

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。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，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。

# 河北恒信移动商务股份有限公司

HEBEI HENGXIN MOBILE BUSINESS CO.,LTD.

河北省石家庄市开发区天山大街副69号



## 首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐人暨主承销商

**中国平安**  
保险·银行·投资

**平安证券有限责任公司**

深圳市福田区金田路大中华国际交易广场裙楼八层

# 河北恒信移动商务股份有限公司

## 首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	不超过 1,700 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	38.78 元
预计发行日期	2010 年 5 月 6 日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 6,700 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺	<p>公司控股股东、实际控制人孟宪民先生及其关联方孟宪军先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司收购其持有的股份。</p> <p>2009 年受让实际控制人孟宪民先生股份的股东林菲女士、覃盛任先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其于 2009 年 2 月受让的公司实际控制人孟宪民持有的公司股份，也不由公司收购上述股份。</p> <p>公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。</p> <p>作为公司董事、监事和高级管理人员的孟宪民、裴军、孙健、赵国水、齐舰、林菲、刘晓军、尤文琴、陈伟、陈良、段赵东、董芳还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。</p>
保荐人（主承销商）	平安证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2010 年 4 月 23 日

## 发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

## 重大事项提示

### 公司提醒广大投资者注意以下重大事项：

#### 一、发行前公司滚存未分配利润的安排

根据公司2009年8月21日召开的2009年第一次临时股东大会决议，若公司本次公开发行股票并上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

截至2009年12月31日，公司经审计的未分配利润为9,580.35万元。

#### 二、发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人孟宪民先生及其关联方孟宪军先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司收购其持有的股份。

2009年受让实际控制人孟宪民先生股份的股东林菲女士、覃盛任先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其于2009年2月受让的公司实际控制人孟宪民持有的公司股份，也不由公司收购上述股份。

公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。

作为公司董事、监事和高级管理人员的孟宪民、裴军、孙健、赵国水、齐舰、林菲、刘晓军、尤文琴、陈伟、陈良、段赵东、董芳还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。

#### 三、公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

##### 1、业务经营依赖中国移动的风险

本公司业务主要是面向中国移动销售或与中国移动合作完成的。在个人移动信息终端销售与服务业务方面，公司全面参与河北移动的代理销售业务，与河北移动合作运营109家营业厅；同时，公司还是河北、黑龙江、山东、山西、湖北5个省移动公司定制移动信息终端合作商。在行业移动信息产品集成销售与服务方面，中国移动是公司唯一渠道合作伙伴。在个人移动信息销售业务方面，公司的业务收入主要通过与中

中国移动分成的方式实现。报告期内，来自中国移动和通过中国移动实现的营业收入占公司营业收入的比例约为60%，公司业务经营在一定程度上存在对中国移动的依赖。

## 2、收入结构调整的风险

随着移动信息终端的产业升级和3G时代的来临，移动信息通信行业的盈利模式和收入结构面临着深刻的调整。总体表现为：个人移动信息产品销售与服务方面，非定制个人移动信息产品终端（主要是指手机）市场份额快速下降，定制个人移动信息产品终端（主要指定制手机）市场份额快速提升，个人移动信息业务稳定增长；行业移动信息产品销售与服务方面，行业移动信息产品和行业移动信息化业务市场份额快速增长。基于客户的个性化需求，移动信息通信行业综合性服务和一体化销售能力越来越受到服务商的重视。

适应行业发展趋势，公司已经形成了“以服务带动终端销售，以终端销售推广移动信息服务”的经营思路和“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式，实现了业务结构和经营模式的升级调整。从收入构成上看，毛利率较低的个人移动信息终端产品销售收入比重逐年下降，个人移动信息终端销售业务收入占公司主营业务收入的比例，已经从2007年的93.06%逐年下降到2009年的79.06%；而毛利率较高的个人移动信息服务和行业类移动信息综合业务销售收入的比重逐年提高。同时，在个人移动信息终端销售收入中，定制手机的销售比重逐年上升。

在收入结构调整的过程中，如果公司不能够迅速增加移动信息销售服务的营业收入，或者不能够有效地控制个人移动信息终端销售业务的成本，公司的营业收入或营业利润将有可能下降。

## 3、业务区域集中的风险

2007年、2008年和2009年，公司主营业务收入中来自于河北省的比例分别达到93.69%、89.51%、87.67%。同时，报告期内，公司前五大销售客户全部为中国移动河北有限公司在河北省内的各地分公司，2007年、2008年和2009年，公司主营业务收入中来自于中国移动河北有限公司的比例分别达到28.83%、42.77%、50.13%。如果河北省的社会和经济环境发生不利变化，将对公司业绩带来重大影响。

## 4、租赁经营场所风险

本公司主营业务为从事移动信息产品的销售与服务。公司租赁了众多门店以进行个人移动信息产品销售，门店选址多选择人口稠密、交通便利的地段，公司存在部分

经营场所的租赁到期后不能续租的风险。

#### 5、募集资金项目新增折旧、摊销对公司经营业绩的影响

初步测算，本次募集资金投资项目建成后每年将新增固定资产折旧和无形资产摊销合计为1,624.01万元，占发行前（2009年）公司利润总额（4,814.20万元）的33.73%。如果募集资金投资项目不能产生预期收益，将对公司未来经营成果带来一定影响。

投资者需特别关注的公司风险及其他重要事项，并认真阅读招股说明书“风险因素”一章的全部内容。

## 目 录

发行人声明.....	2
重大事项提示.....	3
第一节 释义.....	10
第二节 概览.....	16
一、发行人简介.....	16
二、控股股东及实际控制人简介.....	18
三、发行人核心竞争优势.....	19
四、发行人主要财务数据.....	23
五、本次发行情况.....	24
六、本次募集资金运用.....	24
第三节 本次发行概况.....	25
一、发行人基本情况.....	25
二、本次发行的基本情况.....	25
三、与发行有关的机构和人员.....	26
四、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系.....	28
五、发行上市重要日期.....	28
第四节 风险因素.....	29
一、业务经营依赖中国移动的风险.....	29
二、收入结构调整的风险.....	29
三、业务区域集中的风险.....	30
四、租赁经营场所风险.....	30
五、市场竞争风险.....	31
六、技术风险.....	31
七、管理风险.....	31
八、偿债能力不足的风险.....	32
九、税收优惠政策风险.....	32
十、募集投资项目存在的风险.....	33
十一、净资产收益率下降的风险.....	33
第五节 发行人基本情况.....	34

一、公司改制及设立情况.....	34
二、发行人设立以来重大资产重组情况.....	38
三、发行人的股权结构及组织结构.....	40
四、发行人控（参）股子公司简要情况.....	43
五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....	47
六、发行人股本情况.....	50
七、公司员工及社会保障情况.....	53
八、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺.....	55
<b>第六节 业务和技术.....</b>	<b>57</b>
一、公司的主营业务和主要产品.....	57
二、公司所处行业基本情况.....	58
三、公司面临的主要竞争情况.....	75
四、公司主营业务具体情况.....	84
五、主要固定资产及无形资产.....	106
六、业务经营许可和特许经营权.....	120
七、公司技术和研发情况.....	124
八、公司未来成长性分析.....	131
九、主要产品和服务的质量控制情况.....	140
<b>第七节 同业竞争与关联交易.....</b>	<b>143</b>
一、同业竞争.....	143
二、关联方及关联关系.....	145
三、关联交易.....	146
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员.....</b>	<b>153</b>
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历.....	153
二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有本公司股份情况.....	159
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况.....	159
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从本公司及关联企业领取收入情况.....	160
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....	160
六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系.....	161
七、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的相关协议与承诺.....	162



八、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	162
九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况.....	162
<b>第九节 公司治理.....</b>	<b>164</b>
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	164
二、报告期规范运作情况.....	168
三、资金占用和对外担保情况.....	168
四、内部控制相关情况.....	169
五、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况.....	169
六、投资者权益保护情况.....	173
<b>第十节 财务会计信息与管理层分析.....</b>	<b>176</b>
一、发行人的财务报表.....	176
二、财务报表编制基础、合并报表编制的范围及变化情况.....	182
三、注册会计师的审计意见.....	182
四、报告期采用的主要会计政策和会计估计.....	183
五、主要税收政策、缴纳的主要税种.....	195
六、非经常性损益.....	200
七、财务指标.....	200
八、验资情况.....	203
九、财务报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项承诺事项及其他重要事项	203
十、财务状况分析.....	205
十一、所有者权益变动情况.....	227
十二、盈利能力分析.....	230
十三、现金流量分析.....	251
十四、报告期内资本性支出情况.....	252
十五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	252
十六、股利分配政策.....	255
十七、发行前滚存利润分配安排.....	256
十八、发行上市后的股利分配政策.....	256
<b>第十一节 募集资金运用.....</b>	<b>257</b>
一、募集资金运用的基本情况.....	257
二、募集资金数额及专户存储安排.....	257

三、募集资金投资项目简介.....	257
四、募集资金投资项目的技术可行性分析.....	284
五、固定资产大规模增加与公司主营业务发展的配比关系.....	285
六、募投项目新增折旧、无形资产摊销、研发费用对公司经营业绩的影响.....	286
<b>第十二节 未来发展与规划.....</b>	<b>287</b>
一、发展战略与经营理念.....	287
二、公司未来三年的发展规划.....	288
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.....	292
四、实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径.....	293
五、发展计划与现有业务的关系.....	294
六、公司关于未来发展与规划的声明.....	294
<b>第十三节 其他重要事项.....</b>	<b>295</b>
一、信息披露和投资者关系的负责部门及人员.....	295
二、重要合同.....	295
三、对外担保情况.....	299
四、重大诉讼或仲裁事项.....	299
<b>第十四节 有关声明.....</b>	<b>301</b>
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	301
二、保荐人（主承销商）声明.....	303
三、发行人律师声明.....	304
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....	305
五、承担验资业务的机构声明.....	306
<b>第十五节 备查文件.....</b>	<b>307</b>
一、备查文件.....	307
二、查阅时间.....	307
三、查阅地点.....	307

## 第一节 释义

本招股说明书，除非另有所指，下列简称具有如下特定含义：

### 综合术语

本公司、公司、发行人、恒信移动	指	河北恒信移动商务股份有限公司
控股股东、实际控制人	指	孟宪民先生
仪和信息	指	北京恒信仪和信息技术有限公司，为本公司之全资子公司
彩虹科技	指	北京恒信彩虹科技有限公司，为本公司之全资子公司
彩虹信息	指	北京恒信彩虹信息技术有限公司，为本公司之全资子公司
中科信利	指	北京中科信利通信技术有限公司，为本公司之控股子公司
同力通讯	指	石家庄恒信同力通讯有限公司，为本公司之全资子公司
掌中游	指	北京恒信掌中游信息技术有限公司，为本公司之全资子公司
厦门网元	指	厦门市恒信网元通信技术有限公司，为本公司实际控制人控制的关联企业
恒信实业	指	河北恒信实业有限公司，本公司实际控制人控制的关联企业，已于2009年6月注销
恒信尚德	指	北京恒信尚德信息技术有限公司，原恒信实业之控股子公司
股票、A 股、新股	指	本次发行的人民币普通股股票
本次发行	指	本次向社会公开发行不超过1,700万股人民币普通股的行为
保荐人（主承销商）	指	平安证券有限责任公司
发行人律师、公司律师	指	北京市金杜律师事务所
注册会计师、审计机构	指	立信大华会计师事务所有限公司
公司章程	指	2008年年度股东大会通过的《河北恒信移动商

		务股份有限公司章程》草案
证监会	指	中国证券监督管理委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委	指	中华人民共和国发展与改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
北京市科委	指	北京市科学技术委员会
中国移动	指	中国移动通信集团公司
河北移动	指	中国移动通信集团公司河北有限公司
元	指	人民币元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
近三年、报告期	指	2007年、2008年和2009年
		专业术语
移动 ICT	指	移动信息通信技术 (Mobile Information and Communications Technology), 是移动通信技术与信息技术相融合而形成的一个新的概念和技术领域
3G	指	3 <sup>rd</sup> Generation的缩写, 指第三代移动通信技术
ARPU值	指	ARPU(Average Revenue Per User),即运营商从每个手机用户获得的平均收入
移动信息产品	指	指利用移动通信技术提供信息服务的产品, 包括硬件的终端产品, 也包括信息业务服务
定制手机	指	指运营商为自己的客户量身定做的手机, 手机菜单和内置服务一般经过运营商的定制, 是依照用户个性化需要而在手机内植入相关的软硬件以实现其相关用途的手机
“心机”兑换活动	指	“心机”指中国移动定制手机, “心机”兑换活动指中国移动推出的通过话费与积分兑换手机的活动
农政通	指	指发行人开发的, 面向乡镇村等基层行政组织, 提供政令信息下达、公文流转、通知、公告, 数据采集、政务热线等业务的移动政务服务平台

	台
农信通	指 指发行人开发的，面向广大农民和农村企业，提供供求信息、市场行情、养殖信息、农业技术等农业信息的移动信息服务平台
校讯通	指 指发行人开发的，面向各类教育系统，利用短信、语音、互联网等为家长和学校提供沟通渠道的移动信息服务平台
移动总机	指 指发行人开发的，整合企业原有固话、互联网、移动通信的综合性通信平台，为企业提供综合通信门户
及时语移动协同办公	指 指发行人开发的，面向中小企业，通过互联网、短信、WAP、邮件、手机嵌入等方式建立移动办公体系的移动信息服务平台
移动代理服务器（MAS）	指 Mobile Agent Server的简称，是帮助企业原有业务系统实现移动应用的接入工具，为企业提供短信、彩信等移动通信服务通道。
供销通	指 以移动信息机为载体、基于移动通信网络帮助农村供销社建立现代供销流通体系、供销电子商务体系和供销公共服务体系的移动信息服务平台
移动智能终端	指 采用移动通信技术的移动公用电话、桌面商话、手持商话、车载商话、IP 超市、农村信息机、空中充值机等移动智能终端设备
音乐语音搜索	指 以语音识别技术为基础，整合手机彩铃音乐、WAP 振铃音乐和 IVR 音乐等音乐资源，通过移动通信网络为中国移动手机用户提供音乐内容搜索的移动信息服务平台
语音杂志	指 手机用户拨打特定的语音接入号码，即可获得语音或短信信息服务，用户可根据提示音进行按键操作，参与信息互动，是中国移动向手机用户提供语音信息互动服务的移动信息服务平台
IVR	指 Interactive Voice Response，指交互式语音应答技术
WAP	指 Wireless Application Protocol，指无线应用协议，

		是一项全球性的网络通信协议
<b>SP</b>	指	<b>Service Provider</b> 信息服务提供商，指移动信息增值业务的服务推广服务商
<b>CP</b>	指	<b>Content Provider</b> 内容提供商，指移动信息增值业务的内容提供商，例如：央视新闻。
<b>SI</b>	指	<b>Service Integrator</b> 服务集成商，指移动行业信息应用的集成服务商
<b>AP</b>	指	<b>Application Provider</b> 应用提供商，指移动行业信息应用的开发商和产品提供商
<b>统一通信应用平台(UNIFY V3.5)</b>	指	发行人自主开发的基于软交换的、开放的、支持3G业务的增值业务支撑平台
<b>移动信息综合应用平台(HXBOS)</b>	指	发行人自主研发的行业信息化、企业信息化应用系统的基础架构平台
<b>tcp session</b>	指	<b>Transmission Control Protocol Session</b> ，传输控制协议交互过程中双方的会话
<b>无线客户关系拓展与销售平台(WCRS)</b>	指	发行人自主开发的采用无线手段就可以管理的客户关系拓展与销售系统。在手机上就管理自己的客户并进行销售拓展
<b>ARM9平台</b>	指	使用ARM9系列处理器的硬件平台
<b>GPRS</b>	指	通用分组无线服务技术（ <b>General Packet Radio Service</b> ）的简称，它是GSM移动电话用户可用的一种移动信息业务
<b>IDC</b>	指	互联网数据中心（ <b>Internet Data Center</b> ）简称 <b>IDC</b> 。就是拥有服务器的公司把服务器放到数据中心，就是我们平常所说的服务器租用和托管以及相关的其他业务
<b>USSD</b>	指	<b>USSD</b> （ <b>Unstructured Supplementary Service Data</b> ）即非结构化补充数据业务，是一种新型基于GSM网络的交互式数据业务
<b>3gpp</b>	指	第三代合作伙伴计划( <b>3rd Generation Partnership Project</b> ，即 <b>3GPP</b> )是一个成立于1998年12月的标准化机构。目前其成员包括欧洲的ETSI、日本的ARIB和TTC、中国的CCSA、韩国的TTA和北美的ATIS

<b>J2ME、Symbian、WinCE</b>	指	三种不同的针对小型智能设备的通用软件运行平台。在手机中被普遍应用
<b>B2C</b>	指	<b>Business to Customer</b> , 即企业对消费者的电子商务模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主, 主要借助于Internet开展在线销售活动
<b>CNNIC</b>	指	<b>China Internet Network Information Center</b> , 中国互联网络信息中心
<b>iResearch、艾瑞咨询</b>	指	艾瑞咨询集团是一家专注于网络行业数据产品和服务和研究咨询服务的专业机构
<b>CRM系统</b>	指	<b>CRM(Customer Relationship Management)</b> , 即客户关系管理。 <b>CRM</b> 的主要含义就是通过对客户详细资料的深入分析, 来提高客户满意程度, 从而提高企业的竞争力的一种手段
<b>移动CRM</b>	指	移动 <b>CRM</b> 是指以手机或移动PDA为 <b>CRM</b> 软件的客户端载体的客户关系管理系统, 移动 <b>CRM</b> 系统可以让营销人员随时随地管理自己的客户关系
<b>移动ERP</b>	指	<b>ERP</b> 是企业资源规划管理软件, 移动 <b>ERP</b> 是指以手机或移动PDA为 <b>ERP</b> 软件的客户端载体, 移动 <b>ERP</b> 可以让管理人员随时随地了解企业内部资源, 完成业务管理活动
<b>内部OA系统</b>	指	企业内部使用的自动化办公系统
<b>Oracle数据库</b>	指	甲骨文公司的一款数据库产品
<b>VOIP协议</b>	指	<b>Voice over Internet Protocol</b> , 就是将模拟声音讯号( <b>Voice</b> )数字化, 以数据封包( <b>Data Packet</b> )的形式在 <b>IP</b> 数据网络 ( <b>IP Network</b> )上做实时传递的协议
<b>RFID卡</b>	指	即使用射频识别 ( <b>Radio Frequency Identification</b> ) 技术的卡片, 是一种非接触式的自动识别技术, 它通过射频信号自动识别目标对象并获取相关数据, 识别工作无须人工干预, 可工作于各种恶劣环境
<b>空中业务平台</b>	指	通过手机短信等移动无线传输途径作为通道实现为业务系统平台

<b>ASR（语音识别）应用</b>	指	应用语音识别技术的业务应用
<b>CMM软件成熟度模型</b>	指	软件成熟度：其英文全称为Capability Maturity Model for Software，英文缩写为SW-CMM，简称CMM。它是对于软件组织在定义、实施、度量、控制和改善其软件过程的实践中各个发展阶段的描述
<b>行业移动信息化（简称：行业信息化）</b>	指	指在现代移动通信技术、移动互联网技术构成的综合通信平台基础上，通过掌上终端、服务器、个人计算机等多平台的信息交互沟通，实现管理、业务、以及服务的移动化、信息化、电子化和网络化，向社会提供高效优质、规范透明、适时可得、电子互动的全方位管理与服务
<b>数字货架</b>	指	发行人开发的专门用于陈列销售数字化虚拟商品，并能进行交易的体验式营销系统
<b>复合型销售</b>	指	采用交叉式营销的方法对同一客户进行多种产品营销的方式
<b>OPENMAS</b>	指	发行人自主开发的手机应用开发平台

注：本招股说明书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。



## 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、发行人简介

河北恒信移动商务股份有限公司成立于2001年11月3日，目前注册资本为5,000万元。

公司所处行业为移动信息通信行业，随着移动信息通信技术的提升和人们消费习惯的改变，移动信息产业链上各个层面正发生着深刻的变革。从移动信息产品销售层面来讲，过去，在移动信息产品销售层的各个环节，运营商、零售连锁商、信息服务提供商、集成服务提供商一般都分别对客户进行销售，提供相对较为单一的产品或服务。现在，移动信息产品内容极其丰富，从几千种的手机终端，到上万种的手机信息服务及应用软件，再到不同的话费套餐和运营商网络，消费个性化选择成本越来越大，有时甚至面临无从选择的局面。以客户需求为核心，本公司创造性的构建了符合市场变化趋势的“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式。

公司主要从事移动信息产品的销售与服务，包括：个人移动信息产品销售与服务，行业移动信息产品销售与服务。目前，公司是国内唯一一家同时拥有地面零售连锁商务经验和移动信息技术研发、业务平台运营经验的企业，竞争优势明显。

在个人移动信息产品销售与服务领域，公司作为移动信息产品复合型销售专家，在销售手机的同时为客户提供手机整体应用服务。公司是河北移动在个人移动信息终端产品集成销售与服务领域的最大合作伙伴，与河北移动合作运营109家营业厅，同时还拥有29家自营零售店面（26家在河北，3家在山西）、10家分公司、11家售后服务中心，管理着2,000多名移动信息业务销售顾问，其覆盖范围、覆盖深度、销售份额上都位居河北省内移动信息终端销售行业第一，同时也是中国移动在河北最大的定制手机销售平台，目前公司已经将该类业务拓展至山西、山东、湖北、黑龙江等地区。在个人移动信息业务销售与服务领域，公司是中国移动在河北最大的移动放号、增值业务分销的合作伙伴。在语音杂志类移动信息业务销售与运营方面，公司拥有中国移

动网内接入线路最多的IVR业务平台；在音乐语音搜索业务和技术方面，公司处于这一细分市场的领导地位。

在行业移动信息产品销售与服务领域，公司的业务主要包括行业移动信息产品的集成销售和行业移动信息化业务运营两方面。公司是河北移动在行业移动信息产品销售与服务领域的最大合作伙伴。作为中国移动行业信息化业务领域的先行者，公司已为全国范围内超过两万多家企业及行政事业单位提供集成销售与服务，包括系统集成安装、终端设备销售、信息内容提供、运营平台维护等多项内容，涉及农业、商业、教育业、烟草业、城市管理等各个行业。公司拥有覆盖全国的推广网络，在国内各个主要省市，设立了22家办事处，与各运营商各省级分公司建立了紧密的合作关系。

目前公司正在构建移动电子商务方面的业务营销平台，进一步让客户通过手机完成商业资讯的获取和部分商品的直接购买行为。

发行人的主要产品和服务及行业地位

业务类型		主要产品和服务	主要产品和服务的内容	行业地位及市场占有率
移动信息产品销售与服务	个人移动信息产品销售与服务	手机终端、运营商业服务、手机软件和应用	为客户提供以手机为主的移动信息终端产品、配件、运营商业服务、增值业务、手机嵌入软件和应用等一体化的集成销售和服务	本公司手机销售主要在河北开展，手机销售占河北省销售市场16%的份额，占全国市场0.8%份额，位居河北省第一（河北省占全国市场份额的5%，位居全国第五）。目前也在黑龙江、山东、山西、湖北等省开展移动运营商“定制手机”代理销售业务，销售份额逐年上升。
	个人移动信息业务销售与服务	语音杂志平台	中国移动手机用户拨打类似以12590为字冠的语音接入号码，即可获得语音或短信信息服务，用户可根据提示音进行按键操作，参与信息互动。发行人提供该业务的技术平台，协助运营商销售此类业务	建有十四个省语音杂志平台，是中国移动体系内，拥有该类地网平台数量和系统容量最大的公司。
		音乐语音搜索平台	以语音交互技术为基础，整合了手机彩铃音乐、WAP振铃音乐和IVR音乐等音乐资源，为中国移动手机用户提供靠语音识别来进行音乐语音搜索服务（12530900）。发行人提供该业务的技术平台，协助运营商销售此类业务	建有13个省音乐搜索平台以及中央音乐平台，全网接入点在四川，参与该业务的移动收入分成。中国移动最大的音乐语音搜索业务服务商，覆盖中国移动全部彩铃用户，已有超过3000万用户使用。在中国移动该类业务中，平台总容量和使用量均为最高。

行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	通过行业移动信息化设备的集成销售，满足企业、学校、农村等各行业各种个性化的移动信息化建设需求，实现无线办公、商业信息传播、移动政务等多项功能。在为各行业持续服务过程中，能捆绑销售发行人其他终端产品，代理运营商业务，实现终端和服务的一体化销售	在河北省内市场影响力最大，是河北移动最大的行业移动信息产品集成销售服务商；目前正在积极向国内其他省市拓展。
	行业移动信息化业务销售与服务	农政通、移动总机、及时语移动协同办公平台	通过整合企业或政府原有固话、互联网、移动通信网等资源，实现企业或政府 IT 系统的移动信息化，提供统一通信解决方案。发行人提供该业务的技术平台，协助运营商销售此类业务	<p>农政通平台：在中国移动全网接入农政通平台，为中国移动唯一基层政务类合作商，参与移动收入分成。已为上千个乡镇提供了基层政务平台服务。</p> <p>移动总机平台：建设有 3 个省级移动总机平台，参与移动收入分成。移动总机企业用户已经超过 1 万家。</p> <p>及时语移动协同办公平台：参与移动收入分成。与中国移动 7 家省级公司合作开展 ADC（应用托管）业务。</p>

公司在移动信息产品的综合推广销售能力较强。2007年，公司被人民日报社网络中心、中国乡镇企业发展论坛组委会、乡镇企业导报杂志社联合评为“中国最具发展潜力百强民营企业”之一。

## 二、控股股东及实际控制人简介

本次发行前，孟宪民持有公司股份21,005,377股，占发行前公司总股本的42.01%，为公司控股股东和实际控制人。其简历如下：

孟宪民先生，男，1963年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），高级工程师。1982-1986年，毕业于成都电子科技大学，获电子学学士学位，1986-1989年，毕业于电子工业部第54所，获计算机图像处理专业硕士学位；1989～1994年任电子部第54研究所工程师，高级工程师，工作期间，曾获第37届布鲁塞尔国际发明展览会银奖；河北省发明博览会金奖；1992年国家火炬计划重大项目—卫星电视信道“一传二”技术的主要负责人之一；1994～2009年，任河北恒信实业有限公司（2009年6月29日前已注销）董事长。2001至今，创立本公司并一直担任本公司董事长、总经理。

### 三、发行人核心竞争优势

#### （一）创新的商业模式

3G时代，在移动信息产品的销售与服务领域，行业正在发生着深刻的变革。随着运营商的终端深度定制及大规模捆绑、补贴销售，移动信息产品销售与服务模式将发生根本性改变，传统的从手机厂家到手机卖场的组合将逐步消亡，取而代之的将是运营商的街角营业厅、合作营业厅、移动数码体验服务厅及人到人的大客户服务代表。这其中的主要差别表现为：①手机卖场主要是“集客”功能，而展厅主要是“会客”及体验职能，场地的成本差异巨大；②手机卖场以一次交易的客户为主，营业厅及顾问式销售服务以长期服务及业务展示为主。

公司在三年前就开始了移动信息产品销售与服务模式的转型。根据市场变化趋势和客户需求，经过多年来的探索和创新，形成了“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式。在商业操作上，公司已经在以下三个方面进行了改革：

1、与运营商深度合作，建立合作营业厅，将终端硬件与运营商业务深度捆绑，进行手机与业务的一体化销售；将客户关系发展放在首位，捆绑内容、软件、各种套餐实现长期服务。

2、通过已有的移动信息业务销售平台，扩大客户接触点，了解客户需求，增加服务内容，建立客户档案，为客户长期深度服务和交叉营销做好准备。近年来，公司已为全国两万多家企业及行政事业单位提供服务，在移动信息增值服务上积累了全国范围内三千万的个人客户，建立有能够实行准确营销的客户资料库。通过对客户档案分析，公司已经实现了业务的交叉营销。例如：通过对语音杂志平台的客户行为分析，分类出喜欢音乐类节目的客户，这样，利用无线平台，向他们推荐公司的音乐搜索业务，提升了营销的准确性；再如：通过分析喜欢音乐搜索的客户行为，向他们推荐以音乐为卖点的新型手机，实现业务和硬件的交叉营销。

3、销售向一对一顾问式服务转型，培养营销人员对各种流行的移动信息业务的专业了解，增加软件服务能力。以与客户互动的质量及客户长期综合移动信息消费为考量依据，不断提升营销人员综合素质，建立起了一只专业的营销顾问队伍。

因为提前预见移动综合信息服务时代的到来，公司通过扩大与移动运营商的合作，通过扩大核心技术团队，通过某项客户持续使用的业务（如协同办公或娱乐平台），

用了 2-3 年时间，在全国率先创建了大量的新型客户关系，同时，公司已为向未来移动电子商务领域进军做了大量准备。

## （二）一体化移动信息产品销售与服务

公司为个人客户和行业客户提供的是一体化的移动信息产品和解决方案，并提供后续相关技术支持和服务。从服务对象上来说，公司可以为个人客户和行业客户提供一揽子的移动信息化产品或解决方案，客户范围宽。从具体业务上来讲，公司业务范围涵盖客户对移动信息产品需求的完整产业链条，业务范围深、产品链长。公司可以为个人客户提供从移动信息产品终端、配件，到提供功能软件、运营商信息增值业务；可以为行业客户提供移动信息终端设备、功能软件的一体化集成，为行业客户制定和实施专门的信息化解决方案。

这种一体化移动信息产品销售与服务的方式，可以极大的满足客户对移动信息化产品的个性化需求，降低客户对移动信息化产品的购买成本。同时，公司的一体化销售与服务方式，可以使公司各个产品在销售过程中互相推动，相对于只简单销售一种产品，可以极大的降低单位营业成本。比如在个人手机销售方面，公司的手机销售与信息业务是捆绑销售的。公司将相关的信息功能软件嵌入手机，在满足了客户对移动信息产品个性化的需求的同时，公司的信息化业务也得以拓展。同时，手机销售业务的存在可以使公司与运营商保持更加紧密地联系，还可以使公司对市场反应和客户的需求的特点把握更加准确、及时，有利于公司信息业务的发展。

公司在信息业务方面的技术和经验积累，可以为客户提供更加完美的信息化产品和一体化解决方案，有利于移动信息终端产品的销售。比如在“农政通”业务方面，需要服务商为客户设计移动信息化产品方案，需要移动信息终端设备、功能软件和移动信息平台支持。因此，能够提供上述一揽子业务的服务商无疑更能够获得行业客户的认可。公司在销售“农政通”业务的同时，可以将合适农业信息采集的低端定位手机推广给基层政府，既提升了业务服务的品质，又通过销售手机获取了一定的利润。同样，公司在为其他行业客户持续运营和维护过程中，也能捆绑销售公司其他终端产品，代理运营商业务。

这种一体化移动信息产品销售与服务方式的竞争优势明显。例如，个人移动信息产品业务方面，公司在河北的移动彩铃搜索业务收入一直相对其他省份较高，主要原

因就是公司销售的手机中，内置了快捷服务按键和功能软件。再如，公司在河北的行业客户直销能力（团购客户）相对于竞争对手遥遥领先，主要是由于公司产品链齐全，综合服务能力优势明显。

### （三）技术创新能力强

公司子公司仪和信息、彩虹信息和掌中游公司为北京市高新技术企业，彩虹科技和中科信利为北京市软件企业。公司是移动信息产品销售与服务领域中少数具有自主研发能力的企业之一，拥有 220 名技术研发人员，专业范围覆盖了公司信息业务全部领域。公司研发力量雄厚，技术人员中本科以上学历 205 人，其中硕士 12 人，博士 3 人。目前，公司已取得软件著作权五十五项。公司控股子公司中科信利拥有的语音识别搜索引擎技术在旋律识别、原音识别、歌词检索以及中文识别、方言识别方面处于业内领先水平。

作为移动信息产品综合服务商，公司已经形成了自己独特的技术应用优势。这种技术优势帮助公司建立了更多的业务连接关系，并为公司的“一体化、顾问式、多接触点”复合型销售新商业模式的构建提供了良好的技术支撑。在移动信息产品的销售服务领域，公司的研发投入与技术创新能力处于行业的领先地位。公司的技术优势体现在以下几个方面：

1、个人娱乐类移动信息销售及核心技术服务：基于软交换和 3G 多媒体处理的开放式 CTI 平台技术。该平台为中国移动 14 省的语音杂志（IVR）平台以及移动全网的音乐语音搜索业务服务。随着 3G 的业务发展，该平台已经将语音杂志（IVR）将顺利升级为视频杂志（IVVR）业务，目前与广东移动已完成了此项平台升级。

2、移动协同及统一通讯及核心技术：嵌入移动化工作流引擎的统一通信业务平台，有效结合互联网与移动网络应用。利用该技术，已经实现了全国 3 省的移动总机、7 省的移动协同办公服务、全国农村电子政务服务。

3、移动电子商务工具技术：以手机客户端快速开发为核心的技术平台，利用 Widget 技术组件解决手机适配快速开发等问题。利用这个技术平台，公司开发了无线客户关系拓展与销售平台（WCRS），G3 移动商街等工具。

### （四）行业先发优势

公司意识到移动信息产业的发展趋势后，在移动信息产品的销售与服务环节，很早就开始了市场的“站位、卡位”工作。

公司意识到手机销售将逐步以运营商销售为主导的趋势后，从 2005 年开始就不断加强与运营商的合作。目前，公司是河北移动的行业移动信息化业务及移动信息终端产品分销的最大合作伙伴，与河北移动合作运营 109 家营业厅，同时还拥有 29 家自营零售店面（26 家在河北，3 家在山西）、10 家分公司、11 家售后服务中心，管理着 2,000 多名移动信息业务销售顾问。同时，公司已将运营商定制手机业务扩展山西、山东、湖北、黑龙江等国内其他省市。

公司意识到移动信息业务平台对客户连接能力强，成本低，但移动信息业务平台数量有限，运营商选择合作伙伴的门槛高，于是从 2005 年起就不断加强与运营商的业务平台方面的合作，成功建立了多个全国性的业务服务平台。目前，公司设立了 22 家办事处，与各运营商各省级分公司建立了紧密的合作关系，营销网络覆盖国内各主要省市。公司是中国移动唯一的全国基层农村政务业务合作伙伴，是中国移动音乐语音搜索业务唯一全网合作伙伴，确立了公司在这些业务领域的绝对领先地位。

通过多年的行业运营经验和技術积累，公司深刻理解移动信息产品变化特点、发展趋势和技術演进特点，并不断加深和运营商的合作关系，从而在营销网络资源、业务运营管理经验、服务品牌沉淀与积累等方面取得了行业内先发优势。

## （五）管理服务优势

公司坚持管理创新和改进，逐步完善和健全了基于业务目标为牵引的、高效的内部管理流程制度，完善了符合行业特点和行业发展趋势的管理工具，运用各种管理软件系统支持业务拓展。

1、通过公司自主研发的移动客户关系拓展与销售平台（WCRS），销售顾问可以利用自己的手机管理客户信息，随时联系客户并实现业务销售；通过公司的呼叫中心和网站服务，公司可以为客户提供完整的网络订购和售后服务。

2、在公司的零售连锁网点，用户通过营销系统（数字货架）的亲身体验，就可以了解到更多的产品信息，这种工具的运用能够有效降低营业面积和营业员的数量。而且，这种数字化的产品展示方式可以非常方便的移动和拓展，可以摆放在街角店甚至写字楼。

3、公司引入先进的 ISO 9000 服务管理体系和 ERP 系统对物流和资金流进行科

学管理。在企业信息流管理方面，公司利用自主研发的及时语协同工作系统，有效解决了跨地域的工作协同的沟通问题，提高了员工工作效率，降低了公司营业成本。

## 四、发行人主要财务数据

### (一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
流动资产	346,384,710.29	249,902,672.59	190,915,483.30
非流动资产	47,363,767.58	43,363,128.81	35,988,071.22
资产总计	393,748,477.87	293,265,801.40	226,903,554.52
流动负债	240,001,398.57	181,582,440.87	141,203,656.95
非流动负债	-	-	1,827,536.34
负债合计	240,001,398.57	181,582,440.87	143,031,193.29
归属于母公司股东的所有者权益	152,383,482.20	110,569,371.78	83,230,564.44
少数股东权益	1,363,597.10	1,113,988.75	641,796.79
所有者权益	153,747,079.30	111,683,360.53	83,872,361.23

### (二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	1,023,769,341.05	970,103,243.53	983,491,294.81
营业利润	45,343,678.83	31,951,077.63	20,477,016.56
利润总额	48,142,015.18	32,490,639.86	21,525,607.99
净利润	42,063,718.77	27,846,757.57	19,999,191.77
归属于母公司股东的净利润	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50

### (三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	55,065,140.04	35,059,771.97	21,787,444.33
投资活动产生的现金流量净额	-17,396,005.48	-17,706,513.49	-13,506,173.04
筹资活动产生的现金流量净额	-58,901,544.70	274,449.98	14,347,255.12
现金及现金等价物净增加额	-21,232,410.14	17,627,708.46	22,628,526.41

### (四) 主要财务指标



财务指标	2009年度或2009年 12月31日	2008年度或2008年 12月31日	2007年度或2007年 12月31日
流动比率(倍)	1.44	1.38	1.35
速动比率(倍)	0.95	0.90	0.83
资产负债率(母公司)	78.34%	74.08%	69.74%
应收账款周转率(次)	19.32	20.89	17.67
存货周转率(次)	7.80	9.88	12.22
息税折旧摊销前利润(元)	61,551,155.67	44,973,889.53	26,578,405.03
归属于发行人股东的净利润(元)	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润(元)	41,274,904.11	27,430,794.96	18,923,697.79
利息保障倍数	23.92	29.50	26.60
每股经营活动产生的现金流量(元)	1.10	0.70	1.08
每股净现金流量(元)	-0.42	0.35	1.12
归属于发行人股东的每股净资产(元)	3.05	2.21	4.13
无形资产(扣除土地使用权等)占净资产比例	8.53%	9.17%	1.88%

## 五、本次发行情况

本次发行每股面值1元的人民币普通股(A股)不超过1,700万股,采用网下向配售对象累计投标询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式。

## 六、本次募集资金运用

公司本次向社会公开发行不超过1,700万股新股,募集资金将用于投资以下项目(根据项目实施的轻重缓急排序):

项目名称	计划投资额 (万元)	资金使用计划(万元)		项目备案批文
		第一年	第二年	
移动信息业务平台改扩建项目	8,000.00	5,025.20	2,974.80	石发改高技备字【2009】180号
移动商业信息服务平台项目	5,986.20	2,670.00	3,316.20	石发改高技备字【2009】179号
其他与主营业务相关的运营资金项目	-	-	-	-

若募集资金不能满足拟投资项目的资金需求,缺口部分将由本公司通过银行贷款或其他途径解决。

## 第三节 本次发行概况

### 一、发行人基本情况

公司名称：河北恒信移动商务股份有限公司

英文名称：HEBEI HENGXIN MOBILE BUSINESS CO.,LTD.

注册资本：5,000万元

法定代表人：孟宪民

成立日期：2001年11月3日

住 所：河北省石家庄市开发区天山大街副69号

邮政编码：050000

电 话：0311-86130010

传 真：0311-86130066

互联网址：<http://www.hebhx.com>

电子信箱：[office@hxgro.com](mailto:office@hxgro.com)

负责信息披露和投资者关系部门：董事会办公室

董事会办公室负责人：陈伟

电 话：010- 88846662

### 二、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）
- 2、每股面值：1.00元
- 3、发行股数及占发行后总股本的比例：本次发行不超过1,700万股，不超过发行后总股本的25.37%
- 4、每股发行价格：38.78元
- 5、发行市盈率：62.55倍（按2009年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润和发行后总股本全面摊薄计算）
- 6、发行前每股净资产：3.05元（以2009年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产和发行前总股本计算）

7、发行后每股净资产：11.41元（以2009年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后股本计算）

8、发行市净率：3.40倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）

9、发行方式：采用网下向配售对象累计投标询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式

10、发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销

12、预计募集资金总额：65,926 万元

13、预计募集资金净额：61,219.7 万元

14、发行费用概算：

序号	项 目	金额（万元）
1	承销及保荐费	3696.3
2	审计费	120
3	律师费用	100
4	路演推介及信息披露费	790

### 三、与发行有关的机构和人员

#### （一）发行人

名称：河北恒信移动商务股份有限公司

法定代表人：孟宪民

住所：河北省石家庄市开发区天山大街副 69 号

电话：0311-86130010

传真：0311-86130066

联系人：陈伟

#### （二）保荐人（主承销商）

名称：平安证券有限责任公司

法定代表人：杨宇翔

住所：广东省深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 层

电话：010-59734981

传真：010-59734978

保荐代表人：王裕明、邹丽

项目协办人：霍永涛

项目组其他成员：韩长风、封江涛、张鹤年、田婷、战晓峰、吴少鸿、凌爱文

### （三）发行人律师

名称：北京市金杜律师事务所

法定代表人：王玲

住所：北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字楼A座40层

电话：010-58785588

传真：010-58785599

经办律师：景岗、唐丽子

联系人：景岗

### （四）审计机构

名称：立信大华会计师事务所有限公司

法定代表人：梁春

住所：中国北京东长安街10号长安大厦三层

电话：010-65263615

传真：010-65130555

经办注册会计师：常明、吴少华

联系人：常明

### （五）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

#### （六）收款银行

开户银行：北京银行和平里支行

户名：河北恒信移动商务股份有限公司

账号：0109 0353 7001 2010 5509 849

#### （七）拟申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

法定代表人：宋丽萍

住所：深圳市深南东路5045号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

### 四、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

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

### 五、发行上市重要日期

询价推介时间	2010年4月28日至4月30日
网上网下发行公告刊登日期	2010年5月5日
网下申购、缴款日期	2010年5月6日
网上申购、缴款日期	2010年5月6日
预计股票上市日期	发行完成后尽快安排在深圳证券交易所上市

## 第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司风险如下：

### 一、业务经营依赖中国移动的风险

本公司业务主要是面向中国移动销售或与中国移动合作完成的。在个人移动信息终端销售与服务业务方面，公司全面参与河北移动的代理销售业务，与河北移动合作运营109家营业厅；同时，公司还是河北、黑龙江、山东、山西、湖北5个省移动公司定制移动信息终端合作商。在行业移动信息产品集成销售与服务方面，中国移动是公司唯一渠道合作伙伴。在个人移动信息业务方面，公司的业务收入主要通过与中国移动分成的方式实现。报告期内，来自中国移动和通过中国移动实现的营业收入占公司营业收入的比例约为60%，公司业务经营在一定程度上存在对中国移动的依赖。

目前，移动信息通信行业主要由移动网络运营商、移动信息终端产品制造商、移动信息终端产品销售商、信息服务提供商（SP）、信息业务集成商（SI）、内容服务提供商（CP）、应用提供商（AP）组成。从世界范围来看，移动信息通信业务主要体现为移动运营商以移动信息终端为载体为用户提供移动信息业务。作为整个行业价值链的核心和领导者，移动运营商发挥着重要的作用，通过利益分配等有效手段维持价值链的正常运作。我国目前的移动运营商只有中国移动、中国联通和中国电信三家。作为中国最大的移动运营商，中国移动在行业内起着举足轻重的作用。因此，移动信息通信行业的企业都不同程度地存在业务经营依赖中国移动的情况。

### 二、收入结构调整的风险

公司主营业务为移动信息产品的销售与服务，具体包括：面对个人的移动信息终端产品集成销售与服务，面对个人的移动信息业务销售与服务；面对行业的移动信息产品集成销售与服务，面对行业的移动信息化业务销售与服务。随着移动信息终端的产业升级和3G时代的来临，移动信息通信行业的盈利模式和收入结构面临着深刻的

调整。总体表现为：个人移动信息产品销售与服务方面，非定制个人移动信息产品终端（主要指非定制手机）市场份额快速下降，定制个人移动信息产品终端（主要指定制手机）市场份额快速提升，个人移动信息业务稳定增长；行业移动信息产品销售与服务方面，行业移动信息产品和行业移动信息化业务市场份额快速增长。基于客户的个性化需求，移动信息通信行业综合性服务和一体化销售能力越来越受到服务商的重视。

在收入结构调整的过程中，如果公司不能够迅速增加移动信息服务的营业收入，或者不能够有效地控制个人移动信息终端销售业务的成本，公司的营业收入或营业利润将有可能下降。

### 三、业务区域集中的风险

2007年、2008年和2009年，公司主营业务收入中来自于河北省的比例分别达到93.69%、89.51%、87.67%。同时，报告期内，公司前五大销售客户全部为中国移动河北有限公司在河北省内的各地分公司，2007年、2008年和2009年，公司主营业务收入中来自于中国移动河北有限公司的比例分别达到28.83%、42.77%、50.13%。如果河北省的社会和经济环境发生不利变化，将对公司业绩带来重大影响。

公司业务区域集中于河北是由公司业务发展历程决定的。在发展初期，公司业务主要以手机零售为主。2005年开始，公司以河北为基地，逐渐向周边省份山西、山东扩展个人移动信息终端产品集成销售与服务业务。同时，随着公司个人移动信息业务和行业移动信息产品销售与服务收入的增长，来自河北省以外其他省份的营业收入也逐年增加，公司已发展成为移动信息产品销售与服务的综合提供商。2009年，公司业务分支机构已遍布全国22个省份。

### 四、租赁经营场所风险

本公司主营业务为从事移动信息产品的销售与服务。公司租赁了众多门店以进行个人移动信息产品销售，门店选址多选择人口稠密、交通便利的地段，公司存在部分经营场所的租赁到期后不能续租的风险。

## 五、市场竞争风险

报告期内，个人移动信息终端产品销售与服务业务收入占公司营业收入的80%以上。随着3G时代的到来，通过移动运营商渠道销售的个人移动信息终端（主要是定制手机）所占市场分额的比重将进一步提升，个人移动信息终端销售业务面临的市场竞争将更加激烈。近年来，公司逐步调整了个人移动信息终端产品的产品结构（定制手机销售业务逐年上升）和销售模式（提供的是手机整体应用服务），竞争优势明显。虽然如此，将来如果公司不能正确判断、把握行业的市场动态和发展趋势，不能根据市场变化及时调整竞争策略并进行业务模式创新，公司个人移动信息终端产品的销售与服务业务将与行业内大多数企业一样面临亏损的风险，从而对公司整体的经营业务带来不利影响。

## 六、技术风险

### （一）技术开发风险

公司拥有3项专利技术及55项计算机软件著作权，并已将核心技术应用于终端产品及信息服务领域。移动信息通信行业技术升级迅速，产品更新换代快，用户对服务的需求也在不断提高。如果公司对技术、产品和市场的发展趋势不能准确判断，对行业关键技术的发展动态不能及时掌控，在新产品和新技术的研发方向、重要产品的方案制定等方面不能正确把握，将导致公司的市场竞争能力下降。

### （二）核心技术人员流失的风险

移动信息通信行业属于技术密集型行业。公司的技术研发涉及移动通信技术与计算机信息技术，技术难度较高，掌握这些技术需要较宽的专业知识、较高的专业技术和较长的经验积累。因此，如果本公司的核心技术人员发生流失将对公司产生一定的负面影响。

## 七、管理风险

目前，公司有六家子公司，合作运营109家营业厅，同时还拥有29家自营零售店面（26家在河北，3家在山西）、10家分公司、11家售后服务中心，管理着2,000多名



移动信息业务销售顾问。随着募集资金投资项目的实施和公司业务规模的不断扩张，公司部门机构和人员仍将不断增加。公司在管理上面临进一步完善现有管理体系、规范内控制度、提高管理能力、保证公司运营顺畅等一系列问题。若不能较好的解决以上问题，可能制约公司未来的发展。

## 八、偿债能力不足的风险

公司属于轻资产、重创新的现代服务型企业，资产负债率较高。2007年12月31日、2008年12月31日和2009年12月31日，公司（母公司）资产负债率分别高达69.74%、74.08%和78.34%。与行业内绝大多数企业一样，流动资产在公司资产总额中占85%以上的比重，缺少可以用于银行借款担保的抵押物，难以从银行等金融机构获得足够的资金支持。

由于资产负债率较高且缺乏可以用于银行借款担保的抵押物，公司从银行借款融资的难度较大。因此，公司存在偿债能力不足的风险。

## 九、税收优惠政策风险

公司子公司仪和信息、中科信利、掌中游、彩虹信息均为设立在中关村高新技术园区的高新技术企业，2006年和2007年享受不同程度的所得税税收优惠。仪和信息2008年再次被认定为高新技术企业，2008年—2010年按7.5%减半征收企业所得税，中科信利、掌中游、彩虹信息2009年被再次认定为高新技术企业，目前正在办理2009年度减按15%征收企业所得税。

公司子公司同力通讯享受新办劳动服务企业的税收优惠政策，2005年度至2007年度免征企业所得税。子公司彩虹科技符合新办软件企业免税条件，享受2008年度-2009年度免征企业所得税，2010年度—2012年度减半征收企业所得税的税收优惠。

报告期内各子公司适用所得税率情况

序号	公司名称	2009年	2008年	2007年	备注
1	北京恒信仪和信息技术有限公司	7.5%	7.5%	免	
2	中科信利通信技术有限公司	25%	25%	免	
3	北京恒信彩虹信息技术有限公司	25%	25%	免	
4	北京恒信掌中游信息技术有限公司	25%	25%	7.5%	
5	石家庄恒信同力通讯有限公司	25%	25%	免	
6	北京恒信彩虹科技有限公司	免	免	-	2008年成立

受上述所得税优惠政策影响，公司 2007 年、2008 年和 2009 年的所得税费用比例分别为 7.09%、14.29% 和 12.63%。

另外，中科信利、彩虹科技还依法享受软件产品增值税优惠政策。

如果上述税收优惠政策发生变化，或者公司上述子公司不再符合享受税收优惠政策所需要的条件，则公司的税负将会上升，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

## 十、募集投资项目存在的风险

### （一）市场开发风险

本次募集资金拟投资的两个项目均围绕公司主营业务以及业务发展目标开展，分别是：（1）移动信息业务平台改扩建，以适应 3G 网络时代移动信息增值业务的需要；（2）新建移动商业信息服务平台，进入移动电子商务领域，开拓公司在移动信息产品销售与服务业务领域内新的利润增长点。

募集资金投资项目建成后，公司提供移动信息服务的能力将会得到大幅提高。由于 3G 在我国的应用刚刚开始，移动电子商务还处于发展的初期阶段，公司需要通过有效的市场营销迅速开发用户并培养其消费习惯，存在一定的市场开发风险。

### （二）募集资金项目新增折旧、摊销对公司经营业绩的影响

初步测算，本次募集资金投资项目建成后每年将新增固定资产折旧和无形资产摊销合计为 1,624.01 万元，占发行前（2009 年）公司利润总额（4,814.20 万元）的 33.73%。如果募集资金投资项目不能产生预期收益，将对公司未来经营成果带来一定影响。

## 十一、净资产收益率下降的风险

2007 年度、2008 年度、2009 年，公司净资产收益率（加权平均）分别为 32.90%、28.21% 和 31.80%。本次发行后，公司净资产将大幅增加。由于募集资金投资项目尚有一定的实施周期，在实施期内难以获得收益，因此公司存在发行后净资产收益率下降的风险。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、公司改制及设立情况

#### (一) 设立方式

公司是经河北省人民政府股份制领导小组办公室《关于同意发起设立河北恒信移动商务股份有限公司的批复》（冀股办[2001]100号）批准，由孟宪民、赵国水、裴军、孙健、郜银书五人发起设立的股份有限公司，各发起人均以现金出资，设立时注册资本为1,000万元。2001年11月3日，公司依法在河北省工商行政管理局注册，企业法人营业执照号码为1300002100046，法定代表人为孟宪民。

2001年8月10日，河北天勤会计师事务所接受委托，对公司设立时股东的出资情况进行验证，并出具（2001）冀天勤验字第040号《验资报告》。

#### (二) 发起人

公司发起人情况如下：

发起人名称	持股数量（股）	股权比例	股权性质
孟宪民	3,750,000	37.50%	自然人股
赵国水	2,250,000	22.50%	自然人股
裴 军	2,250,000	22.50%	自然人股
孙 健	875,000	8.75%	自然人股
郜银书	875,000	8.75%	自然人股
合 计	10,000,000	100.00%	——

#### (三) 公司设立前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司主要发起人为孟宪民。公司设立之前，孟宪民拥有的主要资产为持有河北恒信实业有限公司60%的股权，以及通过河北恒信实业有限公司持有北京恒信尚德信息技术有限公司57%的股权；并担任河北恒信实业有限公司的董事长兼总经理、北京恒信尚德信息技术有限公司董事长，从事上述两家公司的经营管理工作。恒信实业成立于1998年4月，注册资本3,000万元，主营业务为手机分销；恒信尚德成立于1998年7月，注册资本700万元，主营业务同为手机分销。此外，孟宪民还持有厦门市恒信网

元通信技术有限公司99.5%的股权。厦门网元成立于2001年10月，注册资本2,010万元，其主营业务为通信产品、计算机软件、网络产品的研发。

公司设立后，孟宪民拥有的主要资产除了持有本公司的股权并一直担任公司董事长外，还先后直接或间接控制恒信实业、恒信尚德、厦门网元、仪和信息、恒信彩虹、中科信利、掌中游等公司。2006-2007年公司先后收购了仪和信息、中科信利、彩虹信息、掌中游等公司股权，使其成为本公司的全资或控股子公司。

报告期内，孟宪民先生已经将其所持恒信尚德的全部股权转让，并将恒信实业进行了工商注销。

截至2009年12月31日，孟宪民先生除持有本公司股份外，还持有厦门网元99.5%的股权，并任厦门网元的法定代表人（具体内容详见第七节 同业竞争与关联交易）。

#### **（四）公司成立时拥有的主要资产和从事的主要业务**

本公司由孟宪民等五位发起人共同以现金出资设立，成立时拥有的主要资产为股东投入的货币资金1,000万元。公司成立时从事的主要业务为通讯器材、电子产品机电一体化技术开发及销售、软件开发及网络工程，通信产品维修服务，代办中国联通石家庄移动业务、代办河北石家庄移动业务。

#### **（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程、以及原企业和发行人业务流程间的联系**

本公司为发起人股东以货币资金注册成立，成立前公司无企业实体。公司成立后具体业务流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务具体情况”。

#### **（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况**

本公司设立以来，主要发起人孟宪民先生除持有本公司、恒信实业、恒信尚德等公司股权以外，还先后设立或增资并（直接或间接）控股了厦门市恒信网元通信技术有限公司、北京恒信仪和信息技术有限公司、北京恒信彩虹信息技术有限公司、北京中科信利通信技术有限公司、北京恒信掌中游信息技术有限公司。公司与这些公

司在商品采购、股权转让、房屋租赁、借款担保等方面存在关联交易。

为避免同业竞争、减少关联交易、规范持股结构，2006年公司收购了仪和信息50%股权、中科信利40%股权，2007年公司继续收购了仪和信息50%股权和中科信利30%股权、彩虹信息100%股权、掌中游100%股权。

为了完善公司法人治理结构，主发起人还对恒信实业、厦门网元、恒信尚德进行了处置。目前，上述三公司已不再经营与本公司业务相关的业务。2009年1月20日，恒信实业股东会审议通过了注销工商登记的议案，并于2009年6月29日办理完毕工商注销登记手续（石商登记内销字【2009】第027号）；在注销工商登记之前，恒信实业将其所持恒信尚德的全部股权转让给自然人给王俊。王俊与本公司无关联关系，恒信尚德与本公司不再有关联关系；2009年7月22日，厦门网元根据股东会决议将公司经营范围修订为“从事通信产品、计算机软件、计算机网络研发并提供相关的咨询服务”并进行工商登记，与本公司不存在同业竞争的情况。

截至2009年12月31日，除持有本公司股份外，孟宪民先生还持有厦门网元99.5%股权。厦门网元基本情况详见本节之“五、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。公司与孟宪民及厦门网元之间的关联交易还有：

（1）仪和信息、彩虹信息与厦门网元签订《房屋租赁协议》，租用厦门网元名下厦门软件园二期望海路63号302单元房屋作为其厦门研发中心办公场所，年租金共23.6万元；

（2）为临时解决短期流动资金的周转，孟宪民曾以其个人定期存单为公司委托银行开具银行承兑汇票提供质押担保；

（3）孟宪民以个人担保函、个人房产和家庭财产为公司银行借款提供担保或反担保。

报告期内关联交易情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”。

### （七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司由发起人股东以货币资金出资设立。截至2001年8月10日，各发起人股东所出资的资金皆已到位，不存在法律障碍。

### （八）发行人独立性

公司成立以来，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构和业务等方面保持了良好的独立性，保证了公司的规范、独立运行。公司具备独立完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

### 1、资产独立

公司拥有独立于控股股东及其控制企业的生产经营场所、专用设备、机器设备及其他辅助配套设施和权利，对所属资产拥有完全的控制支配权。目前生产经营用的土地使用权、房产等均已经取得权属证书。公司具有独立的商品采购和销售系统。公司目前资产完整，独立于控股股东、实际控制人和其他关联方。

### 2、人员独立

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理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任除董事、监事以外的职务的情况，均专职在公司工作并领取薪酬，未在与本公司业务相同或相近的其他企业任职。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情况。

本公司已建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及独立的工资管理制度，根据《劳动法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订劳动合同，由公司人力资源部负责公司员工的聘任、考核和奖惩。公司已办理了独立的社保登记，在员工的社会保障、工薪报酬等方面完全独立。

### 3、财务独立

公司设有独立的财务部门，配备了专业的财务人员，建立了独立的财务核算体系，具有规范、独立的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。本公司开设有独立的银行账户，作为独立的纳税人，依法独立纳税。本公司不存在为股东提供担保，也不存在资产、资金被股东占用或其他损害公司利益的情况。

### 4、机构独立

公司已建立了健全的现代企业管理制度，建立了适应自身发展需要的内部组织机构，各职能机构在人员、办公场所和管理制度等各方面完全独立。公司按照《公司法》的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会和经营管理层各司其职的组织结构体系，股东依照《公司法》和公司章程的规定提名董事参与公司的管理，并不直接干预公司的生产经营活动。

## 5、业务独立

公司是一家专业从事移动信息产品销售与服务的现代服务型企业。公司拥有独立的研发、采购、销售系统，拥有自己独立的品牌和技术以及面向市场的独立经营能力。本公司的业务独立于控股股东、实际控制人，与控股股东、实际控制人不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

## 二、发行人设立以来重大资产重组情况

为避免同业竞争、减少关联交易、规范持股结构，2006年以来，公司陆续收购了孟宪民等关联方持有的相关公司股权（相关公司介绍详见本节“四、发行人控（参）股子公司简要情况”）。具体情况如下：

### （一）2006年的股权收购

经2006年1月12日召开的股东大会审议通过，公司收购了掌中游持有的仪和信息350万元出资、中科信利持有的仪和信息150万元出资，收购价格为每股面值（即每股1元）。本次收购完成后，公司共持有仪和信息50%的股权，成为仪和信息的控股股东。

经2006年10月20日召开的股东大会审议通过，公司收购了厦门网元持有的中科信利120万元出资，收购价格参考中科信利2006年9月30日的净资产协调确定，总价为80万元。本次收购完成后，公司持有中科信利40%的股权，成为中科信利的第一大股东。上述两次股权收购的工商变更日期为2007年10月12日。

### （二）2007年的股权收购

经2007年9月18日召开的股东大会审议通过，公司收购了公司股东林菲持有的同力通讯10%的股权（20万元），收购价格为每股面值（即每股1元）。

经2007年11月20日召开的股东大会审议通过，公司收购了中科信利30%股权、彩虹信息100%股权、仪和信息50%股权、掌中游100%股权，收购价格参考被收购公司2007年6月30日经审计的净资产值协议确定。本次股权收购的工商变更日期为2007年12月17日。

本次股权收购的作价金额详见下表：

标的公司	转让人	转让股份数量	转让比例	作价金额（元）
中科信利	厦门市恒信网元通信技术有限公司	900,000	30.00%	255,000.00
彩虹信息	孟宪民	4,000,000	80.00%	400,000.00
	吴江洪	300,000	6.00%	30,000.00
	齐舰	300,000	6.00%	30,000.00
	裴军	300,000	6.00%	30,000.00
	段赵东	100,000	2.00%	10,000.00
<b>合计</b>		<b>5,000,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>500,000.00</b>
仪和信息	厦门市恒信网元通信技术有限公司	3,900,000	39.00%	4,290,000.00
	北京中科信利通信技术有限公司	900,000	9.00%	990,000.00
	广州市动坚计算机科技有限公司	200,000	2.00%	220,000.00
<b>合计</b>		<b>5,000,000</b>	<b>50.00%</b>	<b>5,500,000.00</b>
掌中游	孟宪民	5,825,000	58.25%	4,543,500.00
	裴军	500,000	5.00%	390,000.00
	吴江洪	625,000	6.25%	487,500.00
	段赵东	500,000	5.00%	390,000.00
	陈大同	275,000	2.75%	214,500.00
	韩梅	1,562,500	15.63%	1,218,750.00
	赵中	87,500	0.88%	68,250.00
	张永安	416,600	4.17%	324,948.00
	陈寅	208,400	2.08%	162,552.00
<b>合计</b>		<b>10,000,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,800,000.00</b>
<b>总计</b>		<b>20,900,000</b>	<b>-</b>	<b>14,055,000.00</b>

### （三）资产重组对公司的影响

公司进行上述股权收购的主要目的是为了整合公司的业务资源与人力资源，理顺持股关系，提升公司移动信息产品综合销售与服务能力。

收购完成后，公司的管理层和实际控制人没有发生变更，主营业务没有发生变更。2006年和2007年，公司通过上述股权收购控制的公司主要财务数据与公司合并报表财务数据的对比情况如下：

单位：万元

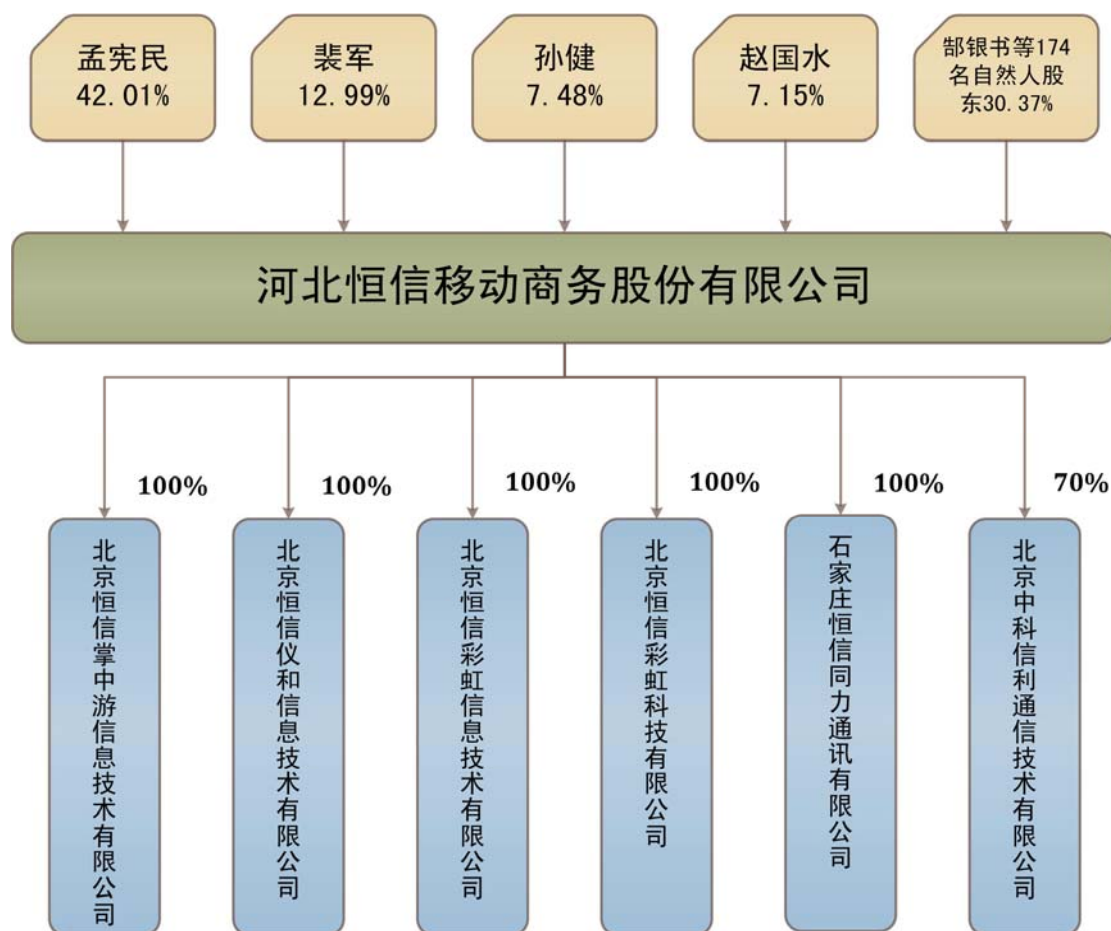
项目	2007 年度				2006 年度			
	资产总额	净资产	营业收入	净利润	资产总额	净资产	营业收入	净利润
掌中游	1,508.91	687.33	2,947.83	-23.76	1,363.79	711.08	2,312.98	196.73
仪和信息	1,559.26	1,218.28	2,259.97	278.31	1,894.37	939.97	1,873.27	466.09
中科信利	262.12	202.01	106.33	22.77	398.74	179.24	316.07	150.87
彩虹信息	529.04	158.06	272.09	-40.20	419.31	198.26	-	-191.36



合计	3,859.33	2,265.68	5,586.22	237.12	4,076.20	2,028.56	4,502.32	622.33
占合并报表比例	20.97%	28.16%	5.39%	10.75%	19.90%	38.35%	4.72%	37.94%

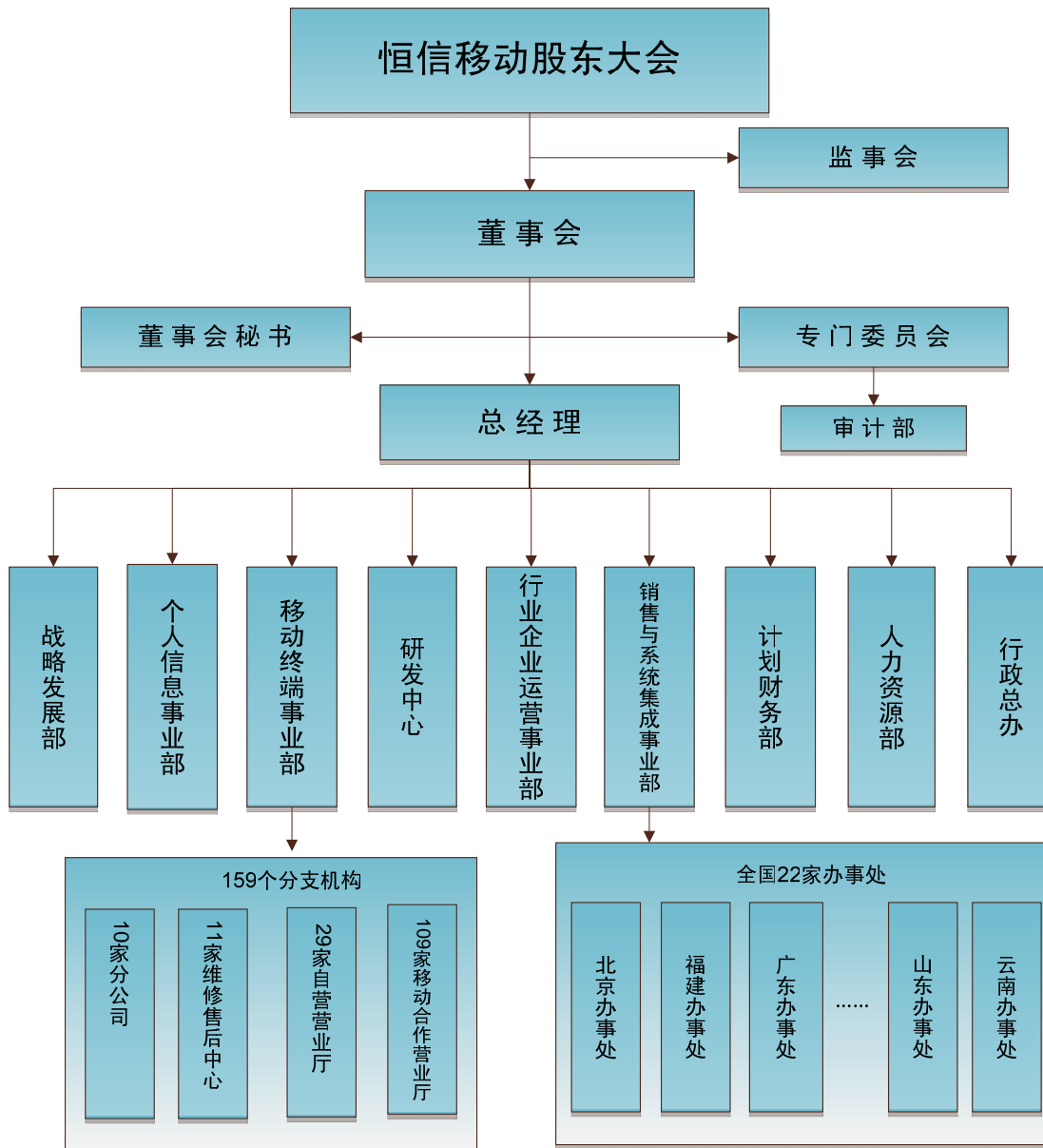
### 三、发行人的股权结构及组织结构

#### (一) 发行人的股权结构



## (二) 发行人的内部组织结构

### 1、发行人内部组织结构图



### 2、发行人职能部门情况

#### (1) 移动终端事业部

主要负责移动信息终端产品的采购、物流、终端增值集成、销售及售后服务、运营业务代理服务，具体包括选址建店、组织货源、物流库管、店面销售人员业务培训及日常管理、移动信息终端及终端软件内置等销售及增值服务、保内保外售后维修服务。

## （2）个人信息事业部

主要负责针对个人客户服务的移动信息业务平台的建设、运营、技术支持和系统维护，具体包括个人移动信息业务平台的产品定义、平台安装建设、平台运营维护、移动数字产品（如音乐）分销、SP 数据管理、个人用户数据收集整理和分析等。

## （3）销售与系统集成事业部

主要负责公司行业移动信息产品的市场开拓、销售、集成安装；行业客户数据收集整理分析；对售出的行业移动信息化系统设备提供后续技术服务和应用软件的二次开发工作；在全国 22 个省份设有办事处，负责与各地运营商沟通协调，提供当地客户培训服务等工作。

## （4）行业企业运营事业部

主要负责具有自有知识产权的行业移动信息化业务平台的运营，包括移动行业信息化业务的规划、平台接入、与移动运营商合作营销推广业务并获得分成收入、提供产品支撑服务等。

## （5）战略发展部

主要负责研究公司新产品和业务模式定位，负责公司新产品、新业务模式的市场开发和创新，负责在试点城市进行新产品新业务的销售或运营服务，一旦试点成功即将该新产品新业务转入公司相关事业部进行规范的销售和服务；根据各个事业部的客户数据和资料，通过管理工具进行分析和互动沟通后，进一步发现和挖掘客户潜在需求，结合公司技术和产品，为客户制定个性化的综合移动信息解决方案和产品组合，交由相应事业部协作执行等。

## （6）研发中心

主要负责公司核心技术和新产品的研究、开发；为公司个人及行业的移动信息业务平台提供核心技术平台支撑，保证公司所有在线业务平台的稳定运行；承担所有行业移动信息化业务平台正式运行前的系统建设和工程实施；为在线运营的移动信息业务提供技术创新和拓展；为公司其他事业部提供驻地人员无法解决的技术支持。

## （7）审计部

制定公司内部审计制度并组织实施内部审计，包括对中层以上领导干部任职期间及离任审计；全国各地子公司、分公司、办事处的财务、业务审计；资产盘查和财务监督工作。

#### (8) 计划财务部

建立完善公司的财务管理制度并组织实施，负责公司财务预决算，提供主要财务数据、经营成果分析；负责公司的成本核算和资产管理工作；负责公司各事业部的计划编制、收集、整理及计划考核；负责公司资金平衡计划，资金筹措与使用监督管理。

#### (9) 行政总办

负责公司日常办公管理，包括办公用品、通讯网络维护、安全保卫等；负责公司公章、经营文件、合同的保管，负责企业文化传播、员工福利购买与发放及制定公司日常办公制度等工作。

#### (10) 人力资源部

负责制定并完善各项人力资源管理制度，建立并完善人力资源管理体系；负责公司劳动组织管理、绩效管理、薪酬福利管理、培训管理、人事管理等工作；负责公司员工的社会保险基金的缴纳；负责公司人才的引进、培养、培训、使用、激励与管理。

### 四、发行人控（参）股子公司简要情况

截至目前，公司有 6 家控股子公司，其中 5 家为全资子公司。

#### (一) 北京恒信仪和信息技术有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2005 年 3 月 10 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

住所：北京市海淀区北洼路甲 3 号正豪办公大厦 D 座 416

股东构成：公司持有其 100% 股权

仪和信息为北京市高新技术企业，致力于个人移动信息业务平台的技术研发及运营，并通过空中营销网络实现移动信息业务的销售与服务。该公司目前负责运营全国唯一的全网音乐搜索平台、13 个省的音乐搜索平台、14 个省的语音杂志平台，是国内最大的专注于语音类的个人移动信息业务平台的提供商之一。

截至 2009 年 12 月 31 日，该公司总资产为 3,991.55 万元，净资产为 3,429.59 万元，2009 年度实现净利润 1,181.28 万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

## （二）北京恒信彩虹科技有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2008年4月28日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：北京市海淀区蓝靛厂南路25号11-21

股东构成：公司持有其100%股权

彩虹科技是北京市软件开发企业，专门从事移动信息软件产品的开发、应用和销售。目前已开发的多种移动信息终端嵌入式软件和移动电子商务应用性软件广泛应用于本公司销售的移动信息终端产品和移动信息服务平台。

截至2009年12月31日，该公司总资产为3,916.54万元，净资产为2,889.49万元，2009年度实现净利润1,541.74万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

## （三）北京恒信彩虹信息技术有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2005年4月12日

注册资本：500万元

实收资本：500万元

住所：北京市海淀区蓝靛厂南路25号11-20

股东构成：公司持有其100%股权

彩虹信息为北京市高新技术企业，专注于面向行业的移动信息化平台建设和运营业务，为企业、政府、教育机构等行业客户提供定制的信息化解决方案。目前主要负责本公司全国农政通业务平台、移动总机、ADC及时语办公平台和会议电话平台业务。

截至2009年12月31日，该公司总资产为959.5万元，净资产为299.97万元，2009年度实现净利润78.78万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

## （四）北京中科信利通信技术有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2004年6月17日

注册资本：300万元

实收资本：300万元

住所：北京市海淀区蓝靛厂南路25号11-19

股东构成：公司持有其70%股权，颜永红持有其30%股权

中科信利是以开发语音识别搜索引擎技术为核心的北京市软件企业，主要开发服务器端的音频信息处理技术，包括语音识别技术、基于音频特征的音频搜索技术和基于音乐旋律的音乐搜索技术等，是目前国内通讯领域内唯一一家拥有自主知识产权、并已开展大规模商业应用的语音识别搜索引擎技术的公司，该公司为国内多家音乐语音搜索平台运营厂家（包括仪和信息）提供音乐搜索软件和音乐搜索平台技术支持服务。

截至2009年12月31日，该公司总资产为626.54万元，净资产为454.53万元，2009年度实现净利润83.2万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

#### （五）石家庄恒信同力通讯有限公司

法定代表人：林菲

成立日期：2005年6月10日

注册资本：200万元

实收资本：200万元

住所：石家庄建设南大街80号恒辉大厦六楼

股东构成：公司持有其100%股权

同力通讯主要在河北市场从事行业移动信息产品的集成销售与服务，并代办河北移动通信业务服务。该公司主要与河北移动合作，面向企业客户提供专业的移动信息化解决方案，如农信通、校讯通、供销通等，负责从系统集成销售到二次开发、技术支持和售后服务的一站式销售与服务工作。

截至2009年12月31日，该公司总资产为2,469.23万元，净资产为2,461.91万元，2009年度实现净利润-46.99万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

#### （六）北京恒信掌中游信息技术有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2000 年 10 月 24 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

住所：北京市海淀区蓝靛厂南路 25 号 11-18

股东构成：公司持有其 100% 股权

掌中游为北京市高新技术企业，通过与中国移动合作，从事个人移动增值业务服务。掌中游是首批参与中国移动“梦网”计划的移动信息业务服务企业之一，拥有全网移动增值业务资质，主要经营各类增值业务模式，包括语音互动、语音杂志、音乐彩铃等个人移动增值业务。

截至 2009 年 12 月 31 日，该公司总资产为 1,506.92 万元，净资产为 984.62 万元，2009 年度实现净利润-7.25 万元（以上数据经立信大华会计师事务所审计）。

#### （七）邯郸市恒科移动电话维修服务有限公司（已注销）

报告期内，发行人还控股邯郸市恒科移动电话维修服务有限公司（简称“恒科维修”）。恒科维修于 2008 年 12 月注销。

法定代表人：高武军

成立日期：2001 年 7 月 5 日

注册资本：30 万元

实收资本：30 万元

住所：邯郸市邯山区陵园路 115 号院一楼门市

股东构成：河北移动商务股份有限公司 24 万元，高武军 6 万元

恒科维修主要业务为代理摩托罗拉，联想等品牌手机的邯郸区域维修业务，2002 年至 2008 年，恒科维修是摩托罗拉、联想区域签约维修授权站之一。2007 年因这两个品牌在邯郸地区的手机销量大幅下降，厂商将邯郸地区的一级授权维修站，改为二级维修站，维修接机量因此大幅减少，2008 年其营业额仅为 18 万元，并一直处于亏损状况。2008 年，经恒信维修股东会审议通过，予以注销。恒科维修注销时经审计的主要财务数据如下：

单位：元

资产负债表项目（2008年11月30日）		损益表项目（2008年1-11月）	
流动资产	63,484.80	营业收入	182,417.99
固定资产	0.00	净利润	-190,694.81
资产总计	63,484.80	-	-
负债合计	0.00	-	-

恒科维修原有职工 15 人，清算后，其所有员工的工资、社会保险关系已全部转入河北恒信移动商务股份有限公司邯郸维修服务中心，并签定了新的劳动合同。经营期间，恒科维修不存在重大违法行为。恒科维修于 2008 年 12 月经邯郸市工商行政管理局核准注销，其注销程序完备，不存在现实或潜在纠纷。

## 五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

### （一）持有发行人5%以上股份的主要股东情况

公司持股 5%以上股东为孟宪民、裴军、孙健、赵国水，其基本信息如下：

序号	股东姓名	持股数量	持股比例	身份证号	住址
1	孟宪民	21,005,377	42.01%	510102196306*****	北京市海淀区
2	裴军	6,494,162	12.99%	130102196311*****	北京市海淀区
3	孙健	3,737,680	7.48%	130102197211*****	河北省石家庄市裕华区
4	赵国水	3,573,622	7.15%	130102196105*****	北京市海淀区

上述四人均为中国国籍，未拥有永久境外居留权，其详细个人简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与技术人员简历”部分。

### （二）控股股东和实际控制人

公司的控股股东和实际控制人为孟宪民，其持有的公司股份不存在质押或存在其他有争议的情况。

### （三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

公司控股股东和实际控制人皆为孟宪民，其控制的其他主要企业基本情况如下：

#### 1、厦门市恒信网元通信技术有限公司



名称：厦门市恒信网元通信技术有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：2001 年 10 月 24 日

注册资本：2,010 万元

实收资本：2,010 万元

住所：厦门市软件园二期望海路 63 号 302 单元

经营范围：从事通信产品、计算机软件、计算机网络的研发并提供相关的咨询服务（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。

股东构成：孟宪民持有其 99.5% 股权，陈能章持有其 0.2% 股权，李典发持有其 0.3% 股权。

截至 2009 年 12 月 31 日，该公司总资产为 4,763.24 万元，净资产为 1,589.47 万元，2009 年度实现净利润-258.53 万元（以上数据未经审计）。

厦门市恒信网元通信技术有限公司在 2007 年以前从事移动通讯终端设备的研发、生产，由于生产规模有限，无法与大的终端生产厂家竞争，业务逐渐萎缩停顿，2007 年以后主要业务停滞。为避免与本公司的同业竞争，厦门网元自 2008 年起已不实际开展业务，厦门网元的主要技术人员已经由本公司全资子公司彩虹信息接收。2008-2009 年，厦门网元的亏损主要源于处理以前年度存货积压，目前还有账面价值 1,000 多万的无线桌面电话存货，仅保留个别员工做积压库存清理，产生一定的费用。厦门网元目前的主要资产仅为其原办公研发所用房屋，并已出租给本公司的子公司仪和信息、彩虹信息使用（出租协议内容详见第七节 同业竞争与关联交易）。

厦门网元原有职工由 2008 年期间的 80 余人已逐渐减少为目前的 11 人，厦门网元已与离职员工解除了劳动合同并按照相关法律规定支付了员工工资、社会保险费用和法定补偿金。部分核心技术人员与发行人全资子公司彩虹科技签定了新的劳动合同。

## 2、河北恒信实业有限公司（已注销）、北京恒信尚德信息技术有限公司（已转让）

报告期内，公司控股股东和实际控制人孟宪民还直接控制恒信实业、通过恒信实业间接控制恒信尚德。2009 年 5 月，恒信实业将其所持恒信尚德的全部股权转让给自然人王俊，转让价格为恒信实业的出资额 400 万元，受让方王俊资金来源为个人收

入积累所得。恒信实业于 2009 年 6 月注销。

(1) 河北恒信实业有限公司

名称：河北恒信实业有限公司

法定代表人：孟宪民

成立日期：1998 年 4 月 22 日

注册资本：3,000 万元

实收资本：3,000 万元

住所：建设南大街 80 号恒辉大厦

经营范围：通讯器材的销售、维修及代办移动业务

股东构成：孟宪民 1,800 万元，裴军 300 万元，赵国水 300 万元，孙健 150 万元，周斌 150 万元。

恒信实业主营业务为代理摩托罗拉(中国)有限公司（简称“摩托罗拉”）的 G 网手机业务，2002 至 2005 年，恒信实业作为摩托罗拉的五家区域分销商之一，主要在河北、山西及北京地区分销摩托罗拉指定的手机产品。除分销业务外，恒信实业还与以上地区的中国移动合作销售摩托罗拉品牌定制手机。2002 至 2005 年间，恒信实业年销售额约 3 亿元，年盈利约 200 万元。

2006 至 2008 年因摩托罗拉销售政策的改变，恒信实业从区域分销商转为摩托罗拉的资金物流平台。资金物流平台业务模式主要是从摩托罗拉采购手机后按照摩托罗拉的销售指令为其经销商送货，恒信实业此项业务的开展区域是北京、山西及山东东部地区。转为资金物流平台后，销售额下降，恒信实业一直处于亏损状态，因此从 2008 年退出与摩托罗拉公司的合作。2009 年，经恒信实业股东会审议通过，予以注销。

恒信实业注销前有员工 6 人，清算时已与全部员工解除了劳动合同并按相关规定支付了职工的工资、社会保险费用和法定补偿金。经营期间，恒信实业，不存在重大违法行为。恒信实业于 2009 年 6 月经石家庄市高新技术开发区工商行政管理局核准注销，其注销程序完备，不存在现实或潜在纠纷。

(2) 北京恒信尚德信息技术有限公司目前经营情况

恒信尚德现为自然人独资的有限责任公司，注册资本为 700 万元，王俊持有恒信尚德 100% 的股权，恒信尚德的经营范围为“技术开发、技术转让、技术咨询、技术

服务、技术培训；信息咨询；接受委托、提供劳务服务；组织文化艺术交流活动（演出除外）；承办展览展示会；销售开发后的产品（未经专项许可的项目除外）、电子计算机及外部设备、机械电器设备、五金交电、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、工艺美术品、金属材料、建筑材料、装饰材料、通讯设备（无线电发射设备除外）；技术进出口、货物进出口、代理进出口；法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动”。

恒信尚德自 1998 年成立以来主要从事手机分销业务，但随着 2008 年原控股股东恒信实业退出手机分销业务以后，恒信尚德也不再继续从事该业务或与之相关的其他业务；2009 年 5 月全部股权转让给自然人王俊后，恒信尚德主要从事自有物业的租赁管理和信息咨询服务，没有再从事手机分销业务，没有经营与恒信移动相同或类似的业务，没有与恒信移动的生产经营构成或可能构成直接的或间接的业务竞争；恒信尚德目前正常运营，拟申请 2009 年度工商年检。

## 六、发行人股本情况

### （一）本次发行前的总股本、本次发行的股份，以及本次发行的股份占发行后总股本的比例

本公司发行前总股本为 5,000 万股。本次公开发行不超过 1,700 万股社会公众股，本次发行股份不超过发行后总股本的 25.37%。

### （二）前十名股东及在公司担任职务情况

截至目前，公司共有 178 名股东，全部为自然人股东。公司前十名股东持股及在公司担任职务情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	在公司担任职务
1	孟宪民	21,005,377	42.01%	董事长、总经理
2	裴 军	6,494,162	12.99%	董事、副总经理
3	孙 健	3,737,680	7.48%	董事、副总经理
4	赵国水	3,573,622	7.15%	董事
5	陈 伟	935,669	1.87%	董事会秘书、财务总监

6	段赵东	835,127	1.67%	副总经理
7	齐 舰	744,172	1.49%	董事
8	吴江洪	694,561	1.39%	不在公司任职
9	陈 良	620,144	1.24%	副总经理
10	叶 胜	400,000	0.80%	不在公司任职

### (三) 最近一年发行人新增股东情况及战略投资者情况

最近一年内，公司注册资本和实收资本没有发生变化，股权转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数量 (股)	转让价格 (元/股)	转让协议 签署时间
1	孟宪民	林 菲	200,000	3.50	2009/2/18
2	陈 良	汪业君	200,000	3.50	2009/2/18
3	杨 静	赵国水	196,825	3.50	2009/2/18
4	陈 良	林 韬	100,000	3.50	2009/2/18
5	武迎春	黄国珍	100,000	3.50	2009/2/18
6	李化成	林 韬	100,000	3.50	2009/2/18
7	李化成	王 征	100,000	3.50	2009/2/18
8	王 璐	林 韬	87,964	2.27	2009/2/18
9	陈 良	林 菲	57,086	3.50	2009/2/18
10	孟宪民	覃盛任	53,119	3.50	2009/2/18
11	杨 静	林 菲	40,000	3.50	2009/2/18
12	赵国水	覃盛任	16,881	3.50	2009/2/18
13	陈 良	李柯欣	15,000	3.50	2009/2/18
14	詹 静	李爱红	8,000	3.22	2009/2/18
15	吴树军	杨永亮	6,500	3.22	2009/2/18
16	吴树军	康永健	5,205	3.22	2009/2/18
17	吴树军	项玉清	4,559	3.22	2009/2/18
18	詹 静	项玉清	3,441	3.22	2009/2/18
19	李金萍	高京彩	3,062	3.22	2009/2/18
20	李金萍	戴军萍	3,000	3.22	2009/2/18
21	吴树军	钱雅琛	3,000	3.22	2009/2/18
22	吴树军	宋海英	3,000	3.22	2009/2/18
23	吴树军	高京彩	2,438	3.22	2009/2/18

上述股权转让的价格由协议双方协商确定。通过股权转让，公司新增 13 名自然人股东。新增股东均为中国国籍，无境外永久居留权，其基本情况如下：

序号	股东名称	持股数量(股)	身份证号	住址
1	林 韬	287,964	320106197709*****	南京市鼓楼区
2	汪业君	200,000	511027195709*****	四川省简阳市简城镇
3	黄国珍	100,000	412827196310*****	河南省平舆县

4	王征	100,000	130402197104*****	河北省石家庄市桥西区
5	覃盛任	70,000	1101087205*****	广西玉林市玉州区
6	孙跃刚	10,000	130102197201*****	河北省石家庄市长安区
7	李爱红	8,000	140103197112*****	山西省太原市杏花岭区
8	项玉清	8,000	130106197008*****	河北省石家庄市裕华区
9	杨永亮	6,500	130102197404*****	河北省唐山市路北区
10	高京彩	5,500	610113197402*****	河北省石家庄市新华区
11	戴军萍	3,000	130104197401*****	河北省石家庄市桥东区
12	钱雅琛	3,000	130104197512*****	河北省石家庄市桥西区
13	宋海英	3,000	130403197208*****	河北省邯郸市邯山区

公司 2009 年新增自然人股东近 5 年的履历如下：

序号	姓名	时间	任职单位	任职职务
1	林韬	2003 年 1 月-2005 年 12 月	亚信科技（中国）有限公司	高级销售经理
		2005 年 12 月-2007 年 2 月	Amdocs（中国）有限公司	高级销售经理
		2007 年 2 月-至今	无	自由职业者
2	汪业君	2007 年 6 月之前	四川工具厂	副厂长
		2007 年 6 月至今	无	退休
3	黄国珍	2004 年 6 月至 2006 年 8 月	北京首创轮胎有限责任公司	人力资源部经理
		2006 年 9 月至 2007 年 9 月	北京中色融金有限责任公司	人力资源部经理
		2007 年 10 月至今	北京中航瑞信投资管理有限公司	人力行政总监
4	王征	2003 年 5 月-至今	中国电子科技集团公司第五十四研究所	技术人员
5	覃盛任	1999 年 9 月-2005 年 9 月	东圣投资有限公司	人力资源经理
		2005 年 10 月-2008 年 3 月	北京捷通华声语音技术有限公司	人力资源总监
		2008 年 7 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	人力资源总监
6	孙跃刚	1999 年 10 月-2008 年 7 月	河北恒信实业有限公司	财务经理
		2008 年 7 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	投资融资部经理
7	李爱红	2003 年 3 月-2006 年 6 月	北京中电 CECT 山西分公司	财务经理
		2006 年 6 月-2008 年 4 月	山西竞杰物贸有限公司	财务部长
		2008 年 4 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	太原地区经理
8	项玉清	2002 年 2 月-2007 年 4 月	河北恒信移动商务股份有限公司	太原地区财务经理
		2007 年 4 月-2009 年 12 月	河北恒信移动商务股份有限公司	沧州地区财务经理
		2010 年 1 月至今	河北恒信移动商务股份有限公司	总公司财务主管
9	杨永亮	2003 年 12 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	唐山地区财务主管
10	高京彩	2003 年 7 月-2006 年 11 月	河北恒信移动商务股份有限公司	数据主管
		2006 年 11 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	商务部经理
11	戴军萍	2004 年 3 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	维修部财务经理
12	钱雅琛	2002 年 6 月-2006 年 1 月	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄地区财务主管
		2006 年 1 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄地区财务经理
13	宋海英	2003 年 8 月-2006 年 3 月	河北恒信移动商务股份有限公司	邯郸地区财务主管
		2006 年 3 月-至今	河北恒信移动商务股份有限公司	邯郸地区财务经理

公司股东中无战略投资者。

#### （四）发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

关联关系	股东名称	持股数量（股）	持股比例
兄弟关系	孟宪民	21,005,377	42.01%
	孟宪军	151,515	0.30%

## （五）发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人孟宪民先生及其关联方孟宪军先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司收购其持有的股份。

2009 年受让实际控制人孟宪民先生股份的股东林菲女士、覃盛任先生承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其于 2009 年 2 月受让的公司实际控制人孟宪民持有的公司股份，也不由公司收购上述股份。

公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。

作为公司董事、监事和高级管理人员的孟宪民、裴军、孙健、赵国水、齐舰、林菲、刘晓军、尤文琴、陈伟、陈良、段赵东、董芳还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。

## 七、公司员工及社会保障情况

### （一）员工人数及变化情况

时间	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
人数	3,076	2,230	1,814

### （二）员工专业结构

专业类别	员工人数	占员工总数比例
管理人员	115	3.74%
业务人员	2,418	78.61%
技术人员(含维修人员)	339	11.02%
财务人员	139	4.52%
人事、行政及其他	65	2.11%
合计	3,076	100.00%

### （三）员工受教育程度

受教育程度	员工人数	占员工总数比例
博士	4	0.13%

硕士	22	0.72%
本科	617	20.06%
大专	1,834	59.62%
中专、高中及以下	599	19.47%
合计	3,076	100.00%

#### (四) 员工年龄分布

年龄区间	员工人数	占员工总数比例
55 岁以上	6	0.20%
46~55 岁	29	0.94%
36~45 岁	222	7.22%
26~35 岁	1,406	45.71%
25 岁及以下	1,413	45.94%
合 计	3,076	100.00%

#### (五) 发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司实行全员劳动合同制，公司与员工均签订劳动合同书。员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司严格执行国家有关法律法规，为员工全额缴纳养老保险等基本社会保障，办理了工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险和住房公积金，维护了公司和员工双方的利益。

公司办理的社会保险情况如下：

社保类型	公司缴纳比例	个人交纳比例	报告期内公司为员工交纳累计金额(元)
养老保险	20%	8%	15,965,211.65
医疗保险	河北地区 8% 北京地区 10%	河北地区 2% 北京地区 2%+3 元	6,678,588.26
失业保险	河北地区 2% 北京地区 1%	河北地区 1% 北京地区 0.2%	1,592,375.95
工伤保险	河北地区 0.5% 北京地区 0.8%	0%	462,211.27
生育保险	0.8%	0%	351,541.36
住房公积金	河北地区 11% 北京地区 12%	河北地区 7% 北京地区 12%	2,110,893.38

公司及所属子公司所在社会保险管理机构已出具证明，公司及其全部子公司依法缴纳各项社会保险，无违法记录。

河北省住房公积金管理中心已出具证明：恒信移动及其子分公司已按《河北省住房公积金管理办法》（2009 年 2 月开始执行）及相关法律规定于 2009 年 7 月 1 日起

依法办理了住房公积金缴存登记（住房公积金账号 20160333283），为其职工办理了住房公积金账户登记手续，并按照《河北省住房公积金管理办法》规定的缴存比例（公司 11%，员工 7%）为公司在册职工办理了住房公积金缴纳手续。该公司及下属子公司符合相关法律、法规规定。

2010 年 1 月 26 日，实际控制人孟宪民先生还出具书面承诺：“如应有权部门的要求和决定，河北恒信移动商务股份有限公司需要为职工补缴住房公积金或因河北恒信移动商务股份有限公司 2009 年 7 月 1 日之前未为职工缴纳住房公积金而被罚款或承担其他损失（包括直接损失或间接损失），本人承诺，自河北恒信移动商务股份有限公司发生上述损失之日起五日内，本人以现金方式一次性足额补偿予河北恒信移动商务股份有限公司。”

保荐机构经核查认为：公司为员工全额缴纳养老保险等基本社会保障，办理了工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险和住房公积金，不存在因重大违反社保、住房公积金管理等法律法规且被相关管理机构予以处罚的情形。

律师经核查认为：发行人不存在因违反社保、住房公积金管理等有关法律规定而被相关管理机构予以处罚的情形。

## **八、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺**

### **（一）关于股份锁定的承诺**

本公司持股 5% 以上的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其所持股份的流通限制作出自愿锁定股份的承诺，具体内容见本节“六、发行人股本情况”之“（五）发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

### **（二）主要股东关于避免同业竞争的承诺**

为了避免损害股份公司及其他股东利益，本公司控股股东和实际控制人孟宪民先生向公司及全体股东出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”部分。

### **（三）控股股东关于最近三年内不存在重大违法行为的声明**



公司实际控制人孟宪民先生声明：本人作为河北恒信移动商务股份有限公司的控股股东及实际控制人，最近三年内不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

保荐人经核查认为：发行人的控股股东、实际控制人孟宪民具有良好的诚信记录，最近三年内不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

律师经核查认为：发行人的控股股东、实际控制人孟宪民具有良好的诚信记录，最近三年内不存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

## 第六节 业务和技术

### 一、公司的主营业务和主要产品

#### (一) 主营业务

公司主要从事移动信息产品的销售与服务,包括:个人移动信息产品销售与服务,行业移动信息产品销售与服务。

#### (二) 主要产品与服务

业务类型		主要产品和服务	主要产品和服务的内容
个人移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端产品集成销售与服务	手机终端、运营商业业务、手机软件和应用	为客户提供以手机为主的移动信息终端产品、配件、运营商业业务、增值业务、手机嵌入软件和应用等一体化的集成销售和服务
	个人移动信息业务销售与服务	语音杂志平台	中国移动手机用户拨打类似以 12590 为字冠的语音接入号码,即可获得语音或短信信息服务,用户可根据提示音进行按键操作,参与信息互动。公司提供该业务的技术平台,协助运营商销售此类业务
		音乐语音搜索平台	以语音交互技术为基础,整合了手机彩铃音乐、WAP 振铃音乐和 IVR 音乐等音乐资源,为中国移动手机用户提供靠语音识别来进行音乐语音搜索服务(12530900)。公司提供该业务的技术平台,协助运营商销售此类业务
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	通过行业移动信息化设备的集成销售,满足企业、学校、农村等各行业各种个性化的移动信息化建设需求,实现无线办公、商业信息传播、移动政务等多项功能。在为各行业持续服务过程中,能捆绑销售公司其他终端产品,代理运营商业业务,实现终端和服务的一体化销售
	行业移动信息化业务销售与服务	农政通、移动总机、及时语办公平台	通过整合企业或政府原有固话、互联网、移动通信网等资源,实现企业或政府 IT 系统的移动信息化,提供统一通信解决方案。公司提供该业务的技术平台,协助运营商销售此类业务

报告期内,公司主营业务未发生变化。

## 二、公司所处行业基本情况

公司所处行业为移动信息通信行业。根据《上市公司行业分类指引》的行业目录及分类原则，移动信息通信行业属于通信服务业。

### （一）行业管理体制和主要政策法规

#### 1、行业管理体制

公司所处行业的管理部门为工业和信息化部电信管理局和各地通信管理局。

工业和信息化部电信管理局的主要职责是组织拟定产业发展战略、方针政策、总体规划和法律法规；组织拟定电子信息产品的技术规范、通信业和软件业的技术政策，并依法对电信与信息服务市场进行监管；实行必要的经营许可制度以及进行服务质量的监督，保障公开竞争，保证普遍服务，维护国家和用户利益；制订通信网之间互联互通办法和结算标准并监督执行。

各地通信管理局贯彻执行工业和信息化部关于电信行业管理的方针政策和有关法律法规，依法管理电信和信息服务业务市场，规范市场经营行为，维护市场的公平竞争。

各地的通信行业协会作为移动信息服务行业和互联网服务行业内部的管理机构，接受各省（区、市）通信管理局的指导，其职能为加强行业管理，增进行业协调，开展行业自律，维护行业、企业以及消费者的合法权益。

#### 2、主要法规及政策

移动信息通信行业属于新兴行业，属于国家鼓励发展的行业。根据国务院 2005 年 12 月颁布的《产业结构调整指导目录(2005 年本)》，“增值电信业务平台建设”与“电子商务和电子政务系统开发”为信息产业中鼓励发展的业务。

下表归纳了本公司适用的现行主要法律法规：

序号	时间	名称	核心内容
1	2000 年	《中华人民共和国电信条例》（国务院令第 291 号）	规范市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益，保障电信网络和信息安全
2	2001 年	《电信业务经营许可证管理办法》（信息产业部令第 19 号）	规范了电信业务经营许可证的管理（2009 年 4 月 10 日废止，《电信业务经营许可证管理办法》开始施行）
3	2003 年	《电信网码号资源管理办法》（信息产业部令第 28 号）	保证有效利用电信网码号资源，保障公平竞争，促进电信业健康发展
4	2004 年	《关于规范代理电信业务行为等规定》	针对电信运营商代理服务行为进行规范，包括码号资

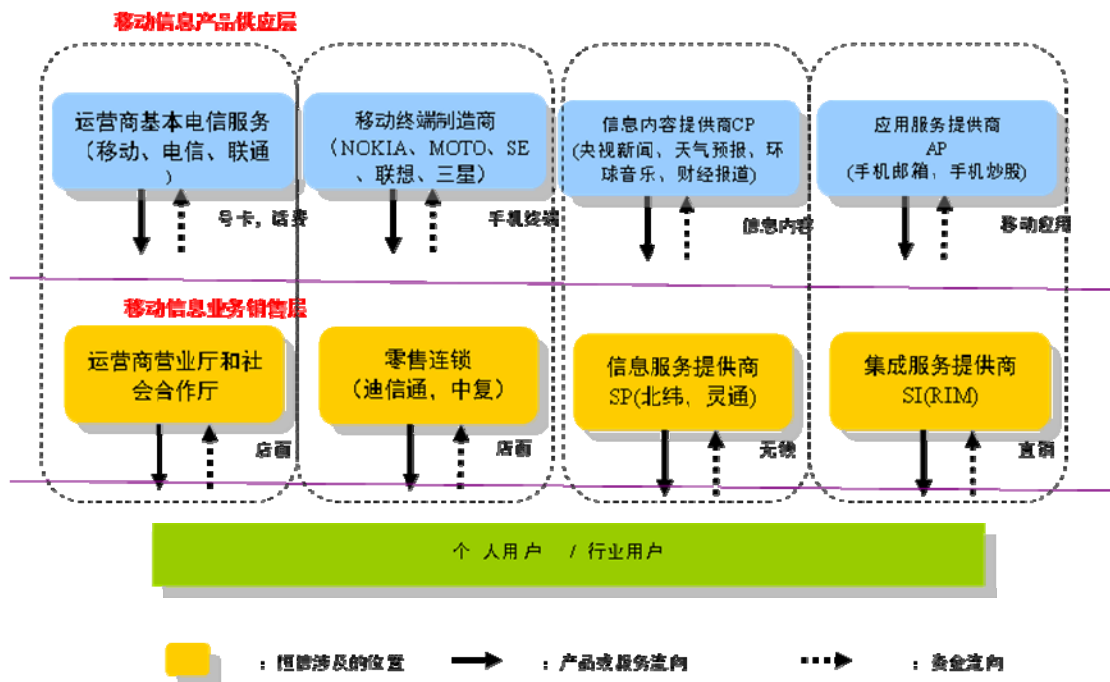
		的通知》(信部电函[2004]185号)	源的委托以及代理内容和资费等方面的规定
5	2004年	《关于规范电信业务推广和服务宣传工作有关问题的通知》(信部电[2004]382号)	对电信业务推广和宣传工作做了相应规范,要求明确宣传渠道和宣传方式,规范宣传用语和服务承诺
6	2005年	《电信服务规范》(信息产业部令第36号)	提高电信服务质量,维护用户的合法权利,保证电信服务和监管工作的系统化和规范化
7	2001年	《北京地区移动网增值电信业务暂行管理办法》	规范电信业务经营单位的市场经营行为,维护电信业务市场的正常秩序和用户的合法权益
8	2005年	《移动通信系统及终端投资项目核准的若干规定》(发改高技[2005]265号)	规范移动通信系统及终端投资项目核准工作,促进我国移动通信产业的持续、健康发展
9	2009年	《电信业务经营许可管理办法》(工业和信息化部令第5号)	规范了电信业务经营许可的管理
10	2009年	《关于印发〈第三代移动通信服务规范(试行)〉的通知》(工信部电管(2009)176号)	对第三代移动通信业务服务质量和通信质量提出了规范性要求
11	2009年	《电信网络运行监督管理办法》	规范电信网络运行监督管理,保障电信网络运行稳定可靠,预防电信网络运行事故发生

## (二) 行业现状

移动信息通信,即移动 ICT (Information and Communications Technology),是移动通信技术与信息技术相融合而形成的一个新的概念和技术领域。随着近十年来移动通信技术的快速发展与移动通信网络的推广,移动通信技术与信息技术互相结合,极大地加快了信息技术向人类社会各领域的渗透,产生出多种新型业务,满足人们对信息服务的巨大需求。

### 1、移动信息通信行业价值链构成和运行现状

目前,移动信息通信行业主要由移动网络运营商、移动信息终端产品制造商、移动信息终端产品销售商、信息服务提供商(SP)、信息业务集成商(SI)、内容服务提供商(CP)、应用服务提供商(AP)组成。从世界范围来看,移动信息通信业务主要体现为移动运营商以移动信息终端为载体为用户提供移动信息业务。作为整个行业价值链的核心和领导者,移动运营商发挥着重要的作用,通过利益分配等有效手段维持价值链的正常运作。



从上图可以看出，传统意义上的移动信息通信产业有三个主要价值层面，即移动信息产品供应层、移动信息产品销售层、移动产品用户层，在移动信息产品供应层和移动信息产品销售层，都分别有不同的角色主导不同的产业链环节。目前，在移动信息产品销售层的各个环节，运营商，零售连锁商、信息服务提供商、集成服务提供商都分别可以形成对客户销售，提供相对较为单一的产品或服务。

## 2、移动信息通信行业产品链情况

从产品服务对象上来讲，移动信息通信产品链可以分为：面向个人的移动信息产品链和面向行业的移动信息产品链。

### (1) 个人移动信息产品链

个人移动信息产品链上的主要内容包括：个人移动信息终端产品和个人移动信息业务。

#### ①个人移动信息终端产品

个人移动信息终端产品目前主要以手机为主，近年来也出现了移动上网本、移动上网卡等多种新型移动信息终端设备，移动信息终端产品是移动信息通信服务的使用载体。在国内，用户可以自由选择手机类型，然后再选择具体的运营商。因此，在个人移动信息终端的流通领域，形成了：手机——零售店——客户，这种从终端制造商到终端零售商最后到消费者的产业链条。目前以手机为主的移动信息终端硬件产品主要通过手机连锁卖场、家电卖场、运营商营业厅这三种渠道直接销售给消费者个人。

## ②个人移动信息业务

个人移动信息业务主要指运营商基础通信业务和信息增值业务。以基本话音业务和数据通道业务为主要内容的基础通信业务全部由运营商直接运营。移动信息增值业务，如向消费者提供音乐，手机游戏，手机新闻等服务，需要运营商、CP（内容提供商）和 SP（服务提供商）共同合作运营；其中运营商负责提供基础网络和客户资源及计费通道，SP 配合移动运营商进行市场策划、业务推广、客服与技术支持，CP 提供产品内容。在运营过程中，有相当一部分移动信息业务的实现需要有专门的销售平台服务商予以技术支持，销售平台服务商可以帮助运营商和 SP 完成某些移动信息业务销售并提供专业平台的技术支持和运营管理。这样，在个人移动信息增值业务领域，形成由运营商、CP、SP、销售平台服务商为共同体的产业链条。由于运营商拥有基础网络资源并负责客户资源和计费通道管理，所以，运营商自然成为这个产业链的源头和主导者。

### （2）行业移动信息产品链

行业移动信息产品链上的主要内容包括：行业移动信息产品终端和行业移动信息业务

#### ①行业移动信息产品终端

行业移动信息产品终端主要指特定的、具备移动信息功能的行业应用终端设备。这种产品将移动通信技术与行业应用相结合，提升了现有行业信息的移动服务能力。例如：移动代理服务器、农信通终端、移动 POS 机、移动商务电话、烟信通终端，也包括与企业 IT 集成应用相关的移动 OA 专用手机、移动邮件专用手机等。行业移动信息产品终端是行业客户移动信息业务的载体，能够实现行业用户要求的特定功能，一般和行业移动信息业务绑定销售。

#### ②行业移动信息业务

行业移动信息业务主要指运营商针对行业和企业移动信息化需求而推出的特定业务，例如：中国移动针对企业客户推出的“动力 100”，中国电信针对企业和行业客户推出的“商务领航”。根据行业客户的特定需求，信息业务集成商（SI）会提供具有针对性的特定解决方案。行业移动信息产品终端一般和行业移动信息业务绑定，信息业务集成商（SI）为行业用户提供从硬件到软件，再到服务的全套解决方案。

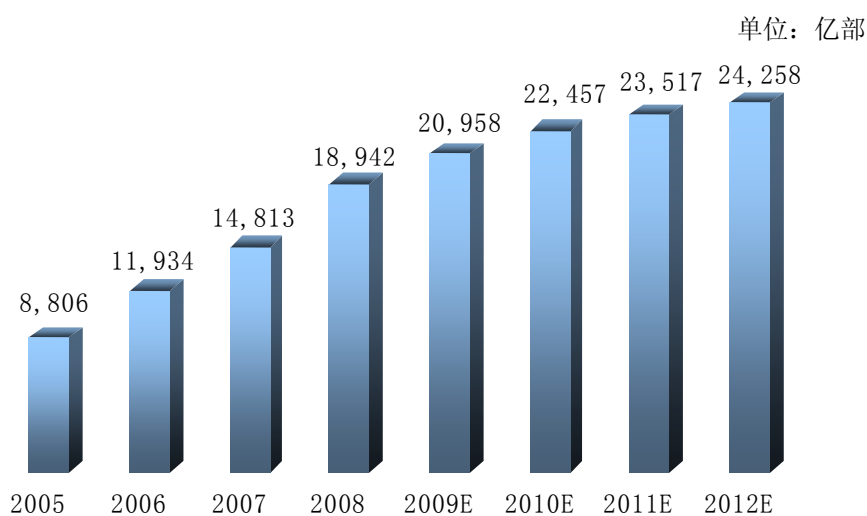
## （三）移动信息通信行业市场容量

## 1、个人移动信息市场容量

### (1) 个人移动信息终端市场容量

目前个人移动信息终端主要指手机。截至 2009 年 5 月，国内手机用户达到 6.87 亿户，普及率达到 50.7%，与发达国家普遍超过 80% 的手机普及率差距较大。较低的手机普及率为未来五年的国内手机销售提供了巨大的增长空间<sup>1</sup>。根据赛迪顾问预测，2008~2012 年中国手机销售市场还将继续保持较快速度的增长，年均复合增长率将达到 6.4%。

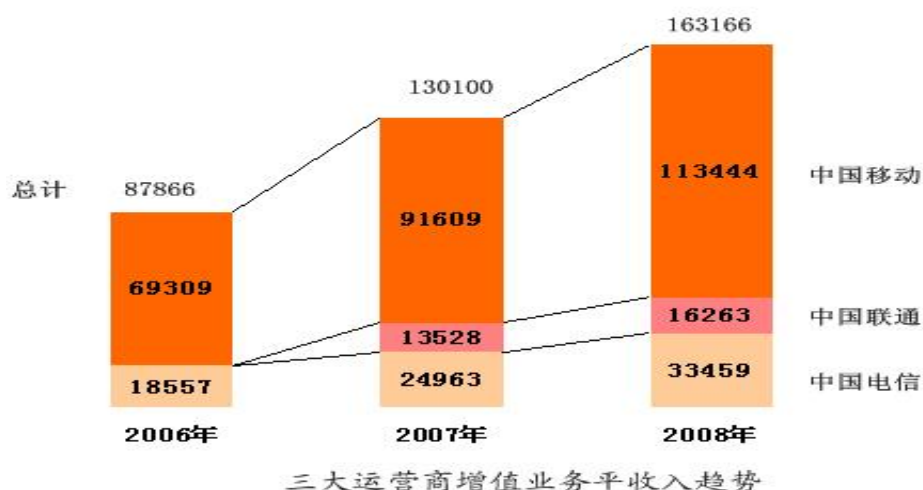
2005~2012年中国手机市场销量



### (2) 个人移动信息业务市场容量

目前，国内电信业重组已基本完成，全业务时代即将到来，为了获得核心竞争优势，三大运营商都不约而同的将移动信息业务作为其大力拓展的新领域。今后，随着我国 3G 移动通信网络新时代的到来，移动信息领域大流量、高速率的业务成为可能（比如手机娱乐、移动商务等方面的应用），这些将从根本上改变人们的生活质量和工作方式，这预示着个人移动信息业务将面临着爆发式的市场空间。

<sup>1</sup> 数据来源：赛迪顾问，2008 年 4 月



数据来源：三大运营商年度报告

## 2、行业移动信息市场容量

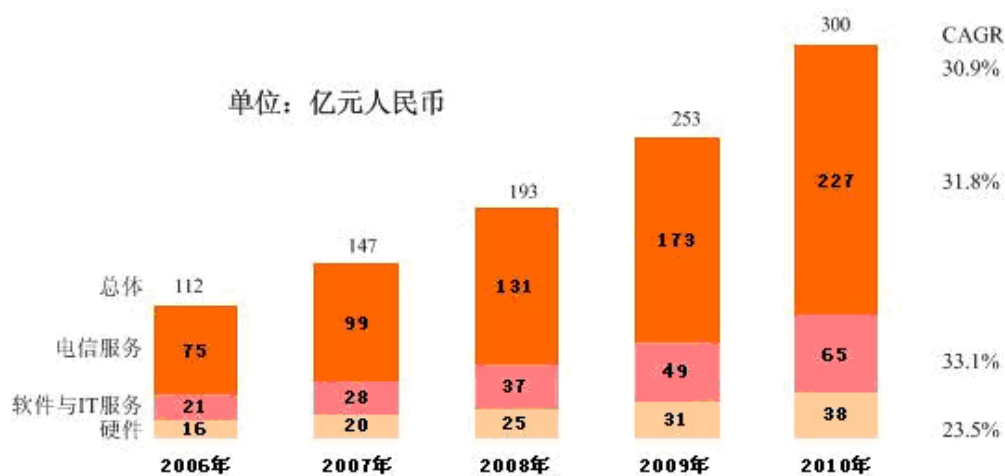
行业移动信息市场是指运营商通过移动网络为各个行业的企业、事业单位等行业用户提供移动通信信息技术手段，将移动通信与这些企事业单位的信息系统相结合，建立起无线的信息传递通道，从而进一步提升这些企事业单位的信息化水平。行业移动信息市场同样由行业移动信息产品和行业移动信息业务两方面构成，由于行业移动信息化业务具有很强的针对性和专用性，行业客户需要的是包括行业移动信息化解决方案、终端设备、后期的维护和运营等一揽子的信息化产品和服务，因此，行业移动信息产品需要和行业移动信息业务绑定。

随着信息化时代的到来，国内行业移动信息化（不含移动信息终端和基础通信）市场增长迅速。2007年，国内行业移动信息化市场销售额达到147亿元人民币，比2006年增长31.3%。根据《2008年移动信息化两大发展方向》统计，在政府、企业和个人丰富的3G移动应用需求的刺激下，2008年国内行业移动信息化市场规模达到193亿<sup>2</sup>。

<sup>2</sup> 数据来源：计世资讯，《2008年移动信息化两大发展方向》，<http://www.aaaad.cn/html/46/n-4246.html>



## 行业移动信息化市场发展趋势



中国行业移动信息化市场发展趋势

数据来源：计世资讯

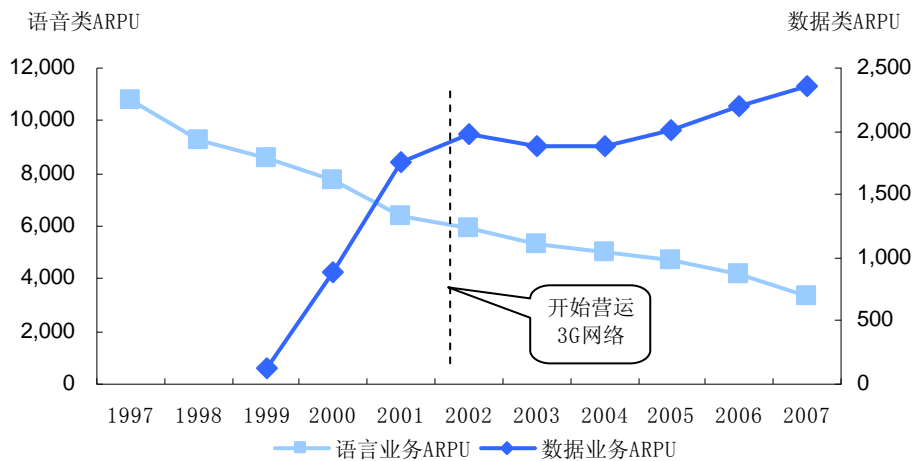
#### （四）行业发展趋势

##### 1、3G 时代，移动通信行业将持续快速发展

2009 年初国内 3G 牌照正式发放，中国移动通信迈入全新的 3G 时代。与 2G 通信技术相比，3G 通信技术具有更加强大的数据通信支持能力，能承载更加丰富多彩的移动信息业务。随着网络速度的不断提升，信息内容的不断丰富，移动信息产品的多样化和个性化的特点更加明显。

3G 技术的应用与推广正在使通信产业链发生深刻的变化，移动信息类业务将继续保持快速增长的趋势。从世界发达国家的 3G 通信产业发展情况来看，移动运营商运营 3G 网络之前，语音类业务 ARPU 值呈逐年下降的趋势，而在推出 3G 业务之后，语音类业务 ARPU 值的下降趋势并未发生逆转，但移动信息业务的 ARPU 值上升的趋势却得以持续。

运营3G网络后，NTT DoCoMo业务ARPU值变化情况



数据来源：NTT DoCoMo 业绩报告

## 2、3G时代，运营商加大了移动信息业务的开拓力度，并在产业链上游全面出击

随着移动信息业务的快速发展，运营商纷纷调整各自的发展战略，从传统的移动通信接入服务提供商向信息业务提供商转型。目前，已有中国移动将自己的定位从移动通信专家转变为移动信息专家，中国电信将自己定位为综合信息服务商。

在3G时代，由于一些颇具特色的内容，例如娱乐音乐、视频短片，足球、新闻等业务，在很大程度上需要结合运营网络本身和运营商定制的手机的支持情况来决定，因此，定制手机成为运营商发展3G移动信息业务的重要策略。以中国移动为例，“移动心机”是中国移动为其客户提供的定制终端，通过与手机厂商的合作，中国移动可以将其各种业务内嵌到手机的软件当中去，以便中国移动为用户提供移动信息业务。另外，运营商同样看中手机应用服务市场，三大运营商都推出了自己的手机操作系统，并且都推出了移动应用商店。可以看出，国内运营商正在全面出击，加大对上游产业链的全面整合。在运营商对产业链上游进行资源整合的过程中，上游细分行业内企业将面临很大的市场挑战，同时也面临着巨大的发展机遇。

## 3、移动信息终端产品内涵的多样化

目前，主流移动信息终端制造商都加大了对移动信息终端产品的研发力度，以使自己的产品能够搭载多种应用服务，例如，现在的NOKIA部分手机已经开始提供音乐、地图、移动互联精灵等应用服务。这些应用功能的出现，让移动信息终端产品真正成为了具备有丰富内涵的移动多媒体终端设备。

## 4、移动信息业务销售模式转变-复合型销售服务

在目前的产业链销售环节，传统的终端零售连锁企业、运营商、SP(信息服务提

供应商)、SI(信息服务集成商)都可以通过自己的销售界面对各自的客户群进行营销,有的卖硬件,有的卖服务,彼此隔离而缺少联合。在营销网络上,也有地面实体网络营销和空中网络营销之分,SP 主要以空中网络营销为主,零售连锁企业和 SI 以面对面的实体网络渠道营销为主。

当前,移动信息通信产业已经逐渐进入完全竞争的时代,产品和服务的内容极其丰富,从几千种的手机终端,到上万种的手机信息服务及应用软件,再到不同的话费套餐和运营商网络,消费者的选择权不断增加。另一方面,当产品和服务内容极大丰富的时候,用户也会面临无从选择的局面,在这种情况下,最了解客户、最接近客户、达到客户的距离最短的企业或商家就会赢得市场。因此,“一体化,顾问式,多接触点”的复合型销售新商业模式将是未来移动信息业务销售与服务的发展趋势。可以预见,在不远的将来,谁能够把运营,服务,产品和内容有机集成为良好用户体验,并让众多用户有参与,互动乃至交易的机会,谁就获得了最核心的市场竞争力,而这里的关键就是建立符合市场发展要求的商业运作模式:

客户——互动体验——需求测量——应用软件+个性化服务。

## (五) 行业竞争格局和市场化程度

### 1、个人移动信息产品的销售与服务领域

在个人移动信息产品的销售与服务领域,主要分为个人移动信息终端产品的销售与服务和个人移动信息业务的销售与服务。个人移动信息产品的销售与服务属于充分市场竞争的领域,市场参与主体众多。

个人移动信息终端产品的销售与服务市场目前主要是手机的销售与服务,该领域以全国连锁家电卖场(国美、苏宁等)和手机零售连锁卖场(迪信通、中复电讯、本公司等)销售为主。在手机销售领域,目前,大部分销售商主要从事单纯的手机销售,不提供移动信息内容及软件服务,市场竞争充分。近年来,随着移动增值业务市场的快速发展,运营商开始自营或委托合作伙伴销售内嵌有特定功能软件的定制手机,目前,定制手机在整个手机市场的零售份额正逐年上升。在定制手机销售领域,运营商主要采取的是预存话费赠手机的销售方式,该领域的竞争主要体现为三大运营商之间的竞争。

个人移动信息业务销售与服务市场主要是针对个人用户的移动信息增值服务,如各种手机娱乐、手机商务应用软件等。目前,个人移动信息增值服务的市场渠道主要

包括：通过运营商自有业务平台推广和销售、通过 SP（在 NASDAQ 上市的灵通网，空中网，华友世纪等，在国内中小板上市的北纬通信等）自有渠道推广和销售、与终端捆绑一体化推广和销售（本公司）。总体上看，参与个人移动信息业务销售与服务的企业数量众多，且各有侧重，业务领域竞争充分，市场份额十分分散，除运营商外，没有绝对的市场领先者。

## 2、行业移动信息产品的销售与服务领域

行业移动信息产品的销售与服务主要是针对行业用户的信息化需求，为行业用户信息化提供系统终端和系统信息化整体解决方案，例如：移动代理服务器、农信通终端、移动 POS 机、移动商务电话、烟信通终端，也包括与企业 IT 集成应用相关的移动 OA 专用手机、移动邮件专用手机等的终端销售和整体方案的设计。行业移动信息产品的销售服务领域属新兴市场，近几年，发展十分迅速，除移动运营商外，还出现了为移动运营商提供系统集成或从事行业移动信息化业务运营的信息业务集成商（SI）。截至 2008 年底，经过中国移动认证的业务集成提供商数量达到 100 家以上。但是由于行业刚刚起步，还没有出现领导型的企业。

## （六）移动信息通信行业进入壁垒

### 1、技术与业务壁垒

移动信息通信行业本身，是以移动通信技术和信息技术为基础的产业，属于技术密集型行业，尤其是即将开始的 3G 时代，企业的移动通信技术和信息技术是否成熟是其进入本行业的首道门槛，特别是移动信息业务平台的构建更需要雄厚的技术实力。另一方面，在移动信息终端产品销售领域，对于采用集成销售的企业来说，它的员工需要同时具备最新的 3G 业务技术知识和了解客户需求的能力。移动信息通信技术的发展日新月异，技术更新需要在不断的实际操作中积累完善，窄而深的技术或业务运营模式都不能适应行业飞速发展的要求。

### 2、资质壁垒

移动信息通信行业中的基础电信运营是国家垄断的，而增值电信业务运营受到多类法规的限制。在增值电信业务运营领域，外资的进入设有政策壁垒，对于细分市场设有严格的政策限制，例如：增值信息服务实行许可证制度，要求从事信息增值业务的企业注册资本超过 1,000 万元，并且取得增值电信业务许可证资格。目前跨地区从事增值电信业务许可证已经停办，以后从事跨地区增值电信业务的企业将以目前现有

企业为主。

### 3、认知度壁垒

目前位于产业链上游的基础电信网络运营业务被运营商垄断，同时运营商也肩负着部分行业监管的职责。因此，产业链中其他环节的产品和服务都要按照运营商的规定来进行，获得运营商接入的许可才能取得进入市场的资格。而移动信息通信行业的发展已经有将近 20 年的历史，服务商的品牌效应已经得到市场的认可，无论是消费者还是运营商，都对销售渠道的品牌很在意。由于运营商网络接入资源有限，某些业务的市场机会，尤其是在行业信息化业务领域，自始便被少数有实力的企业垄断，先发优势明显。另外，受消费者习惯和转换成本的影响，新进入的企业需要多花费几倍的时间和资金成本，才能与原有的企业展开平等竞争。

### 4、资金实力壁垒

在移动信息产品销售和服务领域，零售连锁网点的铺设需要大量的资金和具备一定业务知识的营销人员，在移动信息业务研发方面，需要专业化的技术人才和设备，这些都需要大量的资金支持。

## （七）市场供求状况及变动原因

### 1、移动信息产品销售与服务的市场需求广阔

#### （1）个人移动信息产品的销售与服务领域的需求情况

国内个人移动信息终端领域，2G 手机市场的需求已经过了高峰增长期，处于平稳发展时期，但国内较低的手机普及率为国内 2G 手机市场未来几年的平稳发展提供了需求基础。另一方面，随着 3G 时代的到来，国内 3G 手机的市场需求将呈现爆发式的增长态势。

在个人移动信息业务领域，随着人们知识结构的更新和消费习惯的改变，个人信息增值业务发展十分迅速，呈现逐年增长的态势。今后，随着 3G 时代的到来，移动信息业务将迎来崭新的发展机遇，市场需求空间十分巨大。从世界发达国家的 3G 通信产业发展情况来看，数据业务的 ARPU 值上升的趋势得以持续并呈现加速上扬的态势。

#### （2）行业移动信息产品的销售与服务领域的需求情况

随着行业用户对自身信息化要求的提高，行业移动信息产品的销售与服务市场需

求增长迅速，2007年中国移动信息化市场销售额达到147亿元人民币，与2006年相比增长速度达到31.3%，2008年达到193亿元，增长的动力来自于移动政务和移动商务应用的高速发展。同时，随着国内3G走向商用，移动网络带宽的扩展将为行业移动信息产品的应用提供更加强大的网络支撑，其应用领域的广度和深度将得到进一步拓展。因而，目前行业移动信息产品的销售与服务领域市场需求强劲，今后，随着3G时代的到来，行业移动信息业务将将迎来崭新的发展机遇，市场需求空间十分巨大。

## 2、移动信息产品销售与服务的市场供给情况

### (1) 个人移动信息产品的销售与服务领域的供给情况

在个人移动信息产品终端（主要指手机）的销售与服务领域，国内主要是把手机作为纯粹商品进行买卖，利益主体方分别为手机销售商和手机购买者。在国外的移动信息终端的销售市场中，手机并不是纯粹的作为商品进行买卖，有70%至80%的市场销量是以运营商定制手机的集成销售方式完成的，利益主体方分别为运营商和运营商的客户（手机使用者）。为了避免客户转网和增加移动信息增值业务收入，目前，国内运营商正加大定制手机的销售力度，可以预见在3G背景下，运营商以定制手机方式向市场提供的个人移动信息终端将占据越来越大的市场份额。

在个人移动信息业务市场上，运营商是主导者，产业链中的销售渠道商需要与运营商合作，帮助运营商进行信息产品的推广和销售，获取业务佣金。目前，随着3G时代的到来，新的信息产品不断出现，销售渠道商面临很好的发展机会。

### (2) 行业移动信息产品的销售与服务领域的供给情况

在行业移动信息产品销售与服务领域，由于行业客户种类繁多，需求复杂，信息化业务差异性巨大，仅依靠运营商自身的力量无法深入挖掘并开发出满足各类行业客户需求的信息产品。因此，运营商一般与具有研发能力和客户资源的合作伙伴合作开发和运营行业信息化产品及相关业务。目前，在行业移动信息产品的销售和服务化领域，运营商的合作伙伴数量及种类众多，这些合作企业的业务类别和业务区域也都各有侧重，因此，在行业移动信息产品的销售与服务领域尚未形成市场领导者。另一方面，由于行业信息化终端设备的功能及客户的特定性，决定了行业信息化终端设备一般是和行业信息化解决方案绑定销售的，也就是说，为行业客户提供的是包括信息化解决方案、终端设备、后期的维护和运营等一揽子的信息化产品和服务。

## （八）行业利润水平变动趋势及变动原因

### 1、个人移动信息产品销售与服务领域

在个人移动信息终端产品方面（主要是指手机），近几年，行业平均毛利率比较平稳，目前，传统的手机零售卖场的行业平均毛利率在 11%左右。由于市场竞争激烈，加之零售商营业成本不断提升，这样的毛利率水平使很多传统手机零售商经营处境十分困难。目前，移动信息终端硬件发展趋势变现为：高端向智能手机及可移动上网的笔记本发展，低端向更廉价适用发展；整体市场销售份额中，运营商定制手机的市场份额逐年提升，传统的手机硬件零售市场出现逐渐萎缩的态势。

在个人移动信息业务方面，市场正处于规模发展的导入期。一方面，随着移动信息业务的市场容量的快速增长，该领域的行业利润总额将增加，行业平均毛利率水平将保持稳中有升的状态。另一方面，随着更多的企业加速进入这一市场，市场竞争日趋激烈，运营销售商分账比例存在降低的可能，同时运营商对信息增值产品的销售价格有下降的趋势，这些都有可能将导致行业利润总额减少。但从全球的趋势来看，手机应用软件的市场将越来越开放。就近 3 年来看，个人移动信息业务领域总体保持了稳中有升的盈利水平。

### 2、行业移动信息产品销售与服务领域

与行业移动信息化服务相结合的行业移动信息产品终端的毛利率一直保持了较高的水平，并有稳步提升的发展态势。

行业移动信息业务平台属于新兴软件服务产业，市场正处于规模发展的导入期。随着运营商重组以及移动信息增值服务行业的技术进步，移动信息平台运营商相关业务的市场需求将快速扩大，全行业的利润总额将大幅增加，行业整体毛利率水平将保持稳中有升的发展态势。

## （九）影响行业发展的有利和不利因素

### 1、有利因素

#### （1）移动通信网络的推广与发展为移动通信业务的拓展创造了有利条件

移动信息通信产业是由信息技术与移动通信技术融合产生，因此移动信息通信行业的发展依赖于移动通信网络的推广与发展。据中国互联网信息中心统计，截至 2009 年 8 月末，移动上网用户达到 1.81 亿户。国内移动通信的普及为移动信息通信业务

的拓展创造了有利的条件。

同时，3G 移动通信技术的实施和发展，将极大提高目前无线网络的带宽和传输速率，使得大流量、高速率的业务成为可能；并且由于移动信息介入与中央计算能力极大增强使得移动电子商务、移动娱乐应用、企业移动 IT 应用都将获得飞速的发展。未来的电信市场是移动通信方式和互联网海量内容提供的融合，移动业务对传统固话业务的替代是大势所趋。以“三网融合”为主导的国家信息化政策推动将大幅增加移动信息业务流量，视频互动、高速上网、视频电话等 3G 技术将获得广泛应用。

### （2）国家产业政策支持移动信息通信行业的发展

2005 年颁布实施的《产业结构调整目录》明确将与本行业相关的“电子商务、现代物流服务体系建设和以连锁经营形式发展的中小超市、便利店、专业店等新型零售业态”以及“增值电信业务平台建设”、“软件开发生产”、“电子商务和电子政务系统开发”列为鼓励类产业。

2007 年颁布实施的《信息产业“十一五”规划》针对电信业，提出大力推进电信、数字电视以及计算机互联网的“三网融合”，着力提高业务和技术创新能力，从基于网络的简单服务向多媒体、综合信息服务转变，推动行业的战略转型。2010 年 1 月 13 日国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合，三网合一对于整个通信产业都将带来新的发展机遇。

同年由国家发改委和国务院信息化工作办公室印发的《电子商务发展“十一五”规划》当中提出的重点引导工程中就包括“移动电子商务试点工程”，提出：“鼓励基础电信运营商、电信增值业务服务商、内容服务提供商和金融服务机构相互协作，建设移动电子商务服务平台。广泛应用手机、个人数字助理和掌上电脑等智能移动信息终端，面向公共事业、文化旅游、就业家政、休闲娱乐、市场商情等领域，发展小额支付服务、便民服务和商务信息服务，探索面向不同层次消费者的新型服务模式。”

### （3）运营商重组为移动信息通信行业的发展提供了良好的发展机遇

工业和信息化部、国家发改委及财政部 2008 年 5 月 24 日联合发布的《关于深化电信体制改革的通告》中提出，中国联通将与中国网通合并，中国卫通的基础电信业务将并入中国电信，中国铁通将并入中国移动。目前我国的移动通信网络由中国移动、中国联通垄断经营，但 3G 网络开通在即，产业发展需要破除行业壁垒，政府正在着手设计未来中国通信市场竞争格局，固话网和移动网的运营界限将会消失，全网业务开展之后的产业格局对移动信息通信市场格局有决定性影响。2008 年电信运营商重



组后，各个运营商都加大了对移动通信领域的拓展力度，以期在今后运营商愈来愈激烈的市场竞争中占得先机。今后，在各个运营商的大力推动下，移动通信产业必将迎来快速发展的新阶段。

## 2、不利因素

(1) 移动信息业务收费相对较高，消费者对其认识和了解不够，这将遏制市场需求的总体规模

移动信息增值业务普遍收费较高，很多消费者对移动信息增值业务了解不够，对于这种存在消费弹性的增值业务，较高的收费将在很大程度上制约其市场普及的深度、宽度和被市场接受的速度。

(2) 行业内部细分领域市场不规范

移动通信行业所涉及的一些业务，如个人移动信息业务（移动增值服务）属于新生的业务，部分业务提供商违规经营，扰乱了市场秩序。

移动信息产品终端销售与服务中，小型销售商在地方保护主义下，逃税漏税，甚至以次充好，严重地影响了手机服务销售行业的市场秩序。正规销售服务的规模发展深深地受到其制约。

(3) 产业链条上销售层面的商业模式不能适应市场需求的快速变化

随着 3G 产业的建设与发展，国内用户对移动信息产品的需求和要求都将提高，与之对应的下游销售和服务产业的商业模式需由原来单一的、简单的销售模式，向复合型、互动型、现代化的新商业模式转型。目前，国内普遍采用单一的、简单的销售和服务模式将在很大程度上影响整个行业的发展进程。

## (十) 行业技术特点、周期性、区域性和季节性特征

### 1、技术特点

(1) 移动通信网络是移动信息业务的基础，决定着移动信息业务发展的深度和宽度

移动通信网络的带宽水平决定了移动信息业务的内容与服务质量。在窄带通信时代，由于网络带宽的限制，移动信息业务的应用领域比较狭小，主要集中于简单的个人文字消息、娱乐、游戏等等。随着移动通信网络带宽不断提高，终端性能更加强大，新型信息应用业务不断涌现，例如当前，随着第三代移动通信技术的普及，以视频增

值业务代表的多媒体类增值业务得以迅速发展。

## （2）目前的行业技术水平和发展趋势

目前，在个人移动信息产品的销售与服务领域，移动信息产品终端的销售环节大多是和增值业务分开，大部分销售商仅通过单一的店面直销方式进行单纯的销售，技术含量很低。随着人们对移动信息产品多样化需求的深入，移动信息终端和增值业务复合销售将成为未来发展趋势，比如，公司目前通过数字货架、销售顾问，将目录式销售与体验营销相结合，为客户提供一体化的移动信息产品终端和移动信息业务的集成销售和服务，就是符合销售环节市场需求变化的新型销售模式。

在行业移动信息产品销售与服务方面，目前，销售模式是将行业移动信息产品和行业信息化服务绑定销售，采用咨询式的方式提供给客户解决方案，符合市场行业客户需求。

现在，在 3G 网络时代，移动信息业务平台技术需要进一步升级，以适应移动互联网移动计算、多媒体化、高速化的特点。

## 2、行业的周期性、区域性与季节性特点

根据业务内容不同，移动信息通信行业产品或服务有不同程度的区域性特征，这种区域性特点主要体现在个人移动信息终端销售方面。目前，国内大部分销售商的销售网络主要覆盖本地区和周边特定市场，国内个人移动信息终端销售领域尚未形成领袖企业。

其它产品和服务无明显的周期性、区域性和季节性特征。

## （十一）行业的经营模式

### 1、个人移动信息产品销售与服务的经营模式

个人移动信息产品主要包括个人移动信息终端和个人移动信息业务。目前市场上，个人移动信息终端和个人移动信息业务的销售与服务一般是分离的，个人移动信息终端的销售主要是通过手机连锁卖场，家电连锁卖场，移动营业厅，手机独立卖场进行的单纯的商品买卖。

个人移动信息业务的销售与服务是以运营商、SP（信息服务商），CP（内容服务商）三方合作为基础进行运营的。具体来讲，由移动运营商提供基础网络与客户资源；SP 配合移动运营商进行市场策划、业务推广、客服与技术支持，CP 提供产品内容。在

运营过程中，运营商的很多移动信息业务都需要有专门的销售平台服务商予以支持，销售平台服务商可以帮助运营商和 SP 销售特定的移动信息业务并提供专门的平台和技术支持。

## 2、行业移动信息产品的销售与服务的经营模式

行业移动信息产品的销售与服务是以运营商、AP（应用服务商）、SI（业务集成商）三方合作为基础进行运营的。具体来讲，由运营商提供基础网络和客户资源；AP 提供特定的行业应用软件；SI 提供针对客户的具体解决方案。

行业移动信息产品主要包括行业移动信息产品和行业移动信息化业务运营或整体解决方案。由于行业移动信息产品终端设备的功能及客户的特定性，决定了终端设备一般是和行业应用解决方案绑定在一起销售的，也就是说 SI（业务集成商）为行业客户提供的是包括移动信息化解决方案、终端设备、后期的维护和运营等一揽子的行业移动信息产品和服务。目前市场上，行业移动信息产品的销售与服务存在两种经营模式：一种是，业务集成项目完成后一次性销售，销售收益由运营商、AP（应用服务商）、SI（业务集成商）三方一次性共享；另一种是，业务集成项目完成后，AP（应用服务商）、SI（业务集成商）与运营商合作运营该业务，运营商向用户收取费用，AP 和 SI 按与运营商的约定进行收费分账。

## 3、经营模式正出现新的变化

目前，移动信息产品销售服务领域的经营模式正出现一些新变化。

在个人移动信息产品的销售与服务领域，新变化主要体现为硬件终端与移动信息业务集成销售和一体化服务。例如，为了满足消费者个性化的移动信息需求，销售商将特定的运营商增值业务或者其他增值业务内置到手机中，这样，消费者在购买该款手机后，就可以同时享受相应的，该手机所提供的移动信息增值业务。这种新经营模式，不但满足了消费者个性化的移动信息需求，还可以为运营商和销售商带来增值业务收益。

在行业移动信息产品的销售与服务领域，由于技术要求较高，个性化需求更为复杂，所以，服务商提供的是整体化的解决方案，包括向行业用户销售终端设备、相应的应用软件、技术指导、后续维护与升级等。这种提供整体化解决方案的经营模式在行业移动信息产品的销售与服务领域中的地位越来越重要。

## （十二）发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性

公司所处行业的上游为移动信息产品供应层，下游为包括个人和行业用户的具体客户。

本公司位于移动信息通信产业链的中游，即移动信息产品销售层，与上游移动信息产品供应层具有一定关联性，主要体现在上游移动信息产品的技术更新和产品升级从而使中游移动信息产品的销售或服务方案与之联动变化。

下游即具体的个人用户和行业用户对移动信息产品的需求，下游行业对中游移动信息产品的销售具有决定性的牵引和拉动作用。当前，随着人们对移动信息业务多样性需求的增加、企业信息化步伐的加快，移动信息销售层也将面临着巨大的发展机遇。

### 三、公司面临的主要竞争情况

#### （一）行业地位与市场占有率

本公司主要从事移动信息产品的销售和服务，采取的是“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式，在移动信息产品销售与服务市场具备明显的竞争优势。

在个人移动信息产品销售与服务领域，公司作为移动信息产品复合型销售专家，在销售手机的同时为客户提供手机整体应用服务。公司是河北移动在个人移动信息终端产品集成销售与服务领域的最大合作伙伴，与河北移动合作运营 109 家营业厅，同时还拥有 29 家自营零售店面（26 家在河北，3 家在山西）、10 家分公司、11 家售后服务中心，管理着 2,000 多名移动信息业务销售顾问，其覆盖范围、覆盖深度、销售份额上都位居河北省内移动信息终端销售行业第一，同时也是中国移动在河北最大的定制手机销售平台，目前公司已经将该类业务拓展至山西、山东、湖北、黑龙江等地区。在个人移动信息业务销售与服务领域，公司是中国移动在河北最大的移动放号、增值业务分销的合作伙伴。在语音杂志类移动信息业务销售与运营方面，公司拥有中国移动网内接入线路最多的 IVR 业务平台；在音乐语音搜索业务和技术方面，公司处于这一细分市场的领导地位。

在行业移动信息产品销售与服务领域，公司的业务主要包括行业移动信息产品的集成销售和行业移动信息化业务运营两方面。公司是河北移动在行业移动信息产品销售与服务领域的最大合作伙伴。作为中国移动行业信息化业务领域的先行者，公司已为全国范围内超过两万多家企业及行政事业单位提供集成销售与服务，包括系统集成

安装、终端设备销售、信息内容提供、运营平台维护等多项内容，涉及农业、商业、教育业、烟草业、城市管理等各个行业。公司拥有覆盖全国的推广网络，在国内各个主要省市，设立了 22 家办事处，与各运营商各省级分公司建立了紧密的合作关系，上述推广网络和合作基础无疑会使公司信息化产品推广工作达到事半功倍的效果。

目前公司正在构建移动电子商务方面的业务营销平台，进一步让客户通过手机完成商业资讯的获取和部分商品的直接购买行为。

业务类型		主要产品和服务	行业地位及市场占有率
个人移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端产品集成销售与服务	手机终端、运营商业服务、手机软件和应用	本公司手机销售主要在河北开展，手机销售占河北省销售市场 16% 的份额，占全国市场 0.8% 份额，位居河北省第一（河北省占全国市场份额的 5%，位居全国第五）。目前也在黑龙江、山东、山西、湖北等省开展移动运营商“定制手机”代理销售业务，销售份额逐年上升。
	个人移动信息业务销售与服务	语音杂志平台 音乐语音搜索平台	建有十四个省语音杂志平台，是中国移动体系内，拥有该类地网平台数量和系统容量最大的公司。 建有 13 个省音乐搜索平台以及中央音乐平台，全网接入点在四川，参与该业务的移动收入分成。中国移动最大的音乐语音搜索业务服务商，覆盖中国移动全部彩铃用户，已有超过 3000 万用户使用。在中国移动该类业务中，平台总容量和使用量均为最高。
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	在河北省内市场影响力最大，是河北移动最大的行业移动信息产品集成销售服务商；目前正积极向国内其他省市拓展。
	行业移动信息化业务销售与服务	农政通、移动总机、及时语移动协同办公平台	农政通平台：在中国移动全网接入农政通平台，为中国移动唯一基层政务类合作商，参与移动收入分成。已为上千个乡镇提供了基层政务平台服务。
			移动总机平台：建设有 3 个省级移动总机平台，参与移动收入分成。移动总机企业用户已经超过 1 万家。 及时语移动协同办公平台：参与移动收入分成。与中国移动 7 家省级公司合作开展 ADC（应用托管）业务。
备注	<p>在经营过程中，本公司与各子公司业务各有侧重又紧密协作，力争实现整体业务更快更好发展。本公司及各子公司四类子业务的主要经营主体为：</p> <p>1、个人移动信息终端产品集成销售与服务的经营主体：本公司、彩虹科技、同力通讯。其中，本公司主要负责地面零售网点的管理和运营，是该子业务的核心；彩虹科技主要负责手机客户端软件、业务的研发；同力通讯主要负责售后服务。</p> <p>2、个人移动信息业务销售与服务的经营主体：仪和信息、掌中游、中科信利。其中仪和信息主要负责业务平台的技术支撑、运营规划和销售方案的制定，是该子业务的核心；掌中游主要负责部分业务内容的制作；中科信利主要负责语音搜索技术的研发。</p> <p>3、行业移动信息产品集成销售与服务的经营主体：本公司。</p> <p>4、行业移动信息化业务销售与服务的经营主体：本公司、彩虹信息、彩虹科技。其中本公司和彩虹信息共同负责行业信息化业务销售与服务的全面运营和管理，本公司侧重硬件设备，彩虹信息侧重行业信息化业务的实施和运营；彩虹科技主要负责行业信息业务的研发、升级。</p>		

## （二）主要竞争对手简况

公司主要从事移动信息产品的销售与服务，位于整个产业链的销售层，目前国内唯一一家同时拥有地面服务网络与运营商信息业务销售平台的公司。在各子业务或公司所提供的产品和服务的细分领域，与竞争者对比情况如下：



## 1、个人移动信息产品销售与服务领域与竞争对手的对比

业务类型		主要产品和服务	主要参照竞争对手	产品、技术、盈利差异		
				产品	技术	盈利模式
移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端产品集成销售与服务	手机终端、运营业务、手机软件和应用	国美等综合电器连锁销售商	主营家电及消费电子产品	传统零售连锁卖场，具有良好第三方 ERP 和物流配送系统，缺少移动信息产品销售的专业工具和技术手段。缺少专业的手机软件配套服务能力。	具有全国性的品牌知名度，能够实施全国性的供应链支持，以家电销售带动手机销售。盈利来自产品进销价差
			迪信通等手机连锁销售商	专业销售个人移动通信终端，缺少移动信息综合性产品	专业手机零售连锁店，具有良好的第三方 ERP 和店面销售装备，缺少移动信息产品的全方位业务支撑系统。	具有一定的全国性的品牌和知名度。盈利来自产品进销价差，以及部分运营商号卡业务
			本公司	个人移动通信终端及运营业务、手机软件和应用	具有完全自主知识产权的移动信息产品销售的综合展示与装机系统（数字货架），专业的客户关系拓展销售系统（WCRS），以及第三方 ERP 系统，具备数据挖掘和分析能力的 IT 支撑队伍。	区域竞争优势明显，注重“手机服务专家”品牌形象的塑造。盈利来自移动信息终端产品的进销价差、内嵌信息业务和软件的销售利润、运营商代理费收入和销售提成。
	个人移动信息业务销售与服务	语音杂志平台	青牛软件	中国移动地网，接入 7 省，接入容量小	具有较好的 CTI 呼叫中心解决方案。	业务销售后与运营商分账
			本公司	中国移动地网，接入 14 省，接入容量大，覆盖面积广	核心技术是 CTI 综合应用，不仅提供语音平台技术，同时提供跨业务平台的综合应用，以公司 UNIFY3.5 平台为核心，提供软交换和 3G 视频应用的综合方案，在多方通话和视频会议方面，技术领先。	业务销售后与运营商分账
		音乐语音搜索平台	科大讯飞	中国移动部分地网平台	语音合成技术为其自有核心技术，另一核心技术即，语音识别技术为第三方技术。	业务销售后与运营商分账
			本公司	既有全网平台也具备地网平台，产品具备独有的旋律搜索功能	以 UNIFY 平台为基础，拥有自主知识产权的语音识别、音乐哼唱检索技术。在通信领域语音识别应用处于国内领先的地位。	业务销售后与运营商分账



## 2、行业移动信息产品销售与服务领域与主要竞争对手对比情况

业务类型		主要产品和服务	主要参照竞争对手	产品、技术、盈利差异		
				产品	技术	盈利模式
移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	深圳通则	专注于其中的部分产品	自有核心技术	经营自有产品,单个产品利润更高,但总量比较小。盈利来自自有产品销售
			厦门敏讯	专注于其中的部分产品	自有核心技术	经营自有产品,单个产品利润更高,但总量比较小。盈利来自自有产品销售
			本公司	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	移动代理服务器拥有自主知识产权,其他产品多为代理产品。	通过代理销售产品和技术服务,主要盈利来自销售差价和技术服务收入
	行业移动信息产品销售与服务	农政通、移动总机、及时语移动协同办公平台	无限立通	侧重移动电子邮件服务	移动电子邮件(PUSHMAIL)的相关技术。	与运营商合作销售服务,与运营商分账
			数字天堂	侧重于移动政务及办公自动化产品	办公自动化,移动OA,移动OA的中间件解决方案。	与运营商合作销售服务,与运营商分账
			本公司	结合多种通信元素,提供全面的移动信息化解决方案,ICT的融合应用,实现企业信息移动化	恒信自主知识产权的HXBOS平台和OPENMAS平台是支撑恒信行业信息化业务的核心平台,主要的技术专注于企业信息化系统的移动性适配,以及基于手机和移动终端应用的行业信息化服务平台,涉及到所有移动网络的通信能力,综合发挥网络平台与手机终端的能力,涉及技术面更广,应用面更宽。	与运营商合作销售服务,与运营商分账



### （三）公司的竞争优势和劣势

#### 1、竞争优势

##### （1）创新的商业模式

3G时代，在移动信息产品的销售与服务领域，行业正在发生着深刻的变革。随着运营商的终端深度定制及大规模捆绑、补贴销售，移动信息产品销售与服务模式将发生根本性改变，传统的从手机厂家到手机卖场的组合将逐步没落，取而代之的将是运营商的街角营业厅、合作营业厅、移动数码体验服务厅及人到大人的大客户服务代表。这其中的主要差别表现为：①手机卖场主要是“集客“功能，而展厅主要是“会客“及体验职能，场地的成本差异巨大；②手机卖场以一次交易的客户为主，营业厅及顾问式销售服务以长期服务及业务展示为主。

公司在三年前就开始了移动信息产品销售与服务模式的转型。根据市场变化趋势和客户需求，经过多年来的探索和创新，形成了“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式。在商业操作上，公司已经在以下三个方面进行了改革：

①与运营商深度合作，建立合作营业厅，将终端硬件与运营商业务深度捆绑，进行手机与业务的一体化销售；将客户关系发展放在首位，捆绑内容、软件、各种套餐实现长期服务。

②通过已有的移动信息业务销售平台，扩大客户接触点，了解客户需求，增加服务内容，建立客户档案，为客户长期深度服务和交叉营销做好准备。近年来，公司已为全国两万多家企业及行政事业单位提供服务，在移动信息增值服务上积累了全国范围内三千万的个人客户，建立有能够实行准确营销的客户资料库。通过对客户档案分析，公司已经实现了业务的交叉营销。例如：通过对语音杂志平台的客户行为分析，分类出喜欢音乐类节目的客户，这样，利用无线平台，向他们推荐公司的音乐搜索业务，提升了营销的准确性；再如：通过分析喜欢音乐搜索的客户行为，向他们推荐以音乐为卖点的新型手机，实现业务和硬件的交叉营销。

③销售向一对一顾问式服务转型，培养营销人员对各种流行的移动信息业务的专业了解，增加软件服务能力。以与客户互动的质量及客户长期综合移动信息

消费为考量依据，不断提升营销人员综合素质，建立起了一只专业的营销顾问队伍。

因为提前预见移动综合信息服务时代的到来，公司通过扩大与移动运营商的合作，通过扩大核心技术团队，通过某项客户持续使用的业务（如协同办公或娱乐平台），用了 2-3 年时间，在全国率先创建了大量的新型客户关系，同时，公司已为向未来移动电子商务领域进军做了大量准备。

## （2）一体化移动信息产品销售与服务

公司为个人客户和行业客户提供的是一体化的移动信息产品和解决方案，并提供后续相关技术支持和服务。从服务对象上来说，公司可以为个人客户和行业客户提供一揽子的移动信息化产品或解决方案，客户范围宽。从具体业务上来讲，公司业务范围涵盖客户对移动信息产品需求的完整产业链条，业务范围深、产品链长。公司可以为个人客户提供从移动信息产品终端、配件，到提供功能软件、运营商信息增值业务；可以为行业客户提供移动信息终端设备、功能软件的一体化集成，为行业客户制定和实施专门的信息化解决方案。

这种一体化移动信息产品销售与服务的方式，可以极大的满足客户对移动信息化产品的个性化需求，降低客户对移动信息化产品的购买成本。同时，公司的一体化销售与服务方式，可以使公司各个产品在销售过程中互相推动，相对于只简单销售一种产品，可以极大的降低单位营业成本。比如在个人手机销售方面，公司的手机销售与信息业务是捆绑销售的。公司将相关的信息功能软件嵌入手机，在满足了客户对移动信息产品个性化的需求的同时，公司的信息化业务也得以拓展。同时，手机销售业务的存在可以使公司与运营商保持更加紧密地联系，还可以使公司对市场反应和客户的需求的特点把握更加准确、及时，有利于公司信息业务的发展。

公司在信息业务方面的技术和经验积累，可以为客户提供更加完美的信息化产品和一体化解决方案，有利于移动信息终端产品的销售。比如在“农政通”业务方面，需要服务商为客户设计移动信息化产品方案，需要移动信息终端设备、功能软件和移动信息平台支持。因此，能够提供上述一揽子业务的服务商无疑更能够获得行业客户的认可。公司在销售“农政通”业务的同时，可以将合适农业信息采集的低端定位手机推广给基层政府，既提升了业务服务的品质，又通过销

售手机获取了一定的利润。同样，公司在为其他行业客户持续运营和维护过程中，也能捆绑销售公司其他终端产品，代理运营商业务。

这种一体化移动信息产品销售与服务方式的竞争优势明显。例如，个人移动信息产品业务方面，公司在河北的移动彩铃搜索业务收入一直相对其他省份较高，主要原因就是公司销售的手机中，内置了快捷服务按键和功能软件。再如，公司在河北的行业客户直销能力（团购客户）相对于竞争对手遥遥领先，主要是由于公司产品链齐全，综合服务能力优势明显。

### （3）技术创新能力强

公司子公司仪和信息、彩虹信息和掌中游公司为北京市高新技术企业，彩虹科技和中科信利为北京市软件企业。公司是移动信息产品销售与服务领域中少数具有自主研发能力的企业之一，拥有 220 多名技术研发人员，专业范围覆盖了公司信息业务全部领域。公司研发力量雄厚，技术人员中本科以上学历 205 人，其中硕士 12 人，博士 3 人。目前，已取得软件著作权五十五项。公司控股子公司中科信利拥有的语音识别搜索引擎技术在旋律识别、原音识别、歌词检索以及中文识别、方言识别方面处于业内领先水平。

作为移动信息产品综合服务商，公司已经形成了自己独特的技术应用优势。这种技术优势帮助公司建立了更多的业务连接关系，并为公司的“一体化、顾问式、多接触点”复合型销售新商业模式的构建提供了良好的技术支撑。在移动信息产品的销售服务领域，公司的研发投入与技术创新能力处于行业的领先地位。公司的技术优势体现在以下几个方面：

①个人娱乐类移动信息销售及核心技术服务：基于软交换和 3G 多媒体处理的开放式 CTI 平台技术。该平台为中国移动 14 省的语音杂志（IVR）平台以及移动全网的音乐语音搜索业务服务。随着 3G 的业务发展，该平台已经将语音杂志（IVR）将顺利升级为视频杂志（IVVR）业务，目前与广东移动已完成了此项平台升级。

②移动协同及统一通讯及核心技术：嵌入移动化 workflow 引擎的统一通信业务平台，有效结合互联网与移动网络应用。利用该技术，已经实现了全国 3 省的移动总机、7 省的移动协同办公服务、全国农村电子政务服务。

③移动电子商务工具技术：以手机客户端快速开发为核心的技术平台，利用

Widget 技术组件解决手机适配快速开发等问题。利用这个技术平台，公司开发了无线客户关系拓展与销售平台（WCRS），G3 移动商街等工具。

#### （4）行业先发优势

公司意识到移动信息产业的发展趋势后，在移动信息产品的销售与服务环节，很早就开始了市场的“站位、卡位”工作。

公司意识到手机销售将逐步以运营商销售为主导的趋势后，从 2005 年开始就不断加强与运营商的合作。目前，公司是河北移动的行业移动信息化业务及移动信息终端产品分销的最大合作伙伴，与河北移动合作运营 109 家营业厅，同时还拥有 29 家自营零售店面（26 家在河北，3 家在山西）、10 家分公司、11 家售后服务中心，管理着 2,000 多名移动信息业务销售顾问。同时，公司已将运营商定制手机业务扩展山西、山东、湖北、黑龙江等国内其他省市。

公司意识到移动信息业务平台对客户连接能力强，成本低，但移动信息业务平台数量有限，运营商选择合作伙伴的门槛高，于是从 2005 年起就不断加强与运营商的业务平台方面的合作，成功建立了多个全国性的业务服务平台。目前，公司设立了 22 家办事处，与各运营商各省级分公司建立了紧密的合作关系，营销网络覆盖国内各主要省市。公司是中国移动唯一的全国基层农村政务业务合作伙伴，是中国移动音乐语音搜索业务唯一全网合作伙伴，确立了公司在这些业务领域的绝对领先地位。

通过多年的行业运营经验和技術积累，公司深刻理解移动信息产品的变化特点、发展趋势和技术演进特点，并不断加深和运营商的合作关系，从而在营销网络资源、业务运营管理经验、服务品牌沉淀与积累等方面取得了行业内的先发优势。

#### （5）管理服务优势

公司坚持管理创新和改进，逐步完善和健全了基于业务目标为牵引的、高效的内部管理流程制度，完善了符合行业特点和行业发展趋势的管理工具，运用各种管理软件系统支持业务拓展。

①通过公司自主研发的移动客户关系拓展与销售平台（WCRS），销售顾问可以利用自己的手机管理客户信息，随时联系客户并实现业务销售；通过公司的呼叫中心和网站服务，公司可以为客户提供完整的网络订购和售后服务。

②在公司的零售连锁网点，用户通过营销系统（数字货架）的亲身体验，就

可以了解到更多的产品信息,这种工具的运用能够有效降低营业面积和营业员的数量。而且,这种数字化的产品展示方式可以非常方便的移动和拓展,可以摆放在街角店甚至写字楼。

③公司引入先进的 ISO 9000 服务管理体系和 ERP 系统对物流和资金流进行科学管理。在企业信息流管理方面,公司利用自主研发的及时语协同工作系统,有效解决了跨地域的工作协同的沟通问题,提高了员工工作效率,降低了公司营业成本。

## 2、竞争劣势

### (1) 融资渠道比较单一

公司融资渠道单一,主要依靠自有资金运作,难以满足公司业务快速增长的需要,从而使公司业务发展速度受到限制。

### (2) 地面综合服务网点没有实现全国化

在河北省区域市场,公司的业务体验网点具有明显的规模优势,但在全国范围内,公司尚未进行大范围的布点。因而,在全国范围内,公司地面营销网络的分布数量和用户认知度尚需进一步提高。

### (3) 技术水平待进一步提高

目前,虽然公司技术水平相对竞争对手较高,但随着 3G 大规模商用,随之带来的通信和信息技术升级速度将加快,这对公司技术水平提出了更高的要求。

## 四、公司主营业务具体情况

### (一) 主要产品或服务的内容

业务类型		主要产品和服务	主要产品和服务的内容
移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端产品集成销售与服务	手机终端、运营业务、手机软件和应用	为客户提供以手机为主的移动信息终端产品、配件、运营业务、增值业务、手机嵌入软件和应用等一体化的集成销售和服务
	个人移动信息业务销售与服务	语音杂志平台	中国移动手机用户拨打类似以 12590 为字冠的语音接入号码,即可获得语音或短信信息服务,用户可根据提示音进行按键操作,参与信息互动。公司提供该业务的技术平台,协助运营商销售此类业务

务			音乐语音搜索平台	以语音交互技术为基础，整合了手机彩铃音乐、WAP 振铃音乐和 IVR 音乐等音乐资源，为中国移动手机用户提供靠语音识别来进行音乐语音搜索服务（12530900）。公司提供该业务的技术平台，协助运营商销售此类业务
	行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	通过行业移动信息化设备的集成销售，满足企业、学校、农村等各行业各种个性化的移动信息化建设需求，实现无线办公、商业信息传播、移动政务等多项功能。在为各行业持续服务过程中，能捆绑销售公司其他终端产品，代理运营商业业务，实现终端和服务的一体化销售
		行业移动信息化业务销售与服务	农政通、移动总机、及时语办公平台	通过整合企业或政府原有固话、互联网、移动通信网等资源，实现企业或政府 IT 系统的移动信息化，提供统一通信解决方案。公司提供该业务的技术平台，协助运营商销售此类业务

## （二）个人移动信息终端集成销售与服务在公司整体业务发展中的必要性及其与公司其他三类子业务的关联性

在个人和行业移动信息产品链上，个人移动信息终端产品、个人移动信息业务、行业移动信息产品、行业移动信息化业务分别位于产品链上的不同环节。从对应的产品链角度划分，公司主营业务由个人移动信息终端产品集成销售与服务、个人移动信息业务销售与服务、行业移动信息产品集成销售与服务、行业移动信息化业务销售与服务构成。也就是说，公司的主营业务是对上述产品的销售和服务，公司为客户提供的是一体化的移动信息产品和解决方案，并提供后续相关技术支持和服务。因而，上述四类子业务，彼此支撑，剪联性强，在销售和服务环节没有主次之分，均属于公司移动信息产品销售和服务业务。

个人移动信息终端销售与服务是一个重要的子业务，其在公司整体业务发展中的必要性及其与公司其他三类子业务的剪联性如下：

### 1、该子业务是与客户接触的最直接界面

公司分布各地的地面零售连锁网点，是客户对公司认知的最直接界面。经过多年的经营，公司已经在河北的客户心目中树立起了手机综合服务专家的品牌形象，客户的这种心理定位和对公司的认知，是一个专业从事移动信息产品销售与

服务的公司所不可或缺的。

通过个人移动信息终端产品集成销售与服务业务，公司每年可以接触几十万的消费者客户，因而，可以最直接的方式贴近客户、贴近市场，积累客户信息和客户资料，以充分了解最新的客户需求和市场变化趋势。例如：通过与客户接触，经过信息分析后，可以了解各层次用户喜爱什么样的手机型号，可以了解用户喜爱什么样的信息业务内容，可以了解用户对不同资费的敏感程度等。这种市场探测和市场信息对于公司的产品定位和业务发展方向具有重要战略意义和经济价值。

## **2、该子业务可以促进公司相关业务与运营商进一步的深度合作，是获取运营商等上游资源的重要筹码**

目前，三大运营商竞争日益激烈。为了更快更好地占领市场，运营商非常重视借助合作伙伴的力量开拓市场。公司在个人移动信息终端产品集成销售和服务领域耕耘多年，在河北拥有一定规模的地面零售连锁网点，具有领先的技术和成功的商务经验，公司可以在市场品牌、人员管理、产品选择、库存周转等方面帮助运营商更好地占领市场。因此，中国移动在河北省的多项市场活动中均选择了与本公司合作，这种合作既包括个人移动信息产品销售与服务，也包括行业移动信息产品销售与服务，公司也因此获得了中国移动较好的市场资源和产品资源，实现了与中国移动的双赢。

公司在河北省内多年的成功经营为开拓省外市场提供了经验借鉴，并且在河北省内稳固的市场地位为开展全国范围新业务起到试点和基地作用。因而，该子业务对于公司各子业务向全国扩张也具有重要意义。

## **3、该子业务在可以预期的将来，具有良好的成长性**

目前个人移动信息终端主要指手机。截至 2009 年 5 月，国内手机用户达到 6.87 亿户，普及率达到 50.7%，与发达国家普遍超过 80% 的手机普及率差距较大。较低的手机普及率为未来五年的国内手机销售提供了巨大的增长空间。根据赛迪顾问预测，2008~2012 年中国手机销售市场还将继续保持较快速度的增长，年均复合增长率将达到 6.4%。随着 3G 时代的逐步普及，国内 3G 市场将处于高速发展的新阶段。3G 网络带来的用户体验要远优于 2G 手机的用户体验，特别是在移动互联网和多媒体通信体验上，需要更换手机才可以感受，这将促使用户更

换手机，该行为可以是为了追求更好体验而主动换机，也可以是为了适应某种 3G 应用而被动换机。在 3G 业务逐步普及的时代，这种换机数量将超过以前市场的年平均换机数量。根据 ISUPPLI 公司预测，未来三年，国内 3G 手机用户规模将分别达到 4,580 万、6,800 万和 8,500 万人。公司的个人移动信息终端集成销售与服务子业务面临着良好的外部发展机遇。

基于公司一体化销售方式，未来三年，公司个人移动信息终端集成销售与服务子业务的综合毛利率将继续保持高于同期行业平均的水平。对于 2G 手机，公司将与与中国移动在全国范围内独家合作的“农政通”业务为楔机，尝试以村为单位的集中优惠购机活动，推动公司 2G 手机在乡镇的捆绑（资费）销售，进一步提升公司 2G 手机集成销售与服务的盈利能力。对于 3G 手机，由于 3G 手机（智能手机）功能更加强大，3G 业务种类和功能更加丰富，因此，具备一体化销售能力的销售商（如本公司）将面临更好的发展机会。同时，由于 3G 手机终端以运营商定制为主，因此，与运营商深度合作的销售商（如本公司）将获得更快的发展机会。可以预期，凭借公司已有的竞争优势，今后，随着国内 3G 业务的逐步普及，公司 3G 手机集成销售与服务的盈利能力将迅速提升。

综上，在可以预期的将来，公司个人移动信息终端集成销售与服务子业务具有良好的成长性。

#### 4、该子业务是捆绑销售公司其他子业务的重要平台，可以促进公司其他子业务的发展

##### （1）与个人移动信息业务销售与服务子业务的关联性

在销售手机终端时，公司销售顾问可以将公司的移动信息业务和软件采用内置或推荐的方式推荐给客户，以期达到手机终端硬件与软件和信息业务捆绑销售。这样，在满足了客户对移动信息产品个性化的需求的同时，公司的信息业务也得以拓展。例如，公司通过在销售的手机中，内置移动彩铃搜索快捷服务按键和功能软件，用户可以很方便的使用该业务，进而促进公司移动彩铃业务的拓展；再如公司通过在所销售每部手机盒内，装配公司的音乐搜索业务体验卡，经过销售顾问的推荐，客户很容易激活并消费该信息业务，进而促进公司音乐搜索业务的拓展。事实证明，基于公司一体化销售方式，通过销售个人移动信息终端带动个人移动信息业务效果明显，公司在河北的个人移动信息终端销售规模较其他省



份大，带动了公司个人移动信息业务（比如移动彩铃搜索、音乐语音搜索）在河北省的收入较其他省份大。

### （2）与行业移动信息产品销售与服务子业务的关联性

公司的行业移动信息产品销售与服务子业务包括行业移动信息产品集成销售与服务 and 行业移动信息化业务销售与服务。由于行业信息化终端设备的功能及客户的特定性，决定了行业信息化终端设备一般是和行业信息化解决方案绑定销售的，也就是说，为行业客户提供的是包括信息化解决方案、终端设备、后期的维护和运营等一揽子的信息化产品和服务。

公司从事个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务多年，在河北拥有一定规模的地面零售连锁网点，具有领先的技术和成功的商务经验，形成了完备的物流配送体系，这些正为公司行业移动信息产品销售与服务子业务所共用。同时，公司的地面零售连锁网点可以为行业移动信息产品销售与服务子业务起到营销阵地的作用。以无线商话为例，这是一种特殊的固定电话，它的外观类似普通电话，采用无线 GSM/TD 网络通信，是一种行业移动信息产品终端，它集成了诸如移动总机等多项移动信息业务。在销售类似这种行业移动信息产品时，商家需要为客户提供展示和业务体验。公司在销售该类行业移动信息产品时，通常就是在地面零售连锁网点提供专门的业务体验区，为客户提供行业移动信息终端的体验以及与之相关的行业信息业务体验。通过业务体验，一方面可以加强客户对该行业移动信息产品的感知和认同，同时也可能发现潜在的行业客户和商业机会。因而，公司的地面零售连锁网点起到了行业信息产品营销阵地的作用。

### （3）与本次募投项目的关联性

本次募集资金用于新建移动商业信息服务平台、对现有移动信息业务平台的改扩建。

新建移动商业信息服务平台项目计划投资总额为 5,986.20 万元，该平台项目与公司目前已有的信息平台销售业务都属于销售平台业务，都是销售产品的平台界面和销售工具，是对现有信息销售平台业务的扩展、扩充。该项目实施后，公司可以为移动电子商务提供基础交易界面和快捷营销工具，可以进一步拓展公司的客户连接能力。当然，公司的个人和行业移动信息终端产品也可以通过该平台以移动电子商务方式进行集成销售。

对现有业务平台的改扩建项目计划投资总额为 8,000 万元，其中的 1,000 万元主要用于对公司现有地面零售网点的数字化改造，改造完成后，预计个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务的销售毛利率将进一步提高，其盈利能力将进一步增强。项目实施后，公司平台业务得以进一步的升级和扩展，公司在相应业务平台基础上开发的各种销售工具产品也将帮助公司个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务的拓展。例如，移动客户关系销售管理系统（WCRS），销售顾问利用手机就可以管理和服务自己的客户，完成从产品推荐、售后服务、客户回访等，销售代表人员众多，地域分散，利用手机可以完成这种销售管理，无疑提升了企业自身的竞争力，降低了管理成本。

上述项目实施后，公司对行业移动信息产品和个人移动信息业务的销售和服务能力将进一步提高，销售和服务内容进一步扩展，销售和服务渠道进一步扩大，公司复合型销售的商业模式将进一步得到强化和提升，有利于公司盈利能力的进一步提升。

保荐机构经核查认为：上述四类子业务分别对应移动信息产品链的不同环节，关联性强，共同构成了移动信息产品链整体。因而，发行人提供的是一体化的移动信息产品和解决方案，从事的是移动信息产品的销售与服务一种主营业务，业务定位准确，主营业务突出。发行人的移动信息终端集成销售与服务子业务与其他三类子业务互动、相关，在可预期的将来，具有良好的成长性。本次募集资金投资于原有平台的改扩建、新建移动商业信息服务平台项目及补充与主营业务相关的营运资金，募投项目定位与公司主营业务和发展规划相符。

律师经核查认为：发行人个人移动信息终端销售与服务业务与个人移动信息业务销售与服务、行业移动信息产品集成销售与服务、行业移动信息化业务销售与服务三类业务共同组成发行人整体产业链，四类业务互为促进，业务相关性较强；发行人主营业务是从事移动信息产品的销售与服务，主营业务突出；发行人募集资金投向项目的开发有利于个人移动信息终端销售与服务业务的发展，发行人募集资金应用于发行人主营业务。

### （三）公司主要产品服务的流程图

#### 1、个人移动信息产品销售与服务流程图

公司面向个人用户提供移动信息终端产品的集成销售与服务 and 移动信息业务销售与服务两方面内容。

(1) 个人移动信息终端集成销售服务流程图

①预装机服务流程图

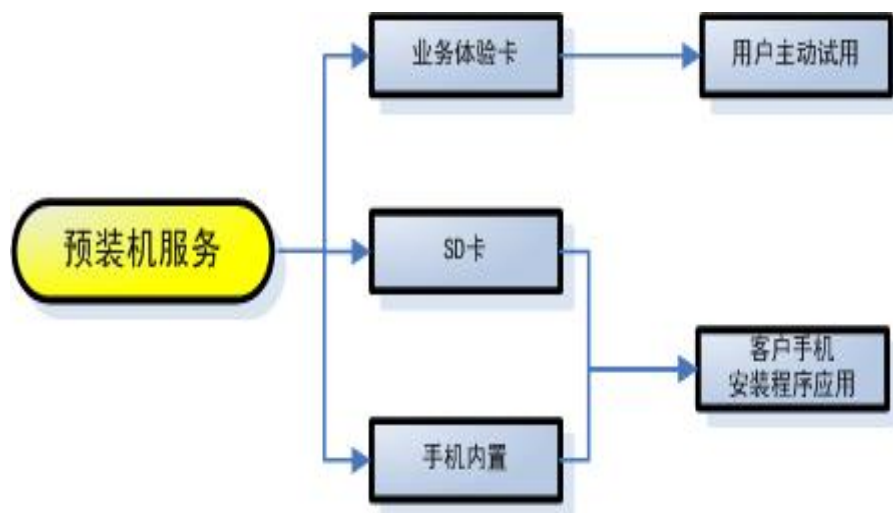
公司销售的移动信息终端产品，在销售之前都进行预装机服务，将移动信息业务预置进终端设备。恒信公司提供的预装机服务分为以下 3 个方面：

A、业务体验卡：将业务介绍、业务体验方式，制作成为宣传卡片，放置到手机包装盒内，客户购机后即可根据个人喜好进行试用。例如“电话会议”业务，可将电话会议业务体验卡，放置到手机包装盒内，或贴在包装盒表面，客户购买手机，即可登陆电话会议网站进行试用。

B、SD 卡：将手机型号对应的相关游戏、软件等程序，放置到 SD 卡内，赠送购买该型号手机的客户。客户插卡后，可直接安装该游戏、软件。

C、手机内置软件：将软件、游戏内置到手机里，客户购机后，可直接使用。该等内置软件，都严格按照中国移动的要求，用户在使用时均需要经过二次确认才能开通并计费，而且均可由用户自行从手机中删除。

预装机服务的流程图如下所示：



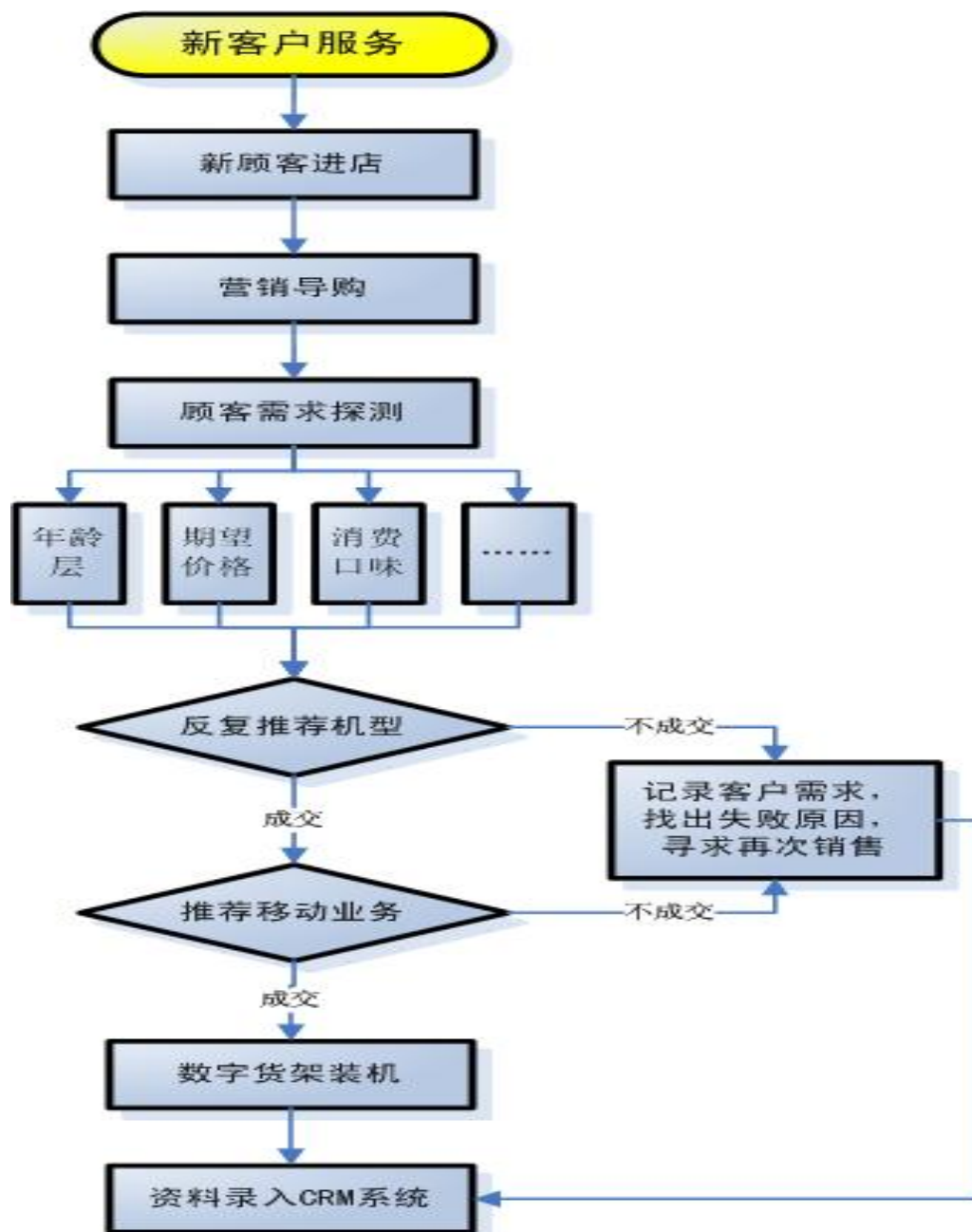
公司目前的捆绑部分业务主要体现为在销售移动信息终端产品前的预装机服务。由上，公司目前的捆绑部分业务主要体现为：业务体验宣传卡、SD 卡、手机软件内置。公司的业务体验宣传卡宣传的业务由客户自主选择试用，SD 卡内置的业务或程序由客户自主选择安装使用。内置在手机中的软件主要是公司所开发的软件，如电话会议、及时语办公软件、掌游公社等；此外还有中国移动的

定制软件（如飞信、音乐随身听等）。该等内置软件，都严格按照中国移动的要求，用户在使用时均需要经过二次确认才能开通并计费，而且均可由用户自行从手机中删除。其他类型的软件及服务（例如手机杀毒软件、股票软件）均是根据用户的意愿自行选择安装，没有用户的事先许可，发行人不会预装或搭售任何该等软件。

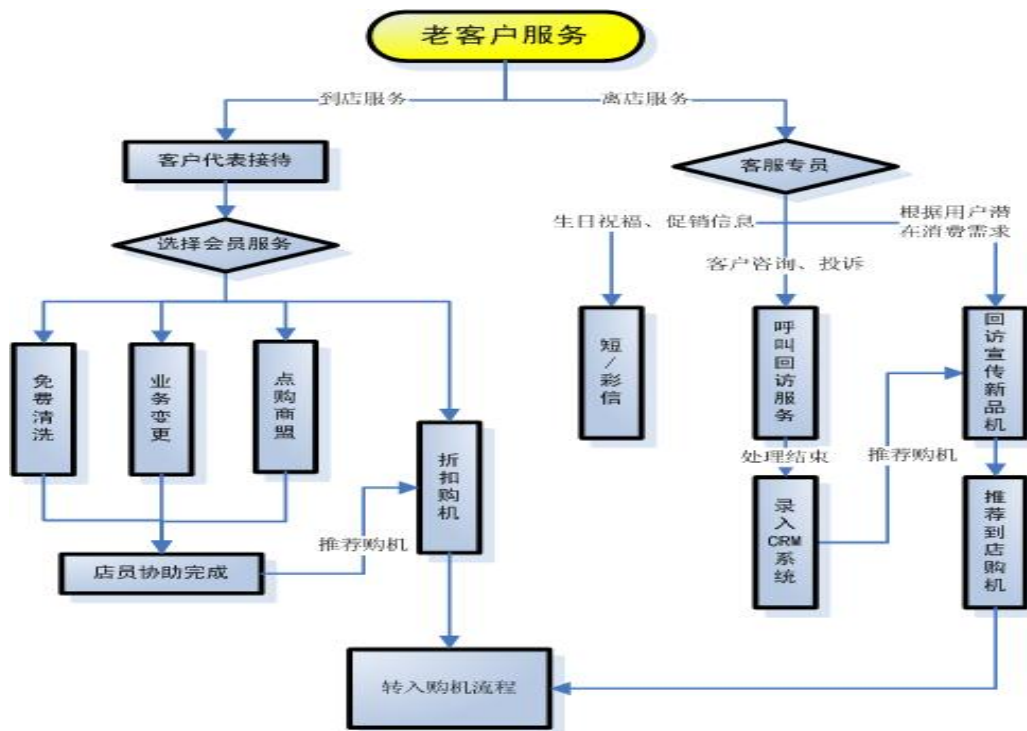
保荐机构核查认为：发行人从事移动终端产品的销售与服务过程中的捆绑部分业务，特别是嵌入软件业务，不存在违背消费者意愿强行捆绑销售的情形，没有违反《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》及《中华人民共和国反垄断法》的相关规定。

发行人律师核查认为：发行人从事移动终端产品的销售与服务过程中的捆绑部分业务，特别是嵌入软件业务，不存在违背消费者意愿强行捆绑销售的情形，没有违反《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》及《中华人民共和国反垄断法》的相关规定。

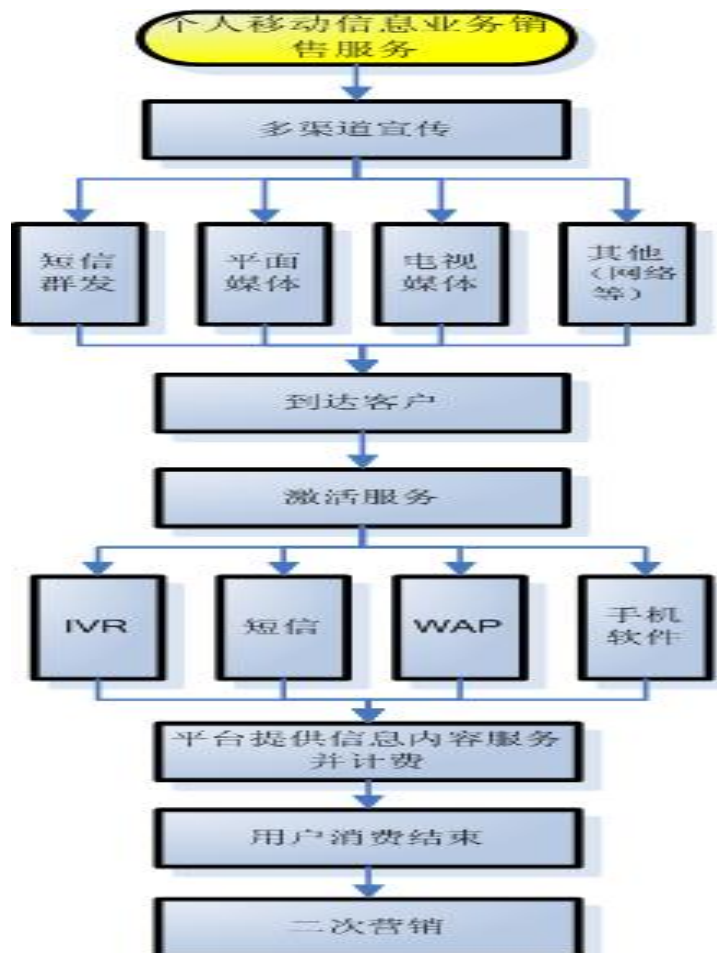
②新客户到店服务流程图



③老客户服务流程图

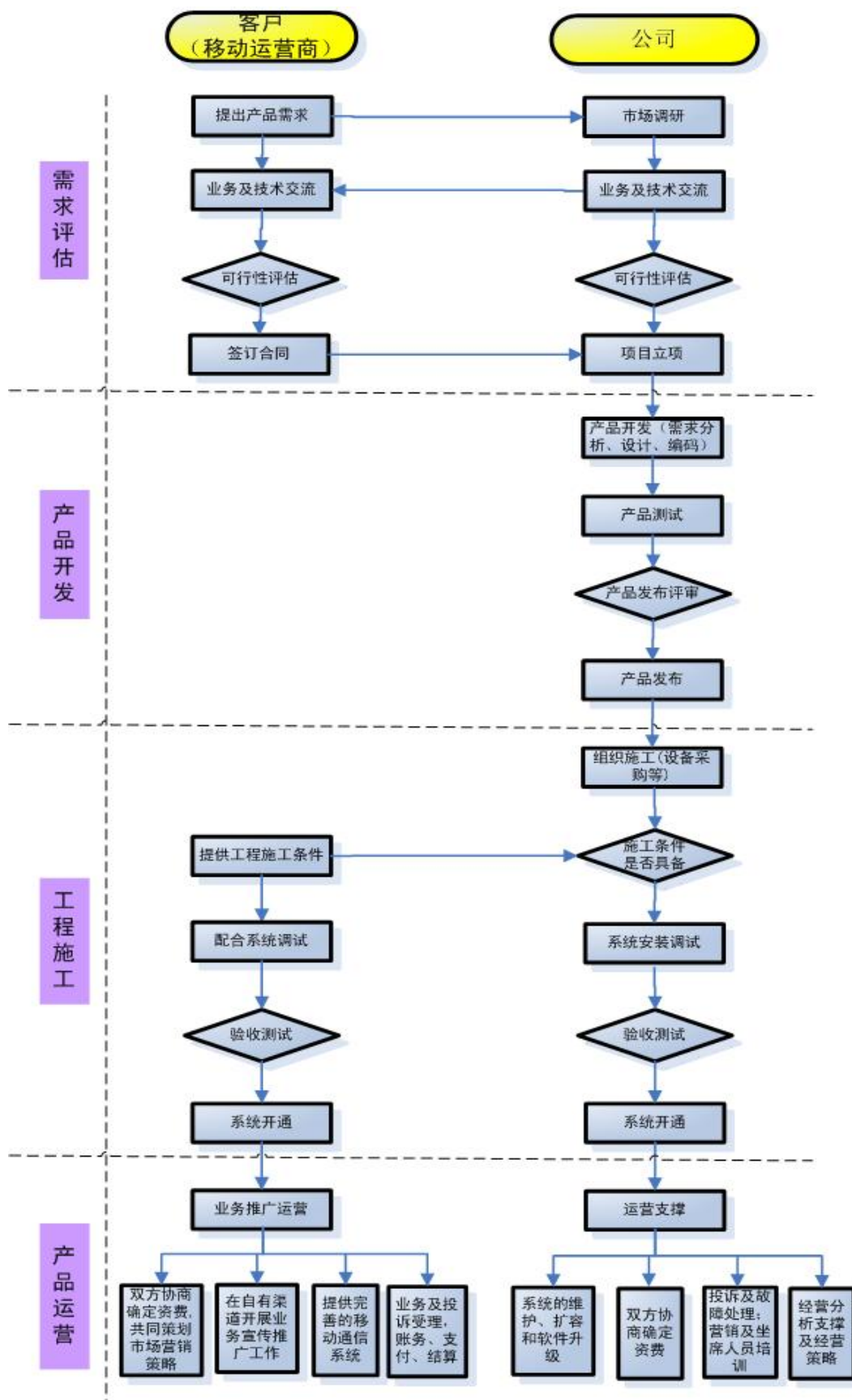


(2) 个人移动信息业务销售服务流程图

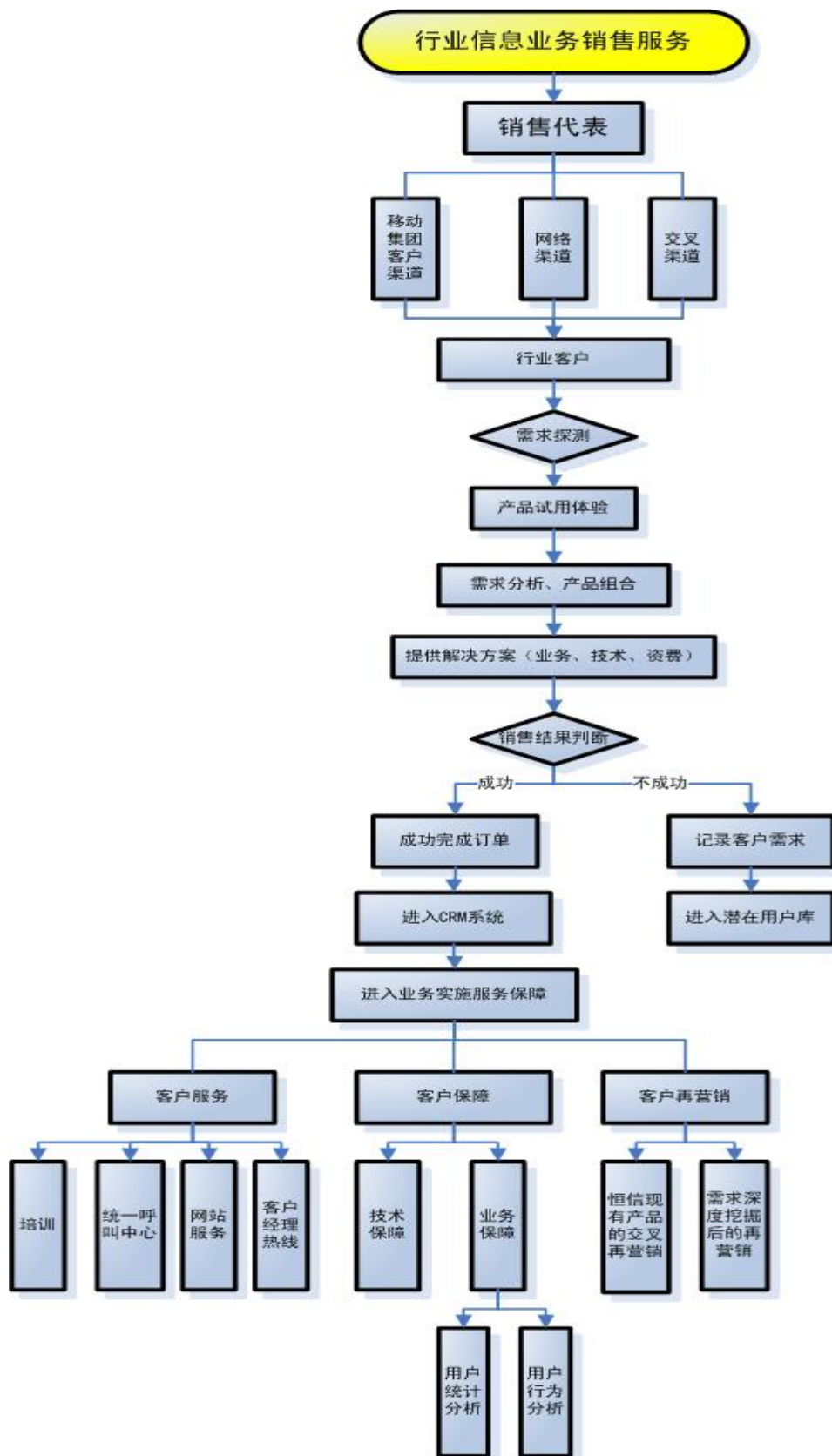


## 2、行业移动信息产品销售与服务流程图

### (1) 行业移动信息产品集成销售服务流程图



(2) 行业移动信息业务销售服务流程图





## （四）公司主要经营模式

### 1、个人移动信息产品销售与服务经营模式

#### （1）采购模式

公司个人移动信息终端产品的采购包括非定制手机和定制手机两种采购模式。

##### ①非定制手机的采购模式

对于非定制手机采购，公司实行集中采购，统一向手机制造商直接采购。目前，公司已经与全球前五大手机终端制造商签署了直供战略合作协议，确保了产品质量和价格优势。手机供应商同意就本公司购买的产品提供4周以上的价保，并可以根据销售和市场变化等因素单独酌定向本公司提供折扣，该折扣政策包括：根据本公司购买数量确定达量返利、对产品价格进行调整时单独酌定给与本公司的特殊价差折扣、年终返利等。

##### ②定制手机的采购模式

对于定制手机采购，一般来讲，移动运营商指定定制手机的机型和价格，本公司垫付资金，向移动运营商指定的制造商购进相应的定制手机，本公司接受运营商委托，在运营商营业厅指定位置销售运营商定制手机，并负责售后服务。

此外，对于代理销售的SIM卡、话费套餐等代理的运营商业务，采用的是代销的方式，根据本公司最终的销售量进行销售提成。

③在个人移动信息业务方面，公司主要是利用相关信息化系统平台，通过与运营商合作完成的。一般来讲，运营商提供系统平台所需要的通信通道、工程环境及计费结算，本公司提供系统平台所需的硬件设备、应用软件和第三方软件、系统维护等工作。双方共同推广、运营业务，收入根据约定比例分成。

本公司具有相应的信息增值业务经营资质，在本公司销售的移动信息产品终端中，主要嵌入本公司自己创作的信息业务内容。本公司少量信息业务内容需要一定的授权，例如：音乐的授权，漫画图片等，这些授权需要市场采购。

#### （2）销售与服务模式

公司通过地面数字展厅和空中信息业务平台，进行移动信息产品的销售和服务。

##### ①地面数字展厅式连锁店面

在地面连锁销售网点，通过展厅内铺设的“数字货架”系统和销售顾问，本公司可以为客户提供个人移动信息产品的集成销售，客户可以轻松选择移动信息终端和符合自己需求的软件产品及运营商信息增值业务，形成了自己独具特色的地面数字展厅连锁销售网络。

### ②空中信息业务平台

近几年，公司加强了移动信息平台建设。利用 WCRS 等先进的客户关系管理与拓展系统，公司销售顾问可以准确锁定客户，通过公司信息业务平台、呼叫中心、WAP 及互联网等工具，利用电话，短信，邮件等方式与老客户进行服务和产品的互动，同时，嵌入老客户手机的应用软件可以让用户便捷的选择所需的移动信息业务。另一方面，通过移动信息业务平台，公司可以和更广泛的客户建立联系，为自身业务的混合营销提供更加广泛的客户基础。这样，公司形成了独具特色的空中营销网络。

### (3) 盈利模式

①在个人移动信息终端产品集成销售与服务方面，盈利均来自于销售价差；代理的运营商其他业务盈利来自代理费收入。

业务类别	盈利模式
手机集成销售（提供信息增值业务软件或功能安装等）	手机产品的进销差价；内嵌信息业务和软件的销售利润
代理运营商销售 SIM 卡、话费套餐等业务	代理费收入和销售提成

②个人移动信息业务方面，通过与运营商合作的移动信息业务平台销售移动信息业务，每月获取运营商业务销售分成。通常情况下，信息平台的销售收入分账是整个业务收入的 15%，内容分账是特定信息业务总收入的 50%到 85%，销售渠道分账比例占特定信息业务收入的 30%到 45%。

业务类别	盈利模式	备注
语音杂志平台	如本公司提供业务运营，则本公司分账比例在 50%左右 如本公司只提供技术和运营支持，则本公司分账比例在 15%左右	各省的分账比例有差别，但浮动范围不大
音乐语音搜索平台	用户拨打业务号码的通信费，本公司收取 0.15 元/分钟；搜索内容的，以销售额为口径，本公司的分账比例在 15%左右	全国性平台，价格统一；省级平台，费用和分成比例有差别，但浮动范围不大。
其他增值业务	信息服务内容分账，一般分账比例为 70%~85%	

## 2、行业移动信息产品销售与服务经营模式

### （1）采购模式

公司行业移动信息业务集成项目采购是根据客户订单确定的。具体采购时，公司根据项目需要、用户需求、成本的高低以及对系统稳定性的要求等方面综合考虑后，从市场上采购相关硬件设备和第三方软件。

### （2）销售与服务模式

公司主要通过招投标等市场化方式获得业务机会。公司建立了遍布全国二十多个省市的服务、营销网络，提供技术咨询、故障诊断等后续支持服务。

在项目实施时，公司将采购的硬件设备、外购软件以及自行研发的相关软件运送至客户现场并完成安装调试工作。

行业信息化业务平台的运营，公司是通过与运营商合作完成的。一般来讲，运营商提供系统平台所需要的通信通道、工程环境及计费结算，本公司提供系统平台所需的硬件设备、应用软件和第三方软件、系统维护等工作。双方合作推广、运营业务，收入根据约定比例分成。

### （3）盈利模式

①行业移动信息产品设备直接销售给运营商，产生设备差价收益；

②公司不断为行业客户提供后续个性化升级方案，获取后续技术升级收入和二次开发软件收入；

③通过与运营商共同运营信息平台，从运营商收取的信息费中获得分成收入。

具体情况如下：

业务类别	具体产品	盈利模式
行业移动信息产品集成销售与服务	移动代理服务器、校讯通、移动智能终端、农信通、供销通等行业信息化设备	设备差价收益；技术升级收入和二次开发软件收入
行业移动信息化业务销售与服务	农政通、移动总机、及时语办公平台	从运营商收取的信息费中获得分成收入。不同业务平台具体分成比例不同，一般在 50%-70%之间

## （五）公司主要产品的生产和销售情况

### 1、报告期公司主营业务收入的构成

单位：万元

项 目		2009 年度	2008 年度	2007 年度
个人移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端产品集成销售与服务	80,807.46	83,015.34	91,973.39
	个人移动信息业务销售与服务	5,349.83	4,989.78	0.00
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	12,992.74	6,807.80	5,965.42
	行业移动信息化业务销售服务	3,053.88	1,957.12	259.48
合 计		102,203.91	96,770.04	98,198.30

## 2、产品销售数量和价格的变动情况

### (1) 个人移动信息终端产品集成销售与服务情况

个人移动信息终端的销售收入中90%左右收入为手机销售收入，近10%收入为个人移动终端相关的服务性收入。近几年，作为消费类电子产品，手机的市场单价呈逐年下降趋势。得益于对手机市场的深刻理解，公司积极调整了手机销售内容和销售模式，使得公司手机的销售数量 and 市场份额逐年增加，销售的结构逐步优化，销售毛利率逐年提升。

#### ①销售数量的变化

下表为本公司报告期内手机销量与河北省、中国区的销售情况统计。

区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	数量 (万台)	变化率	数量 (万台)	变化率	数量 (万台)
中国市场总量	13,704.76	-6.65%	14,680.94	7.11%	13,706.15
河北手机销量	659.22	-9.60%	728.56	25.91%	579.10
本公司手机销量	115.34	3.60%	110.55	32.14%	83.93

数据来源：赛诺 2006 年-2009 年 GSM 手机市场数据报告

从市场份额变化情况看，本公司的手机销量增长幅度每年都超过国内市场和河北区域市场的销量增长幅度。

#### ②销售结构的变化

下表为本公司近几年个人移动信息终端销售分类比较表：

项目		2009 年度	2008 年度	2007 年度
销售数量 (万台)	个人零售	51.97	54.57	58.62
	代理运营商销售	63.37	55.98	25.31
	代理销售数量占比	54.94%	50.64%	30.15%
销售收入	个人零售收入	36,486.61	42,783.15	60,343.84

(万元)	代理运营商销售收入	38,464.66	34,818.72	25,519.00
	代理销售收入占比	51.32%	44.87%	29.72%

可以看出，公司代理运营商的销售数量和销售收入（主要是参与运营商“定制手机”捆绑销售）比重呈明显上升趋势。由于代理运营商销售业务风险最低，还可以带动公司个人移动信息业务销售和推广，综合收益很高。因而，公司的移动信息终端销售结构正逐年优化。

### ③销售毛利率的变化

近年来，手机裸机的销售毛利率逐年下降，为提升个人移动信息终端产品的毛利空间，公司在整合采购资源控制采购成本的同时，利用一体化销售方式，将手机与应用软件、移动业务捆绑销售，并提供各种有特色的手机增值服务，从而公司个人移动信息终端产品销售毛利率逐年提升。2007年至2009年，公司个人移动终端产品销售服务综合毛利率分别为11.64%、13.34%和15.57%。

#### (2) 个人移动信息业务销售情况

近三年，公司个人移动信息业务销售收入变化情况如下：

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
个人移动信息业务销售收入(万元)	5,349.83	4,989.78	0.00
销售收入同比增长	7.22%	-	-
个人移动信息业务毛利率	78.45%	74.93%	-

目前个人移动信息业务市场正处于规模发展的前期。由于公司在2007年底才完成子公司的所有收购，故2007年个人移动信息业务收入在合并报表中显示为0。2008年、2009年公司个人移动信息业务收入逐年稳步增长，同时，公司个人移动信息业务的毛利率较高且比较稳定，预计今后该业务毛利率仍将保持平稳较高的水平。

#### (3) 行业移动信息产品销售情况

近三年，公司行业移动信息产品销售收入变化情况如下：

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
行业移动信息产品销售收入(万元)	12,992.74	6,807.80	5,965.42
销售收入同比增长	90.85%	14.12%	-
行业移动信息产品毛利率	23.67%	19.31%	16.69%

公司行业移动信息产品的集成销售收入主要来源于公司的移动代理服务器、移动智能终端、校讯通信息化终端等。报告期内，公司行业移动信息产品的集成

销售收入呈现加速增长的发展态势。同时，由于行业移动信息产品具有以集成销售为主的特殊性，公司提供的是整体化的解决方案，因而销售毛利率将会维持在合理的水平，并有逐年提高的趋势。

(4) 行业移动信息化业务服务情况

近三年，公司行业移动信息产品运营服务变化情况如下：

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
行业移动信息化业务服务收入（万元）	3,053.88	1,957.12	259.48
收入同比增长	56.04%	654.25%	-
行业移动信息化业务毛利率	87.77%	89.41%	84.02%

公司行业移动信息化业务销售与服务收入主要来源于公司的移动总机、农政通、及时语移动协同办公等业务。报告期内，公司行业移动信息化业务销售与服务收入年平均增长速度超过50%。同时，公司行业移动信息化业务的毛利率较高且比较稳定，预计今后这一业务毛利率仍将保持平稳较高的水平。

3、报告期内向前五名客户销售的情况

年度	序号	单位名称	金额 (万元)	占营业收入总额比例
2009 年度	1	中国移动通信集团河北有限公司石家庄分公司	8,743.16	8.54%
	2	中国移动通信集团河北有限公司唐山分公司	4,239.77	4.14%
	3	中国移动通信集团河北有限公司保定分公司	4,087.05	3.99%
	4	中国移动通信集团河北有限公司邯郸分公司	2,717.16	2.65%
	5	中国移动通信集团河北有限公司承德分公司	2,574.79	2.52%
		合 计		22,361.92
2008 年度	1	中国移动通信集团河北有限公司石家庄分公司	5,044.20	5.20%
	2	中国移动通信集团河北有限公司唐山分公司	3,759.12	3.87%
	3	中国移动通信集团河北有限公司保定分公司	3,678.63	3.79%
	4	中国移动通信集团河北有限公司沧州分公司	3,167.95	3.27%
	5	中国移动通信集团河北有限公司秦皇岛分公司	2,032.21	2.09%
		合 计		17,682.11
2007 年度	1	中国移动通信集团沧州分公司	3,932.66	4.00%
	2	中国移动通信集团保定分公司	3,510.27	3.57%
	3	中国移动通信集团廊坊分公司	2,777.99	2.82%
	4	中国移动通信集团石家庄分公司	2,694.06	2.74%
	5	中国移动通信集团邯郸分公司	1,912.66	1.94%
		合 计		14,827.64

从上表可以看出，公司前五大销售客户全部为中国移动，且主要集中在河北省内，存在对中国移动的依赖和业务区域集中的风险。

公司未来将根据行业发展趋势，通过进一步积累自身客户资源，提升自身技术水平、销售和服务能力等措施，在移动信息产品销售和服务环节，把自己塑造为“移动信息综合销售和服务专家”，在相应的业务领域，努力使自己成为运营商首选的合作伙伴。

为了进一步提升公司盈利能力，提高河北省以外的业务收入，公司将继续加大信息平台业务的投入力度，对现有业务平台进行改扩建，同时新建移动商业信息服务平台，以进一步提高公司对行业移动信息产品和个人移动信息业务的销售和服务能力，进一步扩展销售和服务内容，进一步扩大销售和服务渠道，进一步推动公司业务更快更好地向全国范围拓展。同时，借助公司在产品选择、流程控制、物流和渠道管理、一体化销售能力等方面的优势，进一步拓展公司在其他省份的运营商定制手机业务，扩大公司在河北省以外的业务收入。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50% 或严重依赖于少数客户的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有本公司 5% 以上股份的股东在上述客户中没有占有权益。

#### 4、报告期内向前五名供应商采购的情况

年度	序号	单位名称	金额 (万元)	占采购成本总额比例
2009 年度	1	诺基亚（中国）投资有限公司	25,469.50	31.92%
	2	深圳市天音通信发展有限公司	7,262.64	9.10%
	3	石家庄松联通讯器材有限公司	6,008.98	7.53%
	4	深圳市爱施德股份有限公司	4,860.77	6.09%
	5	北京京邮通通信器材有限公司	4,201.03	5.27%
		合计	47,802.92	59.91%
2008 年度	1	诺基亚（中国）投资有限公司	29,658.35	37.59%
	2	深圳市天音通信发展有限公司	11,316.23	14.34%
	3	石家庄爱施德电讯器材有限公司	4,788.60	6.07%
	4	摩托罗拉(中国)电子有限公司	4,410.00	5.59%
	5	石家庄松联通讯器材有限公司	2,281.82	2.89%
		合计	52,455.00	66.49%
2007 年度	1	诺基亚（中国）投资有限公司	24,773.59	28.71%
	2	摩托罗拉(中国)电子有限公司	8,428.05	9.77%
	3	石家庄爱施德电讯器材有限公司	5,081.78	5.89%
	4	深圳市天音通信发展有限公司	4,696.85	5.44%
	5	联想移动通信科技有限公司	4,198.61	4.87%
		合计	47,178.88	54.68%

报告期内公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50% 或严重依赖

于少数供应商的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在上述供应商中没有占有权益。

## （六）公司商业模式的创新性

### 1、所处行业价值链构成和运行现状

目前，移动信息通信行业主要由移动网络运营商、移动信息终端产品制造商、移动信息终端产品销售商、信息服务提供商（SP）、信息业务集成商（SI）、内容服务提供商（CP）、应用提供商（AP）组成。从世界范围来看，移动信息通信业务主要体现为移动运营商以移动信息终端为载体为用户提供移动信息业务。作为整个行业价值链的核心和领导者，移动运营商发挥着重要的作用，通过利益分配等有效手段维持价值链的正常运作。

传统意义上的移动信息通信产业有三个主要价值层面，既移动信息产品供应层、移动信息业务销售层、移动信息用户层，在移动信息产品供应层和移动信息业务销售层，都分别有不同的角色主导不同的产业链环节。

目前，在移动信息业务销售层的各个环节，运营商，零售连锁商、信息服务提供商、集成服务提供商都分别可以形成对客户销售，提供相对较为单一的产品或服务。当客户需要综合的移动信息产品和服务时，就必须面对不同类别的产品销售商，增加了客户选择产品或服务的成本。

显而易见，传统的商业运营模式已不能满足现在客户个性化的需求。

### 2、商业模式的创新与独特性

现代移动信息产品的内涵已远远超出了普通话音通信的范畴，手机已经成为“手中的计算机”，客户的个性化要求也变得越来越丰富，越来越复杂，因而，对于移动信息产品的销售和服务提供商来讲，谁能够充分理解客户需求，并能够为客户提供系统的服务方案，谁就会赢得客户，占领市场。

公司主要从事移动信息产品的销售与服务，位于整个产业链的销售层，目前是国内唯一一家同时拥有地面服务网络与运营商信息业务平台的公司。作为移动信息业务综合服务商，根据市场变化趋势和客户需求，经过多年来的探索和创新，公司形成了“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式。如下图：





(1) “一体化”——主要指公司为个人客户和行业客户提供的是一体化的移动信息产品和解决方案，并提供后续相关技术支持和服务。从服务对象上来说，公司可以为个人客户和行业客户提供一揽子的移动信息产品或整体的信息化解决方案，客户范围宽；从具体业务上来讲，公司业务范围涵盖客户对移动信息产品和信息化业务需求的完整产业链条，业务范围深、产品链长，具体表现为：公司可以为个人客户提供从移动信息产品终端、配件，到提供功能软件、话费套餐、运营商信息增值业务；公司可以为行业客户提供移动信息终端设备、功能软件的一体化集成，可以为行业客户制定和实施专门的信息解决方案。

(2) “顾问式”——主要指公司销售团队的服务理念。公司的销售顾问分布在各个零售卖场和行业客户直销队伍当中。移动信息产品是一个软硬件结合的复杂产品，需要专业的销售顾问。特别是面对行业客户时，销售顾问更需要具备全面的专业知识和与客户深入互动沟通的综合能力，这样才能为客户提供最好的移动信息产品和解决方案，因此，本公司销售顾问与普通卖场零售员有着本质的区别。公司优秀的销售顾问团队可以发现和挖掘客户需求并帮助和引导客户选择个性化的移动信息产品和解决方案。公司建立了先进的客户资料管理系统，每一名顾问代表管理和维护着一定数量的目标客户，与重点客户保持长期的互动联

系。通过公司的信息平台、呼叫中心，顾问代表可以将公司引进的新产品、新服务以面对面或电话、短信、电子邮件等方式迅速告知客户，这种顾问式的服务，极大的提升了客户的满意度。

(3)“多接触点”——主要指公司现有的移动信息产品可以通过多种渠道销售给客户，在多个渠道与客户保持长久的互动联系。

①地面零售连锁网点和覆盖全国的营销网络：公司地面零售连锁网点在河北省区域市场上具有绝对的规模优势，与河北移动合作运营109家营业厅，同时还拥有29家自营零售店面（26家在河北，3家在山西）、10家分公司、11家售后服务中心，在覆盖范围、覆盖深度、销售份额上都位居河北省内移动信息终端销售行业第一，并已经开始渗透到山西、山东等省市。通过这些地面网点，公司每年服务的客户超过150万人。公司拥有覆盖全国的推广网络，在国内各个主要省市，设立了22家办事处，与各运营商各省级分公司建立了紧密的合作关系，在很多业务活动中，当地运营商都邀请本公司在产品策划、信息组织、技术支持方面进行深层次的合作。由此，一方面，本公司可以及时把握当地运营商的业务需求、政策和用户需求特点与变化，从而，及时调整公司的产品结构和研发方向；另一方面，在新产品面市时，上述推广网络和合作基础无疑会使公司新产品推广工作达到事半功倍的效果。

②移动信息业务平台：公司与运营商合作建立了多个移动信息业务平台，这些业务平台在地域覆盖的广度和客户到达的速度上，都具有地面网络无法达到的优势。公司利用这些业务平台将业务触角延展到全国：通过音乐语音搜索平台，公司与中国移动进行全网音乐业务的合作，该业务覆盖中国移动全部彩铃用户；公司的语音杂志业务平台已推广至中国移动的14个省分公司；公司与中国移动合作推出了第一个面向基层政府的无线沟通门户的业务-“农政通”，已为上千个乡镇提供了基层政务平台服务；公司建设有3个省级移动总机平台，移动总机企业开户数已经超过1万家以上；公司的及时语移动协同办公业务平台已在陕西移动、福建移动、广东等7个省级移动分公司开始运营，为超过1万家企业提供服务。

③顾问式直销团队：目前公司的销售顾问2,000多名，可以为个人客户提供个性化更强的移动信息产品综合咨询和服务。利用先进的移动WCRS管理系统，根据客户需求，销售顾问可以直接走进企业，变“坐商”为“行商”，为行业客

户提供更具针对性的行业解决方案或相关咨询。

正是这种包含了“一体化、顾问式、多接触点”的复合型销售新商业模式，使公司不再单纯依靠零售网点的扩展来获取与客户接触的频率和范围，降低了综合营业成本和经营风险，保证了公司可持续发展的经营能力。

### 3、商业模式的持续创新机制

目前，公司“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式是符合行业特点的，能够满足客户个性化需求。今后，公司将一如既往的坚持以客户需求为中心，不断创新，努力使自身的商业模式和产品结构适应移动信息通信行业的新变化和客户的需求。为实现这一目标，公司在如下几个方面进行了准备：

#### (1) 进一步提升公司技术水平

近几年，公司在新产品开发和平台建设方面，每年的研发投入都在1,000万元以上，这在移动信息产品销售和服务行业内，其力度之大是非常少见的。今后，公司将进一步加大科研投入力度，保持并提升自身技术的创新优势。

#### (2) 成立专门的新业务部

公司成立了专门的新业务部，从事新技术研发、新产品的孵化与培育、新商业模式分析与研究，为公司的战略决策提供坚实的研究基础和技术保障。

#### (3) 注重普通员工培训，加大新人才引进力度

销售顾问是公司最宝贵的无形财富，今后，公司将进一步加大员工培训投入，进一步提高销售顾问的整体素质。另外，在高端人才引进方面，公司将进一步引进管理和研发人才，进一步提升公司管理和技术竞争优势。

## 五、主要固定资产及无形资产

### (一) 主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备和电子设备等。固定资产均为购置取得，无闲置的固定资产，不存在纠纷或潜在的纠纷。截至2009年12月31日，公司固定资产状况如下表所示：

项目	原值（元）	累计折旧（元）	净值（元）
房屋及建筑物	10,820,395.00	2,768,406.14	8,051,988.86
运营设备	41,223,840.61	31,840,679.11	9,383,161.50
运输设备	3,271,337.58	1,566,827.16	1,704,510.42
其他设备	14,708,597.29	10,111,192.74	4,597,404.55

合计	70,024,170.48	46,287,105.15	23,737,065.33
----	---------------	---------------	---------------

## (二) 房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，公司拥有6项房屋所有权证书，总建筑面积为2034.71m<sup>2</sup>，该部分房产均为公司通过购买取得。公司房屋所有权具体情况如下：

序号	房产证号	房屋所有权人	座落位置	结构	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	用途
1	石房权证东字第250000241号	恒信移动	桥东区建设南大街80号佳兴综合楼	钢混	1,636.72	办公用房
2	京房权证海其移字第0089914号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号11-18	钢混	85.43	办公用房
3	京房权证海其移字第0089915号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号11-19	钢混	42.71	办公用房
4	京房权证海其移字第0090032号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号11-20	钢混	42.71	办公用房
5	京房权证海其移字第0089917号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号11-21	钢混	85.43	办公用房
6	京房权证海其移字第0089921号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号11-22	钢混	141.71	办公用房
合计					2,034.71	

公司现拥有土地使用权2宗，总面积为365.57m<sup>2</sup>，均系购买上述房产同时伴随取得,与上述房产一同计入固定资产。公司土地使用权具体情况如下：

序号	土地证号	土地使用权人	位置	用途	使用权类型	面积 (m <sup>2</sup> )	终止日期
1	桥东国用(2005)第216号	恒信移动	石家庄市桥东区建设南大街80号	商业用地	出让	295.320	2043/10/29
2	京海国用(2007转)第4050号	掌中游	海淀区蓝靛厂南路25号(嘉友国际大厦)	综合	出让	70.25	2052/11/14
合计		-	-	-	-	365.57	-

## (三) 运营设备

公司主要机器设备情况如下表所示：

序号	设备名称	数量(台/套)	原值(万元)	净值(万元)	尚可使用年限	分布情况
1	语音杂志运营设备	14	2,000.00	60.00	已折旧完毕	辽宁\广东\山东等14个省移动公司机房
2	娱音在线运营设备	5	617.58	29.11	已折旧完毕	世纪互联、长沙、成都等5

						个移动结算中心机房
3	音乐搜索运营设备	13	554.35	281.64	3.33	河南\广东\上海\江苏等 13 个省移动机房
4	移动总机运营设备	3	303.57	157.18	2.75	河北、山东、云南移动机房
5	全网音乐搜索运营设备	1	93.07	40.72	4.42	全网音乐搜索业务基地（四川）
6	移动协同办公运营设备	4	41.00	28.13	3.58	浙江、广东、江苏、陕西
7	农政通运营设备	1	117.84	53.14	2.17	全网农政通移动基地（重庆）

#### （四）资产租赁情况

##### 1、租赁地面自营连锁店面

为满足经营需要，公司在石家庄、唐山、太原等城市通过租赁方式，租用多处场地作为公司移动信息产品销售和服务的地面自营连锁网点。截至 2009 年 12 月 31 日，公司下属分公司共租赁经营用房 42 处，全部为商用房屋，面积约 2.63 万平方米。具体情况如下表：

序号	出租方	承租方	标的房屋	租赁面积 (平方米)	租赁期限	是否办理租赁备案登记手续
1	马骏	河北恒信移动商务股份有限公司	恒辉大厦 A 座 806 室	102.77	2009.5.9-2011.5.8	已提供石家庄市桥东区住房保障局颁发的《房屋租赁登记备案证明》
2	石家庄开发区宇星工贸有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	友谊南大街 191 号	342	2009.10.15-2010.10.14	/
3	石家庄瑞景房地产营销策划有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市东大街 9 号凯旋金悦酒店一层南端部分	590	2008.8.15-2014.7.15	出租方已出具承诺：不会因未办理备案登记而拒绝履行房屋租赁合同
4	河北新华铁大电讯设备股份有限公司	河北恒信同力通讯有限公司	建设北大街 1 号图书大厦一层	365	2008.8.1-2011.7.31	/
5	河北东之杰运动产业发展有	河北恒信移动商务股份有限公司	中山东路 287 号	3,328	2009.3.9-2015.3.8	已提供石家庄市桥东区住房保障局颁发的《房屋租赁登记备案证明》

	限公司					
6	河北金圆大厦有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市中华北大街3号金圆大厦北群楼第一层整层	965	2009.4.1-2015.4.30	/
7	北国商城	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市中山西路135号	/	每月一签	/
8	石家庄凌云广源市场服务有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市桥西区维明南大街	343	2009.5.1-2014.4.30	出租方已出具承诺：不会因未办理备案登记而拒绝履行房屋租赁合同
9	石家庄市东方金地房地产开发有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市平安北大街18号东铁大厦公寓一层0101号门面	307.41	2008.5.20-2018.5.19	已提供石家庄市桥东区住房保障局颁发的《房屋租赁登记备案证明》
10	石家庄市机场路商场	河北恒信移动商务股份有限公司	和平西路421号	/	2007.5.9-2010.5.10	/
11	廊坊市广阳区全球通电话器材销售服务中心	河北恒信移动商务股份有限公司廊坊分公司	银河大街32号楼南侧	180	至2010.8.1	/
12	河北德仁房地产开发有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司廊坊分公司	廊坊市金光道10号	1,010	2008.10.1-2011.9.30	出租方出具承诺函：因房屋产权证正在办理，暂时无法办理备案，出租方承诺不会因此拒绝履行租赁合同
13	北京京客隆商业集团股份有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司廊坊分公司	京客隆（廊坊）公司二层	27	2010.1.1-2011.12.31	已取得廊坊市流动人口房屋租赁综合管理办公室颁发的《房屋租赁登记备案证》（廊坊租证廊字第F8X090033号）
14	太原渤海湾娱乐有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	渤海湾1-3层商业楼	/	2007.8.18-2012.6.30	已取得太原市房地产管理局颁发的《房屋租赁备案证》
15	太原市长风贸易有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司太原分公司	小店区长治路79号	6,583	2004.4.29-2012.4.28	已取得太原市房地产管理局颁发的《房屋租赁备案证》

16	秦皇岛市金原房地产开发有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司秦皇岛分公司	秦皇岛海港区河北大街146号金原国际商务大厦六楼	225.96	2008.1.1-2011.12.31	已取得秦皇岛市流动人口和出租房屋综合管理办公室颁发的《房屋租赁备案证》
17	秦皇岛顶好电子商城有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	秦皇岛市河北大街顶好电子城一层	1,100	2007.7.10-2012.7.9	已取得秦皇岛市流动人口和出租房屋综合管理办公室颁发的《房屋租赁备案证》
18	邯郸市电子器材公司	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	中华北大街25号大门北侧临街门市	/	2008.1.1-2013.2.31	/
19	河北美食林商贸集团有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	邯郸市复兴区铁西大街8号	380	2008.9.18-2010.9.17	已取得邯郸市房屋租赁管理处颁发的《房屋租赁证》(邯房租证字第090505号)
20	朝阳实业公司	河北恒信移动商务股份有限公司	光明北大街25号朝阳综合楼一、二层大厅	900	2005.3.1-2015.2.28	已取得邯郸市房屋租赁管理处颁发的《房屋租赁证》(邯房租证字第090504号)
21	中国移动通信集团河北有限公司邯郸分公司	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	陵园路115号锦绣苑小区1号楼3号营业厅	54	2009.3.16-2010.12.31	已取得邯郸市房屋租赁管理处颁发的《房屋租赁证》(邯房租证字第090506号)
22	高传东	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	陵园路怡景嘉园小区3号楼一层477号、481号门市和3号楼四单元1号办公区	430	2007.3.6-2012.4.5	已取得邯郸市房屋租赁管理处颁发的《房屋租赁证》(陵房租证字第090507号)
23	邯郸市阳光生活电器广场有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	邯郸市陵西北大街阳光生活电器广场壹楼营业厅内南侧	1,000	2007.11.21-2012.11.20	/
24	郑爱美	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	马头107国道西侧超级摩托城16-18号门市	120	2007.10.1-2010.9.30	/
25	保定市总工会	河北恒信移动商务股份有限公司保定分公司	保定市总工会二楼(保定市天鹅西路398号)	333	2008.5.25-2010.5.25	/

26	保定市电谷之家餐饮有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司保定分公司	电谷大厦一层	525	2008.8.1-2018.7.31	/
27	保定无线电器有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	无限电器城一层东半部分	800	2006.9.28-2011.2.28	/
28	舒海军	河北恒信移动商务股份有限公司唐山分公司	唐山路北区祥富里小区 802 楼 10 号一层	100	2009.7.10-2010.7.10	出租方出具承诺函：因房产证未办理完，暂时无法办理租赁备案登记，出租方不会因此拒绝履行租赁合同
29	唐山市世博大厦有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司唐山分公司	世博大厦一层西北角	700	2006.1.9-2021.5.18	租赁合同上已加盖唐山市房地产交易中心租赁合同备案章
30	河北省唐山市新华书店	河北恒信移动商务股份有限公司唐山分公司	复兴路中段	新华书店门市四间及部分库房	2009.9.1-2012.8.31	租赁合同上已加盖唐山市房地产交易中心租赁合同备案章
31	毕晓峰	河北恒信移动商务股份有限公司唐山分公司	裕丰楼 401 号商住楼裕华道 91 号	109.72	2008.3.8-2010.3.8	租赁合同上已加盖唐山市房地产交易中心租赁合同备案章
32	邢台新思维商务中心	河北恒信移动商务股份有限公司	邢台市顺德路 42 号二层	2	2009.5.31-2011.5.30	已取得邢台市房地产交易中心桥东分部颁发的《房屋租赁证》
33	邢台市中北物业管理有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司邢台分公司	中兴东大街 165 号	300	2007.3.1-2010.3.1	已取得邢台市房地产交易中心桥东分部颁发的《房屋租赁证》
34	曹天真	河北恒信移动商务股份有限公司邢台维修站	邢台市桥西区中兴西大街 54-1 号	/	2008.8.1-2010.8.1	/
35	中国移动通信集团河北有限公司临西分公司	河北恒信移动商务股份有限公司邢台分公司	玉兰路移动营业厅一层	200	2009.10.1-2011.12.21	/



36	衡水市建房地产开发有限责任公司	河北恒信移动商务分公司衡水分公司	衡水市和平路与康宁街交叉口昊坤大厦四楼	297.33	2009.8.11-2010.8.10	已取得衡水市房地产市场管理处颁发的《房屋租赁合同》
37	衡水市桃城区永恒峰星通讯器材经营部	河北恒信移动商务股份有限公司	榕花街峰星通讯	/	2009.1.20-2010.2.19	/
38	李士峰	河北恒信移动商务股份有限公司衡水通讯产品维修服务中心	饶阳县人民路移动公司斜对过	222.80	2009.11.20-2010.5.19	已取得饶阳县房地产管理局颁发的《房屋租赁合同》
39	崔惠来	河北恒信移动商务股份有限公司	桥东区花园小区2号楼2号底商	45.15	2008.7.16-2010.7.15	/
40	许建敏	河北恒信移动商务有限公司沧州分公司	解放西路颐和广场2号综合楼三层	340	2007.7.10-2010.7.9	已取得沧州市房地产市场管理处颁发的《房屋租赁合同备案证》
41	河北冀兴房地产开发有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	石家庄市跃进路1座104号商铺摊位	513.32	2009.10.28-2010.10.27	/
42	山西鸿雁邮电器材有限公司	河北恒信移动商务股份有限公司	迎泽大街248号地上一层	530	2009.10.15-2016.3.13	已取得太原市房地产管理局颁发的《房屋租赁合同备案证》

至2010年1月31日，上述租赁房产中，发行人已经完成21处房产的房屋租赁合同备案手续，其余的21处租赁房产正在积极办理备案登记中。

为了支持发行人发展，保障发行人权益，发行人控股股东孟宪民出具承诺：若由于上述直营店的房产租赁合同没有办理备案手续而给发行人造成任何损失，均由该股东承担无限连带责任。

保荐机构经核查认为：上述租赁房屋并非特殊标准的建筑物，具有较方便的替代房源，且发行人对该租赁房屋并无重大固定资产投入，不存在搬迁困难的情况。同时，上述房屋的未来租赁具有延续性，不会对未来经营的稳定性产生不利

影响。

律师经核查认为：上述42处经营用房的房屋租赁合同中尚有21处没有完成备案登记手续，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，亦不会对本次发行构成实质性法律障碍。

## 2、租赁办公用房

另外，公司还在北京、广州、厦门等地租用了研发和业务办公用房，具体情况如下表：

用途	承租方	出租方	标的物	租金	期限
办公用房	本公司	河北诺亚人力资源开发有限公司	石家庄市开发区天山大街副69号	7200元/年	2009年3月20日至2012年3月19日
	仪和信息	北京正豪办公大厦	海淀区北洼路甲三号正豪办公大厦D座四层416房间	21000元/年	2009年10月25日至2010年10月24日
	中科信利	北京恒信尚德信息技术有限公司	北京市海淀区蓝靛厂南路25号1123	18.35万元/年	2008年1月1日至2010年12月31日
	彩虹科技	北京恒信尚德信息技术有限公司	北京市海淀区蓝靛厂南路25号1102	9.96万元/年	2008年5月1日至2011年4月30日
	仪和信息	北京恒信尚德信息技术有限公司	北京市海淀区蓝靛厂南路25号1103	18.35万元/年	2008年1月1日至2010年12月31日
	仪和信息	厦门网元	厦门软件园二期望海路63号302单元C号-D号	20万元/年	2009年1月1日至2010年12月31日
	彩虹信息	厦门网元	厦门软件园二期望海路63号302单元B号	3.6万元/年	2009年1月1日至2010年12月31日
	仪和信息	广州华庭物业发展有限公司	广州市中山大道89号A栋16层南8-14号	20.41万元/年	2008年7月1日至2010年6月30日



## (五) 无形资产

截至2009年12月31日，公司拥有的主要无形资产情况如下：

类别	金额（万元）
软件使用权	174.12
软件著作权	1,136.60
商标注册费	0.06
合计	1,310.77

## 1、商标

公司目前拥有经国家工商行政管理局核准的注册商标 5 项，具体情况如下：

序号	商标图形或字样	商标证号	注册类别	有效期限	持有人
1	 HXGRO	3033816	核定服务项目（第 35 类）：推销（替他人）（商品截止）	2003.04.21 ~2013.04.20	恒信移动
2	 及时语（图形）	1109659	核定服务项目（第 38 类）：电信信息	2007.09.21 ~2017.09.20	掌中游
3	及时语	4960658	第 38 类：信息传送；计算机辅助程序和图像传送；电子信件；电子邮件；寻呼（无线电、电话或其它通讯工具）；光纤通讯；电传业务；远程会议服务；电话业务；电话通讯。	2009.05.28 ~2019.05.27	掌中游
4	江湖传奇	4478379	核定使用商品（第 9 类）：计算机；已录制的计算机程序；已录制的计算机操作程序；计算机软件（已录制）；电脑软件（录制好的）；计算机程序（可下载软件）；计算机游戏软件；录像带；录音带；光盘（音像）（截止）	2007.10.14 ~2017.10.13	掌中游
5	江湖传奇	4478378	第 38 类：信息传送；计算机辅助程序和图像传送；电子信件；电子邮件；寻呼（无线电、电话或其它通讯工具）；光纤通讯；电传业务；远程会议服务；电话业务；电话通讯。	2008.08.28~2018.08.27	掌中游

正在申请的商标有 3 项，如下：

序号	商标图形或字样	商标申请号	注册类别	商标申请日期	商标申请人
----	---------	-------	------	--------	-------

1		6302436	第 35 类：进出口代理；拍卖；替他人推销；替他人采购；自动售货机出租；寻找赞助。	2007.09.29	恒信移动
2		6437294	第 42 类：计算机编程；计算机软件设计；计算机软件更新；计算机软件升级；计算机软件出租；计算机软件维护；把有形的数据和文件转换成电子媒体；替他人创建和维护网站；托管计算机（网站）；提供互联网搜索引擎。	2007.12.14	彩虹信息
3	及时语	4960657	第 36 类：保险信息；信用卡服务；金融信息；金融服务；金融分析；证券交易行情；贸易清算（金融）；艺术品估价；经纪；信托。	2005.10.24	掌中游

## 2、专利

公司目前拥有的专利权共有 1 项，具体情况如下：

专利名称	专利号	专利类型	权利期限
一种短信发送方法、和应用该方法的手机及系统	ZL200510000093.9	发明	2005 年 1 月 7 日至 2025 年 1 月 6 日

该项专利为公司控股子公司中科信利与北京中科信利技术有限公司共有。北京中科信利技术有限公司是中国科学院声学研究所所属的语音技术企业，与本公司为技术合作关系。双方于 2004 年初签订了技术合作协议。双方约定：双方共同进行软件开发工作，分别进行系统的编程、调试、手机测试等工作。各方编写的软件源代码、技术文档及汇编而成的系统本身，其形成的专利或著作权均由合作方共同享有。该专利目前并未实际投入商用，未产生任何收益，因此对发行人以及中科信利技术有限公司的生产经营影响都不大。

中科信利与北京中科信利技术有限公司已经合作开发完成“嵌入信息式短信发送系统”并共有 ZL200510000093.9 号专利，且合作开发并共同申请了另外两项专利。上述合作事宜均于 2004 年末至 2005 年初发生，2005 年之后，中科信利与北京中科信利技术有限公司并无任何业务往来及合作关系。

公司目前已获得国家知识产权局《授予发明专利权通知书》的专利有 2 项，具体情况如下：

专利名称	专利申请号	专利申请日期	注册类型	申请人
基于滑动窗口的端点检测方法、装置和语音识别系统	2004100838072	2004-10-18	发明专利	中国科学院声学研究所、北京中科信利通信技术有限公司、北京中科信利技术有限公司
语音标记方法、系统及基于语音标记的语音识别方法和系统	2004100783366	2004-09-24	发明专利	中国科学院声学研究所、北京中科信利通信技术有限公司、北京中科信利技术有限公司

2010 年 2 月 5 号，上述 2004100783366 号和 2004100838072 号专利申请已获得国家知识产权局《授予发明专利权通知书》，办理专利登记手续并缴纳相关登记费用后，即可获得正式发明专利证书。该两项共有专利与音乐搜索业务的语音识别技术属于同一体系，但尚未实现商业应用。目前公司正在研发的技术平台中，没有进一步使用该两项共有专利，因此，该两项共有专利不会对公司未来业务技术方向产生重大影响。

对于上述 2004100783366 号和 2004100838072 号专利申请，专利权属、利益分配等相关合作安排如下：

由于中国科学院研究所将所有语音识别技术成果的产业化活动授予北京中科信利技术有限公司为唯一实体，根据中科信利与北京中科信利技术有限公司已签署的针对上述两项专利相关技术的《技术合作开发合同》规定，转让该项目成果获得的收益由合同各方平均分享；实施该项目成果产生的收益需遵循“谁实施谁获得”的原则由实施方获得，其他方不参与分享该收益。

保荐机构经核查认为：发行人子公司中科信利与北京中科信利技术有限公司合作开发协议真实、公允，双方共有专利不会对公司产生重大影响，双方业务独立，研发独立，目前已无持续技术合作关系，双方名称相似性不会对发行人产生不利影响或潜在纠纷。中科信利的股东颜永红与发行人董事、监事、高级管理人员及实际控制人不存在关联关系，公司研发机制适合其商业模式，能够满足公司业务发展的需要。

律师经核查认为：中科信利与中国科学院声学研究所、北京中科信利技术有限公司共有的 ZL200510000093.9 号专利、2004100783366 号专利、2004100838072

号专利目前没有产生收益，中科信利与北京中科信利技术有限公司关于 ZL200510000093.9 号专利、2004100783366 号专利、2004100838072 号专利未来收益分成的约定合法、有效。中科信利具备语音识别搜索引擎技术领域的独立研发能力及业务开展能力。

公司目前处于实质审查阶段的专利有 1 项，具体情况如下：

专利名称	专利申请号	专利申请日期	注册类型	申请人
一种对终端和电信智能卡进行认证的方法和设备	200910077273.5	2009-01-21	发明专利	北京握奇数据系统有限公司、河北全通通信有限公司、河北恒信移动商务股份有限公司、厦门敏讯信息技术股份有限公司

本项专利技术主要由北京握奇数据系统有限公司、厦门敏讯信息技术股份有限公司负责研发、使用和专利申请工作，公司因相关产品代理销售项目合作的原因被列为共同申请人，本项专利技术并非公司负责组织、自主研发及使用的技术成果，本项专利技术对公司主营业务不构成重大影响。

保荐机构核查认为：本项专利技术对发行人的主营业务不构成重大影响。

发行人律师认为：本项专利技术对发行人的主营业务不构成重大影响。

### 3、软件著作权

公司向国家版权局登记的计算机软件著作权共有 55 项，具体情况如下：

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	登记日期	持有人
1.	12586 娱音在线系统 V1.0[简称：12586 娱音在线]	软著登字第 B004808 号	2002SR4808	2002-12-24	掌中游
2.	中科信利语音注册服务器引擎软件 V1.0	软著登字第 029937 号	2004SR11536	2004-11-29	中科信利
3.	中科信利语音识别引擎软件[简称：TSR] V2.1	软著登字第 029938 号	2004SR11537	2004-11-29	中科信利
4.	12586 娱音在线系统 V2.0[简称：12586 娱音在线]	软著登字第 B074156 号	2007SR08161	2007-5-31	掌中游
5.	集团总机系统 V1.0	软著登字第 078059 号	2007SR12064	2007-8-10	彩虹信息
6.	语音杂志系统 V1.0 [简称：语音杂志]	软著登字第 080379 号	2007SR14384	2007-9-17	仪和信息
7.	及时语协同工作软件 V1.0	软著登字第 083708 号	2007SR17713	2007-11-8	彩虹信息
8.	恒信综合增值业务平台	软著登字	2008SR01926	2008-1-28	彩虹信息

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	登记日期	持有人
	软件[简称: U3]V1.0	第 089105 号			
9.	恒信虚拟零售系统 V1.0[简称: 虚拟零售]	软著登字第 104498 号	2008SR17319	2008-4-1	彩虹科技
10.	恒信基层政务系统 V1.0 [简称: 基层政务]	软著登字第 096509 号	2008SR09330	2008-5-16	彩虹信息
11.	恒信 IVVR 应用系统 V1.0 [简称: IVVR 应用系统]	软著登字第 096586 号	2008SR09407	2008-5-19	仪和信息
12.	恒信音乐语音搜索系统 V1.0[简称: 音乐语音搜索 (VAP) ]	软著登字第 096587 号	2008SR09408	2008-5-19	仪和信息
13.	恒信移动虚拟传真软件 V1.0[简称: 恒信移动虚拟传真]	软著登字第 098480 号	2008SR11301	2008-6-17	彩虹科技
14.	恒信彩虹移动服务中间软件 V1.0 [简称: OPENMAS]	软著登字第 098481 号	2008SR11302	2008-6-17	彩虹科技
15.	恒信校信通软件 V1.0 [简称: 恒信校信通]	软著登字第 098482 号	2008SR11303	2008-6-17	彩虹科技
16.	恒信电话营销软件 V1.0 [简称: 恒信电话营销]	软著登字第 098483 号	2008SR11304	2008-6-17	彩虹科技
17.	恒信及时语手机内嵌软件 [简称: 及时语手机软件] V1.0	软著登字第 104497 号	2008SR17318	2008-8-27	彩虹科技
18.	恒信电话会议手机内嵌软件[简称: 会议通] V1.0	软著登字第 104496 号	2008SR17317	2008-8-27	彩虹科技
19.	恒信城管通系统 V1.0 [简称: 城管通]	软著登字第 104495 号	2008SR17316	2008-8-27	彩虹科技
20.	漫游短消息问候系统 [简称: TR-SGS] V1.0	软著登字第 105702 号	2008SR18523	2008-9-8	彩虹科技
21.	移动综合信息服务平台 (软件)[简称: TR-II SP] V1.0	软著登字第 105700 号	2008SR18521	2008-9-8	彩虹科技
22.	一卡充语音缴费系统 [简称: TR-UCS] V1.0	软著登字第 105699 号	2008SR18520	2008-9-8	彩虹科技
23.	电信运营支撑平台 (TOSP) [简称: TOSP] V1.2	软著登字第 105698 号	2008SR18519	2008-9-8	彩虹科技
24.	恒信综合通信服务平台 [简称: TR-UNIFY] V1.0	软著登字第 105703 号	2008SR18524	2008-9-8	彩虹科技
25.	恒信 CENTREX 话务台及计费系统 V1.1 [简称: TR-CENTREX]	软著登字第 105701 号	2008SR18522	2008-9-8	彩虹科技
26.	恒信数字货架系统 V1.0	软著登字第 108177 号	2008SR20998	2008-9-25	彩虹科技

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	登记日期	持有人
	[简称：数字货架]				
27.	农政通系统 V1.0 [简称：农政通]	软著登字第 108601 号	2008SR21422	2008-9-28	彩虹科技
28.	掌游公社手机内嵌软件 V1.0 [简称：掌游公社]	软著登字第 108600 号	2008SR21421	2008-9-28	彩虹科技
29.	手机随身听系统 V1.0 [简称：手机随身听]	软著登字第 113476 号	2008SR26297	2008-10-21	仪和信息
30.	语音短信系统 V1.0 [简称：语音短信]	软著登字第 113473 号	2008SR26294	2008-10-21	仪和信息
31.	音乐 DNA 分析系统 V1.0 [简称：音乐 DNA]	软著登字第 113475 号	2008SR26296	2008-10-21	仪和信息
32.	增值业务经营分析系统 V1.0[简称：经营分析系统]	软著登字第 113474 号	2008SR26295	2008-10-21	仪和信息
33.	音乐猜猜猜系统 V1.0 [简称：音乐猜猜猜]	软著登字第 113477 号	2008SR26298	2008-10-21	仪和信息
34.	移动聊天室软件 V1.0 [简称：移动聊天室]	软著登字第 BJ15783 号	2008SRBJ5477	2008-12-5	掌中游
35.	增值业务销售及渠道管理平台系统 V1.0[简称：增值业务销售渠道平台]	软著登字第 BJ15778 号	2008SRBJ5472	2008-12-5	掌中游
36.	12586 娱音在线系统 V3.0 [简称：12586 娱音在线]	软著登字第 BJ15786 号	2008SRBJ5480	2008-12-5	掌中游
37.	恒信短信网关软件 V1.0 [简称：短信网关]	软著登字第 BJ15785 号	2008SRBJ5479	2008-12-5	掌中游
38.	个人通信助理系统 V1.0 [简称：通信助理]	软著登字第 BJ15774 号	2008SRBJ5468	2008-12-5	掌中游
39.	移动办公系统 V1.0 [简称：移动 OA]	软著登字第 BJ15612 号	2008SRBJ5306	2008-12-5	彩虹信息
40.	企业综合通信门户系统 V1.0[简称：U4]	软著登字第 BJ15582 号	2008SRBJ5276	2008-12-5	彩虹信息
41.	移动行业信息手机适配平台系统 V1.0 [简称：移动化适配系统]	软著登字第 BJ15605 号	2008SRBJ5299	2008-12-5	彩虹信息
42.	开放式移动服务应用中 间件软件 V1.0	软著登字第 0148410 号	2009SR021411	2009-6-8	掌中游
43.	恒信十一运移动总机一 号通平台软件 [简称： 一号通平台软件] V1.0	软著登字第 0154969 号	2009SR027970	2009-7-14	彩虹科技
44.	游戏大厅手机内嵌软件 V1.0	软著登字第 BJ25189 号	2009SRBJ8183	2009-11-16	彩虹信息
45.	VAP 计费系统 V1.0	软著登字第 BJ25234 号	2009SRBJ8228	2009-12-1	仪和信息
46.	及时语电话营销系统 V2.0	软著登字第 BJ25192 号	2009SRBJ8186	2009-10-31	彩虹科技
47.	嵌入式语音识别引擎软	软著登字第	2009SRBJ8187	2009-11-24	中科信利



序号	软件名称	证书编号	证书登记号	登记日期	持有人
	件 V1.0	BJ25193 号			
48.	统一通信调度平台软件 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25190 号	2009SRBJ8184	2009-11-16	彩虹信息
49.	虚拟超市业务推送平台系统 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25191 号	2009SRBJ8185	2009-11-2	彩虹信息
50.	移动社区信息化系统 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25187 号	2009SRBJ8181	2009-11-17	掌中游
51.	音乐搜索彩铃订购系统 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25222 号	2009SRBJ8216	2009-11-30	仪和信息
52.	音乐搜索短信群发系统 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25223 号	2009SRBJ8217	2009-11-26	仪和信息
53.	语音彩信系统 V1.0	软 著 登 字 第 BJ25213 号	2009SRBJ8207	2009-11-24	仪和信息
54.	G3 商街移动商业信息服务平台 V1.0	软 著 登 字 第 0185990 号	2009SR058991	2009-3-20	彩虹信息
55.	彩信内容安全监控平台系统 V1.0	软 著 登 字 第 0179702 号	2009SR052703	2009-6-20	彩虹科技

#### 4、外购软件

序号	项目	原值 (万元)	净值 (万元)	取得方式	剩余使用 年限	摊销方法
1	用友财务软件	27.06	24.89	购买	9.2	直线摊销法
2	金蝶 K3 软件	23.13	15.73	购买	6.8	直线摊销法
3	商务通软件	0.22	0.12	购买	2.8	直线摊销法
4	ADC 双机软件	0.65	0.39	购买	3.00	直线摊销法
5	城管通软件	5.00	3.08	购买	3.08	直线摊销法
6	客 E 通软件	1.00	0.65	购买	3.27	直线摊销法
7	VNN 管理软件	0.49	0.32	购买	3.25	直线摊销法
8	Micomddian 软件套装	0.60	-	购买	已摊销完毕	直线摊销法
9	企业邮箱系统软件	4.50	1.58	购买	1.75	直线摊销法
10	校长信箱软件	2.30	1.96	购买	4.25	直线摊销法
11	语音识别软件	24.42	3.71	购买	0.76	直线摊销法
12	粤语语音数据库软件	2.10	0.25	购买	0.59	直线摊销法
13	捷通华声 TTS 语音合成软件	4.72	0.60	购买	1.27	直线摊销法
14	语音合成软件	17.14	3.63	购买	1.06	直线摊销法
15	彩信拦截软件	51.28	49.57	购买	4.8	直线摊销法

#### 5、无形资产的摊销年限

发行人无形资产中自有专利、用友财务软件、金蝶 K3 软件和捷通华声 TTS 语音合成软件按照 10 年摊销，其他外购软件使用权、内部研发资本化形成的著作权等无形资产均按照 5 年摊销。

无形资产	摊销年限
1、软件权	5 年、10 年
其中：自有专利	10 年
用友财务软件	10 年
金蝶 K3 软件	10 年
捷通华声 TTS 语音合成软件	10 年
其他外购软件	5 年
2、著作权	5 年
3、商标注册费	5 年

## 六、业务经营许可和特许经营权

### （一）业务经营许可

#### 1、获取增值电信业务经营许可条件的主要法规

政策法规名称	许可条件内容
《中华人民共和国电信条例》	第 9 条：“经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，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》。”
《电信业务经营许可管理办法》	第 6 条：“申请经营增值电信业务的，应当符合下列条件：（1）经营者为依法设立的公司；（2）有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；（3）有为用户提供长期服务的信誉或者能力；（4）在省、自治区、直辖市范围内经营的，注册资本最低限额为 100 万元人民币；在全国或者跨省、自治区、直辖市范围经营的，注册资本最低限额为 1,000 万元人民币；（5）有必要的场地、设施及技术方案；（6）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；（7）国家规定的其他条件。”
《互联网信息服务管理办法》	第 6 条：“从事经营性互联网信息服务，除应当符合《中华人民共和国电信条例》规定的要求外，还应当具备下列条件：（一）有业务发展计划及相关技术方案；（二）有健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理制度的；（三）服务项目属于本办法第五条规定范围的，已取得有关主管部门同意的文件。”

## 2、发行人业务经营许可情况

序号	特许经营权种类	批准日期/有效期	特许经营权范围	许可人	被许可人
1	增值电信业务经营许可证	有效期自2008-11-25至2013-11-25	因特网信息服务业务，包括：（1）除新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械以外的合法因特网信息内容；（2）网络聊天室、电子论坛、留言版栏目的合法因特网电子公告服务	河北省通信管理局	河北恒信移动商务股份有限公司
2	增值电信业务经营许可证	有效期自2008-11-25至2013-11-25	短信息服务业务，业务覆盖范围为河北省全省	河北省通信管理局	河北恒信移动商务股份有限公司
3	增值电信业务经营许可证	有效期自2009-08-19至2014-08-19	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），业务覆盖范围：全国	工业和信息化部（原中华人民共和国信息产业部）	北京恒信掌中游信息技术有限公司
4	增值电信业务经营许可证	有效期自2009-03-09至2014-03-08	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅含移动网增值电信业务），业务覆盖范围：北京地区	北京市通信管理局	北京恒信仪和信息技术有限公司
5	增值电信业务经营许可证	有效期自2009-03-09至2014-05-11	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅含移动网增值电信业务），业务覆盖范围：北京地区	北京市通信管理局	北京恒信彩虹信息技术有限公司

## 3、未来继续获取许可的安排

目前，发行人、彩虹信息、掌中游、仪和信息符合《电信业务经营许可管理办法》第6条规定的申请经营增值电信业务的条件，具体情况如下：（1）为依法设立的公司；（2）有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；（3）有为用户提供长期服务的信誉或者能力；（4）发行人、彩虹信息、掌中游、仪和信息的注册资本分别为5,000万元、500万元、1,000万元、1,000万元；（5）有必要的场地、设施及技术方案；（6）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。除符合上述条件以外，发行人、彩虹信息目前

还符合以下申请从事经营性互联网信息服务业务的条件：（1）有业务发展计划及相关技术方案；（2）有健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理制度；（3）没有从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，无须经有关主管部门审核同意。

发行人及其控股子公司彩虹信息、掌中游、仪和信息将继续保持并不断提升自己的业务和技术能力，发行人及其子公司，以及发行人及其子公司的主要出资人及现任主要经营管理人员已书面确认其三年内无违反电信监督管理制度的违法记录，并将在未来继续严格遵守电信监督管理制度，确保公司符合信息经营许可的各项资质条件。在现有信息经营许可证到期前，发行人将根据《电信业务经营许可管理办法》规定向省、自治区、直辖市电信管理机构和国务院信息产业主管部门申请续领许可证。

保荐机构经核查认为：发行人及控股子公司彩虹信息、掌中游、仪和信息目前符合相关法律法规规定的申请经营增值电信业务的条件，各项业务的开展符合移动通信行业相关法律法规的规定。发行人及其子公司，以及发行人及其子公司的主要出资人及现任主要经营管理人员已书面确认其三年内无违反电信监督管理制度的违法记录，并将在未来继续严格遵守电信监督管理制度。在可以预期的未来，发行人及控股子公司彩虹信息、掌中游、仪和信息能够持续符合相关经营许可的各项资质申请条件，能够持续获得相关增值电信业务经营许可。

律师经核查认为：发行人及控股子公司彩虹信息、掌中游、仪和信息目前符合相关法律法规规定的申请经营增值电信业务的条件。发行人及其子公司，以及发行人及其子公司的主要出资人及现任主要经营管理人员已书面确认其三年内无违反电信监督管理制度的违法记录，并将在未来继续严格遵守电信监督管理制度。相关经营许可证有效期届满需要继续经营的，应当提前向原发证机关提出续办经营许可证的申请；在保持符合上述申请经营增值电信业务条件的前提下，发行人及控股子公司彩虹信息、掌中游、仪和信息持续获取相关增值电信业务经营许可无实质性法律障碍。

## （二）特许经营权

截至报告期末，发行人未拥有任何特许经营权。

## 七、公司技术和研发情况

公司主要从事移动信息产品的销售与服务，包括：个人移动信息产品的销售与服务，行业移动信息产品的销售与服务。在运营过程中，尤其是在为客户提供移动信息业务销售服务时，公司需要具备移动信息业务平台。本公司现有的各类移动信息业务平台是建立在以下三个核心系统技术平台基础之上：

### （一）本公司核心系统平台

#### 1、个人移动信息娱乐应用平台 (UNIFY V3.5)

技术特点	以 CTI 技术为核心的产品及服务支撑系统，提供的是基于语音的多种增值业务应用，支持语音、短信、WEB、WAP 等多种业务接入方式。2003 年开始，便利用 CTI、大规模语音并发电话语音处理环境和语音识别技术、语音识别引擎、哼唱识别引擎、TTS 等技术构建起这个平台的基础技术框架。平台支持 3G 的业务接入，提供多媒体通信的可编程平台，便于第三方开发和新业务快速开发。
质量及技术水平	处于国内领先水平，实际应用有：面向个人用户的中国移动 14 省的语音杂志平台、13 省的音乐语音搜索平台、唯一的中央音乐平台以及全网 12586 娱音在线业务；面向行业用户的移动总机和多省联通秘书、个人商务助理业务、电话呼叫中心等

#### 2、移动信息终端应用开发平台 (OPENMAS V2.0)

技术特点	适用多平台的手机客户端应用开发平台，采用 MML 定义的交互脚本，可以快速部署和实施与手机终端应用相关的各种服务。开发语言简单，适配性强。能够迅速将互联网应用聚合到手机客户端，采用多种压缩加密算法，确保数据安全和运算高速。多种效果控件库，提供良好的 UI 体验
质量及技术水平	处于国内领先水平，在无线互联网应用、个人娱乐终端、行业无线应用等方面得到了成功的应用，主要包括：中国移动 MAS2.0 项目，中国移动手机游戏大厅、百用互联网聚合应用、点购移动商城、梦网超市、掌上精彩、电话会、一号通、及时语等

#### 3、统一通信移动应用平台 (HXBOS V 2.0)

技术特点	通用的移动行业信息化平台。HxBOS 适合开发各类基于 WEB 的专业应用软件与行业应用软件，它内置丰富的移动通信能力组件，包含 IVR、传真、电话会议、短信、彩信、WAP PUSH、USSD、LBS 等通信能力组件，通过它提供的集成开发环境，用描述业务规则的方法，就能快速开发出各种适合用户需求的业务系统，不需要编写代码，并立即投入使用。HxBOS 还可以将已有的应用系统快速的适配到移动信息终端上，配合“移动信息终端应用开发平台(OPENMAS V2.0)”可快速的搭建出基于移动信息终端的应用
质量及技术水平	处于国内领先水平，开发了多种类型的移动信息化产品，包括：及时语业务系统，中国移动农政通系统，校讯通系统等

以上三类核心系统平台均为公司自主研发，原始创新，并拥有相应的自主知识产权。

## （二）核心技术产品收入占营业收入的比例

本公司的核心技术主要用于对核心系统平台和移动信息业务销售平台的研发和升级，该技术服务于公司的移动信息业务销售与服务，相关技术或相关平台并不对外销售，故本公司的核心技术不产生直接的营业收入。

移动信息业务销售平台为公司的移动信息业务销售与服务提供技术支撑，包括音乐搜索、语音杂志、农政通、移动总机、及时语协同办公等个人和行业信息化业务的销售和服务都需要公司对应的技术平台予以对接。上述移动信息业务的销售和服务收入在公司总营业收入中的比重逐年上升，并且毛利率较高，是公司主要的利润来源，呈现出良好的发展态势。近三年，公司移动信息业务销售收入、毛利及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
主营业务合计	102,203.91	22,418.36	96,770.04	17,879.28	98,198.30	11,923.44
个人移动信息产品销售服务	80,807.46	12,580.59	83,015.34	11,076.28	91,973.39	10,708.72
所占比重	79.06%	56.12%	85.79%	61.95%	93.66%	89.81%
个人移动信息业务销售服务	5,349.83	4,196.94	4,989.78	3,738.67	-	-
行业移动信息产品销售服务	12,992.74	3,074.91	6,807.80	1,314.45	5,965.42	995.37
行业移动信息化业务销售服务	3,053.88	2,565.91	1,957.12	1,749.88	259.48	219.35
小计	21,396.45	9,837.77	13,754.71	6,803.00	6,224.90	1,214.72
所占比重	20.94%	43.88%	14.21%	38.05%	6.34%	10.19%

随着公司核心技术成功应用于公司各项业务，个人移动信息产品销售服务的收入占比从 2007 年的 89.81% 下降 2009 年的 79.06%，毛利贡献占比从 89.81% 下降到 56.12%，其他几项子业务的收入占比和毛利占比都逐年提高，充分显示出核心技术对公司营业收入和盈利能力的提升。

除了可以直接带来销售服务收入的业务平台之外，公司还开发了许多手机客

户端软件，用于嵌入公司和移动运营商的移动信息业务，提升了个人移动信息终端综合毛利率；此外，公司还开发了能够提升综合销售能力的辅助工具产品，例如：数字货架，这是一个个人移动信息业务综合体验营销平台，它能帮助地面连锁网点实现用户亲身体验，同时还会增加公司对于个人移动信息业务的预装收入和后期个人移动信息业务收入。

### （三）正在从事的研发项目

目前，公司正在从事的研发项目主要是针对原有三个核心系统平台的升级改扩建；另一方面，为了顺应 3G 产业升级带来的通信和信息技术、服务的全面融合大趋势，公司正在积极研发移动商业信息服务平台和 TD 家庭信息终端。目前，本公司正在研发的产品及关键技术具体情况如下表：

序号	项目名称	技术特点	目前进展	目标	商用情况	与募投项目相关性
1	移动信息终端应用开发平台 (OPENMAS V2.5)	该平台包括业务运营管理平台，业务聚合平台，终端适配平台三大模块。业务运营平台功能定位计费、业务管理、用户管理。业务聚合平台功能定位于 web、wap 等异构业务的翻译转换，使终端具备浏览互联网海量信息的能力。终端适配平台定位于多操作系统、多分辨率的适配，使应用最终完美展示在各类终端上。2.5 版本软件重点扩充对 OMS, ANDROID 等操作系统的支持。	OPENMAS V2.5。正在开发阶段	系统计划在 2010 年 5 月发布	2.0 版本已经投入商用，并入围中国移动 MAS2.0 招标选型。	该平台技术将应用于募投项目中《移动商城》的商业系统对接和手机客户端软件适配等方面，是系统的核心基础技术之一。在 2010 年，将对该平台技术进行持续投入升级开发。
2	统一通信应用平台 (UNIFY V4.0)	该平台是基于 3G 业务的增值业务支撑平台。它采用拨打电话的方式接入，在原有语音基础上平滑扩展视频内容，为用户提供 3G 语音+视频业务体验。系统能同时提供固网 PSTN/GSM 网/CDMA 网/2G/2.5G/3G 等多网络接入能力，以及数据/语音/视频等多媒体融合处理能力。系统对第三方开放，除了提供 API 接口，支持 C/Perl 语言等开发接口之外，更进一步提供图形化开发环境，支持对业务流程自定义设计。4.0 版本主要扩展对于分布式视频呼叫中心的支持，并提供企业级的中小型产品。	UNIFY V4.0 目前正处在立项和可研阶段	计划在 2010 年 8 月正式发布	3.5 版本已经投入商用，并在山东移动全运会指挥调度平台上首次投入商用。	该平台技术将应用于募投项目《现有移动信息平台的改扩建》，主要用于现有运营平台的 3G 应用升级改造，是语音杂志平台，音乐搜索平台的基础技术平台，将传统 IVR 应用改造为 IVVR 应用。2010 年主要进行适应性升级和工程改造。

3	移动信息综合应用平台 (HXBOS V 2.0)	移动信息综合应用平台是行业信息化、企业信息化应用系统的基础架构平台。基于HxBOS平台，所有的业务模块，都可以根据企业的不同组织模式、业务特点、流程需求进行快速调整，这样企业就可以得到完全个性化的，体现企业特色的应用系统，而不是一个僵化的应用，需要“削足适履”的应用。同时系统可以随企业业务的发展变化，动态调整，实现系统与业务同步发展。	HXBOS V2.0 尚处于开发阶段，计划在2010年3月底正式发布	计划在2010年3月底发布2.0版本	HXBOS V1.0 已经投入商用，目前新版本软件正处于测试阶段，计划于2010年3月投入商用	该平台技术主要用于募投项目《现有移动信息平台的改扩建》，主要用于农政通等移动行业信息运营平台的技术升级，适应不同行业和区域的个性化产品的需要。2010年将对该平台进行持续升级改造。
4	移动商业信息服务系统 V2.0	移动商业信息服务系统是利用现有移动互联网技术打造的商业服务企业及个人消费者之间的一个新型的信息互动平台，让消费者可以随时随地地利用对其有价值的商业服务资讯，让商家可以建立起与其客户有效低成本的互动营销资讯管道。	G3 商街 V1.0 已经开发完毕，V2.0 正在紧张开发中	2010年3月投入试商用	在2010年3月前，将在河北移动投入试商用	该业务系统是募投项目《移动商城》的业务系统，也是项目的核心模块，是连接移动网络与商家信息网络，与个人消费者之间的核心系统。在2010年，将对该系统进行持续投入研发。
5	TD 行业信息终端平台	TD 行业信息终端平台集成了3G 多媒体通信和多种多媒体处理能力，融合了固定通信信息及互联网和无线移动通信及信息服务终端的特征，将公司的移动电子商务销售平台直接部署到商业企业内部，也直接移植到家庭桌面市场，可以为家庭用户提供商业资讯、生活资讯等信息。	目前尚处在开发阶段，计划在2010年6月底完成测试	计划在2010年6月商用	在2010年6月份，将正式商用，并形成批量销售。	TD 行业信息终端的技术是募投项目《移动商城》的辅助技术，可以用于特定商户和家庭进行移动电子商务信息交互的硬件载体，同时可以成为现有行业移动信息产品线恒信自有的特色产品。

#### (四) 研发投入占营业收入的比重

公司研发投入主要为项目的开发、调研、技术人员开支等费用。公司近年来的研发投入情况如下表所示：

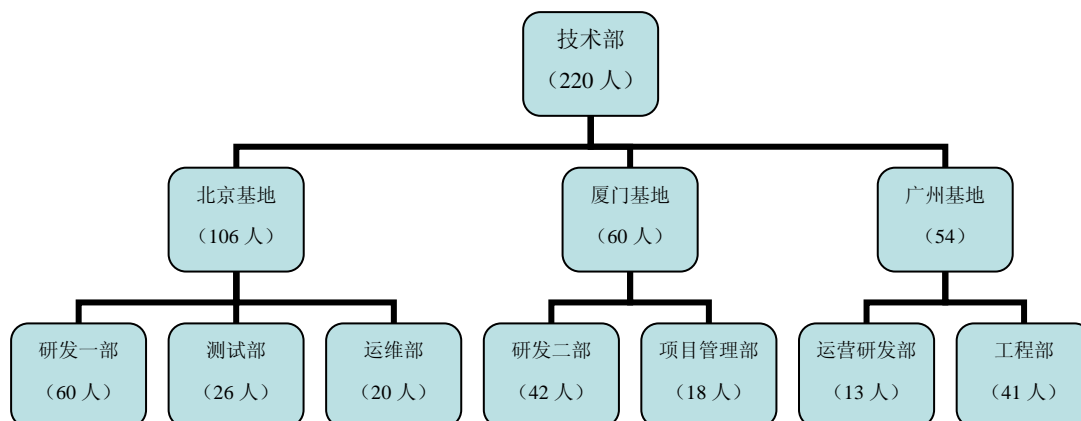
项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
研发经费金额 (万元)	2,526.47	2,167.44	1,067.80
占营业收入比重	2.47%	2.23%	1.09%

#### (五) 技术创新机制



## 1、研究开发机构及人员设置

公司在北京、厦门、广州三地设有研发基地，各类技术人员共 220 余人，本科以上学历 205 人，其中硕士 12 人，博士 3 人。具体组织结构图如下



## 2、保持技术不断创新的机制

### (1) 人才保障

公司一贯重视对技术人才的培养与引进，并根据技术人员能力形成高级、中级、初级的人才梯队，保证公司技术创新能力的持续性。同时，公司与北京邮电大学、厦门大学、中国科学院等教学科研机构形成长期合作关系，保证了初、中级技术人员具备稳定和高质量的来源。

### (2) 技术体系保障

公司在移动信息服务领域具有多年的运营经验，在技术部门内部沉淀了相应的技术框架及技术产品。公司与国内各运营商、研究院等紧密合作，积极跟踪电信企业技术发展方向并积极参与行业标准的制定。同时，公司紧密跟踪国际、国内移动信息服务行业的最新特点、发展趋势和科研成果，不断完善内部技术框架及技术产品，为创新型项目的技术实现提供保障。

### (3) 制度保障

公司通过建立与完善技术创新体系，将技术创新与市场需求相结合，通过技术创新来创造新产品，通过新产品来创造新市场。同时，公司围绕满足和创造市场需求进行技术创新，将技术创新与市场开拓相结合，力保新产品取得商业化成功，获得经济效益。

### (4) 激励政策

在公司内部，针对不同类型、不同层次的创新活动建立的相应的奖励制度。

公司通过新项目获得的利润，将根据实际情况，分配一定的比例作为项目组的奖励，保证了创新型项目组成员的个人利益与项目利益的一致性，有效的调动公司员工参与创新型项目的积极性。

### (5) 企业文化

塑造有利于创新的企业文化导向，营造鼓励创新的企业氛围，强调创新是企业发展的原动力，使全体员工具备勇于创新的工作精神，并促进企业内部各部门，尤其是市场部门和技术部门之间的沟通和互相信任，增强公司的凝聚力，有效的保证了新项目在公司内部的顺畅运转。

### 3、技术创新的安排

目前公司技术创新发展方向主要包括面向移动电子商务的，行业移动信息化中央计算软件和终端应用技术两个方面：

(1) 面向移动电子商务的行业移动信息化中央计算软件，主要立足于电子商务方向的移动信息化应用，利用现有的移动ADC等移动信息业务平台的优势和中央计算的数据挖掘技术，不断拓展企业中涉及客户关系管理、物流、供应链管理等移动信息化应用套件。在帮助企业实现移动信息化的同时，特别是商业企业的移动信息化，可以帮助公司建立一个全国范围内的用户数字产品消费行为数据库，利用这些基础数据，公司着力解决移动商业关系建立，移动支付，用户属性深度分析等技术问题，逐步实现采用移动电子商务模式销售符合客户个性化需求的多种产品。

(2) 终端应用技术方面，重点进行移动终端的软件开发和行业应用的硬件开发，将TDSCDMA技术与行业应用相结合，形成与中央计算平台相配合的终端软硬件产品，这种与中央服务相配合的终端，具备软件和服务的升级能力，将TD的移动高速数据能力应用到特定的行业中，具有良好的发展情景。移动互联网应用软件将在未来几年层出不穷，公司已经在手机软件开发上具备了自己的平台，下一步将不断丰富和深化这些技术能力。

### 4、技术储备

公司主要技术储备如下：

序号	技术名称	技术内容概要
1	CTI 呼叫中心技术	以 CTI 技术为核心的呼叫中心系统，可以使不同媒体接入呼叫中心的所有呼叫都通过同一个 CTI 核心组件进行统一处理。有移动总机人工坐席、电话营销人工坐席的成熟应用。

序号	技术名称	技术内容概要
2	手机客户端开发技术	在 J2ME、Symbian、WinCE 开发平台上均具有较强的技术积累和实际项目开发经验，能够完成手机客户端对主流厂家、主流机型的快速适配。
3	综合通信中间件技术	在语音、传真、短信、彩信、WAP、USSD 等通信元素方面具备长期的应用开发经验，并将这些通信能力以简单易用的开发接口的形式对应用开发人员开放，使应用软件开发能够在应用软件中快速嵌入通信能力。
4	七号信令 SS7 技术	基于 TUP 和 ISUP 信令及 3G 的 BICC 协议的增值系统应用
5	交互式语音应答 IVR 和电话会议技术	支持按键检测和播音，录音和多人电话会议等功能，最大支持 240 人同时开会
6	语音识别技术应用	语音识别技术所涉及的领域包括：信号处理、模式识别、概率论和信息论、发声机理和听觉机理、人工智能等等。语音识别服务可以为移动综合通信平台提供强大的业务支撑和延展能力，使得接入层面的业务应用复杂性大大减少，所有的操作都可以通过的自然语音交互完成，服务更具人性化，系统的识别率应保持有较高的识别准确率（标准普通话，90% 以上的识别准确率）与快速响应的特点。
7	多媒体视频技术	针对即将商用的 3G 网络，恒信已经在技术和产品上进行了全面储备，重点加强流媒体视频技术的前瞻性研究，已开发出 IVVR (Interactive Voice & Video Response) 平台。基于软交换的、提供开放式、多媒体、可扩展的综合信令/交换/资源平台，在同一平台融合多种电信网络技术规范，包括 2G/3G 的信令、交换、多媒体处理功能。平台采用传统的用户拨打电话的 IVR 方式接入，在原有语音 (voice) 基础上平滑扩展视频 (Video) 内容，为用户提供更方便、更丰富 3G 语音+视频业务体验，支持 3gpp 的直接录制和播放，支持视频会议。
8	ICE 分布式计算技术	ICE(internet communications engine)是适用于异种环境的面向对象中间件平台，ICE 的高性能使其可以实现电信级的解决方案。中间件在操作系统、网络和数据库之上，应用软件的下层，总的作用是处于自己上层的应用软件提供运行与开发的环境，以利于灵活、高效地开发和集成复杂的应用软件。
9	VOIP(SIP/H323)技术	技术平台目前支持 SIP 和 H323 协议的 VOIP 的成熟应用

## 5、公司持续技术创新机制的有效性

公司核心技术主要应用于移动信息产品销售服务平台和移动信息产品销售工具的开发领域。近年来，公司不断对三大技术平台进行技术升级，以保持其技术领先性。结合现有技术储备、在研项目，公司的技术创新机制能够有效的支撑公司的业务发展，为公司持续创新奠定坚实的基础。

### (1) 保持现有技术平台领域的领先优势

公司移动信息业务销售平台中，主要应用了公司自主研发的 IVR 平台技术，语音识别核心技术，CTI 呼叫中心技术以及综合通信中间件技术等。深入了解市

场需求，跟踪国际先进技术，公司在厦门和广州研发中心有超过 100 名专业工程师从事以上技术的持续开发与创新：一方面通过分析和研究现有平台的客户行为数据，不断优化现有平台的服务与人机交互体验，以更好地满足客户需求；另一方面，通过跟踪国际上最新的相关技术与产品，进行引进和二次开发，由此不断进行技术的迭代升级，保持技术水平的持续领先。

## （2）积极开发、储备适合行业发展趋势和公司业务特点的核心技术

3G 时代，整个行业包括核心网络、业务网络、支撑网络都需要技术升级来适应 3G 要求。为此，公司不断升级现有的信息业务销售平台，以拓展信息业务销售平台在 3G 时代的创新和应用能力，在研项目中的 UNIFY3.5 平台就是以 3G 应用为核心，引入 3G 视频多媒体应用的多项技术。同时，公司进一步加大了手机客户端软件的开发力度，储备了 3G 终端应用的重要技术，以进一步促进公司相关子业务的互动发展，由于手机客户端技术门槛较高，技术变化快，国内尚处于发展初期，还没有大规模、领导型的企业出现，公司面临很好的发展机遇。

## 八、公司未来成长性分析

目前，移动信息通信行业发展迅速，移动信息产品销售与服务领域的市场需求不断延伸、扩大，产业链上新的商业机会不断涌现，公司面临很好的发展机遇。基于对移动信息产品变化特点、发展趋势和技术演进特点的深刻理解，公司逐步构建了符合行业发展趋势和市场需求的商业模式、业务结构和产品技术等，为公司的持续、健康成长奠定了坚实的基础。

### （一）3G时代的来临，为公司持续成长提供了良好的外部发展机遇

根据国外市场经验，3G 市场的培育期大约在 16 个月左右。一般来讲，运营商都是在前期进行网络（基站）建设，后期拓展 3G 终端和业务。2009 年是中国移动信息通信 3G 建设的元年，经过前期网络建设，目前，三大运营商的 3G 业务已经开始在一、二线城市逐步普及，国内 3G 市场在未来 1-5 年内将处于高速发展的新阶段。作为移动信息产品综合服务商，公司面临着良好的外部发展机遇。

#### 1、个人移动信息产品销售与服务领域

3G 网络带来的用户体验要远优于 2G 手机的用户体验，特别是在移动互联网和多媒体通信体验上，需要更换手机才可以感受，这将促使用户更换手机，该行为可以是为了追求更好体验而主动换机，也可以是为了适应某种 3G 应用而被动换机。在 3G 业务逐步普及的时代，这种换机数量将超过以前市场的年平均换机数量。由于 3G 手机（智能手机）功能更加强大，3G 业务种类和功能更加丰富，因此，具备一体化销售能力的销售商将面临更好的发展机会。同时，由于 3G 手机终端以运营商定制为主，因此，与运营商深度合作的销售商将获得更快的发展机会；3G 时代，目前以简单的文字、图片、语音为核心的增值应用，将逐步升级为以视频多媒体和移动互联网应用为核心的增值应用，视频社区、手机音乐、手机网络游戏等可以真正发展起来。因此，能够销售上述个人移动信息业务的销售商也将面临很好的发展机会。

## 2、行业移动信息产品销售与服务

由于行业信息化终端设备的功能及客户的特定性，行业信息化终端设备一般是和行业信息化解决方案绑定销售的。3G 时代，随着网络速度和移动信息终端智能水平的提升，各行业的移动信息化水平将进一步提升，完全可以通过手机实现移动 OA,移动 ERP,移动 CRM 等功能，现有的商业信息系统也可以走入移动电子商务、移动支付时代。因此，能够销售上述行业移动信息化产品销售商将面临很好的发展机会。

## （二）符合行业发展趋势的商业模式、业务和技术，为公司持续成长提供了坚实的内部基础

### 1、商业模式对公司成长性的驱动

#### （1）传统的移动信息产品销售和服务商业模式将走向没落

与国际市场不同，目前国内在移动信息业务销售层的各个环节，运营商，零售连锁商、信息服务提供商、集成服务提供商都分别可以形成对客户销售，提供相对较为单一的产品或服务。当客户需要综合的移动信息产品和服务时，就必须面对不同类别的产品销售商，增加了客户选择产品或服务的成本。这在移动信息产品和服务极其丰富的今天，该种传统的商业模式已不能满足用户日趋复杂的个性化需求，已不具备市场竞争优势。随着行业的发展，这种传统的移动信息产

品销售和服务商业模式将逐渐没落，原因如下：

①是移动信息产品自身功能的需要。早期运营商业务由邮电部主管，终端设备制造由电子工业部主管，结合当时的移动信息产业的发展阶段，造成国内移动信息产品终端与运营商业务和服务相分离的状态。随着邮电部和电子工业部合并为信息产业部，进一步推动了移动信息通信行业的发展，并使移动信息通信行业产业链各环节也发生着深刻的变化。

移动信息终端设备与其他家电类电子产品最大的不同在于使用中需要长期向运营商付费并接受运营商服务，否则无法使用。所以传统的终端硬件销售与业务分离的做法，是不符合移动信息产品本身特点的销售模式，而将移动信息硬件与软件、业务相结合的销售模式更符合其自身特点，把运营，服务，产品和内容有机集成为良好用户体验，才能获得最核心的市场竞争力。

②是移动信息通信行业发展的需要。在 2G 时代，移动信息终端主要是手机，业务内涵有限，其主要的功能就是打电话和发短信，这从客观上造成了终端销售与软件、业务销售的分离的可行，所以目前移动信息产品的销售服务模式才可以一直存在。进入到 2.5G 时代后，信息内容（数据应用）的 ARPU 值的比例逐年增加，特别是 3G 时代到来后，任何一部 3G 手机都可以接入移动互联网，手机就从简单的通话工具变为了真正的移动信息终端。这种行业发展背景下，传统的销售模式也必将被新的符合行业和市场发展要求的新商业模式所取代。

③是运营商竞争的需要。进入 3G 时代后，运营商的竞争将更加激烈。3G 业务是一种用户体验的竞争，只有将业务与终端深度捆绑，为客户提供最好的 3G 应用体验，才可以更好地留住客户，降低客户流失率，这也是今天我们看到运营商推出的各种“定制手机”的原因。“定制手机”的特点都是内置了大量的运营商自有业务，这种硬件与业务捆绑的手机的功能已经大大超出了“打电话和发短信”的范畴。目前，运营商定制手机的市场份额比例逐年上升，这种趋势在未来将更加明显，在这种趋势下，运营商需要更加专业的、更加综合的销售渠道来完成其信息数据业务的销售。

当手机终端变得五花八门时，渠道商也将面对挑战。这已经不是一个只考虑如何把柜台里的手机卖出去的年代，对于消费者和电信运营商来说，都需要更专业的终端销售团队。他们懂得因人而异和量身推荐，并能有针对性地介绍各种增

值业务，以及实现各种应用的优化组合。正如 Myspace CEO 德沃尔所说：“每当新款手机面世，你就不得不考虑推出何种程序。”渠道商扮演的角色更像是传道士、科普工作者或咨询顾问。

(2) 公司商业模式符合行业和市场发展需求，为公司长足发展奠定了基础。公司自 2001 年成立之初就一直从事移动信息产品的销售和服务，对移动通信行业的发展具有深刻的理解，对市场变化具有敏锐的洞察力。根据行业发展趋势和市场需求，公司不断完善和提高自身产品内容和商业运营模式。目前，公司已经发展成为国内唯一一家同时拥有地面零售连锁商务经验和移动信息业务销售平台运营经验的企业，在移动信息产品销售和服务领域，形成了独具特色的“一体化、顾问式、多接触点”的复合型销售新商业模式。

通过一体化销售，公司可以为个人客户提供从移动信息产品终端、配件，到提供功能软件、运营商信息增值业务；可以为行业客户提供移动信息终端设备、功能软件的一体化集成，为行业客户制定和实施专门的信息化解决方案。这种销售方式可以极大的满足客户对移动信息化产品的个性化需求，降低客户对移动信息化产品的购买成本，对客户形成独特的吸引力；在销售终端硬件时，将终端硬件与软件和业务相结合，可以把每个终端硬件的一次性销售延伸为与信息业务捆绑的长期销售和服务，从而使公司信息业务得以拓展。在销售特定信息业务时(如“农政通”业务)，可以同时为客户推荐或捆绑相应的终端硬件产品，从而使公司终端硬件业务得以拓展。具体如，2009 年 12 月，中国移动通信集团下发了《关于农信通全网产品农政通全国开通的通知》(客通[2009]175 号)：“自 2009 年 12 月 16 日起全国正式开通农政通业务。各公司制定具体营销方案，将农政通推广与基层政府客户保有相结合，以推进政务信息化为切入点，为县、乡级政府单位提供专线接入、VPMN、TD 上网卡、成员存费优惠赠机等综合解决方案；并充分利用农政通的数据采集、政民互动等功能，实现对所辖区域内普通民众的捆绑……。”作为移动信息综合服务商和中国移动农政通业务全国唯一合作伙伴，公司在农政通信息化业务的推广中，可以同时为客户推荐或捆绑符合客户需求的终端硬件产品，从而使公司终端硬件业务得以拓展。这种一体化销售与服务方式，使公司各个子产品在销售过程中互相推动，相对于只简单销售一种产品，可以极大的降低单位营业成本。另外，一体化销售能力也是运营商选择合作伙伴时所考

虑的最为重要的因素之一，得益于一体化销售能力强，本公司获得了更多的代理运营业务，近三年，公司代理运营业务（主要是“定制手机”）发展迅速，前景广阔。

通过顾问式服务，公司可以发现和挖掘同一客户更深层次的潜在需求，通过帮助和引导客户选择个性化的移动信息产品和解决方案，甚至使客户潜在需求转变为新的现实需要，以致形成新的销售关系；通过顾问式服务，公司可以降低企业对零售营业面积的依赖，实现从“坐商”到“走商”的转变，降低企业的经营成本；通过顾问式服务，公司可以更加贴近市场，了解市场和客户需求特点和趋势，为公司业务定位提供依据。公司建立了先进的客户资料管理系统，每一名顾问代表管理和维护着一定数量的目标客户，与重点客户保持长期的互动联系。通过公司的信息平台、呼叫中心，顾问代表可以将公司引进的新产品、新服务以面对面或电话、短信、电子邮件等方式迅速告知客户，这种顾问式的服务，极大的提升了客户的满意度，同时也促进了公司相关业务的发展。

通过多接触点的业务构架，使得公司可以通过零售渠道和空中的业务平台渠道，以及销售顾问的人到人服务渠道，来了解客户、与客户互动，对客户价值深度挖掘，以期实现公司业务的交叉营销。这种立体的销售与服务网络极大的促进了公司业务的发展。具体来讲，通过地面零售连锁网点，公司可以及时把握用户需求特点与变化和当地运营商的业务需求、政策等，从而，可以及时调整公司的产品结构和研发方向；另一方面，在新产品面市时，上述推广网络和合作基础无疑会使公司新产品推广工作达到事半功倍的效果；通过移动信息业务销售平台和顾问式服务，公司将相应业务触角延展到全国，积累了大量的客户信息，并形成客户资料库，通过对客户档案分析，公司可以实现业务的交叉营销。例如：通过对语音杂志平台的客户行为分析，分类出喜欢音乐类节目的客户，这样，利用无线平台，向他们推荐公司的音乐搜索业务，提升了营销的准确性；又如：通过分析喜欢音乐搜索的客户行为，向他们推荐以音乐为卖点的新型手机，实现业务和硬件的交叉营销。2009年10-12月期间，公司的销售顾问曾以电话直销的方式向公司特定客户推荐了一种“移动商话”的产品，其有效电话回复率达到36%，远超出行业平均水平（1%），这其中重要原因就是销售顾问对公司所有客户信息和行为进行了分析，锁定了具有潜在需求的特定客户，从而增加了营销的准确性，



降低了销售成本。

可以看出，公司的商业模式非常适合目前移动信息产业快速升级的发展要求，其竞争优势已初现端倪。今后，随着 3G 时代的来临和智能手机的逐步普及，个人客户和行业客户对移动信息化产品的需求将呈现快速增长的发展趋势，公司前瞻性的商业模式必将驱动公司业务更加健康、快速的发展。

## 2、公司的业务特点符合行业发展趋势和客户需求，发展前景良好

公司专业从事移动信息产品销售与服务，主营业务定位于移动信息产品的销售与服务环节，营业收入主要来自与移动信息产品相关的销售与服务。根据销售与服务的对象，可以将客户划分为个人客户和行业客户两类，根据销售与服务的产品，可以将产品内容分为信息终端与信息业务两类，由此组合出公司相应的四个子业务：个人移动信息终端产品集成销售与服务、个人移动信息业务销售与服务、行业移动信息产品集成销售与服务、行业移动信息化业务销售服务。

从毛利变化来看，报告期内，公司四个子业务的毛利贡献都在逐年提高，盈利能力都在逐年增强；从收入变化来看，报告期内，个人移动信息业务销售与服务、行业移动信息产品集成销售与服务、行业移动信息化业务销售服务三类子业务的销售收入均呈持续增长态势，发展潜力较大。公司个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务销售收入由于受到单机价格下降的影响呈逐年下降趋势，但其市场占有率和毛利率均逐年提高，其中，代理运营商（主要是参与运营商“定制手机”捆绑销售）业务销售收入呈持续增长态势，尤其是随着 3G 时代的来临，客户换机需求快速增长，该子业务发展前景非常广阔，可以驱动公司整体业务进一步持续、健康发展。公司该等收入结构的特点和变化与移动信息产品销售与服务领域的变化趋势相吻合，公司很好地把握了移动信息通信行业发展变化过程中出现的商业机会。

在个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务方面，公司盈利来自于销售价差，代理的运营商其他业务盈利来自代理费收入。该子业务的盈利能力取决于公司在零售市场和运营商市场的成本控制能力与销售能力。复合型销售的新商业模式使得公司个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务的毛利率逐年提升，竞争优势明显。此外，需要说明的是，公司代理运营商业务（主要是参与运营商“定制手机”捆绑销售）发展迅速，该业务经营风险很低，并可以带动公司个人

移动信息业务销售和推广，综合收益较高，是未来移动信息终端销售市场的发展趋势，盈利能力比较有保障；在个人移动信息业务子业务方面，公司通过与运营商合作的移动信息业务平台销售移动信息业务，每月获取运营商业务销售分成，分成比例比较稳定。该等子业务的盈利来自搭建移动通信增值业务销售通道（平台）获取的技术服务性收入，其与 SP 业务存在迥然差异，不容易受到业务内容不规范与运营商政策调整的影响，其盈利能力取决于公司移动信息业务的销售能力和技术服务能力，具有较高的技术壁垒和运营商准入壁垒，公司在该类子业务领域的经营风险低，盈利能力具有可持续性；在行业移动信息产品集成销售与服务子业务方面，公司盈利来自设备差价收益、技术升级收入和二次开发软件收入。目前，行业移动信息化市场空间呈快速发展的态势，公司在该等领域具有较强的竞争优势，盈利能力比较有保障；在行业移动信息化业务销售与服务子业务方面，公司盈利来自于从运营商收取的信息费中获得分成收入。该等子业务的盈利来自平台销售运营，盈利能力具有可持续性。

公司个人移动信息终端产品集成销售与服务形成的销售收入最大，这主要是由于目前国内在销售移动信息产品时，移动信息终端硬件与移动信息业务相分离，移动信息终端硬件主要是通过社会零售市场销售，移动信息业务主要是通过运营商销售造成的。随着移动信息通信行业的发展，移动信息终端硬件与移动信息业务一体化销售的重要性越来越被运营商所重视，定制手机已成为运营商发展 3G 移动信息业务的重要策略，运营商也越来越多地依靠与合作伙伴合作的方式来销售、拓展其移动信息产品和业务，这非常符合目前移动信息行业快速发展的要求，也是运营商之间竞争的重要手段。今后，随着 3G 时代的来临和智能手机的逐步普及，个人客户和行业客户对移动信息化产品的需求将呈现快速增长的发展趋势，公司各子业务也将获得广阔的发展机会，进而驱动公司业绩更加健康、快速的发展。

### 3、公司的技术和管理的积累可以进一步支撑公司快速、健康发展

(1) 公司技术优势明显，定位准确，为各子业务的发展奠定了技术保障

公司子公司仪和信息、彩虹信息和掌中游公司为北京市高新技术企业，彩虹科技和中科信利为北京市软件企业。公司是移动信息产品销售与服务领域中少数具有自主研发能力的企业之一，拥有 220 多名技术研发人员，专业范围覆盖了公

司信息业务全部领域。公司研发力量雄厚，技术人员中本科以上学历 205 人，其中硕士 12 人，博士 3 人。目前，公司已取得软件著作权五十五项。公司十分重视技术创新和技术升级，制定了高效实用的技术创新机制和技术创新安排，报告期内，公司研发投入总额分别为 1,067.80 万元、2,167.44 万元、2,526.47 万元，逐年增长，这在移动信息产品销售与服务领域中的企业中是十分少见的。

公司的技术体系主要服务于移动信息业务平台的构建，移动信息产品销售服务工具的改进两个方面。公司的所有运营平台与销售工具都是基于三个核心的技术平台，UNIFY、OPENMAS、HXBOS 平台（详细情况见“第六节 业务和技术”之“七、公司技术和研发情况”之“（一）本公司核心系统平台”）。目前，公司的研发投入主要集中在这三个核心系统平台的升级改扩建及与其相关的衍生技术或产品上。同时，为了顺应 3G 产业升级带来的通信技术和信息技术、服务全面融合的大趋势，公司正在研发移动商业信息服务平台和 TD 家庭信息终端。在移动信息通信行业快速发展的背景下，公司已经前瞻性的储备了一批和移动信息产品销售和服务相关的技术和产品，以期能够保持持续的技术领先优势。

作为移动信息产品综合服务商，公司已经形成了自己独特的技术应用优势。这种技术优势帮助公司建立了更多的业务连接关系，并为公司的“一体化、顾问式、多接触点”复合型销售新商业模式的构建提供了良好的技术支撑，进而驱动公司各子业务的持续、健康发展。

## （2）公司的管理优势可以提高公司经营效率，推动公司商业模式创新

公司采用事业部和职能部门相结合的组织管理架构。根据行业特点和发展趋势，结合公司业务情况，公司设立了移动终端事业部、个人信息事业部、销售与系统集成事业部、行业企业运营事业部专业运营公司的四个子业务，并由战略发展部进行统一的产品引进和市场规模。为了充分发挥各子业务的互动功能，发挥各事业部业务的协同效应，战略发展部整体筹划发挥着重要作用，具体包括：根据市场和行业发展变化，研究公司新产品和业务模式定位，负责公司新产品、新业务模式的市场开发和创新，负责在试点城市进行新产品新业务的销售或运营服务，一旦试点成功即将该新产品新业务转入公司相关事业部进行规范的销售和服务；根据各个事业部的客户数据和资料，通过管理工具进行分析和互动沟通后，进一步发现和挖掘客户潜在需求，结合公司技术和产品，为客户制定个性化的综

合移动信息解决方案和产品组合，交由相应事业部协作执行等。

在完善管理架构的同时，公司非常重视业务流程的不断优化和企业管理的信息化、效率化，逐步完善和健全了基于业务目标为牵引的、高效的内部管理流程制度，完善了符合行业特点和行业发展趋势的管理工具，运用各种管理软件系统支持业务拓展。公司自主研发的及时语协同工作系统、移动客户关系拓展与销售平台（WCRS）、数字货架营销系统等极大的提升了公司的管理水平、客户营销能力和服务水平。通过呼叫中心和网站服务，公司可以为客户提供完整的网络订购和售后服务；通过引入先进的 ISO 9000 服务管理体系和 ERP 系统对物流和资金流进行科学管理，将业务流程标准化、服务标准化。所有这些为公司持续、健康发展奠定了管理基础。

公司上述科学的管理架构和先进的管理工具，可以提高公司整体业务的经营效率，推动公司复合型销售新商业模式不断完善、创新。

#### 4、公司募投项目的实施可以进一步提升公司的盈利能力

本次以募集资金 8,000 万元，投资于移动信息业务平台改扩建项目；以募集资金 5,986.2 万元投资于移动商业信息服务平台项目；其余募集资金用于补充公司其他与主营业务相关的营运资金。

移动信息业务销售平台毛利率高，具有一定的技术和资源壁垒，是公司重要的利润增长点。本次通过对现有移动信息业务销售平台的改扩建，可以在原有语音业务基础上平滑扩展视频内容，为用户提供更方便、更丰富 3G 语音+视频业务体验。这样，可以大大增强现有业务平台的技术水平、容量规模和服务能力，进一步提高公司移动信息平台业务的整体竞争实力和盈利能力。今后，随着移动信息通信行业的发展和 3G 时代的到来，公司的移动信息平台业务面临着广阔的发展空间和极好的发展机遇。该募投项目也包括对现有连锁网点的数字化改造，可以进一步提升公司“一体化、顾问式、多接触点”的复合型销售能力，并为扩展新的业务服务内容打下基础。

移动商业信息服务是移动电子商务的重要基础性工程，简而言之，通过在消费者手中建立起的商业信息交互服务，可以让消费者随时随地获得其所需要的商业资讯和商业服务，进而发展到移动状态下的商品交易，因而，移动商业信息服务平台是改变传统店面营销为移动电子商务营销的基础界面和最佳工具。本次，

通过建设移动商业信息服务平台，结合公司现有的业务和技术，公司可以为移动电子商务提供基础交易界面和快捷营销工具，可以进一步拓展公司的客户连接能力。移动商业信息服务是移动信息业务当中的一个重要分支，移动电子商务将成为最有潜力的 3G 核心应用之一，目前移动电子商务还处于发展的导入期，没有明显的领导型企业，公司该业务将面临着良好的发展机遇。

流动资金紧张一直是近几年制约公司发展速度的要素之一，公司销售及服务业从区域向全国的拓展以及销售规模的扩大都需要流动资金的支持。本次，通过募投资金补充与主营业务相关的营运资金，公司的抗风险能力和持续经营能力将有所增强，同时降低资金使用成本，增强公司的盈利能力。

保荐机构经核查认为：基于对行业的深刻理解，经过不断实践和创新，发行人已经建立了稳定的且符合行业发展趋势和客户需求的商业模式和业务结构，发行人的经营模式、产品和服务的品种结构、盈利模式在可以预期的未来不会发生重大变化，发行人具有支持具体业务发展的核心技术。随着发行人募投项目的实施，发行人整体抗风险能力和竞争实力进一步提升，在可预期的未来，发行人盈利能力和盈利水平仍可保持较快增长。

律师经核查认为：发行人在商业模式、业务特点、技术积累与储备等方面具备较强的竞争优势，发行人对于行业的发展方向有深刻的理解，比较好地契合了行业的发展趋势，发行人有较大的成长空间。

## 九、主要产品和服务的质量控制情况

### （一）质量控制标准

公司依照ISO 9001 的规范要求，制定了本公司自己的质量体系文件：

第一层：质量手册，描述公司的各部门质量情况、质量体系情况以及涉及到的各要素情况。

第二层：程序文件，阐述各工作流程、描述各部工作的接口，制定一系列程序控制文件。

第三层：与二层文件相对应的各种具有可操作性的表单记录。

### （二）质量控制措施

## 1、个人移动信息产品的销售与服务方面的质量控制措施

### (1) 员工工作流程规范化

公司将员工工作流程规范化,制定了《店堂管理规范》、《三包服务承诺流程》、《分公司客服客户管理人员岗位职责》、《分公司客服热线人员岗位职责》等相关制度和评价标准,规范员工服务质量、提高员工服务水平、妥善处理消费者投诉。同时公司对员工进行规范培训,提高员工的业务素质 and 技能水平,以改善服务质量、提高工作绩效。

### (2) 销售过程体系的审核和监控

公司设置了专职的质量控制员,加强对销售服务过程的质量监督,通过定期或不定期进行销售过程的审核,对质量管理体系执行情况进行审核,制定相应的纠正或预防措施。公司每年定期组织管理评审活动,对公司质量管理体系进行全面评价,并及时制定改进措施。

### (3) 重视售后服务体系的建设和监控

公司非常重视售后服务体系的建设和监控。公司利用零售连锁网点的连锁优势推出“一店购机百店服务”的服务承诺,使顾客在公司各地的任一店铺都可以享受到一致的售后服务,解决了广大消费者的后顾之忧。同时,公司建立了客户服务中心,设立了966966服务热线,保证购买手机的顾客得到最好的售后跟踪服务,免除后顾之忧。对于销售产品售后维修(含换新)率超过5%的产品,公司将强制进行撤柜,对已售出产品进行召回。

## 2、行业移动信息产品的销售与服务方面的质量控制措施

### (1) 重视系统集成销售生产过程的评审和控制

在行业移动信息系统的集成销售前期,公司实施了严格的评审制度,从技术可行性、采购成本核算、实施进度等方面严格评估。在系统设备安装调试后有专职人员配合用户进行测试验收,确保设备正常运转、系统正常运行。对于在集成销售生产过程中产生的客户投诉,公司制定了详细而有效的解决路径,根据具体情况将职责直接落实到个人,提出解决方案,通过审核、审批、实施等流程,再经过客户反馈、客户回访将解决效果落实,最后将情况总结存档以备审阅,全过程均有专职的质量监控人员监督实施。

### (2) 重视软件开发过程的评审和测试

公司严格控制软件开发质量,在需求分析、软件设计、开发和测试阶段均有

严格的过程控制，公司成立专门的项目管理部，严格控制项目各个阶段的实施过程和结果，协调项目资源和进度，由相关部门组织对各产品的阶段性成果进行评审，以保证产品生产的各阶段性成果的质量。公司设立专门的测试部门，全面负责应用系统的测试工作，测试活动依据质量体系中的测试流程要求执行，并通过测试计划、测试用例、测试报告、测试反馈来对测试过程执行情况进行控制。

### （3）建立健全的客户服务体系

公司分别在总部和全国二十多个分支机构建立起高质量的客户服务体系，保障客户每周7\*24小时服务的需要。公司建立起从客服中心、业务部门、维护部门、研发部门协作处理故障和咨询类问题的体系，采用多样化的售后服务手段，通过电子邮件、短信、网站、传真、客户服务电话等多种方式向用户提供全方面服务、接受客户投诉。对用户投诉的问题，根据不同的问题种类设立解决时限的承诺，按电信服务标准，设立服务时限要求。公司制定了严格的客户满意调查和客户回访制度。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、同业竞争

#### (一) 同业竞争情况

本公司设立以来，公司控股股东、实际控制人孟宪民先生除持有本公司股权外，还先后直接或间接控制恒信实业、恒信尚德、厦门网元、仪和信息、彩虹信息、中科信利、掌中游。

为避免同业竞争、减少关联交易、规范持股结构，2006年公司收购了仪和信息50%股权、中科信利40%股权，2007年公司继续收购了仪和信息50%股权和中科信利30%股权、彩虹信息100%股权、掌中游100%股权。

2009年1月20日，恒信实业股东会审议通过了注销工商登记的议案，并于2009年6月29日办理完毕工商注销登记手续（石商登记内销字【2009】第027号）。在注销工商登记之前，恒信实业将其所持恒信尚德的全部股权转让给自然人给王俊。王俊与本公司无关联关系，恒信尚德与本公司不再有关联关系。

恒信实业注销前的经营范围为“通讯器材、电子产品、机电一体化、技术开发、销售、化工产品（剧毒产品除外）的开发销售网络工程服务及通信产品维修服务、代办中国联通石家庄移动业务（仅限分支）代办河北石家庄通信业务（仅限分支）”。自2003年起恒信实业的主要业务为摩托罗拉代理分销商和资金物流平台，并未实际从事经营范围中的其他业务。2006年转为摩托罗拉资金物流平台后，销售额下降，恒信实业一直处于亏损状态，因此从2008年初即退出与摩托罗拉公司的合作，并不再开展新业务，逐步结束原有业务订单，自2009年1月20日清算起已不再从事任何生产经营活动；恒信实业在2006年至2009年1月解散并清算之前所从事业务的主要客户为手机零售企业，而恒信移动的主要客户为个人消费者和移动运营商，双方的客户群没有交集，没有构成直接或间接的利益冲突关系，因此不存在同业竞争情况。

保荐人经核查认为：恒信实业自2009年1月20日召开股东会同意解散并清算后不再从事生产经营活动，解散并清算前所从事业务的客户群与发行人所从事业



务的客户群没有交集，发行人与恒信实业之间不存在同业竞争关系。

律师经核查认为：恒信实业自2009年1月20日召开股东会同意解散并清算后不再从事生产经营活动，解散并清算前所从事业务的客户群与发行人所从事业务的客户群没有交集，发行人与恒信实业之间不存在同业竞争关系。

截至2009年12月31日，孟宪民先生除持有本公司股份外，还持有厦门网元99.5%的股权，并任厦门网元的法定代表人。

厦门网元2001年10月在厦门成立，注册资本和实收资本均为2,010万元。厦门网元经营范围为：从事通信产品、计算机软件、计算机网络的研发并提供相关的咨询服务。为避免与本公司的同业竞争，厦门网元自2008年起已不实际开展业务，厦门网元的主要员工已经由本公司全资子公司彩虹信息接收。厦门网元目前的主要资产仅为其原办公研发所用房屋，并已出租给本公司的子公司仪和信息、彩虹信息使用。

因此，本公司与实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争关系。

## （二）控股股东关于避免同业竞争的相关承诺

公司实际控制人孟宪民先生承诺：

“本人作为河北恒信移动商务股份有限公司（以下简称“恒信移动”）的控股股东及实际控制人，目前持有恒信移动42.01%的股份。为避免出现与恒信移动的同业竞争，本人不可撤销地承诺如下：

1、本人目前并没有直接或间接地从事任何与恒信移动所从事的业务构成同业竞争的任何业务活动。

2、本人保证今后的任何时间不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作和联营）从事、参与或进行任何与恒信移动相同或类似的业务，以避免与恒信移动的生产经营构成可能的直接的或间接的业务竞争。

3、如果本人有同恒信移动主营业务相同或类似的业务机会，应立即通知恒信移动，并尽其最大努力，按恒信移动可接受的合理条款与条件向恒信移动提供上述机会。无论恒信移动是否放弃该业务机会，本人均不会自行从事、发展、经营该等业务。”

## 二、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，本公司存在的关联方及关联关系如下：

### （一）实际控制人及其控制的其他企业

公司实际控制人孟宪民先生的具体情况详见“第五节 发起人基本情况”之“七、发起人、持有5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）发起人基本情况”中相关内容。孟宪民先生除持有本公司股份外，在报告期内还控制的企业有：厦门市恒信网元通信技术有限公司、河北恒信实业有限公司、北京恒信尚德信息技术有限公司。恒信实业在注销前主要从事摩托罗拉手机的分销代理业务，2008年开始该业务已经停止，2009年6月29日，恒信实业已经完成工商注销手续；在注销工商登记之前，恒信实业将其所持恒信尚德的全部股权转让给自然人给王俊，王俊与本公司无关联关系，恒信尚德与本公司不再有关联关系；除本公司外，孟宪民控制的其他企业仅有厦门网元。

### （二）本公司的控股子公司

北京恒信掌中游信息技术有限公司、北京恒信仪和信息技术有限公司、北京恒信彩虹信息技术有限公司、北京恒信彩虹科技有限公司、石家庄恒信同力通讯有限公司、北京中科信利通信技术有限公司为本公司控股子公司，具体情况详见本招股说明书“第五章 发行人基本情况”的相关内容。

### （三）持有发行人股份5%以上的股东

持有公司 5% 以上股份的股东共四名，分别为：孟宪民、赵国水、裴军、孙健。

### （四）公司董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员及其控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

公司董事、监事、总经理、副总经理及其他高级管理人员情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

1、2008年1月至2009年4月，公司副总经理武筱华曾在上海简道通信产品有限公司（以下简称“上海简道”）任总裁。2009年4月16日，武筱华与上海简道解除劳动关系。截至目前，武筱华无需为上海简道承担任何竞业禁止义务。

2009年3月6日，上海简道与本公司于签订TD-SCDMA（D7100和D7170A/B）项目合协议，协议规定本公司委托上海简道通信产品有限公司开发D7100和D7170A/B固定终端产品，该项目合作协议于2009年4月28日终止。

2、公司董事齐舰曾任职于亚信集团，现任联想网御公司董事长、CEO，因此，联想网御公司为本公司的关联方。董事陈大同曾任北京展讯高科通信技术有限公司首席技术官。该二人分别声明其本人无自营或为他人经营与本公司从事竞争业务或从事损害本公司利益的活动，也不受竞业禁止条件的限制。

亚信集团、联想网御、北京展讯与本公司无业务往来。

3、根据“企业会计准则第36号——关联方披露”，联想网御公司存在与公司的关联关系，亚信集团、北京展讯高科通信技术有限公司、上海简道通信产品有限公司与本公司不存在关联关系。

保荐机构经核查认为：亚信集团、联想网御公司、北京展讯高科通信技术有限公司、上海简道通信产品有限公司与本公司不存在同业竞争，武筱华、齐舰、陈大同在发行人任职无违反竞业禁止相关规定的情形。

发行人律师经核查认为：武筱华、齐舰、陈大同在发行人任职无违反竞业禁止相关规定的情形；除上述情况外，亚信集团、北京展讯高科通信技术有限公司、上海简道通信产品有限公司与发行人不存在其他业务往来及关联关系。

### 三、关联交易

#### （一）经常性关联交易

在控制关系且已纳入本公司合并财务报表范围的子公司，其相互间交易及母子公司交易已作抵销。关联交易定价原则：遵循市场价，双方协商确定。

##### 1、向关联方销售手机

关联方名称	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交易的比 重
恒信实业	—	—	—	—	1,181.36	1.33%

合计	—	—	—	—	1,181.36	1.33%
----	---	---	---	---	----------	-------

注：2007年，由于发行人良好的商业信誉和品牌形象，成为了众多知名手机品牌的直供货商，采购成本相对较低，恒信实业利用自己的分销渠道从发行人处采购手机自行销售。2008年及以后，公司没有在发生向关联方销售的交易事项。

## 2、向关联方采购手机、设备

关联方名称	2009年度		2008年度		2007年度	
	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交 易的比重	金额 (万元)	占同类交易 的比重
恒信实业	—	—	—	—	207.09	0.24%
恒信尚德	—	—	—	—	447.57	0.51%
厦门网元	—	—	—	—	6,980.39	7.95%
合计	—	—	—	—	7,635.05	8.70%

注：①恒信实业、恒信尚德是华北地区摩托罗拉手机品牌的分销商，摩托罗拉授予分销商部分手机型号的买断。因此为了丰富商品型号、满足市场需求，2006年度、2007年度发行人有从上述2家公司采购手机的交易行为。

②2007年，经过市场调研，开始尝试开展个性化销售，从厦门网元采购了经安装具有实用功能的自有内嵌软件的手机用于门店销售。

③2008年度及以后，公司没有再发生向关联方采购商品的情况。

## 3、房屋租赁

①2008年1月1日，中科信利与恒信尚德签订《租赁协议》，中科信利租赁恒信尚德位于北京市海淀区蓝靛厂南路25号牛顿办公区11层02号的房产作为办公场所，租赁期为2008年1月1日至2010年12月31日，租金为183,535元/年。

②2008年1月1日，仪和信息与恒信尚德签订《租赁协议》，仪和信息租赁恒信尚德位于北京市海淀区蓝靛厂南路25号牛顿办公区11层03号的房产作为办公场所，租赁期为2008年1月1日至2010年12月31日，租金为183,535元/年。

③2008年4月28日，彩虹科技与恒信尚德签订《租赁协议》，彩虹科技租赁恒信尚德位于北京市海淀区蓝靛厂南路25号牛顿办公区11层23号的房产作为办公场所，租赁期为2008年5月1日至2011年4月30日，租金为99,597元/年。

④2009年1月1日，彩虹信息与厦门网元签订《租赁协议》，彩虹信息租赁厦门网元位于厦门软件园二期望海路63号302单元B号的房产作为办公场所，租赁期为2009年1月1日至2010年12月31日，租金为36,000元/年。

⑤2009年1月1日，仪和信息与厦门网元签订《租赁协议》，仪和信息租赁厦门网元位于厦门软件园二期望海路63号302单元C号的房产作为办公场所，租赁期为2009年1月1日至2010年12月31日，租金为71,000元/年。

⑥2009年1月1日，仪和信息与厦门网元签订《租赁协议》，仪和信息租赁厦门网元位于厦门软件园二期望海路63号302单元D号的房产作为办公场所，租赁期为2009年1月1日至2010年12月31日，租金为129,000元/年。

#### 4、关联方为公司提供担保

##### (1) 应付票据股东担保

报告期内，公司委托银行开出银行承兑汇票曾由股东孟宪民、赵国水、孙健、林菲、裴军、陈伟、董芳、张翔、陈良以其个人的定期存单质押，提供担保，截至2009年12月31日上述定期存单质押已全部解除。

##### (2) 公司股东为本公司银行借款提供担保或反担保

①2009年11月16日，仪和信息与北京首创投资担保有限责任公司签订《委托保证合同》（CGIG2009字第702号），北京首创投资担保有限责任公司同意为仪和信息履行《借款合同》（093010059892-0）向北京银行股份有限公司和平里支行提供保证担保，反担保措施之一为孟宪民个人保证担保。

②2009年12月16日，公司与河北省中小企业信用担保服务中心签订《委托保证合同》（2009年委字117号），河北省中小企业信用担保服务中心同意为公司履行《借款合同》（653091101R01368号）向河北银行股份有限公司建华支行提供担保，孟宪民以石房权证裕字第530023284号、面积为165.81平方米的房产提供抵押担保；孙健以石房权证长字第134001687号、面积为146.57平方米的房产的提供抵押担保；孟宪民、裴军、赵国水、孙健、陈伟无限连带责任保证。

③2009年4月15日，公司与渣打银行（中国）有限公司北京分行签订《人民币银行融资函》，渣打银行（中国）有限公司北京分行向公司提供公司承兑的人民币商业汇票的卖方贴现融资，融资金额为2,000万元，用途为基于公司签发并承兑的商业汇票。孟宪民出具涵盖融资金额2,000万元的银行标准格式的个人担保函作为担保，孙健出具涵盖融资金额2,000万元的银行标准格式的个人担保函作为担保。

公司股东为公司银行借款提供反担保（多为个人信用担保）系民营企业取得银行借款时担保方所要求的例行事项，且银行借款的取得主要是基于公司信用度的提升，因此，公司的独立经营和融资能力不存在依赖股东持续资金支持的情形。股东为公司提供担保，严格履行了公司内部各项审批程序，符合法律法规及公司内部资金管理制度的规定。

保荐机构经核查认为，发行人不存在严重依赖股东资金支持的情形，具备独立经营能力和独立融资能力。

律师经核查认为，发行人曾存在向股东暂借款，发行人委托银行开出承兑汇票时曾经存在由相关股东以其个人存单提供担保的情形，不会影响发行人独立经营能力、独立融资能力。

## （二）偶发性关联交易

### 1、采购固定资产

关联方名称	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交易 的比重	金额 (万元)	占同类交易的 比重
厦门网元	—	—	—	—	509.98	58.15%

上述固定资产采购系彩虹信息、仪和信息、掌中游从厦门网元采购的用于行业移动信息业务的系统设备。

### 2、股权收购

为避免同业竞争、减少关联交易、规范持股结构，2006年公司收购了仪和信息50%股权、中科信利40%股权，2007年公司继续收购了仪和信息50%股权和中科信利30%股权、彩虹信息100%股权、掌中游100%股权、同力通讯10%的股权。股权收购的详细情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立以来重大资产重组情况”。

## （三）关联方应收应付款项余额

单位：元

关联方名称	项目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
恒信实业	应付账款	-	-	32,530.03
	其他应付款	-	-	1,520,197.44

	应收账款	-	-	1,409,040.00
厦门网元	其他应收款	-	-	1,500,000.00
	应付账款	-	-	10,000,000.00
	预付账款	-	68,580.00	68,580.00
恒信尚德	预付账款	-	-	638,710.00
	应付账款	-	-	3,344,880.00
孟宪军	其他应付款	-	1,260,752.50	-

公司与关联方资金往来主要用于生产经营，具体情况如下：

### 1、公司与恒信实业之间的资金往来

恒信实业是华北地区摩托罗拉手机品牌的分销商，摩托罗拉授予分销商部分手机型号的买断。为了丰富商品型号，满足市场需求，公司曾从恒信实业采购手机。2007年末，公司应付恒信实业3.25万元的款项为公司尚未支付的货款，该款项已于2008年结算完毕。

公司由于临时流动资金周转需要，于2006年从恒信实业借入款项140.00万元，经协商参考同期银行流动资金贷款利率，相应资金占用费为12.02元。该笔款项已于2008年归还。

由于公司良好的商业信誉和品牌形象，成为了众多知名手机品牌的直供商，采购成本相对较低。恒信实业利用其分销渠道曾从本公司采购手机自行销售。2007年末，公司应收恒信实业的款项为其尚未支付的货款，该款项已于2008年结算完毕，此后无该类关联交易发生。

### 2、公司与厦门网元之间的资金往来

2006年，本公司的子公司掌中游为建设山东移动总机项目借用厦门网元的部分工程设备，并向厦门网元支付押金150.00万元。后期掌中游逐步自采设备替换了厦门网元的设备。2008年1月，厦门网元将押金退回。

2007年，经过市场调研，公司从厦门网元采购了经安装具有实用功能的自有内嵌软件的手机用于门店销售。2007年末公司应付厦门网元1,000.00万元为尚未支付的货款，该款项已于2008年结算完毕，此后无该类关联交易发生。

2006年，公司从厦门网元处采购移动终端设备样机，支付预付账款6.86万元，该款项已于2009年结算完毕，此后无该类关联交易发生。

### 3、公司与恒信尚德之间的资金往来

恒信尚德是华北地区摩托罗拉手机品牌的分销商，摩托罗拉授予分销商部分

手机型号的买断。为了丰富商品型号，满足市场需求，公司曾从恒信尚德采购手机。2007年末，63.87万元为公司预付恒信尚德的货款，334.49万元为公司应付恒信尚德的货款，上述款项已于2008年结算完毕。

#### 4、公司与孟宪军之间的资金往来

2008年，为了解决临时资金需求，满足正常经营的需要，孟宪军向太原分公司提供临时周转资金。公司已于2009年偿还该款项。

### （四）公司章程对关联交易决策权限与程序的规定

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》中，具体规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度，明确了关联交易公允决策的程序，采取必要的措施对其他股东的利益进行保护，具体情况如下：

《公司章程》第三十九条、第四十一条分别规定：公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须经股东大会审议通过。

《股东大会议事规则》第三十八条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会的决议应当充分披露非关联股东的表决情况。公司持有自己的股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。”

《董事会议事规则》第十四条规定：“重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据”。第二十四条规定：“在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托”。

《关联交易决策制度》第十四条规定：“（一）公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，应当由独立董事书面认可后提交董事会讨论并及时披露。（二）公司与关联法人发生的交易金额在100万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易，应当由独立董事书面认可后提交董事会讨论并及时披露。（三）公司与关联人发生的交易（公司获赠现金



资产和提供担保除外) 金额在 1,000 万元以上, 且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易, 除应当及时披露外, 还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构, 对交易标的进行评估或审计, 并将该交易提交股东大会审议。公司为关联人提供担保的, 不论数额大小, 均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。”

本公司报告期发生的关联交易全部履行了《公司章程》规定的程序。

本公司独立董事对本公司报告期的关联交易情况发表了如下意见:

“河北恒信移动商务股份有限公司设立后与关联方之间的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则, 关联交易价格公允、公平, 不存在损害河北恒信移动商务股份有限公司权益的情形; 关联交易的审议及执行程序符合相关法律、法规及《河北恒信移动商务股份有限公司章程》等有关规定。”

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员

### 一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历

#### (一) 董事会成员

公司现任董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。全体董事均由公司股东大会选举产生，每届任期三年。本届董事会聘任期限为2008年3月13日~2011年3月12日，其中陈大同的聘任期限为2009年5月18日~2011年3月12日，独立董事聘任期限为2009年5月18日~2011年3月12日。

公司董事基本情况如下：

#### **孟宪民 董事长**

男，1963年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），高级工程师。毕业于中国电子科技大学计算机图象处理专业（学士）及电子部五十四所（硕士）。1989~1994年任电子部第54研究所工程师，高级工程师；1994~2009年，任河北恒信实业有限公司董事长。2001年起任公司董事长，2008年起兼任总经理。孟宪民先生拥有十多年的通信行业经营管理经验和深厚的行业资源，在电子工业部第54所工作期间，曾获第37届布鲁塞尔国际发明展览会银奖；河北省发明博览会金奖；1992年国家火炬计划重大项目—卫星电视信道“一传二”技术的主要负责人之一。现任公司董事长、总经理。

#### **裴军 董事**

男，1963年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士）。毕业于北京邮电大学通信系统专业（学士）及电子部五十四所（硕士）。1984~1986年在邮电部河北邮电专科学校任教；1986~1994年任电子部54所工程师，此期间在中国率先实现具有国际水平的ISDN试验系统，完成了野战网系统中节点交换机的研制，以及战区通信网中的网管系统，获电子部科技一等奖；1994~2009年，任河北恒信实业有限公司高级副总裁。现任公司董事、副总经理。董事提名人：裴军。

#### **孙健 董事**

男，1972年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1995~2001年先后任河北恒信实业有限公司销售经理、唐山分公司总经理。现任公司董事、副总经理（首席运营官）。董事提名人：孙健。

#### **赵国水 董事**

男，1961年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），高级工程师。毕业于北京邮电学院数据通信专业（学士）及电子部54所（硕士）。1982~1984年任济南市电信局技术员；1984~1986年任河北省邮电研究所技术科长；1986~1989年在电子部第54研究所研究生学习；1989~1994年任电子部第54研究所工程师、高级工程师，期间作为项目负责人之一参加了“军用ISDN试验系统交换机分组交换模块”项目的研究，该项目于1992年获得机电部科技进步一等奖；1994~2006年任河北万安数据网络公司总经理，1995年被中共石家庄市委授予“跨世纪青年拔尖人才”称号。现任公司董事。董事提名人：赵国水。

#### **齐舰 董事**

男，1960年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士）。1975~1996年在军队服役，其间先后毕业于解放军通信工程学院、解放军通信指挥学院；1996~1999年就读于中国人民大学商学院MBA，同时历任亚信科技公司工程师、区域销售经理、行业总监；1999~2005年任亚信科技公司副总经理；2005~2006年任亚信集团副总经理；2006年至今同时兼任联想网御公司董事长及CEO。现任公司董事。董事提名人：齐舰。

#### **陈大同 董事**

男，1955年4月出生，美国国籍，有境外永久居留权，研究生学历（博士）。1977年考入清华大学，先后获半导体物理专业学士、硕士及博士学位，毕业后留校任清华大学讲师；1989年留学美国，先后在伊利诺斯大学和斯坦福大学从事博士后研究；1993~1995年在美国国家半导体公司任高级工程师；1995年创办OMNIVISION Technology公司，任技术副总裁，首创了世界上第一个单芯片CMOS彩色摄像系统；2000年其创办的公司在美国纳斯达克成功上市；2001~2008年在中关村清华创业园创建展讯高科通信技术有限公司，任首席技术官。2005年起，陈大同担任北极光创投的投资合伙人，现任中国半导体协会理事，联合国科教文组织专家组成员，以及清华企业家协会（TEEC）会长。陈大同先生

在CMOS图像传感器和手机芯片方面有多项创造发明，其中19项发明获欧、美、英等国发明专利；成功研制和生产出亚洲首颗2G/2.5G GSM/GPRS核心基带单芯片和世界首颗TD-SCDMA 3G/2.5G双模单芯片；其发明的“2G/2.5G手机核心芯片的研制和开发”获上海市科学技术进步奖一等奖。现任公司董事。董事提名人：孟宪民。

#### **李小平 独立董事**

男，1945年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），教授级工程师。1969~1972年在军队服役；1972~1983年任石家庄市电信局机务员、站长；1983~1986年任石家庄市电信局副局长、局长；1986~1998年任河北省邮电管理局副局长；1998~2000年任中国电信河北电信公司总经理；2000~2004年任河北网通公司总经理；2004~2008年任中国网通集团公司顾问。现任公司独立董事。董事提名人：孟宪民。

#### **郑洪涛 独立董事**

男，1966年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（博士），副教授。1995~1996年在广东仲恺技术经济学院任教，从事财务会计教学；1997~1997年在中国农村经济研究中心任研究人员，从事宏观经济研究和企业经营管理研究；1997~1998年在光大证券公司任投资银行部项目经理，从事企业改制重组和上市工作；2001年至今在北京国家会计学院担任教师和管理工作，从事财务会计教学及研究，指导多家企业集团内控设计和财务管理体系等。现任公司独立董事。董事提名人：孙健。

#### **柴森 独立董事**

男，1974年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1994~1996年任北京市时代律师事务所律师；1996~2000年任北京市中伦律师事务所律师；2000~2001年任北京市嘉和律师事务所合伙人；2001年至今任北京市柴傅律师事务所主任。现任公司独立董事。董事提名人：裴军。

## **（二）监事会成员**

公司监事会共有成员3人，其中尤文琴由职工代表大会选举产生，另外2名监事由公司股东大会选举产生，无由关联人直接或间接委派的情况。监事刘晓军的

聘任期限为2008年3月13日~2011年3月12日，监事林菲、尤文琴的聘任期限为2009年4月22日~2011年3月12日。

**林菲 监事会主席**

女，1965年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士）。1984年毕业于电子部五十四所（硕士）；1994年加入石家庄恒信科技发展有限公司；1998~2008年任河北恒信实业有限公司副总经理；2005年至今任公司投资部经理。现任公司监事会主席。监事提名人：孟宪民。

**刘晓军 监事**

男，1963年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，律师。1986年毕业于河北大学法律系；1986年~2001年先后任石家庄柴油机厂、石家庄拖拉机厂法律顾问、办公室主任等职；2001年至今任公司法律顾问。现任公司监事。监事提名人：孟宪民。

**尤文琴 职工监事**

女，1948年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，经济师、会计师、税务师。1965~1973年在化工部十二化建公司工作；1974~1988年任化工部十二化建公司子弟学校教师；1988~2000年调入税务系统，先后任石家庄市郊区税务局办公室主任、石家庄市开发区副局长等职务；2001年至今在恒信移动工作。现任公司职工监事。监事提名人：职工代表大会。

### （三）高级管理人员

**孟宪民 总经理**

简历参见公司董事会成员。

**裴军 副总经理**

简历参见公司董事会成员。

**孙健 副总经理**

简历参见公司董事会成员。

**陈伟 董事会秘书、财务总监**

女，1972年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士）。1999~2000年任深圳国际房地产咨询股份有限公司财务经理；2000~2001年任深

圳市万网元通信技术有限公司财务经理；2002~2005年任厦门市恒信网元通信技术有限公司财务总监；2005年起任公司财务总监；2008~2009年任公司副总经理（分管财务）、董事。2009年至今任公司董事会秘书、财务总监。

**陈良 副总经理**

男，1972年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），高级工程师。毕业于上海交通大学电子工程系通信工程专业（本科）及北京大学MBA。1995~2000年任中国联通厦门分公司工程技术部经理；2000~2001年任深圳市万网元通信技术有限公司总经理助理；2002~2003年任厦门市恒信网元通信技术有限公司副总经理；2003~2007年任北京恒信掌中游信息技术有限公司副总经理。科研成果包括：1995~2000年参与了中国联通福建工程的多个项目，包括VOIP网，GSM网，CDMA网的各期建设和与系统的维护，带领团队开发了话务统计系统、GSM网络质量分析系统；1999年获得福建联通先进工作者表彰，中国联通VOIP建设奖等荣誉；2003~2007年，带领团队开发了PIM(个人信息服务平台)，电话会议，及时语协同工作等多个产品。现任公司副总经理。

**段赵东 副总经理**

男，1963年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历（硕士），工程师。毕业于西安交通大学无线电技术专业（学士）和西安交通大学研究生院光纤与微波通讯技术专业（硕士）。1986~1990年任厦门国际信息开发有限公司助总、副总经理；1990~1998年任厦门悦华酒店（5星级）副总经理；1998~2004年任厦门信达股份有限公司、厦门青年网络通讯股份有限公司IT总监、总经理。其主创并与厦门大学联合研制的“无线接入设备——公话系统”荣获福建省科委2002年度科学技术奖、厦门市科委科技进步奖。现任公司副总经理。

**董芳 副总经理**

女，1966年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1986~2001年在石家庄市物资局建材公司综合计划工作。现任公司副总经理。

**（四）其他核心人员**

**陈良**

简历参见公司高级管理人员。

### 武筱华

男，1960年出生，博士学历。毕业于清华大学电子工程专业，加拿大McMaster University电子工程学博士。1986年8月~1989年8月任中国普天首信通信有限公司工程师；1993年3月~2002年6月先后任北方电讯（加拿大）有限公司工程师、朗讯（美国）有限公司高级工程师、UT斯达康（美国）有限公司研发部经理，以及美国美博通信有限公司高级副总裁等职务；2002年6月——2007年4月参与创办赛龙国际有限公司并任高级副总裁；中电赛龙申科通信技术（上海）有限公司、赛龙申科通信技术（上海）有限公司总裁等职；2008年1月——2009年5月创办上海简道通信产品有限公司，担任总裁职务。武筱华先生是移动信息终端领域的知名专家，2006年被评为“中国手机业最有影响100人”。2009年5月至今加入恒信移动，目前为公司首席技术官，研发中心总经理。

### 陈源凯

男，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。毕业于暨南大学。1994~2005年任新太科技股份有限公司副总工程师、开发中心副总经理，曾主持和参加“可编程交换平台”、“综合语音增值业务平台”等大型项目的研发工作，该项目广泛分布于电信运营商增值业务系统中。2005年加入仪和信息，主持研发“移动语音杂志平台”、“移动音乐语音搜索平台”，具有丰富的语音增值业务技术平台研发及运营支撑经验。现任公司个人信息事业部总监及全资子公司仪和信息副总经理。

### 余洪涌

男，1974年出生，硕士学位，国家系统分析员、国家高级程序员。毕业于清华大学。2004~2007年在中科院声学所中科信利语音实验室学习工作；2007起任公司研发中心技术总监。科研成果：1999~2002年参加wad项目开发；2002~2003年参加开发unify系统开发；2004~2007年参加TSE语音识别引擎开发；2004年在《微计算机应用》上发表论文“一种基于滑动窗口的语音端点检测算法”。其在IVR语音系统设计实施、语音识别引擎的开发方面具有深厚的技术积累和实践经验，曾负责公司UNIFY 3.0平台的研发技术管理工作。

## 二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有本公司股份情况

姓名	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	股数	比例	股数	比例	股数	比例
孟宪民	21,005,377	42.01%	21,258,496	42.52%	9,371,651	46.49%
裴军	6,494,162	12.99%	6,494,162	12.99%	2,763,720	13.71%
孙健	3,737,680	7.48%	3,737,680	7.48%	1,789,273	8.88%
赵国水	3,573,622	7.15%	3,393,678	6.79%	1,678,764	8.33%
齐舰	744,172	1.49%	744,172	1.49%	319,202	1.58%
陈大同	-	-	-	-	117,041	0.58%
李小平	-	-	-	-	-	-
柴森	-	-	-	-	-	-
郑洪涛	-	-	-	-	-	-
林菲	272,842	0.55%	75,756	0.15%	30,545	0.15%
刘晓军	179,395	0.36%	179,395	0.36%	72,332	0.36%
尤文琴	181,818	0.36%	181,818	0.36%	73,309	0.36%
陈伟	935,669	1.87%	935,669	1.87%	127,681	0.63%
陈良	620,144	1.24%	992,230	1.98%	425,603	2.11%
段赵东	835,127	1.67%	835,127	1.67%	358,216	1.78%
董芳	332,206	0.66%	332,206	0.66%	145,219	0.72%

另外，孟宪民先生的兄长孟宪军先生目前持有本公司151,515股股份，占本公司总股本的0.30%。

除上述持股外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属不存在以任何其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有的公司股份均不存在质押或冻结的情况。

## 三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

公司董事长孟宪民先生除持有本公司股权外，还持有厦门网元99.5%的股权，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。孟宪民先生该项对外投资与公司不存在任何利益冲突。



公司董事陈大同先生持有展讯通信公司3%的股权，共1,200,000股。

除上述投资外，公司董事、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。

#### 四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从本公司及关联企业领取收入情况

序号	姓名	在公司任职情况	2009年从本公司及关联企业领取收入情况（万元）
1	孟宪民	董事长、总经理	36.00
2	裴军	董事、副总经理	24.12
3	孙健	董事、副总经理	22.50
4	赵国水	董事	18.12
5	齐舰	董事	-
6	陈大同	董事	-
7	李小平	独立董事	-
8	柴森	独立董事	-
9	郑洪涛	独立董事	-
10	林菲	监事会主席	12.00
11	刘晓军	监事	4.87
12	尤文琴	监事	5.48
13	陈伟	董秘、财务总监	22.50
14	陈良	副总经理	22.50
15	段赵东	副总经理	22.50
16	董芳	副总经理	18.12
17	武筱华	首席技术官、研发中心总经理	15.00
18	陈源凯	个人信息事业部总监	17.10
19	余洪涌	研发中心技术总监	12.00

除上述收入外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员没有在公司及子公司享受其他待遇和退休金计划。

#### 五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

姓名	在公司职务	兼职单位及所任职务	兼职单位与发行人关系
孟宪民	董事长、总经理	仪和信息执行董事	全资子公司
		彩虹信息执行董事	全资子公司
		彩虹科技执行董事	全资子公司

		中科信利董事长	控股子公司
		掌中游执行董事	全资子公司
		厦门网元董事长	关联公司
裴 军	董事、副总经理	彩虹信息经理	全资子公司
		彩虹科技经理	全资子公司
		中科信利董事	控股子公司
孙 健	董事、副总经理	—	—
赵国水	董事	—	—
齐 舰	董事	亚信集团副总，兼任联想网御公司 董事长及 CEO	—
陈大同	董事	北极光创投的投资合伙人，中国半 导体协会理事，联合国教科文组织 专家组成员，以及清华企业家协会 (TEEC) 会长。	—
李小平	独立董事	—	—
柴 森	独立董事	北京市柴傅律师事务所	—
郑洪涛	独立董事	北京国家会计学院教务处副主任	—
林 菲	监事会主席	—	—
刘晓军	监事	—	—
尤文琴	职工监事	—	—
陈 伟	董事会秘书、财务 总监	—	—
陈 良	副总经理	掌中游经理	全资子公司
段赵东	副总经理	彩虹科技监事	全资子公司
董 芳	副总经理	—	—
武筱华	首席技术官、研发 中心总经理	—	—
陈源凯	个人信息事业部总 监	仪和信息副总经理	全资子公司
余洪涌	研发中心技术总监	—	—

除上述兼职情况外，本公司的其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无兼职情况。

## 六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互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相互之间不存在亲属关系。

## 七、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的相关协议与承诺

公司与上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员除签订劳动合同外，均没有签订借款或担保等任何其他协议。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均承诺：严格遵守《公司法》等有关法律法规和公司章程的规定，不自营或者为他人经营与本公司同类的业务或者从事损害本公司利益的活动。

上述协议和承诺在报告期内均得以良好履行。

## 八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》、《证券法》和《公司章程》等有关法律法规和相关规范性文件规定的任职资格。

## 九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

姓名	职务	变动时间	变动情况	变动原因
郜银书	董事	2008年3月13日召开2007年度股东大会	退出董事会	董事会换届
高武军	董事		退出董事会	
张翔	董事		退出董事会	
陈伟	董事		进入董事会	
齐舰	董事		进入董事会	
徐长军	董事		进入董事会	
刘晓军	监事会主席	2008年3月13日召开2007年度股东大会	卸任监事会主席职务，仍为监事	监事会换届
胡炳辉	监事		退出监事会	
马东风	监事		退出监事会	
高武军	监事		进入监事会并出任监事会主席	
韩梅	监事		进入监事会	
段赵东	副总经理		-	聘任
陈良	副总经理		-	聘任
陈伟	董事	2009年5月18日召开2008年度股东大会	退出董事会	自愿辞去职务
徐长军	董事		退出董事会	自愿辞去职务
陈大同	董事		进入董事会	股东大会选举
李小平	独立董事		进入董事会	股东大会选举
郑洪涛	独立董事		进入董事会	股东大会选举

柴森	独立董事		进入董事会	股东大会选举
高武军	监事		退出监事会	自愿辞去职务
韩梅	监事		退出监事会	自愿辞去职务
林菲	监事会主席		进入监事会	股东大会选举
尤文琴	监事	2009年5月18日召开职工代表大会	进入监事会	职工代表大会选举
陈伟	董事会秘书	2009年4月28日召开董事会	-	董事会聘任

报告期内，公司董事会成员的变动主要原因是董事会正常换届和增加独立董事，公司董事会核心成员和管理层没有发生变化。董事、监事、高管管理人员近两年的变化不会对公司业务的发展带来不利影响。

## 第九节 公司治理

### 一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司按照《公司法》、《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，建立了较为完善的法人治理结构。2001年10月9日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员。同日，公司分别召开了第一届董事会第一次会议和第一届监事会第一次会议。

公司成立后，先后制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会专门委员会实施细则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作规则》、《关联交易决策制度》、《募集资金使用管理办法》、《对外担保制度》等有关制度，股东大会、董事会、监事会以及独立董事和董事会秘书能够按照《公司法》等有关法律法规、《公司章程》和公司内部制度的规定规范运作，依法履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

公司自设立以来，共召开 33 次股东大会、38 次董事会和 19 次监事会。经发行人律师核查，发行人历次股东大会、董事会、监事会的召开程序、决议内容及签署符合相关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定，合法、合规、真实、有效。

#### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司设股东大会，为公司最高权力机构，根据《公司章程》的规定，股东大会应每年召开一次年会，遇有法律或《公司章程》载明的相关情况发生时，应召开临时股东大会。

公司制订了《股东大会议事规则》，于2009年5月18日召开的2008年度股东大会审议通过。议事规则对股东的权利和义务、股东大会职权、股东大会的召集与通知、股东大会提案、股东大会召开决议等内容作了详细的规定。

截至本招股说明书签署日，公司自成立以来共召开了33次股东大会和临时股

东大会，内容涉及董事选举、章程修改、注册资本变更、利润分配等。

在公司的生产经营和投资决策过程中，公司股东大会能切实担负起公司最高权力机构的职责，管辖范围及运营程序符合《公司章程》的规定。

## （二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司设董事会，董事会由九名成员组成，其中独立董事三人，设董事长一名。董事会设董事会秘书。董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责。

目前履行职责的为公司第三届董事会，由2008年3月13日召开的临时股东大会选举产生，并于2008年度股东大会进行了独立董事的增选。

公司董事会设立战略与发展、审计、提名、薪酬与考核等专业委员会，各专业委员会成员全部由董事组成。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会成员中独立董事占多数，并由独立董事担任召集人，审计委员会中郑洪涛先生是会计专业人士的独立董事。

公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规及《公司章程》的有关规定，制订了《董事会议事规则》，对董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等进行了规范。

公司自设立以来，已先后召开了38次董事会，董事会对公司生产经营方案、管理人员任免、高管人员及其他核心人员的奖励措施、财务会计处理、股东大会授权内的对外投资、担保、公司内部管理制度等作出了决定，确保了董事会的工作效率和科学决策。

## （三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司设监事会，监事会由三名监事组成，设监事会主席一名，职工代表监事一名。2009年5月18日，公司召开2008年度股东大会审议通过了《监事会议事规则》。目前履行职责的为2008年3月13日召开的临时股东大会选举产生的第三届监事会。

根据《公司章程（草案）》的规定，监事由股东代表和公司职工代表担任。公司职工代表担任的监事不得少于监事人数的三分之一。

监事会每届任期三年。股东担任的监事由股东大会选举或更换，职工担任的

监事由公司职工民主选举产生或更换，监事连选可以连任。

监事连续二次不能亲自出席监事会会议的，视为不能履行职责，股东大会或职工代表大会应当予以撤换。

公司自设立监事会以来，共召开了19次监事会，均按照《公司章程》及《监事会议事规则》规定的程序召开。公司监事会除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

#### **（四）独立董事制度的建立健全及运行情况**

根据《公司章程》规定，本公司在董事会中设立三名独立董事。2009年5月18日，公司召开2008年度股东大会选举李小平、郑洪涛、柴森为独立董事。其中，李小平为电信技术专家、柴森为法律事务专家、郑洪涛为财务专家。

公司根据《公司章程》和中国证监会的有关规定制订了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、任期、职权、发表独立意见等作了详细的规定，独立董事负有诚信与勤勉义务，独立履行职责，维护公司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益。

独立董事制度进一步完善了公司的法人治理结构，使公司在保护中、小股东利益不受侵害，科学决策等方面有了制度保障。独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展方向及发展战略的选择上均起到了相应的作用。

#### **（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况**

根据《公司章程》及《董事会秘书工作规则》规定，董事会设董事会秘书，董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘，任期三年，可以连任。2009年4月28日，公司第三届董事会聘任陈伟为董事会秘书。

公司董事会秘书负责筹备董事会会议和股东大会，列席董事会会议并作记录，保证记录的准确性，并在会议记录上签字，负责保管会议文件和记录；协调和组织信息披露事宜，保证信息披露的及时性、合法性、真实性和完整性；负责保管股东名册资料、董事名册及董事会印章；协助董事会依法行使职权，在董事会决议违反法律法规、公司章程时，把情况记录于会议纪要，并将会议纪要立即

提交本公司全体董事和监事；为本公司重大决策提供咨询和建议。

## （六）董事会专门委员会设置情况

经公司第三届第五次董事会审议通过，公司董事会设立了审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会。

### 1、审计委员会

审计委员会由郑洪涛、赵国水、柴森组成，郑洪涛为召集人。审计委员会的主要职责为：检查公司会计政策、财务状况和财务报告程序；与公司外部审计机构进行交流；对内部审计人员及其工作进行考核；对公司的内部控制进行考核；检查、监督公司存在或潜在的各种风险；检查公司遵守法律、法规的情况；董事会授权的其他事宜。

公司第三届第五次董事会审议通过了《审计委员会实施细则》，具体细则如下：

（1）审计委员会每年至少召开两次会议，并于会议召开至少三个工作日前通知全体委员，会议由主任委员主持，主任委员不能出席时可委托其他一名委员主持。

（2）审计委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票的表决权；会议作出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

（3）审计委员会会议表决方式为举手表决或投票表决；临时会议可以采取通讯表决的方式召开。

（4）审计委员会会议的召开程序、表决方式和会议通过的议案必须遵循有关法律、法规、公司章程及本细则的规定。

（5）审计委员会会议应当有记录，出席会议的委员应当在会议记录上签名；会议记录由公司董事会秘书保存。

（6）审计委员会会议通过的议案及表决结果，应以书面形式报公司董事会。

（7）出席会议的委员均对会议所议事项有保密义务，不得擅自披露有关信息。

审计委员会成立以来，共召开了一次会议，审议公司2009年半年度财务报告和审计委员会会议事规则等事项，并结合公司财务报告和审计报告，对公司的经营



和发展提出了相关建议，发挥了积极作用。

## 2、战略委员会

战略委员会由孟宪民、裴军、孙健、赵国水、齐舰、李小平、陈大同组成，孟宪民为召集人。战略委员会的主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事项。

## 3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由柴森、赵国水、郑洪涛组成，柴森为召集人。薪酬与考核委员会的主要职责为：研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案；董事会授权的其他事项。

## 4、提名委员会

提名委员会由孟宪民、柴森、郑洪涛组成，柴森为召集人。提名委员会的主要职责为：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员的候选人；对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员人选进行审查并提出建议；董事会授权的其他事项。

# 二、报告期规范运作情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。近三年来，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在违法违规行为，也不存在被相关主管机关处罚的情况。

# 三、资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担

保的情况；不存在资金占用和对外担保的情况。

## 四、内部控制相关情况

### （一）公司管理层关于内部控制的自我评估意见

公司已按照《公司法》等有关法律法规以及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会、监事会制度，并先后制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度，以保证股东大会、董事会和监事会的规范运作。同时，本公司根据自身的实际情况，建立了与业务性质和规模相适应的内部管理机构，并先后制定了关联交易决策制度、募集资金使用管理办法、内部审计制度、投资管理制度、信息披露管理制度等一系列内部控制制度。本公司管理层认为，公司现有内部控制制度涵盖了人事管理、采购、固定资产管理、财务会计、关联交易、募集资金使用、投资决策、信息披露等企业运营的各个环节，具有较好的完整性；同时，本公司内部控制制度及相关工作制度自制订以来，一直得到有效执行，未发生因制度缺陷导致的重大经营失误，这表明公司现有的内控制度是有效的，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。公司将根据发展的实际需要，对内部控制制度不断加以改进和完善，从而使内控制度得到进一步完善和提高。

### （二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信大华会计师事务所对本公司相关内部控制制度进行了审核，并出具了立信大华核字（2010）第445号《内部控制审核报告》，报告的结论意见如下：“公司按照财政部颁布的《企业内部会计控制规范-基本规范》及相关具体规范于2009年12月31日在所有重大方面保持了与会计报表相关的有效的内部控制。”

## 五、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况

### （一）对外投资

为规范公司的对外投资行为，建立规范、有效、科学的投资决策体系和机制，降低对外投资风险，提高对外投资效益，避免投资决策失误，实现公司资产的保

值增值，公司第三届董事会第四次会议通过了《重大交易决策制度》，对公司对外投资的实施管理和责任追究等事项均进行了明确规定。

### 1、对外投资决策权限

公司股东大会、董事会、总经理为公司投资行为的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的投资行为作出决策。

根据《重大交易决策制度》第四条规定：“公司发生的对外投资达到下列标准之一的，董事会审议通过后需提交股东大会审议：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；（2）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的50%以上，且绝对金额超过5,000万元；（3）交易标的(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500万元；（4）交易的成交金额（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5,000万元；（5）交易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500万元；上述指标涉及的数据如为负值，取绝对值计算。”

根据《重大交易决策制度》第五条规定：“公司发生的对外投资达到下列标准之一的，由董事会审议后批准：（1）交易涉及的资产总额不超过公司最近一期经审计总资产的50%，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；（2）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的50%以下，或绝对金额不超过5,000万元；（3）交易标的(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%以下，或绝对金额不超过500万元；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的50%以下，或绝对金额不超过5,000万元；（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的50%以下，或绝对金额不超过500万元；上述指标涉及的数据如为负值，取绝对值计算。”

根据《重大交易决策制度》第六条规定：“总经理根据经营的实际情况，有权决定所涉单项金额或连续12个月累计金额不超过公司最近经审计净资产值

10%，或绝对额不超过3,000万元的交易项目。”

## 2、对外投资审批程序

公司对外投资项目按下列程序办理：（1）在对重大交易项目进行决策之前，公司必须对拟交易项目进行可行性研究，分析交易回报率、内部收益率、交易回收期、交易对方的履约能力、交易风险及其他有助于作出交易决策的各种分析。交易可行性分析报告提供给有权批准交易的机构或人员，作为进行交易决策的参考。（2）实施交易项目，必须获得相关的授权批准文件，并附有经审批的交易预算方案和其他相关资料。（3）已批准实施的交易项目，应由有权机构授权的公司相关部门负责具体实施。（4）交易项目应与交易对方签订交易合同或协议，必须经授权的决策机构批准后方可对外正式签署。

综上，公司制定的对外投资制度权限划分清晰、审批程序健全、责任体系明确，并得到了严格的执行。

## （二）对外担保

为了规范公司对外担保行为，保护投资者的合法权益和保证公司的财务安全，加强公司银行信用和担保管理，规避和降低经营风险，公司第三届董事会第四次会议通过了《对外担保制度》，对公司对外担保的合同的审查、担保风险管理等事项均进行了明确规定。

### 1、对外担保决策权限

《对外担保制度》规定：“公司下列对外担保行为，必须经股东大会作出决议：（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额,超过最近一期经审计净资产的50%以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的30%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）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（6）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%；（7）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5,000万元人民币。公司在一年内担保金额超过公司最近一期经审计总资产30%的对外担保需由股东大会以特别决议通过，即应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。

## 2、对外担保程序和风险控制

公司日常负责对外担保事项的职能部门为：财务部、审计部。公司在为其他企业提供担保前，需要按照以下程序办理：（1）公司收到被担保企业担保申请后，需对被担保企业进行资信状况评价。公司应向被担保企业索取以下资料：包括被担保企业近三年的资产负债表、损益表和现金流量表，未来一年财务预测，贷款偿借情况明细表（含利息支付）及相关合同，公司高层管理人员简介，银行信用，对外担保明细表、资产抵押/质押明细表，投资项目有关合同及可行性分析报告等相关资料。（2）公司收到被担保企业的申请及调查资料后，由公司财务部门对被担保企业的资信状况、该项担保的利益和风险进行充分分析，并对被担保企业生产经营状况、财务情况、投资项目进展情况、人员情况进行实地考察，通过各项考核指标，对被担保企业的盈利能力、偿债能力、成长能力进行评价，并在董事会有关公告中详尽披露。（3）财务部门根据被担保企业资信评价结果，就是否提供担保、反担保具体方式和担保额度提出建议，上报总经理，经总经理同意后上报给董事会。（4）公司为他人提供担保的，必须经过董事会或股东大会批准。

担保风险控制在：（1）公司提供担保的过程应遵循风险控制的原则，在对被担保企业风险评估的同时，严格控制对被担保企业的担保责任限额。（2）公司应加强担保合同的管理。为他人担保，应当订立书面合同。担保合同应当按照公司内部管理规定妥善保管，并及时通报监事会、董事会秘书和财务部门。（3）对于被担保企业的项目贷款，公司应要求与被担保企业开立共管账户，以便专款专用。

第三十二条 公司应加强担保合同的管理。担保合同应当按照公司内部管理规定妥善保管，并及时通报监事会。（4）担保期间，公司应做好对被担保企业的财务状况及抵押/质押财产变化的跟踪监察工作，定期或不定期对被担保企业进行考察；在被担保企业债务到期前一个月，财务部门应向被担保企业发出催其还款通知单。（5）一旦发现被担保方的财务状况或经营情况出现恶化，财务部应及时向总经理汇报，并提供对策建议；（6）一旦发现被担保方有转移财产等逃避债务行为，财务部应事先做好风险防范措施；（7）公司为债务人履行担保义务后，财务部应当采取有效措施向债务人追偿，并将追偿情况及时披露。（8）被担保人债务到期后，未履行还款义务的，公司应在债务到期后的十个工作日内，由财务部门执行反担保措施。在担保期间，被担保人若发生机构变更、撤消、破产、清算等

情况时，公司应按有关法律规定行使债务追偿权。(9) 公司全体董事应当审慎对待和严格控制对外担保产生的债务风险，并对违规或失当的对外担保产生的损失依法承担连带责任。

综上，公司制定的对外担保制度权责明确、内容完整、程序健全，并得到了严格的执行，到目前为止公司尚无任何对外担保事项。

## 六、投资者权益保护情况

为了切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策等权利，公司制定相关制度和措施，充分维护了投资者的相关利益，具体体现在以下几个方面：

### 1、维护投资者知情权

2009年5月18日，公司召开2008年度股东大会，审议通过了《信息披露管理制度》，对发行人的信息披露的原则、披露标准、部门设置等事项都进行了详细规定。

(1) 公司应当真实、准确、完整、及时地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。在未公开信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。

(2) 公司发生可能对公司证券及其衍生品种交易价格产生较大影响的重大事件，投资者尚未得知时，公司应当立即披露临时报告，说明事件的起因、目前的状态和可能产生的影响。

(3) 公司董事会办公室是公司信息披露事务的日常工作机构，在董事会秘书的领导下，统一负责公司的信息披露事务。董事会秘书负责组织和协调公司信息披露事务。公司应当为董事会秘书履行职责提供便利条件，财务负责人应当配合董事会秘书在财务信息披露方面的相关工作。

(4) 公司董事、监事、高级管理人员应当勤勉尽责，关注信息披露文件的编制情况，保证定期报告、临时报告在规定期限内披露，配合公司及其他信息披露义务人履行信息披露义务。

(5) 公司应当与董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员、部门负责人以及已经或将要了解公司未公开信息的人员签署保密协议，约定上述人员应当

对其了解和掌握的公司未公开信息予以严格保密，不得在该等信息公开披露之前向第三人披露。

(6) 公司的董事、监事以及高级管理人员、公司各部门、各下属公司负责人对需要进行信息披露的事项未及时报告或报告内容不准确的，或者违反公平信息披露原则，造成公司信息披露不及时、疏漏、误导，给公司或投资者造成重大损失的，或者受到中国证监会及派出机构、证券交易所公开谴责、批评或处罚的，公司对有关责任人进行处罚，包括降低其薪酬标准、扣发其应得奖金、解聘其职务等。

## 2、保障投资者收益分配权

根据《公司章程（草案）》规定，公司的利润分配政策为：按照股东持有的股份比例分配利润；可以采取现金或者股票方式分配利润；重视对投资者的合理投资回报，每连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十；董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

## 3、保护投资者参与决策和选择管理者的权利

(1) 公司完善了股东大会制度，充分保障投资者享有的股东大会召集请求权、提名权、投票权等。

《公司章程（草案）》规定：“单独或者合计持有公司10%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10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。如不同意或10日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会。若监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，连续90日以上单独或者合计持有公司10%以上股份的股东可以自行召集和主持。”此外，《公司章程（草案）》分别就股东表决权、提案权和决策权等做出了明确规定，充分保证了投资者参与公司重大经营事项的决策权。

(2) 公司建立了健全的《独立董事工作制度》，明确了独立董事的资格、权利和义务，并不断督促独立董事履行职责，以强化独立董事对控股股东、上市公司董事、高级管理人员的监督。

在制度中明确规定了，独立董事除应具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有下列特别职权：a)公司重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论；b)经二分之一以上独立董事同意，独立董事可以向董事会提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权；c)经全体独立董事同意，独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询；d)对公司高管人事任免及薪酬、关联方重大资金往来活动及其他事宜发表独立意见。

(3) 公司设置了内部审计部门，对公司财务管理、内控制度建立和执行情况进行内部审计监督。内部审计部门对审计委员会负责，向审计委员会报告。公司制定了《内部审计制度》，对内部审计的任务、内部审计的范围和内容、内部审计的职权、内部审计实施程序、内部审计人员任免及内部审计的监督均进行了明确，建立了健全的内部审计制度。

此外，公司还制定了《对外担保制度》、《关联交易决策制度》、《募集资金使用管理办法》等制度，明确了对外担保、关联交易、募集资金使用等事项的决策程序、审查内容和责任等内容，对公司以及投资者利益重大影响的事项必须由股东大会审议通过。



## 第十节 财务会计信息与管理层分析

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报告。

### 一、发行人的财务报表

#### (一) 资产负债表

##### 合并资产负债表

单位：元

项目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	106,773,176.96	51,438,382.10	32,845,032.64
应收账款	53,000,947.69	52,979,918.87	39,909,355.85
预付款项	57,647,230.53	48,685,569.86	34,974,055.74
其他应收款	10,701,149.13	10,463,960.39	9,884,373.00
存货	118,262,205.98	86,334,841.37	73,302,666.07
<b>流动资产合计</b>	<b>346,384,710.29</b>	<b>249,902,672.59</b>	<b>190,915,483.30</b>
<b>非流动资产：</b>			
固定资产	23,737,065.33	23,967,355.66	27,825,920.87
无形资产	13,107,731.51	10,243,038.99	1,573,229.27
开发支出	3,395,579.39		
商誉	3,301,394.18	3,301,394.18	3,301,394.18
长期待摊费用	3,119,298.81	5,113,557.43	2,594,543.34
递延所得税资产	702,698.36	737,782.55	692,983.56
<b>非流动资产合计</b>	<b>47,363,767.58</b>	<b>43,363,128.81</b>	<b>35,988,071.22</b>
<b>资产总计</b>	<b>393,748,477.87</b>	<b>293,265,801.40</b>	<b>226,903,554.52</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	41,613,473.03	20,000,000.00	15,000,000.00
应付票据	90,892,005.00	51,218,894.00	3,430,530.00
应付账款	84,080,726.78	80,860,434.60	66,650,366.54
预收款项	7,968,537.95	7,684,673.28	8,963,264.07
应付职工薪酬	7,741,986.83	7,425,497.14	6,634,357.99
应交税费	4,095,461.62	6,150,427.92	5,281,734.52
其他应付款	3,609,207.36	8,242,513.93	35,243,403.83
<b>流动负债合计</b>	<b>240,001,398.57</b>	<b>181,582,440.87</b>	<b>141,203,656.95</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	1,827,536.34

非流动负债合计	-	-	1,827,536.34
负债合计	240,001,398.57	181,582,440.87	143,031,193.29
股东权益：			
实收资本	50,000,000.00	50,000,000.00	20,160,000.00
资本公积	853,449.35	853,449.35	18,513,449.35
盈余公积	5,726,492.32	4,346,310.05	3,521,336.13
未分配利润	95,803,540.53	55,369,612.38	41,035,778.96
归属于母公司股东权益合计	152,383,482.20	110,569,371.78	83,230,564.44
少数股东权益	1,363,597.10	1,113,988.75	641,796.79
股东权益合计	153,747,079.30	111,683,360.53	83,872,361.23
负债和股东权益合计	393,748,477.87	293,265,801.40	226,903,554.52

母公司资产负债表

单位：元

项目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	99,805,724.03	32,039,578.42	22,925,246.29
应收账款	36,541,479.94	38,368,027.22	19,514,458.83
预付款项	56,196,533.51	39,880,793.54	33,665,500.79
其他应收款	9,462,623.78	8,728,453.61	7,196,314.82
存货	112,586,675.12	81,692,813.69	66,484,978.39
流动资产合计	314,593,036.38	200,709,666.48	149,786,499.12
<b>非流动资产：</b>			
长期股权投资	31,855,000.00	31,855,000.00	22,095,000.00
固定资产	12,167,327.70	11,262,410.82	11,617,728.17
无形资产	-	12,133.36	-
长期待摊费用	3,119,298.81	5,102,260.21	2,406,755.12
递延所得税资产	691,364.60	714,539.33	664,561.94
非流动资产合计	47,832,991.11	48,946,343.72	36,784,045.23
资产总计	362,426,027.49	249,656,010.20	186,570,544.35
<b>流动负债：</b>			
短期借款	36,613,473.03	15,000,000.00	15,000,000.00
应付票据	90,892,005.00	51,218,894.00	3,430,530.00
应付账款	99,424,286.88	77,338,260.18	53,541,235.56
预收款项	27,284,050.68	26,605,652.73	16,592,011.16
应付职工薪酬	6,536,118.42	5,581,944.27	4,434,924.21
应交税费	3,642,538.04	3,804,918.21	3,847,551.86
其他应付款	19,532,822.28	5,407,430.32	31,447,583.98
流动负债合计	283,925,294.33	184,957,099.71	128,293,836.77
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	1,827,536.34

非流动负债合计	-	-	1,827,536.34
负债合计	283,925,294.33	184,957,099.71	130,121,373.11
股东权益：			
实收资本	50,000,000.00	50,000,000.00	20,160,000.00
资本公积	-	-	17,660,000.00
盈余公积	5,726,492.32	4,346,310.05	3,521,336.13
未分配利润	22,774,240.84	10,352,600.44	15,107,835.11
股东权益合计	78,500,733.16	64,698,910.49	56,449,171.24
负债和股东权益合计	362,426,027.49	249,656,010.20	186,570,544.35

## (二) 利润表

### 合并利润表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业总收入	1,023,769,341.05	970,103,243.53	983,491,294.81
其中：营业收入	1,023,769,341.05	970,103,243.53	983,491,294.81
二、营业总成本	978,425,662.22	938,060,055.94	961,566,229.27
其中：营业成本	797,855,508.95	788,907,640.38	862,826,368.90
营业税金及附加	7,499,875.33	6,469,727.55	3,198,055.41
销售费用	134,063,733.07	113,218,620.90	83,604,726.33
管理费用	34,394,544.77	27,566,810.38	9,916,461.25
财务费用	3,914,054.60	2,212,883.86	1,650,719.88
资产减值损失	697,945.50	-315,627.13	369,897.50
投资收益(损失以“-”号填列)	-	-92,109.96	-1,448,048.98
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-92,109.96	-1,448,048.98
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	45,343,678.83	31,951,077.63	20,477,016.56
加：营业外收入	2,850,743.02	573,006.19	1,103,313.28
减：营业外支出	52,406.67	33,443.96	54,721.85
其中：非流动资产处置损失	13,451.03	24,524.59	196.00
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	48,142,015.18	32,490,639.86	21,525,607.99
减：所得税费用	6,078,296.41	4,643,882.29	1,526,416.22
五、净利润(净亏损以“-”号填列)*	42,063,718.77	27,846,757.57	19,999,191.77
(一) 归属于母公司所有者的净利润	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
(二) 少数股东损益	249,608.35	507,950.23	35,758.27
六、每股收益			

(一) 基本每股收益	0.83	0.55	0.37
(二) 稀释每股收益	0.83	0.55	0.37
<b>七、其他综合收益</b>			
<b>八、综合收益总额:</b>	42,063,718.77	27,846,757.57	19,999,191.77
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	249,608.35	507,950.23	35,758.27

母公司利润表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
<b>一、营业收入</b>	949,660,156.41	890,863,843.37	940,106,004.45
减：营业成本	795,532,242.73	766,787,616.69	836,545,097.14
营业税金及附加	5,203,059.75	3,808,041.62	2,726,635.09
销售费用	112,988,803.37	94,335,790.60	80,323,270.94
管理费用	13,911,318.73	13,119,010.64	9,823,528.28
财务费用	3,577,712.17	2,170,132.93	1,596,327.41
资产减值损失	197,618.15	-205,072.13	243,870.77
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-189,212.16	-2,930,664.05
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-189,212.16	-2,930,664.05
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	18,249,401.51	10,659,110.86	5,916,610.77
加：营业外收入	784,000.30	6,484.47	22,689.27
减：营业外支出	39,449.49	8,759.92	51,440.94
其中：非流动资产处置损失	493.85		196.00
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	18,993,952.32	10,656,835.41	5,887,859.10
减：所得税费用	5,192,129.65	2,407,096.16	1,545,332.03
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	13,801,822.67	8,249,739.25	4,342,527.07
<b>五、每股收益:</b>			
(一) 基本每股收益	0.27	0.16	0.09
(二) 稀释每股收益	0.27	0.16	0.09
<b>六、其他综合收益</b>			
<b>七、综合收益总额</b>	13,801,822.67	8,249,739.25	4,342,527.07

(三) 现金流量表

合并现金流量表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,185,169,387.16	1,088,978,492.39	1,177,662,456.10
收到的税费返还	2,066,742.72	566,521.72	20,000.00
收到其他与经营活动有关的现金	27,376,940.83	39,813,617.53	9,558,819.10
经营活动现金流入小计	1,214,613,070.71	1,129,358,631.64	1,187,241,275.20
购买商品、接受劳务支付的现金	958,984,462.03	866,229,663.42	1,024,655,323.04
支付给职工以及为职工支付的现金	90,575,335.96	58,526,419.90	28,314,037.94
支付的各项税费	30,824,000.05	31,424,943.18	13,131,497.50
支付其他与经营活动有关的现金	79,164,132.63	138,117,833.17	99,352,972.39
经营活动现金流出小计	1,159,547,930.67	1,094,298,859.67	1,165,453,830.87
经营活动产生的现金流量净额	55,065,140.04	35,059,771.97	21,787,444.33
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	210,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11,400.00	-	196.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	31,043.17	-
投资活动现金流入小计	11,400.00	31,043.17	210,196.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,407,405.48	17,737,556.66	3,956,413.43
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	9,759,955.61
投资活动现金流出小计	17,407,405.48	17,737,556.66	13,716,369.04
投资活动产生的现金流量净额	-17,396,005.48	-17,706,513.49	-13,506,173.04
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	21,420,000.00
取得借款收到的现金	67,989,289.04	20,000,000.00	20,100,000.00
筹资活动现金流入小计	67,989,289.04	20,000,000.00	41,520,000.00
偿还债务支付的现金	46,424,269.54	16,827,536.34	21,990,272.38
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,127,987.20	1,524,380.68	3,639,313.50
支付其他与筹资活动有关的现金	77,338,577.00	1,373,633.00	1,543,159.00
筹资活动现金流出小计	126,890,833.74	19,725,550.02	27,172,744.88
筹资活动产生的现金流量净额	-58,901,544.70	274,449.98	14,347,255.12
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	-	-	-

五、现金及现金等价物净增加额	-21,232,410.14	17,627,708.46	22,628,526.41
加：期初现金及现金等价物余额	48,929,582.10	31,301,873.64	8,673,347.23
六、期末现金及现金等价物余额	27,697,171.96	48,929,582.10	31,301,873.64

母公司现金流量表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,111,823,210.15	1,004,532,738.90	1,143,499,014.24
收到的税费返还	-	-	20,000.00
收到其他与经营活动有关的现金	26,420,822.37	38,680,021.02	11,067,101.35
经营活动现金流入小计	1,138,244,032.52	1,043,212,759.92	1,154,586,115.59
购买商品、接受劳务支付的现金	931,707,021.28	822,355,145.78	998,950,245.72
支付给职工以及为职工支付的现金	65,174,966.54	42,463,841.39	27,226,824.66
支付的各项税费	20,992,295.28	23,475,499.06	11,796,515.29
支付其他与经营活动有关的现金	63,826,223.22	125,407,231.72	99,967,497.94
经营活动现金流出小计	1,081,700,506.32	1,013,701,717.95	1,137,941,083.61
经营活动产生的现金流量净额	56,543,526.20	29,511,041.97	16,645,031.98
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	210,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11,400.00	-	196.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	50,787.84	-
投资活动现金流入小计	11,400.00	50,787.84	210,196.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6,873,882.89	6,826,780.66	3,885,583.43
投资支付的现金	-	10,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	14,255,000.00
投资活动现金流出小计	6,873,882.89	16,826,780.66	18,140,583.43
投资活动产生的现金流量净额	-6,862,482.89	-16,775,992.82	-17,930,387.43
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	21,420,000.00
取得借款收到的现金	62,989,289.04	15,000,000.00	20,100,000.00
筹资活动现金流入小计	62,989,289.04	15,000,000.00	41,520,000.00
偿还债务支付的现金	41,424,269.54	16,827,536.34	21,990,272.38
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,819,917.20	1,493,180.68	3,639,313.50
支付其他与筹资活动有关的现金	77,227,205.00	1,265,641.00	1,543,159.00
筹资活动现金流出小计	121,471,391.74	19,586,358.02	27,172,744.88
筹资活动产生的现金流量净额	-58,482,102.70	-4,586,358.02	14,347,255.12

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	-8,801,059.39	8,148,691.13	13,061,899.67
加：期初现金及现金等价物余额	29,530,778.42	21,382,087.29	8,320,187.62
六、期末现金及现金等价物余额	20,729,719.03	29,530,778.42	21,382,087.29

## 二、财务报表编制基础、合并报表编制的范围及变化情况

### （一）财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项会计准则及其他相关规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

### （二）合并财务报表范围及变化情况

合并财务报表按照2006年2月颁布的《企业会计准则第33号—合并财务报表》执行。公司所控制的全部子公司均纳入合并财务报表的合并范围。

2007年12月31日完成收购北京恒信掌中游信息技术有限公司100%股权、北京恒信彩虹信息技术有限公司100%股权、北京中科信利通信技术有限公司30%股权（2006年度已经持有40%的股权）、北京恒信仪和信息技术有限公司50%股权（2006年度已经持有50%的股权），2007年12月31日按照非同一控制下企业合并原则进行财务报表合并。

公司2008年投资设立北京恒信彩虹科技有限公司。按照企业合并准则以及合并报表准则，纳入2008年度合并报表合并范围。

2008年公司注销原子公司邯郸市恒科移动电话维修服务有限公司，该公司不再纳入2008年度合并报表合并范围。

## 三、注册会计师的审计意见

立信大华会计师事务所对公司2007年12月31日、2008年12月31日和2009年12月31日的资产负债表和合并资产负债表，2007年度、2008年度和2009年度的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、所有者权益变动表

和合并所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了立信大华审字[2010]665号标准无保留意见《审计报告》。

## 四、报告期采用的主要会计政策和会计估计

### （一）收入确认和计量的具体方法

#### 1、个人移动信息终端产品销售收入的确认原则及方法

##### （1）面对个人销售移动信息终端的确认原则及方法

面对个人销售移动信息终端，在已将所销售的商品所有权上的主要风险或报酬转移给购货方，并不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了收款凭据且相关的经济利益很可能流入企业，与销售该商品相关的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

##### （2）面对运营商销售“定制手机”等移动信息终端的确认原则及方法

面对运营商销售移动信息终端（即代理运营商销售业务）的销售收入确认原则和方法：在已将所销售的终端商品所有权上的主要风险或报酬转移给运营商，并不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得了收款凭据且相关的经济利益很可能流入企业，与销售该商品相关的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

具体收入确认的时间是依照与运营商的合同约定，每旬或每月与运营商销售管理信息系统的实际销售数据核对，取得运营商的“结算通知单”，并以此作为销售收入的入账依据。其中，直接销售给运营商的“定制手机”业务，公司以商品已经发出并取得运营商每月的“结算通知单”后，作为销售收入确认的时点；通过合作营业厅“兑机”销售业务，在用户以积分、预付话费等方式兑换手机成功后，公司按月取得运营商的“结算通知单”并与运营商核对销售数量与金额，以此作为收入确认的时点。

#### 2、个人移动信息业务服务收入的确认原则及方法

##### （1）代理运营商业务服务收入的确认原则及方法

本公司在从事代理运营商业务时，是以在向客户提供相关代理服务后，每月与运营商的管理信息系统数据核对无误后确认收入的实现。

##### （2）个人移动信息业务平台服务收入的确认原则及方法



本公司的个人移动信息业务平台是指为中国移动提供各种移动信息业务（如语音杂志和音乐搜索等）技术支撑服务的系统平台，平台服务收入的确认原则及方法：每月从运营商业务运营支撑系统提取本公司业务平台上产生的话费及信息费收入，依照合同计算本公司可分成的收入，与运营商对账确认后，确认收入的实现。

### 3、行业移动信息产品集成销售收入的确认原则及方法

行业移动信息产品集成销售是本公司为客户实施系统集成项目时，应客户要求外购硬件，集成特定行业的移动信息化软件或应用系统并安装所获得的收入。

行业移动信息产品集成销售的确认原则及方法：集成产品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，公司不再对其实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经收到或取得了收款的证据，与销售该集成产品有关的成本能够可靠地计量时，确认销售收入。具体收入确认的时间和金额是依照合同，在系统集成安装完毕，并取得客户的终验安装验收单后确认收入的实现。

### 4、行业移动信息服务收入的确认原则及方法

行业移动信息服务收入来自于两类：

第一类是本公司集成销售行业终端设备后持续为特定行业客户提供后续的技术服务或二次开发，可以获取技术服务费收入。收入的确认原则及方法为：相关服务已经提供，收到价款或取得收取款项的凭据时，确认技术服务收入的实现。

第二类是以提供行业移动信息服务平台方式，与移动运营商合作运营（如农政通平台、移动总机平台等）。收入的确认原则及方法为：每月从运营商业务运营支撑系统提取本公司业务平台上产生的话费及信息费收入，依照合同计算本公司可分成的收入，与运营商对账确认后，确认收入的实现。

## （二）长期股权投资核算方法

### 1、初始计量

#### （1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本

与支付合并对价之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并发生的各项直接相关费用，包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益。

非同一控制下的企业合并：合并成本为购买日购买方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，以及为企业合并而发生的各项直接相关费用。通过多次交换交易分步实现的企业合并，合并成本为每一单项交易成本之和。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

## （2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式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。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或利润）作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

## 2、被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，则视为与其他方对被投资单位实施共同控制；对一个企业的财务和经营决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，则视为投资企业能够

对被投资单位施加重大影响。

### 3、后续计量及收益确认

#### (1) 后续计量

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，采用成本法核算。

对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。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差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；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差额，计入当期损益。

被投资单位除净损益以外所有者权益其他变动的处理：对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，在持股比例不变的情况下，公司按照持股比例计算应享有或承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时增加或减少资本公积（其他资本公积）。

#### (2) 损益确认

成本法下，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，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

权益法下，在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

### (三) 固定资产核算方法

### 1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- (1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- (2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

### 2、固定资产的分类

固定资产分类为：房屋建筑物、运营设备、办公设备、运输设备。

### 3、固定资产的初始计量

固定资产取得时按照实际成本进行初始计量。

外购固定资产的成本，以购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等确定。

购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

债务重组取得债务人用以抵债的固定资产，以该固定资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的固定资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，换入的固定资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入固定资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的固定资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的固定资产按公允价值确定其入账价值。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为入账价值。

#### 4、固定资产折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

各类固定资产预计使用寿命和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	20	3%	4.85%
运营设备	3-5	3%	19.40%-32.33%
办公设备	5	3%	19.40%
运输设备	5	3%	19.40%

## 5、固定资产的减值准备计提

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

## （四）无形资产核算方法

### 1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

## （2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

## 2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计及摊销情况：

### （1）使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计

每年末，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。

### （2）无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

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。

本公司无形资产中软件使用权摊销年限为5-10年，软件著作权摊销年限为5年。

本公司期末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。

### 3、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

## （五）开发支出核算方法

公司划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准。

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。研究阶段的支出在发生时直接计入当期损益。

**研究阶段：**为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

**开发阶段：**在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

公司内部具体的划分标准为：计划财务部将经公司审核批准后的立项报告作为开发阶段项目资本化开始的依据。在研发项目的市场调研、产品定义、立项评审、形成立项报告的阶段产生的费用在发生时直接计入当期损益；对于项目组成



员实施开发的阶段至测试通过后产生的费用，由于很大程度上形成一项新技术的基本条件已经具备，因此确认为无形资产的成本。

### ③无形资产开发支出资本化依据

根据《企业会计准则》规定，公司内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

第一，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；

第二，具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

第三，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；

第四，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；

第五，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。

## （六）存货

### 1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、发出商品等。

### 2、存货的计价方法

（1）存货发出时按先进先出法计价。

（2）发出商品的核算方法：从手机生产厂商和“定制手机”合作商处购买手机后，作为库存商品核算，待手机运抵运营商仓库，收到运营商的货物签收单时，依据运营商收货签收单将库存商品转入发出商品。

（3）周转材料的摊销方法：周转材料采用一次摊销法。

### 3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

### 4、存货跌价准备的计提方法

年末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

### （七）应收款项减值准备的确定方法

期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其的未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。

原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

对于期末单项金额重大的应收账款、其他应收款单独进行减值测试。单独测试未发生减值的，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

对于期末单项金额非重大的应收账款、其他应收款，单独进行减值测试，单独测试未发生减值的，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

单项金额重大是指：应收款项前五名且占应收款项余额的10%以上。

对于年末单项金额非重大的应收款项，单独进行减值测试。单独测试未发生减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项），包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。对母公司以及纳入母公司合并范围内的本公司关联方的应收款项不计提坏账准备。

除已单独计提减值准备的应收款项外，公司根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基

础，结合现时情况确定以下坏账准备计提的比例：

应收款项账龄	提取比例
1年以内	1%
1年—2年	5%
2年—3年	10%
3年以上	100%

## （八）长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产、商誉的减值

### 1、长期股权投资

成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，其减值损失是根据其账面价值与按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进行确定。

其他长期股权投资，如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将差额确认为减值损失。

长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

### 2、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等长期非金融资产

对于固定资产、在建工程、无形资产等长期非金融资产，公司在每年末判断相关资产是否存在可能发生减值的迹象。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。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。

当资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产、在建工程、无形资产等长期非金融资产资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业以单项资产为基础估计其可收回金额。企业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。

## 五、主要税收政策、缴纳的主要税种

### (一) 公司适用的主要税种及税率

#### 1、流转税主要税种和税率

税 种	税 率	
	2007 年度-2008 年度	2009 年度
增值税	4%、6%、17%	3%、17%
营业税	3%、5%	3%、5%

#### 2、企业所得税税率

公司所得税采用按季预缴，年终汇算清缴的方式缴纳。本公司各分支机构在2007年度独立申报缴纳所得税，2008年度起本公司汇总申报所得税。各纳税主体税率如下：

序号	纳税人全称	2009 年	2008 年	2007 年	备注
1	河北恒信移动商务股份有限公司总部	25%	25%	33%	2008 年起总、分公司汇总纳税
2	河北恒信移动商务股份有限公司保定分公司	25%	25%	33%	
3	河北恒信移动商务股份有限公司保定维修服务中心	25%	25%	33%	
4	河北恒信移动商务股份有限公司廊坊分公司	25%	25%	33%	
5	河北恒信移动商务股份有限公司廊坊维修站	25%	25%	-	2008 年成立
6	河北恒信移动商务股份有限公司沧州分公司	25%	25%	27%	
7	河北恒信移动商务股份有限公司承德分公司	25%	25%	33%	
8	河北恒信移动商务股份有限公司太原通讯城	25%	25%	33%	
9	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸分公司	25%	25%	18%	
10	河北恒信移动商务股份有限公司邯郸维修服务中心	25%	25%	-	2008 年成立

序号	纳税人全称	2009年	2008年	2007年	备注
11	河北恒信移动商务股份有限公司 秦皇岛分公司	25%	25%	33%	
12	河北恒信移动商务股份有限公司 秦皇岛维修服务部	25%	25%	7%	2007年成立，2007年适用7%的定率税率
13	河北恒信移动商务股份有限公司 唐山分公司	25%	25%	33%	
14	河北恒信移动商务股份有限公司 唐山售后服务处	25%	25%	-	2008年成立
15	河北恒信移动商务股份有限公司 唐山维修服务中心	-	-	33%	2007年注销
16	河北恒信移动商务股份有限公司 张家口分公司	25%	25%	33%	
17	河北恒信移动商务股份有限公司 张家口维修中心	25%	25%	33%	
18	河北恒信移动商务股份有限公司 衡水分公司	25%	25%	33%	
19	河北恒信移动商务股份有限公司 衡水通讯产品维修服务中心	25%	25%	33%	
20	河北恒信移动商务股份有限公司 邢台分公司	25%	25%	定额	
21	河北恒信移动商务股份有限公司 邢台维修站	25%	25%	定额	
22	邯郸市恒科移动电话维修服务有限公司	-	25%	33%	2008年12月注销
23	北京恒信掌中游信息技术有限公司	25%	25%	7.5%	
24	北京恒信仪和信息技术有限公司	7.5%	7.5%	免	
25	中科信利通信技术有限公司	25%	25%	免	
26	北京恒信彩虹科技有限公司	免	免	-	2008年成立
27	北京恒信彩虹信息技术有限公司	25%	25%	免	
28	石家庄恒信同力通讯有限公司	25%	25%	免	

## （二）享受的税收优惠

### 1、增值税优惠政策

依据财税[2000]25号《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策问题的通知》规定，本公司子公司北京中科信利通信技术有限公司自2006年11

月1日起至2010年底、北京恒信彩虹科技有限公司自2008年8月1日起至2010年底，对增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按17%的法定税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过3%的部分实行即征即退政策。所退税款由企业用于研究开发软件产品和扩大再生产，不作为企业所得税应税收入，不予征收企业所得税。具体情况如下：

2006年12月8日，经北京市海淀区国家税务局批准，北京中科信利通信技术有限公司自行开发销售的语音识别引擎软件V2.1产品所缴纳的增值税享受即征即退的税收优惠政策；

2008年8月4日，经北京市海淀区国家税务局批准，北京恒信彩虹科技有限公司自行开发销售移动服务中间件软件v1.0所缴纳的增值税享受即征即退的税收优惠政策；

2008年11月25日，经北京市海淀区国家税务局批准，北京恒信彩虹科技有限公司自行开发销售恒信数字货架系统软件v1.0、恒信彩虹农政通系统软件v1.0所缴纳的增值税享受即征即退的税收优惠政策；

2008年12月22日，经北京市海淀区国家税务局批准，北京恒信彩虹科技有限公司自行开发销售恒信电话会议手机内嵌软件v1.0，掌游公社手机内嵌软件v1.0所缴纳的增值税享受即征即退的税收优惠政策。

2009年9月3日，经北京市海淀区国家税务局批准，北京恒信彩虹科技有限公司自行开发销售的恒信十一运移动总机一号通平台软件v1.0的增值税享受即征即退的税收优惠政策。

## 2、所得税优惠政策

(1) 根据国务院关于《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》国函[1988]74号文件第五条规定，北京恒信彩虹信息技术有限公司属于中关村科技园区内经认定的新办高新技术企业，2005年度-2007年度免征企业所得税，2008年度按照25%的税率征收企业所得税；

经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局《关于公示北京市2009年度第七批拟认定高新技术企业名单的通知》，北京恒信彩虹信息技术有限公司被认定为高新技术企业，目前正在办理2009年减按15%征收企业所得税的税收优惠。

(2) 根据国务院关于《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》国函[1988]74号文件第五条规定，北京恒信仪和信息技术有限公司属于中关村科技园区内经认定的高新技术企业，2005年度-2007年度免征企业所得税。

经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局《关于公示北京市2008年度首批拟认定高新技术企业名单的通知》（京科高发[2008]469号）文件，北京恒信仪和信息技术有限公司被认定为高新技术企业，2008年12月18日，北京恒信仪和信息技术有限公司取得编号为GR200811000158号的高新技术企业证书，享受《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》国发[2007]39号文的过渡期税收优惠政策，依据北京市海淀区国家税务局第六税务所（海国税200906JMS1600060号）企业所得税减免税备案登记书，2008年-2010年减按7.5%征收企业所得税。

(3) 根据《国务院关于印发鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发【2000】18号）和《贯彻国务院鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策实施意见问题》（京地税企【2001】386号）文件规定，北京恒信掌中游信息技术有限公司符合软件企业免税条件，自盈利年度起享受“两免三减半”优惠政策，经北京市海淀区地方税务局出具的（京地税海减免企字[2004]000201）文件批复，2003年度-2004年度免征企业所得税；经北京市海淀区地税局出具的地方税务局减免企字高新备案[2007]4号文件批复，2005年度-2007年度减半征收企业所得税，2008年度按25%税率征收企业所得税；

经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局《关于公示北京市2009年度第七批拟认定高新技术企业名单的通知》，北京恒信掌中游信息技术有限公司被认定为高新技术企业，目前正在办理2009年减按15%征收企业所得税的税收优惠。

(4) 根据国务院关于《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》国函[1988]74号文件第五条规定，北京中科信利通信技术有限公司属于中关村科技园区内经认定的新办高新技术企业，2005年度-2007年度免征企业所得税，2008年度按照25%的税率征收企业所得税；

经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局《关于公示北京市2009年度第七批拟认定高新技术企业名单的通知》，北

京中科信利通信技术有限公司被认定为高新技术企业，目前正在办理2009年减按15%征收企业所得税的税收优惠。

(5) 根据《国务院关于印发鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》(国发【2000】18号)、《贯彻国务院鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策实施意见问题》(京地税企【2001】386号)、《财政部、国家税务总局关于企业所得税若干优惠政策的通知》财税〔2008〕1号文件规定，北京恒信彩虹科技有限公司符合新办软件企业免税条件，依据(海国税200908JMS10000015号)企业所得税减免税备案登记书，享受2008年度-2009年度免征企业所得税，2010年度-2012年度减半征收企业所得税的税收优惠。

(6) 根据财税(1994)001号文件《财政部、国家税务总局关于企业所得税若干优惠政策的通知》第七条的规定，石家庄恒信同力通讯有限公司享受新办劳服企业的税收优惠政策，2005年12月8日经河北省石家庄市桥东区国家税务局批准，2005年度至2007年度免征企业所得税。

(7) 根据国家税务总局《关于企业研究开发费用税前扣除管理办法(试行)的通知》国税发〔2008〕116号文件，北京恒信彩虹信息技术有限公司、北京恒信仪和信息技术有限公司、北京恒信掌中游信息技术有限公司、北京恒信彩虹科技有限公司2008年度享受研发费用加计扣除的税收优惠。具体情况如下：

①2009年5月4日,依据北京市海淀区国家税务局第八税务所海国税200908JMS0300060号企业所得税减免税备案登记书、海国税200908JMS0300049号企业所得税减免税备案登记书,北京恒信彩虹信息技术有限公司2008年度开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用,在按照规定据实扣除的基础上,按照研究开发费用的50%加计扣除、形成无形资产的,按照无形资产成本的150%摊销。

②2009年5月21日,依据北京市海淀区国家税务局第六税务所海国200906JMS0300045号企业所得税减免税备案登记书,北京恒信仪和信息技术有限公司2008年度开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用,享受企业所得税税前加计扣除的税收优惠政策。

③2009年5月4日,依据北京市海淀区国家税务局第八税务所海国税200908JMS0300059号企业所得税减免税备案登记书,北京中科信利通信技术有



限公司2008年度开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用，在按照规定据实扣除的基础上，按照研究开发费用的50%加计扣除。

④2009年5月4日，依据北京市海淀区国家税务局第八税务所海国税200908JMS0300061号企业所得税减免税备案登记书，北京恒信彩虹科技有限公司2008年度为开发新技术、新产品、新工艺发生专门用于研发活动的软件、专利权、非专利技术等形成无形资产的，按照无形资产成本的150%摊销。

## 六、非经常性损益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》的规定，本公司报告期非经常性损益发生额情况如下（收益为+，损失为-）：

单位：元

明细项目	2009 年度	2008 年度	2007 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；	-4,984.39	-113,015.12	-2,334.72
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；	578,363.20	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益；	-	-	1,080,624.01
债务重组损益；	197,070.46	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出；	-38,855.64	-2,434.90	-31,180.40
少数股东损益的影响数	-	-3,619.43	-656.18
<b>合 计</b>	<b>731,593.63</b>	<b>-119,069.45</b>	<b>1,046,452.71</b>
计提所得税的基数	769,549.27	-18,040.12	20,354.55
所得税影响	192,387.32	-27,081.83	6,717.00
<b>所得税后非经常性损益净额</b>	<b>539,206.31</b>	<b>-91,987.62</b>	<b>1,039,735.71</b>
归属于母公司所有者的净利润	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	41,274,904.11	27,430,794.96	18,923,697.79
非经常性损益占归属于母公司所有者的净利润比重	1.29%	-0.34%	5.21%

## 七、财务指标

### （一）报告期公司主要财务指标

财务指标	2009 年度或 2009	2008 年度或 2008	2007 年度或 2007
------	---------------	---------------	---------------

	年 12 月 31 日	年 12 月 31 日	年 12 月 31 日
流动比率(倍)	1.44	1.38	1.35
速动比率(倍)	0.95	0.90	0.83
资产负债率(母公司)	78.34%	74.08%	69.74%
应收账款周转率(次)	19.32	20.89	17.67
存货周转率(次)	7.80	9.88	12.22
息税折旧摊销前利润(元)	61,551,155.67	44,973,889.53	26,578,405.03
归属于发行人股东的净利润(元)	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润(元)	41,274,904.11	27,430,794.96	18,923,697.79
利息保障倍数	23.92	29.50	26.60
每股经营活动产生的现金流量(元)	1.10	0.70	1.08
每股净现金流量(元)	-0.42	0.35	1.12
归属于发行人股东的每股净资产(元)	3.05	2.21	4.13
无形资产(扣除土地使用权等)占净资产比例	8.53%	9.17%	1.88%

注：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=负债总额/资产总额

应收账款周转率=营业收入/平均应收账款余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销)/利息支出

每股经营活动现金净流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

每股净现金流量=现金或现金等价物净增加额/期末总股本

## (二) 报告期净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010年修订)》要求,计算公司报告期的净资产收益率和每股收益情况如下:

报告期利润	报告期间	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	2009年度	31.80%	0.84	0.84
	2008年度	28.21%	0.55	0.55

	2007年度	32.90%	0.43	0.43
扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	2009年度	31.39%	0.83	0.83
	2008年度	28.31%	0.55	0.55
	2007年度	31.19%	0.41	0.41

注：1、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$ ，其中： $P_0$ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； $NP$ 为归属于公司普通股股东的净利润； $E_0$ 为归属于公司普通股股东的期初净资产； $E_i$ 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； $E_j$ 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； $M_0$ 为报告期月份数； $M_i$ 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； $M_j$ 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； $E_k$ 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； $M_k$ 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从最终控制方实施控制的次月起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、每股收益计算过程如下：

(1) 基本每股收益= $P_0 \div S$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： $P_0$ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； $S$ 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。

(2) 公司在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， $P_1$ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

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P1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。

## 八、验资情况

报告期内，公司历次验资情况如下：

序号	验资时间	验资事项	验资机构	验资文号	验资事项	资金到位情况
1	2001年8月10日	公司设立	河北天勤会计师事务所	(2001)冀天勤验字第040号	设立注册资本1,000万元	已到位
2	2003年9月11日	公司增加注册资本	河北天勤会计师事务所	冀天勤(2003)审验字022号	注册资本增至1,200万元	已到位
3	2005年4月14日	公司增加注册资本	河北天时会计师事务所	冀天时验字(2005)第033号	注册资本增至1,320万元	已到位
4	2007年1月22日	公司增加注册资本	河北天时会计师事务所	冀天时验字(2007)第004号	注册资本增至1,716万元	已到位
5	2007年11月16日	公司增加注册资本	上海上会会计师事务所	上会师报字(2007)第2144号	注册资本增至2,016万元	已到位
6	2008年3月17日	公司增加注册资本	立信大华会计师事务所	京信验字(2008)第005号	注册资本增至5,000万元	已到位

## 九、财务报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项 承诺事项及其他重要事项

### (一) 期后事项

截至审计报告日止，本公司不存在应披露而未披露的资产负债表期后事项。

### (二) 或有事项

1、河北省中小企业信用担保服务中心为本公司取得河北银行股份有限公司建华支行借款1,500万元提供信用担保，本公司以下列方式提供反担保：

(1) 以公司位于桥东区建设大街80号佳兴综合楼5-6层抵押，房产证编号：

石房权证栋字第250000241号，面积1,636.72平方米。

(2) 公司提供不低于壹仟伍佰万元的应收中国移动通信集团河北有限公司应收账款质押，应收账款质押区域-石家庄、衡水地区余额低于1,500万元的，则增加应收账款区域。

(3) 公司以存货抵押，签订监管协议。抵押金额不低于800万元。

(4) 公司下属子公司北京恒信掌中游信息技术有限公司、北京恒信彩虹科技有限公司、北京恒信仪和信息技术有限公司连带责任保证。

2、河北省国控担保有限公司为本公司取得交通银行股份有限公司河北省分行借款2000万元提供信用担保，本公司以下列方式提供反担保：

(1) 公司与国控担保签订《股权质押反担保合同》（国控担保[2009]质第（010）号），就公司与国控担保签订的《委托担保合同》（国控担保[2009]委担第（036）号）以及公司与交通银行股份有限公司河北省分行签订的《借款合同》（贷字1090602号），公司以在仪和信息投资持有的股权及其派生的权益提供质押反担保。经核查，上述股权已经办理了抵押登记。

(2) 公司下属子公司掌中游已与国控担保签订《抵押反担保合同》（国控担保[2009]抵第（035-1）号），就公司与国控担保签订的《委托担保合同》（国控担保[2009]委担第（036）号）以及公司与交通银行股份有限公司河北省分行签订的《借款合同》（贷字1090602号），掌中游自愿以京房权证海其移字第0090032号房产、京房权证海其移字第0089917号房产、京房权证海其移字第0089921号房产，向国控担保提供抵押反担保。经核查，上述3宗房产已经办理了抵押登记。

3、本公司子公司北京恒信仪和信息技术有限公司向北京银行和平里支行借款500万元，由北京首创投资担保有限责任公司提供担保。与北京首创投资担保有限责任公司约定以下反担保方式：

(1) 公司子公司北京恒信掌中游信息技术有限公司以其名下位于海淀区蓝靛厂南路25号11-18、11-19的房产抵押；

(2) 公司子公司北京恒信彩虹科技有限公司提供第三方信用反担保；

(3) 公司为该笔担保提供第三方信用反担保。

### （三）承诺事项

本公司以价值800万元的库存移动终端抵押、以1,500万元应收账款质押、以净值为805万元的房产抵押为本公司的贷款担保方提供反担保。

#### （四）其他重要事项

本公司无需要披露的其他重要事项。

## 十、财务状况分析

### （一）资产情况分析

#### 1、资产构成

报告期内，公司资产构成情况如下表所示：

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
<b>流动资产</b>	34,638.47	87.97%	24,990.27	85.21%	19,091.55	84.14%
其中：货币资金	10,677.32	27.12%	5,143.84	17.54%	3,284.50	14.48%
应收账款	5,300.09	13.46%	5,297.99	18.07%	3,990.94	17.59%
预付账款	5,764.72	14.64%	4,868.56	16.60%	3,497.41	15.41%
其他应收款	1,070.11	2.72%	1,046.40	3.57%	988.44	4.36%
存货	11,826.22	30.03%	8,633.48	29.44%	7,330.27	32.31%
<b>非流动资产</b>	4,736.38	12.03%	4,336.31	14.79%	3,598.81	15.86%
其中：固定资产	2,373.71	6.03%	2,396.74	8.17%	2,782.59	12.26%
无形资产	1,310.77	3.33%	1,024.30	3.49%	157.32	0.69%
开发支出	339.56	0.86%	-	-	-	-
商誉	330.14	0.84%	330.14	1.13%	330.14	1.45%
长期待摊费用	311.93	0.79%	511.36	1.74%	259.45	1.14%
递延所得税资产	70.27	0.18%	73.78	0.25%	69.30	0.31%
<b>资产总计</b>	<b>39,374.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,326.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,690.36</b>	<b>100.00%</b>

报告期内公司资产总体呈增长趋势。截至2009年12月31日，公司资产总额为39,374.85万元，较2007年末增加16,684.49万元，增长73.53%。公司资产总额的大幅提高主要体现在流动资产的增长。截至2009年12月31日，公司流动资产总额为34,638.47万元，较2007年末增加15,546.92万元。公司非流动资产在总资产中所占比重较低，其中固定资产占资产总额比重逐年下降，无形资产和开发支出占资产总额的比重逐年提高，这与现代服务型企业轻资产重创新的行业特点相吻合。

报告期内，公司资产结构基本保持稳定，流动资产在公司总资产中所占比重

较大，公司资产具有较好的流动性和较强的变现能力。截至2009年12月31日，公司流动资产占资产总额的比重为87.97%。公司流动资产占资产总额比重较大的特点与可比上市公司相类似。

公司资产结构与可比上市公司对比表

项 目	北纬通信	拓维信息	奥维通信	科大讯飞	平均	本公司
流动资产	88.82%	87.62%	91.81%	85.45%	88.43%	87.97%
非流动资产	11.18%	12.38%	8.19%	14.55%	11.58%	12.03%

数据来源：可比上市公司 2008 年度财务报告，可比上市公司为以运营商为主要客户的移动通信服务企业。

## 2、流动资产分析

公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、存货、预付款项和其他应收款组成。具体情况如下表所示：

项 目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额（万元）	比例	金额（万元）	比例	金额（万元）	比例
货币资金	10,677.32	30.83%	5,143.84	20.58%	3,284.50	17.20%
应收账款	5,300.09	15.30%	5,297.99	21.20%	3,990.94	20.90%
预付款项	5,764.72	16.64%	4,868.56	19.48%	3,497.41	18.32%
存货	11,826.22	34.14%	8,633.48	34.55%	7,330.27	38.40%
其他应收款	1,070.11	3.09%	1,046.40	4.19%	988.44	5.18%
流动资产合计	34,638.47	100.00%	24,990.27	100.00%	19,091.55	100.00%

### (1) 货币资金

单位：万元

项目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
现金	32.43	43.71	83.03
银行存款	2,727.43	4,837.98	3,047.16
其他货币资金	7,917.46	262.14	154.32
合 计	10,677.32	5,143.84	3,284.50

公司的货币资金主要是银行存款和其他货币资金，其他货币资金包含银行承兑汇票保证金、商业承兑汇票保证金和 POS 机的在途货币资金。报告期内，公司货币资金余额呈增长趋势。增加原因主要为：销售货款年末回笼增加；随着对运营业务规模的扩大，货币资金占用相应增加，而公司通过与运营商的交往，获取了较高的供应商信用，利用票据融资的能力增强，因此 2009 年货币资金增加主要体现为银行承兑汇票和商业承兑汇票保证金的增加。

(2) 应收账款及坏账准备计提情况

①应收账款构成情况

报告期内，公司应收账款情况如下表所示：



项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1年以内	5,089.88	94.72%	5,261.71	98.19%	3,948.90	96.60%
1~2年	274.86	5.12%	77.23	1.44%	32.19	0.79%
2~3年	-	-	17.26	0.32%	56.59	1.38%
3年以上	8.37	0.16%	2.40	0.05%	50.30	1.23%
合 计	5,373.10	100.00%	5,358.60	100.00%	4,087.99	100.00%

截至2009年12月31日，公司的应收账款余额99.55%以上为应收运营商的款项，运营商在产业链中处于强势地位，资金实力雄厚，信用品牌好，具有很强的偿债能力，本公司对运营商销售信用账期较长。报告期内，随着公司对运营商销售收入的增加，公司应收运营商的款项也呈增长趋势，具体情况如下表所示：

项 目	2009年	2008年	2007年
主营业务收入合计（万元）	102,203.911	96,770.04	98,198.30
其中：对个人销售收入（万元）	38,366.59	45,229.75	63,699.97
对运营商销售收入（万元）	63,837.32	51,540.29	34,498.33
年末应收账款余额（万元）	5,300.09	5,297.99	3,990.94

公司2008年末应收账款余额较2007年末增加1,307.06万元，增长32.75%，主要是由于公司在2008年对运营商的销售收入为51,540.29万元，较2007年增加17,041.96万元，增长49.40%。

公司2009年12月31日应收账款余额较2008年末增加2.10万元，增长0.04%。在2009年对运营商销售大幅增加的情形下，应收账款没有增长的原因主要是：第一，运营商业务回款的季节性特点所致，一般对运营商销售下半年实现的收入及回款较上半年高，年底是运营商的回款高峰期；第二，本年增强了对运营商货款回收的管理，因此，年末应收账款得到了有效控制。

报告期内，发行人应收账款前五大客户情况如下：

应收账款前五大客户	金额（万元）	年限	占应收账款总额的比例
2009年末			
中国移动通信集团河北有限公司秦皇岛分公司	1,179.64	1年以内	21.95%
中国移动通信集团四川有限公司	577.71	1年以内	7.75%
卓望信息技术(北京)有限公司	513.00	1年以内	9.55%
中国移动通信集团河北有限公司邢台分公司	523.40	1年以内	9.74%

中国移动通信集团河北有限公司承德分公司	449.28	1年以内	8.36%
合 计	3,243.04	-	57.35%
2008年末			
中国移动通信集团河北有限公司沧州分公司	669.77	1年以内	12.50%
中国移动通信集团山东有限公司	642.93	1年以内	12.00%
中国移动通信集团河北有限公司保定分公司	456.02	1年以内	8.51%
中国移动通信集团河北有限公司邢台分公司	422.85	1年以内	7.89%
天津三星通信技术有限公司	321.18	1年以内	5.99%
合 计	2,512.76		46.89%
2007年末			
中国移动通信集团河北有限公司	683.88	1年以内	16.73%
中国移动通信集团河北有限公司沧州分公司	405.61	1年以内	9.92%
新世纪国际租赁有限公司	378.48	1年以内	9.26%
中国移动通信集团河北有限公司唐山分公司	176.31	1年以内	4.31%
中国移动通信集团河北有限公司保定分公司	172.42	1年以内	4.22%
合 计	1,816.70		44.44%

②坏账准备计提情况

报告期内，公司坏账准备计提情况如下表所示：

账 龄	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
1年以内	50.90	69.72%	52.62	86.82%	39.48	40.68%
1-2年	13.74	18.82%	3.86	6.37%	1.61	1.66%
2-3年		0.00%	1.73	2.85%	5.66	5.83%
3年以上	8.37	11.46%	2.40	3.96%	50.30	51.83%
合 计	73.01	100.00%	60.60	100.00%	97.05	100.00%

报告期内，公司的应收账款99.55%以上为应收运营商的款项，运营商具有良好的信誉和强大的资金支付能力，公司应收账款发生坏账损失的风险很小。

公司对坏账准备采用备抵法中的账龄分析法核算，分别对1年以内、1-2年、2-3年和3年以上的应收账款按1%、5%、10%和100%的比例计提坏账准备，公司坏账准备计提合理。

坏账准备计提比例与可比上市公司对比表

账 龄	科大讯飞	北纬通信	奥维通信	拓维信息	本公司
1年以内	5%	1%	5%	5%	1%
1~2年	10%	5%	10%	10%	5%
2~3年	20%	10%	20%	20%	10%
3~4年	50%	100%	50%	50%	100%
4~5年	80%	100%	50%	80%	100%
5年以上	100%	100%	100%	100%	100%

数据来源：可比上市公司 2008 年度报告。

### (3) 预付账款

报告期内，预付账款情况如下表所示：

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
预付账款（万元）	5,764.72	4,868.56	3,497.41
增长比例	18.41%	39.20%	-7.66%

公司预付账款主要是移动信息终端采购预付款。由于公司集成销售的移动信息产品通常是先从厂家采购硬件部分，集成特定软件或行业信息化应用系统后实现销售。公司对大宗移动信息终端的采购，一般直接与知名大厂签署直供协议，对部分大厂商的付款方式采用预付款。截至2009年12月31日，公司预付款项余额为5,764.72万元，2009年12月31日预付账款前五大供应商明细如下表所示：

名称	金额（万元）
诺基亚（中国）投资有限公司	1,218.03
深圳华为通信技术有限公司	732.20
北京百纳威尔科技有限公司	656.34
展讯通信（上海）有限公司	285.28
广州中邮时代电讯科技有限公司	138.00

为控制库存积压和采购风险，公司对自营店面的手机零售设置安全库存线，低于库存线可由采购部申请追加采购，其余所有的采购都必须以销售订单或中标通知书为依据，即“以销定采”方式。同时，对于有运营商明确订单的采购需求公司才会采用预付款方式，以此降低库存积压风险。近年来随着公司对运营业务规模的扩大，本公司预付账款余额也逐年增加。

### (4) 其他应收款

#### ①其他应收款构成情况

账 龄	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
1 年以内	427.53	36.00%	885.07	76.50%	808.39	72.22%
1-2 年	578.43	48.70%	171.09	14.79%	99.97	8.93%
2-3 年	108.17	9.11%	8.49	0.73%	103.51	9.25%
3 年以上	73.54	6.19%	92.31	7.98%	107.45	9.6%
合 计	1,187.67	100.00%	1,156.96	100.00%	1,119.32	100.00%

公司的其他应收款主要为业务保证金、代销商品的押金、房租押金以及员工

出差备用金等款项。业务保证金一般是公司为开展与运营商合作业务应运营商要求缴纳的风险保证金，如进驻移动合作营业厅需缴纳保证金，参与各类分成的信息平台业务需缴纳保证金。报告期内，公司的其他应收款占流动资产的比例较小。截至2009年12月31日，公司其他应收款余额 1,070.11 万元，占流动资产比例 3.09%，较2008年末增长2.27%，变动较小。

截至2009年12月31日，公司无应收持有公司5%以上股份的股东及其关联方的款项。

②坏账准备计提情况

报告期内，公司坏账准备计提情况如下表所示：

账龄	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1年以内	4.28	3.64%	8.85	8.01%	8.08	6.18%
1-2年	28.92	24.60%	8.55	7.74%	5.00	3.82%
2-3年	10.82	9.20%	0.85	0.77%	10.35	7.91%
3年以上	73.54	62.56%	92.31	83.49%	107.45	82.10%
合计	117.55	100.00%	110.56	100.00%	130.88	100.00%

(5) 存货

报告期内，公司存货的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面余额	减值准备	账面余额	减值准备	
库存商品	移动终端	5,251.78	79.62	4,624.38	74.06	5,008.04	57.86
	系统设备	628.08	44.33	419.00	7.89	110.83	-
	维修配件	126.19	2.79	255.50	26.35	269.61	26.24
	小计	6,006.05	126.74	5,298.88	108.31	5,388.49	84.10
发出商品	移动终端	4,351.17	-	2,068.00	-	918.83	-
	系统设备	1,595.74	-	1,364.66	-	1,106.84	-
	维修配件	-	-	10.25	-	0.22	-
	小计	5,946.91	-	3,442.92	-	2,025.89	-
合计	11,952.96	126.74	8,741.80	108.31	7,414.37	84.10	

①存货情况说明

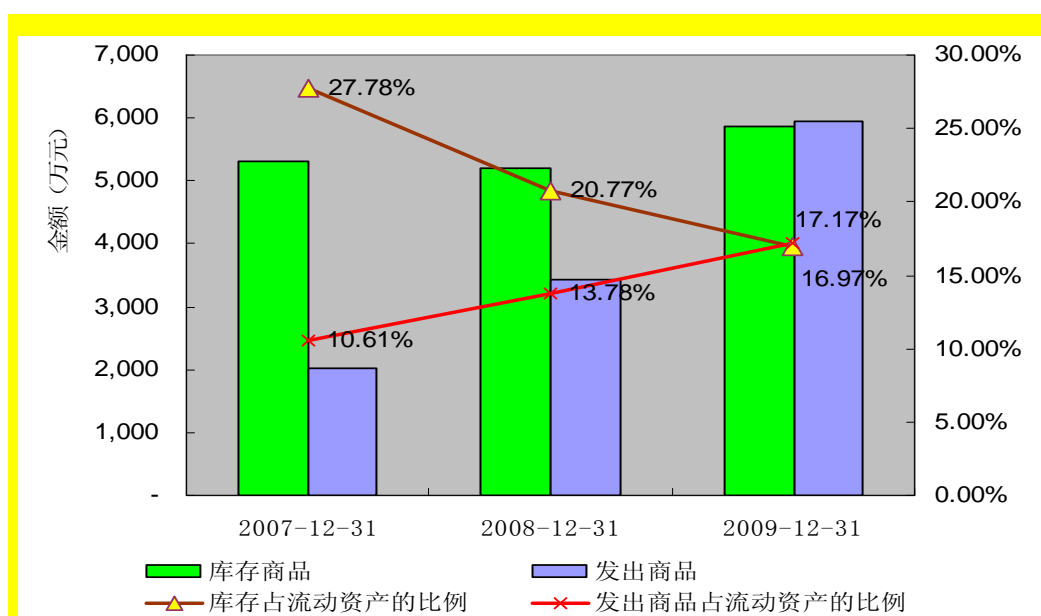
公司存货主要分为库存商品和发出商品，发出商品是指已运送到运营商处还待后续安装、调试、验收的商品。存货品种分三类：移动终端（主要为手机）、

系统设备和配件。报告期内公司存货逐年增加，占流动资产比例较高。公司增加的存货主要为两类商品：一是由于参与运营商定制手机的兑换活动，期末有部分尚未结束活动的“定制手机”库存；二是已发给运营商的系统设备，待集成安装调试完毕后才可确认收入，在会计期末形成账面存货。

## ②存货变动情况分析

报告期各期末，公司存货余额呈逐年上升趋势，占流动资产的比重较高，2007年末到2009年末，公司存货余额分别为7,330.27万元、8,633.48万元和11,826.22万元，占同期期末流动资产的比重分别为38.40%、34.55%和34.14%。

公司存货构成情况如下图所示。



报告期存货余额增加的主要原因在于公司代理运营商销售业务的合同执行期较长，通常经过招标、合同签订、发货、安装、测试等环节，货物发出给运营商以后由于合同未执行完毕在会计上不具备确认收入的条件，不能将“库存商品”结转为营业成本，因此，公司将已发出的“库存商品”计入“发出商品”。随着代理运营商销售业务的逐年增加，发出商品在存货中的比重也逐年增加，故报告期存货余额逐年增加。

存货中库存商品余额在报告期基本保持稳定，占流动资产的比例逐年下降，表明公司在自营零售库存周转方面控制水平有所提高。发出商品的金额逐年增加，且增幅较大，占流动资产的比例也逐年增加，表明对运营商销售给公司带来的存货资金占压增加，由于发出商品的销售订单明确，且移动运营商回款信誉良

好，故即使发出商品的库存占压增加，也不存在跌价的风险。公司发出商品规模的增大，也预示公司下一会计期间确认收入的增多，盈利能力的增强。

### ③存货合理性分析

结合公司所处行业的发展趋势和本公司业务特点，公司管理层认为，公司存货规模合理，存货结构变化趋势符合公司经营发展要求。主要原因如下：

#### A、库存商品规模有利于移动信息终端销售业务稳健运营

公司业务发展迅速，市场占有率逐年提高，保持一定规模的库存商品，可以满足不断变化的市场需求，有利于公司盈利能力和综合竞争力的进一步提高。

#### B、发出商品的增长与公司业务规模、经营模式、业务流程相匹配

近三年，公司发出商品占存货的比例分别为 27.64%、39.88%、50.29%，呈逐年提高趋势。截至2009年12月31日，公司发出商品余额为 5,946.91万元，占存货的50.29%。发出商品占存货比重逐年提高，反映公司对运营商业务规模的逐年提升，说明公司业务结构调整已见成效。

### ④存货减值准备计提合理性分析

公司存货以成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值等于存货估计售价减去至售出完成时估计将要发生的成本、销售费用以及相关税费后的金额。根据公司存货的实际情况，公司管理层认为，发出商品是已发送给运营商的货物，由于可以退货无积压风险且有明确销售订单或合同锁定毛利率，因此不需计提发出商品的存货减值准备，只需对库存商品的可变现净值与库存成本差额计提存货减值准备。

本公司存货质量良好，不存在超储、积压、减值等情况。主要表现为：1) 公司产品销售紧盯市场变动，明确市场需求，实行严格的以销定采政策，产品适销度高；公司制定了严格的存货周转率考核指标，使得公司实物库存库龄超过6个月的比例低于1%；2) 公司存货周转率较高，公司仓库里实际存在的库存是以手机为主的移动信息终端，手机库存的周转天数为20天左右；存货中还包含很大比例的发出商品，尽管这部分的周转天数在70天左右，但这类存货均为有运营商明确订单的库存，只是因为收入确认的周期较长暂体现为账面存货，故存货的库存积压可能性很小；3) 从记账原则看，本公司存货实行谨慎的先进先出核算原则，库存成本基本与市价相近；4) 公司采购的所有手机均有供应商提供的库存

价保政策，价保期内市场手机跌价供应商均会对公司库存的相应品牌手机给予价保补偿；5) 库存商品里的维修配件有很大一部分是供应商给本公司的维修额度，这部分配件不受市场价格影响，随时可以跟厂家更换任何配件，因此维修额度的配件未予计提存货跌价准备。

综上所述，管理层认为，公司存货虽然随业务规模的扩张而呈增长趋势，但存货规模与公司经营规模、存货结构与业务发展相吻合，收入与成本的确认合理，产品销售顺畅，未发生产品积压或滞销的情形，存货发生跌价损失的风险小，存货减值准备计提合理。

会计师经核查认为，发行人存货的核算、减值计提和成本结转符合会计准则的相关要求。

### 3、非流动资产

公司非流动资产中，固定资产所占比重最大，其次为无形资产。报告期内公司非流动资产构成如下表所示：

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
固定资产	2,373.71	50.12%	2,396.74	55.27%	2,782.59	77.32%
无形资产	1,310.77	27.67%	1,024.30	23.62%	157.32	4.37%
开发支出	339.56	7.17%	-	-	-	-
商誉	330.14	6.97%	330.14	7.61%	330.14	9.17%
长期待摊费用	311.93	6.59%	511.36	11.79%	259.45	7.21%
递延所得税资产	70.27	1.48%	73.78	1.70%	69.30	1.93%
非流动资产合计	4,736.38	100.00%	4,336.31	100.00%	3,598.81	100.00%

#### (1) 固定资产

公司固定资产主要为生产经营所需的房屋建筑物、运营设备、办公设备等。运营设备主要为存放于移动运营商机房内的移动信息平台所用的专业设备。

截至2009年12月31日，公司固定资产构成情况如下表所示：

类别	原值(万元)	比例	净值(万元)	成新率
房屋及建筑物	1,082.04	15.45%	805.20	74.41%
运营设备	4,122.38	58.87%	938.32	22.76%
运输设备	327.13	4.67%	170.45	52.10%
办公设备	1,470.86	21.01%	459.74	31.26%
合计	7,002.42	100.00%	2,373.71	33.90%

公司固定资产目前使用状况良好，不存在非正常闲置或未使用现象，期末固定资产不存在减值的迹象。

## (2) 无形资产

为提升公司核心竞争力，本公司自 2007 年以来不断加大研发投入力度，自研软件广泛应用于产品的集成销售与技术服务。公司无形资产构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
软件使用权	174.12	95.38	48.80
软件著作权	1,136.60	928.79	108.32
商标注册费	0.06	0.13	0.20
合 计	1,310.78	1,024.30	157.82

2008 年末，公司无形资产较 2007 年末增加 866.98 万元，变化较大的原因是：本公司自 2007 年完成收购四家子公司后，为提升产品销售毛利率和市场竞争能力，加大了对子公司研发的投入，重点是移动信息终端嵌入式软件和移动信息销售平台应用服务软件研发。2008 年符合资本化条件而确认为无形资产的开发费用的数额较大，因此，2008 年末无形资产增幅较大。

公司在 2009 年继续加大研发投入力度，研发投入金额为 2,526.48 万元，较 2008 年度增加 358.04 万元。2009 年外购软件、版权等形成无形资产 166.28 万元，自主研发形成无形资产 414.58 万元，2009 年末，公司无形资产较 2008 年末增加 286.48 万元。

### ① 公司内部研发项目的开展过程

A、市场部根据行业发展趋势、运营商的需求形成需求分析报告、产品定义，或者由技术部根据技术发展趋势进行新技术、新课题的研究；

B、公司管理层对需求和技术的可行性进行评分，对项目周期、项目成本以及项目人员进行预估，通过评审后进行立项，移交到技术部，由项目经理组织详细的需求分析，进行概要设计、项目进度计划制定，并对项目进行任务分解，形成立项报告；

C、各研发项目组成员根据项目进度和各自的任务完成开发工作，并进行内部测试；

D、项目达标后提交到测试部进行集成测试和压力测试，全部测试通过后，发布版本；



E、由需求部门进行验收后投入应用，由财务部门和内部审计部门对研发项目成本、费用进行结算。

②公司划分内部研发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

公司内部具体的划分标准为：在研发项目的市场调研、产品定义、立项评审、形成立项报告的阶段产生的费用在发生时直接计入当期损益；计划财务部将经公司审核批准后的立项报告作为开发阶段项目资本化开始的依据，对于项目组成员实施开发的阶段至测试通过产生的费用，由于很大程度上形成一项新技术的基本条件已经具备，据此确认为无形资产。

③无形资产开发支出资本化依据

公司内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

第一，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；

第二，具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

第三，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；

第四，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；

第五，归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

④报告期内公司研发支出费用化和资本化情况

单位：万元

序号	项 目	费用化金额	资本化金额
2009 年			
1	移动信息综合开发平台（Hxbos）	15.47	31.92
2	恒信电话营销综合服务系统	10.09	31.40
3	TD/GSM 双模无线家庭信息机	26.96	238.19
4	社区信息综合通信门户	12.22	33.78
5	3G 视频多方会议平台	10.88	26.86

6	“梦网超市”移动增值业务体验销售平台	13.86	48.58
7	统一综合通信调度平台	13.30	40.65
8	“移动商城”3G综合移动电子商业信息互动平台	1.40	69.45
9	中国移动手机游戏客户端系统	1.60	25.30
10	嵌入式语音搜索引擎	3.02	55.20
11	语音彩信业务系统	5.56	91.37
12	基于IP的增值业务交换(VAP)计费平台	7.13	29.73
13	无线音乐语音搜索定购系统	6.65	15.86
14	无线音乐智能营销系统	7.93	15.86
15	其他研发项目（主要为老业务项目升级的研发支出和处于研究阶段项目的预研支出）	1,636.27	-
合计		1,772.34	754.14
2008年			
1	娱乐语音互动系统	8.86	126.63
2	综合短信接入平台	10.43	72.03
3	个人通信助理系统	5.24	23.69
4	移动聊天室软件	2.15	37.14
5	增值业务销售及渠道管理平台系统	7.90	160.04
6	恒信基层政务系统	4.93	28.60
7	移动办公系统	0.66	163.71
8	企业综合通信门户系统	7.44	71.74
9	移动行业信息化终端适配平台系统	7.92	23.82
10	掌游公社手机游戏展示及下载客户	5.48	46.39
11	恒信音乐语音搜索系统	6.97	36.93
12	恒信交互视频（IVVR）应用系统	0.79	57.68
13	多媒体语音短信系统	11.30	42.59
14	其他研发项目（主要为老业务项目升级的研发支出和处于研究阶段项目的预研支出）	1,196.38	-
合计		1,276.44	891.00
2007年			
1	12586娱音在线系统 V2.0	6.42	34.00
2	语音杂志系统 V1.0	12.76	74.55
3	及时语集团总机系统	6.89	10.12
4	其他研发项目（主要为老业务项目升级的研发支出和处于研究阶段项目的预研支出）	923.06	-
合计		949.13	118.67

保荐机构经核查认为，发行人报告期内开发支出资本化处理符合会计准则相关规定。

会计师经核查认为，发行人报告期内研发支出资本化处理符合会计准则相关规定。

### （3）商誉

#### ①商誉形成的原因

公司商誉是由非同一控制下企业合并形成，被收购企业的公允价值按照经审

计的净资产确定，具体情况如下：

单位：元

产生商誉的被投资单位	持股比例	收购日公允价值（账面净资产）	支付对价	商誉	备注
仪和信息	100%	12,182,794.80	10,500,000.00	2,039,200.79	分次实现合并
中科信利	70%	2,020,128.40	1,055,000.00	335,452.40	分次实现合并
掌中游	100%	6,873,259.01	7,800,000.00	926,740.99	-
合计	-	-	-	3,301,394.18	-

## ②产生商誉的子公司的业务和资产运营情况

仪和信息、中科信利和掌中游的业务运营情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控（参）股子公司简要情况”。上述三家公司的资产运营情况如下：

### A、仪和信息

作为国内较大的专注于语音类的个人移动信息业务平台的提供商之一，仪和信息资产运营效益显著，利润逐年增长。仪和信息提供个人娱乐类移动信息销售及核心技术服务：基于软交换和 3G 多媒体处理的开放式 CTI 平台技术。该平台为中国移动 14 省的语音杂志（IVR）平台以及移动全网的音乐语音搜索业务服务。随着 3G 的业务发展，该平台已将语音杂志（IVR）顺利升级为视频杂志（IVVR）业务。目前仪和信息与广东移动已完成了此项平台升级，后续发展空间大。

### B、中科信利

语音技术作为人机交互的重要方式，作为战略性和前瞻性的重要新兴产业，一直是国内外科学界和产业界的关注焦点和竞争热点。随着导航、手机等移动信息终端和学习机、MP3 等便携式消费电子产品的日益普及，语音技术在嵌入式设备中的应用也越来越广泛。

中科信利作为国内通讯领域内唯一一家拥有自主知识产权、并已开展大规模商业应用的语音识别搜索引擎技术的公司，在将其语音搜索技术成熟应用于国内多家音乐语音搜索平台运营厂家的同时，不断增加研发投入和增强研发力量。中科信利已经取得嵌入式语音识别引擎软件著作权，可用于嵌入式设备中的语音识别引擎。

### C、掌中游

掌中游拥有全网移动增值业务资质,在国家严格审批跨地区从事增值电信业务的大背景下,这一资质尤显珍贵。

2007-2009 年度掌中游陆续的投入大量资金,用于研发移动增值业务技术,主要成果如下:

**12586 娱音在线系统:**娱音在线系统语音和短信紧密结合的一个新的移动增值业务,定位于以语音为主,并结合短信和互联网,利用移动电话的随身性,为个人用户提供娱乐性、实用性兼具的个性化增值业务,深受用户欢迎。同时该项目为中国移动自有业务,在业务推广上能获得运营商的大力支持。该项目已经在中国移动全网接入并投入运营。

**基于 IP 的增值业务交换(VAP)计费平台:**解决了以往的基于 IP 的增值业务交换(VAP)的计费认证软件直接访问数据库效率低下,安全性不高的弊端。适用于移动增值业务平台,市场前景良好。系统集成销售给运营商,产生软件销售收入(该软件已经集成在语音杂志平台中,为运营商对各 SP 的接入和管理提供服务)。

**综合短信接入平台:**面向运营商、行业及企业客户的短信增值服务软件,和移动运营商合作运营,按比例对流量费收入分成。短信业务是移动增值业务中的主要收入组成部分,市场规模不断扩大。2004 年开始,信息产业部对短信业务经营进行规范,同时运营商也采取了一系列措施,使得短信业务经营逐渐走向规范经营。短信作为一种盈利模式较为成熟的业务,市场容量巨大。

在拥有全网资质的前提下,掌中游可通过移动增值应用技术的研发和应用创造更广阔的发展空间。

### ③商誉减值测试程序

无论是否存在减值迹象,公司每年都对商誉进行减值测试。

上述三家子公司各自从事不同的业务,资产不可分割独立产生效益,故将整体资产作为一个资产组。

首先对不包含商誉的资产组进行减值测试,计算可收回金额,并与相关账面价值相比较,确认相应的减值损失。经复核测试,上述三家子公司 2007-2009 年度不包含商誉的资产组无减值迹象。

其次再对包含商誉的资产组进行减值测试,比较这些相关资产组的账面价值

(包括所分摊的商誉的账面价值部分)与其可收回金额。

公司对于包含商誉的资产组每年年度终了进行减值测试,将资产组预计未来现金流量的现值(预计期为5年)作为可收回金额。2007-2009年度对上述商誉进行减值测试,可收回金额与对应账面价值的差异如下表,均无商誉减值损失。

单位:元

产生商誉的公司名称	差异=资产组可收回金额-账面价值		
	2007年度	2008年度	2009年度
仪和信息	73,479,600.35	72,416,353.71	84,829,069.77
中科信利	7,751,992.59	28,378,537.18	7,728,036.43
掌中游	13,663,534.35	28,844,184.58	15,396,448.55

#### ④商誉减值测试结论

在拥有全网资质和先进技术基础上,上述三家子公司业务发展稳健顺畅,资产运营效果良好。合并形成的商誉无需减值。

会计师经核查认为:发行人商誉测试合理,无需减值。

#### (4) 长期待摊费用

单位:万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
房 租	181.81	233.71	39.70
装修费	130.12	277.65	219.75
合 计	311.93	511.36	259.45

公司长期待摊费用主要由房租与房屋装修费组成。2008年末,公司长期待摊费用为511.36万元,较2007年末增加251.91万元,主要是由于公司的部分营业网点由于城市建设拆迁,重新更换经营地点,导致重新签订租赁协议和装修费用增长。

2009年公司长期待摊费用为311.93万元,较2008年末减少了199.43万元,主要是因为房租支付方式改变,且本年的装修费较2008年减少所致。

#### (5) 递延所得税资产

截至2009年12月31日,公司递延所得税资产账面价值为70.27万元,主要是由计提坏账准备和存货减值准备产生的可抵扣暂时性差异造成的。

单位:万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
坏账准备	37.17	39.97	41.54

存货减值准备	33.10	33.81	27.76
合 计	70.27	73.78	69.30

## (二) 偿债能力分析

### 1、负债结构分析

报告期内，公司负债构成情况如下表所示：

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
流动负债	24,000.14	100.00%	18,158.24	100.00%	14,120.37	98.72%
非流动负债	-	-	-	-	182.75	1.28%
合 计	24,000.14	100.00%	18,158.24	100.00%	14,303.12	100.00%

上表显示，报告期内公司负债主要为流动负债，除2007年度发生少量非流动负债外，2008年度、2009年度均无非流动负债的发生。

### 2、流动负债

公司的流动负债主要为应付账款、应付票据和短期借款。报告期内，公司流动负债构成情况如下表所示：

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
短期借款	4,161.35	17.34%	2,000.00	11.01%	1,500.00	10.62%
应付票据	9,089.20	37.87%	5,121.89	28.21%	343.05	2.43%
应付账款	8,408.07	35.03%	8,086.04	44.53%	6,665.04	47.20%
预收款项	796.85	3.32%	768.47	4.23%	896.33	6.35%
应付职工薪酬	774.20	3.23%	742.55	4.09%	663.44	4.70%
应交税费	409.55	1.71%	615.04	3.39%	528.17	3.74%
其他应付款	360.92	1.50%	824.25	4.54%	3,524.34	24.96%
流动负债合计	24,000.14	100.00%	18,158.24	100.00%	14,120.37	100.00%

#### (1) 短期借款

报告期内公司短期借款呈逐年上升趋势，主要系随着公司运营业务的不断拓展及订单增加，公司需耗用更多的营运资金来满足日常经营所需。报告期内公司主要融资渠道为担保形式的银行借款，短期借款的增加也表明公司的融资能力和信用度在不断增强。

截至2009年12月31日，短期借款包括：

①恒信移动向河北银行股份有限公司建华支行借款1,500万元，由河北省中

小企业信用担保服务中心提供担保；

②恒信移动向交通银行股份有限公司河北省分行借款2000万元，由河北省国控担保有限公司提供信用担保。

③恒信移动子公司北京恒信仪和信息技术有限公司向北京银行和平里支行借款500万元，由北京首创投资担保有限责任公司提供担保。

④本公司2009年10月获得星展银行(上海)有限公司上海分行授予银行信贷额度1800万元，(授信函参考编号:P/TFHFF/00022/09)，该授信额度以有追索权的保理发票金额的80%作为额度放款依据，在公司向银行提供完整的授信资料后可以使用该额度。经核查已向银行提供了完整的授信资料，正在使用该额度。2009年底该保理借款余额为161.35万元

### (2) 应付票据、应付账款

2008年末和2009年末，公司应付票据金额分别较上年增加4,778.84万元和3,967.31万元，增幅分别为1,393.04%和77.46%。应付账款增幅相对很小。

报告期内，公司应付票据大幅增长，主要原因是：随着公司对运营商业务规模逐年扩大，前期采购商品需要支付较多的资金。公司代理运营商销售合同执行周期较长，因而从运营商处回笼资金的周期较长，导致公司现有流动资金不能支撑由于对运营商业务的拓展而扩大的采购规模。在国内现行的信贷融资体系下，公司通过银行扩大贷款规模额度有限且周期较长，因此从2007年起公司开始采用应付票据支付货款，以增强资金周转能力。一方面可以使用供应商信用缓解资金压力，一方面也可以节省财务费用。

报告期内应付账款余额也逐年小幅增加，增加比例远低于应付票据的增长幅度。应付票据与应付账款的合计增加反映了近年来公司对供应商的应付货款在不断增加，利用供应商信用的能力在不断增强。由于公司一直严格控制库存商品和发出商品的周转天数，对大宗采购都是按销售订单下达采购订单，偿债能力有保障。

### (3) 预收账款

报告期内，公司预收账款占流动负债的比例分别为 6.35%、4.23%、3.32%，2008年预收账款较2007年下降14.26%，2009年12月31日的预收账款较2008年末增长3.69%，预收账款主要是因为和运营商共同开展阶段性的活动，前期收取的

运营商的预付货款或定金。

(4) 应付职工薪酬

报告期内，应付职工薪酬期末余额分别为 663.44 万元、742.55万元、774.20 万元。公司应付职工薪酬余额主要为尚未支付的工资、奖金及其尚未使用完毕的工会经费、职工教育经费。职工工资逐月发放，公司一般在当月计提归属当月的工资并在下月发放，期末应付工资余额一般为一个月的工资和奖金。

(5) 应交税费

公司的应交税费主要是已计提尚未缴纳的各项税费。报告期内，公司不存在逾期未缴纳的应交税费。

近三年，随着公司经营规模的扩大和经营业绩的提升，公司应交税费也随之增加。2008年末公司的应交税费较2007年末增加86.87万元，增长16.45%，主要系2008年公司的销售收入、毛利增加使得公司应交增值税年末余额较2007年末增加了186.01万元，。

2009年末应交税费较2008年减少205.50万元，下降33.41%，主要是期末存货额增加形成了应交增值税进项税留抵241.35万元，比2008年末应交增值税余额减少了568.44万元。

(6) 其他应付款

账龄	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
1年以内	258.95	71.75%	507.10	61.52%	2,734.00	77.57%
1年以上	101.97	28.25%	317.15	38.48%	790.34	22.43%
合计	360.92	100.00%	824.25	100.00%	3,524.34	100.00%

2007年末、2008年末和2009年末，公司其他应付款占流动负债的比例分别为 24.96%、4.54%、1.50%，呈逐年下降的趋势。报告期内，公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
预提费用	60.02	113.59	79.02
代扣员工保险	30.82	37.21	35.15
业务保证金、押金	174.94	204.30	252.71
往来单位款	65.95	316.77	886.47
股东暂借款	-	-	2,247.30
员工零星往来款	29.20	152.38	23.69
其他应付款合计	360.92	824.25	3,524.34



①预提费用为根据合同预提的尚未支付的房租、维修费等费用。

②代扣员工保险费指按照国家规定缴纳的社会保险中应由员工负担的部分。

③业务保证金、押金指根据合同规定收取的代理商一定金额的业务保证金。

④往来单位款主要指与部分业务往来单位之间的未结清款项。2007 年末，金额较大的往来欠款有：欠付河北恒信实业有限公司 152.02 万元，欠付北京恒信尚德信息技术有限公司 78.61 万元，欠付石家庄正德信息技术有限公司 200 万元，上述欠付款项已于 2008 年全部清理完毕。2008 年末，其他应付款余额较大的单位往来欠款主要为欠付北京恒信尚德信息技术有限公司 228.61 万元，2009 年该欠款已结清。

⑤2007 年，由于公司采购资金紧张而形成 2,247.30 万元股东暂借款，包括暂借股东孟宪民款 1,689.80 万元，暂借股东孙健款 557.50 万元。公司已于 2008 年偿还上述股东暂借款。

### 3、偿债能力分析

财务指标	2009 年	2008 年	2007 年
应付票据平均到期期限（天）	65.68	78.23	180.00
应付账款平均支付周期（天）	37.83	30.53	36.14
流动比率	1.44	1.38	1.35
速动比率	0.95	0.90	0.83
资产负债率（合并）	60.95%	61.92%	63.04%
资产负债率（母公司）	78.34%	74.08%	69.74%
息税折旧摊销前利润（万元）	6,155.12	4,497.39	2,657.84
利息保障倍数	23.92	29.50	26.60
经营活动现金净流量（万元）	5,506.51	3,505.98	2,178.74
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,181.41	2,733.88	1,996.34

由上表可以看出，应付票据平均到期期限逐年降低，表明公司应付票据的短期偿债能力逐年增强；应付账款平均支付周期总体呈现延长趋势，其中 2009 年平均支付周期较 2008 年延长了 7 天，主要是因为公司逐渐与供应商建立了良好的合作关系，部分规模较大的供应商开始给予公司一定的信用周期。

报告期内，公司的速动比率处于合理水平且逐年增加；速动比率尽管均小于 1，流动性欠佳，但已逐年在改善。由于公司流动资产中存货所占比例较高，且存货中有一部分库存商品是面对个人的销售，这部分存货流转顺畅，周转天数在 20 天左右，变现能力很强；另一部分存货为发出给移动运营商的商品或设备，尽管账面体现为存货，但均为与销售订单挂钩，2-3 个月内一定会体现会销售收

入的货物，因此，公司实际的资产流动性较强，不存在短期债务不能偿还的风险。

母公司资产负债率逐年升高，主要为销售业务的拓展，流动资金的欠缺导致负债增加，但公司合并的资产负债率逐年下降，随着本次募集资金的到位，公司资产负债率将明显降低，财务风险将进一步得到有效控制，长期偿债能力及融资能力将进一步增强。

近三年公司主营业务盈利能力和产生现金的能力较强，2009年上半年由于受运营商销售和回款季节性特点影响，公司净利润和经营现金净流量受影响属正常现象。

公司息税折旧摊销前利润逐年增长，利息保障倍数较高，表明公司盈利能力和长期偿债能力较强。

本公司管理层认为,根据行业特点，公司流动比率与速动比率相对较高，资产负债结构合理，筹资策略稳健，资信良好，间接融资能力逐年增强。因此本公司具有较强的偿债能力，财务风险较小。

保荐机构经核查认为，基于公司业务特点和行业特点，公司偿债能力指标合理，具有较强的偿债能力，不存在到期不能偿还债务的情形。

会计师经核查认为，基于公司业务特点和行业特点，公司偿债能力指标合理，具有较强的偿债能力，不存在到期不能偿还债务的情形。

### （三）资产周转能力分析

公司资产周转能力较好，资金占用时间短。近三年公司应收账款周转率、存货周转率如下：

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次）	19.32	20.89	17.67
存货周转率（次）	7.80	9.88	12.22

#### 1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率较高且呈增长趋势，近三年分别为17.67、20.89和19.32。

公司应收账款周转率维持在较高的水平且逐年上升，显示出良好的资产流动状况和有效的应收账款管理能力。详见本节“十、财务状况分析”之“（一）资产情况分析”之“2、流动资产分析”之“应收账款及坏账准备计提情况”。

## 2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率呈下降趋势，2007 年度、2008 年度和 2009 年度分别为 12.22、9.88 和 7.80。

公司存货周转率下降的主要原因是：近年来，公司代理运营商销售产生的营业收入占主营业务收入总额的比例逐年增加，而对个人零售业务产生的营业收入所占比例逐年下降。由于代理运营商销售业务合同执行期较长，相对于个人零售业务，其成本和收入确认周期较长，因此，公司期末存货余额增长幅度较大，成本和收入增幅相对较小，导致存货周转率下降。

公司是移动信息产品的综合销售服务提供商，是国内唯一一家同时拥有地面服务网络与运营商信息业务平台的公司，目前国内尚无完全类似的可比上市公司。在个人移动信息终端产品销售方面，与本公司类似的可比上市公司有“天音控股”和“苏宁电器”。公司与可比上市公司的存货周转率对比情况如下：

单位：次/年

项 目	2008 年度	2007 年度
天音控股	8.83	7.59
苏宁电器	8.74	8.63
本公司	9.88	12.38

资料来源：上市公司年报

如上表所示，公司的存货周转率水平优于可比上市公司。

综上，本公司管理层认为，公司资产周转能力较强，应收账款周转率和存货周转率处于较高水平。公司良好的资产周转能力降低了财务风险和经营风险，推动了公司盈利的稳定增长。

## 十一、所有者权益变动情况

项目	2009 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	50,000,000.00	853,449.35	4,346,310.05	55,369,612.38	1,113,988.75	111,683,360.53
加：会计政策变更						
加：前期差错更正						
二、本年年初余额	50,000,000.00	853,449.35	4,346,310.05	55,369,612.38	1,113,988.75	111,683,360.53
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)			1,380,182.27	40,433,928.15	249,608.35	42,063,718.77
（一）净利润				41,814,110.42	249,608.35	42,063,718.77
（二）直接计入所有者权益的利得和损失						
上述(一)和(二)小计				41,814,110.42	249,608.35	42,063,718.77
（三）股东投入和减少资本						
（四）利润分配			1,380,182.27	-1,380,182.27		
1. 提取盈余公积			1,380,182.27	-1,380,182.27		
（五）股东权益内部结转						
四、本年年末余额	50,000,000.00	853,449.35	5,726,492.32	95,803,540.53	1,363,597.10	153,747,079.30

项目	2008年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	20,160,000.00	18,513,449.35	3,521,336.13	41,035,778.96	641,796.79	83,872,361.23
加：会计政策变更						
加：前期差错更正						
二、本年年初余额	20,160,000.00	18,513,449.35	3,521,336.13	41,035,778.96	641,796.79	83,872,361.23
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	29,840,000.00	-17,660,000.00	824,973.92	14,333,833.42	472,191.96	27,810,999.30
（一）净利润				27,338,807.34	507,950.23	27,846,757.57
（二）直接计入所有者权益的利得和损失						
上述(一)和(二)小计				27,338,807.34	507,950.23	27,846,757.57
（三）股东投入和减少资本					-35,758.27	-35,758.27
1. 股东投入资本						
2. 股份支付计入股东权益的金额						
3. 其他					-35,758.27	-35,758.27
（四）利润分配			824,973.92	-824,973.92		
1. 提取盈余公积			824,973.92	-824,973.92		
2. 提取一般风险准备						
3. 对股东的分配						
4. 其他						
（五）股东权益内部结转	29,840,000.00	-17,660,000.00		-12,180,000.00		
1. 资本公积转增资本	17,660,000.00	-17,660,000.00				
2. 盈余公积转增资本						
3. 盈余公积弥补亏损						
4. 其他	12,180,000.00			-12,180,000.00		
四、本年年末余额	50,000,000.00	853,449.35	4,346,310.05	55,369,612.38	1,113,988.75	111,683,360.53

项目	2007 年度					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	13,200,000.00	3,200,000.00	2,793,691.14	24,439,990.45	1,053,449.35	44,687,130.94
加：会计政策变更						
加：前期差错更正						
二、本年年初余额	13,200,000.00	3,200,000.00	2,793,691.14	24,439,990.45	1,053,449.35	44,687,130.94
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	6,960,000.00	15,313,449.35	727,644.99	16,595,788.51	-411,652.56	39,185,230.29
（一）净利润				19,963,433.50	35,758.27	19,999,191.77
（二）直接计入所有者权益的利得和损失						
上述(一)和(二)小计				19,963,433.50	35,758.27	19,999,191.77
（三）股东投入和减少资本	6,960,000.00	15,313,449.35			-447,410.83	21,826,038.52
1. 股东投入资本	6,960,000.00	14,460,000.00				21,420,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额						
3. 其他		853,449.35			-447,410.83	406,038.52
（四）利润分配			727,644.99	-3,367,644.99		-2,640,000.00
1. 提取盈余公积			727,644.99	-727,644.99		
2. 提取一般风险准备						
3. 对股东的分配				-2,640,000.00		-2,640,000.00
（五）股东权益内部结转						
四、本年年末余额	20,160,000.00	18,513,449.35	3,521,336.13	41,035,778.96	641,796.79	83,872,361.23

报告期内，公司股东权益各项目的变动情况如下：

单位：元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
股本（实收资本）	50,000,000.00	50,000,000.00	20,160,000.00
资本公积	853,449.35	853,449.35	18,513,449.35
盈余公积	5,726,492.32	4,346,310.05	3,521,336.13
未分配利润	95,803,540.53	55,369,612.38	41,035,778.96
归属于母公司股东权益合计	152,383,482.20	110,569,371.78	83,230,564.44
股东权益合计	153,747,079.30	111,683,360.53	83,872,361.23

### 1、股本（实收资本）

2008年，经2007年年度股东大会审议通过，公司以资本公积金1,784.00万元、未分配利润1,200.00万元转增股本，公司注册资本由2,016.00万元增加到5,000.00万元。立信大华会计师事务所有限公司接受委托，对本次增加注册资本时股东的出资情况进行验证，并出具京信验字[2008]005号《验资报告》。

### 2、资本公积

2008年，公司以资本公积金1,784.00万元转增股本。2009年底由于合并方法由同一控制下的合并变更为非同一控制下的合并，经追溯调整后，2008年公司因转增股本而减少的资本公积为1,766.00万元。经本公司2009年第四次临时股东大会决议通过，已补充未分配利润18.00万元转增股本。

### 3、盈余公积

报告期内，公司按当年实现净利润的10%提取盈余公积。

### 4、未分配利润

2008年，公司以未分配利润1,200.00万元转增股本。2009年底由于合并方法由同一控制下的合并变更为非同一控制下的合并，经追溯调整后，2008年公司因转增股本而减少的资本公积为1,766.00万元。经本公司2009年第四次临时股东大会决议通过，已改用未分配利润18.00万元转增股本。

## 十二、盈利能力分析

报告期内，公司利润表主要项目如下表：

项 目	2009年度		2008年度		2007年度
	金额(万元)	增长率	金额(万元)	增长率	金额(万元)
一、营业总收入	102,376.93	5.53%	97,010.32	-1.36%	98,349.13
其中：营业收入	102,376.93	5.53%	97,010.32	-1.36%	98,349.13

<b>二、营业总成本</b>	97,842.57	4.30%	93,806.01	-2.44%	96,156.62
其中：营业成本	79,785.55	1.13%	78,890.76	-8.57%	86,282.64
营业税金及附加	749.99	15.92%	646.97	102.30%	319.81
销售费用	13,406.37	18.41%	11,321.86	35.42%	8,360.47
管理费用	3,439.45	24.77%	2,756.68	177.99%	991.65
财务费用	391.41	76.88%	221.29	34.06%	165.07
资产减值损失	69.79	-	-31.56	-	36.99
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-9.21	-	-144.80
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-9.21	-	-144.80
<b>三、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	4,534.37	41.92%	3,195.11	56.03%	2,047.70
加：营业外收入	285.07	397.51%	57.30	-48.06%	110.33
减：营业外支出	5.24	56.70%	3.34	-38.94%	5.47
其中：非流动资产处置损失	1.35	-45.15%	2.45	12,150.00%	0.02
<b>四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	4,814.20	48.17%	3,249.06	50.94%	2,152.56
减：所得税费用	607.83	30.89%	464.39	204.23%	152.64
<b>五、净利润（净亏损以“-”号填列）*</b>	4,206.37	51.05%	2,784.68	39.24%	1,999.92
（一）归属于母公司所有者的净利润	4,181.41	52.95%	2,733.88	36.94%	1,996.34
（二）少数股东损益	24.96	-50.86%	50.80	1,318.99%	3.58

## （一）营业收入分析

### 1、收入结构

公司的营业收入包括主营业务收入和其他业务收入。主营业务收入按产品服务对象分为两大类：个人移动信息产品销售与服务产生收入；行业移动信息产品销售与服务产生收入。其他业务收入为房屋或柜台转租收入。收入结构如下表所示：

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
主营业务收入	102,203.91	99.83%	96,770.04	99.75%	98,198.30	99.85%
其他业务收入	173.02	0.17%	240.28	0.25%	150.83	0.15%
营业收入合计	102,376.93	100.00%	97,010.32	100.00%	98,349.13	100.00%



## 2、主营业务收入构成

(1) 按产品和客户类别划分项目		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
个人移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端销售	80,807.46	79.06%	83,015.34	85.79%	91,973.39	93.66%
	个人移动信息业务	5,349.83	5.23%	4,989.78	5.16%	0.00	-
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品销售	12,992.74	12.71%	6,807.80	7.04%	5,965.42	6.07%
	行业移动信息化业务	3,053.88	2.99%	1,957.12	2.02%	259.48	0.26%
合计		102,203.91	100.00%	96,770.04	100.00%	98,198.30	100.00%

作为移动信息产品销售与服务提供商，公司收入主要来自于对个人或行业提供综合的移动信息产品销售与服务。随着移动信息终端的产业升级和3G时代的来临，移动信息通信行业的盈利模式和收入结构面临着深刻的调整。总体表现为：个人移动信息产品销售与服务方面，非定制个人移动信息产品终端（主要指非定制手机）市场份额快速下降，定制个人移动信息产品终端（主要指定制手机）市场份额快速提升，个人移动信息业务稳定增长；行业移动信息产品销售与服务方面，行业移动信息产品和行业移动信息化业务市场份额快速增长。公司早在几年前就已经预见到行业的变化趋势，对业务和产品结构提前作了准备，逐步形成“以服务带动终端销售，以终端销售推广移动信息服务”的经营思路，同时加大了与运营商的深入广泛合作，实现了公司业务结构的升级调整。

从收入组成比例看，个人移动信息终端销售收入为主要的销售收入来源，但近几年个人移动信息终端销售收入占比呈逐年下降趋势，而毛利增值较高的个人移动信息服务收入和行业类的移动信息综合业务收入比重逐步提高。为提高公司盈利能力，顺应行业发展趋势，公司近年与运营商合作的深度与广度不断加强，对运营商业销售收入占总收入比重越来越大。下表为报告期内按客户对象分类统计的销售收入情况：

单位：万元

客户大类	业务项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
个人业务	面对个人销售终端收入	38,366.59	45,229.75	63,699.97
运营商业	面对运营商销售终端收入	42,440.87	37,785.59	28,273.42

务	个人移动信息业务收入	5,349.83	4,989.78	-
	行业移动信息销售收入	12,992.74	6,807.80	5,965.42
	行业移动信息化业务收入	3,053.88	1,957.12	259.48
	运营商业务收入小计	63,837.32	51,540.29	34,498.33
主营业务收入合计		102,203.91	96,770.04	98,198.30
运营商业务占主营业务收入比例		62.46%	53.26%	37.05%

(2) 按销售区域划分

地 区	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
河北	89,603.62	87.67%	86,618.66	89.51%	92,006.59	93.69%
山西	3,704.53	3.62%	3,381.54	3.49%	1,817.89	1.85%
山东	3,095.76	3.03%	2,544.00	2.63%	1,109.55	1.13%
广东	1,132.32	1.11%	873.44	0.90%	637.76	0.65%
北京	1,098.57	1.07%	581.96	0.60%	455.68	0.46%
其他省份	3,569.12	3.49%	2,770.44	2.86%	2,170.83	2.21%
合计	102,203.91	100.00%	96,770.04	100.00%	98,198.30	100.00%

由上表可以看出，公司业务已在全国展开，其中河北省的营业收入占比最大，报告期内分别为93.69%、89.51%和87.67%，销售比重逐年降低；来自其他省份的销售收入逐年上升。

公司在发展初期，主要是在河北省内进行手机销售。自2003年以来，公司在河北省内的手机市场占有率一直稳居第一位。随着运营商定制手机市场的不断增长，自2005年开始，公司已成为河北移动在河北省内最大的“定制手机”合作伙伴和终端销售代理商。与河北移动的深度合作经历，使得公司有机会参与河北移动其他移动信息产品的集成销售、信息平台建设及合作运营业务。公司平台建设和合作运营业务多以河北省为试验基地，获得成功后向全国其他省移动公司推广。目前，河北省外的移动信息产品终端集成销售方面，公司主要是开拓对运营商的业务，公司已将移动信息产品终端集成销售业务拓展到山东、山西、黑龙江、湖北四个省移动公司，已成为这些省份移动公司的“定制手机”销售合作伙伴。移动信息化业务方面（包括个人和行业），公司与中国移动总部合作的全网平台业务三个，并在全国二十二个省移动都在成功开展移动信息平台运营业务，收入利润逐年增长。

虽然公司主营业务收入较集中在河北区域，对公司未来成长有一定的制约和

潜在风险，但经过这几年公司的战略部署和逐步成功实施，业务集中的风险已在企业可控范围内，影响公司持续成长的风险较小。主要原因为：

第一，河北移动信息通信市场不断增长，为公司业务发展提供了广阔的空间。河北移动收入在全国移动收入排名始终位于前十名，2008年排名第六，总收入为194亿元，较2007年增长20%。2009年河北移动计划总收入220亿元（数据来源：中国移动2008年工作报告）。本公司经过与河北移动各地市多年的深度合作，每年在帮助移动公司开拓新业务新产品新客户方面作出了很大贡献，已成为河北省移动信息通信市场发展不可或缺的一支生力军，河北移动的紧密合作伙伴。

第二，为了有效避免区域度集中的风险，公司加大了在全国其他地区的业务拓展力度，从近些年的销售额分布和利润分布可以看出，公司来自河北的销售额与利润呈现逐渐占比下降的趋势，业务区域度集中的风险正在逐步降低。公司业务向全国拓展时，一般首先选择人员和资金占压小的信息运营平台业务，优先发展全国性移动个人信息业务和行业信息业务。例如：2007年以来发展的全网音乐搜索业务与农政通业务，这种业务具有一点接入，服务全国的特点，业务本身就自然规避了区域集中的特点，通过两年多的耕耘，这些平台都已经为公司带来了多地域的收入，但是这些全国性平台往往需要地方性试点平台的成功作为前提，河北作为公司的业务基地，起到了孵化种子业务的作用，所以业务往往是在河北起步，而后向全国拓展和辐射，从这个角度来说，区域集中是有其优点的。2010年，公司还将继续努力拓展全国性运营平台的建设，特别是希望可以将本次募集资金的移动商业信息互动平台建设为全国性的移动电子商务平台。其次，公司选择具备优势销售能力的业务在有销售资源的省份开展移动终端销售业务，例如：运营商的定制手机供货平台业务，由于恒信在手机销售一体化服务方面的优势明显，在产品选择，流程控制，最终销售能力方面都具有比较优势，相对容易在其他省开展运营商定制手机的供货，从2008年以来，公司陆续增加了黑龙江，山西、山东几省的运营商定制手机供货，计划在2010年进一步扩展广东、江苏、浙江等省的运营商定制手机供货平台。

### 3、主营业务收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入变动情况如下表所示：

项 目		2009 年度		2008 年度		2007 年度
		金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
个人移动信息产品 销售与服务	个人移动信息终端 销售	80,807.46	-2.66%	83,015.34	-9.74%	91,973.39
	个人移动信息业务	5,349.83	7.22%	4,989.78	-	-
行业移动信息产品 销售与服务	行业移动信息产品 销售	12,992.74	90.85%	6,807.80	14.12%	5,965.42
	行业移动信息化业务	3,053.88	56.04%	1,957.12	654.25%	259.48
主营业务收入合计		102,203.91	5.62%	96,770.04	-1.45%	98,198.30

由上表可以看出，公司主营业务收入中除个人移动信息终端销售2008年及2009年有略微下降外，个人移动信息服务收入、行业移动信息产品销售与服务收入均呈上升趋势。

(1) 个人移动信息终端销售收入变动的分析

个人移动信息终端销售收入包括面对个人直接销售的移动信息终端（主要为手机）收入、代理运营商销售手机及捆绑手机销售的SIM卡、话费、手机软件、增值业务收入以及少量的手机配件、维修收入等。公司2008年个人移动信息终端销售收入为 83,015.34万元，较2007年下降 9.74%。2009年个人移动信息终端销售收入为 80,807.46万元，较2008年下降2.66 %。

2008年个人移动信息终端销售收入下降的主要原因是：

①国内手机市场单价逐年下降，虽然公司手机销售数量 and 市场份额逐年增加，但手机销售收入呈下降趋势。

报告期内，全国、河北省和公司销售数量统计情况如下表所示：

区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	数量 (万台)	变化率	数量 (万台)	变化率	数量 (万台)	变化率
中国市场总量	13,704.76	-6.65%	14,680.94	7.11%	13,706.15	22.62%
河北手机销量	659.22	-9.52%	728.56	25.81%	579.10	50.58%
本公司手机销量	115.34	4.34%	110.55	31.71%	83.93	51.96%

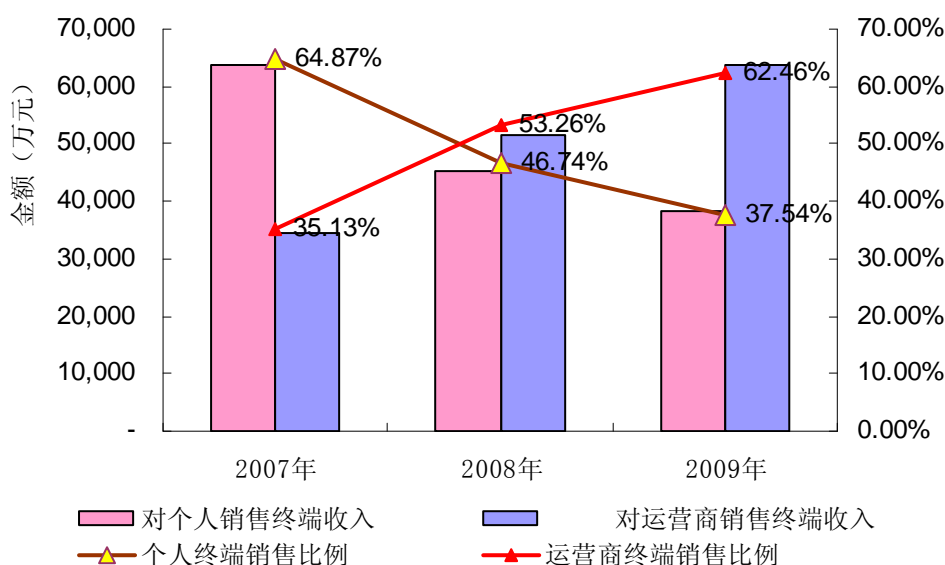
数据来源：赛诺2007年-2009年GSM手机市场数据报告

报告期公司的手机销售数量均呈增长趋势，增长幅度每年均高于全国和河北省的手机销量增长情况。2007年和2008年公司手机销量增长率较高，分别为52%和32%，2009年尽管全国和河北手机（GSM）销售总量比2008年有所下降，本公司仍然保持了4%的小幅增长。

虽然公司2008年手机销量较2007年增长32%，2009年手机销量较2008年增长4%，但由于受到手机销售单价快速下降的影响，公司的个人移动信息终端销售收入仍然呈下降趋势。

②在个人移动信息终端销售收入中，公司对运营商的销售比例大幅增加。运营商的“定制手机”往往为中低端机，平均单价较低，从而使得公司2008年的手机平均销售单价较2007年下降较大。

报告期内，公司个人移动信息产品终端销售结构变化情况如下图所示：



由上图可以看出，公司对个人直接销售移动终端的比例快速下降，对运营商的销售比例自2008年开始快速上升。今后，这一变化趋势仍将延续。

报告期内，公司手机销售数量及单价情况如下表所示：

项 目		2009 年度	2008 年度	2007 年度
销售收入 (万元)	个人零售收入	36,486.61	42,783.15	60,343.84
	代理运营商销售收入	38,464.66	34,818.72	25,519.00
	手机销售收入	74,951.27	77,601.88	85,862.84
销售数量 (万台)	个人零售	51.97	54.57	58.62
	代理运营商销售	63.37	55.98	25.31
	销售总量	115.34	110.55	83.93
销售单价 (元/台)	直接零售单价	702.04	784.06	1,029.33
	捆绑销售单价	606.97	621.98	1,008.40
	平均单价	649.81	701.98	1,023.02

公司手机销售平均单价由2007年的1,023.02元下降到2009年的649.81元。公司运营商“定制手机”平均单价均低于零售平均单价。运营商“定制手机”销售单价由2007年的1,008.40元下降到2009年的606.97元，零售平均单价由2007年的

1,029.33元下降到2009年的702.04元。

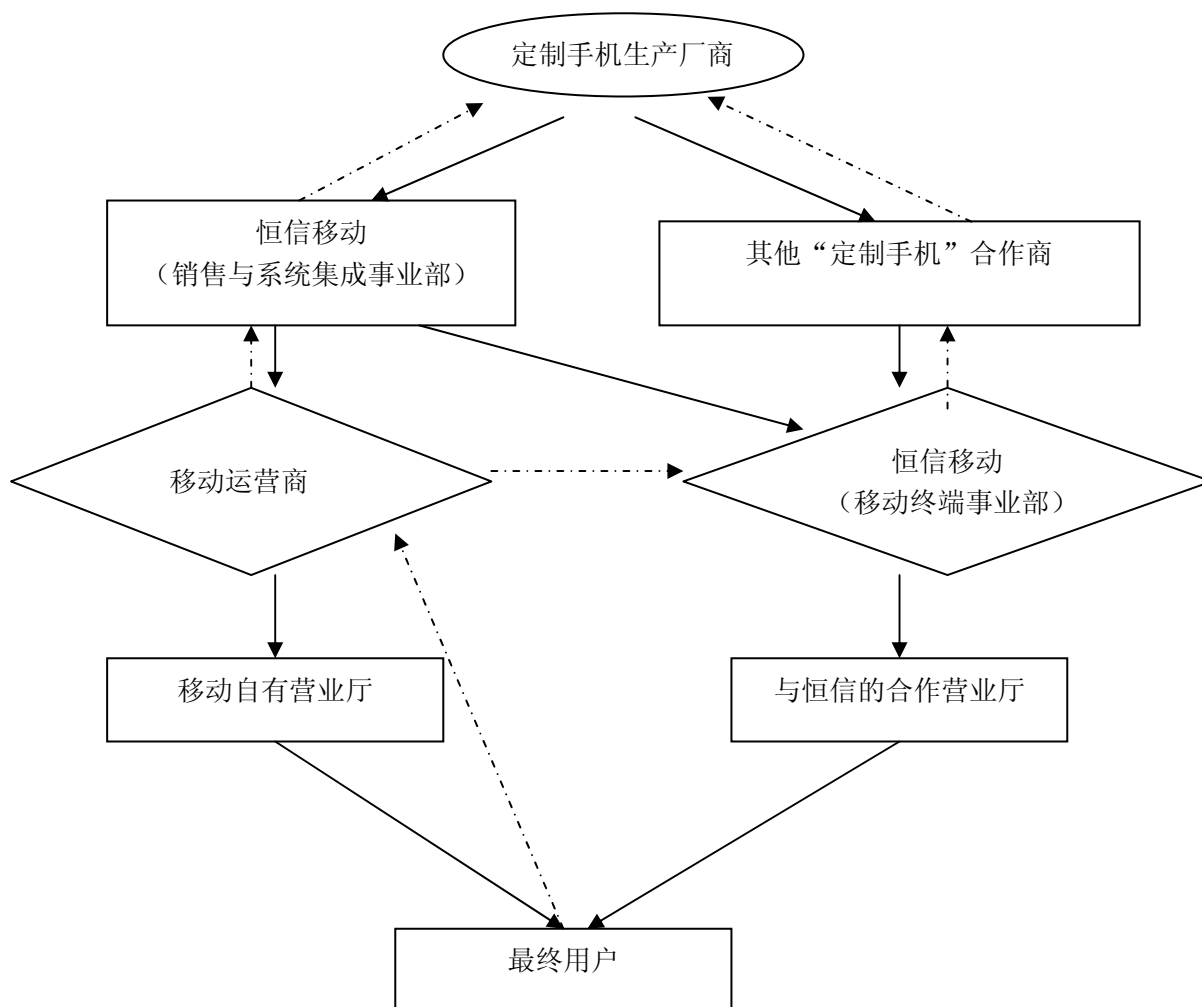
2008年，公司零售手机平均单价较2007年下降23.83%，运营商“定制手机”平均单价较2007年下降38.32%，由于公司“定制手机”的销售数量占比由2007年的30.16%增加到2008年的50.64%，使得公司2008年手机平均销售单价较2007年下降31.38%。2009年，公司零售手机平均单价较2008年下降10.46%，运营商“定制手机”平均单价较2008年下降2.41%，手机平均销售单价较2008年下降7.43%。

综上，虽然报告期公司手机销售数量和市场占有率有所增加，但由于手机平均销售单价下降较大，使得公司个人移动信息终端销售收入有所下降。

### ③代理运营商销售业务的具体销售方式及相关情况

“代理运营商销售业务”也即移动运营商“定制手机”销售业务，其具体销售方式有二种：1) 作为移动运营商的“定制手机”合作伙伴，从手机厂家购得“定制手机”后直接销售给移动运营商；2) 从移动运营商指定的“定制手机”合作商购得手机，通过公司与移动运营商的合作营业厅，以“积分兑换”等多种方式销售手机，凭“兑机单”与移动运营商结算后实现销售。

上述两种销售方式的实物流转与资金结算流程如下图：



注：实线为实物流，虚线为资金流。

公司2007年度-2009年度代理运营商销售数量和销售收入明细如下表：

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	手机销售数量 (万台)	销售金额 (万元)	手机销售数量 (万台)	销售金额 (万元)	手机销售数量 (万台)	销售金额 (万元)
代理运营商销售合计	63.37	38,464.66	55.98	34,818.72	25.31	25,519.00
其中：直接对运营商销售	43.18	25,916.46	38.38	23,672.86	15.11	15,096.15
合作营业厅销售	20.19	12,548.20	17.60	11,145.86	10.20	10,422.85

(2) 个人移动信息业务收入变动的的原因分析

个人移动信息业务收入包括14省语音杂志平台服务收入、13省音乐搜索平台服务收入、全网音乐搜索平台收入以及个人移动增值业务服务收入。个人移动信

息业务分别由发行人子公司恒信掌中游和恒信仪和负责经营。由于发行人2007年底才完成子公司的所有收购，故2007年个人移动信息业务收入在合并报表中显示为0。2008年、2009年公司个人移动信息业务收入逐年稳步增长，发展趋势良好。

业务项目类型	2009年		2008年	
	金额(万元)	变化率	金额(万元)	变化率
个人增值信息收入	692.78	-34.68%	1,060.57	-
语音杂志平台收入	2,861.03	0.60%	2,843.83	-
音乐搜索平台收入	1,796.02	65.47%	1,085.38	-
个人移动信息业务合计	5,349.83	7.22%	4,989.78	-

个人移动信息业务收入中，音乐搜索平台收入增长最快，主要是由于2007年，中国移动在全国范围招标采购音乐搜索平台，公司先后中标13个省，2007年陆续完成13个省的平台建设并实现业务收入。2008年，各省音乐搜索业务继续稳步增长，并在2008年10月中标全国唯一的全网音乐搜索平台；2009年随着全网音乐搜索平台的上线运行，音乐搜索分成收入继续稳步增长，比2008年同比收入增加65.47%。

2009年个人移动增值信息收入比2008年同比下降34.68%，语音杂志平台收入两年保持稳定略增。主要原因在于公司在个人移动信息业务方面侧重个人移动信息平台的建设与运营，而非简单的移动增值内容服务业务。平台运营业务技术门槛较一般SP业务高，从移动运营商获取的是持续的技术服务性收入而非短期的移动增值业务服务收入。语音杂志平台业务收入增幅不大的原因还在于2009年公司对各省语音杂志平台陆续进行改扩建施工，这批运营设备大多在线运行了3年以上，硬件配置需要更新换代，软件系统也需要与3G网络实现切换，由此2009年语音杂志平台收入增幅受到一定影响，预计升级完成之后将带来较大的收入增长。

### (3) 行业移动信息产品销售收入变动的分析

行业移动信息产品指通过与移动运营商合作，面向行业团体客户开发、集成、销售的移动信息化产品，具体包括移动商务电话、农信通系统、烟信通终端、供销通终端、校讯通系统终端设备等。自2005年以来中国移动单独成立集团大客户部重点发展行业客户的移动信息化业务，本公司也随之成立销售与系统集成事业部与中国移动合作开发各行业客户。公司行业移动信息产品集成销售业务在近年



来销售收入逐年增长，2007年销售收入5,965.42万元，比上年增长13.08%，主要增长在于2007年销售MAS信息机设备增加销售1,013万元，校信通设备增加销售578万元，农信通设备增加销售567万元；2008年销售收入6,807.8万元，比上年增长14.12%，主要增加在于农政通系统设备增加销售858万元和移动自助缴费系统增加销售997万元；2009年销售收入12,992.74万元，比上年增长90.85%，主要增长在于移动商话设备增加销售6,701万元，烟信通设备增加销售953万元。

#### (4) 行业移动信息化业务变动的的原因分析

行业移动信息化业务收入指通过与移动运营商合作建设移动行业信息化平台，面向行业团体客户销售移动信息化业务，通过业务分成获取服务性收入，如移动总机、ADC、农政通平台业务。2007年、2008年和2009年，公司行业移动信息化服务收入分别为 259.48 万元、1,957.12万元和3,053.88万元，呈快速增长趋势。原因在于：

2007年，公司行业移动信息化业务刚刚起步，收入较低，主要为河北区移动总机、校信通平台运营收入。由于2007年非同一控制人收购会计处理造成2007年子公司恒信彩虹的行业移动信息化收入未合并进入公司当期报表。

2008年，公司参与中国移动ADC业务，开通广东、福建、陕西移动OA平台，获取收入350.78万元，山东、云南、河北移动总机收入增加560.13万元，MAS二次开发服务收入311.25万元，农政通收入316.55万元等，2008年行业移动信息化收入比上年增长1,697.64万元，增长比例654.25%。

2009年，公司继续通过平台服务和个人业务集成销售方式，扩大行业移动信息化收入，2009年销售收入比2008年增长1,096.76万元，增长比例56.04%，主要增长为公司增加与广东移动合作的“彩信内容安全监控平台”、卓望信息合作的“游戏大厅手机客户端软件系统”和四川移动“梦网超市”项目共计865.56万元，移动总机和农政通平台的分成收入也逐年增加。

## (二) 营业成本分析

报告期，各产品主营业务成本如下：

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
个人移动信息产品销售与服务	68,226.87	85.51%	71,939.05	91.19%	81,264.67	94.19%
个人移动信息终端销售						

	个人移动信息业务	1,152.89	1.44%	1,251.11	1.59%	-	-
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品销售	9,917.83	12.43%	5,493.35	6.96%	4,970.06	5.76%
	行业信息化业务	487.97	0.61%	207.25	0.26%	40.13	0.05%
合计		79,785.55	100.00%	78,890.76	100.00%	86,274.86	100.00%

报告期内，公司主营业务成本各项业务占比与营业收入结构相符，个人移动信息终端销售成本为主营业务成本最主要部分，在85-94%之间，报告期内整体呈下降趋势。其他各类信息产品由于收入增加成本也相应增加，成本的增长幅度低于收入的增长幅度，显示出其强劲的盈利能力和发展潜力。

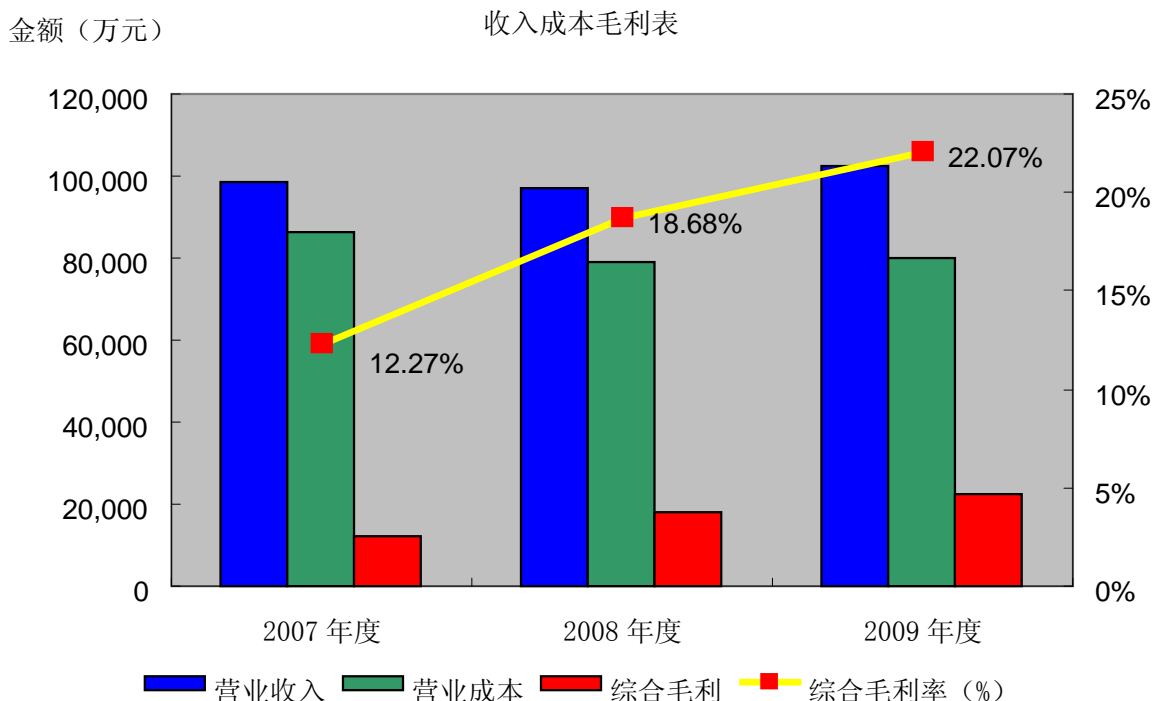
### （三）毛利率变动分析

#### 1、毛利总体变动情况分析

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入（万元）	102,376.93	5.53%	97,010.32	-1.36%	98,349.13
营业成本（万元）	79,785.55	1.13%	78,890.76	-8.57%	86,282.64
综合毛利（万元）	22,591.38	24.68%	18,119.56	50.16%	12,066.49
综合毛利率	22.07%	18.14%	18.68%	52.24%	12.27%

注：综合毛利=营业收入-营业成本

报告期内，公司综合毛利呈增长趋势，由 2007 年的 12.27% 大幅增加到 2009 年的 22.07%。



## 2、主营业务毛利率分析

### (1) 主营业务毛利率情况

报告期主营业务毛利率构成情况如下表：

单位：万元

项 目		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
个人移动信息产品销售与服务	个人移动信息终端集成销售与服务	12,580.59	15.57%	11,076.28	13.34%	10,708.72	11.64%
	个人移动信息业务销售与服务	4,196.94	78.45%	3,738.67	74.93%	-	-
行业移动信息产品销售与服务	行业移动信息产品集成销售与服务	3,074.91	23.67%	1,314.45	19.31%	995.37	16.69%
	行业移动信息化业务销售与服务	2,565.91	84.02%	1,749.88	89.41%	219.35	87.77%
合 计		22,418.36	21.93%	17,879.28	18.48%	11,923.44	11.53%

报告期内，公司盈利能力逐年增强，个人和行业移动信息化产品的销售与服务业务毛利率均呈逐年上涨趋势，使得公司综合毛利率稳步提升。2007年至2009年，公司主营业务毛利率分别为11.53%、18.48%和21.93%。公司主营业务毛利率稳定增长的主要原因及与可比上市公司同类业务对比分析如下：

#### ①个人移动信息终端产品集成销售与服务毛利率提升的原因分析

随着手机厂家技术不断提高和手机牌照的放开,手机裸机销售市场竞争也日趋激烈。为提升个人移动信息终端产品的毛利空间,公司在整合采购资源控制采购成本的同时,利用一体化销售方式,将手机与应用软件、移动业务捆绑销售,并提供各种有特色的手机增值服务。软件、业务与手机的捆绑销售,不仅直接提高手机的销售毛利率,还可以带来一定的移动业务代办费收入。如:本公司近年代理销售运营商“定制手机”的比重逐渐提升,尽管代理销售“定制手机”的硬件毛利率会略低于同品牌的零售毛利率,但由于在销售“定制手机”的过程中,公司直销人员广泛接触直接用户,通过专业、贴心的服务,直销人员可以销售与手机配套的运营商业务,获取运营商代理服务费,从而增加了整机的毛利空间。

报告期内,公司个人移动信息终端产品集成销售与服务子业务毛利率情况如下:

项 目	2009 年毛利率	2008 年毛利率	2007 年毛利率
代理运营商销售	10.62%	9.21%	7.61%
运营商代办业务	94.80%	84.49%	46.84%
面对个人直接销售	10.87%	10.29%	10.00%
移动终端配件维修等其他收入	40.39%	39.26%	42.90%
合 计	15.57%	13.34%	11.64%

与可比上市公司同类业务的毛利率相比,本公司个人移动信息终端产品综合毛利率高于可比上市公司,如天音控股、苏宁电器;与深圳爱施德(2010年已过会的拟上市公司)毛利率水平相当。如下表:

公司简称及代码	对比业务	2009 年上半年	2008 年度	2007 年度
天音控股(000829)	个人移动信息终端产品	7.37%	8.15%	8.20%
苏宁电器(002024)	个人移动信息终端产品	7.30%	7.46%	7.27%
深圳爱施德	个人移动信息终端产品	15.18%	15.90%	11.70%
本公司	个人移动信息终端产品 集成销售与服务	14.75%	13.34%	11.64%

数据来源:上市公司公开披露财务信息

与上述可比上市公司相比,毛利率差异的主要原因在于各个公司具体销售服务模式存在一定的差异,具体分析如下:

1) 天音控股是国内最大的手机分销商,专一做手机批发业务,是多个手机品牌的全国一级代理销售商。同时,天音控股也是中国移动在多个省份的“定制手机”的合作商,其“定制手机”业务是批发性质,只面对运营商,并不直接参与定制手机在当地的代理销售活动。

本公司直接面向个人客户的手机零售业务（集成销售与服务）的毛利率会略高于天音控股的手机批发业务的毛利率。本公司“定制手机”裸机销售业务的毛利率与天音控股“定制手机”业务毛利率相当，但是，本公司的“定制手机”业务不仅面对运营商，还直接参与运营商定制手机代理销售活动，从而还会获得一部分“定制手机”代理销售收入等，且这部分服务收入在本公司个人移动终端产品销售服务收入的比重逐年提高，从而提高了本公司“定制手机”业务的综合毛利率。

2) 苏宁电器是国内最大的“家电、数码、通讯产品”零售连锁企业，该公司销售通讯产品（主要为手机、配件）主要以连锁卖场、裸机销售方式开展，其移动信息产品销售的专业工具、技术手段、专业的手机软件配套服务能力较弱。

本公司销售手机更侧重于顾问式、一体化的销售方式，即通过公司专业的手机营销团队做面对面的顾问式营销，通过将手机与内嵌软件、移动话费包、手机增值业务等相结合的一体化销售模式，使得手机的综合售价相对较高；同时公司深度参与运营商在当地的代理销售、代理服务活动，有较大比重的“运营商代办服务收入”，从而提高了本公司个人移动终端产品集成销售与服务的毛利率。

3) 深圳爱施德主要从事手机及数码电子产品的渠道销售和综合服务业务，其手机销售模式与天音控股相似，主要为手机批发和对运营商“定制手机”业务。

爱施德对运营商“定制手机”业务的毛利率与天音控股对运营商“定制手机”业务毛利率水平相当。爱施德手机批发业务具有强大的产品运营能力，是三星品牌在中国最大的一级代理商，其分销产品中三星品牌占该公司手机销售比重 85% 以上，使得该公司手机分销毛利率保持较高水平，从而该公司手机销售综合毛利率较高。

会计师经核查认为：发行人个人移动信息终端集成销售与服务毛利率情况真实，发行人对毛利率变化原因及与同类业务可比上市公司的毛利水平对比分析合理，符合公司的实际情况。

#### ②个人移动信息业务销售与服务毛利率提升的原因分析

个人移动信息业务收入是公司通过建设语音杂志、音乐搜索等个人移动信息平台及提供平台运营的技术服务，从而获得的信息业务分成收入。这与 SP 业务完全不同。个人移动信息业务由三方参与者共同完成：运营设备和技术服务由本

公司提供，运营商负责全国范围的业务推广，平台上接入的各家 SP 提供个人移动信息增值内容和服务，平台运营收入由运营商、本公司和 SP 三家分成。该项业务的直接成本主要为设备折旧和无形资产摊销，故获取的技术性服务收入毛利率较高。随着运营设备和前期工程、技术投入完成，该项业务的直接成本逐渐减少，故毛利率逐渐提升。由于国内经营本公司类似业务的公司均未公开上市，难于取得类比毛利情况。

③行业移动信息产品集成销售与服务毛利率增加的原因分析

公司销售的行业移动信息产品主要由外购硬件设备与拥有自主知识产权的软件组成，其中软件销售收入所占比重逐年提升，故毛利率增加。例如，将“开放式移动服务应用中间件软件”集成应用于 MAS 系统终端；将“恒信基层政务系统”集成应用于“农政通系统”；将“及时语协同工作软件”集成应用于移动商务电话终端等。

本公司与上市公司同类业务毛利率对比如下：

公司简称及代码	对比业务	2009年上半年	2008年度	2007年度
远光软件（002063）	软件硬件系统集成	26.55%	25.87%	12.51%
东华合创（002065）	系统集成技术服务	13.02%	10.41%	8.36%
中国软件（600536）	行业解决方案与服务	23.77%	23.77%	23.15%
保信软件（600845）	软件硬件系统集成	12.65%	15.86%	14.38%
平均值	-	19.00%	18.98%	14.60%
本公司	行业移动信息产品集成销售与服务	20.11%	19.31%	16.69%

④行业移动信息化业务销售与服务毛利率提升的主要原因

行业移动信息化业务是公司通过建设行业移动信息化平台（如移动总机、农政通等），帮助运营商向行业用户（企业、政府）推广应用，提供有针对性的行业移动信息化服务。公司与运营商合作完成向行业客户提供移动信息化服务业务。通常情况下，运营设备和技术服务由本公司提供，运营商负责全国范围的业务推广。随着运营设备和前期工程、技术投入完成，公司的直接成本逐渐减少，毛利率逐渐提升。

（四）期间费用分析

项 目	2009年度			2008年度			2007年度		
	金额	比例	占营业收入比例	金额	比例	占营业收入比例	金额	比例	占营业收入比例

销售费用	13,406.37	77.78%	13.10%	11,321.86	79.17%	11.67%	8,360.47	87.85%	8.50%
管理费用	3,439.45	19.95%	3.36%	2,756.68	19.28%	2.84%	991.65	10.42%	1.01%
财务费用	391.41	2.27%	0.38%	221.29	1.55%	0.23%	165.07	1.73%	0.17%
合计	17,237.23	100.00%	16.84%	14,299.83	100.00%	14.74%	9,517.19	100.00%	9.68%

报告期内，公司期间费用呈增长趋势。其中，2008年较2007年的费用增加4,782.64万元，增长比率为50.25%，2009年较2008年的费用增加2,937.4万元，增长比率为20.54%，2008年期间费用较2007年增长较大的主要原因是公司于2007年12月31日收购非同一控制下掌中游100%股权、彩虹信息100%股权、中科信利30%股权(2006年度已收购40%股权)、仪和信息50%股权(2006年度已经持有50%的股权)，业务规模迅速扩大，营销人员、技术人员和管理人员数量都有一定程度的增长，使得公司销售费用和管理费用有所增加。2009年期间费用较2008年期间费用增长的原因主要是随着公司业务进一步的资源整合，公司的营销能力和管理水平得到了提高，资源整合的效果初步显现，在主营业务利润增长的同时，公司整体期间费用也同步增加。但总体上低于主营业务利润的增长。

报告期内，公司期间费用结构基本保持稳定。期间费用的增长速度与公司主营业务利润的增长速度一致，反映出公司毛利增长与人员费用投入增加的配比关系。

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
主营业务利润	4,534.37	41.92%	3,195.11	56.03%	2,047.70
期间费用合计	17,237.23	20.54%	14,299.83	50.25%	9,517.19
其中：销售费用	13,406.37	18.41%	11,321.86	35.42%	8,360.47
管理费用	3,439.45	24.77%	2,756.68	177.99%	991.65
财务费用	391.41	76.88%	221.29	34.06%	165.07

### 1、销售费用

2008年、2009年公司销售费用分别较上年增加35.42%、18.41%。销售费用增加的主要原因是公司业务范围快速扩张，由以河北城市为主，逐渐向省内各县区乡镇扩张，再向全国其他省市扩张，导致销售人员增加，人工工资、房租、广告宣传费和其他日常经营费用有所增加。报告期内，销售人员的人数从2007年的1451人增加到2009年末的2418人，增长幅度66.64%，人数增加的同时每年人均工资、福利也有所增加，故报告期职工薪酬增加较大。销售人员主要分布在零售店、

合作营业厅、各地市县代理移动营业网点和各省办事处，负责公司移动信息业务推广及售后服务工作。近三年的销售费用明细如下：

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额 (万元)	变化率	金额 (万元)	变化率	金额 (万元)
职工薪酬	6,415.41	29.66%	4,948.03	56.29%	3,165.90
房租	2,250.79	4.64%	2,150.93	1.30%	2,123.24
广告宣传	991.30	-0.55%	996.83	21.77%	818.65
其他费用	3,748.87	16.21%	3,226.07	43.21%	2,252.68
销售费用合计	13,406.37	18.41%	11,321.86	35.42%	8,360.47

注：其他费用包含装修、折旧、摊销等相对固定的费用以及办公、招待、差旅、交通、通讯等日常人员开支费用。

公司制定合理的绩效考评制度，并创新运用虚拟零售、数字货架等营销工具，提高了公司经营效率，在业务扩张人员增长的情况下，销售费用的增涨幅度低于主营业务利润的增长幅度。

## 2、管理费用

2007年、2008年公司管理费用分别较上年增长177.99%、24.77%，主要的管理费用明细如下表。

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额 (万元)	变化率	金额 (万元)	变化率	金额 (万元)
管理费用明细					
研发费用	1,772.34	38.41%	1,276.44	569.21%	191.35
职工薪酬	1,008.73	30.47%	773.14	98.48%	389.54
其他费用	658.38	-6.35%	707.1	71.15%	410.76
管理费用合计	3,439.45	24.77%	2,756.68	177.99%	991.65

注：其他费用包括办公场地房租物业、折旧、招待、差旅、会议、培训、通讯、交通等其他所有除研发费用、职工薪酬以外的管理开支费用

管理费用变化的主要原因：

(1) 自2007年以来，公司不断加大研发投入，设立北京、厦门、广州三个研发中心，扩招研发和技术型人才，人员工资、办公费、研发场地和测试费用的支出都有所增加。继公司业务资源整合后，2008年公司整体研发投入2,167.44万元，扣除可以资本化的投入891万元外，期间列支的研发费用1,276.44万元；2009年公司研发投入2,526.47万元，扣除可以资本化的投入754.14万元外，期间列支的研发费用1,772.34万元，比上年度研发费用增加38.41%。

(2) 随着公司业务在全国范围内的扩张，各地办事处相应增加，导致管理



人员相应增加，人员成本也相应增加。

(3) 除研发费用和职工薪酬以外的其他费用三年变化幅度不大，表明公司在控制管理人员尤其是职能部门人员变动费用方面力度较大，费用开支合理。

### 3、财务费用

公司财务费用主要为支付银行贷款利息和银行承兑汇票手续费等。报告期内，公司财务费用有所增长，但财务费用占营业收入比重很小，公司利息保障倍数较高，偿债能力较强。2007年末、2008年末和2009年末，公司银行贷款分别为1500万、2000万和4000万元。2008年贷款在年底发生，但利息费用在2009年发生，同时开具银行承兑汇票手续费增多。

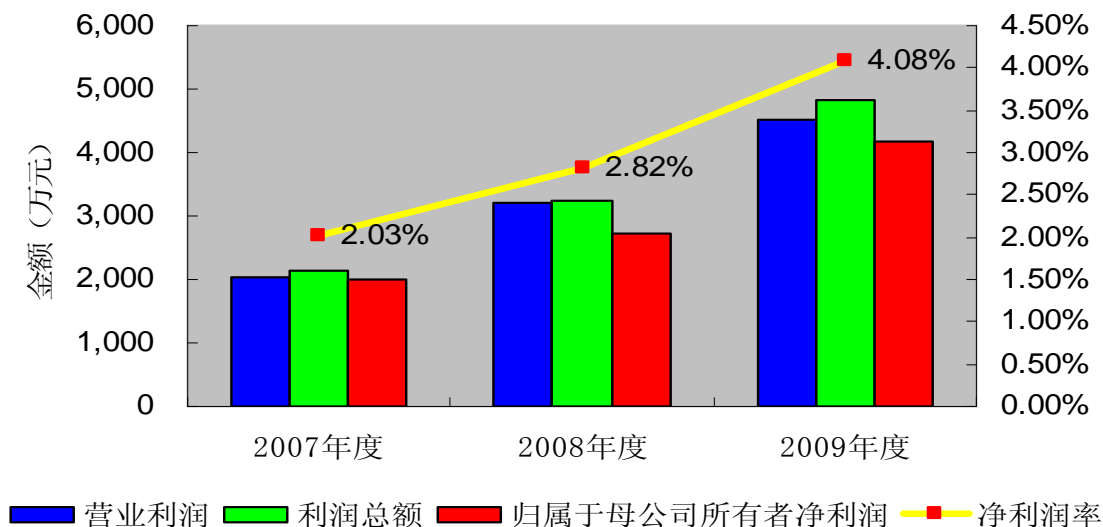
## (五) 利润情况分析

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
营业利润	4,534.37	41.92%	3,195.11	56.03%	2,047.70
利润总额	4,814.20	48.17%	3,249.06	50.94%	2,152.56
净利润	4,206.37	51.05%	2,784.68	39.24%	1,999.92
归属于母公司所有者净利润	4,181.41	52.95%	2,733.88	36.94%	1,996.34

近几年，公司个人移动信息终端产品集成销售与服务业务健康成长，代理运营商业务（主要为定制手机）发展迅速，产品结构逐年优化，毛利率逐年提升；个人移动信息业务销售与服务业务快速增长，毛利率较高且比较稳定；行业移动信息产品集成销售与服务业务快速增长，毛利率维持在合理水平并有逐年提高趋势；行业移动信息化业务销售与服务业务呈爆发式增长态势，毛利率较高且比较稳定。同时公司期间费用总额和结构控制合理。

报告期内，公司营业利润稳步提升，2008年及2009年增长率分别为56.03%、41.92%。

报告期利润变动情况



### (六) 资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失情况如下表所示：

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
坏账损失	513,627.84	-557,690.90	211,964.08
存货跌价准备	184,317.66	242,063.77	157,933.42
合 计	697,945.50	-315,627.13	369,897.50
占利润总额的比例	1.45%	-0.97%	1.72%

报告期内，公司资产减值损失为计提的坏账准备和存货跌价准备。公司资产减值损失较小，不存在通过资产减值损失的回转调节利润的情况。

### (七) 非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益情况如下表所示：

单位：元

明细项目	2009 年度	2008 年度	2007 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	-4,984.39	-113,015.12	-2,334.72
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	578,363.20	-	-
债务重组损益	197,070.46	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益；	-	-	1,080,624.01
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-38,855.64	-2,434.90	-31,180.40
少数股东损益的影响数	-	-3,619.43	-656.18
<b>合 计</b>	<b>731,593.63</b>	<b>-119,069.45</b>	<b>1,046,452.71</b>
计提所得税的基数	769,549.27	-18,040.12	20,354.55
所得税影响	192,387.32	-27,081.83	6,717.00
<b>所得税后非经常性损益净额</b>	<b>539,206.31</b>	<b>-91,987.62</b>	<b>1,039,735.71</b>
归属于母公司所有者的净利润	41,814,110.42	27,338,807.34	19,963,433.50
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	41,274,904.11	27,430,794.96	18,923,697.79
非经常性损益占归属于母公司所有者的净利润比重	1.29%	-0.34%	5.21%

2009年度的政府补助578,363.20元为本公司唐山分公司获取的社保补助。

2009年度的债务重组损益为多年累积的无法支付的应付账款尾款和其他应付款押金。

### （八）营业税金及附加、所得税费用分析

报告期内，公司营业税金及附加明细如下表所示：

单位：万元

项 目	计缴标准	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业税	营业收入	552.39	400.34	187.16
城建税	流转税	129.15	160.58	80.00
教育费附加	流转税	68.45	86.05	52.65
<b>合 计</b>		<b>749.99</b>	<b>646.97</b>	<b>319.81</b>

报告期内，公司所得税费用情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
利润总额	4,814.20	3,249.06	2,152.56
所得税费用	607.83	464.39	152.64
所得税费用比例	12.63%	14.29%	7.09%

公司所得税费用比例较低的主要原因是公司在报告期内公司及各子公司享受不同程度的税收优惠。具体情况请见本节“五、主要税收政策、缴纳的主要税种”之“(二)享受的税收优惠”。

### 十三、现金流量分析

公司近三年的现金流量如下：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,506.51	3,505.98	2,178.74
投资活动产生的现金流量净额	-1,739.60	-1,770.65	-1,350.62
筹资活动产生的现金流量净额	-5,890.15	27.44	1,434.73
现金及现金等价物净增加额	-2,123.24	1,762.77	2,262.85
经营活动现金流量/现金流量总额	-2.59	1.99	0.96

#### (一) 经营活动产生的现金流量

经营活动产生的现金流量分析如下：

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,506.51	3,505.98	2,178.74
净利润（万元）	4,206.37	2,782.92	1,999.92
经营活动产生的现金流量净额与净利润之比	1.31	1.26	1.09
每股经营活动产生的现金流量净额	1.10	0.70	1.08

近三年公司经营活动产生的现金流量净额均为正值并逐年提高，经营活动现金流量净额与净利润之比、每股经营活动产生的现金流量净额基本都大于1，且逐年提高（2007年股本按5,000万摊薄计算后的每股营业现金流量为0.44），反映出公司经营活动收益质量较高，现金回笼快，经营性流动资金管理能力强。

公司良好的经营活动现金流量保证了生产经营活动的正常进行，极大的降低了债权人的风险，也为公司分派现金股利提供了保障。

#### (二) 投资活动产生的现金流量

本公司投资活动产生的现金流量与公司业务发展阶段相匹配。

2007年公司投资活动产生的现金流量净额为-1350.62万元，较2006年大幅增加，主要为收购下属子公司股份所致。

2008年公司投资活动产生的现金流量净额为-1770.65万元，主要用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付。

2009年公司投资活动产生的现金流量净额为-1739.60万元，主要用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付。

### **（三）筹资活动产生的现金流量**

2007年、2008年和2009年，本公司筹资活动产生的现金流量净额分别为：1,434.73万元、27.44万元和-5,890.15万元。

2007年公司筹资活动产生的现金流量大幅增加，主要是2007年公司两次增资，共计2,142万元所致。

2009年筹资活动产生的现金流量净额为-5,890.15万元，主要是由于2009年使用银行承兑汇票支付货款较多，汇票保证金增加7,907.60万元。

## **十四、报告期内资本性支出情况**

### **（一）报告期重大资本性支出**

报告期内，公司未发生重大资本性支出行为。

### **（二）未来可预见的重大资本性支出计划**

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金投资项目以外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资计划参见“第十一节 募集资金运用”的有关内容。

## **十五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析**

### **（一）报告期公司利润来源及影响盈利能力连续性和稳定性的因素分析**

公司利润基本来自于主营业务收入，营业外收支的绝对值很小。

在主营业务产品中，个人移动信息终端产品的销售收入占总收入比重在80%以上，毛利贡献约56%，个人移动信息业务收入及行业移动信息产品收入占比约20%，毛利贡献约44%。公司不存在依赖单一产品的情形。公司目前的客户主要是个人和行业客户，移动运营商是公司实现产品销售与服务最重要的销售渠道和合作伙伴。

影响公司财务状况和盈利能力未来趋势的主要因素包括以下几个方面：

#### （1）市场的开拓

近年来，公司在巩固河北省市场占有率的同时，不断开拓新市场，截至目前，公司已在全国22个省份设立分支机构。通常，移动运营商在移动信息业务建设方面采取分期投入，逐步推广的投资策略。各省移动运营商在首期建设后，将陆续在随后的一两年内实施二期、三期系统平台的建设。公司能否依靠已占领的多个业务平台建设的先发优势，将公司移动信息产品推向其他地市，并辐射全国，是公司盈利能力连续性和稳定性的关键。

#### （2）研发能力的持续增强，成本费用的有效控制

为保证公司技术的领先性，未来公司仍将加大研发投入，持续提高产品自主知识产权程度和技术含量。同时为开拓市场，公司需要投入较大的营业费用。因此研发能力的提高，成本费用的控制对公司盈利能力影响较大。如果未来公司各项费用增长过快，而研发成果没有实现，将对公司盈利能力的连续和稳定造成不利影响。

#### （3）募集资金投资项目的顺利实施

按照预定计划，公司大部分投资项目将在2011年前后建成并开始产生效益。如果各项目能够达到预定效益，将丰富公司产品种类，提高公司的竞争能力，并使公司在未来较长时间内保持较强的盈利能力。但如果公司的投资项目不能达到预期效果，一方面，大量投资形成的固定资产折旧使公司利润成长受到限制；另一方面，公司的利润增长点未能产生预期收益，成长的空间面临考验。

### （二）本公司的财务优势分析

依据本公司报告期的财务状况、经营成果与现金流量情况，本公司的主要财

务优势是：

1、资产流动性强。流动性资产在总资产中所占比例较高，近年来流动资产占总资产的比例在85%左右。

2、应收账款账龄短、质量高、客户信誉较好、管理制度健全；存货质量好，产品销售顺畅，主要存货采取订单式销售、跌价风险小。

3、偿债能力强，财务风险较小；资产负债结构合理；应收账款周转率和存货周转率符合行业特征。

4、主营业务突出，盈利能力持续性强。公司主营业务利润及净利润均保持持续快速增长。

5、现金流量良好，近3年末，公司经营活动产生的现金流量均为正值，公司拥有较好的财务弹性和适应经济环境变化的能力。

### （三）未来盈利能力的未来趋势分析

#### 1、产业发展迅速，面临发展机遇

3G牌照的发放，使得移动通信产业面临一次升级换代的历史性机遇，无论是移动信息终端还是移动信息业务，都将全面升级，这种客观变化造就了新的市场空间，也为产业链各个环节上的企业提供了新的发展机会。现在，运营商重组后，运营商之间的竞争日趋明显。较强的技术积累和较好的服务能力能够拉近其与消费者距离，并获得运营商的重视和市场机会。本公司创新的商业模式非常符合行业发展要求，可以在这次产业升级过程中获得历史性发展机会。

#### 2、移动信息业务平台运营收入稳健

公司通过移动信息业务平台构建了多种客户的连接关系，同时也通过销售移动信息业务获得运营商分账。公司的这种平台运营业务收入完全不同于SP的收入，系统平台主要是为移动信息增值业务提供技术支持，因而，越来越受到运营商的重视和支持。系统平台的建设期投入较大，一旦成熟后，后期运营的直接成本很小，并且业务平台的客户具有累计效应，因而，该类业务风险小、收益大。公司在选择业务平台类型时，大多选择了业务起伏小，具有持续发展潜力的业务平台，例如：音乐类平台，政府类，农村业务类平台，这些客户需求在未来几年内都将保持良好的增长趋势，将推动公司业绩持续稳定增长。

### 3、募投资金带来的新盈利能力

公司本次发行成功后，募集资金将用于现有移动信息平台改扩建项目和移动商务信息服务平台项目。项目建成达产后，一方面将有助于巩固现有业务的市场份额，另一方面，公司将进入移动电子商务信息服务市场，新的市场领域将带来新的盈利空间。

本公司管理层认为：公司所处行业具有广阔的发展前景和市场容量，凭借公司雄厚的技术实力和业务基础等，未来公司具备较好的成长性和较强盈利能力。

## 十六、股利分配政策

### （一）股利分配的一般政策

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，但公司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。

### （二）现金分红的特别规定

《公司章程（草案）》第一百七十九条规定，公司重视对投资者的合理投资回报，每连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十；董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

### （三）最近三年股利分配情况



经2007年4月20日召开的2006年年度股东大会审议通过，公司2006年度的利润分配方案为：以2006年末公司总股本1,320万元为基础，每股分配现金股利0.20元，共分配现金股利264万元。上述利润分配方案已于2007年5月13日实施完毕。

经2008年3月13日召开的2007年年度股东大会审议通过，公司以资本公积金1,784万元、未分配利润1,200万元按股东出资比例转增股本共2,984万元。上述利润分配方案已于2008年3月17日实施完毕。

经2009年5月18日召开的2008年年度股东大会审议通过，公司2008年度暂不进行利润分配。

## **十七、发行前滚存利润分配安排**

经公司2009年度第一次临时股东大会决议：本次发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由公司发行后新老股东按持股比例共享。

截至2009年12月31日，公司未分配利润为95,803,540.53元。

## **十八、发行上市后的股利分配政策**

本公司预计在本次公开发行股票上市后的第一个盈利年度派发股利，具体分配方案由董事会提出预案，经股东大会审议后决定。

## 第十一节 募集资金运用

### 一、募集资金运用的基本情况

项目名称	计划投资额 (万元)	资金使用计划(万元)		项目备案批文
		第一年	第二年	
移动信息业务平台改扩建项目	8,000.00	5,025.20	2,974.80	石发改高技备字【2009】180号
移动商业信息服务平台项目	5,986.20	2,670.00	3,316.20	石发改高技备字【2009】179号
其他与主营业务相关的运营资金项目	-	-	-	-

若募集资金不能满足拟投资项目的资金需求,缺口部分将由本公司通过银行贷款或其他途径解决。

### 二、募集资金数额及专户存储安排

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 1,700 万股,不超过发行后总股本的 25.37%,实际募集资金扣除发行费用后的净额为 61,219.7 万元,全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理,做到专款专用。开户银行为北京银行和平里支行,账号为 0109 0353 7001 2010 5509 849。

### 三、募集资金投资项目简介

本次募集资金拟投资的两个项目均围绕本公司主营业务以及业务发展目标开展,分别是:

#### (1) 移动信息业务平台改扩建项目

本项目主要是对公司现有移动信息业务平台的更新、加固、扩容、增加新的服务内容。通过对现有移动信息业务平台的改扩建,公司可以在原有语音业务基础上平滑扩展视频内容,为用户提供更方便、更丰富3G语音+视频业务体验。本项目也包括对现有连锁网点的数字化改造。通过数字展厅、使用数字摘机系统等,以全新的业务互动体验方式,配合极富趣味性的业务演示,为消费者提供全面的

终端（主要指“手机”）展示，同时将适用于终端的数字内容和增值业务一并打包推广。

## （2）移动商业信息服务平台项目

本项目是利用现有移动互联网技术打造的商业企业与个人消费者之间的一个新型的移动信息互动平台。其核心思路是帮助传统商业企业在手机上建立起一个集会员服务、商品销售、商业资讯为一体的移动电子商务业务展示平台，为消费者提供集各类会员卡管理、移动购物、本地商业折扣于一身的便利的移动电子商务服务，帮助运营商建立移动电子商务应用类业务的制高点。通过为商业企业和消费者提供移动信息交流互动平台服务，可以让消费者随时随地获得其所需要的商业资讯和商业服务，进而发展到通过移动互联网实现商品交易。该项目是公司现有主营业务的扩展和延伸，主要体现在该平台对商业企业和消费者提供的移动信息服务方面。

①本移动商业信息服务平台为商业企业提供“移动客汇通”和“商赢天下”两类具有整合营销功能的移动信息业务产品。“移动客汇通”是帮助商业企业建立移动会员管理系统，让企业已有的会员系统实现“移动信息化”，让企业可以为自己的会员提供个性化的一对一商业服务。“商赢天下”主要是建立起WAP和手机侧的企业门户，作为企业营销的移动商业信息展示平台。这个应用属于公司行业移动信息化销售服务子业务，可以看作是公司为商业企业提供的移动电子商务解决方案。

②本移动商业信息服务平台为消费者提供“移惠卡”产品，通过该卡汇聚消费者已有的各种会员卡，将消费者与各个商业企业的会员服务关系聚集在手机上，实现以手机号为标识的移动消费一卡通，通过手机应用程序和商家配套硬件结合的技术，实现个人消费者与商业企业的消费关系管理。通过该服务，消费者不但可以将手中多张会员卡变为一个“手机卡包”，随时随地进行会员消费，还可以获得本地商盟的优惠折扣，查询个人在不同商业企业账户的消费信息，以及其他商业信息。这个应用属于公司个人移动信息业务销售与服务子业务，可以看作是公司为消费者提供的移动信息销售与服务。

以上两个项目的实施主体均为发行人河北恒信移动商务股份有限公司。目前，对于移动商业信息服务平台项目的合作，发行人已经与中国移动河北有限公

司达成了合作意向。

## （一）移动信息业务平台改扩建项目

### 1、行业趋势与项目背景

移动通信代表了先进的通信技术，也是目前使用最广泛的通信方式。随着信息技术的不断发展，未来移动信息化应用将逐步替代传统IT应用，通过手机等移动信息终端与移动网络的中央集中计算功能结合，完成信息输入、存储、处理以及输出等关键步骤，以操作简便、投入成本低等特点，替代需要专业人员以及高成本硬件设备投入的传统IT独立计算，使得信息技术应用能够为普通大众服务。在信息社会，手机将成为人们生活必不可少的工具，不论是工作生活还是休闲娱乐，都发挥重要的作用；行业用户通过移动信息化以最低成本迅速实现办公及商业信息化。因此行业的发展促使我们对现有业务平台进行改扩建。

国家在政策层面上也对公司所处行业的业务升级给与支持。2007年颁布实施的《信息产业“十一五”规划》针对电信业，提出大力推进电信、数字电视以及计算机互联网的“三网融合”，着力提高业务和技术创新能力，从基于网络的简单服务向多媒体、综合信息服务转变，推动行业的战略转型。

推动移动信息化行业发展的另一重要力量来自移动运营商。随着语音用户数量增长缓慢及语音业务资费的下调，运营商的基础语音业务收入出现增长放缓甚至下降的局面。与此同时，数据业务却出现快速发展的趋势。因此，运营商纷纷调整各自发展战略，从传统的移动通信接入服务提供商向信息业务提供商转型。移动运营商的业务转型正在有力地推动着移动信息化行业的发展。

我国移动通信网络已经进入3G时代，因此，移动行业信息化服务也必然迈向3G时代。3G定位于多媒体业务，是因为把声、像、图、文同步集成在一起的交互式多媒体信息与通信服务肯定是21世纪人们最乐意接受的服务形式。多媒体信息通信作为时代发展的潮流，在社会发展和信息化建设的过程中占有十分重要的地位，现已成为各国信息基础设施的重要组成部分。提供多媒体服务也是电信、电脑、电视三网走向融合的目标之一。

本公司在国内同行业内率先提出了娱乐通讯及移动IVR的产业理念，是全国首家将语音、互联网、短信结合起来的全国性交友互动服务平台。目前，公司共

负责中国移动14省的语音杂志平台、13省的音乐语音搜索平台以及唯一的中央音乐搜索平台的管理运营，为移动运营商提供业内领先的个人移动信息业务销售支撑工具，为数千万的年轻个人客户提供了持续的数字娱乐信息服务。进入3G时代后，移动网络的数据传输能力和移动信息终端的移动计算能力都在技术上实现了划时代的产业升级，移动信息通信行业也将面临前所未有的发展机遇，作为移动信息通信产业链上的销售服务环节，本公司具备独有的竞争先发优势。

对现有业务平台的改扩建，将给本公司带来较大的经济和社会收益。以基于HXBOS平台的农政通项目为例，全国有近4万个乡镇级基层政务组织，加上各类涉农事业单位、乡镇企业、种养植大户，用户规模预计超过10万户。农政通业务在全网合作运营采用业务分成的方式产生收入，按照每个乡镇每月200元计算，2010年发展1万个乡镇，分成后的收入达到1,200万。未来5年将发展3万个乡镇集团用户。农政通在河北等省采用移动信息产品集成销售的方式，单省可产生600万左右收入。农政通平台的服务资费目前有每乡镇每月200元、400元、800元的档次，随着电子报表、位置服务等新业务的释放，单用户收益将显著增加，在现有业务收入的基础上将实现翻番。

通过对现有业务平台的改扩建，能增强企业竞争力。业务平台能在原有语音（voice）业务基础上平滑扩展视频（Video）内容，为用户提供更方便、更丰富3G“语音+视频”业务体验。系统能同时提供固网PSTN/GSM网/CDMA网/2G/2.5G/3G等多网络接入能力，以及数据/语音/视频等多媒体融合处理能力。所有的业务模块，都可以根据企业的不同组织模式、业务特点、流程需求进行快速调整，这样企业就可以得到完全个性化的，体现企业特色的应用系统。同时系统可以随客户企业业务的发展变化，动态调整，实现系统与业务同步发展。

从本公司现实情况来讲，该项目是迫切需要实施的，现有业务平台需要更新、加固、扩容、增加新的服务内容。公司现有业务平台的业务上线时间分别是：

娱音在线	上线年份	接入点数
语音杂志	2002年	5
	2003年	14
移动总机	2005年	3
音乐搜索	2007年	14
农政通	2007年	1
协同办公	2007年	10

可以看出，现有业务中部分平台的硬件已经趋于老化，急需更新换代。随着

服务意识的加强，运营商对现有业务尤其是用户量大的业务的系统稳定性、故障率等要求越来越高，考核更加细致也更加苛刻，现有业务平台需要在这方面进一步加强，投入更多的设备和更新的技术加强系统先进性、稳定性。

在个人移动信息业务和行业移动信息化业务方面，公司的音乐搜索、农政通、移动总机等业务都具有很强的竞争力，知名度和用户体验度都很优秀，因此用户数逐年递增，如音乐搜索已经有超过三千万用户，农政通已经为上千个乡镇提供了基层政务平台，移动总机的企业开户数超过1万家，预计今后两年用户数还能递增80%以上。目前的业务平台容量趋于饱和，急需扩容扩建。

随着3G时代的到来，3G特色业务必将成为新的业务增长点。公司的业务平台也应具备相应的能力，才能在激烈的市场竞争中居于不败之地。业务平台改扩建后，将在原有语音业务基础上平滑扩展视频内容，为用户提供更方便、更丰富3G语音+视频业务体验。

## 2、项目实施方案

移动信息业务平台改扩建项目包括两部分工作：①底层基础技术平台升级，改进系统架构，引入新的接入能力；②底层基础技术平台升级的技术研发工作完成后，对各地实网运营中的业务平台分别进行改进升级扩建，包括增加业务功能，更新设备，扩大接入规模等。

### （1）基础平台升级改造

公司现有两个基础技术平台，统一通信应用平台(UNIFY V3.5)和移动信息综合应用平台(HXBOS)。

统一通信应用平台(UNIFY V3.5)是基于软交换的、开放的、支持3G业务的增值业务支撑平台。UNIFY平台采用传统的用户拨打电话的IVR方式接入，在原有语音（voice）基础上平滑扩展视频（video）内容，为用户提供更方便、更丰富3G语音+视频业务体验。系统能同时提供固网PSTN/GSM网/CDMA网/2G/2.5G/3G等多网络接入能力，以及数据/语音/视频等多媒体融合处理能力。系统对第三方开放，除了提供API接口，支持C/Perl语言等开发接口之外，更进一步提供图形化开发环境，支持对业务流程自定义设计。Unify的设计目标是升级到3G语音+视频的业务平台，并积极研发针对3G网络环境的新业务，实现视频彩铃、视频流程、视频会议、视频留言、视频点送、视频点播、视频营销等3G新

业务。

移动信息综合应用平台（HXBOS）是行业信息化、企业信息化应用系统的基础架构平台。基于HXBOS平台，所有的业务模块，都可以根据企业的不同组织模式、业务特点、流程需求进行快速调整，这样企业就可以得到完全个性化的，体现企业特色的应用系统，而不是一个僵化的、需要“削足适履”的应用。同时系统可以随企业业务的发展变化，动态调整，实现系统与业务同步发展。HXBOS注重动态 workflow 设计外，同时也注重将移动通信元素引入企业信息化建设中，支持企业服务热线、员工管理、语音信箱、企业邮局、企业通讯录、3G多媒体应用、无线客户关系拓展与销售（WCRS）等功能。

除了提升平台的功能和性能之外，对于平台还需要进行优化，包括：

①系统架构升级，主要解决系统容错性，稳定性，大流量突发网络流量，网络安全性，强化系统平台自身网管等各方面入手；

②数据库数据迁移、应用逻辑迁移，采用高可用、高可靠、高并发、海量存储、及时通信、跨网络、功能统一的数据库操作系统、异构数据迁移、数据定制服务，使数据库能承受大数据量的访问；

③负载均衡方案的应用、基于tcp session的负载均衡、基于cookie的负载均衡；

④入侵检测设备、网络监控设备的应用；

⑤海量存储扩容、光盘库、磁带库、网络存储；

⑥灾难恢复。

## （2）实网业务平台改造

底层基础技术平台升级的技术研发工作完成后，对各地实网正在运营的业务平台分别进行改进升级扩建，包括增加业务功能，更新设备，扩大接入规模等。

公司基于以上两大系统平台在全国各地部署了各类移动信息业务平台，包括14个省的语音杂志平台、13个省的音乐搜索平台以及中央音乐平台、中国移动7家省级公司合作开展ADC（应用托管）业务、在中国移动全网接入农政通平台、3个省级移动总机平台。

语音杂志	省级平台的接入点：广东省、广西省、云南省、西藏、江西省、福建省、安徽省、湖北省、山东省、河南省、天津、甘肃、内蒙、辽宁省
音乐搜索	广东省、广西自治区、贵州省、云南省、西藏自治区、福建省、浙江省、上海市、江苏省、山东省、河南省、河北省、黑龙江省，全网接入点在四川

农政通	全网业务，接入点在重庆
移动协同办公	陕西、广东、福建、江苏、浙江、山东、河北
移动总机	山东、云南、河北

同时，公司建设和发展无线客户关系拓展与销售平台（WCRS），并将其应用在公司现有的个人移动信息终端产品集成销售于服务中，在各个地面连锁网点中进行数字化改造，建设数字展厅，优化终端产品销售服务水平。

#### ①语音杂志

语音杂志是中国移动向手机用户提供语音信息内容服务的平台，用户拨打以12590为字冠的语音接入号码，即可获得语音信息或短信信息服务，并根据提示音进行按键操作，参与信息互动。

系统升级后，软件方面将增加视频点送、视频点播等3G流媒体业务，随着Internet和移动网络的融合，用户越来越希望能够及时、主动地获取各种视频节目。升级后的语音杂志平台可以将大众喜闻乐见的视频节目随时传送到手机，能够使用户随时随地收看自己喜欢的各类视频节目。用户不但可以自己点播，也可以将视频作为礼物送给朋友。

语音杂志改造后接入规模从目前的17,000线，扩大到24,000线，接入能力增加近50%。

#### ②音乐搜索

音乐语音搜索平台的用户可以通过“说话”的方式说出要搜索的歌曲名、歌手名甚至是哼唱音乐旋律即可在海量音乐库里快速、准确找到，并且实时进行试听，并且根据用户个人喜好选择彩铃、振铃、全曲、彩信及IVR歌曲点送等消费方式，满足用户音乐多元化需求。

业务升级后，软件功能方面将增加MTV视频搜索功能，视频彩铃功能。视频彩铃的用户不仅可以选择各种音乐、声效作为主叫终端的回铃，还可以为支持多媒体的主叫终端提供包括视频、图片、动画在内的多媒体回铃。视频搜索技术针对音视频这类非结构化数据源，通过语音识别、自动抽帧和内容自动关联等技术，来实现对视频内容的信息提取和信息搜索。通过视频搜索，用户可以搜索下载视频彩铃。

系统扩容后接入规模从目前的每个接入点240线，扩大到每接入点960线的能力，业务接入能力扩大四倍。



### ③农政通业务

农政通业务主要面向乡镇村等基层行政组织，通过SMS、WAP、WEB、IVR、电话会议等移动通信方式，提供政令信息下达、公文流转、通知、公告，数据采集、政务热线等业务，使政务信息及时到达基层行政组织相关人员，促进乡镇等基层组织与广大群众之间的信息传达、信息沟通交流，提高行政机构办事效率，将上级最新政策、法律等信息及时传达到村镇。

系统升级后，从业务方面将增加 workflow、业务自定义、3G特色业务应用（位置服务）、WAP网站、移动信息终端等，同时外延出农村信息化新业务，如增加电子报表、位置服务等新业务。

从技术角度上，系统平台升级后可支撑：**a.**平台的设计模式，可以方便的接入新业务、扩充业务规模，稳定且灵活；**b.**提供本地化信息；**c.**多种接入方式支持：短信、WEB、WAP、手机客户端、桌面终端，适应不同的信息应用水平；**d.**强大的海量数据仓库，异构数据存储。业务规模达到支撑3万乡镇政府用户规模。

根据公司从农政通业务运营的过程中收集到信息，了解到农村、街道等基层政务组织在信息的采集处理方面有很强烈的需求，据此，在农政通平台的升级版本中，信息采集将是一个核心功能点，配合信息采集功能，公司计划完全依靠自主研发力量进行信息采集终端的研制。

信息采集终端的硬件核心选用ARM9平台，软件采用windowsCE操作系统，7寸液晶触摸屏、支持手写输入，通讯方式为TD/EDGE/GPRS。

信息采集终端将被部署在各个村镇中，每个行政村可以通过信息采集机，定时向上级行政机构递交相关政务信息，包括农业、社保、经费、计生等各种信息及表格，信息采集后，直接提交到农政通平台进行分析统计，生成报表。其基本功能有：

表单填写：通过终端对相应的表单和信息进行填写。

表单查看：通过终端对填写的表单和信息进行查看。

信息上传：将填写好的表单进行上传到平台的操作。

权限管理：负责各种管理角色的分配，权限控制。

语音通话：连接手柄（普通电话机）进行拨打和接听电话。

#### ④移动协同办公

移动协同办公平台是中国移动为中小企业客户提供的基于移动信息终端的托管式行业信息化应用解决方案之一。公司将自主研发的一套综合办公信息化产品加入到各省移动公司应用托管中心，针对行业特点以及中小企业的信息化需求，提供包括协同办公、电话会议、企业邮局、企业公务通信、短信发送在内的多种服务，通过语音通话、短信提示、手机WAP浏览、邮件交互、手机嵌入等方式，帮助企业建立移动办公体系。升级后的移动协同办公业务将新增：3G移动电子邮局功能、视频点送、视频会议功能。

**3G移动电子邮局功能：**该功能将整合手机和电子邮件功能，使用户通过手机收发电子邮件，并可以利用电子邮件系统收发文字短信息和彩信。用户可以选择短消息、WAP发送电子邮件和彩信等方式作为新邮件提醒方式。

**视频点送：**视频彩信群发，用于逢年过节的节日问候、商家促销等。

**视频会议：**视频会议的过程中，对会议成员同步传送视频与音频信息，主持人也可以对通话进行动态控制管理，会议成员可以根据需要对会场进行分屏控制，极大地方便了成员之间真实、直观的交流。

目前移动协同办公平台在各个接入点的规模是支持10,000企业用户，七个接入点的规模一共70,000家企业，扩容后，系统能提供150,000家企业的接入能力。

#### ⑤移动总机

移动总机平台是一个整合企业原有固话、互联网、移动通信网的综合性通讯平台，企业不必投入任何的硬软件设备，在永不丢失的通讯录的基础上，让企业轻松实现形象欢迎词、电话转接、多方通话、网络传真、群组短信和网络硬盘等实用功能，企业可以实现多种个性化设置，从而打造属于自己企业的综合通信门户，为企业节约通讯和办公成本、改善综合环境，构建管理和谐、客户满意的新型组织。

升级后的移动总机平台可同时提供固网/G网/C网/2G/3G网络接入能力，以及数据/语音/多媒体的融合处理能力，业务支持3G视频业务：

**企业视频彩铃：**通话的同时，播放企业语音+视频(广告或者企业介绍)的欢迎词，此欢迎词播放时间不宜太长。如：企业欢迎语是一段简短的企业视频广告。

**总机视频流程：**企业总机系统的互动语音和视频应答功能为用户提供了基于

视觉上的菜单操作，为拨打的用户提供了全方位的自助式服务，加快菜单流程的导航速度。

**视频会议：**视频会议的过程中，对会议成员同步传送视频与音频信息，主持人可以对通话进行动态控制管理，会议成员可以根据需要对会场进行分屏控制，极大地方便了成员之间真实、直观的交流。

**视频留言：**客户拜访企业时，可视频留言。企业成员在不方便接听电话的时候也可以视频留言。

**视频点送：**视频彩信群发，用于逢年过节的节日问候、商家促销等。

**企业产品视频点播：**只要客户拨打总机，了解企业相关信息的同时，还可以查询下载企业的产品信息，语音+视频的同步解说，更优裕传统的目录式销售模式。

移动总机业务目前的系统容量是支持10万企业用户，扩容后用户规模要求能支撑20万企业用户。

#### ⑥现有连锁网点数字化改造

现有连锁网点数字化改造项目，其意义在于恒信移动的终端零售业务和移动增值业务进行融合，具体内容是：

##### A、升级基于HXBOS平台的WCRS（无线客户关系拓展与销售）系统

无线客户关系拓展与销售系统的主要功能是通过对客户数据的深度挖掘，进行精确营销，利用现有移动互联网技术打造的商业服务企业及个人消费者之间的一个新型的信息互动平台，让商家可以建立起与客户高效、低成本的互动营销资讯通道。

无线客户关系拓展与销售系统的功能包括：

**商业通信：**可以直接在系统中完成与目标客户的语音及短、彩信方式的沟通。

**客户关系管理和拓展：**基于移动会员卡的会员管理及会员消费管理；精准的客户分析，着力于发展客户的终身价值和以记录会员消费为核心的实用简单的进销管理。

**商业信息发布、展示：**将企业基本信息、服务信息、促销信息进行全方位的展示，具备 Web和WAP、手机客户端三种门户。

##### B、升级数字货架，销售增值服务内容

数字货架（Gameinhand Digital Shelf）是一个移动信息业务及其他多种个人产品、集团标准化产品、行业应用产品的数字展示体验、销售设备，可完成业务及产品的展示介绍、广告播放、试听试看试玩体验、业务下载定制等一系列工作。用户通过直观体验来全面的了解业务和产品，提升消费体验。

数字货架包括店面展示终端和后台管理系统两部分。

店面展示终端：

店面展示终端以触摸屏的方式分类展示业务内容，业务的内容可以是增值业务，也可是手机数字内容，例如音乐、视频、游戏、主题、电子书等等。

用户可以选择手机品牌、型号以及输入关键字搜索，系统根据用户设定的检索条件进行检索。一次性搜索出适合这款机器的所有的产品。

在无人操作时进入休眠状态，休眠状态时可播放店面广告。

通过蓝牙、读卡器等多种下载方式，直接存储到手机，突破了移动网络对大容量 mp3、整部影片的下载容量和下载速度的局限。



后台管理系统主要实现如下功能：

1. 业务接口管理中心	与现有的业务平台接口，帮助用户完成查询，体验，下载，支付等功能。
2. 消费管理系统	终端设备和网店系统的各种消费接口，包括移动支付和其他支付手段。
3. 渠道管理系统	渠道代码分配，渠道销售统计，渠道结算管理。
4. 账户管理系统	实现渠道服务使用权限控制及注册信息记录。
5. 内容管理系统	快速实时地完成多媒体产品管理和数据容量压缩，提高管理效率及服务质量，实现产品管理信息化。
6. 数据统计系统	主要包括各种业务统计情况。
7. 综合计费系统	针对各种费率的管理和用户折扣管理。
8. 货品管理系统	实现各类自助业务统一管理，包括信息服务产品、电子交易产品、支付账户管理等。
9. 网络管理系统	实现系统的远程监控和管理。
10. 订单管理系统	针对客户、定单、产品、资金的相关参数的管理

### C、现有连锁网点改造

现有连锁网点的改造主要工作内容是建设数字展厅，使用数字摘机系统，对终端产品（手机）进行全方面的展示。



摘机系统



数字展厅

数字展厅和传统的零售网点最大的区别在于以全新的业务互动体验方式，配合极富趣味性的业务演示，为消费者提供全面的终端展示，同时将适用于终端的数字内容和增值业务一并打包推广。

数字展厅的特点：

使用人性化、简易化的系统操作，以及统一的管理平台，形成高效的客户体验管理；配置多项的自助式电子服务，替代原有人工化纸张化服务，提高厅内的业务办理效率；结合本地特色，推广业务，展示企业形象，传播品牌价值。

数字展厅实现的功能如下：

<p><b>手机互动展示</b></p>	<p>通过终端销售与摘机系统结合，客户摘机后可实现营销介绍(包括此款手机目前的营销政策、促销信息、销售价格等相关信息)、手机功能展示(手机功能介绍、最新功能推荐、特色展示等内容)、手机摘机体验(功能使用引导、摘机同步演示)、与其他机型的优劣式对比(客户可选择几台手机进行对比，对比内容包括但不限于商务功能、销售价格、网络功能、娱乐功能等)、在线订购(提供多种订购方式供客户选择。订购内容包括终端销售及业务订购，订购方式含自助订购、前台订购、网上营业厅订购等)。</p>
<p><b>业务体验营销</b></p>	<p>将终端销售与增值业务体验结合，为客户模拟增值业务体验环境，促进客户使用增值业务产品，达到同时促进业务及终端的营销目的。可实现多种增值业务体验，体验内容包括：摘机业务演示、摘机同步演示、增值业务试用、在线订购、业务介绍等功能。</p>
<p><b>防盗系统</b></p>	<p>摘机系统应具备防盗功能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 防盗：手机被拔出连接线，控制器即发出报警声。</li> <li>● 充电：智能识别手机充电口参数，准确监控充电电流。</li> <li>● 摘机：光敏检测，手机在位或摘机状态只与光亮变化有关。</li> <li>● 备用电池：停电后启动备用电池，仍然半小时有效防盗。</li> </ul>
<p><b>信息采编</b></p>	<p>提供后台管理平台，实现指定人员权限分级，实现远程或现场批量或单条信息采编、更改，可实现全区营业厅统一上线或单个营业厅修改。能</p>

	<p>够通过管理平台可对终端使用情况进行监控，实现异常报警。另通过管理平台可以查询采编日志，例如采编人、审核人、采编时间、审核时间等。</p> <p>该采编平台可根据业务具体的部署情况和数字货架系统的后台管理系统复用。</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3、项目投资计划

#### (1) 项目总投资估算

序号	投资内容	投资额（万元）	占项目投资总额
一	<b>软硬件投资及布署</b>	<b>7,400.00</b>	<b>92.50%</b>
1.1	<b>研发投资</b>	<b>1,838.12</b>	<b>22.98%</b>
1.1.1	软件工具购置	62.00	0.77%
1.1.2	硬件设备购置	191.40	2.39%
1.1.3	软件技术开发	584.40	7.30%
1.1.4	农政信息采集机研发	1,000.32	12.50%
1.2	<b>建设投资</b>	<b>5,561.88</b>	<b>69.52%</b>
1.2.1	软件工具购置	710.00	9.12%
1.2.2	硬件设备购置	3,553.38	44.17%
1.2.3	技术适应性开发	380.20	4.75%
1.2.4	现有网点数字化改造投入	918.30	11.48%
二	<b>市场推广费</b>	<b>450.00</b>	<b>5.62%</b>
三	<b>基本准备金</b>	<b>150.00</b>	<b>1.87%</b>
	合计	8,000.00	100.00%

#### (2) 按业务内容划分的总投资估算

单位：万元

	项 目	投资计划
基础平台研发投入	移动信息综合应用平台（HXBOS）研发费用	227.52
	统一通信应用平台（UNIFY）研发费用	275.52
	公用设备投入	253.40
业务系统升级	语音杂志	1,486.28
	音乐搜索平台	1,555.30
	农政通平台	1,273.22
	移动协同办公平台	882.60
	移动总机	896.50
	现有连锁网点数字化改造	999.66
	基本准备金	150.00
	<b>合 计</b>	<b>8,000.00</b>

#### (3) 分年度投资计划

项目的投资计划期为两年，两年内的具体投资方案为：

单位：万元

	第一年	第二年	合计
软硬件及布署投资	4,775.20	2,624.80	7,400.00
市场推广费	150.00	300.00	450.00
基本准备金	100.00	50.00	150.00
合 计	5,025.20	2,974.80	8,000.00

#### 4、项目运营推广计划

该项目涉及改造的现有移动信息业务系统可以分成面向个人用户的移动信息业务、面向企业用户的综合通信服务类业务、面向政府组织的移动政务办公业务三大类，根据业务类型不同，公司将采用不同的推广方案。

##### (1) 面向个人用户的移动信息业务

个人移动信息类项目上，公司已经有成熟的运营平台，语音杂志、音乐搜索，公司的营销战略重点定位于“用产品赢得消费者”，用新颖、独特、全面并优于竞争对手的业务内容和服务在市场上站稳脚跟，并尽可能缩短产品的成长期，使其尽快成熟起来。为此，公司的总体运营重点是“产品的深度运营”。为此公司将建设完善、稳定的产品技术平台，并组建一流的产品运营队伍和技术保障队伍，不断优化、完善移动流媒体产品，以产品吸引用户、留住用户；并通过便捷有效地客户服务系统为用户解决疑难，以及根据用户的反馈对产品进行再优化。在3G时代到来之际，快速推出视频搜索、视频彩铃、视频留言、视频点播等业务，抢占3G个人娱乐市场。

公司把主要目标受众定位为学生、崇尚新潮、时尚的青年人、前卫的白领人士、商务人士。他们的好恶，心理状态，以及生活节奏对其消费倾向的影响都将是影响个人娱乐信息类项目业绩的重点。因此，公司的个人娱乐类产品营销将着重面向这一人群进行。

##### (2) 面向企业用户的综合通信服务类业务

公司的综合通信服务类业务主要面向企业用户，公司把这类业务的营销重点定位于“以实用简捷的功能，以稳定可靠的产品，以新颖、全面并优于竞争对手的业务内容和服务在市场上站稳脚跟，并尽可能缩短新业务的成长期，使其尽快成熟起来”。

具体业务运营模式主要是与移动运营商合作，面向行业用户提供移动信息化解决方案，并按照移动运营商定义的收入分成模式获取业务收入，通信运营商，

负责提供系统所需要的通信通道、工程环境及结算服务，并主导业务运营；我方作为合作运营商，负责提供系统所需的硬件设备、应用软件和第三方软件，并配合运营商提供包括客户培训、上门营销支持、故障投诉处理、需求分析和改进等技术支持服务。

### （3）面向政府组织的政务办公类业务

面向政府组织的政务办公类业务，以农政通业务运营最为成熟，业务特征也最具代表性。农政通作为中国移动推向农村基层政府的标准产品，其产品特性定义为：利用移动通信手段，政府传达信息的方式延伸到了手机，实现中国基层政府的信息化。目标是提高农村信息化水平。其使用特性为：系统使用简单，对用户信息化技能要求不高，符合国情。

政务类系列产品还有社信通、政企通，校信通。这一系列产品无论从功能上还是从系统架构上都是采用同一技术路线，根据各自业务性态的不同，定义出有差异的应用功能。

面向政府组织的政务办公类业务是全网接入项目，涉及全国各省，推广面极广，需要积极准备，周密筹划。此类业务推广区域为面向全国各省地市进行推广。营销目标主要面向各省市的县（直属单位）、乡（镇）等基层行政组织。

## 5、项目效益分析

现有业务平台改扩建项目投资建设期为 2 年，投资回收期为 3.54 年(含建设期)。项目内部收益率为 30.44%，投资净利润率为 22.53%。

项目利润估算表

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
1.收入	2,538.60	3,627.43	4,535.57	5,243.32	5,751.29
2.运营成本	1,221.69	1,767.16	1,919.78	2,001.10	2,055.98
3.销售税金	83.77	119.71	149.67	173.03	189.79
4.税前利润	1,233.13	1,740.57	2,466.11	3,069.19	3,505.51
5.所得税	308.28	435.14	616.53	767.30	876.38
6.净利润	924.85	1,305.42	1,849.58	2,301.90	2,629.14
7.净利润总额	9,010.89				
8.年平均利润	1,802.18				

## （二）移动商业信息服务平台项目



## 1、项目背景及公司实施该项目的可行性

在移动通信和互联网迅速融合的发展趋势下，移动电子商务正成为继互联网电子商务后一种新的商务形式。移动电子商务是通过手机、PDA 等移动信息终端利用移动通信网络和 Internet 进行在线贸易和支付等一系列金融交易的新型商务活动，是电子商务发展的趋势之一。

移动电子商务应用最直接的表现方式是通过移动手机完成电子商务的交易过程，包括信息查询、价格比对、支付货款、消费信息记录、售后服务等，均可以通过短信、移动互联网、手机银行等方式用移动手机来实现，因此从广义上来说，所有利用移动手机来实现的相关商业活动都可以称为移动电子商务活动。近年来，尽管我国的互联网电子商务得到快速发展，但移动电子商务的建设仍相对滞后，移动商业信息服务无论是在产品创新，还是在平台建设上，均落后于日韩等移动信息服务行业发达的国家，不能满足商业企业和消费者利用手机进行电子商务的需要。首先是支持的移动电子商务的移动信息服务产品较少，不能满足信息传递、交易支付、客户资料记录等基本商务要求；其次是没有建立部署方便、成本低廉，使用灵活、应用范围广的移动信息服务系统以及支撑该系统的软硬件平台，作为沟通商业企业和消费者的移动电子商务工具。我国的移动电子商务服务平台建设亟待加强，移动商务信息服务水平有待大力提升。进入3G时代后，移动网络的数据传输能力和移动终端的移动计算能力都在技术上实现了划时代的产业升级，我国移动商业信息服务也将随着移动电子商务的发展面临着前所未有的发展机遇。

本项目实施的目的是为传统商业企业建立起一个能够实现移动电子商务的移动信息服务平台，通过客户手机与客户进行互动；为消费者提供本地商业信息查询以及个人商业关系管理的移动电子商务工具；帮助运营商建立 3G 时代的移动商业信息服务系统。

对于传统商业企业来说，一方面要面对电子商务市场蓬勃发展带来的竞争压力，另一方面要面对日益提升的综合成本。电子商务的公开报价模式让价格更加透明，对于很多传统商业企业是无法实现的。而移动电子商务具有随身性、移动性、便利性、及时性等诸多优点，商业企业可以借助移动电子商务信息服务平台为不同消费者提供个性化营销和一对一服务，这是互联网电子商务无法做到的。

移动通信、互联网将被充分应用到传统商业企业的各个业务环节中去，从而改变传统营销方式和业务支持的方式。

对于消费者来说，手机已经从原来简单的通信工具向多功能的信息终端演进，通过植入手机中的移动电子商务工具，每个消费者都可以对商业信息进行有效的管理，从而将原来被动接受垃圾信息，变为主动寻找有用的商业信息，移动商业信息服务使消费者与产品之间的距离无限缩短，为消费者带来了全新的移动电子商务体验。

对于运营商来说，内容与服务的差异化竞争将是未来运营商竞争的主要战场，如何为客户提供全方位尤其是个性化的信息解决方案将是各个运营商的重要命题。移动电子商务服务能够有效地将个人客户和企业客户绑定到一个移动信息服务平台上，构成封闭的服务价值链，从而实现个人和企业客户通信收入的稳固。在这个建设过程中，运营商也需要更多的产品和服务环节，从而为整个产业带来了新的机会。

在政策层面上，国家鼓励移动电子商务的发展。2007年由国家发改委和国务院信息化工作办公室印发的《电子商务发展“十一五”规划》当中提出的重点引导工程中就包括“移动电子商务试点工程”，提出鼓励基础电信运营商、电信增值业务服务商、内容服务提供商和金融服务机构相互协作，建设移动电子商务服务平台。广泛应用手机、个人数字助理和掌上电脑等智能移动信息终端，面向公共事业、交通旅游、就业家政、休闲娱乐、市场商情等领域，发展小额支付服务、便民服务和商务信息服务，探索面向不同层次消费者的新型服务模式。

随着3G运营牌照的正式发放，中国的通信服务市场正式进入3G时代，在3G的大背景下，产业升级导致了通信和信息技术与服务的全面融合，在这个领域中，3G的网络终端产品与3G的网络内容服务相结合将逐步突破传统的零售终端模式，利用移动电子商务工具为企业和个人消费者提供更加扁平的商讯交换平台将成为现实。

公司多年来从事移动信息产品的销售与服务，具有丰富的商业运作经验和信息服务平台的建设和运营能力。公司长期从事企业信息平台的运营服务和个人消费者的销售服务，深刻理解企业用户和个人用户对移动商业信息产品和服务的不同需求。通过与电信运营商的深入合作，经过多年的技术积累，公司形成了从电

信增值服务系统后台技术到手机客户端软件技术,以及行业应用终端技术等多项技术积累,具有丰富的移动业务集成推广经验,公司具备实施该项目能力的技术实力。本项目是利用公司在中国移动已有的信息业务销售平台的优势以及本公司在零售商业领域的经验积累,帮助中国移动建立和完善其移动电子商务的整个服务体系。

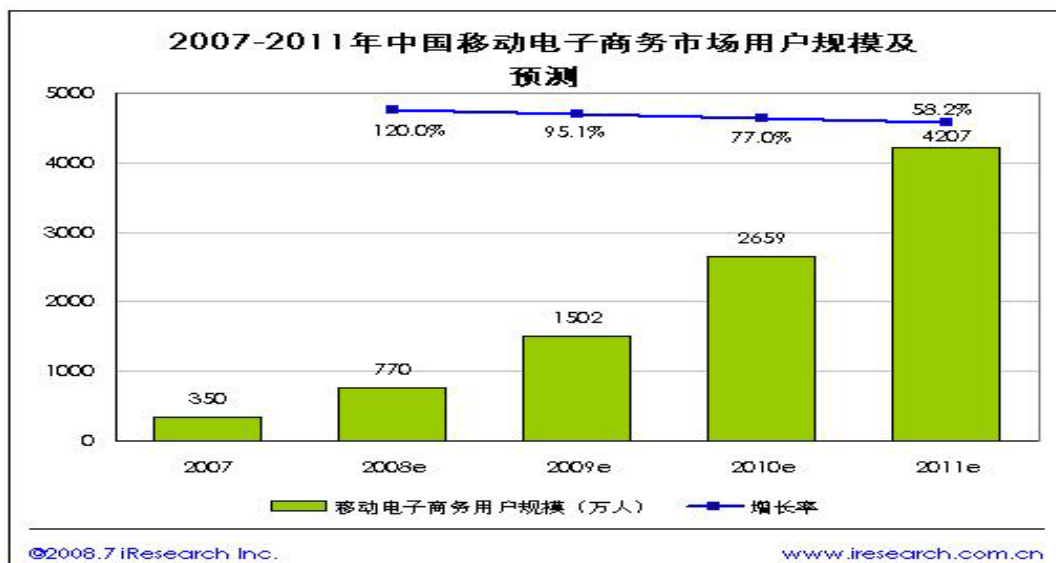
## 2、项目的市场规模及主要竞争对手情况

### (1) 移动电子商务的市场规模

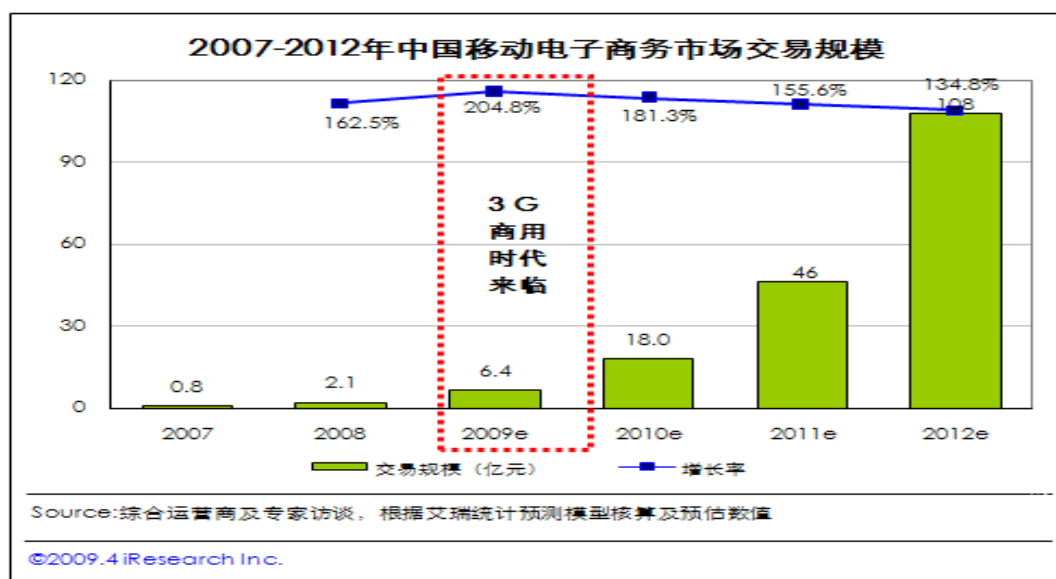
中国作为全球最大,发展最迅猛的电信市场,未来移动电子商务业务发展具有巨大的潜力,是全球最有发展潜力的国家之一。2009年,电子商务市场发展迅猛,来自第三方机构CNZZ的数据表明,电子商务站点数达到1.56万家,访问量同比增长61.29%,其中B2C站点数保持着持续增长,访问量达到了2.46亿人次。据商务部数据,2009年前三季度我国网络购物销售总额达1689亿元,同比增长90%以上,2009年全年则达到2600亿元以上。数据表明,超过50%的企业搭建了B2B、B2C类电子商务网。在消费领域,2009年中国网络购物交易额占社会消费品零售总额的比重将有望超过2%,网络购物对国内零售市场的影响将日趋增大。

截至2008年12月31日,据工信部数据显示,我国使用移动通信服务的用户已达6亿5,978万;截至2009年2月末,移动上网用户达到2.33亿户。从移动电子商务潜在用户群体方面讲,对手机及互联网依赖性较强的人群可最先转化为使用移动电子商务的群体;从用户使用移动电子商务的方式以及具体业务形式看,目前中国的短信用户、WAP用户、移动搜索用户以及网络购物用户均将成为未来移动电子商务业务的潜在用户。由此看来,庞大的用户基础和市场基础均已形成。

根据艾瑞咨询发布的《2008年中国移动电子商务行业发展报告》数据显示,2008年移动电子商务用户规模将达到770万人,比2007年增长120.0%。移动上网资费的下调以及市场推广力度加大所带来的用户认知度的提高将成为刺激用户增长的主要动力,艾瑞咨询预计到2011年底,中国移动电子商务用户规模将达到4,207万人。



根据艾瑞市场咨询 (iResearch) 发布的《2008-2009年中国移动电子商务行业发展报告》数据表明, 2008年中国移动电子商务市场交易规模为2.1亿元; 2009年随着3G商用时代到来, 以及众多新兴企业的进入, 预计交易规模将达6.4亿, 同比增长约205%; 预计2012年移动电子商务交易规模将达到108亿元。



## (2) 竞争对手情况

移动电子商务在国内属于刚刚兴起的产业, 为移动电子商务提供支撑的移动信息产品和服务更是凤毛麟角, 目前处在以移动运营商为主导的建设阶段, 还没有出现行业领先者, 并且各个参与者的竞争策略各不相同。3G 商用时代到来后, 移动电子商务将成为各个产业链竞相争夺的新商务模式, 未来发展潜力巨大。近两年部分传统互联网企业与新进入者纷纷试水移动电子商务, 提供移动商业信息服务。

目前该领域的主要参与者有：

企业名称	开展的移动电子商务服务业务	特色
用友移动	“移动商街”	最早建立，WAP 形式的商业企业移动门户。
阿里巴巴、淘宝网	“手机淘宝”	淘宝网的 WAP 门户，同时具备手机比价等增值服务
中国移动与商业银行	“手机钱包”“手机银行”	重点解决移动支付问题，是移动电子商务的基础工程

由于移动支付是移动电子商务发展的基础，因此在建设初期，运营商需要着力解决的就是移动支付问题，“手机钱包”与“手机银行”是运营商与商业银行合作的重点建设项目。本公司的移动商业信息平台是以移动商业信息互动为核心，与支付交易平台互为移动电子商务的不同阶段，因此不构成直接竞争，移动支付平台的建设将更有利于移动商业信息产品与服务的发展。因此，运营商是移动电子商务基础环境的建设者，与本公司是共存共荣的关系。

以用友移动、阿里巴巴为代表的第三方移动电子商务平台运营商，重点构建商品信息的展示平台，并且以其自有的渠道为发展基础，分别面向企业用户、消费者提供移动电子商务信息服务。与上述业务相比，本公司的移动商业信息服务项目在产品的定位、内涵、服务的范围和技术手段等方面都具有独特的优势。例如：公司在解决商品信息展示的同时，可以提供直接交易的多种手段，并且进一步解决商业企业和消费者在商业信息互动方面的不足，为用户提供更加友好的移动电子商务消费和信息获取体验，为商家提供与客户互动的高效平台和拓展新客户网络基础，为运营商提供留住个人客户和企业客户的产品和工具，让多方参与到移动电子商务的建设中来，从而降低风险，实现多赢。

### 3、项目建设目标

移动商业信息服务平台是利用现有移动互联网技术打造的商业服务企业及个人消费者之间的一个新型的信息互动平台，项目的核心思路是帮助传统商业企业在手机上建立起一个集会员服务、商品销售、商业资讯为一体的移动电子商务业务平台，为消费者提供集各类会员卡管理，移动购物，本地商业折扣于一身的便利移动电子商务信息服务，帮助运营商建立商务应用类业务的制高点。移动商业信息服务平台是公司继移动总机、农政通、移动协同办公等移动信息产品之后，将恒信移动独特的“一体化、顾问式、多接触点”的复合型销售新商业模式在移

动电子商务领域的全新应用。

本项目的技术系统构成涵盖了三个主要部分，分别是移动商城中央管理平台软件系统；手机侧客户应用软件，包括手机客户端软件和WAP门户；以及为商业企业和家庭客户方便使用本服务的定制信息终端产品。

移动商业信息平台面向不同对象提供相应的服务，可分为以下3个方面：

#### （1）针对商业企业的产品和服务

为商业企业提供“移动客汇通”和“商赢天下”两类具有整合营销功能的移动信息业务产品。“移动客汇通”是帮助商业企业建立移动会员管理系统，让企业已有的会员系统实现“移动信息化”，让企业可以为自己的会员提供个性化的一对一商业服务。“商赢天下”主要是建立起WAP和手机侧的企业门户，作为企业营销的移动商业信息展示平台，向浏览企业门户的消费者提供消费优惠券等商业资讯，从而构建企业和消费者的互动平台。

移动商业信息服务平台为商业和服务企业提供了一个与其会员客户直接对话的信息交换平台，同时又可以通过有效的移动信息营销方式带来新客户。通过该平台，商家可以通过手机门户的建立，以友好的方式将自己的服务信息和产品信息直接展现在用户的手机上，改变了以往不被个人用户接受“垃圾短信”等主动推送的移动营销方式，并且可以有效降低与客户的综合通信成本。公司利用多年积累的移动行业信息化技术，能够帮助企业建立移动信息会员系统，或者将已有的会员服务系统向移动信息方式延展。

商业企业服务内容包括：①商业通信：利用移动运营商的网络通信手段（如语音、短信、彩信）结合商业信息管理系统（如CRM、ERP）直接与客户进行必要的互动沟通。②客户关系管理和拓展。A.会员卡及会员关系管理：基于移动会员卡的会员管理及会员消费管理；精准的客户分析，重点发展与客户之间的长期关系。B.中小型商业企业的进销存管理：以记录会员消费为核心的简单实用的进销管理。③电子优惠券等商业促销信息的发布、展示，将企业基本信息、服务信息、促销信息进行全方位的展示，包括：以Web为核心的互联网商业门户、以WAP为核心的移动商业门户、以手机客户端为核心的会员定制的移动商业门户。

#### （2）针对消费者的服务

移动商业信息服务平台为消费者提供“移惠卡”产品，即将消费者已有的各

种会员卡汇集起来，取而代之的是以手机号为标识的移动消费一卡通。通过“移惠卡”产品，消费者可以获得本地商家的优惠折扣，查询个人在不同商业企业账户的消费信息，以及其他商业信息。由于手机号码是用户的唯一身份识别标志，不论在哪里消费，只凭手机就能享受轻松快捷的会员服务。

消费者服务内容包括：①**移动购物**：SIM卡上存储着唯一确定用户的全部信息，这是移动电子商务认证安全的基础。消费者可以通过WAP、手机客户端或者家庭信息终端的方式，随时随地获得商家信息，最终安全地完成购物交易。②**个人商业关系管理**：用户可以查询商家资料、促销信息，找到个人在商家的所有消费记录。同时，它也构筑了消费者与商家的无缝联接，在系统中可以完成直接呼叫商家的功能。③**本地商业信息、互联网B2C移动服务**：为消费者提供有效的移动电子商务的商品信息服务和长期有效的本地商业信息服务。移动商业信息服务平台通过整合本地商业资源，聚合了众多本地商家餐饮、娱乐、购物等各类信息，以及机票预订和酒店预订等商旅服务，用户可以通过互联网、移动互联网随身实时查询。

### （3）针对运营商的服务

移动电子商务信息服务平台一方面可以让运营商更好地为个人客户带来信息服务价值，另一方面，通过锁定商业企业和个人消费者之间的商业关系和联系，可以有效防止和减少企业客户和个人客户的流失，同时获取商业通信带来的利益，这对于3G时代运营商之间加剧竞争的局面，无疑是一举两得的事情。

运营商服务内容包括：①**针对企业服务的商业通信服务包**：移动商业信息服务平台的收费模式是采用与通讯费打包的方式，向使用该产品服务的企业客户收取信息服务费，在为移动客户带来方便的同时提高了移动运营商的ARPU值；同时，由于通信服务包的资费方式能够大幅降低商家与消费者之间的通讯成本，因此在不同运营商的同类产品之间更具竞争优势。②**针对个人用户手机客户端与WAP、WEB门户服务**：通过此项服务，一方面运营商可以获得个人用户浏览商业信息时产生的流量费；另一方面，由运营商为主提供的互联网、移动互联网的全方位展示平台、促销信息发布平台，使中小商家可以借助中国移动的品牌及用户资源，形成巨大的交互营销的潜力市场，最大限度地解决中小型商业服务企业对新用户的营销难题，从而为运营商保持稳固的企业客户群。③**针对家庭用户通**

过家庭信息终端提供的服务：一方面，移动运营商通过话费补贴等多种方式销售TD家庭信息终端设备，抢占家庭通信和信息服务市场；另一方面该项目集成了3G多媒体通信和多种家庭信息服务的功能，帮助运营商实现其他移动信息产品的销售，其中更蕴含着商业资讯广告的价值潜力。

#### （4）拓展服务

①定向商业广告发布服务。由于本项目的产品聚集的使用用户具有长期性，随着业务规模的不断扩大，该项目平台将凭借成本低廉、精准定位、贴近用户、个性化服务等优势，通过定向广告发布获取更多的附加价值。

TD家庭信息终端作为放置在家庭内部的多媒体信息终端，信息承载量比一般的固定电话大的多，业务表现形式丰富，可构成移动电子商务服务的前端销售平台。通过家庭信息终端可以向家庭客户提供移动信息服务以及针对家庭市场的电子商务与广告服务。

②商业调查，信息互动。移动商业信息服务平台具有消费者和商家之间的商业关系管理和商业信息互动功能，商家可以通过与消费者互动的方式获取消费者的使用习惯、对产品的评价等商业调查信息，为下一步的发展计划奠定基础。

③手机支付。移动电子商务的快速发展将会使移动运营商需要比现有支付手段更为复杂的支付解决方案，本项目平台可以提供即时和有效的信息内容收费、计费 and 支付解决方案，并能同时处理语音、数据和内容，形成运营商和银行、信用卡机构和零售链之间的密切合作，帮助构建庞大的移动支付市场。

### 4、投资计划

#### （1）项目投资概算

投资内容		投资额 (万元)	占项目投资总额
<b>建设投资</b>		<b>3,027.00</b>	<b>50.57%</b>
1 基础平台研发	硬件设备购置	489.00	8.17%
	软件工具购置	390.00	6.51%
2 项目建设实施	硬件设备购置	938.00	15.67%
	软件工具购置	200.00	3.34%
3 家庭信息终端	硬件设备购置	810.00	13.53%
	软件工具购置	200.00	3.34%
<b>流动资金</b>		<b>2,959.20</b>	<b>49.43%</b>
1 技术开发	软件技术开发	319.20	5.33%
	应用开发及测试	490.00	8.19%



2 推广投资	客户端推广	900.00	15.03%
	本地商家联盟推广	700.00	11.69%
	项目宣传费	150.00	2.51%
3 信息源购买		100.00	1.67%
4 基本备用金		300.00	5.01%
<b>合计</b>		<b>5,986.20</b>	<b>100%</b>

(2) 分年度投资计划

单位：万元

投资内容	第一年	第二年	小计
建设投资	1,816.00	1,211.00	3,027.00
流动资金	854.00	2,105.20	2,959.20
合 计	2,670.00	3,316.20	5,986.20

5、项目盈利模式

本项目的盈利模式是通过与运营商共同运营信息平台，从运营商收取的信息费中获得分成收入：

(1) 个人可以通过出示与手机号码关联的“移惠卡”到加盟商家消费，一方面消费者可以获得真实的消费折扣，还可以将手机话费积分与商家消费积分合二为一，另一方面，可以免去各类繁多会员卡不能合并使用且需要随身携带的麻烦。此服务对个人用户收取月功能费，约每月5元/人，与运营商五五分成；

(2) 商业企业客户可根据需求定制相应的通讯套餐，缴纳基本功能费（功能费中包含一定的语音通话时长、短信条数及GPRS流量），费用为每月每户商家40-400元不等，与运营商五五分成。

6、项目技术保障

经过多年的不断积累，本公司拥有丰富的平台技术经验，掌握一系列移动信息服务方面的重要技术，配备一支成熟的技术团队，为保证项目顺利实施提供技术支持。

(1) 强大的技术平台

为巩固和完善全方位的服务，体现地方性、特色性的业务，公司不断投资基础研究与应用开发，改进公司的服务平台和产品质量。

公司的网络基础建设根据是公司经营需要及业务增长需要。公司系统灵活分布，系统间可以资源共享，分布处理，并可为日益增长的用户群提供可靠的服务。通过多个IDC机房、多个百兆带宽连接全国主干网，并向不同移动电话运营商租

用专线，连接平台网络。公司硬件平台以高端主流服务器为主，采用常用的第三方操作系统和软件作为公司的网络服务器支撑和数据库服务器支撑。

为保障设备稳定运行，公司有专门的部门规划和维护现行设备，采用分级管理的模式，分别进行系统维护和业务维护。系统维护以核心设备、核心用户数据为主，长远规划系统的布置与资源调整；业务维护以稳定服务为主，满足活动开展和用户需求为目的。

### (2) 成熟的技术团队

本募集资金投资项目小组成员的组成是针对项目特性精心组织的。项目组成员具有国家高级程序员资格、通信工程师资格，通信专业高级职称，对通信产品有很深入理解，项目经理师为通信专业本科毕业、具有信息系统项目管理师资质，精通软件工程、CMM体系项目管理。其他项目组成员均在各自的专业具有二年以上经验。项目组注重技术积累、经验共享、牢牢把握住核心技术、重视团队建设，组织结构稳定，研发能力强。

### (3) 公司本项目所需的技术储备

本项目是在公司自有的三大基础技术平台的基础上，针对移动商业信息客户的特点进行进一步的应用系统开发，以下是需要进一步开发的技术：

序号	项目所需技术名称	技术内容概要
1	综合通信中间件技术	在语音、传真、短信、彩信、WAP、USSD 等通信元素方面具备长期的应用开发经验，并将这些通信能力以简单易用的开发接口的形式对应用开发人员开放，使应用软件开发能够在应用软件中快速嵌入通信能力。
2	多媒体视频技术	针对即将商用的 3G 网络，公司已经在技术和产品上进行了全面储备，重点加强流媒体视频技术的前瞻性研究，已开发出 IVVR (Interactive Voice & Video Response) 平台。基于软交换的、提供开放式、多媒体、可扩展的综合信令/交换/资源平台，在同一平台融合多种电信网络技术规范，包括 2G/3G 的信令、交换、多媒体处理功能。平台采用传统的用户拨打电话的 IVR 方式接入，在原有语音 (voice) 基础上平滑扩展视频 (Video) 内容，为用户提供更方便、更丰富 3G 语音+视频业务体验，支持 3gpp 的直接录制和播放，支持视频会议。
3	ICE 分布式计算技术	ICE (internet communications engine) 是适用于异种环境的面向对象中间件平台，ICE 的高性能使其可以实现电信级的解决方案。中间件在操作系统、网络和数据库之上，应用软件的下层，总的作用是为用户提供运行与开发的环境，以利于灵活、高效地开发和集成复杂的应用软件。
4	手机客户端开发技术	在 J2ME、Symbian、WinCE 开发平台上均具有较强的技术积累和实际项目开发经验，能够完成手机客户端对主流厂家、主流机型的快速适配。

## 7、项目效益分析

移动商业信息服务平台项目计算期为5年，其中建设期为2年，投资回收期为3.80年（含建设期）。项目内部收益率为26.25%，投资净利润率为29.38%。

项目利润估算表

单位：万元

项 目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
1.收入	720.00	2,010.00	3,090.00	4,092.00	5,160.00
2.运营成本	271.63	455.71	543.26	613.26	633.26
3.销售税金 5.5%	39.60	110.55	169.95	225.06	283.80
4.税前利润	408.77	1,443.74	2,376.79	3,253.68	4,242.94
5.所得税 25%	102.19	360.94	594.20	813.42	1,060.74
6.净利润	306.58	1,082.81	1,782.59	2,440.26	3,182.21
7.净利润总额					8,794.44
8.年平均利润					1,758.89

### （三）其他与主营业务相关的营运资金项目

#### 1、补充其他与主营业务相关的营运资金的必要性

##### （1）公司业务发展需要资金支持

随着 3G 时代的来临，国内 3G 市场尤其是移动信息在未来 1-5 年内将处于高速发展的新阶段。作为移动信息产品综合服务商，公司面临着良好的外部发展机遇，公司移动信息产品的销售与服务业务也需要不断拓展。

公司的产品将进一步丰富，客户群体将不断扩大，公司将努力将“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式进一步深化，推动移动信息产品销售与服务向移动电子商务产业健康发展，将结合公司已有的地面传统商业能力和移动信息连接能力，进而销售更为广泛的移动信息产品，通过积累更多的移动商业信息关系，迈向个性化服务的移动电子商务市场。这一核心发展目标对公司资金实力要求较高，公司正处于高速成长阶段，需要充足的资金为持续性成长提供条件。

##### （2）公司增进自主创新能力需要资金支持

近三年来，公司不断加强在技术研发和销售系统技术改造方面的投入。目前公司已经拥有了一些具有国内领先水平的技术平台产品和销售工具类软件产品。在未来的三年内，公司将进一步加大在基础技术平台上的研发投入和现有销售系统技术改造方面的投入。

公司将继续加大研发资金投入，提升技术研发投入占营业收入的比例。在人才队伍建设上，继续加强员工的培训计划，提升研发团队的业务素养。公司将设立专项资金，用于引进行业内有发展潜力的技术，以弥补公司技术能力覆盖面上的短板和不足。因此公司需要大量营运资金的支持。

### （3）公司提升市场竞争能力需要资金支持

公司在移动信息产品的销售与服务方面将专注于合约型长期客户群建设，提供持续服务和多种产品组合。公司将建立起各个业务线的客户经营分析数据库，建设大量的客户服务经理队伍，实现人到人的专家销售服务。在已经建立服务关系的省份，继续深化服务，积累服务经验和能力，扩大市场占有率。公司将采用新型销售手段，提升企业的资金周转率和人均产出能力，扩展代理销售的产品范围，采用移动电子商务的手段和方法降低销售成本，提升企业盈利能力。为此，公司需要投入一定的营运资金。

主营业务相关的营运资金的投入和实施将进一步保障公司移动信息产品销售与服务业务发展的资金实力，有利于快速提升公司未来的经营业绩和自主创新能力，提高市场份额和竞争地位。

## 2、资金管理安排

对于本次用于公司主营业务发展所需的营运资金部分，公司将实行以下管理安排：

（1）专户管理。公司将严格按照深交所有关募集资金管理规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格将营运资金用于公司主营业务。公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，预先做好资金预算，合理安排资金投放时间，提高资金使用效率，实现效益最大化。

（3）建立科学的计划体系，通过制定采购计划、资金使用计划、费用预算计划等方式平滑资金使用强度，并通过完善供应商管理制度和采购价格预警机制减少存货、设备、人工等价格波动对公司成本的影响，降低经营风险。

（4）建立供应商信用档案，对供应商的产品和作业质量进行考评和建档，进行信用等级设置，对考评不合格的供应商进行淘汰，减少因供应商质量不合格导致的产品质量风险。

(5) 加强对应收账款的管理及催收制度，完善付款制度，建立并完善资金预警机制，提高公司资金管控能力。

### 3、对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金补充营运资金后，公司的资产负债率进一步降低，提高了公司的偿债能力，公司资产的流动性进一步提高，降低了资金流动性及营业风险；本次募集资金补充营运资金后，不可能在短期内产生经济效益，因此补充营运资金后公司在短期内面临净资产收益率下降的风险。但随着公司募投项目的达产以及公司经营规模的扩大，公司的盈利能力将不断得到增强。

### 4、提升公司的抗风险能力和核心竞争力

本次募集资金补充与主营业务相关的营运资金后，为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，将强化公司在个人移动终端产品销售，尤其是代理运营商销售“定制手机”业务等方面的核心竞争优势，并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。

因此，补充其他与主营业务相关的运营资金是公司增强抗风险能力和持续盈利能力的需要，符合公司稳健经营和长远发展的战略目标。

## 四、募集资金投资项目的技术可行性分析

本次募集资金投资项目涉及的核心技术来自于公司多年经营和研究的积累。2009年，项目所需的部分核心技术已经得到了商用验证。公司的技术储备与募投项目的技术相关性如下表所示：

募投项目	所需核心技术	已有技术积累及成熟度	技术难点与风险	技术可行性评估
移动商业信息服务平台项目	移动终端客户端软件技术（移动计算）	公司自行研发的移动信息终端应用开发平台(OPENMAS V2.0)是以手机客户端快速开发为核心的技术平台，具有跨操作系统平台，强大的终端适配能力支持的特点，在流量压缩，传输内容安全方面均有良好的实现方式。很好的解决了手机适配快速开发、动态更新等技术难题。该项目已经开发完毕并正式商用，入围了中国移动 MAS2.0 招标选型。	①智能手机内置操作系统平台种类繁多，加上各种手机终端参数多样，一个客户端软件往往需要适配数百款手机终端。 ②因业务更新、软件升级需要对已经安装的软件进行升级，升级成本较高。但此问题只是工作量较大，非技术上的重大风险。	该项目核心技术成熟，技术难点已经被攻克，不存在不可回避的技术风险，投入资金后即可实施。
	移动电子商务、移动网络信息平台技术	公司自主开发的移动商业信息服务系统提供了移动网络、商家信息网络，个人消费者三方之间信息连接、移动计算、数据挖掘等整体解决方	难点在于和现有商业系统的对接工作较为繁杂，不同的商业系统需要分别设计接口方案。目前本公司	

		案。目前该系统的V1.0版本已经开发完毕，V2.0正在紧张开发中，预计2010年2月将在河北移动投入试商用。	的 SOA 架构的服务模式已经可以与国内主流的大型商业系统对接，形成了标准的对接接口。	
	行业信息终端相关技术	家庭信息机是用于特定商户和家庭进行移动电子商务信息交互的行业信息终端，主要采用恒信 09 年开始投入研发的 TD 行业应用终端技术，采用自主设计，外包生产的模式。目前已经有通过移动入库的两款机型。	该技术难点在于 TD-CDMA 是新兴的 3G 通信技术，技术积累较少，需要一个持续的投入和跟踪过程，但是产业链已经日趋成熟，没有不可克服的技术障碍。	
移动信息业务平台改扩建项目	基于软交换和 3G 多媒体处理的开放式 CTI 平台技术	统一通信应用平台目前已经开发到 V3.5 版本，正式发布投入商用，并在山东移动全运会指挥调度平台上首次投入商用。同时广东移动也完成了将语音杂志 (IVR) 将顺利升级为视频杂志 (IVVR) 业务的工作。	3G 应用还缺少大规模用户并发使用和多业务场景，需要对软件的性能和成熟性做进一步跟踪。	本项目是密切配合恒信主营业务的发展方向实施，项目技术成熟，风险性低，具备较高的可行性
	移动协同及统一通讯技术	移动信息综合应用平台 (HXBOS V 2.0) 是嵌入移动化 workflow 引擎的统一通信业务平台，有效结合互联网与移动网络应用。该平台 V1.0 版本已经完成研发、投入商用，利用该技术已经实现了 7 省的移动协同办公服务、全国农村电子政务服务，目前 HXBOS V2.0 版本完成开发进入测试阶段，计划在 2010 年 3 月底正式发布。	增加多 workflow 引擎，已有较为成熟的中间件软件，可以采用引进的方式取得中间件软件。	
	语音识别技术、基于音频特征的音频搜索技术和基于音乐旋律的音乐搜索技术	发行人控股子公司中科信利是以开发语音识别搜索引擎技术为核心，识别引擎技术不断升级，并已开展大规模商业应用的语音识别搜索引擎技术的公司，为国内多家音乐语音搜索平台运营厂家 (包括仪和信息) 提供音乐搜索软件和音乐搜索平台技术支持服务。	对于地方口音的识别率提升，需要更多的样本库和持续的改进，主要的难点是工作量问题，没有不可逾越的技术门槛。	

## 五、固定资产大规模增加与公司主营业务发展的配比关系

根据募集资金投资计划，本次募集资金投资项目完成后，本公司固定资产增加约 5,981.78 万元，较发行前有较大幅度的增加。本公司认为，固定资产投资规模增加符合本公司业务发展的需要，通过募集资金投资项目的实施和固定资产的增加投入，将有利于扩大本公司业务。

本公司募集资金增加的固定资产主要是服务器产品、网络设备、研发用终端设备以及专用设备。上述固定资产的增加与公司业务的发展密切相关。固定资

产的增加可以提升公司信息平台业务在3G时代的竞争优势。平台业务是公司的核心竞争力之一。目前，公司共负责中国移动14省的语音杂志平台、13省的音乐语音搜索平台以及唯一的中央音乐平台的管理运营。底层基础技术平台急需升级，改进系统架构，引入新的接入能力；各地实网在运营的业务平台急需针对3G业务进行改进、升级和扩建，包括增加业务功能，更新设备，扩大接入规模等。因此购入相关的硬件设施是必需而急迫的，与公司主营业务发展是配比的。

## 六、募投项目新增折旧、无形资产摊销、研发费用对公司经营业绩的影响

单位：万元

项 目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
新增的固定资产折旧	333.48	925.98	1,160.47	1,160.47	1,160.47
新增的无形资产摊销	115.01	348.38	463.54	463.54	463.54
新增的研发费用	516.37	165.65	-	-	-
合 计	964.86	1,440.01	1,624.01	1,624.01	1,624.01
预计新增利润 (不考虑募集资金项目)	2,385.40	3,567.35	5,334.95	7,978.39	11,931.62

如上表所示，本次募集资金投资项目预计达产期为两年。达产前两年，新增固定资产折旧、无形资产摊销和研发费用合计分别为964.86万元和1,440.01万元；达产后，新增固定资产折旧、无形资产摊销和研发费用合计为1,624.01万元/年。公司2007年末，2008年末和2009年末的利润总额分别为2,152.56万元、3,249.06万元和4,812.20万元，年复合增长率为49.56%。若公司能够保持利润总额的增长趋势，未来五年预计可新增利润分别为2,385.40万元、3,567.35万元、5,334.95万元、7,978.39万元和11,931.62万元，即公司未来利润增长能够完全消化募集资金项目新增的折旧、摊销和研发投入的影响。

## 第十二节 未来发展与规划

### 一、发展战略与经营理念

#### （一）发展战略

公司在移动信息产品的销售与服务领域，努力将“一体化，顾问式，多接触点”的复合型销售新商业模式进一步深化，同时在3G网络上建立客户与商家的商业信息互动平台，推动移动电子商务产业的健康发展。

公司将立足于现有的业务架构，一方面通过商业实践，公司将充分结合并发挥自身在商业模式和技术创新方面的优势，致力于成为国内领先的移动信息产品销售服务专家。另一方面，将结合公司已有的地面传统商业能力和移动信息连接能力，进而销售移动信息产品之外的更为广泛的产品，通过积累更多的移动商业信息关系，迈向个性化服务的移动电子商务市场。

#### （二）经营理念

长期以来，公司一直坚持以客户为核心的经营理念。这种理念在未来不会改变。今后，公司一方面深化现有的销售服务模式，坚持专业化服务精神和特色，打造具有“恒信特色”的专业化移动信息产品销售服务系统，另一方面，继续扩大可能的业务连接广度，增强公司的客户到达能力。

在个人移动信息产品销售与服务领域，公司将深化客户经理制，利用新型WCRS等移动电子商务销售工具，为客户提供“量身定制”的通信综合服务方案。这种服务包括与通信和IT相关的硬件，软件，和运营商业务服务。公司将努力培养出一支专家型的销售服务队伍，建立起完整的服务体系和产品体系。利用和发展现有的业务连接关系，深度挖掘客户的商业特点，逐步实现多种产品的复合型销售。在零售连锁店面上，公司将采用谨慎选择、精品经营的策略，打造具有鲜明恒信烙印的专业移动信息产品服务品牌连锁。公司坚持必须盈利的原则，防止盲目扩张和贪大求全，以诚信经营的精神和专业化的服务品质打造公司“手机服务专家”的品牌形象。



在行业移动信息产品销售与服务领域,公司将继续加大技术投入力度和市场开拓力度,提高行业移动信息产品销售与服务业务比重。公司将采用一对一顾问式服务模式,对行业客户长期追踪,随时了解他们对信息化产品的新需求,积极开发和推广创新型的行业信息化产品,创造公司新的利润增长点。

## 二、公司未来三年的发展规划

### (一) 增进自主创新能力的计划

近三年来,公司不断加强在技术研发和销售系统技术改造方面的投入。目前公司已经拥有了一些具有国内领先水平的技术平台产品和销售工具类软件产品。在未来的三年内,公司将进一步加大在基础技术平台上的研发投入和现有销售系统技术改造方面的投入。公司主要通过以下措施来提升公司的自主创新能力:

在组织机构上,公司设立了新业务部,下设产品规划中心、客户运营中心、市场营销中心等机构。新业务部主要进行新产品孵化,新服务培育,新项目试点等创新性的工作,部门职责是每年为公司开发三个以上的新业务平台产品,吸取国内外同行的经验,不断优化现有业务服务流程,提升服务品质,进一步创造更高的客户服务价值。

公司将继续加大研发资金投入,将研发费用占营业收入的比例提升到3%。本次募集资金的大部分都将用于技术平台的改造和新建。公司将通过不断学习国际上最新的移动信息业务平台技术和销售工具类产品,保持并强化自身在现有同类业务平台中的优势地位。同时,公司将积极拓展新业务平台的开发和应用。公司将设立专项资金,用于引进行业内有发展潜力的技术,以弥补公司技术能力覆盖面上的短板和不足。

在人才队伍建设上,继续加强员工的培训计划。公司通过自主研发的及时语协同办公系统和知识管理系统,实现公司内部的知识共享,提升整个团队的业务素养。

### (二) 增强成长性的计划

近年来,公司的业务结构进行了调整,从传统的单纯手机销售转向全面的移动信息产品销售与服务。在未来三年内,公司将继续坚持这一发展战略,强调一

切以客户为核心的经营理念。公司将继续改善业务收入结构，减少风险性大、毛利率低的产品销售收入，增加行业移动信息产品和个人移动信息业务等高毛利率产品的销售比重。

公司将通过不断完善现有商业模式和不断扩展销售服务内容达到实现高速增长的目标。公司将通过优化成本，实现有序扩张，并增加与运营商的深度合作。公司将引进更多的上游优质产品，经过复合型营销，进一步挖掘现有客户的综合价值。本次募集资金的一个重要用途就是对正在运营的46个平台服务和现有连锁网点进行技术化改造，将现有的业务平台升级到符合3G网络的新型业务平台，并通过一体化和复合型销售，力争将移动信息终端产品集成销售与服务的综合毛利提升到18%以上。

在拓展新服务内容方面，公司计划建立更多新的业务平台以增加和客户的接触点。本次募集资金的项目之一——“移动商业信息服务平台”就是全新的移动电子商务信息服务平台。在三年内，公司力争拓展5个省份的移动电子商务服务市场，每年可为公司实现新增收入3,000万元以上，成为公司移动信息产品销售服务方面新的收入增长点。

### （三）提升核心竞争优势的计划

公司在移动信息产品的销售与服务环节的竞争优势，主要体现在创新的商业模式，技术创新等七个主要方面。在未来的三年内，公司将重点提升自己在技术和市场推广方面的核心优势。为此，公司将在以下几个方面开展工作：

#### 1、技术研发计划

根据公司的商业模式特点，公司在技术上准备加大投入，并保持相关的技术能力领先性。公司将着力建设两个基础技术平台：

（1）移动信息运营服务平台(UNIFY V3.5)。该平台是目前公司所有信息服务平台的基础技术平台，集成了目前通信网的各种通信能力，以模块化的方式进行业务组合，可以根据运营商和最终用户的需求灵活构建出与运营商通信网络相关的各种增值服务。在2009年，公司将为平台提供视频电话会议、移动视频监控等子模块，以丰富平台功能。在未来两年，公司将继续升级该平台，让平台具备3G网特定的通信能力，特别是在视频和宽带数据服务方面，可以灵活构建服务，

并在此平台基础上，升级已有的ASR（语音识别）应用，提供视频搜索服务等新业务功能。本次募集资金的现有平台改造，大部分技术投入都是基于这个平台改造的投入。

（2）移动信息终端客户端应用平台（OPENMAS V2.0）。该平台是公司所有移动信息终端产品业务的基础技术平台，采用国际流行的开源系统LUA为基础，开发出在各种移动信息终端操作系统上的可编译环境，利用MML脚本语音就可以生成跨手机操作系统的客户端应用。目前公司为中国移动提供的手机游戏客户端就是基于该平台的产品。在2009年，公司还将基于该平台开发出移动商城手机客户端软件、3G家庭信息终端的信息服务软件和移动CRM产品客户端软件。在此平台的建设方面，公司将开发更丰富的UI控件库，优化服务器和客户端之间的信息流量，简化应用开发的步骤。到2009年末，该平台将升级到2.0版本，提供更包括流媒体音视频控件的多种服务能力，以及部分游戏应用引擎能力。

移动信息运营服务平台和移动信息终端客户端应用平台可以在很大程度上进行组合应用。公司募投资金的“移动商业信息服务平台”项目就是通过这两个基础平台的技术集成构建的，同时包括了服务器和终端两方面的应用。

在技术体系的研发能力方面，公司将更加注重软件开发技术的过程管理，引入更高的CMM软件成熟度模型和项目管理体制，力争将技术水平提升到一个更高的层次。

## 2、人员选拔和培养计划

公司将遵循“以人为本”的原则，把提高员工素质和引进适合企业发展需要的复合型人才作为公司发展的重要战略任务。

在未来的三年内，公司的技术队伍计划从现在的201人扩张到300人左右。公司将注重技术人才引进和自身培养两个方面的工作。在人才引进方面，公司将加大和有关科研院所的合作，不断招收优秀的新生力量，通过建立毕业生实习基地、合作实验室的方式，快速吸收行业先进研究成果。在人才培养方面，公司一方面将提供从初级程序员到高级架构师的完整职位序列规划，通过合理的晋升和激励机制，鼓励人才在公司内部的升迁。另一方面，公司将加强技术人员的岗位培训和岗位轮换制度，鼓励技术人员的内部流动，让技术人员可以伴随企业的发展一切成长，力争每年技术人员的流失率低于10%。

公司还计划加强对现有业务员工的教育和培训：对中层管理人员进行管理培训，提升管理人员的自身素质，提高公司整体管理水平；对普通员工定期进行技术与语言水平培训，提高员工素质。通过完善激励、约束机制，优化人力资源配置，逐步形成一个凝聚人才、激励人才的企业软环境，营造吸引人才、留住人才、鼓励人才脱颖而出的机制和环境。

### 3、市场和业务开拓计划

公司在移动信息产品的销售与服务方面将专注于合约型长期客户群建设，提供持续服务和多种产品组合。就具体的业务产品来说，将着力建设移动电子商务信息交互平台，利用移动ICT实现商业资讯与客户关系的管理与发展，在3G网络上建立客户与商家的商业通讯平台。公司的开拓计划如下：

建立起各个业务线的客户经营分析数据库，建设大量的客户服务经理队伍，实现人到人的专家销售服务。在已经建立服务关系的省份，继续深化服务，积累服务经验和能力，扩大市场占有率。

重建供应链。公司将利用已有的客户关系精准掌握客户需求，与专业厂家共建客户需求导向的服务门户，实现轻库存销售服务。公司将采用新型销售手段，提升企业的资金周转率和人均产出能力，扩展代理销售的产品范围，不断创造出新的组合产品，采用移动电子商务的手段和方法降低销售成本，提升企业盈利能力。

利用公司独有的商业通讯平台，联合移动运营商构建本地化的商业联盟。公司计划与中国移动合作一起构建移动电子商务信息服务平台，采用合作运营分账的商业模式以省为单位建设运营平台，通过整合互联网B2C电子商务资源、本地商业服务信息资源、以及运营商产品资源，将商业企业的客户关系拓展到移动商业网来。移动电子商务信息平台将作为重点项目推向各省。

利用公司个人移动信息业务平台发展消费者用户。经过多年个人移动信息业务平台的建设和运营，公司积累了大量的活跃用户信息。通过对消费者的数字内容消费行为进行分析和跟踪，公司充分了解移动电子商务市场的潜在用户群，具备了进入该市场的良好客户基础。通过前期的市场摸索，公司将逐步找到消费者关心的核心要点和市场的热点产品，不断丰富和调整移动电子商务信息服务的内容和范围，并对客户群的不进行细分。通过与运营商定制手机销售的结合，公

司将联合运营商共同推广，从而降低发展用户的营销费用。

#### 4、融资计划

目前公司生产建设所需资金主要通过银行贷款和商业信用解决。为抓住中国3G业务的实施步伐和运营商重组转型带来的发展时机，在融资安排上，除本次发行外，在合理控制公司的经营风险和财务风险的前提下，公司将综合利用银行贷款、公司债券等债权融资方式融资，以保持公司合理的资本结构。公司将以规范的运作、科学的管理、持续的增长、丰厚的回报给投资者以信心，保持公司在资本市场持续融资的功能。

### 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

#### （一）拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、本公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展状态；
- 2、国家对公司所处行业的扶持和鼓励政策没有重大变化，各项扶持和鼓励政策得到贯彻落实执行；
- 3、随着信息化对社会的影响逐步深入，公司所处的行业及主营业务市场保持正常发展状态，没有出现危及本行业发展的重大市场突变；
- 4、国内运营商的竞争格局没有发生突变，3G业务发展没有受到政策性的阻碍；
- 5、本次发行能如期完成，募集资金能顺利到位并按计划投入使用；
- 6、公司所预期的其他风险得到有效控制，且不发生其他足以对公司生产经营产生根本性影响的风险。

#### （二）实施上述计划可能面临的主要困难

##### 1、资金短缺的制约

经过多年的稳健经营，公司积累了一定的资本。但公司所从事业务市场的发展处于一个高速发展的时期，需要短期内寻求到大规模的资金注入，才能抓住有利的发展时机，获取市场先机。所以，能否借助资本市场，通过公开发行股票迅速筹集资金，缓解公司的业务发展对资金需求产生的压力，成为公司发展计划得

以顺利实施的关键所在。

## 2、人才短缺的制约

人力资源的吸纳和培养是公司在发展过程中不可缺少的环节，人才的短缺成为公司业务发展中的一个主要矛盾。移动信息通信行业属于技术密集型行业，需要从业人员具备综合性较强的通信及信息技术，同时需要从业人员具备敬业意识、服务精神和行业经验。公司对高水平的行业应用和技术开发人才、营销人才以及管理人才有较大的需求。随着行业竞争的日趋激烈，同行业企业对上述人才的争夺也日益激烈。核心技术人员和关键管理人员对公司的发展起重要作用，一旦出现人才流失，公司在短期内难以找到合适的替代人选，将给正常经营带来不利影响。所以，如何实现优秀人才的引入、培养和保持，是公司今后发展的重要问题。

## 四、实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

公司本次发行股票为实现上述业务目标提供了资金支持。公司将认真组织项目的实施，争取早日产生效益。

公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步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，促进公司的管理升级和体制创新。

公司将加大新产品研发投入的力度。通过公司在通信领域及行业信息化领域多年的市场积累、产品积累，沉淀形成相应的技术框架及技术产品积累，公司将不断跟踪国际、国内标准化组织及其他技术组织在通信、信息化方面的进展，不断完善内部技术框架及技术产品，为创新型项目的技术实现提供保障。同时，公司与中国各大运营商研究院或技术部门紧密合作，积极跟踪电信企业业务技术发展方向并积极参与企业标准的制定。

公司塑造有利于创新的企业文化内涵，营造鼓励创新的企业氛围，强调创新是企业发展的原动力，使全体员工具备勇于创新的工作精神。强调“以人为本”的企业文化建设，提高员工素质并引进高端人才，增强公司的凝聚力，有效的保证了新项目在公司内部的顺畅运转。

公司将通过积极与移动运营商开展深层次的合作，逐步提高公司的知名度和品牌影响力，塑造“手机服务专家”的品牌形象，充分利用公司的资源优势，积极拓展国内市场，提高公司主要业务的市场占有率。

## 五、 发展计划与现有业务的关系

本公司上述业务发展计划与现有业务均属于移动信息产品的销售与服务，从公司的技术、市场和人才优势出发，属于继承、发展的关系。

首先，实现上述业务发展计划将以现有业务和技术作为基础，通过业务发展计划的实施，将强化公司在业务领域的业务基础，提高公司的竞争能力。同时，业务发展计划的实施，将拓宽公司的业务覆盖范围，在现有业务的基础上推出新的业务形态，构建新型的商业模式，形成新产品推广能力。

面对行业出现的新机遇和新挑战，尤其是目前3G网络和业务处于大力发展的时期，本公司的业务发展计划将进一步提高公司在商业模式、技术创新等方面的领先优势，在产业升级的过程中实现公司的突破性发展，提高公司的综合竞争力。

## 六、 公司关于未来发展与规划的声明

公司管理层声明，公司将在上市后通过定期报告持续公告规划实施和目标实现的情况。

## 第十三节 其他重要事项

### 一、信息披露和投资者关系的负责部门及人员

#### （一）公司信息披露制度

本公司根据中国证券监管部门对首次公开发行A股公司信息披露的有关规定，制定相应的信息披露制度，本公司将真实、准确、完整、及时的对外公开披露可能影响投资者决策的重要信息。

1、本公司董事会全体成员将作出保证，保证信息披露内容真实、准确、完整，没有虚假记载、严重误导性陈述或重大遗漏，并就其保证承担连带法律责任。

2、本公司将在重要公告中作出特别提示：本公司及董事会成员保证公告内容的真实、准确和完整，对公告的虚假记载、严重误导性陈述或者重大遗漏负个别及连带责任。

3、本公司确保应当披露的信息包括定期报告和临时报告等在第一时间报送证券交易所。

4、本公司董事会及成员以及其他知情人员在公司的信息公开披露前，确保将信息的知情者控制在最小范围内。

5、本公司在无法确定某项信息是否应当披露时，将及时征求证券交易所意见。

#### （二）信息披露部门及人员

本公司负责信息披露和投资者关系的部门为董事会办公室，负责人为董事会秘书陈伟女士，对外咨询电话为010-88846662。本公司董事会秘书将严格按照公司法和公司章程规定履行应尽的职责。

### 二、重要合同

本公司正在履行的金额在500万元以上的重大业务合同以及对公司业务有重大影响的合同：



## 1、借款或融资合同

(1) 2009年6月10日，公司与交通银行股份有限公司河北省分行签订《借款合同》(编号：贷字1090602号)，交通银行股份有限公司河北省分行向公司贷款2,000万元，贷款期限为自2009年6月29日至2010年6月29日，贷款年利率为5.841%，贷款用途为采购商品，担保方式为保证担保。

(2) 2009年4月15日，公司与渣打银行(中国)有限公司北京分行签订《人民币银行融资函》，渣打银行(中国)有限公司北京分行向发行人提供公司承兑的人民币商业汇票的卖方贴现融资，融资金额为2,000万元，用途为基于公司签发并承兑的商业汇票，银行对指定的汇票受益人贴现汇票，用于从诺基亚处购买手机；期限为45天；利息由诺基亚、银行和公司三方共同协商决定；担保方式为：以公司名义提供涵盖上述融资金额30%的存款质押，孟宪民出具的涵盖融资金额2,000万元的银行标准格式的个人担保函，孙健出具的涵盖融资金额2,000万元的银行标准格式的个人担保函。

(3) 2009年12月16日，公司与河北银行股份有限公司建华支行(原石家庄市商业银行建华支行)签订《借款合同》(653091101R01368号)，约定河北银行股份有限公司建华支行向公司贷款1500万元，贷款期限为2009年12月16日至2010年12月16日，贷款利率为月利率5.31%，贷款用途为购进手机，担保方式为保证担保。

(4) 2009年12月2日，仪和信息与北京银行股份有限公司和平里支行签订《借款合同》(093010059892-0)，北京银行股份有限公司和平里支行向仪和信息贷款500万元，提款期为合同签订日起60天，贷款期限为自首次提款日起12个月，合同利率以提款日同期基准利率为基础上浮20%，贷款用途为补充流动资金，担保方式为保证担保。

(5) 2009年8月28日，恒信移动与星展银行(中国)有限公司上海分行签订《授信函》，星展银行(中国)有限公司上海分行向恒信移动提供1800万元的客户预付款保理信贷额度，贴现收费为放款之日中国人民银行公告的6个月期的法定贷款利率上浮15%。

## 2、担保合同

(1) 公司已与河北省国控担保有限公司签订《委托担保合同》(合同编号：

国控担保[2009]委担第036号)，河北省国控担保有限公司同意为公司履行《借款合同》（编号：贷字1090602号）向交通银行股份有限公司河北省分行提供保证担保，担保服务费为66万元，反担保措施为公司持有的仪和信息股权质押，掌中游名下房产抵押。

就公司与河北省国控担保有限公司签订的《委托担保合同》（国控担保[2009]委担第（036）号），掌中游已与河北省国控担保有限公司签订《抵押反担保合同》（合同编号：国控担保[2009]抵第（035-1）号），掌中游自愿以京房权证海其移字第0090032号房产担保金额69.64万元、京房权证海其移字第0089917号房产担保金额139.30万元、京房权证海其移字第0089921号房产担保金额231.07万元向河北省国控担保有限公司提供抵押反担保。

就公司与河北省国控担保有限公司签订的《委托担保合同》（国控担保[2009]委担第（036）号），公司已与河北省国控担保有限公司签订《股权质押反担保合同》（合同编号：国控担保[2009]质第（010）号），公司以在仪和信息投资持有的股权及其派生的权益提供质押反担保。

（3）2009年4月14日，公司与渣打银行（中国）有限公司北京分行签订《保证金最高额质押合同》，公司同意以质押确认书所载明的各个保证金账户中的全部数额作为公司根据相关融资文件全额及按时偿付实际使用的最高债权额为2000万元的贸易融资。

（4）2009年12月16日，公司与河北省中小企业信用担保服务中心签订的《委托保证合同》（2009年委字117号），公司委托河北担保为公司与河北银行股份有限公司建华支行签订的《借款合同》（653091101R01368号）提供担保，并签订653091101R01368-101号《保证合同》，就河北担保提供的上述担保，公司提供如下反担保：1、公司以石房权证栋字第250000241号、面积为1,636.72平方米的房产提供抵押担保；2、孟宪民以石房权证裕字第530023284号、面积为165.81平方米的房产提供抵押担保；3、孙健以石房权证长字第134001687号、面积为146.57平方米的房产的提供抵押担保；4、公司提供不低于1,500万元的应收中国移动通信集团河北有限公司应收账款抵押；5、公司存货抵押，抵押金额不低于800万元；6、掌中游、彩虹科技、仪和信息连带责任保证；7、孟宪民、裴军、赵国水、孙健、陈伟无限连带责任保证。

(5)2009年11月16日,首创担保与仪和信息签订《委托保证合同》(CGIG2009字第702号),仪和信息委托首创担保为仪和信息与北京银行股份有限公司和平里支行签订的500万元借款合同提供保证担保。就首创担保提供的保证担保,仪和信息提供如下反担保:1、孟宪民个人保证担保;2、掌中游以位于海淀区蓝靛厂南路25号11-18(京房权证海其移字第0089914号)、11-19(京房权证海其移字第0089915号)的房产提供抵押担保;3、彩虹科技提供保证担保;4、恒信移动提供保证担保。

### 3、主要业务协议

公司在全国二十二个省开展各项子业务,合同数量超过一百多个。现将各类子业务具有代表性的主要合同列示如下:

业务类别	合同对方	合同约定提供的产品或服务	合同金额或分成方式	合同期限
个人移动信息终端产品集成销售与服务	中国移动通信集团河北有限公司 诺基亚(中国)投资有限公司	定制终端销售	金额按订单	2007年11月1日至2008年10月30日,到期后如无异议可自动续展(已续展)
	中国移动通信集团河北有限公司 摩托罗拉(中国)电子有限公司	定制终端销售	金额按订单	2008年3月27日至2009年3月26日,到期后如无异议可自动续展(已续展)
	中国移动通信集团黑龙江有限公司 深圳华为通信技术有限公司	定制终端销售	金额按订单	2009年7月30日至2010年7月30日,到期后如无异议可自动续展
	中国移动通信集团黑龙江有限公司 中兴通讯股份有限公司	定制终端销售	金额按订单	2009年8月17日至2010年8月17日,到期后如无异议可自动续展
	中国移动通信集团山东分公司 苏州TCL天一移动通信有限公司	定制终端销售	金额按订单	2009年11月1日至2010年10月31日,到期后如无异议可自动续展
	中国联通河北省分公司	联通3G业务销售	10%代理费	2009年9月22日至2012年9月21日
个人移动信息业务销售与服务	中国移动通信集团四川有限公司	为中国移动的12530全网音乐平台提供“音乐语音搜索”技术支持	我方按用户每拨打“音乐语音搜索”一次收取甲方0.18元基本维护费;按用户每通过“音乐语音搜索”下载彩铃一次收取0.25元合作运营维护费。	2009年1月1日至2011年12月31日

	中国移动通信集团广东有限公司	为广东移动的语音杂志业务提供技术支持平台	对上行业务的信息服务费,我方收取信息服务费中9%作为平台维护及技术支持费用;用于下行服务的信息服务费,我方收取信息服务费中21%作为平台维护及技术支持费用。	2008年4月20日至2010年4月30日
	中国移动通信集团辽宁有限公司	为辽宁移动的语音短信和语音邮箱业务提供技术支持平台	我方收取30%的业务信息费作为平台运营支撑服务费	2007年9月1日至2008年8月31日,到期后无异议,自动顺延至一方以书面形式通知另一方解除协议为止(已续展)
行业移动信息产品集成销售与服务	中国移动通信集团河北有限公司石家庄分公司	双摸无线座机销售	合同总额703万元	2009年11月19日起生效
	中国移动通信集团河北有限公司唐山分公司	无线电话机销售	合同总额630万元	2009年11月29日起生效
	中国移动通信集团河北有限公司张家口分公司	烟草通信息机销售	合同总额793万元	2009年11月至2009年12月期间
行业移动信息化业务销售与服务	中国移动通信有限公司	基本型应用托管类业务(农政通)集成合作协议	我方收取50%的业务功能费作为产品运营支撑服务费	2008年4月18日至2010年4月18日 无异议顺延一年
	中国移动通信集团山东有限公司	集团总机业务	我方收取50%的业务功能费作为平台运营支撑服务费	2007年7月1日至2011年6月30日
	中国移动通信集团河北有限公司唐山分公司	校信通运营	我方收取70%的实收业务功能费作为业务集成支撑费	2009年7月1日至2010年7月1日
	卓望信息技术(北京)有限公司	游戏大厅手机客户端软件系统开发	合同总额570万元	2009年1月1日至2010年6月30日

### 三、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日,本公司不存在对外担保的情形。

### 四、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日,本公司无任何对财务状况、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。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东或实际控制人，控股子公司，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员无任何尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

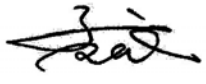
截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

## 第十四节 有关声明

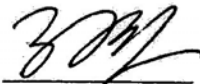
### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员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，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：



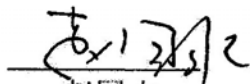
孟宪民



孙健



裴军



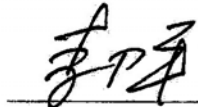
赵国水



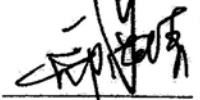
齐舰



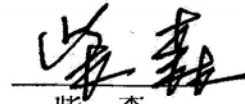
陈大同



李小平

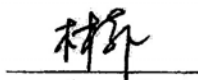


郑洪涛

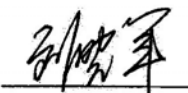


柴森

全体监事签名：



林菲

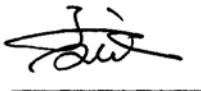


刘晓军



尤文琴

全体高级管理人员签名:



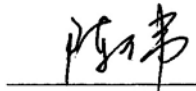
孟宪民



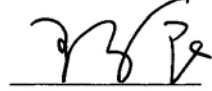
孙健



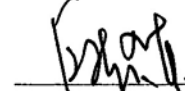
裴军



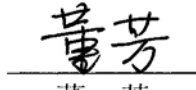
陈伟



陈良



殷赵东



董芳

河北恒信移动商务股份有限公司

2010年4月9日



## 二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 霍永涛  
霍永涛

保荐代表人： 王裕明  
王裕明

邹丽  
邹丽

法定代表人： 杨宇翔  
杨宇翔

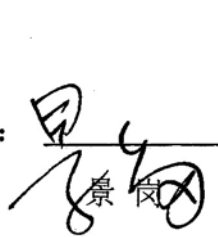





### 三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

  
唐丽子

律师事务所负责人：





王玲

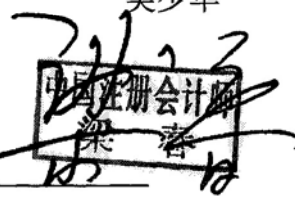
北京市金杜律师事务所

二〇一〇年四月十九日

### 四、承担审计业务的会计师事务所声明

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核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。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核验的非经常性损益明细表的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师:    
常明 吴少华

会计师事务所负责人:   
梁春



### 五、承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



常明



王效东

验资机构负责人：



梁春

立信大华会计师事务所有限公司



2010年4月4日

## 第十五节 备查文件

### 一、备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在本公司和保荐人（主承销商）办公场所查阅：

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、查阅时间

时间：周一至周五，上午 9:00-下午 5:00

### 三、查阅地点

#### 1、河北恒信移动商务股份有限公司

地址：北京市海淀区蓝靛厂南路 25 号牛顿办公区北区 11 层

电话：010-88846662

传真：010-88846699

联系人：陈伟

#### 2、保荐机构：平安证券有限责任公司

地址：北京市西城区金融大街 23 号平安大厦 610 室

电话：010-59734977

传真：010-59734978

联系人：韩长风、霍永涛、封江涛、张鹤年、田婷、战晓峰、吴少鸿、凌爱文