

A72 信息披露 | Disclosure

(上接 A71 版)

(一) 本次发行前后的股本情况
以发行 2000 万股计算, 占公司发行后总股本的 25.00%。发行前后公司的股本结构如下:

项目	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量(万股)	持股比例	持股数量(万股)	持股比例
有限 售 股 份	王飞雪	1,915.89	31.93%	1,915.89	23.95%
	金建林	1,752.22	29.20%	1,752.22	21.90%
	袁爽	1,245.97	20.77%	1,245.97	15.57%
	中移创新	296.25	4.94%	296.25	3.70%
	廖真	196.72	3.28%	196.72	2.46%
	王德杰	165.39	2.76%	165.39	2.07%
	彭晓明	165.39	2.76%	165.39	2.07%
	胡旦	103.37	1.72%	103.37	1.29%
	联通创新	75.00	1.25%	75.00	0.94%
	刘伟	56.23	0.94%	56.23	0.70%
本次发行的股份	刘娜	27.57	0.46%	27.57	0.34%
	合计	6,000.00	100.00%	8,000.00	100.00%

(二) 本次发行前公司前十名股东
本次发行前公司的前十名股东情况如下:

股东名称	持股数量(万股)	持股比例	在公司任职
王飞雪	1,915.89	31.93%	-
金建林	1,752.22	29.20%	董事、总经理
袁爽	1,245.97	20.77%	董事长
廖真	196.72	3.28%	-
王德杰	165.39	2.76%	董事
彭晓明	165.39	2.76%	董事、副总经理
胡旦	103.37	1.72%	员工
联通创新	75.00	1.25%	-
刘伟	56.23	0.94%	-
合计	5,972.43	99.54%	-

(三) 本次发行前公司前十名自然人股东及在公司任职情况
本次发行前, 公司共有自然人股东 9 名, 该等自然人股东在公司任职情况具体如下:

股东名称	持股数量(万股)	持股比例	在公司任职
王飞雪	1,915.89	31.93%	-
金建林	1,752.22	29.20%	董事、总经理
袁爽	1,245.97	20.77%	董事长
廖真	196.72	3.28%	-
王德杰	165.39	2.76%	董事
彭晓明	165.39	2.76%	董事、副总经理
胡旦	103.37	1.72%	员工
刘伟	56.23	0.94%	-
刘娜	27.57	0.46%	-
合计	5,628.75	93.81%	-

(四) 国有股份或外资股份的情况
截至本招股说明书摘要签署之日, 发行人不存在国有股份或外资股份。

(五) 股东中的战略投资者持股及其简况
截至本招股说明书摘要签署之日, 发行人股东中无战略投资者。

(六) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例
本次发行前公司各股东中, 王飞雪与金建林为夫妻关系, 王飞雪持股比例为 31.93%, 金建林持股比例为 29.20%。王飞雪与胡旦为表姐妹关系, 其中胡旦持股比例为 1.72%。

除上述情况外, 本次发行前公司股东间不存在关联关系。

(七) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺
具体内容请见招股说明书摘要“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制、自愿锁定及减持的承诺”。

(八) 发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况
截至本招股说明书摘要签署之日, 发行人不存在内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

四、发行人主营业务及其变化情况
(一) 发行人主营业务情况
公司主营业务为信息技术(ICT) 运营管理领域的软件开发、技术服务、系统集成以及第三方软硬件销售业务。

公司自设立以来主营业务及主要经营模式未发生变化。

(二) 行业竞争状况
1. 行业市场竞争格局及市场化程度
软件和信息技术服务行业整体处于充分竞争状态, 企业数量众多, 市场化程度相对较高, 国内软件和信息技术服务市场在地域和行业上相对分散。从运营支撑系统行业来看, 本行业企业的技术不断成熟, 在产品价格、定制化开发、本地化技术服务及系统集成等方面, 较国际供应商具有了明显的竞争优势, 市场份额逐年上升, 已成为电信运营商等行业用户的主要供应商, 市场化程度较高且竞争充分。经过行业多年积累与发展, 行业的市场占有率呈现集中化趋势。

此外, 随着电信运营商业务模式逐步由“以网络为中心”向“以客户、服务为中心”发行转变, 电信运营商的个人移动市场、家庭市场、政企市场、新业务市场的大力发展, 一方面离不开上游供应商的依靠, 另一方面有赖于电信运营商内部研发能力的提升。目前, 电信运营商注重培养具备 ICT 研发能力和运维经验的团队, 提升自身信息系统研发能力, 提供具有竞争力的综合解决方案。电信运营商信息系统研发能力内部化也会在一定程度上为现有国内运营支撑系统行业企业提出挑战, 加剧竞争程度。

随着信息技术的不断提高, 各类设备、软件和信息数据之间更加深入融合, 国内企业信息化建设需求不断增长, 国内软件企业在提供软件开发及技术服务的同时, 一般也会提供相关的系统集成和第三方软硬件销售的业务, 国内从事系统集成以及第三方软硬件销售业务的企业数量众多, 较为分散。

2. 行业内主要企业情况
目前, 除公司外, 行业内其他主要企业包括:

(1) 亿阳通信股份有限公司: 成立于 1995 年, 2000 年在上海证券交易所挂牌上市, 主要从事电信管理软件、信息安全、增值业务、智能交通等方面的行业应用软件开发、解决方案提供和技术服务。

(2) 北京神州泰岳软件股份有限公司: 成立于 2001 年, 2009 年在深圳证券交易所创业板挂牌上市, 主要从事 ICT 领域运营管理软件开发和服务、手机游戏、物联网技术应用、创新孵化等板块业务, 形成信息技术领域内相关多元化发展格局。

(3) 浪潮天元通信信息系统有限公司: 成立于 2002 年, 主要从事电信运营商的支撑系统软件开发与服务。

(4) 科大讯飞软件股份有限公司: 成立于 2000 年, 2016 年在深圳证券交易所创业板挂牌上市, 主要从事行业软件研究、开发和销售, 提供 IT 解决方案以及相关的信息系统集成、咨询与技术服务。

(5) 浩鲸云计算科技股份有限公司: 成立于 2003 年, 为电信、政府及其他行业客户提供优质的解决方案和产品服务, 涉及通信软件、运营服务、云计算、大数据、人工智能、互联网架构等业务领域。

(6) 北京卓兰德软件股份有限公司: 成立于 2008 年, 2019 年在上海证券交易所科创板挂牌上市, 主营业务为基础软件中的中间件软件产品及云管理平台软件、应用性能管理软件等智能运维产品的研发和销售, 并提供配套专业技术服务。

(7) 彩讯科技股份有限公司: 成立于 2004 年, 2016 年在深圳证券交易所创业板挂牌上市, 主营业务为提供基于邮件系统、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产品开发、系统集成及运营支撑服务。

(8) 北京思特奇信息科技股份有限公司: 成立于 1995 年, 2017 年在深圳证券交易所创业板挂牌上市, 主营业务为以软件为载体的产品开发和运营, 从事直接面向电信运营商、大数据运营、智慧城市、虚拟运营商、中小企业客户、物联网等方面的业务运营和支撑服务。

(9) 北京东方通科技股份有限公司: 成立于 1992 年, 2014 年在深圳证券交易所创业板挂牌上市, 主营业务为提供基础软件的中间件产品与服务以及信息安全、网络安全、业务安全、应急安全等产品和解决方案。

3. 进入行业的主要障碍
运营支撑系统是确保各类网络和服务正常运行的关键环节, 对软件产品的架构设计、软件开发技术的成熟程度以及对客户需求的准确理解都有着非常高的要求。本行业主要企业经过多年积累, 已初步形成了一定的竞争优势和市场竞争。而行业的潜在进入者由于受到行业资质、产品技术和研发水平、客户基础、行业经验、服务体系等诸多方面限制, 面临着比较明显的行业壁垒。

(1) 行业资质与准入壁垒
运营支撑系统普遍具有专业化特点, 形成了较高的行业准入与资质壁垒。电信运营商对运营支撑系统供应商的技术水平与服务保障能力要求较高, 同时为保证系统的兼容性、稳定性, 避免较大的转换成本, 电信运营商建立了严

格的供应商筛选制度, 合格供应商数量相对较少。以中国移动为例, 供应商最终能否入围, 需要经过测试、试点、招投标等筛选流程, 新系统建设入围供应商一般仅在其合格供应商的范围内选择, 筛选流程周期较长。因此, 行业资质与准入门槛的要求对行业新进入者构成较高的壁垒。

(2) 技术实力和研发能力壁垒
本行业内企业在对客户需求的理解程度、对产品架构的设计水平、对软件开发技术及繁多的网络设备接口标准掌握程度等多方面均需达到较高的水平。在运营支撑系统项目实施过程中, 行业新产品、新技术的开发难度较高, 研究开发投资规模较大, 周期较长, 要求行业内企业需要具有强大的技术实力和较高的研发管理水平, 建立高效的研发流程, 不断地健全产品与技术的创新体系。因此, 强大的技术实力和研发能力是进入行业的基础保障, 也成为行业新进入者的重要壁垒。

(3) 客户替换成本壁垒
本行业企业经过长期的软件开发、技术服务和市场推广, 形成了稳定成熟的客户关系, 对客户需求的理解有着比较深入的理解。行业新进入者很难在短期内建立起与之相当的客户关系。同时, 下游客户在运营支撑系统领域的投资规模较大, 建设和运行周期漫长, 系统应用范围越广, 意味着其与原有供应商的依赖程度越高, 从而形成了较高的替换成本, 为行业新进入者设置了较大的障碍。

(4) 行业经验壁垒
随着运营支撑系统与客户业务的融合程度逐步加深, 本行业企业除拥有专业的产品研发团队之外, 还需对客户业务需求、管理流程、运维体制、应用场景等有较深入的理解, 从而实现运营支撑系统与其他系统的紧密协作。目前, 本行业主要企业均已通过多年的项目实践和经验积累, 能够为客户提供全面的运营支撑, 并逐步获得了稳定的客户群体, 树立了良好的品牌形象。行业新进入者往往缺乏成功案例和品牌知名度, 更难以在短期内积累成熟的行业经验。

(5) 本地化服务网络壁垒
运营支撑系统规模较大、复杂程度较高, 产品质量和服务响应速度是确保运营支撑系统稳定运行的关键因素, 本地化技术支持与服务能力作为客户选择供应商的重要考量因素之一。本行业企业通常需要建立业务覆盖区域的本地化服务网络, 以派驻现场工程师的方式为客户提供最及时的运行保障服务, 建立技术支持中心提供后援支持, 并在重点区域建立本地研发中心, 确保对软件升级、优化调整、故障处理等需求进行快速响应。对于行业新进入者而言, 通常难以在较短时间内建立完善的本地化服务网络和技术支撑体系。

4. 行业利润水平的变动趋势及变动原因
随着下游客户业务的迅猛发展, 经营管理精细化要求随之不断提升, 国内运营支撑系统市场需求不断增长, 本行业企业的业务都得到了较快的发展。总体上, 国内运营支撑系统的市场保持着相对稳定的利润水平。行业利润水平的变动取决于行业发展水平、企业研发实力、产品质量与性能、品牌知名度以及企业自身运营水平等多个因素。技术水平高、研发能力强、产品质量好、行业知名度高的企业将保持优势地位。

(三) 发行人产品或服务的市场地位
公司自成立以来, 始终坚持“正直诚信、知行合一、求知创新”的核心价值观, 秉承“为客户创造价值”的经营理念, 围绕产品系列化、研发专业化、服务标准化和管理精细化的运营策略, 提供信息通信技术(ICT) 运营管理领域的软件开发、技术服务、系统集成以及第三方软硬件销售业务。

公司是高新技术企业、国家规划布局内重点软件企业、国家火炬计划软件产业基地骨干企业、北京软件和信息服务综合实力百强企业、北京市诚信系统集成企业、中关村信用培养双百工程百家最具影响力信用企业。此外, 公司被认定为北京市“下一代光传输网络”工程实验室、北京市级企业科技研究开发机构和“中国软件行业协会企业信用 AAA 级”单位。

公司立足自主创新, 形成了拥有自主知识产权的系列化软件产品, 并在此基础上持续提供专业技术服务, 形成整体解决方案, 能够较为完备地覆盖中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商的集团总部、省级公司、专业公司及其他行业客户的网络和信息技术方面的运营管理及支撑需求。公司积极参与中国移动等电信运营商多项规范制定工作, 积极布局 5G 和物联网的运营支撑, 是中国移动通信集团北京有限公司 5G 产业联盟合作伙伴。2019 年 7 月, 公司成为中国电信北京分公司 DCI 生态圈合作伙伴。

经过长期合作, 公司已成为电信运营商在运营支撑系统领域的重要合作伙伴, 树立了良好的市场品牌形象。报告期内, 公司主要软件产品及服务在电信运营商的覆盖情况如下:

公司主要软件产品及服务在电信运营商的覆盖情况

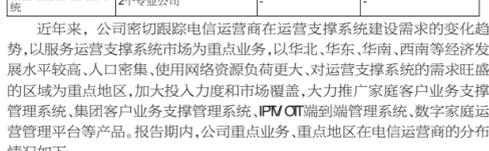
类别	中国移动	中国电信	中国联通
网络管理支撑系统	18 个省级公司、2 个集团设计院、2 个专业公司	9 个省级公司	5 个省级公司、1 个集团研究院
服务运营支撑系统	1 个集团总部、21 个省级公司、4 个专业公司	16 个省级公司	5 个省级公司
企业经营运营管理支撑系统	2 个专业公司	-	-

近年来, 公司密切跟踪电信运营商在运营支撑系统建设需求的变化趋势, 以服务运营支撑系统市场为重点业务, 以华北、华东、华南、西南等经济发展水平较高、人口密集、使用网络资源负荷更大、对运营支撑系统的需求旺盛的区域为重点地区, 加大投入力度和市场覆盖, 大力推广家庭客户业务支撑管理系统、集团客户业务支撑管理系统、IPV OTT 端到端管理系统、数字家庭运营管理平台等产品。报告期内, 公司重点业务、重点地区在电信运营商的分布情况如下:

重点业务	电信运营商重点地区覆盖情况	中国电信	中国联通
中国移动	-	-	-
家庭客户业务支撑系统	华东、华北、西南等地区共 16 个省级公司	-	-
集团客户业务支撑系统	华北、华东、华南、西南等地区共 14 个省级公司	东北 1 个省级公司	-
IPV OTT 端到端管理系统	-	华北、西南、华东、东北等地区共 9 个省级公司	华东 1 个省级公司
数字家庭运营管理平台	华东、华南、华北、西南等地区共 13 个省级公司	西南、华南、华北共 3 个省级公司	华南 1 个省级公司

(四) 主要经营模式
1. 采购模式
公司采购主要包括软件及计算机硬件产品以及向客户提供的现场交付服务, 部分非核心组件的委托开发服务。

经过多年发展, 公司建立了供应商评定与选择、第三方软硬件采购、服务采购等相关方面的采购管理制度, 形成了比较完善的供应商管理体系, 并与主要供应商之间形成了良好稳定的合作关系。公司采购流程如下:



2. 生产或服务模式
公司主营业务为信息技术(ICT) 运营管理领域的软件开发、技术服务、系统集成以及第三方软硬件销售业务, 主要面向广电、电力、金融、电力和互联网等行业大型客户。公司服务模式请见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、(二) 主要业务流程”。

3. 销售模式
公司采取直销模式进行产品销售, 主要以招投标或比选等公开方式, 单一来源采购、商务谈判等形式取得销售合同。公司由销售人员负责与客户建立联系, 了解客户的潜在需求, 并引导产品研发团队与客户沟通具体业务需求, 确定和落实解决方案。销售人员与产品研发团队共同制定竞标或定价方案, 与客户协商合同条款, 最终签订合同。公司坚持以客户为中心, 提供的产品、服务能够得到客户的广泛认可, 在投标项目的一期项目完成后, 大部分后续项目会采用单一来源采购、商务谈判方式完成签约。

报告期内, 公司主营业务收入按照合同取得方式划分情况如下:

合同取得方式	2019 年度		2018 年度		2017 年度				
	合同数量	收入	合同数量	收入	合同数量	收入			
招投标、比选等公开方式	138	12,216.98	30.12%	80	7,003.18	19.37%	67	6,191.31	16.75%
单一来源采购	211	23,507.20	57.95%	196	19,743.59	54.60%	173	17,318.07	46.84%
商务谈判	85	4,839.02	11.93%	97	9,412.28	26.03%	114	13,460.12	36.41%
合计	434	40,563.21	100.00%	373	36,159.05	100.00%	354	36,969.50	100.00%

报告期内, 采用招投标、比选等公开方式取得合同的收入占比分别为 6.75%、8.37%、30.12%。采用单一来源采购方式取得合同的收入占比分别为 46.84%、54.60%、57.95%。采用商务谈判方式取得合同的收入占比分别为 36.41%、26.03%、19.37%。

公司取得合同的方式与客户合同类型相关, 具体如下:

合同取得方式	客户合同类型	客户名称
招投标、比选等公开方式	国有企业、政府机构或事业单位的新建项目	中国移动、中国联通、中国电信、人民网络股份有限公司、西藏自治州监狱、中国出口信用保险公司、北京市规划和自然资源委员会等
单一来源采购	国有企业、政府机构或事业单位的系统扩容、维保服务	中国移动、中国联通、中国电信、湖南省有线电视台(集团)股份有限公司等
商务谈判	民营企业的项目; 国有企业、政府机构或事业单位的低于采购限额的项目	北京京东尚科信息技术有限公司、北京陌陌信息技术有限公司、北京神州科展技术有限公司等

公司主要客户为电信运营商。报告期内, 公司来源于电信运营商的主营业务收入按照合同取得方式划分情况如下:

合同取得方式	2019 年度		2018 年度		2017 年度				
	合同数量	收入	合同数量	收入	合同数量	收入			
招投标、比选等公开方式	124	8,670.52	25.94%	70	5,897.16	22.92%	61	4,518.13	20.86%
单一来源采购	201	23,271.27	69.62%	183	19,558.97	76.03%	149	16,927.56	78.09%
商务谈判	22	1,484.95	4.44%	12	270.20	1.05%	15	2,127.76	1.05%
总计	347	33,426.73	100.00%	265	25,726.34	100.00%	225	21,658.39	100.00%

公司与电信运营商销售合同中, 采用招投标、比选等公开方式取得合同的收入占比分别为 20.86%、22.92%、25.94%。采用单一来源采购方式取得合同的收入占比分别为 78.09%、76.03%、69.62%。公司向电信运营商销售合同的取得方式以单一来源采购为主, 以招投标、比选等公开方式为辅, 这主要是由电信运营商的采购政策和审批流程所决定。

以中国移动为例, 根据公开披露信息, 中国移动主要采购方式包括招标、比选、询价、竞争性谈判、单一来源采购和法律法规认定的其他采购方式。一般而言, 中国移动对于新建系统项目通过招投标或比选等公开方式选择供应商; 对于原有系统的后续软件系统扩容、升级、维护等项目以及后续技术服务的采购, 则一般采取单一来源采购方式选择供应商。

经访谈中国移动相关人员, 并查询公开信息披露, 根据中国移动采购政策, 对网络类产品采购, 单一来源采购方式主要适用于以下情景:

- ① 除原供应商外, 其他供应商不具备提供相关设备扩容、升级能力及各类服务的, 或使用其他供应商影响功能服务配套的采购;
- ② 满足配套使用要求的备品备件、配件附件等的采购;
- ③ 在用系统后续应用开发、在用软件升级(为连续性开发或升级需求, 供应商不可替代)的采购;
- ④ 基于技术方案或市场垄断, 只能从唯一供应商或代理商采购的软硬件购置。

对于电信运营商新建系统项目需求, 公司积极参与电信运营商需履行招投标程序的项目, 履行了严格的招投标程序, 通过电信运营商的采购审批流程后取得合同。

由于电信运营商信息系统建设要求较高, 更新迭代速度快, 通常分阶段逐步投入, 其系统后续扩容需求及相应的技术服务需求较大。电信运营商对信息系统扩容的需求可适用于单一来源采购场景; 对于技术服务, 由于维护对象主要为前期采购的软件, 采购原供应商的服务对软件运行的保障程度高, 也倾向于向原供应商采购相应服务。因此, 公司以单一来源采购形式取得合同的比例也相对较高。报告期内, 公司通过单一来源采购方式取得电信运营商的合同中, 系统扩容类合同收入各期占比在 90%左右, 其余为维保服务类合同等。

综上, 公司合同取得方式主要包括招投标或比选等公开方式、单一来源采购、商务谈判。报告期内, 客户需履行招投标程序的项目, 公司履行了严格的招投标程序, 符合招投标相关法律法规的规定, 不存在未履行招投标程序而未履行的情形, 其他合同取得方式符合客户采购政策, 符合行业惯例。

4. 研发模式
公司的产品研发是以市场需求为导向, 紧密围绕客户需求进行技术创新, 通过为客户提供高技术附加值的软件产品和优质服务来不断推动技术和各项业务的持续发展。

(1) 研发组织结构
公司的产品研发人员主要集中在研发中心以及各业务群的产品研发团队。其中, 研发中心承担公司的基础研发工作, 各业务群的产品研发团队承担业务线的产品研发工作。产品研发人员的岗位设置有售前方案工程师、产品工程师、架构设计师、研发工程师、测试工程师和质量工程师等, 分别负责产品的预研、设计、开发、测试和质量保障等工作。

(2) 研发模式
公司研发的软件产品, 一类是面向内部使用的基础开发, 另一类为面向市场客户销售的产品开发。

1) 基础研发
为实现公司软件产品研发及服务过程的“工程化”、实现 OSS 系列软件的“产品化”, 公司重视内部公共开发平台及工具、产品组件的开发和共享, 专门成立研发中心, 承担公司基础研发工作。

公司自主研发的产品分两大类, 一类为“产品化”公共开发平台, 针对公司产品公共的架构需求、模块需求, 实现公共架构平台产品系列和公共组件系列; 另一类是“工程化”平台产品, 包括研发运维一体化平台、运维服务一体化平台。“产品化”公共开发平台和组件使公司自研软件产品在架构、模块、需求等各个级别的复用度大大提升, 能够快速响应客户需求, 灵活应对市场变化; “工程化”平台产品实现了自研产品研发过程的自动化、现场部署和运维服务的自动化, 最大程度降低人工操作带来的风险成本。两类平台化产品大大提升了研发效率、产品质量和 IT 服务质量, 为公司各项主营业务的可持续发展奠定了坚实基础。

2) 产品研发
产品研发任务由各业务群的产品团队承担。架构设计人员在技术选型时, 根据不同的业务特征选择适用的公司基础平台架构和公共组件, 进行系统架构设计、开发人员进行概要设计、详细设计, 在公司研发运维一体化平台上, 组织编码、码走查、自动持续构建、测试和产品发布、自动部署等工程活动, 完成产品开发和现场部署工作。

(五) 报告期内销售情况
1. 主要产品和服务的营业收入及其构成
报告期内, 公司主营业务收入构成情况如下:

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
软件开发及技术服务	34,763.58	85.70%	23,812.14	65.85%	21,822.12	59.03%
系统集成	3,586.72	8.84%	4,278.66	11.83%	11,846.83	31.04%
第三方软硬件销售	2,212.91	5.46%	6,068.25	22.31%	3,300.55	8.93%
合计	40,563.21	100.00%	36,159.05	100.00%	36,969.50	100.00%

2. 主要客户群体
公司主要客户群体包括电信运营商以及广电、金融、互联网、电力等行业大型客户, 提供 ICT 运营管理领域的软件开发、技术服务、系统集成及第三方软硬件销售。

3. 报告期内销售价格总体变动趋势
公司向客户提供产品和服务按照市场机制定价。报告期内, 公司提供的产品和服务的销售价格总体保持稳定。

4. 报告期内前五名客户的销售情况
报告期内, 公司向前五名客户的销售收入及占当期主营业务收入的比例情况如下:

序号	客户	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
1	中国移动通信集团北京有限公司	4,006.69	9.88%				
2	中移系统集成	3,324.21	8.20%				
3	中国移动通信集团湖南有限公司	2,780.58	6.85%				
4	中国移动通信集团辽宁有限公司	2,387.92	5.89%				
5	中国移动通信集团江苏有限公司	1,858.40	4.58%				
合计		14,359.80	35.40%				

序号	客户	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
1	南京伟仕佳杰信息技术有限公司	3,546.61	9.81%				
2	中国移动通信集团湖南有限公司	2,877.20	7.96%				
3	中国移动通信集团北京有限公司	2,174.41	6.01%				
4	中国移动通信集团西藏有限公司	2,086.11	5.77%				
5	中国移动通信集团四川有限公司	1,485.09	4.11%				