　　张汇良

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

2021 年 2月 21日

第十三节 附件

一、附件内容

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体包括：

（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；（具体内容参见本节之“二、与投资者保护相关的承诺具体内容”）

（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；（具体内容参见本节之“三、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。

查阅时间：工作日上午 9：00～11：30；下午 13：30～16：00。

二、与投资者保护相关的承诺具体内容

（一）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

1、股份锁定承诺

公司股东、实际控制人、董事长兼总经理汪坤；公司股东、实际控制人、董事门庆娟；公司股东峻茂投资承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托

他人管理本人/本公司已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内发生公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）的情形，本人/本公司所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

公司股东之易简投资、牧银投资、联成恒健承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本公司已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

同时，担任公司董事、高级管理人员的汪坤、门庆娟承诺：在本人任职期间内，每年转让的股份不超过所直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让所直接或间接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让所直接或间接持有的公司股份。

公司控股股东、持有公司股份的董事和高级管理人员汪坤、门庆娟及公司股东峻茂投资承诺：公司股票锁定期限届满后 2 年内减持股份的价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。

2、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

（1）公司控股股东、实际控制人汪坤、门庆娟的持股意向及减持意向

本次发行前，汪坤直接持有公司 46.24%的股份，门庆娟直接持有公司 15.67%的股份，上述人员的持股及减持意向如下：

①在发行人上市后 3 年内不减持发行人股份；

②在发行人上市 3 年后的 2 年内减持发行人股份的，减持价格不低于发行价。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整；

③在其实施减持时，至少提前 3 个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息

披露工作。

（2）公司股东峻茂投资的持股意向及减持意向

峻茂投资为公司实际控制人汪坤、门庆娟控制的其他公司。本次发行前，峻茂投资持有公司 9.46%的股份，其持股及减持意向如下：

①在发行人上市后 3 年内不减持发行人股份；

②在发行人上市 3 年后的 2 年内减持发行人股份的，减持价格不低于发行价。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整；

③在其实施减持（且仍为持股 5%以上的股东）时，至少提前 3 个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息披露工作。

（3）公司股东易简投资的持股意向及减持意向

本次发行前，易简投资持有公司 13.70%的股份，其持股及减持意向如下：

①在发行人上市后 1 年内不减持发行人股份；

②在发行人上市 1 年后，在实施减持（且仍为持股 5%以上的股东）时，至少提前 3 个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息披露工作。

（4）公司股东牧银投资的持股意向及减持意向

本次发行前，牧银投资持有公司 12.70%的股份，其持股及减持意向如下：

①在发行人上市后 1 年内不减持发行人股份；

②在发行人上市 1 年后，在实施减持（且仍为持股 5%以上的股东）时，至少提前 3 个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息披露工作。

（二）稳定股价的措施和承诺

经公司第一届董事会第九次会议、2019年第三次临时股东大会审议通过，公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续20个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做

相应调整，下同），公司将采取包括但不限于公司回购股份及公司控股股东、董事、高级管理人员增持公司股份等股价稳定措施，具体如下：

1、发行人回购股份

股价稳定措施的启动条件触发后，公司将依据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等法律、法规、规范性文件和公司章程的规定向社会公众股东回购公司部分股份，并履行相应的程序。

如公司股东大会回购决议公告后的下一个交易日，公司股票收盘价不低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产，则回购方案可以不再实施。

公司回购股份的价格不高于上一个会计年度末经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或中国证监会认可的其他方式。

如某一会计年度内多次触发股价稳定措施的启动条件（不包括公司及其控股股东、董事、高级管理人员依据本预案实施稳定股价措施期间及实施完毕当轮稳定股价措施并公告日开始计算的连续20个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形）的，公司可以继续采取回购股份的措施，但遵循下述原则：

（1）单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的10%；

（2）单一会计年度用于回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的30%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现稳定股价情形的，公司将继续按照上述原则执行。

2、控股股东增持股份

股价稳定措施的启动条件触发且公司股份回购方案实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后的下一个交易日，如公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的或公司股份回购无法实施的，则公司控股股东将根据法律、法规、规范性文件和公司章程的规定制定增持股份方案。

如公司公告增持方案后的下一个交易日，公司股票收盘价不低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产，则增持方案可以不再实施。

如某一会计年度内多次触发股价稳定措施的启动条件（不包括公司及其控股股东、董事、高级管理人员依据本预案实施稳定股价措施期间及实施完毕当轮稳定股价措施并公告日开始计算的连续20个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形）的，控股股东将继续采取增持股份的措施，但遵循下述原则：

（1）单次用于增持股份的资金金额不低于控股股东最近一次自公司获得的公司现金分红金额的20%；

（2）单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不超过控股股东最近一次自公司获得的公司现金分红金额的50%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，控股股东将继续按照上述原则执行。

3、董事、高级管理人员增持股份

股价稳定措施的启动条件触发且公司、控股股东股价稳定方案实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后的下一个交易日，如公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的，则公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将根据法律、法规、规范性文件和公司章程的规定制定增持股份方案。

如公司公告增持方案后的下一个交易日，公司股票收盘价不低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产，则增持方案可以不再实施。

如某一会计年度内多次触发股价稳定措施的启动条件（不包括公司及其控股股东、董事、高级管理人员依据本预案实施稳定股价措施期间及实施完毕当轮稳定股价措施并公告日开始计算的连续20个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形）的，董事、高级管理人员将继续采取增持股份的措施，但遵循下述原则：

（1）单次用于增持股份的资金金额不低于董事、高级管理人员在任职期间的最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬的10%；

（2）单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不超过董事、高级管理人员在任职期间的最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬的30%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现稳定股价情形的，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行。

对于未来新聘的董事、高级管理人员，公司也将要求其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求。

（三）股份回购和股份买回的措施和承诺

1、发行人相关承诺

公司承诺：“公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价加算银行同期存款利息确定。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。”

2、发行人控股股东相关承诺

发行人控股股东、实际控制人汪坤、门庆娟承诺：“公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法购回首次公开发行时已公开发售的原限售股份（如有），购回价格按照发行价加算银行同期存款利息确定。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

3、发行人董事、监事、高级管理人员相关承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：“公司首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、发行人承诺

发行人承诺：“1、本公司承诺并保证本公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形；2、如本公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

2、发行人控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人汪坤、门庆娟承诺：“1、本人承诺并保证公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形；2、如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。”

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司控股股东、实际控制人承诺如下：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

公司董事和高级管理人员承诺将切实履行作为董事、高级管理人员的义务，忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，具体如下：

1、本人不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费。

3、本人不会动用公司资产从事与履行本人职责无关的投资、消费活动。

4、本人将尽最大努力促使公司填补即期回报的措施实现。本人将尽责促使由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、本人将尽责促使公司未来拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。本人将支持与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的相关议案，并愿意投赞成票（如有投票权）。

6、本承诺出具日后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。

如违反或拒不履行上述承诺，其愿意根据相关监管机构的有关规定和规则承担相应责任。

（六）利润分配政策的承诺

发行人承诺：“本公司在本次发行上市后，将严格按照本次发行上市后适用的公司章程、以本次发行上市招股说明书及本公司上市后前三年股东分红回报规划中披露的利润分配政策执行，充分维护股东合法权益。如违反上述承诺，本公司将依照中国证监会、深圳证券交易所的规定承担相应法律责任。上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应法律责任。”

（七）依法承担赔偿责任的承诺

本次发行相关中介机构的承诺如下：

保荐机构承诺：如因国信证券为发行人首次公开发行股票制作、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。

国信证券保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

申报会计师承诺：致同为发行人首次公开发行制作、出具的文件如有虚假记载、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。

发行人律师承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司承诺：本机构为发行人首次公开发行股票制作、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。

（八）关于股东相关情况的专项承诺

发行人承诺：“公司股东不存在下属情形：

（1）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的情形；

（2）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的情形；

（3）以发行人股权进行不当利益输送的情形。”

（九）其他承诺事项

关于未履行承诺的约束措施，发行人及发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员承诺如下：

1、发行人相关承诺

公司承诺：“本公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

③给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

（2）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

2、发行人控股股东相关承诺

发行人控股股东汪坤、门庆娟承诺：“本人将严格履行本人就公司首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分；

③主动申请调减或停发薪酬或津贴；

④如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有；

⑤本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

⑥公司未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

（2）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。”

3、发行人持股董事、监事、高级管理人员相关承诺

发行人持股董事、高级管理人员承诺：“本人将严格履行本人就公司首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分；

②主动申请调减或停发薪酬或津贴；

③如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

（2）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。”

4、发行人未持股董事、监事、高级管理人员相关承诺

发行人未持股董事、高级管理人员承诺：“本人将严格履行本人就公司首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①主动申请调减或停发薪酬或津贴；

②如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

（2）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。”

三、与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

（一）关于避免同业竞争的承诺

参见本招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“七、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（二）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

参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十六、发行人员工及其社会保障情况”之“（三）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”之

“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”。

（三）关于瑕疵物业的承诺

参见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、主要固定资产及无形资产情况”之“（一）固定资产情况”之“3、房屋及建筑物”之“（2）已租赁无证房产情况”。

（四）关于资金占用和非经营性资金往来事项的承诺

公司全体股东及公司董事、监事、高级管理人员已就不发生资金占用和非经营性资金往来的事项作出承诺：

“鉴于线上线下拟首次公开发行股票并在创业板上市，本人/本公司/本企业作为线上线下股东/董事/监事/高级管理人员，关于不存在占用线上线下资金事项，作出承诺如下：1、截至本承诺出具之日，本人/本公司/本企业不存在占用线上线下及其子公司资金的情况；2、本人/本公司/本企业承诺，本人/本公司/本企业、本人/本公司/本企业控制的企业及其他经济组织将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用线上线下及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，自本承诺签署之日起，避免本人/本公司/本企业、本人/本公司/本企业控制的企业及其他经济组织与线上线下发生除正常业务外的一切资金往来。如若发生，本人/本公司/本企业及相关责任人愿意承担相应的法律责任。特此承诺。”

（五）关于纳税义务的承诺

发行人实际控制人汪坤、门庆娟已出具承诺：“本人已依法履行公司在历次股权转让、转增股本、利润分配、整体变更为股份有限公司过程中的涉及本人的纳税义务，如因主管税务机要求本人补缴应缴税款，本人将以本人自有资金立即履行相关纳税义务，并无偿承担因此给公司造成的或有经济损失（包括但不限于公司因未履行代扣代缴个人所得税所涉税款、罚款、滞纳金等）”。

四、附件文件查阅地址

1、发行人：无锡线上线下通讯信息技术股份有限公司

办公地址：无锡市高浪东路 999 号-8-C1-1201

电话：0510-68880518

联系人：王晓洁

2、保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦 5 层

电话：0571-85115307

联系人：谢晶晶、傅毅清、朱星晨、章旗凯、**朱晓珍、杜旭**