



山东卓创资讯股份有限公司
(山东省淄博市张店区北北京路 186 号)

关于山东卓创资讯股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
上市委审议意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号

关于山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票 并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复

深圳证券交易所：

山东卓创资讯股份有限公司（以下简称“卓创资讯”、“发行人”或“公司”）已收悉贵所于 2022 年 3 月 29 日出具的《关于创业板上市委审议意见的落实函》（审核函〔2022〕010324 号）（以下简称“上市委审议意见落实函”）。卓创资讯与民生证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“民生证券”）对会后问题进行了审慎核查，现书面回复如下：

本上市委审议意见落实函回复除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成，数据货币计量单位为人民币万元，使用的术语、名称、缩略语，除特别说明外，与其在招股说明书中的含义相同。

目 录

问题一.....	4
----------	---

问题一

请发行人结合报告期内活跃客户数量、付费客户数量、客户转化率、客户流失率等数据在招股说明书中进一步披露业务的可持续性和成长性。请保荐人发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合报告期内活跃客户数量、付费客户数量、客户转化率、客户流失率等数据在招股说明书中进一步披露业务的可持续性和成长性。

（一）付费客户数量

2018-2021 年，公司付费客户总量分别为 17.00 万个、15.90 万个、14.89 万个、14.10 万个，总体呈下降趋势。从公司客户结构分析，付费客户总量下降主要是客户贡献值较低的短信客户减少所致，除短信外的其他业务客户量均呈增长趋势。公司对于 ARPU 值较低的短信类业务公司采取逐步压缩的策略，放弃部分对价格极为敏感的手机短信业务客户，并逐步推动剩余手机短信业务客户向高附加值产品转化。

2018-2021 年，资讯服务实现销售收入占主营业务收入的比例超过 78%，是主营业务收入的主要来源。2018-2021 年，资讯服务各项业务付费客户数量、ARPU 值以及销售收入情况如下：

单位：万个；万元；元

项 目	2021 年度			2020 年度		
	客户数量	收入金额	ARPU 值	客户数量	收入金额	ARPU 值
手机客户端	8.50	6,029.47	709.34	7.19	5,144.75	715.46
手机短信	5.52	1,985.48	359.84	7.05	2,686.56	381.25
网上信息	1.26	4,657.76	3,705.16	1.12	4,002.64	3,586.60
时段报告	1.10	3,681.12	3,341.31	0.91	3,038.60	3,348.32
数据服务	0.15	2,300.99	15,653.00	0.11	1,690.44	15,695.81
大宗商品数据客户端	0.11	2,202.42	20,487.59	0.07	1,276.43	17,902.22
其他	0.02	81.67	3,374.84	0.03	49.23	1,473.92
资讯服务合计	13.99	20,938.91	1,497.04	14.79	17,888.64	1,209.73

（续）

项 目	2019 年度			2018 年度		
	客户数量	收入金额	ARPU 值	客户数量	收入金额	ARPU 值
手机客户端	6.68	4,799.18	717.99	6.32	4,037.63	639.07

手机短信	8.53	3,261.36	382.48	10.03	3,755.94	374.40
网上信息	1.14	3,968.93	3,494.39	1.18	3,724.16	3,156.87
时段报告	0.89	2,955.53	3,338.08	0.88	2,513.83	2,850.79
数据服务	0.09	1,650.78	17,450.07	0.06	1,089.09	18,181.87
大宗商品数据客户端	0.04	1,063.52	25,261.87	0.03	759.17	23,798.28
其他	0.09	170.65	1,921.71	0.17	129.86	774.36
资讯服务合计	15.78	17,869.95	1,132.54	16.86	16,009.68	949.37

注：客户数量为本年度内有分摊收入的注册客户数量。

2018-2021 年，公司资讯服务业务的产品结构持续优化，ARPU 值较低的手机短信业务客户数量及销售收入持续下降，短信收入占比从 23.46%下降至 9.48%，短信业务收入对资讯业务收入的贡献度逐步下降。ARPU 值较高的手机客户端、网上信息、时段报告、数据服务、大宗商品数据客户端等业务付费客户数量及销售收入持续增长，从而带动资讯服务收入的持续增长。

（二）活跃客户数量

发行人即时资讯中手机客户端、网上信息业务和大宗商品数据客户端业务，客户需通过注册账户登录才能获取和使用相关产品。对于手机短信、时段报告、数据服务、咨询服务、会务调研和广告服务，客户不需通过账户登录网站、手机客户端等服务平台也可以获取产品或服务。因此，以下针对 2018-2021 年即时资讯和大宗商品数据客户端业务活跃客户数量指标进行变动分析，具体情况如下：

1、即时资讯业务

公司即时资讯业务主要包括手机客户端、网上信息和手机短信。报告期内，公司即时资讯业务中各项子业务的销售收入及业务指标的变动分析如下：

（1）手机客户端

2018-2021 年，手机客户端销售收入及业务指标的变动情况如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
手机客户端业务销售收入（万元）	6,029.47	5,144.75	4,799.18	4,037.63
付费客户数量（万个）	8.50	7.19	6.68	6.32
活跃客户数量（万个）	20.64	18.79	20.66	20.88

注 1：活跃用户数量是指本年度在公司手机客户端有至少一次访问记录的注册客户数量；

注 2：付费客户数量是指本年度有手机客户端业务分摊收入的注册客户数量。

随着智能手机的普及，公司加大对手机客户端的开发和升级，手机客户端功能不断完善，资讯信息内容的不断丰富，客户认可度逐步提高，与此同时，公司

通过不断引导客户由手机短信业务向附加值较高的手机客户端业务转化，付费客户数量逐步增长，从而带动手机客户端销售收入的持续增长。

2018-2021 年，手机客户端活跃用户数量分别为 20.88 万个、20.66 万个、18.79 万个和 20.64 万个。2020 年，由于受新冠肺炎疫情影响，手机客户端活跃用户数量相比上年略有下降。2021 年，随着国内新冠肺炎疫情形势得到有效控制以及大宗商品市场交易气氛显著回升，公司手机客户端活跃客户数量相比上年有所增长。

（2）网上信息

2018-2021 年，网上信息销售收入及业务指标的变动情况如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
网上信息业务销售收入（万元）	4,657.76	4,002.64	3,968.93	3,724.16
活跃用户数量（万个）	13.77	11.56	12.67	11.63
付费客户数量（万个）	1.26	1.12	1.14	1.18

注 1：活跃用户数量是指本年度在公司网站有至少一次访问记录的注册客户数量；

注 2：付费客户数量是指本年度有网上信息业务分摊收入的注册客户数量。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，网上信息付费客户数量和活跃用户数量有所减少，但总体上处于相对稳定的水平。2021 年，随着疫情逐步得到有效控制，大宗商品市场交易气氛显著回升，市场参与者对行情走势的关注度提高，网上信息付费客户数量和活跃用户数量均实现增长，与网上信息销售收入变动趋势一致。

（3）手机短信

2018-2021 年，手机短信业务销售收入及业务指标的变动分析情况如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
手机短信业务销售收入（万元）	1,985.48	2,686.56	3,261.36	3,755.94
短信发送数量（万条）	16,002.02	21,289.59	27,498.93	33,193.07
付费客户数量（万个）	5.52	7.05	8.53	10.03

注：付费客户数量是指本年度有手机短信业务分摊收入的注册客户数量。

2018-2021 年，公司手机短信业务销售收入、付费客户数量以及手机短信发送数量变动趋势一致。2018-2021 年，公司手机短信业务付费客户数量逐步减少主要原因为受宏观经济波动影响客户退出市场或不关注信息以及公司优化客户与产品结构，持续压缩短信业务客户数量所致。

2、大宗商品数据客户端

2018-2021 年，大宗商品数据客户端销售收入及业务指标的变动情况如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	2,202.42	1,276.43	1,063.52	759.17
活跃客户数量（个）	11,980	4,771	4,615	4,526
付费客户数量（个）	1,075	713	421	319

注 1：活跃客户数量是指本年度至少有一次访问记录的注册客户数量，同一客户在同一年度内访问次数为一次或一次以上的，按照一个活跃客户记入活跃用户数量；

注 2：付费客户数量是指本年度有大宗商品数据客户端分摊收入的注册客户数量。

2018-2021 年，公司根据客户体验反馈，逐步对大宗商品数据客户端优化和升级，产品功能和内容逐步丰富，客户认可度不断提升，订阅数量不断增长，活跃客户数量、付费客户数量及销售收入均呈增长趋势。

3、界定年度活跃用户的原因及合理性

为使相关指标与同行业可比上市公司具有可比性，发行人采用与上海钢联相同的披露口径。

上海钢联在年度报告中仅披露了资讯数据业务 PC 端活跃用户数量。上海钢联 2020 年度报告披露内容为“资讯数据业务，网站注册用户数 439.95 万，活跃用户数 28.80 万（报告期内有访问的用户）”，即 2020 年度 PC 端活跃用户数量是指年度内有至少一次访问记录的用户数量。因上海钢联未披露其他维度的活跃用户数量，为使相关指标与上海钢联具有可比性，采用与上海钢联的相同披露口径，具有合理性。

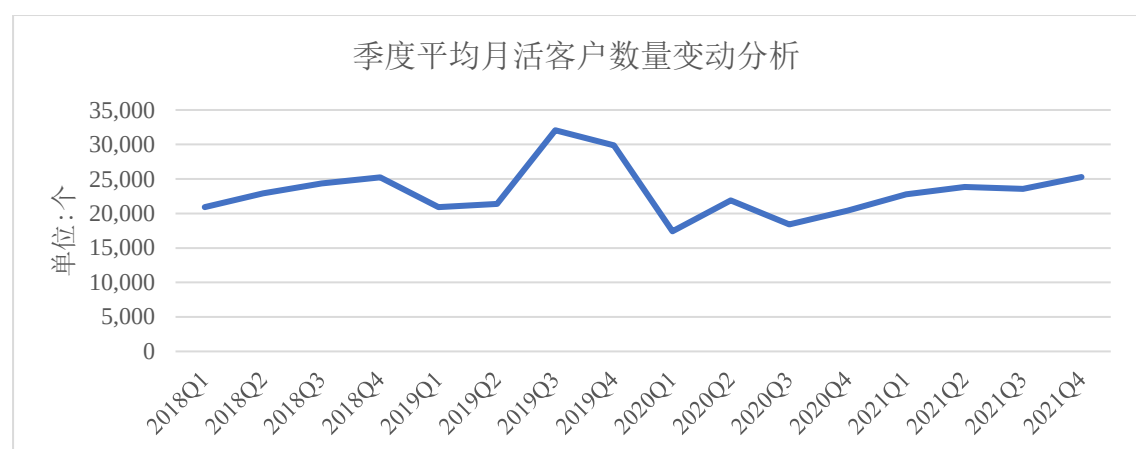
为充分展示发行人 2018-2021 年即时资讯和大宗商品数据客户端业务活跃客户情况，以下按季度列示相关业务平均月活客户数量，具体情况如下：

期间	季度平均月活客户数量（个）		
	网站	手机客户端	大宗商品数据客户端
2021Q4	25,279	84,509	2,599
2021Q3	23,544	81,541	2,780
2021Q2	23,823	81,516	2,669
2021Q1	22,775	74,704	2,139
2020Q4	20,405	71,378	1,880
2020Q3	18,407	71,303	1,788
2020Q2	21,905	75,602	1,360
2020Q1	17,413	62,915	1,009
2019Q4	29,854	84,985	1,346

2019Q3	32,062	86,468	1,313
2019Q2	21,361	86,880	1,229
2019Q1	20,926	83,680	1,191
2018Q4	25,213	86,689	1,203
2018Q3	24,338	85,476	1,254
2018Q2	22,895	85,671	1,189
2018Q1	20,929	78,681	995

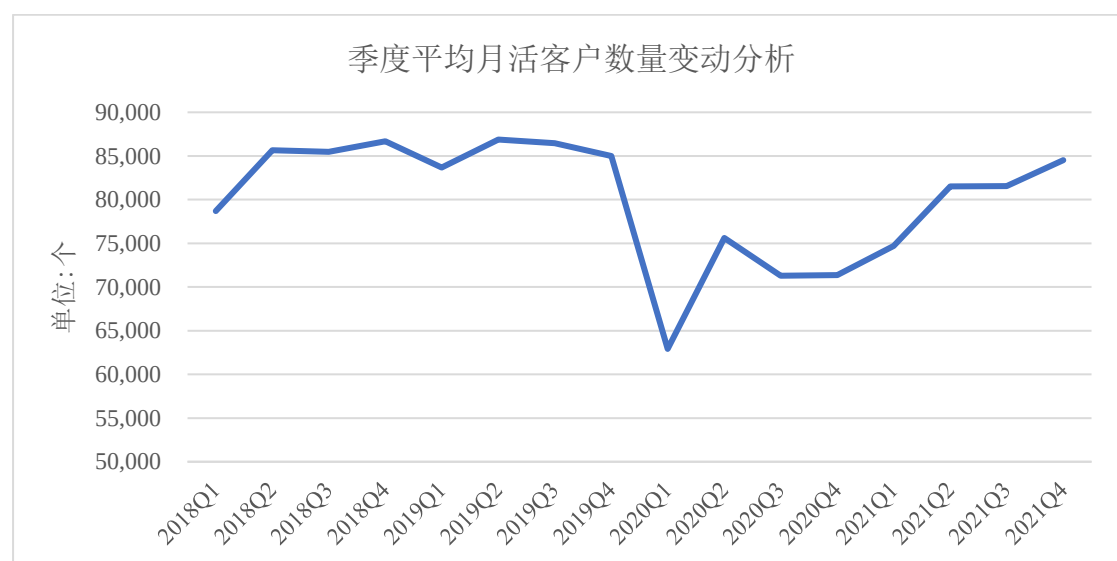
注：平均月活客户数指季度内各月在相应服务平台登录的注册客户数量的算术平均值，一月内同一客户多次访问的，按照一个活跃客户计入月活跃客户数量。

(1) 网站



由上表可知，2018-2021 年，公司网站平均月活跃客户数量除 2020 年受疫情影响有所减少外，总体上处于平稳增长的趋势。

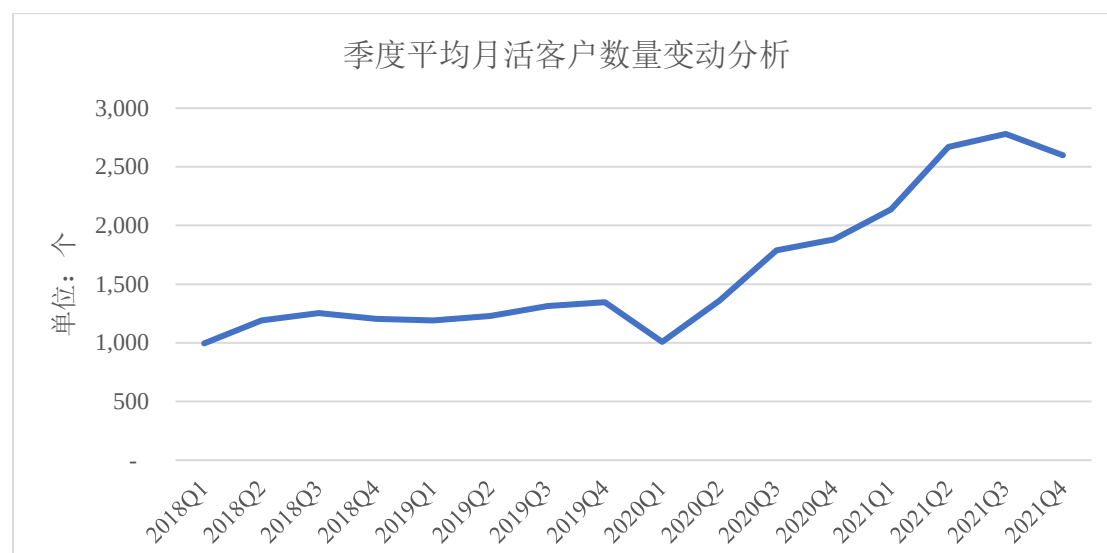
(2) 手机客户端



由上表可知，2018-2019 年手机客户端平均月活跃客户数量较为稳定，2020

年受疫情影响平均月活跃客户数量有所减少，随着国内新冠肺炎疫情形势得到有效控制以及大宗商品市场交易气氛显著回升，2021 年平均月活跃客户数量逐步回升至疫情前水平。

(3) 大宗商品数据客户端



2018-2021 年，随着大宗商品数据客户端的产品价值及客户认可度的不断提升，公司大宗商品数据客户端平均月活跃客户数量呈增长趋势。

(三) 客户丢失率相对稳定，续费金额不断提高

1、客户丢失率相对稳定

2018-2021 年，客户丢失率分别为 29.32%、30.27%、26.03%和 28.19%，客户丢失率相对稳定。具体情况如下：

单位：万个；%

期间	本年到期客户数量	本年到期未续费客户数量	客户丢失率
2021 年度	6.40	1.80	28.19
2020 年度	6.65	1.73	26.03
2019 年度	7.17	2.17	30.27
2018 年度	8.68	2.54	29.32

注：客户丢失率=本年到期未续费客户数量/本年到期客户数量。

需说明的是，上表中客户丢失率系基于客户数量角度分析客户续费情况。

2018-2021 年，公司对短信类业务采取逐步压缩的策略，逐步优化客户和业务结构，短信业务付费客户由 2018 年的 10.03 万个逐步减少至 2021 年的 5.52 万个，短信类客户的减少对客户丢失率指标影响较大，扣除短信类客户后客户丢失率分别为 9.22%、11.92%、11.27%和 11.24%，扣除短信类客户后客户丢失率自 2019

年度开始呈下降趋势。

（2）与同行业对比情况

公司与上海钢联采取了不同的发展战略，公司对客户的开发从提高数量转为提升质量，聚焦大客户需求，通过提升客户贡献值拉动业务规模增长。上海钢联更侧重通过客户数量的增长来拉动资讯业务增值服务的增长。由于发展战略不同，报告期内付费客户数量变动趋势存在不同，相应的客户丢失率亦存在差异。由于上海钢联未在其定期报告中披露客户丢失率及相关数据，无法与其对比客户丢失率水平。

公司通过公开渠道查询，上海合合信息科技股份有限公司（以下简称“合合信息”）和开普云信息科技股份有限公司（以下简称“开普云”）在其首发上市申请文件及问询回复中披露了客户续费率，具体内容如下：

（1）合合信息

合合信息为全球 C 端用户和多元行业 B 端客户提供数字化、智能化的产品及服务，其中 C 端业务主要包括扫描全能王、名片全能王、启信宝 3 款核心产品。合合信息在对上交所首轮问询函回复中披露了 2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-9 月 C 端业务中扫描全能王业务年 VIP 续费率分别为 53.89%、50.95%、45.93% 和 44.95%。由此可知，C 端业务中扫描全能王业务年 VIP 客户丢失率为 45%-55%。

（2）开普云

开普云的主营业务为互联网内容服务平台的建设、运维以及数据服务，下游客户以全国各级党政机关、大中型企业、媒体单位等机构客户为主。开普云在对上交所首轮问询函回复中披露，2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月大数据服务平台的客户续费率接近 70%，运维服务的续费率接近 80%。由此可知，开普云客户丢失率为 20-30%。

合合信息和开普云从事付费软件订阅业务，与发行人从事的付费信息订阅业务具有相似性。与合合信息、开普云相比，发行人的客户丢失率处于正常水平。

2、客户续费金额不断提高

报告期内，公司持续推进发展策略转型工作，针对大客户需求更加多元化，付费意愿和付费稳定性更高的特点，聚焦大客户需求，优化客户结构，大型优质

客户比例逐步提升，中小客户比例逐步降低。低贡献值小客户数量减少导致付费客户总量减少，大客户数量和贡献值的提升带动发行人主营业务收入和收款金额的逐步增长。2018-2021 年，客户续费金额分别为 18,842.09 万元、18,880.07 万元、21,281.05 万元和 24,932.83 万元，客户续费金额不断提高。

报告期内，发行人各区间客户续费情况如下：

单位：万个；万元

项 目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额
<1,000 元	1.52	775.50	1.95	957.68	2.22	1,193.72	2.99	1,593.89
1,000-5,000 元	2.24	4,966.78	2.26	4,878.15	2.22	4,538.22	2.61	5,175.60
>=5,000 元	0.83	19,190.55	0.70	15,445.22	0.56	13,148.13	0.54	12,072.61
合计	4.59	24,932.83	4.92	21,281.04	5.00	18,880.07	6.13	18,842.09

由上表可知，报告期内，单客户贡献值在 5,000 元及以上的续费大客户数量及续费金额呈稳定增长趋势；单客户贡献值 1,000 元至 5,000 的续费客户数量及续费金额相对稳定，1,000 元及以下的续费客户数量及续费金额有所下降。

（四）付费转化率相对稳定，新增大客户占比不断提高

1、新增客户付费转化率相对稳定

2018-2021 年，新增客户付费转化率分别为 9.62%、9.35%、9.54%和 8.95%，新增客户付费转化率较为稳定。2018-2021 年，新增客户付费转化率情况如下：

单位：万个；%

期 间	新增注册客户数量	新增付费客户数量	新增客户付费转化率
2021 年度	22.89	2.05	8.95
2020 年度	20.75	1.98	9.54
2019 年度	21.68	2.03	9.35
2018 年度	28.40	2.73	9.62

注 1：新增注册客户数量是指本年度新注册的客户数量；

注 2：新增付费客户数量是指本年度内有至少一次付费记录并且是自注册以来第一次付费的客户数量，包含前期注册但在本年内第一次付费的客户；

注 3：新增客户付费转化率=新增付费客户数量/新增注册客户数量

2、新增大客户占比不断提高

随着宏观经济的结构调整以及公司高质量发展的内在需要，公司对新客户的开发逐渐从提高数量转为提升质量，付费金额在 5,000 元以上的新增客户占比分

别为 6.86%、7.66%、8.11%和 10.00%，新增大客户的占比逐步提升。2018-2021 年，发行人新增客户各区间数量及收款情况如下：

单位：万个；万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额	客户数量	收款金额
<1,000 元	1.09	324.47	1.08	338.34	1.12	448.40	1.57	668.43
1,000-5,000 元	0.76	1,568.49	0.74	1,475.19	0.75	1,465.40	0.97	1,823.93
>=5,000 元	0.20	3,584.37	0.16	2,733.63	0.16	2,610.24	0.19	3,412.97
合计	2.05	5,477.33	1.98	4,547.17	2.03	4,524.04	2.73	5,905.34

由上表可知，2018-2021 年，公司各期新增付费客户数量下降主要受单客户贡献值在 1,000 元以下的小微型客户数量减少影响，付费金额在 5,000 元以上的新增客户数量占比逐步提升，带动新增付费客户平均付费金额的增长。

综上所述，发行人主营业务具有可持续性和成长性。

上述内容已在《招股说明书》“第八节/十一/（二）/3”中所述。

二、请保荐人发表明确意见。

【保荐机构的核查说明】

1、核查 2018-2021 年各项业务数据活跃客户数量、付费客户数量、客户转化率、客户流失率等数据等，对相关变动进行分析。

2、对发行人相关人员进行访谈，落实相关业务数据等变动情况及原因。

3、核查信永中和 IT 审计团队出具的《山东卓创资讯股份有限公司信息系统审计报告》。

【保荐机构的核查意见】

经核查，保荐机构认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露。

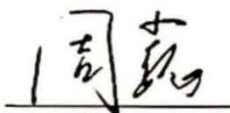
2、发行人主营业务具有可持续性和成长性。

3、为使活跃客户指标与上海钢联具有可比性，采用与上海钢联相同的披露口径，具有合理性。

4、上海钢联在定期报告中未披露客户丢失率，发行人无法与其对比客户丢失率水平。合合信息和开普云从事付费软件订阅业务，与发行人从事的付费信息订阅业务具有相似性。与合合信息、开普云相比，发行人的客户丢失率处于正常水平。

(本页无正文，为民生证券股份有限公司《关于山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函的回复》之签章页)

保荐代表人：

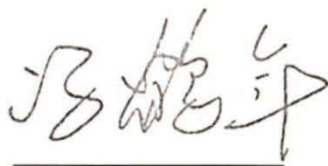

周巍


阙雯磊



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读山东卓创资讯股份有限公司上市委审议意见落实函回复的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本第二轮审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长： 

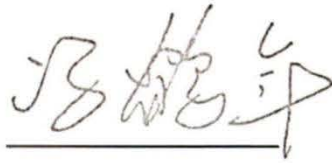
冯鹤年



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读山东卓创资讯股份有限公司上市委审议意见落实函回复的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本第二轮审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理：



冯鹤年



民生证券股份有限公司

2022年4月1日