

北京掘金客信息科技股份有限公司

(北京市海淀区知春路 51 号 1 幢 408)



关于北京掘金客信息科技股份有限公司 申请首次公开发行股票并在创业板上市 的审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



中原证券股份有限公司

郑州市郑东新区商务外环路 10 号中原广发金融大厦

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 10 月 30 日出具的《关于北京挖金客信息科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010683 号）（以下简称“审核中心意见落实函”）已收悉。北京挖金客信息科技股份有限公司（以下简称“挖金客”、“发行人、”“公司”）与中原证券股份有限公司（以下简称“中原证券”、“保荐机构”）、国浩律师（北京）事务所（以下简称“国浩律师”、“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚会计师”、“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核中心意见落实函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《北京挖金客信息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（申报稿）》（以下简称“《招股说明书》”）中的释义一致。

本审核中心意见落实函的回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

目录	3
问题 1 关于增值电信业务	4
问题 2 关于收购	36
问题 3 关于《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》	47
问题 4 关于移动信息化服务	57
问题 5 关于商誉	95
问题 6 关于增值电信业务	99
问题 7 关于主营业务结构变动	123
问题 8 关于审计截止日后财务数据	128

问题 1 关于增值电信业务

发行人的增值电信业务包括话费结算业务、信息交互类业务。其中，话费结算业务的应用场景包括游戏消费、视频会员充值等；信息交互类业务的应用场景包括益智答题等。

请发行人：（1）结合三大电信运营商话费结算业务、信息交互类业务的开展情况补充披露发行人增值电信业务的竞争状况、客户主要为中国移动的原因，发行人为电信运营商提供话费结算业务、信息交互类业务的主要竞争对手情况，发行人与上述主要竞争对手的业务模式、收益分成方式、比例是否存在差异；

（2）补充披露报告期内发行人话费结算业务、信息交互类业务的具体应用场景、终端用户群体，以及各应用场景的收入金额及占比，招股说明书有关发行人话费结算业务应用场景包括优酷会员、网易云音乐会员、王者荣耀点券/道具充值的描述是否准确；

（3）结合话费结算业务开展流程补充披露发行人话费结算业务各环节中面临的主要法律及合规风险，同时结合新修订的未成年人保护法的具体规定，披露发行人的业务是否违反上述规定或存在（潜在）风险，在游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施，报告期内实际退款情况（含游戏、会员等各类退款）以及发生退款时发行人与电信运营商、渠道供应商的资金结算方式；

（4）补充披露发行人分成至渠道商的金额在渠道商与 APP 等应用的划分情况，考虑 APP 选择微信支付宝和银行卡等仅支付少量手续费而选择话费支付模式时仅收取发行人给渠道分成款项中的一部分，分析 APP 应用开放选择与发行人采用话费结算模式的合理性及商业逻辑，披露发行人报告期内该业务对应的主要 APP 及其他应用的情况，说明其业务的合规性。

请保荐人和发行人律师对上述事项发表明确意见。

【回复】

（1）结合三大电信运营商话费结算业务、信息交互类业务的开展情况补充披露发行人增值电信业务的竞争状况、客户主要为中国移动的原因，发行人为电信运营商提供话费结算业务、信息交互类业务的主要竞争对手情况，发行人与上述主要竞争对手的业务模式、收益分成方式、比例是否存在差异。

一、话费结算业务、信息交互类业务发展及发行人增值电信业务竞争情况

1、三大电信运营商话费结算业务、信息交互类业务的开展情况

(1) 电信运营商开展增值电信业务的总体情况

话费结算业务、信息交互类业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品。三大运营商是增值电信业务的运营主体，增值电信业务已开展多年，产业链各环节的参与者众多，业务模式和合规管理均相对成熟。以中国移动为例，除语音、流量、宽带等传统业务之外，应用与信息服务业务的收入从 2017 年的 607 亿港币上升到 2019 年的 825 亿港币，年复合增长率约为 16.6%，此类业务收入占其营业收入的比例也从 2017 年的 8.2% 上升 2019 年的 11.1%，增值电信业务整体市场规模可观。

(2) 电信运营商信息交互类业务开展情况

中国移动于 2003 年率先开始发展信息交互类业务，中国联通随后开始尝试介入，截止目前中国电信尚未开展此项业务。根据中国移动该类业务主管部门提供的数据，2019 年该业务的市场整体规模约为 11 亿至 15 亿元，其中，中国移动是信息交互类业务的主要参与者，目前市场份额约 90%。

(3) 电信运营商话费结算业务开展情况

三大运营商均基于各自平台开展话费结算相关业务。

中国移动的话费结算业务主要通过江苏基地、咪咕、和包等平台开展。其中，江苏基地的话费结算业务是为手机各类 APP 内购买游戏、视频、电子书、软件等提供支付方式；咪咕主要针对中国移动旗下音乐、视频、阅读、游戏、动漫数字等平台开展话费结算业务；和包是中国移动开展的一项综合性移动支付业务，其中包括部分话费结算业务。

中国联通的“沃支付”平台包含部分话费结算业务，中国电信的“翼支付”平台包含部分话费结算业务。

2、中国移动江苏基地业务发展

中国移动增值业务分为九大业务基地，其中，江苏基地负责全国范围内 12580（综合信息服务）、12590（语音杂志¹）和手机游戏类业务的开展。

江苏基地自 2003 年开始运营信息交互类业务，目前共有超过 200 家合作伙

¹中国移动语音杂志业务（简称“12590”）是中国移动为用户提供的以语音服务为主以短、彩信等多种服务形式为辅的移动增值业务，包括信息交互、话费结算等业务。

伴，业务范围涵盖政府公益、行业应用、教育培训等领域。根据对中国移动该业务主管部门的访谈及公开资料披露，信息交互类业务属于较为传统、成熟的产品类型，目前市场规模相对稳定，年均业务量达 10 亿至 13 亿之间。

2015 年江苏基地开始逐步发展话费结算业务等项目，话费结算业务启动后整体发展良好，根据该业务主管部门提供的数据，该基地目前此类业务每年规模超 5 亿元，服务近亿用户。

3、发行人增值电信业务竞争情况

发行人的信息交互类业务和话费结算业务围绕中国移动江苏基地展开。

目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商约 200 家，按照中国移动评级管理标准，其中约 40 家优秀级别的供应商是发行人的主要竞争对手。

目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近 10 家，是发行人的主要竞争对手。

在中国移动江苏基地的合作方考核中，发行人是 2018 年三季度以来是唯一连续每个季度均被评为 A 级的供应商。

二、发行人客户主要为中国移动的原因

1、中国移动市场规模最大

2019 年三大运营商中，中国移动移动用户总数达 9.4 亿，中国电信移动用户数量达 3.4 亿，中国联通移动用户总数达 3 亿，中国移动的用户占比约为 60%，位居三大运营商之首。在增值电信业务中，中国移动的优势更加明显，以信息交互业务为例，中国移动市场份额约 90%。

2、服务中国移动是公司的最优选择

发行人具备为运营商各类增值电信业务提供服务的能力，不局限于中国移动的单一业务类别。在发展初期，发行人亦与中国联通和中国电信建立合作，但由于中国联通和中国电信的用户数量较少，发行人与中国联通、中国电信的业务合作规模增长较慢、推广转化率低，如同样成本的广告投放，中国联通和中国电信受众用户远少于中国移动，导致投入产出较低。发行人基于战略规划、业务发展等多方面综合考虑，在履行完毕与中国联通、中国电信已签订的合同后经友好协商选择不再为其提供服务。发行人成立以来，与中国联通、中国电信的合作情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020年 1-6月	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年
1	中国联合网络通信集团有限公司	-	-	21.78	36.2	67.82	134.22
	-联通信息导航有限公司	-	-	21.78	36.2	32.7	-
	-中国联合网络通信有限公司	-	-	-	-	35.12	134.22
2	中国电信集团有限公司	-	-	41.66	85.55	71.16	-
	-天翼电子商务有限公司上海分公司	-	-	-	4.2	71.16	-
	-中国电信股份有限公司增值业务运营中心	-	-	41.66	81.34	-	-
合计		-	-	63.44	121.75	138.98	134.22

3、发行人与中国移动合作持久稳定，已形成业务资源壁垒及运营经验优势

发行人自 2014 年与中国移动建立合作开始，双方合作稳定、持续、良好。发行人在合作期间，形成了业务资源壁垒及运营经验优势，在中国移动江苏基地保持评级不断上升，获得了基地更加广泛的、资费更高的业务类型，得到了中国移动更多的资源支持，发行人选择与中国移动深度合作有助于提高发行人此项业务的转化效率及稳定发展。

三、发行人与主要竞争对手的竞争情况

1、主要竞争对手的基本情况

根据中国移动公开披露文件及江苏基地公告的《优秀合作伙伴分层分级评级结果》清单，发行人话费结算业务、信息交互类业务的主要竞争对手列举如下：

序号	公司名称	从事话费结算业务	从事信息交互类业务	基本情况
1	北京互动时空通讯技术有限公司	是	是	成立于 2003 年 11 月，注册资本 1,650 万元，专注于互联网和移动通讯技术的开发和应用，是中国领先的手机游戏开发商和发行商。
2	北京龙腾鼎宸科技有限公司	是	是	成立于 2010 年 3 月，注册资本 1,000 万元，拥有多年厂商推广渠道经验，拥有十余款优质游戏产品，同时也是中国移动优质合作伙伴。
3	北京网科视通信息技术有限公司	否	是	成立于 2004 年 7 月 16 日，注册资本 1,000 万元，主要从事无线信息增值服务、无线应用服务。
4	北京彦成文化有限公司	是	是	成立于 2015 年 5 月，注册资本 1,000 万元，是行业领先的娱乐互动平台。
5	新华网股份有限公司	否	是	新华社控股的传媒文化上市公司（新华网，603888.SH），成立于 2000 年 7 月，注册资本 51,902.936 万元，开展网络广告、信息服务、移动互联网、网络技术服务和数字内容等主营业务。

序号	公司名称	从事话费结算业务	从事信息交互类业务	基本情况
6	北京中投视讯文化传媒股份有限公司	否	是	成立于2007年10月8日,注册资本10,157万元,是中国互联网新闻中心(中国网)控股的新媒体运营公司。主要从事内容集成、节目制作、产品研发、推广运营等业务。
7	人民网股份有限公司	否	是	人民日报社控股的上市公司(人民网,603000.SH),成立于2005年2月,注册资本110,569.1056万元,从事的主要业务包括广告及宣传服务、移动增值业务、信息服务和技术服务。
8	北京明顶信息技术有限公司	否	是	光明网参股子公司,成立于2013年8月,注册资本1,000万元,主要从事增值电信业务中的信息服务业务。
9	兆荣联合(北京)科技发展有限公司	否	是	龙力退(002604.SZ)的全资子公司,成立于2005年8月,注册资本5,000万元,是以移动增值服务为业务核心的高新技术企业。成立于2010年3月,注册资本1,000万元,拥有多年厂商推广渠道经验,拥有十余款优质游戏产品,同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。
10	北京烽火万家科技有限公司	否	是	成立于2013年3月21日,注册资本1,241.975万元,是一家一站式云通讯服务提供商。
11	北京德盛网络科技有限公司	否	是	成立于2010年2月4日,注册资本1,000万元,具有较强的电信增值业务平台开发技术实力,以及丰富的电信增值服务运营经验。
12	北京网高科技股份有限公司	否	是	成立于2005年12月,注册资金1000万。是一家服务于中国及全球华人互联网及手机用户的在线媒体及增值资讯服务提供商。
13	山东华企通网络科技有限公司	否	是	成立于2011年6月,注册资本1000万元,主要从事移动互联网计费解决方案与推广渠道推广,着力发展手机业务的行业应用。
14	中青英创(北京)教育科技有限公司	否	是	成立于2012年4月23日,注册资本1,000万元,是一家推广和应用服务公司。
15	中国青年出版总社有限公司	否	是	成立于1999年3月30日,注册资本7,791万元,是一家综合的网络、杂志和图书出版、发行、编辑等服务的提供商。
16	北京中国网传播有限公司	否	是	成立于2003年7月22日,注册资本1,954.3267万元,是一家国务院新闻办公室领导,中国外文出版发行事业局管理的国家重点新闻网站运营公司。
17	北京秦泽博远信息技术有限公司	否	是	成立于2005年11月4日,注册资本1,000万元,是一家领先的增值电信服务提供商。
18	浙江昉寅科技有限公司	否	是	成立于2010年12月27日,注册资本1,000万元,是一家优秀的移动互联网综合解决方案提供商

序号	公司名称	从事话费结算业务	从事信息交互类业务	基本情况
19	振戎信通（北京）科技发展有限公司	否	是	成立于2012年10月18日，注册资本1,000万元，是一家以增值电信服务为经营核心的领先企业。
20	北京智灵天下科技有限公司	否	是	成立于2009年10月9日，注册资本100万元，是一家为客户提供全面的推广和通讯服务的优秀企业。
21	南京玛卡珑信息技术有限公司	否	是	成立于2013年11月28日，注册资本100万元，是一家优秀的电信业务经营企业。
22	南京制优汇信息科技有限公司	否	是	成立于2014年8月1日，注册资本是1,000万元，拥有多年厂商推广渠道经验，同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。
23	上海长戎兴信息技术有限公司	否	是	成立于2014年8月1日，注册资本是1,000万元，是一家从事网络信息技术服务的企业。
24	北京满疆科技开发有限公司	否	是	成立于2005年6月7日，注册资本3,005万元，是一家推广和应用服务公司。
25	上海帝云网络科技有限公司	否	是	成立于2005年3月10日，注册资本1,000万元，是一家优秀的互联网文化信息服务提供商。
26	北京易惠买网络科技有限公司	否	是	成立于2011年5月6日，注册资本1,000万元，是一家新兴电子商务经营公司。
27	北京博睿赛思信息系统集成有限公司	否	是	成立于2008年4月22日，注册资本1,000万元，是一家移动数字营销方案平台供应商。
28	北京海星联众文化传媒有限公司	否	是	成立于2016年10月27日，注册资本500万元，是一家多元化文化传播公司。
29	南京我的网网络信息有限公司	否	是	成立于2001年1月2日，注册资本1,000万元，是一家优秀的电信增值服务企业。
30	广州得微电子有限公司	否	是	成立于2012年8月31日，注册资本100万元，是一家以增值服务业务为核心的优秀公司。
31	北京协同阳光信息技术有限责任公司	否	是	成立于2008年6月27日，注册资本1,000万元，是一家以增值服务业务为核心的优秀公司。
32	北京多多娱科技有限公司	否	是	成立于2015年7月14日，注册资本1,000万元，是一家优秀的电信业务经营企业。
33	南京红泉信息服务有限公司	是	是	成立于2004年7月30日，注册资本1,000万元，是一家提供移动终端应用软件及游戏等研发外包服务的专业公司。
34	福建博士通信息有限责任公司	是	是	成立于1999年04月07日，注册资本1,000万元，是优秀的移动互联网综合解决方案提供商。
35	大唐高鸿通信技术有限公司	是	是	高鸿股份（000851.SZ）的全资子公司，是以移动增值服务为业务核心的领先企业。
36	北京联盛捷讯科技有限公司	是	是	成立于2013年3月6日，注册资本1,000万元，拥有多年厂商推广渠道经验，同时也是移动江苏基地优质合作伙伴。

根据对中国移动江苏基地业务相关负责人的访谈，发行人对中国移动江苏基

地话费结算业务、信息交互类业务两类业务合计的销售规模在江苏基地这两类业务采购中排名在前 10 名以内。

2、发行人与上述主要竞争对手的业务模式、收益分成方式、比例不存在差异

发行人及竞争对手与江苏基地建立合作均须通过中国移动统一的公开招募流程并签订基地的制式合同、业务合作模式均须符合江苏基地关于采购业务的各项规范。因此，发行人与主要竞争对手的业务模式不存在重大差异。

根据江苏基地发布的《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》，语音杂志业务包括话费结算、信息交互等多项增值电信业务，由江苏基地 12590 语音杂志平台开展，其中“12590 业务商务模式采用分成模式，对于应用提供商（AP）类合作伙伴，中国移动分成比例原则上不低于实收信息费的 30%，合作方不高于产品收入的 70%。”同时根据对中国移动江苏基地业务相关负责人的访谈，江苏基地对所有同类合作商的分成比例一致，均为：中国移动分成 30%、合作商分成 70%。

综上，根据中国移动的业务管理文件和对中国移动江苏基地该业务负责人的访谈，发行人与竞争对手的业务模式不存在重大差异，获得的分成方式与比例一致，不存在差异。

(2) 补充披露报告期内发行人话费结算业务、信息交互类业务的具体应用场景、终端用户群体，以及各应用场景的收入金额及占比，招股说明书有关发行人话费结算业务应用场景包括优酷会员、网易云音乐会员、王者荣耀点券/道具充值的描述是否准确。

一、发行人增值电信业务（含话费结算业务、信息交互类业务）的业务模式

发行人增值电信业务实质是为运营商提供技术支持、运营服务并选择合适的渠道进行营销推广的综合性服务。发行人的增值电信业务对象是运营商，不直接面向终端用户提供产品/服务。发行人通过与渠道供应商合作对增值电信业务进行营销推广，不直接对接众多手机应用 APP 服务商。

二、话费结算业务：发行人提供服务的应用场景及各应用场景的收入金额、占比情况

目前，发行人提供服务的话费结算业务主要用于兑换小额、无物流的数字化

产品/服务，应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP。各类应用场景的收入和占比情况如下：

单位：万元

应用类别	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
游戏类	1,576.22	32.23%	3,163.53	29.21%	4,046.37	27.30%	3,598.86	32.19%
视频类	702.14	14.36%	1,461.37	13.49%	1,397.03	9.43%	1,043.12	9.33%
阅读类	694.97	14.21%	1,303.89	12.04%	1,967.54	13.28%	1,494.37	13.37%
资讯类	461.07	9.43%	780.67	7.21%	1,122.52	7.57%	499.49	4.47%
社交类	366.40	7.49%	986.46	9.11%	1,471.98	9.93%	1,307.87	11.70%
音乐类	352.16	7.20%	988.15	9.12%	1,386.72	9.36%	945.45	8.46%
生活类	200.10	4.09%	795.69	7.35%	1,222.36	8.25%	829.56	7.42%
教育类	120.17	2.46%	207.45	1.92%	637.03	4.30%	84.71	0.76%
其他	417.85	8.54%	1,143.94	10.56%	1,568.98	10.59%	1,374.93	12.30%
合计	4,891.08	100.00%	10,831.15	100.00%	14,820.53	100.00%	11,178.36	100.00%

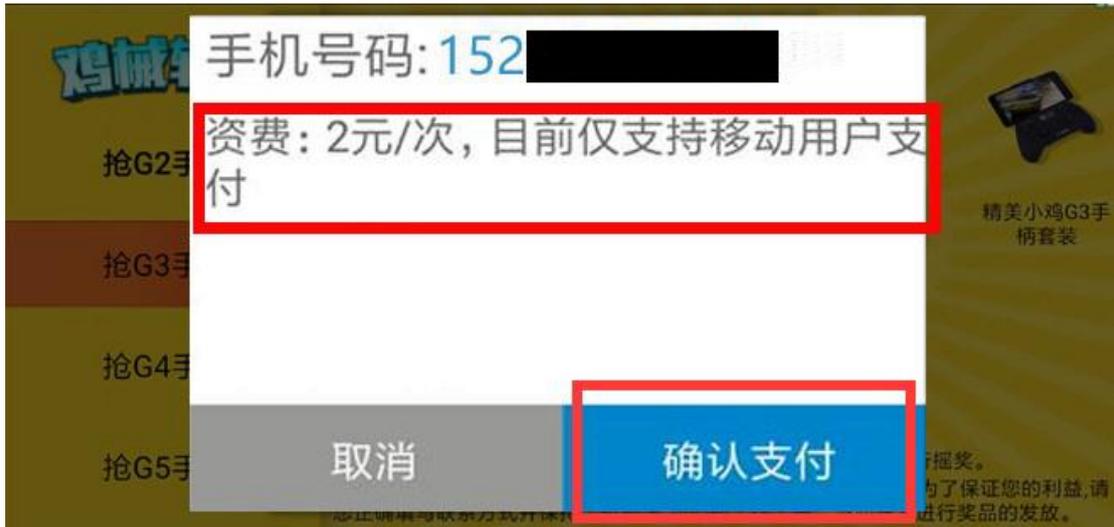
由上表可见，报告期内发行人提供服务的话费结算业务应用的 APP 类别较为广泛，其中游戏、视频、阅读、资讯、社交类 APP 的占比较高。

发行人话费结算服务主要应用场景的举例如下：

(1) 游戏类——小鸡模拟器

用户在“小鸡模拟器”中使用话费结算的界面示例如下：





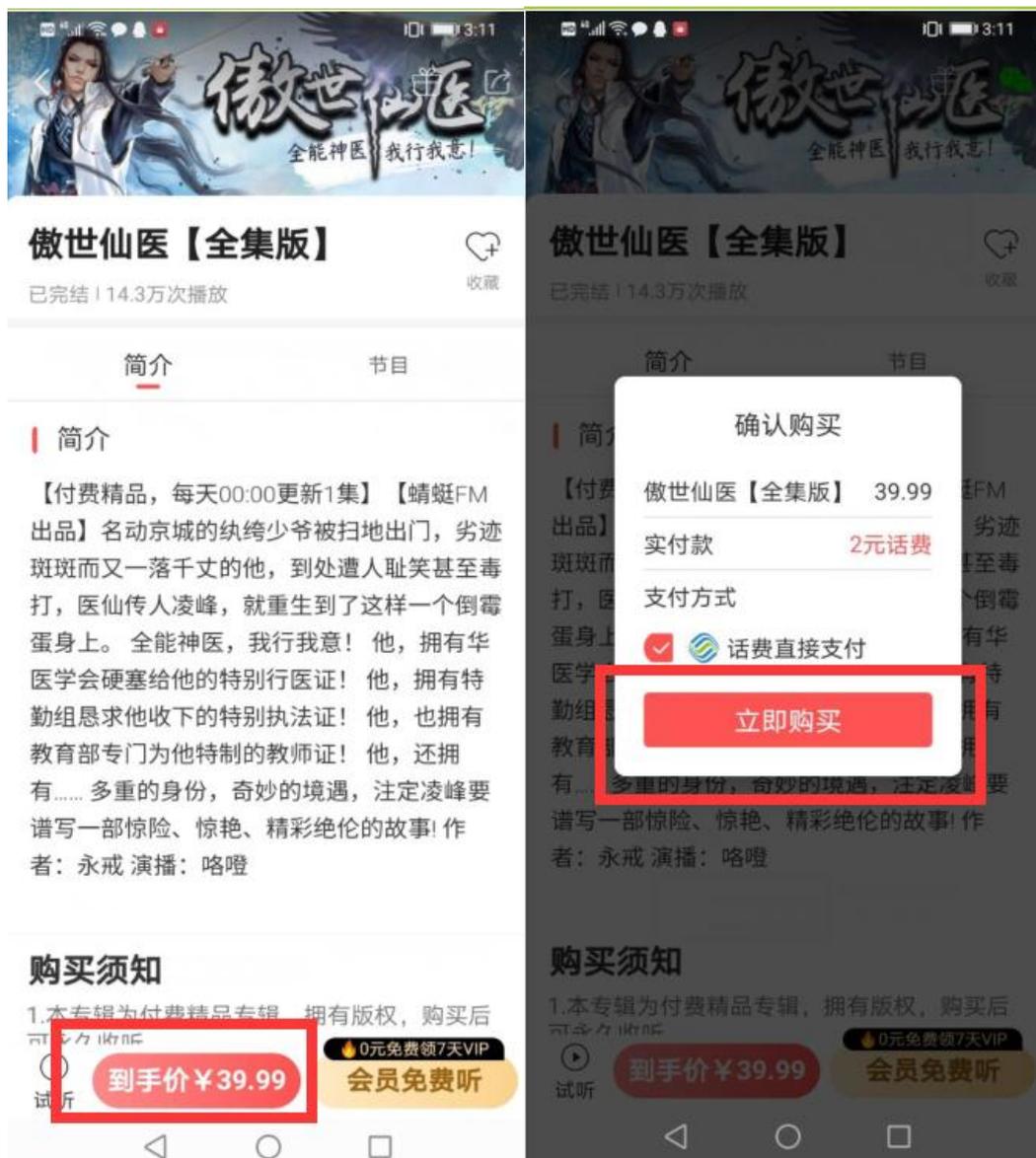
(2) 视频类——迅雷

用户在“迅雷”中使用话费结算的界面示例如下：



(3) 阅读类——蜻蜓 FM

用户在“蜻蜓 FM”中使用话费结算的界面示例如下：



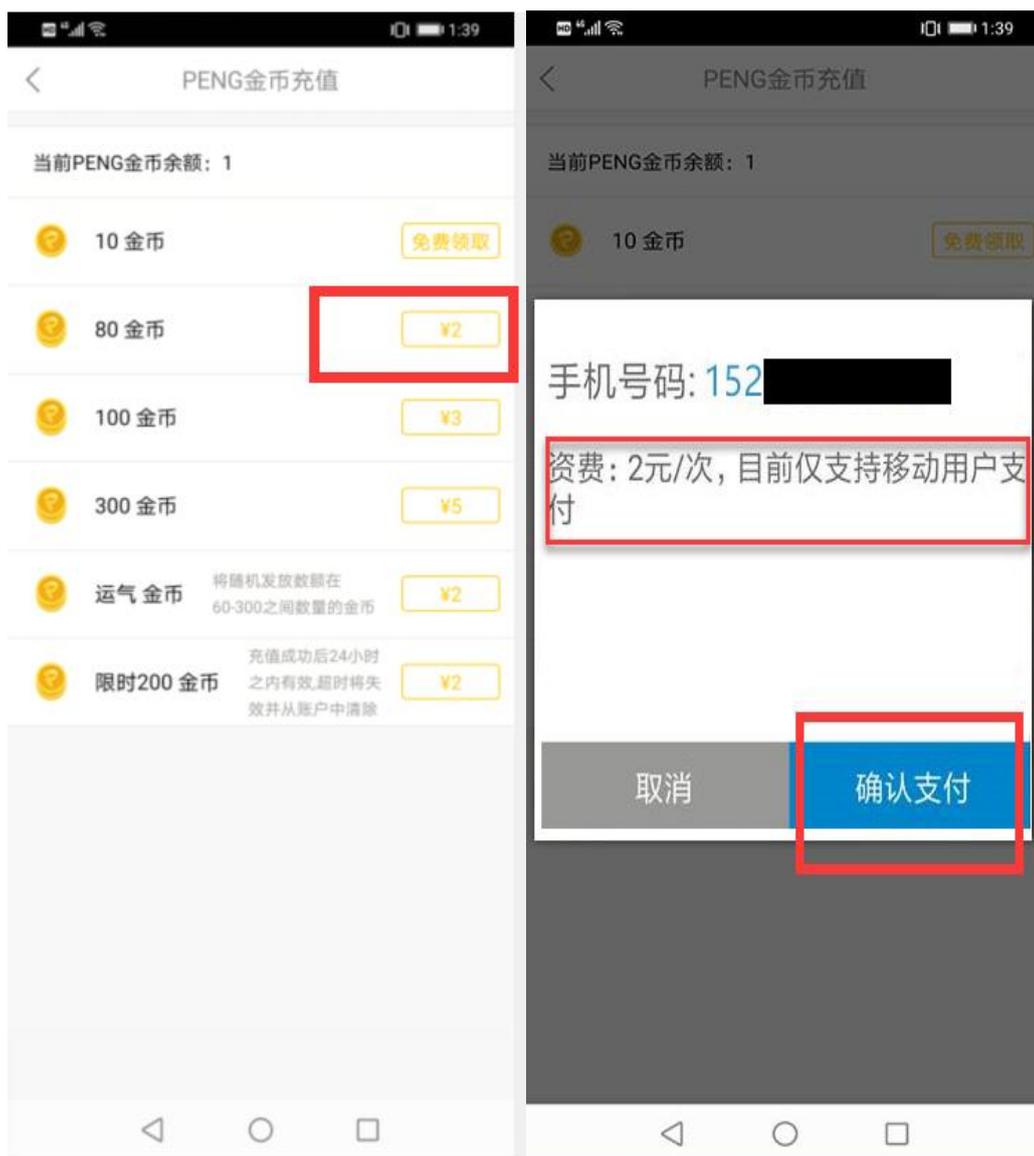
(4) 资讯类——光明云媒

用户在“光明云媒”中使用话费结算的界面示例如下：



(5) 社交类——PENG

用户在“PENG”中使用话费结算的界面示例如下:



(6) 资讯类——荔枝新闻

用户在“荔枝新闻”中使用话费结算的界面示例如下：



三、信息交互类业务：发行人提供服务的应用场景及各应用场景的收入金额、占比情况

报告期内，发行人提供的信息交互类业务应用于体育类、情感类、手机安全类、旅游类和综合资讯类等业务场景。各类应用场景的收入和占比情况如下：

单位：万元

业务类别	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
体育类	474.33	44.41%	975.54	43.64%	1,150.40	33.15%	1,512.32	31.01%
情感类	197.99	18.54%	618.67	27.68%	1,114.64	32.12%	1,774.42	36.38%
手机安全类	173.99	16.29%	344.38	15.41%	609.72	17.57%	979.10	20.08%
旅游类	124.07	11.62%	144.92	6.48%	423.73	12.21%	603.23	12.37%
综合资讯类	97.67	9.14%	151.84	6.79%	172.07	4.96%	7.91	0.16%
合计	1,068.06	100.00%	2,235.35	100.00%	3,470.56	100.00%	4,876.99	100.00%

注：上表根据业务平台经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异。

由上表可见，报告期内发行人提供的信息交互类业务主要应用于体育类、

情感类应用场景，这两类业务场景的收入占比合计达 60%以上。

发行人信息互动类服务主要应用场景的举例如下：

(1) 体育类——足球百乐汇

“足球百乐汇”是一款体育互动答题类产品，终端用户可以通过拨打产品号码，参与足球方面的答题闯关，并有机会赢得心爱的明星足球签名。下图为《足球报》中“足球百乐汇”产品的展示界面：

记者艾文报道 当周日晚上拜仁与莱比锡的德甲巅峰战开始时，两支球队的球员们应该带着一种不错的感觉：他们的背后没有追兵了。多特蒙德在欧冠赛场上，多特蒙德再次打进 3 球，最后十分钟时还是 3 比 2 领先。可对对手勒沃库森 81 秒内翻盘，以 4 比 3 完成逆转。新加盟多特蒙德的德国国脚说：“这支球队有许多潜能，但也有很多要学习的东西，比如在领先之后踢得舒服一点。”

俱乐部历史上首次的下半场三连胜后，多特蒙德原本重新向联赛冠军发起挑战，然而一周之内情况就发生了改变。先在德国杯上被不来梅淘汰出局，接着遭勒沃库森逆转。主帅法尔赛后向记者回到冠军问题时情绪很糟糕。他回答说：“我不想讨论这个，这不是谈论冠军的时候。我们要准备下一场比赛。”

多特蒙德的保守犯错

下半场双方变得平静一些，更专注于配合。桑乔第 53 分钟的进球被视

拉比·迪亚比和辛克莱格拉文，五名进攻球员一字排开。比赛的第一分钟，双方就投入大量兵力进行贴身逼抢，都想在中场拿到球权，打出快速反击。

第 19 分钟，此前进球如流水的哈兰德在左路拿到球。他小角度的劲射被门将赫拉德基扑出。勒沃库森随即反攻，阿米里将球传给哈兰德，后者用身体靠住防守自己的阿坎吉，将球打进进球网。勒沃库森的领先没有持续多久，两分钟后，桑乔开出角球，胡梅尔斯头球破门，这是他在本赛季第一球，也是连续 12 年在联赛中进球，扳平让多特蒙德心大振，他们的配合流畅度明显提升。第 33 分钟，第一次代表球队首发的恰 30 米外的远距高吊射，皮球飞进死角，让赫拉德基无可奈何，多特蒙德反超。但在上半场结束前，沃兰德带幸运成分的进球把比分变成 2 比 2，他的射门打在扎加杜的身上弹进球网。

本场比赛，勒沃库森派出今年冬天刚从葡萄牙吉马良斯签下的布基纳法索中卫塔雷索巴。这个在德甲赛场上初出茅庐的球员在开场就踢得不错，但

多特蒙德人很清楚这个问题。经理佐尔克说：“我们在禁区内防守不够专注。这是球队无法在积分榜上更进一步的主要原因。”新援说：“我们的丢球太容易了，要学着在领先后踢得舒服一点，有时要学会犯规，更好地防守。我们踢出了精彩的攻势足球，可后场的防守要更好些。进 3 球丢 4 球，这是不可能赢得比赛的。”主帅法尔的口径一致：“我们的问题是，轻易丢掉了许多球。球员们要更好地控制场面，踢得聪明一些。当你有很多失球时，当然要做得事情就变多了。”

然而除了刚到球队不足两周的恰之外，其他人应该早就对此有所认识。多特蒙德在上半场丢球数 24 个，场均 1.41，是前六名中最多的。1 比 3 输给柏林联队，对法兰克福，不来梅，弗赖堡的连续三场 2 比 2，0 比 4 输给拜仁，3 比 3 平帕德博恩。每一场比赛后，球队必须做的是防守缺陷。可是他们在冬季买下新前锋和新中场，唯独没有调整防线。

法尔依赖于强大的进攻组合，这让球队在攻守间失去了平衡。不过多特蒙德的防守球员个人失误过多也是重要原因，这是主教练无法改变的。上半场他受批评的瑞士人阿坎吉继续扮演着糟糕的角色。对勒沃库森，法尔将他放在右边后卫上。他对第一个失球负有不可推卸的责任。右路不是阿坎吉的习惯的位置，可也不能指责法尔用人。他在后防线上的选择并不多。皮什切克速度太慢，哈基米双后卫。

防守责任不仅在防线上，还有多特蒙德的中场。勒沃库森一次次毫无阻碍地通过中场，又或者发动边路传中，这意味着多特蒙德没有给对手施加足够的压力。他们在正面拼抢中缺少决心，这是缺少领头羊造成的。一个不在最佳状态的维尔塞尔控制不住哈弗茨，更遑论带领整个球队了。也许随着恰的逐步融入，他可以帮助罗伊斯，发挥出领导作用。

获得德国杯冠军最多的球队是？

移动端用户拨打：(2元/分钟，不含通信费)

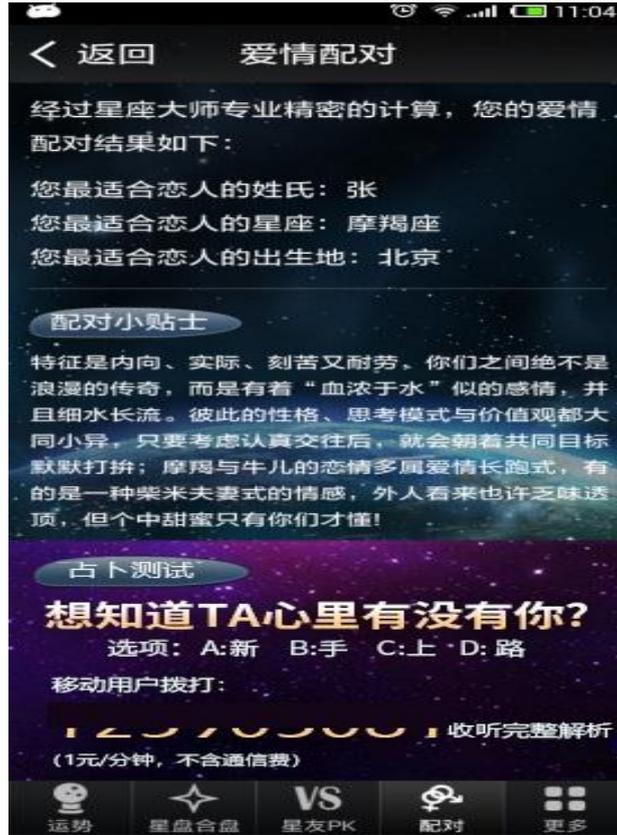
有机会赢球星足球签名

记者艾文报道 恰与队友们站在客队的看台下，感谢球迷的支持。虽然比赛输了，但球迷们在高喊他的名字。他说：“我以前作为对手就知道多特蒙德球迷的热情，现在又有了完全不同的感觉。我希望能回报他们。”这对恰来说是一个不同寻常的夜晚：第一次首发，打进一个世界杯，然后是比赛后对球队的批评。

多特蒙德在冬季转会市场上完成了两笔重量级的转会。一个是哈兰德，另一个是恰。这位德国国脚在德甲赛场上首秀，他踢得不错，但防守端的表现并不理想。他的首秀会给球迷们留下深刻印象。在德甲联赛中，他踢得不错，但防守端的表现并不理想。

(2) 情感类——爱情配对

“爱情配对”是一款爱情测试类产品，终端用户在“星座大师”APP 中完成爱情配对后，可以通过拨打产品号码，进一步进行“择偶约会”、“婚恋观念”等方面的爱情测试。下图为“星座大师”APP 中“爱情配对”产品的展示界面：



(3) 综合资讯类——脑力魔法师

“脑力魔法师”是一款与江苏卫视“一站到底”节目进行联动的益智答题类产品。终端用户通过拨打产品号码，以语音交互应答的方式进行答题，经选拔有实力的选手有机会参加江苏卫视的“一站到底”电视答题节目。下图为江苏卫视官方网站中“脑力魔法师”产品的展示界面：



四、终端用户群体情况

1、终端用户个人信息由运营商掌握

运营商直接面向终端用户提供话费结算业务和信息交互类业务，并负责把握终端用户的消费需求对相关业务进行调整。作为增值电信业务运营主体，运营商掌握终端用户的个人信息和交易数据。发行人面向运营商提供服务，不对终端用户的消费情况进行市场分析。

2、根据相关法规和运营商内部合规性规定，运营商不可以将终端用户个人信息提供给第三方

根据《电信和互联网用户个人信息保护规定》，“电信业务经营者对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密”。

根据《中国移动客户信息安全保护管理规定》，“保护客户信息安全，严禁泄露、交易和滥用客户信息……在向内部单位、平台、第三方共享开放信息时，在满足管理要求的前提下仅提供业务开展明确需要的信息属性、标签属性及规模。”根据《中国移动江苏公司客户信息安全保护管理实施细则》，“不得收集提供服务所必需以外的用户个人信息或者将信息使用于其提供服务之外的目的……对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密。”

根据相关法规规定，运营商对终端用户的个人信息应严格保密。中国移动出

具了一系列规范文件对终端用户的信息安全保护进行了明确规定。出于对终端用户隐私的保护，运营商未将终端用户交易的个人信息开放给发行人。

3、终端用户的手机号码归属地分布情况

运营商向发行人开放的交易数据是发行人能够获取的全部经营数据。上述数据中关于终端用户的有效信息仅包括终端用户手机号码归属地。

话费结算业务和信息交互类业务的实施主体为运营商，运营商对上述业务在各区域的开展、推广情况进行管理。由于不同时期各区域的业务发展规划、经营业绩考核等情况不同，运营商会阶段性地对不同区域的业务发展策略进行调整，导致不同时期、不同区域的业务开展情况存在差异。

根据终端用户手机号码归属地，终端用户的地域分布情况如下：

(1) 运营商的话费结算业务

单位：万元

终端用户 手机号归属地	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
江苏	1,133.60	22.65%	1,908.84	17.15%	1,611.26	10.56%	1,615.13	13.98%
河南	957.59	19.14%	1,865.03	16.75%	1,626.67	10.67%	1,609.75	13.93%
广东	642.73	12.84%	1,158.58	10.41%	1,324.33	8.68%	1,335.34	11.55%
贵州	640.49	12.80%	1,010.70	9.08%	1,874.68	12.29%	1,363.01	11.79%
四川	592.87	11.85%	542.62	4.87%	0.00	0.00%	79.70	0.69%
广西	544.82	10.89%	239.07	2.15%	0.01	0.00%	0.01	0.00%
吉林	136.80	2.73%	181.86	1.63%	231.51	1.52%	177.81	1.54%
山东	8.07	0.16%	0.19	0.00%	1,095.93	7.19%	531.82	4.60%
湖北	0.00	0.00%	1,206.59	10.84%	1,818.29	11.92%	1,074.25	9.30%
河北	0.03	0.00%	778.51	6.99%	1,420.15	9.31%	618.63	5.35%
重庆	0.04	0.00%	338.00	3.04%	577.86	3.79%	294.35	2.55%
云南	0.03	0.00%	161.76	1.45%	908.61	5.96%	219.72	1.90%
其他	347.03	6.93%	1,741.63	15.64%	2,762.09	18.11%	2,637.61	22.82%
合计	5,004.11	100.00%	11,133.38	100.00%	15,251.39	100.00%	11,557.12	100.00%

注：上表根据业务平台记录的经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异，下同。

(2) 运营商的信息交互类业务

单位：万元

终端用户	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
------	-----------	-------	-------	-------

手机号归属地	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
山东	278.72	26.10%	137.58	6.15%	0.01	0.00%	0.01	0.00%
河南	213.19	19.96%	194.61	8.71%	203.68	5.87%	128.60	2.64%
江苏	170.32	15.95%	428.69	19.18%	455.10	13.11%	689.40	14.14%
广东	165.13	15.46%	269.66	12.06%	247.17	7.12%	232.43	4.77%
贵州	92.99	8.71%	184.62	8.26%	215.54	6.21%	290.15	5.95%
云南	25.14	2.35%	35.55	1.59%	284.52	8.20%	553.10	11.34%
重庆	0.00	0.00%	244.78	10.95%	98.06	2.83%	77.29	1.58%
辽宁	0.02	0.00%	143.35	6.41%	239.25	6.89%	362.88	7.44%
河北	-	-	109.66	4.91%	94.64	2.73%	50.56	1.04%
湖北	-	-	45.21	2.02%	129.47	3.73%	311.95	6.40%
四川	0.02	0.00%	23.43	1.05%	621.42	17.91%	688.38	14.11%
湖南	-	-	0.00	0.00%	123.60	3.56%	303.17	6.22%
其他	122.52	11.47%	418.21	18.71%	758.10	21.84%	1,189.06	24.38%
合计	1,068.06	100.00%	2,235.35	100.00%	3,470.56	100.00%	4,876.99	100.00%

如上表所示，话费结算业务和信息交互类业务的终端用户区域分布较为广泛，同时受运营商对不同区域的业务开展政策调整影响，不同时期用户在不同区域的分布情况存在差异。

综上，报告期内，发行人增值电信服务实现收入对应的终端用户区域分布较为广泛，不存在较强的地域性或客户依赖；发行人依据运营商的区域推广需求、管理政策进行业务推广，终端用户区域分布变化主要由运营商对不同区域的业务开展政策调整影响。

4、终端用户所属城市级别情况

根据终端用户手机号码归属地，发行人话费结算业务和信息交互类业务覆盖全国 300 余个城市，其中收入最高的单个城市占比不超过 4%，终端用户较为分散，符合中国移动用户区域分布情况。

终端用户所属城市级别的情况如下：

(1) 运营商的话费结算业务

单位：万元

终端用户 所属城市	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一线	18.51	0.37%	27.75	0.25%	50.18	0.33%	272.29	2.36%
新一线	248.07	4.96%	716.24	6.43%	1,134.84	7.44%	982.01	8.50%
二线	787.56	15.74%	1,315.06	11.81%	1,389.25	9.11%	1,309.69	11.33%

三线	1,663.91	33.25%	4,158.37	37.35%	5,680.12	37.24%	4,166.60	36.05%
四线	993.00	19.84%	2,571.83	23.10%	3,756.25	24.63%	2,826.50	24.46%
五线	946.30	18.91%	1,435.96	12.90%	1,898.73	12.45%	1,297.75	11.23%
其他	346.76	6.93%	908.17	8.16%	1,342.03	8.80%	702.28	6.08%
合计	5,004.11	100.00%	11,133.38	100.00%	15,251.39	100.00%	11,557.12	100.00%

注：上表根据业务平台记录的经营数据统计，因运营商与公司的结算金额对账存在一定差异，因此上表销售金额与公司确认收入金额存在差异，下同。城市级别是根据第一财经新一线城市研究所于2020年5月发布的《2020城市商业魅力排行榜》划分。第一财经新一线城市研究所是隶属于第一财经、由上海市国有资产监督管理委员会控股的专业财经全媒体研究机构，《中国城市商业魅力排行榜》是综合160个品牌的商业数据，以及美团大众点评数据研究院、飞常准、京东、饿了么、淘宝网、第一财经商业数据中心、支付宝、知乎、智联招聘、滴滴出行、优酷、去哪儿等17家公司的数据，根据五大指标对中国城市进行排名的榜单。此榜单2016年正式对外发布，截止2020年已经连续发布5年，每年在行业峰会上正式对外发布。

城市评定标准：按照商业资源集聚度、城市枢纽性、城市人活跃度、生活方式多样性、未来可塑性五个方面作为一级维度来评估城市。具体计算公式为：城市商业魅力=商业资源集聚度*0.22+城市枢纽性*0.20+城市人活跃度*0.18+生活方式多样性*0.18+未来可塑性*0.22。

城市类别	定义	举例
一线	按照评定标准选取排名前4的城市。	北京、上海、广州、深圳
新一线	按照评定标准选取排名5至29的城市。	东莞、佛山、成都、重庆、杭州、武汉等
二线	按照评定标准选取排名30至59的城市。	珠海、惠州、宁波、昆明、厦门、济南等
三线	按照评定标准选取排名60至129的城市。	汕头、揭阳、海口、洛阳、三亚、咸阳等
四线	按照评定标准选取排名130至219的城市。	茂名、常德、景德镇、孝感、丽水、德州等
五线	按照评定标准选取排名220至437的城市。	酒泉、克拉玛依、丽江、张家界、云浮等

(2) 运营商的信息交互类业务

单位：万元

终端用户 所属城市	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一线	2.55	0.24%	34.86	1.56%	27.88	0.80%	31.00	0.64%
新一线	87.58	8.20%	201.40	9.01%	349.60	10.07%	424.71	8.71%
二线	131.11	12.28%	299.74	13.41%	345.60	9.96%	496.22	10.17%
三线	374.51	35.06%	654.45	29.28%	990.51	28.54%	1,161.54	23.82%
四线	247.37	23.16%	430.45	19.26%	898.08	25.88%	1,403.94	28.79%
五线	158.61	14.85%	405.71	18.15%	656.94	18.93%	1,084.42	22.24%
其他	66.33	6.21%	208.74	9.34%	201.95	5.82%	275.17	5.64%
合计	1,068.06	100.00%	2,235.35	100.00%	3,470.56	100.00%	4,876.99	100.00%

报告期内，发行人的话费结算业务和信息交互类业务的终端用户广泛分布于

各级城市，其中二线、三线、四线城市用户占比较高，合计占比超过 60%。

5、终端用户使用话费结算的原因

(1) 可丰富用户的话费使用途径

话费结算作为一种移动支付方式，可以增加消费者的话费余额使用场景，使消费者在不花费额外成本的情况下，用话费账户余额进行其他产品和服务的消费，大大丰富了话费的使用途径。

(2) 话费结算无需绑定银行卡，提高了资金安全保障

用户话费账户与银行卡等其他资金账户隔离，降低了用户发生误支付的资金损失风险。特别是用户在使用非知名手机 APP 时，如存在对手机 APP 支付安全性的疑虑，使用话费结算可降低可能发生的损失金额。

(3) 无需安装支付软件，操作便捷

话费结算无需进行下载、安装、注册、升级等操作，用户操作更为便捷。

(4) 若运营商采取促销活动，用户使用赠送的话费消费更为划算

为吸引新增用户、提高已有用户粘性，运营商日常采取充值加倍返还话费的促销活动。用户使用充值赠送的话费进行消费更为划算。

(5) 员工福利、客户回馈中存在话费报销、赠送话费充值卡等情况

话费充值卡一般金额较低、较为实用，可作为客户回馈的选择；员工福利中也存在话费报销的情况。上述情形使得部分用户存在使用话费余额兑换产品的需求。

五、《招股说明书》对话费结算业务应用场景的补充披露情况

《招股说明书》中有关“话费结算业务应用场景包括优酷会员、网易云音乐会员、王者荣耀点券/道具充值”的描述，是对运营商话费结算业务整体市场的应用情况的说明，通过选取知名及应用广泛的手机 APP 进行举例说明，有利于投资者更直观地了解运营商话费结算业务的开展形式、应用场景和市场适用性，而非对发行人自身话费结算服务的应用场景的直接描述。为避免投资者误解，《招股说明书》已将上述表述删除。

发行人在《招股说明书》对自身话费结算服务的应用场景情况补充披露如下：

“目前，发行人提供服务的话费结算业务主要用于兑换小额、无物流的数字化产品/服务，应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP。各类

应用场景的收入和占比情况如下：

单位：万元

应用类别	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
游戏类	1,576.22	32.23%	3,163.53	29.21%	4,046.37	27.30%	3,598.86	32.19%
视频类	702.14	14.36%	1,461.37	13.49%	1,397.03	9.43%	1,043.12	9.33%
阅读类	694.97	14.21%	1,303.89	12.04%	1,967.54	13.28%	1,494.37	13.37%
资讯类	461.07	9.43%	780.67	7.21%	1,122.52	7.57%	499.49	4.47%
社交类	366.40	7.49%	986.46	9.11%	1,471.98	9.93%	1,307.87	11.70%
音乐类	352.16	7.20%	988.15	9.12%	1,386.72	9.36%	945.45	8.46%
生活类	200.10	4.09%	795.69	7.35%	1,222.36	8.25%	829.56	7.42%
教育类	120.17	2.46%	207.45	1.92%	637.03	4.30%	84.71	0.76%
其他	417.85	8.54%	1,143.94	10.56%	1,568.98	10.59%	1,374.93	12.30%
合计	4,891.08	100.00%	10,831.15	100.00%	14,820.53	100.00%	11,178.36	100.00%

由上表可见，报告期内发行人提供服务的话费结算业务应用的 APP 类别较为广泛，其中游戏、视频、阅读、资讯、社交类 APP 的占比较高。

发行人话费结算服务主要应用场景的举例如下：……”

(3) 结合话费结算业务开展流程补充披露发行人话费结算业务各环节中面临的主要法律及合规风险，同时结合新修订的未成年人保护法的具体规定，披露发行人的业务是否违反上述规定或存在（潜在）风险，在游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施，报告期内实际退款情况（含游戏、会员等各类退款）以及发生退款时发行人与电信运营商、渠道供应商的资金结算方式。

一、结合话费结算业务开展流程补充披露发行人话费结算业务各环节中面临的主要法律及合规风险

话费结算业务中涉及的主体主要有电信运营商、发行人、渠道供应商、手机应用 APP 服务商，四个主体分别负责四个不同的业务环节：电信运营商主要负责处理终端用户的话费结算请求并向终端用户收取费用；发行人主要为电信运营商提供服务，负责开发升级 SDK，并拓展渠道推广 SDK；渠道供应商主要负责将 SDK 推广至手机应用 APP 服务商；手机应用 APP 服务商主要负责向终端用户提供游戏、视频等产品。

在电信运营商的环节中，电信运营商作为增值电信业务经营者，其经营行为

应符合《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》的规定，取得相应资质证书，并在许可范围内进行经营。

发行人和渠道供应商所在的环节，主要受到《中华人民共和国合同法》规范，发行人与渠道供应商应在合同约定的范围内履行其应尽义务，若未履行相应义务，将会按照合同约定和法律规定承担相应的违约责任。

在手机应用 APP 服务商的环节中，手机应用 APP 服务商作为网络服务提供者应遵守法律法规及规范性文件对网络服务提供者作出的监管要求，例如应遵守新修订的《未成年人保护法》对网络服务提供者作出的网络安全管理方面的规定。

二、发行人不存在违反其相关规定的风险

1、新修订的《未成年人保护法》之具体规定

新修订的《未成年人保护法》（2020 年 10 月 17 日发布，2021 年 6 月 1 日生效）增加了“网络保护”章节，对未成年人的网络使用进行了规范，主要条款如下：

第六十九条：“智能终端产品的制造者、销售者应当在产品上安装未成年人网络保护软件，或者以显著方式告知用户未成年人网络保护软件的安装渠道和方法。”

第七十二条：“信息处理者通过网络处理未成年人个人信息的，应当遵循合法、正当和必要的原则。处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当征得未成年人的父母或者其他监护人同意，但法律、行政法规另有规定的除外。未成年人、父母或者其他监护人要求信息处理者更正、删除未成年人个人信息的，信息处理者应当及时采取措施予以更正、删除，但法律、行政法规另有规定的除外。”

第七十四条：“网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。”

第七十五条：“网络游戏服务提供者应当按照国家有关规定和标准，对游戏产品进行分类，作出适龄提示，并采取技术措施，不得让未成年人接触不适宜的游戏或者游戏功能。网络游戏服务提供者不得在每日二十二时至次日八时向未成年人提供网络游戏服务。”

第七十六条：“网络直播服务提供者不得为未满十六周岁的未成年人提供网

络直播发布者账号注册服务；为年满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务时，应当对其身份信息进行认证，并征得其父母或者其他监护人同意。”

根据上述，新修订的《未成年人保护法》主要对与未成年人网络用户有直接业务联系的主体，比如智能终端产品制造者及销售者、网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交的服务提供者、信息处理者等提出了监管要求。

2、发行人不是新修订的《未成年人保护法》规定的法律责任主体，不存在违反其规定的风险

在话费结算业务流程中，向未成年网络用户提供游戏、视频等网络产品的主体是手机应用 APP 服务商；电信运营商仅为终端用户提供购买产品或服务的支付方式，并不向其提供具体的网络产品；发行人以电信运营商为服务对象，为电信运营商的话费结算支付方式提供技术支持、运营推广等服务。

根据法律规定及合同约定的权利义务关系，发行人与未成年网络用户之间并没有直接的业务联系，发行人对未成年网络用户不直接享有权利或承担义务。手机应用 APP 服务商作为网络服务提供者，直接与终端用户产生业务关系，是新修订的《未成年人保护法》规定的网络保护方面的责任主体。发行人不属于新修订的《未成年人保护法》所规定的责任主体，其业务经营不适用新修订的《未成年人保护法》相关条文，不存在违反其规定的风险。

三、手机应用 APP 服务商是承担未成年人保护义务的责任主体，游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施及保护责任由手机应用 APP 服务商负责

在发行人向电信运营商提供话费结算服务的过程中，运营商对终端用户的个人信息严格保密，运营商并未将终端用户交易的个人信息向发行人开放。发行人无法获知终端用户是否为未成年人，不具备针对未成年人这一特殊群体单独设置保护措施的条件。

根据前述，在整个话费结算业务流程中，发行人对接的主体只有电信运营商、渠道供应商，发行人与终端用户之间并不建立直接的业务关系，不对终端用户直接享有权利或直接承担义务。手机应用 APP 服务商作为网络服务提供商，直接与终端用户建立直接业务联系，是承担未成年人网络用户保护义务的责任主体，负责实施法律法规、规范性文件规定的未成年人网络保护措施，并承担网络保护责任。

根据现有的法律法规、规范性文件，以及各方签署的业务合同，发行人提供话费结算服务时，不涉及承担《未成年人保护法》中相关法律责任，对运营商、手机应用 APP 服务商没有监管责任。若运营商或者手机应用 APP 服务商在提供网络服务时，因未履行在未成年人网络保护方面的法定监管要求而受到相应罚则，具体法律责任由运营商、手机应用 APP 服务商自身承担，发行人并不因此产生相关法律风险。

基于上述，游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施和保护责任由手机应用 APP 服务商负责，若其因未履行相关义务而承担行政处罚等法律责任，相关法律风险由手机应用 APP 服务商承担。

四、发行人不参与退款流程，无法获知报告期内实际退款情况，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施由运营商、手机应用 APP 服务商负责实施

根据发行人与运营商业务合同的约定，双方以运营商从终端用户实际收取的信息费作为结算的基础，以下情形不纳入结算的基数：销户客户费用(含预销号)；停机客户费用；退费费用；客户服务成本；恶意欠费；沉默客户等无效客户号码、非业务开通范围等非正常使用客户号码产生的费用；违约或非正常业务行为收入等。按照上述约定，“退费费用”并不纳入运营商与发行人的结算范围，在运营商与发行人结算费用时，已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除。

上述包括退费费用在内的不纳入结算范围的消费事项明细由运营商掌握，不向发行人开放。发行人不参与终端用户退费的流程，不掌握终端用户退费明细，无法获知报告期内实际退款情况，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施由运营商、手机应用 APP 服务商直接负责实施。

五、发生退款时发行人与电信运营商、渠道供应商的资金结算方式

1、发行人与电信运营商之间

如前文所述，按照运营商与发行人之间的业务合同，在电信运营商与发行人进行资金结算时，已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除。发行人从运营商处实际收取的结算资金已经不包含用户退款的相应金额，发行人无需针对用户退款的情形与电信运营商单独进行资金结算。

2. 发行人与渠道供应商之间

发行人与渠道供应商之间，以运营商向发行人实时传输的属于有效计费的信息费记录作为结算依据。若存在有效计费的交易数据在后期发生退款的情形，发行人不会与渠道供应商就退款的部分单独结算，相应差额由发行人承担。

六、用户退款导致的损失由发行人承担

如前所述，1) 发行人与运营商之间，以运营商实际收取的信息费作为结算基础，其中已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除，如果双方结算完成后发生用户退费的情况，运营商会将退费发生当期结算金额中扣除；2) 发行人与渠道供应商之间，以“有效计费”的信息费记录作为结算依据，若“有效计费”交易在后期发生退款的情形，发行人不会就此对渠道供应商进行追索。因此，用户后续退款导致的损失由发行人承担。

1、发行人对上述风险的管控措施

为管控上述业务风险，发行人建立了严格的供应商管理体系和日常业务监控体系：1) 对供应商进行严格筛选，对于新增供应商，发行人会依据业务合作情况逐步扩大合作规模，如发现异常交易则将暂停或终止与相关渠道供应商的合作；2) 发行人业务系统实时监控交易情况，如发现异常交易会进行业务预警；3) 发行人运营人员日常按供应商维度进行业务管控，关注运营商实时传输的交易数据；4) 发行人运营人员日常监控投诉数据是否超过运营商的管控指标。

发行人从事增值电信业务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人主要渠道供应商已成立多年，均具备多年从事增值电信业务渠道推广的业务经验，在行业内具备良好口碑。同时，发行人与主要渠道供应商的合作期限已超过4年，双方合作持久稳定。报告期内，发行人与渠道供应商未发生过对交易或结算存在异议/纠纷的情形。

运营商与发行人进行结算时，直接将用户退费金额（包括当期退费和前期退费）从结算基础中扣除。运营商未向发行人提供用户退费明细数据，但退费金额包含在“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异中。报告期内，上述差异情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
运营商计费账单金额	6,021.52	13,062.60	18,305.91	16,264.21
交易数据对应金额	6,152.07	13,404.68	18,814.31	16,821.29

差异率	-2.12%	-2.55%	-2.70%	-3.31%
-----	--------	--------	--------	--------

如上表所示，报告期内“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”差异率均在 5%以内，上述差异已包括用户退费的情形。报告期内，用户退费情形对发行人增值电信服务收入的影响较小。

2、相关风险提示

针对用户退款导致的损失，发行人在《招股说明书》中披露风险提示如下：

“发行人与运营商之间，以运营商实际收取的信息费作为结算基础，其中已经将“退费费用”的部分在结算基数中剔除，如果双方结算完成后发生用户退费的情况，运营商会将退费发生当期结算金额中进行抵扣；发行人与渠道供应商之间，以“有效计费”的信息费记录作为结算依据，若“有效计费”交易在后期发生退款的情形，发行人不会就此对渠道供应商进行追索。因此，用户后续退款导致的损失由发行人承担。运营商未向发行人提供用户退费明细数据，但退费金额包含在“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异中。报告期内上述差异率均在 5%以内，用户退款对发行人增值电信服务收入的影响较小。针对上述情况可能导致的损失，发行人建立了严格的供应商管理体系和日常业务监控体系进行风险管控。发行人从事增值电信服务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人与渠道供应商未发生对交易或结算存在异议/纠纷的情形。如果未来发行人不能继续有效对渠道供应商进行管理，不能及时发现异常交易，则存在由于承担用户退款导致损失的风险，将对发行人的经营业绩造成不利影响。”

(4) 补充披露发行人分成至渠道商的金额在渠道商与 APP 等应用的划分情况，考虑 APP 选择微信支付宝和银行卡等仅支付少量手续费而选择话费支付模式时仅收取发行人给渠道分成商款项中的一部分，分析 APP 应用开放选择与发行人采用话费结算模式的合理性及商业逻辑，披露发行人报告期内该业务对应的主要 APP 及其他应用的情况，说明其业务的合规性。

一、发行人分成至渠道商的金额在渠道商与 APP 等应用的划分情况

报告期内，发行人通过与渠道供应商合作对增值电信业务进行营销推广，不直接对接众多手机应用 APP 服务商。渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例会根据手机 APP 的知名度、用户规模等具体情况进行协商确定，以渠道供应商的全部收入为基础，发行人主要渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例如下所示：

主体	分成比例
渠道供应商	10%-20%
手机 APP 服务商	80%-90%

二、APP 应用开放选择采用话费结算模式的合理性及商业逻辑

手机 APP 服务商选择话费结算方式的原因主要包括：

1、中小手机 APP 服务商选择话费结算更便捷、稳定

由于支付宝和微信支付的接入和技术模块集成等流程相对复杂，且对手机 APP 服务商的使用存在要求，例如一段期间内无交易发生则相关账户会被限制甚至关闭，而中小手机 APP 发展初期业务不稳定、交易活跃度可能难以达到上述要求，此外，接入支付宝和微信支付还需支付保证金；而话费结算仅需将 SDK 嵌入 APP 即可实现收费功能，对手机 APP 服务商的经营规模无门槛。对仍处于发展期的中小手机 APP 服务商而言，话费结算是更为便捷的收费途径，利于 APP 服务商快速变现、积累用户，保证其收费通道稳定运行。

2、手机 APP 服务商促销时增加话费结算方式，可覆盖更多用户、更好实现营销目的

目前，移动互联网相关各领域竞争激烈，各类手机 APP 广泛采用各种促销形式进行补贴。手机 APP 选择使用话费结算，促进用户使用话费兑换高于话费价值的优惠券，可丰富用户话费余额消费的使用场景，有效覆盖更有意愿使用话费余额兑换的用户，有助于扩大 APP 覆盖人群、吸引新增用户、培养已有用户形成消费习惯，为手机 APP 带来增量收入，达到最终营销目的。例如，用户在“迅雷”中使用话费结算的界面示例如下：



3、话费结算存在市场空间

市场上存在有意愿使用话费结算的用户。话费结算具有保障资金安全、操作便捷等特点，并可激活存量话费。手机 APP 服务商增加“话费结算”的支付方式供用户选择，可丰富用户的话费使用途径。

4、话费结算是对其他支付方式的有效补充，可为手机 APP 服务商带来增量收入

话费结算对其他支付方式没有排他性，手机 APP 服务商可提供多种支付方式供用户选择，其中包括话费结算。使用话费结算的手机 APP 主要提供小额、无物流的数字化产品/服务，此类虚拟产品/服务增加“话费结算”这一支付方式不会使手机 APP 服务商新增额外成本。因此，增加“话费结算”支付方式可为手机 APP 服务商带来增量收入。

综上，手机 APP 服务商选择话费结算具有合理性。

三、发行人报告期内话费结算业务对应的主要 APP 及其他应用的情况及业务合规性

1、发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 及其他应用情况

如本题（2）中所述，发行人提供服务的话费结算业务应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP。报告期内，发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 情况如下：

APP 名称	类别	基本情况	规模
小鸡模拟器	游戏	“小鸡模拟器”是一款经典游戏集合 APP，可畅玩 PSP、NDS、街机等超过 20,000 款的模拟器游戏。	平台用户量突破 7,000 万，日活跃用户超过 130 万。
迅雷	视频	“迅雷”是一款基于下载加速技术优势，为用户提供影音娱乐、资源下载、边下边播等服务的 APP。	迅雷付费会员数量超 400 万。
蜻蜓 FM	阅读	“蜻蜓 FM”是一款语音阅读 APP，为用户和内容生产者共建生态平台，为用户提供汇聚广播电台、版权内容、人格主播等优质音频 IP 的数字阅读服务。	总用户规模超过 4.5 亿，生态流量月活跃用户量 1 亿。平台收录全国 1,500 家广播电台。
光明云媒	资讯	“光明云媒”是光明日报社打造的移动新闻信息服务 APP，是光明日报开发新媒体、新业态的重要成果。	累计下载量突破 4,000 万，已成为光明日报在移动互联网领域的主渠道和媒体融合发展的核心产品。
荔枝新闻	资讯	“荔枝新闻”是江苏广电集团打造的新闻客户端 APP。	全国省级广电首个新闻客户端，下载用户突破 2,450 万。
PENG	社交	“PENG”是一款结合娱乐众筹和粉丝社区的移动产品，拥有强大的线上、线下运营体系和丰富的娱乐明星粉丝资源。	累计下载量超过 2,000 万。

由于具体各手机 APP 与渠道供应商的交易金额属于商业机密，受其双方合同保密条款约定，向第三方透露合作具体情况属违约行为，故发行人无法准确获取话费结算业务对应的具体各 APP 的销售金额。主要渠道供应商根据与发行人业务相关的 APP 合作规模、APP 行业知名度、APP 用户规模等提供上述主要 APP 情况。

报告期内，发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 可以从公开的手机应用市场下载，并具备一定的用户规模或下载次数。

2、业务合规性

（1）工业和信息化部对于手机 APP 的监管

依据《网络安全法》、《电信条例》、《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》（工业和信息化部令第 20 号）和《电信和互联网用户个人信息保护规定》（工业和信息化部令第 24 号）等法律法规和规范性文件要求，工业和信息化部对于 APP

的内容、业务模式、获取数据权限有规范性限制，并会定期对于市场上的 APP 进行检查，督促存在问题的 APP 进行整改。对于未在规定期限内完成整改的 APP 进行下架处理并通报批评甚至行政处罚。

(2) 运营商通过 SDK 获取数据进行合规性管理

在话费结算业务开展过程中，运营商业务系统将根据相关法规和内部管理办法要求，实时监控并分析 SDK 的抓取的 APP 数据，对终端 APP 的业务进行合规性管理。倘若存在不符合相关法律或规定的情形发生，运营商将终止该 APP 的业务，及时通知发行人（渠道管理方），并进行限制和处罚。

(3) 手机应用市场对于手机应用 APP 服务监管和限制

手机 APP 的下载渠道主要为各大应用市场。手机 APP 在应用市场上线需要通过资料提交、资质管理、平台审核等过程，手机应用市场遵循法律法规及规范性文件，按照工信部等机构监管要求，对于 APP 的内容、权限、业务模式进行审核、备案及监控。同时根据监控和投诉情况，对于现平台中不符合相关要求的 APP 及时下架整改。

(4) 发行人对于渠道供应商推广的合规限制

发行人与渠道供应商在合同约定中，对于渠道供应商通过终端 APP 或媒体资源进行推广，明确了应遵守国家相关法律法规的规定、符合国家有关主管部门和运营商管理规范的合规要求。

综上，发行人话费结算业务的主要 APP 业务开展受工信部、运营商、手机应用市场和发行人的监管、约束和限制，需符合国家相关法律法规的规定及国家有关主管部门、运营商的管理规范。运营商是增值电信业务的运营主体，对相关业务的合规管理较为严格。增值电信业务已开展多年，业务模式和行业合规监管均相对成熟。报告期内，发行人话费结算业务的开展不存在被运营商及工信部等监管机构警告和处罚的情况。

【补充披露情况】

以上内容发行人已在《招股说明书》中“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“（一）主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况”之“（十）话费结算业务、信息交互类业务发展及发行人增值电信业

务竞争情况”、“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(四) 客户集中度较高情况的说明”、“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”及“第六节 业务与技术”之“(六) 行业内主要企业情况”、“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“(一) 主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况”。

【中介机构核查】

一、核查程序

1、查阅中国移动江苏基地公告的《优秀合作伙伴分层分级评级结果》清单，通过网络搜索查询发行人主要竞争对手的基本情况。

2、查阅《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》、访谈中国移动江苏基地业务人员，了解发行人竞争对手获得的分成比例情况。

3、查阅三大运营商 2019 年年度报告、同行业上市公司公开披露文件，分析增值电信业务发展及竞争情况。

4、获取发行人话费结算业务和信息交互类业务的应用场景情况，了解发行人上述业务的主要应用情况。

5、根据运营商传输给发行人的经营数据，提取其中关于终端用户的有效信息，对终端用户手机号码的地域分布进行合理性分析。

6、访谈业务负责人，了解话费结算业务开展流程、涉及的主体、各主体职责等情况。

7、查阅新修订的《未成年人保护法》全文，并比对原法规确认新修订的条款。

8、查阅发行人与中国移动签署的交易合同，关注交易内容、定价依据、结算模式等主要合同内容。

9、抽查中国移动江苏基地向发行人发布的计费账单并保留截图。

10、访谈业务负责人，了解发生用户退款时，发行人与电信运营商、渠道供应商的资金结算方式。

11、通过对发行人主要渠道供应商的访谈，了解渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例情况。

12、通过对发行人董事长的访谈，结合对移动支付、话费结算方面的行业研究报告、权威机构数据等信息，分析手机 APP 服务商选择话费结算的合理性。

13、查询发行人话费结算业务对应的主要手机 APP 情况。

14、对中国移动江苏基地进行访谈，对方确认“报告期内发行人不存在违反中国移动相关规定的情形、不存在违法或诱导消费者的情形、不存在价格欺诈等侵占消费者权益的情形、中国移动江苏基地不存在因相关情形对发行人进行处罚的情形”。

二、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：中国移动是运营商话费结算业务、信息交互类业务的主要参与者。与中国移动合作是发行人的战略选择，其中发行人主要围绕中国移动江苏基地开展话费结算业务、信息交互类业务。发行人的主要竞争对手是向中国移动江苏基地提供同类服务的其他服务商。根据《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》，发行人与主要竞争对手在业务模式、收益分成方式、比例不存在差异。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人提供服务的话费结算业务应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP，发行人提供的信息交互类业务应用于体育类、情感类、手机安全类、旅游类和综合资讯类等业务场景，发行人已在《招股说明书》中对应用场景的收入、占比进行披露。发行人增值电信服务实现收入对应的终端用户区域分布较为广泛，不存在较强的地域性或客户依赖。发行人在《招股说明书》中有关话费结算业务应用场景的描述是对运营商话费结算业务整体市场的应用情况的说明，并已在《招股说明书》对自身话费结算服务的应用场景情况进行补充披露。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人不是新修订的《未成年人保护法》规定的责任主体，不存在违反其相关规定的风险。手机应用 APP 服务商是承担未成年人保护义务的责任主体，游戏类话费结算中对未成年人权益的保护措施及保护责任由手机应用 APP 服务商负责。发行人不参与退款流程，无法获知报告

期内实际退款情况，针对未成年人的监护人要求游戏或其他产品充值退款的解决措施由运营商、手机应用 APP 服务商负责实施。

4、问题（4）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人主要渠道供应商向手机 APP 服务商支付的分成比例约为 80%至 90%。尽管运营商话费结算方式对手机 APP 服务商的最终分成比例与其他支付方式存在差异，但对仍处于发展期的中小手机 APP 服务商而言，话费结算更为便捷，利于 APP 服务商快速变现、积累用户；大型知名手机 APP 选择使用话费结算可实现其促销目的；话费结算存在市场空间；话费结算是对其他支付方式的有效补充，可为手机 APP 服务商带来增量收入。因此，手机 APP 服务商选择话费结算具有合理性。发行人提供服务的话费结算业务应用于游戏、视频、阅读、资讯、社交等各类手机 APP，对应的主要手机 APP 可以从公开的手机应用市场下载，并具备一定的用户规模或下载次数。发行人话费结算业务的主要 APP 业务开展受工信部、运营商、手机应用市场和发行人的监管、约束和限制。报告期内，发行人话费结算业务的开展不存在被运营商及工信部等监管机构警告和处罚的情况。

问题 2 关于收购

2016 年，发行人与齐博、周晓磊共同出资设立久佳信通，发行人出资 200 万元，持股比例为 20%；2017 年，发行人对久佳信通增资 700 万元，增资完成后持股比例为 28%；2019 年，发行人收购南靖佳信持有的久佳信通 23%股权，构成非同一控制下企业合并，自 2019 年 10 月起将久佳信通纳入合并报表范围。根据审核问询回复：

（1）报告期内，久佳信通实现营业收入 7,663.75 万元、8,389.65 万元、18,527.66 万元、10,080.44 万元，自 2019 年起营业收入快速增长。

（2）2019 年久佳信通并入发行人营业收入（合并后）、净利润（合并后）的比例为 20.66%、6.77%，2020 年 1-6 月并入的比例分别为 49.02%、21.16%，发行人认为久佳信通的相关财务数据未达到发行人相应项目的 50%，未对发行人产生重大影响。

（3）2019 年的收购行为与之前的参股设立、增资扩股不构成一揽子交易，

根据测算，在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，2019 年度的净利润分别为 11,631.60 万元，6,588.28 万元，有较大差异。

请发行人：（1）结合久佳信通的主要客户名称、销售项目、项目内容、项目进度和收入确认时点、比例，充分分析并披露久佳信通 2019 年起营业收入大幅增长的原因及合理性，是否具有可持续性；

（2）结合投资收益、商誉等影响，进一步客观、清晰披露收购久佳信通对发行人主要财务数据的影响，纠正招股说明书有关本次收购“未对发行人产生重大影响”的相关描述，在招股说明书显著位置提示本次收购久佳信通对发行人的具体影响，并作充分的风险提示；

（3）补充披露在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，测算的 2019 年度的净利润金额差异较大的原因及计算过程。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人、申报会计师详细说明针对久佳信通报告期内收入大幅增长的合理性的核查过程、核查结论。

【回复】

（1）结合久佳信通的主要客户名称、销售项目、项目内容、项目进度和收入确认时点、比例，充分分析并披露久佳信通 2019 年起营业收入大幅增长的原因及合理性，是否具有可持续性。

一、久佳信通 2019 年起营业收入大幅增长的原因及合理性

2019 年及 2020 年 1-6 月，久佳信通实现营业收入 18,527.66 万元、10,080.44 万元，呈快速增长趋势，主要原因系原有客户需求量增加及新客户的开发，2019 年度及 2020 年 1-6 月久佳信通对主要客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2019 年收入金额	收入占比	是否为新增客户
1	卓望信息技术（北京）有限公司	4,012.83	21.66%	是
	卓望信息网络（深圳）有限公司	1,998.34	10.79%	
2	江苏云之树科技有限公司	2,237.10	12.07%	否
3	杭州南讯软件科技有限公司	887.33	4.79%	否
4	北京趣拿软件科技有限公司	868.80	4.69%	是
5	福州三六零网络小额贷款有限公司	844.36	4.56%	是
6	广州酷狗计算机科技有限公司	759.53	4.10%	否

序号	客户名称	2019 年收入金额	收入占比	是否为新增客户
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	486.42	2.63%	否
8	小米科技有限责任公司	449.93	2.43%	否
9	杭州数云信息技术有限公司	390.16	2.11%	否
10	同盾网络科技有限公司	356.36	1.92%	否
合计		13,291.16	71.75%	

(续上表)

序号	客户名称	2020 年 1-6 月收入金额	收入占比	是否为新增客户
1	卓望信息技术(北京)有限公司	2,653.71	26.33%	否
	卓望信息网络(深圳)有限公司	543.77	5.39%	
2	北京奇保信安科技有限公司	656.08	6.51%	是
3	新联协同通信技术(北京)有限公司	568.91	5.64%	否
4	北京爱奇艺科技有限公司	557.42	5.53%	否
5	广州酷狗计算机科技有限公司	503.61	5.00%	否
6	杭州数云信息技术有限公司	410.20	4.07%	否
7	小米科技有限责任公司	394.22	3.91%	否
8	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	320.68	3.18%	否
9	福州三六零网络小额贷款有限公司	280.08	2.78%	否
10	北京趣拿软件科技有限公司	266.49	2.64%	否
合计		7,155.18	70.98%	

注：主要客户为久佳信通 2019 年度前十大客户，其中卓望信息技术(北京)有限公司与卓望信息网络(深圳)有限公司为同一控制下企业。

报告期内，久佳信通为各客户均提供移动信息化服务，即移动信息化解决方案及运营服务，并非按照项目与客户签订合同并提供服务。久佳信通收入确认时点为收到结算单据并与客户核对无误后确认收入。发行人与客户签订的销售合同为非项目制合同，按月度与客户进行结算，故无需确认项目进度和收入确认比例。

综上所述，久佳信通 2019 年起收入大幅增加，主要原因系增加了卓望信息、北京趣拿软件科技有限公司、福州三六零网络小额贷款有限公司及北京奇保信安科技有限公司等新增客户，杭州南讯软件科技有限公司、江苏云之树科技有限公司等原有合作客户的采购需求大幅增长所致。

二、久佳信通移动信息化服务收入增长具备可持续性

1、主要客户的合作期限较长

报告期内，久佳信通的主要客户合同签订情况及合同到期日如下：

序号	客户名称	合同标的	合同到期日
1	卓望信息技术（北京）有限公司	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支撑	2021.06.30
2	北京爱奇艺科技有限公司	为客户提供短信产品服务	2021.06.30
3	新联协同通信技术（北京）有限公司	为客户提供发送短信的API接口、通道、以及通道的运营支撑服务	2022.04.30
4	北京奇保信安科技有限公司	用短信服务平台为客户短信的发送和接收提供运营服务	2020.12.31
5	广州酷狗计算机科技有限公司	双方就共同开展集团短消息业务达成协议	2020.12.31
6	福州三六零网络小额贷款有限公司	短信的发送和接收提供运营服务	2020.12.07
7	卓望信息网络（深圳）有限公司	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支撑	2021.06.30
8	小米科技有限责任公司	提供短信通道的技术支持和优质、稳定服务	2021.12.31
9	杭州数云信息技术有限公司	共同开展集团短消息业务	2022.07.01
10	北京趣拿软件科技有限公司	使用CMPP、SGIP、SMGP、SMPP点对点短信通信协议技术事宜达成协议	2020.12.31

如表所述，久佳信通的主要客户合作期较长，较长的合作期间确保了未来收入的可持续性。

2、主要客户的续签比例较高

主要客户中，除新增客户外，其他客户均到期续签，较高的客户黏性及续签率保证了公司收入持续增长。

3、客户数量逐年增加，客户需求逐步增长

久佳信通自2016年成立后，客户数量逐年增加，客户数量由38个逐年增长至216个，复合增长率为54.32%，随着新客户的开发及原有客户的需求逐步释放，久佳信通的收入增长具有可持续性。

综上，久佳信通移动信息化服务收入规模增长具有可持续性。

(2) 结合投资收益、商誉等影响，进一步客观、清晰披露收购久佳信通对发行人主要财务数据的影响，纠正招股说明书有关本次收购“未对发行人产生重大影响”的相关描述，在招股说明书显著位置提示本次收购久佳信通对发行

人的具体影响，并作充分的风险提示。

一、收购久佳信通对发行人主要财务数据的影响

1、收购久佳信通对发行人投资收益的影响

根据《企业会计准则解释第4号》，企业通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，应当区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本，不涉及其他综合收益，具体计算如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值	1,323.84
购买日新增投资成本	5,175.00
初始投资成本	6,498.84

(2) 合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，具体计算过程如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前原持有股权在购买日的账面价值	1,323.84
购买日之前原持有股权在购买日的公允价值	6,300.00
购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失	4,976.16

2、收购久佳信通对发行人商誉的影响

根据《企业会计准则第20号—企业合并》第十三条，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。本次商誉计算过程为：

单位：万元

项目	说明	金额
1、购买日久佳信通公司净资产账面价值	A	2,874.64
2、本次收购评估增值的无形资产影响金额的计算：		
(1) 2019年7月31日无形资产评估增值	a	1,490.00
(2) 2019年8-10月评估增值的无形资产的摊销金额	b	37.25
(3) 购买日评估增值的无形资产净值	c=a-b	1,452.75
(4) 购买日评估增值的无形资产对应的递延所得税负债	d=c*15%（注1）	217.91

项目	说明	金额
(5)评估增值的无形资产对购买日可辨认净资产公允价值的影响金额	$B=c-d$	1,234.84
3、购买日可辨认净资产公允价值	$C=A+B$	4,109.48
4、购买日可辨认净资产公允价值份额	$D=C*51%$ (注 2)	2,095.83
5、合并成本的计算:		
(1) 本次收购增持 23%股权的交易价格	e	5,175.00
(2) 本次收购前持有的 28%股权的公允价值	$f=e/23%*28%$	6,300.00
(3) 合并成本	$E=e+f$	11,475.00
6、商誉	$F=E-D$	9,379.17

注 1: 1) 根据《企业会计准则第 18 号——所得税》的规定: “由于企业会计准则规定与税法规定对企业合并的处理不同, 可能会造成企业合并中取得资产、负债的入账价值与其计税基础的差异。比如非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异, 在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时, 相关的递延所得税费用 (或收益), 通常应调整企业合并中所确认的商誉。” 2) 本次非同一控制下企业合并中存在无形资产评估增值, 上述无形资产的账面价值与其计税基础产生暂时性差异, 需确认递延所得税负债, 进而影响可辨认净资产公允价值。2019 年久佳信通适用的所得税税率为 15%, 购买日评估增值的无形资产对应的递延所得税负债=评估增值无形资产净值*15%。

注 2: 购买日的持股比例为 51%。

注 3: 购买日为 2019 年 10 月 31 日。

3、收购久佳信通对发行人主要财务数据的影响

(1) 本次收购前, 对发行人主要财务数据的影响

公司收购久佳信通属于非同一控制下企业合并, 以收购前一年度即 2018 年经审计的相关数据计算, 久佳信通资产总额、资产净额、营业收入、利润总额占发行人相关项目的比例如下:

单位: 万元

项目	久佳信通 (①)	挖金客 (②)	占比 (①/②)
资产总额	2,674.93	18,761.71	14.26%
资产净额	2,243.81	17,200.50	13.05%
营业收入	8,389.65	21,014.29	39.92%
利润总额	435.11	6,835.67	6.37%

久佳信通的主营业务与发行人重组前业务具有高度相关性。根据上表数据, 久佳信通重组前一个会计年度末 (2018 年 12 月 31 日) 的资产总额、资产净额

或前一个会计年度（2018 年）的营业收入或利润总额，均未达到重组前发行人相应项目的 50%。根据证监会发布的《首发业务若干问题解答》第 11 问，本次重组未构成发行人主营业务发生重大变化。

（2）本次收购完成后，对发行人主要财务数据的影响

①2020 年 1-6 月

单位：万元

项目	资产总额	所有者权益	收入总额	净利润
久佳信通	7,778.58	4,432.48	10,080.44	743.95
发行人（含久佳信通）	30,732.74	25,569.78	20,564.20	3,515.57
占比	25.31%	17.33%	49.02%	21.16%

②2019 年

单位：万元

项目	资产总额	所有者权益	收入总额	净利润
久佳信通	8,785.24	3,688.52	5,339.00	813.89
发行人（含久佳信通）	33,419.35	26,644.20	25,842.24	12,020.06
占比	26.29%	13.84%	20.66%	6.77%

注：由于公司仅将久佳信通 2019 年 11 月-12 月收入纳入合并范围核算，上表中久佳信通的收入金额为其 2019 年 11 月-12 月的收入金额。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通 2019 年 11-12 月及 2020 年 1-6 月纳入合并范围。本次收购增加了公司财务报表的合并范围且于 2019 年合并报表中产生了投资收益 4,976.16 万元，商誉 9,379.17 万元；2020 年 1-6 月，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为 25.31%、17.33%、49.02%、21.16%，通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。综上，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。

二、招股说明书有关描述的修改

招股说明书有关本次收购“未对发行人产生重大影响”的相关描述，现修改如下：

“久佳信通的主营业务与发行人重组前业务具有高度相关性。根据上表数据，

久佳信通重组前一个会计年度末（2018年12月31日）的资产总额、资产净额或前一个会计年度（2018年）的营业收入或利润总额，均未达到重组前发行人相应项目的50%，根据证监会发布的《首发业务若干问题解答》第11问，本次重组未构成发行人主营业务发生重大变化。

通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通2019年11-12月及2020年1-6月纳入合并范围且于2019年合并报表中产生了投资收益4,976.16万元，商誉9,379.17万元；2020年1-6月，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为25.31%、17.33%、49.02%、21.16%，通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。综上所述，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。”

三、相关风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”和“第四节 风险提示”之“久佳信通业绩波动风险”补充披露如下：

“2019年10月，发行人收购久佳信通股权，形成非同一控制下企业合并。通过本次收购，久佳信通与发行人在技术、管理、团队、采购、资金等方面实现协同效应，随着上述业务协同的实现和移动信息化服务经营规模的扩张，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分。

本次收购完成后，久佳信通成为公司控股子公司，发行人将久佳信通2019年11-12月及2020年1-6月纳入合并范围。且于2019年合并报表中产生了投资收益4,976.16万元，商誉9,379.17万元；2020年1-6月，久佳信通对于发行人在资产总额、所有者权益、收入总额、净利润的占比分别为25.31%、17.33%、49.02%、21.16%，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。倘若久佳信通由于自身经营不善、收购后业务整合困难、宏观经济环境变化或国家产业政策调整等因素发生业绩波动的情况，将会对发行人的业绩产生重大不利影响。”

(3) 补充披露在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，测算的 2019 年度的净利润金额差异较大的原因及计算过程。

一、在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，测算的 2019 年度的净利润金额差异较大的原因

2019 年，发行人收购南靖佳信持有的久佳信通 23% 股权，在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，2019 年度的净利润分别为 11,631.60 万元，6,588.28 万元，差异金额为 5,043.32 万元，主要原因系在不认定为一揽子交易的情况下，发行人对原持有的股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，该金额为 4,976.16 万元，具体如下：

在不认定为一揽子交易的情况下，发行人收购久佳信通属于通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的情形，根据《企业会计准则解释第 4 号》规定，企业通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益，发行人计算投资收益过程如下：

单位：万元

项目	金额
购买日之前原持有股权在购买日的账面价值	1,323.84
购买日之前原持有股权在购买日的公允价值	6,300.00
购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失	4,976.16

在认定为一揽子交易的情况下，即久佳信通自设立之初即受发行人控制，发行人收购久佳信通股权属于购买子公司少数股东股权的情形，根据《企业会计准则解释第 2 号》规定，母公司购买子公司少数股权，母公司在编制合并财务报表时，因购买少数股权新取得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，应当调整所有者权益（资本公积），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

故综上所述，上述差异金额主要系会计处理方式不同所致，在不认定为一揽子交易的情形下，购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生的利得或损失计入当期投资收益，认定为一揽子交易的情形下未产生因公允价值重新计量而产生的利得或损失。

二、不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下，测算的 2019 年度的净利润金额计算过程

发行人收购久佳信通股权非一揽子交易，自 2019 年 10 月将久佳信通纳入合并范围，故不认定为一揽子交易情况下，2019 年度净利润即为发行人审计报告披露的净利润。

认定为一揽子交易情况下，发行人模拟计算自久佳信通成立初始即受发行人控制，即自设立起即纳入发行人的合并范围，2019 年度两种情形下净利润计算过程如下：

单位：万元

项目	非一揽子交易	一揽子交易	差额
一、营业收入	25,842.24	39,030.90	13,188.66
减：营业成本	16,845.54	27,337.16	10,491.62
税金及附加	71.20	71.25	0.05
销售费用	417.53	558.38	140.85
管理费用	859.68	1,091.52	231.84
研发费用	844.93	1,471.39	626.46
财务费用	-23.64	-17.19	6.45
信用减值损失	130.31	287.42	157.11
加：其他收益	66.81	111.79	44.98
投资收益（损失以“-”号填列）	5,971.17	558.50	-5,412.67
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	12,734.69	8,901.25	-3,833.44
加：营业外收入	26.79	27.23	0.44
减：营业外支出	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	12,761.48	8,928.47	-3,833.01
减：所得税费用	741.42	983.18	241.76
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	12,020.06	7,945.29	-4,074.77
其中：归属于母公司所有者的净利润	11,631.60	6,588.28	-5,043.32
少数股东损益	388.46	1,357.00	968.54

两种处理方式下，差异主要受投资收益的影响，即根据前述两种会计处理的方式不同，在非一揽子交易情形下发行人对原持有的股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。

其他项目差异主要系合并久佳信通的时点不同，非一揽子交易情形下发行人合并久佳信通的时点为 2019 年 10 月 31 日，一揽子交易情形下发行人合并久佳信通的时点为久佳信通成立之日。

【补充披露情况】

以上内容公司已在《招股说明书》中“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和重大资产重组情况”之“(三) 发行人设立以来的重大资产重组情况”中补充披露。

【中介机构核查】

一、针对久佳信通报告期内收入大幅增长的合理性的核查

1、核查程序

(1) 评价发行人收入确认相关会计政策的合理性，了解和评价销售与收款相关的内部控制设计，并测试了关键控制执行的有效性。

(2) 访谈久佳信通销售负责人，了解久佳信通业务模式，并在分析性复核的基础上，从销售记录中选取样本，检查与收入确认相关的销售合同、结算单、发票、银行收款单据等。

(3) 核对业务系统数据记录与客户结算单信息之间的一致性，识别和检查是否存在重大差异或异常的交易记录。

(4) 对主要客户进行函证，函证数据包括往来款项期初金额、期末金额、本期销售金额及回款金额，确认当期销售收入是否跨期。

(5) 对主要客户进行实地走访，关注双方结算周期等情况，核查销售收入是否存在核算跨期风险。

(6) 对久佳信通的业务系统执行 IT 审计，关注是否存在收入跨期的风险。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：久佳信通报告期内收入大幅增长具有合理性。

二、其他核查程序

1、获取久佳信通 2019 年起主要销售客户明细，访谈久佳信通管理层，分析收入大幅增长的原因及是否具有可持续性。

2、访谈发行人管理层，了解收购久佳信通的业务整合情况。

3、结合《企业会计准则》，检查本次股权收购的相关会计处理及是否符合《企业会计准则》规定，复核商誉、投资收益计算过程。

4、获取发行人在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下的净利润计算过程，分析净利润差异较大的原因。

三、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：久佳信通 2019 年起收入大幅增加，主要原因系新客户开发及原有合作客户的采购需求大幅增长所致。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：本次收购完成后，久佳信通将成为发行人移动信息化业务中的重要组成部分，本次收购对公司主要财务数据产生重大影响。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：在不认定为一揽子交易和认定为一揽子交易的情况下的净利润差异较大的原因系会计处理方式所致。

问题 3 关于《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》

发行人行业营销类/营销类自 2018 年以来毛利率持续高于同行业公司 5 个百分点左右。请发行人根据信息业务的流程、短信类型及推送目的、普通营销类短信/互金/游戏/其他类型短信在营销类短信中的占比，说明并补充披露：

（1）报告期内已开展的短信业务是否符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求；

（2）上述规定正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响；

（3）在风险揭示中认为《意见稿》对于发行人企业短信服务业务的影响较小的理由及披露的准确性；

（4）发行人营销类短信的合规性、期间被处罚或投诉的情形、毛利率较高的合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

（1）报告期内已开展的短信业务是否符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求。

《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下称“《管理规定（征求意见稿）》”）在第二章“服务规范”中对经营短信息服务提出了基本的监管要求，在第三章“商业性短信息和商业性电话管理”中针对商业性短信息的

业务经营提出了特殊监管要求。主要监管要求如下：

第二章“服务规范”法律条文	基本监管要求
第 6 条：经营短信息服务或语音呼叫服务，应当依法取得电信业务经营许可	短信息服务应取得电信业务经营许可
第 8 条：短信息服务提供者、语音呼叫服务提供者应当在其服务系统中记录短信息或语音呼叫的发送和接收时间、发送端和接收端电话号码或者代码用户订阅和退订情况，以及端口类短信息内容、平台类电话录音。上述信息除信令数据外应当保存至少 5 个月，信令数据至少保存 1 个月。用户订阅和退订情况应当保存至与用户服务关系终止后 5 个月。	短信息服务提供者应当在其服务系统中记录发送和接收时间、用户订阅和退订情况
第 9 条：、语音呼叫服务提供者应当按照电信管理机构批准的电信网码号结构、位长、用途和使用范围使用码号，不得擅自改变位长、用途和使用范围，不得擅自变更、隐藏、冒用电信网码号，不得发送缺少或者含有虚假、冒用发送端电信网码号的短信息或语音呼叫，不得擅自转让或者出租电信网码号	短信息服务提供者应在批准范围内规范使用电信网码号
第三章“商业性短信息和商业性电话管理”法律条文	对商业性短信息的特殊监管要求
第 16 条：任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。	提供商业性短信息服务应征得短信接收方的同意
第 17 条：短信息服务提供者发送端口类商业性短信的，应当确保有关用户已同意或请求接收，并保留用户同意凭证至少五个月	提供商业性短信息的短信息服务提供者，应按要求保留用户同意接收商业性短信的凭证
第 19 条：短信息服务提供者发送端口类商业性短信息的，应当在短信息中明确标注通过其服务发送短信的组织或个人的名称、联系电话，提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收设置障碍	商业性短信息的内容，要包含实际的短信发送者的名称、联系电话以及拒绝接收方式

根据《管理规定（征求意见稿）》第四十二条，商业性短信息是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息。发行人开展的行业营销类短信业务主要以发送商业性短信息为主，不仅要符合基本监管要求，还要符合针对商业性短信息的特殊监管要求。发行人验证通知类短信业务中发送的短信不属于商业性短信息的范围，该等业务经营需符合基本监管要求。

一、发行人报告期内已开展的验证通知类短信业务符合《管理规定（征求意见稿）》的相关要求

对验证通知类短信业务，发行人履行《管理规定（征求意见稿）》基本监管要求的情况如下：

1) 发行人及下属企业中开展短信息服务的主体均已取得所需的《增值电信业务经营许可证》、《电信网码号资源使用证书》，已具备相应电信业务经营许可。

2) 发行人的移动信息化服务平台系统已经记录了对短信息发送和接收时间、用户订阅和退订情况，并按规定保留记录。

3) 报告期内发行人在批准范围内使用电信网码号，不存在因经营验证通知类短信业务受到行政处罚等监管措施的情形。

发行人报告期内已开展的验证通知类短信业务符合《管理规定（征求意见稿）》的要求。

二、发行人报告期内已开展的行业营销类短信业务已符合《管理规定（征求意见稿）》的主要要求，对于新增的监管细节，发行人已经采取措施规范

对行业营销类短信业务，发行人履行《管理规定（征求意见稿）》基本监管要求以及商业性短信息特殊监管要求的情况如下：

1) 在征得短信接收方同意方面，发行人报告期内的行业营销类短信业务已经符合《管理规定（征求意见稿）》的要求。在行业营销类短信业务经营中，发行人以客户提供的用户及手机号码名单为准，向名单中的手机号码发送短信息，客户提供名单一般为在其网站、APP 等应用端中进行注册的用户。经登陆主要直客客户的网站、APP，在主要直客客户的网站、APP 用户注册条款中，已包含用户同意客户向其发送各类通知、信息，以及同意客户向第三方服务提供者授权使用其相关信息的内容。

2) 在商业短信内容方面，目前发行人发送的商业短信内容中，已经包含短信发送主体的名称，并在短信中附有拒绝接收的方式，已符合现行的监管要求。

相较于现行监管要求，《管理规定（征求意见稿）》新增了商业性短信息中附带短信发送主体联系电话的要求。对此，发行人已将该等规范要求告知主要客户，要求客户在《管理规定（征求意见稿）》生效后提供的短信内容应附带发送主体联系电话。发行人与主要客户的业务合同中已约定，客户使用发行人提供的

短信通道须符合法律、法规及相关规范性文件的规定。《管理规定（征求意见稿）》正式生效后，若客户提供的短信内容未包含联系电话，发行人将依据合同要求客户进行整改。

3) 保留用户同意接收短信的凭证的监管要求为《管理规定（征求意见稿）》新增的内容，对此，发行人已作出如下规范措施：在新签或续签合同中明确规定，客户在提供短信发送名单的同时，应一并提供名单所列用户已同意接收短信的凭证，以及名单所列用户已授权第三方服务提供者使用其相关信息的凭证；发行人已建立单独的档案，用于留存该等同意接收凭证；目前发行人与主要客户的业务合同已约定，客户使用发行人提供的短信通道须符合法律、法规及相关规范性文件的规定，若届时客户未按要求向发行人提供凭证，发行人将依据合同要求客户进行整改。

综上，发行人报告期内已开展的行业营销类短信业务已经符合现行的监管要求，《管理规定（征求意见稿）》在现行监管要求的基础上对相关规定作了细化，对于新增的细化内容，发行人已经采取了相关措施进行规范。

(2) 《管理规定（征求意见稿）》正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响

发行人的短信业务分为验证通知类短信和行业营销类短信，其中行业营销类可细分为普通营销、互金、游戏、其他类型。报告期内，发行人按短信类别分类的业务具体情况如下：

单位：万元

项目		2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
验证通知类	-	7,168.98	52.09%	4,315.57	48.85%	100.42	21.84%	-	-
行业营销类	普通营销	5,424.92	39.42%	4,425.67	50.10%	235.17	51.16%	2,759.42	100.00%
	互金营销	940.34	6.83%	57.59	0.65%	-	-	-	-
	游戏营销	162.59	1.18%	35.33	0.40%	124.11	27.00%	-	-
	其他营销	65.00	0.47%	-	-	-	-	-	-
合计		13,761.83	100.00%	8,834.16	100.00%	459.70	100.00%	2,759.42	100.00%

对于验证通知类短信业务，《管理规定（征求意见稿）》对此类短信业务的监管要求与现行有效的《通信短信息服务管理规定》基本一致，发行人现有业务经营已经符合相关规定，《管理规定（征求意见稿）》正式实施后，不会对发行人造

成可预见的不良影响。

对于以发送商业性短信息为主的行业营销类短信业务，虽然《管理规定（征求意见稿）》在业务实施细节上新增了部分监管要求，但《管理规定（征求意见稿）》正式生效后并不会对发行人造成重大不利影响：

1) 新增的监管要求较于现行有效的要求没有发生重大变化。现行有效的《通信短信息服务管理规定》已对短信息服务提供者在取得用户同意、短信内容等方面提出了监管要求，《管理规定（征求意见稿）》主要是对监管要求进一步细化，并没有增加对短信业务实施作出重大改变的条款。

2) 《管理规定（征求意见稿）》于 2020 年 8 月 31 日发布，行业内已经开始逐步落实《管理规定（征求意见稿）》的监管要求。如前文所述，发行人已经在业务合同审查、短信内容审核、业务资料归档留存等方面采取了针对性措施，待《管理规定（征求意见稿）》正式生效后，将立即按照监管要求执行。发行人的短信业务主要服务于各行业的大型企业客户，该等客户对自身业务经营的合规性较为注重，也将会按照《管理规定（征求意见稿）》对自身业务实施进行规范。

3) 发行人以“验证通知类短信收入增幅保持 2017-2019 年年均复合增长率幅度，行业营销类短信收入增幅受政策影响，毛利率保持 2020 年 1-6 月毛利率不变”为前提，对《管理规定（征求意见稿）》生效后对发行人可能存在的影响进行测算如下：

单位：万元

验证通知类短信收入增幅不变，行业营销类短信收入增幅为 10%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
验证通知类	7,168.98	14,337.96	45.36%	10.06%	20,841.26	2,096.92	-
行业营销类	6,592.85	13,185.70	10.00%	17.25%	14,504.27	2,501.27	-
小计	13,761.83	27,523.66	-	-	35,345.53	4,598.18	23.72%
验证通知类短信收入增幅不变，行业营销类短信收入增幅为 0%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年化毛利额变化
验证通知类	7,168.98	14,337.96	45.36%	10.06%	20,841.26	2,096.92	-
行业营销类	6,592.85	13,185.70	-	17.25%	13,185.70	2,273.88	-

小计	13,761.83	27,523.66	-	-	34,026.96	4,370.80	17.61%
验证通知类短信收入增幅不变，行业营销类短信收入下降 20%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年年化毛利额变化
验证通知类	7,168.98	14,337.96	45.36%	10.06%	20,841.26	2,096.92	-
行业营销类	6,592.85	13,185.70	-20.00%	17.25%	10,548.56	1,819.10	-
小计	13,761.83	27,523.66	-	-	31,389.82	3,916.02	5.37%
验证通知类短信收入增幅不变，行业营销类短信收入下降 50%							
收入分类	2020 年 1-6 月	2020 年年化	增长率	毛利率	2021 年预计收入	2021 年预计毛利额	较 2020 年年化毛利额变化
验证通知类	7,168.98	14,337.96	45.36%	10.06%	20,841.26	2,096.92	-
行业营销类	6,592.85	13,185.70	-50.00%	17.25%	6,592.85	1,136.94	-
小计	13,761.83	27,523.66	-	-	27,434.11	3,233.86	-12.99%

注：2020 年年化收入=2020 年 1-6 月收入*2；验证通知类短信收入增长率按照发行人 2017-2019 期间移动信息化服务收入的年均复合增长率确定；验证通知类和行业营销类的毛利率假设参照 2020 年 1-6 月对应业务毛利率确定。

根据以上估算与分析，即使《管理规定（征求意见稿）》的正式生效会对行业营销类短信业务的收入产生不利影响，该等不利影响也不会构成对发行人总体短信业务以及持续经营能力的重大不利影响。

（3）在风险揭示中认为《意见稿》对于发行人企业短信服务业务的影响较小的理由及披露的准确性

如前文所述，发行人已经对《管理规定（征求意见稿）》生效后对发行人可能存在的影响进行了测算，通过上述测算可知，《管理规定（征求意见稿）》生效后可能会对发行人的行业营销类短信收入产生不利影响，但是该等不利影响不构成发行人短信服务业务经营的重大不利影响。

发行人已在《招股说明书》“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（五）产业政策调整风险”对相关风险进行补充披露如下：

“软件和信息技术服务行业及其各个细分领域是国家大力推动的新兴产业，近年来行业各级主管部门不断出台相关产业政策、部门规章等规范性文件促进行业的健康快速发展及各细分领域的重大技术突破和产业集聚，对行业发展起到了

积极的促进作用。公司的业务发展受产业政策影响较大，如果未来国家产业政策进行调整，可能导致相关业务运营模式的改变和市场规模的波动；如果未来公司在业务拓展上不能与政策导向保持一致，将对公司业务的开拓及持续发展产生重大不利影响。

2020年8月31日，工信部就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称“《管理规定（征求意见稿）》”）公开征求意见。《管理规定（征求意见稿）》对发送商业性短信息需经过用户同意的监管要求进一步细化。具体而言，根据《意见稿》第四十二条规定，“（七）商业性短信息或商业性电话，是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息或电话”。发行人移动信息化服务中的验证通知类短信不属于商业性短信息，若《管理规定（征求意见稿）》正式生效，对发行人此类短信业务不会构成直接且可预见的不利影响；发行人移动信息化服务中的行业营销类短信则主要以商业性短信息为主，待《管理规定（征求意见稿）》正式生效，可能导致行业营销类短信的需求减弱。

发行人以“验证通知类短信收入增幅保持 2017-2019 年年均复合增长率幅度，行业营销类短信收入增幅受政策影响，毛利率保持 2020 年 1-6 月毛利率不变”为前提，对《管理规定（征求意见稿）》正式生效后可能存在的影响进行测算，在行业营销类短信收入变动为 10%、0%、-20%、-50%的情形下，发行人 2021 年移动信息化服务的毛利额较 2020 年将分别变动 23.72%、17.61%、5.37% 和 -12.99%。根据以上估算与分析，《管理规定（征求意见稿）》可能对发行人行业营销类短信业务的收入产生不利影响，但对发行人持续经营能力不构成重大不利影响；同时，结合公司目前的主要客户均系下游行业知名企业，规范化程度较高，故本次《管理规定（征求意见稿）》总体对于发行人移动信息化服务的影响较小。未来随着《管理规定（征求意见稿）》的具体实施，若公司下游客户的用户数量出现下降，可能导致其对于企业短信的需求减弱，从而对发行人经营业绩造成不利影响。”

（4）发行人行业营销类短信的合规性、期间被处罚或投诉的情形、毛利率较高的合理性

一、发行人行业营销类短信的合规性以及期间被处罚、投诉的情形

报告期内，发行人因经营行业营销类短信业务受到一次行政处罚，详情如下：2020年4月24日，陕西省通信管理局对发行人下属企业运智伟业作出《行政处罚决定书》（陕通罚字[2020]1号），主要内容为，因运智伟业在业务经营活动中，存在未经用户同意或者请求向其发送商业性短信息的行为，且10692851码号未在陕西备案，违反《通信短信息服务管理规定》第十八条、《电信网码号资源管理办法》第二十三的规定，处以责令立即改正，予以警告，并处行政罚款1万元的行政处罚。

发行人下属企业运智伟业曾在2020年初尝试开拓短信业务，故在陕西省范围内进行了业务测试，但是由于相关经办人员业务经验不足，不了解短信业务经营的监管要求，导致在测试过程中出现失误，致使运智伟业违反相关监管要求从而受到行政处罚。该等处罚作出后，运智伟业已经按照要求进行了整改，且停止了短信业务测试。经核查，截至本回复报告签署日，运智伟业未实际开展短信业务，不存在与短信业务相关的营业收入。

根据运智伟业受到行政处罚的依据：1)《通信短信息服务管理规定》第三十四条规定，“基础电信业务经营者、短信息服务提供者违反本规定第七条至第十二条、第十五条、第十八条至第二十一条、第二十七条第三款规定的，由电信管理机构依据职权责令限期改正，予以警告，可以并处一万元以上三万元以下罚款，向社会公告。”2)《电信网码号资源管理办法》第四十条规定，“违反本办法的规定有下列情形之一的，工业和信息化部或者省、自治区、直辖市通信管理局责令改正，视情节轻重可以给予警告，并处5000元以上3万元以下的罚款：…（七）未按规定向电信主管部门备案的…”。发行人受到的处罚为较轻档次，不构成罚款金额较大的行政处罚，其行为不属于重大违法行为。

除上述行政处罚之外，发行人报告期内不存在其他受到行政处罚等监管措施以及被投诉的情况。如前文所述，发行人营销类短信业务经营符合现有的监管要求，对于《管理规定（征求意见稿）》新增的监管细节，发行人已经采取措施进行规范，发行人的行业营销类短信业务经营符合合规性的要求。

二、发行人行业营销类短信毛利率较高的合理性

发行人行业营销类短信2018年之后的毛利率均高于可比公司线上线下，其毛利率较高的主要原因为：

1)2018年至2020年1月至6月,发行人行业营销类短信销售价格为0.0220元/条、0.0223元/条和0.0260元/条,线上线下行业营销类短信销售价格0.0203元/条、0.0195元/条和0.0216元/条。发行人行业营销类短信的销售价格自2018年之后均高于线上线下,进而导致毛利率高于线上线下。2)根据公开信息披露,线上线下为了开拓直客市场,采用了“低价开拓客户后逐步提价的销售策略”,其对直客客户的销售价格较低,进而影响其毛利率。3)在客户结构方面,2018年至2020年1月至6月,发行人直客客户占比为100.00%、95.53%和92.54%,线上线下直客客户占比为38.65%、68.90%和80.70%。相较于线上线下,发行人主要以直客客户为主,发行人在报告期内对直客客户的销售比例要高于线上线下,从而导致发行人毛利率较高。

综上,发行人行业营销类短信毛利率主要受销售价格、客户结构等因素的影响;发行人行业营销类短信毛利率相较于可比公司线上线下营销类短信毛利率较高具备合理性。

【补充披露情况】

以上内容公司已在《招股说明书》中“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“(四)产业政策调整风险”、“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况”之“(一)行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策及对发行人的影响”补充披露。

【中介机构核查】

一、核查程序

- 1、查阅了《通信短信息和语音呼叫服务管理规定(征求意见稿)》全文。
- 2、访谈相关业务人员,了解验证通知类短信业务、行业营销类短信业务的业务实质、业务流程,了解发行人针对《通信短信息和语音呼叫服务管理规定(征求意见稿)》提出的监管要求所作出的相应措施等。
- 3、抽查验证通知类短信和行业营销类短信的短信内容。
- 4、查阅了发行人经营短信业务所需的《增值电信业务经营许可证》、《电信网码号资源使用证书》。

5、登陆发行人移动信息化服务平台系统，查阅对短信息发送和接收时间、用户订阅和退订情况的记录信息。

6、针对发行人的合规经营情况进行互联网检索。

7、查阅报告期内发行人的重大业务合同，登陆主要客户的网站、APP，查询用户注册条款。

8、针对运智伟业行政处罚向发行人进行访谈，了解处罚原因以及运智伟业目前经营情况。

9、根据公开披露的信息，查询发行人可比公司线上线下的营销类短信销售价格等信息。

二、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人报告期内已开展的验证通知类短信业务符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求。发行人报告期内已开展的行业营销类短信业务已符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的主要要求，对于新增的监管细节，发行人已经采取措施规范。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》正式实施后，不会对发行人短信业务以及持续经营能力产生重大不利影响。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：风险揭示中认为《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》对发行人企业短信服务业务的影响较小符合准确性的要求。

4、问题（4）

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人的行业营销类短信业务经营符合合规性的要求。发行人行业营销类短信毛利率相较于可比公司线上线下营销类短信毛利率较高具备合理性。

问题 4 关于移动信息化服务

根据申报材料和审核问询回复：

(1) 发行人以“成功提交发送请求”的短信数量作为收入结算的依据，未按成功发送的数量作为结算依据，发行人解释部分客户因为发行人为其开发技术平台。而成功提交请求但未发送成功的短信数量不需要支付采购费，按 2019 年采购均价计算，该年度收入与成本结算基础差异的短信数量导致发行人超过 1,000 万元的差异，直接形成发行人的毛利，2019 年发行人该业务毛利率 21.20%，高于同行业其他公司 5 个百分点，其他年度基本无差异。相关采购数量与销售数量差异如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售数量（万条）	512,452.48	365,343.09	18,361.16	111,691.40
采购数量（万条）	483,656.77	308,835.69	17,983.18	104,453.92
短信发送失败数量（万条）	28,795.71	56,507.40	377.98	7,237.48
短信发送失败比例	5.62%	15.47%	2.06%	6.48%

(2) 发行人 2019 年短信发送失败比例较高，主要系中国移动旗下的卓望信息短信发送失败比例较高，达 21.96%，数量为 2.86 亿条。卓望信息基准技术服务费用中 95% 作为月结款，5% 作为考核扣款基数根据考核结果计算考核款，发行人并未为卓望信息开发技术平台。报告期内，发行人均通过卓望信息的服务考核，无扣款情形，双方对账结算无异议。

(3) 卓望信息定价方式为按运营商通道定价，与其他客户存在差异，根据卓望与发行人的合同约定，双方结算按成功接收量作为结算依据，其中成功接收量的定义为信息发送后运营商返回发送状态为成功的信息量，即发送成功量，并不是成功提交至发行人平台的短信数量。

(4) 根据发行人提供的网络搜索材料，基本表述为行业内实力较强的短信服务公司会采用发送成功作为与客户结算的基础。

(5) 发行人列示的 2019 年移动信息业务前五大客户销售数量 28.97 亿条，占比 79.29%，失败率为 14.09%，根据当期销售数量和失败数量计算，非前五大客户销售数量为 7.56 亿条，失败条数为 1.57 亿条，失败率超过 20%，高于前五大客户，与第一大客户卓望信息基本相当。

请发行人：(1) 补充披露以往经营过程中，发行人自身及久佳信通是否一直以“成功提交发送请求”的短信数量作为收入结算依据，后续是否会存在客户要

求更改为“发送成功”的短信数量作为收入结算依据，如存在，补充披露该变化对发行人收入、毛利率的影响；

(2) 补充披露卓望信息 2019 年在短信发送失败比例远高于其他客户且双方合同已约定按照运营商返回发送成功的信息量作为结算依据的情况下，发行人仍认定与卓望信息的结算依据为对方提交至发行人平台的短信信息量的合理性，卓望信息与发行人实际结算基础，如按提交成功数结算，披露卓望信息未提出按合同约定结算的合理性或要求发行人给予折扣的商业合理性，双方实际结算基础的具体内容，与合同约定是否存在差异，相关差异是否经过卓望信息公司的书面批准，是否合规，双方是否存在其他利益安排，卓望信息对发行人服务的考核方式及扣款情形，短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性以及是否影响其他商业条件；

(3) 补充披露按运营商通道定价方式的具体含义，与其他定价方式差异情况，双方以该种方式定价的原因，发行人与卓望信息在合作条款、合作条件、收入结算方式等方面与其他主要客户的差异情况及差异原因；

(4) 补充披露卓望信息在发行人 2019 年 10 月收购久佳信通后大幅增加合作且当期末基本未回款的原因及合理性，卓望信息 2019 年 1-10 月向久佳信通采购的金额、数量及失败率情况，卓望信息相关采购的持续、稳定性；

(5) 该业务非前五大客户失败率超过 20%的合理性，发行人上述客户的类型、失败率较高的客户明细情况、原因和占比、相关客户均选择以提交成功数为结算基础的合理性，因内容违规或被用户拉近黑名单的占比，发行人相关业务是否存在较多投诉或违规情形，是否存在（潜在）法律风险，客户知晓发行人短信采购以发送成功的数量为基数而同意和发行人以提交成功数为结算基础的合理性，未要求商业折扣或后续返还短信发送量的合理性；

(6) 补充披露与主要客户就结算基础的条款及定义、是否明确以提交平台成功数为依据，实际执行的差异，说明发行人与客户存在以发送成功短信息数量为结算基础的情形下，称自身与客户均以提交平台成功数量作为结算基础的信息披露准确性；

(7) 说明发行人以梦创集团披露的“公司向集团客户提供服务后，根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用”即认为对方

以“提交成功数”为结算基础的合理性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，说明对上述情形是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，并就收入真实性、合规性和成本完整性发表明确意见。

【回复】

(1) 补充披露以往经营过程中，发行人自身及久佳信通是否一直以“成功提交发送请求”的短信数量作为收入结算依据，后续是否会存在客户要求更改为“发送成功”的短信数量作为收入结算依据，如存在，补充披露该变化对发行人收入、毛利率的影响。

一、发行人移动信息化业务主要客户的收入结算依据

报告期内，发行人自身及久佳信通与客户的收入结算依据为：根据发行人自身及久佳信通业务平台成功提交发送请求的短信数量，结合约定的短信结算单价，计算确定结算金额。

发行人自身及久佳信通与主要客户的收入结算一直以“成功提交发送请求”（发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量）为依据，不以“成功发送至用户终端”为依据。

二、现有收入结算依据是充分市场竞争环境下发行人与客户双方的约定，后续收入结算依据变化可能性较低

报告期内，发行人移动信息化服务主要客户的业务获取方式及合同有效期情况如下所示：

序号	客户名称	业务获取方式	合同有效期
1	卓望信息技术（北京）有限公司	竞争性谈判	2021年6月30日
2	卓望信息网络（深圳）有限公司	竞争性谈判	2021年6月30日
3	腾讯云计算（北京）有限责任公司	询价报价	2022年6月30日
4	国家电网有限公司客户服务中心	招投标	2020年12月31日
5	北京奇保信安科技有限公司	竞争性谈判	2020年12月31日
6	新联协同通信技术（北京）有限公司	询价报价	2021年4月30日
7	上海赫程国际旅行社有限公司	招投标	2020年12月31日
8	北京趣拿软件科技有限公司	竞争性谈判	2020年12月31日
9	小米科技有限责任公司	竞争性谈判	2020年12月31日

根据上表可知，报告期内，发行人移动信息化服务的主要客户主要获取方式为招投标或竞争性谈判，客户对于商业条款的调整相对谨慎，根据对上述主要客

户的访谈，报告期内发行人与客户的合作模式和结算方式未发生改变。截至本回复签署日，发行人与上述主要客户合作稳定，主要合同均已续签且核心条款未发生变化，客户要求更改为“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据的可能性较低。

三、假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据，对发行人收入、毛利率的影响

发行人与客户的合同定价是以发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量乘以短信结算单价为计算依据，如果发行人与客户将收入结算依据更改为“发送成功”至终端用户的短信数量，则双方将就提高短信结算单价进行相应的重新谈判和约定。因此，收入结算依据的调整将同时带来短信结算单价的相应调整，不会对发行人收入和毛利率产生实质性影响。

发行人与同行业可比公司同类业务毛利率情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
梦网集团-云通信服务	14.07%	18.06%	24.11%	27.61%
吴通控股-移动信息服务	9.39%	18.34%	21.72%	21.73%
线上线下	12.92%	17.63%	19.52%	21.82%
发行人-移动信息化服务	12.96%	21.20%	19.33%	20.65%

如上表所示，发行人移动信息化服务毛利率与同行业可比公司同类业务毛利率可比。其中，线上线下与发行人的收入结算依据存在差异，但双方毛利率水平一致，说明毛利率受“结算依据”和“单价”双重影响。如果发行人与客户对结算依据进行调整，则单价亦将重新约定。

假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价，对发行人模拟计算收入和毛利率的敏感性分析结果如下所示：

1、对发行人总体业务影响的模拟计算情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月			2019年			2018年			2017年		
	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况									
营业收入	20,564.20	19,791.91	-3.76%	25,842.24	24,483.95	-5.26%	21,014.29	21,004.84	-0.04%	21,002.23	20,823.46	-0.85%
毛利额	4,864.43	4,092.15	-15.88%	8,996.71	7,638.42	-15.10%	8,020.53	8,011.08	-0.12%	7,649.53	7,470.76	-2.34%
毛利率	23.65%	20.68%	下降 2.98 个百分点	34.81%	31.20%	下降 3.62 个百分点	38.17%	38.14%	下降 0.03 个百分点	36.42%	35.88%	下降 0.55 个百分点
归母净利润	3,182.07	2,769.44	-12.97%	11,631.60	10,929.18	-6.04%	6,153.96	6,145.92	-0.13%	5,902.87	5,750.92	-2.57%
扣非后归母净利润	3,019.35	2,606.72	-13.67%	6,257.66	5,555.25	-11.22%	5,904.85	5,896.81	-0.14%	5,752.42	5,600.47	-2.64%

2、对发行人移动信息化业务影响的模拟计算情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月			2019年			2018年			2017年		
	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况
营业收入	13,761.83	12,989.55	-5.61%	8,834.16	7,475.87	-15.38%	459.70	450.25	-2.06%	2,759.42	2,580.65	-6.48%
毛利额	1,783.74	1,011.46	-43.30%	1,872.54	514.25	-72.54%	88.85	79.40	-10.63%	569.85	391.08	-31.37%
毛利率	12.96%	7.79%	下降 5.17 个百分点	21.20%	6.88%	下降 14.32 个百分点	19.33%	17.64%	下降 1.69 个百分点	20.65%	15.15%	下降 5.50 个百分点

项目	2020年1-6月			2019年			2018年			2017年		
	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况	实际经营数据	模拟计算数据	影响情况
净利润	1,161.51	505.07	-56.52%	1,364.29	209.74	-84.63%	66.26	58.23	-12.12%	450.76	298.81	-33.71%

假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价，2017年至2020年1-6月，1) 发行人总体业务的营业收入将分别影响-0.85%、-0.04%、-5.26%、-3.76%；毛利率将下降0.55个百分点、0.03个百分点、3.62个百分点和2.98个百分点；对扣除非经常性损益后归属母公司的净利润影响金额分别为-151.95万元、-8.04万元、-702.41万元和-412.63万元，分别影响-2.64%、-0.14%、-11.22%、-13.67%；2) 发行人移动信息化业务的营业收入将分别影响-6.48%、-2.06%、-15.38%、-5.61%；毛利率将下降5.50个百分点、1.69个百分点、14.32个百分点和5.17个百分点；移动信息化单项业务净利润影响金额分别为-151.95万元、-8.04万元、-1,154.55万元和-656.44万元，分别影响-33.71%、-12.12%、-84.63%和-56.52%。

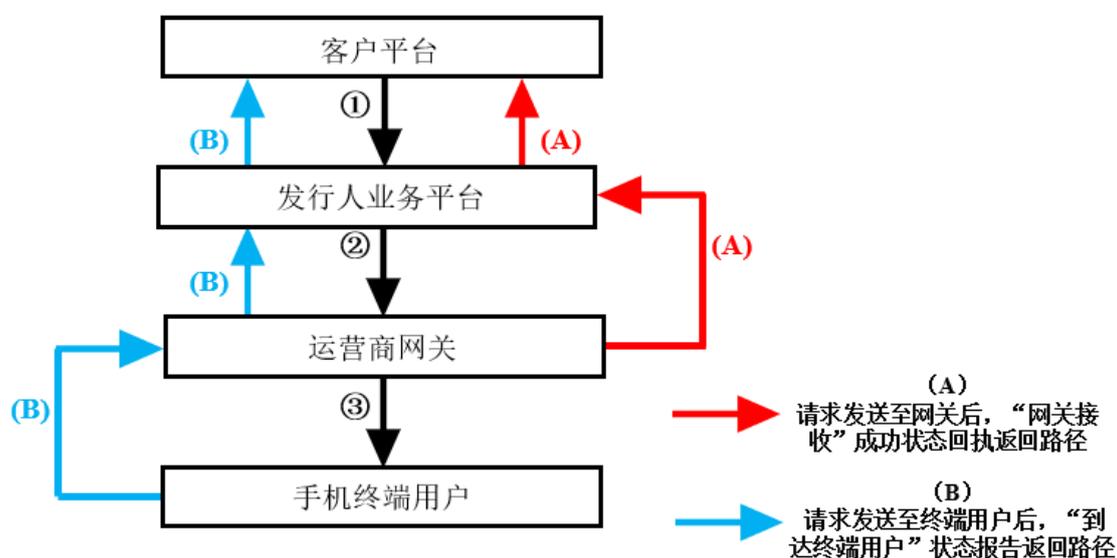
(2) 补充披露卓望信息 2019 年在短信发送失败比例远高于其他客户且双方合同已约定按照运营商返回发送成功的信息量作为结算依据的情况下，发行人仍认定与卓望信息的结算依据为对方提交至发行人平台的短信信息量的合理性，卓望信息与发行人实际结算基础，如按提交成功数结算，披露卓望信息未提出按合同约定结算的合理性或要求发行人给予折扣的商业合理性，双方实际结算基础的具体内容，与合同约定是否存在差异，相关差异是否经过卓望信息公司的书面批准，是否合规，双方是否存在其他利益安排，卓望信息对发行人服务的考核方式及扣款情形，短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性以及是否影响其他商业条件；

一、发行人与卓望信息的合同约定结算基础和实际结算基础不存在差异

发行人与卓望信息签署的技术服务合同对于结算基础明确约定为：“成功接收量”是指“信息发送后，运营商返回的发送状态为成功的信息数量，即除去发送状态为失败和无状态的两种情况后的信息数量。”

上述“运营商返回的发送状态为成功”是指短消息提交至运营商网关，返回“网关接收”为成功状态回执，而非短消息“到达终端用户”成功状态报告。

短信发送的具体流程如下：



如上图所示，短信请求流程具体包括：

- ①客户通过自有平台/发送客户端向发行人业务平台提交短信发送请求；
- ②发行人业务平台将请求发送至运营商网关，网关接收成功后返回 (A) “网关接收”成功状态回执至发行人，发行人实时同步透传至客户平台；

③短信成功发送至手机终端后，运营商网关返回（B）“到达终端用户”成功状态报告至发行人，发行人实时同步透传至客户自有平台。

根据卓望信息出具的确认函，确认发行人与其结算依据为“成功接收量”，系指通过发行人系统“提交至运营商的发送请求数”，亦及“网关接收成功状态”，并确认与发行人“按月进行业务对账，截止目前所有结算金额均确认一致，无疑义。”因此，发行人与卓望信息合同约定及实际执行的结算基础均为通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，两者不存在差异。

二、卓望信息结算依据为通过发行人系统提交至运营商的发送请求的合理性

1、成功提交发送请求的短信数量作为结算基础为行业常用的结算方式

行业发展多年以来，众多服务商与客户互相协商，行业中通常存在两种结算方式：1）以成功提交发送请求的短信数量作为结算基础，例如发行人和中嘉博创（SZ.000889）、企朋股份（浙江企朋网络技术股份有限公司，下同）等；2）以终端用户接收到的短信数量作为结算基础，例如线上线下。

根据公开披露信息，发行人及同行业可比公司与客户结算的数据依据如下：

公司名称	收入确认依据	说明
中嘉博创（000889）	公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。	与发行人一致
企朋股份	向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量。	与发行人一致
线上线下	公司收到供应商的反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果及结算的依据。	与发行人不同
发行人	根据公司业务系统平台发送完成的短信数量，结合约定的短信结算单价，计算确定计费账单中的服务费金额。	-

注：上述信息来自上市公司最近一期定期报告或非上市公司 IPO 申报材料。其他同行业可比上市公司均未明确披露相关信息。

行业内亦存在同一客户在进行移动信息化业务采购时，同时采用上述两种不同的结算方式的情况。例如：腾讯云同时为发行人与线上线下的主要大客户。报告期内，根据腾讯云与发行人协议约定“按提交计费”，即以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据；根据线上线下公开披露文件，“公司将待发送的短信信息提交到供应商的平台，随后公司的供应商将短信发送情况的反馈信息推送至公司的短信平台。公司收到反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时

将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果的依据”，即以终端用户接收到的短信数量作为结算依据。腾讯云在向发行人和线上线下采购时，分别按照上述两种不同的结算方式进行结算。

综上，成功提交发送请求的短信数量作为结算依据为行业常用的结算方式之一，报告期内，发行人以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据符合行业惯例。

2、卓望信息充分理解发送失败较高的客观原因，不涉及发行人服务质量问题

卓望信息作为中国移动全资子公司，了解短信发送失败的情形及原因。2019年，卓望信息短信发送失败比例高的具体原因如下：根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，2019年11月-12月卓望信息短信发送失败数据中，有91.59%均是由号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）导致。同时由于11月、12月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为71.56%。由于营销类短信涉及的受众范围较广，号码异常情况更复杂，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息知晓2019年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与久佳信通对账结算无异议。2020年1-6月，卓望信息通过对无效终端用户接收号码的更新与完善，短信发送失败比例已降至8.25%，并使得发行人的短信发送失败总体比例下降至5.62%。

卓望信息充分理解发送失败较高的客观原因，不涉及发行人服务质量问题，以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据具备商业合理性。

综上所述，发行人与卓望信息根据服务的内容和业务模式，约定以“成功接收量”即为卓望信息通过发行人系统提交至运营商的发送请求数作为结算基础，符合发行人此项业务的经营实质和行业惯例，具备商业合理性。

3、卓望信息对结算依据确认无疑义

根据卓望信息出具的确认函，确认发行人与其结算依据为“成功接收量”，系指通过发行人系统“提交至运营商的发送请求数”，亦及“网关接收成功状态”，并确认与发行人“按月进行业务对账，截止目前所有结算金额均确认一致，无疑义。”

三、卓望信息未提出按合同约定结算的合理性或要求发行人给予折扣的商业合理性

卓望信息是中国移动的全资子公司，专业从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营。报告期内，卓望信息为招商银行等大型金融机构提供信息化服务，发行人为其提供关于招商银行等大型金融机构的短信息发送与运营服务。

由于 2019 年 11-12 月，招商银行等大型金融机构受年底旺季促销、用户激活、产品推广等因素影响，有较多的营销类短信（例如：信用卡拓客、积分兑换、新型理财推广等）的发送需求，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。同时由于营销类短信涉及的受众范围较广，号码异常情况更复杂，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息知晓 2019 年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与久佳信通对账结算无异议，发行人也及时与卓望信息提出改善的建议。2020 年 1-6 月，卓望信息通过对无效终端用户接收号码的更新与完善，短信发送失败比例已降至 8.25%，并使得发行人的短信发送失败总体比例下降至 5.62%。

综上，报告期内，卓望信息与发行人以通过发行人系统提交至运营商的发送请求数为结算基础，与合同约定一致，未要求发行人给予折扣具备商业合理性。

四、双方实际结算基础的具体内容，与合同约定是否存在差异，相关差异是否经过卓望信息公司的书面批准，是否合规，双方是否存在其他利益安排

发行人与卓望信息实际结算基础为通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，根据卓望信息出具的确认函，确认发行人与其结算依据为“成功接收量”，系指通过发行人系统提交至运营商的发送请求数。

因此，双方合同约定与实际执行不存在差异，无需经过卓望信息的书面批准。双方交易合法合规，不存在其他利益安排。

五、卓望信息对发行人服务的考核方式及扣款情形，短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性以及是否影响其他商业条件

1、卓望信息对发行人服务的考核方式

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》，双方约定：基准技术服务费用中 95%作为月结款，5%作为考核扣款基数根据考核结果计算考核款，在考核

结束后按月支付实际结算技术服务费用。每一结算考核周期结束后，卓望信息项目人员将根据《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》对发行人提供的技术服务进行考核，并向发行人出具签章确认的考核打分表，双方确认无误后卓望信息支付对应款项。

卓望信息对发行人服务的考核内容如下：

序号	考核项目	项目内容
1	电话支持服务	甲方在维护过程中，遇到自己不能解决的问题时，通过电话、传真、E-mail 向乙方提出服务请求。乙方接到技术支持的服务请求后，将在协议约定的服务等级规定的响应时间内通过电话支持服务进行响应，然后根据故障现象划分故障的等级，帮助甲方进行故障定位，并提出解决方案，最终指导甲方排除故障。一级问题直接进入“突发事件支持服务”。
2	远程技术支持服务	对于通过电话支持服务不能解决的 P2、P3、P4 级别的问题，乙方在征得甲方同意后，在协议约定的服务等级规定的响应时间内，通过远程终端登录到甲方申告问题的系统中进行调查和收集数据，然后进行故障诊断，查找故障出现的原因，进行相应的处理，指导现场维护人员排除故障。
3	现场技术支持服务	对于通过电话支持服务和远程接入服务都不能解决的问题，乙方提供现场支持服务，安排经验丰富的技术支持工程师赴现场分析故障原因，制定故障解决方案，并最终排除故障。
4	突发事件支持服务	指甲方遇到出现严重影响系统可用性（如：系统紊乱、宕机）或者出现系统已经全部瘫痪等无法正常运行时间超过 30 分钟或使用产品造成的对人身安全的危害的 P1 级别问题，通过电话或者传真向乙方寻求技术支持和帮助，乙方确认用户的服务请求后，乙方的工程师以最短的时间进行系统恢复。乙方必须做到 7×24 小时受理 P1 级别问题紧急排除服务请求
5	现场技术培训	在现场支持服务结束后，根据甲方的需求，乙方工程师对甲方维护人员进行现场培训： 1) 乙方工程师根据现场支持的情况，针对此次技术支持的内容对甲方进行现场技术传授，如解释本次故障出现的原因、解决办法以及如何预防，以提高甲方技术水平，掌握独立排除类似故障的能力。 2) 甲方负责组织培训人员和准备相关的培训条件。 3) 乙方工程师负责提供培训所需的教材内容和电子材料，并负责培训授课，授课方式可以采用讲解、讨论、现场操作等方式。 4) 培训结束后，乙方服务人员应向甲方提交培训记录，甲方签字确认。
6	定期健康检查服务	乙方将按照协议服务要求每个季度到现场对系统进行健康检查，及时发现软件运行中出现的隐患，通过系统调整等手段，减少故障发生的概率，保证甲方软件稳定、高效运行。
7	文档提交服务	乙方工程师对甲方系统进行检查，并将检查结果及时通知甲方

		相关负责人，对日常维护过程中处理的问题，做到每一个问题对应一份文档，提交工作报告。
--	--	---

2、卓望信息对发行人服务的扣款情形

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》及《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》，卓望信息对发行人服务的扣款情形如下：

(1) 当乙方对应考核结算周期内考核结果大于等于 80 分时，乙方的考核扣款比例为零，即甲方全额该期的考核款；

(2) 当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 80 分大于等于 60 分时，乙方的考核扣款比例为 20%；

(3) 当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 60 分大于等于 30 分时，乙方的考核扣款比例为 50%；

(4) 当乙方对应考核结算周期内考核结果小于 30 分时，乙方的考核扣款比例为 100%，即甲方不支付该期的考核款；

(5) 乙方考核扣款基数为每个考核周期内该月基准技术服务费的 5%。

3、短信发送失败比例较高不影响考核扣款的合理性

短信发送失败比例较高的原因主要包括：客户提供的号码质量、短信内容、系统运行差异、系统审核差异等。发行人与客户对短信发送失败的客观原因均有充分和一致的理解。

根据发行人和卓望信息签署的《技术服务合同》及《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》，卓望信息对发行人服务的考核内容不存在与短信发送失败相挂钩的情形。综上，短信发送失败比例较高不影响考核扣款具备合理性。

4、短信发送失败比例较高不影响其他商业条件

2019 年短信发送失败比例较高情况发生后，卓望信息知晓 2019 年由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，并书面确认与发行人对账结算无异议，且已全部回款。发行人与卓望信息于 2020 年 7 月续签的合同中，核心条款均未发生变更。因此，2019 年短信发送失败比例较高不影响其他商业条件（包括但不限于结算基础、结算周期、考核方式及扣款情形、双方权利义务等）。

(3) 补充披露按运营商通道定价方式的具体含义，与其他定价方式差异情况，双方以该种方式定价的原因，发行人与卓望信息在合作条款、合作条件、收入结算方式等方面与其他主要客户的差异情况及差异原因；

一、按运营商通道定价的含义

按运营商通道定价指发行人与客户按不同运营商分别进行定价。

二、发行人的定价方式

报告期内，发行人与客户存在两种定价方式：

(1) 统一报价；

(2) 非统一报价，包括：1) 按发送短信的类型、行业定价和 2) 按运营商通道分别定价。

发行人与客户各种定价方式的含义及举例如下：

定价方式	定价方式含义	定价方式的具体形式举例
统一定价	不区分短信类型、性质、传输通道等统一定价	按照每条短信 0.0293 元收取
非统一定价-按发送短信的类型、行业定价	按客户提交的短信类型、行业为基础分别定价	行业类短信：0.021 元/条 普通营销：0.023 元/条 互金：0.048 元/条 教育/游戏：0.036 元/条
非统一定价-按运营商通道定价	按不同运营商为基础分别定价	移动：0.024 元/条 移动/联通/电信：0.0255 元/条

报告期内，发行人与卓望信息约定的定价方式为非统一定价-按运营商通道定价。

三、发行人与卓望信息按运营商通道定价的原因：根据卓望信息报价要求和服务需求，双方协商确定定价方式

根据卓望信息发布的《卓信通三网短彩信通道服务项目》中《卓信通三网短彩信通道服务项目报价清单》的要求，卓望信息将合作方在竞争性谈判过程中根据短信运营商通道的报价信息作为考核指标之一。发行人在综合评估卓望信息业务需求后，与其确定按运营商通道对服务进行定价。双方在合作期内，均按照运营商通道进行结算，不存在产生异议的情况。

四、发行人与移动信息化服务主要客户的合作情况

发行人与移动信息化服务主要客户合作的具体情况如下：

序号	客户名称	定价方式	合作条件	收入结算方式	
				结算周期	双方执行结算数据基础
1	卓望信息	按运营商通道定价	符合相关法律法规及行业规定，注册时间 6	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量

序号	客户名称	定价方式	合作条件	收入结算方式	
				结算周期	双方执行结算数据基础
			个月以上		
2	腾讯云	按短信类型、行业定价	符合相关法律法规及行业规定	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量
3	国家电网	统一定价	符合相关法律法规及行业规定，接入号码须包含 95598 字段	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量
4	奇保信安	按短信类型、行业定价	取得相关资质并已履行必要的备案审查程序	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量
5	新联协同	按运营商通道定价	符合相关法律法规及行业规定	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量
6	携程计算机	统一报价，按照通道、行业定价，按运营商通道定价	符合相关法律法规及行业规定，对保底条数无要求	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量
7	小米科技	按短信类型、行业定价	符合相关法律法规及行业规定	次月结算	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

1、根据卓望信息报价要求和服务需求，发行人与其按运营商通道定价

由于上述客户的定价要求、服务需求不尽相同，因此发行人与上述客户的定价方式有所差异。发行人在考虑了卓望信息的报价要求和服务内容后，确定按运营商通道进行定价，符合商业实质，不存在异常。

2、合作条件

发行人与上述客户建立合作均需满足相关法律、法规及行业规定，但由于上述客户的业务需求及供应商筛选标准不尽相同，因而对供应商提出的合作条件有所差异。报告期内，发行人持续满足上述客户对其合作条件的要求，合作良好稳定，不存在异常。

3、卓望信息与其他主要客户的收入结算方式不存在差异

发信人与卓望信息、其他主要客户均为当月发生业务、次月进行结算，结算

周期不存在差异。

发行人与主要客户均按照发行人平台提交至运营商网关的短信数量进行计费结算，不存在差异。发行人与主要客户的结算基础分析详见本题“(6) 补充披露与主要客户就结算基础的条款及定义、是否明确以提交平台成功数为依据，实际执行的差异，说明发行人与客户存在以发送成功短信息数量为结算基础的情形下，称自身与客户均以提交平台成功数量作为结算基础的信息披露准确性”的分析。

报告期内发行人与上述客户的结算基础，结算周期均未发生变化，未发生过双方对账结算产生异议情况。卓望信息的收入结算方式与其他主要客户不存在差异。

(4) 补充披露卓望信息在发行人 2019 年 10 月收购久佳信通后大幅增加合作且当期末基本未回款的原因及合理性，卓望信息 2019 年 1-10 月向久佳信通采购的金额、数量及失败率情况，卓望信息相关采购的持续、稳定性；

一、卓望信息向久佳信通采购短信的合理性

卓望信息是在香港上市的中国移动有限公司的 100%附属公司，为外商独资企业。根据《外商投资电信企业管理规定》，外资持股比例超过 50%不得从事基础电信业务和增值电信业务。因此，卓望信息不直接掌握短信资源，亦无法取得《中华人民共和国电信网码号资源使用证书》，不能直接从事基于短消息的移动信息化服务。发行人专业从事移动信息化服务，可为卓望信息提供覆盖移动、联通、电信三网的短信通道及三网合一的短信码号资源。

卓望信息主要从事无线数据业务、系统以及相关应用的研究、开发、实施、推广和运营。移动信息化业务非卓望信息主营业务，因此需发行人为其提供移动信息化综合性解决方案、运营及短信发送服务。

二、发行人收购久佳信通后合作规模大幅增加的原因：受四季度促销活动影响，收购后合作规模快速攀升

1、卓望信息与久佳信通的合作情况

久佳信通与卓望信息于 2019 年 7 月建立合作。2019 年卓望信息向久佳信通的月度采购情况如下：

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
采购金额（万元）	226.00	709.36	901.58	985.34	1,380.23	1,808.66

采购占比 (%)	3.76%	11.80%	15.00%	16.39%	22.96%	30.09%
----------	-------	--------	--------	--------	--------	--------

由于卓望信息发送的短信性质多为促销活动短信，而每年四季度由于进行诸如“双十一”、“双十二”等促销活动，因而引起收购后双方合作规模大幅增加。

2、四季度销售规模占比较大符合行业特征

(1) 同行业可比公司销售情况

同行业可比公司未披露 2019 年度分月短信销售规模，但第四季度的销售收入规模均大幅上升，符合第四季度是移动信息化业务传统销售旺季的行业特征。

①梦网集团

2019 年梦网集团各季度营业收入及占比情况如下：

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入（万元）	44,738.78	52,154.87	63,494.62	105,577.19
占比 (%)	16.82%	19.61%	23.87%	39.70%

注：上述信息来自于梦网集团公开披露的《关于对深圳证券交易所问询函回复的公告》

梦网集团第四季度销售收入规模占全年销售收入的 39.70%，占其下半年销售收入的 62.50%，具有一定的季节性，与卓望信息向久佳信通采购的规模变动趋势一致。

②线上线下的

2019 年度，同行业可比公司线上线下向其主要客户阿里巴巴分季度的销售情况如下：

项目	2019 年第一季度		2019 年第二季度		2019 年第三季度		2019 年第四季度	
	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比
阿里巴巴	1,526.49	29.42%	456.29	8.79%	488.46	9.41%	2,717.74	52.38%
支付宝								
上海拉扎斯 (饿了么)								

注：上述信息来自于线上线下公开披露的《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》

2019 年线上线下向其主要客户阿里巴巴销售收入的 52.38%来自于第四季度，与卓望信息向久佳信通采购的规模变动趋势一致。

(2) 发行人自身主要客户销售情况

以发行人自身主要客户腾讯云为例，2019 年下半年腾讯云向发行人采购的

规模及占比与卓望信息可比，具体情况如下：

	7月	8月	9月	10月	11月	12月
采购金额（万元）	88.93	182.24	281.71	377.68	785.68	524.83
采购占比（%）	3.97%	8.13%	12.57%	16.85%	35.06%	23.42%

注：为统一比较口径，上表采购占比=单月采购金额/2019年下半年采购总额

腾讯云向发行人自身 11 月、12 月采购的短信规模占其下半年采购总额的 58.48%，与卓望信息 11 月、12 月的采购占比 53.05%相当。

综上，发行人收购久佳信通后卓望信息 11 月、12 月采购规模大幅增加符合此项业务的行业特征，具备合理性。

三、2019 年期末基本未回款的原因：尚在账期内

发行人 2019 年末来自于卓望信息的应收账款余额为 4,084.18 万元，全部为账期内款项。上述应收账款余额已于期后全部回款，不存在异常。

四、发行人收购前与卓望信息的合作情况

2019 年久佳信通向卓望信息的销售金额、销售数量及失败率情况如下：

期间	发行人收购前				发行人收购后	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
销售金额（万元）	226.00	709.36	901.58	985.34	1,380.23	1,808.66
销售数量（万条）	9,981.50	31,330.23	39,432.24	43,287.53	54,194.95	75,886.04
发送失败比例	9.39%	12.25%	13.04%	13.93%	19.78%	23.51%

注：短信发送失败比例=短信发送失败数量/销售数量

发行人与卓望信息开展移动信息化业务，此项业务为卓望信息针对其新增业务领域开展移动信息化业务，因而短信内容尚未模板化且提供的终端接受者信息有效性较低。随着发送短信请求规模的爆发式增长，终端接收者信息有效性问题更为显著。同时由于 11 月、12 月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为 71.56%。营销类短信涉及的手机号真实性较低，易出现号码质量问题。11 月、12 月卓望信息短信发送失败中超过 90%是由于提供的号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）。

卓望信息作为中国移动全资子公司，充分理解短信发送失败的情形及原因。报告期内与久佳信通对账结算无异议。

合作期间发行人不断根据系统平台上的返回状态提示卓望信息对无效终端

用户信息进行更新与完善。发行人与其经过了 2019 年业务高速发展的磨合期后，2020 年 1-6 月卓望信息的短信发送失败率已显著下降至 8.25%，与同行业可比公司线上线下 2017 年至 2020 年 1-6 月的失败比例 10.77%、10.33%、8.05%和 6.95% 相近，不存在显著差异。

五、发行人与卓望信息的合作稳定，具有持续性

自发行人 2019 年与卓望信息建立合作后，双方合作稳定良好，目前发行人与卓望信息各主体业务合同均已完成续签，具体情况如下：

序号	合同名称	客户	供应方	合同标的	金额	合同期限
1	《技术服务合同》	卓望信息技术（北京）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支撑	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30
2	《技术服务合同》	卓望信息网络（深圳）有限公司	久佳信通	提供移动、电信、联通三网发送需求的技术服务和支撑	按服务确定	2020.7.1-2021.6.30

综上，双方合作具有持续性。

（5）该业务非前五大客户失败率超过 20%的合理性，发行人上述客户的类型、失败率较高的客户明细情况、原因和占比、相关客户均选择以提交成功数为结算基础的合理性，因内容违规或被用户拉近黑名单的占比，发行人相关业务是否存在较多投诉或违规情形，是否存在（潜在）法律风险，客户知晓发行人短信采购以发送成功的数量为基数而同意和发行人以提交成功数为结算基础的合理性，未要求商业折扣或后续返还短信发送量的合理性；

一、报告期内，发行人短信发送失败的比例情况

报告期内，发行人短信发送失败的比例及同行业可比公司的情况如下：

项目	报告期平均情况	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	9.22%	5.62%	15.47%	2.06%	6.48%
线上线下	8.73%	6.95%	8.05%	10.33%	10.77%

报告期内，发行人整体短信发送失败的比例为 9.22%，略高于同行业可比公司线上线下的 8.73%，整体差异不大。除 2019 年由于收购久佳信通导致短信发送失败比例较高以外，其他期间发行人的短信发送失败比例始终保持在 10%以内的合理水平内。

二、报告期各期短信发送失败比例波动的原因

报告期内，发行人短信发送失败的比例分别为 6.48%、2.06%、15.47%和 5.62%。

2018 年短信发送失败比例较低，主要是由于发行人当年对移动信息化服务业务进行调整，业务规模有所收缩（2018 年此项业务收入为 459.70 万元），客户结构较为简单，主要为行业大型客户且其发送的短信请求内容较为规范，受系统的拦截率较低。

2019 年短信发送失败比例较高，主要原因如下：

1、主要由久佳信通短信发送失败比例较高导致

报告期内，发行人合并范围内仅挖金客和久佳信通提供移动信息化服务。报告期内不同经营主体的短信发送失败比例情况如下：

主体	2020 年 1-6 月	2019 年/ 2019 年 11-12 月	2018 年	2017 年
挖金客	5.08%	7.81%	2.06%	6.48%
久佳信通	5.81%	20.33%	-	-
发行人整体	5.62%	15.47%	2.06%	6.48%

注：鉴于久佳信通从 2019 年 11 月开始纳入发行人合并范围，因此其 2019 年的数据为其 2019 年 11 月-12 月的短信销售数量和短信发送失败比例。

报告期内，挖金客的短信发送失败比例较为稳定。2019 年（11 月-12 月）久佳信通的短信发送失败比例达 20.33%，是导致 2019 年发行人整体短信发送失败比例较高的主要原因。

2、久佳信通 2019 年 11 月-12 月短信发送失败比例较高的原因

发行人将久佳信通 2019 年 11 月-12 月纳入合并范围。久佳信通的主要客户包括卓望信息、酷狗、网易、小米等。互联网及电商类客户年底的促销活动日益激烈，上述主要客户集中于年底进行促销。该类型客户无效会员量较多，提供的号码质量较低，同时短信瞬时发送数量过大造成运营商网关处理超时，营销内容易触发运营商拦截，因此因号码质量问题、发送超频、运营商拦截导致的短信发送失败比例提高。久佳信通客户知晓短信发送失败的情况，客户与久佳信通在结算基础、结算依据、对账金额未发生过异议或纠纷情形。2019 年 11 月-12 月，久佳信通与前五大客户的具体销售情况如下：

序号	客户名称	短信类型	收入金额 (万元)	占久佳信通当 期收入比例	失败发 送比例	失败发送主要原因
1	卓望信息	验证通知类	906.92	16.99%	21.96%	失败主要原因是号码质量问题 (如停机、关机、空号、不在服务区等)等
		行业营销类	2,281.97	42.74%		
	小计	3,188.89	59.73%			

2	小米科技有限 责任公司	验证通知类	111.53	2.09%	7.38%	互联网类客户，失败主要原因是 号码质量问题等
		行业营销类	136.31	2.55%		
	小计	247.84	4.64%			
3	广州酷狗计算 机有限公司	验证通知类	118.70	2.22%	32.06%	音乐、直播类客户，失败主要原 因是空号、停机等
		行业营销类	79.13	1.48%		
	小计	197.83	3.70%			
4	网易(杭州)网 络有限公司	验证通知类	63.23	1.18%	28.79%	电商类客户、游戏类客户，失败 原因主要为空号、停机等
		行业营销类	94.85	1.78%		
	小计	158.08	2.96%			
5	杭州数云信息 技术有限公司	验证通知类	51.78	0.97%	25.93%	电商类客户，失败原因主要为空 号、停机、运营商拦截、发送超 频等
		行业营销类	77.66	1.45%		
	小计	129.44	2.42%			
合计		验证通知类	1,252.16	23.45%	22.14%	
		行业营销类	2,669.92	50.00%		
		小计	3,922.08	73.45%		

如上表所示，2019年11月-12月久佳信通对第一大客户卓望信息销售金额为3,188.89万元，占当期其销售总额的59.73%。

以卓望信息为例，卓望信息的短信发送失败比例为21.96%。根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，2019年11月-12月卓望信息短信发送失败数据中，有91.59%均是由号码质量问题（如停机、关机、空号、不在服务区等）导致。由于11月、12月的促销活动较多，卓望信息在此期间发送的营销类短信占比较高，为71.56%。营销类短信涉及的手机号真实性较低，较易出现号码质量问题，因此发送失败比例较高。

卓望信息作为中国移动全资子公司，充分理解短信发送失败的情形及原因。卓望信息认可2019年11月-12月由于号码质量问题引起的短信发送失败情况，与久佳信通对账结算无异议。经对无效终端用户接收号码进行更新与完善，卓望信息2020年1-6月的短信发送失败比例已降至8.25%。

三、2019年，非前五大客户失败率超过20%的合理性

1、移动信息化业务非前五大客户失败发送客户明细情况

2019年，移动信息化业务非前五大客户的短信销售数量及短信发送失败比例及主要原因情况如下：

序号	客户名称	客户类别	收入(万元)	收入占比	销售数量(万条)	失败发送比例	失败发送主要原因
1	广州酷狗计算机科	直客	197.83	2.24%	9,420.46	32.06%	音乐、直播类客户，失败主要原因

	技有限公司						是空号、停机等
2	网易(杭州)网络有限公司	直客	158.08	1.79%	7,527.81	28.79%	电商类客户、游戏类客户,失败原因主要为空号、停机等
3	杭州数云信息技术有限公司	直客	129.44	1.47%	6,337.71	25.93%	电商类客户,失败原因主要为空号、停机、运营商拦截、发送超频等
4	掌上通联(北京)科技有限公司	渠道	119.47	1.35%	5,896.39	13.96%	互联网客户,失败原因主要为空号、停机等
5	杭州南讯软件科技有限公司	直客	111.03	1.26%	5,560.45	30.22%	电商类客户,失败原因主要为空号、停机、发送超频等
6	北京口袋时尚科技有限公司	直客	99.13	1.12%	4,809.23	24.64%	电商类客户,失败原因主要为空号、停机、发送超频等
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	直客	99.39	1.13%	4,723.34	23.16%	信息发布、招聘类客户,失败原因主要为空号、停机、运营商拦截等
8	其他客户(80余家客户,平均收入低于10万)	直客/渠道	775.88	8.78%	31,371.36	13.01%	互联网客户为主,主要原因为号码停机、空号等原因
合计			1,690.25	19.13%	75,646.75	20.75%	

注:上述收入披露口径为同一控制下企业合并披露。

由上表可知,2019年非前五大客户发送失败的主要原因为号码质量问题(如停机、关机、空号、不在服务区等)、发送超频、运营商拦截等。

2、与上述客户的结算基础

发行人与上述客户均以“成功提交发送请求”的短信数量作为结算基础,报告期内发行人与上述客户合同约定的结算基础、定义及实际执行情况如下:

序号	客户名称	合同约定结算条款	合同约定结算条款说明	合同条款确认程序	实际执行情况	实际执行与合同约定是否一致	报告期内合作情况
1	广州酷狗计算机科技有限公司	短信提交成功且状态报告返回成功	“短信提交成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
2	网易(杭州)网络有限公司	短信下发后，按运营商返回的成功状态报告条数计费	“运营商返回成功状态报告”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
3	杭州数云信息技术有限公司	按发送成功收费	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
4	掌上通联(北京)科技有限公司	按发送成功计费	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
5	杭州南讯软件科技有限公司	按提交计费	发行人平台提交至运营商网关	合同明确、无须确认	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
6	北京口袋时尚科技有限公司	按成功回执数	“成功回执”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
7	北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司	按照发送成功的短信数量计数	“发送成功”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关且返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续

3、非前五大客户失败率超过 20%的合理性

(1) 互联网及电商类客户的占比较高

2019 年非前五大客户主要为互联网及电商类客户，该类型客户无效会员量较多，故短信发送失败数据中，有 86.15%是由号码质量问题引起。

(2) 久佳信通移动信息化服务收入规模较大，发行人对其合并期间（11 月-12 月）恰逢促销季，行业营销类短信相对集中

发行人将久佳信通 2019 年 11 月-12 月纳入合并范围。由于 11 月、12 月的年底促销活动较多，在此期间发送的行业营销类短信相对集中，营销短信瞬间发送数量过大、营销内容易触发运营商拦截，导致在短信发送失败数据中，有 7.04%和 4.63%是由运营商拦截和发送超频引起。

4、因内容违规或被用户拉近黑名单的占比

根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，因内容违规或被用户拉近黑名单被运营商网关拦截的占比为 6.82%。

四、客户选择以提交成功数为结算基础的合理性

1、成功提交发送请求的短信数量作为结算依据为行业常用的结算方式

行业发展多年以来，众多服务商与客户互相协商，通常存在两种结算方式：1) 以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据，例如发行人和中嘉博创（SZ.000889）、企朋股份均以公司自身业务平台“成功提交”发送请求至运营商的短信数据作为收入结算基础；2) 以终端用户接收到的短信数量作为结算依据，例如线上线下以运营商反馈“成功发送”至终端用户的短信数据作为收入结算基础。

根据公开披露信息，发行人及同行业可比公司与客户结算的数据依据如下：

公司名称	收入确认依据	说明
中嘉博创（000889）	公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。	与发行人一致
企朋股份	向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量。	与发行人一致
线上线下	公司收到供应商的反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果及结算的依据。	与发行人不同
发行人	根据公司业务系统平台发送完成的短信数量，结合约定的短信结算单价，计算确定计费账单中的服务费金额。	-

注：上述信息来自上市公司最近一期定期报告或非上市公司 IPO 申报材料。其他同行业

可比上市公司均未明确披露相关信息。

上述两种结算方式均为行业所认可，甚至同一客户在进行移动信息化业务采购时，采用上述两种不同的结算方式。腾讯云为发行人与同行业公司线上线下的共同主要大客户，报告期内，腾讯云与发行人协议约定“按提交计费”，即以成功提交发送请求的短信数量作为结算依据；根据线上线下公开披露文件，“公司将待发送的短信信息提交到供应商的平台，随后公司的供应商将短信发送情况的反馈信息推送至公司的短信平台。公司收到反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果的依据。”即以终端用户接收到的短信数量作为结算依据。腾讯云在向发行人和线上线下采购时，分别按照上述两种不同的结算方式进行结算。

综上，报告期内，发行人以业务平台成功提交发送请求的短信数量作为结算依据符合行业惯例。

2、“短信发送失败”主要由客户原因所致

短信发送失败原因主要是由客户提供的电话号码、发送内容、发送条件等问题导致。因此，短信发送失败的成本由客户承担。经发行人与客户协商约定，以“公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”作为结算基础。

以“公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”作为与客户结算的基础，是行业发展多年以来众多服务商与客户互相协商的结果，既能保证服务商获取适当盈利、避免损失风险，亦能促使客户存在动力不断规范短信发送内容、提高用户号码质量，有利于推动行业参与者规范自身商业行为。因此，同行业可比公司如中嘉博创、企朋股份等采用与发行人一致的收入结算基础，即以“公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”与客户结算。

3、“客户通过公司业务平台成功提交发送请求的短信数量”具备可验证性

在移动信息化服务业务开展过程中，发行人与客户主要以招投标程序或竞争性谈判，运营商网关接收到发行人业务平台提交的短信发送请求后，会返回“网关接收”状态回执，发行人将上述状态回执实时透传给客户。“网关接收”状态回执是确认“业务平台成功提交发送请求的短信数量”的依据，且由运营商系统提供，发行人无法进行篡改，因此“业务平台成功提交发送请求的短信数量”数据可靠、可验证。

4、主要客户对结算基础确认无疑义，发行人与客户不存在结算纠纷

发行人主要客户（卓望信息、小米科技、广州酷狗、网易、杭州数云等）通过确认函、访谈等方式对结算基础确认不存在疑义。报告期内，发行人与客户在结算基础、结算依据、对账金额未发生过异议或纠纷情形。

综上所述，客户以发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量作为结算基础具备合理性。

五、客户未要求商业折扣或后续返还短信发送量的合理性

短信发送失败原因主要是由客户提供的电话号码、发送内容、发送条件等问题导致。因此，短信发送失败的成本由客户承担。报告期内，发行人与客户结算不存在异议或纠纷情形。

客户与发行人以发行人业务平台成功提交发送请求的短信数量为结算基础，与合同约定一致，未要求发行人给予商业折扣或后续返还短信发送量具备商业合理性。

六、发行人相关业务不存在较多投诉或违规情形

发行人与主要客户在协议中约定须遵守相关法律法规，维护互联网秩序和安全，发行人移动信息化业务开展过程中，信息发送请求通过发行人开发的客户短信服务平台、发行人自身移动信息化业务平台及运营商业务系统的层层检索和校验，对于发送内容、用户号码、请求条件不符合相关法规要求的短信均实施拦截处理。倘若客户在短信发送过程中出现非法信息，发行人将要求客户及时整改。

同时，根据《中国移动通信集团业务渠道管理办法》，运营商各端口累计百万投诉率设置投诉阈值（0.5），倘若通道投诉率超出阈值，通道代理商将会受到暂停业务、缴纳罚金甚至取消代理通道资格的惩罚措施。报告期内，发行人不存在被运营商处罚的情况。

综上所述，发行人移动信息化业务不存在较多投诉或违规情形；客户提出的发送请求存在一定的复杂性，发行人通过与客户签订约束性合同条款和加强业务流程中各环节的检测拦截，能够有效降低风险，发行人业务开展过程中不存在重大法律风险。

（6）补充披露与主要客户就结算基础的条款及定义、是否明确以提交平台成功数为依据，实际执行的差异，说明发行人与客户存在以发送成功短信息数

量为结算基础的情形下，称自身与客户均以提交平台成功数量作为结算基础的信息披露准确性；

一、发行人与主要客户的结算基础条款及定义、是否明确以提交平台成功数为依据、实际执行情况

由于发行人与主要客户签订的合同均为客户提供的模板合同，各客户合同中对结算条款的表述不完全相同，且存在部分合同未明确表述以“提交平台成功数”为结算基础的情形。针对结算条款表述易产生歧义的合同，主要客户出具了确认函，确认结算基础为“提交平台成功数”。发行人实际执行与双方合同约定情况一致，具体情况如下：

序号	客户名称	合同约定结算条款	合同约定结算条款说明	合同条款确认程序	实际执行情况	实际执行与合同约定是否一致	报告期内合作情况
1	卓望信息	根据甲乙双方验收确认的成功接收量	客户通过发行人系统提交至运营商的发送请求数，即“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
2	腾讯云	按提交计费	发行人平台提交至运营商网关	合同明确，无需确认	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
3	国家电网	按照下行短信计费	下行短信是指客户提交的短信需求下行至运营商网关后返回“网关接收”成功状态回执	访谈	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
4	奇保信安	按非失败量计费，以乙方提供的发送报告作为对账依据	非失败是指未被发行人平台拦截而成功到达运营商网关并返回“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
5	新联协同	按成功到达和回执成功计费	“成功到达”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关，“回执成功”为“网关接收”成功状态回执	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
6	携程计算机	按照运营商返回的成功状态报告计算	“运营商返回成功状态报告”是客户提交短信需求成功发送至运营商网关并收到“网关接收”成功状态回执	合同明确，无需确认	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续
7	小米科技	按照发送成功的短信数量计数	客户通过发行人系统提交至运营商的发送请求并收到“网关接收”成功状态回执数	确认函	发行人平台成功提交至运营商网关的短信数量	一致	双方对结算无异议，合作稳定、良好、持续

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

二、说明发行人与客户存在以发送成功短信息数量为结算基础的情形下，称自身与客户均以提交平台成功数量作为结算基础的信息披露准确性

发行人与客户约定的“发送成功”是指短消息提交至运营商网关，返回“网关接收”状态回执为成功，而非短消息“到达终端用户”状态报告为成功。

由上述分析可知，报告期内，双方以通过发行人平台提交至运营商网关的短信数量为结算基础，发行人按照合同约定与主要客户对账结算，合同条款约定与实际执行情况一致，双方对结算基础均无异议，合作稳定良好持续。发行人按“以提交平台成功数量作为结算基础”披露准确。

(7) 说明发行人以梦创集团披露的“公司向集团客户提供服务后，根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用”即认为对方以“提交成功数”为结算基础的合理性。

为避免相关表述带来的潜在歧义，发行人对招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(一) 主要服务的销售情况”补充修改如下：

“(1) 行业内存在两种销售结算法计价方式，发行人的结算依据与公开披露的多数可比公司保持一致，符合行业惯例

根据公开披露信息，发行人及同行业可比公司与客户结算的数据依据如下：

公司名称	收入确认依据	说明
中嘉博创(000889)	公司系统收到客户提交的短信，内部审核符合国家法律法规规定，将其提交到移动通信运营商平台后确认收入。	与发行人一致
企朋股份	向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量。	与发行人一致
线上线下的	公司收到供应商的反馈信息后将其记录至自身的数据库进行保存，同时将反馈信息自动推送给客户，并以此作为与客户确定短信发送结果及结算的依据。	与发行人不同
梦网集团(002123)	公司向集团客户提供服务后，根据自身 BOSS 系统生成的业务统计表计算应向集团客户收取的服务费用。	收入确认依据披露不明确
发行人	根据公司业务系统平台发送完成的短信数量，结合约定的短信结算单价，计算确定计费账单中的服务费金额。	-

注：上述信息来自上市公司最近一期定期报告或非上市公司 IPO 申报材料。其他同行业可比上市公司均未明确披露相关信息。企朋股份指浙江企朋网络技术股份有限公司。

如上表所示：1) 发行人和中嘉博创、梦网集团、企朋股份均按自身业务平台统计的短信数量进行汇总与客户进行结算，其中中嘉博创和企朋股份以客户“成功提交”至运营商的短信数据作为收入结算基础；2) 线上线下的以运营商反

馈“成功发送”至终端用户的短信数据作为收入结算基础；3）其他可比上市公司均未明确披露相关信息，无法进行比较。

企朋股份在其《招股说明书中》公开披露：“以短信产品送达率为例，向客户收费通常是按照客户发送请求的数量作为计费数量，向供应商支付采购成本时通常按照发送成功的数量计费（请求数量包括发送成功数量、发送失败数量、状态未知数量），因此短信到达率也将影响毛利率。短信到达率与客户短信发送内容及手机号码状态直接相关，如果遇到关键词屏蔽、号码不存在、手机停机等情况，由于公司向客户提供了相关服务，故照常收取费用。但发送的短信不能成功到达，故无需向供应商支付成本。”企朋股份与客户、供应商的结算基础和发行人完全一致。

综上，发行人和中嘉博创、梦网集团、企朋股份均按自身业务平台统计的短信数量与客户进行结算；和中嘉博创和企朋股份收入结算数据口径均一致，均为以客户“成功提交”至运营商的短信数据作为基础。发行人按自身业务平台统计的“成功提交”至运营商的短信数量与客户结算，符合行业惯例。”

【补充披露情况】

以上内容公司已在《招股说明书》中“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务的销售情况”、“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）报告期内前五大客户的销售情况”补充披露。

【中介机构核查】

一、对收入真实性、合规性和成本完整性的针对性核查

针对发行人移动信息化服务的收入真实性、合规性和成本完整性，中介机构予以重点关注，并执行了以下针对性核查程序。

1、关于收入真实性、合规性的核查

（1）实地走访：中介机构于2019年5月、6月及2020年1月、6月对发行人移动信息化服务主要客户进行走访，访谈关注内容包括双方合作的发展历程、交易内容、交易价格，结算基础和业务流程，双方合作模式、交易价格和结算基础是否符合行业惯例、是否发生过变化，客户选择与发行人长期合作的原因，双

方合作的发展前景，双方合作过程中是否存在争议或纠纷情形等。报告期各期走访的金额分别为 0 万元、131.18 万元、6,327.95 万元和 7,873.91 万元，占发行人当期移动信息化服务业务收入比例分别为 0%、28.53%、71.63%和 57.22%。2017 年及 2018 年走访比例较低主要是由于发行人当期移动信息化业务客户结构较为单一，主要服务于滴滴及携程，但上述客户不接受任何形式的走访。针对无法走访的客户，执行获取销售合同、结算单，核查银行流水等替代程序；

(2) 函证：中介机构于 2019 年 6 月、2020 年 1 月及 2020 年 7 月对发行人移动信息化服务主要客户的交易发生金额、发行人收款金额和各期末往来款项余额进行函证。其中，函证的各期交易发生金额（即发行人向移动信息化业务客户的销售金额）分别为 0 万元、131.18 万元，6,723.53 万元和 10,704.52 万元，占当期移动信息化服务业务收入比例分别为 0%，28.53%、76.11%和 77.81%；2017 年及 2018 年回函比例较低主要是由于发行人当期移动信息化业务客户结构较为单一，主要服务于滴滴及携程，但上述客户不接受函证。针对无法取得回函确认的客户，执行获取销售合同、结算单，核查银行流水等替代程序；

(3) 查阅合同：查阅发行人与移动信息化服务主要客户的交易合同，关注交易内容、定价依据、结算模式、结算基础等主要合同内容；

(4) 获取确认函：针对与移动信息化服务主要客户签订的合同结算条款约定不清晰的，获取主要客户出具的确认函进一步确认结算基础，并确认主要客户与发行人的结算不存在异议或纠纷；

(5) IT 审计：利用外部信息系统审计专家对发行人的移动信息化服务平台系统进行了测试，确认发行人移动信息化平台记录的具体经营数据主要来源于运营商网关的回传状态报告，发行人未对经营数据进行篡改；

(6) 收入截止性测试：对报告期各期资产负债表日前后确认的移动信息化信息服务收入进行截止性测试，分析评价收入是否在恰当期间确认，并对各季度收入变动趋势进行比较分析是否与行业一致；

(7) 毛利率分析：获取报告期各期发行人移动信息化服务销售、采购明细，对收入、成本、毛利率的变动情况进行合理性分析；

(8) 同行业比较分析：查询同行业公司公开资料，关注同行业公司的业务描述、与合作客户的合作模式和销售价格、收入定价原则、结算基础等信息，并与发

行人相关情况进行比较；

(9) 往来款项核查：①大额回款核查：检查报告期各期移动信息化服务应收账款大额回款情况，确认回款方与交易方一致，并将银行回单与销售发票、结算单等资料核对信息一致；②应收账款余额变动分析：分析报告期各期末移动信息化服务业务相关应收账款余额变动的合理性；③期后回款核查：检查报告期各期末移动信息化业务相关应收账款的期后回款情况，确认期末应收账款期后均在账期内收回；

(10) 内控测试：对移动信息化服务的销售与收款循环进行内部控制测试，确认发行人对此项业务的内控制度设计合理，内控执行有效；

(11) 业务访谈：访谈发行人董事长、相关业务负责人、财务负责人，了解发行人移动信息化服务内容、与主要客户的合作情况、发行人未来对此类业务的发展规划；

(12) 发行人及关联方资金流水核查：结合对发行人大额银行流水核查、发行人关联关系核查、发行人主要关联方（含实际控制人、董事、监事、高级管理人员）银行流水核查等程序，关注是否存在异常资金往来。

2、关于成本完整性的核查

(1) 对采购与付款循环进行内部控制测试，确认发行人对此项业务的内控制度设计合理，内控执行有效；

(2) 查阅发行人主要短信供应商的交易合同，了解发行人与其的合作历史、合作内容、业务背景、采购单价、信用期、供应商是否存在为发行人承担成本费用的情形；

(3) 访谈发行人管理层及相关业务人员，查阅同行业上市公司公开披露文件，分析发行人采购价格是否与同行业可比、同类业务不同供应商采购价格是否存在差异及差异原因，是否存在主要供应商为发行人承担成本费用的情形；

(4) 通过获取工商详档、查询国家企业信用信息公示系统等方式对主要供应商进行背景调查，关注经营范围、股东、成立时间、注册地址等信息是否存在异常情况；

(5) 获取报告期内发行人移动信息化业务成本明细，对主要短信供应商进行函证和走访，核查发行人与主要短信供应商的交易情况、结算情况。报告期内，

中介机构对短信供应商函证、走访情况为如下：

①报告期移动信息化服务主要供应商交易额及其占比情况

单位：万元

供应商名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本	采购金额	采购金额/该类业务成本
北京掌盟在线科技有限公司	3,861.71	32.24%	1,452.41	20.86%	370.85	100.00%	983.75	44.93%
北京云湖九鼎科技有限公司								
北京和悦致远通讯科技有限公司								
中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	2,012.29	16.80%	2,139.87	30.74%	-	-	-	-
中国移动通信集团上海有限公司								
安徽捷兴信息安全技术有限公司	1,005.36	8.39%	1,707.78	24.53%	-	-	-	-
江苏美圣信息技术有限公司	940.22	7.85%	-	-	-	-	-	-
北京阳光河谷科技有限公司	41.15	0.34%	-	-	-	-	-	-
合计	7,860.73	65.63%	5,300.06	76.13%	370.85	100.00%	983.75	44.93%

注：上表“采购额”为发行人移动信息化服务单项业务的采购额，“占比”为采购额占移动信息化服务采购额的比例。

②报告期移动信息化服务主要供应商函证情况

序号	供应商名称	开始合作时间	是否回函				函证是否有差异	函证存在差异的原因
			2020年1-6月	2019年	2018年	2017年		

1	北京掌盟在线科技有限公司	2016年9月	是	是	是	是	否	不适用
	北京云湖九鼎科技有限公司	2019年10月	是	是	无交易，未函证		否	不适用
	北京和悦致远通讯科技有限公司	2018年1月	是	是	是	是	否	不适用
2	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	2019年11月	是	是	无交易，未函证		否	不适用
	中国移动通信集团上海有限公司	2019年11月	是	当期金额较小，未函证	无交易，未函证		否	不适用
3	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2019年5月	是	是	无交易，未函证		否	不适用
4	江苏美圣信息技术有限公司	2020年3月	是	无交易，未函证			否	不适用
5	北京阳光河谷科技有限公司	2014年11月	是	是			否	不适用

报告期内上述主要短信供应商的回函未出现回函不符的情况。

③报告期移动信息化服务主要供应商走访情况

序号	供应商名称	是否走访	走访时间	走访地点	走访人员
1	北京掌盟在线科技有限公司	是	2019年12月18日	北京市朝阳区建国路89号华贸商务楼4号楼	会计师：陈华 券商：王丹彤 律师：王励颖
	北京云湖九鼎科技有限公司				
	北京和悦致远通讯科技有限公司				
2	中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司	是	2019年12月20日	江苏省徐州市云龙区大龙湖街道绿地商务城领海B6-1徐州移动大楼	会计师：陈华 券商：陈强强 律师：杨宏
	中国移动通信集团上海有限公司	因当期交易较小，未走访	不适用	不适用	不适用
3	安徽捷兴信息安全技术有限公司	是	2019年12月18日	北京市朝阳区红军营南路15号瑞普大厦A座4层	会计师：陈华 券商：王丹彤 律师：王励颖
4	江苏美圣信息技术有限公司	是	2020年6月24日	视频访谈	会计师：董秀秀 券商：王丹彤

序号	供应商名称	是否走访	走访时间	走访地点	走访人员
5	北京阳光河谷科技有限公司	是	2019年3月21日、2019年5月22日	北京市东三环中路39号建外西区14号楼	律师：王励颖 会计师：李琳琳 券商：王丹彤 律师：杨宏

(6) 对主营业务成本和相应业务营业收入进行匹配性分析，与同行业上市公司毛利率进行比较，核实是否存在偏离行业上市公司毛利率的情形及原因；

(7) 通过获取工商详档、查询国家企业信用信息公示系统等方式对主要短信供应商进行背景调查，关注经营范围、股东、成立时间等信息是否存在异常情况，是否与发行人存在关联关系；

(8) 获取发行人及关联方资金流水核查：结合对发行人大额银行流水核查、发行人关联关系核查、发行人主要关联方（含实际控制人、董事、监事、高级管理人员）银行流水核查等程序，关注是否存在异常资金往来及垫付成本风险。

3、核查意见

综上，中介机构对发行人移动信息化服务的收入真实性、合规性和成本完整性予以重点关注，并采取了针对性核查措施，主要包括实地走访、函证、执行IT审计、查阅合同、获取信息系统业务数据并与财务数据进行核对、与同行业公司比较分析等程序。经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人移动信息化服务的收入真实、合规，成本完整。

二、其他核查程序

1、获取并查阅发行人主要客户销售合同，关注合同定价原则、结算周期、结算基础、合作条件、合同有效期等；抽查发行人主要客户报告期内对账单，关注双方实际结算基础，分析与合同约定结算条款是否一致；针对销售合同中对结算条款约定不清晰的，获取主要客户出具的确认函进一步明确相关结算基础并与结算单进行比对分析。

2、访谈发行人业务人员及主要客户，了解移动信息化服务领域客户短信发送请求流程，运营商关键阶段返回的状态报告内容。

3、查阅发行人与卓望信息的交易合同，关注交易内容、定价依据、结算模式、项目需求说明、项目报价清单等主要合同条款和《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》等后附条款。

4、查阅同行业可比公司的公开披露信息，并比对分析和发行人的差异情况、分析发行人差异原因。

5、访谈发行人技术人员，了解移动信息化服务领域短信发送失败的原因，并分析卓望信息报告期内短信发送失败的具体原因。

6、外部信息系统审计专家对发行人的移动信息化服务平台系统执行了 IT 审计程序。

7、以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价，对于发行人模拟计算收入和毛利率的敏感性分析。

三、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：发行人自身及久佳信通与主要客户的收入结算一直以“成功提交发送请求”为依据；发行人与上述主要客户合作稳定，客户要求更改为“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据的可能性较低；假设以“发送成功”至终端用户的短信数量作为收入结算依据而不相应提高短信结算单价的情况下，对于发行人收入和毛利率的产生一定影响。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：发行人与卓望信息约定以“成功接收量”即为卓望信息提交至发行人平台的短信信息量作为结算基础，符合发行人此项业务的经营实质和行业惯例，具备商业合理性；发行人与卓望信息合同约定结算依据为“成功接收量”，双方实际结算基础指通过发行人系统“提交至运营商的发送请求数”，与合同约定不存在差异；卓望信息未要求发行人给予折扣具备商业合理性；发行人与卓望信息的实际结算基础为提交至发行人平台的短信信息量，双方交易合法合规，不存在其他利益安排；卓望信息项目人员将根据《卓信通三网短彩信通道服务项目考核细则》对发行人提供的技术服务进行考核，并向发行人出具签章确认的考核打分表，双方确认无误后卓望信息支付对应款项，卓望信息对发行人服务的考核内容不存在与短信发送失败相挂钩的情形，短信发送失败比例较高不影响考核扣款具备合理性；2019 年短信发送失败比例较高不影响其他商业条件。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：以运营商通道定价指发行人与客户按不同运营商分别进行定价；基于卓望信息报价要求和服务需求，双方协商确定定价方式；发行人与卓望信息在合作条款、合作条件、收入结算方式

等方面与其他主要客户不存在差异。

4、问题（4）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：卓望信息向久佳信通采购短信具有合理性；受四季度促销活动影响，发行人收购久佳信通后合作规模大幅增加符合行业特征，与同行业可比公司同期销售规模变动趋势一致，不存在异常；由于 2019 年期末应收账款尚在账期内，因此尚未回款，不存在异常。卓望信息 2019 年的短信失败原因主要是客户提供号码质量问题，卓望信息充分理解短信发送失败的情形及原因，双方合作良好稳定，具有可持续性；随着卓望信息对无效终端用户信息的不断更新与完善，2020 年 1-6 月卓望信息的短信发送失败率已下降至行业可比水平。

5、问题（5）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：2019 年发行人移动信息化业务非前五大客户失败率超过 20%的主要原因为号码质量问题和发送超频等；发行人已于《招股说明书》中补充披露上述客户的类型、明细情况、原因和占比；根据运营商反馈的短信发送失败数据的“平台错误码”，因内容违规或被用户拉近黑名单被运营商网关拦截的占比为 6.82%；发行人移动信息化业务不存在较多投诉或违规情形；客户提出的发送请求存在一定的复杂性，发行人通过与客户签订约束性合同条款和加强业务流程中各环节的检测拦截，能够有效降低风险，发行人业务开展过程中不存在重大法律风险；客户知晓发行人短信采购以发送成功的数量为基数而同意和发行人以提交成功数为结算基础具备合理性，未要求商业折扣或后续返还短信发送量具备合理性。

6、问题（6）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：移动信息化行业内存在两种销售结算基础，其中发行人和中嘉博创、企朋股份与客户的结算数据基础一致，发行人按自身业务平台统计的成功短信数量与客户结算，线上线下以短信成功到达终端客户数据作为收入结算基础。发行人与主要客户签订的合同均为客户提供的模板合同，各客户合同中对结算条款的描述不完全相同，但实质结算数据基础一致，合同约定与实际执行不存在差异。针对合同对结算条款约定不清晰的，主要客户出具了确认函进一步确认了结算基础，发行人按“以提交平台成功数量

作为结算基础”进行披露具有准确性。

7、问题（7）

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：基于信息披露谨慎性考虑，发行人已在招股说明书中修改有关梦网集团按照“提交成功数”为结算基础

问题 5 关于商誉

根据申报材料和审核问询回复，《资产评估报告》中对久佳信通 2020 年全年的业绩情况进行了预测，由于移动信息化服务具备一定的季节性，往往四季度销售规模较高，因此无法将 2020 年 1-6 月经营情况与 2020 年全年盈利预测情况进行比较。

请发行人补充披露久佳信通 2020 年 1-9 月已实现收入和净利润，往年四季度收入和净利润具体情况，2020 年全年预测业绩的可实现性，并结合上述情况披露久佳信通商誉是否存在减值风险，说明发行人此前仅通过参股后续再收购久佳信通的原因，前期久佳信通短信业务基本为营销类短信的原因及其合规性。

请保荐人、申报会计师、资产评估师发表明确意见。

【回复】

一、久佳信通 2020 年 1-9 月已实现收入和净利润

经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审阅，久佳信通 2020 年 1-9 月实现收入 16,651.64 万元，净利润 1,415.30 万元。

二、往年四季度收入和净利润具体情况

报告期内，久佳信通四季度收入及净利润具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年	2017 年	2016 年
四季度营业收入	7,328.63	3,341.44	1,948.24	865.91
占全年收入占比	39.56%	39.83%	25.42%	57.20%
四季度净利润	874.64	105.35	238.15	53.26
占全年利润占比	40.78%	25.82%	22.92%	104.94%

如上表所示，报告期内久佳信通四季度收入和净利润占比较高。

三、2020 年全年预测业绩的可实现性，并结合上述情况披露久佳信通商誉

是否存在减值风险

1、久佳信通商誉减值测试

2020 全年，久佳信通预计实现收入 27,380.36 万元至 28,459.61 万元，净利润 2,451.95 万元至 2,662.61 万元。

根据发行人评估机构中水致远对久佳信通出具的 2019 年 12 月 31 日商誉减值测试《资产评估报告》（中水致远评报字[2020]第 020032 号），预测久佳信通预计 2020 年度实现净利润 2,539.58 万元。

虽然受疫情影响，久佳信通业务规模增长稍有放缓，但随着国内疫情的控制和经济稳步恢复，久佳信通未来的经营环境将逐步改善，预计将保持经营业绩的持续增长，预计 2020 年度实现净利润可达到商誉减值测试所出具的《资产评估报告》中的盈利预测。但基于谨慎性原则考虑，假设久佳信通 2020 年业绩仅可达到盈利预测下限进行商誉减值测试，具体结果如下：

项目	金额（万元）
包含整体商誉的资产组账面价值①	26,660.17
含商誉资产组收益法评估值②	26,360.00
商誉减值损失③=②-①（若②小于①）	-300.17
发行人商誉减值损失④=③*51%	-153.09

经测试，若久佳信通 2020 年业绩仅可达到盈利预测下限，则发行人商誉存在减值迹象，减值金额为 153.09 万元。

2、关于商誉减值风险的风险提示

发行人已在《招股说明书》“第四节 风险因素”之“五、经营风险”之“（一）商誉减值风险”对相关风险进行补充披露如下：

“2015 年，公司收购了罗迪尼奥 100% 股权，构成非同一控制下企业合并；2019 年，公司通过增持股份对久佳信通的持股比例达到 51%，构成非同一控制下企业合并。上述合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉。截至报告期末，公司商誉账面价值为 9,859.42 万元，其中因收购久佳信通形成的商誉为 9,379.17 万元，因收购罗迪尼奥形成的商誉为 480.25 万元。公司商誉主要为收购久佳信通所形成，久佳信通主要从事移动信息化服务，2019 年实现净利润 2,144.72 万元。2020 全年，久佳信通预计实现收入 27,380.36 万元至 28,459.61 万元，净利润 2,451.95 万元至 2,662.61 万元。基于谨慎性原则测算，若久佳信通净利润仅可达到盈利预测下限，则商誉存在

减值 153.09 万元的风险；罗迪尼奥主要从事增值电信服务和移动营销服务，经营情况亦正常，不存在减值迹象。如果未来宏观经济、市场条件以及产业政策等外部因素发生重大不利变化，导致上述两家公司经营情况不及预期，则公司存在商誉减值的风险，进而对经营业绩产生不利影响。”

四、发行人此前仅通过参股后续再收购久佳信通的原因

1、发行人与其他股东共同投资设立久佳信通

久佳信通系发行人与齐博、周晓磊共同出资设立，设立之前，移动信息化行业高速增长，股东齐博在移动信息化服务领域从业多年，积累了丰富的业务经验，久佳信通的经营策略、市场开拓、团队搭建、具体运营等业务方面均由其负责；股东周晓磊在相关业务领域具有丰富的业务资源，有利于久佳信通的市场开拓和客户关系维护；发行人可以提供资金支持。在此背景下，2016年3月，发行人与齐博、周晓磊决定共同出资设立久佳信通。

2、发行人对久佳信通进行增资扩股

2016年久佳信通成立后，当年实现收入1,513.75万元，净利润56.55万元，展现了良好的发展前景。但移动信息化服务一般需要预付较大金额的短信采购费用，随着久佳信通业务持续快速增长，资金压力成为其发展的瓶颈，在此背景下，发行人于2017年度对久佳信通按估值7,000万元进行增资。

3、发行人收购久佳信通

久佳信通自2016年成立以来便专注于移动信息化服务领域，经过成立初期的业务摸索、核心团队磨合、业务系统升级等调整，久佳信通的经营日趋稳定，2019年上半年业务规模和客户资源等方面都实现了较大的突破，积累了分布广泛的优质客户群体和覆盖三网、辐射全国的短信通道资源，已成为卓望信息、酷狗、去哪儿网、58同城等大型企业客户的移动信息服务商。

移动信息化服务一直是公司近几年着力发展的业务板块。公司自身从2016年开始开展移动信息化服务，目前已与腾讯云、携程、国家电网等大型企业客户建立了稳定的合作关系。通过本次收购，公司可以扩大优质客户资源和市场份额，同时在技术、管理、团队、采购等方面实现共享，充分发挥业务协同效应。业务协同的实现和经营规模的扩张，将提高公司的抗风险能力和持续盈利能力。

在此背景下，2019年10月，发行人收购久佳信通23%股权，形成了对久佳

信通的控制。

综上，发行人此前仅通过参股后续再收购久佳信通是发行人各经营阶段的正常投资决策行为，久佳信通成立及运营前期公司主要作为投资人参与其经营管理，随着发行人移动信息化业务逐步发展，以及久佳信通的业务快速增长，发行人决定对其收购。

五、前期久佳信通短信业务基本为行业营销类短信的原因及其合规性

报告期内，久佳信通验证通知类和行业营销类短信的销售情况如下：

单位：万元

项目		收购后		收购前		
		2020年1-6月	2019年		2018年	2017年
			11月-12月	1月-10月		
行业营销类	金额	5,624.96	3,378.05	8,206.39	6,711.72	6,136.88
	占比	55.80%	63.27%	62.22%	80.00%	80.08%
验证通知类	金额	4,455.48	1,960.95	4,982.27	1,677.93	1,526.87
	占比	44.20%	36.73%	37.78%	20.00%	19.92%

久佳信通不同短信类型服务收入结构主要是其客户结构决定的。前期业务拓展中，久佳信通主要客户包括互联网电商类、互联网音乐及生活信息服务类客户（如每日优鲜、58同城和酷狗等），该部分客户以行业营销类短信发送需求为主。随着久佳信通技术能力和服务经验的不断提升，久佳信通不断获得了更多行业客户，验证通知类短信服务收入相应有所增加。

报告期内，久佳信通不存在受到行政处罚等监管措施以及被投诉的情况，其行业营销类短信业务经营符合合规性的要求。

【补充披露情况】

以上内容发行人已在《招股说明书》中“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产构成及变动分析”中补充披露。

【中介机构核查】

一、核查程序

- 1、获取久佳信通管理层编制的业绩预测数据，分析复核编制过程的合理性。
- 2、获取发行人评估师出具的商誉减值测试报告，分析发行人商誉减值是否

存在风险。

3、对公司管理层进行访谈，了解发行人收购久佳信通的原因及背景。

4、分析评价久佳信通收入结构，并对各季度收入及占比进行比较分析是否存在季节性。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师、资产评估师认为：发行人并购久佳信通形成的商誉存在减值风险的可能性较小，但基于谨慎性原则测算，若久佳信通净利润仅可达到盈利预测下限，则商誉存在减值 153.09 万元的风险。发行人此前仅通过参股后续再收购久佳信通是发行人各经营阶段的正常投资决策行为，具有合理性。

问题 6 关于增值电信业务

根据申报材料和审核问询回复：

（1）报告期内，实时数据（发行人业务平台接收）“非有效计费”交易金额占比分别为 21.59%、21.18%、21.43%和 24.27%。

（2）发行人收入端以运营商计费账单为依据确定收入，成本端以“有效计费”数据为基础确定成本，两者之间存在差异。

请发行人：（1）补充披露“非有效计费”交易数据对应的具体情形及每种情形的金额与占比，“非有效计费”交易金额占比较高的原因及合理性，当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的商业合理性，并请举例说明；

（2）补充披露在运营商计费账单金额（收入计算基础）与全量数据差异均在 5%以内的情况下，“有效计费”数据（成本计算基础）与全量数据差异较大（约 20%）的合理性，是否存在多计收入或少计成本的情形，同行业可比公司渠道推广费是否以“有效计费”数据为基础确定；

（3）补充披露运营商未采用基数较低的“有效计费”作为结算基础的原因，增值电信业务收入确认基础的确定方式（招投标或协商确定），与同行业可比公司的差异情况及差异原因；

（4）补充披露发行人下游渠道商对 APP 等应用的分成基数，如为“有效计费”，则披露下游 APP 等应用在可以实际知晓用户后续真实支付情况下，是否会

按实际支付情况与渠道商进行分成，如按实际支付情况进行分成，渠道商是否可以盈利，如 APP 选择同意按“有效计费”结算，则披露其知晓用户最终结算情况下仍同意按较低的“有效计费”结算的商业合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对上述情形是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，并就收入真实性和成本完整性发表明确意见。

【回复】

(1) 补充披露“非有效计费”交易数据对应的具体情形及每种情形的金额与占比，“非有效计费”交易金额占比较高的原因及合理性，当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的商业合理性，并请举例说明。

一、“非有效计费”交易数据对应的具体情形及每种情形的金额与占比

发行人增值电信服务的经营数据均来源于运营商系统实时传输，根据交易发生当下的交易状态，具体交易可分为“有效计费”（交易状态为“成功”）和“非有效计费”（交易状态为“未知”）。

“非有效计费”代表交易发生当下的交易状态不确定。报告期内，根据运营商传输的交易数据情况，“非有效计费”交易的具体情形、金额及占比情况如下：

1、话费结算服务

单位：万元

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	800040	全网分省用户级动二次计费	由于话费余额不足、手机状态异常等原因用户首次扣费不成功，运营商会进行动态二次扣费	1,033.92	55.52%	2,036.67	56.41%	2,827.07	57.86%	2,173.98	56.85%
2	400002	移动内部错误	由于移动内部错误（包含无法接通、超时、连接失败等多种情形），无法返回有效计费数据	423.31	22.73%	813.20	22.52%	945.84	19.36%	788.51	20.62%
3	400001	服务器异常	由于运营商与合作方服务器数据连接异常，导致无法返回有效计费数据	73.56	3.95%	136.48	3.78%	209.42	4.29%	125.62	3.28%
4	800029、800035、800037、800038、800039	单SP单日限额禁止订购、单SP单日单省限额禁止订购、单日单计费代码限额禁止订购、单日单计费代码、单省限额禁止订购	运营商日常设置各种对单一合作方业务单日上限限额、单日单省上限限额、单日单个计费代码上限限额、单日单个计费代码、单省上限限额设置业务管控措施，超限的不予订购	51.70	2.78%	94.56	2.62%	120.30	2.46%	92.16	2.41%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
5	800001	全网黑名单	订购业务的手机号为运营商全网黑名单用户	46.18	2.48%	74.38	2.06%	92.69	1.90%	102.52	2.68%
6	800036	灰名单鉴权	订购业务的手机号为运营商全网灰名单用户，需要再次鉴权其号码是否可使用该业务	36.50	1.96%	68.24	1.89%	62.98	1.29%	36.79	0.96%
7	300001	SDK异常	SDK计费包发生服务异常导致无法返回有效计费数据	30.73	1.65%	37.59	1.04%	60.34	1.23%	48.95	1.28%
8	800042、800041	单省单月单用户达到限定次数、单省单日单用户达到限定次数	运营商对单省单月单用户使用业务的次数，单省单日单用户使用业务次数设置上限，超限不予订购	5.31	0.29%	27.80	0.77%	44.37	0.91%	37.82	0.99%
9	800019、800018	单用户单月到达限费、单用户单日到达限费	运营商对单用户单月使用业务的金额，单用户单日使用业务的金额设置上限，超限不予订购	3.39	0.18%	55.96	1.55%	83.55	1.71%	65.31	1.71%
10	800034	同一手机号订购时间间隔小于30秒	同一手机号两次重复订购业务的时间间隔小于30秒	1.42	0.08%	22.75	0.63%	38.60	0.79%	31.36	0.82%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
11	800030	计费代码屏蔽	计费代码被屏蔽, 订购失败	1.14	0.06%	3.54	0.10%	40.07	0.82%	32.39	0.85%
12	800013	主叫号码错误	主叫号码错误	-	0.00%	2.56	0.07%	12.41	0.25%	10.02	0.26%
13	800008、其他	其他	其他	155.11	8.33%	236.82	6.56%	348.41	7.13%	278.58	7.29%
合计				1,862.25	100.00%	3,610.55	100.00%	4,886.04	100.00%	3,824.00	100.00%

注：上表中的“错误代码”及“对应的情形”参照运营商提供的技术文档，下同。

由上表可见，话费结算业务中“非有效计费”的主要情形为全网分省用户级动二次计费和移动内部错误，这两种情形的合计占比在80%以上。

2、信息交互类业务

单位：万元

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	MK:0015、MI:0022、MI:0030、MI:0045、MN:0055	运营商内部错误、移动内部错误	运营商内部未知错误，无法返回有效计费数据	229.06	57.49%	409.96	55.48%	605.11	52.67%	865.10	51.61%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2	CA:0054	超时未接收到响应消息；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口超时，无法返回有效计费数据	121.64	30.53%	215.25	29.13%	348.91	30.37%	500.18	29.84%
3	EXPIRED	超时(因用户不在服务区)	由于用户计费当时超出服务区导致返回有效计费数据超时	10.68	2.68%	28.52	3.86%	52.73	4.59%	94.71	5.65%
4	MN:0999	手机终端所在地区信号较弱或是无信号	用户手机终端所在地区信号弱或无信号导致无法返回有效计费数据	7.41	1.86%	23.28	3.15%	28.26	2.46%	42.41	2.53%
5	MK:0012	消息等待队列满或者手机是空号	移动平台通过类似排队的方式来处理瞬时批量用户的计费请求，由于队列排满，或者手机为空号，当时无法处理计费	6.02	1.51%	14.19	1.92%	-	0.00%	-	0.00%
6	MK:0010	因用户关机或不在服务区里，手机信号端导致的失败。	因用户关机或不在服务区，手机信号端出现错误，导致当时无法计费	5.54	1.39%	7.24	0.98%	-	0.00%	24.64	1.47%
7	MK:0118	手机号码端问题	手机号码端出现问题，导致无法返回有效计费数据	4.94	1.24%	20.02	2.71%	28.84	2.51%	48.11	2.87%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
8	MI:0051	对端省短信中心或客户终端故障报错	运营商分省短信中心或用户手机终端的故障，导致无法返回有效计费数据	4.50	1.13%	6.58	0.89%	19.07	1.66%	22.46	1.34%
9	MK:0029	无法接通；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口无法接通，无法返回有效计费数据	3.82	0.96%	5.54	0.75%	17.58	1.53%	16.43	0.98%
10	MK:0004	暂停使用；移动内部错误	由于运营商内部未知错误，导致运营商与合作方服务器之间数据连接接口暂停使用，无法返回有效计费数据	2.75	0.69%	4.36	0.59%	13.44	1.17%	14.25	0.85%
11	CB:0010	用户已注册该项服务	用户瞬时计费超过一次，不予处理	1.71	0.43%	3.33	0.45%	11.60	1.01%	12.24	0.73%
12	CA:0111	SCP厂家自定义的错误码；移动内部错误	移动网关设备厂商错误的内部原因导致，无法返回有效计费数据	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	2.85	0.17%
13	CB:0013	GW向SMC提交短消息失败	移动网关向计费中心提交信息失败，导致无法返回有效计费数据	-	0.00%	-	0.00%	1.26	0.11%	2.35	0.14%

序号	非有效计费的错误代码	对应的情形	情形说明	非有效计费对应的信息费金额							
				2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
14	UNDELIV	失败代码：一般为处于停机、挂起等状态	移动服务器处于停机或挂起等状态，无法返回有效计费数据	-	0.00%	-	0.00%	21.25	1.85%	29.50	1.76%
15	其他	其他	其他	0.36	0.09%	0.66	0.09%	0.80	0.07%	1.01	0.06%
合计				398.43	100.00%	738.93	100.00%	1,148.86	100.00%	1,676.22	100.00%

由上表可见，信息交互类业务中“非有效计费”的主要情形为运营商内部错误和超时未接收到响应消息，这两种情形的合计占比在80%以上。

二、“非有效计费”交易金额占比较高的原因及合理性

造成“非有效计费”交易金额占比较高的原因较多，主要包括用户手机应用运行不稳定或闪退、用户不在网或所在地信号弱无法扣费、用户欠费或销户、移动网关响应延迟、服务器处理故障以及网络丢包、用户超套餐消费等多种情形。

发行人仅取得“非有效计费”的错误代码及其对应含义，但无法从运营商获取其具体形成原因。从多年增值电信服务的运营经验来看，在增值电信业务过程中，“非有效计费”属于现实存在的客观情况。发行人“非有效计费”均来源于运营商传输的实时交易数据，且发行人“非有效计费”数据占有数据的比例相对稳定。同时，发行人不同产品的“非有效计费”比例基本一致，说明运营商或用户的客观情况对交易当下状态确认的影响普遍存在。

三、“非有效计费”交易当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的商业合理性

在“非有效计费”包括的各种情形中，收费延迟是影响交易当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的主要原因，如全网分省用户级动二次计费、服务器异常、超时未接收到响应消息、超时(因用户不在服务区)、手机终端所在地区信号较弱或是无信号等。

例 1：错误代码为“MK: 0010”包括的情形如下：终端用户进行交易后由于关机/不在服务区导致交易发生当下的状态为“非有效计费”，用户开机/进入服务区后运营商可正常实现收费，运营商会向发行人支付服务费。

例 2：错误代码为“800040”包括的情形如下：终端用户话费余额不足，待充值后运营商进行动态二次计费并扣费成功，运营商会向发行人支付服务费。

发行人与中国移动签署的合同为中国移动的统一制式合同，其中明确约定以“信息费”作为结算基础，因此“非有效计费”交易如果最终收费成功，则运营商会向发行人支付服务费。

(2) 补充披露在运营商计费账单金额(收入计算基础)与全量数据差异均在 5%以内的情况下，“有效计费”数据(成本计算基础)与全量数据差异较大(约 20%)的合理性，是否存在多计收入或少计成本的情形，同行业可比公司渠道推广费是否以“有效计费”数据为基础确定。

一、“有效计费”数据(成本计算基础)与全量数据差异较大(约 20%)的

合理性

“有效计费”数据（成本计算基础）与全量数据的差异即为“非有效计费”数据。如前所述，造成“非有效计费”交易金额占比较高的原因较多，发行人“非有效计费”均来源于运营商传输的实时交易数据，且发行人“非有效计费”数据占所有数据的比例相对稳定。

如前述说明，因时间因素影响收费延迟是使“非有效计费”最终能够成功收费的主要情形。如果用户消费增值电信业务产品后，始终未缴费甚至最终弃卡，则会导致“非有效计费”最终无法成功收费。当前，随着众多手机应用、会员权益等要求用户使用手机号码注册，手机号与终端用户的绑定联系日益紧密，用户使用手机消费增值电信业务后不缴费甚至弃卡等情况相对较少，运营商最终能够成功收取信息费的比例较高，因此运营商计费账单金额（收入计算基础）与全量数据差异均在5%以内。

二、发行人不存在多计收入或少计成本的情形

1、发行人不存在多计收入的情形：运营商根据实际收取信息费出具计费账单，成为发行人的收入确认依据

运营商面向终端用户从事增值电信业务并收取信息费。运营商根据实际收取的信息费，结合约定的分成比例，发布计费账单，计费账单显示当期应与发行人结算的金额。发行人以运营商的计费账单为依据核对无误后确认收入。

在资金流向方面，发行人销售回款的付款方是运营商的银行账户，终端用户的消费款项不经过发行人账户；在经营数据方面，发行人经营数据均来源于运营商业务平台传输的交易信息。运营商出具的用于结算的计费账单、运营商银行账户的直接付款和运营商业务系统传输的交易记录，三者可以相互核对、验证。

报告期内，运营商发布的计费账单金额、发行人对运营商的销售收款金额和发票开具金额、发行人的收入确认金额均一致。发行人不存在多计收入的情形。

2、发行人不存在少计成本的情形

（1）发行人与渠道供应商的结算约定是双方独立谈判的结果，发行人实际结算、成本核算与合同约定一致

报告期内，发行人的渠道供应商与发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均不存在关联关系。发行人

与渠道供应商均为独立决策的市场主体，发行人与渠道供应商的结算基础和分成比例的约定，是交易双方根据行业惯例独立商业谈判的结果，不存在其他利益安排。发行人与渠道供应商的结算条款约定、结算实际执行和发行人的成本计量情况均一致，发行人不存在少计成本的情形。

(2) “有效计费” 仅为结算数据基础，渠道供应商收益受 “结算基础” 和 “分成比例” 两项因素的综合影响

渠道供应商收取的推广费=“有效计费”数据对应金额*分成比例，因此渠道供应商收益受“结算基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。渠道供应商在定价时，已充分考虑“有效计费”数据与全量数据差异情况，相关价格（分成比例）已覆盖了上述数据差异影响。

报告期内，发行人主要渠道供应商已成立多年，均具备多年从事增值电信业务渠道推广的业务经验，且不仅与发行人一家公司进行此类业务合作，渠道供应商充分了解其自身应获取的合理收益情况。同时，发行人与主要渠道供应商的合作期限已超过4年，双方合作持久稳定，报告期内，发行人与渠道供应商未发生过对结算存在异议或纠纷的情形。

(3) 发行人与渠道供应商采用 “有效计费” 数据作为结算基础具有合理性和可验证性

话费结算业务中，运营商面向终端用户收取信息费，运营商掌握用户最终实际支付数据且其未向其他方开放。发行人和渠道供应商在无法获取用户最终实际支付数据的情况下，需约定合理、可行的结算基础。在增值电信业务开展过程中，发行人业务平台将接收的“有效计费”交易数据，实时向对应的渠道供应商传输。采用“有效计费”数据作为双方结算基础，具有准确性、及时性、可验证性和公允性。

(4) 发行人和供应商的最终收益分配比例，与运营商规范约定的分配比例一致，且与同行业公司可比

《中国移动全网语音杂志业务合作日常管理细则》规定：“根据合作的范畴，将12590业务的合作方分为服务合作方和渠道合作方。……原则上服务合作方的分成比例最高不得超过实收信息费的30%。……渠道合作方分成比例最高不得超过实收信息费的40%。……同一家合作方可以同时承担服务合作方和渠道合作方

的职责，分成比例最多不超过 70%。”即分成比例为运营商：服务商：渠道商=30%：30%：40%。

发行人及同行业上市可比公司承担服务商的职责。发行人及同行业上市公司在增值电信业务中的收益分配情况如下：

公司	收益分配比例情况		
	运营商	服务商 (发行人及可比公司)	渠道供应商
中国移动的分配规定	30%	30%	40%
立昂技术		37.85%-40.36%	29.64%-32.15%
人民网		24.18%-35.92%	34.08%-45.82%
发行人		28.39%-32.93%	37.07%-41.62%

注：可比公司海联金汇存在净额确认收入的业务模式，因此相关数据无法直接进行比较。

根据中国移动的业务管理规范，同行业上市公司可比业务中运营商分配比例均为 30%，结合同行业上市公司可比业务的毛利率，可以测算出同行业公司与其供应商的收益分配比例情况：服务商（发行人及可比公司）的收益分配比例= $(1-30%) \times$ 服务商毛利率，渠道供应商的收益分配比例= $1-30%-$ 服务商的收益分配比例。

发行人与供应商以“有效计费”作为结算基础，主要同行业上市公司未明确披露与供应商的结算基础和分成比例。尽管同行业上市公司与供应商的结算条款可能与发行人存在差异，但如上表所示，在最终的分配比例结果上，同行业上市公司与发行人在增值电信业务中的利益分配情况可比，均与中国移动约定的 30%:30%:40%的总体分成比例相差不大。

综上所述，供应商的收益受结算基础（“有效计费”）和分成比例两项因素的综合影响；“有效计费”数据是发行人与供应商双方独立协商约定的结算基础，并在此基础上确定分成比例；发行人主要渠道供应商具备多年从业经验，亦与发行人稳定合作多年，双方不存在结算纠纷；在收益分配结果方面，发行人和供应商的最终收益分配比例，与运营商规范约定的分配比例一致，且与同行业公司可比；报告期内，发行人与渠道供应商的结算条款约定、结算实际执行和发行人的成本计量情况均一致。发行人不存在少计成本的情形。

三、同行业可比公司的渠道推广费结算基础情况

同行业可比上市公司的渠道推广费结算基础的披露情况如下：

公司	渠道推广费结算基础
立昂技术（沃驰科技）	沃驰科技依据渠道商的有效推广情况，形成经营数据，沃驰科技按月或按周与渠道商对账，双方对账无误后，渠道商开具相应发票，沃驰科技在双方约定的账期内予以结算。
平治信息	按照收入结算的推广费用：是按照收入配比原则和合同约定的分成比例计算的市场推广费。
海联金汇（联动优势）	未明确披露。
人民网	未明确披露。
发行人	以运营商传输的属于“有效计费”的交易数据为基础，根据约定的分成比例，计算确定结算金额。

如上表所示，1）立昂技术（沃驰科技）根据有效推广情况形成经营数据，与渠道供应商进行结算，与发行人“有效计费”结算基础类似；2）平治信息、海联金汇（联动优势）、人民网均未明确披露与渠道供应商的结算基础。

因此，主要同行业上市公司未明确披露与渠道供应商的结算基础，发行人无法直接与同行业上市公司进行比较。但如前述分析，尽管同行业上市公司与供应商的结算条款可能与发行人存在差异，在最终的分配比例结果上，同行业上市公司与发行人在增值电信业务中的利益分配情况可比。

（3）补充披露运营商未采用基数较低的“有效计费”作为结算基础的原因，增值服务收入确认基础的确定方式（招投标或协商确定），与同行业可比公司的差异情况及差异原因。

一、运营商未采用基数较低的“有效计费”作为结算基础的原因

运营商采用“实际收取的信息费”作为结算基础，而非采用“有效计费”作为结算基础，其原因如下：

1、运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础

报告期内，发行人增值服务主要针对话费结算业务和信息交互类业务。上述业务均由中国移动语音基地开展，受《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》规范。上述规范规定，“12590 业务商务模式采用分成模式，对于应用提供商（AP）类合作伙伴，中国移动分成比例原则上不低于实收信息费的 30%，合作方不高于产品收入的 70%。”中国移动的业务规范明确约定结算基础为“实收信息费”，即为运营商向发行人出具计费账单的结算基础。

2、实际收取信息费是运营商收入金额，以此作为结算基础最为准确、公平、合理

运营商准确掌握用户消费的各类交易信息，其中实际收取信息费是运营商最终实现的收入金额，以此为基础与合作方结算最为准确、公平、合理。

3、运营商内部控制规范完善，结算的执行严格遵循业务规范

中国移动作为大型国有上市公司，自身建立了完善的内部控制制度，以确保各项业务的正常开展。中国移动每年执行多次集团内部的业务审计，并接受外部监察和审计。中国移动实际业务执行严格按照其业务规范。

4、发行人可依据交易数据对运营商结算金额进行对账

依据《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》，“若合作方对结算金额有异议（结算金额差异大于 5%），可以向基地提交对账申请”。如果运营商采用“有效计费”与发行人进行结算，由于“有效计费”数据与全部交易数据对应金额相差较大（一般约为 20%），根据双方合同约定，发行人将会向运营商申请对账。

综上所述，运营商采用“实收信息费”而非“有效计费”作为结算基础具有合理性。

二、增值电信服务收入确认基础的确定方式：依据运营商的业务规范和统一制式合同对结算基础的规定

如前所述，运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础。

发行人与中国移动签署的合同为中国移动的统一制式合同，其中约定“甲乙双方按月进行业务结算信息费用的结算，具体的商务模式为：甲方将信息费总额的 70%作为应结信息费支付给乙方”。中国移动的统一制式合同中明确约定以“信息费”作为结算基础。

运营商与发行人的结算基础确认未经过招投标或协商流程，发行人直接遵循运营商业务规范和统一制式合同的规定。

三、同行业可比公司的销售结算基础与发行人不存在差异

如前所述，运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础。同行业可比公司与中国移动开展同类业务需遵循中国移动的上述业务规范，即结算的基础为“实收信息费”，与发行人不存在差异。

（4）补充披露发行人下游渠道商对 APP 等应用的分成基数，如为“有效计费”，则披露下游 APP 等应用在可以实际知晓用户后续真实支付情况下，是否会

按实际支付情况与渠道商进行分成，如按实际支付情况进行分成，渠道商是否可以盈利，如 APP 选择同意按“有效计费”结算，则披露其知晓用户最终结算情况下仍同意按较低的“有效计费”结算的商业合理性。

一、发行人渠道供应商与手机 APP 服务商一般按“有效计费”作为分成基础

报告期内，发行人不涉及直接与手机 APP 服务商合作的情形。发行人渠道供应商与手机 APP 服务商一般按“有效计费”作为分成基础。

二、渠道供应商与手机 APP 服务商按“有效计费”作为分成基础的原因及合理性

1、目前，增值电信业务中仅运营商掌握用户后续真实支付情况，其他各方均不知晓用户后续真实支付情况，故以“有效计费”作为分成基础

手机 APP 服务商使用支付宝、微信支付方式直接连接其银行账户，可实时了解自身账户收费信息。相对于支付宝、微信支付方式，话费结算有赖于运营商收取信息费后，发行人、渠道供应商、手机 APP 服务商逐级进行分成。由于运营商未向其他各方开放用户最终实际支付数据，故手机 APP 服务商不知晓用户实际支付情况。

渠道供应商和手机 APP 服务商在不知晓用户最终实际支付数据的情况下，需约定合理、可行的结算基础。在增值电信业务开展过程中，运营商提供的“有效计费”交易数据，实时从发行人到渠道供应商、从渠道供应商到手机 APP 服务商进行透传，以“有效计费”数据作为结算基础，具有准确性和可验证性。

2、手机 APP 服务商接受“有效计费”作为分成基础的合理性

1) “有效计费”仅为结算基础，手机 APP 服务商收益受“结算基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。手机 APP 服务商在与渠道供应商进行协商定价时以“有效计费”作为分成基础，约定的“分成比例”已充分考虑了其应得的合理收益。

2) 以“有效计费”作为分成基础，手机 APP 服务商不承担由于运营商后续未成功收费或用户退费等产生的核减收入风险，相关风险由发行人承担。发行人从事增值电信业务多年，积累了良好的运营经验，能够有效地管控上述业务风险。报告期内，发行人因上述情形产生的核减收入比例低于 5%。

三、渠道供应商与手机 APP 服务商的结算基础和分成比例约定，能够保证各方获取合理收益

渠道供应商和手机 APP 服务商的收益受“结算数据基础”和“分成比例”两项因素的综合影响。

目前，增值电信产业链中的各方已形成较为稳定的利益格局。如果未来运营商可开放用户最终实际支付数据，则发行人、渠道供应商和手机 APP 服务商可重新约定结算基础和分成比例：1) 如各方约定以实际支付情况作为结算基础，则发行人与渠道供应商、渠道供应商与手机 APP 服务商的分成比例均会重新协商，保证各方仍可赚取合理收益；2) 如各方仍约定按“有效计费”结算，则保持现有的结算约定。

综上，即便未来手机 APP 服务商可以实际知晓用户后续真实支付情况，各方无论以“实际支付情况”还是“有效计费”作为结算基础，各方会根据约定的结算基础调整对应的分成比例，最终各方仍将凭借其自身价值获取各自合理收益。

【补充披露情况】

以上内容发行人已在《招股说明书》中“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“(一) 主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况”、“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“(二) 主要经营模式”、“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”及“竞争状况”之“(二) 行业特点和发展趋势”补充披露。

【中介机构核查】

一、收入真实性和成本完整性的核查

1、针对性核查措施

针对发行人增值电信服务的收入真实性和成本完整性，中介机构予以重点关注，并执行了以下针对性核查程序。

收入真实性核查措施包括：

(1) 实地走访：中介机构于 2019 年 3 月 6 日及 2019 年 6 月 5 日对中国移动江苏基地进行实地走访，访谈关注内容包括双方合作的发展历程、交易内容、

交易价格，话费结算和信息互动类业务的运作模式和业务流程，双方合作模式和交易价格是否符合行业惯例、是否发生过变化，中国移动江苏基地对发行人的采购金额占同类服务采购的比例，中国移动江苏基地与发行人长期合作的原因，双方合作的发展前景等；

(2) 函证：中介机构于 2019 年 6 月、2020 年 1 月及 2020 年 7 月对发行人与中国移动江苏基地报告期各期的交易发生金额、发行人收款金额和各期末往来款项余额进行函证，均取得回函且回函相符。其中，函证的各期交易发生金额（即发行人向中国移动江苏基地的销售金额）分别为 15,961.40 万元、18,237.46 万元、13,028.58 万元和 5,952.87 万元，占当期营业收入比例分别为 76.00%、86.79%、50.42%和 28.95%；

(注：上述函证金额仅为发行人与中国移动江苏基地的交易金额，不包括中国移动集团内部其他主体，如卓望信息等。中介机构已对报告期内与发行人发生交易的所有中国移动集团内部主体进行函证，各期函证交易金额覆盖率均达 100.00%。)

(3) 查阅合同：查阅发行人与中国移动签署的交易合同，关注交易内容、定价依据、结算模式等主要合同内容；

(4) 进入运营商平台系统核查收入确认依据：进入中国移动江苏基地的业务管理平台系统，以发行人的账号、密码进行登录后，查看报告期内各月（2017 年 1 月至 2020 年 6 月，共计 42 个月）中国移动江苏基地向发行人发布的计费账单并保留截图，核查上述中国移动江苏基地系统页面显示信息与发行人收入确认金额、期间一致；

(5) 进入运营商平台系统核查发行人评级情况：进入中国移动江苏基地的业务管理平台系统，获取报告期内中国移动江苏基地各季度对合作伙伴的分层评级结果，了解发行人在中国移动江苏基地增值电信业务合作伙伴中的竞争地位；

(6) IT 审计：利用外部信息系统审计专家对发行人的增值电信服务平台系统进行了测试，确认发行人增值电信服务平台记录的具体经营数据均来源于中国移动业务管理平台传输信息，发行人未对经营数据进行篡改；

(7) 依据经营数据对收入金额重新计算：基于经过外部信息系统审计专家验证的、增值电信服务平台导出的经营数据，根据经营数据信息对发行人销售金

额进行重新计算，并与发行人最终收入确认金额核对，核查发行人收入确认金额的准确性，以及报告期内发行人与中国移动对账差异率的合理性；

(8) 经营数据与财务数据匹配性分析：根据上述经营数据明细，对经营数据（主要为交易次数）与财务数据（主要为运营商收费金额、发行人销售金额）进行匹配合理性分析；

(9) 终端用户合理性分析：根据上述经营数据明细，提取其中关于终端用户的有效信息，对终端用户手机号码的地域分布、用户消费金额进行合理性分析；

(10) 话费结算业务情况核查：获取话费结算业务的部分应用场景案例，结合对移动支付、话费结算方面的行业研究报告、权威机构数据等信息，了解话费结算业务的应用场景、业务特点和市场情况；

(11) 话费结算业务抽查测试：对话费结算业务的部分应用场景进行消费测试，在测试的手机应用 APP 中找到话费结算的支付途径、支付后中国移动可以成功收费、在中国移动江苏基地的业务管理平台系统回传的数据中可以找到上述测试记录；

(12) 信息交互类业务情况核查：获取信息交互类业务的部分应用场景案例，了解信息交互类业务与其他媒体的融合情况；

(13) 信息交互类业务抽查测试：对信息交互类产品进行抽查并进行语音拨打测试，确认相关产品号码可以接通、产品的语音交互信息合理、测试后中国移动可以成功收费、在中国移动江苏基地的业务管理平台系统回传的数据中可以找到上述测试记录；

(14) 发行人与运营商合作背景核查：①查阅《中国移动语音杂志业务运营管理办法》、《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》、《中国移动语音杂志业务运营支撑方管理办法》等中国移动增值电信业务管理文件，了解中国移动对此类业务和合作伙伴的管理规范；②获取历史上发行人接入中国移动江苏基地的评审资料、中国移动江苏基地发送的确认审批通过邮件、具体业务申请时发行人提交的评审资料等，确认发行人与中国移动建立合作关系和开展具体业务所需的审批流程；

(15) 核实发行人经营数据信息范围：查看《中国移动语音杂志流量功能深度融合计费（SDK）开发指南》，确认运营商向发行人开放的交易数据所包括的参

数，其中有效交易信息包括交易金额、交易状态、该项增值电信业务的类别、渠道标识²、终端用户手机号码归属地、终端用户伪码；

(16) 销售交易测试：获取发行人增值电信业务收入明细账，抽取大额销售交易执行细节测试，核查相应的入账凭证、业务合同、计费账单、发票等单据，确认发行人收入确认依据是否充分，交易金额、交易内容、交易对方等信息是否一致；

(17) 收入截止性测试：对报告期各期资产负债表日前后确认的增值电信业务收入进行截止性测试，分析评价收入是否在恰当期间确认，并对各季度收入进行比较分析是否存在季节性或阶段性异常；

(18) 毛利率分析：获取报告期各期发行人增值电信业务销售、采购明细，对收入、成本、毛利率的变动情况进行合理性分析；

(19) 同行业比较分析：查询同行业公司公开资料，关注同行业公司的业务描述、与运营商的合作模式和销售价格、对运营商销售的集中度、相关财务数据（毛利率等）、收入确认原则等信息，并与发行人相关情况进行比较；

(20) 往来款项核查：①大额回款核查：检查报告期各期增值电信业务应收账款大额回款情况，确认回款方与交易方一致，并将银行回单与销售发票、客户计费账单等资料核对信息一致；②应收账款余额变动分析：分析报告期各期末增值电信业务业务相关应收账款余额变动的合理性；③期后回款核查：检查报告期各期末增值电信业务业务相关应收账款的期后回款情况，确认期末应收账款期后均在账期内收回；

(21) 内控测试：对增值电信业务的销售与收款循环进行内部控制测试，确认发行人对此项业务的内控制度设计合理，内控执行有效；

(22) 业务访谈：访谈发行人董事长、相关业务负责人、财务负责人，了解发行人增值电信业务内容、与主要客户的合作情况、报告期内发行人此类业务规模存在波动的原因、发行人未来对此类业务的发展规划；

(23) 搜索查询：通过对中国移动公告文件、中国移动官方网站及搜索引擎查询，核查发行人与中国移动的交易情况是否存在异常；

(24) 发行人及关联方资金流水核查：结合对发行人大额银行流水核查、发

²该项交易的推广渠道信息，用于识别增值电信业务商及渠道供应商。

行人关联关系核查、发行人主要关联方（含实际控制人、董事、监事、高级管理人员）银行流水核查等程序，关注是否存在异常资金往来。

成本完整性核查措施包括：

（1）获取增值电信服务经营数据明细，对经营数据（主要为交易次数、短信采购量）与财务数据（主要为采购成本）进行匹配合理性分析；

（2）执行 IT 审计，利用计算机技术对成本重新计算，检查发行人与供应商结算金额确认逻辑及财务成本确认逻辑，分析成本的完整性及准确性，确认发行人与供应商结算基础“有效计费”数据来源于中国移动业务管理平台，发行人未对经营数据进行篡改，并实时将有效计费”数据透传给渠道供应商；

（3）获取报告期内发行人渠道推广明细，对主要渠道推广商进行函证和走访，核查发行人与主要渠道推广商的交易情况、结算情况。报告期内，中介机构对渠道推广商函证、走访情况为如下：

①报告期增值电信服务主要渠道供应商交易额及其占比情况

单位：万元

序号	供应商名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		采购额	占比(%)	采购额	占比(%)	采购额	占比(%)	采购额	占比(%)
1	北京阳光河谷科技有限公司	928.50	29.12%	1,849.21	24.80%	2,366.58	21.82%	3,402.56	35.19%
	喀什阳光河谷信息科技有限公司	750.92	23.55%	554.56	7.44%	1,968.36	18.15%	199.45	0.00%
	掌中联动(北京)科技有限公司	194.95	6.11%	862.79	11.57%	197.89	1.82%	219.30	2.27%
2	上海如禾信息科技有限公司	87.91	2.76%	1,045.27	14.02%	92.66	0.85%	-	0.00%
	深圳市智游无限科技开发有限公司	-	0.00%	-	0.00%	2,281.36	21.03%	1,746.83	18.07%
	北京市汇聚无限科技有限公司	-	0.00%	883.43	11.85%	1,910.31	17.61%	1,591.44	16.46%
3	北京考拉心扉科技有限公司	632.82	19.84%	1,399.71	18.77%	1,134.97	10.46%	999.61	10.34%
4	安徽捷兴信息安全技术有限公司	244.92	7.68%	483.09	6.48%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	2,840.01	89.06%	7,078.05	94.91%	9,952.11	91.75%	8,159.19	82.32%

注：上表“采购额”为发行人增值电信服务单项业务的采购额，“占比”为采购额占增值电信服务采购额的比例。

②报告期增值电信服务主要渠道供应商函证情况

序号	供应商名称	开始合作时间	是否回函				函证是否有差异	函证存在差异的原因
			2020年1-6月	2019年	2018年	2017年		
1	北京阳光河谷科技有限公司	2014年11月	是	是	是	是	否	不适用
	喀什阳光河谷信息科技有限公司	2017年12月	是	是	是	是	否	不适用
	掌中联动(北京)科技有限公司	2017年1月	是	是	是	是	否	不适用
2	上海如禾信息科技有限公司	2018年11月	是	是	是	是	否	不适用
	深圳市智游无限科技开发有限公司(注：于2019年9月23日注销)	2016年4月	已注销，未函证		是	是	否	不适用
	北京市汇聚无限科技有限公司	2016年7月	当期无交易，	是	是	是	否	不适用

			未函证					
3	北京考拉心扉科技有限公司	2015年9月	是	是	是	是	否	不适用
4	安徽捷兴信息安全技术有限公司	2019年5月	是	是	无交易，未函证		否	不适用

注：由于供应商自身进行内部资源整合，2019年9月23日深圳市智游无限科技开发有限公司注销。通过对深圳市智游无限科技开发有限公司工商信息的查询未发现违法违规的情形。2019年度发行人未向深圳市智游无限科技开发有限公司采购。

报告期内上述主要渠道供应商的回函未出现回函不符的情况。

③报告期增值电信业务主要渠道供应商走访情况

序号	供应商名称	是否走访	走访时间	走访地点	走访人员
1	北京阳光河谷科技有限公司	是	2019年3月21日、2019年5月22日	北京市东三环中路39号建外西区14号楼	会计师：李琳琳 券商：王丹彤 律师：杨宏
	喀什阳光河谷信息科技有限公司				
	掌中联动（北京）科技有限公司				
2	上海如禾信息科技有限公司	是	2019年3月22日、2019年5月23日	北京市朝阳区北苑路40号北京有色金属研究所彩钢房1号楼	会计师：陶香军 券商：王丹彤 律师：高放
	深圳市智游无限科技开发有限公司				
	北京市汇聚无限科技有限公司				
3	北京考拉心扉科技有限公司	是	2019年3月22日、2019年5月23日	北京市朝阳区望京SOHO塔1C座	会计师：陶香军 券商：王丹彤 律师：高放
4	安徽捷兴信息安全技术有限公司	是	2019年12月18日	北京市朝阳区红军营南路15号瑞普大厦A座4层	会计师：陈华 券商：王丹彤 律师：王励颖

(4) 对主营业务成本和相应业务营业收入进行匹配性分析，与同行业上市公司毛利率进行比较，核实是否存在偏离行业上市公司毛利率的情形及原因；

(5) 在分析性复核的基础上，从采购记录中选取样本，检查结算单、发票、银行付款回单、采购合同等单据；

(6) 查阅发行人与增值电信服务主要渠道供应商的合同，关注合同中对结算条款、分成比例等主要合同内容，并与发行人实际执行情况、成本核算情况进行核对；

(7) 通过获取工商详档、查询国家企业信用信息公示系统等方式对主要供应商进行背景调查，关注经营范围、股东、成立时间等信息是否存在异常情况，是否与发行人存在关联关系。

(8) 获取发行人及关联方资金流水核查：结合对发行人大额银行流水核查、发行人关联关系核查、发行人主要关联方（含实际控制人、董事、监事、高级管理人员）银行流水核查等程序，关注是否存在异常资金往来及垫付成本风险。

2、核查意见

综上，中介机构对发行人增值电信服务的收入真实性和成本完整性予以重点关注，并采取了针对性核查措施，主要包括实地走访、函证、执行 IT 审计、查阅合同、获取信息系统业务数据并与财务数据进行核对、与同行业公司比较分析等针对性核查程序。经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人增值电信服务的收入真实、成本完整，不存在多计收入或少计成本的情形。

二、其他核查程序

1、获取运营商向发行人传输的“非有效计费”对应的错误代码明细，并参照运营商提供的技术文档，了解“非有效计费”的主要情形。

2、通过对主要渠道供应商进行走访（走访详情见前述“成本完整性核查措施”）、查阅合同，核查发行人与主要渠道供应商的合作期限。

3、查阅《中国移动全网语音杂志业务合作日常管理细则》中对运营商、服务商、渠道商的约定。

4、根据中国移动的业务管理规范，结合同行业上市公司可比业务的毛利率，测算出同行业公司与其供应商的收益分配比例情况，并与发行人进行比较分析。

5、查阅《中国移动语音杂志业务合作方管理办法》、中国移动与发行人签署

合同，确认上述文件中对结算基础的规定。

6、通过对主要渠道供应商进行走访，了解渠道供应商与手机 APP 服务商约定的结算基础情况。

三、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：话费结算业务中“非有效计费”的主要情形为全网分省用户级二次计费和移动内部错误；信息交互类业务中“非有效计费”的主要情形为运营商内部错误和超时未接收到响应消息。造成“非有效计费”交易金额占比较高的原因较多，发行人仅取得“非有效计费”的错误代码及其对应含义，但无法从运营商获取其具体形成原因。在增值电信业务过程中，“非有效计费”属于现实存在的客观情况。发行人“非有效计费”均来源于运营商传输的实时交易数据。在“非有效计费”包括的各种情形中，收费延迟是影响交易当时无效但期后变为有效且获得运营商结算收入的主要原因，发行人已在《招股说明书》中进行举例说明。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：“有效计费”数据（成本计算基础）与全量数据的差异即为“非有效计费”数据。造成“非有效计费”交易金额占比较高的原因较多，发行人“非有效计费”均来源于运营商传输的实时交易数据。用户使用手机消费增值电信业务后不缴费甚至弃卡等情况相对较少，运营商最终能够成功收取信息费的比例较高。运营商根据实际收取信息费出具的计费账单是发行人的收入确认依据。运营商发布的计费账单金额、发行人对运营商的销售收款金额和发票开具金额、发行人的收入确认金额均一致。发行人不存在多计收入的情形。供应商的收益受结算基础和分成比例两项因素的综合影响；“有效计费”数据是发行人与供应商双方独立协商约定的结算基础，并在此基础上确定分成比例；发行人主要渠道供应商具备多年从业经验，亦与发行人稳定合作多年，双方不存在结算纠纷；在收益分配结果方面，发行人和供应商的最终收益分配比例，与运营商规范约定的分配比例一致，且与同行业公司可比；报告期内，发行人与渠道供应商的结算条款约定、结算实际执行和发行人的成本计量情况均一致。发行人不存在少计成本的情形。主要同行业上市公司未明确披露与渠道供应商的结

算基础，发行人无法直接与同行业上市公司进行比较。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：运营商的业务规范明确规定以“实收信息费”作为结算基础，实际收取信息费是运营商收入金额，以此作为结算基础最为准确、公平、合理，运营商内部控制规范完善，结算的执行严格遵循业务规范，发行人可依据交易数据对运营商结算金额进行对账。因此，运营商采用“实收信息费”而非“有效计费”作为结算基础具有合理性。运营商的业务规范和统一制式合同中明确约定以“收取信息费”作为结算基础，发行人依据运营商的业务规范和统一制式合同对结算基础的规定确定收入确认基础。同行业可比公司与运营商结算的基础为“实收信息费”，与发行人一致。

4、问题（4）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人渠道供应商与手机 APP 服务商一般按“有效计费”作为分成基础。目前，增值电信业务中仅运营商掌握用户后续真实支付情况，其他各方均不知晓用户后续真实支付情况。即便未来手机 APP 服务商可以实际知晓用户后续真实支付情况，各方无论以“实际支付情况”还是“有效计费”作为结算基础，各方会根据约定的结算基础调整对应的分成比例，最终各方仍将凭借其自身价值获取各自合理收益。

问题 7 关于主营业务结构变动

发行人前次 IPO 申报的主营业务与本次申报有较大差异，本次申报发行人报告期内主营业务结构发生较大变化。

请发行人补充披露发行人主营业务结构持续变动的原因及未来趋势，发行人各类业务是否具有可持续性，并作充分风险提示。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、发行人主营业务结构变化的原因及未来趋势

1、前次 IPO 申报的主营业务变化情况

为使投资者更易理解发行人业务情况，更充分地披露发行人主营业务实质，发行人本次 IPO 申报对主营业务进行了重新梳理与分类，情况如下：

本次申报业务类型	前次申报业务类型
增值电信服务（包括话费结算业务、信息交互类业务等）	内容整合发行+产品支付计费
移动信息化服务	融合通信
移动营销服务	渠道营销推广
技术开发服务	无历史业务对应

如上表所示，发行人前次 IPO 申报期间占比较高的“内容整合发行”业务为增值电信服务的细分业务；本次 IPO 申报文件中描述的“信息交互类业务”对应于前次申报“内容整合发行”业务，均属于运营商的增值电信业务。本次申报修改的表述更为准确。

2、前次 IPO 申报的主营业务变化原因系满足运营商的需求

发行人围绕运营商业务提供的增值电信服务，包括技术支持、运营维护、营销推广的综合性服务。发行人根据运营商的业务发展和产品更新迭代，提供相应的增值电信服务。运营商具体产品和采购需求的变化导致了发行人增值电信服务的细分业务结构发生变化。

2014 年，发行人开始为中国移动直接提供信息交互类服务，至 2016 年发行人增值电信服务中信息交互类业务占比达 44.46%。随着移动互联网相关产业的发展 and 终端用户的需求变化，信息交互类业务正在更新迭代，运营商对此类业务采购需求逐渐下降。

2015 年，随着移动支付业务市场发展，发行人与中国移动的话费支付业务进行深度合作，随着产品成熟和市场发展，运营商对于话费结算业务采购快速上升，发行人该项业务收入占增值电信服务的比重不断上升。至 2020 年 1-6 月，发行人该项业务收入占增值电信服务的比例为 81.23%，增值电信业务内部结构发生较大变动。

未来随着增值电信市场的发展，运营商的产品将不断会更新迭代，发行人将紧跟客户需求，不断推出新的服务，优化迭代原有服务，继续为运营商提供持续服务。

3、本次申报期内的主营业务结构变化及原因

发行人主营业务结构的变化是由于发行人移动信息化服务的快速增长导致的。

增值电信服务和移动信息化服务均基于运营商业务资源开展，具有较强的业务相关性。以往经营过程中，公司增值电信服务收入占比均超过 50%。2019 年以

来,随着发行人本身对于移动信息化业务客户的积累以及发行人完成对于久佳信通的收购,发行人移动信息化业务的收入增长迅速。2020年1-6月,除久佳信通外挖金客自身移动信息化业务收入为3,681.39万元,同比增长703.13%,且与久佳信通在业务、人员、技术等方面实现较强的协同效应,久佳信通该业务的收入为10,080.44万元。移动信息化服务的收入占全部收入的比例由2017年的13.14%上升至2020年1-6月的66.92%,发行人移动信息化服务的快速增长,推动主营业务规模的持续上升,引起公司主营业务收入结构有所变动。

4、发行人主营业务结构的未来趋势

以往经营过程中,发行人增值电信服务中话费结算业务收入占比上升,增值电信服务的细分业务存在变动的原因是运营商的采购需求变化产生的;发行人移动信息化服务收入规模快速增长导致发行人主营业务结构发生变化。

未来公司将在增值电信服务和移动信息化服务已形成的技术基础和客户基础上,进一步横向做宽做广,纵向做深做厚。同时,在保证现有业务稳定运营的情况下,公司将顺应云计算、大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势,积极探索自身核心技术和服务能力在更多业务场景、为更多行业客户创造价值的可能,不断拓展公司的服务方式及服务领域。公司将根据市场机遇、技术迭代、业务拓展等方面的需求,充分发挥自身优势,进一步稳定和优化主营业务结构,未来趋势良好。

二、发行人各类业务具有可持续性

1、发行人增值电信服务具有可持续性

报告期内,发行人增值电信服务收入分别为16,264.21万元、18,305.91万元、13,062.60万元和6,021.52万元,增值电信服务收入规模有所波动。由于发行人与电信运营商建立了稳定的合作关系,随着国内移动互联网增值电信业务的快速发展,发行人增值电信服务的收入规模始终较为可观。

发行人从2014年起陆续与中国移动江苏基地建立直接合作关系,报告期内,发行人始终保持优秀合作方的评级,自2018年三季度以来,发行人是唯一连续每个季度均被评为A级的合作方,发行人与中国移动江苏基地合作稳定,始终得到其业务资源支持。同时,发行人与阳光河谷、如禾信息等优质渠道供应商合作关系稳定,保证了发行人增值电信服务的业务规模始终在领域中具有优势。

综上，发行人增值电信服务具备可持续性。

2、发行人移动信息化业务具有可持续性

2017年至2020年1-6月，发行人移动信息化服务收入金额分别为2,759.42万元、459.70万元、8,834.16万元和13,761.83万元，占主营业务收入的比重分别为13.14%、2.19%、34.18%和66.92%。发行人从2016年开始开展移动信息化服务，报告期内发行人持续优化调整此项业务的经营策略，并投入充足业务资源，与众多大型企业建立深入合作关系，使得发行人移动信息化服务收入增长显著。

2018年，发行人不断拓展移动信息化业务的客户群，成功与携程、腾讯云、国家电网等知名客户建立合作关系，并于2019年合作逐渐深入，发行人移动信息化服务业务规模增长显著。同时，2019年10月发行人完成了对久佳信通的收购，获得了卓望信息、去哪儿网、酷狗、58同城、360金融、小米科技等大型企业客户的业务合作机会，业务规模进一步扩大。发行人移动信息化服务收入较2018年增长8,374.46万元，增幅达1,821.71%。

2020年1-6月，发行人移动信息化服务收入较上年同期增长13,303.45万元，增幅达2,902.27%。随着发行人与腾讯云、国家电网等大型企业客户的合作规模扩大，同时与久佳信通实现较强的协同效应，此项业务发展迅猛，2020年1-6月移动信息化服务已成为发行人销售占比第一大的主营业务。

发行人移动信息化服务中具有较强的竞争力，与客户合作稳定，业务开展具备可持续性。

三、相关风险提示

发行人已在《招股说明书》“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（八）主营业务结构波动风险”对相关风险进行补充披露如下：

“发行人围绕运营商业务提供的增值电信服务，包括技术支持、运营维护、营销推广的综合性服务。发行人根据消费者和运营商的业务发展和产品更新迭代，提供具体的增值电信服务。运营商的具体产品和采购需求变化导致了发行人增值电信服务的细分业务结构发生变化。”

2014年，发行人开始为中国移动直接提供信息交互类服务，至2016年发行人增值电信服务中信息交互类业务占比达44.46%。随着移动互联网相关产业的

发展和终端用户的需求变化，信息交互类业务正在更新迭代，运营商对此类业务采购需求逐渐下降。

2015年，随着移动支付业务市场发展，发行人与中国移动的话费结算业务进行深度合作。随着产品成熟和市场发展，运营商对于话费结算业务采购快速上升，发行人该项业务收入占增值电信服务的比重不断上升。至2020年1-6月，发行人该项业务收入占增值电信服务的比例为81.23%，增值电信业务内部结构发生较大变动。

近年来移动信息化市场高速发展，发行人自身移动信息化业务的收入增长迅速。以2020年1-6月为例，除久佳信通外，挖金客自身移动信息化业务收入为3,681.39万元，同比增长703.13%，同时2019年发行人完成对于久佳信通的收购，与久佳信通在业务、人员、技术等方面实现较强的协同效应，久佳信通该业务的收入为10,080.44万元。移动信息化服务的收入占全部收入的比例由2017年的13.14%上升至2020年1-6月的66.92%，发行人移动信息化服务的快速增长，推动主营业务规模的持续上升，引起公司主营业务收入结构有所变动。

未来若增值电信市场或消费者需求发生重大变化、运营商产品和采购需求发生重大变动，发行人现有服务如不能及时调整，可能发生重大萎缩甚至被淘汰。发行人主营业务结构也将发生重大不利变化，影响发行人的盈利能力和经营前景。”

【补充披露情况】

以上内容公司已在《招股说明书》中“第四节 风险因素”之“三、经营风险”和“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、公司主营业务、主要服务的情况”之“(一) 主营业务、主要服务及主营业务收入构成情况”补充披露。

【中介机构核查】

一、核查程序

1、获取报告期内发行人各类业务的销售、采购数据，计算占比及毛利情况，核查发行人主营业务结构变动情况。

2、访谈发行人董事长，了解发行人主营业务结构变动原因及未来业务规划。

- 3、查阅对比前后申报文件对于主营业务描述的差异。
- 4、查阅发行人主要业务的行业研究报告，了解市场空间及业务相关内容。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：前次 IPO 申报期间，运营商的具体产品和采购需求变化导致了发行人增值电信服务的细分业务结构发生变化；本次报告期内，发行人移动信息化服务的快速增长，推动主营业务规模的持续上升，引起公司主营业务收入结构有所变动。发行人将根据市场机遇、技术迭代、业务拓展等方面的需求，充分发挥自身优势，进一步稳定和优化主营业务结构，未来趋势良好。

问题 8 关于审计截止日后财务数据

请发行人披露：

(1) 审计截止日后的主要经营状况以及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况和审阅报告；

(2) 2020 年 1 至 9 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

(3) 如 2020 年 1 至 9 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示。

(4) 2020 年全年业绩预计情况及变动原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

(1) 审计截止日后的主要经营状况以及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况和审阅报告。

发行人最近一期财务报告的审计基准日为 2020 年 6 月 30 日，财务报告审计基准日至本回复签署日之间，发行人经营情况良好，相关行业政策、税收政策、市场竞争环境、与主要客户及供应商的合作关系等未发生重大变化，发行人主要核心管理人员以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审阅，发行人 2020 年 1 至 9 月的业

绩情况和主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020年9月30日	2019年12月31日	变动比例
资产合计	33,607.99	33,419.35	0.56%
负债合计	6,080.87	6,775.15	-10.25%
归属于母公司所有者权益合计	24,478.07	24,242.10	0.97%
所有者权益合计	27,527.12	26,644.20	3.31%
项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动比例
营业总收入	33,296.94	14,051.84	136.96%
营业利润	6,140.42	4,597.59	33.56%
利润总额	6,198.26	4,623.23	34.07%
净利润	5,472.92	4,160.83	31.53%
归属于母公司所有者的净利润	4,825.97	4,160.83	15.99%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	4,551.56	3,942.50	15.45%
经营活动产生的现金流量净额	4,222.83	2,222.43	90.01%
投资活动产生的现金流量净额	-8,449.35	-9,913.59	-14.77%
筹资活动产生的现金流量净额	-4,590.00	-4,590.00	-

2020年1-9月，发行人营业收入为33,296.94万元，同比增长136.96%；归属于母公司所有者的净利润为4,825.97万元，同比增长15.99%。

(2)2020年1至9月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

一、发行人2020年1至9月主要会计报表项目变动情况及变动原因

单位：万元

项目	2020年9月30日	2019年12月31日	变动比例
流动资产	21,877.94	21,576.71	1.40%
非流动资产	11,730.05	11,842.63	-0.95%
资产总计	33,607.99	33,419.35	0.56%
流动负债	4,796.69	5,474.21	-12.38%
非流动负债	1,284.18	1,300.94	-1.29%
负债合计	6,080.87	6,775.15	-10.25%
所有者权益合计	27,527.12	26,644.20	3.31%
归属于母公司所有者权益合计	24,478.07	24,242.10	0.97%
项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动比例
营业收入	33,296.94	14,051.84	136.96%

营业成本	25,520.26	8,931.12	185.75%
销售费用	390.22	298.23	30.85%
管理费用	648.30	441.05	46.99%
研发费用	843.93	408.26	106.71%
其他收益	149.96	33.04	353.94%
投资收益	159.35	628.02	-74.63%
营业利润	6,140.42	4,597.59	33.56%
利润总额	6,198.26	4,623.23	34.07%
净利润	5,472.92	4,160.83	31.53%
归属于母公司所有者的净利润	4,825.97	4,160.83	15.99%
项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	4,222.83	2,222.43	90.01%
投资活动产生的现金流量净额	-8,449.35	-9,913.59	-14.77%
筹资活动产生的现金流量净额	-4,590.00	-4,590.00	-

1、发行人2020年9月30日资产负债表主要项目未发生变动幅度较大的情形。

2、发行人2020年1-9月利润表变动幅度较大，其中超过30%的主要项目如下：

1) 营业收入、营业成本同比增加19,245.10万元和16,589.15万元，较2019年同期增长136.96%和185.75%。主要由于发行人本期合并久佳信通1-9月增加营业收入16,651.64万元和营业成本14,233.48万元；同时，腾讯云、国家电网等存量客户采购需求稳步增长，使得发行人自身移动信息化业务相应有所增长；

2) 销售费用、管理费用及研发费用等期间费用同比变动超过30%，主要由于本期合并久佳信通，相关项目金额相应增加所致；

3) 其他收益同比增加353.90%，主要系按照财政部、国税总局关于增值税加计抵减政策相关规定，确认的可抵扣进项税额加计抵减项目金额；

4) 投资收益同比减少74.60%，主要系去年同期发行人按持股比例确认对久佳信通的投资收益，本期久佳信通已自2019年11月纳入公司合并范围，不再确认投资收益；

5) 利润总额、净利润及归属于母公司净利润同比增长，主要由于发行人本期自身经营增长及合并久佳信通，使得公司盈利水平相应增加。

3、现金流量表主要项目中，经营活动产生的现金流量净额同比大幅增加，主要因为发行人于2020年收到2019年末的应收业务款项所致，其他项目未有变

动幅度较大的情形。

二、变动产生的影响及持续性

上述变动主要系发行人本期合并久佳信通及发行人自身业务增长所致，腾讯云、国家电网等存量客户采购需求稳步增长，新增客户如奇保信安、百度云、华为、金山云等大型行业企业也逐步与发行人开展合作，使得发行人营业收入规模大幅增长，盈利能力得到增强，对发行人未来持续增长产生了积极的影响。随着国内疫情不利影响减弱，发行人将继续深入拓展客户、提升经营服务水平，推动业绩稳定可持续增长。

综上，发行人具有较强的竞争力及与客户稳定的合作关系，各项业务服务市场规模持续增长，业绩增长具有可持续性。

(3) 如 2020 年 1 至 9 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示

2020 年 1-9 月，发行人营业总收入为 33,296.94 万元，同比增长 136.96%；归属于母公司所有者的净利润为 4,825.97 万元，同比增长 15.99%，不存在经营业绩下滑的情形。

(4) 2020 年全年业绩预计情况及变动原因

2020 年全年，发行人预计实现营业收入 51,114.12 万元至 53,047.06 万元，预计实现净利润 7,966.61 万元至 8,465.44 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度预测情况	2019 年度	变动幅度
营业收入	51,114.12 至 53,047.06	25,842.24	97.79%至 105.27%
净利润	7,966.61 至 8,465.44	12,020.06	-33.72%至-29.57%
归属于母公司净利润	6,974.37 至 7,409.04	11,631.60	-40.04%至-36.30%
扣非后归属于母公司净利润	6,600.06 至 7,034.73	6,257.66	5.47%至 12.42%

上述业绩预测情况系根据发行人目前经营情况下所做的初步预测，预测数据不代表公司最终可实现的营业收入及净利润，不构成发行人的盈利预测或业绩承诺。

2020 年全年发行人收入较上年大幅增长，主要系发行人 2020 年全年移动信息化服务预计实现 37,821.38 万元，较上年增长 328.13%，移动信息化服务收入

的快速增长，导致发行人 2020 年预测收入较上期大幅增加。

2020 年全年净利润较上年大幅下降，主要系 2019 年度因收购久佳信通少数股权确认投资收益金额 4,976.16 万元，扣除该部分非经常性损益后，发行人归属于母公司净利润较上年增长 5.47%-12.42%，主要系收入增长所致。

【补充披露情况】

以上内容发行人已在《招股说明书》中“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、审计基准日至招股说明书签署日之间的财务信息和经营状况”中补充披露。

【中介机构核查】

一、核查程序

- 1、对 2020 年 1-9 月执行审阅程序，与 2019 年同期经营情况进行对比分析。
- 2、对发行人管理层进行访谈，了解分析变动幅度较大的主要报表项目变动原因、影响以及可持续性。
- 3、获取发行人编制的业绩预测数据，分析复核较上期波动的原因。

二、核查意见

1、问题（1）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人审计截至日后经营情况良好，2020 年 1-9 月发行人经审阅的营业收入为 33,296.94 万元，同比增长 136.96%；归属于母公司所有者的净利润为 4,825.97 万元，同比增长 15.99%。

2、问题（2）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年 1-9 月，发行人经营状况良好，主要会计报表项目发生变动系发行人各项业务经营利润增加和发行人自 2019 年 11 月开始合并久佳信通所致。在 2020 年疫情影响情况下，发行人本期营业收入及净利润均实现了同比增加，随着国内疫情不利影响减弱，发行人将持续不断拓展客户、深化服务，业绩增长具有可持续性。

3、问题（3）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年 1-9 月，发行人业绩不存在

下滑的风险。

4、问题（4）

经核查，保荐机构、申报会计师认为：2020 年全年，预计发行人实现营业收入 51,114.12 万元至 53,047.06 万元实现净利润 7,966.61 万元至 8,465.44 万元，营业收入及净利润均较上年增长，主要原因系移动信息化服务收入增长所致。

（此页无正文，为北京挖金客信息科技股份有限公司《关于北京挖金客信息科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）



2020年11月6日

发行人董事长声明

本人承诺本回复报告不存在虚假记载、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。

董事长： 
李征



2020年11月6日

(此页无正文,为中原证券股份有限公司《关于北京挖金客信息科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页)

保荐代表人:

欧雨辰

欧雨辰

刘哲

刘哲



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于北京挖金客信息科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核中心意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



菅明军

中原证券股份有限公司

2020年11月6日