

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

北京浩丰创源科技股份有限公司

BEIJING INTERACT TECHNOLOGY CO.,LTD.

北京市海淀区蓝靛厂东路2号院2号楼6层1单元（A座）7C



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

（申报稿）

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。

保荐人（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8层

北京浩丰创源科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	1,030 万股
每股面值	人民币【 】元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	2012 年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	4,110 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	公司控股股东及实际控制人孙成文、第二大股东李卫东、第三大股东张召辉承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板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，也不由公司回购其持有的股份。 公司股东高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯、谭宏源、毕春斌、李向军、崔钢、高懿鹏、董丽彬、田亚君、唐超凤承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。 担任公司董事、监事、高级管理人员的自然人股东承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起六个月内申报离职，则自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，则自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。
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	2012 年 5 月 28 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 2011 年第三次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存利润由本次公开发行股票前后的新老股东共享。截至 2011 年 12 月 31 日，公司经审计的未分配利润为 7,064.44 万元。

二、本次发行上市后公司股利分配政策

根据公司 2012 年第一次临时股东大会决议，本次发行上市后生效的《公司章程》（草案）对公司股利分配政策规定如下：

1、公司的利润分配原则：公司实行同股同利的股利分配原则，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。

2、公司的利润分配形式：采取现金、股票二者相结合的方式分配股利。

3、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司在扣除非经常性损益后实现盈利的情况下，公司应当采取现金方式分配股利；公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

4、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本；法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

5、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

6、利润分配的程序：公司董事会按照上述利润分配政策，制定利润分配预案，经公司二分之一以上独立董事同意后，提交公司董事会、监事会审议，并交付股东大会表决。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司目前业务架构中，子公司浩丰鼎鑫主要从事营销信息化解决方案中软件产品的研发与销售，由于具有自主知识产权的软件产品有较高毛利率，是公司合并报表中利润的主要来源。因此，浩丰鼎鑫的强制分红条款规定：“公司应当于每一会计年度结束后六个月内，对公司利润分配方案作出决议，公司每年度利润分配数额应不低于公司当年税后净利润的 50%。”

关于本次发行上市后公司股利分配政策详见本招股说明书“第十节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、股利分配政策”之“（四）发行后的股利分配政策”。

三、发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司控股股东及实际控制人孙成文、第二大股东李卫东、第三大股东张召辉承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板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，也不由公司回购其持有的股份。

公司股东高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯、谭宏源、毕春斌、李向军、崔钢、高懿鹏、董丽彬、田亚君、唐超凤承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的自然人股东承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起六个月内申报离职，则自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，则自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。

四、税收优惠及政府补助政策风险

报告期内，公司依照相关的法律、法规和政策，享受增值税退税、营业税

减免、所得税减免和财政补贴等优惠政策，公司享受的税收优惠及政府补助对公司经营业绩具有一定的影响，具体金额如下表：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
增值税退税	436.02	315.92	367.33
营业税减免	80.99	59.24	20.87
所得税减免	401.09	662.72	193.96
财政补贴	-	20.00	-
合计	918.10	1,057.88	582.15
利润总额	4,458.55	2,694.24	1,555.51
占利润总额比例	20.59%	39.26%	37.43%

随着公司经营规模的扩大和经营业绩的不断提升，税收优惠及政府补助对公司业绩的影响总体上呈下降趋势。若上述税收优惠及政府补助政策发生变化，公司整体经营业绩的提升将受到一定程度的影响。

投资者需特别关注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”一节的全部内容。

目 录

重大事项提示	3
目 录	6
第一节 释 义	9
第二节 概 览	16
一、发行人简介	16
二、发行人控股股东和实际控制人简介	16
三、发行人主营业务概述	17
四、发行人所获得的主要荣誉	18
五、发行人核心竞争优势	19
六、发行人主要财务数据	22
七、本次发行情况	24
八、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、税收优惠及政府补助政策风险	29
二、市场竞争风险	31
三、产品及技术开发风险	31
四、公司控股股东持股比例较低的风险	32
五、核心技术人员流失的风险	32
六、应收账款发生坏账的风险	32
七、经营管理风险	33
八、产业政策风险	33
九、净资产收益率下降的风险	33
十、募投项目风险	33
十一、利润下滑风险	34
第五节 发行人基本情况	35
一、公司改制及设立情况	35
二、重大资产重组情况	38
三、发行人股权结构和内部组织结构	40
四、发行人控股子公司、参股公司简要情况	42
五、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人的基本情况	54
六、发行人股本情况	55

七、公司发行内部职工股及工会持股、信托持股、委托持股情况.....	57
八、员工及社会保障情况.....	57
九、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.....	59
第六节 业务和技术.....	61
一、公司的主营业务和主要产品及变化情况.....	61
二、公司所处行业的基本情况.....	62
三、公司的市场竞争地位.....	87
四、公司主营业务的具体情况.....	93
五、公司的主要固定资产和无形资产.....	116
六、特许经营权.....	123
七、公司技术和研发情况.....	123
第七节 同业竞争与关联交易.....	138
一、同业竞争.....	138
二、关联方及关联关系.....	138
三、关联交易.....	139
四、关联方应收应付款项.....	142
五、规范关联交易的措施.....	142
六、本次募集资金运用涉及的关联交易.....	142
第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员.....	143
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介.....	143
二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有本公司股份情况及对外投资情况.....	148
三、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.....	149
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....	149
五、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.....	150
六、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.....	150
七、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	150
八、最近两年，公司董事、监事、高级管理人员的变动情况.....	151
第九节 公司治理.....	153
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况.....	153
二、发行人最近三年违法违规情况.....	156
三、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或为其提供担保情况.....	156
四、公司内部控制情况.....	156
五、公司对外投资、担保情况.....	157
六、投资者权益保护情况.....	161
第十节 财务会计信息与管理层分析.....	167
一、发行人财务报表.....	167
二、财务报表编制基础及注册会计师的意见.....	174

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	175
四、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策	197
五、非经常性损益	204
六、报告期内的主要财务指标	205
七、资产评估情况	207
八、验资情况	208
九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	208
十、财务状况分析	208
十一、盈利能力分析	229
十二、现金流量分析	253
十三、资本性支出分析	256
十四、股利分配政策	257
第十一节 募集资金运用	261
一、募集资金运用计划	261
二、募集资金项目介绍	261
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响	281
第十二节 未来发展与规划	283
一、发展战略	283
二、公司未来三年的发展规划	284
三、假设条件	287
四、实施发展计划面临的困难	288
五、实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	288
六、发展计划与现有业务的关系	288
七、公司关于未来发展与规划的声明	289
第十三节 其他重要事项	290
一、信息披露和投资者关系的负责部门及人员	290
二、重要合同	290
三、对外担保情况	291
四、重大诉讼或仲裁事项	291
第十四节 有关声明	293
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	293
二、保荐人（主承销商）声明	294
三、发行人律师声明	295
四、承担审计业务的会计师事务所声明	296
五、承担评估业务的资产评估机构声明	297
六、承担验资业务的机构声明	298
第十五节 备查文件	299
一、备查文件	299
二、查阅时间	299
三、查阅地点	299

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、浩丰创源	指	北京浩丰创源科技股份有限公司
发起人	指	孙成文先生等16位发起设立股份公司的自然人股东
浩丰有限	指	本公司前身北京浩丰创源科技有限公司
浩丰时代	指	北京浩丰时代科技有限公司，为本公司之全资子公司
浩丰鼎鑫	指	北京浩丰鼎鑫软件有限公司，为本公司之全资子公司
上海腾灵	指	上海腾灵信息科技有限公司，为本公司之全资子公司
浩丰创鑫	指	沈阳市浩丰创鑫科技有限公司，为本公司之全资子公司
日本浩丰	指	日本浩丰时代科技有限公司，为浩丰时代之全资子公司，本公司之孙公司，2009年已注销
邮储银行	指	中国邮政储蓄银行股份有限公司，及其前身中国邮政储蓄银行股份有限公司，发行人客户
中国神华	指	中国神华能源股份有限公司，发行人客户
中国人寿	指	中国人寿保险股份有限公司，发行人客户
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1,030万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	指	北京国枫凯文律师事务所
会计师、审计机构	指	中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）
公司章程	指	2012年第一次临时股东大会通过的《北京浩丰创源科技股份有限公司章程》（草案）
证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国发展和改革委员会
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

工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《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	2009年、2010年和2011年
专业术语		
软交换	指	软交换（Soft Switching）是一种功能实体，为下一代网络 NGN 提供具有实时性要求的业务的呼叫控制和连接控制功能，是下一代网络呼叫与控制的核心。
CTI	指	CTI（Computer Telecommunication Integration）计算机电信集成技术跨越计算机和电信两大技术领域，是从传统的计算机电话集成（Computer Telephony Integration）技术发展而来的，不仅要处理传统的电话语音，而且要处理包括传真、电子邮件等其它形式的媒体信息。典型应用主要有基于用户设备的消息系统、交互语音应答、呼叫中心系统、增值业务、IP 电话等。
工作流	指	将工作流程中的具体工作单元组织在一起的逻辑和规则，在计算机中以恰当的模型进行表示并对其实施计算。
业务规则引擎	指	业务规则实质上可以理解为一组条件和在此条件下的操作，是一组准确凝练的语句，用于描述、约束及控制企业的结构、运作和战略，是应用程序中的一段业务逻辑。业务规则引擎则是基于这种逻辑自动执行和管理的应用软件，一般包括规则定义、规则验证和管理、规则匹配、规则解析、规则监控、外部接口等模块。
知识发现	指	是从数据集中识别出有效的、新颖的、潜在有用的，以及最终可理解的模式的非平凡过程。
预拨号系统	指	发行人自主产权的著作权之一，是能够在预测分析模型和自动检测技术支撑下高效的自动联络客户的应用系统。
多媒体呼叫中心接入系统	指	发行人自主产权的著作权之一，基于软交换和多媒体通信技术开发的用于呼叫中心的交换产品，能够支持传统语音、IP 语音、电子邮件、Web、在线聊天等多种通信方式。

CyberSystem Work	指	发行人自主开发的软件应用开发基础框架及运行管理平台。
呼叫中心中间件软件	指	是呼叫中心系统中的重要部件，处于 PABX 交换机的上层，应用软件之下，作用是为应用软件提供控制交换机的统一应用程序编程接口，屏蔽多品牌交换机的不同接口，帮助用户灵活、高效地开发和集成复杂的应用软件。
ERP	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning），针对企业的物质资源、人力资源、财务资源、信息资源等提供集成一体化的管理支持。
CRM	指	客户关系管理（Customer Relationship Management），指企业采取的一系列用以提升客户满意度，从而提高企业竞争力的营销、销售及服务手段。
SCM	指	供应链管理（Supply Chain Management），是一种集成的管理思想和方法，它执行供应链中从供应商到最终用户的物流的计划和控制等职能。
NGN	指	下一代网络（Next Generation Network）。目前一般认为下一代网络基于 IP，支持多种业务，能够实现业务与传送分离，控制功能独立，接口开放，具有服务质量（QoS）保证和支持通用移动性的分组网。主要思想是在一个统一的网络平台上以统一管理的方式提供多媒体业务，整合现有的固定电话、移动电话的基础上，增加多媒体数据服务及其他增值型服务。其中话音的交换将采用软交换技术，而平台的主要实现方式为 IP 技术，逐步实现统一通信，其中 VoIP 将是下一代网络中的一个重点。
SOA	指	面向服务的体系结构（Service-Oriented Architecture），是一种架构和组织 IT 基础结构及业务功能的方法，作为一个组件模型，它将应用程序的不同功能单元（称为服务）通过这些服务之间定义良好的接口和契约联系起来。接口是采用中立的方式进行定义的，它应该独立于实现服务的硬件平台、操作系统和编程语言。这使得构建在各种这样的系统中的服务可以以一种统一和通用的方式进行交互。
云计算	指	狭义云计算指 IT 基础设施的交付和使用模式，指通过网络以按需、易扩展的方式获得所需资源；广义云计算指服务的交付和使用模

式，指通过网络以按需、易扩展的方式获得所需服务。其核心思想是将大量用网络连接的计算资源统一管理和调度，构成一个计算资源池向用户按需服务。

- CSTA** 指 计算机支持的电信应用服务（Computer Supported Telecommunications Application），为集成计算机和电信网平台定义了总体结构、要求和协议，这项技术标准强调了计算和交换的灵活性、双向通信和分布模型。
- 负载均衡** 指 负载均衡（Load Balance），又称为负载分担，是将工作任务进行平衡、分摊到多个操作单元上进行执行，如 Web 服务器、FTP 服务器、企业关键应用服务器和其它关键任务服务器等，从而共同完成工作任务。
- TR/87** 指 TR/87是基于 SIP 体系的 CTI 接口，全称为 ECMA TR/87。TR/87标准化了一套用于观测和控制语音和非语音媒体呼叫、以及非呼叫相关属性的强大灵活的应用服务。该接口描述 CSTA 如何被用于为 SIP 用户代理（UA）提供 CSTA 呼叫控制功能的子集。
- JDBC** 指 Java 数据库连接（Java Data Base Connectivity）是一种用于执行 SQL 语句的 Java API,可以为多种关系数据库提供统一访问,它由一组用 Java 语言编写的类和接口组成。JDBC 提供了一种基准，据此可以构建更高级的工具和接口，使数据库开发人员能够编写数据库应用程序。
- MS SQL** 指 美国微软公司的基于 SQL 的关系型数据库管理系统。SQL（Structured Query Language）意思为结构化查询语言，其主要功能就是同各种数据库建立联系，进行沟通。按照 ANSI 美国国家标准协会的规定，SQL 被作为关系型数据库管理系统的标准语言。
- 分布式处理** 指 分布式处理（Distributed Processing）是指将不同地点的或具有不同功能的或拥有不同数据的多台计算机用通信网络连接起来，在控制系统的统一管理控制下，协调地完成信息处理任务。
- 松耦合** 指 又称松散耦合，指软件应用服务之间通过简单、精确定义接口进行通讯，不涉及底层编程接口和通讯模型，这种具有中立的接口定义（没有强制绑定到特定的实现上）的特征称为服务之间的松耦合。

IVR	指	交互式语音应答（Interactive Voice Response），是基于电话的语音增值业务的统称。电话用户只要拨打指定号码，就可根据操作提示获得各种交互式服务。
iAgent	指	发行人计算机软件著作权—客户关系管理系统 InterAct Agent V1.0、V3.0 的简称。
KPI	指	关键绩效指标（Key Performance Indicator）。
PSTN	指	公共交换电话网络（Public Switched Telephone Network），一种常用电话系统，即我们日常生活中常用的电话网。
VoIP	指	VoIP（Voice over Internet Protocol）就是将模拟声音讯号数字化，以数据封包（Data Packet）的型式在 IP 数据网络（IP Network）上做实时传递。
IM	指	即时通信（Instant Messaging），指可以在线实时交流的工具，也就是通常所说的在线聊天工具。
SIP	指	会话初始协议（Session Initiation Protocol）是一个会话层的信令控制协议，用于创建、修改和释放一个或多个参与者的会话。这些会话包括 Internet 多媒体会议、IP 电话或多媒体分发。会话的参与者可以通过组播、网状单播或两者的混合体进行通信。
SS1&SS7 信令	指	根据国际电信联盟电讯委员会 ITU-T 的规范确定的用于传统语音交换设备的呼叫信令系统，SS1 即一号信令用于随路信令模式，SS7 即七号信令用于共路信令模式。
UC	指	统一通信（Unified Communication）是指把计算机技术与传统通信技术融为一体的新通信模式，作为一种解决方案和应用，其核心内容是：让人们无论任何时间、任何地点，都可以通过任何设备、任何网络，获得数据、图像和声音的自由通信。统一通信系统将语音、传真、电子邮件、移动短消息、多媒体和数据等所有信息类型合为一体，从而为人们带来选择的自由和效率的提升。
VPIM	指	电子邮件语音协议（Voice Profile for Internet Mail）是一个国际通用的用于语音信息和传真信息进行交换的协议，同时支持与电子邮件（E-mail）系统的交互。

POP	指 邮局协议（Post Office Protocol），允许工作站动态访问服务器上的邮件，目前已发展到第三版，称为 POP3。
SMTP	指 简单邮件传输协议（Simple Mail Transfer Protocol），是一组用于由源地址到目的地址传送邮件的规则，由它来控制信件的中转方式。SMTP 属于 TCP/IP 协议族，帮助每台计算机在发送或中转信件时找到下一个目的地。
ASP.NET	指 ASP 是一项美国微软公司的技术，是一种使嵌入网页中的脚本可由因特网服务器执行的服务器端脚本技术。ASP.net 是用一种字符基础的，分级的配置系统，可使服务器环境和应用程序的设置更加简单。
Web Portal	指 即门户网站，是 Web 应用程序简单统一的访问点，提供了集成的内容和应用以及统一的协作工作环境。
ECMA	指 欧洲计算机制造联合会（European Computer Manufactures Association），是1961年成立的旨在建立统一的电脑操作格式标准——包括程序语言和输入输出的组织。
SNMP	指 简单网络管理协议（Simple Network Management Protocol）是在原简单网关监控协议（SGMP）进行了大幅的修改，特别是加入了符合 Internet 定义的 SMI 和 MIB 体系结构后形成的。
ICMP	指 Internet 控制报文协议（Internet Control Message Protocol），它是 TCP/IP 协议族的一个子协议，用于在 IP 主机、路由器之间传递控制消息。控制消息是指网络通不通、主机是否可达、路由是否可用等网络本身的消息。
QoS	指 服务质量（Quality of Service），是网络的一种安全机制，用来解决网络延迟和阻塞等问题的一种技术。
VXML	指 语音可扩展标记语言（Voice eXtensible Markup Language）是由 AT&T，IBM，Lucent（朗讯）和 Motorola（摩托罗拉）几个电信企业创立的，目前已经广泛用于电信行业的应用服务器和媒体服务器交互上。VXML 设计的目的是为了把好的 Web 开发方式带到交互式语音程序，把这些开发者从低级的编程和资源管理中解放出来。
XML	指 可扩展标记语言（Extensible Markup Language），由 W3C 理事会（World Wide Web Consortium）定义的一种计算机语言，专用于数据的表示和存

	指	储。
SOAP	指	简单对象访问协议（Simple Object Access Protocol），是一种轻量的、简单的、基于 XML 的协议，它被设计成在 WEB 上交换结构化的和固化的信息。
WSDL	指	Web 服务描述语言（Web Services Description Language），是一个用来描述 Web 服务和说明如何与 Web 服务通信的 XML 语言，用于描述 Web Service 的服务，接口绑定等。
UDDI	指	通用描述、发现与集成服务（Universal Description, Discovery and Integration），UDDI 是 Web 服务集成的一个体系框架，包含了服务描述与发现的标准规范。
OA	指	办公自动化（Office Automation），是现代利用电脑进行全自动的办公，目的是提高效率。
KFI	指	关键财务指标（Key Financial Indicator）。
RFM	指	RFM 模型是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段。该模型通过客户的三项指标来描述客户的价值状况，包括最近一次消费（Recency），消费频率（Frequency）和消费金额（Monetary）。
数据清洗	指	过滤那些不符合要求的数据，将过滤的结果交给使用部门。
iOS	指	iOS 是由美国苹果公司为 iPhone 开发的操作系统。它主要是给 iPhone、iPod touch 以及 iPad 使用。
SDEM	指	软件开发环境方法（Software Development Environment Method），是日本富士通公司根据 CMM 标准，结合自身经验提出的软件开发管理体系标准。它全面兼容 CMM 与 ISO9000，在某些部分甚至超过现有国际标准，在日本为大中型 IT 企业所普遍使用。

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

公司名称：北京浩丰创源科技股份有限公司

英文名称：BEIJING INTERACT TECHNOLOGY CO.,LTD.

注册号：110108009234579

住所：北京市海淀区蓝靛厂东路2号院2号楼6层1单元（A座）7C

成立日期：2005年12月28日

整体变更日期：2010年3月11日

法定代表人：孙成文

注册资本：3,080万元

实收资本：3,080万元

经营范围：许可经营项目：无，一般经营项目：技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；基础软件服务、应用软件服务；计算机系统服务；数据处理；销售计算机、软件及辅助设备、计算机网络设备、电子产品、通讯设备。

二、发行人控股股东和实际控制人简介

孙成文先生持有本公司10,780,000股股份，占比35.00%，为本公司控股股东和实际控制人。

孙成文先生，中国籍，加拿大永久居留权，1964年6月出生，北京工业大学毕业，工学学士及管理学学士。1989年至1991年在中国通广电子公司企业管理部工作；1991年至2002年在通广北电有限公司工作，先后担任销售总监、副总经理、代理总经理职位；2002年至2005年担任浩丰时代总经理；2006年至2010年2月担任浩丰有限总经理；2010年3月至今担任浩丰创源董事长及总经理。

三、发行人主营业务概述

公司是国内领先的营销信息化解决方案提供商，主营业务是向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供具有自主知识产权的营销信息化解决方案，包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台和相关技术服务。

公司自成立以来，长期致力于营销信息化领域的市场研究和技术创新，始终坚持面向市场需求和紧随行业技术发展动态，通过持续开发具有自主知识产权的产品提升企业的核心竞争力，为客户提供营销信息化解决方案和相应的技术服务。公司目前已经掌握软交换、多媒体通信、CTI、工作流、业务规则引擎、知识发现、应用服务器等多技术领域相关的、体系化的核心技术，形成了客户关系管理系统 InterAct Agent、营销策略辅助智能分析系统、营销组织与过程控制系统、供应链管理系统、Samba Dialer 预拨号系统、XContact 多媒体呼叫中心接入系统、LiLac 进程间通信中间件软件、VOM 虚拟组织管理软件、智能视频通讯管理系统、网络监控与优化管理系统、CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台等 40 余项计算机软件著作权，能够为各行业企业提供包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台的创新型营销信息化解决方案。

公司主营业务及功能如下：

系统及服务	系统功能及服务内容描述
联络中心及统一通信平台	为企业提供对外联络和对内协作的一体化通信平台。 平台支持电信网、互联网等多媒体通信方式，能够与营销业务及管理平台协同进行各种通信活动，包括自动化、智能化的发起与客户的联络活动，以及内部协作通信，并在通信过程中为营销业务及管理平台采集信息。 联络中心及统一通信平台能够实现高效通信和信息共享。
营销业务及管理平台	为企业提供营销活动的策划与执行、客户服务活动的策划与执行，以及营销管理的一体化业务平台。 平台能够通过对客户信息的智能分析，预测不同客户群的消费需求，并对营销活动进行策划、执行和监控； 平台能够通过对客户信息的智能分析，预测不同客户群的服务需求，并对客户服务活动进行策划、执行和监控； 平台支持企业营销业务的全面质量管理及绩效管理，支持企业内部进行客户满意度、业绩、成本、效率、技能等方面的关键绩效指标的的设定、评测和考核。 营销业务及管理平台可以大幅提升企业的客户沟通质量和客户满意度、提升员工技能和组织效率，从而使企业的销售业绩获得

系统及服务	系统功能及服务内容描述
	快速提升。
技术服务	通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务手段，为客户提供 7*24 小时的维护保障服务，保证营销信息化系统的稳定运行。

公司的营销信息化解决方案具有稳定性强、功能完善、易于实施和维护等特点，可以高效地支持用户制定市场策略，完成营销策划、营销执行和控制，可以便捷地支持用户进行客户行为和价值分析、客户关系和体验管理、绩效管理、决策支持等诸多功能，从而帮助用户增加销售收入，降低营销成本，有效提高市场竞争力。目前，公司的营销信息化解决方案已经广泛部署于包括银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域的领军企业。

公司自设立以来主营业务未发生变化。

四、发行人所获得的主要荣誉

（一）公司荣誉

序号	荣誉名称	荣誉主体	认证机构	获得年份
1	ISO9001质量管理体系认证	浩丰创源	凯新认证（北京）有限公司	2012年
2	国家火炬计划软件产业基地骨干企业	浩丰创源	科学技术部火炬高技术产业开发中心	2011年
3	成就十年 2010-2011年度中国软件和信息服务业十大领军企业	浩丰创源	中国软件行业协会、中国电子信息产业发展研究院、《软件和信息服务业》杂志社	2011年
4	计算机信息系统集成企业贰级资质	浩丰创源	中国工业和信息化部	2010年
5	中关村高新技术企业	浩丰创源	中关村科技园区管理委员会	2010年
6	海淀区创新企业	浩丰创源	中关村科技园区海淀区管理委员会	2010年
7	中国低碳杰出贡献企业	浩丰创源	中国商业联合会	2010年
8	中国呼叫中心解决方案年度成长最快企业	浩丰创源	中国电子信息产业发展研究院、赛迪顾问股份有限公司	2010年
9	中关村企业信用促进会会员	浩丰创源	北京中关村企业信用促进会	2009年
10	高新技术企业	浩丰鼎鑫	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	2011年
11	软件企业	浩丰鼎鑫	北京市科学技术委员会	2009年
12	中关村高新技术企业	浩丰时代	中关村科技园区管理委员会	2009年
13	海淀区创新企业	浩丰时代	中关村科技园区海淀区管理委员会	2009年
14	软件企业	上海腾灵	上海市经济和信息化委员会	2011年

（二）产品荣誉

序号	荣誉名称	获奖产品	认证机构	获得年份
1	管理软件最佳产品	iAgent 管理软件	中国软件行业协会、中国电子信息产业发展研究院、《软件和信息服务业研究所》杂志社、软件与信息服务业研究所	2010年
2	大型呼叫中心保险行业最佳解决方案奖	保险行业呼叫中心解决方案	计算机世界	2010年
3	科技型中小企业技术创新基金支持	智能化电子营销平台	科学技术部科技型中小企业技术创新基金管理中心	2010年
4	中国信息通信呼叫中心值得信赖品牌奖	呼叫中心全系列	中国计算机报	2009年

五、发行人核心竞争优势

（一）技术与产品优势

公司通过研究现代营销理论，根据中国市场的实际情况，经过发展和创新，提出了营销信息化系统的先进理念。公司充分利用自身在营销、通信、大型应用软件开发和系统集成方面的长期经验积累，经过持续的技术创新，推出了比较完善的营销信息化解决方案，并持续不断的进行基础系统架构的优化和完善，实现了关键功能部件的引擎化和产品化，不断提升细分行业应用的标准化程度。

公司的技术和产品优势主要体现在以下几个方面：

1、全系列自主产权的产品和核心技术

在营销信息化领域中，公司是少数拥有自主研发能力，能够提供全系列自主知识产权产品的整体解决方案提供商之一。截至目前，公司掌握核心技术 35 项，拥有基于自主核心技术所获得的计算机软件著作权 42 项。公司的核心技术和计算机软件著作权比较完整地涵盖了营销信息化解决方案所需要的通讯应用技术、营销应用技术和大型软件平台技术等领域，并且其中的关键核心技术（如以 Samba Dialer 为代表的智能外拨技术、以 iAgent 为代表的营销智能管理系统、以 CyberSystem Work 为代表的服务器系统）均已达到行业先进水平。

2、先进的软件系统架构

营销信息化系统作为客户的核心业务系统，必须具备优良的稳定性、独立性、安全性和可扩展性，因此其系统构架设计的科学性尤为重要。公司自主研发的 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台是基于 SOA 的技术构架，融

合了公司多年的软件开发以及用户体验经验，结合最前端的技术思想，形成了独特的技术体系。通过 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台，公司可以降低产品研发成本和维护成本，提高不同版本产品之间的兼容性；同时，该平台还可以提高用户使用系统的灵活度，保证用户访问内、外部系统的安全性，保持系统在面临异常状态下运行的稳定性，以及满足用户由于业务发展而不断需要的功能和规模的扩展性。

3、先进的模块化-套件式设计和开放的集成平台

公司的软件系统采用模块化-套件式设计，充分运用了 SOA 架构的松耦合特性和分布式机制，使系统具备良好的功能模块可扩展性，该架构提高了系统性能，降低了系统的升级风险、升级成本和维护成本。公司在系统设计上将底层架构、引擎和算法、功能模块分离，可通过标准接口实现功能模块的灵活组合，使公司的解决方案能够高效率地满足客户的规模化需求和个性化需求。

另外，公司提供完全符合行业规范的接口技术，使系统能够和目前主流的硬件设备和其他第三方营销业务和管理软件集成。公司的中间件产品可以支持 Avaya、Alcatel、Cisco、华为、中兴等厂商的交换设备，软件产品可以兼容主流的数据库软件，如 Oracle，Sybase 和 MS SQL 等。

4、良好的可操作性和用户友好性

作为企业信息化平台的重要部分，营销信息化系统部署在企业的最前端，直接面对客户和市场，直接为营销团队所操作，所以需要面对复杂多样的需求。经过长期对营销理论的研究和模拟，公司将主要的营销理论和流程产品化，发布了大量软件模板和引擎。这些模板和引擎经过长期的实际环境验证和持续优化，能够反映当前国内市场营销信息化实践的具体情况，从而使公司的营销信息化系统易于实施、部署和操作，能够为企业用户迅速带来价值。

（二）优质的客户基础

经过十多年的市场开拓，公司在银行、保险、制造、商业流通与服务、政府与公共事业等行业或领域积累了一批优质的、具有行业影响力的客户。公司通过技术、产品创新和优质的服务，帮助客户实现营销模式创新，服务质量提升，以及经济效益和社会效益的提高，与客户建立了长期稳定的合作关系，为公司带来长期稳定的收入和良好的品牌形象。公司所涉及的典型行业和代表性

客户如下表所示：

行业	客户名称
银行	邮储银行、招商银行、深发展银行、辽宁农信社、中国银行
保险	中国人保、中国人寿、泰康人寿、渤海保险、中邮人寿、光大永明人寿、中新大东方人寿
制造	Dell 中国、中国普天、鞍钢集团、冀中能源、中国神华、中粮集团、惠氏营养品
商业流通与服务	倍乐生、DHC 中国、盛大网络、欧唯特服务、中国机械进出口总公司、中国仪器进出口（集团）公司、七星购物、北京桦榭广告 Ella China、中智人力
政府及公共事业	中国邮政、中共中央办公厅警卫局、中国妇女活动中心、中国水务、农业部、沈阳市老年服务中心

（三）丰富的行业经验优势

营销信息化系统处于企业信息化平台的最前端，是最多变和最个性化的系统，行业经验的积累对营销信息化解决方案提供商至关重要。发行人除了重视营销信息化的理论研究和行业市场调研外，在公司内部持续贯彻和落实“客户是最好的老师”的理念，注重在实践中学习知识和积累经验。

公司重视项目运作中的知识管理，按照 ISO 9001 质量管理体系的标准制定了一套行业经验积累的标准化流程，实现了项目方案设计、项目实施、系统运维知识库的标准化，经过大量的多行业的项目实践，发行人不仅建立了丰富的行业模板，而且积累了大量业务流程执行和管理的经验参数。这些行业经验知识，保证公司可以在较短的时间和较低的成本下高质量地完成项目实施，不断强化企业的核心竞争力。

（四）高品质的服务优势

在激烈的市场竞争中，公司始终把提供良好的客户服务视为成功的关键因素之一，将“客户第一，尽善尽美”作为服务宗旨来要求公司所有员工，通过优质的服务来赢取客户的信任，和客户建立起长期合作关系，实现“合作共赢未来”的企业愿景。

公司充分认识到营销信息化系统是客户的核心运营系统，为此建立了完善的服务体系，能够提供包括客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务内容，为客户提供周到、贴心的服务和支持，与客户结成牢固的伙伴关系。

营销信息化作为企业核心系统，在建设和运行过程中往往伴随着业务创新。

发行人以自身的理论水平和技术能力为基础，组成了高素质、混合型的服务队伍，与客户一起研究市场，提炼需求，提升效益，贯彻与客户共赢的服务理念。

（五）良好的企业文化和专业的团队优势

公司致力于塑造和维系企业与员工之间和谐关系的企业文化，培养员工健康向上的职业精神和工作态度，注重员工的培训和职业发展计划，同时推进企业管理不断规范化和专业化。通过强化核心团队，加强培训和引进人才，公司不断优化企业内部资源，充分发挥每一个员工的潜能和技术创新能力，十分注重企业文化和每一个员工责任心的培养，致力于创建企业、员工、用户各方的多赢模式，逐步在企业内部形成“和谐，诚志，创意”的独特文化氛围，并已成为公司的基本价值观，成为公司核心竞争力的重要组成部分。

公司一直注重进行人才储备和团队建设。在十几年营销信息化系统建设的实践中，公司不断培养、吸纳优秀的人才，目前已经形成了稳定的、高素质的核心管理团队和具有丰富行业经验的技术团队，人才优势明显。公司核心团队成员都拥有高等学历，或者具有海外工作背景，或者具有大型企业的高层管理经验。公司的技术实力储备充分，积极引进国内外业界精英，其中系统架构师、高级项目经理、项目经理、工程师等技术人员占员工总数的比例超过 76%。

六、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	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
流动资产	127,431,957.75	91,842,504.55	59,037,918.71
非流动资产	19,730,323.08	3,779,654.85	2,155,618.92
资产总计	147,162,280.83	95,622,159.40	61,193,537.63
流动负债	37,154,739.57	24,103,012.39	16,705,808.05
非流动负债	595,000.00	245,000.00	-
负债合计	37,749,739.57	24,348,012.39	16,705,808.05
归属于母公司股东的所有者权益	109,412,541.26	71,274,147.01	44,487,729.58
所有者权益	109,412,541.26	71,274,147.01	44,487,729.58

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	164,414,553.54	115,812,396.74	106,018,521.60
营业利润	40,209,631.03	23,710,504.48	11,705,954.29
利润总额	44,585,530.40	26,942,448.25	15,555,128.02
净利润	38,138,394.25	26,786,417.43	14,609,778.94
归属于母公司股东的净利润	38,138,394.25	26,786,417.43	14,609,778.94

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	32,999,811.42	18,349,801.76	9,479,258.35
投资活动产生的现金流量净额	-790,470.58	-17,977,376.55	-1,710,346.84
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	32,209,340.84	372,425.21	7,768,911.51

(四) 主要财务指标

财务指标	2011 年度或 2011.12.31	2010 年度或 2010.12.31	2009 年度或 2009.12.31
流动比率（倍）	3.43	3.81	3.53
速动比率（倍）	2.57	3.18	3.17
资产负债率（合并）	25.65%	25.46%	27.30%
资产负债率（母公司）	74.31%	50.97%	28.76%
应收账款周转率（次）	5.50	4.46	5.65
存货周转率（次）	4.32	6.85	7.84
息税折旧摊销前利润（万元）	4,549.82	2,742.05	1,599.04
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.03%	0.05%	0.02%
利息保障倍数*	-	-	-
每股经营活动产生的净现金流量（元）	1.07	0.60	0.31
每股净现金流量（元/股）	1.05	0.01	0.25
基本每股收益（元/股）（归属于普通股股东的净利润）	1.24	0.87	0.47
稀释每股收益（元/股）（归属于普通股股东的净利润）	1.24	0.87	0.47
归属于公司股东的每股净资产（元/股）	3.55	2.31	1.44
净资产收益率（加权平均）	42.21%	46.28%	39.24%
净资产收益率（加权平均）扣除非经常性损益后	42.20%	46.23%	38.51%

财务指标	2011 年度或 2011.12.31	2010 年度或 2010.12.31	2009 年度或 2009.12.31
归属于公司股东的净利润（万元）	3,813.84	2,678.64	1,460.98
归属于公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,812.66	2,675.89	1,433.86

* 注：公司无利息支出，故利息保障倍数指标不适用。

七、本次发行情况

股票种类： 人民币普通股（A 股）

股票面值： 人民币 1.00 元

发行股数： 1,030 万股，占发行后总股本的 25.06%

发行价格： 通过向特定机构投资者（询价对象）询价，由发行人与主承销商（保荐机构）根据询价结果确定发行价格

发行方式： 采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式

发行对象： 符合资格的询价对象和在证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中华人民共和国法律、法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外）

八、本次募集资金运用

经 2011 年 11 月 10 日召开的 2011 年第三次临时股东大会审议通过，公司本次向社会公开发行 1,030 万股新股，募集资金将用于投资以下项目：

序号	项目名称	投资金额（万元）
1	营销信息化系统升级项目	6,773.77
2	研发中心建设项目	1,811.00
3	其他与主营业务有关的运营资金	-

如本次首次公开发行募集资金不足，资金缺口由公司自筹解决。如本次首次公开发行募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自筹资金先期投入，募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、发行人基本情况

中文名称： 北京浩丰创源科技股份有限公司
英文名称： BEIJING INTERACT TECHNOLOGY CO.,LTD.
注册资本： 3,080.0000 万元
法定代表人： 孙成文
成立日期： 2005 年 12 月 28 日
整体变更设立股份公司日期： 2010 年 3 月 11 日
住 所： 北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 6 层 1 单元（A 座）7C
邮政编码： 100097
电 话： 010-82001150
传 真： 010-88878800-5678
互联网址： <http://www.interact.net.cn>
电子信箱： zhijiongy@interact.net.cn
负责信息披露和投资者关系部门： 证券事务部
董事会秘书： 杨志炯
电 话： 010-82001150

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 1,030 万股，占发行后总股本的 25.06%
- 4、每股发行价格：【 】元（由公司和主承销商根据询价结果确定）
- 5、发行市盈率：【 】倍（每股收益按照【 】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
- 6、发行前每股净资产：3.55 元/股（按照本公司截至 2011 年 12 月 31 日经审计的净资产和发行前总股本计算）

7、发行后每股净资产：【 】元（按照本公司截至 2011 年 12 月 31 日经审计的净资产及本次募资资金净额和发行后总股本计算）

8、发行市净率：【 】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）

9、发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式

10、发行对象：符合资格的询价对象和在证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中华人民共和国法律、法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销

12、预计募集资金总额：【 】万元

13、预计募集资金净额：【 】万元

14、发行费用概算：

序号	项 目	金额（万元）
1	承销及保荐费用	【 】
2	审计费用	【 】
3	律师费用	【 】
4	发行手续费及其他费用	【 】

三、与发行有关的机构和人员

（一）发行人

名称：北京浩丰创源科技股份有限公司

法定代表人：孙成文

住所：北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 6 层 1 单元（A 座）7C

电话：010-82001150

传真：010-88878800-5678

联系人：杨志炯

（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：010-59734977

传真：010-59734978

保荐代表人：韩长风、霍永涛

项目协办人：刘紫涵

项目组其他成员：郝国栋、张才尧

（三）发行人律师

名称：北京国枫凯文律师事务所

负责人：张利国

住所：北京市西城区金融大街一号写字楼 A 座 12 层

电话：010-66090088

传真：010-66090016

经办律师：臧欣、刘斯亮

（四）会计师事务所

名称：中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：顾仁荣

住所：北京市西城区金融大街 35 号国际企业大厦 A 座 8-9 层

电话：010-88095588

传真：010-88091190

经办注册会计师：张力、李伟峰

（五）资产评估机构

名称：北京中同华资产评估有限公司

法定代表人：季珉

住所：北京市西城区金融大街 35 号国际企业大厦 B 座 18 层

联系电话：010-88091200

传真：010-88091205

经办注册资产评估师：吕艳冬、贺梅英

（六）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

（七）收款银行

开户银行：【】

户名：【】

账号：【】

四、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行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

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【 】
开始询价推介日期	【 】
刊登定价公告日期	【 】
申购日期和缴款日期	【 】
股票上市日期	【 】

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发售的新股时，除本招股说明书提供的其它资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素。本节各项风险因素遵循重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、税收优惠及政府补助政策风险

1、公司享受的主要税收优惠及政府补助

（1）增值税

本公司及下属子公司浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发[2000]18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发[2000]25号）的规定，自2000年6月24日起至2010年底以前，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。根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4号）以上软件增值税优惠政策继续实施。

（2）企业所得税

浩丰创源系2008年12月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、北京市地方税务局审核登记为高新技术企业，根据《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》（京政发[1988]49号）规定，高新技术企业自开办之日起，三年内免征所得税。经北京市人民政府指定的部门批准，第四至六年可按15%企业所得税税率，减半征收所得税。根据《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发[2007]39号）的规定，自2008年1月1日起，原享受企业所得税“两免三减半”、“五免五减半”等定期减免税优惠的企业，新税法施行后继续按原税收法律、行政法规及相关文件规定的优惠办法及年限享受至期满为止，但因未获利而尚未享受税收优惠的，其优惠期限从2008年度起计算。依据上述政策浩丰创源2009年减半征收所得税。浩丰创源实际从2010年起企业所得税按25%计缴。

本公司之子公司浩丰鼎鑫系经北京市科学技术委员会审核认定为软件企业，根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25号）的规定，新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。浩丰鼎鑫按此规定自2009年起，2009年、2010年免征企业所得税，2011年至2013年减半征收企业所得税。

本公司下属子公司上海腾灵系经上海市经济和信息化委员会审核认定为软件企业，根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25号）的规定，新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。上海腾灵将于获利年度起申请此优惠政策，目前未享受所得税优惠。

（3）营业税

根据财政部、国家税务总局《关于贯彻落实《中共中央、国务院关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定》有关税收问题的通知》（财税字[1999]273号），对单位和个人（包括外商投资企业、外商投资设立的研究开发中心、外国企业和外籍个人）从事技术转让、技术开发业务和与之相关的技术咨询、技术服务业务取得的收入，免征营业税。

2、税收优惠及政府补助对公司业绩的影响

报告期公司享受税收优惠及政府补助的具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
增值税退税	436.02	315.92	367.33
营业税减免	80.99	59.24	20.87
所得税减免	401.09	662.72	193.96
财政补贴	-	20.00	-
合计	918.10	1,057.88	582.15
利润总额	4,458.55	2,694.24	1,555.51
占利润总额比例	20.59%	39.26%	37.43%

随着公司经营规模的扩大和经营业绩的不断提升，税收优惠及政府补助对

公司业绩的影响总体上呈下降趋势。若上述税收优惠及政府补助政策发生变化，公司整体经营业绩的提升将受到一定程度的影响。

二、市场竞争风险

公司是国内领先的营销信息化解决方案提供商，能够向客户提供具有自主知识产权的营销信息化解决方案。目前，公司的营销信息化解决方案已广泛部署于银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域。

随着营销信息化行业的快速发展，行业规模不断扩大，客户需求逐步多样化，市场发展空间巨大。公司作为国内领先的营销信息化解决方案供应商将分享行业成长与需求扩张所带来的市场规模的持续增长。目前行业处于快速发展阶段，行业内企业数量较多，企业规模普遍较小，集中度较低，因而市场竞争较为激烈。如果本公司不能持续为客户提供优质、高效的产品与服务，并随时保持技术领先与正确的发展方向，激烈的市场竞争将对公司的运营和盈利水平带来一定的影响。

三、产品及技术开发风险

中国经济的快速发展、转型期的中国经济环境特征、以及全球化的市场竞争，要求企业必须对于新的市场变化给予足够的关注并做出及时的反应，必须采用更加有效的营销信息化手段来保持持续的竞争优势。

面对复杂多变的市场，营销系统不仅要满足企业在功能性、安全性、信赖感、增值能力等多层次的需求，而且要便于企业掌握营销效果，通过准确的定位和筛选，直接接触与相关产品相适应的目标消费群体，从而提高营销活动的针对性与准确性，提升客户的满意度。

公司的产品研发活动需要始终以用户使用的满意程度作为衡量产品的重要标准，并且能够持续地为用户创造出更多的价值。如果公司在产品研发与技术开发等方面的成果不能满足用户对于营销系统新的需要，或者出现替代性产品或技术改变现有的产品与服务模式，而公司的技术发展又未能紧跟技术发展趋势，公司将面临产品及技术开发的风险，使公司丧失在技术与产品方面的优势地位，对公司的经营业绩产生影响。

四、公司控股股东持股比例较低的风险

孙成文先生作为本公司控股股东、实际控制人，目前持有公司 1,078 万股股份，占本次发行前总股本的 35%。孙成文作为公司发起人之一，自股份公司设立以来一直担任公司董事长、总经理，对公司日常管理、发展战略、利润分配、人事任免等具有较强的控制力。

本次发行后，孙成文持股比例将进一步降低为 26.23%，若公司其他股东大幅增持本公司股份，孙成文对公司的实际控制力将会下降，公司存在控股股东持股比例较低的风险。

五、核心技术人员流失的风险

营销信息化系统具有很强的专业性，供应商的技术团队不仅要精通营销信息化系统的软件开发技术，还要对各行业企业的业务流程非常熟悉，技术人员需要多方面知识和经验的积累才能符合这种要求。目前国内符合上述要求的复合型人才较为缺乏，通过自身培养获得高水准的人才需要企业花费较长的时间和大量的投入。

公司作为一家提供自主知识产权的营销信息化解决方案供应商，在产品研发、技术升级等核心业务领域依赖于既拥有丰富项目实践经历，又拥有专业背景与行业理解的核心技术人员。打造一支具有高水平高素质的技术团队是公司保持先进技术水平、提升核心竞争优势的关键所在，这些也将为公司在市场竞争中占得先机提供保障。现有核心技术人员的流失将对公司的科技研发和生产经营带来一定的风险，相关储备人才队伍的不足也将会对公司未来的快速发展带来不利影响。

六、应收账款发生坏账的风险

2009 年末、2010 年末和 2011 年末，发行人应收账款净额分别为 2,174.64 万元、2,730.44 万元和 2,873.17 万元，占当期流动资产总额的比例分别为 36.83%、29.73%和 22.55%。随着公司经营规模的扩大，公司应收账款金额呈逐年上升的趋势。公司的客户主要是银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域的大型企业集团，客户资信状况良好，且公司坏账准备计提政策较为稳健。

尽管如此，仍不能排除客户受经济波动或其它因素的影响而陷入经营困难，从而使公司无法收回经营性资金，面临应收账款无法收回的风险。

七、经营管理风险

公司自设立以来业务规模不断壮大，经营业绩快速提升。本次发行结束后，公司净资产将会大幅增加。公司规模的迅速扩张，在资源整合、技术和产品开发、市场开拓、内部控制以及各部门工作的协调性、严密性和连续性等方面对公司管理提出了更高的要求。如果公司管理层不能适时调整公司的管理体制或选任适当的管理人员，都将可能阻碍公司业务的正常推进或错失发展机遇，从而影响公司的长远发展。

八、产业政策风险

2000 年以来，国务院及各地政府、各相关部门相继颁布了《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》及各种配套政策，从金融、投资、税收、进出口、收入分配、人才引进、知识产权等各方面全方位地为信息产业发展提供了良好的政策平台。这些扶持政策的出台对公司业务发展起到了积极的促进作用。如果未来国家取消对信息产业的扶持政策，将对本公司的经营产生不利影响。

九、净资产收益率下降的风险

2009 年、2010 年和 2011 年，公司加权平均净资产收益率分别为 39.24%、46.28%和 42.21%。本次股票发行完成后，公司净资产预计将大幅增加。由于本次募集资金项目存在一定的建设周期，项目的收益需要逐步体现。发行当年的净利润增幅将低于净资产的增幅，存在因净资产增长过快而导致公司净资产收益率下降的风险。

十、募投项目风险

本次发行募集资金全部投资于营销信息化系统升级和研发中心建设两个项目。项目的实施将对公司现有营销信息化相关解决方案进行深化应用和功能拓展，使之能适应营销信息化未来发展，满足客户多样化需求，并提升公司研发实力，提高公司产品竞争力，培养新的盈利增长点，实现公司战略发展目标。如果因管理与组织方面的原因，募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场环境突变或行业竞争加剧等情况；或者项目完成后，实际运营情况无法达到当

初预期的正常状态，技术与产品的市场情况发生较大变化，都有可能给募集资金投资项目的预期效益带来较大影响，进而影响公司的经营业绩。

十一、利润下滑风险

根据公司募集资金使用计划，本次募集资金投资项目建成后，按照公司的折旧及摊销政策，每年将新增加固定资产折旧和无形资产摊销合计 334.64 万元。

虽然公司在对项目进行可行性研究时，已经充分考虑了折旧、摊销因素，但是如果本次募集资金投资项目完成后，不能如期产生效益或实际收益低于盈亏平衡点的收益，则新增的固定资产折旧、无形资产摊销等将导致公司盈利能力降低、利润下滑。

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

公司由原北京浩丰创源科技有限公司整体变更设立。2010年2月4日，浩丰有限召开临时股东会，决议以截至2009年12月31日经审计的净资产依法整体变更设立股份有限公司。截至2009年12月31日，浩丰有限经审计的净资产值为30,858,164.29元，按1:0.9981的折股比例折成股本30,800,000.00股，余额计入资本公积，变更后股份公司的注册资本为3,080万元。2010年3月11日，公司依法在北京市工商行政管理局注册，企业法人营业执照号码为110108009234579，法定代表人为孙成文。

2010年1月25日，中瑞岳华会计师事务所有限公司对公司设立时的出资情况进行了验证，并出具了中瑞岳华验字[2010]第049号《验资报告》。

（二）发起人

公司发起人为原浩丰有限的16名自然人股东，情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	比例
1	孙成文	1,078.0000	35.00%
2	李卫东	310.7104	10.09%
3	张召辉	284.8692	9.25%
4	高 慷	233.7104	7.59%
5	李晓焕	189.4816	6.15%
6	李惠波	187.7876	6.10%
7	张明哲	184.8000	6.00%
8	杨志炯	175.7448	5.71%
9	谭宏源	139.1236	4.52%
10	毕春斌	138.6000	4.50%
11	李向军	138.6000	4.50%
12	崔 钢	8.5316	0.28%
13	高懿鹏	4.4044	0.14%
14	董丽彬	2.2484	0.07%
15	田亚君	2.2484	0.07%
16	唐超凤	1.1396	0.04%
	合 计	3,080.0000	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

公司设立时，持有 5%以上股权的发起人股东为孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯，其共持有公司 85.88%的股权，为公司的主要发起人。发行人设立前后，主要发起人孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯拥有的主要资产除浩丰有限股权外，无其他投资事项。

（四）公司成立时拥有的主要资产和从事的主要业务

公司是以有限责任公司整体变更的方式设立，因此公司设立前后所拥有的资产和实际从事的业务均未发生变化。本公司设立时的主要资产包括从事营销信息化整体解决方案业务所需的设备、知识产权等，该等资产均与主营业务相关。

公司的主营业务一直是向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供营销信息化整体解决方案。公司自成立以来，始终专注于对营销信息化相关解决方案的研究、开发和推广工作。

（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

浩丰有限整体变更后，所有资产和业务全部注入股份公司，股份公司的业务流程是原企业业务流程的延续和完善。设立前后，公司业务流程没有发生实质变化。公司主要业务流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务的具体情况”之“（二）业务流程”。

（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

发行人于 2010 年 3 月 11 日由浩丰有限整体变更设立。

自发行人成立以来，公司向股东孙成文租赁房屋作为公司生产经营场所，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“（一）租赁关联方房产”。除此之外，发行人自成立以来在生产经营方面与主要发起

人不存在关联关系。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司是依据《公司法》及有关法律法规的规定，于 2010 年 3 月由浩丰有限整体变更设立。本公司承继了浩丰有限所有的资产、负债及权益，本公司合法拥有相关权利。

截至本招股说明书签署之日，除商标外，公司已经办理完毕相关权属证书的更名手续。公司所拥有的商标及其变更办理情况详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、公司的主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“1、商标”。

（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、业务独立

公司主要从事向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供营销信息化整体解决方案业务。公司拥有独立的研发、采购、生产、销售和服务系统，拥有独立的品牌、技术以及面向市场的独立经营能力。目前，本公司主要股东除持有发行人股份外，无其他投资及参与经营的事项。

2、资产独立

公司由浩丰有限整体变更设立，承继了浩丰有限所有的资产、负债及权益，公司资产与发起人资产产权清晰、界定明确。公司资产完整，拥有独立的经营场所、生产设备和配套设施。公司对外投资所形成的股权均由公司拥有并行使相应权利。公司主要股东没有占用公司的资金、资产及其他资源的情况。

公司自设立以来采用轻资产的经营策略，部分办公用房系租赁控股股东，公司与控股股东之间的关联交易详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“（一）租赁关联方房产”。

3、人员独立

公司人员独立，董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，主要股东没有干预本公司董事会和股东大会已经作

出的人事任免决定。本公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人及其他核心人员等专职在本公司工作，并在公司领取薪酬。本公司已建立独立的劳动、人事、社会保障体系及工资管理体系，与员工签订了劳动合同。公司在劳动、人事、工资管理等方面均完全独立。

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独立的职能机构，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、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子公司等的财务管理制度。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。

二、重大资产重组情况

自浩丰有限设立以来，重大资产重组情况为 2006 年、2008 年浩丰有限收购浩丰时代合计 100%股权，具体情况如下：

（一）收购浩丰时代99.5%的股权

2006 年 8 月 1 日，浩丰时代股东会作出决议，同意刘明、孙成文、李军、王建军、李卫东、苏勇、夏家明、于涛、徐呈祁、李剑虹、张召辉、李惠波、王政国、张杰、崔钢、王彦、高慷、李晓焕将其持有的浩丰时代合计 99.5%的股权转让给浩丰有限。

同日，以上 18 名自然人与浩丰有限共同签署《出资转让协议书》，将其持有的浩丰时代合计 99.5%的股权按照原始出资额转让给浩丰有限。

2006 年 8 月 22 日，浩丰时代取得北京市工商局海淀分局换发的《企业法人营业执照》。该次收购完成后，浩丰有限持有浩丰时代 99.5%的股权，刘明持有浩丰时代 0.5%的股权，具体情况如下：

收购前浩丰时代股权结构			收购后浩丰时代股权结构		
股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
刘 明	70.28	17.57	刘 明	2	0.50
孙成文	49	12.25	浩丰有限	398	99.50
张召辉	38	9.50			
李 军	35	8.75			
李晓焕	30	7.50			
王建军	30	7.50			
李卫东	28	7.00			
李惠波	26	6.50			
高 慷	21	5.25			
王政国	16.72	4.18			
夏家明	10	2.50			
苏 勇	10	2.50			
张 杰	9	2.25			
崔 钢	8	2.00			
于 涛	8	2.00			
徐呈祁	5	1.25			
李剑虹	4	1.00			
王 彦	2	0.50			
合 计	400	100.00	合 计	400	100.00

（二）收购浩丰时代0.5%的股权

2008年4月30日，浩丰时代股东会作出决议，同意刘明将其持有的浩丰时代0.5%股权转让给浩丰有限。

同日，浩丰有限与刘明签署《股权转让协议》，约定刘明将其持有的浩丰时代0.5%的股权按照原始出资额转让给浩丰有限。

2008年5月15日，浩丰时代取得北京市工商局海淀分局换发的《企业法人营业执照》。该次收购完成后，浩丰时代成为浩丰有限全资子公司。

经核查，保荐机构认为：上述股权收购事宜已经履行必要的法律程序，符合法律、法规及规范性文件的规定。截至目前，发行人不存在其他未披露的合并、分立、增资扩股、减少注册资本、收购或出售资产的行为，亦不存在拟进行的资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等计划或安排。

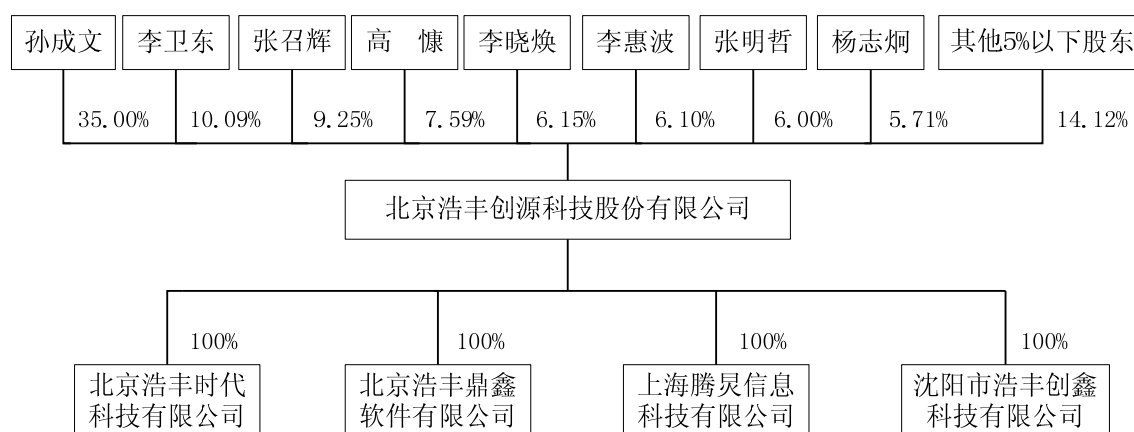
经核查，律师认为：上述股权收购事宜已经履行必要的法律程序，符合当

时有效的法律、法规及规范性文件的规定。截至目前，发行人不存在其他合并、分立、增资扩股、减少注册资本、收购或出售资产的行为，亦不存在拟进行的资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等计划或安排。

三、发行人股权结构和内部组织结构

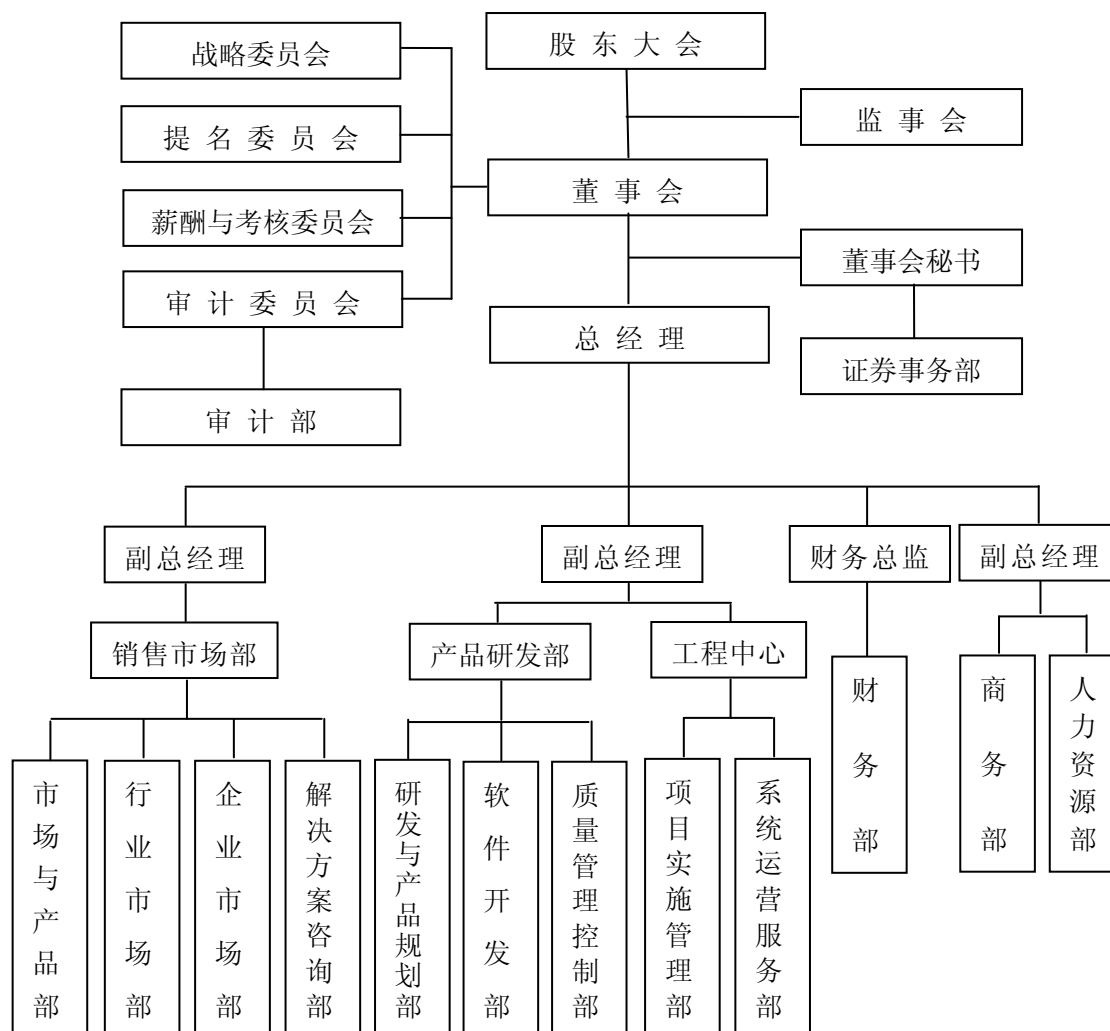
（一）发行人股权结构图

截至目前，发行人的股权结构图如下所示：



（二）发行人内部组织结构图

截至目前，发行人的内部组织结构图如下所示：



（三）发行人职能部门情况

公司董事会下设专门委员会和总经理。其中专门委员会负责制定公司整体发展战略并监督战略的实施；总经理负责公司日常经营与管理。

审计部：负责公司内部审计管理；制订公司内部审计制度、专项审计管理办法及内部审计工作规范；对公司内控制度运行情况进行审计监督评价；对由正式审计机构出具的审计报告进行复核；对公司发展战略和中长期发展规划的实施进行内部审计；向董事会提交公司年度内部审计工作报告，并执行由董事会决定的其它专项审计。

证券事务部：协助董事会秘书做好股东大会、董事会、监事会的会务工作

及信息披露、股权管理、投资者服务工作；负责收购、兼并、股权投资转让等资本运作事项；负责公司对外投资的日常管理工作、各专项基金和资金的申请工作；负责公司法律事务处理，参与筹备上市的具体操作；负责与各中介机构以及监管部门的日常工作联络。

销售市场部：负责公司的品牌形象推广和公共关系；负责售前咨询、方案设计、外购设备选型和估价、客户开发、市场推广及销售工作；负责项目相关合同的签订及合同款的回款工作；配合工程中心完成项目的实施和后续维护工作。

产品研发部：负责公司技术方向和产品体系的规划和实施；负责公司技术和产品的研究与开发；负责公司技术质量体系的建立、执行、评测和提升；支持工程中心完成项目的实施和后续维护工作。

工程中心：负责对外购产品进行质量验收；负责公司承接项目的实施工作，完成项目管理、现场实施、定制开发、外购设备集成、开发外包管理、上线验收、客户培训等工作；负责客户产品的长期维护服务工作；配合产品研发部完成产品的实际环境验证和反馈工作。

商务部：负责制订公司采购、招投标、合同管理的实施细则；负责与供应商谈判工作；负责公司的库存管理；负责公司合同的签订、变更、执行和终止，以及合同保存；负责公司各项专业资质、以及软件注册权的申请、年审、变更及注销等。

财务部：负责制定和完善公司的财务管理制度并组织实施，负责公司财务的预决算，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；负责组织公司各部门的预算编制和计划考核；负责公司资金平衡计划，资金筹措与使用管理。

人力资源部：负责制定并完善各项人力资源管理制度和体系；负责公司劳动组织管理、绩效管理、培训管理、人事管理等工作；负责公司人才的引进、培养与管理。

四、发行人控股子公司、参股公司简要情况

截至目前，公司有 4 家全资子公司，无参股公司。4 家全资子公司分别为浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵及浩丰创鑫。日本浩丰原为浩丰时代的全资子

公司，发行人的孙公司，已于 2009 年 9 月注销。

（一）北京浩丰时代科技有限公司

法定代表人：李惠波

成立日期：2000 年 1 月 4 日

注册资本：400 万元

实收资本：400 万元

住所：北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 A 座 7C

1、浩丰时代主营业务情况

浩丰时代主要业务是向各行业企业提供营销信息化解决方案，在发行人内部业务定位为向部分原有客户提供营销信息化系统的升级、运维服务。

报告期内，浩丰时代主营业务未发生重大变化。

2、报告期浩丰时代的主要财务数据

（1）资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
资产总计	15,952,832.25	16,655,702.04	18,076,339.84
流动资产	15,784,362.82	16,506,813.84	17,789,764.96
非流动资产	168,469.43	148,888.20	286,574.88
负债合计	305,168.95	784,816.34	2,041,981.04
流动负债	305,168.95	784,816.34	2,041,981.04
非流动负债	-	-	-
所有者权益合计	15,647,663.30	15,870,885.70	16,034,358.80

（2）利润表主要数据

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	1,928,771.82	5,375,621.74	39,882,474.01
营业利润	-291,184.89	-49,161.53	545,164.30
利润总额	-275,487.00	-68,213.65	897,943.59
净利润	-223,222.40	-163,473.10	661,666.56

(3) 现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	574,846.54	1,897,307.07	5,422,732.62
投资活动产生的现金流量净额	37,789.66	-8,120.00	823,967.26
筹资活动产生的现金流量净额	-	-8,000,000.00	-
现金及现金等价物净增加额	612,636.20	-6,110,812.93	6,246,699.88
期末现金及现金等价物余额	5,074,088.54	4,461,452.34	10,572,265.27

注：以上数据经中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

3、浩丰时代不存在为发行人承担成本费用的情形

(1) 浩丰时代收入、成本、费用均呈现明显下降趋势

报告期内，浩丰时代的收入、成本、费用情况如下：

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	1,928,771.82	5,375,621.74	39,882,474.01
营业成本	1,152,661.45	2,583,764.64	31,868,243.01
营业税金及附加	60,353.42	142,345.26	491,716.21
销售费用	63,720.21	892,053.14	2,659,941.31
管理费用	795,403.99	1,960,138.81	4,282,931.72
财务费用	-61,240.76	-161,636.24	-36,291.75

浩丰时代设立于 2000 年 1 月，设立时的主要业务为向酒店、政府、电视购物等商业和服务业客户销售呼叫中心系统。随着市场竞争的日益激烈，单纯的呼叫中心功能已不能适应营销信息化客户多样化、深层次的需求，因此公司创始股东在 2005 年设立了浩丰创源，并逐步由浩丰创源承接业务，为了保持业务的连续性，浩丰时代仍有部分老客户的平台升级及运维业务等，但订单数量持续降低，收入呈现明显下降趋势。同时，浩丰时代的营业成本、销售费用、管理费用也呈现明显的下降趋势，与营业收入的下降趋势基本一致。但由于浩丰时代开展业务还需要承担必要的管理和销售人员工资、办公费和房屋租赁费用等，因此最近两年出现了略微亏损情况。

(2) 发行人与子公司之间财务独立核算

发行人及子公司具有严格的内控制度，财务部门均独立运作，建立了独立的财务核算体系。发行人及子公司的收入、成本、费用严格按照企业会计准则的要求，区分不同的法人主体，根据业务开展独立确认收入，同时将实际发生

的成本、费用予以归集，浩丰时代与发行人之间完全相互独立核算，不存在替发行人承担成本费用的情况。

（3）发行人与子公司建立了绩效考核体系

发行人及子公司的管理人员、业务人员均有严格的绩效考核体系。发行人及子公司的业务均能够独立核算，也是发行人与子公司实现内部管理的需要。

（4）浩丰时代不存在替发行人承担成本费用的动机

自 2010 年起，浩丰时代与浩丰创源企业所得税税率相同，且浩丰时代为发行人全资子公司，浩丰时代不存在替发行人承担成本费用的动机。

经核查，保荐机构认为：浩丰时代独立运作，不存在为发行人承担成本费用的情形。

经核查，申报会计师认为：浩丰时代独立运作，不存在为发行人承担成本费用的情形。

4、浩丰时代早先业务情况

浩丰时代设立于 2000 年 1 月，设立时的主要业务为向酒店、政府、电视购物等商业和服务业客户销售呼叫中心系统。

5、浩丰时代历史沿革情况

（1）2000 年 1 月成立

2000 年 1 月，刘明、刘巍、李晓焕、孙成文等 13 名自然人共同出资 240.72 万元成立了北京浩丰时代科技有限公司。1999 年 12 月 29 日，北京中之光会计师事务所有限责任公司对股东出资情况进行了审验，出具了（99）京之验字第 823 号《开业登记验资报告书》验证出资到位。2000 年 1 月 4 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局领取了 1101082114852 号企业法人营业执照。

浩丰时代设立时，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	刘明	货币	50	20.77%
2	刘巍	货币	50	20.77%
3	李晓焕	货币	30	12.46%
4	孙成文	货币	30	12.46%
5	李惠波	货币	20	8.31%
6	张召辉	货币	20	8.31%
7	王政国	货币	16.72	6.95%
8	胡兆欣	货币	10	4.15%

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
9	毕航	货币	5	2.08%
10	张杰	货币	3	1.25%
11	崔钢	货币	2	0.83%
12	张乐奕	货币	2	0.83%
13	王彦	货币	2	0.83%
	合 计		240.72	100.00%

（2）2002 年 6 月第一次股权转让

2002 年 5 月 22 日，经浩丰时代股东会审议，同意股东刘巍将 50 万元出资转让给孙成文，胡兆欣将 10 万元出资转让给孙成文。同日，上述出资转让方与受让方共同签订了《出资转让协议书》。2002 年 6 月 3 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次股权转让完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	孙成文	货币	90	37.39%
2	刘明	货币	50	20.77%
3	李晓焕	货币	30	12.46%
4	李惠波	货币	20	8.31%
5	张召辉	货币	20	8.31%
6	王政国	货币	16.72	6.95%
7	毕航	货币	5	2.08%
8	张杰	货币	3	1.25%
9	崔钢	货币	2	0.83%
10	张乐奕	货币	2	0.83%
11	王彦	货币	2	0.83%
	合 计		240.72	100.00%

（3）2002 年 7 月第一次增资

2002 年 7 月 11 日，经浩丰时代股东会审议，同意吸收许小平、李军、唐泽军、李卫东、阳艳、夏家明、徐呈祁、薛珑、苏勇、戴维兴、李剑虹、王跃绯为公司新股东，增加注册资本 159.28 万元。2002 年 7 月 24 日，北京中燕通会计师事务所有限公司对股东出资情况进行了审验，出具了中燕验字（2002）第 1-01-2050 号《变更登记验资报告书》验证增资到位。2002 年 7 月 30 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次增资完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	孙成文	货币	90	22.50%
2	刘明	货币	62.28	15.57%
3	许小平	货币	33	8.25%
4	李晓焕	货币	30	7.50%
5	张召辉	货币	29	7.25%
6	李惠波	货币	26	6.50%
7	王政国	货币	16.72	4.18%
8	李军	货币	13	3.25%
9	唐泽军	货币	13	3.25%
10	毕航	货币	12	3.00%
11	李卫东	货币	12	3.00%
12	阳艳	货币	12	3.00%
13	张杰	货币	9	2.25%
14	崔钢	货币	8	2.00%
15	张乐奕	货币	5	1.25%
16	夏家明	货币	5	1.25%
17	徐呈祁	货币	5	1.25%
18	薛珑	货币	5	1.25%
19	苏勇	货币	4	1.00%
20	李剑虹	货币	4	1.00%
21	戴维兴	货币	3	0.75%
22	王彦	货币	2	0.50%
23	王跃绯	货币	1	0.25%
	合 计		400	100.00%

（4）2003 年 9 月第二次股权转让

2003 年 9 月 19 日，经浩丰时代股东会审议，同意股东孙成文、许小平、唐泽军等转让股权，具体转让情况如下：

转让方	转让出资额（万元）	受让出资额（万元）	受让方
孙成文	41	27	王建军
		14	李卫东
许小平	33	1	
		21	高 慷
		6	苏 勇
		3	王建军
		2	李 军
唐泽军	13	13	
阳艳	12	7	夏家明
		5	
薛 珑	5	8	于 涛
戴维兴	3		

转让方	转让出资额（万元）	受让出资额（万元）	受让方
王跃绯	1	1	李卫东

同日，上述出资转让方与受让方共同签订了《出资转让协议书》。2003 年 9 月 26 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次股权转让完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	刘明	货币	62.28	15.57%
2	孙成文	货币	49	12.25%
3	李军	货币	35	8.75%
4	李晓焕	货币	30	7.50%
5	王建军	货币	30	7.50%
6	张召辉	货币	29	7.25%
7	李卫东	货币	28	7.00%
8	李惠波	货币	26	6.50%
9	高慷	货币	21	5.25%
10	王政国	货币	16.72	4.18%
11	毕航	货币	12	3.00%
12	夏家明	货币	10	2.50%
13	苏勇	货币	10	2.50%
14	张杰	货币	9	2.25%
15	崔钢	货币	8	2.00%
16	于涛	货币	8	2.00%
17	张乐奕	货币	5	1.25%
18	徐呈祁	货币	5	1.25%
19	李剑虹	货币	4	1.00%
20	王彦	货币	2	0.50%
	合 计		400	100.00%

（5）2004 年 5 月第三次股权转让

2004 年 5 月 17 日，经浩丰时代股东会审议，同意股东毕航分别将 9 万元出资转让给张召辉、3 万元出资转让给刘明，张乐奕将 5 万元出资转让给刘明。同日，上述出资转让方与受让方共同签订了《出资转让协议书》。2004 年 5 月 20 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次股权转让完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	刘明	货币	70.28	17.57%
2	孙成文	货币	49	12.25%
3	张召辉	货币	38	9.50%
4	李军	货币	35	8.75%
5	李晓焕	货币	30	7.50%
6	王建军	货币	30	7.50%
7	李卫东	货币	28	7.00%
8	李惠波	货币	26	6.50%
9	高慷	货币	21	5.25%
10	王政国	货币	16.72	4.18%
11	夏家明	货币	10	2.50%
12	苏勇	货币	10	2.50%
13	张杰	货币	9	2.25%
14	崔钢	货币	8	2.00%
15	于涛	货币	8	2.00%
16	徐呈祁	货币	5	1.25%
17	李剑虹	货币	4	1.00%
18	王彦	货币	2	0.50%
	合 计		400	100.00%

（6）2006 年 8 月第四次股权转让

2006 年 8 月 1 日，浩丰时代股东会作出决议，同意刘明、孙成文、李军、王建军、李卫东、苏勇、夏家明、于涛、徐呈祁、李剑虹、张召辉、李惠波、王政国、张杰、崔钢、王彦、高慷、李晓焕将其持有的浩丰时代合计 99.5% 的股权转让给浩丰有限。同日，上述出资转让方与受让方共同签订了《出资转让协议书》。2006 年 8 月 22 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次股权转让完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额(万元)	出资比例
1	北京浩丰创源科技有限公司	货币	398	99.50%
2	刘明	货币	2	0.50%
	合 计		400	100.00%

（7）2008 年 5 月第五次股权转让

2008 年 4 月 30 日，浩丰时代股东会作出决议，同意刘明将其持有的浩丰时代 0.5% 股权转让给浩丰有限。同日，上述出资转让方与受让方共同签订了《出资转让协议书》。2008 年 5 月 15 日，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次股权转让完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	北京浩丰创源科技有限公司	货币	400	100.00%
	合 计		400	100.00%

至此，浩丰时代成为浩丰有限全资子公司，

（8）2010 年 4 月股东名称变更

2010 年 4 月 8 日，浩丰时代股东会作出决议，同意股东名称变更为北京浩丰创源科技股份有限公司。2010 年 4 月，浩丰时代在北京市工商行政管理局海淀分局领取了新的企业法人营业执照。

本次变更完成后，出资情况如下：

序号	出资人名称	出资方式	出资金额（万元）	出资比例
1	北京浩丰创源科技股份有限公司	货币	400	100.00%
	合 计		400	100.00%

6、浩丰时代与发行人业务的区别和联系

浩丰时代设立时间较早，设立时的主要业务为向酒店、政府、电视购物等商业和服务业客户销售呼叫中心系统。

（1）浩丰时代与发行人业务主要区别为：浩丰时代主要业务为销售呼叫中心系统，主要的客户群为酒店、政府、电视购物等行业；发行人的主营业务为营销信息化建设及相关服务，主要客户群为银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业的客户。无论是在产品技术水平的深度、还是在产品功能的成熟度、以及应用行业的广泛度和影响力等方面，发行人的实力都已经超越浩丰时代。

（2）浩丰时代与发行人业务主要联系为：浩丰时代向其部分原有客户的呼叫中心系统提供升级和运维服务等；由于浩丰时代的品牌实力较弱、产品也逐渐落后，浩丰时代的业务逐步为发行人所取代。

7、新设发行人及收购浩丰时代原因

（1）新设浩丰有限的原因

浩丰时代设立于 2000 年，主营业务定位为向酒店、政府、电视购物等行业销售呼叫中心系统。随着市场竞争的日益激烈，单纯的呼叫中心功能已不能适应营销信息化客户多样化、深层次的需求，浩丰时代原本定位于呼叫中心的经营方向亟需调整，产品功能和市场外延亟需扩大，浩丰时代逐步面临越来越大

的业务发展压力。

开辟新的市场，面临着许多不确定性的风险。一是研发投入的风险，随着互联网应用的不断普及，传统的电信通讯方式需要与计算机技术相结合；同时，随着向保险、银行等行业的大型客户拓展，公司需要不断增加产品功能，加强软件研发能力，提高产品的标准化程度。二是市场的风险，大型企业的进入壁垒较高，公司面临着巨大的技术投入后不能及时获得市场份额的经营风险，面临着新产品在实施过程中不能满足客户需求从而不能及时获得收入的风险，同时公司的资本金较小，流动资金无法满足业务拓展的需求。基于分散风险的考虑，创始股东决定出资创立浩丰有限。

（2）浩丰有限收购浩丰时代的原因

浩丰有限设立后，企业经营战略得到有效执行，产品不断完善，市场不断开拓，竞争力不断加强。为了统一公司的研发、管理以及市场职能，整合资源，减少相关费用，浩丰有限收购了浩丰时代。

浩丰时代被浩丰有限收购为子公司后，其在发行人内部业务定位为向部分原有客户的呼叫中心系统提供升级和运维服务等。

经核查，保荐机构认为：浩丰时代历史沿革清晰；其业务主要是向酒店、政府、电视购物等商业和服务业客户销售呼叫中心系统；发行人的营销信息化业务是在浩丰时代呼叫中心业务基础上发展而来；发行人主要股东依照业务发展需要设立了浩丰有限，并为便于管理、整合资源收购了浩丰时代，符合公司的实际经营情况。

经核查，律师认为：浩丰时代历史沿革清晰；其业务主要是向酒店、政府、电视购物等商业和服务业客户销售呼叫中心系统；发行人的营销信息化业务是在浩丰时代呼叫中心业务基础上发展而来；发行人主要股东依照业务发展需要设立了浩丰有限，并为便于管理、整合资源收购了浩丰时代，符合公司的实际经营情况。

（二）北京浩丰鼎鑫软件有限公司

法定代表人：张召辉

成立日期：2008年12月1日

注册资本：500万元

实收资本：500 万元

住所：北京市海淀区马甸东路 17 号 7 层 816

1、主营业务情况

浩丰鼎鑫软件有限公司主要从事营销信息化解决方案中软件的研发、项目实施及技术服务工作。报告期内，浩丰鼎鑫主营业务未发生重大变化。

2、经营情况

单位：元

项 目	总资产	净资产	营业收入	净利润
2011 年末或 2011 年度	69,950,450.02	66,122,417.52	47,306,696.12	33,516,441.18

注：以上数据经中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（三）上海腾灵信息科技有限公司

法定代表人：高慷

成立日期：2010 年 12 月 8 日

注册资本：200 万元

实收资本：200 万元

住所：上海市漕溪北路 88 号 1507 室

1、主营业务情况

上海腾灵主要在华东地区从事向各行业企业提供营销信息化解决方案业务，包括部分软件产品的研发及对华东地区客户的技术服务。上海腾灵在发行人内部的业务定位为拓展华东市场和承担部分研发职能。

报告期内，上海腾灵主营业务未发生重大变化。

2、经营情况

单位：元

项 目	总资产	净资产	营业收入	净利润
2011 年末或 2011 年度	7,852,037.24	6,064,761.45	7,828,536.41	4,077,739.80

注：以上数据经中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（四）沈阳市浩丰创鑫科技有限公司

法定代表人：张明哲

成立日期：2011 年 7 月 1 日

注册资本：200 万元

实收资本：200 万元

住所：沈阳市和平区南五马路 183 甲（512）

1、主营业务情况

浩丰创鑫主要在东北地区从事向各行业企业提供营销信息化解决方案业务，并提供营销信息化系统的升级、运维服务。

截至 2011 年 12 月 31 日，浩丰创鑫尚未正式开展业务。

2、经营情况

单位：元

项 目	总资产	净资产	营业收入	净利润
2011 年末或 2011 年度	1,984,422.58	1,984,412.52	-	-15,587.48

注：以上数据经中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（五）日本浩丰时代科技有限公司（已注销）

法定代表人：张伟

成立日期：2003 年 8 月 1 日

注册资本：15,000,000.00 日元

实收资本：15,000,000.00 日元

住所：日本国东京都足立区栗原四丁目 6 番 11 号

1、日本浩丰设立及主营业务情况

2003 年，经北京市对外经济贸易委员会出具的京经贸服贸字[2003]101 号《转发〈商务部关于同意在日本设立日本浩丰时代科技有限公司的批复〉》、国家外汇管理局出具的汇审[2003]018 号《国家外汇管理局北京外汇管理部境外投资外汇资金来源审查意见》批准，浩丰时代以人民币购汇投资设立日本浩丰，并依法办理了境外投资外汇登记和资金购汇汇出核准手续。

日本浩丰的主营业务是向日本市场销售自主开发的呼叫中心产品，引进技术领先的新产品，呼叫中心的建设和运营咨询服务。

2、日本浩丰注销情况

由于日本浩丰一直未达经营目的，其母公司浩丰时代于 2009 年 5 月 28 日召开股东会，决议将日本浩丰清算并关闭。2009 年 8 月 31 日，日本浩丰于东京都主税局清算完毕并备案，2009 年 9 月 2 日，日本浩丰于东京法务局城北出張所登记注销。2009 年 9 月 22 日，北京市商务委员会出具了京商务经字

[2009]176 号文件，同意撤消日本浩丰时代科技有限公司备案。

2009 年 12 月，日本浩丰回收清算完毕后的投资 10,939,495 日元（约合 82 万人民币），汇入浩丰时代的银行账户，并依法办理了国家外汇管理局资本项目外汇业务核准。

根据日本西村朝日律师事务所 2011 年 11 月 4 日出具的法律意见书及相关法律文件，日本浩丰依据日本的法律合法设立，设立后至清算结束前没有违反日本法律法规而受到处罚的行为，依法纳税，清算结束时无未决诉讼、调解、仲裁等情形，清算结束时已清理完毕所有债权债务，登记手续符合日本法律。

五、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的股东情况

公司持股 5%以上股份的股东为孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯，共 8 人。基本信息如下：

姓名	身份证号码	住所	国籍	境外永久居留权
孙成文	110105196406*****	北京市海淀区	中国	加拿大永久居留权
李卫东	110103196804*****	北京市朝阳区	中国	无
张召辉	110224197112*****	北京市大兴区	中国	无
高 慷	320202197108*****	广东省深圳市南山区	中国	无
李晓焕	110105196404*****	北京市海淀区	中国	无
李惠波	110108196402*****	北京市海淀区	中国	无
张明哲	210113197410*****	辽宁省沈阳市皇姑区	中国	加拿大永久居留权
杨志炯	210103196602*****	北京市海淀区	中国	无

（二）控股股东和实际控制人控制的其他企业

自 2008 年 12 月以来，孙成文先生一直为公司的实际控制人。截至本招股说明书签署之日，孙成文先生持有公司 10,780,000 股股份，占发行前总股本的 35.00%。截至本招股说明书签署之日，控股股东、实际控制人孙成文先生无控制的其他企业。

（三）主要股东持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司主要股东持有本公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

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

公司发行前总股本为 3,080 万股。本次公开发行 1,030 万股社会公众股，本次发行股份占发行后总股本的 25.06%，详见下表：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	孙成文	10,780,000.00	35.00%	10,780,000.00	26.23%
2	李卫东	3,107,104.00	10.09%	3,107,104.00	7.56%
3	张召辉	2,848,692.00	9.25%	2,848,692.00	6.93%
4	高 慷	2,337,104.00	7.59%	2,337,104.00	5.69%
5	李晓焕	1,894,816.00	6.15%	1,894,816.00	4.61%
6	李惠波	1,877,876.00	6.10%	1,877,876.00	4.57%
7	张明哲	1,848,000.00	6.00%	1,848,000.00	4.50%
8	杨志炯	1,757,448.00	5.71%	1,757,448.00	4.28%
9	谭宏源	1,391,236.00	4.52%	1,391,236.00	3.39%
10	毕春斌	1,386,000.00	4.50%	1,386,000.00	3.37%
11	李向军	1,386,000.00	4.50%	1,386,000.00	3.37%
12	崔 钢	85,316.00	0.28%	85,316.00	0.21%
13	高懿鹏	44,044.00	0.14%	44,044.00	0.11%
14	董丽彬	22,484.00	0.07%	22,484.00	0.05%
15	田亚君	22,484.00	0.07%	22,484.00	0.05%
16	唐超凤	11,396.00	0.04%	11,396.00	0.03%
17	公众投资者	-	-	10,300,000.00	25.06%
合 计		30,800,000.00	100.00%	41,100,000.00	100.00%

（二）前十名股东及在公司担任职务情况

截至目前，公司共有 16 名股东。公司前十名股东持股情况及前十名自然人股东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	孙成文	10,780,000.00	35.00%	董事长兼总经理
2	李卫东	3,107,104.00	10.09%	董事
3	张召辉	2,848,692.00	9.25%	董事、副总经理
4	高 慷	2,337,104.00	7.59%	市场与产品部经理
5	李晓焕	1,894,816.00	6.15%	工程中心经理
6	李惠波	1,877,876.00	6.10%	监事会主席
7	张明哲	1,848,000.00	6.00%	董事、副总经理
8	杨志炯	1,757,448.00	5.71%	副总经理、董事会秘书
9	谭宏源	1,391,236.00	4.52%	质量管理控制部经理
10	毕春斌	1,386,000.00	4.50%	研发与产品规划部经理
11	李向军	1,386,000.00	4.50%	行业市场部经理

（三）最近一年发行人新增股东情况

发行人最近一年无新增股东。

（四）发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司各股东间无关联关系。

（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

公司控股股东及实际控制人孙成文、第二大股东李卫东、第三大股东张召辉承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板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，也不由公司回购其持有的股份。

公司股东高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯、谭宏源、毕春斌、李向军、崔钢、高懿鹏、董丽彬、田亚君、唐超凤承诺：自公司本次发行的股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的自然人股东承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日

起六个月内申报离职，则自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，则自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。

七、公司发行内部职工股及工会持股、信托持股、委托持股情况

发行人成立至今未发行过内部职工股，不存在工会、职工持股会、信托持股或股东数量超过二百人的情况。

本公司自然人股东为孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯、谭宏源、毕春斌、李向军、崔钢、高懿鹏、董丽彬、田亚君、唐超凤，实际控制人为孙成文先生。公司全体股东已出具《证明函》，承诺其所持股份系本人真实持有，不存在本人接受他人委托代其持股的情形；所持股份不存在质押、司法冻结等可能导致本人行使股东权利受到限制的情形；本人持有的股份不存在纠纷或潜在纠纷。

八、员工及社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

时间	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
人数	110	82	79

（二）员工专业结构

专业类别	员工人数（人）	占员工总数比例
管理人员	13	11.82%
购销人员	13	11.82%
技术人员	84	76.36%
合 计	110	100.00%

（三）员工受教育程度

受教育程度	员工人数（人）	占员工总数比例
博 士	1	0.91%
硕 士	5	4.55%
大学本科	62	56.36%
大 专	33	30.00%
中专及中专以下	9	8.18%
合 计	110	100.00%

（四）员工年龄分布

年龄区间	员工人数（人）	占员工总数比例
41~50岁	20	18.18%
31~40岁	43	39.09%
30岁及30岁以下	47	42.73%
合 计	110	100.00%

（五）社会保障及福利制度情况

本公司实行劳动合同制，员工按照《劳动合同法》与公司签订《劳动合同》，承担义务并享受权利。公司认真贯彻执行国家和地方有关劳动、工资、保险等方面的法律法规，依法办理劳动用工手续，按规定确立劳动试用期、合同期限、工时制度、劳动保障以及劳动合同的变更、解除和终止。

公司已根据国家和地方政府的有关规定，执行统一的社会保障制度，缴纳了养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险以及住房公积金。

1、社保、住房公积金缴费比例和缴费人数

截至 2011 年 12 月 31 日，发行人及其子公司住所地北京、上海、沈阳规定的社会保险及住房公积金缴费比例如下：

项目	险种	北京		上海		沈阳	
		单位	个人	单位	个人	单位	个人
社保	养老保险	20%	8%	22%	8%	20%	8%
	医疗保险	10%	2%+3 元	12%	2%	8%+4 元	2%+4 元
	生育保险	0.8%	-	0.8%	-	0.6%	-
	工伤保险	0.8%	-	0.5%	-	0.7%	-
	失业保险	1%	0.2%	1.7%	1%	2%	1%
住房公积金		12%	12%	7%	7%	12%	12%

报告期内发行人及其子公司为员工缴纳社会保险、住房公积金的人数情况为：

单位：人

时间	员工总人数	社会保险		住房公积金	
		缴纳人数	未缴人数及原因	缴纳人数	未缴人数及原因
2009-12-31	79	77	2（新入职员工尚未办理完毕缴费手续、外籍人士）	77	2（新入职员工尚未办理完毕缴费手续、外籍人士）
2010-12-31	82	81	1（外籍人士）	81	1（外籍人士）
2011-12-31	110	109	1（外籍人士）	109	1（外籍人士）

截至 2011 年 12 月 31 日，共计 1 名员工未在发行人及其现有控股子公司处缴纳社会保险和住房公积金，该名员工系外籍人士，无需在发行人处缴纳住房公积金。2011 年 10 月 15 日人力资源和社会保障部颁布实施了《在中国境内就业的外国人参加社会保险暂行办法》，要求境内依法注册的企业应当为所招用外籍员工缴纳社会保险。在此之前发行人无需为外籍人士缴纳社会保险。发行人正在为该名外籍员工办理社会保险缴费手续。

发行人及其现有控股子公司已按照国家和北京市、上海市、沈阳市的规定，按照员工的不同情况为除外籍员工外的全体员工缴纳社会保险和住房公积金，缴费比例符合北京市、上海市、沈阳市的相关规定。

2、社保、住房公积金合法性证明

北京市海淀区人力资源和社会保障局、上海市徐汇区人力资源和社会保障局对发行人及浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵在报告期内的社保守法情况出具了书面证明。

北京住房公积金管理中心西城管理部、北京住房公积金管理中心朝阳管理部、上海市公积金管理中心等政府主管部门对发行人及浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵在报告期内的住房公积金守法情况出具了书面证明。

经核查，保荐机构认为：报告期内发行人及其子公司已为除一名外籍员工以外的全体员工缴纳社会保险金及住房公积金，缴费人员及缴费比例符合国家劳动保障法律、法规的有关规定。

经核查，律师认为：报告期内发行人及其子公司已为除一名外籍员工以外的其他全体员工缴纳社会保险金及住房公积金，缴费人员及缴费比例符合国家劳动保障法律、法规的有关规定。

九、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做出自愿锁定股份的承诺，具体内容详见本节“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）关于避免同业竞争的承诺

为保障公司及全体股东的利益，公司控股股东及实际控制人孙成文出具了《避免同业竞争承诺函》。承诺内容如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人未投资于任何与浩丰创源存在相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，未经营也没有为他人经营与浩丰创源相同或类似的业务；本人与浩丰创源不存在同业竞争。今后本人或本人届时控股或实际控制的公司也不会以任何方式在中国境内外直接或间接参与任何导致或可能导致与浩丰创源主营业务直接或间接产生竞争的业务或活动，亦不生产任何与浩丰创源产品相同或相似的产品。

2、若浩丰创源认为本人或本人控股或实际控制的公司从事了对浩丰创源的业务构成竞争的业务，本人将及时转让或者终止、或促成本人控股或实际控制的公司转让或终止该等业务。若浩丰创源提出受让请求，本人将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让、或促成本人控股或实际控制的公司将该等业务优先转让给浩丰创源。

3、如果本人或本人控股或实际控制的企业将来可能获得任何与浩丰创源产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知浩丰创源并尽力促成该等业务机会按照浩丰创源能够接受的合理条款和条件首先提供给浩丰创源。

4、本人将保证合法、合理地运用股东权利，不采取任何限制或影响浩丰创源正常经营的行为。

5、如因本人或本人控股或实际控制的公司违反本承诺而导致浩丰创源遭受损失、损害和开支，将由本人予以全额赔偿。

第六节 业务和技术

一、公司的主营业务和主要产品及变化情况

公司是国内领先的营销信息化解决方案提供商，主营业务是向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供具有自主知识产权的营销信息化解决方案，包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台和相关技术服务。

公司自成立以来，长期致力于营销信息化领域的市场研究和技术创新，始终坚持面向市场需求和紧随行业技术发展动态，通过持续开发具有自主知识产权的产品提升企业的核心竞争力，为客户提供营销信息化解决方案和相应的技术服务。公司目前已经掌握软交换、多媒体通信、CTI、工作流、业务规则引擎、知识发现、应用服务器等多技术领域相关的、体系化的核心技术，形成了客户关系管理系统 InterAct Agent、营销策略辅助智能分析系统、营销组织与过程控制系统、供应链管理系统、Samba Dialer 预拨号系统、XContact 多媒体呼叫中心接入系统、LiLac 进程间通信中间件软件、VOM 虚拟组织管理软件、智能视频通讯管理系统、网络监控与优化管理系统、CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台等 40 余项计算机软件著作权，能够为各行业企业提供包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台的创新型营销信息化解决方案。

公司主营业务及功能和公司拥有的相关计算机软件著作权如下：

系统及服务	系统功能及服务内容描述	相关计算机软件著作权
联络中心及统一通信平台	为企业提供对外联络和对内协作的一体化通信平台。 平台支持电信网、互联网等多媒体通信方式，能够与营销业务及管理平台协同进行各种通信活动，包括自动化、智能化的发起与客户的联络活动，以及内部协作通信，并在通信过程中为营销业务及管理平台采集信息。 联络中心及统一通信平台能够实现高效通信和信息共享。	IVR2000 语音自动应答系统 V2.0、V3.0 InterAct Recorder 数字录音系统 V2.0、V4.0 XContact 多媒体呼叫中心接入系统 V2.0、V1.0 呼叫中心中间件软件-InterAct Meridian Link V2.0 腾灵进程间通信中间件软件 V1.0 基于板卡的呼叫中心平台软件包 V1.0 腾灵智能视频通讯管理软件 V1.0 网络监控与优化管理 V1.0 腾灵智能机房动力环境监控软件 V1.0 腾灵短信平台管理软件 V1.0 智能网络设备远程监控与管理系统 V1.0

系统及服务	系统功能及服务内容描述	相关计算机软件著作权
		联络中心综合质量监测系统 V1.0 自动语音关键词识别系统 V1.0
营销业务及管理平台	为企业提供营销活动的策划与执行、客户服务活动的策划与执行，以及营销管理的一体化业务平台。平台能够通过对客户信息的智能分析，预测不同客户群的消费需求，并对营销活动进行策划、执行和监控； 平台能够通过对客户信息的智能分析，预测不同客户群的服务需求，并对客户服务活动进行策划、执行和监控； 平台支持企业营销业务的全面质量管理及绩效管理，支持企业内部进行客户满意度、业绩、成本、效率、技能等方面的关键绩效指标的设定、评测和考核。 营销业务及管理平台可以大幅提升企业的客户沟通质量和客户满意度、提升员工技能和组织效率，从而使企业的销售业绩获得快速提升。	VOM 虚拟组织管理软件 V3.0、V4.0 Samba Dialer 预拨号系统 V1.0、V3.0 电话营销媒体渠道管理系统 V1.0 客户关系管理系统-InterAct Agent V1.0、V3.0 人力资源管理系统 V1.0 银企直联系统 V1.0 银企直联企业代收费系统 V1.0 银企直联企业公务卡系统 V1.0 电话订单自动处理系统 V1.0 主动营销分析系统 V1.0 客户回访系统 V1.0 知识库管理系统 V1.0 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台 V1.0 组织与过程控制系统 V1.0 供应链管理系统 V1.0 服务与营销管理系统 V1.0 智能化电子营销平台 V1.0 绩效管理系统 V1.0 业务智能分析系统 V1.0 多环境智能数采系统 V1.0 密录语音分离系统 V1.0
技术服务	通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务手段，为客户提供 7*24 小时的维护保障服务，保证营销信息化系统的稳定运行。	-

公司的营销信息化解决方案具有稳定性强、功能完善、易于实施和维护等特点，可以高效地支持用户制定市场策略，完成营销策划、营销执行和控制，可以便捷地支持用户进行客户行为和价值分析、客户关系和体验管理、绩效管理、决策支持等诸多功能，从而帮助用户增加销售收入，降低营销成本，有效提高市场竞争力。目前，公司的营销信息化解决方案已经广泛部署于包括银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域的领军企业。

公司自设立以来主营业务未发生变化。

二、公司所处行业的基本情况

公司所处行业为营销信息化行业，根据《国民经济行业分类和代码表》

(GB/T4754-2002)，公司归属于电子信息产业中的软件行业。根据证监会上市公司行业分类指引，公司归属于计算机应用服务业下的计算机软件开发与咨询行业（行业代码：G8701）。

（一）行业主管部门、监管体制和主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

营销信息化行业主管部门为工业和信息化部软件服务业司。该司下设软件产业处、软件应用处、信息服务业处和综合处，主要负责指导软件业发展，拟订并组织实施软件、系统集成及服务的技术规范和标准，推动软件公共服务体系建设，推进软件服务外包，指导、协调信息安全技术开发。另外，本公司产品广泛应用于银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等多个行业或领域，因此还受到国家商务部、保监会等相关行业管理部门颁布的相关政策和规范影响。

营销信息化行业内部组织管理机构主要是中国软件行业协会。中国软件行业协会受国家工信部委托，对各地软件企业认定机构的认定工作进行业务指导、监督和检查；负责软件产品登记认证和软件企业资格认证工作；订立行业行规行约，约束行业行为，提高行业自律性；协助政府部门组织制定、修改本行业的国家标准和专业标准以及本行业的推荐性标准等。此外，国家版权局中国版权保护中心和中国软件登记中心为本行业计算机软件著作权登记管理部门。

2、行业主要法律法规和政策

营销信息化行业适用的主要法律法规及政策如下表，下列文件为促进本行业的持续成长和快速发展奠定了良好的行业规范和政策基础。

序号	时间 (年)	法律法规或政策名称	主要内容
1	1999	《计算机信息系统集成资质管理办法（试行）》（信部规[1999]1047号）	计算机信息系统集成的资质是指从事计算机信息系统集成的综合能力，该证书按照企业的综合能力分为四个等级。
2	2000	《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》（财税[2000]25号）	自2000年6月24日起至2010年底以前，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。

序号	时间 (年)	法律法规或政策名称	主要内容
3	2000	《软件企业认定标准及管理办法（试行）》（信部联产[2000]968号）	确定了软件企业的认证、登记办法，建立了以软件行业协会为执行单位，信息产业主管部门和税务部门为监督审批单位的软件企业认定机制。
4	2000	《鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》（国发[2000]18号）	在投融资、税收、产业技术、软件出口、收入分配、人才和知识产权保护等方面为我国软件产业的发展提供了政策扶植和保障。该文件表明了国家支持软件产业发展的长期政策导向。
5	2001	《国家软件产业基地管理办法》（计高技[2001]2836号）	明确了对软件产业基地的支持和扶持措施。
6	2002	《振兴软件产业行动纲要（2002年-2005年）》（国办发[2002]47号）	将软件产业的定位提到国民经济和社会发展的基础性、战略性产业的高度上，明确指出要以信息化带动工业化，为软件产业赋予了新的历史使命。
7	2002	《关于组织实施振兴软件产业行动计划的通知》（计高技[2002]2686号）	积极推动软件产业基础建设和重点专项工程的实施。
8	2004	《关于进一步提高我国软件企业技术创新能力的实施意见》（国科发高字[2004]124号）	通过多项措施促进我国软件企业在基础软件和共性软件领域的突破。
9	2005	《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）》（国发[2005]44号）和《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）若干配套政策的通知》（国发[2006]6号）	提出我国科学技术发展的总体目标，将大型应用软件的发展列入优先发展主题，并在科技投入、税收激励、金融支持、政府采购、创造和保护知识产权、人才队伍建设等多方面提出了具体措施。
10	2006	《关于推进“十一五”制造业信息化科技工程工作的若干指导意见》（国科发高字[2006]432号文）	着力开发一批集成系统和行业应用软件产品，促进规模化的应用与推广，培育系统集成商和软件开发商，促进产品产业化。
11	2006	《2006-2020年国家信息化发展战略》（中办发[2006]11号）	将推进国民经济信息化、推行电子政务、推进社会信息化等列为我国信息化发展的九项战略重点。将优先指定和实施电子政务行动计划、电子商务行动计划、关键信息技术自主创新计划等六项战略行动计划。
12	2006	《关于发展软件及相关信息服务出口的指导意见》商服贸发[2006]520号	从财政金融税收政策、人才培养、知识产权保护和国际合作等8个方面明确了今后促进我国软件及相关信息服务产品出口的努力方向。
13	2007	《信息产业“十一五”规划》（工业和信息化部，原信息产业部）	将壮大软件产业作为发展核心基础产业的主要任务。
14	2007	《软件产业“十一五”专项规划》（工业和信息化部，原信息产业部）	将软件服务、电子政务、电子商务和社区信息化、企业信息化等应用软件作为发展重点，并提出大力支持民族软件产业发展、提升和增强软件产业的核心竞争力的具体政策措施。

序号	时间 (年)	法律法规或政策名称	主要内容
15	2008	《关于促进寿险公司电话营销业务规范发展的通知》（保监发[2008]38号）	对保险电话营销的各个环节提出了明确的要求，规范和监督电话营销业务。
16	2009	《软件产品管理办法》（工业和信息化部令第9号）	确定了软件产品的登记备案办法，建立了以工业和信息化部与各级软件产业主管部门为监督检查单位的软件产品开发生产销售机制。
17	2010	《北京市促进软件和信息服务业发展指导意见》（京政发[2010]4号）	提出到2012年，北京市软件和信息服务业实现增加值在全市地区生产总值中的比重超过12%的目标。提出鼓励研发行业解决方案高端集成服务商、推动三网融合、推动软件外包等重点任务。
18	2011	《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4号）	在国发[2000]18号文规定的政策基础上，进一步从财税、投融资、研究开发、进出口、人才、知识产权保护、市场政策等方面规定了对我国软件产业的扶植和保障，体现了国家致力于提高软件产业发展质量和水平、培育行业领先企业的政策导向。
19	2011	《我国国民经济和社会发展十二五规划纲要》	在“十二五”期间，国家依然鼓励依靠科技创新推动产业升级，并以税收等为激励手段，强化科技创新支持政策。

（二）行业基本情况及发展趋势

1、行业背景概述

（1）市场营销理论和实践的演变与发展

①市场营销的定义

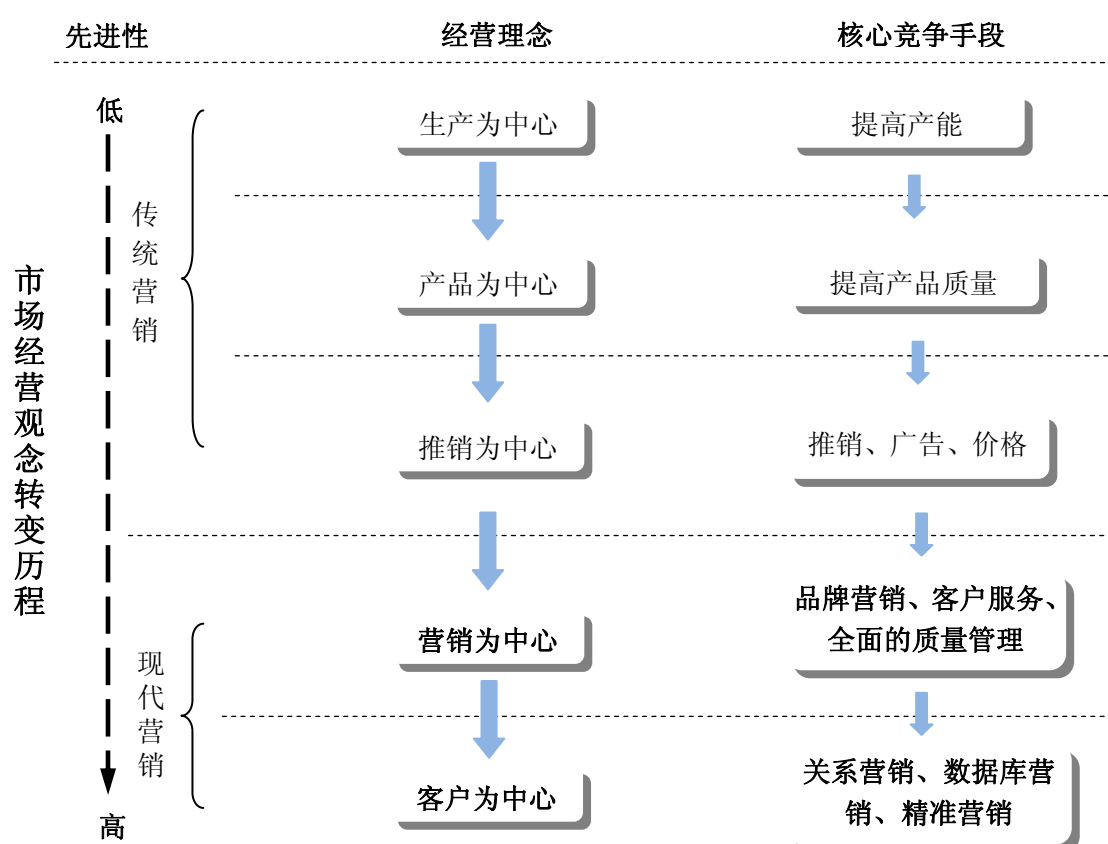
市场营销是商品或服务从生产者手中移交到消费者手中的一种过程，是企业或其他组织，以满足顾客需要为中心所进行的一系列的 market 活动和销售活动。2004年美国市场营销协会对市场营销的定义为：市场营销既是一种组织职能，也是为了组织自身及利益相关者，而创造、沟通与传送价值给顾客、以及管理客户关系的一系列过程。

市场营销的主要职能分为市场和销售两个方面：市场职能主要表现为品牌管理（包括公司定位，产品定位，广告及公共关系等市场活动），以及目标市场管理（包括市场调查与市场购买行为分析、目标市场细分、产品战略等）；销售职能主要表现为产品定价、销售渠道管理、产品展示及传播、营销组织与控制、客户沟通、促销、订单确认、物流、售后服务及客户满意度管理等。简而言之，市场营销就是指企业的这种职能：认识目前未满足的需要和欲望，估量和确定

需求量大小，选择和决定企业能最好地为其服务的目标市场，并决定适当的产品、劳务和计划（或方案），以便为目标市场服务。

②市场营销的发展历史

市场营销理论与实务的发展是与社会生产水平的发展息息相关的，社会生产水平可以概括为生产不足、满足基本生活需求、满足高品质产品需求、满足个性化需求、满足社会责任需求等几个阶段。与之对应，市场营销的发展阶段可以概括为生产理念阶段、产品理念阶段、推销理念阶段、营销理念阶段和客户理念阶段。市场营销的发展阶段及演变历程详见下图所示：



生产理念产生于商品短缺时代，主要表现为“我生产什么，就卖什么”，企业生产出来的产品不存在销售不出去的问题，企业的核心工作就是提高产能，不断向市场提供方便购买、并且价格低廉的产品，因此企业应致力于提高生产效率和分销效率，通过扩大生产规模、降低成本来扩展市场。

在产品理念阶段，市场主要表现为商品开始丰富，但是高质量的商品仍然供不应求，企业的核心工作就是通过不断加强研发和生产管理来提高产品质量。

特别需要指出的是，当企业研发出适销对路、供不应求的产品时，最容易导致“市场营销近视”，即过于关注自己的产品，而忽视了市场，致使企业在市场需求产生重大变化时因准备不足而陷入困境。

在促销理念阶段，市场特征通常是商品丰富、同质化明显，企业的工作重心从单纯的以生产制造为主向兼顾重视产品销售过渡，企业的销售职能迅速增强，不断通过价格竞争、信用销售、佣金激励、广告、人员推销、营业推广和公共关系等方式扩大市场份额。此阶段由于价格竞争激烈，营销成本支出过快，导致许多企业利润大幅降低，企业的竞争力迅速衰退。

在营销理念阶段，由于消费者的购买水平大幅提升，个性化需求日益突出，企业的成功已经不能再单纯地依靠高效率的生产、或者广告轰炸和压迫式的推销来实现。“市场需要什么，就生产什么”，企业要从以自己为中心向以市场为中心转变，市场细分的概念逐步形成并且开始推广，企业的市场管理职能开始像生产管理职能一样日趋系统化、复杂化，目标市场、品牌经营、客户服务、全面质量管理成为企业发展的重要基础工作。营销理念阶段标志着现代营销时代的到来。

客户理念是对营销理念的进一步深化，强调不仅要关注细分市场还要关注细分市场中的个体，强调企业要视客户为自己的终生伙伴，通过分析客户以往的交易历史来确定客户的偏好，帮助客户高效地获得量身定制的产品与服务。在这一过程中，企业获得了客户忠诚度，增加了客户的采购量，企业和客户都获得了双赢的结果。

以客户为中心的营销理念又经常被描述为关系营销、数据库营销、精准营销等，这些概念是从不同的角度对现代营销进行的一种诠释。关系营销强调的是现代营销的内涵，企业要将客户视为一生伙伴，不仅要关注客户的静态价值，还要关注客户的动态偏好变化，通过持续不断地提高产品与服务来提升客户价值；数据库营销强调的是支持现代营销的手段，企业必须借助 IT 技术，才能全面、深刻、高效地完成营销绩效；精准营销强调的是现代营销的表现方式，企业不必完全依赖轰炸式的广告、或者高密度的营业网点布局等高成本的手段来实施营销，企业可以精准地选定目标客户，提供量身定做式的服务，利用现代通讯手段进行低成本的沟通，从而高效地完成营销目标。

（2）营销信息化的定义及其应用的影响因素

营销信息化就是应用数据库技术、通讯技术等信息技术手段，来管理和支持企业的市场、销售和服务等营销功能。目前，营销信息化已经成为企业信息化领域的核心组成部分。

评判营销信息化是否成为或者即将成为企业信息化领域的核心系统，涉及5个方面的要素：

- 企业所面临的市场竞争阶段
- 企业决策层的营销理念水准
- 企业执行层的营销业务素养
- 解决方案供应商的行业经验和技術储备能力
- 通讯、IT等技術应用的成本

现代营销体系复杂，涉及企业的内外部因素诸多，而且这些因素经常处于变化中，成功地评估和管理好以上5个因素，对于企业的营销信息化系统的建设、企业营销模式和经营模式的提升都至关重要。

（3）国内营销信息化行业发展历程及现状

随着计算机、互联网和通讯技术基础设施的不断完善，我国的营销信息化水准也在不断提升。我国营销信息化起步于二十世纪八十年代，随着改革开放和市场经济的发展，企业开始利用计算机替代了传统的手工流程，完成销售数据录入、销售统计分析、客户信用评估、应收账款管理等工作，提高了营销部门销售管理效率。营销系统早期通常是单机版的系统，功能局限于数据存储和简单的统计分析，是手工营销作业的IT化。

营销信息化的第二个阶段是客户服务职能的信息化和标准化。二十世纪九十年代后期，客户需要到现场服务窗口办理的业务可以通过电话远程办理，企业通过建立统一的服务中心，提高了客户服务流程的标准化，大幅提升了服务水准并降低了服务成本。在此阶段，典型的应用包括银行系统先后推出的ATM机自助终端、电话服务中心等；公共事业型企业（如电力公司、水务公司、电信运营商等）推出的客户服务中心等。

本世纪初，营销信息化的发展进入到第三个阶段，即通过网络与电话实现商品推销（亦称电子销售）。在这段时期，随着计算机、互联网和通讯技术的

不断成熟，电视购物、网上商城、网上书店等电子商务类企业风起云涌，保险行业中通过电话和网络推销业务也逐步成为新的收入增长点，银行业集中推出了电话银行和网上银行等有别于传统物理营业网点的新型营销渠道。

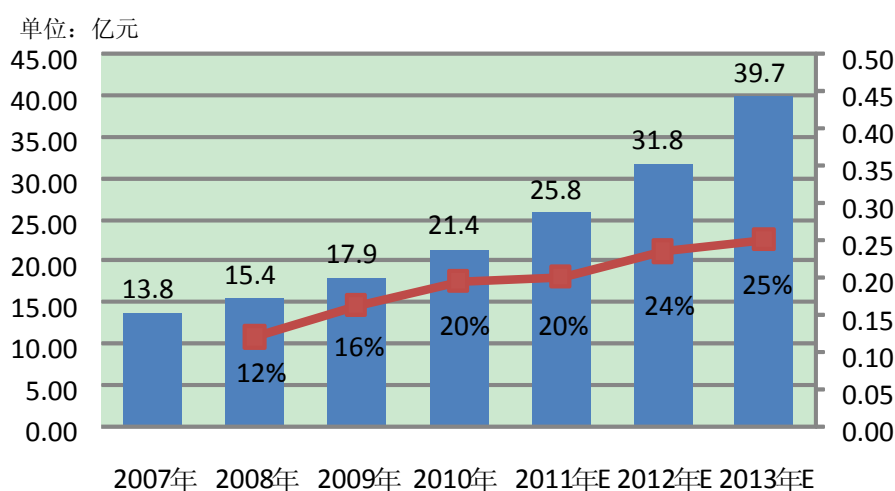
近年来，营销信息化的发展进入到第四个阶段，即营销智能化，其典型特征是利用大量信息技术，将企业多年积累的客户信息、历史交易记录，通过数据库和营销模型（包含市场分析、客户分析、产品分析、商业智能等）迅速形成营销方案，并通过联络中心及统一通信媒介（电话、短信、互联网）迅速加以实施，从而事半功倍地达成大幅降低广告、店租、时间和人力等成本，提升收入和利润的企业目标。银行的中间业务推广、保险公司的多险种交叉销售、电子商务公司的网络营销、以及许多企业经营模式的转型，都大量采用了上述营销信息化手段。

营销信息化是企业信息化近年来快速发展的一个领域，在我国的发展还处于较为不均衡的状态，这种不均衡体现为两方面：企业应用的水平差异，以及解决方案供应商技术水平和行业经验差异。企业应用水平的差异主要体现为不同行业之间的差异，同一行业不同规模、不同区域的企业之间的差异，以及企业的营销文化和执行技能的差异。总体而言，市场竞争激烈、直接面向终端市场、以及规模较大的行业和企业的应用水平相对较高。国内解决方案提供商的技术水平和行业经验差异也较大。许多提供商缺乏自主知识产权，核心技术水平较低，基本通过集成第三方产品来提供解决方案；另外一些供应商虽然IT能力较强，具备一定的通讯领域的自主技术，但是对于现代营销的理解不足，因而整体解决方案的技术水平仍然集中于营销信息化发展的前三个阶段（销售作业的IT化、客户服务的IT化和电子销售），很少能达到营销智能化阶段。

2、营销信息化行业市场规模

国内营销信息化行业规模保持了快速的发展趋势，如下图所示，预计2011年、2012年和2013年保持20%、24%和25%的增长速度，市场规模将分别达到25.8亿元、31.8亿元和39.7亿元。

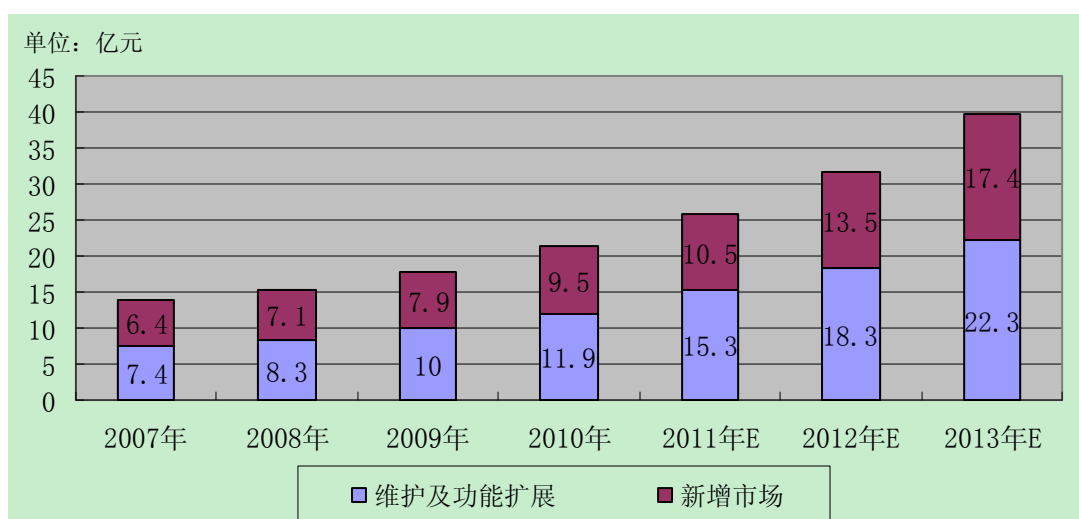
国内营销信息化行业市场规模



数据来源：《电信技术》2011年7月刊《营销信息化在我国的发展展望》

营销信息化的市场增长主要体现为两个方面，一个是新增市场，许多企业的信息化建设开始从ERP阶段转入到营销信息化阶段，预计2011年、2012年、2013年的市场规模将分别达到10.5亿元、13.5亿元和17.4亿元。另一个市场是营销信息化升级改造的市场，随着企业对营销理解的不断深入和发展，要求信息系统对营销职能提供越来越完善和深入的支持，预计2011年、2012年、2013年的市场规模将分别达到15.3亿元、18.3亿元和22.3亿元。

国内营销信息化系统分业务市场规模



数据来源：《电信技术》2011年7月刊《营销信息化在我国的发展展望》

3、细分市场的份额情况

经过查询国家工业和信息化部、软件行业协会网站和其他公开资料，公司

所处的细分行业暂无专业研究统计报告，因此无法准确统计公司在银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等细分市场的份额情况。

经核查，保荐机构认为：公司所处营销信息化行业暂时无权威的关于细分市场份额的统计数据。

经核查，申报会计师认为：公司所处营销信息化行业暂时无权威的关于细分市场份额的统计数据。

4、细分行业市场发展状况

营销信息化系统应用范围十分广泛，应用内容十分丰富。由于不同行业的企业规模、业务模式和市场化程度不同，其应用的重点领域和应用水平也各具特色。

（1）银行业营销信息化发展现状、需求特点及未来发展趋势

①银行业营销信息化发展现状

银行业信息化投资巨大。银行业具有产业规模大、经济效益好、安全要求高、网点分布广、业务处理实时性强、数据处理集中度高等特点，因此信息化投资一直是其增强核心竞争力的主要手段之一。

银行信息化应用逐步由基于交易驱动的会计核算与清算系统转变为以客户为中心的按产品管理的交易处理系统，扩大市场份额、增大中间业务成为银行营销信息化发展主要的目标导向。

②银行业营销信息化的需求特点及未来发展趋势

银行营销信息化主要体现为电子银行业务，各银行将致力于加强电子银行渠道建设，将电子银行打造为集交易、营销和服务于一体的综合性服务平台。电子银行业务不仅推动了银行服务渠道的创新，也促进了银行业务模式和产品的创新。银行营销信息化的未来发展趋势可以概括为：

- 电子银行渠道日益多元化，多元渠道的后台业务处理日益整合化。近年来银行推出了自助银行、柜员系统、网上银行、电话银行/呼叫中心、手机银行等多种渠道解决方案，并且不断对这些渠道进行整合。通过整合将前台的交易信息转发到后台核心系统或者第三方系统进行处理，并将处理信息反馈到相应的接入前台。通过对多渠道的整合，使银行可以快速应对业务系统的变更，其灵活性和可扩展性决定着银行

创新产品推向市场的速度。

- 电子银行业务逐步从交易与服务转为交易、服务与营销并重，中间业务逐步成为电子银行业务的战略重点。电子银行的业务种类日益复杂，从原来的账户查询、存取款、转账汇款、账户管理，发展到代收代付、缴费业务、小额贷款、贷款消费、基金托管、信用卡、个人理财、银行保险等中间业务。这些中间业务的复杂度，决定着电子银行的大量应用成为必然。此外随着银行网站逐步发展成门户网站，银行的中间业务将会得到进一步的发展。
- 电子银行日益向商业智能方向发展。银行拥有大量的客户群和大量的产品，动态智能地确定对细分市场客户的产品营销策略，智能地组织营销方案及执行，系统地管理客户满意度和营销绩效，成为银行营销信息化解决方案的重点开发领域。
- 邮储银行、城市商业银行、农村信用联社成为营销信息化的重要市场。上述这些银行正在进行广泛的跨区域重组和整合，信息化投入呈现阶段性的大幅增长，利用后发优势加快电子银行建设，成为其获取竞争优势的主要战略之一。

（2）保险行业营销信息化发展现状、需求特点及未来发展趋势

①保险行业营销信息化发展现状

保险市场现有规模巨大，未来市场空间广阔。“十一五”是我国保险业取得高速发展的五年，2010年我国保费收入达到14,500亿元，是2005年的3.3倍。保险公司146家，比2005年增加53家，目前国内保险行业以国有商业保险公司为主，合资、外资公司并存，新的保险企业还在不断进入，竞争格局日益激烈。虽然中国已经成为全球重要的新兴保险市场之一，但是目前国内居民和企业的保险意识仍然较低，人均保费支出占人均收入的比值仍然偏低，因此保险行业的市场发展空间依然很大。

国家政策的不断规范将推动保险行业营销信息化市场健康发展。针对保险行业营销信息化市场的发展，国家监管部门根据实际情况出台了多项规定，如2005年和2007年分别规定万能险和投连险产品必须进行100.00%回访，并对回访记录进行妥善保管备查。2010年规定对所有超过1年的人身保险限时进行回访。

2010年11月份则出台了对财险产品电话营销的管理办法，从内控、人员、号码、产品、场地等方面提出了细致的要求。监管部门的一系列措施充分肯定了营销信息化系统在保险业务的市场拓展、客户服务、内控合规方面的重要地位，有效规范了保险企业运用营销信息化平台的方式方法，对营销信息化系统在保险行业的健康快速发展，起到了非常重要的作用。

②保险行业营销信息化的需求特点及未来发展趋势

保险行业的市场化程度较高、市场竞争日趋激烈的特点，使得保险行业已经成为营销信息化应用的重要领域。保险行业营销信息化的现状、趋势和特点可以概括为，第一，企业的营销信息基本已经实现数据化；第二，原来的大量推销员上门推销的状况，正不断被电话销售、网络销售等取代；第三，绝大多数售前、售中、售后服务可以通过电话和网络办理；第四，关系营销的模式发展快速；第五，由于规模的持续扩张，营销信息化系统必须能够灵活部署，具有良好可扩展性。

保险行业的营销信息化的功能、作用和意义可以概括为：

第一，大幅降低营销成本，提高营销效率。

保险行业是一个人力密集的行业，营销人员占据从业人员的主要部分，营销成本也成为行业的主要支出，营销信息化提高效率可以体现为如下几个层次：

- 变“行商”为“坐商”，扩大单个业务人员的市场覆盖半径。原来的营销方式是上门推销，存在约时间困难、交通拥堵、上门等候等诸多问题，一天只能拜访 2、3 个客户。电话和网上营销能够大幅提高沟通效率，每天可以沟通 20 个以上的客户。
- 提高员工的业务素质。营销系统可以智能地向营销小组分配目标客户、以及适合目标客户需求的保险产品；可以提供营销脚本和产品知识信息；可以提供客户的背景信息和交易历史，从而提升沟通质量，提升客户的认同度。
- 优化营销组织结构，提高营销组织的整体效率。根据客户特点和需求，系统可以智能匹配客户经理或不同专长的专家组；系统可以通过交易历史自动划分业务人员的专长；系统可以自动计算出各个业务组和业务员绩效，确定相应的激励方案；系统可以迅速制定营销方案、组

织实施、以及快速完成绩效反馈。

第二，通过关系营销，迅速扩大市场份额，提升企业品牌形象。

保险行业的产品具有种类繁多、条款复杂、附加值高和虚拟化的特点；保险行业的客户具有数量大、市场区隔多和需求差别大的特点，因此将合适的产品，在合适的时机提供给适合的客户，就成为保险行业亟待解决的重要课题，具体而言，包括以下几个方面：

- 首先是确定客户需求。客户具有不同的特征，包括不同的收入和财富水平、不同的风险和安全偏好、不同的健康水平、受教育程度和社会关系，客户在公司也有不同的交易历史。通过大量的历史数据，结合商业智能的分析工具，可以通过抽取客户的关键特征，确定不同的市场区隔，最终建立起客户基本特性、潜在产品需求集合的关联关系，实现营销智能化；
- 其次是确定营销方案。营销方案要从客户的核心利益和心理诉求出发，制定向客户推出产品和服务的优先顺序，并基于此制定营销脚本；
- 最后是低成本高效地实施营销方案，并且通过绩效分析，调整营销智能的分析模式和营销方案。

此外，营销信息化在保险行业的广泛应用，能够通过信息化手段规范营销行为，满足保监会监管要求，提升保险营销人员信息传递的规范性，提高企业的品牌形象和宣传的可信度。

（3）制造行业营销信息化发展现状、需求特点及未来发展趋势

①制造业营销信息化发展现状

制造业是国民经济的重要组成部分，也是企业信息化市场的排头兵。我国主要的大型制造业企业，大都建立和完善了财务系统、SCM和ERP等系统，而对于营销信息化建设，近年来逐步得到重视，成为该行业IT建设的一个重要领域。

②制造业营销信息化的需求特点及未来发展趋势

制造业是一个充分市场竞争的行业，营销信息化的发展是顺应竞争环境的变化而一起发展的，具有鲜明的特点，体现在以下几个方面：

- 大型制造企业基本上完成了营销信息化的第一阶段，实现了销售手工作

业的 IT 化。目前许多企业正在实施和完善营销信息化的第二、第三个阶段，建立了企业级的、现代化的服务中心，可以向客户提供技术支持与售后服务，售前技术、产品咨询与购买咨询，以及供应链及物流信息；建立企业级的采购中心和销售中心，可以保证原材料供应的性价比，可以迅速根据市场趋势，调整销售策略。

- 部分领先企业的客户关系管理应用水准不断深化，客户关怀（主动客户回访、客户满意度调查等）、电话销售、网上销售、渠道管理、营销智能等应用越来越多。
- 营销系统与现有的 ERP、SCM 系统不断整合，使客户的需求以最直接、最快的方式反映到产品设计和制造过程中，加速新产品开发，加强产品创新能力，提升了敏捷制造、精益生产等先进的生产制造模式

（4）商业流通与服务业营销信息化发展现状、需求特点及未来发展趋势

①商业流通与服务业营销信息化发展现状

商业流通与服务业是商业发达社会必然高速发展的产业之一，该产业涵盖零售、物流批发、旅游、餐饮、以及商业服务等子产业，其核心业务就是对市场销售和对后续服务的管理，因此营销信息化在该领域大有可为，其应用的典型特征是：

- 企业对自身客户高度关注，注重分析市场区隔、市场定位。
- 企业要面向客户群选择产品，定义产品的关键属性。
- 业务执行过程中的客户满意度至关重要。
- 企业竞争力体现为客户的忠诚度，即老客户对企业产品的多次购买。
- 低成本地获得新客户至关重要。

②商业流通与服务业营销信息化的需求特点及未来发展趋势

商业流通与服务业营销信息化的典型应用为电子商务，许多公司成为较为纯粹的电子商务型公司，如盛大网络、倍乐生、携程网、京东商城等；另外一些公司也在局部功能上不断加强电子商务的核心能力，其应用的关键点是：

- 以客户为核心的企业经营战略，使得营销信息化系统成为企业的核心应用系统。
- 营销信息化系统要具有营销智能，不断通过交易数据以及通过与客户的

在线交流，分析客户的需求，匹配适应客户的产品。

- 营销信息化系统要高效地管理销售过程，快速建立和修正营销计划，建立良好的反馈和评估循环。
- 营销信息化系统要方便地向客户提供精准的信息，便于客户做出购买决定。
- 营销信息化系统要管理向客户提供产品和服务的过程，确保客户的良好体验。
- 营销信息化系统要通过客户回访、客户满意度调查等手段不断提升对客户关怀。

目前，中国的电子商务市场处于高速发展时期，行业对营销信息化的需求将长期呈现快速增长的势头，但其高度分散的竞争状态也将长期存在。

（5）政府及公共事业营销信息化发展现状、需求特点及未来发展趋势

①政府及公共事业营销信息化发展现状

随着政治体制改革的逐步深入，政府逐步转向为服务型政府，其工作目标逐步明确为向公共利益提供服务。

在经济转型的大背景下，公共事业单位是政府在公共服务领域的延伸或化身，承担着公共服务的重要职能。一般而言公共事业包括文化、教育、卫生、水务、电力、燃气供应、交通等领域。

②政府及公共事业营销信息化的需求特点及未来发展趋势

在政府及公共事业领域，营销信息化主要功能体现为向社会提供更广泛、更便捷的信息和服务。政府及公共事业企业通过网站、服务电话、手机短信等信息手段，向社会提供信息查询、咨询、预约、投诉、申报、注册、报修、缴费、预收费计量系统、网上业务办理等服务，可以大大降低服务成本，提高服务效率，规范服务行为，提高社会效益。政府及公共事业营销信息化的需求特点及未来发展趋势是：

- 属于行政驱动，决策从上而下做出，建设以省市为单位进行，分阶段推广。
- 由于各区域不同的应用和推广环境，要求系统的可扩展性和灵活性高。
- 区域中各部门的电子化服务前端系统向统一化的、跨部门的综合处理平

台整合的趋势明显，如 110、119、122 系统的整合，城市监控、应急指挥与交通管理系统的整合等。

- 由于在许多公共事业领域引入竞争机制，促使部分企业的营销信息化向高水平发展，客户管理、市场决策支持、商业智能等系统得到了充分的应用。

5、营销信息化行业发展趋势

根据当前国内营销信息化建设的情况，结合对市场演变及相关技术的发展趋势判断，本行业未来发展方向和趋势体现在以下几个方面：

（1）竞争环境推动营销信息化逐渐成为企业信息化建设的重点

随着企业竞争的日趋激烈，在完成了财务信息化、SCM、ERP等系统建设后，企业信息化下一步的工作重点将转向前端的营销信息化系统的建设和升级改造。营销信息化系统能够直接支持企业的营销服务队伍面对客户和市场，能够带动企业经营模式的改变，成为企业的核心系统，受到企业的高度重视。

（2）领军企业先行，行业标准逐步形成

首先，各大行业的领军企业信息化程度较高，使得营销信息化的建设具备很好的基础；其次，领军企业在发展壮大过程中积累了丰富的客户资源和产品，使得这些企业建立高水准的营销信息化系统具有非常现实的必要性；最后，领军企业的战略管理能力较强，确保了对营销职能的持续改善和对营销信息化建设的持续投入。

营销信息化建设给领军企业带来了可观的效益，其行业示范作用对推动行业标准的建设起到了重要作用。

（3）技术成为行业发展的推动力，解决方案成为应用主流

IT技术革命性的进步深刻地影响着营销信息化的发展。NGN、移动互联网、元数据、SOA、云计算等新生事物正在或将要深刻的改变人们的生活习惯，也将改变企业的经营模式，信息技术成为推动企业变革的源动力之一。

营销信息化的发展不只是来自信息技术的推动，也源自营销技术的推动。如何理解企业的竞争环境，如何确定企业的价值观和核心竞争力，如何确定目标市场，如何建立客户良好的购物体验，如何低成本地实现精准营销，决定了企业的未来，营销技术成为推动企业变革的又一个源动力。

以解决方案的方式实施营销信息化保证了企业应用的成功率。实施营销信息化是一个复杂的系统工程，一方面，营销信息化涉及通讯技术、数据库技术、模型技术、大型软件技术，以及营销学、经济学、管理学、心理学等多个领域；另一方面，营销信息化的客户涉及不同行业、不同规模、不同发展阶段的企业，因此营销信息化的解决方案要“随需而变”，要面向企业的个性化需求，要适应使用者的认知发展过程而分阶段实施，逐步引导企业走向高级阶段。

（三）行业竞争状况

1、行业市场化程度及竞争格局

经过十多年的发展，营销信息化行业的市场化程度达到较高水平，属于较为充分的市场竞争领域。本行业从硬件采购到软件开发和销售，以及相关的技术服务等各环节基本上由市场供求情况决定，受行政干预和政策调控影响较小。

营销信息化的市场具有以下特点：

- 进入本行业的企业众多。由于营销信息化的市场潜力巨大而且发展迅速，涉及的技术领域多，适用的行业分布广，因此相关企业可以从多个角度切入市场。
- 进入本行业的企业形成了既竞争又合作的竞合关系。由于营销信息化整体方案涉及多个技术领域，具备全线产品的供应商为数不多，这使得各供应商多采用各展所长、开放合作的态度，虽然在某个领域可能是激烈竞争的对手，但在另一个领域又可能是密切的合作伙伴。

目前，参与国内营销信息化行业竞争的企业主要分为两类，国际厂商和国内厂商。具有竞争力的国际厂商主要有Avaya、Aspect、Oracle等跨国公司，其优势是具有全球的研发中心和市场，提供标准化程度较高的通讯软硬件产品和大型的营销软件，并在中国设立了产品销售机构以占据高端市场。相比之下，国内供应商通常在本地市场需求调研、本土化和个性化设计、技术支持和服务等方面更具竞争优势。

国内供应商近年来取得了较快的发展。营销信息化领域领先的国内企业通常以整体解决方案供应商的角色直接面对最终客户，可以第一时间了解客户需求，并且在与国外供应商的合作过程中，通过不断汲取经验和持续技术创新形成了自主知识产权，在不同的应用行业和领域中取得了一定的市场地位。目前，

市场上成立时间长、技术实力雄厚、具有较大市场影响力的国内供应商主要有浩丰创源、中科软、华胜天成、合力金桥、青牛软件、新晨科技等。

2、进入本行业的主要障碍

经过十几年的发展，具备一定规模的营销信息化解决方案供应商已形成一定的竞争优势和市场基础。营销信息化解决方案供应商需至少具备三方面能力，即系统平台架构、营销信息化应用开发，以及软件和通信网络系统集成，具体描述如下：

技术能力	简要描述
系统平台架构	具备大型系统软件研发能力，对软件的适用性、稳定性、安全性等设计具有理论知识和实际经验；能够使营销信息化系统与用户的其他系统（ERP、SCM 等）进行信息交互，提高信息运行效率和利用率。
营销信息化应用开发	具备现代营销理论知识、实践经验和业务分析能力，并能够结合相关知识和经验开发有利于用户开展营销业务的大型软件和平台系统。
软件和通信网络集成	掌握目前通信网络的各种接口技术和信令规范，信息安全的各种国际规范和协议，以及应用软件的底层数据接口和实时控制技术。

对于潜在的市场进入者，除受上述三方面能力限制外，客户群基础和复合型人才之匮乏等因素也是限制其进入本行业的门槛。具体而言，主要的行业进入壁垒可以分为以下几个方面：

（1）技术壁垒

潜在的营销信息化市场进入者面临较高的技术壁垒。营销信息化系统以软交换、多媒体通信、CTI、 workflow、业务规则引擎、知识发现、应用服务器等关键技术为支持，涉及通讯技术、数据库技术、模型技术、大型软件技术，以及营销学、经济学、管理学、心理学等多个领域，因此营销信息化系统的开发需要多学科和技术的交叉和融合，供应商应具备充分的技术积累，并能够灵活应用于具体环境，结合丰富的专业理论知识和操作实践经验，以满足客户的需求。

（2）产品研发壁垒

营销信息化的产品具有如下特性：

- 做为企业的核心应用系统，系统需要保持良好的稳定性和安全性。
- 由于企业营销需求的持续演进，系统需要保持良好的可扩展性和灵活性。
- 由于要连接大量的第三方设备和企业既有的系统，营销信息化系统要保持良好的兼容性。

- 系统是一个支撑复杂业务流程的大型应用软件系统。

所有这些特性要求营销信息化系统的开发必须符合大型应用软件开发框架，系统要将各种功能引擎、功能模块库和接口库，建立在一个统一的基础架构上，需要供应商具有领先的研发水平、完备的测试能力、丰富的架构经验和严格的研发管理体制，并经过长期的积累后才有可能实现。高标准的产品质量需求成为本行业的进入壁垒。

（3）行业知识和经验障碍

营销信息化与企业的营销模式直接关联，也是企业信息化系统中直接面对客户和市场的应用系统，与其他环节的信息系统，如ERP、SCM等相比，营销信息化系统具有多变性和个性化等特点。针对目标客户作出完整营销信息化解决方案的前提，是供应商对营销理论进行深入研究，对各种营销模式进行紧密的跟踪和实地了解，对千变万化的营销业务流程进行长期的积累和抽象，对众多细分行业进行营销信息化实践。在上述前提下解决方案供应商才有可能提炼出针对营销操作和客户体验的知识集合，才有可能进行数学建模和软件引擎化。

行业经验和成功案例是在为客户的长期服务中不断总结和积累形成的，一定的行业经验积累成为本行业的进入壁垒。

（4）稳定的客户群体壁垒

本行业企业通过长期的技术服务和市场推广逐步形成稳定、成熟的客户群，而新的行业进入者很难在短期内培养出自己稳定的客户群。营销信息化解决方案供应商通过长期的系统开发与实施，结合客户自身的业务需求，为客户定制符合其业务流程的应用系统，这种合作模式有赖于供应商的开发人员对客户业务的深入了解。客户在营销信息化系统建设方面的投资规模越大，服务周期越长，在更换服务商上的成本越大，由此形成的客户黏性成为本行业的进入壁垒。

（5）复合型人才壁垒

营销信息化系统具有很强的专业性，供应商的技术团队不仅要精通营销信息化系统的软件开发技术，还要对各行业企业的业务流程非常熟悉，技术人员需要多方面知识和经验的积累才能符合这种要求。目前国内符合上述要求的复合型人才较为缺乏，自身培养需要较长的周期，复合型人才的缺乏成为本行业的进入壁垒。

3、行业利润水平的变动趋势及变动原因

目前，国内尚无专注于营销信息化系统建设的上市公司，本行业相关的统计、分析资料相对有限。本行业为高新技术行业，且处于快速发展期，利润水平较高。随着国内营销信息化系统涉及业务领域的不断扩大，下游行业对新功能及系统升级的要求将越来越多，加之营销信息化系统建设具有定制化的特点，预计未来行业利润仍将保持较高水平。

（四）行业发展影响因素

1、有利因素

（1）转型期的中国经济需要企业大力加强营销信息化的建设

中国企业面临的经营环境有许多重大的转变，一方面是企业面对着一个不断增长的市场，一个需求结构不断升级的市场，其特点如下：

- 中国从生产大国、制造大国向品牌大国转变。
- 中国经济从出口导向型向内需导向型转变。
- 中国社会城镇化水平快速提升，人均收入水平快速提高。
- 中国居民社会保障水平不断完善，可支配、可消费的财富不断增长。

另一方面是企业面对着一个竞争越来越激烈的市场，一个成本不断上升的市场：

- 市场竞争在升级。企业间的竞争从成本竞争、技术竞争，进入到以品牌竞争为标志的全方位的竞争。
- 人口红利接近尾声，劳动力短缺趋势明显，劳动力成本提升迅速。
- 其他一些经营成本，如地租、广告、交通差旅、以及供应链相关成本等大幅增长。

财富增长、消费结构转变、传统营销方式成本大幅提升等转型期的中国经济特征，决定着企业的经营理念必须从以产品为中心转向以客户为中心。借助营销信息化系统，企业能够开源节流，以较低成本获得良好的营销与服务效果。中国正在从生产大国、制造大国向品牌大国转变，中国企业的核心竞争力也将从生产制造能力为主，向生产制造、以及品牌管理等综合能力共同提升过渡，营销信息化的良好应用可以有效地支持企业品牌能力的提升。

（2）国家多层次产业政策的扶持为行业发展提供巨大推力

本行业所处的软件行业属于国家鼓励发展的战略性、基础性和先导性支柱产业，近年来国家先后出台了一系列法规和政策，从多领域对软件行业发展提供了直接的政策保障和支持。

中国经济目前在从出口导向型向内需导向型的转变过程中，国家针对拉动内需推出了一系列政策，其中就包括发展电子商务和网上购物等与营销信息化直接相关的内容。十二五规划中，国家提出转变发展方式，加强信息化与工业化融合的建设，加速企业信息化建设，大幅度改善企业的经营管理水平，促进新发展理念的建立，促进研发能力、产品水平、市场模式、服务体系等方面的创新，提升企业管理及营销服务的效率和效益。

(3) 企业信息化的长期发展和新技术的不断涌现奠定了营销信息化应用坚实的技术基础

自上世纪90年代至今，我国的企业信息化经过了20年的发展历程，目前已经具备了较好的基础，尤其是各行业的领军企业，基本上完成了财务系统、SCM、ERP等关键应用系统的部署，为营销信息化的建设打下了良好的基础。

最新的IP技术、视频通信、SOA、云计算等新技术的出现，为营销信息化系统技术向智能、高效及全业务支撑的方向发展提供了有力的保障。与此同时IT技术进步的速度一直保持着摩尔定律，致使IT成本和通讯成本持续大幅降低，这也为营销信息化提供了巨大的成本优势。

2、不利因素

(1) 国内从事营销信息化建设的公司规模普遍偏小、资金和技术实力偏弱

与国外营销信息化系统供应商相比，虽然国内供应商具备本土化等方面优势，但在公司规模和资金实力方面相去甚远。一方面，营销信息化相关技术研究和产品研发需要长期、大量的资金和人力投入，否则将面临被市场边缘化甚至淘汰的风险；另一方面，拟将进行营销信息化建设的企业在选择供应商时，除关注供应商的技术实力和成功案例外，往往对供应商的资金实力有一定的要求。我国营销信息化行业企业的业务基本上以软件开发和技术服务为主，因而多采取轻资产、重人才的经营策略，而无法通过银行贷款方式进行大规模的、长期的融资。在我国多层次资本市场体系逐步建设并完善的过程中，通过资本市场进行融资是行业内企业发展的必然选择。

（2）高端复合型人才稀缺限制本行业快速发展

营销信息化行业涉及到软件定制与开发、业务咨询、系统集成等方面，每个营销信息化系统的建设都会根据企业的自身特点而不同。作为个性定制化产品的供应商，其对从业人员的综合素质要求较高，要求其对系统解决方案中硬、软件产品有着深入的了解，并熟练掌握不同行业中的营销信息化系统特点，洞悉客户所处行业及其自身现状、业务流程及实际需求，能够将行业和企业特点与解决方案有机结合。高端人才队伍的稳定是行业内企业能够长期快速发展的首要条件。

（3）行业标准不清晰在一定程度上制约本行业发展

我国营销信息化行业发展迅速，在越来越多的领域和行业中的应用的同时，并没有形成市场统一的、清晰的行业标准，这使得解决方案供应商前期沟通成本、中期实施成本以及后期的维护成本较高，不利于行业的技术进步。

（五）行业特征

1、行业技术水平

营销信息化行业的技术水平主要取决于系统的兼容性、可扩展性和稳定性等性能指标，以及针对营销业务的功能实现能力。

营销信息化系统是跨多个技术领域的IT应用系统，涉及软交换、多媒体通信、CTI、工作流、业务规则引擎、知识发现、应用服务器等技术领域。国外供应商在硬件设备和中间件方面具有一定的技术优势，拥有相对成熟且标准化、集成化的产品，少数国内供应商能够提供自主研发的中高端硬件设备。在软件产品方面，国内供应商与国外供应商无明显技术差距，并且在软件产品的兼容性和本土化方面也具有一定的优势。同时，国内供应商在业务功能实现、项目实施与服务方面也具备本土化优势。较国外供应商而言，国内供应商能够更好地针对行业和企业特点提出符合客户业务需求的解决方案，并能够随时提供灵活、快捷的技术服务。随着技术的不断进步和应用的深入，国内供应商已经在定制开发、系统集成和技术服务等方面具有明显的优势。

总而言之，现有技术已经可以支持营销信息化的正常运作，新技术层出不穷、快速发展，将不断提升营销信息化的应用水准。

2、行业的技术特点

(1) 基础技术成熟，基础框架和运行平台的稳定性、可扩展性和兼容性十分重要

营销信息化系统的基础技术体现在语音通信、数据通信、CTI中间件、应用软件架构等方面，目前，随着在IT技术方面的迅速发展，这些基础技术均已被国内企业突破并实现了产品化。

营销信息化系统是企业的核心系统之一，需要随时应对企业业务模式的变化，也需要与企业信息化平台上各种应用进行集成，所以营销信息化系统在稳定性、可扩展性和兼容性方面有很高的要求。这些系统性能的基础是应用系统的基础框架和运行管理平台。国外研发实力较强的供应商能够基于自身非开源平台开发并提供稳定性较强的平台，如IBM的Websphere和Oracle的Weblogics等，但在可扩展性和数据访问兼容性方面有待加强；另一种选择是基于Java和.net开源平台开发应用系统的基础框架和运行管理平台，如Tomcat和jBoss等，但在稳定性和可维护性方面有一定不足。目前，部分具有综合研发能力的国内供应商已经能够突破应用系统基础框架和运行管理平台技术，开发出适用于营销信息化的应用服务器产品，脱离了对国外供应商的依赖。

(2) 业务应用技术日趋复杂，产品化和定制化能力并重

营销信息化系统可广泛应用于各个行业，而不同行业，甚至同行业内的不同企业对营销信息化系统的功能和性能要求不尽相同。营销信息化解决方案提供商需要利用整合的技术手段满足不同类型客户的个性化和多变的业务需求，使得营销信息化系统在技术上具备以下特性：

①针对以营销活动为主的业务需求，供应商需要能够深刻理解营销理论，并具备将营销理论和业务流程平台化和引擎化的技术能力；

②随着业务发展的日趋规范，多行业的主要业务流程日益标准化，同时，各细分行业的特定业务需求也越来越丰富，供应商需要从产品角度实现业务流程标准化和个性化的统一；

③由于需要与通信系统和信息交流平台紧密集成，要求供应商具备良好的通信系统集成能力；

④以企业综合竞争力提升为目标的系统建设，需要营销信息化系统具备强

大的数据整合能力和智能的数据分析能力；

⑤电子销售向电子商务的融入，需要营销信息化系统架构打通企业内外的应用平台，采用更加开放和安全的技术架构；

⑥企业内部覆盖面广，需要系统与企业信息化的后端应用，如ERP、财务等传统应用的集成；

⑦“全员协同”的需求，对系统的流程自动化、可管理性、安全性等提出更高的要求。

（3）先进技术迅速融入

企业对营销的重视，以及对信息化作为核心竞争力的理解，使营销信息化对各种新技术非常敏感。营销信息化系统需要不断地集成计算机和通信等领域的先进技术，其发展是一个不断融合新技术的过程。目前最新的一些技术趋势，包括软交换、多媒体通信、移动智能终端、物联网、知识发现、SOA、云计算等，都已经涵盖在营销信息化的应用范围之内。

3、行业的周期性、区域性、季节性

营销信息化行业的发展在一定程度上受国家宏观经济运行的周期性影响，但是在我国营销信息化建设快速发展的背景下，其周期性并未十分明显地表现出来。在各行业各企业从传统营销模式向现代化营销模式转变过程中，营销信息化将起到核心推动作用，预计未来5年本行业市场规模将实现跨越式的增长。

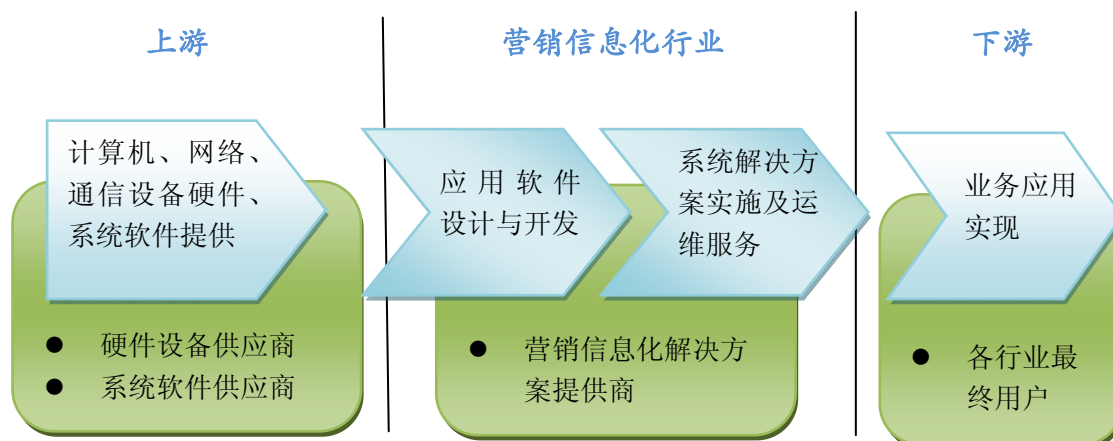
不同地区的经济发展水平，以及企业和公众对营销信息化系统接受程度的不同决定了本行业具有一定的地域性特征。相对而言，北京、上海、广州等核心城市的营销信息化市场需求明显高于其他地区。

营销信息化行业具有一定的季节性。国有性质的用户以自然年为单位制定预算、完成决算，因此其在下半年释放订单和支付项目经费的现象较为明显；其他性质的企业季节性相对较弱。

（六）发行人所处行业与上下游行业的关系

1、发行人所处行业与上下游行业的关联性

本行业上下游产业关系及业务分工情况如下图：



在产业链中，公司业务处于应用软件设计与开发、系统解决方案实施及运维服务两个主要环节，上游供应商包括硬件设备和系统软件供应商，下游是营销信息化的最终客户。

2、上游行业发展状况对本行业的影响

公司所处行业上游行业厂商主要包括交换机、路由器、服务器、存储、工控机、终端设备等计算机和通讯设备厂商，以及相关的操作系统、数据库、中间件等系统软件供应商。上述 IT 类软硬件行业经过长期的发展，市场竞争有序且较为充分，产品供应充分、质量稳定，不会对本行业的发展构成供应瓶颈。

3、下游行业发展状况对本行业的影响

本行业与下游行业关系密切，下游行业的景气度直接决定着本行业的发展。

我国的营销信息化行业起步相对较晚，但是在宏观经济持续增长、国家经济转型、信息化技术不断进步、企业竞争压力日益增强、客户需求趋于个性化和多样化等多重因素的作用下，企业对营销信息化产品和技术需求旺盛。

目前，我国营销信息化行业处于快速发展阶段，银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业按照行业业务规范正在稳步实现营销信息化，各行业领军企业凭借自身较好的信息化基础和较高的行业地位，走在营销信息化的前列。以电子商务为主要经营模式的企业则通过大胆的尝试取得了显著的效果，成为营销信息化应用的典范。大量的传统企业以此为参考正跃跃欲试，形成了巨大的潜在市场。下游细分行业发展现状、需求特点及未来发展趋势详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（二）行业基本情况及发展趋势”。

随着行业领军企业营销信息化建设的基本完成和不断完善，行业的标杆效应将逐步体现，各种行业的营销信息化建设标准也会逐步确立，营销信息化行业将逐步进入规范和快速的发展阶段。

三、公司的市场竞争地位

（一）公司的行业地位

1、技术研发和产品创新方面

公司是国内领先的营销信息化解决方案供应商。公司从成立以来始终专注于技术创新，坚持以自主知识产权为核心竞争力，在国内众多从事同类业务的企业中表现出较强的技术研发能力和业务创新能力。

公司致力于将最先进的相关技术融入到自主软件产品中，不断提高自主产品的技术和市场竞争力。公司发表于 2006 年的预拨号系统 Samba Dialer 2.0 版本，在 2007 年即在国内联络中心外拨产品市场获得 8.33% 的市场份额¹，位列三大国际厂商 Avaya、Aspect、Genesys 之后，成为国内第一品牌。

为了使解决方案能够更好的帮助客户实现营销信息化，公司从研究营销理论起步并结合实际项目经验，确立了以主动营销为主要方式，以客户体验管理为宗旨，以客户生命周期管理为理论框架的产品思路，成功推出了包含多种客户分析模板和活动模型库的解决方案。2010 年，公司的 iAgent 管理软件获得了由中国软件行业协会、中国电子信息产业发展研究院等机构联合颁发的辉煌十年 2009—2010 年度中国软件和信息服务“管理软件最佳产品”荣誉称号奖。

主流的开源或非开源的应用服务器都不能完全满足国内企业营销信息化建设的需求，并且在知识产权和可维护性方面可能给企业带来不可预知的风险。经过 2 年多的开发和测试，公司于 2009 年完成了具有自主知识产权的 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台的研发，实现了在应用服务器技术方面的突破。为鼓励公司的科技创新工作，2010 年，科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心和北京市科学技术委员会为本公司的基础框架及运行管理平台的研发提供资金支持。

截至目前，公司掌握涉及软交换、多媒体通信、CTI、 workflow、业务规则引擎、知识发现、应用服务器等多个技术领域的核心技术 35 项。基于上述核心技

¹数据来源：CTI 论坛《中国呼叫中心产业研究报告（2008）》

术，公司已获得计算机软件著作权 42 项，是国内为数不多的能够提供全线自主知识产权产品的营销信息化解决方案提供商。

2、市场开拓方面

报告期内，公司完成了产品市场定位的战略性转变。公司的市场开拓重心逐步由中小企业向具有行业影响力的大型企业倾斜，并通过在大型客户项目上积累的成功案例和市场声誉吸引中小企业成为公司的客户。成功的市场定位使得公司取得重大订单的数量不断增加，具体情况详见下表：

单位：个

合同金额级别	2011 年	2010 年	2009 年
300 万元以上	11	10	3
100 万元至 300 万元	20	18	16

公司的营销信息化解决方案已经成功的部署于银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域，形成了一定规模的客户群，在客户基础方面取得了行业领先地位。

3、行业及政府机构对公司的认可

公司的产品和解决方案在市场上赢得了较高的美誉度。除前述所获荣誉和奖项外，2009 年，公司的“保险行业联络中心解决方案”在《计算机世界》举办的中国企业 IT 优秀解决方案大会上获得“2009—2010 年度大型呼叫中心优秀解决方案”。2010 年，公司获得了中国电子信息产业发展研究院评选的“2009-2010 中国呼叫中心解决方案年度成长最快企业”奖项，《中国计算机报》评选的“2009 年度中国信息通信呼叫中心值得信赖品牌奖”。2010 年 11 月，公司获得了中国商业联合会颁发的“中国低碳杰出贡献企业”。2011 年，公司被中国软件行业协会、中国电子信息产业发展研究院、《软件和信息化服务》杂志社共同评为“成就十年 2010-2011 年度中国软件和信息化服务十大领军企业”。

公司的技术创新能力和实施能力也得到了政府机构的认可。2009 年公司通过 ISO9001：2008 国际质量标准认证并于 2012 年通过复审，2009 年 3 月，发行人子公司浩丰鼎鑫获得北京市科学技术委员会的软件企业认定证书。2010 年公司获得计算机信息系统集成二级资质，同年，发行人子公司浩丰鼎鑫的智能化电子营销平台研发项目通过科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心的立项审批，并获得技术创新基金的资金支持。2011 年，公司被科技部认定为国

家火炬计划软件产业基地骨干企业，2011 年 11 月，发行人子公司浩丰鼎鑫获得国家高新技术企业资格。

综上所述，基于自身强大的技术研发、产品创新和市场开拓能力，发行人的营销信息化解决方案已赢得市场等相关方面认可，发行人在营销信息化行业具有综合的市场领先地位。

（二）主要竞争对手简况

国内营销信息化行业正处于快速发展阶段，市场规模迅速增长，行业规范和标准相对滞后。一些供应商通过不断的技术创新和对行业客户需求的深入挖掘，巩固了其在不同的应用领域中的市场地位，行业竞争格局正在逐步形成，但总体的市场份额仍然较为分散。目前，市场上成立时间长，技术实力雄厚，具有较大市场影响力的解决方案提供商主要有中科软、华胜天成、合力金桥、青牛软件、新晨科技以及本公司等，另外还包括一些提供平台产品并与国内集成商合作提供整体解决方案的国外供应商，包括 Aspect、Avaya、Oracle 等。公司竞争对手情况简介如下：

公司名称	公司简介	主要行业
中科软科技股份有限公司	成立于1996年，是一家集行业解决方案设计、自主软件产品研发、大型行业应用软件开发、系统集成与服务、技术支持和培训于一体的综合企业。	银行、保险、政府等
北京华胜天成科技股份有限公司	成立于1998年，为电信、金融等行业用户提供系统产品及系统集成、软件及软件开发、专业服务	电信、金融
北京合力金桥软件技术有限公司	成立于2002年，能够为客户提供专业化的应用软件和服务，以及完善的信息化解决方案。	电信，电子商务等
青牛（北京）技术有限公司	成立于2000年，是一家通讯软件产品和服务提供商。	电信等
新晨科技股份有限公司	成立于1998年，业务包括软件开发、系统集成和咨询与服务。	银行、政府等
Aspect	联络中心类软件的跨国企业。其产品和服务能够通过提高具有相关知识的工作人员和座席的生产率，以及帮助优化整个企业和联络中心的业务流程以提高灵活性和响应速度。	航空，银行等
Avaya	是一家提供企业通信系统产品的跨国企业，能够直接或通过渠道伙伴为各类企业提供统一通信、联络中心、数据网络解决方案及相关服务。	全行业
Oracle	企业管理类软件的跨国企业，产品种类包括数据库、中间件、管理软件服务器和存储系统等。	全行业

资料来源：各公司网站公开信息和本公司搜集整理的信息。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）技术与产品优势

公司通过研究现代营销理论，根据中国市场的实际情况，经过发展和创新，提出了营销信息化系统的先进理念。公司充分利用自身在营销、通信、大型应用软件开发和系统集成方面的长期经验积累，经过持续的技术创新，推出了比较完善的营销信息化解决方案，并持续不断的进行基础系统架构的优化和完善，实现了关键功能部件的引擎化和产品化，不断提升细分行业应用的标准化程度。

公司的技术和产品优势主要体现在以下几个方面：

①系列自主产权的产品和核心技术

在营销信息化领域中，公司是少数拥有自主研发能力，能够提供全系列自主知识产权产品的整体解决方案提供商之一。截至目前，公司掌握核心技术 35 项，拥有基于自主核心技术所获得的计算机软件著作权 42 项。公司的核心技术和计算机软件著作权比较完整地涵盖了营销信息化解决方案所需要的通讯应用技术、营销应用技术和大型软件平台技术等领域，并且其中的关键核心技术（如以 Samba Dialer 为代表的智能外拨技术、以 iAgent 为代表的营销智能管理系统、以 CyberSystem Work 为代表的服务器系统）均已达到行业先进水平。

②先进的软件系统架构

营销信息化系统作为客户的核心业务系统，必须具备优良的稳定性、独立性、安全性和可扩展性，因此其系统构架设计的科学性尤为重要。公司自主研发的 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台是基于 SOA 的技术构架，融合了公司多年的软件开发以及用户体验经验，结合最前端的技术思想，形成了独特的技术体系。通过 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台，公司可以降低产品研发成本和维护成本，提高不同版本产品之间的兼容性；同时，该平台还可以提高用户使用系统的灵活度，保证用户访问内、外部系统的安全性，保持系统在面临异常状态下运行的稳定性，以及满足用户由于业务发展而不断需要的功能和规模的扩展性。

③先进的模块化-套件式设计和开放的集成平台

公司的软件系统采用模块化-套件式设计，充分运用了 SOA 架构的松耦合

特性和分布式机制，使系统具备良好的功能模块可扩展性，该架构提高了系统性能，降低了系统的升级风险、升级成本和维护成本。公司在系统设计上将底层架构、引擎和算法、功能模块分离，可通过标准接口实现功能模块的灵活组合，使公司的解决方案能够高效率地满足客户的规模化需求和个性化需求。

另外，公司提供完全符合行业规范的接口技术，使系统能够和目前主流的硬件设备和其他第三方营销业务和管理软件集成。公司的中间件产品可以支持 Avaya、Alcatel、Cisco、华为、中兴等厂商的交换设备，软件产品可以兼容主流的数据库软件，如 Oracle，Sybase 和 MS SQL 等。

④良好的可操作性和用户友好性

作为企业信息化平台的重要部分，营销信息化系统部署在企业的最前端，直接面对客户和市场，直接为营销团队所操作，所以需要面对复杂多样的需求。经过长期对营销理论的研究和模拟，公司将主要的营销理论和流程产品化，发布了大量软件模板和引擎。这些模板和引擎经过长期的实际环境验证和持续优化，能够反映当前国内市场营销信息化实践的具体情况，从而使公司的营销信息化系统易于实施、部署和操作，能够为企业用户迅速带来价值。

(2) 优质的客户基础

经过十多年的市场开拓，公司在银行、保险、制造、商业流通与服务、政府与公共事业等行业或领域积累了一批优质的、具有行业影响力的客户。公司通过技术、产品创新和优质的服务，帮助客户实现营销模式创新，服务质量提升，以及经济效益和社会效益的提高，与客户建立了长期稳定的合作关系，为公司带来长期稳定的收入和良好的品牌形象。

公司所涉及的典型行业和代表性客户如下表所示：

行业	客户名称
银行	邮储银行、招商银行、深发展银行、辽宁农信社、中国银行
保险	中国人保、中国人寿、泰康人寿、渤海保险、中邮人寿、光大永明人寿、中新大东方人寿
制造	Dell 中国、中国普天、鞍钢集团、冀中能源、中国神华、中粮集团、惠氏营养品
商业流通与服务	倍乐生、DHC 中国、盛大网络、欧唯特服务、中国机械进出口总公司、中国仪器进出口（集团）公司、七星购物、北京桦榭广告 Ella China、中智人力
政府及公共事业	中国邮政、中共中央办公厅警卫局、中国妇女活动中心、中国水务、农业部、沈阳市老年服务中心

(3) 丰富的行业经验优势

营销信息化系统处于企业信息化平台的最前端，是最多变和最个性化的系统，行业经验的积累对营销信息化解决方案提供商至关重要。发行人除了重视营销信息化的理论研究和行业市场调研外，在公司内部持续贯彻和落实“客户是最好的老师”的理念，注重在实践中学习知识和积累经验。

公司重视项目运作中的知识管理，按照 ISO 9001 质量管理体系的标准制定了一套行业经验积累的标准化流程，实现了项目方案设计、项目实施、系统运维知识库的标准化，经过大量的多行业的项目实践，发行人不仅建立了丰富的行业模板，而且积累了大量业务流程执行和管理的经验参数。这些行业经验知识，保证公司可以在较短的时间和较低的成本下高质量地完成项目实施，不断强化企业的核心竞争力。

（4）高品质的服务优势

在激烈的市场竞争中，公司始终把提供良好的客户服务视为成功的关键因素之一，将“客户第一，尽善尽美”作为服务宗旨来要求公司所有员工，通过优质的服务来赢取客户的信任，和客户建立起长期合作关系，实现“合作共赢未来”的企业愿景。

公司充分认识到营销信息化系统是客户的核心运营系统，为此建立了完善的服务体系，能够提供包括客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务内容，为客户提供周到、贴心的服务和支持，与客户结成牢固的伙伴关系。

营销信息化作为企业核心系统，在建设和运行过程中往往伴随着业务创新。发行人以自身的理论水平和技术能力为基础，组成了高素质、混合型的服务队伍，与客户一起研究市场，提炼需求，提升效益，贯彻与客户共赢的服务理念。

（5）良好的企业文化和专业的团队优势

公司致力于塑造和维系企业与员工之间和谐关系的企业文化，培养员工健康向上的职业精神和工作态度，注重员工的培训和职业发展计划，同时推进企业管理不断规范化和专业化。通过强化核心团队，加强培训和引进人才，公司不断优化企业内部资源，充分发挥每一个员工的潜能和技术创新能力，十分注重企业文化和每一个员工责任心的培养，致力于创建企业、员工、用户各方的多赢模式，逐步在企业内部形成“和谐，诚志，创意”的独特文化氛围，

并已成为公司的基本价值观，成为公司核心竞争力的重要组成部分。

公司一直注重进行人才储备和团队建设。在十几年营销信息化系统建设的实践中，公司不断培养、吸纳优秀的人才，目前已经形成了稳定的、高素质的核心管理团队和具有丰富行业经验的技术团队，人才优势明显。公司核心团队成员都拥有高等学历，或者具有海外工作背景，或者具有大型企业的高层管理经验。公司的技术实力储备充分，积极引进国内外业界精英，其中系统架构师、高级项目经理、项目经理、工程师等技术人员占员工总数的比例超过 76%。

2、竞争劣势

（1）融资渠道不畅

发行人资金来源主要靠自营收入。营销信息化市场未来空间广阔，公司又具有相关的核心技术和自主产品，公司计划借助 NGN、SOA、云计算等新兴技术建设的契机推出新产品，拓展更为广阔的市场，而企业的自有资金目前无法支撑新产品研发在人力资源、研发环境、运行测试设备等方面的大量投入，目前融资渠道不畅已经成为严重制约公司创新和发展的瓶颈。

（2）高端人才不足以满足业务快速发展需要

高科技企业的竞争一定程度上是人才的竞争，高端人才的储备是企业竞争力的体现。公司现有的人才储备无法满足新产品研发对高端研发人才和专业管理人才的需求。公司需要一方面从内部培养提拔合适的人选，另一方面积极从外部引进对口的高端人才。

四、公司主营业务的具体情况

（一）主要产品及用途

1、公司主要产品及其用途概述

公司是国内领先的营销信息化解决方案提供商，主营业务是向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供具有自主知识产权的营销信息化解决方案，包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台和相关技术服务。

公司的营销信息化解决方案的系统构成和系统功能情况如下表：

平台名称		功能描述
联络中心及统一通信平台		为企业提供对外联络和对内协作的一体化通信平台。 平台支持电信网、互联网等多媒体通信方式，能够与营销业务及管理平台协同进行各种通信活动，包括自动化、智能化的发起与客户的联络活动，以及内部协作通信，并在通信过程中为营销业务及管理平台采集信息。 联络中心及统一通信平台能够实现高效通信和信息共享。
营销业务及管理平台	营销业务系统	系统能够支持各种营销类活动的策划、执行和监控。 系统支持快速生成营销任务、营销组织、营销激励、营销脚本（包含客户信息、产品信息等）；系统提供市场调查、新客户销售、休眠客户销售、会员销售、交叉销售等多种销售工具。
	客户服务系统	系统能够支持各种服务类活动的策划、执行和监控。 系统可以预测不同客户群及不同业务类别的服务需求规模，制定服务资源计划，快速形成服务脚本。系统既可以支持基础类的服务，如订单状态查询、售后服务、保修、投诉、客户挽留、期满续约通知及缴费还款提醒等，也可以支持提升类的服务，如定制服务、产品咨询、应用咨询、客户激活、定期回访、客户关怀等。
	营销管理系统	营销管理系统可以提供营销智能分析工具包，支持企业营销策略的制定和营销绩效管理。 通过营销智能分析工具，对企业的市场数据、历史交易数据和财务信息进行数据提取、分析等处理，系统可以支持预测细分客户群的市场规模，制定产品策略（如产品改进、更换、套餐组合等）和销售策略（价格、渠道、媒体广告等）。 通过企业定制的绩效分析模板，以及利用仪表板、调色板、KPI 等报告方式，系统支持针对不同的业务组、不同的业务类型的绩效表现和客户满意度评估，并可以提出相应的技能培训和资源调整计划。
技术服务		通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务手段，为客户提供 7*24 小时的维护保障服务，保证营销信息化系统的稳定运行。

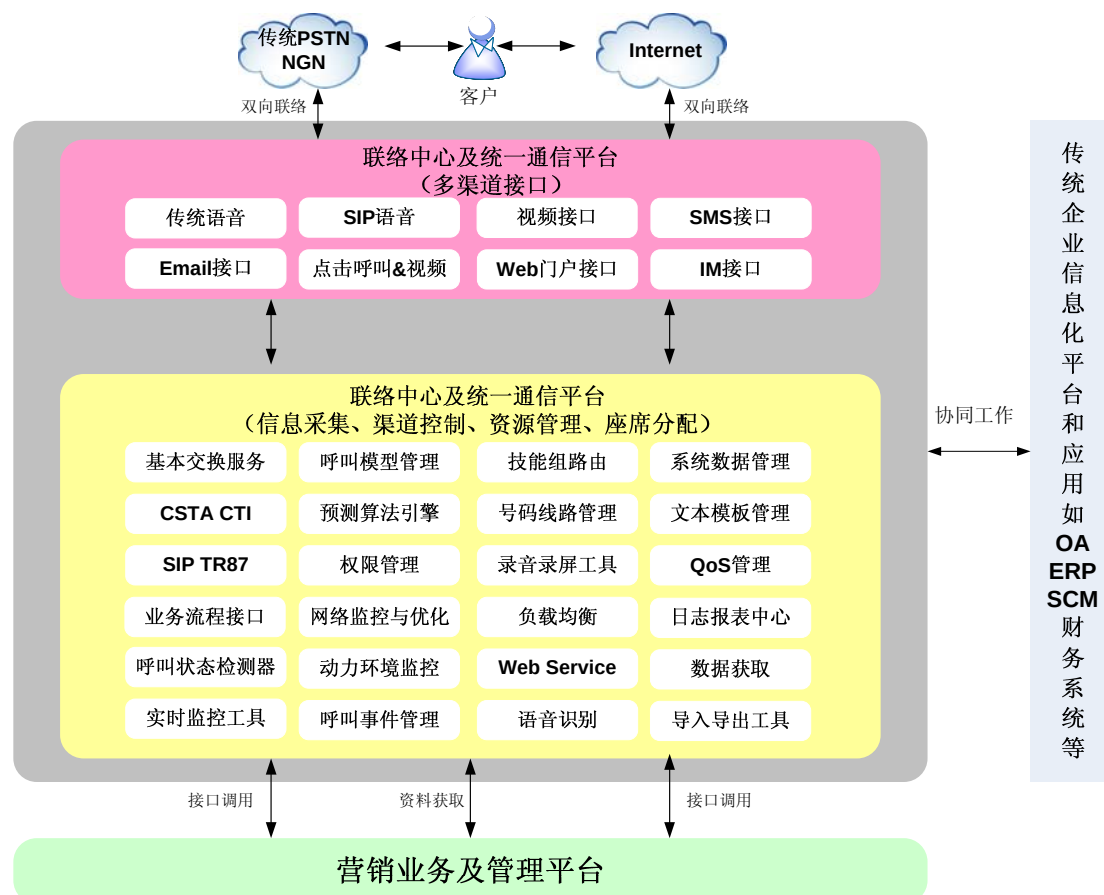
2、联络中心及统一通信平台

联络中心及统一通信平台采用了先进的软交换、多媒体通信和 CTI 技术，采用先进的软件架构和成熟的接口功能，确保了系统的稳定性、高效性、安全性和功能容量的可扩展性。

该平台能够支持传统电信网、NGN 下一代网络和互联网的多种通信渠道的集中通信接入和发起，包括传统电话呼入呼出、传真、短信、语音留言、IP 电话、视频呼叫、Web 门户、电子邮件、IM、网络点击语音和视频通信等，能够将各种通信方式在系统内进行统一的排队，然后智能的分发给合适的座席人员与客户进行交流。该系统不仅支持一般的联络中心功能集合部署方式，也能够支持全企业基于全员座席的模式，共同在统一通信的平台上协同工作，一起参

与营销信息化平台上的各种活动。

联络中心及统一通信平台的结构及其与系统内其他平台的协作关系如下图所示：



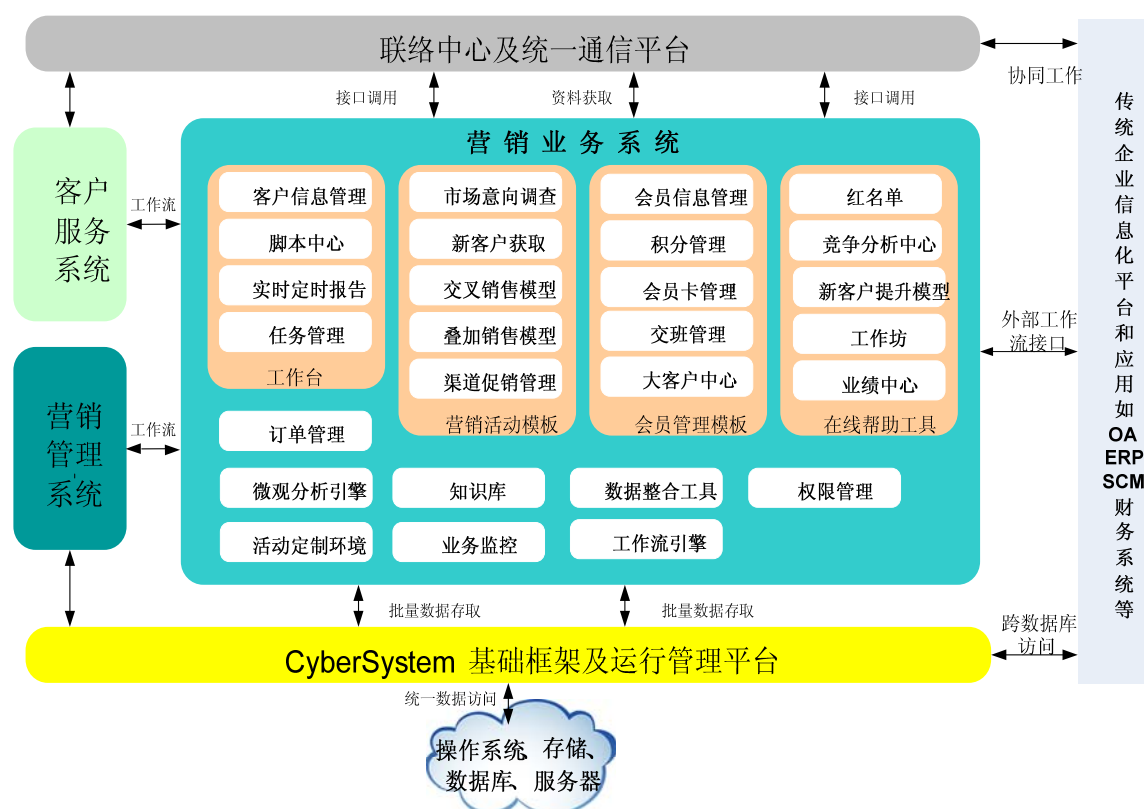
3、营销业务及管理平台

营销业务及管理平台是具体业务流程的操作、流转和实现平台，根据功能不同，分为营销业务、客户服务、营销管理三个子系统。下面对这三个子系统的结构和功能逐一说明。为从技术上易于理解，对于作为营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统共同的基础框架及运行管理平台 CyberSystem Work，将单独对其结构和功能进行说明。

(1) 营销业务系统

营销业务系统是利用公司先进的自主产品和核心技术组合而成的系统，运用现代营销理论，提供营销策划和营销执行的完整功能，并通过与后端应用的紧密衔接，支持营销活动的后续流程。

营销业务系统的结构图如下：

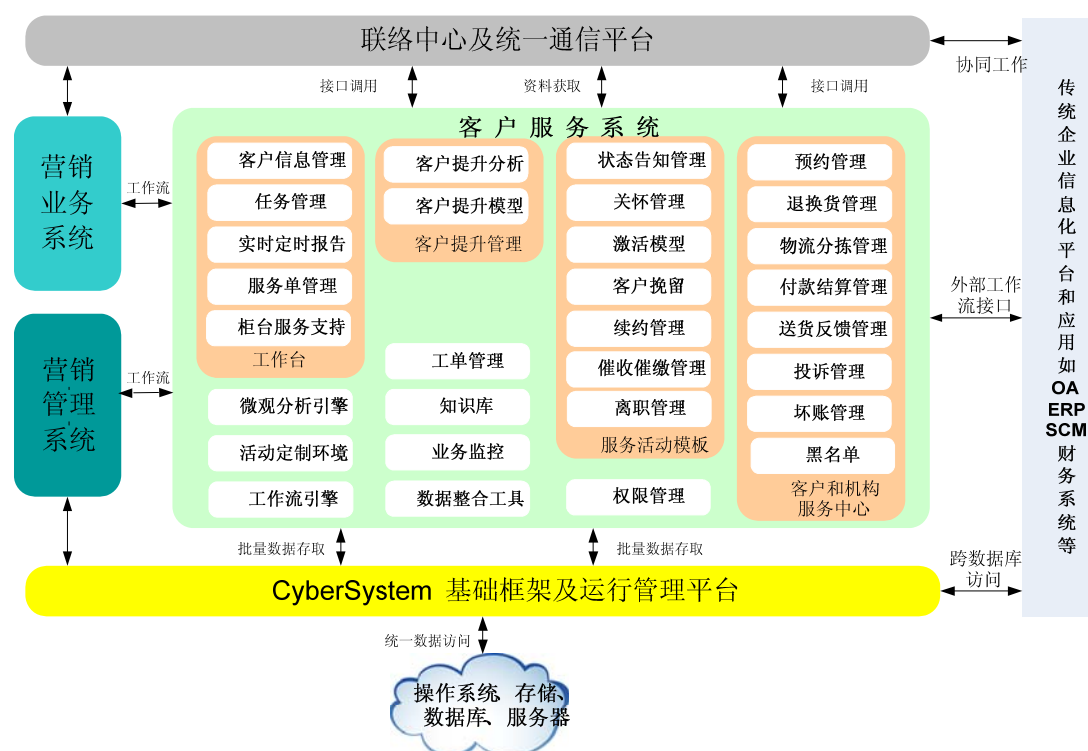


(2) 客户服务系统

客户服务系统是利用发行人先进的自主产品和核心技术组合而成的系统，在传统的客户服务业务基础上，融入最新的客户管理理念和智能的流程及分析引擎，是理念更超前、技术更先进、功能更完善的客户服务系统。

客户服务系统能够支持各种服务类活动的策划、执行和监控，包括客户提升、客户关怀、客户激活、客户挽留和催收催缴等。客户服务系统以客户体验为主要指针，利用各种微观分析工具，通过对已有客户数据的抽样和分析，对处于不同阶段的客户设计和实施不同的客户维系活动，从而能够显著延长客户生命周期，提高客户满意度和忠诚度，降低流失率，提高产品和企业的市场美誉度。

客户服务系统的结构图如下：

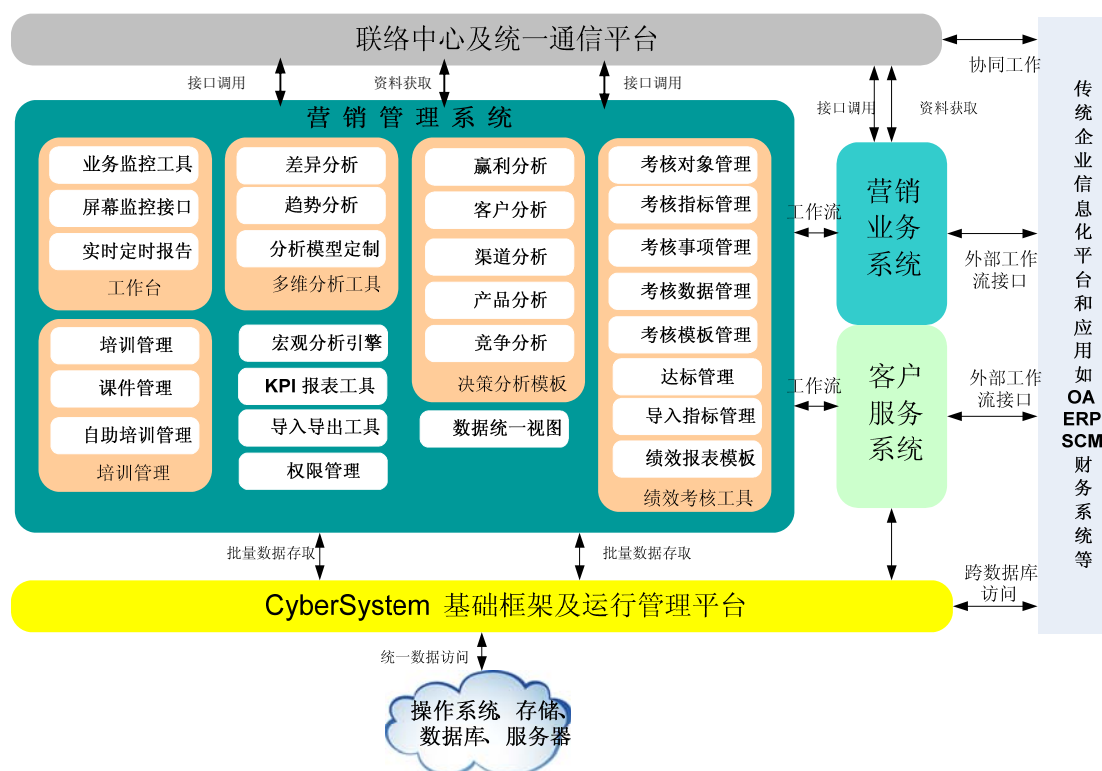


（3）营销管理系统

营销管理系统根据活动模板所确定的报表类型，为管理人员生成绩效报告并进行辅助分析。绩效报告可以根据活动种类、活动的组织结构以及活动中的不同角色进行区分和生成，能够通过仪表盘、调色板等方式与 KPI 进行比对，并对各种资源的利用率、成本占用、人员的服务质量和效率等提出优化建议，包括针对性培训和资源调整。

营销管理系统根据更新的客户数据，进行相应的统计分析，获取更加精确的宏观信息。系统提供多种统计分析工具和方法，并能够对数据进行提取、分析；提供针对市场容量和发展趋势、细分客户群的发展趋势、产品策略（改进、更换、套餐组合等）、竞争手段（价格、渠道、媒体广告等）的决策支持报告。

营销管理系统的结构图如下：



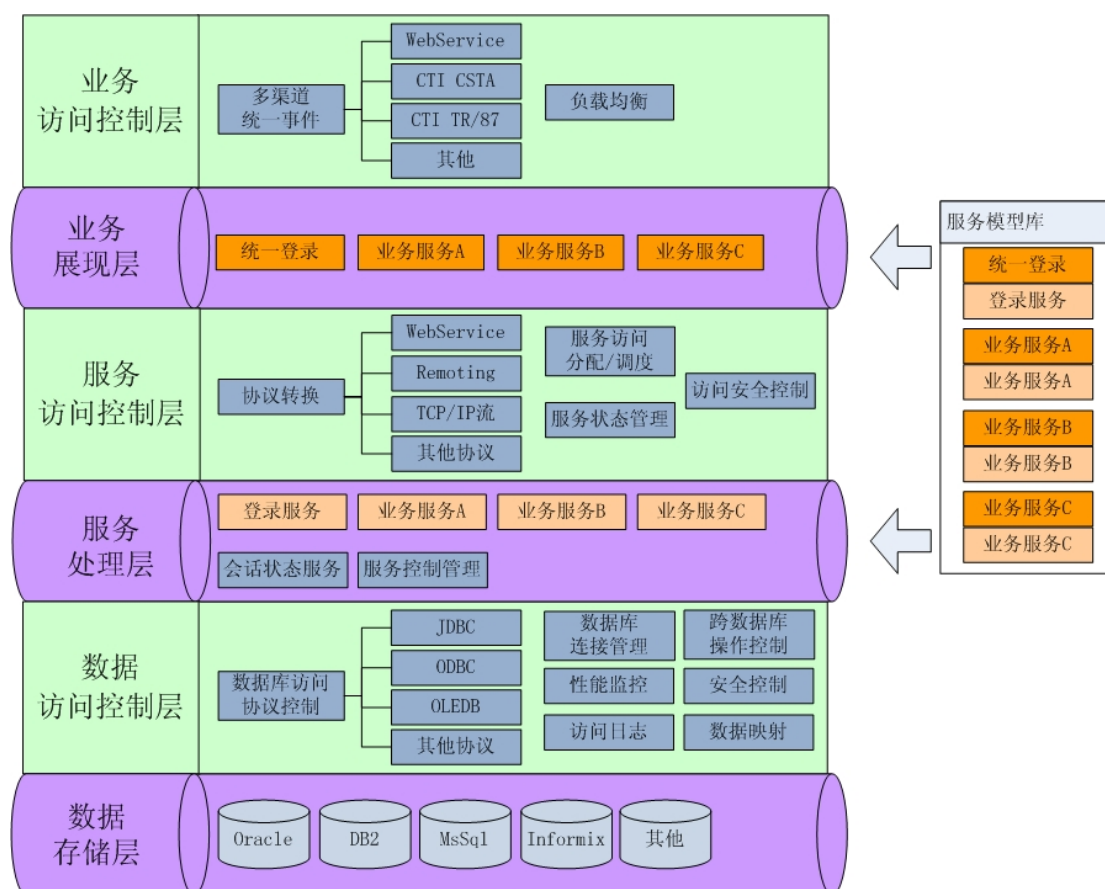
营销管理系统根据企业所定义的决策分析需求和绩效报表需求，通过 CyberSystem Work 平台从数据库获取批量数据，经过宏观分析引擎和数据整合工具，对数据进行清洗、分析、合并、修正，然后通过报表展现工具，生成相应的报表展现给使用者。

营销管理系统能够通过绩效工具，对人员的技能提出改善建议，并提供多种培训工具供培训使用。

(4) CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台

营销信息化系统作为客户的核心业务系统，必须具备优秀的稳定性、高效性、安全性、可扩展性。公司产品作为一个关键业务系统服务于企业，其系统构架设计的科学性尤为重要。公司自主研发的 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台是基于面向服务（SOA）的技术构架，融合了公司多年的软件开发以及用户体验经验，结合前端的技术思想，形成了独特的技术体系。

公司的 CyberSystem Work 层次模块结构如下图所示：



系统架构将企业应用划分为业务、服务和数据 3 个层面，每个层面都有独立的访问控制层，负责各种接口和协议转换、资源调度、安全控制、状态管理等，这种独特的架构技术，使 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台具备如下特点：

高稳定性：通过控制面与数据面分离的设计，使平台内部的接口结构更加清晰，数据面的处理逻辑更加简单，系统的执行效率和稳定性均得以提升；加强了健康扫描、软件旁路、故障模块自动重启恢复等机制来避免平台故障对整体系统的影响，显著提高系统运行的稳定性。

跨数据库访问能力：自主设计的数据访问控制层具备对异种异类数据库的统一访问能力，并能够对异种异类数据进行安全检查和安全管理，能够适应不同的数据字典。

数据安全性：独特的数据安全监控技术能够严密监控数据访问的权限和具体行为，从而能够保证安全的数据访问。这种技术能够支持平台跨越企业的内网和外网部署，同时支持内外网应用的集中数据库管理。

并发处理能力：能够通过配置工具，随时动态的增加服务资源，大幅提高了系统的并发处理能力，使用户能够根据不断增长的需要，便捷地扩充系统的容量，提升系统的性能。

分布式处理：提供同一软件模块分布式运行的机制，保证了软件平台整体的运行稳定性。

4、技术服务

营销信息化系统专业性较强，大多数企业由于不具备专业技术人员而无法进行高级管理和维护。公司能够为客户提供 7*24 小时的专业维护保障服务。

（二）业务流程

发行人于 2012 年通过了 ISO9001 认证，建立了一套切实可行、符合公司所在领域和实际情况的业务流程。

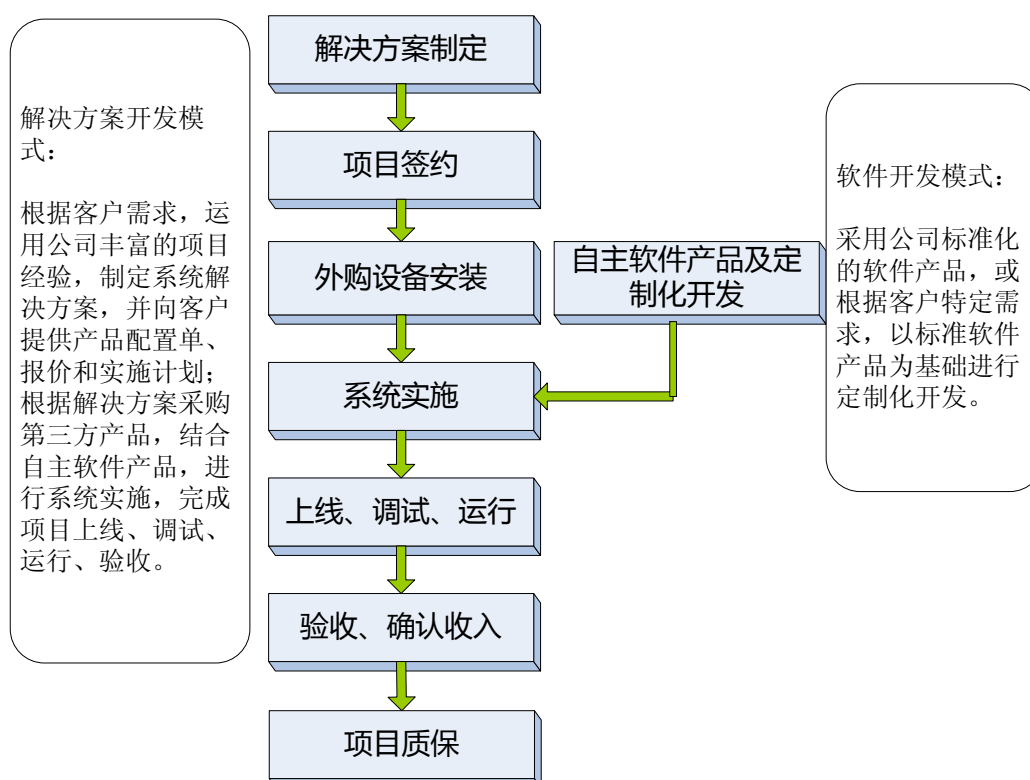
公司各项主营业务的具体业务和流程如下：

1、联络中心及统一通信平台

联络中心是在呼叫中心基础上发展而来的多媒体通讯平台；统一通信是指把计算机技术与传统通信技术融为一体的新通信模式。联络中心及统一通信平台能够支持传统电信网、NGN 下一代网络和互联网的多种通信渠道的集中通信接入和发起，包括传统电话呼入呼出、传真、短信、语音留言、IP 电话、Web 门户、电子邮件、即时通信、网络点击语音和视频通信等，为客户提供对外联络和对内协作的一体化通信平台，并在通信过程中为营销业务及管理平台采集信息，实现高效通信和信息共享。

公司以解决方案形式开展联络中心及统一通信平台的销售。根据客户需求制定出解决方案，公司将外购的计算机和网络设备、通信和终端设备及配套的数据库软件等，结合自主研发的自动应答系统、录音系统、多媒体接入系统、中间件软件等通信类软件产品，进行系统集成，实现联络中心及统一通信平台的各项功能。在该项业务的收入构成中，自主软件占比约为 10%。

联络中心及统一通信平台业务流程图：



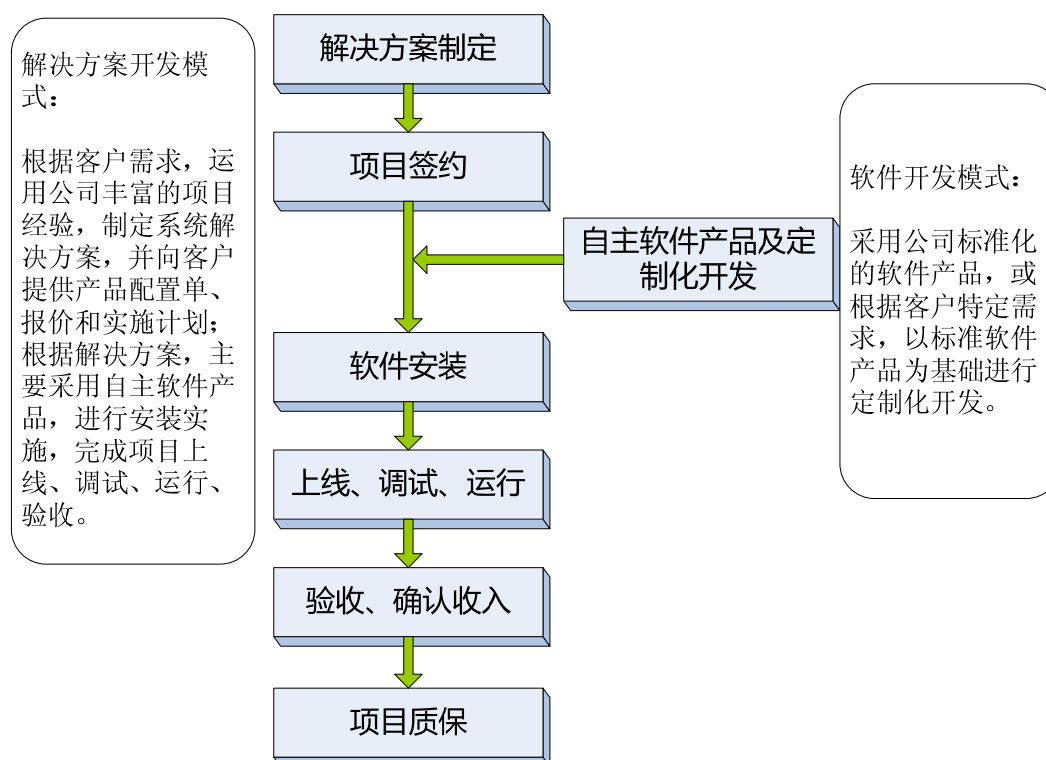
上图方框内的两部分是联络中心及统一通信平台的核心价值点。解决方案开发贯穿整个业务的始末，解决方案的设计直接关系到最终产品的运转效率、稳定性、成本以及是否满足客户需求；软件产品及定制化开发是整个解决方案利润率较高的部分,也是产品的竞争优势。优秀的解决方案架构,以及功能丰富、运行稳定的软件产品是公司的核心竞争力。

2、营销业务及管理平台

公司的营销业务及管理平台利用多种智能分析和管理工具，帮助客户策划并执行精准的营销和客户服务活动；通过丰富的数据分析工具，帮助客户进行多层次的营销绩效管理，以及针对客户群、产品和竞争手段的优化决策。

公司以解决方案形式开展营销业务及管理平台的销售。公司根据客户现有信息化平台，结合客户营销需求制定解决方案，公司向客户提供具有自主知识产权的预拨号系统、客户关系管理系统、渠道管理系统、客户回访系统、绩效管理系统等营销业务和管理类软件产品，以符合客户多元化、深层次的营销业务及营销管理需求。在该项业务的收入构成中，自主软件占 95%以上。

营销业务及管理平台业务流程图：



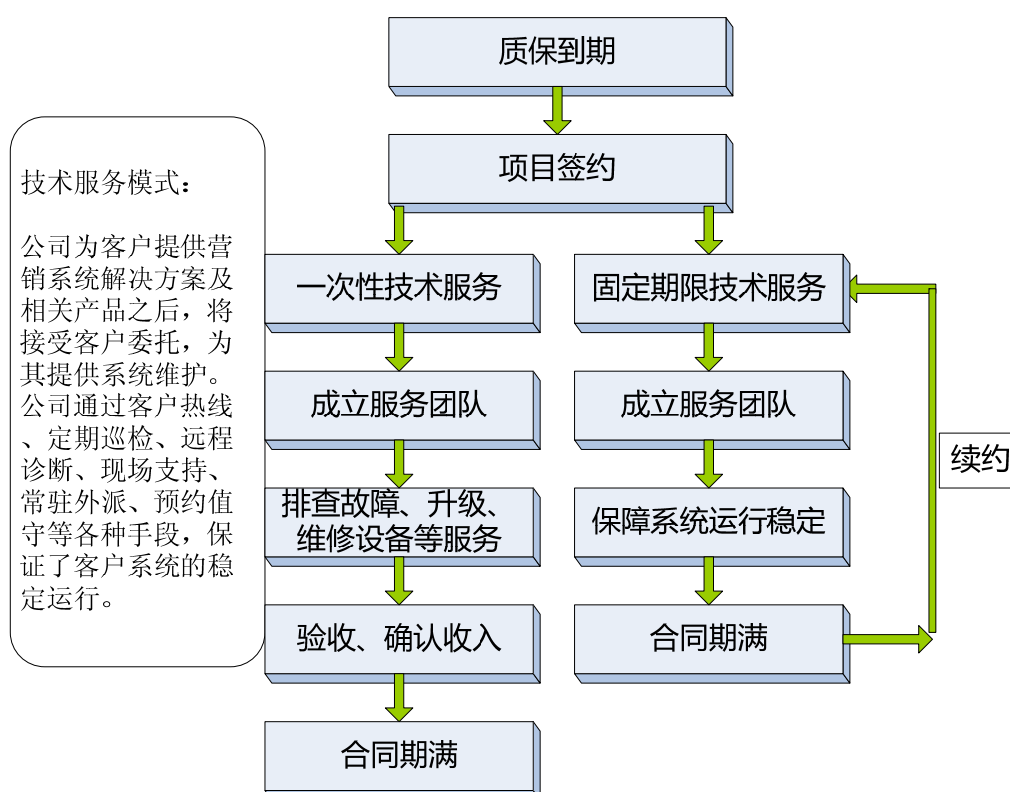
上图方框内的两部分是营销业务及管理平台的核心价值点。解决方案开发贯穿整个业务的始末，解决方案的设计直接关系到最终产品的运转效率、稳定性、成本以及是否满足客户需求；自主软件产品及定制化开发是整个解决方案收入中主要构成部分。优秀的解决方案架构,以及功能丰富、运行稳定的软件产品是公司的核心竞争力。

3、技术服务

技术服务是公司在客户的系统质保期满后，公司向客户提供的固定期限的运行维护业务，以及客户数据备份、故障排查等一次性的专项技术服务。

公司在客户系统的质保期满后，通常以年为单位与客户签订运行维护服务合同，根据服务内容和方式的不同收取不同的费用。技术服务开展的方式主要是技术人员通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务手段，为客户排查、解决系统故障，满足客户对营销信息化平台运行稳定的要求。

技术服务业务流程图：



上图方框内的部分是技术的核心价值点。公司通过及时、高效、多渠道的完善技术服务，为客户购买的产品提供可靠的服务，保障其系统稳定性、安全性。

（三）公司的经营模式

公司主营业务是为银行、保险、制造、商业流通及服务、政府及公共事业等行业或领域提供营销信息化解决方案及相关的技术服务。公司以技术为本，面向具有行业影响力的大型客户建立完善的解决方案，并通过品牌效应，吸引中小客户。

在客户的营销信息化建设中，公司首先是深刻挖掘客户的需求，根据公司积累的行业最优应用经验，通过咨询与客户共同制定系统解决方案，并完成 IT 架构设计，最后组织系统实施。公司在该领域积累了多年的经验，针对需求发展趋势形成了具有自主知识产权的软件产品，在解决方案中融入自有技术，灵活地满足客户个性化的需求。以自主软件为基础的解决方案形成了公司的竞争优势，增强了公司的客户拓展能力。

自成立以来，公司一直致力于软件产品和解决方案的标准化，带动利润大

幅增长。报告期内，公司努力拓展大型客户，营业额和毛利率不断提升，费用控制合理，自主软件成为公司主要的利润来源和利润增长点，也成为公司的竞争优势。

在各行业企业营销现代化需求日益增长的背景下，公司以掌握的核心技术为发展根基，以提供整体解决方案为增值手段，通过整合营销渠道迅速扩大市场份额。公司采购、生产和销售模式具体如下：

1、采购模式

在软件开发方面，公司所需原材料主要为光盘、纸张等；同时，针对客户的需求，公司还为客户代理采购第三方软硬件产品，其中，硬件部分主要包括计算机和网络设备，通信和终端设备；软件部分包括操作系统、数据库等系统软件。

公司所有产品采购均按照《采购管理制度》严格执行。公司根据供应商具体情况制定了合作供应商名单，并根据其市场信誉、产品质量、生产经营运作等情况进行实时更新。除客户有特殊要求外，公司需从合作供应商名单中选取采购对象，同时进行比价、议价。公司的商务部负责供应商的甄选，价格和商务条件的谈判，以及储运管理等；销售市场部负责采购设备的选型和估价；工程中心负责采购设备的集成和质量验收等。

2、产品开发及服务模式

（1）软件开发模式

公司的软件开发模式包括自主软件开发和定制软件开发。前者是公司基于市场需求和技术发展趋势，结合对过往项目经验的提炼和总结而开发的标准化、通用的软件产品，具体工作由公司的产品研发部负责完成；后者则是以客户的个性化需求为导向，以公司现有应用系统架构为基础而进行的软件开发，具体工作由工程中心负责完成。

公司在软件开发过程中，首先要进行技术立项，并组成项目组，项目组组长由项目经理及以上级别的员工担任。项目组负责需求调研、架构设计、编码、调试、质量控制等多个阶段。需求调研和架构设计是开发大型软件的核心内容，决定了软件在实用性、独立性、数据一致性、兼容性、易管理和易维护性等方面的优劣。考虑到软件开发过程中涉及的时间成本和人工成本，公司按照软件

工程的管理规范，合理地将耗费人工时较长、外部技术较为成熟的编码、调试工作外包给其他公司，从而有效地降低了开发成本，提高了软件开发效率。最后，调试通过的软件版本需要通过公司的质量控制体系的严密审核，确保应用的准确性、安全性和稳定性。

（2）解决方案开发模式

公司的解决方案通常由三部分组成：即自主软件产品、定制开发软件和第三方产品。公司的解决方案开发和设计过程通常由以下几个阶段组成：营销业务咨询、系统架构咨询、定制开发、系统实施、调试、用户培训、系统验收、系统开通等。公司的销售市场部负责前期解决方案的咨询和设计，其余工作由工程中心完成。

公司的解决方案是以自主研发的、标准化的软件为基础，根据客户及其所在行业的产品特性、价值取向、信息技术应用基础、营销模式等特点，开发定制化的应用软件，并设计合理的组网模式、通讯机制、硬件选配、数据结构、安全管理机制，以及营销、服务流程模板。因此，公司的解决方案开发是依托于行业模板进行的，同时又充分参考了客户已有的应用基础和企业特点。

客户的业务需求是不断提升和演变的，尤其是在营销信息化领域，因此客户的营销信息化系统需要不断升级。公司会根据客户的需求变化，尽可能合理利用客户已有的信息化相关的投资，通过对软件产品的升级和二次定制开发为客户创造更多的价值。

（3）技术服务

公司为下游客户提供营销系统解决方案及相关产品之后，将长期为客户提供系统维护。公司的运维服务能力是建立在公司已有的技术基础上。公司拥有基于自主知识产权的基础框架及运行管理平台 **Cybersystem Work** 所开发的完整的软件产品系列，系统间兼容性良好。公司通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种手段，保证了客户系统的稳定运行。

在免费维护期之后，公司以年为单位与客户签订系统维护服务合同，根据服务支持的内容和方式收取不同等级的费用。

3、销售模式

公司主要以解决方案的形式进行市场开拓。针对每个客户，公司组织相应

的技术人员深入挖掘用户的个性化需求，并结合行业的最佳应用经验，提出用户的解决方案的实施策略，在双方充分沟通的基础上，最后以合同文本的形式确认用户的系统架构设计、投资进度和项目实施进度等。

公司的业务拓展有两类，一类是新客户业务，另一类是老客户原有系统的升级改造、或者是系统维护业务。对于新客户业务，公司首先由销售部门负责了解客户潜在的需求，负责与客户相应的业务管理部门建立沟通关系，并在销售部门的引导下，由公司的技术部门负责与客户沟通具体业务需求，确定和落实最终解决方案。最后由销售部门、技术部门和商务部门共同与客户协商价格、工期、收款等合同条款，最后由公司的商务部门负责与客户签订合同。对于老客户原有系统的升级改造、运维服务等，通常由技术部门派驻现场的技术工程师发现客户新的需求，直接与客户沟通，在销售部门和商务部门的辅助下确定主要的合同条款，最后由商务部门负责合同签订。

（四）公司主要产品和服务的收入情况

1、收入构成情况

报告期各期公司营业收入构成如下：

单位：万元

类 别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
联络中心及统一通信平台	11,701.13	71.17%	7,824.02	67.56%	7,930.08	74.80%
营销业务及管理平台	3,705.13	22.54%	2,935.66	25.35%	1,903.32	17.95%
技术服务	1,035.20	6.30%	821.56	7.09%	768.45	7.25%
合 计	16,441.46	100.00%	11,581.24	100.00%	10,601.85	100.00%

从收入构成来看，报告期内，公司各项业务所产生的收入所占份额基本稳定。公司营业收入中来自联络中心及统一通信平台的收入占比较大，报告期内平均在 70%左右；营销业务及管理平台收入占比平均在 20%以上；技术服务收入占比不到 10%。

2、公司自主软件和系统集成收入情况

公司主营业务为营销信息化解决方案和相关的技术服务，公司的营销信息化解决方案依照实现的功能不同可以划分为联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台两部分，其中联络中心及统一通信平台为基础通信平台，营销业

务及管理平台是建立在这个基础通讯平台上的营销业务应用平台，公司的技术服务业务为营销信息化系统运行提供保障。具体构成及功能如下：

主营业务	实现功能	解决方案的构成内容	
联络中心及统一通信平台	1、多媒体通信功能； 2、为营销业务和管理平台采集信息。	自主软件	自主研发的自动应答系统、录音系统、多媒体接入系统、中间件软件、通信管理系统等通信类软件产品。
		系统集成	外购计算机和网络设备、通信和终端设备、数据库、操作系统、防病毒等硬件和软件产品。
营销业务及管理平台	1、营销活动的策划与执行； 2、客户服务活动的策划与执行； 3、营销质量管理和绩效管理。	自主软件	自主研发的预拨号系统、客户关系管理系统、渠道管理系统、客户回访系统、绩效管理系统等营销业务和管理类软件产品。
		系统集成	外购少量配套的服务器等硬件产品。
技术服务	运行维护、保障系统稳定	技术服务	客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种手段

报告期内，公司主营业务收入区分软件收入和系统集成收入情况如下：

单位：万元

项目		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
联络中心及统一通信平台	自主软件	1,667.72	10.14%	717.91	6.20%	727.09	6.86%
	系统集成	10,033.40	61.03%	7,106.11	61.36%	7,202.99	67.94%
	小计	11,701.13	71.17%	7,824.02	67.56%	7,930.08	74.80%
营销业务及管理平台	自主软件	3,600.83	21.90%	2,820.61	24.35%	1,903.32	17.95%
	系统集成	104.30	0.01%	115.05	0.99%	-	-
	小计	3,705.13	22.54%	2,935.66	25.35%	1,903.32	17.95%
技术服务		1,035.20	6.30%	821.56	7.09%	768.45	7.25%
合计		16,441.46	100.00%	11,581.24	100.00%	10,601.85	100.00%

报告期内，公司联络中心及统一通信平台业务中以系统集成业务收入为主。2009 至 2011 年，在联络中心及统一通信平台收入中，自主软件收入占比分别为 9.17%、9.18%、14.25%，平均占比为 11.34%；公司营销业务及管理平台产品以自主软件收入为主，2009 至 2011 年，在营销业务及管理平台收入中，软件占比分别为 100%、96.08%、97.18%，平均占比为 97.43%。

3、公司前五大客户情况

报告期内，公司前五大客户情况如下表所示：

序号	客户名称	金额（元）	占收入比例
2011 年度			
1	中国邮政储蓄银行有限责任公司	42,900,415.56	26.09%
2	鞍钢集团国际经济贸易公司/鞍山钢铁集团公司	26,970,940.77	16.40%
3	中国神华能源股份有限公司	18,536,916.01	11.27%
4	中国仪器进出口（集团）公司	7,968,069.11	4.85%
5	中国电子系统工程总公司	6,030,000.00	3.67%
	合 计	102,406,341.45	62.28%
2010 年度			
1	南京银柏信息工程有限公司	13,775,944.54	11.90%
2	中国普天信息产业股份有限公司	8,180,784.59	7.06%
3	沈阳天雄信息技术开发有限公司	8,127,350.44	7.02%
4	广东亿迅科技有限公司	7,458,889.03	6.44%
5	中国邮政集团公司	7,261,617.95	6.27%
	合 计	44,804,586.55	38.69%
2009 年度			
1	武汉长软华成系统有限公司	23,209,174.22	21.89%
2	深圳海联讯科技股份有限公司	13,335,504.28	12.58%
3	深圳市君众达科技有限公司	5,976,546.15	5.64%
4	北京英康得力科技有限公司	5,210,256.41	4.91%
5	沈阳瑞网科技开发有限公司	4,159,215.59	3.92%
	合 计	51,890,696.65	48.94%

报告期内，发行人不存在对单个客户的销售存在重大依赖的情况。

公司与邮储银行、中国神华等增加大订单的原因：

（1）公司最近一年大订单增加的原因

公司 300 万以上合同数量由报告期初的 3 个增加至 2011 年的 11 个，公司大订单数量显著增加，主要原因为：

①大型客户对营销信息化的需求提高。随着以客户为中心的现代营销理念的发展，数据库营销、精准营销等成为重要的营销方式，客户对营销信息化的需求增加，投入逐年加大。行业内大型客户由于业务规模较大，且对营销信息化系统的稳定性、高效性、兼容性和扩展性等均要求较高，投资预算较高，客户需求提高导致公司能够与其签订金额较高合同；

②公司自身产品逐步取得了客户的认可，形成了良好的品牌效应。在报告期内，随着公司逐步积累了大量的成功案例，软件开发、项目实施经验和解决

方案日益成熟和稳定，公司的产品和服务得到客户的充分认可，尤其行业内大型客户对公司的认可程度的不断提高，能够使公司不断取得大型项目订单；

③公司技术水平提升，能够满足客户多样化需求。公司重视产品的研发投入，针对营销信息化深层次、多样化的发展趋势，进行了前瞻性的技术储备，并针对重点行业归纳总结了多项行业模板库以及数十项独立的功能模块，同时公司软件架构平台 CyberSystem Work 具有良好的兼容性、稳定性和扩展性，能够充分满足客户的营销信息化需求，因此公司能够取得客户的大订单；

④公司加强了对重点行业领域及大型客户的拓展。公司在设立初期客户群体以中小型客户居多，中小型客户单一合同金额较小。随后，公司增加了对重点行业大型客户的销售投入，逐步在银行、保险、制造等行业内取得了较大金额的订单。

（2）公司与邮储银行交易的情况

①与邮储银行交易金额较高的原因

最近一年，公司与邮储银行交易金额较高，邮储银行为公司最近一年第一大客户。邮储银行的营销信息化建设背景情况如下：

2009 年，中国邮政集团及邮储银行启动了新一轮的 IT 总体规划工作，制定了《中国邮政金融 IT 总体规划》：围绕以客户为中心、以会计处理为核心两大主线，将现有应用系统整合为统一的综合应用系统，同时，建设全国生产、同城灾备、异地灾备三大数据中心，搭建会计处理、客户信息、产品管理、内容管理、渠道管理、柜面处理、中间业务和数据分析八个平台，实现数据的集中与共享。目前，邮储银行拥有近 3.8 万个网点，是我国网点数量最多、网络覆盖面最广的商业银行，但是由于其信息化基础较传统四大国有商业银行更为薄弱，所以对于信息化需求更为迫切，包括进行 ATM 通信网络升级扩容，以及开展全方位的电子金融服务渠道的建设等，提升营销信息化技术水平，因此，公司在报告期内与邮储银行交易金额较高。

②与邮储银行签订了多项合同的原因

2011 年，公司与邮储银行签订了 4 项金额在 300 万以上的重大合同。其中两项为电视电话会议系统扩容改造工程及其二期工程，公司为其提供了会议管理平台、客户关系管理系统、中间件产品以及相关的语音、视频通信硬件设备

的系统集成；一项为邮储银行 POS 业务系统工程系统集成，为邮储银行提供信息通信网络的扩容服务；另一项为邮储银行中间业务的信息化建设，主要为第三方接入平台信息安全的系统集成。

上述合同主要属于公司联络中心及统一通信平台业务，是依照客户信息化建设周期和业务需求而分别签署的合同。上述合同的具体内容存在较大差异，项目实施分属邮储银行内部不同的业务部门，是公司分别谈判、分别签订的合同，签约后该等项目也是分别实施、分别验收。不属于刻意拆分合同情况，也不存在突击业绩囤积采购情况。经过查阅销售合同、对应的产品采购合同及项目验收单，并就报告期内与邮储银行的交易进行函证，上述销售情况真实、合理。

（3）与中国神华的交易情况

①与中国神华交易金额较高的原因

最近一年，公司与中国神华交易金额较高，中国神华为公司最近一年第三大客户，中国神华营销信息化建设背景情况如下：

2010 年，中国神华为加强集团信息化建设，启动了新一轮的信息化建设工程，通过建设“两横一纵”的信息平台，即：产运销协同调度平台、人财物资源整合平台，和一体化纵向管理平台，支撑“七大业务能力”，即：集团管控能力、资源整合能力、业务协同能力、专业管理能力、本质安全管理能力、共享服务管理能力、企业综合管理能力，简称“SH217 工程”，以信息化手段促进企业提高管理效率、生产效率和销售效率。目前，中国神华拥有煤炭生产、煤炭销售、电力生产、铁路、港口、航运等业务板块，下属控股公司 50 家、子公司 11 家，资产分布在全国及亚太地区，是中国上市公司中最大的煤炭销售商。由于其业务跨行业、跨地区广泛分布、协同发展的特点，信息化管理、信息化生产、信息化销售需求较大，因此，公司在报告期内与中国神华交易金额较高。

②与中国神华签订了多项合同的原因

2011 年，公司与中国神华签订了 2 项金额在 300 万以上的重大合同，主要原因为：公司通过参与了“SH217 工程”的部分项目招标，并凭借在“冀中能源”等能源企业营销信息化领域的建设经验和成功案例，成功取得了中国神华“数据中心网络平台应用系统与配套服务”两个项目订单。其中一个项目为数

据中心网络交换机及应用系统的系统集成业务，另一项目为数据中心网络安全设备的系统集成业务。

上述两项合同主要属于公司联络中心及统一通信平台业务，上述合同的具体内容存在一定差异，是公司与中国神华分别投标、分别谈判、分别签订的合同，签约后该等项目也是分别实施、分别验收。不属于刻意拆分合同情况，也不存在突击业绩囤积采购情况，销售情况真实、合理。

综上，公司与邮储银行签订的合同是与其制定的“金融 IT 总体规划”相适应的，公司与中国神华签订的合同是其“SH217 信息化工程”的一部分，公司与客户在一年内签署了多项不同内容的合同，符合客户的业务需求，不存在突击业绩和囤积采购的情况，经过查阅销售合同、对应的产品采购合同及项目验收单，并就报告期内与中国神华的交易进行函证，上述销售情况真实、合理。

经核查，保荐机构认为：发行人在报告期内持续获得了大金额的订单，与大型客户的交易情况真实，不存在突击业绩和囤积采购的情况，销售真实、合理；公司针对大型客户建立了相应的销售策略和措施，建立了有效的市场营销机制支持公司的大客户战略；公司在 2012 年持续获得了大客户订单，与大客户之间的交易具有持续性。

经核查，发行人律师认为：发行人在报告期内持续获得了大金额的订单，与大型客户的交易情况真实，不存在突击业绩和囤积采购的情况，销售真实、合理；发行人针对大型客户建立了相应的销售策略和措施，建立了有效的市场营销机制支持公司的大客户战略；发行人在 2012 年持续获得了大客户订单，与大客户之间的交易具有持续性。

经核查，申报会计师认为：发行人在报告期内持续获得了大金额的订单，与大型客户的交易情况真实，不存在突击业绩和囤积采购的情况，销售真实、合理；公司针对大型客户建立了相应的销售策略和措施，建立了有效的市场营销机制支持公司的大客户战略；公司在 2012 年持续获得了大客户订单，与大客户之间的交易具有持续性。

4、产品和服务的价格变化情况

由于公司提供的不同解决方案所需软硬件比例不同、技术要求不同，公司签订的不同合同之间价格差异较大，不具有可比性。综合来讲，随着公司提供

的解决方案的复杂程度加强，以及所含自主知识产权软件比例逐步加大，报告期内公司毛利率水平呈现稳步上升趋势。

（五）原材料及能源供应情况

1、原材料构成及价格变动情况

公司开展营销信息化解决方案所需原材料主要是服务器、数据库、操作系统、交换机、路由器、多媒体设备、网络安全产品、外设终端等配套设备以及部分技术服务。公司一直与众多国内外知名的软硬件供应商或其代理商，以及行业内知名的技术服务提供商保持密切的合作，公司根据价格是否合理、服务是否优良选择最适当的供应商，由于上游市场竞争比较充分，公司不存在对个别供应商过度依赖的情形。

报告期内，公司主营业务所需外购的主流软硬件产品的价格因其技术的更新换代而呈现缓慢下降的趋势，公司所需技术服务根据服务内容、技术成熟度等略有差异，其价格的变动对公司营业成本未构成重大影响。

2、原材料采购情况

期间	主要原材料采购金额（元）
2011 年度	118,936,229.24
2010 年度	82,574,848.06
2009 年度	68,551,166.00

3、报告期内向前五大供应商的采购情况

报告期内向前五大供应商的采购金额和采购内容主要如下：

序号	供应商名称	不含税金额（元）	占比	主要采购产品
2011 年度				
1	南京宗腾电子科技有限公司	38,671,560.66	32.51%	服务器、防火墙、交换机、数据库
2	深圳市国脉网通科技有限公司	17,590,599.50	14.79%	核心交换机、列头交换机、防火墙
3	北京中青旅海天数码科技有限公司	14,625,897.41	12.30%	防火墙、服务器
4	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	12,804,914.52	10.77%	服务器、光纤交换机、机柜
5	南京南方电讯有限公司	6,483,113.59	5.45%	视频设备
合 计		90,176,085.68	75.82%	
2010 年度				
1	南京宗腾电子科技有限公司	21,445,818.24	25.97%	服务器、防火墙、交换

序号	供应商名称	不含税金额(元)	占比	主要采购产品
				机
2	深圳市国脉网通科技有限公司	15,044,893.62	18.22%	计算机设备
3	南京南方电讯有限公司	14,115,420.54	17.09%	视频设备
4	北京人大金仓信息技术股份有限公司	3,076,923.00	3.73%	数据库管理系统
5	沈阳北方电脑应用开发公司	3,013,395.09	3.65%	服务器、磁盘阵列、交换机
合 计		56,696,450.49	68.66%	
2009 年度				
1	北京亚格创新科贸有限公司	31,705,747.83	46.25%	交换机、语音设备、网管软件
2	南京宗腾电子科技有限公司	13,269,786.31	19.36%	服务器、路由器、防火墙、交换机等
3	中国航空工业供销总公司	4,257,036.26	6.21%	语音设备
4	北京中青旅海天数码科技有限公司	3,398,974.31	4.96%	防火墙、服务器
5	沈阳北方电脑应用开发公司	2,610,536.50	3.81%	服务器、磁盘阵列、交换机
合 计		55,242,081.21	80.59%	

(1) 公司供应商较为集中的原因:

①报告期内, 公司采购的主要是联络中心及统一通信平台解决方案所需的服务器、数据库、操作系统、交换机、路由器、多媒体设备、网络安全产品、外设终端等计算机和通信类设备和软件, 该类设备的上游生产厂商较多。但是由于客户对营销信息化解决方案的运行稳定性要求较高, 公司多数采购国际和国内知名厂商生产的产品, 因此采购的产品品牌和种类较为集中。

②由于公司采购的计算机和通信类设备和软件的生产厂家基本采用代理的方式进行销售, 公司上游供应商多数为代理商或进出口商。公司根据情况会比较价格、质量、服务、账期、开票时间等因素, 选择服务质量高、性价比高的代理商集中进行采购, 能够获得更为优惠的价格、宽松的信用期限和提高交易效率。

(2) 供应商集中度高的应对措施

公司所处行业的上游供应商主要为计算机和通讯设备生产商及其代理商, 以及相关的操作系统、数据库等系统软件供应商, 公司不存在采购的依赖, 主要理由如下:

①公司对所采购的产品不存在技术依赖。经过多年的发展，公司的产品符合行业协议标准，可以和市场的主流产品对接。

②公司采购的产品不存在市场依赖。计算机和通信行业经过长期的发展，市场竞争有序且较为充分，公司所需产品的国际、国内知名厂商较多，产品供应充分、质量稳定，呈现充分竞争的市场格局。

③公司的采购不存在渠道依赖。公司报告期内前五大客户主要是 IT 产品的代理商或进出口商，由于同一生产厂家均有多家代理商，可替代性较强。

④公司严格执行《采购管理制度》，根据供应商具体情况制定合作供应商名单，并根据其市场信誉、产品质量、生产经营运作等情况进行实时更新，建立完善的供应商库，减少对单一供应商的依赖。

⑤公司自身商业信誉良好、采购规模较大，公司积极主动和行业内知名厂家和供应商建立业务往来，拓展采购渠道，建立长期稳定为合作关系。

（3）关联关系

保荐机构通过对报告期内前五大供应商的访谈确认、询证及查阅工商资料等方式，核查确认：2009 年至 2011 年，前五大供应商与发行人不存在直接、间接关联关系。

经核查，保荐机构认为：公司因为采购设备种类和采购渠道等原因，前五大供应商集中度较高；公司对前五大供应商不存在依赖，并已采取了积极的举措减少因采购集中度较高对公司经营的影响；公司与前五大供应商不存在直接、间接关联关系。

经核查，申报会计师认为：公司因为采购设备种类和采购渠道等原因，前五大供应商集中度较高；公司对前五大供应商不存在依赖，并已采取了积极的举措减少因采购集中度较高对公司经营的影响；公司与前五大供应商不存在直接、间接关联关系。

4、能源供应情况

公司正常生产经营所需能源主要为电力，供应稳定、充足。报告期内，电力价格逐步升高，但由于公司对电力的消耗主要为计算机等设备，电力成本在总成本中比例很小，故其价格变动对公司生产经营影响很小。

（六）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员在上述供应商、客户中的权益情况

上述供应商中，北京君众达科技有限公司在 2008 年为本公司的关联方，详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”。除此之外，发行人不存在公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中占有权益的情况。

发行人不存在公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中占有权益的情况。

（七）产品质量控制情况

1、质量方针和目标

公司秉承求实创新、技术领先、科学管理、卓越服务、质量创优的质量方针，结合 ISO9001 质量管理体系与 SDEM 标准就整个产品开发、交付和服务过程中的各个工作环节都设立了具体的质量目标。这些工作环节涉及企业层面的产品与过程质量监控、培训与考核、持续改进，还深入到项目工作层面的需求开发和管理、软件策划与监控、风险识别与规避、技术实现与验证确认、决策分析、配置管理与测量分析等工作，将顾客的需求转化为企业管理的要求。

公司的质量方针：产品和服务超越顾客的需求，并不断完善。

公司的质量方针是公司全体员工的质量追求和承诺，是公司保证服务质量的决心和公司经营管理的宗旨，也是对顾客和社会的承诺。

2、质量管理体系

2009 年，发行人通过了 ISO9001: 2008 质量管理体系第三方认证。公司在研发、销售和售后服务等环节都建立了质量保证体系，从计划制定、需求管理、过程跟踪等方面严格按照 ISO9001 和 SDEM 的规范要求进行。

2012 年，发行人已经申请了新的质量管理体系认证，并已经取得续发的《质量管理体系认证证书》，注册号：06912Q10191R1M，证明发行人建立的质量管理体系符合“GB/T19001-2008/ ISO9001: 2008”标准要求，通过认证的范围包括“应用软件开发、计算机系统集成和服务”，证书有效期至 2015 年 2 月 11 日。公司目前已取得有效的质量管理体系认证证书，并在中国国家认证认可监督管

理委员会网站上可查询到相关信息。

此外，公司软件研发、实施和服务质量还遵循国家颁布的涉及计算机软件的各类技术和工程标准，如软件设计文档国家标准 GB/T8567-1988、GB/17895-1999 计算机信息系统安全保护等级划分准则，GB/T18336 信息技术安全性评估准则等。公司定期在内部组织员工学习计算机软件领域有关技术和工程标准，并在软件产品设计、研发、实施和服务过程中运用这些质量标准和规范。

3、运行情况

公司按照 ISO9001: 2008 要求定期组织内审和管理评审，确保质量体系保持良好的运行状况，并顺利通过了第三方监督审核。

发行人采取了多项措施以保证质量体系的有效执行，包括采集各个项目的运行数据形成组织度量数据库，为项目管理工作提供量化的参考数据；将各个项目中的优秀管理案例积累下来形成最佳实践库，使参与各项工作的人员都能够得到经验的指导；定期分析质量管理控制部提供的质量报告，了解实际工作与企业定义的程序文件存在哪些差异，为过程改进提供客观的输入；定义标准过程集和辅助管理工具，使项目管理人员能够及时发现项目存在的问题，对各类质量隐患做到防微杜渐。

公司通过严格的产品研发质量控制、定期升级、客户回访和长期服务等措施，建立了客户质量保证体系。公司自成立以来，未发生过任何客户针对公司提供的产品或服务提出纠纷、索赔或诉讼。

五、公司的主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

发行人固定资产主要为进行生产和提供服务所需设备，包括办公房产、办公设备、运输工具等。截至 2011 年 12 月 31 日，公司固定资产原值 2,131.81 万元，累计折旧 213.07 万元，账面价值 1,918.75 万元，具体情况如下表：

单位：万元

类 别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	1,671.64	-	-	1,671.64	100.00%
运输工具	195.26	109.14	-	86.12	44.11%
办公设备	264.91	103.93	-	160.99	60.77%

合 计	2,131.81	213.07	-	1,918.75	90.01%
-----	----------	--------	---	----------	--------

发行人的办公设备主要包括台式计算机、笔记本电脑、服务器、办公家具等，由于上述电子设备具有技术更新快的特点，发行人对其采用直线法 5 年计提折旧，同时密切跟踪行业内设备的发展动向，根据业务规模的进展情况对设备进行适时补充和更新，使其在整体上保持了良好的成新率和技术先进性。

发行人的房产为公司及子公司浩丰鼎鑫以自有资金购置的三套办公用房，具体情况如下：

产权人	地址	面积（平方米）	房产证号
浩丰创源	北京市海淀区马甸东路 17 号 7 层 818	169.46	X 京房权证海字第 283643 号
浩丰鼎鑫	北京市海淀区马甸东路 17 号 7 层 816	226.16	X 京房权证海字第 283682 号
浩丰鼎鑫	北京市海淀区马甸东路 17 号 7 层 817	147.72	X 京房权证海字第 283638 号

上述固定资产均为发行人在业务经营过程中根据实际需要自行购入取得，目前均处于正常使用状态。

（二）无形资产

发行人无形资产主要包括商标、计算机软件著作权等。

1、商标

发行人目前拥有 5 项注册商标，具体情况见下表：

商标式样	注册证号	核定服务项目	有效期限	取得方式	权属人
	1690942	第 9 类	2011 年 12 月 27 日	原始取得	浩丰时代
	1567994	第 42 类	2021 年 5 月 6 日	受让取得	浩丰创源
	3488889	第 9 类	2014 年 8 月 6 日	原始取得	浩丰时代
	3488888	第 9 类	2014 年 8 月 6 日	原始取得	浩丰时代
	7816143	第 42 类	2021 年 4 月 13 日	原始取得	浩丰创源

注：（1）第 1690942 号商标正在办理续展手续；（2）浩丰创源拟受让浩丰时代所属第 1690942、3488889、3488888 号商标，转让手续正在办理中；（3）第 1567994 号商标系浩丰时代原始取得，由浩丰创源受让取得。

上述商标不存在许可他人使用情形。

2、计算机软件著作权

截至目前，发行人及子公司浩丰鼎鑫、浩丰时代、上海腾灵共取得计算机软件著作权 42 项，具体情况如下：

序号	名称	登记证号	证书取得时间	权属人
1	长话转售计费系统 V1.0	2001SR5133	2001-12-6	浩丰时代
2	语音自动应答系统（IVR2000）[简称：IVR2000] V2.0	2006SR04493	2006-4-14	浩丰创源
3	数字录音系统（InterAct Recorder）V2.0 [简称：数字录音]	2006SR04492	2006-4-14	浩丰创源
4	VOM（虚拟组织管理软件） V3.0	2006SR04494	2006-4-14	浩丰创源
5	Samba Dialer（预拨号系统）[简称：Samba] V1.0	2006SR04491	2006-4-14	浩丰创源
6	XContact（多媒体呼叫中心接入系统） V1.0	2006SR04490	2006-4-14	浩丰创源
7	银企直联系统[简称：银企直联] V1.0	2011SR016716	2011-3-31	浩丰创源
8	业务智能分析系统 V1.0	2011SR042110	2011-7-1	浩丰创源
9	银企直联企业代收费系统 V1.0	2011SR081895	2011-11-11	浩丰创源
10	主动营销分析系统 V1.0	2011SR082237	2011-11-14	浩丰创源
11	银企直联企业公务卡系统 V1.0	2011SR083478	2011-11-16	浩丰创源
12	电话订单自动处理系统 V1.0	2011SR083476	2011-11-16	浩丰创源
13	电话营销媒体渠道管理系统[简称：Tmedia] V1.0	2009SR05371	2009-2-12	浩丰鼎鑫
14	客户关系管理系统-InterAct Agent[简称：InterAct Agent] V1.0	2009SR013075	2009-3-14	浩丰鼎鑫
15	呼叫中心中间件软件（InterAct Meridian Link）[简称：IML] V2.0	2009SR013076	2009-3-14	浩丰鼎鑫
16	InterAct Recorder 数字录音系统[简称：iRecorder] V4.0	2010SR001656	2010-1-11	浩丰鼎鑫
17	VOM 虚拟组织管理软件[简称：VOM] V4.0	2010SR001662	2010-1-11	浩丰鼎鑫
18	Samba Dialer 预拨号系统[简称：Samba] V3.0	2010SR001658	2010-1-11	浩丰鼎鑫
19	XContact 多媒体呼叫中心接入系统[简称：Xcontact] V2.0	2010SR001663	2010-1-11	浩丰鼎鑫
20	LiLac 进程间通信中间件软件[简称：Lilac] V2.0	2010SR001657	2010-1-11	浩丰鼎鑫
21	IVR2000 语音自动应答系统[简称：IVR2000] V3.0	2010SR002221	2010-1-14	浩丰鼎鑫
22	人力资源管理系统[简称：iHRMS] V1.0	2010SR032682	2010-7-6	浩丰鼎鑫
23	客户回访系统 V1.0	2011SR022832	2011-4-25	浩丰鼎鑫
24	知识库管理系统 V1.0	2011SR023040	2011-4-25	浩丰鼎鑫

序号	名称	登记证号	证书取得时间	权属人
25	客户关系管理系统-InterAct Agent[简称: iAgent] V3.0	2011SR023824	2011-4-27	浩丰鼎鑫
26	CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台[简称: CSW] V1.0	2011SR036676	2011-6-13	浩丰鼎鑫
27	组织与过程控制系统 V1.0	2011SR038982	2011-6-20	浩丰鼎鑫
28	供应链管理系统 V1.0	2011SR039009	2011-6-20	浩丰鼎鑫
29	服务与营销管理系统 V1.0	2011SR039007	2011-6-20	浩丰鼎鑫
30	智能化电子营销平台 V1.0	2011SR039421	2011-6-21	浩丰鼎鑫
31	绩效管理系统 V1.0	2011SR039595	2011-6-22	浩丰鼎鑫
32	多环境智能数采系统 V1.0	2011SR061704	2011-8-30	浩丰鼎鑫
33	联络中心综合质量监测系统 V1.0	2011SR062983	2011-9-2	浩丰鼎鑫
34	自动语音关键词识别系统 V1.0	2011SR062979	2011-9-2	浩丰鼎鑫
35	密录语音分离系统 V1.0	2011SR062981	2011-9-2	浩丰鼎鑫
36	基于板卡的呼叫中心平台软件包[简称: I-Stage] V1.0	2010SR071566	2010-12-22	上海腾灵
37	现名: 腾灵进程间通信中间件软件 V1.0, 原名: LiLac (进程间通信中间件软件) V1.0	2010SR071575	2010-12-22	上海腾灵
38	现名: 腾灵智能视频通讯管理软件[简称: 视频管理系统] V1.0, 原名: 智能视频通讯管理系统[简称: 视频管理系统] V1.0	2011SR004980	2011-1-31	上海腾灵
39	网络监控与优化管理系统[简称: 网管软件] V1.0	2011SR004981	2011-1-31	上海腾灵
40	现名: 腾灵智能机房动力环境监控软件[简称: 机房监控系统] V1.0, 原名: 智能机房动力环境监控系统[简称: 机房监控系统] V1.0	2011SR016787	2011-3-31	上海腾灵
41	现名: 腾灵短信平台管理软件[简称: 短信平台] V1.0, 原名: 短信平台管理系统[简称: 短信平台] V1.0	2011SR016902	2011-4-1	上海腾灵
42	智能网络设备远程监控与管理系统 V1.0	2011SR043007	2011-7-4	上海腾灵

(三) 资产许可和被许可使用情况

自成立之初, 公司即根据自身主营业务特点和生产经营规模制定了“轻资产”的经营方针。对于以软件开发和技术服务为核心竞争优势的公司, 创业初期大规模的固定资产投资意味着大量的现金流占用, 主营业务的发展将会受到现金流的限制, 因此公司选择租赁房产作为生产经营场所。

1、发行人房产租赁情况

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司共承租房产六处，用于办公场所和研发场所，房产租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	房产证号	价格	期限
1	浩丰创源	胡健	北京市海淀区蓝靛厂东路2号院2号楼A座7C（其中105平米）	X京房权证海字第130483号	2.7元/m ² /天	2011.7.1-2016.6.30
2	浩丰时代	胡健	北京市海淀区蓝靛厂东路2号院2号楼A座7C（其中50.64平米）	X京房权证海字第130483号	2.7元/m ² /天	2011.7.1-2016.6.30
3	浩丰时代	北京昊永物业管理公司	北京市海淀区蓝靛厂金源时代购物中心B区2#B座地下库房B2-112号房屋（38.90平米）	出租方出具声明：保证租赁房屋无权属纠纷，且不属于违法、违章建筑，并承担权属瑕疵可能造成的后果及损失	1.5元/m ² /天	2011.4.1-2012.3.31
4	浩丰鼎鑫	胡健	北京市海淀区蓝靛厂东路2号院2号楼A座7C（其中208平米）	X京房权证海字第130483号	2.7元/m ² /天	2010.1.1-2014.12.31
5	上海腾灵	天主教上海教区	上海市漕溪北路88号圣爱大厦15层07室（183.49平米）	沪房地徐字（2005）第021154号	4.2元/m ² /天	2011.3.8-2012.6.7
6	浩丰创鑫	沈阳市和平区高新技术企业创业服务中心	沈阳市和平区南五马路183甲号和平区科技园（泰宸商务大厦）办公楼5层512房（约120平米）	房产证正在办理，土地证号：沈阳国用（2004）字第2001号	免房租（享受沈阳市和平区科技园优惠政策）	2011.3.30-2012.3.31

2、公司租赁关联方房屋的情况

公司曾经向实际控制人孙成文租赁使用房屋的情况如下：

序号	租赁方	面积（m ² ）	用途	实际租赁期间	位置	租金
1	浩丰有限	362.23	办公	2009-01-01至2011-12-31	北京市海淀区蓝靛厂东路2号金源时代商务中心2号楼A座7D	2.7元/天*平方米

发行人与实际控制人签订的上述租赁协议系参考协议签署时当地同类房产的市场价格平等协商确定。保荐机构及律师经询问租赁房产所在地的物业公司、房屋中介机构，上述租金的定价真实反映了租赁房产当时的租赁市场价格。

经查验，发行人及其子公司在报告期内持续向非关联方租赁位于北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号金源时代商务中心 2 号楼 A 座 7C 的房屋用于办公，租赁具体情况如下：

序号	出租方	租赁方	面积 (m ²)	用途	实际租赁期间	租金
1	刘 明	浩丰时代	198.42	办公	2009-01-01 至 2009-12-31	2.7 元/天* 平方米
2	胡 健	浩丰时代	155.64	办公	2010-01-01 至 2011-07-01	2.7 元/天* 平方米
3	胡 健	浩丰鼎鑫	208	办公	2010-01-01 至今	2.7 元/天* 平方米
4	胡 健	浩丰创源	105	办公	2011-07-01 至今	2.7 元/天* 平方米
5	胡 健	浩丰时代	50.64	办公	2011-07-01 至今	2.7 元/天* 平方米

刘明自 2008 年 12 月转让其持有的浩丰有限全部股权后，不再为发行人关联方。根据出租方胡健出具的声明承诺并经访谈，胡健系发行人非关联方，其与发行人及其子公司、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。发行人及其子公司在同一期间内向孙成文、刘明或胡健租赁的房屋彼此相邻，且房屋状况相近，房屋的租赁价格一致，该租赁价格能够反映协议签署时该处房屋的市场租赁价格。

发行人与实际控制人孙成文的上述关联交易已经发行人董事会及股东大会审议确认，且发行人独立董事已发表意见，认为发行人与孙成文签订《北京市房屋租赁合同》是发行人正常生产经营的需要，是在公开、公平、互利的基础上进行的，交易价格按照市场化原则确定，符合发行人及全体股东的利益，不存在损害发行人和发行人其他股东利益的情形。

截至 2011 年末，发行人已履行完毕房屋购买手续并使用自有房屋进行日常经营，发行人自 2012 年 1 月 1 日起不再租赁使用实际控制人房产，该关联交易已经彻底解除。

3、关联租赁对发行人资产完整性和独立性的影响

报告期内发行人曾经存在租赁实际控制人部分房产用于办公的情形。鉴于：

(1) 发行人租赁的房产系办公用商品房，具有较强的可替代性；(2) 双方交易价格系参考交易发生时当地市场租赁价格，不存在显失公平的情形，也不存在

严重影响发行人独立性的情形或损害发行人及其非关联股东利益的情形；（3）发行人具有独立完整的采购、销售系统、服务业务体系，且发行人的主营业务并不依赖特定的办公场所，故办公场所的关联租赁不会影响发行人与生产经营有关的业务体系的独立完整性；（4）发行人及其子公司已购买取得自有办公用房，不再向实际控制人租赁房屋，不存在因租赁实际控制人房产而影响资产完整性及独立性的情形。综上，发行人及其子公司在资产完整性及独立性方面不存在重大缺陷。

4、关于租用无房产证物业

2010年3月20日浩丰时代与北京昊永物业管理公司签署了《北京金源时代购物中心仓库租赁合同》，租赁其位于北京市海淀区蓝靛厂金源时代购物中心B区2#B座地下库房B2-112号的面积为38.9平方米仓库用于储存货物，租赁期限为2011年4月1日至2012年3月31日。目前该等租赁房屋尚未取得房屋所有权证书。

鉴于：（1）浩丰时代租赁的仓库面积较小，且仅供临时存放备品备件，不属于生产经营必须的特殊场所，替代性较强，故浩丰时代可在短时间内另寻办公地点附近类似仓库租赁使用，届时不会影响发行人及其子公司的正常生产经营；（2）北京昊永物业管理有限公司已于2011年11月出具《说明》，保证租赁房屋无权属纠纷，且不属于违法、违章建筑。如因尚未取得产权证书或其他权属瑕疵致使有关部门给予行政处罚或给浩丰时代造成其他损失，该等后果及损失由北京昊永物业管理有限公司承担；（3）浩丰时代存放的资产均属便于搬迁、安装的设备、物品，如有搬迁需要不会对生产经营产生重大影响；综上，发行人子公司所租赁仓库尚未取得房屋产权证不会影响公司的持续经营，无重大潜在风险。

经核查，保荐机构认为：公司在报告期内租赁控股股东房产，与租赁无关联第三方价格一致，且目前已彻底解决了该关联交易；公司租赁无证房产面积较小，对公司经营不构成重大影响。公司以租赁方式开展经营不影响资产的独立性、完整性。

经核查，律师认为：发行人及其子公司在资产完整性及独立性方面不存在重大缺陷；发行人子公司所租赁仓库尚未取得房屋产权证书不会对发行人的持

续经营产生重大不利影响，无重大潜在风险。

经核查，申报会计师认为：公司在报告期内租赁控股股东房产，与租赁无关联第三方价格一致，且目前已彻底解决了该关联交易；公司租赁无证房产面积较小，对公司经营不构成重大影响。公司以租赁方式开展经营不影响资产的独立性、完整性。

六、特许经营权

（一）特许经营权情况

截至目前，本公司无特许经营权。

（二）发行人、子公司及相关人员的业务资质、许可或认证情况

发行人及其子公司从事的营销信息化业务主要包括系统集成、软件开发与销售以及技术服务业务，发行人、子公司及相关人员目前取得的相关业务资质、许可或认证情况如下：

1、系统集成资质证书

证书编号	资质证书	发证机关	有效期	主体
Z2110020100462	计算机信息系统集成企业资质贰级	中华人民共和国工业和信息化部	2010年11月22日至 2013年11月21日	浩丰创源

2、系统集成项目经理及高级项目经理

名称	人数	发证机关
系统集成项目经理	20	中华人民共和国工业和信息化部
其中：高级项目经理	3	中华人民共和国工业和信息化部

3、软件企业认定证书

证书编号	证书名称	发证机关	发证时间	资质主体
京 R-2009-0075	软件企业认定证书	北京市科学技术委员会	2009年3月31日	浩丰鼎鑫
沪 R-2011-0005	软件企业认定证书	上海市经济和信息化委员会	2011年2月10日	上海腾灵

七、公司技术和研发情况

（一）公司的核心技术及来源情况

发行人公司自设立以来一贯秉承独立自主和思想开放的研发路线，紧跟营销信息化的发展趋势，并保持与客户、合作伙伴的密切沟通，根据市场需求和

技术发展路线，基于自身能力和资源，对重要的关键技术进行研发和产品化。

公司所提供的解决方案涉及软交换、多媒体通信、CTI、工作流、知识发现、业务规则引擎、应用服务器等多个技术领域，其针对关键技术的研发也主要是针对这几个技术领域中与营销信息化密切相关，并且与市场及客户的需求紧密挂钩的关键功能点。

1、公司核心技术的具体情况如下：

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
1	SS1 和 SS7 信令协议接口	该信令协议接口提供对电信运营商网络的多种信令协议接口，具备信令自适应能力，除支持最典型的 SS1 和 SS7 协议，另外还支持通用模拟和 EM 中继接口，ISDN BRI 接口，及基于 Q931 的多种 ISDN PRI 协议集，具备数字中继的远近端告警能力，提供信令跟踪工具，并支持对信令消息流进行捕获和检索操作等。该接口使系统具备广泛的电信运营商网络适应性，并具备高稳定性和大处理能力的出色性能。	成熟度高，具有高稳定性和大处理能力。	软交换
2	基于 SIP TR87 的接口技术	TR/87 接口支持基于 SIP 体系的 CTI 接口 ECMA TR/87 协议，即 uaCSTA(Using CSTA for SIP Phone User Agents)。SIP 是基于 IP 的主流应用控制协议。该接口能够用于观测和控制语音和非语音媒体呼叫、以及非呼叫相关属性的应用服务。同时还能控制与 Web 以及 E-mail 业务紧密结合的操作，支持 Web 的点击拨号和点击传真功能，并达到良好的实时性要求。 TR/87 协议适配器还提供一个消息监视窗口，能够为使用者提供很强的消息解析和 Trouble Shooting 能力。	技术先进，功能完备，性能稳定。	软交换
3	基于 IP 的语音交换技术	公司研发的 VoIP 软交换内核，基于 SIP 协议，实现呼叫传输和呼叫控制的分离，能够支持通用的实时语音交换功能集，以及对通用 SIP 终端的支持，主要包括媒体网关接入、呼叫控制、业务提供、资源管理、SIP 代理和互连互通功能等。 该技术是公司多媒体通信平台的基本技术，具有稳定可靠、功能丰富、处理能力强、可扩展性好等特点。	技术先进，功能完备，成熟度高。	软交换
4	NGN 和 IMS 多业务接口	NGN 和 IMS 接口适配器提供对当前最新的电信运营商 NGN 软交换平台基于 SIP 协议的对接，以及基于 3GPP 的 IMS 平台的 SBC 用户边界控制协议的对接，并提供多种告警工具和协议跟踪工具。该接口还能够支持部分企业级 IP 交换系统的 SIP 中继端和用户端协议。 该接口技术拓展了公司解决方案对最新的运营商平台的互连互通支持，使系统具备广泛的适用性。	技术先进，扩展性好，处理能力强。	软交换
5	网页点击呼叫插件（Click-to-Call）	公司研发的通过 VoIP 技术进行语音呼叫的客户端工具，支持 SIP 终端的所有通用功能，支持多平台和多种浏览器，并能够通过业务分类对不同媒体业务进行一定的 QoS 控制，使使用者能够根据业务优先级或业务级别进行 QoS 策略定制和管理。	功能完备，适用范围广，资源占用少。	统一通信
6	网络社区	该技术提供面对 Internet 文本通信的媒体网关，能够通过 API 的	理念和技术	统一

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
	接口技术	方式嵌入社区网络和客户博客等，支持业务代表通过社区和博客与客户交流，并能够将相关交互信息取回系统，进行后续的数据整理和知识发现处理。 该技术提供了对最新的网络通信渠道的整合方案，显著扩展了公司解决方案对多媒体通信的适应性。	先进，性能稳定，功能丰富。	通信
7	基于 CSTA 的 CTI 接口	CSTA 协议适配器提供基于 CSTA 的 ECMA 版本 1、2 的 CTI 协议接口自适应能力，兼容符合 CSTA 框架的各语音交换系统厂家的主流型号。该接口能够屏蔽不同厂商不同系列交换设备的差异，提供透明的协议分析能力，还能够连接多种不符合 CSTA 框架的特殊 CTI 协议接口，使系统具备广泛的适应能力。	成熟度高，具备稳定性和大处理能力，应用广泛。	CTI 技术
8	业务流程动态上载技术	该技术采用独特的数据缓冲处理技术，能够支持自动语音业务流程的图形化在线定义和编辑，提供与实际运行环境完全一致的环境进行在线模拟调试和编译，在编译通过后，可以动态上载新的业务流程，不需停机，也不影响正在进行的服务，显著的提高了业务流程的可维护性，同时也提高了自动语音资源的可用性。	技术成熟先进，功能完备，应用广泛。	CTI 技术
9	语音流压缩和存储技术	该技术长期使用于公司的数字录音产品中，经过不断的抽样压缩算法优化和参数调整，目前成为公司解决方案中动态语音处理的基本技术，能够提供高效的语音流抓取、压缩、降噪以及音量增强、语音注释等功能。	技术成熟先进，稳定性高，处理能力强。	CTI 技术
10	屏幕信息捕获和存储技术	该技术用于对客户端的屏幕操作进行全程监控，能够按照设定的业务规则对客户端屏幕内容进行瞬间扫描，并能够根据设定的标识进行分类存储，具有捕获速度快、可靠性高、占用资源少、丢失率低、检索信息丰富等特点，所获取的屏幕信息能够方便的归类、检索以及与其他信息关联合并。	技术先进，具有快速处理和资源占用少的突出特点。	CTI 技术
11	外呼预测拨出算法	预测拨号算法能够根据外呼电话的模型准确预测电话和人员的匹配状况，并具有自动平滑和优化能力。算法能够通过对电话呼叫的不断采样，自动获取各种参数，并准确预测下一次呼叫何时发起，何时结束，何时转接。该算法能够在呼叫过程中不断平滑，使预测准确率不断优化，还能够提供控制机制，以满足不同的使用环境。	技术领先，成熟稳定，具有大规模部署的突出能力。	CTI 技术
12	通话自动检测技术	通话状态检测技术整合信令检测、信号音检测、语音识别和 CTI 消息检测等多种模式，能够快速准确的检测呼叫接续状态、振铃种类、接续失败原因等，综合了语音网络接口上多厂家多层次的异构特性，使得状态检测概念统一，具有操作维护简单高效、适配能力强、便于扩展、移植性好、应用灵活等特点。 该技术是大规模外呼业务的关键技术。	技术领先，成熟稳定，具有大规模部署的突出能力。	CTI 技术
13	自定义图表引擎	该引擎为使用者提供图形界面操作方式，可方便的用属性设置、数据加工逻辑、报表样式等，对报表进行快速设计和定制，并提供实时的报表预览显示和拖拉式的数据项定义，实现报表快速自定义。 该技术被客户广泛使用，获得良好的使用反馈。	成熟度高，使用广泛，界面友好，可维护性高。	知识发现

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
14	客户价值平衡点模型	能够根据基准参数对客户进行总体价值预估的模型，基准参数包括历史贡献额、业务综合性、未来的潜力、客户背景、以及是否为价值创造者（即以自身影响形成消费圈，共同创造消费价值）等。通过优化的模型和属性参数，可以对客户进行需求预测，形成当前的客户需求的单一视图。该视图将作为后续营销活动的策略参考。	具备智能分析能力，使用广泛，客户反馈好。	知识发现
15	产品生命周期模型	该模型是以市场营销为导向的产品抽象模型，通过抽象多行业产品的共有属性，形成跨行业通用的产品模型，对产品生命周期的各环节提供相关的属性参数，并与营销策略和客户属性进行关联。该模型广泛应用于产品组合管理，以及针对性的促销活动策划和执行。	具备智能分析能力，适用性好，客户反馈好。	知识发现
16	客户生命周期模型	对客户生命周期的定义采取标准的十一环节，从购买意向，新增客户获取，到交叉销售/叠加销售，合同续签，流失预警和挽留，直至最后的流失客户赢回。公司针对营销价值链的各个环节形成了丰富的参数库和分析模型，并具备持续优化机制，能够有效指导营销和服务活动的开展和评估，并对相应活动的结果和成本进行预测，是营销和服务运营的基础模型。	具备智能分析能力，经过长期优化具备较高的准确性和实用价值。	知识发现
17	客户自助服务行为分析模型	该模型针对客户主动发起的交互活动，通过采集用户的通话行为和上网行为等所产生的行为轨迹，经过分析模型的处理，能够获取客户的行为习惯属性，这些属性能够指导多媒体自助服务的流程设计和交互设计，改善自助服务的用户体验，提高自助服务的友好度和可用性。另外，行为习惯属性也能够与产品属性等关联，优化客户群细分的准确性。	具有智能分析能力，成熟稳定，适用性强。	知识发现
18	客户 RFM 模型	基于 RMF 分析理论，即根据最近一次消费(Recency)、消费频率(Frequency)、消费金额(Monetary)三个参数，通过不断优化的加权参数，可预测客户的下一次购买时间和金额，进一步也可对客户终身价值进行预估。该模型经过算法和参数优化，在营销策略制定中能够提供比较准确的方向性参考。	具有智能分析能力，成熟稳定，准确性高，适用性强。	知识发现
19	休眠和流失预警算法	提供客户流失预警模型和客户休眠预警模型，智能的提供高风险客户清单，能够支持后续的客户挽留和客户激活活动的策划，以及相应细节的决策。该算法广泛用于各行业的长期客户群管理，能够降低业务风险，提高市场反应速度。	具有智能分析能力，成熟稳定，准确性高，适用性强。	知识发现
20	客户触点管理模型	基于多媒体通信的营销活动提供丰富的客户联络渠道选择，接触点管理模型提供丰富的客户联络渠道管理功能，包括客户触点需求分析、接触点转换分析、基于标准活动的接触点模型、多接触点策略分析，以及基于多接触点的信息一致和信息整合。该模型广泛应用于各种营销和服务活动的策划和执行。	具有智能分析能力，成熟稳定，准确性高，适用性强。	知识发现
21	客户购买行为决策模型	该决策模型通过采集各种客户营销活动的过程参数和结果参数，以及其他客户交互活动的轨迹数据，通过多种分析手段，能够获得客户的购买习惯属性。相应属性能够用于指导后续的	具有智能分析能力，成熟稳定，适	知识发现

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
		营销和服务活动在产品、接触点、交流问卷、技能要求等方面的选择，另外，分析结果也可对相应的产品和产品信息发布流程提供优化参考。	用性强。	
22	工 作 流 引 擎 (InterFlow)	InterFlow 工作流引擎是公司解决方案的基础技术之一，是经公司长期的积累和完善而形成，是依据 WFMC 规范提出的接口规格以及不同工作流产品的互操作性标准，具有比较强大的功能集，是比较成熟的、基于关系型数据库系统技术的、面向 Web 的解决方案。InterFlow 具备技术先进性，强大的跨平台能力，对数据库的广泛兼容性，易于管理维护，高安全性和高伸缩性。	技术先进，具有高稳定性和大处理能力，适用性强。	工 作 流
23	服 务 模 块 库 技 术	服务模块库是公司 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台的关键技术之一。CyberSystem Work 基于 SOA 理念，将一个服务模型划分成两部分，即业务展现和服务处理，进而实现标准化。通过对服务模型在分层结构、接口、组装逻辑等方面的规范化，使服务模型库能够通过“不变”的处理模式，枚举“万变”的业务逻辑，从而有效应对业务处理复用的问题。该技术具有业务针对性，无穷积累性，高复用性等特点，广泛运用于业务需求复杂的金融、制造、商业流通等行业客户。	技术领先，成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	业 务 规 则 引擎
24	数 据 一 致 性 事 务 管 理 技 术	该技术用于保证客户数据在各种并发操作和长期冗余下的一致性，通过采集并归纳大量在实际使用中的并发操作形态和多种冗余模式，采用特有的并发处理算法和实时数据同步机制，以及强化的日志手段，实现了全业务流程的数据一致性保证。同时，该技术提供数据一致性的图形化设置工具，显著的提高业务数据的准确性和安全性。	技术先进，成熟度高，适用性强，实用广泛。	业 务 规 则 引擎
25	数 据 清 洗 和 稽 核 技 术	海量数据必须经过清洗和稽核才能成为可以有效使用的数据，而传统的数据清洗技术需要耗费大量 IT 资源和时间。公司研发的数据清洗和稽核技术采用优化的排序邻居法、多趟算法和优先队列法等，结合关联核对机制，能够高效的进行数据清洗和稽核处理。同时，该技术对用户图形化的配置工具，使业务部门能够脱离 IT 人员迅速设定数据清洗和稽核规则，高效的生成生产数据，支持营销业务快速的展开。	技术先进，适用性强，用户界面友好，客户反馈好。	业 务 规 则 引擎
26	基 于 包 装 器 的 数 据 重 构 技 术	公司研发的数据重构技术是自动知识获取的关键技术。该技术通过将异构数据源中的数据封装成 Web 服务，提供统一接口，由分类器从信息资源体系中获取知识信息，构建知识库中的知识节点，然后再通过处理规则归纳出知识库中隐含的知识。该技术能够实现异构数据的自动归类，并从归类数据库中交互地获取知识，从而大幅度减少人工操作对异构数据库数据抽取的工作量。该技术是知识发现与积累的基本技术。	技术领先，成熟度高，处理速度快，占用资源小。	业 务 规 则 引擎
27	寿 险 通 用 数 据 稽 核 模 板	公司基于自身在保险寿险业务上的丰富实践经验和优秀的软件应用技术，研发了针对保险寿险业务的数据稽核模板。该模板针对保险寿险营销业务需求和绩效考核特点提供标准数据模板，能够帮助寿险客户迅速准确的生成业务数据和绩效报表，快速的实施营销业务活动。同时，该模板在指标设置上着重体	技术先进，适用性强，用户界面友好，客户反馈好。	业 务 规 则 引擎

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
		现了保监会和各地保监局的规范，能够帮助保险客户通过信息系统的业务流程工具进行合法合规的管理。		
28	模块通用接口和装配技术	通用接口及装配技术能够将已开发完毕的服务功能模块进行标准化，转换成统一的调用接口；标准化的功能模块可以按照用户需求装配到系统平台上。通过此项技术可以做到功能模块的复用，用户可根据自有的业务要求自由地选择已有的功能模块，服务模块的代码可跨平台应用，极大地提高代码的可重复使用性。 该技术是实现 SOA 构架的重要技术。	技术领先，成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
29	数据访问总线技术	数据访问总线技术提供了平台各个功能模块对数据库访问的功能调用机制。功能模块通过数据访问总线技术对数据源进行操作，可以屏蔽不当的操作，统一地调配数据库访问资源，发现和屏蔽数据操作的风险点及瓶颈，在保障系统数据的安全访问的同时，为功能模块的代码优化提供可靠的依据，保证平台整体的顺畅运行。	技术领先，成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
30	跨数据库分布式查询	跨数据库分布式查询技术提供数据库查询的统一接口调用，通过统一的接口调用可屏蔽异种数据库操作时的语法差别，实现对异种数据库访问时使用同样的访问代码，实现对异种数据库的同时查询处理。	成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
31	交易中间件技术	公司的交易中间件技术是整体解决方案的关键技术之一，主要解决分布式系统的数据库并发访问问题，并且能够显著提高海量数据访问的效率。该技术常用于金融机构的海量数据处理业务中，提供并发访问的排队机制，并支持断点续连、自动重连等丰富的功能，能够有效解决数据访问的 License 复用，以及在恶劣条件下的稳定访问问题。另外，该技术还提供数据访问时的安全认证机制，能够有效加强系统对内和对外的数据访问安全性。	技术领先，成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
32	C#/JAVA 代码互转技术	公司的 CyberSystem Work 通过特有的分层技术，能够将 .Net 和 Java 两种语言有效地融合，仅需转换业务处理逻辑代码就能够完成整体应用的移植。C#/JAVA 代码转换移植工具能够轻易地将 C# 编写的代码转移到 Java 环境中，实现源代码级别的转换。该技术显著扩展了公司系统的适用性，有效提高了软件产品的复用度，对公司产品的跨平台部署和跨行业拓展有重要作用。	技术领先，成熟度高，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
33	并行计算技术	并行计算技术是公司解决方案的一个关键能力，采用当前最新的虚拟运算和虚拟存储技术，提供与外部分布式并行计算系统的接口。该技术能够完成海量数据分析和高负载运算任务，实现系统在教育层、业务逻辑层和数据管理层的分层冗余结构，不仅能够全面提升系统能力，同时有效降低虚拟环境中运算和存储基础架构的总拥有成本，并提高可管理性。	技术先进，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器
34	资料打包归档技术	资料打包归档技术可以将不同性质的多个数据资料进行打包归档成一个文件，并提供诸如打包，解包及查询的功能。例如：一个客户的文档包括客户的数字化资料，通话录音，传真影印	成熟度高，适用性强，使用广泛，	应用服务器

序号	核心技术	技术内容	技术特点	技术领域
		件等多种资料，通过资料打包技术可将此类数据信息合并成为一个文件，为永久保存提供便利的条件。	客户反馈好。	
35	数据安全监控技术	公司研发的数据安全监控技术内置于 CyberSystem Work 的数据访问控制层，能够对任何数据操作进行执行时长、影响数据量等指标的监控；能够根据监控信息对数据资源的使用策略进行调整；能够对设定安全策略的危险操作进行安全隔离。通过该技术，系统能够对数据的来源、使用方式、使用过程、资源占用等方面进行全程监控，保证数据的安全使用。	技术先进，具备高性能和良好的适用性。	应用服务器

2、核心技术来源

公司掌握的以上 35 项核心技术体现在具有自主知识产权的 42 项计算机软件著作权中，这些著作权均由发行人或其子公司自主研发、原始取得，其具体情况如下：

序号	计算机软件著作权	核心技术	权属人	原始取得人
1	长话转售计费系统 V1.0	SS1和SS7信令协议接口，基于CSTA的CTI接口，NGN和IMS多业务接口，通话自动检测技术，交易中间件技术	浩丰时代	浩丰时代
2	语音自动应答系统（IVR2000）V2.0，简称：IVR2000	SS1和SS7信令协议接口，基于IP的语音交换技术，基于CSTA的CTI接口，业务流程动态上载技术，语音流压缩和存储技术	浩丰创源	浩丰时代
3	数字录音系统(InterAct Recorder) V2.0，简称：数字录音	基于SIP TR87的接口技术，基于IP的语音交换技术，基于CSTA的CTI接口，语音流压缩和存储技术	浩丰创源	浩丰时代
4	VOM(虚拟组织管理软件) V3.0	基于SIP TR87的接口技术，网页点击呼叫插件（Click-to-Call），网络社区接口技术，基于CSTA的CTI接口，通话自动检测技术，并行计算技术	浩丰创源	浩丰时代
5	Samba Dialer（预拨号系统）V1.0，简称：Samba	SS1和SS7信令协议接口，基于SIP TR87的接口技术，基于IP的语音交换技术，NGN和IMS多业务接口，基于CSTA的CTI接口，业务流程动态上载技术，外呼预测拨出算法，通话自动检测技术，工作流引擎（InterFlow）	浩丰创源	浩丰时代
6	XContact（多媒体呼叫中心接入系统）V1.0	SS1和SS7信令协议接口，基于SIP TR87的接口技术，基于IP的语音交换技术，NGN和IMS多业务接口，网页点击呼叫插件（Click-to-Call），通话自动检测技术，外呼预测拨出算法	浩丰创源	浩丰时代
7	银企直联系统 V1.0，简称：银企直联	SS1和SS7信令协议接口，NGN和IMS多业务接口，工作流引擎（InterFlow），数据访问总线技术，并行计算技术	浩丰创源	浩丰创源
8	业务智能分析系统	外呼预测拨出算法，自定义图表引擎，产品生命周期	浩丰创源	浩丰创源

序号	计算机软件著作权	核心技术	权属人	原始取得人
	V1.0	模型, 客户生命周期模型, 客户RFM模型, 客户购买行为决策模型		
9	银企直联企业代收费系统 V1.0	SS1和SS7信令协议接口, NGN和IMS多业务接口, 工作流引擎 (InterFlow), 屏幕信息捕获和存储技术, 自定义图表引擎, 模块通用接口和装配技术, 交易中间件技术, 数据访问总线技术, 并行计算技术, 资料打包归档技术, 数据安全监控技术	浩丰创源	浩丰创源
10	主动营销分析系统 V1.0	自定义图表引擎, 产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户接触点管理模型, 客户RFM模型, 客户购买行为决策模型, 服务模块库技术, 数据安全监控技术	浩丰创源	浩丰创源
11	银企直联企业公务卡系统 V1.0	SS1和SS7信令协议接口, NGN和IMS多业务接口, 工作流引擎 (InterFlow), 自定义图表引擎, 模块通用接口和装配技术, 交易中间件技术, 数据访问总线技术, 并行计算技术, 资料打包归档技术, 数据安全监控技术	浩丰创源	浩丰创源
12	电话订单自动处理系统 V1.0	语音流压缩和存储技术, 屏幕信息捕获和存储技术, 自定义图表引擎, 产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户购买行为决策模型, 工作流引擎 (InterFlow), 服务模块库技术, 资料打包归档技术, 数据安全监控技术	浩丰创源	浩丰创源
13	电话营销媒体渠道管理系统 V1.0, 简称: Tmedia	SS1和SS7信令协议接口, NGN和IMS多业务接口, 网页点击呼叫插件 (Click-to-Call), 自定义图表引擎, 客户自助服务行为分析模型, 客户接触点管理模型, 客户购买行为决策模型, 并行计算技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
14	客户关系管理系统-InterAct Agent V1.0, 简称: InterAct Agent	网页点击呼叫插件 (Click-to-Call), 基于CSTA的CTI接口, 客户价值平衡点模型, 产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户自助服务行为分析模型, 客户RFM模型, 休眠和流失预警算法, 客户接触点管理模型, 客户购买行为决策模型, 工作流引擎 (InterFlow), 数据一致性事务管理技术	浩丰鼎鑫	浩丰时代
15	呼叫中心中间件软件-InterAct Meridian Link V2.0, 简称: IML	基于SIP TR87的接口技术, 基于CSTA的CTI接口	浩丰鼎鑫	浩丰时代
16	InterAct Recorder 数字录音系统, 简称: iRecorder V4.0	基于SIP TR87的接口技术, 基于IP的语音交换技术, 基于CSTA的CTI接口, 语音流压缩和存储技术, 屏幕信息捕获和存储技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
17	VOM 虚拟组织管理软件, 简称: VOM V4.0	基于SIP TR87的接口技术, 网页点击呼叫插件 (Click-to-Call), 网络社区接口技术, 基于CSTA的CTI接口	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
18	Samba Dialer 预拨号系统, 简称: Samba V3.0	SS1和SS7信令协议接口, 基于SIP TR87的接口技术, 基于IP的语音交换技术, NGN和IMS多业务接口, 基	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫

序号	计算机软件著作权	核心技术	权属人	原始取得人
		于CSTA的CTI接口, 业务流程动态上载技术, 外呼预测拨出算法, 通话自动检测技术, 工作流引擎(InterFlow), 寿险通用数据稽核模板, 数据访问总线技术, C#/JAVA代码互转, 并行计算技术		
19	XContact 多媒体呼叫中心接入系统, 简称:XContact V2.0	SS1和SS7信令协议接口, 基于SIP TR87的接口技术, 基于IP的语音交换技术, NGN和IMS多业务接口, 网页点击呼叫插件(Click-to-Call), 网络社区接口技术, 通话自动检测技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
20	LiLac 进程间通信中间件软件, 简称:Lilac V2.0	屏幕信息捕获和存储技术, 服务模块库技术, 数据一致性事务管理技术, 跨数据库分布式查询, 交易中间件技术, 数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
21	IVR2000 语音自动应答系统, 简称:IVR2000 V3.0	SS1和SS7信令协议接口, 基于SIP TR87的接口技术, 基于CSTA的CTI接口, 业务流程动态上载技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
22	人力资源管理系统, 简称:iHRMS V1.0	业务流程动态上载技术, 自定义图表引擎, 客户价值平衡点模型, 产品生命周期模型, 客户自助服务行为分析模型	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
23	客户回访系统 V1.0	自定义图表引擎, 客户价值平衡点模型, 产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户自助服务行为分析模型, 休眠和流失预警算法, 客户接触点管理模型, 工作流引擎(InterFlow), 服务模块库技术, 寿险通用数据稽核模板, 数据访问总线技术, 跨数据库分布式查询, 数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
24	知识库管理系统 V1.0	自定义图表引擎, 客户价值平衡点模型, 客户生命周期模型, 客户自助服务行为分析模型, 休眠和流失预警算法, 服务模块库技术, 数据清洗和稽核技术, 基于包装器的数据重构技术, 模块通用接口和装配技术, 数据访问总线技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
25	客户关系管理系统-InterAct Agent V3.0, 简称: iAgent	基于CSTA的CTI接口, 业务流程动态上载技术, 自定义图表引擎, 客户价值平衡点模型, 产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户自助服务行为分析模型, 休眠和流失预警算法, 客户接触点管理模型, 客户购买行为决策模型, 工作流引擎(InterFlow), 数据一致性事务管理技术, 数据清洗和稽核技术, 寿险通用数据稽核模板, 模块通用接口和装配技术, 数据访问总线技术, 跨数据库分布式查询, C#/JAVA代码互转, 数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
26	CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台 V1.0, [简称: CSW]	数据一致性事务管理技术, 数据清洗和稽核技术, 模块通用接口和装配技术, 数据访问总线技术, 跨数据库分布式查询, C#/JAVA代码互转, 数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
27	组织与过程控制系统	产品生命周期模型, 客户生命周期模型, 客户接触点	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫

序号	计算机软件著作权	核心技术	权属人	原始取得人
	V1.0	管理模型，客户购买行为决策模型，工作流引擎（InterFlow）		
28	供应链管理系统 V1.0	客户购买行为决策模型，工作流引擎（InterFlow）	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
29	服务与营销管理系统 V1.0	自定义图表引擎，客户价值平衡点模型，产品生命周期模型，客户生命周期模型，客户自助服务行为分析模型，休眠和流失预警算法，客户接触点管理模型，工作流引擎（InterFlow），服务模块库技术，数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
30	智能化电子营销平台 V1.0	基于 SIP TR87 的接口技术，网页点击呼叫插件（Click-to-Call），网络社区接口技术，外呼预测拨出算法，通话自动检测技术，客户价值平衡点模型，客户购买行为决策模型，工作流引擎（InterFlow）	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
31	绩效管理系统 V1.0	基于 SIP TR87 的接口技术，基于 CSTA 的 CTI 接口，语音流压缩和存储技术，屏幕信息捕获和存储技术，自定义图表引擎，数据一致性事务管理技术，交易中间件技术，资料打包归档技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
32	多环境智能数采系统 V1.0	基于包装器的数据重构技术，跨数据库分布式查询，交易中间件技术，资料打包归档技术，数据安全监控技术，	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
33	联络中心综合质量监测系统 V1.0	基于 SIP TR87 的接口技术，基于 CSTA 的 CTI 接口，业务流程动态上载技术，屏幕信息捕获和存储技术，通话自动检测技术，自定义图表引擎，数据一致性事务管理技术，交易中间件技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
34	自动语音关键词识别系统 V1.0	业务流程动态上载技术，语音流压缩和存储技术，服务模块库技术，基于包装器的数据重构技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
35	密录语音分离系统 V1.0	语音流压缩和存储技术，基于包装器的数据重构技术，交易中间件技术，C#/JAVA 代码互转技术，资料打包归档技术，数据安全监控技术	浩丰鼎鑫	浩丰鼎鑫
36	基于板卡的呼叫中心平台软件包 V1.0，简称：I-Stage	SS1 和 SS7 信令协议接口，网页点击呼叫插件（Click-to-Call），基于 CSTA 的 CTI 接口	上海腾灵	浩丰时代
37	现名：腾灵进程间通信中间件软件 V1.0，原名：LiLac（进程间通信中间件软件） V1.0	屏幕信息捕获和存储技术，服务模块库技术，基于包装器的数据重构技术，数据访问总线技术，跨数据库分布式查询，交易中间件技术，数据安全监控技术	上海腾灵	浩丰时代
38	现名：腾灵智能视频通讯管理软件 V1.0，原名：智能视频通讯管理系统 V1.0，简称：视频管理系统	网页点击呼叫插件（Click-to-Call），基于 CSTA 的 CTI 接口，语音流压缩和存储技术，自定义图表引擎，基于包装器的数据重构技术，资料打包归档技术	上海腾灵	上海腾灵
39	网络监控与优化管理	业务流程动态上载技术，自定义图表引擎，服务模块	上海腾灵	上海腾灵

序号	计算机软件著作权	核心技术	权属人	原始取得人
	系统 V1.0, 简称: 网管软件	库技术, 资料打包归档技术		
40	现名: 腾灵智能机房动力环境监控软件[简称: 机房监控系统] V1.0, 原名: 智能机房动力环境监控系统 V1.0, 简称: 机房监控系统	基于CSTA的CTI接口, 工作流引擎 (InterFlow), 数据访问总线技术, 资料打包归档技术	上海腾灵	上海腾灵
41	现名: 腾灵短信平台管理软件 V1.0, 原名: 短信平台管理系统 V1.0, 简称: 短信平台	SS1和SS7信令协议接口, 基于CSTA的CTI接口, 工作流引擎 (InterFlow), 资料打包归档技术	上海腾灵	上海腾灵
42	智能网络设备远程监控与管理系统 V1.0	基于SIP TR87的接口技术, 基于IP的语音交换技术, NGN和IMS多业务接口, 基于CSTA的CTI接口, 数据访问总线技术, 资料打包归档技术, 数据安全监控技术	上海腾灵	上海腾灵

当前信息技术正处在跳跃式发展的阶段, 在各个技术领域, 新的技术方向不断出现, 行业客户的应用模式也不断的深化与复杂化, 营销信息化系统日益成为客户经营管理的重要生产系统。公司将在原有产品的基础上不断开发新产品, 实现产品的更新换代, 以更好地满足客户需求。

经核查, 保荐机构认为: 发行人主营业务模式为通过解决方案开发、软件开发和技术服务向客户提供营销信息化解决方案及相关技术服务; 发行人自主研发并原始取得了 42 项计算机软件著作权, 具有独立的所有权和使用权。

经核查, 律师认为: 发行人主营业务模式为通过解决方案开发、软件开发和技术服务向客户提供营销信息化解决方案及相关技术服务; 发行人自主研发并原始取得了 42 项计算机软件著作权, 具有独立的所有权和使用权。

(二) 核心技术产品占营业收入的比例

2009 年度、2010 年度和 2011 年度, 含有公司核心技术的各项营销信息化解决方案及相关技术服务所产生的收入分别为 10,601.85 万元、11,581.24 万元和 16,441.46 万元, 占当期营业收入的比例均为 100.00%。

(三) 公司正在从事的研发项目及进展情况

公司正在进行或拟进行的新产品开发及产业化项目如下表所示:

项目名称	项目阶段	项目目标
智能化电子营销平台	编码阶段	针对电子营销模型提供营销规划工具，包括项目目标和周期安排、产品组合和定价、销售目标、客户群体、广告和媒体、营销渠道、配送和服务渠道等，提供营销目标和成本分析的实时工具，帮助企业进行多种营销活动策划和模拟。
营销策略辅助智能分析系统	概要设计阶段	通过通信平台采集资料，进行包括通信平台资源（人员、线路、技能等）、业务平台资源（销售额、成本、回款等）的交叉分析，提供各环节和综合的分析报表，并通过通用接口与营销活动设计和监控工具互连。
多渠道营销的媒体渠道管理系统	编码阶段	针对多渠道销售的模式，实时管理和采集广告投放的各种信息，并结合销售时段收益、总收益，以及收益的成分，对渠道的投放策略提供效益最大化的模型，并可根据不同产品组合进行模型分析。
集中式寿险绩效指标库软件	详细设计阶段	集中式寿险绩效指标库是特别针对多点运营集中管理的服务中心的业务及运营管理需要，独立开发并逐步完善的一套集数据采集、指标设定、统计分析于一体的，能够指导寿险企业多个业务部门的指标管理系统。系统根据寿险企业在绩效考核方面“集中控制分散管理”的特点，提供包括总部和分支机构的丰富的功能模块，并可以与现有决策支持和绩效管理系统进行有机的整合。
在线支付接口和多通道身份校验系统	详细设计阶段	提供对盛付通、安捷、易联等支付工具的实时接口，并通过自动语音、短信等方式进行多渠道身份校验，提供自动语音呼叫、语音播放、多条件呼叫策略、校验结果提示、失败操作流程、拒付流程等，并提供实时异常流程告警、风险告警和相关报表工具。
基于iOS的广告推送应用和信息获取工具	概要设计阶段	为传媒企业的主动信息推送提供基于iOS的客户端，以及客户端的管理工具。在信息推送过程中，对获取信息的反馈操作进行信息采集，并进行轨迹跟踪和行为分析。

（四）研发费用占营业收入的比例

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入（万元）	16,441.46	11,581.24	10,601.85
研发费用（万元）	796.98	724.53	620.48
研发费用占营业收入比例	4.85%	6.26%	5.85%

报告期内发行人研发投入保持了持续而稳定的增长，公司一直追踪行业技术发展的最新动态，加强技术储备，提升产品的标准化水平，完成产品的升级换代，以满足公司业务及规模发展的需要。

（五）技术创新机制与安排

公司长期致力于技术创新，十分重视技术研发和相应组织的建设，目前建设了较为完备的研发管理机构和相应的支撑部门，研发机构涉及产品研发部和

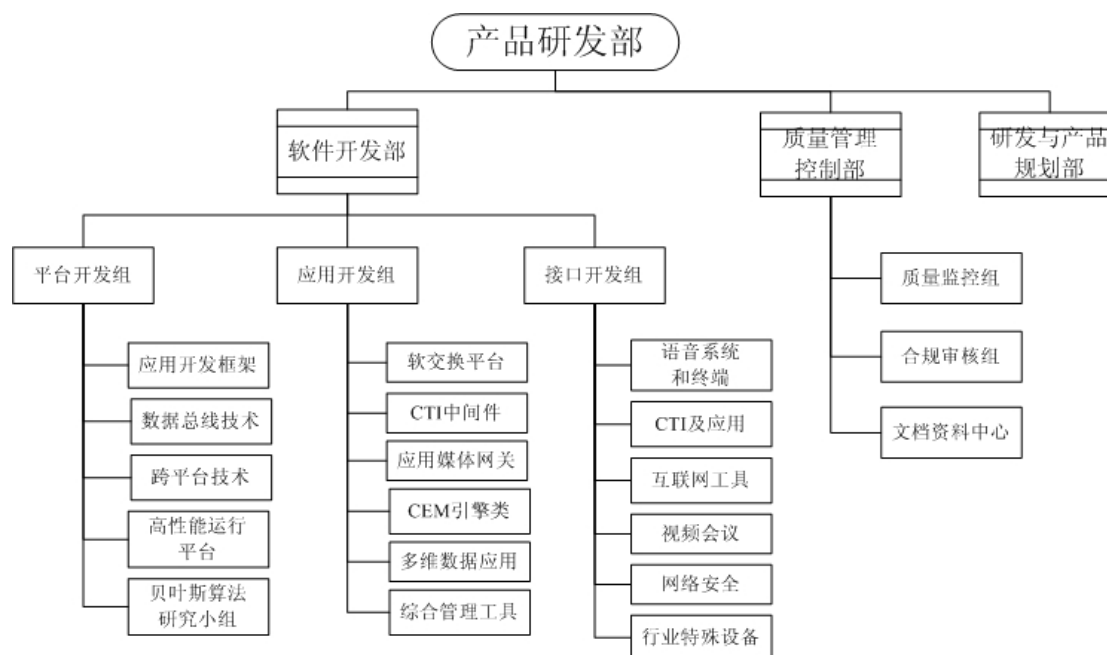
工程中心，产品研发部下属有软件开发部、质量管理控制部和研究与产品规划部等分机构部门。

产品研发部在研发体系中负责公司所有产品的技术研究、设计、开发、测试和产品化全过程的管理和实施；及时了解各种技术的发展动态；负责公司技术规范、研发过程规范的制订和完善；开展对公司其他部门进行软件产品和软件技术的培训等。

工程中心主要负责公司产品的实施，完成项目管理、现场实施、定制开发、外购设备集成、开发外包管理、上线验收、客户培训等工作；在实施后期为客户提供培训和长期技术支持；及时将客户需求、改进建议反馈给有关部门，并配合开发部门做好软件的实际环境验证，充分挖掘市场信息。

产品研发部下辖多个部门，软件开发部是主要的产品研发实施单位。研发与产品规划部主要负责公司产品前期规划，并以市场需求和产品生命周期为导向进行产品组合分析，结合公司的远景目标、行业环境及组织自身资源优势，向软件开发部提供产品开发建议，向管理层提供产品战略决策支持。质量管理控制部主要负责对产品开发、产品使用过程进行全面的监控和信息管理，提高产品开发过程的透明度和可管理性，具体工作包括审查和核实软件产品及其开发活动，以便验证他们与使用的过程和标准的一致性；为项目经理和其他相关的经理提供审查和核实的结果，使开发过程透明化、规范化；对产品进行版本、源码和文档方面的审核、管理和使用监控等。

产品研发部的组织结构如下图：



发行人本着“以人为本”的原则，使研发根植于市场，对技术进行不断创新，以保持技术优势，同时也引进国际先进经验弥补现有技术不足。

发行人的技术开发与创新流程如下：

- 由公司董事长、技术负责人、市场负责人和财务负责人组成公司的技术委员会，是技术开发的决策机构。
- 由研发与产品规划部发起和主持，产品研发部各分部门和工程中心技术人员参加的技术会议制定技术开发的具体方案。
- 产品开发部下属软件开发部是技术会议决策的执行机构。
- 质量管理控制部是质量监控和管理的保障机构。
- 工程中心是技术产品的实施和反馈机构。

各机构之间形成了一种相互支持的关系，整个公司形成了在技术开发过程中各部门分工协作，研究成果资源共享的良性格局，提高了研发工作的整体效率。

公司在技术研发的人力资源安排上遵循“无边界”的原则，一方面鼓励所有员工在产品和技术研发上提供合理化意见，鼓励员工主动提供有推广价值的公共代码或公共组件；另一方面，在公司内部的技术研究课题立项时，根据员工专长和工作量等情况从产品研发部以外的产品/项目部门抽调人员加入技术研究课题组。

在激励制度上，公司对研发团队，尤其是各产品的核心人员给予了足够的

重视。整个研发团队的工资和福利水平参考国内人力资源市场的中上水平。考虑研发人员的工作特性，公司采用浮动工资的制度，对工作量大、表现突出的员工给予特殊的待遇补偿，浮动工资由各级研发主管提出，产品研发部经理决定。对于各关键产品的核心人员，公司通过内部评审“核心资源”人员的方式，对该等人员给予每季度的固定特殊补偿。

在约束制度上，公司通过劳动合同和保密协议等对技术人员进行约束，从而保证公司核心技术的保密性。

（六）公司核心技术人员

截至 2011 年 12 月 31 日，公司共有核心技术人员共 4 人，技术人员 84 人，占员工总数的比例分别为 3.64%、76.36%。

公司核心技术人员为张召辉、李晓焕、董丽彬、高懿鹏。其个人简历、重要科研成果和所获荣誉情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（四）其他核心人员”。

公司报告期内核心技术人员未发生变动。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）公司与主要股东的同业竞争情况

孙成文先生持有本公司 1,078.00 万股股份，占发行前股本总额的 35.00%，为本公司的控股股东及实际控制人。孙成文先生除持有本公司股份外，未有在与公司从事相同或相近业务公司任职的情况，也没有与公司存在同业竞争的公司进行投资，与本公司不存在同业竞争。

（二）公司主要股东关于避免同业竞争的相关承诺

为保障公司及全体股东的利益，公司控股股东及实际控制人孙成文出具了《避免同业竞争承诺函》。具体内容见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、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”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

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》等法律法规的相关规定，本公司存在的关联方及关联关系如下：

（一）公司的子公司

截至目前，公司拥有 4 家全资子公司，即浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾昊和浩丰创鑫。

（二）公司主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员

持有公司 5%以上股份的主要投资者个人为孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓焕、李惠波、张明哲、杨志炯，上述八人及与其关系密切的家庭成员为本公司的关联方。

（三）公司关键管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司现任董事会成员为：孙成文（董事长）、张明哲（董事）、李卫东（董事）、张召辉（董事）、白玉波（独立董事）、孙锋（独立董事）、贾国柱（独立

董事)。公司现任监事会成员为：李惠波（监事会主席）、王跃绯（监事）、李继宏（监事）。公司现任高级管理人员为：孙成文（总经理）、张召辉（副总经理）、张明哲（副总经理）、杨志炯（副总经理，兼董事会秘书）、包翔（财务总监）。

上述人员及与其关系密切的家庭成员为本公司的关联方。

（四）公司主要投资者个人、关键管理人员及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的企业

截至目前，除持有本公司股份外，公司主要投资者个人、关键管理人员及与其关系密切的家庭成员没有投资控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

（五）报告期内曾为发行人关联方的法人或自然人

日本浩丰在报告期内曾为发行人子公司浩丰时代之子公司，并已于 2009 年 9 月注销。日本浩丰具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司简要情况”之“（五）日本浩丰时代科技有限公司”。

三、关联交易

（一）租赁关联方房产

报告期内，公司租赁控股股东孙成文房产用于办公，具体情况如下表所示：

出租方	承租方	地址和面积	租赁起止日	租赁价格	年度确认的租赁费（元）
2011 年					
孙成文	浩丰创源	北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 A 座 7D；362.23 平方米	2011.1.1-2011.12.31	2.70 元 /m ² /天	356,976.00
2010 年					
孙成文	浩丰创源	北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 A 座 7D；362.23 平方米	2010.1.1-2010.12.31	2.70 元 /m ² /天	356,976.00
2009 年					
孙成文	浩丰创源	北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 A 座 7D；362.23 平方米	2009.1.1-2009.12.31	2.70 元 /m ² /天	352,092.00

注：发行人与控股股东孙成文于 2011 年 12 月 29 日签订了《房屋租赁合同解除协议》。

根据该协议，自 2012 年 1 月 1 日起，发行人不再租赁孙成文位于北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 1 单元 7D 的 362.23 平方米房屋，双方确认解除房屋租赁合同。

1、关联租赁价格的公允性

报告期内，公司租赁控股股东孙成文的房产位于北京市海淀区蓝靛厂东路金源时代商务中心 7 层，合同签订于 2009 年 1 月 1 日和 2010 年 1 月 1 日。项目组通过访谈金源商务中心物业公司，在 2008 年金融危机后，部分中小企业难以维持经营，公司所在地的退租商户较多，故签订合同时金源商务中心的租赁价格较低，2.7 元/m²/天符合当时情况。

2、关联租赁对公司经营业绩的影响

公司 2009 年确认的关联租赁费为 35.21 万元，占当期营业总成本的 0.37%，占当期管理费用的 2.65%；2010 年确认的关联租赁费为 35.70 万元，占当期营业总成本的 0.39%，占当期管理费用的 2.55%；2011 年确认的关联租赁费为 35.70 万元，占当期营业总成本的 0.29%，占当期管理费用的 2.22%。

报告期内公司关联租赁总金额较小，对公司经营业绩影响较小，占比呈现逐年减少趋势。

3、解除关联租赁的情况

根据公司的生产经营需要，同时为彻底消除关联租赁对发行人资产完整性和独立性的影响，2010 年 12 月，浩丰创源及其子公司浩丰鼎鑫与天津高和合义投资企业（有限合伙）北京销售分部签订了《房屋买卖合同》，购买了位于北京市海淀区马甸东路 17 号 7 层的 3 处房产作为办公场所，面积合计 543.34 m²。2011 年 10 月末，该三处房产已进行交付使用。上述房产具体情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司的主要固定资产和无形资产”之“（一）固定资产”。

2011 年 12 月 29 日，公司与控股股东孙成文签订《房屋租赁合同解除协议》，公司与控股股东孙成文之间物业租赁的关联交易已经得到彻底解除。

（二）向关键管理人员支付报酬

年度报酬区间	2011 年度	2010 年度	2009 年度
总额（万元）	145.61	147.11	94.94
其中：（各金额区间人数）			
[20 万元以上]	1	2	2
[15~20 万元]	3	2	3
[10~15 万元]	4	4	
[10 万元以下]	5	4	

（三）公司章程对关联交易决策权利与程序的规定

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理制度》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》第三十八条规定：公司的控股股东、实际控制人员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；第四十二条规定：公司对股东、实际控制人及其关联人提供担保须经股东大会审议通过。

《股东大会议事规则》第五十条规定：股东大会审议公司关联交易事项时，关联股东（包括股东代理人）可以出席股东大会，参加审议该关联交易，并可就该关联交易是否公平、合法及产生的原因等向股东大会作出解释和说明，但在表决时应当回避且不应参与投票表决；其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；而且不得以任何方式干预公司的决定。

《董事会议事规则》第五十一条规定：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。

《关联交易管理制度》对关联交易决策权限和程序规定如下：

（1）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，应当经董事会批准后生效并及时披露。公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

（2）公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上，且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当由总经理向董事会提交议案，经董事会批准后生效并及时披露。

（3）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 1000 万元以上，且占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，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。

报告期内，部分关联交易发生在浩丰有限阶段，由于当时浩丰有限无关于规范关联交易的决策制度，故未履行关联交易决策程序，但上述关联交易已经发行人股东大会根据现行有效的关联交易管理制度的规定在控股股东回避表决

的情况下审议确认，独立董事亦发表同意意见，认为该等关联交易合法、有效。

本公司自股份公司设立以来发生的关联交易全部履行了《公司章程》，以及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》规定的程序。

（四）独立董事对报告期关联交易的意见

公司独立董事就关联交易价格的公允性和履行合法程序方面发表了意见，认为：“关于公司关联交易事项，审议程序符合相关法律、法规及《公司章程》的规定，决策机构程序合法有效；关联交易的定价原则遵循公平、公允原则，交易价格参照市场价格来确定，上述关联交易合同和协议是建立在平等自愿的基础上签署的，签订程序没有违反相关法律法规及公司相关制度的规定；上述关联交易合同和协议不会影响公司的独立性，不会损害公司及中小股东的利益，有利于公司的持续稳健发展。”

四、关联方应收应付款项

2009年12月31日，2010年12月31日和2011年12月31日，公司不存在与关联方的应收、应付款项。

五、规范关联交易的措施

报告期内，公司存在与控股股东之间的关联租赁情况，公司通过购置自有房产，解除了与控股股东之间的关联租赁。关联租赁及解除情况详见招股说明书本节“三、关联交易”之“（一）租赁关联方房产”。

本公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。对于不可避免的关联交易，公司将严格遵循公司章程和关联交易决策制度的规定，确保公司和中小股东的合法权益不受损害。

六、本次募集资金运用涉及的关联交易

公司本次募集资金的运用不涉及关联交易。

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介

（一）董事会成员

2010年2月26日，公司召开第一次股东大会暨创立大会，选举孙成文、李卫东、张召辉、张明哲为公司第一届董事会董事；选举孙锋、贾国柱、何继明为公司第一届董事会独立董事。由于独立董事何继明辞职，公司于2011年8月10日，召开2011年第二次临时股东大会，补选白玉波为独立董事。公司董事基本情况如下：

1、董事长孙成文，男，中国籍，加拿大永久居留权，1964年6月出生，北京工业大学毕业，工学学士及管理学学士。1989年至1991年在中国通广电子公司企业管理部工作；1991年至2002年在通广北电有限公司工作，先后担任销售总监、副总经理、代理总经理职位，负责公司的全部日常业务及运营管理工作；2002年至2005年担任浩丰时代总经理；2006年至2010年2月担任浩丰有限总经理。2010年3月至今担任公司董事长、总经理，持有本公司股份10,780,000股，为本公司控股股东，实际控制人。

2、董事李卫东，男，中国籍，无境外永久居留权，1968年4月出生，北京理工大学大专毕业。1991年至2002年历任通广北电有限公司工程师、工程部经理、北方区销售副总经理；2002年至2005年任浩丰时代产品事业部总经理；2006年至2010年2月担任浩丰有限副总经理，2008年6月至2010年2月担任浩丰有限董事长。2010年3月至今担任本公司董事，持有本公司股份3,107,104股。

3、董事张召辉，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（四）其他核心人员”。

4、董事张明哲，男，中国籍，加拿大永久居留权，1974年10月出生，辽宁工业大学工业外贸专业毕业，学士学位。2002年至2004年，担任沈阳一指通科技有限公司营销总监；2004年至2006年，担任北京华网信通科技有限公司系统集成事业部总经理；2006年至2008年，担任北京天地华网科技有限公司事业部总经理；2009年至2010年2月在浩丰有限任副总经理。2010年3月至今担任本公

司董事、副总经理，持有本公司股份1,848,000股。

5、独立董事孙锋，男，中国籍，无境外永久居留权，1936年10月出生，北京工业学院毕业，中共党员，现任中国通信工业协会常务理事、秘书长，中国工业经济联合会常务理事。曾任电子工业部通广局副局长、副总工程师；1986年后曾任中国通广电子公司董事长兼党委书记、通广北电公司董事长、通广胜利（北京）技术中心董事长等职务。曾获“经国务院批准1996年度享受政府特殊津贴”荣誉奖，“1996年度电子部系统优秀党政领导干部”荣誉称号。

6、独立董事贾国柱，男，中国籍，无境外永久居留权，1962年8月出生，北京理工大学学士及硕士，丹麦奥尔堡大学博士，法国中央理工大学高级访问学者。2002年至今，北京航空航天大学经济管理学院教授，管理科学与工程学科博士生导师，中国仿真学会离散仿真专业委员会副主任，中国人类工效学会理事，欧洲运作管理协会（EurOMA）会员，中国人类工效学会管理工效学专业委员会委员，中国系统仿真学会会员，中国机械工程学会机械工程师资格认证专家组成员。

7、独立董事白玉波，男，中国籍，无境外永久居留权，1964年10月出生，兰州大学经济管理专业学士，注册会计师。1992年至2000年，在北京新港水泥制造有限公司财务科、计划科工作；2000年至2004年，在北京京佳信会计师事务所担任注册会计师；2005年至2010年，在北京中盛联盟会计师事务所担任注册会计师；2011年1月至今，在北京高商万达会计师事务所担任注册会计师。

（二）监事会成员

2010年2月26日，公司召开第一次股东大会暨创立大会，选举李惠波、李继宏为公司第一届监事会非职工监事；公司职工代表大会选举的职工监事为王跃绯。公司监事基本情况如下：

1、监事会主席李惠波，男，中国籍，无境外永久居留权，1964年2月出生，北京信息工程学院计算机软件专业毕业，学士学位。毕业后曾经在中国计算机软件与技术服务总公司机器翻译部门从事国家“七五”、“八五”的科技攻关项目一机器翻译的软件开发工作，并获国家科技进步奖。2000年加入浩丰时代，历任董事、监事、董事长；2005年12月至2010年2月任浩丰有限监事、商务部总监。2010年3月至今担任本公司监事会主席，持有本公司股份1,877,876股。

2、监事王跃绯，女，中国籍，无境外永久居留权，1960年8月出生，北京广播电视大学专科毕业，中共党员。1983年起在通信广播管理总局工作；1990年至1995年在深圳海光电子有限公司工作；1995至2002年在通广北电有限公司工作；2002年至2005年在浩丰时代工作；2005年至2010年2月在浩丰有限工作。2010年3月至今担任本公司监事。

3、监事李继宏，男，中国籍，无境外永久居留权，1965年4月出生，复旦大学理学学士，中科院沈阳计算所工学硕士。曾在中科院沈阳计算所、沈阳和光集团、上海博达数据通信有限公司工作。2010年3月至今担任本公司监事。

（三）高级管理人员

1、总经理孙成文先生，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、副总经理张召辉先生，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（四）其他核心人员”。

3、副总经理张明哲先生，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

4、副总经理、董事会秘书杨志炯，男，中国籍，无境外永久居留权，1966年2月出生，沈阳理工大学毕业，学士学位。1988年至1994年曾任中国燕兴东北公司经营管理处处长、高新产品部经理；1994年至1995年，任北京先达科技发展有限公司总裁办主任、财务部经理兼发展部经理；1996年至1999年任中外合资沈阳兴泰塑胶制品有限公司副总经理；1999年至2002年任沈阳和光集团企业发展部副经理、市场总监、总裁助理、集团副总裁；2003年至2005年任深圳和光现代商务股份有限公司副总经理；2005年至2008年任深圳富怡达投资发展有限公司副总裁；2009年至2010年2月任浩丰有限副总经理。2010年3月至今任公司副总经理、董事会秘书，持有本公司股份1,757,448股。

5、财务总监包翔，女，中国籍，无境外永久居留权，1971年10月出生，中国人民大学财务会计专业专科毕业。1995年至1998年任通广北电有限公司会计；1999年至2001年任和讯信息科技有限公司会计、会计主管；2001年至2002年任泰康亚洲（北京）科技有限公司主管会计；2002年至2005年任浩丰时代财务经理；2006年至2010年2月任公司财务经理。2010年3月至今担任本公司财务总监。

（四）其他核心人员

1、张召辉先生，男，中国籍，无境外永久居留权，1971年12月出生，清华大学工学学士。1996年至1999年在北京科宝系统工程有限公司（日本分公司）工作，参与日本川崎制铁情报所呼叫中心软件产品的研发工作，积累了大量联络中心的技术及产品开发经验。工作期间还参与了许多大型呼叫中心的建设工作，如：大东京火灾保险呼叫中心，JCB信用卡呼叫中心，东京三菱银行呼叫中心等。2000年加入浩丰时代，任技术总监，主持公司的软件产品研发工作；工作期间主持、参与了公司多项软件产品的设计开发工作，具体软件产品有：IVR2000，InterAct Recorder，VOM，Samba Dialer，XContact，LiLac，I-Stage，InterAct Agent，IML，长话转售计费系统；2006年加入浩丰有限，任技术总监、副总经理、董事，主持公司软件产品的研发和技术升级工作，作为首席系统构架师设计研发公司的软件构架平台CyberSystem Work，工作期间参与设计开发的软件产品有：组织与过程控制系统，供应链管理系统，客户回访系统，知识库管理系统，服务与营销管理系统，绩效管理系统，智能化电子营销平台，银企直联系统，人力资源管理系统，业务智能分析系统。工作期间还参与建设了许多大型联络中心的建设工作，如：中国人寿电话回访系统，中国人保电话销售系统，联想呼叫中心外呼系统等。2010年3月至今担任公司董事、副总经理，持有本公司股份2,848,692股。

2、李晓焕先生，中国籍，无境外永久居留权，1964年4月出生，北京工业大学工学学士，中共党员。1988年至1992年在北京市计算中心任工程师；1992年至1999年在（中日合资）北京科宝系统工程有限公司任工程师；2000年起先后担任浩丰时代、浩丰有限、浩丰鼎鑫实施部总监。李晓焕先生有20多年的开发经验和10多年的项目管理经验，1988年大学毕业后即参加了北京第十一届亚洲运动会计算机工程中的电子信息服务系统（EIS）的开发工作，被1990年北京第十一届亚运会组织委员会技术部授予“先进工作者”荣誉称号；随后作为中日合资公司的中方派遣工程师，在日本工作三年，参与过十几个项目的开发，其中作为项目经理主持开发了包括日本NCR商品销售管理系统、日本AT&T TOPEND软件客户端的移植等多个项目。李晓焕先生担任公司实施部总监期间主持实施部的管理工作、负责并参与公司上百个客户项目的从售前支持、项目

实施到售后维护的管理工作，并根据积累的大量的项目经验，为公司软件产品的研发工作提供设计上的支持工作，参与的研发项目（产生著作权）有：客户关系管理（iAgent）、多媒体呼叫中心接入系统、客户回访系统，知识库管理系统，服务与营销管理系统，绩效管理系统，智能化电子营销平台、组织与过程控制系统、供应链管理系统、网络监控与优化管理系统、短信平台管理系统等。李晓焕先生现担任公司工程中心经理，持有公司股份1,894,816股。

3、董丽彬女士，中国籍，无境外永久居留权，1975年12月出生，天津大学工学学士，中共党员。1998年至2001年任北京机械科学研究院自动化检测研究所工程师；2001年至2004年任浩丰时代软件工程师；2004年至2006年任浩丰时代软件工程师、产品经理；2006年至2009年任浩丰有限软件工程师、产品经理；2009年1月至今任浩丰鼎鑫产品经理。董丽彬女士从2001年至今，作为核心成员参与Samba Dialer自动外拨产品的设计与开发，并从2004年起担任产品主管，负责该产品的升级与推广工作；作为研发与实施工程师参与鸿联95长话转售项目的开发与实施；作为项目经理组织了北京联通外呼项目、西安铁通外呼项目、深圳润迅外呼项目、北京联想外呼项目以及中国人寿外呼项目的需求确认、方案设计以及系统推广工作。董丽彬女士现担任公司产品经理，持有公司股份22,484股。

4、高懿鹏先生，中国籍，无境外永久居留权，1976年4月出生，南开大学理学学士。1999年至2001年任北京北大青鸟商用公司软件工程师；2001年至2006年任浩丰时代软件工程师；2006年至2009年任浩丰有限软件工程师、产品经理；2009年至今任浩丰鼎鑫产品经理。高懿鹏先生从2001年至2003年作为核心开发人员参与iAgent座席应用软件的设计及开发，以及后期的升级和推广工作；2002年至2007年作为核心开发人员参与IVR自动语音报读软件设计及研发工作，2006年作为该产品的产品经理，负责产品的后期的升级和推广工作；2003年至今，作为核心开发人员，参与VOM虚拟组织管理（包括CTI、MCD、QM、ACD报表等子软件）软件包的设计和研发工作，并从2004年开始，作为产品经理负责部分子软件的研发、后期的升级和推广工作；作为研发与实施工程师参与鸿联95长话转售项目的开发与实施；作为项目经理组织了上海114IVR系统改造项目、北京创哲快乐e行呼叫中心建设项目、橡果国际呼叫中心系统改造项目、摩

能国际呼叫中心系统建设项目、中邮人寿呼叫中心建设项目等。高懿鹏先生现担任公司产品经理，持有公司股份44,044股。

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有本公司股份情况及对外投资情况

（一）持股情况

发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例	持股方式	担任职务
孙成文	10,780,000.00	35.00%	直接持股	董事长、总经理
李卫东	3,107,104.00	10.09%	直接持股	董事
张召辉	2,848,692.00	9.25%	直接持股	董事、副总经理
李晓焕	1,894,816.00	6.15%	直接持股	其他核心人员
李惠波	1,877,876.00	6.10%	直接持股	监事会主席
张明哲	1,848,000.00	6.00%	直接持股	董事、副总经理
杨志炯	1,757,448.00	5.71%	直接持股	董事会秘书、副总经理
高懿鹏	44,044.00	0.14%	直接持股	其他核心人员
董丽彬	22,484.00	0.07%	直接持股	其他核心人员

上述人员持有本公司的股份不存在质押或冻结情况。

（二）报告期内持股变动情况

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股比例及变化情况如下：

姓名	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	数量（股）	比例	数量（股）	比例	出资（元）	比例
孙成文	10,780,000	35.00%	10,780,000	35.00%	3,500,000	35.00%
李卫东	3,107,104	10.09%	3,107,104	10.09%	1,008,800	10.09%
张召辉	2,848,692	9.25%	2,848,692	9.25%	924,900	9.25%
李晓焕	1,894,816	6.15%	1,894,816	6.15%	615,200	6.15%
李惠波	1,877,876	6.10%	1,877,876	6.10%	609,700	6.10%
张明哲	1,848,000	6.00%	1,848,000	6.00%	600,000	6.00%
杨志炯	1,757,448	5.71%	1,757,448	5.71%	570,600	5.71%
高懿鹏	44,044	0.14%	44,044	0.14%	14,300	0.14%
董丽彬	22,484	0.07%	22,484	0.07%	7,300	0.07%

（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

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在除本公司之外的其它对外投资情况。

三、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	2011 年从本公司及关联企业领取收入情况（元）
1	孙成文	董事长、总经理	177,420.00
2	李卫东	董事	220,620.00
3	张召辉	董事、副总经理	199,200.00
4	张明哲	董事、副总经理	148,800.00
5	李惠波	监事会主席	155,820.00
6	杨志炯	董事会秘书、副总经理	136,800.00
7	王跃绯	监事	100,120.00
8	李继宏	监事	136,800.00
9	包翔	财务总监	72,500.00
10	李晓焕	其他核心人员	199,200.00
11	高懿鹏	其他核心人员	180,000.00
12	董丽彬	其他核心人员	180,000.00
13	孙锋	独立董事	36,000.00
14	贾国柱	独立董事	36,000.00
15	白玉波	独立董事	12,000.00

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。

四、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
孙成文	董事长、总经理	北京浩丰时代科技有限公司总经理	发行人的全资子公司
		北京浩丰鼎鑫软件有限公司董事	发行人的全资子公司
李卫东	董事	北京浩丰时代科技有限公司董事	发行人的全资子公司
		北京浩丰鼎鑫软件有限公司董事	发行人的全资子公司
张召辉	董事、副总经理	北京浩丰时代科技有限公司董事	发行人的全资子公司
		北京浩丰鼎鑫软件有限公司董事长、总经理	发行人的全资子公司
张明哲	董事、	沈阳市浩丰创鑫科技有限公司董事长、总经理	发行人的全资子公司

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
	副总经理		
孙锋	独立董事	中国通信工业协会常务理事、秘书长	无
		中国工业经济联合会常务理事	无
贾国柱	独立董事	北京航空航天大学经济管理学院教授、管理科学与工程学科博士生导师	无
		中国仿真学会离散仿真专业委员会副主任	无
白玉波	独立董事	北京高商万达会计师事务所注册会计师	无
李惠波	监事会主席	北京浩丰时代科技有限公司董事长	发行人的全资子公司
		北京浩丰鼎鑫软件有限公司监事	发行人的全资子公司

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。

五、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

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员之间不存在亲属关系。

六、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

（一）协议情况

在本公司担任职务的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均与公司签订《劳动合同》，其他核心人员还与公司签订有《保密协议》，对双方的权利义务进行约定。除此之外均没有签订借款或担保等任何其他协议。

（二）承诺情况

公司全体股东所作的有关本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“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”。

上述协议和承诺在报告期内均得以良好履行。

七、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。

八、最近两年，公司董事、监事、高级管理人员的变动情况

（一）公司董事变动情况

2008年6月27日，经浩丰有限召开的第二届第九次股东会审议通过，同意选举李卫东、李晓焕、张召辉3人担任浩丰有限董事。2008年6月27日，经浩丰有限召开的第三届第一次董事会审议通过，同意选举李卫东为浩丰有限董事长。

2010年2月26日，经公司召开的第一次股东大会暨创立大会审议通过，同意选举孙成文、李卫东、张召辉、张明哲、孙锋、贾国柱、何继明为公司董事（后三位为独立董事）。2010年2月26日，经公司召开的股份公司第一届董事会第一次会议审议通过，决定选举孙成文为董事长。

2011年8月10日，由于独立董事何继明辞去董事职务，发行人召开2011年第二次临时股东大会，补选白玉波为第一届董事会独立董事。

（二）公司监事变动情况

2006年12月6日，经浩丰有限第二届第一次股东会审议通过，同意选举李惠波为监事。

2010年2月26日，经公司召开的第一次股东大会暨创立大会审议通过，同意选举李惠波、李继宏为公司监事，王跃绯由职工代表大会民主选举担任股份公司职工代表监事。2010年2月26日，经公司召开的股份公司第一届监事会第一次会议审议通过，同意选举李惠波任监事会主席。

（三）公司高级管理人员变动情况

自浩丰有限成立之日起，孙成文一直担任公司总经理，李卫东、张召辉担任副总经理，包翔担任财务负责人。

2009年1月17日，经公司召开的第三届董事会第八次会议审议通过，同意补选张明哲、杨志炯为公司副总经理。

2010年2月26日，经公司召开的第一届董事会第一次会议审议通过，同意聘任孙成文为总经理，聘任李卫东、张召辉、张明哲、杨志炯为副总经理，聘任杨志炯为董事会秘书，聘任包翔为财务负责人（财务总监）。2010年4月，

李卫东辞去副总经理职务。

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重大变化。董事、监事、高级管理人员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、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会

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 2010 年 2 月 26 日召开公司创立大会暨第一次股东大会审议通过，并经 2011 年 11 月 10 日召开的 2011 年第三次临时股东大会修订。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、股东大会召开和表决决议等内容作了详细的规定。

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

公司设董事会，董事会由七名成员组成，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。

目前公司董事会成员为：孙成文（董事长）、张明哲（董事）、李卫东（董事）、张召辉（董事）、白玉波（独立董事）、孙锋（独立董事）、贾国柱（独立董事）。

公司董事会设立战略、审计、提名、薪酬与考核等专门委员会，各专门委员会成员全部由董事组成。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会成员中独立董事占多数，并由独立董事担任召集人，审计委员会中独立董事白玉波是会计专业人士。

本公司依据《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，制订并修订了《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。

本公司自设立以来，各董事能够恪守职责，确保了董事会的工作效率和科学决策。

（三）监事会

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。

自本公司设立以来，本公司监事会一直按照《公司法》等法律、法规和《公司章程》、《监事会议事规则》等要求规范运作，发挥对董事会和经理层的监督作用，能够充分了解公司经营情况，认真履行职责，本着对全体股东负责的精神，有效地对公司董事和其他高级管理人员履职情况及公司财务实施监督和检查，以维护公司及股东的合法权利。

（四）独立董事

根据章程规定，本公司在董事会中设立三名独立董事，即孙锋、贾国柱、白玉波。

本公司根据《公司章程》和中国证监会的有关规定制订并修订了《独立董事工作细则》，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

公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股权事务管理，办理信息披露事务等事宜。

2010年2月26日，公司第一次董事会聘任杨志炯为董事会秘书。公司董事会秘书按照《公司法》等法律、法规和《公司章程》、《董事会秘书工作细则》等要求行使职责，有效促进了公司的规范运作。

（六）董事会专门委员会

经 2011 年度第一次股东大会审议通过，公司设立了审计委员会、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

审计委员会由白玉波、贾国柱、张明哲组成，白玉波先生为召集人。公司制定了《董事会审计委员会工作细则》，审计委员会的主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事项。

审计委员会自设立以来，按照《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和《公司章程》、《董事会审计委员会工作细则》等要求规范运作，运行情况良好。

2、战略委员会

战略与发展委员会由孙成文、李卫东、白玉波组成，孙成文为召集人。公司制定了《董事会战略委员会工作细则》，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。

战略委员会自设立以来，按照《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和《公司章程》、《董事会战略委员会工作细则》等要求规范运作，运行情况良好。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由贾国柱、孙锋、李卫东组成，贾国柱为召集人。公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会的主要职责为：根据董事及经理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及经理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事项。

薪酬与考核委员会自设立以来，按照《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和《公司章程》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等要求规范运作，运行情况良好。

4、提名委员会

提名委员会由孙锋、贾国柱、张召辉组成，孙锋为召集人。公司制定了《董事会提名委员会工作细则》，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，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；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进行审查并提出建议；董事会授权的其他事项。

提名委员会自设立以来，按照《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和《公司章程》、《董事会提名委员会工作细则》等要求规范运作，运行情况良好。

二、发行人最近三年违法违规情况

发行人最近三年不存在违法违规情况。

三、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或为其提供担保情况

公司已建立严格的资金管理制度和对外担保制度，在报告期内，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，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

四、公司内部控制情况

公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》等法律、法规，完善了公司治理结构，修订了《公司章程》，制定了“三会”议事规则，建立了独立董事制度，并在报告期内制定或修订了《重大经营与投资决策管理制度》、《融资和对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《投资者关系管理制度》、《重大信息内部报告制度》、《信息披露管理制度》、《总经理工作细则》、《内部审计制度》、《控股子公司管理制度》、《财务会计制度》、《行政管理制度》、

《公司项目管理暂行规定》、《合同管理制度》、《商品暂借与维修管理制度》、《外包管理制度》、《销售市场部管理制度》、《研发中心管理制度》、《工程中心管理制度》、《预算管理制度》、《费用申请及流程》、《企业文化管理制度》等。逐步按照建立现代企业制度的要求，从内控环境、会计系统、控制程序等方面建章立制、严格管理，初步建立起一套完整、严密、合理、有效的内部控制管理制度。公司对内控制度执行情况进行定期或不定期的检查与评价，对于发现的内控制度缺陷和未得到遵循的现象实行逐级负责并报告，各级人员严格执行公司的内控制度，对于未遵守内控制度的情况及发现的问题，分别向上级作出解释并采取相应的措施。

（一）管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的评价

公司管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：公司现有内部控制制度基本能够适应公司管理的要求，基本能够覆盖公司业务各流程环节；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；能够对编制真实、完整、公允的财务报表提供合理的保证。公司在内部环境、目标设定、事项识别、风险评估、风险对策、控制活动、信息与沟通、检查监督等各方面规范、充分、有效。内控制度在完整性、有效性和合法性等方面不存在重大缺陷。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内控制度进行了审核，并出具中瑞岳华专审字[2012]第 0223 号《内部控制鉴证报告》，认为：“贵公司于 2011 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。”

五、公司对外投资、担保情况

（一）对外投资情况

为了加强公司对外投资活动的内部控制，规范公司的对外投资行为，防范对外投资风险，保障对外投资安全，提高对外投资效益，公司通过《公司章程》、《重大经营与投资决策管理制度》等制度安排对公司的对外投资情况进行管理。

1、对外投资决策权限

公司对外投资的审批应严格按照《公司法》及其他相关法律、法规和《公司章程》等规定的权限履行审批程序。公司股东大会、董事会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资做出决策，其他任何部门和个人无权做出对外投资的决定。

(1) 公司董事会对于对外投资（含委托理财、委托贷款等）的审批权限为：

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%以下，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营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以下，或绝对金额低于 3000 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，或绝对金额低于 300 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，或绝对金额低于 3000 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，或绝对金额低于 300 万元。

(2) 公司的对外投资（含委托理财、委托贷款等）达到下列标准之一的，公司除应当及时披露外，还应当提交股东大会审议：

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营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3000 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 300 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 3000 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 300 万元。

(3) 发行人进行证券投资或以其他方式进行权益性投资或风险投资的审批

程序为：

①单笔或一个会计年度内累计投资金额为公司最近一期经审计净资产 10% 以下的投资项目，由公司董事会审议批准；

②单笔或一个会计年度内累计投资金额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的投资项目，经公司董事会审议后报股东大会审议批准。

2、报告期内对外投资执行情况

2010 年发行人投资 200 万元设立全资子公司上海腾灵。发行人针对该次对外投资履行的程序为：2010 年 11 月 24 日，发行人召开总经理办公会议 2010 年第十次会议，决定在上海投资 200 万元设立“上海腾灵信息科技有限公司”；公司董事长孙成文签署了对总经理办公会决议的批准文件。本次投资已经发行人第一届董事会第九次会议审议通过。

2011 年 7 月 1 日，浩丰创源的子公司浩丰鼎鑫出资 200 万元设立了浩丰创鑫；2011 年 7 月 14 日，发行人以 200 万元价格向浩丰鼎鑫收购浩丰创鑫全部股权。发行人针对该次股权收购履行的程序为：2011 年 7 月 14 日，发行人召开第一届董事会第三次会议，决定以 200 万元的价格受让浩丰鼎鑫持有的浩丰创鑫 100% 的股权。

除此之外，公司报告期内无其他对外投资行为。上述公司对外投资行为在决策权限和决策程序方面严格执行了《公司章程》及《重大经营与投资决策管理制度》的有关规定和要求。

（二）对外担保情况

为了保护投资者的合法权益，加强公司银行信用和担保管理，规避和降低公司资产运营风险，促进公司健康稳定发展，公司通过《公司章程》、《融资和对外担保管理制度》等制度安排对公司的对外担保行为进行管理。

1、对外担保决策权限

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。

（1）须经股东大会审批的对外担保包括但不限于：①单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；②公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50% 以后提供的任何担保；③为资产负债率超

过 70%的担保对象提供的担保；④连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；⑤连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3,000 万元；⑥对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；⑦深圳证券交易所或者公司章程规定的其他担保情形。

其中股东大会审议前款第④项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

（2）除上述所列的须由股东大会审批的对外担保以外的其他对外担保事项，由董事会根据《公司章程》（草案）对董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权，且必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议通过。

2、对外担保程序

《融资和对外担保管理制度》规定了对外担保的程序，包括对外担保对象的审查和对外担保的执行程序。

（1）对担保对象的审查主要包括以下条件：

①为依法设立并有效存续的企业法人，不存在可能中止的情形；②经营状况和财务状况良好，并具有稳定的现金流量或者良好的发展前景；③已提供过担保的，应没有发生债权人要求公司承担连带担保责任的情形；④拥有可抵押（质押）的资产，具有相应的反担保能力；⑤提供的财务资料真实、完整、有效；⑥公司能够对其采取风险防范措施；⑦没有其他法律风险。

公司可在必要时聘请外部专业机构对实施对外担保的风险进行评估，以作为董事会、股东大会决策的依据。公司对外提供担保由财务部根据被担保对象提供的上述资料进行调查，确定资料是否真实。公司对外担保应当要求对方提供反担保，且反担保的提供方应当具有实际承担能力和反担保的可执行性。

（2）对外担保的执行程序主要包括：

①公司有关融资或对外担保事项经《公司章程》（草案）或本制度规定的公司有权机构批准后，由公司董事长或其授权的人代表公司对外签署融资合同或担保合同。公司控股子公司的融资或对外担保事项比照本制度的规定执行，公

司控股子公司的融资或对外担保事项经公司及该控股子公司的有权部门批准后，由控股子公司的董事长或其授权的人代表该公司对外签署融资合同或担保合同。②公司订立的融资合同或担保合同应在签署之日起 7 日内报送公司财务部登记备案。③已经依照本制度第二章、第四章所规定权限获得批准的融资事项及对外担保事项，在获得批准后 60 日内未签订相关融资合同或担保合同的，超过该时限后再办理融资或担保手续的，视为新的融资或担保事项，须依照本制度规定重新办理审批手续。④公司应妥善管理担保合同及相关原始资料，及时进行清理检查，并定期与银行等相关机构进行核对，保证存档资料的完整、准确、有效，关注担保的时效、期限。在合同管理过程中，一旦发现未经董事会或股东大会审议程序批准的异常合同，应及时向董事会、监事会及深圳证券交易所报告。⑤被担保债务到期后需展期并需由公司继续提供担保的，应当视为新的对外担保，必须按照本制度规定的程序履行担保申请审核批准程序和信息披露义务。⑥公司对外担保的主债务合同发生变更的，属本制度规定须由董事会审议通过的，应由董事会决定是否继续承担担保责任；属本制度规定须由股东大会审议通过的，应由股东大会决定是否继续承担担保责任。⑦公司财务部应加强对担保债务风险的管理，督促被担保人及时还款。公司应指派专人持续关注被担保人的情况，收集被担保人最近一期的财务资料和审计报告，定期分析其财务状况及偿债能力，关注其生产经营、资产负债、对外担保以及分立合并、法定代表人变化等情况，建立相关财务档案，定期向董事会报告。对于在担保期间内出现的、被担保人之偿还债务能力已经或将要发生重大不利变化的情况，担保人应当及时向公司财务部汇报、并共同制定应急方案。公司财务部应督促公司各部门及控股子公司建立相关的风险管理制度。⑧债务履行期限届满，公司应督促被担保人在限定时间内履行偿债义务。若被担保人未能按时履行义务，公司应及时采取必要的补救措施。被担保人不履行债务致使作为担保人的公司承担担保责任的，公司应在承担担保责任后及时向被担保人追偿。

3、报告期内对外担保执行情况

报告期内，公司不存在对外担保情况。

六、投资者权益保护情况

（一）保障投资者知情权

2010年12月15日，公司召开2010年第二次临时股东大会，审议通过了《信息披露管理制度》。信息披露制度是根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等有关规定及公司《章程》的有关规定，结合公司实际情况制定，该制度详细规定了信息披露的基本原则、公平信息披露、应传递和披露的信息、信息披露职责、信息传递、审核及披露的程序、信息披露的媒体、保密措施、检查与监督和责任与处罚。

《信息披露制度》有利于规范发行人信息披露行为，加强信息披露事务管理，确保信息披露的真实、准确、及时、完整，切实保护公司、股东、债权人及其他利益相关者的合法权益。

（二）保障投资者资产收益权

2012年2月20日，公司召开2012年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》（草案），公司在治理制度层面上对投资者依法享有资产收益的权利进行了有效保护。

根据《公司章程》（草案），对公司股利分配政策、股利分配的程序等进行了具体规定，投资者有权按照持股比例获取股利分配；公司在解散清算后剩余的财产，公司股东有权按照持有比例进行分配。

（三）保障投资者参与重大决策和选择管理者的权利

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、提案权、表决权。

（1）《公司章程》（草案）对召集请求权主要规定如下：

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到提议后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。董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后的5日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，将说明理由并公告。

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，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，在收到提案后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。董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应征得监事会的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提案后 10 日内未作出反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

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。董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 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，并应当以书面形式向监事会提出请求。监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提案的变更，应当征得相关股东的同意。监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 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。

(2)《公司章程》(草案)对提案权主要规定如下：公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

(3)《公司章程》(草案)对表决权主要规定如下：股东(包括股东代理人)以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权；公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东会有表决权的股份总数；董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权；股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况；公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技

术手段，为股东参加股东大会提供便利；股东大会就选举董事、监事进行表决时，实行累积投票制。

（四）其他保护投资者权益措施

1、公司建立健全了独立董事制度

依照《独立董事工作细则》规定，公司设独立董事 3 名，要求独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者与公司及其主要股东、实际控制人存在利害关系的单位或个人的影响。

（1）独立董事除具有法律、法规、规范性文件及公司章程规定的董事职权外，还具有下述特别职权：

①公司拟与关联自然人发生的交易总额高于 30 万元，以及与关联法人发生的交易总额高于 100 万元且占公司最近经审计净资产绝对值的 0.5% 的关联交易应由 1/2 以上的独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，经全体独立董事同意后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；②经 1/2 以上的独立董事同意后向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；③经 1/2 以上的独立董事同意后可向董事会提请召开临时股东大会；④经 1/2 以上的独立董事同意后可提议召开董事会；⑤经 1/2 以上的独立董事同意后可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担；⑥经 1/2 以上的独立董事同意后可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

（2）独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

①提名、任免董事；②聘任或解聘高级管理人员；③确定或者调整公司董事、高级管理人员的薪酬；④公司的关联自然人与公司现有或拟新发生的总额高于 30 万元，或者关联法人与公司现有或拟新发生的总额高于 100 万元且占公司最近经审计净资产绝对值的 0.5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；⑤变更募集资金用途；⑥公司章程规定的对外担保事项；⑦股权激励计划；⑧独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；⑨公司章程规定的其他事项。

(3) 独立董事发现公司存在下列情形时，应当积极主动履行尽职调查义务并及时向深圳证券交易所报告，必要时应聘请中介机构进行专项调查：

①重要事项未按规定提交董事会审议；②未及时履行信息披露义务；③公开信息中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；④其他涉嫌违法违规或损害中小股东合法权益的情形。

(4) 出现下列情形之一的，独立董事应当向中国证监会、深圳证券交易所及北京证监局报告：

①被公司免职，本人认为免职理由不当的；②由于公司存在妨碍独立董事依法行使职权的情形，致使独立董事辞职的；③董事会会议材料不充分，两名以上独立董事书面要求延期召开董事会会议或延期审议相关事项的提议未被采纳的；④对公司涉嫌违法违规行为向董事会报告后，董事会未采取有效措施的；⑤严重妨碍独立董事履行职责的其他情形。

(5) 独立董事应当向公司年度股东大会提交全体述职报告并报深圳证券交易所备案。述职报告应包括以下内容：

①上年度出席董事会及股东大会次数及投票情况；②发表独立意见的情况；③履行独立董事职务所做的其他工作，如提议召开董事会、提议聘用或解聘会计师事务所、独立聘请外部审计机构和咨询机构、进行现场检查等。

2、公司建立健全了内部审计制度

依照《内部审计制度》的规定，审计机构对公司总部及下属各全资企业、控股企业等子公司的内部控制系统的适当性和有效性以及完成指定责任过程中的工作效果实施检查和评价，为完善公司经营管理、提高经济效益服务。

公司内部审计工作的总体目标是：(1) 遵守国家法律、法规、规章及其他相关规定；(2) 提高公司经营的效率和效果；(3) 保障公司资产的安全；(4) 确保公司信息披露的真实、准确、完整和公平。

《内部审计制度》还要求，审计部应配置具备必要专业知识、相应业务能力、具有良好职业道德的专职审计人员从事内部审计工作，且专职人员应不少于三人；审计部应当保持独立性，不得置于财务部门的领导之下，或者与财务部门合署办公；审计人员开展内部审计工作应保持独立性，坚持客观公正、实事求是、廉洁奉公、保守秘密的原则。

3、公司建立健全了投资者关系管理制度

公司制定了《投资者关系管理制度》，通过充分的信息披露，加强与投资者的沟通，促进投资者对公司的了解和认同；建设尊重投资者、尊重市场的企业文化；实现公司价值最大化和股东利益的最大化。

通过开展投资者关系管理工作，主动加强与投资者的沟通和交流，公司与投资者沟通的主要内容：（1）公司的发展战略，包括但不限于公司的产业发展方向、竞争战略、研发战略和市场营销战略等；（2）公司的经营、管理、财务及运营过程中的信息，包括但不限于公司的生产经营、新产品或新技术的研究开发、重大投资决策、资产重组、对外合作、管理层变动、财务状况、经营业绩、股利分配、管理模式、股东大会、董事会及监事会决议等各种有关公司的重大信息等；（3）企业文化，包括但不限于公司员工所共有的企业理念、价值取向以及公司的发展和追求等；（4）公司外部环境及其他信息，包括但不限于企业市场竞争环境变化以及产业政策等变化对企业的影响等；（5）对公司有重要意义或投资者关心的其他信息。

公司与投资者沟通和交流的主要方式和途径为：公司公告；召开股东大会；公司网站；各种推介会；广告、媒体、报刊和其他宣传材料；一对一沟通；邮寄资料；电话咨询；现场参观；其他有效方式和途径。公司应尽可能采取多种方式和途径与投资者及时、深入、广泛地沟通，以保障沟通的有效性和效率性。

第十节 财务会计信息与管理层分析

中瑞岳华会计师事务所(特殊普通合伙)对本公司截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日的资产负债表, 2011 年度、2010 年度、2009 年度的利润表、现金流量表和股东权益变动表进行了审计, 并出具了中瑞岳华审字[2012]第 0359 号标准无保留意见的审计报告。

本节引用的财务数据, 非经特别说明, 均引自经审计的财务报告。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文, 以获取全部的财务资料。

一、发行人财务报表

(一) 合并财务报表

1、资产负债表

单位：元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
流动资产：			
货币资金	61,433,951.67	29,224,610.83	28,852,185.62
应收账款	28,731,681.47	27,304,367.71	21,746,404.80
预付款项	891,427.49	16,634,485.56	1,110,841.35
其他应收款	973,183.56	824,326.77	1,053,616.77
存货	31,990,217.92	15,310,149.45	6,032,006.17
其他流动资产	3,411,495.64	2,544,564.23	242,864.00
流动资产合计	127,431,957.75	91,842,504.55	59,037,918.71
非流动资产：			
固定资产	19,187,481.45	3,191,057.42	1,831,582.49
无形资产	28,274.50	32,084.50	10,364.00
长期待摊费用	-	134,108.30	-
递延所得税资产	514,567.13	422,404.63	313,672.43
非流动资产合计	19,730,323.08	3,779,654.85	2,155,618.92
资产总计	147,162,280.83	95,622,159.40	61,193,537.63
流动负债：			
应付账款	16,976,261.51	19,696,639.22	9,243,326.86
预收款项	16,872,386.77	2,950,266.54	5,263,905.00
应付职工薪酬	220,717.07	251,380.93	302,787.03
应交税费	2,966,757.06	1,088,346.08	1,784,397.60
其他应付款	118,617.16	116,379.62	111,391.56
流动负债合计	37,154,739.57	24,103,012.39	16,705,808.05
非流动负债：			
其他非流动负债	595,000.00	245,000.00	-
非流动负债合计	595,000.00	245,000.00	-
负债合计	37,749,739.57	24,348,012.39	16,705,808.05
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	30,800,000.00	30,800,000.00	10,000,000.00
资本公积	7,772,416.86	7,772,416.86	7,714,252.57
盈余公积	195,718.86	136,146.77	2,614,059.59
未分配利润	70,644,405.54	32,565,583.38	24,159,417.42
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	109,412,541.26	71,274,147.01	44,487,729.58
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	109,412,541.26	71,274,147.01	44,487,729.58
负债和股东权益总计	147,162,280.83	95,622,159.40	61,193,537.63

2、利润表

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业总收入	164,414,553.54	115,812,396.74	106,018,521.60
其中：营业收入	164,414,553.54	115,812,396.74	106,018,521.60
二、营业总成本	124,204,922.51	92,101,892.26	94,406,373.56
其中：营业成本	102,169,699.78	73,086,299.53	75,705,975.62
营业税金及附加	1,532,739.77	1,068,503.51	1,049,178.47
销售费用	4,396,131.20	3,819,945.84	4,070,433.39
管理费用	16,087,523.94	14,003,958.80	13,306,014.79
财务费用	-346,343.17	-325,310.59	-211,506.84
资产减值损失	365,170.99	448,495.17	486,278.13
加：投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	93,806.25
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	40,209,631.03	23,710,504.48	11,705,954.29
加：营业外收入	4,375,899.37	3,359,195.89	3,856,185.32
减：营业外支出	-	127,252.12	7,011.59
其中：非流动资产处置损失	-	19,052.12	7,011.59
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	44,585,530.40	26,942,448.25	15,555,128.02
减：所得税费用	6,447,136.15	156,030.82	945,349.08
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	38,138,394.25	26,786,417.43	14,609,778.94
归属于母公司股东的净利润	38,138,394.25	26,786,417.43	14,609,778.94
少数股东损益	-	-	-
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	1.24	0.87	0.47
（二）稀释每股收益	1.24	0.87	0.47
七、其他综合收益	-	-	-93,435.00
八、综合收益总额	38,138,394.25	26,786,417.43	14,516,343.94
归属于母公司所有者的综合收益总额	38,138,394.25	26,786,417.43	14,516,343.94
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

3、现金流量表

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	194,961,708.09	123,729,441.57	109,176,698.99
收到的税费返还	4,360,201.48	3,443,796.82	3,673,285.32
收到其他与经营活动有关的现金	2,471,087.44	2,524,083.97	1,205,377.75
经营活动现金流入小计	201,792,997.01	129,697,322.36	114,055,362.06
购买商品、接受劳务支付的现金	134,401,061.72	87,335,917.62	78,812,421.59
支付给职工以及为职工支付的现金	8,894,603.91	8,665,382.32	8,821,307.50
支付的各项税费	14,271,809.15	7,669,072.79	7,455,408.33
支付其他与经营活动有关的现金	11,225,710.81	7,677,147.87	9,486,966.29
经营活动现金流出小计	168,793,185.59	111,347,520.60	104,576,103.71
经营活动产生的现金流量净额	32,999,811.42	18,349,801.76	9,479,258.35
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	37,789.66	-	-
投资活动现金流入小计	37,789.66	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	828,260.24	17,977,376.55	1,710,346.84
投资支付的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	828,260.24	17,977,376.55	1,710,346.84
投资活动产生的现金流量净额	-790,470.58	-17,977,376.55	-1,710,346.84
三、筹资活动产生的现金流量：			
筹资活动现金流入小计	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-
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	32,209,340.84	372,425.21	7,768,911.51
加：期初现金及现金等价物余额	29,224,610.83	28,852,185.62	21,083,274.11
六、期末现金及现金等价物余额	61,433,951.67	29,224,610.83	28,852,185.62

(二) 母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
流动资产：			
货币资金	44,934,401.81	7,305,905.81	10,369,048.48
应收账款	25,447,080.54	20,342,689.64	16,660,212.99
预付款项	765,096.15	5,701,787.06	1,083,382.65
其他应收款	862,770.00	702,450.00	855,540.00
存货	30,503,492.47	14,282,954.21	3,324,507.52
其他流动资产	3,410,920.25	2,543,480.27	187,199.65
流动资产合计	105,923,761.22	50,879,266.99	32,479,891.29
非流动资产：			
长期股权投资	13,000,000.00	11,000,000.00	9,000,000.00
固定资产	7,560,071.08	2,940,940.37	1,690,474.08
无形资产	28,274.50	32,084.50	10,364.00
长期待摊费用	-	134,108.30	-
递延所得税资产	353,844.38	280,150.63	132,326.23
非流动资产合计	20,942,189.96	14,387,283.80	10,833,164.31
资产总计	126,865,951.18	65,266,550.79	43,313,055.60
流动负债：			
应付账款	55,348,055.92	24,178,519.31	6,853,850.84
预收款项	14,728,047.20	277,500.00	4,151,395.67
应付职工薪酬	-	8,664.56	37,985.56
应交税费	130,150.96	739,039.08	1,347,726.69
其他应付款	24,066,410.63	8,065,262.24	63,932.55
流动负债合计	94,272,664.71	33,268,985.19	12,454,891.31
非流动负债：			
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	94,272,664.71	33,268,985.19	12,454,891.31
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	30,800,000.00	30,800,000.00	10,000,000.00
资本公积	58,164.29	58,164.29	-
盈余公积	195,718.86	136,146.77	2,614,059.59
未分配利润	1,539,403.32	1,003,254.54	18,244,104.70
股东权益合计	32,593,286.47	31,997,565.60	30,858,164.29
负债和股东权益总计	126,865,951.18	65,266,550.79	43,313,055.60

2、利润表

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	139,060,763.42	90,134,277.20	67,847,772.01
减：营业成本	125,492,750.81	78,532,768.30	49,319,958.85
营业税金及附加	359,087.99	250,543.61	355,506.39
销售费用	3,642,063.89	2,709,371.20	1,349,265.67
管理费用	8,521,309.05	8,654,763.93	6,582,106.52
财务费用	-91,308.25	-22,203.31	-117,868.19
资产减值损失	294,774.99	238,427.62	609,392.72
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	842,084.94	-229,394.15	9,749,410.05
加：营业外收入	12,564.10	1,484,380.38	3,004,877.48
减：营业外支出	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	854,649.04	1,254,986.23	12,754,287.53
减：所得税费用	258,928.17	115,584.92	713,694.11
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	595,720.87	1,139,401.31	12,040,593.42
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	595,720.87	1,139,401.31	12,040,593.42

3、现金流量表

单位：元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	170,679,502.15	96,609,837.06	70,513,760.61
收到的税费返还	12,564.10	1,304,978.20	3,004,877.48
收到其他与经营活动有关的现金	1,862,081.57	1,950,162.14	716,038.21
经营活动现金流入小计	172,554,147.82	99,864,977.40	74,234,676.30
购买商品、接受劳务支付的现金	127,147,296.43	90,593,021.55	59,400,535.32
支付给职工以及为职工支付的现金	3,910,430.55	3,593,563.94	4,367,940.73
支付的各项税费	3,201,501.93	2,841,195.92	4,938,522.79
支付其他与经营活动有关的现金	8,800,124.16	4,989,781.81	5,143,568.35
经营活动现金流出小计	143,059,353.07	102,017,563.22	73,850,567.19
经营活动产生的现金流量净额	29,494,794.75	-2,152,585.82	384,109.11
二、投资活动产生的现金流量：			
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	296,298.75	6,880,556.85	1,669,473.50
投资支付的现金	2,000,000.00	2,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,296,298.75	8,880,556.85	1,669,473.50
投资活动产生的现金流量净额	-2,296,298.75	-8,880,556.85	-1,669,473.50
三、筹资活动产生的现金流量：			
收到其他与筹资活动有关的现金	10,520,000.00	8,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	10,520,000.00	8,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	90,000.00	30,000.00	-
筹资活动现金流出小计	90,000.00	30,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	10,430,000.00	7,970,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	37,628,496.00	-3,063,142.67	-1,285,364.39
加：期初现金及现金等价物余额	7,305,905.81	10,369,048.48	11,654,412.87
六、期末现金及现金等价物余额	44,934,401.81	7,305,905.81	10,369,048.48

二、财务报表编制基础及注册会计师的意见

（一）财务报表编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则——基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2010 年修订）的披露规定编制。

（二）合并报表范围及其变化

1、报告期内公司合并范围内子公司情况如下：

公司名称	注册资本	持股比例	表决权比例	公司类型
浩丰时代	400 万元	100.00%	100.00%	有限责任公司
浩丰鼎鑫	500 万元	100.00%	100.00%	有限责任公司
上海腾灵	200 万元	100.00%	100.00%	有限责任公司
日本浩丰	1,500 万日元	100.00%	100.00%	有限责任公司
浩丰创鑫	200 万元	100.00%	100.00%	有限责任公司

2、合并范围发生变更的说明

浩丰鼎鑫自 2008 年 12 月设立之日起纳入合并范围。

上海腾灵自 2010 年 12 月设立之日起纳入合并范围。

日本浩丰自 2009 年 9 月清算之日起不再纳入合并范围。

浩丰创鑫自 2011 年 7 月设立之日起纳入合并范围。

（三）注册会计师的意见

中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司报告期内财务报表进行审计，并出具中瑞岳华审字[2012]第 0359 号标准无保留意见的审计报告，认为“浩丰创源公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了浩丰创源公司 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日的财务状况以及 2011 年度、2010 年度、2009 年度的经营成果和现金流量。”

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）主要会计政策及会计估计

1、收入

（1）商品销售收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

1) 各项主营业务收入确认原则

发行人的收入主要体现为以解决方案方式进行的系统建设（包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台）以及系统建设完成之后的技术服务。因此发行人主营业务分为①联络中心及统一通信平台；②营销业务及管理平台；③技术服务。

①联络中心及统一通信平台收入确认原则

联络中心及统一通信平台以系统解决方案为产品进行销售，公司依照客户需求制定营销信息化解决方案后，以自主软件为基础，结合外购第三方产品进行系统安装、实施、调试，并在运行情况良好，满足客户合同约定条件后，客户签署验收单，公司确认收入。公司联络中心及统一通信平台以客户的运行验收为基础，进行收入确认，具体原则如下：

A、一次确认收入

当联络中心及统一通信平台系统实施完毕后，公司技术人员对客户的系统开通上线、进行调试，当系统运行正常，实现客户所需功能后，按照合同约定，客户向公司签署项目验收合格单，公司在收到验收单后确认收入。公司在确认收入的同时，结转该项业务的外购软件、硬件成本和人工成本等。

若项目内容较复杂，客户对系统运行兼容性、稳定性等要求较高，合同条款会约定项目进行初验和终验。在项目运行正常并达到所需功能后，客户向公司签署项目初验单；当系统运行一定时间周期，系统的功能性、兼容性、稳定性等均能够达到合同约定的条件后，客户向公司签署终验单。公司在收到终验单后确认收入，同时结转成本。

B、分批确认收入

当公司与客户签订的合同包含独立的子项目，且合同条款同时满足如下条件时，公司采用分批确认收入的方式：a、合同按客户要求可分拆为独立的子项目，各子项目的实施及运行独立，具有独立的功能，能够独立核算、独立验收；b、客户在合同条款中要求分步、分点实施各子项目，并约定了在各子项目完成后分别进行验收，合同整体完成后不再进行总验收。对于同时满足上述条件的合同，在子项目实现合同约定的功能后，客户对该子项目签署验收合格单，公司确认收入，同时结转成本。

报告期内，公司的联络中心及统一通信平台均采用一次确认收入的收入确认原则，不存在将单一合同划分为独立的子项目分批验收的情况。

其中，系统集成和软件收入确认原则为：公司主营业务联络中心及统一通信平台中具体包括系统集成和软件收入，收入确认均按照该平台的收入确认原则，即按照客户对项目运行验收确认收入。

②营销业务及管理平台收入确认原则

营销业务及管理平台以系统解决方案为产品进行销售，公司依照客户需求制定营销信息化解决方案后，以自主软件为基础进行系统安装、实施、调试，并在运行情况良好，满足客户合同约定条件后，客户签署验收单，公司确认收入。公司的营销业务及管理平台的收入确认原则与联络中心及统一通信平台相同，即以客户的运行验收为基础，进行收入确认，具体原则如下：

A、一次确认收入

当营销业务及管理平台系统实施完毕后，公司技术人员对客户的系统开通上线、进行调试，当系统运行正常，实现客户所需功能后，按照合同约定，客户向公司签署项目验收合格单，公司在收到验收单后确认收入。公司在确认收入的同时，结转该项业务的外购软件、硬件成本和人工成本等。

若合同内容较复杂，客户对系统运行兼容性、稳定性等要求较高，合同条款会约定项目进行初验和终验。在项目运行正常并达到所需功能后，客户向公司签署项目初验单；当系统运行一定时间周期，系统的功能性、兼容性、稳定性等均能够达到合同约定的条件后，客户向公司签署终验单。公司在收到终验单后确认收入，同时结转成本。

B、分批确认收入

当公司与客户签订的合同包含独立的子项目，且合同条款同时满足如下条件时，公司采用分批确认收入的方式：a、合同按客户要求可分拆为独立的子项目，各子项目的实施及运行独立，具有独立的功能，能够独立核算、独立验收；b、客户在合同条款中要求分步、分点实施各子项目，并约定了在各子项目完成后分别进行验收，合同整体完成后不再进行总验收。对于同时满足上述条件的合同，在子项目实现合同约定的功能后，客户对该子项目签署验收合格单，公司确认收入，同时结转成本。

报告期内，公司的营销业务及管理平台项目主要采用一次确认收入的收入确认原则，仅有一笔合同适用于分批确认收入的情况。该合同的主要情况为：2008年12月1日，公司与北京英康得力科技有限公司签订《外呼系统软件采购合同书》，约定由公司提供自主软件产品，用于中国人寿的外呼系统建设，涉及中国人寿全国25个分公司网点，该项目金额为1,270万元，实施周期为三年。该项目于2008年完成了10个分公司的实施和终验，于2009年完成了12个分公司的实施和终验，于2010年完成3个分公司的实施和终验。由于该项目所涉及各网点均能独立实施、运行及验收，能够独立核算，且客户在合同条款中明确约定了项目各网点实施时间以及终验时间，并在2008、2009、2010年分三批签署了项目终验单，符合将单一合同分为多个子项目分批验收、分批确认收入的条件。因此，公司对该笔合同分三批进行了收入确认，符合公司收入确认原则。

其中，系统集成和软件收入确认原则为：公司主营业务营销业务及管理平台中具体包括系统集成和软件收入，收入确认均按照该平台的收入确认原则，即按照客户对项目运行验收确认收入。

③技术服务收入确认原则

技术服务是指通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务手段，为客户提供7*24小时的维护保障服务，保证营销信息化系统的稳定运行。

技术服务分为向客户提供的固定期限的技术服务和一次性技术服务。固定期限技术服务：客户为了保障系统的正常运行，需要公司负责对系统进行日常

维护以及故障检修等，通常会在一个固定的期限（通常为一年）内就服务的形式和服务的目标与公司签订运维合同。一次性技术服务：当客户产生一次性的技术服务需求时，如系统搬迁、数据备份、故障排除、更换部分设备等，客户就该需求与公司签署一次性的技术服务合同。

其具体收入确认原则如下：

A、对于签订固定期限的技术服务合同，根据合同约定的服务开始时点到财务报告基准日时点的期间占合同服务总期间的比例确认收入。同时结转相应的备品备件及人工成本等。

B、对于提供一次性服务的技术服务，按照合同约定在项目实施完成并经对方验收合格后确认收入。同时结转相应的备品备件及人工成本等。

2) 是否使用完工百分比法确认收入

①签订固定期限的技术服务合同采用完工百分比法确认收入

对于签订固定期限的技术服务合同，根据合同约定的服务开始时点到财务报告基准日时点的期间占合同服务总期间的比例确认收入。同时结转相应的备品备件及人工成本等。即采用完工百分比法确认收入。公司对于固定期限的技术服务合同采用完工百分比法确认收入，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，即：如劳务的开始和完成分属不同的会计年度，且在资产负债表日能对该项交易的结果作出可靠估计的，企业应按完工百分比法确认收入。

对于签订固定期限的技术服务合同所产生的收入在报告期内占比不足 5%。

②公司其他合同不存在采用完工百分比法确认收入

公司联络中心及统一通信平台、营销业务与管理平台均采用运行验收确认收入，公司技术服务业务中对于提供一次性服务的合同也采用客户验收确认收入，不存在采用完工百分比法确认收入的情况。

③公司的分批验收确认收入不等同于完工百分比法

公司的分批验收确认收入，本质为单一大金额合同分为了可以独立实施、独立运行、独立验收的多个子项目，依照客户对子项目的验收，多批次确认收入。公司对于各子项目能够独立核算，能够谨慎而准确的反映主要报酬和风险的转移情况，能够可靠计量收入和成本，因此，按照与客户的约定对单一合同拆分为独立子项目分批实施，分批验收，分批确认收入，与完工百分比法存在

本质差异。

经核查，保荐机构认为：公司现有的收入确认原则谨慎而准确的反映了主要报酬和风险的转移情况，可以准确的计量项目的收入成本，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定；公司不存在调节收入和利润的情形，符合企业会计准则及相关规定。

经核查，申报会计师认为：公司现有的收入确认原则谨慎而准确的反映了主要报酬和风险的转移情况，可以准确的计量项目的收入成本，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定；公司不存在调节收入和利润的情形，符合企业会计准则及相关规定。

（2）利息收入

按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

2、外币业务和外币报表折算

（1）外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

（2）对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：①属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理；以及②可供出售的外币货币性项目除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，均计入当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益并计入资本公积。

（3）外币财务报表的折算方法

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的

外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，列入所有者权益“外币报表折算差额”项目；处置境外经营时，计入处置当期损益。

境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益类项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。年初未分配利润为上一年折算后的年末未分配利润；年末未分配利润按折算后的利润分配各项目计算列示；折算后资产类项目与负债类项目和所有者权益类项目合计数的差额，作为外币报表折算差额，确认为其他综合收益并在资产负债表中股东权益项目下单独列示。处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

外币现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

年初数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

3、应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

（1）坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

（2）坏账准备的计提方法

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 100 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额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金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

② 按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

A. 信用风险特征组合的确定依据

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项 目	确定组合的依据
账龄组合	企业营销信息化平台系统及技术服务产品形成的应收款项
其他组合	除账龄组合之外形成的应收款项

B. 根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项 目	计提方法
账龄组合	账龄分析法
其他组合	单项测试

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法：

账 龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内（含 1 年，下同）	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	10.00%
2-3 年	20.00%	20.00%
3-4 年	30.00%	30.00%
4-5 年	50.00%	50.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

③ 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。导致单独进行减值测试的非重大

应收款项的特征：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

（3）坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

4、存货

（1）存货的分类

存货主要包括未完工项目、备品备件等。

（2）存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按个别认定法计价。

（3）存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

（4）存货的盘存制度为永续盘存制。

（5）低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品与包装物于领用时按一次摊销法摊销。

5、长期股权投资

（1）投资成本的确定

对于企业合并形成的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并取得的长

期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为初始投资成本；通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，购买日在 2009 年 12 月 31 日或之前的，按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；购买日在 2010 年 1 月 1 日或之后的，企业合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和，购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，应当于发生时计入当期损益，购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。

（2）后续计量及损益确认方法

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；对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响并且公允价值能够可靠计量的长期股权投资，作为可供出售金融资产核算。

此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

① 成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

② 权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；

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，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，当期投资损益为应享有或应分担的被投资单位当年实现的净损益的份额。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。对于本公司与联营企业及合营之间发生的未实现内部交易损益，按照持股比例计算属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，按照《企业会计准则第8号——资产减值》等规定属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。对被投资单位的其他综合收益，相应调整长期股权投资的账面价值确认为其他综合收益并计入资本公积。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则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净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

对于本公司2007年1月1日首次执行新会计准则之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线摊销的金额计入当期损益。

③ 收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

④ 处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入所有者权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的按本节“三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策及会计估计”之“16、合并财务报表的编制方法”之“（2）合并财

务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益；采用权益法核算的长期股权投资，在处置时将原计入所有者权益的其他综合收益部分按相应的比例转入当期损益。对于剩余股权，按其账面价值确认为长期股权投资或其他相关金融资产，并按前述长期股权投资或金融资产的会计政策进行后续计量。涉及对剩余股权由成本法核算转为权益法核算的，按相关规定进行追溯调整。

（3）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

控制是指有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益。共同控制是指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。重大影响是指对一个企业的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位实施控制或施加重大影响时，已考虑投资企业和其他持有的被投资单位当期可转换公司债券、当期可执行认股权证等潜在表决权因素。

（4）减值测试方法及减值准备计提方法

本公司在每一个资产负债表日检查长期股权投资是否存在可能发生减值的迹象。如果该资产存在减值迹象，则估计其可收回金额。如果资产的可收回金额低于其账面价值，按其差额计提资产减值准备，并计入当期损益。

长期股权投资的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

6、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	10-30 年	5%	3.17%-9.50%
机器设备	10 年	5%	9.50%
运输工具	5 年	5%	19.00%
办公设备	5 年	5%	19.00%

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策及会计估计”之“9、非流动非金融资产减值”。

（4）融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（5）其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

7、无形资产

（1）无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

（2）研究与开发支出

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

- ① 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ② 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③ 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- ④ 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- ⑤ 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

(3) 无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“(一) 主要会计政策及会计估计”之“9、非流动非金融资产减值”。

8、长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

9、非流动非金融资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为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的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的

账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

10、政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

11、递延所得税资产/递延所得税负债

（1）当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相应调整后计算得出。

（2）递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利

润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（3）所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

（4）所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

12、租赁

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

（1）本公司作为承租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（2）本公司作为出租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金收入在租赁期内的各个期间按直线法确认为当期损益。对金额较大的初始直接费用于发生时予以资本化，在整个租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；其他金额较小的初始直接费用于发生时计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（3）本公司作为承租人记录融资租赁业务

于租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。此外，在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的初始直接费用也计入租入资产价值。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额分别以长期负债和一年内到期的长期负债列示。

未确认融资费用在租赁期内采用实际利率法计算确认当期的融资费用。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（4）本公司作为出租人记录融资租赁业务

于租赁期开始日，将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。应收融资租赁款扣除未实现融资收益后的余额分别以长期债权和一年内到期的长期债权列示。

未实现融资收益在租赁期内采用实际利率法计算确认当期的融资收入。或有租金于实际发生时计入当期损益。

13、职工薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债。

本公司按规定参加由政府机构设立的职工社会保障体系，包括基本养老保险、医疗保险、住房公积金及其他社会保障制度，相应的支出于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，如果本公司已经制定正式的解除劳动关系计划或提出自愿裁减建议并即将实施，同时本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议的，确认因解除与职工劳动关系给予补偿产生的预计负债，并计入当期损益。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

14、重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当

期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

（1）坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

（2）存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

（3）持有至到期投资

本公司将符合条件的有固定或可确定还款金额和固定到期日且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产归类为持有至到期投资。进行此项归类工作需涉及大量的判断。在进行判断的过程中，本公司会对其持有该类投资至到期日的意愿和能力进行评估。除特定情况外，如果本公司未能将这些投资持有至到期日，则须将全部该类投资重分类至可供出售金融资产，且在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不得再将该金融资产划分为持有至到期投资。如出现此类情况，可能对财务报表上所列报的相关金融资产价值产生重大的影响，并且可能影响本公司的金融工具风险管理策略。

（4）非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

本公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，本公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

（5）折旧和摊销

本公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

（6）开发支出

确定资本化的金额时，本公司管理层需要作出有关资产的预计未来现金流量、适用的折现率以及预计受益期间的假设。

（7）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（8）所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果

这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

15、企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

（1）同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

（2）非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，购买日在 2009 年 12 月 31 日或之前的，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、发生或承担的负债和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；购买日在 2010 年 1 月 1 日或之后的，合并成本仅包含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，为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。对合并成本的调整很可能发生且能够可靠计量的，确认或有对价，其后续计量

影响商誉。对于所涉及的或有对价，如购买日在 2009 年 12 月 31 日或之前的，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，则将或有对价计入合并成本；购买日在 2010 年 1 月 1 日或之后的，或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。

购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

16、合并财务报表的编制方法

（1）合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司能够决定被投资单位的财务和经营政策，并能据以从被投资单位的经营活动中获取利益的权力。合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的企业或主体。

（2）合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的期初数。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的期初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，冲减少数股东权益。

（二）会计政策、会计估计的变更

本公司 2009 年度、2010 年度及 2011 年度按《企业会计准则》编制申报财务报表，不存在会计政策、会计估计变更。

四、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）适用税率

税种	具体税率情况
增值税	本公司及子公司应税收入按 17% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。
营业税	按应税营业额的 5% 计缴营业税。
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 7% 计缴。
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴
地方教育费附加	从 2011 年 1 月 1 日起，浩丰时代上海分公司、上海腾灵按实际缴纳的流转税的 2% 计缴。
河道工程修建维护管理费	浩丰时代上海分公司、上海腾灵河道工程修建维护管理费按实际缴纳的流转税的 1% 计缴
企业所得税	25%

（二）税收优惠

1、企业所得税

（1）浩丰创源

根据《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》（京政发[1988]49 号）规定，高新技术企业自开办之日起，三年内免征所得税。经北京市人民政府指定的部门批准，第四至六年可按 15% 企业所得税税率，减半征收所得税。根据《关于实

施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发〔2007〕39号）的规定，自2008年1月1日起，原享受企业所得税“两免三减半”、“五免五减半”等定期减免税优惠的企业，新税法施行后继续按原税收法律、行政法规及相关文件规定的优惠办法及年限享受至期满为止，但因未获利而尚未享受税收优惠的，其优惠期限从2008年度起计算。浩丰创源系2008年12月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、北京市地方税务局审核登记为高新技术企业，依据上述政策公司2009年至2011年减半征收所得税。公司于2009年3月31日向北京市海淀区国家税务局第八税务所进行了企业所得税减免备案登记，编号：海国税200908IMS1600011。公司实际从2010年起企业所得税按25%计缴。

（2）浩丰鼎鑫

根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25号）的规定，新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。

浩丰鼎鑫经北京市科学技术委员会审核认定为软件企业，按照北京市海淀区国家税务局第八税务所2010年1月18日出具的海国税201008JMS1000005《企业所得税减免税案登记书》：浩丰鼎鑫自2009年至2010年免税，2011年至2013年按25%的税率减半征收企业所得税。

（3）上海腾灵

根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25号）的规定，新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。

上海腾灵经上海市经济和信息化委员会审核认定为软件企业，将于获利年度起申请此优惠政策，目前未享受所得税优惠。

2、增值税

根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25号）的规定，本公司及子公司浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵自2000年6月24日

起至 2010 年底以前，享受“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。根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发〔2011〕4 号）以上软件增值税优惠政策继续实施。

3、营业税

根据财政部、国家税务总局《关于贯彻落实《中共中央、国务院关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定》有关税收问题的通知》（财税字[1999]273 号），对单位和个人（包括外商投资企业、外商投资设立的研究开发中心、外国企业和外籍个人）从事技术转让、技术开发业务和与之相关的技术咨询、技术服务业务取得的收入，免征营业税。

（三）发行人享受税收优惠的持续性和合法性

1、关于发行人税收优惠政策的持续性

报告期内，发行人在增值税、营业税和企业所得税方面享受了国家的税收优惠政策。

（1）增值税税收优惠政策的持续性

根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发[2000]18 号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发[2000]25 号）的规定，自 2000 年 6 月 24 日起至 2010 年底以前，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。根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4 号）以上软件增值税优惠政策继续实施。

我国软件产业和集成电路产业快速发展，产业规模迅速扩大，技术水平显著提升，有力推动了国家信息化建设。但与国际先进水平相比，我国软件产业和集成电路产业还存在发展基础较为薄弱，企业科技创新和自我发展能力不强，应用开发水平急待提高，产业链有待完善等问题。为进一步优化软件产业和集成电路产业发展环境，提高产业发展质量和水平，培育一批有实力和影响力的行业领先企业，国家制定了软件产品增值税优惠政策，并在 2011 年进一步明确上述政策继续实行。因此，在软件行业发展环境未发生重大变化的情况下，公

司所享受的增值税优惠政策具有可持续性。

（2）营业税税收优惠政策的持续性

根据财政部、国家税务总局《关于贯彻落实〈中共中央、国务院关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定〉有关税收问题的通知》（财税字[1999]273号），对单位和个人（包括外商投资企业、外商投资设立的研究开发中心、外国企业和外籍个人）从事技术转让、技术开发业务和与之相关的技术咨询、技术服务业务取得的收入，免征营业税。

该项税收优惠政策从 1999 年开始实施，至今依然有效。根据 2011 年发布的《我国国民经济和社会发展的十二五规划纲要》，在“十二五”期间，国家依然鼓励依靠科技创新推动产业升级，并以税收等为激励手段，强化科技创新支持政策。因此，在国家经济发展整体环境未发生重大变化的情况下，公司所享受的营业税优惠政策具有可持续性。

（3）企业所得税税收优惠政策的持续性

公司目前根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发[2000]18号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发[2000]25号）的规定，新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。根据《中华人民共和国企业所得税法》及实施条例，国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。

浩丰鼎鑫系经北京市科学技术委员会审核认定的软件企业，并已经获得国家高新技术企业证书。浩丰鼎鑫目前按软件企业税收优惠，自 2009 年至 2010 年，两年免征企业所得税，2011 年至 2013 年，三年减半征收企业所得税。

虽然浩丰鼎鑫作为软件企业，所享受的“两免三减半”的所得税优惠将于 2013 年到期。若浩丰鼎鑫持续符合国家高新技术企业认定条件，则能够继续享受高新技术企业的 15% 税收优惠。因此，在国家高新技术企业税收优惠政策未发生重大变化的情况下，浩丰鼎鑫享受高新技术企业税收优惠政策具有可持续性。

2、关于发行人经营措施是否存在政策风险

（1）发行人设立浩丰鼎鑫的原因

发行人在 2008 年 12 月投资设立了浩丰鼎鑫，主要从事软件产品的研发工作。发行人采用上述经营措施主要原因如下：

①浩丰鼎鑫成立是公司业务及管理的需要

发行人主要从事营销信息化系统建设业务，随着营销信息化的发展和客户业务需求的多样化，公司未来核心竞争力主要是各项解决方案中的自主软件产品。公司为了进一步发展毛利率较高的软件开发业务，设立了从事软件研发工作的浩丰鼎鑫。

浩丰鼎鑫设立后，母公司浩丰创源将承担投标、竞标、商务谈判、集中采购、拓展销售渠道、进行项目实施等业务职能，以及品牌管理、人力资源和财务统筹规划等管理职能；而浩丰鼎鑫将专注于软件研发业务。该等调整有利于母公司和子公司明晰职责范围，并通过财务独立核算进一步加强绩效考核，各司其职的整体架构有利于发行人更加高效的执行市场战略和产品战略，突出软件研发工作，进一步加强核心竞争优势。

②国家产业政策鼓励软件企业发展

根据 2000 年国务院下发的《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发[2000]18 号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发[2000]25 号）的规定，国家以税收政策优惠鼓励软件企业的发展，对软件产品增值税实际税负超过 3% 的部分即征即退，同时新办软件生产企业经认定后，可享受“两免三减半”的税收优惠。

随着公司业务规模的扩大，公司新设子公司浩丰鼎鑫从事软件研发工作，并申请了软件企业资格认证，符合国家政策鼓励，合理享受了相关的税收优惠。

③是持续获得国家高新技术企业资格等的需要

由于国家在高新技术企业评选中，对研发支出、高新技术产品收入占比等均有严格的考核指标，公司为了避免今后因系统集成业务收入过高，自主软件产品占比无法满足条件而不再符合高新技术企业标准，主动进行了业务结构的调整，母公司浩丰创源自 2010 年起不再申请高新技术企业资格，2011 年，由承担软件研发职能的子公司浩丰鼎鑫申请并已经取得该资格荣誉。

（2）浩丰鼎鑫税收优惠的合法性

浩丰鼎鑫于 2009 年 3 月 31 日被北京市科学技术委员会认定为“软件企业”，

领有编号为京 R-2009-0075 号软件企业认定证书。浩丰鼎鑫获得海国税编号为 201008JMS1000005 的企业所得税减免税备案登记证，享受新办软件生产企业“自 2009 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日止免征企业所得税、自 2011 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日止减征企业所得税”的税收优惠政策。

浩丰鼎鑫 2009 年至 2011 年累计研发获得 23 项软件产品，并取得国家知识产权登记主管机构合法的计算机软件著作权登记证书，取得了一定的研发成果。浩丰鼎鑫作为“软件企业”符合《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发〔2000〕18 号）及《鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策》（税发〔2000〕25 号）中享受增值税“超过 3% 部分即征即退”优惠政策的条件，并向税务机关依法办理了备案手续。

（3）发行人经营措施的政策风险

由于发行人依照内部管理和经营战略的考虑，设立了从事软件开发业务的浩丰鼎鑫，并享受了相应的税收优惠政策。发行人母公司浩丰创源及全部子公司浩丰时代、浩丰鼎鑫、上海腾灵、浩丰创鑫均取得了在报告期内依法纳税的合法性证明。发行人及子公司纳税情况符合相关法律法规的规定，不存在被追缴的税务风险。

依照国务院 2011 年发布的《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发〔2011〕4 号），以及 2011 年发布的《我国国民经济和社会发展十二五规划纲要》等最近发布的政策文件，国家对软件企业的鼓励政策未发生明显变化，因此，发行人不存在经营上的政策风险。

3、发行人按《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》享受的所得税税收优惠不属于越权审批的优惠，无需作扣非处理。

公司自 2006 年起依据《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》（京政发〔1988〕49 号）享受“试验区的高新技术企业自开办之日起，三年内免征所得税；经北京市人民政府指定的部门批准，第四至六年可按 15% 或 10% 的税率，减半征收所得税”的税收优惠政策。

《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》系由国务院于 1988 年 5 月 10 日经《国务院关于〈北京市新技术产业开发试验区暂行条例〉的批复》（国函〔1988〕74 号）批准，由北京市人民政府于 1988 年 5 月 20 日发布施行。

1988年9月7日，北京市税务局向北京市海淀区分局（区税务局）下发《北京市税务局关于贯彻<北京市新技术产业开发试验区暂行条例>及其<实施办法>有关税收问题的补充通知》（市税二字[1988]621号），要求其贯彻执行《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》。

根据上述文件，北京市海淀区已获得国务院、北京市政府、北京市税务局的逐级授权执行《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》（京政发[1988]49号）规定的相关税收优惠政策。

由于该等税收优惠政策系经国务院批准，且2008年《企业所得税法》实施前，境内企业缴纳企业所得税由1994年由国务院常务会议审议通过的《企业所得税暂行条例》加以规范，故《国务院关于<北京市新技术产业开发试验区暂行条例>的批复》（国函[1988]74号）的效力不存在审批权限上的瑕疵。

2007年3月16日，第十届全国人民代表大会第五次会议审议通过了《企业所得税法》，自2008年1月1日起施行。2007年12月26日，国务院颁布了《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发[2007]39号），规定自2008年起1月1日起，原享受定期减免税优惠的企业，新税法施行后继续按原税收法律、行政法规及相关文件规定的优惠办法及年限享受至期满为止。《国务院关于<北京市新技术产业开发试验区暂行条例>的批复》（国函[1988]74号）批准的“三免三减半”税收优惠政策属于“国发[2007]39号”文附表《实施所得税过渡优惠政策表》所列示的可享受所得税过渡优惠政策的减免税政策。因此，2008年《企业所得税法》颁布实施之后，发行人按《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》继续享受的所得税税收优惠持续合法、有效。

因此，发行人按《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》享受的所得税税收优惠不属于越权审批的优惠，且主管税务机关已对发行人报告期内税收优惠进行了备案，对完税情况出具了合法证明，发行人所享受税收优惠不属于非经常性损益。

经核查，保荐机构认为：公司在报告期内享受了增值税、营业税、所得税的减免优惠，公司所享受的税收优惠具有持续性；为满足公司经营和管理需要，发行人设立了从事软件业务的浩丰鼎鑫，浩丰鼎鑫所享受有关税收优惠政策是基于其合法的经营资格，未违反我国法律、法规和规范性文件中的禁止性规定，

发行人所采用的经营措施不存在政策风险；《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》为国务院批准施行，不存在越权审批的情形，发行人所享受税收优惠不属于非经常性损益。

经核查，律师认为：在相关产业政策及相关税收优惠的法律、法规、规范性文件有效期内，发行人及其子公司享受的税收优惠政策具有持续性；浩丰有限设立浩丰鼎鑫并由浩丰鼎鑫享受相应税收优惠，不存在违反相关法律、法规、规范性文件的情形；国家软件产业政策和相关税收优惠政策具有一定的持续性，在相关规定有效期内不会给发行人及其子公司带来政策风险；发行人按《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》享受的所得税税收优惠不属于越权审批的优惠，且相关主管税务机关已对发行人报告期内的完税情况出具守法证明，发行人所享受税收优惠不属于非经常性损益。

经核查，申报会计师认为：公司在报告期内享受了增值税、营业税、所得税的减免优惠，公司所享受的税收优惠具有持续性；为满足公司经营和管理需要，发行人设立了从事软件业务的浩丰鼎鑫，浩丰鼎鑫所享受有关税收优惠政策是基于其合法的经营资格，未违反我国法律、法规和规范性文件中的禁止性规定，发行人所采用的经营措施不存在政策风险；《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》为国务院批准施行，不存在越权审批的情形，发行人所享受税收优惠不属于非经常性损益。

五、非经常性损益

依据中瑞岳华会计师事务所出具的《关于北京浩丰创源科技股份有限公司非经常性损益的专项审核报告》（中瑞岳华专审字[2012]第 0225 号），报告期内，公司非经营性损益明细表如下：

单位：元

明细项目	2011 年度	2010 年度	2009 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	15,697.89	-19,052.12	86,794.66
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	-	200,000.00	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-108,200.00	182,900.00
非经常性损益合计	15,697.89	72,747.88	269,694.66
减: 所得税	3,924.47	45,236.97	-1,502.90
少数股东损益	-	-	-
扣除所得税及少数股东损益后的非经常性损益	11,773.42	27,510.91	271,197.56

2009 年度、2010 年度及 2011 年度, 公司发生的非经常性损益对净利润的影响分别为 27.12 万元、2.75 万元和 1.18 万元, 占公司净利润分别为 1.86%、0.10%和 0.03%, 即非经常性损益总额及其占净利润的比例均呈下降趋势。报告期内, 公司非经常性损益对经营成果影响很小, 对公司盈利能力不构成重大影响。

公司报告期内非经常性损益中只有 2010 年收到一笔政府补助, 根据中关村科技园区管理委员会文件《中关村科技园区企业改制上市资助资金管理办法》(中科技园发〔2007〕29 号), 本公司 2010 年 12 月收到中关村科技园区管理委员会企业改制资助款 200,000.00 元。

六、报告期内的主要财务指标

(一) 主要财务指标

财务指标	2011 年度或 2011.12.31	2010 年度或 2010.12.31	2009 年度或 2009.12.31
流动比率（倍）	3.43	3.81	3.53
速动比率（倍）	2.57	3.18	3.17
资产负债率（合并）	25.65%	25.46%	27.30%
资产负债率（母公司）	74.31%	50.97%	28.76%
应收账款周转率（次）	5.50	4.46	5.65
资产周转率（次）	1.35	1.48	1.90
存货周转率（次）	4.32	6.85	7.84
息税折旧摊销前利润（万元）	4,549.82	2,742.05	1,599.04
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.03%	0.05%	0.02%
利息保障倍数*	-	-	-
每股经营活动产生的净现金流量（元/股）	1.07	0.60	0.31
每股净现金流量（元/股）	1.05	0.01	0.25
归属于公司股东的每股净资产（元/股）	3.55	2.31	1.44
归属于公司股东的净利润（万元）	3,813.84	2,678.64	1,460.98
归属于公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,812.66	2,675.89	1,433.86

*注：公司无利息支出，故利息保障倍数指标不适用。

上述指标的计算除特别说明外，以本公司合并财务报表的数据为基础进行计算，主要财务指标计算说明如下：

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) × 100.00%

应收账款周转率 = 主营业务收入 ÷ 应收账款平均余额

资产周转率 = 主营业务收入 ÷ 总资产平均余额

存货周转率 = 主营业务成本 ÷ 存货平均余额

息税折旧摊销前利润 = 合并利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧 + 无形资产摊销 + 长期待摊费用摊销

无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例 = 无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后） ÷ 净资产

每股经营活动产生的净现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 ÷ 期末股本总数

每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 ÷ 期末股本总数

归属于公司股东的每股净资产 = 归属于母公司股东权益 ÷ 期末股本总数

（二）净资产收益率及每股收益

报告期内，本公司加权平均净资产收益率及每股收益如下表所示：

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	2011 年度	42.21%	1.24	1.24
	2010 年度	46.28%	0.87	0.87
	2009 年度	39.24%	0.47	0.47
扣除非经常损益后归属于普通股股东的净利润	2011 年度	42.20%	1.24	1.24
	2010 年度	46.23%	0.87	0.87
	2009 年度	38.51%	0.47	0.47

七、资产评估情况

截至目前，本公司在整体变更设立股份公司时进行过一次资产评估。2010年1月20日，北京中同华资产评估有限公司出具了中同华评报字（2010）第26号《北京浩丰创源科技有限公司改制设立股份公司项目资产评估报告书》。此次评估采用成本法和市场法，评估基准日为2009年12月31日，评估结论如下：

单位：万元

项 目	账面值	评估值	增减值	增值率（%）
	A	B	C=B-A	D=C/A*100
流动资产	3,247.99	3,350.28	102.30	3.15
非流动资产	1,083.32	2,416.90	1,333.58	123.10
其中：长期股权投资	900.00	2,230.13	1,330.13	147.79
固定资产	169.05	185.63	16.59	9.81
无形资产	1.04	1.13	0.09	8.93
资产总计	4,331.31	5,767.18	1,435.88	33.15
流动负债	1,245.49	1,245.49	-	-
负债总计	1,245.49	1,245.49	-	-
净资产	3,085.82	4,521.69	1,435.88	46.53

公司此次资产评估仅供整体变更设立股份公司时办理工商登记手续，公司未按评估值对资产进行调账。

八、验资情况

（一）开立登记的验资情况

2005年12月20日，经中鼎会计师事务所有限责任公司出具的中鼎内验字（2006）第022号《验资报告》验证，浩丰有限（筹）的注册资本为10,000,000.00元人民币，截至2005年12月20日止，浩丰创源有限（筹）已收到其投入的资本10,000,000.00元人民币，其中实收资本10,000,000.00元人民币。

（二）本公司设立时的验资

本公司从有限公司整体变更为股份公司的基准日为2009年12月31日，以变更基准日经审计净资产30,858,164.29元，折合为股份公司的总股本30,800,000股，其余58,164.29元计入资本公积金。

2010年1月25日，经中瑞岳华会计师事务所审验并出具中瑞岳华验字[2010]第049号《验资报告》验证，公司股本金额为30,800,000.00元。

九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至2011年12月31日，本公司不存在需要说明的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项，公司无重大担保、诉讼情况。

十、财务状况分析

（一）资产构成分析

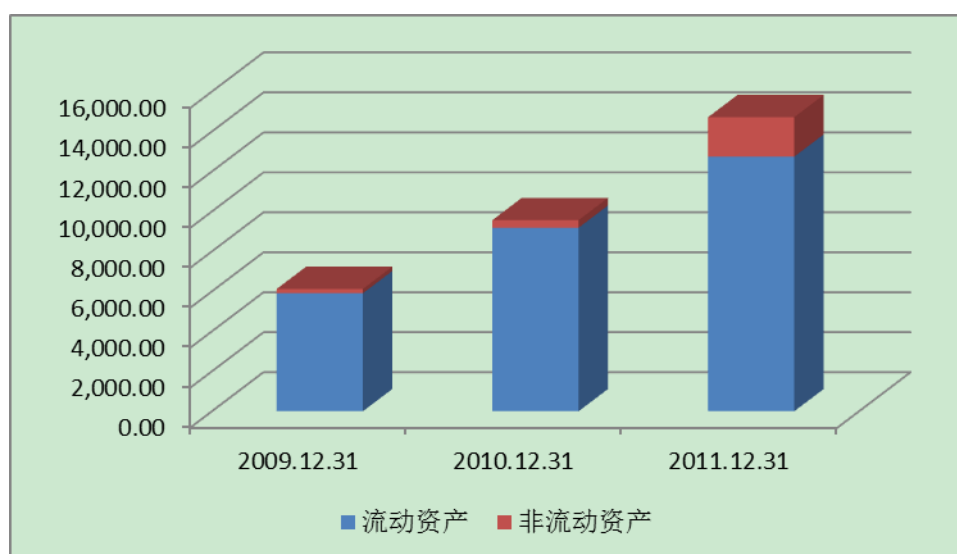
1、资产构成情况

报告期各期末，本公司的资产构成情况如下所示：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	12,743.20	86.59%	9,184.25	96.05%	5,903.79	96.48%
非流动资产	1,973.03	13.41%	377.97	3.95%	215.56	3.52%
资产总计	14,716.23	100.00%	9,562.22	100.00%	6,119.35	100.00%

报告期内公司资产构成情况图（单位：万元）



报告期内，公司资产总额增长较快，2010年12月31日、2011年12月31日分别比上期期末增加3,442.86万元、5,154.01万元，增长56.26%、53.90%。公司资产总额增长的主要原因是公司经营状况良好，持续盈利使公司的资产总额不断增长。

从资产构成来看，报告期内公司流动资产占总资产的比例分别为96.48%、96.05%和86.59%，资产的流动性较强。公司主营业务是为银行、保险、制造、商业流通及服务、政府及公共事业等行业或领域提供营销信息化解决方案及相关的技术服务。自成立以来，公司采取了轻资产的经营战略，把有限的资金投入到了日常经营周转和扩大业务规模，形成了流动资产占比较高的资产结构。公司资产以流动资产为主，非流动资产比重不大，原因在于：公司从事软件行业，属于知识密集、技术密集型企业，本身不直接进行生产加工，故无大型生产设备。2011年12月31日公司非流动资产占总资产的比重上升，主要是公司新购办公场所并投入使用。

2、流动资产构成及其变动分析

报告期各期末，公司流动资产构成及其变化如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	6,143.40	48.21%	2,922.46	31.82%	2,885.22	48.87%
应收账款	2,873.17	22.55%	2,730.44	29.73%	2,174.64	36.83%
预付款项	89.14	0.70%	1,663.45	18.11%	111.08	1.88%
其他应收款	97.32	0.76%	82.43	0.90%	105.36	1.78%
存货	3,199.02	25.10%	1,531.01	16.67%	603.20	10.22%
其他流动资产	341.15	2.68%	254.46	2.77%	24.29	0.41%
流动资产合计	12,743.20	100.00%	9,184.25	100.00%	5,903.79	100.00%

报告期内，公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项和存货构成，四者合计占流动资产的比例分别为 97.80%、96.33%和 96.56%。2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日，流动资产分别较上期期末增长 55.57%和 38.75%，主要原因是：自 2009 年以来，随着公司核心技术的不断完善和市场知名度的提升，公司的大型客户数量持续增加，使得公司的经营规模不断扩张，各期末公司货币资金、应收账款、存货等各项流动资产也相应增长。

（1）货币资金

报告期各期末，本公司货币资金结构如下表所示：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	3.68	0.06%	4.36	0.15%	4.10	0.14%
银行存款	6,139.72	99.94%	2,918.11	99.85%	2,881.12	99.86%
合 计	6,143.40	100.00%	2,922.46	100.00%	2,885.22	100.00%

报告期内，本公司货币资金分别为 2,885.22 万元、2,922.46 万元和 6,143.40 万元，占流动资产的比例分别 48.87%、31.82%、48.21%。总体来看，报告期内本公司的货币资金余额占流动资产的比例相对较高，主要原因如下：

①报告期内，公司业务规模迅速扩大，盈利能力不断增强，经营现金流状况逐年改善。

②公司的业务特点决定了公司需要充足的货币资金支持，公司在为企业提供联络中心及统一通信平台业务时，需要预先采购服务器、数据库、操作系统、交换机、路由器、多媒体设备、网络安全产品、外设终端等配套设备，项目完成后客户与公司统一结算，因此公司需要保持较为充裕的流动资金用于项目的

前期实施。

③公司轻资产的业务特点使得公司可抵押物较少，难以及时获得足额的银行贷款支持，需保证较充足的货币资金维持正常的生产经营活动。

（2）应收账款

报告期内，公司应收账款基本情况如下：

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
应收账款余额（万元）	3,076.92	2,897.67	2,297.02
坏账准备（万元）	203.75	167.23	122.38
应收账款净额（万元）	2,873.17	2,730.44	2,174.64
应收账款余额增长率	6.19%	26.15%	57.79%
应收账款余额占营业收入的比例	18.71%	25.02%	21.67%
营业收入增长率	41.97%	9.24%	32.66%

①应收账款余额分析

报告期内，公司应收账款余额占营业收入的比例分别为 21.67%、25.02%和 18.71%，说明公司应收账款平均能在不到 3 个月内收回。尽管本公司的应收账款金额较大，但是由于公司主要客户是各大行业大型企业，信用良好，所以公司应收账款的质量较好，形成坏账的风险极低。

②应收账款余额变动原因分析

2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款总额分别较上期期末增长 26.15%和 6.19%，年复合增长率为 15.74%；2010 年度和 2011 年度，公司营业收入分别较上期增长 9.24%和 41.97%，年复合增长率为 24.53%。总体来看，应收账款余额年复合增长率小于营业收入年复合增长率，公司应收账款增长控制较好。从各年度增长比例来看，应收账款期末账面价值的变动趋势与当期该类业务收入的变动趋势并不完全一致，主要是因为公司大型客户的项目验收时点与付款周期具有波动性。由于公司的大型客户主要集中在银行、保险、制造业等领域，此类客户一般内部付款审批流程较为复杂，回款周期较长。

2011 年 12 月 31 日应收账款较上期期末增加 179.25 万元，增长 6.19%，低于营业收入的增长幅度，主要是因为随着公司大客户数量的增加和单一客户合同总金额的增加，公司营业收入保持了快速增长，而将当期应收账款控制在了合理水平，并加大了对前期应收账款的追缴力度，期末应收账款余额不到营业收入的 20%。除期末应收账款第四名中国联合网络通信有限公司北京市分公司有 140 多万账龄为 2-3 年外，期末应收账款前五名均为大型客户，且账龄基本

在 1 年以内。

2010 年 12 月 31 日应收账款较上期期末增加 600.65 万元，增长 26.15%，快于营业收入的增长幅度，增加原因主要是公司与北京鑫利文豪科技发展有限公司、沈阳天雄信息技术开发工程有限公司项目在当年验收完工，客户正在履行付款流程，分别增加应收账款 768.50 万元、435.00 万元。

公司建立了完善的信用管理体系。在与客户商议合同的付款条款时，公司商务部门会根据客户资信状况、过往交易记录、以及交易具体内容等，对客户进行综合的评定，给予其一定的信用期，符合正常的商业经营策略。公司报告期内对客户资信评定的政策未发生变化，不存在松动赊销政策、调节收入的情况。

③应收账款质量分析

最近三年，发行人应收账款占流动资产的比例、应收账款周转率、一年以内应收账款占比情况如下

项 目	2011.12.31 或 2011 年度	2010.12.31 或 2010 年度	2009.12.31 或 2009 年度
应收账款余额（万元）	3,076.92	2,897.67	2,297.02
应收账款占流动资产的比例	22.55%	29.73%	36.83%
应收账款周转率	5.50	4.46	5.65
一年以内应收账款占比	88.57%	90.03%	96.91%

从以下几个方面可以看出，报告期内，公司应收账款虽然增长较快，但质量较高，坏账风险较小：

A、2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日，公司流动资产中应收账款占比分别为 36.83%、29.73%和 22.55%，应收账款占流动资产的比例总体呈下降的趋势；B、2009 年至 2011 年，公司应收账款周转率都保持在 4 以上，说明公司应收账款平均能在 3 个月以内收回；C、公司大部分应收账款账龄较短，报告期内公司 1 年以内的应收账款余额占比均在 90%左右或更高。公司应收账款回收风险较小；D、公司期末应收账款主要集中在各行业大型客户，该类客户较多属于国家或政府投资，受资金预算管理因素和审批程序影响，导致有时付款与项目的实施进度不完全一致，造成应收账款余额较大，但该类客户信用较好，公司后期回款情况理想。

④应收账款坏账计提情况分析

2009年12月31日、2010年12月31日和2011年12月31日，公司应收账款坏账准备余额分别为122.38万元、167.23万元和203.75万元，占应收账款余额的比例分别为5.33%、5.77%和6.62%。公司坏账准备占应收账款余额的比例较低，主要是因为公司大部分应收账款账龄较短，报告期内公司1年以内的应收账款余额占比均在90%左右或更高。报告期内，公司应收账款按账龄列示如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	2,725.29	88.57%	2,608.95	90.03%	2,226.13	96.91%
1至2年	152.51	4.96%	258.97	8.94%	43.84	1.91%
2至3年	179.11	5.82%	6.00	0.21%	14.24	0.62%
3至4年	-	-	10.94	0.38%	12.81	0.56%
4至5年	7.20	0.23%	12.81	0.44%		
5年以上	12.81	0.42%	-	-		
合 计	3,076.92	100.00%	2,897.67	100.00%	2,297.02	100.00%

公司与同行业上市公司坏账准备计提标准对比如下：

账 龄	应收账款计提比例					
	华胜天成	中国软件	海联讯	飞利信	行业平均	浩丰创源
1年以内(含1年)	5.00%	6.00%	5.00%	5.00%	5.25%	5.00%
1-2年(含2年)	20.00%	8.00%	15.00%	10.00%	13.25%	10.00%
2-3年(含3年)	40.00%	10.00%	30.00%	20.00%	25.00%	20.00%
3-4年(含4年)	60.00%	20.00%	50.00%	30.00%	40.00%	30.00%
4-5年(含5年)	60.00%	50.00%	50.00%	50.00%	52.50%	50.00%
5年以上	60.00%	100.00%	100.00%	100.00%	90.00%	100.00%

注：同行业数据均来自各公司公开披露的信息文件。

报告期内，相比同行业上市公司，尽管发行人主要客户为各行业信用较好的大型客户，发生坏账的可能性较低，但公司仍采取了较为谨慎的坏账准备计提政策，公司会计估计政策较为稳健。

⑤应收账款前五名情况

截至 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名情况如下：

客户名称	金额（万元）	占应收账款的比例	账龄
中国仪器进出口（集团）公司	877.26	28.51%	1 年以内
鞍山钢铁集团公司	735.75	23.91%	1 年以内
中国邮政储蓄银行有限责任公司	472.64	15.36%	1 年以内
中国联合网络通信有限公司北京市分公司	157.54	5.12%	3 年以内
中国神华能源股份有限公司	108.44	3.52%	1 年以内
合 计	2,351.63	76.42%	

注：应收中国联合网络通信有限公司北京市分公司款项于 2012 年 1 月收回 115.75 万元。

截至 2010 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名情况如下：

客户名称	金额（万元）	占应收账款的比例	账龄
北京鑫利文豪科技发展有限公司	768.50	26.52%	1 年以内
沈阳天雄信息技术开发工程有限公司	435.00	15.01%	1 年以内
中国联合网络通信有限公司北京分公司	187.07	6.46%	1-2 年
中国人民财产保险股份有限公司	177.00	6.11%	1 年以内
北京中港华贸国际贸易有限公司	162.40	5.60%	1 年以内
合 计	1,729.98	59.70%	

截至 2009 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名情况如下：

客户名称	金额（万元）	占应收账款的比例	账龄
深圳海联讯科技股份有限公司	716.78	31.20%	1 年以内
沈阳瑞网科技发展有限公司	400.00	17.41%	1 年以内
深圳市中联网信通科技有限公司	304.70	13.26%	1 年以内
中国网通（集团）有限公司北京市分公司	140.50	6.12%	1 年以内
深圳市国脉网通科技有限公司	78.50	3.42%	1 年以内
合 计	1,640.48	71.41%	

报告期末，公司应收账款无应收关联方账款，无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东欠款。

经核查，保荐机构认为发行人应收账款期末余额波动情况符合发行人自身信用政策，应收账款余额处于合理水平；公司报告期内经营稳健，应收账款增长情况正常，符合公司业务发展情况，不存在松动赊销政策、调节收入的情况。

经核查，申报会计师认为发行人应收账款期末余额波动情况符合发行人自身信用政策，应收账款余额处于合理水平；公司报告期内经营稳健，应收账款增长情况正常，符合公司业务发展情况，不存在松动赊销政策、调节收入的情况。

(3) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项按款项性质列示如下：

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
预付账款余额（万元）	89.14	1,663.45	111.08
其中：预付购房款（万元）		1,596.50	
预付供应商货款（万元）	89.14	66.95	111.08

2010 年末，公司预付款项较 2009 年末增加 1,552.37 万元，增长幅度较大，主要原因是公司向天津高和北京销售分公司预付购房款 1,596.50 万元用于解决关联租赁问题所致。2011 年 10 月，公司已取得相关房产并结转相关款项。除此之外，公司的预付款项主要为预付供应商货款，金额较小，而且账龄在一年以内的预付账款在 99%以上。

报告期各期末，公司预付款项按账龄列示如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	88.98	99.82%	1,663.32	99.99%	111.08	100.00%
1 至 2 年	0.16	0.18%	0.13	0.01%	-	-
合 计	89.14	100.00%	1,663.45	100.00%	111.08	100.00%

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内预付账款除 2010 年期末有一笔预付购房款外全部为预付供应商货款，与发行人具有真实的业务往来，真实的反映了相关业务的实际情况，期末余额的波动情况符合公司的业务特点及行业的实际情况。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内预付账款除 2010 年期末有一笔预付购房款外全部为预付供应商货款，与发行人具有真实的业务往来，真实的反映了相关业务的实际情况，期末余额的波动情况符合公司的业务规模及行业的实际情况。

(4) 其他应收款

2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日，公司的其他应收款金额分别为 105.36 万元、82.43 万元和 97.32 万元，占流动资产的比例分别为 1.78%、0.90%和 0.76%。公司的其他应收款主要为押金和保证金。

报告期各期末，公司其他应收款按账龄列示如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	51.84	53.27%	72.95	88.49%	86.60	82.19%
1 至 2 年	40.25	41.36%	0.93	1.13%	-	-
2 至 3 年	0.93	0.95%	-	-	14.00	13.29%
3 年以上	4.30	4.42%	8.56	10.38%	4.76	4.52%
合 计	97.32	100.00%	82.43	100.00%	105.36	100.00%

截至 2011 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名情况如下：

序号	单位名称	金额（万元）	占其他应收款比例
1	广东亿迅科技有限公司	35.75	36.74%
2	鞍钢集团国际经济贸易公司	32.61	33.51%
3	天主教上海教区	4.69	4.82%
4	中国远东国际招标公司	4.00	4.11%
5	华电招标有限公司	4.00	4.11%
合 计		81.05	83.29%

截至 2010 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名情况如下：

序号	单位名称	金额（万元）	占其他应收款比例
1	广东亿讯科技有限公司	35.75	43.37%
2	鞍钢集团国际经济贸易公司	18.50	22.44%
3	辽宁省农村信用社联合社综合业务网络中心	9.50	11.52%
4	天主教上海教区	4.24	5.15%
5	中国网通（集团）有限公司北京分公司	2.00	2.43%
合 计		69.99	84.91%

截至 2009 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名情况如下：

序号	单位名称	金额（万元）	占其他应收款比例
1	深圳海联讯科技股份有限公司	85.55	81.20%
2	中国网通北京分公司	12.00	11.39%
3	北京工商大学	2.00	1.90%
4	金源时代购物中心	0.93	0.88%
5	中原石油勘探局通信管理处	0.50	0.47%
合 计		100.98	95.84%

(5) 存货

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
未完工项目	3,107.10	97.13%	1,289.09	84.20%	89.92	14.91%
备品备件	91.92	2.87%	241.93	15.80%	513.28	85.09%
合 计	3,199.02	100.00%	1,531.01	100.00%	603.20	100.00%

公司存货由未完工项目和备品备件两类构成。未完工项目是指公司根据特定项目外购的第三方产品以及项目终验合格前发生的人工费用等项目成本，在项目终验合格确认收入时结转至营业成本。备品备件包括各项目通用的备品备件和为技术服务采购的备品备件，各项目通用的备品备件用于某一具体项目时，将其由备品备件转入未完工项目，在项目终验合格确认收入时结转至营业成本；备品备件用于技术服务时，在确认服务收入时，结转至技术服务成本。

报告期内，公司存货金额呈现较快上升趋势，主要原因是由于公司大部分存货都是为项目采购的第三方产品，而公司大型订单合同项目持续上升，由2009年的3个上升到2011年的11个，大型订单合同项目带来的收入占公司总收入的比重也逐年上升，由2009年37.54%上升到2011年的61.06%。大型订单合同项目由于项目金额大，一般项目实施周期较长，在项目未完工之前，公司为项目外购的第三方产品全在存货核算，因此导致存货金额持续上升。从存货明细项目来看，其中存货——未完工项目大幅上升，备品备件呈下降趋势。

存货——未完工项目大幅增加的原因如下：

2010年12月31日存货较上期期末增加1,199.17万元，主要是本年新增中国邮政储蓄银行有限责任公司项目，由于项目尚未完工验收，导致存货——未完工项目增加1,278.03万元。2011年12月31日存货较上期期末增加1,818.01万元，主要是本年新增中国邮政集团公司、中国邮政储蓄银行有限责任公司、大连市人民政府行政服务中心等项目，由于项目尚未完工验收，导致存货——未完工项目大幅增加。未完工项目增加的原因主要包括两个方面：一方面是公司大型客户订单合同项目持续增加，另一方面是重大合同项目周期较长，年底未完工的项目在增加。

截至 2011 年 12 月 31 日，大额未完工项目的基本情况如下：

单位：万元

序号	项目客户名称	销售合同金额	存货金额
1	中国邮政储蓄银行有限责任公司	911.50	594.02
2	大连市人民政府行政服务中心	473.97	345.30
3	中国邮政集团公司	337.62	274.10
4	中国邮政储蓄银行有限责任公司	304.05	197.67
5	河北钢铁股份有限公司邯郸分公司	420.00	194.21
合 计		2,447.14	1,605.30

截至 2010 年 12 月 31 日，大额未完工项目的基本情况如下：

单位：万元

序号	项目客户名称	销售合同金额	存货金额
1	中国邮政储蓄银行有限责任公司	3,842.80	1,278.03

截至 2009 年 12 月 31 日，公司无大额未完工项目。

公司备品备件报告期内减少的原因主要包括：一是公司项目计划性更强，对项目通用备品备件的提前采购减少；二是公司营销信息化整体解决方案稳定性提高，技术服务的备品备件相应减少。

由于本公司主要采取订单模式生产，全部用于未完工项目的外购软硬件产品及绝大部分备品备件均与项目直接相关，且销售价格的制定方法为成本加成法，因此，报告期内公司存货不存在成本高于可变现净值的情况，故未提取跌价准备。

经核查，保荐机构认为：发行人存货金额增长较快主要是由于公司业务规模扩大，未完工订单较多，为项目采购的第三方产品在项目未完工之前未结转至营业成本所致，存货波动情况符合发行人实际经营情况和业务模式，存货金额处于合理水平。

经核查，申报会计师认为：发行人存货金额增长较快主要是由于公司业务规模扩大，未完工订单较多，为项目采购的第三方产品在项目未完工之前未结转至营业成本所致，存货波动情况符合发行人实际经营情况和业务模式，存货金额处于合理水平。

（6）其他流动资产

2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日，公司的其他流动资产金额分别为 24.29 万元、254.46 万元和 341.15 万元。除 2011 年 12

月 31 日外公司其他流动资产全系待抵扣增值税进项税金，是公司采购的原材料已入库但发票尚未到达，公司根据合同和实际入库实物暂估的增值税进项税额。2011 年 12 月 31 日公司其他流动资产包含 328.03 万元待抵扣增值税进项税金和 13.12 万元未实现利润预缴企业所得税，未实现利润预缴企业所得税是指由于发票已开给对方但不符合公司收入确认原则而根据相关税法缴纳的企业所得税。

3、非流动资产构成及其变动分析

报告期各期末，公司非流动资产构成及其变化如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	1,918.75	97.25%	319.11	84.43%	183.16	84.97%
无形资产	2.83	0.14%	3.21	0.85%	1.04	0.48%
长期待摊费用		0.00%	13.41	3.55%	-	-
递延所得税资产	51.46	2.61%	42.24	11.18%	31.37	14.55%
非流动资产合计	1,973.03	100.00%	377.97	100.00%	215.56	100.00%

公司非流动资产主要是固定资产，截至 2011 年 12 月 31 日，公司固定资产占非流动资产的比例为 97.25%。

(1) 固定资产

本公司固定资产包括房屋建筑物、运输工具和办公设备，固定资产按取得时的成本入账，采用年限平均法计提折旧。报告期各期末，公司的固定资产构成情况如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原值						
房屋建筑物	1,671.64	78.41%	-	-	-	-
运输工具	195.26	9.16%	215.57	45.07%	204.29	61.70%
办公设备	264.91	12.43%	262.77	54.93%	126.80	38.30%
小 计	2,131.81	100.00%	478.34	100.00%	331.09	100.00%
累计折旧						
房屋建筑物	-	-	-	-	-	-
运输工具	109.14	51.22%	94.82	59.55%	61.74	41.74%
办公设备	103.93	48.78%	64.41	40.45%	86.19	58.26%
小 计	213.07	100.00%	159.23	100.00%	147.93	100.00%
净值						

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	1,671.64	87.12%	-	-	-	-
运输工具	86.12	4.49%	120.75	37.84%	142.55	77.83%
办公设备	160.99	8.39%	198.36	62.16%	40.61	22.17%
小 计	1,918.75	100.00%	319.11	100.00%	183.16	100.00%

报告期内，本公司未发生固定资产可回收金额低于账面价值的情况，故未计提固定资产减值准备。

报告期各期末，公司固定资产净值在资产总额中的比重分别为 2.99%、3.34%、13.04%，在非流动资产中的比重分别为 84.97%、84.43%、97.25%。自成立以来，公司采取了稳健的财务策略，购置的设备类固定资产较少，占总资产的比例较低，2011 年，公司为了解决关联租赁问题，新购置了办公场所。2011 年末，公司固定资产成新率为 90.01%，其中房屋建筑物成新率为 100%、办公设备成新率为 60.77%、运输工具成新率为 44.11%，公司固定资产使用情况良好，能够支持公司正常的生产经营活动。

（2）无形资产

截至 2011 年 12 月 31 日，公司无形资产净值为 2.83 万元，占资产总额的比例为 0.02%，全部为外购财务软件，其金额较小，并且可在约定使用期内摊销完毕，未发生减值。

由于报告期内公司研发支出不符合开发阶段支出条件，研发支出全部费用化，研发支出——资本化科目下余额为 0，不存在研发费用资本化的情形，报告期内公司研发支出会计政策未发生变化。

经核查，保荐机构认为：公司研发费用不存在资本化的情形，公司研发费用的会计处理符合企业会计准则及其相关规定。

经核查，申报会计师认为：公司研发费用不存在资本化的情形，公司研发费用的会计处理符合企业会计准则及其相关规定。

（3）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 31.37 万元、42.24 万元和 51.46 万元，主要由资产减值准备和可抵扣亏损的可抵扣暂时性差异形成，金额较小，对公司财务状况影响较小。

（二）负债构成分析

1、负债构成情况

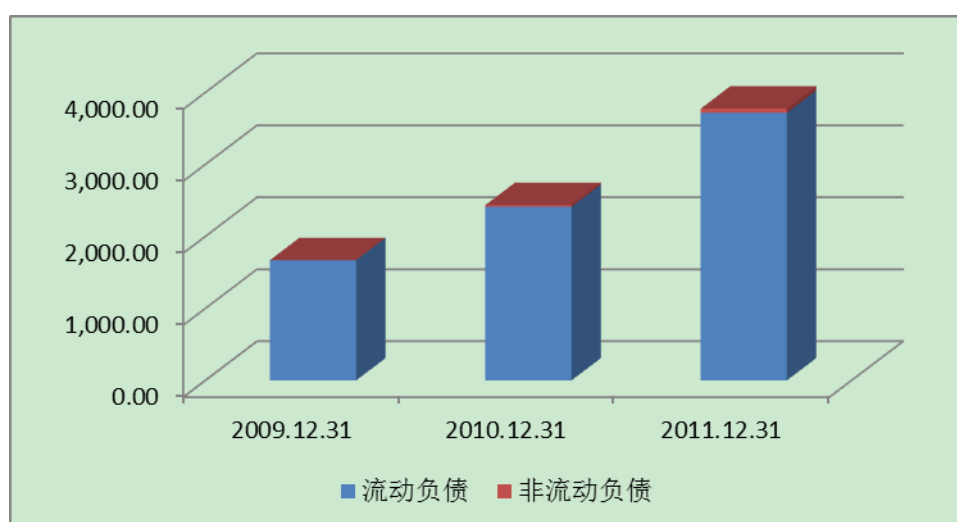
报告期各期末，公司的负债构成情况如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	3,715.47	98.42%	2,410.30	98.99%	1,670.58	100.00%
非流动负债	59.50	1.58%	24.50	1.01%	-	-
合 计	3,774.97	100.00%	2,434.80	100.00%	1,670.58	100.00%

流动负债是公司负债的主要构成部分，2009年12月31日、2010年12月31日及2011年12月31日，流动负债占负债总额的比例分别为100.00%、98.99%和98.42%。流动负债主要包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬和应交税费等，非流动负债全部为其他非流动负债。

报告期内公司负债构成情况图（单位：万元）



2、流动负债构成及其变动分析

报告期各期末，公司流动负债构成及其变化如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31		2010.12.31		2009.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	1,697.63	45.69%	1,969.66	81.72%	924.33	55.33%
预收款项	1,687.24	45.41%	295.03	12.24%	526.39	31.51%
应付职工薪酬	22.07	0.59%	25.14	1.04%	30.28	1.81%
应交税费	296.68	7.98%	108.83	4.52%	178.44	10.68%
其他应付款	11.86	0.32%	11.64	0.48%	11.14	0.67%
流动负债合计	3,715.47	100.00%	2,410.30	100.00%	1,670.58	100.00%

公司流动负债以应付账款和预收款项为主，2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，两项合计占流动负债的比例分别为 86.84%、93.96%、91.10%。

（1）应付账款

2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应付账款分别为 924.33 万元、1,969.66 万元和 1,697.63 万元，占同期流动负债总额的比例分别为 55.33%、81.72%和 45.69%。

2010年12月31日及2011年12月31日，公司应付账款较上期期末分别增长 113.09%和-13.81%。2010年公司应付账款余额快速增长，主要系：一是公司业务规模扩大使应付账款增加；二是随着公司实力的增强和信用的提高，供应商愿意给予公司更宽松的赊购额度；三是重大采购合同的影响。

报告期内，公司始终与供应商保持良好的合作关系，不存在拖欠供应商货款的情形，对供应商的偿债能力较强，不存在偿债风险。

截至 2011 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名情况如下：

序号	供应商名称	金额（万元）	占应付账款比例
1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	749.09	44.13%
2	北京中青旅海天数码科技有限公司	714.57	42.09%
3	南京南方电讯有限公司	130.65	7.70%
4	上海华盖科技发展有限公司	38.95	2.29%
5	北京易安腾达科技开发有限公司	12.89	0.76%
合 计		1,646.15	96.97%

截至 2011 年 12 月 31 日，应付账款中无持有本公司 5%以上表决权股份的股东单位款项。

（2）预收款项

公司的预收款项主要为提前收取的项目款。2009年12月31日、2010年12月31日及2011年12月31日，公司预收款项分别为526.39万元、295.03万元和1,687.24万元，占同期流动负债总额的比例分别为31.51%、12.24%和45.41%。2009年和2010年，公司期末预收款项余额较小，且有所下降，主要原因是：在2009年和2010年末，受客户对项目进度的要求，公司在年末大额的未完工项目较少。2011年12月31日公司预收款项较2010年12月31日大幅增加，主要是因为业务规模扩大，公司新签订订单较多，期末未完工项目大幅增加。

截至 2011 年 12 月 31 日，公司大额预收账款情况如下：

序号	单位名称	金额 (万元)	占预收账款 总额的比例	账龄	款项性质
1	大连市人民政府行政服务中心	384.84	22.81%	一年以内	预收项目款
2	倍乐生商贸（中国）有限公司	321.53	19.06%	一年以内	预收项目款
3	北京桦榭广告有限公司上海分公司	148.75	8.82%	一年以内	预收项目款
4	中国邮政储蓄银行有限责任公司	133.78	7.93%	一年以内	预收项目款
5	中邮证券有限责任公司	104.08	6.17%	一年以内	预收项目款
合 计		1,092.98	64.78%	-	-

截至 2010 年 12 月 31 日，公司大额预收账款情况如下：

序号	单位名称	金额 (万元)	占预收账款 总额的比例	账龄	款项性质
1	北京桦榭广告有限公司	120.25	40.76%	一年以内	预收项目款
2	中国邮政储蓄银行有限责任公司	66.76	22.63%	一年以内	预收项目款
合 计		187.01	63.39%		-

截至 2009 年 12 月 31 日，公司大额预收账款情况如下：

序号	单位名称	金额 (万元)	占预收账款 总额的比例	账龄	款项性质
1	北京中广恒发工程技术有限公司	192.59	36.59%	一年以内	预收项目款
2	倍乐生商贸（中国）有限公司	141.00	26.79%	一年以内	预收项目款
合 计		333.59	63.38%		-

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内预收账款全部为预收项目款，与发行人具有真实的业务往来，真实的反映了相关业务的实际情况，期末余额的波动情况符合公司的业务特点及客户的实际情况。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内预收账款全部为预收项目款，与发行人具有真实的业务往来，真实的反映了相关业务的实际情况，期末余额的波动情况符合公司的业务特点及客户的实际情况。

（3）应付职工薪酬

公司的应付职工薪酬主要是已计提未支付的社保、公积金及工会经费和职工教育经费，金额较小，具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
社会保险费	1.11	1.63	-
住房公积金	0.21	0.20	-
工会经费和职工教育经费	20.75	23.31	30.28
合 计	22.07	25.14	30.28

(4) 应交税费

公司的应交税费主要是已计提未缴纳的各项税费。报告期内，公司不存在逾期未缴纳的应交税费。报告期各期末公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项 目	税率	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
增值税	17%	33.84	70.42	120.82
营业税	5%	9.84	4.59	1.52
城市维护建设税	7%	3.21	5.50	8.11
教育费附加	3%	2.10	2.36	3.47
企业所得税	15%、25%	243.83	21.15	39.90
个人所得税		3.49	4.80	4.61
河道工程修建维护管理费	1%	0.36	0.01	0.01
合 计	-	296.68	108.83	178.44

公司 2011 年 12 月 31 日应交税费较 2010 年 12 月 31 日增加 187.84 万元，主要是应交企业所得税增加 222.68 万元。本公司下属子公司浩丰鼎鑫系经北京市科学技术委员会审核认定为软件企业，根据相关规定，浩丰鼎鑫 2009 年、2010 年免征企业所得税，2011 年至 2013 年减半征收企业所得税，而公司的主要利润来源于浩丰鼎鑫，因此浩丰鼎鑫 2010 年和 2011 年所得税率的差异是应交企业所得税大幅增加的主要原因。

报告期内，公司不存在逾期未缴纳的税费。

(5) 其他应付款

公司其他应付款主要为代扣员工保险等，报告期内，公司其他应付款分别为 11.14 万元、11.64 万元和 11.86 万元，金额较小，对公司财务状况影响较小。

3、非流动负债构成及其变动分析

公司的非流动负债全部为其他非流动负债，系补助形成的递延收益。2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司其他非流动负债金额分别为 0 万元、24.5 万元和 59.50 万元。

公司子公司浩丰鼎鑫的“智能化电子营销平台 V1.0”项目获得科技部科技

型中小企业技术创新基金管理中心和北京市科学技术委员会资助，根据三方签订的《科技型中小企业技术创新基金初创期企业创新项目合同》约定，科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心和北京市科学技术委员会将对浩丰鼎鑫资助金额共计 85 万元。公司在收到上述部分款项时计入其他非流动负债，待项目完工并经验收合格后，计入营业外收入。浩丰鼎鑫于 2010 年度收到北京市科学技术委员会拨款 24.5 万元，计入非流动负债；于 2011 年收到科技部科技型中小企业技术创新基金管理中心拨款 35 万元，合计形成非流动负债 59.5 万元。

（三）所有者权益构成及变动分析

报告期内，公司的所有者权益具体情况如下：

单位：万元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
实收资本/股本	3,080.00	3,080.00	1,000.00
资本公积	777.24	777.24	771.43
盈余公积	19.57	13.61	261.41
未分配利润	7,064.44	3,256.56	2,415.94
外币报表折算差额		-	-
股东权益合计	10,941.25	7,127.41	4,448.77

1、实收资本/股本变动情况

根据浩丰有限 2010 年 2 月 4 日召开的股东会决议，公司将截至 2009 年 12 月 31 经审计的净资产折为 3,080.00 万股，剩余部分转入资本公积，整体变更为北京浩丰创源科技股份有限公司。除此之外，报告期内公司实收资本/股本未发生过变化。

2、资本公积变动情况

报告期各期，公司资本公积项下全部为资本溢价/股本溢价。2010 年末，公司资本溢价/股本溢价较 2009 年增加 5.81 万元，主要是由于母公司于 2010 年 3 月以其净资产折股整体变更为股份有限公司，净资产超过股本部分 5.81 万元计入资本公积所致。

3、盈余公积变动情况

报告期各期，公司盈余公积项下全部为法定盈余公积，公司未提取过任意盈余公积。根据公司法、公司章程的规定，公司按净利润的 10%提取法定盈余公积金。2010 年末，公司盈余公积较 2009 年减少 247.80 万元，主要是由于公

公司于 2010 年 3 月以净资产折股整体变更为股份有限公司所致。2011 年末，公司盈余公积较 2010 年增加 5.96 万元，系发行人按净利润的 10%提取法定盈余公积金。

4、未分配利润变动情况

单位：万元

项 目	2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
期初未分配利润	3,256.56	2,415.94	1,075.37
加：本期归属于母公司所有者的净利润	3,813.83	2,678.64	1,460.98
减：提取法定盈余公积	5.96	13.61	120.41
对所有者的分配		-	-
转增股本		1,824.41	-
其他		-	-
期末未分配利润	7,064.44	3,256.56	2,415.94

2010 年 3 月公司以净资产折股整体变更为股份有限公司，导致未分配利润减少 1,824.41 万元。

（四）偿债能力分析

报告期内，本公司主要的偿债能力指标如下：

指 标	2011 年度或 2011.12.31	2010 年度或 2010.12.31	2009 年度或 2009.12.31
流动比率（倍）	3.43	3.81	3.53
速动比率（倍）	2.57	3.18	3.17
资产负债率（合并）	25.65%	25.46%	27.30%
资产负债率（母公司）	74.31%	50.97%	28.76%
息税折旧摊销前利润（万元）	4,549.82	2,742.05	1,599.04
利息保障倍数*	-	-	-

*注：由于公司不存在借款，因此不存在利息支出，利息保障倍数指标不适用。

短期偿债能力：报告期内公司的流动比率和速动比率均处于较高水平，流动比率均在 3 以上，速动比率均在 2 以上，而且公司流动资产中货币资金占较大比重，短期偿债能力较强。

长期偿债能力：报告期内公司的资产负债率（合并）处于较低水平，息税折旧摊销前利润快速增长，在银行的资信状况良好，长期偿债能力较强。

总体来看，公司偿债能力较强，且保持稳定。

（五）资产周转能力分析

报告期内，本公司主要的资产周转能力指标如下：

指 标	2011 年度	2010 年度	2009 年度
应收账款周转率（次）	5.50	4.46	5.65
存货周转率（次）	4.32	6.85	7.84
资产周转率（次）	1.35	1.48	1.90

报告期内，公司应收账款周转率较为稳定，近三年始终保持在 4 以上，说明公司货款能够在平均不到 3 个月的时间内收回，回款情况良好，应收账款保持在较为稳定的水平。2010 年度应收账款周转率较 2009 年度下降 1.19，主要是由于：随着公司业务规模的迅速扩大，大型客户数量不断增加，公司给予此类客户较为宽松的商业信用，使得期末应收账款占用较多，导致 2010 年应收账款周转率较 2009 年有所下降。

报告期内，公司存货周转情况良好，最近三年的平均存货周转次数分别为 7.84、6.85 和 4.32，呈下降趋势。本公司根据客户订单情况制定采购计划，实行以需定制、以销定产，公司的存货主要为联络中心及统一通信平台业务中根据客户的需要，按合同的规定采购的产品，因此存货周转的速度主要取决于公司为客户提供联络中心及统一通信平台业务的项目周期。自 2009 年开始公司的市场开拓重心逐步由中小客户向具有行业影响力的大型客户倾斜，并通过在大型客户项目上的成功案例和市场声誉吸引中小客户，最近三年公司大型客户持续增加，大型客户带来的收入占总收入的比重也持续上升，而大型客户项目实施周期较长，在未结转收入之前存货金额较大，因此公司存货周转率呈下降趋势。但公司通过加强项目管理，在保证质量的前提下尽可能缩短项目实施周期，存货周转率保持较好的水平，最近三年周转速度都在三个月以内。

报告期内，公司资产周转率较为稳定，始终保持在 1.5 左右，资产周转能力较强。2010 年度，公司资产周转率较 2009 年下降 0.42，主要是由于销售收入增幅小于总资产增幅所致。但是，由于 2010 年综合毛利率大幅提高，营业利润增幅仍然较大。

（六）与同行业上市公司偿债能力、资产周转能力的比较

报告期内，公司与同行业上市公司偿债能力、资产周转能力比较分析如下：

项 目		2010.12.31	2009.12.31
流动比率（倍）	华胜天成	2.11	2.12
	中国软件	1.66	1.84
	飞利信	1.68	1.76
	海联讯	2.45	2.03
	上市公司平均	1.98	1.94
	浩丰创源	3.81	3.53
速动比率（倍）	华胜天成	1.58	1.41
	中国软件	1.40	1.64
	飞利信	1.21	1.16
	海联讯	2.36	1.84
	上市公司平均	1.64	1.51
	浩丰创源	3.18	3.17
项 目		2010 年度	2009 年度
应收账款周转率	华胜天成	5.11	6.83
	中国软件	4.46	3.32
	飞利信	4.54	5.06
	海联讯	3.09	3.13
	上市公司平均	4.30	4.59
	浩丰创源	4.46	5.65
存货周转率	华胜天成	4.01	2.92
	中国软件	8.62	8.33
	飞利信	2.42	1.62
	海联讯	12.52	8.43
	上市公司平均	6.89	5.33
	浩丰创源	6.85	7.84

注：同行业数据均来自各公司公开披露的信息文件。

通过上表的比较，可以得出以下结论：

1、本公司流动比率和速动比率均高于同行业平均水平，并且保持稳定，说明公司资产的流动性、变现能力及短期偿债能力较强。

2、除存货周转率外，公司应收账款周转率高于同行业平均水平。公司存货周转率 2010 年略低于行业平均水平，这与公司业务密切相关，公司外购第三方产品和自主软件产品需要配套使用，在自主软件产品没有安装调试完之前，与之配套的外购第三方产品在存货中的未完工项目结算，有一定的项目实施周期，并且公司外购第三方产品成本在营业成本中占比较大，约占公司营业成本的 90%以上，因此公司存货周转率较同行业上市公司略低。2009 年公司存货周转

率较高，主要是由于 2009 年公司大型客户较少，项目实施周期较短，存货周转较快。

综合以上分析，本公司管理层认为：

报告期内，公司资产质量良好，资产结构符合行业特点，且制订了较为稳健的会计政策和会计估计，各项资产减值准备计提足额、合理；公司负债项目主要以应付账款、预收款项等商业信用债务为主，债务风险较低，特别是流动比率和速动比率等指标显示公司资产的流动性较好；公司对资产的管理能力较强，资产运营效率较高，为公司长期稳定发展奠定了良好的基础。

十一、盈利能力分析

报告期内，公司利润表主要项目如下表：

单位：万元

项 目	2011 年		2010 年		2009 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额
一、营业总收入	16,441.46	41.97%	11,581.24	9.24%	10,601.85
减：营业成本	10,216.97	39.79%	7,308.63	-3.46%	7,570.60
营业税金及附加	153.27	43.45%	106.85	1.84%	104.92
销售费用	439.61	15.08%	381.99	-6.15%	407.04
管理费用	1,608.75	14.88%	1,400.40	5.25%	1,330.60
财务费用	-34.63	6.47%	-32.53	53.81%	-21.15
资产减值损失	36.52	-18.58%	44.85	-7.77%	48.63
加：投资收益	-	-	-	-100.00%	9.38
二、营业利润	4,020.96	69.59%	2,371.05	102.55%	1,170.60
加：营业外收入	437.59	30.27%	335.92	-12.89%	385.62
减：营业外支出	-	-100.00%	12.73	1,714.88%	0.70
其中：非流动资产处置损失	-	-100.00%	1.91	171.72%	0.70
三、利润总额	4,458.55	65.48%	2,694.24	73.21%	1,555.51
减：所得税费用	644.71	4031.96%	15.60	-83.50%	94.53
四、净利润	3,813.84	42.38%	2,678.64	83.35%	1,460.98
归属于母公司所有者的净利润	3,813.84	42.38%	2,678.64	83.35%	1,460.98

公司主营业务为向银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域提供营销信息化解决方案及相关的技术服务。最近三年，公司经营业绩稳步增长，营业收入由 2009 年 10,601.85 万元增至 2011 年的 16,441.46 万元，年复合增长率为 24.53%；净利润由 2009 年的 1,460.98 万元增至 2011 年的 3,813.84 万元，净利润年复合增长率为 61.57%。

（一）营业收入构成及变动分析

1、营业收入业务构成分析

报告期内，公司营业收入按产品类别构成如下：

单位：万元

产品类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
联络中心及统一通信平台	11,701.13	71.17%	7,824.02	67.56%	7,930.08	74.80%
营销业务及管理平台	3,705.13	22.54%	2,935.66	25.35%	1,903.32	17.95%
技术服务	1,035.20	6.30%	821.56	7.09%	768.45	7.25%
合 计	16,441.46	100.00%	11,581.24	100.00%	10,601.85	100.00%

从收入构成来看，报告期内，公司各项业务所产生的收入所占份额基本稳定。公司营业收入中来自联络中心及统一通信平台的收入占比较大，报告期内平均在 70%左右；营销业务及管理平台收入占比平均在 20%左右；技术服务收入占比不到 10%。

报告期内，公司各项主营业务收入金额均呈现稳步上升趋势，其中营销业务及管理平台收入增长较快，主要原因是：一方面由于客户的营销信息化建设一般具有持续性，尤其是当初期的联络中心及统一通信平台建设在实际工作中为客户切实提高了管理水平和经济效益后，客户后续的营销业务及管理平台信息化建设投入也就较为积极；另一方面由于营销业务及管理平台毛利率较高，公司在报告期内加大了对该类业务的投入力度，因此，在公司主营业务收入中占比总体呈现上升趋势。

公司上述三类业务收入不含技术转让收入。经查阅发行人计算机软件著作权登记证书，于国家版权局打印书面查询结果及版权局网站查询搜索，报告期内发行人不存在外购或卖出计算机软件著作权、专利或非专利技术的情况，不存在对外技术转让的情况，故不适用于会计准则关于技术转让的相关规定。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内不存在对外技术转让的情况，不适用于会计准则关于技术转让的相关规定。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内不存在对外技术转让的情况，不适用于会计准则关于技术转让的相关规定。

2、营业收入行业构成分析

报告期内，公司营业收入按最终客户所属行业构成如下：

单位：万元

产品类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行业	5,750.76	34.98%	2,486.73	21.47%	4,410.41	41.60%
保险业	1,480.51	9.00%	1,391.67	12.02%	1,587.76	14.98%
制造业	5,440.72	33.09%	2,821.39	24.36%	1,117.05	10.53%
商业流通与服务业	2,438.31	14.83%	3,167.38	27.35%	1,896.79	17.89%
政府及公共事业	927.89	5.64%	1,238.04	10.69%	942.27	8.89%
其他行业	403.26	2.45%	476.03	4.11%	647.57	6.11%
合 计	16,441.46	100.00%	11,581.24	100.00%	10,601.85	100.00%

公司收入主要来自银行业、保险业和制造业，来自这三个行业的收入占总收入的比重在最近三年分别为 67.11%、57.85%、77.07%，总体呈上升趋势，主要原因如下：

自2009年开始公司的市场开拓重心逐步由中小客户向具有行业影响力的大型客户倾斜，并通过在大型客户项目上的成功案例和市场声誉吸引中小客户，而银行、保险和制造这三个行业以大型客户居多，商业流通与服务、政府及公共事业等行业小型客户居多，公司对于重点行业加大开拓力度，对于其他行业则侧重于挑选优质项目。

3、营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入变动情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	16,441.46	41.97%	11,581.24	9.24%	10,601.85
其他业务收入	-	-	-	-	-
营业收入合计	16,441.46	41.97%	11,581.24	9.24%	10,601.85

2010 年和 2011 年公司营业收入较上期增幅分别为 9.24%和 41.97%，复合增长率达到 20%，公司营业收入呈现出稳步增长的趋势。公司营业收入稳步增长的原因主要包括以下几个方面：

(1) 中国经济的持续向好为营销信息化行业发展提供了沃土。

我国经济持续、高速、稳定增长近二十年，在这一过程中，市场经济体制得以建立、完善，使得国内市场成为全球最大的潜在消费市场。2008 年金融风暴给我国经济的外部环境和内在机制带来了巨大的变化，受此影响，各行业企业都面临着竞争加剧，以及原材料、房租、人力成本等上涨因素导致实体店运营成本迅速上升，迫使企业的营销信息化意识不断增强，对相关系统和设备的投资不断增加。2009 年至 2011 年，国内 GDP 的复合增长率为 9.75%；据统计测算，同期国内营销信息化行业的市场规模复合增长率为 20.06%，即随着我国经济持续稳步增长，各行业企业对营销信息化建设的资金投入随之以更快的速度增长。

(2) 明确的市场定位

报告期内，公司优化了客户结构，市场重心逐步由中小客户向具有行业影响力的大型客户倾斜，并通过在大型客户项目上的成功案例和市场声誉吸引中小客户，随着公司在行业大客户中品牌形象的树立、市场知名度的提升和技术的日趋成熟，公司大型客户数量持续增加。成功的市场定位使得公司取得重大订单的数量不断增加，具体情况如下：

单位：个

合同金额级别	2011 年度	2010 年度	2009 年度
300 万元以上	11	10	3

在公司的大型订单合同数量逐年增加的同时，300 万以上重大订单带来的收入绝对值及占公司总收入的比重也在不断增长，2009 年至 2011 年占比分别为 37.54%、44.32%和 61.06%。这些大型订单客户基本都是行业内的龙头企业，如新增的邮储银行、鞍钢集团、神华能源等大型客户的项目单个收入金额都在千万以上，为公司创造了稳定、可靠的收入增长来源。300 万以上订单及前十大客户收入情况如下：

单位：万元

项目		2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入		16,441.46	11,581.24	10,601.85
300 万以上订单	收入	10,038.93	5,675.92	3,980.30
	占比	61.06%	44.32%	37.54%
300 万以下订单	收入	6,402.53	5,905.32	6,621.55
	占比	38.94%	50.99%	62.46%
前十大客户	收入	12,461.58	7,221.39	6,787.51
	占比	75.79%	62.35%	64.02%
前十大以外客户	收入	3,979.88	4,359.85	3,814.34
	占比	24.21%	37.65%	35.98%

从上表可以看出，300 万以上订单收入增长显著快于营业收入增长，300 万以下订单总金额没有明显变化，新增营业收入大部分由大订单构成，公司收入增长的主要原因是大订单数量及规模的增长。此外，公司前十名客户的收入显著增长，占营业收入的比重从 2009 年的 64.02% 升至 2011 年的 75.79%，与大订单的重合度逐渐上升，而前十大客户之外客户的总收入没有明显变化。公司大客户、大订单持续增加有力地支撑了公司收入的增长。

（3）自主创新能力和内部管理水平的提升

报告期内公司注重提升自主创新能力和内部管理水平，在公司持续的研发投入下，报告期内，公司不断推出新的具有自主知识产权的产品，新产品的推出极大的丰富和完善了公司的营销信息化解决方案，使得公司能够迅速对不断变化的客户需求作出及时的反应，市场竞争力明显提高。截至目前，公司共取得 42 项计算机软件著作权。

4、公司不存在调节收入情况

报告期内，公司的业务合同按照主营业务分为联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台，以及技术服务。公司 300 万以上重大销售合同均为前两类平台业务，收入确认原则按照运行验收确认收入。除与北京英康得力科技有限公司签署的《外呼系统软件采购合同书》外，均为按照客户验收一次性确认收入，该合同按照客户分批验收、分批确认收入，具体情况如下：

2008 年 12 月 1 日，公司与北京英康得力科技有限公司签订《外呼系统软件采购合同书》，约定由公司提供自主软件产品，用于中国人寿的外呼系统建设，涉及中国人寿全国 25 个分公司网点。该项目于 2008 年完成了 10 个分公司的实

施和终验，于 2009 年完成了 12 个分公司的实施和终验，于 2010 年完成 3 个分公司的实施和终验。由于该项目所涉及各网点均能独立实施、运行及验收，能够独立核算，且客户在合同条款中明确约定了项目各网点实施时间以及终验时间，并在 2008、2009、2010 年分三批签署了项目终验单，符合将单一合同分为多个子项目分批验收、分批确认收入的条件。因此，公司对该笔合同分三批进行了收入确认，符合公司收入确认原则。

公司严格执行收入确认原则，不存在跨期调节收入和提前确认收入的情况。

经核查，保荐机构认为：发行人严格执行了收入确认原则，发行人主要业务联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台均是按照项目运行验收确认收入，不存在跨期调节收入和提前确认收入的情况。

经核查，申报会计师认为：发行人严格执行了收入确认原则，发行人主要业务联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台均是按照项目运行验收确认收入，不存在跨期调节收入和提前确认收入的情况。

（二）营业成本分析

公司营业成本全部为主营业务成本，报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
联络中心及统一通信平台	9,590.67	93.87%	6,668.86	91.25%	7,074.75	93.45%
营销业务及管理平台	463.28	4.53%	480.28	6.57%	329.87	4.36%
技术服务	163.01	1.60%	159.49	2.18%	165.98	2.19%
合 计	10,216.97	100.00%	7,308.63	100.00%	7,570.60	100.00%

联络中心及统一通信平台成本主要包括：外购服务器、数据库、操作系统、交换机、路由器、多媒体设备、网络安全产品、外设终端和人工费用等。

营销业务及管理平台成本主要包括：人工费用、外购数据库和服务器等。

技术服务成本主要为人工费用。

（三）营业毛利及毛利率分析

报告期各期，公司综合毛利和毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	16,441.46	11,581.24	10,601.85
营业成本	10,216.97	7,308.63	7,570.60
综合毛利	6,224.49	4,272.61	3,031.25
综合毛利率	37.86%	36.89%	28.59%
主营业务毛利率	37.86%	36.89%	28.59%
其中：联络中心及统一通信平台	18.04%	14.76%	10.79%
营销业务及管理平台	87.50%	83.64%	82.67%
技术服务	84.25%	80.59%	78.40%

1、营业毛利分析

报告期各期，公司营业毛利构成情况列示如下：

单位：万元

类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
联络中心及统一通信平台	2,110.45	33.91%	1,155.16	27.04%	855.33	28.22%
营销业务及管理平台	3,241.85	52.08%	2,455.38	57.47%	1,573.46	51.91%
技术服务	872.18	14.01%	662.07	15.50%	602.47	19.88%
合 计	6,224.49	100.00%	4,272.61	100.00%	3,031.25	100.00%

报告期内，营销业务及管理平台作为公司的优势业务所占毛利的比重最高，为公司提供了稳定的利润来源，该类业务毛利占公司总毛利的比重每年都超过 50%，2009 年至 2011 年分别为 51.91%、57.47%和 52.08%。

从毛利增长水平分析，报告期内，公司的整体毛利保持了较快增长，报告期内本公司的毛利年复合增长率为 43.30%。

2、综合毛利率不断提升的原因分析

2009 年至 2011 年，公司各项业务收入占比及毛利率情况如下所示：

主营业务	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
1、联络中心及统一通信平台	71.17%	18.04%	67.56%	14.76%	74.80%	10.79%
2、营销业务及管理平台	22.54%	87.50%	25.35%	83.64%	17.95%	82.67%
3、技术服务	6.30%	84.25%	7.09%	80.59%	7.25%	78.40%
合 计	100.00%	37.86%	100.00%	36.89%	100.00%	28.59%

从上表可知，公司主营业务包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管

理平台、技术服务三部分，其中第一类业务收入占总收入比例超过 70%，毛利率相对较低，但是毛利率在不断提升；第二类业务收入占比约为 20%以上，毛利率较高且持续提升；第三类业务收入占比较低，毛利率较高而且持续提升。

影响公司综合毛利率的因素为业务结构变动及各业务毛利率变动两个方面，具体影响如下表所示：

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
综合毛利率	37.86%	36.89%	28.59%
综合毛利率变化	0.97%	8.30%	
其中：业务结构变动的影响	-2.46%	5.21%	
各业务毛利率变动的影响	3.43%	3.08%	

各业务结构变化对公司综合毛利率的影响如下表所示：

业务类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	业务结构	影响毛利率百分点	业务结构	影响毛利率百分点	业务结构
联络中心及统一通信平台	71.17%	0.53	67.56%	-0.78	74.80%
营销业务及管理平台	22.54%	-2.35	25.35%	6.12	17.95%
技术服务	6.30%	-0.64	7.09%	-0.13	7.25%
合 计	100.00%	-2.46	100.00%	5.21	100.00%

注：本期影响毛利率百分点=（本期业务占比-上期业务占比）×上期该业务毛利率

各业务毛利率变化对公司综合毛利率的影响如下表所示：

业务类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	业务毛利率	影响毛利率百分点	业务毛利率	影响毛利率百分点	业务毛利率
联络中心及统一通信平台	18.04%	2.33	14.76%	2.68	10.79%
营销业务及管理平台	87.50%	0.87	83.64%	0.25	82.67%
技术服务	84.25%	0.23	80.59%	0.16	78.40%
合 计	37.86%	3.43	36.89%	3.08	28.59%

注：本期影响毛利率百分点=（本期业务毛利率-上期业务毛利率）×本期该业务占比

从以上三个表可知，报告期内公司综合毛利率呈现上升的趋势，主要是受三类主营业务各期收入占比的波动以及各类业务自身毛利率变化两个因素影响，其中：各类业务毛利率的上升是主要因素，2010 年和 2011 年影响综合毛利率百分点分别为 3.08、3.43；其次是各业务收入占比结构的影响，2010 年和 2011 年影响综合毛利率百分点分别为 5.21、-2.46。在各类业务毛利率提升的影响因素中，由于联络中心及统一通信平台的收入占比较大，因此其毛利率的较

快提升又是其中最主要的影响因素；三类业务收入占比的变化对综合毛利率产生波动性的影响。

3、联络中心及统一通信平台毛利率提升原因的细化分析

公司联络中心及统一通信平台的收入构成又可以进一步细分为自主软件和系统集成。如下表所示，该平台收入中系统集成占比较高，达 85%以上，毛利率相对较低，大体在 3.74%至 6.88%之间波动；自主软件收入占比较低，但呈逐年增长之势，2011 年达 14.25%，此外自主软件毛利率也呈快速增长之势。联络中心及统一通信平台各产品收入占比及各自毛利率如下所示：

联络中心及统一通信平台	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
自主软件	14.25%	93.78%	9.18%	92.82%	9.17%	80.58%
系统集成	85.75%	5.45%	90.82%	6.88%	90.83%	3.74%
合 计	100.00%	18.04%	100.00%	14.76%	100.00%	10.79%

影响联络中心及统一通信平台毛利率的因素为产品结构变动及各产品毛利率变动两个方面，具体影响如下：

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
联络中心及统一通信平台毛利率	18.04%	14.76%	10.79%
毛利率变化	3.28%	3.97%	
其中：自主软件、系统集成占比变动的影响	4.36%	0.01%	
自主软件、系统集成自身毛利率变动的影响	-1.09%	3.97%	

各产品结构变化对联络中心及统一通信平台毛利率的影响如下表所示：

联络中心及统一通信平台	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	产品构成	影响毛利率百分点	产品构成	影响毛利率百分点	产品构成
自主软件	14.25%	4.71	9.18%	0.01	9.17%
系统集成	85.75%	-0.35	90.82%	-0.00	90.83%
合 计	100.00%	4.36	100.00%	0.01	100.00%

注：本期影响毛利率百分点=（本期产品销售占比-上期产品销售占比）×上期该产品毛利率

各产品毛利率变化对联络中心及统一通信平台毛利率的影响如下表所示：

联络中心及统一通信平台	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	产品毛利率	影响毛利率百分点	产品毛利率	影响毛利率百分点	产品毛利率
自主软件	93.78%	0.14	92.82%	1.12	80.58%
系统集成	5.45%	-1.23	6.88%	2.85	3.74%
合 计		-1.09		3.97	

注：本期影响毛利率百分点=（本期产品毛利率-上期产品毛利率）×本期销售结构

从以上三张表格中可以得知，报告期内联络中心及统一通信平台毛利率总体呈上升趋势。毛利率提升的首要原因是自主软件收入占比的上升，其次是自主软件毛利率快速提升。由于自主软件的毛利率基本在 90%以上，因此自主软件的收入占比成为影响该平台毛利率的主要因素，2009 至 2011 年，自主软件占比不断提升，平台毛利率也产生了较大的提升。

总体来看，联络中心及统一通信平台自主软件收入占比的提高，以及由于自主软件产品的成熟度、标准化提高而带来自主软件毛利率的持续提高，是该平台毛利率上升的主要影响因素。

4、营销业务及管理平台毛利率变化原因

公司营销业务及管理平台的收入构成又可以进一步细分为自主软件和系统集成。如下表所示，平台收入中自主软件占比很高，达 96%以上，毛利率逐年增长，2011 年达到 89.11%；系统集成收入占比较低。

营销业务及管理平台各产品收入占比及各自毛利率如下所示：

营销业务及管理平台	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
自主软件	97.18%	89.11%	96.08%	86.86%	100.00%	82.67%
系统集成	2.82%	31.63%	3.92%	4.76%	0.00%	0.00%
合 计	100.00%	87.50%	100.00%	83.64%	100.00%	82.67%

影响营销业务及管理平台毛利率的因素为产品结构变动及各产品毛利率变动两个方面，具体影响如下表所示：

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营销业务及管理平台	87.50%	83.64%	82.67%
毛利率变化	3.86%	0.97%	
其中：自主软件、系统集成占比变动的影响	0.91%	-3.24%	
自主软件、系统集成毛利率变动的影响	2.95%	4.21%	

各产品结构变化对营销业务及管理平台毛利率的影响如下表所示：

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	产品构成	影响毛利率百分点	产品构成	影响毛利率百分点	产品构成
自主软件	97.18%	0.96	96.08%	-3.24	100.00%
系统集成	2.82%	-0.05	3.92%	-	-
合 计	100.00%	0.91	100.00%	-3.24	100.00%

注：本期影响毛利率百分点=（本期产品销售占比-上期产品销售占比）×上期该产品

毛利率

各产品毛利率变化对营销业务及管理平台毛利率的影响如下表所示：

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	产品毛利率	影响毛利率 百分点	产品毛利率	影响毛利率 百分点	产品毛利率
自主软件	89.11%	2.19	86.86%	4.03	82.67%
系统集成	31.63%	0.76	4.76%	0.19	-
合 计		2.95		4.21	

注：本期影响毛利率百分点=（本期产品毛利率-上期产品毛利率）×本期销售结构

由于营销业务及管理平台中自主软件的占比超过 96%，因此该平台毛利率提升的主要原因是自主软件毛利率的上升，自主软件和系统集成收入占比结构对该平台毛利率的影响是波动性的。该平台自主软件毛利率持续上升的主要原因包括以下几个方面：

①通过多年的研发投入，公司逐步完善了基于营销信息化整体解决方案的产品系列，完成了自主软件产品的基础架构设计以及产品的模块化和标准化设计，使公司产品的标准化程度逐步提高；②随着公司各个行业客户的增加，公司技术人员积累了丰富的行业经验和项目经验，熟练程度增强，工作效率大幅提高；③公司对客户的需求认知度大幅提高，沟通成本降低，能高效高质的完成客户的需求，减少重复性工作，提高了项目运作效率；④随着公司品牌和资质的提升，公司直接向最终客户销售比例逐年呈上升趋势，直销的毛利率一般高于通过集成商、代理商间接销售的毛利率；⑤随着公司技术实力的提升和市场领先优势的确立，公司的议价能力明显增强。

5、技术服务的内容以及毛利率的真实合理性

技术服务是指公司为下游客户提供营销信息化系统解决方案及相关产品之后，将长期为客户提供系统维护。公司通过客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种手段，保证了客户系统的稳定运行。在免费维护期之后，公司通常以年为单位与客户签订系统维护服务合同，根据服务支持的内容和方式收取不同等级的费用。由于技术服务成本主要为技术服务人员工资和备品备件，因此毛利率保持较高水平。

报告期内，公司技术服务毛利率分别为 78.40%、80.59%和 84.25%，2010 年比 2009 年上升 2.19 个百分点，2011 年比 2010 年增长 3.66 个百分点，呈上

升趋势，主要原因包括以下几个方面：

（1）随着公司系统基础架构的不断完善，解决方案成熟度不断提高，使得营销信息化系统更加稳定，出故障的几率降低；（2）多种服务支持方式的开展，包括客户热线、定期巡检、远程诊断、现场支持、常驻外派、预约值守等各种形式的服务内容，在保证优质满足客户需求的前提下可以选择成本相对较低的支持方式；（3）随着服务经验的积累，技术人员排除故障、解决客户需求的效率越来越高。

经核查，保荐机构认为：影响公司毛利率的主要因素是业务结构和各项业务自身毛利率的变化，联络中心及统一通信平台毛利率相对较低但是毛利率总体呈上升趋势，主要原因是自主软件产品占比及自主软件的毛利率逐年提高；营销业务及管理平台毛利率较高且持续增长，主要原因是自主软件产品的占比很高且自主软件的毛利率逐年提高；技术服务的毛利率持续提升主要原因是软件和解决方案的成熟度不断提高、系统故障几率不断减少以及综合运用远程维护等多种运维方式。

总体而言，公司综合毛利率的大幅提升主要来自两个因素：一是由于解决方案中自主软件的收入占比的提升；二是由于软件和解决方案的标准化和成熟度的提升带来的软件毛利率的大幅提升和技术服务毛利率的大幅提升。发行人各类业务毛利率波动符合其业务模式和行业特点，毛利率水平真实合理。

经核查，申报会计师认为：影响公司毛利率的主要因素是业务结构和各项业务自身毛利率的变化，联络中心及统一通信平台毛利率相对较低但是毛利率总体呈上升趋势，主要原因是自主软件产品占比及自主软件的毛利率逐年提高；营销业务及管理平台毛利率较高且持续增长，主要原因是自主软件产品的占比很高且自主软件的毛利率逐年提高；技术服务的毛利率持续提升主要原因是软件和解决方案的成熟度不断提高、系统故障几率不断减少以及综合运用远程维护等多种运维方式。

总体而言，公司综合毛利率的大幅提升主要来自两个因素：一是由于解决方案中自主软件的收入占比的提升；二是由于软件和解决方案的标准化和成熟度的提升带来的软件毛利率的大幅提升和技术服务毛利率的大幅提升。发行人各类业务毛利率波动符合其业务模式和行业特点，毛利率水平真实合理。

6、与同行业上市公司毛利率的比较

报告期内，公司与同行业上市公司毛利率对比情况如下：

项 目		2010 年度	2009 年度
综合毛利率	华胜天成	19.46%	19.30%
	中国软件	31.95%	33.64%
	飞利信	33.67%	34.09%
	海联讯	37.99%	34.08%
	上市公司平均	30.77%	30.28%
	浩丰创源	36.89%	28.59%

注：同行业数据均来自各公司公开披露的信息文件。

行业内企业大都呈现软件开发、技术服务业务毛利率水平较高，而系统集成业务毛利率较低的现象，对不同的上市公司由于上述不同类别业务在公司业务构成中所占的比例不同，而且相同业务类别中自主产品的比例亦不同，因而综合毛利率水平有所差异。与行业平均毛利率相比，本公司 2009 年综合毛利率跟行业平均水平比较接近，2010 年综合毛利率高于行业平均水平，其主要原因包括两个方面：一是公司毛利率较低的联络中心及统一通信平台收入占营业收入的比重由 2009 年的 74.80% 下降到 2010 年的 67.56%，二是公司营销业务及管理平台收入毛利率呈逐年上升趋势。

（四）利润分析

1、利润构成及变动分析

单位：万元

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业利润	4,020.96	69.59%	2,371.05	102.55%	1,170.60
利润总额	4,458.55	65.48%	2,694.24	73.21%	1,555.51
净利润	3,813.84	42.38%	2,678.64	83.35%	1,460.98
营业利润占利润总额的比例	90.19%		88.00%		75.26%

报告期内，本公司营业利润、利润总额和净利润均保持高速增长。发行人 2009 年至 2011 年，营业收入复合增长率为 24.53%，同期营业利润复合增长率为 85.34%，营业利润增长速度快于收入增长速度；从利润构成来看，2009 年度、2010 年度和 2011 年度，营业利润占利润总额的比重分别为 75.26%、88.00% 和 90.19%，呈逐年上升的趋势，说明公司主营业务的盈利能力大大增强。

2、公司营业利润增长快于收入增长的原因

2009 年至 2011 年，本公司各项具体成本费用项目与收入对比的相关指标如下：

项 目	2011 年	2010 年	2009 年
一、营业收入/营业收入	100.00%	100.00%	100.00%
减：营业成本/营业收入	62.14%	63.11%	71.41%
营业税金及附加/营业收入	0.93%	0.92%	0.99%
销售费用/营业收入	2.67%	3.30%	3.84%
管理费用/营业收入	9.78%	12.09%	12.55%
财务费用/营业收入	-0.21%	-0.28%	-0.20%
资产减值损失/营业收入	0.22%	0.39%	0.46%
加：投资收益/营业收入	-	-	0.09%
二、营业利润/营业收入	24.46%	20.47%	11.04%

公司营业利润增长快于收入增长的主要原因是由于毛利率提高和收入增长带来的毛利的快速增长，以及面向大型客户的市场策略的实施和合理的费用控制带来的费用较为缓慢的增长。

（1）毛利增长快于收入增长的原因

报告期内公司毛利快速增长的主要原因是收入和主营业务毛利率同时较快增长造成的。

公司收入增长的原因详见本节“十一、盈利能力分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”。

公司毛利率增长的原因详见本节“十一、盈利能力分析”之“（三）营业毛利及毛利率分析”。

（2）期间费用增长低于收入增长的原因

①销售费用和管理费用增长速度低于收入增长速度的原因

公司收入增长较快，销售费用和管理费用增长较慢的原因详见本节“十一、盈利能力分析”之“（五）利润表其他项目分析”之“2、期间费用”。

②财务费用率分析

2009 年至 2011 年，本公司财务费用分别为-21.15 万元、-32.53 万元、-34.63 万元，财务费用率分别为-0.20%、-0.28%、-0.21%，对发行人净利润率影响较小。

（3）其他影响因素分析

除上述因素外，影响净利润率的其他因素还包括营业税金及附加、资产减

值损失和投资收益等，影响均较小。

3、营业利润占利润总额持续上升的原因

单位：万元

项目	2011 年	2010 年	2009 年
营业利润	4,020.96	2,371.05	1,170.60
利润总额	4,458.55	2,694.24	1,555.51
营业利润占利润总额的比例	90.19%	88.00%	75.26%

报告期内公司营业利润占利润总额的比例逐年上升，主要是因为公司营业利润增长较快，同时营业外收入相对平稳，因此营业利润占利润总和的比例大幅上升。具体情况如下：

单位：万元

项目	2011 年	2010 年	2009 年
营业利润	4,020.96	2,371.05	1,170.60
加：营业外收入	437.59	335.92	385.62
减：营业外支出	-	12.73	0.70
其中：非流动资产处置损失	-	1.91	0.70
利润总额	4,458.55	2,694.24	1,555.51

报告期内，公司营业利润复合增长率为 85.34%，公司营业外收入主要是增值税退税，营业外收入复合增长率仅 6.53%，营业外收入增长相对平稳，因此营业利润占利润总额的比例逐年提升。

4、影响盈利能力连续性和稳定性的主要因素

（1）中国经济运行环境

我国经济持续、高速、稳定增长近二十年，在这一过程中，市场经济体制得以建立、完善，使得国内市场成为全球最大的潜在消费市场。2008 年金融风暴给我国经济的外部环境和内在机制带来了巨大的变化，这种变化将长期存在，影响深远。目前，由于这种影响，各行业企业都面临着竞争加剧，原材料和人力成本迅速上升等严峻的形势，迫使企业的营销信息化意识不断增强。以产品为中心的市场观念正在迅速向以客户为中心转变，越来越多的企业逐渐认识到了“营销为王”的重要性。借助营销信息化系统，企业能够开源节流，以较低成本获得良好的营销与服务效果。营销信息化系统在市场竞争中起到的作用逐渐显现，将获得越来越多企业的认同。

（2）现有客户的维护和新客户的拓展

老客户维护方面：一方面公司为老客户开发的项目在未来的系统改造、扩容、升级等方面的需求为公司带来稳定的盈利来源。另一方面，公司与多数老客户的合作深度仍然可以进一步挖掘，这为公司业务的进一步增长预留了潜在的空间。

新客户拓展方面：随着成功案例的不断增加，公司的知名度和行业地位将得到显著提升，伴随原有产品的更新、完善和新产品的推出，公司对新客户的吸引力将进一步增强；基于对下游各细分行业项目经验的积累，公司将推出针对具体行业的系统模块以及具有行业特征的解决方案，使得公司产品在细分行业更具竞争力。

（3）募集资金投资项目因素

本次发行募集资金投向营销信息化系统升级项目、研发中心项目，在已有技术的基础上将进一步完善本公司营销信息化系统的基础应用架构，丰富外部接口支持和平台功能，加强对特定行业的支持能力，从而拓展利润增长点。该等项目的成功实施将极大地提升本公司的产品及技术的自主创新能力，提升公司的市场竞争力以及盈利能力。

（五）利润表其他项目分析

1、营业税金及附加

报告期内，公司营业税金及附加相关情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业税	67.16	48.27	46.04
城市维护建设费	58.80	41.00	41.21
教育费附加	26.61	17.57	17.66
河道工程修建维护管理费	0.71	0.01	0.01
合 计	153.27	106.85	104.92

2、期间费用

报告期内，本公司销售费用、管理费用、财务费用相关情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	439.61	2.67%	381.99	3.30%	407.04	3.84%
管理费用	1,608.75	9.78%	1,400.40	12.09%	1,330.60	12.55%
财务费用	-34.63	-0.21%	-32.53	-0.28%	-21.15	-0.20%
合 计	2,013.73	12.25%	1,749.86	15.11%	1,716.49	16.19%

2009 年至 2011 年，公司的期间费用呈现缓慢增长的趋势。但是，随着公司市场知名度和内部管理效率的提高，报告期内公司销售费用和管理费用的增长速度均低于公司收入的增长速度，各项期间费用占营业收入的比例逐年下降。

（1）销售费用

①合并报表销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营销服务费	202.63	143.76	167.75
工资	91.29	102.40	106.49
办公费	62.32	51.31	69.95
差旅费、市内交通费	25.30	23.27	17.95
广告费	25.00	31.20	26.91
会议费	15.95	16.27	0.13
运输费	4.50	2.41	10.15
邮寄费	2.92	1.17	0.52
其他	9.68	10.21	7.20
合计	439.61	381.99	407.04
销售费用占当期营业收入的比例	2.67%	3.30%	3.84%

公司的销售费用主要由销售人员工资、营销服务费、办公费、差旅交通费以及广告费等构成。2009 年至 2011 年，公司销售费用分别为 407.04 万元、381.99 万元和 439.61 万元，占营业收入的比重分别为 3.84%、3.30%和 2.67%。总体来看，2009 年至 2011 年公司销售费用基本稳定并略有上升，但销售费用增长速度慢于营业收入增长速度，主要原因如下：

A、2009 年后公司集中力量拓展行业大型客户，不断获得大型客户和大型订单，销售收入大幅增长；与此同时，中小客户市场主要通过公司品牌拉动，公司精减了以面向中小客户为主的销售人员数量。总体而言，由于公司的客户

集中度在不断加强，相应的销售人力投入增长不大，这使得公司销售费用没有大幅增长；而收入增长较快，因此销售费用率呈逐年下降趋势。公司最近三年的客户总数如下：

客户情况	2011 年	2010 年	2009 年
客户个数	364	407	449

B、大型客户具有较好的业务持续性，使得公司的销售途径和手段产生一定变化。公司的许多订单来自于客户原有系统的升级、扩容以及运维服务，该类业务产生的销售费用较少；同时公司的技术人员在项目运维过程中，及时发现老客户的新需求，促使其签订新合同并实现销售，该类业务产生的销售费用也很少。公司老客户占客户总数的比例如下：

客户情况	2011 年	2010 年	2009 年
老客户个数	316	336	322
客户总数量	364	407	449
老客户个数占比	86.81%	82.56%	71.71%

②母公司销售费用最近两年大增的原因

2009 年至 2011 年，母公司销售费用分别为 134.93 万元、270.94 万元、364.21 万元，总体呈上升趋势。主要原因为：

A、由于公司 2009 年进行组织架构调整，架构调整后母公司将承担市场调研、投标、竞标、商务谈判等销售职能，因此公司的对外业务拓展在 2009 年以后主要集中于母公司，导致母公司销售费用增长较快；B、在 2009 年之前浩丰时代承担了部分的销售业务，在公司业务架构调整之后，相应的销售费用转由母公司承担；C、母公司营业收入的增长较快，与母公司销售费用增长相符。

经核查，保荐机构认为：母公司销售费用最近两年大幅增长，主要是由于母公司营业收入的大幅增长和组织架构的调整，调整后母公司承担着公司主要的销售职能，符合发行人的组织架构和业务模式；合并报表销售费用慢于收入增长速度的原因在于公司向大型客户战略调整的成功以及老客户的不断积累。

经核查，申报会计师认为：母公司销售费用最近两年大幅增长，主要是由于母公司营业收入的大幅增长和组织架构的调整，调整后母公司承担着公司主要的销售职能，符合发行人的组织架构和业务模式；合并报表销售费用慢于收入增长速度的原因在于公司向大型客户战略调整的成功以及老客户的不断积累。

(2) 管理费用

①合并报表管理费用分析

最近三年，公司的管理费用明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
研发支出	796.98	724.53	620.48
工资、福利及社保	244.77	267.99	276.58
咨询服务费	146.24	64.98	44.62
房租及物业管理费	115.70	114.16	114.06
折旧摊销费	76.52	46.89	34.90
办公费	64.43	61.67	71.12
业务招待费	42.78	37.90	52.99
差旅费、市内交通费	30.78	30.59	31.49
维护修理费及装修费	25.34	7.69	2.74
税金	21.79	14.26	9.56
其他	43.42	29.73	72.05
管理费用合计	1,608.75	1,400.40	1,330.60
占营业收入的比例	9.78%	12.09%	12.55%

2009 年至 2011 年，本公司管理费用分别为 1,330.60 万元、1,400.40 万元、1,608.75 万元，管理费用占营业收入的比例分别为 12.55%、12.09%、9.78%，管理费用率逐年下降，主要原因为公司提高了管理效率、合理控制了管理费用，导致管理费用增长速度慢于营业收入的增长速度。

报告期内，公司管理费用的主要构成为研发支出、工资、咨询服务费和房租，公司管理费用的增加主要是研发支出和咨询服务费的增加。

研发支出增加主要是公司业务开展的需要，为保持在行业中的领先地位，必须不断的增加技术的研发投入。报告期内，公司研发支出明细情况如下表：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
研发人员工资	248.66	230.57	204.42
委托开发费	504.88	439.50	353.34
办公费	7.58	32.83	25.86
移动电话费	4.94	3.06	3.45
市内交通费	10.89	6.62	7.25
差旅费	15.70	7.47	9.70
其他	4.33	4.48	16.46
研发支出合计	796.98	724.53	620.48
占营业收入比例	4.85%	6.26%	5.85%

公司的研发支出主要由研发人员工资和委托开发费构成。委托开发费主要是公司将软件开发的编码工作委托给其他软件开发服务商代为完成发生的费用。根据软件工程学思想，公司根据自身对客户个性化需求的深刻理解和对未来市场发展趋势的准确把握，将软件开发工作合理地进行分解，对涉及公司核心技术的部分由公司研发人员完成，避免核心技术外泄，对于耗费人工时较长但外部技术较为成熟的编码、调试工作则外包给其他公司，从而有效地降低了开发成本，提高了软件开发效率。

公司咨询服务费持续增加，其中 2011 年增长较多，主要是公司自 2011 年起启动上市申报程序，支付中介机构费用大幅增加，包括支付会计师审计费用、律师费用等。

②母公司管理费用增长的原因

2009 年至 2011 年，母公司管理费用分别为 658.21 万元、865.48 万元、852.13 万元，总体呈上升趋势，其中 2010 年较 2009 年增长幅度较大。主要原因为：A、由于公司 2009 年进行组织架构调整，调整后由母公司统一行使经营决策、对外投资和人事管理等管理职能，因此母公司管理费用增长较快；B、母公司营业收入的大幅增长，与母公司管理费用增长相符。

经核查，保荐机构认为：母公司管理费用 2010 年大幅增长，主要是由于母公司营业收入的大幅增长和组织架构的调整，调整后母公司承担着公司主要的管理职能，符合发行人的组织架构和业务模式。

经核查，申报会计师认为：母公司管理费用 2010 年大幅增长，主要是由于母公司营业收入的大幅增长和组织架构的调整，调整后母公司承担着公司主要

的管理职能，符合发行人的组织架构和业务模式。

(3) 财务费用

2009 年度、2010 年度和 2011 年度，本公司的财务费用分别为-21.15 万元、-32.53 万元、-34.63 万元，主要是银行存款产生的利息收入，这与公司现金流状况良好，无长、短期银行借款，及较好的供应商管理能力相关。

(4) 与同行业上市公司期间费用率的比较

报告期内，公司与同行业上市期间费用率对比情况如下：

项 目		2010 年度	2009 年度
销售费用率	华胜天成	8.85%	8.35%
	中国软件	6.63%	6.63%
	飞利信	4.08%	5.00%
	海联讯	4.04%	3.86%
	上市公司平均	5.90%	5.96%
	浩丰创源	3.30%	3.84%
管理费用率	华胜天成	3.94%	3.03%
	中国软件	22.69%	22.51%
	飞利信	10.22%	12.24%
	海联讯	15.46%	12.74%
	上市公司平均	13.08%	12.63%
	浩丰创源	12.09%	12.55%
财务费用率	华胜天成	0.19%	0.08%
	中国软件	0.49%	0.64%
	飞利信	0.32%	0.07%
	海联讯	0.66%	0.62%
	上市公司平均	0.42%	0.35%
	浩丰创源	-0.28%	-0.20%
期间费用率	华胜天成	12.98%	11.46%
	中国软件	29.81%	29.78%
	飞利信	14.62%	17.31%
	海联讯	20.16%	17.22%
	上市公司平均	19.39%	18.94%
	浩丰创源	15.11%	16.19%

注：同行业数据均来自各公司公开披露的信息文件。

公司 2009 年和 2010 年销售费用率和管理费用均低于行业平均水平，最主要的原因是公司规模较小，对期间费用进行了严格、合理的控制。从同行业可比公司的情况亦可得到证实，公司销售费用率和期间费用率跟海联讯和飞利信

比较接近，主要是因为公司规模和业务构成与这两家公司都比较接近，而且用作比较的数据也是民营企业上市前的可比期间数据。

3、资产减值损失

报告期内，本公司的资产减值损失均为计提的应收账款坏账准备，金额较小，分别为 48.63 万元、44.85 万元、36.52 万元，占营业收入的比例分别为 0.46%、0.39%、0.22%。公司资产减值损失数额不大，体现了公司良好的资产管理能力。

4、投资收益

报告期内，公司只有 2009 年发生投资收益 93,806.25 元，系清算孙公司日本浩丰所产生的。

5、营业外收支

（1）营业外收入明细

报告期内，公司的营业外收入明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动资产处置利得合计	1.57	-	-
其中：固定资产处置利得	-	-	-
政府补助	436.02	335.92	367.33
其他	-	-	18.29
合 计	437.59	335.92	385.62

（2）政府补助明细

报告期内，公司的政府补助明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
增值税退税	436.02	315.92	367.33
改制资助款	-	20.00	-
合 计	436.02	335.92	367.33

（3）营业外支出明细

报告期内，公司的营业外支出明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动资产处置损失合计	-	1.91	0.70
其中：固定资产处置损失	-	1.91	0.70
其他	-	10.82	-
合 计	-	12.73	0.70

报告期内，公司营业外收支除增值税退税外，金额都很小，对公司生产经营影响很小。

6、所得税费用

报告期内，公司的所得税费用情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
利润总额	4,458.55	2,694.24	1,555.51
适用税率	0%、12.5%、25%	0%、25%	0%、7.5%、25%
当期所得税费用	653.93	26.48	80.52
递延所得税费用	-9.22	-10.87	14.02
所得税费用合计	644.71	15.60	94.53

注：报告期内公司及子公司所享受的所得税税收优惠情况详见本节之“四、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策”之“（一）企业所得税”。

公司 2011 年所得税费用上升较快，主要是由于公司利润主要来源于子公司浩丰鼎鑫，而浩丰鼎鑫的税率由 2010 年的免税变为 2011 年的减半征收（12.5%）。

综合以上分析，公司管理层认为：

报告期内，公司基于对营销信息化行业的深刻理解和技术服务水平的不断积累，营业收入、净利润保持了较快增长，盈利能力显著增强。在未来，公司将秉持稳健经营的市场策略，继续加大对产品开发和市场开拓的投入力度，随着技术的不断进步和市场对营销信息化需求的不断扩大，公司未来将继续保持快速增长态势。

（六）子公司盈利能力分析

1、合并报表主要利润来自子公司浩丰鼎鑫的原因

（1）发行人的主要利润来自于公司自主知识产权的软件产品和相关的定制开发，浩丰鼎鑫被定位为发行人内部软件产品的主要研发机构，因此合并报表主

要利润来自于浩丰鼎鑫。

(2) 报告期内，公司软件开发架构逐渐成熟稳定，软件产品的标准化程度提高，同时公司项目经验逐步积累，进一步完善了软件产品的功能模块。软件产品的销售收入和毛利率逐年提升。

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
浩丰鼎鑫营业收入	4,730.67	3,302.25	654.34
浩丰鼎鑫毛利率	90.11%	90.05%	72.84%

(3) 浩丰鼎鑫主要以软件产品开发为主，销售人员和管理人员较少，相关成本费用均较低。浩丰鼎鑫主要依托母公司浩丰创源的品牌及销售渠道，取得了高利润的重要定单，实现了高额利润。

2、其他子公司微利亏损的原因，是否存在替发行人承担费用成本

发行人除浩丰鼎鑫外的其他子公司内部定位及微利亏损的原因如下：

公司名称	定位	微利或亏损的原因
浩丰时代	向部分原有客户提供营销信息化系统的升级、运维服务	由于浩丰时代的注册资本较小，经营资质较少，主要从事呼叫中心等初级营销信息化系统集成业务，随着市场的发展，浩丰时代营业收入逐年减少。
上海腾灵	在华东地区从事向各行业客户提供营销信息化解决方案业务，包括部分软件产品的研发及对华东地区客户的技术服务。	上海腾灵 2010 年底刚成立，当年收入较少，公司 2011 年已经逐步实现盈利。
浩丰创鑫	在东北地区从事向各行业客户提供营销信息化解决方案业务，并提供营销信息化系统的升级、运维服务。	浩丰创鑫成立于 2011 年 7 月，成立时间较短，公司处于略微亏损状态。

发行人上述子公司内部定位清晰、业务分工明确，微利亏损的原因充分合理，符合公司的实际情况和业务发展阶段，不存在替发行人承担费用成本的情况。

3、日本浩丰是否曾经存在利润操纵或者其他违法违规行为

报告期内，日本浩丰的基本财务数据如下：

单位：万元

项 目	2009 年或 2009 年 12 月 31 日
资产总额	-
净资产	-
营业收入	-
净利润	-0.20

注：以上数据经中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

日本浩丰业务规模较小，其在 2008 年之后基本不再开展业务，公司不存在通过日本浩丰时代进行利润操纵，日本浩丰也不存在其他违法违规行为。

经核查，保荐机构认为：合并报表主要利润来自子公司浩丰鼎鑫，主要是由于该公司在发行人业务架构中主要从事软件开发工作，而公司的主要利润来源于软件业务；其他从事相似相同业务的子公司微利亏损符合其实际情况和业务发展阶段，不存在替发行人承担费用成本；日本浩丰不存在利润操纵或者其他违法违规行为。

经核查，申报会计师认为：合并报表主要利润来自子公司浩丰鼎鑫，主要是由于该公司在发行人业务架构中主要从事软件开发工作，而公司的主要利润来源于软件业务；其他从事相似相同业务的子公司微利亏损符合其实际情况和业务发展阶段，不存在替发行人承担费用成本；日本浩丰不存在利润操纵或者其他违法违规行为。

十二、现金流量分析

报告期内，公司现金流量表主要项目如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,299.98	1,834.98	947.93
投资活动产生的现金流量净额	-79.05	-1,797.74	-171.03
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-
汇率变动对现金的影响		-	-
现金及现金等价物净增加额	3,220.93	37.24	776.89

（一）现金流入分析

报告期内，公司现金流入整体结构情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流入量	20,179.30	12,969.73	11,405.54
二、投资活动产生的现金流入量	3.78	-	-
三、筹资活动产生的现金流入量	-	-	-
合 计	20,183.08	12,969.73	11,405.54

1、经营活动现金流入分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流入具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	19,496.17	12,372.94	10,917.67
收到的税费返还	436.02	344.38	367.33
收到的其他与经营活动有关的现金	247.11	252.41	120.54
经营活动现金流入小计	20,179.30	12,969.73	11,405.54

最近三年公司销售商品、提供劳务收到的现金占经营性现金流入的比重达到95%以上，报告期内各期金额与营业收入金额波动情况相符，说明公司主营业务发展情况良好。

公司收到的其他与经营活动有关的现金主要是收回的保证金及押金、政府补助和利息收入等。

2、投资活动现金流入分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流入具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3.78	-	-
投资活动现金流入小计	3.78	-	-

公司投资活动现金流入均是处置固定资产收回的现金净额，金额较小。

（二）现金流出分析

报告期内，公司现金流出整体结构情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流出量	16,879.32	11,134.75	10,457.61
二、投资活动产生的现金流出量	82.83	1,797.74	171.03
三、筹资活动产生的现金流出量	-	-	-
合 计	13,149.95	12,932.49	10,628.64

1、经营活动现金流出分析

报告期内，公司经营活动现金流出的具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	13,440.11	8,733.59	7,881.24
支付给职工以及为职工支付的现金	889.46	866.54	882.13
支付的各项税费	1,427.18	766.91	745.54
支付的其他与经营活动有关的现金	1,122.57	767.71	948.70
经营活动现金流出小计	16,879.32	11,134.75	10,457.61

最近三年公司购买商品、接受劳务支付的现金均占到经营活动现金流出金额的 75%以上，主要是公司业务开展所需的外购第三方设备采购支出，与公司业务规模增长速度基本相符。

公司支付的各项税费 2011 年大幅增加，主要是由于公司业务规模扩大支付增值税增加和子公司浩丰鼎鑫所得税税率提高支付企业所得税增加所致。

公司支付的其他与经营活动有关的现金主要系公司开展业务所支付的保证金、管理费用、销售费用，与公司经营规模情况基本保持一致。

2、投资活动现金流出分析

报告期内，公司投资活动现金流出的具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	82.83	1,797.74	171.03
投资支付的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	82.83	1,797.74	171.03

公司 2010 年度购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金金额较大，主要系公司支付天津高和合义投资企业（有限合伙）北京销售分公司三套购房款 1,596.50 万元所致所致。

（三）经营活动产生的现金流量净额与净利润分析

报告期内，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额数据如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
净利润	3,813.84	2,678.64	1,460.98
经营活动产生的现金流量净额	3,299.98	1,834.98	947.93

最近三年，公司经营活动产生的现金流量净额均低于当年实现的净利润，主要是与公司大型客户的项目验收时点和付款周期密切相关，由于公司的大型客户主要集中在银行、保险、制造业等领域，此类客户一般内部付款审批流程较为复杂，回款周期较长，因此公司经营活动产生的现金流量净额较净利润实现时点有一定的滞后性。

由于公司所面对的银行、保险和制造等行业的客户具有较高的信誉，公司应收账款的质量很高，应收账款回款情况良好，实际发生的坏账可能性很小，经营活动现金流量净额与净利润之间的差异是暂时性的。

十三、资本性支出分析

（一）报告期内的重大资本性支出

本公司 2009 年度至 2011 年度各期用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 171.03 万元、1,797.74 万元及 82.83 万元。公司重大资本性支出只有 2010 年支付天津高和合义投资企业（有限合伙）北京销售分公司三套购房款 1,596.50 万元。其他资本性支出金额较小，主要用于添置办公设备、运输工具。

（二）未来可预见的重大资本性支出

公司未来可预见的重大资本性支出包括为本次发行股票募集资金拟投资的两个项目，具体数据如下：

单位：万元

序号	项 目	总投资金额	固定资产投资	无形资产投资
1	营销信息化系统升级项目	6,773.77	2,491.94	389.50
2	研发中心建设项目	1,811.00	847.20	203.80

十四、股利分配政策

（一）公司最近三年股利分配政策

根据《公司法》及本公司现行《公司章程》，本公司股利分配方案由董事会制订，并须经股东大会审议批准。董事会制订股利分配方案，须经本公司董事会三分之二以上的董事通过；股利分配方案须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。本公司董事会将充分考虑全体股东的利益，并根据本公司的经营业绩、现金流量、财务状况、业务开展状况和发展前景、公司进行股利分配的法律和法规限制以及本公司董事会认为相关的其他重要因素，决定是否分配股利及分配的方式和具体数额。根据《公司法》及《公司章程》，本公司所有股东对股利分配具有同等权利。

公司依法缴纳所得税后的利润按以下顺序分配：

- 1、弥补公司以前年度的亏损；
- 2、提取法定公积金 10%；
- 3、根据股东大会的决议提取任意公积金；
- 4、分配股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。公司可以采取现金或者股票等方式分配股利，可以进行中期现金分红。

（二）报告期内实际股利分配情况

报告期内公司未进行股利分配。

（三）利润共享安排

截至 2011 年 12 月 31 日，公司未分配利润为 7,064.44 万元。2011 年 11 月 10 日，公司 2011 年第三次临时股东大会通过决议，如公司本次成功发行 A 股股票并在创业板上市，2011 年 9 月 30 日的未分配利润及 2011 年 9 月 30 日至

发行前所产生的利润，由发行后的新老股东共享。

（四）发行后的股利分配政策

发行人已于 2012 年 2 月 20 日召开 2012 年第一次临时股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程》（草案）。《公司章程》（草案）第一百五十九条、第一百六十条对发行人利润分配的政策及相关程序作出如下规定：

1、发行人“三会”对利润分配政策的研究论证程序和决策机制

（1）利润分配政策研究论证程序

公司制定利润分配政策，或者因公司外部经营环境发生较大变化而需要修改利润分配政策时，应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报，由董事会充分论证，并听取独立董事、监事、公司高级管理人员和公众投资者的意见。对于修改利润分配政策的，还应详细论证其原因及合理性。

（2）利润分配政策决策机制

董事会应就制订或修改利润分配政策作出预案，该预案应经全体董事二分之一以上表决通过，并经二分之一以上独立董事表决通过。独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。对于修改利润分配政策的，董事会还应在相关议案中详细论证和说明原因。

公司监事会应当对董事会制订或修改的利润分配政策进行审议，并且经二分之一以上监事表决通过。若公司有外部监事，外部监事还应对利润分配政策的制订或修改发表意见。

股东大会审议制定或修改利润分配政策时，须经出席股东大会会议的股东及股东代理人所持表决权的三分之二以上通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。

2、发行上市后的利润分配政策

（1）公司的利润分配原则：公司实行同股同利的股利分配原则，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监

事和公众投资者的意见。

(2) 公司的利润分配形式：采取现金、股票二者相结合的方式分配股利。

(3) 公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司在扣除非经常性损益后实现盈利的情况下，公司应当采取现金方式分配股利；公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

(4) 发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本；法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

(5) 利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

(6) 利润分配的程序：公司董事会按照上述利润分配政策，制定利润分配预案，经公司二分之一以上独立董事同意后，提交公司董事会、监事会审议，并交付股东大会表决。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

3、发行人各期利润分配的具体规划和计划安排

(1) 公司 2013 年至 2015 年利润分配具体规划

发行人本次首次公开发行股票并在深交所创业板上市后，将按照证监会、深交所的相关法律、法规，严格执行《公司章程》中规定的利润分配政策。2013 年至 2015 年，公司在每个会计年度结束后，由董事会提出分红预案。由于公司正处于业务迅速扩张阶段，公司将以上一年度实现的可供分配利润的 20%，派发现金红利。以上分配预案经公司二分之一以上独立董事同意后，提交公司董事会、监事会审议，并交付股东大会表决。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会应在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（2）发行人未来利润分配规划及决策程序

公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策，充分考虑公司未来盈利情况、投资和未来发展战略、外部经营环境、以及公司现金流预测情况，每三年制订或修订一次利润分配规划。

发行人调整后的利润分配规划不得违反国家法律、法规、以及中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的相关规定。

由公司董事会负责制定未来利润分配规划的调整方案，并由公司二分之一以上独立董事同意后，提交董事会、监事会审议，并提交股东大会表决。公司独立董事及外部监事（如有）应对未来利润分配规划发表独立意见。

第十一节 募集资金运用

营销信息化行业是一个不断创新和快速发展的行业，为了更好地适应未来市场的变化，满足客户的多样化需求，公司始终坚持产品创新、技术创新的发展理念，深刻认识到只有不断提升公司的技术优势，才能提升公司的核心竞争力，为公司持续高速发展提供支撑。

结合公司的主营业务情况和未来发展战略，本次募集资金主要运用于营销信息化系统升级项目和研发中心建设项目，进一步整合企业现有营销信息化技术资源，针对市场需求进行营销信息化系统升级研发，并针对行业未来发展趋势进行前瞻性技术研发和储备，实现技术领先，提升市场竞争能力。

一、募集资金运用计划

公司本次拟向社会公开发行股票 1,030 万股，占发行后总股本 25.06%，实际募集资金扣除发行费用后的净额为【 】万元，将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。

本次募集资金投向经公司 2011 年 11 月 10 日召开的 2011 年第三次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。募集资金将用于投资以下项目：

序号	项目名称	投资金额（万元）
1	营销信息化系统升级项目	6,773.77
2	研发中心建设项目	1,811.00
3	其他与主营业务相关的运营资金	-

如本次首次公开发行募集资金不足，资金缺口由公司自筹解决。如本次首次公开发行募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自筹资金先期投入，募集资金到位后予以置换。

二、募集资金项目介绍

（一）营销信息化系统升级项目

1、项目概况

公司拟投入 6,773.77 万元用于建设营销信息化系统升级项目。本项目是基于公司现有的营销信息化解决方案中联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台两个主要功能平台，综合公司在银行、保险、制造、商业流通与服务、

政府和公共事业等行业或领域的建设经验，顺应营销信息化产业发展趋势，自主创新，运用软交换、多媒体通信、智能终端、CTI、网络搜索、 workflow、业务规则引擎、知识发现、应用服务器、云计算等新技术，开发完成的支撑各类营销信息化业务应用需求的高技术项目。

本项目属于系统升级项目，项目建成后将对公司现有营销信息化相关解决方案进行深化应用和功能拓展，使之能适应营销信息化未来发展，满足客户多样化需求。

2、实施主体和审批情况

本项目的实施主体为发行人子公司浩丰鼎鑫。

本项目已取得北京市海淀区发改委出具的京海淀发改（备）[2011]137 号备案。

3、项目选址

项目拟在北京市海淀区实施，北京市海淀区具有信息化产业聚集的优势，有利于公司吸引优秀人才。

募投项目采用购买办公用房形式开展，在项目实施地点将配套进行装修并购买相应的研发设备。2011 年 6 月，发行人子公司浩丰鼎鑫已与赵万宗、王云峰签订《购房意向书》，拟购买位于北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号办公用房 665.4 平方米，实施上述募投项目。

4、项目建设内容及目标概述

（1）建设内容

本项目是基于发行人现有的营销信息化解决方案中联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台两个主要平台，综合发行人在银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域的建设经验，顺应营销信息化产业发展趋势，自主创新，运用软交换、统一通信、智能终端、CTI、网络搜索、 workflow、业务规则引擎、知识发现、应用服务器、云计算等新技术，开发完成的支撑各类营销信息化业务应用需求的系统升级项目。

项目名称	项目子系统	募投项目建设内容
营销信息化系统升级项目	联络中心及统一通信平台升级	1、完善平台的多渠道接入能力，实现智能终端应用的接入和信息获取，实现企业社区和企业博客的信息交互能力和关联性信息搜索能力； 2、加强平台的联络控制功能，基于重新定义的主动联络参数集完善最新研发的 InterSmart IP 算法，完成新算法的完备性测试，基于 SIP 和 IMS 的自动检测技术优化，基于预分析模式完成多运营商多地区的基准信令和提示音测试，优化 SIP TR87 CTI 功能集的稳定性和完备性； 3、完成互联网问答机器人的集成和优化；优化针对文本交互方式的自动应答模板中心的功能集；开发完成基本的网络自动信息收集和稽核引擎； 4、完成基于关键词扫描的自动识别引擎，达到 80%以上的准确率；完善其他信息采集工具的获取能力和准确性； 5、完成其他系统管理功能的优化。
	营销业务系统	1、对营销业务及管理平台三个子系统营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统的功能模块进行重新划分和整合，将关联度较高的功能模块合并，提高模块标准化程度，简化系统的模块化结构； 2、开发营销业务系统的竞争力中心模块，增强一线的营销个性化功能集； 3、基于目前的项目实践积累，完成银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业和其他待定行业的活动模板库建设，实质性增强行业针对性和拓展能力； 4、优化多种微观和宏观的分析引擎算法，提高精确性和分析速度，完善分析参数集；完成情绪分析引擎的开发和产品化，并实现与体验量化模型的整合；完成体验量化模型的开发和集成测试；优化生命周期管理和价值管理引擎；完成基于简化贝叶斯的文本知识获取模型开发，达到自动语义知识获取超过 65%的准确性；
	客户服务系统	5、实现多平台支持能力和跨平台工作流管理优化工作流引擎 InterFlow Pro 支持统一通信的多种通信方式；优化 SmartCampaign 活动管理环境，实现多媒体调用和策划定制工具； 6、研发支持多元数据结构的统一视图信息整合技术，完善报表展现工具集； 7、基于 SOA 框架持续优化 CyberSystem Work 平台的数据访问能力、分布式结构和系统稳定性，加强对 EJB、JDBC 和 WMI 的支持； 8、继续丰富 CyberSystem Work 服务模块库； 9、基于 VMware 研发 CyberSystem Work 外部并行运算模式，完成海量数据分析和高负载运算的测试； 10、完成 CyberSystem Work 针对金融私有云的初步测试。

(2) 建设目标

完善营销信息化系统的基础应用架构，丰富外部接口支持和平台功能，加

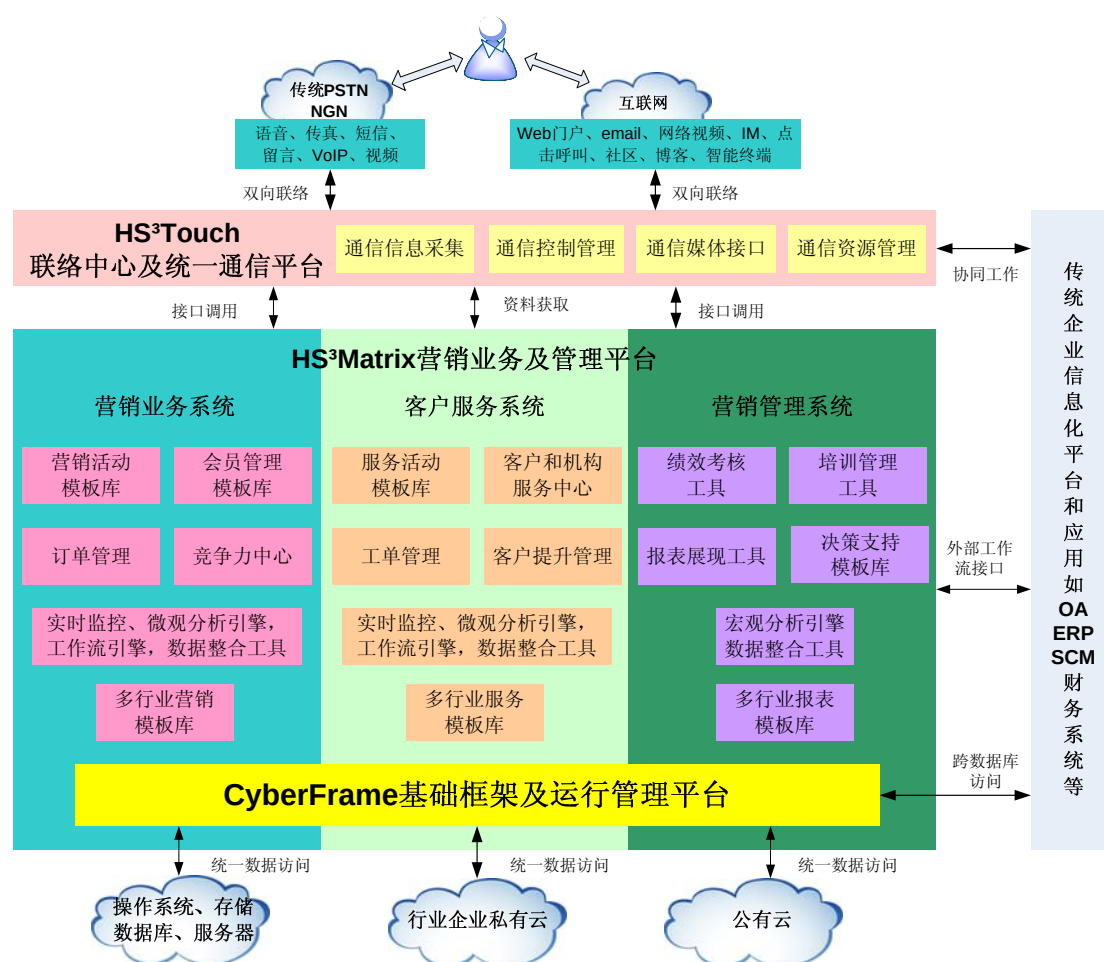
强对特定行业的支持能力，从而拓展利润增长点；提高公司在营销信息化系统解决方案市场的占有率，增强产品竞争力。

5、技术方案概述

发行人目前的营销信息化解决方案根据功能不同，分为联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台两个功能平台，其中营销业务及管理平台分为三个子系统，即营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统，这三个子系统分别拥有各自的功能模块集（包括模板库、功能引擎、数据管理工具、业务管理工具等）以及作为基础框架及运行管理平台的 CyberSystem Work。

本项目拟对上述两个功能平台及各子系统均进行升级改造，每个系统的升级改造中均涉及部分原有功能的升级和部分新功能的开发。

发行人完成募投升级改造项目后的营销信息化解决方案体系架构如下图：



公司完成募集资金投资项目后，将完成对现有营销信息化解决方案的整体升级。完成升级后的营销信息化解决方案在体系结构上没有变化，仍然分为两

个平台，分别为 HS³ Touch 联络中心及统一通信平台和 HS³ Matrix 营销业务及管理平台，其中 HS³ Matrix 营销业务及管理平台由营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统三个子系统组成。营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统包括各自的功能模块集（包括模板库、功能引擎、数据管理工具、业务管理工具等）以及作为共同的基础框架及运行管理平台的 CyberFrame。

本次升级改造项目与原有产品的概要关系如下表：

原有主营产品	相关功能平台	目标产品		关系	预期目标
营销信息化解决方案	联络中心及统一通信平台	HS ³ Touch 联络中心及统一通信平台		现有系统升级+新功能研发	升级改造后系统将具有对通信媒体渠道更广泛的支持，尤其对于基于 IP 的语音和视频，以及互联网的多种新的联络方式；具有更加智能的识别和服务客户的能力；具有更高效率的信息采集能力。
	营销业务及管理平台	HS ³ Matrix 营销业务及管理平台	营销业务系统	现有系统升级+新功能研发	升级改造后系统将具有对一线营销团队更直接的支持能力；具有多行业针对性的活动模板库，大幅提高业务部署能力；具有更智能的对客户信息的分析、识别、获取能力；具有对云计算平台的支持能力。
			客户服务系统	现有系统升级+新功能研发	升级改造后系统将具有多行业针对性的活动模板库，大幅提高业务部署能力；针对客户提升的多种模型将有效延长客户生命周期；具有更智能的对客户信息的分析、识别、获取能力；具有对云计算平台的支持能力。
			营销管理系统	现有系统升级+新功能研发	升级改造后系统将具有多行业针对性的决策支持和绩效管理模板库，大幅提高业务部署能力；具有准确和高效的分析工具，可有效提高绩效、培训、决策工具的适用性和智能化；具有对云计算平台的支持能力。

下文分别对联络中心及统一通信平台，营销业务及管理平台两个功能平台及各子系统的升级改造内容进行具体阐述。

（1）联络中心及统一通信平台升级改造

联络中心及统一通信平台作为营销信息化解决方案的前端，为营销信息化活动提供面对电信网和互联网的各种联络通道接口，为客户提供各种服务资源和灵活的资源分配机制，为营销业务平台提供各种联络工具的控制调用方法，并且在客户联络过程中完成客户数据采集和后送的工作。

升级改造完成后的 HS³Touch 联络中心及统一通信平台分为四个功能层，分别为：通信媒体接口层，通信控制管理层，通信资源管理层和通信信息采集层。

系统构架如下图：



按功能层划分，研发内容概况如下：

功能层	目前功能情况	研发目标
通信媒体接口	能够支持传统电信网、NGN 下一代网络的传统语音、语音留言、视频、IP 语音、短信、传真等类型；能够支持互联网的邮件、IM、点击呼叫语音和视频、网页门户等类型；具备多接口适用性。	通过原有功能完善和新功能开发，能够成熟支持电信网基于 NGN 的多业务类型；能够成熟支持互联网目前所有主流的通信媒体类型，包括新的基于社区网络、企业博客的联络方式，以及基于多种移动智能终端的接入方式；具备成熟的接口多适用性。
通信控制管理	提供基本的媒体交换功能，多模式预测外呼控制；基于 CSTA 和 SIP 的 CTI 控制功能；基于 Web Service 的多媒体通信调用接口；具备呼叫模型、权限等控制管理功能集；具备多种业务和设备的监控管理工具。	通过原有功能完善，能够提供更加丰富的多媒体交换和控制功能，能够提供更高精度的预测外呼算法和自动检测技术；成熟的 SIP CTI 功能集；成熟的 Web Service 调用接口；完备的基于角色和功能点的权限管理功能；更为丰富直观的业务监控工具。

功能层	目前功能情况	研发目标
通信资源管理	提供各种客户服务的资源,包括号码、线路、自动应答资源、QoS、人力资源、录音录屏、文本模板等;提供多模式的资源分配和管理服务;具备大业务量下的负载均衡和系统冗余能力。	通过原有功能完善和新功能开发,提供更为丰富的服务资源,包括基于互联网的自助机器人、对社区和博客进行关键词搜索的蜘蛛等类型;更为成熟的多技能分配机制;完善的录音录屏功能;内容丰富、智能操作的文本模板自动回复功能集;高效率的负载均衡能力。
通信信息采集	具备通过 CTI、语音、统一事件、前台数据等通道获取联络信息的能力,并通过 Web Service 和其他导入导出工具进行信息传送的能力。	通过原有功能完善和新功能开发,具备通过精确的语音识别和关键词扫描引擎获取实时信息,具备比较成熟的对数据统一打包,并通过多种实时和非实时接口后送的能力。

(2) 营销业务及管理平台升级改造

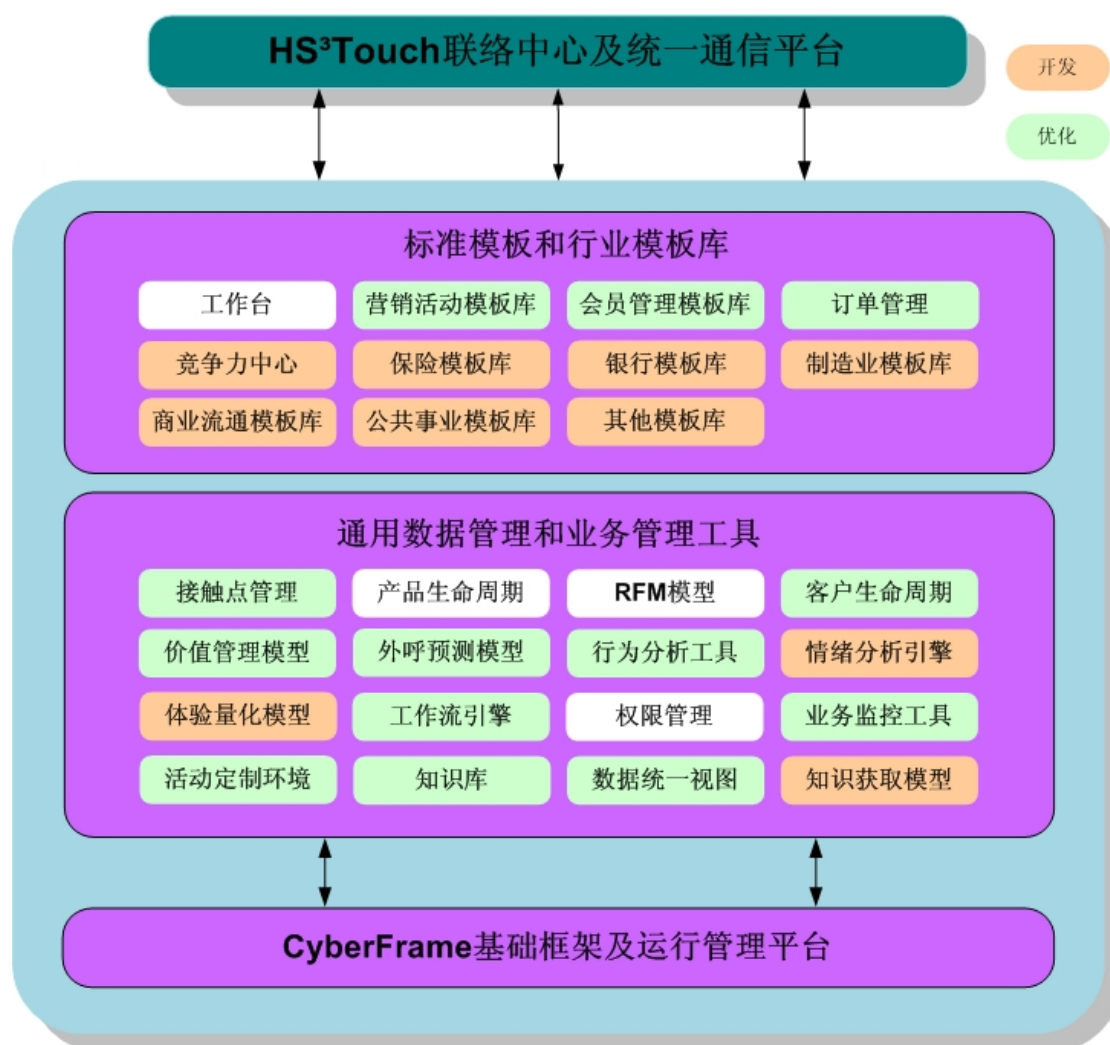
营销业务及管理平台是具体业务流程的操作、流转和实现平台,根据功能不同,分为营销业务、客户服务、营销管理三个子系统。本次项目将对三个子系统全面进行升级改造。下面对这三个子系统的升级改造方案逐一说明。为从技术上易于理解,对于作为营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统共同的基础框架及运行管理平台 CyberSystem,将单独对其升级改造的内容进行说明。

①营销业务系统升级改造

营销业务系统是营销业务主要的操作平台,主要提供营销活动的策划、执行和监控。营销活动是以多种营销领域的分析引擎和模型为设计依据,并通过这些引擎模型对多维客户数据进行清洗、挖掘和稽核,产生活动执行的对象、计划和活动结果预期,并通过监控工具和工作流引擎对活动执行的过程进行监控和实时调整。

本次升级改造内容包括对原有功能模块的完善和打包,以简化系统模块化结构,提高使用效率;包括对多行业营销活动模板库的研发;对情绪分析和体验量化管理模型的研发;对基础知识获取模型的研发;以及对其他多种功能的完善。

升级完成后的 HS³Matrix 营销业务系统是完成营销业务的主要工具,从功能上共分为两个功能层,分别为:标准模板和行业模板库,通用数据管理和业务管理工具。系统构架如下图:



按功能层划分，研发内容概况如下：

功能层	目前功能情况	研发目标
标准模板和行业模板库	能够支持基于客户终身价值模型的各种营销活动标准模板，包括客户洞察、新客户获取、交叉销售、叠加销售等；提供会员管理的各种标准模板；提供全程订单管理流程，并通过工作流与其他业务系统实现联动和监控。	通过原有功能完善和新功能开发，能够提供基于客户终身价值模型的标准营销活动模板，以及针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业的活动模板集；通过完善和打包原有的在线工具集，通过竞争力中心直接支援一线营销团队的实时业务操作；提供完善的全程订单管理功能。
通用数据管理和业务管理工具	提供一系列以客户体验管理为导向的客户及产品分析模型和引擎集，为营销活动的策划和执行提供驱动和依据，并提供模型管理工具；提供可定制的业务监控和活动定制工具；提供知识库和工作流引擎；提供基于多维客户数据的管理模型。	通过原有功能完善和新功能开发，提供基本量化的情绪分析和客户体验管理引擎，对原有的多种分析引擎进行优化并作为独立功能模块，使营销活动定制能够直接调用这些引擎，能够更加精准的进行营销活动策划和执行；提供基于语义层的贝叶斯分类模型和基础的知识获取模型；提供功能完善的业务监控和活

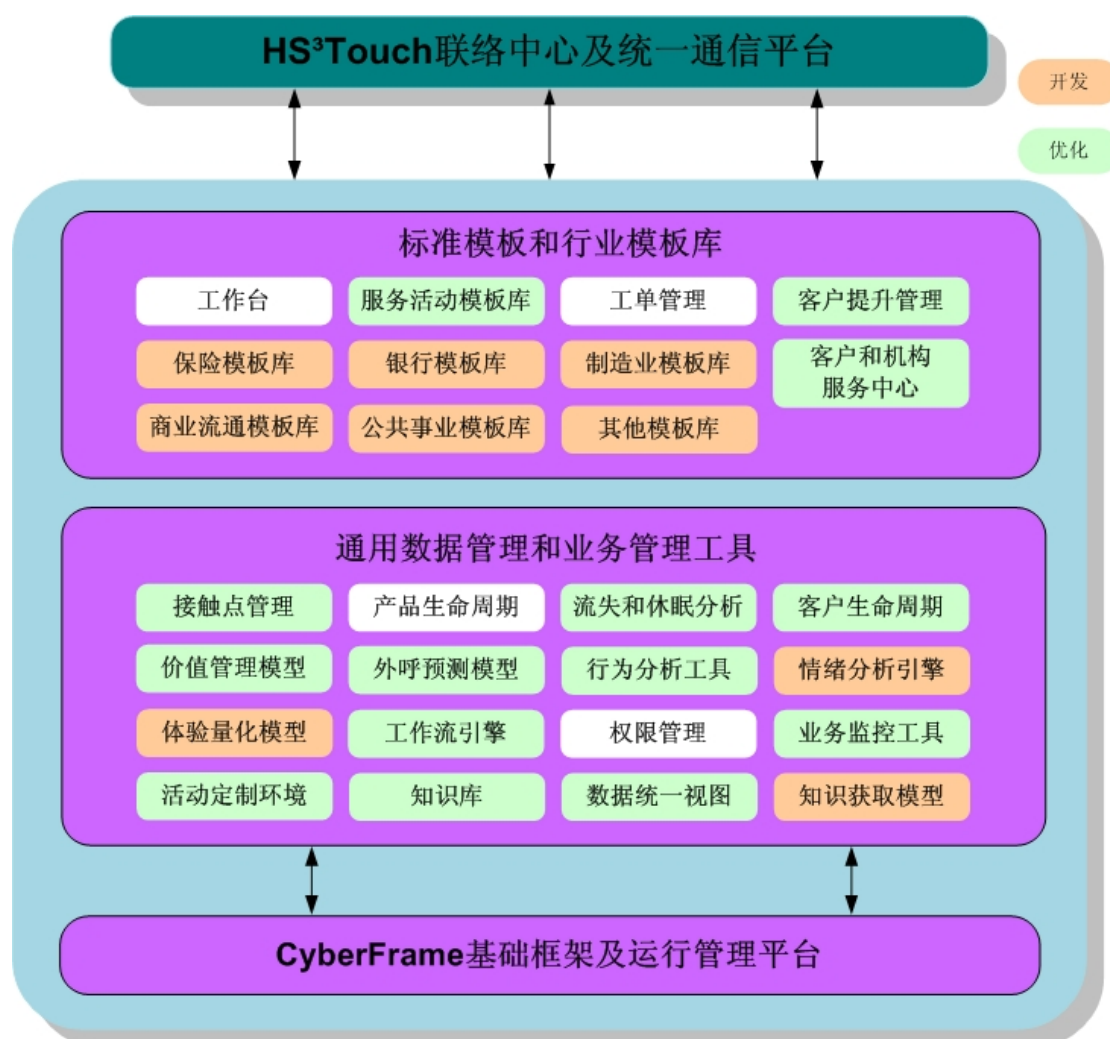
功能层	目前功能情况	研发目标
		动定制环境；优化基于数据库表的工作流引擎和知识库功能；实现对多维客户数据的统一数据视图处理和相应的抽取模板定制工具。

②客户服务系统升级改造

客户服务系统是服务类业务主要的操作平台，主要提供服务活动的策划、执行和监控。服务活动是以多种服务领域的分析引擎和模型为设计依据，并通过这些引擎模型对多维客户数据进行清洗、挖掘和稽核，产生活动执行的对象、计划和活动结果预期，并通过监控工具和工作流引擎对活动执行的过程进行监控和实时调整。

本次升级改造内容包括对原有功能模块的完善和打包，以简化系统模块化结构，提高使用效率；包括对多行业服务活动模板库的研发；对情绪分析和体验量化管理模型的研发；对基础知识获取模型的研发；以及对其他多种功能的完善。

升级完成后的 HS³Matrix 客户服务系统从功能上共分为两个功能层，分别为：标准模板和行业模板库，通用数据管理和业务管理工具。系统构架如下图：



按功能层划分，研发内容概况如下：

功能层	目前功能情况	研发目标
标准模板和行业模板库	能够支持基于客户生命周期最大化模型的各种服务活动标准模板，包括状态告知、关怀、挽留、激活、催收、续约等；提供多种客户级别提升的分析模型；提供多种客户服务的标准模板；提供全程工单管理流程。	通过原有功能完善和新功能开发，能够提供基于客户终身价值模型的标准服务活动模板，以及针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业的活动模板集；提供完整的新客户到大客户的分级提升模型；提供丰富的客户服务模板；提供完善的全程工单管理功能，能够通过工作流与其他业务系统实现联动和监控。
通用数据管理和业务管理工具	提供一系列以客户体验管理为导向的客户分析模型和引擎集，为服务活动的策划和执行提供驱动和依据，并提供模型管理工具；提供可定制的业务监控和活动定制工具；提供知识库和工作流引擎；提供基于多维客户数据的管理模型。	通过原有功能完善和新功能开发，提供基本量化的情绪分析和客户体验管理引擎，对原有的多种分析引擎进行优化并作为独立功能模块，使服务活动定制能够直接调用这些引擎，能够更加精准的进行服务活动策划和执行；提供基于语义层的贝叶斯分类模型和基础的知识获

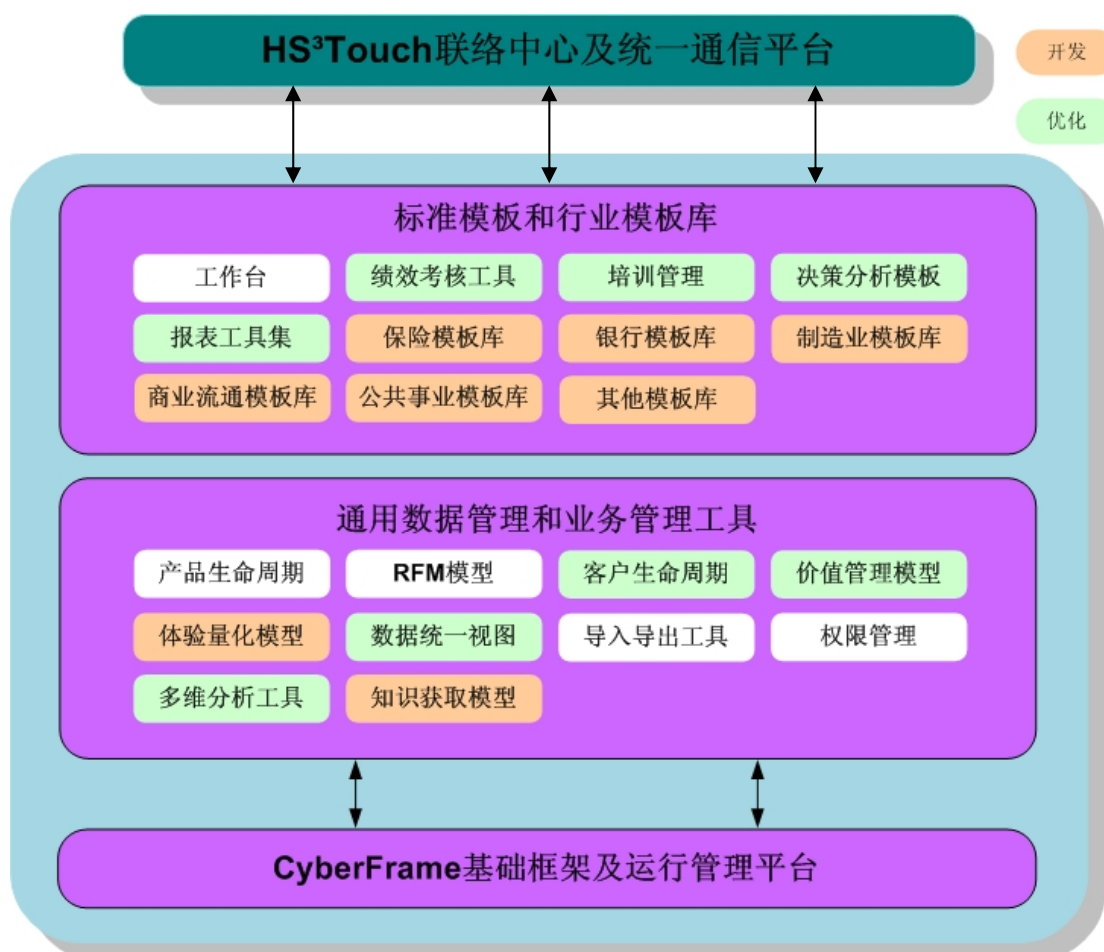
功能层	目前功能情况	研发目标
		取模型；提供功能完善的业务监控和活动定制环境；优化基于数据库表的工作流引擎和知识库功能；实现对多维客户数据的统一数据视图处理和相应的抽取模板定制工具。

③营销管理系统升级改造

营销管理系统提供多种统计分析和报表展示的功能，基于各种营销服务活动，对企业内部各层面进行客户体验、业绩、成本、效率、技能等方面的绩效考核，对企业的客户定位、产品方案、竞争策略等提供决策支持。

本次升级改造内容包括对原有功能模块的完善和打包，以简化系统模块化结构，提高使用效率；包括对多行业绩效和决策报表模板库的研发；对体验量化管理模型的研发；对基础知识获取模型的研发；以及其他多种功能的完善。

升级完成后的 HS³Matrix 营销管理系统从功能上共分为两个功能层，分别为：标准模板和行业模板库，通用数据管理和业务管理工具。系统构架如下图：



按功能层划分，研发内容概况如下：

功能层	目前功能情况	研发目标
标准模板和行业模板库	能够支持指标库的全面绩效考核管理；提供自动和人工的培训工具；提供基于市场客户和竞争对手的决策分析报表模板；提供多种报表展示工具。	通过原有功能完善和新功能开发，能够提供基于中心指标库的集中和分布的全面绩效考核管理；提供智能化的培训建议和课程，提供完善的培训评估和持续提升工具；提供基于细分市场、客户群体、产品和竞争状况的决策分析报表模板；提供针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业的绩效和决策模板库；提供多种报表展示工具和丰富的展示功能。
通用数据管理和业务管理工具	提供基于宏观分析引擎的多维数据分析能力；提供基于多渠道采集的客户数据统一视图管理。	通过原有功能完善和新功能开发，提供基于客户体验的宏观分析模型，使分析结果更精确和具有针对性；增加多种复杂的数据分析工具；客户数据统一视图管理能够兼容互联网的多种文本信息和自动搜索信息，并提供相应的抽取模板定制工具；提供基于语义层的贝叶斯分类模型和基础的知识获取模型。

④CyberFrame 基础框架及运行管理平台升级改造

发行人目前用于自主产权的 CyberSystem Work 基础框架及运行管理平台是营销业务系统、客户服务系统、营销管理系统的底层运行环境，具有稳定性、高效性、安全性和可扩展性等优点。在本次的营销信息化解决方案升级改造中，将对 CyberSystem Work 进行升级改造。具体升级改造内容如下：

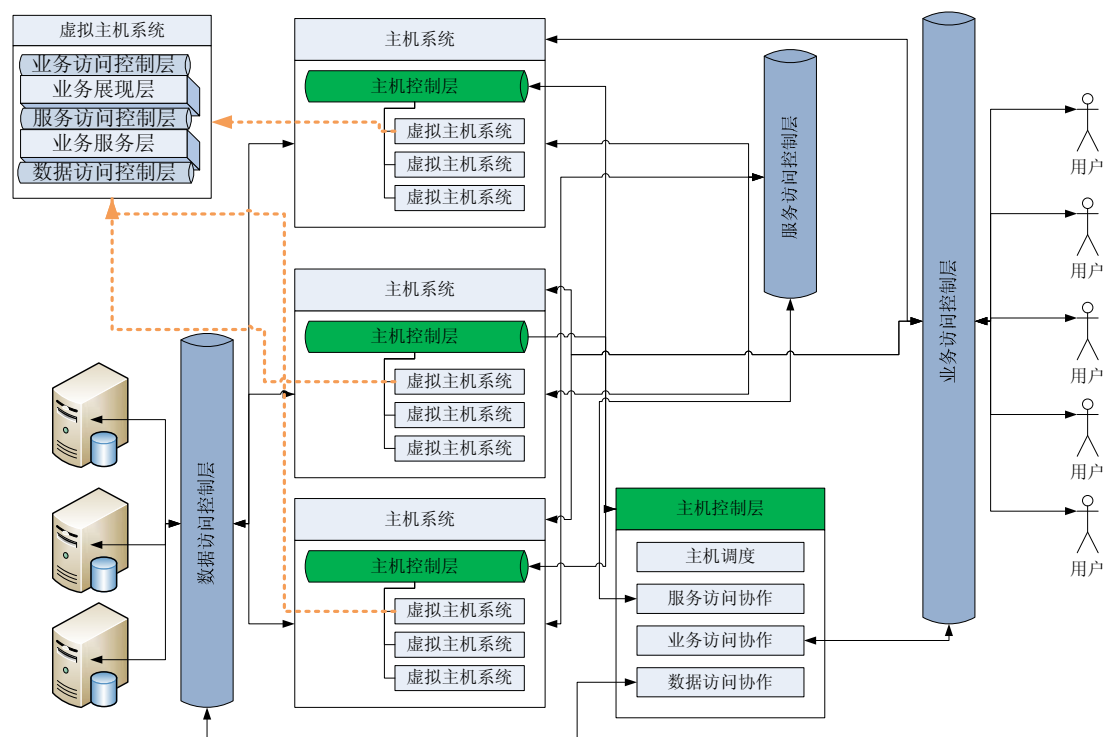
目前名字	升级后名字	目前功能情况	研发目标
CyberSystem	CyberFrame	基于 SOA 思想，通过 6 层结构，提供高效稳定安全的数据访问、资源调配和模块搭建；支持跨数据库访问和数据总线技术；支持模块库结构和模块通用接口装配技术；支持分布式结构；提供 C#和 Java 平台的代码转换功能。	通过原有功能完善和新功能开发，优化层级结构，进一步提高稳定性、大处理能力、数据访问安全性；通过外部并行运算方式，支持多种公有云平台的部署；支持比较成熟的金融私有云结构，并完成测试；继续完善模块库；完善数据资源管理、安全隔离、数据资源监控和评估等功能。

作为一个大型数据库应用系统，底层运行环境承担着所有主要的运算和 IO（输入输出）进程，与外部系统的互访管理，并规范了运行在其上的软件模块的基本行为。CyberFrame 在设计上基于 SOA 思想和发行人长期的实践经验，

考虑了稳定性、高效性、安全性和容量功能扩展性，提供了独特的数据管理和数据访问功能，有别于目前主要的非开源和开源的应用开发平台。

CyberFrame 本次研发的另一个重点内容是对目前国内逐步建设的企业私有云和正在试点的公有云的接口支持，并将完成对金融私有云的试点测试。

CyberFrame 支持云计算的体系结构图如下：



6、项目环保情况

本募集资金投资项目不产生废气、废水和固体废弃物，对环境不产生污染。项目环境影响情况已由北京市海淀区环境保护局海环保审字[2011]0828 号审批通过，项目运行亦将遵循国家及地方有关法规。

7、投资情况

项目拟投资资金 6,773.77 万元，其中研发及实施投入 2,965.00 万元，固定资产投资总计 2,491.94 万元，无形资产投资 389.50 万元，铺底流动资金 927.33 万元，具体情况如下：

序号	项 目	总投资金额（万元）	百分比
1	研发投入	2,965.00	43.77%
2	固定资产总计	2,491.94	36.79%
其中：	房屋购置及装修	1,868.84	27.59%
	设备购置	623.10	9.20%
3	无形资产	389.50	5.75%

序号	项 目	总投资金额（万元）	百分比
4	铺底流动资金	927.33	13.69%
	总投资金额	6,773.77	100.00%

8、项目建设进度和时间安排

本募集资金投资项目拟分两年投入进行，项目建设时间安排如下：

单位：月份

序号	阶段	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1.	办公环境建设												
2	搭建软硬件环境												
3	开发研发及仿真平台												
4	产品研发												
5	项目实施实验												
6	配套设施建设												
7	人员招聘与培训												

9、项目效益分析

本项目投资总额为 6,773.77 万元，计划通过上市募集方式获得。项目投资效益预测如下：

财务效益指标	预期数据
项目投资财务内部收益率（所得税后）	41.91%
项目投资财务净现值（所得税后）（折现率=12%）	5,887.54 万元
项目投资回收期（所得税后）	4.02 年
项目投资财务内部收益率（所得税前）	49.40%
项目投资财务净现值（所得税前）（折现率=12%）	7,366.67 万元
项目投资回收期（所得税前）	3.67 年

（二）研发中心建设项目

1、项目概况

公司拟投入 1,811.00 万元用于研发中心建设项目。本项目的主要内容为根据公司产品的发展方向及未来的技术发展趋势，建设包括营销信息化系统的云计算平台拓展、IP 语音/图像等多媒体技术研究等两个研究方向的研发中心。其主要职能是，收集研究当前信息技术领域的最新技术，将技术成果应用于公司的系列产品，从而增加公司产品的在市场上的竞争力，进而扩大优势。

2、实施主体和审批情况

本项目的实施主体为发行人子公司浩丰鼎鑫。

本项目已取得北京市海淀区发改委出具的京海淀发改（备）[2011]136 号备案。

3、项目选址

项目拟在北京市海淀区实施，北京市海淀区具有信息化产业聚集的优势，有利于公司吸引优秀人才。

募投项目采用购买办公用房形式开展，在项目实施地点将配套进行装修并购买相应的研发设备。2011 年 6 月，发行人子公司浩丰鼎鑫已与赵万宗、王云峰签订《购房意向书》，拟购买位于北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号办公用房 665.4 平方米，实施上述募投项目。

4、项目建设方案

（1）营销信息化系统的云计算平台拓展

随着中国经济的发展，企业的规模不断扩大，在全国甚至全球拓展业务已经成为企业发展的必然。企业信息化应用系统的分布式运行，数据集中式管理已经成为计算机软件的发展趋势。再建系统和已有系统升级方案中，客户对产品的规模可拓展性和运行效率以及容量也更为重视。公司的系列产品在功能上已能满足客户的需求，在此基础上，如何增大系统的容量，提高产品的可扩展性和运行效率将是未来产品竞争力的重要体现。

当前计算机技术中，“云计算”概念是最为流行的并行计算平台，如何将公司产品拓展到“云计算”平台是此项目的研究目标。

结合公司发展方向和自身产品特点，云计算平台拓展项目拟按照如下计划，分阶段进行展开。

① “云计算”概念的深入研究

深入分析研究“云计算”概念的内涵，掌握其已经存在或者未来发展的趋势，特别需对“云计算”标准的确立进行有针对性的研究，为“云计算”平台的选型，自有产品的“云计算”拓展，准备充分的理论依据。现阶段的“云计算”平台大多停留于“解决方案”的层面，在未来的发展中，如何标准化将是一个技术发展中的重要课题，“云计算”的理论研究应把握技术的前沿动态，为公司

产品确立正确的技术方向。

②公有“云计算”平台调查

针对现有主流的公有“云计算”平台进行调查研究，分析比较各种产品的优势，并进行实际的模拟测试，掌握平台的各项运行指标，为系统集成方案提供必要的依据。

③行业私有“云计算”平台调查

针对目前公司所处的主要细分行业市场的行业私有“云计算”平台进行调查研究，范围包括银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等，分析比较各种产品的优势，并进行实际的模拟测试，掌握平台的各项运行指标，为行业系统集成方案提供必要的依据。

④产品的“云计算”接口标准化

针对公有和私有“云计算”平台，自有产品应开发必要的接口与之融合。在开发计划之前，应对自有产品的“云计算”平台接口进行合理地规划并进行必要的可行性研究，指定合理的产品导入方案。

⑤发展自主的“云”平台

公司自有产品中已经拥有了并行计算平台的技术，将自有的并行计算平台发展成“云计算”平台是本研发项目的一个重点。前阶段的研究是发展自主“云”平台的必要准备，在此基础上，发挥自有产品中的核心技术优势，打造自主的“云”平台，是符合中国企业特点的方案。

(2) IP 语音/图像等多媒体技术的研究

语音/图像等多媒体通信技术一直是公司产品的重要组成部分。当前 IP 语音/图像等多媒体技术正在发生着深刻的变革，传统的语音/图像处理技术正在被先进的基于互联网的多媒体通信技术所取代，同时也带来了巨大的发展空间。

公司目前的产品已经拥有了 IP 语音处理等技术，为了能将更为前沿的技术融入产品，增强产品的竞争力，需要对 IP 语音/图像等多媒体技术进行长期深入的研究。研究工作的内容主要包括如下几个方面：

①语音/图像的编解码

随着计算机网络技术的高速发展，语音/图像编解码标准正在不断的更新，更为高效的标准正在制定。如何运用编解码标准，通过优化处理，引入先进的

处理机制，提高处理能力，一直是计算机技术的研究方向。在优化现有的处理机制的同时，考虑采用先进的门阵列芯片技术来实现更为高效快速的编解码处理。

门阵列技术具有专项处理能力强，成本低廉的特点，软件产品应用此项技术尚属发展阶段，公司的研发需将其作为重点进行基础的研发工作。

②语音/图像的网络传输

网络技术的高速发展和网络产品的多样性使网络的构成变得日益复杂。如何保证语音/图像在各种复杂的网络环境下正常的传输并保证传输品质，是本项目的一个重要研究内容。

本项目的研究应着重于广域网以及无线网络上语音/图像的可靠传输，如何提高容错率以及传输速度是重点研究的方向。

③语音/图像的存储

语音存储技术已经大量地应用于公司产品中，如何显著提高语音/图像存储的容量，保证数据存储的安全性，能够高效地检索提取语音/图像数据，将是一个重要的研究课题。

在无纸办公和营销信息化中，语音存储以及必要的影像存储越来越成为企业日常业务中不可缺少的环节，它可以在保证业务有效展开的同时大大节约运营成本。

④语音/图像合成技术

随着客户业务的不断深化发展，语音/图像的分解合成技术将会被广泛的应用。如何剥离语音图像中无效的数据，提取有效数据，记录关键数据将是技术应用的重要课题。多路语音的分解以及合成工作，广泛地应用于营销信息化系统，如何提高处理效率和数据品质是当前的主要课题。

⑤多媒体产品集成

调查研究主流的多媒体产品，掌握其性能指标，研究与自有产品的集成技术是本项目的重要工作。此研究作为产品的集成方案提供必要的依据，保证自有产品能可靠地与第三方产品进行融合。

⑥多媒体终端应用

多媒体终端越来越受到用户的青睐，包括基于 iOS、Android、Windows

Mobile、Symbian 等系统的终端的出现，将带来用户体验的革命。对多媒体终端的深入研究，积累开发经验，并将研究成果运用到自有产品中将是本次项目的重点。随着多媒体终端的成本降低，普及度会越来越高，将此技术应用到自有产品中将是迫在眉睫。

⑦移动网络的多媒体技术研究

移动通信网络在中国拥有无比广阔的发展空间，类似于 GPS、手机钱包、手机银行等应用已经逐步开始应用。针对于移动网络的多媒体应用，传统的处理方法并不完全适用，如何将自有产品融合到移动网络多媒体通信中需要进行深入的技术研究。

5、项目环保情况

本募集资金投资项目不产生废气、废水和固体废弃物，对环境不产生污染。项目环境影响情况已由北京市海淀区环境保护局海环保审字[2011]0827 号审批通过，项目运行亦将遵循国家及地方有关法规。

6、投资情况

项目拟投资资金 1,811.00 万元，其中研发费用 760.00 万元，固定资产投资总计 847.20 万元，无形资产 203.80 万元，具体情况如下：

序号	项 目	总投资金额（万元）	百分比
1	研发投入	760.00	41.97%
2	固定资产总计	847.20	46.78%
其中：	房屋购置及装修	543.00	29.98%
	设备购置	304.20	16.80%
3	无形资产	203.80	11.25%
4	铺底流动资金	-	-
	总投资金额	1,811.00	100.00%

7、项目建设进度和时间安排

本募集资金投资项目拟分两年投入，项目建设时间安排如下：

单位：月份

序号	阶段	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1.	办公环境建设												
2	搭建软硬件环境												
3	产品研发												
4	配套设施建设												
5	人员招聘与培训												

8、项目效益分析

本项目为新建研发中心项目，项目本身不产生直接收益。通过研发中心的建设，实现对未来技术发展方向准确把握，进行技术储备，才能够不断进行业务创新、技术升级，实现公司远景发展战略，提升核心竞争力，提高市场占有率。

（三）其他与主营业务相关的运营资金

1、用于与主营业务相关的运营资金的必要性

本次募集资金用于与主营业务相关的运营资金后，可打破发行人因缺乏融资渠道而对正常经营发展的束缚，使发行人在优化财务结构的同时，通过吸纳优秀人才，增强技术储备，扩大业务规模，从而实现经营快速发展，为发行人源源不断的技术创新性和未来成长性提供保障。

在本次募集资金用于与主营业务相关的运营资金后，发行人将增加营销信息化相关研发支出，进一步增强企业核心竞争力。

2、用于与主营业务相关的运营资金的可行性

公司自设立起即从事营销信息化业务，拥有深厚的技术积淀和丰富的研发经验，建立了以张召辉、李晓焕、董丽彬、高懿鹏为核心技术人员的优秀研发人才队伍，掌握了多项核心技术，此外公司还拥有稳定的客户群体和丰富的行业经验，公司本次募集资金投资项目具有可行性。

公司本次募集资金投向与主营业务相关的运营资金项目，将进一步增强公司营销信息化的研发实力，巩固行业内领先地位。

公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金存放于董事会决定的专项账户。发行人董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专户不得存放非募集资金或用作其它用途。发行人在募集资金到位后将

严格执行证监会和深圳证券交易所有关募集资金使用的规定。

（四）募集资金项目实施主体及安排

1、子公司浩丰鼎鑫实施募投项目符合其业务定位

根据公司业务需求和管理需求，母公司及子公司承担了不同职能。母公司浩丰创源主要负责公司项目招投标、业务承揽、原材料采购、项目实施、品牌宣传和公司整体的管理职能，子公司浩丰鼎鑫主要负责公司营销信息化解决方案中软件的研发工作。

在本次公司募集资金投资项目中，营销信息化系统升级项目是在公司现有的联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台基础上，顺应营销信息化产业发展趋势，通过优化整合、增加新的功能模块等技术方式，进行平台升级，满足客户不断提升的应用需求。该项募投项目与公司现有的平台技术息息相关，目前公司现有的营销信息化两项平台技术主要由子公司浩丰鼎鑫的技术人员负责，因此，该募投项目由子公司浩丰鼎鑫实施，符合公司目前技术部门设置和公司内部的业务定位，也符合公司未来战略的发展。

在本次公司募集资金投资项目中，研发中心建设项目主要是进行前瞻性的技术研发和储备，主要包括了营销信息化系统的云计算平台拓展、IP 语音/图像等多媒体技术研究等两个研究方向。研发中心建设项目虽然短期内不产生直接的经济效益，但是对前瞻技术和行业发展方向的把握，有利于公司提高技术储备能力，准确捕捉客户新需求和市场新机遇，并将成熟的研发成果进行产业化，增加公司市场竞争力和扩大行业领先优势。因此，研发中心建设项目由主要承担研发职能的子公司浩丰鼎鑫实施，符合公司目前技术部门设置和公司内部的业务定位，也符合公司未来战略的发展。

2、募投项目具体实施安排

本次首次公司发行股票并在创业板上市后，母公司拟将募集资金中的 8,584.77 万元，对子公司浩丰鼎鑫进行增资，进行募投项目的实施。若本次募集资金不足，资金缺口由公司通过银行贷款或以自有资金等方式自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素，导致上述募集资金投资项目中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入，导致募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致的，公司可根据实际情况以自筹资金先期投入，

募集资金到位后予以置换。

浩丰鼎鑫将按照本次发行上市募集资金投资计划的安排，按照《募集资金管理制度》，将募集资金存放在公司董事会设立的专户中集中管理，做到专款专用，并按照创业板信息披露的相关规定，及时披露募集资金项目进展状况。

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施完成后，公司研发能力和技术水平显著增强，将进一步提升公司的盈利能力和竞争实力。

（一）募集资金到位后对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司货币资金大幅增加，公司资产质量和财务状况将得到进一步提升，公司净资产将大大增加，资产负债率显著降低，公司负债融资空间将得以扩展。根据公司目前的盈利水平及股票市场市盈率情况，预计本次发行价格将明显高于公司目前的每股净资产，因此本次募集资金到位后，公司的每股净资产将会有一定程度的增加。

（二）募集资金到位后对公司盈利能力的影响

由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间，营销信息化系统升级项目两年内将逐步达到预计的收益水平，研发中心建设项目不产生直接收益。因此，募集资金到位后，净资产规模的扩大将会导致全面摊薄的净资产收益率有所下降。随着营销信息化系统升级逐步完成，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，盈利能力和净资产收益率将会有所提高。

（三）拟投资项目新增折旧和摊销对公司经营业绩的影响

按照公司现行相关会计政策，在本项目建成投产后，每年新增固定资产折旧和无形资产摊销具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	房屋折旧	装修工程折旧	设备折旧	无形资产摊销	小计
1	营销信息化系统升级项目	57.12	11.75	118.39	38.95	226.21
2	研发中心建设项目	26.83	3.42	57.80	20.38	108.43
合 计		83.95	15.17	176.19	59.33	334.64

本次募集资金投资项目建成后，每年将新增加固定资产折旧和无形资产摊销合计 334.64 万元。

2011 年公司主营业务收入为 16,441.46 万元，主营业务综合毛利率为 37.86%。假设其他经营条件不变，只要公司主营业务收入增长率达到 5.38%，即可确保公司营业利润不会因新增固定资产折旧和无形资产摊销而下降。目前公司主营业务保持着良好的增长态势，2009 年至 2011 年公司主营业务收入的复合增长率达到 24.53%。因此，在保持销售毛利率稳定的情况下，公司经营延续现有增长水平，完全能够消化新增固定资产折旧和无形资产摊销对公司利润的影响。

第十二节 未来发展与规划

一、发展战略

（一）整体发展目标

公司计划用 5 年左右的时间，依托国家和各行业在推进信息化方面的有利政策，充分发挥在技术、客户、经验、服务、人才和管理方面的优势，跟踪新的技术方向，吸收新的应用需求，不断完善公司的核心产品；做深做透优势行业市场，并从行业和区域两个方面延伸应用领域，扩大盈利方向；增强核心竞争力，不断提升市场优势地位，使公司成为国内最优秀的营销信息化解决方案提供商。

（二）经营理念

公司将继续以自主创新和自主知识产权研发为基础，以业务应用为重心，紧跟技术进步和行业发展，努力推动营销信息化市场快速稳定发展。公司的经营宗旨是“发展源于创新，合作共赢未来”。

（三）三年主要业务经营目标

1、基于公司目前的营销信息化解决方案，通过对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等细分行业或领域的市场调研，以及对典型客户经验的总结提炼，研发营销信息化解决方案针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业的行业模板，使公司产品能够充分体现细分行业在业务流程、分析模型、报表模板等方面的特定需求，显著增强公司产品在这些行业市场的竞争力，巩固在这些行业市场的优势，为公司中长期的持续增长奠定基础。

2、在对外接口、应用功能、基础架构等方面对公司现有产品进行全面升级；通过总结不同类型的项目经验，将营销信息化的最新市场需求植入公司产品中，进一步提高产品的复用度，拓宽市场空间。新版本营销信息化系统的研发将再次引领营销信息化领域的发展方向，继续提升公司的核心竞争力。

3、加强对前沿的技术发展趋势的研究，包括云计算技术、IP 语音/图像等

多媒体技术等，并逐步在产品中体现这些技术方向。这种产品的更新换代不仅将带来全新的产品功能和性能，也将带来业务领域的创新，保证公司在营销信息化市场的长期领先优势。

二、公司未来三年的发展规划

（一）增强自主创新能力的计划

公司自成立以来就将技术创新视为立身之本，一贯秉承独立自主和思想开放的研发路线，紧跟营销信息化的发展趋势，保持与客户、合作伙伴的密切沟通，始终将信息领域的领先技术应用于既有产品升级，将领先理念应用于新产品开发。公司将通过以下方式继续增强自主创新能力：

1、本次发行募集资金将重点投资于营销信息化解决方案的升级改造项目，公司将加大研发投入，针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域研发针对性的行业模板，在对外接口、应用功能和基础架构等方面对解决方案进行全面升级。升级改造项目的实施将提高公司技术开发能力，强化公司的竞争优势。

2、本次发行募集资金将投资于研发中心的建设，公司将充分发挥研发中心在整体战略中的巨大作用，加强公司对行业内前沿技术的研究和战略规划工作，提高公司的可持续发展能力；

3、公司将继续加大在研发团队建设方面的投入。公司将遵循“无边界”的原则，充分发挥全体技术人员的主观能动性，逐步完善现有研发人员的研发任职资格体系和基于任职资格的薪酬体系，建立有效的能力提升机制，进一步完善人力资源的培养、评价和监督机制，强化跨技术领域的英才培养能力；在外部招聘方面，公司将制订长期人才招聘策略，建立相应的人才信息库，并在薪酬与职业发展方面提供有吸引力的组合方案以吸引有识之士的加入；建立公平、公正、透明的员工奖惩、任用机制，为技术管理人员和核心技术人员提供有竞争力的薪酬，稳定公司核心技术团队；在符合国家有关法律法规的前提下，逐步建立核心技术人员的激励机制。

4、在技术创新的管理方面，公司将逐步优化技术创新的各环节，建立多层次的技术开发和创新体系，设立产品顾问委员会作为强有力的统筹协调机构，在公司内部形成技术开发过程中各部门分工协作和相互支持，研究成果资源共

享的良性格局，提高研发工作的整体效率。加强产品研发流程的管理，不断强化和提升技术质量管理能力，以保证技术创新的成功率和有效性。

5、加强外部技术资源的引进和吸收。在自主研发的同时，持续寻找拥有行业领先技术的国内外合作伙伴，围绕主营业务，以资本市场为依托，采取研发合作、技术转让、团队收购等方法，引进先进技术，并依靠自身对客户需求的良好把握能力，加速成果转化，迅速为企业创造效益，强化核心竞争优势。

（二）增强成长性的计划

1、产品开发计划

公司是国内领先的营销信息化解决方案提供商，目前主营产品为包括联络中心及统一通信平台、营销业务及管理平台的营销信息化解决方案和相关技术服务。公司的主营产品在国内银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等行业或领域得到大量应用，产品的技术水平在国内处于领先地位。

根据营销信息化的发展趋势，公司计划在未来三年内，基于公司现有的主营产品，研发营销信息化解决方案针对银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业的行业模板，使公司产品能够充分体现细分行业在业务流程、分析模型、报表模板等方面的特定需求；在对外接口、应用功能、基础架构等方面对目前主营产品进行全面升级，体现最新的市场需求，进一步提高产品的复用度；加强对前沿的技术发展趋势的研究，包括云计算技术、IP 语音/图像等多媒体技术等，并逐步在产品中体现这些技术方向，为产品的更新换代及相应的业务领域创新奠定基础。

募投项目的研发成功，将是对公司现有主营业务和产品的显著强化，将极大提升公司的核心竞争力，对于保障公司在营销信息化领域的领先地位，促进公司的可持续发展，提供了有力的保证。

2、市场开拓计划

公司目前建立了较为完善的营销体系和业务管理结构。公司的销售市场部下设行业市场部、企业市场部、市场与产品部及解决方案咨询部；公司的业务管理中心设于北京，在上海和沈阳设立了分支机构（子公司），分别负责区域的市场开拓和客户接洽。这种营销体系符合公司目前以行业大客户和区域客户为主的双轨制的业务管理模式，尤其符合公司针对银行、保险、制造、商业流通

与服务、政府及公共事业等行业市场的拓展方向。

根据营销信息化市场的需求，公司未来市场拓展的战略是：做深做透银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业等优势行业或领域，强化与行业领军企业的战略合作；加强东北、华北、环渤海、长三角区域市场支持和服务能力，逐步拓展珠三角、西南和西北等区域市场。

公司在未来三年具体的市场拓展计划如下：

（1）设立银行、保险、制造、商业流通与服务、政府及公共事业的细分行业市场团队，落实具体行业的市场拓展目标；

（2）强化面向大型客户的全能客户队伍，深度经营行业重大客户，凸显领军企业的灯塔效应；

（3）细化品牌与公关部的职能，加强与各行业市场部的协作，强化市场调研能力，提升公司品牌影响力，进行市场扩张；

（4）细化北京总部、上海和东北分支机构（子公司）的职能，充实营销、市场、支持和服务队伍，提升对华北、环渤海、长三角和东北地区的市场拓展和支持服务能力；

（5）扩大全国营销网络，新设立广东、四川和陕西三个营销机构，逐步拓展珠三角、西南和西北区域市场；

（6）根据行业特性和产品特性，健全营销队伍的培训机制，提高市场营销人员的专业能力。

根据上述计划，公司将逐步建成一支对重点行业和重点区域全覆盖的、紧贴客户的、高专业水准的营销团队，将公司的产品更好的销售并服务于国内客户。

（三）提升竞争优势计划

公司的竞争优势体现在技术和产品、客户基础、行业经验、服务、企业文化和团队等方面。在未来的三年内，公司将通过产品开发计划、市场拓展计划、以及相应的人力资源计划，对上述核心优势进行全面提升。

通过产品开发计划的实现，公司的主营产品将具备很强的行业针对性，在功能和性能上将得到整体的提升，在技术的先进性和前瞻性上也更为显著，公司在技术和产品方面的竞争优势将得到强化。

产品开发计划和市场拓展计划的实现，将极大的增强公司对行业市场和区域市场的拓展能力，加强公司对客户的开发和维系能力，公司的客户基础优势将得到提升，对行业经验的收集提炼和成果转化的能力也将得到加强，公司的品牌影响力也将显著提高。

产品研发计划将使公司主营产品的复用度和可维护性得到显著提高，随着各区域服务队伍的充实，公司“自主软件开发加定制软件开发”的实施服务，和以“客户第一，尽善尽美”为宗旨的多样化维保服务，将具备更为坚实的产品和人力基础，公司总体的服务优势将得到本质提升。

公司在长期的经营中，在企业内部形成了“和谐，诚志，创意”的良好文化氛围，并具备稳定的、高素质的核心管理团队和具有丰富行业经验的技术团队。公司将以现有企业文化为基本价值观，以现有管理和技术团队为核心，遵循“以人为本”的原则，逐步扩展队伍规模，优化队伍结构，通过“英才培养计划”、“职业规划体系”、“绩效考核体系”等专业人力资源管理流程，提高高素质人才的构成比例，加强企业文化建设，为公司的可持续发展提供有力的人力保障。

通过对产品开发计划、市场拓展计划以及配套的人力资源计划的施行，公司现有的核心竞争优势将得到全面的提升，为公司实现业务目标和战略远景提供了坚实的基础。

三、假设条件

本公司拟定上述业务发展计划，主要基于以下估计和假设：

- 1、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，未发生对公司产生重大影响的不可抗力事件；
- 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、公司所处行业的市场处于正常发展状态，没有出现重大的市场突发情形；
- 4、公司经营业务或营运所在地或公司须遵照的税率不发生重大变化；
- 5、本次股票发行能够顺利完成并募集到预期的资金，本次募集资金投资项目可以有效地实施；
- 6、公司研究及发展新产品时不会遭遇重大困难，公司业务所依赖的技术也

不会面临重大替代；

7、公司能够持续保持现有管理层、其他核心人员的稳定性和连续性；

8、公司并无因本招股说明书“风险因素”一节所载的任何风险因素而受重大不利影响。

四、实施发展计划面临的困难

本次募集资金到位后公司净资产规模增长较大，对公司在资源配置及运营管理，特别是资金管理和内部控制等方面将带来新的挑战。

在业务急速扩展的背景下，公司在战略规划、组织设计、机制建立等方面将面临更大的挑战。

随着公司的快速成长，公司规模将迅速扩大，公司对核心技术人员、营销人员和管理人才的需求将大量增加。为保持企业的持续发展能力，持续的市场创新与技术创新能力，巩固与保持在行业中的优势地位，公司需要引进与储备大量的人才，因此本公司面临着人力资源保障压力。

募集资金到位前，长期资金相对短缺是公司目前发展的较大约束。

五、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。公司将认真组织实施项目的实施，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。

公司将塑造有利于激发全体员工积极性的、科学的约束与激励机制，营造公平竞争、鼓励技术创新和市场开拓的企业氛围。强调“人与企业共发展”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。

六、发展计划与现有业务的关系

上述业务发展计划是按照营销信息化行业的市场格局与未来发展趋势，结合公司发展战略而制订的。公司多年积累的技术、产品和市场方面的优势是该发展计划的前提和基础。

募集资金的投向是在现有业务的基础上进行的产业链延伸、规模化扩张和技术更新，将进一步提高公司的生产能力和技术水平，从而有效地提升公司的

核心竞争力。

七、公司关于未来发展与规划的声明

公司管理层声明，公司将在上市后及时通过定期报告、持续公告等多种信息披露方式，及时公布发展规划所面临的市场变化、项目实施进度和目标实现的情况。

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、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、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证券事务部，负责人为董事会秘书杨志炯先生，对外咨询电话为010-82001150。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

截至招股书签署日，公司正在履行的重要合同（合同标的金额在300万以上）或者虽未达到前述标准，但是对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

序号	客户名称	合同内容	合同金额（元）	合同签署日期
1	河北钢铁股份有限公司邯郸分公司	河北钢铁质检远程监控自动取样系统	4,200,000.00	2010.11.3
2	大连市政府行政服务中心	大连市政府行政服务中心电子政务外网建设	4,739,660.00	2011.10.11
3	中国邮政储蓄银行有限责任公司	邮政金融中间业务平台	3,040,480.00	2011.12.8
4	中国邮政储蓄银行有限责任公司	邮储银行电视电话会议系统二期	9,115,000.00	2011.12.20
5	中国通广电子有限公司	通信综合布线设备系统集成	3,650,000	2012.2.28
6	中国邮政储蓄银行股份有限公司	邮储银行集中清算系统工程	6,086,000	2012.3.19
7	中国邮政储蓄银行股份有限公司	邮储银行渠道管理平台工程	10,974,000	2012.3.19
8	中国邮政储蓄银行股份有限公司	邮储银行会计处理平台工程	18,784,000	2012.3.19
合 计			60,589,140.00	

（二）采购合同

序号	供应商名称	合同内容	合同金额（元）	合同签署日期
1	北京中青旅海天数码科技有限公司	采购服务器、系统、交换机等	4,040,000.00	2011.10.21
2	南京宗腾电子科技有限公司	采 购 HDX700(720P) 、RMX2000 视频通信设备等	6,950,000.00	2011.11.9
3	北京神州飞翔网络科技有限公司	采购通信电缆	3,010,000.00	2012.2.27
合 计			14,000,000.00	

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、其他核心人员无任何尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

持有公司 5%以上股权的自然人股东孙成文、李卫东、张召辉、高慷、李晓

焕、李惠波、张明哲、杨志炯声明，最近三年内不存在重大违法行为。

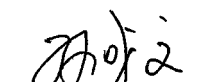
截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

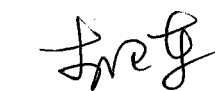
第十四节 有关声明

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：

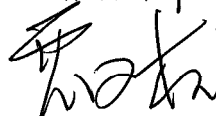

孙成文

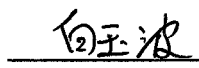

李卫东


张召辉


张明哲


孙 锋

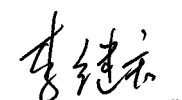

贾国柱


白玉波

全体监事签名：

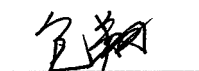

李惠波


王跃绯


李继宏

其他高级管理人员签名：


杨志炯


包 翔

北京浩丰创源科技股份有限公司



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： 刘紫涵
刘紫涵

保荐代表人： 韩长风
韩长风

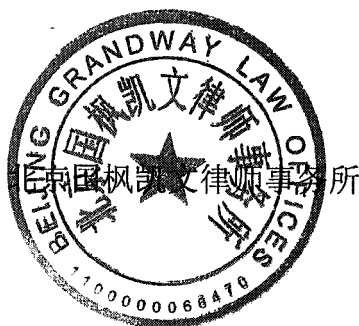
霍永涛
霍永涛

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。



负责人

张利国

经办律师

臧欣

刘斯亮

2012 年 5 月 28 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:

张 力



李伟峰

李伟峰



会计师事务所负责人:

顾仁荣



中瑞岳华会计师事务所(特殊普通合伙)

2012年5月28日



五、承担资产评估业务的机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

吕艳冬
中国注册
资产评估师
11001517

吕艳冬

贺梅英
中国注册
资产评估师
11001517

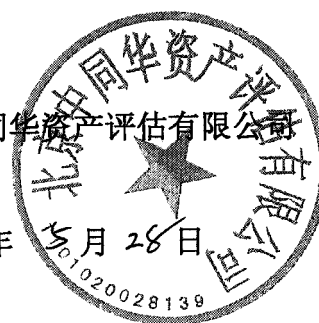
贺梅英

资产评估机构负责人：

季珉
季珉

北京中同华资产评估有限公司

2012年 5月 28日



六、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。

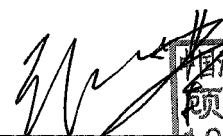
签字注册会计师：


张 力



江亮君

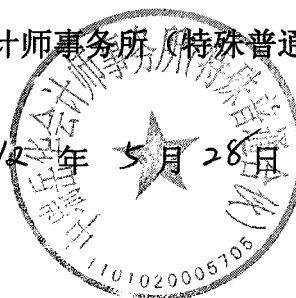
验资机构负责人：


顾仁荣



中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）

2012 年 5 月 28 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）发行人主要股东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、北京浩丰创源科技股份有限公司

地址：北京市海淀区蓝靛厂东路 2 号院 2 号楼 6 层 1 单元（A 座）7C

电话：010-82001150

传真：010-88878800-5678

联系人：杨志炯

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