

容诚专字[2021]100Z0107 号

**关于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申请文件  
落实函的专项核查意见**

**中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：**

深圳证券交易所（以下简称“贵所”）于 2021 年 2 月 22 日转发的中国证券监督管理委员会《关于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的发行注册环节反馈意见落实函》（以下简称“《落实函》”）已收悉。根据《落实函》的要求，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”或“申报会计师”）对问询函中涉及本所的有关问题进行了专项核查。

现就《落实函》提出的有关问题向贵所回复如下：

## 问题 1

申请材料显示，发行人 2019 年 10 月收购久佳信通 23%股权，收购完成后持股 51%。2020 年 1-6 月久佳信通实现营业收入 10,080.44 万元，占发行人合并报表收入比例为 49.02%。请发行人：（1）补充说明久佳信通报告期主要财务数据、主要客户及收入情况；（2）补充说明发行人移动信息化服务业务收入与久佳信通变动趋势是否一致；如不一致，发行人与久佳信通相比有何竞争劣势；收购完成后久佳信通收入大幅提升的原因；（3）补充说明本次未收购久佳信通 100%股权的原因，收购完成后发行人盈利是否主要来自于久佳信通，发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东是否存在其他利益安排；（4）补充披露发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试是否符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的规定。请保荐机构和会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

（1）补充说明久佳信通报告期主要财务数据、主要客户及收入情况。

#### 一、久佳信通报告期主要财务数据

2018 年至 2020 年，久佳信通主要财务数据如下所示：

单位：万元

| 项目   | 2020. 12. 31/2020 年 | 2019. 12. 31/2019 年 | 2018. 12. 31/2018 年 |
|------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 总资产  | 10,632.73           | 8,785.24            | 2,674.93            |
| 净资产  | 6,442.87            | 3,688.52            | 2,243.81            |
| 营业收入 | 28,448.67           | 18,527.66           | 8,389.65            |
| 净利润  | 2,754.34            | 2,144.72            | 408.06              |

注：以上数据经容诚会计师事务所审计。

#### 二、久佳信通主要客户及收入情况

2018 年至 2020 年，久佳信通主要客户及收入情况如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称             | 2018 年收入金额 | 收入占比   |
|----|------------------|------------|--------|
| 1  | 杭州南讯软件科技有限公司     | 838.94     | 10.00% |
| 2  | 江苏云之树科技有限公司      | 761.20     | 9.07%  |
| 3  | 杭州数云信息技术有限公司     | 681.10     | 8.12%  |
| 4  | 广州酷狗计算机科技有限公司    | 504.82     | 6.02%  |
| 5  | 可纳可特网络技术（天津）有限公司 | 470.39     | 5.61%  |
| 6  | 广州多融信息科技有限公司     | 398.01     | 4.74%  |

| 序号 | 客户名称                | 2018 年收入金额 | 收入占比   |
|----|---------------------|------------|--------|
| 7  | 北京融联世纪信息技术有限公司      | 0.69       | 0.01%  |
|    | 北京融七牛信息技术有限公司       | 392.94     | 4.68%  |
| 8  | 瑞庭网络技术（上海）有限公司      | 8.81       | 0.10%  |
|    | 北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司 | 384.57     | 4.58%  |
| 9  | 北京创锐文化传媒有限公司        | 359.03     | 4.28%  |
| 10 | 北京蓝鲸联众科技有限公司        | 284.19     | 3.39%  |
| 合计 |                     | 5,084.70   | 60.61% |

(续上表)

| 序号 | 客户名称                | 2019 年收入金额 | 收入占比   |
|----|---------------------|------------|--------|
| 1  | 卓望信息技术（北京）有限公司      | 4,012.83   | 21.66% |
|    | 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% |
| 3  | 杭州南讯软件科技有限公司        | 887.33     | 4.79%  |
| 4  | 北京趣拿软件科技有限公司        | 868.80     | 4.69%  |
| 5  | 福州三六零网络小额贷款有限公司     | 844.36     | 4.56%  |
| 6  | 广州酷狗计算机科技有限公司       | 759.53     | 4.10%  |
| 7  | 北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司 | 486.42     | 2.63%  |
| 8  | 小米科技有限责任公司          | 449.93     | 2.43%  |
| 9  | 杭州数云信息技术有限公司        | 390.16     | 2.11%  |
| 10 | 同盾网络科技有限公司          | 356.36     | 1.92%  |
| 合计 |                     | 13,291.16  | 71.75% |

(续上表)

| 序号 | 客户名称             | 2020 年收入金额 | 收入占比   |
|----|------------------|------------|--------|
| 1  | 卓望信息技术（北京）有限公司   | 5,814.70   | 20.44% |
|    | 卓望信息网络（深圳）有限公司   | 882.14     | 3.10%  |
| 2  | 广西东信易通科技有限公司     | 1,729.38   | 6.08%  |
| 3  | 福州三六零网络小额贷款有限公司  | 1,450.47   | 5.10%  |
| 4  | 杭州数云信息技术有限公司     | 1,223.96   | 4.30%  |
| 5  | 北京爱奇艺科技有限公司      | 1,156.51   | 4.07%  |
| 6  | 北京百度网讯科技有限公司     | 1,155.86   | 4.06%  |
| 7  | 广州酷狗计算机科技有限公司    | 1,069.03   | 3.76%  |
| 8  | 新联协同通信技术（北京）有限公司 | 967.76     | 3.40%  |
| 9  | 北京趣拿软件科技有限公司     | 877.03     | 3.08%  |
| 10 | 北京金山云网络技术有限公司    | 730.68     | 2.57%  |
| 合计 |                  | 17,057.54  | 59.96% |

注：主要客户为久佳信通各期前十大客户，其中北京融联世纪信息技术有限公司与北京

融七牛信息技术有限公司、瑞庭网络技术（上海）有限公司与北京城市网邻信息技术有限公司天津分公司、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。

如上表所示，久佳信通已与卓望信息、小米科技、360 金融、酷狗、爱奇艺、百度云、去哪儿网、58 同城等大型企业客户建立合作。报告期内，随着与原有客户的合作规模扩大及对新客户的不断开发，久佳信通的业务规模和经营业绩增长显著，未来发展前景良好。

（2）补充说明发行人移动信息化服务业务收入与久佳信通变动趋势是否一致；如不一致，发行人与久佳信通相比有何竞争劣势；收购完成后久佳信通收入大幅提升的原因。

#### 一、发行人移动信息化服务业务收入与久佳信通变动趋势情况

2018 年至 2020 年，发行人移动信息化服务业务收入与久佳信通变动趋势情况如下：

单位：万元

| 主体   | 2020 年    |         | 2019 年    |         | 2018 年   |
|------|-----------|---------|-----------|---------|----------|
|      | 销售收入      | 增长比例    | 销售收入      | 增长比例    | 销售收入     |
| 挖金客  | 10,614.59 | 203.69% | 3,495.16  | 660.31% | 459.70   |
| 久佳信通 | 28,448.67 | 53.55%  | 18,527.66 | 120.84% | 8,389.65 |

由上表所示，报告期内挖金客和久佳信通移动信息化服务业务收入均呈快速增长趋势，变动趋势一致。

基于对移动信息化服务行业良好前景的判断，为把握行业快速发展机遇，近年来发行人着力发展移动信息化服务，报告期内此项业务已逐步发展成为发行人主营业务的重要组成部分。

1) 自身发展：发行人自身从 2016 年起开始从事移动信息化服务，立足于服务大型企业客户，于 2017 年、2018 年分别与腾讯云、国家电网等大型客户建立合作关系，随着相关系统搭建和对接工作的逐步完成，2019 年起上述客户的采购需求进入爆发性增长阶段，带动发行人自身移动信息化服务高速发展。

2) 外部培育：发行人通过 2016 年参股设立、2017 年增资扩股、2019 年收购控股，逐步实现了对久佳信通的控制，进而实现了移动信息化服务业务规模的快速扩张。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，本次收购前久佳信通业务规模和客户资源等方面都实现了较大的突破，已成为卓望信息、小米科技、酷狗、去哪儿网、58 同城等大型企业客户的移动信息服务商。

本次收购完成后，发行人实现移动信息化领域的战略性发展，将久佳信通在研发、产品、市场渠道等方面统一纳入公司整体统筹，协同发展。发行人可以充分发挥自身大客户服务经验、资金优势、销售渠道积累优势，同时结合久佳信通自行研发的技术平台、丰富的采购渠道资源，为目标客户提供更加丰富且更有针对性的产品与服务，实现强强联合的产业整合，实现业务协同效应，为发行人的业绩增长提供额外的发展动力。

## 二、收购完成后久佳信通收入大幅提升的原因

### 1、久佳信通收入持续增长的原因

久佳信通自成立以来便专注于移动信息化服务领域，业务团队运营经验丰富，自主研发了功能强大的智能业务处理平台，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，经营规模增长迅速。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 243 个，复合增长率为 59.10%。报告期内，久佳信通主要客户及收入情况详见本题“（1）补充说明久佳信通报告期主要财务数据、主要客户及收入情况。”的回复。

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、去哪儿网、福州三六零、东信易通、百度云和金山云等新增客户，同时杭州数云、爱奇艺等原有合作客户的采购需求大幅增长所致。久佳信通收入持续增长是基于其良好的技术水平、丰富的运营经验、持续拓展的客户资源等业务优势逐步实现的。

### 2、发行人收购完成后，久佳信通收入增长较大的原因

2019 年 10 月，发行人完成对久佳信通的收购。2020 年，久佳信通实现营业收入 28,448.67 万元，同比增长 53.55%，收入增长较大主要系原有客户采购需求增长、双方合作规模扩大所致。2020 年久佳信通对前十大客户销售情况如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称           | 2020 年收入<br>金额 | 收入占比   | 是否为新增<br>客户 |
|----|----------------|----------------|--------|-------------|
| 1  | 卓望信息技术（北京）有限公司 | 5,814.70       | 20.44% | 否           |

| 序号 | 客户名称             | 2020 年收入<br>金额 | 收入占比   | 是否为新增<br>客户 |
|----|------------------|----------------|--------|-------------|
|    | 卓望信息网络（深圳）有限公司   | 882.14         | 3.10%  | 否           |
| 2  | 广西东信易通科技有限公司     | 1,729.38       | 6.08%  | 是           |
| 3  | 福州三六零网络小额贷款有限公司  | 1,450.47       | 5.10%  | 否           |
| 4  | 杭州数云信息技术有限公司     | 1,223.96       | 4.30%  | 否           |
| 5  | 北京爱奇艺科技有限公司      | 1,156.51       | 4.07%  | 否           |
| 6  | 北京百度网讯科技有限公司     | 1,155.86       | 4.06%  | 是           |
| 7  | 广州酷狗计算机科技有限公司    | 1,069.03       | 3.76%  | 否           |
| 8  | 新联协同通信技术（北京）有限公司 | 967.76         | 3.40%  | 否           |
| 9  | 北京趣拿软件科技有限公司     | 877.03         | 3.08%  | 否           |
| 10 | 北京金山云网络技术有限公司    | 730.68         | 2.57%  | 是           |
| 合计 |                  | 17,057.54      | 59.96% |             |

注：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。

如上表所示，久佳信通 2020 年收入大幅增加，主要原因系卓望信息、福州三六零、杭州数云、爱奇艺等原有合作客户的采购需求大幅增长所致。同时，久佳信通拓展了东信易通、百度云和金山云等新增客户，也促使其业绩实现增长。此外，本次收购完成后，发行人将久佳信通在研发、产品、市场渠道等方面统一纳入公司整体统筹，双方业务协同发展也促进了久佳信通业务规模的进一步提升。

（3）补充说明本次未收购久佳信通 100%股权的原因，收购完成后发行人盈利是否主要来自于久佳信通，发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东是否存在其他利益安排。

#### 一、本次未收购久佳信通 100%股权的原因

2016 年 3 月，发行人与齐博、周晓磊共同出资设立久佳信通，其中发行人持股比例为 20%。随着久佳信通业务的逐步发展，发行人 2017 年 1 月对久佳信通进行了增资，持股比例升至 28%。2019 年 10 月，发行人收购久佳信通 23%股权，收购完成后持有久佳信通 51%股份，形成非同一控制下企业合并。

本次收购完成后，久佳信通的股权情况如下所示：

| 股东   | 出资额（万元）    | 持股比例    |
|------|------------|---------|
| 挖金客  | 566.6667   | 51.00%  |
| 南靖佳科 | 380.0000   | 34.20%  |
| 南靖佳宇 | 164.4444   | 14.80%  |
| 合计   | 1,111.1100 | 100.00% |

注：南靖佳科、南靖佳宇均为齐博实际控制的企业。

本次收购完成后，挖金客直接持有久佳信通 51%的股权，齐博通过南靖佳科和南靖佳宇间接持有久佳信通 49%的股权。上述股权交易结构为发行人与久佳信通原股东协商一致的结果。

一方面，发行人持股 51%可以实现对久佳信通的实际控制，扩大发行人移动信息化服务的业务规模和客户资源，符合发行人对移动信息化市场良好前景的判断和发展此类业务的经营战略；另一方面，齐博自久佳信通设立之初即全面负责久佳信通的经营策略、市场开拓、团队搭建、具体运营等各方面业务，本次收购后齐博仍直接负责久佳信通的业务经营，齐博间接持有久佳信通 49%的股权，更有利于发挥其主观能动性，起到激励效应，有利于久佳信通业务的长远发展。

挖金客在收购中保留原有管理团队的部分股权，符合市场通行做法，与久佳信通管理团队实现风险共担、利益共享，有利于久佳信通的持续稳定发展；同时，齐博基于对久佳信通未来发展前景的信心，保留部分股权亦有利于其共享久佳信通未来业绩增长收益。

综上所述，发行人本次未收购久佳信通 100%股权，是基于获取控制权并予以管理层充分业绩激励等综合因素考虑、与其他交易各方共同协商一致的结果，符合市场惯例。

## 二、收购完成后发行人盈利不是主要来自于久佳信通

收购完成后，发行人合并的久佳信通盈利与发行人整体盈利金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

| 项目               | 2020 年   | 2019 年    |
|------------------|----------|-----------|
| 发行人合并的久佳信通净利润    | 1,278.06 | 393.97    |
| 发行人归属于母公司所有者的净利润 | 7,217.75 | 11,631.60 |
| 占比               | 17.71%   | 3.39%     |

由上表可知，收购完成后久佳信通对于发行人盈利的贡献在 20%以内。此外，本次收购前发行人已持有久佳信通 28%的股权，本次收购中发行人仅增持了久佳信通 23%的股权，本次收购久佳信通对于发行人净利润的影响不大。收购完成后发行人盈利不是主要来自于久佳信通。

## 三、发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东是否存在其他利益安排

## 1、发行人收购久佳信通可产生协同效应，具有充分的商业合理性

移动信息化服务一直是发行人近几年着力发展的业务板块。发行人自身从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合作建立了稳定的合作关系。同时，通过2016年参股设立、2017年增资扩股、2019年收购控股，发行人逐步实现了对久佳信通的控制，进而实现了移动信息化服务业务规模的快速扩张。

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。本次收购前，久佳信通已自主研发了功能强大、高速运转、安全稳定的智能业务处理平台，具备丰富的运营经验，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、小米科技、酷狗、去哪儿网、58同城等大型企业的移动信息服务商。

通过本次收购，发行人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。

## 2、发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东出具相关承诺

发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东已出具《关于不存在关联关系和其他利益安排的承诺》，确认并承诺发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东不存在关联关系，亦不存在其他利益安排。

综上，发行人收购久佳信通是基于发展移动信息化业务的战略发展方向及对双方业务整合提升的目的，发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东不存在其他利益安排。

**（4）补充披露发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试是否符合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定。**

根据《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定，发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试情况如下：

### 一、定期进行商誉减值测试

发行人收购久佳信通后，按照《企业会计准则第20号——企业合并》的规定，

对合并成本大于合并中取得的久佳信通可辨认净资产公允价值份额的差额,确认了商誉;并按照一贯、合理的方法将久佳信通账面价值分摊至相关的资产组或资产组组合,聘请了资产评估机构中水致远资产评估有限公司对久佳信通 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日商誉减值测试涉及的资产组可收回金额进行评估;评估机构根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定,均采用了预测未来现金流量现值法对资产组的可收回金额进行评估,并分别出具了中水致远评报字[2020]第 020032 号和中水致远评报字[2021]第 020051 号《资产评估报告》。发行人定期进行商誉减值测试符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的相关规定。

## **二、合理将商誉分摊至资产组或资产组组合进行减值测试**

### **1、初始资产组的确认**

对于久佳信通商誉资产组的初始认定,发行人根据企业会计准则的规定,按照业务种类将公司并购久佳信通形成的商誉分摊至与久佳信通业务相关的资产组,资产组包含了初始合并时的营运资金、固定资产、无形资产、长期待摊费用等。

### **2、定期进行减值测试时资产组的确认**

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的规定,资产组是指企业可以认定的最小资产组合,其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组产生的现金流入。2019 年末、2020 年末,发行人聘请资产评估机构对久佳信通进行商誉减值测试时,对资产组的认定符合上述规定,均包含了初始合并时的营运资金、固定资产、无形资产、长期待摊费用等。

由于久佳信通从事移动信息化业务,且久佳信通经营管理方式、客户组成、现金流入方式、所处细分市场、对资产的持续使用及处置的决策方式等均明显独立于发行人其他业务,因此资产组应当为与久佳信通主营业务相关的资产及负债。报告期各期末,商誉所在资产组与收购日形成商誉时所确定的资产组一致,其构成未发生变化。资产组的认定符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的规定。

### **3、进行减值测试的方法**

评估机构根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》所规定,2019 年末、2020

年末对包含商誉的资产组的可收回金额进行评估时均采用了预测未来现金流量现值法。根据各次《资产评估报告》，预测未来现金流量相关参数、假设具体情况如下：

(1) 收购久佳信通时（评估基准日：2019年7月31日）

单位：万元

| 项目          | 评估基准日     | 预测期        |           |           |           |           |           |
|-------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|             | 2019.7.31 | 2019年8-12月 | 2020年     | 2021年     | 2022年     | 2023年     | 永续期       |
| 营业收入        | 7,585.65  | 12,133.75  | 27,059.50 | 28,717.44 | 30,484.09 | 32,366.72 | 32,366.72 |
| 预期收入增长率     |           |            | 37.22%    | 6.13%     | 6.15%     | 6.18%     |           |
| 减：营业成本      | 6,085.20  | 10,516.92  | 23,115.92 | 24,579.04 | 26,140.94 | 27,808.44 | 27,808.44 |
| 预期毛利率       | 19.78%    | 13.33%     | 14.57%    | 14.41%    | 14.25%    | 14.08%    | 14.08%    |
| 利润总额        | 985.88    | 1,243.95   | 3,065.51  | 3,215.85  | 3,372.31  | 3,538.64  | 3,538.64  |
| 自由现金流量      |           | 656.29     | 3,479.64  | 2,365.90  | 2,480.09  | 2,601.92  | 2,698.57  |
| 折现率         |           | 12.51%     | 12.47%    | 12.47%    | 12.47%    | 12.47%    | 12.47%    |
| 折现值         |           | 640.34     | 3,124.37  | 1,888.70  | 1,760.37  | 1,642.07  | 13,657.19 |
| 自由现金流量折现值合计 |           | 22,700.00  |           |           |           |           |           |

注：2020年预期收入增长率=[2020年营业收入预测数-(2019年8-12月营业收入预测数+2019年1-7

月实际数)]/(2019年8-12月营业收入预测数+2019年1-7月实际数)

(2) 2019年末商誉减值测试时（评估基准日：2019年12月31日）

单位：万元

| 项目             | 评估基准日      | 预测期       |           |           |           |           |           |
|----------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                | 2019.12.31 | 2020年     | 2021年     | 2022年     | 2023年     | 2024年     | 永续期       |
| 营业收入           | 18,527.66  | 27,059.50 | 28,717.44 | 30,484.09 | 32,366.72 | 34,373.12 | 34,373.12 |
| 预期收入增长率        |            | 46.05%    | 6.13%     | 6.15%     | 6.18%     | 6.20%     |           |
| 减：营业成本         | 14,636.06  | 22,744.27 | 24,183.34 | 25,530.50 | 27,158.46 | 28,896.63 | 28,896.63 |
| 预期毛利率          | 21.00%     | 15.95%    | 15.79%    | 16.25%    | 16.09%    | 15.93%    | 15.93%    |
| 息税前利润          | 2,600.29   | 3,524.24  | 3,719.30  | 4,122.59  | 4,353.03  | 4,595.76  | 4,595.76  |
| 税前自由现金流量       |            | 3,056.95  | 3,557.78  | 3,934.86  | 4,166.62  | 4,396.20  | 4,595.76  |
| 折现率            |            | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    |
| 折现值            |            | 2,830.74  | 2,824.88  | 2,678.85  | 2,432.06  | 2,200.30  | 13,834.16 |
| 可收回金额          |            | 26,800.00 |           |           |           |           |           |
| 包含商誉在内资产组的账面价值 |            | 26,047.23 |           |           |           |           |           |
| 减值测试结果         |            | 不需要计提减值   |           |           |           |           |           |

(3) 2020年末商誉减值测试时（评估基准日：2020年12月31日）

单位：万元

| 项目             | 评估基准日      | 预测期       |           |           |           |           |           |
|----------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                | 2020.12.31 | 2021年     | 2022年     | 2023年     | 2024年     | 2025年     | 永续期       |
| 营业收入           | 28,448.67  | 30,724.56 | 33,182.52 | 35,837.13 | 38,704.10 | 41,800.42 | 41,800.42 |
| 预期收入增长率        |            | 8.00%     | 8.00%     | 8.00%     | 8.00%     | 8.00%     |           |
| 减：营业成本         | 24,042.99  | 25,992.98 | 28,072.42 | 30,318.21 | 32,743.67 | 35,363.16 | 35,363.16 |
| 预期毛利率          | 15.49%     | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    |
| 息税前利润          | 3,249.66   | 3,684.77  | 4,021.22  | 4,387.71  | 4,785.11  | 5,216.31  | 5,216.31  |
| 税前自由现金流量       |            | 2,543.59  | 3,203.48  | 3,520.10  | 3,863.20  | 4,296.94  | 5,216.31  |
| 折现率            |            | 15.99%    | 15.99%    | 15.99%    | 15.99%    | 15.99%    | 15.99%    |
| 折现值            |            | 2,361.72  | 2,564.39  | 2,429.57  | 2,298.60  | 2,204.33  | 16,737.05 |
| 可收回金额          |            | 28,600.00 |           |           |           |           |           |
| 包含商誉在内资产组的账面价值 |            | 27,873.11 |           |           |           |           |           |
| 减值测试结果         |            | 不需要计提减值   |           |           |           |           |           |

在各次评估中，具体参数结合了各期末相关资产组的业绩实现情况、所处市场环境、行业发展状况的相关变化进行适当调整，其中关键参数的比较情况和调整原因如下：

#### ①收入增长率

2019年7月末与2019年末的评估中对预测期营业收入金额和收入增长率的预测一致，主要在于两次预测时点较近，均基于2019年末时对2020年及以后年度的经营预测。其中，评估预测2020年的收入为27,059.50万元，2020年久佳信通实际实现收入为28,448.67万元，实际完成率为105.13%（2020年实际实现收入/评估预测2020年的收入），由此可见预测期预测的可实现性较好。

在三次评估中，对2021年及以后期间的收入增长率估计情况如下：

| 评估基准日      | 收入增长率的区间    |
|------------|-------------|
| 2019.7.31  | 6.13%-6.18% |
| 2019.12.31 | 6.13%-6.20% |
| 2020.12.31 | 8.00%       |

如上表所示，2020年末评估时对收入增长率的预测较前两次评估有所调整，是由于2020年末时，基于久佳信通客户结构的改变、新增订单的获取、短信销售数量的大幅提升以及疫情后短信类型和价格变化等因素，合理、谨慎地调整了2021年及以后期间的经营预测，其中：1）新增客户影响：2020年末时，久佳信通已新增了百度云、金山云、华为云、彩讯股份等大客户，上述增量客户为久佳

信通经营规模持续扩大提供了增量基础；2）短信销售数量大幅增长影响：2019 年久佳信通的短信销售数量为 80.77 亿条，2020 年上涨为 100.75 亿条，上涨幅度 24.74%，随着久佳信通已有客户的合作不断深入和对新客户的开拓，短信销售数量提升显著，因而合理预期未来期间的销售规模增长速度亦有所提高；3）短信价格的上涨影响：考虑到电信运营商的价格调整政策影响，久佳信通已在 2020 年完成了对短信销售价格的上调（2019 年发行人的短信销售平均单价为 0.0242 元/条，2020 年上涨为 0.0278 元/条，上涨幅度 14.88%），因而预期未来期间的营业收入规模也将有所增加。基于上述因素久佳信通管理层合理预计 2021 年及以后期间收入增速将进一步提高。考虑到久佳信通历史收入持续增长，历史年度进行的盈利预测实现性较好，2020 年末时谨慎预计未来期间收入的增幅将不低于 8%。

## ②毛利率

在三次评估中，对预测期的毛利率估计情况如下：

| 评估基准日      | 毛利率的区间        |
|------------|---------------|
| 2019.7.31  | 13.33%-14.57% |
| 2019.12.31 | 15.79%-16.25% |
| 2020.12.31 | 15.40%        |

评估时对毛利率的确定依赖于短信采购成本（运营商的短信定价）和短信销售价格。运营商的短信定价在历史年度和预测期均存在波动，符合行业规律。总体而言，三次评估中对毛利率的预测差异在 1%左右，差异的原因在于：

1）2019 年 7 月末收购时，久佳信通已收悉三大电信运营商拟统一调整短信收费价格，考虑到短信采购价格上调将影响短信采购成本，久佳信通管理层基于谨慎性对预测期的营业成本按照电信、联通、移动拟调整的价格确定了相应单位成本，导致预测期间的毛利率较历史年度毛利率下降。

2）2019 年末商誉减值测试时点，久佳信通已通过预付短信采购款锁定了低价短信通道资源，有效控制了 2019 年 8-12 月的运营成本，久佳信通 2019 年全年毛利率维持了 21.00%的水平，极大地降低了电信运营商上调短信采购价格的影响。与此同时，久佳信通一方面通过持续加大开拓地方运营商和代理商的短信通道资源力度，另一方面积极与客户协商上调短信销售价格，预计未来期间能够较大程度降低短信采购价格上涨带来的不利影响。因此，通过内部运营测算后合

理预计未来期间毛利率将保持在 15%-16%的水平。

3)2020 年末商誉减值测试时点,久佳信通 2020 年的实际毛利率为 15.49%,与 2019 年末预测的 15.95%基本一致,这表明毛利率的预测实现情况较好。考虑到运营商价格调整政策或调价机制相对稳定,久佳信通预计未来期间可达到 2020 年的运营效果,未来期间毛利率保持 15.40%的水平,较上年预测略有下降,同时略低于 2020 年实际毛利率,预测较为谨慎。

### ③折现率

商誉减值测试采用税前现金流计算,对应的折现率为税前折现率,折现率通过资本资产定价模型测算取得。折现率的测算过程和参数具体如下:

| 项目                    | 2020.12.31 | 2019.12.31 | 2019.7.31          | 依据                                                                             |
|-----------------------|------------|------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 无风险报酬率 (Rf)           | 3.10%      | 3.43%      | 3.43%              | 截至评估基准日时点的 10 年期中国国债收益率                                                        |
| 企业的风险系数 ( $\beta_e$ ) | 1.0579     | 0.9288     | 0.9300             | 根据可比上市公司的资本结构和所得税税率计算出卸载财务杠杆后的 $\beta_e$ , 并取其平均数、考虑资产组的目标资本结构作为资产组的 $\beta_e$ |
| 市场风险溢价 (Rpm)          | 7.11%      | 6.65%      | 6.94%              | 根据 AswathDamodaran 研究的公开数据                                                     |
| 特定风险调整系数 ( $\alpha$ ) | 3.50%      | 3.50%      | 3.50%              | 根据资产组所在公司与所选择的对比企业在运营规模、管理方式、抗风险能力等方面的差异进行的调整系数                                |
| 权益资本成本 (Re)           | 14.61%     | 13.38%     | 13.38%             | $Re = r_f + \beta_e \times ERP + R_c$                                          |
| 债务资本成本 (Rd)           | 3.85%      | 4.35%      | 4.35%              | 基于久佳信通所在市场的最新贷款利率                                                              |
| 折现率 (WACC)            | 13.59%     | 12.47%     | 12.51%和 12.47%     | $WACC = Re \times (E / (D+E)) + Rd \times (D / (D+E)) \times (1-T)$            |
| 所得税税率 (T)             | 15.00%     | 25.00%     | 15%和 25%           |                                                                                |
| 税前折现率 (WACC 税前)       | 15.99%     | 16.63%     | 14.72%和 16.63% (注) | $WACC \text{ 税前} = WACC / (1-T)$                                               |

注: 2019 年 7 月 31 日收购时点时, 评估对象为被收购公司的股权价值, 对应得现金流为税后现金流, 折现率为税后折现率, 与 2019 年末与 2020 年末的商誉减值测试时采用的税前折现率不同; 为便于比较, 上表列示了 2019 年 7 月 31 日时点税后折现率对应的税前折现率。

在上述折现率的测算过程中, 2019 年 7 月末时久佳信通的高新技术企业资质处于有效期, 执行 15%的所得税税率; 2019 年末时久佳信通的高新技术企业复

审尚未获批，预测时基于谨慎性假设久佳信通未来年度执行 25%的所得税税率；2020 年末时久佳信通的高新技术企业复审通过，预测时假设 2021 年及以后持续执行 15%的所得税税率。除此之外，折现率的测算过程中所选用的可比公司各年度没有变化，无风险报酬率、市场风险溢价、企业的风险系数、资本结构等具体参数均以同一口径、同一原理进行的动态取数，上述具体参数的差异是评估基准日的可比公司数据变化等正常波动引起，市场投资报酬率在报告期内没有明显提高。

#### (4) 对商誉减值测试的模拟测算

现假设 2019 年末和 2020 年末对商誉减值测试的评估主要参数（收入增长率和毛利率）均取两次评估中更为保守的预测水平，模拟测算的结果如下：

##### ①2019 年末商誉减值测试的模拟测算

单位：万元

| 项目             | 评估基准日        | 预测期         |           |           |           |           |           |
|----------------|--------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                | 2019. 12. 31 | 2020 年      | 2021 年    | 2022 年    | 2023 年    | 2024 年    | 永续期       |
| 营业收入           | 18,527.66    | 27,059.50   | 28,717.44 | 30,484.09 | 32,366.72 | 34,373.12 | 34,373.12 |
| 预期收入增长率        |              | 46.05%      | 6.13%     | 6.15%     | 6.18%     | 6.20%     |           |
| 减：营业成本         | 14,636.06    | 22,892.34   | 24,294.95 | 25,789.54 | 27,382.25 | 29,079.66 | 29,079.66 |
| 预期毛利率          | 21.00%       | 15.40%      | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    |
| 息税前利润          | 2,600.29     | 3,376.17    | 3,607.69  | 3,863.55  | 4,129.24  | 4,412.73  | 4,412.73  |
| 税前自由现金流量       |              | 2,885.98    | 3,571.90  | 3,692.93  | 3,946.30  | 4,216.63  | 4,412.73  |
| 折现率            |              | 16.63%      | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    | 16.63%    |
| 折现值            |              | 2,672.42    | 2,836.09  | 2,514.15  | 2,303.46  | 2,110.42  | 13,283.20 |
| 可收回金额          |              | 25,720.00   |           |           |           |           |           |
| 包含商誉在内资产组的账面价值 |              | 26,047.23   |           |           |           |           |           |
| 模拟减值测试结果       |              | 减值金额：330.00 |           |           |           |           |           |

##### ②2020 年末商誉减值测试的模拟测算

单位：万元

| 项目      | 评估基准日        | 预测期       |           |           |           |           |           |
|---------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|         | 2020. 12. 31 | 2021 年    | 2022 年    | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    | 永续期       |
| 营业收入    | 28,448.67    | 30,192.57 | 32,049.42 | 34,030.07 | 36,139.94 | 38,380.61 | 38,380.61 |
| 预期收入增长率 |              | 6.13%     | 6.15%     | 6.18%     | 6.20%     | 6.20%     |           |
| 减：营业成本  | 24,042.99    | 25,542.91 | 27,113.81 | 28,789.44 | 30,574.39 | 32,470.00 | 32,470.00 |
| 预期毛利率   | 15.49%       | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    | 15.40%    |
| 息税前利润   | 3,249.66     | 3,691.35  | 3,948.73  | 4,226.30  | 4,523.66  | 4,841.39  | 4,841.39  |

| 项目             | 评估基准日      | 预测期                          |          |          |          |          |           |
|----------------|------------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
|                | 2020.12.31 | 2021 年                       | 2022 年   | 2023 年   | 2024 年   | 2025 年   | 永续期       |
| 税前自由现金流量       |            | 2,458.52                     | 3,179.82 | 3,627.30 | 4,224.73 | 4,788.41 | 4,841.39  |
| 折现率            |            | 15.99%                       | 15.99%   | 15.99%   | 15.99%   | 15.99%   | 15.99%    |
| 折现值            |            | 2,282.74                     | 2,545.45 | 2,503.56 | 2,513.71 | 2,456.45 | 15,534.08 |
| 可收回金额          |            | 27,840.00                    |          |          |          |          |           |
| 包含商誉在内资产组的账面价值 |            | 27,543.11（已考虑了 2019 年末的减值金额） |          |          |          |          |           |
| 模拟减值测试结果       |            | 不需要计提减值                      |          |          |          |          |           |

如上表所示,假设 2019 年末和 2020 年末对商誉减值测试的评估主要参数(收入增长率和毛利率)均取两次评估中更为保守的预测水平进行模拟测算,则 2019 年末需计提减值准备金额为 330.00 万元,2020 年末不需要计提减值准备。

2019 年末和 2020 年末对商誉进行减值测试的评估中,具体参数的预测是依据评估时点相关资产组的历史业绩实现情况、当下所处市场环境和对未来业务发展的合理预估进行的,评估参数的设定是基于评估时点可获取的信息作出的合理预测。久佳信通 2019 年实现净利润 2,144.72 万元,2020 年实现净利润 2,754.34 万元,均达到了各次评估预测的水平,评估的业绩预测参数合理,各报告期末商誉不存在减值风险。

综上,久佳信通管理层和评估机构在各次评估中所采用的相关参数和假设基本保持了一致性,具体参数结合了各期末相关资产组的业绩实现情况、所处市场环境、行业发展状况的相关变化进行适当调整。商誉减值测试的方法、进行减值测试时选取的主要参数符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的规定;发行人合理将商誉分摊至资产组或资产组组合进行减值测试符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的相关规定。

### 三、商誉减值测试过程和会计处理

2019 年末、2020 年末,发行人聘请评估机构采用预计未来现金流量现值法对可收回金额进行评估,经过测算,委估资产组预计未来现金流量的现值大于其账面值,按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定:资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值,只要有一项超过了资产的账面价值,就表明资产没有发生减值,不需再估计另一项金额,评估机构采用预测未来现金流量的现值一种方法,可以满足本次商誉减值测试目的的需求;商誉减值测试符合《企业会计准则》的相关规定,不存在应计提减值而未计提的情况,

发行人商誉减值测试过程和会计处理符合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的相关规定。

#### **四、商誉减值的信息披露**

按照《企业会计准则》、《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定（2014年修订）》（证监会公告〔2014〕54号）的规定，报告期内，发行人在财务报告附注中详细披露了与商誉的初始确认、商誉减值测试相关的、对财务报表使用者作出决策有用的所有重要信息。商誉减值的信息披露符合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》规定。

综上所述，发行人根据《企业会计准则第8号——资产减值》对资产组进行了划分；每年末聘请专业机构对形成与商誉相关的资产组进行减值测试，预测期自由现金流量采用收益途径方法进行测算，相关核心假设及核心参数设置结合宏观经济、行业背景保持了一致性；并在财务报告中详细披露了与商誉相关的重要信息。发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试符合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定。

#### **【申报会计师核查】**

##### **一、核查程序**

- 1、查阅了报告期发行人和久佳信通经审计财务报表、销售明细、主要客户合同等资料。
- 2、访谈了发行人和久佳信通的主要业务负责人，了解了发行人和久佳信通移动信息化业务发展历程及双方业务整合情况。
- 3、访谈了发行人和久佳信通股东，了解关于久佳信通从设立到收购的历程、本次收购后发行人持有久佳信通51%股权的原因。
- 4、访谈了发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东，查阅了各方出具的《关于不存在关联关系和其他利益安排的承诺》等承诺文件。
- 5、根据《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定，了解管理层及外部估值专家在减值测试中使用方法的合理性和一致性，使用数据的准确性、完整性和相关性等，评价发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试是否符合规定。

##### **二、核查意见**

###### **1、问题（1）**

经核查，申报会计师认为：发行人已补充说明久佳信通报告期内主要财务数据、主要客户及收入情况。报告期内，随着与原有客户的合作规模扩大及对新客户的不断开发，久佳信通的业务规模和经营业绩增长显著，未来发展前景良好。

## 2、问题（2）

经核查，申报会计师认为：发行人移动信息化服务业务收入与久佳信通变动趋势一致；久佳信通收入持续增长是基于其良好的技术水平、丰富的运营经验、持续拓展的客户资源等业务优势逐步实现的，收购完成后久佳信通收入增长较大主要系原有客户采购需求增长、双方合作规模扩大所致。

## 3、问题（3）

经核查，申报会计师认为：本次未收购久佳信通 100%股权的原因是基于获取控制权并予以管理层充分业绩激励等综合因素考虑、与其他交易各方共同协商一致的结果，符合市场惯例；收购完成后发行人盈利不是主要来自于久佳信通；发行人及其实际控制人与久佳信通其他股东不存在其他利益安排。

## 4、问题（4）

经核查，申报会计师认为：发行人收购久佳信通形成商誉的减值测试符合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定，并已在《招股说明书》进行补充披露。

## 问题 2

申请材料显示，（1）发行人 2020 年预计实现营业收入 51,114.12 万元至 53,047.06 万元，同比上升 97.79%至 105.27%。（2）发行人增值电信业务收入确认时点为业务发生的次月。（3）发行人增值电信业务终端手机 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。报告期内，发行人因上述情形产生的核减收入比例低于 5%。（4）发行人合作媒体代理业务及流量引入业务，无法将业务数据与财务数据进行匹配性分析。

请发行人：（1）结合各项业务前五大客户销售收入情况补充披露发行人 2020 年营业收入大幅增长的原因及合理性；（2）补充披露发行人增值电信业务在业务发生次月确认收入是否符合行业惯例，是否符合企业会计准则规定；（3）补

充披露发行人报告期增值电信业务收入核减情况，其他业务是否存在收入核减情况；（4）补充披露合作媒体代理业务及流量引入业务无法将业务数据与财务数据进行匹配性分析，发行人如何保证该项业务收入确认及成本核算的准确性，相关内控措施是否健全并有效执行；披露中介机构关于该项业务真实性的相关核查程序、内容、依据及结论。请保荐机构和会计师核查并发表明确意见，说明对报告期发行人主要股东收到大额现金分红用途的核查情况，说明保荐机构和会计师是否对发行人增值电信业务及移动营销业务相关信息系统进行审计，关于发行人的信息系统审计是否符合《首发业务若干问题解答》规定。

### 【回复】

（1）结合各项业务前五大客户销售收入情况补充披露发行人 2020 年营业收入大幅增长的原因及合理性。

#### 一、发行人移动信息化业务的爆发式增长带动 2020 年营业收入大幅增长

2019 年和 2020 年发行人主营业务收入按业务构成分类及增长率如下表所示：

单位：万元

| 项目      | 2020 年    |         | 2019 年    |         | 收入增长率   |
|---------|-----------|---------|-----------|---------|---------|
|         | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      |         |
| 移动信息化服务 | 37,561.77 | 73.48%  | 8,834.16  | 34.18%  | 325.19% |
| 增值电信业务  | 11,703.98 | 22.90%  | 13,062.60 | 50.55%  | -10.40% |
| 移动营销服务  | 1,657.45  | 3.24%   | 3,516.24  | 13.61%  | -52.86% |
| 技术开发服务  | 193.40    | 0.38%   | 429.25    | 1.66%   | -54.95% |
| 合计      | 51,116.60 | 100.00% | 25,842.24 | 100.00% | 97.80%  |

如上表所示，发行人 2020 年移动信息化服务业务收入的大幅增加，带动 2020 年发行人营业收入的整体增长。

#### 二、发行人各项业务前五大客户销售收入情况

##### 1、移动信息化服务

2019 年和 2020 年发行人移动信息化服务前五大客户的销售收入情况如下表所示：

单位：万元

| 客户名称 | 2020 年   | 2019 年   | 增长率     |
|------|----------|----------|---------|
| 腾讯云  | 8,025.32 | 2,337.15 | 243.38% |
| 卓望信息 | 6,696.84 | 3,188.89 | 110.01% |
| 国家电网 | 2,114.58 | 427.20   | 394.99% |

| 客户名称  | 2020 年    | 2019 年   | 增长率        |
|-------|-----------|----------|------------|
| 东信易通  | 1,729.38  | -        | -          |
| 福州三六零 | 1,503.18  | 13.21    | 11,277.13% |
| 携程计算机 | 1,359.23  | 879.70   | 54.52%     |
| 广州酷狗  | 1,069.03  | 197.83   | 440.38%    |
| 合计    | 22,497.56 | 7,043.98 | 219.39%    |

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

如上表所示，发行人 2020 年移动信息化服务收入规模较 2019 年大幅增长是由于原有客户需求量的快速增长及对新客户的持续开发。

2020 年发行人的主要原有客户均为各领域内的大型知名企业客户，双方合作持续稳定，随着合作的不断深化，业务规模均快速攀升并迎来爆发式增长，带动 2020 年发行人移动信息化服务业务规模的整体增长。

2020 年发行人移动信息化服务业务前五大客户中仅东信易通为新增客户。东信易通是中国一东盟信息港股份有限公司集团（以下简称“东盟信息”）的控股子公司，主要从事云通信业务，注册资本 1,200 万元，穿透后主要股东包括广西壮族自治区人民政府国有资产监督管理委员会、中国联通和东方国信（300166.SZ）等，公司本身和股东实力较强。根据东盟信息官网所披露的信息，东盟信息建设运营的华建通、商贸通、蔗糖通、云通信和易连接五个产业互联网平台位居国内行业第一，东信易通向发行人采购的内容及规模具备合理性，不存在异常。

## 2、增值电信服务

2019 年和 2020 年发行人增值电信服务的具体销售情况如下：

单位：万元

| 客户名称  | 2020 年    | 2019 年    | 增长率     |
|-------|-----------|-----------|---------|
| 中国移动  | 11,635.33 | 13,028.58 | -10.69% |
| 上海造云  | 65.27     | 24.03     | 171.59% |
| 北京众智汇 | 3.39      | 3.65      | -7.12%  |
| 中国电信  | -         | 6.34      | -       |
| 合计    | 11,703.98 | 13,062.60 | -10.40% |

注：上表客户是将同一控制下的企业进行合并披露。

如上表所示，发行人主要向中国移动提供增值电信服务。发行人自 2014 年开始为中国移动提供增值电信服务，至今双方合作良好稳定，2019 年和 2020 年

公司向中国移动的销售规模较为平稳。

### 3、移动营销服务

2019 年和 2020 年发行人向移动营销服务的前五大客户具体销售情况如下：

单位：万元

| 客户名称              | 2020 年 | 2019 年   | 增长率      |
|-------------------|--------|----------|----------|
| 北京轩翔思悦传媒广告有限公司    | 338.14 | 311.30   | 8.62%    |
| 广州美推网络科技有限公司      | 120.13 | 341.19   | -64.79%  |
| 北京多氮信息科技有限公司      | 102.83 | -        | -        |
| 中国新闻发展有限责任公司上海分公司 | 98.11  | 66.04    | 48.56%   |
| 上海原锐广告咨询有限公司      | 93.40  | -        | -        |
| 深圳市乐搜科技有限公司       | 70.75  | 305.66   | -76.85%  |
| 百度时代网络技术（北京）有限公司  | 4.07   | 942.52   | -99.57%  |
| 华扬联众数字技术股份有限公司    | -      | 195.75   | -100.00% |
| 合计                | 827.43 | 2,162.46 | -61.74%  |

发行人 2020 年移动营销服务销售规模有所下降，主要是受新冠疫情影响，互联网广告市场整体萎缩，导致通过广告联盟平台（百度时代）渠道营销的收入下降。

### 4、技术开发服务

2019 年和 2020 年发行人技术开发服务的具体销售情况如下：

单位：万元

| 客户                  | 2020 年 | 2019 年 |
|---------------------|--------|--------|
| 北京中电普华信息技术有限公司      | 136.79 | -      |
| 中电国华（北京）科学技术研究院有限公司 | 56.60  | -      |
| 北京鑫宇创世科技有限公司        | -      | 429.25 |
| 合计                  | 193.40 | 429.25 |

发行人能够根据客户具体需求提供技术开发服务，此类业务客户需求具有临时性且采购金额较小，对发行人整体业务发展影响较小。

（2）补充披露发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入是否符合行业惯例，是否符合企业会计准则规定。

#### 一、发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入符合行业惯例

发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入，主要原因系业务发生当月收入金额不能及时取得可靠数据进行计量。增值电信服务中，结算账单由运营商次月发出，发行人在各月末无法确定准确的实际发生额和结算金额，故无法对

收入进行可靠计量，因此在次月取得运营商结算账单后确认收入更为可靠准确。

同行业可比公司增值电信服务收入确认时点如下：

| 公司名称       | 收入确认时点                                                                                                                                                                     | 说明     |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 平治信息       | 公司与基础运营商及其他第三方开展合作，由基础运营商及其他第三方负责向用户收取信息费，公司根据合同约定比例对收取的信息费与基础运营商及其他第三方进行分成。公司按经双方确认的电信运营商基地、各省分公司等发布的对账单确认收入                                                              | 与发行人一致 |
| 北纬科技       | 移动通信运营商根据合同约定每月向公司提供上月结算数据，公司财务部门对其进行核对确认后开具发票，同时将其确认为当期收入                                                                                                                 | 与发行人一致 |
| 沃驰科技（立昂技术） | 公司通过电信运营商及其他第三方向最终客户收取信息费，并根据合同约定比例对收取的信息费进行分成。公司根据权责发生制原则，已提供服务并取得运营商或第三方提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；已提供服务但尚未取得运营商或第三方提供的结算数据的，公司根据双方确认的有效用户数、合同约定分成比例和结算费率及历史回款率等预计信息费金额确认收入 | 与发行人不同 |
| 发行人        | 公司为电信运营商的增值电信业务提供集技术支持、运营服务和营销推广为一体的增值电信服务，电信运营商向手机用户收取信息费，公司根据合同约定以电信运营商收取的信息费为基础，从电信运营商或合作商获取服务费。公司在收到电信运营商或合作商提供计费账单并经公司相关部门核对无误后确认为收入                                  | -      |

综上，发行人的增值电信服务收入确认具体时点与平治信息及北纬科技一致，与沃驰科技（立昂技术）存在差异，考虑到增值电信服务中，计费账单由运营商发出，发行人在各月末无法获取准确的计费信息，且各月存在波动，根据历史经验判断存在一定差异，故无法对收入进行可靠计量，因此在次月取得结算单据后确认收入更为可靠准确，发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入符合行业惯例。

## 二、发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入符合企业会计准则规定

新收入会计准则实施前，根据旧《企业会计准则第 14 号—收入》第四条，销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；本公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商

品销售收入实现。

发行人在提供服务的各月末无法确定准确的结算金额，故无法对收入金额进行可靠计量，不满足收入确认条件，待次月取得运营商计费账单后，发行人向客户提供服务完毕，主要风险和报酬转移给购买方，收入及成本金额能够可靠的计量，满足收入确认条件，符合企业会计准则规定。

新收入准则实施后，根据新《企业会计准则第 14 号—收入》第五条，当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

发行人与增值电信服务业务客户签订合同并承诺履行各自义务；合同中明确了相关各方与所提供的增值电信服务的权利和义务；合同有明确的与所提供的增值电信服务相关的支付条款；所签合同具有商业实质。发行人与增值电信服务业务客户签订框架协议，其中不涉及具体合同金额，发行人在取得客户计费账单时表明客户已接受该服务并能够主导该服务的使用并获得几乎全部的经济利益，发行人因而很可能收回相关服务对价，获得现实收款权利。因此，发行人以与客户双方签署的框架合同及计费账单作为客户付款义务的主要条款和直接证据，将客户出具的计费账单作为收入确认的直接证据并于次月确认收入，符合企业会计准则规定。

综上，发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入符合企业会计准则规定。

**（3）补充披露发行人报告期增值电信业务收入核减情况，其他业务是否存在收入核减情况。**

#### **一、增值电信服务收入的核减情况**

根据发行人与运营商的合同约定，双方以运营商从终端用户收取的信息费作为结算的基础。其中按合同约定，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。

运营商未向发行人提供上述收入核减情况的明细，发行人增值电信服务收入核减金额即为“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异金额。报告期内，发行人增值电信服务收入核减情况如下：

单位：万元

| 项目         | 2020 年    | 2019 年    | 2018 年    |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 运营商计费账单金额  | 11,703.98 | 13,062.60 | 18,305.91 |
| 交易数据对应金额   | 11,946.53 | 13,404.68 | 18,814.31 |
| 差异率/收入核减比率 | -2.03%    | -2.55%    | -2.70%    |

报告期内，发行人增值电信服务收入核减比率均在 5%以内，用户退款等收入核减情形对发行人增值电信服务收入的影响较小。

## 二、其他业务不存在收入核减情况

### 1、移动信息化服务

发行人按移动信息化服务的数量及合同约定单价与客户结算，在发行人与客户核对确认无误后确认收入。

报告期内，发行人移动信息化服务不存在收入核减的情况。

### 2、移动营销服务

发行人移动营销服务分为按广告位付费或按广告效果付费两种方式，发行人按广告位投放数量、时间及合同约定单价结算或依据广告投放效果按照约定的计算方式与客户结算，发行人在与客户核对无误后确认收入。

报告期内，发行人移动营销服务不存在收入核减的情况。

### 3、技术开发服务

发行人为客户提供技术开发服务，技术开发成果交付客户，并经客户验收后确认收入。

报告期内，发行人技术开发服务不存在收入核减的情况。

(4) 补充披露合作媒体代理业务及流量引入业务无法将业务数据与财务数据进行匹配性分析，发行人如何保证该项业务收入确认及成本核算的准确性，相关内控措施是否健全并有效执行；披露中介机构关于该项业务真实性的相关核查程序、内容、依据及结论。

## 一、发行人各项主营业务的业务数据与财务数据匹配情况

报告期内，发行人主营业务收入按服务类别划分的构成情况如下：

单位：万元

| 项目      | 2020 年    |         | 2019 年    |         | 2018 年    |         |
|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|         | 金额        | 比例      | 金额        | 比例      | 金额        | 比例      |
| 增值电信服务  | 11,703.98 | 22.90%  | 13,062.60 | 50.55%  | 18,305.91 | 87.11%  |
| 移动信息化服务 | 37,561.77 | 73.48%  | 8,834.16  | 34.18%  | 459.70    | 2.19%   |
| 移动营销服务  | 1,657.45  | 3.24%   | 3,516.24  | 13.61%  | 2,248.68  | 10.70%  |
| 技术开发服务  | 193.40    | 0.38%   | 429.25    | 1.66%   | -         | -       |
| 合计      | 51,116.60 | 100.00% | 25,842.24 | 100.00% | 21,014.29 | 100.00% |

发行人主营业务主要包括增值电信服务、移动信息化服务和移动营销服务。

报告期内，发行人各项主营业务的业务数据与财务数据的匹配情况如下：

### 1、增值电信服务

#### (1) 运营商的话费结算业务

报告期内，运营商的话费结算业务终端用户交易次数和公司销售金额情况如下：

| 项目            | 2020 年   | 2019 年    | 2018 年    |
|---------------|----------|-----------|-----------|
| 业务数据-交易次数（万次） | 7,365.85 | 8,595.85  | 11,665.52 |
| 财务数据-销售金额（万元） | 9,360.32 | 10,831.15 | 14,820.53 |
| 公司次均销售金额（元/次） | 1.27     | 1.26      | 1.27      |

注：公司次均销售金额=销售金额/交易次数，下同。业务数据来源是客户（中国移动）业务平台，财务数据经过客户对账确认。

报告期内，运营商的话费结算业务终端用户交易次数和公司销售金额的比例稳定，公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

#### (2) 运营商的信息交互类业务

报告期内，运营商的信息交互类业务终端用户交易次数和公司销售金额情况如下：

| 项目            | 2020 年   | 2019 年   | 2018 年   |
|---------------|----------|----------|----------|
| 业务数据-交易次数（万次） | 1,460.78 | 1,633.10 | 2,574.46 |
| 财务数据-销售金额（万元） | 1,981.77 | 2,197.43 | 3,438.72 |
| 公司次均销售金额（元/次） | 1.36     | 1.35     | 1.34     |

注：业务数据来源是客户（中国移动）业务平台，财务数据经过客户对账确认。

报告期内，运营商的信息交互类业务终端用户交易次数和公司销售金额的比

例稳定，公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

中介机构已对发行人增值电信服务的业务平台系统执行了 IT 审计核查程序，经核查，增值电信服务业务与财务报表及会计处理相关的信息系统审计为财务报表提供了必要的确信度，未发现导致财务报表重大错报的风险。

## 2、移动信息化服务

报告期内，公司与客户结算的短信数量和公司销售金额情况如下：

| 项目            | 2020 年       | 2019 年     | 2018 年    |
|---------------|--------------|------------|-----------|
| 业务数据-短信数量（万条） | 1,350,293.58 | 365,343.09 | 18,361.16 |
| 财务数据-销售金额（万元） | 37,561.77    | 8,834.16   | 459.70    |
| 销售均价（元/条）     | 0.028        | 0.024      | 0.025     |

注：业务数据来源是运营商返回的“网关接收”状态回执，业务数据和财务数据均经过客户（主要包括腾讯云、国家电网、携程等）对账确认。

报告期内，公司与客户结算的短信数量和销售金额的比例基本稳定。公司从 2020 年逐步提高对客户销售价格，因此 2020 年销售均价略有提升。公司此项业务的经营数据和财务数据匹配。

中介机构已对发行人移动信息化服务的业务平台系统执行了 IT 审计核查程序，经核查，移动信息化服务业务与财务报表及会计处理相关的信息系统审计为财务报表提供了必要的确信度，未发现导致财务报表重大错报的风险。

## 3、移动营销服务

公司移动营销服务主要包括媒体代理和流量引入业务。报告期内，公司移动营销服务细分业务收入金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

| 项目     | 2020 年   |         | 2019 年   |         | 2018 年   |         |
|--------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
|        | 金额       | 比例      | 金额       | 比例      | 金额       | 比例      |
| 媒体代理业务 | 1,593.75 | 96.16%  | 2,557.10 | 72.72%  | 1,411.23 | 62.76%  |
| 流量引入业务 | 19.73    | 1.19%   | 951.20   | 27.05%  | 653.76   | 29.07%  |
| 其他业务   | 43.97    | 2.65%   | 7.94     | 0.23%   | 183.69   | 8.17%   |
| 合计     | 1,657.45 | 100.00% | 3,516.24 | 100.00% | 2,248.68 | 100.00% |

媒体代理业务和流量引入业务的业务模式、业务数据与财务数据的匹配情况如下：

### （1）媒体代理业务

媒体代理业务包括合作媒体代理业务和自有媒体业务。

### ①合作媒体代理业务

在合作媒体代理业务中，1) 销售端：发行人与客户约定具体广告的投放媒体、投放数量、时间和单价等关键信息，并据此与客户进行结算并确认收入，其中新华社公众号的单次广告投放价格介于 35 万元-40 万元之间，车云网、电动邦的单次广告投放价格在 10 万元左右；2) 采购端：发行人向新华新媒、车云网及电动邦等供应商包段采购媒体广告资源，双方约定媒体代理价格和广告资源采购期间，例如发行人与新华新媒约定新华社公众号广告资源总价格为 6,000 万元，合作期自 2017 年 11 月至 2022 年 12 月 31 日，发行人的媒体采购成本根据采购价格在采购期间内进行摊销确认。鉴于合作媒体代理的销售和采购核算对应的业务数据口径不同，因此无法将此类业务整体的销售和采购金额等财务数据直接与业务数据进行匹配性分析。

在发行人为新华社公众号媒体资源进行代理的业务中，新华社公众号为发行人提供微信公众号“新华社(id:xinhuashefabu1)”的广告信息发布平台；发行人作为媒体代理，对接广告主/广告主代理商，进行广告投放意向和媒体资源的匹配，对媒体资源进行销售。根据发行人与新华新媒的合同约定，新华社公众号广告位位置举例如下：





在发行人为车云网、电动邦媒体资源进行代理的业务中，车云网、电动邦在其官方网站或微信公众号为发行人广告信息发布平台；发行人作为媒体代理，对接广告主/广告主代理商，进行广告投放意向和媒体资源的匹配，对媒体资源进行销售。车云网、电动邦的媒体展示应用场景举例如下：



合作媒体代理业务中，销售收入与具体各广告投放数量、单价匹配。报告期内，发行人在合作媒体进行广告投放数量和销售金额情况如下：

| 广告投放媒体 | 2020 年    |               |          | 2019 年    |               |          | 2018 年    |               |          |
|--------|-----------|---------------|----------|-----------|---------------|----------|-----------|---------------|----------|
|        | 业务数据-广告投放 | 财务数据-销售金额(万元) | 单次广告投放金额 | 业务数据-广告投放 | 财务数据-销售金额(万元) | 单次广告投放金额 | 业务数据-广告投放 | 财务数据-销售金额(万元) | 单次广告投放金额 |

|                 | 次数<br>(次) |          | (万元<br>/次) | 次数<br>(次) |          | (万元<br>/次) | 次数<br>(次) |          | (万元<br>/次) |
|-----------------|-----------|----------|------------|-----------|----------|------------|-----------|----------|------------|
| 新华社<br>公众号      | 14        | 503.14   | 35.94      | 33        | 1,325.16 | 40.16      | 19        | 1,034.36 | 54.44      |
| 车云<br>网、电<br>动邦 | 75        | 752.47   | 10.03      | 93        | 920.64   | 9.90       | -         | -        | -          |
| 合计              | 89        | 1,255.61 | 14.11      | 126       | 2,245.80 | 17.82      | 19        | 1,034.36 | 54.44      |

注：业务数据根据客户确认的广告投放结案报告整理统计，财务数据经过客户对账确认。

针对合作媒体代理这类较为传统的展示类营销业务，发行人对各具体广告投放分别进行业务管理及财务核算。具体广告投放的销售价格受投放媒体、投放数量、时间等因素影响。1) 新华社公众号的媒体代理业务开展模式发生过变化：2018 年发行人新华社公众号广告资源由广州美推独家代理，且定价模式为独家代理服务费 900 万元/年外加广州美推广告投放销售额的 50%进行分成，独家代理费加销售分成的模式使得 2018 年发行人此类业务单次广告投放金额较高，达 54.44 万元/次；2019 年和 2020 年，发行人新华社公众号广告资源不再采用独家代理的模式开展，而是按刊例价和广告数量收取广告服务费，此类业务单次广告投放金额主要介于 35 万元/次-40 万元/次之间，销售端经营数据和财务数据匹配。2) 车云网、电动邦的单次广告投放金额均在 10 万元/次左右，销售端经营数据和财务数据匹配。

综上，发行人此项业务销售端经营数据（广告投放次数）和财务数据（销售金额）匹配，发行人此类业务财务核算准确。

合作媒体代理业务属于较为传统的展示类营销业务，发行人无需单独开发自身业务运营系统开展。

## ②自有媒体代理业务

自有媒体业务中，发行人与客户依据广告曝光量进行结算。报告期内，发行人自有媒体（斑马网）的主要客户为轩翔思悦，发行人与轩翔思悦确认的广告曝光量和发行人对轩翔思悦销售情况如下：

| 项目                | 2020 年 | 2019 年 | 2018 年 |
|-------------------|--------|--------|--------|
| 业务数据-曝光量（千万次）     | 79.03  | 78.23  | 86.33  |
| 财务数据-销售金额（万元）     | 338.14 | 311.30 | 342.04 |
| CPM（千次展现成本）（元/千次） | 4.28   | 3.98   | 3.96   |

注：CPM=销售金额/千次曝光量。业务数据和财务数据均经过客户对账确认。

报告期内，发行人自有媒体业务的 CPM（千次展现成本）价格较为稳定。2019 年年底，发行人与轩翔思悦经双方协商提高了此项业务单价，因此 2020 年 CPM（千次展现成本）略有提升。

发行人此项业务的经营数据和财务数据匹配。

## （2）流量引入业务

在流量引入业务中，发行人将百度等客户的广告推广链接进行分发推广，为百度联盟引入中小渠道流量资源，从而增加百度联盟中广告的访问次数和来源途径，最终提升其广告曝光量和转化率。

在此类业务中，发行人作为中间媒介为百度进行广告资源分发，业务运行由百度平台执行，发行人无需单独开发运营系统进行业务对接。百度作为行业内权威的广告联盟平台，仅向合作方开放广告的曝光量和结算金额的整体统计数据，不提供具体明细业务数据。因此，发行人无法将此类业务的财务数据与明细业务数据进行匹配性分析。

根据百度向发行人开放的供应商平台（SSP）中记录的广告的曝光量和结算金额，进行分析如下：

| 期间              | 业务数据-曝光量<br>(千万次) | 财务数据-销售金额<br>(万元) | CPM(千次展现成本)<br>(元/千次) |
|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| 2018 年 1 月      | 13.10             | 13.26             | 1.01                  |
| 2018 年 2 月      | 1.64              | 1.71              | 1.04                  |
| 2018 年 3 月      | 6.20              | 7.65              | 1.23                  |
| 2018 年 4 月      | 15.27             | 19.89             | 1.30                  |
| 2018 年 5 月      | 19.67             | 21.61             | 1.10                  |
| 2018 年 6 月      | 28.99             | 36.87             | 1.27                  |
| 2018 年 7 月      | 37.00             | 37.88             | 1.02                  |
| 2018 年 8 月      | 32.08             | 35.86             | 1.12                  |
| 2018 年 9 月      | 37.63             | 28.61             | 0.76                  |
| 2018 年 10 月     | 42.34             | 45.30             | 1.07                  |
| 2018 年 11 月     | 34.83             | 49.47             | 1.42                  |
| 2018 年 12 月     | 42.79             | 72.61             | 1.70                  |
| <b>2018 年合计</b> | <b>311.55</b>     | <b>370.72</b>     | <b>1.19</b>           |
| 2019 年 1 月      | 52.86             | 51.67             | 0.98                  |
| 2019 年 2 月      | 62.43             | 63.77             | 1.02                  |
| 2019 年 3 月      | 93.82             | 134.87            | 1.44                  |
| 2019 年 4 月      | 110.65            | 148.37            | 1.34                  |

|                 |               |               |             |
|-----------------|---------------|---------------|-------------|
| 2019 年 5 月      | 104.15        | 159.91        | 1.54        |
| 2019 年 6 月      | 109.65        | 172.66        | 1.57        |
| 2019 年 7 月      | 48.50         | 60.30         | 1.24        |
| 2019 年 8 月      | 40.05         | 59.51         | 1.49        |
| 2019 年 9 月      | 18.41         | 23.98         | 1.30        |
| 2019 年 10 月     | 16.22         | 22.21         | 1.37        |
| 2019 年 11 月     | 16.98         | 27.99         | 1.65        |
| 2019 年 12 月     | 10.11         | 17.28         | 1.71        |
| <b>2019 年合计</b> | <b>683.83</b> | <b>942.52</b> | <b>1.38</b> |
| 2020 年 1 月      | 1.69          | 2.25          | 1.33        |
| 2020 年 2 月      | 0.77          | 1.04          | 1.34        |
| 2020 年 3 月      | 0.81          | 0.78          | 0.97        |
| <b>2020 年合计</b> | <b>3.28</b>   | <b>4.07</b>   | <b>1.24</b> |

注：CPM=销售金额/千次曝光量。业务数据来源是客户（百度）业务平台，财务数据经过客户（对账确认）。

流量引入业务中，由客户实行动态定价，根据实时竞价模式（RTB）确定单价，发行人的销售价格随行就市，根据实时竞价规则，CPM（千次展现成本）价格受广告类型、广告主投放预算、广告投放时间等多种因素影响。报告期内，发行人与百度各月结算的 CPM（千次展现成本）价格主要介于 0.80 元/千次-1.70 元/千次之间。根据百度业务平台记录的曝光量数据，发行人此项业务的经营数据（曝光量）和财务数据（销售金额）匹配，发行人此类业务财务核算准确。

2018 年，发行人曾为爱奇艺、优酷、搜狐等视频网站引入流量，根据主要客户爱奇艺、优酷、搜狐业务平台记录的播放量，发行人引入的视频播放量与对应的销售金额情况如下：

| 期间         | 业务数据-播放量<br>(万次) | 财务数据-销售金额<br>(万元) | 单次播放价格(元/<br>次) |
|------------|------------------|-------------------|-----------------|
| 2018 年 1 月 | 4,837.21         | 41.28             | 0.009           |
| 2018 年 2 月 | 4,849.88         | 36.30             | 0.007           |
| 2018 年 3 月 | 5,949.73         | 43.45             | 0.007           |
| 2018 年 4 月 | 2,904.91         | 13.61             | 0.005           |
| 2018 年 5 月 | 2,122.48         | 12.96             | 0.006           |
| 2018 年 6 月 | 2,193.92         | 24.05             | 0.011           |
| 2018 年 7 月 | 1,107.55         | 10.94             | 0.010           |
| 2018 年 8 月 | 586.50           | 4.87              | 0.008           |
| 2018 年 9 月 | 227.47           | 1.07              | 0.005           |

|                 |                  |               |              |
|-----------------|------------------|---------------|--------------|
| 2018 年 10 月     | 298.35           | 1.64          | 0.006        |
| 2018 年 11 月     | 388.58           | 2.29          | 0.006        |
| 2018 年 12 月     | 594.03           | 2.37          | 0.004        |
| <b>2018 年合计</b> | <b>26,060.62</b> | <b>194.84</b> | <b>0.007</b> |

注：业务数据来源是客户（爱奇艺、优酷、搜狐）业务平台，财务数据经过客户对账确认。

受各大视频网站的计价规则和定价不同，2018 年发行人为视频网站引入流量的单次播放价格有所波动，但整体较为稳定。发行人此项业务的经营数据（播放量）和财务数据（销售金额）匹配，财务核算准确。

## 二、发行人保证合作媒体代理业务和流量引入业务收入确认及成本核算准确性的方法

### 1、合作媒体代理业务

#### （1）保证收入确认准确性的方法

发行人向客户提供广告服务费结算单发起对账。广告服务费结算单数据来源为合同执行单，由发行人按广告刊例价、广告数量和刊登时间等计算广告服务费金额。

具体执行流程如下：

①广告执行后，公司无线广告部将结案报告、广告服务费结算单提交客户确认。

②公司无线广告部与客户确认账单后，向公司财务部提交广告服务费结算单，申请开具发票并与客户进行结算、收款。

③公司财务部每月将收款情况通报无线广告部，并督促无线广告部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

#### （2）保证成本核算准确性的方法

合作媒体代理业务的成本为媒体广告资源费，公司预付一定媒体广告资源费锁定新华社公众号、电动邦等媒体广告资源，并依据会计准则进行摊销后计入成本。

具体执行流程如下：

①公司无线广告部按照合同约定填写付款申请单，经部门负责人审批后，向公司财务部提交付款申请单，申请按期向新华社公众号、电动邦等媒体预付媒体

广告资源费。

②公司财务部根据合同约定期限、预付款项金额，按照会计准则规定确定摊销金额、摊销期限等摊销方法，据此确认媒体广告资源采购成本。

## **2、流量引入业务**

### **（1）保证收入确认准确性的方法**

流量引入业务中，发行人的收入确认依据为百度供应商平台（SSP）提供的对账单。对账单数据来源为百度业务平台统计的数据记录，百度业务平台根据广告曝光量等广告效果数据，结合每日的动态定价，计算确定广告服务费金额。

具体执行流程如下：

①公司无线广告部将客户平台发布的对账单和客户平台开放的业务统计数据进行审核，核对无误后作为结算依据。

②公司无线广告部向财务部提交广告服务费对账单，申请开具发票并与客户进行结算、收款。

③公司财务部每月将收款情况通报无线广告部，并督促无线广告部催收服务款，每月检查服务费回款情况。

### **（2）保证成本核算准确性的方法**

流量引入业务成本为公司向渠道供应商支付的渠道推广服务费，确认依据为百度供应商平台（SSP）提供的对账单。流量引入业务对账单数据来源为百度业务平台统计的数据记录，由公司依据合同约定的分成比例确认结算金额，向供应商发起对账。

具体执行流程如下：

①无线广告部将客户平台发布的对账单和统计数据提供给供应商，双方确认无误后安排结算。

②无线广告部根据对账单和发票填写付款申请单，经部门负责人审批后，向公司财务部提交付款申请单和发票，申请与供应商进行结算、付款。

③财务部根据审批后的付款申请单等资料，并按合同约定的付款期限办理付款并在财务系统核算入账。

## **三、相关内控措施的健全及执行有效性**

1、发行人制定了《营销业务管理制度》，对合同审批与签订、信用管理、对

账、开具发票、收款等业务环节流程、职责分工、权限均作了明确规定。

2、发行人制定了《内容与服务类采购管理制度》，对合同审批与签订、对账、供应商开具发票、付款的申请和审批等业务环节流程、职责分工、权限均作了明确规定。

3、发行人制定了《财务会计制度》、《财务付款及费用报销制度》等制度，确保收入确认、成本核算准确完整。

4、此外，如前所述，发行人针对合作媒体代理业务及流量引入业务的收入确认和成本核算准确性制定了具体的工作执行流程。

综上，发行人合作媒体代理业务及流量引入业务相关内控措施健全，执行有效。

#### 四、中介机构核查业务真实性的程序、内容、依据及结论

##### 1、核查程序、内容及依据

(1) 内控测试：了解和评价合作媒体代理业务及流量引入业务的销售与收款及采购与付款相关的内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性。

(2) 查阅合同：查阅发行人与该项业务主要客户和供应商的交易合同，关注交易内容、定价依据、结算模式等主要合同内容。

(3) 函证：

①选取发行人报告期内各项业务的主要客户，函证各期交易发生的金额、发行人收款金额和各期期末往来款项余额。

具体发函金额、回函金额、发函金额及回函金额占各期收入的比例情况如下：

单位：万元

| 项目                | 2020 年           | 2019 年           | 2018 年           |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| 收入总额              | 51,166.60        | 25,842.24        | 21,014.29        |
| 发函金额              | 45,464.51        | 23,752.98        | 20,661.31        |
| <b>发函比例</b>       | <b>88.86%</b>    | <b>91.92%</b>    | <b>98.32%</b>    |
| 回函相符金额            | 40,815.56        | 17,818.71        | 20,138.13        |
| 回函不符但经替代性程序确认相符金额 | 539.85           | —                | —                |
| <b>回函总金额</b>      | <b>41,355.41</b> | <b>17,818.71</b> | <b>20,138.13</b> |
| <b>回函比例</b>       | <b>80.83%</b>    | <b>68.95%</b>    | <b>95.83%</b>    |

其中，2019 年收入回函比例为 68.95%，回函比例较低主要系腾讯云、国家电网、携程等客户未回函所致。2019 年腾讯云、国家电网、携程的销售收入合

计占比为 13.31%，受疫情影响且出具审计报告时间（2020 年 3 月）较早，上述客户未在审计报告出具日前回函，导致当年回函比例低于其他期间。中介机构对发行人 2020 年的财务报表进行审计时，对腾讯云和国家电网进行了函证，函证内容包括应收账款的期初余额、本期发生额、期末余额，腾讯云与国家电网的询证函均已回函。由于 2020 年询证函中的期初余额为 2019 年末的期末余额，故通过 2020 年的询证函也对国家电网和腾讯云 2019 年末的余额进行了认定。

报告期内，除 2020 年腾讯云及国家电网存在回函金额不符的情况，其余客户回函均相符。对于上述回函不符的情况，中介机构进一步核查其差异原因，经核查，差异主要是双方入账时间点差异所导致。截至本回复出具之日，发行人上述销售金额均已回款，与客户不存在对往来款项的结算纠纷。发行人严格按照收入确认原则和确认时点进行核算，收入确认会计处理恰当、准确，无需对回函不符事项进行财务调整。

对于未回函及回函不符的客户，中介机构执行了以下替代核查程序：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、期后回款等；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。经上述测试，未发现异常。

②选取发行人报告期内各项业务的主要供应商，函证各期交易发生的金额、发行人收付款金额和各期期末往来款项余额。

具体发函金额、回函金额、发函金额及回函金额占各期成本的比例情况如下：

单位：万元

| 项目     | 2020 年    | 2019 年    | 2018 年    |
|--------|-----------|-----------|-----------|
| 营业成本   | 39,250.76 | 16,845.54 | 12,993.76 |
| 发函金额   | 36,236.53 | 15,973.13 | 11,967.79 |
| 发函比例   | 92.32%    | 94.82%    | 92.10%    |
| 回函相符金额 | 33,917.39 | 15,973.13 | 11,597.17 |
| 回函比例   | 86.41%    | 94.82%    | 89.25%    |

报告期内，上述供应商回函均相符，未见差异，不存在异常。

（4）走访：选取发行人各项业务主要的客户及供应商，对其进行实地走访或视频访谈，报告期各期对发行人客户走访的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 2020 年 | 2019 年 | 2018 年 |
|----|--------|--------|--------|
|----|--------|--------|--------|

| 项目         | 2020 年    | 2019 年    | 2018 年    |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 收入总额       | 51,166.60 | 25,842.24 | 21,014.29 |
| 对走访客户的销售金额 | 35,654.63 | 20,751.57 | 19,933.44 |
| 走访比例       | 69.68%    | 80.30%    | 94.86%    |

报告期各期对发行人供应商走访的比例如下：

| 项目          | 2020 年    | 2019 年    | 2018 年    |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| 营业成本        | 39,250.76 | 16,845.54 | 12,993.76 |
| 对走访供应商的采购金额 | 24,595.50 | 14,144.79 | 12,267.99 |
| 走访比例        | 62.66%    | 80.30%    | 94.86%    |

走访过程中，中介机构主要关注了：

- ①客户及供应商的基本情况，包括成立时间、营业规模、业务经营条件等；
- ②与发行人的合作起源，包括接洽途径、开始合作时间，合作内容等；
- ③与发行人的结算模式、信用政策等；
- ④采购或销售的产品种类、金额、占比及价格等；
- ⑤与发行人是否存在纠纷及诉讼情况；
- ⑥与发行人是否存在关联关系。

通过上述走访核查，中介机构确认发行人与其主要客户及供应商交易真实，不存在关联关系，不存在异常交易或资金往来，不存在利益输送等异常情况。

（5）核查收入确认依据：针对流量引入业务，进入主要客户百度的供应商平台（SSP），以发行人的账号、密码进行登录后，抽查报告期内供应商平台（SSP）显示信息与发行人收入确认金额、期间一致。

（6）细节测试：分析性复核的基础上，从销售（采购）台账中选取样本，检查与收入及成本确认相关的销售（采购）合同、结算单、银行收（付）款单据、发票等，确认发行人收入确认和成本核算依据是否充分，交易金额、交易内容、交易对方等信息是否一致。

（7）业务数据和财务数据匹配性分析：对合作媒体代理业务，获取广告投放业务台账，分析业务数据（广告投放次数）和财务数据（销售金额）的匹配性；对自有媒体代理业务，获取发行人与客户对账单确认的曝光量和结算金额，分析业务数据（曝光量）和财务数据（销售金额）的匹配性；对流量引入业务，获取发行人与客户对账单确认的曝光量和结算金额，分析业务数据（曝光量）和财务数据（销售金额）的匹配性。

(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、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。

(9) 主要客户、供应商情况核查：比对分析主要客户、主要供应商的业务范围、经营规模与其向发行人的采购/销售内容及采购/销售规模的匹配性。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人合作媒体代理业务及流量引入业务真实、收入确认及成本核算准确。

## 五、对移动营销业务波动的风险提示

发行人在《招股说明书》“重大事项提示”之“二、特别风险提示”之“(二) 公司特别风险”之“5、移动营销业务波动风险”和“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“(八) 移动营销业务波动风险”中对移动营销业务波动进行风险提示补充披露如下：

“报告期内，公司移动营销业务的收入、毛利金额及占比情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2020 年   |       | 2019 年   |        | 2018 年   |        |
|----|----------|-------|----------|--------|----------|--------|
|    | 金额       | 占比    | 金额       | 占比     | 金额       | 占比     |
| 收入 | 1,657.45 | 3.24% | 3,516.24 | 13.61% | 2,248.68 | 10.70% |
| 毛利 | 565.07   | 4.76% | 1,121.72 | 12.47% | 472.33   | 5.89%  |

报告期内，移动营销业务的收入、毛利占比均较小，2020 年移动营销业务的收入和毛利占比均在 5% 以下，属于公司其他主营业务的补充。一方面，2020 年全球爆发新冠肺炎疫情对互联网广告市场造成较大影响，使得移动营销行业整体业绩有所萎缩，市场需求下降，公司 2020 年移动营销服务收入下降；另一方面，公司其他主营业务规模较大、增长较快。

2017 年 10 月，公司与新华新媒签订《合作协议》，成为新华社公众号广告资源的独家代理；2019 年 12 月，交易双方协商修改原合作协议，公司从独家代理变更为一般代理。公司从独家代理变更为一般代理后，将面临更多的同行业公司的竞争，移动营销业务市场份额可能下降，可能导致该类业务的收入下滑，对公司该业务的经营产生不利影响。

近些年来移动营销行业的运营模式、传播渠道等行业生态变化较快，公司

需持续根据市场变化调整。同时，受疫情和宏观经济环境景气度等因素影响，2020年以来移动营销行业发展规模增速放缓。未来公司仍将不断调整经营策略、持续发展移动营销业务。如果疫情继续在全球范围内蔓延且持续较长时间，移动营销行业整体发展较缓，或者公司不能根据行业结构变换，快速调整业务模式，公司移动营销业务将面临较大波动风险，可能在一段时间内保持收入和毛利规模较小的情况，随着公司其他业务的增长，公司移动营销业务的收入和毛利占比可能继续呈下降趋势。”

#### 【补充披露情况】

以上内容发行人已在《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”和“第七节 公司治理与独立性”之“四、发行人内部控制制度情况”之“（三）各业务类型的收入及采购成本依据的数据及数据来源、数据生成的相关内部控制及控制有效性”中补充披露。

#### 【申报会计师核查】

##### 一、对报告期发行人主要股东收到大额现金分红用途的核查情况。

##### 1、主要股东收到大额现金分红用途

报告期内，持有发行人 5%以上股份的主要股东为李征、陈坤及新余永奥投资管理中心（有限合伙）。上述股东收到大额现金分红用途如下：

##### （1）新余永奥投资管理中心（有限合伙）

报告期内，新余永奥投资管理中心（有限合伙）收到发行人现金分红 1,737.58 万元，上述现金分红继续分配至其股东李征、陈坤。

##### （2）李征

报告期内，李征直接收到发行人现金分红 5,018.64 万元，上述现金分红除用于个人消费及向家人及朋友转账外，剩余款项均用于购买银行理财产品。

报告期内，其用于个人消费及向家人及朋友转账金额如下：

| 期间   | 2020 年 | 2019 年 | 2018 年 |
|------|--------|--------|--------|
| 个人消费 | 205.32 | 142.51 | 201.27 |
| 转账   | 17.30  | 22.10  | 31.83  |

##### （3）陈坤

报告期内，陈坤直接收到发行人现金分红 3,880.84 万元，上述现金分红除

用于个人消费及向家人及朋友转账外，剩余款项均用于购买银行理财产品。

报告期内，其用于个人消费及向家人及朋友转账金额如下：

| 期间   | 2020 年 | 2019 年 | 2018 年 |
|------|--------|--------|--------|
| 个人消费 | 145.65 | 185.34 | 226.89 |
| 转账   | 24.50  | 7.55   | 9.00   |

## 2、核查程序

中介机构访谈了发行人主要股东，了解其收到现金分红后的使用情况；获取了主要股东出具的《关于提供银行账户信息完整的承诺》及其主要银行出具的账户信息清单；获取并查阅了主要股东报告期内所有银行账户的资金流水明细，检查超过 5 万元的所有交易，了解相关交易背景并获取与其相关的合同、与转账人关系的说明等资料，并对上述资金流水进行分类统计分析，确认发行人主要股东收到大额现金分红后的用途。

## 3、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，李征、陈坤收到现金分红后，除用于个人消费及向家人及朋友转账外，剩余款项均用于购买银行理财产品；新余永奥投资管理中心（有限合伙）收到现金分红后，将该款项继续分红至其股东李征、陈坤。发行人主要股东收到大额现金分红后的用途合理，不存在异常情况，不存在代发行人垫付成本费用或进行利益输送的情况。

**二、对发行人增值电信业务及移动营销业务相关信息系统进行审计的核查情况，及关于发行人的信息系统审计是否符合《首发业务若干问题解答》规定。**

### 1、发行人使用业务系统进行财务核算的基本情况

#### (1) 移动营销业务

发行人移动营销业务主要包括媒体代理业务及流量引入业务。

媒体代理业务方面，公司与媒体平台签订协议，以媒体代理价格采购媒体资源，同时将代理的媒体资源匹配合适的广告主投放需求，根据具体广告位投放数量、时间及合同约定单价向广告主收取费用。该类业务属于传统的展示类营销业务，不涉及发行人自身业务信息系统的运营与管理。

流量引入业务方面，公司将百度等客户的广告推广链接进行分发推广，为百度等客户引入中小渠道流量资源，从而增加百度等平台的访问次数和来源途径，最终提升其广告曝光量和转化率。在上述业务过程中，发行人主要为客户进行广

告资源分发，业务运行由客户平台执行，业务数据亦不经过发行人的业务系统。

综上，发行人移动营销业务的开展不依赖于自身信息系统，不需进行专项的信息系统审计核查程序。

## **（2）增值电信业务**

### **①系统基本情况**

公司增值电信业务主要依托于增值电信服务平台（无线业务管理平台），系公司研发的业务管理平台，应用软件由公司信息技术团队负责运行维护，包括系统的变更、优化升级及 BUG 修复等。目前更新至 2.0 Version 版本，系统采用 B/S 架构，分为应用层、数据层，主要由娱乐业务管理、语音业务管理、互联网支付业务管理、账单管理、系统控制、报警配置、常规管理等模块组成，提供信息交互类业务、话费结算业务等业务的消费记录查询与统计、渠道数据统计等一系列的管理服务。

增值电信业务相关财务处理主要使用金蝶 KIS 云专业版，为外购系统，第三方供应商负责软件的日常运维工作。系统采用 C/S 架构，分为应用层和数据层，为企业提供财务会计、总账、出纳、固定资产管理、报表管理等一系列与围绕财务核算与管理为核心的财务信息化工具。

### **②平台基本情况**

信息交互类业务：公司根据运营商的业务需求，定制化地设计满足终端用户在社交、体育、旅游、娱乐等方面的产品，经过竞标后，根据投标方案，与运营商共同开发产品，经双方验收合格后，形成产品交付运营商上线，公司再通过各供应商合作渠道对相关产品推广，终端用户通过使用语音交互流程产生付费行为。公司主要通过语音服务平台协议（VSPP）完成 VSP（语音服务平台）与 SP（服务提供商）之间为实现业务请求和业务应答的通讯和数据传输功能。当终端用户通过 12590 拨打运营商语音服务请求时，运营商基于 VSPP 协议通讯网关实现同 VSP 平台的通信，将请求传递至公司，公司接受到运营商传输的拨打请求后，调用相应服务。同时，增值电信服务平台记录拨打的开始时间；终端用户收听语音内容，运营商开始计费；终端用户挂机，通过挂机包停止播放语音并停止计费；增值电信服务平台记录挂机时间，根据挂机与拨打开始时间之间的时间差，计算出语音服务总拨打秒数、总拨打分钟数，依据运营商产品计费标准（业务 ID），计算出

每个手机号每次服务的信息费。运营商根据收费情况与公司进行结算，公司根据运营商的传输记录与渠道商进行结算。

话费结算业务发生过程中，交易数据处理不通过增值电信服务平台，主要业务流程为：公司经过竞标后，获取运营商分配的话费计费代码，将其封装到 SDK 中，完成软件包开发。经双方验收合格后，公司通过各供应商合作渠道对相关产品进行推广，终端用户通过各种消费场景进行话费结算产生消费行为。在此项业务中，发行人增值电信服务平台不进行数据处理，只接收运营商平台实时传输的数据记录。

### ③财务核算基本情况

增值电信业务的收入核算不依托于增值电信服务平台，运营商根据收费情况与公司进行结算，公司根据运营商的传输记录与渠道商进行结算。增值电信服务业务的成本核算需依托增值电信服务平台，依据其统计的运营商返回的收费记录作为确认成本的基础数据，具体流程如下：公司增值电信服务平台系统依据运营商返回的终端手机每次消耗的信息费作为与供应商结算的依据，每月运营人员按业务期间、合作方 ID（核算主体）、渠道标识（合作的供应商）、已确认等条件，从增值电信服务平台提取与各供应商结算的信息费，再结合与运营商、供应商的分成比例，运营人员手工计算出与各供应商结算金额，经供应商对账确认后，由财务人员手工记录增值电信服务业务成本。

## 2、中介机构核查程序

申报会计师利用信息系统审计专家对发行人的增值电信服务平台系统执行了 IT 审计程序，具体情况如下。

### （1）核查方式及核查过程（系统及数据可靠性验证）

#### ①增值电信服务业务信息系统一般控制测试的核查过程（系统一般控制可靠性专项核查）

针对公司 IT 治理及管理、数据中心及网络运行、安全管理、系统开发及变更等流程的控制实施设计及运行测试，检查对象包括操作系统、应用系统、数据库、网络等，通过现场检查、访谈及抽样方式的方式以验证信息技术一般控制设计及执行的有效性。测试内容包括但不限于以下内容：

#### A. IT 治理及管理

通过访谈及抽样检查的方式复核公司信息技术治理及管理控制流程设计及执行有效性。公司建立了信息技术部,主要负责运维增值电信业务相关信息系统,技术部设置了1名技术总监,总管技术工作,同时配备了6名技术人员,包括开发人员、网络运维人员、数据库管理人员等。同时,公司制定了《技术部岗位职责说明书》、《研发部管理制度》、《备份制度》、《软件变更管理制度》、《软件开发管理制度》、《信息系统账号管理制度》、《远程访问管理制度》等,为信息系统的购置、运维、安全、开发及变更等行为提供了指引及规范。IT 审计团队通过访谈及抽样检查的方式复核公司信息技术治理及管理控制流程设计的合理及执行有效性。

#### B. 数据中心及网络运行

机房物理环境管理: 公司主要业务服务器及相关网络设备部署在托管机房,主要为移动 IDC 机房及北京世纪互联 M6 数据中心机房。检查机房物理环境,并通过访谈及抽样检查的方式复核机房的访问控制和监督管理,以验证计算机物理环境及其访问控制是否足以支持设备的稳定、持续运行,确保信息系统正常运作。

数据备份管理: 公司关键业务系统使用 sql server 数据库,并通过数据库定时作业及 shell 脚本执行自动备份,并对业务数据通过发布订阅方式执行了实时同步;同时,对历史业务数据进行了手工转储操作。IT 审计团队通过访谈、现场检查及抽样的方式复核关键业务系统数据备份控制流程设计及执行有效性,从而验证公司历史业务数据的留存是否完整及连续。

#### C. 访问安全管理

通过查看公司网络拓扑、网络配置、访问控制策略等了解公司网络安全管理,并通过查看防火墙、VPN 等相关网络安全设备的配置及相关记录,验证公司网络安全管理的有效性。

#### D. 应用系统、操作系统及数据库的授权管理及账户权限(包括各层级数据浏览或修改权限)

通过访谈、查看及抽样检查等方式了解系统(OS、DB 及 AP)授权管理流程,并通过抽样检查授权流程是否得到有效执行,关键账户、特别是数据库直接访问账户职责权限是否有效分离并得到有效的监督及管理,以降低因存在超权限用户而造成的通过信息系统或后台数据库修改数据等风险行为。

## E. 系统开发及变更管理

通过访谈了解公司系统开发及变更管理控制流程，及开发变更过程中人员职责分离原则；并通过抽样复核开发变更管理流程是否有效执行，以最大限度地降低系统中断、确保系统准确、完整和有效地处理和记录业务及财务信息。

## ②增值电信服务业务的应用控制测试

识别相关信息系统的自动控制（Automated Control）、半自动控制（Automated+Manual Controls）及手工控制（Manual Controls）流程。

## ③增值电信服务收入相关数据的辅助核查过程

A. 自增值电信服务平台系统后台获取报告期内抽样月份所需明细数据，以及合作方 ID、与运营商约定的分成比例等数据，运用 CAATs(计算机辅助审计技术) 针对增值电信服务收入执行运营商收取的信息费重新计算，以辅助验证运营商出具的增值电信服务收入账单金额的完整性及准确性；

B. 检查增值电信服务财务收入确认逻辑，并获取报告期内抽样月份的财务账数据，执行核对以辅助验证财务报表中增值电信服务收入的准确性。

## ④增值电信服务成本相关数据的辅助核查过程

A. 自增值电信服务平台系统后台获取报告期内抽样月份所需明细数据，自系统前台获取报告期内抽样月份所需的供应商结算汇总（总资费、总个数、总分钟等）数据，以及业务 ID、合作方 ID、渠道方 ID 等数据，运用 CAATs(计算机辅助审计技术) 针对增值电信服务成本执行运营商收取的信息费重新计算，以验证增值电信服务平台系统中信息费的准确性；

B. 检查与供应商结算金额确认逻辑，并获取与供应商约定的分成比例，以及与供应商约定的结算标准，执行结算金额重新计算以验证与供应商结算金额的准确性；

C. 检查增值电信服务财务成本确认逻辑，并获取报告期内抽样月份的财务账数据，执行核对以验证财务报表中增值电信服务成本的准确性；

D. 运行从增值电信服务平台的后台获取的明细数据，并与前台获取的供应商结算汇总数据核对，以验证后台明细数据与前台汇总数据的一致性。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人移动营销业务的开展不依赖于信息系统，不需进行专项的信息系统审计核查程序；发行人增值电信服务收入及成本核算的

基础数据部分或全部依赖发行人自有系统即增值电信服务平台 2.0，在 ITGC、数据测算及分析过程均未发现影响财务和业务数据的信息系统重大缺陷，增值电信服务系统为发行人实现业务流程及财务报表核算提供了必要保障。中介机构关于发行人的信息系统审计符合《首发业务若干问题解答》规定。

### 三、其他核查程序

1、走访发行人主要客户及主要新增客户，了解发行人与主要客户及主要新增客户的合作历史、合作内容、业务背景及订单获取方式，与客户确认是否存在商业贿赂、利益输送等不正当商业竞争的行为。

2、对发行人主要客户及主要新增客户的销售情况进行检查，获取销售合同、记账凭证、发票、银行回款单据并统计上述客户报告期各期的回款情况。

3、通过公开信息查询主要新增客户东信易通的股东构成、经营范围及业务发展计划，分析发行人向上述客户销售内容及销售规模的合理性。

4、查阅报告期各期发行人各项服务的销售明细，结合对各项服务前五大客户的销售规模进行变动分析，分析 2020 年发行人主营业务收入大幅增长的原因。

5、获取同行业可比公司的收入确认具体时点，评价发行人收入确认时点是否符合准则要求，与同行可比上市公司相比收入确认时点是否一致。

6、结合对发行人业务负责人访谈、主要客户走访、查阅合同和结算单等方式，了解发行人各项业务的业务模式及与客户的结算情况。

7、获取报告期内发行人增值电信服务中，运营商出具的计费账单和发行人业务系统记录数据，并将上述数据进行计算比对，确认增值电信服务的收入核减情况。

8、获取报告期内发行人移动信息化服务、移动营销服务、技术开发服务的销售明细，对主要客户的销售合同、结算单、银行收款单据、发票等资料进行核查，确认不存在收入核减或对结算金额存在异议的情形。

### 四、核查意见

#### 1、问题（1）

经核查，申报会计师认为：2020 年发行人由于移动信息化业务的爆发式增长带动全年营业收入大幅增长。其中发行人移动信息化服务收入规模较 2019 年大幅增长是由于原有客户需求量的快速增长及对新客户的持续开发。发行人各项业务的前五大客户向发行人采购的内容及规模具备合理性，不存在异常，2020

年发行人营业收入大幅增长具备合理性。

## 2、问题（2）

经核查，申报会计师认为：发行人增值电信服务在次月取得结算单据后确认收入更为可靠准确，发行人增值电信服务业务在业务发生次月确认收入符合行业惯例，符合企业会计准则规定。

## 3、问题（3）

经核查，申报会计师认为：增值电信服务中，运营商未向发行人提供收入核减情况的明细，发行人增值电信服务收入核减金额即为“运营商计费账单金额”与“交易数据对应金额”的差异金额，报告期内发行人增值电信服务收入核减比率均在 5%以内，用户退款等收入核减情形对发行人增值电信服务收入的影响较小；其他业务不存在收入核减情况。

## 4、问题（4）

经核查，申报会计师认为：发行人合作媒体代理业务及流量引入业务已建立有效的内控措施和工作流程，保证业务收入确认及成本核算的准确性，内控措施已得到有效执行。中介机构关于上述业务真实性的核查程序和依据充分，经核查发行人上述业务真实合理、核算准确。

(此页无正文，为北京挖金客信息科技股份有限公司容诚专字[2021]号100Z0107 报告之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师(项目合伙人):



中国注册会计师:

陈君



中国注册会计师:

成立卿



2021年3月1日