

(上接A1版)

## 1 增值电信业务服务毛利率比较分析

公司的增值电信服务与立昂技术、人民网可比业务的毛利率比较情况如下:

公司名称	2021年	2020年	2019年
立昂技术-运营商增值服务业务	28.39%	25.72%	55.12%
人民网-移动增值业务	47.44%	47.03%	51.32%
平均毛利率	37.91%	36.38%	50.36%
挖金客-移动信息化服务	50.33%	47.14%	42.91%

报告期内,公司的增值电信业务服务毛利率呈逐年上升的态势,且高于可比公司平均毛利率水平,主要是由公司深耕增值电信业务多年,积累了丰富的优质供应商渠道资源,盈利能力不断增强,具有一定优势。

## 2 移动信息化服务毛利率分析

公司的移动信息化服务与梦网科技、吴通控股可比业务的毛利率比较情况如下:

公司名称	2021年	2020年	2019年
梦网科技-云通信服务	14.37%	15.54%	18.06%
吴通控股-移动信息服务	9.19%	9.88%	18.34%
平均毛利率	11.78%	12.71%	18.20%
挖金客-移动信息化服务	14.23%	14.92%	21.20%

报告期内,公司的增值电信业务服务毛利率高于可比公司平均毛利率。主要是由于随着移动信息化业务的不断发展,发行人不断与新的渠道资源建立合作,积累了丰富的优质供应商渠道资源,盈利能力不断增强,具有一定优势。

## 3 定制化服务要求

公司的定制化服务与梦网科技、吴通控股可比业务的毛利率比较情况如下:

公司名称	2021年	2020年	2019年
立昂技术	4.06%	3.38%	3.40%
海联金汇	2.56%	2.85%	4.36%
人民网	3.96%	2.06%	2.28%
梦网科技	4.47%	3.54%	4.21%
吴通控股	2.69%	2.88%	3.55%
平均值	3.55%	2.94%	3.56%
挖金客	3.35%	2.46%	3.27%

报告期内,发行人研发费用率与可比上市公司具体对比情况如下表所示:

公司名称	2021年	2020年	2019年
立昂技术	4.06%	3.38%	3.40%
海联金汇	2.56%	2.85%	4.36%
人民网	3.96%	2.06%	2.28%
梦网科技	4.47%	3.54%	4.21%
吴通控股	2.69%	2.88%	3.55%
平均值	3.55%	2.94%	3.56%
挖金客	3.35%	2.46%	3.27%

报告期内,发行人研发费用率与可比上市公司平均值水平接近,不存在明显差异。

发行人自成立以来,一直注重核心技术的研发及产品服务的创新,建立了全面、高效的技术创新体系。截至报告期末,发行人研发人员占员工总数比例已超过50%。经过多年积累,发行人多项具有自主知识产权的核心技术,各类型主营业务的日常实施亦是通过搭载多种算法的自有业务平台,借助自主研发的智能化系统进行业务处理。系统智能化处理的业务模式使公司日常业务实施摆脱了人工操作环节,亦获得了客户对于发行人服务的认可。

## 4 发行人各项业务的市场地位

## ①增值电信业务

发行人主要从事的增值电信业务为话费结算业务、信息交互类、语音助手业务,上述业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品。三大运营商是增值电信业务的运营主体,增值电信业务已开展多年,产业链各环节的参与者众多,业务模式和合规管理相对成熟。以中国移动为例,除语音、流量、宽带等传统业务之外,应用与信息服务业务的收入从2017年的607亿港币上升到2020年的1,010.38亿港币,年复合增长率约为18.51%,应用与信息服务业务收入占其营业收入的比例也从2017年的9.2%上升2020年的13.15%,增值电信业务整体市场规模可观。

发行人上述增值电信业务围绕中国移动江苏基地展开。目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商超200家,按照中国移动评级标准,其中约40家优秀级别的供应商是发行人的主要竞争对手。目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近10家,是发行人的主要竞争对手。在中国移动江苏基地的合作方考核中,发行人是2018年三季度以来是唯一连续每个季度均被评为A级的供应商。

## ②移动信息化业务

发行人主要从事的增值电信业务为话费结算业务、信息交互类、语音助手业务,上述业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品。三大运营商是增值电信业务的运营主体,增值电信业务已开展多年,产业链各环节的参与者众多,业务模式和合规管理相对成熟。以中国移动为例,除语音、流量、宽带等传统业务之外,应用与信息服务业务的收入从2017年的607亿港币上升到2020年的1,010.38亿港币,年复合增长率约为18.51%,应用与信息服务业务收入占其营业收入的比例也从2017年的9.2%上升2020年的13.15%,增值电信业务整体市场规模可观。

发行人上述增值电信业务围绕中国移动江苏基地展开。目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商超200家,按照中国移动评级标准,其中约40家优秀级别的供应商是发行人的主要竞争对手。目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近10家,是发行人的主要竞争对手。在中国移动江苏基地的合作方考核中,发行人是2018年三季度以来是唯一连续每个季度均被评为A级的供应商。

## ③移动信息化业务

发行人主要从事的增值电信业务为话费结算业务、信息交互类、语音助手业务,上述业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品。三大运营商是增值电信业务的运营主体,增值电信业务已开展多年,产业链各环节的参与者众多,业务模式和合规管理相对成熟。以中国移动为例,除语音、流量、宽带等传统业务之外,应用与信息服务业务的收入从2017年的607亿港币上升到2020年的1,010.38亿港币,年复合增长率约为18.51%,应用与信息服务业务收入占其营业收入的比例也从2017年的9.2%上升2020年的13.15%,增值电信业务整体市场规模可观。

发行人上述增值电信业务围绕中国移动江苏基地展开。目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商超200家,按照中国移动评级标准,其中约40家优秀级别的供应商是发行人的主要竞争对手。目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近10家,是发行人的主要竞争对手。在中国移动江苏基地的合作方考核中,发行人是2018年三季度以来是唯一连续每个季度均被评为A级的供应商。

## ④移动营销业务

近年来,我国移动信息业务规模持续上升。2010年以来,我国企业短信业务总量总体呈现上升趋势,除2014年因垃圾短信整治活动出现下滑外,其他年份均实现同比增长,2017年企业短信的业务总量为5,322亿条,较2016年增长11.57%。同时,在移动信息业务的拉动下,2018年我国移动短信业务总量止跌转升,同比增长14%;2019年和2020年,我国移动短信业务总量同比增加37.50%和18.10%,增速进一步加快。2021年全年,全国移动信息化短信业务总量达到12,176亿条,未来,移动信息业务将在企业的交易开展和客户服务业务中扮演越来越重要的角色,加之其与新经济业态的不断融合渗透,预计移动信息行业的市场规模将保持增长态势。

报告期内,发行人移动信息化业务销售短信及市场占比情况如下:

项目	2021年	2020年	2019年
销售数量(亿条)	171.81	135.03	36.53
全国移动信息化短信业务量(亿条)	12,176.00	12,299.00	10,414.00
公司销售占比	1.41%	1.10%	0.35%

移动信息化行业客户群体广泛,同行业竞争的企业较多,市场份额相对分散。报告期内,公司通过加强的研发能力、丰富的运营经验、良好的服务品质和商业信誉,已与腾讯云、国家电网、卓望信息、携程、酷狗、去哪儿网、金山云、百度网讯等众多优质大型企业在移动信息化领域建立了深入合作关系,销售短信占全国移动信息化短信业务总量有所提升。公司已成为行业内具有良好口碑的移动信息服务提供商,具有较强的竞争力。

## ⑤定制化服务

发行人通过与车云网、电动邦、新华社公众号等媒体平台合作,积累了优质的媒体广告资源,并形成了一定的业务壁垒,公司在移动营销领域具有一定的行业地位。

## 5 发行人的竞争优势

## ①良好的创新能力和坚实的技术储备

公司注重以技术创新驱动业务发展,不断迭代升级核心技术,经过多年的探索和积累,公司形成了以大数据处理分析、机器智能运算为核算的两大技术体系和相适应的核心技术成果。截至2021年末,公司已拥有106项计算机软件著作权,覆盖了公司业务的各个环节,提高了业务运营效率,满足了客户的客户服务需求。截至2021年末,公司研发人员占员工总比例已超过50%。

其中大数据处理分析技术体系,在发行人的增值电信服务领域通过对各类业务实施形成的海量数据及其运营效果进行分析,为公司调整运营策略和资源安排决策提供依据,使得运营商增值电信业务保持较高的转化率,提高了客户粘性;在发行人的移动信息化服务领域中,使得公司移动信息服务平台已实现毫秒级的实时信息处理速度,处理能力达到:每秒最大短信处理能力&gt;10万条,每天最大短信处理能力&gt;5亿条,每秒最大短信处理能力&gt;10,000条,并保证95%以上的送达率,毫秒级时延和99.99%的高保障率,能够满足各类型客户高效、高保障性的业务需求。

机器智能运算技术体系,在发行人的增值电信服务领域中,通过对业务进行多个维度的监控与预警,使得增值电信服务整体可用率提升至99.99%,公司业务故障率和综合运营成本下降,并避免业务运行中断事故;在发行人的移动信息化服务领域中,能够依据移动通信发送的不同需求和具体情况,对数据传输和信息监控进行准确、快速的智能处理保障了移动信息化服务的及时性、安全性、稳定性和准确性,是公司移动信息化服务规模持续扩大的技术基础。

发行人的上述两大技术体系及其他核心技术已通过持续的研发创新为各类型企业客户不断创造价值。

## ⑥优质大客户资源

凭借较强的研发能力、丰富的运营经验、良好的服务品质和商业信誉,发行人与众多优质大型企业建立了深入合作关系。增值电信服务领域,自2014年建立合作关系以来,发行人与中国移动一直保持稳定的互惠合作关系,双方合作紧密,移动信息化服务领域,发行人已与腾讯云、国家电网、卓望信息、携程、酷狗、去哪儿网、金山云、百度网讯等大型企业客户建立了合作关系;在移动营销服务领域,发行人已对接车云网、电动邦、新华社公众号等头部媒体平台,积累了优质的媒体广告资源,并陆续与电信运营商及大型企业客户等建立合作,不断获取新的利润增长点。

大型企业客户出于业务稳定性及规范性等方面考虑,通常会比较谨慎地选择和发展合作伙伴,在发行人资质、服务能力、行业经验、技术水平、业务资源等方面对合作方进行较高要求,且一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换,发行人已形成了优质大客户资源优势,不仅促进了发行人的业务规模的增长,还为发行人的服务能力建立了良好的口碑,利于发行人持续获得更多优质客户资源。

中国移动、腾讯云、中国电信、国家电网、百度、携程、酷狗音乐、58同城、小米、Guanan.Com、Aspire、车云等媒体平台,各大电信运营商的主要增值电信产品。

针对其新的服务需求快速响应、高效执行。此外,发行人具备为大型企业客户提供技术支持、运营服务、营销推广等一站式服务能力。高效、定制化、一站式的综合服务能力,使得发行人可以深度契合各行业大型企业客户需求,为发行人的业务的稳步开拓奠定了基础。

## ④专业的管理团队

发行人拥有洞察敏锐、执行力强的核心管理团队,为发行人快速发展提供了保障,发行人管理团队具有丰富的业务运营、客户拓展、战略规划、团队管理等方面经验。主要负责人具备丰富的互联网行业工作经验和深刻的企业认识,核心管理团队多年积累的行业经验和产业资源使发行人能快速捕捉市场机遇,应对市场变化,在激烈的行业竞争中保持较高的运营效率。

## 6 行业所处市场空间及发展前景

①移动互联网的发展为移动互联网应用技术和信息服务领域创造了新的成长空间

2021年,移动互联网接入流量消费达2,216亿GB,比2020年增长33.9%。2021年月移动互联网接入用户月均流量(DOU)达13.36GB/月户,比2020年增长29.2%。



2021年,移动互联网接入流量消费达2,216亿GB,比2020年增长33.9%。

2021年月移动互联网接入用户月均流量(DOU)达13.36GB/月户,比2020年增长29.2%。

2021年,