（上接A20版）

区域中心城市的经济较为发达、交通更加便利，仓储物流行业发展水平较高，具备先进的互联网技术和较强的市场需求，从而吸引大量电子商务企业聚集；而中西部地区基础设施建设相对比较落后、物流行业发展较为缓慢、政策支持力度较弱，相对而言电商企业进驻较少。

②行业的周期性特点

零售电商行业的景气程度会受到宏观经济的影响，宏观经济的好坏会反映在GDP、居民收入水平等多方面指标，并影响居民消费水平，因此会存在一定的周期性。但是零售行业在产业链中处于终端核心地位，对供应商成本的议价能力总体较强。在消费领域，零售行业销售的大部分商品属于关系到国计民生的生活必需品，价格需求弹性较小。零售行业在宏观经济景气时期可以较好地分享经济增长，在经济调整的过程中具备一定的防御性，可以较好地抵御宏观经济变化对市场带来的冲击。

③行业的季节性特点

零售电商行业受到一定的季节性影响。一方面，每年春节、国庆节等节假日或“双十一”、“双十二”等电商活动促销节对消费者的消费习惯影响逐渐增大，进而对零售电商行业的收入分布产生季节性影响，因此下半年多为零售电商企业的销售旺季。另一方面部分产品本身具备季节性，如空调电风扇等家用电器。零售电商企业根据节假日和产品的销售周期合理安排存货，保证商品的及时供应。

（2）行业壁垒

①技术壁垒

具有一定规模的零售电商企业通常具备如下特点：新品开发频率高、选品系统先进、管理商品的SKU量级大、日均订单处理数量多、服务消费者分布区域广、运营仓库距离跨度大、业务运转链条长等。电商业务的复杂特性对企业信息化管理系统的安全、可靠、高效提出了较高要求。

企业需要在软件开发、系统维护、网络信息安全等诸多领域具有专业知识和实践经验。企业通过数据挖掘到有价值的市场需求后，还需快速整合供应链资源，通过信息系统进行供应商筛选，整合仓储物流资源，准确预测销售并精确推荐给目标用户群，以实现客户体验的提升。企业通常需经过较长时间的研发、改进、磨合才能使得信息系统与日常经营管理达到有机结合。

②资金壁垒

零售电商行业的发展较依赖于资金支持。部分早期进入电商行业的公司把握住了市场机遇，较早获取了充足的外部融资，通过前期的资金优势形成了明显的先发优势。为了保证企业生存和发展，获取竞争优势、抢占市场份额，电商在搭建平台设施、丰富商品品类、进行广告营销、构建和优化信息化系统、整合仓储配送资源、引入优秀人才等方面需投入大量资金。

随着部分企业的业务规模逐步扩大，依靠规模优势逐步占领市场，目前电商行业的市场竞争格局已经初步形成，新进行的企业获取外部融资存在一定的难度，若无充足的资金支持，新进入者在短时间内难以扩大业务规模。

③营销壁垒

网络营销能力是零售电商的主要竞争力之一，企业需以尽可能小的广告投入，将品牌、产品、服务等信息传递给尽可能多的目标客户，并通过多种渠道获得更多的网站流量，从而实现利润最大化。若行业新进入者无法在短时间内熟练运用网络营销技巧、实现有效而广泛的营销，则将面临一定的营销壁垒。

④品牌壁垒

品牌作为企业发展的重要无形资产，是企业在长期运营过程中逐渐积累的形象和口碑，承载了消费者对产品定位、购物体验、服务质量的认可。品牌影响力需要长期积淀，拥有品牌优势的企业往往在业务规模、市场占有率、渠道资源方面更具优势。随着消费者对产品质量要求的不断提高，品牌美誉度高的电商企业将吸引更多消费群体，在与供应商的合作中也更有主导优势，从而确保稳定的经营收益。

5、行业竞争格局及公司在行业中的竞争地位

（1）行业竞争格局

新零售行业市场规模巨大，参与者数量较多，主要包括在电商平台开设旗舰店的品牌商、B端或C端的零售服务商、综合型和垂直型B2C平台自营店、品牌商的官网商城以及团购平台等。同时，传统线下百货、商超、连锁专营店通过自建网购商城或入驻电商平台拓展线上业务板块，行业竞争较为激烈。百度、阿里巴巴、腾讯、京东等互联网巨头公司借助其庞大的用户基础占据了相当大的市场份额，而且持续加强其在新零售领域的布局，集中度持续提高。其中，阿里巴巴旗下的淘宝、天猫以及菜鸟网络，已经成为中国新零售市场上不可忽视的力量。

（2）公司在行业中的竞争地位

公司于2018年收购上海能良，开始发展零售电商业务，目前已服务超过千万用户，发展成为拥有多产品线、多渠道、专注于服务顾客家庭消费的零售电商。公司业务覆盖天猫、京东、苏宁易购、拼多多等多家电商平台，为国际国内顾客提供以手机、3C数码为主并涵盖小家电、个人护理、母婴、智能穿戴等丰富的产品。

天音控股作为上市公司在产品营销、资金运营以及战略布局等方面为上海能良提供了大力的支持，促进了零售电商业务的快速发展。上海能良在抖音、快手等六大平台布局运营，同时不断强化供应链和服务优势，构建低成本高效率的仓储能力。上海能良快速、健康的成长不但得到客户的肯定，还荣获由上海市商务委员会评定的“2023-2024年度上海市电子商务示范企业”的称号。

（四）彩票行业情况

1、行业管理体制

（1）行业主管部门和监管体制

目前，我国的彩票产业由政府管控，根据《彩票管理条例》我国彩票的发行、监管和销售等工作的主要结构如下：①国务院特许发行福利彩票、体育彩票；②财政部负责全国销售彩票业务的监督管理工作，并负责制定相应法律法规，省级财政部门负责本行政区域销售彩票业务的监督管理工作；③民政部、国家体育总局按照各自的职责分别负责全国的福利彩票、体育彩票管理工作，其依法设立的中国福利彩票发行管理中心和国家体育总局体育彩票管理中心分别负责全国的福利彩票、体育彩票发行和组织销售工作。各省市级的福彩中心和体育彩票中心分别负责本行政区域销售福利彩票、体育彩票业务的具体实施工作。

目前，发行人所处的彩票产业链环节为中游的彩票设备及配套软件的供应，该业务不涉及彩票管理部门相关许可资质要求。

（2）行业主要法律法规

发布年份	法律法规	发布单位
2024年	《民政部彩票公益金使用管理办法》	民政部
2018年	《彩票管理条例实施细则（2018年修订）》	国务院
2015年	《制止擅自利用互联网销售彩票公告》	财政部等八部委
2013年	《中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金管理办法》	财政部、国家体育总局
2012年	《彩票公益金管理办法》	财政部
2012年	《彩票发行销售管理办法》	财政部
2009年	《彩票管理条例》	国务院

（3）主要产业政策

为规范我国彩票行业，确保其持续健康发展，国家陆续出台一系列有效措施，具体如下：

发布年份	政策名称	主要内容
2024年	《中国福利彩票发行管理中心2025-2027年工作规划及2025年工作计划》	提升技术管理支撑力，完成应用系统信创适配改造；提升安全保障能力，推进信创替代工程建设，开展办公自动化系统信创改造及中国福彩网信创改造预研
2023年	《关于提前下达2024年中央集中彩票公益金支持社会福利事业专项资金预算的通知》	提高预算完整性，加快支出进度，盘活存量资金，加大消化结余力度，加快预算执行，进一步提高资金使用效益。完善绩效目标管理，做好绩效运行监控和绩效评价，确保财政资金安全有效。
2023年	《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》	丰富体育彩票供给，优化即开型体育彩票产品结构，加强供应管理，设计发行更多融入体育元素、体现地方特色、承载传统文化的即开型体育彩票，不断提升综合价值，更好满足群众需求
2023年	《关于下达2023年中央专项彩票公益金支持大学生创新创业教育项目预算的通知》	此次下达3,000万元用于支持各地依托省域内高校建设国家级创新创业学院、国家级创新创业教育实践基地。从年度目标来看，该项目服务区域创新创业教育协同发展，整体提升创新创业教育质量，提高大学生创新创业能力
2023年	《关于下达2023年中央专项彩票公益金支持地方社会公益事业发展资金预算的通知》	统筹考虑本地区不同区域、人群、领域的社会公益事业需求，细化预算编制，按程序在规定时间内正式分解下达资金和区域绩效目标。省级财政部门要会同有关部门科学合理组织项目实施，加快预算执行进度，全面加强绩效管理，严格落实公告制度，切实加强管理监督，不断提高资金使用效益
2022年	《关于下达2022年中央专项彩票公益金支持地方社会公益事业发展资金预算的通知》	统筹考虑本地区不同区域、人群、领域的社会公益事业需求，细化预算编制，按程序在规定时间内正式分解下达资金和区域绩效目标，并加快预算执行进度，切实提高资金使用效益
2021年	《关于提前下达2022年中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金预算的通知》	提高预算完整性，加快预算执行进度，加强绩效目标管理，做好绩效监控和绩效评价，提高资金使用效益
2021年	《关于印发中央专项彩票公益金支持教育项目资金管理，提高资金使用效益，确保项目实施效果	规范和加强中央专项彩票公益金支持教育项目资金管理，提高资金使用效益，确保项目实施效果
2020年	《中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金管理办法》	规范和加强中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金管理，提高资金使用效益
2020年	《关于阶段性调整福利彩票发行机构业务费比例的通知》	省级民政、财政部门应当按照上述要求对区域内福利彩票代销费比例和销售广告费用比例进行调整，并督促彩票销售机构做好销售系统、财务报表和统计分析等相关数据的调整和衔接，按规定对预缴（支）资金进行汇算清缴
2019年	《“十三五”期间中央专项彩票公益金支持农村贫困母亲“两癌”救助项目管理办法》	经国务院批准，“十三五”期间，财政部安排中央专项彩票公益金支持农村贫困母亲乳腺癌、宫颈癌救助项目。加强项目管理、规范操作过程、提高资金使用效益
2018年	《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》	进一步加强体育彩票公益金使用管理，规范体育彩票公益金宣传，促进体育彩票事业健康发展
2018年	《中央集中彩票公益金支持社会福利事业资金使用管理办法》	彩票公益金的使用应当遵循福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”的发行宗旨，主要用于资助为老年人、残疾人、儿童等特殊群体提供服务的社会福利项目，以及符合宗旨的其他社会公益项目
2016年	《关于进一步规范彩票管理的通知》	财政部要尽快制定统一的彩票发行与销售管理、彩票发行与销售机构财务管理以及彩票公益金管理的办法，规范彩票发行与销售机构的行为，加强对彩票资金的监督及管理

2、行业发展情况

（1）行业发展现状

①销售格局变化，体彩销量超过福彩

福彩的发展历史早于体彩，2018年以前福彩销量一直领先于体彩，2018年俄罗斯世界杯等重大体育赛事助力体彩销售火爆，销量正式超过福彩，成为“中国第一大彩”，随着人们对体育赛事关注度提高，体彩销量超过福彩的现状将成为常态。

②受宏观经济影响，全球彩票市场回暖

中国彩票行业在近几年虽然经历了多重考验，但整体市场仍在不断复苏。根据财政部公布的全国彩票销售情况，2022年、2023年、2024年，全国销售彩票总额分别为4,246.52亿元、5,796.96亿元、6,234.86亿元，分别同比增长13.8%、36.5%、7.6%。受彩票派奖促销、基诺型彩票扩大销售范围，以及足球世界杯等因素影响，彩票行业基本已开始恢复，完成了触底反弹的过程。随着全球大环境的回暖，全球彩票市场也在持续发展，更多重量级赛事的复苏给体育彩票市场注入新的活力，全球彩票市场已经恢复至2019年水平，同时线上销量大幅增加。与此同时，在海外市场，随着国家“一带一路”的政策推进，公司将获得更多与沿线国家的合作机会，叠加未来大量中资企业的“出海”步伐，为公司拓展海外市场奠定了坚实的基础。

③新兴技术应用推动彩票行业发展

当今时代，互联网、大数据、云计算等信息网络技术的应用，为彩票行业快速发展提供了技术支撑，同时也要求彩票从业者必须拥有新思维、新方法、新技术以及掌握彩票领域核心关键技术，彩票专业人才的缺乏使得彩票的新零售市场潜力仍未被充分发掘。同时，随着数字化经济成为国家层面的战略发展方向，彩票市场迎来了新的发展机遇，彩票行业数字化转型成为推动彩票市场增长的新动力。

（2）行业发展趋势

未来我国彩票行业将呈现三大特点：一是逐渐规范化发展。我国彩票事业近年总体呈现持续健康发展的态势，但彩票市场中也存在非理性购彩等不良现象和不规范情形，受到国家相关政府部门关注，国家将加强彩票发行规范管理；二是彩票规模稳定增长。随着彩票市场发展，后期发行与推广的成本将降低，社会认可度随着时间不断累积，获奖人数、奖金数额、广告宣传效应都会将会推动这种累积效应，使彩票规模稳定增长。三是创新之势延续。在渠道创新上，部分传统彩票销售厅也迈出了可贵的实践步伐，通过打造IP、结合其他产业等方式加速品牌建设，从而实现销售水平大幅提升。在营销创新上，云直播、云互动等成为彩票事业的一抹亮色，赋能行业发展。同时，彩票行业数字化转型亦将成为推动彩票市场增长的新动力。

3、影响行业发展的有利因素及不利因素

（1）有利因素

①体彩销售额增长，未来空间广阔

我国体彩销售额的峰值出现在2018年，受世界杯赛事刺激，当年的体彩销售额达2,869亿元，同比增长36.82%。随着体育赛事逐渐被消费者所熟知，我国竞猜型体育彩票也迎来了快速发展，2023年竞猜型体育彩票市场规模达到了2,464.76亿元，同比增长36.2%；即开型彩票销售1,190.21亿元，同比增长100.2%；基诺型彩票销售373.94亿元，同比增长29.6%；2024年，竞猜型彩票销售2,868.10亿元，同比增加403.34亿元，增长16.4%，即开型彩票销售1,160.57亿元，同比减少29.64亿元，下降2.5%，基诺型彩票销售417.47亿元，同比增加43.53亿元，增长11.6%。

②彩票公益金为公共体育设施建设提供了稳定的资金保障

根据《彩票公益金管理办法》、《中央集中彩票公益金支持体育事业专项资金管理办法》等相关规定的要求，我国的彩票公益金专项用于社会福利、体育等社会公益事业。用于体育事业的公益金中，应有70%投入包括“援建公共体育场、设施和捐赠体育健身器材”在内的群众体育事业。数据显示，2022年、2023年和2024年，中央财政当年收缴入库彩票公益金分别为539.46亿元、754.05亿元和792.6亿元。此外，各地方还会有配套的地方留成彩票公益金投入到公共体育设施建设中。我国彩票公益金为公共体育设施建设提供了稳定的资金保障，也为全民健身类采购业务创造了稳定的需求。

（2）不利因素

①国家对于行业监管严格

在我国新彩种的研发上市受市场环境、政策法规等影响较大。一般来说，研发出新彩种的公司需要通过省彩票中心上报到国家相关彩票发行管理中心，再报财政部申请审批。财政部会根据彩票市场健康发展的需要，按照合理规划彩票市场和彩票品种结构、严格控制彩票风险的原则，对彩票发行机构的申请进行审查并给予批复。

②市场竞争不断加剧

1994年，我国开始正式发行体育彩票，经过近三十年的发展，中国体彩规模不断扩大，我国体彩销售额的峰值出现在2018年，当年的体彩销售额达2,869亿元。2018年全国开始禁止擅用互联网销售彩票，2020年年初受宏观环境影响，体彩规模受到冲击，规模有所下滑，而后至2022年开始恢复。近年来，为进一步提升购彩者有效覆盖率，丰富渠道类型，为广大购彩者提供更便捷购彩服务，各地区体育彩票管理中心面向社会不断开拓不同种类的体育彩票销售渠道代销者，区域内代理销售网点竞争不断加剧。

4、行业特点与壁垒

（1）行业特点

①彩票市场发展很大程度上依赖于政策变化

由于彩票行业受到政府的严格管控，因此彩票市场的发展在很大程度上依赖于政策的变化。总体来看，过往多项政策和法律法规均致力于解决市场在快速发展过程中的出现的各类问题，上述法规引导着彩票市场在风险可控的环境下稳定发展。

②交易系统差距巨大，行业内已形成垄断

在具体的彩票销售系统框架结构上，我国体育彩票交易系统与福利彩票交易系统存在着巨大差异。在体育彩票市场上，国家体彩中心建有全国统一的标准化交易系统，目前由中体彩科技发展有限公司负责；而在福利彩票市场上，各省福彩中心对交易系统分别进行招标建设，目前主要由深圳穗彩、深圳市思乐数据技术有限公司等核心供应商供应。

③公益性和收益性

彩票是“取之于民、用之于民”的公益活动，其公益性主要体现在经营目标、经营成果上，任何部门不能随意挪用，并需定期向社会公布公益金的使用情况，接受社会的监督。发行体育彩票是一种特殊的社会经济手段，为发展体育事业进行社会筹集资金，同时充当了政府补充财政收入的角色。

（2）行业壁垒

①技术及运营壁垒

我国福彩销售终端的供应商一般均会涉及福彩销售交易系统的提供，因此对公司的技术实力、产品稳定、运营经验等方面均有一定要求，存在一定的技术与运营能力壁垒。而体育彩票终端及辅助设备均需要通过国家体彩中心相关测试后入围采购目录，同样存在一定的技术壁垒。

②安全性壁垒

鉴于彩票业务在运行过程中会产生大量的交易、资金和敏感信息，涉及国家金融安全和社会安定，保障彩票交易系统的安全稳定运行事关国家的公信力。因此在未来的竞争中，当前能够提供安全稳定系统的供应商，在运营经验、团队人员、产品服务等方面将具有较强的竞争优势。

5、行业竞争格局及公司在行业中的竞争地位

（1）行业竞争格局

1）彩票产业链上游

我国的彩票发行受到政府的严格管控，行业监管体系完善，具体由国务院进行彩票的授权发行，财政部负责全国销售彩票业务的监督管理工作，并负责制定相应法律法规，而民政部、国家体育总局按照各自的职责分别负责全国的福利彩票、体育彩票管理工作。

彩票产业链的上游主要以发行和彩票品种研发环节为主，受到监管层的严格管控，未经国务院特许，禁止发行其他彩票，因此企业无法参与此环节。

2）彩票产业链中游

彩票产业链的中游属于生产环节（即发行人所处环节），包括了彩票销售系统、彩票终端设备的供应与维护、彩票预制票据/热敏纸的印刷与供应，具体来看：

①彩票销售系统方面，在体育彩票市场上，国家体彩中心建有全国统一的标准化交易系统，目前由中体产业集团股份有限公司子公司中体彩科技发展有限公司负责；而在福利彩票市场上，各省福彩中心对交易系统分别进行招标建设，主要供应商为深圳市思乐数据技术有限公司和天音控股子公司深圳穗彩；

②彩票终端机方面，我国福彩终端机市场主要供应商为深圳市思乐数据技术有限公司和深圳穗彩，体彩终端机主要供应商包括亚博科技旗下的北京亚博高腾科技有限公司、中国生态旅游旗下的广州洛图终端技术有限公司、中体产业旗下的北京英特达系统技术有限公司和发行人旗下的深圳穗彩；

③彩票印刷方面，电脑热敏票目前主要由各省市的福利彩票中心、体育彩票中心自行公开进行招投标采购，主要供应商包括鸿博股份、中体产业子公司中体彩印务技术有限公司、东港股份。

同行业公司基本情况如下：

①中体产业集团股份有限公司（600158.SH）

中体产业集团股份有限公司（简称“中体产业”）成立于1998年3月，中体产业主要业务包括赛事活动业务、体育传播业务、教育培训业务和体育彩票业务，其中体育彩票业务重点包括体育彩票核心技术系统的研发和运营维护；体育彩票电脑热敏票的生产印制、即开型体育彩票印刷；彩票终端机销售及售后维修维护服务、周边综合增值业务等。中体产业在彩票核心技术领域拥有多年专业的产品研发设计经验及数据生成等方面的技术优势及服务经验，使其在体育彩票、体育认证领域具有较强的市场竞争力。中体产业的彩票设备终端及软件系统业务主要由子公司中体彩科技发展有限公司和北京英特达系统技术有限公司开展。

②亚博科技控股有限公司（8279.HK）

亚博科技控股有限公司成立于2003年1月，主要从事彩票管理及彩票技术（游戏软件、系统、硬件及终端机）业务，以及互联网及电话销售彩票业务、电子支付业务。亚博科技控股有限公司的彩票设备终端及软件系统业务主要由子公司北京亚博高腾科技有限公司开展。

③深圳市思乐数据技术有限公司

深圳市思乐数据技术有限公司成立于1998年3月，是国家级高新技术企业和双软认证企业，世界彩票协会会员。公司一直致力于彩票行业，主要业务包括：各式彩票投注终端的研发、生产；彩票中心系统的研发、实施；彩票应用软件的研发、实施；彩票游戏设计、开发；彩票市场运营；彩票软硬件维护。该公司主要在福彩领域提供彩票设备及软件产品。

④中国生态旅游集团有限公司（1371.HK）

中国生态旅游集团有限公司成立于2001年1月，是一家主要从事提供彩票系统、终端设备及生态旅游与健康食品的公司。中国生态旅游的彩票终端及软件系统业务主要由子公司广州洛图终端技术有限公司开展。

（2）公司在行业中的竞争地位

公司子公司深圳穗彩是国内领先的集研发、销售、服务于一体的彩票综合技术提供商，长年专注于彩票业务深耕与技术创新，获得“中国高新技术企业”、“中国重点软件企业”等认定。作为世界彩票协会的重要一员，在世界彩票业享有较高知名度和良好口碑，深受客户与合作机构好评，先后取得CMM15、ISO9001、ISO27001、世界彩票协会SCS安全认证等一系列专业认证，研发实力与技术服务能力并驾齐驱。

深圳穗彩集“研发、销售、服务”于一体，以顶尖的研发实力和雄厚的综合实力，业务覆盖国内28个省市自治区、多个海外市场。为国内外多个彩票机构提供包括彩票游戏设计、交易管理系统研发、终端设备设计与制造、综合营销及运营服务在内的全产业链解决方案及一揽子交钥匙工程。凭借对客户业务需求的独到理解，以及对技术的深入钻研，拥有全方位的综合解决方案与服务能力，打造了用户黏度高、针对性强、可扩展性高的具有竞争优势的一系列产品。

（五）公司主要竞争优势

1、公司在通信产品销售行业的竞争优势

（1）丰富的销售渠道、庞大的客户资源

经过20多年精耕细作，公司在业务布局和渠道建设方面形成了一套成熟、专业、完善的体系。同时，通过不断的与时俱进变革创新，通过横向拓张和纵向下沉形成了深厚稳固的壁垒，在精细化运营的加持下，增加了渠道粘性，进一步拓宽并加深了分销渠道资源的护城河。

在国内市场，公司构建25家分公司、超100个办事处、近500个网格化渠道。分销网络能深入县、乡、镇，业务范围覆盖全国330多个地市、2,400多个县城，服务超过2万家客户，触达超过8万家门店，真正实现T1至T6全营销网络覆盖。海外市场稳步拓展，销售网络已覆盖拉美、中东非、亚太、欧洲等地区。

（2）强大的品牌优势提供信用、资源与服务能力的保证

公司在手机行业深耕多年，不管对于上游厂商、供应商，还是对于中下游分销商、零售商，都具有强大的覆盖能力和品牌影响力。以公司的品牌优势作为信用、资源与服务能力的保证，能够迅速开拓市场，打通并整合上下游资源。

（3）物流、维修等支撑服务完善，通过一站式综合服务满足客户需求，构筑市场竞争壁垒

公司通过自有的物流体系与丰富的售后服务点，构建了完善的综合服务体系。与竞争对手或潜在竞争对手相比，在综合服务能力上具有强大且难以复制的优势。综合的服务能力对公司通信产品销售业务进行全面支撑，赋予了公司坚固的竞争壁垒。

2、公司在彩票行业的竞争优势

（1）在福彩市场具有较强的市场地位

福彩市场上，各省福彩中心分别进行招标，如果一家公司中标该省福彩交易系统等软件和终端等硬件，由于后续系统维护、经验等原因，在后续业务中相对未中标的竞争对手有一定的优势。掌信彩通及其下属子公司深圳穗彩等经过多年经营，为全国二十余个省份的福彩客户提供产品与服务，占据了有利的市场竞争地位。

（2）国内领先的彩票业务研发优势

公司系国内领先的彩票综合技术服务提供商，长年专注于彩票业务深耕与技术创新，获得“中国高新技术企业”、“中国重点软件企业”等认定。作为世界彩票协会的重要一员，在世界彩票业享有较高知名度和良好口碑，深受客户与合作机构好评，先后取得CMM15、ISO9001、ISO27001、世界彩票协会SCS安全认证等一系列专业认证，研发实力与技术服务能力并驾齐驱，居于行业领先地位。

（3）丰富的业务经验和深厚的资源积累

掌信彩通及其子公司深圳穗彩是国内最早从事彩票交易系统业务的公司之一。经过多年的经营，积累了相对稳定的客户资源，培养了具有竞争力的销售团队，建立了富有经验的研发团队，形成了成熟而符合客户需求的软硬件产品体系，并在业内建立了良好的口碑。

（4）同时为福彩与体彩市场提供终端产品与服务

掌信彩通下属子公司深圳穗彩的彩票终端机等产品，同时通过了福彩中心、体彩中心的设备准入标准，能够同时为福利彩票市场与体育彩票市场提供彩票终端产品及服务。

3、公司的其他竞争优势

（1）完善的产业链布局优势

上海能良服务用户超过千万，始终专注于顾客美好的家庭消费需求。公司实践“多品类、多品牌、多平台、多店铺”战略，持续完善供应链布局。通过获得苹果、华为、OPPO、VIVO、美的、海尔等众多知名头部品牌的授权合作，丰富多品类与多品牌的战略布局；通过与各大电商平台保持良好合作关系，提升全渠道覆盖的能力；通过自有仓储加云仓合作的合作方式，覆盖八大京仓、十三大菜鸟仓、欧瑞特供应链，并与顺丰、德邦、跨越、EMS等展开深入合作，持续优化仓储物流服务能力。

（2）拥有一批优秀、高效、专业的高素质人才队伍

目前，公司已拥有一批经验丰富的管理团队、智能终端营销团队、彩票技术团队、零售电商团队，充分保障了公司各项业务持续、高效、健康发展。

（3）积极推动业务数字化升级

公司通过天音商城B2B平台系统、ERP系统、OMS系统等实现业务订单的全程可视化管理，通过网格化管理系统赋能一线员工，实现智能化业务管理；通过零售门店管理系统，赋能店铺运营和货品采购，提升专卖店运营效率。通过分销平台、一线员工和零售门店系统性运营数据采集，汇总至数据管理平台进行整理、分析与展示，以数字化手段进行公司管理，提高管理效能，提升运营效率，以创新驱动和数字化应用引领公司高质量发展。

三、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）产品或服务的主要内容

1、通信产品销售业务

通信产品销售业务板块主要包括通信产品的分销、零售及售后维修业务。通讯产品分销是天音控股的核心业务，主要产品为手机，其他包括笔记本电脑、PAD、手表等。

公司通信产品分销业务主要通过下属子公司天音通信开展。天音通信是苹果、华为、三星等品牌手机的全国一级代理商和中国的重要战略合作伙伴。2011年，公司成为苹果系列产品在中国的授权分销商。经过十多年的经营积累，公司已在深圳、北京、上海、广州、天津、武汉、南京、济南、杭州、沈阳、西安和成都等重要城市累计拥有25个分公司、100余个办事处、约500个网格化运营管理，将渠道网络深入县、乡、镇地区，使业务范围覆盖全国大中小城市，服务超过2万家客户，触达超过8万家门店，实现T1至T6全营销网络覆盖。公司海外渠道网络稳步拓展，分销网络覆盖拉美、中东非、亚太、欧洲等地区。

公司通信产品零售业务主要通过下属子公司易天数码开展。易天数码拥有遍布深圳、广州等地的多家零售大卖场，与国内本土的大型零售商建立了长期的战略合作伙伴关系。

公司通信产品维修业务主要通过下属子公司天音科技开展。天音科技是苹果、华为、三星等多个国际、国内知名品牌的指定维修代理商，拥有完善的售后服务体系。同时公司自建品牌“易修哥”以手机维修为中心，提供手机维修、配件销售等一站式生态服务。

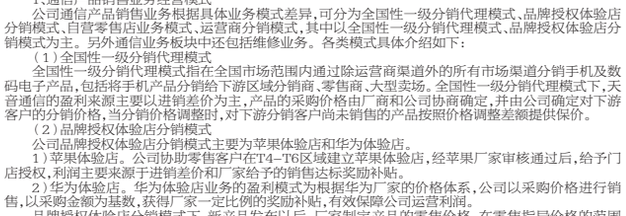
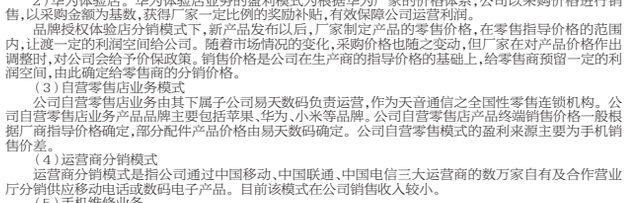
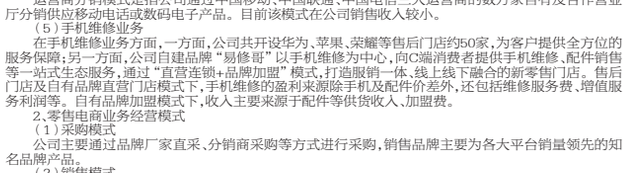
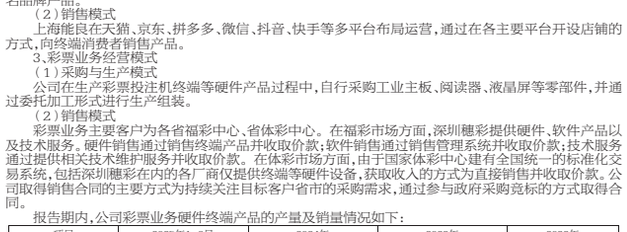
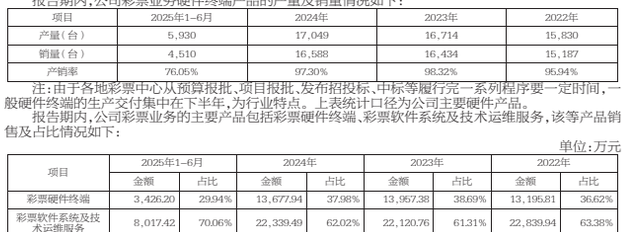
2、零售电商业务

公司零售电商业务主要通过下属子公司上海能良开展。业务覆盖天猫、京东、拼多多、苏宁易购等多家电商平台，为顾客提供以手机、3C数码为主，涵盖小家电、个人护理、母婴、智能穿戴等丰富的产品。报告期内，公司进一步完善了在天猫、京东、拼多多、抖音、快手等多平台布局结构，拥有各大电商平台店铺超440家。

3、彩票业务

公司彩票业务通过下属子公司掌信彩通开展，掌信彩通业务的主要经营主体为其子公司深圳穗彩。深圳穗彩是国内最早从事彩票交易软硬件系统业务的公司之一，于2015年12月被发行人收购，拥有成熟的产品体系、稳定的客户资源和完善的业务模式，具有较强的盈利能力。彩票业务产品及服务主要包括彩票设备、彩票软件、彩票相关技术服务。

公司彩票设备主要产品如下：

产品名称	产品样式
智能终端——分体式[illegible]	
一体式彩票终端机 LT-F06	
彩票终端机 LT-S03	
彩票终端机 LT-MS01	
手持彩票终端机	

公司彩票销售软件系统主要包含彩票销售管理系统、信息处理类软件和终端软件等。其中，彩票销售管理系统实现投注、兑奖、查询、废票注销等功能，是其核心软件产品；信息处理类软件主要包括管理软件、数据分析软件、微信企业账号、公众账号、APP等，满足彩票管理中心销售管理、数据分析等功能需求；终端软件主要与硬件设备产品搭配使用。

公司彩票技术服务主要包括软件系统技术服务、投注终端技术服务，服务体系由驻地服务机构（办事处）及深圳穗彩深圳本部7×24小时远程服务中心两级服务机构组成。目前深圳穗彩在全国多个省份均设有驻外办事处，根据客户服务的需要分别设有办事处经理、维修主管、软件维护工程师、系统支持工程师、硬件服务工程师以及硬件维修员等岗位。通过上述服务体系，深圳穗彩可以为客户提供包括日常运维、事故处理、升级发布、应急处理在内的完善的维护方案，并安排专业的硬件技术服务人员负责投注机设备日常维护以及配件管理工作。

（二）主要业务模式

1、通信产品销售业务经营模式

公司通信产品销售业务根据具体业务模式差异，可分为全国性一级分销代理模式、品牌授权体验店分销模式、自营零售店业务模式、运营商分销模式，其中以全国性一级分销代理模式、品牌授权体验店分销模式为主。另外通信业务板块中还包括维修业务。各类模式具体介绍如下：

（1）全国性一级分销代理模式

全国性一级分销代理模式指在全国市场范围内通过除运营商渠道外的所有市场渠道分销手机及数码电子产品，包括将手机产品分销给下游区域分销商、零售商、大型卖场。全国性一级分销代理模式下，天音通信的盈利来源主要以进销差价为主，产品的采购价格由厂商和公司协商确定，并由公司确定对下游客户的分销价格，当分销价格调整时，对下游分销客户尚未销售的产品按照价格调整差额提供保价。

（2）品牌授权体验店分销模式

公司品牌授权体验店分销模式主要为苹果体验店和华为体验店。

1）苹果体验店。公司协助零售客户在T4-T6区域建立苹果体验店，经苹果厂家审核通过后，给予门店授权，利润主要来源于进销差价和厂家给予的销售达标奖励补贴。

2）华为体验店。华为体验店业务的盈利模式为根据华为厂家的价格体系，公司以采购价格进行销售，以采购金额为基数，获得厂家一定比例的奖励补贴，有效保障公司运营利润。

品牌授权体验店分销模式下，新产品发布以后，厂家制定产品的零售价格，在零售指导价格的范围内，让渡一定的利润空间给公司。随着市场情况的变化，采购价格也随之变动，但厂家在对产品价格作出调整时，对公司会给予价保政策。销售价格是公司在生产商的指导价格的基础上，给零售商预留一定的利润空间，由此确定给零售商的分销价格。

（3）自营零售店业务模式

公司自营零售店业务由其下属子公司易天数码负责运营，作为天音通信之全国性零售连锁机构。公司自营零售店业务产品品牌主要包括苹果、华为、小米等品牌。公司自营零售店产品终端销售价格一般根据厂商指导价格确定，部分配件产品价格由易天数码确定。公司自营零售模式的盈利来源主要为手机销售价差。

（4）运营商分销模式

运营商分销模式是指公司通过中国移动、中国联通、中国电信三大运营商的数万家自有及合作营业厅分销供应移动电话或数码电子产品。目前该模式在公司销售收入较小。

（5）手机维修业务

在手机维修业务方面，一方面，公司共开设华为、苹果、荣耀等售后门店约50家，为客户提供全方位的服务保障；另一方面，公司自建品牌“易修哥”以手机维修为中心，向C端消费者提供手机维修、配件销售等一站式生态服务，通过“直营连锁+品牌加盟”模式，打造服务一体、线上线下融合的新零售门店。售后门店及自有品牌直营门店模式下，手机维修的盈利来源除手机及配件价差外，还包括维修服务费、增值服务利润等。自有品牌加盟模式下，收入主要来源于配件等供货收入、加盟费。

2、零售电商业务经营模式

（1）采购模式

公司主要通过品牌厂家直采、分销商采购等方式进行采购，销售品牌主要为各大平台销量领先的知名品牌产品。

（2）销售模式

上海能良在天猫、京东、拼多多、微信、抖音、快手等多平台布局运营，通过在各主要平台开设店铺的方式，向终端消费者销售产品。

3、彩票业务经营模式

（1）采购与生产模式

公司在生产彩票投注机终端等硬件产品过程中，自行采购工业主板、阅读器、液晶屏等零部件，并通过委托加工形式进行生产组装。

（2）销售模式

彩票业务主要客户为各省福彩中心、省体彩中心。在福彩市场方面，深圳穗彩提供硬件、软件产品以及技术服务。硬件销售通过销售终端产品并收取价款；软件销售通过销售管理系统并收取价款；技术服务通过提供相关技术维护服务并收取价款。在体彩市场方面，由于国家体彩中心建有全国统一的标准化交易系统，包括深圳穗彩在内的各厂商仅提供终端等硬件设备，获取收入的方式为直接销售并收取价款。公司取得销售合同的主要方式为持续关注目标客户省市的采购需求，通过参与政府采购竞标的方式取得合同。

报告期内，公司彩票业务硬件终端产品的产量及销量情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
产量（台）	5,930	17,049	16,714	15,830
销量（台）	4,510	16,588	16,434	15,187
产销率	76.05%	97.30%	98.32%	95.94%

注：由于各地彩票中心从预算报批、项目报批、发布招投标、中标等履行完一系列程序要一定时间，一般硬件终端的生产交付集中在下半年，为行业特点。上表统计口径为公司主要硬件产品。

报告期内，公司彩票业务的主要产品包括彩票硬件终端、彩票软件系统及技术运维服务，该等产品销售及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩票硬件终端	3,426.20	29.94%	13,677.94	37.98%	13,967.38	38.69%	13,195.81	36.62%
彩票软件系统及技术运维服务	8,017.42	70.06%	22,339.49	62.02%	22,120.76	61.31%	22,839.94	63.38%
合计	11,443.62	100.00%	36,017.43	100.00%	36,078.14	100.00%	36,035.75	100.00%

（3）研发模式

深圳穗彩研发部门下设交易系统研发部，主要负责交易系统的产品规划、设计、开发和运维工作，负责国内交易系统的技术方案与售前支持工作；数字化平台研发部，主要负责数字化平台的产品规划、设计、开发和运维工作，负责数字化平台的技术方案与售前支持工作；终端研发部，负责国内和海外市场终端软硬件的产品管理、解决方案、研发及工程质量工作，负责终端产品规划、解决方案、售前支持工作；质量管理部，负责研发质管工作，负责研发过程管理、配置管理、体系管理。

四、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）现有业务发展安排

公司将继续以“一网一平台”为发展战略，持续布局“1+N”产业发展体系。通过数字化赋能业务经营，建设集分销零售、线上线下