创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

蜂助手股份有限公司

FENGZHUSHOU CO., LTD.

（广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼自编 2301-2341 房）

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（申报稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

光大证券股份有限公司
EVERBRIGHT SECURITIES CO., LTD.

（上海市静安区新闸路 1508 号）

重要声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	本次发行股票数量不超过 4,240.00 万股，且同时不少于本次发行后股份总数的 25%，本次发行股份全部为公开发行新股，不涉及公司股东公开发售股份。公司公开发行新股数量的最终数量，由股东大会授权公司董事会与保荐人（主承销商）根据中国证监会、深圳证券交易所等机构的相关规定，在遵循前述原则的基础上协商确定。
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元/股
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块：	深圳证券交易所创业板
发行后总股本：	【】万股
保荐人、主承销商：	光大证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下事项：

一、本次发行相关各方作出的重要承诺

发行人、股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的各项重要承诺未能履行承诺的约束措施的具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“四、相关承诺事项”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

二、本次发行上市后公司的利润分配政策

经公司股东大会决议通过，本次公开发行 A 股股票成功后，公司公开发行股票前滚存未分配利润由首次公开发行股票完成后的新老股东按其所持股份共同享有。公司发行上市后的股利分配政策具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配及发行前滚存利润安排”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

三、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

（一）创新风险

公司所处的互联网数字化虚拟商品服务行业是当前技术发展和模式创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。若公司未来在把握移动互联网行业变革方向上出现偏差，或者公司的技术开发和研发创新不能及时跟进市场快速变化的需求，不能持续为客户提供更加优化的、获得市场认可的服务及解决方案，则公司可能难以保持目前优势的市场竞争地位，将对公司市场份额、持续经营能力产生不利影响。

此外，公司正逐步将业务板块向物联网应用领域延伸，公司如果对物联网相关技术、产品及市场发展趋势的把握不当，导致关键技术开发方向出现偏差，可

能面临产品创新及服务创新无法获得市场认可的风险，将对市场竞争力及未来业绩成长性产生不利影响。

（二）技术升级迭代风险

技术升级迭代是公司实现可持续发展的重要手段。在发展过程中，公司的数字化商品业务平台、物联网流量管理系统、基础业务平台等需要不断的技术升级迭代来进行优化，以不断提升用户体验、满足市场需求，强化自身的核心竞争力。如果未来公司不能及时跟进技术发展趋势，对技术研发做出合理安排或升级，并相应更新系统、优化算法，将导致公司的技术水平无法持续满足客户要求，则公司将面临被竞争对手赶超，或者核心技术发展停滞甚至被替代的风险。

（三）重要服务或业务的经营业绩风险

公司自成立以来一直致力于成为国内领先的数字化虚拟商品综合运营服务提供商，报告期内，通用流量运营服务、视频权益融合运营服务及分发运营服务收入合计占营业收入比重分别为 93.07%、77.79%、84.68%和 83.96%，与公司的整体经营业绩具有较强的相关性。

公司通用流量运营服务收入与运营商通用流量相关政策及市场环境密切相关，若相关政策及市场环境发生不利变化，对公司通用流量运营服务收入将产生较大不利影响。受“提速降费”政策影响，2018 年通用流量运营市场受到冲击，公司通用流量运营业务收入 2018 年较 2017 年同比下降 54.10%；2019 年 8 月，三大运营商先后发布全面停售不限量套餐，通用流量运营市场回归稳定向好发展，公司通用流量运营业务收入 2019 年较 2018 年增长 28.32%，2020 年 1-6 月较 2019 年同期增长 55.68%。若未来政府有关部门持续大力推行“提速降费”政策，导致运营商再次推出“不限量套餐”或进入流量价格战等情形，将可能对公司未来通用流量运营业务的经营业绩及盈利稳定性产生不利影响。此外，公司通用流量运营服务目前主要面向企业集团客户采购，面向终端消费者的直接销售占比较低。未来若公司主要合作的企业集团客户需求发生变化，或者公司提供的流量交易价格、用时、成功率无法满足其预期的采购要求，企业集团客户的交易量将可能有所下降，或者企业集团客户销售毛利率出现大幅下滑，则可能对公司通用流量运营业务未来的经营业绩产生不利影响。

公司视频权益融合运营服务自 2018 年推出后业务收入规模迅速提升，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司视频权益融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，2019 年较 2018 年增长 255.46%，成为公司盈利增长的主要原因之一。公司视频权益融合运营服务业务的持续稳定发展，一方面需要与电信运营商保持持续良好的合作关系，向其供应视频会员权益产品并提供技术及运营支撑服务，另一方面需要持续获得网络视频商对公司在约定运营商区域开展销售活动的代理授权。若未来网络视频行业出现市场萎缩、需求缩减，导致运营商用户对视频会员权益的需求减少，将可能对公司融合运营服务业务的经营业绩造成不利影响。此外，若**未来运营商与网络视频商双方之间直接合作而不采用融合服务商或代理商，**公司未来不能持续性获取网络视频商在运营商渠道的代理授权，不能继续维持与运营商在视频融合产品业务上的持续合作关系，或者视频会员购销差价或服务分成收入降低，将可能对公司未来融合运营服务业务的经营稳定性产生不利影响。

公司分发运营服务收入主要与公司所分发的 APP 应用的受欢迎的程度、APP 应用开发者或发行商的资金实力、推广力度有关。报告期内，公司分发运营业务收入分别为 9,208.40 万元、7,402.06 万元、7,561.99 万元和 4,114.88 万元，因 APP 推广资源不同导致分发运营服务收入出现波动。若公司未来所承接的 APP 分发项目资源减少、APP 受欢迎程度下降、应用开发者或发行商的资金实力、推广力度降低，或者应用分发市场环境发生重大不利变化，将可能对公司分发运营服务收入及盈利产生不利影响。

（四）市场竞争风险

近年来，在日益增多的市场机会及卓越的行业前景吸引下，越来越多的企业进入本行业，公司创新的商业模式有可能被其他公司复制或效仿，并导致该领域的竞争加剧。公司若不能适应愈发激烈的市场竞争，把握移动互联网行业变革发展的方向、掌握行业客户及终端消费者快速变化的需求，持续开发符合行业变化动态的服务或解决方案，公司可能失去目前的行业地位，从而面临被众多竞争对手超越的风险，对公司的市场份额及盈利能力可能产生不利影响。此外，物联网下游市场参与者竞争较为充分，若公司不能尽快占据细分入口的领先优势，拓展优质客户并建立深入的合作关系，待更多实力更强的竞争者进军该领域，公司可

能面临市场入口被抢占的不利局面，对市场开拓及未来业绩产生不利影响。

（五）安全运营风险

由于数字化虚拟商品在形态上均以电子形式代表特定权益，终端消费者据此可以享受相应服务，因此相关代码一经泄露，产品即有失效的可能，要求对业务处理信息、数据交换信息、客户数据等保证绝对安全和保密，因此网络信息安全及资金安全尤为重要。若公司未来业务运营环境的硬件计算资源、存储资源、网络资源、防火墙、容器化能力、灾备能力不能够为业务系统安全稳定运行提供支撑作用，公司在业务开拓和经营过程中面临计算机软硬件故障、系统遭到黑客攻击等数据安全受到威胁的情形，则可能会对公司正常经营造成不利影响。

（六）资金短缺风险

公司主要从事基于互联网的数字化虚拟商品综合服务，有着较大的资金需求。目前公司每年的订单交易量维持在数亿级的水平，公司需要向数字化虚拟商品供应商支付大量预存款，亦需要大量资金投入技术研发及 IT 基础设施来提高公司平台的功能性及可靠性，公司业务的扩张需要持续的营运资金流入。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-1,080.04 万元、351.96 万元、-935.61 万元和 2,459.24 万元，如果公司不能及时获得外部资金有力支持或者重要客户无法按时支付回款，公司的现金流可能受到重大不利影响，将可能影响公司的业务持续快速发展。

（七）应收账款发生坏账引致的风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 9,214.09 万元、12,198.30 万元、22,182.95 万元和 17,118.74 万元，占期末总资产比例分别为 48.11%、32.74%、42.37%和 31.34%，是公司资产的重要组成部分。如果应收账款不能收回，对公司资产质量以及财务状况将产生较大不利影响。报告期内，公司应收账款余额较大的原因系：公司直接为电信运营商提供服务，并通过供货合作商间接为众多银行、保险等大中型企业集团提供服务，上述企业集团客户一般执行严格的预算管理制度，受资金预算安排以及付款审批程序的影响，客户付款周期较长，导致公司及供货合作商应收账款回款周期较长。虽然公司所服务的客户大部分信誉良好，但如果未来公司客户财务状况发生剧烈恶化或宏观经济出现大幅下滑，公司存在

一定的应收账款发生坏账的风险。

目 录

重要声明 1

发行概况 2

重大事项提示 3

一、本次发行相关各方作出的重要承诺 3

二、本次发行上市后公司的利润分配政策 3

三、特别风险提示 3

目 录 8

第一节 释义 13

一、一般释义 13

二、专业术语 16

第二节 概览 18

一、公司简介 18

二、本次发行概况 18

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 20

四、发行人的主营业务经营情况 20

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 22

六、发行人选择的具体上市标准 25

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 26

八、募集资金用途 26

第三节 本次发行概况 27

一、本次发行的基本情况 27

二、本次发行的有关当事人 28

三、公司与本次发行有关中介机构关系 29

四、本次发行上市的重要日期 29

第四节 风险因素 1

一、创新风险 30

二、技术风险 30

三、经营风险.....31
四、内控风险.....34
五、财务风险.....35
六、法律风险.....36
七、发行失败风险.....37
第五节 公司基本情况.....38
一、公司基本情况.....38
二、公司设立及整体变更的情况.....38
三、公司重大资产重组情况.....58
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况.....58
五、公司的股权结构及组织机构.....59
六、公司控股子公司、参股公司及分公司情况.....60
七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....84
八、公司股本情况.....95
九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况.....102
十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....108
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系情况.....109
十二、本公司董事、监事的提名和选聘情况.....109
十三、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议或合同.....111
十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持股份质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形.....111
十五、最近 2 年内董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的变动情况.....111
十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况.....112
十七、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份的情况.....113
十八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬、福利安排.....114
十九、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况.....116

二十、公司员工情况.....124
第六节 业务和技术.....127
一、发行人主营业务、主要产品或服务及设立以来的变化情况.....127
二、发行人所处行业的基本情况.....188
三、发行人销售情况和主要客户.....237
四、发行人采购情况和主要供应商.....284
五、发行人主要固定资产和无形资产等资源要素.....310
六、发行人核心技术和技术研发情况.....345
七、发行人境外经营情况.....355
第七节 公司治理与独立性.....356
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....356
二、特别表决权股份或类似安排情况.....358
三、协议控制架构情况.....358
四、公司管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的评估以及会计师对本公司内部控制的审核报告.....358
五、公司报告期内违法违规行为情况.....358
六、公司报告期内资金占用和对外担保的情况.....360
七、公司的独立持续经营能力.....360
八、同业竞争情况.....362
九、关联交易情况.....363
十、报告期内关联方的变化情况.....389
第八节 财务会计信息与管理层分析.....391
一、最近三年及一期的财务报表.....391
二、注册会计师审计意见类型、关键审计事项及重要性水平.....395
三、财务报表编制基础、合并财务报表范围.....399
四、报告期内采用的有重大影响的主要会计政策和会计估计.....400
五、重要会计政策、会计估计的变更及其影响.....429
六、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率.....431
七、分部信息.....433

八、经会计师鉴证的非经常性损益明细表.....434
九、最近三年及一期的主要财务指标.....435
十、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标分析....436
十一、经营成果分析.....439
十二、资产质量分析.....540
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....594
十四、重大资本性支出分析.....616
十五、会计报表附注中的资产负债表日后、或有事项及其他重要事项....617
十六、审计基准日后的主要财务信息和经营情况.....617
十七、发行人盈利预测情况.....622
十八、关于发行人 IT 审计情况的说明.....622
第九节 募集资金运用与未来发展规划 631
一、募集资金运用概况.....631
二、募集资金投资项目情况介绍.....632
三、董事会对募集资金投项目可行性的分析意见及募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据.....645
四、募集资金运用对公司经营及财务状况的影响.....647
五、未来发展与规划.....648
六、关于公司业务发展规划实施和目标实现情况的说明.....654
第十节 投资者保护 655
一、投资者关系的主要安排.....655
二、股利分配及发行前滚存利润安排.....656
三、发行人股东投票机制的建立情况.....659
四、相关承诺事项.....660
第十一节 其他重要事项 677
一、重大合同.....677
二、对外担保情况.....681
三、重要诉讼、仲裁事项.....681

第十二节 有关声明 685
发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明 685
保荐人（主承销商）声明 687
发行人律师声明 690
会计师事务所声明 691
资产评估机构声明 692
验资机构声明 693
第十三节 附件 696
一、附件 696
二、查阅地点和查阅时间 696

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有说明，下列简称具有如下含义：

一、一般释义

公司、本公司、股份公司、蜂助手、蜂助手股份	指	蜂助手股份有限公司，曾用名“广东蜂助手网络技术股份有限公司”
蜂助手有限、蜂帮手	指	公司前身广东蜂助手网络技术有限公司，曾用名“广州蜂帮手网络科技有限公司”
广州零世纪	指	广州零世纪信息科技有限公司，公司全资子公司
广州助蜂	指	广州助蜂网络技术有限公司，公司全资子公司
成都助蜂	指	成都助蜂网络技术有限公司，公司全资子公司
东莞蜂联	指	东莞市蜂联电子科技有限公司，公司全资子公司
南京智科	指	南京智科物联技术有限公司，公司全资子公司
深圳网诚	指	深圳网诚网络技术有限公司，公司全资子公司
前海同益	指	深圳前海同益网络技术有限公司，公司全资子公司
汉鼎蜂助手	指	广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司，公司控股 80%子公司
北京蜂助手	指	北京蜂助手技术有限公司，公司参股公司
深圳迪讯飞	指	深圳市迪讯飞科技有限公司，公司参股公司
广州极酷物联	指	广州极酷物联智能科技有限公司，公司参股公司
福建拜安尔	指	拜安尔（福建）网络科技有限公司，公司参股公司
成都暴风	指	成都暴风互动科技有限公司，公司参股公司
汉鼎信息、汉鼎宇佑、海峡创新	指	海峡创新互联网股份有限公司，系公司持股 5%以上股东，曾用名“汉鼎信息科技股份有限公司”、“汉鼎宇佑互联网股份有限公司”
蜂助手资产	指	赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙），系公司股东、公司员工持股平台、公司持股 5%以上股东，曾用名“广州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）”
助蜂资产	指	广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙），系赣州蜂助手有限合伙人、公司员工持股平台
广州诺为特	指	广州诺为特资产管理合伙企业（有限合伙），系公司持股 5%以上股东
华兴金汇	指	北京华兴金汇资本管理有限公司，系公司股东
杭州银湖	指	杭州银湖创新投资有限公司，系公司股东
南方媒体基金	指	广东南方媒体融合发展投资基金（有限合伙），系公司股东
南京翔云	指	南京翔云企业管理有限公司，系公司股东
兰平一号	指	共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东

睿泓天祺	指	睿泓天祺咸宁股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
睿坤津祥	指	睿坤津祥咸宁股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
宇然投资	指	深圳前海宇然投资有限公司，系公司股东
绍兴人之初	指	绍兴人之初电器有限公司，系公司股东
天风汇城	指	天风汇城（武汉）投资中心（有限合伙），曾系公司股东
天星资本	指	**北京天星资本股份有限公司，曾系公司股东**
天星江山	指	**北京天星江山投资中心（有限合伙），曾系公司股东**
1 号专项资产管理计划	指	**富诚海富通-恒宇天泽-天星资本新三板 1 号专项资产管理计划，曾系公司股东**
2 号专项资产管理计划	指	**富诚海富通-恒宇天泽-天星资本新三板 2 号专项资产管理计划，曾系公司股东**
广州流量圈	指	广州流量圈通信科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方
广州蜂云验证码	指	广州蜂云验证码网络科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方
广州磊鑫	指	广州磊鑫网络科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方
广州宇杰	指	广州市宇杰科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方
汉鼎博曜	指	杭州汉鼎博曜科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方
爱奇艺	指	百度公司旗下视频平台，北京爱奇艺科技有限公司
优酷	指	阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群下的视频平台，优酷信息技术（北京）有限公司
芒果 TV	指	湖南广电旗下唯一互联网视频平台，由湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司负责具体运营
中石化	指	中国石油化工集团有限公司
碧桂园	指	碧桂园控股有限公司
OPPO 手机	指	OPPO 广东移动通信有限公司
VIVO 手机	指	维沃移动通信有限公司
咪哒唱吧	指	广州艾美网络科技有限公司旗下自助迷你 KTV 产品
华为	指	华为技术有限公司
中国移动	指	中国移动通信集团有限公司**及其下属公司**
中国电信	指	中国电信集团有限公司**及其下属公司**
中国联通	指	中国联合网络通信集团有限公司**及其下属公司**
广东移动	指	中国移动通信集团广东有限公司
内蒙古移动	指	中国移动通信集团内蒙古有限公司
海南移动	指	中国移动通信集团海南有限公司
四川移动	指	中国移动通信集团四川有限公司
福建移动	指	中国移动通信集团福建有限公司

湖北移动	指	中国移动通信集团湖北有限公司
重庆移动	指	中国移动通信集团重庆有限公司
甘肃移动	指	中国移动通信集团甘肃有限公司
贵州移动	指	中国移动通信集团贵州有限公司
中移在线	指	中移在线服务有限公司
中移互联网	指	中移互联网有限公司
福建电信	指	中国电信股份有限公司福建分公司
广西电信	指	中国电信股份有限公司广西分公司
贵州电信	指	中国电信股份有限公司贵州分公司
甘肃电信	指	中国电信股份有限公司甘肃分公司
湖北联通	指	中国联合网络通信有限公司湖北省分公司
甘肃联通	指	中国联合网络通信有限公司甘肃省分公司
贵州联通	指	中国联合网络通信有限公司贵州省分公司
联通华盛	**指**	**联通华盛通信有限公司**
中域电讯	指	中域电讯连锁集团股份有限公司
高鸿股份	指	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司
彩讯股份	指	彩讯科技股份有限公司
通鼎互联	指	通鼎互联信息股份有限公司
号百控股	指	号百控股股份有限公司
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
登记机构	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
保荐人（主承销商）	指	光大证券股份有限公司
公司律师、律师、大成	指	北京大成律师事务所
会计师、大华、大华会计师事务所	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
本次发行	指	公司本次公开发行的每股面值为 1.00 元的不超过 4,240.00 万股人民币普通股的行为。
A 股	指	人民币普通股
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期、最近三年及一期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月
报告期各期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日

二、专业术语

移动互联网	指	是 PC 互联网发展的必然产物，将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。它是互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并实践的活动的总称
物联网	指	即“万物相连的互联网”（IoT，Internet of things），是互联网基础上的延伸和扩展的网络，将各种信息传感设备与互联网结合起来而形成的一个巨大网络，实现在任何时间、任何地点，人、机、物的互联互通
虚拟商品	指	电子商务市场中的数字产品和服务（专指可以通过下载或在线等形式使用的数字产品和服务），具有无实物性质，是在网上发布时默认无法选择物流运输的商品，可由虚拟货币或现实货币交易买卖的虚拟商品或者虚拟社会服务
数字经济	指	人类通过大数据（数字化的知识与信息）的识别、选择、过滤、存储、使用，引导实现资源的快速优化配置与再生、实现经济高质量发展的经济形态
网络视频商	指	互联网行业中提供免费或有偿视频流播放、下载服务的企业
流量	指	手机移动数据，记录一台手机上一个网页所耗的数据字节数
并发处理	指	又名并发计算，是一种程序计算的形式，在系统中，至少有两个以上的计算在同时运作，计算结果可能同时发生
粘性	指	通过易用性、通用性和实用性等特色，在用户使用后能让用户形成对相关产品的依赖性
智能终端	指	包括智能手机及其他，是具有独立的移动操作系统，可通过安装应用软件、游戏等程序来扩充手机功能，运算能力及功能均优于传统功能手机的一类手机
时延	指	数据从网络（或链路）的一端传送到另一端所需的时间。它是计算机网络的性能指标之一，网络中的时延包括发送时延（传输时延）、传播时延、处理时延、排队时延
宽带	指	在固定时间内可传输的数据量，即在传输管道中可以传递数据的能力
云服务	指	通过网络以按需、易扩展的方式获得所需服务
人工智能	指	研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
分布式架构	指	服务器端系统技术，使用多台服务器来协同完成计算任务
边缘计算	指	在靠近物或数据源头的一侧，采用网络、计算、存储、应用核心能力为一体的开放平台，就近提供最近端服务
机器学习	指	专门研究计算机怎样模拟或实现人类的学习行为，以获取新的知识或技能
云原生技术	指	基于云上应用而产生出有别于传统 IT 的技术
和包支付	指	中移电子商务有限公司开发的一款 APP，用户开通和包支付服务
Android	指	由谷歌公司开发的移动操作系统
APP	指	Application 的缩写，即智能手机、平板电脑或其他移动终端上的第三方应用程序
API	指	Application Programming Interface 的缩写，应用程序接口，指软件系统不同组成部分衔接的约定，实现提供应用程序与开发人员便捷地访问其他程序的能力
H5	指	第 5 代 HTML（超文本标记语言），也指用 H5 语言制作的数字产品，具有跨平台应用的显著优势，为下一代互联网提供了全新的框架和平台

CPE	指	客户前置设备（Customer Premise Equipment）是一种接收移动信号并以无线 Wi-Fi 信号转发出来的移动信号接入设备
OTT	指	Over The Top TV 的缩写，是指基于开放互联网的视频服务
2G	指	2rd-Generation 的缩写，即第二代移动通信技术
3G	指	3rd-Generation 的缩写，即第三代移动通信技术
4G	指	4rd-Generation 的缩写，即第四代移动通信技术
5G	指	5rd-Generation 的缩写，即第五代移动通信技术
DOU	指	Dataflow of usage 的缩写，电信行业表示平均每户每月上网流量
SDK	指	Software Development Kit 的缩写，即软件开发工具包，包括可被特定程序调用或嵌入的开发工具集合
GPS	指	全球定位系统（Global Positioning System）是一种以人造地球卫星为基础的高精度无线电导航的定位系统
GIS	指	地理信息系统（Geographic Information Systems）是多种学科交叉的产物，它以地理空间为基础，采用地理模型分析方法，实时提供多种空间和动态的地理信息
CPA	指	Cost Per Action 的缩写，是按投放实际效果计费的计价方式，即按发生特定行为（激活）来计费
CPS	指	Cost Per Sale 的缩写，是按销售额计费的计价方式，即以产生的销售金额进行分成
CPD	指	Cost per Download 的缩写，是按有效用户下载次数计费的计价方式
iOS	指	由苹果公司开发的移动操作系统
IDC	指	互联网数据中心。为互联网内容提供商、企业、媒体和各类网站提供服务器托管、空间租用、网络批发带宽等业务
PaaS	指	平台即服务（Platform-as-a-Service）把服务器平台作为一种服务提供的商业模式
SaaS	指	软件即服务（Software-as-a-Service）通过网络提供软件服务
IaaS	指	基础设施即服务（Infrastructure-as-a-Service），指把 IT 基础设施作为一种服务通过网络对外提供
Wi-Fi	指	无线局域网技术
APK	指	安卓应用程序包（Android application package）是 Android 操作系统使用的一种应用程序包文件格式
Appstore	指	iPhone、iPod Touch、iPad 以及 Mac 的服务软件
USB	指	是一个外部总线标准，用于规范电脑与外部设备的连接和通讯，是应用在 PC 领域的接口技术
PCIE	指	Peripheral Component Interconnect Express 的缩写，一种高速串行计算机扩展总线标准
NB-IoT	指	窄带物联网（Narrow Band Internet of Things）构建于蜂窝网络，只消耗大约 180kHz 的带宽，可直接部署于网络，以降低部署成本、实现平滑升级

本招股说明书任何表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、公司简介

（一）发行人基本情况			
中文名称	蜂助手股份有限公司	**有限公司成立日期**	2012 年 1 月 13 日
英文名称	FENGZHUSHOU CO., LTD.	**股份公司成立日期**	2015 年 9 月 24 日
注册资本	12,718.40 万元	**法定代表人**	罗洪鹏
注册地址	广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼自编 2301-2341 房	**主要生产经营地址**	广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼自编 2301-2341 房
控股股东	罗洪鹏	**实际控制人**	罗洪鹏
行业分类	互联网和相关服务	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	全国中小企业股份转让交易系统（股票代码：838789，挂牌时间：2016 年 9 月 2 日，终止挂牌时间：2018 年 4 月 25 日）
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	光大证券股份有限公司	**主承销商**	光大证券股份有限公司
发行人律师	北京大成律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	中瑞世联资产评估集团有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过4,240.00万股	**占发行后总股本比例**	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过4,240.00万股	**占发行后总股本比例**	**【】**
股东公开发售股份数量	0 万股	**占发行后总股本比例**	**【】**
发行后总股本	不超过 16,958.40 万股		
每股发行价格	**【】**元		

发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）		
发行前每股净资产	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）	**发行前每股收益**	【】元/股（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）	**发行后每股收益**	【】元/股（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按发行价除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用网下向股票配售对象询价配售和网上社会公众投资者资金申购定价发行相结合的方式，或采用中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合资格的创业板市场投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会、深圳证券交易所等监管部门另有规定的其他对象		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费由公司承担		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目		
	研发中心建设项目		
	智慧停车管理系统开发及应用项目		
	营销网络建设项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	【】万元 其中： 承销及保荐费用【】万元 审计及验资费用【】万元 律师费用【】万元 本次发行有关信息披露费用【】万元 发行手续费及材料制作费用【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】		
开始询价推介日期	【】		

刊登定价公告日期	**【】**
申购日期和缴款日期	**【】**
股票上市日期	**【】**

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

根据大华会计师事务所出具的“大华审字[2020] 0012870 号”《审计报告》，本公司最近三年及一期的合并财务报告主要财务数据及财务指标如下：

项目	2020-06-30/ 2020 年 1-6 月	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2017-12-31/ 2017 年度
资产总额（万元）	54,615.31	52,353.43	37,257.73	19,152.16
归属于母公司所有者权益（万元）	35,804.67	32,129.60	23,526.36	13,525.69
资产负债率（母公司）（%）	30.55	31.32	31.71	26.20
营业收入（万元）	21,114.29	42,344.04	29,113.18	36,575.72
净利润（万元）	3,549.63	6,096.83	4,129.87	3,690.47
归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,628.40	6,244.05	4,129.87	3,690.57
扣除非经常损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,465.36	6,038.70	3,750.61	3,332.71
基本每股收益（元）	0.29	0.51	0.34	0.31
稀释每股收益（元）	0.29	0.51	0.34	0.31
加权平均净资产收益率（%）	10.69	23.43	26.49	40.75
经营活动产生的现金流量净额（万元）	2,459.24	-935.61	351.96	-1,080.04
现金分红（万元）	-	-	204.21	205.29
研发投入占营业收入的比例（%）	5.61	6.86	8.94	6.07

四、发行人的主营业务经营情况

（一）主营业务情况

公司是一家互联网数字化虚拟商品综合服务提供商，主要为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务。公司始终坚持以客户需求为导向，致力于成为国内领先的互联网数字化虚拟商品综合服务提供商。

（二）主要经营模式

公司通过自主独立开发的蜂助手综合服务云平台为客户提供数字化虚拟商品综合服务，该平台是公司向客户提供服务的能力基础和重要工具。

公司主要服务的经营模式如下：

在虚拟商品聚合运营服务业务中，公司平台聚合了多行业数百种数字化虚拟商品的实时交易服务，包括电信运营商产品、互联网视频平台会员、电商礼品卡、线下连锁电子卡券等，向客户提供一站式数字化虚拟商品交易解决方案，并提供运营平台服务、营销方案等运营支撑服务，获取服务酬金或购销差价。

在虚拟商品融合运营服务业务中，公司选择平台中与运营商主营业务强相关的视频会员权益资源，与运营商流量、无线宽带家庭套餐、5G 会员、个人邮箱、移动流媒体、私人云服务等产品服务进行融合，为用户提供视频权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的商业目标。在此过程中，公司提供视频平台接口技术对接，融合产品设计、营销方案设计、省市运营商落地推广、交易平台服务、结算分析、客户售后服务等运营支撑服务，获取服务酬金或视频会员权益的购销差价。

在分发运营服务业务中，公司为电信运营商、应用类及游戏类 APP 的开发者、软件生产企业及其发行商提供分发运营服务，针对不同手机应用产品特点制定分发运营方案，通过手机厂商应用商店、第三方应用市场以及其他互联网渠道进行运营推广、关键词优化及外部投放，供用户下载安装使用，获取推广服务酬金。

在物联网应用解决方案业务中，针对中小流量需求的应用场景，公司通过物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，为客户提供不同应用场景下的行业终端设备上网连接解决方案，一般以流量月套餐模式，获取持续性运营服务收入；针对大流量需求的应用场景，公司向客户提供可无线上网的物联网融合调度集成模块，通过硬件模块的嵌入及销售，提供软硬件一体化的解决方案，获取硬件销售收入及后续流量运营持续性收入。此外，公司为城市级智慧停车、商户聚合支付等物联网场景提供全无线的物联网软硬件综合解决方案，获取物联网流量销售收入、运营分成收入、移动支付手续费返佣等持续性收入。

在技术服务业务中，公司面向信息及通信领域客户提供相关技术服务，为客户提供系统平台开发、上线及维护升级、配套设备方案，并提供运营支撑服务等，获取服务报酬。

（三）公司的市场地位

国内的互联网数字化虚拟商品相关服务行业中，各企业的服务价值点虽存在重合，但瞄准的目标客户群体及提供服务具有差异。公司致力于成为国内领先的数字化虚拟商品综合服务提供商，是行业内少数基于“技术+产品+服务”软硬件一体化、多行业多品类聚合/融合运营的数字化虚拟商品综合服务提供商。

近年来，公司凭借在技术研发、运营赋能、资源渠道、客户响应等多方面展现出的综合实力，使得蜂助手在行业内形成了较高的品牌信誉度和竞争力。目前，公司已与三大运营商中国移动、中国电信、中国联通建立了直接合作关系，为其提供视频权益融合运营服务、分发运营服务及技术服务；是爱奇艺、优酷、芒果TV 三家头部网络视频商在约定运营商渠道开展视频会员销售活动的授权代理商；为中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO 手机等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，并通过供货合作商间接为众多银行、保险等优质客户提供服务；与腾讯联合推出基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒产品；亦向华为提供技术服务。

公司曾先后获得“中国移动集团全业务代理商”、“中国移动物联网优秀合作伙伴”、“中国联通价值贡献奖”、“华为最具潜力合作伙伴”、“华为产品合作项目保障奖”、“优酷 VIP 会员最佳合作伙伴奖”等称号及荣誉，得到了主要客户及渠道的高度认可，在行业内建立了良好的声誉，塑造了良好的企业形象。

综上，公司与大型知名企业建立了稳定的合作关系，并形成了一定的业务壁垒，公司在移动互联网数字化虚拟商品综合运营服务领域具有一定的竞争力。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司所属行业及主营业务的创新、创造、创意特征

公司主营业务为互联网数字化虚拟商品综合服务，主要为移动互联网相关场

景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/4754-2017），公司所处行业为“I64-互联网和相关服务业”。

根据国家统计局印发的《战略新兴产业分类（2018）》，公司所属行业是国家重点扶持和发展的战略性新兴产业中“新一代信息技术产业”的重要组成部分。根据国家统计局印发的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司的主营业务属于其中规定的“05 互联网与现代信息技术服务”，公司的主营业务属于新产业、新业态、新模式。

（二）公司技术创新情况

公司所处的互联网服务业是当前技术发展创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。公司在发展中不断将现有技术进行升级，探索技术创新，以满足不断变化的市场需求，不断提升公司市场竞争力。

公司始终坚持市场和技术双轮驱动的研发导向，一方面通过持续跟踪、及时动态地把握客户和终端用户的潜在需求，利用行业经验为客户推出紧贴需求的服务及解决方案，为客户创造价值；另一方面，注重基础技术的研发和积累，根据对行业技术发展趋势的前瞻性判断，提前进行技术部署。公司秉承“工具化，自动化，体系化，平台化”的技术研发理念，坚持以用户需求为导向，采用以市场驱动的研发模式，向客户提供优质的软硬件产品及服务。在技术研发过程中，公司采取“开发-测试-认知”的反馈循环，能够快速满足、验证用户需求，持续改进技术及产品，推动公司业务快速发展。

公司平台聚合了数百种数字化虚拟商品，部分服务达近百家供应商，为此公司研发了动态服务聚合网关技术，解决了数字化虚拟商品供应商通信协议、安全认证等差异问题，将复杂的底层通讯资源转化成简单易用的标准接口，实现服务接入过程全配置化，使得开发工作变为提供可视化管理工具的运营工作，将服务接入成本从 7 人天降低到 1 人天内。此外，公司服务交易平台的路由技术可自动识别、匹配供应商能力及客户要求，在交易成本、交易时间等多个维度里选择最优的服务路径，有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。上述技术使得

公司服务交易平台实现工具化、自动化，并申请取得了相关发明专利。

公司积极布局物联网应用解决方案，研发及创新物联网通信技术、设备硬件管理及大流量场景解决方案，并与腾讯联合推出的基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒。公司的CPE机顶盒技术可达到全网通无线数据终端机顶盒的产品要求，在不具备有线宽带网络或Wi-Fi网络的环境下，使用该产品可实现自主无线上网、浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享、网络宽带输出。公司 CPE 机顶盒技术可实现无线 2G/3G/4G/5G 网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络，解决行业用户因受环境、运营商信号不佳不能上网、资费贵的痛点，并就相关成果申请取得了发明专利。

截至本招股说明书签署日，公司拥有 **23** 项发明专利，**142** 项软件著作权；获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。公司主要核心技术的具体情况详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、发行人核心技术和技术研发情况”。

（三）公司模式创新情况

公司自设立以来，基于通信技术和信息技术的迭代，持续不断的进行服务模式创新。随着 4G 网络的发展和普及，紧跟移动互联网发展步伐，公司从提供单一的移动应用 APP 分发运营服务，延伸到电信运营商流量运营服务，并创新扩展至多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务。公司聚合运营服务模式一方面使得企业集团客户摆脱了采购多种类型的虚拟商品配置多个供应商接口的繁琐程序，优化企业集团客户的数字化虚拟商品采购和运营效率；另一方面，为终端消费者提供实惠、便捷的一站式数字化虚拟商品消费体验；此外，在确保虚拟商品业务量持续稳健、快速提升的同时，也促进了渠道应用活跃度和交易量的持续提升，从而建立运营上互相依赖的关系，创新性的实现了数字化虚拟商品交易环节参与者的多方共赢。随着物联网生态构建的加速展开，物联网产业升级浪潮持续前进，公司积极进行服务创新，针对物联网应用场景对无线接入网络低成本、高速率及高效率运营管理等需求，为客户提供定制化的物联网应用解决方案，作为公司战略业务的增长点。公司服务模式创新和主营业务的发展历程详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务及设立以来

的变化情况”之“（四）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况”。

（四）公司业态创新情况

在运营商业务受到互联网新兴业务的挤压及流量价格过度竞争，面临经营收入增长乏力的困境背景下，公司联合运营商及头部网络视频商推出由运营商流量、无线宽带家庭套餐等通信服务产品叠加视频会员权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标。该业务获得了运营商、网络视频商和终端用户的高度认可，使得公司经营规模再上台阶。

随着5G通信技术的逐步全面商用，无线上网速度将较4G时代倍数级增长，公司开发了将家庭上网、电视观看、视频会员、智能家居等服务诉求进行融合的蜂助手 CPE 机顶盒产品，可以在无有线宽带网络或 Wi-Fi 网络的环境下，实现自主无线上网、浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享、网络宽带输出，满足家庭上网看电视、宽带、路由及未来控制智能家居的需求，积极探索智慧客厅服务的新业态。

未来，公司将顺应国家创新驱动发展战略规划，以技术创新为企业发展的核心驱动力，紧跟国家政策导向，把握大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，不断加大研发投入和科技创新人才培养力度，持续推进技术创新、服务创新的能力建设，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。

综上，发行人符合创业板所定位的传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的成长型创新创业企业。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》，公司选择上市审核规则规定的第一套上市标准，即：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

公司 2018 年度、2019 年度归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 3,750.61 万元和 6,038.70 万元，累计净利润

9,789.31 万元，最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元。因此，公司满足所选择的上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排事项。

八、募集资金用途

公司本次发行所募集的资金扣除发行费用后，拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金	建设期
1	数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目	20,120.43	20,120.43	24 个月
2	研发中心建设项目	8,673.47	8,673.47	36 个月
3	智慧停车管理系统开发及应用项目	1,644.83	1,644.83	24 个月
4	营销网络建设项目	2,943.27	2,943.27	24 个月
5	补充流动资金	12,000.00	12,000.00	
合计		**45,382.00**	**45,382.00**	

若本次股票发行实际募集资金不能满足项目的资金需求，资金缺口由公司通过自筹资金予以解决；超出部分用于补充流动资金或偿还银行贷款。公司将根据项目进展的实际需要以自筹资金先期部分投入，待公开发行股票募集资金到位之后，以募集资金予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：	人民币普通股（A 股）
2、每股面值：	1.00 元
3、发行股数：	本次发行股票数量不超过 4,240.00 万股，且同时不少于本次发行后股份总数的 25%，本次发行股份全部为公开发行新股，不涉及公司股东公开发售股份。
4、每股发行价：	【】元（由公司和主承销商根据向询价对象的询价结果协商确定）
5、发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况：	【】
6、保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：	【】
7、发行市盈率：	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
8、预测净利润及发行后每股收益：	【】
9、发行前每股净资产：	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计净资产除以发行前总股本计算）
10、发行后每股净资产：	【】元/股（按本次发行后净资产值除以发行后总股本计算）
11、市净率：	【】倍（按发行价除以发行后每股净资产计算）
12、发行方式：	采用网下向股票配售对象询价配售和网上社会公众投资者资金申购定价发行相结合的方式，或采用中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所认可的其他方式
13、发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合资格的创业板市场投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会、深圳证券交易所等监管部门另有规定的其他对象
14、承销方式：	余额包销
15、发行费用概算：	【】万元（不含公司股东公开发售股份分摊的费用）。 其中： 承销及保荐费用【】万元 审计及验资费用【】万元 律师费用【】万元 本次发行有关信息披露费用【】万元 发行手续费及材料制作费用【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：	蜂助手股份有限公司
法定代表人：	罗洪鹏
住所：	广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼自编 2301-2341 房
电话：	020-32382352
传真：	020-85166003
（二）保荐人（主承销商）：	光大证券股份有限公司
法定代表人：	刘秋明
住所：	上海市静安区新闸路 1508 号
办公地址：	深圳市深南大道 6011 号绿景纪元大厦 A 栋 17 楼
电话：	0755-82577417
传真：	0755-82960296
保荐代表人：	李国强、胡姗姗
项目协办人：	蒋承呈
项目人员：	游江涛、曾亚平
（三）律师事务所：	北京大成律师事务所
负责人：	彭雪峰
住所：	北京市朝阳区东大桥路 9 号侨福芳草地大厦 7 层
电话：	010-58137799
传真：	010-58137788
经办律师：	倪洁云、曾斯
（四）会计师事务所：	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人：	杨雄、梁春
住所：	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
电话：	010- 58350011
传真：	010- 58350006
签字注册会计师：	王建华、郑荣富
（五）评估机构：	中瑞世联资产评估集团有限公司
法定代表人：	何源泉
住所：	北京市海淀区西直门北大街 32 号院 1 号楼 13 层 1606-1
电话：	010-66553366

传真：	010-66553380
经办注册评估师：	杨文化、夏薇
（六）保荐人（主承销商）收款银行：	光大银行上海分行营业部
户名：	光大证券股份有限公司
账号：	083651120100409003774
电话：	021-22169880
传真：	021-22169844
（七）股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所：	深圳市深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话：	0755-21899999
传真：	0755-21899000

三、公司与本次发行有关中介机构关系

截至本次发行前，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

1、刊登询价及推介公告的日期：	【】年【】月【】日
2、开始询价推介的日期：	【】年【】月【】日
3、刊登定价公告的日期：	【】年【】月【】日
4、申购日期和缴款日期：	【】年【】月【】日
5、预计股票上市日期：	发行完毕后尽快安排上市

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、创新风险

公司所处的互联网数字化虚拟商品服务行业是当前技术发展和模式创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。若公司未来在把握移动互联网行业变革方向上出现偏差，或者公司的技术开发和研发创新不能及时跟进市场快速变化的需求，不能持续为客户提供更加优化的、获得市场认可的服务及解决方案，则公司可能难以保持目前优势的市场竞争地位，将对公司市场份额、持续经营能力产生不利影响。

此外，公司正逐步将业务板块向物联网应用领域延伸，公司如果对物联网相关技术、产品及市场发展趋势的把握不当，导致关键技术开发方向出现偏差，可能面临产品创新及服务创新无法获得市场认可的风险，将对市场竞争力及未来业绩成长性产生不利影响。

二、技术风险

（一）技术升级迭代风险

技术升级迭代是公司实现可持续发展的重要手段。在发展过程中，公司的数字化商品业务平台、物联网流量管理系统、基础业务平台等需要不断的技术升级迭代来进行优化，以不断提升用户体验、满足市场需求，强化自身的核心竞争力。如果未来公司不能及时跟进技术发展趋势，对技术研发做出合理安排或升级，并相应更新系统、优化算法，将导致公司的技术水平无法持续满足客户要求，则公司将面临被竞争对手赶超，或者核心技术发展停滞甚至被替代的风险。

（二）技术人员流失及核心技术失密风险

目前，公司多项产品和技术处于研发阶段，技术人员及管理团队的稳定对公

司的发展极其重要。在市场竞争日益激烈的环境下，若公司未来出现核心技术人员流失及核心技术失密的情况，将给公司的经营造成不利影响。

（三）专利质押风险

公司应银行要求，在申请办理贷款事宜时办理了两项专利的质押登记，截至本招股说明书签署日，两项专利仍处于质押状态。公司质押专利涉及公司的核心技术。因此，若公司发生逾期偿还本息或其他违约情形、风险事件导致质押权人行使质押权，将可能对公司的生产经营带来一定不利影响。

三、经营风险

（一）重要服务或业务的经营业绩风险

公司自成立以来一直致力于成为国内领先的数字化虚拟商品综合运营服务提供商，报告期内，通用流量运营服务、视频权益融合运营服务及分发运营服务收入合计占营业收入比重分别为 93.07%、77.79%、84.68%和 83.96%，与公司的整体经营业绩具有较强的相关性。

公司通用流量运营服务收入与运营商通用流量相关政策及市场环境密切相关，若相关政策及市场环境发生不利变化，对公司通用流量运营服务收入将产生较大不利影响。受“提速降费”政策影响，2018 年通用流量运营市场受到冲击，公司通用流量运营业务收入 2018 年较 2017 年同比下降 54.10%；2019 年 8 月，三大运营商先后发布全面停售不限量套餐，通用流量运营市场回归稳定向好发展，公司通用流量运营业务收入 2019 年较 2018 年增长 28.32%，2020 年 1-6 月较 2019 年同期增长 55.68%。若未来政府有关部门持续大力推行“提速降费”政策，导致运营商再次推出“不限量套餐”或进入流量价格战等情形，将可能对公司通用流量运营市场稳定发展造成不利影响，从而对公司未来通用流量运营业务的经营业绩及盈利稳定性产生不利影响。此外，公司通用流量运营服务目前主要面向企业集团客户采购，面向终端消费者的直接销售占比较低。未来若公司主要合作的企业集团客户需求发生变化，或者公司提供的流量交易价格、用时、成功率无法满足其预期的采购要求，企业集团客户的交易量将可能有所下降，若其他客户交易量不能增长，或者企业集团客户销售毛利率出现大幅下滑，则可能对公司通用流量运营业务未来的经营业绩产生不利影响。

公司视频权益融合运营服务自 2018 年推出后业务收入规模迅速提升，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，2019 年较 2018 年增长 255.46%，成为公司盈利增长的主要原因之一。公司融合运营服务业务的持续稳定发展，一方面需要与电信运营商保持持续良好的合作关系，向其供应视频会员权益产品并提供技术及运营支撑服务，另一方面需要持续获得网络视频商对公司在约定运营商区域开展销售活动的代理授权。若未来网络视频行业出现市场萎缩、需求缩减，导致运营商用户对视频会员权益的需求减少，将可能对公司融合运营服务业务的经营业绩造成不利影响。此外，若**未来运营商与网络视频商双方之间直接合作而不采用融合服务商或代理商**，公司未来不能持续性获取网络视频商在运营商渠道的代理授权，不能继续维持与运营商在视频融合产品业务上的持续合作关系，或者视频会员购销差价或服务分成收入降低，将可能对公司未来融合运营服务业务的经营稳定性产生不利影响。

公司分发运营服务收入主要与公司所分发的 APP 应用的受欢迎的程度、APP 应用开发者或发行商的资金实力、推广力度有关。报告期内，公司分发运营业务收入分别为 9,208.40 万元、7,402.06 万元、7,561.99 万元和 4,114.88 万元，因 APP 推广资源不同导致分发运营服务收入出现波动。若公司未来所承接的 APP 分发项目资源减少、APP 受欢迎程度下降、应用开发者或发行商的资金实力、推广力度降低，或者应用分发市场环境发生重大不利变化，将可能对公司分发运营服务收入及盈利产生不利影响。

（二）客户集中度上升及大客户依赖的风险

报告期内，公司前五大客户销售金额分别为 1.2 亿元、1.14 亿元、2.3 亿元和 1.42 亿元，占当期营业收入的比例分别为 32.84%、39.04%、54.42%和 67.48%，集中度逐年增加。其中，中国移动收入占比分别为 10.65%、16.50%、26.90%及 38.17%，为公司第一大客户。如果未来公司主要客户尤其是中国移动的经营、采购战略产生较大变化，或由于公司服务或产品等自身原因流失中国移动等主要客户，或中国移动等主要客户的经营情况和资信状况发生重大不利变化，将对公司经营产生不利影响。

（三）物联网业务预期收益风险

公司将物联网业务列为重要战略业务板块，报告期内，公司物联网业务研发投入共计 2,933.45 万元，并设立汉鼎蜂助手负责 CPE 机顶盒产品的运营。但报告期内，公司物联网业务尚处于开拓期，物联网相关业务收入占公司营业收入的比例分别为 0.62%、2.90%、3.52%和 2.17%，营收贡献较小。未来如果公司物联网研发投入方向较市场发展趋势出现较大偏差，或者业务开拓情况不能达到预期效果，可能面临投入较大而不能取得预期收益的风险，可能将对公司市场竞争力及未来业绩成长性产生不利影响。

（四）行业成长性风险

移动互联网正在成为我国主动适应经济新常态、推动经济发展提质增效升级的新驱动力，数字化虚拟商品成为人民大众的普遍需求，移动通信技术、网络视频内容、移动应用 APP、移动支付等相关领域发展迅速。公司未来能否持续成长仍然受整体经济形势、产业政策、市场推广环境、人才管理等因素的影响；此外，网络拥堵、网络延迟或断网、网络接入成本增加、安全及隐私风险，有可能导致用户减少使用移动互联网或者降低消费者通过移动互联网购买数字化虚拟商品的意愿及支出，任何因素或可能导致公司未来存在着经营业绩增长放缓甚至下滑的风险。

（五）市场竞争风险

近年来，在日益增多的市场机会及卓越的行业前景吸引下，越来越多的企业进入本行业，公司创新的商业模式有可能被其他公司复制或效仿，并导致该领域的竞争加剧。公司若不能适应愈发激烈的市场竞争，把握移动互联网行业变革发展的方向、掌握行业客户及终端消费者快速变化的需求，持续开发符合行业变化动态的服务或解决方案，公司可能失去目前的行业地位，从而面临被众多竞争对手超越的风险，对公司的市场份额及盈利能力可能产生不利影响。此外，物联网下游市场参与者竞争较为充分，若公司不能尽快占据细分入口的领先优势，拓展优质客户并建立深入的合作关系，待更多实力更强的竞争者进军该领域，公司可能面临市场入口被抢占的不利局面，对市场开拓及未来业绩产生不利影响。

（六）安全运营风险

由于数字化虚拟商品在形态上均以电子形式代表特定权益，终端消费者据此

可以享受相应服务，因此相关代码一经泄露，产品即有失效的可能，要求对业务处理信息、数据交换信息、客户数据等保证绝对安全和保密，因此网络信息安全及资金安全尤为重要。若公司未来业务运营环境的硬件计算资源、存储资源、网络资源、防火墙、容器化能力、灾备能力不能够为业务系统安全稳定运行提供支撑作用，公司在业务开拓和经营过程中面临计算机软硬件故障、系统遭到黑客攻击等数据安全受到威胁的情形，则可能会对公司正常经营造成不利影响。

（七）房产租赁风险

公司主营业务系提供数字化虚拟商品综合服务，业务日常运营主要基于公司的人员、计算机网络设备，属非生产型企业。目前公司办公场所均为租赁场所，该等租赁行为不影响企业资产的完整性，但后续可能发生办公场所搬迁的情形，不排除因场所搬迁而影响短期日常经营的可能性。目前，公司租赁的部分房产尚未办理租赁备案，不排除所承租房屋因未办理租赁备案手续，导致公司在租赁期限内不能使用该等房屋，或由此受到主管部门行政处罚的风险。

（八）传染病及灾害风险

2019 年 12 月我国湖北省武汉市爆发 COVID-19 新型冠状病毒疫情，根据世界卫生组织的数据，截至本招股说明书签署日，新冠疫情已在全球多个国家爆发，并已构成国际公共卫生紧急事件。由于公司主要通过互联网在线向客户提供服务，且公司大部分客户为在互联网行业公司，受新冠疫情的影响程度普遍较线下实体业务小，故公司并未因新冠疫情爆发而出现重大业务中断或经营困难。但若新冠疫情或其他传染病的爆发长期且广泛导致整体经济下行，亦若公司任何员工感染或疑似感染新冠病毒或出现其他传染病症状，可能对公司业务造成不利影响。此外，重大火灾、洪水、台风、地震、断电、通信故障或类似事件可能导致严重中断、故障、系统故障或互联网故障，将可能对公司正常经营造成不利影响。

四、内控风险

（一）公司控制权变动的风险

目前，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏直接持有公司 29.33%的股份，为公司第一大股东；其一致行动人蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕（吴雪锋配偶）分别直接持有公司 7.99%、6.84%、5.23%、0.43%的股份。同时，罗

洪鹏作为普通合伙人持有蜂助手资产 26.76%的份额，罗洪鹏、蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕作为一致行动人合计持有 49.82%的股份，罗洪鹏基于一致行动协议实际控制公司 49.82%股份对应的表决权。本次发行后，罗洪鹏实际控制的公司表决权股份的比例降至 37.36%，仍为公司的实际控制人。尽管实际控制人罗洪鹏通过签署一致行动人协议，使得控制力得到加强，但未来若实际控制人罗洪鹏及其一致行动人通过二级市场减持等方式导致持股比例下降，或者公司其他股东所持股份可依据相关法律、法规进行转让以及公司进一步增资扩股后，超过罗洪鹏所控制的公司表决权股份的比例，亦或者实际控制人在后续董事会改选中对公司控制权减弱，则存在公司控制权发生变更，导致经营管理不稳定的风险。

（二）管理风险

报告期内，公司业务规模及资产规模保持了稳定增长。本次募集资金到位后，公司经营规模将快速扩大。业务及资产规模的快速增长对公司的管理水平、决策能力和风险控制水平提出了更高的要求。如果公司不能根据上述变化进一步建立健全完善的管理制度，不能对业务及资产实施有效的管理，将给公司持续发展带来风险。本次募集资金投资项目的投资金额较大，对技术要求较高，项目组织管理要求较严格。在项目建设过程中，不能排除由于组织管理不善或其他不可预见的因素导致项目建设未能如期完成或投资突破预算等风险。

五、财务风险

（一）资金短缺风险

公司主要从事基于互联网的数字化虚拟商品综合服务，有着较大的资金需求。目前公司每年的订单交易量维持在数亿级的水平，公司需要向数字化虚拟商品供应商支付大量预存款，亦需要大量资金投入技术研发及 IT 基础设施来提高公司平台的功能性及可靠性，公司业务的扩张需要持续的营运资金流入。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-1,080.04 万元、351.96 万元、-935.61 万元和 2,459.24 万元，如果公司不能及时获得外部资金有力支持或者重要客户无法按时支付回款，公司的现金流可能受到重大不利影响，将可能影响公司的业务持续快速发展。

（二）应收账款发生坏账引致的风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 9,214.09 万元、12,198.30 万元、22,182.95 万元和 17,118.74 万元，占期末总资产比例分别为 48.11%、32.74%、42.37%和 31.34%，是公司资产的重要组成部分。如果应收账款不能收回，对公司资产质量以及财务状况将产生较大不利影响。报告期内，公司应收账款余额较大的原因系：公司直接为电信运营商提供服务，并通过供货合作商间接为众多银行、保险等大中型企业集团提供服务，上述企业集团客户一般执行严格的预算管理制度，受资金预算安排以及付款审批程序的影响，客户付款周期较长，导致公司及供货合作商应收账款回款周期较长。随着销售规模的扩大，公司应收账款余额有可能继续增加。虽然公司所服务的客户大部分信誉良好，但如果未来公司客户财务状况发生剧烈恶化或宏观经济出现大幅下滑，公司存在一定的应收账款发生坏账的风险。

（三）税收优惠政策变动的风险

2016 年 11 月 30 日，公司被认定为国家高新技术企业，有效期为三年；2019 年 12 月 2 日，公司高新技术企业资质复审获得通过。报告期内，公司按照 15%的税率计缴企业所得税。如果公司未来不能持续取得高新技术企业资格，或者国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化，将导致公司不能够继续享受上述所得税优惠政策，可能会对公司经营业绩产生一定影响。

（四）本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，公司净资产和股本规模将大幅增加，而募集资金投资项目从实施到产生效益需要一定时间，在短期内难以全部产生效益。同时，募集资金项目建成后，固定资产将会有所增加，这将产生一定的固定资产折旧。如果本次发行后公司的净利润无法与净资产和股本同步增长，公司将存在净资产收益率和每股收益短期内下降的风险。

六、法律风险

根据我国相关法律、法规，数字化虚拟商品相关服务作为互联网尤其是移动互联网的新兴行业，由国家互联网信息办公室、工业和信息化部、文化厅及通信管理部门等共同监管。公司开展主营业务所涉及的主要资质如下：

序号	资质名称	发证单位	有效期
1	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	中华人民共和国工业和信息化部	2019.01.10-2023.02.05
2	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	广东省通信管理局	2019.06.04-2022.07.24
3	中华人民共和国电信网码号资源使用证书	中华人民共和国工业和信息化部	2019.06.17-2023.02.05
4	网络文化经营许可证	广东省文化厅	2018.04.07-2021.04.06
5	电信设备进网许可证	中华人民共和国工业和信息化部	2019.05.22-2022.05.22

公司取得业务许可及资质证书均是按照国家有关部门规定审定合格后，由相关主管部门发放。如遇政策变动或公司自身经营等其他原因，业务许可证或资质证书未能顺利延续和持有，将会影响到公司主营业务的正常经营及相关税收优惠，对公司业绩将会造成一定影响。报告期内，公司已取得行业主管部门出具的合规经营证明文件，在报告期内不存在业务经营重大违法违规的情形；但考虑到国家对互联网数字化虚拟商品运营服务的监管政策及措施亦将不断完善，不排除公司后续的业务运营模式无法适应监管要求的可能性，情节严重时可能受到行业主管部门处罚，该等情形将对公司业务持续发展产生不利影响。

七、发行失败风险

在中国证监会同意注册且公司启动发行后，本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内、外部因素影响，可能存在因投资者认购不足导致发行失败的风险。

第五节 公司基本情况

一、公司基本情况

中文名称：	蜂助手股份有限公司
英文名称：	FENGZHUSHOU CO., LTD.
注册资本：	12,718.40 万元
法定代表人：	罗洪鹏
有限责任公司成立时间：	2012 年 1 月 13 日
整体变更设立日期：	2015 年 9 月 24 日
住所：	广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼自编 2301-2341 房
邮政编码：	510635
电话：	020-32382352
传真：	020-85166003
互联网网址：	www.phone580.com
电子信箱：	zhengquan@phone580.com
负责信息披露和投资者关系的部门：	董事会办公室
联系人：	韦子军
联系电话：	020-89811196

二、公司设立及整体变更的情况

（一）有限责任公司设立情况

公司前身广州蜂帮手网络科技有限公司由罗洪鹏、区锦棠共同出资组建，蜂帮手设立时注册资本 50.00 万元，其中罗洪鹏以货币出资 47.50 万元，占注册资本比例为 95.00%，欧锦棠以货币出资 2.50 万元，占注册资本比例为 5.00%。

上述出资经广州海正会计师事务所有限公司于 2012 年 1 月 6 日出具的“海会验（2012）ZZH005 号”《验资报告》验证。2012 年 1 月 13 日，蜂帮手经广州市工商行政管理局天河分局核准成立，领取了注册号为 440106000551782 的企业法人营业执照。

蜂帮手设立时股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗洪鹏	47.50	95.00
2	区锦棠	2.50	5.00
合计		**50.00**	**100.00**

（二）股份有限公司设立情况

2015 年 9 月 6 日，蜂助手有限召开股东会，全体股东一致同意以罗洪鹏、汉鼎信息、蜂助手资产、广州诺为特、彭建云、华兴金汇、吴雪锋和区锦棠作为发起人，以 2015 年 7 月 31 日为审计基准日，将蜂助手有限经利安达会计师事务所（特殊普通合伙）审计的净资产 29,545,033.49 元，按照 1.055 ：1 折成公司股本 2,800 万股，每股面值人民币 1 元，超出注册资本部分计入资本公积，将公司整体变更为股份有限公司。

2015 年 9 月 21 日公司召开创立大会，并于 2015 年 9 月 24 日完成工商变更登记。

股份公司设立时各发起人出资及持股情况如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	8,302,000.00	29.65
2	汉鼎信息	7,560,000.00	27.00
3	蜂助手资产	3,640,000.00	13.00
4	广州诺为特	3,080,000.00	11.00
5	彭建云	2,520,000.00	9.00
6	华兴金汇	1,386,000.00	4.95
7	吴雪锋	1,260,000.00	4.50
8	区锦棠	252,000.00	0.90
合计		**28,000,000.00**	**100.00**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

1、2017 年 3 月，增资

2016 年 11 月 14 日，股份公司与罗洪鹏、吴雪锋签署了《广东蜂助手网络技术股份有限公司定向发行股份认购协议》，协议约定股份公司向罗洪鹏定向增发 180 万股，向吴雪锋定向增发 120 万股，发行价格为每股人民币 9.50 元。

2016 年 11 月 30 日，股份公司召开 2016 年第三次临时股东大会，审议同意上述定增，本次增资后，公司注册资本变更为 3,421.5827 万元。此次定增，经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2017 年 1 月 20 日出具了“中兴财光华审验字（2017）第 304008 号”《验资报告》验证。2020 年 9 月 14 日，大华会计师事务所出具“大华核字[2020]007594 号”《蜂助手股份有限公司历次验资复核报告》，根据该验资复核报告，复核情况与“中兴财光华审验字（2017）第 304008 号”《验资报告》一致。

2017 年 3 月 13 日，蜂助手股份完成本次增资工商变更。

2、2017 年 8 月，股票股利分配及资本公积转增股本

2017 年 5 月 16 日，股份公司召开 2016 年年度股东大会，审议通过了《2016 年度利润分配方案》，即以截至 2016 年 12 月 31 日的未分配利润向全体股东每 10 股派现金 0.6 元（含税），同时每 10 股送 2 股，同时以截至 2016 年 12 月 31 日的资本公积向全体股东每 10 股转增 8 股。本次分红的权益登记日为 2017 年 6 月 15 日，除权除息日为 2017 年 6 月 16 日。本次所送（转）股于 2017 年 6 月 16 日直接记入股东证券账户。

本次增资完成后，公司的注册资本由 3,421.5827 万元增加至 6,843.1654 万元。

本次增资，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 3 月 6 日出具的“大华核字[2020]001736 号”《出资复核报告》验证。

2017 年 8 月 16 日，蜂助手股份完成本次工商变更。

3、2018 年 4 月，股份公司在全国中小企业股份转让系统终止挂牌

2018 年 3 月 15 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会，审议通过《关于拟申请终止公司股票在全国中小企业股份转让系统的议案》和《关于授权公司董事会全权办理申请终止公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的议案》。未有股东行使要求回购的权利。

公司于 2018 年 3 月 28 日向全国股份转让系统报送了终止挂牌的申请材料。

2018 年 4 月 21 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具“股转系统函[2018]1482 号”的《关于同意广东蜂助手网络技术股份有限公司股票终止在

全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，同意蜂助手股票自 2018 年 4 月 25 日起，终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

截至摘牌日，股份公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	22,204,000.00	32.4469
2	汉鼎宇佑	15,120,000.00	22.095
3	广州诺为特	5,180,000.00	7.5696
4	蜂助手资产	4,858,000.00	7.099
5	吴雪锋	3,572,000.00	5.2198
6	华兴金汇	2,772,000.00	4.0508
7	陈翠琴	2,225,000.00	3.2514
8	天风汇城	2,079,820.00	3.0393
9	赖宗兴	1,631,834.00	2.3846
10	陈虹燕	1,248,000.00	1.8237
11	彭建云	991,000.00	1.4482
12	赵山庆	804,000.00	1.1749
13	吴永庆	756,000.00	1.1048
14	周莉	740,000.00	1.0814
15	兰伟	720,000.00	1.0521
16	毛岸栋	710,000.00	1.0375
17	周庆	640,000.00	0.9352
18	李琳琳	530,000.00	0.7745
19	区锦棠	504,000.00	0.7365
20	韩永强	434,000.00	0.6342
21	吕壮志	266,000.00	0.3887
22	李影	181,000.00	0.2645
23	伍葵阳	118,000.00	0.1724
24	何柯峰	97,000.00	0.1417
25	李林谕	50,000.00	0.0731
合计		**68,431,654.00**	**100.0000**

4、2018 年 5 月，股权转让

蜂助手股东吴雪锋于 2018 年 5 月与杭州银湖签署《股份转让协议》，以 13.50

元/股的价格，出让其持有的蜂助手 16.00 万股的股份，交易总价 216.00 万元。

本次股权转让款于 2018 年 6 月 6 日支付完毕。

5、2018 年 6 月，增资

（1）增资事宜

2018 年 4 月，南方传媒基金、李林谕分别与公司签订了股份认购协议，公司向南方传媒基金增发 350.00 万股，向李林谕增发 100.00 万股，价格均为 13.50 元/股。

2018 年 6 月 24 日，公司召开 2018 年第三次临时股东大会，审议通过前述增资事项。

本次增资完成后，公司注册资本增加为 7,293.1654 万元。

此次定增，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2018 年 8 月 15 日出具了“大华验字[2018]000474 号”《验资报告》验证。

2018 年 7 月 24 日，蜂助手股份完成本次增资工商变更。

（2）股权回购事宜的约定

2018 年 4 月，罗洪鹏与南方传媒基金签署《罗洪鹏与广东南方媒体融合发展投资基金（有限合伙）关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议》（“补充协议 1 号”），2019 年 12 月，罗洪鹏、南方传媒基金及蜂助手签署《罗洪鹏与广东南方媒体融合发展投资基金（有限合伙）关于蜂助手股份有限公司之投资协议之补充协议之补充协议》“补充协议 2 号”，就对赌及股权回购事宜进行了约定。

2020 年 7 月 1 日，三方签署《关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议 1 号、补充协议 2 号之补充协议》。协议约定相关对赌及股权回购事宜已于 2020 年 7 月 1 日解除。

6、2018 年 8 月，股权转让

蜂助手股东周庆于 2018 年 8 月与吴雪锋签署《股份转让协议》，以人民币 10.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 20.00 万股的股份，交易总价 210.00 万

元。

本次股权转让款于 2019 年 12 月 6 日支付完毕。

7、2018 年 10 月，股份公司资本公积转增股本

2018 年 8 月 25 日，公司召开 2018 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于变更公司注册资本的议案》，同意公司以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。截至 2018 年 10 月 18 日止，公司已将资本公积 2,917.2662 万元转增股本，公司注册资本由 7,293.1654 万元增加至 10,210.4316 万元。

2018 年 10 月 18 日，公司完成本次增资的工商变更。

此次增资，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 3 月 6 日出具了“大华核字[2020]001737 号”《出资复核报告》验证。

8、2018 年 10 月，股权转让

蜂助手股东赵山庆于 2018 年 10 月 30 日与李潇龙签署《股份转让协议》，以人民币 2.86 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 16.80 万股的股份，交易总价 48.00 万元。

本次股权转让款于 2018 年 11 月 2 日支付完毕。

9、2018 年 11 月，股权转让

蜂助手股东彭建云于 2018 年 11 月 5 日与南京翔云企业管理有限公司签署《股份转让协议》，以人民币 1.26 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 138.74 万股的股份，交易总价 174.8124 万元。

本次股权转让款于 2019 年 8 月 16 日支付完毕。

10、2019 年 1 月，股权转让

蜂助手股东韩永强于 2019 年 1 月与吴雪锋签署《股份转让协议》，以人民币 5.34 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 60.76 万股的股份，交易总价 324.4584 万元。

本次股权转让款于 2019 年 9 月 24 日支付完毕。

11、2019 年 6 月，股权转让

蜂助手股东赵山庆于 2019 年 6 月与邹瑞珍签署《股份转让协议》，以人民币 1.77 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 40.76 万股的股份，交易总价 72.00 万元。

本次股权转让款于 2019 年 6 月 26 日支付完毕。

12、2019 年 6 月，股权转让

蜂助手股东天风汇城于 2019 年 6 月与睿泓天祺签署《股份转让协议》，以人民币 5.37 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 186.00 万股的股份，交易总价 998.82 万元。

本次股权转让款于 2019 年 6 月 28 日支付完毕。

13、2019 年 6 月，股权转让

蜂助手股东南京翔云于 2019 年 06 月 21 日与陈虹燕签署《股份转让协议》，以人民币 4.86 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 74.74 万股的股份，交易总价 363.70 万元。

本次股权转让款于 2019 年 12 月 7 日支付完毕。

14、2019 年 6 月，股权转让

蜂助手股东南京翔云于 2019 年 06 月 25 日与宇然投资签署《股份转让协议》，以人民币 5.20 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 50 万股的股份，交易总价 260 万元。

本次股权转让款于 2019 年 7 月 31 日支付完毕。

15、2019 年 8 月，股份公司资本公积转增股本

2019 年 6 月 30 日，公司召开 2018 年年度股东大会，审议通过了《关于变更公司注册资本的议案》，同意公司以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股，截至 2019 年 8 月 30 日止，公司已将资本公积 2,042.0864 万元转增股本，公司注册资本由 10,210.4316 万元增加至 12,252.5180 万元。

2019 年 8 月 30 日，公司完成本次增资工商变更。

本次增资，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 3 月 7 日出具

的“大华验字[2020]000056 号”《验资报告》验证。

16、2019 年 9 月，股权转让

蜂助手股东吴雪锋于 2019 年 9 月 20 日与陈翠琴签署《股份转让协议》，以人民币 10.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 15.00 万股的股份，交易总价 150.00 万元。

本次股权转让款于 2019 年 9 月 24 日支付完毕。

17、2019 年 9 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 9 月与高理中签署《股份转让协议》，以人民币 4.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 10.00 万股的股份，交易总价 45.00 万元。

本次股权转让款于 2019 年 11 月 9 日支付完毕。

18、2019 年 9 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 9 月与田媛媛签署《股份转让协议》，以人民币 4.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 88.00 万股的股份，交易总价 396.00 万元。

本次股权转让款未实际支付。

19、2019 年 10 月，股权转让

蜂助手股东天风汇城于 2019 年 10 月 25 日与睿坤津祥签署《股份转让协议》，以人民币 4.475 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 126.2098 万股的股份，交易总价 564.79 万元。

本次股权转让款于 2019 年 10 月 28 日支付完毕。

20、2019 年 10 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 10 月与杨卓强签署《股份转让协议》，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 40.00 万股的股份，交易总价 320.00 万元。

本次股权转让款于 2019 年 11 月 1 日支付完毕。

21、2019 年 10 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 10 月与张更生签署《股份转让协议》，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 60.00 万股的股份，交易总价 480.00 万元。

张更生于 2019 年 11 月 1 日支付了 180.00 万元的股权转让款。

22、2019 年 10 月，股份公司增加注册资本

2019 年 9 月 1 日，蜂助手资产与公司签订了《股份认购协议》，约定公司向蜂助手资产定向增发 200.00 万股股票，价格为 2.00 元/股。

2019 年 9 月 17 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过前述事宜，本次增资完成后，公司股本增加为 12,452.5180 万股。

23、2019 年 10 月，股份公司增加注册资本

（1）增资事宜

2019 年 9 月，公司分别与兰平一号、睿泓天祺、睿坤津祥及吴小燕分别签署股份认购协议，公司分别向前述各位增发 117.6470 万股股票、58.8235 万股股票、58.8235 万股股票及 30.5880 万股股票，价格均为 8.50 元/股。

2019 年 10 月 7 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过前述事宜。本次增资完成后，公司股本增加为 12,718.40 万股。

（2）股份回购事宜

2019 年 9 月，公司、兰平一号及罗洪鹏签署《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议》，就对赌及股权回购事宜进行了约定。

2020 年 7 月 1 日，三方签署了《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议之解除协议》，协议约定相关对赌及股权回购事宜已于 2020 年 7 月 1 日解除。

2019 年 10 月 28 日，公司完成 9 月、10 月两次增资工商变更。

2020 年 3 月 8 日，大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大华验字[2020]000095 号”《验资报告》对 2019 年 9 月、10 月的两次增资进行验证。

本次变更后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持有数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297
2	汉鼎宇佑	25,401,600	19.9723
3	蜂助手资产	10,161,440	7.9896
4	广州诺为特	8,702,400	6.8424
5	吴雪锋	6,647,280	5.2265
6	南方媒体基金	5,880,000	4.6232
7	华兴金汇	4,656,960	3.6616
8	陈翠琴	3,888,000	3.0570
9	睿泓天祺	2,820,235	2.2174
10	赖宗兴	2,741,482	2.1555
11	睿坤津祥	1,850,333	1.4548
12	李林谕	1,764,000	1.3870
13	吴永庆	1,270,080	0.9986
14	周莉	1,243,200	0.9775
15	兰伟	1,209,600	0.9511
16	毛岸栋	1,192,800	0.9379
17	兰平一号	1,176,470	0.9250
18	陈虹燕	1,013,520	0.7969
19	李琳琳	890,400	0.7001
20	田媛媛	880,000	0.6919
21	区锦棠	846,720	0.6657
22	周庆	739,200	0.5812
23	赵山庆	660,000	0.5189
24	宇然投资	600,000	0.4718
25	张更生	600,000	0.4718
26	邹瑞珍	489,120	0.3846
27	吕壮志	446,880	0.3514
28	杨卓强	400,000	0.3145
29	吴小燕	305,880	0.2405

序号	股东名称	持有数量（股）	持股比例（%）
30	李影	304,080	0.2391
31	杭州银湖	268,800	0.2113
32	李潇龙	201,600	0.1585
33	伍葵阳	198,240	0.1559
34	南京翔云	168,000	0.1321
35	何柯峰	162,960	0.1281
36	高理中	100,000	0.0786
合计		**127,184,000**	100.0000

24、2019 年 11 月，股权转让

2019 年 11 月，田媛媛与陈虹燕签署《股份转让协议》，约定由于田媛媛未向陈虹燕支付 396.00 万元的股权转让款，故田媛媛将 396.00 万元股权转让款对应的 88.00 万股蜂助手股份转回至陈虹燕。

25、2019 年 11 月，股权转让

2019 年 11 月，张更生与陈虹燕签署《股份转让协议之补充协议》，约定由于张更生未向陈虹燕支付 300.00 万元股权转让款，故张更生将 300.00 万元股权转让款对应的 37.50 万股蜂助手股份转回至陈虹燕。

26、2019 年 12 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 12 月与绍兴人之初签署《股份转让协议》，以人民币 8.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 47.0588 万股的股份，交易总价 399.9998 万元。

本次股权转让款于 2019 年 12 月 4 日支付完毕。

27、2019 年 12 月，股权转让

蜂助手股东陈虹燕于 2019 年 12 月与于光签署《股份转让协议》，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 125.00 万股的股份，交易总价 1,000 万元。

本次股权转让款于 2019 年 12 月 20 日支付完毕。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297
2	汉鼎宇佑	25,401,600	19.9723
3	蜂助手资产	10,161,440	7.9896
4	广州诺为特	8,702,400	6.8424
5	吴雪锋	6,647,280	5.2265
6	南方媒体基金	5,880,000	4.6232
7	华兴金汇	4,656,960	3.6616
8	陈翠琴	3,888,000	3.0570
9	睿泓天祺	2,820,235	2.2174
10	赖宗兴	2,741,482	2.1555
11	睿坤津祥	1,850,333	1.4548
12	李林谕	1,764,000	1.3870
13	吴永庆	1,270,080	0.9986
14	于光	1,250,000	0.9828
15	周莉	1,243,200	0.9775
16	兰伟	1,209,600	0.9511
17	毛岸栋	1,192,800	0.9379
18	兰平一号	1,176,470	0.9250
19	李琳琳	890,400	0.7001
20	区锦棠	846,720	0.6657
21	周庆	739,200	0.5812
22	赵山庆	660,000	0.5189
23	宇然投资	600,000	0.4718
24	陈虹燕	547,932	0.4308
25	邹瑞珍	489,120	0.3846
26	绍兴人之初	470,588	0.3700
27	吕壮志	446,880	0.3514
28	杨卓强	400,000	0.3145
29	吴小燕	305,880	0.2405
30	李影	304,080	0.2391
31	杭州银湖	268,800	0.2113
32	张更生	225,000	0.1769
33	李潇龙	201,600	0.1585

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
34	伍葵阳	198,240	0.1559
35	南京翔云	168,000	0.1321
36	何柯峰	162,960	0.1281
37	高理中	100,000	0.0786
合计		**127,184,000**	**100.0000**

28、关于对赌协议的专项说明

（1）解除前报告期内对赌协议的执行情况，是否存在触发公司或实际控制人需回购股份的情形

报告期内，公司实际控制人曾与兰平一号和南方媒体基金签署对赌协议，主要内容和具体执行情况如下：

① 与兰平一号签订的对赌协议的主要内容及执行情况

A、对赌协议的主要内容

2019年9月，罗洪鹏、公司与兰平一号签署了附有对赌条款的补充协议，补充协议存在的对赌条款主要内容如下：

a、股份回购：约定如公司未在约定时间之前未完成首次公开发行的，兰平一号有权要求罗洪鹏回购兰平一号持有的公司全部或部分股份。

b、反摊薄：约定在完成本次增资扩股后，除非获得兰平一号书面同意，公司不得新增发行其他权利优先于或等同于本次投资的新股。如触发反摊薄条款，兰平一号有权要求罗洪鹏以现金补偿和/或股份补偿的形式支付增资价格调整后的差额部分。

c、维持实际控制人地位：明确约定本次增资完成后1个月内，罗洪鹏应当与蜂助手资产、广州诺为特及吴雪锋签署新的《一致行动协议》或出具书面确认原《一致行动协议》继续生效，以确保罗洪鹏在目标公司的实际控制人地位。

B、对赌协议的履行

对赌协议存续期内，协议各方均按约履行，不存在纠纷或潜在纠纷，兰平一号2020年12月出具的《声明函》，确认协议解除前不存在触发公司或罗洪鹏需回购股份的情形。

② 与南方媒体基金签订的对赌协议的主要内容及执行情况

A、对赌协议的主要内容

2018年4月10日，罗洪鹏与南方媒体基金签署了附有对赌条款的补充协议，2019年12月，罗洪鹏、公司与南方媒体基金对补充协议进行修订，前述协议存在的对赌条款主要内容包括：

a、股份回购：罗洪鹏对公司2017年、2018年、2019年的年度实际净利润进行承诺，如果不能完成以上任一业绩指标的90%，南方媒体基金有权要求罗洪鹏回购南方媒体基金持有公司的全部或部分股份；如公司未在约定时间之前完成上市申报或未能取得中国证监会出具的上市受理文件，或者在上市申报后撤回的，南方媒体基金有权要求罗洪鹏回购南方媒体基金持有的公司全部或部分股份；公司对2019年实际净利润进行承诺，如果不能完成业绩指标的90%，南方媒体基金有权要求公司回购南方媒体基金持有公司的全部或部分股份。

b、反摊薄：在完成本次增资扩股后，除非获得南方媒体基金书面同意，公司不得新增发行其他权利优先于或等同于本次投资的新股。如触发反摊薄条款，南方媒体基金有权要求罗洪鹏以现金补偿或股份补偿的形式支付增资价格调整后的差额部分。

c、上市后市值承诺：罗洪鹏对公司上市后，南方媒体基金持有的股票限售期届满之时的公司市值做出承诺，如果不能达到承诺市值，由罗洪鹏作出现金补偿。

B、对赌协议的履行

对赌协议存续期内，协议各方均按约履行，不存在纠纷或潜在纠纷，根据南方媒体基金2020年12月出具的《声明函》，确认协议解除前不存在触发公司或罗洪鹏需回购股份的情形。

（2）对赌协议对公司股权清晰、稳定性的影响

根据2020年7月1日的《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议之解除协议》、2020年7月1日罗洪鹏与广东南方媒体融合发展投资基金

（有限合伙）的《关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议1号、补充协议2号之补充协议》，公司及实际控制人已与兰平一号和南方媒体基金终止前述特殊条款。

根据公司、公司实际控制人罗洪鹏、兰平一号和南方媒体基金出具的声明函，兰平一号、南方媒体基金和公司及其实际控制人均已书面确认在对赌条款解除前不存在触发公司或实际控制人需回购股份的情形，也不存在向公司及实际控制人要求履行特殊条款的情况，各方就前述对赌协议等特殊安排的执行和终止不存在任何争议、纠纷或潜在争议、纠纷。

因此，对赌协议不会影响公司股权的清晰、稳定。

（3）公司、公司实际控制人签署对赌协议有关公司上市后情况的全部条款，相关赌协议是否实际解除，是否符合《创业板股票发行上市审核问答》第13条规定的条件

①与兰平一号特殊条款的解除

2020年7月1日，罗洪鹏、公司与兰平一号签署《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议之解除协议》，具体约定如下：

“一、自本协议签署之日起解除《补充协议》，各方基于《补充协议》之权利、义务关系自此消灭；各方确认不存在基于《补充协议》之任何纠纷或潜在纠纷，各方确认不会基于《补充协议》追究对方之任何责任。

二、除《补充协议》外，各方不存在其他以书面或口头形式约定的对赌条款、业绩承诺、反稀释条款、优先认购条款、回购条款、强制出售条款和共同出售条款、否决权条款等与中国证券监督管理委员会和交易所现行上市要求不符的特殊条款特殊协议或安排，如有，亦自本协议签订之日一并终止。”

根据公司及实际控制人和兰平一号出具的确认函，对赌协议已终止，无对赌恢复条款，不存在纠纷或潜在纠纷，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第13条的要求。

经核查，上述协议已经各方签字盖章，对协议各方具有法律约束力，约定

之事项也不存在违反法律法规被认定为无效或可撤销之情形。上述特殊条款已经实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求。

②与南方媒体基金特殊条款的解除

2020年7月1日，罗洪鹏、公司与南方媒体基金签署《关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议1号、补充协议2号之补充协议》，具体约定如下：

“自本协议签署之日起，补充协议1号、补充协议2号约定的对赌条款、业绩承诺条款、市值承诺条款、反稀释条款、优先认购条款、回购条款、强制出售条款和共同出售条款、否决权条款及其他与中国证券监督管理委员会和证券交易所现行上市要求不符的特殊条款特殊协议或安排（如有）自本协议签订之日终止。”

根据公司及实际控制人和南方媒体基金出具的确认函，对赌协议已终止，不存在纠纷或潜在纠纷，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第13条的要求。

经核查，上述协议已经各方签字盖章，对协议各方具有法律约束力，约定之事项也不存在违反法律法规被认定为无效或可撤销之情形。上述特殊条款已经实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第13条的要求。

综上，公司、公司实际控制人签署对赌协议有关公司上市后情况的全部条款，相关对赌协议已实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第13条规定的条件。

（四）股权转让的专项说明

1、公司历史上股权送转的原因

公司历史上12次增加注册资本，其中3次涉及股权送转，前述股权送转的原因是为了扩大公司的股本规模和向股东分配权益，不存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷。具体如下：

序号	时间	事项	送股事项
1	2017 年 8 月	公司股改后第四次增加注册资本	以未分配利润向全体股东每 10 股送 2 股，同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 8 股
2	2018 年 10 月	公司股改后第六次增加注册资本	以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股
3	2019 年 8 月	公司股改后第七次增加注册资本	以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股

2、2018 年 10 月后股东频繁转让公司股份的原因及合理性，是否存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷

根据《股份转让协议》、股东出具的说明及对股东的访谈等材料，2018 年 10 月后，股东转让公司股份情况如下：

序号	转让方	受让方	时间	股权变动的原因
1	赵山庆	李潇龙	2018.10	赵山庆于公司在股转系统挂牌期间于 2017 年购入股份，交易金额共 192.6 万元，截止 2018 年 10 月其第一次转让股份前，赵山庆共计持有公司 112.56 万股股份，因赵山庆年事较高（1937 年出生）、身体健康状况欠佳，需要资金改善生活，因此 2018 年下半年开始，拟将所持公司股份逐渐变现。李潇龙、邹瑞珍认可公司在行业中的前景，愿意投资入股
2	赵山庆	邹瑞珍	2019.6	
3	韩永强	吴雪锋	2019.1	个人资金周转需要
4	天风汇城	睿泓天祺	2019.6	天风汇城和睿泓天祺的执行事务合伙人同为天风天睿，本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整
5	天风汇城	睿坤津祥	2019.10	天风汇城和睿坤津祥的执行事务合伙人同为天风天睿，同一体系内的投资主体的内部调整
6	彭建云	南京翔云	2018.11	彭建云是南京翔云的唯一股东，属于同一控制人的内部调整
7	南京翔云	陈虹燕	2019.6	南京翔云因资金周转需要转让其持有的公司股份
8	南京翔云	宇然投资	2019.6	
9	吴雪锋	陈翠琴	2019.9	吴雪锋与陈虹燕系夫妻。陈虹燕与吴雪锋于 2019 年 9 月至 12 月频繁转让股份转让原因是吴雪锋与陈虹燕二人经营家族门窗生意，二人负责门店的经营，吴雪锋姐姐及姐夫负责门窗的制造。2019 年 7 月，由于吴雪锋姐夫病逝，门窗生意出现上游供应商大量催款的情况，生意资金周转出现较大困难。为了保证门窗生意的正常经营及资金周转，二人于是在 2019 年下半年频繁出让公司股份以筹集资金支付供应商追款
10	陈虹燕	高理中	2019.9	
11	陈虹燕	田媛媛	2019.9	
12	陈虹燕	杨卓强	2019.10	
13	陈虹燕	绍兴人之初	2019.12	
14	陈虹燕	于光	2019.12	
15	陈虹燕	张更生	2019.10	

序号	转让方	受让方	时间	股权变动的原因
16	田媛媛	陈虹燕	2019.11	2019 年 9 月，陈虹燕向田媛媛出让其所持有的公司 88 万股股票，因田媛媛一直未支付转让款，双方协商后，田媛媛将所持 88 万股股票转回陈虹燕
17	张更生	陈虹燕	2019.11	2019 年 10 月，陈虹燕向张更生出让其所持有的公司 60 万股股票，因张更生一直未足额支付转让款，双方协商后，张更生将其未支付转让款的 37.5 万股股票转回陈虹燕

经核查，前述转让均已签订股份转让协议，除田媛媛因未支付全部股份转让款而将股份转回陈虹燕，张更生因未支付 37.5 万股股份的转让款而将 37.5 万股股份转回陈虹燕外，转让款项已支付完毕，转让公司股份的原因合理，不存在纠正代持行为的情形，也不存在利益输送或潜在纠纷。

2、公司在新三板挂牌期间专项说明

（1）公司在新三板上市期间是否存在处罚

经查询股转系统“监管公开信息”、 证券期货市场失信记录查询平台，公司在新三板上市期间，未曾受到过全国股份转让系统或中国证监会的行政处罚。

（2）公司在新三板上市期间的信息披露与公司本次申报信息的差异情况

经核查，公司挂牌期间的公开披露信息与本次申请文件和财务报告的差异情况如下：

内容	新三板信息披露文件	招股说明书	差异原因
风险因素	公开转让说明书：公司规模较小风险；技术过时导致无形资产减值风险；税收优惠变化风险；核心技术人员流失风险；知识产权被侵害风险；互联网系统安全性的风险；销售渠道网络变化风险；运营商合作政策变化风险；控股股东、实际控制人变化对公司经营的风险	创新风险；技术升级迭代风险；重要服务或业务的经营业绩风险；市场竞争风险；安全运营风险；资金短缺风险；应收账款发生坏账引致的风险	因披露时点不同，面临的风险存在差异
知识产权和主要技术	公开转让说明书：8 项注册商标、0 项专利权、14 项软件著作权	公司拥有 24 项注册商标，31 项专利，软件著作权 142 项，作品著作权 5 项	公司研发、技术水平不断提升，新增了商标、发明专利、作品著作权和主要技术

内容	新三板信息披露文件	招股说明书	差异原因
董事、监事高级管理人员、核心技术人员简历	公开转让说明书、定期报告中对董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的任职经历等披露的较为简单	招股说明书中对董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简历进行了更为细化、完善的披露	根据创业板相关要求，对简历情况进行细化、完善
关联方及关联关系	按照《公司法》《企业会计准则》的要求，列示关联方及关联关系	按照《公司法》《企业会计准则》及证监会和创业板相关规定，列示关联方及关联关系	由于报告期不同，关联方发生变动，对关联方和关联交易进行更新
财务数据	公司在挂牌期间披露的最后一次年报为 2016 年度，与本次申请文件和财务报告不存在重大差异	-	-

3、与海峡创业相关的股权转让专项说明

（1）公司引入汉鼎信息的背景及定价公允性

经访谈罗洪鹏及查阅汉鼎信息出具的说明，罗洪鹏于 2013 年 11 月将其持有蜂助手的 60%的股权转让给汉鼎信息的原因系汉鼎信息当时拟布局移动互联板块，公司的业务与汉鼎信息的业务发展目标有一定的契合性，因此双方协商一致，进行了该次股权转让。

根据罗洪鹏与汉鼎信息签订的《股权转让协议书》，确定汉鼎信息以人民币 3,600 万元收购罗洪鹏持有的蜂助手 60%股权,该次股权转让遵循市场定价原则，以截止 2013 年 10 月 31 日经双方共同确认的具有证券资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的净资产为基础，结合后期利润锁定及蜂助手的市场影响力等因素确定定价，定价公允。

（2）汉鼎信息转让公司股权原因及定价公允性

经访谈罗洪鹏及查阅汉鼎信息出具的说明，2015 年开始，手机应用和流量业务发展向好，公司经营团队找到了盈利的方向，对公司业务发展有了信心，罗洪鹏计划收回蜂助手的控制权，同时为激励员工引入持股平台及其他新的股东，与汉鼎信息协商一致转让部分蜂助手的股权。定价依据是各方在考虑公司财务状况等综合因素后确定，定价公允。

（3）公司、公司实际控制人、董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人是否存在关联关系，利益、资金往来或代持股份行为

经查阅公司、公司实际控制人、公司董监高、汉鼎信息原实际控制人吴艳、吴艳一致行动人汉鼎宇佑集团有限公司、汉鼎宇佑集团有限公司实际控制人王麒诚出具的确认函、公司主要客户及供应商的调查表，并经网络核查，公司、公司实际控制人、公司董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人不存在关联关系，不存在利益、资金往来或代持股份行为。

（4）汉鼎信息实际控制人变更对公司的影响，原实际控制人与现实际控制人是否就公司股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后对公司股权权属清晰是否构成影响

经查阅公司、公司实际控制人、公司董监高、汉鼎信息原实际控制人吴艳、吴艳一致行动人汉鼎宇佑集团有限公司、汉鼎宇佑集团有限公司实际控制人王麒诚、汉鼎信息（现更名为：海峡创新）现控股股东平潭创新股权投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函，汉鼎信息原实际控制人与现控股股东之间关于汉鼎信息的《股权转让协议》、《股权转让协议补充协议》、《放弃表决权协议》，汉鼎信息原实际控制人与现实际控制人未就公司股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后，汉鼎信息仍然持有公司股权，不影响公司股权权属清晰。

4、公司工商登记瑕疵的专项说明

（1）报告期内，公司存在的工商瑕疵情况：

公司存在迟延办理工商变更备案申请情况：公司 2016 年 11 月 30 日召开了 2016 年第三次临时股东大会，申请工商登记时间为 2017 年 3 月 10 日；公司 2017 年 5 月 16 日召开了 2016 年年度股东大会，申请工商登记时间为 2017 年 7 月 17 日；公司 2018 年 5 月 30 日召开了 2017 年年度股东大会，申请工商登记时间 2018 年 7 月 4 日；公司 2018 年 8 月 25 日召开了 2018 年第四次临时股东大会，申请工商登记时间 2018 年 10 月 8 日；公司 2019 年 6 月 30 日召开了 2018 年年度股东大会，申请工商登记时间为 2019 年 8 月 29 日；公司 2020 年 1 月 11 日召开了 2020 年第一次临时股东大会，申请工商登记时间为 2020 年 2 月 28 日。

公司 2019 年 10 月 25 日召开了 2019 年第三次临时股东大会，工商备案资料中笔误为 2019 年第一次临时股东大会，公司 2018 年 9 月 30 日召开了第二届监事会第一次会议，工商备案资料中笔误为 2018 年 9 月 24 日。

（2）瑕疵产生的原因及相应整改情况

上述工商备案信息的瑕疵主要是由于公司相关经办人员对于工商登记相关法律法规不熟悉，在相关变更事项发生之后，未能及时办理工商登记手续及粗心导致的。

针对上述问题，公司组织对相关经办人员加强了培训，督促相关责任人对问题进行深入分析和检讨，相关责任人承诺以后绝不会再发生类似情形。

公司历次变更已被公司的登记机关准予变更登记，广州市市场监督管理局于 2020 年 3 月 16 日、2020 年 7 月 20 日出具了《证明》，载明报告期内未发现公司在报告期内被广州市市场监督管理部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

同时，公司实际控制人已承诺如因工商备案瑕疵的问题致使公司受到行政处罚，将承担一切责任并赔偿全部损失。

（3）内部制度是否可有效执行，是否对公司的内控构成影响，对公司治理和内控的有效性的影响

公司具有健全的股东大会、董事会、监事会议事规则，上述议事规则符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

公司报告期内股东大会、董事会、监事会的召开、表决程序、内容及决议签署等相关事宜符合相关法律、法规和规范性文件和公司章程的规定。该等会议通过的各项决议合法有效。

因此，上述工商瑕疵问题仅为公司内部有效决策后，进行外部行政备案登记手续的瑕疵，对公司内控制度不构成影响，不影响其公司治理和内控的有效性。

三、公司重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组的情况。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

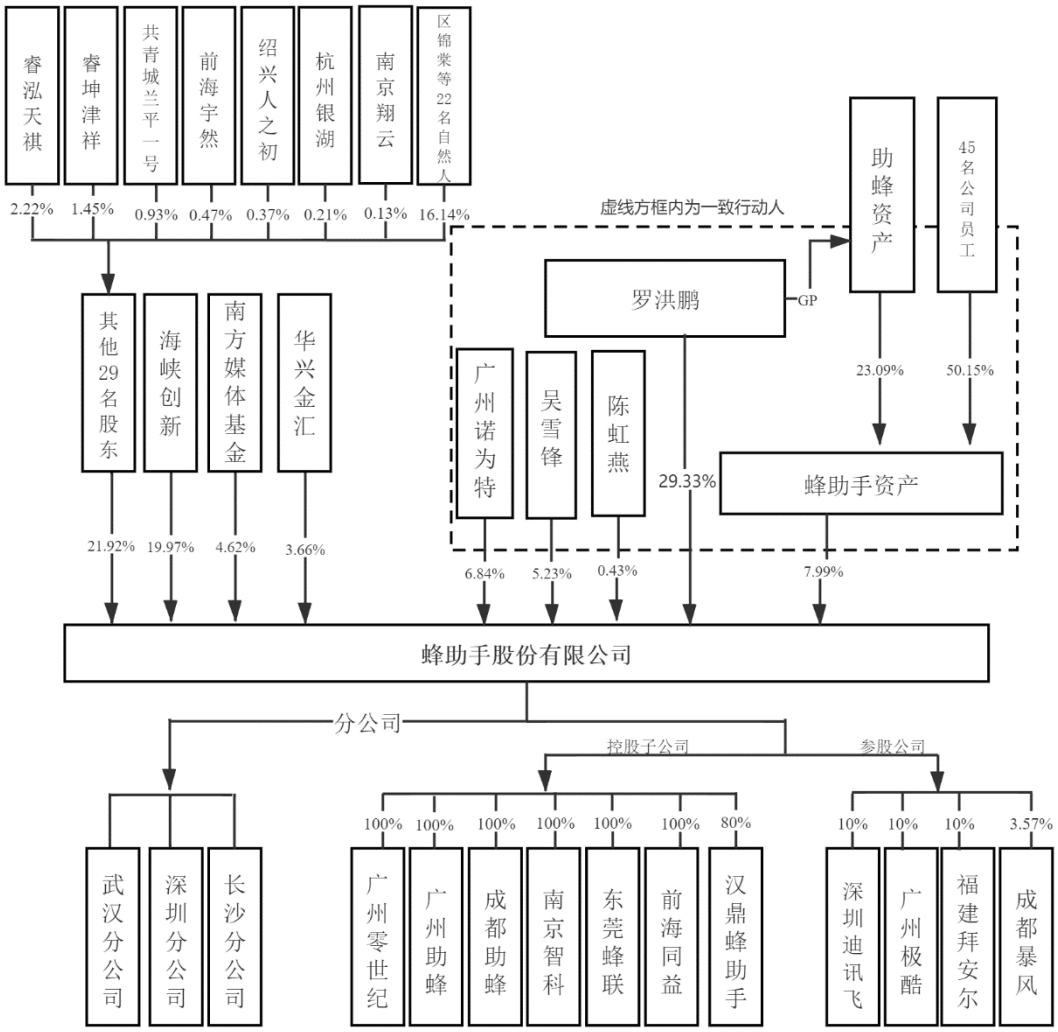
2016 年 7 月 27 日，公司取得全国中小企业股份转让系统出具“股转系统函[2016]5861 号”《关于同意广东蜂助手网络技术股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》。于 2016 年 9 月 2 日起，公司股票以协议转让方式在

全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让，证券简称为“蜂助手”，证券代码为838789。

2018 年 4 月 21 日，公司取得全国中小企业股份转让系统出具“股转系统函[2018]1482 号”《关于同意广东蜂助手网络技术股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，同意公司股票于 2018 年 4 月 25 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

五、公司的股权结构及组织机构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构关系如下图所示：



六、公司控股子公司、参股公司及分公司情况

（一）公司控股子公司的情况

报告期内，公司共有 7 家全资子公司，1 家控股子公司。截至本招股说明书签署日，1 家全资子公司已注销，其余公司正常存续，详情如下：

1、广州零世纪信息科技有限公司

公司名称	广州零世纪信息科技有限公司	**成立时间**	2016 年 1 月 15 日
注册资本	1,000 万元	**实收资本**	1,000 万元
注册地及主要生产经营地	广州市天河区龙口横街 28 号南塔 1-27 楼（部位：26 楼自编 2610 单元）		
经营范围	信息电子技术服务；计算机零售；通信技术研究开发、技术服务；网络技术的研究、开发；物联网技术研究开发；充值卡销售；信息系统集成服务；数据处理和存储服务；市场营销策划服务；软件零售；计算机零配件零售；计算机技术开发、技术服务；广告业；电子、通信与自动控制技术研究、开发；电子元器件批发；电子产品批发；计算机及通讯设备租赁；通信设备零售；电子元器件零售；电子产品零售；科技信息咨询服务；软件开发；信息技术咨询服务；电视设备及其配件批发；计算机批发；计算机零配件批发；软件批发；通讯设备及配套设备批发；广播设备及其配件批发；移动电信业务代理服务；教育咨询服务；文化艺术咨询服务；文化推广（不含许可经营项目）；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；网络游戏服务；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；跨地区增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	聚合运营服务、融合运营服务，为发行人主营业务的一部分。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	100.00%控制		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	5,172.50	4,282.45
	净资产	2,249.47	1,726.19
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	523.28	268.26

2、广州助蜂网络科技有限公司

公司名称	广州助蜂网络科技有限公司	**成立时间**	2016 年 4 月 26 日

注册资本	1,000 万元	**实收资本**	1,000 万元
注册地及主要生产经营地	广州市天河区龙口横街 28 号东塔 26 楼自编 2601 单元		
经营范围	物联网技术研究开发；计算机技术开发、技术服务；软件开发；电子、通信与自动控制技术研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；网络技术的研究、开发；信息系统集成服务；计算机及通讯设备租赁；市场营销策划服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；电子产品批发；电子产品零售；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；智能化安装工程服务；消防设施工程专业承包；电子自动化工程安装服务；电子设备工程安装服务；停车场经营；消防设施工程设计与施工；消防设备、器材的制造；消防设备、器材的批发；消防设备、器材的零售；电子元器件批发；电子元器件零售；通讯终端设备批发；通讯设备及配套设备批发；通信设备零售；道路自动收费停车泊位的建设、经营和管理；道路自动收费停车泊位设备的开发研究、安装和维护；通用机械设备销售；通用机械设备零售；机械配件批发；机械配件零售；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；跨地区增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；网络音乐服务；网络游戏服务		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	提供物联网产品、物联网技术服务，为发行人主营业务的一部分。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	100.00%控制		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	7,440.62	5,965.71
	净资产	1,424.60	1,417.56
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	7.04	37.54

3、南京智科物联技术有限公司

公司名称	南京智科物联技术有限公司	**成立时间**	2018 年 9 月 25 日
注册资本	500 万元	**实收资本**	140.25 万元
注册地及主要生产经营地	南京市雨花台区宁双路 28 号汇智大厦 813 室		
经营范围	物联网技术研发；电子产品研发、销售；计算机软硬件研发、技术转让、技术咨询、技术服务；互联网信息服务；信息系统集成服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	**流量+视频权益、技术服务类业务，**为发行人主营业务的一部分。		

股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	100.00%控制		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	80.66	128.79
	净资产	19.32	32.23
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-22.91	-21.04

4、成都助蜂网络技术有限公司

公司名称	成都助蜂网络技术有限公司	**成立时间**	2016 年 9 月 29 日
注册资本	1,000 万元	**实收资本**	470 万元
注册地及主要生产经营地	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区天府大道中段 530 号 1 栋 36 层 9 号		
经营范围	网络技术研发；电子产品、通讯设备与自动化控制设备的技术研发；计算机技术开发、技术服务；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询、技术服务；数据处理和存储服务；计算机及通讯设备租赁；市场营销策划；销售：计算机、计算机配件、计算机软件、通讯设备（不含无线广播电视发射及卫星地面接收设备）、电子元器件、电子产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	**停车场物联网业务，**为发行人主营业务的一部分。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	100.00%控制		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	667.62	682.07
	净资产	76.80	55.78
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	21.02	-7.85

5、东莞市蜂联电子科技有限公司

公司名称	东莞市蜂联电子科技有限公司	**成立时间**	2016 年 11 月 18 日
注册资本	500 万元	**实收资本**	500 万元
注册地及主要生	广东省东莞市万江街道万江大新路 11 号 102 室		

产经营地			
经营范围	研发、批发、零售：电子产品、塑胶制品、五金制品、玩具、日用品、手机配件、照明设备、汽车日用品、运动用品、包装材料（不含化学品）、手机、家用电器、工艺品（象牙及其制品除外）；批发、零售：服装、预包装食品（含冷藏冷冻食品）、散装食品（含冷藏冷冻食品、含散装熟食）、水果、化妆品；营销服务及策划；电子商务咨询。		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售手机配件**销售**等，非发行人主营业务。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	100.00%控制		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	33.86	222.29
	净资产	-118.23	-77.04
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-41.18	74.26

6、深圳网诚网络技术有限公司（已注销）

公司名称	深圳网诚网络技术有限公司	**成立时间**	2020 年 5 月 29 日
注册资本	480 万元	**实收资本**	0 万元
注册地及主要生产经营地	深圳市南山区南山街道登良社区南山大道 1088 号南园枫叶大厦 15F		
经营范围	一般经营项目是：信息技术咨询服务；网络信息技术推广服务；市场营销策划服务；信息系统集成服务；从事广告业务；软件开发；物联网技术研究开发；网络技术的研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；经营电子商务；电子产品零售；电子产品批发；充值卡销售；通信设备零售；通讯设备及配套设备批发；电视设备及其配件批发；通用机械设备销售；银行 POS 机销售；银行 POS 机租赁；代收代缴水电费；道路自动收费停车泊位的建设、经营和管理；道路自动收费停车泊位设备的开发研究、上门安装和维护；消防设备、器材的零售；建筑劳务分包；教育咨询服务；受商业银行委托提供银行信用卡及其它信贷业务的电话通知；市场营销策划；信用卡信息咨询业务（法律法规须许可审批和国家有关规定禁止和限制经营的除外），许可经营项目是：智能化安装工程服务；停车场经营；消防设施工程设计与施工；房屋建筑工程施工。		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	尚未开始经营		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%

	合 计	**100.00%**
控制情况	蜂助手股份有限公司控股 100.00%	
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**
	总资产	--
	净资产	--
		2020 年 1-6 月
	净利润	--

2020 年 7 月 23 日，深圳市市场监督管理局出具《企业注销通知书》，深圳网诚网络技术有限公司已于 2020 年 7 月 23 日办理注销登记手续。

（1）深圳网诚注销的原因

深圳网诚于 2020 年 5 月 29 日设立，设立后尚未开展经营，公司了解到在深圳市前海自贸区设立公司有税收优惠等有利政策，故立刻开展注销深圳网诚的工作，并于 2020 年 6 月 19 日设立深圳前海同益网络技术有限公司。

（2）深圳网诚是否存在违法违规行为，是否存在纠纷或潜在纠纷，相关债务和人员处置是否合法合规及依据

2020 年 7 月 2 日，蜂助手出具《全体投资人承诺人书》承诺：“本企业申请注销登记前未发生债权债务/已将债权债务清算完结，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，结算工作已全面完结。”并在国家企业信用信息公示系统发布了建议注销公告信息，公告期为 2020 年 7 月 2 日至 2020 年 7 月 22 日。

2020 年 7 月 2 日，国家税务总局深圳市税务局出具“深蛇税税企清【2020】23838 号”《清税证明》，确认深圳网诚所有税务事项均已结清。

2020 年 7 月 23 日，深圳市市场监督管理局出具《企业注销通知书》，确认深圳网诚网络技术有限公司已于 2020 年 7 月 23 日办理注销登记手续。

根据国家企业信用信息系统、信用中国、国家税务总局深圳市税务局等行政部门官方网站查询结果，深圳网诚自设立至报告期末均不存在行政处罚事项。

综上，深圳网诚存续期间不存在违法违规行为，其存续时间短，未实际开展业务、聘请员工，不存在债务和人员处置的问题，不存在纠纷或潜在纠纷。

7、深圳前海同益网络技术有限公司

公司名称	深圳前海同益网络技术有限公司	**成立时间**	2020 年 6 月 19 日
注册资本	580 万元	**实收资本**	50 万元
注册地及主要生产经营地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）		
经营范围	一般经营项目是：信息技术咨询服务；信息系统集成服务；互联网数据服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；物联网技术研发；市场营销策划；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；物联网技术服务；网络技术服务；停车场服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；电子产品销售；移动终端设备销售；广播电视传输设备销售；安防设备销售；货币专用设备销售；销售代理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是：无		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	尚未开始经营		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		100.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	蜂助手股份有限公司控股 80 %		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	
	总资产	--	
	净资产	--	
		2020 年 1-6 月	
	净利润	--	

8、广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司

公司名称	广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司	**成立时间**	2019 年 4 月 10 日
注册资本	5,000 万元	**实收资本**	**2,250 万元**
注册地及主要生产经营地	广州市白云区北太路 1633 号广州民营科技园科盛路 8 号配套服务大楼 5 层 A505-42 房		
经营范围	信息技术咨询服务；软件开发；电子、通信与自动控制技术研究、开发；网络技术的研究、开发；物联网技术研究开发；计算机硬件的研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；信息电子技术服务；移动电信业务代理服务；通讯设备及配套设备批发；通讯终端设备批发；软件批发；电子产品批发；电子元器件批发；电视设备及其配件批发；家用视听设备零售；日用家电设备零售；通信设备零售；电子元器件零售；软件零售；电子产品零售；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；互联网商品销售（许可审批类商品除外）		
主营业务及其与	**物联网智能硬件销售、物联网流量运营、影视会员、娱乐充值，**为发行		

发行人主营业务的关系	人主营业务的一部分。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	蜂助手股份有限公司		80.00%
	海峡创新		20.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	蜂助手股份有限公司控股 80.00 %		
主要财务数据（单位：万元）经大华会计师事务所于蜂助手合并报表范围内进行审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	1,883.44	1,528.22
	净资产	1,749.25	1,451.96
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-182.70	-368.04

9、关于控股子公司的专项说明

（1）公司受让取得广州零世纪、东莞蜂联、成都助蜂和汉鼎蜂助手股权的具体情况

序号	股权转让 工商变更时间	出让方	受让方	转让标的	转让 价格	定价依据及公允性	注册资本缴纳情况（单位：万元）		
							认缴金额	实缴金额	未实缴完毕的原因
1	2017 年 3 月 21 日	王旺先	蜂助手	广州零世纪 90%股权	0 元/股	出让方未履行转让股权对应的出资义务，该出资义务随本次股权转让由蜂助手承担，且股权转让时标的公司均处于亏损状态，故均以 0 元/股进行转让，定价公允。	1,000.00	1,000.00	-
2	2017 年 4 月 19 日	陈昌林	蜂助手	东莞蜂联 51%股权	0 元/股		500.00	500.00	-
3	2018 年 1 月 24 日	武汉极讯软件有限责任公司	蜂助手	成都助蜂 10%股权	0 元/股		1000.00	470.00	未到章程约定的缴纳时间（2030 年 12 月 31 日前）
		成都微风企业管理咨询有限公司	蜂助手	成都助蜂 20%股权					
4	2020 年 5 月 26 日	汉鼎宇佑	蜂助手	汉鼎蜂助手 20%股权	0 元/股		4,000.00	2,250.00	未到章程约定的缴纳时间（2029 年 5 月 31 日前）

（2）公司受让上述公司股权时的主要经营业务及主要财务状况

①广州零世纪主营业务为游戏运营，主要财务状况如下：

单位：万元

科目	营业收入	营业成本	净利润	净资产	总资产
2016 年 12 月 31 日/ 2016 年度 （未经审计）	994.27	946.00	-30.60	169.40	188.42

②东莞蜂联主营业务尚未开展，主要财务状况如下：

单位：万元

科目	营业收入	营业成本	净利润	净资产	总资产
2016 年 12 月 31 日/ 2016 年度 （未经审计）	0.00	0.00	-1.33	96.6796.23	96.9796.53

③成都助蜂主营业务尚未开展，主要财务状况如下：

单位：万元

科目	营业收入	营业成本	净利润	净资产	总资产
2017 年 12 月 31 日/ 2017 年度 （未经审计）	0.00	0.00	-0.32	69.67	69.81

④汉鼎蜂助手主营业务为物联网智能硬件销售，主要财务状况如下：

单位：万元

科目	营业收入	营业成本	净利润	净资产	总资产
2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度 （未经审计）	224.93	367.91	-368.04	1,451.96	1,528.22

（3）蜂助手受让上述标的公司股权前，各标的公司之间是否存在关联关系、是否存在构成重大资产重组的情况

①各标的公司之间关联关系的核查情况

序号	标的公司	转让前股权结构		转让前实际控制人	转让前董监高
		股东	持股比例		
1	广州零世纪	王旺先	90%	王旺先	执行董事兼经理：王旺先 监事：李泽文
		蜂助手	10%		
2	东莞	陈昌林	51%	陈昌林	执行董事：陈昌林

序号	标的公司	转让前股权结构		转让前实际控制人	转让前董监高
		股东	持股比例		
	蜂联	蜂助手	49%		经理：丁惊雷 监事：吴荣昌
3	成都助蜂	蜂助手	70%	罗洪鹏	执行董事：沈金辉 经理：陈刚 监事：李泽文
		成都微风企业管理咨询有限公司	20%		
		武汉极讯软件有限责任公司	10%		
4	汉鼎蜂助手	蜂助手	60%	罗洪鹏	董事：周为利、杨健、韦子军、罗洪鹏、王照良 经理：王照良 监事：王艳
		汉鼎宇佑	40%		

经核查，转让前成都助蜂与汉鼎蜂助手为蜂助手同一控制下的公司，除此之外，各标的公司不存在其他关联关系。

②前述股权转让是否存在构成重大资产重组的核查

A、2017 年，蜂助手受让广州零世纪 90%股权不构成重大资产重组

2016 年度，广州零世纪财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

项目	广州零世纪	蜂助手	占比（%）
营业收入	994.27	30,224.67	3.29
资产总额	188.42	12,452.13	1.51
资产净额	169.40	8,837.61	1.92

B、2017 年，蜂助手受让东莞蜂联 51%股权不构成重大资产重组

2016 年度，东莞蜂联财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

项目	东莞蜂联	蜂助手	占比（%）
营业收入	0.00	30,224.67	0.00
资产总额	96.97	12,452.13	0.78
资产净额	96.67	8,837.61	1.09

C、2018 年，蜂助手受让成都助蜂 30%股权不构成重大资产重组

2017 年度，成都助蜂财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

项目	成都助蜂	蜂助手	占比（%）
营业收入	0.00	36,575.72	0.00
资产总额	69.81	19,152.16	0.36
资产净额	69.67	13,525.69	0.52

D、2020 年，蜂助手受让汉鼎蜂助手 20%股权不构成重大资产重组

2019 年度，汉鼎蜂助手财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

项目	汉鼎蜂助手	蜂助手	占比（%）
营业收入	224.93	42,344.04	0.53
资产总额	1,528.22	52,353.43	2.92
资产净额	1,451.96	32,982.38	4.40

经核查，前述股权受让均不构成重大资产重组。

（二）公司参股公司的情况

截至本招股说明书签署日，公司共 5 家参股公司，**其中 1 家参股公司已注销，其余公司正常存续**，具体情况如下：

1、北京蜂助手技术有限公司（已注销）

公司名称	北京蜂助手技术有限公司	成立时间	2018 年 8 月 6 日
注册资本	1,000 万元	实收资本	121.25 万元
注册地及主要生产经营地	北京市丰台区南四环西路 186 号一区 1 号楼 6 层 60 室		
经营范围	技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询、技术推广；市场调查；企业管理咨询；计算机系统服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动；软件开发；数据处理；企业管理；基础软件服务；应用软件服务；电脑动画设计；工艺美术设计；经济信息咨询；销售电子产品、电子元器件、计算机软件及辅助设备、通讯设备。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	军民融合的物联网产品及技术服务，北京蜂助手 2020 年已停止经营，与公司主营业务无重合。		
股东构成	股东名称		股权比例
	蜂助手股份有限公司		51.00%
	李娜		42.00%

	胡慧斌		7.00%
	合 计		**100.00%**
控制情况	将北京蜂助手认定为参股公司的理由如下：①北京蜂助手自 2018 年 8 月设立至 2019 年 7 月 23 日期间，设一名执行董事管理一切经营事务，且执行董事非由蜂助手委派，2019 年 7 月 23 日后，北京蜂助手设三名董事，蜂助手委派一名董事，剩余二名董事及财务人员由合作方委派，北京蜂助手日常经营及印章均由合作方管理。②北京蜂助手设立后，业务一直未有实质进展，2018 年、2019 均处于亏损状态，蜂助手已在北京设立分公司负责开拓北京地区的业务，管理层无控制北京蜂助手意图。根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定并基于发行人管理层意图和实际权力的判断，将持有北京蜂助手的 51%的权益按照权益法进行核算。		
主要财务数据（单位：万元）未经审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	3.76	4.35
	净资产	-118.66	-118.43
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-1.48	-249.46

（1）北京蜂助手注销的原因

北京蜂助手设立后，业务一直未有实质进展，设立至今均处于亏损状态，经全体股东一致同意。

（2）北京蜂助手注销流程

2020 年 7 月 9 日，国家税务总局北京市丰台区税务局出具“京丰一税【2020】35881 号”《清税证明》，确认北京蜂助手所有税务事项均已结清。

2020 年 11 月 8 日，北京市丰台区市场监督管理局出具《注销核准通知书》，确认核准北京蜂助手已于 2020 年 11 月 8 日注销。

北京蜂助手在存续期间不存在违法违规行为，不存在债务和人员处置的问题，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、拜安尔（福建）网络科技有限公司

公司名称	拜安尔（福建）网络科技有限公司	**成立时间**	2015 年 2 月 16 日
注册资本	1,000 万元	**实收资本**	750 万元
注册地及主要生产经营地	福建省福州市鼓楼区温泉街道河东路沙帽井 3 号邮电公寓第 5 层		
经营范围	计算机网络、计算机软件、计算机信息、电子产品、通信设备、自动化设备的技术开发、技术服务、技术咨询；智能化设备的租赁；文化艺术		

	交流活动组织策划；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；游戏开发；演出经纪服务；智能化设备、体育用品、电子出版物、点卡、充值卡的批发、代购代销；体育赛事活动组织策划；设计、制作、代理、发布国内各类广告；票务代理；对影视业、文化产业的投资；礼仪庆典服务；会议及展览服务；计算机系统集成；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	彩票综合服务、智能化自助售彩终端，其主营业务，需使用物联网流量，能支持蜂助手的物联网流量业务发展。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	九盛国彩科技有限公司		58.00%
	韩冯根		26.00%
	蜂助手股份有限公司		10.00%
	高建鸿		6.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	控股股东九盛国彩科技有限公司，蜂助手为参股 10.00%		
主要财务数据（单位：万元）未经审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	615.32	553.28
	净资产	88.68	96.72
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-8.04	-158.54

3、广州极酷物联智能科技有限公司

公司名称	广州极酷物联智能科技有限公司	**成立时间**	2015 年 6 月 11 日
注册资本	165.31 万元	**实收资本**	165.31 万元
注册地及主要生产经营地	广州市黄埔区神舟路 19 号自编 1 栋 211		
经营范围	信息系统集成服务；安全智能卡类设备和系统制造；电子、通信与自动控制技术研究、开发；工业自动控制系统装置制造；自动售货机、售票机、柜员机及零配件的批发；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；企业自有资金投资；计算机技术开发、技术服务；计算机外围设备制造；计算机应用电子设备制造；计算机信息安全设备制造；金属制档案柜、文件柜制造；金属家具制造；电工机械专用设备制造；金属制品批发；		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	提供物联网产品（含智能终端，套件设备等），物联网云平台技术服务，以及物联网行业应用解决方案（智慧供应链&资产管理、无人值守仓储等）。极酷物联的物联网方案能提升公司的整体物联网解决能力，助力公司物联网战略的发展。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	李子英		26.86%

	广州市泽酷企业管理咨询中心（有限合伙）	15.67%
	蜂助手股份有限公司	10.00%
	谭宇祥	6.98%
	高鹤水	5.60%
	关洪树	4.67%
	冯朝霞	4.66%
	阳永红	4.66%
	广东金睿和投资管理有限公司	3.77%
	刘战勇	3.12%
	周化明	3.12%
	朱桃	3.02%
	罗旭然	2.51%
	郝燕	2.01%
	李珍	1.71%
	林文辉	1.64%
	合 计	**100.00%**
控制情况	控股股东为李子英，蜂助手参股 10.00%	

主要财务数据（单位：万元）未经审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	429.11	504.75
	净资产	277.49	364.72
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	-86.76	-341.35

4、深圳市迪讯飞科技有限公司

公司名称	深圳市迪讯飞科技有限公司	**成立时间**	2015 年 7 月 28 日
注册资本	574.711 万元	**实收资本**	57.47 万元
注册地及主要生产经营地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）		
经营范围	计算机软硬件、计算机网络设备、电子产品、通讯产品的技术开发与销售；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	提供物联网产品（含智能终端，4G 路由器，模组，摄像头等），物联网云平台技术服务，以及物联网端到端数据解决方案。深圳迪讯飞的物联网云平台技术及产品，能有效助力公司在物联网大流量领域的发展。		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	沈晓军		64.64%

	徐晔		17.40%
	蜂助手股份有限公司		10.00%
	卢瑞昕		6.96%
	毛飞		1.00%
	合 计		**100.00%**
控制情况	控股股东沈晓军，蜂助手为参股 10.00%		
主要财务数据（单位：万元）未经审计		**2020 年 6 月 30 日**	**2019 年 12 月 31 日**
	总资产	1,009.83	467.11
	净资产	-83.71	1.40
		2020 年 1-6 月	**2019 年度**
	净利润	6.29	-239.81

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 22 号–金融工具确认和计量》(财会【2017】7 号)、《企业会计准则第 37 号–金融工具列报》(财会【2017】14 号)，公司管理层将无重大影响的对外投资直接指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，并列示为其他权益工具投资。公司持有深圳迪讯飞 10%股份，不参与其日常经营决策，对其不具有控制、共同控制或重大影响，依照会计准则规定，深圳迪讯飞从 2019 年 1 月 1 日开始被管理层指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，因此 2019 年深圳迪讯飞无需按照亏损份额计提减值准备。

2017 年至 2019 年深圳迪讯飞主营业务收入保持持续增长，增长率分别为 89.32%、6.58%及 222.75%，且该公司商业模式逐渐稳定，预计未来将扭亏为盈。根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》， 2018 年末、2019 年末公司所持深圳迪讯飞股份公允价值为 601.75 万元和 648.28 万元，公允价值连续增加，均超过公司的投资成本，公司 2019 年已将公允价值变动金额记入其他综合收益。公司已按照金融资产期末的公允价值调整其他权益工具投资的期末余额，账务处理符合会计准则要求。

5、成都暴风互动科技有限公司

公司名称	成都暴风互动科技有限公司	**成立时间**	2014 年 6 月 3 日
注册资本	177.78 万元	**实收资本**	172.7 万元

注册地及主要生产经营地	成都高新区吉泰五路 88 号 3 栋 41 层 10 号	
经营范围	开发、销售计算机软硬件；网络技术咨询；货物及技术进出口。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开发、销售计算机软硬件；网络技术咨询；货物及技术进出口，与公司处于同行业。	
股东构成	股东名称	股权比例
	周亚峰	63.00%
	郭文瑞	27.00%
	南京星耀九洲网络信息技术有限公司	3.57%
	蜂助手股份有限公司	3.57%
	刘丽钗	2.86%
	合 计	**100.00%**
控制情况	控股股东周亚峰，蜂助手为参股 3.57%。	

6、入股参股公司的具体情况

（1）入股各参股公司时间及实际出资情况

单位：万元

序号	公司名称	决定入股时间	出资情况		
			投资总额	实际出资金额	实际出资时间
1	北京蜂助手	2018 年 6 月 6 日	124.25	100.00	2018 年 9 月 18 日
				20.00	2019 年 7 月 19 日
				0.35	2020 年 2 月 27 日
				0.9	2020 年 5 月 20 日
2	深圳迪讯飞	2017 年 5 月 22 日	500.00	300.00	2017 年 5 月 24 日
				200.00	2017 年 5 月 27 日
3	福建拜安尔	2017 年 4 月 11 日	490.00	490.00	2017 年 4 月 12 日
4	广州极酷物联	2018 年 6 月 15 日	400.00	200.00	2018 年 7 月 25 日
				100.00	2018 年 10 月 26
				100.00	2019 年 1 月 4 日
5	成都暴风	2015 年 12 月 1 日	125.00	125.00	2016 年 1 月 20 日

（2）入股当年进行减值准备计提的情况及入股考虑

序号	参股公司	是否存在入股当年就计提减值准备的情形及原因

序号	参股公司	是否存在入股当年就计提减值准备的情形及原因
1	北京蜂助手	否，北京蜂助手成立当年有少量经营活动，公司按照权益法对该长期股权投资进行后续计量，并确认投资收益，故未提取减值准备。
2	深圳迪讯飞	否，深圳迪讯飞于投资当年收入规模持续增长，公司未发现该项投资存在减值迹象，同时根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》，评估结果未出现减值迹象。
3	福建拜安尔	是，公司 2017 年按照成本法对该可供出售金融资产进行后续计量，由于投资后收益明显低于预期，同时根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》，该投资存在减值迹象。
4	广州极酷物联	否，极酷物联投资后业务发展在预期范围内，同时根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》，评估结果未出现减值迹象。
5	成都暴风	是，公司 2016 年按照成本法对该可供出售金融资产进行后续计量，并于 2016 年对该投资全额计提了减值

各参股公司入股的主要原因如下：

①参股北京蜂助手的原因

公司投资北京蜂助手是基于布局拓展军民融合的物联网产品及技术服务。公司认为军民融合物联网物联网业务跟公司的物联网发展战略契合度高，因此公司决定投资设立北京蜂助手。

②参股深圳迪讯飞的原因

深圳迪讯飞主营业务为物联网云平台技术服务，提供物联网产品及物联网端到端数据解决方案，公司认为深圳迪讯飞的物联网流量服务能力跟公司的物联网发展战略契合度高，可以为公司未来发展提供有力的技术支撑，因此公司决定对深圳迪讯飞参股投资。

③参股福建拜安尔的原因

福建拜安尔具有彩票经营资质，主营彩票机等业务，公司预计未来可以借此资源发展线上彩票市场，跟公司虚拟类产品分发结合形成新的商业模式，因此公司决定对福建拜安尔参股投资。

④参股广州极酷物联的原因

广州极酷物联主营业务是智能软件终端、云物流、物联网行业供应链和管理服务，公司基于广州极酷物联优秀的研发团队和研发成果，结合工业物联网良好的发展前景，认为广州极酷物联未来发展潜力较大，可与公司物联网业务

发展结合，形成产业链上下游助力，因此公司决定对广州极酷物联参股投资。

⑤参股成都暴风的原因

成都暴风为一家移动游戏开发商，公司预计该项投资能为公司在应用分发领域的发展建立良好的游戏资源合作关系，有利于做好应用分发业务，因此公司决定对成都暴风参股投资。

（3）除成都暴风外其他参股公司实际控制人回购股份的情形、诉讼情况及相关减值准备计提情况

①四家参股公司实际控制人回购股份的情形及诉讼情况

四家参股公司中，在投资协议里约定了股权回购条款的公司为福建拜安尔、深圳迪讯飞，具体回购条款及目前的处理状况如下：

公司名	股权回购条款	处理情况
福建拜安尔	5.1.4 公司业绩指标正负 10%浮动，若业绩指标未完成，则乙方有权以书面通知的形式单方无偿解除本协议，公司、丙方应于本协议解除后 10 个工作日内退还投资方已支付的全部投资款，并按公司投资额的 10%个工作日内退还投资方已经支付的全部投资款，并按本合同投资总额的 10%的投资方计付违约金，同时承担方所产生的各项费用，包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费、调查费。 5.2 如果投资方在 2019 年 6 月 30 日前不对上述条款进行追诉，本条款将自动生效。	由于拜安尔（福建）网络科技有限公司（曾用名“福建乐讯电竞文化传播有限公司”)未完成业绩承诺，但各方仍有合作意向，经协商一致。2019 年 5 月，蜂助手与交易对方签署《关于福建乐讯电竞文化传播有限公司股权投资协议书之补充协议》,将前述权利追诉有效期延至 2022 年内 6 月 30 日。 截至目前，公司未因股权回购事宜提起诉讼。
深圳迪讯飞	5.1.3 迪讯飞聘请的审计机构需具备证券从业资格，每年的 3 月 31 日之前向乙方提供审计机构出具上一年度的审计报告，迪讯飞两年中任一年达不到业绩目标的，乙方有权以书面通知的形式单方解除本协议，公司、丁方应于本协议解除后 10 个工作日内。 5.1.4 公司业绩指标正负 10%浮动，若业绩指标未完成，则乙方有权以书面通知的形式单方无偿解除本协议，公司、丙方应于本协议解除后 10 个工作日内退还投资方已支付的全部投资款，并按公司投资额的 10%个工作日内退还投资方已经支付的全部投资款，并按本合同投资总额的 10%的投资方计付违约金，投资款和违约金延迟支付的，每延迟一个月按应支付总额增加 1%的支付违约金,同时承担乙方所产生的各项费用，包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费、调查费、担保费等。	虽然深圳迪讯飞未完成业绩承诺，由于蜂助手与深圳迪讯飞保持着长期合作的关系，蜂助手于总经理办公会决议暂不行使深圳迪讯飞主张股权回购权。 截至目前，公司未因股权回购事宜提起诉讼。

②四家参股公司相关减值准备计提情况

报告期内，北京蜂助手、深圳迪讯飞、福建拜安尔、广州极酷物联的投资成本及公允价值如下：

单位：万元

参股公司	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	投资成本	公允价值	投资成本	公允价值	投资成本	公允价值	投资成本	公允价值
北京蜂助手	124.25	-	123.00	-	100.00	-	-	-
迪讯飞	500.00	648.28	500.00	648.28	500.00	601.75	500.00	580.64
拜安尔	490.00	14.85	490.00	14.85	490.00	187.61	490.00	448.96
极酷物联	400.00	192.28	400.00	192.28	300.00	363.23	-	-
合计	1,514.25	855.41	1,513.00	855.41	1,390.00	1,152.59	990.00	1,029.60

备注：公司2017年、2018年末对无重大影响的参股公司投资按照成本法核算，并列示为可供出售金融资产。公司自2019年1月1日起执行《企业会计准则第22号- 金融工具确认和计量》（财会【2017】7号）、《企业会计准则第37号-金融工具列报》（财会【2017】14号），公司管理层将无重大影响的对外投资直接指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，并列示为其他权益工具投资。

公司2019年12月31日、2020年6月30日已按照资产负债表日公允价值调整其他权益工具投资的公允价值变动。公司2017年12月31日、2018年12月31日已按照资产的可收回金额计提减值准备，减值准备计提充分。各参股公司具体减值情况如下：

A、北京蜂助手

该公司于2018年7月注册成立，公司初始投资金额为100.00万元，因2018年为北京蜂助手初始设立年度，发生经营亏损符合公司预期，该项长期股权投资不存在《企业会计准则第8号——资产减值》第五条规定的资产减值迹象，不需要计提长期股权投资减值准备。2018年按照权益法核算，确认投资损失后，长期股权投资期末余额为65.68万元。2019年12月31日和2020年6月30日按照权益法确认投资损失后，长期股权投资期末余额均为0.00元，无需计提长期股权投资减值准备。

B、深圳迪讯飞

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
报表项目	其他权益工具投资		可供出售金融资产	
初始投资成本	500.00	500.00	500.00	500.00
期初账面价值①	648.28	601.75	500.00	-
当期增加投资额②	-	-	-	500.00
当期计提减值准备/当期公允价值变动③	-	46.53	-	-
期末账面价值④=①+②+③	648.28	648.28	500.00	500.00
期末公允价值⑤	648.28	648.28	601.75	580.64
当期应计提减值准备/当期公允价值变动=⑤-①	-	46.53	-	-

该公司主营物联网硬件及技术服务，具有较强的技术储备及市场前景，报告期内收入规模持续增长，公司商业模式逐渐稳定，预计未来将扭亏为盈。根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》，该公司报告期内不需要计提减值准备。

C、福建拜安尔

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
报表项目	其他权益工具投资		可供出售金融资产	
初始投资成本	490.00	490.00	490.00	490.00
期初账面价值①	14.85	187.61	448.96	-
当期增加投资额②	-	-	-	490.00
当期计提减值准备/当期公允价值变动③	-	-172.76	-261.35	-41.04
期末账面价值④=①+②+③	14.85	14.85	187.61	448.96
期末公允价值⑤	14.85	14.85	187.61	448.96
当期应计提减值准备/当期公允价值变动=⑤-①	-	-172.76	-261.35	-41.04

该公司是基于自主研发的智能自助售彩终端及服务平台从事彩票运营业务。福建拜安尔已开发出新一代的智能销售终端，机器成本有较大幅度降低，但尚未大规模投入运营，因此是否能够取得预期效果还存在较大不确定性。同时，根据 2018 年《关于修改<彩票管理条例实施细则>的决定》，严令禁止互联网彩票的销售。受该政策的影响，报告期内，福建拜安尔持续亏损，估值逐渐下降。2020 年 1-6 月福建拜安尔经营状况较为稳定，业绩并未发生重大变化，故与 2019

年 12 月 31 日相比，其公允价值未发生变动。公司已按照北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》对该投资计提减值准备。

D、广州极酷物联

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
报表项目	其他权益工具投资		可供出售金融资产	
初始投资成本	400.00	400.00	300.00	-
期初账面价值①	192.28	363.23	-	-
当期增加投资额②	-	100.00	300.00	-
当期计提减值准备/当期公允价值变动③	-	-270.95	-	-
期末账面价值④=①+②+③	192.28	192.28	300.00	-
期末公允价值⑤	192.28	192.28	363.23	-
当期应计提减值准备/当期公允价值变动=⑤-①	-	-270.95	-	-

该公司主营业务是智能软件终端、云物流、物联网行业供应链和管理服务。2018 年 12 月 31 日期末公允价值均大于期末账面价值，无需计提减值准备。2019 年度受核心客户订单暂停影响，收入下降 61%，导致估值下降。2020 年 1-6 月虽受疫情影响，收入低于预期，但整体经营情况稳定，业绩并未发生重大变化，故与 2019 年 12 月 31 日相比，其公允价值未发生变动。公司已按照北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋咨报字（2020）第 90013 号《权益工具公允价值估值项目估值说明》对该投资进行了公允价值调整。

综上所述，各参股公司相关减值准备计提充分，符合《企业会计准则》的规定。

（4）认定北京蜂助手为参股公司的理由

①北京蜂助手自 2018 年 8 月设立至 2020 年 11 月 3 日（注销日期），设立原因系基于公司布局拓展军民融合的物联网产品及技术服务。其章程中关于董事及董事会的设置情况如下：

章程生效期间	董事会设置	董事会表决权	法定代表人是否由蜂助手委派

章程生效期间	董事会设置	董事会表决权	法定代表人是否由蜂助手委派
2018 年 7 月-2018 年 11 月	公司不设董事会、全体股东选举黄穗飞为执行董事，执行董事为公司法定代表人。	-	黄穗飞，非蜂助委派
2018 年 11 至 2019 年 7 月	公司不设董事会、全体股东选举刘文远执行董事一人，经理为公司法定代表人	-	李娜，非蜂助手委派
2019 年 7 月至 2020 年 11 月 3 日	公司设董事会，全体股东选举董事三名：刘文远、李娜及罗洪鹏，经理为法定代表人。	董事会审议事项为三分之二以上董事表决方可通过	李娜，非蜂助手委派。李娜与刘文远为夫妻关系。

综上，北京蜂助手设立至今董事会均不由蜂助手控制，并且公司经理、法定代表人亦不由蜂助手委派。

北京蜂助手执行董事、董事会的安排，系各方股东协商达成的结果，北京蜂助手的设立定位为布局拓展军民融合的物联网产品及技术服务，蜂助手一方具备产品、技术优势，李娜一方具备市场渠道优势，为方便北京蜂助手开拓市场，故由李娜主管北京蜂助手经营，具体表现为控制董事会、出任法定代表人。

②北京蜂助手设立后，业务一直未有实质进展，2018 年、2019 均处于亏损状态，蜂助手已在北京设立分公司负责开拓北京地区的业务，管理层无控制北京蜂助手意图。根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（2014 年修订）第七条规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定”，因无法对北京蜂助手形成实际控制，只能对其施加重大影响，判定北京蜂助手为公司联营企业。

③公司对北京蜂助手按照权益法核算投资成本及损益调整情况如下：

项目	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月 30 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
长期股权投资期初余额	-	65.68	-
当期追加投资	1.25	23.00	100.00
北京蜂助手当期净利润	-1.48	-249.46	-67.28
公司持股比例	51.00%	51.00%	51.00%
按持股比例计算的投资损益	-0.75	-127.22	-34.32
当期应确认投资损益	-1.25	-88.68	-34.32
差额	0.50	-38.54	-
差异原因	弥补前期形成超额亏损	未确认的超额亏损	-

项目	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月 30 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
长期股权投资期末余额	-	-	65.68
期末累计未确认的损失	38.04	38.54	-

备注：1、未确认的超额亏损是指按照权益法核算的应计亏损金额超出投资账面价值的部分；2、2020 年 1-6 月由于前期超额亏损金额超过本期追加投资金额，因此以投资金额为限确认投资损益-1.25 万元。

根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（2014 年修订），“投资方对联营企业和合营企业的长期股权投资，应当按照本准则第十条至第十三条规定，采用权益法核算”。其中，第十一条规定，“投资方取得长期股权投资后，应当按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值”。第十二条规定，“投资方确认被投资单位发生的净亏损，应当以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限”。

综上，公司将对北京蜂助手按照权益法核算投资成本及损益调整情况符合企业会计准则要求。

7、参股公司与公司存在交易的情况，是否与公司主要客户、供应商存在资金往来的核查

北京蜂助手、福建拜安尔、和成都暴风与蜂助手不存在交易情况，深圳迪讯飞、广州极酷物联与蜂助手发生交易的情况参见本招股说明书“第七节、九、（二）关联交易”之“2、经常性关联交易”。

北京蜂助手、福建拜安尔、成都暴风和深圳迪讯飞不存在与公司主要客户、供应商资金往来的情况，广州极酷物联与蜂助手的主要客户、供应商发生资金往来的情况如下：

单位：万元

公司	交易对象	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广州极酷物联	浙江三合通信科技有限公司	销售流量	-	-	152.98	-
	广州流量圈通信科技有限公司	销售流量	-	-	121.58	-
	中国移动通信集团广东有限公司	销售流量	-	-	10.40	48.35

除上述情况，北京蜂助手、福建拜安尔、成都暴风和深圳迪讯飞及广州极

酷物联不存在与蜂助手存在交易的情况，不存在与蜂助手主要客户、供应商存在资金往来。

（三）公司分支机构情况

报告期内，公司共有 5 家分公司。截至本招股说明书签署日，2 家分公司已注销，3 家分公司仍继续正常开展业务：

1、蜂助手股份有限公司武汉分公司			
成立时间	2018 年 5 月 17 日	统一社会信用代码	91420103MA4KYL7K3H
营业场所	武汉市江岸区建设大道 700 号香格里拉中心 7 层 01 号房	负责人	荣鹏
经营范围	计算机软硬件、网络、信息、通信技术开发、技术服务、技术咨询、技术推广；计算机系统集成、数据处理、存储服务；通讯设备（不含卫星电视广播地面接收设施）、电子产品、计算机软硬件及辅助设备批发兼零售；企业管理咨询；文化艺术交流活动策划；通信（电信）业务代理；办理代缴费业务（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）。		
2、蜂助手股份有限公司深圳分公司			
成立时间	2018 年 6 月 1 日	统一社会信用代码	91440300MA5F5QBC6Q
营业场所	深圳市南山区南山街道南山大道 1088 号南园枫叶大厦 15F 室	负责人	郑涛
经营范围	通讯及广播电视设备批发；通信技术研究开发、技术服务；银行 POS 机维护；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；代收代缴水电费；电子产品零售；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；信息系统集成服务；网络技术的研究、开发；信息技术咨询服务；广告业（法律、行政法规、国务院决定规定需另行办理广告经营项目审批的，需取得许可后方可经营）；充值卡销售；文化艺术咨询服务；文化推广（不含许可经营项目）；软件开发；电子元器件零售；银行 POS 机租赁（不含金融租赁）；电子元器件批发；计算机、软件及辅助设备批发；科技信息咨询服务；计算机技术开发、技术服务；软件技术推广服务；数字内容服务；通讯终端设备批发；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；教育咨询服务；代售福利彩票、体育彩票；通讯设备及配套设备批发；电子产品批发；通信设备零售；固定宽带业务代理服务；网络信息技术推广服务；银行 POS 机销售；网络安全信息咨询；计算机及通讯设备租赁；电子、通信与自动控制技术研究、开发；数据处理和存储服务；计算机、软件及辅助设备零售；网络游戏服务。（以上项目法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。数据交易服务； 增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）。		
3、蜂助手股份有限公司长沙分公司			
成立时间	2018 年 6 月 27 日	统一社会信用代码	91430105MA4PNHXA0K
营业场所	长沙市开福区湘雅路街道芙蓉中路一段 416 号泊富商业广场 13022 房	负责人	韩佳
经营范围	网络技术、电子、通信与自动控制技术、通信技术的研发；软件开发；计算机技术开发、技术服务；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；科技信息咨询服务；数字内容服务；数据处理和存储服务；固定宽带业务代理服务；企业管		

	理咨询服务；企业管理服务；文化艺术咨询服务；电子设备回收技术咨询服务；市场营销策划服务；计算机及通讯设备经营租赁；代售福利彩票、体育彩票；代收代缴水电费；通讯及广播电视设备的批发；电话充值卡、电子产品、电子元器件、计算机辅助设备、计算机、软件的销售；通信设备的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

4、蜂助手股份有限公司北京分公司（已注销）			
成立时间	2018 年 3 月 22 日	统一社会信用代码	91110108MA01AXQD4X
营业场所	北京市朝阳区西大望路 3 号院 3 号楼 2909	负责人	张松泉
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广；设计、制作、代理、发布广告；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；应用软件服务；销售通讯设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		

5、蜂助手股份有限公司郑州分公司（已注销）			
成立时间	2018 年 3 月 29 日	统一社会信用代码	91410100MA452E0P23
营业场所	郑州市郑东新区聚源路 49 号 15 层 1502 号	负责人	乔建明
经营范围	通讯及广播电视设备批发；通信技术研究开发、技术服务；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；电子产品零售；信息系统集成服务；网络技术的研究、开发；信息技术咨询服务；文化艺术咨询服务；软件开发；电子元器件零售；电子元器件批发；计算机、软件及辅助设备批发；科技信息咨询服务；计算机技术开发、技术服务；软件技术推广服务；通讯终端设备批发；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；电子设备回收技术咨询服务；通讯设备及配套设备批发；电子产品批发；通信设备零售；网络信息技术推广服务；网络安全信息咨询；计算机及通讯设备租赁；电子、通信与自动控制技术研究、开发；数据处理和存储服务；计算机、软件及辅助设备零售；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）。		

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，持有本公司 5%以上股份的主要股东为罗洪鹏、海峡创新、蜂助手资产、广州诺为特和吴雪锋，其直接持股情况如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297
2	海峡创新	25,401,600	19.9723
3	蜂助手资产	10,161,440	7.9896
4	广州诺为特	8,702,400	6.8424

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
5	吴雪锋	6,647,280	5.2265
合　计		**88,215,440**	**69.3605**

1、罗洪鹏

罗洪鹏，男，中国国籍，无境外永久居留权，住所为广东省深圳市南山区，身份证号码为 44092119741211****。

2、吴雪锋

吴雪锋，男，中国国籍，无境外永久居留权，住所为广东省广州市天河区，身份证号码为 44092119710529****。

3、海峡创新

公司名称	海峡创新互联网股份有限公司	成立时间	2002 年 11 月 8 日
股本总额	67,139.6910 万元	实收资本	67,139.6910 万元
注册地及主要生产经营地	浙江省杭州市下城区永福桥路 5 号汉鼎国际大厦南楼 1101 室		
经营范围	许可项目：互联网信息服务；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；建筑智能化系统设计；建筑智能化工程施工；各类工程建设活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；信息技术咨询服务；数据处理服务；信息系统集成服务；对外承包工程；计算机软硬件及辅助设备批发；软件销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；五金产品批发；金属材料销售；建筑材料销售；建筑装饰材料销售；仪器仪表销售；通讯设备销售；电气机械设备销售；电子产品销售；办公设备销售；电子专用设备销售；非居住房地产租赁（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。		
主营业务	智慧城市及金融、智慧商业及医疗		
主营业务与公司主营业务的关系	无		

海峡创新系境内 A 股上市公司（证券代码：300300），根据其于 2020 年 8 月 28 日在巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn/）披露的 2020 年半年报，截至 2020 年 6 月 30 日，其前 10 名股东持股情况如下表所示：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	平潭创新股权投资合伙企业（有限合伙）	101,991,874	15.19
2	吴艳	90,176,512	13.43

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
3	汉鼎宇佑集团有限公司	36,927,631	5.50
4	杭州雄健投资合伙企业（有限合伙）	8,095,685	1.21
5	杭州新安实业投资有限公司	6,719,000	1.00
6	香港中央结算有限公司（陆股通）	6,073,559	0.90
7	浙江福士达集团有限公司	5,939,926	0.88
8	黄旭耀	5,105,229	0.76
9	蒋伟伟	4,250,000	0.63
10	杨忠义	4,220,083	0.63

4、蜂助手资产

公司名称	赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2015 年 7 月 23 日
出资额	1,080.0850 万元	实收资本	1,080.0850 万元
注册地及主要生产经营地	江西省赣州市章贡区新赣州大道 18 号阳明国际中心 2 号楼 607-164 室		
经营范围及主营业务	蜂助手员工持股平台		
主营业务与公司主营业务的关系	无		

截至本招股说明书签署日，蜂助手资产共有 47 名合伙人，其中罗洪鹏为普通合伙人，其余均为有限合伙人，蜂助手资产的合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗洪鹏	普通合伙人	288.98	26.76
2	助蜂资产	有限合伙人	249.39	23.09
3	陈梦林	有限合伙人	91.00	8.42
4	敖文娟	有限合伙人	70.00	6.48
5	吴宝才	有限合伙人	32.14	2.98
6	丁惊雷	有限合伙人	27.81	2.58
7	周理	有限合伙人	20.71	1.92
8	姚超创	有限合伙人	20.71	1.92
9	郑文伟	有限合伙人	20.36	1.88
10	邱丽莹	有限合伙人	19.29	1.79
11	韦子军	有限合伙人	19.13	1.77
12	陈泳	有限合伙人	18.57	1.72

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
13	罗小军	有限合伙人	14.29	1.32
14	李泽文	有限合伙人	13.21	1.22
15	黄淡芬	有限合伙人	12.86	1.19
16	王先初	有限合伙人	11.43	1.06
17	郑杰	有限合伙人	11.07	1.02
18	刘小平	有限合伙人	10.71	0.99
19	陈春攀	有限合伙人	10.71	0.99
20	林罗燕	有限合伙人	10.71	0.99
21	王文华	有限合伙人	7.14	0.86
22	余彧	有限合伙人	9.29	0.84
23	王照良	有限合伙人	9.03	0.79
24	陈克学	有限合伙人	8.50	0.79
25	梁康东	有限合伙人	8.50	0.69
26	荣鹏	有限合伙人	7.44	0.69
27	蔡晓丽	有限合伙人	7.44	0.66
28	余咏琴	有限合伙人	6.38	0.59
29	孙俊永	有限合伙人	4.25	0.39
30	雷大明	有限合伙人	3.72	0.34
31	徐彩霞	有限合伙人	3.72	0.34
32	韩佳	有限合伙人	3.19	0.29
33	郭洁柔	有限合伙人	3.19	0.29
34	蒋德卫	有限合伙人	3.19	0.29
35	茹正莉	有限合伙人	3.19	0.29
36	姚斐鸿	有限合伙人	2.13	0.20
37	江加芳	有限合伙人	2.13	0.20
38	杨文波	有限合伙人	2.13	0.20
39	许志庭	有限合伙人	2.13	0.20
40	姚超茂	有限合伙人	2.13	0.20
41	陈基涛	有限合伙人	1.59	0.15
42	钟秀婷	有限合伙人	1.59	0.15
43	蔡彬	有限合伙人	1.59	0.15
44	邱金燕	有限合伙人	1.06	0.10
45	黄俊杰	有限合伙人	1.06	0.10

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
46	任宇	有限合伙人	1.06	0.10
47	黄镇营	有限合伙人	0.21	0.02
合　计			**1,080.09**	**100.00**

蜂助手资产系公司的员工持股平台，除持有公司的股权外，不存在其他对外投资的情形；蜂助手资产不存在以公开或非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在委托基金管理人管理资产的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。因此，蜂助手资产不属于私募投资基金或私募投资基金管理人，无需办理相关登记和备案手续。

5、广州诺为特

公司名称	广州诺为特资产管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2015 年 7 月 23 日
出资额	925.00 万元	实收资本	925.00 万元
注册地及主要生产经营地	广州市天河区棠东广棠西路 8 号 D 栋 G443 房		
经营范围	资产管理（不含许可审批项目）；策划创意服务；商品信息咨询服务；市场营销策划服务；市场调研服务；企业信用咨询服务；企业信用信息的采集、整理、保存、加工及提供（金融信用信息除外）；企业管理咨询服务；投资咨询服务；投资管理服务；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；企业自有资金投资		
主营业务	广州诺为特目前仅投资了蜂助手一家公司，暂不存在其他对外投资的情形。		
主营业务与公司主营业务的关系	无		

截至本招股说明书签署日，广州诺为特有 3 名合伙人，其中赵俊晖为普通合伙人，周莉、姜蓓为有限合伙人，广州诺为特的合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	赵俊晖	普通合伙人	400.00	43.24
2	周　莉	有限合伙人	425.00	45.95
3	姜　蓓	有限合伙人	100.00	10.81
合　计			**925.00**	**100.00**

广州诺为特除持有公司股份外，不存在其他对外投资的情形；广州诺为特不存在以公开或非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在委托基金管理人管理资产的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。因此，广州诺为特不属于私

募投资基金或私募投资基金管理人，无需办理相关登记和备案手续。

（二）控股股东和实际控制人的基本情况

1、公司的控股股东、实际控制人

公司的控股股东、实际控制人为罗洪鹏。

截至本招股说明书签署日，罗洪鹏直接持有公司 3,730.27 万股股份，占公司全部股份的 29.33%。蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕为罗洪鹏的一致行动人，本次股票发行前，罗洪鹏、蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕合计持有公司 49.82%的股份。

罗洪鹏作为公司的控股股东、实际控制人，控制公司 49.82%的股份对应的表决权。罗洪鹏，男，中国国籍，无境外永久居留权，住所为广东省深圳市南山区，身份证号码为 44092119741211****。罗洪鹏先生的具体情况详见“第五节 公司基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

2、一致行动协议具体情况

（1）签署背景

2015 年 8 月，蜂助手因筹备在“新三板”系统挂牌，股东罗洪鹏、吴雪锋、广州诺为特及蜂助手资产共同签署了《一致行动人协议》。协议约定：各方在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时均应采取一致行动，协议自签署之日起生效，至公司在全国中小企业股份转让系统挂牌之日起满 36 个月时终止，有效期满，各方如无异议，自动延期三年。2017 年新三板挂牌期间，吴雪锋配偶陈虹燕通过新三板系统交易成为蜂助手股东。

鉴于 2015 年 8 月签署的《一致行动人协议》将于 2021 年到期，同时吴雪锋的配偶陈虹燕应被列为一致行动人，2020 年 3 月 1 日，罗洪鹏、吴雪锋、陈虹燕、蜂助手资产、广州诺为特共同签署了《一致行动人协议》。

（2）一致行动协议的具体条款

序号	事项	具体情况

序号	事项	具体情况
1	签署时间	2020 年 3 月 1 日
2	协议期限	第 3.1 条：本协议自签署之日其生效，至公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起满 36 个月时终止。
3	决策机制	第 2.3 条：各方同意，本协议有效期内，在各方拟就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会提出议案前，或在行使股东大会或董事会等事项的表决权之前，各方内部先对相关议案或表决事项进行协调；出现意见不一致时，以甲方（罗洪鹏）的意见为准。
4	终止条件	第 3.2 条：有效期满，各方如无异议，自动延期三年。本协议一经签订即不可撤销，除非经各方协商一致解除或本协议所规定的期限届满。

3、实际控制人的认定依据

（1）实际控制人及其一致行动人的情况

股东名称	直接持股比例（%）
罗洪鹏	29.33
蜂助手资产	7.99
广州诺为特	6.84
吴雪锋	5.23
陈虹燕	0.43

其中，蜂助手资产为蜂助手员工持股平台，该平台实际控制人为罗洪鹏。

（2）未将其余一致行动人认定为实际控制人的依据及合理性

①吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特三名一致行动人不谋取公司控制权

吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特对蜂助手为财务投资，不存在（曾）在蜂助手担任董事、监事或高级管理人员的情况。

自 2015 年 8 月首次签署《一致行动人协议》至今，不存在一致行动人决策不一致的情形。除回避事项，公司股东大会历次会议均以出席股东全票同意通过，公司股东大会决策意见一致，公司的控制权稳定。吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特已出具专项承诺，确认其签署的《一致行动人协议》系其真实意思表示，不谋取公司控制权。

②公司不存在规避实际控制人认定的情形

蜂助手资产、广州诺为特除持有公司股权外，不存在其他对外投资的公司，

吴雪锋、陈虹燕以经营早田门窗代理销售为主业，除投资蜂助手外，不存在其他对外投资的公司，因此蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕不存在与公司发生竞争或潜在竞争的风险；同时，前述主体作为实际控制人的一致行动人，均出具了承诺，其所持股份自公司上市之日起锁定 36 个月，不存在规避实际控制人认定的情形。

（3）实际控制人对公司股东大会、董事会、董事会成员及公司日常经营的影响

①报告期内公司股东大会、董事会的召开和决议情况

报告期内公司共召开了 19 次股东大会、24 次董事会，蜂助手资产、吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特在公司股东大会上行使表决权时均与罗洪鹏保持一致，不存在异议或投反对票的情形。

②报告期内公司董事的提名和任免情况

公司第一届董事会共六席董事，由全体发起人股东提名。

公司第二届董事会共九席董事，其中六席由上一届董事会提名，其中董事马银、周为利因个人原因在任期内离职，海峡创新提名增补杨健、王亚楠为公司董事，公司为规范董事会职能，增选了三席独立董事，独立董事均由罗洪鹏提名。

③罗洪鹏先生对公司经营管理的影响

罗洪鹏作为公司创始人，自 2012 年 1 月起分别担任公司的董事长、总经理，是公司的领导核心，对公司战略、发展方向、经营等具有决定性影响力。

4、关于公司股东、董事及副总经理区锦棠的情况

（1）区锦棠未与公司实际控制人罗洪鹏签订一致行动协议的原因

① 区锦棠作为公司高管与董事长、总经理罗洪鹏高度一致

一致行动人协议中的其他主体，均为未在公司任职或提名任职的股东，与之签署一致行动人协议系为加强在公司决策事宜的一致性。

区锦棠作为公司董事、高级管理人员，主要按照董事会的决策和授权从事

公司的日常管理工作，工作内容侧重于研发管理，对涉及公司发展战略、经营方针和重大投资等决策事项均按总经理、董事会及股东大会的一致意见执行。

②区锦棠持股比例小，对实际控制人的控制权无实质影响

区锦棠作为公司创始股东，自 2012 年 1 月开始直接持有蜂助手股份，截至本招股说明书签署日，区锦棠持有公司股份比例为 0.6657%，其持股比例低，对实际控制人的控制权无实质影响。

（2）区锦棠与其他董事、高级管理人员锁定期差异的原因

区锦棠作为公司创始股东，自公司设立便直接持股蜂助手，不存在间接持股蜂助手的情况，故其锁定期为上市之日起 12 个月。

公司其他董事、高级管理人员，除罗洪鹏外，均通过蜂助手资产这一持股平台间接持有公司股份。由于罗洪鹏在蜂助手资产持有财产份额并担任普通合伙人、执行事务合伙人，且蜂助手资产与罗洪鹏签署了一致行动人协议，故蜂助手资产承诺锁定期与罗洪鹏直接持股的锁定期一致,均为上市之日起 36 个月。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人罗洪鹏控制的其他企业情况如下：

1、蜂助手资产

蜂助手资产的具体情况及股权结构参见本节之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

2、助蜂资产

公司名称	广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）	**成立时间**	2017 年 6 月 29 日
出资额	249.3878 万元	**实收资本**	249.3878 万元
注册地及主要生产经营地	广州市天河区体育东路 140-148 号地下一层 68 铺		
经营范围及主营业务	蜂助手员工持股平台		
主营业务与公司主营业务的关系	无		

截至本招股说明书签署日，助蜂资产共有 45 名合伙人，其中罗洪鹏为普通合伙人，其余均为有限合伙人，助蜂资产的合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗洪鹏	普通合伙人	36.56	14.66
2	周沛勇	有限合伙人	12.50	5.01
3	邓高贤	有限合伙人	12.14	4.87
4	罗秋生	有限合伙人	10.71	4.30
5	魏颖敏	有限合伙人	10.00	4.01
6	钟建华	有限合伙人	8.93	3.58
7	周新科	有限合伙人	8.93	3.58
8	骆恒德	有限合伙人	8.75	3.51
9	何方廉	有限合伙人	8.21	3.29
10	陈晓源	有限合伙人	8.21	3.29
11	林冬娴	有限合伙人	8.21	3.29
12	欧阳志存	有限合伙人	7.50	3.01
13	马大亮	有限合伙人	7.46	2.99
14	汪贤	有限合伙人	7.14	2.87
15	何锐	有限合伙人	6.07	2.43
16	龚永胜	有限合伙人	6.07	2.43
17	邹延峰	有限合伙人	5.71	2.29
18	罗洪胜	有限合伙人	5.36	2.15
19	谢晓颖	有限合伙人	5.36	2.15
20	陈梦林	有限合伙人	5.36	2.15
21	黄红琳	有限合伙人	4.29	1.72
22	曾健豪	有限合伙人	3.72	1.49
23	黄维硕	有限合伙人	3.57	1.43
24	谭广凭	有限合伙人	3.57	1.43
25	沈金辉	有限合伙人	3.57	1.43
26	郑涛	有限合伙人	3.19	1.28
27	余沛聪	有限合伙人	3.19	1.28
28	郑广彬	有限合伙人	3.19	1.28
29	廖阳春	有限合伙人	3.19	1.28
30	麦婉珊	有限合伙人	2.66	1.07

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
31	方文浩	有限合伙人	2.66	1.07
32	王武龙	有限合伙人	2.14	0.86
33	罗周胜	有限合伙人	2.13	0.85
34	苏恒聪	有限合伙人	2.13	0.85
35	何海泉	有限合伙人	2.13	0.85
36	王利民	有限合伙人	2.13	0.85
37	赵仕杰	有限合伙人	2.13	0.85
38	刘建华	有限合伙人	2.13	0.85
39	谭国	有限合伙人	2.13	0.85
40	陈俊健	有限合伙人	1.59	0.64
41	区铭恒	有限合伙人	1.06	0.43
42	谭哲	有限合伙人	1.06	0.43
43	张帆	有限合伙人	1.06	0.43
44	邝林飞	有限合伙人	1.06	0.43
45	蔡永亮	有限合伙人	0.53	0.21
合 计			**249.39**	**100.00**

助蜂资产系公司的员工持股平台，除持有蜂助手（资产）的财产份额外，不存在其他对外投资的情形；助蜂资产不存在以公开或非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在委托基金管理人管理资产的情形，也未担任任何私募投资基金的管理人。因此，助蜂资产不属于私募投资基金或私募投资基金管理人，无需办理相关登记和备案手续。

3、蜂助手资产、助蜂资产实际从事业务情况，报告期内的主要财务数据、主要客户、供应商金额及占比，与公司客户/供应商是否重叠等情况

蜂助手资产、助蜂资产均为持有蜂助手股份有限公司的股份专设的持股平台，未实际经营，未投资蜂助手股份有限公司以外的企业。

报告期内，蜂助手资产、助蜂资产的主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

公司	科目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
蜂助手资产	净利润	-0.52	12.07	8.94	-69.02
	净资产	1,206.04	1,265.08	877.15	868.21

	总资产	1,272.57	1,272.74	884.81	875.23
助蜂资产	净利润	-0.40	-0.09	-1.09	-0.10
	净资产	838.10	838.50	736.59	737.68
	总资产	841.43	840.50	738.94	739.66

经蜂助手资产、助蜂资产书面确认，其各自与蜂助手的主要客户、供应商及其股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形，蜂助手资产、助蜂资产的资金往来方与蜂助手的主要客户、供应商不存在重叠。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有公司的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况，股权完整、清晰。

八、公司股本情况

（一）本次拟发行股份及发行前后公司的股本情况

本次发行前，公司总股本为 12,718.40 万股，公司本次拟向社会公众发行不超过 4,240.00 万股人民币普通股，不低发行后总股本的 25.00%，则本次发行前后,公司股本结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	发行前持股比例（%）	发行后持股比例（%）
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297	21.9966
2	海峡创新	25,401,600	19.9723	14.9788
3	蜂助手资产	10,161,440	7.9896	5.9920
4	广州诺为特	8,702,400	6.8424	5.1316
5	吴雪锋	6,647,280	5.2265	3.9198
6	南方媒体基金	5,880,000	4.6232	3.4673
7	华兴金汇	4,656,960	3.6616	2.7461
8	陈翠琴	3,888,000	3.0570	2.2927
9	睿泓天祺	2,820,235	2.2174	1.6630
10	赖宗兴	2,741,482	2.1555	1.6166
11	睿坤津祥	1,850,333	1.4548	1.0911
12	李林谕	1,764,000	1.3870	1.0402
13	吴永庆	1,270,080	0.9986	0.7489

序号	股东	持股数量（股）	发行前持股比例（%）	发行后持股比例（%）
14	于光	1,250,000	0.9828	0.7371
15	周莉	1,243,200	0.9775	0.7331
16	兰伟	1,209,600	0.9511	0.7133
17	毛岸栋	1,192,800	0.9379	0.7034
18	兰平一号	1,176,470	0.9250	0.6937
19	李琳琳	890,400	0.7001	0.5250
20	区锦棠	846,720	0.6657	0.4993
21	周庆	739,200	0.5812	0.4359
22	赵山庆	660,000	0.5189	0.3892
23	宇然投资	600,000	0.4718	0.3538
24	陈虹燕	547,932	0.4308	0.3231
25	邹瑞珍	489,120	0.3846	0.2884
26	绍兴人之初	470,588	0.3700	0.2775
27	吕壮志	446,880	0.3514	0.2635
28	杨卓强	400,000	0.3145	0.2359
29	吴小燕	305,880	0.2405	0.1804
30	李影	304,080	0.2391	0.1793
31	杭州银湖	268,800	0.2113	0.1585
32	张更生	225,000	0.1769	0.1327
33	李潇龙	201,600	0.1585	0.1189
34	伍葵阳	198,240	0.1559	0.1169
35	南京翔云	168,000	0.1321	0.0991
36	何柯峰	162,960	0.1281	0.0961
37	高理中	100,000	0.0786	0.0590
小 计		127,184,000	100.0000	74.9976
本次发行的股份		42,400,000	-	25.0024
合计		**169,584,000**	**100.0000**	**100.0000**

（二）本次发行前公司前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前 10 名的股东持股情况如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）
2	海峡创新	25,401,600	19.9723
3	蜂助手资产	10,161,440	7.9896
4	广州诺为特	8,702,400	6.8424
5	吴雪锋	6,647,280	5.2265
6	南方媒体基金	5,880,000	4.6232
7	华兴金汇	4,656,960	3.6616
8	陈翠琴	3,888,000	3.0570
9	睿泓天祺	2,820,235	2.2174
10	赖宗兴	2,741,482	2.1555
合　计		**108,202,117**	**85.0753**

（三）公司前十名自然人股东及其在公司处担任的职务

截至本招股说明书签署日，公司前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	姓名	股份数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	罗洪鹏	37,302,720	29.3297	法定代表人、董事长、总经理
2	吴雪锋	6,647,280	5.2265	无
3	陈翠琴	3,888,000	3.0570	无
4	赖宗兴	2,741,482	2.1555	无
5	李林谕	1,764,000	1.3870	无
6	吴永庆	1,270,080	0.9986	无
7	于　光	1,250,000	0.9828	无
8	周　莉	1,243,200	0.9775	无
9	兰　伟	1,209,600	0.9511	无
10	毛岸栋	1,192,800	0.9379	无
合计		**58,509,162**	**46.0036**	-

（四）国有股份及外资股份情况

根据《上市公司国有股权监督管理办法》相关规定，国有股东是指符合以下情形之一的企业和单位，“（一）政府部门、机构、事业单位、境内国有独资或全资企业；（二）第一款中所述单位或企业独家持股比例超过 50%，或合计持股比例超过 50%，且其中之一为第一大股东的境内企业；（三）第二款中所述企业直接或间接持股的各级境内独资或全资企业。”

截至本招股说明书签署日，公司股东中不存在国有股东。公司股份中不存在国有股份及外资股份。

（五）股东中的战略投资者持股及其简况

截至本招股说明书签署日，公司股东中不存在战略投资者。

（六）最近一年公司新增股东情况

公司最近一年共新增 8 名股东，其中新增自然人股东 5 名，合伙企业股东 2 名，法人股东 1 名，具体情况如下：

序号	股份转让/增资协议签署时间	股东名称	股份数（万股）	每股价格（元/股）	定价依据
1	2019 年 9 月	高理中	10.0000	4.50	注 1
2	2019 年 9 月	共青城兰平一号	117.6470	8.50	注 2
3	2019 年 10 月	吴小燕	30.5880	8.50	注 3
4	2019 年 10 月	睿坤津祥	58.8235	8.50	注 4
			126.2098	4.475	
5	2019 年 10 月	杨卓强	40.0000	8.00	注 5
6	2019 年 10 月	张更生	22.5000	8.00	注 6
7	2019 年 12 月	绍兴人之初	47.0588	8.50	注 7
8	2019 年 12 月	于　光	125.0000	8.00	注 8

注 1：2019 年 9 月，陈虹燕与高理中签署《股份转让协议》，经双方协商，以人民币 4.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 10.00 万股的股份，交易总价 45.00 万元。本次股权转让款于 2019 年 11 月 9 日支付完毕。

注 2：2019 年 9 月，公司与共青城兰平一号签署股份认购协议，公司向其增发 117.6470 万股股份，价格为 8.5 元/股。2019 年 10 月 7 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过前述事宜。

注 3：2019 年 9 月，公司与吴小燕签署股份认购协议，公司向其增发 30.5880 万股份，价格为 8.5 元/股。2019 年 10 月 7 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过前述事宜。

注 4：2019 年 9 月，公司与睿坤津祥签署股份认购协议，公司向其增发 58.8235 万股股份，价格为 8.5 元/股。2019 年 10 月 7 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过前述事宜。2019 年 10 月，天风汇城与睿坤津祥签署《股份转让协议》，经双方协商，以人民币 4.475 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 126.2098 万股的股份，交易总价 564.79 万元。

注 5：2019 年 10 月，陈虹燕与杨卓强签署《股份转让协议》，经双方协商，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 40.00 万股的股份，交易总价 320.00 万元。本次股权转让款于 2019 年 11 月 1 日支付完毕。

注 6：陈虹燕于 2019 年 10 月与张更生签署《股份转让协议》，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 60.00 万股的股份，交易总价 480.00 万元。2019 年 11 月，张更生与陈虹燕签署《股份转让协议之补充协议》，约定由于张更生未向陈虹燕支付 300.00 万元股权转让款，故张更生将 300.00 万元股权转让款对应的 37.50 万股蜂助手股份转回至

陈虹燕。

注 7：陈虹燕于 2019 年 12 月与绍兴人之初签署《股份转让协议》，以人民币 8.50 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 47.0588 万股的股份，交易总价 399.9998 万元。本次股权转让款于 2019 年 12 月 4 日支付完毕。

注 8：陈虹燕于 2019 年 12 月与于光签署《股份转让协议》，经双方协商，以人民币 8.00 元/股的价格，出让其持有的蜂助手 125.00 万股的股份，交易总价 1,000 万元。本次股权转让款于 2019 年 12 月 20 日支付完毕。

1、新增自然人股东基本情况

（1）高理中

高理中，男，1978 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：33900519781201****，住所地广东省广州市天河区。

（2）杨卓强

杨卓强，男，1973 年 1 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：42010619730124****，住所地广东省佛山市禅城区。

（3）张更生

张更生，男，1975 年 4 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：43302919750426****，住所地广东省广州市天河区。

（4）吴小燕

吴小燕，女，1984 年 10 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：36250219841008****，住所地广东省深圳市龙岗区。

（5）于光

于光，男，1964 年 1 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：23010219640108****，住所地黑龙江省哈尔滨市道里区。

2、新增合伙企业股东基本情况

（1）睿坤津祥

名称	睿坤津祥咸宁股权投资合伙企业（有限合伙）
出资额	3,000.00 万元
注册地址	湖北省咸宁市咸安区贺胜桥镇贺胜金融小镇叶挺大道特一号
成立时间	2019 年 5 月 30 日

执行事务合伙人（委派代表）	天风天睿投资股份有限公司		
企业类型	有限合伙企业		
经营范围	股权投资，投资管理。（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款，发放贷款等金融业务）（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）		
基金类型	创业投资基金		
备案时间	2019 年 8 月 1 日		
合伙人构成	**合伙人名称**	**出资比例**	**合伙人性质**
	天风天睿投资股份有限公司	20.00%	普通合伙人
	任明祥	80.00%	有限合伙人
	合计	**100.00%**	-

睿坤津祥属于中国证券投资基金业协会备案的证券公司私募投资基金，睿坤津祥及其管理人天风天睿投资股份有限公司均已按照相关法律法规办理了证券公司私募投资基金备案及证券公司私募基金子公司管理人备案。

（2）共青城兰平一号

名称	共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）		
出资额	1,000.00 万元		
注册地址	江西省九江市共青城市基金小镇内		
成立时间	2019 年 8 月 12 日		
执行事务合伙人（委派代表）	复利汇通（深圳）股权投资基金管理有限公司		
企业类型	有限合伙企业		
经营范围	股权投资，投资管理。（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款，发放贷款等金融业务）（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）		
基金类型	创业投资基金		
备案时间	2019 年 10 月 11 日		
合伙人构成	**合伙人名称**	**出资比例**	**合伙人性质**
	复利汇通（深圳）股权投资基金管理有限公司	1.00%	普通合伙人
	左艳	59.40%	有限合伙人
	张亚峰	39.60%	有限合伙人
	合计	**100.00%**	-

共青城兰平一号属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，共青城兰平一号及

其管理人复利汇通（深圳）股权投资基金管理有限公司均已按照相关法律法规办理了私募基金备案及私募基金管理人登记。

3、新增法人股东基本情况

公司名称	绍兴人之初电器有限公司	**成立时间**	2018 年 1 月 18 日
注册资本	50.00 万元	**实收资本**	50.00 万元
注册地及主要生产经营地	浙江省绍兴袍江启圣路以南三楼东边		
经营范围	销售：家用电器、日用百货、婴儿用品；生产、加工：风扇、暖风机、暖手宝、暖奶器、调奶器、吸奶器、奶瓶、奶嘴。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务	同上		
主营业务与公司主营业务的关系	不同业		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	王华伟		80.00%
	金萍		20.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	控股股东、实际控制人为王华伟。		

（七）主要股东之间的关联关系

序号	股东	股东情况	股东之间的关联关系
1	罗洪鹏	控股股东、实际控制人	蜂助手资产为罗洪鹏实际控制的企业
2	蜂助手资产	持股 5%以上股东、员工持股平台、控股股东的一致行动人	
3	吴雪锋	持股 5%以上股东、控股股东的一致行动人	夫妻
4	陈虹燕	公司股东，持股比例为 0.43%，控股股东的一致行动人	
5	广州诺为特	持股 5%以上股东、控股股东的一致行动人	周莉是广州诺为特的有限合伙人之一
6	周莉	公司股东，持股比例为 0.98%	
7	睿坤津祥	公司股东，持股比例为 1.45%	睿坤津祥和睿泓天祺执行事务合伙人均为天风天睿投资股份有限公司
8	睿泓天祺	公司股东，持股比例为 2.22%	

根据对公司全体股东进行的访谈及公司出具的书面确认，公司全体股东不存在股权代持、委托持股情形。除了上述披露的情况外，公司全体股东不存在关联关系或潜在利益关系，公司报告期内股权权属清晰，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的相关要求，不存在纠纷或潜在纠纷。

（八）公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次公开发行不存在股东公开发售股份的情形，不会对公司的控制权、治理结构及生产经营产生影响。

九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由九名组成，其中独立董事三名，均由股东大选举产生，没有关联人直接或间委派的情况。本届董事会各成员任期至 2021 年 9 月 20 日。

公司董事会成员简历情况如下：

1、罗洪鹏　法定代表人、董事长、总经理

罗洪鹏，男，1974 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，华中科技大学电子科学与技术专业学士，高级软件工程师。1999 年 7 月至 2004 年 4 月，在中国移动通信集团广东有限公司深圳分公司网络维护中心担任核心网维护工程师；2004 年 05 月至 2011 年 3 月，在中国移动通信集团广东有限公司省市场部担任经营分析师、电子渠道经理，具有丰富的大型项目管理和组织经验。2011 年 10 月开始筹办广州蜂帮手网络科技有限公司，自有限公司成立起一直担任执行董事、总经理。2014 年 1 月至 2015 年 6 月担任汉鼎信息副总经理。2015 年 9 月起担任蜂助手股份有限公司法定代表人、董事长兼总经理。

2、区锦棠　董事、副总经理

区锦棠，男，1979 年 11 月出生，中国国籍，无境外居留权，广东海洋大学热能与动力工程学士。2004 年 10 月至 2006 年 9 月担任广州怡捷科技开发有限公司高级软件工程师，2006 年 9 月至 2009 年 5 月担任广州华微软件信息技术有限公司高级软件工程师/项目经理，2009 年 5 月至 2014 年 2 月担任中软国际有限公司技术总监，2014 年 3 月至 2015 年 9 月担任广东蜂助手网络技术有限公司副总经理。2015 年 9 月至今在蜂助手股份有限公司担任董事、副总经理。

3、丁惊雷　董事、副总经理

丁惊雷，男， 1977 年 11 月出生，中国国籍，无境外居留权，北京物资学院管理学学士，中山大学工商管理硕士。2001 年 7 月至 2005 年 5 月担任中油

BP 石油有限公司油站经理，2005 年 6 月至 2010 年 10 月担任中国移动通信集团广东有限公司广州分公司沟通 100 服务厅店面经理/G3 产品区域总监，2011 年 1 月起参与广州蜂帮手网络科技有限公司筹备成立事项，2012 年 1 月至 2015 年 9 月担任有限公司市场部部门经理，2015 年 9 月担任蜂助手股份有限公司董事、董事会秘书，2018 年 8 月至今担任蜂助手股份有公司董事、副总经理。

4、韦子军　董事、副总经理、董事会秘书

韦子军，男，1975 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，华中科技大学管理学及法学双学士，暨南大学工商管理硕士。2003 年 12 月至 2014 年 12 月历任中国移动广东公司佛山分公司综合部副总经理、财务部副总经理、综合部副总经理，2014 年 12 月至 2018 年 6 月担任中国铁塔股份有限公司佛山市分公司财务部总经理。2018 年 8 月至今在蜂助手股份有限公司担任董事、副总经理、董事会秘书。

5、杨健　董事

杨健，男，1982 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权。毕业于浙江商业职业技术学院，大专学历。2004 年至 2010 年 10 月，任浙江天健远见公司业务总监。2008 年 7 月，任杭州扬者网络科技有限公司法定代表人，2008 年 7 月至 2018 年 11 月，任杭州扬者网络科技有限公司经理。2019 年 5 月至 2019 年 7 月，任上海汉鼎信息技术有限公司董事。2017 年 12 月至今，任汉鼎宇佑信息产业有限公司事业部总经理。2017 年 9 月至今，任杭州医利智能科技有限公司法定代表人、执行董事兼总经理。2018 年 3 月至今，任汉鼎宇佑信息产业有限公司双峰分公司法定代表人。2019 年 8 月至今，任杭州汉鼎宇佑互联网技术有限公司法定代表人、执行董事兼总经理。2019 年 8 月至今，任广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司董事、2019 年 10 月至今，任蜂助手股份有限公司董事。

6、王亚楠 董事

王亚楠，男，1988 年 3 月出生，中国国籍，无境外居留权。美国费尔利迪金森大学公共管理及金融专业双硕士，FRM 持证人。2017 年 3 月至 2018 年 2 月历任江苏金盐基金管理有限公司投资经理兼基金经理；2018 年 3 月至 2019 年 3 月任浙江中新力合科技金融服务股份有限公司投资经理兼医疗事业部首席分析

师；2019 年 3 月至 2020 年 2 月任汉鼎宇佑互联网股份有限公司并购投资部投资经理、董事长助理；2019 年 8 月至今任杭州汉鼎博曜科技有限公司董事；2019 年 8 月至 2019 年 9 月任杭州汉鼎博耀科技有限公司董事；2020 年 2 月至 2020 年 10 月任汉鼎宇佑互联网股份有限公司投资总监；2020 年 7 月至今任汉鼎国际发展有限公司董事；2020 年 4 月至今，任汉鼎宇佑融资租赁有限公司董事；2020 年 5 月至今，任广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司董事；2020 年 10 月至今任海峡创新互联网股份有限公司投资总监。2019 年 10 月至今在蜂助手股份有限公司担任董事。

7、刘俊秀　独立董事

刘俊秀，男，1979 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。华中科技大学微电子专业学士，香港科技大学集成电路设计专业硕士。2003 年至 2005 年任职深圳艾科创新微电子有限公司工程师；2000 年至 2017 年任职深圳艾科创新微电子有限公司研发副总经理；2015 年 6 月至今任职西安开阳微电子有限公司董事； 2016 年 3 月至今任职苏州开阳微电子有限公司董事；2017 年至今任职深圳开阳电子股份有限公司研发副总经理；2019 年 1 月至今任职深圳昊阳汽车电子有限公司董事；2019 年 9 月至今任职成都焱之阳科技有限公司董事；拥有近二十年的研发及管理经验，担任过国家 863 项目及核高基重大专项负责人，在芯片的系统设计、架构设计、核心技术攻关、项目的组织规划等方面都积累了非常丰富的经验。2015 年获批深圳市地方领军人才、南山区领航人才。2020 年 1 月至今在蜂助手股份有限公司担任独立董事。

8、向民　独立董事

向民，男，1977 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，华中科技大学电子学学士，中国科学院上海微系统与信息技术研究所微电子学与固体电子学博士。2004 年至 2011 年任职美国科天（KLA-Tencor）公司高级系统应用工程师；2011 年至 2014 年任职飞利浦（中国）投资有限公司对外合作经理；2015 年至 2016 年任职二十一世纪晨哨数据（上海）有限公司并购交易管理总监；2016 年至 2017 年任职上海五牛股权投资基金管理有限公司投资总监；2017 年至今任职恒泰资本投资有限责任公司投资总监。2020 年 1 月至今在蜂助手股份有限公司担任独立董事。

9、肖世练　独立董事

肖世练，男，1971 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中山大学企业管理博士研究生，中国注册会计师，国际注册内部审计师。1999 年 7 月至 2004 年 8 月，在中华人民共和国广州海关担任副科长，2004 年 9 月至 2005 年 7 月，在德勤会计师事务所广州分所担任高级顾问，2005 年 8 月至 2008 年 7 月，在普华永道会计师事务所广州分所担任经理，2008 年 8 月至 2010 年 11 月，在安永会计师事务所广州分所担任高级经理，2010 年 12 月至 2018 年 4 月，在广州农商银行担任总行计划财务部总经理，2015 年 2 月至 2018 年 4 月，在珠江金融租赁有限公司担任董事、首席财务官，2013 年 9 月至 2019 年 9 月，在深圳英维克科技股份有限公司担任独立董事，2018 年 4 月至今在粤港澳大湾区产融投资有限公司担任首席财务官，2019 年 10 月至今，在深圳市金新农科技股份有限公司担任董事。2020 年 9 月，在蜂助手股份有限公司担任独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由三名监事组成，其中 1 职工监事一名，监事由公司股东大会选举产生，职工监事由职工代表大会选举产生，没有由关联人直接或间接委派的情况。本届监事会各成员的任期至 2021 年 9 月 20 日。

公司监事会成员简历情况如下：

1、姚超创　监事会主席

姚超创，男，1989 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，北京邮电大学计算机科学与技术专业本科毕业。2011 年 6 月至 2014 年 3 月担任广州市景心科技股份有限公司产品经理，负责产品设计管理工作；2014 年 4 月至 2015 年 12 月担任广东蜂助手网络技术股份有限公司产品经理；2016 年 1 月至 2019 年 12 月担任蜂助手股份有限公司通信事业部产品总监、事业部总经理；2020 年 1 月至今担任蜂助手股份有限公司云平台事业部总经理。2018 年 8 月至今在蜂助手股份有限公司担任监事。

2、王照良　监事

王照良，男，1977 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，中山大学经济学专业学士。2000 年 7 月至 2017 年 4 月任职于中国移动通信集团广东有限公司

汕头分公司，2000 年 7 月至 2010 年 3 月期间历任中国移动汕头分公司财务部财务分析主管、市场部分析室室经理、市场部产品、业务、支撑室经理，2010 年 4 月至 2015 年 1 月担任中国移动汕头分公司数据业务中心副总经理，2015 年 2 月至 2017 年 4 月担任中国移动汕头分公司政企部副总经理；2017 年 5 月至 2018 年 4 月担任淘宝天下传媒有限公司副总经理，2017 年 1 月至 2018 年 4 月兼任阿里巴巴集团淘宝大学项目专家，2018 年 5 月至 2019 年 4 月担任广州零世纪信息科技有限公司董事长；2018 年 8 月至今在蜂助手股份有限公司担任监事，2019 年 5 月至今担任广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司总经理。

3、李泽文　职工监事

李泽文，男，1980 年 3 月出生，中国国籍，无境外居留权，广州美术学院学士。2005 年 7 月至 2006 年 8 月任珠江电影制片厂商业广告部资深设计师，2006 年 9 月至 2007 年 5 月任世纪龙信息网络有限责任公司设计师，2007 年 6 月至 2010 年 3 月任硅谷（中国）发展有限公司设计总监，2010 年 3 月至 2014 年 2 月任深圳市凯欣达信息技术股份有限公司 ECP 广州互联网中心经理，2014 年 3 月至 2014 年 9 月任浙江任意窗网络科技有限公司广州分公司运营经理，2014 年 10 月至 2016 年 12 月任蜂助手股份有限公司市场经营部项目经理；2015 年 9 月至今在蜂助手股份有限公司担任监事。2017 年 1 月至 2018 年 12 月任蜂助手股份有限公司渠道事业部运营总监兼事业部总经理；2019 年 1 月至今任蜂助手股份有限公司移动事业部（2020 年 1 月份更名为自有渠道事业部）总经理。

（三）高级管理人员

1、罗洪鹏　法定代表人、董事长、总经理

罗洪鹏简历详见本招股说明书第五节“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

2、区锦棠　董事、副总经理

区锦棠简历详见本招股说明书第五节“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

3、丁惊雷　董事、副总经理

丁惊雷简历详见本招股说明书第五节“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

4、韦子军　董事、副总经理、董事会秘书

韦子军简历详见本招股说明书第五节“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

5、邱丽莹 财务总监

邱丽莹，女，1987 年 8 月出生，中国国籍，无境外居留权，广东工业大学财务管理专业学士。2010 年 6 月至 2011 年 4 月担任深圳凯欣达信息技术股份有限公司会计，2011 年 4 月起参与广州蜂帮手网络科技有限公司筹备成立事项，2012 年 1 月至 2015 年 9 月担任有限公司财务经理，2015 年 9 月至今担任蜂助手股份有限公司财务总监。

（四）核心技术人员

1、陈春攀　核心技术人员

陈春攀，男，1985 年 02 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2008 年 7 月毕业于广东工业大学计算机科学与技术专业学士。2008 年 7 月到 2009 年 3 月，在西艾（广州）软件开发有限公司工作，负责 PC 端的一些项目开发及维护。2009 年 4 月到 2010 年 10 月，在北京掌迅互动信息技术有限公司有限公司工作，负责 Symbain 平台项目开发。2011 年 2 月到 2014 年 1 月，在北京掌迅互动信息技术有限公司工作，高级软件工程师，负责 Window Mobile、Android 平台的项目开发，具有丰富的手机应用开发经验。2014 年 1 月加入广州蜂帮手网络科技有限公司，负责 Android 和 ios 端应用开发，担任技术主管，2018 年 6 月至今担任蜂助手股份有限公司移动事业部（2020 年 1 月份更名为自有渠道事业部）技术总监。

2、雷大明 汉鼎蜂助手技术总监、核心技术人员

雷大明，男，1976 年 7 月份出生，中国国籍，无境外永久居留权。西安电子科技大学电子工程学院信息工程专业学士、中国科学研究院研究生院软件工程

硕士。2004 年 4 月至 2007 年 12 月于广州诚毅软件科技有限公司，担任产品线经理，2008 年 1 月至 2010 年 3 月于北京数字太和科技有限公司担任技术经理，2010 年 4 月至 2018 年 4 月于晨星软件研发(深圳)有限公司担任 Android 系统课长。作为资深技术专家，具备 8 年芯片原厂 android、linux 系统技术支持和团队管理经验，2018 年 5 月至 2019 年 4 月担任广州零世纪信息科技有限公司技术总监，2019 年 5 月至今担任广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司技术总监。

3、余彧　业务支撑事业部总经理、核心技术人员

余彧，男，1982 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，湖南工业大学计算机科学与技术专业学士，信息系统管理师，高级职称。2007 年 7 月到 2016 年 7 月，在中数通信息有限公司工作，具有丰富的互联网产品规划设计以及系统研发和设计经验，具备大型项目管理能力。2017 年 3 月至 2019 年 12 月担任蜂助手股份有限公司统一支撑事业部总经理， 2020 年 1 月至今担任蜂助手股份有限公司业务支撑事业部总经理，主持公司核心交易系统的产品规划和设计，并组织推进研发落地。

十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与公司的关系
1	罗洪鹏	法定代表人、董事长、总经理	蜂助手资产	执行事务合伙人	蜂助手股东、蜂助手员工持股平台
			广州助蜂（合伙企业）	执行事务合伙人	蜂助手资产合伙人、蜂助手员工持股平台
2	丁惊雷	副总经理、董事	迪讯飞	董事	蜂助手持股 10%的参股公司
3	王亚楠	董事	海峡创新	投资总监	蜂助手持股 5%以上股东
			杭州汉鼎博曜科技有限公司	董事	除董事王亚楠任董事，无其他关联关系
			汉鼎国际发展有限公司	董事	除董事王亚楠任董事，无其他关联关系
			汉鼎宇佑融资租赁有限公司	董事	除董事王亚楠任董事，无其他关联关系
4	杨健	董事	杭州医利智能科技有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	除董事杨健任董事、高级管理人员，无其他关联关系
			杭州汉鼎宇佑互联网技术有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	除董事杨健任董事、高级管理人员，无其他关联关系

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与公司的关系
5	刘俊秀	独立董事	深圳开阳电子股份有限公司	董事、副总经理	除独立董事刘俊秀担任该公司董事、副总经理，无其他关联关系
			苏州开阳微电子有限公司	董事	除独立董事刘俊秀担任该公司董事，无其他关联关系
			成都焱之阳科技有限公司	董事	除独立董事刘俊秀担任该公司董事，无其他关联关系
			深圳昊阳汽车电子有限公司	董事	除独立董事刘俊秀担任该公司董事，无其他关联关系
			西安开阳微电子有限公司	董事	除独立董事刘俊秀担任该公司董事，无其他关联关系
6	肖世练	独立董事	粤港澳大湾区产融投资有限公司	首席财务官	除独立董事肖世练担任该公司首席财务官，无其他关联关系
			深圳市金新农科技股份有限公司	董事	除独立董事肖世练担任该公司董事，无其他关联关系
7	向民	独立董事	恒泰资本投资有限责任公司	投资总监	无

除上述情况，不存在董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司及控股子公司以外的其他企业兼职的情况。

十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间无亲属关系。

十二、本公司董事、监事的提名和选聘情况

（一）董事提名、选聘情况

2015 年 9 月 21 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，经全体发起人提名，选举罗洪鹏、区锦棠、何毅、丁惊雷、丁国卿和马银六人为公司董事，同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举罗洪鹏为董事长。

2018 年 8 月 25 日，公司召开 2018 年第四次临时股东大会，经董事会提名，选举罗洪鹏、区锦棠、丁惊雷、韦子军、周为利和马银为公司董事。2018 年 9 月 24 日，公司第二届董事会第一次会议选举罗洪鹏作为董事长。

2019 年 10 月 25 日，公司召开 2019 年第三次临时股东大会，经汉鼎宇佑提名，选举杨健、王亚楠担任董事。

2020 年 1 月 11 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，经罗洪鹏提名，选举蔡如湘、刘俊秀和向民担任独立董事。

2020 年 9 月 1 日，公司召开 2020 年第三次临时股东大会，经罗洪鹏提名，选举肖世练担任独立董事。

（二）监事提名、选聘情况

2015 年 9 月 21 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，经全体发起人提名，选举罗淇、周红晶担任监事。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举罗淇为监事会主席。2015 年 9 月 14 日，公司召开职工代表大会，选举李泽文担任职工监事。

2018 年 8 月 25 日，公司召开 2018 年第四次临时股东大会，经罗洪鹏提名，选举姚超创、王照良担任监事。2018 年 9 月 24 日，公司召开职工代表大会，选举李泽文担任职工监事。2018 年 9 月 30 日，公司召开第二届监事会第一次会议，选举姚超创为监事会主席。

（三）现任董事、监事的提名、选聘情况

根据《公司章程》规定，公司董事、监事的任期为三年。截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事的提名、选聘和任期情况如下：

姓名	职位	提名人	任职期间
罗洪鹏	董事长	发起人股东	2015 年 9 月 21 日至 2018 年 9 月 20 日
		第一届董事会	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 20 日
区锦棠	董事	发起人股东	2015 年 9 月 21 日至 2018 年 9 月 20 日
		第一届董事会	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 20 日
丁惊雷	董事	发起人股东	2015 年 9 月 21 日至 2018 年 9 月 20 日
		第一届董事会	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 20 日
韦子军	董事	第一届董事会	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 8 月 24 日
杨　健	董事	汉鼎宇佑	2019 年 10 月 25 日至 2021 年 9 月 20 日
王亚楠	董事	汉鼎宇佑	2019 年 10 月 25 日至 2021 年 9 月 20 日
刘俊秀	独立董事	罗洪鹏	2020 年 1 月 11 日至 2021 年 9 月 20 日

姓名	职位	提名人	任职期间
向　民	独立董事	罗洪鹏	2020 年 1 月 11 日至 2021 年 9 月 20 日
肖世练	独立董事	罗洪鹏	2020 年 9 月 1 日至 2021 年 9 月 20 日
姚超创	监事会主席	罗洪鹏	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 20 日
王照良	监事	罗洪鹏	2018 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 20 日
李泽文	职工监事	职工代表大会选举	2015 年 9 月 14 日至 2018 年 9 月 13 日
			2018 年 9 月 24 日至 2021 年 9 月 23 日

十三、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议或合同

公司全体董事、监事、高级管理人员均与公司签订了《聘任合同》、《保密协议》；本公司实行全员劳动合同制，在本公司领取工资薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均与公司签订了《劳动合同》、《保密协议》。

截至本招股说明书签署日，上述《聘任合同》、《劳动合同》、《保密协议》均得到了有效的执行。

十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持股份质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持本公司股份无质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

十五、最近 2 年内董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的变动情况

（一）董事的变动情况

时间	董事的变动情况	变动后董事会的成员
2018 年 4 月 30 日	董事方路遥因个人原因离职	董事长：罗洪鹏 董事：区锦棠、丁惊雷、周为利、马银
2019 年 10 月 25 日	董事马银、周为利因个人原因离职，增选杨健、王亚楠为公司董事	董事长：罗洪鹏 董事：区锦棠、丁惊雷、韦子军、杨健、王亚楠

时间	董事的变动情况	变动后董事会的成员
2020 年 1 月 11 日	增选蔡如湘、刘俊秀及向民为公司独立董事	董事长：罗洪鹏 董事：区锦棠、丁惊雷、韦子军、杨健、王亚楠 独立董事：蔡如湘、刘俊秀及向民
2020 年 9 月 1 日	蔡如湘因个人原因离职，增选肖世练为公司独立董事	董事长：罗洪鹏 董事：区锦棠、丁惊雷、韦子军、杨健、王亚楠 独立董事：肖世练、刘俊秀及向民

（二）监事的变动情况

时间	监事的变动情况	变动后监事会的成员
2018 年 9 月 21 日	第一届监事罗淇、周红晶任期届满，第二届选取姚超创、王照良任监事	监事会主席：姚超创 监事：王照良 职工监事：李泽文

（三）高级管理人员的变动情况

时间	高级管理人员的变动情况	变动后高级管理人员
2018 年 9 月 24 日	丁惊雷先生卸任董事会秘书职务，担任副总经理 韦子军先生担任副总经理、董事会秘书	总经理：罗洪鹏 财务总监：邱丽莹 副总经理：区锦棠、丁惊雷、韦子军 董事会秘书：韦子军

本公司董事、监事、高级管理人员的变动履行了必要的审议程序，符合法律法规的规定。最近 2 年，公司董事人员变动的主要原因是，报告期内，公司规模扩大的同时，为进一步提高公司决策、管理效率，完善法人治理结构而进行的必要增加和调整。

（四）核心技术人员的变动情况

最近 2 年内，公司核心技术人员无变动情况。

综上，最近两年，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大不利变化，对公司的生产经营未造成不利影响。

十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

姓名	公司职务	被投资企业	出资比例
罗洪鹏	法定代表人、董事长、总经理	蜂助手资产	26.76%
		助蜂资产	14.66%

姓名	公司职务	被投资企业	出资比例
丁惊雷	董事、副总经理	蜂助手资产	2.58%
韦子军	董事、副总经理、董事会秘书		1.77%
姚超创	监事会主席		1.92%
王照良	监事		0.79%
李泽文	职工监事		1.22%
邱丽莹	财务总监		1.79%
雷大明	核心技术人员		0.34%
陈春攀	核心技术人员		0.99%
余　彧	核心技术人员		0.84%

截至本招股说明书签署日，除上述人员外，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员无其他对外投资。

十七、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员直接或间接持有本公司股份情况如下：

序号	姓名	公司职务	直接持股数（万股）	间接持股数（万股）	总持股比例（%）
1	罗洪鹏	法定代表人、董事长、总经理	3,730.27	306.27	31.74
2	区锦棠	董事、副总经理	84.67	-	0.67
3	丁惊雷	董事、副总经理	-	26.16	0.21
4	韦子军	董事、副总经理、董事会秘书	-	18.00	0.14
5	姚超创	监事会主席	-	19.49	0.15
6	李泽文	职工监事	-	12.43	0.10
7	王照良	监事	-	8.00	0.06
8	邱丽莹	财务总监	-	18.14	0.14
9	陈春攀	核心技术人员	-	10.08	0.08
10	雷大明	核心技术人员	-	3.50	0.03
11	余彧	核心技术人员	-	8.50	0.07

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的近亲属直接或间接持有公司股份的情况如下表：

序号	姓名	与董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的关系	直接持股数（万股）	间接持股数（万股）	总持股比例（%）
1	姚超茂	监事姚超创的弟弟	-	2	0.02
2	吴永庆	董事、副总经理、董事会秘书韦子军妹妹的配偶	127.01	-	1.00

除上述所列情况之外，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员及其近亲属所持本公司股份无质押或冻结情况。

十八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬、福利安排

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

本公司确定董事、监事薪酬的原则是：非独立董事不在公司领取董事薪酬或津贴；独立董事在公司领取独立董事津贴人民币 5 万元（含税）/年；监事不在公司领取监事薪酬或津贴；其在公司担任其他职务的，按照其所任职务领取报酬及贡献程度领取报酬，具体包括工资和奖金两部分。

公司董事、监事的薪酬和考核情况均经股东大会审议。

公司高级管理人员的薪酬和考核情况均经过董事会审议。

（二）薪酬、津贴总额占各期公司利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬、津贴总额及其占公司各期利润总额的比重如下表所示：

期间	薪酬、津贴总额（万元）	占当期公司利润总额的比重（%）
2020 年 1-6 月	171.70	4.27
2019 年度	351.51	5.22
2018 年度	290.75	6.36

期间	薪酬、津贴总额（万元）	占当期公司利润总额的比重（%）
2017 年度	193.60	4.64

（三）最近一年从公司领取薪酬的情况

2019 年从本公司领取工资薪酬的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的收入情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2019 年履职时间	2019 年薪酬
1	罗洪鹏	法定代表人、董事长、总经理	全年	45.98
2	区锦棠	董事、副总经理	全年	39.22
3	丁惊雷	董事、副总经理	全年	27.55
4	韦子军	董事、副总经理、董事会秘书	全年	35.19
5	杨　健	董事	2019 年 10-12 月	0
6	王亚楠	董事	2019 年 10-12 月	0
7	周为利	董事	2019 年 1-9 月	0
8	马　银	董事	2019 年 1-9 月	0
9	蔡如湘	独立董事	-	-
10	刘俊秀	独立董事	-	-
11	向民	独立董事	-	-
12	肖世练	独立董事	-	-
13	邱丽莹	财务总监	全年	24.14
14	姚超创	监事会主席	全年	30.39
15	王照良	监事	全年	32.29
16	李泽文	职工监事	全年	29.53
17	陈春攀	核心技术人员	全年	27.68
18	雷大明	核心技术人员	全年	24.24
19	余　彧	核心技术人员	全年	35.30
合计				**351.51**

上述在本公司领取工资薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员，本公司依法为其办理住房公积金及失业、养老、医疗等保险，不存在其它特殊待遇和法定养老金以外的退休金计划。

十九、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

为进一步完善公司法人治理结构，建立、健全公司长效激励约束机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司管理层及员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和管理层、员工利益结合在一起，提升公司凝聚力，增强公司竞争力，促进公司持续、稳健、快速的发展，确保公司未来发展战略和经营目标的实现，公司存在正在执行的股权激励计划。

（一）股权激励方案相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序的合法性

1、股权激励计划概述

2019 年 9 月，公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议、公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》，该计划具体情况如下：

（1）本激励计划拟授出的权益形式

本激励计划采取的激励形式为限制性股票。

（2）本激励计划拟授出权益涉及的标的股份来源及授予方式

本股权激励所涉及的股份采取公司向激励对象所在持股平台定向发行股份方式进行。激励对象通过认购持股平台出资份额，并按照本计划规定的条件和方式持有本公司的股份。

（3）股份价格

本次授予限制性股票的授予价格为每股 2 元。

（4）股份数量

限制性股票的授予数量不超过 200 万股。

（5）资金来源

认购所需资金，由激励对象以其个人拥有的合法资金支付。公司不为其提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。

2、本激励计划的授予日和服务期

（1）本激励计划的授予日

本激励计划经公司股东大会审议通过后，公司将在 180 日内向激励对象授予权益，授予日为《股权激励协议》签署日。

（2）激励对象的服务期

激励对象应自《股权激励协议》签署之日 4 年内（下称“服务期”），持续在公司工作，不因其个人原因解除或终止与公司的劳动关系。激励对象在服务期内锁定其获授的限制性股票。

激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在服务期内不得转让、用于担保或偿还债务。服务期内激励对象因获授的限制性股票而取得的资本公积转增股本、派发股票红利、配股股份、增发中向原股东配售的股份同时锁定，不得以任何方式转让，该等股份锁定期的截止日期与限制性股票的服务期相同；激励对象因获授的限制性股票而取得的现金股利由公司代管，作为应付股利在服务期结束时向激励对象支付。

公司进行现金分红时，激励对象就其获授的限制性股票应取得的现金分红在代扣代缴个人所得税后由激励对象享有，原则上由公司代为收取，待该部分限制性股票解锁时返还激励对象；若该部分限制性股票未能解锁，对应的现金分红由公司收回，并做相应会计处理。

3、本激励计划涉及的激励对象的范围及选定依据：

（1）公司高级管理人员；

（2）公司总监及核心骨干员工；

（3）公司董事会认为需要激励的其他员工。

确定本激励计划的激励对象范围的人员时，考虑人员的岗位重要性、服务年限、不可替代性等因素，确定激励对象范围及数量，最后由董事会拟定名单，并经公司监事会核实确定。

4、本次股权激励员工任职情况

序号	员工姓名	持股平台	合伙人类别	在公司任职情况	间接持有公司股份数（股）	支付对价（元）
1.	罗洪鹏	蜂助手资产	普通合伙人	蜂助手董事长、总经理	398,000	796,000
2.	韦子军	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手董事、副总经理兼董事会秘书	180,000	360,000
3.	余　彧	蜂助手资产	有限合伙人	广州零世纪-事业部总经理	85,000	170,000
4.	王照良	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手监事、汉鼎蜂助手总经理	80,000	160,000
5.	陈克学	蜂助手资产	有限合伙人	前海同益-研发中心总经理	80,000	160,000
6.	梁康东	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-部门经理	70,000	140,000
7.	余咏琴	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-财务副经理	60,000	120,000
8.	荣　鹏	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手武汉分公司-大区总监	70,000	140,000
9.	孙俊永	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-部门经理	40,000	80,000
10.	丁惊雷	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手董事、副总经理	60,000	120,000
11.	雷大明	蜂助手资产	有限合伙人	汉鼎蜂助手-技术总监	35,000	70,000
12.	徐彩霞	蜂助手资产	有限合伙人	广州零世纪-项目经理	35,000	70,000
13.	蒋德卫	蜂助手资产	有限合伙人	广州助蜂-商务主管	30,000	60,000
14.	韩　佳	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手长沙分公司-大区总监	30,000	60,000
15.	茹正莉	蜂助手资产	有限合伙人	广州助蜂-售前支持工程师	30,000	60,000
16.	郭洁柔	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-产品经理	30,000	60,000
17.	许志庭	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-部门经理	20,000	40,000
18.	姚斐鸿	蜂助手资产	有限合伙人	广州助蜂-主管	20,000	40,000
19.	江加芳	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-后端软件工程师	20,000	40,000
20.	姚超茂	蜂助手资产	有限合伙人	广州零世纪-测试工程师	20,000	40,000
21.	杨文波	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-技术主管	20,000	40,000
22.	陈基涛	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-前端工程师	15,000	30,000

序号	员工姓名	持股平台	合伙人类别	在公司任职情况	间接持有公司股份数（股）	支付对价（元）
23.	蔡　彬	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-运营主管	15,000	30,000
24.	钟秀婷	蜂助手资产	有限合伙人	广州零世纪-商务经理	15,000	30,000
25.	邱金燕	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-运营主管	10,000	20,000
26.	黄俊杰	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-数据分析师	10,000	20,000
27.	任　宇	蜂助手资产	有限合伙人	汉鼎蜂助手-主管	10,000	20,000
28.	黄镇营	蜂助手资产	有限合伙人	蜂助手-andriod 工程师，已于 2020 年 11 月 27 日离职	2,000	4,000
29.	马大亮	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-部门经理	45,000	90,000
30.	曾健豪	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-技术主管	35,000	70,000
31.	郑　涛	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手深圳分公司-分公司总经理，已于 2020 年 9 月 29 日离职	30,000	60,000
32.	余沛聪	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-UI 设计师	30,000	60,000
33.	郑广彬	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-技术主管	30,000	60,000
34.	廖阳春	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-技术总监	30,000	60,000
35.	麦婉珊	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-商务主管	25,000	50,000
36.	方文浩	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-运营主管	25,000	50,000
37.	谭　国	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手长沙分公司-市场经理	20,000	40,000
38.	罗周胜	助蜂资产	有限合伙人	汉鼎蜂助手-运维工程师	20,000	40,000
39.	刘建华	助蜂资产	有限合伙人	深圳前海同益-软件经理	20,000	40,000
40.	张雪欣	助蜂资产	有限合伙人	曾任蜂助手-人力资源专员，于 2020 年 3 月 19 日离职	20,000	40,000
41.	苏恒聪	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-后端软件工程师	20,000	40,000
42.	赵仕杰	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-产品经理	20,000	40,000
43.	何海泉	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-数据库管理工程师	20,000	40,000

序号	员工姓名	持股平台	合伙人类别	在公司任职情况	间接持有公司股份数（股）	支付对价（元）
44.	王利民	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-运维工程师	20,000	40,000
45.	张　睿	助蜂资产	有限合伙人	曾任蜂助手北京分公司-区域总监，已于2020年4月27日离职	15,000	30,000
46.	陈俊健	助蜂资产	有限合伙人	汉鼎蜂助手-主管	15,000	30,000
47.	张松泉	助蜂资产	有限合伙人	曾任蜂助手北京分公司总经理，已于2020年4月27日离职	15,000	30,000
48.	张　帆	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-QA工程师	10,000	20,000
49.	谭　哲	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-后端软件工程师	10,000	20,000
50.	区铭恒	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-运营策划主管	10,000	20,000
51.	蒋　璐	助蜂资产	有限合伙人	曾任蜂助手-前端工程师，2020年4月28日离职	10,000	20,000
52.	邝林飞	助蜂资产	有限合伙人	蜂助手-前端工程师	10,000	20,000
53.	蔡永亮	助蜂资产	有限合伙人	广州助蜂-后端软件工程师	5,000	10,000

激励员工均为公司员工，公司于2019年9月1日，公司召开第二届董事会第五次会议审议通过了《关于公司股权激励人员名单的议案》，并于当日召开第二届监事会第三次会议对前述名单进行了核实确认。上述员工间接持有公司股份的对价均已支付完毕，系其自有合法收入出资，不存在代持情形，不存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，不存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。

经核查公司报告期内员工花名册、蜂助手资产、助蜂资产的所有合伙人填报的持股平台员工《调查表》、蜂助手资产、助蜂资产自设立以来的银行流水对账单、合伙人转让财产份额时签署的《财产份额转让协议书》、银行转款凭证及公司、公司实际控制人的报告期内的银行流水，股权激励参与对象的资金来源是均为员工自有的合法收入，不存在由公司或实际控制人垫付的情况。

5、股权激励方案决策程序的合法合规性

2019 年 9 月 1 日，公司召开第二届董事会第五次会议，审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》、《关于变更公司注册资本的议案》、《关于公司股权激励人员名单的议案》等议案。

2019 年 9 月 1 日，公司召开第二届监事会第三次会议，审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》，并根据激励计划审核了本次股权激励员工名单。

2019 年 9 月 17 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》、《关于变更公司注册资本的议案》等议案，公司向员工持股平台蜂助手资产定向增发 200.00 万股股票，价格为 2.00 元/股。2019 年 10 月 28 日，公司完成本次增资的工商变更登记。

公司不存在为本次激励计划确定的激励对象提供财务资助的情形，本次激励计划不存在明显损害公司及全体股东利益的情形，不存在违反有关法律、行政法规的情形，本次激励计划相关议案表决时关联董事、股东已回避表决。

综上，公司股权激励方案相关决议、文件符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，公司股权激励方案及决策程序合法合规。

（二）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

1、股权激励对经营状况的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及核心员工的工作积极性，进而有利于公司的长期发展。

2、股权激励对财务状况的影响

本次股权激励之股份支付的会计处理参见本招股说明书“第八节、十一（四）2（2）管理费用之 6）股份支付”。不考虑股权激励计划对公司经营的正面影响，因会计处理确认的股权支付费用对公司 2019 年至 2022 年净利润有一定程度影响，但不影响公司经营现金流。

3、股权激励对公司股权清晰、稳定的影响

公司股权激励计划系员工通过持股平台间接持有蜂助手股票，激励员工承诺 4 年服务期，且根据持股平台的合伙协议约定，服务期内离职应将其持有的财产份额转让给持股平台执行事务合伙人或执行事务合伙人或执行事务合伙人指定的本次员工激励的其他激励对象。

本股权激励计划现已按计划完成相应资金缴纳及工商变更，后续如有受激励员工离职事项，亦可按前述规定处理，对持股平台持有公司股份稳定性不构成影响。

综上，本次股权激励不影响公司股权清晰、稳定。

（三）股份支付价格定价依据及公允性，摊销情况是否合理，是否符合会计准则规定

1、股份支付价格定价依据及公允性

2019 年 9 月 17 日蜂助手召开 2019 年第一次临时股东大会，决议通过以助蜂资产和蜂助手资产作为员工持股平台,合计向公司增加注册资本 200.00 万元，每 1 元注册资本对应的认购价格为 2 元。由实际控制人罗洪鹏作为上述两个持股平台合伙企业的普通合伙人，公司高级管理人员、总监、核心骨干员工及董事会认为需要激励的其他员工作为有限合伙人。2019 年 10 月 7 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，决议通过兰平一号、睿泓天祺、睿坤津祥及吴小燕的股份认购协议，蜂助手分别向前述各位增发 117.6470 万股股票、58.8235 万股股票、58.8235 万股股票及 30.5880 万股股票，价格均为 8.50 元/股。

根据《首发业务若干问题解答》中关于权益工具公允价值的规定，在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：（1）入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；（2）行业特点、同行业并购重组市盈率水平；（3）股份支付 实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；（5） 采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的 估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。公司处于业务规模快速拓展阶段，业务发展较快，股份公允价值也不断变化，为了更合理地确认股份支付，提升会计信息质量，公司充分考虑入股时间、投资者对公司业务的了解程度、入股价格的公允性等因素选取 2019 年 10 月投资者增资价格作为此次股份支付的公允价值，主要原因如下：（1）股东大会审议通过 2 次增资扩股决议时间在 30 日内，时间间隔较短；（2）

此次股票发行共涉及 4 名投资者，投资者包括外部投资机构和个人，其中又以外部投资机构为主，兰平一号、睿泓天祺、睿坤津祥均为经中国证券投资基金业协会备案的创业投资基金，对外投资管理相对严格且规范；（3）上述投资者基于相对充分的尽职调查，经对公司业务发展情况以及未来规划全面了解后，投资者与公司友好协商并确定股票发行价格，价格确定过程合理，定价符合公平原则。基于上述原因，公司选择此次股票发行价格作为参考依据确认股份支付，其价格具有公允性。

2、股份支付摊销的情况是否合理，是否符合会计准则规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条规定，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

根据《首发业务若干问题解答》中关于计量方式的规定，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让，完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。

根据助蜂资产和蜂助手资产的合伙协议规定，新增被激励对象必须为蜂助手或者蜂助手下属企业员工，需持续在公司服务四年，且服务期内解除劳动关系的，应将所持激励份额转让给执行事务合伙人或者执行事务合伙人指定的本次员工激励的其他激励对象。合伙协议对服务期限进行了明确约定，因此公司将上述授予给激励对象的股份支付 1,300.00 万元认定为存在服务期的以权益结算的股份支付，在等待期内进行分摊。公司股份支付按照服务期进行摊销符合会计准则规定。

（四）受激励员工服务期内离职的处理

1、关于受激励员工服务期内离职的约定

（1）经公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议及 2019

年第一次临时股东大会审议《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》规定：“服务起内，若激励对象与公司解除劳动关系的，应将所持有的财产份额转让给持股平台执行事务合伙人或持股平台执行事务合伙人指定的其他员工（该员工应属于本次激励对象）。……”

（2）员工签署的《股权激励协议》、《赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》、《广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》就上述事宜再次进行了明确约定。

2、锁定期内实际发生受激励员工离职的，其持有的激励份额处理情况

序号	姓名	签署 转让协议时间	离职时间	合伙企业 出具变更决议时间
1	张雪欣	2020 年 3 月 19 日	2020 年 3 月 19 日	2020 年 4 月 30 日
2	张睿	2020 年 4 月 27 日	2020 年 4 月 27 日	2020 年 4 月 30 日
3	张松泉	2020 年 4 月 27 日	2020 年 4 月 27 日	2020 年 4 月 30 日
4	蒋璐	2020 年 4 月 28 日	2020 年 4 月 28 日	2020 年 4 月 30 日
5	郑涛	2020 年 9 月 29 日	2020 年 9 月 29 日	2020 年 11 月 3 日
6	黄镇营	2020 年 11 月 13 日	2020 年 11 月 27 日	2020 年 11 月 16 日

按照《赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》、《广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》中的约定，六名员工均将其所持有的合伙企业财产份额转让给执行事务合伙人罗洪鹏，罗洪鹏已支付相应转让款，两合伙企业已完成相应工商变更登记。

前述转让流程符合经董事会、股东大会审议通过的股权激励计划及蜂助手资产、助蜂资产的《合伙协议》的相关约定，无需再履行其他内部审议程序。

二十、公司员工情况

（一）员工人数及变化情况

公司及分、子公司最近三年及一期员工人数的变化情况如下：

时间	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工总人数（名）	247	255	272	237

（二）员工专业结构情况

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司在册员工总数 247 名，员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

1、专业结构

专业分工	人数（名）	占员工总数比重（%）
技术研发人员	127	51.42
运营人员	33	13.36
销售人员	51	20.65
财务人员	14	5.67
行政管理人员	22	8.91
合　计	**247**	**100.00**

2、受教育程度

类别	人数（名）	占总人数的比例（%）
硕士及硕士以上	4	1.62
本科	167	67.61
大专	67	27.13
中专、高中以下	9	3.64
合　计	**247**	**100.00**

3、年龄分布

类别	人数（名）	占总人数的比例（%）
25 岁以下	24	9.72
26-35 岁	178	72.06
36-45 岁	42	17.01
46 岁以上	3	1.21
合　计	**247**	**100.00**

（三）公司及分、子公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的情况

1、报告期内，公司办理社保和住房公积金的人数具体如下表所示：

单位：名

2020 年 6 月 30 日					
缴纳项目	**办理人数**	**期末员工人数**	**差异人数**	**应缴未缴人数**	**差异原因**
社保	248	247	1	0	当期缴纳社保，期末已离职
公积金	249		2	0	当期缴纳公积金，期末已离职
2019 年度					
缴纳项目	**办理人数**	**期末员工人数**	**差异人数**	**应缴未缴人数**	**差异原因**
社保	256	255	1	0	当期缴纳社保，期末已离职
公积金	252		3	0	新聘员工，公积金手续办理中
2018 年度					
缴纳项目	**办理人数**	**期末员工人数**	**差异人数**	**应缴未缴人数**	**差异原因**
社保	274	272	2	0	当期缴纳社保，期末已离职
公积金	273		1	0	新聘员工，公积金手续办理中
2017 年度					
缴纳项目	**办理人数**	**期末员工人数**	**差异人数**	**应缴未缴人数**	**差异原因**
社保	234	237	3	0	新聘员工，社保手续办理中
公积金	234		3	0	新聘员工，社保手续办理中

2、公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的金额：

单位：万元

公司缴纳总额	2020 年度 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
社会保险费	65.13	334.78	322.36	219.47
住房公积金	76.36	145.44	123.47	83.42

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务及设立以来的变化情况

（一）主营业务情况

公司是一家互联网数字化虚拟商品综合服务提供商，主要为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务。公司始终坚持以客户需求为导向，致力于成为国内领先的互联网数字化虚拟商品综合服务提供商。

公司提供的服务及解决方案主要应用于移动互联网及物联网生活服务两大方向，服务内容包括数字化虚拟商品综合运营服务（聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务）、物联网应用解决方案（流量解决方案、硬件解决方案、场景解决方案）及技术服务三大板块，直接及间接面向领域包括运营商流量运营、个人数字化商品购买、家庭上网娱乐、城市智慧民生等多元生活服务场景。公司平台聚合的数字化虚拟商品资源涵盖运营商产品、视频会员权益、电商购物、生活卡券、在线教育、旅游出行、车主服务、音乐会员、阅读会员、社交会员、便民服务等数十个领域及行业的数百种互联网数字化虚拟商品。

目前，公司已与三大运营商中国移动、中国电信、中国联通建立了直接合作关系，为其提供数字化虚拟商品综合运营服务及技术服务；是爱奇艺、优酷、芒果TV三家国内领先的网络视频商在约定运营商渠道开展视频权益融合产品市场活动的授权代理商；并为中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO手机等众多大型企业集团的营销及运营活动提供数字化虚拟商品交易及运营服务解决方案，培养并建立了深厚的市场渠道关系，为公司带来了千万级的服务用户，并进入了数亿级用户市场的视野。

公司基于移动互联网数字化虚拟商品综合服务奠定的经营基础、运营经验以及平台技术优势，将业务领域逐渐从移动互联网向物联网延伸，积极布局物联网相关业务，针对物联网应用场景对无线接入网络低成本、高速率及高效率运营管

理等需求，为客户提供定制化的物联网应用解决方案，作为公司战略业务的增长点。

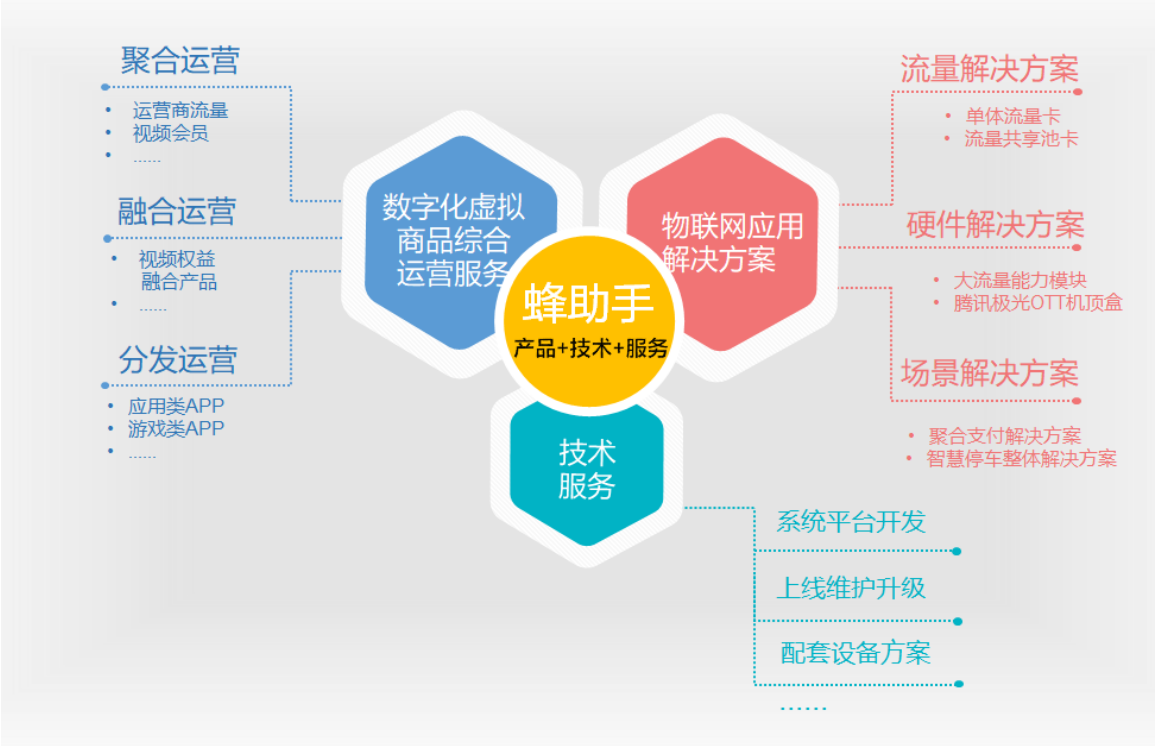
公司作为国家高新技术企业，始终重视服务创新与科技创新。近年来，公司先后获得“广州市科技创新小巨人企业”、“中国移动物联网优秀合作伙伴”、“中国联通价值贡献奖”、“华为最具潜力合作伙伴”、“华为产品合作项目保障奖”、“优酷 VIP 会员最佳合作伙伴奖”等称号及荣誉，并拥有广州市科技创新委员会认定“广州市企业研究开发机构”及广东省科学技术厅认定“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）发行人的主要产品或服务

1、发行人的主要产品或服务介绍

公司主要从事的业务包括数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务三大板块。



（1）数字化虚拟商品综合运营服务

公司提供的数字化虚拟商品综合运营服务划分为聚合运营、融合运营及分发

运营服务三个类别，服务内容及产品如下：

主要服务	服务类别	服务内容	对应数字化虚拟商品
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	公司平台聚合多行业数百种数字化虚拟商品的实时交易服务，包括运营商产品、互联网视频平台会员、电商礼品卡、线下连锁电子卡券等，向客户提供一站式数字化虚拟商品交易解决方案，并提供运营平台服务、营销方案等运营支撑服务。	①运营商通用流量 ②网络视频会员 ③其他虚拟商品 （见下表详列）
	融合运营服务	公司选择云平台中与运营商主营业务强相关的视频会员权益资源，与运营商流量、无线宽带家庭套餐、5G 会员、个人邮箱、移动流媒体、私人云服务等产品服务进行融合，为终端用户提供视频权益融合产品，并向合作方提供平台接口技术对接，融合产品设计、营销方案设计、省市运营商落地推广、交易平台服务、结算分析、客户售后服务等运营支撑服务。	视频权益融合产品
	分发运营服务	为电信运营商、应用类及游戏类 APP 的开发者、软件生产企业及其发行商提供分发运营服务，针对不同手机应用产品特点制定分发运营方案，通过手机厂商应用商店、第三方应用商店及其他互联网渠道进行运营推广、应用商店优化及外部投放，供用户下载安装使用。	①应用类 APP ②游戏类 APP ③运营商手机营业厅 APP

具体服务内容如下：

1）聚合运营服务

公司通过蜂助手综合服务云平台为客户提供数字化虚拟商品聚合运营服务。公司平台聚合了运营商话费、流量、视频网站会员、电商购物卡、生活出行卡券、线下连锁电子卡券等数百种品类丰富的数字化虚拟商品资源，平台将多品类虚拟商品的实时交易服务的供应接口集中归集，进行统一封装，向客户提供标准化的虚拟商品交易服务接口，使得客户无需进行繁琐配置，通过 API 及 H5 服务应用程序，即可在线调用公司标准化接口，接入公司云平台，获取虚拟商品“一站式”实时交易服务。

公司云平台聚合运营的数字化虚拟商品在形态上存一定的共性特征，均以电子形式代表特定权益，终端消费者据此可以享受相应服务，且具备面值小、用户

需求量大、交易频率高等特点。目前，运营商通用流量为公司聚合运营的主要虚拟商品，并带动其他虚拟商品销售。公司平台聚合的数字化虚拟商品主要类型如下：

序号	产品类别	数字化虚拟商品或服务
1	运营商产品	通用流量、话费、短信、话务、手机营业厅服务（套餐、号卡、宽带等）等
2	视频会员类	爱奇艺会员、优酷会员、芒果 TV 会员、腾讯视频会员、腾讯体育会员、搜狐视频会员、风行视频会员等
3	在线教育类	学而思精品课卡、新东方频道卡、趣味英语频道卡、少儿科学频道卡等
4	电商购物类	京东 E 卡、苏宁电子礼品卡、苏宁易购卡、天猫超市卡、网易严选礼品卡、唯品会礼品卡
5	生活卡券类	盒马鲜生代金券、肯德基代金券、必胜客代金券、猫眼电影通兑券、美团外卖红包券等
6	旅游出行类	滴滴打车代金券、美团骑行券、公交红包、携程旅游、锦江礼享卡、中国版景点通直充卡券、岭南通直充卡券等
7	车主服务类	洗车券、加油卡、违章查询办理、ETC 办理、车保养礼包券、停车券等
8	音乐会员类	QQ 音乐会员卡、酷狗音乐会员卡、酷我音乐会员卡、喜马拉雅会员卡、唱吧会员卡、沃音乐会员卡等
9	阅读会员类	樊登读书会员、QQ 阅读会员、懒人听书会员、掌阅会员等
10	社交会员类	新浪微博会员、keep 会员、迅雷会员、百度网盘会员等
11	便民服务类	证件照、水电煤缴费等

公司聚合运营服务业务，实现了数字化虚拟商品交易环节参与者的多方共赢。一方面，使得企业集团客户摆脱了采购多种类型的虚拟商品配置多个供应商接口的繁琐程序，无需额外的对接开发工作，通过接入公司平台的标准化接口，能够便捷、快速的完成一站式采购，优化企业集团客户的数字化虚拟商品采购和运营效率；另一方面，公司平台通过自有及外部渠道平台投放“充值中心”页面而直接面向终端消费者，为终端消费者提供实惠、便捷的一站式数字化虚拟商品消费体验；此外，公司平台所提供需求旺盛的高频交易产品可吸引用户多次访问，能够有效提升企业集团等互联网平台的用户活跃度及转化率，实现合作方业务增量、收入增收的商业目的，是互联网平台实现“拉新、促活、转化”的重要运营手段之一；同时，公司平台亦为上游数字化虚拟商品供应商提供了创新的销售渠道，提升其销售交易量。

报告期内，公司为中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO 手机等众多大型企业集团的营销、兑换及运营等活动，直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案；并通过合作商，间接为其他银行、保险等众多优质客户提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，为千万级的用户提供服务，并进入了数亿级终端消费者市场的视野。公司为有关大型企业集团提供服务的界面截图举例如下：

中国建设银行 APP
“优惠充值中心”

碧桂园凤凰会 APP
“手机充值”

VIVO 手机钱包 APP
“话费充值、流量充值”

报告期内，公司通过客户间接为众多银行、保险等优质客户提供服务，主要系公司为客户的客户（以下简称“次级客户”）提供数字化虚拟商品，满足次级客户自身业务发展需求。银行、保险类次级客户自身一般拥有庞大的终端用户基础，依托该类型次级客户，可较大提升公司的销售量。其具体情况如下：

报告期	合作商名称	间接服务方式	优质客户名称/类型	服务内容
2020 年 1-6 月、2019 年度	深圳市东恒网络科技有限公司	通过将相关产品销售给东恒，然后东恒提供给银行类客户，并同步提供可供参考的营销方案	银行类客户	为银行类客户营销活动提供通用流量产品，提高用户活跃及粘性
2019 年度、2020 年 1-6 月	江苏东顾商业服务有限公司	通过将相关产品销售给东顾，然后东顾提供给保险类客户，并同步提供可供参考的营销方案	保险类客户	为保险类客户提供保险购买流量赠送、用户回馈等服务
2018 年度、2019 年度	江西同心网络信息服务有限公司	通过将相关产品销售给同心，然后同心提供给保险类客户，并同步提供可供参考的营销方案	保险类客户	为保险类客户提供保险购买流量赠送、用户回馈等服务
2017 年度、2018 年度	湖南金朋科技有限公司	通过将相关产品销售给金朋，然后金朋提供给微信钱包充值中心	微信	为微信充值中心提供通用流量充值产品
2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月	北京羽乐创新科技有限公司	通过将相关产品销售给羽乐，然后羽乐提供给三星手机钱包充值中心	三星手机	为三星手机提供通用流量充值产品
2017 年度、2018 年度	深圳市宏兆实业发展有限公司	通过将相关产品销售给宏兆，然后宏兆提供给银行类客户，并同步提供可供参考的营销方案	银行类客户	为银行类客户营销活动提供通用流量产品，提高用户活跃及粘性
2017 年度、2018 年度	珠海市米佳科技有限公司	通过将相关产品销售给米佳，然后米佳提供给 OPPO\VIVO 智能短信用户	OPPO/VIVO	为 OPPO、VIVO 智能短信用户提供通用流量产品
2018 年度	深圳市你我金融信息服务有限公司	通过将相关产品销售给你我金融，然后你我金融提供给金融保险类客户，并同步提供可供参考的营销方案	金融保险类	为金融保险类客户营销活动提供通用流量产品
2019 年度、2020 年 1-6 月	北京艾瑞福信息技术有限公司	通过将相关产品销售给艾瑞福，然后艾瑞福提供给游戏类客户，并同步提供可供参考的营销方案	游戏类客户	为游戏类客户营销活动提供通用流量产品
2020 年 1-6 月	浙江三合通信科技有限公司	通过将相关产品销售给三合，然后三合提供给支付宝，并同步提供可供参考的营销方案	支付宝	为支付宝客户营销活动提供通用流量产品

注：部分合作商未能提供次级客户的具体名称。

2）融合运营服务

随着互联网巨头纷纷加快向基础网络渗透和布局，近年来电信运营商面临用户规模增长但收入增长乏力的局面。深度经营存量用户、优化内容运营、提升用户总价值，成为运营商的现实经营需要。2018 年，公司融合运营商及网络视频商资源，推出视频权益融合运营服务业务，探索运营商产品服务与互联网内容结合的新业态，获得了运营商及网络视频商的高度认可。

①融合运营服务业务模式

在开展融合运营服务业务过程中，公司通过与网络视频商合作，获取在运营商约定区域渠道销售视频会员的代理授权，将视频权益资源通过 API 方式接入运营商系统，协助运营商将流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流媒体、私人云服务等通信产品服务与视频内容权益进行融合，向用户提供视频权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标。

②融合运营服务业务实现了多方共赢

公司的融合运营服务业务实现了多方共赢，受到运营商、网络视频商、用户的广泛认可，视频权益融合产品的用户规模大幅快速增长。

以流量+视频融合产品为例，视频内容能够有效激发运营商用户的流量消耗，从而提升运营商 DOU（单个客户月均流量消费额），帮助运营商实现流量增量及业务增收的经营目标。同时，将视频会员权益与运营商流量产品组合重构为套餐产品，相较于用户分别购买单品，更具价格优势、消费体验更便捷。其次，由于运营商拥有庞大而稳定的用户群体，将运营商用户与网络视频商的会员体系打通，有效促进了网络视频商发展会员规模，因此，随着用户消费习惯的形成，融合业务可带来持续性的增量收入。公司视频权益融合运营服务业务为合作运营商及网络视频商带来可观的获客量及业务增量，该模式得到迅速推广，2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月公司融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元及 7,716.50 万元，2019 年较 2018 年增长 255.46%。

③融合运营服务业务具有较高的业务壁垒和综合能力要求

在融合运营业务开展过程中，运营商、网络视频商与融合服务商一旦建立合作关系便不会轻易打破，合作关系较为稳定。

A、融合服务商为运营商及网络视频商完成订单流转及交易处理，存量用户会员信息、交易数据，以及连续包月用户的持续计费订购关系由融合服务商管理。一旦网络视频商，运营商转换融合服务商，则需要承担技术切换成本、大量续订用户交易关系迁移成本、以及由此可能带来的存量用户未能成功续订的售后维护成本、投诉及品牌声誉损失。因此，运营商、网络视频商通常不会轻易更换融合服务商，合作方具有较强的合作粘性，使得融合运营服务业务具有较高的业务壁垒。

B、融合运营服务业务是一项“重运营”业务，融合服务商在此类业务开展过程中，需要提供持续的运营服务及技术支撑服务，具有较高的综合能力门槛。

在此类业务模式下，融合服务商为运营商及网络视频商系统对接提供技术解决方案，利用安全稳定、高并发的交易处理系统，确保订单信息流的正常传递及交易请求的及时处理；深刻理解运营商商业模式及互联网虚拟商品用户需求，结合互联网虚拟商品渠道运营经验，完成融合产品套餐设计方案、营销推广方案、产品上线文案和评测、线上线下营销策划及落地等支撑服务；完成交易界面设计、开发及更新维护、数据报表对账，运营数据分析、新增及留存用户提升分析等运

营支撑服务；完成合作区域的运营商用户投诉监控及处理等售后服务工作。

公司在数字化虚拟商品运营服务领域具有多年的经验，拥有丰富的虚拟商品体系及渠道运营经验，核心管理团队成员在运营商业务及互联网领域拥有十几年工作经验，对运营商商业模式、渠道资源、用户痛点有深刻认识和理解，具备较高的敏感性和前瞻性，善于分析互联网虚拟商品市场，通过持续创新迭代融合产品把握业务机会。

公司是行业内较早推出运营商产品与网络视频会员融合业务的服务商，与运营商及网络视频商建立了良好稳定的合作关系。

报告期内，公司所获得的爱奇艺、优酷、芒果 TV 代理授权情况具体如下：

网络视频商	公司报告期内所获得网络视频商在运营商渠道的代理授权情况		
	中国移动	中国电信	中国联通
爱奇艺	广东移动、内蒙古移动、四川移动、中移互联网、中移在线	福建电信、广东电信、广西电信、海南电信	-
优酷	广东移动、四川移动、内蒙古移动、中移互联网、福建移动、湖北移动、重庆移动、甘肃移动、贵州移动、中移在线	福建电信、广西电信、贵州电信、甘肃电信、深圳电信	湖北联通、甘肃联通、贵州联通
芒果 TV	广东移动、河北移动、浙江移动、安徽移动、陕西移动、湖北移动、云南移动、辽宁移动、内蒙移动、贵州移动、福建移动、甘肃移动、河南移动、广西移动、中移在线、中移互联网	-	-

视频权益融合产品在运营商渠道的推广展示图举例如下：

定向流量+视频权益

5G 升级包+视频权益

宽带提速+视频权益

移动流媒体+视频权益

私人云服务+视频权益

移动会员+视频权益

报告期内，“运营商流量+视频权益”融合产品为公司融合运营服务的主要融合类型。按会员类型（VIP 卡、超级 VIP 卡、黄金 VIP 卡等）、有效时限（日卡、周卡、月卡、季卡、半年卡、年卡）、配套流量（通用流量、定向视频流量）、客户群体定位（学生卡、非学生卡）、续费要求（按次收费、连续包月）等，流量+视频融合产品可搭配为不同的视频流量套餐、视频流量套卡等系列产品。以公司与广东移动合作的主要视频权益融合产品为例：

类型一	连续包月套餐		
主要产品	叠加套餐		权益套卡
	会员特惠包	任我换权益包	学霸卡
简介	每个月套餐产品包含15G定向流量及1个视频权益月度会员。连续包月产品套餐若不退订，将一直有效，每月自动续费。首次办理享受优惠首月2.99元，每号码仅可享受一次。	主要为月套餐，成功办理后，每月可获得500M国内流量，并且可选1个视频会员月卡，若不退订，次月扣缴套餐资费后，除获得流量后，可以任意选取一个方向的视频会员权益，依次类推。可每月选取1个不同方向的视频会员权益。	针对群体主要是在校大学生，通过办理中国移动学霸卡套餐（内含20G通用流量与30G定向流量），在12个月内，每月可以免费领取任意一个视频会员月卡。12个月以后，需要付费订购视频权益会员。
可选权益	爱奇艺会员、优酷会员、芒果TV会员		

类型二	优惠包套餐			
主要产品	1天会员+1G通用流量	1天会员+5G定向流量	7天会员+2G通用流量	7天会员+10G定向流量
简介	优惠包套餐主要由1天会员、7天会员以及通用流量、定向流量组合而成。优惠包分次购买，按次收费。			
可选权益	爱奇艺会员、优酷会员、芒果TV会员			

流量+视频权益融合产品在广东移动渠道的推广展示图举例如下：

会员特惠包

任我换权益包

学霸卡

截至本招股说明书签署日，公司正在积极推进融合多行业的数字化虚拟商品资源，采用“权益+福利+特权”组合特惠的连续收费产品模式，向市场推出足够

优惠的“视频会员类权益+免费福利券+低折扣产品购买特权”等融合产品，通过用户每月选择权益的二次转化方式，降低用户平均成本，进一步提升公司融合运营服务的运营空间和盈利能力。

3）分发运营服务

公司分发运营服务主要系通过与应用类 APP、游戏类 APP、运营商手机营业厅 APP 等开发者、软件企业及其发行商展开合作，引入优质的互联网应用 APP、手机游戏及运营商线上通信服务等产品资源，由公司专业运营团队根据不同应用程序产品所针对用户、行业及自身产品特性的不同，为其定制个性化的互联网分发推广运营方案。公司通过手机厂商应用商店、第三方应用商店、其他互联网渠道及公司自有平台开展线上、线下分发运营服务，向互联网用户及手机用户进行推送投放，供用户下载安装使用。在此过程中，公司亦根据合作方需求提供市场巡检、版本更新、标签设定、应用商店活动运营、广告位运营、排行榜运营、用户数据跟踪管理、用户行为分析、投放模式转换等运营支撑服务。

报告期内，公司通过采购招投标及公开比选等方式与中国移动展开合作，为其直接提供 10086 手机营业厅 APP、广东移动手机营业厅等应用程序的分发运营服务，并为多款热门应用类 APP、游戏类 APP 提供分发运营服务。公司提供分

发运营服务的主要产品类型如下：

产品类型	主要产品名称
运营商手机营业厅 APP	中国移动手机营业厅（10086 APP）、广东移动手机营业厅（广东移动 APP）
应用类 APP	微信读书、腾讯新闻、支付宝、抖音、快手、沃音乐、个性彩铃、语音遥控器、一淘、MM 商场、爱阅读、咪咕阅读等
游戏类 APP	魔剑侠缘、咪咕游戏、全民枪战、白金岛跑得快、忍者酷跑、甜心消消乐、美女爱消除等

（2）物联网应用解决方案

目前，按照服务类型的差异分类，公司提供的物联网应用解决方案分为物联网流量解决方案、物联网硬件解决方案、物联网场景解决方案三种类型，具体情况如下：

主要服务	服务类型	服务内容	对应产品及服务
物联网应用解决方案	流量解决方案	通过公司自主研发的蜂助手物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案。	①单体流量卡 ②流量共享池
	硬件解决方案	向客户提供“硬件模块+软件能力+流量服务”PaaS 赋能型无线上网的物联网大流量融合调度集成模块。该模块可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度。公司已将该模块成功应用于与腾讯合作的腾讯极光 CPE 机顶盒。	①物联网融合调度集成模块 ②腾讯极光 CPE 机顶盒
	场景解决方案	延伸物联网业务运营产业链，丰富物联网产品及服务体系，为城市级智慧停车、商户聚合支付等物联网场景提供全无线的物联网软硬件综合解决方案。	①聚合支付解决方案 ②智慧停车整体解决方案

具体服务内容如下：

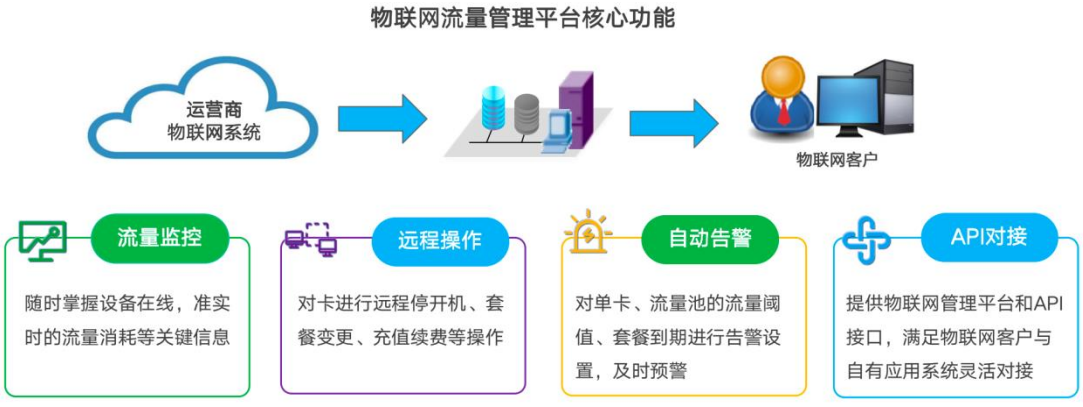
1）物联网流量解决方案

公司物联网流量解决方案主要为客户提供不同应用场景下的行业终端设备上网，实现云管端的整体无线连接解决方案服务。具体为，公司主要通过向电信运营商采购物联网卡及流量套餐，采购入库后由自主研发的物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接技术服务以及物联网流量管理解决方案。

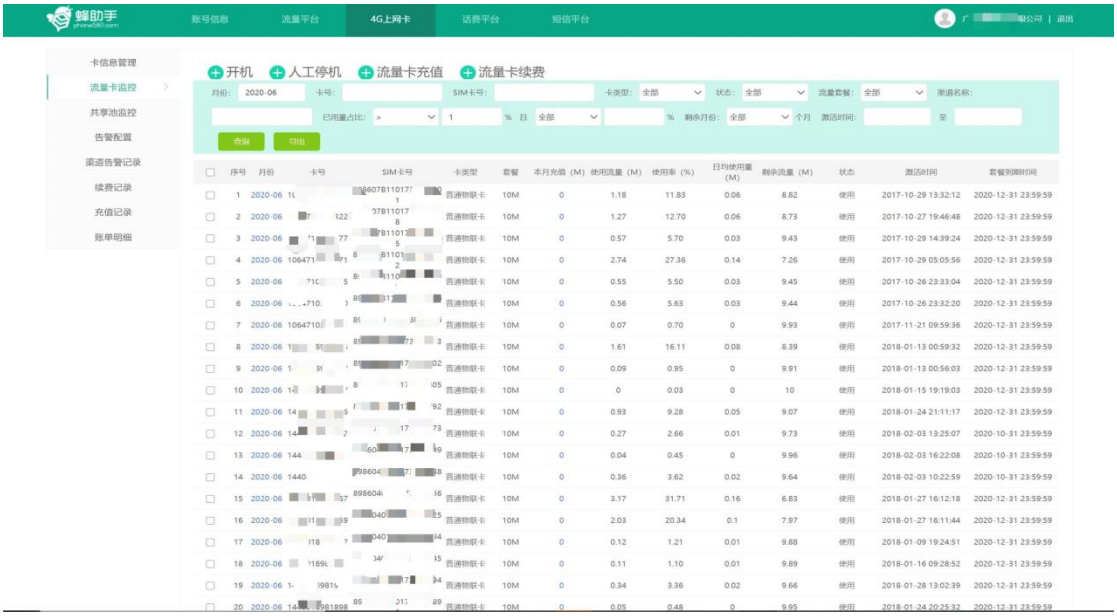
公司提供的物联网流量解决方案可分为单体流量卡流量服务及流量池共享运营服务。具体情况如下：

类型	物联网流量解决方案	
	单体流量卡流量服务	流量池共享运营服务
产品特性	单体物联网流量卡每月套餐独立计费，套餐内流量使用完后需要进行续费。	对批量物联网流量卡进行组合形成流量共享池，流量共享池内流量卡之间流量可共享，但总流量消耗不能超过共享池内单体卡流量相加总和。共享池内套餐消耗完后需要进行续费。
服务内容	通过蜂助手物联网流量管理平台提供物联网开卡、流量查询、套餐续费、停开机等设备上网连接服务及流量管理服务。	向客户提供设备上网连接服务，并向运营商申请开通并建立流量共享池，通过蜂助手物联网流量管理平台对流量池卡进行监控，保障流量池中所有设备流量的正常使用，通过流量池运营服务，平衡不同设备间流量消耗差异，实现节省成本目的。

公司自主研发的物联网流量管理平台，可实现对单体流量卡及流量池的统一运营及管理，可提供实时的流量查询、充值续费、套餐变更、停开机等服务功能，同时提供卡信息管理、流量共享池管理、流量告警、账单查询、报表输出等管理功能。公司物联网流量管理平台核心功能图示如下：



公司物联网管理平台操作界面示意图如下：



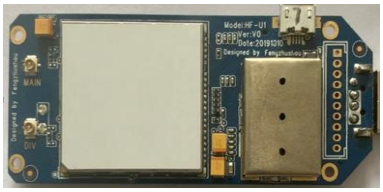
2）物联网硬件解决方案

除为行业用户提供了低成本、高速率的物联网流量解决方案，公司亦向客户提供物联网融合调度集成模块的硬件解决方案。物联网融合调度集成模块是“硬件模块+软件能力+流量服务”的 PaaS 赋能型无线上网产品，可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网硬件设备中，并通过支持千万级并发连接的蜂助手云卡管理平台对模块中的物联网卡进行统一运营及管理。截至本招股说明书签署日，公司已与咪哒唱吧建立物联网业务合作关系，向其提供物联网融合调度集成模块硬件解决方案及物联网流量服务。

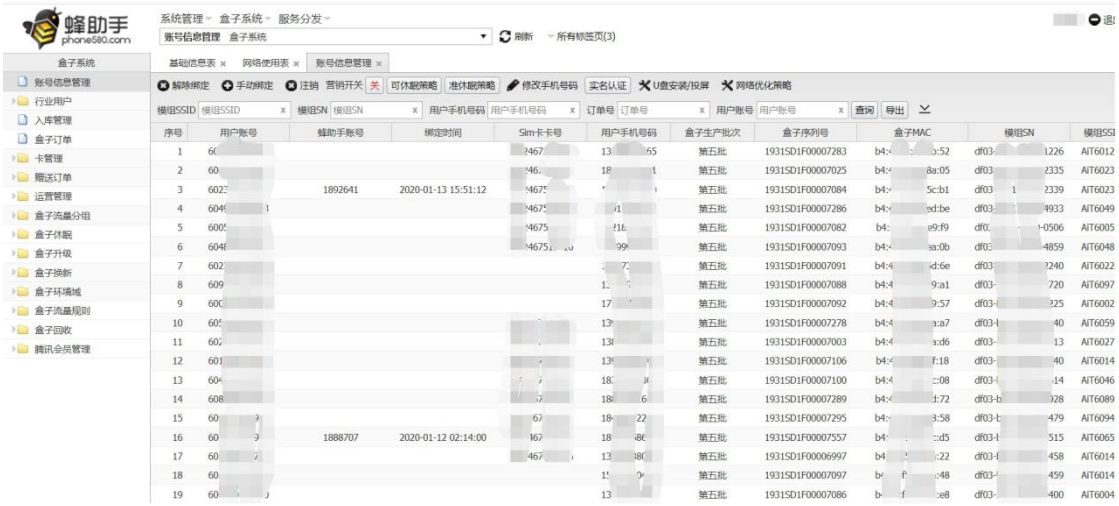
公司的物联网融合调度集成模块亦在与腾讯联合推出的腾讯极光 CPE 机顶盒中成功应用。随着运营商提速降费改革政策实施，单纯流量经营的价值加速收窄，流量价值逐步向“流量+内容”方向转移，公司基于自身物联网流量解决方案、物联网融合调度集成模块技术、融合运营服务经验，联合腾讯、南方新媒体，整合优化网络视频及互联网电视内容资源，推出了内置物联网流量及视频会员权益的腾讯极光 CPE 机顶盒。该产品可在不具备有线宽带网络或 Wi-Fi 网络的环境下，实现自主无线上网、浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享、网络宽带输出，整合实现“物联网流量+腾讯视频+智能终端”于一体，为公司物联网流量产品及视频会员权益产品拓展了新的载体及销售模式。同时，公司将腾讯极光 CPE 机顶盒定位为家庭入口，可将各类生活服务产品集成于机顶盒中，如在线教育、精选电商等，从而满足家庭生活多样化的需求。

为进一步拓展 CPE 机顶盒销售渠道，2020 年以来，公司与联通华盛（中国联通的终端公司）、腾讯展开三方合作。公司将 CPE 机顶盒销售给联通华盛，由中国联通将腾讯王卡产品（中国联通与腾讯联合推出的号卡产品）与 CPE 机顶盒相结合，为腾讯王卡个人套餐客户提供“王卡宽带”融合家庭套餐产品，满足家庭无线宽带使用场景需求。通过发展“王卡宽带”家庭套餐客户，中国联通与腾讯每月按活跃用户分成“流量费用+腾讯视频会员费用”，腾讯将其中联通每月分成的流量费用结算给蜂助手。该模式下，蜂助手除获取 CPE 机顶盒硬件销售收入外，后续将持续获得流量销售等收入。截至本招股说明书签署日，该模式已开始在中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司渠道进行试点推广。

公司物联网硬件解决方案的产品情况如下：

项目	物联网硬件解决方案	
	物联网融合调度集成模块	**腾讯极光 CPE 机顶盒**
产品特点	“硬件模块+软件能力+流量服务”的 PaaS 赋能型无线上网产品。	基于物联网融合调度集成模块技术的成熟应用，整合实现“上网流量+视频内容+智能终端”于一体的智能 CPE 机顶盒。
主要功能	该模块可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，实现多运营商网络的融合调度及网络的准无盲区覆盖，可将无线设备使用场景范围扩大至之前无法使用的场景（如山区环境安全监控等）。	该智能机顶盒与腾讯视频超级影视 VIP 会员绑定、观看腾讯视频不限流量、套餐内流量可用于上网；内置无线上网卡，无需安装宽带即可实现上网；内置 Wi-Fi 天线，自带 Wi-Fi 热点；支持多种主流投屏协议。
应用场景	可广泛应用于智能电视机、投影仪、视频监控、公交车监控等消耗流量相对较大的应用场景。	①家庭上网娱乐场景：同时实现上网功能及视频观看功能； ②家庭入口场景：可将各类生活服务产品集成于智能机顶盒中，满足家庭生活多样化需求。
产品图示		一代产品 F1 二代产品 S1

机顶盒管理平台图示：



3）物联网场景解决方案

公司在物联网流量运营基础上，除提供相关硬件解决方案外，进一步延伸物联网运营产业链，丰富物联网产品及服务体系，为城市级智慧停车、商户聚合支付场景提供全无线的物联网软硬件整体解决方案。具体如下：

①智慧停车整体解决方案

公司依托自身物联网流量运营能力、平台技术能力、基础服务能力，为城市级智慧停车应用场景的客户提供配套软硬件设备、智慧停车综合运营平台及运营支撑服务的一站式整体解决方案。公司提供的智慧停车整合运营解决方案通过智能道闸、NB-IoT 地磁、视频探测器、信息引导屏来规划停车场运营方案，可实现车辆的自动识别、车位的准确管理、车与车位的一一对应管理；通过蜂助手智慧停车综合运营平台可提供停车管理、高效寻车、车位管理、精准计费、自助无感缴费支付服务；通过蜂助手综合管理云平台聚合的语音、话务、短信基础服务能力及支付场景解决方案，可提供信息实时推送、自助无感支付等运营支撑服务，从而实现智慧停车全场景综合解决方案。

报告期内，公司已为广佛商圈智能停车场、广州平云路 169 号智能停车场等项目提供了智慧停车全场景综合解决方案。

蜂助手智慧停车综合运营平台功能模块如下：

②聚合支付解决方案

公司是微信、支付宝、联动优势、和包支付服务代理商。公司自主研发蜂助手聚合收银台系统，可为线下实体门店商户提供便民的、低费率的、整合微信、支付宝、银联卡、和包支付等多种支付方式于一体的收款工具，为连锁机构提供全国多网点、多服务人员的统一收款的综合支付解决方案。

公司配套了专业技术开发团队，可根据商家收款需求提供专业个性化的支付解决方案及技术支持服务，从而降低合作商户支付成本，提高其账户的财务管理效率。

报告期内，公司已为稻香集团、广东通汇、维也纳酒店集团等众多优质商户提供了支付场景解决方案。

（3）技术服务

公司是一家技术驱动型的互联网服务企业，通过多年在互联网领域专注经营和持续研发投入，在平台开发、软件系统开发、运营技术支撑等方面积累了大量的技术开发经验，建立了一支高素质、研发经验丰富的技术研发团队。公司依托专业的技术团队、多年积累的平台及软件开发技术，面向信息及通信领域客户提供相关技术服务，为客户提供系统开发、配套方案、运营支撑等服务。

报告期内，公司是华为、中国移动、中国联通的技术服务合作商，向其提供技术服务。公司为华为提供的“互联网基地 H5/TV 客户端”技术服务项目，获得了华为 2018 年“产品合作项目保障奖”荣誉。

2、发行人的主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按服务类别划分的构成情况如下：

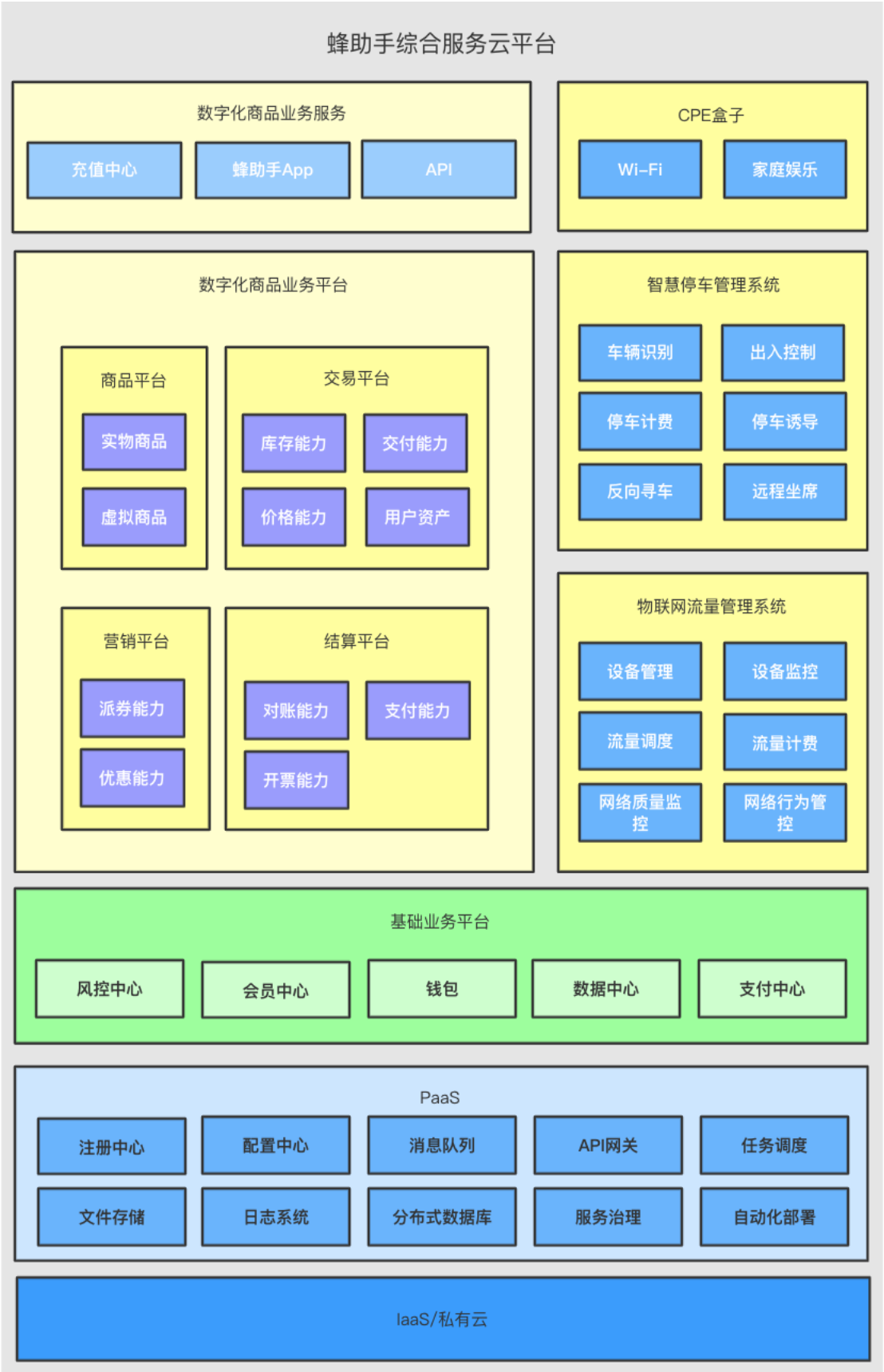
单位：万元

主要服务类别		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字化虚拟商品综合服务	聚合运营服务	7,939.25	38.17%	16,191.85	39.27%	12,467.91	44.02%	25,576.42	70.81%
	融合运营服务	7,716.50	37.10%	13,667.98	33.15%	3,845.11	13.58%	-	-
	分发运营服务	4,114.88	19.79%	7,561.99	18.34%	7,402.06	26.13%	9,208.40	25.49%
物联网应用解决方案		458.36	2.20%	1,490.95	3.62%	843.63	2.98%	227.39	0.63%
技术服务		568.09	2.73%	2,315.26	5.62%	3,763.94	13.29%	1,108.78	3.07%
合计		**20,797.07**	**100.00%**	**41,228.03**	**100.00%**	**28,322.65**	**100.00%**	**36,120.99**	**100.00%**

（三）发行人的主要经营模式

1、服务及销售模式

公司通过自主独立开发的蜂助手综合服务云平台系统为客户提供数字化虚拟商品综合服务，该云平台是公司向客户提供服务的能力基础和重要工具。蜂助手综合服务云平台由业务服务平台、基础业务平台、PaaS 平台、IaaS 平台组成。平台功能及架构如下：


蜂助手综合服务云平台
数字化商品业务服务
充值中心
蜂助手App
API
CPE盒子
Wi-Fi
家庭娱乐
数字化商品业务平台
商品平台
实物商品
虚拟商品
交易平台
库存能力
交付能力
价格能力
用户资产
营销平台
派券能力
优惠能力
结算平台
对账能力
支付能力
开票能力
智慧停车管理系统
车辆识别
出入控制
停车计费
停车诱导
反向寻车
远程坐席
物联网流量管理系统
设备管理
设备监控
流量调度
流量计费
网络质量监控
网络行为管控
基础业务平台
风控中心
会员中心
钱包
数据中心
支付中心
PaaS
注册中心
配置中心
消息队列
API网关
任务调度
文件存储
日志系统
分布式数据库
服务治理
自动化部署
IaaS/私有云

相关说明如下：

云平台	功能	架构
业务服务平台	数字化商品服务业务及物联网应用解决方案结合自身的业务特点，基于基础业务平台构建业务系统和平台，向客户提供服务。数字化商品业务平台提供商品管理，交易、营销，结算等平台，涵盖服务接入、输出、商品交易、资金结算等虚拟商品服务全链路的功能。 物联网应用解决方案提供 CPE 产品及管理系统，物联网流量管理系统，智慧停车管理系统等业务系统。	数字化商品业务服务，数字化商品业务平台，CPE 机顶盒产品及管理系统，智慧停车管理系统，物联网流量管理系统等。
基础业务平台	基础业务平台将不同业务之间的逻辑进行隔离，将基础共用能力从每个特性业务中拆分，保证了基础能力输出技术的规范统一。	风控中心、会员中心、钱包、数据中心、支付中心等。
PaaS 平台	PaaS 平台承载业务研发和运维生命周期所需流程、工具和系统，主要提供软件研发平台服务，可进行开发、测试、在线部署等工作，提供自主敏捷研发、持续集成的能力。	注册中心、配置中心、API 网关、任务调度系统、文件存储系统、日志系统、分布式数据库、自动化部署系统等
IaaS 平台	IaaS 平台主要提供硬件计算资源、存储资源、网络资源、容器化能力、灾备能力以及虚拟化能力，为整体业务系统安全、稳定运行提供基础支撑作用。	私有云

公司的主要服务模式及销售模式如下：

（1）聚合运营服务

公司平台中聚合运营的数字化虚拟商品资源主要为刚需、高频交易的电子类大众消费服务品类，能够有效吸引互联网及手机用户等终端消费者消费及复购。作为互联网服务商，在数字化虚拟商品销售过程中，公司平台既可采用 API 模式面向企业集团客户的采购，又可采用 H5 模式以公司自有平台或互联网合作渠道入口直接面向终端消费者。

1）API 模式

API 模式是公司的主要服务模式。在 API 模式下，公司通过 API 数据接口将数字化虚拟商品供货给企业集团客户，由企业集团客户在约定的价格政策体系下自行定价、自行销售。在此模式下，公司并不直接面向终端消费者。

公司通过商务接洽、竞争性谈判、投标等方式获取企业集团客户的合同，与其签订服务交易业务的服务合作协议，成为服务合作方。在向企业集团客户提供虚拟商品的过程中，首先，公司向其分配相应的标准化 API 交易数据接口，提供

交易对接所必须的技术文档及技术支持，协助企业集团客户在自有平台中植入公司的一站式交易服务，联合完成运行调试，确保订单信息流的正常传递；其后，公司在后台系统中为企业集团客户开设有效交易账户，并提供相应的对账系统，企业集团客户可利用该账户登录公司平台向公司发起采购请求。公司在收到企业集团客户的订单请求后，采用自动识别技术匹配客户请求和供应商报价，在交易成本、地市归属、到账时间、成功率等多个维度中选择最佳的服务路径，将需求指令通过 API 采购接口传输给相应的产品供应商，实现产品快速撮合交付。在此过程中，企业集团客户可实时登录账户查询业务数据情况，公司设立了业务咨询及客服电话，负责解答企业集团客户在使用中遇到的各种疑问（包括订单异常、付款、查询退款、数据对账、结算等有关问题）。公司一般于次月与企业集团客户对上月虚拟资源消耗情况进行核对，形成经双方确认的对账单/结算单，并进行款项结算，公司服务的价值主要通过虚拟商品供货差价或服务佣金来体现。

报告期内，公司通过 API 模式为腾讯、VIVO 手机、芒果超媒等大型企业集团客户提供数字化虚拟商品交易及运营服务。

2）H5 模式

在 H5 模式下，公司通过 H5 页面直接面向终端消费者，将数字化虚拟商品直接销售给终端消费者。公司通过公司自有渠道、外部合作渠道两种方式向终端消费者进行销售，具体如下：

①自有渠道 H5 模式

公司自有渠道主要为公司自主研发运营的蜂助手 APP、小程序、公众号等自有平台。在自有渠道 H5 模式下，终端消费者可通过直接访问蜂助手 APP、小程序及公众号的 H5 页面，在丰富的品类中选取需要消费的数字化虚拟商品，进行购买消费，相关款项在购买时由公司收取，实现产品订单快速撮合交付。公司自有渠道的 H5 销售界面举例如下图所示：

蜂助手 APP

微信公众号（名称：蜂助手）

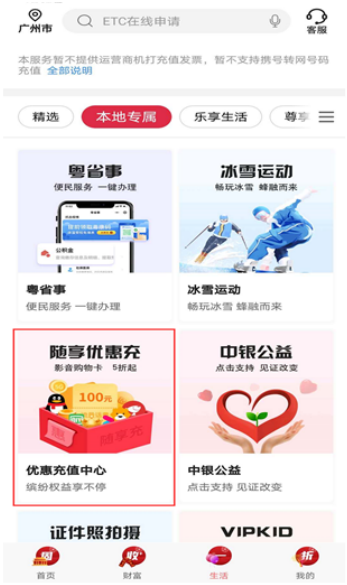
微信小程序（名称：芒果 TV 充值）

②外部渠道 H5 模式

外部渠道主要为银行类 APP、物业类 APP、手机厂商钱包类 APP 等拥有众多沉淀用户的大型企业集团的互联网入口平台。

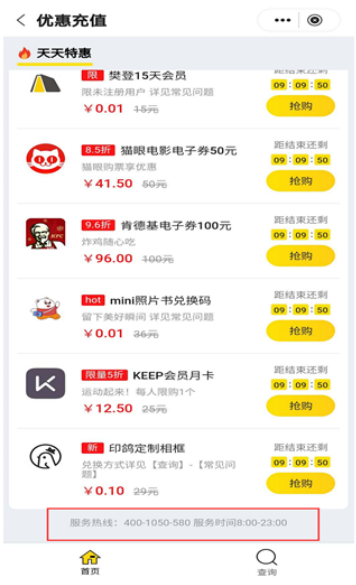
公司通过商务接洽、竞争性谈判、投标等方式获取合同，与上述大型企业集团签订服务交易业务的渠道推广合作协议，成为公司的渠道合作方。在该模式下，公司向渠道合作方支付相关渠道费用，向其分配相关 H5 页面链接及有效账户，协助渠道合作方在其自有 APP、小程序等平台上完整植入公司提供的“充值中心”H5 页面。终端消费者通过访问渠道合作方的互联网入口平台，进入由公司投放的“充值中心”H5 页面，选取需要消费的数字化虚拟商品，进行购买消费，相关款项在购买时一般由公司收取，实现产品订单快速撮合交付。在此过程中，公司可根据渠道合作方的营销需求，为其量身定制个性化的“充值中心”解决方案，渠道合作方可实时登录有效账户进行业务数据查询。公司服务的价值主要通过虚拟商品供货差价或服务佣金来体现。

报告期内，公司与中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO 手机等多个大型企业集团开展 H5 渠道推广合作。以公司在渠道合作方“中国银行 APP”中投放的“充值中心”H5 页面为例，具体图示如下：



步骤一：进入中国银行 APP，“生活-本地专属”，通过“随享优惠充”进入产品页面

步骤二：通过“优惠充值”页面，选择所需要购买的产品



步骤三：由蜂助手向购买方点击提供相关服务

3）电子卡密模式

①线上模式：公司通过电子卡密转直充的技术将各类电子卡密产品转换成直充产品，向下游渠道客户或者终端用户进行交付。用户只需输入相关账号，选取产品并完成付款，即可快速完成充值，免除获取电子卡密后还需要另行兑换方能完成充值的流程。此外，为满足部分用户需求，公司获取订单信息后，可将电子卡密产品激活码通过手机短信下发至用户，用户自行到相关平台输入激活码完成充值。

②线下模式：客户向公司批量采购卡密产品时，客户采购需求经审批通过后，由运营人员通过卡密库提取客户采购所对应的卡密产品并形成加密文件，通过邮件形式交付客户，同时，解密加密文件的密码通过手机短信形式发送至客户。

报告期内，公司卡密供货模式的业务规模较小。

（2）融合运营服务

公司主要通过商务洽谈、投标等方式获取运营商的合同，与运营商签订视频权益融合产品的合作协议，向运营商供货经授权的视频会员权益；报告期内，公司融合运营服务的合作运营商主要为中国移动、中国电信。同时，公司通过商务洽谈、竞争性谈判等方式获取网络视频商的合同，与网络视频商签订运营商渠道

服务商合作协议，成为网络视频商在约定运营商区域的视频会员业务服务商，获得在约定运营商渠道开展视频会员用户的开发、销售及维护等市场活动的代理权；报告期内，公司融合运营服务的合作网络视频商主要为爱奇艺、优酷、芒果 TV 三家头部视频商。

终端用户主要通过运营商平台发起视频权益融合产品购买订单，选取所需要的视频权益融合产品类型，并支付订单款项；运营商接收订单信息，收取订单款项，通过 API 方式向公司平台发起视频权益需求订单信息；公司平台接收视频权益需求订单信息，进行订单处理，将视频权益需求订单信息通过 API 方式提交至网络视频商；网络视频商收到订单信息后按照对应的需求信息向终端用户进行虚拟商品交付，完成视频会员权益充值；运营商向终端用户完成所对应的流量、无线宽带家庭套餐等通信产品交付，终端用户获取视频权益融合产品，进行正常使用。

在此项业务开展过程中，公司根据运营商需求，协助其完成 BOSS 平台（业务运营支撑系统）接口技术对接，确保订单信息流的正常传递及交易请求的及时处理；协助设计融合产品套餐方案、营销推广方案，并提供交易界面及推广页面的设计、开发及更新维护等技术服务；为运营商提供数据报表，数据统计、新增及留存用户提升分析等运营支撑服务。公司根据网络视频商需求，协助其完成供货接口技术对接，配合融合产品上市营销设计、产品上市文案和评测、官方网站及微博宣传页面开发、营销推广等工作；并按网络视频商需求提供日常运营数据，提供售后服务，解决销售过程中的客户咨询及投诉等运营支撑工作。

视频权益融合产品的结算方式根据视频权益种类不同而有所区别。对于爱奇艺、优酷的视频会员融合产品，一般运营商按月向公司提供视频权益结算数据，按照合同约定向公司结算视频权益费用；公司与爱奇艺、优酷按月进行对账，双方按合同约定价格结算视频权益费用。对于芒果 TV 的视频权益融合产品，双方以从运营商处所结算的视频权益费用为基础，按照合同约定比例进行分成结算。

（3）分发运营服务

公司分发运营的移动应用程序（APP）主要为运营商手机营业厅 APP、互联网应用类 APP、游戏类 APP 等。公司在移动应用程序产品分发领域具有多年服

务经验，组建了一支专业的运营推广团队，通过商务洽谈、投标及业内推广渠道商介绍等方式获取移动应用产品开发者或推广渠道商的合同，与其签订推广合作协议。在提供分发运营服务的过程中，移动应用开发者或推广渠道商将待分发产品打包为带有渠道识别标识的 APK（安卓应用程序包），并通过线上方式发送交付给公司，公司根据不同应用程序产品所针对的用户、行业及自身特性的不同，为其定制个性化的互联网分发运营方案，并通过手机厂商应用商店、第三方应用商店、其他互联网渠道及公司自有平台开展线上、线下分发运营服务，向互联网用户及手机用户进行推送投放，供用户下载安装使用。

公司通过多年的分发运营服务拓展了一批稳定优质的互联网合作渠道。按照主要分发渠道的类型差异，公司分发运营服务渠道划分具体情况如下表所示：

渠道类型	主要渠道名称
手机厂商应用商店	华为应用市场、OPPO 应用商店、VIVO 应用商店、小米应用商店、魅族应用商店、联想乐应用商店、三星应用商店、金立易用汇、酷派商店、中兴应用商店、努比亚应用商店等
第三方应用市场	应用宝、360 手机助手、百度手机助手、搜狗手机助手、移动 MM 商城、安智市场、应用汇等
其他互联网渠道商	其他移动互联网广告公司、移动营销服务商等
公司自有平台	蜂助手 APP、蜂助手公众号、线下一体机等

公司分发服务主要采用 CPA、CPS 及 CPD 三种结算模式。具体如下：

1）CPA 模式，是指按照新增有效激活用户数量取得收入，即用户下载移动应用程序，应用程序开发商或发行商根据新增有效激活用户数量，按合同约定单价计算费用支付服务酬金。

2）CPS 模式，是指按照分成方式取得收入，即用户下载移动应用程序，如果用户在使用移动应用程序的过程中发生充值或消费，如在移动网络游戏中购买道具等，公司将按照与移动应用程序开发商或发行商所签署的协议从用户支付的费用中获得分成收入。

3）CPD 模式，是指按照有效的下载数量及约定的单价确认收入。

（4）物联网应用解决方案

物联网应用解决方案的销售模式上主要采取直销模式，通过商务洽谈等方式完成销售合同签订。公司针对物联网应用场景客户对设备接入网络低成本、高速

率及高效率运营管理等需求，为客户提供定制化的物联网应用解决方案。对于腾讯极光 CPE 机顶盒，公司亦通过在天猫、京东、拼多多等电商平台上开设店铺进行产品销售。

（5）技术服务

公司面向信息及通信领域客户提供系统开发、配套方案、运营支撑等相关技术服务。公司技术服务主要采取直销模式，由销售人员进行市场拓展，通过投标、竞争性谈判、续签等方式完成技术服务合同签订。公司以客户需求为导向，针对客户需求为其提供定制化的技术服务及解决方案，通过直接对接客户需求，与客户建立深入稳定的合作关系。技术服务项目收入主要由合同中约定的开发费用和服务报酬决定。

2、采购模式

报告期内，公司根据客户需求提供数字化虚拟商品综合服务，服务过程中的采购主要包括以下五种类型：

（1）数字化虚拟商品采购

公司云平台聚合的数字化虚拟商品内容涵盖了数十个行业的数百种充值、缴费、办理类的优质数字化虚拟商品资源。目前，通用流量是公司经营的主要数字化虚拟商品资源，合作商为中国移动、中国联通、中国电信三大电信运营商的代理商。除通用流量、话费等传统的电信运营商产品外，公司亦大力拓展与视频网站平台、互联网服务平台、网购平台的业务合作，在公司平台销售爱奇艺、优酷、芒果 TV 等视频网站的会员权益，及京东、苏宁礼品卡等新型数字化虚拟商品。

报告期内，公司主要通过 API 模式及卡密模式进行数字化虚拟商品采购，具体如下：

1）API 采购

公司制定了有效的数字化虚拟商品资源拓展及采购机制。公司各业务线商务团队首先根据市场调研及客户需求分析，寻找市场需求旺盛的数字化虚拟商品，通过商务谈判及询价等方式完成供应商选取；与虚拟商品供应商订立合作方案后，各业务线商务团队与技术研发部门讨论资源接入的技术方案，制定出稳定、高效

的 API 接口对接技术方案。在采购过程中，由于互联网平台运营的特殊性，公司与其达成合作协议后，在技术上实现 API 接口的对接，在日常经营中只有待公司收到客户订单请求时才进行需求指令的传输并发生采购行为。在 API 采购模式下，由于数据流、资金流及产品交付的全部流程均通过电子系统自动完成，间隔时间极短，因此不会产生存货。

2）电子卡密采购

在电子卡密（通过卡号和密码来进行虚拟商品激活）采购模式下，相关采购流程经层级审批并向上游供应商支付预付款后，上游供应商以电子邮件的形式将公司所采购的电子卡密以加密文件的形式发送至公司指定商务人员，加密文件的解密密码另行通过手机短信形式点对点发送给公司指定商务人员。公司商务人员收到电子卡密的加密文件并解密后，将电子卡密存入公司卡密库系统。由于电子卡密一般需要先行采购入卡密库系统，待公司收到客户订单需求时，公司从卡密库中提取电子卡密信息并为客户完成产品交付，因此，报告期末可能会形成存货。

（2）渠道资源采购

报告期内，公司在提供数字化虚拟商品综合服务的过程中，除利用自有平台资源外，亦采购外部渠道资源。具体而言：

1）分发渠道：公司在提供数字化虚拟商品分发运营服务的过程中，通过手机厂商应用商店、第三方应用市场及其他互联网分发渠道商，对数字化虚拟商品进行分发运营、应用商店优化及外部投放，供用户下载安装使用。在此过程中，互联网分发渠道商向公司提供数据统计及通道相关服务，公司向其支付相关渠道服务费；

2）入口渠道：公司在提供数字化虚拟商品聚合运营服务的过程中，通过与大型企业集团的互联网入口（如银行类 APP、物业类 APP、手机厂商钱包类 APP、中石化 APP 等）合作，向其终端用户提供多种类数字化虚拟商品一站式交易服务，供其用户购买使用。在此过程中，公司向互联网合作渠道支付相关渠道费用。

对于该类渠道资源采购，公司由各业务线条商务团队在市场上寻找合适的渠道商及互联网平台入口，收集价格、数量等因素确定。

（3）服务采购

报告期内，公司在服务开展过程中，根据具体项目需要对外进行服务采购。服务采购类型主要包括：

1）技术支撑类外包服务：在物联网应用解决方案及技术服务过程中，为提高公司交付能力及交付质量，公司将部分的非核心服务外包给供应商，通过服务采购的方式解决。具体内容主要包括硬件集成、运营调试等其他服务。

2）培训类外包服务：根据项目实际需求，公司将项目中涉及的非公司战略规划中的培训类服务外包给非关联第三方公司。该类外包主要基于提高客户服务效率，对没有或产生极少技术能力沉淀的服务降低成本投入的考虑。

对于该类服务采购，公司各业务线条商务团队在得到项目需求后，按照采购管理制度，根据项目实施过程中所需服务向相关供应商进行询价采购，对外包服务采购的预算、管理、考核做出明确说明，经审批后方可执行。

（4）硬件采购

公司的硬件采购主要包括以下两种模式：

1）通用备件采购：主要包括公司业务开展过程中所需的电脑、主机存储、网络设备、终端设备等，相关商品在市场中有充足的供应，可以根据需要随时采购。

2）以销定采的项目式采购：公司在提供物联网应用解决方案的过程中，根据已承接的相关项目，按客户要求或硬件方案的具体内容向供应商采购相关配套硬件。对于该类采购，由业务部门提出采购需求，按照采购管理制度，经层级审批后，根据项目实施过程中所需产品向供应商进行询价采购。

3、盈利模式

报告期内，按照公司服务类别的差异划分，公司主要获取收入和利润的模式具体如下：

主要服务	服务类别	盈利模式
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	公司向客户提供一站式数字化虚拟商品实时交易解决方案，获取数字化虚拟商品销售收入及服务酬金，相关成本主要为数字化虚拟商品的采购成本、运营过程中的相关人工成本及渠道费用。公司服务的价值主要通过数字化虚拟商品购销差价或服务佣金的方式来体现。
	融合运营服务	公司向电信运营商及网络视频商提供视频权益融合产品运营解决方案，获取视频会员销售收入及服务酬金，相关成本主要为向网络视频商采购视频会员的采购成本、运营过程中的相关成本等。
	分发运营服务	公司向电信运营商、应用类及游戏类 APP 的开发者及代理商提供分发运营服务，主要按照新增有效激活用户数量获取服务酬金收入（CPA 模式）或按照用户使用中充值或消费金额获取分成收入（CPS 模式）。相关成本主要为分发运营过程中的相关成本及渠道成本。公司主要通过上下游服务费价差的形式来获取报酬。
物联网应用解决方案	流量 解决方案	公司向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案获取服务收入，相关成本主要为向电信运营商采购物联网卡及套餐的采购成本、运营过程中的相关成本。公司兼顾公司利润及市场竞争因素进行定价来获取利润。
	硬件 解决方案	公司向客户提供物联网硬件解决方案，相关成本主要为采购物联网流量、视频会员等虚拟商品的采购成本、相关硬件成本、销售渠道成本等，公司通过硬件销售收入及后续物联网流量运营的持续性收入来获取利润。
	场景 解决方案	公司向客户提供物联网应用场景软硬件综合解决方案，包括外购配套硬件产品和公司软件系统产品的销售及安装。公司通过为客户采购硬件设备、提供软件系统产品和相应的安装调试服务获得物联网流量销售收入、运营分成收入、硬件销售及租赁收入、移动支付手续费返佣等持续性收入来获取利润。
技术服务		公司向客户提供技术服务，项目收入主要由合同中约定的开发费用和服务报酬决定。公司以技术服务项目工作量为依据，在一定期间内投入一定数量技术人员为客户提供服务，除考虑人工成本外，还需考虑配套硬件采购成本、后续维护升级成本等。

4、公司采用目前经营模式的原因及未来变化趋势

公司采用目前的经营模式，是基于互联网行业发展及产业政策、客户商业需求、经营市场环境、服务及产品结构等因素在长期经营中不断摸索和完善的，符合互联网行业发展特点及公司业务现状。

报告期内，影响公司经营模式的互联网行业产业政策、客户需求情况、行业上下游发展状况、技术发展水平、外部渠道相关政策、公司发展战略、公司内部资源条件和实施状况等关键影响因素未发生重大变化，公司的经营模式在报告期

内也未发生重大变化，且在可预见的未来无发生重大变化的预期。

5、发行人业务及经营模式的独特性、创新性及持续创新机制

公司自设立以来，基于通信技术和信息技术的迭代，持续不断的进行业务模式创新。公司从提供单一的移动应用 APP 分发运营服务，延伸到电信运营商流量运营服务，并创新扩展至多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务。公司聚合运营服务模式一方面使得企业集团客户摆脱了采购多种类型的虚拟商品配置多个供应商接口的繁琐程序，优化企业集团客户的数字化虚拟商品采购和运营效率；另一方面，为终端消费者提供实惠、便捷的一站式数字化虚拟商品消费体验；此外，在确保虚拟商品业务量持续稳健、快速提升的同时，也促进了渠道应用活跃度和交易量的持续提升，从而建立运营上互相依赖的关系，实现了数字化虚拟商品交易环节参与者的多方共赢。

在电信运营商面临流量经营收入增长乏力的背景下，公司推出融合运营服务，联合运营商及头部网络视频商推出由运营商流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流媒体、私人云服务等通信服务产品叠加视频内容权益，向用户提供视频权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标。该业务获得了运营商、网络视频商和终端用户的高度认可，使得公司经营规模再上台阶。

此外，公司利用移动互联网运营经验以及平台技术优势，积极布局物联网相关解决方案，探索及创新物联网相关硬件及场景解决方案，如与腾讯联合推出的基于全网通无线数据的腾讯极光 CPE 机顶盒，为公司业务拓展及虚拟商品销售提供了新的载体及渠道。

公司始终坚持市场和技术双轮驱动的持续创新机制，在日常经营中，公司注重与公司主要客户或供应商的定期沟通，通过持续跟踪、及时动态地把握客户和用户的潜在需求，更好地开展技术研发以满足业务的实际需求，不断优化公司服务质量，持续提高用户满意度，为客户创造价值。

6、通用流量运营服务 API 模式和 H5 模式的主要差异

（1）API模式与H5模式的差异

通用流量运营服务API模式与H5模式的主要差异情况如下表：

差异事项	API 模式	H5 模式
获客方式	通过市场拓展，直接获取法人客户	①通过自有线上渠道，如蜂助手 APP、公众号等获取终端用户； ②通过与拥有互联网渠道入口的企业集团合作，蜂助手通过该等入口获取终端用户。
合作方技术基础	①合作方一般具备较为完善的商品管理平台及体系； ②合作方可以自行管理自有渠道订单的购买、赠送、组合营销、付费等各项事项。	①合作方没有完整的商品管理平台或不在通用流量板块进行技术投入； ②合作方需要蜂助手协助进行渠道的管理、用户订单的购买、赠送、组合营销、付费等各项事项。
技术对接及 IT 资源占用	①合作方与蜂助手使用接口模式自动化完成订单等信息交易传输； ②平台稳定及安全性由双方各自环节负责； ③服务器、带宽、网络稳定等相关由合作方承担。	①合作方需要蜂助手提供相关前后端技术能力支撑； ②蜂助手负责整个 H5 的开发、稳定及安全性； ③服务器、带宽、网络稳定由蜂助手承担。
销售对象	面向法人客户	面向终端个人用户
运营方式	①合作方自行进行相关运营人员投入； ②终端售价、下游渠道沟通等相关工作由合作方承担。	①蜂助手负责相关运营人员投入； ②蜂助手负责 H5 页面产品上下架及价格调整等工作。
支付/收款方式	合作方与蜂助手进行双方对公账户付款。	通过微信支付、支付宝支付等，蜂助手负责对终端用户收款。
结算差异	一般为预付款模式，产品实时消耗扣除预付款，每月对账结算；特殊情况下，经双方协商，给予一定的授信额度。	蜂助手收取终端用户所购产品款项；另外，与合作方采取佣金结算模式，每月对账结算。
客服差异	①合作方负责该企业渠道客服工作； ②蜂助手提供客服沟通 QQ 群，处理合作方过滤后的客服问题。	蜂助手负责终端客户的服务工作，含微信、电话、QQ 等方式。

（2）不同模式贡献收入、成本、毛利率情况

报告期内，通用流量为公司经营的主要虚拟商品资源，区分API模式及H5模式，对应贡献收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月				2019 年			
	收入	占比	成本	毛利率	收入	占比	成本	毛利率
API（企业客户）	5,876.97	99.68%	4,661.76	21.30%	14,584.23	99.71%	11,675.74	20.34%
H5（个人客户）	19.02	0.32%	15.35	20.15%	42.17	0.29%	33.91	19.59%
合计	5,895.99	100.00%	4,677.11	20.67%	14,626.40	100.00%	11,709.65	20.34%

续：

模式	2018年度				2017年度			
	收入	占比	成本	毛利率	收入	占比	成本	毛利率
API（企业客户）	4,978.19	43.67%	4,496.07	11.48%	13,959.27	56.21%	13,422.88	3.84%
H5（个人客户）	6,420.39	56.33%	3,973.96	38.10%	10,873.45	43.79%	8,595.30	20.95%
合计	11,398.58	100.00%	8,470.03	25.69%	24,832.72	100.00%	22,018.17	11.33%

注：占比指各模式下收入金额占通用流量销售总金额的比例。

（3）不同模式对成本、毛利率的影响

①对成本金额的影响

公司通用流量成本主要为流量采购成本，人工及IDC成本。由于API、H5模式主要是销售方式的区分，不同的模式下，对通用流量成本并无较大影响。公司通用流量成本波动与收入波动趋势基本一致。

②对毛利率的影响

API模式主要面向企业客户进行销售，H5模式主要面向终端个人用户。一般来说，采用H5模式的通用流量运营服务，由于直接面向终端个人客户缩短了价值链的过程，公司享有的增值空间较采用API模式更高，因此H5模式的毛利率一般相应较高。同时，通用流量业务毛利率还随两种模式收入占比变化以及各模式下具体客户结构变化而相应发生变化。具体而言：

通用流量运营服务毛利率2018年高于2017年一方面系2018年两种模式的毛利率均有所提升，另一方面系H5模式收入占比提升所致，2019年、2020年1-6月下滑主要系H5模式收入占比大幅减少所致。

API模式毛利率变化方面，报告期内，公司企业客户结构发生了较为明显的变化，逐渐由流量分销商转变为终端行业客户及终端行业客户的服务商，客户结构不断优化，从而引致报告期内公司API模式的客户毛利率不断提升。

H5模式毛利率变化方面，2017年、2018年，公司主要与广东欢太科技有限公司（OPPO）合作H5模式的个人用户流量充值业务，占公司通用流量个人客户总收入的比例分别为98.43%和95.93%，公司H5模式毛利率高于API模式。公司2018年底与OPPO结束通用流量H5合作后，H5模式的个人客户收入规模大幅下滑。2019年、2020年1-6月通用流量个人客户收入金额分别为42.17万元、19.22万元，个人客户主要为蜂助手APP、公众号等自有平台用户，“流量日包”等低价流量品种为自有平台用户的主要消费品种。为提高自有平台用户规模，公司2019年

后的个人客户整体销售策略与企业客户一致，因此2019年、2020年1-6月企业客户和个人客户毛利率基本接近。

综上，报告期内，API模式及H5模式收入占比变化以及各模式下具体客户结构变化综合引致了公司毛利率发生变化。报告期内通用流量企业客户及个人客户毛利率变化的详细情况参见招股说明书“第八节、十一、（三）、3、（1）、①通用流量运营服务毛利率分析”。

7、融合运营业务的具体模式及业务特点

（1）公司与网络视频商的主要合作约定及完成情况

公司与网络视频商的主要合作约定内容及完成情况如下：

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
优酷	2018 年度	广东移动、内蒙古移动、四川移动、甘肃运营商、贵州运营商、湖北联通、中移互联网有限公司、中移互联网有限公司	8 个月-13 个月	1、乙方有权根据本协议项下约定的条件，在向甲方完整、正确地履行完本协议项下之义务后，获得信息内容授权许可； 2、乙方有权自主地向最终用户提供信息内容授权许可而无须获得甲方另行的书面许可，但在前述的提供过程及最终用户对信息内容授权许可之过程，乙方须接受甲方进行的不定期监督； 3、乙方有义务确保不通过任何的技术手段，以直接或间接的方式，通过信息内容授权许可擅自调整或修改索引保存于甲方网站上的信息内容； 4、乙方有义务就向最终用户提供信息内容授权许可过程的投诉进行自主处理，并确保甲方免责。	1、甲方有权对乙方向最终用户提供信息内容授权许可，及最终用户通过信息网络访问甲方网站，在线获得信息内容授权许可的过程进行不定期监督，如果前述之过程存在对甲方合法权益之侵害，或使甲方受到第三方权利主张，甲方有权单方面提前终止信息内容授权许可的有效性； 2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关技术数据进行统计，数据以甲方平台为准； 3、甲方有义务解决最终用户通过信息网络访问甲方网站后，使用信息内容授权许可在线获得信息内容的整个过程不受技术障碍，并承担因此而带来的信息技术成本； 4、因甲方产品为服务类产品，无质量问题，不接受退换货。	API 接口直充	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	甲方收到乙方相应采购金额后 5 个工作日内，甲方提供直充产品接口；会员接口有效期为提供之日起 1 个自然年
优酷	2019 年度	广东移动、中移在线服务有限公司、湖北联通渠道、中移互联网有限公司、四川移动、福建电信、广西电信、贵州电	3 个月-12 个月	1、乙方有权根据本协议项下约定的条件，在向甲方完整、正确地履行完本协议项下之义务后，获得会员产品销售授权许可，但未经甲方书面事先同意，不得擅自转让本协议项下权利义务； 2、乙方有义务确保不通过任何的技术手段，以直接或间接的方式，通过会员产品销售授权许可擅自调整或	1、甲方承诺有权对乙方进行会员产品的代理授权。但有权对乙方向客户提供会员产品销售，在线获得会员产品的过程进行不定期监督，如果前述之过程存在对甲方合法权益之侵害，或使甲方受到第三方权利主张，甲方有权单方面提前终止会员产品销售授权许可的有效性；	API 接口直充	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	甲方收到乙方相应采购金额后 10 个工作日内，甲方提供相应的直充产品接口；会员接口有效期为甲方提供之日起 365 天

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
		信、贵州移动、内蒙古移动、四川移动		修改索引保存于甲方网站上的信息内容； 3、乙方有义务就向最终用户提供会员产品销售的过程的投诉进行自主处理，并确保甲方免责； 4、乙方有义务向甲方承诺在推广和销售过程中遵守法律法规、不通过欺诈等不正当手段，利用会员产品销售授权许可损害客户或最终用户的利益或甲方之商誉。严禁通过各种恶意方式，直接或间接地利用会员产品销售授权许可获取非法利益。	2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关技术数据进行统计，数据以甲方平台为准； 3、甲方有义务保证最终用户可以有效地通过会员产品销售授权许可在甲方网站，在线获得信息内容； 4、因甲方产品为服务类产品，无质量问题，不接受退换货；			

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
优酷	2020 年 1-6 月	广东移动、四川移动、重庆移动、湖北移动、福建移动、福建电信、深圳电信、中移互联网、内蒙古移动、贵州移动、贵州电信、广西电信、中移互联网有限公司	3 个月-12 个月	1、乙方有义务诚恳勤勉的履行本协议项下义务，为优酷会员业务提供包括甲方产品销售、市场推广、活动策划、数据信息整理、客户维护等服务。乙方在履行前述义务时应严格遵循法律法规、甲方产品销售规则，不侵害任何第三方的合法权益。 2、乙方应根据本协议项下约定的条件，依时、完整且正确地向甲方支付甲方产品采购款项。 3、乙方有义务就因销售行为/销售渠道产生的乙方客户及/或终端用户的投诉进行自主处理，甲方可协助解决，如确非甲方错误，甲方免责，应由乙方自行解决并承担相应责任。甲方因此遭受损失的，乙方承担赔偿责任。	1、甲方有权根据自身业务运营或合规性的需要，自主决定或调整、更新甲方产品的名称、刊例价格、权益内容、使用方式等； 2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关甲方产品的技术数据进行统计； 3、乙方及乙方下级代理（如有）应严格遵循甲方指定的甲方产品销售规则，甲方有权不定期更新甲方产品销售规则，并对乙方的销售推广行为进行不定期监督，如果乙方在销售、推广甲方产品之过程存在违法违规、违反甲方销售规则，或侵犯第三方利益的行为，甲方有权单方面提前终止本协议，按照本协议、甲方产品销售规则等采取相关惩罚措施，向乙方主张赔偿； 4、乙方在执行本协议项目过程中产生的所有服务成果（包括但不限于策划方案、推广方案、分析和评估报告、营销内容及素材等），其知识产权及所有衍生权利均归甲方所有，未经甲方同意，乙方不得超出合同目的使用，或以任何方式供第三方接触、使用。 5、甲方产品销售过程中所产生的	API 接口直充	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	双方采取先款后货的支付方式，甲方收到乙方支付的采购款后，才向乙方提供相应数量的甲方产品

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
					终端用户档案资料、注册信息、数据库信息等均归甲方所有。			
爱奇艺	2018 年度	广东移动、中移互联网有限公司、中移在线服务有限公司	6 个月-12 个月	1、乙方应按本合同约定时间和方式向甲方支付款项； 2、乙方应督导其客户提供信息的准确性，因乙方原因导致的任何充值失效、无法充值的，乙方应负责解决并承担相应责任； 3、未经过甲方书面许可，乙方不得擅自使用爱奇艺商标、爱奇艺 vip 会员商标及其他任何甲方未授权的内容。由此导致的侵权或损失乙方自行承担。	1、甲方应按本合同约定的会员卡详情以及充值方式合作； 2、甲方有权监督乙方的销售行为，对任何违反法律及本合同约定的会员卡使用行为，甲方有权要求乙方进行修正，乙方应按照甲方要求的期限和方式进行修改； 3、甲方需做好与广东移动的会员开通技术对接支撑； 4、甲方有权对技术接口进行升级和修改，若升级、修改涉及乙方的，甲方须提供必要的协助与支持；若升级、修改需要通知乙方的，需提前 5 个工作日以电话、QQ、电子邮件、传真、平台公告等形式之一通知乙方，通知自送达后生效。	API 接口传输或者电子卡密	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	每个自然月的前【10】个工作日，甲方向乙方提供上月发放各类会员权益的卡片类型及数量，由双方对上月的充值结算数据进行确认，如双方对账数据出现异议，以甲方数据为准。双方确认后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户
爱奇艺	2019 年度	广东移动、中移在线有限公司业务、海南电信、广西电信、福建电信、	5 个月-14 个月	1、为了充分保障客户获得良好服务，乙方不得在合同规定代理渠道外开展任何涉及爱奇艺会员业务。一旦由此产生争议，将以甲方相关部门提供的证据为唯一判定依据、并要求乙方予以赔偿； 2、乙方所发展的客户必须符合国家法律法规的规定，并不得违反甲方制度； 3、乙方及乙方的关联方在没有得到	1、对于甲方为乙方开通会员直充接口的合作业务，甲方给乙方开通一个爱奇艺会员业务的“管理账号”，此管理账号所有权属于甲方。无论何种原因甲方收回乙方会员业务服务商授权的，乙方自代理权限收回之日起不得再使用此管理账号； 2、甲方给乙方颁发爱奇艺的“会员业务服务商”授权书。	API 接口直充或者电子卡密	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	（1）接口直充：对账数据以甲方数据为准。每个自然月的前【10】个工作日，甲方向乙方提供上月发放各类会员权益的卡片类型及数量，由双方对上月的充值结算

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
				甲方的书面认可情况下，不能再代理销售或销售第三方与甲方“爱奇艺会员”业务相竞争的产品或服务（包括但不限于优酷、腾讯、搜狐，等企业的竞争性产品，前述企业为简称），如乙方违反本条款，甲方有权随时直接取消乙方“业务服务商”的资格，收回授权证书而无须承担任何违约或赔偿责任，并不退还其保证金； 4、不能擅自通过二级代理商（包括二级代理商可能单方设立的下一级代理商，下同）开展爱奇艺会员相关业务；在取得爱奇艺书面正式同意的情况下，才可以通过二级代理商发展爱奇艺会员业务。	3、甲方授权乙方以爱奇艺“会员业务服务商”的名义在本合同约定的渠道内开展市场活动； 4、甲方授予乙方的权利为非独家，不可转授权； 5、甲方可根据乙方的销售情况及自身的运营计划调整乙方的授权渠道或终止本合同，且无需承担任何责任；			数据进行确认。双方确认对账数据后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户； （2）激活码采购：甲方应于全额收到乙方支付的当次采购总金额后【5】个工作日内向乙方交付会员卡。
爱奇艺	2020 年 1-6 月	广东移动、广东电信、四川移动、内蒙古移动	12 个月	1、乙方必须按照爱奇艺规定的销售政策进行销售，如乙方违反爱奇艺销售政策进行销售的，将按照相关规定予以处罚，同时甲方保留追究乙方违约责任的权利； 2、为了充分保障客户获得良好服务，乙方不得在合同规定代理渠道外开展任何涉及爱奇艺会员业务。一旦由此产生争议，将以甲方相关部门提供的证据为唯一判定依据、并要求乙方予以赔偿； 3、乙方同意，在本协议期限内，乙方及乙方的关联方在没有得到甲方的书面认可情况下，不能再代理销售	1、对于甲方为乙方开通会员直充接口的合作业务，甲方给乙方开通一个爱奇艺会员业务的“管理账号”，此管理账号所有权属于甲方。“管理账号”依据乙方提供的爱奇艺账号进行开通，无论何种原因甲方收回乙方会员业务服务商授权的，乙方自代理权限收回之日起不得再使用此管理账号。乙方可通过“管理账号”进行会员卡采购等操作，因乙方操作失误等问题造成的损失，由乙方自行承担； 2、甲方授权乙方以爱奇艺“会员业务服务商”的名义在本合同约定	API 接口直充或者电子卡密	授权公司在约定运营商渠道销售视频会员	乙方应预先全额支付当次采购总金额，并通过“账号管理”进行采购申请

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
				或销售第三方与甲方“爱奇艺会员”业务相竞争的产品或服务（包括但不限于优酷、腾讯、搜狐，等企业的竞争性产品，前述企业为简称），如乙方违反本条款，甲方有权随时直接取消乙方“业务服务商”的资格，收回授权证书而无须承担任何违约或赔偿责任，并不退还其保证金； 4、不能擅自通过二级代理商（包括二级代理商可能单方设立的下一级代理商，下同）开展爱奇艺会员相关业务；在取得爱奇艺书面正式同意的情况下，才可以通过二级代理商发展爱奇艺会员业务。	的渠道内开展市场活动，并依乙方申请，向乙方出具相关授权文件； 3、甲方授予乙方成为会员业务服务商的权利及上述宣传推广的权利为非独家、可撤销的授权，且未经甲方书面同意不可转授权； 4、甲方可根据乙方的销售情况及自身的运营计划调整乙方的授权渠道或终止本合同，且无需承担任何责任； 5、甲方享有对自身会员卡及相关产品的独立定价权。在双方合作期限内，甲方可根据自身运营及市场销售需求调整前述产品的销售价格。未经甲方确认，乙方不得擅自调整甲方会员卡及相关产品的售价。			
芒果TV	2018年度	河北移动、浙江移动、安徽移动、陕西移动、湖北移动、云南移动、辽宁移动、内蒙移动、贵州移动、广东移动、福建移动、甘肃移动、河南移	12个月	1、乙方负责：协议项下约定的市场推广、基础支撑、售后服务等工作； 2、乙方负责对本协议涉及合作业务内容进行宣传和推广，并保证其合法性，如果宣传推广内容涉及甲方，应经甲方事先书面确认。否则，甲方有权单方解除协议，给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任且由此产生的纠纷及法律责任由乙方自行处理并承担。甲方应提前三个工作日书面向乙方发出单方解除协议通知，通知自乙方确认后生效，非经乙方查实确	1、甲方承诺准确依据本协议项下合作运营商的运营数据及结算单金额作为结算依据来计算与乙方的收益分配； 2、甲方负责合作内容中所涉及的内容资源的合法性，如内容资源出现任何法律纠纷，由甲方承担一切的法律责任和损失，与乙方无关。协议涉及合作业务推广过程中涉及的品牌是甲方单独拥有，未经甲方授权，乙方在本合同合作范围外不得直接向最终用户提供服务和	分成模式。由网络视频方直接向运营商用户交付	公司协助芒果"TV"在运营商渠道销售	甲方从本协议项下合作通信运营商收到的实际金额（简称实际到账）进行分成。甲方实际到账后和乙方对账，对账无误后，在收到乙方开具的增值税专用发票后的5个工作日内通过银行转账方

产品类型	报告期	授权代理的范围	授权期限（注）	双方的权利责任划分		交货方式	销售模式	资金结算周期
				公司	网络视频商			
		动、广西移动、中移在线服务有限公司、中移互联网有限公司（区域）		认，解除协议通知不生效； 3、乙方负责协议涉及合作业务的客服处理工作，针对授权合作区域的运营商用户投诉等展开客服相关工作，对投诉进行监控，处理投诉相关事项。 4、同时甲方需配合乙方的产品市场推广工作，包括产品上市营销资料设计、产品上市新闻和评测、官方网站和微博宣传、线下营销物料制作等，并实施有效的增值应用推广； 5、乙方负责按甲方需求提供给甲方日常运营数据，甲方提前 1 天书面向乙方提出需求； 6、乙方应确保甲方与本协议项下运营商的合作业务在授权区域价格不低于甲方政策要求，否则甲方有权要求乙方补足差额，并解除合同，同时，有权取消乙方在授权区域代理权，造成甲方相应损失的乙方需赔偿。	进行业务宣传； 3、甲方与运营商针对协议约定区域的促销活动、推广方案达成一致后，由甲乙双方共同协商执行； 4、乙方如在甲方上线之日起三个月内未取得本协议项下第一个合作业务实质性的进展，甲方有权利将本协议项下合作区域的业务交由其他合作方拓展，且其他合作方拓展的该区域合作业务不计入本协议中的保底考核指标； 5、若因甲方原因（包括但不限于甲方与授权省份运营商在本合同签订前未具备业务上线条件）造成乙方未能在合同期间内完成指标，则指标完成时间同期顺延，乙方无需补足当季度指标差额。			式进行支付
芒果 TV	2019 年度	河北移动、广东移动、中移互联网（不包含其他分省业务）渠道等	12 个月					
芒果 TV	2020 年 1-6 月	广东移动、河北移动、中移互联网	12 个月					

注：1、授权期限存在 3-14 个月不等的情况，主要系各年度公司与运营商及其下属子公司之间合作是分步签约开展业务，并非一次性全部签约，因此视频方相应授权书的开始时间不同，而视频方授权书截止时间爱奇艺一般为各年末，优酷一般为各年 3 月 31 日，故导致授权书期限不同。
2、主要产品及采购折扣、考核任务及完成率及激励返点已申请豁免披露。

由上表，公司销售考核指标完成度较好，2019、2020年1-6月，在有考核指标的情况下，公司均超额完成考核任务。

公司核心管理层具备多年运营商工作经验，并拥有多年虚拟商品运营经验，对运营商商业模式及用户的虚拟商品需求有较为深刻认识和理解；公司具备较强的平台化技术支撑能力、融合产品设计能力、营销推广能力及运营支撑服务能力，协助运营商及视频商完成融合产品套餐设计方案、营销推广方案等。报告期内，公司协助设计“学霸卡”、“连续包月”等多款热门套餐产品，迅速形成大规模用户市场。目前，公司是爱奇艺2018年、2019年运营商渠道第一大的合作代理商，是优酷、芒果TV在运营商渠道的重要战略合作伙伴，与运营商及网络视频商建立了良好稳定的合作关系，在行业内具有一定的先发优势，公司持续获取视频商授权代理的不确定性较小。

公司在代理爱奇艺产品的同时，亦代理优酷和芒果 TV 相关业务。经公司与爱奇艺书面确认，爱奇艺已知悉蜂助手代理优酷、芒果 TV 等相关业务的情况，前述情况不违反爱奇艺与蜂助手及其子公司签署的合作合同，双方自合作以来，合作良好，不存在任何纠纷及潜在纠纷。

（2）公司融合运营主要套餐种类

公司视频权益融合产品的主要套餐种类可分为连续包月、学生卡套餐及单次购买三种类型，具体情况如下：

单位：万元

套餐类别	内容	销售收入及占比						主要销售渠道	终端消费群体
		2020 年 1-6 月	占比	2019 年度	占比	2018 年度	占比		
单次购买	每次订购一个融合产品，产品有明确的有效时间限制，有效期结束后产品需另行订购方能继续生效；按次订购包括天卡、周卡，月卡、年卡等。比如客户订购“7 天优酷权益 1G 流量包”则优酷视频会员自动延续 7 天，7 天后优酷视频会员不再有效。	1,499.61	22.23%	4,131.03	39.60%	735.82	26.39%	（1）运营商自有线上、线下渠道； （2）视频平台 APP 线上专区； （3）公司自有或者第三方推广渠道。	个人用户
连续包月	每次开通业务后，中间若不主动取消，则每月将自动为客户延续一个月的有效期。比如客户订购爱奇艺连续包月套餐（首月 2.99 元、次月起 19.8 元/月），首月开通，即刻为客户发放一个爱奇艺视频会员月卡，次月之前若客户不退订，则次月运营商会扣取 19.8 元话费，同时继续为客户发放一个爱奇艺视频会员月卡。	4,897.18	72.59%	2,243.86	21.51%	256.87	9.21%	（1）运营商自有线上、线下渠道； （2）视频平台 APP 线上专区； （3）公司自有或者第三方推广渠道。	个人用户
学生卡	视频平台专门针对年轻学生群体提供的一种比普通会员价格便宜、享受权益受一定限制的收费会员。	349.66	5.18%	4,057.12	38.89%	1,795.34	64.39%	（1）运营商自有线上、线下渠道； （2）视频平台 APP 线上专区； （3）公司自有或者第三方推广渠道； （4）线下校园推广。	学生群体
合计		6,746.45	100.00%	10,432.01	100.00%	2,788.03	100.00%		-

注：上表中所列收入为购销模式下爱奇艺、优酷会员收入

如上表所示，公司“连续包月”产品增长较快，主要系引导用户首次订购后，用户若不退订，后续将自动持续为用户续购，从而为公司、运营商及视频平台带来持续的收入。基于该产品特征，公司积极引导各视频平台增加连续包月产品的投入，为连续包月产品提供更多的营销资源，引导用户购买，从而有助于提升该产品的销售规模，促进销售收入的提升。

（3）视频权益融合业务与视频会员业务的差异

公司视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别具体如下表：

项目	视频权益融合业务	视频会员业务
营销方式	1、通过与运营商流量或者特定套餐进行组合，重构为融合产品； 2、运营商、视频平台及公司共同投入推广资源进行产品推广。	与银行、物业管理等渠道合作销售视频会员，阶段性推出特惠促销方案开展销售。
销售渠道	主要通过运营商和视频平台两大渠道进行销售。	1、公司自有平台； 2、合作入口渠道，如中国建设银行、碧桂园等银行、物业等渠道。
定价	运营商、视频平台及公司联合投入资源，共同为产品定价。	以公司自行定价为主。
采购方式	公司一般向视频平台采购视频会员，遵循视频平台的定价策略。	公司可在各种合作商采购会员，由于市场供货方很多，一般由价格低者、接口比较稳定的供货商向公司供货。
成本	公司视频权益融合业务主要向官方（视频平台）采购，其签署框架合作协议时即约定采购价格，协议期内采购价格稳定，同时，依据采购总量及营销活动，公司可获得一定的现金及资源返利，公司采购成本主要受采购数量的影响。	公司视频会员业务中除爱奇艺、芒果TV主要向官方采购外，其他视频品类主要向非官方进行采购，非官方采购不涉及返利，采购价格受市场供需关系及供应商营销策略等因素影响，不同时期，采购价格波动较大，采购成本受市场波动因素影响较大。

（4）视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务原因及合理性

一方面视频权益融合业务销售的产品主要系运营商流量与视频权益的产品组合，主要在运营商和视频平台两大渠道上同步推广销售，公司、运营商及视频平台及共同投入推广资源进行产品的销售；另一方面，运营商通信用户与视频平台用户具有天然的重合性，手机视频是流量消耗的重要场景，该场景客户对于融合产品的需求更高，因此，视频权益融合业务从客户需求、渠道覆盖、产品组合方面均更具竞争力，更容易获得头部效应，实现快速规模增长。视频会员业务主要系通过公司自身平台及银行、物业等合作渠道面向客户进行推广销售，需求相对较少，资源投入及渠道覆盖远不及融合业务，因此增长速度相对落后于视频权益融合业务，具有合理性。

8、物联网业务的具体模式及业务特点

（1）具体模式举例

目前，公司物联网应用解决方案业务包括流量解决方案、硬件解决方案及场景解决方案，三类业务模式具体举例说明如下：

举例客户	业务类型	服务内容	运营模式	销售模式	采购模式	盈利模式
北京友宝科斯科贸有限公司（以下简称“友宝”）	流量解决方案	提供 500M/月流量套餐和物联网卡流量管理平台服务，实现设备连接服务及流量管理服务。	1、友宝的自动售货机通过物联网卡流量套餐实现无线上网连接，进行交易数据传输，与后台通信等，满足日常运行； 2、通过提供物联网卡管理平台服务实现对卡的管理、运营。①流量监控：实时监控每张卡使用情况，及时处理异常情况，保证自助设备正常运作；②告警：到期提醒，及超流量告警，及时通知到位；③充值：超流量时叠加充值流量；④到期续费：到期流量进行再次续费处理，避免欠费停用。	针对友宝解决上网连接及平台管理的需求，按照友宝的上网流量套餐需求，以约定套餐价格进行销售，并同步提供物联网卡平台管理服务。	公司按照友宝的上网流量套餐需求，向电信运营商或第三方采购对应的物联网卡流量套餐。	通过销售流量套餐，获取流量套餐价差。
广州艾美网络科技有限公司（以下简称“艾美”）	硬件解决方案	提供物联网融合调度集成模块和上网流量，实现低成本的流量进行上网连接，降低其运营成本外，确保运营网络的稳定性。	1、艾美的唱歌机设备通过内嵌搭配公司提供的物联网融合调度集成模块实现上网连接，公司提供物联网融合调度集成模块及流量套餐； 2、公司组建流量池，自行分配流量套餐并进行统一管理和运营； 3、提供物联网流量平台管理服务，包括：①流量监控：对每台设备流量使用进行统计；②充值：流量用尽叠加流量套餐恢复使用；③续费：到期进行再次续费，避免欠费停机；④停开机：灵活对设备流量进行停开，及时处理异常；⑤套餐变更：根据设备需求流量情况可对当前流量套餐进行更改；⑥流量查询：实时查询设备流量使用情况。	物联网模组+流量组合一体销售模式，向其销售。	1、公司向电信运营商采购对应的物联网卡大流量，组建流量池； 2、向模组厂商采购模组装配物联网融合调度集成模块； 3、研发部门负责模组集成及调试。	1、硬件销售利润； 2、流量利润（通过自组流量池的方式对销售的流量进行数据分析，设计最优套餐，利润最大化）。
广州珠城物业管理有限公司（以下简称	场景解决方案	与珠城物业共同运营“广州平云路 169 号智能停车场”，蜂助手向其提供智慧停车系统整体解决方案，包括：提供硬件、软件、工程	1、蜂助手与珠城物业双方共同投资，共享收益； 2、蜂助手负责停车场建设及运维工作，建设智慧停车综合运营管理平台，提供高效停车、车位管理、精准计费、快捷支付、车辆服务的全无线物联网软硬件综合方案； 3、支撑人员定期或不定期现场进行设备维	整体解决方案销售，销售内容包括硬件、软件、及实施、培训、售后、运维等服务。	智慧停车平台系统为公司自主研发产品；硬件及系统所需的材料向硬件	1、蜂助手与珠城物业共同承担场地租金，其中蜂助手承担 55.00%、珠城物业承担 45.00%； 2、珠城物业每月支

举例客户	业务类型	服务内容	运营模式	销售模式	采购模式	盈利模式
“珠城物业”）		施工、客户培训、售后服务、运维服务、咨询服务等。	护或应急现场维护支撑； 4、远程运营由技术人员不定期进行远程巡检与系统设备维护。		厂商采购。	付给蜂助手的服务费为当月停车场收入的55%；

（2）三类业务的关键差异

公司物联网业务三种类型业务关键差异主要为服务内容差异及盈利模式差异，具体情况如下：

1）服务内容差异。流量解决方案提供物联网流量套餐及平台管理服务，而硬件解决方案搭载融合调度集成模块与物联网流量组合体，并提供平台管理服务，物联网场景解决方案依托自身物联网流量运营能力、平台技术能力、基础服务能力，为城市级智慧停车等应用场景的客户提供配套软硬件设备、综合运营平台及运营支撑服务的一站式整体解决方案。

2）盈利模式差异。对于物联网流量解决方案，公司向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案获取服务收入，相关成本主要为向电信运营商采购物联网卡及套餐的采购成本、运营过程中的相关成本，公司兼顾公司利润及市场竞争因素进行定价来获取利润。对于硬件解决方案，公司向客户提供物联网融合调度集成模块及流量套餐，相关成本主要为采购物联网流量等虚拟商品的采购成本、相关硬件成本、销售渠道成本等，公司通过硬件销售收入及后续物联网流量运营的持续性收入来获取利润。对于物联网场景解决方案，以智慧停车场景为例，依照双方约定运营方式，公司主要盈利包括：①模式一：项目销售模式，盈利包括硬件利润、软件费用及其它服务费用；②模式二：联合运营模式，一般每月按收入分成，或自营类停车场盈利为每月净利润；③模式三：系统租赁模式，每月按固定租金回报。

（3）物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况

物联网是利用局部网络或互联网等通信技术把传感器、控制器、机器、人员和物等通过新的方式联在一起，形成人与物、物与物相联，实现信息化、远程管理控制和智能化的网络，可以分为网络层、平台层、和应用层。公司物联网流量解决方案和硬件解决方案正是解决网络层的问题，通过流量和硬件的接入，降低客户的网络连接成本和平台管理成本；而公司物联网场景解决方案基于物联网、互联网技术，研发应用系统运营管理平台解决方案，解决应用层问题。截至本招股说明书签署日，公司已获授权的物联网业务相关发明专利包括《一种物联网卡智能充值监控系统和控制方法》、《一种基于物联网短信的智能设备控制方法及系统》、《一种基于物联网的智能硬件设备监控系统》、《机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质》、《一种机顶盒及其通信方法》

五项。因此，公司物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网紧密融合，公司将其定义为物联网相关业务合适、真实准确反映了该业务的内容及实质。

（4）与其他同类业务公司对物联网业务的描述对比

公司与其他同类业务公司对该业务的描述基本一致，具体对比如下：

其他同类业务公司	相关业务描述	对应本公司业务	本公司业务描述
阿里云计算有限公司	致力于将传统通信业务和能力与互联网相结合，其物联网无线连接服务是向物联网设备提供蜂窝连接服务，包括公网、定向以及智能选网等功能，提供优质稳定网络以及一站式管理服务。	物联网流量解决方案	通过公司自主研发的蜂助手物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案。
上海移远通信技术股份有限公司(股票代码：603236)	移远物联网模组作为全联接世界核心部件已经渗入到物联网应用的各个领域，涵盖车载运输、智慧能源、无线支付、智慧城市、无线网关、智慧工业、医疗健康、农业环境等领域，具有易于集成，长期使用性及在恶略环境中超高的稳定性，各网络制式的全面覆盖，轻松实现 2G、3G 与 4G 网络之间的无缝切换。	物联网硬件解决方案	向客户提供“硬件模块+软件能力+流量服务”PaaS 赋能型无线上网的物联网大流量融合调度集成模块。该模块可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度。公司已将该模块成功应用于与腾讯合作的腾讯极光 CPE 机顶盒。公司 CPE 机顶盒技术可实现无线 2G/3G/4G/5G 网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络。
广东安居宝数码科技股份有限公司(股票代码：300155)	基于云平台的智慧停车管理系统是利用物联网和云计算技术，利用移动互联网通信技术，建设城市一体化停车管理平台，管理城市内位于不同区域、位置的各种类型的停车场。	物联网场景解决方案	为城市级智慧停车、商户聚合支付等物联网场景提供全无线的物联网软硬件综合解决方案。通过蜂助手智慧停车综合运营平台可提供停车管理、高效寻车、车位管理、精准计费、自助无感缴费支付服务。

9、“王卡宽带”融合家庭套餐具体合作模式及盈利模式

（1）“王卡宽带”融合家庭套餐产品内容

“王卡宽带”产品是腾讯公司将公司研发的腾讯极光CPE机顶盒产品与腾讯视频整合为“无线宽带+腾讯视频会员”一体化产品，腾讯公司通过该产品与中国联通的“腾讯王卡”个人套餐产品结合，形成“王卡宽带”融合家庭套餐产品。中国联通通过各省联通推广“98元/月、138元/月”两款家庭套餐产品，发展“王卡宽带”家庭套餐客户，满足家庭无线宽带使用场景需求。

目前推广的“98元/月、138元/月”两款家庭套餐产品所包含的服务内容为：

套餐规格	套餐内容
98 元/月	开通套餐的手机卡包含： （1）30GB/月定向流量，20GB 全国通用流量、互联网权益会员多选一 （2）一次性预存 200 元可获得 12 期腾讯视频 SVIP； （3）手机卡捆绑的小 FUN 盒享受 150GB 无线宽带流量
138 元/月	开通套餐的手机卡包含： （1）30GB/月定向流量，20GB 全国通用流量，互联网权益会员多选一、 （2）2 张亲情卡月费（共享主卡流量语音） （3）一次性预存 200 元可获得 12 期腾讯视频 SVIP； （4）手机卡捆绑的小 FUN 盒享受无线宽带包月流量（超过 300G 流量限速）

（2）“王卡宽带”融合家庭套餐产品运营服务流程

“王卡宽带”融合家庭套餐产品运营服务流程具体如下：公司将腾讯极光CPE机顶盒销售给联通华盛（中国联通下属终端公司），并与联通华盛结算机顶盒硬件销售款；后由联通华盛将机顶盒销售给中国联通，并通过中国联通各省公司进行推广。用户办理“王卡宽带”融合家庭套餐后，套餐中所包含的机顶盒无线宽带物联网流量由公司提供，腾讯视频会员由腾讯提供并激活。中国联通每月收取用户的套餐费用，按照约定方式，与腾讯进行机顶盒流量及视频会员费用结算；腾讯收到结算款后，按照公司与腾讯之间的合同约定，与公司结

算广告分成、视频会员分成，并按固定结算价格结算套餐所对应的机顶盒流量费用。

（3）中国联通与腾讯的分成方式及比例

基于“王卡宽带”融合家庭套餐产品的业务模式，中国联通与腾讯单独签订机顶盒流量、视频会员供货合同，公司无法得知中国联通与腾讯所签订合同的具体内容及中国联通与腾讯的分成方式及比例。

（4）腾讯将流量费用结算给公司的原因

在该业务中，中国联通采用整体采购的模式，向腾讯统一采购王卡宽带融合套餐所需要的机顶盒物联网流量及视频会员，并与腾讯统一打包结算；腾讯提供视频会员的同时，将机顶盒所需物联网流量向蜂助手采购，中国联通并不单独就机顶盒流量向蜂助手采购及结算。因此，中国联通与蜂助手之间不产生流量费用结算，腾讯向蜂助手按双方合同约定的流量套餐固定价格结算。由于中国联通与腾讯单独签订合作合同，公司无法得知中国联通与腾讯所签合同中约定的机顶盒流量费用结算金额以及该金额是否与腾讯向公司所结算的流量费用一致。

公司CPE机顶盒并非使用单独一家运营商的流量，而是中国联通、中国移动、中国电信三大运营商的流量均使用，主要系不同位置环境下，不同运营商的网络质量不一样，在同一个位置，同一个运营商的网络在不同的时间也会随着接入设备的多寡而波动，只支持单个运营商网络的设备可能因该运营商覆盖欠佳导致无法正常上网。公司通过共享流量池及物联网流量调度技术提供物联网流量使用管理服务，实现多运营商网络的融合调度及网络的准无盲区覆盖，通过全网通数据接入，实时动态识别运营商网络质量，选择最优网络，充分保证网络质量和使用效果。

在该业务过程中，公司提供的服务及相关费用结算情况如下：

①通过自有的运营管理系统，将中国联通经腾讯传输至公司的联通用户号码信息与对应机顶盒进行绑定，以便准确交付套餐内机顶盒流量，并提供系统管理服务；

②每月月初收到中国联通经过腾讯传输至公司的用户套餐订购信息，向用户交付相应的机顶盒流量套餐；

③公司根据机顶盒内置的腾讯视频客户端活跃用户数，向腾讯结算广告分

成，并按双方合同约定的固定结算价格结算套餐对应的流量费用，亦通过客户端销售视频会员获得部分分成。

综上，基于上述各方之间的商务合作关系及公司CPE机顶盒产品特点，公司与中国联通不结算机顶盒流量费用以及腾讯将机顶盒流量费用结算给公司的原因合理。

（5）公司腾讯极光CPE机顶盒盈利模式举例

以用户订购“138元/月”套餐为例，公司的主要盈利模式为：

①获取机顶盒硬件销售价差。依据公司与联通华盛通信有限公司于2020年9月签订的《购销合同》，公司将腾讯极光CPE机顶盒硬件向联通华盛销售，由联通华盛向公司支付机顶盒硬件款，公司获取机顶盒硬件销售价差；

②获取每月广告分成、视频会员分成及机顶盒物联网流量差价。用户购买“138元/月”的王卡宽带融合家庭套餐后，可获得30GB/月定向流量，20GB全国通用流量，互联网权益会员多选一，以及手机卡所捆绑的CPE机顶盒享受无线宽带包月流量（超过300G流量限速）。每月，中国联通收取用户支付的套餐费用138元后，按照与腾讯之间合同约定，向腾讯结算；腾讯收取相关费用后，向公司按合同约定的固定结算价格结算套餐内机顶盒的物联网流量费用，公司根据机顶盒内置的腾讯视频客户端活跃用户数，收取腾讯的广告分成，并通过客户端销售视频会员获得部分分成。

（6）该业务在报告期内的销售收入、毛利率

公司与联通华盛、腾讯关于“王卡宽带”融合家庭套餐产品的合作发生于2020年6月之后，报告期内无销售收入。

（7）未来该业务的发展趋势

2019年以来，个人通信业务逐步趋于饱和，以家庭为单位进行大规模推广成为吸引新用户的有效手段。在家庭入口，无线机顶盒产品可作为有线宽带的有效补充，未来随着5G的商用，无线替代有线的趋势将加速。王卡宽带融合家庭套餐中的无线宽带CPE机顶盒产品，实现了“一个机顶盒=无线宽带+CPE路由器+腾讯视频平台”三合一，能够实现无线上网、浏览流媒体、无线Wi-Fi热点分享，可有效契合家庭场景对于无线网络及视频娱乐的需求。目前运营商渠道已推广至中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司等渠道。除此之外，湖南广电、湖北广电等广电传媒集团也陆续推广落地，预计未来该业务具有一

定的市场发展空间。

该王卡宽带融合家庭套餐的模式下，用户不解除套餐，公司可以持续获得每月套餐所产生的机顶盒物联网流量费用、广告分成及视频会员分成，获取持续性收入，盈利模式较为稳定。另外，公司还可以持续获得销售机顶盒硬件所带来的收入，该模式将有助于公司未来盈利能力的进一步提升。

（四）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自 2012 年成立以来，始终致力于为客户提供数字化虚拟商品相关服务解决方案及运营支撑服务，公司主要服务和产品经历了以下三个阶段的发展和演变：

1、创始阶段

公司成立初期主要从事移动应用 APP 的分发运营业务。2012 年至 2015 年，中国互联网正处于从 PC 互联网向移动互联网转变的历史转折阶段，手机用户数量开始显著超过 PC 用户数量。在此背景下，互联网公司革命性的创新推出了众多的手机端移动应用 APP，作为争夺移动互联网入口的重要手段，电信运营商亦希望通过提高手机端移动应用 APP 的安装量达到激发移动数据流量消耗的目的。本阶段，公司把握客户需求及市场机遇，以移动应用程序产品的分发运营服务为起点展开移动互联网领域的业务布局。公司依托于自主研发的自助下载平台、门店助手、蜂助手 PC 版、批量装机系统、蜂助手 APP 等线上线下平台及工具，为电信运营商营业厅、手机连锁店、手机卖场等合作渠道提供一键换机、一键升级及手机移动应用 APP 的快速安装等配套软硬件技术服务，从而帮助互联网公司等移动应用开发者有效推广 APP、把控移动互联网入口，帮助运营商实现培养客户使用手机移动应用 APP、提升流量消耗的目的。该阶段为公司布局移动互联网数字虚拟服务产品聚合运营服务奠定了技术及市场渠道网络的基础。

2、扩张阶段

2015 年至 2018 年，随着国内智能手机及 4G 网络的普及，移动应用 APP 得到了普遍应用，智能手机用户对移动数据流量的需求大幅爆发，电信运营商个人流量消耗规模从 2015 年 0.38GB 的 DOU（每个客户月均流量消费额）发展到 2018 年 4.64G 的 DOU。与此同时，移动支付的快速发展，推动各行各业移动应用 APP

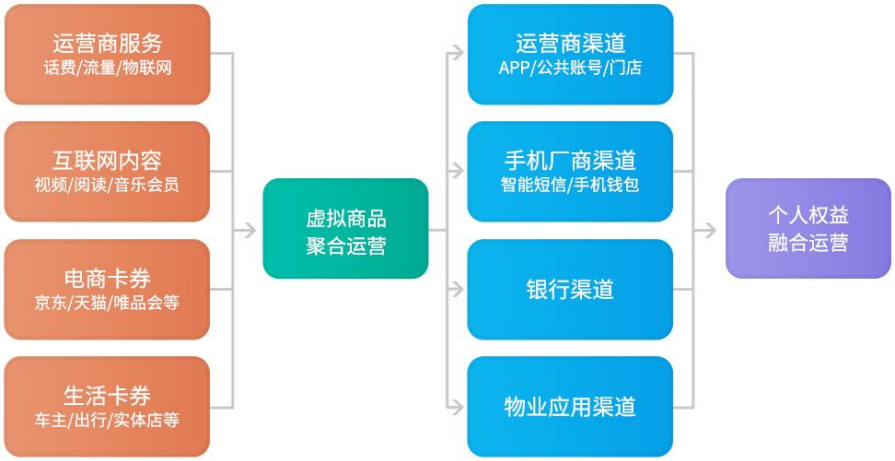
开始发展会员制收费服务模式，各大互联网公司 APP 开始向权益化、会员化经营模式转变，并催生越来越多的线上会员卡、礼品卡、优惠券、折扣券等数字化虚拟商品。本阶段，公司紧跟移动互联网行业及市场变化，从提供单一的移动应用 APP 分发运营服务，延伸到电信运营商流量产品运营服务，并逐步扩展到多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务。该阶段，公司聚合服务的数字化虚拟商品品类大幅扩充、业务量快速增长，构建并形成了丰富的产品及渠道体系，为下一阶段的深度运营服务奠定了经营基础。

3、深化发展阶段

随着互联网巨头纷纷加快向移动互联网渗透和布局，近年来电信运营商面临用户规模增长但收入增长乏力的局面。运营商积极探索深度经营，纷纷推进“服务+内容”一体化创新运营；此外，运营商先后启动了物联网网络的建设和全面商用，物联网应用落地进程随着产业链日渐完善而逐步加快，促进物联网技术在公共事业、智慧家庭以及智慧城市等领域的逐步规模化商用。

在此背景下，公司凭借多年数字化虚拟商品经营积累的产品运营经验及渠道体系，探索运营商与网络视频商的资源的融合运营，将运营商通信产品服务与网络视频商的会员体系打通，推出视频权益融合产品，帮助运营商实现从通信服务到内容服务的深度运营。

本阶段，公司进一步丰富业务结构、完善产品线，将服务方向从聚合运营服务向融合运营服务方向深化，业务布局从移动互联网逐步向物联网领域延伸，创新探索视频权益融合产品运营服务新模式，并积极培育物联网应用新业态。公司培育及建立了自成体系且协同发展的业务生态体系，为下一阶段的持续稳定发展奠定了坚实的基础。



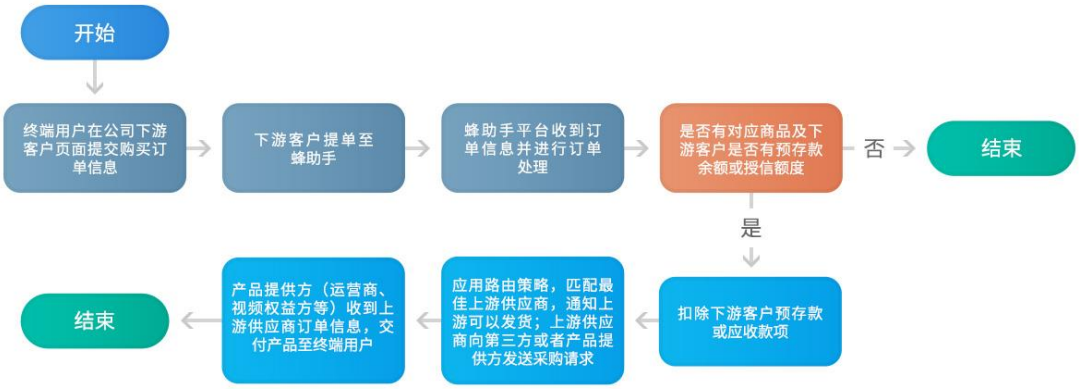
（五）主要产品或服务的流程图

1、数字化虚拟商品综合运营服务流程

（1）聚合运营服务流程图

公司数字化虚拟商品聚合运营服务提供方式主要包括 API 模式、H5 模式及卡密交付模式。

1）API 模式服务流程图

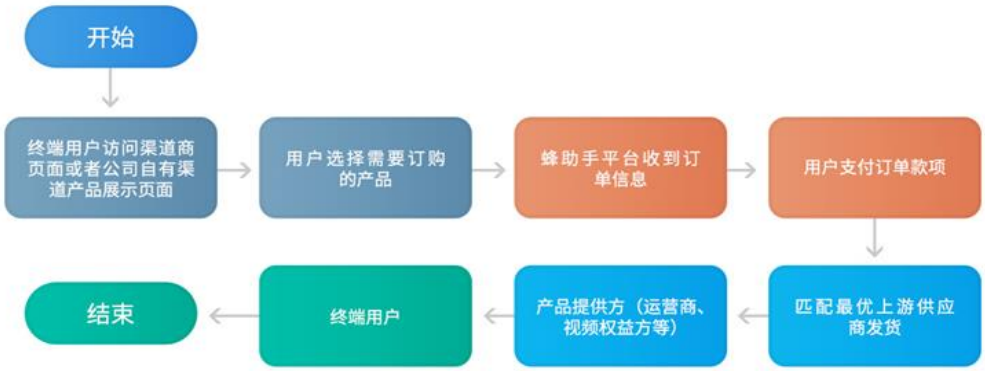


各阶段说明：

步骤	主要事项	相关说明
1	终端用户提交订单	终端用户在下游客户/渠道的产品展示页面进行下单，选取所需要购买的产品并将款项支付给下游客户/渠道；
2	下游客户提单	下游客户/渠道提单到蜂助手，向蜂助手发起采购需求；

步骤	主要事项	相关说明
3	公司接收订单信息	公司接收下游客户订货信息并进行订单处理
4	订单信息验证	公司验证下游客户所需商品是否存在，同时确认下游客户/渠道账户是否有预存款余额或者授信额度
5	收取货款	若公司能满足下游客户需求且款项充足，扣除下游客户/渠道账户对应订单金额或生成应收上游客户款项，并生成一个订单在订单系统中，向上游供应商发起购货需求；
6	匹配上游供应商	对商品执行发货操作，根据路由策略选择最佳上游供应商进行发货；若为蜂助手直接对接产品交付方，则直接跳转至最后一步（产品提供方交付）
7	上游供应商发货	调用上游供应商接口，通知上游发货。上游供应商向第三方或产品提供方发送采购请求；
8	产品提供方交付	产品提供方（运营商、视频权益方等）向终端用户交付产品。

2）H5 模式及自有渠道服务流程图

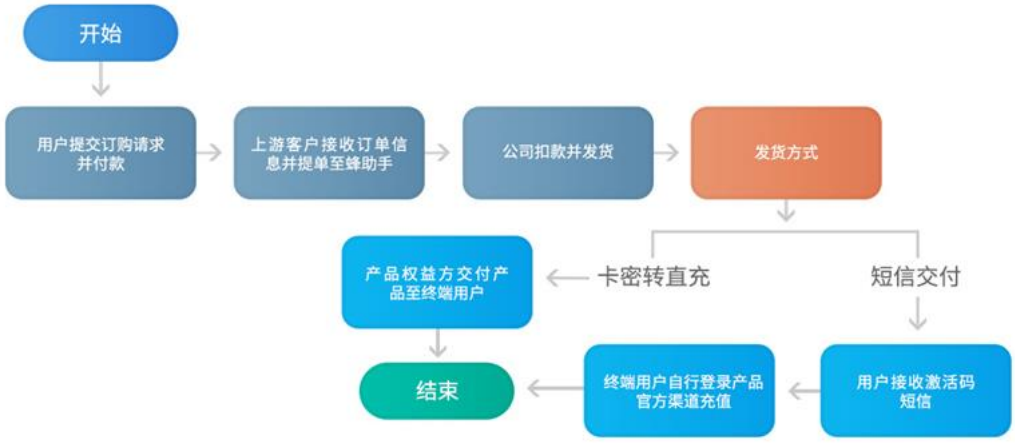


各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	终端用户访问产品页面	终端用户通过访问渠道商页面进入公司产品展示页面（H5 模式）或直接访问公司自有 APP、小程序、公众号等进入产品展示页面；
2	用户提交订单	用户浏览产品展示页面，选择所需要订购的产品，发起购买请求；
3	接收订单信息	公司产品平台接收用户发起的购买需求，后台订单系统生成订单；
4	款项支付	用户支付订单款项，款项直接支付给蜂助手；
5	匹配最优上游供应商	公司确认用户支付款项后，系统依据路由策略，匹配最优上游供应商，向上游供应商发起购货需求；
6	上游供应商发货	调用上游供应商接口，通知上游发货。上游供应商向第三方或产品提供方发送采购请求；
7	产品提供方交付	产品提供方（运营商、视频权益方等）向终端用户交付产品。

3）卡密交付服务流程图

①线上模式服务流程



各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	终端用户提交订单	终端用户在下游客户/渠道的产品展示页面进行下单，选取所需要购买的产品并将款项支付给下游客户/渠道；
2	下游客户提单	下游客户/渠道提单到蜂助手，向蜂助手发起采购需求；
3	公司扣款并发货	公司接收下游客户订货信息并进行订单处理；
4	发货方式选择	选择产品交付模式，可选卡密转直充或者手机短信交付；
5	产品交付	若客户选择短信交付模式，则卡密激活码信息通过短信交付至终端用户，然后终端用户自行登录产品官方渠道充值；若选择卡密转直充模式，则产品权益直接交付至用户账户，完成充值。

②线下模式服务流程：

各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	客户提交订单	客户访问产品页面或商务洽谈，选取所需要产品，并提交订购需求；

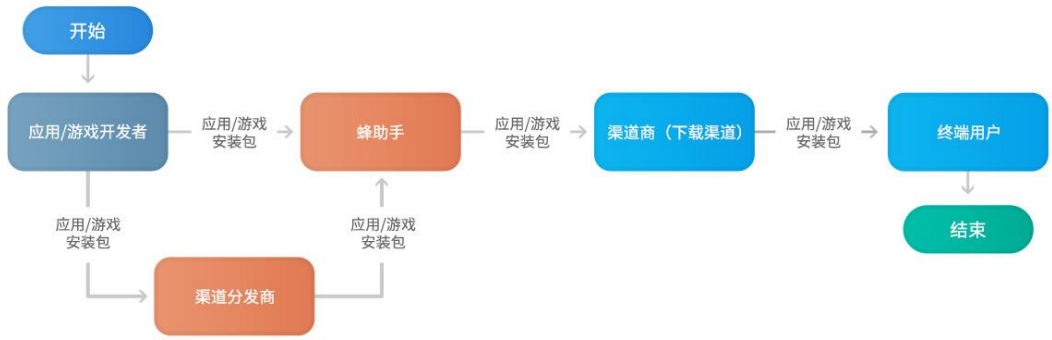
步骤	主要事项	具体说明
2	客户支付款项	公司收到客户订单需求，并确认客户已支付订单款项；
3	公司发货	公司从系统卡密库中调取货源，并生成加密卡密文件，以邮件形式向客户指定人员发送加密文件，同时，以手机短信形式形式发送解密密码，产品交付后，工作在卡密系统库中将发出的卡密进行核销；
4	客户接收卡密	客户接收公司发送的邮件及短信，确认收货；

（2）融合运营服务主要流程图

各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	客户提交订单	终端用户发起购买信息，选取所需要的视频权益融合产品，并支付订单款项
2	运营商	运营商接收订单信息，并收取订单款项，同时，向蜂助手发起视频权益需求订单信息；
3	蜂助手平台	公司系统接收运营商发起的视频会员权益信息并进行信息处理，将需求产品信息提交至视频会员权益方；
4	订单产品交付	视频会员权益方按照对应的产品信息向终端用户进行产品交付，直接进行视频会员权益充值；运营商向用户提供产品所对应的流量，最终用户获取视频权益融合产品，进行正常使用。

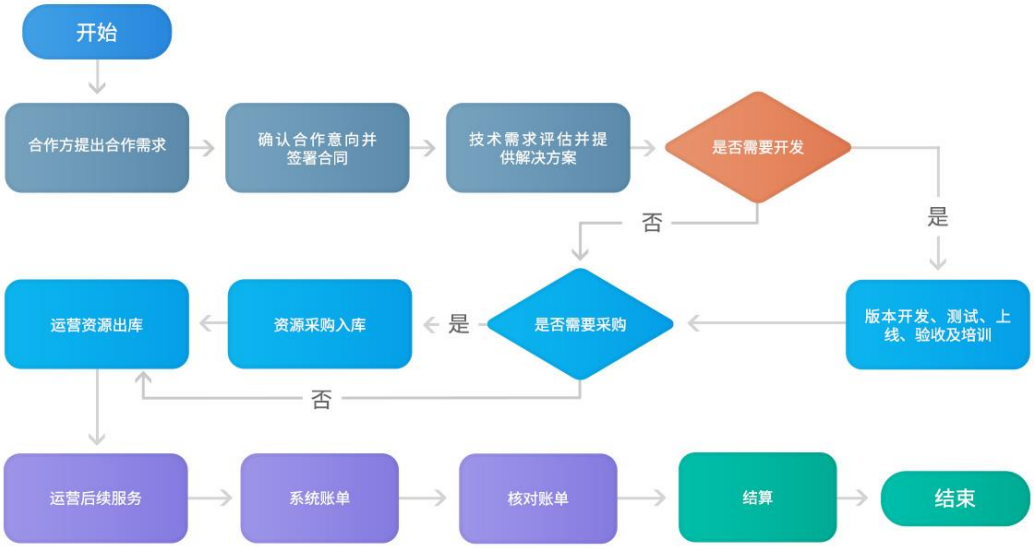
（3）分发运营服务主要流程图：



各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	应用/游戏开发者提出分发需求	应用类/游戏类 APP 开发者提出分发需求，并将安装包下发给蜂助手进行分发或者将其下发给渠道分发商，渠道分发商再将其交付蜂助手进行分发；
2	蜂助手	蜂助手通过微信、QQ 或邮件等方式收到应用类/游戏类开发者或者上一级渠道分发商需要分发的资源，通过下一级渠道进行分发；
3	渠道商（下载渠道）	渠道商（下载渠道，如手机厂商软件预装、应用商店等）通过自身渠道或者下一级渠道进行分发；
4	终端用户	终端用户下载 APP，开始使用。

2、物联网流量解决方案主要服务流程



各阶段说明：

步骤	主要事项	具体说明
1	合作方提出合作需求	合作方根据物联网场景需求，向公司提出合作需求；
2	确认合作意向并签署合同	公司商务洽谈确认初步合作意向，市场销售人员签订合同，并负责将合作方系统录入到物联网流量运营管理系统；
3	技术需求评估并提供解决方案	判断是否需要进行技术开发，如开发信息传输对接接口等，若需要技术开发，则提交至产品经理；
4	需求开发	产品经理安排技术人员进行版本开发、测试、上线及验收；
5	资源采购入库	主要向运营商采购物联网实体卡、模组及物联网流量套餐，运营商发货至蜂助手，采购人员检查核对数量、卡是否表面损坏，并将每张物联网卡号、运营商归属等基本信息录入物联网管理平台；
6	运营资源出库	公司市场部人员向物联网团队发出出库需求，产品出库（邮寄或上门送货等）；
7	运营后续服务	公司提供业务支撑，包括开机、停机、叠加流量、续费、故障问题，监控共享流量池及其他业务警报等物联网流量使用管理服务；
8	系统账单	物联网系统每月生成合作方物联网流量消耗情况账单；

步骤	主要事项	具体说明
9	核对账单	公司与合作方进行账单核对，并经过双发书面确认；
10	结算	根据确认的对账单/结算单，开具发票并向合作方收取物联网流量运营服务费。

（六）公司各业务板块发展的内在联系及协同效应

1、业务发展的内在联系

公司2012年成立，主要从事移动应用APP的分发运营业务，帮助移动应用开发者推广APP、把控移动互联网入口，帮助运营商实现培养客户使用手机移动应用APP、提升流量消耗的目的。2015年至2018年，APP的广泛应用使得用户对移动数据流量的需求大幅爆发，同时，各大互联网公司纷纷推出线上会员卡、礼品卡、优惠券、折扣券等数字化虚拟商品。公司业务从移动应用APP分发运营服务，延伸到电信运营商流量运营服务，并逐步扩展到多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务，形成了多元的虚拟商品及渠道体系。与此同时，通过多年虚拟商品运营经验积累沉淀以及持续的自主研发投入，公司在平台开发、软件开发、运营技术支撑等方面积累了大量的技术开发经验，建立了一支高素质、研发经验丰富的技术研发团队，亦开始面向信息技术及通信领域客户提供相关技术服务。2018年，公司探索虚拟商品资源和渠道整合，将运营商流量与视频会员打通融合，推出视频权益融合运营服务新模式；此外，运营商先后启动了物联网网络的建设和全面商用，物联网应用落地进程随着产业链日渐完善而逐步加快，物联网终端设备以及大流量应用场景对低费率无线网络稳定传输的需求大幅增长，公司探索从手机流量运营拓展到物联网流量运营，将业务布局从移动互联网向物联网领域延伸，积极培育物联网业务新增长点。

综上，在经营发展过程中，公司把握市场机遇，不断丰富业务板块、完善服务体系，有效避免了单一业务的短板，使得营收来源多元化，提升了经营的稳健性，各业务板块存在紧密的内在联系。

2、业务发展的相关协同效应

公司各业务板块及服务类别之间具有一定内在关联性，技术、销售、客户等部分资源可共享，从而使公司得以更充分利用现有资源拓展新的发展空间，实现协同效应。

第一，技术协同方面，公司提供的各类虚拟商品运营服务源自公司云平台管理能力。公司自主研发的综合服务云平台为公司业务的开展提供了技术工具及平台化支撑，伴随业务的发展，公司逐步将相关业务整合，通过业务抽象建模解决绝大部分共性工作，并保持系统架构的开放性解决约少量个性化工作，建立统一运营平台，通过平台化管理降低综合运营成本，保证各项业务的高效开展。

第二，销售协同方面，公司不同业务板块可相互促进发展。例如，公司物联网硬件解决方案中，通过将腾讯极光CPE机顶盒内置物联网流量，同时与视频会员权益绑定，可为公司运营商流量、视频会员等虚拟商品的销售提供新的载体及渠道，同时，公司可将各类生活服务产品及其他虚拟商品服务集成于CPE机顶盒中，同步销售视频融合产品及其他虚拟商品，与视频融合业务、虚拟商品聚合运营业务形成闭环整合，反哺相关业务发展。此外，公司通过发展物联网智慧停车解决方案业务，有效聚合了支付、语音、话务等基础服务能力，并进一步促进了物联网流量的销售。

第三，客户资源协同方面，公司充分挖掘客户需求，向积累及沉淀的客户提供更加全面的服务。以报告期各期前十大客户为例，公司早期向中国移动提供APP分发运营服务，培养运营商客户使用手机移动应用APP从而提升流量消耗；随着业务领域的不断拓展，逐渐向其增加了视频融合服务，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标；亦凭借自身积累和沉淀的成熟技术向运营商提供技术服务，不断拓展合作内容，增强合作粘性。此外，公司向腾讯提供微信读书等APP的分发运营服务，提升其APP的用户覆盖数量；同时，亦向腾讯提供流量运营服务，满足其微信入口的用户流量充值需求；并与腾讯合作推出“腾讯极光”CPE机顶盒，开展物联网硬件及流量的业务合作。公司向科大讯飞股份有限公司、广东天宸网络科技有限公司（VIVO手机运营商）、咪咕数字传媒有限公司提供APP分发运营服务的同时，亦向其提供流量运营服务，满足其流量营销、用户充值及自身业务的需求。公司向湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司提供视频融合运营服务，提升视频会员用户规模，同时，亦向其提供流量运营服务满足其流量营销赠送需求。公司客户协同战略的纽带作用使得公司与优质客户的合作加深，客户粘性得到了增强，提升了经营的稳健性。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司主营业务为互联网数字化虚拟商品综合服务，主要为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/4754-2017），公司所处行业为“I64-互联网和相关服务业”中的“I6490-其他互联网服务”；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64-互联网和相关服务”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规和政策

1、行业主管部门

（1）中华人民共和国工业和信息化部

中华人民共和国工业和信息化部作为互联网信息服务行业的行政主管部门，主要负责制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作等。

中华人民共和国工业和信息化部信息通信管理局依法对电信和互联网等信息通信服务实行监管，承担互联网（含移动互联网）行业管理职能。具体职责主要包括：负责电信和互联网业务市场准入及设备进网管理，承担通信网码号、互联网域名和 IP 地址、网站备案、接入服务等基础管理及试办新业务备案管理职能，推进三网融合，监督管理电信和互联网市场竞争秩序、服务质量、互联互通、用户权益和个人信息保护，负责信息通信网络运行的监督管理，组织协调应急通信及重要通信保障。

（2）中华人民共和国国家互联网信息办公室

中华人民共和国国家互联网信息办公室主要负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理。负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管，指导有关部

门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划。协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作。

2、行业协会组织

中国互联网协会以及各地互联网协会作为行业的自律性组织，其主要作用是制定并实施互联网行业自律规范和公约，规范会员行为，协调会员关系，调解会员纠纷，促进会员间沟通与协作，发挥行业自律作用，维护国家网络与信息安全，保护公民的信息安全，维护行业整体利益和用户合法权益。团结互联网行业相关企业、事业单位和社会组织及个人，向政府主管部门反映会员和业界的诉求，维护会员合法权益，向会员宣传国家相关政策、法律、法规等。

3、行业主要法律法规和产业政策

（1）主要法律法规

公司业务所涉及的主要法律法规、政策、行业规范见下表：

序号	法规名称	发布机构	实施时间
1	中华人民共和国电信条例	国务院	2000 年 9 月 20 日
2	互联网信息服务管理办法	国务院	2000 年 9 月 25 日
3	计算机软件保护条例	国务院	2002 年 1 月 1 日
4	移动互联网应用程序信息服务管理规定	国家互联网信息办公室	2016 年 8 月 1 日
5	网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定	国家工商行政管理总局	2015 年 10 月 1 日
6	网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法	国家工商行政管理总局	2010 年 7 月 1 日
7	网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）	国家商务部	2015 年 4 月 1 日
8	规范互联网信息服务市场秩序若干规定	国家工业和信息化部	2012 年 3 月 15 日
9	电信业务经营许可管理办法	国家工业和信息化部	2017 年 9 月 1 日
10	计算机软件著作权登记办法	国家版权局	2007 年 1 月 10 日

（2）主要产业政策

互联网和相关服务业作为国家重点扶持和发展的战略性新兴产业中“新一代信息技术产业”的重要组成部分，属于国家鼓励发展的战略性、创新性产业，在国家高质量经济发展中占有重要位置。近年来，为推动互联网产业和实体经济的

融合发展，国务院及有关政府部门先后颁布了一系列重要支持政策，主要如下：

序号	发布单位	发布时间	文件名称	政策要点
1	工业和信息化部	2020 年 5 月 7 日	《工业和信息化部办公厅关于深入推进移动物联网全面发展的通知》	推进移动物联网应用发展。围绕产业数字化、治理智能化、生活智慧化三大方向推动移动物联网创新发展。产业数字化方面，深化移动物联网在工业制造、仓储物流、智慧农业、智慧医疗等领域应用，推动设备联网数据采集，提升生产效率。治理智能化方面，以能源表计、消防烟感、公共设施管理、环保监测等领域为切入点，助力公共服务能力不断提升，增强城市韧性及应对突发事件能力。生活智慧化方面，推广移动物联网技术在智能家居、可穿戴设备、儿童及老人照看、宠物追踪等产品中的应用。
2	国家发改委	2019 年 10 月 30 日	《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	明确规定“在线数据与交易处理、IT 设施管理和数据中心服务，移动互联网服务，因特网会议电视及图像等电信增值服务；数字化技术、高拟真技术、高速计算技术等新兴文化科技 支撑技术建设及服务；信息系统集成和物联网技术服务、运营维护服务、信息处理和存储支持服务、信息技术咨询服务、数字内容服务及其他信息技术服务”属于科技服务业中国家鼓励发展的业务。
3	国家统计局	2018 年 11 月 7 日	《战略新兴产业分类（2018）》	将互联网相关服务划分战略性新兴产业中的新一代信息技术产业，鼓励相关产业发展。
4	工业和信息化部	2018 年 7 月 27 日	《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》	推动基于网络平台的新型消费成长，发展线上线下协同互动消费新生态。推动信息消费领域“双创”发展。支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台，培育信息消费融合发展新业态、新模式。深入推进“放管服”改革，进一步简化行政审批，对信息消费领域新模式新业态采取鼓励创新、包容审慎的监管模式，营造行业健康发展环境。加大资金支持力度，支持信息消费前沿技术研发，拓展各类新型产品和融合应用。
5	中央网络安全和信息化委员会办公室、中国证券监督管理委员	2018 年 3 月 30 日	《关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见》	推动网信事业和资本市场协同发展。牢牢把握世界经济加速向以网络信息技术产业为重要内容的经济活动转变的历史契机，发挥资本市场支持保障作用，更好服务国家战略，加快发展数字经济，大力培育网信企业，为资本市场注入新动力。

序号	发布单位	发布时间	文件名称	政策要点
	会			
6	工业和信息化部	2017 年 1 月 17 日	《信息通信行业发展规划（2016-2020 年）》、《信息通信行业发展规划物联网分册（2016－2020 年）》	加强政策支持和引导，积极培育和壮大互联网新业务新应用新业态新模式。大力推动电子商务、视频、泛娱乐、社交媒体、搜索等网站类和移动 APP 类互联网应用发展。 进一步发挥信息通信企业在物联网产业链中的整合和牵引作用，推动物联网与移动互联网、云计算、大数据等新业态的融合发展，培育壮大物联网相关专业服务新业态，提升运营及应用服务水平。支持各类物联网运营服务平台建设，强化物联网技术在工业、农业、交通、能源等行业领域的广泛覆盖和深度应用。 鼓励物联网技术创新、业务创新和模式创新，积极培育新模式新业态，促进车联网、智能家居、健康服务等消费领域应用快速增长。推动家庭安防、家电智能控制、家居环境管理等智能家居应用的规模化发展，打造繁荣的智能家居生态系统。
7	工业和信息化部	2017 年 1 月 17 日	《软件和信息技术服务业发展规划（2016－2020 年）》	围绕餐饮、娱乐、出行、文化、旅游等居民生活服务领域消费需求，培育线上线下结合的服务新模式，发展基于软件与互联网的分享经济服务新业态，以及各类创新型的产品和服务。 加快发展移动互联网应用软件和服务，面向新兴媒体、医疗健康、文化教育、交通出行、金融服务、商贸流通等领域创新发展需求，鼓励建立分享经济平台，支持发展基于软件和移动互联网的移动化、社交化、个性化信息服务，积极培育新型网络经济模式。加强物联网运行支撑软件平台、应用开发环境等研发应用，进一步深化物联网软件技术在智能制造、智慧农业、交通运输等领域的融合应用。
8	中共中央办公厅、国务院办公厅	2017 年 1 月 15 日	《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》	随着信息网络技术迅猛发展和移动智能终端广泛普及，移动互联网以其泛在、连接、智能、普惠等突出优势，有力推动了互联网和实体经济深度融合，已经成为创新发展新领域、公共服务新平台、信息分享新渠道。 加快制定完善信息经济发展政策措施，将发展移动互联网纳入国家信息经济示范区统筹推进，鼓励移动互联网领先技术和创新应用先行先试，扶

序号	发布单位	发布时间	文件名称	政策要点
				持基于移动互联网技术的创新创业，促进经济转型升级、提质增效。
9	中国共产党第十八届中央委员会	2015年10月29日	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》	实施“互联网+”行动计划，发展物联网技术和应用，发展分享经济，促进互联网和经济社会融合发展。实施国家大数据战略，推进数据资源开放共享。完善电信普遍服务机制，开展网络提速降费行动，超前布局下一代互联网。推进产业组织、商业模式、供应链、物流链创新，支持基于互联网的各类创新。
10	国家发改委	2015 年 7 月 4 日	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	明确提出“鼓励传统产业树立互联网思维，积极与“互联网＋”相结合。推动互联网向经济社会各领域加速渗透，以融合促创新，最大程度汇聚各类市场要素的创新力量，推动融合性新兴产业成为经济发展新动力和新支柱。充分发挥互联网的高效、便捷优势，提高资源利用效率，降低服务消费成本。大力发展以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费”

（3）对发行人经营资质、准入门槛、运营模式、所在行业竞争格局的影响

随着互联网服务产业的蓬勃发展，有关主管部门出台了一系列法律法规和行业规范，为行业的健康发展打下了坚实的基础，亦为本公司的经营发展创造了规范有序的市场环境。具体而言，相关法律法规和产业政策的出台，对互联网服务企业的经营资质提出了明确具体的要求，提升了行业的准入门槛，规范了从业企业的运营模式，促使行业内经营者开展良性、有序的竞争，为公司实现战略目标创造了良好的市场环境。同时，各项鼓励发展的产业政策出台，为互联网服务业的快速发展提供了良好的政策保障，为公司的稳步快速发展提供了良好的政策环境。

（三）发行人所处行业的特点和发展趋势

1、中国移动互联网行业市场特点概述

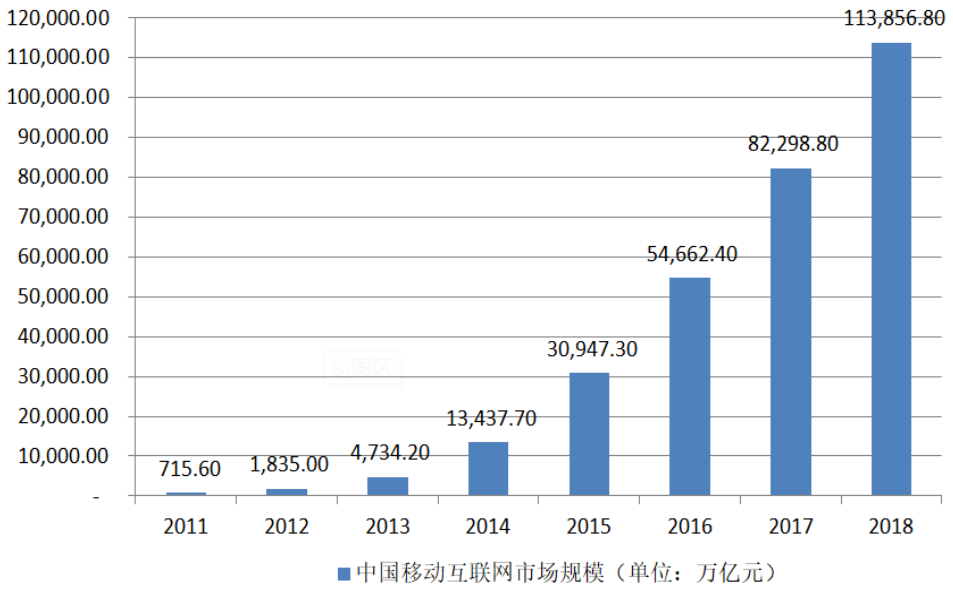
本世纪以来，我国移动互联网伴随着移动网络通信基础设施的升级换代快速发展，尤其是 2009 年国家开始大规模部署 3G 网络，2014 年开始大规模部署 4G 网络，两次移动通信基础设施的升级换代，有力地促进了中国移动互联网快速发展，以及服务模式和商业模式大规模创新。随着 4G 网络的全面部署及智能手机

广泛普及，移动上网网速大幅提高，网速瓶颈限制基本得到破除，极大优化了用户体验，移动应用场景亦得到极大丰富，促进了移动互联网快速发展。

（1）中国移动互联网市场规模

4G 网络及智能手机的普及，极大促进了中国移动互联网的发展，截至 2018 年，中国移动互联网市场规模高达 11.39 万亿元。2011-2018 年中国移动互联网市场规模走势如下：

中国移动互联网市场规模

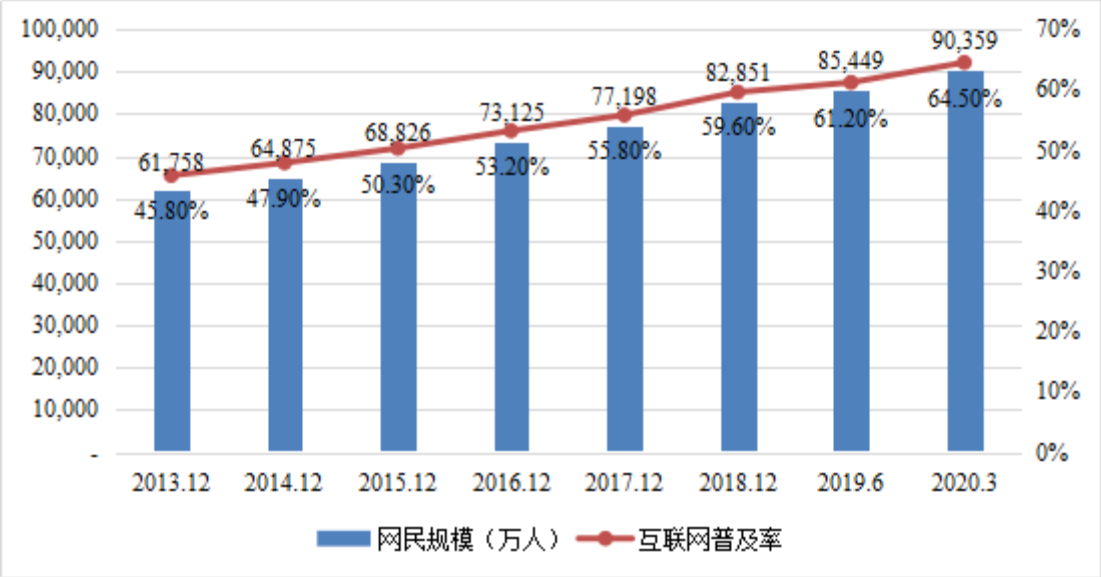


数据来源：中国互联网协会《中国互联网发展报告（2019）》

（2）中国网民规模及互联网普及率

截至 2020 年 3 月底，我国网民规模达到 9.04 亿，网民数量呈持续上升趋势，较 2018 年新增网民 0.75 亿，互联网普及率达 64.50%，较 2018 年底提升 4.9 个百分点。网民规模及互联网普及率逐步上升，互联网逐步渗透进入大众生活方方面面。2013 年至 2020 年 3 月中国网民规模及互联网普及率趋势如下：

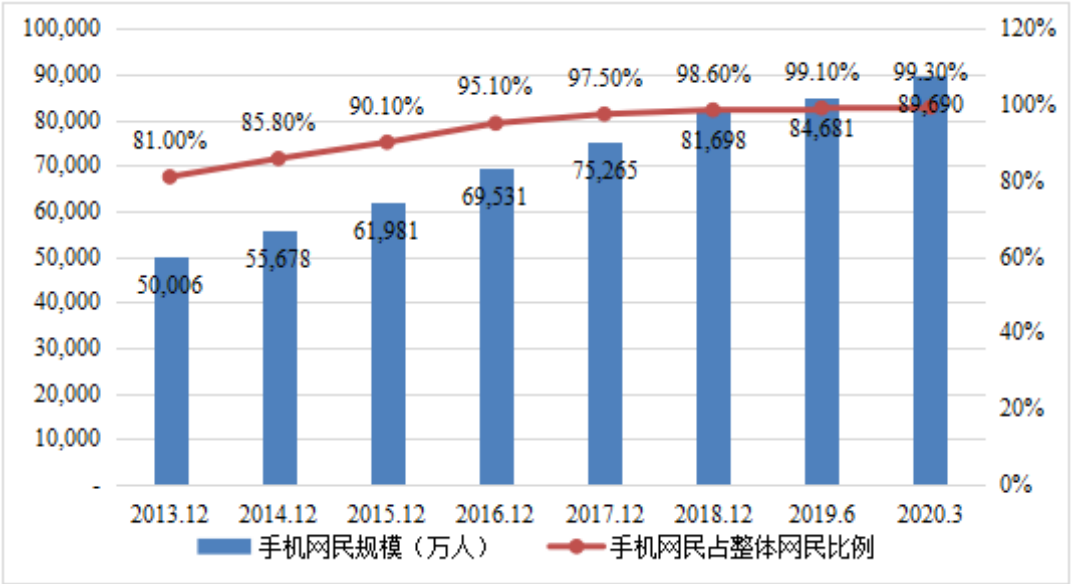
2013 年至 2020 年 3 月中国网民规模及互联网普及率趋势图



数据来源：中国互联网络信息中心《第 45 次中国互联网络发展状况统计报告》

截至 2020 年 3 月底，我国手机网民规模达 8.97 亿，较 2013 年底增加手机网民 3.97 亿，增长比率为 179.36%，手机网民规模大幅上涨。网民中使用手机上网的比例由 2013 年底的 81.0%提升至 2020 年 3 月底的 99.30%，手机网民占整体网民的比例逐年上升，移动网民的高覆盖率，为移动互联网的发展奠定了坚实的人口基础。中国手机网民规模及手机网民占整体网民比例趋势如下：

中国手机网民规模及手机网民占整体网民比例趋势图



数据来源：中国互联网络信息中心《第 44 次中国互联网络发展状况统计报告》

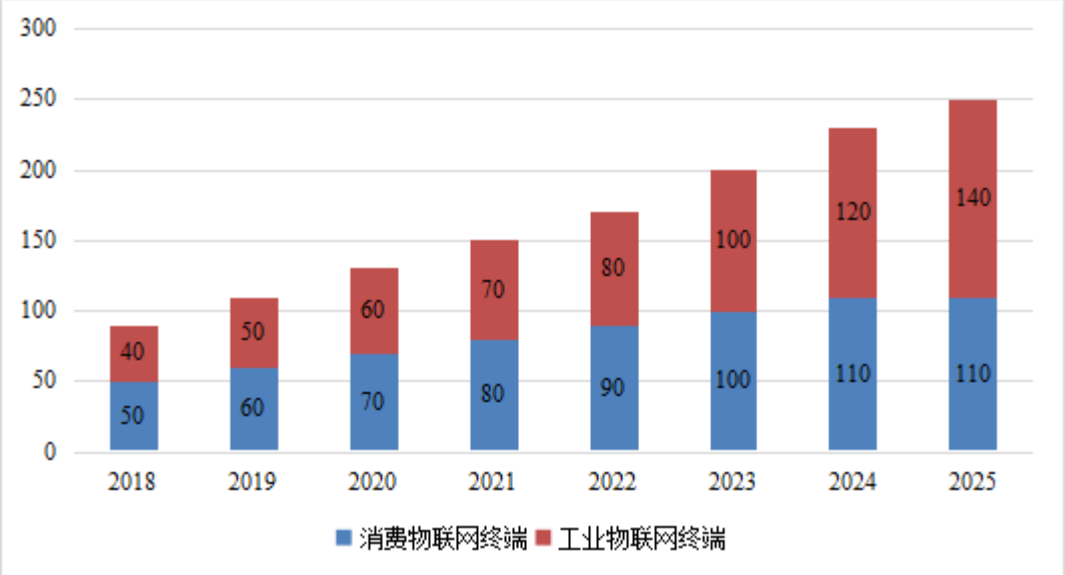
近年来，移动互联网正在成为我国主动适应经济新常态、推动经济发展提质增效升级的新驱动力。移动互联网行业以创新驱动变革，生产要素综合利用和经济主体高效协同实现内生式增长，发展势头强劲。受市场期待和政策红利的双重

驱动，移动购物、移动游戏、移动广告、移动搜索、移动支付、移动医疗、车网互联、产业互联网等细分领域都获得较快增长，蓝海价值正在显现。未来，移动互联网经济整体规模将持续增长，移动互联网平台服务、信息服务等领域不断涌现的业态创新将推动移动互联网产业走向应用和服务深化发展阶段。

2、物联网行业市场概述

在供给侧和需求的双重推动下，5G、低功耗广域网等基础设施加速构建，数以万亿计的新设备将接入网络并产生海量数据，人工智能、边缘计算、区块链等新技术加速与物联网结合，应用热点迭起，物联网迎来跨界融合、集成创新和规模化发展的新阶段，生态构建和产业布局正在全球加速展开。在全球范围内，物联网终端数量高速增长。截至 2019 年，全球物联网设备连接数量达到 110 亿个，其中消费物联网终端数量达到 60 亿，工业物联网终端数量达到 50 亿。根据 GSMA 的预测，2025 年全球物联网终端连接数量将达到 250 亿个，其中消费物联网终端连接数量达到 110 亿，工业物联网终端连接数将达到 140 亿，占全球连接的一半以上。

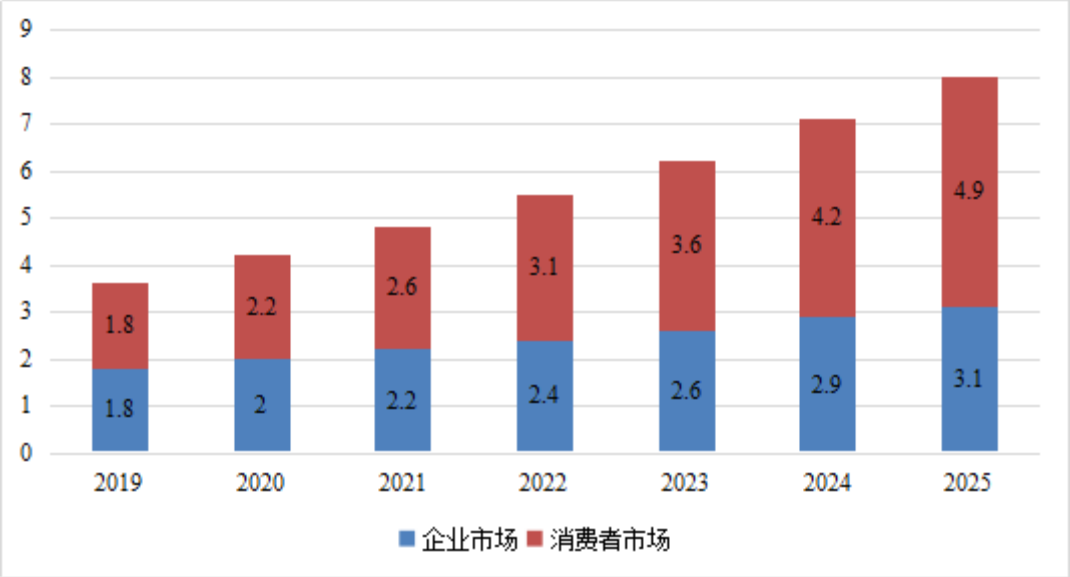
2018 年至 2025 年全球物联网终端连接数情况（单位：亿个）



数据来源：中国信通院物联网安全创新实验室，《物联网终端安全白皮书》

中国市场物联网终端连接情况与全球情况同步，GSMA 预测到 2025 年，企业市场将占据物联网终端设备连接数一半以上的份额，就增速和规模而言，智能楼宇和智能制造是关键的垂直领域；消费者市场中，智能音箱和联网家用设备将引领增长，而家庭安全是最大的垂直市场。

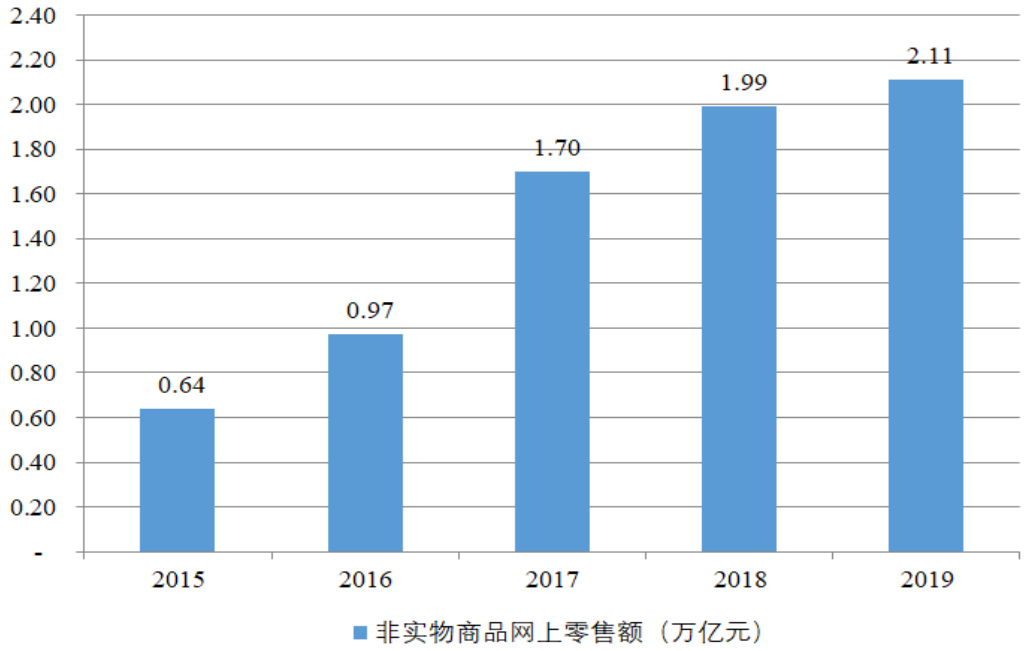
2019-2025 年中国物联网连接数预测情况（单位：十亿个）



数据来源：GSMA,《移动经济发展 中国 2020》

3、中国网络零售行业市场概述

依据国家统计局发布相关信息，“网上零售额：是指通过公共网络交易平台（包括自建网站和第三方平台）实现的商品和服务零售额之和。商品和服务包括实物商品和非实物商品（如虚拟商品、服务类商品等）。”2015 年以来，全国网络零售市场规模稳健增长，在消费升级背景下，随着居民收入水平的持续提高以及消费观念的转变，居民消费从注重量的满足转向追求质的提升，一些新兴业态不断涌出，消费结构得到不断调整，居民由实物消费逐渐向非实物服务型消费转变，伴随着新的消费热点的出现，商品结构进一步优化，以文化娱乐、休闲旅游、大众餐饮等为代表消费升级类商品快速增长。截至 2019 年末，我国网上零售交易规模 10.63 万亿元，其中非实物商品网上零售额交易规模 2.11 万亿元，较 2015 年度非实物商品网上零售额交易规模增加 1.47 万亿元，增长率为 229.69%。2015 年度至 2019 年度非实物商品网上零售额交易规模整体趋势如下：



数据来源：依据国家统计局数据整理

4、公司主要产品/服务行业现状及市场规模

（1）电信运营商流量市场

1）电信运营商流量市场行业现状

①“提速降费”政策

2015 年 5 月，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》（国办发〔2015〕41 号），要求“加快推进宽带网络基础设施建设，进一步提速降费，提升服务水平”，“提速降费”改革正式拉开帷幕。随后，三大运营商推进了多项“提速降费”举措，如降低固定宽带单位带宽和移动流量平均资费、取消国内长途漫游费推进全国一体化资费等，但仍无法满足广大移动用户的需求。

2017 年 2 月，李克强总理在国务院常务会议提出“有关方面进一步顺应社会期盼，继续深挖潜力，抓紧再出台一批提速降费新措施”。2017 年 2 月，中国联通在三大运营商当中，率先向对“套内价”“套外价”“流量包”“流量当月不清零”等各种提法令人眼花缭乱的移动通信资费套餐进行改革，发布了全新的“不限量套餐”，语音和流量均无限量，开创了国内移动通信资费“不限量套餐”的先河；2017 年 4 月，中国电信积极跟进，推出“超牛卡”国内不限量套餐；2017

年 5 月，中国移动推出“任我用”无限流量套餐。

此后，为了争夺新用户，各家运营商不断降价套餐价格，大规模推广“不限量套餐”（套餐内每月流量不限，但超过一定额度将被限速，受工信部监管要求，后来在营销宣传中更名为“达量限速套餐”），使得移动手机用户增长率及 4G 用户渗透率持续提升，手机上网用户 DOU（平均每户每月上网流量）出现了高速增长态势。依据工信部《2017 年通信业统计公报》，2017 年全年月户均移动互联网接入流量达到 1775MB/月/户，是上年的 2.3 倍，12 月当月户均接入流量高达 2752MB/月/户。

然而，对于运营商而言，面对持续的流量价格竞争，针锋相对降价确实保有了部分用户、吸引了新用户，但是不可避免地大幅拉低用户 ARPU（每用户平均收入）。依据中国联通年报数据，2017 年度移动出账用户 ARPU 达到人民币 48.0 元，2018 年度移动出账用户 ARPU 为人民币 45.7 元，2019 年度用户 ARPU 为人民币 40.4 元，呈现逐年下滑趋势；依据中国移动年报数据，2017 年度 4GARPU 达到人民币 66.4 元，2018 年度移动 ARPU 达到人民币 53.1 元，2019 年度移动 ARPU 达到人民币 49.1 元，呈现逐年下降趋势。流量降价虽然能够换得流量业务增量，但由于增量与收入的增降剪刀差幅度过大，随着流量行业进入白热化价格战，导致业务量增加无法弥补过快的资费下降，传导到收入降低层面，直接拉低了流量经营价值。根据工业和信息化部公布的《2019 年 1-7 月通信业经济运行情况》的数据显示，2019 年 1-7 月，三大运营商来自流量的业务收入同比增速已由上年同期的 12.3%下降为-0.2%，较 2018 年全年回落 10.4 个百分点。仅仅两年的时间，运营商流量收入已经从短期的高增长转变为负增长，流量作为收入占比最大的单一业务已经不能为主营业务收入的增长提供足够的动能，运营商面临流量增量不增收的局面，运营商的不限量套餐流量经营时代进入了夕阳阶段。

运营商“不限量套餐”的出现，作为阶段性吸引新用户、拉升用户流量消费的措施，虽然有其现实贡献，但也提前透支了运营商通信业务发展，其历史使命已经完成。在此背景下，2019 年 8 月初，中国电信率先把畅享套餐切换至普通版畅享套餐，变相取消了不限量套餐。随后，中国移动宣布 2019 年 8 月底前全面停售原不限量套餐，9 月 1 日正式切换至达量不限速普通套餐。同月，中国联通也宣布，在 2019 年 9 月 1 日全面停止不限流量套餐。这意味着，运营商持续

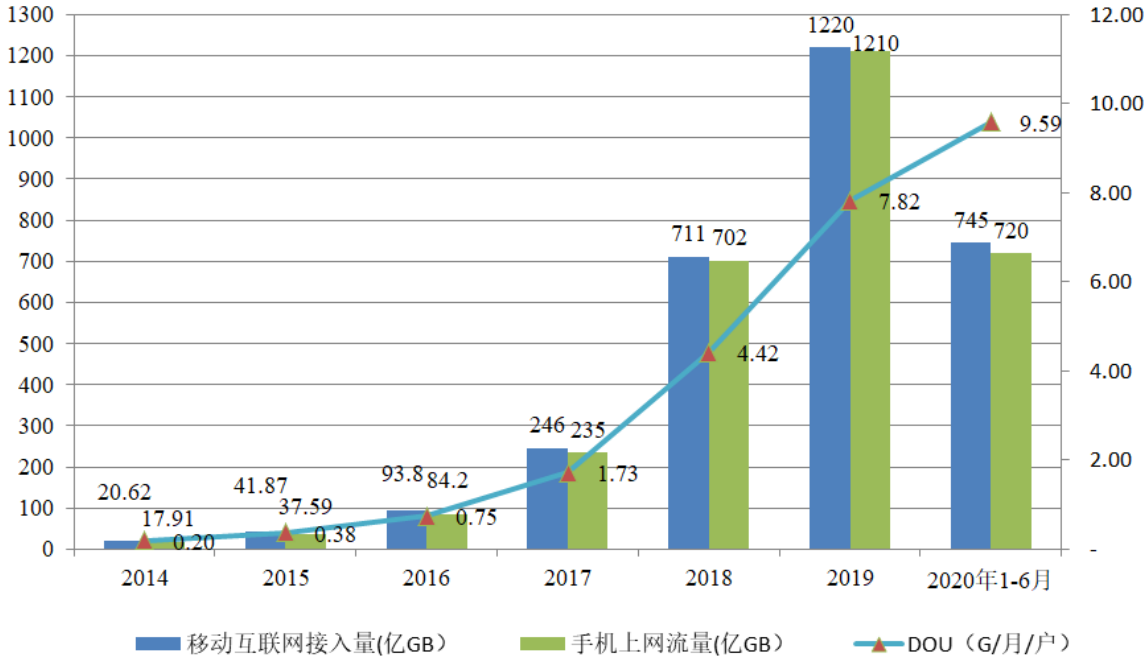
两年的“不限量套餐”已成历史。运营商通过取消流量“不限量套餐”，于长期稳定健康经营的角度来说，摆脱流量价格战，回归理性经营，获取用户套餐溢出收益，回归更优质的产品和服务，才能重新提升流量经营价值，以实现营收增长以及高质量发展的目标。

2019 年三大运营商出现全行业收入、净利润负增长，恶性竞争拖累了整个通信行业价值。2019 年底，三大运营商下发 KPI 考核内容，与以往不同的是在考核选项中，“收入市场份额提升”、“手机上网流量份额”两项权重指标被删掉，转变为考核对用户综合服务质量的提升（主要为客户满意度），另外重点考核提质增效（主要为考核完成国资保值增值任务情况，指是否完成营业收入与利润指标任务）。从竞争全面转向竞合，从高速增长转向高质量发展，将成为今后运营商经营发展的主旋律。在可预见的时间内，运营商再次推出“不限量套餐”或进入流量价格战等情形的可能性较小。

②流量市场规模

近年来，各种线上线下服务加快融合，移动互联网业务创新拓展，带动移动支付、移动出行、移动视频直播、餐饮外卖等等应用加快普及，刺激移动互联网接入流量消费保持高速增长，移动互联网接入月户均流量（DOU）继续呈现成倍上升态势，市场空间巨大。

2014 年-2020 年 1-6 月移动互联网接入量、手机上网流量及月 DOU 增长情况



数据来源：1、CNNIC，《第 45 次中国互联网络发展状况统计报告》、工信部《2019 年通信业统计公报》、《2020 年上半年通信业经济运行情况》；2、2020 年 1-6 月的 DOU（G/月/户）统计口径为 2020 年 2-6 月每月 DOU 的算术平均值。

2）电信运营商流量市场前景

2018 年 3 月，中国移动、中国联通及中国电信三大电信运营商贯彻落实国家网络提速降费改革政策，红利惠及亿万百姓和大中小企业，促进了数字经济发展和信息消费升级，激发了手机用户的流量消费需求。三大运营商发布的 2019 年度业绩报告显示，手机上网总流量、DOU、等指标均大幅增长，成为运营商维持业绩平稳增长的重要动力源。

根据中国电信 2019 年年度报告：中国电信手机上网总流量较 2018 年度增长 73.20%。根据中国联通 2019 年年度报告：手机上网总流量增长 46%，手机用户月户均数据流量达到 8GB，较 2018 年约 6GB 增长 25.00%；根据中国移动 2019 年年度报告：2019 年，移动客户净增 2521 亿户，达到 9.5 亿户。手机上网流量同比增长 90.30%，手机上网 DOU 达到 6.7GB，较 2018 年平均每月每户手机上网流量 3.6GB 增长 86.11%。

未来，伴随着 5G 商用时代的到来，移动数据传输速率将较 4G 显著加快。为了提高用户体验，图像、视频、游戏、直播等流量应用场景越来越清晰，用户交换网络数据内容会越来越丰富且交换数据量越来越大，都将极大的增加移动用

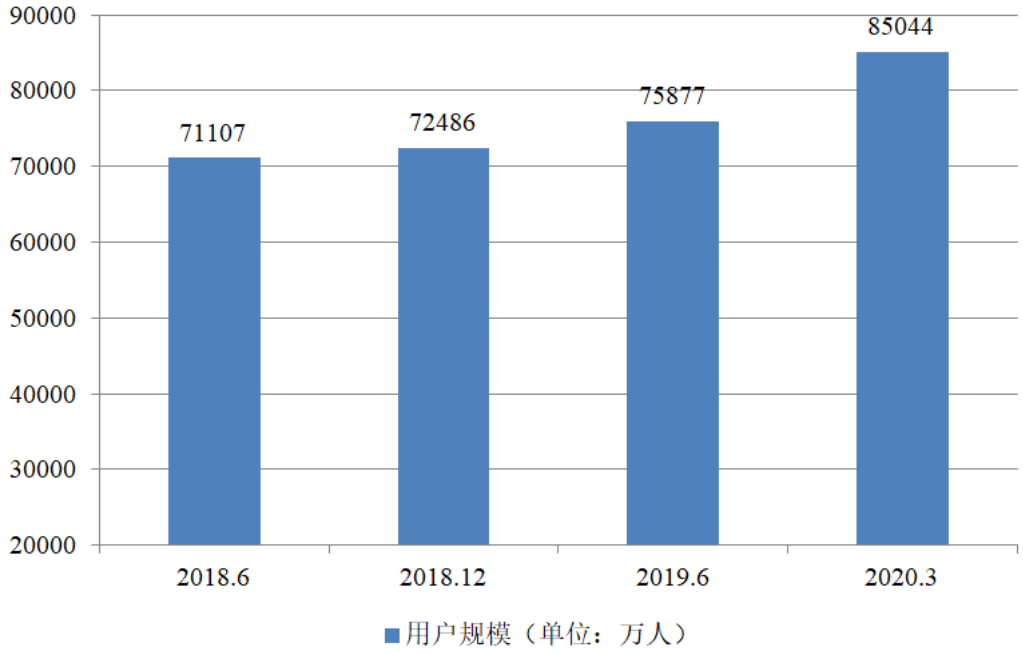
户的流量消耗，为整体流量市场提供了巨大的发展空间。

（2）网络视频行业市场概况

1）网络视频行业市场现状

当前我国网络视频市场呈现三足鼎立局面，行业内容生态体系逐步建立。市场竞争层面，腾讯视频、爱奇艺、优酷视频保持领先优势，占据市场绝大部分流量，随着爱奇艺登陆美股，头部视频平台均纳入上市企业体系，成为重要的流量入口；行业整合层面，视频平台已经串联视频、文学、漫画、音乐、线下娱乐、智能娱乐硬件等多个领域，构建了以影视内容为核心、衍生内容为辅助的内容生态布局，围绕用户需求，通过生态化战略布局构建市场竞争壁垒。未来网络视频市场的竞争，将是以内容为基础的生态之间的竞争。随着网络视频内容逐步丰富且观影便捷，有效贴合用户观影需求，用户线上观影需求及付费意愿持续得到提升，进而有效促进网络视频用户规模得到提升。

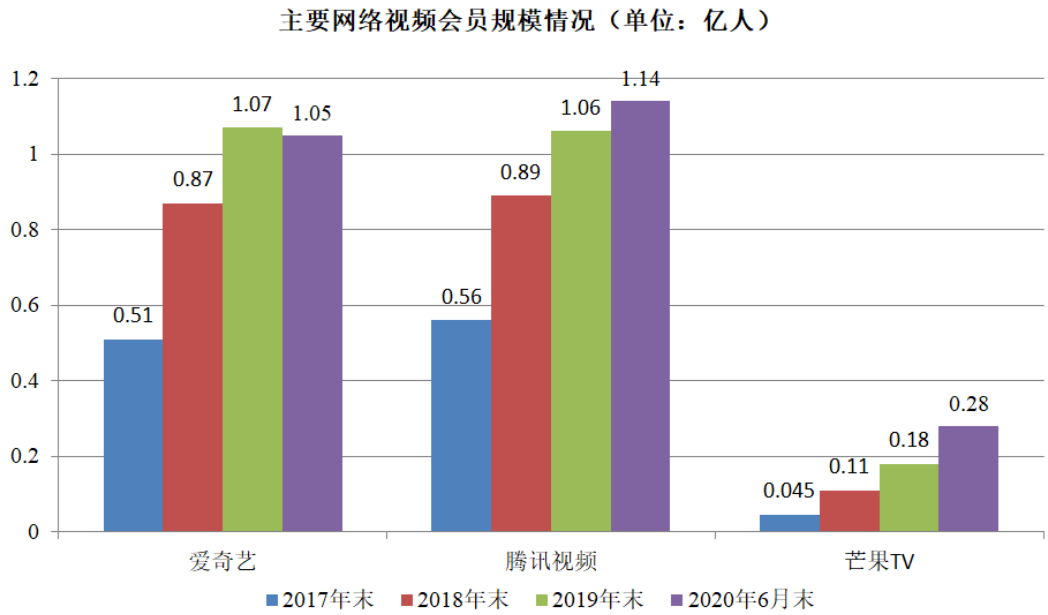
依据 CNNIC 公开数据，截至 2020 年 3 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 8.50 亿，较 2018 年底增加 1.26 亿，占网民总体的 94.1%。2018 年 6 月至 2020 年 3 月网络视频（含短视频）用户规模逐年增加，相关数据如下所示：



数据来源：CNNIC,《第 45 次中国互联网络发展状况统计报告》

目前我国网络视频的付费习惯已经逐渐养成。网络付费业务由于前期受网络

盗版问题的影响发展缓慢，近年来，随着监管部门进一步加大盗版打击力度，网络自制内容快速发展，推动网络视频付费用户比例逐年上升，带动了网络视频行业的整体收入提升。截至 2020 年 6 月 30 日，爱奇艺总订阅会员人数 1.05 亿人；腾讯视频会员服务数增长至 1.14 亿人；芒果 TV 有效会员数达 2766 万；2017 年



末至 2020 年 6 月末，主要网络视频商会员规模情况如下：

数据来源：爱奇艺、腾讯控股、芒果超媒定期报告

2）网络视频行业市场规模预测

中国网络视频平台目前主要通过会员服务和在线广告获取营收。艾瑞咨询的报告显示，中国网络视频会员服务市场的规模预计到 2022 年将达到人民币 730 亿元，年复合增长率达到 34.9%，保持着高速增长，仍然有很大的上升空间和市场空间。

（3）视频权益融合产品市场概况

2018 年以来，随着网络提速降费改革政策不断推进及流量业务漫游费取消，流量单价下滑，三大电信运营商流量经营增量较快，但收入增长率放缓。单纯流量经营已无法实现收入快速增长的需求，为缓解这一困局，三大电信运营商均开展深化流量运营举措，依据三大电信运营商公开披露年报信息，中国移动“在有效应对竞争的同时，公司进一步深化流量经营，积极推进“流量+内容+权益”一

体化创新运营，激发业务使用量，促进流量快速增长”。中国电信“坚持大流量套餐主导，优化套餐体系，精简套餐数量，聚焦头部视频类、消费类互联网公司合作，主推大流量、内容、应用、权益融合，强化渠道协同，提升用户感知，拉动流量价值和消费提升”。中国联通“公司加快向“流量+内容”的创新经营模式转型，大力推广流量型产品，叠加内容和权益，释放流量价值，移动数据业务保持强劲增长势头”。

如上，三大电信运营商在面对手机上网收入增长疲软的情形下，采取“流量+”模式来提升流量经营的价值，以流量为基础，叠加大流量消耗场景/内容，全面提升流量价值。公司视频权益融合运营服务的推出，有效贴合电信运营商流量运营策略，随着双方合作的逐步深入，将带来公司收入及盈利能力的持续提升。

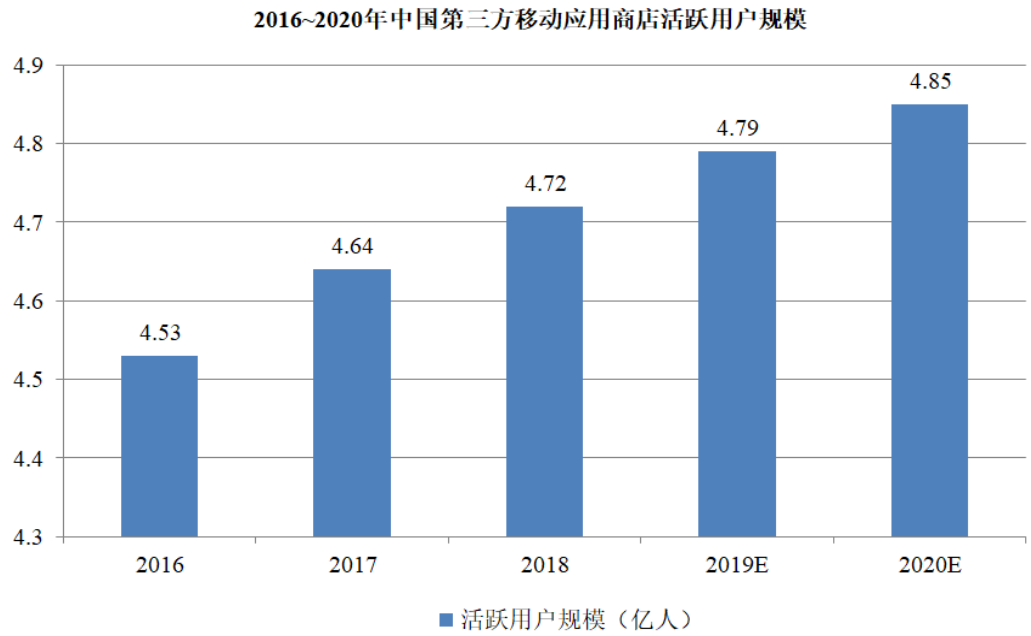
（4）移动应用分发市场概况

1）移动应用分发运营市场行业现状

移动应用分发运营指的是具有用户流量的一方，通过广告展示等形式，将自身平台用户导入到合作方 APP 的行为。目前手机移动应用主要包括基于 IOS 系统开发的应用程序和基于安卓系统开发的应用程序，由于苹果手机的特殊性使得其他应用商店难以进入，IOS 系统下的 APPstore 也形成了自身的垄断地位，安卓应用商店 GooglePlay 目前因不可抗力因素，在国内占据的比例不大，目前国内移动应用分发渠道主要集中在安卓系统的手机应用市场。近几年随着移动应用分发市场的发展，移动应用分发运营市场形成了第三方应用商店和手机厂商应用商店两大阵营鼎立的局面。在第三方应用商店中，寡头优势不断增强，各家平台的流量实力决定了未来市场位置的变化。

2）移动应用分发运营业务市场规模

随着智能手机市场规模的进一步扩大，带动了移动应用分发运营行业的需求逐渐增加，因此国内的移动应用分发市场的发展前景十分广阔。根据艾媒北极星数据显示，第三方移动应用商店市场趋于稳定，2019 年中国国内第三方移动应用商店活跃用户达 4.79 亿人，2020 年用户预计达 4.85 亿人。逐步增加的用户规模为移动应用分发市场的良好发展奠定了坚实的人口基础，随着各类 APP 应用使用人数越来越多，将带动整个分发运营市场规模进一步扩大。



数据来源：艾媒咨询

根据工信部信息通信发展司相关统计，到 2018 年底，我国移动应用的手机 APP 接近 449 万，全球排名第一。根据工信部网站统计数据，2017 年我国第三方应用商店分发数量超过 9,300 亿次，截止到 2020 年 7 月末，我国第三方应用商店在架应用分发总量已达到 13,609 亿次。互联网的发展催生一大批新的应用、新的模式、新的业态，电子政务、电子商城、网上外卖、网约车、游戏、短视频等等丰富的应用全方位影响着大家的衣食住行，也渗透到人们生活的方方面面，互联网应用分发市场规模巨大。

（5）其他数字化虚拟商品的市场概况

随着移动互联网的快速发展，人口红利逐渐见顶，获取新用户的成本将逐步增加，因此，互联网用户市场发展将从以前的增量市场逐步转化为存量市场，存量用户运营将逐步成为重要的市场策略。通过将其存量用户培养为超级用户，并通过良好的口碑产生杠杆效应，自然驱动良性发展，从而可有效赢得更多的用户。维系与存量用户的联系是运营用户的前提，基于此，各行业会员制模式应运而生。通过开通办理会员，可获取用户基础信息，建立双方之间初步联系，商家后期通过派发打折券、优惠券等一系列措施吸引会员消费。因此，会员制模式衍生越来越多的“会员卡、权益券、优惠券、消费券、折扣券等”数字化虚拟商品，进而促进数字化虚拟商品市场的发展。随着移动互联网的快速发展，数字化虚拟商品

逐渐成为人民大众需求旺盛的高频交易消费品，市场空间巨大。

（6）智慧停车行业概况

1）智慧停车业务行业现状

随着国民经济快速增长，居民消费水平日益增高，汽车不再是昂贵的消费品，在国内已实现了大规模普及，汽车保有量节节攀升。随着城市机动车保有量急剧增长，庞大的汽车数量表现出了我国经济发展强劲，人民生活质量的提高，但同时也引起了一系列的交通问题，比如交通拥堵、道路安全、停车困难等，尤其是停车困难，已经成为各大城市的通病，“停车难”已成为困扰城市管理的一个民生问题。根据公安部的数据统计：“截至 2019 年底，全国汽车保有量达 2.6 亿辆，与 2018 年底相比，增加 2,122 万辆，增长 8.83%，全国 66 个城市汽车保有量超过百万辆，30 个城市超 200 万辆，其中，北京、成都、重庆、苏州、上海、郑州、深圳、西安、武汉、东莞、天津等 11 个城市超 300 万辆。”

智慧停车是物联网应用的重要场景。智慧停车通过将无线通信技术、移动终端技术、GPS 定位技术、GIS 技术等综合应用于城市停车位的采集、管理、查询、预订与导航服务，实现停车位资源的实时更新、查询、预订与导航服务一体化，实现停车位资源利用率的最大化、停车场利润的最大化和车主停车服务的最优化。智慧停车的“智慧”主要体现为“智能找车位+自动缴停车费”。服务于车主的日常停车、错时停车、车位租赁、汽车后市场服务、反向寻车、停车位导航等。智能停车场能够集中解决人们在停车过程中遇到的停车难、找车难、通行速度缓滞、缴费方式单一等一系列问题，相比传统停车模式，智慧停车着力解决停车难等痛点，令停车管理、便捷，实现停车位资源优化配置，极大的提高了城市停车效率。

2）智慧停车业务市场规模

依据住房城乡建设部于 2015 年 9 月印发的《城市停车设施规划导则》，要求“规划人口规模小于 50 万人的城市，机动车停车位供给总量宜控制在机动车保有量的 1.1～1.5 倍之间。规划人口规模大于 50 万人的城市，机动车停车位供给总量宜控制在机动车保有量的 1.1～1.3 倍之间”。按此测算，2019 年底我国停车位的需求至少为 2.86 亿个以上，市场需求极为旺盛。

（7）OTT 机顶盒市场概况

互联网电视，又称 OTT TV，是经国家广电行政部门批准的互联网电视内容服务平台和集成服务平台，通过公共互联网传输分发，向家庭用户提供视频点播等多种服务的新业务，其终端为智能电视或 OTT 机顶盒（指代用户通过连接互联网观看在线视频的一种高清终端设备）。

伴随着物联网概念的兴起和发展，电视机顶盒也由单纯的电视信号播放设备，逐步转变为智能家居的重要入口之一。随着互联网的高速发展和物联网进程的持续推进，电视机顶盒从数字机顶盒逐步发展为网络智能机顶盒，其功能也从最初的数字信号转换、高清片源播放逐步升级为互联网视频点播、APP 应用软件下载、三屏融合（电视屏、电脑屏、手机屏）、人机互动等。网络智能机顶盒可以直接通过互联网来观看视频内容，相比传统有线电视运营商提供的内容更为丰富，有效提升用户体验感。除了视频内容的观看外，网络智能机顶盒能提供更多功能，例如游戏、教育、音乐等内容，网络智能机顶盒将逐步成为家庭娱乐中枢。

根据《2019 年全国广播电视行业统计公报》相关信息：“电信专网、互联网成为用户收看广播电视节目重要途径。2019 年全国交互式网络电视（IPTV）用户 2.74 亿户，互联网电视（OTT）用户 8.21 亿户。2019 年新媒体广告收入 828.76 亿元，广播电视机构通过 IPTV、OTT 业务取得的收入持续增加。交互式网络电视（IPTV）平台分成收入 121.23 亿元，同比增长 20.69%；互联网电视（OTT）集成服务业务收入 62.53 亿元，同比增长 33.16%。”市场发展强劲。

（四）发行人自身创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司所属行业及主营业务的创新、创造、创意特征

公司主营业务为互联网数字化虚拟商品综合服务，主要为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/4754-2017），公司所处行业为“I64-互联网和相关服务业”。

根据国家统计局印发的《战略新兴产业分类（2018）》，公司所属行业是国家

重点扶持和发展的战略性新兴产业中“新一代信息技术产业”的重要组成部分。根据国家统计局印发的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司的主营业务属于其中规定的“05 互联网与现代信息技术服务”，公司的主营业务属于新产业、新业态、新模式。

2、公司技术创新情况

公司所处的互联网服务业是当前技术发展创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。公司在发展中不断将现有技术进行升级，探索技术创新，以满足不断变化的市场需求，不断提升公司市场竞争力。

公司始终坚持市场和技术双轮驱动的研发导向，一方面通过持续跟踪、及时动态地把握客户和终端用户的潜在需求，利用行业经验为客户推出紧贴需求的服务及解决方案，为客户创造价值；另一方面，公司注重基础技术的研发和积累，根据对行业技术发展趋势的前瞻性判断，提前进行技术部署。公司秉承“工具化，自动化，体系化，平台化”的技术研发理念，坚持以用户需求为导向，采用以市场驱动的研发模式，向客户提供优质的软硬件产品及服务。在技术研发过程中，公司采取“开发-测试-认知”的反馈循环，能够快速满足、验证用户需求，持续改进技术及产品，推动公司业务快速发展。

公司平台聚合了数百种数字化虚拟商品，部分服务达近百家供应商，为此公司研发了动态服务聚合网关技术，解决了数字化虚拟商品供应商通信协议、安全认证等差异问题，将复杂的底层通讯资源转化成简单易用的标准接口，实现服务接入过程全配置化，使得开发工作变为提供可视化管理工具的运营工作，将服务接入成本从 7 人天降低到 1 人天内。此外，公司服务交易平台的路由技术可自动识别、匹配供应商能力及客户要求，在交易成本、交易时间等多个维度里选择最优的服务路径，有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。上述技术使得公司服务交易平台实现工具化、自动化，并申请取得了相关发明专利。

公司积极布局物联网应用解决方案，研发及创新物联网通信技术、设备硬件管理及大流量场景解决方案，并与腾讯联合推出的基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒。公司的 CPE 机顶盒技术可达到全网通无线数据终端机顶盒的产品要求，在不具备有线宽带网络或 Wi-Fi 网络的环境下，使用该产品可实现自主无线上网、

浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享、网络宽带输出。CPE 机顶盒技术可实现无线 2G/3G/4G/5G 网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络，解决行业用户因受环境、运营商信号不佳不能上网、资费贵的痛点，并就相关成果申请取得了发明专利。

截至本招股说明书签署日，公司拥有 **23** 项发明专利，**142** 项软件著作权；获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。公司主要核心技术的具体情况详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、发行人核心技术和技术研发情况”。

3、公司模式创新情况

公司自设立以来，基于通信技术和信息技术的迭代，持续不断的进行服务模式创新。随着 4G 网络的发展和普及，紧跟移动互联网发展步伐，公司从提供单一的移动应用 APP 分发运营服务，延伸到电信运营商流量运营服务，并创新扩展至多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务。公司聚合运营服务模式一方面使得企业集团客户摆脱了采购多种类型的虚拟商品配置多个供应商接口的繁琐程序，优化企业集团客户的数字化虚拟商品采购和运营效率；另一方面，为终端消费者提供实惠、便捷的一站式数字化虚拟商品消费体验；此外，在确保虚拟商品业务量持续稳健、快速提升的同时，也促进了渠道应用活跃度和交易量的持续提升，从而建立运营上互相依赖的关系，创新性的实现了数字化虚拟商品交易环节参与者的多方共赢。

随着物联网生态构建的加速展开，物联网产业升级浪潮持续加速，公司积极进行服务创新，针对物联网应用场景对无线接入网络低成本、高速率及高效率运营管理等需求，为客户提供定制化的物联网应用解决方案，作为公司战略业务的增长点。公司服务模式创新和主营业务的发展历程详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务及设立以来的变化情况”之“（四） 设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况”。

4、公司业态创新情况

在运营商业务受到互联网新兴业务的挤压及流量价格过度竞争，面临流量经

营收入增长乏力的背景下，公司联合运营商及头部网络视频商推出由运营商流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流媒体、私人云服务等通信服务产品叠加视频内容权益，向用户提供视频权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量，业务增收的目标。该业务获得了运营商、网络视频商和终端用户的高度认可，使得公司经营规模再上台阶。

随着 5G 通信技术的逐步全面商用，公司开发了将家庭上网、看电视、视频会员、智能家居等服务诉求进行融合的蜂助手 CPE 机顶盒产品，满足家庭上网看电视、宽带、路由及未来控制智能家居的需求，积极探索智慧客厅服务的新业态。

未来，公司将顺应国家创新驱动发展战略规划，以技术创新为企业发展的核心驱动力，紧跟国家政策导向，把握大数据、5G、人工智能等通信技术和信息技术的发展趋势，不断加大研发投入和科技创新人才培养力度，持续推进技术创新、服务创新的能力建设，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。

综上，发行人符合创业板所定位的传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的成长型创新创业企业。

（五）发行人产品或服务的市场地位

1、公司市场地位情况

国内的互联网数字化虚拟商品相关服务行业中，各企业的服务价值点虽存在重合，但瞄准的目标客户群体及提供服务具有差异。

公司致力于成为国内领先的数字化虚拟商品综合服务提供商，是行业内少数基于“技术+产品+服务”软硬件一体化、多行业多品类聚合/融合运营的数字化虚拟商品综合服务提供商。

近年来，公司凭借在技术研发、运营赋能、资源渠道、客户响应等多方面展现出的综合实力，使得蜂助手在行业内形成了较高的品牌信誉度和竞争力。目前，公司已与三大运营商中国移动、中国电信、中国联通建立了直接合作关系，为其提供视频权益融合运营服务、分发运营服务及技术服务；是爱奇艺、优酷、芒果 TV 三家头部网络视频商在约定运营商渠道开展视频权益融合产品市场活动的授

权代理商，具有一定的竞争壁垒；为中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO 手机等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，并通过供货合作商间接为众多银行、保险等优质客户提供服务；与腾讯联合推出基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒产品；亦向华为提供技术服务。

公司曾先后获得“中国移动集团全业务代理商”、“中国移动物联网优秀合作伙伴”、“中国联通价值贡献奖”、“华为最具潜力合作伙伴”、“华为产品合作项目保障奖”、“优酷 VIP 会员最佳合作伙伴奖”等称号及荣誉，得到了主要客户及渠道的高度认可，在行业内建立了良好的声誉，塑造了良好的企业形象。

综上，公司与大型知名企业建立了稳定的合作关系，并形成了一定的业务壁垒，公司在移动互联网数字化虚拟商品综合运营服务领域具有一定的竞争力。

物联网应用解决方案是公司未来重点发展的领域。公司基于移动互联网数字化虚拟商品运营服务奠定的经营基础及平台技术优势，积极培育及布局物联网应用新业态，为公司业务拓展及数字化虚拟商品销售提供了新的载体及渠道。目前，公司已与腾讯合作推出基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒产品，并为咪哒唱吧线下店提供物联网硬件解决方案及流量解决方案。**报告期内，公司物联网业务尚处于开拓期，**未来公司将加大市场开拓力度，不断提升在物联网应用领域的市场地位及行业竞争力。

2、结合公司技术先进性、市场占有率、产品毛利率等对其市场地位作进一步量化分析

（1）技术先进性方面

截至本招股说明书签署日，公司拥有23项发明专利（另外正在受理中的发明专利申请共38项），142项软件著作权；获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。通过对前瞻性和关键性技术的探索，公司已掌握多项核心技术，积累了较为丰富的研究成果，具有一定的技术先进性及市场地位。

（2）市场占有率方面

报告期内，公司为中国建设银行、中国银行、碧桂园等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，通过终端行业客户的服务商向银行、保险等终端行业客户提供流量服务，并向科大讯飞、VIVO手机、腾讯、优世联合等众多知名企业提供流量服务。公司与爱奇艺、优酷、芒果TV及电信运营商共同合作视频融合业务，凭借优秀的服务支撑能力，成为2018年度及2019年度爱奇艺在运营商渠道的第一大代理服务商，是优酷及芒果TV的重要战略合作伙伴。公司自2012年成立起从事运营分发业务，经过多年行业运营沉淀，积累了大量优质分发渠道，与较多优质互联网分发商建立了合作关系，为10086APP、微信读书、抖音、支付宝等众多知名APP提供分发运营服务。综上，公司与上述优质客户建立良好的合作关系，体现了公司具有一定的市场地位。

（3）毛利率方面

报告期内，数字化虚拟商品综合运营业务为公司收入的主要来源，占报告期内总收入的80%以上。选取互联网服务行业中部分业务相似的上市公司作为公司的可比公司，可比公司与本公司毛利率对比情况如下：

名称	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	信息服务业	55.86%	26.00%	20.78%	22.84%
彩讯股份（300634）	技术服务	47.43%	42.95%	45.43%	46.04%
通鼎互联（002491）	流量及数据营销	26.44%	31.66%	28.96%	49.71%
号百控股（600640）	互联网文娱服务	5.82%	26.33%	37.46%	34.91%
平均		33.89%	31.74%	33.16%	38.38%
蜂助手	综合毛利率	35.04%	33.22%	37.74%	24.20%

由上表，公司2017年通用流量运营服务的收入权重较高，受“提速降费”及客户结构等影响，该年毛利率较低，低于可比公司平均毛利率。2018年度至2020年1-6月，公司综合毛利率略高于可比公司平均水平。公司在发展过程中，持续丰富及迭代业务内容，优化客户结构，盈利能力逐步提升。整体来看，公司毛利率与同行业可比公司平均毛利率水平相当。

综上，公司在技术先进性、市场占有率、毛利率方面具有一定的市场地位。

（六）发行人技术水平及技术特点

1、技术水平

数字化虚拟商品综合服务提供商主要通过运营系统相关技术为客户提供数字化虚拟商品交易及运营服务解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务。行业技术水平主要以运营系统的技术成熟度以及服务水平为主要衡量标准。

运营系统技术方面，行业中进入业务平台化阶段的企业较少。业务平台化的核心是利用业务抽象建模解决绝大部分共性工作，并保持系统架构的开放性解决少量个性化工作，具有高聚合、松耦合、数据高可用、资源易集成等特性。随着平台开发技术的逐渐成熟，公司独立开发蜂助手综合服务云平台作为向客户提供服务及解决方案的基础能力和重要工具，通过平台化业务系统，公司能够深入结合客户需求、行业特点和业务流程，更准确、更高效提供定制化的解决方案，在提供平台化运营服务、定制研发与技术服务方面具有一定优势。

在服务水平方面，数字化虚拟商品交易及相关服务具有较高的复杂性，其涉及的数字化虚拟商品覆盖面广，IT 专业技能广泛且精细度较高；高水平的交易服务及解决方案需要丰富的产品及服务资源，以及对人员、技术、交易流程进行全面、精准、高效的管理，才能保证客户满意度及客户体验，并有效控制成本。近年来，随着公司技术研发水平及整体运营能力的逐步提高，不断深入理解行业应用、客户需求，公司将多类别的数字化虚拟商品、应用场景、渠道资源、IT 技术整合，实现数字化虚拟商品了交易及运营服务的高效管理和提供，并且在提供平台化的服务及综合应用解决方案能力方面，具有一定的专业化服务优势。

报告期内，公司凭借自身技术优势，成为华为、中国移动、中国联通的技术服务合作商，向其提供技术服务。公司为华为提供的“互联网基地 H5/TV 客户端”技术服务项目，获得了华为 2018 年“产品合作项目保障奖”荣誉。

2、技术特点

数字化虚拟商品相关服务行业具有产品繁多、服务广泛、技术精细、不间断与实时性的技术特点。具体而言：

（1）产品繁多，是指服务提供商提供的数字化虚拟商品及服务资源品类繁

杂，涵盖运营商、互联网服务平台、电商网购平台等众多行业，需要通过平台技术将数百种数字化虚拟商品交易服务动态归集到平台中进行集成管理，并封装为标准化的服务能力。

（2）服务广泛，是指服务提供商通过对客户的需求进行全面、细致和深入的理解后，服务商需要具备较强的技术服务能力和自主研发能力以满足不同客户的广泛需求，为其提供涵盖交易、营销、运营、结算、技术、客户服务等全方位运营支撑服务。

（3）技术精细，是指服务提供商通过对业务模式进行逻辑划分，总结出高度抽象的建模方法、形成科学合理的体系架构，使得框架和功能之间的分离，功能与数据之间的分离，实现对产品、技术、交易流程进行全面、精准、高效的管理，以及对解决方案进行个性化与精细化的设计开发。

（4）不间断与实时性，是指需要服务提供商提供全年无休的 7×24 小时保证服务，当故障发生后能够及时地提供技术响应，并在承诺的时间内解决和排除故障，确保业务系统的不间断运行。

（5）完善的研发体系，是指公司独立研发的 PaaS 研发服务平台（Platform as a Service，平台即服务）覆盖项目及需求管理、开发框架、测试及发布、微服务治理、运维监控、信息及网络安全等整个研发和运维的生命周期管理，达成了持续集成、全面监控的目标。业务开发团队只需要关注业务逻辑、开发应用及产品，从而提升了产品交付效率，更快的响应市场需求。

（七）行业主要企业情况

公司是一家互联网数字化商品综合服务提供商，业务领域涵盖移动互联网数字化商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，物联网流量服务、硬件及应用解决方案以及技术服务等业务，涉及细分业务领域较广。报告期内，移动互联网数字化商品综合运营服务业务为公司收入和利润的主要来源。目前国内还未有与公司的业务类型和业务结构完全相近的可比上市公司，根据公司业务的特性，综合考虑主营业务、服务应用领域及业务可比性等因素后，选取部分业务相似的同行业可比公司，具体如下：

1、大唐高鸿数据网络技术股份有限公司

大唐高鸿数据网络技术股份有限公司成立于 1994 年 1 月，于 2003 年 11 月在深圳证券交易所上市，股票代码为 000851。高鸿股份是一家面向企业信息化应用的物联网和融合通信技术、产品的服务提供商，面向广大个体消费群体的移动互联网和互联网支撑的服务提供商，主要业务包括车联网业务、工业互联网业务、可信云计算业务、广电业务、互联网通信业务营销、移动传媒业务、IT 销售业务。其中，互联网通信营销业务由高鸿股份子公司北京高阳捷迅信息技术有限公司实施（成立于 2005 年，于 2013 年被高鸿股份并购），主要从事的业务包括互联网小额数字化商品交易业务、支付软件业务及互联网通信业务营销等业务。

2、彩讯科技股份有限公司

彩讯科技股份有限公司成立于 2004 年 1 月，于 2018 年 3 月在深圳证券交易所上市，股票代码为 300634。彩讯股份是一家产业互联网解决方案和技术服务提供商，主要为行业客户提供互联网应用平台的产品开发、系统建设、运维及运营支撑服务，为客户提供软硬件整体解决方案。在技术服务业务中，智能营销业务由彩讯科技子公司深圳腾畅科技有限公司实施，主要从事整合移动、联通和电信三大运营商通用流量等资源，为大中型企业提供运营以及技术服务等数字营销综合解决方案，并通过自建的计费平台对客户实际流量消耗情况进行监控计费。

3、通鼎互联信息股份有限公司

通鼎互联信息股份有限公司成立于 2001 年 2 月，公司于 2010 年 10 月在深圳证券交易所上市，股票代码为 002491。通鼎互联主要业务包括光电通信、网络安全和移动互联网等业务板块。在移动互联网板块中，通鼎互联全资子公司苏州瑞翼信息技术有限公司主要业务包括集合三大运营商手机流量资源，为中小企业提供移动互联网营销解决方案及系统开发服务，主要产品包括“流量掌厅”、“116114 微生活”等。

4、号百控股股份有限公司

号百控股股份有限公司成立于 1992 年，是中国电信旗下唯一 A 股上市公司，股票代码为 600640。公司主要经营电子商务、商旅预订、积分兑换、酒店运营管理及视讯、游戏、动漫、阅读、应用分发五项文娱服务业务。互联网文娱服务

的主要经营模式为内容运营，主要为中国电信用户以及公司自有渠道发展的用户提供基于移动互联网的在线视频、游戏、阅读和动漫画等互联网文娱服务，盈利模式为会员付费、内容分发计费、流量结算、产品开发以及互联网广告等方式。

（八）发行人竞争优势与劣势

1、发行人的竞争优势

（1）客户及渠道资源优势

多年来，公司在移动互联网行业积累及沉淀了深厚的客户及渠道资源，并积极拓展物联网行业，与众多优质客户及渠道资源建立了良好的业务合作关系。目前，公司已与三大运营商中国移动、中国电信、中国联通建立了直接合作关系，为其提供视频权益融合运营服务、分发运营服务及技术服务；是爱奇艺、优酷、芒果 TV 三家头部网络视频商在约定运营商渠道开展视频会员销售活动的授权代理商，具有一定的竞争壁垒；为中国建设银行、中国银行、中石化、碧桂园、VIVO 手机等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，并通过合作商间接为众多银行、保险等优质客户提供服务；与腾讯联合推出基于物联网技术的智能 CPE 机顶盒产品；亦向华为提供技术服务。公司在与客户和渠道合作过程中，始终坚持以客户需求为导向，打造了多方共赢的可持续商业生态，与优质客户及渠道建立了稳固的合作关系，形成了较强客户及渠道资源优势，为公司的持续发展提供了坚实保障。

（2）技术创新优势

公司所处的互联网数字化虚拟商品服务行业是当前技术发展和模式创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。公司在发展中不断将现有技术进行升级，探索新技术、新服务模式，以满足不断变化的市场需求，不断提升公司市场竞争力。作为高新技术企业，持续的研发创新能力是公司的核心竞争力之一，也是公司保持服务和解决方案竞争优势的关键因素。

公司自主研发动态服务聚合网关技术，解决了数字化虚拟商品供应商通信协议、安全认证等差异问题，将复杂的底层通讯资源转化成简单易用的标准接口，实现服务接入过程全配置化，使得开发工作变为提供可视化管理工具的运营工作，将服务接入成本从 7 人天降低到 1 人天内。此外，公司服务交易平台的路由技术

可自动识别、匹配供应商能力及客户要求，在交易成本、交易时间等多个维度中选择最佳服务路径，有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。上述技术使得公司服务交易平台实现工具化、自动化，并申请取得了相关发明专利。此外，公司积极布局物联网应用解决方案，研发及创新物联网通信技术、硬件设备管理及大流量场景解决方案，并**与腾讯联合推出基于物联网技术、可实现自主无线上网的智能 CPE 机顶盒，为公司物联网业务的发展，奠定了一定的技术与服务基础。**

公司的技术研发团队具有多年互联网技术研发经验，截至 2020 年 6 月 30 日，公司人员总数为 247 人，其中技术研发人员占总人数的比例为 51.42%；截至本招股说明书签署日，公司拥有 **23** 项发明专利，**142** 项软件著作权；获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。

（3）行业经验优势

近年来，移动互联网正在成为我国主动适应经济新常态、推动经济发展提质增效升级的新驱动力，数字化虚拟商品成为人民大众的普遍需求，移动通信技术、网络视频内容、移动应用 APP、移动支付等相关领域发展迅速。公司在本行业深耕细作多年，凭借丰富的行业经验，在行业重要发展转折点，都能较准确的把握行业机会，对市场需求和行业发展有着深刻的理解和敏锐的嗅觉。

在 2012 年创立初期，公司抓住 PC 互联网向移动互联网转变的行业契机，与电信运营商、移动应用 APP 开发者及发行商展开了 APP 分发运营服务业务合作，奠定了公司在移动互联网数字化虚拟商品行业的技术及市场渠道网络的基础。2015 年，网络视频类、在线消费类 APP 得到了规模化应用并开始向会员化经营模式转变，智能手机用户对移动数据流量的需求爆发，公司洞悉行业需求迅速开拓了流量运营服务业务，并扩展到多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务业务，构建了丰富的虚拟商品及渠道体系基础，拥有了技术储备和资源整合能力。2018 年，在运营商经历流量价格过度竞争，面临经营收入增长乏力的背景下，公司凭借敏锐的行业嗅觉，洞察市场机会，强化产品及渠道协同，联合运营商及头部网络视频商推出由运营商流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流

媒体、私人云服务等通信服务产品叠加视频内容权益的融合虚拟商品，获得了行业合作商和终端用户的高度认可，业务规模再上台阶。

行业沉淀的能力和经验，为公司在每一阶段发展中较为准确的把握市场机遇，对市场变化做出快速反应，准确制定关键性经营战略决策上提供了有效保障。

（4）业务协同优势

经过多年的经营探索和积累，公司已培育及建立了自成体系且协同发展的产品及服务生态体系，目前，公司提供的服务及解决方案主要应用于移动互联网及物联网两大方向，服务内容包括数字化虚拟商品综合运营服务（聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务）、物联网应用解决方案（流量解决方案、硬件解决方案、场景解决方案）及技术服务三大板块；聚合管理数十个行业数百种充值、缴费、办理类的优质数字化虚拟商品资源；服务直接及间接面向领域包括运营商流量运营、个人数字化商品购买、家庭上网娱乐、城市智慧民生等多个生活服务场景。

公司各项业务及各个场景关联密切，互为能力支持，协同发展。公司视频权益融合运营服务是聚合运营服务的延伸和拓展，将运营商通信服务产品和网络视频会员组合重构为融合虚拟商品，受到市场终端用户的高度认可；公司与腾讯联合推出的腾讯极光集成 CPE 功能的 OTT 机顶盒通过内置物联网流量解决方案，同时与视频会员权益绑定，为运营商流量、视频会员相关运营服务的拓展及数字化虚拟商品的销售提供了新的载体及渠道；公司通过发展智慧停车业务，有效聚合了支付、语音、话务等基础服务能力，促进了物联网流量解决方案业务的扩展，从而反哺公司相关业务。公司通过优化和建立多层次业务结构，提高了公司对客户的综合服务能力，大幅提升了客户粘性；同时，有效避免了单一业务运营模式和单一应用场景的短板，有效增加了营收来源的多样性，提升了经营稳健性。

（5）品牌优势

公司在互联网数字化虚拟商品领域拥有丰富运营经验，**在发展经营过程中不断提高运营服务质量、提升售后服务、优化客户关系维护，使得“蜂助手”在客户及渠道合作伙伴中拥有良好的品牌信誉度。具体而言，运营服务质量方面，公司除提供虚拟商品外，还根据客户需求提供主流热点的营销策划、运营支撑**

服务等。公司能够在虚拟商品基础上结合客户行业属性，进行二次产品设计和创新，如公司视频融合运营业务，通过对运营商流量及视频会员权益整合，组合设计出新的套餐产品及运营推广方案，快速提升销售规模，成为中国移动及爱奇艺、优酷、芒果TV三家头部视频商的重要合作伙伴，积累了行业高标准的运营服务经验。

售后服务方面，公司对售后事故实行分级管理，响应及时机制，拥有专门客服团队，由客服团队提供400电话、在线客服、各类沟通群组等方式的咨询及投诉处理，每天8：00-23：00，一周7天全年不间断客户接入电话或在线服务咨询及客诉受理。公司客服团队具有专属客服系统平台，针对客户来电或在线咨询、投诉问题均有工单记录，确保客户反馈问题件件有着落，事事有回应。此外，工单记录包括创建、流转、处理、回复、问题结案均由系统记录，确保客户反馈问题过程中需要核实处理进度等，可以快速有效将问题跟进及处理过程及时同步客户。

客户关系维护方面，对于个人客户，公司定期通过蜂助手APP及各类渠道入口，组织新老客户线上福利活动，通过赠送权益及减免价格的方式让客户享受福利，提升用户活跃度及转化率；对于企业集团客户，公司根据集团客户的重要程度，采取不同的客情维系措施。目前，公司与一批知名行业客户建立了较为稳固的合作关系，如中国移动、华为、腾讯、科大讯飞、优世联合、VIVO手机、湖南快乐阳光等，开拓了中国建设银行、中国银行、碧桂园、中石化等渠道入口。

近年来公司获得了“中国移动集团全业务代理商”、“中国移动物联网优秀合作伙伴”、“中国联通价值贡献奖”、“华为最具潜力合作伙伴”、“华为产品合作项目保障奖”、“优酷VIP会员最佳合作伙伴奖”等称号及荣誉，得到了主要客户及渠道的认可，在行业内建立了良好的声誉，塑造了良好的企业形象。

（6）管理及人才优势

公司拥有一支经验丰富、锐意创新、富有创业激情的管理团队，管理团队成员大部分在行业中奋斗了十几年甚至二十几年，对移动通信及互联网行业有深刻认识和理解，积累了丰富的行业经验，具备极高的敏感性和前瞻性，善于分析市场、把握机会，为公司发展制定合理的业务经营模式和市场拓展规划。公司自成

立以来始终重视人才团队的建设，通过多年的持续经营，随着业务结构不断丰富、产品线日趋完善、企业规模持续扩大，培养及建立起了一支技术先进、经验丰富、团结合作的专业人才团队，形成了包括市场研究、产品规划、技术研发、运营支撑、客户服务等多层次人才结构。此外，公司亦非常重视研发质量、服务、安全体系的建设，先后通过了 ISO9001、ISO20000、ISO27001、3C、CMMI-3 等相关认证，并在日常的研发过程中形成了一套严谨有效的项目管理规范和流程体系。优秀的复合型团队和健全的管理流程体系为公司实现健康、持续发展奠定了坚实的基础。

2、发行人的竞争劣势

（1）融资渠道过于单一

近年来，伴随行业的快速发展，公司经营规模不断扩大，品牌知名度不断提高。公司从事的互联网数字化虚拟商品运营服务属于资金密集型业务，有着较大的资金需求，同时，为进一步提升公司市场地位和核心竞争力，公司需要在平台技术改造升级、产品和解决方案创新、业务的运营推广等方面持续投入大量资金。但公司目前融资渠道较为单一，整体资本规模偏小，一些具有战略意义的项目受资金制约无法及时开展，资金实力欠缺已经成为制约公司规模快速发展的重要问题。在本次股票发行上市后，公司的资本规模、融资能力将到改善，公司的快速发展将获得有力的资金支持。

（2）专业人才储备不足

公司所处的互联网服务行业是一个业务充分竞争、技术日新月异的行业，人才驱动和资本驱动的双驱动战略是公司在快速发展中取胜的法宝。其中，高技术和运营复合型的人才驱动又是公司赖以发展的核心驱动力。尽管公司目前已经拥有一批专业技术人才及运营人才，但与大型互联网企业相比，公司研发人才的绝对规模仍较小，一定程度上影响了公司快速发展。

（3）经营规模相对较小

经过多年的积累，公司已发展成为互联网数字化虚拟商品综合服务行业较具竞争力的企业之一，但公司规模仍然较小，资本实力仍然较弱。公司仍要进行大规模持续的业务与技术创新，并积极探索新业务新领域，以应对来自竞争对手的

市场竞争。

（九）行业发展态势

伴随 4G 网络及智能手机的普及，移动互联网过去几年经历了高速增长，移动互联网的发展浪潮推动着各行各业快速进入会员制模式，即权益化和会员化发展，会员制模式催生越来越多的“会员卡、优惠券、消费券、折扣券等”数字化虚拟服务产品。随着越来越多的数字化虚拟商品产生，催生了越来越多的数字化虚拟服务产品分销的参与者，单纯的分销服务由于技术门槛等要求不高，市场竞争较为激烈。数字化虚拟商品聚合运营基于其“技术+产品+服务”软硬件一体化、多行业多品类聚合/融合运营的模式，对市场参与者的技术能力、产品组合运营能力、渠道及资源整合能力及服务支撑能力等均提出较高的要求，多品类聚合运营市场参与者相对较少，整体渗透率较低，数字化虚拟商品聚合/融合运营领域更多需求尚待挖掘，仍具有广阔市场前景。

物联网具有产业链长、从业者众多的特点，产业链大体可分为上游的传感器及接入设备产业、中游的通信网络运营产业，以及下游的物联网应用相关产业三大部分，位于产业链中游的公共通信网络与互联网运营商处在垄断竞争阶段，网络基础设施建设较为完备，但是上游的传感设备、接入设备制造以及下游的物联网应用市场参与者众多且较为分散。近年来，物联网市场呈现加速发展的态势，可穿戴设备、智能家电、自动驾驶汽车、智能机器人等设备与应用的发展促使数以百亿计的新设备将接入网络，万物互联的时代正在加速来临，将推动物联网应用市场规模爆发式增长。

（十）发行人面临的机遇和挑战

1、发行人面临的机遇

（1）国家产业政策的支持

随着信息网络技术迅猛发展和移动智能终端广泛普及，移动互联网以其泛在、连接、智能、普惠等突出优势，有力推动了互联网和实体经济深度融合，已经成为创新发展新领域、公共服务新平台、信息分享新渠道。近年来，国家相继出台了一系列政策支持本行业发展。《战略新兴产业分类（2018）》将互联网相关服务划分为战略新兴产业中的新一代信息技术产业，鼓励相关产业发展。另外，中央

委员会、中共中央办公厅、国务院办公厅、各部委等相继发布《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》、《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》、《软件和信息技术服务业发展规划（2016－2020 年）》、《信息通信行业发展规划（2016-2020 年）》、《信息通信行业发展规划物联网分册（2016－2020 年）》、《关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见》等鼓励行业发展的重要政策文件，上述政策的实施，为行业健康有序发展提供良好的政策环境，营造了良好的成长空间，有效促进行业参与者迅速发展壮大。

（2）潜在市场需求的保障

移动互联网领域持续不断的创新热潮推动市场上涌现出许多受到用户欢迎的移动应用及服务，吸引越来越多的网民接入移动互联网，智能手机普及以及移动网络的发展为有线网络接入受限的人群和地区提供了使用互联网的可能性，进一步扩大互联网使用群体。根据中国互联网络信息中心 2019 年 8 月 30 日发布的第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2019 年 6 月底，我国手机网民规模达 8.47 亿人，较 2011 年底增加手机网民 49,123.00 万，增长比率为 138.15%，手机网民规模大幅上涨。网民中使用手机上网的比例由 2011 年底的 69.30%提升至 2019 年 6 月底的 99.10%，手机网民占整体网民的比例逐年上升，手机网民的高覆盖率，为移动互联网的发展奠定了坚实的人口基础。

（3）通信技术进步的推动力

2019 年 6 月 6 日，工业和信息化部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放 5G 商用牌照。这标志着我国正式进入 5G 商用元年。5G 作为新一代信息通信技术演进升级的重要方向，是实现万物互联的关键信息基础设施、经济社会数字化转型的重要驱动力量。5G 是第五代移动通信网络的简称，相比前几代移动通行网络，5G 在用户体验速率、连接数密度和时延方面具备明显的优势，其连续广域覆盖和热点高容量可满足未来的移动互联网业务需求，低功耗大连接和低时延高可靠可满足未来物联网市场需求。5G 的发展，将为移动互联网及物联网的发展提供良好的技术支撑。随着 5G 商用，基础通信足够发达和完善，进而承载无限可能，无线替代有线的无线化趋势将加速，物联网将快速推动产业的智能化升级，数字生活将成为人民大众的普遍需求。

2、发行人面临的挑战

（1）人才竞争激烈

移动互联网、物联网行业是技术密集型行业，其发展有赖于大量高水平专业技术人员的参与。随着移动互联网的迅速发展，我国互联网生活服务市场一直以较快的速度发展，企业规模不断扩大，对具有丰富经验的技术人才更加渴求。另外，除解决技术问题外，随着行业的逐步发展，对行业内市场策划、运营策划、客户服务、信息管理等关键高精尖管理人才的需求也较为迫切。

（2）市场竞争不断趋于激烈

由于行业发展潜力巨大，吸引了众多资金进入该行业，更多市场竞争者的加入将使得对客户的争夺更为激烈。由于行业内企业众多，为客户提供了更多可选择性，进而导致企业获取并留住用户的难度及成本增加，同时，也对行业内企业的产品创新、运营管理、技术研发等各方面都提出了更高的要求。

（十一）通用流量市场情况、公司竞争优势及相关业务持续性

1、市场规模整体情况

近年来，各种线上线下服务加快融合，移动互联网业务创新拓展，带动移动支付、移动出行、移动视频直播、餐饮外卖等等应用加快普及，刺激移动互联网接入流量消费保持高速增长，移动互联网接入月户均流量（DOU）继续呈现成倍上升态势。三大运营商发布的2019年度业绩报告显示，手机上网总流量、DOU等指标均大幅增长，成为运营商维持业绩平稳增长的重要动力源。根据中国移动2019年度报告：“2019年，移动客户净增2521亿户，达到9.5亿户；手机上网流量同比增长90.30%，手机上网DOU达到6.7GB，较2018年平均每月每户手机上网流量3.6GB增长86.11%。”未来，伴随着5G商用时代的到来，移动数据传输速率将较4G显著加快。为了提高用户体验，图像、视频、游戏、直播等流量应用场景越来越清晰，用户交换网络数据内容会越来越丰富且交换数据量越来越大，都将极大的增加移动用户的流量消耗，为流量运营服务提供了广阔的市场空间。

2、行业竞争情况

随着4G网络覆盖，智能手机普及，短视频及长视频产品爆发，自2015年个人用户手机流量购买需求快速增长以来，流量经营企业快速增加，流量经营市场竞争较为充分，整体市场集中度较低。随着市场成熟度的发展，客户对综合服务的要求逐渐提高，终端渠道客户资源逐渐集中在技术水平较高、服务质量较好、流量资源稳定、运营经验丰富、营销策划能力完善等综合服务能力较强的流量分发商。行业内经营流量相关业务的主要上市公司如下：

上市公司名称	主营业务	流量相关业务	
		可比业务	业务内容
旗天科技（300061.SZ）	该公司主要从事的业务为银行卡增值营销业务、数字商品营销业务、航旅消费数字业务、保险经纪业务、金融科创服务业务	数字商品营销业务	主要由子公司江苏小旗欧飞科技有限公司实施。主要整合各种商品及营销技术和资源，服务对象包括电商、银行、互联网公司、保险、支付、福利业等。
高鸿股份（000851.SZ）	该公司经营通信设备产品及制造业务、计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务、充值业务、兑换业务、支付业务、移动信息、移动传媒、应用分发、移动娱乐、IT销售业务	充值业务	主要由子公司北京高阳捷迅信息技术有限公司实施。主要通过与支付宝的合作，依托支付宝的C端流量入口，打造互联网营销平台。
通鼎互联（002491.SZ）	该公司产品或服务类型包括：光纤光缆、通信设备、通信电缆、流量及数据营销、互联网安全	流量及数据营销	主要由子公司苏州瑞翼信息技术有限公司实施。主要提供移动互联网营销解决方案及系统开发服务。

注：相关企业公开资料未单独披露流量业务规模数据。

目前，旗天科技（300061.SZ）下属子公司小旗欧飞、高鸿股份（000851.SZ）下属子公司高阳捷迅、通鼎互联（002491.SZ）下属公司瑞翼信息等上市公司下属子公司凭借资本平台及自身优势，发展成为行业内流量经营规模较大的企业，公司等行业优势企业也依托丰富的渠道资源等具备了较强的市场竞争力，拥有一定的经营规模。

3、公司自身竞争优势

凭借多年流量运营的经营积累和沉淀，公司在技术研发、综合服务能力、管理及人才等方面拥有一定的竞争优势。具体如下：

（1）技术研发优势。为促进虚拟商品交易效率，公司持续进行技术创新，

促进运营效率的提升，公司服务交易平台的路由技术可自动识别、匹配供应商能力及客户要求，在交易成本、交易时间等多个维度中选择最佳服务路径，有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。公司服务平台已实现工具化、自动化，并申请取得了多项发明专利。

（2）综合服务能力优势。综合服务能力是本行业企业生存与发展的重要基础，公司经过多年发展及沉淀，积累了较为丰富的产品运营经验，可实现为客户提供优质虚拟商品，同时提供配套营销方案及运营支撑服务等。报告期内，持续为中国建设银行、中国银行、中石化等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，通过终端行业服务商客户间接向众多银行、保险等终端行业客户提供流量服务，并向科大讯飞、VIVO手机、腾讯、优世联合等众多知名企业提供流量运营服务，体现了优秀的综合服务能力。

（3）管理及人才优势。公司核心管理团队大部分来自运营商，并且具备多年的运营商从业管理经验，对流量分发行业发展、运营管理、客户需求等方面有深刻的见解，对流量市场的发展趋势具有前瞻性，拥有较强的管理决策能力。

4、被上下游企业替代的可能和风险

结合上述市场特点及公司竞争优势，公司在流量分发行业中被上下游企业替代的可能和风险较小，主要原因如下：

（1）基于通用流量市场中，三大运营商在全国共计300多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量资源的区域性、时效性强，决定了各分发商只会在某一时段获取到某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势的流量资源，不存在一家分发商同一时间获得所有地市流量资源最优价格的情况，因此各分发商需要通过互相合作达到资源互补整合及利润最大化。

（2）从公司流量业务的合作商来看，上游供应商基本为同业批发资源供应商，一般无过多业务运营及整合能力；蜂助手下游客户主要偏向终端行业客户及终端行业服务商客户，该等客户所购资源主要系满足银行、保险、手机厂商、游戏等企业的营销、兑换需求，对资源稳定性、平台安全性、营销策划等方面有较高要求。在具体服务过程中，蜂助手不仅满足客户对高稳定性流量产品的需求，亦提供了话费、其他虚拟权益（400多类）及创新营销方案、售后客户服

务等一系列的协同配套服务，合作粘性较高，由于提供该等服务需较强的综合运营能力，因此蜂助手的上游供应商一般难以替代蜂助手直接与蜂助手的下游客户达成合作。

5、通用流量收入规模未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响

（1）“提速降费”的政策背景及流量市场环境变化

2017年，三大运营商响应国家“提速降费”政策陆续推出“不限量套餐”（受工信部监管要求，后在宣传中更名为“达量限速套餐”），此后，为了大规模推广吸引新用户，运营商不断降价不限量套餐价格，使得移动手机用户增长率及4G用户渗透率持续提升，手机上网用户DOU（平均每用户每月上网流量）出现了高速增长态势。但2019年通用流量市场环境发生变化，由于流量增量与流量收入的增降剪刀差幅度过大，持续的流量价格竞争虽然保有了部分用户、吸引了新用户，但是不可避免地大幅拉低用户ARPU（每用户平均收入），随着流量行业进入白热化价格战，导致业务量增加无法弥补过快的资费下降，到2019年中，运营商流量收入从高增长转变为负增长，运营商面临流量增量不增收的局面。在此背景下，2019年8月起，三大运营商先后发布全面停售原“不限量套餐”恢复为普通套餐，全行业提出转向高质量发展，摆脱流量价格战，通用流量市场回归良好稳定发展。

（2）公司通用流量业务是否存在进一步下滑风险以及对公司持续盈利能力的影响

公司通用流量运营服务收入与通用流量相关政策及市场环境密切相关。2017年，运营商响应国家“提速降费”政策推出“不限量套餐”。2018年，随着运营商不断降低“不限量套餐”价格，大规模推广吸引新用户，使得流量价格下降、需要在通讯套餐外叠加流量包的用户群减少。流量单价下降、用户群减少共同导致通用流量服务市场受到冲击，市场竞争加剧，公司部分客户减少了订单数量，引致公司当年通用流量运营服务收入大幅减少。

面对市场环境不利变化，公司积极应对，优化调整客户结构，并对内部组织结构进行了相应调整，建立了专门商务拓展团队，主要侧重终端行业客户或者终端行业服务商客户的开拓。终端行业客户主要系银行、保险、物业公司等

拥有较大的客户人群的行业企业，会因为营销活动等原因产生较大的通用流量需求。在原市场环境下，公司主要侧重交易平台运营，以运营人员为主，商务人员较少。市场环境变化后，公司建立专门商务拓展团队，大力拓展终端行业，提高终端行业客户及直接服务于终端行业的服务商客户的占比，逐渐减少了与传统分发商客户之间的交易占比。2019年，以营销流量为主的客户及其服务商开拓情况良好，VIVO手机端消费流量也呈增长趋势，使得公司当年通用流量运营服务收入提升，较2018年增长28.32%。

同时，公司进一步丰富业务线条，优化业务结构。移动视频属于激发流量消耗的重要应用场景，公司把握业务机遇，联合运营商、视频权益方共同推出视频权益融合产品。2018年、2019年，公司视频融合运营服务收入分别为3,845.11万元和13,667.98万元。从收入结构方面，2019年，公司视频融合运营服务收入占全年总收入的比重为32.28%，通用流量收入占比由2017年的67.89%降低至34.54%。通用流量业务对公司盈利能力的影响大幅降低。

此外，2019年通用流量市场环境发生变化，2019年8月三大运营商先后发布全面停售原“不限量套餐”恢复为普通套餐，全行业提出转向高质量发展，停止价格战，通用流量市场回归良好稳定发展。

随着流量市场整体稳步向好发展，公司流量运营服务业务持续增长，2020年1-6月较2019年同期增长2,108.70万元，同比增长55.68%。2020年上半年，公司销售通用流量包263.14万个，共计流量规模达48.46亿M，分别较上年同期增长38.25%、94.11%。

综上所述，公司优化调整客户结构，终端行业客户或者直接服务终端行业的服务商客户占比提升，带来了流量分发业务收入的回升。目前，通用流量业务占比降低至30%左右，对公司盈利能力的影响大幅降低。此外，在三大运营商全面停止价格战，转向高质量发展，流量市场回归稳定发展，有利于公司通用流量运营服务业务的健康稳定发展，公司通用流量服务收入进一步下滑的风险较小，对公司持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

（十二）融合运营业务的市场情况、公司竞争优势及业务持续性

1、市场特点

2017年7月，混改后的中国联通充分利用与BAT等互联网巨头深度捆绑的优

势，率先推出了腾讯王卡等融合套餐产品，为用户提供腾讯系应用免流量服务，迅速吸引了新用户的青睐。腾讯王卡是中国联通联合腾讯为回馈腾讯老用户而联合推出的号卡产品，其最大的亮点就是提供腾讯应用宝免流量服务，支持用户免流量使用腾讯系上百款应用APP，及在应用宝内免流量下载和更新全网应用。中国联通依靠腾讯王卡等异业融合产品在获客方面取得竞争优势，中国移动和中国电信亦迅速跟进，积极投入成本加大与互联网企业的异业融合营销力度。

在此市场背景下，公司为中国移动、中国电信引入网络视频权益会员资源，在行业内推出由运营商流量等通信服务产品叠加视频会员权益的融合套餐产品。其中，由于手机视频是激发流量消耗的重要应用场景，运营商流量+视频会员成为运营商视频融合业务的主要产品，为合作运营商及网络视频商带来可观的获客量及业务增量，该模式迅速推广开来。2018年、2019年公司融合运营服务收入分别为3,845.11万元、13,667.98万元，2019年较2018年增长255.46%。

融合运营业务实现了市场多方共赢。以流量+视频融合产品为例，视频内容能够有效激发运营商用户的流量消耗，从而提升运营商DOU（单个客户月均流量消费额）；融合产品既能为运营商获客提供支持，也能为运营商的营收增长提供支撑，实现运营商流量增量及业务增收的经营目标。同时，将视频会员权益与运营商流量产品组合重构为套餐产品，相较于用户分别购买单品，更具价格优势、消费体验更便捷。此外，由于运营商拥有庞大而稳定的用户群体，将运营商用户与网络视频商的会员体系打通，有效促进了网络视频商共同发展会员规模，因此随着用户消费习惯的形成，融合运营业务可带来持续性的增量收入。

2、行业竞争壁垒

融合运营业务是产品、技术、运营、客户订购关系全方位管理，以及运营商省、地市资源多层次商务关系的合作模式，并非简单的资源代理型业务。具体而言：

融合运营业务是一项“重运营”业务，具有较高的综合能力门槛。融合运营业务对融合服务商或代理商的综合能力要求较高，需要其具备专业的虚拟商品交易服务经验、运营商渠道运营经验，深刻理解运营商融合业务商业模式和虚拟商品用户需求，具备较强的融合产品设计能力、运营商渠道资源协调能力、

营销推广能力、平台化技术支撑能力及交易处理能力，该等综合能力的要求使得行业存在较高的进入门槛。

此外，在融合运营业务开展过程中，运营商、网络视频商与融合服务商或代理商建立合作关系之后，转换服务商或代理商带来的技术切换、客户群迁移、售后维护的转换成本较高，三方具有较强合作粘性，先行进入该行业的服务商或代理商在无重大服务能力欠缺前提下，被其他竞争对手取代的可能性较小，亦使得该项业务具有较高的竞争壁垒。

3、公司自身竞争优劣势

（1）竞争优势

①先发优势。公司是行业内较早开展运营商产品与网络视频会员融合业务的企业，2018年、2019年，公司视频融合运营服务收入分别为3,845.11万元和13,667.98万元，2019年公司视频权益融合运营服务收入较2018年增长255.46%。自2018年开展该项业务，公司取得了较为突出的业绩成绩，是爱奇艺2018年、2019年运营商渠道第一大的合作代理商，是优酷、芒果TV在运营商渠道的重要战略合作伙伴，获得“优酷VIP会员最佳合作伙伴奖”荣誉，与运营商及网络视频商建立了良好稳定的合作关系，在行业内具有一定的先发优势。

②运营商领域经验优势。公司管理团队核心成员在运营商领域拥有十几年工作经验，对运营商商业模式、渠道资源、用户需求有深刻认识和理解，具备较高的敏感性和前瞻性，善于分析市场，持续创新迭代融合产品把握业务机会。

③虚拟商品运营优势。通过多年运营经验积累及沉淀，公司具备较强技术支撑能力、产品设计能力、营销方案策划能力等，协助运营商设计了多款热门套餐产品，如2018年公司与广东移动联合推出视频权益融合产品“学霸卡”，并同步策划线上、线下营销活动，迅速在高校市场达到百万级用户规模；2018年年底，开始在广东移动、内蒙古移动推出“连续包月”产品，充分利用运营商在线渠道、视频平台的关键入口开展联合运营，持续开展运营活动活跃客户使用产品、续订产品，形成强大的月卡销售转化能力；利用视频权益流量包促成客户低门槛的消费习惯，在运营商在线渠道形成营销漏斗，融合1天卡、7天卡的产品使得终端用户对短期消费活跃，消费频次提高。

（2）竞争劣势

①资金短缺。目前，公司融合运营业务向上游视频平台采购资源通常为预付款模式，而下游运营商与公司结算模式采取后付款模式，结算模式差异导致对公司流动资金的大量占用，随着后续该类业务的发展，公司资金需求较大；

②专业管理人才缺乏。融合业务需要管理人员具备较强协调、运营等综合能力，运营涉及协调运营商、网络视频商双方资源，对资源进行深度整合，对后续产品设计、营销推广落地亦有较高专业能力要求。目前融合业务形态较新，行业中既了解运营商商业模式又对虚拟商品具备专业运营能力的专业人才相对不足。

4、主要竞争对手及行业竞争格局

根据公司从视频商的供应商大会上了解到的信息，行业内主要竞争对手情况如下：

（1）浙江广腾科技有限公司

浙江广腾科技有限公司成立于2018年初，总部位于杭州国家高新技术产业开发区（滨江），公司定位为链接运营商和互联网公司的内运营伙伴，构建泛权益、泛内容、泛渠道为基础的大数据运营营销支撑体系。

（2）杭州盛迈通信技术有限公司

杭州盛迈通信技术有限公司成立于2014年12月，公司位于杭州市余杭区，是一家从事互联网电信增值服务业务的高新技术企业。

（3）联动优势电子商务有限公司

联动优势电子商务有限公司成立于2011年1月，为海联金汇（股票代码002537）旗下企业，是国内首年获得由中国人民银行颁发牌照的第三方支付公司，也是国内领先的金融科技企业。

目前，全国范围内开展视频流量融合业务的运营商省份约10多个省份，尚有很多新省份待开拓；公司经营的市场区域份额足够主导该模式规模化发展，尚有较大的运营增长空间，远未达到推广瓶颈。基于2019年我国付费视频会员用户已突破2.5亿，目前通过运营商流量视频融合产品订购占比较低，充分发挥运营商的话费代计费的便利性、流量资源的成本优势和强大的渠道销售能力，将带来融合业务较大增长空间。公司将通过设计更多有价格优势的融合产品，持续推广连续包月产品等模式，进一步提升运营商流量视频融合产品订购占比。

5、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响公司该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险。

（1）运营商和视频权益商直接合作对公司该业务的影响风险

在融合业务中，各家网络视频商在不同运营商省市渠道拥有不同的合作代理商或服务商。合作代理商或服务商通过获得网络视频商的代理授权，向运营商供应视频会员权益并提供融合运营支撑服务，获取视频会员购销差价或分成佣金。

运营商与网络视频商双方之间直接合作的可能性较小，主要原因如下：

①该业务需要设计贴合运营商用户需求的套餐产品，联合运营商各地市渠道资源开展营销活动，提供专业运营支撑服务、技术服务及售后服务，是一项需要较强资源和综合实力的“重运营”业务，并非单纯的视频会员销售，视频商与运营商直接开展上述工作需要耗费大量人力物力，不符合效益原则，而代理商或服务商凭借专业能力可高效高质量开展业务。

融合业务代理商或服务商需要提供持续的运营服务及技术支撑服务，具体而言：为运营商BOSS平台（业务运营支撑系统）接口对接提供技术支撑服务，为网络视频商供货接口对接提供技术服务，利用安全稳定、高并发的交易处理系统，确保订单信息流的正常传递及交易请求的及时处理；完成交易界面交互设计、开发服务、更新维护服务；完成数据报表对账，运营数据分析、新增及留存用户提升分析等运营支撑服务；针对合作区域的运营商用户投诉等开展客服相关工作，对投诉进行监控，处理投诉相关事项等售后客户服务工作。

②视频权益商的会员推广渠道合作条件一般包含业绩指标要求及罚则条款，对合作商起到激励和约束作用，以促成满足其业绩指标考核。运营商作为垄断行业国企，接受严格考核条款的难度较大，而代理商或服务商可接受考核并促成其销售任务达成，合作效率高。

③视频权益商供货重视资金回款，一般采取预付款模式进行销售。受内部经营政策及坏账风险控制政策限制，运营商进行大规模预付的难度较大。

④视频权益商的会员推广侧重于自有渠道，一般外部渠道运营人员较少，如果将三大运营商全国所有省市渠道全部覆盖，则视频商需要投入成本建立专门运营商渠道团队，经济效益比低。如果采取代理商或服务商模式，挑选拥有

较强运营商资源及虚拟商品运营经验的专业代理服务商开展合作，则只需要进行简单的合作伙伴管理，商业可行性高。

综上，运营商和网络视频商直接合作的可能性较小，对公司相关业务的影响风险较小。

（2）公司未来获取网络视频商授权的持续性及相关风险

基于融合运营业务分省授权代理模式具有较强的商业可行性，且目前已经市场验证，合作关系稳定性高，公司持续获得授权代理的不确定性较小，具体如下：

①业务模式持续性高。视频类APP是消耗流量的重要场景，网络视频商的用户体系与运营商通信用户具有天然的重合性。视频商需要拓展除了主站以外其他渠道，采取分省授权代理模式布局运营商渠道，可令自身品牌更有效的渗透和拓展用户。公司作为专业代理服务商将运营商、视频平台各自的优秀资源融合，三方共同投入资源推广，可快速提升产品的销售规模，该业务具有较强的商业可行性，业务模式持续性高。

②公司过往合作表现突出。公司在虚拟商品运营领域经营多年，对虚拟商品运营及商业模式有着深刻理解，具有成熟的平台化技术经验，在行业内开展运营商产品与视频会员融合业务后，迅速取得了较为突出的业绩，2018年、2019年公司融合运营服务收入分别为3,845.11万元、13,667.98万元，2019年较2018年增长255.46%，为合作运营商及网络视频商带来可观的业务增量，连续超额完成销售指标，具有先发优势，具备持续获得授权代理的实力。

③运营商、网络视频商与服务代理商的合作粘性强。融合产品的会员信息、交易数据，以及订购关系由服务代理商管理，一旦网络视频商，运营商转换融合服务商，须承担技术切换成本、大量续订用户交易关系迁移成本、以及由此可能带来的存量用户未能成功续订的售后维护成本、投诉及品牌声誉损失，转换成本高，网络视频商与融合服务商在无重大分歧的情形下，一般双方之间的合作关系具有高稳定性。

综上，运营商和视频权益商直接合作的可能性较小，公司持续获得授权代理的不确定性较小，对公司该项业务的影响较小。

（十三）物联网业务的市场前景、业务开拓情况及业务发展风险

1、物联网业务的市场前景

（1）物联网流量业务市场前景

根据GSMA的报告显示，截至2019年，全球物联网设备连接数量达到110亿个，其中消费物联网终端数量达到60亿，工业物联网终端数量达到50亿。根据GSMA的预测，2025年全球物联网终端连接数量将达到250亿个。在供给侧和需求的双重推动下，5G、低功耗广域网等基础设施加速构建，数以万亿计的终端设备将接入物联网并产生海量数据及巨大的流量需求。公司物联网流量运营服务向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务及管理系统，解决物联网终端设备之间的信息交互、无线传输等需求，物联网终端连接数量高速增长，为公司物联网流量运营服务奠定了庞大的市场基础。

（2）物联网硬件业务市场前景

2019年6月6日，工业和信息化部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照，标志着我国正式进入5G商用元年。5G正式商用，从根本上解决了物联网发展的网络瓶颈，将迎来物联网大连接、高带宽、高可靠、低时延的跨越式发展，尤其以智能家居、安防监控、车载互联、广告媒体为代表的大流量应用场景对移动大流量宽带业务需求旺盛，解决大流量稳定传输、费用高等问题成为现实需要。公司物联网硬件解决方案提供的无线上网的物联网大流量融合调度集成模块，可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度，实现因不同区域因运营商网络差、信号覆盖不全的无缝切换和衔接，解决行业用户受环境和运营商信号不稳定无法上网、网络不稳定及资费贵等痛点，将迎来良好的市场发展机遇。此外，公司物联网大流量融合调度集成模块已成功应用于与腾讯联合推出的腾讯极光CPE机顶盒中。根据GSMA的预测，2025年全球物联网终端连接数量将达到250亿个，其中企业市场将占据物联网终端设备连接数一半以上的份额，就增速和规模而言，消费者市场中，智能音箱和联网家用设备将引领增长。随着市场需求及规模的快速增长，公司CPE机顶盒业务亦将迎来良好的发展机遇。

（3）物联网场景业务市场前景

智慧停车是物联网应用的重要场景。根据公安部的数据统计，截至2019年

底，全国汽车保有量达2.6亿辆，与2018年底相比，增加2,122万辆，增长8.83%。随着城市机动车保有量快速增长，庞大的汽车数量表现出了我国经济发展强劲，但同时也引起了一系列的交通问题，尤其是“停车难”已成为困扰城市管理的一个民生问题。物联网场景下的智慧停车通过将无线通信技术、移动终端技术等综合应用于城市停车位的采集、管理、查询、预订与导航服务，实现停车位资源的实时更新、查询、预订与导航服务一体化，使得停车位资源利用率的最大化及车主停车服务的最优化，能够极大的提高城市停车效率。公司物联网场景解决方案中提供的智慧停车综合运营管理平台，可为停车场场景提供高效停车、车位管理、精准计费、快捷支付、车辆服务的全无线物联网软硬件综合方案，能够集中解决在停车过程中遇到的停车难、找车难、通行速度缓滞、缴费方式单一等一系列问题，相比传统停车模式，智慧停车令停车管理、便捷，实现停车位资源优化配置，具有良好的市场前景。

2、公司的物联网业务及客户开拓情况

报告期内，公司物联网应用解决方案收入分别为227.39万元、843.63万元、1,490.95万元和458.36万元，2017年至2019年年均复合增长率为156.06%。2020年1-6月公司物联网应用解决方案收入较2019年同期增长33.51%。

公司提供的物联网应用解决方案分为物联网流量解决方案、物联网硬件解决方案、物联网场景解决方案三种类型。

（1）物联网流量解决方案

主要通过公司自主研发的蜂助手物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案。流量解决方案三网覆盖，能大批量稳定供货采用专用号段和独立网元物联网流量卡，套餐灵活，支持共享流量池，支持无线数据高速传输，具备统一完善的售后解决方案及一定的成本优势。截至目前，公司物联网流量解决方案的客户数量目前已开发的客户数量达100多家，开卡数量已达200多万张，涉及服务的领域包括金融、新零售行业、车联网、广告传媒、安防监控、监测等多个行业，覆盖领域广。

（2）物联网硬件解决方案

1）客户开拓情况

物联网硬件解决方案主要向客户提供“硬件模块+软件能力+流量服务”PaaS赋能型无线上网的物联网大流量融合调度集成模块。该模块可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度。目前，公司物联网大流量融合调度集成模块已应用至监控场景以及各类移动式大流量场景中，其中监控场景系以摄像头为核心监控设备的场景，包括：道路监控，天眼工程、雪亮工程、违章拍照、机场/高铁站/办公大楼等的监控，对视频大流量传输的需求市场巨大，公司已开拓杭州凯旗科技有限公司等客户，其户外监控摄像通过搭载硬件解决方案，解决户外无需接有线宽度实现视频监控传输。移动式大流量场景方面，公司已开拓广州艾美网络科技，其旗下咪哒唱歌机迷你 ktv 系商场内较为常见休闲娱乐设施，公司的大流量融合调度模块解决了该产品互联网模式下运行，全网自动升级，更新歌库，录歌上传等功能。此外，公司还开拓了广州绿葆网络发展有限公司、广州磐众智能科技有限公司、广州市双照电子科技有限公司、湖南屹立智能科技有限公司、深圳易思智科技有限公司 5 家客户，满足其内容更新、视频传输、实时监控、网络互动等的移动式大流量需求场景。

目前，公司已将大流量融合调度模块成功应用于与腾讯联合推出的腾讯极光 CPE 机顶盒中，公司 CPE 机顶盒的销售拥有线上京东、天猫、拼多多，亦签约茂名市通汇电信器材有限公司、联通华盛通信有限公司（框架采购数量 4 万台）2 家客户，并积极开拓银行、运营商等渠道。目前运营商渠道已推广至中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司渠道。除此之外，湖南广电、湖北广电等广电传媒集团也陆续推广落地，销售网络随之铺开。

2）智能CPE网络机顶盒的未来发展情况

公司自2019年6月与腾讯联合推出腾讯极光智能CPE网络机顶盒，销售情况及对净利润贡献情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度
销售数量（台）	3,183	3,013
销售收入（万元）	88.85	70.48

毛利金额（万元）	-48.02	-289.75

备注：销售收入包括 CPE 机顶盒硬件、机顶盒物联网流量、视频会员收入

2019年6月，蜂助手腾讯极光智能CPE机顶盒首发试销售，基于销售策略，公司前期主要为提升产品知名度及培育用户群体，促销力度较大,推广价格较为优惠，导致毛利金额为负。后续，随着产品知名度提升，及“王卡宽带”融合家庭套餐用户基础的建立，其盈利能力将得到改善。

公司与腾讯联合推出基于物联网技术、可实现自主无线上网的智能CPE机顶盒，为公司物联网业务发展，奠定了一定的技术与服务基础。具体表现为：

①公司智能CPE机顶盒技术可实现无线2G/3G/4G/5G网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络，解决行业用户因受环境影响、运营商信号不佳不能上网、资费贵的痛点。基于该产品的自主研发，公司已获得两项授权发明专利，该两项发明专利为“一种机顶盒及其通信方法”和“机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质”，是公司物联网相关业务的核心技术，为物联网业务发展奠定了一定的技术基础。

②公司CPE机顶盒的推广，为公司将未来布局“家庭入口”提供了服务载体。公司将CPE机顶盒定位为家庭入口，在提供家庭娱乐服务的基础上，还可将各类生活服务产品及虚拟商品集成于CPE机顶盒中，如在线教育、精选电商等，满足家庭生活多样化的需求，此模式可促进公司数字化虚拟商品的销售。

③由于智能CPE机顶盒内置无线上网功能，并带动了物联网流量消耗，将进一步促进公司物联网流量运营业务及视频会员业务，实现一定的协同效应；随着CPE机顶盒用户的增长，公司采购物联网流量套餐量增加，对上游供应商的议价能力将有一定提高，可降低公司物联网流量整体采购价格，优化公司物联网流量运营业务的盈利能力。

（3）物联网场景解决方案

该业务主要为智慧停车整体解决方案，公司依托自身物联网流量运营能力、平台技术能力、基础服务能力，为城市级智慧停车应用场景的客户提供配套软硬件设备、智慧停车综合运营平台及运营支撑服务的一站式整体解决方案。截至目前，公司已为多个停车场提供服务，包括广州平云路169号公共停车场、佛山市中山公园地下停车场、佛山市岭南大道枢纽站停车场等，提供车位数量累计达1,300余个；此外，受疫情影响，2020年上半年智慧停车业务拓展不及预期，

目前已逐渐恢复，正在拓展跟进的停车场数量5个，预计涵盖立体停车位400余个，室内停车位2,000余个。

3、是否存在投入较大不能取得预期收益的风险

为服务公司物联网业务发展，公司前期投入主要为研发投入，包括物联网流量解决方案管理平台研发、融合调度集成模块软、硬件研发及智慧停车管理平台研发等，报告期内研发投入共计2,933.45万元，已形成了相应研发成果，物联网流量解决方案已获授权2项发明专利、硬件解决方案已获授权2项发明专利、场景解决方案已获授权1项发明专利，均为自主研发取得。

前期投入效益将在后期逐步释放，报告期内公司的物联网流量经营的技术积累，客户的积累、渠道的推广落地、产品化的成熟应用已经起步，公司三类物联网业务紧密贴合客户需求及物联网行业趋势，互为协同，亦将带动公司相关业务发展。

基于物联网业务的发展前景、公司已经沉淀的技术成果、运营经验、渠道积累等因素，公司物联网业务前期投入较大而不能取得预期收益的风险较低。

（十四）公司与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司业务领域涵盖移动互联网数字化商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，以及物联网流量、硬件及应用服务业务，涉及细分业务领域较广，国内还未有与业务类型和业务结构与公司完全相近的公司。公司与同行业上市公司选取可比业务的财务数据对比情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”。

报告期内，公司与大型知名企业建立了稳定的合作关系，并形成了一定的业务壁垒，公司在移动互联网数字化虚拟商品综合运营服务领域具有一定的行业地位。公司市场地位情况详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（五）发行人产品或服务的市场地位”。

截至本招股说明书签署日，公司拥有 **23** 项发明专利，**142** 项软件著作权。公司曾获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证，具备一定的技术优势。公司技术实力

详见本节之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（六）发行人技术水平及技术特点”。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）发行人主要服务或产品的规模情况

报告期内，数字化虚拟商品综合运营服务是公司的主要服务类型，蜂助手综合服务云平台是公司向客户提供数字化虚拟商品综合运营服务的能力基础和重要工具。

按照主要服务类型差异划分，公司主要服务的服务交易量情况如下：

1、聚合运营服务

公司的蜂助手综合服务云平台向客户提供涵盖数十个行业、数百种品类的数字化虚拟商品一站式交易及聚合运营解决方案，其中，运营商的通用流量产品为公司聚合运营服务最大的交易品类。报告期内，公司平台中通用流量的交易规模情况具体如下：

通用流量	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
订单数量（万条）	263.14	557.26	660.44	1,377.98
交易数量（亿 M）	48.46	96.90	42.36	69.26
交易金额（万元）	5,895.99	14,626.40	11,398.58	24,832.72
交易金额占比（%）	28.35	35.48	40.25	68.75

注：交易金额占比是指当年度通用流量交易金额占当年度主营业务收入的比例。

2、融合运营服务

报告期内，公司平台中融合运营服务产品交易规模情况具体如下：

年度	融合运营服务产品	爱奇艺与优酷	芒果 TV	合计
2020 年 1-6 月	交易数量（万个）	724.26	361.30	1,085.56
	交易金额（万元）	6,746.45	970.05	7,716.50
	交易金额占比（%）	32.44	4.66	37.10
2019 年度	交易数量（万个）	1,151.31	1,652.31	2,803.63
	交易金额（万元）	10,432.01	3,235.97	13,667.98
	交易金额占比（%）	25.30	7.85	33.15
2018 年度	交易数量（万个）	327.98	371.14	699.12

年度	融合运营服务产品	爱奇艺与优酷	芒果 TV	合计
	交易金额（万元）	2,788.03	1,057.08	3,845.11
	交易金额占比（%）	9.84	3.73	13.58

注 1：融合运营服务产品按视频会员不同类型（爱奇艺、优酷、芒果 TV）划分。
注 2：交易金额占比是指当年度交易金额占当年度主营业务收入的比例。

3、分发运营服务

报告期内，公司分发运营服务（CPA 模式）分发规模情况如下表所示：

移动应用 APP	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分发数量（万个）	1,199.67	2,293.84	2,732.46	4,261.08
分发收入（万元）	3,924.81	6,214.78	6,111.58	7,730.56
分发运营服务收入占比（%）	18.87	15.07	21.58	21.40

注：分发收入占比是指当年度各类 APP 产品的分发运营收入占当年度主营业务收入的比例。

公司的服务能力和服务量主要受市场容量、公司业务平台数据处理能力、合作渠道资源类型和数量、相关技术水平和运营经验等综合因素的影响。公司可根据开展业务类型和客户需求的实际情况及未来预期，对公司相关业务平台进行升级和扩容，适时增加硬件设施的投入，扩展合作渠道，扩充市场人员、加大技术储备，确保服务满足客户需求，业务规模持续增长。

（二）主要服务或产品的销售收入构成情况

1、主要服务或产品的销售收入金额及占比

报告期内，公司主要服务或产品的收入及占主营业务收入比重的情况如下：

单位：万元

主要服务类别	主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年度		2017 年	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	通用流量	5,895.99	27.92%	14,626.40	34.54%	11,398.58	39.15%	24,832.72	67.89%
		视频会员	1,593.55	7.55%	1,223.69	2.89%	501.34	1.72%	736.45	2.01%
		其他虚拟商品	449.71	2.13%	341.76	0.81%	567.98	1.95%	7.25	0.02%
		小计	**7,939.25**	**37.60%**	**16,191.85**	**38.24%**	**12,467.91**	**42.83%**	**25,576.42**	**69.93%**
	融合运营服务		7,716.50	36.55%	13,667.98	32.28%	3,845.11	13.21%	-	-
	分发运营服务		4,114.88	19.49%	7,561.99	17.86%	7,402.06	25.43%	9,208.40	25.18%
	小计		**19,770.63**	**93.64%**	**37,421.82**	**88.38%**	**23,715.09**	**81.46%**	**34,784.81**	**95.10%**

主要服务类别	主要产品线	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年度		2017 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
物联网应用解决方案		458.36	2.17%	1,490.95	3.52%	843.63	2.90%	227.39	0.62%
技术服务		568.09	2.69%	2,315.26	5.47%	3,763.94	12.93%	1,108.78	3.03%
主营业务收入合计		**20,797.07**	**98.50%**	**41,228.03**	**97.36%**	**28,322.65**	**97.28%**	**36,120.99**	**98.76%**
其他业务收入		**317.22**	**1.50%**	**1,116.01**	**2.64%**	**790.52**	**2.72%**	**454.73**	**1.24%**
营业收入合计		**21,114.29**	**100.00%**	**42,344.04**	**100.00%**	**29,113.18**	**100.00%**	**36,575.72**	**100.00%**

2、公司主营业务收入及持续盈利能力

报告期内，通用流量运营服务、视频权益融合运营服务及分发运营服务收入合计占营业收入比重分别为93.07%、77.79%、84.68%和83.96%，与公司的整体经营业绩具有较强的相关性。此外，公司积极布局物联网相关业务，作为公司未来新的盈利支撑点和增长点。

（1）通用流量运营服务业务总体分析

公司优化调整客户结构，终端行业客户或者直接服务终端行业的服务商客户占比提升，带来了流量分发业务收入的回升。目前，通用流量业务占比降低至30%左右，对公司盈利能力的影响大幅降低。此外，在三大运营商全面停止价格战，转向高质量发展，流量市场回归稳定发展，有利于公司通用流量运营服务业务的健康稳定发展，公司通用流量服务收入进一步下滑的风险较小。

通用流量收入波动具体情况参见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（十一）通用流量业务市场情况、发行人竞争优势及相关业务持续性”之“5、通用流量收入规模未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响”

（2）融合运营服务业务总体分析

移动视频属于激发流量消耗的重要应用场景，公司把握业务机遇，联合运营商、视频权益方共同推出网络视频商会员权益+运营商产品的融合产品。该产品迅速得到了消费者的认同，公司视频权益融合运营服务自2018年推出后业务收入规模快速提升，2018年、2019年和2020年1-6月，公司视频权益融合运营服务收入分别为3,845.11万元、13,667.98万元和7,716.50万元，2019年较2018年增长255.46%，2020年1-6月较2019年同期增长10.38%。

目前，国内互联网视频行业呈现“爱奇艺、优酷、腾讯视频”三足鼎立，

芒果TV、哔哩哔哩等代表的第二梯队高速发展的多元竞争格局，随着网络视频的付费习惯逐渐养成，各大视频商订阅用户快速增长，蜂助手视频权益融合运营服务收入与国内互联网视频行业发展情况一致。根据工信部披露的信息显示，截至2020年6月末，国内移动电话用户全年总数达15.95亿户，移动电话用户普及率达113.9部/百人，运营商拥有巨大的用户群体，公司与三大运营商中的中国移动、中国电信合作，引入国内头部视频商，在用户消费习惯形成后，运营商稳定的用户群体能够为融合运营服务带来持续的增量收入。

（3）分发运营服务业务总体分析

报告期内，公司分发运营业务收入分别为9,208.40万元、7,402.06万元、7,561.99万元和4,114.88万元，因APP推广资源不同导致分发运营服务收入出现波动。总体来说，分发运营服务收入与分发的应用的数量、应用开发者的资金实力、推广力度及APP受欢迎的程度有关，若公司参与的分发项目越多、开发者的资金实力越强、推广力度越大、APP受欢迎程度高，则公司的应用分发收入越高，目前公司分发运营业务收入整体稳定。

电子政务、电子商城、网上外卖、网约车、游戏、短视频等等丰富的应用APP渗透到人们生活的方方面面，应用分发市场规模较大。自公司成立起即开始从事运营分发业务，经过多年行业运营沉淀，积累了大量优质分发渠道，公司拓展了支付宝入口、银行类渠道入口以及与大量互联网分发商建立了合作关系，渠道资源丰富。凭借优质的服务能力，公司为众多知名APP提供运营服务，包括10086APP、微信读书、抖音、支付宝等。随着公司分发运营服务更加侧重向优质APP资源集中，分发运营服务业务前景良好。

（4）物联网业务总体分析

报告期内，公司物联网流量经营的技术及客户的积累、渠道的推广落地、产品化的成熟应用已经起步，公司三种业务紧密贴合客户需求及物联网行业趋势，基于物联网的广阔前景，亦将带动公司相关业务发展。

物联网业务前景具体情况参见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（十三）物联网业务的市场前景、业务开拓情况及业务发展风险”。

综上所述，公司所处行业市场前景广阔，主营业务发展良好，公司主营业务收入大幅下滑的风险较小，对公司持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

（三）发行人产品或服务的主要客户群体

报告期内，公司移动互联网数字化虚拟商品综合运营服务的主要客户群体为电信运营商以及数字化虚拟商品的开发者、渠道商、企业用户、终端个人用户等；物联网应用解决方案的主要客户群体为物联网相关领域的设备商及服务商等企业用户；技术服务的主要客户群体为电信运营商、信息及通信相关领域的软硬件服务商。

（四）发行人主要产品或服务销售价格的变动情况

报告期内，公司主要从事数字化虚拟商品综合服务，提供的服务及解决方案属于非标准化服务，公司综合考虑渠道成本、采购成本、服务成本等因素，基于既有产品在整个市场中参考价的标准，根据客户需求并兼顾公司利润和市场竞争因素进行定价，服务及产品定价存在一定波动。

报告期内，公司主要产品的销售价格变化情况具体内容参见本招股说明书之“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”之“3、公司主要服务的价格及数量的变化情况”。

（五）发行人向前五大客户销售情况

1、公司前五大客户销售情况

报告期内，公司前五大客户及销售金额及占营业收入比例情况如下表所示：

序号	客户名称/集团名称	销售金额（万元）	占营业收入比例（%）
2020 年 1-6 月			
1	中国移动	8,059.69	38.17
2	深圳市东恒网络科技有限公司	2,220.79	10.52
3	科大讯飞股份有限公司	1,455.52	6.89
4	广东天宸网络科技有限公司	1,315.45	6.23
5	广东优世联合控股集团股份有限公司	1,195.50	5.66
合计		**14,246.95**	**67.48**
2019 年度			
1	中国移动	11,389.13	26.90
2	深圳市东恒网络科技有限公司	5,403.83	12.76

序号	客户名称/集团名称	销售金额（万元）	占营业收入比例（%）
3	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2,427.25	5.73
4	广东天宸网络科技有限公司	2,097.28	4.95
5	长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,725.70	4.08
合计		**23,043.19**	**54.42**
2018 年度			
1	中国移动	4,802.80	16.50
2	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2,561.50	8.80
3	华为软件技术有限公司	2,258.59	7.76
4	湖南联盛网络科技股份有限公司	903.43	3.10
5	深圳市腾讯计算机系统有限公司	838.15	2.88
合计		**11,364.47**	**39.04**
2017 年度			
1	中国移动	3,896.85	10.65
2	深圳市东恒网络科技有限公司	2,680.23	7.33
3	北京汇安融信息技术服务有限公司	1,864.35	5.10
4	广东金朋科技有限公司	1,816.88	4.97
5	深圳市拓思创新通信技术有限公司	1,752.62	4.79
合计		**12,010.93**	**32.84**

注：1、上表中中国移动是指与蜂助手有业务合作关系的中国移动通信集团广东有限公司、中移铁通有限公司、中移互联网有限公司、中国移动通信集团内蒙古有限公司、中国移动通信集团四川有限公司、中移在线服务有限公司、咪咕互动娱乐有限公司、中移电子商务有限公司、中国移动通信集团北京有限公司、咪咕数字传媒有限公司、中国移动通信集团贵州有限公司、咪咕音乐有限公司、咪咕动漫有限公司、中国移动控制的其他企业（业务交易金额极小），因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

2、深圳市腾讯计算机系统有限公司是指与蜂助手有业务合作关系的深圳市腾讯计算机系统有限公司、财付通支付科技有限公司、腾讯科技（深圳）有限公司、腾讯科技（北京）有限公司、广州腾讯科技有限公司。

3、广东金朋科技有限公司是指与蜂助手有业务合作关系的广东金朋科技有限公司、广州彩旗网络技术有限公司及广州点博通信技术有限公司。

报告期内，公司来自前五大客户的营业收入分别为 12,010.93 万元、11,364.47 万元、23,043.19 万元及 14,246.95 万元，占当期公司营业收入的比例分别 32.84%、39.04%、54.42%及 67.48%。报告期各期，中国移动均为公司第一大客户，公司凭借丰富的数字化虚拟商品运营经验及融合产品创新服务，为其提供手机营业厅 APP、10086 APP 分发运营服务并提供视频权益融合产品运营服务，双方合作关系持续稳定。

报告期内公司不存在向单个客户的销售比例超过总额 50.00%的情况。报告期内，公司不存在严重依赖少数客户的情形。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东在上述客户中不占有权益、与上述客户不存在关联关系、股份代持或其他利益安排。

公司主营数字化商品综合运营服务，公司与大部分主要客户合作时间较长，合作关系较为稳定，随着公司业务的不断发展，公司客户逐渐集中为终端行业客户及直接服务于终端行业的服务商客户，对客户提供服务过程中形成了良好的口碑，近年来经营持续向好，主要客户均有长期合作意向，公司主要客户交易具有稳定性和可持续性。

（1）报告期内客户集中度逐年增加的原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户销售额占比分别为 32.84%、39.04%、54.42%及 67.48%。公司客户集中度提高主要与融合运营业务迅速发展所致。2018 年公司把握业务机遇，联合运营商推出以流量+视频为代表的视频权益融合产品，有效促成了广东移动、内蒙古移动等多家公司引入第三方视频权益。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司视频融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，占各期营业收入的比例分别为 13.21%、32.28%和 36.55%，业务规模和占比逐年提升。中国移动为公司开展融合运营服务的主要合作运营商，因此报告期内中国移动销售额占比逐年增加，从而导致公司客户集中度提升。

（2）客户集中度与同行业对比分析

同行业可比上市公司前五大客户收入占比如下表所示：

序号	同行业公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	高鸿股份（000851）	-	65.56%	60.20%	67.36%
2	彩讯股份（300634）	-	83.54%	80.49%	80.68%
3	通鼎互联（002491）	-	69.82%	77.97%	77.86%
4	号百控股（600640）	-	35.95%	32.41%	29.69%

注：根据公开披露的年报信息统计

同行业可比公司受到其自身业务结构、经营能力、发展阶段等影响，客户集中度的变化趋势存在差异。号百控股为中国电信的子公司，从事的主要业务

为面向公众用户的互联网文娱服务，面向政企用户的互联网内容文化集成服务，以及积分运营、商旅预订和酒店运营管理等业务，由于其直接来自终端用户的收入比例较高，因此前五大客户收入占比较低。除此之外，其他同行业可比上市公司前五大客户集中度均超过60%。随着公司融合运营业务的发展，客户集中度有所提高，符合行业特征。

（3）报告期内，公司通过各方式获取订单的收入金额及占比情况

报告期内，公司获取订单的方式、订单金额及占比如下：

单位：万元

销售模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公开招标	192.51	0.90%	1,635.21	3.86%	3,943.78	13.55%	3,444.39	9.42%
邀请招标	6,535.90	30.59%	7,777.60	18.37%	2,286.45	7.85%	-	-
竞争性谈判	236.58	1.11%	940.21	2.22%	462.88	1.59%	69.12	0.19%
询价	-	-	-	-	28.68	0.10%	-	-
直接委托	14,399.91	67.40%	31,991.02	75.55%	22,391.39	76.91%	33,062.21	90.39%
合计	21,364.91	100.00%	42,344.04	100.00%	29,113.18	100.00%	36,575.72	100.00%

报告期内，公司应履行招投标程序的项目，均按照相关法规履行了招投标程序。其他不属于相关法规规定应履行招投标程序的项目，公司根据客户方不同采购方式，也按照相关规定履行了公开招投标程序、邀标程序或竞争性谈判。公司报告期内不存在应招标未招标的情形，不存在构成重大违法违规或不正当竞争行为。

2、新增前五大客户基本情况

2018年、2019年及2020年1-6月，公司新增前五大客户基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	订单和业务获取方式	合作历史	新增交易的原因	双方合作持续性
1	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2006/5/26	商务谈判	2017 年至今	该公司为芒果 TV 的运营商，公司于 2018 年开展融合运营服务，基于公司在运营商渠道等积累丰富资源，为其提供芒果 TV 会员的推广运营服务。	持续合作
2	华为软件技术有限公司	2005/9/7	商务谈判	2015 年至今	基于公司在技术方面积累的优势，为华为公司提供技术服务	持续合作
3	湖南联盛网络科技股份有限公司	2008/11/21	商务谈判	2016 年至今	基于公司在分发运营方面积累了丰富运营经验及资源优势，为其提供 APP 分发运营服务。	持续合作
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1998/11/11	商务谈判	2012 年至今	基于公司在流量运营方面积累了丰富运营经营及资源，主要为其提供通用流量运营服务	持续合作
5	广东天宸网络科技有限公司	2014/2/24	商务谈判	2017 年至今	该公司为 VIVO 手机的运营商，基于公司在流量运营方面积累了丰富运营经营及资源，且对方有该类服务需求，主要为其提供通用流量运营服务	持续合作
6	长沙瑞联互动数码科技有限公司	2004-03-10	商务谈判	2017 年至今	该公司为湖南快乐阳光的代理商，公司主要向其提供芒果 TV 会员的融合运营服务。	持续合作
7	科大讯飞股份有限公司	1999/12/30	商务谈判	2014 年至今	该公司基于营销需要，由公司向其提供通用流量运营服务，同时，基于公司优质的分发运营服务，公司还向其提供 APP 等产品分发服务。	持续合作
8	广东优世联合控股集团股份有限公司	2015/05/18	商务谈判	2019 年至今	该公司基于营销需要，由公司向其提供通用流量运营服务。	持续合作

3、各业务板块主要客户情况

（1）报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-聚合运营服务前5大客户

单位：万元

2020年1-6月										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
深圳市东恒网络科技有限公司	2,215.16	27.90%	2013.12.26	2014.12	通用流量、影视会员、话费	10.56%	6个月	1,810.14	1,226.05	否
广东天宸网络科技有限公司	1,308.49	16.48%	2014.2.24	2017.11	通用流量、话费	8.66%	对账后次月	106.16	已全额回款	否
广东优世联合控股集团股份有限公司	1,195.50	15.06%	2015.5.18	2019.06	通用流量	5.30%	6个月	2,432.49	1,500.00	否
浙江三合通信科技有限公司	812.55	10.23%	2010.7.20	2016.12	通用流量、影视会员	7.18%	3个月	840.01	154.20	否
中国银行股份有限公司	487.18	6.14%	1983.10.31	2019.06	通用流量、影视会员、卡券	-	对账后次月	273.73	已全额回款	否
合计	6,018.87	75.81%	-							
2019年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
深圳市东恒网络科技有限公司	5,387.35	33.27%	2013.12.26	2014.12	通用流量、影视会员、话费	14.22%	6个月	6,992.14	已全额回款	否
广东天宸网络科技有限公司	1,962.84	12.12%	2014.2.24	2017.11	通用流量	9.87%	对账后次月	250.11	已全额回款	否

广东优世联合控股集团股份有限公司	1,553.53	9.59%	2015.5.18	2019.06	通用流量	6.70%	6个月	1,646.74	已全额回款	否
江苏东顾商业服务有限公司	1,448.28	8.94%	2017.11.23	2019.08	通用流量	6.17%	3个月	931.27	已全额回款	否
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	915.74	5.66%	2006.5.26	2017.06	通用流量	12.17%	对账后次月	156.52	已全额回款	否
合计	11,267.74	69.59%	-							
2018年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,504.42	12.07%	2006.5.26	2017.06	通用流量	16.73%	对账后次月	810.49	已全额回款	否
江苏卡池电子商务有限公司	552.78	4.43%	2015.11.5	2016.03	通用流量	8.00%	对账后次月	-	-	否
深圳市腾讯计算机系统有限公司	498.85	4.00%	1998.11.11	2012年	通用流量	-	对账后次月	18.64	已全额回款	否
安徽易众网络科技有限公司	360.76	2.89%	2007.5.15	2018.01	卡券、视频会员	-	对账后次月	-	-	否
广东天宸网络科技有限公司	318.92	2.56%	2014.2.24	2017.11	通用流量	12.45%	对账后次月	171.55	已全额回款	否
合计	3,235.74	25.95%	-							

2017 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
深圳市东恒网络科技有限公司	2,625.57	10.27%	2013.12.26	2014.12	通用流量、短信	9.18%	6 个月	887.62	已全额回款	否
北京汇安融信息技术服务有限公司	1,864.35	7.29%	2016.10.14	2017.06	通用流量	-	对账后次月	1,036.22	已全额回款	否（按照其母公司口径，2014 年设立）
广东金朋科技有限公司	1,816.88	7.10%	2006.11.2	2017.03	通用流量	母公司广东金朋采购占比为 3.12%；子公司广州彩旗占比 2.8%；子公司广州点博采购占比为 1.86%	对账后次月	12.10	已全额回款	否
中大网视（北京）科技有限公司	908.00	3.55%	2005.7.4	2016.09	通用流量	-	对账后次月	448.39	15.08	否
普信天下（成都）商贸有限公司	826.10	3.23%	2017.8.24	2017.10	通用流量	8.81%（按其提供的收入金额进行测算）	对账后次月	295.66	已全额回款	是，双方合作主要是普信天下主营与 B2B2C 商贸平台相关，与通用流量相关性较强。
合计	8,040.90	31.44%	-							

备注：聚合运营服务主要客户中，中国银行股份有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司、安徽易众网络科技有限公司、北京汇安融信息技术服务有限公司、中大网视（北京）科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况。

（2）报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-融合运营服务前 5 大客户

单位：万元

2020 年 1-6 月										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	6,496.76	84.19%	1999.7.22	2012 年	融合运营	-	对账后次月	2,889.98	2740.72	否
长沙瑞联互动数码科技有限公司	841.13	10.90%	2004.3.10	2017.09	融合运营	10.55%	12 个月	1,542.42	285.62	否
中国电信	221.33	2.87%	2002.9.10	2016.01	融合运营	世纪龙采购占比 10%，其他主体因商业机密未提供占比	3 个月	155.49	39.47	否
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	128.92	1.67%	2006.5.26	2017.06	融合运营	1.25%	对账后次月	179.64	11.52	否
优酷信息技术（北京）有限公司	22.68	0.29%	2006.2.24	2017.11	融合运营	金额较小	3 个月	24.04	已全额回款	否
合计	7,710.83	99.93%	-							
2019 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	8,578.46	62.76%	1999.7.22	2012 年	融合运营	-	对账后次月	2,762.92	已全额回款	否
长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,725.70	12.63%	2004.3.10	2017.09	融合运营	12.68%	12 个月	1,829.24	已全额回款	否

湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,510.27	11.05%	2006.5.26	2017.06	融合运营	5.30%	对账后次月	155.21	已全额回款	否
中国电信	1,365.78	9.99%	2002.9.10	2016.01	融合运营	世纪龙采购占比10%,其他主体因商业机密未提供占比	3个月	80.18	已全额回款	否
广州市讯锋通信科技有限公司	456.86	3.34%	2010.5.5	2019.01	融合运营	100%（广东地区）	对账后次月	54.96	已全额回款	否
合计	13,637.07	99.77%	-							
2018年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	2,744.59	71.38%	1999.7.22	2012年	融合运营	-	对账后次月	2,312.37	已全额回款	否
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,057.08	27.49%	2006.5.26	2017.06	融合运营	3.26%	对账后次月	865.87	已全额回款	否
河北石家庄索远商贸有限公司	43.44	1.13%	2014.4.11	2018.06	融合运营	金额较小	3个月	46.05	已全额回款	否
合计	3,845.11	100.00%	-							

备注：1、中国移动因涉及商业机密未提供采购占比；2、河北石家庄索远商贸有限公司为河北移动的代理商；3、优酷信息技术（北京）有限公司2020年1-6月收入为来自部分省份视频权益融合分成收益；4、广州市讯锋通信科技有限公司为中国电信的代理商；5、长沙瑞联互动数码科技有限公司为芒果TV的代理商。

报告期内，公司融合运营服务的客户为中国移动及其服务商、中国电信及其服务商、芒果TV及其服务商，报告期内除2018年开始与中国电信建立融合运营合作关系之外，主要客户稳定，未发生重大变化。

（3）报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-分发运营服务前 5 大客户

单位：万元

2020 年 1-6 月										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
科大讯飞股份有限公司	1,129.96	27.46%	1999.12.30	2014.08	分发科大讯飞旗下 APP	0.01%	3 个月	617.26	已全额回款	否
中国移动	1,031.05	25.06%	1999.7.22	2012.01	分发中国移动旗下 APP	-	对账后次月	1,165.96	已全额回款	否
南京爱火文化科技有限公司	395.71	9.62%	2016.9.30	2019.05	分发腾讯系、字节跳动系列等 APP	17.12%	3 个月	219.46	已全额回款	否
浙江三合通信科技有限公司	368.05	8.94%	2010.7.20	2016.12	分发中国移动旗下 APP	34.00%	3 个月	820.12	355.79	否
深圳市拓思创新通信技术有限公司	326.00	7.92%	2009.11.2	2014.12	分发腾讯系 APP 等及手机预装	4.29%	6 个月	538.73	235.29	否
合计	3,250.77	79.00%	-							
2019 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	1,288.13	17.03%	1999.7.22	2012 年	分发中国移动旗下 APP	-	对账后次月	1,226.94	已全额回款	否
深圳市拓思创新通信技术有限公司	1,027.46	13.59%	2009.11.2	2014.12	推广腾讯系 APP 及手机预装	5.89%	6 个月	581.56	已全额回款	否

南京两岸电竞体育管理有限公司	798.23	10.56%	2018.5.11	2019.05	分发腾讯系、字节跳动系列等 APP	9.15%	3 个月	846.12	已全额回款	是，双方合作主要系对方 APP 产品资源丰富，具有一定优势
南京爱火文化科技有限公司	699.18	9.25%	2016.9.30	2019.05	分发腾讯系、字节跳动系列等 APP	13.76%	3 个月	495.62	已全额回款	否
科大讯飞股份有限公司	577.39	7.64%	1999.12.30	2014.08	分发科大讯飞旗下 APP	0.01%	3 个月	427.66	已全额回款	否
合计	4,390.39	58.06%	-							
2018 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	1,536.77	33.91%	1999.7.22	2012 年	分发中国移动旗下 APP	-	对账后次月	601.01	已全额回款	否
湖南联盛网络科技股份有限公司	903.43	12.21%	2008.11.21	2016.01	分发白金岛系列 APP	23.29%	对账后次月	202.77	已全额回款	否
深圳市拓思创新通信技术有限公司	721.27	9.74%	2009.11.2	2014.12	分发腾讯系 APP 及手机预装	9.27%	6 个月	661.99	已全额回款	否
上海洁渠信息科技有限公司	607.81	8.21%	2013.8.27	2015.05	分发忍者酷跑、甜心消消乐、微信读书、抖音等 APP	6.85%	对账后次月	257.15	已全额回款	否
上海云豆信息科技有限公司	419.81	5.67%	2013.6.13	2018.08	分发一淘 APP	-	对账后次月	-	-	否
合计	4,189.09	56.59%	-							

2017 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
中国移动	3,122.71	33.91%	1999.7.22	2012 年	分发中国移动旗下 APP	-	对账后次月	1,819.47	已全额回款	否
深圳市拓思创新通信技术有限公司	1,749.50	19.00%	2009.11.2	2014.12	分发腾讯系 APP 及手机预装	10.26%	6 个月	671.55	已全额回款	否
湖南联盛网络科技股份有限公司	587.31	6.38%	2008.11.21	2016.01	分发白金岛系列 APP	23.05%	对账后次月	125.68	已全额回款	否
上海洁渠信息科技有限公司	520.71	5.65%	2013.8.27	2015.05	分发忍者酷跑、甜心消消乐 APP	8.90%	对账后次月	393.77	已全额回款	否
硅谷（中国）发展有限公司	442.86	4.81%	1997.9.25	2016.11	分发爱阅读、咪咕游戏、咪咕阅读、免费小说快读 APP	9.50%	对账后次月	423.67	已全额回款	否
合计	6,423.08	69.75%	-							

备注：中国移动各下属子公司、上海云豆信息科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况

报告期内，分发运营主要客户中，中国移动、深圳市拓思创新通信技术有限公司一直为公司的主要客户，为其推广中国移动系列 APP、及腾讯系列 APP。其他主要客户发生变化主要系受客户的推广需求变化所致。公司分发运营服务的主要客户包括应用开发者及其他分发商，其中应用开发者可能会因为 APP 生命周期、用户饱和度等因素减少推广需求。应用分发商则会因承接上游的推广资源发生变化导致推广需求发生变化。2019 年后公司成功开拓了科大讯飞股份有限公司，以及拥有较多资源的南京爱火文化科技有限公司、南京两岸电竞体育管理有限公司。上述公司拥有或代理的 APP（如手机营业厅、抖音、头条）具有较强的竞争力，推广需求较为稳定，公司每年都可以获得稳定的订单。湖南联盛网络科技股份有限公司因“白金岛”系列游戏

进入了生命周期晚期，减少了推广需求，2019 年不再为公司主要的分发运营客户。上海云豆信息科技有限公司与公司的合作主要为“一淘 APP”，公司除 2018 年为其投放华为应用市场外，后续在其他应用的合作较少。上海洁渠信息科技有限公司、硅谷（中国）发展有限公司主要系因为自身的推广资源发生了变化，后续业务合作较少。

（4）报告期内公司物联网应用解决方案前5大客户

单位：万元

2020 年 1-6 月										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
北京友宝在线科技股份有限公司	113.21	24.70%	2012.3.1	2017.05	物联网流量	-	对账后次月	35.14	已全额回款	否
广州珠城物业管理有限公司	39.61	8.64%	2019.8.13	2019.09	智慧停车场	-	对账后次月	6.55	已全额回款	是，双方合作主要基于智慧停车场合作
广州永同动漫科技有限公司	37.88	8.26%	2017.5.9	2017.10	物联网流量、物联网硬件	子公司广州科蝶采购占比为 0.00%；子公司广州智科采购占比 0.00%	对账后次月	1.06	已全额回款	是，双方合作主要系对方经营游艺娱乐产品需要相关物联网支撑
佛山市禅城区汇驿停车场投资管理有限公司	17.52	3.82%	2010.2.3	2018.12	智慧停车场	-	按进度验收	4.25	已全额回款	否
深圳市证通电子股份有限公司	13.86	3.02%	1993.9.4	2018.04	物联网流量	股份公司采购占比为 0.00%；子公司证通金	对账后次月	-	-	否

						信采购占比为0.15%				
合计	222.08	48.45%	-							
2019年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
佛山市恒凯达科技有限公司	533.02	35.75%	2016.07.12	2019.12	智慧停车场	20.00%	按进度验收	565.00	419.23	否
北京友宝在线科技股份有限公司	190.16	12.75%	2012.3.1	2017.05	物联网流量	-	对账后次月	28.63	已全额回款	否
广州永同动漫科技有限公司	76.80	5.15%	2017.5.9	2017.10	物联网流量	子公司广州科蝶采购占比38%；子公司广州智科采购占比20.00%	对账后次月	-	-	是，双方合作主要系对方经营游艺娱乐产品需要相关物联网支撑
中移电子商务有限公司	60.27	4.04%	2011.6.30	2016.06	聚合支付	-	对账后次月	36.93	已全额回款	否
上海讯联数据服务有限公司	57.89	3.88%	2010.9.28	2019.04	聚合支付	子公司上海才汇采购占比5.44%；子公司上海讯阖采购占比2.27%	对账后次月	7.46	已全额回款	否
合计	918.14	61.58%	-							
2018年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月	是否设立当年或次年即为公司主要

									30 日）	客户
蚂蚁科技集团股份有限公司	280.69	33.27%	2000.10.19	2013.01	聚合支付	-	对账后次月	46.21	36.22	否
财付通支付科技有限公司	161.22	19.11%	2006.8.25	2015.06	聚合支付	-	对账后次月	37.35	已全额回款	否
广州永同动漫科技有限公司	109.68	13.00%	2017.5.9	2017.10	物联网流量、物联网硬件	子公司广州科蝶采购占比65%；子公司广州智科采购占比78.00%	对账后次月	-	-	是，双方合作主要系对方经营游艺娱乐产品需要相关物联网支撑
广州声迅保安服务有限公司	46.21	5.48%	2014.07.11	2017.05	物联网流量、物联网硬件	-	对账后次月	4.30	已全额回款	否
深圳市东恒网络科技有限公司	38.79	4.60%	2013.12.26	2014.12	物联网流量	0.5%	6个月	4.11	已全额回款	否
合计	636.58	75.46%	-							
2017年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
深圳市东恒网络科技有限公司	47.95	21.09%	2013.12.26	2014.12	物联网流量	0.50%	6个月	6.29	已全额回款	否
中国民生银行股份有限公司广州分行	39.30	17.28%	1996.12.30	2017.07	聚合支付	-	对账后次月	40.41	已全额回款	否
联动优势电子商务有限公司	25.32	11.13%	2011.1.19	2016.06	聚合支付	-	对账后次月	14.95	已全额回款	否

广州声迅保安服务有限公司	10.81	4.76%	2014.07.11	2017.05	物联网流量	-	对账后次月	3.52	已全额回款	否
广州市奥付云智助物联科技有限公司	7.88	3.47%	2015.10.9	2017.01	物联网流量	-	对账后次月	-	-	否
合计	131.26	57.72%	-							

备注：北京友宝在线科技股份有限公司、广州珠城物业管理有限公司、佛山市禅城区汇驿停车场投资管理有限公司、广州声迅保安服务有限公司、蚂蚁科技集团股份有限公司、财付通支付科技有限公司、中国民生银行股份有限公司广州分行、联动优势电子商务有限公司、广州市奥付云智助物联科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况

报告期内，公司物联网应用解决方案主要客户发生变化主要有两个原因，一方面，公司的物联网应用解决方案收入规模相对较小，当出现单个客户收入规模相对较大时，则会导致客户发生明显变化。另一方面，公司物联网应用解决方案业务随着细分板块的发展，也导致主要客户结构发生变化。

（5）报告期内公司技术服务前5大客户

单位：万元

2020年1-6月										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
华为软件技术有限公司	186.40	32.81%	2005.9.7	2018.01	互联网基地客户端框架产品采购项目	-	按进度确认	197.58	已全额回款	否
北京微智信业科技有限公司	157.16	27.67%	2003.10.9	2019.12	广东省佛山智能学堂服务ICT项目	<1%	按进度确认	-	-	否
广州极有汇科技有限公司	112.45	19.80%	2015.3.13	2016.12	支付POS软件系统技术服务项目	5.00%	按进度确认	298.00	120.00	否

广州力博企业管理顾问有限公司	112.08	19.73%	2013.7.11	2019.09	微信公众号以及小程序运营技术服务	-	按进度确认	-	-	否
合计	568.09	100.00%	-							
2019 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
联通系统集成有限公司广东省分公司	749.09	32.35%	2011.7.19	2017.11	云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目	-	按进度确认	474.93	116.25	否
华为软件技术有限公司	689.81	29.79%	2005.9.7	2018.01	互联网基地客户端框架产品采购项目	-	按进度确认	449.21	已全额回款	否
北京微智信业科技有限公司	262.28	11.33%	2003.10.9	2019.12	广东省佛山智能学堂服务 ICT 项目	<1%	按进度确认	-	-	否
广州极有汇科技有限公司	168.68	7.29%	2015.3.13	2016.12	支付 POS 软件系统技术服务项目	10.00%	按进度确认	178.80	120.00	否
广州硅米科技有限公司	141.51	6.11%	2015.9.8	2017.12	互动娱乐机系统项目	-	按进度确认	150.00	-	否
合计	2,011.37	86.87%	-							
2018 年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至 2020 年 11 月 30 日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户

华为软件技术有限公司	2,258.59	60.01%	2005.9.7	2018.01	互联网基地客户端框架产品采购项目	-	按进度确认	1,534.07	已全额回款	否
广州硅米科技有限公司	566.04	15.04%	2015.9.8	2017.12	互动娱乐机系统项目	-	按进度确认	150.00	已全额回款	否
广州极有汇科技有限公司	301.89	8.02%	2015.3.13	2016.12	支付POS软件系统技术服务项目	24.00%	按进度确认	220.00	已全额回款	否
广东欢太科技有限公司	299.29	7.95%	2013.7.9	2015.12	流量、话费系统项目	-	按进度确认	-	-	否
深圳易普森科技股份有限公司	200.00	5.26%	2011.6.28	2013.03	物联网流量平台开发项目	-	按进度确认	-	-	否
合计	3,625.81	96.28%	-							
2017年										
客户名称	销售收入	销售占比	设立时间	合作历史（起始时间）	服务内容	占对方同类业务占比	信用期限	期末欠款余额	期后还款金额（截至2020年11月30日）	是否设立当年或次年即为公司主要客户
广州极有汇科技有限公司	496.32	44.76%	2015.3.13	2016.12	支付POS软件系统技术服务项目 /流量营销系统开发项目	19.00%	按进度确认	320.00	已全额回款	否
深圳市择众传媒股份有限公司	281.13	25.36%	2008.3.20	2015.06	自媒体智能营销平台项目	-	按进度确认	18.00	已全额回款	否
中国移动	239.01	21.56%	1999.7.22	2012.01	终端应用及技术支撑服务项目	-	按进度确认	-	-	否
中国联合网络通信有限公司广东省分公司	90.85	8.19%	2000.12.1	2016.08	广东联通多媒体云展厅新建工程项目	-	按进度确认	9.63	已全额回款	否
合计	1,107.31	99.86%	-							

备注：华为软件技术有限公司、广州力博企业管理顾问有限公司、联通系统集成有限公司广东省分公司、广州硅米科技有限公司、广东欢太科技有限公司、深圳易普森科技股份有限公司、深圳市择众传媒股份有限公司技因涉及对方商业机密等原因，未提供具体服务占比情况。

报告期内，公司技术服务主要客户发生变化主要系受具体的技术服务项目所影响，当技术服务项目阶段跨度时间较长或者需提供后续连续开发时，则该客户会较为连续。项目服务周期较短则该客户不会连续成为主要客户。

报告期内，上述主要客户与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。公司部分主要客户与蜂助手经营类似业务，其向蜂助手进行采购的主要原因系，在虚拟商品运营行业，各分发商的资源竞争优势各异，需要通过互相采购以达到资源互补整合及利润最大化，当蜂助手资源更具优势时则向蜂助手进行采购，分发商之间比价采购的供应模式属于行业的惯常采购模式，具有商业合理性和必要性。公司向主要客户销售定价政策通常参考产品单位成本、合理利润水平、责任义务、市场需求和竞争状况、工期需求、市场开拓需求等综合因素确定。公司向主要客户的销售定价通常采用市场化报价，定价具有公允性，不存在利益输送情形。公司主要客户与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在非经营性往来。

4、各业务板块新增客户情况

报告期内，各类业务新增客户的拓展方式、合作背景对当年营业收入的影响程度情况如下：

业务类型	客户名称	新增为主要客户的年度	对当年营业收入的影响	拓展方式	合作背景
聚合运营服务	浙江三合通信科技有限公司	2020 年 1-6 月	3.85%	商务洽谈	浙江三合在支付宝上运营“手机营业厅”业务，因营销推广需求通用流量。
	中国银行股份有限公司	2020 年 1-6 月	2.31%	公开招标	配合运营策划营销合作，提供多种虚拟商品
	广东优世联合控股集团股份有限公司	2019 年	3.67%	商务洽谈	优世联合主营云服务、IDC 服务、大数据等，拥有较多的客户资源，其下游客户具备一定的营销流量需求。
	江苏东顾商业服务有限公司	2019 年	3.42%	商务洽谈	江苏东顾为保险业服务商类，其下游客户具有一定的营销流量需求。
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2018 年	5.17%	商务洽谈	公司本身为芒果 TV 核心代理商，具备良好的合作基础及口碑，因芒果 TV 需要采购流量进行用户营销赠送，故双方洽谈达成合作。
	江苏卡池电子商务有限公司	2018 年	1.90%	商务洽谈	江苏卡池为流量分发企业，同时在天猫经营流量充值。因蜂助手在广东地区具有一定的资源优势，故向蜂助手采购通用流量。
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2018 年	1.71%	公开招标	微信钱包充值入口，经公开招标，公司成功入围。
	安徽易众网络科技有限公司	2018 年	1.24%	商务洽谈	安徽易众同为虚拟产品分发商，并在天猫经营虚拟商品充值。因蜂助手代理的影视会员产品资源丰富，经过双方商务洽谈，达成合作。
	广东天宸网络科技有限公司	2018 年	1.10%	商务洽谈	VIVO 手机运营商。VIVO 从 2017-2018 年开始着手搭建手机钱包内各类充值服务业务，因公司与 OPPO 有较长时间合作经验，通过商务洽谈沟通，由公司协助 VIVO 开始搭建流量充值系统，并逐步开始向 VIVO 供应流量充值产品
融合运营服务	优酷信息技术（北京）有限公司	2020 年 1-6 月	0.11%	商务洽谈	公司为优酷的核心代理商，合作时间较长。因 2020 年开展融合运营服务对部分省份采

业务类型	客户名称	新增为主要客户的年度	对当年营业收入的影响	拓展方式	合作背景
					取分成模式导致优酷成为了公司客户。
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	2019 年	4.08%	商务洽谈	长沙瑞联为芒果 TV 的核心代理商之一,2019 年 6 月开始与公司合作融合运营服务。
	中国电信	2019 年	3.23%	公开招标	中国电信部分省公司为更好的满足客户的需求，开展“视频+流量”业务，蜂助手成功入围
	广州市讯锋通信科技有限公司	2019 年	1.08%	商务洽谈	广州讯锋为中国电信的代理商。因技术连接的原因，公司初期与中国电信之间的融合运营服务由广州讯锋实施
分发运营服务	浙江三合通信科技有限公司	2020 年 1-6 月	1.74%	商务洽谈	浙江三合作为运营商产品核心代理商，代理范围涵盖了运营商所开发的 APP，故双方开展分发合作。
	南京两岸电竞体育管理有限公司	2019 年	1.89%	商务洽谈	南京两岸代理的APP产品资源丰富，经商务洽谈，双方开展合作
	南京爱火文化科技有限公司	2019 年	1.65%	商务洽谈	南京爱火代理的APP产品资源丰富，经商务洽谈，双方开展合作
	科大讯飞股份有限公司	2019 年	1.36%	商务洽谈	科大讯飞为“个性彩铃”“语音遥控器”等一系列 APP 的开发者，具有 APP 的推广需求
	湖南联盛网络科技股份有限公司	2018 年	3.10%	商务洽谈	湖南联盛为“白金岛”系列游戏的开发者，具有推广需求
	上海云豆信息科技有限公司	2018 年	1.44%	商务洽谈	经商务洽谈，公司协助上海云豆代理的”一淘 APP“在华为市场上投放
技术服务	广州力博企业管理顾问有限公司	2020 年 1-6 月	0.53%	商务洽谈	技术服务需求
	北京微智信业科技有限公司	2019 年	0.62%	商务洽谈	技术服务需求
	华为软件技术有限公司	2018 年	7.76%	公开招标	技术服务需求
	广州硅米科技有限公司	2018 年	1.94%	商务洽谈	技术服务需求
	广东欢太科技有限公司	2018 年	1.03%	商务洽谈	技术服务需求
物联网应用解决方案	广州珠城物业管理有限公司	2020 年 1-6 月	0.19%	商务洽谈	双方在智慧停车场开展合作
	佛山市禅城区汇驿停车场投	2020 年 1-6 月	0.08%	公开招标	双方在智慧停车场开展合作

业务类型	客户名称	新增为主要客户的年度	对当年营业收入的影响	拓展方式	合作背景
	资管理有限公司				
	深圳市证通电子股份有限公司	2020 年 1-6 月	0.07%	商务洽谈	物联网流量需求
	佛山市恒凯达科技有限公司	2019 年	1.26%	公开招标	双方在智慧停车场开展合作
	北京友宝在线科技股份有限公司	2019 年	0.45%	商务洽谈	物联网流量需求
	中移电子商务有限公司	2019 年	0.14%	商务洽谈	中移电子商务为收单机构，公司开展“聚合支付”业务与其进行合作
	上海讯联数据服务有限公司	2019 年	0.14%	商务洽谈	上海讯联经营同类业务，蜂助手与其合作可以拓广商务渠道
	蚂蚁科技集团股份有限公司	2018 年	0.96%	平台签约接入	蚂蚁为收单机构，公司开展“聚合支付”业务与其进行合作
	财付通支付科技有限公司	2018 年	0.55%	平台签约接入	财付通为收单机构，公司开展聚合支付业务与其进行合作
	广州永同动漫科技有限公司	2018 年	0.38%	商务洽谈	物联网流量需求

（六）公司客户和供应商重合情况

1、客户和供应商重合的情形

报告期内，发行人存在客户和供应商重合的情形，主要分为四种情形，按照采购和收入金额均为 10 万元及以上标准统计的重叠情况如下：

单位:万元

类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年		2017 年	
	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额
同为通用流量业务客户和供应商	16.80	450.89	20.73	543.44	619.25	3,104.01	2,230.87	3,756.74
同为影视会员业务客户和供应商	104.22	49.28	118.09	207.91	-	-	-	-
同为分发运营业务客户和供应商	-	-	115.12	21.47	1,141.06	1,446.34	1,779.38	528.31
同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别	537.94	2,493.05	9,967.99	10,946.95	5,320.82	5,796.71	2,281.50	3,650.24
其他	39.61	43.66	51.54	190.65	38.79	22.64	-	-

类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年		2017 年	
	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额
合计	**698.57**	**3,036.88**	**10,273.47**	**11,920.28**	**7,119.92**	**10,369.70**	**6,291.75**	**7,935.29**
占当期收入/采购金额比	3.31%	12.87%	24.26%	26.01%	24.46%	41.50%	17.20%	24.48%

报告期内，公司客户和供应商重合情况主要与行业经营模式有关，为行业内的普遍现象，**报告期内，客户和供应商重叠的具体情况如下：**

（1）2020 年 1-6 月客户供应商重叠情形

单位：万元

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
同为通用流量业务客户和供应商	百妙骏业（北京）科技有限公司	16.80	450.89	2020 年上半年，公司向其销售的流量较少，全部为甘肃省流量；公司向百妙骏业采购云南省、广东省、河南省、山东省等地区流量。	设立日期：2016.1.13 最早合作历史：2019.02	否
同为影视会员业务客户和供应商	安徽易派网络科技有限公司	104.22	49.28	2020 年上半年，公司向其销售的主要品种为“爱奇艺”会员；向安徽易派采购金额较小，主要系安徽易派具有价格优势时，蜂助手会进行少量采购，品种较为分散。	设立日期：2013.3.26 最早合作历史：2018.05	否
同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别	中移互联网有限公司	341.75	16.11	销售：融合运营；采购：分发运营	设立日期:2015.10.30 最早合作历史:2016.1	否
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	128.92	436.56	销售：融合运营；采购：影视会员	设立日期：2006.5.26 最早合作历史：2017.06	否
	优酷信息技术（北京）有限公司	33.58	1,992.59	销售：融合运营、广告服务；采购：视频权益	设立日期：2006.2.24 最早合作历史：2017.06	否
	中国移动通信集团广东有限公司广州分公司	33.69	47.79	销售：融合运营、分发运营；采购：物联网流量	设立日期：1999.1.14 最早合作历史：2016.04	否
	小计	537.94	2,493.05			
其他	广州珠城物业管理有限公司	39.61	43.66	双方合作智慧停车场，公司按比例承担场地租金等成本，同时按比例取得运营分成收入	设立日期：2019.8.13 最早合作历史：2019.09	否
合计		698.57	3,036.88			

（2）2019年客户供应商重叠情形

单位：万元

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
同为通用流量业务客户和供应商	百妙骏业（北京）科技有限公司	20.73	543.44	2019年，公司向百妙骏业采购广东省、贵州省、湖北省等地区流量，公司向其销售的流量较少，主要为陕西省流量	设立日期：2016.1.13 最早合作历史：2019.02	否
同为影视会员业务客户和供应商	浙江广腾科技有限公司	105.52	112.47	向浙江广腾销售“优酷会员”、向其主要采购“爱奇艺会员”	设立日期：2017.3.21 最早合作历史：2019.06	否
	安徽易派网络科技有限公司	12.58	95.44	2019年主要向安徽易派主要销售“爱奇艺”“芒果TV”会员，向其采购的主要品种为“优酷”、“腾讯视频”会员。	设立日期：2013.3.26 最早合作历史：2018.05	否
	小计	118.09	207.91			
同为分发推广业务客户和供应商	上海洁渠信息科技有限公司	115.12	21.47	2019年，公司为洁渠推广“西瓜视频”、“飞信”、“抖音”APP。同时，其为公司提供“微信读书”的推广服务。	设立日期：2013.8.27 最早合作历史：2015.05	否
同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别	深圳市东恒网络科技有限公司	5,403.83	18.93	销售：流量、话费、影视会员、物联网；采购：物联网	设立日期：2013.12.26 最早合作历史：2014.12	否
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2,427.25	42.46	销售：流量运营、融合运营；采购：影视会员	设立日期：2006.5.26 最早合作历史：2017.06	否
	中移互联网有限公司	839.29	14.74	销售：融合运营、培训服务；采购：分发运营	设立日期：2015.10.30 最早合作历史：2016.1	否
	华为软件技术有限公司	829.01	11.00	销售：技术服务、分发运营；采购：短信服务	设立日期：2005.9.7 最早合作历史：	否

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/ 合作历史	关联方 关系
					2018.01	
	广州极有汇科技有限公司	298.53	33.00	销售：技术服务、分发运营；采购：物联网	设立日期：2015.3.13 最早合作历史： 2016.12	否
	深圳市荣华世纪商贸有限公司	93.73	2,594.79	销售：技术服务、影视会员；采购：话费、卡券、物联网流量	设立日期： 2015.1.9 最早合作历史： 2017.08	否
	中国移动通信集团广东有限公司茂名分公司	32.49	12.79	销售：培训服务；采购：物联网	设立日期：1999.1.11 最早合作历史： 2016.02	否
	中国移动通信集团广东有限公司东莞分公司	27.02	182.60	销售：培训服务；采购：物联网	设立日期： 1999.1.15 最早合作历史： 2014.12	否
	北京爱奇艺科技有限公司	16.82	8,036.64	销售：流量；采购：影视会员	设立日期：2007.3.27 最早合作历史： 2016.02	否
	小计	9,967.99	10,946.95			
其他	广州珠城物业管理有限公司	33.09	26.21	双方合作智慧停车场，公司按比例承担场地租金等成本，同时按比例取得运营分成收入	设立日期：2019.8.13 最早合作历史： 2019.09	否
	广州鸿富鑫物业管理有限公司	18.45	164.45	双方合作智慧停车场，公司承担停车场建设成本以及按比例承担场地租金等成本，同时按比例取得运营分成收入	设立日期：2018.12.4 最早合作历史： 2019.01	否
	小计	51.54	190.65			
合计		10,273.47	11,910.43			

（3）2018 年客户、供应商重叠情况

单位：万元

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
同为通用流量业务客户和供应商	南京易充网络科技有限公司	303.87	31.47	南京易充为公司流量业务的主要客户，当对方有优势资源时，公司会向其采购流量，公司向其采购的流量金额较少	设立日期：2016.1.13 最早合作历史：2017.05	否
	上海七位数信息技术有限公司	166.31	34.72	2018 年，公司向上海七位数销售的主要流量种类为“内蒙古移动”流量，占向其销售总额比例为 96.8%；公司向其采购流量较少，主要为云南省、贵州省、湖南省流量	设立日期：2016.7.13 最早合作历史：2018.03	否
	上海大汉三通无线通信有限公司	102.46	2,190.91	大汉三通为公司流量业务的主要供应商，当公司拥有优势资源时，大汉三通会从蜂助手采购流量，但金额较少。公司主要向大汉三通采购中国移动流量，主要向其销售中国联通流量。	设立日期：2011.7.4 最早合作历史：2016.01	否
	广州市单元信息科技有限公司	28.37	32.26	交易金额较少，流量资源互补	设立日期：2007.3.22 最早合作历史：2017.03	否
	厦门小歪科技有限公司	18.24	814.64	厦门小歪为公司流量业务的主要供应商，当公司拥有优势资源时，厦门小歪会从蜂助手采购流量，但金额较少。经核查，2018 年公司供应商厦门小歪的流量主要来源于中国移动通信集团广东有限公司茂名分公司	设立日期：2016.8.30 最早合作历史：2017.06	否
	小计	619.25	3,104.01			

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/ 合作历史	关联方关系
同为分发推广业务客户和供应商	深圳市拓思创新通信技术有限公司	722.12	16.10	深圳拓思为公司分发运营业务的主要客户，2018 年，公司为其提供“微信读书”、“腾讯新闻”“QQ 阅读”等腾讯系 APP 分发服务。同时，其为公司“星月 VR 直播”APP 提供推广渠道服务，报告期内，蜂助手向其采购的金额较少。（2018 年收入中含少量影视会员、流量收入，未单独列示）	设立日期：2009.11.2 最早合作历史：2014.12	否
	南京多禾互娱科技股份有限公司	193.43	46.78	南京多禾互娱为公司分发运营业务的主要客户，2018 年，公司为其提供“全民枪战”、“一起来飞车”、“一起来跳舞”等 APP。同时，其为公司“咪咕游戏”等 APP 提供分发服务，报告期内，蜂助手向其采购的金额较少。（采购金额中含少量通用流量，未单独列示）	设立日期：2010.5.26 最早合作历史：2016.09	否
	上海移云信息科技有限公司	94.74	17.32	2018 年，公司为移云提供“一淘”APP 推广服务，同时向其采购“微信读书”推广服务。	设立日期：2011.9.20 最早合作历史：2016.06	否
	广州去动网络科技有限公司	82.32	31.78	2018 年，公司为去动网络提供“YY”、“折 800”APP 推广服务。同时向其采购“西瓜视频”、“360 手机助手”等 APP 推广服务	设立日期：2015.4.27 最早合作历史：2016.11	否
	深圳市极程互动科技有限公司	25.76	307.49	深圳极程为公司分发运营的主要供应商，2018 年，其为公司提供“腾讯游戏”、“高德地图”、“火山视频”、“沃音乐”等 APP 的推广服务。同时，公司为其提供“微视”、“新浪新闻”、“58 同城”等 APP 的推广。蜂助手向其销售的金额较少	设立日期：2014.7.7 最早合作历史：2016.09	否

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
	深圳飓风传媒科技有限公司	11.84	983.02	深圳飓风为公司分发运营的主要供应商，2018 年，其为公司提供“白金岛跑的快”、“白金跑胡子”、“白金岛长沙麻将”、“甜心消消乐”、“唯品会”、等 APP 的分发推广服务。同时，公司为其提供“一点接入”、“咪咕善跑”等 APP 分发服务。蜂助手向其销售的金额较少（采购金额中含部分通用流量业务，未单独列示）	设立日期：2013.9.23 最早合作历史：2016.01	否
	北京青羽畅想科技有限公司	10.86	43.85	2018 年，公司为其提供“网易新闻”、“百度输入法”、“58 同城”等 APP 的推广服务。同时，公司向其采购“高德地图”、“微视”、“微信读书”等 APP 的推广服务	设立日期：2014.2.26 最早合作历史：2017.03	否
	小计	1,141.06	1,446.34			
同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2,561.50	103.77	销售：流量运营、融合运营；采购：影视会员	设立日期：2006.5.26 最早合作历史：2017.06	否
	华为软件技术有限公司	2,258.59	509.91	销售：技术服务；采购：分发运营	设立日期：2005.9.7 最早合作历史：2018.01	否
	深圳易普森科技股份有限公司	200.00	1,222.32	销售：技术服务；采购：流量运营	设立日期：2011.6.28 最早合作历史：2013.03	否
	深圳市荣华世纪商贸有限公司	86.50	738.20	销售：流量运营、影视会员；采购：话费、卡券	设立日期：2015.1.9 最早合作历史：2017.08	否
	广州圣达广告有限公司	49.94	13.96	销售：流量运营；采购：分发运营	设立日期：2009.10.15 最早合作历史：	否

重叠类型	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/ 合作历史	关联方 关系
					2018.11	
	广东星鼎通信科技有限公司	33.33	16.34	销售：分发推广；采购：流量运营	设立日期：2015.2.17 最早合作历史： 2016.06	否
	南京飞翰网络科技有限公司	32.98	437.22	销售：影视会员；采购：话费、卡券	设立日期：2015.2.28 最早合作历史： 2016.01	否
	北京爱奇艺科技有限公司	29.00	1,978.25	销售：流量运营；采购：视频权益	设立日期：2007.3.27 最早合作历史： 2016.02	否
	珠海市米佳科技有限公司	28.96	19.25	销售：流量运营；采购：分发运营	设立日期：2013.9.6 最早合作历史：2017.1	否
	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	18.19	13.33	销售：分发推广；采购：流量运营	设立日期：2000.12.1 最早合作历史： 2016.08	否
	优酷信息技术（北京）有限公司	11.33	693.50	销售：分发运营；采购：融合运营	设立日期：2006.2.24 最早合作历史： 2017.06	否
	中国移动通信集团广东有限公司佛山分公司	10.50	50.66	销售：分发运营；采购：流量运营	设立日期：1999.1.18 最早合作历史： 2014.12	否
	小计	5,320.82	5,796.71			
其他	深圳市东恒网络科技有限公司	38.79	22.64	采购、销售：物联网流量，金额较小，向其销售的主要为中国移动物联网流量，向其主要采购中国联通、中国电信物联网流量	设立日期：2013.12.26 最早合作历史： 2014.12	否
合计		7,119.92	10,369.70			

（4）2017 年客户供应商重叠情况

单位：万元

重叠情形	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
同为通用流量业务客户和供应商	江苏卡池电子商务有限公司	696.90	68.01	江苏卡池为公司流量业务的主要客户，当对方有优势资源时，公司会向其采购流量，公司向其采购的流量金额较少	设立日期：2015.11.5 最早合作历史：2016.03	否
	深圳易普森科技股份有限公司	388.82	11.90	2017 年公司向易普森提供的流量主要为广东省、内蒙古、北京等地区，公司向其采购的流量全部为辽宁省流量（收入中含少量技术服务，未单独列示）	设立日期：2011.06.28 最早合作历史：2013.03	否
	广州市单元信息科技有限公司	194.59	67.81	蜂助手向单元信息销售的流量主要为广东省、内蒙古、北京等地区流量，向其采购的流量主要为广省、湖南省、湖北省等地区流量。	设立日期：2007.3.22 最早合作历史：2017.03	否
	杭州函轩信息技术有限公司	184.20	11.32	蜂助手向函轩信息销售的流量主要为广西省、上海市、湖北省等地区流量，向其采购的流量主要为河南省、河北省流量。	设立日期：2016.04.19 最早合作历史：2016.10	否
	广州粤亮信息科技有限公司	139.75	86.19	蜂助手向粤亮主要销售广东省、内蒙古等地区流量，向其主要采购安徽省、广东省流量	设立日期：2009.9.21 最早合作历史：2016.11	否
	广东星鼎通信科技有限公司	106.69	218.85	蜂助手向星鼎销售广东省、河北省、四川省等地区流量，向其采购河北、安徽、广东等地区流量。	设立日期：2015.2.17 最早合作历史：2016.06	否
	北京讯众通信技术股份有限公司	100.83	88.68	2017 年蜂助手向北京讯众销售的流量为广东省、西藏、湖南省流量，公司向其采购的流量主要为四川省、陕西省、贵州省流量	设立日期：2008.11.20 最早合作历史：2015.11	否

重叠情形	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/ 合作历史	关联方关系
	南京易充网络科技有限公司	97.42	592.26	南京易充网络科技有限公司为公司2018年的主要供应商，当公司有优势资源时，其会向公司采购流量，公司向其销售的流量金额较少	设立日期：2016.1.13 最早合作历史： 2017.05	否
	深圳乐流致远网络科技有限公司	93.83	128.43	公司向其销售广东省、湖南省等地区流量，向其主要采购广东省、北京市等地区流量。	设立日期：2014.10.30 最早合作历史： 2016.01	否
	杭州久点久电子商务有限公司	70.48	250.97	公司向其销售广东省、内蒙古等地区流量，向其主要采购北京市、广东省等地区流量	设立日期： 2014.02.21 最早合作历史： 2015.12	否
	纵合有成信息科技（北京）有限公司	62.77	109.27	公司向其销售江苏省、内蒙古等地区流量，向其主要采购天津市、广东省、福建省等地区流量。	设立日期：2015.6.2 最早合作历史： 2016.04	否
	深圳腾畅科技有限公司	44.45	546.92	腾畅科技为公司的主要供应商，公司向其采购广东省、贵州省等地区流量，向其销售的流量金额较少，当公司有优势资源时，其会向公司采购流量。	设立日期：2014.5.8 最早合作历史： 2016.01	否
	广州流量圈通信科技有限公司	26.31	1,517.60	流量圈为公司的主要供应商，2018年，公司向其采购广东省、河南省等地区流量，向其销售的流量全部为内蒙古地区流量。（采购金额中含少量话费、物联网业务，未单独列示）	设立日期：2016.6.14 最早合作历史： 2016.10	是
	深圳市微媒有道信息技术有限公司	23.84	58.52	公司向其销售江苏省、河北省等地区流量，公司向其采购的流量主要为辽宁省、内蒙古等地市流量	设立日期： 2015.11.10 最早合作历史： 2016.08	否
	小计	2,230.87	3,756.74			

重叠情形	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/ 合作历史	关联方关系
同为分发推广业务客户和供应商	深圳市拓思创新通信技术有限公司	1,752.62	20.65	拓思创新为公司分发运营业务的主要客户，2017 年公司为其提供“腾讯新闻”、“腾讯视频”、“QQ 阅读”等 APP 的分发推广服务。同时，其为公司提供“支付宝”、“酷我音乐”、“星月 VR 直播”等 APP 推广服务。（2017 年收入中含少量影视会员、流量收入，未单独列示。分发业务收入金额为 1,749.50 万元）	设立日期：2009.11.2 最早合作历史：2014.12	否
	深圳市云蜂智慧传媒有限公司	26.76	507.66	云蜂智慧为公司分发运营服务的主要供应商，2017 年，其为公司提供“白金岛跑得快”、“白金长沙麻将”、“白金岛跑胡子”、“支付宝”、装机等分发推广服务。公司 2017 年为其提供“手机百度”、“手机 QQ 流量其”、“腾讯动漫”APP 分发推广服务。（采购金额中含少量通用流量，未单独列示）	设立日期：2014.7.31 最早合作历史：2014.09	否
	小计	1,779.38	528.31			
同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别	中移在线服务有限公司	1,345.05	42.38	销售：分发运营服务、手机配件；采购：流量运营	设立日期：2014.10.27 最早合作历史：2016.08	否
	南京飞翰网络科技有限公司	547.23	1,661.98	销售：流量；采购：话费、卡券(采购流量相对较少，未列示)	设立日期：2015.02.28 最早合作历史：2016.01	否
	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	90.85	192.58	销售：技术服务；采购：流量运营	设立日期：2000.12.1 最早合作历史：2016.08	否

重叠情形	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	主要销售/采购内容	设立时间/合作历史	关联方关系
	广州旺青网络技术有限公司	89.37	61.95	销售：分发运营；采购：流量	设立日期：2016.09.14 最早合作历史：2017.08	否
	广州市宇杰科技有限公司	208.99	1,691.35	销售：分发运营；采购：流量、话费	设立日期：2003.4.17 最早合作历史：2015.05	是
	小计	2,281.50	3,650.24			
合计		6,291.75	7,935.29			

公司与上述企业的合作模式及结算方式与公司其他客户、供应商的合作模式及结算方式一致，并采取市场方式公允定价，不存在对重叠作出特殊安排的情形。

2、客户和供应商重合的原因

（1）同时为流量业务供应商和客户的原因

通用流量供应商和客户互相采购的情形是由行业模式所决定，具有合理性。**具体分析如下：**

通用流量资源是以地市运营商为核心的供应链模式，不同地市、不同时间阶段，各地市运营商会根据自身经营目标完成情况，供应出不同成本折扣、有限供应量的流量资源，流量资源具有较强的区域性、时效性。三大运营商，在全国共计 300 多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量供应商只有采取整合供应链模式，并且是多层级交叉整合的分发商模式，才能更好地满足三大运营商全国数十亿客户的流量充值服务。

流量资源的区域性、时效性强，各分发商只会在某一时段拿到某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势的流量资源，不存在一家分发商同一时间获得所有地市流量资源最优价格的情况，因此各分发商需要通过互相采购达到资源互补整合及利润最大化。

上述流量分发商比价采购的供应模式属于流量运营行业的惯常采购模式。以上市公司彩讯股份（股票代码：300634）的控股子公司深圳腾畅科技有限公司为例，其主营业务为基于运营商流量资源为企业客户提供数字营销服务。根据彩讯股份招股书披露，“公司从事流量经营业务”、“流量经营业务采购主要由公司子公司深圳腾畅采购部门在市场上寻找合适的供应商，收集价格、数量等因素确定。”、“采购对象主要为包括中国移动在内的流量数据供应商或其代理商”。深圳腾畅通过比价方式确定流量供应商，成为其他流量供应商的客户，而其同时是蜂助手流量业务 2018 年度的第四大供应商。非上市公众公司深圳易普森科技股份有限公司为蜂助手的重要供应商，其同时是香港上市的流量经营企业西藏福禄网络科技有限公司的客户。

综上所述，流量市场采取分发商模式，并且是多层级交叉整合的分发商模式，是流量市场的主流发展模式，在同行业上市公司、非上市公众公司中也有类似情况。行业中供应商和客户相互采购存在合理性和必要性，符合行业特征。

报告期内，发行人流量客户同为流量供应商的情况汇总如下：

单位：万元

类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年		2017 年	
	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额	收入金额	采购金额
同为通用流量业务客户和供应商	16.80	450.89	20.73	543.44	619.25	3,104.01	2,230.87	3,756.74
同期通用流量收入/采购总额	5,895.99	4,640.24	14,626.40	11,651.26	11,398.58	8,380.57	24,832.72	21,891.24
占当期通用流量收入/采购总额比例	0.29%	9.72%	0.14%	4.66%	5.43%	37.04%	8.98%	17.16%

报告期内，公司流量客户为流量供应商所对应的收入金额分别为 2,230.87 万元、619.25 万元、20.73 万元、16.80 万元，占各期收入的比例分别为 8.98%、5.43%、0.14%、0.29%。报告期内交易金额和占比呈下滑趋势，流量客户为流量供应商主要出现在交易对方亦为流量分发商的情况。由于“提速降费”及公司经营策略的转变，公司的客户结构中流量分发商比例逐渐减少，其中 2020 年 1-6 月，同为流量供应商和客户产生的流量收入为 16.8 万元，金额较少，对公司流量运营无重大影响。同时，流量客户为流量供应商的情形具有明显销售或者采购为主要属性的特征，即对方主要为公司的客户或者供应商，相对应的采购金额或者销售金额较少。公司流量客户为流量供应商具有商业合理性。

（2）同为影视会员业务客户和供应商的原因

2019 年、2020 年 1-6 月，同为公司影视会员客户和供应商所所涉及的收入为 118.09 万元和 104.22 万元，占当期收入的比例分别为 0.28%、0.49%。爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果 TV 等头部视频商出于自身经营考虑，有众多的服务商，各服务商由于资金预存、交易规模等不同，能够享受不同的采购折扣。蜂助手除向头部视频商直接采购外，当出现其他第三供应商价格优势时，会向第三方进行采购。同时各服务商与视频商签订协议时，对采购会员品种（如日卡、周卡、月卡等）有明确的规定，因此当服务商无法直接向视频商采购某类型会员时，也需要向第三方服务商采购。公司同为影视会员客户和供应商的情形具有商业合理性。

（3）同时为应用分发客户和应用分发供应商的原因

报告期内，公司应用分发客户为应用分发供应商所涉及的收入金额分别为 1,779.38 万元、1,141.06 万元、115.12 万元和 0.00 万元。占各期收入的比例分别为 4.86%、3.92%、0.27%和 0.00%，报告期内呈下降趋势，其中 2017 年、

2018 年应用分发客户为应用分发供应商收入占比较高主要系 2017 年、2018 年存在主要客户同时为蜂助手提供少量 APP 分发推广服务所致。例如，2017 年公司为深圳市拓思创新通信技术有限公司提供“腾讯新闻”、“腾讯视频”、“QQ 阅读”等 APP 的分发推广服务，当年确认收入 1,749.50 万元，同时，深圳市拓思创新通信技术有限公司亦为公司提供“支付宝”、“酷我音乐”、“星月 VR 直播”等 APP 推广服务，当年确认采购金额 20.65 万元。

与通用流量业务类似，公司开展 APP 分发运营业务时，从上游接收推广需求，并向下游渠道进行分发，由于各公司所取得分发资源不同，会存在相互推广的情形。在开展分发运营业务时，计费模式主要分为 CPA 模式（按照新增 APP 有效激活用户数量取得收入）和 CPS 模式（按照 APP 消费金额获取分成收入）两种，推广渠道的开拓对分发运营增量收入具有重要意义，**应用分发商之间相互分发应用属于正常的行业现象。同时，分发运营客户为分发供应商的情形具有明显销售或者采购为主要属性的特征，即对方主要为公司的客户或者供应商，相对应的采购金额或者销售金额较少。**

公司同为分发运营客户和供应商的情形具有商业合理性和必要性。

（4）同为客户和供应商，但销售采购内容有所区别

数字化虚拟商品种类繁多，公司与部分客户和供应商会产生多个业务上的合作，例如公司 2019 年为湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司提供通用流量运营服务的同时，又向其采购芒果 TV 会员；公司 2018 年向华为提供技术服务，同时也采购华为分发运营服务，在华为应用市场上进行 APP 推广；公司 2017 年向中移在线服务有限公司提供“10086APP”分发运营服务，同时向其采购通用流量。诸如此类交易均具有业务合理性。

（5）互联网行业公司存在客户供应商重合情形的案例

鉴于互联网行业中互联网营销企业和数字内容分发企业众多，因此互联网行中存在相同客户供应商的情况较为普遍，相关案例具体情况如下：

序号	企业名称	情况简介
1	金山办公（688111）	金山办公采购阿里妈妈技术服务，也向该公司销售流量进行广告服务，阿里妈妈成为既是其客户又是其供应商。
2	迅游科技	迅游科技子公司成都狮之吼科技有限公司采购某互联网营销公司的

序号	企业名称	情况简介
	（300467）	流量进行 APP 推广，也向该互联网营销公司销售流量进行广告营销，该互联网营销公司成为既是其客户又是其供应商。
3	星期六（002291）	星期六子公司杭州遥望网络股份有限公司采购某互联网营销公司的流量进行 APP 推广，也向该互联网营销公司销售流量进行广告营销，该互联网营销公司成为既是其客户又是其供应商。
4	山东矿机（002526）	山东矿机子公司北京麟游互动科技有限公司在与某联运代理商开展游戏联运业务时，向该联运代理商收取游戏分成款；该联运代理商也为北京麟游互动科技有限公司进行游戏推广，并获得推广费，该联运代理商成为既是其客户又是其供应商。
5	天神娱乐（002354）	天神娱乐子公司北京幻想悦游网络科技有限公司在与某联运代理商开展游戏联运业务时，向该联运代理商收取游戏分成款；该联运代理商也为北北京幻想悦游网络科技有限公司进行游戏推广，并获得推广费，该联运代理商成为既是其客户又是其供应商。

综上所述，公司客户及供应商发生的重合主要分为两类情况：①业务由于需求转变，合作方上下游关系转换，从而带来的重合；②业务由于其多样性导致公司客户和供应商天然重合。公司与重合客户及供应商发生交易系正常商业行为，其他互联网企业也存在类似情形，公司交易背景真实，具有业务合理性。

3、交易价格公允性

鉴于同为客户和供应商情况下，单体客户或者供应商销售采购的金额不对等，具有明显的销售或者采购为主属性的特征，其交易行为与单方交易行为无本质区别。保荐机构、申报会计师选取了报告期内销售和采购金额均超过 100 万的企业，同时剔除上市公司样本、华为软件技术服务有限公司和采用净额法核算的业务（采用净额法核算的话费、卡券等业务其对公司业绩的影响极小）作为交易公允性核查的样本。具体样本如下：

单位：万元

年度	客户&供应商名称	收入金额	采购金额	备注
2019 年	浙江广腾科技有限公司	105.52	112.47	销售：影视会员；采购：影视会员
2018 年	上海大汉三通无线通信有限公司	102.46	2,190.91	销售：流量；采购：流量
	深圳易普森科技股份有限公司	200.00	1,222.32	销售：技术服务；采购：流量运营
2017 年	南京飞翰网络科技有限公司	547.23	1,661.98	销售：流量；采购：话费、卡券（剔除）
	广州市宇杰科技有限公司	208.99	1,691.35	销售：分发运营；采购：流量
	广东星鼎通信科技有限公司	106.69	218.85	销售：流量；采购：话费（剔除）

备注：2020 年同为客户和供应商的情形下，除湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司之外，无销售和采购金额均超过 100 万的企业。

上述企业报告期内的交易对比情况如下：

客户&供应商名称	年度	销售内容	采购内容	单价情况	可比企业单价情况	是否公允
浙江广腾科技有限公司	2019 年	爱奇艺黄金会员月卡	-	6.00 折	批发价与零售价处于5.60折-10.00折之间	是
		-	爱奇艺黄金会员年卡	6.00 折	采购价格处于 5.50 折-7.00 折之间	是
		-	爱奇艺黄金会员半年卡	6.00 折	采购价格处于 5.50 折-7.00 折之间	是
上海大汉三通无线通信有限公司	2018 年	流量（多省份）	-	平均销售单价 4.40 折	当期前 20 大流量客户的销售折扣为 3.20-7.50 折之间	是
		-	流量（多省份）	平均采购单价 5.50 折	当期前 20 大流量供应商的采购折扣为 3.00-9.00 折之间	是
深圳易普森科技股份有限公司	2018 年	物联网流量平台技术服务	-	毛利率接近 100.00%(人工成本已于前期计入研发费用,交付技术服务时所耗用的人工成本较低)	当期公司技术服务项目毛利率处于 5%-100%之间	是
		-	流量（多省份）	平均采购折扣 7.40 折	当期前 20 大流量供应商的采购折扣为 3.00-9.00 折之间	是
广东星鼎通信科技有限公司	2017 年	流量（多省份）	-	平均销售单价 8.40 折	当期前 20 大流量客户的销售折扣为 3.30-9.20 折之间	是
		-	流量（多省份）	平均采购单价 8.30 折	当期前 20 大流量供应商的采购折扣为 5.30-9.00 折之间	是
南京飞翰网络科技有限公司	2017 年	流量（多省份）	-	平均销售单价 6.60 折	当期前 20 大流量客户的销售折扣为 3.30-9.20 折之间	是
广州市宇杰科技有限公司	2017 年	“MM 商场”APP 推广	-	分成模式 95%	直接从中移互联网接单分成 100%	是
		-	流量（多省份）	平均采购单价 5.80 折	当期前 20 大流量供应商的采购折扣为 5.30-9.00 折之间	是

经对同类产品定价进行比较，上述企业定价公允，交易内容具有合理性，不存在利益输送的情况。

（七）公司与中国移动及其子公司的合作情况

1、公司与中国移动及其子公司的合作历史及合作方式

2012 年起，各大运营商及互联网企业为了提高自有 APP 产品的推广效果，提高客户黏度，实现流量提升的目的，在手机应用分发业务上有强烈的需求。因此，运营商在手机售前预装、手机销售过程中向客户推销应用、手机售后服务提供应用下载等各环节，通过引入合作方进行手机应用推广项目。公司通过公开招标等方式与中国移动及其子公司展开合作，根据其具体需求，为其量身定制应用推广的方案，定制开发应用分发平台，并提供运营支撑服务，为运营商达成应用推广目标，从而实现项目收入。此外，公司通过自身平台提供的自助下载平台、门店助手、蜂助手 PC 版、蜂助手 APP、应用盒等载体，为中国移动及其子公司提供分发运营服务，获取分成结算酬金。

2015 年起，公司开始提供流量分发服务，整合了包括中国移动在内的三大运营商的流量资源，通过蜂助手流量平台为企业客户提供一站式的流量营销服务。合作模式上，公司通过与中国移动下属子公司进行 API 对接，向中国移动下属子公司采购流量，获取省级市级流量资源，以 API 或 H5 模式分发至企业客户及终端用户，赚取合理的利润差价。

2018 年起，公司融合中国移动及网络视频商资源，推出视频权益融合运营服务业务，探索运营商产品服务与互联网内容结合的新业态。公司将爱奇艺、优酷、芒果 TV 的视频会员权益资源接入中国移动下属子公司，协助其将流量等通信产品服务与视频会员权益进行融合，向用户提供视频权益融合产品，获取视频会员销售收入或销售分成酬金。此外，公司积极拓展物联网业务，公司向中国移动下属子公司采购物联网卡及套餐，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务获取服务收入，赚取合理的利润差价。

2、公司与广东移动的关系和合作情况、合同期限及合作的可持续性，是否存在不正当竞争行为

（1）报告期内，公司向广东移动销售情况如下：

单位：万元

年度	主要服务类别	收入金额	收入占比
2020 年 1-6 月	融合运营、分发运营	6,775.44	32.09%
2019 年	融合运营、分发运营	8,882.92	20.98%
2018 年	融合运营、分发运营	2,186.67	7.51%
2017 年	分发运营	104.87	0.29%

注：上表中收入占比指该类业务销售金额占当期营业收入的比例；采购占比指该类业务采购金额占当期采购金额比例；广东移动包括其下属子公司及分公司。

（2）公司与广东移动主要业务主要合同期限情况如下：

会计期间	序号	业务类别	合同期限
2020 年 1-6 月	1	融合运营	2020.1.1 至 2020.12.31
	2	分发运营	2019.6.18 至 2020.6.30
			2020.7.5 至 2022.12.31
2019 年	1	融合运营	2019.4.26 至 2019.12.31
			2019.1.18 至 2019.12.31
	2	分发运营	2019.6.18 至 2020.6.30
	3	培训项目	2019.1.9 至 2019.12.31
2018 年	1	融合运营	2018.8.10 至 2018.12.6
	2	培训项目	2017.10.1 至 2018.12.31
2017 年	1	分发运营	2016.11.23 至 2017.4.30

注：公司与广东移动之间融合运营业务的新合同正在签署中。

报告期内，公司主要向广东移动提供融合运营服务，目前公司是合作视频商在广东移动范围内的开展融合业务的授权代理商，该分省授权代理模式具有较高的商业可行性，并经市场验证，取得了较突出的业绩，且转换服务商带来的切换成本高，公司与运营商合作稳定性高，因此该业务具有可持续性。公司亦向广东移动提供分发运营服务，该业务自公司成立起即开展，广东移动亦持续进行门户 APP 的分发推广，因此该业务具有可持续性。

报告期内，公司所获取的广东移动委托的项目均按照运营商政策通过招标、比选、询价、竞争性谈判、单一来源采购、内部采购及其他法律允许的方式取得。公司与广东移动签订的框架协议包括《商业诚信合同》、《廉洁协议》。公司已取得所在地的市场监督管理局出具的相关证明，报告期内，公司未因商业贿赂、不正当竞争等受到行政处罚。

综上所述，公司与广东移动的合作具有可持续性，合作关系合法合规，不

存在不正当竞争的情形。

3、对中国移动是否构成重大依赖，以及公司拟采取的应对措施及有效性，中国移动与公司不再合作对公司持续经营能力的影响

报告期内，公司来自前五大客户的营业收入分别占当期公司营业收入的比例分别32.84%、39.04%、54.42%及67.48%，其中，中国移动收入占比分别为10.65%、16.50%、26.90%及38.17%，为公司第一大客户，主要系公司客户较为分散所致。报告期内，公司对中国移动的总收入占当期公司营业收入的比例最高不超过40.00%，不构成对单一客户的重大依赖。

与此同时，公司亦积极拓展与其他运营商的合作。公司自2017年与中国电信开展包括通用流量、影视会员和融合运营业务在内的业务合作，具体收入情况如下表：

单位：万元

	业务类型	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
中国电信	流量	96.92	-	-	-
	影视会员	415.09	1.06	-	-
	融合运营	-	-	1,822.64	221.33
	合计	512.01	1.06	1,822.64	221.33

此外，2020年下半年以来，公司与联通华盛（中国联通的终端公司）、腾讯展开三方合作。公司将CPE机顶盒销售给联通华盛，由中国联通将腾讯王卡产品（中国联通与腾讯联合推出的号卡产品）与CPE机顶盒相结合，为腾讯王卡个人套餐客户提供“王卡宽带”融合家庭套餐产品，满足家庭无线宽带使用场景需求。截至本招股说明书签署日，该模式已开始在中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司渠道进行试点推广。

公司自成立初期向中国移动提供分发运营服务，随着业务领域的不断拓展，逐渐向其增加了聚合运营服务、融合运营服务、物联网硬件解决方案、技术服务等更加全面的服务，使得双方的合作加深，合作粘性增强，尤其是融合运营业务的迅速发展带来了双方之间的合作共赢，进一步增强了双方合作关系的持续性。因此，中国移动与公司不再合作的可能性较低，从而对公司持续经营能力产生重大影响的风险较低。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）发行人采购产品或接受服务的情况

公司属于互联网相关服务业，相关服务的提供并不需要水、电等能源要素的大量投入，公司的采购主要包括各类数字化虚拟商品（通用流量、视频会员、话费、代充值卡等）、渠道分销服务、外部服务、IT 硬件等直接与公司业务经营相关的费用。

报告期内，公司采购产品或服务的金额及占采购总金额比例如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字虚拟产品	通用流量	4,640.24	19.66%	11,651.26	25.45%	8,380.57	33.54%	21,891.24	67.53%
	视频会员	7,067.55	29.95%	11,212.25	24.49%	3,198.97	12.80%	714.56	2.20%
	其他虚拟商品	10,083.91	42.73%	15,604.81	34.08%	6,555.83	26.23%	4,199.05	12.95%
渠道资源	分发渠道	916.88	3.88%	2,803.29	6.12%	4,377.91	17.52%	4,291.07	13.24%
	入口渠道	21.67	0.09%	51.28	0.11%	327.51	1.31%	504.66	1.56%
外购服务		209.57	0.89%	1,985.93	4.34%	1,117.58	4.47%	128.48	0.40%
外购硬件		189.28	0.80%	430.48	0.94%	131.35	0.53%	-	-
其他		472.52	2.00%	2,044.25	4.47%	899.91	3.60%	690.04	2.13%
合计		23,601.62	100.00%	45,783.56	100.00%	24,989.62	100.00%	32,419.09	100.00%

（二）发行人采购产品或接受服务价格变化趋势

报告期内，发行人采购的主要产品或者服务包括数字化虚拟商品、渠道分发服务等，数字化虚拟商品通常具有单品面值不高、价格易变动等特点，公司采购价格综合考虑单位价格、供应商服务能力等因素，报告期各期公司采购的主要产品或服务的单价存在一定的波动，主要受市场环境变化等综合因素的影响。

报告期内，公司采购的主要产品或服务价格变化情况具体内容参见本招股说明书之“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“（二）营业成本分析”之“2、主营业务成本构成分析”之“（3）按照业务种类对各类

业务的成本变动情况分析”。

（三）发行人的主要供应商情况

1、公司前五大供应商情况

报告期内，公司前五大供应商及采购金额、占采购总额比例如下：

序号	供应商名称/集团名称	采购金额（万元）	占采购总金额比例	采购内容
2020 年 1-6 月				
1	北京爱奇艺科技有限公司	4,303.62	18.23%	视频会员等
2	广东赛瑞通讯有限公司	2,407.34	10.20%	通用流量等
3	江苏九共通信科技有限公司	2,063.35	8.74%	话费等
4	广州众友信息科技有限公司	2,043.66	8.66%	话费等
5	优酷信息技术（北京）有限公司	1,992.59	8.44%	影视会员等
合计		**12,810.56**	54.28%	
2019 年度				
1	北京爱奇艺科技有限公司	8,036.64	17.55%	视频会员等
2	广东宏科通信有限公司	3,845.31	8.40%	通用流量等
3	广东赛瑞通讯有限公司	3,243.96	7.09%	通用流量等
4	深圳市荣华世纪商贸有限公司	2,594.79	5.67%	话费等
5	南京苏宁易购电子商务有限公司	2,553.79	5.58%	代充值卡
合计		20,274.49	44.28%	
2018 年度				
1	上海大汉三通无线通信有限公司	2,190.91	8.77%	通用流量等
2	北京爱奇艺科技有限公司	1,978.26	7.92%	视频会员等
3	山东鼎信网络科技有限公司	1,788.34	7.16%	话费等
4	南京苏宁易购电子商务有限公司	1,224.43	4.90%	代充值卡
5	深圳易普森科技股份有限公司	1,222.32	4.89%	通用流量等
合计		**8,404.25**	33.63%	
2017 年度				
1	厦门小歪科技有限公司	2,579.62	7.96%	通用流量等
2	南京飞翰网络科技有限公司	2,344.69	7.23%	话费等
3	广州市宇杰科技有限公司	1,691.35	5.22%	通用流量等
4	上海大汉三通无线通信有限公司	1,614.87	4.98%	通用流量等
5	中国移动	1,574.77	4.86%	话费等

序号	供应商名称/集团名称	采购金额（万元）	占采购总金额比例	采购内容
合计		**9,805.30**	**30.24%**	

注：1、上述厦门小歪科技有限公司是指与蜂助手有业务合作关系的厦门小歪科技有限公司、厦门众联世纪科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同。

2、中国移动是指与蜂助手有业务合作关系的中国移动通信集团广东有限公司东莞分公司、中国移动通信集团内蒙古有限公司乌海分公司、中国移动通信集团山西有限公司晋中分公司、中国移动通信集团广东有限公司茂名分公司、中国移动通信集团广东有限公司广州分公司、中国移动通信集团浙江有限公司金华分公司、中移在线服务有限公司、中国移动通信集团广西有限公司贵港分公司、中国移动通信集团山东有限公司长清分公司、中国移动控制的其他企业（业务交易金额极小）。

报告期内，公司来自于前五大供应商的采购金额分别为 9,805.30 万元、8,404.25 万元、20,274.49 万元及 12,810.56 万元，其 2019 年度较上年度提升，主要系公司开展融合运营服务向网络视频商采购视频会员金额增加所致。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额 50%的情形。公司不存在严重依赖于少数供应商的情况。除广州市宇杰科技有限公司外，上述供应商与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持有本公司 5%以上股份的股东之间不存在关联关系、股份代持或其他利益安排。广州市宇杰科技有限公司的关联关系具体情况参见本招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方及关联关系”。

2、新增前五大供应商基本情况

2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司新增前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	订单和业务获取方式	合作历史	新增交易的原因	双方合作持续性
1	北京爱奇艺科技有限公司	2007/3/27	商务谈判	2015 年至今	公司 2018 年开展融合运营业务，需要与网络视频商合作，基于公司该模式有助于网络视频商会员拓展，公司实现收入增长，故双方开展合作	持续合作
2	山东鼎信网络科技有限公司	2010/12/20	商务谈判	2017 年至今	双方合作时间较久，公司基于话费业务需求增长，与其进行话费业务合作	持续合作
3	南京苏宁易购电子商务有限公司	2011/7/20	商务谈判	2018 年至今	公司基于产品线拓展需要，与其进行苏宁卡券业务的合作	持续合作
4	深圳易普森科技股份有限公司	2011/6/28	商务谈判	2012 年至今	双方合作时间较久，双方主要进行通用流量业务的合作，随着业务发展，合作力度逐渐加大	持续合作
5	广东宏科通信有限公司	2003/12/15	商务谈判	2015 年至今	双方合作时间较久，双方主要合作通用流量业务，基于公司业务需求，宏科有优质的资源，故加大合作力度	持续合作
6	广东赛瑞通讯有限公司	2017/9/5	商务谈判	2019 年至今	双方主要合作流量业务，基于公司有商务采购需求，对方具有较为优质的流量资源而开展合作	持续合作
7	深圳市荣华世纪商贸有限公司	2015/1/9	商务谈判	2017 年至今	双方合作时间较久，双方主要进行通用流量业务的合作，随着业务发展，合作力度逐渐加大	持续合作
8	江苏九共通信科技有限公司	2017/04/05	商务谈判	2019 年至今	双方主要合作话费业务，基于公司有商务采购需求，对方具有较为优质的资源而开展合作	持续合作
9	广州众友信息科技有限公司	2018/6/5	商务谈判	2019 年至今	双方主要合作话费业务，基于公司有商务采购需求，对方具有较为优质的资源而开展合作	持续合作
10	优酷信息技术（北京）有限公司	2006/2/24	商务谈判	2017 年至今	公司开展融合运营业务，需要与网络视频商合作，基于公司该模式有助于网络视频商会员拓展，公司实现收入增长，故双方开展合作	持续合作

3、报告期内公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否与主要供应商存在关联关系

报告期内，与公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系的主要供应商系通用流量供应商中的2017年第二大供应商、广州宇杰及2017年第四大供应商广州流量圈，除前述情况，蜂助手及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与主要供应商不存在关联关系，不存在关联交易非关联化的情况，不存在非经营性往来；不存在代公司支付或承担成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格向公司提供经济资源的情形。

4、公司主要合作的流量代理商

（1）前五大流量代理商合作情况

公司合作的流量代理商一般不区分为某一运营商的流量代理商，存在一家流量代理商同时代理多家运营商流量的情形。报告期内，公司所合作的前五大流量代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣内容具体如下：

序号	流量代理商/供应商名称	双方的主要权利责任划分		交货方式	资金结算周期	流量采购任务及完成率	备注
		供应商	公司				
1	广东赛瑞通讯有限公司	（1）供应商提供稳定的 API 接口和服务系统； （2）供应商应提供业务对接所必须的技术文档和技术支持； （3）应协助客户完成 API 平台的对接以及具体服务的接入工作，保证提供的接口对接的顺利运行，保证顺利开展业务； （4）经营须符合国家法律法规要求，具备营业执照、有关资质和许可。	（1）按照确认的接口文档进行开发，如未按照接口文档的约定进行操作造成的渠道商损失全部自行承担； （2）经营须符合国家法律法规要求，具备营业执照、有关资质和许可； （3）对自身的平台的安全性负责，如因自身安全问题，造成自身损失，自行承担。	API 接口加密订单传输，具体流程如下：客户侧提交订单（开始）→蜂助手接收订单→API 传输订单参数→供应商系统→订单处理，并将处理结果返回→客户侧收到订单结果（交易完成）	（1）采取预付款模式，交易发生时，根据每个订单交易金额，系统自动化从预付款余额中扣费，双方每月对账结算； （2）如遇特殊情况（如节假日无法及时加款），经双方沟通，适时可提供一定授信额度，以保障业务服务正常，授信款项支付通常一周以内，一般不超过一个月。	未约定流量采购任务及完成率。如无特别采购任务，则资源折扣优先，成功率、充值时效、客服服务等综合影响合作采购量。	2019 年、2020 年 1-6 月前五大
2	广东宏科通信有限公司						2019 年、2020 年 1-6 月前五大
3	百妙骏业（北京）科技有限公司						2019 年、2020 年 1-6 月前五大
4	广州市安亿通科技发展有限公司						2020 年 1-6 月前五大
5	山东泰唯网络科技有限公司						2020 年 1-6 月前五大
6	深圳易普森科技股份有限公司						2018 年、2019 年前五大
7	厦门小歪科技有限公司						2017 年、2018 年、2019 年前五大
8	上海大汉三通无线通信有限公司						2017 年、2018 年前五大
9	深圳腾畅科技有限公司						2018 年前五大
10	阿里云计算有限公司						2018 年前五大
11	广州市宇杰科技有限公司						2017 年前五大
12	广州流量圈通信科技有限公司						2017 年前五大
13	杭州又拍云科技有限公司						2017 年前五大

注：1、运营商流量可分为国口流量和省口流量。国口流量适用于全国范围手机号码充值，省口流量仅适用于某个省份的手机号码充值。国口流量具有稳定性好、覆盖率高、充值成功率高等特点，资源质量整体较高，采购价格（折扣）相对较高。国口流量一般为 7.00 折至 8.50 折之间，

省口流量一般为 4.00 折至 7.00 折之间。2、公司主要供应商平均采购折扣存在一定差异，主要因流量属性（省口、国口）、区域等不同，折扣存在一定的差异，相关价格为正常商业谈判形成，价格公允。3、主要供应商的平均采购折扣已申请豁免披露。

（2）直连运营商和非直连运营商在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异

流量供应商按照是否直接连接运营商，分为直连运营商的分发商及非直连运营商的分发商两种类型。直连运营商，系流量供应商直接向运营商采购通用流量，相当于传统行业的一级代理；非直连运营商，系流量供应商向其他流量分发商采购通用流量，相当于传统行业的二级代理。但由于流量资源涉及不同省份、不同运营商，直连和非直连运营商并不代表该分发商在运营商中的长久地位关系，流量分发商会根据资源及业务需要，在直连运营商和非直连运营商两种模式下进行转换。

具体而言，通用流量资源是以地市运营商为核心的供应链模式，不同地市、不同时间阶段，各地市运营商会根据自身经营目标完成情况，供应出不同成本折扣、有限供应量的流量资源。三大运营商，在全国共计300多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量资源具有较强的区域性、时效性，决定了各分发商只会在某一时段获取到运营商某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势的流量资源，因此各分发商需要通过互相提供资源达到资源互补整合及利润最大化。

直连运营商和非直连运营商的主要差异如下：

项目	直连运营商	非直连运营商
资金结算	预付款模式，根据实际消耗情况，每月对账结算。	一般系预付款模式,但经商务谈判，可获取一定额度授信。根据实际消耗情况，每月对账结算。
采购规模	预存采购款金额单次一般为 100 万元到 2,000 万元不等。	可根据企业具体运营情况进行相关预付或后付（先消耗，再付费）采购，基本无采购金额限制。
采购折扣	（1）不同省份地市折扣政策不一； （2）一般情况下，同一省份不同预存金额取得折扣不一样，同一省份，直连运营商的折扣比非直连运营商的折扣较有优势； （3）折扣稳定，预存金额范围内，折扣不变。	（1）受市场波动影响较大，折扣经常多变； （2）一般情况下，同一省份同一时期，非直连运营商折扣比直连运营商折扣高（即非直连运营商价格高于直连运营商价格）。
预付款退款	一般不支持预付款退款	支持预付款退款

（3）公司较少直接向三大运营商采购通用流量资源的原因

公司流量供应商策略是以多供应商比价模式为主，较少直接向三大运营商直接采购通用流量资源的原因主要系，流量分发与传统实物商品的销售类似，

都是由供求关系及交易结果决定，流量分发商会从有稳定流量资源供应商采购流量，是否直连运营商不关键，关键是成本价格有优势、接口稳定性、充值到账率高。一般而言，流量分发商直连运营商，存在大额预存锁定成本，销售时间限制、申请周期长等限制，不利于一般流量分发，且风险较大。从其他分发商采购，即多供应商竞价采购模式，分发商之间按实际销售对账结算，采购价格随市场波动不受锁价影响，也无时间限制，风险更低，运营更灵活。具体情况如下：

①运营商为防止坏账风险，只接受采购预存款模式，且预存款项一般不予以退还。运营商流量资源分省管理，不同省份政策不一，公司为满足全国用户的充值需求，需要拥有各个省份流量资源，若采取与各省运营商直连采购模式，需要向各省运营商进行款项预存，且预存金额没有统一的标准，具体预存金额根据运营商具体营销方案决定，一般在数百万或千万级别，对流动资金占用较大。

②对于同一批次预存款，预存款项完成时，即锁定采购价格及有效期。据此，若与运营商直连进行流量资源采购，公司需要承担市场价格波动的影响和有效期的风险。虚拟商品价格波动和传统的实物商品市场一样，价格由供需关系决定，同一地区运营商流量资源供应量大，则价格就会下降，反之价格会上涨；流量市场采购价格变化较快，锁价采购将影响公司获取最优资源。另外，同一批次流量资源，运营商往往规定消耗有效期，有期内消耗不完所预存款项余额一般不予退还，因此，存在一定的资金预存风险。

③运营商各省各地市政策不同，直连运营商需要在全国各省各地市投入商务人员对接，该等模式下公司只能实现少量省市直连。鉴于运营商严格的内部控制，公司申请直连接口受理后，地市运营商发起内部请示流程，待请示流程批准后，安排BOSS技术联调，一般市、省的接口技术对接周期需要2-3个月的时间，国口时间更长，具体周期不定。

综上，公司较少直接向三大运营商采购通用流量资源具有合理原因，符合行业惯例。

5、报告期各期通用流量主要供应商的基本情况

（1）2020 年 1-6 月

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购金额	占比	占对方同类业务销售金额比例	期末应付账款
1	广东赛瑞通讯有限公司	2017/9/5	2019 年	2,148.24	46.30%	11.17%	-
2	广东宏科通信有限公司	2003/12/15	2015 年	842.56	18.16%	8.74%	-
3	百妙骏业（北京）科技有限公司	2016/1/13	2019 年	442.40	9.53%	20.00%	-
4	广州市安亿通科技发展有限公司	2019/6/20	2019 年	424.50	9.15%	7.72%	-
5	山东泰唯网络科技有限公司	2018/2/5	2018 年	222.47	4.79%	15.00%	-
合计				4,080.17	87.93%	-	-

注：1、上表中“占对方同类业务销售金额比例”系依据供应商调查问卷形式获取，下同。2、“占比”是指占当期外购通用流量总金额的比例，下同。3、公司已申请平均采购单价、折扣率豁免披露，下同.

如上表所示，公司各个供应商之间折扣率存在一定差异，主要系流量包采购单价受面值不同、运营商不同、省份不同、产品时效不同、国口省口差异等诸多因素影响，公司向各个供应商采购的流量包种类不一样，导致各供应商之间折扣率存在差异。

2020 年 1-6 月，公司主要供应商较 2019 年度有所变化，主要系公司延续 2019 年度经营策略，公司进一步拓展具有国口流量资源的供应商，另外，基于流量行业特征，各流量分发商一般只会在某一时段具有某些优质资源，公司为实现利益最大化及销售主要流量包种类变化，需要向不同的分发商进行采购，从而导致主要供应商发生变化。

（2）2019 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购金额	占比	占对方同类业务销售金额比例	期末应付账款
1	广东宏科通信有限公司	2003/12/15	2015 年	3,826.94	32.85%	10.22%	1,664.08
2	广东赛瑞通讯有限公司	2017/9/5	2019 年	2,898.52	24.88%	9.20%	-
3	深圳易普森科技股份有限公司	2011/6/28	2016 年	2,497.06	21.43%	13.26%	28.60
4	百妙骏业（北京）科技有限公司	2016/1/13	2019 年	543.44	4.66%	15.00%	-
5	厦门小歪科技有限公司	2016/8/30	2017 年	367.98	3.16%	15.00%	-
合计				10,133.94	86.98%	-	1,692.68

如上表所示，应付广东宏科通信有限公司款项余额较大，主要系该供应商给予了公司一定的授信额度，该部分应付账款公司于 2020 年 1-6 月已全部支付。

2019 年度公司通用流量主要供应商较 2018 年度发生变化，主要系 2019 年度公司通用流量客户群体发生变化，公司客户逐渐聚焦终端行业服务商，该等服务商所服务的客户所购流量多用于营销活动，对资源质量要求较高，故公司流量采购逐步转向为拥有较好资源（如国口流量）的供应商，从而导致主要供应商有所变化。

（3）2018 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购金额	占比	占对方同类业务销售金额比例	期末应付账款
1	上海大汉三通无线通信有限公司	2011/7/4	2015 年	2,190.91	26.14%	重点客户	-
2	深圳易普森科技股份有限公司	2011/6/28	2016 年	1,222.32	14.59%	0.65%	-
3	厦门小歪科技有限公司	2016/8/30	2017 年	814.64	9.72%	12.00%	-
4	深圳腾畅科技有限公司	2014/5/8	2016 年	647.59	7.73%	10.00%	-

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购金额	占比	占对方同类业务销售金额比例	期末应付账款
5	阿里云计算有限公司	2008/4/8	2015 年	485.27	5.79%	-	-
合计				5,360.74	63.97%	-	-

注：1、上述厦门小歪科技有限公司是指与蜂助手有业务合作关系的厦门小歪科技有限公司、厦门众联世纪科技有限公司，因上述公司为同一控制下企业，故合并披露，下同；2、上表中上海大汉三通无线通信有限公司、阿里云计算有限公司“占对方同类业务销售金额比例”未填写，主要系对方基于保密等原因，未提供相关信息。

2018 年度公司主要供应商较 2017 年度发生变化，主要系一方面，公司为减少关联交易，停止向关联方广州市宇杰科技有限公司及广州流量圈通信科技有限公司采购通用流量；另一方面，基于流量资源的区域性、时效性强等特点，各分发商一般只会在某一时段拿到某一地市、某一面值具有价格优惠、稳定性强等优势的流量资源，公司为实现利益最大化及销售主要流量包品类变化，需要向不同的分发商进行采购，从而导致主要供应商发生变化。

（4）2017 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购金额	占比	占对方同类业务销售金额比例	期末应付账款
1	厦门小歪科技有限公司	2016/8/30	2016 年	2,579.62	11.78%	16.00%	-
2	广州市宇杰科技有限公司	2003/4/17	2015 年	1,678.64	7.67%	6.17%	-
3	上海大汉三通无线通信有限公司	2011/7/4	2015 年	1,614.87	7.38%	-	-
4	广州流量圈通信科技有限公司	2016/06/14	2016 年	1,508.99	6.89%	-	24.55
5	杭州又拍云科技有限公司	2014/6/17	2017 年	1,276.19	5.83%	10.00%	-
合计				8,658.32	39.55%		24.55

注：上表中上海大汉三通无线通信有限公司 “占对方同类业务销售金额比例”未填写，主要系对方基于保密等原因，未提供相关信息。

6、报告期内其他虚拟商品的主要采购内容及金额、主要供应商基本情况

（1）报告期内其他虚拟商品的主要采购内容及金额

单位：万元

采购内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
话费	8,017.14	79.50%	11,624.31	74.49%	4,751.52	72.48%	3,566.48	84.94%
代充卡	1,733.70	17.19%	3,626.83	23.24%	1,405.53	21.44%	586.05	13.96%
其他	333.06	3.30%	353.67	2.27%	398.78	6.08%	46.52	1.11%
合计	10,083.91	100.00%	15,604.81	100.00%	6,555.83	100.00%	4,199.05	100.00%

报告期内，公司其他虚拟产品的采购内容主要包括话费、代充卡及其他。其中代充卡主要系代充值卡（如苏宁电子礼品卡、京东 E 卡）、加油卡等，其他类型虚拟产品主要为短信、权益礼券、美团骑行券等。

（2）主要供应商的基本情况、采购内容及数量、收费标准、金额及占比、期末应付账款金额情况

1） 2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购内容	数量（万次、万张）	平均价格（元/次、元/张）	金额	占比	期末应付账款
1	江苏九共通信科技有限公司	2017/04/05	2019 年	话费	24.54	84.08	2,063.35	20.46%	-
2	广州众友信息科技有限公司	2018/06/05	2019 年	话费	27.25	75.00	2,043.66	20.27%	-
3	深圳市方知科技有限公司	2017/05/17	2018 年	话费	17.41	94.86	1,651.54	16.38%	-
4	深圳市荣华世纪商贸有限公	2015/01/09	2017 年	话费	81.57	15.25	1,243.56	12.33%	156.02

	司			权益礼券等	68.78	4.37	300.55	2.98%	
				代充卡	0.07	180.71	12.65	0.13%	
				小计			1,556.75	15.44%	
5	南京苏宁易购电子商务有限公司	2011/07/20	2018 年	代充卡	9.47	156.48	1,481.88	14.70%	-
合计							8,797.18	87.24%	156.02

2） 2019 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购内容	数量（万次、万张）	平均价格(元/次、元/张)	金额	占比	期末应付账款
1	深圳市荣华世纪商贸有限公司	2015/01/09	2017 年	话费	74.80	31.50	2,355.87	15.10%	-
				代充卡	0.47	403.17	189.49	1.21%	
				权益卡券等	1.50	19.65	29.47	0.19%	
				小计	-		2,574.83	16.50%	
2	南京苏宁易购电子商务有限公司	2011/07/20	2018 年	代充卡	3.34	762.91	2,553.79	16.37%	-
3	深圳市方知科技有限公司	2017/05/17	2018 年	话费	28.73	52.06	2,172.26	13.92%	-
4	江苏九共通信科技有限公司	2017/04/05	2019 年	话费	33.24	51.19	1,701.43	10.90%	-
5	山东鼎信网络科技有限公司	2010/12/20	2017 年	话费	15.96	69.54	1,109.81	7.11%	-
合计							10,121.98	64.80%	-

3） 2018 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购内容	数量（万次、万张）	平均价格（元/次、元/张）	金额	占比	期末应付账款
1	山东鼎信网络科技有限公司	2010/12/20	2017 年	话费	17.71	100.93	1,788.34	27.28%	-
2	中国移动	1999/07/22		话费	19.98	74.83	1,495.01	22.80%	-
3	南京苏宁易购电子商务有限公司	2011/07/20	2018 年	代充卡	0.92	938.93	864.85	13.19%	-
				苏宁权益券	0.41	932.97	359.58	5.48%	
				小计			1,224.43	18.68%	
4	南京飞翰网络科技有限公司	2015/02/28	2016 年	话费	43.21	25.65	1,108.44	16.91%	47.17
				代充卡	3.36	13.82	46.51	0.71%	
				小计			1,154.95	17.62%	
5	深圳市荣华世纪商贸有限公司	2015/01/09	2017 年	代充卡	14.15	17.85	252.54	3.85%	33.79
				话费	3.11	47.39	132.41	2.02%	
				小计-			384.95	5.87%	
合计							6,047.67	91.90%	80.96

注：上表中中国移动是指中国移动通信集团广东有限公司东莞分公司、中国移动通信集团广东有限公司佛山分公司、中国移动通信集团广西有限公司贵港分公司、中国移动通信集团广东有限公司阳江分公司，上述公司为同一控制下企业，故合并披露。

4） 2017 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	采购内容	数量（万次、万张）	平均价格（元/次、元/张）	金额	占比	期末应付账款
1	南京飞翰网络科技有限公司	2015/02/28	2016 年	话费	44.45	39.48	1,754.75	41.79%	19.74
				加油卡	0.96	357.50	343.20	8.17%	

				QQ 币充值等	4.50	1.39	6.24	0.15%	
				小计			2,104.19	50.11%	
2	山东鼎信网络科技有限公司	2010/12/20	2017 年	话费	8.71	82.83	720.74	17.16%	-
3	中国移动	1999/07/22	2014 年	话费	11.34	45.18	512.33	12.20%	-
4	深圳市荣华世纪商贸有限公司	2015/01/09	2017 年	话费	2.00	87.77	173.58	4.13%	751.59
				代充卡	0.17	175.42	29.47	0.70%	
				小计			203.05	4.84%	
5	广州九洋网络科技有限公司	2014/06/30	2017 年	话费	28,727.00	64.40	174.54	4.16%	176.23
合计							3,714.86	88.47%	947.56

注：1、中国移动是指中国移动通信集团广东有限公司东莞分公司、中国移动通信集团广东有限公司茂名分公司、中国移动通信集团浙江有限公司金华分公司、中国移动通信集团广西有限公司贵港分公司，上述公司为同一控制下企业，故合并披露。2、南京飞翰网络科技有限公司是指南京飞翰网络科技有限公司、江苏欧飞电子商务有限公司（2020 年 3 月 18 日该公司名称变更为江苏小旗欧飞科技有限公司），上述公司为同一控制下企业，故合并披露。

（3）其他虚拟商品采购逐年增加、当期采购额远大于当期收入的原因及合理性

公司其他虚拟商品采购逐年增加主要系话费采购规模逐年增加所致，话费具有日常高频消费、符合行业客户进行营销活动等特点，市场需求空间较大，随着公司业务的发展，采购需求逐步增加。

公司其他虚拟产品中话费、代充卡采用“净额法”确认收入，即收入金额为销售金额减去采购金额后的余额，从而导致当期采购额远大于当期收入。除话费、代充卡外的其他虚拟产品（如短信、权益礼券、美团骑行券等）采取“总额法”确认收入。扣除“净额法”核算影响后，报告期各期其他虚拟产品（如短信、权益礼券、美团骑行券等）的收入金额与采购金额的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入金额	449.71	341.76	567.98	7.25
采购金额	333.06	353.67	398.78	46.52

如上所示，扣除话费、代充卡 “净额法”核算影响后，其虚拟产品的收入金额与采购金额不存在重大差异。2017 年收入金额较低，主要系 2017 年为公司的话费、短信等其他虚拟商品运营服务的投入期，公司投入了较多的人力资源且话费、短信等虚拟商品定价较低所致。

7、报告期内渠道资源前五大供应商的基本情况及推广效果分析、渠道资源采购金额变化的原因及是否与收入的变化趋势一致

（1）报告期内渠道资源前五大供应商的基本情况及推广效果分析

1）2020 年 1-6 月

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析
1	广州市安亿通科技发展有限公司	2019/06/20	2019 年	788.29	83.99%	CPA	有效激活数量 408.19 万个，平均单价 1.93 元/个
2	深圳市亿春秋科技有限公司	2014/02/27	2018 年	29.66	3.16%	CPD	有效下载数量 20.03 万个，平均单价 1.48 元/个
3	中移互联网有限公司	2015/10/30	2014 年	16.19	1.73%	CPA	有效激活数量 6.97 万个，平均单价 2.32 元/个
4	上海洁渠信息科技有限公司	2013/08/27	2015 年	12.34	1.32%	CPA	有效激活数量 5.95 万个，平均单价 2.08 元/个
5	深圳市小有铭网络科技	2019-04-25	2019 年	10.56	1.12%	CPA	有效激活数量 4.93 万个，平均单价

	有限公司						2.14 元/个
				857.04	91.32%		

注：1、上表中“占比”指交易金额占当期渠道资源采购金额的比例；2、主要供应商的具体分发内容，分产品推广效果已申请豁免披露，上表中推广效果分析为主要供应商同一结算模式下合并计算的分发数量及平均单价，下同。

2） 2019 年度

单位：万元

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析
1	广州市安亿通科技发展有限公司	2019/06/20	2019 年	753.73	26.40%	CPA	有效激活数量 551.04 万个，平均单价 1.37 元/个
2	南京汇智互娱网络科技有限公司	2017/06/23	2018 年	337.20	11.81%	CPS	充值金额 510.63 万元，按照充值金额向供应商分配比例为 70.00%（含税）
3	福州星辉文化传媒有限公司	2016/12/05	2019 年	188.68	6.61%	CPA	有效激活数量 11.76 万个，平均单价 16.04 元/个
4	深圳飓风传媒科技有限公司	2013/09/23	2016 年	186.01	6.52%	CPA	有效激活数量 81.41 万个，平均单价 2.28 元/个
5	深圳市云蜂智慧传媒有限公司	2014/07/31	2015 年	101.54	3.56%	CPA	有效激活数量 46.77 万个，平均单价 2.17 元/个
	深圳市云客科技开发有限公司	2012/03/31	2015 年	58.79	2.06%	CPS	充值金额 655.96 万元；按照充值金额向供应商分配比例为 9.50%（含税）
	小计			160.33	5.62%	-	-
合计				1,625.94	56.96%	-	-

注：1、上表中“占比”指交易金额占当期渠道资源采购金额的比例。2、深圳市云蜂智慧传媒有限公司与深圳市云客科技开发有限公司为同一实际控制人控制的公司。

3） 2018 年度

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析
1	深圳市云蜂智慧传媒有限公司	2014/07/31	2015 年	726.11	15.43%	CPA	有效激活数量 362.56 万个，平均单价 2.00 元/个
	深圳市云客科技开发有限公司	2012/03/31	2015 年	1.74	0.04%	CPS	充值金额 5.93 万元，按照充值金额向供应商分配比例为 31.00%（含税）
	小计			727.84	15.47%		
2	深圳飓风传媒科技有限公司	2013/09/23	2016 年	652.29	13.86%	CPA	有效激活数量 341.59 万个，平均单价 1.91 元/个
3	华为软件技术有限公司	2005/09/07	2018 年	509.91	10.84%	-	协助客户在华为应用市场付费开发用户，累计实现收入 514.15 万元
4	广东欢太科技有限公司	2013/07/09	2017 年	317.24	6.74%	-	主要来自于流量分发业务，累计产生流量订单 370.80 万个
5	深圳市极程互动科技有限公司	2014/07/07	2016 年	171.53	3.64%	CPA	有效激活数量 100.47 万个，平均单价 1.71 元/个
				111.21	2.36%	CPS	充值金额 117.05 万元，按照充值金额向供应商分配比例为 95.00%（含税）
				24.76	0.53%	CPD	有效下载数量 18.65 万个，平均单价 1.33 元/个
合计				2,514.78	53.44%		

注：1、上表中“占比”指交易金额占当期渠道资源采购金额的比例。2、广东欢太科技有限公司曾用名东莞市讯怡电子科技有限公司。3、深圳市云蜂智慧传媒有限公司指深圳市云蜂智慧传媒有限公司、深圳市云客科技开发有限公司、湛江市恒波通信有限公司，系同一实际控制人控制的公司。

4） 2017 年度

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析
1	深圳市奇智创想科技有限公司	2013/04/10	2016 年	926.98	19.33%	按装机台数	装机数量 229.51 万台，平均单价 4.04 元/台
2	深圳市云蜂智慧传媒有限	2014/07/31	2015 年	460.65	9.61%	CPA	有效激活数量 330.52 万个，平均单价

序号	供应商名称	设立时间	合作历史（起始时间）	交易金额	占比	结算模式	推广效果分析
	公司						1.39 元/个
				41.73	0.87%	CPS	充值金额 49.15 万元（含税），按照充值金额向供应商分配比例为 90.00%
	深圳市云客科技开发有限公司	2012/03/31	2015 年	322.16	6.72%	CPA	有效激活数量 174.78 万个，平均单价 1.84 元/个
				73.47	1.53%	CPS	充值金额 86.53 万元（含税），按照充值金额向供应商分配比例为 90.00%
	小计			898.01	18.73%		
3	深圳飓风传媒科技有限公司	2013/09/23	2016 年	601.94	12.55%	CPA	有效激活数量 465.95 万个，平均单价 1.29 元/个
				24.41	0.51%	CPS	充值金额 28.75 万元（含税），按照充值金额向供应商分配比例为 90.00%
		小计		626.35	13.06%		
4	广东欢太科技有限公司	2013/07/09	2017 年	498.96	10.40%	-	主要来自于流量分发业务，累计产生流量订单 547.54 万个
5	深圳市极程互动科技有限公司	2014/07/07	2016 年	309.88	6.46%	CPA	有效激活数量 267.52 万个，平均单价 1.16 元/个
				53.58	1.12%	CPS	充值金额 56.67 万元（含税），按照充值金额向供应商分配主要比例为 95.00%
				0.47	0.01%	CPD	有效下载数量 0.42 万个，平均单价 1.13 元/个
		小计		363.94	7.59%		
合计				3314.24	69.11%		

注：1、上表中“占比”指交易金额占当期渠道资源采购金额的比例。2、广东欢太科技有限公司曾用名东莞市讯怡电子科技有限公司。3、深圳市云蜂智慧传媒有限公司指深圳市云蜂智慧传媒有限公司、深圳市云客科技开发有限公司，系同一实际控制人控制的公司。

（2）报告期内渠道资源采购金额变化的原因，是否与收入的变化趋势一致

公司渠道资源主要分为两部分，一部分为分发渠道资源采购，即渠道佣金，包括分发运营服务及聚合支付业务所进行的采购，主要为提供分发运营服务所进行的采购，另外一部分为入口渠道资源采购，系为 H5 运营模式下向渠道提供方所支付的费用。报告期内，渠道资源采购基本情况如下：

单位：万元

类型		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
分发渠道	分发运营服务	915.56	97.55%	2,742.82	96.09%	4,220.30	89.69%	4,291.07	89.48%
	聚合支付业务	1.32	0.14%	60.47	2.12%	157.61	3.35%	-	-
	小计	916.88	97.69%	2,803.29	98.20%	4,377.91	93.04%	4,291.07	89.48%
入口渠道		21.67	2.31%	51.28	1.80%	327.51	6.96%	504.66	10.52%
合计		938.55	100.00%	2,854.57	100.00%	4,705.42	100.00%	4,795.73	100.00%

1）分发运营服务渠道佣金金额变化的原因及与收入的变动趋势情况

报告期各期分发运营服务渠道渠道佣金金额的变化主要受所分发的 APP 品类差异及收入变动等因素影响。公司渠道佣金即对应的收入的结算模式主要为 CPA、CPS，按照结算模式分类，报告期各期公司渠道佣金与收入对应关系如下：

单位：万元

结算方式及对应金额		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月较 2019 年度增减变动率	2019 年度较 2018 年度增减变动率	2018 年度较 2017 年度增减变动率
CPA	渠道佣金	868.86	1,901.31	2,947.63	3,862.29	-54.30%	-35.50%	-23.68%
	对应收入	1,549.40	2,882.41	3,739.34	5,577.56	-46.25%	-22.92%	-32.96%
CPS	渠道佣金	6.12	623.16	664.00	390.67	-99.02%	-6.15%	69.96%
	对应收入	26.23	877.19	734.43	458.46	-97.01%	19.44%	60.19%
其他	渠道佣金	40.58	218.35	608.66	38.10	-81.41%	-64.13%	1497.49%
	对应收入	231.51	348.98	656.18	36.28	-33.66%	-46.82%	1708.43%

结算方式及对应金额		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年1-6月较2019年度增减变动率	2019年度较2018年度增减变动率	2018年度较2017年度增减变动率
合计	渠道佣金	915.56	2,742.82	4,220.30	4,291.07	-66.62%	-35.01%	-1.65%
	对应收入	1,807.14	4,108.58	5,129.95	6,072.31	-56.02%	-19.91%	-15.52%

注：公司分发运营服务分发方式主要包括通过渠道分发商分发及应用市场投放，其中通过渠道分发商分发所产生的成本为渠道佣金，应用市场投放所产生的成本主要为运营活动费用。上表中对应的收入仅为通过渠道分发商分发方式所带来的收入，不包括应用市场投放方式所产生的收入。

① 分发运营服务渠道佣金金额变化的原因

如上表所示，公司分发运营服务渠道佣金整体呈现下降趋势，其主要原因为：

A、 公司逐步聚焦精品类 APP 分发。公司早期分发运营服务业务，存在分发 APP 数量多而杂，整体知名度不高、用户熟知程度较低等情形，导致为成功分发该等类型 APP 需要支付较高的渠道成本，整体盈利能力较低。随着公司业务的发展，为提升整体盈利能力，公司逐步调整经营策略，聚焦于精品类 APP 分发，该等类型 APP 一般具有较高的市场知名度、为大众所熟悉，一般通过手机应用商店等提供的免费资源或较低成本进行投放，即可实现较大分发量，从而降低对渠道服务商的依赖，无需支付较高的渠道推广费，如公司目前所分发的广东移动手机营业厅、微信读书、QQ 阅读、抖音等 APP，具有较高市场知名度，用户熟知且使用频率较高。

B、 “超级 APP”的出现，使得公司所分发的 APP 品类有所减少，从而分发成本有所降低。虽 APP 品类减少，但是基于该类型 APP 一般为用户熟知且广泛使用，且一般售价（获取的分发运营服务费）较高，从而有利于公司盈利能力的提升，报告期内，公司分发运营服务毛利率分别为 51.45%、39.91%、59.06%及 74.90%，盈利能力处于上升趋势。

② 公司各类结算模式下渠道佣金与收入的波动趋势情况分析如下：

公司 CPA 结算模式下渠道佣金呈现逐年下降趋势,与所对应的收入趋势保持一致，其各年度变动比率较收入变动比率略有差异，主要系各年度所分发的 APP 产品及结构有所不同所致；

公司 CPS 结算模式下采取分成模式，收入侧按照用户产生的充值金额一定比例分成，然后公司一般按照所获取的收入的一定比例将其分配给供应商。公司 2018 年度较

2017 年度及 2020 年 1-6 月较 2019 年度渠道佣金变动趋势与对应收入变动趋势基本一致。2019 年度较 2018 年度渠道佣金与对应收入增减变动有所差异，主要系 2019 年度较 2018 年度，公司来自于收入端的分成比例未发生较大变化，但支付给供应商的分成比例发生一定变化，2019 年度公司分配给供应商的整体比例集中于 70.00%，而 2018 年度分配比例集中于 95.00%-97.00%之间，由于其成本端主要分成比例变化，进而导致收入波动趋势与成本波动存在差异；

公司其他模式下渠道佣金主要包括 CPD 结算模式下佣金、APP 测试优化服务费等，其渠道佣金波动趋势与收入波动保持一致。除 2018 年度外，整体金额较小，2018 年度主要系推广“一淘 APP”所产生的支出，结算模式为成本加成方式，对应的收入和渠道佣金分别为 514.15 万元及 509.91 万元，剔除该事项影响后，整体金额较小。

2）聚合支付业务渠道佣金变化主要受收入波动的影响，报告期内，公司聚合支付业务收入分别为 70.15 万元、429.45 万元、207.04 万元及 26.32 万元，公司渠道佣金变化趋势与收入保持一致。2017 年度聚合支付业务对应的成本主要系采购 POS 机硬件等支出。

3)入口渠道渠道佣金主要系公司与广东欢太科技有限公司(OPPO 品牌手机运营商）合作，由蜂助手提供通用流量 H5 充值界面，通过 OPPO 手机入口渠道，直接为 OPPO 手机用户提供通用流量充值服务而向渠道运营商支付的渠道费用，其采购金额主要受来源于入口渠道收入金额变动的影响。

报告期内，公司入口渠道资源采购主要发生于 2017 年度及 2018 年度，2019 年度及 2020 年 1-6 月整体采购金额较小。2017 年度及 2018 年度主要系通过 H5 模式，与广东欢太科技有限公司（OPPO 品牌手机运营商）合作，通过 OPPO 手机入口渠道分发通用流量，其采购金额波动主要受通过该入口分发通用流量所产生的收入波动的影响，2017 年度及 2018 年度，公司通过该入口销售通用流量所产生的收入分别为 10,703.10 万元及 6,159.39 万元，2018 年度较 2017 年度下降 42.45%，入口渠道采购金额由 504.66 万元下降为 327.51 万元，下降比率为 35.10%，其变化趋势及比率与通用流量收入变动趋势不存在重大差异。2019 年度较 2018 年度入口渠道采购金额大幅下降，主要系 2018 年底，由于广东欢太科技有限公司具备了自身 H5 能力之后，双方结束了 H5 合作模式，双方改为 API 合作的方式，API 模式下由公司直接向欢太科技进行供货，双方之间系购

销关系，基于合作方式的变化，公司不再使用欢太科技提供的渠道入口进行销售，故公司不再向其支付相应的渠道费用。

8、主要供应商的选择过程、询价过程

公司需要进行相关资源采购时，由公司商务人员通过行业内相关方介绍、公开渠道查询等方式搜寻供应商，结合供应商的业内口碑、供货能力、产品质量、报价等因素并初步沟通确定意向供应商后，由公司商务人员联系意向供应商收集营业执照、经营资质等基本信息，并进行初步商务谈判，拟定服务接入清单等，然后由商务人员发起供应商引入的审批流程，经公司层级审批后，引入供应商进入同类产品合格供应商库，待后续有实际采购需求时，从已入合格库的供应商中选择合适供应商。

9、主要产品采购价格公允性分析

报告期内，公司主要采购产品或服务包括通用流量、话费、视频会员及分发渠道资源。其采购价格公允性分析如下：

（1）通用流量采购价格公允性分析

基于通用流量包采购价格受流量包面值不同、运营商不同、省份不同、产品时效不同、国口省口差异等诸多因素影响，公司向不同供应商采购流量包整体结构不一样，从而导致其整体平均采购价格/折扣有所差异。公司主要供应商平均采购价格/折扣虽存在一定差异，但相关价格为正常商业谈判形成，价格公允。

公司采购的流量包包括国口流量及省口流量。国口流量适用于全国范围手机号码充值，省口流量仅适用于某个省份的手机号码充值。国口流量具有稳定性好、覆盖率高、充值成功率高等特点，资源质量整体较高，采购价格（折扣）相对较高。国口流量一般为 7.00 折至 8.50 折之间，省口流量一般为 4.00 折至 7.00 折之间。

（2）话费采购价格公允性分析

报告期内，公司话费业务整体利润空间较小，话费整体采购价格维持在 9.50 折以上，2017 年度话费整体采购单价约为 9.94 折、2018 年整体采购单价约为 9.54 折，2019 年度采购均价约为 9.78 折，2020 年 1-6 月采购均价约为 9.97 折，各年度受不同面值采购金额占比、快充与慢充采购金额占比等不一样，综合导致价格存在一定波动。公司通用话费采购按照实时价格结算，随行就市，系双方共同认可的价格，采购价格具

有公允性。

（3）视频会员采购价格公允性分析

报告期内公司视频会员采购主要用于融合运营业务及视频会员业务，公司融合运营业务所采购产品（爱奇艺、优酷视频会员）主要向北京爱奇艺科技有限公司及优酷信息技术（北京）有限公司采购，属于视频会员官方采购，采购价格是双方综合市场情况等因素，充分协商的结果，采购价格具有公允性。

公司视频会员业务，除爱奇艺、芒果TV有其官方资源外，其他品类均系向非官方进行采购。视频会员官方采购，采购价格是双方综合市场情况等因素，充分协商的结果，采购价格具有公允性。向非官方采购视频会员时，由于采购时间不同、供应商营销策略差异等因素影响，导致其向不同供应商平均采购折扣存在一定的差异，但相关价格为正常商业谈判形成，采购价格具有公允性。

（4）渠道资源采购价格公允性分析

报告期期内，公司渠道资源采购主要用于其分发运营业务。基于分发运营业务采购价格受供应商自身拥有的分发渠道资源不同、考核差异等因素影响，向不同供应商采购价格有所不同，但相关价格为正常商业谈判形成，采购价格具有公允性。

（四）公司外购服务情况

1、外购服务范围

报告期内，在物联网应用解决方案及技术服务过程中，公司将部分的非核心服务通过服务采购的方式解决。公司涉及外购服务的业务包括智慧停车整体解决方案及技术服务，其中智慧停车整体解决方案涉及外购服务的工作范围为部分智慧停车场施工建设部分；技术服务涉及外购服务的工作范围为部分开发及维护调试服务。

2、公司和外购服务方从事工作的差异情况

（1）智慧停车整体解决方案业务

项目	公司从事的工作	外购服务方从事的工作
主要工作内容	项目规划设计方案、系统集成、软件平台业务定制、开通服务、运营支撑等	施工实施、劳务服务等
所需资质	系统集成、软件企业	施工劳务资质

项目	公司从事的工作	外购服务方从事的工作
专业水平	熟练	熟练、掌握相关规则和流程
难易度	中	中

（2）技术服务业务

报告期内，公司提供技术服务项目具有定制化特点，故项目服务/开发内容具有差异性。公司涉及外购服务的主要技术服务项目为“互联网基地客户端框架产品采购项目”及“云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目”，公司和外购服务方从事工作的差异情况如下：

① 互联网基地客户端框架产品采购项目

项目	公司从事的工作	外购服务方从事的工作
主要工作内容	H5 及 TV 端登录模块设计及开发，产品安全测试，系统安装，软件定制，系统集成，运营支撑等核心工作。	H5 及 TV 端软件架构设计及开发等部分系统开发工作以及产品后期维护等工作。
所需资质	ISO9001 证书,ISO27001 证书,CMMI3 证书	ISO9001 证书
专业水平	熟练	熟练、掌握相关规则和流程
难易度	中	中

②云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目

项目	公司从事的工作	外购服务方从事的工作
主要工作内容	平台界面与功能的设计及开发；	部分系统功能开发、设备硬件的采购、为项目提供客服支撑
所需资质	无	无
专业水平	熟练	熟练、掌握相关规则和流程
难易度	中	中

3、报告期内外购服务采购金额、占当期相关业务成本的比重

（1）智慧停车整体解决方案业务

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额	66.27	549.28	0.55	-
营业成本	80.52	570.29	0.55	-
占比	82.30%	96.32%	100.00%	-

注：占比是指采购金额占相关业务营业成本额的比例

智慧停车业务外购服务整体占比较高，主要系公司智慧停车业务主要包括软件、硬件、停车场建设投入，软件主要为公司自主研发的智慧停车管理系统，该软件所产生的研发费用前期已费用化，后期投入使用无相关成本。报告期内，公司开展智慧停车业务成本主要为硬件、停车场建设所产生的成本，为提高经营效率，该等部分主要采取外购服务的形式，故外购服务占营业成本比例较高具有合理性。

（2）技术服务业务

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额	124.93	1,329.18	918.40	117.30
营业成本	136.45	1,378.19	950.30	147.25
占比	91.55%	96.44%	96.64%	79.66%

注：占比是指采购金额占相关业务营业成本额的比例

报告期内，公司提供的技术服务方式主要为以自主研发、已成熟的技术为依托。对于由一系列开发模块组成的技术服务项目，由于开发周期较长，为保障该项目订单交付的时效性，公司外购部分开发服务，外购服务方完成相应的开发任务后交付给公司，公司结合自身开发部分进行技术集成，向客户交付。由于公司前期相关技术研发费用已费用化，后期投入使用无相关成本。故公司提供的技术服务的成本主要为外购开发服务所产生的成本，使得其外购服务占营业成本的比例较高具有合理性。

五、发行人主要固定资产和无形资产等资源要素

（一）主要固定资产

1、主要固定资产情况

公司为互联网企业，属于轻资产类型，固定资产主要为电子设备和办公家具，规模较小。截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

固定资产分类	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率（%）
电子设备	359.76	237.34	-	122.42	34.03
运输设备	91.18	54.30	-	36.88	40.45
办公及其他设备	12.30	10.79	-	1.51	12.26

2、房屋所有权情况

（1）未取得权证的房产情况

公司与开发商广州穗荣房地产开发有限公司签订了《广州市商品房买卖合同》（预售）及相关补充文件，约定购买“穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 栋幢 9 层 901-924 号房、穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 栋幢 10 层 1014-1024 号房”，合同签署后，公司按合同约定全额支付了购房款，上述房产约定交房期限为 2020 年 6 月 30 日，截至本招股说明书签署日，开发商就前述房产办理了预告登记，但尚未交楼、尚未办理产权证书。前述房产具体情况如下：

序号	购买主体	卖方	物业地址	面积（㎡）
1	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）901 房	130.7840
2	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）902 房	122.3743
3	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）903 房	108.8725
4	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）904 房	108.8725
5	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）905 房	108.8725
6	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）906 房	108.8725
7	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）907 房	107.9846
8	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）908 房	108.0682
9	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）909 房	108.8725
10	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）910 房	192.0258
11	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）911 房	81.2428
12	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）912 房	84.2945
13	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）913 房	161.2172
14	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）914 房	91.2709
15	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）915 房	91.2709

序号	购买主体	卖方	物业地址	面积（㎡）
16	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）916 房	91.2709
17	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）917 房	91.2709
18	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）918 房	91.2709
19	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）919 房	91.2709
20	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）920 房	91.2451
21	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）921 房	90.2277
22	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）922 房	161.2172
23	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）923 房	97.7247
24	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）924 房	84.9778
25	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1014 房	89.5015
26	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1015 房	89.5015
27	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1016 房	89.5015
28	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1017 房	89.5015
29	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1018 房	89.5015
30	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1019 房	89.5015
31	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1020 房	89.4762
32	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1021 房	88.4785
33	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1022 房	158.0918
34	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1023 房	95.8302
35	蜂助手	广州穗荣房地产开发有限公司	天河区黄埔大道中 660 号之一（自编 B 栋）1024 房	88.1296

注：2018 年 2 月 14 日，公司与招商银行股份有限公司广州分行签署了《法人购房借款及抵押合同》（编号 120525HT2018110702），因购买房产“穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 栋幢 9 层 901-924 号房、穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 栋幢 10 层 1014-1024 号房”，向招商银行股份有限公司广州分行贷款 6,686.00 万元整。并以前述购买的房产的全部权益作为抵押。

上述房产拟用作发行人办公用地，逾期交房事宜不会影响公司的生产经营。

（2）租赁房屋建筑物

截至本招股说明书签署之日，公司合计有 11 项房屋租赁权，除第 4 项外，其余 10 项尚未办理房屋租赁备案手续，瑕疵租赁对应的租金、承租面积占公司总租赁面积的比例情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋位置	房产证号	租赁面积（㎡）	每月租金/元		租赁期限	租赁面积占总租赁面积比例	租赁用途
1	蜂助手	广州市蓝锋物业管理有限公司	天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2301-2330 室	军队房地产使用许可证【军房使证（2020）房字第 0969 号】	1100.00	2020/11/1-2020/12/31	127,339.00	2020/11/1-2021/12/31	36.19%	办公
						2021/1/1-2021/12/31	133,706.00			办公
2	广州助蜂	广州市蓝锋物业管理有限公司	天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2339-2341 室		350.0	2020/11/1-2020/12/31	40,517.00	2020/11/1-2021/12/31	11.52%	办公
						2021/1/1-2021/12/31	42,543.00			办公
3	广州零世纪	广州市蓝锋物业管理有限公司	天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2331-2338 室		350.00	2020/11/1-2020/12/31	40,517.00	2020/11/1-2021/12/31	11.52%	办公
						2021/1/1-2021/12/31	42,543.00			办公
4	前海同益	曾妙娜	南山区南山大道东南侧南园枫叶大厦 15F	深房地字第 4000602025 号	163.08	14,700.00		2021/1/1-2021/6/30	5.37%	办公
5	成都助蜂	四川壹号定制装饰工程有限公司	成都市高新区天府大道中段 530 号 1 幢东方希望天祥广场 36 层 3609 号	成房权证监证字第 4884457 号	101.62	8,798.00		2020/12/26-2021/12/25	3.34%	办公
6	蜂助手	武汉香格里拉大饭店有限公司	武汉市江岸区建设大道 700 号的香格里拉中心项目 7 层 01 号房	正在办理房产权属证明	171.16	18,827.60		2020/9/1-2023/8/31	5.63%	办公

序号	承租方	出租方	房屋位置	房产证号	租赁面积（㎡）	每月租金/元	租赁期限	租赁面积占总租赁面积比例	租赁用途
7	蜂助手	周兰	长沙市开福区芙蓉中路一段416号泊富国际广场13022号房屋物业	长房权证开福字第716194384号	131.45	11,500.00	2020/7/1-2021/6/30	4.32%	办公
8	汉鼎蜂助手	广州八六三实业投资有限公司	广州市白云区北太路1633号广州民营科技园科盛路8号配套服务大楼5层A505-42房	粤（2016）广州市不动产权第00207331号	35.00	40元/月/平方米，租金总价按双方确认实际占用建筑面积计算	2020/6/1-2021/5/31	1.15%	办公
9	汉鼎蜂助手	广东汉唐广告装饰工程有限公司	广东省东莞市万江区大汾社区新基工业区	未提供房产权属证明	452.00	8,720.00	2020/4/1-2022/12/31	14.87%	仓库
10	东莞蜂联	广东汉唐广告装饰工程有限公司	广东省东莞市万江街道万江大新路11号102室	未提供房产权属证明	150.00	3,000.00	2020/4/1-2022/12/31	4.94%	办公及仓库
11	南京智科	广州八六三实业投资有限公司	广州市白云区北太路1633号广州民营科技园科盛路8号配套服务大楼5层A505-241房	粤（2016）广州市不动产权第00207331号	35.00	40元/月/平方米，租金总价按双方确认实际占用建筑面积计算	2020/11/16-2021/11/15	1.15%	办公

注：上述第 1-3 项租赁合同的出租方原为广州丽柏酒店有限公司，现变更为广州市蓝锋物业管理有限公司，公司、广州助蜂、广州零世纪分别与新出租方重新签订了租赁合同，同时公司承租面积剔除了广州助蜂、广州零世纪承租部分，由 1,800 ㎡变更为 1,100 ㎡；上述第 4 项租赁合同为原合同期满后重新签署，变更租赁主体为前海同益，已办理租赁备案手续；上述第 11 项租赁合同为新增。

①公司租赁上述瑕疵物业是否构成重大不利影响

A、公司承租的第 8 项瑕疵物业用于产品存储，公司对外销售的产品皆为成品，一般的房屋皆能满足产品的储存要求。

公司承租的其他瑕疵物业主要用于办公，公司为互联网公司，经营工具主要为电脑，经营场所主要为普通办公用途物业。

因此，公司对租赁房屋和经营工具没有特殊要求，且所在城市有足够的办公、库房用途物业可供租赁，公司受租赁房屋变更的影响较小，若因为房屋租赁备案、产权等原因导致公司不能继续承租，则公司将能在较短的时间内找到合适的房屋用于办公、库房等，不会对公司的生产经营带来重大的不利影响。

B、针对该事项，公司的控股股东、实际控制人罗洪鹏已作出书面承诺：“公司及其下属公司自有或通过租赁等方式取得的土地、房屋所有权或使用权目前均不存在任何争议或纠纷，如因该等土地、房屋权属发生争议或纠纷或利用土地、房屋不符合相关法律、法规规定等事由，导致公司及其下属公司无法正常使用该等土地、房屋，或受到相关处罚、罚款等，本人承诺将代公司及其下属公司承担相应责任并全额补偿公司及其下属公司由此所导致的一切损失。”

综上，公司租赁上述瑕疵物业不会对公司的生产经营构成重大不利影响。

②办理租赁备案手续的进展，是否存在无法办理的情形

经核查，上表所列的 1-3 项租赁合同原出租方为广州丽柏酒店有限公司（在与广州丽柏酒店有限公司签署租赁合同期间，公司已办理房屋租赁备案手续，2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间，备案号为穗租备 2017B0600600188 号以及 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间，备案号为穗租备 2019B0600600264 号），现出租方变更为蓝锋物业，尚未重新办理房屋租赁备案手续，上表第 4 项已办理房屋租赁备案手续，其余租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续。

公司承租的其他房屋存在因缺少权属证明等资料或出租方不愿意配合，暂时存在不能办理房屋租赁备案的障碍，公司正在与出租方及相关主管部门积极协商沟通，持续办理所租赁房屋的租赁备案登记。

③是否存在被处罚的风险

A、根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性。因此，上述法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力，公司及控股子公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋。

B、根据《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第 6 号）第十四条及第二十三条的规定，公司及控股子公司承租部分房屋未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，公司及控股子公司存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门罚款的法律风险。

自上述租赁合同签署至今，公司及控股子公司均未曾因前述事项被相关主管部门要求责令限期改正，亦未因前述事项受到相关主管部门的处罚。

C、公司的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代公司及其下属公司承担相应责任并全额补偿公司及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

综上所述，公司租赁房屋未进行租赁备案登记存在被处罚的风险，但该瑕疵不会对公司的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。

④租赁军队房产的专项说明

A、据中华人民共和国国防部网站 2016 年 3 月 27 日报道发布《中央军委部署军队和武警部队全面停止有偿服务工作》显示，计划用 3 年左右时间，分步骤停止军队和武警部队一切有偿服务活动。自前述通知下发之日起，所有单位一律不得新上项目、新签合同开展对外有偿服务活动，凡已到期的对外有偿服务合同不得再续签，能够协商解除军地合同协议的项目立即停止（以下简称“军队停止有偿服务政策”）。

据中华人民共和国中央人民政府网站 2018 年 6 月 11 日发布《中共中央办公厅、国务院办公厅、中央军委办公厅印发<关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见>》显示，中共中央办公厅、国务院办公厅、中央军委办公厅印发《关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见》，该意见明确对部

分项目可采取委托管理方式进行处理，对军队全面停止有偿服务后空余房地产全部由中央军委集中管理、统筹调控。

就公司及控股子公司承租的天河区龙口横街28号23楼房屋（以下简称“营业房屋”），广州市蓝锋物业管理有限公司提供了中央军委后勤保障部房地产资源管理中心2020年3月27日核发的《军队房地产使用许可证（副本）》【军房使证（2020）房字第0969号】复印件，载明营业房屋属于房地产委托管理项目，委托方为联勤保障部队第2储备资产管理局，运营方为融通地产（广东）有限责任公司，使用用途包含商业办公；蓝锋物业提供其与融通地产（广东）与蓝锋物业签署了的《房地产租赁合同》复印件，及融通地产（广东）同时出具的《关于同意龙口横路28号项目转租、分租的说明函》复印件，说明龙口横街28号符合军队房地产委托经营条件，广州市蓝锋物业管理有限公司承租后可对外转租、分租，租户可办理工商营业执照等与经营活动相关的证照。

广州助蜂、广州零世纪目前已凭蓝锋物业提供的《军队房地产使用许可证》（复印件加盖蓝锋物业公章）办理了注册地址变更的工商手续。

根据上述资料，因此，公司租赁营业房屋符合《关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见》的要求。

公司目前没有收到任何要求解除或提前终止租赁合同的书面或口头通知，军队停止有偿服务政策没有影响公司实际使用营业房屋。

B、公司为互联网公司，经营工具主要为电脑，营业房屋为普通办公用途物业，公司对经营场所和经营工具没有特殊要求，且所在城市有足够的办公用途物业可供租赁，公司受办公和经营场所变更的影响较小。

C、公司的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代公司及其下属公司承担相应责任并全额补偿公司及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

综上所述，目前军队停止有偿服务政策没有影响公司实际使用营业房屋，即便未来因此导致公司无法继续使用营业房屋，也不会对公司的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。

（二）无形资产情况

1、土地使用权情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司现未拥有国有土地使用权。

2、注册商标

（1）截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司商标情况如下：

序号	商标	注册人	注册证号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
1		蜂助手	37765695	35	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
2		蜂助手	37765653	28	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
3		蜂助手	37765031	9	2020/02/21-2030/02/20	原始取得	无
4		蜂助手	37764443	10	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
5		蜂助手	37763653	11	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
6		蜂助手	37760791	40	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
7		蜂助手	37759454	36	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
8		蜂助手	37759072	41	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
9		蜂助手	37757140	9	2020/04/28-2030/04/27	原始取得	无
10		蜂助手	37756167	41	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
11		蜂助手	37754520	39	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
12		蜂助手	37751599	38	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
13		蜂助手	37750149	42	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无

序号	商标	注册人	注册证号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
14	蜂助手	蜂助手	37750126	42	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
15	蜂助手	蜂助手	37744705	38	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
16	蜂助手	蜂助手	37743973	9	2020/04/28-2030/04/27	原始取得	无
17	蜂助手	蜂助手	37742893	12	2020/03/28-2030/03/27	原始取得	无
18	蜂助手	蜂助手	37741791	16	2020/01/28-2030/01/27	原始取得	无
19		蜂助手	30447726	41	2019/2/14-2029/2/13	原始取得	无
20		蜂助手	30447701	38	2019/2/14-2029/2/13	原始取得	无
21		蜂助手	30439545	42	2019/02/21-2029/02/20	原始取得	无
22		蜂助手	30436271	9	2019/02/14-2029/02/13	原始取得	无
23		蜂助手	25686698	9	2018/10/14-2028/10/13	原始取得	无
24		蜂助手	25684245	41	2018/10/14-2028/10/13	原始取得	无

（2）商标权权属合法合规情况

蜂助手及控股子公司的商标均为设计部门自行设计申请取得，根据蜂助手及控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用蜂助手及控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归蜂助手及控股子公司所有，蜂助手及控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关商标归蜂助手及控股子公司所有，蜂助手及控股子公司取得和使用有关商标合法合规。

经登录国家知识产权局网站对相关商标进行网络检索，及根据国家知识产权局出具的《商标档案》，蜂助手及控股子公司拥有的上述 24 项商标均为有效注册状态。

经查询中国裁判文书网，蜂助手及控股子公司不存在商标侵权行为或纠纷。

3、专利

（1）截至本招股说明书签署日，蜂助手及控股子公司的专利情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日	专利权人	取得方式	他项权利
1	一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法	ZL201710158574.5	发明	2017/3/17	蜂助手	原始取得	已质押
2	一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法	ZL201710158598.0	发明	2017/3/17	蜂助手	原始取得	已质押
3	指环扣（蝴蝶结）	ZL201730362550.2	外观设计	2017/08/09	蜂助手	**受让取得**	无
4	usb 线（心形）	ZL201730530834.8	外观设计	2017/11/01	蜂助手	**受让取得**	无
5	一种异步消息处理方法、终端、系统及存储介质	ZL201711462065.8	发明	2017/12/28	蜂助手	原始取得	无
6	一种动态接口转换方法、装置、终端设备及存储介质	ZL201711459610.8	发明	2017/12/28	蜂助手	原始取得	无
7	一种短信网关选择方法、装置、服务器及可读存储介质	ZL201711459618.4	发明	2017/12/28	蜂助手	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日	专利权人	取得方式	他项权利
8	一种物联网卡智能充值监控系统和控制方法	ZL201710158544.4	发明	2017/3/17	蜂助手	原始取得	无
9	一种漫画合成方法、装置、设备及计算机可读存储介质	ZL201810107317.3	发明	2018/2/2	蜂助手	原始取得	无
10	Oracle 中实现 JSON 格式数据存取的方法、装置、设备及存储介质	ZL201810107784.6	发明	2018/2/2	蜂助手	原始取得	无
11	原生 APP 的样式化显示方法、装置、终端及存储介质	ZL201810403946.0	发明	2018/4/28	蜂助手	原始取得	无
12	第三方平台对接实现方法、装置、设备及存储介质	ZL201810402718.1	发明	2018/4/28	蜂助手	原始取得	无
13	一种 APP 中网页端与手机端的 JS 交互方法	ZL201810461270.0	发明	2018/5/14	蜂助手	原始取得	无
14	一种应用程序的展示方法与装置	ZL201810461602.5	发明	2018/5/14	蜂助手	原始取得	无
15	一种基于物联网短信的智能设备控制方法及系统	ZL201810461080.9	发明	2018/5/14	蜂助手	原始取得	无
16	移动电源	ZL201830369971.2	外观设计	2018/7/10	蜂助手	**受让取得**	无
17	车载香薰（心形）	ZL201830441743.1	外观设计	2018/8/10	蜂助手	**受让取得**	无
18	车载香薰（笑脸）	ZL201830441744.6	外观设计	2018/8/10	蜂助手	**受让取得**	无
19	带灯 USB 充电器	ZL201830773069.7	外观设计	2018/12/29	蜂助手	**受让取得**	无
20	一种面向 web 的页面构建系统	ZL201911212440.2	发明	2019/11/28	蜂助手	原始取得	无
21	机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质	ZL201811264607.5	发明	2018/10/26	汉鼎蜂助手	**受让取得**	无
22	一种机顶盒及其通信方法	ZL201811264646.5	发明	2018/10/26	汉鼎蜂助手	**受让取得**	无
23	智能电视机顶盒	ZL201830601773.4	外观设计	2018/10/26	汉鼎蜂助手	**受让取得**	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日	专利权人	取得方式	他项权利
24	无线机顶盒	ZL202030042090.7	外观设计	2020/1/21	汉鼎蜂助手	原始取得	无
25	一种基于物联网的智能硬件设备监控系统	ZL201911216678.2	发明	2019/11/28	广州助蜂	原始取得	无
26	一种用户行为的分析方法、装置、应用服务器及存储介质	ZL201911212323.6	发明	2019/11/28	蜂助手	原始取得	无
27	一种基于区域的内容推荐方法、装置、平台及存储介质	ZL201911212322.1	发明	2019/11/28	汉鼎蜂助手	原始取得	无
28	与第三方 Launcher 实现数据对接的方法、装置及设备	ZL201911212226.7	发明	2019/11/28	汉鼎蜂助手	原始取得	无
29	一种供流卡管理方法、装置及设备	ZL 201911212229.0	发明	2019/11/28	汉鼎蜂助手	原始取得	无
30	系统间的消息通知方法、装置、服务器、系统及存储介质	ZL201911216687.1	发明	2019/11/28	蜂助手	原始取得	无
31	一种访问定点访问 URL 的方法及系统	ZL201911216688.6	发明	2019/11/28	蜂助手	原始取得	无

（2）截至本招股说明书签署日，公司质押发明专利的具体情况如下：

序号	专利名称	质押合同	主债权合同	该贷款合同项下其他担保	质押银行	质押担保主要合同条款	担保金额（万元）	质押期限
1	一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法 ZL201710158574.5	《最高额质押合同》（合同编号：ZX-GZY475860120190002）	《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200019）	1、蜂助手为本主债权提供保证金质押、最高额质押 2、罗洪鹏、吴雪锋、为本主债权提供最高额保证	中国银行股份有限公司广州天河支行	本合同的担保范围为主合同项下全部债权	500.00	质权自2019年5月30日起设立至主债权履行完毕或债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为2019年3月1日起至2025年12月31日
			《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200024）				500.00	质权自2019年5月30日起设立至主债权履行完毕或债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为2020年3月6日至2021年3月5日
2	一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法 ZL201710158598.0	《权利质押合同》（合同编号：HTC4405800000YBDB202000021）	《人民币流动资金贷款合同》（HTZ440580000LDZJ202000039）	1、蜂助手为本主债权提供保证金质押 2、罗洪鹏、吴雪锋、零世纪为本主债权提供最高额保证	中国建设银行股份有限公司广州天河支行		500.00	质权自2020年8月28日起设立至主债权履行完毕债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为2020年8月20日至2021年8月19日

报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为788.97万元、-1,378.96万元、2,817.33万元和2,640.98万元，资产负债率（母公司）分别为26.20%、31.71%、31.32%和30.55%。公司除2018年因为购置写字楼等因素导致当年现金及现金等价物净增加额为负数之外，其他各年度均实现现金净增长，同时公司资产负债率处于较低水平，具备较强的偿债能力。公司自成立以来一直按时偿还银行借款，且偿债能力指标较好，故出现前述质押专利被实现的可能性较低。

公司质押的发明专利属于公司核心技术，“一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法”属于虚拟服务综合运营

平台技术的组成部分，该专利属于交易风控管理技术。在交易风险控制环节，公司技术逐步优化，目前， 新技术“交易风控管理方法、装置、设备以及系统”正处于专利申请审核阶段。

“一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法”属于PaaS研发服务平台技术组成部分，该发明专利技术主要使用于手机客户端消息推送时信息传输，未使用于公司虚拟产品交易核心环节。

基于“一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法”和“一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法”仅属于公司相关核心技术的组成部分，无法单独具体对应公司某类业务收入及净利润。两项发明专利分别对应的相关核心技术所对应的公司业务收入详见招股说明书“第六节、六、（二） （二）核心技术产品收入占营业收入的比重”。

（3）专利权权属合法合规情况

①原始取得的专利

蜂助手及控股子公司原始取得的专利研发过程如下：各项专利是蜂助手及控股子公司员工自行研发，由技术工程师通过开展日常项目研发的过程中，根据业务所应用的相关技术，提出技术实现的想法及进行研发，并将阶段性成果或最终成果专利化。

蜂助手及控股子公司持有的专利均为研发部门员工在职期间自主研发、申请取得，根据《中华人民共和国专利法》关于职务发明创造的规定及蜂助手及控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用蜂助手及控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归蜂助手及控股子公司所有，蜂助手及控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关专利归蜂助手及控股子公司，蜂助手及控股子公司取得和使用有关专利合法合规。

②受让取得的专利

蜂助手及其控股子公司受让取得的专利均为合并报表内部主体间的转让，不存在从合并报表外的公司受让专利的情况，具体情况如下：

A、蜂助手持有的6项外观设计专利

东莞蜂联研发设计了下述六项专利，并于2020年4月将其转让给蜂助手，转让的主要目的在于整合公司及子公司的技术资源，转让价格为0元，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

序号	专利权人	原专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	变更生效日
1	蜂助手	东莞蜂联	指环扣（蝴蝶结）	ZL201730362550.2	外观设计	2017/08/09	2020/04/15
2	蜂助手	东莞蜂联	usb线（心形）	ZL201730530834.8	外观设计	2017/11/01	2020/04/14
3	蜂助手	东莞蜂联	移动电源	ZL201830369971.2	外观设计	2018/7/10	2020/04/14
4	蜂助	东莞	车载香薰	ZL201830441743.1	外观	2018/8/10	2020/04/07

序号	专利权人	原专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	变更生效日
	手	蜂联	（心形）		设计		
5	蜂助手	东莞蜂联	车载香薰（笑脸）	ZL201830441744.6	外观设计	2018/8/10	2020/04/14
6	蜂助手	东莞蜂联	带灯USB充电器	ZL201830773069.7	外观设计	2018/12/29	2020/04/08

如上表所示，公司从其控股子公司东莞蜂联处受让的专利全部为外观设计，主要用于公司商品销售业务，该部分销售产生的收入为其他业务收入，不属于公司主营业务范围，该等专利不属于公司的核心技术。报告期内，公司商品销售收入为242.66万元、336.52万元、209.89万元及268.79万元，占当期营业收入的比例分别为0.66%、1.16%、0.50%及1.27%，整体金额及占比较小。

B、汉鼎蜂助手持有的3项专利

广州零世纪研发、设计了下述三项专利，并于2019年6月将其转让给汉鼎蜂助手。转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，下列序号1、序号2的专利转让价格为人民币120万元/件，序号3的专利转让价格为人民币20万元/件，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

序号	专利权人	原专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日	授权公告日
1	汉鼎蜂助手	广州零世纪	机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质	ZL201811264607.5	发明	2018/10/26	2020/05/15
2	汉鼎蜂助手	广州零世纪	一种机顶盒及其通信方法	ZL201811264646.5	发明	2018/10/26	2020/03/27
3	汉鼎蜂助手	广州零世纪	智能电视机顶盒	ZL201830601773.4	外观设计	2018/10/26	2019/07/19

汉鼎蜂助手自广州零世纪处受让的专利包括两项发明专利和一项外观设计，其中两项发明专利属于公司核心技术，一项外观设计不属于公司核心技术。两项发明专利均属于CPE机顶盒技术的组成部分，无法单独计算相应的收入及净利润。两项发明专利对应的CPE机顶盒技术形成的收入详见详见招股说明书“第六节、六、（二）核心技术产品收入占营业收入的比重”。

经登录国家知识产权局网站对相关专利进行网络检索，蜂助手及控股子公司现合法拥有上述31项专利的专利权，不存在权属不清、超过有效期限等情况。

根据国家知识产权局出具的《证明》，相关专利的法律状态为“专利权维持”。经登录中国裁判文书网查询蜂助手及控股子公司不存在专利权侵权行为或纠纷。

4、计算机软件著作权

（1）截至本招股说明书签署日，蜂助手及控股子公司计算机软件著作权情况如下：

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
1	蜂助手	蜂助手手机管理软件[简称：蜂助手]V1.25	软著登字第0523792号/软著变补字第201401807号	2013SR018030	2012/5/9	全部权利	原始取得	无
2	蜂助手	蜂帮手手机版软件[简称：手机版]V1.0	软著登字第0706156号	2014SR036912	2013/3/10	全部权利	原始取得	无
3	蜂助手	郴州移动智能手机俱乐部软件[简称：郴州手机俱乐部软件]V1.0	软著登字第0708223号	2014SR038979	2013/4/10	全部权利	原始取得	无
4	蜂助手	蜂帮手应用加油站触摸屏版软件[简称：蜂帮手触摸屏版]V1.2.8	软著登字第0707275号	2014SR038031	2013/6/13	全部权利	原始取得	无
5	蜂助手	蜂帮手安卓PAD版[简称：蜂帮手PAD版]V13	软著登字第0702881号	2014SR033637	2013/6/22	全部权利	原始取得	无
6	蜂助手	蜂帮手批量装机系统[简称：蜂帮手装机系统]V18	软著登字第0705978号	2014SR036734	2013/6/30	全部权利	原始取得	无
7	蜂助手	蜂帮手安卓大手机版软件[简称：蜂帮手大手机版]V1.0	软著登字第0707299号	2014SR038055	2013/7/20	全部权利	原始取得	无
8	蜂助手	G3手机帮手软件[简称：G3手机帮手]V2.0	软著登字第0705094号/软著登字第201518056/软著变补字第201907982号	2014SR035850	2013/5/10	全部权利	原始取得	无
9	蜂助手	四川移动手机装备站软件[简称：手机装备站]V2.0	软著登字第0707404号软著变补字第201518061号/软著变补字第	2014SR038160	2013/7/3	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
			201908018 号					
10	蜂助手	蜂助手 IOS 版软件[简称：FZS]V2.2.1	软著登字第 1202584 号/软著变补字第 201907978 号	2016SR023967	2014/6/11	全部权利	原始取得	无
11	蜂助手	3G 加油站蜂助手版系统[简称：3G 加油站系统]V.1.0.3	软著登字第 1252707 号/软著变补字第 201907981 号	2016SR074090	2014/6/11	全部权利	原始取得	无
12	蜂助手	蜂助手批量装机系统[简称：蜂助手装机系统]V2.4.0	软著登字第 1253803 号/软著变补字第 201907980 号	2016SR075186	2014/7/30	全部权利	原始取得	无
13	蜂助手	蜂助手安卓大手机版软件[简称：蜂助手大手机版]V2.0	软著登字第 1252772 号/软著变补字第 201907979 号	2016SR074155	2014/12/20	全部权利	原始取得	无
14	蜂助手	安卓 PAD 助手软件[简称：安卓 PAD 助手]V2.3.0	软著登字第 1009521 号/软著变补字第 201518059 号/软著变补字第 201908021 号	2015SR122435	2015/1/5	全部权利	原始取得	无
15	蜂助手	蜂助手应用盒软件[简称：蜂助手应用盒]V4.3.1	软著登字第 1035772 号/软著变补字第 201518060 号/软著变补字第 201908020 号	2015SR148686	2015/1/8	全部权利	原始取得	无
16	蜂助手	蜂助手苹果助手软件[简称：苹果助手]V1.1.0	软著登字第 1035777 号/软著变补字第 201518058 号/软著变补字第 201908022 号	2015SR148691	2015/2/3	全部权利	原始取得	无
17	蜂助手	蜂助手 APP（安卓版）[简称：蜂助手安卓版]V2.0.1	软著登字第 1035803 号/软著变补字第 201518057 号/软著变补字第 201908019 号	2015SR148717	2015/2/10	全部权利	原始取得	无
18	蜂助手	蜂助手智能 WIFI 软件[简称：智能 WIFI 软件]V1.2.1	软著登字第 2047281 号/软著变补字第 201907519 号	2017SR461997	2015/8/23	全部权利	原始取得	无
19	蜂助手	蜂助手 APP（iOS 版）软件[简称：FZS IOS 软	软著登字第 1352413 号/软著变补字第	2016SR173796	2015/9/30	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		件]V3.2.0	201907977 号					
20	蜂助手	蜂助手开放平台系统[简称：开放平台]V2.0	软著登字第 1474380 号/软著变补字第 201907976 号	2016SR 295763	2015/12/31	全部权利	原始取得	无
21	蜂助手	蜂助手 iOS 官方版[简称：蜂助手 iOS app]V1.0.0	软著登字第 1632153 号/软著变补字第 201907973 号	2017SR 046869	2016/1/25	全部权利	原始取得	无
22	蜂助手	机场智能充电盒子系统[简称：机场智能充电盒子]V1.0.0	软著登字第 1579175 号/软著变补字第 201908025 号	2016SR 400559	2016/1/25	全部权利	原始取得	无
23	蜂助手	蜂助手流量系统[简称：流量系统]V2.0.0	软著登字第 1615468 号/软著变补字第 201907974 号	2017SR 030184	2016/4/29	全部权利	原始取得	无
24	蜂助手	门店助手蜂助手版系统[简称：门店助手]V3.8.0	软著登字第 1580892 号/软著变补字第 201907975 号	2016SR 402276	2016/6/17	全部权利	原始取得	无
25	蜂助手	蜂助手 Android 任务系统[简称：蜂助手任务系统]V1.0.0	软著登字第 1962736 号/软著变补字第 201907518 号	2017SR 377452	2016/7/10	全部权利	原始取得	无
26	蜂助手	蜂云电话（ios 版）APP 软件[简称：蜂云电话 iOS app]V1.0.0	软著登字第 1936466 号/软著变补字第 201908023 号	2017SR 351182	2016/10/8	全部权利	原始取得	无
27	蜂助手	蜂云电话（Android 版）APP 软件[简称：蜂云电话 Android app]V1.0.0	软著登字第 1927395 号/软著变补字第 201908024 号	2017SR 342111	2016/11/1	全部权利	原始取得	无
28	蜂助手	流量数据挖掘分析软件 V1.0	软著登字第 1689113 号/软著变补字第 201901954 号	2017SR 103829	2016/11/9	全部权利	原始取得	无
29	蜂助手	流量云调度系统 V1.0	软著登字第 1689116 号/软著变补字第 201906625 号	2017SR 103832	2016/12/15	全部权利	原始取得	无
30	蜂助手	蜂助手一体化奖励营销平台 V1.0	软著登字第 1688800 号/软著变补字第 201906626 号	2017SR 103516	2017/1/4	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
31	蜂助手	PC 生活服务助手软件[简称：生活服务]V1.0.0	软著登字第2092329号/软著变补字第201907521号	2017SR507045	2017/1/4	全部权利	原始取得	无
32	蜂助手	物联网流量平台[简称：物联网平台]V1.0.0	软著登字第2120800号	2017SR535516	2017/1/5	全部权利	原始取得	无
33	蜂助手	双创校园（Android 版）APP 软件[简称：双创校园]V1.0.0	软著登字第2021150号/软著变补字第201907520号	2017SR435866	2017/1/6	全部权利	原始取得	无
34	蜂助手	蜂云电话畅聊APP（Android版）软件[简称：蜂云电话Android app]V2.0.0	软著登字第2888512号/软著变补字第201912583号	2018SR559417	2017/6/5	全部权利	原始取得	无
35	蜂助手	蜂助手运营活动系统[简称：活动系统]V2.0.0	软著登字第2887578号/软著变补字第201912588号	2018SR558483	2017/7/1	全部权利	原始取得	无
36	蜂助手	蜂云电话畅聊APP（ios 版）软件[简称：蜂云电话 IOS app]V2.0.0	软著登字第2888334号/软著变补字第201912587号	2018SR559239	2017/7/1	全部权利	原始取得	无
37	蜂助手	运营商业务办理系统[简称：业务办理]V2.3.0	软著登字第2900578号/软著变补字第201912581号	2018SR571483	2017/7/9	全部权利	原始取得	无
38	蜂助手	慢读小说（安卓版）APP 软件 V1.0	软著登字第2150691号/软著变补字第201906629号	2017SR565407	2017/8/1	全部权利	原始取得	无
39	蜂助手	蜂助手生活服务信息查询安卓版软件 V4.3.0	软著登字第2900585号/软著变补字第201912582号/软著变补字第201918001号	2018SR571490	2017/9/9	全部权利	原始取得	无
40	蜂助手	免费小说神器（安卓版）APP 软件[简称：免费小说神器 Android app]V1.0	软著登字第2349225号/软著变补字第201906630号	2018SR020130	2017/11/30	全部权利	原始取得	无
41	蜂助手	凡忙（iOS 版）APP 软件[简称:凡忙 IOS	软著登字第2349284号/软著变补字第	2018SR020189	2017/11/30	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		app]V1.0	201906628 号					
42	蜂助手	凡忙（安卓版）APP 软件[简称：凡忙 Android app]V1.0	软著登字第 2349273 号/软著变补字第 201906627 号	2018SR020178	2017/11/30	全部权利	原始取得	无
43	蜂助手	开放平台系统[简称：开放平台]V1.0.0	软著登字第 2899256 号/软著变补字第 201912586 号	2018SR570161	2017/12/9	全部权利	原始取得	无
44	蜂助手	蜂助手生活服务站触摸屏版软件[简称：蜂助手生活服务站]V3.0.3	软著登字第 2885084 号/软著变补字第 201912584 号	2018SR555989	2018/1/1	全部权利	原始取得	无
45	蜂助手	蜂助手商品管理系统软件[简称：商品管理系统]V3.0.0	软著登字第 2900571 号/软著变补字第 201912579 号	2018SR571476	2018/1/9	全部权利	原始取得	无
46	蜂助手	蜂助手生活服务助手 APP（iOS 版）软件[简称：蜂助手 IOS app]V1.0.0	软著登字第 2900393 号/软著变补字第 201912589 号	2018SR571298	2018/1/9	全部权利	原始取得	无
47	蜂助手	蜂助手支付平台管理系统[简称：蜂助手支付平台系统]V.1.0.0	软著登字第 2885085 号/软著变补字第 201912585 号	2018SR555990	2018/1/9	全部权利	原始取得	无
48	蜂助手	流量自动化配置系统[简称：流量平台]V5.1.2	软著登字第 2899132 号/软著变补字第 201912580 号	2018SR570037	2018/1/20	全部权利	原始取得	无
49	蜂助手	智慧停车管理系统[简称：智慧停车系统]V1.0.0	软著登字第 3476296 号	2019SR0055539	2018/8/31	全部权利	原始取得	无
50	蜂助手	蜂助手服务订阅系统[简称：服务订阅系统]V1.0	软著登字第 3965259 号	2019SR0544502	2018/9/10	全部权利	原始取得	无
51	蜂助手	蜂助手营销系统[简称：营销系统]V1.0	软著登字第 3963880 号	2019SR0543123	2018/9/30	全部权利	原始取得	无
52	蜂助手	蜂助手充值中心 APP（iOS 版）[简称：充值中心 APP（iOS 版）]V1.0	软著登字第 3969534 号	2019SR0548777	2018/9/30	全部权利	原始取得	无
53	蜂助手	蜂助手充值中心 APP（Android 版）[简称：充值中心 APP	软著登字第 3965270 号	2019SR0544513	2018/10/30	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		（Android 版）]V1.0						
54	蜂助手	蜂助手收银 APP（安卓版）[简称：收银 APP（安卓版）]V1.0	软著登字第 3969547 号	2019SR0548790	2018/11/30	全部权利	原始取得	无
55	蜂助手	渠道商管理平台系统[简称：渠道商管理平台]V1.0	软著登字第 3964544 号	2019SR0543787	2018/11/30	全部权利	原始取得	无
56	蜂助手	蜂助手微信公众号管理系统[简称：公众号管理系统]V1.0	软著登字第 3967253 号	2019SR0546496	2018/12/20	全部权利	原始取得	无
57	蜂助手	物联网订单智能管理系统[简称：物联网订单系统]V1.0	软著登字第 3965202 号	2019SR0544445	2018/12/20	全部权利	原始取得	无
58	蜂助手	蜂助手 POS 收银管理系统[简称：POS 收银管理系统]V1.0	软著登字第 3969539 号	2019SR0548782	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
59	蜂助手	蜂助手手机营业厅 APP 软件[简称：手机营业厅 APP]V1.0	软著登字第 3965620 号	2019SR0544863	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
60	蜂助手	蜂助手文件夹（我的应用）APP 安卓版[简称：文件夹（我的应用）APP 安卓版]V1.0	软著登字第 3964079 号	2019SR0543322	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
61	蜂助手	蜂助手新订单管理系统[简称：新订单管理系统]V1.0	软著登字第 3963943 号	2019SR0543186	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
62	蜂助手	蜂助手优惠券管理系统[简称：优惠券管理系统]V1.0	软著登字第 3963889 号	2019SR0543132	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
63	蜂助手	流量监控平台系统[简称：流量监控平台]V1.0	软著登字第 3963901 号	2019SR0543144	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
64	蜂助手	中航物业停车场系统[简称：物业停车场系统]V1.0	软著登字第 3965190 号	2019SR0544433	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
65	蜂助手	智慧公共停车场	软著登字第	2020SR	2020/1/6	全部	原始	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		系统[简称：智慧停车系统]V2.0.0	5288283 号	0409587		权利	取得	
66	蜂助手	运营商视频权益订购管理系统[简称：运营商系统]V1.0.0	软著登字第5288350 号	2020SR0409654	2019/12/20	全部权利	原始取得	无
67	蜂助手	诱导屏停车管理系统 V1.0.0	软著登字第5288081 号	2020SR0409385	2019/8/15	全部权利	原始取得	无
68	蜂助手	业务办理平台 V2.10.0	软著登字第5287767 号	2020SR0409071	2019/9/10	全部权利	原始取得	无
69	蜂助手	流量运营配置管理系统[简称：流量系统]V6.0.0	软著登字第5287773 号	2020SR0409077	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
70	蜂助手	流量池管理系统 V1.0.0	软著登字第5287779 号	2020SR0409083	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
71	蜂助手	卡密库管理系统[简称：卡密库系统]V1.0.0	软著登字第5289475 号	2020SR0410779	2019/9/10	全部权利	原始取得	无
72	蜂助手	工蜂邮差系统[简称：工蜂系统]V2.3.0	软著登字第5289473 号	2020SR0410777	2019/9/10	全部权利	原始取得	无
73	蜂助手	蜂助手生活助手软件(ios)[简称：蜂助手软件（ios）]V4.2.0	软著登字第5289505 号	2020SR0410809	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
74	蜂助手	蜂助手生活助手软件（Android）[简称：蜂助手软件（Android）]V6.2.0	软著登字第5288075 号	2020SR0409379	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
75	蜂助手	蜂助手聚合支付系统[简称：聚合支付系统]V2.59.0	软著登字第5288087 号	2020SR0409391	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
76	蜂助手	蜂助手充值中心管理系统[简称：充值中心管理系统]V1.0.0	软著登字第5287085 号	2020SR0408389	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
77	蜂助手	蜂助手ERP 系统[简称：ERP 系统]V2.0.0	软著登字第5287091 号	2020SR0408395	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
78	蜂助手	蜂窝任务系统[简称：任务系统]V2.0.0	软著登字第5287219 号	2020SR0408523	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
79	蜂助手	分期支付软件	软著登字第	2020SR	2020/5/10	全部	原始	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		APP V1.0.0	5986160 号	1107464		权利	取得	
80	蜂助手	对账管理系统[简称：对账系统]V1.0.0	软著登字第5978649 号	2020SR1099953	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
81	蜂助手	蜂粉APP（Android）[简称：蜂粉APP]V1.0.0	软著登字第5986282 号	2020SR1107586	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
82	蜂助手	蜂粉APP（iOS）[简称：蜂粉APP]V1.0.0	软著登字第5986264 号	2020SR1107568	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
83	蜂助手	水电煤缴费系统V1.0.0	软著登字第5986270 号	2020SR1107574	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
84	广州零世纪	零世纪定向流量视频分发管理软件V1.0	软著登字第3622067 号/软著变补字第201927007 号	2019SR0201310	2019/1/9	全部权利	原始取得	无
85	广州零世纪	零世纪商品订单管理系统V1.0	软著登字第3619017 号	2019SR0198260	2018/10/8	全部权利	原始取得	无
86	广州零世纪	DIY 日租卡视频会员权益管理系统V1.0	软著登字第3619011 号	2019SR0198254	2019/1/12	全部权利	原始取得	无
87	广州零世纪	零世纪充值分发服务系统[简称：充值分发服务系统]V1.0.0	软著登字第3420345 号	2018SR1091250	2018/12/21	全部权利	原始取得	无
88	广州零世纪	万能副卡视频分发管理平台系统[简称：万能副卡视频分发管理平台]V1.0.0	软著登字第3378660 号	2018SR1049565	2018/11/10	全部权利	原始取得	无
89	广州零世纪	商业数据分析系统（BI 系统）[简称：BI 系统]V2.0	软著登字第3378668 号	2018SR1049573	2018/9/16	全部权利	原始取得	无
90	广州零世纪	游戏服务分发管理平台软件[简称：游戏服务分发管理平台]V2.0.0	软著登字第3377127 号	2018SR1048032	2018/11/5	全部权利	原始取得	无
91	广州零世纪	游戏应用分发服务系统V1.0	软著登字第2316448 号	2017SR731164	2017/11/17	全部权利	原始取得	无
92	广州零世纪	游戏管理后台软件V1.0	软著登字第2309339 号	2017SR724055	2017/9/30	全部权利	原始取得	无
93	广州零世纪	防沉迷系统V1.0	软著登字第2309032 号	2017SR723748	2017/11/20	全部权利	原始取得	无
94	广州零	充值结算系统	软著登字第	2017SR	2017/11/20	全部	原始	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
	世纪	V1.0	2309584 号	724300		权利	取得	
95	广州零世纪	数据统计分析系统 V1.0	软著登字第 2309543 号	2017SR724259	2017/10/16	全部权利	原始取得	无
96	广州零世纪	我的游戏休闲 APP V1.0	软著登字第 2309555 号	2017SR724271	2017/11/20	全部权利	原始取得	无
97	广州零世纪	流量池监控管理系统 V1.0	软著登字第 2309665 号	2017SR724381	2017/11/20	全部权利	原始取得	无
98	广州零世纪	流量视频分发平台系统 V1.0	软著登字第 2309803 号	2017SR724519	2017/10/8	全部权利	原始取得	无
99	广州零世纪	热血神魔游戏软件[简称：热血神魔]V1.0	软著登字第 1252123 号	2016SR073506	2016/3/9	全部权利	原始取得	无
100	广州零世纪	视频会员流量管理系统[简称：视频会员流量系统]V1.0.0	软著登字第 5310540 号	2020SR0431844	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
101	广州零世纪司	零世纪充值服务系统[简称：充值服务系统]V2.0.0	软著登字第 5310726 号	2020SR0432030	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
102	广州助蜂	分期交易业务管理系统 V1.0	软著登字第 3622016 号	2019SR0201259	2019/1/7	全部权利	原始取得	无
103	广州助蜂	助蜂智慧消防系统 V1.0	软著登字第 3622054 号	2019SR0201297	2018/12/8	全部权利	原始取得	无
104	广州助蜂	助蜂充值管理系统 V1.0	软著登字第 3622047 号	2019SR0201290	2019/1/9	全部权利	原始取得	无
105	广州助蜂	视频会员权益分发管理系统 V1.0	软著登字第 3622027 号	2019SR0201270	2018/12/5	全部权利	原始取得	无
106	广州助蜂	智能消防烟感管理系统软件 V1.0	软著登字第 3622036 号	2019SR0201279	2019/1/10	全部权利	原始取得	无
107	广州助蜂	助蜂智能短信定时发送系统[简称：短信定时发送系统]V2.3.1	软著登字第 3420343 号	2018SR1091248	2018/12/21	全部权利	原始取得	无
108	广州助蜂	助蜂物联网订单管理软件 V4.0.0	软著登字第 3420340 号/软著变补字第 201927008 号	2018SR1091245	2018-12-21	全部权利	原始取得	无
109	广州助蜂	助蜂短信统计报表系统[简称：短信统计报表]V2.3.0	软著登字第 3420314 号	2018SR1091219	2018/12/21	全部权利	原始取得	无
110	广州助蜂	助蜂智慧停车系统[简称：智慧停车系统]V1.0.0	软著登字第 3411521 号	2018SR1082426	2018/12/20	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
111	广州助蜂	助蜂智能短信告警平台系统[简称：智能短信告警平台]V2.4.0	软著登字第3381190号	2018SR1052095	2018/12/5	全部权利	原始取得	无
112	广州助蜂	无线盒子业务管理信息系统[简称：盒子管理系统]V2.0.0	软著登字第3381349号	2018SR1052254	2018/12/9	全部权利	原始取得	无
113	广州助蜂	助蜂物联网平台系统[简称：物联网系统]V1.0	软著登字第2505511号	2018SR176416	2018/1/1	全部权利	原始取得	无
114	广州助蜂	助蜂网络会员短信管理软件[简称：ZF-MSMS]V1.0.0	软著登字第1767375号	2017SR182091	2017/2/16	全部权利	原始取得	无
115	广州助蜂	助蜂网络短信平台[简称：ZF-SMS]V1.3.0	软著登字第1690694号	2017SR105410	2016/11/16	全部权利	原始取得	无
116	广州助蜂	助蜂话费平台管理系统[简称：话费平台管理系统]V2.0.0	软著登字第3377122号	2018SR1048027	2018/11/7	全部权利	原始取得	无
117	广州助蜂	蜂助手聚合支付收银系统软件[简称：聚合支付系统]V2.0.0	软著登字第3403480号	2018SR1074385	2018/12/17	全部权利	原始取得	无
118	广州助蜂	助蜂智慧停车综合运营平台[简称：停车综合运营平台]V1.0.0	软著登字第5332067号	2020SR0453371	2019/12/31	全部权利	原始取得	无
119	广州助蜂	助蜂智能短信综合管理系统[简称：短信系统]V2.7.0	软著登字第5310430号	2020SR0431734	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
120	广州助蜂	助蜂物联网卡管理平台[简称：物联网卡管理平台]V2.0.0	软著登字第5310436号	2020SR0431740	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
121	广州助蜂	设备监控管理系统[简称：设备监控系统]V1.0.0	软著登字第5327756号	2020SR0449060	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
122	广州助蜂	助蜂话费系统[简称：话费系统]V3.0.0	软著登字第5313094号	2020SR0434398	2019/12/10	全部权利	原始取得	无
123	广州助蜂	助蜂定向视频流量管理系统[简称：定向视频流	软著登字第5310564号	2020SR0431868	2020/1/10	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
		量系统]V1.0.0						
124	广州助蜂	智慧停车缴费微信小程序软件[简称：停车缴费小程序软件]V1.0.0	软著登字第5310576号	2020SR0431880	2019/7/15	全部权利	原始取得	无
125	广州助蜂	路边停车微信小程序软件[简称：路边停车小程序软件]V1.0.0	软著登字第5310881号	2020SR0432185	2019/7/15	全部权利	原始取得	无
126	广州助蜂	PDA停车巡检软件[简称：停车巡检软件]V1.0.0	软著登字第5310423号	2020SR0431727	2019/12/20	全部权利	原始取得	无
127	广州助蜂	分账管理系统V1.0.0	软著登字第5985924号	2020SR1107228	2020/5/15	全部权利	原始取得	无
128	广州助蜂	拼团活动系统V1.0.0	软著登字第5985908号	2020SR1107212	2020/6/15	全部权利	原始取得	无
129	广州助蜂	通信门户短信智能管理系统[简称：短信智能管理系统]V1.0.0	软著登字第5985915号	2020SR1107219	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
130	汉鼎蜂助手	无线盒子业务管理信息系统[简称：盒子管理系统]V2.0.0	软著登字第4572314号	2019SR1151557	2018/12/9	全部权利	受让取得	无
131	汉鼎蜂助手	无线机顶盒管理系统V1.0	软著登字第4572308号	2019SR1151551	2017/11/20	全部权利	受让取得	无
132	汉鼎蜂助手	无线4G机顶盒小程序软件[简称：蜂助手4G机顶盒]V1.0.0	软著登字第5310860号	2020SR0432164	2019/6/15	全部权利	原始取得	无
133	汉鼎蜂助手	无线4G机顶盒软件[简称：4G机顶盒软件]V2.20.0	软著登字第5310864号	2020SR0432168	2020/1/10	全部权利	原始取得	无
134	汉鼎蜂助手	无线4G机顶盒管理系统[简称：盒子系统]V2.5.0	软著登字第5310570号	2020SR0431874	2019/6/15	全部权利	原始取得	无
135	汉鼎蜂助手	双4G机顶盒精准运营软件[简称：盒子运营软件]V1.0.0	软著登字第5986252号	2020SR1107556	2020/7/10	全部权利	原始取得	无
136	广州零世纪	《封神诀》手机游戏软件[简称：封神诀]V1.0.0	软著登字第6328085号	2020SR1527113	未发表	全部权利	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得方式	他项权利
137	蜂助手	智慧停车综合运营平台[简称：停车管理系统]V2.0.0	软著登字第6510170号	2020SR1709198	2020/10/10	全部权利	原始取得	无
138	蜂助手	设备监控管理平台[简称：设备管理平台]V1.1.0	软著登字第6511021号	2020SR1710049	2020/05/06	全部权利	原始取得	无
139	蜂助手	智慧停车SaaS运营系统[简称：停车运营系统]V1.0.0	软著登字第6511022号	2020SR1710050	2020/08/05	全部权利	原始取得	无
140	蜂助手	智慧停车巡检软件[简称：停车巡检端]V2.6.0	软著登字第6509407号	2020SR1708435	2020/09/20	全部权利	原始取得	无
141	蜂助手	智慧停车门户系统[简称：智慧停车门户]V1.0.0	软著登字第6509406号	2020SR1708434	2020/10/20	全部权利	原始取得	无
142	蜂助手	智慧停车岗亭端系统[简称：停车岗亭端]V1.0.0	软著登字第6509405号	2020SR1708433	2020/08/31	全部权利	原始取得	无

注：上述列表中第1项、第32项的著作权人仍为“广东蜂助手网络技术有限公司”，第2-7项的著作权人仍为“广州蜂帮手网络科技有限公司”。

（2）软件著作权属合法合规情况

①原始取得的软件著作权

蜂助手及控股子公司的原始取得的软件著作权均为研发部门员工在职期间研发取得，根据《计算机软件保护条例》及蜂助手及控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用蜂助手及控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归蜂助手及控股子公司所有，蜂助手及控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关软件著作权归蜂助手及控股子公司所有，蜂助手及控股子公司取得和使用有关软件著作权合法合规。

②受让取得的软件著作权

A、汉鼎蜂助手持有2项受让取得的软件著作权

汉鼎蜂助手与2019年11月从广州零世纪处受让取得2项软件著作权，该等软

件著作权为广州零世纪自行开发取得，转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，转让价格为0元/件，该等软件著作权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的软件著作权基本情况如下：

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日期	权利范围	取得时间
1	汉鼎蜂助手	无线盒子业务管理信息系统[简称：盒子管理系统]V2.0.0	软著登字第4572314号	2019SR1151557	2018/12/9	全部权利	2019/11/14
2	汉鼎蜂助手	无线机顶盒管理系统V1.0	软著登字第4572308号	2019SR1151551	2017/11/20	全部权利	2019/11/14

B、广州零世纪曾持有1项受让取得的软件著作权

广州零世纪、深圳市云客科技开发有限公司、深圳市云客互娱科技有限公司（深圳市云客科技开发有限公司、深圳市云客互娱科技有限公司为同一控制下的关联方）签署了《<斗破诀>软著及版号授权许可协议》，明确《斗破诀》为《魔剑侠缘》的备用版本名称，深圳市云客互娱科技有限公司将《斗破诀》的软件著作权及版号授权许可给广州零世纪使用；深圳市云客互娱科技有限公司与广州零世纪签署了《转让合同》，约定以0元对价将云客互娱《斗破诀》手机游戏软件[简称：斗破诀]V1.0.0转让给广州零世纪。该软件著作权相关转让手续已办理完毕，双方不存在争议或纠纷。

广州零世纪取得该软件著作权后未实际使用， 2020年11月5日，由于不再进行该业务，广州零世纪撤销了该软件著作权并取得《撤销计算机软件著作权登记通知书》（编号：软著自撤字第20203126号），具体情况如下：

序号	著作权人	软件名称	证书编号	登记号	取得方式	首次发表日期	撤销登记日期	权利范围
1	广州零世纪	云客互娱《斗破诀》手机游戏软件[简称：斗破诀]V1.0.0	软著登字第4173447号	2019SR0752690	受让	未发表	2020年11月5日	全部权利

经登录中国版权保护中心网站对相关软件著作权进行网络检索，及根据中国版权保护中心出具的《计算机软件著作权登记概况查询结果》，蜂助手及控股子公司的软件著作权不存在权属争议。

经登录中国裁判文书网查询蜂助手及控股子公司不存在软件著作权侵权行为或纠纷。

5、作品著作权

（1）截至本招股说明书签署日，蜂助手及控股子公司作品著作权情况如下：

序号	作品/制品名称	著作权人	登记号	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	慢读图案	蜂助手	粤作登字-2017-F-00024396	无	原始取得	无
2	“蜂助手”	蜂助手	国作登字-2019-F-00861177	2019.03.28	原始取得	无
3	蜂助手标识	蜂助手	国作登字-2020-F-01079368	2012.03.21	原始取得	无
4	蜂助手标识	蜂助手	国作登字-2020-F-01079369	2012.03.21	原始取得	无
5	蜂助手标识	蜂助手	国作登字-2020-F0107933	2012.03.21	原始取得	无

注：序号 1 的作品著作权的著作权人仍为“广东蜂助手网络技术股份有限公司”，尚未更名。

（2）作品著作权权属合法合规情况

蜂助手及控股子公司的作品著作权均为设计部门自行创造取得，根据《中华人民共和国著作权法》关于职务作品的规定及公司及其控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用公司及其控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归公司及其控股子公司所有，公司及其控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关著作权归公司及其控股子公司所有，公司及其控股子公司取得和使用有关著作权合法合规。

经登录中国版权保护中心网站、中国裁判文书网查询，蜂助手及控股子公司不存在著作权侵权行为或纠纷。

（三）发行人获得的相关资质许可情况

1、截至本招股说明书签署日，公司拥有与主营业务有关的资质证书如下：

序号	证书名称	颁发机关	证书内容	有效期
1	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20170435）	广东省通信管理局	业务种类（服务项目）及覆盖范围：信息服务业务（仅限互联网信息服务），不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务。	2019.6.4 - 2022.7.24
2	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	工业和信息化部	业务种类（服务项目）及覆盖范围：信息服务业务（不含互联网信息服	2019.1.10 - 2023.2.5

序号	证书名称	颁发机关	证书内容	有效期
	（B2-20180402）		务），覆盖范围为全国。	
3	电信设备进网许可证（许可证编号：17-D650-191554）	工业和信息化部	设备名称：TD-LTE 无线数据终端 设备型号：蜂助手 F1	2019.5.22 - 2022.5.22
4	电信网码号资源使用证书（证书编号：号[2018]01002-A01）	工业和信息化部	批准用途：短消息类服务接入代码 使用范围：全国	2019.6.17 - 2023.2.5
5	网络文化经营许可证（编号：粤网文（2018）2580-852 号）	广东省文化厅	网站域名：phone580.cn；phone580.com 经营范围：利用信息网络经营游戏产品	2018.4.7 - 2021.4.6
6	无线电发射设备型号核准证	工业和信息化部	核准代码：CMIIT ID:2018CP7116 适用设备及型号：TD-LTE/LTE FDD/WLAN 数据终端；蜂助手 F1	有效期至 2023.11.15
7	建筑业企业资质证书（证书编号：D344274311）	广州市住房和城乡建设局	资质类别及等级： 电子与智能化工程专业承包贰级 建筑工程施工总承包叁级 施工劳务不分等级	2019.4.24 - 2024.4.17
8	广东省安全技术防范系统设计、施工、维修资格证（粤 GA1537 号）	广州市公安局	资质等级：肆级 资格范围：安全技术防范系统设计、施工、维修	2019.3.19 - 2021.3.18
9	安全生产许可证（粤）JZ 安许证字[2020]012639	广东省住房和城乡建设厅	许可范围：建筑施工	2020.7.15 - 2023.7.15

2、截至本招股说明书签署日，公司全资子公司广州零世纪拥有与主营业务有关的资质证书如下：

序号	证书名称	颁发机关	经营/许可范围/备注	有效期
1	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20180255）	广东省通信管理局	业务种类：第二类增值电信业务中信息服务业务（仅限互联网信息服务） 业务覆盖范围（服务项目）：含文化；不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动。】	2018.4.25 - 2023.2.28

3、截至本招股说明书签署日，公司全资子公司广州助蜂拥有与主营业务有关的资质证书如下：

序号	证书名称	颁发机关	经营/许可范围	有效期
1	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20190032）	广东省通信管理局	业务种类（服务项目）及覆盖范围：信息服务业务（仅限互联网信息服务），不含信息搜索查询	2019.1.8 - 2024.1.8

序号	证书名称	颁发机关	经营/许可范围	有效期
			服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	
2	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（B2-20181044）	工业和信息化部	业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务） 业务覆盖范围（服务项目）：全国	2018.5.18 - 2023.3.16
3	电信网码号资源使用证书（证书编号：号[2018]01087-A01）	工业和信息化部	批准用途：短消息类服务接入代码 使用范围：全国	2018.8.21 - 2023.3.16
4	网络文化经营许可证（编号：粤网文〔2018〕3488-1168 号）	广东省文化厅	网站域名：gzphone580.com 经营范围：利用信息网络经营音乐娱乐产品，利用信息网络进行网络游戏虚拟货币交易。	2018.4.12 - 2021.4.11

4、公司及控股子公司是否均需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，是否已具备从事业务的所有资质证书

根据公司及控股子公司的经营范围、《公司章程》、各项资质证书及其出具的说明以及大华会计师事务所出具的《审计报告》中主营业务的分类及占比情况，各主体主要从事的业务及取得资质情况如下：

（1）蜂助手主要从事的业务为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务，已取得中华人民共和国增值电信业务经营许可证，具体详见本招股说明书“第六节、五（三）发行人获得的相关资质许可情况”。

（2）广州零世纪主要从事的业务为聚合运营服务、融合运营服务，已取得中华人民共和国增值电信业务经营许可证，具体详见本招股说明书“第六节、五（三）发行人获得的相关资质许可情况”。

（3）广州助蜂主要从事的业务为提供物联网产品、物联网技术服务，已取得中华人民共和国增值电信业务经营许可证，具体详见本招股说明书“第六节、五（三）发行人获得的相关资质许可情况”。

（4）南京智科主要从事的业务为流量+视频权益、技术服务，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外

的特殊资质或许可。

（5）成都助蜂主要从事的业务为停车场物联网业务，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

（6）东莞蜂联主要从事的业务为商品销售，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

（7）深圳网诚未实际经营，已注销。

（8）前海同益暂未实际开展业务。

（9）汉鼎蜂助手主要从事的业务为物联网智能硬件销售、物联网流量运营、影视会员、娱乐充值，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

综上，蜂助手、广州零世纪、广州助蜂需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，并已取得相关证书；蜂助手其他控股子公司的业务暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。蜂助手及控股子公司均已具备所从事业务的所有资质证书。

根据工商部门出具的文件，并经在国家企业信用信息公示系统、信用中国、全国建筑市场监管公共服务平台查询，报告期内，公司及控股子公司不存在不具备资质或超越资质范围从事相关业务的违法行为，也未因此受到相关主管部门作出的行政处罚。

5、公司现在销售的需要获得中国国家强制性产品认证证书的产品如下：

序号	产品	中国国家强制性产品认证证书编号	有效期
1	无线 4KOTT 机顶盒（4G 功能）	2019011606264397	至 2024/10/10
2	腾讯极光 4G 机顶盒（网络机顶盒）	2020011609331276	至 2025/09/18
3	腾讯叮当智能视听屏/腾讯叮当智能视听屏学习版/腾讯叮当智能视听屏（移动版）/腾讯叮当智能视听屏（电信版）	2018010903132168	至 2023/10/10

上述第 1、2 项产品为公司自有品牌产品，已取得产品的《中国国家强制性产品认证证书》；上述第 3 项产品为从腾讯科技（深圳）有限公司采购，已取得产品的《中国国家强制性产品认证证书》。

根据行政主管部门出具的文件，并经在国家企业信用信息公示系统、信用中国查询，报告期内，公司及控股子公司不存在未取得相关资质证书进行销售或从事相关业务的情形。

6、蜂助手、广州零世纪、广州助蜂取得的中华人民共和国增值电信业务经营许可证覆盖范围情况如下：

序号	持证主体	证书名称	颁发机关	覆盖范围
1	蜂助手	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20170435）	广东省通信管理局	广东省
2	蜂助手	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（B2-20180402）	工业和信息化部	全国
3	广州零世纪	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20180255）	广东省通信管理局	广东省
4	广州助蜂	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20190032）	广东省通信管理局	广东省
5	广州助蜂	中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20181044）	工业和信息化部	全国

上述第 1 项、第 3 项及第 4 项增值电信业务经营许可证业务种类均为第二类增值电信业务中信息服务业务（仅限互联网信息服务），是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动，经咨询广东省通信管理局，取得该项业务许可后，蜂助手及控股子公司所提供的公开信息允许全国访问，因此实际业务开展过程中不受地域限制；蜂助手及控股子公司存放服务器的场地均在广东省内，未超出广东省范围。上述第 2 项、第 5 项增值电信业务经营许可证业务种类为第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务），覆盖范围为全国，不受地域限制。

因此，蜂助手及控股子公司目前开展业务实际不受地域限制，无须再取得其他省、市的增值电信业务经营许可。

（四）发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，本公司未拥有特许经营权。

六、发行人核心技术和技术研发情况

（一）主要产品或服务的核心技术

1、核心技术及对应知识产权

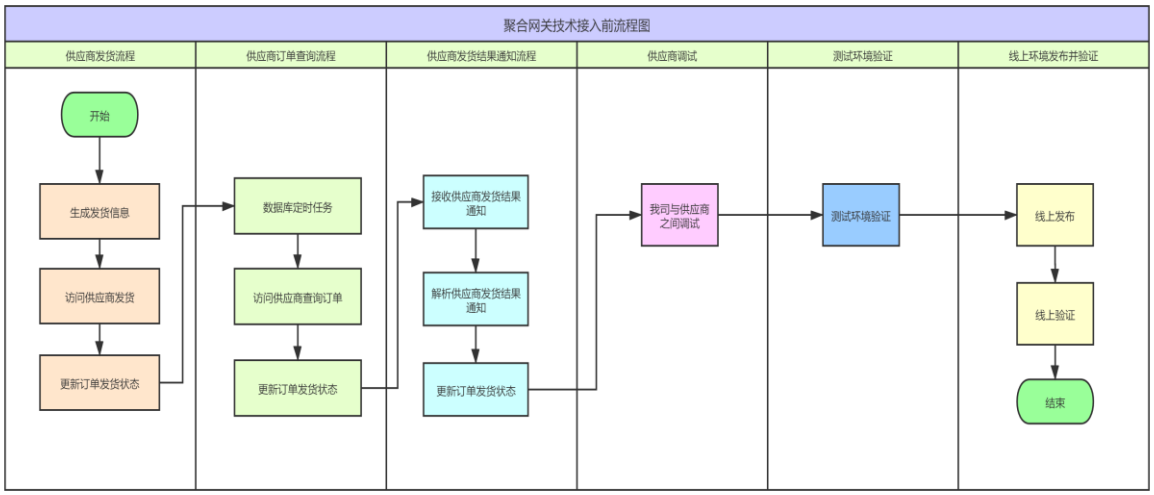
公司自成立以来，根据市场和客户的需求，通过自主研发不断积累核心技术。截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要产品或服务的核心技术如下表所示：

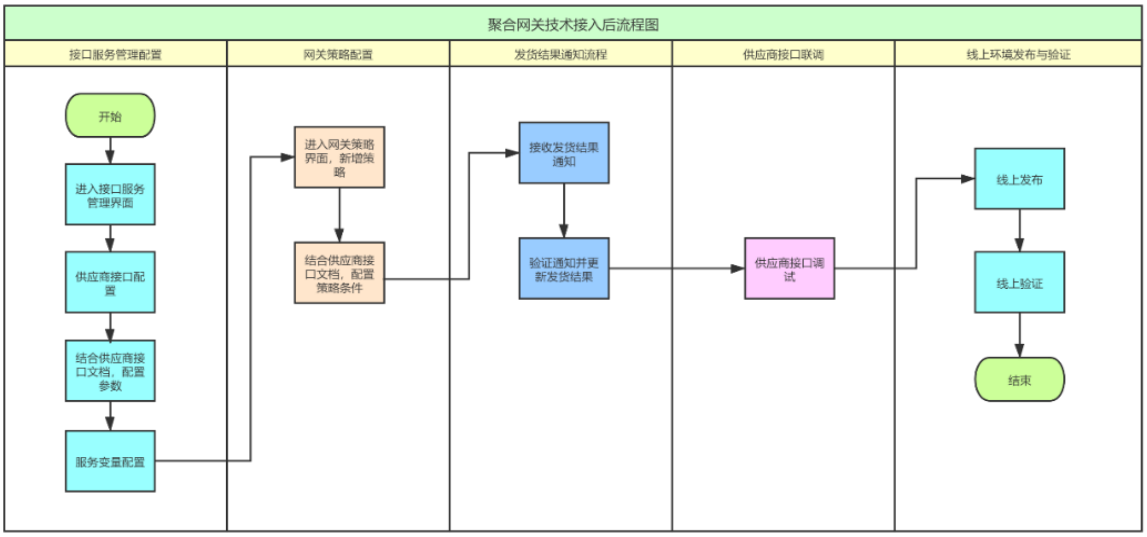
序号	技术名称	技术来源	应用情况和技术先进性	对应知识产权
1	虚拟服务综合运营平台	自主创新	虚拟服务综合运营平台整合数百种商品及服务，以 SaaS 服务方式便捷的向服务提供商及客户提供统一的接入及输出服务，向消费者提供一站式的购物体验。平台具有性能高、可用性高、安全性高、产品化程度高、使用便利等特点。 （1）接入方面：平台服务接入系统通过动态服务聚合网关技术解决了众多不同服务交易协议的差异问题，配合接入配置工具将服务接入过程全配置化，使得开发工作变为运营工作。运营人员只需简单配置即可接入新的数字化虚拟商品交易服务，此项技术将服务接入时间周期从普遍的 7 人天降低到 1 人天内。 （2）交易方面：平台服务交易系统自动识别匹配供应商报价和客户请求，在交易成本、地市归属、到账时间、成功率等多个维度中选择最优的服务路径，能够有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。 （3）输出方面：服务输出系统为用户提供丰富的预设模版及界面设计工具，以及自助化、可视化的配套运营工具，客户可针对其运营需求自主定制运营方案。	**发明专利：**一种动态接口转换方法、装置、终端设备及存储介质； **发明专利：**第三方平台对接实现方法、装置、设备及存储介质； **发明专利：**一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法； **软件著作权：** 渠道商管理平台系统、蜂助手开放平台系统、蜂助手服务订阅系统、蜂助手充值中心管理系统等
2	CPE 机顶盒技术	自主创新	公司基于物联网大流量解决方案，整合腾讯视频、OTT 播控牌照，研发推出“网络+内容”融合模式的无线宽带 CPE 机顶盒产品，实现了“一个机顶盒=无线宽带+CPE 路由器+腾讯视频平台”三合一。公司的 CPE 机顶盒技术可达到 4G 全网通无线数据终端机顶盒的产品要求，在无有线宽带网络或 Wi-Fi 网络的环境下，使用本产品能够实现无线上网、浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享、有线网络宽带输出。公司 CPE 机顶盒技术可实现无线 2G/3G/4G/5G 网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络，解决行业用户因受环境影响、运营商信号不佳不能上网、资费贵的痛点。	**发明专利：**机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质； **发明专利：**一种机顶盒及其通信方法； **软件著作权：** 无线机顶盒管理系统等

序号	技术名称	技术来源	应用情况和技术先进性	对应知识产权
3	PaaS 研发服务平台	自主创新	公司 PaaS 研发服务平台基于业界先进开源软件技术搭建，覆盖项目及需求管理、开发框架、测试及发布、微服务治理、运维监控、信息及网络安全等整个研发和运维的生命周期管理，达成持续集成、全面监控的目标。业务开发团队只需关注业务逻辑、开发应用及产品，从而提升产品交付效率，更快响应市场需求。	**发明专利：**一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法； **发明专利：**一种 App 中网页端与手机端的 JS 交互方法； **发明专利：**Oracle 中实现 JSON 格式数据存取的方法、装置、设备及存储介质； **发明专利：**一种面向 Web 的页面构建系统； **发明专利：**一种应用程序的展示方法与装置； **发明专利：**原生 APP 的样式化显示方法、装置、终端及存储介质
4	物联网流量调度技术	自主创新	公司物联网流量调度技术支持三大运营商网络并可自由切换网络。本技术由云卡模组及云卡调度系统组成。其根据物联网设备所处地的网络质量自主选择接入网络服务最佳的运营商网络，让物联网设备在复杂的无线网络环境保持 7*24 小时在线。本技术已应用到 CPE 机顶盒和融合调度集成模块两项产品。	**发明专利：**一种物联网卡智能充值监控系统和控制方法； **发明专利：**一种基于物联网短信的智能设备控制方法及系统
5	物联网智慧停车管理平台	自主创新	公司智慧停车管理平台是一套涵盖封闭式停车场和路内停车场，以及融合共享停车、充电、洗车等停车场景服务的城市级停车解决方案。针对解决路内停车依赖收费员管理，存在效率低、人工成本高、逃费问题突出等问题，公司智慧停车管理平台依托车辆动态视频识别技术，4G/5G 边缘计算技术，实现路内停车无人值守的停车解决方案。	**发明专利：**一种基于物联网的智能硬件设备监控系统； **软件著作权：**物业停车场系统； **软件著作权：**智慧停车管理系统

2、服务接入成本从 7 人天降低到 1 人天内的数据支撑

（1）聚合网关技术接入前后的流程图对比





（2）聚合网关技术接入前后相关流程开发及调试时间的数据对比

主要流程	聚合网关技术接入前	聚合网关技术接入后
供应商发货流程	系统生成发货信息并访问供应商发货，更新订单发货状态为“发货中”完成发货接入流程。该流程需花费约 2 人天的开发工作量。	在“接口服务管理界面”进行供应商接口配置。该界面将发货与订单查询接入流程变为可视化配置工作，取代了以往访问供应商前的处理流程。该流程需花费约 1 小时/人配置工作量。
供应商订单查询流程	通过数据库定时器查询供应商订单信息，并更新订单发货状态为“发货成功”或“发货失败”。该流程需花费约 1 人天开发的工作量	在网关策略界面进行配置。该界面提供多种条件表达式的配置方式，动态服务聚合网关将从供应商接收到的发货信息与预期配置的条件值作比较，从而判断业务结果。网关策略配置取代了以往访问供应商发货与订单查询后的处理流程。该流程需花费约 0.5 小时/人配置工作量。

主要流程	聚合网关技术接入前	聚合网关技术接入后
发货结果通知流程	系统接收供应商的发货结果通知，解析发货结果并更新订单发货状态为“发货成功”或“发货失败”，完成发货结果通知流程。该流程需花费约 1 人天的开发工作量。	动态服务聚合网关技术将以往约 90%的发货结果处理流程整合为公共流程，只需投入小部分工作量对发货结果进行校验。该流程需花费约 1 小时/人开发工作量。
供应商接口调试	与供应商之间进行系统调试，该流程需花费约 1 人天的开发工作量。	由于只需通过上述第一点做界面配置而无需对程序修改，并且通过“服务监控明细界面”可快速查看调试信息，提高了研发人员的工作效率。该流程需花费约 4 小时/人开发工作量。
测试环境验证	开发环境开发和调试完成后，需要将代码发布至测试环境进行配置和验证，该流程花费约 1 人天开发工作量。	跟以往线上发布流程相比，引入动态服务聚合网关技术后简化了约 70%的发布内容。该流程需花费约 2 小时/人开发工作量。
线上环境发布并验证	需要将系统发布至线上环境并进行验证，该流程需花费约 1 人天的开发工作量。	

综上，公司在使用动态服务聚合网关技术后，接入一个供应商服务仅需约 1 人天内的开发工作量，与使用动态服务网关技术前的接入流程相比，将大部分的研发工作量转变为可视化配置的工作量，提高了整体研发效率。

（二）核心技术产品收入占营业收入的比重

报告期内，公司各项核心技术主要用于主营业务产品或服务，具体包括数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务，公司核心技术产品收入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
虚拟服务综合运营平台	19,770.63	93.64%	37,512.03	88.59%	24,014.44	82.49%	35,260.38	96.40%
PaaS 研发服务平台	415.53	1.97%	1,699.60	4.01%	940.58	3.23%	703.36	1.92%
CPE 机顶盒技术	249.91	1.18%	890.75	2.10%	2,824.63	9.70%	-	0.00%
物联网流量调度技术	301.56	1.43%	513.35	1.21%	542.46	1.86%	157.25	0.43%
物联网智慧停车管理平台	59.46	0.28%	612.29	1.45%	0.55	0.00%	-	-
合计	20,797.09	98.50%	41,228.03	97.36%	28,322.65	97.28%	36,120.99	98.76%

注：PaaS 研发服务平台属于公司技术基础设施，公司各业务系统建立在此基础之上，故其服务于公司各类主营业务；为避免重复统计，上表中“PaaS 研发服务平台”所对应的收入是指该类业务直接使用了“PaaS 研发服务平台”技术，未涉及或涉及较少其他核心技术。

（三）正在从事的研发项目及进展情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司正在从事的研发项目情况如下：

序号	项目名称	项目内容及拟达到的目标	所处阶段及进展	投入经费（万元）	研发人员（人）
1	虚拟服务综合运营平台化项目	解决系统架构的开放性、业务流程设计灵活性，业务逻辑耦合及相互影响、重复建设系统等问题。平台化包括拆分和整合。拆分是将基础能力跟每个业务方的特性业务拆分，使得业务和业务之间的逻辑进行隔离。整合是将流量、话费、视频等共性业务整合到一个业务平台。拟达到目标：1、统一所有服务的商品、交易、结算能力，建成虚拟服务商品平台、交易平台、结算平台、营销平台。2、业务抽象解决共性的 80%问题，系统架构开放性解决 20%的个性化问题。	本项目于 2019 年立项，项目周期 2 年。目前已建成包括风控中心、会员中心、钱包、支付中心等应用的基础业务平台。当前正对核心服务的商品、交易、结算、营销能力建模，开发商品平台、交易平台、结算平台和营销平台。	2,474.32	123
2	4G/5G 集成模块项目	本项目开发一款大流量无线上网模块，支持以下三个核心功能： 1、4G/5G 全网通支持开发，支持独立/非独立组网；实现因不同区域因运营商网络差、信号覆盖不全的无缝切换和衔接，解决行业用户受环境和运营商信号不稳定无法上网、资费贵的痛点。 2、方便集成，硬件接口符合标准的 USB/PCIE 即接口，可以在 Windows\Linux\Android 等主流操作系统快速集成，无需单独安装驱动	本项目于 2019 年立项，项目周期 2 年。目前已成功研发双 4G 模块产品，投放市场。多家公司的物联网设备已整合该集成模块。下一步将进行上层应用场景的对接，并正在研发 5G 集成模块产品。	117.06	18
3	4G/5G 集成模块管控系统	本项目研发的集成模块管控系统基于云计算技术的集中式物联网流量管理系统。该系统负责提供管理终端设备、集成模块、提供实时流量统计和预授权计费控制等功能。 拟达到目标：1、能够根据用户的使用场景选择最优运营商网络的卡，优先保证用户的网络使用效果，结合用户消费习惯合理调配流量，保证流量使用最大化。2、系统响应速度快，并发数大，支持百万级的用户同时在线。3、保证系统的稳定运行，实时监控运行状态，及时处理告警，采用热备份策略，发现异常快速自动切换。4、可扩展性强，接口灵活，满足各种	本项目于 2019 年初立项，项目周期 2 年。目前已成功研发完成第一版，已经投入使用并有一定的用户数量。下一步继续根据使用的场景和问题反馈一进行优化，完善调度策略，提高并发用户数，根据新的运营需求持续更新。另结合 5G 需求做开发。	324.70	17

序号	项目名称	项目内容及拟达到的目标	所处阶段及进展	投入经费（万元）	研发人员（人）
		运营策略的定制以及后期的拓展。			
4	CPE 机顶盒	本项目基于物联网大流解决方案，整合腾讯视频、OTT 播控牌照，研发“网络+内容”融合模式的无线宽带 CPE 机顶盒产品，实现“一个机顶盒=无线宽带+CPE 路由器+腾讯视频平台”三合一。产品配套后台管理系统，包括流量管理、流量监控、套餐管理、用户管理、用户精细运营、充叠加包送会员、双 4G 模块适配等功能。该项目为软硬件研发，在整个项目周期内以敏捷迭代的版本持续升级与交付。	本项目于 2019 年立项，项目周期为 2 年。 目前已完成 4G 模块技术的第 1 代机顶盒 F1 研发，主要集合了= 宽带 + 视频会员 + Wi-Fi 热点功能。在技术层面积累了核心技术专利。 下一步将基于 5G 的第 2 代机顶盒 F2 产品研发，“一个机顶盒 = 无线宽带 + CPE 路由器+腾讯视频平台+智能家居”四合一。	293.56	18
5	智慧停车 SaaS 平台项目	智慧停车 SaaS 平台是一套涵盖封闭式停车场和路内停车场，以及融合共享停车、充电、洗车等停车场景服务的城市级停车解决方案。 本项目拟达到目的： 1、实现城市级的室内和路内全无人值守停车；2、以开放、合作、共建、共享、共赢的目标打造以“停车”业务为核心的生态圈，拓展充电、洗车、共享停车等业务；3、整合用户、物业管理方与第三方资源合作伙伴的数据，实现业务之间的互利互通，提高数据共享能力。	本项目于 2018 年底立项，项目周期 3 年。目前已完成停车场运营门户，蜂助手停车小程序，停车场 SaaS 管理门户并投产。下一阶段将继续完善路内停车的视频识别技术，提高路内停车的无人化治理技术手段。	738.84	35
6	PaaS 全链路压力测试平台项目	本项目构建一套压力测试平台，对公司的各业务平台进行可持续性的执行全链路压力测试，用以验证业务平台在真实的用户环境下的功能、性能。通过监控数据的分析，评估系统各项指标，为系统性能优化、容量规划等提供依据。 包括以下主要研发内容： 1、构建独立的压力测试环境；2、研发虚拟子系统，用于模拟第三方依赖服务；3、研发压力测试子系统，提供可持续的压测任务；4、完善 PaaS 的监控子系统、日志子系统等配套的基础设施。	本项目于 2019 年 12 月立项，项目周期 2 年。 目前已完成虚拟子系统第一版及压力测试子系统第一版，并完成虚拟服务业务系统的全链路压力测试相关的配套研发工作。下一阶段将继续提高虚拟子系统及压力测试子系统的产品化程度，更便利的开展全链路压力测试。	138.55	18

（四）研发费用构成及占比情况

报告期内，公司研发费用构成及占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	1,063.87	2,673.75	2,324.25	1,980.67
房屋租赁费	72.65	167.18	134.06	181.68
折旧费用	24.33	43.92	46.77	39.48
专用仪器、设备租赁费		6.84	16.55	0.08
设备及材料采购费	16.91	7.42	30.01	17.95
技术服务费	6.34	-	47.17	-
其它	0.17	3.65	3.80	0.16
研发费用合计	1,184.27	2,902.76	2,602.60	2,220.03
占营业收入比例（%）	5.61	6.86	8.94	6.07

（五）核心技术人员及研发人员情况

截至2020年6月30日，公司直接从事技术工作的研发人员共有127人，占公司员工总数的51.42%。其中，核心技术人员3人，公司的核心技术人员分别为雷大明先生、陈春攀先生及余彧先生。核心技术人员简历详见“第五节 公司基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（四）核心技术人员”。

公司核心技术人员最近两年未发生重大变动。核心技术人员自在公司业务开展过程中，根据业务需求及行业技术发展趋势，带领公司研发团队紧跟前沿技术的演进方向，对公司在新业务、新技术领域的研发及核心技术问题解决等方面起到了关键作用。公司对核心技术人员采取了项目奖励、岗位晋升、股权激励等多种激励方式，为核心技术人员提供多种培训机会，并通过与核心技术人员签署劳动合同、保密协议等方式，对核心技术人员进行激励和约束。

（六）技术创新机制情况

公司所处的互联网服务业是当前技术发展创新较为蓬勃和活跃的领域，客户对服务及解决方案的要求在不断提高或扩展。为保持公司持续稳定的创新能力及市场竞争力，公司持续进行研发投入，公司在发展中不断将现有技术进行升级，探索技术创新，以满足不断变化的市场需求，不断提升公司市场竞争力。

1、公司持续加大研发经费投入，不断优化研发机构设置，提升研发力量。目前，公司在广州、深圳分别设置了研发中心。依照公司研发需求整体规划，广州研发中心主要负责系统软件相关研发工作，深圳研发中心主要负责硬件相关研发工作。为规范公司研发管理，提高公司项目管理效率、加强团队协作、减少沟通成本，公司制定了健全有效的研发管理制度。同时，公司制定了严格的信息安全和技术保密制度，保障公司核心技术的保密性和技术优势。

2、公司始终坚持市场和技术双轮驱动的研发导向，在日常经营中，公司注重研发人员与公司主要客户或供应商的定期沟通，通过持续跟踪、及时动态地把握客户和终端用户的潜在需求，更好地开展技术研发以满足业务的实际需求，不断优化公司服务质量，持续提高用户满意度，为客户创造价值；另一方面，公司注重基础技术的研发和积累，根据对行业技术发展趋势的前瞻性判断，提前进行技术部署。持续高效运行的技术交流机制以及日常业务数据的分析反馈机制，使得公司可以较为准确地定位市场需求，从立项阶段开始提升最终技术创新成果的实用性，维持较高的研发效率。

3、公司以市场需求为导向开展技术创新活动，紧跟行业前沿技术发展方向，对行业发展动态及互联网应用新技术保持时刻的敏感性。近年来，公司对“机器学习”、“人工智能”、“边缘计算”等前沿信息技术进行持续开发和应用，技术实力及技术成果实用价值稳步提升。公司通过不断强化完善研发机构、研发团队和研发制度，公司建立了全面、高效的技术创新体系，促使公司技术服务能力保持在较高水平。

4、公司持续加强研发团队人员力量。公司不断完善研发团队管理体制，持续提升对技术创新人员和项目团队的激励力度，持续扩大研发团队人员规模。公司对核心技术人员与技术团队采取了项目奖励、岗位晋升、股权激励等多种激励方式，营造了团结融洽、积极向上的技术创新氛围。未来，公司会进一步加大对优秀人才的吸引力度，增强研发梯队建设水平。

（七）发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异

公司通过自主研发积累了五项核心技术，各项核心技术所涉及具体技术特点及技术先进性情况如下：

1、虚拟服务综合运营平台

具体技术	技术特点	技术先进性
动态服务聚合网关技术	该技术对第三方服务接口进行抽象提取，解决服务对接中不同通信协议、安全认证等语法问题，以及业务层面的语法差异问题。动态服务聚合网关支持基于文本的应用层同步、异步网络协议，支持多种主流认证方式以及安全机制。同时提供可视化、可配置化的管理工具，只需简单配置即可接入新的服务。	基于虚拟服务供应市场缺少统一的技术服务标准的市场现状，自主研发了该技术，在实际生产过程中缩短了对接时间、提升了对接效率，降低了对接难度。
服务供应调度技术	该技术基于公司构建的交易供应链网络，根据供应链服务的时效和成本要求，对供应商服务能力评估模型进行实时计算，自动识别匹配供应商报价和客户请求，在交易成本、地市归属、到账时间、成功率等多个维度中选择合适的服务路径。	基于行业多头供应的特性，兼顾不同维度的策略权重，满足了各类客户不同的服务质量需求。
交易风控技术	该技术基于智能学习算法，进行 IP、账号、充值号码、行为模式等多维度的数据采集，并通过建模，不断学习与规则训练风控知识库。	该技术构建的风控系统，在交易过程中动态比对交易行为，提高“薅羊毛”异常行为识别率，保证业务正常开展。
用户行为分析技术	该技术使用智能学习算法构造用户画像，由系统发现用户的兴趣点，实现多维度推荐，从而激发用户发现自己的购物需求。	以多维度用户行为数据为核心，相较于行业中以历史销售数据为依据的推荐手段，提高了准确度和转化率。

（2）CPE机顶盒技术

公司CPE机顶盒技术集成全网通数据接入、Wi-Fi路由+视频播放能力，其技术先进性在于公司自主研发的全网通数据接入+Wi-Fi路由技术，用户只需购买一个CPE盒子，插电即可实现自主无线上网、无线Wi-Fi热点分享，并同时观看视频。此外，CPE机顶盒技术解决现有网络接入技术的局限性。机顶盒所处位置不同，运营商的信号强弱有别，CPE机顶盒技术内置上网能力，在运行期间实时检测所处位置的运营商信号，将检测结果发送到机顶盒管控系统，系统根据数据选择合适的运营商网络并告知CPE机顶盒，CPE机顶盒根据系统指令切换到相应运营商网络。

蜂助手CPE机顶盒技术的产品与市面同类别产品能力对比如下：

产品型号/比较事项	蜂助手 CPE 机顶盒		市场同类别产品			
	蜂助手-F1	蜂助手-S1	华为悦盒 V9	创维 T2	小米盒子 4	魔百盒 CM201
网络接入	全网通数据接入	全网通数据接入	1： Wi-Fi 接入 2：有线太	1： Wi-Fi 接入 2：有线以	1： Wi-Fi 接入	1：WiFi 接入 2：有线以

产品型号/比较事项	蜂助手 CPE 机顶盒		市场同类别产品			
	蜂助手-F1	蜂助手-S1	华为悦盒 V9	创维 T2	小米盒子 4	魔百盒 CM201
			网接入	太网接入		太网接入
网络输出	Wi-Fi 热点分享，符合 IEEE802.11b/g/n 规范。实测 Wi-Fi 热点最高速率达：下载 70Mb/s，上传 40Mb/s;可带无线设备 6-8 台。基本等同 100M 宽带。	1:Wi-Fi 热点分享，符合 IEEE802.11b/g/n 规范。 2:有线输出,符合有线以太网 IEEE 802.3/u 规范。 3：实测 Wi-Fi 热点和以太网输出最高速率达：下载 70Mb/s，上传 40Mb/s;可带无线设备 6-8 台。基本等同 100M 宽带。	不具备网络输出功能。	不具备网络输出功能。	不具备网络输出功能。	不具备网络输出功能。

注：可比产品相关信息来源于京东等电商平台产品展示信息

（3）PaaS研发服务平台

具体技术	技术特点	技术先进性
动态 Web 构建技术	该技术通过配置页面所需元数据，利用动态生成技术，集成蜂助手业务素材库，可以快速生成业务功能；集成常用业务组件，可较为快速构建统一样式的业务系统;通过可视化操作界面,提供拖拽功能,组件属性配置区域，页面预览区域，页面构建管理功能，页面整体配置数据的导入导出，说明文档和案例等，提高开发调试效率。	该技术高度集成开发组件和业务组件，降低了学习成本，提高了研发调试效率，提高了业务交付效率。
应用生命周期管理	该技术涵盖 Web 应用程序的部署、运行、扩容、下线所需的一系列工具。 1、容器化部署：基于 K8s 所构建的虚拟化技术，使用 Jenkins 流水线实现自动化代码检查、编译、发布、部署，提高了发布效率； 2、弹性伸缩：支持弹性伸缩功能，根据 CPU 利用率、内存利用率、请求量、响应时间动态调整服务实例数量，灵活应对流量高峰和低谷，降低运维成本。	该技术基于业界先进的虚拟化及服务治理生态工具 K8s 研发。
全链路监控技术	该技术整合了 Web 应用服务生命周期所涉及的监控能力，包括基础架构资源状态、操作系统状态、容器状态、应用调用链、服务依赖拓补、应用业务状态、服务日志，运维和开发工程师可较全面的掌握整个系统所运行的状态，快速分析和定位系统问题，保障系统服务可靠性。	该监控手段提高了监控能力整合度及产品化程度。

（4）物联网流量调度技术

具体技术	技术特点	技术先进性
网络智能切换技术	该技术采用多模组工作方式，模组之间分工协助完成网络的检测、切换、管理以及上网功能，上网设备可以灵活选择合适运营商网络。	该网络切换技术能够灵活切换运营商网络，保证设备上网质量。
网络质量自动检测技术	该技术可以通过检测网络信号强度、延时、实时网络流量消耗、网络测试等多维度检测网络质量。检测结果如时间、位置、网络等参数形成历史数据模型。	该网络检测技术是物联网流量调度技术的重要构成部分，提高了网络信号后续分析效果。

（5）物联网智慧停车管理平台

核心技术名称	技术特点	技术先进性
停车账单处理技术	该技术基于分时租赁的理念，把停车计费和结算抽象成日期、时间段、车辆类型、车辆规格等维度再依据收费办法组合成具体计费规则，支撑各种收费管理办法。	针对各地区停车管理条款及停车场自身的经营需求，制定不同收费规则，提高了适应性，可覆盖更多的收费场景。
多路网络通信技术	支持停车场客户端同时使用多个通信网络与服务端通信。	避免了单个网络因施工、网络拥堵等影响通信，从而提高了停车场客户端与服务端的网络通信质量及可靠性。

七、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在境外开展生产经营活动。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

公司根据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规则》等法律、法规的规定优化了由公司股东大会、董事会、监事会和经理层组成的法人治理结构，聘任了三名专业人士担任公司独立董事；设立了审计委员会、内审部；制定了《蜂助手股份有限公司章程》。同时根据有关法律、法规及公司章程，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《募集资金使用管理制度》、《重大信息内部报告制度》、《内部审计制度》、《关联交易管理制度》、《资金管理制度》、《累积投票制实施细则》。报告期内，公司股东大会、董事会、监事会及相关职能部门按照有关法律法规和公司内部制度规范运行，形成了职责明确、相互制衡、规范有效的公司治理机制，没有违法违规情况发生，报告期内公司不存在公司治理缺陷。

（二）股东大会制度的运行情况

报告期内，公司累计召开了 19 次股东大会。历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录合法有效，对利润分配、董事、监事的选举，对公司《公司章程》及其他主要管理制度的制订和修改以及首次公开发行股票和募集资金投向的决策等重大事项作出了有效决议。

（三）董事会制度的运行情况

报告期内，公司董事会累计召开了 24 次会议。历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录合法有效，对拟订利润分配方案、公司高级管理人员的考核选聘、公司重大生产经营决策、公司主要管理制度的制定、重大项目的投向等重大事项作出了有效决议。

（四）监事会制度的运行情况

报告期内，公司监事会累计召开了 11 次会议。历次会议的召集、提案、出

席、议事、表决、决议及会议记录合法有效，对公司董事会工作的监督、高级管理人员的考核、公司重大生产经营决策、重大项目的投向等重大事项实施了有效监督。

（五）独立董事的履职情况

公司按照《中国证监会关于在上市公司设立独立董事指导意见》等规定，设置了 3 名独立董事。

2020 年 1 月 11 日，公司 2020 年第一次临时股东大会选举蔡如湘、刘俊秀、向民担任公司独立董事。2020 年 8 月 13 日，蔡如湘因个人原因辞去独立董事职务，2020 年 9 月 1 日，公司 2020 年三次临时股东大会选举肖世练担任公司独立董事。本公司独立董事积极参加公司股东大会会议，积极听取现场股东提出的意见和建议；准时出席董事会会议，认真审议董事会提出的各项议案，参与讨论决策公司有关重大事项；以丰富的专业知识和经验，就公司规范运作和有关经营工作提出意见。

（六）董事会秘书的履职情况

2015 年 9 月 21 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任丁惊雷为董事会秘书。

2018 年 9 月 24 日，公司第二届董事会第一次会议审议通过，聘请韦子军担任副总经理、董事会秘书。

公司董事会秘书自任职以来，认真履行职权，积极参与公司管理。

（七）专门委员会的人员及运行情况

2020 年 2 月 20 日，公司召开了第二届董事会第九次会议，审议通过了《关于设立董事会审计委员会与选举相关成员的议案》、同时还通过了审计委员会的工作细则。

1、专门委员会的构成

公司现任董事会各专门委员会委员如下：审计委员会由韦子军、肖世练和刘俊秀组成，肖世练担任召集人；上述董事中，肖世练和刘俊秀为独立董事，肖世练为会计专业人士。

2、专门委员会履行职责情况

报告期内，公司审计委员会共召开 4 次会议。历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规、《公司章程》和审计委员会议事规则的规定。

二、特别表决权股份或类似安排情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、协议控制架构情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构的情况。

四、公司管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的评估以及会计师对本公司内部控制的审核报告

（一）公司董事会对内部控制完整性、合理性及有效性的评价

本公司董事会认为，截至 2020 年 6 月 30 日，公司根据自身特点建立并逐步完善内部控制制度，并且严格遵守执行，保证公司业务的正常运营和发展，在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

2020 年 9 月 18 日，大华会计师事务所出具了“大华核字[2020]005350 号”《内部控制鉴证报告》，认为：“蜂助手公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

五、公司报告期内违法违规行为情况

（一）蜂助手受广东省文化市场综合执法局处罚

2017 年 8 月 29 日，蜂助手收到广东省文化市场综合执法局发出的《行政处罚事决定书》（粤文罚字[2017]第 8 号），认定蜂助手所属网站“提供下载的网络游戏含有宣扬赌博内容，违反《网络游戏管理暂行办法》第九条第（七）项之规定，依据该办法第三十条第（一）项予以处罚。因当事人态度诚恳，积极配合执法人员调查，主动落实整改，而且提供的违规游戏下载数量很少，造成的社会危

害性较小，可以从轻处罚。综上，根据当事人违法事实、性质、情节与社会危害程度，本局决定给予当事人罚款人民币 1 万元整的行政处罚。”

上述事件发生后，蜂助手立刻下架了相关产品，积极安排罚款缴纳，并制定了相应的规章制度进行防范和治理。针对前述情况，广东省文化和旅游厅出具了《守法情况证明》，证明前述违规不属于重大违规。

（二）蜂助手受广州市天河区税务局处罚

根据国家税务总局广州市天河区税务局出具的《涉税征信情况》（穗天税电征信[2020]237 号），在 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，蜂助手存在以下税收违法违章情况：

1、因遗失发票于 2017 年 11 月 7 日罚款 20 元（税务处罚决定书文号：穗天国税简罚[2017]5988 号）。

2、因遗失发票于 2017 年 3 月 20 日罚款 20 元（税务处罚决定书文号：穗天国税简罚〔2017〕1312）。

3、因遗失发票于 2017 年 7 月 13 日罚款 60 元（税务处罚决定书文号：穗天国税简罚〔2017〕3450）。

根据国家税务总局《重大税收违法失信案件信息公布办法》规定的“重大税收违法案件”标准，上述税务违法行为未达到重大税收违法案件标准，不属于重大违法行为。

（三）东莞蜂联受广州市天河区市场监督管理局处罚

2019 年 4 月 28 日，东莞蜂联收到广州市天河区市场监督管理局发出的《行政处罚决定书》（穗天市监处字[2019]153 号），东莞蜂联因销售经检验不合格的电源适配器，该行为违反了《中华人民共和国产品质量法》第十三条第二款之规定，依据《中华人民共和国产品质量法》第四十九条予以处罚，决定责令东莞蜂联立即停止销售不合格商品，没收违法所得 366.70 元，罚款 3,360.00 元。

上述事件发生后，东莞蜂联立刻下架了相关产品，积极安排罚款缴纳。

东莞市市场监督管理局出具《行政处罚信息查询结果告知书》，证明报告期内，未发现东莞市蜂联电子科技有限公司存在违反市场监督管理法律法规的行政

处罚信息记录。

广州市市场监督管理局出具《证明》，证明报告期内，未发现蜂助手存在被广州市市场监督管理部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

（四）东莞蜂联受国家税务总局东莞市税务局处罚

根据国家税务总局东莞市税务局出具的《涉税征信情况》（东税电征信[2020]330号），在2017年1月1日至2019年12月31日期间，东莞蜂联存在以下税收违法违章情况：

因未按期报税于2017年3月3日罚款200元（税务处罚决定书文号：万江国税简罚[2017]104）。

因遗失发票于2018年7月17日罚款200元（税务处罚决定书文号：东税简罚[2018]1784）。

根据国家税务总局《重大税收违法失信案件信息公布办法》规定的“重大税收违法案件”标准，上述税务违法行为未达到重大税收违法案件标准，不属于重大违法行为。

经相关主管部门，报告期内除上述行政处罚外，蜂助手及其控股子公司报告期内没有发生重大因违反国家法律、行政法规、部门规章而受到工商、税务、社保、住房公积金等主管部门行政处罚的情形。

六、公司报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司已建立严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

公司已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

七、公司的独立持续经营能力

截至本招股说明书签署日，公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面

与公司股东相互独立，具有完整的资产、业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整

公司系由蜂助手有限整体变更设立，承继了蜂助手有限全部资产、负债及权益。发起人投入公司的资产均已足额到位，并办理了相关权属变更手续。公司完整的拥有与主营业务相关的电脑等机器设备及其他辅助、配套设施，合法拥有与经营相关的注册商标、专利的所有权及使用权。公司目前业务和生产经营必需资产的权属完全由公司独立享有，对所有资产拥有完全的控制和支配权，不存在与股东单位共用的情况。公司拥有独立的采购、生产、销售体系，具备与经营有关的业务体系及主要资产。

（二）人员独立

公司根据《公司法》、《公司章程》的有关规定产生公司董事、监事，由董事会聘任高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理与股东单位完全独立；公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司是一家独立为移动互联网相关场景客户提供数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服

务及技术服务的互联网数字化虚拟商品综合服务提供商，开展业务不依赖股东单位及其关联企业；不存在股东通过保留采购、销售机构，垄断业务渠道等方式干预公司业务经营的情形；公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争，不存在显失公平的关联交易，且控股股东、实际控制人已承诺不经营与公司可能发生同业竞争的业务。

保荐机构认为：报告期内，公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作、独立经营，在资产、人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的经营资产、业务体系及面向市场自主经营的能力。公司在招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定情况

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）对持续经营有重大影响的事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

公司是一家互联网数字化虚拟商品综合服务提供商，致力于为移动互联网相关场景客户提供数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务。公司控股股东、实际控制人为罗洪鹏，公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争，具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“七、持有公司 5%以上

股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

（二）控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏向公司出具《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

本人作为蜂助手股份有限公司（以下简称“蜂助手”或“发行人”）的控股股东、实际控制人，截至目前从未参与或从事与蜂助手存在同业竞争的行为。为避免与蜂助手产生新的或潜在的同业竞争，本人承诺如下：

1、本人确认及保证目前不存在与发行人及其子公司进行同业竞争的情况。

2、本人不会在中国境内外以任何方式（包括但不限于独资经营、合资经营、租赁经营、承包经营、委托经营等方式）从事与发行人及其子公司的业务有竞争或可能构成同业竞争的业务或活动。

3、如果将来有从事与发行人及其子公司构成同业竞争的业务之商业机会，本人所控制的企业将无偿将该商业机会让给发行人及其子公司。

4、如发行人及其子公司进一步拓展其产品及业务范围，本人所控制的其他企业将不与发行人及其子公司拓展的产品、业务相竞争。

5、违反以上承诺导致发行人及其子公司遭受直接或者间接经济损失的，本人将向发行人及其子公司予以充分赔偿或补偿；本人因违反上述承诺所取得全部利益归发行人所有。

本人在该承诺函中所作出的保证和承诺均代表本人及本人控制的其他企业。

九、关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则第 36 号——关联方披露》（财会[2006]3 号）的规定，对照本公司实际情况，报告期内本公司关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

名称	关联关系	备注
罗洪鹏	控股股东、实际控制人	罗洪鹏直接持有公司 3,730.27 万股股份，占公司全部股份的 29.33%。蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕为罗洪鹏的一致行动人，本次股票发行前，罗洪鹏、蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕合计持有公司 49.82%的股份。罗洪鹏作为公司的控股股东、实际控制人，控制公司 49.82%的股份对应的表决权。 罗洪鹏担任公司法定代表人、董事长、总经理

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

关联方名称	关联关系	备注
海峡创新互联网股份有限公司	直接持有公司 19.97%的股份。	-
赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）	直接持有公司 7.99%的股份	员工持股企业，仅持有公司股份，未开展其他业务
广州诺为特资产管理合伙企业（有限合伙）	直接持有公司 6.84%的股份	仅持有公司股份，未开展其他业务
吴雪锋（注 1）	直接持有公司 5.23%的股份	其妻子陈虹燕直接持有公司 0.43%的股份
彭建云（注 2）	报告期内曾直接持有公司 7.37%的股份	现通过南京翔云间接持有公司 0.13%的股份

注 1：罗洪鹏、蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕共同签署了《一致行动人协议》，合计控制公司 49.82%的股份。

注 2：彭建云为公司发起人股东，公司整体变更为股份公司时持有公司 9.00%的股份，经核查公司股东名册，彭建云在报告期 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日期间曾直接持有公司 5%以上股份。

3、控股股东和实际控制人控制的其他企业

关联方名称	关联关系	备注
赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）	罗洪鹏持有该有限合伙 26.76%财产份额，该企业持有公司 7.99%股份	员工持股企业，仅持有公司股份，未开展其他业务
广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）	罗洪鹏持有该有限合伙 14.66%出资份额，该企业持有蜂助手资产 23.09%的财产份额	员工持股企业，仅持有公司股份，未开展其他业务

4、公司的子公司、分公司及参股公司

（1）公司控股子公司的具体情况如下：

序号	公司名称	公司持股比例
1	广州零世纪信息科技有限公司	100%

序号	公司名称	公司持股比例
2	广州助蜂网络科技有限公司	100%
3	南京智科物联技术有限公司	100%
4	成都助蜂网络技术有限公司	100%
5	东莞市蜂联电子科技有限公司	100%
6	深圳网诚网络技术有限公司（已注销）	100%
7	深圳前海同益网络技术有限公司	100%
8	广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司	80%

（2）公司分公司的具体情况如下：

序号	名称	关联关系
1	蜂助手股份有限公司北京分公司（已注销）	分公司
2	蜂助手股份有限公司武汉分公司	分公司
3	蜂助手股份有限公司深圳分公司	分公司
4	蜂助手股份有限公司长沙分公司	分公司
5	蜂助手股份有限公司郑州分公司（已注销）	分公司

（3）公司参股公司情况如下：

序号	名称	公司直接或间接持股比例
1	北京蜂助手技术有限公司	51.00%
2	拜安尔（福建）网络科技有限公司	10.00%
3	广州极酷物联智能科技有限公司	10.00%
4	深圳市迪讯飞科技有限公司	10.00%
5	成都暴风互动科技有限公司	3.57%

5、关联自然人

公司关联自然人包括公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员，包括但不限于配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

公司董事、监事、高级管理人员具体情况详见招股说明书“第五节 公司基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”。

6、其他关联方

其他关联方是指公司关联自然人直接或间接控制的或担任董事、高级管理人

员的，除公司及其控股子公司以外的其他企业。

公司其他关联方的基本情况如下：

序号	关联方名称	与本公司的关联关系
1	杭州医利智能科技有限公司	公司董事杨健担任该公司法定代表人、执行董事兼总经理
2	杭州汉鼎宇佑互联网技术有限公司	公司董事杨健担任该公司法定代表人、执行董事兼总经理
3	杭州扬者网络科技有限公司	公司董事杨健报告期内曾担任该公司经理
4	上海汉鼎信息技术有限公司	公司董事杨健报告期内曾担任该公司经理
5	杭州汉鼎博曜科技有限公司	公司董事王亚楠担任该公司董事
6	汉鼎宇佑融资租赁有限公司	公司董事王亚楠担任该公司董事
7	汉鼎国际发展有限公司	公司董事王亚楠担任该公司董事
8	杭州汉鼎博耀科技有限公司（已注销）	公司董事王亚楠报告期内曾担任该公司董事
9	深圳开阳电子股份有限公司	独立董事刘俊秀担任该公司董事、副总经理
10	苏州开阳微电子有限公司	独立董事刘俊秀担任该公司董事
11	成都焱之阳科技有限公司	独立董事刘俊秀担任该公司董事
12	深圳昊阳汽车电子有限公司	独立董事刘俊秀担任该公司董事
13	西安开阳微电子有限公司	独立董事刘俊秀担任该公司董事
14	粤港澳大湾区产融投资有限公司	独立董事肖世练担任该公司首席财务官
15	深圳市金新农科技股份有限公司	独立董事肖世练担任该公司董事
16	珠江金融租赁有限公司	独立董事肖世练曾担任该公司董事、首席财务官
17	深圳市海涛油田设备有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的父亲持股 100%的公司
18	惠州市大泊涞工业设备有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹持股 100%的公司
19	深圳市诺威特机电有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹的配偶持股 100%的公司
20	深圳市鑫海油田设备有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹及其配偶持股 100%的公司
21	玖盈资本管理（深圳）有限责任公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹的配偶持股 51%的公司
22	深圳市语泉文化传播有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹的配偶持股 50%的公司
23	法尔阿力特安防科技（上海）有限公司	董事、董事会秘书、副总韦子军的妹妹的配偶持股 90%的公司
24	广东贡鸣教育咨询有限公司	原独立董事蔡如湘曾担任该公司财务总监
25	南京翔云企业管理有限公司	原持股 5%以上股东彭建云对外投资的公司
26	淮安西晴百合投资管理有限公司	原持股 5%以上股东彭建云担任监事

7、根据实质重于形式的原则认定的其他与本公司有特殊关系，可能造成本公司对其利益倾斜的法人或其他组织

经核查公司员工或前员工及其关系密切人员是否存在持有或曾经持有报告期内的客户、供应商股权或在其公司担任董事、监事或高级管理人员的情况，发现广州磊鑫、广州流量圈、广州蜂云验证码、广州宇杰四家公司存在前述情况，具体情况如下：

序号	企业名称	公司员工或前员工及其关系密切人士与公司的关系
1	广州磊鑫	2011 年 3 月至 2013 年 12 月，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏曾持有该公司 41%股权，并担任监事。
2	广州流量圈（已注销）	2016 年 6 月至 2017 年 4 月，公司员工罗秋生**代陈世科持有**广州流量圈 80%的股权。
3	广州蜂云验证码（已注销）	2016 年 6 月至 2020 年 8 月，公司员工罗周胜**代陈世科持有**广州蜂云验证码 80%的股权。 2016 年 6 月至 2017 年 4 月，公司员工陈梦林**代陈世科持有**广州蜂云验证码 20%的股权。
4	广州宇杰	2003 年 4 月至 2017 年 7 月，梁世平持有广州宇杰 90%的股权，陈立中持有广州宇杰 10%股权，梁世平、陈立中为公司员工陈梦林的父母。 2010 年 9 月至 2014 年 12 月，陈梦林在广州宇杰行政部任职。

公司员工陈梦林、罗周胜、罗秋生曾为陈世科代持广州流量圈、广州蜂云验证码的股份，具体原因系：近年来，流量、话费运营等业务受经营环境、相关政策影响变化很快，行业内公司的设立、注销、关停非常频繁和普遍。2016 年，由于流量市场发展迅猛，短时间内吸引了众多公司加入。陈世科系公司实际控制人罗洪鹏的同乡，此前从事与电信领域相关的其他业务，大家一直比较熟悉。2016 年，陈世科亦开始从事流量业务。

根据运营商政策，各家公司在各省运营商只能有一个接口。为了取得更多流量资源，行业内公司常常会与其他熟悉的公司互相转供应流量资源。公司计划与陈世科的公司开展相互转供应流量资源。应陈世科要求，委托公司员工陈梦林、罗周胜、罗秋生代为办理了广州流量圈和广州蜂云验证码的工商登记相关事宜并代持股份。

除上述情况，公司董监高、实际控制人罗洪鹏、其他关联方股东与罗秋生、罗周胜、陈梦林、陈世科之间不存在亲属关系或其他应说明的关系。

根据广州宇杰、广州磊鑫、广州流量圈、广州蜂云验证码所有股东、实际

控制人出具的书面声明，并核查了公司实际控制人及董监高报告期内的银行流水，不存在为公司实际控制人及董监高代持股份的情形。

（1）广州磊鑫的基本情况

公司名称	广州磊鑫网络科技有限公司	**成立时间**	2007 年 3 月 5 日
注册资本	100 万元	**统一社会信用代码**	91440101799409113P
注册地及主要生产经营地	广州市天河区龙口东横街 28 号中辉广场东塔 26 楼自编 2626 房		
经营范围	计算机技术开发、技术服务；网络技术的研究、开发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；软件开发；计算机及通讯设备租赁；信息系统集成服务；广告业；百货零售（食品零售除外）		
股东构成	**股东名称**	**股权比例**	
	高翔	93.00%	
	王军	7.00%	
	合　计	**100.00%**	
控制情况	控股股东、实际控制人为高翔		
登记状态	存续		

经核查，广州磊鑫系罗洪鹏、高翔及王军共同创立的公司，由于经营理念的不同，2012 年 1 月，罗洪鹏设立蜂助手便逐渐退出广州磊鑫的经营管理，遂于 2013 年 12 月底将其持有的广州磊鑫的股权转让给高翔，完全从广州磊鑫退出。自 2013 年底起该公司实际控制人便为高翔，该公司与发行人、发行人控股股东、实际控制人以及持股 5%以上股东、董事、监事、高管人员之间不存在会计准则、上市规则所列示的关联关系。由于公司控股股东、实际控制人罗洪鹏曾持股广州磊鑫，并且报告期内公司与磊鑫存在业务往来，从实质重于形式的角度，公司审慎地将广州磊鑫作为关联方予以披露。

（2）广州流量圈的基本情况

公司名称	广州流量圈通信科技有限公司	**成立时间**	2016 年 6 月 14 日
注册资本	1,000 万元	**统一社会信用代码**	91440113MA59DBKC0L
注册地及主要生产经营地	广州市番禺区市桥街光明南路 199 号 1 号楼 1013		
经营范围	电子、通信与自动控制技术研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数		

	据处理和存储服务；信息电子技术服务；科技信息咨询服务；市场营销策划服务；计算机及通讯设备租赁；软件批发；计算机批发；计算机零配件批发；通讯设备及配套设备批发；广播设备及其配件批发；电视设备及其配件批发；电子元器件批发；电子产品批发；软件零售；计算机零售；计算机零配件零售；通信设备零售；电子元器件零售；电子产品零售；移动电信业务代理服务；充值卡销售；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；代售福利彩票、体育彩票；代收代缴水电费；受商业银行委托提供银行信用卡及其它信贷业务的催告通知、策划、营销推广，信用卡信息咨询业务（法律法规须许可审批和国家有关规定禁止和限制经营的除外）；跨地区增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）	
股东构成	**股东名称**	**股权比例**
	萧钦文	80.00%
	温雪莲	20.00%
	合　计	**100.00%**
控制情况	控股股东为萧钦文，经萧钦文提供的代持协议及陈世科声明，该公司实际控制人为陈世科。	
登记状态	已于 2020 年 8 月 3 日注销	

广州流量圈的控股股东为萧钦文，实际控制人为陈世科。该公司与发行人、发行人控股股东、实际控制人以及持股 5%以上股东、董事、监事、高管人员之间不存在会计准则、上市规则所列示的关联关系。由于公司员工罗秋生为陈世科代持过广州流量圈的股权，并且报告期内公司与广州流量圈存在业务往来，从实质重于形式的角度，公司审慎地将广州流量圈作为关联方予以披露。

（3）广州蜂云验证码基本情况

公司名称	广州蜂云验证码网络科技有限公司	**成立时间**	2016 年 6 月 23 日
注册资本	100 万元	**统一社会信用代码**	91440113MA59DFT6XW
注册地及主要生产经营地	广州市番禺区市桥街光明南路 199 号 1 号楼 1012		
经营范围	电子、通信与自动控制技术研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；物联网技术研究开发；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；信息电子技术服务；科技信息咨询服务；市场营销策划服务；计算机及通讯设备租赁；软件批发；计算机批发；计算机零配件批发；通讯设备及配套设备批发；广播设备及其配件批发；电视设备及其配件批发；电子元器件批发；电子产品批发；软件零售；计算机零售；计算机零配件零售；通信设备零售；电子元器件零售；电子产品零售；移动电信业务代理服务；充值卡销售		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	罗周胜		80.00%

	吴维波	20.00%
	合　计	**100.00%**
控制情况	控股股东为罗周胜，经罗周胜提供的代持协议及陈世科声明，该公司实际控制人为陈世科。	
登记状态	2020 年 08 月 03 日注销	

广州蜂云验证码的控股股东为罗周胜，实际控制人为陈世科。该公司与发行人、发行人控股股东、实际控制人以及持股 5%以上股东、董事、监事、高管人员之间不存在会计准则、上市规则所列示的关联关系。由于公司员工罗周胜为陈世科代持广州蜂云验证码的股权，并且报告期内公司与广州蜂云验证码存在业务往来，从实质重于形式的角度，公司审慎地将广州蜂云验证码作为关联方予以披露。

（4）广州宇杰基本情况

公司名称	广州市宇杰科技有限公司	**成立时间**	2003 年 4 月 17 日
注册资本	1,000 万元	**统一社会信用代码**	91440101747589298Y
注册地及主要生产经营地	广州市天河区龙口西路 138 号西北角自编四层 A 座自编 4006 房		
经营范围	软件开发；电子、通信与自动控制技术研究、开发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；计算机技术开发、技术服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；网络技术的研究、开发；通信技术研究开发、技术服务；信息系统集成服务；市场营销策划服务；充值卡销售；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；网络信息技术推广服务；软件技术推广服务；固定宽带业务代理服务；信息电子技术服务；科技信息咨询服务；移动电信业务代理服务；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；跨地区增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；		
股东构成	**股东名称**		**股权比例**
	张定铨		90.00%
	陈冠全		10.00%
	合　计		**100.00%**
控制情况	控股股东、实际控制人为张定铨		
登记状态	存续		

经核查，广州宇杰系梁世平、陈立中于 2003 年设立的公司，2017 年 4 月梁世平、陈立中将公司转让给张定铨、陈冠全。该公司与发行人、发行人控股股东、实际控制人以及持股 5%以上股东、董事、监事、高管人员之间不存在会计准则、

上市规则所列示的关联关系。由于公司员工陈梦林父母曾持有广州宇杰 100%的股权，并且报告期内公司与广州宇杰存在业务往来，从实质重于形式的角度，公司审慎地将广州宇杰作为关联方予以披露。

（5）广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫主营业务及主要财务数据

广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫主要利用运营商渠道资源，从事流量、话费、电信增值业务等相关通信服务业务。

报告期内，广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫三家公司主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

公司	科目	2020 年 1-6 月/ 2020.6.30	2019 年/ 2019.12.31	2018 年/ 2018.12.31	2017 年/ 2017.12.31
广州流量圈	营业收入	83.10	3,388.79	5,636.96	4,755.52
	营业成本	41.91	3,167.35	5,447.43	4,646.17
	净利润	0.83	47.33	45.35	38.52
	净资产	131.71	130.88	83.69	1.73
	总资产	1,988.50	1,987.30	2,032.06	600.94
广州宇杰	营业收入	256.24	1,109.99	1.853.52	2,385.54
	营业成本	184.21	897.99	1,482.82	2,122.73
	净利润	36.23	9.67	10.69	14.82
	净资产	894.83	858.60	848.94	838.25
	总资产	1,230.61	1,268.88	1,658.75	2,013.98
广州磊鑫	营业收入	41.72	90.77	212.50	3,014.03
	营业成本	36.24	72.62	182.78	2.910.35
	净利润	-1.51	8.85	9.87	13.83
	净资产	34.58	36.08	27.23	17.37
	总资产	195.29	176.01	195.48	230.35

（6）报告期内广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫与蜂助手主要客户、供应商重叠情况

①三家公司的资金流入方与蜂助手的主要客户、供应商重叠情况

单位：万元

公司	交易对象	销售内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

公司	交易对象	销售内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广州流量圈	中移互联网有限公司	流量	-	-	198.97	338.27
	咪咕数字传媒有限公司	流量	-	-	290.66	329.08
	咪咕动漫有限公司	流量	-	-	0.39	-
广州宇杰	中移互联网有限公司	流量	-	119.2	41.70	41.94
	中移在线服务有限公司	流量	-	-	-	205.64
	咪咕数字传媒有限公司	流量话费	3.50	25.32	122.56	157.06
	华为软件技术有限公司	流量	-	-	-	0.33
	广州极有汇科技有限公司	流量	-	13.03	-	-
广州磊鑫	中移互联网有限公司	流量话费	-	71.07	126.77	6.82
	中国移动通信集团广东有限公司	流量话费	-	21.70	106.74	50.09
	中国移动通信集团广东有限公司佛山分公司	流量话费	-	-	-	20.00

②三家公司的资金流出方与蜂助手的主要客户、供应商重叠情况

单位：万元

公司	交易对象	采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年
广州流量圈	广州彩旗网络技术有限公司	流量话费	-	-	368.00	-
	中国移动通信集团广东有限公司	流量话费	-	2,456.7	2,543.92	691.46
	上海大汉三通无线通信有限公司	流量话费	-	-	3,126.20	1,185.00
	杭州又拍云科技有限公司	流量话费	-	0.30	697.90	1,246.20
	深圳腾畅科技有限公司	流量话费	-	-	-	10.00
	阿里云计算有限公司	服务	-	-	8.60	-
	南京飞翰网络科技有限公司	流量话费	-	510.85	5.00	-
	江苏欧飞电子商务有限公司	流量话费	-	-	3.00	-
	中国移动通信集团内蒙古有限公司乌海市海勃湾区分公司	流量话费	-	-	-	1,478.41
	前海超级前台（深圳）信息技术有限公司	流量话费	-	-	21.67	-
	北京蜂窝科技有限公司	流量	-	-	20.00	-

公司	交易对象	采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年
		话费				
	广州旺青网络技术有限公司	流量话费	-	-	331.53	-
广州宇杰	阿里云计算有限公司	服务	0.05	-	-	97.39
	江苏欧飞电子商务有限公司	流量话费	-	-	0.20	-
广州磊鑫	中国移动通信集团广东有限公司	流量话费	8.50	1.00	7.00	2,000.11
	阿里云计算有限公司	服务	0.27	-	-	0.00
	南京飞翰网络科技有限公司	流量话费	1.70	-	-	300.00

除前述情况，广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰资金往来方与蜂助手的主要客户、供应商不存在重叠。前述重叠的客户、供应商主要为中国移动及其关联公司、华为、阿里云计算有限公司等较为公信力的公司，由于广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰与蜂助手处于同行业，故与本行业中的重要客户、供应商存在交易符合市场情况，存在合理性。

经广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰三家公司各自书面确认，除上述情况，各自公司与蜂助手的主要客户、供应商的股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形。经蜂助手的主要客户、供应商（除部分未回函）回函确认各自公司与广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰及其股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形。

（二）关联交易

1、报告期内关联交易简要汇总表

单位：万元

关联交易类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经常性关联交易				
关联采购	7.04	22.12	77.61	4,008.18
关联销售	2.52	7.59	12.75	592.47
董事、监事及高级管理人员薪酬及津贴	124.62	264.29	232.63	183.15
偶发性关联交易				
关联方资产转让	--	--	--	90.41

关联交易类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关联销售	2.68	3.63	--	--
关联方股权转让	--	--	--	--

此外，报告期内实际控制人、控股股东罗洪鹏等关联自然人为公司提供的关联担保额度共计 23,736.00 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，除 17,186.00 万元额度的担保未履行完毕外，其余关联担保均已履行完毕。

2、经常性关联交易

（1）关联方采购

单位：元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广州宇杰	通用流量服务、其他虚拟商品	--	--	--	16,913,486.66
广州流量圈	通用流量服务、物联网流量解决方案、其他虚拟商品	--	--	47,979.68	15,176,035.30
广州磊鑫	分发运营服务、通用流量服务、其他虚拟商品	--	--	40,919.93	7,992,302.43
深圳迪讯飞	卡池设备	70,398.22	221,238.75	215,517.25	--
深圳迪讯飞	技术服务	--	--	471,698.00	--
合计		70,398.22	221,238.75	776,114.86	40,081,824.39
占当期营业成本的比例		0.05%	0.08%	0.43%	14.46%

（2）关联方销售

单位：元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广州蜂云验证码	通用流量服务	--	--	--	3,498,931.31
广州宇杰	分发运营服务	--	--	18.60	2,117,896.93
广州流量圈	通用流量服务	--	--	--	263,140.80
广州磊鑫	分发运营服务	--	--	--	42,458.68
深圳迪讯飞	物联网流量解决方案	23,090.74	57,868.19	60,388.71	2,316.40
广州极酷物联	物联网流量解决方案、其他	2,100.71	10,086.18	7,276.81	--

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	虚拟商品				
广州极酷物联	停车场相关设备	--	7,964.60	59,867.24	--
合计		25,191.45	75,918.97	127,551.36	5,924,744.12
占当期营业收入的比例		0.01%	0.02%	0.04%	1.60%

报告期内，公司与广州蜂云验证码、广州宇杰、广州流量圈和广州磊鑫四家公司的关联购销交易主要发生在 2017 年。自 2018 年起，公司除继续完成少量尾单以外，未再主动与上述四家发生交易，2018 年度交易金额很小，2019 年度交易金额为 0。公司与上述四家关联方发生的分发运营服务、通用流量服务及其他虚拟商品，与同期其他无关联第三方相比，定价水平无重大差异，定价水平公允。

报告期内，公司与深圳迪讯飞、广州极酷物联的关联交易为卡池设备、物联网流量解决方案等，与同期其他无关联第三方相比，定价水平无重大差异，定价水平公允。

（3）报告期内董事、监事及高级管理人员薪酬及津贴

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董事、监事及高级管理人员薪酬及津贴	124.62 万元	264.29 万元	232.63 万元	183.15 万元

（4）关于广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码的专项说明

报告期内，广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码与公司的关联购销交易主要发生在 2017 年度，关联交易定价公允；自 2018 年起，上述四家公司除继续完成少量尾单以外，未再与与公司发生交易。上述关联主体报告期内不存在为公司承担成本费用或利益输送和其他利益安排情形的情况。

广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码的所有股东、实际控制人声明不存在为公司承担成本费用或利益输送和其他利益安排情形的情况。

①公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码交易的原因、必要性和合理性

报告期内，公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码四家公司的关联交易主要发生在2017年。自2018年起，公司除继续完成少量尾单以外，未再主动与上述四家发生交易，2018年度交易金额很小，2019年度交易金额为0元。2020年8月3日，广州流量圈、广州蜂云验证码已完成工商注销。

公司与上述四家关联方发生的分发运营服务、通用流量服务及其他虚拟商品，交易属于双方的主营业务范围，具有商业实质，是双方市场化的选择，交易价格与同期其他无关联第三方相比，定价水平无重大差异，定价水平公允。广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰存在同时为客户及供应商的情况，其原因及合理性在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（六）公司客户和供应商重合情况”进行了披露。

②公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码交易的具体定价及公允性分析

A、向广州流量圈采购和销售通用流量的具体情形

报告期内，公司与广州流量圈之间的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	主要交易内容		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	备注
广州流量圈	对关联方销售	通用流量	-	-	-	26.31	对广州流量圈销售的通用流量全部为内蒙古地区流量
	向关联方采购	通用流量	-	-	4.80	1,508.99	向广州流量圈主要采购广东省流量

备注：公司向广州流量圈采购中含少量话费和物联网流量，金额较小，未单独列示。

由上表可知，报告期内，公司向广州流量圈销售金额较少，主要向其采购通用流量。公司主要向广州流量圈采购广东省流量，向广州流量圈销售内蒙古地区流量，这主要与蜂助手与流量圈业务人员所开拓的流量资源不同相关。广州流量圈能够为公司提供较为优质的广东省流量，而蜂助手则利用自身的覆盖能力向广州流量圈提供内蒙古地区流量，公司与广州流量圈之间的交易具有必要性和合理性。

公司与广州流量圈采用市场公允定价原则进行交易，因公司主要向广州流量圈采购通用流量，公司2017年向广州流量圈采购通用流量与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

前三大流量包采购品种(2017年度)	广州流量圈平均采购单价	对比企业					
		深圳市星辰通讯有限公司	深圳腾畅科技有限公司	南京易充网络科技有限公司	深圳市荣华世纪商贸有限公司	广州极有汇科技有限公司	平均
广东省1G流量（月包）	26.12	29.12	26.43	26.01	29.31	26.41	27.46
广东省2G流量（月包）	36.30	40.79	36.96	36.41	39.87	37.04	38.21
广东省500M流量（月包）	15.81	17.45	15.59	15.59	15.90	15.78	16.06

由上表可知，公司向广州流量圈采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。与向可比企业采购流量单价不存在明显异常，定价公允。

B、向广州磊鑫采购和销售分发运营服务的具体情形

单位：万元

关联方名称	主要交易内容		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	备注
广州磊鑫	对关联方销售	分发运营服务	-	-	-	4.25	为其提供“MM 商场 APP”分发服务
	向关联方采购	分发运营服务	-	-	4.09	97.67	广州磊鑫利用自身渠道为公司推广手机百度/可米酷漫画/免费小说全集等 APP 分发服务
		通用流量	-	-	-	690.44	向广州磊鑫主要采购广东省流量

备注：公司向广州磊鑫采购中含少量话费，金额较小，未单独列示。

由上表可知，报告期内，公司向广州磊鑫销售金额较小，主要向广州磊鑫采购通用流量及分发运营服务。其中，公司为广州磊鑫提供“MM 商场 APP”分发运营服务，向其采购手机百度、支付宝、可米酷漫画等 APP 分发服务和通用流量。公司为广州磊鑫提供分发运营服务，同时向其采购分发运营服务主要系各方所获取的推广资源不同所致，具有必要性和合理性。

公司与广州磊鑫采用市场公允定价原则进行交易，因公司主要向广州流量圈采购通用流量和分发运营，公司 2017 年向广州流量圈采购通用流量、分发运营与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

前三大流量包采购品种（2017 年度）	广州磊鑫平均采购单价	对比企业					
		深圳市星辰通讯有限公司	深圳腾畅科技有限公司	南京易充网络科技有限公司	深圳市荣华世纪商贸有限公司	广州极有汇科技有限公司	平均
广东省 1G 流量（月包）	26.40	29.12	26.43	26.01	29.31	26.41	27.46
广东省 500M 流量（月包）	15.72	17.45	15.59	15.59	15.90	15.78	16.06
广东省 2G 流量（月包）	37.40	40.79	36.96	36.41	39.87	37.04	38.21

采购的主要APP推广品种（2017年度）	广州磊鑫平均采购单价	对比企业					平均
手机百度	-	北京天卓科技有限公司	深圳市极程互动科技有限公司	广州去动网络科技有限公司	深圳辉煌明天科技有限公司	成都三雅科技有限公司	-
	CPA：1.58	CPA:1.70	CPA:1.70	CPA:1.70	CPA:1.70	CPA:1.51	CPA:1.66
可米酷漫画	-	深圳市极程互动科技有限公司	上海二三四五移动科技有限公司	无其他可比企业			
	CPA:1.32	CPA:0.94	CPA:1.42	-			CPA:1.18
免费小说全集	CPA:1.32	无其他可比企业（广州磊鑫为本APP唯一推广供应商）					-

由上表可知，公司向广州磊鑫流量采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。2017年公司向广州磊鑫采购的手机百度、可米酷漫画、免费小说全集等APP分发运营服务整体单价位于同行业可比范围内，与可比企业不存在明显异常。其中深圳市极程互动科技有限公司分发可米酷漫画APP单价较低，主要系因为其为公司手机预装（交付给用户前安装一系列APP）APP的供应商，在安装APP合集的过程中给予的优惠较多。综上，公司与广州磊鑫的主要业务交易定价公允。

C、向广州宇杰采购通用流量等同时销售分发运营服务的具体情形

单位：万元

关联方名称	主要交易内容		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	备注
广州宇杰	对关联方销售	分发运营服务	-	-	-	211.79	为广州宇杰提供“MM商场APP”、“翼支付APP”分发服务
	向关联方采购	通用流量	-	-	-	1,678.64	主要向广州宇杰采购广东省流量

备注：公司向广州宇杰采购中含少量话费，金额较小，未单独列示。

公司2017年主要向广州宇杰采购通用流量，主要系因为广州宇杰拥有较为丰富的通用流量资源。同时，公司为其提供“MM商场APP”“翼支付APP”推广服务。APP作为虚拟商品的一种类型，均为上游企业提供，与通用流量不同之处在于其主要由上游开发者支付，而通用流量由下游支付。“MM商场APP”为中国移动旗下APP，“翼支付APP”为中国电信旗下APP，与通用流量的最终来源一致。广州宇杰取得流量资源和APP资源后，由蜂助手向下游行业分发，由于结算方向的区别导致广州宇杰即为公司分发客户又为通用流量供应商。

公司与广州宇杰采用市场公允定价原则进行交易，公司2017年向广州宇杰采购通用流量、提供分发运营与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

前三大流量包采购品种（2017年度）	广州宇杰平均采购单价	对比企业					
		深圳市星辰通讯有限公司	深圳腾畅科技有限公司	南京易充网络科技有限公司	深圳市荣华世纪商贸有限公司	广州极有汇科技有限公司	平均
广东省1G流量（月包）	25.73	29.12	26.43	26.01	29.31	26.41	27.46
广东省500M流量（月包）	15.43	17.45	15.59	15.59	15.90	15.78	16.06
广东省2G流量（月包）	36.96	40.79	36.96	36.41	39.87	37.04	38.21
推广的主要APP推广品种（2017年度）	广州宇杰平均销售单价			中移互联网有限公司			平均
MM商场	CPS:95%（广州宇杰将获取的上游酬金向蜂助手支付95%）			CPS:30%-40%（中移互联网有限公司为MM商场APP开发者）			不适用
翼支付	CPS:90%			无可比公司（唯一客户）			不适用

由上表可知，由上表可知，公司向广州宇杰流量采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。

MM商场属于中国移动旗下APP，中移互联网将运营MM商场时，代计费部分（话费支付部分）的收益向下游企业进行分成，分成比例为30%-40%。广州宇杰作为运营商的代理商，其收到由蜂助手推广而最终产生运营商分成后，需向蜂助手支付95%的佣

金，广州宇杰具有适当的盈利空间。公司在承接其他项目也存在类似的模式，如2018年与深圳飓风传媒科技有限公司在合作咪咕系列APP推广时，深圳飓风传媒科技有限公司从运营商收到结算款后向公司支付95%分成，2018年公司在推广咪咕游戏时也存在与推广商分成的方式（如向南京火钻信息科技有限公司分成97%）。此类定价方式属于行业内正常模式，公司为广州宇杰推广MM商场APP定价公允。

综上，公司与广州宇杰的业务交易定价公允。

D、向广州蜂云验证码销售通用流量的具体情形

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	备注
广州蜂云验证码	通用流量	-	-	-	349.89	主要向广州蜂云验证码销售广东省、内蒙古地区、重庆市流量

广州蜂云验证码在2017年曾短暂经营流量分发业务，其向公司采购通用流量具有合理性。

公司与广州蜂云验证码采用市场公允定价原则进行交易，公司2017年向广州蜂云验证码销售通用流量与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

前三大流量包销售品种(2017 年度)	广州蜂云验证码平均销售单价	对比企业					
		深圳市东恒网络科技有限公司	普信天下（成都）商贸有限公司	北京汇安融信息技术服务有限公司	湖南金朋科技有限公司	广州点博网络技术有限公司	平均
广东省 500M 流量（月包）	15.40	15.93	17.85	15.28	16.30	15.96	18.50
广东省 1G 流量（月包）	25.39	26.38	29.38	25.65	27.78	24.83	30.55
广东省 100M 流量（月包）	4.42	4.33	4.49	4.29	4.89	4.92	5.36

由上表可知，由上表可知，公司向广州蜂云验证码销售单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内，不存在明显溢价销售情形，双方定价公允。

（5）关于停止向广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰采购后的说明

①公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的具体内容

单位：万元

供应商名称	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广州宇杰	通用流量	-	-	-	1,678.64
广州流量圈	通用流量	-	-	4.80	1,508.99
广州磊鑫	分发运营服务	-	-	4.09	97.67
	通用流量			-	690.44

备注：公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购中含少量话费和物联网流量，金额较小，未单独列示。

如上表所示，公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购主要集中于 2017 年度，以通用流量为主。

②停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，公司采购相关产品或服务的供应商

公司 2017 年向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的主要流量包类型及停止采购后的供应商情况如下：

关联方名称	2017 年主要流量包采购类型	2017 年订单量占采购该类型流量包总数比	2018 年该类型流量包前五大供应商	是否为 2018 年新增供应商
广州宇杰	广东省流量包	第二大供应商，订单量占比 9.01%	1、 深圳市荣华世纪商贸有限公司 2、 广州漫漫数码科技有限公司 3、 上海大汉三通无线通信有限公司 4、 深圳腾畅科技有限公司 5、深圳易普森科技股份有限公司 上述 5 家供应商广东省流量包采购订单占比为 64.82%	广州漫漫为 2018 年新增供应商。 其他企业非新增
广州流量圈		第一大供应商，订单量占比 10.81%		
广州磊鑫		第六大供应商，订单量占比 4.55%		

由上表可知，公司 2017 年向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的广东省流量包订单占广东省流量包订单的比例为 24.37%，公司并未对上述关联方形成依赖。公司 2017 年共有广东省流量供应商 89 家，订单较为分散。

③与向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的价格是否存在较大差异

公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购通用流量主要集中在 2017 年，且以广东省通用流量为主，由于 2017 年、2018 年正值国家“提速降费”政策的实施期，两年内供应商采购单价呈现较为明显的下降趋势，其中 2018 年 1 季度

末，运营商进行了较大规模的价格下调。为提高相关价格比较的可比性，选取2018 年 1 月作为对比期间，将结束关联方合作后公司向其他主要供应商该期间的采购单价与2017 年向关联方采购单价进行比较，具体情况如下：

单位：元，不含税

期间	前三大流量包	平均采购单价		
		广州宇杰	广州流量圈	广州磊鑫
2017 年	广东移动1G流量包（当月有效）	25.73	26.12	26.40
	广东移动 500M 流量包（当月有效）	15.43	15.81	15.72
	广东移动2G流量包（当月有效）	36.96	36.30	37.40

（续）

期间	流量包类型	主要供应商					
		深圳市荣华世纪商贸有限公司	广州漫漫数码科技有限公司	上海大汉三通无线通信有限公司	深圳市星辰通讯有限公司	南京易充网络科技有限公司	平均
2018 年1 月（结束合作后）	广东移动 1G 流量包（当月有效）	20.89	20.85	23.25	29.25	22.57	23.36
	广东移动 500M 流量包（当月有效）	12.60	12.75	15.97	17.55	13.36	14.45
	广东移动 2G 流量包（当月有效）	29.22	29.25	34.17	40.94	31.26	32.97
2017 年（结束合作前）	广东移动 1G 流量包（当月有效）	29.31	-	-	29.12	26.01	27.46
	广东移动 500M 流量包（当月有效）	15.90	-	-	17.45	15.59	16.06
	广东移动 2G 流量包（当月有效）	39.87	-	-	40.79	36.41	38.21

备注：1、深圳腾畅科技有限公司和深圳易普森科技股份有限公司非 2018 年 1 月广东省流量主要供应商，故未纳入对比范围；2、深圳市荣华世纪商贸有限公司、深圳市星辰通讯有限公司、南京易充网络科技有限公司为公司 2017 年广东省流量的主要供应商，公司向其采购单价与关联方比较情况详见本题（四）相关回复。

根据上表，2018 年 1 月，公司向停止关联方采购后的主要供应商采购广东移动 1G、500M、2G 流量包（当月有效）的总体平均价格分别为 23.36 元、14.45 元、32.97 元，与关联方 2017 年度采购均价差异不大，但总体呈下降趋势，主要系部分供应商受提速降费影响下调价格所致。

上述供应商中，大部分为公司持续采购的供应商，如深圳市荣华世纪商有

限公司、深圳市星辰通讯有限公司、南京易充网络科技有限公司，公司 2017 年度向上述公司的采购价格与向关联方采购价格总体基本相当。2018 年 1 月，除深圳市星辰通讯有限公司价格保持稳定以外，其他两家受提速降费的影响均出现不同程度的价格下调，而同期的广州漫漫数码科技有限公司和上海大汉三通无线通信有限公司的采购价格与上述两家下调后的价格相当。由此可见，2018 年 1 月公司向主要供应商的采购价格出现下降主要是供应商受提速降费影响下调价格所致，而非切换供应商所致。

综上，停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，公司向相关产品或服务的主要供应商采购的价格与向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的价格差异不大，总体有所下降主要系部分供应商受提速降费影响下调价格所致，而非切换供应商所致。

3、偶发性关联交易

（1）关联担保情况

单位：万元

序号	签署日期	担保方	被担保方	债权人	担保金额	担保类型	是否履行完毕
1	2016-2-17	罗洪鹏、彭建云、吴雪锋	蜂助手	招商银行广州体育西路支行	800.00	连带责任保证	是
2	2017-6-5	罗洪鹏、吴雪锋、区锦棠	蜂助手	招商银行广州体育西路支行	1,000.00	连带责任保证	是
3	2018-8-7	罗洪鹏、吴雪锋、区锦棠	蜂助手	招商银行广州分行	2,000.00	连带责任保证	是
4	2019-7-22	罗洪鹏、吴雪锋	零世纪/广州助蜂/蜂助手	汇丰银行广州分行	2,750.00	连带责任保证	是
5	2018-12-13	罗洪鹏、吴雪锋	蜂助手	建设银行广州天河支行	2,000.00	连带责任保证	否
6	2018-12-14	罗洪鹏、吴雪锋、区锦棠	蜂助手	招商银行广州分行	6,686.00	连带责任保证	否[注]
7	2019-3-6	罗洪鹏、吴雪锋	蜂助手	中国银行广州天河支行	500.00	连带责任保证	否

序号	签署日期	担保方	被担保方	债权人	担保金额	担保类型	是否履行完毕
8	2019-9-27	罗洪鹏、吴雪锋	广州助蜂	中国银行广州天河支行	1,000.00	连带责任保证	否
9	2019-9-26	罗洪鹏、吴雪锋	零世纪	中国银行广州天河支行	1,000.00	连带责任保证	否
10	2020-2-27	罗洪鹏、吴雪锋	蜂助手	中国银行广州天河支行	5,000.00	连带责任保证	否
11	2020-3-10	罗洪鹏、吴雪锋	蜂助手	浦发银行广州分行	1,000.00	连带责任保证	否

注：本担保系罗洪鹏/吴雪锋/区锦棠为公司购买房产提供担保。

关联人向公司提供以上担保，不收取担保费用。发行人根据实际资金使用情况安排后续借款计划，现无后续担保安排。

（2）关联方资产转让

单位：元

关联方	关联交易内容	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
广州流量圈	办公室装修、固定资产转让及其他	--	--	--	904,091.52
合计		**--**	**--**	**--**	**904,091.52**

（3）关联方采购

无。

（4）关联方销售

单位：元

关联方	关联交易内容	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
汉鼎宇佑	腾讯极光CPE机顶盒	--	24,778.76	--	--
汉鼎宇佑	视频类APP会员、物联网流量解决方案	282.51	324.83	--	--
汉鼎博曜	物联网流量解决方案	26,508.59	11,244.81	--	--
合计		**26,791.10**	**36,348.40**	**--**	**--**
占当期营业收入的比例		0.01%	0.01%	--	--

（5）关联方股权转让

单位：元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汉鼎宇佑	汉鼎蜂助手 20%股权	0.00	--	--	--

2020 年 4 月 21 日，公司与汉鼎宇佑签署《股权转让合同》，约定汉鼎宇佑将其持有的汉鼎蜂助手的 20%的股权（对应注册资本为人民币 1,000 万元，实际出资额为 0 元）转让给公司，转让金额为 0 元。

本次股权转让经公司第二届董事会第十二次会议审议通过。

2019 年 4 月 10 日，蜂助手与汉鼎宇佑共同投资设立汉鼎蜂助手，该公司注册资本为人民币 5,000 万元，其中蜂助手持股 60%，对应认缴注册资本 3,000 万元，汉鼎宇佑持股 40%，对应认缴注册资本 2,000 万元。

2019 年 6 日 3 日，汉鼎宇佑向汉鼎蜂助手支付了 1,000 万元出资款。

2020 年第一季度，汉鼎宇佑针对对外投资事宜进行了战略调整，计划缩减对汉鼎蜂助手的投资金额。经与蜂助手协商一致，于 2020 年 4 月 21 日与蜂助手签署了《股权转让协议》，将汉鼎蜂助手 20%的股权（对应人民币 1000 万元的出资义务，尚未完成出资）以人民币 0 元的价格转让给蜂助手，前述事宜于 2020 年 5 月 26 日完成工商变更登记。

本次股权转让，系双方真实意思表示，不存在股权代持、利益输送等情况。

4、关联方应收应付

单位：元

项目名称	关联方	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款	广州流量圈	--	--	--	278,929.25
	广州蜂云验证码	--	--	71,879.95	497,759.32
	广州磊鑫	--	--	--	45,006.20
	广州宇杰	--	--	--	1,565,765.14
	广州极酷物联	2,495.30	11,268.55	350.79	--
其他应收款	广州流量圈	--	--	--	934,788.00

项目名称	关联方	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
预付款项	广州蜂云验证码	--	--	3,000.00	3,000.00
	广州磊鑫	--	--	298,449.56	2,477,331.04
	广州宇杰	--	--	--	75,973.68
	深圳迪讯飞	264,000.01	--	250,000.00	1,000,000.00
应付账款	广州流量圈	--	--	338,412.65	290,432.97
	广州宇杰	--	--	246,384.50	--
其他应付款	罗洪鹏	--	-	3,786.00	812,370.45
预收款项	深圳迪讯飞	27,848.61	44,555.91	58,562.09	72,736.60
	广州宇杰	--	--	194,842.14	--
	汉鼎博曜	22,161.40	28,076.50	--	--
	汉鼎宇佑	10,524.74	10,807.25	--	--

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，本公司发生的经常性关联交易的交易价格为市场公允价格，且向关联方采购交易金额占公司营业成本比例较低，对公司财务状况和经营成果影响很小。公司发生的偶发性关联交易未损害公司和中小股东利益，且对公司财务状况和经营成果影响很小。因此，关联交易对公司财务状况和经营成果无重大影响。报告期内，公司关联交易占比较低，不存在对于关联方的重大依赖。

（四）关联交易履行的程序

2015 年 9 月 21 日，公司创立大会审议并通过了公司《关联交易管理制度》制度。公司自相关关联交易制度建立后所发生的关联交易均严格按照相关关联交易制度的规定，履行了董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东均履行了回避表决程序。

根据公司《关联交易管理制度》规定，2020 年 5 月 18 日召开的第二届董事会第十三次会议以及 2020 年 6 月 8 日召开的 2019 年度股东大会对公司与广州流量圈、广州蜂云验证码、广州磊鑫和广州宇杰之间发生的关联交易进行补充确认。

2020 年 9 月 18 日，召开的第二届董事会第十八次会议对公司 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间发生的关联交易进行了审议。

（五）独立董事对报告期内关联交易的意见

2020 年 9 月 18 日，公司独立董事对公司 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间发生的关联交易发表了如下意见：“经对公司 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间发生的关联交易事项的必要性、公允性、法定审批程序情况进行核查，我们认为上述交易事项符合相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，不影响公司的独立性，不存在损害公司和股东利益的行为。”

（六）规范和减少关联交易的措施

公司已制定了相关的关联交易决策制度，对关联交易的决策程序、审批权限进行了约定。公司及各关联方将严格遵守相关规范，进一步规范和减少关联交易。

公司控股股东实际控制人罗洪鹏及其一致行动人吴雪锋、陈虹燕、蜂助手资产、广州诺为特，公司持股 5%以上股东海峡创新、公司董监高出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，具体承诺如下：

1、本人/本企业及控制的企业将尽量减少、避免与蜂助手之间发生关联交易；对于蜂助手能够通过市场方式与独立第三方之间发生的交易，将由蜂助手与独立第三方进行；本人/本企业承诺各方及控制的企业不以向蜂助手拆借、占用资金或采取由蜂助手代垫款项、代偿债务等方式侵占蜂助手的资金；

2、对于本人/本企业及控制的企业与蜂助手及其控股子公司之间必须的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则，公平合理地进行；

3、本人/本企业及控制的企业与蜂助手所发生的关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并严格遵守有关法律、法规以及公司章程、公司关联交易管理制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务；

4、本人/本企业及控制的企业违反上述承诺而导致蜂助手利益或其他股东的合法权益受到损害的，本人/本企业自愿承担相应的赔偿责任。

十、报告期内关联方的变化情况

报告期内发行人关联方的变化情况如下：

（一）报告期内曾经存在的主要关联法人

序号	关联方	与公司的关联关系
1	杭州扬者网络科技有限公司	公司董事杨健报告期内曾担任该公司经理
2	上海汉鼎信息技术有限公司	公司董事杨健报告期内曾担任该公司经理
3	杭州汉鼎博耀科技有限公司（已注销）	公司董事王亚楠报告期内曾担任该公司董事
4	珠江金融租赁有限公司	独立董事肖世练报告期内曾担任该公司董事、首席财务官
5	广东贡鸣教育咨询有限公司	原独立董事蔡如湘报告期内曾担任该公司财务总监
6	南京翔云企业管理有限公司	原持股 5%以上股东彭建云投资的公司
7	淮安西晴百合投资管理有限公司	原持股 5%以上股东彭建云担任监事

（二）报告期内曾存在的主要关联自然人

序号	关联方	与公司的关联关系变化情况
1	彭建云	彭建云为公司发起人股东，公司整体变更为股份公司时持有公司 9.00%的股份，在报告期 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日期间，彭建云曾直接持有公司 5%以上股份。
2	何毅	2015 年 9 月至 2017 年 5 月曾任公司董事
3	马银	2015 年 9 月至 2019 年 9 月曾任公司董事
4	肖驰	2016 年 9 月至 2017 年 5 月曾任公司董事
5	方路遥	2016 年 9 月至 2018 年 4 月曾任公司董事
6	周为利	2018 年 5 月至 2019 年 6 月曾任公司董事
7	蔡如湘	2020 年 1 月至 2020 年 8 月曾担任公司独立董事
8	周红晶	2015 年 9 月至 2018 年 8 月曾任公司监事
9	罗 淇	2015 年 9 月至 2018 年 8 月曾任公司监事

除与关联自然人何毅、罗淇及蔡如湘曾在公司领取工资、津贴外，公司与上述由关联方变为非关联方的企业法人均未发生过关联交易，亦不存在与上述原关联方后续交易的情况。

第八节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请的大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司最近三年及一期的财务报告进行了审计，并出具了标准无保留的审计报告。本节的财务会计数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报告及相关财务资料或根据其数据计算所得。若各分项数字之和（或差）与合计数字存在微小差异（如 0.01），系四舍五入原因导致。若投资者欲对本公司的财务状况、经营成果及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读公司的财务报表及审计报告全文。

一、最近三年及一期的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	76,100,398.00	50,232,009.90	18,766,470.38	31,336,257.79
应收账款	171,187,374.97	221,829,461.98	121,983,014.22	92,140,898.49
预付款项	120,401,704.17	68,564,091.94	61,651,381.98	41,211,742.00
其他应收款	4,887,557.81	4,762,528.51	7,552,689.37	5,207,550.59
存货	11,253,304.54	18,076,894.59	8,644,227.18	3,827,796.09
其他流动资产	3,788,037.69	2,971,332.60	903,131.86	315,343.44
流动资产合计	**387,618,377.18**	**366,436,319.52**	**219,500,914.99**	**174,039,588.40**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	9,876,130.58	9,489,565.24
长期股权投资	-	-	656,847.91	-
其他权益工具投资	8,554,147.91	8,554,147.91	-	-
固定资产	1,627,956.99	2,038,663.17	2,721,885.24	3,885,642.90
无形资产	171,227.74	218,102.62	311,852.38	364,573.71
商誉	813,226.31	813,226.31	813,226.31	906,010.79
长期待摊费用	1,431,827.48	1,792,705.47	1,306,282.07	1,730,139.00
递延所得税资产	9,211,556.78	7,912,219.82	2,955,000.12	1,106,047.96
其他非流动资产	136,724,796.96	135,768,871.05	134,435,112.25	-
非流动资产合计	**158,534,740.17**	**157,097,936.35**	**153,076,336.86**	**17,481,979.60**
资产总计	**546,153,117.35**	**523,534,255.87**	**372,577,251.85**	**191,521,568.00**

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动负债：				
短期借款	24,334,485.66	20,020,096.16	5,815,261.99	10,017,279.16
应付票据	3,400,000.00	-	-	-
应付账款	60,093,719.26	83,113,055.83	40,771,370.77	30,258,163.93
预收款项	-	6,114,841.67	10,136,707.80	3,693,994.10
合同负债	9,632,014.16	-	-	-
应付职工薪酬	2,740,653.95	2,712,765.24	2,649,986.10	3,442,586.18
应交税费	11,546,029.87	17,872,201.19	9,654,988.10	6,127,310.89
其他应付款	2,793,362.54	2,133,616.53	1,393,964.43	2,725,314.78
一年内到期的非流动负债	5,658,704.71	5,522,428.38	5,244,041.91	-
其他流动负债	586,052.07			
流动负债合计	**120,785,022.22**	**137,489,005.00**	**75,666,321.10**	**56,264,649.04**
非流动负债：				
长期借款	5,006,388.88	-	-	-
长期应付款	53,416,543.20	56,221,421.28	61,647,354.43	-
非流动负债合计	**58,422,932.08**	**56,221,421.28**	**61,647,354.43**	**-**
负债合计	**179,207,954.30**	**193,710,426.28**	**137,313,675.53**	**56,264,649.04**
股东权益：				
股本	127,184,000.00	127,184,000.00	102,104,316.00	68,431,654.00
资本公积	55,614,123.75	55,147,466.90	52,814,655.90	25,737,317.90
其他综合收益	-5,606,474.28	-5,606,474.28	-	-
盈余公积	15,102,149.19	15,102,149.19	8,874,379.28	4,931,333.34
未分配利润	165,752,857.71	129,468,857.53	71,470,225.14	36,156,613.72
归属于母公司股东权益合计	**358,046,656.37**	**321,295,999.34**	**235,263,576.32**	**135,256,918.96**
少数股东权益	8,898,506.68	8,527,830.25	-	-
股东权益合计	**366,945,163.05**	**329,823,829.59**	**235,263,576.32**	**135,256,918.96**
负债和股东权益总计	**546,153,117.35**	**523,534,255.87**	**372,577,251.85**	**191,521,568.00**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业总收入	**211,142,871.29**	**423,440,397.54**	**291,131,769.81**	**365,757,166.84**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
减：营业成本	137,149,229.47	282,775,740.51	181,250,831.99	277,260,417.14
税金及附加	394,635.63	769,205.26	734,373.58	793,448.76
销售费用	7,348,742.70	18,056,811.41	15,686,966.19	12,064,688.15
管理费用	9,113,087.89	14,700,199.33	14,201,527.33	11,132,159.72
研发费用	11,842,651.85	29,027,618.68	26,026,036.45	22,200,268.80
财务费用	2,659,525.54	4,743,287.14	715,475.72	1,117,089.67
其中：利息费用	2,428,215.12	4,392,282.49	320,944.71	360,071.76
利息收入	42,257.13	38,173.29	101,839.65	52,621.84
加：其他收益	1,539,232.40	1,932,539.74	4,498,430.45	4,273,907.53
投资收益（损失以“-”号填列）	50,488.97	-563,386.12	-343,152.09	-170,814.96
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-12,500.00	-886,847.91	-343,152.09	-80,456.48
其中：以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	62,901.33	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	933,266.03	-5,226,065.26	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-4,248,066.92	-2,158,851.56	-10,914,452.16	-3,624,019.75
资产处置收益（损失以“-”号填列）		-	127,206.83	139,110.37
二、营业利润	**40,909,918.69**	**67,351,772.01**	**45,884,591.58**	**41,807,277.79**
加：营业外收入	5,410.34	50,128.00	30,435.76	804.56
减：营业外支出	730,784.63	56,119.18	220,642.85	113,130.71
三、利润总额	**40,184,544.40**	**67,345,780.83**	**45,694,384.49**	**41,694,951.64**
减：所得税费用	4,688,210.92	6,377,431.28	4,395,640.82	4,790,258.66
四、净利润	**35,496,333.48**	**60,968,349.55**	**41,298,743.67**	**36,904,692.98**
持续经营净利润	35,496,333.48	60,968,349.55	41,298,743.67	36,904,692.98
终止经营净利润				
归属于母公司所有者的净利润	36,284,000.18	62,440,519.30	41,298,743.67	36,905,656.37
少数股东损益	-787,666.70	-1,472,169.75	-	-963.39
五、其他综合收益的税后净额	-	**-3,376,014.59**	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-3,376,014.59	-	-
六、综合收益总额	**35,496,333.48**	**57,592,334.96**	**41,298,743.67**	**36,904,692.98**
归属于母公司所有者的综合收益总额	36,284,000.18	59,064,504.71	41,298,743.67	36,905,656.37

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于少数股东的综合收益总额	-787,666.70	-1,472,169.75	-	-963.39
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.29	0.51	0.34	0.31
（二）稀释每股收益	0.29	0.51	0.34	0.31

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	378,797,270.97	492,303,508.43	337,769,867.40	378,889,787.73
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	2,189,387.42	2,353,264.55	9,628,116.96	10,741,462.33
经营活动现金流入小计	**380,986,658.39**	**494,656,772.98**	**347,397,984.36**	**389,631,250.06**
购买商品、接受劳务支付的现金	312,751,934.59	431,419,446.86	270,712,178.62	349,816,556.06
支付给职工以及为职工支付的现金	19,867,403.84	42,975,164.86	38,856,381.08	26,622,198.91
支付的各项税费	14,301,477.14	10,688,270.89	9,191,850.16	7,481,872.93
支付其他与经营活动有关的现金	9,473,436.24	18,929,985.86	25,117,930.74	16,510,973.68
经营活动现金流出小计	**356,394,251.81**	**504,012,868.47**	**343,878,340.60**	**400,431,601.58**
经营活动产生的现金流量净额	**24,592,406.58**	**-9,356,095.49**	**3,519,643.76**	**-10,800,351.52**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	93,325.82	10,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	92.90	8.98	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	889,720.00	934,788.00	271,700.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	1,150,471.71
投资活动现金流入小计	**93,418.72**	**899,728.98**	**934,788.00**	**1,422,171.71**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,374,171.00	1,900,477.70	135,540,283.42	3,902,749.75

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投资支付的现金	105,825.82	1,240,000.00	4,000,000.00	9,900,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	--	-	-	-
投资活动现金流出小计	**1,479,996.82**	**3,140,477.70**	**139,540,283.42**	**13,802,749.75**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,386,578.10**	**-2,240,748.72**	**-138,605,495.42**	**-12,380,578.04**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	36,599,995.00	60,750,000.00	28,500,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	10,000,000.00	-	-
取得借款收到的现金	15,000,000.00	35,947,841.70	76,652,012.11	17,720,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	2,389,568.34	-	-
筹资活动现金流入小计	**15,000,000.00**	**74,937,405.04**	**137,402,012.11**	**46,220,000.00**
偿还债务支付的现金	8,364,431.18	26,964,899.38	13,987,600.00	12,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,411,607.31	4,537,803.59	2,118,197.69	2,399,369.09
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,020,000.00	3,664,568.34	-	150,000.00
筹资活动现金流出小计	**11,796,038.49**	**35,167,271.31**	**16,105,797.69**	**15,149,369.09**
筹资活动产生的现金流量净额	**3,203,961.51**	**39,770,133.73**	**121,296,214.42**	**31,070,630.91**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**26,409,789.99**	**28,173,289.52**	**-13,789,637.24**	**7,889,701.35**
加：期初现金及现金等价物余额	45,619,759.90	17,446,470.38	31,236,107.62	23,346,406.27
六、期末现金及现金等价物余额	**72,029,549.89**	**45,619,759.90**	**17,446,470.38**	**31,236,107.62**

二、注册会计师审计意见类型、关键审计事项及重要性水平

（一）注册会计师审计意见类型

大华会计师事务所（特殊普通合伙）接受公司的委托，审计了 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母

公司利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（大华审字[2020] 0012870 号），审计意见摘录如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了蜂助手公司 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

1、收入确认

（1）事项描述

相关信息披露详见本招股说明书第八节之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”，2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度及 2017 年度，公司的收入分别为 21,114.29 万元、42,344.04 万元、29,113.18 万元及 36,575.72 万元。公司主营业务收入主要来自于提供聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务和技术服务。针对上述服务，公司存在不同业务模式，导致公司收入确认时点不一致，且各项业务的交易发生频繁、交易数据量大，因此产生重大错报的固有风险较高，同时，由于收入是公司的关键业绩指标之一，收入的确认涉及管理层对收入确认时点的判断且影响金额重大，因此，我们将主营业务收入确认认定为 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度及 2017 年度的关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，注册会计师实施的主要审计程序包括：

1）了解、评估及测试发行人与收入确认相关的内部控制的设计及运行有效性；

2）对发行人所提供各种服务的收入确认以及每种服务中不同销售模式的收入确认，分别执行了分析性程序，判断其收入确认政策是否符合会计准则的规定；

3）向重要客户及第三方代收方实施函证程序，函证报告期各期发生的销售金额及各期末往来款项余额，检查各期及期后客户回款情况，确认收入的真实性；

4）检查发行人银行流水及第三方代收流水，核查是否存在自充值的情况，

确认收入的真实性；

5）利用外部专家工作对业务系统进行 IT 审计，并对财务数据与业务系统数据进行核对，验证其数据的真实性和完整性；

6）选取部分重要客户进行走访，了解客户的经营范围、与发行人的交易情况，核实商业关系的真实性；

7）对收入执行分析性程序，包括年度与月度收入变动分析、不同业务中的主要产品收入变动分析等程序，分析判断审计期间内各期毛利率变动的合理性；

8）抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括检查与各客户签订的合作协议、对账结算单、验收单、销售发票及银行收款凭证等，以确定收入确认的真实性及准确性；

9）检查与收入确认相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

2、应收账款减值

（1）事项描述

相关信息披露详见本招股说明书第八节之“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产结构及变动分析”之“3、应收账款”。

截至 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日，蜂助手公司应收账款账面余额分别为 18,695.43 万元、24,009.24 万元、13,380.97 万元、9,713.32 万元，应收账款坏账准备分别为 1,576.69 万元、1,826.30 万元、1,182.67 万元、499.23 万元，账面价值分别为 17,118.74 万元、22,182.95 万元、12,198.30 万元、9,214.09 万元，占期末资产总额的比例分别为 31.34%、42.37%、32.74%、48.11%。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的应收账款坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层参考历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收

账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，据此确定应计提的应收账款坏账准备。

对于单独进行减值测试的应收账款，当存在客观证据表明其发生减值时，管理层综合考虑债务人的行业状况、经营情况、财务状况、涉诉情况、还款记录等因素，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备；对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，管理层根据账龄依据划分组合，以与该组合具有类似信用风险特征组合的历史损失率为基础，结合现实情况进行调整，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值涉及管理层的重大判断和估计。因此，我们将应收账款减值作为关键审计事项。

（2）审计应对

1）了解、评估及测试发行人与应收账款减值相关的内部控制的设计及运行有效性；

2）复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

3）对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

4）对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；根据具有类似信用风险特征组合的历史信用损失经验及前瞻性估计，评价管理层编制的 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日的应收账款账龄与违约损失率对照表的合理性和 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的应收账款依据坏账准备计提比例计提坏账准备的合理性；

5）获取坏账准备计提表，检查计提方法是否按照会计政策执行；重新计算坏账准备计提金额是否准确；

6）分析应收账款的账龄和客户信誉情况，并执行应收账款函证程序及检查期后回款情况，评价应收账款坏账准备计提的合理性；

7）检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

（三）财务会计的重要性水平

公司与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为报告期内各期经常性业务税前利润绝对值的 5%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。

三、财务报表编制基础、合并财务报表范围

（一）财务报表编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的规定，编制财务报表。

（二）持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（三）合并报表范围及变化情况

1、合并报表范围

公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表范围。报告期各期末，纳入合并财务报表范围的子公司情况如下：

子公司名称	注册地	最终持股比例	是否纳入合并报表范围				成立时间
			2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
广州零世纪	广州	100%	是	是	是	是	2016-01-15
广州助蜂	广州	100%	是	是	是	是	2016-04-26
成都助蜂	成都	100%	是	是	是	是	2016-09-29
东莞蜂联	东莞	100%	是	是	是	是	2016-11-18

子公司名称	注册地	最终持股比例	是否纳入合并报表范围				成立时间
			2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
南京智科	南京	100%	是	是	是	不适用	2018-09-25
汉鼎蜂助手	广州	80%	是	是	不适用	不适用	2019-04-10
深圳网诚	深圳	100%	是	不适用	不适用	不适用	2020-05-29
深圳前海同益	深圳	100%	是	不适用	不适用	不适用	2020-06-19

2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

报告期内新纳入合并范围的子公司

序号	新增合并单位名称	合并日持股比例	合并时间	合并原因
2017 年度				
1	广州零世纪	100%	2017 年 3 月	非同一控制下企业合并
2	东莞蜂联	100%	2017 年 3 月	非同一控制下企业合并
2018 年度				
1	南京智科	100%	2018 年 9 月	新设成立
2019 年度				
1	汉鼎蜂助手	60%	2019 年 4 月	新设成立
2020 年 1-6 月				
1	深圳网诚	100%	2020 年 5 月	新设成立
2	深圳前海同益	100%	2020 年 6 月	新设成立

四、报告期内采用的有重大影响的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的财务状况、2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）收入

本公司主要提供数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案、技术服务，具体的收入确认政策如下：

1、数字化虚拟商品综合运营服务

业务类型		客户类型	收入确认时点	收入确认依据
聚合运营服务	通用流量	个人客户	按终端用户订单充值成功时点确认收入	若公司直接以微信、支付宝收取用户款项的，根据微信、支付宝的收款信息与业务系统进行匹配后的“收款账户充值款信息确认表”确认收入；若由银行、中石化等渠道收取款项的，根据经双方确认的结算单确认收入
	影视会员			
	话费、代充值卡			若公司直接以微信、支付宝收取用户款项的，根据微信、支付宝的收款信息与业务系统进行匹配后的“收款账户充值款信息确认表”确认代理业务负债；若由银行、中石化等渠道收取款项的，根据经双方确认的结算单确认代理业务负债，根据经公司和供应商确认的采购结算单确认代理业务资产，按照代理业务负债和代理业务资产的差额确认收入（即按照销售价格和采购价格的差额确认收入）
	通用流量	企业客户	按终端用户订单充值成功时点确认收入	根据经双方确认的结算单确认收入
	影视会员		若为 API 接口直冲，则按终端用户订单充值成功时点确认收入；若为卡密交付，则按卡密交付时点确认收入	
	话费、代充值卡			根据经双方确认的销售结算单确认代理业务负债，根据经双方确认的采购结算单确认代理业务资产，按照代理业务负债和代理业务资产的差额确认收入（即按照销售价格和采购价格的差额确认收入）
融合运营服务			按终端用户订单充值成功时点确认收入	根据经双方确认的结算单确认收入
分发运营服务			每月末	根据经双方确认的结算单确认收入

2、物联网应用解决方案

（1）流量解决方案：按服务期分期确认收入。

（2）硬件解决方案：按客户签收货物时确认收入。

（3）场景解决方案：主要为停车场服务，提供停车场建设服务完成后按客户验收时点确认收入或按服务期分期确认收入；场景解决方案中聚合支付服务系按商户流水发生时间点确认收入。

3、技术服务：合同明确约定服务成果的，根据验收或最终考核结果的结算单确认收入；合同明确约定服务期间的，在合同约定的服务期限内分期确认收入。

4、其他业务

（1）培训类服务：根据验收或最终考核结果时点确认收入。

（2）商品销售业务：按客户签收货物时确认收入。

（三）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从企业集团的角度对该交易予以调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值

为基础对其财务报表进行调整

（四）金融工具（适用 2018 年 12 月 31 日之前）

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，在初始确认时将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；应收款项；可供出售金融资产等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的债权（不包括在活跃市场上有报价的债务工具），包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损

益。

（3）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

本公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的

金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。金融资产的具体减值方法如下：

（1）可供出售金融资产的减值准备

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查，若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过一年（含一年）的，则表明其发生减值；若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，本公司会综合考虑其他相关因素诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（五）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

（1）以摊余成本计量的金融资产。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（1）分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标，则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收账款、其他应收款等。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。

（2）分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则本公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

（3）指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。本公司持有该权益工具投资期间，在本公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入本公司，且股利的金额能够可靠计量时，确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

（4）分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

（5）指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

在初始确认时，本公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法

律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，本公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益：

1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。

3）不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1）类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。不属

于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

（1）金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止。

2）该金融资产已转移，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

（2）金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

2）保留了对该金融资产控制的，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）被转移金融资产在终止确认日的账面价值。

2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

（2）金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）终止确认部分在终止确认日的账面价值。

2）终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损

益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

（1）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（2）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（3）如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在前一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（六）应收款项（适用 2018 年 12 月 31 日之前）

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项是指单项应收款项账面余额超过 200 万元。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款：

（1）信用风险特征组合的确定依据：

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
合并范围内关联方组合	不计提坏账准备	以纳入合并报表范围的应收款项具有类似信用风险特征
账龄分析法组合	账龄分析法	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

（2）根据信用风险特征组合确定的计提方法：

采用账龄分析法计提坏账准备

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内	5.00	5.00
1－2 年	10.00	10.00
2－3 年	20.00	20.00
3－4 年	50.00	50.00
4－5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（七）应收款项（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

本公司对应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节“四、报告期内采用的有重大影响的主要会计政策和会计估计”之“（五）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）”之“6、金融工具减值”。

本公司对在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
合并范围内关联方组合	应收合并范围内关联方往来款	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
账龄分析法组合	除关联方组合之外的应收款项	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

公司账龄组合与整个存续期间预期信用损失率对照表如下：

应收款项账龄	预期信用损失率（%）
1 年以内	5
1-2 年	20
2-3 年	50
3 年以上	100

（八）存货

1、存货的分类

公司主营业务包括数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案和技术服务。存货主要为本公司开展商品销售业务（列示为其他业务）时持有的以备出售的手机配件、小电器等商品及开展数字化虚拟商品综合运营服务时从网络视频商或代理商处购买的影视会员卡密产品。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

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

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法；

（3）其他周转材料采用一次转销法。

（九）长期股权投资

1、初始投资成本的确定

（1）非同一控制下的企业合并

购买日是指本公司实际取得对被购买方控制权的日期，即被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给本公司的日期。

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司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，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，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；购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必

要支出。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

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

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，本公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

本公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股

权投资的账面价值；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

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

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

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

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

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	年限平均法	5	5	19
运输设备	年限平均法	5	5	19

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
办公及其他设备	年限平均法	5	5	19

3、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十一）无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括软件。

1、无形资产的初始计量

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

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

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

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

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

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依据
软件	5 年	预计受益年限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

（十二）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

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

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同

效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十三）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

2、摊销年限

类别	摊销年限	备注
装修费	5 年	预计受益期限
停车场建设费	5.3 年	根据合同期限

（十四）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

本公司的离职后福利计划分类为设定提存计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

（十五）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预

计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、会计处理方法

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（十六）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

本公司根据经济业务的实质，确定某一类政府补助业务应当采用总额法还是净额法进行会计处理。通常情况下，本公司对于同类或类似政府补助业务只选用一种方法，且对该业务一贯地运用该方法。

项目	核算内容
采用总额法核算的政府补助类别	所有政府补助

与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在所建造或购买资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用或损失的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益或冲减相关成本。

与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益或冲减相关成本费用；与企业日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十七）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（十八）成本

公司的主营业务成本主要是提供服务过程中产生的采购成本、直接人工成本、托管带宽及 IDC 租赁费等，公司各类业务成本的归集、分配、结转方法如下表所示：

业务类型	服务类型	成本内容	成本的归集、分配及结转的方式	核算流程
聚合运营服务	通用流量服务、影视会员及其他虚拟商品（除话费、代充值卡及加油卡等代理服务）	①采购成本	直充接口充值的，以终端用户订单充值成功时点确认收入并结转成本；虚拟产品卡密充值的，以卡密交付并经客户确认时确认收入并结转成本。	成本每月按其归属具体业务，根据消耗/交付数量及单价以暂估金额进行归集、结转。期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
		②托管带宽及 IDC 租赁费	按各业务销售额占比分摊 IDC 租赁成本。	按月归集，根据各业务类型的销售额占比分摊租赁费。
		③职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用。	公司按月计提相关业务部门员工的工资、五险一金等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
		④短信采购成本	按各业务实际消耗的短信费用于短信通知用户充值成功当月确认成本，并直接归属于相应业务成本。	每月按其归属具体业务，根据消耗数量及单价以暂估金额进行归集、结转。期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
	话费、代充值卡及加油卡代理服务	①采购成本	采用净额法核算，按照实际消耗/交付数量及单价确认采购金额，将其与销售金额的差额计入收入，因此无采购成本。	每月按其归属具体业务，根据消耗/交付数量及单价以暂估金额进行归集，将其与销售金额的差额计入收入，因此无采购成本。期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估采购金额及收入。
		②托管带宽及 IDC 租赁费	按各业务销售额占比分摊 IDC 租赁成本。	运维部门按月归集当月服务器租赁费用，并根据各业务类型的销售额占比分摊租赁费。
		③职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用。	公司按月计提相关业务部门员工的工资、五险一金等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
融合运营服务	视频会员	①采购成本	直充接口充值的，以终端用户订单充值成功时点确认收入并结转成本；虚拟产品卡密充值的，以卡密交付时点确认收入并结转成本。	每月按其归属具体业务，根据消耗/交付数量及单价以暂估金额进行归集、结转。期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
		②托管带	按各业务销售额占比	按月归集，并根据各业务类型的

业务类型	服务类型	成本内容	成本的归集、分配及结转的方式	核算流程
		宽及 IDC 租赁费	分摊 IDC 租赁成本。	销售额占比分摊租赁费。
		③职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用进行归集。	每月计提相关业务部门员工的工资、五险一金等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
分发运营服务	应用推广服务、游戏推广服务等	①渠道佣金	按当期有效激活（下载）量乘以单价或按当期用户有效消费金额乘以分成比例确认该项成本，直接进行成本归集	每月以有效激活（下载）量乘以合同单价或用户有效消费金额乘以分成比例确认的金额暂估计入成本，期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
		②运营活动费用	主要核算内容为公司使用视频会员、其他虚拟商品等资源开展运营推广发生的成本，以符合推广政策所使用资源数量乘以单位采购价格确认成本。	每月以符合推广政策所使用资源的金额暂估成本，期后如有必要，则根据活动实际使用数量乘以对账后金额调整暂估成本。
		③折旧及摊销（注）	按用于分发运营项目的长期资产发生的折旧进行归集	按月计提并计入相关业务成本
		④职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用。	按月计提相关业务部门员工的工资、五险一金等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
物联网应用场景解决方案	流量解决方案	①采购成本	根据物联网卡流量套餐激活情况，与上游供应商按月对账，确认采购成本。采购成本均可归属到具体业务，直接进行成本归集。	按流量套餐激活数量和采购单价结转成本，公司当月先暂估成本，期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
		②托管带宽及 IDC 租赁费	按各业务销售额占比分摊 IDC 租赁成本。	按月归集，并根据各业务类型的销售额占比分摊租赁费。
		③职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用。	公司按月计提相关业务部门员工的工资、五险一金等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
	硬件解决方案	①智能硬件	以客户签收货物时点确认收入，并按照硬件采购金额结转成本。	按销售数量乘以单位采购价格结转销售成本。
	场景解决方案	①外购服务	按项目外购服务金额直接进行成本归集，于项目验收时结转成	项目验收时结转该项成本。

业务类型	服务类型	成本内容	成本的归集、分配及结转的方式	核算流程
			本	
		②摊销费	该项成本确认为长期待摊费用，合同明确约定服务期间的，在合同约定的服务期限内分摊确认成本。	按项目建设合同金额于服务验收时结转长期待摊费用，并在合同约定服务期限内分摊确认成本。
		③专用耗材支出	按实际发生金额于实际发生时结转该项成本。	实际发生时结转成本
		④渠道佣金	按商户流水交易总额和约定的分成比例，确认收入并结转该项成本。	以交易额、分成比例结转成本，期后如有必要，则根据对账后金额调整暂估成本。
技术服务	技术服务	①外购服务	按采购服务约定金额于项目验收时，确认收入并结转成本	项目验收时结转该项成本
		②职工薪酬	可直接归属于该业务运营的运营人员薪酬以及直接与薪酬相关的费用。	公司按月计提相关业务部门员工的工资、五险一金、福利费等；对于年度奖金，按照权责发生制计提并计入当年成本。
		③其他	按实际发生金额于发生时结转该项成本。	实际发生时结转成本。

注：分发运营服务“折旧及摊销”发生于 2017 年度及 2018 年度，为优化推广模式，公司于 2018 年逐步减少了线下推广模式，并对“一体机”等线下分发所需设备进行了处置，故 2019 年度及 2020 年 1-6 月无相关折旧及摊销费用。

五、重要会计政策、会计估计的变更及其影响

（一）会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
自 2017 年 4 月 28 日起执行财政部发布的《企业会计准则第 42 号—— 持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》	董事会审批通过	
自 2017 年 5 月 10 日起执行财政部公布修订的《企业会计准则第 16 号—— 政府补助》	董事会审批通过	
自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》	董事会审批通过	1
自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》	董事会审批通过	
自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》	董事会审批通过	
自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》	董事会审批通过	2

1、执行新金融工具准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》（以上四项统称<新金融工具准则>），于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的要求进行衔接调整。涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的，本公司未调整可比期间信息。金融工具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日留存收益或其他综合收益。

执行新金融工具准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	累积影响金额			2019.01.01
		分类和计量影响	金融资产减值影响	小计	
应收账款	12,198.30	-	-174.91	-174.91	12,023.39
其他应收款	755.27	-	-42.15	-42.15	713.11
可供出售金融资产	987.61	-987.61	-	-987.61	-
其他权益工具投资	-	987.61	164.98	1,152.59	1,152.59
递延所得税资产	295.50	-	7.63	7.63	303.13
资产合计	**14,236.68**	**-**	**-44.46**	**-44.46**	**14,192.23**
盈余公积	887.44	-	-18.35	-18.35	869.09
未分配利润	7,147.02	363.28	-166.34	196.93	7,343.96
其他综合收益	-	-363.28	140.23	-223.05	-223.05
所有者权益合计	**8,034.46**	**-**	**-44.46**	**-44.46**	**7,990.00**

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

2、执行新收入准则对本公司的影响

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》。根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（即 2020 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对 2019 年度财务报表不予调整。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政

策。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素作为合同资产列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务作为合同负债列示。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	累积影响金额			2020.01.01
		重分类	重新计量	小计	
预收款项	611.48	-611.48	-	-	-
合同负债	-	576.43	-	576.43	576.43
其他流动负债	-	35.05	-	35.05	35.05
负债合计	**611.48**	-	-	**611.48**	**611.48**

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

（二）会计估计变更

报告期内主要会计估计未发生变更。

六、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率

（一）主要税种及税率

报告期内，公司及控股子公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售商品	2018 年 5 月 1 日之前为 17% 2018 年 5 月 1 日之后为 16% 2019 年 4 月 1 日之后为 13%
	建筑服务	2018 年 5 月 1 日之后为 10% 2019 年 4 月 1 日之后为 9%
	其他应税销售服务行为	6%
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%
教育费附加	实缴流转税税额	3%
地方教育费附加	实缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%

1、企业所得税

1）蜂助手于 2016 年 11 月 30 日被认定为高新技术企业，获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201644002115），有效期三年。后于 2019 年 12 月 2

日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201944001303），有效期三年，根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，按 15%所得税率征收企业所得税。

2）广州零世纪于 2019 年 12 月 2 日被认定为高新技术企业，获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201944003888），有效期三年。零世纪于 2017 年经广东省经济和信息化委员会审批为软件企业，证书编码为粤 RQ-2017-0077，证书有效期 1 年，经经广州市天河区国家税务局审核确认，广州零世纪从 2017 至 2018 年免征企业所得税，2019 年-2021 年按照 25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

3）广州助蜂于 2019 年 12 月 2 日被认定为高新技术企业，获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201944000089），有效期三年。广州助蜂符合《财政部国家税务总局关于进一步激励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》财税【2012】27 号第三条的规定的条件，经广州市天河区国家税务局审核确认，广州助蜂自获利年度起计算优惠期，优惠期为 5 年，2017 年至 2018 年免征企业所得税，2019 年-2021 年按照 25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

4）根据《财政部国家税务总局科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）及《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2015 年第 97 号）等文件的规定，公司本期发生的研发费用，在按规定据实扣除的基础上，可按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除。广州零世纪和广州助蜂 2018 年 3 月被评为科技型中小企业，2017 年度所得税研发费用加计扣除比例为 75%。

5）根据财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》财税〔2019〕13 号规定:自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。成都助蜂 2020 年 1-6 月符合小型微利企业的条件，适用该优惠政策。

2、增值税

蜂助手、零世纪、广州助蜂、东莞蜂联、南京智科、汉鼎蜂助手、深圳网诚和深圳前海同益为一般纳税人，按照销售商品、建筑服务和其他服务适用 17%、16%、13%、10%、9%和 6%的增值税税率。

成都助蜂在 2017 年 12 月之前为小规模纳税人，增值税税率为 3%，2018 年 1 月后为一般纳税人，按照商品和服务适用 13%和 6%的增值税税率。

根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号，以下简称“第 39 号公告”）规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额，故公司在 2019 年 4 月起享受可抵扣进项税额加计扣除优惠政策。

3、城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加

蜂助手、零世纪、广州助蜂、成都助蜂、东莞蜂联、南京智科、汉鼎蜂助手、深圳网诚和深圳前海同益城市维护建设税执行税率为 7%，教育费附加执行税率 3%,地方教育费附加执行税率 2%。

4、文化事业建设费

蜂助手和零世纪的广告业务收入按 3%缴纳文化事业建设费。

（二）本公司报告期内税收优惠及批文

本公司报告期内的税收优惠情况详见本节“（一）主要税种及税率”之“1、企业所得税”。

七、分部信息

本公司报告期内的业务分部收入如下：

单位：万元

项目	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
数字化虚拟商品综合运营服务收入	**19,770.63**	**93.64%**	**37,421.82**	**88.38%**	**23,715.09**	**81.46%**	**34,784.81**	**95.10%**
聚合运营	7,939.25	37.60%	16,191.85	38.24%	12,467.91	42.83%	25,576.42	69.93%

项目	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
融合运营	7,716.50	36.55%	13,667.98	32.28%	3,845.11	13.21%	-	-
分发运营	4,114.88	19.49%	7,561.99	17.86%	7,402.06	25.43%	9,208.40	25.18%
物联网应用解决方案收入	**458.36**	**2.17%**	**1,490.95**	**3.52%**	**843.63**	**2.90%**	**227.39**	**0.62%**
技术服务收入	**568.09**	**2.69%**	**2,315.26**	**5.47%**	**3,763.94**	**12.93%**	**1,108.78**	**3.03%**
其他业务收入	**317.22**	**1.50%**	**1,116.01**	**2.64%**	**790.52**	**2.72%**	**454.73**	**1.24%**
合计	**21,114.29**	**100.00%**	**42,344.04**	**100.00%**	**29,113.18**	**100.00%**	**36,575.72**	**100.00%**

八、经会计师鉴证的非经常性损益明细表

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司报告期内的非经常性损益进行了审核，并出具了大华核字[2020] 005348 号《蜂助手股份有限公司非经常性损益鉴证报告》。报告期内，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置损益	-17.84	0.52	0.73	4.67
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	135.35	50.21	438.27	427.39
委托他人投资或管理资产的损益	0.01	0.00	-	-
债务重组损益	-	32.35	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	6.29	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	15.08	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	67.83	141.93	4.55	-11.02
减：所得税影响额	25.41	34.72	64.28	63.17
少数股东权益影响额（税后）	3.20	0.002	-	-
非经常性损益净额	**163.04**	**205.35**	**379.26**	**357.86**

报告期内，非经常性损益对当年经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
归属于母公司股东的非经常性损益净额	163.04	205.35	379.26	357.86
归属于母公司股东的净利润	3,628.40	6,244.05	4,129.87	3,690.57
非经常损益占归属于母公司股东的净利润比重	4.49%	3.29%	9.18%	9.70%
扣除非经常性损益后归属于母公司净利润	3,465.36	6,038.70	3,750.61	3,332.71

九、最近三年及一期的主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2020 年 1-6 月 /2020.06.30	2019 年 /2019.12.31	2018 年 /2018.12.31	2017 年 /2017.12.31
流动比率（倍）	3.21	2.67	2.90	3.09
速动比率（倍）	2.09	2.01	1.96	2.29
资产负债率（母公司，%）	30.55	31.32	31.71	26.20
应收账款周转率（次）	2.89	2.26	2.52	5.19
存货周转率（次）	17.50	18.92	27.31	94.53
息税折旧摊销前利润（万元）	4,338.95	7,333.31	4,804.65	4,417.61
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,628.40	6,244.05	4,129.87	3,690.57
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	3,465.36	6,038.70	3,750.61	3,332.71
研发投入占营业收入比例（%）	5.61	6.86	8.94	6.07
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.19	-0.07	0.03	-0.16
每股净现金流量（元）	0.21	0.22	-0.14	0.12
归属于发行人股东的每股净资产（元）	2.82	2.53	2.30	1.98

上述各指标计算公式如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=（流动资产-存货-预付款项-其他流动资产）/流动负债

3、资产负债率=总负债/总资产

4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额，其中 2020 年 1-6 月该指标按照“2019.06.30-2020.06.30”进行年化

5、存货周转率=营业成本/存货平均余额，其中 2020 年 1-6 月该指标按照“2019.06.30-2020.06.30”进行年化

6、息税折旧摊销前利润=净利润+利息支出+所得税费用+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

7、研发投入占营业收入比例=研发费用/营业收入

8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量/公司期末股本总额

9、每股净现金流量=现金及现金等价物净额/公司期末股本总额

10、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额（或实收资本总额）

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，公司加权平均净资产收益率、基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-6 月	10.69	0.29	0.29
	2019 年	23.43	0.51	0.51
	2018 年	26.49	0.34	0.34
	2017 年	40.75	0.31	0.31
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-6 月	10.21	0.27	0.27
	2019 年	22.66	0.49	0.49
	2018 年	24.06	0.31	0.31
	2017 年	36.80	0.28	0.28

注：上述指标的计算公司如下：

1、加权平均净资产收益率=P/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0）；

2、基本每股收益=P/（S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0）；

3、稀释每股收益=（P+已确认为费用的稀释性潜在普通股利息×（1-所得税率）－转换费用）/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0+认股权证、期权行权增加股份数）；

其中：P 为报告期利润；E0 为归属于母公司股东的期初净资产，Ei 为报告期内发行新股或债转股等新增的、归属于母公司股东的净资产，Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于母公司股东的净资产；NP 为报告期归属于母公司的净利润；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购或缩股等减少股份数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标分析

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）行业因素

随着智能手机的快速普及，移动网络带宽的持续改善，我国移动互联网用户数量、用户对移动终端的使用频率和使用时间在近年来呈不断增长态势。这些有

利因素促使移动互联网行业快速发展，新兴的移动互联网企业（包括移动应用开发者群体）也不断涌现，不断丰富着移动互联网的内容，网络视频作为数字化虚拟商品的重要部分，其市场规模近年也呈现高速发展趋势，这为公司移动互联网数字化虚拟商品综合服务带来持续性市场机遇。物联网作为信息通信技术的典型代表，在全球范围内呈现加速发展的态势，可穿戴设备、智能家电、自动驾驶汽车、智能机器人等设备与应用的发展促使数以百亿计的新设备将接入网络，万物互联的时代正在加速来临。公司以物联网流量作为切入点，衍生至多种物联网应用场景，物联网行业的发展，将对公司产生深远影响。

（2）公司的客户及渠道体系

公司是行业内少数基于“技术+产品+服务”软硬件一体化、多行业多品类聚合/融合运营的数字化虚拟商品综合服务提供商，已培育及建立了自成体系且协同发展的产品及服务生态体系。近年来，公司凭借在技术研发、运营赋能、资源渠道、客户响应等多方面展现出的综合实力，使得蜂助手品牌影响力不断提高。目前，公司已与三大运营商中国移动、中国电信、中国联通建立了直接合作关系，为其提供数字化虚拟商品综合运营服务及技术服务；是爱奇艺、优酷等国内领先头部网络视频商在运营商多省份渠道的授权代理商；并为中国建设银行、中国银行、中石化、华为、OPPO、VIVO 等众多大型集团企业的营销及运营活动提供数字化虚拟商品交易及运营服务解决方案，亦向华为提供技术服务，获得华为 2018 年“产品合作项目保障奖”荣誉。在行业内形成了较高的品牌信誉度和竞争力。

（3）公司的研发创新能力及行业经验优势

公司在本行业深耕细作多年，凭借丰富的行业经验，在行业重要发展转折点，都能较准确的把握行业机会，对市场需求和行业发展有着深刻的理解和敏锐的嗅觉。在 2012 年创立初期，公司抓住 PC 互联网向移动互联网转变的行业契机，与电信运营商、移动应用 APP 开发者及发行商展开了 APP 分发运营服务业务合作，奠定了公司在移动互联网数字化虚拟商品行业的技术及市场关系网络的基础。2015 年，网络视频类、在线消费类 APP 得到了规模化应用并开始向会员化经营模式转变，智能手机用户对移动数据流量的需求爆发，公司洞悉行业需求迅速开拓了流量运营服务业务，并扩展到多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务业务，

构建了丰富的虚拟商品及渠道体系基础，拥有了技术储备和资源整合能力。2018年，整个行业经历了流量价格过度竞争，流量经营收入增长乏力，公司凭借敏锐的行业嗅觉，洞察市场机会，强化产品及渠道协同，联合运营商及头部网络视频商推出由流量叠加内容权益的融合产品，获得了行业合作商和终端用户的高度认可，业务规模再上台阶。

2、影响公司成本的主要因素

报告期内，公司的主要成本为外购虚拟商品及渠道佣金。外购虚拟商品系公司数字化虚拟商品综合运营服务相关业务所产生，公司云平台聚合的数字化虚拟商品内容涵盖了数十个行业的数百种充值、缴费、办理类的优质数字化虚拟商品资源。目前，通用流量是公司经营的主要数字化虚拟商品资源。渠道佣金成本主要为分发业务向渠道商支付的分发酬金。报告期内，公司营业成本随业务发展而变化，与营业收入保持一致趋势。

3、影响公司期间费用的主要因素

报告期内，公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中，销售费用、管理费用和研发费用是主要影响因素。报告期内，为提升技术实力，公司研发支出投入较大，占费用的比例较高；同时，随着收入的增长，销售费用和管理费用随之增加。预计未来，期间费用将随着公司规模的逐步扩大而继续有所增长，但期间费用的增长不会对公司盈利能力造成重大影响。

除上述因素外，税收优惠政策、政府补助等因素亦会对公司业绩产生一定影响。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩具有较强预示作用的财务和非财务指标

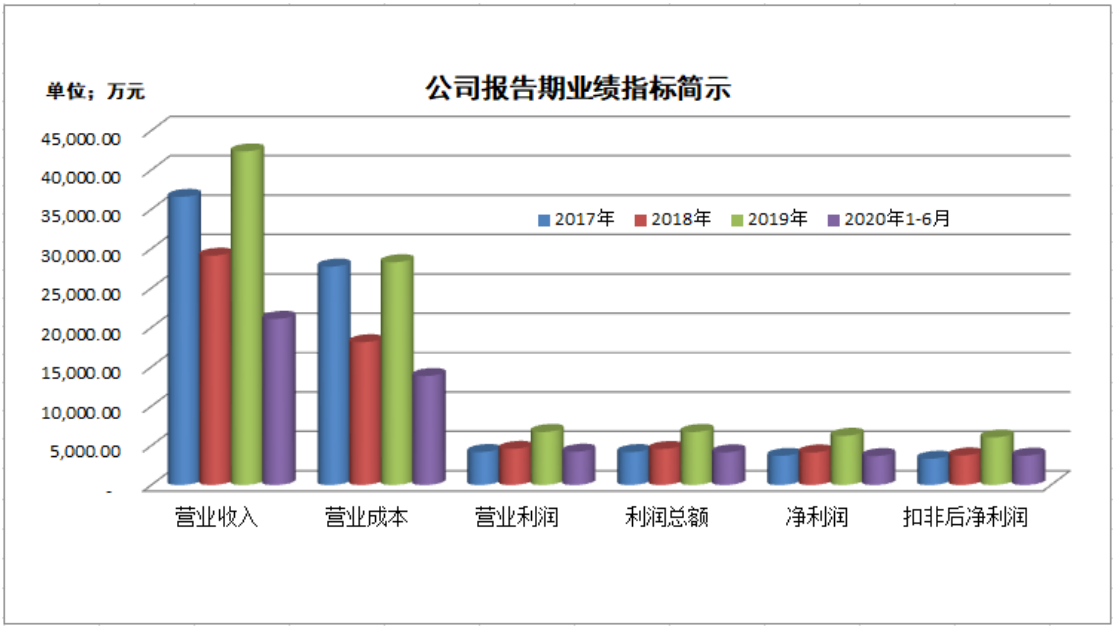
根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入增长率、主营业务毛利率、应收账款周转率和经营活动产生的现金流量净额、用户数、复购率等财务指标或非财务指标对分析公司的业绩情况具有核心意义，其变动情况对于公司业绩变动具有较强的预示作用。

十一、经营成果分析

报告期内，公司经营成果总体情形如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	21,114.29	42,344.04	45.45%	29,113.18	-20.40%	36,575.72
营业成本	13,714.92	28,277.57	56.01%	18,125.08	-34.63%	27,726.04
营业利润	4,090.99	6,735.18	46.79%	4,588.46	9.75%	4,180.73
利润总额	4,018.45	6,734.58	47.38%	4,569.44	9.59%	4,169.50
归属于母公司所有者的利润	3,628.40	6,244.05	51.19%	4,129.87	11.90%	3,690.57
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的利润	3,465.36	6,038.70	61.01%	3,750.61	12.54%	3,332.71



报告期内，公司营业收入分别为 36,575.72 万元、29,113.18 万元和 42,344.04 万元、21,114.29 万元。公司 2018 年营业收入有所下滑，主要系受运营商“提速降费”等政策影响所致。面对不利局面，公司一方面通过精细化经营、优化客户结构和产品结构、降本增效等措施，使流量业务的盈利能力基本保持稳定；同时，公司把握网络视频用户快速增长和万物互联时代的市场机遇，不断加大影视会员和物联网相关领域投入，并联合运营商、网络视频商推出视频权益融合产品，丰富了公司数字化虚拟商品综合运营服务的范围。由于视频权益融合运营服务、物

联网应用解决方案、技术服务收入快速增长，缓解了公司 2018 年收入下降的压力，也使 2018 年公司在收入下降的情况下实现营业利润、净利润的持续增长。2019 年公司各项业务保持良好增长态势，尤其是视频融合运营业务实现爆发式增长，带动公司营业收入、营业利润、净利润均实现大幅增长。2020 年 1-6 月公司各业务受“新冠疫情”的影响较小，各主要业务继续保持良好的增长趋势，营业收入较 2019 年同期增长 32.83%。

运营商“提速降费”详细背景参见本招股说明书第六节之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（三）发行人所处行业的特点和发展趋势”之“4、公司主要产品/服务行业现状及市场规模”之“（1）电信运营商流量市场”。

（一）营业收入分析

1、营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

主要服务类别	主要产品线		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
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	通用流量	5,895.99	27.92%	14,626.40	34.54%	11,398.58	39.15%	24,832.72	67.89%
		视频会员	1,593.55	7.55%	1,223.69	2.89%	501.34	1.72%	736.45	2.01%
		其他虚拟商品	449.71	2.13%	341.76	0.81%	567.98	1.95%	7.25	0.02%
		小计	**7,939.25**	**37.60%**	**16,191.85**	**38.24%**	**12,467.91**	**42.83%**	**25,576.42**	**69.93%**
	融合运营服务		7,716.50	36.55%	13,667.98	32.28%	3,845.11	13.21%	-	-
	分发运营服务		4,114.88	19.49%	7,561.99	17.86%	7,402.06	25.43%	9,208.40	25.18%
	小计		**19,770.63**	**93.64%**	**37,421.82**	**88.38%**	**23,715.09**	**81.46%**	**34,784.81**	**95.10%**
物联网应用解决方案			458.36	2.17%	1,490.95	3.52%	843.63	2.90%	227.39	0.62%
技术服务			568.09	2.69%	2,315.26	5.47%	3,763.94	12.93%	1,108.78	3.03%
主营业务收入合计			**20,797.07**	**98.50%**	**41,228.03**	**97.36%**	**28,322.65**	**97.28%**	**36,120.99**	**98.76%**
其他业务收入			**317.22**	**1.50%**	**1,116.01**	**2.64%**	**790.52**	**2.72%**	**454.73**	**1.24%**
营业收入合计			**21,114.29**	**100.00%**	**42,344.04**	**100.00%**	**29,113.18**	**100.00%**	**36,575.72**	**100.00%**

报告期内，公司的营业收入分别为 36,575.72 万元、29,113.18 和 42,344.04

万元、21,114.29 万元。其中 2018 年营业收入较上年减少 20.40%，2019 年营业收入较上年增长 45.45%，2020 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 32.83%。报告期内，主营业务收入占营业收入比重分别为 98.76%、97.28%、97.36%和 98.50%，其他业务收入主要包括培训收入、商品销售业务收入和广告业务收入，系公司主营业务的衍生业务，占公司业务收入的比重较少。公司主营业收入增减的变动原因如下：

（1）运营商“提速降费”对通用流量运营市场形成了冲击

报告期内，数字化虚拟商品综合运营服务收入占营业收入的比重分别为 95.10%、81.46%、88.38%、93.64%，通用流量为公司运营的数字化虚拟商品的重要类别。2018 年受“提速降费”政策影响，通用流量运营市场受到冲击，整体业务规模下降，公司通用流量运营服务收入 2018 年较 2017 年减少 13,434.13 万元，进而导致公司 2018 年度营业收入下滑。

（2）视频权益融合运营业务形成了运营商、网络视频商、蜂助手三方共赢

移动视频属于激发流量消耗的重要应用场景，公司把握业务机遇，联合运营商、网络视频商共同推出以流量+视频为代表的视频权益融合产品。2018 年 1 月，在公司积极推动下，有效促成了内蒙古移动、广东移动等多家省公司快速引入第三方视频权益，推出“定向流量+视频权益”融合产品。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司视频融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，2019 年公司视频权益融合运营服务收入较 2018 年增长 255.46%，2020 年 1-6 月公司视频权益融合运营服务收入较 2019 年同期增长 10.38%。

（3）物联网产业发展为公司物联网业务带来重要契机

基于公司自主研发的蜂助手物联网流量管理系统平台，公司逐步开拓了聚合支付、智慧停车场等物联网应用场景，报告期内，公司物联网应用解决方案收入分别为 227.39 万元、843.63 万元、1,490.95 万元和 458.36 万元，2017 年至 2019 年年均复合增长率为 156.06%。2020 年 1-6 月公司物联网应用解决方案收入较 2019 年同期增长 33.51%。随着公司物联网流量运营服务及智慧停车场等应用场景的快速发展，公司物联网应用解决方案收入快速增长。

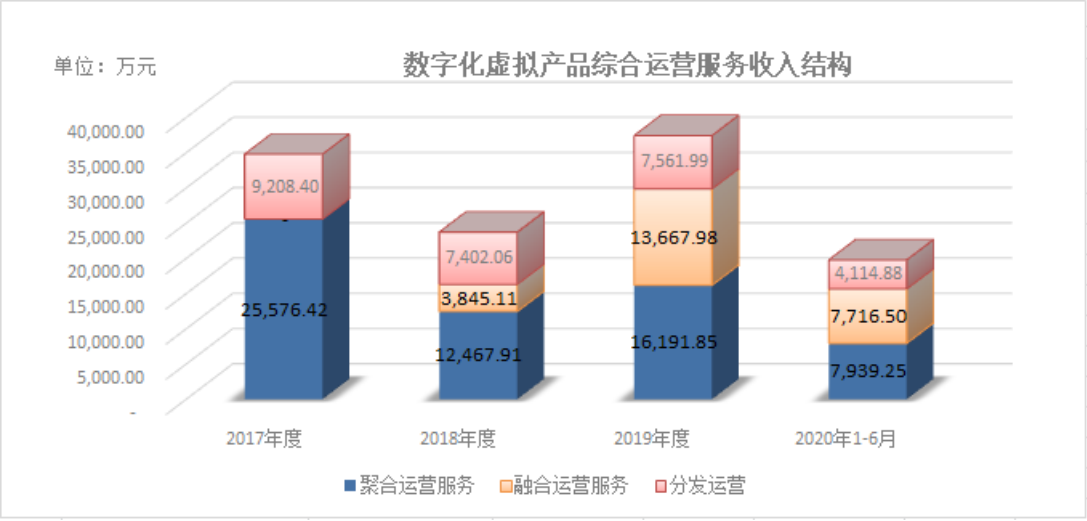
（4）长期专注于核心技术的研发创新，为公司收入提升提供了内在动力

公司长期专注于核心技术的自主研发，在数字化虚拟商品运营服务业务上积累了丰富的技术研发及平台运营经验。公司凭借自身的技术优势对外输出技术服务，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司技术服务业务收入分别为 1,108.78 万元、3,763.94 万元、2,315.26 万元和 568.09 万元，2018 年技术服务业务收入较 2017 年增长 239.47%，主要系公司取得华为软件技术有限公司等企业大额技术服务订单所致。

2、主营业务收入按业务种类结构分析

（1）数字化虚拟商品综合运营服务

报告期内，数字化虚拟商品综合运营服务收入分别为 34,784.81 万元、23,715.09 万元、37,421.82 万元和 19,770.63 万元，占各期营业收入的比例分别为 95.10%、81.46%、88.38%和 93.64%，为公司的第一大收入来源。按照服务特征不同，数字化虚拟商品综合运营服务分为聚合运营服务、融合运营服务和分发运营服务。报告期内，公司数字化虚拟商品综合运营服务的收入结构逐渐发生变动，其中以通用流量为主的聚合运营服务收入占比逐年降低，融合运营服务收入占比逐年提高。



1）聚合运营服务

公司云平台整合了运营商类（通用流量、话费、短信等）、视频会员类、电商购物卡类等多种优质虚拟商品资源，向客户提供一站式数字化虚拟商品实时交易解决方案，直接或间接通过互联网终端为消费者提供服务并取得服务收入。

报告期内，公司聚合运营服务按内容分类的收入情况如下：

单位：万元

产品类别	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
通用流量	5,895.99	74.26%	14,626.40	90.33%	11,398.58	91.42%	24,832.72	97.09%
视频会员	1,593.55	20.07%	1,223.69	7.56%	501.34	4.02%	736.45	2.88%
其他虚拟商品	449.71	5.66%	341.76	2.11%	567.98	4.56%	7.25	0.03%
合计	**7,939.25**	**100.00%**	**16,191.85**	**100.00%**	**12,467.91**	**100.00%**	**25,576.42**	**100.00%**

公司聚合运营服务内容主要为通用流量和视频会员，报告期内，两者合计收入占聚合运营收入的比例分别为 99.97%、95.44%、97.89%和 94.34%。报告期内，通用流量一直为公司聚合运营服务最大的服务品类。

①通用流量运营服务

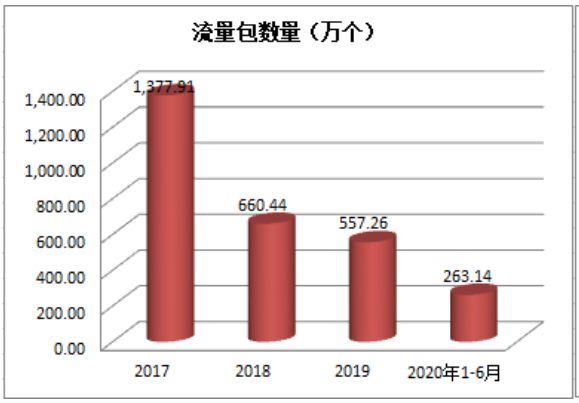
报告期内，公司通用流量运营服务总体收入情况如下：

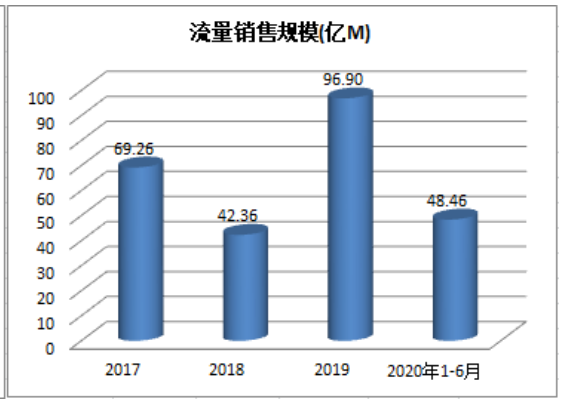
年度	收入金额（万元）	流量包销售数量（万个）	流量包平均单价（元）	流量销售规模（亿 M）	流量平均单价（元/M）	流量规模较上年增长
2020 年 1-6 月	5,895.99	263.14	22.41	48.46	0.012	94.11%
2019 年	14,626.40	557.26	26.24	96.90	0.015	128.75%
2018 年	11,398.58	660.44	17.26	42.36	0.027	-38.83%
2017 年	24,832.72	1,377.98	18.02	69.26	0.036	-

备注：2020 年 1-6 月“流量规模较上年增长”指标为以“2019 年 1-6 月数据”为计算依据。

报告期内，通用流量运营服务收入分别为 24,832.72 万元、11,398.58 万元、14,626.40 万元和 5,895.99 万元。公司 2018 通用流量包销售数量和综合单价较 2017 年均出现下滑，导致公司 2018 年通用流量运营服务收入较 2017 年减少 54.10%。公司 2019 年在通用流量包销售数量减少的情况下，由于消费者偏向于购买大流量包，引致 2019 年流量整体销售规模较 2018 年大幅增长，而大流量包综合单价较高，从而引致公司 2019 年通用流量运营服务收入较 2018 年增长。2020 年 1-6 月，公司共计销售通用流量包 263.14 万个（48.46 亿 M），通用流量包数量及流量总额分别较上年同期增长 38.25%、94.11%， 2020 年 1-6 月通用流量运

营服务收入较上年同期增长 55.68%。





公司通用流量运营服务收入变动具体原因如下：

A．市场环境方面，2018 年、2019 年是国家实施“提速降费”政策的第四年、第五年，三大运营商继续践行政府要求，逐步降低通用流量单价，推动用户“套餐升级”，给予用户通讯套餐内更多的流量额度，使得需要在通讯套餐外叠加流量包的用户群减少，同时由于消费者逐步倾向于购买大流量包，也减少了流量充值的频次。流量单价下降、用户群减少及用户充值频次降低等因素共同导致通用流量服务市场受到冲击，市场竞争加剧，公司部分客户减少了订单数量。2017 年、2018 年和 2019 年，公司销售流量包数量分别为 1,377.98 万个、660.44 万个及 557.26 万个，公司 2018 年、2019 年流量包销售数量分别较上年下降 52.07%、15.62%，公司 2018 年通用流量运营服务收入减少主要与市场环境相关。2020 年上半年，在“新冠疫情”疫情的影响下，消费者使用手机场景较去年有所增加，2020 年 1-6 月公司通用流量包销售数量为 263.14 万个，较 2019 年同期增长 38.25%。

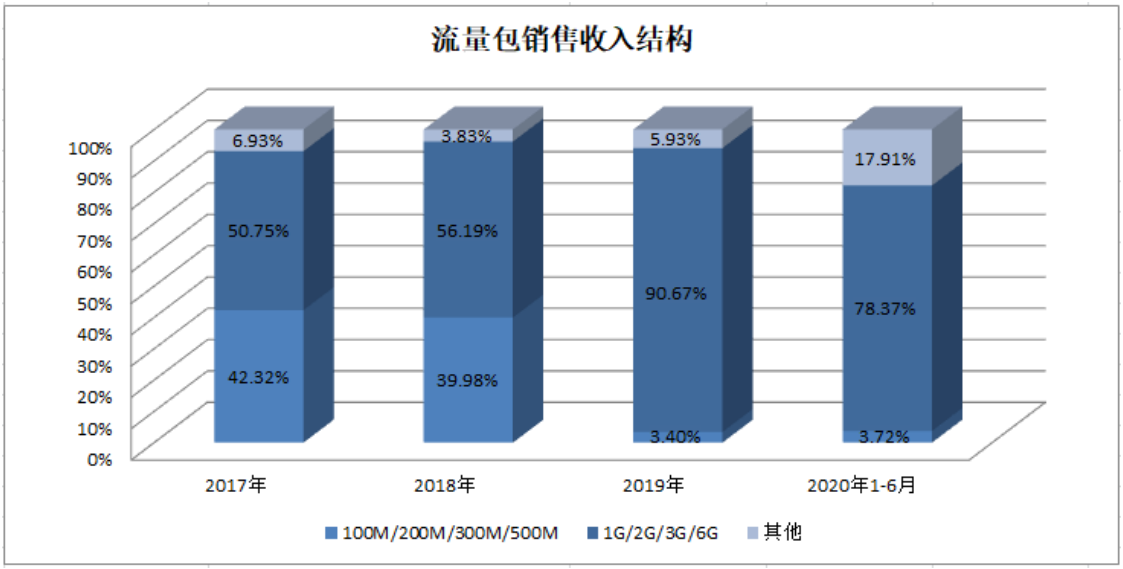
B．用户消费结构方面，随着移动互联网业务创新拓展，各种线上线下服务加快融合，带动移动支付、移动出行、移动视频直播、餐饮外卖等等应用加快普及，刺激移动互联网接入流量消费保持高速增长，根据工信部公布的《2019 年通信业统计公报》、《2020 年上半年通信业经济运行情况》数据显示，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 6 月移动互联网接入月户均流量（DOU）分别为 1.73G、4.42G、7.82G、10.14GB，呈现高速上升态势，用户对大流量产品需求日益上升。2019 年公司共计销售流量 96.90 亿 M，较 2018 年增长 128.75%。2020 年 1-6 月公司共计销售流量 48.46 亿 M,较 2019 年同期增长 94.11%。报告期内公司主要面

值流量包销售情况如下：

单位：万元

面值	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
6G	146.40	2.48%	917.18	6.27%	89.49	0.79%	299.43	1.21%
3G	1,157.71	19.64%	3,856.84	26.37%	1,660.05	14.56%	797.63	3.21%
2G	2,033.29	34.49%	4,830.87	33.03%	1,525.87	13.39%	4,122.64	16.60%
1G	1,283.06	21.76%	3,657.12	25.01%	3,128.99	27.45%	7,383.56	29.73%
500M	95.90	1.63%	146.72	1.00%	1,491.01	13.08%	5,604.66	22.57%
300M	64.89	1.10%	114.65	0.78%	1,517.99	13.32%	1,810.16	7.29%
200M	26.67	0.45%	91.54	0.63%	394.93	3.46%	1,104.32	4.45%
100M	31.97	0.54%	144.76	0.99%	1,153.08	10.12%	1,989.87	8.01%
主要面值合计	**4,839.89**	**82.09%**	**13,759.67**	**94.07%**	**10,961.41**	**96.17%**	**23,112.29**	**93.07%**
当期通用流运营服务总收入	**5,895.99**	**100.00%**	**14,626.40**	**100.00%**	**11,398.58**	**100.00%**	**24,832.72**	**100.00%**

备注：1、运营商通用流量包产品种类较多，报告期内公司运营服务的流量包涵盖了三大运营商 5M 至 40G 区间内 31 个种类；2、三大运营商相同面值产品（含日包、周包、月包等不同有效期）合并计算，下文同。



公司主要销售的流量包类型为 100M、200M、300M、500M、1G、2G、3G、6G，报告期内，上述 8 个流量包运营收入合计占当期通用流运营服务总收入的比重分别为 93.07%、96.16%、94.08%和 82.09%。报告期内，通用流量包销售结构在 2019 年后明显转变为以 1G 以上（含）流量包为主，其中 1G/2G/3G/6G 流

量包占比由 56.19%（2018 年）提升至 90.67%（2019 年）。公司 2019 年通用流量运营服务在流量包服务数量减少的情况下，由于大流量包销售占比大幅提升，销售流量总量较 2018 年大幅提升，导致当年通用流量运营服务收入整体增长。2020 年 1-6 月，由于 10G/15G 等其他大流量包的需求增加（10G/15G 订单收入占通用流量总收入比为 14.55%），1G/2G/3G/6G 流量包占比较 2019 年有所降低。

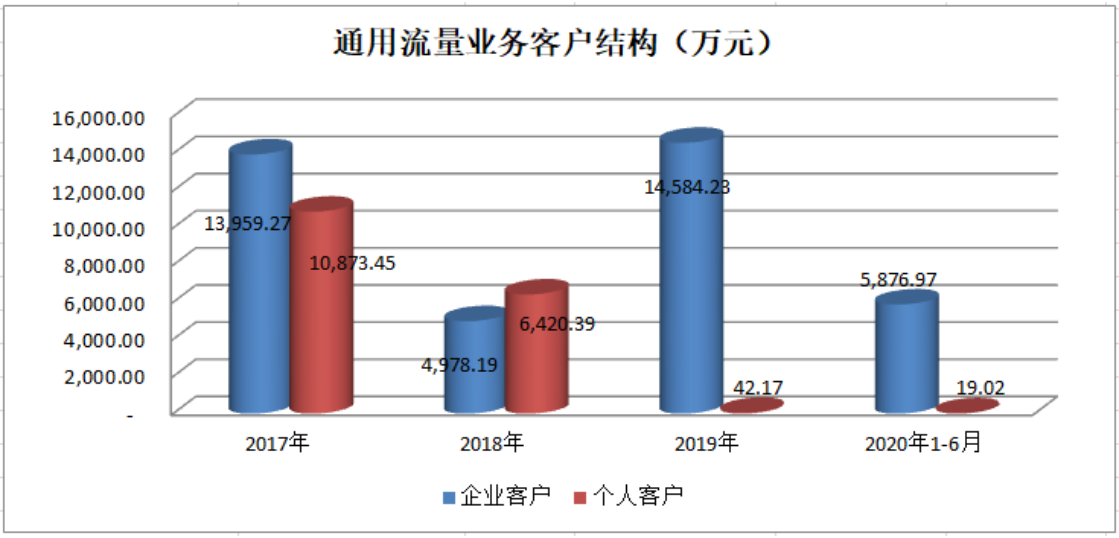
C、公司客户结构方面

公司对外提供数字化虚拟商品综合运营服务时，按照技术对接方式不同，分为 API 模式和 H5 模式，一般来说对于具备页面开发、页面维护及聚合支付等能力（以下简称为“H5 能力”）的企业，公司采取 API 模式与其合作。对于不具备 H5 能力的企业，公司一般采用 H5 模式与其合作，由蜂助手主导合作方的页面开发、页面维护等，并直接对合作方的用户提供充值服务。除此之外，公司还通过 H5 技术，在自营的蜂助手 APP、微信公众号、支付宝生活号等场景直接向个人用户提供流量服务。API 合作模式下的客户一般为公司企业客户，H5 合作模式下的客户为公司的个人客户。

报告期内公司通用流量运营服务按客户结构区分的收入情况如下：

单位：万元

客户类型	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
企业客户	5,876.97	99.68%	14,584.23	99.71%	4,978.19	43.67%	13,959.27	56.21%
个人客户	19.02	0.32%	42.17	0.29%	6,420.39	56.33%	10,873.45	43.79%
合计	**5,895.99**	**100.00%**	**14,626.40**	**100.00%**	**11,398.58**	**100.00%**	**24,832.72**	**100.00%**



a．通用流量企业客户收入变动原因

消费者进行通用流量网络充值时，除了使用电信运营商手机营业厅之外，主要会选择各大品牌手机自带的手机钱包、微信、支付宝或者天猫、淘宝等电商平台进行充值。除此之外，银行、保险公司等拥有较大的客户人群的行业，会因为营销活动等原因产生较大的通用流量需求（以上除电信运营商之外的其他拥有较大用户人群的企业下文简称为“终端行业”）。因此，公司通用流量企业客户主要为终端行业相关的企业或者其他同行业流量分发商。报告期内，公司前五大通用流量运营企业客户收入情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售收入	占企业客户收入比	客户背景
2020年1-6月	深圳市东恒网络科技有限公司	1,617.17	27.52%	**终端行业服务商**
	广东天宸网络科技有限公司	1,305.49	22.21%	VIVO 手机运营商
	广东优世联合控股集团股份有限公司	1,195.50	20.34%	朗源股份（300175）子公司
	浙江三合通信科技有限公司	560.40	9.54%	终端行业服务商
	中移铁通有限公司珠海分公司	429.62	7.31%	中国移动子公司
	小计	**5,108.18**	**86.92%**	
2019年度	深圳市东恒网络科技有限公司	4,957.47	33.99%	流量分发商
	广东天宸网络科技有限公司	1,962.84	13.46%	VIVO 手机运营商
	广东优世联合控股集团股份有限公司	1,553.53	10.65%	朗源股份（300175）子公司
	江苏东顾商业服务有限公司	1,448.28	9.93%	终端行业服务商
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限	915.74	6.28%	芒果超媒（300413）子

年度	客户名称	销售收入	占企业客户收入比	客户背景
	公司			公司
	小计	**10,837.86**	**74.30%**	
2018年度	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,504.42	30.22%	芒果超媒（300413）子公司
	江苏卡池电子商务有限公司	552.78	11.10%	流量分发商，并在天猫上经营电商业务
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	498.85	10.02%	微信充值入口
	广东天宸网络科技有限公司	318.92	6.41%	VIVO 手机运营商
	南京易充网络科技有限公司	303.87	6.10%	流量分发商，易尊网络（835464）子公司，并在天猫上经营电商业务
	小计	**3,178.84**	**63.85%**	
2017年度	深圳市东恒网络科技有限公司	2,623.55	18.79%	流量分发商，**已转型**
	北京汇安融信息技术服务有限公司	1,864.35	13.36%	流量分发商,已退出流量市场
	广东金朋科技有限公司	**1,816.88**	**13.02%**	微信直连供应商,已退出流量市场
	中大网视（北京）科技有限公司	908.00	6.50%	流量分发商，已破产
	普信天下（成都）商贸有限公司	826.10	5.92%	流量分发商，已退出流量市场
	合计	**8,038.88**	**57.59%**	

备注：经核查，深圳市东恒网络科技有限公司 2017 年主要客户为大汉三通（430237），大汉三通为业内知名流量分发商。深圳市东恒网络科技有限公司 2019 年、2020 年 1-6 月通用流量主要客户为招商银行等终端行业客户；浙江三合通信科技有限公司的流量合作方为支付宝（中国）网络技术有限公司；江苏东顾商业服务有限公司为保险业服务商；**广东金朋科技有限公司是指“广东金朋科技有限公司、广州彩旗网络技术有限公司及广州点博通信技术有限公司”。**

报告期内，公司前五大企业客户收入占通用流量企业客户总收入比例分别为**57.59%**、63.85%、74.30%和 86.92%，报告期内集中程度不断上升，公司的企业客户重心逐渐由同行业分发商过渡至终端行业客户和终端行业的服务商，分发商客户占比逐渐减少，这主要与公司通用流量运营策略调整有关，具体如下：

1“提速降费”对通用流量分发市场形成了冲击，部分客户流量业务萎缩。

2017 年，在运营商“提速降费”“不限量套餐”的背景下，流量单价下降、用户群减少及用户交易频次降低等因素共同导致通用流量服务市场受到冲击，流量分发市场竞争加剧，部分企业流量业务萎缩。经查询公开披露信息，同行业上市及拟上市公司存在 2018 年流量业务萎缩或者退出市场的情形：①彩讯股

份（300634），根据彩讯股份（300634）披露的《彩讯科技股份有限公司 2018 年年度报告》，对其主要流量经营业务主体即深圳腾畅科技有限公司计提商誉减值 677.13 万元。②通鼎互联（002491），根据通鼎互联（002491）披露的《通鼎互联信息股份有限公司 2018 年年度报告》，其“流量及数据营销业务”2018 年收入金额同比下滑-31.14%。③其他经营流量业务的上市公司，经查询银之杰（300085）披露的《深圳市银之杰科技股份有限公司 2018 年年度报告》，其“移动流量业务”2018 年收入金额同比下滑 91.73%；经查询《关于无锡线上线下通讯信息技术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的审核问询函的回复》，其关于流量业务的回复如下：“2017 年，公司曾短暂开展流量业务，受到市场竞争激烈，政策环境变化的影响，公司及时调整经营策略，停止继续开展流量业务，专注于短信业务的发展”。

2017 年为公司主要客户，而 2018 年非公司主要客户的深圳市东恒网络科技有限公司、汇安融、中大网视、普信天下，主要系受“提速降费”“不限量套餐”等行业环境变化所致。

II 微信、支付宝与三大运营商直连，减少了第三方采购金额

微信和支付宝由于各自内部政策调整，逐渐缩紧分发商流量接入政策，增加直接向运营商采购规模。同时，天猫开设了通用流量自营店，对传统以微信、支付宝、电商为主要出口的通用流量分发企业形成了较大冲击。受上述因素影响，部分客户不再为公司通用流量主要客户。其中，深圳市腾讯计算机系统有限公司（微信）2019 年非公司主要客户，主要系微信内部政策调整所致。广东金朋科技有限公司 2018 年非公司主要客户主要系因为公司直接与腾讯合作后，双方为避免竞争导致交易金额减少。南京易充网络科技有限公司、江苏卡池电子商务有限公司 2019 年非公司通用流量主要客户，主要系支付宝与运营商直连及天猫开设了通用流量自营店所致。

III 公司执行 “开拓终端行业客户”的发展战略，积极开拓终端行业客户

公司自 2018 年起执行“开拓终端行业客户”的发展战略，集中自身资源，聚焦与终端行业客户直接交易，并出于经济可行性和风险管理的需要，根据不同客户的毛利率、销售单价和历史回款情况对客户结构进行调整。2018 年公司

成为湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果 TV）的营销流量供应商，并建立了与广东天宸网络科技有限公司（VIVO 手机运营商）的合作关系。公司 2019 年主要客户中，深圳市东恒网络科技有限公司为银行业服务商，江苏东顾商业服务有限公司为保险业服务商，广东优世联合控股集团股份有限公司为朗源股份（300175）子公司，2020 年 1-6 月主要客户中，浙江三合通信科技有限公司为支付宝营销服务商。除广东天宸网络科技有限公司采购流量主要向用户销售外，上述其他企业采购流量服务主要用于终端营销需求，会因为预算、活动安排等因素导致各期营销流量需求发生变化，从而导致公司通用流量主要客户发生变动。

综上所述，公司流量客户结构的变化主要原因为行业变化及公司自身战略和经营的主动调整所致。

IV 汇安融、普信天下、中大网视的业务情况如下：

客户名称	注册资本	业务规模	退出流量市场的原因	申请破产的时间
汇安融	500 万	四川汇安融信息技术服务有限公司（2017 年为北京汇安融的控股股东）是一家面向全国性市场提供 B2B2C 营销信息化服务、金融科技服务、企业数字化服务的国家高新技术企业。公司成立于 2014 年，净资产过亿，在北京、上海、广东、陕西、江西、吉林、辽宁等多省设立办事机构。目前产品覆盖商户超过 20 万家，累计服务用户接近 2000 万。(2017 年四川汇安融信息技术服务有限公司为北京汇安融信息技术服务有限公司母公司）	流量市场环境变化，导致业务规模萎缩	-
普信天下	1000 万	公司的主要业务是通过整合供应链与销售平台， 为企业和个体采购搭建 B2B2C 商贸平台，将线上订单与线下商圈落地，为商户提供虚拟卡券的委托销售服务。 根据普信天下出具的书面说明，其在 2017 年的资产总额过亿，营收规模接近一个亿。		
中大网视	1042.1032 万元	根据 2016 年 4 月搜狐新闻公开报道，中大网视是全球最大的手机系统级别内置（预装）聚合生活服务提供商。公司自成立以来，一直致力于智能手机应用的研发，以领先的产品和强大的技术打造全球最具影响力的移动增值服务品牌。已经和国内智能手机的顶尖品牌签订了排他的中长期合作协议，公司已与华为、联想、酷派、中兴（包括努比亚）、vivo、oppo、阿里云等大部分国内手机厂商以及方案商签约。	-	2020 年 3 月被先知数据科技（深圳）有限公司申请破产

2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，中大网视回款金额分别为 704.39 万元、0.00 万元、15.08 万元、0.00 万元。公司于 2018 年发现中大网视回款困难，已于 2018 年对应收中大网视通用流量款全额计提了减值准备。

上述企业 2017 年业务规模较大，其向公司采购金额与其经营业绩、经营规模相匹配。

b．通用流量个人客户收入变动原因

报告期内，公司通用流量个人客户收入情况如下：

单位：万元

合作方名称	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
广东欢太科技有限公司	-	-	-	-	6,159.39	95.93%	10,703.10	98.43%
其他	19.02	100.00%	42.17	100.00%	261.00	4.07%	170.35	1.57%
合计	**19.02**	**100.00%**	**42.17**	**100.00%**	**6,420.39**	**100.00%**	**10,873.45**	**100.00%**

广东欢太科技有限公司为 OPPO 品牌手机运营商，蜂助手与广东欢太科技有限公司合作，由蜂助手提供通用流量 H5 充值界面，直接为 OPPO 手机用户提供通用流量充值服务。2017 年、2018 年公司通过 OPPO 手机产生的通用流量个人客户收入分别为 10,703.10 万元和 6,159.39 万元，占公司通用流量个人客户总收入的比例分别为 98.43%和 95.93%，为公司报告期内通用流量个人客户收入的主要来源。2018 年 11 月，由蜂助手提供技术支持，广东欢太科技有限公司具备了自身 H5 能力之后，双方结束了 H5 合作模式，改为 API 合作的方式。受公司与广大欢太科技有限公司合作模式改变及 2018 年双方合作非完整报告期等影响，报告期内，公司通用流量个人客户收入连续减少。

2019 年、2020 年 1-6 月通用流量个人客户收入占通用流量运营服务总收入的比例分别为 0.29%、0.32%，占比较低，主要系公司自营微信小程序和公众号等用户充值所产生的收入。

报告期内，公司与欢太科技合作情况如下：

合作模式	合作内容	合作期限	结算方式
H5	通用流量运营（用于向终端用户销售）	2015 年 12 月至 2018 年 12 月	根据每月销售金额向欢太科技支付佣金
API	话费（用于营销赠送）	2016 年 8 月至今	月结
	通用流量（用于营销赠送）	2015 年 12 月至 2018 年 12 月	月结
其他	分发运营	2019 年 2 月-2020 年 2 月	根据在 OPPO 应用市场上线的游戏可分配收益进行分成

报告期内，公司与欢太科技主要通过 H5 模式合作通用流量充值服务，同时公司还通过 API 模式为欢太科技提供营销流量/话费服务（金额相对较小）。2018 年欢太科技与蜂助手结束通用流量 H5 模式合作后，采取招标形式引入供应商，因为市场竞争原因，蜂助手不再为其提供常规通用流量服务。

2019 年后，公司与欢太科技之间的业务合作主要集中在分发运营服务和话费（收入金额较小），双方依然保持合作关系。

②视频会员运营服务

公司视频会员运营服务具体情况如下：

年度	收入金额（万元）	订阅次数（万次）	平均单价（元）
2020 年 1-6 月	1,593.55	148.68	10.72
2019 年	1,223.69	124.79	9.81
2018 年	501.34	44.45	11.28
2017 年	736.45	31.60	23.31

公司云平台聚合了爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果 TV 等国内主流的视频会员资源，通过不同的渠道对外提供服务（电信运营商渠道产生的收入列示为“融合运营服务收入”）。报告期内，公司视频会员订阅次数分别为 31.60 万次、44.45 万次、124.79 万次和 148.68 万次，保持高速增长，符合国内影视会员市场的发展趋势。视频会员运营服务收入分别为 736.45 万元、501.34 万元、1,223.69 万元和 1,593.55 万元。其中 2018 年视频会员运营收入较 2017 年减少主要系因为 2017 年中国电信股份有限公司阳江分公司向公司线下采购一批优酷季卡会员用于赠送用户，该批季卡销售确认收入 415.09 万元，占 2017 年视频会员运营服务收入的比例为 56.36%，扣除该集中订阅影响，公司视频会员运营服务收入报告期内保持连续增长。

报告期内公司视频会员订阅细分情况如下：

单位：万次

类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	订阅次数	比例	订阅次数	比例	订阅次数	比例	订阅次数	比例
月卡、季卡、半年卡、年卡	117.76	79.20%	58.18	46.62%	27.99	62.98%	29.85	94.47%
日卡、3 天卡、周卡	30.92	20.80%	66.61	53.38%	16.46	37.02%	1.75	5.53%
合计	**148.68**	**100.00%**	**124.79**	**100.00%**	**44.45**	**100.00%**	**31.60**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，用户视频会员订阅种类中，日卡、3 天卡、周卡等短有效期的视频会员订阅占比逐年提高，月卡、季卡、半年卡、年卡等长有效期的视频会员订阅占比逐年降低，由于短有效期的视频会员单价相对较低，因此公司视频会员综合单价呈下降趋势。2020 年 1-6 月，受“新冠疫情”等影响，客户订阅月卡等长有效期视频会员比例及视频会员综合单价较 2019 年提升。

③其他虚拟商品

公司聚合运营服务中其他虚拟商品主要包括话费、短信、苏宁易购会员、摩拜骑行券、电影券等，报告期内其他虚拟商品运营服务收入分别为 7.25 万元、567.98 万元、341.76 万元和 449.71 万元。2019 年其他虚拟商品收入较 2018 年减少，主要系因为 2018 年安徽易众网络科技有限公司集中向公司采购苏宁易购权益券 380.2 万元，导致公司 2018 年其他虚拟商品收入金额较大所致。2020 年 1-6

月公司其他虚拟商品较 2019 年增加，主要系中国银行股份有限公司广东省分行（含各支行）开展营销活动向公司采购各类卡券 380.03 万元所致。

2）融合运营服务

融合运营服务为公司与运营商、网络视频商合作，主要通过将通用流量与视频权益进行组合，用户消费时同时获得流量和视频权益两项服务，蜂助手从运营商、网络视频商取得结算收入。除此之外，运营商还会选择通过宽带、5G 会员等绑定视频权益的其他融合方式（此种情形较少）。

根据融合的视频权益类型不同，蜂助手的客户结算方有所区别。其中运营商销售含有爱奇艺、优酷的融合产品时，蜂助手主要从运营商处获得服务收入（购销模式），除此之外，优酷融合产品在部分省份有少量的分成收入。运营商销售含有芒果 TV 的融合产品时，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司或长沙瑞联互动数码科技有限公司与运营商结算后按照比例向蜂助手分成（分成模式）。报告期内，公司融合运营服务订阅及收入情况如下：

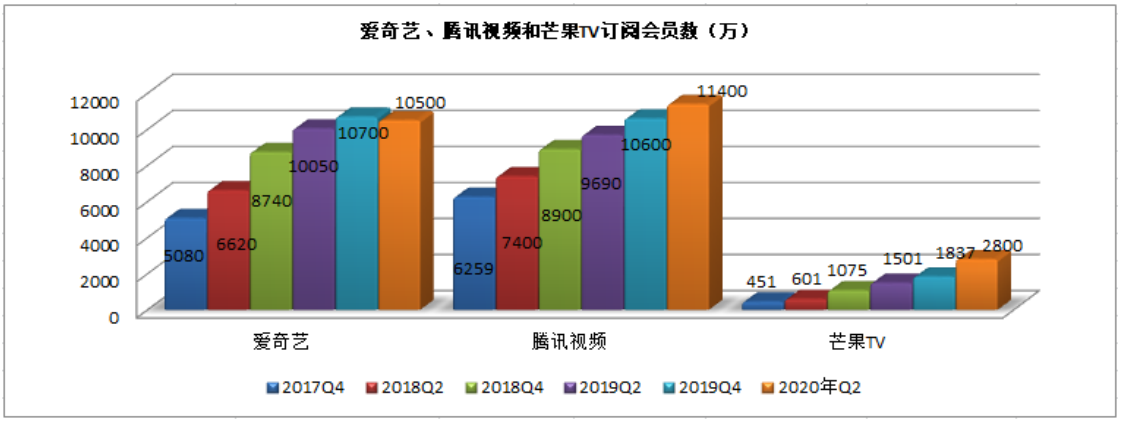
单位：万次、万元

主要模式	融合视频权益类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
		订阅次数	收入	订阅次数	收入	订阅次数	收入
购销模式	爱奇艺&优酷	724.26	6,746.45	1,151.31	10,432.01	327.98	2,788.03
分成模式	芒果 TV	361.30	970.05	1,652.31	3,235.97	371.14	1,057.08
合计		**1,085.56**	**7,716.50**	**2,803.63**	**13,667.98**	**699.12**	**3, 845. 11**

备注：2020 年 1-6 月，优酷对在四川移动、福建移动、湖北移动、重庆移动产生的视频权益融合收益，向蜂助手合计确认 22.68 万元分成，该部分收入较少，未单独列示。

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，2019 年融合运营服务收入较 2018 年增长 255.46%，2020 年 1-6 月融合运营服务收入较上年同期增长 10.38%，报告期内呈连续增长趋势，其原因如下：

行业因素方面，国内互联网视频行业呈现“爱奇艺、优酷、腾讯视频”三足鼎立，芒果 TV、哔哩哔哩等代表的第二梯队高速发展的多元竞争格局，随着网络视频的付费习惯逐渐养成，各大视频商订阅用户快速增长，蜂助手视频权益融合运营服务收入与国内互联网视频行业发展情况一致。



数据来源：定期报告

产品优势方面，视频权益融合产品价格较分别购买运营商产品、影视会员具有优势，以广东移动 APP 上架的流量视频融合产品“首月 2.99 元连续包月”为例，套餐次月 19.8 元含视频月度会员和 5G 流量，单独在爱奇艺 APP 上购买黄金 VIP 月度会员的常规价格为 15 元（首月 10 元），单独在微信 APP 购买 5G 月包流量的价格为 40 元（七天包价格为 7 元），融合产品价格对用户具有较强的吸引力。广东移动 APP 融合产品、爱奇艺 APP 单独权益产品及微信 APP 流量充值界面展示如下：

广东移动 APP（官方） 爱奇艺 APP（官方） 微信 APP（官方钱包）

合作方优势方面，中华人民共和国工业和信息化部披露的信息显示，截至 2020 年 6 月末，国内移动电话用户全年总数达 15.95 亿户，移动电话用户普及率

达 113.9 部/百人，运营商拥有巨大的用户群体，公司与三大运营商中的中国移动、中国电信合作，引入国内头部视频商，在用户消费习惯形成后，运营商稳定的用户群体能够为融合运营服务带来持续的增量收入。公司从 2018 年开展融合运营业务以来，逐步将业务推广至电信运营商所属十余个省公司 ，并对接中移在线服务有限公司、中移互联网有限公司、世纪龙信息网络有限责任公司等运营商全国性接口，合作的运营商范围逐渐扩大。报告期内，公司视频权益融合运营服务按结算方统计收入情况如下：

单位：万元

融合方	结算方	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
中国移动&蜂助手&爱奇艺、优酷	中国移动通信集团广东有限公司	5,780.57	74.91%	7,393.84	54.10%	1,772.39	46.09%
	中移互联网有限公司	341.75	4.43%	780.96	5.71%	462.88	12.04%
	中国移动通信集团四川有限公司	207.50	2.69%	167.00	1.22%	337.12	8.77%
	中国移动通信集团内蒙古有限公司	163.21	2.12%	207.53	1.52%	166.38	4.33%
	中移在线服务有限公司	3.74	0.05%	17.08	0.12%	3.89	0.10%
	其他中国移动下属企业或服务商	28.36	0.37%	42.96	0.31%	45.37	1.18%
	小计	**6,525.12**	**84.56%**	**8,609.37**	**62.99%**	**2,788.03**	**72.51%**
中国电信&蜂助手&爱奇艺、优酷	世纪龙信息网络有限责任公司	184.10	2.39%	1,364.20	9.98%	-	-
	广州市讯锋通信科技有限公司	-	-	456.86	3.34%	-	-
	中国电信股份有限公司深圳分公司	37.23	0.48%	-	-	-	-
	多彩贵州印象网络传媒股份有限公司	-	-	1.58	0.01%	-	-
	小计	**221.33**	**2.87%**	**1,822.64**	**13.34%**	-	-
中国移动&蜂助手&芒果 TV	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	128.92	1.67%	1,510.27	11.05%	1,057.08	27.49%
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	841.13	10.90%	1,725.70	12.63%	-	-
	小计	970.05	12.57%	**3,235.97**	**23.68%**	**1,057.08**	**27.49%**
融合运营服务收入合计		**7,716.50**	**100.00%**	**13,667.98**	**100.00%**	**3,845.11**	**100.00%**

3）分发运营服务

分发运营服务主要为将应用开发者开发的 APP 应用推广至各应用下载平台

（如华为手机应用市场、OPPO 手机应用市场等）供用户下载使用，公司从应用开发者或者上游渠道取得分发运营服务收入。报告期内，公司分发运营服务收入结构情况如下：

单位：万元

计费模式	释义	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		收入金额	比例	收入金额	比例	收入金额	比例	收入金额	比例
CPA	Cost Per Action，即按有效激活作为计费指标的模式	3,924.81	95.38%	6,214.78	82.18%	6,111.58	82.57%	7,730.56	83.95%
CPS	Cost Per Sale，即按用户实际付费情况作为计费指标的模式	21.92	0.53%	1,253.23	16.57%	769.30	10.39%	1,337.22	14.52%
其他	除 CPA/CPS 之外的其他计费模式	168.15	4.09%	93.97	1.24%	521.18	7.04%	140.61	1.53%
合计		**4,114.88**	**100.00%**	**7,561.99**	**100.00%**	**7,402.06**	**100.00%**	**9,208.40**	**100.00%**

报告期内，公司分发运营业务收入分别为 9,208.40 万元、7,402.06 万元、7,561.99 万元和 4,114.88 万元。CPA 计费模式为公司进行分发运营业务最主要的推广方式，报告期内使用 CPA 模式的分发运营收入占分发运营总收入的比例分别为 83.95%、82.57%、82.18%和 95.38%。CPS 模式由于依靠用户后续使用产生的费用，该模式主要用于游戏类 APP 的推广。2018 年采用其他模式分发运营收入占比较高，主要系该年为上海云豆信息科技有限公司和上海移云信息科技有限公司推广“一淘 APP”采用“按照投放成本加 2%收取推广费”方式，该推广项目 2018 年确认的收入金额为 514.15 万元。

①分发运营服务收入波动分析

总体来说，分发运营服务收入与分发的应用的数量、应用开发者的资金实力、推广力度及 APP 受欢迎的程度有关，若公司参与的分发项目越多、开发者的资金实力越强、推广力度越大、APP 受欢迎程度高，则公司的应用分发收入越高。

结算方式	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
CPA	有效激活数量（万个）	1,199.67	2,293.84	2,732.46	4,261.08
	平均单价（不含税/元）	3.27	2.71	2.24	1.81
	涉及APP种类（个）	34	69	127	116
CPS	涉及APP种类（个）	2	10	9	21
	APP平均收入（万元）	10.96	125.32	85.48	63.68
其他	涉及APP种类（个）	3	5	6	5

备注：根据客户结算情况，公司推广同一种APP时与客户之间会存在CPA、CPS、CPD、CPM等推广方式一种或多种结算方式。

由上表可知，公司分发运营业务2018年收入较2017年减少19.62%,主要系2018年CPA模式下最终有效激活的APP数量较2017年减少，和采用CPS模式的APP分发数量减少所致。2020年1-6月，公司分发运营服务收入较2019年同期增长57.17%,主要系2020年1-6月推广的APP有效激活数量及单价较2019年同期增长所致。

②主要APP分发运营情况

报告期内蜂助手分发运营的主要APP情况如下：

单位：万元

年度	APP名称	收入金额	占分发运营收入比	主要推广方式
2020年度	广东移动手机营业厅	1,675.71	40.72%	CPA
	语音遥控器	668.75	16.25%	CPA
	个性彩铃	312.37	7.59%	CPA
	微信读书	242.53	5.89%	CPA
	建行钱包	156.71	3.81%	按活跃用户
	智能外呼	99.64	2.42%	CPA
	QQ阅读	93.50	2.27%	CPA
	起点读书	83.45	2.03%	CPA
	抖音	81.91	1.99%	CPA
	趣头条	78.11	1.90%	CPA
	前十大APP合计	**3,492.67**	**84.88%**	-
2019年度	广东移动手机营业厅	1,923.58	25.44%	CPA
	微信读书	920.07	12.17%	CPA
	魔剑侠缘	604.81	8.00%	CPS

年度	APP 名称	收入金额	占分发运营收入比	主要推广方式
	抖音	354.44	4.69%	CPA
	个性彩铃	332.08	4.39%	CPA
	语音遥控器	245.31	3.24%	CPA
	咪咕游戏	243.46	3.22%	CPA/CPS
	腾讯新闻	232.06	3.07%	CPA
	全民枪战	199.46	2.64%	CPS
	手机预装	187.55	2.48%	CPA
	前十大 APP 合计	**5,242.81**	**69.33%**	-
2018 年度	10086APP	989.40	13.37%	CPA
	一淘 app	514.15	6.95%	按照投放成本加 2%收费
	支付宝	471.88	6.38%	CPA
	白金岛跑得快	397.70	5.37%	CPA
	咪咕游戏	385.32	5.21%	CPA/CPS
	微信读书	375.92	5.08%	CPA
	腾讯新闻	373.49	5.05%	CPA
	白金岛长沙麻将	261.68	3.54%	CPA
	白金岛跑胡子	244.05	3.30%	CPA
	沃音乐	190.29	2.57%	CPA
	前十大 APP 合计	**4,203.88**	**56.79%**	-
2017 年度	手机预装	1,397.95	15.18%	CPA
	10086APP	1,303.53	14.16%	CPA
	MM 商场	675.46	7.34%	CPA/CPS
	广东移动手机营业厅	519.72	5.64%	CPA
	咪咕阅读	462.75	5.03%	CPA
	忍者酷跑	305.30	3.32%	CPA
	QQ 阅读	275.18	2.99%	CPA
	白金岛跑得快	231.66	2.52%	CPA
	爱阅读	222.57	2.42%	CPA
	甜心消消乐	215.41	2.34%	CPA
	前十大 APP 合计	**5,609.53**	**60.92%**	-

备注：手机预装指在手机交付给用户前预装 APP 组合。

报告期内，公司分发运营的前十大 APP 的收入分别为 5,609.53 万元、4,203.88

万元、5,242.81 万元和 3,411.72 万元，占公司各期分发运营服务收入的比例分别为 60.92%、56.79%、69.33%和 84.88%，分发运营收入相对集中。各报告期公司分发运营的 APP 构成不同，导致分发运营收入存在较大差异。公司 2018 主要 APP 分发运营收入较小，导致当年分发运营收入下滑。2019 年由于“广东移动手机营业厅”分发运营收入较高，导致公司 2019 年整体分发运营收入较 2018 年有所提升。2020 年 1-6 月，由于“广东移动手机营业厅”推广收入较高，导致该期收入较 2019 年同期大幅增长。

目前应用分发市场整体稳定，且形成了第三方应用商店和手机厂商应用商店两大阵营鼎立的局面，蜂助手等中小企业市场份额较小，会因为推广资源不同导致收入出现波动，报告期内公司分发运营服务收入波动符合行业特征。

（2）物联网应用解决方案

公司物联网应用解决方案收入包括流量解决方案收入、硬件解决方案收入、场景解决方案收入。物联网流量解决方案收入为向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理系统解决方案，按照用户使用的套餐进行计费，并收取服务收入。物联网硬件解决方案收入主要为销售物联网模组、CPE 机顶盒等物联网硬件设备产生的收入。物联网场景解决方案主要为公司向客户提供物联网应用场景软硬件综合解决方案，包括外购配套硬件产品和公司软件系统产品的销售及安装所产生的收入，报告期内物联网应用解决方案收入情况如下：

单位：万元

项目	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
流量解决方案	301.56	65.79%	513.35	34.43%	344.35	40.82%	157.25	69.15%
硬件解决方案	71.03	15.50%	158.27	10.62%	69.28	8.21%	-	-
场景解决方案	85.77	18.71%	819.32	54.95%	429.99	50.97%	70.15	30.85%
合计	**458.36**	**100.00%**	**1,490.95**	**100.00%**	**843.63**	**100.00%**	**227.39**	**100.00%**

报告期内，公司物联网应用解决方案收入分别为 227.39 万元、843.63 万元、1,490.95 万元和 458.36 万元，报告期内呈现高速增长趋势，2017 年至 2019 年复合增长率为 156.06%。报告期内，公司物联网应用解决方案收入占公司营业收入的比例分别为 0.62%、2.90%、3.52%和 2.17%，占公司总体收入比例较小。

受益于物联网整体行业的高速发展，公司服务的物联网设备、消耗的物联网流量不断增长，从而导致报告期内公司物联网流量解决方案收入和硬件解决方案收入不断增长。

物联网场景解决方案方面，目前公司主要应用于聚合支付和智慧停车场两个方面。聚合支付主要通过向连锁商户提供聚合多种收银方式的支付收银台解决方案及技术支撑服务，消费者使用银联卡、微信和支付宝等方式消费后，蜂助手可以取得银行、财付通和支付宝等收单机构按照一定比例向公司支付佣金，2018 年公司场景解决方案收入主要为聚合支付业务产生收入。2019 年，由于实施完成 3 个智慧停车场项目，公司智慧停车场收入快速增长，其中广佛商圈智能停车场项目当年确认收入 533.02 万元。2020 年 1-6 月，受“新冠疫情”的影响，公司实施的智慧停车场项目较少，因此收入较低。

（3）技术服务

公司的技术服务主要根据客户的需求向客户提供特定功能的软件、功能模块及后续维护等。报告期内，公司的技术服务收入分别为 1,108.78 万元、3,763.94 万元、2,315.26 万元和 568.09 万元，公司报告期内主要技术服务项目情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	项目名称	收入金额	占技术服务总收入比	服务内容	项目金额（含税）	服务期限	项目进度	收入确认原则
2020 年 1-6 月	华为软件技术有限公司	互联网基地客户端框架产品采购项目	186.40	32.81%	定制应用软件开发（框架合同+订单模式）	197.58	2018 年 4 月开始，合同被终止前始终有效	订单 100%完成	按确认收货通知单、终验证书确认收入
	北京微智信业科技有限公司	广东省佛山智能学堂服务 ICT 项目	157.16	27.67%	广东佛山智慧校园（课堂教学里水片区）综合通信服务的需求采购技术服务，包括校园网络集成、数据中心集成服务、智慧课堂业务功能支撑、网络安全、云平台服务、校园课室无线网络集成建设	444.61	合同签署之日期 60 天，并通过验收	100%	按最终验收合格单确认收入
	广州极有汇科技有限公司	支付 POS 软件系统技术服务项目	112.45	19.80%	在原聚合支付系统增加开发惠多多金融服务平台并在合同期限内根据甲方推广需求提供技术维护升级服务；维护升级原聚合支付 POS 系统软件（安卓版），并更新“微信、支付宝、储蓄卡、信用卡、和包、花呗分期、财付通、人脸识别”等多种支付方式	298.00	2019 年 8 月至 2020 年 6 月（本期完成服务期限）	100%	开发部分按项目验收单确认收入，服务部分按服务期确认收入
	广州力博企业管理顾问有限公司	微信公众号以及小程序运营技术服务	112.08	19.73%	承担“粤移先锋”、“明察”等微信公众号代运营，负责相关微信公众号以及小程序的内容制作、功能调整、技术开发、信息发布，以及突发专题策划与设计制作等技术服务。	118.80	2020 年 1 月至 2020 年 4 月	100%	按项目验收单确认收入
	2020 年 1-6 月前五大技术服务项目合计		**568.09**	**100.00%**					
2019 年度	联通系统集成有限公司广东省分公司	云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备	749.09	32.35%	特色创新基地平台软件模块采购包括源中心、备授课系统、互联课堂、教育播控系统、在线考试、网上阅卷（大型考）、二次开发（知识点评测）、移动办公及学校门户、公共支撑平台、人人通空间、	794.03	2017 年 11 月至最终验收	100%	按最终验收合格单确认收入

年度	客户名称	项目名称	收入金额	占技术服务总收入比	服务内容	项目金额（含税）	服务期限	项目进度	收入确认原则
		及配套系统集成项目			硬件安装以及培训				
	华为软件技术有限公司	互联网基地客户端框架产品采购项目	689.81	29.79%	定制应用软件开发（框架合同+订单模式）	731.20	2018年4月开始，合同被终止前始终有效	订单100%完成	按确认收货通知单、终验证书确认收入
	北京微智信业科技有限公司	广东省佛山智能学堂服务ICT项目	262.28	11.33%	广东佛山智慧校园（课堂教学里水片区）综合通信服务的需求采购技术服务，包括校园网络集成、数据中心集成服务、智慧课堂业务功能支撑、网络安全、云平台服务、校园课室无线网络集成建设	444.61	合同签署之日期60天，并通过验收	100%	按验收合格证书确认收入
	广州极有汇科技有限公司	支付POS软件系统技术服务项目	168.68	7.29%	在原聚合支付系统增加开发惠多多金融服务平台并在合同期限内根据甲方推广需求提供技术维护升级服务；维护升级原聚合支付POS系统软件（安卓版），并更新“微信、支付宝、储蓄卡、信用卡、和包、花呗分期、财付通、人脸识别”等多种支付方式	298.00	2019年8月至2020年6月（本期完成开发阶段）	100%	开发部分按项目验收单确认收入，服务部分按服务期确认收入
	广州硅米科技有限公司	互动娱乐机系统项目	141.51	6.11%	在4G机顶盒软硬件系统平台架构的基础上，定制研究开发以互动娱乐为核心需求的高性能互动娱乐机系统，提供包括：4G的互动娱乐机硬件方案、系统软件平台、4G流量管理平台（支持中国移动、中国联通、中国电信三级运营商网络远程切换）软硬件一体化的服务产品，并支撑广州硅米在该产品平台的基础上进行二次应用开发，持续稳定支撑硅米应用的维护和升级	750.00	2018年3月至2019年6月（本期完成服务期限）	100%	开发部分按项目验收单确认收入，服务部分按服务期确认收入

年度	客户名称	项目名称	收入金额	占技术服务总收入比	服务内容	项目金额（含税）	服务期限	项目进度	收入确认原则
	2019 年度前五大技术服务项目合计		**2,011.37**	**86.87%**					
2018 年度	华为软件技术有限公司	互联网基地客户端框架产品采购项目	2,258.59	60.01%	定制应用软件开发（框架合同+订单模式）	2,394.11	2018 年 4 月开始，合同被终止前始终有效	订单 100%完成	按确认收货通知单、终验证书确认收入
	广州硅米科技有限公司	互动娱乐机系统项目	566.04	15.04%	在 4G 机顶盒软硬件系统平台架构的基础上，定制研究开发以互动娱乐为核心需求的高性能互动娱乐机系统，提供包括：4G 的互动娱乐机硬件方案、系统软件平台、4G 流量管理平台（支持中国移动、中国联通、中国电信三级运营商网络远程切换）软硬件一体化的服务产品，并支撑广州硅米在该产品平台的基础上进行二次应用开发，持续稳定支撑硅米应用的维护和升级	750.00	2018 年 3 月至 2019 年 6 月（本期完成开发阶段）	100%	开发部分按项目验收单确认收入，服务部分按服务期确认收入
	广州极有汇科技有限公司	支付 POS 软件系统技术服务项目	301.89	8.02%	开发、维护升级聚合支付 POS 系统软件（安卓版），支持|“微信、支付宝、储蓄卡、信用卡、和包、花呗分期”多种支付方式，包括多种支付方式的支付流程及优化、支付业务系统分析系统的开发等，提供融合多种支付方式的收银台系统化解决方案，并在合同期内根据甲方推广需求提供技术维护升级服务	320.00	2018 年 5 月至 2018 年 12 月	100%	按项目验收单确认收入
	广东欢太科技有限公司	流量、话费系统项目	299.29	7.95%	提供流量&话费系统开发，包括整套后台 UE 交互设计图、核心功能交互逻辑图、关键代码、接口开发文档规范及测试结果文档、前端 H5 交互设计及源代码提供等；提供号段库，包括号段库接口开放	317.24	2018 年 1 月至 2018 年 12 月	100%	按项目验收单确认收入

年度	客户名称	项目名称	收入金额	占技术服务总收入比	服务内容	项目金额（含税）	服务期限	项目进度	收入确认原则
					和自动更新获取能力；提供用户余额查询接口、微信支付能力、运营商资源和 OPPO 手机卡				
	深圳易普森科技股份有限公司	物联网流量平台开发项目	198.11	5.26%	软件产品技术开发：根据客户要求提供物联网业务平台上下游接口配置、交易接收并记录、并提供完善的后台管理系统和统计报表等；后台技术支持服务：后续服务包括但不限于上下游接口接入，联调等；技术培训服务，给渠道拓展及商务人员讲解具体软件的操作流程和使用注意事项；提供远程技术服务。	210.00	2017 年 10 月至 2018 年 6 月	100%	按项目验收单确认收入
	2018 年度前五大技术服务项目合计		**3,623.92**	**96.28%**					
2017 年度	广州极有汇科技有限公司	支付 POS 软件系统技术服务项目	301.89	27.23%	开发融合支付 POS 系统软件（安卓版），支持“微信、支付宝、储蓄卡、信用卡、和包”五种支付方式，包括 5 中支付方式的支付流程、支付明细记录、支付汇总、支付对账系统、支付报表等，提供融合多种支付方式的收银台系统化解决方案。	320.00	2017 年 2 月至 2017 年 12 月	100%	按项目验收单确认收入
	深圳市择众传媒股份有限公司	自媒体智能营销平台项目	281.13	25.36%	提供广告主管理系统、媒体主管理系统、商城系统、数据分析系统、管理后台系统等技术服务工作	298.00	2017 年 1 月至 2017 年 6 月	100%	按项目验收报告确认收入
	中国移动通信集团贵州有限公司	2016-2017 终端应用及技术支撑服务项目	197.76	17.84%	改善和提高终端运营支撑能力，全面支撑终端深度运营工作，提供支撑要求的设备，终端运用安全监测、监测工作，终端套标、窜货监测工作、终端流量分析工作，10086 手机营业厅客户端运营支撑工作，终端 APP 应用监测记监测工	215.00	2016 年 11 月至 2017 年 10 月	100%	按考核表、结算表确认收入

年度	客户名称	项目名称	收入金额	占技术服务总收入比	服务内容	项目金额（含税）	服务期限	项目进度	收入确认原则
					作，服务系统数据支撑工作等				
	广州极有汇科技有限公司	流量营销系统开发项目	194.43	17.54%	开发流量营销系统软件，实现用户在平台购买、支付的标准流程、为服务接入商、管理者提供平台化解决方案。	206.10	2016 年 7 月至 2017 年 1 月	100%	按项目验收报告确认收入
	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	广东联通多媒体云展厅新建工程项目	90.85	8.19%	提供云展厅的软件开发和云展示的内容建设，软件开发包括资源平台管理（主要功能为在云端管理多媒体资料存储，设备信息和用户信息管理），展厅控制平台（主要功能为在各个实体展厅管理终端设备以及内容），移动端展示（主要提供在移动端的内容展示）；内容建设包括视频制作、HTML5 互动展示、基于现有展示资料的编辑设计和界面的美化提升	96.30	2016 年 12 月至验收合格	100%	按项目终验合格证明确认收入
	2017 年度前五大技术服务项目合计		**1,066.06**	**96.15%**					

报告期内，公司技术服务业务前五大项目收入占当期技术服务总收入的比例分别为 96.15%、96.28%、86.87%和 100.00%，技术服务收入相对集中。蜂助手从设立起开始从事数字化虚拟商品综合运营服务，自主研发的云平台由“IT 基础设施+研发平台+运维系统”三大部分组成，相关技术可以广泛适用于不同的场景，公司对外提供的技术服务主要与公司自有业务技术储备相关。

报告期内，2018 年公司技术服务收入较高,主要系为华为软件技术有限公司服务的“互联网基地客户端框架产品采购项目”当年确认收入 2,258.59 万元所致。

3、公司主要服务的价格及数量的变化情况

报告期内，公司数字化虚拟商品运营服务中，聚合运营服务中的通用流量运营服务、融合运营服务、分发运营服务为数字化虚拟商品运营服务的主要类别，三项服务占各期数字化虚拟商品综合运营服务收入的比例分别为 97.86%、95.45%、95.82%和 89.67%，三项主要服务的价格及数量的分析情况如下：

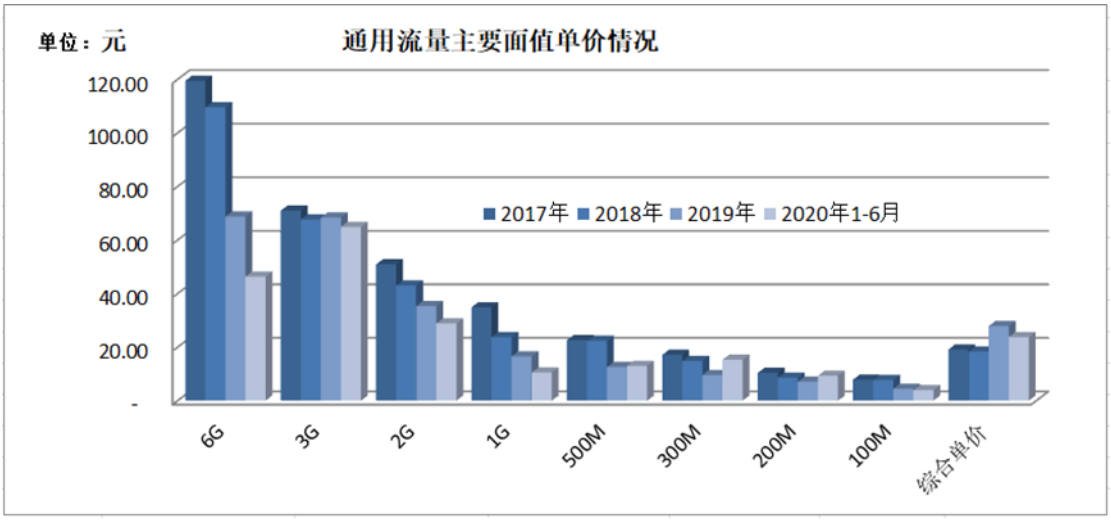
（1）通用流量运营服务销售数量及价格情况

1）通用流量包销售数量

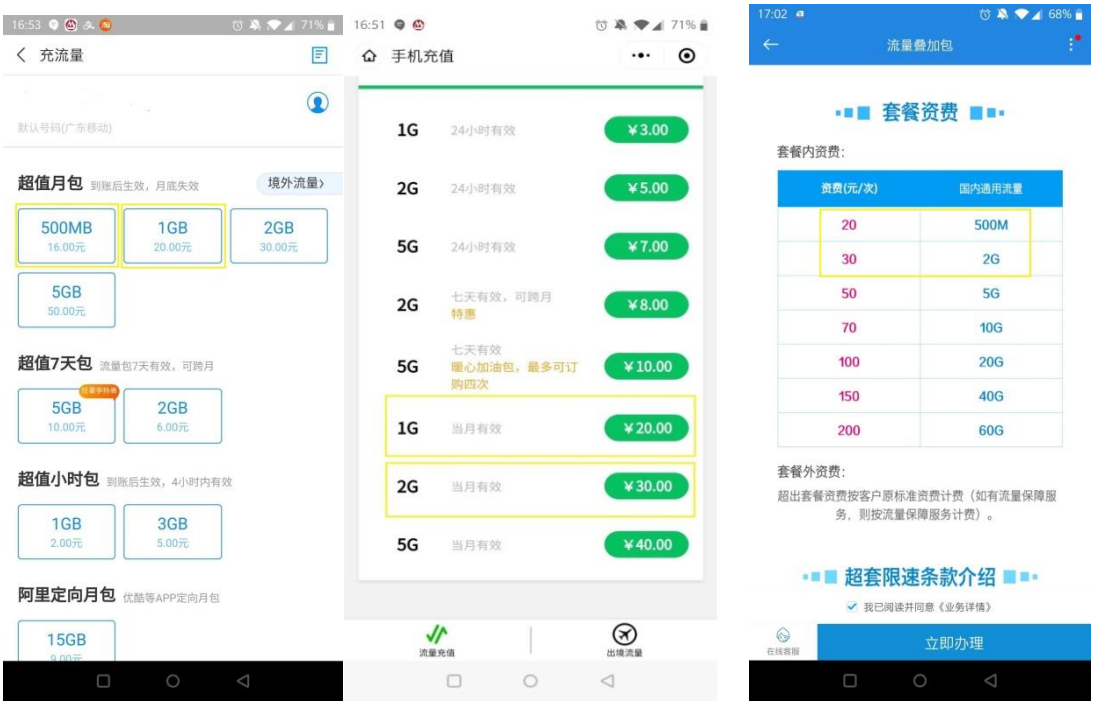
报告期内，公司通用流量包的销售数量情况如下：

单位：万个

面值	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	销售数量	较上年同期增长	销售数量	较上年增长	销售数量	较上年增长	销售数量
6G	3.35	126.52%	14.14	1525.29%	0.87	-67.40%	2.66
3G	18.91	50.91%	59.78	130.01%	25.99	118.04%	11.92
2G	74.87	126.99%	144.92	284.91%	37.65	-56.17%	85.91
1G	129.92	33.80%	234.86	67.42%	140.28	-37.53%	224.56
500M	7.82	14.27%	12.42	-82.47%	70.85	-73.12%	263.59
300M	4.50	-26.03%	12.71	-88.32%	108.82	-3.21%	112.43
200M	3.04	-54.63%	13.75	-71.87%	48.88	-56.84%	113.23
100M	8.62	-50.25%	34.82	-78.09%	158.90	-40.96%	269.12
其他面值	12.10	29.15%	29.87	-56.20%	68.20	-76.85%	294.56
合计	**263.14**	**38.18%**	**557.26**	**-15.62%**	**660.44**	**-52.07%**	**1,377.98**



总体来看，公司 1G 以上流量包（含 1G）的销售数量呈增长趋势。1G 以下的流量包呈下降趋势，一方面系因为流量的使用场景不断增加，小面值的流量包难以满足大流量消耗场景（如高清网络视频）的需求。另一方面，大流量包的单价较小流量包优惠力度更高，以消费者常用的支付宝 APP 官方流量充值为例，2020 年 8 月广东移动 500M 流量月包的单价为 16 元（平均 1 元购买 31.25M 流量），1G 流量包单价为 20 元（平均 1 元购买 51.2M 流量），大流量包换算成 M 为单位时，单价更低。与此同时，2019 年后各大流量充值入口将大流量包作为上架的主要商品，银行、保险等终端行业亦倾向于使用大流量包作为营销方式，对消费者具有较强的引导作用，因此大流量包的销售占比逐渐提升。2020 年 8 月支付宝 APP、微信钱包、广东移动手机营业厅的流量充值界面展示如下：



支付宝 APP(官方) **微信 APP 钱包(官方)** **广东移动手机营业厅（官方）**

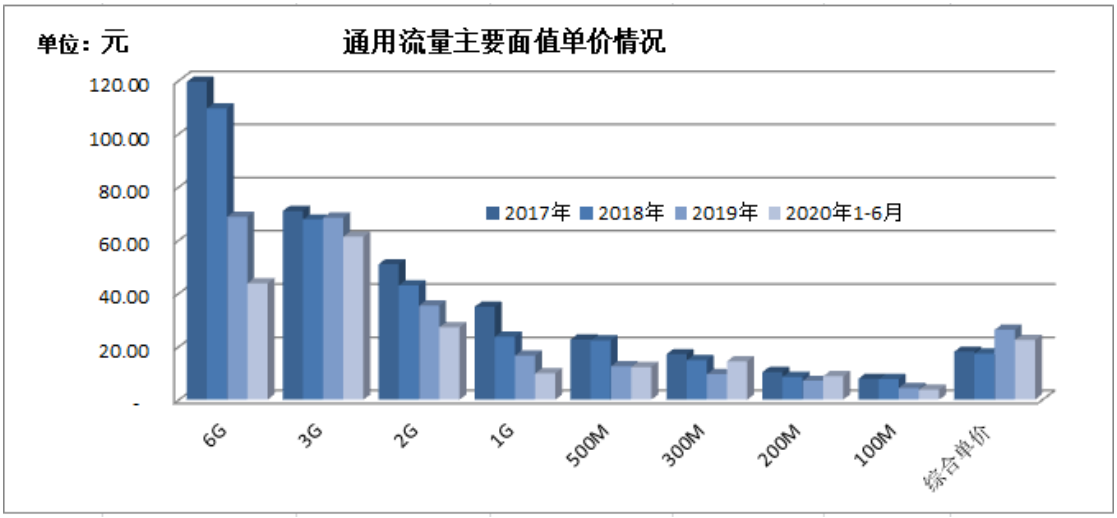
2）通用流量包销售单价

报告期内，公司通用流量包销售单价情况如下：

单位：元，**含税**

主要产品面值	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	单价	较上年增长	单价	较上年增长	单价	较上年增长	单价
6G	**46.33**	**-32.60%**	68.74	-37.23%	109.50	-8.33%	119.45
3G	**64.88**	**-5.13%**	68.39	1.03%	67.70	-4.55%	70.92
2G	**28.79**	**-18.53%**	35.34	-17.74%	42.96	-15.55%	50.86
1G	**10.47**	**-36.58%**	16.50	-30.20%	23.64	-32.16%	34.85
500M	**12.99**	**3.74%**	12.52	-43.85%	22.31	-1.02%	22.54
300M	**15.29**	**59.93%**	9.56	-35.35%	14.79	-13.36%	17.07
200M	**9.30**	**31.78%**	7.05	-17.63%	8.57	-17.15%	10.34
100M	**3.93**	**-10.85%**	4.41	-42.72%	7.69	-1.86%	7.84
综合平均单价	**23.75**	**-14.63%**	**27.82**	**51.87%**	**18.29**	**-4.12%**	**19.10**

备注：三大运营商相同面值流量包合并计算（含日包、7 天包、月包等不同有效期）。



一般来说，通用流量包面值越大，用户可以使用的流量总额越多，则单价越高，因此，公司销售的主要流量包中，100M 至 6G 品类单价随面值增大逐渐上升。报告期内，公司主要面值流量产品售价总体呈下降趋势，主要系运营商“提速降费”所致。

部分流量包综合单价重叠及价格波动主要有三个原因，一是各运营商同面值流量包单价存在差异；二是相同运营商在不同省份、地市的单价存在差异；三是流量包有效期（日包、周包、月包）不同的情况下，单价也会存在差异。由于不同运营商、省份、地市、有效期的流量包权重不同导致报告期内部分面值产品单价重叠及波动。其中 2020 年 1-6 月 6G 平均单价低于 3G 平均单价，主要系本期 6G 流量包中 99.99%为中国电信产品，3G 流量包中 99.98%为中国移动产品，公司销售中国电信 6G 流量包的单价低于中国移动 3G 流量包单价所致。

2019 年公司通用流量运营服务综合平均单价较高主要系 2019 年通用流量运营服务 1G 以上的大流量包销售占比较高所致。

（2）融合运营服务数量及价格情况

1）融合运营服务销售数量情况

视频权益融合运营服务中，公司参与融合的视频会员类型包括爱奇艺、优酷和芒果 TV，蜂助手主要依据融合产品中视频权益价值与运营商结算或者取得视频商权益的分成，其中爱奇艺及优酷融合产品蜂助手主要与运营商结算，芒果 TV 融合产品采取与网络视频商分成的方式。

A．报告期内公司直接与运营商结算的融合运营服务按照视频会员有效期分类的服务次数情况如下：

单位：万次

融合视频会员类型（爱奇艺+优酷）		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
		融合数量	比例	融合数量	比例	融合数量	比例
非学生卡	日卡	37.38	5.16%	88.46	7.68%	17.20	5.24%
	周卡	82.52	11.39%	281.32	24.44%	83.45	25.44%
	月卡	566.36	78.20%	327.65	28.46%	52.16	15.90%
	季卡	0.38	0.05%	1.66	0.14%	6.02	1.83%
	半年卡	0.06	0.01%	6.38	0.55%	1.06	0.32%
	年卡	0.19	0.03%	11.78	1.02%	0.02	0.01%
学生卡	日卡	-	-	-	-	0.00	0.00%
	月卡	37.37	5.16%	434.06	37.70%	164.53	50.16%
	季卡	-	-	-	-	0.12	0.04%
	半年卡	-	-	-	-	3.43	1.05%
合计		**724.26**	**100.00%**	**1,151.31**	**100.00%**	**327.98**	**100.00%**

备注：对适用于不同场景的视频会员，视频商设定了不同的种类，如学生卡、VIP 卡、超级 VIP、黄金 VIP、钻石 VIP 等。由于爱奇艺和优酷融合产品中，学生卡融合产品占比较高，其服务数量单独列示，其他相同有效期视频会员卡服务数量合并计算。

爱奇艺和优酷融合产品中，日卡、周卡、非学生月卡和学生月卡权益融合产品为主要销售品种，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，四类融合产品服务数量占爱奇艺和优酷融合产品服务数量的比例分别为 96.75%、98.28%和 99.91%。

B、采用分成模式的融合运营服务按照会员有效期分类的服务次数情况如下：

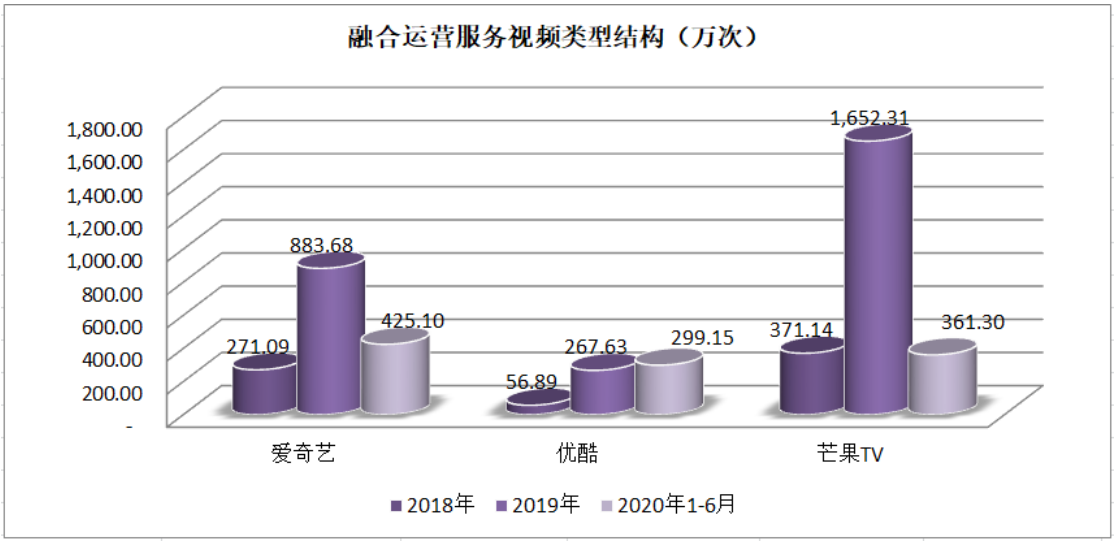
单位：万次

融合视频会员类型（芒果 TV）	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
	融合数量	比例	融合数量	比例	融合数量	比例
日卡	94.79	26.23%	399.33	24.17%	11.80	3.18%
周卡	98.89	27.37%	611.91	37.03%	89.46	24.10%
月卡	119.83	33.17%	510.62	30.90%	264.27	71.20%
60 天卡	-	-	-	-	0.02	0.01%
季卡	27.47	7.60%	82.32	4.98%	5.56	1.50%
半年卡	12.85	3.56%	39.96	2.42%	0.04	0.01%
年卡	7.48	2.07%	8.17	0.49%	0.00	0.00%

融合视频会员类型（芒果 TV）	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
	融合数量	比例	融合数量	比例	融合数量	比例
合计	361.30	100.00%	1,652.31	100.00%	371.14	100.00%

备注：1、芒果 TV 融合产品中，学生卡的占比较少，未单独列示；2、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司与蜂助手签订的《芒果 TV 蜂助手“任我看”推广支撑框架合作协议》约定，双方每月依照湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司从合作运营商处收到的实际到账金额进行分成，其中 2019 年部分芒果 TV 权益分成收入由蜂助手与长沙瑞联互动数码科技有限公司进行结算；3、2020 年 1-6 月，优酷对在四川移动、福建移动、湖北移动、重庆移动产生的优酷视频权益融合收益，向蜂助手合计确认 24.4 万元分成收益，该部分收入较少，融合次数未纳入统计。

芒果 TV 融合产品中，日卡、周卡和月卡融合产品为主要品种，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月三类融合产品服务数量占芒果 TV 融合产品服务数量的比例为 98.49%、92.10%和 86.77%。



2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司融合运营合计服务次数分别为 699.12 万次、2,803.63 万次和 1,085.56 万次，2019 年融合运营服务次数较 2018 年增长 301.02%。公司于 2018 年开展融合运营服务业务后，该产品迅速得到了消费者的认同，各类型融合产品销售整体快速增长。

2）融合运营服务价格情况

公司为运营商提供融合运营服务时，会根据影视会员的市场售价情况结合公司的成本支出，确认与运营商融合产品中权益部分结算价格。一般情况下，公司每个合同周期与运营商各省公司确定结算价格后，主体结算价格不会频繁调整。与此同时，出于营销推广需要，公司与运营商之间会存在部分免结算融合产品。报告期内，融合运营服务与运营商平均结算单价情况如下：

单位：元

融合视频会员类型（爱奇艺+优酷）		2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年	
		收入比例	单价	单价较上年增长	收入比例	单价	单价较上年增长	收入比例	单价
非学生卡	周卡	4.30%	3.51	-27.15%	13.00%	4.82	44.00%	10.02%	3.35
	月卡	87.06%	10.37	2.04%	31.92%	10.16	-4.48%	19.91%	10.64
	年卡	0.29%	104.43	-14.23%	13.75%	121.76	21.00%	0.07%	100.63
	其他非学生卡	3.18%	5.67	115.46%	2.43%	2.63	-59.63%	5.68%	6.52
学生卡	月卡	5.17%	9.34	-0.08%	38.89%	9.35	0.05%	55.13%	9.34
	半年卡	-	-	-	-	-	-	9.10%	73.96
	其他学生卡	-	-	-	-	-	-	0.16%	36.95
合计		**100.00%**	**9.31**	**2.80%**	**100.00%**	**9.06**	**6.59%**	**100.00%**	**8.50**

备注：芒果 TV 由于采用分成模式，本表数据未包括芒果 TV 结算价格情况。

公司 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月融合运营服务直接与运营商结算的综合结算单价分别为 8.5 元、9.06 元和 9.31 元，综合结算单价报告期内呈上升趋势。不同有效期的视频会员融合产品单价存在较大差异，总体来说，有效期较长的融合产品结算单价较高。公司 2019 年、2020 年 1-6 月由于月卡等长有效期视频会员融合产品收入占提高，导致综合结算单价有所上升。

一般情况下，公司每个合同周期与运营商各省公司、视频商确定结算价格后，主体结算价格不会频繁调整。报告期内爱奇艺和优酷融合产品主要细分产品中周卡及年卡平均单价 2019 年较 2018 年增加、2020 年 1-6 月较 2019 年降低，其变动主要与营销活动相关，具体情况如下：

单位：万次

融合视频会员类型（爱奇艺+优酷）		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
		融合产品数量	免结算比例	融合产品数量	免结算比例	融合产品数量	免结算比例
非学生卡	周卡	82.52	25.29%	281.32	0.01%	83.45	24.00%
	年卡	0.19	0.43%	11.78	0.08%	0.02	27.03%

2018 年公司开展融合运营服务之后，为扩大用户人群，蜂助手提供部分免费视频权益与运营商流量组合成优惠的产品吸引用户， 2019 年周卡和年卡的平均单价较 2018 年增加主要系 2019 年使用周卡和年卡作为促销的比例较 2018 年降低所致。2020 年 1-6 月周卡和年卡的平均单价较 2019 年降低主要系使用周卡

和年卡作为促销的比例较 2019 年提升所致。

除上述营销活动对公司融合运营服务单价产生影响外，公司与电信运营商各省/子公司之间的融合服务结算价格会存在差异，优酷和爱奇艺融合产品之间的结算价格也存在差异，因此，当与电信运营商各省/子公司之间融合业务权重发生变化以及优酷和爱奇艺融合产品权重发生变化时，公司融合运营服务平均结算单价也会发生变化。

（3）分发运营服务数量及单价情况

公司开展分发运营业务时，受不同 APP 应用开发者的资金实力、推广力度及 APP 受欢迎程度等因素影响，报告期内公司应用分发的数量及单价存在较大差异。公司分发运营服务数量及单价情况参见本节“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按业务种类结构分析”之“3）分发运营服务”。

4、营业收入的季节性分析

公司报告期内各季度营业收入情况如下：

单位：万元

季度	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
第一季度	11,360.50	53.80%	7,285.34	17.21%	7,439.27	25.55%	8,181.62	22.37%
第二季度	9,753.79	46.20%	8,610.92	20.34%	6,030.23	20.71%	10,005.27	27.35%
第三季度	-	-	11,307.14	26.70%	4,955.21	17.02%	10,403.46	28.44%
第四季度	-	-	15,140.64	35.76%	10,688.47	36.71%	7,985.37	21.83%
合计	**21,114.29**	**100.00%**	**42,344.04**	**100.00%**	**29,113.18**	**100.00%**	**36,575.72**	**100.00%**

公司营业收入并无明显季节性特征，报告期各季度收入呈现变化主要与公司业务的具体开展情况有关。2017 年，公司第四季度收入出现下滑，主要系“提速降费”背景下，第四季度公司部分流量分发商减少了订单所致。2018 年，公司第四季度收入上升，主要有三个原因：一是湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司等客户第四季度流量需求增长；二是公司融合运营业务在第四季度订阅用户快速增长；三是当年为华为软件技术服务有限公司提供的技术服务在第四季度集中

验收的比例较高。2019 年，营业收入在各季度收入呈连续上升趋势，主要有二个方面的原因，一是公司融合业务开展后，用户订阅数量规模逐渐扩大，导致各季度收入逐渐上升；二是各终端行业在下半年的营销活动相对较为集中，因此下半年采购通用流量用于营销活动的客户订单有所增加。

5、关于发行人不存在“刷单”和“自充值”情形的核查意见

公司聚合运营服务、融合运营服务因其最终用户为个人，且流量、话费、影视会员等商品为消费者日常消耗品，因此会存在员工通过蜂助手 APP、蜂助手公众号及涉及向蜂助手采购的其他渠道充值的情形。除此之外，公司自行研发的腾讯极光 CPE 机顶盒产品，集合了视频会员和物联网无线 Wi-Fi 等多重功能，员工也存在自行购买体验的情形。报告期内，公司员工自充值的具体情况如下：

单位:万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
员工充值金额	2.67	1.66	10.04	1.88
扣除分发运营后，数字化虚拟商品综合运营服务收入	15,655.75	29,859.83	16,313.02	25,576.42
比例	**0.02%**	**0.01%**	**0.06%**	**0.01%**

公司自充值的金额较少，公司除上述自充值的情形外，不存在其他“刷单”和“自充值”的情形。

（二）营业成本分析

1、营业成本的构成及变化分析

公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	13,449.86	98.07%	27,590.18	97.57%	17,636.30	97.30%	27,495.87	99.17%
其他业务成本	265.06	1.93%	687.40	2.43%	488.78	2.70%	230.17	0.83%
合计	**13,714.92**	**100.00%**	**28,277.57**	**100.00%**	**18,125.08**	**100.00%**	**27,726.04**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 27,726.04 万元、18,125.08 万元、28,277.57 万元和 13,714.92 万元。营业成本 2018 年较 2017 年降低 34.63%，2019 年较 2018

年增加 56.01%，营业成本结构及变动趋势与公司营业收入一致。

2、主营业务成本构成分析

（1）报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

成本类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外购虚拟商品	11,966.10	88.97%	22,678.38	82.20%	11,813.81	66.99%	22,685.65	82.51%
渠道佣金	916.88	6.82%	2,803.29	10.16%	4,377.91	24.82%	4,291.07	15.60%
外购项目服务	192.59	1.43%	1,346.56	4.88%	918.94	5.21%	117.30	0.43%
运营活动费	83.68	0.62%	313.61	1.14%	124.65	0.71%	37.70	0.14%
智能硬件	94.61	0.70%	172.51	0.63%	66.13	0.37%	-	-
职工薪酬	99.60	0.74%	166.13	0.60%	184.89	1.05%	90.47	0.33%
折旧与摊销	10.56	0.08%	21.01	0.08%	43.38	0.25%	71.70	0.26%
托管带宽及 IDC 租赁费	59.76	0.44%	54.84	0.20%	63.54	0.36%	79.84	0.29%
装机用品或其它耗料	26.09	0.19%	13.24	0.05%	43.04	0.24%	122.13	0.44%
其他	-	-	20.62	0.07%	-	-	-	-
合计	**13,449.86**	**100.00%**	**27,590.18**	**100.00%**	**17,636.30**	**100.00%**	**27,495.87**	**100.00%**

报告期内，外购虚拟商品成本及渠道佣金为公司主营业务成本主要组成，两项成本合计比例分别为 98.11%、91.81%、92.36%及 95.79%。外购虚拟商品成本系公司采购的通用流量、影视会员、物联网流量等虚拟商品支出，渠道佣金主要系分发运营服务向渠道商支付的佣金及聚合支付业务推广佣金。

（2）按照业务种类对各类业务的成本变动情况分析

公司的主营业务成本按照业务类型划分如下：

单位：万元

主要服务类别	主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
数字化虚拟商品综	聚合运营	通用流量	4,677.11	34.77%	11,709.65	42.44%	8,470.03	48.03%	22,018.17	80.08%

主要服务类别	主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合运营服务	服务									
		视频会员	1,282.22	9.53%	984.60	3.57%	350.69	1.99%	576.49	2.10%
		其他虚拟商品	361.55	2.69%	378.60	1.37%	409.36	2.32%	28.19	0.10%
	融合运营服务		5,520.12	41.04%	9,109.68	33.02%	2,405.49	13.64%	-	-
	分发运营服务		1,032.67	7.68%	3,095.91	11.22%	4,447.85	25.22%	4,470.97	16.26%
	小计		**12,873.67**	**95.72%**	**25,278.44**	**91.62%**	**16,083.42**	**91.19%**	**27,093.83**	**98.54%**
物联网应用解决方案	流量解决方案		249.37	1.85%	678.43	2.46%	349.57	1.98%	176.56	0.64%
	硬件解决方案		94.61	0.70%	172.51	0.63%	66.13	0.37%	-	-
	场景解决方案		95.77	0.71%	635.10	2.30%	186.88	1.06%	78.23	0.28%
	小计		**439.74**	**3.27%**	**1,486.04**	**5.39%**	**602.59**	**3.42%**	**254.79**	**0.93%**
技术服务			**136.45**	**1.01%**	**825.70**	**2.99%**	**950.30**	**5.39%**	**147.25**	**0.54%**
主营业务成本合计			**13,449.86**	**100.00%**	**27,590.18**	**100.00%**	**17,636.30**	**100.00%**	**27,495.87**	**100.00%**

1）数字化虚拟商品综合运营服务成本变动趋势分析

①聚合运营服务

公司数字化虚拟商品聚合运营服务主要包括提供通用流量运营服务、视频会员服务及其他虚拟产品服务，聚合运营服务成本按照服务类别划分如下：

单位：万元

具体服务类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
通用流量运营服务	4,677.11	73.99%	11,709.65	89.57%	8,470.03	91.77%	22,018.17	97.33%
视频会员服务	1,282.22	20.29%	984.60	7.53%	350.69	3.80%	576.49	2.55%
其他虚拟商品	361.55	5.72%	378.60	2.90%	409.36	4.44%	28.19	0.12%
合计	**6,320.88**	**100.00%**	**13,072.85**	**100.00%**	**9,230.07**	**100.00%**	**22,622.86**	**100.00%**

报告期内，通用流量运营服务成本和视频会员服务成本为数字化虚拟商品聚合运营服务的主要成本，两者合计占数字化虚拟商品聚合运营服务成本的比例分

别为 99.88%、95.57%、97.10%和 94.28%。报告期内，通用流量运营服务成本一直为公司数字化虚拟商品聚合运营服务最大的成本类型，随着公司数字化虚拟商品内容不断丰富，及视频会员服务业务的快速发展，通用流量运营服务成本占比逐年下降。公司数字化虚拟商品聚合运营服务成本明细构成如下：

单位：万元

成本类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外购虚拟商品	6,230.65	98.57%	12,977.46	99.27%	9,127.12	98.89%	22,513.05	99.51%
其中：外购通用流量	4,640.24	73.41%	11,651.26	89.13%	8,380.57	90.80%	21,891.24	96.77%
外购视频会员	1,266.11	20.03%	981.26	7.51%	347.77	3.77%	575.29	2.54%
外购其他虚拟商品	324.30	5.13%	344.94	2.64%	398.78	4.32%	46.52	0.21%
托管带宽及 IDC 租赁费	55.54	0.88%	48.15	0.37%	58.52	0.63%	79.42	0.35%
职工薪酬	34.69	0.55%	47.25	0.36%	44.44	0.48%	30.39	0.13%
合计	**6,320.88**	**100.00%**	**13,072.85**	**100.00%**	**9,230.07**	**100.00%**	**22,622.86**	**100.00%**

数字化虚拟商品聚合运营服务成本主要系外购虚拟商品成本。报告期内，外购虚拟商品成本占数字化虚拟商品聚合运营服务成本的比例分别为 99.51%、98.89%、99.27%和 98.57%。

A、外购通用流量成本

报告期内，外购通用流量成本情况如下：

年度	流量包采购成本（万元）	流量包外购数量（万个）	流量包平均采购单价（元/个）
2020 年 1-6 月	4,640.24	263.14	17.63
2019 年度	11,651.26	557.26	20.91
2018 年度	8,380.57	660.44	12.69
2017 年度	21,891.24	1,377.98	15.89

报告期内，外购通用流量金额分别为 21,891.24 万元、8,380.57 万元、11,651.26 万元和 4,640.24 万元，流量采购成本 2018 年较 2017 年下降 61.72%，2019 年较 2018 年上升 39.03%。2018 年流量采购成本较上期下降，主要系在“提速降费”影响下，平均采购单价及订单数量降低所致；2019 年流量采购成本较上期增加，主要系公司终端行业客户营销需求增长，较高单价的大流量包采购占比提升所致。

公司通用流量采购成本与收入趋势一致。

2020 年 1-6 月流量包平均采购单价较 2019 年度降低，主要系日包等低单价品类采购金额占比提升所致。

B、外购视频会员成本

报告期内，外购视频会员成本的分别为 575.29 万元、347.76 万元、981.26 万元和 1,266.11 万元。2017 年公司为中国电信股份有限公司阳江分公司集中采购一批优酷季卡会员，涉及采购金额 292.89 万元，因此 2017 年外购视频会员成本较 2018 年高。扣除中国电信股份有限公司阳江分公司订单影响，报告期内，外购视频会员成本呈连续增长趋势，与公司视频会员业务的发展情况一致。

C、外购其他虚拟商品成本

报告期内，外购其他虚拟商品服务成本分别为 46.52 万元、398.79 万元、344.94 万元和 324.30 万元。2018 年外购其他虚拟商品服务成本主要系采购苏宁易购权益券产生成本 359.58 万元。2019 年外购其他虚拟商品服务成本主要系短信服务采购支出 248.34 万元。2020 年 1-6 月外购其他虚拟商品服务成本主要系为配合中国银行广东省分行营销活动采购的权益卡券成本。

② 融合运营服务

融合运营服务为公司与运营商、网络视频商合作，主要通过将通用流量与视频权益进行组合，用户消费时同时获得流量和视频权益两项服务，蜂助手从运营商、网络视频商取得结算收入。除此之外，运营商还会选择通过宽带、5G 会员等绑定视频权益的其他融合方式（此种情形较少）。报告期内，公司融合运营服务成本分别为 2,405.49 万元及、9,109.68 万元和 5,520.12 万元。融合运营服务的成本主要包括外购视频会员成本、人工成本等。随着公司融合运营服务业务的发展，公司融合运营服务成本逐年增长，与融合运营服务收入变动趋势一致。公司融合运营服务成本主要为外购爱奇艺、优酷视频会员所产生的成本，具体如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
平均单位成本（元/个）	7.62	7.91	7.33	-
订单数量（万个）	724.26	1,151.31	327.98	-
营业成本（万元）	5,520.12	9,109.68	2,405.49	-

平均单位成本2019年较2018年增加，主要系该年爱奇艺调整了产品价格体系及发行人采购产品结构变化所致。平均单位成本2020年上半年较2019年降低，主要系营销活动赠送资源增加所致。

A、报告期各期，视频会员与融合运营服务的平均单位成本情况如下：

单位：元/个

年度	单位成本		差异率
	视频会员	融合运营服务	
2020年1-6月	8.62	7.62	11.60%
2019年度	7.89	7.91	-0.25%
2018年度	7.89	7.33	7.10%

注：差异率指视频会员平均单位成本与融合运营服务平均单位成本的差异金额占视频会员平均单位成本的比率。

由上表可知，报告期内，公司视频会员平均单位成本与融合运营服务平均单位成本均存在差异，由于公司自 2018 年开始开展融合运营服务，因此 2017 年度视频会员和融合运营服务单位成本不具有可比性。

B、视频会员平均单位成本、与融合运营服务平均单位成本差异原因分析及合理性

2020 年 1-6 月、2019 年度和 2018 年度，两类业务平均单位成本存在差异的主要原因分析如下：

a、视频会员和融合运营服务购买不同周期的会员产品，导致单位采购成本不同

公司视频会员业务和融合运营业务购买的会员产品按权益周期的不同，分为年卡、半年卡、季卡、月卡、周卡和天卡等，由于服务周期的长短不同，不同周期产品的单位成本有较大的差异。两类业务同一周期会员产品的平均成本，总体相差不大，但由于所包含不同视频运营商（包括爱奇艺、优酷、芒果、腾讯等）的会员产品单价、数量占比的不同，也会有所差异。报告期内，公司视频会员业务和融合运营业务购买的会员产品中一般以月卡为主，由此上述两项业务购买产品的平均成本一般以月卡产品的平均成本为中枢，因长周期（包括年卡、半年卡和季卡）和短周期（包括周卡、天卡）数量所占比例及对平均成本影响程度的不同，而上下有所波动。报告期各期上述两项业务产品不同周期的单位成本及其对平均成本影响情况具体如下表所示：

单位：元、元/个

年度	类别	视频会员				融合运营服务			
		数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差异金额②	对平均成本影响比例（%）③=①*②/小计平均成本	数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差异金额②	对平均成本影响比例（%③=①*②/小计平均成本
2020年1-6月	月卡	77.07	8.07	-0.55	-4.94	83.36	8.69	1.07	11.69
	年卡	1.23	119.36	110.74	15.80	0.03	98.37	90.75	0.31
	周卡	14.29	3.68	-4.94	-8.18	11.39	2.53	-5.10	-7.62
	其他卡类	7.41	5.51	-3.11	-2.68	5.22	1.23	-6.39	-4.38
	小计	100.00	8.62	-	-	100.00	7.62	-	-
2019年度	月卡	38.92	9.84	1.95	9.63	66.16	8.59	0.68	5.66
	年卡	2.56	91.01	83.12	27.02	1.02	97.06	89.14	11.53
	季卡	4.88	24.66	16.77	10.37	0.14	32.08	24.17	0.44
	天卡	42.66	0.41	-7.48	-40.44	7.68	0.69	-7.22	-7.01
	其他卡类	10.98	3.16	-4.73	-6.58	25.00	4.55	-3.36	-10.62
	小计	100.00	7.89	-	-	100.00	7.91	-	-

年度	类别	视频会员				融合运营服务			
		数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差异金额②	对平均成本影响比例（%）③=①*②/小计平均成本	数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差异金额②	对平均成本影响比例（%③=①*②/小计平均成本
2018 年度	月卡	57.50	8.62	0.73	5.31	66.07	8.41	1.08	9.70
	年卡	1.17	98.29	90.4	13.40	0.01	95.5	88.17	0.07
	季卡	3.96	27.10	19.21	9.64	1.87	31.58	24.25	6.19
	周卡	22.00	2.13	-5.76	-16.05	25.44	2.66	-4.68	-16.23
	其他卡类	15.37	1.57	-6.32	-12.30	6.61	7.63	0.30	0.27
	小计	100.00	7.89	-	-	100.00	7.33	-	-

注：1、上表中对平均成本影响比例为假定其它类别不变的情况下，单一类别对平均成本拉动的比例，比例大小和正负代表拉动的程度和方向；2、上表部分数的乘积与各明细数直接相乘的结果若存在差异，这些差异系四舍五入所致。

由上表可知，公司 2020 年 1-6 月视频会员主要采购月卡、年卡和周卡等产品，其中，年卡采购数量占比为 1.23%，因其单位成本较高，对平均成本的影响比例最高为 15.80%，年卡等长周期产品与周卡等短周期产品的合计影响比例为 4.94%，影响方向为向上提升，最终将视频会员平均单位成本提升到高于月卡单位成本，为 8.62 元；而融合运营服务主要采购产品为月卡、周卡等产品，年卡等长周期卡占比很小，长周期产品与短周期产品的综合影响为-11.69%，影响方向为向下拉低，将融合产品平均单位成本拉低至低于月卡单位成本，为 7.62 元。由于受其各周期卡占比差异影响，导致其平均单位成本存在差异。

公司 2019 年视频会员主要采购月卡、年卡、季卡和天卡等产品，其中，天卡产品采购数量占比达 42.66%，因单位成本较低，对视频会员的平均成本的影响比例为-40.44%，长周期与短周期产品综合影响为-9.63%，综合影响后视频会员平均单位成本为 7.89 元；而融合运营服务主要采购月卡和年卡等产品，长周期与短周期产品综合影响比例为-5.66%，影响比例低于同期视频会员业务，综合影响后融合产品的平均单位成本为 7.91 元。视频会员平均单位成本受天卡、年卡综合影响，综合导致其平均单位成本与融合运营服务平均单位成本较为接近。

公司 2018 年视频会员主要采购月卡、年卡和季卡等产品，其中，年卡产品采购数量占比为 1.17%，因单位成本较高，对视频会员平均单位成本的影响比例为 13.40%，周卡产品采购数量占比为 22.00%，因单位成本相对较低，对视频会员平均单位成本的影响比例为-16.05%，长周期与短周期产品综合影响比例为-5.31%，综合影响后视频会员的平均单位成本为 7.89 元；而融合运营服务主要采购月卡、季卡和周卡等产品，其中，周卡产品采购数量占比为 25.44%，因单位成本相对较低，对融合运营服务的平均单位成本的影响比例为-16.23%，长周期与短周期产品综合影响比例为-9.70%，影响比例高于同期视频会员业务，综合影响后其平均单位成本下降为 7.33 元。由于受其各周期卡占比差异影响，导致两类业务其平均单位成本存在差异。

b、报告期内，公司根据市场需求购买不同视频运营商产品，使得两类业务采购成本有一定的差异，视频会员采购选择的视频运营商为爱奇艺、优酷、芒果和腾讯等，而融合运营服务采购选择的视频运营商仅为爱奇艺和优酷。两类业务同期同一视频运营商产品的单位成本，因其产品组合中不同周期构成的差异也会有所差异。具体成本差异如下表所示：

单位：元、元/个

年度	视频运营商	视频会员				融合运营服务			
		数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差额②	对平均成本影响比例（%）③=①*②/合计单位成本	数量占比（%）①	单位成本	与平均成本差额②	对平均成本影响比例（%）③=①*②/合计单位成本
2020年1-6月	爱奇艺	67.72	9.26	0.63	4.98	58.70	8.51	0.89	6.85
	优酷	1.59	22.68	14.05	2.59	41.30	6.36	-1.26	-6.85
	芒果	28.56	5.78	-2.84	-9.41	-	-	-	-
	腾讯	2.12	16.02	7.39	1.83	-	-	-	-
	其他	0.01	17.50	8.88	0.01	-	-	-	-
	合计	100.00	8.62	-	-	100.00	7.62	-	-
2019年度	爱奇艺	29.73	14.24	6.35	23.92	76.75	7.82	-0.09	-0.90
	优酷	4.22	22.83	14.94	7.98	23.25	8.22	0.31	0.90
	芒果	63.42	3.57	-4.32	-34.72	-	-	-	-
	腾讯	2.50	16.46	8.57	2.72	-	-	-	-
	其他	0.13	13.94	6.05	0.10	-	-	-	-
	合计	100.00	7.89	-	-	100.00	7.91	-	-
2018年度	爱奇艺	17.17	14.23	6.35	13.81	82.65	6.58	-0.75	-8.50
	优酷	15.86	10.57	2.68	5.38	17.35	10.93	3.59	8.50
	芒果	51.47	4.29	-3.59	-23.45	-	-	-	-
	腾讯	15.41	10.02	2.13	4.17	-	-	-	-
	其他	0.09	16.75	8.86	0.09	-	-	-	-
	合计	100.00	7.89	-	-	100.00	7.33	-	-

由上表可知,报告期内各期视频会员业务产品平均单位成本分别为7.89元、7.89元、8.62元，各视频运营商平均单位成本基本高于融合运营服务，但由于视频会员业务涉及芒果会员采购，其芒果会员单位成本较低，且其在数量及成本上均有一定占比， 导致其视频会员平均成本有所降低。芒果会员的采购对于两类业务平均单位成本的差异产生了重要影响。

2020年1-6月，视频会员业务爱奇艺及优酷平均单位成本较融合运营业务高，但由于芒果会员单位成本较低，芒果会员采购数量占比28.56%，其对视频会员平均成本的影响比例为-9.41%，综合影响后其视频会员平均单位成本有所

降低；最终综合导致视频会员平均单位成本较融合运营服务平均单位成本有所差异；

2019 年度，视频会员业务爱奇艺及优酷平均单位成本较融合运营业务大幅度增加，但是基于芒果会员平均成本较低，芒果会员采购数量占比 63.42%，其对视频会员平均成本的影响比例为-34.72%，综合导致其视频会员平均单位成本与融合运营服平均单位成本较为接近；

2018 年度，视频会员业务虽爱奇艺平单位成本较融合运营业务高，但由于芒果会员单位成本较低，芒果会员采购数量占比 51.47%，其对视频会员平均成本的影响比例为-23.45%，综合导致其视频会员业务单位成本有所降低，最终综合导致视频会员平均单位成本较融合运营服务平均单位成本有所差异。

综上所述，报告期内，公司两类业务由于受所购买各周期产品占比不一样以及购买的各视频运营商产品占比不一样影响，综合导致报告期各期视频会员和融合运营服务的平均单位成本存在差异，但具有合理性。

C、爱奇艺和优酷与公司约定的不同产品采购单价、折扣率、考核任务及完成情况、返点激励计算方式、金额及会计处理

a、爱奇艺和优酷与公司约定的不同产品采购单价、折扣率已申请豁免披露

b、爱奇艺和优酷与公司约定的考核任务及完成情况、返利激励计算公式已申请豁免披露，返利金额整体情况如下：

为激励下游代理商，扩大市场占有率，视频商一般会根据公司的实际采购规模给予一定比例的返利或是基于公司的销售情况、促销活动等因素，给予公司一定销售活动返利。上述返利方式分为两类：一类是返还现金，该情况主要为公司完成视频商业绩考核目标，视频商则给予现金返还或冲抵货款；另一类是返还资源，如月卡、周卡等产品，主要发生在公司开展营销推广活动时，视频商会免费提供产品，支持推广活动。

年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
返现金额 ①	349.97	676.29	-	-
返还资源数量②	185.72	114.13	50.60	-
各个产品类型的年单位平均成本③	7.95	8.86	6.42	-
返还资源金额 ④=②*③	1,476.46	1,011.66	324.69	-
返利金额=①+④	1,826.43	1,687.95	324.69	-

注：1、根据各个产品类型的年单位平均成本折算返还资源的返利金额。2、上表返还资源金额与返还资源数量乘以各个产品类型的年单位平均成本的乘积若存在差异，系四舍五入所致。

综上，报告期内，应收爱奇艺和优酷返利金额分别为 0 元、324.69 万元、1,687.95 万元和 1,826.43 万元，呈逐年增长趋势。

c、公司收到爱奇艺和优酷返利的会计处理

根据与视频商的协议约定，返利方式分为返还资源（会员卡）和返还现金，当公司符合视频商返利活动条件时，视频商承担无条件向公司交付相应资源数量或返还现金的义务，因此，返利实质是视频商为促进产品销售而在商品价格上给予的价格扣除，即属于商业折扣。

每季度末及年末，公司根据实际采购情况或付款情况，按照协议约定条款测算返利金额，并以邮件方式与视频商进行核对。核对无误后，由财务部门进行入账。由于返利本质上属于商业折扣，公司获得的返利实质上是对采购成本的调整，根据《企业会计准则——存货》的有关规定，公司将应返利金额冲减当期“主营业务成本”或“存货”科目金额。若当期采购的视频会员在资产负债表日尚未实现销售，则返利金额冲减“存货”期末余额，反之，则冲减当期“主营业务成本”。

③分发运营服务

报告期内，公司分发运营服务营业成本分别为 4,470.97 万元、4,447.85 万元、3,095.91 万元及 1,032.67 万元，分发运营服务成本具体构成如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
渠道佣金	915.56	88.66%	2,742.82	88.59%	4,220.30	94.88%	4,291.07	95.98%
运营活动费	83.68	8.10%	313.61	10.13%	124.65	2.80%	37.70	0.84%
折旧费用	-	-	-	-	43.38	0.98%	71.17	1.59%
职工薪酬	23.57	2.28%	30.59	0.99%	46.09	1.04%	25.31	0.57%
装机用品或其它耗料	9.86	0.95%	8.89	0.29%	13.44	0.30%	45.72	1.02%
合计	**1,032.67**	**100.00%**	**3,095.91**	**100.00%**	**4,447.85**	**100.00%**	**4,470.97**	**100.00%**

A、渠道佣金

报告期内，公司渠道佣金金额分别为 4,291.07 万元、4,220.30 万元、2,742.82 万元及 915.56 万元，占各年度分发运营服务成本的比例分别为 95.98%、94.88%、88.59%及 88.66%，为公司分发运营服务的主要成本。其渠道佣金的成本结算模式主要为 CPA、CPS 及 CPD，按照所分发产品的成本结算模式，分类情况如下：

结算方式	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
CPA	结算数量（万个）	452.54	1,026.25	1,470.35	2,475.98
	平均单价（元/个）	1.92	1.85	2.03	1.56
	金额（万元）	868.86	1,901.31	2,947.63	3,862.29
CPD	结算数量（万个）	20.64	50.47	52.11	1.75
	平均单价（元/个）	1.48	1.39	1.43	1.35
	金额（万元）	30.48	70.13	74.76	2.36
CPS	结算金额（万元）	6.12	623.16	664.00	390.67
其他	除 CPA/CPS/CPD 之外的其他计费模式（万元）	10.11	148.22	533.90	35.74

注：2018 年度结算模式中的“其他”，主要为公司协助上海云豆信息科技有限公司（以下简称“云豆”）等在华为应用商店分发“一淘 APP”产品，公司收取云豆等所支付费用的 2%后，剩余全部支付给华为应用商店。

a、如上所示，报告期各期分发产品成本结算主要采用 CPA 结算模式，CPA 结算模式所形成的渠道佣金成本占各期渠道佣金成本的比例分别为 90.01%、69.84%、69.32%及 94.90%，其报告期各期的渠道佣金变动分析情况如下：

① 2018 年公司 CPA 结算模式渠道佣金较 2017 年大幅下降，主要系本年虽平均单价较上年有所上升，但当期结算数量大幅下滑所致；但 2018 年度全部渠道佣金较 2017 年度仅小幅下降，主要系本年度公司分发的“一淘 APP”产品模式为协助云豆等在华为应用商店分发，公司收取云豆等所支付费用的 2%后，剩余全部支付给华为应用市场，该部分产生成本 509.91 万元（列示为其他）。

② 公司 2019 年度渠道佣金成本较 2018 年度大幅度下滑，主要系一方面本期结算数量及平均单价较上年有所降低；另一方面 2019 年公司接入的主要分发产品如广东移动手机营业厅、微信读书、抖音、快手等整体知名度较高，该类型产品往往能获取较高分发酬金，但成功分发该类型的产品公司只需要投入少量的成本；

b、报告期内主要分发渠道商、具体计费方式

报告期内主要分发渠道商、具体计费方式详见招股书明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（三）发行人的主要供应商情况”之“7、报告期内渠道资源前五大供应商的基本情况及推广效果分析、渠道资源采购金额变化的原因及是否与收入的变化趋势一致”。

c、CPA 结算模式下，报告期内平均单价波动且与销售单价变动趋势不一致的原因及合理性

Ⅰ 报告期各期CPA结算模式下数量、金额及平均单价情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
结算数量（万个）	452.54	1,026.25	1,470.35	2,475.98
平均单价(元/个)	1.92	1.85	2.03	1.56
金额（万元）	868.86	1,901.31	2,947.63	3,862.29

如上表所示,CPA结算模式下,报告期各期平均单价分别为1.56元/个、2.03元/个、1.85元/个及1.92元/个。报告期各期由于所分发的APP产品及结构不同，导致其平均单价出现波动，根据综合平均单价=APP单价*APP数量权重，按照“平均单价≤1.50”、“1.50＜平均单价≤2.00”及“平均单价＞2.00”将报告期内主要APP列示其结算数量及占比情况如下：

单位：万个、元/个

项目	平均单价≤1.50		1.50＜平均单价≤2.00		平均单价＞2.00	
	结算数量	占比	结算数量	占比	结算数量	占比
2020年1-6月	160.28	35.42%	49.31	10.90%	242.95	53.69%
2019年度	587.02	57.20%	119.26	11.62%	319.98	31.18%
2018年度	624.28	42.46%	325.82	22.16%	520.25	35.38%
2017年度	1,565.43	63.22%	257.41	10.40%	653.14	26.38%

注：上表中占比是指各价格区间结算数量占当期CPA模式下总结算数量的比例。

如上表所示，2017年度有63.22%的结算数量对应的价格低于1.50元/个，2018年度有57.54%的结算数量对应的价格高于1.50元/个，导致其2018年度平均单价较2017年度有所提升；2019年度有57.20%的结算数量对应的价格低于1.50元/个，使得其2019年度平均单价较2018年度有所降低；2020年度有53.69%的结算数量对应的价格大于2.00元/个，且有64.58%的结算量对应的价格大于1.50元/个,2019年度结算数量对应的价格主要集中于1.50元/个以下，

从而导致2020年度平均单价较2019年有所提升。

II 报告期内，CPA 结算模式下，平均采购单价与平均销售单价的基本情况如下：

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	较上期变动比率	金额	较上期变动比率	金额	较上期变动比率	金额
平均销售单价	3.27	20.66%	2.71	20.98%	2.24	23.76%	1.81
平均采购单价	1.92	3.78%	1.85	-8.87%	2.03	30.13%	1.56

如上表所示，报告期内，CPA结算模式下，平均销售单价呈现整体增长趋势，但平均采购单价自2018年度以后，基本保持平稳，其具体情况如下：

2018年度较2017年度，公司平均采购单价及销售单价整体变动趋势较为一致，不存在重大差异。

2019年度较2018年度，公司平均采购单价与销售单价变动趋势不一致，主要系公司整体经营策略调整及产品结构不一致等影响。公司从早期分发 APP 品类多而杂逐步过渡至少而精的APP品类分发，公司APP品类数量由2018年度142个减少至2019年度84个，精品类APP具有知名度高、用户熟知程度高、使用频繁等特点，该类型 APP 一般平均销售单价较高。受分发产品结构影响（详见上文平均采购单价变动原因），2019年度平均采购单价较2018年度有所下降；对应的销售构成中， 2019年度主要APP中，APP有91.61%的结算数量对应的销售平均单价超过2元，2018年主要APP仅有54.50%的结算数量对应的销售平均单价超过2元，整体呈现上升趋势。

2020年1-6月，公司延续2019年度经营策略，进一步聚焦APP的品类，公司分发APP品类数量减少至34个。受分发产品结构影响（详见上文平均采购单价变动原因），2020年1-6月较2019年度平均采购单价较有所上升；对应的销售构成中，2020年1-6月主要APP有70.01%的结算数量对应的平均销售单价超过3元，较2019年度提升明显。平均采购单价与平均销售单价波动方向一致。

综上所述，受产品结构变动、公司经营策略变化等因素影响，报告期内平均单价波动且与销售单价变动趋势不一致有合理原因及合理性。

B、运营活动费

公司运营活动费主要为分发产品所发生的广告宣传费、外采赠送礼品等。各年度所分发产品的实际情况及营销策略的不同，实际投入的运营活动费有所差异。2018 年运营活动费主要为配合推广“10086APP”等而进行广告宣传等服务费用，合计产生费用 124.65 万元。2019 年运营活动费主要系为配合推广“广东移动手机营业厅 APP”产品而向下载用户赠送的视频会员支出，该笔采购费用金额为 294.24 万元。2020 年上半年运营费用主要为推广“建行钱包”时，向用户赠送优惠产生的支出，该费用金额为 80.92 万元。

C、折旧费用主要系线下推广产品而使用的“一体机”等固定资产所产生的折旧费用，为优化推广模式，公司于 2018 年逐步减少了该类推广模式，并对“一体机”等设备进行了处置。

D、装机用品或其它耗料主要系公司进行手机 APP 预装及线下推广，投入的手机、数据线、应用魔盒等测试设备资源。

2）物联网应用解决方案

公司物联网应用解决方案包括流量解决方案、硬件解决方案及场景解决方案，其成本情况如下。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流量解决方案	249.37	56.71%	678.43	45.65%	349.57	58.01%	176.56	69.30%
硬件解决方案	94.61	21.51%	172.51	11.61%	66.13	10.97%	-	-
场景解决方案	95.77	21.78%	635.10	42.74%	186.88	31.01%	78.23	30.70%
合计	**439.74**	**100.00%**	**1,486.04**	**100.00%**	**602.59**	**100.00%**	**254.79**	**100.00%**

① 物联网流量解决方案

物联网流量解决方案主要系为下游客户不同的物联网应用场景提供上网连接服务以及物联网流量管理平台服务，其成本主要为向运营商或第三方采购物联网卡流量费用。报告期内，公司物联网流量解决方案成本分别为 176.56 万元、349.57 万元、678.43 万元和 249.37 万元，呈逐年上升趋势，主要系公司物联网流量解决方案业务不断发展所致。

② 物联网硬件解决方案

公司物联网硬件解决方案主要包括腾讯极光 CPE 机顶盒、物联网模组、物联网智能硬件等销售业务。报告期内，公司物联网硬件解决方案服务成本主要为腾讯极光 CPE 机顶盒、智能硬件的销售成本等。2019 年度，公司硬件解决方案成本大幅增加，主要系当期公司推出全新产品腾讯极光 CPE 机顶盒，销售该产品所产生的硬件成本。

③ 物联网场景解决方案

公司物联网场景解决方案成本包括智慧停车场、聚合支付成本支出。

A、智慧停车场

智慧停车场为公司 2019 年度推出新服务，外购服务主要包括整体采购集成服务及安装服务。2019 年，公司实施的智慧停车场项目主要包括广佛商圈智能停车场项目和鸿富鑫停车场服务项目。其中广佛商圈智能停车场项目公司向中国移动通信集团广东有限公司佛山分公司整体采购集成调试综合服务共计 452.83 万元。鸿富鑫停车场服务项目采取前期一次性投入软硬件等建设成本，后期运营收入及成本与合作方进行分成的模式进行建设，2019 年公司承担运营成本 100.08 万元。

B、聚合支付

公司主要为商户提供支付解决方案，包括对接第三方支付公司的支付系统，并负责商户日常的技术服务等。其相关成本主要包括为发展商户所支付的渠道服务费、支付硬件设备及耗材等。

3）技术服务

公司技术服务主要系依托自身核心技术的积累，面向客户提供相关技术服务及开发能力输出，通过自有技术或者自有技术加外购部分服务的方式为客户提供专业个性化的技术服务方案。其对应的服务成本主要包括人工成本、外购技术服务等。其报告期内公司技术服务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外购项目服务费	124.93	91.55%	797.28	96.56%	918.40	96.64%	117.30	79.66%
职工薪酬	11.53	8.45%	7.80	0.94%	30.89	3.25%	29.42	19.98%
其他	-	-	20.62	2.50%	1.01	0.11%	0.53	0.36%
合计	**136.45**	**100.00%**	**825.70**	**100.00%**	**950.30**	**100.00%**	**147.25**	**100.00%**

报告期内，公司的技术服务成本主要来自外购项目服务费，技术服务属于非标准化服务，不同项目需要投入的资源亦存在差异，对应的技术服务成本亦存在较大差异。其中 2018 年度外购项目服务费较 2017 年度大幅度提升，主要系为华为提供“互联网基地客户端框架产品”技术服务所产生外购技术服务费 899.76 万元。2019 年度外购项目服务费主要系为联通系统集成有限公司广东省分公司提供“云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目”技术服务所产生外购技术服务费 384.09 万元及为华为提供“互联网基地客户端框架产品”技术服务所产生外购技术服务费 394.86 万元。2020 年 1-6 月主要系为华为提供“互联网基地客户端框架产品”技术服务产生外购技术服务费 93.13 万元。

3、其他业务成本构成分析

公司报告期内提供的其他服务主要包括实物商品销售、培训服务及广告业务所产生的成本，其按照业务类别分类构成情况如下：

单位：万元

业务类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
商品销售	234.72	88.55%	168.35	24.49%	265.75	54.37%	222.37	96.61%
培训服务	17.11	6.46%	506.19	73.64%	200.29	40.98%	6.75	2.93%
广告业务	6.24	2.35%	6.26	0.91%	-	-	-	-
其他	6.99	2.64%	6.59	0.96%	22.74	4.65%	1.05	0.46%
合计	**265.06**	**100.00%**	**687.40**	**100.00%**	**488.78**	**100.00%**	**230.17**	**100.00%**

报告期内，公司商品销售主要系销售手机配件，包括移动电源、耳机等产品，其成本主要是外购相关商品所产生的费用；其培训服务主要系为电信运营商提供市场开拓类等培训服务，其成本主要来源于外购相关服务协助完成相关项目所产生的成本。

（三）营业毛利和毛利率分析

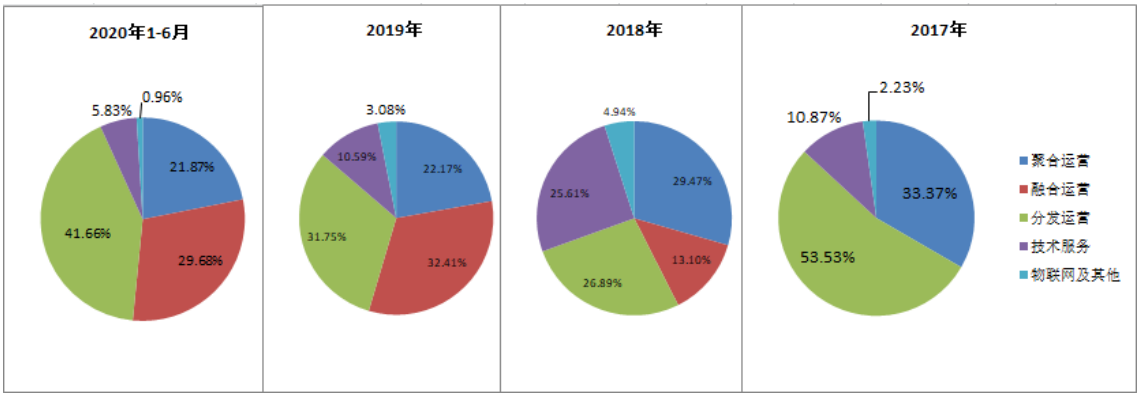
1、营业毛利分析

报告期内，公司营业毛利情况如下：

单位：万元

主要服务类型	主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
			毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	通用流量	1,218.89	20.67%	2,916.76	19.94%	2,928.55	25.69%	2,814.54	11.33%
		视频会员	311.33	19.54%	239.09	19.54%	150.65	30.05%	159.96	21.72%
		其他虚拟商品	88.15	19.60%	-36.85	-10.78%	158.63	27.93%	-20.94	-289.02%
		小计	**1,618.37**	**20.38%**	**3,119.00**	**19.26%**	**3,237.84**	**25.97%**	**2,953.56**	**11.55%**
	融合运营服务		2,196.38	28.46%	4,558.31	33.35%	1,439.62	37.44%	-	-
	分发运营服务		3,082.21	74.90%	4,466.08	59.06%	2,954.21	39.91%	4,737.42	51.45%
	数字化虚拟商品小计		**6,896.96**	**34.88%**	**12,143.38**	**32.45%**	**7,631.67**	**32.18%**	**7,690.98**	**22.11%**
物联网应用解决方案			18.61	4.06%	4.91	0.33%	241.04	28.57%	-27.40	-12.05%
技术服务			431.63	75.98%	1,489.56	64.34%	2,813.64	74.75%	961.53	86.72%
主营业务毛利			**7,347.20**	**35.33%**	**13,637.85**	**33.08%**	**10,686.35**	**37.73%**	**8,625.11**	**23.88%**
其他业务毛利			**52.16**	**16.44%**	**428.61**	**38.41%**	**301.74**	**38.17%**	**224.56**	**49.38%**
合计			**7,399.36**	**35.04%**	**14,066.47**	**33.22%**	**10,988.09**	**37.74%**	**8,849.67**	**24.20%**

报告期内，公司营业毛利分别为 8,849.67 万元、10,988.09 万元、14,066.47 万元和 7,399.36 万元，总体呈增长趋势，2017 年至 2019 年营业毛利年复合增长率为 26.07%。公司营业毛利主要来源于聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务和技术服务，上述四项细分业务报告期内合计毛利占营业毛利的比例分别为 97.77%、95.06%、96.92%和 99.04%。



由上图可知，随着公司各细分业务的发展，不同细分业务的毛利占比有所变化，总体毛利占比结构呈现更加健康、合理的趋势。报告期内，分发运营服务、聚合运营服务和技术服务始终是公司毛利来源的重要组成部分，2017 年三者合计毛利贡献占比达到 97.77%，虽然由于融合运营业务 2018 年异军突起，三者合计占比有所下降 ，2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月仍分别达到 81.96%、64.51%、69.36%；融合运营业务是公司于 2018 年推出的融合多方资源、实现多方共赢的创新业务，投入市场后即得到广泛认可，业务规模迅速提升，其毛利贡献占比也显著提高，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月的毛利占比分别达到 13.10%、32.41%、29.68%，已迅速成长为公司毛利的重要来源，与分发运营服务、聚合运营服务和技术服务共同构成公司毛利的重要支撑；物联网应用解决方案业务仍属于公司的战略储备业务，目前对公司毛利的贡献比较小。

2、综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 24.20%、37.74%、33.22%和 35.04%。2018 年公司综合毛利率较 2017 年增长 13.54%，2019 年公司综合毛利率较 2018 年降低 4.52%，2020 年 1-6 月综合毛利率较 2019 年增加 1.82%。根据综合毛利率=数字化虚拟商品综合运营服务毛利率 x 销售比重+物联网应用解决方案毛利率 x 销售比重+技术服务毛利率 x 销售比重+其他业务毛利率 x 销售比重，运用连环替代法，计算各因素对综合毛利率的影响如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
综合毛利率	35.04%	33.22%	37.74%	24.20%
综合毛利率同比增长的百分点	1.82%	-4.52%	13.55%	-
数字化虚拟商品综合运营服务收入占比	93.64%	88.38%	81.46%	95.10%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
数字化虚拟商品综合运营服务毛利率	34.88%	32.45%	32.18%	22.11%
物联网应用解决方案收入占比	2.17%	3.52%	2.90%	0.62%
物联网应用解决方案毛利率	4.06%	0.33%	28.57%	-12.05%
技术服务收入占比	2.69%	5.47%	12.93%	3.03%
技术服务毛利率	75.98%	64.34%	74.75%	86.72%
其他业务收入占比	1.50%	2.64%	2.72%	1.24%
其他业务毛利率	16.44%	38.41%	38.17%	49.38%
影响因素分析				
数字化虚拟商品综合运营服务收入占比	1.61%	2.23%	-3.02%	-
数字化虚拟商品综合运营服务毛利率	1.86%	0.24%	8.20%	-
物联网应用解决方案收入占比	0.51%	0.18%	-0.27%	-
物联网应用解决方案毛利率	0.08%	-0.99%	1.18%	-
技术服务收入占比	-1.79%	-5.58%	8.58%	-
技术服务毛利率	0.31%	-0.57%	-1.55%	-
其他业务收入占比	-0.44%	-0.03%	0.73%	-
其他业务毛利率	-0.33%	0.01%	-0.30%	-
业务结构变化影响合计	**-0.10%**	**-3.20%**	**6.02%**	**-**
毛利率变化影响合计	**1.92%**	**-1.32%**	**7.53%**	**-**

如上表所示，2018 年综合毛利率上升主要系数字化虚拟商品综合运营服务毛利率增加及技术服务收入占比提升所致。2019 年度综合毛利率下滑主要系技术服务收入占比减少所致。2020 年 1-6 月毛利率上升主要系数字化虚拟商品综合运营服务收入占比及毛利率提高所致。

3、分产品毛利率变动分析

（1）数字化虚拟商品综合运营服务毛利率分析

报告期内数字化虚拟商品综合运营服务毛利率情况如下：

单位：万元

主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
聚合	通用流量	5,895.99	20.67%	14,626.40	19.94%	11,398.58	25.69%	24,832.72	11.33%

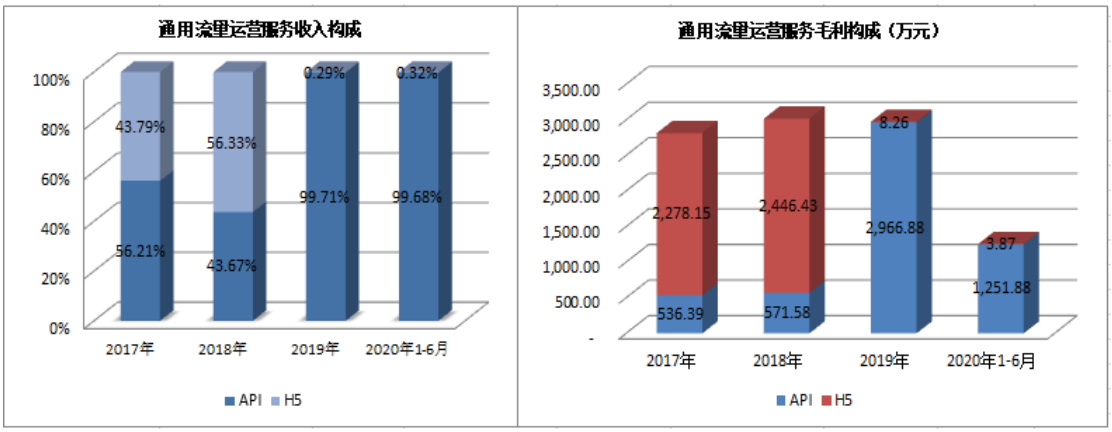
主要产品线		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
运营服务	视频会员	1,593.55	19.54%	1,223.69	19.54%	501.34	30.05%	736.45	21.72%
	其他虚拟商品	449.71	19.60%	341.76	-10.78%	567.98	27.93%	7.25	-289.02%
	小计	**7,939.25**	**20.38%**	**16,191.85**	**19.26%**	**12,467.91**	**25.97%**	**25,576.42**	**11.55%**
融合运营服务		7,716.50	28.46%	13,667.98	33.35%	3,845.11	37.44%	-	-
分发运营服务		4,114.88	74.90%	7,561.99	59.06%	7,402.06	39.91%	9,208.40	51.45%
数字化虚拟商品小计		**19,770.63**	**34.88%**	**37,421.82**	**32.45%**	**23,715.09**	**32.18%**	**34,784.81**	**22.11%**

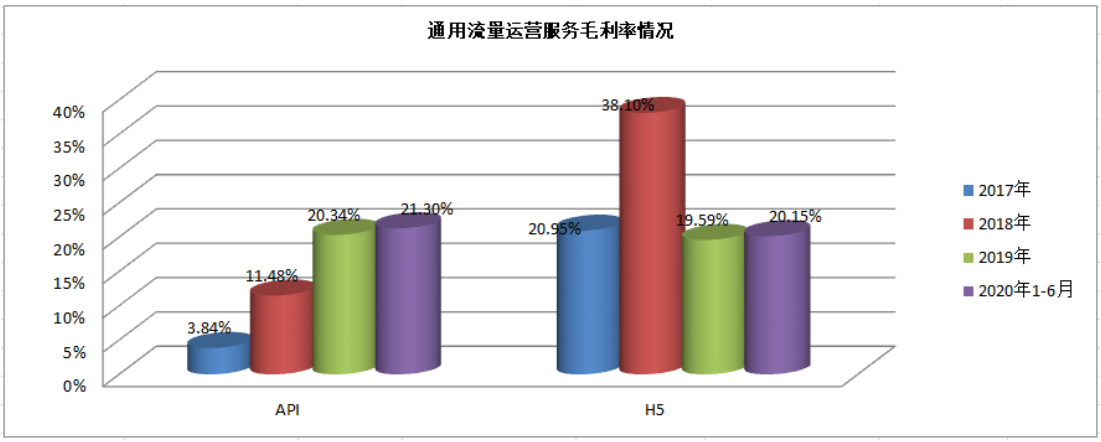
1）聚合运营服务毛利率分析

①通用流量运营服务毛利率分析

报告期内公司通用流量运营服务按照客户类型分类的毛利率情况如下：

客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
企业客户	5,876.77	21.30%	14,584.23	20.34%	4,978.19	11.48%	13,959.27	3.84%
个人客户	19.22	20.15%	42.17	19.59%	6,420.39	38.10%	10,873.45	20.95%
合计	**5,895.99**	**20.67%**	**14,626.40**	**19.94%**	**11,398.58**	**25.69%**	**24,832.72**	**11.33%**



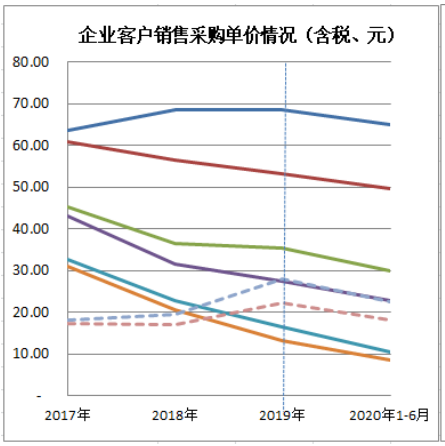


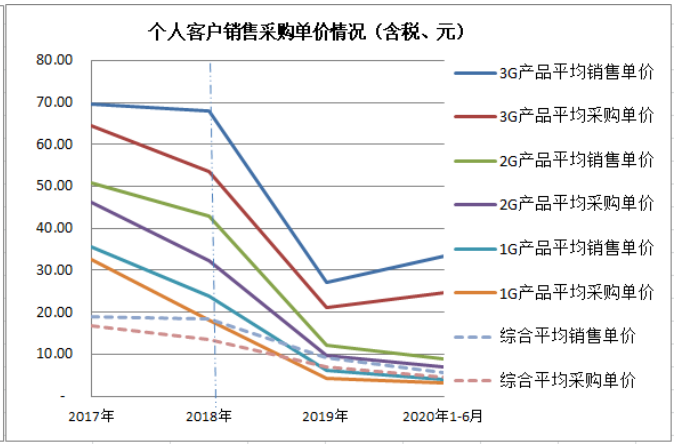
一般来说，采用 H5 模式的通用流量运营服务，由于缩短了价值链的过程，公司享有的增值空间较采用 API 模式更高，因此个人客户的毛利率相应较高。报告期内，公司通用流量运营服务毛利率分别为 11.33%、25.69%、19.94%和 20.67%，公司 2018 年通用流量运营服务毛利率较 2017 年增加 14.36%，2019 年通用流量运营服务毛利率较 2018 年减少 5.75%，公司通用流量毛利率变化主要与流量分销市场环境和客户结构变化相关。总体来说，通用流量运营服务毛利率 2018 年高于 2017 年，一方面系因为 2018 年通用流量运营企业客户和个人客户毛利率均有所提升，另一方面系因为个人客户收入占比由 2017 年的 43.79%提升至 2018 年的 56.33%，总体毛利率上升和高毛利率的个人客户收入占比提升共同导致公司 2018 年毛利率大幅增长。2019 年通用流量运营服务毛利率下滑主要系个人客户收入占比大幅减少所致。公司通用流量运营服务毛利率变动的具体原因如下：

A. “提速降费”促使流量分发行业精简价值链，改善了盈利空间

自 2015 年政府提出“提速降费”以来，三大运营商不断践行政府要求，通过“套餐升级”等方式，给予用户通讯套餐内更多的流量额度，使得需要在通讯套餐外叠加流量包的用户群减少，流量单价下降及用户群减少两因素共同导致通用流量服务市场受到冲击，市场竞争加剧，部分企业逐渐退出流量分销市场，经过数年的行业洗牌，通用流量分发商主要集中为接近终端行业的企业。与此同时，“提速降费”的背景下，分发商向运营商采购通用流量的价格不断降低，但行业终端具有通用流量的最终的定价权，因此通用流量运营整体具备了更大的价差空间。以报告期内均为主要销售品种的 3G、2G、1G 流量包为例，其平均销售单价、采购单价的情况如下图所示，2017 年-2019 年“企业客户”主要流量产品的销售、采购价差呈不断扩大趋势；另一方面，由于公司 2018 年底结束了与广东

欢太科技有限公司的 H5 流量业务合作，2019 年之后通用流量业务“个人客户”主要集中为公司自营蜂助手 APP、公众号等用户，由于交易规模较小，且用户消费的流量包中存在较大比例的日包等短有效期产品，单价相对较低，价格较为优惠，导致个人客户毛利空间 2019 年后出现下滑，除此特殊情况之外，通用流量运营服务个人客户 2018 年较 2017 年服务价差明显增加。





a. 2018 年个人客户毛利率大幅增加的原因

2017 年、2018 年公司个人客户前五大流量包的销售、采购价格情况如下：

单位：元（含税）

年度	序号	面值	平均销售单价	销售单价变动	平均采购单价	采购单价变动	毛利率
2018 年度	1	1G	24.73	-37.91%	15.42	-57.13%	37.63%
	2	300M	17.51	-6.24%	10.98	-19.61%	37.26%
	3	500M	25.97	-4.75%	16.92	-21.92%	34.85%
	4	100M	8.62	-7.45%	4.60	-21.18%	46.67%
	5	2G	52.80	-16.16%	33.63	-36.57%	36.32%
	所有面值综合		16.50	-13.77%	10.21	-32.48%	38.10%
2017 年度	1	1G	39.82	-	35.97	-	9.68%
	2	500M	27.27	-	21.67	-	20.53%
	3	2G	62.98	-	53.01	-	15.82%
	4	100M	9.32	-	5.84	-	37.39%
	5	300M	18.67	-	13.66	-	26.83%
	所有面值综合		19.14	-	15.13	-	20.95%

由上表可知，2018 年公司个人客户主要销费的流量包面值，销售降价幅度区间为 6.24%至 37.91%，个人客户流量包售价综合降价幅度为 13.77%，采购降

价幅度区间为 19.61%至 57.13%，个人客户流量包采购综合降价幅度为 32.48%。2018 年，公司销售降价幅度低于采购降价幅度导致个人客户毛利率大幅提升。当行业下游供应商价格调整时，公司会及时制定销售价格的调整方案。报告期内，公司主要与广东欢太科技有限公司（OPPO）合作个人用户流量充值业务，公司综合考虑不同终端充值渠道的流量价格及盈利空间，确定相应的销售价格。

b. 2017 年和 2018 年企业客户和个人客户毛利率差异较大的原因、2019 年开始毛利率基本接近的原因

公司通用流量运营服务企业客户和个人客户毛利率差异主要与销售定价策略和采购策略有关。一般来说直接向个人消费者提供服务的销售定价一般会高于企业客户，因此 2017 年、2018 年公司通用流量运营服务个人客户毛利率高于企业客户。2017 年、2018 年，公司个人客户和企业客户主要流量包平均销售单价和平均采购单价对比分析如下：

单位：元（含税）

年度	序号	面值	企业客户		个人客户		个人客户较企业客户	
			平均销售单价	平均采购单价	平均销售单价	平均采购单价	销售溢价率	采购溢价率
2018 年度	1	1G	22.70	20.73	24.73	15.42	8.93%	-25.62%
	2	300M	8.35	7.49	17.51	10.98	109.73%	46.62%
	3	500M	17.02	14.78	25.97	16.92	52.58%	14.48%
	4	100M	4.66	4.01	8.62	4.60	84.94%	14.74%
	5	2G	36.58	31.66	52.80	33.63	44.36%	6.21%
2017 年度	1	1G	32.69	30.99	39.82	35.97	21.82%	16.07%
	2	500M	19.82	18.91	27.27	21.67	37.58%	14.57%
	3	2G	45.37	43.09	62.98	53.01	38.82%	23.03%
	4	100M	6.17	5.69	9.32	5.84	51.01%	2.52%
	5	300M	14.86	13.89	18.67	13.66	25.67%	-1.63%

由上表可知，公司主要品种对个人客户的销售单价存在不同程度的销售溢价情况，一方面系公司对个人客户的销售定价本身会高于企业客户，另一方面由于客户群体对到账时间、成功率、稳定性、价格折让、客服等方面具有不同的需求，公司在配置供应商时进行了综合考虑。总体来说，为提高个人客户稳定性、体验感，公司一般会向多参数均较优的供应商进行采购，因此个人客户

流量包整体采购价格也较企业客户存在一定的溢价。

公司 2018 年底与 OPPO 结束通用流量 H5 合作后，个人客户收入规模大幅下滑。2019 年、2020 年 1-6 月通用流量个人客户收入金额分别为 42.17 万元、19.22 万元，个人客户主要为蜂助手 APP、公众号等自有平台用户，“流量日包”等低价流量品种为自有平台用户的主要消费品种。为维持自有平台用户活跃、留存、新增，公司 2019 年后的个人客户整体销售折扣有所降低，策略整体与企业客户一致，因此 2019 年、2020 年 1-6 月企业客户和个人客户毛利率基本接近。

B．公司客户结构优化对毛利率的影响

报告期内，公司通用流量运营服务的客户结构发生了较为明显的变化，一是企业客户逐渐由流量分销商转变为行业终端相关客户，客户结构不断优化，从而导致报告期内，公司企业客户毛利率不断提升。二是公司与主要的 H5 流量合作方广东欢太科技有限公司于 2018 年 10 月结束了 H5 合作模式，通用流量个人客户收入占比在 2018 年达到高峰后，2019 年占比大幅降低，导致公司 2018 年通用流量运营服务综合毛利较高，2019 年通用流量运营服务综合毛利有所降低。

②视频会员运营服务毛利率分析

报告期内，公司视频会员运营服务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
视频会员	1,593.55	19.54%	1,223.69	19.54%	501.34	30.05%	736.45	21.72%

报告期内，公司影视会员毛利率分别为 21.72%、30.05%、19.54%和 19.54%，其中 2018 年毛利率较高，主要系因为 2018 年公司与中国建设银行股份有限公司湖南省分行进行影视会员 H5 模式合作，当年确认收入 200.21 万元，占当期影视会员的收入比例为 39.93%，毛利率为 42.22%，该项合作毛利率较高。

③其他虚拟商品运营服务毛利率分析

报告期内，公司其他虚拟商品聚合运营毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
其他虚拟商品	449.71	19.60%	341.76	-10.78%	567.98	27.93%	7.25	-289.02%

报告期内，公司其他虚拟商品运营服务毛利率分别为-289.02%、27.93%、-10.78%和 19.60%，其中 2017 年公司其他虚拟商品毛利率较低，主要系 2017 年为公司的话费、短信等其他虚拟商品运营服务的投入期，公司投入了较多的人力资源且话费、短信等虚拟商品定价较低所致。2018 年，公司的话费等业务发展良好，毛利率快速提升。2019 年其他虚拟商品毛利率较低，主要系该年公司开展的短信业务亏损所致。2020 年 1-6 月，公司缩减了短信业务规模，毛利率较 2019 年有所提升。

2）融合运营服务毛利率分析

融合产品中视频权益的种类不同，结算方式有所区别，其中爱奇艺和优酷融合产品公司主要与运营商结算，并向网络视频商（爱奇艺和优酷）支付采购费用。对于芒果 TV 融合产品，由湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司或者长沙瑞联互动数码科技有限公司与电信运营商结算后，再按照固定比例与蜂助手分成。报告期内，公司融合运营服务分视频商类型毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
爱奇艺和优酷融合产品	6,746.45	**18. 23%**	10,432.01	12.73%	2,788.03	13.81%
芒果 TV 融合产品	970.05	99.60%	3,235.97	99.84%	1,057.08	99.77%
合计	**7,716.50**	**28.46%**	**13,667.98**	**33.35%**	**3,845.11**	**37.44%**

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司融合运营服务毛利率分别为 37.44%、33.35%和 28.46%，综合毛利率有所降低。芒果 TV 融合产品由于采用分成模式，其毛利率维持在较高水平，芒果 TV 融合产品运营服务成本主要为人工成本。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月爱奇艺和优酷融合产品收入占比分别为 72.51%、76.32%和 87.43%，呈逐年上升趋势。爱奇艺和优酷融合产品主要采用购销模式，其毛利率较低，因此报告期内融合运营服务综合毛利率呈下降趋势。

2020 年 1-6 月爱奇艺和优酷融合产品毛利率提升主要系**本期采购综合单价较 2019 年有所下降**所致。

3）分发运营服务毛利率分析

报告期内，公司应用分发及业务推广运营服务毛利率情况如下：

单位：万元

年度	收入	成本					毛利率
		渠道佣金	运营费及耗材	折旧及人工费	成本合计	渠道佣金占比	
2020 年 1-6 月	4,114.88	915.56	93.54	23.57	1,032.67	88.66%	74.90%
2019 年	7,561.99	2,742.82	322.5	30.59	3,095.91	88.59%	59.06%
2018 年	7,402.06	4,220.30	138.09	89.47	4,447.85	94.88%	39.91%
2017 年	9,208.40	4,291.07	83.42	96.48	4,470.97	95.98%	51.45%

目前应用市场上 APP 种类繁多，使用者在下载 APP 时一般会在 APP 应用市场中检索关键词，应用开发者为了让具有相似功能、相似名称的应用优先被用户下载使用，需要借助应用市场的排名、界面首页等方式提高曝光度和用户下载量。第三方应用市场及手机厂商应用市场主要对此类需要主动激发用户下载的 APP 进行收费，对于无需提供首页展示、搜索关键字排名等附加服务的 APP 一般无需收取费用。因此在应用市场投放 APP，需要根据营销效果投入相应的成本，对于受众较多的诸如 10086APP、抖音 APP、手机营业厅等 APP，一般无需投入较多的成本，用户会主动检索关键词，从而为推广者带来“自带量”有效激活量。对于公司无法直接在应用市场投放的 APP，则需要通过其他同行业推广商进行推广，由于需要向其同行业推广商支付渠道佣金，一般此类推广毛利率较低。

报告期内公司分发运营的主要 APP 毛利率情况如下：

单位：万元

年度	APP 名称	收入金额	毛利率	主要推广方式
2020 年 1-6 月	广东移动手机营业厅	1,675.71	98.70%	①
	语音遥控器	668.75	42.81%	②
	个性彩铃	312.37	42.31%	②
	微信读书	242.53	54.91%	②
	建行钱包	156.71	47.94%	②
	智能外呼	99.64	42.31%	②

年度	APP 名称	收入金额	毛利率	主要推广方式
	QQ 阅读	93.50	67.64%	②
	起点读书	83.45	64.06%	②
	抖音	81.91	99.43%	①
	趣头条	78.11	99.43%	①
	合计	**3,492.67**	**74.40%**	
2019 年度	广东移动手机营业厅 APP	1,923.58	83.04%	①
	微信读书	920.07	49.38%	②
	魔剑侠缘	604.81	6.17%	①
	抖音	354.44	84.26%	①
	个性彩铃	332.08	31.07%	②
	语音遥控器	245.31	41.36%	②
	咪咕游戏	243.46	73.08%	②
	腾讯新闻	232.06	35.63%	②
	全民枪战	199.46	29.60%	②
	手机预装	187.55	24.14%	②
	合计	**5,242.81**	**56.40%**	
2018 年度	10086APP	989.40	88.74%	①
	一淘 app	514.15	2.00%	①
	支付宝	471.88	57.02%	线下推广
	白金岛跑得快	397.70	26.41%	②
	咪咕游戏	385.32	10.13%	②
	微信读书	375.92	44.36%	②
	腾讯新闻	373.49	20.94%	②
	白金岛长沙麻将	261.68	26.94%	②
	白金岛跑胡子	244.05	22.95%	②
	沃音乐	190.29	49.84%	②
	合计	**4,203.88**	**41.83%**	
2017 年度	手机预装	1,397.95	33.42%	②
	10086APP	1,303.53	88.28%	①
	MM 商场	675.46	57.21%	②
	广东移动手机营业厅	519.72	99.73%	①
	咪咕阅读	462.75	36.84%	②
	忍者酷跑	305.30	34.63%	②

年度	APP 名称	收入金额	毛利率	主要推广方式
	QQ 阅读	275.18	68.63%	①
	白金岛跑得快	231.66	31.17%	②
	爱阅读	222.57	36.64%	②
	甜心消消乐	215.41	9.88%	②
	合计	**5,609.53**	**56.38%**	

备注：①由蜂助手直接投放应用市场推广； ②通过其他渠道商推广

由上表可知，不同 APP 的推广毛利率呈现较大的差别，对于知名度较高的 10086APP、广东移动手机营业厅、抖音等 APP 由于不需要在应用市场投入较大的成本，推广毛利率较高。蜂助手 2017 年、2019 年、2020 年 1-6 月分发运营服务毛利率较高主要系当年推广的广东移动手机营业厅、10086、抖音等 APP 收入占比较高所致。

公司 2018 年分发运营服务毛利率较低，这主要系因为 2018 年部分推广项目毛利率较低所致，其中公司推广一淘 app，主要帮助客户在华为应用市场付费开发用户，按照在华为应用市场广告位投放成本加 2%固定比率的方式向客户收取费用，其毛利率较低。

（2）物联网应用解决方案毛利率分析

报告期内，物联网应用解决方案毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
物联网流量解决方案	301.56	17.31%	513.35	-32.16%	344.35	-1.52%	157.25	-12.28%
物联网硬件解决方案	71.03	-33.20%	158.27	-8.99%	69.28	4.55%	-	-
物联网场景解决方案	85.77	-11.65%	819.32	22.49%	429.99	56.54%	70.15	-11.53%
合计	**458.36**	**4.06%**	**1,490.95**	**0.33%**	**843.63**	**28.57%**	**227.39**	**-12.05%**

由上表可知，物联网场景解决方案是公司物联网应用解决方案毛利的主要来源。公司物联网流量解决方案及物联网硬件解决方案业务尚处于市场开拓期，因此毛利率较低。2019 年，公司联合腾讯推出腾讯极光 CPE 机顶盒并在京东等电商平台上进行优惠推广销售，由于推广优惠价格包含了物联网流量套餐，导致当

期物联网流量解决方案毛利率为-32.16%。

公司物联网场景解决方案毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
智慧停车场	59.46	-31.57%	612.29	6.86%	0.55	0.00%	-	-
聚合支付	26.32	33.35%	207.04	69.96%	429.45	56.61%	70.15	-11.53%
合计	**85.77**	**-11.65%**	**819.32**	**22.49%**	**429.99**	**56.54%**	**70.15**	**-11.53%**

公司物联网场景解决方案主要应用于智慧停车场和聚合支付两项业务，其中聚合支付业务的毛利率较高，物联网应用场景解决方案毛利率变动主要与聚合支付业务的收入占比相关。2017 年聚合支付业务的毛利率较低主要系因为该业务为公司 2017 年开始开展的业务，在业务初期需要投入的成本较高。2018 年、2019 年聚合支付业务收入占物联网场景解决方案收入比分别为 99.87%、25.27%，聚合支付业务收入占比下滑导致 2019 年物联网场景解决方案毛利率减少。2020 年 1-6 月，受“新冠疫情”的影响，公司智慧停车场停车场项目的实施及聚合支付业务相关的商户经营均受到了波及，毛利率有所下降。

（3）技术服务毛利率分析

1）按照项目是否需要采购第三方服务，报告期内技术服务业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目性质	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
涉及第三方采购	298.47	55.54%	1,467.14	46.29%	2,395.53	60.51%	132.10	10.29%
不涉及第三方采购	269.61	98.60%	848.11	95.56%	1,368.41	99.69%	976.68	97.06%
合计	**568.09**	**75.98%**	**2,315.26**	**64.34%**	**3,763.94**	**74.75%**	**1,108.78**	**86.72%**

报告期内公司技术服务毛利率分别为 86.72%、74.75%、64.34%和 75.98%，其中不涉及第三方采购的技术服务毛利率较高，报告期内保持在 95%以上。公司开展技术服务业务时，主要基于自主核心技术，根据客户的具体需求定制相应的功能模块，并投入相应的成本。公司从 2017 年主要以人工成本为主的技术服务延伸至技术综合解决方案提供商，2018 年、2019 年“涉及第三方采购”的业务

比例大幅提升，导致公司 2018 年和 2019 年技术服务综合毛利率较 2017 年低。2020 年 1-6 月由于“涉及第三方采购”的技术服务毛利率提升，以及较高毛利率的“不涉及第三方采购”收入占比提升，导致该期技术服务综合毛利率较 2019 年增加。

2017 年公司涉及第三方采购的毛利率较低，主要系因为该年涉及外购的项目全部为运营商项目，且项目规模较小，公司为了保障服务质量，采购第三方服务保留的价差较少。

（4）其他业务毛利率

报告期内，公司其他业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
培训服务	27.22	37.13%	847.57	40.28%	393.30	49.08%	13.50	50.00%
商品销售	266.52	9.86%	211.04	20.23%	336.54	21.03%	242.66	8.36%
广告及其他	23.48	67.17%	57.40	77.61%	60.69	62.52%	198.57	99.47%
合计	**317.22**	**16.44%**	**1,116.01**	**38.41%**	**790.52**	**38.17%**	**454.73**	**49.38%**

报告期内，公司其他业务综合毛利率分别为 49.38%、38.17%、38.41%和 16.44%，培训服务、商品销售和广告业务为公司其他业务的主要组成部分，其中培训服务和广告业务的毛利率较高，商品销售的毛利率较低，2017 年公司其他业务毛利率较高主要系当期广告业务收入占比较高所致，2018 年由于广告业务收入占比下降导致当期其他业务毛利率有所下滑，2019 年公司其他业务毛利率增长主要系培训服务业务的收入占比提高所致。2020 年 1-6 月其他业务毛利率降低主要系商品销售收入占比提高所致。

培训服务系公司为运营商、银行等客户提供的衍生服务，报告期内，公司培训服务毛利率分别为 50.00%、49.08%、40.28%和 37.13%。为满足客户不同的需求，公司一般会联合第三方专业培训机构协同提供服务，并将公司取得收入的固定比例部分作为培训支出。培训服务 2019 年及 2020 年 1-6 月毛利率下降主要系部分培训服务支出比例较高所致。

商品销售收入主要为公司经营淘宝、京东店所产生的手机配件、小家电等商

品（不含物联网设备）销售产生的收入，报告期内，公司商品销售毛利率分别为8.36%、21.03%、20.23%和9.86%，其中2017年商品销售业务毛利率较低，主要系因为电商业务为公司2017年开始从事的业务，业务初期销售定价较低。2020年1-6月，由于公司以较低价格处置了一批手机配件，导致本期毛利率降低。

4、可比上市公司毛利率对比分析

（1）综合毛利率对比

公司主营业务涵盖数字化虚拟商品综合运营服务，物联网应用解决方案及技术服务，涉及细分业务领域较广。报告期内，数字化虚拟商品综合运营业务为公司收入的主要来源，占报告期内总收入的80%以上。目前国内A股上市公司中还未有与公司的业务类型和业务结构完全相近的可比上市公司，根据公司业务的特性，综合考虑主营业务、服务应用领域及业务可比性等因素后，选取互联网服务行业中部分业务相似的上市公司高鸿股份、彩讯股份、通鼎互联、号百控股为公司的可比公司，可比公司与本公司业务对比情况如下：

上市公司	业务对比情况
高鸿股份（000851）	公司经营通信设备产品及制造业务、计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务、充值业务、兑换业务、支付业务、移动信息、移动传媒、应用分发、移动娱乐、IT销售业务
彩讯股份（300634）	公司产品或服务类型：提供基于邮件系统、云存储、协同办公、大数据平台及应用、电子渠道建设和运营支撑、数字营销等产品的互联网应用平台的建设及运营支撑服务
通鼎互联（002491）	公司产品或服务类型包括：光纤光缆、通信设备、通信电缆、流量及数据营销、互联网安全
号百控股（600640）	公司产品或服务类型包括：视频运营、游戏业务、数字阅读、动漫运营、应用分发积分兑换、商旅预订、酒店运营

公司毛利率与可比上市公司对比情况如下：

名称	用于对比的业务	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
高鸿股份（000851）	信息服务业	55.86%	26.00%	20.78%	22.84%
彩讯股份（300634）	技术服务	47.43%	42.95%	45.43%	46.04%
通鼎互联（002491）	流量及数据营销	26.44%	31.66%	28.96%	49.71%
号百控股（600640）	互联网文娱服务	5.82%	26.33%	37.46%	34.91%
平均		**33.89%**	**31.74%**	**33.16%**	**38.38%**
蜂助手	综合毛利率	35.04%	33.22%	37.74%	24.20%

数据来源：定期报告

注：号百控股（600640）2020 年中报未披露分业务毛利率,2020 年 1-6 月可比数据为其综合毛利率

报告期内，可比公司平均毛利率分别为 38.38%、33.16%、31.74%和 33.89%，发生人毛利率 2017 年明显低于行业平均水平，主要系因为公司 2017 年通用流量运营服务占公司业务收入权重较高，受“提速降费”及客户结构等影响，该年毛利率较低。随着公司数字化虚拟商品服务内容的不断丰富，及技术服务业务收入占比的提升，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月发行人毛利率高于同行业平均毛利率，处于同行业可比企业合理区间内，不存在显著差异。

（2）分业务毛利率对比分析

1）聚合运营服务

公司聚合运营服务中，通用流量为主要服务类别，经营通用流量及类似业务的可比上市公司毛利率情况如下：

可比企业	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
通鼎互联（002491）	流量及数据营销	26.44%	31.66%	28.96%	49.71%
高鸿股份（000851）	充值业务	80.76%	28.54%	25.58%	25.09%
银之杰（300085）	移动流量业务	-	-	11.23%	-3.41%
旗天科技（300061）	数字商品营销业务	38.66%	35.59%	-	-
平均		48.62%	31.93%	21.92%	23.80%
蜂助手	聚合运营服务	20.38%	19.26%	25.97%	11.55%

备注： 1、银之杰自 2018 年流量业务减少后，不再单独披露流量业务数据；2、旗天科技数字商品营销业务系 2019 年收购江苏小旗欧飞科技有限公司后新增业务，前期数据未披露。

各可比企业相应业务中，通用流量业务规模权重不同及客户结构不同，导致各公司之间的毛利率出现较大差异。

根据通鼎互联公开披露信息，其移动互联网服务业务主要集中在移动精准营销领域，主要产品包括“2491 流量平台”、“流量掌厅”等，来自终端行业的销售比重较高，因此毛利率较高。

根据高鸿股份公开披露的信息，互联网通信相关业务主要由子公司高阳捷迅实施，通过与支付宝的合作，依托支付宝的 C 端流量入口，打造具有竞争力

的细分领域互联网营销平台。报告期内，高鸿股份充值业务毛利率相对稳定，由于2020上半年其充值业务业务占比较少，未公开披露毛利变动原因。

根据旗天科技公开披露的信息，其子公司欧飞通过多年来持续整合各种商品及营销技术和资源，服务对象包括电商、银行、互联网公司、保险、支付、福利业等，其数字商品营销业务的毛利率相对较高。

通鼎互联及旗天科技与蜂助手相比，两家企业均以营销服务作为主要方向，营销客户相对定价较高，毛利率因此较高。蜂助手的主要客户群体中，包括了终端行业客户及其服务商、手机运营商等，由于终端行业服务商类客户及手机运营商类客户均需要保留一定的利润空间，因此公司与通鼎互联和旗天科技相比，毛利率略低。各可比企业由于客户结构、商业模式、细分虚拟商品占比不同，导致毛利率趋势有所区别，其中高鸿股份、银之杰、旗天科技报告期内毛利率呈上升趋势。公司扣除个人客户的影响，报告期内聚合运营服务毛利率呈上升趋势，与高鸿股份、银之杰、旗天科技的毛利率趋势一致。

2）融合运营

经营融合业务并单独披露的上市公司较少。上市公司中涉及影视会员相关服务的企业主要有号百控股、旗天科技（业务列示为“数字商品营销业务”）和福禄控股（02101），公司与上述企业进行对比如下：

可比企业	用于对比的业务	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
号百控股（600640）	互联网文娱服务	5.82%	26.33%	37.46%	34.91%
旗天科技（300061）	数字商品营销业务	38.66%	35.59%	-	-
福禄控股（02101）	文娱类虚拟商品佣金率	8.30%	9.40%	13.60%	25.80%
平均		17.59%	23.77%	25.53%	30.36%
蜂助手	融合运营服务	28.46%	33.35%	37.44%	-

备注：1、福禄控股数据来源于其在2020年8月31日在香港联交所上市披露的招股文件；2、旗天科技数字商品营销业务系2019年收购江苏小旗欧飞科技有限公司后新增业务，前期数据未披露。

报告期内，各可比企业公司视频会员相关业务的毛利率差异较大，公司融合运营服务毛利率整体低于旗天科技，高于福禄控股，这主要与各企业的商业模式和客户结构存在差异所致。

根据号百控股公开披露的信息，其为中国电信子公司，互联网文娱服务主要面向公众用户提供天翼超高清、天翼云游戏和天翼云 VR 三大产品的内容运营，盈利模式为会员付费、内容分发计费、流量结算、产品开发以及互联网广告等方式，其商业模式与蜂助手存在一定的区别。

根据旗天科技公开披露的信息，其子公司欧飞通过多年来持续整合各种商品及营销技术和资源，服务对象包括电商、银行、互联网公司、保险、支付、福利业等，其数字商品营销业务的毛利率相对较高。

根据福禄控股公开披露的信息，截至 2020 年 3 月 31 日，其在淘宝、京东的等国内电商平台经营 63 家自营网店及 15 家代营网店。对其佣金率变动主要原因表述如下：①促成新的虚拟商品类型；②促成不同佣金率的虚拟商品交易；③虚拟商品供应商按照本身运营策略及市场状况调整佣金；④来自虚拟商品供应商愈发激烈的市场竞争。

公司融合运营的合作方主要集中为运营商和网络视频商，且根据结算方式分为购销模式和分成模式。公司融合运营服务的客户结构，商业模式与可比企业存在一定的区别，毛利率总体处于聚合运营服务可比公司相应业务毛利率范围内。

3）分发运营

经营 APP 应用分发运营业务的可比上市公司毛利率情况如下：

可比企业	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
号百控股（600640）	应用分发	-	34.93%	67.90%	66.05%
每日互动（300766）	开发者服务	83.46%	88.78%	92.84%	91.49%
平均		83.46%	61.86%	80.37%	78.77%
蜂助手	分发运营服务	74.90%	59.06%	39.91%	51.45%

备注：号百控股（600640）2020 年半年度报告未披露应用分发毛利率情况

由上表可知，报告期内蜂助手分发运营服务毛利率低于同行业平均水平，这主要与各公司所采用的推广方式和 APP 资源不同所致。

根据号百控股公开披露的信息，其主要面向市场重点推出“天翼空间”和“易商店”两个品牌。“天翼空间”品牌定位为综合类应用商店，主要发展本网

(电信)客户为主，异网(移动、联通)客户为辅；“易商店”定位为娱乐游戏类商店，面向全网市场发展，重点通过第三方渠道发展客户，与“天翼空间”客户端形成差异化运营。号百控股定位为应用商店，与蜂助手属于上下游关系。

根据每日互动披露的《浙江每日互动网络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）》：“移动应用开发者服务的毛利率较高，主要系相关技术产品研发完成后，后期的运营成本主要为相关人员的薪酬、技术服务费以及服务器折旧等相对不高的费用所致”。每日互动主要使用信息系统接入大量的推广需求，而支付的服务费用较少，因此其毛利率较高。

蜂助手推广的 APP 品类相较为集中，在各应用市场和其他渠道商投放 APP 时，需要支付一定的酬金，因此主要年度毛利率较低于号百控股和每日互动。

4）物联网应用解决方案

经营物联网相关业务的可比公司毛利率情况如下：

可比企业	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
移远通信（603236）	无线通信模组行业	20.35%	21.15%	17.38%	11.42%
安居宝（300155）	停车场系统及道闸广告业务	48.61%	53.66%	26.58%（停车场）	29.58%（停车场）
映翰通（688080）	工业物联网通信产品	56.34%	56.40%	53.13%	49.45%
日海智能（002313）	AI 物联网	15.87%	20.00%	17.65%	20.15%
平均		35.29%	37.80%	28.69%	27.65%
蜂助手	物联网应用解决方案	4.06%	0.33%	28.57%	-12.05%

由上表可知，公司物联网应用解决方案毛利率整体低于可比公司，这主要系因为可比上市公司物联网相关业务均已形成了一定规模所致。公司物联网应用解决方案业务整体规模较小，公司的智慧停车场业务、CPE 机顶盒业务等细分业务尚处于拓展期，因此公司物联网应用解决方案毛利率较低。

5）技术服务

技术服务业务可比公司毛利率情况如下：

可比企业	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

可比企业	用于对比的业务	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
彩讯股份（300634）	技术服务	47.43%	42.95%	45.43%	46.04%
泛微网络（603039）	技术服务	96.91%	97.44%	96.97%	97.02%
南威软件（603636）	技术服务	54.85%	74.50%	81.08%	33.28%
平均		66.40%	71.63%	74.49%	58.78%
蜂助手	技术服务	75.98%	64.34%	74.75%	86.72%

备注：南威软件 2017 年未单独披露技术服务毛利率，2017 年列示毛利率为其综合毛利率

同行业上市公司技术服务业务毛利率普遍处于较高水平，报告期内，蜂助手毛利率处于同行业技术服务毛利率合理区间内。

综上所述，公司不同业务的毛利率情况符合行业特性及趋势。

（四）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
城市维护建设税	15.76	23.34	28.82	30.08
教育费附加	6.75	10.00	12.30	12.88
地方教育费附加	4.50	6.67	8.20	8.60
印花税	12.45	34.14	16.46	21.95
文化事业建设费及其他	-	2.77	7.65	5.82
合计	**39.46**	**76.92**	**73.44**	**79.34**

公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加、印花税、文化建设事业费。其中，城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加的计税基础为当年实际缴纳的增值税，其变化趋势与公司缴纳增值税相关，增值税增加，税金及附加金额随之增加，反之，税金及附加金额随之减少，公司按照结算单确认收入，与开具增值专用发票存在时间差，导致 2019 年实际缴纳的增值税金额较 2018 年少，进而导致城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加有所减少。印花税的计税基础为签订合同金额，与公司总体收入金额变动趋势一致。文化事业建设计税基础为提供广告服务取得销售额，该项变化趋势与广

告收入基本一致。

2、期间费用

报告期内，公司期间费用占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	734.87	3.48%	1,805.68	4.26%	1,568.70	5.39%	1,206.47	3.30%
管理费用	911.31	4.32%	1,470.02	3.47%	1,420.15	4.88%	1,113.22	3.04%
研发费用	1,184.27	5.61%	2,902.76	6.86%	2,602.60	8.94%	2,220.03	6.07%
财务费用	265.95	1.26%	474.33	1.12%	71.55	0.25%	111.71	0.31%
合计	**3,096.40**	**14.66%**	**6,652.79**	**15.71%**	**5,663.00**	**19.45%**	**4,651.42**	**12.72%**
营业收入	21,114.29	100.00%	42,344.04	100.00%	29,113.18	100.00%	36,575.72	100.00%

报告期内，公司期间费用总额分别为 4,651.42 万元、5,663.00 万元、6,652.79 万元和 3,096.40 万元，整体呈增长趋势，期间费用占营业收入的比例分别为 12.72%、19.45%、15.71%和 14.66%。报告期内，期间费用以管理费用、销售费用和研发费用为主，合计占营业收入的比例分别为 12.41%、19.21%、14.59%和 13.41%，财务费用占比较小，占营业收入的比例分别为 0.31%、0.25%、1.12%和 1.26%。

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	435.91	59.32%	807.39	44.71%	646.47	41.21%	246.17	20.40%
推广费	91.24	12.42%	528.26	29.26%	186.35	11.88%	94.68	7.85%
租赁、物业及水电费	84.40	11.49%	147.57	8.17%	102.47	6.53%	28.82	2.39%
业务招待费	36.81	5.01%	97.74	5.41%	65.32	4.16%	12.17	1.01%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台渠道费	30.10	4.10%	70.06	3.88%	385.07	24.55%	531.83	44.08%
差旅、交通、汽车费	13.78	1.87%	40.99	2.27%	29.18	1.86%	21.10	1.75%
运杂费	5.72	0.78%	36.53	2.02%	65.26	4.16%	35.38	2.93%
通讯费、会务费	13.56	1.85%	20.39	1.13%	5.71	0.36%	7.21	0.60%
办公、培训费	2.03	0.28%	10.46	0.58%	22.90	1.46%	9.75	0.81%
业务宣传费	1.50	0.20%	9.74	0.54%	25.20	1.61%	183.41	15.20%
折旧费	0.84	0.11%	2.94	0.16%	4.77	0.30%	5.10	0.42%
其他	18.99	2.58%	33.61	1.86%	30.00	1.91%	30.85	2.56%
合计	**734.87**	**100.00%**	**1,805.68**	**100.00%**	**1,568.70**	**100.00%**	**1,206.47**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 1,206.47 万元、1,568.70 万元、1,805.68 万元和 734.87 万元，呈不断上升趋势。公司销售费用主要由职工薪酬、推广费、租赁、物业及水电费、业务招待费、平台渠道费等构成，报告期内上述费用合计占销售费用的比重分别为 75.73%、88.33%、91.43%、92.32%，具体情况如下：

1）职工薪酬

公司销售费用中职工薪酬为销售部门人员工资及奖金、社保费、住房公积和辞退福利，报告期内公司销售人员人数及薪酬情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员平均数（人）	59	48	38	22
人工总成本（万元）	435.91	807.39	646.47	246.17
人均成本（万元）	7.39	17.00	17.01	11.45

报告期内，公司销售费用中职工薪酬分别为 246.17 万元、646.47 万元、807.39 万元和 435.91 万元，占销售费用的比例分别 20.40%、41.21%、44.71%和 59.32%。**报告期内，销售人员平均薪酬为 11.45 万元、17.01 万元、17.00 万元和 7.39 万元，2018 年公司销售人员平均薪酬增加主要系因为公司开拓视频权益业务并在武汉、长沙、深圳、北京和郑州新设 5 个分公司，新业务骨干平均薪酬较高。2020 年 1-6 月，销售人员平均薪酬略有下滑，主要系“新冠疫情”期间，按照公司考核制度，部分员工激励奖金有所减少，同时，2020 年上半年，公司扩招**

的部分销售人员平均薪资较低以及“新冠疫情”期间社保缴费减免，以上因素综合导致销售人员平均薪酬降低。报告期内职工薪酬变化情况与公司销售部门员工数量和薪酬水平相符。

公司销售人员平均薪酬与同行业企业对比情况如下：

单位：万元/年

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	5.32	9.52	11.16	9.60
彩讯股份（300634）	22.52	35.23	34.73	35.07
通鼎互联（002491）	11.09	29.02	24.26	17.20
号百控股（600640）	3.10	7.25	5.66	6.30
平均	10.51	20.26	18.95	17.04
蜂助手	7.39	17.00	17.01	11.45

备注：同行业企业销售人员平均薪酬根据公开披露的年报信息进行测算。其中，薪酬总额为可比公司销售费用中薪酬金额。销售人员数量为报告期初、期末销售人数算数平均数，由于 2020 年 6 月 30 日未披露人员数量，故 2020 年 1-6 月人员数量采用期初数。

由上表可知，公司销售人员人工平均薪酬处于同行业可比公司合理薪酬范围内，低于彩讯股份、通鼎互联，高于高鸿股份和号百控股。整体薪酬水平及趋势与同行业公司相比无显著异常。

2）推广费

公司销售费用中推广费主要为提升公司销售规模，开展各项营销活动产生的费用。报告期内，公司销售费用中推广费分别为 94.68 万元、186.35 万元、528.26 万元和 91.24 万元，占销售费用的比例分别为 7.85%、11.88%、29.26%和 12.42%。**报告期内，公司主要通过天猫、京东、拼多多等电商平台推广手机配件、OTT 盒子及叮当音箱产品，同时，也对自有 APP 进行推广。报告期内，公司推广清单如下：**

单位：万元

推广活动名称	支出对象	具体费用明细	推广费金额				推广策略	活动推广效果
			2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度		
推广手机配件	阿里系公司、京东	天猫、京东线上平台促销费	10.18	98.56	142.98	72.95	新款产品上线后，利用平台进行付费推广并跟踪测控，对效果较好的产品将保持持续性付费推广，优化核心关键词搜索排名，从而提升产品排名，增加销量。	通过电商平台推广，销售规模呈增长趋势，销售额由2017年度103.36万元增长到2019年度的212.20万元。
推广机顶盒业务	深圳市荣华世纪商贸有限公司、阿里系公司	天猫、京东、拼多多等线上平台促销费	17.04	69.04	6.85	-		
推广叮当音箱	上海寻梦信息技术有限公司（拼多多）	拼多多线上平台促销费	4.19	-	-	-		
推广蜂助手APP	个人用户、广州华民广告有限公司、百度	①发放奖品鼓励新人注册、进行抽奖活动（奖品包括流量包、影视会员、礼品卡等）； ②网上媒体投放广告费。	41.44	259.38	15.17	6.78	①通过蜂助手APP首页界面的促销活动引导新用户入驻； ②通过明星单品并结合促销策略留存用户使用时间，孵化销售机会； ③通过对重点商品进行周期促销，提高付费率、复购率，提升整体业绩。	实现APP新增用户逐年攀升，2017年、2018年、2019年、2020年6月30日总累计下载量分别达到61万、177万、334万及641万。
推广视频权益融合学霸卡产品	中国移动、福建未来无线信息技术有限公司、广州华民广告有限公司、个人用户	线上短信营销、线下地推等相关推广费用支出	0.04	52.64	13.38	-	①持续引导百万级存量客户免费领取视频权益，提高用户活跃度，延长产品生命周期； ②与运营商合作，抓住秋季高校入学的有利契机，开展线上、线下促销，包括话费回赠、实物抽奖等，拓展高校新用户。	实现2019年学霸卡付费用户达40万户。

推广活动名称	支出对象	具体费用明细	推广费金额				推广策略	活动推广效果
			2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度		
推广银行业务活动	个人用户	线上推广活动，包括赠送话费、流量及影视会员等相关推广费用支出	12.57	32.25	-	-	通过开展签到有礼、绑定银行卡免费领福利、交易有礼等各项活动吸引银行渠道客户，增加用户量。	增进银行业务合作、增加活跃用户量。通过该推广活动，与16个地市级银行建立业务合作关系。
推广公司各项业务	中国移动、福建未来无线信息技术有限公司	短信费用	5.78	0.62	2.17	3.59	公司各项业务开展均需发送短信通知，如验证码短信、营销推广短信等从而引导客户消费。	预计成功发送短信量的1‰将实现有效转化。
推广视频权益融合芒果TV产品	个人用户	会员连续包月订购送话费	-	15.44	0.80	-	运营商与视频平台等线上电子渠道开展联合促销活动，如连续包月赠送话费，快速增加用户规模。	赠送话费活动可提升用户订购产品粘性，用户次月续费率接近80%。
推广蜂云电话APP	个人用户	每月向用户赠送话务额度所产生的话务费支出	-	0.33	5.00	11.36	通过华南区多个渠道，进行产品推广，设立渠道专属优惠政策与新用户试用优惠政策，让利新用户使渠道商能以更低门槛获得首批种子客户。	获取首批种子用户，并获得首批体验用户活跃数据以及渠道商的市场反馈。
合计			91.24	528.26	186.35	94.68		

注：电商平台相关费用主要是根据所获点击量、展示量、销售佣金等方式进行结算。

公司2019年推广费用金额为528.26万元,较2018年增加的主要原因如下：①蜂助手APP于2017年正式上线，为提高公司品牌知名度及提高自有APP用户人气，公司于2019年下半年开始大力开展推广活动，主要形式包括发放奖品鼓励新人注册使用APP、开展抽奖活动等。同时公司还运用网络媒体投放广告，进行宣传引流，由此产生259.38万元推广费；②2019年下半年，公司联合腾讯推出了CPE机顶盒，并在京东自营店进行推广。为打开产品市场、快速提高京东自营店铺的产品销量、提升产品排名及店铺排名，公司进行了店铺搜索排名、广告投放等多种推广方式，由此产生69.04万元推广费；③公司为提高融合运营服务的品种-学霸卡产品的销量，2019年公司采用线上短信营销与线下推广相结合方式进行产品推广，由此产生52.64万元推广费。

综上，2019年公司推广费用增加主要为提升蜂助手APP用户流量、推广CPE机顶盒及融合产品销量开展了各项推广活动所致，具有合理性。

3）租赁、物业及水电费

公司销售费用中租赁、物业及水电费主要系公司销售部门分担的办公室租金费用、物业费及水电费，报告期内其金额分别为28.82万元、102.47万元、147.57万元和84.40万元，报告期内逐年上升。2018年租赁、物业及水电费增长主要系公司2018年在武汉、长沙、深圳、北京和郑州新设5个分公司租赁新办公场所所致。2019年租赁、物业及水电费增长主要系销售人员人数增加，导致当年需分摊的办公室租金增加所致。

4）业务招待费

公司销售费用中业务招待费主要为公司销售部门日常接待发生的费用，报告期内公司销售费用中业务招待费分别为12.17万元、65.32万元、97.74万元和36.81万元，由于销售部门人员积极开拓市场，业务招待费用逐年提高。

5）平台渠道费

公司销售费用中平台渠道费主要为公司使用合作方的平台（如淘宝、京东和H5业务合作方）提供服务需支付费用。报告期内，平台渠道费分别为531.83万元、385.07万元、70.06万元和30.10万元。2017年、2018年平台渠道费用较高主要系因为2017年、2018年蜂助手与广东欢太科技有限公司合作，由蜂助手提

供 H5 充值界面为 OPPO 手机用户提供通用流量充值服务，按照约定，公司 2017 年、2018 年需要向广东欢太科技有限公司支付服务费 498.96 万元、317.24 万元。2019 年、2020 年 1-6 月平台渠道费用较低，主要系公司逐步退出了手机配件电商市场及 H5 交易规模较少所致。

A.平台渠道费的具体计费方式

报告期内，公司主要平台渠道商计费方式如下：

单位：万元

平台渠道商名称	金额				服务内容	计费方式
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度		
广东欢太科技有限公司	-	-	317.24	498.96	在 OPPO 手机中设置公司的 H5 充值页面，为公司提供渠道推广服务。	按销售订单总额乘以分佣比例。
广州极有汇科技有限公司	7.72	17.05	-	-	公司提供通道以及相关的技术支持和技术服务，极有汇通过自有渠道等方式进行宣传推广。	按推广会员权益数量乘以固定单价。
北京泰迪熊移动科技有限公司	4.16	14.99	-	-	泰迪熊在自有渠道平台植入公司的 H5 充值页面，为公司提供渠道推广服务。	按成功销售金额乘以渠道分佣比例。
中国石化销售股份有限公司广东石油分公司	3.37	13.17	-	-	渠道商为公司开通店铺服务，经允许可使用“加油广东 APP 商城”平台发布商品信息并对外销售。	按商品订单金额扣减代金券抵扣金额后的差额乘以固定比例。
中移在线服务有限公司	1.23	4.79	2.21	-	通过“中移在线”的 10085 平台销售商品。	①终端配件类：零售模式下按销售总额的 5%确定；分销模式下按销售总额的 3%； ②影视会员类虚拟商品：因费率差异，不区分零售和分销模式，按销售总额不低于 5%的费率。
广东宏科通信有限公司	3.37	-	-	-	公司提供通道以及相关的技术支持和技术服务，宏科通信通过自有渠道等方式进行宣传推广。	按推广会员权益数量乘以固定单价。
深圳市乐伯网络科技有限公司	2.50	-	-	-	乐伯网络在自有渠道平台植入公司的 H5 充值页面，为公司提供渠道推广服务。	按订单数量乘以单固定单价。

B.未将平台渠道费列入营业成本的合规性

根据《企业会计准则——基本准则》第三十五条规定，“企业为生产产品、提供劳务等发生的可归属于产品成本、劳务成本等的费用，应当在确认产品销售收入、劳务收入等时，将已销售产品、已提供劳务的成本等计入当期损益。”此即为营业成本的定义；根据《企业会计准则应用指南附录-会计科目和主要账务处理》对于销售费用科目的规定，“本科目核算销售商品和材料、提供劳务的过程中发生的各种费用”可知，销售费用即是与企业销售商品活动有关的费用，不包括销售商品本身的成本。

公司平台渠道费因使用第三方平台推广产品及服务而产生，与公司整体经营销售活动相关，该费用并不直接归属于公司某项特定产品与服务，即不属于营业成本。

综上，公司未将平台渠道费列入营业成本是合规的，符合公司销售活动的实际情况以及《企业会计准则》的相关规定。

6）销售费用率对比分析

报告期内，公司销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	2.87%	1.60%	1.91%	1.62%
彩讯股份（300634）	3.68%	3.60%	3.27%	3.57%
通鼎互联（002491）	4.72%	8.08%	5.13%	4.51%
号百控股（600640）	2.16%	2.66%	4.99%	9.99%
平均	**3.36%**	**4.00%**	**3.83%**	**4.92%**
蜂助手	3.48%	4.26%	5.39%	3.30%

2017 年公司销售费用率低于同行业平均水平，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司销售费用率高于同行业平均水平，这主要系公司 2018 年之后，公司影视会员业务及融合业务快速发展，销售人员薪酬及与其他与销项相关的费用增多所致。

（2）管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	386.38	42.40%	632.53	43.03%	651.01	45.84%	434.80	39.06%
中介及服务咨询费	78.73	8.64%	222.21	15.12%	243.03	17.11%	187.60	16.85%
业务招待费	82.78	9.08%	163.53	11.12%	134.03	9.44%	63.53	5.71%
租赁、物业及水电费	67.07	7.36%	107.75	7.33%	94.71	6.67%	66.87	6.01%
长期资产折旧、摊销费	41.88	4.60%	91.64	6.23%	85.27	6.00%	95.12	8.54%
股份支付	162.50	17.83%	81.25	5.53%	-	-	-	-
办公费	34.32	3.77%	43.08	2.93%	65.08	4.58%	106.29	9.55%
差旅、交通、汽车费	10.25	1.12%	54.05	3.68%	65.30	4.60%	69.37	6.23%
通讯、会务费	37.98	4.17%	38.21	2.60%	37.74	2.66%	51.67	4.64%
运杂费	6.23	0.68%	9.09	0.62%	10.04	0.71%	9.44	0.85%
其他	3.19	0.35%	26.67	1.81%	33.94	2.39%	28.52	2.56%
合计	**911.31**	**100.00%**	**1,470.02**	**100.00%**	**1,420.15**	**100.00%**	**1,113.22**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 1,113.22 万元、1,420.15 万元、1,470.02 万元和 911.31 万元，呈不断上升趋势。报告期内管理费用增加主要系薪酬支出、业务招待费用及股份支付费用增加所致。

报告期内公司管理费用主要由职工薪酬、中介及服务咨询费、业务招待费、租赁费、物业及水电费、长期资产折旧、摊销费和股份支付费用构成，以上费用报告期内合计占管理费用金额比例为 76.17%、85.06%、88.36%和 89.91%。具体情况如下：

1）职工薪酬

管理费用中的职工薪酬为管理人员的工资、奖金、社保、公积金。报告期内公司管理人员人数及薪酬情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理人员平均数（人）	43	48.5	61	50.5
人工总成本（万元）	386.38	632.53	651.01	434.80
人均成本（万元）	8.99	13.04	10.67	8.61

公司管理费用中职工薪酬分别为 434.80 万元、651.01 万元、632.53 万元和 386.38 万元，其中 2018 年职工薪酬较高系公司管理团队人数增长及平均薪酬提高所致。2019 年职工薪酬较 2018 年减少主要系因为当年管理人员人数减少所致。

公司管理人员主要由公司财务人员、行政管理人员等中后台支持岗位人员，报告期内，公司管理人员平均薪酬分别为 8.61 万元、10.67 万元、13.04 万元和 8.99 万元。管理人员平均薪酬呈上升趋势主要系根据公司经营业绩、工作量考核等原因导致管理人员薪酬不断上调所致。

公司管理人员平均薪酬与同行业企业对比情况如下：

单位：万元/年

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	13.42	23.89	24.91	23.62
彩讯股份（300634）	7.92	17.95	14.40	10.89
通鼎互联（002491）	5.81	14.43	15.18	12.48
号百控股（600640）	18.25	42.47	37.30	39.14
平均	11.35	24.68	22.95	21.53
蜂助手	8.99	13.04	10.57	8.77

因为不同公司的经营规模和经营模式有所区别，管理人员人均薪酬有所区别。除 2020 年 1-6 月，公司管理人员平均薪酬超过彩讯股份及通鼎互联之外，其他期间公司管理人员平均薪酬薪酬整体低于行业平均水平，这主要系因为公司整体经营规模小于上述同行业公司所致。随着公司经营规模的提升，公司管理人员整体薪酬已提升至同行业可比区间内。

2）中介及服务咨询费

管理费用中咨询服务费主要为支付给证券公司、会计师事务所、律师事务所、及其他中介机构的服务费用。报告期内，公司管理费用中咨询服务费分别为 187.60 万元、243.03 万元、222.21 万元和 78.73 万元。咨询服务费用主要系公司在全国中小企业股份转让系统挂牌期间及 IPO 过程中聘请各中介机构产生的费用。

3）业务招待费

管理费用中业务招待费主要为公司管理部门日常接待发生的费用，报告期内

公司管理费用中业务招待费分别为 63.53 万元、134.03 万元、163.53 万元和 82.78 万元，由于公司业务规模扩大，管理部门业务招待费用逐年提高。

4）租赁、物业及水电费

公司管理费用中租赁费主要系管理部门分担的办公室租金、物业及水电费，报告期内，其金额分别为 66.87 万元、94.71 万元、107.75 万元和 67.07 万元。2018 年租赁、物业及水电费增长，主要系公司 2018 年在武汉、长沙、深圳、北京和郑州新设 5 个分公司租赁新办公场所所致。2019 年租赁、物业及水电费增长，主要系因为因为 2019 年公司房屋租金较 2018 年有所上浮，同时 2018 年分公司设立不足一个完整会计期间所致。

5）长期资产折旧、摊销费

公司管理费用中折旧及摊销费主要系归属于管理部门的固定资产、无形资产、长期待摊费用、低值易耗品的折旧摊销费用。报告期内，公司管理费用中折旧及摊销费用分别为 95.12 万元、85.27 万元、91.64 万元和 41.88 万元。公司的固定资产、无形资产等资产规模较小，且无需经常更新，2018 年折旧及摊销费用减少主要系按照折旧摊销政策，2018 年无需对部分已经达到使用年限的固定资产、无形资产计提折旧摊销所致。

6）股份支付

①股权激励基本情况

根据 2019 年 9 月 17 日股东大会决议，以广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）和赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）作为员工持股平台，合计向公司增加注册资本 200.00 万元，每 1 元注册资本对应的认购价格为 2 元。由实际控制人罗洪鹏作为上述两个持股平台合伙企业的普通合伙人，公司高级管理人员、总监、核心骨干员工及董事会认为需要激励的其他员工作为有限合伙人。股份支付的授予日为 2019 年 9 月 17 日，每 1 元注册资本对应公允价值为 8.5 元，授予日股份支付的公允价值为 1,300.00 万元。根据合伙协议规定，被激励对象应持续在公司服务四年，且其持有的合伙企业份额在服务期内不得转让、用于担保或偿还债务。因此，公司将上述授予给激励对象的股份支付 1,300.00 万元认定为存在服务期的以权益结算的股份支付，在等待期内进行分摊。

②股份支付的会计处理

报告期内股份支付确认金额如下

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
以权益结算的股份支付计入资本公积的金额	162.50	81.25	-	-
以权益结算的股份支付确认的费用总额	162.50	81.25	-	-

③授予日权益工具公允价值的确定方法

由于公司为非上市公司，公司的股权没有活跃的市场对价,因此本公司将授予日最近一个交易日“引入外部第三方投资者的股权转让价款”作为授予日股权的公允价值。外部第三方投资者于 2019 年 10 月 7 日以每股 8.5 元的价格对蜂助手进行投资，因此本次涉及的股份支付授予日的每股股权公允价值为 8.5 元。

7）管理费用率对比分析

报告期内，公司管理费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	2.61%	1.14%	1.57%	1.69%
彩讯股份（300634）	7.53%	8.20%	6.01%	6.66%
通鼎互联（002491）	3.65%	8.73%	4.05%	3.80%
号百控股（600640）	9.13%	7.90%	7.08%	7.33%
平均	**5.73%**	**6.48%**	**4.68%**	**4.87%**
蜂助手	4.32%	3.47%	4.88%	3.04%

报告期内，公司管理费用率处于行业正常水平范围内，除 2018 年外，整体低于行业平均水平。经查询公开信息，彩讯股份管理费用前三大构成为员工薪酬、固定资产折旧及摊销、办公费；通鼎互联管理费用前三大构成为员工薪酬、固定资产折旧及摊销、办公费；号百控股管理费用前三大构成为员工薪酬、固定资产折旧及摊销、房屋使用费，公司管理费用率低于上述企业主要原因如下：

①报告期内，公司经营规模较上市公司小、管理层级较少，管理成本相对较低，故管理费用中薪酬较小。

②报告期内，公司无自有房产，经营场地以租赁的方式取得，办公环境集

中且精简，相对承担的办公场所支出较少，同时，公司无需承担可比公司较大金额的不动产折旧摊销费用。

③在多年发展历程中，公司逐渐摸索出适合公司发展的运营模式以及管理方式，且一直注重高效管理及费用控制，因此公司管理费用中办公费用相对较低。

（3）研发费用

公司历来重视核心技术的积累和新产品的开发，为了保持技术领先优势，满足客户不断变化的需求，公司持续加大对研发的投入。报告期内，公司研发支出分别为 2,220.03 万元、2,602.60 万元、2,902.76 万元和 1,184.27 万元，占营业收入的比例分别为 6.07%、8.94%、6.86%和 5.61%。

1）报告期内，公司研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	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
职工薪酬	1,063.87	89.83%	2,673.75	92.11%	2,324.25	89.30%	1,980.67	89.22%
房屋租赁费	72.65	6.13%	167.18	5.76%	134.06	5.15%	181.68	8.18%
折旧费用	24.33	2.05%	43.92	1.51%	46.77	1.80%	39.48	1.78%
专用仪器、设备租赁费	-	-	6.84	0.24%	16.55	0.64%	0.08	0.00%
设备及材料采购费	16.91	1.43%	7.42	0.26%	30.01	1.15%	17.95	0.81%
技术服务费	6.34	0.54%	-	-	47.17	1.81%	-	-
其他	0.17	0.01%	3.65	0.13%	3.80	0.15%	0.16	0.01%
合计	**1,184.27**	**100.00%**	**2,902.76**	**100.00%**	**2,602.60**	**100.00%**	**2,220.03**	**100.00%**

职工薪酬为公司研发费用的主要费用，报告期内研发人员的职工薪酬分别为 1,980.67 万元、2,324.25、2,673.75 万元和 1,063.87 万元，占研发费用的比重分别为 89.22%、89.30%、92.11%和 89.83%。报告期内，公司研发人员人数及薪酬情况如下

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发人员平均数（人）	137	130	129	143
人工总成本（万元）	1,063.87	2,673.75	2,324.25	1,980.67
人均成本（万元）	7.77	20.65	18.02	13.90

报告期内，公司研发费用职工薪酬增长主要系公司研发人员数量及人均薪酬增长所致。

报告期内，公司研发人员平均薪酬为 13.90 万元、18.02 万元、20.65 万元和 7.77 万元，整体呈上升趋势。其主要系因为公司从 2018 年开始，对物联网应用等领域（如 CPE 机顶盒、智慧停车场等）进行了较大投入，引进的新研发人员平均薪酬较高所致。2020 年 1-6 月，公司研发人员平均薪酬有所降低，主要系“新冠疫情”期间，部分研发项目停滞，相关激励奖金减少所致。同时“新冠疫情”期间社保缴费减免也导致了人均成本的减少。

公司研发人员平均薪酬与同行业企业对比情况如下：

单位：万元/年

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	15.07	15.32	17.61	19.32
彩讯股份（300634）	3.76	6.72	6.73	6.72
通鼎互联（002491）	9.13	24.70	15.57	12.86
号百控股（600640）	11.95	24.77	32.05	33.79
平均	9.98	17.88	17.99	18.17
蜂助手	7.77	20.65	18.02	13.90

备注：高鸿股份有部分研发费用记入开发支出，因开发支出未披露具体薪酬金额，本表将开发支出金额全额纳入高鸿股份薪酬计算（高鸿股份实际研发人员薪酬低于上表数）。

公司研发人员平均薪酬处于同行业可比公司合理范围内，与可比上市公司不存在重大差异。

与同地区企业薪酬水平比较

2017 年、2018 年、2019 年，公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬与广州地区平均工资水平比较如下：

单位：万元/年

项目		2019 年	2018 年	2017 年
公司	销售人员平均薪酬	17.00	17.01	11.45
	管理人员平均薪酬	13.04	10.57	8.77
	研发人员平均薪酬	20.65	18.02	13.90
广州地区	城镇私营单位就业人员年平均工资	6.89	6.67	6.12

注：广州市城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源于广州市统计局官方网站：http://tjj.gz.gov.cn/tjgb/qtgb/。

报告期内，公司各部门员工平均薪酬均高于广州市城镇私营单位就业人员平均薪酬水平，主要系公司所处的互联网服务行业对员工的专业能力要求较高，因此平均薪酬高于同地区水平。

2）研发项目情况

报告期内，发行人所从事的研发项目列示如下：

单位：万元

项目	费用支出金额				整体预算	实施进度
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度		
支付平台管理系统	-	190.01	334.16	395.32	955.00	研究完成
蜂助手生活服务助手 APP	-	386.04	192.34	232.93	813.00	研究完成
智慧停车管理系统	160.52	574.03	57.03	-	915.00	进行中
流量自动化配置管理系统	-	103.08	173.38	294.44	440.00	研究完成
无线机顶盒管理系统	131.07	221.06	210.28	0.79	342.00	研究完成
物联网平台系统	18.75	76.43	199.96	215.50	554.00	进行中
视频会员权益管理系统	209.23	-	132.16	-	545.00	进行中
充值管理系统	41.80	209.10	87.88	2.04	368.00	进行中
运营商业务办理系统	-	74.66	122.58	142.46	375.00	研究完成
视频会员流量管理系统	-	252.14	50.44	5.72	186.00	研究完成
中航物业停车场系统	-	0.22	246.90	-	250.00	研究完成
蜂助手商品管理系统软件	-	-	0.16	239.68	240.00	研究完成
蜂助手开放平台	-	133.24	-	91.80	230.00	研究完成
智能短信综合管理平台	51.59	45.90	77.64	40.01	255.00	进行中
蜂助手新订单管理系统	-	0.18	202.31	-	205.00	研究完成
蜂云电话畅聊 APP	-	-	-	187.90	193.00	研究完成

项目	费用支出金额				整体预算	实施进度
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度		
蜂帮手生活服务站	-	-	-	160.38	160.00	研究完成
蜂助手充值中心管理系统	-	131.60	-	-	130.00	研究完成
流量池管理系统	-	126.44	-	0.70	126.00	研究完成
话费平台管理系统	-	86.23	26.16	-	110.00	研究完成
蜂助手生活精选 APP	109.11	-	-	-	220.00	进行中
蜂助手运营活动系统	-	-	-	104.71	100.00	研究完成
游戏服务分发管理平台软件	-	-	34.46	60.46	95.00	研究完成
蜂助手 ERP 系统	-	92.36	-	-	95.00	研究完成
微信公众号管理系统	-	35.01	55.05	-	90.00	研究完成
银行渠道服务管理系统	83.64	-	-	-	170.00	进行中
蜂粉 APP	68.27	-	-	-	70.00	研究完成
蜂助手营销系统	-	-	64.32	-	65.00	研究完成
虚拟服务 SaaS 云平台	63.89	-	-	-	120.00	进行中
智慧消防系统	-	-	60.24	-	60.00	研究完成
收银盒子软件	59.18	-	-	-	120.00	进行中
硬件研发项目	-	58.48	-	-	60.00	研究完成
蜂助手文件夹 APP	-	-	54.46	-	55.00	研究完成
蜂助手服务订阅系统	-	-	51.94	-	50.00	研究完成
蜂窝任务系统	-	51.71	-	-	50.00	研究完成
零世纪商品订单管理系统	-	-	48.34	-	50.00	研究完成
渠道商管理平台系统	-	-	44.31	-	45.00	研究完成
商业数据分析系统	-	-	18.22	24.91	45.00	研究完成
蜂助手优惠券管理系统	-	-	42.23	-	40.00	研究完成
蜂助手办公平台	41.51	-	-	-	80.00	进行中
蜂助手生活号	-	35.87	-	-	35.00	研究完成
水电煤缴费系统	32.98	-	-	-	30.00	研究完成
拼团活动系统	29.88	-	-	-	30.00	研究完成
虚拟服务优惠管理系统	23.05	-	-	-	40.00	进行中
花呗分期交易管理系统	-	-	15.68	-	15.00	研究完成
业务办理外放渠道管理系统	15.66	-	-	-	30.00	进行中
凡忙小应用 APP 软件	-	-	-	15.56	17.00	研究完成

项目	费用支出金额				整体预算	实施进度
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度		
分期支付软件	12.43	-	-	-	10.00	研究完成
免费小说神器 APP	-	-	-	11.91	13.00	研究完成
对账管理系统	10.80	-	-	-	10.00	研究完成
卡密库管理系统	-	9.93	-	-	10.00	研究完成
工蜂邮差系统	-	9.06	-	-	10.00	研究完成
慢读小说 APP	-	-	-	7.01	8.00	研究完成
PaaS 端到端压力测试平台	4.68	-	-	-	35.00	进行中
蜂助手智慧停车通用小程序	4.07	-	-	-	25.00	进行中
分账管理系统	4.04	-	-	-	5.00	研究完成
城市服务管理系统	3.73	-	-	-	25.00	进行中
渠道分发管理系统	3.61	-	-	-	15.00	进行中
防沉迷系统	-	-	-	2.89	3.00	研究完成
我的游戏休闲 APP	-	-	-	1.58	2.00	研究完成
游戏应用分发服务系统	-	-	-	1.22	1.50	研究完成
限时限量秒杀系统	0.79	-	-	-	55.00	进行中
合计	**1,184.27**	**2,902.76**	**2,602.60**	**2,239.93**	**9,496.50**	

备注：2017 年研发项目清单中包括零世纪 2017 年 1 月至 3 月的研发项目金额 19.90 万元（蜂助手于 2017 年 3 月将零世纪纳入合并报表，合并报表研发费用金额不包括零世纪合并前的影响）。

3）研发费用率对比分析

报告期内，公司研发费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	1.66%	0.58%	0.46%	0.80%
彩讯股份（300634）	16.60%	14.89%	12.68%	13.80%
通鼎互联（002491）	5.51%	7.06%	4.50%	4.30%
号百控股（600640）	4.19%	3.45%	4.35%	3.74%
平均	**6.99%**	**6.50%**	**5.50%**	**5.66%**
蜂助手	5.61%	6.86%	8.94%	6.07%

报告期内，公司研发费用率处于行业正常水平范围内，主要年度均高于行业平均水平，各公司研发费用比率主要与各公司对信息系统的依赖程度及信息系统的更新频率相关。蜂助手经营的数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决

方案等业务对信息系统有着较强的依赖性，为了应对互联网行业的快速变化，公司需要对信息系统及相关的技术进行不断的投入，因此公司研发费率高于同行业平均水平。

4）研发费计算口径、核算方法、会计处理

A.研发费计算口径

报告期内，公司研发费主要归集为七类，其计算口径均是根据《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企〔2007〕194 号）执行。具体如下列示：

项目	计算口径
职工薪酬	核算企业在职研发人员的工资、奖金、津贴、补贴、社会保险费、住房公积金等人工费用。
房屋租赁费	核算用于研发活动的房屋租赁费。
折旧费用	核算用于研发活动的仪器、设备等固定资产的折旧费。
专用仪器、设备租赁费	核算用于研发活动的仪器、设备的租赁费。
设备及材料采购费	核算研发活动直接消耗的材料费用。
技术服务费	核算研发活动中公司委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用。
其他	核算与研发活动直接相关的其他费用。

B.研发费核算方法、会计处理

公司按照部门及研发项目归集研发费用，研发项目立项时设置研发支出辅助台账，按研发项目、费用类型（包括职工薪酬、设备及材料、专用仪器设备租赁费、技术服务费等）分别进行核算；费用涉及分摊的（如水费、电费及房租等），按照适当比例在研发费用和生产经营费用间进行分摊。研发费具体核算方法、会计处理如下：

项目	核算方法	会计处理
职工薪酬	①公司人力资源部根据出勤情况核算员工工资，制作“工资表”； ②项目管理部核算各员工研发项目投入工时并制作“项目任务分解表”； ③公司财务将员工工资按投入研发项目工时/员工本月出勤天数分摊至研发费用。 社保、公积金核算方法与工资核算方法一致。	借：研发费用-工资/社保/公积金 贷：应付职工薪酬

项目	核算方法	会计处理
房屋租赁费	①计算人均分摊的房租费用：月租金/当月员工数量=人均分摊的房租费用； ②公司财务将员工人均分摊房租按投入研发项目工时/员工本月出勤天数分摊至研发费用。	借：研发费用-房屋租赁费 贷：应付账款
研发设备折旧费	根据固定资产模块计算的累计折旧明细清单，将研发部门办公场所以及使用的研发设备计提的累计折旧，计入“研发费用-折旧费”。	借：研发费用-折旧费用 贷：累计折旧
设备及材料采购费	公司将研发项目消耗的设备以及材料，发生时计入研发费用。	借：研发费用-材料费用贷：原材料/库存商品
专用仪器设备租赁费、技术服务费、其他费用	公司严格区分研发活动与日常其他活动发生的费用支出，如为研发项目发生的支出费用，则发生时计入研发费用。为严格规范研发费用核算，为研发项目所发生的支出在审批时应在审批单上标明所归属具体研发项目，公司财务根据经审核的单据进行账务处理。同时各研发项目组建立项目支出台账，月底财务部汇总并核对台账数据。	借：研发费用-专用仪器设备租赁费/技术服务费/其他 贷：应付账款

各月末，公司将归集的各类研发费用转入“本年利润”科目，即全部费用化处理。

（4）财务费用

报告期内，公司财务费用的金额以及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
利息支出	242.82	1.15%	439.23	1.04%	32.09	0.11%	36.01	0.10%
减：利息收入	4.23	0.02%	3.82	0.01%	10.18	0.03%	5.26	0.01%
手续费及其他	27.36	0.13%	38.92	0.09%	49.64	0.17%	80.96	0.22%
合计	**265.95**	**1.26%**	**474.33**	**1.12%**	**71.55**	**0.25%**	**111.71**	**0.31%**

报告期内，公司根据自身的业务发展情况取得银行贷款，2019 年公司利息支出较大，一方面是系因为公司业务规模扩大，公司向银行筹措更多的流动资金。另一方面公司为购置穗荣金融中心写字楼，于 2018 年 12 月向招商银行股份有限公司广州体育西路支行按揭借款，导致公司 2019 年借款利息增加。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	31.40	50.21	438.27	427.39
增值税加计抵减	120.95	142.94	-	-
代扣个人所得税返还	1.58	0.11	11.57	-
合计	**153.92**	**193.25**	**449.84**	**427.39**

报告期内，公司其他收益分别为 427.39 万元、449.84 万元、193.25 万元和 153.92 万元。增值税加计抵减主要系根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号，以下简称“第 39 号公告”），规定“自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务人取得的销售额占全部销售额的比重超过 50%的可以按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额”，按照加计抵减的金额计入“其他收益”科目。

报告期内，公司政府补助具体项目情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
2016 年高新技术企业认定通过奖励（第三笔）	16.00	-	-	-
2020 年初创企业补助-广州市科学技术局	10.00	-	-	-
失业保险稳岗补贴	3.94	3.87	2.90	2.12
鼓励用人单位招用类补贴（社保补贴）	1.20	-	-	-
鼓励用人单位招用类补贴（一般性岗位补贴）	0.26	-	-	-
企业研发后补助专项经费	-	29.14	100.57	-
2019 年新增软件企业支持专项	-	10.00	-	-
知识产权管理规范项目款	-	5.00	-	-
创业带动补贴	-	1.20	4.80	-
新增“四上”企业经费补贴	-	1.00	-	-
企业研发机构建设专项补助	-	-	100.00	67.27
“中国制造 2025”产业发展项目	-	-	100.00	-
天河区金融商务局新三板挂牌及创新层补贴	-	-	80.00	180.00
高新技术企业补贴款	-	-	40.00	40.00
小微企业技术创新专项经费	-	-	10.00	-

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营销宝流量一体化平台奖励营	-	-	-	100.00
科技创新小巨人企业补贴奖	-	-	-	18.00
科技计划项目经费	-	-	-	10.00
2015 年高新企业培育款	-	-	-	10.00
合计	**31.40**	**50.21**	**438.27**	**427.39**

备注：上述政府补助全部系“与收益相关”性质

4、投资收益

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	6.29	-	-	-
权益法核算的长期股权投资收益	-1.25	-88.68	-34.32	-8.05
债务重组收益	-	32.35	-	-
理财产品收益	0.01	0.001	-	-
取得控制权时股权按公允价值重新计量产生的利得	-	-	-	-9.04
合计	**5.05**	**-56.34**	**-34.32**	**-17.08**

2019 年以摊余成本计量的金融资产终止确认收益，为公司对“已按照会计政策计提减值准备的广州腾讯科技有限公司应收款项”向招商银行进行保理产生的收益。

2017 年权益法核算的长期股权投资收益为 2017 年 1-3 月持有东莞蜂联 49%股权所产生的投资收益。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月公司权益法核算的长期股权投资收益为持有北京蜂助手 51%权益所产生的投资收益，公司持有北京蜂助手 51%权益采用权益法核算的原因参见本节“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产结构及变动分析”之“2、长期股权投资”。

根据蜂助手与广东欢太科技有限公司签署的补充协议，双方就截至 2019 年 12 月 28 日的债务相互进行豁免，其中蜂助手豁免广东欢太科技有限公司 466.61 万元债务，广东欢太科技有限公司豁免蜂助手 498.96 万元债务，蜂助手因此确认 32.35 万元债务重组收益。

取得控制权时股权按公允价值重新计量产生的利得主要为 2017 年公司取得东莞蜂联和零世纪控股权时按公允价值重新计量产生的利得。

5、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
坏账损失	-93.33	522.61	-	-
合计	**-93.33**	**522.61**	-	-

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》，自 2019 年起对应收账款和其他应收款计提的坏账准备在信用减值损失科目进行列示，2019 年、2020 年 1-6 月公司信用减值损失分别为 522.61 万元、-93.33 万元。

6、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货跌价损失	424.81	215.89	50.01	4.63
坏账损失	-	-	770.82	261.78
可供出售金融资产减值损失	-	-	261.34	41.04
固定资产减值损失	-	-	-	54.95
商誉减值损失	-	-	9.28	-
合计	**424.81**	**215.89**	**1,091.45**	**362.40**

报告期内，存货跌价损失主要由公司商品销售业务所致，对于库龄较长的手机配件、CPE 机顶盒、小家电等商品，期末公司按存货的成本与可变现净值孰低提取存货跌价准备。2017 年、2018 年可供出售金融资产减值损失为发行人持有拜安尔（福建）网络科技有限公司 10%股权计提的减值。2017 年固定资产减值主要为对停止使用的线下应用分发设备计提的减值。2018 年商誉减值损益，主要系 2018 年东莞蜂联出现亏损，公司对收购东莞蜂联确认的商誉全额计提了减值。

7、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产处置利得	-	-	12.72	13.91
合计	-	-	**12.72**	**13.91**

报告期内，公司资产处置收益整体金额较小。

8、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产报废利得	-	0.71	-	-
职工罚金	-	3.12	2.80	-
其他	0.54	1.18	0.24	0.08
合计	**0.54**	**5.01**	**3.04**	**0.08**

报告期内公司营业外收入整体金额较小。

9、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
违约赔偿支出	12.75	3.03	0.41	
滞纳金、罚款支出	38.90	1.38	9.64	1.10
非流动资产报废损失	17.84	0.19	11.99	0.21
捐赠支出及其他	3.58	1.01	0.01	10.00
合计	**73.08**	**5.61**	**22.06**	**11.31**

报告期内公司营业外支出整体金额较小，2020 年 1-6 月公司违约赔偿支出主要系公司东莞仓库提前退租而不予退还的房屋押金及采购手机配件金额不达标而不予退还的货款押金。 2018 年滞纳金、罚款支出主要系公司在 2014 年、2015 年存在以实际控制人账户代发员工奖金的情形，公司于 2018 年对该事项进行了补充纳税申报，缴纳税收滞纳金 91,461.11 元。2020 年 1-6 月滞纳金、罚款支出主要系公司进行报告期内纳税更正所缴纳的滞纳金。2017 年度捐赠支出主要系向中国儿童少年基金会捐款。2020 年 1-6 月捐赠支出主要系向支付宝公益基金会

捐款。

10、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期所得税	598.75	1,066.26	624.46	518.83
递延所得税	-129.93	-428.52	-184.90	-39.81
合计	**468.82**	**637.74**	**439.56**	**479.03**

公司所得税费率及享受的税收优惠政策详见本章节“六、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率”。

（五）公司净利润来源分析

报告期内，公司营业利润、利润总额和净利润的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
营业总收入	21,114.29	42,344.04	29,113.18	36,575.72
减：营业总成本	16,850.79	35,007.29	23,861.52	32,456.81
加：其他收益、投资收益和资产处理收益	158.97	136.92	428.25	424.22
营业利润	4,090.99	6,735.18	4,588.46	4,180.73
加营业外收支净额	-72.54	-0.60	-19.02	-11.23
利润总额	4,018.45	6,734.58	4,569.44	4,169.50
减：所得税费用	468.82	637.74	439.56	479.03
净利润	3,549.63	6,096.83	4,129.87	3,690.47
营业利润占利润总额比例	101.81%	100.01%	100.42%	100.27%

注：营业总成本=营业成本+税金及附加+销售费用+管理费用+研发费用+财务费用

报告期内，公司利润总额分别为 4,169.50 万元、4,569.44 万元、6,734.58 万元和 4,018.45 万元，营业利润占当年利润总额的比例分别为 100.27%、100.42%、100.01%和 101.81%，是公司的主要利润来源。

（六）非经常性损益、合并财务报表范围以外的投资收益

1.报告期内，公司非经常性损益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置损益	-17.84	0.52	0.73	4.67
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	135.35	50.21	438.27	427.39
委托他人投资或管理资产的损益	0.01	0.001	-	-
债务重组损益	-	32.35	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	6.29	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	15.08	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	67.83	141.93	4.55	-11.02
减：所得税影响额	25.41	34.72	64.28	63.17
少数股东权益影响额（税后）	3.20	0.002	-	-
非经常性损益净额	**163.04**	**205.35**	**379.26**	**357.86**
非经常性损益净额占净利润比重	**4.59%**	**3.37%**	**9.18%**	**9.70%**

报告期内，公司非经常性损益分别为 357.86 万元、379.26 万元、205.35 万元和 163.04 万元，占净利润的比重分别为 9.70%、9.18%、3.37%和 4.59%。报告期内非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助。2019 年度“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”主要为增值税加计抵减金额 142.94 万元，2020 年 1-6 月“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”为增值税加计抵减金额 120.95 万元扣减其他营业外支出后的净额。根据 2019 年财政部、海关总署、税务总局三家机构联合发布《关于深化增值税改革有关政策的公告》的规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人取得的销售额占全部销售额的比重超过 50%的可以按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额，公司符合前述规定。

2. 合并财务报表范围以外的投资收益情况及对经营成果的影响

公司合并财务表范围以外的投资收益主要为持有北京蜂助手 51%权益所产生的投资收益和 2019 年与广东欢太科技有限公司互相豁免债务产生的债务重组收益。报告期内，合并报表范围以外的投资收益金额分别为-17.08 万元、-34.32

万元、-56.34 万元和 5.05 万元，占净利润的比例分别为-0.46%、-0.83%、-0.92%和 0.14%，对公司净利润的影响较小。

（七）纳税情况

1、报告期内主要税种及纳税情况

单位：万元

税种	报告期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
增值税	2020 年 1-6 月	1,090.61	173.02	304.54	959.09
	2019 年	647.97	739.34	296.69	1,090.61
	2018 年	520.47	578.34	450.84	647.97
	2017 年	4.61	874.89	359.02	520.47
所得税	2020 年 1-6 月	609.27	598.75	1,071.33	136.69
	2019 年	242.48	1,066.26	699.47	609.27
	2018 年	-4.66	624.46	377.32	242.48
	2017 年	-194.25	518.83	329.24	-4.66

报告期内，公司最主要税种为增值税和企业所得税。报告期内，公司严格准守国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，执行的税种、税率符合相关税收法律、法规的规定，不存在与纳税相关的重大违法违规情况。本公司税务主管部门就纳税情况出具了证明文件。

2、所得税额与利润总额的关系

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利润总额	4,018.45	6,734.58	4,569.44	4,169.50
按法定/适用税率计算的所得税费用	602.77	1,010.19	685.42	625.42
子公司适用不同税率的影响	-40.05	-92.39	-193.18	-59.42
调整以前期间所得税的影响	-	-	-	-
非应税收入的影响	0.19	13.30	5.15	1.21
不可抵扣的成本、费用和损失影响	19.49	7.79	17.51	15.89
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-6.10	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	10.30	-0.94	106.62	38.26
研发支出加计扣除的影响	-123.87	-294.10	-181.95	-142.34

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
所得税费用	468.82	637.74	439.56	479.03
所得税费用占利润总额的比例	11.67%	9.47%	9.62%	11.49%

3、税收优惠影响

报告期内，发行人优惠政策的影响情况如下：

单位：万元

年度	利润总额	税收优惠				税收优惠占税前利润总额比例
		所得税率影响金额	研发费用加计扣除影响金额	增值税加计抵减金额	合计	
2020 年 1-6 月	4,018.45	405.77	123.87	120.95	650.59	16.19%
2019 年	6,734.58	710.84	294.10	142.94	1,147.88	17.04%
2018 年	4,569.44	462.22	181.95	-	644.18	14.10%
2017 年	4,169.50	419.29	142.34	-	561.62	13.47%

十二、资产质量分析

（一）资产规模和资产结构分析

报告期各期末，公司资产各科目具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：								
货币资金	7,610.04	13.93%	5,023.20	9.59%	1,876.65	5.04%	3,133.63	16.36%
应收账款	17,118.74	31.34%	22,182.95	42.37%	12,198.30	32.74%	9,214.09	48.11%
预付款项	12,040.17	22.05%	6,856.41	13.10%	6,165.14	16.55%	4,121.17	21.52%
其他应收款	488.76	0.89%	476.25	0.91%	755.27	2.03%	520.76	2.72%
存货	1,125.33	2.06%	1,807.69	3.45%	864.42	2.32%	382.78	2.00%
其他流动资产	378.80	0.69%	297.13	0.57%	90.31	0.24%	31.53	0.16%
流动资产合计	**38,761.84**	**70.97%**	**36,643.63**	**69.99%**	**21,950.09**	**58.91%**	**17,403.96**	**90.87%**
非流动资产：								
可供出售金融资产	-	-	-	-	987.61	2.65%	948.96	4.95%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	-	-	-	-	65.68	0.18%	-	-
其他权益工具投资	855.41	1.57%	855.41	1.63%	-	-	-	-
固定资产	162.80	0.30%	203.87	0.39%	272.19	0.73%	388.56	2.03%
无形资产	17.12	0.03%	21.81	0.04%	31.19	0.08%	36.46	0.19%
商誉	81.32	0.15%	81.32	0.16%	81.32	0.22%	90.60	0.47%
长期待摊费用	143.18	0.26%	179.27	0.34%	130.63	0.35%	173.01	0.90%
递延所得税资产	921.16	1.69%	791.22	1.51%	295.50	0.79%	110.60	0.58%
其他非流动资产	13,672.48	25.03%	13,576.89	25.93%	13,443.51	36.08%	-	-
非流动资产合计	**15,853.47**	**29.03%**	**15,709.79**	**30.01%**	**15,307.63**	**41.09%**	**1,748.20**	**9.13%**
资产总计	**54,615.31**	**100.00%**	**52,353.43**	**100.00%**	**37,257.73**	**100.00%**	**19,152.16**	**100.00%**

1、资产规模分析

报告期各期末，公司总资产分别为 19,152.16 万元、37,257.73 万元、52,353.43 万元和 54,615.31 万元，2018 年末、2019 年末资产总额分别较上年增长 94.54%、40.52%。公司资产规模快速增长的主要原因，一是随着公司业务的发展，货币资金、往来款规模、存货等流动资产快速提升；二是公司由于按揭购置穗荣金融中心写字楼，导致其他非流动资产规模提升；三是公司通过股权融资、银行借款等方式筹措资金，报告期内，蜂助手累计股权融资金额为 12,585.00 万元，累计银行借款净额为 8,340.29 万元，为公司的稳步扩张奠定了基础。

2、资产结构分析

报告期各期末的流动资产总额分别为 17,403.96 万元、21,950.09 万元、36,643.63 万元和 38,761.84 万元，占总资产的比例分别为 90.87%、58.91%、69.99%和 70.97%。报告期各期末非流动资产总额分别为 1,748.20 万元、15,307.63 万元、15,709.79 万元和 15,853.47 万元，占总资产比例分别为 9.13%、41.09%、30.01%和 29.03%。

2018 年流动资产占比下滑主要系公司购置写字楼金额较大，非流动资产占比提升所致。2019 年流动资产占比提升，一方面系因为公司 2019 年业务规模快

速增长，营业总收入较 2018 年增长 45.45%，导致业务往来款增加；公司 2019 年股权融资金额 3,660.00 万元，导致公司营运资金增加。另一方面，蜂助手在 2019 年无大额长期资产投资，导致公司流动资产占比提升。

总体来说，公司为轻资产公司，目前的资产结构确保了公司可以以有限的投入，迅速提升竞争能力及盈利能力，支撑公司快速成长。

（二）流动资产结构及变动分析

流动资产主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：								
货币资金	7,610.04	19.63%	5,023.20	13.71%	1,876.65	8.55%	3,133.63	18.01%
应收账款	17,118.74	44.16%	22,182.95	60.54%	12,198.30	55.57%	9,214.09	52.94%
预付款项	12,040.17	31.06%	6,856.41	18.71%	6,165.14	28.09%	4,121.17	23.68%
其他应收款	488.76	1.26%	476.25	1.30%	755.27	3.44%	520.76	2.99%
存货	1,125.33	2.90%	1,807.69	4.93%	864.42	3.94%	382.78	2.20%
其他流动资产	378.80	0.98%	297.13	0.81%	90.31	0.41%	31.53	0.18%
流动资产合计	**38,761.84**	**100.00%**	**36,643.63**	**100.00%**	**21,950.09**	**100.00%**	**17,403.96**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动资产主要为货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款、存货，具体情况如下：

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.27	0.004%	0.51	0.01%	3.53	0.19%	0.32	0.01%
银行存款	7,286.57	95.75%	4,680.22	93.17%	1,719.88	91.65%	3,030.22	96.70%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他货币资金	323.20	4.25%	342.47	6.82%	153.24	8.17%	103.09	3.29%
合计	**7,610.04**	**100.00%**	**5,023.20**	**100.00%**	**1,876.65**	**100.00%**	**3,133.63**	**100.00%**

报告期各期末，货币资金分别为 3,133.63 万元、1,876.65 万元、5,023.20 万元和 7,610.04 万元，占流动资产的比例分别为 18.01%、8.55%、13.71%和 19.63%，公司货币资金以银行存款为主，2018 年货币资金占流动资产比例较低的主要系公司按揭购置写字楼需要的货币资金较多所致。其他货币资金为暂存于第三方收款平台的款项和公司保证金存款，其他货币资金各期末余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
支付宝	10.20	61.33	23.30	56.77
财付通	34.05	24.13	2.91	41.30
易付通	-	0.004	0.03	-
京东	45.95	-	-	-
第三方平台存款小计	**90.20**	**85.47**	**26.24**	**98.07**
保证金存款	233.00	257.00	127.00	5.02
合计	**323.20**	**342.47**	**153.24**	**103.09**

报告期各期末，暂存于第三方收款平台的资金分别为 98.07 万元、26.24 万元、85.47 万元和 90.20 万元，主要系公司提供互联网数字化虚拟商品聚合运营服务留存在第三方支付账户的资金未划转到公司银行账户所致。

（1）第三方代收款情形

报告期内，公司存在通过其他企业代收公司服务款项情形，具体情况如下：

单位：万元

代收款主体	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	合计
广东星鼎通信科技有限公司	微信支付金额	-	1.07	117.98	5,708.41	**5,827.47**
	结算费率	-	0.80%	0.80%	0.80%	**0.80%**
	当期收回金额	-	2.05	121.58	5,729.55	**5,853.19**
	期末未收回金额	-	-	0.98	4.58	-

代收款主体	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	合计
	收款占经营活动现金流入比例	-	-	0.34%	14.67%	-

蜂助手与广东星鼎通信科技有限公司进行移动支付服务合作的背景及原因如下：①随着国内 4G 网络的蓬勃发展，巨大的市场需求使公司积极拓展拥有众多用户的终端渠道，蜂助手于 2016 年开始与包括 OPPO 在内的多方渠道进行业务合作，以 H5 的模式将公司充值能力植入到各个渠道。H5 充值业务需要有专门的 H5 页面收款能力作为支持，方能调起用户的支付宝及微信等客户端进行付款。2016 年支付宝对普通商户的开放权限较大，而微信官方 H5 支付能力除了一些特别邀请的商户和特定行业可接入外，微信 H5 官方支付能力未对一般企业开放，因此蜂助手无法从官方渠道直接接入微信 H5 支付能力；②广东星鼎通信科技有限公司为广东恒大和通信科技股份有限公司旗下公司，恒大和于 2014 年 12 月 18 日获得第五批移动通信转售业务试点批文（虚拟运营牌照），为微信认定的有资质的商户，同时也接入了官方微信 H5 支付能力。2016 年 5 月蜂助手与广东星鼎通信科技有限公司签订了关于微信 H5 支付的《移动支付服务合作协议》，通过星鼎通信科技提供的微信 H5 收款能力进行收款。

2017 年之后，随着微信官方 H5 支付能力对外逐步开放，接入门槛逐渐降低，凡是符合 H5 支付场景的公司均可进行支付能力的申请，蜂助手在 2017 年 7 月完成了微信官方 H5 支付能力与公司业务系统技术对接，投入生产环境中使用，由于直接接入微信官方 H5 支付能力的费率较低，同时系统响应时间更快，蜂助手逐步将原有的星鼎提供的微信 H5 支付通道切换，逐步切换至蜂助手自有的通道。

（2）第三方回款情形

报告期内，公司存在第三方回款的情形，具体情况如下：

单位：万元

年度	债务人	回款方	回款金额	款项性质
2019 年	心有灵犀科技股份有限公司	江苏东顾商业服务有限公司	236.84	话费业务款
2018 年	东莞市嘉祥通讯有限公司	黎润桂	30.00	保证金

2019 年 12 月，心有灵犀科技股份有限公司、江苏东顾商业服务有限公司和

广州助蜂签署三方《债务转让协议》约定：心有灵犀科技股份有限公司将需支付广州助蜂 236.84 万元话费款（债务）转移由江苏东顾商业服务有限公司承担。

东莞市嘉祥通讯有限公司为中域电讯集团股份有限公司（以下简称“中域电讯”）子公司，黎润桂为中域电讯董事，蜂助手开展分发运营服务时，手机 APP 预装业务因使用东莞市嘉祥通讯有限公司的仓库而向其支付了 30 万元的保证金，根据中域电讯出具的证明函，其委托黎润桂退还蜂助手业务保证金。

江苏东顾商业服务有限公司基本情况如下：

公司名称	江苏东顾商业服务有限公司		成立时间	2017/11/23	
注册资本	1000 万元				
住所	宿迁市湖滨新区数据中心知源楼 508 室				
股东构成	股东名称			股权比例	
	刘小平			99.00%	
	文迪			1.00%	
	合 计			100.00%	
合作历史	2018 年 1 月开始合作话费业务，后延伸至通用流量服务				
结算方式	话费业务：预收款，按月对账； 通用流量业务：预收&授信，按月对账。授信情况下对账后 3 个月付款				
交易内容及金额（不含税/万元）	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	话费	-	-	458.96	-
	通用流量	-	1,448.28	-	-
回款情况（万元）	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	话费	-	-	486.5	-
	通用流量	441.4	603.9	-	-
	截至 2020 年 11 月 30 日，江苏东顾商业服务有限公司已全额回款				
坏账准备计提情况	按照账龄计提坏账，坏账准备计提充分				

由东顾商业承接的第三方回款金额为 236.84 万元，该款项由灵犀科技在 2018 年 1-2 月因营销需求产生。根据灵犀科技出具的说明，灵犀科技为保险科技的平台公司，主营业务为互联网金融电子商务代运营服务及第三方保险网络销售平台运营服务。东顾商业为灵犀科技分销代理商，主营业务包括汽车保险，汽车救援中的拖车服务、代驾服务、代办汽车年检服务等。在日常业务往来合作过程中，东顾商业与灵犀科技形成了债权债务关系，因此将所属债务转移给

东顾商业。

截至 2020 年 11 月 30 日，蜂助手已全额收回了报告期内东顾商业、灵犀科技所产生的全部应收账款，三方之间不存在债务纠纷。

（3）现金收付款情形

报告期内，公司的现金收付业务款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
现金收取业务款	2.69	-	1.1	-
现金支付业务款	0.94	5.36	23.83	9.83
现金收入占经营活动现金流入比	0.01%	-	0.003%	-
现金支出占经营活动现金流出比	0.003%	0.01%	0.09%	0.03%

报告期内公司主要通过银行收支业务款，公司现金收付业务款情形主要由商品销售业务产生，其中 2018 年和 2020 年 1-6 月现金收取业务款系客户携现金采购手机配件所致，报告期内现金支出业务款主要系为了满足京东、淘宝电商平台的发货期限规定、减少客户投诉，当手机配件短缺时，需要迅速补充存货，而公司银行付款 OA 审批时间较长，公司需要临时以现金支付货款。公司建立了现金管理内部控制制度，前述现金收支均履行了审批程序，内部控制得到了有效执行。

2、应收票据

（1）应收票据分类列示

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

（2）本报告期公司已背书或贴现且资产负债表日尚未到期的应收票据

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额
银行承兑汇票	1,030.00	-	-	-	-	-	-	-
合计	**1,030.00**	-	-	-	-	-	-	-

2020 年 6 月，公司收到深圳市东恒网络科技有限公司出具的银行承兑汇票（承兑行为“中国民生银行股份有限公司”），并于当月向银行申请了贴现。

3、应收账款

报告期各期末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	18,695.43	24,009.24	13,380.97	9,713.32
应收账款坏账准备	1,576.69	1,826.30	1,182.67	499.23
应收账款净额	**17,118.74**	**22,182.95**	**12,198.30**	**9,214.09**
当期末资产总额	**54,615.31**	**52,353.43**	**37,257.73**	**19,152.16**
应收账款净额占当期末资产总额比例	31.34%	42.37%	32.74%	48.11%
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
当期营业收入	21,114.29	42,344.04	29,113.18	36,575.72
当期应收账款净额占营业收入的比例	81.08%	52.39%	41.90%	25.19%

报告期末，公司应收账款账面净额分别为 9,214.09 万元、12,198.30 万元、22,182.95 万元和 17,118.74 万元，占当期期末总资产的比例（以下简称“应收账款占比”）分别为 48.11%、32.74%、42.37%和 31.34%，应收账款占比波动较为明显。其中 2018 年应收账款占比较上期降低，主要系因为 2018 年公司按揭购置写字楼导致资产总额快速上升所致。2019 年应收账款占比较上期上升主要系公司 2019 年各项业务快速发展，期末应收款金额大幅提升所致。2020 年 6 月 30 日应收账款占比降低主要系公司销售回款良好，应收账款余额减少所致。

报告期内，当期应收账款净额占营业收入的比例分别为 25.19%、41.90%、52.39%和 81.08%，报告期内呈上升趋势，其主要系因为公司的主要客户群体逐渐向电信运营商等终端行业相关客户集中，受客户预算支出、内部审批程序等原因，该类客户收款账期相对较长。

（1）报告期各期末应收账款金额变动具体原因分析

报告期各期末，公司按业务类型分类的应收账款余额及变动情况如下：

单位：万元

主要服务类别	主要产品线	应收账款期末余额			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	7,542.55	12,095.30	4,141.21	4,522.03
	融合运营服务	4,809.47	4,845.46	3,224.29	-
	分发运营服务	4,691.77	4,868.61	3,227.80	4,393.22
	小计	17,043.79	21,809.37	10,593.30	8,915.25
物联网应用解决方案		561.59	787.26	143.13	71.39
技术服务		1,037.27	1,261.79	2,377.16	516.44
其他业务		52.78	150.82	267.38	210.24
总计		18,695.43	24,009.24	13,380.97	9,713.32

（续）

主要服务类别	主要产品线	应收账款期末余额较上期末变动金额			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
数字化虚拟商品综合运营服务	聚合运营服务	-4,552.74	7,954.09	-380.82	-
	融合运营服务	-36.00	1,621.17	3,224.29	-
	分发运营服务	-176.84	1,640.81	-1,165.42	-
	小计	-4,765.58	11,216.07	1,678.05	-
物联网应用解决方案		-225.67	644.13	71.74	-
技术服务		-224.52	-1,115.37	1,860.72	-
其他业务		-98.04	-116.56	57.14	-
总计		-5,313.81	10,628.27	3,667.65	-

由上表可知，公司应收账款2018年期余额较2017年末增加3,667.65万元，主要系融合运营服务和技术服务应收账款期末余额增加所致。①融合运营服务业务方面：2018年公司成功开展融合运营服务，融合运营服务2018年收入金额为3,845.11万元，当年融合运营服务应收账款增加3,224.29万元；②技术服务业务方面：2018年，公司由于承接华为等企业技术服务项目，当年技术服务收入为3,763.94万元，较2017年增加239.47%，相应的应收账款余额增加1,860.72万元。

公司2019年应收账款余额较2018年增加10,628.27万元，主要系聚合运营服务、融合运营服务和分发运营服务应收账款余额增加所致。①聚合运营服务业

务方面：在经历“提速降费”“不限量套餐”对市场的冲击后，公司重心转换为开拓终端行业客户，2019年，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果TV）、深圳市东恒网络科技有限公司（银行业服务商）、江苏东顾商业服务有限公司（保险业服务商）等企业由于营销流量需求量增加，广东天宸网络科技有限公司（VIVO手机运营商）也扩大向公司的采购规模，引致公司2019年聚合运营服务收入较上期增长29.87%，期末应收账款余额较2018年期末增加7,954.09万元；②融合运营服务业务方面：2019年，公司融合运营服务继续保持良好的发展趋势，该期确认融合运营服务收入13,667.98万元，较2018年增长255.46%，期末应收账款余额较上期末增加1,621.17万元；③分发运营服务方面：公司2019年分发运营服务收入较上期增长2.16%，分发运营服务应收账款余额较上年末增长1,640.81万元，主要系南京两岸电竞体育管理有限公司、南京爱火文化科技有限公司等公司期末应收账款余额增加所致。

2020 年 6 月 30 日，公司应收账款余额较上期末减少 5,313.81 万元，主要系聚合运营服务期末应收账款余额减少所致。

（2）应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款账龄分析情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	17,292.19	92.49%	23,071.24	96.09%	11,272.09	84.24%	9,443.93	97.23%
1－2 年	829.81	4.44%	112.14	0.47%	2,065.49	15.44%	268.40	2.76%
2－3 年	54.62	0.29%	784.41	3.27%	42.40	0.32%	0.99	0.01%
3 年以上	518.81	2.78%	41.44	0.17%	0.99	0.01%	-	-
小计	**18,695.43**	**100.00%**	**24,009.24**	**100.00%**	**13,380.97**	**100.00%**	**9,713.32**	**100.00%**

报告期各期末，账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.23%、84.24%、96.09%和 92.49%，一年以内的应收账款占比整体较高。2018 年期末账龄在 1 年以内的应收账款占比相对较低，主要系因为公司部分通用流量业务客户受“提速降费”冲击，在 2018 年出现延迟付款情形，该部分账龄较长款项在 2019 年大部分已经回款。2019 年“2-3 年账龄款项”及 2020 年 6 月末“3 年以上账龄款项”主要为应收中大网视（北京）科技有限公司流量款，公司已对应收其通用流量款

项 433.31 万元提请了法律诉讼并胜诉，由于该公司已申请破产清算，发行人已对该款项全额计提了坏账准备。公司的账龄特征符合公司业务特点，公司整体应收账款质量较好。

（3）坏账准备计提政策

2019 年 1 月 1 日起，公司开始执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会【2017】7 号），按照新准则的要求，并根据公司业务特点、应收账款质量、客户单位资信情况等，制定了符合公司实际情况的较为稳健的坏账准备计提政策，具体情况如下：

①2019 年 1 月 1 日之前的账龄分析法组合坏账计提政策

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内	5	5
1－2 年	10	10
2－3 年	20	20
3－4 年	50	50
4－5 年	80	80
5 年以上	100	100

②2019 年 1 月 1 日之后的账龄分析法组合坏账计提政策

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内	5	5
1－2 年	20	20
2－3 年	50	50
3 年以上	100	100

该计提比例是公司根据以往的应收账款回收经验以及公司客户的实际财务状况综合确定。

应收账款坏账计提比例与同行业上市公司账龄组合计提比例比较情况如下：

账龄	应收账款（含其他应收款）坏账计提比例（%）				
	高鸿股份（000851）	彩讯股份（300634）	通鼎互联（002491）	号百控股（600640）	蜂助手（新）
1 年以内	0.5	5	5	0.5 年内计提 1% 0.5 年至 1 年计提 15%	5

账龄	应收账款（含其他应收款）坏账计提比例（%）				
	高鸿股份（000851）	彩讯股份（300634）	通鼎互联（002491）	号百控股（600640）	蜂助手（新）
1-2 年	2	10	10	50	20
2-3 年	10	30	30	70	50
3-4 年	30	50	50	85	100
4-5 年	50	80	80	100	100
5 年以上	100	100	100	100	100

备注：号百控股（600640）为中国电信集团子公司，其执行集团会计政策。

由上表可知，2019 年 1 月 1 日蜂助手执行的应收账款坏账计提政策与同行业上市公司及蜂助手 2019 年之前执行的应收账款坏账计提政策相比,较为谨慎、稳健。符合行业惯例和公司经营特点。对于有客观证据表明其发生了减值的应收账款，公司按照 100%的比例单项计提坏账准备。

综上所述，报告期内公司应收账款坏账准备计提充分。

（4）应收账款主要客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名具体情况如下：

单位：万元

日期	名称	余额	占应收账款期末余额的比例	已计提坏账准备
2020.06.30	中国移动（注 1）	4,081.93	21.83%	207.59
	广东优世联合控股集团股份有限公司	2,432.49	13.01%	121.62
	深圳市东恒网络科技有限公司	1,812.33	9.69%	90.62
	浙江三合通信科技有限公司	1,660.13	8.88%	83.01
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,542.42	8.25%	77.12
	合计	**11,529.30**	**61.66%**	**579.96**
2019.12.31	深圳市东恒网络科技有限公司	7,182.59	29.91%	359.16
	中国移动	4,167.86	17.36%	208.43
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,829.24	7.62%	91.46
	广东优世联合控股集团股份有限公司	1,646.74	6.86%	82.34
	江苏东顾商业服务有限公司	931.27	3.88%	46.56
	合计	**15,757.70**	**65.63%**	**787.95**
2018.12.31	中国移动	3,116.38	23.29%	155.99

日期	名称	余额	占应收账款期末余额的比例	已计提坏账准备
	芒果传媒有限公司	1,676.36	12.53%	83.82
	华为软件技术有限公司	1,534.07	11.46%	76.70
	广州三创电子科技有限公司（注 2）	903.31	6.75%	45.17
	深圳市拓思创新通信技术有限公司（注 3）	666.02	4.98%	34.89
	合计	**7,896.13**	**59.01%**	**396.56**
2017.12.31	中国移动	1,836.85	18.91%	93.69
	北京汇安融信息技术服务有限公司	1,036.22	10.67%	51.81
	深圳市东恒网络科技有限公司	893.92	9.20%	44.70
	深圳市拓思创新通信技术有限公司（注 3）	674.77	6.95%	33.74
	中大网视（北京）科技有限公司	448.39	4.62%	22.42
	合计	**4,890.14**	**50.35%**	**246.35**

注 1：中国移动的应收账款包含中国移动通信集团各省分公司和其下属子公司；注 2：广州三创电子科技有限公司的应收账款包含硅谷（中国）发展有限公司、广州硅米科技有限公司；注 3：深圳市拓思创新通信技术有限公司的应收账款包含深圳市拓思创新通信技术有限公司、南京点距软件科技有限公司。

报告期各期末，应收账款前五名客户合计占当期期末应收账款余额的比例分别为 50.35%、59.01%、65.63%和 61.66%，前五名应收款金额占比较高且呈逐渐提升趋势，主要与公司客户结构逐渐向终端行业客户集中有关。除 2017 年中大网视（北京）科技有限公司因破产清算，款项无法收回之外，根据过往历史回款情况，上述客户资信记录良好，未发生大额坏账损失情形，预计未来发生应收账款无法收回的风险较小。

报告期内各期末，公司不存在持有公司 5%以上表决权股份的股东及关联方欠款。

1）芒果传媒有限公司基本情况如下：

公司名称	芒果传媒有限公司	成立时间	2007/7/10
注册资本	205,000 万人民币		
住所	长沙市开福区金鹰影视文化城		
股东构成	股东名称		股权比例
	湖南广播电视台		100.00%
	合 计		100.00%

合作历史	从2017年6月开始向其子公司湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司采购芒果TV视频会员，后延伸至流量运营服务及融合运营服务				
结算方式	融合运营服务：甲方按从运营商收到的实际金额向蜂助手分成。双方对账后次月付款； 通用流量运营服务：每月核对上月结算金额，甲方在乙方开具发票后10个工作日内支付结算款。				
交易内容及金额（不含税/万元）	交易内容	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
	融合运营分成	128.92	1,510.27	1,057.08	-
	通用流量	-	915.75	1,504.43	-
回款情况（万元）	交易内容	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
	融合运营分成	112.23	2,311.55	254.64	-
	通用流量	-	1,781.20	784.20	-
	截至2020年11月30日回款情况： 通用流量业务：已全额回款； 融合运营服务：2020年7月后回款11.52万元，尚有少量前期款未回				
2018年底应收账款形成的时间	融合运营分成：2018年3月-2018年12月 通用流量业务：2018年10月-2018年12月				
是否存在逾期款	融合运营：由于芒果需要先收到运营商的款项后才与蜂助手分成结算，而运营商的结算流程较长，结算较慢。同时，芒果内部的结算流程与内部机制也影响着回款时长，存在一定的逾期现象。 通用流量：未逾期				
坏账准备计提情况	按照账龄计提坏账，坏账准备计提充分				

2）广州三创电子科技有限公司基本情况如下

公司名称	广州三创电子科技有限公司		成立时间	2003/7/3	
注册资本	10万人民币				
住所	广州市越秀区寺右新马路108号21B-2房				
股东构成	股东名称			股权比例	
	吴海峰			100.00%	
	合　计			100.00%	
合作历史	2016年11月开始合作				
结算方式	分发运营服务：6个月 技术服务：验收后次月支付80%，合同结束后次月支付20%				
交易内容及金额（不含税/万元）	交易内容	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
	分发运营	-	-	176.48	442.86
	技术服务	-	141.51	566.04	-
回款情况（万元）	截至2020年11月30日的回款情况： 分发运营服务：已全额回款 技术服务：2018年应收款项已收回，2019年应收款尚未回款				
2018年底应收账	应用分发：2017年9月-2018年				

款形成的时间	技术服务：2018 年 12 月
是否存在逾期款	由于对方资金紧张，2019 年技术服务款尚未支付
坏账准备计提情况	按照账龄计提坏账，坏账准备计提充分

（5）公司各类业务前 5 大应收客户情况

报告期内，公司各类业务前五大应收客户期末余额占应收账款期末余额比例均在 75%以上，同时，前五大应收客户期末余额回款情况良好，具体如下：

单位：万元

报表日时点	前五大应收客户期末余额	截至 2020 年 11 月 30 日回款金额	回款金额占前五大应收客户期末余额比例
2020 年 6 月 30 日	15,870.41	9,721.68	61.26%
2019 年 12 月 31 日	21,047.04	19,321.52	91.80%
2018 年 12 月 31 日	10,510.98	10,076.11	95.86%
2017 年 12 月 31 日	7,297.14	6,836.15	93.68%

报告期内，公司各类业务前五大应收客户的名称、应收金额、占比、账龄分布、信用期安排、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因、期后回款金额如下：

1）聚合运营服务前 5 大应收客户情况

单位：万元

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至 2020 年 11 月 30 日回款金额
2020 年 6 月 30 日	广东优世联合控股集团股份有限公司	2,432.49	13.01%	1 年以内	6 个月	是	受疫情影响，该客户信用期内资金紧张，回款进度较慢。	1,500.00
	深圳市东恒网络科技有限公司	1,810.14	9.68%	1 年以内	6 个月	是	该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢。	1,226.05
	浙江三合通信科技有限公司	840.01	4.49%	1 年以内	3 个月	是	其下游客户营销活动未达预期，导致其在信用期内资金紧张，2019 年款项支付有延迟	154.20
	江苏东顾商业服务有限公司	489.85	2.62%	1 年以内	3 个月	是	该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢	已全额回款
	中大网视（北京）科技有限公司	433.31	2.32%	3 年以上	对账后次月	是	该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。	-
	合计	6,005.80	32.12%					3,370.10
2019 年 12 月 31 日	深圳市东恒网络科技有限公司	7,178.98	29.90%	1 年以内：7,178.92 万元，剩余 1-2 年	6 个月	是	该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢	已全额回款
	广东优世联合控股集团股份有限公司	1,646.74	6.86%	1 年内	6 个月	是	该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢	已全额回款
	江苏东顾商业服务有限公司	931.27	3.88%	1 年内	3 个月	是	该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢	已全额回款
	中大网视（北京）科技有限公司	433.31	1.80%	2-3 年	对账后次月	是	该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。	-

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
	江西同心网络信息服务有限公司	373.44	1.56%	1年内	6个月	是	该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢	307.44
	合计	10,563.74	44.00%					10,064.43
2018年12月31日	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	810.49	6.06%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	北京汇安融信息技术服务有限公司	636.22	4.75%	1-2年	对账后次月	是	信用期内资金紧张导致延期付款	已全额回款
	心有灵犀科技股份有限公司	454.31	3.40%	1年以内	1个月	是	该客户将该笔债务转让给东顾商业，该款项已全部收回	已全额回款
	中大网视（北京）科技有限公司	448.39	3.35%	1-2年	对账后次月	是	该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于2018年全额计提坏账准备。	15.08
	广东欢太科技有限公司	408.18	3.05%	1年以内196.47万元；剩余1-2年	1个月	是	双方同时存在应收账款与应付账款余额，未及时对账结算	已全额回款
	合计	2,757.59	20.61%					2,324.28
2017年12月31日	北京汇安融信息技术服务有限公司	1,036.22	10.67%	1年以内	对账后次月	是	信用期内资金紧张导致延期付款	已全额回款
	深圳市东恒网络科技有限公司	887.62	9.14%	1年以内	6个月内	是	信用期内资金紧张导致延期付款	已全额回款
	中大网视（北京）科技有限公司	448.39	4.62%	1年以内	对账后次月	是	该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于2018年全额计提坏账准备。	15.08
	中国电信	440.00	4.53%	1年以内	3个月	否	不适用	已全额回款

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
	深圳易普森科技股份有限公司	410.89	4.23%	1年以内	6个月	是	客户延期回款，公司已积极催收货款	383.21
	合计	3,223.12	33.19%					2,762.13

由上表可知，报告期内，前五大客户虽存在未按时付款的情形，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，剔除中大网视（已破产，全额计提减值准备），报告期各期末，前五大客户回款金额占其应收余额的比例分别为99.00%、100.00%、99.35%、61.10%。

2）融合运营服务前5大应收客户情况

单位：万元

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
2020年6月30日	中国移动	2,889.98	15.46%	1年以内	对账后次月	否	不适用	2,740.26
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,542.42	8.25%	1年以内	12个月	否	不适用	285.62
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	179.64	0.96%	1年以内	对账后次月	是	分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢	11.52
	中国电信	155.49	0.83%	1年以内	3个月	是	付款审批流程长	39.47
	优酷信息技术（北京）有限公司	24.04	0.13%	1年以内	3个月	否	不适用	已全额回款
	合计	4,791.57	25.63%					3,100.91
2019年	中国移动	2,762.92	11.51%	1年内	对账后	否	不适用	已全额回款

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
12月31日					次月			
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	1,829.24	7.62%	1年内	12个月	是	分成模式下，其需要所有合作省份均完成结算后才会与公司结算，结算周期因此较长	1,464.04
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	155.21	0.65%	1年内	对账后次月	是	分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢	103.82
	中国电信	80.18	0.33%	1年内	3个月	是	因客户付款审批流程长，公司回款进度较慢。	已全额回款
	河北石家庄索远商贸有限公司	17.91	0.07%	1年内	3个月	是	客户延期回款，公司已积极催收货款。	-
	合计	4,845.46	20.18%					4,410.96
2018年12月31日	中国移动	2,312.37	17.28%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	865.87	6.47%	1年以内	对账后次月	是	分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢	已全额回款
	河北石家庄索远商贸有限公司	46.05	0.34%	1年以内	3个月	否	不适用	已全额回款
	合计	3,224.29	24.09%					3,224.29

注：公司2018年开始开展融合运营服务。

由上表可知，报告期内，公司融合运营服务前五大部分应收客户未按合同约定时间付款。超期未回款的原因是客户下游合作商结算周期长。客户虽未按时付款，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，报告期各期末，前五大客户回款金额占其应收余额的比例分别为100.00%、91.03%、64.73%。

3）分发运营服务前5大应收客户情况

单位：万元

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
2020年6月30日	中国移动	1,171.31	6.27%	1年以内1,155.96万元；剩余1-2年	对账后次月	是	该客户集团内个别子公司结算周期长，导致回款较慢	1,157.66
	浙江三合通信科技有限公司	820.12	4.39%	1年以内	3个月	是	该客户上游合作商结算周期长，导致回款较慢	355.79
	科大讯飞股份有限公司	617.26	3.30%	1年以内	3个月	否	不适用	已全额回款
	深圳市拓思创新通信技术有限公司	538.73	2.88%	1年以内	6个月	是	该客户与上游的结算周期长，公司回款进度较慢	235.29
	广东汇云电子商务有限公司	384.20	2.06%	1年以内	6个月	是	该客户上游合作商结算周期长，导致回款较慢	183.70
	合计	3,531.62	18.90%					2,549.70
2019年12月31日	中国移动	1,226.94	5.11%	1年内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	南京两岸电竞体育管理有限公司	846.12	3.52%	1年内	3个月	否	不适用	已全额回款
	深圳市拓思创新通信技术有限公司	670.27	2.79%	1年内	6个月	是	该客户上游结算周期长，导致回款较慢	已全额回款
	南京爱火文化科技有限公司	495.62	2.06%	1年内	3个月	否	不适用	已全额回款
	浙江三合通信科技有限公司	429.98	1.79%	1年内	3个月	是	该客户上游合作商结算周期长，导致回款较慢	352.20
	合计	3,668.93	15.27%					3,591.15

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
2018年12月31日	深圳市拓思创新通信技术有限公司	661.99	4.95%	1年以内630.24万元；剩余1-2年	6个月	否	不适用	已全额回款
	中国移动	609.32	4.55%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	广州三创电子科技有限公司	303.31	2.27%	1年以内	6个月	否	不适用	已全额回款
	上海洁渠信息科技有限公司	257.15	1.92%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	湖南联盛网络科技股份有限公司	202.77	1.52%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	合计	2,034.54	15.21%					2,034.54
2017年12月31日	中国移动	1,819.47	18.73%	1年以内1,782.85万元；剩余1-2年	对账后次月	是	推广产品涉及多个子公司，合作前期对方内部流程不畅导致结算周期延长	已全额回款
	深圳市拓思创新通信技术有限公司	671.55	6.91%	1年以内	6个月	否	不适用	已全额回款
	广州三创电子科技有限公司	423.67	4.36%	1年以内	6个月	否	不适用	已全额回款
	上海洁渠信息科技有限公司	393.77	4.05%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	北京广联互动传媒有限公司	181.51	1.87%	1年以内	1个月	否	不适用	已全额回款
	合计	3,489.97	35.92%					3,489.97

由上表可知，报告期内，公司分发运营服务前五大部分应收客户未按合同约定时间付款。超期未回款的原因是客户上游合作商结算周期长。客户虽未按时付款，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，报告期各期末，前五大客户回款金额占其

应收余额的比例分别为100.00%、100.00%、97.88%、72.20%。

4）物联网应用解决方案前5大应收客户情况

单位：万元

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
2020年6月30日	佛山市恒凯达科技有限公司	419.52	2.24%	1年以内	按进度验收	否	不适用	273.75
	北京友宝在线科技股份有限公司	35.14	0.19%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	北京京东世纪贸易有限公司	23.38	0.13%	1年以内	7天	否	不适用	已全额回款
	支付宝（中国）网络技术有限公司	18.77	0.10%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	中国移动	7.34	0.04%	1-2年	对账后次月	否	不适用	0.02
	合计	504.15	2.70%					351.06
2019年12月31日	佛山市恒凯达科技有限公司	565.00	2.35%	1年内	按进度验收	否	不适用	419.23
	中国移动	43.74	0.18%	1年内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	北京京东世纪贸易有限公司	38.37	0.16%	1年内	7天	否	不适用	已全额回款
	广州珠城物业管理有限公司	35.08	0.15%	1年内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	北京友宝在线科技股份有限公司	28.63	0.12%	1年内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	合计	710.82	2.96%					565.05
2018年12月31日	蚂蚁科技集团股份有限公司	46.21	0.35%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	财付通支付科技有限公司	37.35	0.28%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	中国联合网络通信集团有限公司	12.42	0.09%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	中国民生银行股份有限公司广州分行	11.34	0.08%	1-2年	对账后次月	否	不适用	已全额回款

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
	广州扬盛计算机软件有限公司	10.08	0.08%	1年以内	对账后次月	是	金额小未加大催收力度，公司已于2019年6月收回8.52万元。	8.52
	合计	117.40	0.88%					115.84
2017年12月31日	中国民生银行股份有限公司广州分行	40.41	0.42%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	中国联合网络通信集团有限公司	14.95	0.15%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	深圳市东恒网络科技有限公司	6.29	0.06%	1年以内	6个月	否	不适用	已全额回款
	广州声迅保安服务有限公司	3.52	0.04%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	财付通支付科技有限公司	2.44	0.03%	1年以内	对账后次月	否	不适用	已全额回款
	合计	67.61	0.70%					67.61

由上表可知，报告期内，公司物联网应用解决方案客户基本上按合同约定时间付款。

5）技术服务前5大应收客户情况

单位：万元

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至2020年11月30日回款金额
2020年6月30日	中国联合网络通信集团有限公司	387.99	2.08%	1-2年	按项目进度	否	不适用	28.63
	广州极有汇科技有限公司	298.00	1.59%	1年以内	按项目进度	是	该客户信用期内资金紧张，延期付款。该款项已于2020	120.00

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至 2020 年 11 月 30 日回款金额
							年 11 月收回 120.00 万元。	
	华为软件技术有限公司	197.58	1.06%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	广州三创电子科技有限公司	150.00	0.80%	1-2 年	按项目进度	是	该客户信用期内资金紧张，延期付款。	-
	东莞市浦基电子有限公司	3.70	0.02%	1-2 年	按项目进度	是	金额小未加大催收力度。	已全额回款
	合计	1,037.27	5.55%					349.91
2019 年 12 月 31 日	中国联合网络通信集团有限公司	475.61	1.98%	1 年内	按项目进度	是	政府项目，结算周期长导致回款进度慢	116.25
	华为软件技术有限公司	449.21	1.87%	1 年内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	广州极有汇科技有限公司	178.80	0.74%	1 年内	按项目进度	否	不适用	120.00
	广州三创电子科技有限公司	150.00	0.62%	1 年内	按项目进度	是	该客户信用期内资金紧张，延期付款。	-
	中国移动	4.47	0.02%	1 年内	按项目进度	是	因客户原因项目进度较预期推迟，延期付款。	已全额回款
	合计	1,258.09	5.23%					689.93
2018 年 12 月 31 日	华为软件技术有限公司	1,534.07	11.46%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	广州三创电子科技有限公司	600.00	4.48%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	广州极有汇科技有限公司	220.00	1.64%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	深圳市择众传媒股份有限公司	18.00	0.13%	1-2 年	按项目进度	否	不适用	已全额回款

报告期	客户名称	应收金额	占应收金额比例	账龄	信用期	是否超过合同约定付款时间	超期未回款原因	截至 2020 年 11 月 30 日回款金额
	中国移动	5.09	0.04%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	合计	2,377.16	17.75%					2,377.16
2017 年 12 月 31 日	广州极有汇科技有限公司	320.00	3.29%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	广东宏科通信有限公司	159.80	1.65%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	深圳市择众传媒股份有限公司	18.00	0.19%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	9.63	0.10%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	中国移动	9.01	0.09%	1 年以内	按项目进度	否	不适用	已全额回款
	合计	516.44	5.32%					516.44

由上表可知，报告期内，公司技术服务客户基本上按合同约定时间付款。

综上，报告期内，各业务前五大应收客户虽有部分客户未按时付款，但期后回款良好，整体回款比例较高。

（6）报告期内是否存在放宽信用政策或执行尺度来维持业务或增加销售的情况、是否存在第三方回款情形

报告期内，公司销售结算模式主要是先货后款，截至2020年11月30日，2020年6月30日应收账款期末余额回款比例为60.35%，回款情况良好。报告期各期末分业务类型的回款进度如下：

单位：万元

日期	业务类型	应收账款余额	截至 2020 年 11 月 30 日已回款金额	回款比例
2020 年 6 月 30 日	聚合运营服务	7,542.55	4,508.15	59.77%
	融合运营服务	4,809.47	3,100.91	64.48%
	分发推广服务	4,691.77	2,927.66	62.40%
	物联网应用解决方案	561.59	391.85	69.78%
	技术服务	1,037.27	349.91	33.73%
	其他业务收入	52.78	3.86	7.31%
	合计	18,695.43	11,282.34	60.35%
2019 年 12 月 31 日	聚合运营服务	12,095.30	11,843.64	97.92%
	融合运营服务	4,845.46	4,410.21	91.02%
	分发推广服务	4,868.61	4,620.70	94.91%
	物联网应用解决方案	787.26	625.91	79.50%
	技术服务	1,261.79	693.63	54.97%
	其他业务收入	150.82	130.99	86.85%
	合计	24,009.24	22,325.08	92.99%
2018 年 12 月 31 日	聚合运营服务	4,141.21	3,703.61	89.43%
	融合运营服务	3,224.29	3,224.29	100.00%
	分发推广服务	3,227.80	3,227.80	100.00%
	物联网应用解决方案	143.13	141.58	98.91%
	技术服务	2,377.16	2,377.16	100.00%
	其他业务收入	267.38	267.38	100.00%
	合计	13,380.97	12,941.82	96.72%
2017 年 12 月 31 日	聚合运营服务	4,522.03	4,061.04	89.81%
	融合运营服务	-	-	-
	分发推广服务	4,393.22	4393.22	100.00%
	物联网应用场景解决方案	71.39	71.39	100.00%
	技术服务	516.44	516.44	100.00%

日期	业务类型	应收账款余额	截至 2020 年 11 月 30 日已回款金额	回款比例
	其他业务收入	210.24	210.24	100.00%
	合计	9,713.32	9,252.33	95.25%

报告期内，公司各业务类型主要客户的信用期、信用期政策是否发生变化、是否按照信用政策执行及是否存在第三方回款的具体情况如下：

业务类型	客户名称	信用期	信用政策是否发生变化	信用政策是否得到严格执行	是否存在第三方回款
聚合运营服务	广东优世联合控股集团股份有限公司	6 个月	否	否	否
	深圳市东恒网络科技有限公司	6 个月	否	否	否
	浙江三合通信科技有限公司	3 个月	否	否	否
	江苏东顾商业服务有限公司	3 个月	否	否	否
	中大网视（北京）科技有限公司	对账后次月	否	否	否
	广东天宸网络科技有限公司	对账后次月	否	是	否
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	对账后次月	否	是	否
	北京汇安融信息技术服务有限公司	对账后次月	否	否	否
	中国银行股份有限公司	对账后次月	否	是	否
	江苏卡池电子商务有限公司	预付	否	是	否
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	对账后次月	否	是	否
	广东金朋科技有限公司	预付	否	是	否
	普信天下（成都）商贸有限公司	对账后次月	否	否	否
	安徽易众网络科技有限公司	对账后次月	否	是	否
融合运营服务	中国移动	对账后次月	否	是	否
	长沙瑞联互动数码科技有限公司	12 个月	否	否	否
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	对账后次月	否	否	否
	中国电信	3 个月	否	否	否
	广州市讯锋通信科技有限公司	对账后次月	否	是	否
	优酷信息技术（北京）有限公司	3 个月	否	是	否
	河北石家庄索远商贸有限公司	3 个月	否	否	否

业务类型	客户名称	信用期	信用政策是否发生变化	信用政策是否得到严格执行	是否存在第三方回款
分发运营服务	中国移动	对账后次月	否	是	否
	浙江三合通信科技有限公司	3个月	否	否	否
	科大讯飞股份有限公司	3个月	否	是	否
	深圳市拓思创新通信技术有限公司	6个月	否	否	否
	上海云豆信息科技有限公司	对账后次月	否	是	否
	南京两岸电竞体育管理有限公司	3个月	否	是	否
	南京爱火文化科技有限公司	3个月	否	是	否
	湖南联盛网络科技股份有限公司	对账后次月	否	是	否
	硅谷（中国）发展有限公司	对账后次月	否	是	否
	上海洁渠信息科技有限公司	对账后次月	否	是	否
物联网应用场景解决方案	佛山市恒凯达科技有限公司	按进度验收	否	是	否
	北京友宝在线科技股份有限公司	对账后次月	否	是	否
	广州永同动漫科技有限公司	对账后次月	否	是	否
	佛山市禅城区汇驿停车场投资管理有限公司	对账后次月	否	是	否
	中国移动	对账后次月	否	是	否
	广州珠城物业管理有限公司	对账后次月	否	是	否
	蚂蚁科技集团股份有限公司	对账后次月	否	是	否
	财付通支付科技有限公司	对账后次月	否	是	否
	中国联合网络通信集团有限公司	对账后次月	否	是	否
	中国民生银行股份有限公司广州分行	对账后次月	否	是	否
	广州扬盛计算机软件有限公司	对账后次月	否	否	否
	深圳市东恒网络科技有限公司	6个月	否	是	否
	深圳市证通电子股份有限公司	对账后次月	否	是	否
	上海讯联数据服务有限公司	对账后次月	否	是	否
	广州声迅保安服务有限公司	对账后次月	否	是	否
技术服务	中国联合网络通信集团有限公司	按项目进度	否	是	否
	广州极有汇科技有限公司	按项目进度	否	否	否
	华为软件技术有限公司	按项目进度	否	是	否

业务类型	客户名称	信用期	信用政策是否发生变化	信用政策是否得到严格执行	是否存在第三方回款
	北京微智信业科技有限公司	按项目进度	否	是	否
	广州力博企业管理顾问有限公司	按项目进度	否	是	否
	中国移动	按项目进度	否	是	否
	深圳市择众传媒股份有限公司	按项目进度	否	是	否
	广州硅米科技有限公司	按项目进度	否	否	否
	广东欢太科技有限公司	按项目进度	否	是	否
	深圳易普森科技股份有限公司	按项目进度	否	是	否

由上表可知，报告期内公司主要客户信用政策、信用期限较为稳定，未发生重大变化；受信用期内资金紧张、客户下游合作商结算周期长、疫情等因素影响，虽存在部分客户未在信用期内付款情况，公司采用多种形式积极催收，及时跟进期后回款情况。截至2020年11月30日，报告期各期回款比例分别为95.25%、96.72%、92.99%、60.35%，回款情况良好。此外，公司主要合作客户为大型集团，其对外付款相关流程内部均有严格规范要求，公司无法随意更改信用政策。

综上，公司信用政策符合行业及公司自身特点，不存在放宽信用政策或执行尺度来维持业务或增加销售的情形。

公司已在招股说明书第八节“十二、(二)、1”中披露了第三回款情形，除此之外，不存在其他应收账款第三方回款的情形。

（7）对超过约定付款期限的应收账款的催收情况

公司按照制定的《财务管理制度》、《业务结算管理办法》对加强应收账款回款实施了以下措施：①财务部门应建立应收账款管理台账，对未按合同约定付款且持续时间较长的应收账款，应提请业务经办部门加强跟踪和款项催收，减少应收账款资金占用；②对已逾期的应收款项应会同业务部门分门别类，整理建档，按其形成原因、时间、金额、催收难易程度等分类，并考虑收款费用与坏账损失之间的关系，相应制定收款政策和收款程序，落实催收责任人。重大逾期应收款项的处理方法实行一事一议的原则；③销售部门负责应收款项的催收，财务部门负责办理资金结算并监督款项回收，负责催收人员主要通过邮

件、工作聊天工具、上门拜访方式对客户进行催收；④加强应收账款风险控制，从客户选择、合同审批的事前控制；合同执行、合同文档管理、对账手续完备性、合同主体资信、履约能力跟踪等的事中控制；货款回收的事后控制以及过程中各部门员工、分管负责人职责的分工控制来合理控制应收账款的风险，及时应对，最大限度规避或减少坏账的损失。对于长期未收回应收款项，将由财务部门通报业务分管领导或总经理，进行考核追究。公司执行了相关制度，对逾期客户进行了催收。

报告期内，公司客户主要为国内知名企业、上市公司、公众公司或者相关服务商,总体资信较好。报告期各期末 1 年以内应收账款余额占比分别为 97.23%、84.24%、96.09%和 92.49%，除 2018 年因中大网视（北京）科技有限公司财务状况恶化无法支付款项之外，其他主要客户期后回款情况良好，应收账款发生坏账、 无法收回的风险较低。

（8）关联方交易非关联化的情况

报告期内，公司应收关联企业款项已全部收回，公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方和关联交易，不存在关联交易非关联化的情形。

4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项的金额及账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	9,974.27	82.84%	5,811.00	84.75%	5,379.43	87.26%	3,561.38	86.42%
1 至 2 年	1,616.69	13.43%	693.13	10.12%	484.79	7.86%	559.79	13.58%
2 至 3 年	288.51	2.40%	273.12	3.98%	300.93	4.88%	-	-
3 年以上	160.69	1.33%	79.16	1.15%	-	-	-	-
合计	**12,040.17**	**100.00%**	**6,856.41**	**100.00%**	**6,165.14**	**100.00%**	**4,121.17**	**100.00%**

蜂助手与供应商的结算方式分为预存款模式和后付费模式，预存款模式下，蜂助手需要向供应商支付一定的预存款，供应商按照蜂助手实际消耗情况对预存款进行扣除。预存款模式为虚拟商品服务行业内的常用模式，报告期内公司预付

款规模逐年扩大，主要系公司虚拟商品交易规模扩大所致。

如上表所示，公司预付款项主要集中于 1 年以内，符合公司业务特点。公司一年以上的预付款主要系为配合业务开展，所支付的通用流量、采购款项。

2017 年末，一年以上预付账款主要系预付中国移动各下属公司物联网流量、通用流量、话费等款项合计 457.63 万元。

2018 年末，一年以上预付账款主要系预付中国移动各下属公司物联网流量采购款项 277.21 万元、深圳市云客科技开发有限公司通用流量采购款项 88.64 万元、广州丽柏酒店有限公司租金，物业等费用 67.27 万元等。

2019 年末，一年以上预付账款主要系预付广州漫漫数码科技有限公司通用流量采购款项 194.70 万元、广州旺青网络技术有限公司通用流量采购款项 149.72 万元、深圳市云客科技开发有限公司通用流量采购款项 88.64 万元等。

2020 年 6 月末，一年以上预付账款主要系广州泉腾信息科技有限公司技术服务采购款 964.76 万元、广州漫漫数码科技有限公司流量采购款 194.70 万元等。

（1）预付款项主要供应商情况

报告期各期末，公司预付款项主要单位情况如下：

单位：万元

日期	单位名称	预付账款余额	占预付账款期末余额的比例	预付款时间	备注	采购内容	服务期限	截至2020年11月30日期后结转金额/情况	是否存在超期未结转
2020.06.30	广东赛瑞通讯有限公司	3,622.09	30.08%	2019-2020年	服务未完结	通用流量、话费	2020/5/1至2021/4/30	3,426.86	否
	前海超级前台（深圳）信息技术有限公司	2,019.21	16.77%	2020年	服务未完结	通用流量	2020/4/2至2021/4/1	1,831.77	否
	广东宏科通信有限公司	1,038.36	8.62%	2020年	服务未完结	通用流量	2019/1/1至2020/12/31	消耗完毕	否
	广州泉腾信息科技有限公司	986.81	8.20%	2019-2020年	服务未完结	互联网基地客户端框架产品采购项目	2018/11/6-长期	72.10	否
	深圳市荣华世纪商贸有限公司	714.88	5.94%	2020年	服务未完结	话费、其他虚拟产品	2019/8/1-长期（注1）	消耗完毕	否
	合计	**8,381.34**	**69.61%**						
2019.12.31	广东赛瑞通讯有限公司	1,237.24	18.04%	2019年度	服务未完结	通用流量、话费	2019/5/1至2020/4/30（注1）	1174.53	否
	广州泉腾信息科技有限公司	1,077.11	15.71%	2018-2019年	服务未完结	互联网基地客户端框架产品采购项目	2018/11/6-长期	191.19	否
	广州众友信息科技有限公司	776.02	11.32%	2019年度	服务未完结	话费	2019/7/2至2020/7/1	消耗完毕	否
	深圳市荣华世纪商贸有限公司	639.50	9.33%	2019年度	服务未完结	话费、其他虚拟产品	2019/8/1-长期（注2）	消耗完毕	否

日期	单位名称	预付账款余额	占预付账款期末余额的比例	预付款时间	备注	采购内容	服务期限	截至 2020 年 11 月 30 日期后结转金额/情况	是否存在超期未结转
	优酷信息技术（北京）有限公司	399.22	5.82%	2019 年度	服务未完结	视频会员	2019/4/1 至 2020/3/30	消耗完毕	否
	合计	**4,129.09**	**60.22%**						
2018.12.31	中国移动（注）	1,493.02	24.22%	2016-2018 年	服务未完结	物联网流量、短信等	2016/1/1 至 2019/12/31	消耗完毕	否
	广州彩旗网络技术有限公司	670.01	10.87%	2018 年度	服务未完结	话费	2018-11-5 至 2019-11-04	消耗完毕	否
	优酷信息技术（北京）有限公司	404.78	6.57%	2018 年度	服务未完结	视频会员	2017/8/2 至 2019/3/31	消耗完毕	否
	北京蜂窝科技有限公司	386.84	6.27%	2018 年度	服务未完结	话费	2018/11/1 至 2019/10/31（注 3）	消耗完毕	否
	广州泉腾信息科技有限公司	374.85	6.08%	2018 年度	服务未完结	互联网基地客户端框架产品采购项目	2018/11/6-长期	消耗完毕	否
	合计	**3,329.50**	**54.01%**						
2017.12.31	深圳腾畅科技有限公司	712.87	17.30%	2017 年度	服务未完结	通用流量	2017/1/1 至 2017/12/31	消耗完毕	否
	中国移动	587.26	14.25%	2016-2017 年	服务未完结	物联网流量、通用流量等	2016/1/1 至 2018/8/27	消耗完毕	否
	广州旺青网络技术有限公司	514.49	12.48%	2017 年度	服务未完结	通用流量	2017-9-28 至 2018-9-27	消耗完毕	否
	广州磊鑫网络科技有限公司	247.73	6.01%	2017 年度	服务未完结	通用流量等	2016/1/1 至 2017/12/31	消耗完毕	否

日期	单位名称	预付账款余额	占预付账款期末余额的比例	预付款时间	备注	采购内容	服务期限	截至 2020 年 11 月 30 日期后结转金额/情况	是否存在超期未结转
	广州丽柏酒店有限公司	214.88	5.21%	2017 年度	服务未完结	租赁物业水电费	2017/1/1 至 2021/12/31	消耗完毕	否
	合计	2,277.24	55.25%						

注：中国移动的预付款项包含中国移动通信集团各省分公司及其下属子公司。

报告期内与公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系的为广州磊鑫网络科技有限公司，除此之外，上述企业与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系；具体参见招股说明书“第七节 九、（一）关联方及关联关系”之“7、根据实质重于形式的原则认定的其他与本公司有特殊关系，可能造成本公司对其利益倾斜的法人或其他组织”。公司与上述企业之间交易具有合理的商业实质，上述企业对发行不存在利益输送行为。

截至 2020 年 6 月 30 日，预付账款中不含持有蜂助手 5%（含）以上持有表决权股份股东单位的欠款。

（2）报告期期末账龄超过一年且金额重要的预付款项未及时结算原因的说明

单位：万元

单位名称	2020.06.30	账龄	备注
广州泉腾信息科技有限公司	964.76	1-2 年	服务未完结
广州漫漫数码科技有限公司	194.70	2-3 年	服务未完结
广州彩旗网络技术有限公司	100.01	1-2 年	服务未完结
合计	**1,259.46**		

1）广州泉腾信息科技有限公司账龄超过一年未结算的原因

公司与广州泉腾信息科技有限公司（以下简称“泉腾”）的合作主要系向其采购技术服务。2018 年 4 月，公司与华为软件技术有限公司（以下简称“华为”）签署《产品采购协议》，公司负责为其开发“互联网基地客户端”产品，该技术服务成果交付采取订单制，即华为有需求时，向公司下发采购订单，公司按照订单要求保质保量交付开发成果。该项目系公司重点技术服务项目，由一系列开发模块组成，开发任务重，项目周期较长，为保障该项目订单交付的时效性及稳定性，公司将部分开发能力对外采购，外购服务方完成相应的开发任务后交付给公司，然后公司结合自身开发部分进行产品集成并经华为公司验收合格后，完成产品交付。

2018 年华为公司“互联网基地客户端”项目开展招标工作，本次项目需求融合了 TV 端产品及其他方面产品（主要包括：和家相册、和彩云、和笔记、和彩云基础支撑平台、和彩云算法与适配平台等的研发）的研发，在竞标过程中，基于公司总体优势，公司取代之前华为服务商“中软国际科技服务有限公司”，成功中标。为了保证项目的无缝衔接及减少公司的研发成本，需要外购部分开发服务，经过多方咨询，广州泉腾信息科技有限公司一直是“中软国际科技服务有限公司”该产品部分开发能力供应商，据此，公司从定价方面、系统性、研发性等多方面对广州泉腾信息科技有限公司进行评估，决定向其采购项目的部分支撑能力，从而能够沿用部分能力支持，保证系统的稳定性。

为保障订单交付的质量、及时性等，在华为订单需求发出之前，公司一般

对部分开发需求提前进行开发投入，进行技术储备。泉腾作为公司该技术服务项目的服务商，对其承担的开发任务采取预收款的模式，故公司需要向其预付款。华为订单下发并验收合格前，公司该部分预付账款不满足结转成本要求。据此，受华为下发订单需求进度影响，导致公司为进行技术储备而向服务商预付款项存在账龄超过一年未结算的情形。

2）广州漫漫数码科技有限公司账龄超过一年未结算的原因

2017 年 11 月，公司与广州漫漫数码科技有限公司（以下简称“漫漫数码”）之间签署《流量产品采购协议》，公司向其采购流量产品，按照约定，公司向其预付通用流量采购款 456.00 万元，截至 2018 年 10 月末，预付款项余额 307.70 万元。2018 年 10 月，由于公司的客户对外销售时存在客服服务响应不及时等问题而被投诉，致使运营商关停供货源头接口，导致漫漫数码与公司之间交易暂停。经公司多次与漫漫数码沟通退款事宜，2019 年 9 月，漫漫数码退还预存款项 113.00 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，预存款项余额 194.70 万元。之后，漫漫数码多次运营商沟通并申请接口复通，2020 年 9 月，接口复通，漫漫数码与公司之间正常交易，截至 2020 年 11 月末，公司剩余预存款项消耗完毕。

3）广州彩旗网络技术有限公司账龄超过一年未结算的原因

报告期内，公司与广州彩旗网络技术有限公司（以下简称“彩旗”）发生交易的主体涉及蜂助手、广州助蜂及零世纪，并分别与彩旗配置供货接口。账龄超过一年预付账款主要系：2019 年 1 月，广州助蜂为配合建行营销活动，向其提供话费产品，基于建行营销活动订单量较大，为了保障银行业务的开展不受影响，广州助蜂先行备货并向彩旗预存话费采购款 100 万。之后彩旗向公司供货过程中，因为接口错配，导致本应通过广州助蜂接口供货而错误配置为通过蜂助手接口配货，从而导致广州助蜂预付账款没有消耗，而形成蜂助手应付彩旗话费采购款。截至 2020 年 6 月 30 日，广州助蜂预付彩旗余额为 100.01 万元，蜂助手应付彩旗款项余额为 87.56 万元。若考虑该等因素，实际上广州助蜂预付彩旗的款项余额为 12.45 万元，蜂助手与彩旗之间无往来余额。

公司向广州泉腾信息科技有限公司等供应商预付款超过一年未结算，具有合理的原因，双方之间不存在服务或货款争议、纠纷。

公司上述预存款系正常经营活动所需，具有真实的商业实质。

（3）报告期各期按照性质分类，预付账款期末余额构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预付商品或服务采购款	11,918.28	98.99%	6,694.86	97.64%	6,000.88	97.33%	3,862.23	93.72%
预付租金等	121.89	1.01%	161.55	2.36%	164.26	2.67%	258.94	6.28%
合计	12,040.17	100.00%	6,856.41	100.00%	6,165.14	100.00%	4,121.17	100.00%

如上所示，报告期各期末，公司预付款主要系通用流量、话费、视频会员等虚拟产品采购款项。公司进行相关款项预付，系公司业务发展需求，2018 年末预付账款余额较 2017 年末有所增长，主要系 2018 年度公司加大物联网业务开拓力度及融合运营业务的快速发展，加大了物联网流量及视频会员采购预存；2019 年末预付账款余额较 2018 年末增长，主要系营业收入有所增长，业务发展所需；2020 年 6 月末较 2019 年末有所增长，主要系公司为满足业务发展需求，为保证优势通用流量资源的供应及锁定资源，加大了通用流量的预存。

1）预付账款期末余额增长较快的原因及合理性

如上所述，报告期各期末，预付账款期末余额分别为 4,121.17 万元、6,165.14 万元、6,856.41 万元及 12,040.17 万元，预付账款期末余额增长较快，主要与公司各业务发展状况相关，具体原因如下：

2018 年公司预付款余额较上期增加 2,043.97 万元，主要原因为：一是公司 2018 年度加大了对物联网业务、话费业务的投入，公司向中国移动广东东莞分公司、佛山分公司及阳江分公司等企业进行了物联网流量、话费款预存，导致中国移动期末预付款较上期增长 905.76 万元。二是为满足公司 2018 公司融合业务、影视会员业务发展，公司向优酷信息技术（北京）有限公司预存金额增加 404.78 万元。三是 2018 年公司与华为软件技术有限公司（以下简称“华为”）合作，为其提供技术服务，基于华为技术服务项目的影响（一系列单独功能模块），华为根据自身的进程安排，不定期向公司发出订单并验收公司的工作成果。为保障项目的服务质量，公司一般在华为订单发出之前，提前对需研发的模块先行进行开发投入以储备相关技术，为高效满足公司前期投入开发需求，公司向技术服务商广州泉腾信息科技有限公司（以下简称“泉腾”）预付款项采购技

术服务。受华为订单下发进度影响，公司交付工作成果并经华为验收合格前，尚不满足预付账款结转成本要求，导致公司预付泉腾款项增长 374.85 万元。

2019 年末，公司预付款金额较上期增长 691.27 万元。一方面系公司话费业务交易规模扩大所致。话费业务由于交易价差很小，一般情况下，供应商只接受话费预存模式，2019 年，深圳东恒及中石化广东分公司等渠道话费交易规模扩大 ，公司整体话费交易规模由前一年的 5,184.46 万元扩大至 11,937.59 万元，受交易规模扩大影响，本年末预付账款金额较上年末有所增长；另一方面，受华为技术服务项目影响，公司本年末预付泉腾款项较上年增加 702.26 万元。

2020 年 6 月末，预付账款余额较上年度增加 5,183.76 万元，主要系公司向供应商采购通用流量、话费进行预存。公司预付广东赛瑞通讯有限公司余额较上年末增加 2,384.85 万元，预付前海超级前台（深圳）信息技术有限公司余额较上年末增加 2,019.20 万元。2020 年公司客户结构进一步优化，公司客户群体逐步过渡至终端行业客户和终端行业的服务商公司，如公司 2019 年及 2020 年 1-6 月第一大客户深圳市东恒网络科技有限公司通用流量主要客户为招商银行等终端行业客户，该等终端行业客户所采购流量、话费主要用于营销活动，对资源稳定性、充值成功率等有较高要求，为满足正常经营需求，公司需稳定获取全国流量、话费等优势资源，而该等资源较为稀缺，运营商往往不定期进行该等资源释放，公司供应商获取相关资源信息后，为锁定优势资源及相关折扣等，需要及时向运营商或者第三方进行预存，故公司亦需要向该等供应商进行预存。综上所述，报告期内，预付账款期末余额增长较快有其合理原因，具有合理性。

2）预付款是否具备真实的商业实质、是否符合商业惯例、是否存在应确认而未确认成本费用的情况、预付款的收款企业是否对公司提供服务或产品

公司基于业务发展的需要，进行业务发展所需产品或服务款项预存，与供应商之间签署了真实的商业合同，明确约定了合作事项，具备真实的商业实质。

公司向供应商的预付款项主要系采购通用流量、话费产品，各个供应商之间资源优势各异，为充分锁定该等优势资源，往往需要进行款项预存；话费产品一般利润空间有限，供应商为不过多占用自身资金，往往需要客户进行款项预存；据此，公司为采购通用流量、话费等产品，进行款项预存，符合商业惯例。

公司预付供应商款项，按照后续双方交易情况，每月对账，并形成经双方认可的结算/对账单，及时结算，不存在应确认而未确认成本费用的情况。

公司预付款项后续陆续消耗相关虚拟商品，预付款的收款企业按照约定事项，向公司提供服务或产品。

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的账面净额及占流动资产的比例如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应收款余额	836.42	674.41	881.30	559.41
减：坏账准备	347.67	198.16	126.03	38.65
其他应收款净额	**488.76**	**476.25**	**755.27**	**520.76**
占流动资产比例	1.26%	1.30%	3.44%	2.99%

报告期各期末，公司其他应收款账面净额分别为 520.76 万元、755.27 万元、476.25 万元和 488.76 万元，占流动资产的比例分别为 2.99%、3.44%、1.30%和 1.26%，占流动资产的比重较低。

（1）报告期各期末其他应收款余额按照项目性质分类情况

报告期各期末其他应收款余额按照项目性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金及保证金	714.98	85.48%	600.54	89.05%	694.72	78.83%	392.58	70.18%
预付账款转入	108.32	12.95%	59.16	8.77%	59.16	6.71%	59.16	10.57%
应收资产转让款	-	-	-	-	88.97	10.10%	93.48	16.71%
备用金	3.11	0.37%	0.85	0.13%	5.63	0.64%	3.63	0.65%
往来款及其他	10.01	1.20%	13.86	2.06%	32.83	3.72%	10.57	1.89%
合计	**836.42**	**100.00%**	**674.41**	**100.00%**	**881.30**	**100.00%**	**559.41**	**100.00%**

公司其他应收款主要为押金及保证金，报告期内各期末押金及保证金占其他应收款的比例分别为 70.18%、78.83%、89.05%和 85.48%。预付账款转入主要为公司预付广州市天奕广告有限公司、广州沃聚通信科技有限公司等流量预存款无法收回，公司将预计无法收回的预付款项转入其他应收款，并全额计提了坏账损

失。应收资产转让款主要公司处置固定资产等长期资产产生的款项。

1）预付广州市天奕广告有限公司等三家流量预存款无法收回的原因

截至报告期末，公司预付账款预计无法收回的基本情况如下：

单位：万元

单位名称	预付账款余额	坏账准备金额	计提比例
广州市天奕广告有限公司	38.28	38.28	100.00%
广州沃聚通信科技有限公司	20.88	20.88	100.00%
中国移动下属公司	13.42	13.42	100.00%
中国联通下属公司	10.80	10.80	100.00%
其他单位小计	24.94	24.94	100.00%
合计	108.32	108.32	100.00%
占报告期末预付账款余额的比例	1.29%	-	-

注：其他单位主要是金额较小的单位，共计包括20家，各家单位预计无法收回的金额均在10万元以下。

对于报告期末公司无法收回的预付账款，公司将其转入其他应收款，并全额计提减值准备。公司无法收回的预付账款，主要系对广州市天奕广告有限公司、广州沃聚通信科技有限公司等公司款项。

① 广州市天奕广告有限公司预存款无法收回的原因

2016年1月5日，蜂助手与广州市天奕广告有限公司（以下简称“天奕”）签署《蜂助手流量采购合作协议》,进行广东联通流量产品合作,合作期限自2016年1月5日起至2016年12月31日止，期满后，如果双方均无违反本协议规定事项，也均无提出异议，则本协议的有效期限自动顺延一年，合作期间蜂助手预存流量采购款合计221万元（含税）。2017年5月，因运营商政策调整（运营商释放的优势资源一般会有一个期限），天奕无法向蜂助手供应货源，且未就尚未消耗完毕的流量预存款全部退还给蜂助手。截至报告期末，公司已全额计提减值准备。

② 广州沃聚通信科技有限公司预存款无法收回的原因

2016年1月1日,蜂助手与广州沃聚通信科技有限公司(以下简称“沃聚”)进行联通流量产品合作，由沃聚向蜂助手供应货源，2017年6月，沃聚电话通知（无录音）蜂助手，因运营商政策调整，相应优惠资源暂停。截至2017年12月，蜂助手与沃聚之间合作协议到期，因无对应货源提供，双方之间一直无交

易。同时，基于沃聚未提供对应的产品，且未退还蜂助手尚未使用完毕的流量预存金额。截至报告期末，公司已全额计提减值准备。

③ 中国移动下属公司预存款无法收回的原因

公司与中国移动河南三门峡分公司、中国移动内蒙古乌海市海勃湾区分公司、中国移动陕西汉中分公司因相关流量产品下架、接口关闭无资源可用及相关人员岗位调动无法联系对方处理退款等原因，造成少量尾款难以收回，总体金额较小。截至报告期末，公司已全额计提减值准备。

④ 中国联通下属公司预存款无法收回的原因

公司与中国联通苏州市分公司发生通用流量采购，后因对方商务对接人员离职，无法取得联系，导致部分发票无法取得，致使对应的进项税额无法结转，无法收回的款项系该部分进项税额所对应的金额，总体金额较小。截至报告期末，公司已全额计提减值准备。

⑤ 其他单位预存款无法收回的原因

公司与其他单位之间的预存款无法及时收回，主要系结算尾款，总体金额较小，由于对方商务对接人员离职，无法取得联系，导致后续结算事宜无法跟进。截至报告期末，公司已全额计提减值准备。

（2）其他应收款账龄情况

单位：万元

账龄	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
1 年以内	298.04	35.63%	287.62	42.65%	553.33	62.79%	398.89	71.31%
1－2 年	140.20	16.76%	210.08	31.15%	230.14	26.11%	140.59	25.13%
2－3 年	186.93	22.35%	90.88	13.48%	78.21	8.87%	18.02	3.22%
3 年以上	211.26	25.26%	85.83	12.73%	19.63	2.23%	1.91	0.34%
小计	**836.42**	**100.00%**	**674.41**	**100.00%**	**881.30**	**100.00%**	**559.41**	**100.00%**

（3）截至 2020 年 6 月 30 日，其他应收款金额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	2020.06.30	账龄	占其他应收款期末余额的比例	坏账准备期末余额
北京爱奇艺科技有限公司	押金保证金	170.00	1 年以内、2-3 年	20.32%	44.05
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	押金保证金	100.00	2-3 年	11.96%	50.00

深圳市腾讯计算机系统有限公司	押金保证金	96.40	1 年以内	11.53%	4.82
优酷信息技术（北京）有限公司	押金保证金	82.00	1 年以内、1-2 年	9.80%	13.40
广州丽柏酒店有限公司	押金保证金	54.00	3 年以上	6.46%	54.00
合计		**502.40**		**60.07%**	**166.27**

截至 2020 年 6 月 30 日，其他应收款中不含持有蜂助手 5%（含）以上持有表决权股份股东单位的欠款。

6、存货

（1）报告期各期末，公司存货及占流动资产比例情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品	1,497.29	1,532.02	327.54	254.15
虚拟卡密产品	216.83	433.34	567.87	139.27
委托加工物资	0.60	88.05	8.26	-
发出商品	31.21	9.53	-	0.82
周转材料	3.07	3.07	19.57	9.71
合计	**1,749.00**	**2,066.02**	**923.24**	**403.95**
减：存货跌价准备	623.67	258.33	58.82	21.17
存货账面价值净额	**1,125.33**	**1,807.69**	**864.42**	**382.78**
净额占流动资产比例	2.90%	4.93%	3.94%	2.20%

备注：虚拟卡密产品是指公司从网络视频商或代理商处购买的卡密类的影视会员，该产品为公司的主要经营产品之一，公司通过出售该产品能够获取相关收入且该产品的成本能够可靠计量，符合存货准则中对于存货的判断标准，因此将其界定为存货。

公司存货主要由库存商品和虚拟卡密产品构成，库存商品主要为用于京东、淘宝等电商平台销售的手机配件、CPE 机顶盒、小电器等实物商品，虚拟卡密产品主要为视频会员卡密产品。报告期各期末，公司存货净额分别为 382.78 万元、864.42 万元、1,807.69 万元和 1,125.33 万元，占同期流动资产的比例分别为 2.20%、3.94%、4.93%和 2.90%，存货占流动资产比例整体较低。2018 年期末存货金额增加主要系公司在 2018 年底，采购了一批爱奇艺会员卡密所致。2019 年公司存货金额增加，主要系公司根据市场情况购置了一批腾讯叮当智能音箱所致。委托加工物资主要系用于委托生产 CPE 机顶盒的物联网流量模组。发出商品主要为在天猫、京东等平台发货后，客户尚未确认收货的商品。周转材料主要为配套商

品销售的包装物。

（2）报告期各期末，公司存货库龄及存货跌价准备计提情况如下：

1）2020 年 6 月 30 日

单位：万元

项目	账面余额	1 年以内	1 年以上	存货跌价准备	账面价值
库存商品	1,497.29	1,481.58	15.71	623.67	873.61
虚拟卡密产品	216.83	216.83	-	-	216.83
发出商品	31.21	31.21	-	-	31.21
周转材料	3.07	-	3.07	-	3.07
委托加工物资	0.60	0.60	-	-	0.60
合计	**1,749.00**	**1,730.22**	**18.78**	**623.67**	**1,125.33**
占比	**100.00%**	**98.93%**	**1.07%**	-	-

2）2019 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	账面余额	1 年以内	1 年以上	存货跌价准备	账面价值
库存商品	1,532.02	1,373.16	158.86	258.33	1,273.69
虚拟卡密产品	433.34	433.34	-	-	433.34
发出商品	9.53	9.53	-	-	9.53
周转材料	3.07	-	3.07	-	3.07
委托加工物资	88.05	88.05	-	-	88.05
合计	**2,066.02**	**1,904.09**	**161.93**	**258.33**	**1,807.69**
占比	**100.00%**	**92.16%**	**7.84%**	-	-

3）2018 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	账面余额	1 年以内	1 年以上	存货跌价准备	账面价值
库存商品	327.54	201.39	126.16	58.82	268.72
虚拟卡密产品	567.87	567.87	-	-	567.87
发出商品	-	-	-	-	-
周转材料	19.57	16.43	3.13	-	19.57
委托加工物资	8.26	8.26	-	-	8.26
合计	**923.24**	**793.95**	**129.29**	**58.82**	**864.42**
占比	**100.00%**	**86.00%**	**14.00%**	-	-

4）2017 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	账面余额	1 年以内	1 年以上	存货跌价准备	账面价值
库存商品	254.15	191.38	62.77	21.17	232.98
虚拟卡密产品	139.27	139.27	-	-	139.27
发出商品	0.82	0.82	-	-	0.82
周转材料	9.71	9.71	-	-	9.71
合计	**403.95**	**341.18**	**62.77**	**21.17**	**382.78**
占比	**100.00%**	**84.46%**	**15.54%**	-	-

报告期各期末，公司存货库龄主要集中在一年以内，库龄一年以上的存货主要系少量手机配件、小电器等库存商品，公司主要通过京东、天猫等电商平台销售实体商品，市场价格透明，公司按照可变现净值与成本孰低的方式对库存商品进行减值测试，并相应计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

7、其他流动资产

其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
待抵扣进项税额	13.11	4.00	0.89	1.31
待认证进项税额	97.76	62.25	35.27	21.07
预缴所得税及增值税留抵税额	17.77	28.27	0.92	5.34
待取得抵扣凭证的进项税额	31.10	100.08	53.22	3.81
IPO 中介费用	219.06	102.55	-	-
合计	**378.80**	**297.13**	**90.31**	**31.53**

其他流动资产主要为待抵扣和待认证的税费、IPO 中介服务费用。报告期各期末，公司其他流动资产分别为 31.53 万元、90.31 万元、297.13 万元和 378.80 万元，占流动资产的比重分别为 0.18%、0.41%、0.81%和 0.98%，占流动资产的比例较低。

（1）IPO 中介费作为资产列示未全部费用化的合理性

报告期内，公司其他流动资产中 IPO 中介费分别为 0.00 元、0.00 元、102.55 万元和 219.06 万元。计入其他流动资产的 IPO 中介费的具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保荐费	20.00	20.00	-	-
会计师费用	133.02	63.68	-	-
律师费用	47.17	18.87	-	-
上市文件制作、印刷费	18.87	-	-	-
合计	219.06	102.55	-	-

报告期内，公司计入管理费用中的中介及服务咨询费分别为 187.60 万元、243.03 万元、222.21 万元和 78.73 万元。计入中介咨询、服务费具体明细如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
日常年度审计费	-	33.96	101.06	27.36
常年法律顾问费	6.13	10.57	16.03	47.17
评估费	-	31.42	-	9.43
服务费	72.60	146.26	125.94	103.64
合计	78.73	222.21	243.03	187.60

日常年度审计费：为公司日常年报审计所支付的费用；

常年法律顾问费：聘请常年法律顾问以及因诉讼案件支付给律师的费用。

评估费：主要为公司股权激励评估以及资产评估支付的费用。

服务费：主要为公司日常经营活动中发生的税务审核、财务咨询、高新技术申报、专利技术申报、招聘费、检测费、行业协会服务费等服务费用。

根据中国证监会会计部印发的《上市公司执行企业会计准则监管问题解答（2010 年第一期）》规定，上市公司为发行权益性证券发生的承销费 、保荐费、上网发行费、招股说明书印刷费、申报会计师费、律师费、评估费等与发行权益性证券直接相关的新增外部费用，应自所发行权益性证券的发行收入中扣减，在权益性证券发行有溢价的情况下，自溢价收入中扣除，在权益性证券发行无溢价或溢价金额不足以扣减的情况下，应当冲减盈余公积和未分配利润；发行权益性证券过程中的广告费、路演及财经公关费、上市酒会费等其他费用应在发生时计入当期损益。

公司于 2019 年正式启动 IPO 上市，因此将为启动首发上市工作而支付给券

商、会计师、律师等中介机构的费用作为 IPO 中介费，并计入其他流动资产列示。

综上，公司计入其他流动资产的 IPO 中介费均与公司发行上市有关，将 IPO 中介费作为资产列示未全部费用化是合理的，其会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（2）确认的资产和费用与现金流量表数据存在差异的原因分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费用-中介及服务咨询费	78.73	222.21	243.03	187.60
其他流动资产：IPO 中介费增加	116.51	102.55	--	--
中介及服务咨询费与 IPO 中介费小计①	195.24	324.76	243.03	187.6
现金流金额②	178.92	249.42	241.22	187.6
其中：支付 IPO 中介费	74.00	58.70	--	--
付现管理费用中的中介及服务咨询费	104.92	190.72	241.22	187.6
确认的资产和费用与现金流量表数据差异金额③=①-②	16.32	75.34	1.81	--
本年支付上年现金流金额	77.15	1.81	--	--
期末未支付金额	93.47	77.15	1.81	--
形成差异原因	确认的资产和费用与现金流量表数据存在差异的原因主要是服务已完成，但未达到合同约定的付款时间。			

如上表所示，现金流量表中“支付其他与经营活动有关的现金”之“支付 IPO 中介费”0.00 元、0.00 元、58.70 万元和 74.00 万元仅是指计入流动资产的中介费，而中介及服务咨询费现金流在“付现管理费用”中列示。

综上，确认的资产和费用与现金流量表数据存在差异的原因主要是服务已完成，但未达到合同约定的付款时间，相关财务数据记录准确。

（三）非流动资产结构及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产结构具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售	-	-	-	-	987.61	6.45%	948.96	54.28%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金融资产								
长期股权投资	-	-	-	-	65.68	0.43%	-	-
其他权益工具投资	855.41	5.40%	855.41	5.45%	-	0.00%	-	-
固定资产	162.80	1.03%	203.87	1.30%	272.19	1.78%	388.56	22.23%
无形资产	17.12	0.11%	21.81	0.14%	31.19	0.20%	36.46	2.09%
商誉	81.32	0.51%	81.32	0.52%	81.32	0.53%	90.60	5.18%
长期待摊费用	143.18	0.90%	179.27	1.14%	130.63	0.85%	173.01	9.90%
递延所得税资产	921.16	5.81%	791.22	5.04%	295.50	1.93%	110.60	6.33%
其他非流动资产	13,672.48	86.24%	13,576.89	86.42%	13,443.51	87.82%	-	-
非流动资产合计	**15,853.47**	**100.00%**	**15,709.79**	**100.00%**	**15,307.63**	**100.00%**	**1,748.20**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要包括可供出售金融资产、其他权益工具投资、固定资产、长期待摊费用、递延所得税资产和其他非流动资产。报告期各期末，非流动资产分别为 1,748.20 万元、15,307.63 万元、15,709.79 万元和 15,853.47 万元，占各期末总资产的比例分别为 9.13%、41.09%、30.01%和 29.03%，其中，公司 2018 年期末非流动资产增长主要系因为当年底按揭购置穗荣金融中心写字楼所致。

1、可供出售金融资产和其他权益工具投资

2017 年和 2018 年末，公司可供出售金融资产为按照成本法核算的持有的成都暴风互动科技有限公司、深圳市迪讯飞科技有限公司和拜安尔（福建）网络科技有限公司股权。蜂助手从 2019 年 1 月 1 日开始执行《企业会计准则第 22 号--金融工具确认和计量》（财会【2017】7 号）、《企业会计准则第 37 号--金融工具列报》（财会【2017】14 号）。2019 年末，公司其他权益工具投资为持有的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的成都暴风互动科技有限公司、深圳市迪讯飞科技有限公司、拜安尔（福建）网络科技有限公司和广州极酷物联智能科技有限公司股权。各期末具体情况如下：

单位：万元

日期	被投资公司	投资比例	投资成本	公允价值	
2020.06.30	成都暴风互动科技有限公司	3.5718%	125.00	-	
	深圳市迪讯飞科技有限公司	10%	500.00	648.28	
	拜安尔（福建）网络科技有限公司	10%	490.00	14.85	
	广州极酷物联智能科技有限公司	10%	400.00	192.28	
	合计	-	**1,515.00**	**855.41**	
2019.12.31	成都暴风互动科技有限公司	3.5718%	125.00	-	
	深圳市迪讯飞科技有限公司	10%	500.00	648.28	
	拜安尔（福建）网络科技有限公司	10%	490.00	14.85	
	广州极酷物联智能科技有限公司	10%	400.00	192.28	
	合计	-	**1,515.00**	**855.41**	
年度	**被投资公司**	**投资比例**	**投资成本**	**减值准备**	**净值**
2018.12.31	成都暴风互动科技有限公司	3.5718%	125.00	125.00	-
	深圳市迪讯飞科技有限公司	10%	500.00	-	500.00
	拜安尔（福建）网络科技有限公司	10%	490.00	302.39	187.61
	广州极酷物联智能科技有限公司	10%	300.00	-	300.00
	合计	-	**1,415.00**	**427.39**	**987.61**
2017.12.31	成都暴风互动科技有限公司	3.5718%	125.00	125.00	-
	深圳市迪讯飞科技有限公司	10%	500.00	-	500.00
	拜安尔（福建）网络科技有限公司	10%	490.00	41.04	448.96
	合计	-	**1,115.00**	**166.04**	**948.96**

成都暴风互动科技有限公司由于连续亏损，在 2017 年之前已实际停止经营，公司已经对该投资全额计提了减值。

深圳市迪讯飞科技有限公司、拜安尔（福建）网络科技有限公司和广州极酷物联智能科技有限公司最近 1 年 1 期净利润情况如下：

单位：万元

被投资公司	注册资本	2020 年 1-6 月净利润	2019 年净利润
深圳市迪讯飞科技有限公司	574.711	6.29	-239.81
拜安尔（福建）网络科技有限公司	1,000.00	-8.04	-158.54
广州极酷物联智能科技有限公司	165.3085	-86.76	-341.35

参股公司具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“六、公

司控股子公司、参股子公司及分公司情况”之“（二）公司参股公司的情况”。

2、长期股权投资

公司长期股权投资为按照权益法核算的对联营企业投资，报告期各期末，长期股权投资投资成本及损益调构成情况如下：

单位：万元

被投资公司	项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
北京蜂助手技术有限公司	投资成本	124.25	123.00	100.00	-
	损益调整	-124.25	-123.00	-34.32	-
	净额	-	-	**65.68**	-

蜂助手持有北京蜂助手技术有限公司 51%权益，报告期内由于北京蜂助手技术有限公司连续亏损，导致长期股权投资净额减少。北京蜂助手的基本情况如下：

公司名称：	北京蜂助手技术有限公司
公司类型：	其他有限责任公司
公司住址：	北京市丰台区南四环西路 186 号一区 1 号楼 6 层 60 室
法定代表人：	李娜
注册资本：	1,000 万元人民币
注册号：	91110106MA01DY6XX7
经营范围：	技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询、技术推广；市场调查；企业管理咨询；计算机系统服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动；软件开发；数据处理；企业管理；基础软件服务；应用软件服务；电脑动画设计；工艺美术设计；经济信息咨询；销售电子产品、电子元器件、计算机软件及辅助设备、通讯设备。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立日期：	2018-8-6

公司持有北京蜂助手 51%权益按照权益法核算的原因：①北京蜂助手设立时，蜂助手与李娜、黄慧斌签署投资协议约定：北京蜂助手设 5 位董事会成员，由蜂助手指派 2 位董事和财务总监。实际上，北京蜂助手自 2018 年 8 月设立至 2019 年 7 月 23 日期间，设一名执行董事管理一切经营事务，且执行董事非由蜂助手委派，2019 年 7 月 23 日后，北京蜂助手设三名董事，蜂助手委派一名董事，剩余二名董事及财务人员由合作方委派，北京蜂助手日常经营及印章均由合作方管理。②北京蜂助手设立后，业务一直未有实质进展，发行人已在北京设立分公司

负责开拓北京地区的业务，管理层无控制北京蜂助手意图。根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定并基于发行人管理层意图和实际权力的判断，将持有北京蜂助手的 51%的权益按照权益法进行核算。

3、固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面原值及累计折旧构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
固定资产原值	463.24	508.78	495.00	804.68
累计折旧	302.43	304.00	221.90	361.17
固定资产减值准备	-	0.91	0.91	54.95
固定资产清理	1.99	-	-	-
固定资产净额合计	**162.80**	**203.87**	**272.19**	**388.56**

公司固定资产主要为公司经营所必须的电子设备、运输设备和办公设备等，报告期各期末，公司固定资产净额分别为 388.56 万元、272.19 万元、203.87 万元和 162.80 万元，占公司总资产的比例分别为 2.03%、0.73%、0.39%和 0.30%，固定资产占公司总资产比重保持在较低水平，主要系因为公司为数字化虚拟商品综合服务提供商，依托信息技术系统进行日常经营，报告期内办公场所、IDC、带宽能力等资源主要以租赁的方式取得，因此公司的固定资产规模较小。

2018 年固定资产原值减少，主要系因为公司清理掉一批闲置的应用分发设备所致，该批应用分发设备主要服务于固定场所供用户下载 APP，由于消费者习惯的改变，该类型设备使用频率较低。2019 年至 2020 年 6 月期间，公司未进行大额固定资产采购，同时处置了部分老旧办公设备、电子设备，导致公司 2019 期末、2020 年 6 月末固定资产净额减少。公司建立了完善的固定资产管理制度，定期对固定资产进行盘点。

4、无形资产

报告期各期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
无形资产原值	46.00	46.00	46.00	42.42

累计摊销	28.87	24.19	14.81	5.97
无形资产账面价值	17.12	21.81	31.19	36.46
无形资产减值准备	-	-	-	-
无形资产净额	**17.12**	**21.81**	**31.19**	**36.46**

报告期各期末，公司无形资产净额分别为 36.46 万元、31.19 万元、21.81 万元和 17.12 万元。公司无形资产全部为用于办公的金蝶及用友软件，未出现减值迹象。

5、商誉

报告期各期末，公司的商誉情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
商誉原值	90.60	90.60	90.60	90.60
商誉减值准备	9.28	9.28	9.28	
商誉净值	**81.32**	**81.32**	**81.32**	**90.60**

报告期内各期末，公司的商誉净额分别为 90.60 万元、81.32 万元、81.32 万元和 81.32 万元，占非流动资产的比例分别为 5.18%、0.53%、0.52%和 0.51%，总体金额较小。报告期内公司商誉来源于：2017 年公司非同一控制下收购东莞蜂联 51%股权、零世纪 90%股权,按照合并日支付对价与可辨认净资产公允价值之间的差额，分别确认因收购东莞蜂联 51%股权产生的商誉 9.28 万元、因收购零世纪 90%股权产生的商誉 81.32 万元。2018 年，由于东莞蜂联经营亏损，公司对确认的因收购东莞蜂联 51%股权产生的商誉全额计提了减值准备。

6、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
办公室装修费	62.66	88.24	130.63	173.01
停车场建设费	80.52	91.03		
合计	**143.18**	**179.27**	**130.63**	**173.01**

报告期各期末，长期待摊费用账面价值分别为 173.01 万元、130.63 万元、

179.27 万元和 143.18 万元。办公室装修费主要为办公场所丽柏国际酒店 23 楼装修费，该办公室从 2017 年 1 月开始投入使用，摊销期限为 5 年。停车场建设费用为公司与广州鸿富鑫物业管理有限公司合作的停车项目建设施工费用，根据蜂助手与广州鸿富鑫物业管理有限公司签订的《停车场技术服务协议》，由蜂助手承担停车场规划、建设等费用，并取得停车场运营 55%的收入分成，蜂助手按照合同受益期（2019 年 1 月 1 日至 2024 年 5 月 9 日）对该停车场建设费进行摊销。

7、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产及对应的暂时性差异情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	2,547.66	376.59	2,263.72	337.68	1,773.32	260.52	775.04	107.79
内部交易未实现利润	350.94	87.74	396.70	99.17	-	-	-	-
可抵扣亏损	1,628.51	321.33	1,333.92	243.24	215.24	34.98	130.15	0.10
公允价值变动	659.59	98.94	659.59	98.94	-	-	-	-
股权激励	243.75	36.56	81.25	12.19	-	-	-	-
预提费用	-	-	-	-	-	-	18.12	2.72
合计	**5,430.45**	**921.16**	**4,735.18**	**791.22**	**1,988.56**	**295.50**	**923.31**	**110.60**

报告期内，公司递延所得税资产主要系由于计提资产减值准备、可抵扣亏损产生的可抵扣暂时性差异形成，公允价值变动产生的可抵扣暂时性差异主要系公司持有的其他权益工具投资以公允价值计量且其变动计入其他综合收益产生的。

8、其他非流动资产

报告期内，公司其他非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付购房款	13,443.51	13,443.51	13,443.51	-
预付其他长期资产购置款	228.97	133.38	-	-
合计	**13,672.48**	**13,576.89**	**13,443.51**	-

其他非流动资产主要为公司预付的穗荣金融中心写字楼购房款，预付其他长期资产购置款主要为公司预付的 “封神决”“仙域轮回”游戏 APP 开发款。2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司其他非流动资产金额分别为 13,443.51 万元、13,576.89 万元和 13,672.48 万元，占当期末非流动资产总额的比例分别为 87.82%、86.42%和 86.24%。

（四）营运能力分析

报告期内，公司资产周转能力相关指标如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	2.89	2.26	2.52	5.19
存货周转率（次）	17.50	18.92	27.31	94.53

1、应收账款周转率分析

2017 年、2018 年、2019 年，公司应收账款周转率有所下滑，其主要系因为公司的主要客户群体逐渐向电信运营商等终端行业相关客户集中，受终端行业预算支出、内部审批程序等原因，该类公司收款账期相对较长，导致公司应收账款周转率有所下滑。2020 年 1-6 月，公司客户回款情况良好，应收账款周转率较上年增长。**其中，公司 2018 年应收账款周转率大幅下滑主要系 2018 年公司整体营业收入下滑的情况下，由于融合运营服务及技术服务业务迅速发展，导致期末应收账款余额大幅上升所致，公司 2017 年、2018 年按业务类型分类的应收账款余额情况如下：**

单位：万元

业务类型	2018.12.31	2017.12.31	变动额	变动率
聚合运营服务	4,141.21	4,522.03	-380.82	-8.42%
融合运营服务	3,224.29	0.00	3,224.29	-
分发推广服务	3,227.80	4,393.22	-1,165.42	-26.53%
物联网应用场景解决方案	143.13	71.39	71.74	100.49%
技术服务	2,377.16	516.44	1,860.72	360.30%
其他业务	267.38	210.24	57.14	27.18%
合计	13,380.97	9,713.32	3,667.65	37.76%

由上表可知，公司 2018 年应收账款期末余额较上期末增长 37.76%，其中融合运营服务业务应收账款余额较上期末增加 3,224.29 万元，主要系应收中国移

动及湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司的结算款。技术服务业务 2018 年期末余额较上期末余额增长 1,860.72 万元，主要系应收华为软件技术有限公司服务款。

2、存货周转率分析

报告期内存货周转率分别为 94.53、27.31、18.92 和 17.50，由于公司存货整体模规模较小，采购金额的变化会对存货周转率产生重大影响。2018 年由于公司数字化虚拟商品种类的不断丰富，影视会员卡密等虚拟商品库存较 2017 年大幅增长，公司 2018 年存货期末账面余额较 2017 年增加 128.56%，同时，2018 年公司营业成本有所下降，综合导致 2018 年存货周转率大幅减少。2019 年，公司由于集中采购一批腾讯叮当智能音箱，存货期末余额较 2018 年增长 123.78%，因此 2019 年存货周转率较 2018 年降低。

3、与可比上市公司对比分析

（1）应收账款周转率

报告期内，公司与同行业可比公司应收账款周转率对比情况如下：

名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	2.85	4.03	7.04	7.14
彩讯股份（300634）	3.15	2.30	2.63	3.15
通鼎互联（002491）	1.73	2.17	2.47	2.59
号百控股（600640）	6.74	4.76	4.12	6.47
平均	3.62	3.32	4.07	4.84
蜂助手	2.89	2.26	2.52	5.19

报告期内，公司应收账款周转率整体低于高鸿股份和号百控股，与彩讯股份和通鼎互联较为接近，各公司应收账款周转率差异与业务结构和客户结构差异有关。其中号百控股为中国电信子公司，其主要客户为中国电信相关公司和个人等，其应收账款周转率相对较高。公司应收账款周转率整体处于可比公司合理范围内。

（2）存货周转率

报告期内，公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	5.70	8.58	8.35	12.14
彩讯股份（300634）	8.07	17.50	23.44	25.91
通鼎互联（002491）	2.47	2.35	2.69	2.89
号百控股（600640）	210.71	206.32	150.84	137.75
平均	56.74	58.69	46.33	44.67
蜂助手	17.50	18.92	27.31	94.53

由于公司的主要业务不需要以存货作为业务载体，因此公司的存货周转率整体较高，处于行业合理范围内。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债结构及其变动分析

1、负债规模和负债结构分析

报告期各期末，公司负债各科目具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债:								
短期借款	2,433.45	13.58%	2,002.01	10.34%	581.53	4.24%	1,001.73	17.80%
应付票据	340.00	1.90%	-	-	-	-	-	-
应付账款	6,009.37	33.53%	8,311.31	42.91%	4,077.14	29.69%	3,025.82	53.78%
预收账款	-	-	611.48	3.16%	1,013.67	7.38%	369.40	6.57%
合同负债	963.20	5.37%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	274.07	1.53%	271.28	1.40%	265.00	1.93%	344.26	6.12%
应交税费	1,154.60	6.44%	1,787.22	9.23%	965.50	7.03%	612.73	10.89%
其他应付款	279.34	1.56%	213.36	1.10%	139.40	1.02%	272.53	4.84%
一年内到期的非流动负债	565.87	3.16%	552.24	2.85%	524.40	3.82%	-	-
其他流动负债	58.61	0.33%	-	-	-	-	-	-
流动负债合计	**12,078.50**	**67.40%**	**13,748.90**	**70.98%**	**7,566.63**	**55.10%**	**5,626.46**	**100.00%**
非流动负债:								
长期借款	500.64	2.79%	-	-	-	-	-	-

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期应付款	5,341.65	29.81%	5,622.14	29.02%	6,164.74	44.90%	-	-
非流动负债合计	**5,842.29**	**32.60%**	**5,622.14**	**29.02%**	**6,164.74**	**44.90%**	**-**	**-**
负债合计	**17,920.80**	**100.00%**	**19,371.04**	**100.00%**	**13,731.37**	**100.00%**	**5,626.46**	**100.00%**

（1）负债规模分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 5,626.46 万元、13,731.37 万元、19,371.04 万元及 17,920.80 万元，2017 年末、2018 年末及 2019 年末公司负债规模呈逐年上升趋势，主要原因如下：

1）公司业务逐步发展，应付票据及应付账款、预收款项、应交税费及其他应付款等流动资产逐年上升；

2）2018 年末负债规模较 2017 年显著上升，主要系非流动负债规模上升所致，公司 2018 年末非流动负债主要系长期应付款，该款项主要系公司以银行按揭借款的方式购置穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 写栋幢 9 层 901-924 号房及 10 层 1014-1024 号房用于办公（该房产尚未交楼）形成的相关负债，该房产购置价款 1.34 亿元，公司向招商银行股份有限公司广州分行借款 6,686.00 万元。

3）公司 2019 年末负债规模较 2018 年末增长较多，主要系随着业务快速发展，短期借款及应付账款增长所致。

（2）负债结构分析

报告期各期末的流动负债总额分别为 5,626.46 万元、7,566.63 万元、13,748.90 万元及 12,078.50 万元，占负债总额的比例分别为 100.00%、55.10%、70.98%及 67.40%。报告期各期末非流动负债总额分别为 0.00 万元、6,164.74 万元、5,622.14 万元及 5,842.29 万元，占负债总额的比例分别为 0.00 %、44.90%、29.02%及 32.60%。公司的非流动负债系公司以银行按揭借款的方式购置房产所致。公司属于以提供服务为主的轻资产公司，其负债主要来自于流动负债，符合公司的经营特点。

2、流动负债构成及变动情况

报告期各期末，公司流动负债及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	2,433.45	20.15%	2,002.01	14.56%	581.53	7.69%	1,001.73	17.80%
应付票据	340.00	2.81%	-	-	-	-	-	-
应付账款	6,009.37	49.75%	8,311.31	60.45%	4,077.14	53.88%	3,025.82	53.78%
预收款项	-	0.00%	611.48	4.45%	1,013.67	13.40%	369.40	6.57%
合同负债	963.20	7.97%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	274.07	2.27%	271.28	1.97%	265.00	3.50%	344.26	6.12%
应交税费	1,154.60	9.56%	1,787.22	13.00%	965.50	12.76%	612.73	10.89%
其他应付款	279.34	2.31%	213.36	1.55%	139.40	1.84%	272.53	4.84%
一年内到期的非流动负债	565.87	4.68%	552.24	4.02%	524.40	6.93%	-	-
其他流动负债	58.61	0.49%	-	-	-	-	-	-
流动负债合计	**12,078.50**	**100.00%**	**13,748.90**	**100.00%**	**7,566.63**	**100.00%**	**5,626.46**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动负债主要为短期借款、应付票据及应付账款、预收款项、合同负债、应交税费等，主要负债类具体情况如下：

（1）短期借款

报告期内，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
质押借款	1,930.00	2,000.00	-	-
保证借款	500.00	-	580.44	1,000.00
未到期应付利息	3.45	2.01	1.08	1.73
合计	**2,433.45**	**2,002.01**	**581.53**	**1,001.73**

报告期末，公司短期借款账面金额分别为1,001.73万元、581.53万元、2,002.01万元及2,433.45万元，主要系随着公司逐步发展，对应的流动资金需求增加，通过银行借款的方式补充流动资金需求。公司2019年末较2018年末短期借款大幅增加，主要系公司2019年度为满足公司业务快速发展需求，公司子公司广州助蜂网络科技有限公司新增银行借款1,000.00万元。2020年6月末较2019年末增

加 431.44 万元，主要系蜂助手本期新增银行借款 500 万元及子公司广州助蜂归还银行借款 70.00 万元。

（2）应付票据及应付账款

1）应付票据

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	340.00	-	-	-
合计	**340.00**	-	-	-

2020 年 6 月末应付票据主要系向广州旺青网络技术有限公司预付通用流量采购款。

2）应付账款

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付服务费	5,981.02	7,587.12	4,021.52	2,914.56
应付商品采购款	25.32	712.75	38.01	74.88
应付其他	3.03	11.44	17.60	36.38
合计	**6,009.37**	**8,311.31**	**4,077.14**	**3,025.82**

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 3,025.82 万元、4,077.14 万元、8,311.31 万元及 6,009.37 万元，占流动负债的比例分别为 53.78%、53.88%、60.45%及 49.75%，属于流动负债的重要组成部分，公司应付账款主要为外购虚拟商品或服务需要支付的款项。

公司 2019 年末应付账款金额大幅增加，主要系公司各项业务发展加快，相应应付账款亦有所增加。主要包括应付北京爱奇艺科技有限公司视频会员采购款项 2,721.24 万元、广东宏科通信有限公司通用流量采购款 1,667.86 万元、腾讯科技（深圳）有限公司商品采购款 679.30 万元等。

2020 年 6 月末，公司应付账款余额 6,009.37 万元，主要包括应付北京爱奇艺科技有限公司视频会员采购款 3,118.10 万元、广州市安亿通科技发展有限公司分发运营渠道佣金 667.80 万元等。

3） 报告期内主要供应商给予公司的信用期、结算政策、应付账款期后付

款情况，付款时点是否符合协议约定

① 2020 年 6 月 30 日：

单位：万元

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
1	北京爱奇艺科技有限公司	3,118.10	预付款	（1）激活码批次采购：先款后货，交货结算。 （2）接口直充采购：实时交货扣款，按月对账结算	3,118.10	实际业务开展期间，经与爱奇艺协商，允许先货后款，应付款结算周期一般为 3 至 6 个月。
2	广东赛瑞通讯有限公司	-	预付款	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
3	江苏九共通信科技有限公司	-	预付款	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
4	广州众友信息科技有限公司	-	预付款	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
5	优酷信息技术（北京）有限公司	-	预付款	先款后货，交货结算	-	是
合计		3,118.10			3,118.10	

注：期后付款统计截至 2020 年 11 月 30 日。下同

② 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
1	北京爱奇艺科技有限公司	2,721.24	（1）激活码采购：预付款 （2）接口直充形式：10 日	（1）激活码批次采购：先款后货，交货结算。 （2）接口直充采购：每个自然月的前 10 个工作日内，双方对上月的充值结算数据进行确认。按照爱奇艺会员权益激活结算	2,721.24	合同约定“双方确认对账数据后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户”，实际执行过程中，信用期一般为业务发生后 3-6 个月。
2	广东宏科通信有限公司	1,667.86	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	1,667.86	合同约定采取预付款形式，但实际执行过程中会给予蜂助

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
						手一定授信额度，结算周期一般为 1 个月以内。
3	广东赛瑞通讯有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算		是
4	深圳市荣华世纪商贸有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算		是
5	南京苏宁易购电子商务有限公司	-	预付费	乙方需在收到甲方全额货款，并由乙方财务在三日内确认已到账后的三日内激活储值卡		是
合计		4,389.10			4,389.10	

③ 2018 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
1	上海大汉三通无线通信有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
2	北京爱奇艺科技有限公司	1,313.11	(1)激活码采购：预付款 (2)接口直充形式：10 日	（1）激活码批次采购：先款后货，交货结算。 （2）接口直充采购：每个自然月的前 10 个工作日内，双方对上月的充值结算数据进行确认。按照爱奇艺会员权益激活结算"	1,313.11	合同约定“双方确认对账数据后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户”，实际执行过程中，信用期一般为 3-6 个月。
3	山东鼎信网络科技有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
4	南京苏宁易购电子商务有限公司	-	预付费	乙方需在收到甲方全额货款，并由乙方财务在三日内确认已到账后的三日内激活储值卡	-	是

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
5	深圳易普森科技股份有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
合计		1,313.11	-	-	1,313.11	-

④ 2017 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	供应商名称	期末应付账款	合同约定信用期	结算政策	期后付款	付款时点是否符合协议约定
1	厦门小歪科技有限公司	-	-	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
2	南京飞翰网络科技有限公司	19.74	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	19.74	合同约定采取预付款的形式，实际执行过程中，会根据具体情况，给予公司一定额度授信，授信金额结算周期一般为一个月以内。
3	广州市宇杰科技有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
4	上海大汉三通无线通信有限公司	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
5	中国移动	-	预付费	实时交货扣款，按月对账结算	-	是
合计		19.74	-	-	19.74	-

4）说明公司预付账款和应付账款变动的合理性及勾稽关系

报告期各期末，预付账款和应付账款余额及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
预付账款	12,040.17	6,856.41	6,165.14	4,121.17
预付账款较上年末变动率	75.60%	11.21%	49.60%	-
应付账款	6,009.37	8,311.31	4,077.14	3,025.82
应付账款较上年末变动率	-27.70%	103.85%	34.74%	-

2018 年末应付账款余额较 2017 年末增长 1,051.32 万元，增长比率为 34.74%，主要系随着公司 2018 年融合业务的开展，应支付给北京爱奇艺科技有限公司款

项增加 1,313.11 万元所致。

2019 年末应付账款余额较 2018 年末增长 4,234.17 万元，增长比率为 103.85%，主要系一方面，2019 年度公司融合业务高速发展，公司相应视频会员采购金额有所增长，应支付给北京爱奇艺科技有限公司款项余额较上年末增加 1,408.13 万元，另一方面，公司通用流量等业务收入较上年度有所增长，导致公司向供应商广东宏科通信有限公司应付账款余额增加 1,531.87 万元。

2020 年 6 月末，应付账款余额较上年末减少 2,301.94，减少比率为 27.70%，主要系本期对广东宏科通信有限公司结算模式由上年度后付模式变为本年度预付模式，导致其应付账款余额较上年末减少 1,665.70 万元所致。

综上所述，受公司业务发展等因素影响，导致其报告期各期末预付账款和应付账款余额发生变动，其变动具有合理性。

报告期内，公司与供应商之间的结算模式以预付模式为主，后付款模式主要集中于分发运营业务，另外，2018 年及 2019 年度公司融合运营业务中向北京爱奇艺科技有限公司采购会员采用后付款模式。报告期内，2017 年度至 2019 年度，基于公司业务发展需要，各期末预付账款和应付账款余额均逐年增长；2020 年 6 月末，公司预付账款余额较上年末大幅增长，应付账款余额呈现下降趋势，主要系为满足公司客户需求，2020 年上半年，公司为获取并锁定优质优惠的流量资源，向供应商进行了大额款项的预付，从而导致其预付账款较上年末大幅度增加，符合公司经营特点。

（3）预收款项及合同负债

报告期各期末，公司预收账款及合同负债情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预收款项	-	611.48	1,013.67	369.40
合同负债	963.20	-	-	-
合计	**963.20**	**611.48**	**1,013.67**	**369.40**

报告期内，公司预收款项及合同负债均为预收客户货款。报告期各期末，公司预收账款及合同负债余额合计分别为 369.40 万元、1,013.67 万元、611.48 万元及 963.20 万元，占流动负债的比例分别为 6.57%、13.40%、4.45%及 7.97%，公司预收账款主要预收虚拟商品服务款。公司与客户的结算方式分为预存款模式和

后付费模式，公司销售通用流量、物联网流量、视频会员及其他数字化虚拟商品等服务，采用预收款模式时，客户先行向公司存入一定额度的款项，后期发生消耗行为时，从预存款项中扣除。

公司 2018 年末预收款项主要系预收深圳恒物联通信有限公司话费款 320.00 万元、江西同心网络信息服务有限公司话费款 217.47 万元，联通系统集成有限公司广东省分公司技术服务款 119.11 万元。

公司 2020 年 6 月末，合同负债余额 963.20 万元，主要系预收广东天宸网络科技有限公司话费等货款 271.20 万元、南京多禾互娱科技股份有限公司分发运营服务费 121.49 万元等。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
短期薪酬	274.07	269.20	264.73	344.22
离职后福利-定提存计划	-	0.13	0.27	0.04
辞退福利	-	1.95	-	-
合计	**274.07**	**271.28**	**265.00**	**344.26**

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 344.26 万元、265.00 万元、271.28 万元及 274.07 万元，占流动负债的比例分别为 6.12%、3.50%、1.97%及 2.27%，公司应付职工薪酬期末余额主要系期末计提但尚未发放的员工工资、奖金等。

（5）应交税费

报告期各期末，应交税费账面余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	965.21	1,106.98	648.89	521.16
企业所得税	148.34	621.17	242.48	-
个人所得税	9.42	12.82	32.19	31.95
印花税	6.93	9.28	6.04	24.38

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
城市维护建设税	14.41	19.97	17.40	19.91
教育费附加	6.18	8.56	7.46	8.53
地方教育费附加	4.12	5.70	4.97	5.69
文化事业建设费	-	2.74	6.07	1.11
合计	**1,154.60**	**1,787.22**	**965.50**	**612.73**

报告期各期末，公司应交税费主要系增值税、企业所得税、个人所得税、城市维护建设税、印花税等。公司 2019 年末应交增值税及企业所得税余额较 2018 年末快速上升，主要系 2019 年度营业收入较 2018 年度上升所致。

报告期内，公司应交税费—增值税的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初应缴增值税	1,090.61	647.97	520.47	4.61
加：销项税额	1,459.52	2,907.45	1,989.56	2,565.48
其中：本期确认销项税额	1,459.52	2,907.45	1,989.56	2,339.75
加：进项税转出	4.06	3.62	5.56	18.90
减：进项税额	1,182.62	2,028.66	1,416.66	1,709.40
减：加计抵减	107.84	142.89	-	-
减：减免税金	0.10	0.19	0.12	0.10
当期应缴纳增值税	173.02	739.33	578.34	874.88
当期已缴纳增值税	304.54	296.69	450.84	359.02
期末应缴增值税	959.09	1,090.61	647.97	520.47

注：期末应缴增值税=期初未抵扣数+销项税额+进项税转出-进项税额-加计抵减-减免税金-当期已缴纳增值税。

综上，报告期内，公司应交税金-增值税的各明细勾稽相符。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 272.53 万元、139.40 万元、213.36 万元及 279.34 万元，占流动负债的比例分别为 4.84%、1.84%、1.55%及 2.31%，公司其他应付款主要系押金及保证金、单位往来款项、未付报销款项等。

（7）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债余额为 0.00 万元、524.40 万元、552.24 万元及 565.87 万元，主要系一年内到期的长期应付款。

（8）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债余额分别为 0.00 万元、0.00 万元、0.00 万元及 58.61 万元，公司其他流动负债主要系待转销项税额。

3、非流动负债构成及变动情况

报告期各期末，非流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	500.64	8.57%	-	-	-	-	-	-
长期应付款	5,341.65	91.43%	5,622.14	100.00%	6,164.74	100.00%	-	-
合计	**5,842.29**	**100.00%**	**5,622.14**	**100.00%**	**6,164.74**	**100.00%**	**-**	**-**

公司报告期内各期末非流动负债主要系长期应付款，2018 年 12 月，公司以银行按揭借款的方式向广州穗荣房地产开发有限公司购置穗荣金融中心自编 B、C 栋及裙楼第自编 B 写栋幢 9 层 901-924 号房及 10 层 1014-1024 号房用于办公（该房产尚未交楼），该房产购置价款 1.34 亿元，公司以该房产为抵押，以等额还本付息方式向招商银行股份有限公司广州分行借款 6,686.00 万元并将该项借款确认为长期应付款，因分期付款购买房产实质上具有融资性质，初始确认时确认“未确认融资费用”，并在后续还款期间内按实际利率法摊销该项未确认融资费用。2020 年 6 月末，公司长期借款余额 500.64 万元，主要系蜂助手新增两年期银行借款 500.00 万元。

4、偿债能力财务指标

报告期内，公司偿债能力指标如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	3.21	2.67	2.90	3.09

速动比率（倍）	2.09	2.01	1.96	2.29
资产负债率（母公司）	30.55%	31.32%	31.71%	26.20%
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
息税折旧摊销前利润（万元）	4,338.95	7,333.31	4,804.65	4,417.61
利息保障倍数（倍）	17.55	16.33	143.37	116.80

报告期内，公司流动比率处于 2.6-3.3 之间，速动比例处于 1.9-2.3 之间，表明公司具有较强的短期偿债能力。

报告期内，公司资产负债率保持在 26%-32%之间，表明公司具有较强的长期偿债能力。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 4,417.61 万元、4,804.65 万元、7,333.31 万元和 4,338.95 万元，表明公司具有较强的持续盈利能力。报告期内，公司利息保障倍数分别为 116.80、143.37、16.33 和 17.55，表明公司具备较强的偿还利息能力。

（二）现金流量分析

报告期内，公司现金流量整体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动产生的现金流量净额	2,459.24	-935.61	351.96	-1,080.04
投资活动产生的现金流量净额	-138.66	-224.07	-13,860.55	-1,238.06
筹资活动产生的现金流量净额	320.40	3,977.01	12,129.62	3,107.06
现金及现金等价物净增加额	2,640.98	2,817.33	-1,378.96	788.97

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	37,879.73	49,230.35	33,776.99	37,888.98
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	218.94	235.33	962.81	1,074.15
经营活动现金流入小计	**38,098.67**	**49,465.68**	**34,739.80**	**38,963.13**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	31,275.19	43,141.94	27,071.22	34,981.66
支付给职工以及为职工支付的现金	1,986.74	4,297.52	3,885.64	2,662.22
支付的各项税费	1,430.15	1,068.83	919.19	748.19
支付其他与经营活动有关的现金	947.34	1,893.00	2,511.79	1,651.10
经营活动现金流出小计	**35,639.43**	**50,401.29**	**34,387.83**	**40,043.16**
经营活动产生的现金流量净额	**2,459.24**	**-935.61**	**351.96**	**-1,080.04**

销售商品、提供劳务收到的现金是公司经营活动现金流入的主要来源，随着公司销售收入的增减而变动，公司 2018 年收入下滑，2019 年收入增长，销售商品、提供劳务收到的现金也呈现相同趋势。经营活动现金流出主要包括购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付其他与经营活动有关的现金。

（1）“销售商品、提供劳务收到的现金”与其他会计科目的勾稽表

报告期内，公司现金流量表中“销售商品、提供劳务收到的现金”与资产负债表、利润表项目的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	21,114.29	42,344.04	29,113.18	36,575.72
一、增加项				
代理业务交易额	9,637.11	15,297.85	6,185.95	4,445.90
应交税费-增值税销项税额发生额	1,459.52	2,907.45	1,989.56	2,339.75
预收款项贷款/合同负债、其他流动负债增加（期末-期初）	410.32	-402.19	644.27	-37.39
应收账款余额减少（期初-期末）	5,313.82	-10,628.27	-3,667.65	-5,329.61
二、扣除项目				
合并范围内关联方交易额产生的销项税	22.91	149.55	89.23	19.74
资源互换确认收入成本及费用，应收应付款以净额结算，导致部分收入无收款，无现金流入	-	111.85	317.24	-
扣除手续费及服务费导致应收账款减少	21.64	27.13	81.85	82.72

核销应收账款	-	-	-	2.93
票据贴现息	10.78	-	-	-
销售商品、提供劳务收到的现金	37,879.73	49,230.35	33,776.99	37,888.98

备注：公司代理业务指话费、代充值卡、加油卡等业务，按照销售价格和采购价格的差额确认收入，因此在计算现金流量时需还原交易金额

（2）收到其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利息收入	4.23	3.82	10.18	5.26
押金及保证金	44.66	111.88	197.80	334.11
补贴收入	33.07	50.31	449.84	427.39
经营性业务资金受限	126.50	0.00	5.02	0.00
经营性往来款及其他	10.49	69.31	299.97	307.39
合计	**218.94**	**235.33**	**962.81**	**1,074.15**

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金中往来款的性质、发生的原因如下：

单位：万元

款项性质	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	发生原因
押金保证金	6.52	-	6.57	5.00	从供应商收取投标保证金、从客户收回投标保证及租房押金
应付暂收款及其他	3.52	67.95	262.22	208.30	收到往来款项，2017 年度主要为收到子公司零世纪纳入合并报表前的员工借支款；2018 年度主要为收到客户多汇的款项，公司已及时退回。
预支款及备用金	0.45	1.37	31.18	94.09	预支款及备用金
合计	10.49	69.32	299.97	307.39	

公司已根据《企业内部控制基本规范》（财会【2008】7 号）以及相关国家法律法规，并结合实际情况和管理需要，制定了《财务制度管理》，对其他应收款管理作出了规定。除通过制度化建设加强其他应收款内部控制管理外，公司已建立相关具体控制措施规范如押金保证金、备用金等业务行为。具体执行业

务流程为：①押金保证金：经办人在公司 OA/ERP 流程上，关联签约合同，发起保证金支付——相关人员审批后支付——财务部门登记保证金明细账并不定期跟进——合同到期或终止合同后，经办人向合作方申请退回保证金。②备用金：员工根据公司所规定备用金使用范围，结合业务需求，在 OA/ERP 流程上发起备用金借支需求——相关节点人员审批后支付——财务部门登记明细账，定期跟进员工费用销账。

综上，公司通过上述制度实现了对押金保证金、备用金等其他应收款从支付到销账的全流程闭环管理，相关内部控制执行有效。

（3）“购买商品、接受劳务支付的现金”与其他会计科目的勾稽表

报告期内，公司现金流量表中“购买商品、接受劳务支付的现金”与资产负债表、利润表项目的勾稽关系如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业成本	13,714.92	28,277.57	18,125.08	27,726.04
一、增加项	-	-	-	-
应交税费-增值税进项税额发生额	1,130.99	1,952.54	1,345.43	1,636.75
存货的增加（期末-期初）	-317.02	1,142.78	519.30	221.27
本期转销的存货跌价损失	-59.47	16.37	12.35	55.15
预付账款增加（期末-期初）	5,183.76	691.27	2,043.96	1,323.23
预付账款转入其他应收款	49.16	59.16	-	-
应付账款增加与采购商品、接受服务无关的项目增加	-69.42	-138.95	52.95	756.95
代理业务采购额	9,750.84	15,251.14	6,157.05	4,152.53
应收返利款（期末-期初）	-	420.51	-	-
二、扣除项目				
计入营业成本的职工薪酬和资产折旧	110.16	187.14	228.27	162.17
预付账款增加中与采购商品、接受服务无关的项目增加	-39.66	-2.71	-94.69	89.55
应付票据增加（期末-期初）	340.00	-	-	-
应付账款增加（期末-期初）	-2,301.93	4,234.17	1,051.32	638.54
资源互换确认收入成本，应收应付款以净额结算，导致部分成本未付款，无现金流出	-	111.85	-	-

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
购买商品、接受劳务支付的现金	31,275.19	43,141.94	27,071.22	34,981.66

（4）支付给职工以及为职工支付的现金

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
费用-职工薪酬	1,886.16	4,113.67	3,621.73	2,661.65
加：营业成本-职工薪酬	99.60	166.13	184.89	90.47
减：应付职工薪酬增加	2.79	6.28	-79.26	78.22
减：个人所得税增加	-3.40	-19.37	0.24	21.61
减：其它应付款增加	-0.37	-4.63		-9.92

支付给职工以及为职工支付的现金系根据“应付职工薪酬”等科目发生额分 析填列，与各核算项目勾稽一致。

（5）支付其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
销售费用、管理费用、研发费用、财务费用（手续费）	2,857.80	6,217.38	5,641.09	4,620.68
加：营业外支出	55.24	5.42	10.07	11.10
加：其他应收款-押金、保证金增加	112.85	-37.92	406.40	-52.64
加：相应税费	13.47	109.34	60.86	67.57
减：费用中薪酬	1,886.16	4,113.67	3,621.73	2,661.65
减：费用中折旧/摊销	67.05	138.50	136.81	139.70
减：股份支付费用	81.25	81.25	-	-
减：经营性其他应付增加	57.57	67.80	-151.91	194.27
合计	947.34	1,893.00	2,511.79	1,651.10

支付的其他与经营活动有关的现金主要为公司日常经营支付的各类费用、往来款，系根据“管理费用”、“研发费用”、“销售费用”、“财务费用”、 “营业外支出”、“其他应收款”和“其他应付款”等科目分析填列，与相关会计科目的核算项目勾稽一致。

（6）经营活动现金净流量与净利润差异分析

①公司经营活动现金净流量与实现净利润情况比较

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动现金流量净额	2,459.24	-935.61	351.96	-1,080.04
净利润	3,549.63	6,096.83	4,129.87	3,690.47
差额	**-1,090.39**	**-7,032.44**	**-3,777.91**	**-4,770.50**

②影响经营活动现金流量净额与净利润差异的因素分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	3,549.63	6,096.83	4,129.87	3,690.47
加：信用减值损失	-93.33	522.61	-	-
资产减值准备	424.81	215.89	1,091.45	362.40
固定资产折旧	41.76	85.77	151.89	156.40
无形资产摊销	4.69	9.37	8.85	5.84
长期待摊费用摊销	31.23	64.36	42.39	49.87
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-	-12.72	-13.91
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	17.84	-0.52	11.99	0.21
财务费用（收益以“－”号填列）	242.82	439.23	32.09	36.01
投资损失（收益以“－”号填列）	-5.05	56.34	34.32	17.08
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-129.93	-428.52	-184.90	-39.81
存货的减少（增加以“－”号填列）	257.55	-1,126.41	-506.94	-166.12
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-31.96	-11,112.65	-6,033.51	-6,819.92
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-2,013.33	4,160.82	1,587.19	1,641.44
其他	162.50	81.25	-	-
经营活动产生的现金流量净额	**2,459.24**	**-935.61**	**351.96**	**-1,080.04**

报告期内，公司经营活动产生的净现金流入分别-1,080.04 万元、351.96 万元、-935.61 万元和 2,459.24 万元。由上表可知，2017 年至 2019 年公司经营活动现金流量低于净利润且出现负数，主要系经营性应收项目逐年增加，及经营性应付增加的规模弱于经营性应收项目所致。2020 年 1-6 月，公司加强应收账款管理，经营性应收项目仅略有增加，经营活动产生的现金流量净额转正为 2,459.24 万元；由于经营性应付项目减少，导致经营活动产生的现金流量净额仍低于净利润。

公司开展虚拟商品综合运营服务时，与客户端的结算政策相对来讲，较供应商侧的结算政策更为宽松，因此公司会出现同周期内已向供应商付款，而未收到客户款项的情况。因此会出现应收账款增长金额高于应付账款增长金额的情况。与运营商情况类似，公司其他应收账款主要客户也存在回款账期较长的情形。2020 年 1-6 月，公司积极催收回款，经营活动现金流量已大幅改善。

（8）与同行业可比公司的对比分析

发行人和可比公司经营活动现金流量净额和净利润的差异情况对比如下：

单位：万元

公司	项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
高鸿股份（000851）	经营活动现金流量净额	-39,865.66	-77,431.94	-46,486.82	16,832.32
	净利润	-8,902.91	2,053.89	5,824.08	18,654.11
	差额	**-30,962.75**	**-79,485.83**	**-52,310.90**	**-1,821.78**
彩讯股份（300634）	经营活动现金流量净额	92.10	21,788.14	5,579.33	9,972.54
	净利润	6,416.85	13,947.11	16,777.16	13,967.59
	差额	**-6,324.75**	**7,841.03**	**-11,197.83**	**-3,995.05**
通鼎互联（002491）	经营活动现金流量净额	-1,716.68	46,462.74	12,232.22	56,888.79
	净利润	-12,067.30	-209,767.66	56,630.77	61,811.05
	差额	**10,350.62**	**256,230.40**	**-44,398.55**	**-4,922.26**
号百控股（600640）	经营活动现金流量净额	10,509.73	-19,661.38	67,225.84	-6,312.36
	净利润	-8,770.81	15,760.25	27,518.58	26,996.56
	差额	**19,280.54**	**-35,421.62**	**39,707.27**	**-33,308.93**
发行人	经营活动现金流量净额	2,459.24	-935.61	351.96	-1,080.04
	净利润	3,549.63	6,096.83	4,129.87	3,690.47
	差额	**-1,090.39**	**-7,032.44**	**-3,777.91**	**-4,770.50**

如上表所示，可比公司的主要年份的经营活动现金流量净额与净利润之间差异均为负数，与发行人不存在重大差异。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司主要的投资活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资所收到的现金	9.33	1.00	-	-

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
取得投资收益收到的现金	0.01	0.001	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	88.97	93.48	27.17
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	115.05
投资活动现金流入小计	**9.34**	**89.97**	**93.48**	**142.22**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	137.42	190.05	13,554.03	390.27
投资支付的现金	10.58	124.00	400.00	990.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**148.00**	**314.05**	**13,954.03**	**1,380.27**
投资活动产生的现金流量净额	**-138.66**	**-224.07**	**-13,860.55**	**-1,238.06**

报告期内，投资活动产生的现金流入分别为 142.22 万元、93.48 万元、89.97 万元和 9.34 万元，投资活动现金流入主要为处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金和收到其他与投资活动有关的现金。投资活动产生的现金流出分别为 1,380.27 万元、13,954.03 万元、314.05 万元和 148.00 万元，投资活动现金流出主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金和对合并范围以外企业投资支付的现金，其中 2018 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要为支付的穗荣金融中心写字楼预付款 13,443.51 万元。2017 年至 2019 年投资支付的现金分别为：2017 年对深圳市迪讯飞科技有限公司和拜安尔（福建）网络科技有限公司的投资款；2018 年对广州极酷物联智能科技有限公司和北京蜂助手技术有限公司的投资款；2019 年对广州极酷物联智能科技有限公司和北京蜂助手技术有限公司的投资款。

（1）购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
固定资产原值增加	8.44	17.64	88.56	59.20
加：无形资产原值增加	-	-	3.57	41.70
加：长期待摊费用原值增加	5.23	113.01	-	213.40
加：其他非流动资产增加	95.59	133.38	13,443.51	-

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
加：税费	7.15	17.08	11.98	13.12
加:预付或计提长期资产采购款增加（计提为负数）	21.01	-91.05	6.41	62.86
合计	137.42	190.05	13,554.03	390.27

购建固定资产、无形资产、和其他长期资产资产支付的现金，系根据相关会计科目的核算项目发生额及余额分析填列，与相关会计科目的核算项目勾稽一致。

（4）投资支付的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
支付理财产品发生额	9.33	1.00	-	-
加：长期股权投资-原值增加	1.25	23.00	100.00	-
加：可供出售金融资产-原值增加	-	-	300.00	990.00
加：其他权益投资-原值增加	-	100.00	-	-
合计	10.58	124.00	400.00	990.00

投资支付的现金系公司向参股公司支付现金出资款，系根据“长期股权投资”、“可供出售金融资产”、“其他权益工具投资”等会计科目分析填列，与相关会计科目勾稽一致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	3,660.00	6,075.00	2,850.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	1,000.00	-	-
取得借款收到的现金	1,500.00	3,594.78	7,665.20	1,772.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	238.96	-	-
筹资活动现金流入小计	**1,500.00**	**7,493.74**	**13,740.20**	**4,622.00**
偿还债务支付的现金	836.44	2,696.49	1,398.76	1,260.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	241.16	453.78	211.82	239.94
支付其他与筹资活动有关的现金	102.00	366.46	-	15.00

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动现金流出小计	1,179.60	3,516.73	1,610.58	1,514.94
筹资活动产生的现金流量净额	320.40	3,977.01	12,129.62	3,107.06

公司筹资活动现金流入主要包括吸收投资收到的现金和取得借款收到的现金，吸收投资收到的现金为公司通过股权融资收到的股东投资款，取得借款收到的现金为公司向银行借款收到的现金。公司筹资活动现金流出主要包括偿还债务支付的现金和分配股利、利润或偿付利息支付的现金，偿还债务支付的现金为公司偿还银行借款支付的现金，2017 年分配股利、利润或偿付利息支付的现金主要为公司当期分配现金红利 205.29 万元；2018 年分配股利、利润或偿付利息支付的现金主要为公司当期分配现金红利 204.21 万元；2019 年和 2020 年 1-6 月分配股利、利润或偿付利息支付的现金为公司偿付的银行借款利息。

（1）吸收投资收到的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
股本增加额	-	2,507.97	3,367.27	3,721.58
加：资本公积增加额	46.67	233.28	2,707.73	-207.86
加：定增费用冲减资本公积	-	-	-	20.50
加：收购少数股东权益的影响	115.83	-	-	0.10
加：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	1,000.00	-	-
减：分配利润的影响	-	-	-	684.32
合计	-	3,660.00	6,075.00	2,850.00

（2）取得借款收到的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
短期借款-贷方发生数	1,000.00	3,594.78	979.20	1,772.00
长期借款-贷方发生数	500.00	-	-	-
长期应付款-贷方发生数	-	-	6,686.00	-
合计	1,500.00	3,594.78	7,665.20	1,772.00

（3）偿还债务支付的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
短期借款-借方发生数	570.00	2,175.23	1,398.76	1,260.00
长期借款-借方发生数	-	-	-	-
长期应付款-借方发生数	266.44	521.26	-	-
合计	836.44	2,696.49	1,398.76	1,260.00

（三）持续盈利能力分析

公司不存在下列对其持续盈利能力构成重大不利影响的情形：（1）公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（2）公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（3）公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；（4）公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；（5）公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；（6）其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

保荐人对发行人持续盈利能力情况进行核查，认为公司已披露了面临的风险因素，公司不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，公司具备持续盈利能力。

（四）股利分配的具体实施情况

1、报告期内发行人股利分配情况

报告期内股利分配情况：

2017 年 5 月 16 日，公司 2016 年年度股东大会决议向全体股东每 10 股送红股 2 股，向全体股东每 10 股派送 0.6 元现金，共计分配现金股利 205.29 万元（含税）。

2018 年 8 月 25 日，2018 年第 4 次临时股东大会决议向全体股东每 10 股派送 0.28 元现金，共计分配现金股利 204.21 万元（含税）。

根据《公司章程》约定：“公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合

的方式分配股利。公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。”报告期内的公司现金分红均符合《公司 章程》、《公司法》等规章制度及法律法规的有关规定，且履行了必要的审议程序。与此同时，2016 年 12 月 31 日及 2017 年 12 月 31 日，公司货币资金余额分别为 2,334.64 万元和 3,133.63 万元，现金分红金额占营运资金比例较低，不会导致公司运营资金出现缺口及影响正常经营，具有合理性。报告期内，公司亦不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

公司财务状况符合公司章程有关现金分红的相关条件，现金分红后不会对公司财务状况造成重大影响，不会影响公司正常经营，具有合理性；公司不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

2、股利分配政策

根据《公司章程》及相关法律法规，公司分配当年税后利润时，按下列顺序进行分配：

（1）弥补以前年度亏损；

（2）按弥补以前年度亏损后剩余净利润的 10%提取公司法定公积金，公司法定公积金累计额达公司注册资本的 50%以上时，可以不再提取；

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。

公司根据《公司章程》及相关法律法规的股利分配原则进行股利分配。公司实行同股同利的股利分配政策，按股东持有的股份数额，采取派发现金或股票的形式进行分配。公司股利分配方案由公司董事会根据盈利状况和发展规划提出，经公司股东大会审议批准后实施。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会必须在股东大会召开后 2 个月内完成股利的派发事项。

十四、重大资本性支出分析

报告期内，公司重大资本性支出主要预付穗荣金融中心写字楼购置款项

13,443.51 万元。

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资项目外，发行人无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金相关的具体投资计划详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

十五、会计报表附注中的资产负债表日后、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

本公司无应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

本公司不存在需要披露的重要承诺及或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2020 年 6 月 30 日止，本公司不存在应披露的其他重要事项。

十六、审计基准日后的主要财务信息和经营情况

（一）审计截止日后的主要经营状况及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况

根据大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审阅报告》，公司 2020 年 1-9 月经营情况及业务情况如下：

截至 2020 年 9 月末，公司资产总额为 55,430.05 万元，负债总额为 17,028.30 万元，所有者权益总额为 38,401.75 万元。2020 年 1-9 月，公司实现营业收入 32,093.75 万元，净利润 5,175.62 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 4,988.65 万元，毛利率为 34.25%，净利率为 16.13%。

（二）2020 年 1-9 月经审阅的主要财务数据与上年年末或者同期相比变动情况及原因

1、资产负债表主要财务数据

单位：万元

项目	2020.09.30	2019.12.31	变动幅度
资产总额	55,430.05	52,353.43	5.88%
负债总额	17,028.30	19,371.04	-12.09%

所有者权益	38,401.75	32,982.38	16.43%

截至2020年9月30日，公司资产总额55,430.05万元，较上期末增长5.88%，主要系经营积累所致；负债总额为17,028.30万元，较上期末减少12.09%，主要系公司积极支付供应商款项导致应付账款余额大幅减少所致；所有者权益为38,401.75万元，主要系未分配利润增加所致。

资产负债表变动幅度超过 30%的主要科目及变动原因具体列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 09 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度	变动原因	造成的影响,相关影响因素是否具有持续性
货币资金	933.02	5,023.20	-81.43%	主要公司积极支付供应商款项并通过预付款积极储备优惠虚拟商品资源所致	公司已充分预计客户的回款情况，截至 2020 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 7,392.19 万元（未审），不会对公司经营造成重大不利影响。
预付款项	19,434.52	6,856.41	183.45%	主要系公司通过预付款积极储备优惠虚拟商品资源所致。	公司能够获取较为优惠的价格和锁定优质的充值资源
存货	922.43	1,807.69	-48.97%	一方面系叮当音箱销售规模和跌价计提增加；另一方面，系卡密的库存消耗情况良好所致	公司积极处理前期库存商品,有利于提高公司资金周转率
其他流动资产	497.51	297.13	67.44%	增加的金额主要系 IPO 相关费用	无重大影响
短期借款	3,098.97	2,002.01	54.79%	公司扩大了流动资金借款	有利于增加公司流动资金
应付票据	340.00	-	100.00%	主要系向广州旺青网络技术有限公司开具的银行承兑汇票，以预付通用流量采购款	有利于减少公司流动资金消耗
应付账款	4,196.24	8,311.31	-49.51%	主要系公司积极支付供应商款项所致	有利于维护公司与供应商之间的良好关系
预收款项	-	611.48	-100.00%	根据会计政策的调整，将预收款项调整为合同负债	无重大不利影响
合同负债	711.74	-	100.00%		
应付职工薪酬	493.29	271.28	81.84%	主要系 2020 年 9 月计提了员工季度奖金所致	公司正常计提员工薪酬
应交税费	980.87	1,787.22	-45.12%	主要系公司本期缴纳所得税等税费所致	公司正常缴纳税费
其他应付款	116.06	213.36	-45.60%	主要系公司的应付租赁费及服务费款项减少所致	无重大不利影响
其他流动负债	43.60	-	100.00%	其他流动负债主要为待转销项税额	无重大不利影响

项目	2020 年 09 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度	变动原因	造成的影响，相关影响因素是否具有持续性
长期借款	1,276.46	-	100.00%	公司长期借款金额增加	有利于增加公司长期资金
未分配利润	18,235.49	12,946.89	40.85%	主要系当期净利润增加较大所致	-

2、利润表主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
营业收入	32,093.75	25,853.55	24.14%
营业成本	21,100.61	17,789.17	18.61%
营业利润	5,885.15	2,994.52	96.53%
利润总额	5,812.87	2,994.05	94.15%
净利润	5,175.62	2,832.89	82.70%
归属于母公司所有者净利润	5,288.60	2,954.11	79.03%

注：2019 年 1-9 月财务数据未经审计

2020年1-9月，公司实现营业收入32,093.75万元，净利润 5,175.62万元，归属于母公司所有者净利润5,288.60万元，毛利率为34.25%，净利率为16.13%。

利润表变动幅度超过 30%的主要科目及变动原因具体列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动原因	造成的影响，相关影响因素是否具有持续性
税金及附加	61.84	39.94	54.84%	主要系公司本期增值税缴纳金额较上期增长所致	公司正常缴纳税费
管理费用	1,544.73	969.79	59.29%	主要系员工薪酬及股份支付增加所致	公司费用增加
其他收益	234.99	120.16	95.57%	其他收益主要系根据相关政策记入的增值税抵减金额	无重大不利影响
投资收益	7.65	-85.68	-108.93%	上期投资收益主要为按照权益法核算的持有北京蜂助手51%权益所产生的投资收益。	无重大不利影响
信用减值损失（损失以“-”号填列）	199.86	-433.18	-146.14%	主要系本期应收账款规模较去年同期减少，按照政策计提的坏账准备减少所致	无重大不利影响
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-424.81	-	-100.00%	主要系叮当音箱计提的存货跌价准备	公司按可变现净值对存货计提减值
营业外支出	73.11	5.49	1230.78%	本期营业外支出主要系公司缴纳的税收滞纳金及非流动资产报废损失	无重大不利影响

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动原因	造成的影响，相关影响因素是否具有持续性
所得税费用	637.25	161.16	295.41%	主要系公司盈利规模较 2019 年同期增长所致	公司盈利规模增长

3、现金流量表主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
经营活动产生的现金流量净额	-5,158.84	-2,648.67	-94.77%
投资活动产生的现金流量净额	-205.75	-283.97	27.54%
筹资活动产生的现金流量净额	1,452.63	2,089.97	-30.50%

注：2019 年 1-9 月财务数据未经审计

2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为-5,158.84万元，较上年同期减少-94.77%，一方面系公司本期销售规模快速增长，销售商品、提供劳务收到的现金及购买商品、接受劳务支付的现金均较去年同期大幅增长，而后者增长金额略高于前者；另一方面，公司支付的各项税费、支付其他与经营活动有关的现金等支出也有所增加。以上因素综合导致2020年1-9月经营活动产生的现金流量净额较去年同期减少。

2020年1-9 月，公司投资活动产生的现金流量净额为-205.75万元，较去年同期增加27.54%，主要系2019年公司存在向参股子公司（广州极酷物联智能科技有限公司）增资所致。

2020年1-9 月，筹资活动产生的现金流量净额为1,452.63万元，较去年同期减少30.50%。主要系本期偿付的银行借款较2019年同期增加所致。

2019年1-9月，公司合并现金流量表变化超过 30%的主要科目及其变动原因具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动原因	造成的影响，相关影响因素是否具有持续性
销售商品、提供劳务收到的现金	53,882.58	31,414.15	71.52%	主要是公司销售规模扩大所致	公司与客户、供应商结算金额及缴纳的税费增加
购买商品、接受劳务支付的现金	52,742.82	29,056.30	81.52%		
支付的各项税费	1,792.87	751.78	138.48%		
投资支付的现金	12.58	121.00	-89.60%	主要系 2019 年公司存在对参股公司出资所致	公司对外投资金额减少

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动原因	造成的影响，相关影响因素是否具有持续性
吸收投资收到的现金	-	1,000.00	-100.00%	2020 年公司未进行股权融资	公司吸收投资金额减少
偿还债务支付的现金	1,532.68	870.76	76.02%	主要系偿付的银行借款较去年同期增加所致	公司偿付的银行债务增加
支付其他与筹资活动有关的现金	152.00	303.96	-49.99%	主要系支付的银行贷款保证金减少所致	无重大不利影响

4、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
非流动资产处置损益	-19.50	0.62	-3269.51%
计入当期损益的政府补助	191.95	46.37	314.00%
委托他人投资或管理资产的损益	0.01	0.00	934.71%
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	10.89	-	100.00%
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	15.08	-100.00%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	145.20	72.72	99.67%
减：所得税影响额	25.41	34.72	-26.84%
少数股东权益影响额（税后）	3.20	-	100.00%
合计	299.95	100.05	199.79%

注：2019 年 1-9 月财务数据未经审计

2020年1-9月，公司非经常性损益净额为299.95万元，较上年同期增加199.79%，主要系计入当期损益的政府补助以及增值税加计抵减金额增加所致。

根据2019年财政部、海关总署、税务总局三家机构联合发布《关于深化增值税改革有关政策的公告》的规定，自2019年4月1日至2021年12月31日，允许生产、生活性服务业纳税人取得的销售额占全部销售额的比重超过50%的可以按照当期可抵扣进项税额加计10%，抵减应纳税额，公司符合前述规定，相关金额列示为“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”。公司非经常性损益金额较小，不会对公司经营造成重大不利影响。

（三）新冠疫情对公司生产经营和财务状况的影响

公司从 2 月 10 日开始陆续分批复工，主要业务在疫情期间正常开展，员工亦未出现疑似病例、无症状感染情况。受“疫情宅经济”（引用自新华网、新浪网等媒体，用以描述大家在家中网购、学习、办公、娱乐,这种新的生活方式）的影响,公司数字化虚拟商品综合运营服务业务开展良好,公司 2020 年上半年，公司营业收入及归属于母公司的净利润金额分别为 21,114.29 万元和 3,628.40 万元，其中营业收入较 2019 年同期增长 32.83%。2020 年 1-9 月，公司营业收入及归属于母公司的净利润金额分别为 32,093.75 万元、5,288.60 万元，其中营业收入较去年同期增长 24.14%，归属于母公司的净利润较去年同期增长 79.03%。新冠疫情不会对公司全年经营业绩、持续经营能力产生重大不利影响。

公司财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要产品的研发及运营、主要服务的价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

十七、发行人盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

十八、关于发行人 IT 审计情况的说明

（一）IT 审计开展情况

大华会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人申报会计师，对发行人进行财务审计的同时，其信息系统审计团队对发行人进行了 IT 审计。立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信会计师”）作为独立第三方 IT 审计机构，亦对发行人进行了 IT 审计。

（二）IT 审计范围及方法

IT 审计范围涵盖报告期 2017 年至 2020 年 6 月末，涵盖公司数字化虚拟商品综合运营服务业务和物联网应用解决方案业务及主要 IT 系统。

IT 审计方法主要包括穿行测试、控制测试和数据统计分析。

（三）信息系统的相关控制环节

公司主营业务对应的信息系统情况如下：

业务类型及模式			关键信息系统	备注
数字化虚拟商品综合服务	聚合运营服务		综合运营服务云平台	-
	融合运营服务	购销模式		
		分成模式	不适用	分成模式下，公司主要从视频商处获取交易订单情况，并进行对账结算。
	分发运营服务		不适用	公司的直接应用开发者客户若对公司开放后台，则可以直接查询相关 APP 的计量情况。除此之外，公司日常根据上游客户提供的结算数据进行结算。
物联网应用解决方案	流量解决方案		物联网流量平台	-
	硬件解决方案		不适用	硬件销售不依赖公司信息系统
	场景解决方案	聚合支付	聚合收银系统	-
		智慧停车场	不适用	公司目前智慧停车场收入主要来自停车场建设收入，产生的相关物联网流量、聚合支付收入由物联网流量平台系统和聚合收银系统控制。
技术服务			不适用	

公司涉及信息系统关键控制的业务主要包括数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案业务，各业务信息系统关键控制环节及执行情况如下：

关键信息系统	相关业务类型	业务流程节点	关键控制环节	关键控制环节内容	关键控制环节作用及执行情况
综合运营服务云平台	聚合运营服务、融合运营服务（购销模式）	①下游客户发出的订单请求（系统自动接收）	SKU 产品管理（货架管理）	运营人员配置产品采购价格、市场价等，经运营主管审核生效。	确保配置的产品信息及时、准确记录。 控制执行有效。
			渠道管理	API 模式：渠道运营人员洽谈并确认合作意向后，与下游渠道确认合作模式，设置渠道账户余额或账户授信余额，经运营主管审核生效。 H5 模式：配置下游渠道、客户端、客户端商品价格、包装、佣金、推广链接等，按照 AB 角审核的原则，运营人员配置之后，由运营经理审批确认后生效。	确保渠道信用额度经适当的授权及审批。确保配置的渠道及销售商品信息及时、准确记录。 控制执行有效。
		②匹配上游供应商（系统按照设定自动匹配）	供应商管理(供应商准入管理)	业务人员在 ERP 系统上完成供应商引入、合同审核工作，ERP 系统通过 API 接口和综合运营服务云平台业务系统对接。商务人员在业务系统配置供应商信息、关联 ERP 系统的供应商合同、配置上游供应产品。	确保供应商信息填报及时、准确记录，并准确关联其提供的产品信息。 控制执行有效。
			防诈欺策略	终端用户发起订单请求，业务系统自动检测发起交易的客户是否和付款客户一致，如不一致将拒绝交易。	防止被恶意利用进行诈欺行为。 控制执行有效。
			路由策略	业务系统自动将 API 或 H5 页面提交的客户的订单信息发给上游进行充值，蜂助手在业务系统中建立了产品路由策略保障充值的成功率，及最优采购价格。 充值无论成功与否，上游供应商均会将充值的状态信息自动反馈给蜂助手。	保障订单交易准确率、成功率，确保交易信息的真实性，同时系统自动使用最优采购价格。 控制执行有效。

关键信息系统	相关业务类型	业务流程节点	关键控制环节	关键控制环节内容	关键控制环节作用及执行情况
		③产品提供方交付（系统自动交付）	渠道对账管理	业务系统按照配置好的产品的采购价格、销售价格、应收款等信息记录产品提供方与采购方的交易行为。 业务部门定期根据业务系统生成的结算单与上游供应营商及下游客户进行对账结算,同时将对账结果告知财务部门进行账务处理。	确保财务结账金额准确，与渠道结算出现异议有据可依。 控制执行有效。
物联网流量平台	物联网流量业务	①匹配上游供应商（物联网流量绑定了物联网卡，需关联至具体的开卡运营商）	供应商产品管理	供应商合同签署后，供应商提供 API 接口接入，技术人员完成接口调通测试后,运营人员按照合同或已审批的业务办理单约定的面值、有效期、供应价格等相关产品的信息在业务系统中配置产品参数,并经操作人员上级审核确认。	确保供应商信息与流量信息产品配置准确，可以有效作为成本结算对账依据。 控制执行有效。
				根据已签署的合同内容,采购负责人录入供应商与蜂助手采购主体的采购与供应关系,有代理商酬金政策或营销补贴政策的录入代理商与供应商合作关系以及对应酬金、补贴政策内容，并经操作人员上级审核确认。	确保代理商与供应商关系配置准确，可以有效的作为酬金及补贴核算的对账依据。 控制执行有效。
		②客户提交订单需求	资源配置管理	根据 ERP 系统上销售提供的合同信息，采购岗确认供应商产品信息,运营人员在物联网流量平台业务系统中配置对应产品销售价格策略,上级审核后生效。销售卡片出库、续费采用审核生效的产品价格策略。	确保合同信息、产品信息及时、准确记录。 控制执行有效。
			订单管理	运营人员按照已审批的办理单需求发起套餐变更、充值、续费、渠道归属划拨等一些列的卡片信息变更操作，并经上级审核生效。	确保客户订单需求及时、准确记录。 控制执行有效。

关键信息系统	相关业务类型	业务流程节点	关键控制环节	关键控制环节内容	关键控制环节作用及执行情况
			流量池管理	对流量使用情况进行实时监控，当客户的物联网卡流量使用超额时，系统自动禁止物联网卡使用，客户需额外购买叠加包对物联网卡进行充值。	确保物联网卡使用状态及时、准确记录。 控制执行有效。
		③收取货款/产品提供方交付	结算管理	业务系统按照配置好的产品的采购价格、销售价格、应收款等信息记录产品提供方与采购方的交易行为。 业务部门定期与上游运营商及下游客户进行对账结算，同时将对账结果告知财务部门进行账务处理。	确保财务结账金额准确，与渠道结算出现异议有据可依。 控制执行有效。
收银系统	聚合支付	①生成支付方式	上游支付通道管理	上游支付通道生成服务商相关参数后，运营配置服务商相关参数只聚合收银系统，经运营主管审核后生效。	确保上游支付通道信息及时、准确记录，合作上游支付通道经适当的授权与审批。 控制执行有效。
		②商户收到需求，提交支付请求	渠道商管理	运营配置渠道商相关参数，经运营主管审核生效。	确保渠道信用额度经适当的授权及审批。确保配置的渠道及销售商品信息及时、准确记录。 控制执行有效。
			商户管理	运营人员在上游录入商户相关资料，经上游支付通道审核后，生成商户号、商户密钥等相关商户参数后，运营人员在聚合支付系统录入商户相关信息，运营主管审核。	确保商户相关资料及时、准确记录，合作商户经适当的授权与审批。 控制执行有效。
			商户支付通道	运营人员配置商户支付通道、商户密钥等相关参数，经运营主管审核生效后，运营人员并测试商户交易是否能够正	确保商户支付相关参数及时、准确

关键信息系统	相关业务类型	业务流程节点	关键控制环节	关键控制环节内容	关键控制环节作用及执行情况
				常进行。	记录。 控制执行有效。
		③用户付款/商户收款	交易管理	获取商户支付信息后，系统自动向商户配置的上游支付通道传递商户交易请求。	确保商户交易数据及时、准确记录。 控制执行有效。
			退款管理	商户可根据自己的需要，选择是否开通自主退款（可选择只开通当天或隔天交易退款发起），是否开通免运营人员免审核，若需运营人员审核，客户需提供退款申请表，由运营人员提交后，由运营主管审核通过后发起退款。	确保退款信息及时、准确记录。确保退款经适当的授权及审批。 控制执行有效。
			对账管理	运营人员收到上游支付通道清分给商户的对账文件及分润文件后与业务系统记录的交易数据进行核对，对需要给渠道商分润的系统自动生成分润结算单结合线下活动生成当月结算单给渠道商进行对账。上下游对账无误后，运营人员将对账结果给财务进行账务处理。	确保财务结账金额准确，与渠道结算出现异议有据可依。 控制执行有效。

关键控制除上述各个业务流程所涉及的关键应用控制外，还包括信息系统一般控制，具体涵盖部门设置、管理人员设置、信息化工作管理制度、信息系统运营环境监控、安全漏洞测试、端口扫描、托管机房、访问权限、防火墙数据备份、权责分离、信息系统研发等各个方面。其中，公司运维部门负责管理信息系统相关的托管机房和阿里云访问权限，配备了专业的防火墙软件对网络重要区域进行隔离并对各类日志信息进行记录，网络使用权限均需经过审批才可开通，保证信息系统运行真实、完整记录和网络安全。同时公司建立了数据备份管理制度，并对各自有系统数据库设置了备份策略，每日准时开启数据备份自动化任务。运维人员按照公司管理制度要求定期对备份数据开展恢复性测试，确保公司信息系统数据保存的安全性和完整性。

（四）信息系统与财务系统对接情况

公司业务相关信息系统包括综合运营服务云平台、物联网流量管理平台和聚合收银系统，均不会直接与财务系统对接，财务数据不完全依赖于相关业务系统。

收入侧，数字化虚拟商品综合运营服务分为 API 和 H5 两种模式。API 模式下，公司不直接面向终端消费者，主要是通过对账单与企业客户进行结算，财务数据以结算单为准，公司业务系统获取的仅为交易订单信息，作为与客户进行结算的参考数据；H5 模式下，公司通过自有渠道和外部合作渠道两种方式进行销售，直接面向终端消费者，自有渠道通过微信、支付宝等第三方收款渠道进行收款，公司根据经信息系统匹配后的收款信息进行财务处理；外部渠道收款的情况下，主要通过对账单与渠道结算，与 API 模式一致。成本侧，公司数字化虚拟商品综合运营服务财务确认采购成本入账的依据为与供应商线下对账后的结果，业务系统的交易订单为对账提供基础数据。

物联网流量解决方案的财务数据中，收入侧主要以与客户对账后的对账单作为结算依据，成本侧主要是以运营商提供的结算单作为结算依据，公司业务系统所记录的原始交易订单仅作为双方结算单核对的参考数据。

聚合支付业务收入侧和成本侧由于存在线下业务，公司财务数据的确认依据主要以双方核对一致的结算单为准。

公司主要财务系统数据不直接取自业务系统（自运营业务除外），主要采取定期对账制度，与客户及供应商按照经双方协商后的对账单数据确认相关收入、成本。公司业务系统数据主要作为双方对账时的参考依据，日常对账中，信息系统数据与结算单数据不存在重大差异，因此可以保证收入和成本确认的时点和计量金额的准确性。

（五）公司信息系统与上游供应商、下游客户信息系统之间的差异情形

报告期内，公司存在信息系统订单状态显示为“充值失败”，客户信息系统订单状态为“充值成功”的情形。主要系因为该类客户为微信官方充值的直连合作商，对供应商提供的流量充值到账时间等有较高的要求，因而其系统设定了轮询机制，在蜂助手处理失败后会自动轮询其他供应商，以达到充值成功目

的，因此公司信息系统显示充值失败，对方信息系统显示充值成功为合理现象。公司按照经客户确认的成功订单进行对账、结算、确认收入。信息系统所统计的成功交易订单金额与双方对账信息一致，与实际情况相符，信息系统可靠。

（六）聚合运营、融合运营和分发运营服务是否存在通过次级客户进行“刷单”和“自充值”情形

公司聚合运营服务和融合运营服务均通过综合运营服务云平台进行。由于综合运营服务云平台完成的所有聚合运营服务及融合运营服务需要通过电话号码完成，每个号码为一个用户（极少数使用邮箱等）。且虚拟商品（如流量、会员）具有使用/开通即消耗的特征，服务提供完成时，则最终由手机个人用户所使用，不存在服务截留在次级客户的情形。保荐机构、申报会计师、IT 审计人员对公司聚合运营、融合运营业务数据进行了员工充值号码匹配、充值时间、充值区间、付款账户等不同维度的合理性分析，终端用户行为符合正常。

公司分发运营服务主要为手机 APP 提供推广服务，开发者/上游客户对经手机号码/微信等绑定的 APP，按照核定的有效激活量（CPA）、有效下载量（CPD）、分成（CPS）等参数向公司支付分发费。开发者会对“量”设定特有算法，判断刷单情形，剔除无效“量”。

公司已在招股说明书第八节“十一、（一）、5”中披露了“刷单”和“自充值”的情形，除此之外，不存在其他“刷单”和“自充值”的情形。

（七）IT 审计结论

大华会计师出具的《蜂助手股份有限公司信息系统专项核查报告》（大华核字[2020]00**7728** 号）结论如下：目标公司自身使用及业务所依赖的信息系统可以合理保证公司业务数据和财务数据的真实性、完整性、及时性、准确性及有效性。

立信会计师出具的《蜂助手股份有限公司信息系统核查报告》（信会师报字[2020]第 ZB50771 号）结论如下：通过对蜂助手信息系统的了解以及对其信息化工作组织与管理、信息化工作风险管理、信息系统物理安全、信息系统网络安全、信息系统数据安全、信息系统逻辑访问控制、信息系统程序开发与变更管理七个方面的控制测试，我们未发现其信息系统相关内部控制存在重大或重要缺陷。

通过对蜂助手报告期内业务系统和财务系统中重点指标数据的对比分析，以

及数字化虚拟商品综合运营服务重点产品、物联网流量解决方案和聚合支付解决方案业务的关键业务、财务指标的合理性分析，我们未发现明显异常情况。

我们认为蜂助手业务及财务数据所依赖的信息系统能够合理保证公司业务数据和财务数据的完整性与准确性。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金投向

经公司第二届第十七次董事会和 2020 年第三次临时股东大会批准，公司本次拟向社会公众发行不超过 4,240.00 万股新股，公司实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于公司主营业务相关的项目。

本次发行后，公司募集资金（扣除发行费用后）将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金	建设期
1	数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目	20,120.43	20,120.43	24 个月
2	研发中心建设项目	8,673.47	8,673.47	36 个月
3	智慧停车管理系统开发及应用项目	1,644.83	1,644.83	24 个月
4	营销网络建设项目	2,943.27	2,943.27	24 个月
5	补充流动资金	12,000.00	12,000.00	
合计		**45,382.00**	**45,382.00**	

本次募集资金到位前，本公司可以利用自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金将根据项目的轻重缓急按以上顺序进行，若本次募集资金不能满足上述投向所需资金的要求，则项目所需资金的不足部分由公司自筹解决；若募集资金满足上述投资项目后有剩余，将多余部分用于其他与主营业务相关的营运资金项目。

（二）募集资金投项目备案审批情况

序号	项目名称	备案项目编号
1	数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目	2020-440111-64-03-018999
2	研发中心建设项目	2020-440111-64-03-018997
3	智慧停车管理系统开发及应用项目	2020-440111-64-03-018996
4	营销网络建设项目	2020-440111-64-03-018998
5	补充流动资金	-

（三）募集资金专户存储安排

公司建立了募集资金管理制度。公司召开第二届第十三次董事会，审议通过《关于审议<募集资金管理制度>的议案》。公司募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理。公司将在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，在全部协议签订后及时报深圳证券交易所备案并公告协议主要内容，严格按照中国证监会和深圳证券交易所的相关规定对募集资金进行使用和管理。

（四）募集资金投资项目对发行人独立性不产生不利影响，不新增同业竞争

本次募集资金投资项目实施前，公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争情形，具备独立经营能力，能够进行独立经营。本次募集资金的运用，将扩大公司主营业务的经营规模，提高公司的技术研发实力，提升公司信息化建设水平，增强公司的市场竞争能力和运营效率。根据公司控股股东、实际控制人出具的《关于避免同业竞争的承诺函》及本次募集资金投资项目的具体内容，本次募集资金投资项目实施后不会新增同业竞争，对发行人的独立性不产生不利影响。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

公司本次发行的募集资金均投资于公司的主营业务，用于公司数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目、研发中心建设项目、智慧停车管理系统开发及应用项目、营销网络建设项目及补充流动资金，公司募集资金投资项目主要系按照公司业务规模发展和技术研发创新的要求对现有业务的提升和拓展，本次募投项目实施将有利于支持公司创新创造创意业务的发展，全面提升公司运营效率，进一步提升公司核心竞争力及盈利能力。

二、募集资金投资项目情况介绍

（一）数字化虚拟产品综合服务云平台建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资 20,120.43 万元，建设期 24 个月，建设内容主要包括两方面：

其一，打造蜂助手数据中心，为公司业务提供基础支撑；其二，对公司云平台进行研发升级，打造蜂助手业务中台。通过采用微服务架构，打造蜂助手业务中台，一方面可有效提升公司业务衔接能力、敏捷开发能力以及自动化运维能力，使得业务应用部署与运维更加便捷，为公司应对复杂多变的市场环境、业务持续快速发展提供基础支撑。另外一方面本次项目打造业务中台，可为公司提供“业务共性能力”，从系统上打破信息墙和数据墙，减少重复投资，降低系统建设成本，从而有效提升公司盈利能力。

2、项目建设可行性

（1）国家利好政策频发，为项目顺利实施提供有力保障

国家近年高度重视移动互联网及物联网发展，并相继出台了多项政策以支持行业健康快速发展。公司所从事的移动互联网及物联网业务受《产业结构调整指导目录》（2019 年本）、《国家信息化发展战略纲要》、《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》等政策的鼓励。公司进行云平台升级建设，将助力公司移动互联网数字化虚拟商品聚合运营服务及物联网场景化运营解决方案进一步有效发展，为业务发展提供基础支撑。国家政策的支持和鼓励，为云平台升级建设项目顺利实施提供了有力保障。

（2）扎实的技术基础，为项目顺利实施提供了有力保证

公司自成立以来，一直将研发能力提升作为增强核心竞争力的关键要素，将研发能力提升作为公司的重要发展战略。公司注重加强产品、服务和技术的开发，持续提升自主创新能力。公司通过不断对行业内前瞻性和关键性技术的探索，已掌握了多项核心技术，积累了丰富的研究成果。前期扎实的技术基础及积累为项目顺利实施提供了有力保证。

（3）公司业务快速增长，保障项目的盈利能力

公司是一家互联网数字化虚拟商品综合服务提供商，致力于为移动互联网相关场景客户提供数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务。在过去的发展中公司及时把握了移动互联网以及物联网快速发展的机遇，持续丰富及迭代业务内容，提

供丰富的资源和产品服务，以不断满足市场发展的需要，从而不断培育新的盈利增长点。公司在互联网生活服务领域扎实稳健发展，业务增长迅速，为本项目的盈利能力提供了基础保障。

3、项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

数字化虚拟商品综合服务云平台是公司业务发展的平台保障，也是进一步发展壮大公司业务的基础。公司现有云平台 IT 系统存在信息获取成本高、互联互通不畅以及系统重复建设等问题，迫切需要进行优化，从而更好为业务发展提供良好支撑。云平台升级项目建设，通过对公司现有云平台系统进行升级，一方面将实现打破部门墙，避免重复建设，整理和封装企业各业务的共性能力，为各业务部门快速响应市场变化提供技术支撑；另一方面可整合研发生命周期全过程的流程及工具，降低基础架构投入成本，完善 IT 基础设施服务。通过云平台升级建设项目，将逐步实现“清晰业务架构，提高需求响应，提升软件复用，降低定制成本，实现系统互通，清晰处理数据，提升运营效率，有效管理资产，降低资源成本”的核心价值。云平台升级建设项目将为公司未来业务拓展提供更强有力的基础支撑。

4、项目投资概算情况

项目总投资由建设投资及铺底流动资金构成，总投资合计 20,120.43 万元。其中：建设投资 15,600.25 万元，铺底流动资金 4,520.18 万元。投资概算情况如下：

序号	项目	金额（万元）	比例（%）
1	建设投资	15,600.25	77.53
1.1	机房购置及办公租赁费用	3,875.93	19.26
1.2	设备购置费及安装工程费	8,263.07	41.07
1.3	工程建设其他费用	3,230.70	16.05
1.4	预备费	230.55	1.15
2	铺底流动资金	4,520.18	22.47
总投资		**20,120.43**	**100.00**

5、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目建设地点位于广州市白云区，拟购置机房 1,500 平方米，租赁办公用

房 1,950 平方米。

本建设项目拟购置机房及租赁办公用房属于普通用房，项目实施对房产无特殊要求，广州市白云区商业用房供应充足，无论是购买或租赁均可在较短时间内完成交易，不能如期取得的可能性较小，不会对公司正常经营构成重大不利影响。

6、项目环保情况

本项目建设内容为蜂助手数据机房及办公用房的装修改造以及软硬件设备的采购及安装，建设期间对周边环境基本不产生影响。2020 年 3 月 31 日，广州市生态环境局白云区分局出具说明函，确认本项目不涉及生产活动，无须办理环评报批手续。

7、项目组织实施情况

本项目建设主体为公司，项目所需资金由本次募集资金投入。根据实际情况，本项目建设期拟定为 24 个月。项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、项目试运行等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	实施进度											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备	★											
2	项目总体规划	★	★										
3	机房、设备及人员配置		★	★	★								
4	业务中台			★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
5	PaaS			★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
6	IaaS/IDC			★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
7	项目验收											★	★

8、项目效益情况

项目投资财务内部收益率所得税前为 27.64%，所得税后为 24.20%；项目投资财务净现值所得税前为 20,402.07 万元，所得税后为 15,439.9 万元；项目投资回收期（含建设期 2 年）所得税前为 5.96 年，所得税后为 6.35 年。

（二）研发中心建设项目

1、项目基本情况

本项目总投资 8,673.47 万元，建设期暂定 36 个月。本项目拟在广州市白云区和深圳市南山区分别建设研发中心，其中广州作为公司研发中心总部，拟购置 2,000 平方米的研发用房，其中 1,200 平方米用于办公用房，800 平方米用于实验用房。深圳研发中心作为公司研发分支机构，拟租赁建筑面积为 750 平方米的办公用房。项目实施，将有助于完善公司技术研发平台，增强公司创新能力，为业务发展提供良好支撑。

2、项目建设可行性

（1）公司丰富技术积累及储备为本项目的成功实施奠定了基础

公司自成立以来，一直注重技术创新，稳步增加研发投入，将研发能力提升作为公司持续发展的重要战略。通过改善科研条件，购进实验设备，引进研发人才，公司在加强产品和技术开发的同时，不断增强自主创新能力，努力探索新技术。通过对行业内前瞻性和关键性技术的探索，公司掌握了多项核心技术，积累了较为丰富的研究成果。截至本招股说明书签署日，公司已拥有 23 项发明专利，142 项软件著作权。公司已有的研究成果，为本项目相关课题的研究奠定了坚实的技术基础。

（2）科学的研发管理机制为项目顺利实施提供了有效保障

科学的研发管理机制是公司研发目标顺利实现的保障，是公司技术创新的基础。公司经过多年运营、技术积累与创新，在“前期准备、中期研发及后期运行”等方面形成了一套科学、合理、有效的研发管理机制，这一机制为公司产品创新研发以及公司战略发展目标的实现提供了可靠的保障，公司科学研发管理机制亦为本项目顺利实施提供了有效保障。

（3）完善的人才培养体系为项目顺利实施提供了人才保障

公司通过多年发展，已形成一套较为完善的技术人才培养计划，如在吸纳技术人才方面，公司采用“内外结合”的方式，既注重内部人才的选拔与提升，又注重能给公司注入新鲜“血液”的外部人才的引进；在技术培训方面，公司建立

了多层次、全方位的内外部人才培训培养机制；在激励方面，公司坚持能力与创新、能力与绩效的统一，最大化调动员工的积极性和主动性。良好的人才基础，较为完善的培养体系，为公司研发工作顺利开展奠定了基础，为公司技术研发的落地实施提供了人才保障。

3、项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

本项目将充分利用既有的研发基础、技术优势和人才优势，结合行业技术发展趋势及公司主营业务发展方向，对相关技术进行研发。项目建成后，广州研发中心主要功能定位是进行物联网软件解决方案的开发。公司拟基于现有的研发技术，重点对智慧停车、智慧消防、智慧社区解决方案等方向进行研发；深圳研发中心主要功能定位是进行智能硬件产品的开发，并以市场为导向，对现有的产品和技术进行研发和升级，重点研究开发 AI/4G/5G 类云卡模组、智能家居、家庭多媒体、学习教育、安防类等物联网产品。上述主要功能定位符合公司主营业务的发展方向，有利于进一步提升公司的技术创新能力，增强公司核心竞争力，进而提升公司盈利能力。

4、项目投资概算情况

本项目总投资 8,673.47 万元，其中建设投资 8,673.47 万元。投资概算情况如下：

序号	项目	金额（万元）	比例（%）
1	**工程费用**	5,499.42	63.41
1.1	研发用房购置及装修费	4,792.50	55.25
1.2	设备购置费	706.92	8.16
2	**工程建设其他费用**	3,003.98	34.63
2.1	研究开发费用	2,050.60	23.64
2.2	建设期租赁费（深圳）	492.75	5.68
2.3	软件购置费	334.63	3.86
2.4	职工培训费	39.60	0.46
2.5	办公及生活家具购置费	26.40	0.30
2.6	前期工作费	60.00	0.69
3	**基本预备费**	170.07	1.96
合计		**8,673.47**	**100.00**

5、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目包括广州研发中心和深圳研发中心两部分，建设地点分别位于广州市和深圳市。广州研发中心作为研发总部，拟购买办公用房；深圳研发作为分支机构，规模较小，拟进行租赁办公用房。

研发中心建设项目拟通过购置或租赁办公用房，项目实施对房产无特殊要求，广州市和深圳市商业用房供应充足，无论是购买或租赁均可在较短时间内完成交易，不能如期取得的可能性较小，不会对公司正常经营构成重大不利影响。

6、项目环保情况

根据广州市环保局印发的《广州市不纳入环境影响评价管理的工程建设项目名录》（穗环规字〔2018〕4 号），研发中心属于“社会事业和服务业”中的“设备、设施、装置、软件系统购置，科研设计、软件开发、办公信息化系统开发建设”类项目建设，不需办理环境影响评价审批手续。2020 年 3 月 31 日，广州市生态环境局白云区分局出具说明函，确认本项目不涉及生产活动，无须办理环评报批手续。

7、项目组织实施情况

本项目建设主体为公司，项目所需资金由本次募集资金投入。结合实际情况，本项目建设期拟定为 36 个月。项目进度计划内容包括项目前期准备、项目选址、租赁与购置设备等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	实施进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备（含设计）	★											
2	项目选址、租赁与购置		★	★									
3	改造装修			★	★	★	★	★					
4	设备购置、安装及调试				★	★	★	★	★	★			
5	人员招聘与培训							★	★	★	★		
6	竣工验收										★		
7	试运营										★	★	★

8、项目效益情况

研发中心主要为公司产品开发或升级提供技术支撑，无法独立产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。项目建成后，将对公司产品的开发或升级起到促进作用，进而为公司快速、可持续性发展提供有力技术支撑。

（三）智慧停车管理系统开发及应用项目

1、项目基本情况

本项目总投资 1,644.83 万元，本项目计划租赁 600 平方米办公用房，用于智慧停车管理系统开发。

2、项目建设可行性

（1）项目建设符合国家政策及产业发展方向

近年来，随着经济发展快速发展，我国城市居民生活水平提高，消费水平提高，加之城镇化进程的加快，共同带动了城市居民小汽车保有量的攀升，随之而来的就是停车基础设施供不应求及停车管理水平低等问题。为此，国家和地方出台了《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》、《关于加强城市停车设施建设的指导意见》、《关于开展城市停车试点示范工作的通知》、《深圳市停车设施建设规划（2016-2020 年）》、《深圳市智慧停车云平台技术标准体系》、《广州市停车条例》等多项政策及标准，推动停车基础设施高效建设及管理水平提升。政策的出台及执行，进一步激发了停车位供给、智慧停车服务水平升级需求的释放，促进了产业市场规模的扩大，为本项目建设提供了良好的政策及市场基础。

（2）公司拥有丰富的技术积累，为项目实施提供了良好技术支撑

公司基于移动互联网、物联网应用技术，已自主研发车主端、车辆诱导、反向寻车、车辆识别、自助洗车、充电桩六大智慧停车管理系统功能模块，组成智慧停车综合运营管理平台，提供停车管理、高效停车/寻车、车位管理、精准计费、自助/无感缴费等服务，实现智能化高效的运营管理。前期的技术积累及研发经验积累，为后期系统升级提供了良好技术基础及支撑。

3、项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

公司自主研发智慧停车运营管理系统平台，为停车场景实现停车管理、高效寻车、车位管理、精准计费、自助无感缴费支付等智慧停车全场景提供平台基础，通过对智慧停车运营管理系统开发并优化升级，有助于提高整体停车服务管理水平和管理效率，从而有助于公司物联网场景化运营业务的发展。在智慧停车、自助充电、自助洗车等服务需求逐步增加的市场条件下，公司进行智慧停车管理系统开发、升级，是公司满足智慧停车业务市场需求、提高公司市场份额以及提升公司盈利水平的现实需要。

4、项目投资概算情况

本项目总投资 1,644.83 万元，投资概算具体情况如下：

序号	项目	金额（万元）	比例（%）
1	办公用房装修费	84.00	5.11
2	设备购置	117.06	7.12
3	研究开发费用等	1,419.46	86.30
4	预备费	24.31	1.47
总投资		**1,644.83**	**100.00**

5、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目计划在广州市白云区租赁 600 平方米办公用房，用于智慧停车管理系统开发及应用项目。智慧停车管理系统开发及应用项目拟通过购置办公用房，项目实施对房产无特殊要求，广州市白云区商业用房供应充足，无论是购买或租赁均可在较短时间内完成交易，不能如期取得的可能性较小，不会对公司正常经营构成重大不利影响。

6、项目环保情况

根据广州市环保局印发的《广州市不纳入环境影响评价管理的工程建设项目名录》（穗环规字〔2018〕4 号），智慧停车管理系统开发属于“社会事业和服务业”中的“设备、设施、装置、软件系统购置，科研设计、软件开发、办公信息化系统开发建设”类项目建设，不需办理环境影响评价审批手续。2020 年 3 月 31 日，广州市生态环境局白云区分局出具说明函，确认本项目不涉及生产活动，

无须办理环评报批手续。

7、项目组织实施情况

根据以上要求，并结合实际情况，智慧停车管理系统开发项目拟定为 24 个月，项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、项目试运行等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	实施进度											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备（含设计）	★	★										
2	装修改造		★	★	★								
3	设备购置、安装及调试		★	★	★	*							
4	人员招聘与培训			★	★	★	★	★	★	★	★	★	
5	系统研究与开发							★	★	★	★	★	★

8、项目效益情况

智慧停车综合管理系统开发及应用项目主要为公司智慧停车业务提供技术支撑，无法独立产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

（四）营销网络建设项目

1、项目基本情况

本项目总投资 2,943.27 万元，项目建设期拟定为 24 个月。本项目拟在北京、深圳、广州、长沙、武汉、成都 6 个重点区域设立营销网点，其中在北京、深圳以及广州营销网点设展厅，营销网点办公用房均采用租赁方式，总租赁面积为 2,700 平方米。本项目营销网络升级建设，有助于完善公司现有营销服务体系，推广公司优势业务及新业务，提高公司区域营销及服务能力，增强公司在行业内的品牌影响力和市场竞争力。

2、项目建设可行性

（1）项目建设符合国家政策及产业发展方向

2017 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于促进移动互联网健康

有序发展的意见》，指出：“加快制定完善信息经济发展政策措施，将发展移动互联网纳入国家信息经济示范区统筹推进，鼓励移动互联网领先技术和创新应用先行先试，扶持基于移动互联网技术的创新创业，促进经济转型升级、提质增效。”国家系列政策将有助于公司业务的快速发展，从而激发公司进一步优化销售渠道。

（2）丰富的市场拓展及运营经验为项目顺利实施奠定了良好基础

自公司成立以来，公司通过对移动互联网及物联网发展趋势的准确判断及对用户应用需求的洞察，不断开发新产品，增加客户群体，开辟新的销售区域，进而积累了较为丰富的市场拓展及运营经验，逐步建立了一支经验丰富及具有较强营销能力的团队，公司前期积累的丰富市场拓展及运营经验将为营销网络升级建设提供良好的基础及保障。

3、项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

公司现已在北京、深圳、长沙、武汉及成都等地建立了营销网点，通过对营销网络升级建设，一方面，有助于公司吸纳有经验、有资源、有能力的专业营销人才，壮大现有营销队伍，提高公司直接营销的工作效率和售后服务的及时性；另一方面，有助于扩大公司营销网络覆盖范围，提高与客户信息沟通效率，加快对市场信息的反应速度，挖掘市场潜力，扩大公司产品市场占有率，提高公司盈利水平。同时，有助于维护与优质服务提供商和运营商间的友好合作关系，巩固和扩大渠道优势，提升公司产品或服务在市场上的品牌影响力，增强公司竞争优势，提高公司市场地位，促进公司主营业务的发展。

4、项目投资概算情况

本项目总投资 2,943.27 万元，其中建设投资 2,943.27 万元，具体情况如下：

序号	项目	金额（万元）	比例（%）
1	建筑工程费	396.00	13.45
2	设备购置费	740.40	25.16
3	安装工程费	22.21	0.75
4	工程建设其他费用	1,741.16	59.16
4.1	各网点办公租赁费	1199.76	40.76
4.2	前期工作费	60.00	2.04
4.3	软件购置费	156.60	5.32

序号	项目	金额（万元）	比例（%）
4.4	职工培训费	12.40	0.42
4.5	办公及生活家具购置费	12.40	0.42
4.6	前期营销与推广费用	300.00	10.19
5	预备费	43.50	1.48
合计		**2943.27**	**100.00**

5、项目选址及涉及土地或房产情况

本项目建设将在北京、深圳、广州、长沙、武汉和成都租赁办公用房作为办公场所。

针对拟建设的北京、深圳、广州、长沙、武汉和成都的营销网点，公司计划通过租赁的方式落实项目用房。基于相关区域租赁市场活跃，公司计划上市后，根据项目实施进度落实生产经营场所的租赁事宜。

6、项目环保情况

本项目建设期主要为装修改造工程，在施工期严格按照有关标准执行环保措施，基本不会产生环境污染。

根据广州市环保局印发的《广州市不纳入环境影响评价管理的工程建设项目名录》（穗环规字〔2018〕4 号），该项目属于“社会事业和服务业”中的“建筑物（含文物建筑、名胜古迹、历史建筑、传统风貌建筑等）维修、装修、抗震加固、外立面改造”类项目建设，不需办理环境影响评价审批手续。

2020 年 3 月 31 日，广州市生态环境局白云区分局出具说明函，确认本项目不涉及生产活动，无须办理环评报批手续。

7、项目组织实施情况

本项目建设主体为公司，项目所需资金由本次募集资金投入。本项目建设期拟定为 2 年。项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、项目试运营等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月 份											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备	★	★										

序号	建设内容	月 份											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
2	项目选址与租赁办公网点		★	★									
3	装修改造		★	★	★								
4	设备采购与安装				★	★							
5	展厅设置				★	★	★	★	★	★			
6	人员招聘与培训								★	★	★		
7	竣工验收、试运营											★	★

8、项目效益情况

营销网络建设项目主要为公司产品或服务提供销售渠道，无法独立产生经济效益，但项目实施以后，对公司业务将产生明显的综合促进作用，将增强品牌的认知度和影响力，强化公司的销售渠道，增加消费者接触公司产品的概率，并提高销售体系管理效率，最终促进公司盈利的增长。

（五）补充流动资金项目

1、项目基本情况

公司拟使用 12,000.00 万元募集资金用于补充流动资金，以有效满足公司经营规模迅速扩张产生的资金需求，并减少负债规模和节省财务费用，增强公司的偿债能力，降低公司的经营风险。

2、项目建设必要性

（1）公司经营规模扩张需要合理增加流动资金规模

近年来，公司业务不断延伸及拓展，市场销售逐步打开。2019 年度，公司业务规模实现了较快增长，较 2018 年度营业收入增长 45.45%，且预计未来 3 年仍将较快增长。随着公司服务能力进一步提升以及市场营销网络的逐步完善，主营业务规模将快速发展，公司需要较大的营运资金支持营销服务，加大市场推广及品牌建设力度，从而提升综合服务能力，因此增加营运流动资金是维持公司长期、健康、可持续发展的必然要求。

（2）进一步提升公司的综合实力

鉴于公司采用轻资产的业务经营模式，保持较高的流动资产比例及较快的资

金周转效率有利于公司长期健康、稳定的发展，轻资产的业务模式也有利于为公司股东创造更高的净资产收益率，增强公司的综合实力。

3、流动资金的管理运营安排

为加强对于本次补充公司流动资金的管理，将采取以下措施：

（1）设立专户管理：公司将严格按照证监会及深交所有关募集资金管理的相关规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格用于公司主营业务：将紧密围绕主营业务进行资金安排，提前做好资金计划，提前资金使用效率，实现效益最大化。

三、董事会对募集资金投项目可行性的分析意见及募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

（一）董事会对募集资金投项目可行性的分析意见

公司第二届董事会第十七次会议和 2020 年第三次临时股东大会，审议批准了本次发行的募集资金投资项目各项目所使用的募集资金数额，并对募集资金投资项目的可行性作出了分析，认为本次募集资金投资项目可行。各募集资金投资项目的可行性分析依据详见本节之“二、募集资金投资项目情况介绍”。

（二）募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

1、与公司经营规模相适应

公司作为提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营服务及物联网场景化运营解决方案的互联网生活服务整合运营商，经营业绩近年来保持快速增长的趋势。报告期内，公司营业务收入分别为 36,575.72 万元、29,113.18 万元、42,344.04 万元和 21,114.29 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 3,690.57 万元、4,129.87 万元、6,244.05 万元和 3,628.40 万元，公司盈利能力逐年增强。2019 年度营业收入较 2018 年度增长 45.45%，经营规模快速扩大，公司需要进行平台投资、研发投资、营销网络升级建设来满足快速增长的市场需求。因此，本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模相适应。

2、与公司财务状况相适应

公司资产规模持续增长。截至报告期末，公司总资产 54,615.31 万元，净资产 36,694.52 万元。公司本次募集资金投资项目扣除补充营运资金项目后的总投资额为 33,382.00 万元，占公司报告期末总资产和净资产的比重分别 61.12%和 90.97%。公司如果利用自有资金进行投资将对公司资金造成较大压力，而利用募集资金进行投资可有效缓解该等压力。因此，本次募集资金数额和投资项目与公司现有的财务状况相匹相适应。

3、与公司技术水平相适应

公司自成立以来，一直注重技术创新，稳步增加研发投入，将研发能力提升作为公司持续发展的重要战略。通过改善科研条件，购进实验设备，引进研发人才，公司在加强产品和技术开发的同时，不断增强自主创新能力，努力探索新技术。通过对行业内前瞻性和关键性技术的探索，公司掌握了多项核心技术，积累了较为丰富的研究成果。公司已有的研究成果，将为本次募投项目的实施提供良好的技术保障，因此，本次募集资金数额和投资项目是在拥有一定技术基础的前提下进行的，是与公司现有技术水平相适应的。

4、与公司管理能力相适应

高效的管理能力是企业经营发展的基石和保证。公司核心管理团队成员均具有丰富的行业运营经验和企业管理经验，并形成了一套行之有效的经营管理模式和企业文化，对公司的发展有明确的战略规划，对公司管理的各个环节具有深刻的认识，从而将有力支撑公司稳健运营。本次公开发行完成后，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事会和独立董事等治理机构在重大决策、经营管理和监督方面的作用。据此，本次募集资金数额和投资项目与公司管理能力相适应。

综上所述，公司董事会经过分析后认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具有良好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范和控制投资风险，提高募集资金使用效益。

四、募集资金运用对公司经营及财务状况的影响

本次发行募集资金到位并投入使用后，将对公司经营和财务状况产生的影响如下：

（一）对经营状况和盈利能力的影响

本次募集资金投向均围绕现有主营业务进行，无论从政策导向、市场环境来看，本次募集资金投资项目涉及的产品都具备较强的盈利能力和广阔的市场前景。因此，预计募集资金投入项目建成后，公司现有产品的质量、技术先进性都将得到大幅度提高，不但有利于巩固和深化公司与原有客户的合作关系，而且有利于开拓新的客户。本次募集资金投资项目投产后，公司产品在目标市场的占有率将会持续上升，主营业务收入和利润水平将会大幅提升，对每股收益和净资产收益率产生积极的影响。

（二）对净资产和每股净资产及资产结构的影响

募集资金到位后，公司货币资金和股东权益将大幅增加，净资产总额与每股净资产均将大幅增加，公司的资产负债率将会下降，这有利于增强公司的偿债能力及抗风险能力。

（三）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

完成本次发行后，公司的净资产在现有基础上将大幅增长。从短期来看，由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，在短期内难以全部产生效益，会导致公司的净资产收益率在短期内出现下降的情形；从中期来看，募集资金投资项目具有良好的投资回报率，随着项目的实施投产，公司的净资产收益率将得到有效提升；从长期来看，募集资金到位不仅使公司自有资本规模扩大，而且增强了公司的间接融资能力，有利于优化产品结构，实现规模经济，增强竞争优势。

（四）对公司独立性不会产生不利影响

本次募集资金投资项目全部建成后，公司的净资产将增加，财务结构进一步改善，盈利能力将得到提升，这将显著提升公司应对市场竞争的实力，增加公司的外部独立性。

本次募投项目实施后，公司将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所等相关

规定和《公司章程》等的要求履行有关同业竞争、关联交易、信息披露、募集资金使用情况等披露、报告义务，增强公司的内部独立性。

五、未来发展与规划

（一）公司发展战略

公司坚持以“创造一个对社会有贡献的新型互联网企业”为使命，在国家大力发展数字经济及新基建的大环境下，牢牢把握移动互联网及物联网的风口机遇，努力成为国内知名的虚拟商品综合服务提供商及物联网运营的龙头企业。

公司以“虚拟商品运营服务”及“物联网运营服务”两大战略发展方向，经营理念是“绿色、诚信、分享”，一切以客户体验为中心，坚持自主研发和不断创新，持续提升资源整合、产品融合的核心竞争力及品牌影响力。

（二）公司未来三年的发展规划

公司将以首次公开发行股票并上市为契机，进一步规范公司法人治理结构，学习和运用先进的企业管理理念与手段，建立现代化的企业经营管理体系，实现企业经营管理的整体优化；坚持以公司发展目标为导向，结合实际情况，通过募集资金项目的建设，将使公司主营业务和产品得到完善，巩固及提升市场竞争力；加强公司服务或产品研发能力、支撑能力及持续创新能力；建立更加完善的市场营销网络，提升销售能力；增强公司综合实力，提升产品核心竞争力和公司的整体盈利能力，促进公司长期持续稳健发展。具体如下：

1、主营业务发展规划

把握 5G 商用对物联网及无线化趋势推动的市场机遇，坚持“虚拟商品运营服务”及“物联网运营服务”两大发展方向。以 4G 流量（手机和物联网流量）运营为基础，紧跟移动互联网发展步伐，持续整合权益类数字化虚拟商品，并逐步构建蜂助手融合会员权益体系，通过自主研发的蜂助手软硬件一体化集成的综合权益服务云平台，以“SaaS 和 PaaS 赋能” 的 2B 模式和“融合会员权益”的 2C 模式，为生活类/支付类应用、视频播控类/监控类设备厂商、物联网场景化的行业应用提供整合或融合的产品和运营服务。

现阶段公司完成了虚拟商品资源/物联网资源和销售渠道的初步整合，处于

个人产品和行业应用的融合运营阶段，整合运营将持续完善，融合运营将持续深化。公司将从个人产品的融合运营，逐步发展到家庭会员权益的融合运营，进而实现多行业产品资源和权益的一体化运营模式。

（1）虚拟商品运营服务

公司持续整合“刚需、高频、普遍”服务的虚拟商品，以整合“流量、视频会员、话费、电商卡、拉新服务”等大类的虚拟商品为核心，覆盖“生活卡券、音乐会员、阅读会员、游戏充值、在线教育、旅游出行、车主服务、便民服务”等普遍覆盖的长尾服务。通过自主研发的虚拟商品运营云平台，以 SaaS 赋能的方式快速灵活输出到“运营商、手机厂商、银行、物业”等 APP 应用中，并在各行业超级 APP 应用上嵌入“充值中心”服务入口（建立虚拟商品超市模式）。助力“支付类/生活类”应用拉新、促活、提升业务交易量，形成运营型、入口型的渠道体系，实现公司与渠道双赢。

同时，通过嵌入式的整合运营，逐步与渠道平台建立常态化的营销模式，设计与渠道运营方向一致的融合产品，建立紧密一致的业务目标，从虚拟商品的整合运营，发展到 2B2C 模式的个人权益融合运营，从交易型发展到连续收费产品模式，确保虚拟商品业务量持续稳健、快速提升。

（2）物联网运营服务

5G 的发展将有效推动物联网应用的快速发展，物联网是除个人通信外，新增的另一个万亿级通信市场，物联网市场主要包括四大环节市场，分别为：通信协议、上网模块、网络传输（连接服务，通常也叫物联网流量运营服务）、物联网应用。公司主要在网络传输跟物联网应用进行布局，以公网+专网连接为基础，重点提供“物联网流量池的运营、物联网场景化应用运营”两大方向，根据不同应用场景的需求，提供定制化服务解决方案，逐步提升公司的市场份额及市场竞争力。

2、技术研发规划

基于公司的业务沉淀，对公司各个业务进行共性抽离而形成的业务中台架构，不但可以随时随地打破部门壁垒，避免重复投资，支撑新老业务快速响应市场变化，也可以保证 IT 架构的稳定不变。“清晰业务架构，提高需求响应，提升系统

复用，降低定制成本，实现系统互通，清晰处理数据，提升运营效率，有效管理资产，降低资源成本”是中台的核心价值。

围绕体系化、工具化、自动化的目标建设 PaaS 系统，完善研发管理支撑体系，提高研发交付效率，提高安全及运维服务能力。PaaS 能将现有各种技术共性能力进行整合，具体可以归类为基础环境服务、应用通用功能服务、应用环境线上运维服务。基础环境服务为业务部门提供应用生命周期的一站式研发服务，使软件开发更加简单高效。依赖于基础环境提供的能力，可以保证开发人员环境统一化，研发工具统一化，项目管理可视化，持续集成自动化。应用通用功能服务侧重点是围绕运行时应用基础功能和微服务治理，提供应用全生命周期管理，立体化监控，服务治理等功能。以多款成熟的分布式中间件为核心组件，提供秒级推送的分布式配置服务，链路追踪，安全加固，分布式任务调度等高可用组件。

针对城市级智慧停车、智慧消防和智慧社区等物联网应用场景和解决方案研究边缘云技术、物联网信息安全技术、物联网设备智能网关、5G 智能全网通云卡、基于人工智能的车辆识别和跟踪技术、自动泊车机器人等高新领域技术，保持公司技术先进性及提高产品竞争能力。

3、综合管理规划

（1）人力资源升级工程

人才是企业的第一生产力，是企业持续发展壮大的关键、首要资源。随着公司业务的快速发展和企业规模的壮大，公司对人才的层次、人才的多样性、人才的质量的要求也越来越高，同时对企业现有员工能力的培养、人才的培养，也提出了更高的挑战。未来几年，一方面，公司将分阶段、有目的地招收核心人才和专业人才；另一方面，公司将根据企业发展规划的需要，通过组织架构调整、人员调配等方式，将现有人才投入到企业核心业务、战略业务中去，并进一步完善各类专业人才的激励机制，制定具有竞争力的酬薪和职业发展计划，努力营造吸引人才、留住人才、能发挥人才主观能动性和创新性等的人力资源管理机制，充分为员工创造发展的机会，提升人力资源投入产出效应及配置优化，为公司战略发展提供持续稳定的人才保障。

（2）财务管理和风险管控提升工程

随着企业规模的壮大，以及公司业务的多样性和诸多未知因素的存在，特别是公司跨入的新领域、新业务越来越多，公司的财务管理水平，以及对企业经营的风险管控，将显得越来越重要，甚至是决定着企业的生死。未来，公司将以云平台的建设为契机、以企业生产系统集中、账务管理集中为基础，以合同管理和资金回款为日常抓手，强化财务与业务的协同机制、支撑机制、预警机制、分析参谋机制，从会计核算规范、合同规范、营收回款考核、投资项目（新业务）效益评价与预警、财务分析及预算等方面，进一步完善相关的财务管理制度、管理流程和信息化系统建设，加强成本控制、财务预算的执行、资金运行情况等方面工作的监督和预警，保证财务规划和财务经营目标的实现，降低企业经营风险，为公司的发展壮大和健康保驾护航。

（3）企业经营风险保障提升工程

企业的发展壮大和健康可持续，除业务部门努力做大做强已有业务并拓展新业务、研发新产品并推向市场外，还需要综合支撑部门为业务部门保驾护航。为此，除财务部和风控部门做好财务管理和涉财风控外，还需要公司在企业经营资质、法律风险管控、采购集中高效以及发票合同打印支撑等方面，做好保障和支撑工作。公司在业务发展的同时，将持续完善综合支撑部门职能，为公司的业务和产品的快速推进落地做好后勤保障和支撑。

（三）实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、持续优化产品或服务模式，培育盈利增长点

公司业务以应用 APP 分发运营服务为起点，2015 年，随着智能手机及 4G 网络的普及，移动互联网 APP 得到普遍的应用，用户对电信运营商流量需求大幅度激发，公司逐步开展移动互联网 APP 后市场运营，将业务延伸到电信运营商流量运营服务，并创新扩展至多品类数字化虚拟商品的聚合运营服务。同时，在运营商面临流量经营收入增长乏力的背景下，公司发现视频权益跟运营商业务结合的新业态，联合运营商及头部网络视频商推出由运营商流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流媒体、私人云服务等通信服务产品叠加视频内容权益，向用户提供视频权益融合产品，帮助运营商实现从用户通信服务到内

容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标。该业务实现了视频平台、运营商及蜂助手的三方共赢。2018 年随着运营商物联网商用和兴起，物联网流量应用到丰富的生活场景，公司业务亦进行了进一步延伸，为家庭及城市生活场景提供物联网运营服务，进一步完善公司在互联网生活服务领域的业务结构。报告期内，公司盈利能力逐步增强，归属于母公司所有者的净利润分别为 3,690.57 万元、4,129.87 万元、6,244.05 万元和 3,628.40 万元。

2、持续技术创新，建设研发体系和研发团队，形成公司核心技术

公司秉承用户需求导向，市场驱动的研发模式，坚持“工具化、自动化、体系化、平台化”的研发理念，贯彻执行云计算的技术线路，适时结合业务需求，进行相关技术创新并研发新产品、新服务，逐步完善技术和产品体系。公司持续保持较高的研发投入，研发费用逐年增加，报告期内，公司研发费用分别为 2,220.03 万元、2,602.60 万元、2,902.76 万元和 1,184.27 万元。通过对行业内前瞻性和关键性技术的探索，公司掌握了多项核心技术，积累了较为丰富的研究成果。截至本招股说明书签署日，公司已拥有 **23** 项发明专利，**142** 项软件著作权。

（四）实现未来发展规划拟采取的措施

1、本次公开发行股票为公司实现未来发展规划提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，促进公司服务能力的提升和技术水平的提高，增强公司在虚拟服务运营及物联网运营的核心竞争力；

2、以赋能产品模式为核心，持续积累“虚拟服务”和“物联网”客户，针对连续包月型业务，重点投入资源拉新和经营留存客户，拓展延伸以城市级智慧停车、智能家居等为基础的运营型应用场景；

3、严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，进一步完善公司的内部控制制度，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级，确保公司各项业务发展计划的实施能够平稳有序进行。

4、建立各专业线的科学实用的任职资格体系，逐渐建立并完善优化基于任职资格的薪酬体系，通过绩效管理将部门和员工个人的工作表现与公司战略目标紧密结合，确保公司战略快速平稳实现。同时，继续完善激励奖惩机制，激励个人创新，使公司的激励政策更加科学、公正，提高员工的忠诚度和企业文化认同

感，为公司良好发展提供人才保障。

（五）公司拟定上述规划和目标所依据的假设条件

1、国内宏观政治、经济、法律、产业政策和社会环境等，没有发生不利于公司经营活动的重大变化；

2、本次股票发行能够顺利完成，募集资金能及时到位，募集资金拟投资项目能顺利如期完成；

3、公司主要服务的市场容量、行业技术水平、行业竞争状况没有发生不利于公司经营活动的重大变化；

4、公司不存在重大经营决策失误从而影响公司正常运营，公司现有高级管理人员、核心技术人员和实际控制人在未来三年内不发生重大变化；

5、无不可抗拒因素或不可预见因素对公司造成重大不利影响。

（六）公司实施上述发展计划面临的主要困难和拟采用的方法、途径

1、面临的主要困难

（1）资金压力

目前公司主要依靠增发股份、银行等金融机构借款、滚存利润等途径获得业务发展所需资金，融资额度有限，而公司实施上述发展战略和各项具体计划都需要大量的资金支持。因此，资金短缺将是上述计划实施的主要困难，公司迫切需要通过以 IPO 为主的多种融资渠道，解决制约公司发展的资金瓶颈。

（2）人才瓶颈

公司上述计划的实施必须依靠优秀的人才队伍。随着公司经营规模的扩大和业务范围的不断拓展，公司现有人才在数量、知识结构和专业技能等方面不能完全满足发展的需求，需要在经营管理人才、策划人才、研发人才、营销人才等方面补充新鲜血液。因此，亟需加快内部培养和外部引进两种途径，确保培养和引进各类高技术人才，以实现公司发展目标。

（3）管理瓶颈

公司目前已制定一套适合现阶段业务开展的管理体系和信息化系统。但随着

经营规模的不断扩大，公司组织结构日益复杂，对公司管理层经营管理能力的要求越来越高；同时，随着公司新业务、新项目的不断拓展与落地，对业务生产系统规划与管控，也提出了新的挑战。另外，随着公司的人员规模的扩充壮大，公司在企业 ERP 等方面的管理体系也的要求也越来越高。综上，公司将面临着业务规模扩张所带来的组织结构和管理制度深度调整，以及提升管理人员管理水平和应变能力的挑战。

2、确保实现上述发展规划所采用的方法和途径

（1）本次公开发行股票为公司实现上述发展目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快投产，促进公司服务能力的提升和技术水平的提高，增强公司核心竞争力，全面提升公司盈利能力；

（2）通过内部培养和外部引进两种途径加快对优秀人才特别是管理人才、技术人才、运营人才和营销人才的引进，积极构建国内一流的综合服务团队，进一步提高公司的综合实力，确保公司业务发展目标的实现；

（3）严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，健全公司的内部控制制度，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

六、关于公司业务发展规划实施和目标实现情况的说明

本次发行上市后，公司将通过定期报告持续公告上述业务发展规划实施和目标实现情况。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，制定了《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》。该制度明确了信息披露的内容、程序、管理、责任追究机制，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司专设董事会办公室负责信息披露和投资者关系，董事会秘书韦子军专门负责信息披露事务，联系方式如下：

联系人：韦子军

电话：020-89811196

电子信箱：zhengquan@phone580.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规章和规则及《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）报告期内股利分配政策及历次利润分配的具体实施情况

1、报告期内的股利分配政策

根据《公司章程》及相关法律法规，公司分配当年税后利润时，按下列顺序进行分配：

（1）弥补以前年度亏损；

（2）按弥补以前年度亏损后剩余净利润的 10%提取公司法定公积金，公司法定公积金累计额达公司注册资本的 50%以上时，可以不再提取；

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。

公司根据《公司章程》及相关法律法规的股利分配原则进行股利分配。公司实行同股同利的股利分配政策，按股东持有的股份数额，采取派发现金或股票的形式进行分配。公司股利分配方案由公司董事会根据盈利状况和发展规划提出，经公司股东大会审议批准后实施。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会必须在股东大会召开后 2 个月内完成股利的派发事项。

2、报告期内的利润分配情况

2017 年 5 月 16 日，公司 2016 年年度股东大会决议向全体股东每 10 股送红股 2 股，向全体股东每 10 股派送 0.6 元现金，共计分配现金股利 205.29 万元（含税）。

2018 年 8 月 25 日，2018 年第 4 次临时股东大会决议向全体股东每 10 股派送 0.28 元现金，共计分配现金股利 204.21 万元（含税）。

（二）本次发行后的股利分配政策

为充分保障公司股东的合法权益，为股东提供稳定持续的投资回报，实现股东投资收益最大化，公司根据《公司法》、《公司章程》的相关规定，公司股东大

会通过的《蜂助手股份有限公司上市后三年股东利润分配计划》主要内容如下：

1、利润分配原则

公司实行持续、稳定和积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式

公司采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。公司董事会可以根据公司的资金实际情况提议公司进行中期现金分红，具体分配方案由董事会拟定，提交股东大会审议批准。

在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将优先采取现金方式分配股利；在预计公司未来将保持较好的发展前景，且公司发展对现金需求较大的情形下，公司可采用股票分红的方式分配股利。

现金分红的具体条件为：公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；公司累计可供分配利润为正值；审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；公司不存在重大投资计划或重大现金支出等特殊事项。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 10%。

股票分红的具体条件为：在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金股利分配的前提下，提出股票股利分配预案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

3、现金分红比例

（1）在满足上述现金分红条件下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（2）公司进行现金分红时，现金分红的比例应同时遵照以下要求：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、利润分配的期间间隔

在满足利润分配条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会审议通过后进行一次利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红，并提交股东大会审议批准。

5、利润分配政策决策程序

（1）董事会制定年度利润分配方案、中期利润分配方案，独立董事应对利润分配方案单独发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）董事会审议并通过利润分配方案后提交股东大会审议批准。

（3）股东大会审议利润分配方案。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道（包括但不限于股东热线电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（4）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过后 2 个月内完成利润分配事项。

6、利润分配政策修改

（1）当公司外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，或根据投资规划和长期发展需要等确需调整利润分配方案的，可以调整利润分配政策。调整后的

利润分配政策，不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

下列情况为上述所称的外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化：

①因国家法律法规、行业政策发生重大变化，非因公司自身原因而导致公司经审计的净利润为负；

②因出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免且不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经审计的净利润为负；

③出现《公司法》规定不能分配利润的情形；

④公司经营活动产生的现金流量净额连续两年均低于当年实现的可供分配利润的 10%；

⑤中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

（2）董事会制定利润分配政策修改方案，独立董事应在董事会召开前单独发表明确意见。

（3）董事会审议通过利润分配政策修改方案后，提交股东大会审议。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。利润分配政策调整或者变更议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据公司股东大会决议通过，若本次股票发行成功，公司首次公开发行股票前滚存利润由公司本次发行完成后的新老股东共同享有。

（四）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后股利分配政策不存在重大差异情况。

三、发行人股东投票机制的建立情况

发行人具有完善的股东大会制度，《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》等制度建立了累积投票制选举公司董事、中小投资者单独计票等机制，对法定事项规定了采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决，充分保证了股东权利。

（一）累积投票制度

根据《股东大会议事规则》相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）提供股东大会网络投票方式

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》相关规定，公司召开股东大会的地点为公司住所地或会议通知中确定的地点，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（三）征集投票权的相关安排

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》相关规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、相关承诺事项

（一）本次发行前股东自愿锁定所持股份的承诺

1、本公司控股股东、实际控制人罗洪鹏及其一致行动人吴雪锋、陈虹燕、蜂助手资产、广州诺为特承诺

（1）自公司本次发行并在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人/本企业不转让或者委托他人管理本人/本企业直接或间接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购本人/本企业持有的前述股份；

（2）持有公司股票的锁定期届满后 2 年内减持公司股票，股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价格（公司上市后有派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等事项的，以相应调整后的价格为基数，以下简称“发行价”）；

若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人/本企业持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

2、本次公开发行前海峡创新等 31 名直接持股的股东承诺

自公司首次公开发行并在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本公司/本企业/本人持有的公司首次公开发行前已发行的股份；也不由公司回购本公司/本企业/本人持有的前述股份。

3、本公司间接持股的董事、高级管理人员罗洪鹏、韦子军、丁惊雷及邱丽莹承诺

（1）自公司本次发行并在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司本次发行前已发行的股份；也不由公司回购本人所持有前述股份。

（2）若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次上市时公司股票的发行价（公司上市后有资本公积转增股本、派送股票或现金红利、配股或缩股等事项的，以相应调整后的价格为基数，以下简称“发行价”），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人以直接或间接方式持有公司股份的锁定期将自动延长 6 个月。

（3）本人在担任公司的董事和/或高级管理人员期间，每年转让本人直接或间接持有公司的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；本人在离职后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，且任期届满后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。

（4）本人减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本人减持公司股份前有其他规定的，则本人承诺将严格遵守本人减持公司股份时有效的规定实施减持。

4、本公司直接持股的董事、高级管理人员区锦棠承诺

（1）自公司本次发行并在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司本次发行前已发行的股份；也不由公司回购本人所持有前述股份。

（2）若公司上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次上市时公司股票的发行价（公司上市后有资本公积转增股本、派送股票或现金红利、配股或缩股等事项的，以相应调整后的价格为基数，以下简称“发行价”），或者公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人以直接或间接方式持有公司股份的锁定期将自动延长 6 个月。

（3）本人在担任公司的董事和/或高级管理人员期间，每年转让本人直接或间接持有公司的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；本人在离职后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，且任期届满后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。

（4）本人减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本人减持公司股份前有其他规定的，则本人承诺将严格遵守本人减持公司股份时有效的规定实施减持。

5、本公司间接持股的监事姚超创、王照良及李泽文承诺

（1）自公司本次发行并在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司本次发行前已发行的股份；也不由公司回购本人所持有上述股份。

（2）本人在担任公司的监事期间，每年转让本人直接或间接持有公司的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；本人在离职后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，且任期届满后 6 个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份。

（3）本人减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本人减持公司股份前有其他规定的，则本人承诺将严格遵守本人减持公司股份时有效的规定实施减持。

（二）公开发行前持股 5%以上的股东的持股及减持意向

1、本公司控股股东、实际控制人罗洪鹏及其一致行动人吴雪锋、陈虹燕、蜂助手资产、广州诺为特承诺

（1）减持条件：对于在本次发行前持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于所持公司股票锁定期的承诺，在锁定期内，不出售本次发行前持有的公司股份。所持公司股份在锁定期满后减持的，将在解除锁定股份数量范围内减持。

（2）减持股份的数量及方式：所持公司股票的锁定期满后两年内减持的，本人/本企业减持所持有的公司股份的数量不超过相关法律、法规、规章的规定限制。本人/本企业减持所持有的公司股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于二级市场竞价交易、大宗交易、协议转让等。

（3）减持价格：本人/本企业在锁定期满后两年内减持的，本人/本企业减持公司股份的减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整），且根据深圳证券交易所的相关交易规则具体确定。

（4）信息披露：本人/本企业减持公司股份前，将按照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所届时有效的规定履行信息披露义务。

（5）本人/本企业减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本人/本企业减持公司股份前有其他规定的，则本人/本企业承诺将严格遵守本人/本企业减持公司股份时有效的规定实施减持。

2、首次公开发行前持有公司 5%以上股份股东海峡创新承诺如下：

（1）减持条件：对于在本次发行前持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于所持公司股票锁定期的承诺，在锁定期内，不出售本次发行前持有的公司股份。所持公司股份在锁定期满后减持的，将在解除锁定股份数量范围内减持。

（2）减持股份的数量及方式：所持公司股票的锁定期满后两年内减持的，本公司减持所持有的公司股份的数量不超过相关法律、法规、规章的规定限制。本公司减持所持有的公司股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于二级市场竞价交易、大宗交易、协议转让等。

（3）减持价格：本公司在锁定期满后两年内减持的，根据深圳证券交易所的相关交易规则具体确定。

（4）信息披露：本公司减持公司股份前，将按照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所届时有效的规定履行信息披露义务。

（5）本公司减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本公司减持公司股份前有其他规定的，则本公司承诺将严格遵守本公司减持公司股份时有效的规定实施减持。

（三）稳定股价预案

为保障投资者合法权益，维持公司上市后三年内股价的稳定，公司制定了《关于公司股票上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价预案》，具体内容如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件

自公司股票上市之日起三年内，若非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中的归属于母公司普通股股东权益合计数÷最近一个会计年度末公司股份总数，下同）时，公司将启动股价稳定措施。

在启动稳定股价措施的条件被触发后，将依次采取公司回购股份、控股股东增持及董事（非独立董事）、高级管理人员增持等措施以稳定公司股价，回购或

增持价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。

2、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，将按顺序采取如下部分或全部措施稳定公司股价：

（1）公司回购股份

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于支持上市公司回购股份的意见》、《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》等相关法律、法规的规定，且在满足以下条件的情形下履行回购义务：

①回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

②单次用于回购的资金金额累计不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%。

③单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 50%。

④公司按上述条件实施回购后三个月内再次出现触发回购情形的，在该三个月内不再履行回购义务。

公司回购股份的启动程序：

①公司应在上述启动稳定股价措施的条件触发后 5 个交易日内召开董事会，审议公司是否回购股份以稳定股价及具体的回购方案。

②董事会如决议不回购，需公告理由；如决议回购，需公告回购方案，并在 30 个交易日内召开股东大会审议相关回购股份议案。

③股东大会审议通过回购股份的相关议案后，公司将依法履行通知债权人和备案程序（如需）。公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

④公司应在股东大会关于回购股份的决议做出之日开始履行与回购相关法定手续，并在决议做出之日起三个月内实施完毕。回购方案实施完毕后，公司应

在依照《中华人民共和国证券法》及其他相关法律法规的规定履行信息披露义务，并在三年内完成回购股份的转让或者注销。

如果回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

（2）公司控股股东增持股份

公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持，并在满足以下条件的情形下履行增持义务：

①公司已采取回购公众股措施，但仍满足触发启动稳定股价措施的条件。

②增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

③单次用于增持的资金金额累计不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 15%。

④累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 30%。

⑤控股股东按上述条件实施增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行增持义务。

公司将在上述第一条满足后 2 个交易日内向控股股东发出应由控股股东增持股份稳定股价的书面通知。

控股股东增持股份的启动程序：

①在应由控股股东增持股份稳定股价时，公司控股股东应在收到公司通知后 2 个交易日内，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

②控股股东应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续，并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

③增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。如果公司公告控股股东增持计划后 3 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，控股股东可不再实施上述增持公司股份的计划。

（3）公司董事（非独立董事）、高级管理人员增持股份

公司董事（非独立董事）、高级管理人员以增持股份方式稳定公司股价应以符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求为前提，并在满足以下条件的情形下履行增持义务：

①公司已采取回购公众股措施且控股股东已采取增持股份措施，但仍满足触发启动稳定股价措施的条件。

②增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

③单次用于增持的资金金额累计不超过公司董事（非独立董事）、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 15%。

④单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 30%。

⑤公司董事（非独立董事）、高级管理人员按上述条件实施增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行增持义务。

公司将在上述第一条满足后 2 个交易日内向有增持义务的公司董事、高级管理人员发出应由其增持股份稳定股价的书面通知。

董事、高级管理人员增持股份的启动程序：

①在应由董事、高级管理人员增持股份稳定股价时，有增持义务的公司董事、高级管理人员应在收到公司通知后 2 个交易日内，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

②有增持义务的公司董事、高级管理人员应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续，并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

③增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。如果公司公告增持计划后 3 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司董事（非独立董事）、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。在公司任职的董事（非独立董事）、高级管理人员应根据本预案的规

定签署相关承诺。对于未来新聘的董事、高级管理人员，公司将敦促并确保该等董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于稳定股价预案方面的相应承诺要求。

3、约束措施

（1）公司回购股份

如果公司未能履行上述回购股份的承诺，将：

①将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益；

③将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

④因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

（2）控股股东增持公司股份

如果控股股东未能履行上述增持公司股份的承诺，将：

①在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益；

③将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

④因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；

⑤公司有权扣减应向控股股东支付的分红，代控股股东履行上述增持义务，扣减金额不超过控股股东承诺的增持金额上限规定。

（3）公司董事（非独立董事）、高级管理人员增持公司股份

如果公司董事（非独立董事）、高级管理人员未能履行上述增持公司股份的承诺，将：

①在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②公司有权扣减应向董事（非独立董事）、高级管理人员支付的薪酬或津贴，代董事（非独立董事）、高级管理人员履行上述增持义务，扣减金额不超过董事（非独立董事）、高级管理人员承诺的增持金额上限规定。

若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对公司、控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员因违反上述措施而应承担的相关责任及后果有不同规定的，公司、控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。

（四）关于招股说明书信息披露的承诺

公司、公司控股股东及实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员承诺发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，则：

1、公司承诺

（1）本公司将依法回购本次公开发行的全部股份；本公司将在该等违法事实被中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或司法机关等有权机关认定之日起 5 个工作日内制定股份回购方案并予以公告，并在公告之日起 6 个月内完成回购，回购价格不低于本公司股票首次公开发行价格与银行同期存款利息之和。如上市后本公司股票有利润分配或送配股份等除权、除息事项，回购价格相应进行调整。

（2）如本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法赔偿投资者损失，并依法承担其他相应的法律责任。

2、控股股东、实际控制人承诺

（1）本人将依法督促发行人回购首次公开发行的全部新股，并购回已转让的原限售股份及已公开发售的股份；本人将在该等违法事实被中国证监会、证券

交易所或司法机关等有权机关认定之日起 5 个交易日内制定股份购回方案并予以公告，并在公告之日起 6 个月内完成购回，购回价格不低于发行人股票首次公开发行价格与银行同期存款利息之和。如上市后发行人股票有利润分配或送配股份等除权、除息事项，购回价格相应进行调整。

（2）如发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担其他相应的法律责任。

（3）如经中国证监会、深圳证券交易所等主管机关认定本企业未能及时履行上述承诺事项，本人同意发行人立即停止对本人实施现金分红计划，直至本人履行相关承诺。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

（1）如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担其他相应的法律责任。

（2）如经中国证监会、深圳证券交易所等主管机关认定本人未能及时履行上述承诺事项，本人同意发行人立即停止发放本人应领取的薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺。

4、中介机构承诺

发行人保荐机构光大证券股份有限公司、发行人审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）、发行人资产评估机构中瑞世联资产评估集团有限公司、发行人律师事务所北京大成律师事务所等证券服务机构承诺：因其为蜂助手股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的措施

为保证本次募集资金合理使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来的回报能力，公司拟通过采取多方面措施提升公司的盈利能力与水平，尽量减少

因本次发行造成的净资产收益率下降和每股收益摊薄的影响。

公司将通过严格执行募集资金管理制度，提高募集资金使用效率，加快募集资金投资项目的建设速度，提高公司综合竞争力，努力扩大业务规模，完善公司治理，加大人才引进等措施，提升资产质量、提高盈利水平，实现可持续发展，以填补可能被摊薄的即期收益回报。具体措施如下：

（1）加强募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

为保障公司规范、有效使用募集资金，公司已按相关法律法规的要求制定了《募集资金管理办法》，本次发行募集资金到位后，公司董事会将与保荐机构、募集资金专户开户行签署三方监管协议，充分听取独立董事的意见，持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金按计划使用。

（2）积极稳妥的实施募投资金投资项目

本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配资源，力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作。本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，升级和优化产品，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司市场地位，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

（3）进一步提升公司经营管理水平和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管理风险。

（4）优化投资者回报机制，实施积极的利润分配政策

根据《公司法》、《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司监管指引第 3 号

——上市公司现金分红》、《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律法规的规定，公司制订了《公司上市后三年分红回报规划》，明确公司上市后未来三年分红回报规划的制定原则和具体规划内容，充分维护公司股东依法享有的资产收益。公司将严格执行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报。然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

2、公司董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报保障措施的承诺

作为发行人的董事、高级管理人员，本人就发行人本次发行填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，承诺如下：

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）全力支持及配合发行人对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）严格遵守相关法律法规、中国证监会和深圳证券交易所等监管机构规定和规则、以及发行人制度规章关于董事、高级管理人员行为规范的要求，坚决不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）如发行人未来实施股权激励计划，将全力支持发行人将该股权激励的行权条件等安排与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人若违反或未履行上述承诺，愿意根据中国证监会和深圳证券交易所的有关规定承担相应的责任。

3、公司控股股东关于填补被摊薄即期回报保障措施的承诺

为保证公司填补回报措施能够得到切实履行，本人/本企业承诺：不得越权

干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

（六）关于本次发行前滚存利润的分配

经公司股东大会决议通过，本次公开发行 A 股股票成功后，公司公开发行股票前滚存未分配利润由首次公开发行股票完成后的新老股东按其所持股份共同享有。

（七）本次发行上市后公司的利润分配政策

公司及所有股东承诺将严格遵守上市后适用的《蜂助手股份有限公司章程（草案）》、《蜂助手股份有限公司上市后三年股东利润分配计划》及本公司股东大会审议通过的其他规定所制定的利润分配政策的安排。

1、利润分配原则

公司实行持续、稳定和积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式

公司采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。公司董事会可以根据公司的资金实际情况提议公司进行中期现金分红，具体分配方案由董事会拟定，提交股东大会审议批准。

在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将优先采取现金方式分配股利；在预计公司未来将保持较好的发展前景，且公司发展对现金需求较大的情形下，公司可采用股票分红的方式分配股利。

现金分红的具体条件为：公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；公司累计可供分配利润为正值；审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；公司不存在重大投资计划或重大现金支出等特殊事项。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 10%。

股票分红的具体条件为：在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股

利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金股利分配的前提下，提出股票股利分配预案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

3、现金分红比例

（1）在满足上述现金分红条件下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（2）公司进行现金分红时，现金分红的比例应同时遵照以下要求：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、利润分配的期间间隔

在满足利润分配条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会审议通过后进行一次利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红，并提交股东大会审议批准。

5、利润分配政策决策程序

（1）董事会制定年度利润分配方案、中期利润分配方案，独立董事应对利润分配方案单独发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）董事会审议并通过利润分配方案后提交股东大会审议批准。

（3）股东大会审议利润分配方案。公司应当提供网络投票等方式以方便股

东参与股东大会表决。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道（包括但不限于股东热线电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（4）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过后 2 个月内完成利润分配事项。

6、利润分配政策修改

（1）当公司外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，或根据投资规划和长期发展需要等确需调整利润分配方案的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策，不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

下列情况为上述所称的外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化：

①因国家法律法规、行业政策发生重大变化，非因公司自身原因而导致公司经审计的净利润为负；

②因出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免且不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经审计的净利润为负；

③出现《公司法》规定不能分配利润的情形；

④公司经营活动产生的现金流量净额连续两年均低于当年实现的可供分配利润的 10%；

⑤中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

（2）董事会制定利润分配政策修改方案，独立董事应在董事会召开前单独发表明确意见。

（3）董事会审议通过利润分配政策修改方案后，提交股东大会审议。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。利润分配政策调整或者变更议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

除上述规定外，公司制定了《**蜂助手**股份有限公司上市后三年股东利润分配计划》，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配及发行前滚存利润安排”之“（二）本次发行后的股利分配政策”的相关内容。

（八）未能履行承诺时的约束措施

公司及相关责任主体（控股股东、董事、监事、高级管理人员）在发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市过程中出具了一系列承诺，为保护投资者特别是中小投资者的合法权益，根据中国证券监督管理委员会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的规定，公司及相关责任主体承诺如下：

若相关承诺未能履行、明确已无法履行或无法按期履行的，公司及相关责任主体将采取如下约束措施：

1、及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益；

3、将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

4、公司及相关责任主体违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；

5、公司及相关责任主体在相关承诺中已明确了约束措施的，以相关承诺中的约束措施为准。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

（一）销售合同

公司通常与客户签署长期合作框架协议，并约定销售商品、服务的定价原则，在长期合作框架协议约定下，公司业务人员按月与客户进行月度结算。

报告期内，本公司已履行完毕和正在履行的每年度交易金额人民币 2,000 万元以上的销售合同如下：

序号	签约主体	客户名称	销售内容	合同有效期	履行情况
1	蜂助手	华为软件技术有限公司	技术服务	自双方签字或盖章之日起开始生效并且在被终止前始终有效。	正在履行
2	蜂助手	深圳市东恒网络科技有限公司	流量技术服务	本协议有效期为 2019 年 6 月 1 日至 2020 年 5 月 31 日。本协议即将期满时，若任何一方有异议，须在本协议期满一个月内书面提出，双方协商解决。若双方均未提出书面异议或终止本协议通知，本协议有效期自动顺延一年，顺延次数不限	正在履行
3	蜂助手	深圳市东恒网络科技有限公司	流量充值业务	自合同生效之日起，至 2017 年 12 月 31 日止。	履行完毕
4	零世纪	中国移动通信集团广东有限公司	融合运营服务	自协议签订日期起至 2020 年 3 月 31 日内有效。	履行完毕
5	零世纪			自协议签订日期起至 2020 年 12 月 31 日内有效。协议约定期满后，如乙方（零世纪）符合相应情形，协议期限可自动顺延一年。	正在履行
6	广州助蜂	中国移动通信集团广东有限公司	融合运营服务	自协议签订日期起至 2020 年 12 月 31 日内有效。协议约定期满后，如乙方（零世纪）符合如下情形，协议期限可自动顺延一年	正在履行
7	广州助蜂	中国移动通信集团广东有限公司	融合运营服务	自协议签订日期起至 2019 年 12 月 31 日内有效	履行完毕
8	汉鼎 蜂助手	联通华盛通信有限公司北京电子商务分公司	腾讯极光盒子	自协议签订日期起至 2021 年 8 月 31 日有效	正在履行

备注：话费等代理业务由于采用净额法核算，对公司收入、成本的影响较小，其相关合同未列示。

（二）采购合同

公司通常与供应商签署长期合作框架协议，并约定采购商品、服务的定价原则，在长期合作框架协议约定下，公司根据业务需要情况向供应商下发采购订单。

报告期内，本公司已履行完毕和正在履行的每年度交易金额人民币 2,000 万元以上的采购合同如下：

序号	签约主体	客户名称	采购内容	合同有效期	履行情况
1	蜂助手	广东宏科通信有限公司	流量产品	合作有效期限自 2019 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日止。本协议即将期满时，若任何一方有异议，须在本协议期满前一个月提出，双方协商解决。本协议从双方正式签约之日起生效。如期满双方对于协议的继续无法达成一致，则本协议终止	正在履行
2	蜂助手	广东赛瑞通讯有限公司	流量产品	合作有限期限自 2019 年 6 月 1 日至 2021 年 5 月 31 日止。本协议即将期满时，若任何一方有异议，须在本协议期满前	正在履行
3	蜂助手	深圳易普森科技股份有限公司	流量产品	合作有效期限自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止。本协议即将期满时，若任何一方有异议，须在本协议期满前一个月提出，双方协商解决。期满后，如果双方均无违反本协议规定事项，也均无提出异议，则本协议的有效期限自动顺延一年。本协议从双方正式签约之日起生效。如期满双方对于协议的继续无法达成一致，则本协议终止	正在履行
4	蜂助手	上海大汉三通无线通信有限公司	流量产品	本协议有效期为贰年，自 2018 年 6 月 1 日至 2020 年 5 月 31 日。本协议期满前的 30 日内，协议双方中的一方需向另一方提出续约要求，经双方一致协商同意，可签订续约协议，否则协议终止	履行完毕

序号	签约主体	客户名称	采购内容	合同有效期	履行情况
5	蜂助手	上海大汉三通无线通信有限公司	流量产品	协议有效期为壹年,自 2017 年 6 月 1 日至 2018 年 5 月 31 日.本协议期满前的 30 日内，协议双方中的一方需向另一方提出续约要求，经双方一致协商同意，可签订续约协议，否则协议终止	履行完毕
6	广州助蜂	北京爱奇艺科技有限公司	爱奇艺会员及相关产品（广东移动渠道）	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，若双方均未对续约提出异议，则本合同自动续期一年，次数不限	正在履行
7			爱奇艺会员及相关产品（广东移动渠道）	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，若双方均未对续约提出异议，则本合同自动续期一年，次数不限	履行完毕
8	零世纪	优酷信息技术（北京）有限公司	优酷 VIP 会员权益（广东移动、贵州移动、内蒙古移动、四川移动、福建电信、广西电信）	自协议生效日起至 2020 年 3 月 31 日止	履行完毕

备注：话费等代理业务由于采用净额法核算，对公司收入、成本的影响较小，其相关合同未列示。

（三）借款、授信合同及担保合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的借款、授信、担保和抵（质）押合同如下：

序号	签署日期	借款方	贷款银行	合同名称和编号	担保合同	内容
1	2018/12/14	蜂助手	招商银行股份有限公司广州分行	《法人购房借款及抵押合同》（120525HT2018110702）	蜂助手房产抵押《法人购房借款及抵押合同》（120525HT2018110702） 罗洪鹏连带保证责任《不可撤销担保书》（120525HT2018110702-1） 区锦棠连带保证责任《不可撤销担保书》（120525HT2018110702-2） 吴雪锋连带保证责任《不可撤销担保书》（120525HT2018110702-3）	银行向蜂助手提供 6,686.00 万元借款用于蜂助手向广州穗荣房地产开发有限公司购买房产。贷款期限为 120 个月，自贷款实际发日起算。
2	2019/9/26	零世纪	中国银行股份有限公司广州天河支行	《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120190143） 《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120190143-补 1） 《短期流动资金贷款额度合	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190316） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190317） 广州助蜂连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190318） 蜂助手连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190319）	银行向广州零世纪提供 500.00 万元可循环使用的借款。额度使用期限为 2019 年 9 月 26 日至 2020 年 9 月 25 日。

序号	签署日期	借款方	贷款银行	合同名称和编号	担保合同	内容
				同》（ZX-GED475860120190143-补 2）		
3	2019/12/16	广州助蜂	中国银行股份有限公司广州天河支行	《人民币循环借款合同》（ZX-GED475860120190139）	广州助蜂《保证金质押总协议》（2019 年 ZX-BZJZY 字 0148 号） 罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190310） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190311） 零世纪连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190312） 蜂助手连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190313）	银行向广州助蜂提供 700.00 万元可循环使用的借款。额度使用期限为 2019 年 12 月 13 日至 2020 年 9 月 30 日。
4	2020/2/27	蜂助手	中国银行股份有限公司广州天河支行	《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200024）	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120200028） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120200029） 蜂助手《保证金质押总协议》（2019 年 SX-BZJZY 字 0003 号） 蜂助手《最高额质押合同》（ZX-GZY475860120190002）	银行向蜂助手提供 500.00 万元可循环使用的借款。额度使用期限为 24 个月，自实际提款日期算；若为分期提款，则自第一个实际提款日起算。
5	2020/3/10	蜂助手	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	《浦发银行融资额度协议》（82012020280158）	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZB8201202000000013） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZB8201202000000014） 零世纪连带保证责任《最高额保证合同》（ZB8201202000000015） 广州助蜂连带保证责任《最高额保证合同》（ZB8201202000000016）	银行向蜂助手提供 1,000.00 万元可循环使用的融资额度。额度使用期限为 2020 年 2 月 28 日至 2021 年 2 月 28 日。
6	2020/3/20	蜂助手	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	《浦发银行流动资金借款合同》（82012020280224）		银行在《浦发银行融资额度协议》82012020280158 项下，向蜂助手提供 500.00 万元借款，借款期限为 2020 年 3 月 20 日至 2021 年 2 月 28 日。
7	2020/3/25	蜂助手	中国银行股份有限公司广州天河支行	《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200019）	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120200028） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120200029） 蜂助手《保证金质押总协议》（2019 年 ZX-BZJZY 字 0003 号） 蜂助手《最高额质押合同》（ZX-GZY475860120190002）	银行向蜂助手提供 500.00 万元可循环使用的借款。额度使用期限为 2020 年 3 月 6 日至 2021 年 3 月 5 日。
8	2020/7/17	零世纪	中国银行股份有限公司广州天河支行	《流动资金借款合同》（ZX-GDK475860120200219）	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190316） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190317） 广州助蜂连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190318） 蜂助手连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190319）	银行向零世纪提供 500.00 万元借款，借款期限为 24 个月，自实际提款日期算。

序号	签署日期	借款方	贷款银行	合同名称和编号	担保合同	内容
9	2020/8/20	蜂助手	中国建设银行股份有限公司广州天河支行	《人民币流动资金贷款合同》（HTZ440580000LDZJ202000039）	蜂助手《权利质押合同》（HTZ440580000YBDB202000021） 蜂助手《保证金质押合同》（HTZ440580000YBDB202000022）， 罗洪鹏《本金最高额保证合同》（2018年天自然人本金最高额保证字第35号） 吴雪锋《本金最高额保证合同》（2018年天自然人本金最高额保证字第36号）广州零世纪《本金最高额保证合同》（2018年天本金最高额保证字第11号）	银行向蜂助手提供1,000.00万元借款，借款期限从2020年8月20日至2021年8月19日。
10	2020/9/16	广州助蜂	中国银行股份有限公司广州天河支行	《流动资金借款合同》（ZX-GDK475860120200316）	罗洪鹏连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190310） 吴雪锋连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190311） 零世纪连带保证责任《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190312） 蜂助手连带责任保证《最高额保证合同》（ZX-GBZ475860120190313）	银行向广州助蜂提供300.00万元借款，借款期限24个月，自实际提款日期算。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对全资子公司以外的对外担保情况。

三、重要诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在尚未完结的涉案标的在人民币500万元以上的诉讼、仲裁案件情况。

2019年12月2日，公司实际控制人、控股股东、董事长兼总经理罗洪鹏因醉酒驾驶涉嫌危险驾驶罪被深圳市南山区人民检察院依法提起公诉，2019年12月10日，深圳市南山区人民法院判处罗洪鹏危险驾驶罪，判处拘役一个月，缓刑六个月，并处罚金人民币六千元。截至2020年6月23日，罗洪鹏已缴纳罚款并依法解除社区矫正，本案件已经执行完毕。

上述案件不属于《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（下称“《注册办法》”）规定的不得存在的五类经济刑事犯罪或重大违法行为，不会影响公司实际控制人、控股股东的董事和高管任职资格，不影响本次发行上市条件，对公司生产经营没有重大影响。

（一）本案件不构成触及发行条件的刑事犯罪或重大违法行为

《注册办法》第二章第十三条第二款规定：“最近3年内，发行人及其控

股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。……”

1、本案件不构成触及发行条件的刑事犯罪

公司控股股东、实际控制人罗洪鹏因醉酒后驾驶机动车，被判处危险驾驶罪，本案件不属于上述条款所述之“贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序”五类严重的经济刑事犯罪。

2、本案件不构成触及发行条件的重大违法行为

公司控股股东、实际控制人罗洪鹏醉驾的交通违法行为不构成触及发行条件的重大违法行为，具体分析如下：

（1）根据《关于办理醉酒驾驶机动车刑事案件适用法律若干问题的意见》第一条：“在道路上驾驶机动车，血液酒精含量达到 80mg/100ml 以上的，属于醉酒驾驶机动车……。”

危险驾驶罪入罪标准为驾驶人员血液酒精含量达到 80mg/100ml 以上，罗洪鹏被查获时，血液中乙醇含量为 91.27mg/100ml，仅略高于危险驾驶罪的入罪标准。

（2）根据《广东省高级人民法院〈关于常见犯罪的量刑指导意见（二）〉实施细则（试行）》第一条关于危险驾驶罪的规定：1、构成危险驾驶罪的，可以在一个月至二个月拘役幅度内确定量刑起点。

危险驾驶罪的基准法定刑为一个月至二个月的拘役，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏被判处一个月的拘役，其一个月的拘役量刑幅度为最低的量刑，即法院在法定刑的限度内对罗洪鹏进行了从轻处罚。

（3）根据《中华人民共和国刑法》第七十二条：对于被判处拘役、三年以下有期徒刑的犯罪分子，同时符合下列条件的，可以宣告缓刑，对其中不满十八周岁的人、怀孕的妇女和已满七十五周岁的人，应当宣告缓刑：（一）犯罪情节较轻；（二）有悔罪表现；（三）没有再犯罪的危险；（四）宣告缓刑对所居住

社区没有重大不良影响。

公司控股股东、实际控制人罗洪鹏犯罪情节较轻，因此被宣告缓刑。

综上，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏的醉驾行为未对人员及公共设施等造成危害后果，且根据相关规定公司控股股东、实际控制人罗洪鹏的行为不属于情节严重的情形，其不属于《注册办法》第二章第十三条第二款所指的重大违法行为。

（二）公司控股股东、实际控制人罗洪鹏不存在《注册办法》第十三条第三款规定的情况

根据《注册办法》第十三条第三款：“……董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。”

根据《广东省非税收入（电子）票据》和《解除社区矫正证明书》，罗洪鹏已缴纳罚款并依法解除社区矫正，本案件已经执行完毕。

根据深圳市公安局无犯罪记录证明书办事处出具的《证明》，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏除因犯危险驾驶罪被深圳市南山区人民法院判处拘役一个月，缓刑六个月外，未发现其他犯罪记录在案。

综上，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏不存在《注册办法》第十三条第三款规定的因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

（三）本案件不影响公司实际控制人担任董事和高管的资格

《公司法》规定：“因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年”的，不得担任公司董事和高管。

本案件不属于上述情况，不会影响公司实际控制人在公司担任董事和高管的任职资格。

（四）本案件与公司日常经营行为无关，对公司生产经营没有重大不利影响

本案件系公司控股股东、实际控制人罗洪鹏的个人行为，与公司日常经营行为无关，不会影响到公司实际控制人的任职资格，不会对其后续正常履职产生影响，因而对公司未来生产经营没有重大不利影响。

综上，本案件不属于《注册办法》规定的不得存在的五类经济刑事犯罪或重大违法行为，不属于《公司法》规定的不得担任公司董事和高级管理人员的情形，不会影响公司实际控制人、控股股东的董事和高管任职资格，不影响本次发行上市条件，对公司生产经营没有重大影响。

除上述案件外，最近三年公司实际控制人、控股股东及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的或者可以预见的重大诉讼或仲裁事项，不存在其他违法违规情况。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

第十二节 声明

发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

罗洪鹏　　区锦棠　　丁惊雷

韦子军　　杨 健　　王亚楠

肖世练　　刘俊秀　　向 民

全体监事签名：

李泽文　　王照良　　姚超创

全体高级管理人员签名：

罗洪鹏　　区锦棠　　丁惊雷

韦子军　　邱丽莹

蜂助手股份有限公司

2021年 1 月 20 日

控股股东、实际控制人的声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：

罗洪鹏

蜂助手股份有限公司

2021年 1月 20日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

蒋承呈

保荐代表人：

李国强　　胡姗姗

法定代表人、总裁：

刘秋明

董事长：

闫　峻

光大证券股份有限公司

2021 年 1 月 20 日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读蜂助手股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长：

闫 峻

光大证券股份有限公司

2021 年 1 月 20 日

保荐人（主承销商）总裁声明

本人已认真阅读蜂助手股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

总裁：_____

刘秋明

光大证券股份有限公司

2024 年 1 月 20 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师签名：

倪洁云　　曾　斯

律师事务所负责人授权代表签名：

王隽

北京大成律师事务所

2021 年 1 月 20 日

会计师事务所声明

大华特字[2021] 000268 号

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的蜂助手股份有限公司大华审字[2020]0012870 号审计报告、大华核字[2020]005350 号内部控制鉴证报告、大华核字[2020]005348 号非经常性损益鉴证报告、大华核字[2020]005347 号主要税种纳税情况说明的鉴证报告、大华核字[2020]005349 号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告、大华核字[2021]000295 审阅报告等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对蜂助手股份有限公司在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告、非经常性损益鉴证报告、主要税种纳税情况说明的鉴证报告、申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁 春

签字注册会计师：

王建华

郑荣富

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年一月二十日

资产评估机构声明

本机构（曾用名为“中瑞国际资产评估（北京）有限公司”）及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告（中瑞评报字[2015]090755308 号）无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告（中瑞评报字[2015]090755308 号）的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师签名： _____ _____

杨文化 夏薇

资产评估师 夏 薇 43080003

资产评估机构负责人签名： _____

何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司

2021 年 1 月 10 日

中瑞世联资产评估集团有限公司
关于签字评估师离职的说明

本机构（曾用名为“中瑞国际资产评估（北京）有限公司”）于 2015 年 9 月 6 日出具的“中瑞评报字[2015]090755308 号”的《广东蜂助手网络技术有限公司拟进行股份制改造所涉及的股东全部权益价值资产评估报告》签字注册评估师杨文化，已从本公司离职，因此无法安排其在蜂助手股份有限公司《招股说明书》的资产评估机构声明中“签字注册评估师”处签字盖章。

特此说明。

资产评估机构负责人签名：
何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司

2021 年 1 月 20 日

说 明

广东蜂助手网络技术有限公司整体变更为广东蜂助手网络技术股份有限公司时，委托中瑞国际资产评估（北京）有限公司对广东蜂助手网络技术有限公司的股东全部权益以 2015 年 7 月 31 日为基准日的价值进行评估，中瑞国际资产评估（北京）有限公司出具了中瑞评报字[2015]090755308 号资产评估报告。

2017 年 11 月 24 日，经北京市工商行政管理局批准，中瑞国际资产评估（北京）有限公司更名为中瑞世联资产评估（北京）有限公司。

2018 年 4 月 4 日，财政部办公厅、证监会办公厅同意对原中瑞国际资产评估（北京）有限公司更名为中瑞世联资产评估（北京）有限公司的变更事项予以备案。

2019 年 11 月 8 日，经北京市工商行政管理局批准，中瑞世联资产评估（北京）有限公司更名为中瑞世联资产评估集团有限公司。

2019 年 11 月 27 日，财政部办公厅、证监会办公厅同意对原中瑞世联资产评估（北京）有限公司更名为中瑞世联资产评估集团有限公司的变更事项予以备案。

特此说明!

中瑞世联资产评估集团有限公司

2021 年 1 月 20 日

验资机构声明

大华特字[2021]000267 号

本所及签字注册会计师已阅读关于蜂助手股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的大华验字[2018]000474 号验资报告、大华验字[2020]000056 号验资报告、大华验字[2020]000095 号验资报告、大华核字[2020]001736 号出资复核报告、大华核字[2020]001737 号出资复核报告、大华核字[2020]007594 号历次验资复核报告无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对蜂助手股份有限公司在招股说明书中引用的验资报告内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁 春

签字注册会计师：

王建华

郑荣富

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年一月二十日

第十三节 附件

一、附件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告；

（九）内部控制鉴证报告；

（十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十一）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十二）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点和查阅时间

投资者于可直接在深圳证券交易所网站查阅。

（一）查阅地点：

1、深圳证券交易所信息披露网站巨潮资讯网（http：//www.cninfo.com.cn）

2、公司和保荐人（主承销商）住所

（二）查阅时间：本次发行承销期间，除法定节假日以外每日上午 8：30-11：30，下午 13：30-16：30。