

关于《请做好相关项目发审委会议准备工作的函》

有关问题的回复

中国证券监督管理委员会：

根据贵会 2017 年 1 月 3 日下发的《关于请做好相关项目发审委会议准备工作的函》的要求，江苏亨通光电股份有限公司（以下简称“亨通光电”、“公司”、“申请人”）就相关问题进行了补充说明，申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“保荐机构”）进行了进一步核查。现向贵会回复如下：

（本回复如无特别说明，相关用语与《申万宏源证券承销保荐有限责任公司关于江苏亨通光电股份有限公司非公开发行股票之尽职调查报告》具有相同的含义）

问题：针对大数据分析平台及行业应用服务项目，请申请人补充披露：**1、**效益测算中用户/服务发展计划家数和服务收费金额的确定依据，是否具有客观性。**2、**未来实现盈利是否存在重大不确定性，若存在请进行风险提示。请保荐机构对上述内容进行核查并发表意见。

回复：

一、效益测算中用户/服务发展计划家数和服务收费金额的确定依据，是否具有客观性

本项目三大应用方向的功能、服务内容、目标客户群与盈利模式的简要情况如下表：

应用方向		应用模块的功能与服务内容	盈利模式	目标客户群
互联网业务质量测评和精准营销	移动应用测评服务	进行客户端性能测评、代码及故障排查、网络监测及预警、IDC/CDN 监测及监控等服务，在 APP 使用过程中的时延、速率、卡顿等方面对 APP 质量作出测评并发现问题，为 APP 技术研发和质量改进提供客观依据	根据客户要求提供相应的服务分析报告，以年费形式收费	APP 厂商的研发技术部门
	互联网市场分析服务	基于 APP 用户使用信息的大数据分析 向 APP 的市场部门提供如用户活跃度、用户群构成、用户行为分析、		APP 厂商的市场营销部门

		变动趋势等等方面的市场排名或竞争状况分析,为 APP 的战略决策和营销决策提供依据和辅助	
	辅助营销服务	为 APP 提供其静默用户的特征标签,为客户针对静默用户的唤回提供营销路径	推送符合要求的静默用户及其特征标签,按推送次数收费
基于位置的区域性广告投放		为各类实体店商户提供基于位置的互联网广告投放,将需求方的位置信息与销售方的服务范围相结合,实现小范围内的精准广告投放,有利于快速提升知名度和营业额。	按照 RTB 竞价的方式(程序化购买广告)实现互联网广告精准投放,以年费形式收费
基于大数据分析的互联网投资调查		提供互联网行业投融资标的的行业情况与趋势、标的的真实运营情况,对决策过程提供有效的数据依据和辅助作用,有利于降低投资机构的投资风险。	提供分析报告和结果展现,其中:以常规指标为主的基本分析服务,以年费形式收费;根据客户个性化定制的附加分析服务,按次收费
			实体店商户
			进行互联网投资并购的投资机构

(一) 互联网业务质量测评和精准营销

互联网业务质量测评和精准营销业务的服务对象,主要是互联网企业的运营、市场、营销、战略和研发部门。公司面向互联网企业提供互联网应用的测评、市场分析和辅助营销服务。

1、用户发展计划和服务定价

考虑到市场行情、客户支付意愿等,根据客户群体划分的不同,执行不同的定价及服务策略,客户群体划分为大型客户和中小型客户。大型客户为月活跃量超过 500 万人,或即使未超过 500 万人但用户 ARPU 值较高因而具有较高支付意愿的互联网企业(如手游企业);其他为中小型企业。互联网业务质量测评和精准营销服务预测年销售均价(含税)如下:

客户群体	移动应用测评服务	互联网市场分析服务	辅助营销服务
大型公司	200 万元/家	50 万元/家	10 万元/家
中、小型公司	10 万元/家	8 万元/家	2 万元/家

用户发展计划如下:

单位:家

年份	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
移动应用测评					
大型客户	1	3	7	11	15
中、小型客户	30	200	500	1200	2,500
互联网市场分析					
大型客户	1	3	7	11	15

中、小型客户	20	150	380	850	2,000
互联网辅助营销					
大型客户	1	3	7	11	15
中、小型客户	60	420	1,000	2,200	4,800

2、用户发展计划和服务定价的依据

(1) 用户发展计划依据

APP 凭借其各种便捷的移动服务，逐渐融入人们日常生活，庞大的用户基础推动了手机 APP 的快速发展。根据 CNNIC 发布的第 38 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2016 年 6 月，中国的手机网民规模达到 7.1 亿人；根据三大运营商三季报，截至 2016 年 9 月底，我国 4G 手机用户规模达到 6.77 亿。互联网应用移动端的发展已超过 PC 端。据 comScore2015 年 7 月初的统计，移动端在线时间已占互联网时间的 56%。App Store、Google Play 和 Windows Phone 中国区的应用总量已分别超过了 120 万个、140 万个和 30 万个。据不完全统计，App Store 中国区每天新增应用 100-300 个。根据第三方机构 Adjust 在其报告《The undead App store: the course of discovery in 2015》中的调查研究结果，2014 年苹果中国区 App store 中的活跃 APP 的比率为 18.7%。假设基于 iOS 和基于 Android 的各一半，按此活跃度，则本应用所面对的 APP 数量的市场规模约 27 万个。

互联网经济下，用户是 APP 最宝贵的资源，用户活跃度越高的 APP 以及即使用户量不大但用户 ARPU 值越高的 APP，在服务质量、营销推广方面越是具有支付意愿，愿意不断进行服务质量的提高改善、不断投入营销推广以拥有更多的用户。

公司以月活跃量超过 500 万人，或即使未超过 500 万人但用户 ARPU 值较高的 APP 作为高价值客户。根据易观智库《2016 年 4 月移动 APP 排行榜 TOP 500》的数据，至 2016 年 4 月，活跃用户数在 500 万人以上的 APP 就有 279 家，与 2015 年 11 月的 199 家相比，增加了 70 家，增幅 40.20%。另尚有大量视频、游戏等高 ARPU 值的 APP。本应用在这一类客户中的五年发展计划为 1 家、3 家、7 家、11 家和 15 家。其他大量的 APP 在数量上完全能够消化本应用关于中小型 APP 的客户发展计划。考虑到 APP 对于质量测评的支付意愿一般高于市场分析服务，因此，接受移动应用测评服务的中小型 APP 客户数量略多于接受市场分析服务的客户数量。辅助营销能够帮助 APP 更精准地进行营销推广，且服务绝对金额较低，因此，预计用户数量将较多。

综上，本应用的用户发展具有清晰的客户定位，客户数量的预测基于现有的市场容量作出，具有客观性、合理性。

(2) 服务定价依据

① 移动应用测评

目前，APP 厂商大多采购第三方测评服务，目前所采用的技术实现手段主要为软件开发工具包（简称“SDK”），即通过在 APP 程序里植入 SDK 代码的方式采集和获取使用数据。由于代码的植入会涉及研发改动，也会影响 APP 的使用，而且随着 APP 安全意识的增强，这种代码植入监测方式的推广难度有所增加。本项目的移动测评应用是通过对客观的网络运营数据的挖掘和解析，对 APP 使用过程中出现的问题进行监测，并将监测分析提交给客户。该应用对目前的第三方测评服务具有替代性。

优网科技在项目前期准备和开发过程中，接触到部分 APP 企业，了解到其用于 APP 测评的目前年投入情况如下：

公司	2016 年预算（万元）	APP 用户月活跃度/规模	APP 内容
A	450	5000 万以上, 拥有 10 款以上 APP	视频、新闻、汽车等
B	400	约为 460 万, 拥有 10 款以上 APP	多款游戏
C	40	约为 50 万, 拥有 2 款 APP	创业资讯
D	30	约为 50 万, 1 款 APP	贵金属投资
E	20	约为 50 万, 1 款 APP	英语教学
F	15	约为 50 万, 1 款 APP	整形美容

根据查询第三方测评公司网页公开资料，如听云 APP 测评服务月服务收费每款 1.75 万元，且限定为用户月活跃度 5 万以下，则每款 APP 年测评费为 21 万元。

本项目移动测评服务的定价为大型客户 200 万元/年，中小型客户 10 万元/年。由于大型客户的 APP 用户月活跃度很高（500 万以上），需要的数据量和数据处理能力要求更高，价格则更高。因此，该定价具有客观性和合理性。

② 互联网市场分析

本应用是基于 APP 用户使用信息的大数据分析，向 APP 的市场部门提供如用户活跃度、用户群构成、用户行为分析、变动趋势等等方面的市场排名或竞争状况分析，为 APP 的战略决策和营销决策提供依据和辅助。相对于没有数据提供参考而是靠直觉和过往经验作出决策，利用大数据分析则可以更客观、更快速地对业务和市场把脉，制定出切合实际的产品发展或调整方向、精准营销路径。

目前，第三方互联网咨询机构在网上公布的单份行业报告价格在 5,000-20,000 不等，且是概览性的、年度的。定制化报告则在 10 万元或以上，如艾瑞咨询 2015 年发布的《2015 年 VIVA 畅读媒体价值研究报告》是为 VIVA 定制的，主要依据 2015 年 4 月通过艾瑞 iClick 社区在线用户调研所获得的数据，深入分析 VIVA 媒体特性、用户使用行为及属性特征，并适当给予建议和预测，该报告定价 10 万元。本应用，均为针对客户所定制，根据客户对时间粒度的要求提供用户数量和变化情况、用户结构、属性特征、安装卸载情况、以及行业排名、重合分析等等，系一年多次（至少按照每季度更新一次，按照客户需求还可以按月、按周、按日来提供数据）的客观数据分析、深度分析（包括自身用户分析，行业竞争分析）。因此，对于大型 APP 客户预测年均收费 50 万元，对于中小型 APP 客户年均收费 8 万元，该价格预测是客观且谨慎合理的。

③互联网辅助营销

辅助营销服务是就静默用户占比、逃向判断、静默用户业务特征进行画像识别，形成标签，并对空白用户历史业务分析及标签信息进行分析，不仅可以探求用户“逃离”的原因，还可以跟踪静默用户的逃离方向。APP 企业的运营及市场分析部门在了解到用户的属性和特征信息后，能够“迎合用户喜好”地制定出精准推送、精准营销的策略，实现静默用户唤回、空白用户获得，进而提高 APP 的留存率，增加用户活跃度。

辅助营销服务是按照推送 APP 用户特征信息的次数向 APP 收费，预测每年可实现平均每家大型客户贡献服务费收入 10 万元，平均每家中小型客户贡献服务费收入 2 万元。

本服务确定每条收费 0.4 元（略低于查询到的目前市场上的第三方唤醒方案中每条推送 0.5-0.8 元的费用），即对于大型客户每年每家平均推送 25 万条静默用户特征信息，对于中小型客户每年每家平均推送 5 万条静默用户特征信息。根据行业经验值，APP 流失率至少为 10%，月活用户 500 万人以上的 APP 每年的静默用户则为 600 万人次，每年推送 25 万条静默用户特征信息是完全可行的；同理，对中小型客户每年每家平均推送 5 万条静默用户特征信息也是可行的。

因此，上述服务费用的预测是基于目前的市场行情、类似服务内容以及相应的价格所作出，具有客观性。

（二）基于位置的区域性广告投放

我国具有庞大的消费品市场，虽然网络消费快速增长，但诸如餐饮、健身、娱乐、培训等实体依赖性消费领域仍然拥有巨大的市场容量，该领域的商户对于带有位置信息的目标消费群体的精准广告投放的需求很大，但目前仍局限于派发小广告或传单、人工电话、区域范围内的平面广告、短信推广、论坛发帖等广撒网的模式，不能根据用户的真实需求形成精准推广。

本项目是基于移动端的数据，根据用户线上行为和定位挖掘功能，提炼用户偏好以及其活动区域，根据商家的特点选择不同时段的广告竞价方式，实现用户区域性的广告推送，实现精准的用户投放，减少广告主的广告投放成本。如某餐馆需要进行广告投放时，其服务范围在3公里以内，大数据技术则会自动将数据库内用户的偏好和活动区域与餐馆目标客户条件相匹配，如果匹配则在工作日中午向工作用户投放广告。大数据技术实现了时间维度、个体喜好、地理维度、服务范围的相互结合，实现精准营销，比传统广告形式降低了成本，提升了广告受众向实际消费的转化率。

优网科技在程序化购买广告市场，采取了差异化的市场定位与策略，发挥自身全数据的优势，基于位置信息进行大数据分析，将需求方的位置信息与销售方的服务范围相结合，为广大中小型实体店、提供区域性消费服务的商户在其服务范围内向潜在目标消费群推送移动端的广告，达到少量投入、精准投放的效果。本项目产品的推出能够较好地满足实体店商户利用程序化购买广告的形式实现精准投放的需求。

本应用获取的是广告服务收入。

1、用户发展计划和服务定价

优网科技根据客户规模、广告预算及支付意愿等，将客户群体划分为大型广告主、中型广告主和小微型广告主。预计这三类广告主在本应用的广告投放服务费能够达到100万元、50万元和0.3万元（含税）。

用户发展计划如下：

年份	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
小微型广告主	400	3,500	12,000	32,000	80,000
中型广告主	5	40	80	150	250
大型广告主	1	2	4	9	15

2、用户发展计划和服务定价的依据

（1）用户发展计划依据

本应用面向的市场为北京、上海、河北、天津、广东和江苏共六个省/市的实体店商户，并逐年增加推广力度。根据计划，第一年重点在北京推广，第二年在北京和上海推广，第三年增加河北和天津，第四年增加江苏，第五年增加广东。上述地区均为国内经济较为发达的地区，个体消费及对互联网经济的接受程度处于较高水平。

实体店商户的数量数以万计，以餐饮行业为例，数量和规模都快速发展。如北京市在 2015 年初有餐饮商家 10.37 万家，2016 年 6 月底为 17.43 万家，每年均有大量的关闭和新增，在如此激烈的竞争环境下，存量商户和大量新生的商户对于区域营销推广服务均具有更有迫切的需求。公司第一年小型商户推广数量为 400 家，中型商户为 5 家，大型商户为 1 家，而且针对餐饮、健身、美容美发等诸多实体店服务对象，面对庞大的快速增长的实体店商户市场，公司的客户计划是可行的。进入第二年以后，随着产品服务的完善成熟，市场影响力逐步体现，业务量预计会快速增长。

优网科技拟通过自建销售团队、与渠道代理合作、网络营销以及活动营销等方式进行产品推广，吸引客户：

自有渠道：公司自建销售团队，团队核心人员均具有互联网行业多年的销售经验，具备较广的销售渠道。

代理渠道：在本项目的产品具备初步功能并正式发布后，公司还可以采用代理商方式进行全面的推广。

互联网渠道：本项目产品部分为精准营销类（如基于位置的区域性广告投放），开发完成后，公司将具有广告精准投放的能力，为客户进行广告精准投放的同时，也可以为自己的产品进行精准营销和推广。

活动营销：公司将通过举办公开的产品发布会的形式，面向目标客户进行信息发布。

综上，该应用的用户发展计划具有可实现性，是客观合理的。

（2）服务定价依据

本应用的大型广告主定位于知名品牌连锁店，具有可观的收入规模，如百盛、真功夫等大型连锁商超、餐饮；中型广告主定位于区域性的连锁商铺，如连锁餐

饮、连锁超市、健身场所、亲子教育、美容美发等；小微型广告主定位于特色商铺、或年营收达到 10 万元以上实体店。

参考工信部、国家统计局、发改委、财政部联合制定的《关于印发中小企业划型标准规定的通知》中对于零售业、餐饮业的划分标准，本应用的小微型广告主年收入为 10-100 万元，中型广告主年收入为 100-20,000 万元，大型广告主年收入为 20,000 万元以上。

不同的行业和不同的企业规模，广告投入的占比存在较大差异，较难获得标准的统计数据。通过查询日常消费品上市公司公开资料，2015 年广告费用在营业收入中的占比平均为 3.1%。由于上市公司规模普遍较大（样本中上市公司绝大多数年销售额在 5 亿元以上），广告或宣传投入绝对金额高（多在数千万至几亿），但占收入的比重相对较低。

在上述依据的基础上，就本应用的年服务费进行了预测，具体如下：

① 大型广告主服务费依据

根据本应用中大型广告主收入规模定位，谨慎预测年平均营收为 2 亿元，预测广告投入在营收中的占比平均为 4%（由于收入规模平均较上市公司小，因此广告费占比较查询的上市公司的广告费占比高 1 个百分点）。程序化购买由于其精准投放的原理，投放转化率较高，成为互联网广告越来越重要的形式。有资料显示，美国宝洁已将 75% 的数字广告预算用作程序化购买，而美国运通甚至把这个比例提高到了 100%。区域性实体店广告主，由于其经营销售受到地域限制，基于位置的程序化购买将因其精准度高而受到青睐。与此同时，与互联网广告投放相比，传统媒介的广告投放正在快速下滑。在此，预计本项目目标客户的广告预算中 50% 将投入基于位置的程序化购买广告，即 400 万元。在此广告主投入预算中，除去广告投放费用、广告交易平台的费用等，谨慎预测本服务可获得 25% 的服务费收入，即 100 万元。

② 中型广告主服务费依据

根据本应用中中型广告主收入规模定位，谨慎预测年平均营收为 8,000 万元。由于规模中等，预测广告投入在营收中的占比平均为 5%（较查询的上市公司的广告费占比高 2 个百分点）。同样，预计目标客户的广告预算中 50% 将投入基于位置的程序化购买广告，即 200 万元。在此广告主投入预算中，本项目的服务可

获得其中的 25%，即 50 万元。

③ 小型广告主服务费依据

根据小型广告主收入定位，假设平均年营收为 50 万元。虽然规模较小，但考虑到该类客户广告投放渠道有限，也少有品牌推广，且因规模有限广告投放意愿没有大中型广告主强烈，因此预测广告投入在营收中的占比平均仅为 3%。但也正由于广告投放渠道有限，如通常看到的是发纸质小广告、发短信、论坛发帖等方式进行推广，基于位置的区域性广告投放推出后，能够较好地替代现有的广告宣传方式，因此预计目标客户的广告预算中 80% 将投入到基于位置的广告投放，即 1.2 万元。在此广告预算中，本项目的服务可获得其中的 25%，即 0.3 万元。

因此，基于位置的区域性广告投放的服务费根据目标客户可能的广告投入意愿和预算进行预测，具有客观性和可实现性。

（三）基于大数据分析的互联网投资调查

1、用户发展计划和服务定价

基于大数据分析的互联网投资调查分为基础分析服务和附加分析服务。

基础分析服务是通过网络渠道直接获取和解析的数据，通过不同维度的分类进行数据存放和数据分析，以类似“数据魔方”的组合提供相应的服务，如用户量统计、用户下载量、用户活跃度、用户分布等常规指标，客户可以根据需要选择标准化的服务内容。预测上述服务的年销售均价（含税）为 15 万元。

附加分析服务是指根据客户个性化定制，进行指标统计，以客观统计结果辅助投资决策。如投资机构锁定了某互联网标的企业，可就该标的企业 APP 的访问情况进行甄别、分析，挖掘出标的企业关键的用户、区域、行为、黏性等指标及其分布情况、动态变化情况等，增加数据调用时间粒度和维度，就该标的企业的运营情况进行深入尽调。附加服务按次数收费，预测销售均价（含税）为 15 万元/次。

用户/服务发展计划如下：

年份	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
基础分析服务（家）	10	70	180	400	850
附加分析服务（次）	8	50	120	260	520

2、用户发展计划和服务定价的依据

（1）用户发展计划依据

本项目中基于大数据分析的互联网投资调查业务的服务对象，主要是以互联

网行业作为投资方向的投资主体。据 CVSource 的网站显示，其覆盖 6,000 家 VC/PE、券商、战投类投资机构、8,000 位投资人、4,900 支股权投资基金、3,600 家有限合伙人机构的跟踪与分析。保守估计，本应用目标用户市场的投资机构超过 10,000 家。据金融时报统计，2015 年中国互联网行业融资案例 1,105 宗，环比增长 316.28%，并购 836 宗，同比增长 54.24%，全年合计互联网投融资并购案例超过 1,900 宗。

本项目计划第一年末产品上线，由于是市场推广初期，仅预测 10 家投资机构购买基础分析服务，第 2 年增加 60 家，第 3、4、5 年随着产品的逐步成熟，用户发展计划均较上年翻一倍以上，但增长率逐年下降。预测第一年附加分析服务发生 8 次，第 2 年发生 50 次，第 3 年及以后每年较前一年增加约一倍。

根据前述关于投资机构数量和互联网投融资并购案例数量的统计数据，假设 2015 年投资机构 10,000 家，每年以 5% 的增长率增长，2015 年互联网投融资案例 1,900 宗，每年以 20% 的增长率增长，本项目该应用预测的市场占有率如下：

年份	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
基础分析服务（家）	10	70	180	400	850
全国投资机构数（家）	11,025	11,576	12,155	12,763	13,401
增长率	5%	5%	5%	5%	5%
预测的基础分析服务的市场份额	0.09%	0.60%	1.48%	3.13%	6.34%
附加分析服务（次）	8	50	120	260	520
全国互联网并购投资交易数（宗）	2,736	3,283	3,940	4,728	5,673
增长率	20%	20%	20%	20%	20%
预测的附加分析服务的市场份额	0.29%	1.52%	3.05%	5.50%	9.17%

因此，本应用对于用户发展计划的预测客观、合理。

（2）服务定价依据

该应用主要以结果展现或提供分析报告的形式向投资机构提供统计分析服务，通过不同维度的分类进行数据存放和数据分析，如用户量统计、用户下载量、用户活跃度、用户分布等常规指标，最真实地反映移动互联网应用的用户情况及发展状况，投资机构可以通过基础服务了解到各行业移动互联网应用的情况，借此发现感兴趣的行业应用领域或投资标的。目前，某些第三方互联网咨询机构在网上公布的行业报告价格在 5,000-20,000 不等，且是单次的、概览性的、年度的静态报告。而本应用可根据用户需要提供不同时间粒度的动态数据（根据客户需求按季度、按月、按周进行更新），且涉及到多个行业（如视频、游戏、汽车、

新闻、社交、购物、母婴亲子、网络金融、医疗健康等等)。年费均价预测为 15 万元，公司认为是较具竞争力和可行性的。

附加分析服务是指根据客户需求进行的个性化定制，往往用于锁定标的后的尽调或投后管理，提供更精准的决策依据。传统的并购融资活动中，财务调查是投资决策的重要工作，一般审计费用较低也要在 10-20 万。而对于互联网企业来说，现时的报表数据未必能够反映企业价值，用户资源才是最核心的资产或资源，是估值的依据，本应用的附加分析服务则是深挖标的的相关用户指标，客观真实地反映标的的用户资源和发展潜力。基于此，附加分析服务均价预测为 15 万元/次，是客观合理的。

因此，服务费收入的预测在比较了行业现有的服务收费标准和服务内容基础上作出，具有客观性和合理性。

综上所述，大数据分析平台及行业应用服务项目的用户发展计划和服务价格的预测具有客观性。

二、未来实现盈利是否存在重大不确定性，若存在请进行风险提示。

回复：

本项目的实施主体为优网科技的全资子公司优网助帮。优网科技是国内专业的大数据分析与应用、网络安全、网络优化等业务综合解决方案提供商，自 2005 年成立起就一直致力于移动通信行业中信令数据的采集、解码、挖掘和对通信网络行业应用的开发，具有技术、团队、客户资源与项目经验等方面的大数据业务基础。

自 2013 年大数据概念开始普及，国内大数据领域在电信、互联网、金融、电商等信息化领先行业的引导和带动下，聚集了 BAT 等龙头企业和一批互联网创新企业，创新应用层出不穷。目前大数据分析行业市场竞争格局未定，未来 2-3 年是各大数据服务提供商谋求快速发展、“跑马圈地”的关键时期。

为抓住市场机遇，近年来，优网科技已针对多个垂直行业的专项应用进行了数据挖掘分析技术的研发，在分词技术、多维度用户精准画像技术、用户行为识别技术、用户生活圈和工作圈识别技术、用户路径识别技术、构建基础标签体

系和相关接口调用等基础技术工作上都取得了一定的成果，也在相关行业实现了部分应用。如在人流量分析、广告精准投放、用户行为分析等方面为电信运营商、广告媒体、政府部门等提供技术服务。

本次投入是针对“互联网业务质量测评和精准营销”、“基于位置的区域性广告投放”和“基于大数据分析的互联网投资调查”三个应用开发统一的技术平台，并进行市场推广和运营，突破目前局限于定制化技术输出服务和零散性应用的瓶颈，向大数据行业服务领域深入拓展，实现快速发展。这三个应用是优网科技根据业务经验和了解到的用户需求作出的市场发展判断，效益的预测具有客观性和合理性。但我国的大数据产业刚处于起步阶段，互联网发展瞬息万变，创新应用层出不穷；本次项目尚处于开发阶段，该项目开发是否能够达到预期效果、开发完成后公司是否能够抓住机遇实现市场推广计划以及是否能够实现预期收益确实也具有一定的不确定性。

现就本募投项目预期效益存在不确定性的风险揭示如下：

大数据分析平台及行业应用服务项目是针对“互联网业务质量测评和精准营销”、“基于位置的区域性广告投放”和“基于大数据分析的互联网投资调查”三个应用开发统一的技术平台，并进行市场推广和运营，突破目前局限于定制化技术输出服务和零散性应用的瓶颈，向大数据行业服务领域深入拓展。优网科技及其全资子公司优网助帮已具备良好的技术和团队基础，项目已经进入开发阶段并正有序推进；三个应用方向是优网科技基于业务技术经验以及了解到的用户需求信息作出的判断和选择，市场推广计划和服务定价根据预计的用户需求、支付意愿等预测确定，具有合理性。但我国的大数据产业刚处于起步阶段，互联网发展瞬息万变，创新应用层出不穷；本次项目尚处于开发阶段，该项目开发是否能够达到预期效果、开发完成后公司是否能够抓住机遇实现市场推广计划以及是否能够实现预期收益均具有一定的不确定性。如果在本项目实施过程中，行业中出现新的替代性的应用模式或技术实现方式、或产品开发完成后效果未达预期、或市场推广计划未达预期等，将可能对本次募投项目效益的实现产生不利影响。

三、保荐机构核查意见

通过查阅优网科技相关业务合同、查阅行业公开资料、与公司相关人员进

行访谈、沟通等方式，就大数据分析平台及行业应用服务项目的收入预测进行了核查。

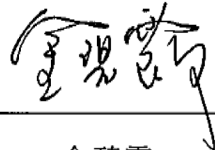
经核查，保荐机构认为：亨通光电本次“大数据分析平台及行业应用服务项目”的实施主体为优网科技的全资子公司优网助帮，具备良好的大数据技术和团队基础，本项目主要在已有的基础上进行大数据挖掘支撑技术平台的开发以及三个应用的开发和运营。三个应用方向是优网科技基于业务技术经验以及了解到的用户需求信息作出的判断和选择，并基于产品服务的市场容量、用户需求、目前类似服务的内容和价格等，就项目的用户发展计划和每年的服务费收入进行了预测，该预测具有一定的客观性和可实现性。虽然公司是基于目前的市场行情及对应用的理解作出了预测，但考虑到大数据产业刚刚起步，各种应用创新不断，因此就募投项目效益实现的不确定性补充进行了风险揭示。

(本页无正文，为申万宏源证券承销保荐有限责任公司《关于<请做好相关项目发审委会议准备工作的函>有关问题的回复》之签署页)

保荐代表人（签名）

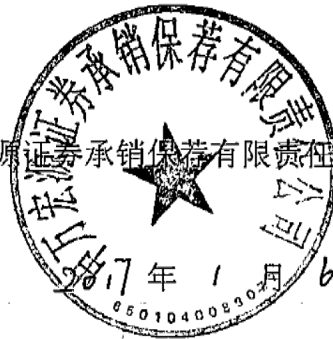


廖 晏



金碧霞

保荐机构：申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2017年1月6日

(本页无正文，为江苏亨通光电股份有限公司《关于<请做好相关项目发审委员会准备工作的函>有关问题的回复》之签署页)

江苏亨通光电股份有限公司

2017年7月6日

