

厦门亿联网络技术股份有限公司

关于深圳证券交易所创业板半年报问询函【2019】第 39 号

《关于对厦门亿联网络技术股份有限公司的半年报问询函》的回函

深圳证券交易所创业板公司管理部：

厦门亿联网络技术股份有限公司（以下简称“亿联网络”或“公司”）于 2019 年 9 月 20 日收到贵部下发的《关于对厦门亿联网络技术股份有限公司的半年报问询函》（创业板半年报问询函【2019】第 39 号）。

现就相关事项回复如下：

一、报告期内，公司实现营业收入 117,446 万元，同比增长 39.74%；实现净利润 60,675 万元，同比增长 47.94%。毛利率和净利率分别为 65.19%、51.66%，在申万通信行业上市公司中排名第二。我部关注到，公司连续多年业绩增长超过 30%，且毛利率和净利润水平持续维持高位。请你公司：

（一）结合所处行业发展情况、竞争格局、进入壁垒（包括但不限于技术、人员、销售渠道、业务资质等）、公司的行业地位、研发情况、核心竞争力等详细说明公司业绩增长且盈利能力显著高于通信行业平均水平的原因和合理性，与细分领域企业业绩变化情况及盈利能力是否存在差异。

回复：

1、公司所处行业及行业发展情况

公司是以音视频通信为基础的统一通信解决方案提供商，面向全球企业用户提供统一通信解决方案，属于统一通讯行业中的视频会议及 SIP 终端两个细分领域。

统一通信是指把互联网技术与传统通信技术融为一体的新通信模式，即在互联网与传统通信网络相融合的基础上实现电话、传真、数据传输、音视频会议、呼叫中心、即时通信等众多应用服务，其核心内容是：让人们在任何时间、任何地点，都可以通过任何设备、任何网络，获得数据、图像和声音的自由通信方式。

即，统一通信系统将语音、传真、电子邮件、移动短消息、多媒体和数据等所有信息类型合为一体，从而为人们带来选择的自由和效率的提升。它区别于网络层面的互联互通，而是以人为本的应用层面的融合与协同，是一个更高层次的理念。

针对公司所处的两个企业通信细分市场，有着不同的行业发展特点，具体如下：

(1) SIP 话机行业

统一通信的应用最终通过统一通信终端解决方案交付，该解决方案经互联网协议（IP）运营，IP 可以是公开标准协议（如 SIP），或者专有 IP 协议。较早以前在市场推出的专有 IP 终端解决方案一般成本较高且功能有限。而基于 SIP 协议的终端解决方案在各项创新应用及服务上均有较大的进步，其规模性及灵活性使得 SIP 电话终端成为实施网际协议通话技术（VoIP）的首选类别。

得益于 SIP 的规模性及灵活性，及将统一通信特征及功能集于一身的 SIP 电话终端及快速发展的托管电话服务市场，预计越来越多的企业会采用 SIP 电话终端作为提升成本效益的业务通信方式。专有 IP 电话终端于过去几年呈下降趋势，SIP 电话终端的使用率一直上升。SIP 电话终端市场持续快速发展，不断的吸引新客户，为各行各业不同客户的业务提供更多的功能。预计未来，随着传统通信方式向统一通信的转型、采用托管电话平台数目的上升以及市场对多媒体 SIP 电话终端与日俱增的需求，SIP 电话终端市场将迎来更好的发展前景。根据 Frost & Sullivan 的研究报告，全球 SIP 电话终端渗透率由 2015 年的 33.1% 上升到 2018 年的 46.5%，且预计于 2025 年达到 77.6%。截至 2018 年，全球 SIP 话机出货量为 1260 万台，预计未来 5 年以 9% 的年复合增长率增长。

(2) VCS 行业

VCS，即视频会议系统，是统一通信的一个重要的细分行业，与 SIP 话机共同构成了企业通信的两种核心应用场景：即 SIP 话机作为个人桌面终端，满足个人在企业办公中的通讯需求；而 VCS 作为会议室终端，支撑企业远程会议的召开。

全球范围内使用统一通信平台（尤其是移动平台）的机构数目日增，特别是对远程会议服务的需求不断提升，远程会议服务可以使用户简化决策过程及节省决策时间。新兴的云服务（尤其在成熟市场）刺激客户对将各种通信解决方案整

合至云平台的需求，因此，作为云产品组合的一部分，客户对视频会议服务的需求将会日益增加。根据 Frost & Sullivan 的报告显示，预计全球视频会议市场总量将于 2023 年达到 138.2 亿美元，2018-2023 年保持 12.1% 的年复合增长率；截至 2018 年底，全球视频会议终端行业规模为 17.5 亿美元，预计未来 5 年以 4.1% 的年复合增长率增长；全球云视频会议及统一通信服务(UCaaS)行业规模为 32.1 亿美元，预计未来 5 年以 18% 的年复合增长率增长。

2、竞争格局及进入壁垒

如前所述，企业通信市场作为一个传统行业，无论是 SIP 话机行业还是 VCS 行业，都经历了较长的发展周期，竞争格局有一定的稳定性；但由于技术的不断演进，针对 VCS 行业又呈现出行业初始阶段的竞争局面。

(1) 行业竞争格局

通信行业长期以来均为欧美国家的优势行业，也长期呈现出欧美发达国家相关企业占据优势地位的状态。主要是由于欧美国家是相关行业标准的制定者，通讯行业需要大量的前期技术投入及积累，欧美企业具有先发优势并建立了良好的市场及品牌地位。但随着新技术及新业务模式的出现，其他通讯企业有了进入的机会，经过不断地投入及积累，这种竞争格局在慢慢发生变化。

SIP 协议及云技术的出现，不仅打破了原通讯行业封闭系统的模式，给了新进入者进入行业的机会，同时也激发了中小企业的需求，使得市场规模不断扩大。随着像亿联网络这样的新进入者不断的技术投入及积累，SIP 话机这个细分领域的竞争格局在逐渐发生转变，新进入的厂商的份额在逐步提升，并逐步建立起自己的品牌和地位。根据 Frost & Sullivan 的报告，2018 年按销售量计算，公司在 IP 话机终端市场的市占率为全球第二，为 14.5%，在 SIP 话机市场的市占率为全球第一，为 27.3%。

VCS 行业的总体发展历程与 SIP 话机行业类似。在传统技术模式下，几大欧美厂商占据了绝对的市场份额，在行业内具有垄断地位。随着云技术及网络基础设施的发展，视频会议系统的应用也从大企业逐步走向中小企业，市场需求被激发并逐渐下沉。以 ZOOM 为代表的基于新技术的厂商等得到良好的发展，行业竞争格局也在发生变化，基于新技术的产品的市场份额在不断加大，行业参与者在增加，原来少量厂商占据垄断地位的格局不复存在。公司也看到了这样的趋

势及机会，并投入资源进行相关技术及产品的研发与设计。2019 年上半年，公司 VCS 的销售收入 14,134.01 万元，占公司销售收入 12.03%，但在行业内的份额仍然较小。

(2) 行业壁垒

A.技术壁垒

通信行业作为技术密集型行业，涉及到诸如音频处理、视频处理、嵌入式、通讯控制协议等诸多技术。公司经过多年的研发积累，掌握了音视频编解码、回音消除、噪声消除、视频引擎、图像降噪等基础音视频处理技术，并凭借底层音视频基础算法的研究，避免了公司对上游主芯片厂商的依赖，无需主芯片厂商提供配套处理方案即可实现音视频处理，也使得公司产品性能不再取决于芯片方案本身的性能，从而避免与竞争对手产品的同质化。

同时，随着通信技术的飞速发展，各种新的通信应用不断发展和创新，人们的通信方式越来越丰富，统一通信系统和设备因此面临着越来越复杂的通信环境，以及越来越多的用户需求，这就要求统一通信系统和设备厂商要站在通信行业市场发展潮流的前端，不断地进行技术积累和创新，不断优化互联互通和协同应用的解决方案，才能满足用户更高效更便捷的通信需求。

公司在研发领域进行了大量投入，构建起在统一通信领域的技术壁垒，并成为公司重要的竞争优势。

B.产品壁垒

公司所在的企业通信市场具有如下几个主要特点：(1)多使用者。企业员工规模通常在几十人以上，多的甚至有成千上万人，如何使所有企业员工能够实时、便捷地实现内部通信成为企业提升效率的关键。(2)角色差异。企业中有管理层、各业务人员、后台人员等各种岗位及角色，每个人的通信频繁程度及通信需求也不尽相同，通过建立统一通信平台将最大程度上满足不同岗位人员的通信需求，使内部业务协作和外部沟通变得更加顺畅。(3)跨区域。很多企业跨国家及地区运营，如何使不同地域的员工更加快捷、低成本的建立联络，则成为企业降本增效的关键。(4)选型者、决策者及使用者分离。通常企业在购买企业通信产品时，由 IT 人员进行选型供企业高层决策，IT 人员需对企业整个通信系统运行效率及稳定性负责，因此，在产品选型时往往价格敏感度较低，而对质量、性能、需求

满足度视为重中之重。

由于企业通信市场的上述特点，公司投入大量精力进行用户需求分析，满足不同客户、客户内不同人群的特殊需求，并投入大量研发资源，打造精品。而这类用户需求的沉淀，不是一蹴而就的，需要长时间的行业分析，公司针对用户需求的沉淀，构筑了较强的产品壁垒。

C.市场及品牌壁垒

如前所述，企业通信产品的选型者，即 IT 人员需要对企业通信系统运行效率及稳定性负责，因此，对选择富有经验及知名度的制造商拥有更高意愿，而非新进入者。此外，由于企业通信产品需要系统与终端的适配，而系统硬件的一次性投入高，故而客户在有扩容或替换需求时，天然倾向于选择既有品牌。因此品牌认知度及忠诚度将成为新进入者的固有门槛。

公司主要以自主品牌方式开拓海外市场，经过 10 余年的品牌建设，在行业内及企业消费群体中已形成较好的品牌知名度。越来越多的行业经销商、电信运营商如 AT&T、Verizon、英国电信、德国电信、法国电信等，以及统一通信系统平台商如 Broadsoft、Microsoft Teams 等均认可公司品牌并提供合作机会。在国际通信市场，较高的品牌知名度是公司形成竞争优势的天然屏障。

D.产品认证及市场进入壁垒

通信产品认证需要较长的时间，一方面产品性能必须要符合行业内通用的技术标准，另一方面，还必须要具备客户的个性化服务能力，供应商需要深入用户现场掌握第一手资料，并经过较强的管理经验积累才能准确把握客户的个性化需求，获得客户的供应权。当产品销往至相关国家或地区，都需要经过繁复的准入认证，难度较高且认证周期较长。公司各系列产品已获得欧盟 CE、美国 FCC、澳洲 RCM、巴西 Anatel 以及埃及 NTRA 认证等多项产品准入强制认证，其中拥有欧盟 CE 认证 88 项、美国 FCC 认证 88 项、澳洲 RCM 认证 88 项、巴西 Anatel 认证 33 项、埃及 NTRA 认证 18 项、加拿大 IC/ICES 认证 88 项、香港 OFCA 认证 8 项、中国 CCC 认证 16 项、中国入网认证 9 项、中国 SRRC 认证 18 项、印度 WPC 认证 11 项、印度 BIS 认证 5 项、日本 MIC 认证 8 项、台湾 NCC 认证 8 项。

针对通信设备行业而言，通过各个国家认证只是基础，要与运营商、行业合

作伙伴合作，还需要进一步认证，并在初始认证对接后，长期投入资源进行技术更新与匹配。而且，运营商和行业用户采购定制产品需要经过层层选型，产品能够进入选型的企业多限于一些有一定销售规模、质量稳定、品牌知名度高的企业，选定后供应资质就相对固定，而不能入围的企业就无法销售产品，因而实力不强的企业无法轻易进入本行业。

E.资金壁垒

由于上述诸多壁垒的存在，新进入者进入该行业需要较大的资金成本，而短期内通过降价等手段也难以抢占市场，因此对新进入者回收初始成本、获取利润及抢占市场份额而言均有巨大的挑战。

4、公司的行业地位

根据 Frost & Sullivan 的数据，以销售量计算，公司 2018 年在 IP 话机终端的市场份额为全球第二，即 14.5%，在 SIP 话机终端市场的市占率为全球第一，为 27.3%。针对 VCS 行业，公司目前仍处于投入初期，公司拟借助目前于企业通信终端市场的领导地位和品牌影响力，在 VCS 行业争取业务机会，并进一步巩固自身在企业通信领域的优势和地位。

5、公司的研发情况

自公司成立之初，公司便设立研发中心，随着市场状况及公司规模不断发展，研发中心机构设置不断完善，通过整合各地研发资源优势，设立了包括厦门研发中心、杭州研发中心及深圳研发中心在内的综合性研发平台。目前，公司研发中心下设研发管理部、硬件部、软件部及测试部等。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司的研发团队共有 490 名技术人员，研发人员占比约 50%。按照职责分工，研发中心负责持续性地开发适用于满足不同市场需求的技术及产品，不断提升公司产品在市场上的竞争优势。公司也通过采用有效的激励机制和人才保护措施，加强核心技术人员的稳定性。

公司在研发领域持续进行大量投入，以扩展公司的产品组合，2017 年度、2018 年度及 2019 年上半年，公司的研发支出分别为 10,024.91 万元、13,679.53 万元及 6,121.35 万元，分别占公司同期销售收入的 7.22%、7.54% 和 5.21%。公司的研发投入，一方面专注于现有产品的研发及改进，即 SIP 桌面电话终端、DECT 无线电话终端及其他 SIP 电话终端和相关配件的进一步研发；另一方面侧

重于开发高附加值的创新产品及升级现有产品，包括分布式组网的云视频会议平台、智能路由、智能协作，进一步提升公司产品竞争力。

此外，公司持续开发各种技术，以改善产品的兼容性、系统可靠性、用户交互体验、音频及视频质量以及网络安全等。公司的协议栈技术在各种扩展 SIP 和 H.323 协议兼容的基础上，同时兼容各类主流 SIP 服务器、IP PBX 及 UC 平台，包括由 BroadSoft、Metaswitch、Huawei、3CX、Genesys 及 Microsoft 开发的系统平台，使公司产品兼容性业界领先；另外，公司开发出自动适应技术，能与多种企业安装的防火墙和防御系统兼容互通，使得公司产品的可靠性得到进一步提升；公司开发的自动部署技术增强了产品自动配置以及部署升级的功能，使用户在产品使用方面更为便利；公司开发的先进音频和视频处理技术，大幅降低丢包率、时延、抖动等问题，即使在网络信号较弱的情况下，公司产品也可进行不间断音频和视频传输；除此之外，公司亦积极研发网络安全技术，有效保障中小型企业用户免受黑客攻击、信息泄露、被监听和被非授权远程控制等安全威胁的影响，增加用户对公司产品的信心。

除开发应用于本公司产品的创新技术外，公司亦在综合研发领域进行了大量投入，提升整体产品的可靠性、耐用性及安全性，并建立了包括音频实验室、电磁兼容测试实验室、静电实验室及雷击实验室，在多个方面超越多项行业标准。例如，公司的电磁兼容性技术改善产品抗电磁干扰的能力，确保产品电源和信号的完整性，该技术使产品符合国际一般采纳的标准和美国、欧盟以及若干其他国家和地区的特定标准；公司的环境可靠性技术可延长产品寿命，与市面上其他同类产品相比，公司的产品在多变和极端的环境下表现更为可靠；公司制定并实施高于国际惯常标准的安全及防雷企业标准，以确保产品的安全性；此外，公司利用其专业知识及行业积累不断改善制造技术，以提升产品的可制造性，确保产品质量的一贯性，从而降低生产成本、提升生产效率。

6、公司的核心竞争力

公司在行业中的核心竞争优势主要如下：

(1) 围绕用户需求，精准定位产品

公司始终坚持对用户群体进行细分，对细分群体的共性需求进行深入地总结和分析，由用户需求推动产品设计，由产品设计推动研发，逐步形成了既能够精

准地满足用户需求，又能够高效地使用研发资源的体系。

截止目前，个人桌面终端产品线，已有 T2 系列、T4 系列、T5 系列，每个产品系列对应不同的目标用户群体。同时每个系列的产品又可以通过搭载不同的软件以进一步满足更小颗粒度的细分群体的需求。视频会议系统产品线的设计也充分体现这种思路：先进的架构设计确保产品能够满足灵活的部署需求；丰富的终端设计确保产品能够满足不同群体的使用需求。通过这种方式，公司在最大化地满足用户需求和研发效率之间不断寻找最佳平衡点。

满足用户需求，为用户创造价值，是保持用户粘性及竞争力的根本所在，为此，公司长期以来不断完善相关体系和方法论，深入市场前沿、深入用户群体，保持着对行业、市场需求的敏锐嗅觉。

(2) 长期坚持高研发投入，不断完善研发管理体系，提升研发效率

公司自成立以来坚持以研发为核心竞争力，长期坚持研发的高投入、长期坚持研发能力的建设，保持技术的前瞻性，从研发的角度为公司创造比较竞争优势。

研发管理方面，经过长期积累，公司逐步形成一套较为完善的研发项目管理机制及方法论，使得研发项目计划的可实现性、按时完成率、效率均大大提升，有效保障了客户需求的及时满足及市场机会的把握。

研发能力方面，公司的产品涉及许多学科，云、交互、AI 技术及应用、音视频编解码、处理算法、通信协议、人机交互、工业设计、硬件设计等等，在每个领域，公司都成立了自己的团队，形成相关技术的积累。

研发团队的管理方面，结合研发项目的管理机制，形成了一套以价值为导向的评价与激励体系，有效地推动了研发能力的进步与积累。

(3) 不断完善渠道管理体系，用服务创造价值，拓展渠道网络

公司有着遍布全球的渠道分销体系，在渠道管理理念方面，公司始终坚持合作共赢，为渠道创造价值，寻求长期共同发展。

公司致力于通过持续的业务发展及市场营销工作，与授权经销商建立并维持长期稳定的合作关系。价值是保持渠道忠诚度的根本，公司通过不断优化产品，使产品符合客户需求，服务满足渠道需求，最大可能性地获得渠道资源，推动公司业务发展。

公司现有销售渠道网络遍布全球 140 个国家及地区，通过有效的渠道管理，

一方面使得公司可以有效控制、拓展及巩固全球销售渠道，为公司的业务发展及销售收入提升做出贡献，另一方面也较好的协助渠道共同成长，为渠道创造价值，寻求长期合作的可能性。

(4) 以价值为导向，公平客观的评价体系及立体化的激励机制、培养机制
人才是企业发展的根本。公司始终把人才管理当做所有管理工作的重中之重。主要有以下几个方面：

以价值为导向，构建公平客观的评价体系，使员工可以专注于价值的创造、能力的提升而不会有后顾之忧。

构建管理与专业双职业发展通道、不断完善任职资格体系，在提供评价标准的同时，也为员工的自我提升指明方向。

多层级的激励机制，对不同级别的价值贡献进行奖励，覆盖范围很广，有效激励了各个层级的员工。2018年，公司首次实施了限制性股票激励计划，股权激励覆盖了各层级的业务骨干及管理人员，有效保障了核心人才的稳定性和积极性。

7、公司盈利能力说明

2019年上半年，公司实现销售收入11.74亿元，增幅39.74%；实现净利润6.07亿元，增幅47.94%，主要原因在于：公司在SIP话机业务上持续加大研发投入，对高端系列产品的开发，使得公司产品结构不断优化升级，进一步提高竞争优势；VCS业务得益于行业高增速及公司在企业通信领域的技术、品牌等优势，收入继续保持高速增长；汇率的变动和资金管理水平的提升也对净利润的提升起到正面作用。

如前述分析，公司所处的统一通信行业属于高门槛行业，主要包括：技术门槛较高，音视频相关的消噪、传输等技术需要持续多年、高度专注的研发积累；营销壁垒明显，进入该行业，需要有布局广泛、规模化的营销网络并获得各大系统平台、运营商合作的认可；对于企业客户的通讯需求须有充分理解，深刻洞察企业客户的业务需求等。因此，该行业普遍毛利率水平较高。

综观A股上市公司，并无高度可对比企业，相对合理的比较对象为境外的企业通信行业领先企业，如Polycom。公司同Polycom多年来在企业通信这一领域在全球不同市场进行正面竞争，由于其2018年7月被Plantronics, Inc.收购，

后两家公司合并为 Poly，不再单独披露收入、成本、费用等财务信息，将 Polycom 2016 年、2017 年及 2018 年 1-3 月的财务数据进行对比参考，具体如下：

单位：千美元

	2016 年	2017 年	2018 年 1-3 月
营业收入	1,122,926	1,142,779	271,228
营业成本	501,924	495,997	112,659
毛利	621,002.00	646,782.00	158,569
毛利率	55.30%	56.60%	58.46%
期间费用支出 ^注	774,893	683,444	168,724
期间费用率	69.01%	59.81%	62.21%
净利润	-185,766	-80,041	-6,055
净利润率	-16.54%	-7.00%	-2.23%

资料来源：Plantronics, Inc. 公告

注：包括期间各项销售、管理、研发、利息及其他收益支出

由上表可见，2016 年、2017 年及 2018 年 1-3 月 Polycom 的销售毛利率分别为 55.30%、56.60% 和 58.46%，同期公司的销售毛利率分别 63.13%、62.08% 和 60.98%，毛利率差异较小。主要差异来源于：

(1) Polycom 的外协加工模式为整体外包加工，而公司的外协加工为来料加工模式，即公司自行采购所有原材料，提供生产工艺流程文件及作业指导书，委托第三方外协厂商按照公司的技术标准和质量要求进行生产加工，并最终进行成品检验、测试。由公司负责采购及生产工艺控制，使得公司可以有效的降低采购成本及有效控制不良品率，提升公司毛利率水平。

(2) 公司在全球收入大部分均以美元实现，但财务报表以人民币核算，则美元汇率波动对公司营业收入将产生较大影响，从而进一步影响公司毛利率水平。2019 年上半年美元汇率上涨，也使得公司毛利率水平进一步提升。而 Polycom 的毛利率水平受汇率波动影响较小。

对比 Polycom 的净利润水平，公司有明显的优势，主要得益于公司良好的运营能力和费用管控能力。

(1) 公司及 Polycom 均采用外协加工的业务模式，因此，两家公司均为轻资产运营，人员薪酬占研发和管理费用开支比例较高。Polycom 在全球多个国家和地区开展经营活动，员工薪酬待遇水平与国内存在较大差异，而且 Polycom 员

工人数远大于公司员工人数。虽然公司持续引入高端人才，但总体而言招聘以高校应届毕业生为主，人员薪酬支出增速可控。因此，公司的员工薪酬支出低于 Polycom。同时，公司在 SIP 话机领域持续的技术积累，也使得 SIP 话机业务的规模效应明显。

(2) 公司及 Polycom 均在全球推广业务，销售费用主要由销售人员薪酬、差旅费用、参展费用及广告费用等构成。首先，公司产品销售以经销模式为主，公司与主要经销商保持长期稳定的合作关系，销售费用规模效应明显；而 Polycom 更多直接面对终端客户，客户服务成本较高。其次，销售费用中大部分系销售人员薪酬，公司销售人员人数较少，Polycom 销售团队人员较多，且境外人均薪酬水平较高，因此公司销售人员薪酬支出低于 Polycom。第三，公司长期派驻销售人员于全球各主要经销商处指导其业务开展，差旅成本控制精细化及有效落实，对公司控制销售费用增长起到了较大帮助。第四，公司从行业特点出发，严格控制预算，实行广告的精准投放，直接面向专业采购者，而非面向大众的高成本、大规模投放，而 Polycom 在各类型媒体有较多广告宣传费用，且展会宣传、演示中心展示等推广费用较高。

同时，公司经营现金流充沛，并不断提升资金管理能力和风险可控的前提下适当放宽闲置自有资金的投资范围，取得了较高的投资收益，且公司享受国家规划布局内重点软件企业的税收优惠政策。因此，公司在上述期间的净利率水平亦高于 Polycom。

综上所述，公司 2019 年上半年业绩增长且盈利能力显著高于通信行业平均水平，具有合理性，与统一通信行业发展趋势相符。

(二) 请按照产品系列补充说明相关产品的定位、应用场景、最近两年及一期销量、价格及其变动情况等。

回复：

1、公司产品的定位及应用场景

公司的主营业务主要分为三条产品线，即 SIP 统一通信桌面终端、DECT 统一通信桌面终端及 VCS 高清视频会议系统。各产品系列的主要定位如下：

(1) SIP 统一通信桌面终端

SIP 统一通信个人桌面终端主要定位于企业通信市场，为满足企业内部不同职责人员的沟通需求设计不同的解决方案。截止目前，个人桌面终端产品线在硬件形态上包括 T2 系列、T4 系列及 T5 系列；在软件上又分为几大行业解决方案，如：运营商解决方案、呼叫中心解决方案、中小企业解决方案、教育行业解决方案等。即：标准的硬件平台，搭载不同的软件，形成了针对不同行业的产品解决方案。

SIP 话机终端采用网络语音处理算法，能够为用户提供超宽音质频带及如真实人声体验的高清语音质量，集成语音处理技术，能保证在高网络丢包率的情况下，仍然能够为用户提供几乎无损的音质体验。而且，此系列产品可帮助企业自建通讯录服务器，提供远程配置及丰富的可编程按键，用户可根据自己的实际需求自定义功能，提升使用者办公效率，高端产品系列还可与公司 VCS 产品搭配，直接发起视频会议。同时，通信产品的安全对用户来说至关重要，因此，公司也通过信令传输技术、语音加密技术、数据加密传输技术等方式，保证了用户数据传输中的安全性。

（2）DECT 统一通信无线终端

DECT 统一通信无线终端作为 SIP 统一通信桌面终端的补充，为企业用户提供无线通信解决方案，主要定位于商场、仓库、酒店、4S 店及其他大型空间等对移动办公通信需求较高的应用场景。公司的 DECT 统一通信无线终端采用了 CAT-iq2.0 技术，能够提供更安全并且更高清的无线通话解决方案。同时，近年来公司大力投入于 DECT 漫游集群技术，使产品可以轻松地设置系统及大规模部署，并提供了无缝漫游和切换的解决方案，允许用户在大型室内或室外空间自由移动。该系统支持多达 30 个基站和 100 部手机，无线用户可以实现灵活的无缝漫游切换、高清音质和清晰的通信，让用户充分享受自由移动的通信体验。

（3）VCS 高清视频会议系统

VCS 高清视频会议系统主要定位于企业、政府及其他相关行业的远程会议室场景，支撑跨地域办公、差旅频繁的企业远程会议需求，以及医疗行业、教育行业、应急行业等特殊行业的特定需求，包括分级诊疗、实时监护、双师课堂及应急指挥调度等。

公司以“云+端”及智能化网络为基础，提供友好的音视频性能体验；多种“云”

方案提供灵活的部署模式，满足各类用户群体的需求；并在优越性能基础上的易用易部署，降低用户使用门槛与成本。具体而言，公司通过提供跨区域媒体通信，各节点可动态感知链路状态，利用智能路由算法实时调度业务流量，从而规避拥塞、不稳定链路，保障媒体可以低时延、低成本、高质量地传输，满足海内外用户大并发、实时互动会议的需求。同时，公司不仅构建同品牌下的“云+端”整体解决方案，使云平台与各场景视讯终端深度融合、整体调优，实现友好的用户体验，并保持平台的开放性：支持多协议、多品牌互通、多种形态的终端接入、支持全场景，真正实现随时、随地、以任何方式接入，使得用户的业务开展不因为设备而受限组织内部，最大程度的保障用户利益。

2、公司产品销量、价格及其变动情况

产品	销售数量（万台）			平均单价（元）		
	2017年	2018年	2019年1-6月	2017年	2018年	2019年1-6月
SIP 统一通信桌面终端	281.10	342.69	189.52	388.29	391.76	448.3
DECT 统一通信无线终端	35.57	54.31	29.83	408.53	405.25	416.6
VCS 高清视频会议系统	0.75	1.76	1.39	11,952.98	9,950.14	10,150.60
配件及其他	103.81	127.89	71.86	59.13	60.47	82.46

如上表所示，2017年、2018年和2019年1-6月公司各系列产品销量稳步增长，产品平均单价保持稳定，略有上升，主要原因有：新产品持续推出，产品结构不断优化；成本管控较为有效，原有产品价格未出现大幅下调。

二、半年报显示，公司主要采用经销模式将产品销往海外，在国际市场拥有较多优质稳定的客户。请你公司补充说明：

（一）最近两年及一期合作的经销商数量、区域分布及变化情况。

回复：

公司产品销售以经销模式为主，该模式为行业的惯常做法，有助于公司更有效率地进行业务扩张和区域市场覆盖。

公司最近两年及一期合作经销商的数量、区域分布及变化情况如下表所示：

区域	2017年12月31日	2018年12月31日	2019年6月30日
大洋洲	5	4	4
非洲	6	7	9
美洲	15	23	21

欧洲	34	40	42
亚太(不含中国大陆)	19	19	22
中国大陆	33	49	39
小计	112	142	137

如上表所示，总体而言，公司的经销商数量较为稳定，自 2018 年开始，经销商的数量有所提升，主要是为满足高清视频会议系统业务市场开拓需求而增加合作经销商。

(二) 主要合作经销商的基本情况、与公司合作年限、是否存在关联关系、结算周期、与公司签订长期合作协议的情况以及销售金额和占比、最终客户情况等。

回复：

2019 年 1-6 月，公司向前十大经销商的销售金额及占比，如下表所示：

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比
1	American Technologies, LLC	10,034	8.55%
2	Jenne, Inc.	9,720	8.28%
3	NETXUSA Inc.	7,417	6.32%
4	TeleDynamics	7,230	6.16%
5	ScanSource Inc.	6,560	5.59%
6	Verizon Communications Inc.	6,071	5.17%
7	Nycomm Limited	5,746	4.90%
8	ALLNET GMBH Computersysteme	5,689	4.85%
9	Lydis B.V.	4,274	3.64%
10	IPMATIKA, LLC	3,479	2.96%

1、主要合作经销商的基本情况

根据相关经销商提供的公司注册资料和说明，公司 2019 年上半年前十大经销商的基本情况如下：

(1) American Technologies, LLC

股权结构	股东名称	认缴出资额（美元）	持股比例（%）
	JOHN MOLINO	4,500	45.00
	DANIEL SHURMATZ	4,500	45.00

	DAVID VANCE	1,000	10.00
实际控制人	JOHN MOLINO/ DANIEL SHURMATZ		
注册时间	2006年03月29日		
注册资本 (已发行股本)	10,000美元		
注册地	11 JAMISON RD., SUITE 1059 ELMA, NY 14059		
主营业务	通讯产品分销		
合作历史	自2010年起与公司建立合作关系，系公司美国的授权经销商		
行业地位/ 业务规模	具备较强的技术支持实力和售前售后服务能力，在美国IP通信产品分销领域较为知名，2018年销售收入5000万美元左右。		

(2) Jenne, Inc.

股权结构	股东名称	认缴出资额	持股比例 (%)
	Raymond Jenne	经沟通，该客户未提供认缴出资额及持股比例相关材料与信息	
	Dean Jenne		
	Rose Jenne		
实际控制人	Rose Jenne		
注册时间	1986年		
注册资本 (已发行股本)	1,200,000美元		
注册地	33665 Chester Rd. Avon, OH 44011		
主营业务	销售IP电话，数据和网络、音频和视频会议、安全和监控技术产品，包括中小企业和企业市场的设备和软件，托管和开源，云解决方案		
合作历史	自2013年起与公司建立合作关系，系公司美国的授权经销商		
行业地位/ 业务规模	是北美著名的通信产品分销商之一，业务主要涵盖了VoIP话机、音视频会议系统、数据及安全技术产品等，2018年销售收入近5亿美元		

(3) NETXUSA Inc.

主要股东及 实际控制人	Ingram Micro Inc.100%控股		
注册时间	2003年11月20日		
注册地	231 Beverly Road Greenville, South Carolina 29609, United States		
主营业务	通讯产品分销		
合作历史	自2011年起与公司建立合作关系，系公司美国的授权经销商，2016年被Ingram收购后，作为Ingram的分支公司运作。		
行业地位/ 业务规模	北美著名的渠道分销商之一，专注于服务于运营商市场，年销售收入超过1亿美元		

NETXUSA Inc.于2016年3月被美国纽约证券交易所上市公司 Ingram Micro Inc.收购, Ingram Micro Inc.于2016年12月被天津天海投资发展股份有限公司(现

名为“海航科技股份有限公司”，简称“海航科技”，600751.SH）全资收购。因此，NETXUSA Inc.现为海航科技的下属子公司。

(4) TeleDynamics

股权结构	合伙人名称	认缴出资额（美元）
	James Happy Feller（普通合伙人） 另一合伙人（合伙人名称不明）	经沟通，该客户未提供认缴出资额相关材料与信息
实际控制人	James Happy Feller以普通合伙人身份100%控制TeleDynamics	
注册时间	2009年01月12日	
注册资本（出资总额）	5,000,000美元	
注册地	2200 WHELESS LANE AUSTIN, TX 78723	
主营业务	通讯产品和电子产品的分销	
合作历史	自2013年起与公司建立合作关系，系公司美国的授权经销商	
行业地位/业务规模	在美国的通讯产品和电子产品领域拥有超过30年的行业经验及销售能力，2018年销售收入约6000万美元	

(5) ScanSource Inc.

股权结构	股东名称	持股数量（千股）	持股比例（%）
	BlackRock Fund Advisors	4,048	16.04%
	The Vanguard Group, Inc.	2,693	10.67%
	Dimensional Fund Advisors LP	2,139	8.47%
	Fidelity Management & Research Co.	1,703	6.75%
	Pzena Investment Management LLC	1,245	4.93%
注册时间	1992年		
总股本	2,524.11万股		
注册地	6 Logue Court Greenville, SC 29615		
经营范围	专业技术产品分销		
合作历史	自2017年起与公司建立合作关系，系公司在美国的授权经销商		
行业地位/业务规模	ScanSource Inc.是一家专业技术产品领先批发分销商，在美国上市，股票代码SCSC.O，拥有较强的渠道销售能力，向北美、拉丁美洲和欧洲的大约33,000个转销商客户销售产品，年销售额约38亿美金。		

注：股东结构数据截至2019年6月30日，数据来源 Factset

(6) Verizon Communications Inc.

股权结构	股东名称	持股数量（千股）	持股比例（%）
	The Vanguard Group, Inc.	318,511	7.70%
	BlackRock Fund Advisors	201,859	4.88%

	SSgA Funds Management, Inc.	162,345	3.93%
	Wellington Management Co. LLP	119,766	2.90%
	Geode Capital Management LLC	59,149	1.43%
注册时间	1983年		
总股本	413,576.48万股		
注册地	1095 Avenue of the Americas New York, New York 10036		
主营业务	电信运营服务		
合作历史	自2016年起与公司建立合作关系		
行业地位/业务规模	美国最大的电信服务供应商，在美国上市，股票代码VZ.N，年销售额达1,308亿美元		

注：股东结构数据截至 2019 年 6 月 30 日，数据来源 Factset

(7) Nycomm Limited

	股东名称	认缴出资额（英镑）	持股比例（%）
股权结构	TRUSTEES OF THE ESTATE OF JULIAN HOWARD NIMAN	108,108GBP	79.55%
	ANDREW JOHN ROBERS	13,590 GBP	10%
	RICHARD MICHAEL CARTER	7,100 GBP	5.22%
	DAVID RICHARD BENNETT	7,100 GBP	5.22%
实际控制人	ANDREW JOHN ROBERS、RICHARD MICHAEL CARTER、DAVID RICHARD BENNETT		
注册时间	1981年		
注册资本（已发行股本）	135,898 GBP		
注册地	Derby Street in Cheetham Hill, Manchester, UK		
主营业务	专注语音和数据通信产品分销和服务		
合作历史	Yealink（UK）自2009年起与公司建立合作关系，2018年连同其母公司Pennie Telecom被Nycomm Limited收购后，Nycomm系公司英国的分销商。		
行业地位/业务规模	Nycomm是英国最大的独立电信和技术供应专家，营业额达1.3亿英镑。		

(8) ALLNET GMBH Computersysteme

	股东名称	认缴出资额（马克）	持股比例（%）
股权结构	BAUER WOLFGANG MARKUS	100,000	100.00
实际控制人	BAUER WOLFGANG MARKUS		
注册时间	1991年5月27日		
注册资本	100,000马克		

注册地	Maistr. 2, 82110 Germering
主营业务	通讯、网络、电脑相关产品分销
合作历史	2008年起与公司建立合作关系，系公司德国的授权经销商
行业地位/ 业务规模	在德国VoIP类产品分销市场排名位居前列，年销售收入12,000万美元左右

(9) Lydis B.V.

股权结构	股东名称	认缴出资额（欧元）	持股比例（%）
	VICROS HOLDING	18,000	100.00
实际控制人	Cornelis Heide		
注册时间	2013年7月2日		
注册资本	18,000欧元		
注册地	ANTENNESTRAAT 33, 1322AH ALMERE		
主营业务	通讯设备的分销		
合作历史	自2013年起与公司建立合作关系，系公司荷兰的授权经销商		
行业地位/ 业务规模	客户包括荷兰、比利时、卢森堡等地多家电信运营商。在荷兰VoIP终端分销市场份额排名位居前列，2018年销售收入约为2000万欧元。		

(10) IPMATIKA, LLC

股权结构	股东名称	认缴出资额（卢布）	持股比例（%）
	MIKHAIL VSOV	40,000	33.33
	ANDREI VSOV	40,000	33.33
	EFIM VSOV	40,000	33.33
实际控制人	MIKHAIL VSOV		
注册时间	2008年12月12日		
注册资本	120,000卢布		
注册地	俄罗斯		
主营业务	网络通讯设备的分销		
合作历史	与公司于2008年开始建立合作关系，系公司俄罗斯的授权经销商		
行业地位/ 业务规模	主要客户涵盖当地知名的运营商Rostelecom和Kazakhtelecom等，2018年销售收入1700万美元左右。		

上述主要经销商与公司的合作年限、是否存在关联关系、结算周期及与公司签订长期合作协议的情况汇总如下：

序号	经销商名称	合作起始年份	是否存在关联关系	结算周期	与公司签订长期合作协议情况
1	American Technologies, LLC.	2010	否	0-6个月	是

2	Jenne, Inc.	2013	否	0-6 个月	是
3	NETXUSA Inc.	2011	否	0-6 个月	是
4	TeleDynamics	2013	否	0-6 个月	是
5	ScanSource Inc.	2017	否	0-6 个月	是
6	Verizon Communications Inc.	2016	否	0-6 个月	是
7	Nycomm Limited	2009	否	0-6 个月	是
8	ALLNET GMBH Computersysteme	2008	否	0-6 个月	是
9	Lydis B.V.	2013	否	0-6 个月	是
10	IPMATIKA, LLC	2008	否	0-6 个月	是

2、最终客户情况

公司产品向经销商销售后，再通过下游分销商、运营商和系统集成商销售至最终用户。公司的经销商仅掌握部分最终用户的情况，且未向公司提供完整的向下游客户销售产品的具体情况，因此，公司无法掌握完整的最终用户情况，亦无法准确统计最终客户的具体名称及销售金额，但公司通过与经销商日常沟通以及销售人员、技术支持人员对最终用户的拜访和现场服务的过程中，能了解到最终客户的行业特征、产品需求等信息，公司最终客户主要为规模从几名到几千名员工人数不等的数以万计的企业客户，并广泛分布于医疗、教育、餐饮、电力、银行、政府事业单位等各行各业，小的如餐厅、超市等，大的如花旗银行、可口可乐、京东、中国平安、中国石化等知名企业。

（三）公司在海外设置机构及配备人员的情况，并说明与公司海外业务规模是否匹配。

回复：

公司在海外的业务拓展模式，如前所述，采用的是高效的经销商分销，辅之以公司销售人员前往经销商处给予业务指导的模式，通过对授权经销商的有效管理，由授权经销商进行业务开拓及对客户的基础服务，公司销售人员则按区域负责销售网络的拓展、业务机会的甄选、商务合作谈判及与公司客户、经销商直接沟通，维护合作关系。

公司目前在海外设有美国子公司（亚特兰大）、荷兰子公司、美国加州办事处、澳洲墨尔本办事处等分支机构，主要为更好的服务当地客户，以及满足特定

客户要求供应商必须在当地有分支机构的需要。

公司业务拓展除了有效利用经销商资源的同时，主要依靠销售人员的海外差旅实现，截止 2019 年 6 月 30 日，公司销售人员总数为 253 人，分别负责与全球上百家经销商进行业务对接。2018 年公司销售人员海外差旅人次共计 97 人，差旅天数共计 6,850 天，人均差旅 70.72 天；2019 年上半年，公司销售人员海外差旅人次共计 118 人，差旅总天数共计 4,821 天，人均差旅天数 40.86 天，差旅地点涵盖北美洲、南美洲、欧洲、澳洲及亚洲的诸多国家和地区；且公司设有 40 人左右的专职海外宣传、品牌建设与推广的市场团队，2019 年上半年，市场团队分赴境内外组织参与包括美国、法国、荷兰、新加坡及国内的北京、上海、广州、深圳等地举办的 Infocomm、ISE、IT Partners、Channel Partner、Enterprise Connect 等大型展会，亦组织 250 场以上中小型会议及沙龙，海外平均差旅天数达 26.7 天。

（四）公司产品在国内市场的销售情况，包括销售金额及占比、销售模式、销售渠道及主要客户等，并说明与国外市场是否存在差异及具体原因。

回复：

2019 年 1-6 月，公司来自国内市场的销售收入为 5,785.99 万元，占公司营业收入的比重为 4.93%。国内市场销售收入占比较低，主要原因是公司传统的 SIP 话机业务受国内政策性因素影响，即根据《中华人民共和国电信管理条例》的规定，IP 通信运营属于基础电信业务，目前只有少数企业，如中国电信、中国联通、中国移动等基础电信运营商拥有相关运营资质，因此，也在一定程度上限制了公司 SIP 话机业务在国内的发展。同时，企业自建内部 IP 通信系统不属于政策限制范围，因此，公司的 VCS 业务可在国内正常拓展。

公司在国内的销售模式与海外销售模式相同，以经销模式为主。公司已在国内建立相对完善的销售渠道体系，合作的二十余家核心授权经销商覆盖全国重点省份城市，其中对公司收入贡献较大的主要为北京、上海、深圳等一线城市的经销商。该销售渠道基本保障了现有产品及新品推广的市场需求，未来公司计划继续扩展分销渠道，优化渠道经销商队伍。

三、根据公司披露的公告，公司采取轻资产运营模式，将部分人力密集型的生产外包，委托给外协加工厂。请你公司补充说明：

（一）外协加工成本占营业总成本的比例，近两年及一期公司合作的主要外协厂商的情况，公司向其采购的产品和金额等。

回复：

公司自成立以来，一直采用“外协加工”的生产模式，即由公司负责产品设计、软件开发及产品检验，自行采购所有原材料，提供生产工艺流程和生产工艺文件，委托第三方外协厂商按照公司的技术标准和质量要求进行生产加工，并向外协厂商支付加工费。

2017年、2018年和2019年1-6月公司外协加工成本占营业总成本的比例分别为14.55%、14.40%及14.20%，近两年及一期公司的主要外协厂商情况及采购的产品和金额如下表所示：

单位：万元

序号	名称	采购内容	2017年	2018年	2019年1-6月
1	厦门华联电子科技有限公司	加工服务	3,018.79	4,158.79	2,579.45
2	南靖万利达科技有限公司、漳州万利达科技有限公司	加工服务	1,632.87	2,829.09	1,819.47
3	厦门市威思朗光电科技有限公司	加工服务	1,711.51	2,670.66	1,791.95
4	厦门市上进电子科技有限公司	加工服务	1,349.99	43.95	—
	小计		7,713.15	9,702.50	6,190.87

公司近两年及一期使用的外协厂商为厦门华联电子科技有限公司、南靖万利达科技有限公司/漳州万利达科技有限公司、厦门市威思朗光电科技有限公司及厦门市上进电子科技有限公司，其基本情况如下：

（1）厦门华联电子科技有限公司

厦门华联电子科技有限公司（以下简称“华联电子”）成立于1989年06月17日，注册资本3800万元，注册地位于厦门市同安区洪塘头一路120号15#厂房1-4层。其股东为厦门华联电子股份有限公司（以下简称“华联股份”），华联

股份成立于 1997 年 5 月 4 日，注册资本为 12,929 万元，住所为厦门市火炬高新区火炬园华联电子大厦，于 2017 年 8 月 21 日在新三板挂牌（872122.OC）。截至 2019 年 6 月 30 日，华联股份控股股东为江西联创光电科技股份有限公司（600363.SH），持股比例为 50.01%，实际控制人为伍锐。

根据公开信息显示，华联电子主营业务为电磁感应类、开关电源类及电子元器件的研发、生产和销售，能够通过独立、联合研究设计，或直接按照客户提供的技术方案进行生产制造等多种方式，为客户提供相关产品的研发设计和生产制造服务。

（2）南靖万利达科技有限公司/漳州万利达科技有限公司（以下合并简称“万利达科技”）

南靖万利达科技有限公司成立于 2003 年 4 月 4 日，注册资本为 11,600 万元，注册地址为福建省漳州市万利达（南靖）工业园，其股东为万利达集团有限公司和佳荣国际发展有限公司。

漳州万利达科技有限公司成立于 2016 年 2 月 25 日，注册资本为 10,000 万元，注册地址为福建省漳州市南靖县靖城镇万利达工业园，其股东为厦门信和达投资有限公司、厦门万弘联合投资合伙企业（有限合伙）、厦门万弘智造投资合伙企业（有限合伙）和赖建榕。

根据其官网信息披露，万利达科技为法国、美国、德国、英国、爱尔兰等多家国际知名家电企业和著名销售商提供 OEM、ODM 服务，致力于成为全球领先的智能终端产品整体方案解决商、供应商。

（3）厦门市威思朗光电科技有限公司

厦门市威思朗光电科技有限公司（以下简称“威思朗”）成立于 2013 年 5 月 30 日，注册资本为 500 万元，注册地址为厦门市同安区洪塘头一路 122 号 6# 厂房第五层北侧，主要股东包括张建昌、李红梅、凌球育、张建彬、吴文念，实际控制人为张建昌。威思朗主要从事 LED 灯具的研发、生产、销售以及电子部件的外协加工服务，具有较强的生产制造能力和丰富的电子产品生产经验。

（4）厦门市上进电子科技有限公司

厦门市上进电子科技有限公司（以下简称“上进电子”）成立于 2003 年 4 月 10 日，注册资本 750 万元，注册地位于厦门火炬高新区（翔安）产业区翔虹

路 11 号北 1-2 层，主要股东包括王恒林、周海燕、王恒松。上进电子主要从事各种电路板的表面贴装（SMT）和提供外协加工服务，拥有丰富的电子元器件生产加工经验。

（二）除外协成本外，公司主要原材料供应商的情况，包括但不限于供应产品的类别、合作年限、采购占比、是否与公司存在关联关系等。

回复：

2019 年 1-6 月，公司主要原材料供应商情况如下表所示：

单位：万元

序号	排名	采购金额	采购占比	采购类别	合作年限	是否存在关联关系
1	第一名	3,590.30	10.46%	液晶类	2007 年	否
2	第二名	2,882.63	8.40%	芯片类	2017 年	否
3	第三名	2,138.78	6.23%	芯片类、小半导体	2017 年	否
4	第四名	1,629.01	4.75%	液晶类	2013 年	否
5	第五名	1,481.47	4.32%	外壳类、其他	2015 年	否
	小计	11,722.20	34.15%			

四、截至报告期末，公司货币资金和未到期理财产品余额合计 351,211 万元，占总资产的比例超过 80%。请你公司补充提供截至目前持有理财产品的明细、货币资金存放地点及相关权利证明文件，并说明公司理财产品和货币资金是否存在使用受限或设置权利负担的情形。

回复：

1、截至 2019 年 9 月 20 日，公司持有的理财产品明细如下：

序号	受托人名称	产品名称	产品类型	起始日期	终止日期	合同期限	金额（万元）	资金来源	受限情况	权利负担的情形
1	国信证券	国信证券鼎信安鑫 3 号集合资产管理计划	非保本	2019/03/26	2019/09/25	六个月	5,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等

									期账户	情形
2	兴业银行	188天封闭式	保本	2019/04/04	2019/10/09	188天	15,000	募集	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
3	建设银行	“乾元-顺鑫”2019年第74期理财产品	非保本	2019/04/12	2019/10/09	180天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
4	兴业证券	鑫利五号	非保本	2019/04/19	2019/10/15	180天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
5	厦门农商行	厦门农商银行丰盈专属人民币理财计划	非保本	2019/04/19	2019/10/22	186天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
6	厦门农商行	结构性存款产品(挂钩黄金)2019-133期	保本	2019/04/19	2019/10/22	186天	14,000	募集	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
7	建设银行	“乾元-顺鑫”2019年第86期理财产品	非保本	2019/04/25	2019/10/25	180天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
8	厦门银行	厦门银行“凤凰花”理财之“生财有道”稳健回报系列15KF03M	非保本	2019/05/06	2019/11/01	179天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
9	厦门农商行	厦门农商银行丰盈专属人民币理财计划	非保本	2019/05/09	2019/10/10	154天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
10	厦门国际银行	时时添金系列代客理财产品2017005期	非保本	2019/05/13	2019/11/04	175天	3,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
11	建设银行	“乾元-顺鑫”2019年第102期理财产品	非保本	2019/05/15	2019/11/14	183天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
12	厦门银行	厦门银行“凤凰花”理财之“生	非保本	2019/05/16	2019/11/08	176天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后	不存在资金受限、未进行质押、

		财有道”稳健回报系列 17KF03M							汇入公司活期账户	担保或是冻结等情形
13	厦门农商行	结构性存款产品（挂钩黄金） 2019-176 期	保本	2019/05/31	2019/12/03	186 天	5,000	募集	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
14	国信证券	国信鼎信安鑫 1 号	非保本	2019/06/21	2019/12/20	6 个月	5,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
15	兴业证券	兴证资管恒利双鑫 1 号集合资产管理计划	非保本	2019/07/18	实时赎回	实时赎回	2,000	自有	可实时赎回至公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
16	厦门农商行	结构性存款产品（挂钩黄金） 2019-228 期	保本	2019/07/19	2020/01/20	185 天	5,000	募集	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
17	厦门农商行	结构性存款产品（挂钩黄金） 2019-229 期	保本	2019/07/19	2020/01/20	185 天	3,000	募集	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
18	华夏银行	1215 号增盈企业定制理财产品	非保本	2019/07/30	2020/02/11	196 天	5,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
19	厦门国际银行	时时添金系列代客理财产品 2017007 期	非保本	2019/07/30	2019/11/14	105 天	3,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
20	厦门国际银行	时时添金系列代客理财产品 2017007 期	非保本	2019/07/30	2019/11/14	105 天	5,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
21	厦门农商行	厦门农商银行丰盈专属人民币理财计划	非保本	2019/08/06	2020/02/11	189 天	8,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
22	厦门国际银行	时时添金系列代客理财产品 2018005 期	非保本	2019/08/06	2019/11/07	91 天	5,000	自有	理财期使用受限，到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
23	厦门	时时添金系列	非保本	2019/0	2019/1	91 天	5,000	自有	理财期使用	不存在资金受

	国际银行	代客理财产品 2018005 期		8/06	1/07				受限, 到期后 汇入公司活 期账户	限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
24	国信证券	国信鼎信安鑫 6 号	非保本	2019/0 8/07	2020/0 2/06	6 个月	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
25	民生银行	GS 民生银行综 合财富管理服 务业务 (2019 第 549 期)	非保本	2019/0 8/09	2020/0 2/07	182 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
26	建设银行	“乾元-鑫鑫向 荣” 2019 年第 707 期理财产 品	非保本	2019/0 8/12	2020/0 2/12	184 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
27	建设银行	重庆市分行 “乾元-鑫鑫 向荣” 2019 年 第 707 期理财 产品	非保本	2019/0 8/12	2020/0 2/12	184 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
28	厦门国际银行	时时添金系列 代客理财产品 2018005 期	非保本	2019/0 8/19	2019/1 1/20	91 天	2,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
29	厦门国际银行	时时添金系列 代客理财产品 2018005 期	非保本	2019/0 8/19	2019/1 1/20	91 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
30	华夏银行	1252 号增盈企 业定制理财产 品	非保本	2019/0 8/19	2020/0 2/19	184 天	7,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
31	中信银行	中信理财之共 赢稳健周期 91 天 (尊享) 理财 产品	非保本	2019/0 8/22	2019/1 1/21	91 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
32	中信银行	中信理财之共 赢稳健周期 91 天 (尊享) 理财 产品	非保本	2019/0 8/23	2019/1 1/22	91 天	7,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形
33	厦门国际银行	赢兴系列代客 理财产品 2019016 期	非保本	2019/0 8/26	2019/1 2/02	98 天	5,000	自有	理财期使用 受限, 到期后 汇入公司活 期账户	不存在资金受 限、未进行质押、 担保或是冻结等 情形

34	厦门国际银行	赢兴系列代客理财产品 2019016 期	非保本	2019/08/26	2019/12/02	98 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
35	厦门农商行	厦门农商银行丰盈专属人民币理财计划	非保本	2019/09/04	2020/03/05	183 天	8,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
36	华夏银行	1312 号增盈企业定制理财产品	保本	2019/09/05	2020/03/11	188 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
37	国信证券	国信鼎信安鑫 6 号	非保本	2019/09/11	2020/03/10	6 个月	8,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
38	中信银行	中信理财之共赢稳健启信半年定开二期人民币理财产品	非保本	2019/09/18	2020/03/25	180 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
39	厦门农商行	厦门农商银行丰盈专属人民币理财计划	非保本	2019/09/17	2020/03/18	180 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
40	华夏银行	1316 号增盈企业定制理财产品	非保本	2019/09/17	2020/03/24	189 天	10,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
41	厦门银行	结构性存款-CK1903752	保本	2019/09/18	2020/03/16	180 天	23,000	募集	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
42	厦门国际银行	公司结构性存款(挂钩 SHIBOR C 款) 2019 第 3012 期	保本	2019/09/18	实时赎回	365 天/ 可提前赎回	21,000	自有	可实时赎回至公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
43	厦门国际银行	赢喜系列代客理财产品 2019004 期	非保本	2019/09/18	2020/03/19	183 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
44	厦门国际银行	赢兴系列代客理财产品 2019017 期	非保本	2019/09/19	2020/04/16	210 天	5,000	自有	理财期使用受限, 到期后汇入公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形

45	厦门国际银行	公司结构性存款（挂钩SHIBOR C款）2019第3012期	保本	2019/09/19	实时赎回	实时赎回	1,000	自有	可实时赎回至公司活期账户	不存在资金受限、未进行质押、担保或是冻结等情形
		小计					305,000			

公司对现金管理坚持规范运作、防范风险的原则，对理财产品及发行主体进行严格评估，仅投资于信用级别较高的金融机构发行的流动性较好的低风险金融产品，且保证现金管理不构成关联交易、不属于重大资产重组，并不得用于质押。公司现金管理的受托主体主要包括国有银行、全国性股份制银行、资质较好的地方性银行及大型证券公司；委托购买的理财产品均可通过中国理财网（www.chinawealth.com.cn）或受托主体的官方网站等公开途径查询，保证理财产品真实有效、合法合规。公司严格遵守深圳证券交易所的相关规定，及时披露报告期内投资产品及相关的损益情况。

公司购买的理财产品除去小部分可实时赎回外，其他需要待理财产品到期后，方可解活使用；公司购买的理财产品不存在担保、质押、冻结等设置权利负担的情形，另附各金融机构回复的确认文件备查。

2、货币资金存放地点及相关权利证明文件

（1）截至2019年9月20日，公司的货币资金分为银行存款和现金两部分，；其中，现金存放于公司财务室保险柜内，明细如下表，另附现金盘点表备查。

单位：元

币种	金额
人民币	4,674.40
美元	3,319.20
欧元	8,562.50
英镑	765.00
澳大利元	339.00
台币	1,000.00

（2）公司银行存款存放于公司在各家银行开立的账户中，具体明细如下表所示，另附银行出具的资信或余额证明备查。

单位：元

序号	开户银行名称	账号	币种	账户性质	截至2019年9月20日余额	备注

1	工商银行厦门软件园支行	41002001192****4396	人民币	基本户	7,612,924.01	
2	工商银行厦门软件园支行	41002001198****4594	美元	美元结算户	1,961,409.42	
3	工商银行厦门软件园支行	41002001198****1438	欧元	欧元结算户	1,007,541.02	
4	工商银行厦门软件园支行	41002001198****0759	英镑	英镑结算户	20.01	
5	招商银行松柏支行	5929020****0401	人民币	人民币一般户	4,119,778.85	
6	招商银行松柏支行	5929020****2801	美元	美元结算户	2,775,029.38	
7	招商银行杭州高新支行	5719069****0300	人民币	基本户	818,112.15	
8	招商银行深圳软件基地支行	7559400****0901	人民币	基本户	254,308.70	
9	招商银行厦门软件园支行	5929020****0904	人民币	人民币一般户	488,707.03	
10	中国银行高科技支行	4052****9592	人民币	单位人民币活期一般账户存款	435.35	
11	中国银行高科技支行	4195****0953	美元	单位活期美元现汇存款	34,759.83	
12	工商银行厦门东区支行	41000238192****2136	人民币	一般户	1,331.09	
13	工商银行厦门东区支行	41000238192****9804	人民币	一般存款账户	7,637,106.93	募集资金账户
14	工商银行厦门东区支行	41000238198****2073	美元	美元结算户	52,538.66	

15	汇丰银行厦门 火炬支行	7430****1011	人民币	人民币户	10,711.91	
16	汇丰银行厦门 火炬支行	5030****1055	美元	美元结算户	1,836,407.20	
17	兴业银行莲花 支行	1294701001****5803	人民币	一般存款账 户	711,443.81	
18	兴业银行莲花 支行	1294714001****5023	美元	美元结算户	14,579.43	
19	兴业银行莲花 支行	1294701001****6352	人民币	一般存款账 户	4,502.65	
20	兴业银行莲花 支行	1294714001****5265	美元	美元结算户	46.07	
21	兴业银行莲花 支行	1294701001****3480	人民币	一般存款账 户	73,233,890.03	募集资金账户
22	中国民生银行 股份有限公司 厦门分行	29010141****3247	人民币	一般户	15,109.58	
23	中国民生银行 股份有限公司 厦门分行	29011441****2288	美元	美元结算户	32,416,728.88	
24	中信银行集美 支行	81149010137****2362	人民币	一般存款帐 户	305,891.91	
25	中信银行集美 支行	81149010138****0085	人民币	一般存款帐 户	7,446,005.35	募集资金账户
26	中信银行集美 支行	81149140136****8891	美元	美元结算户	919.8	
27	厦门银行鹭通 支行	878001205****1743	人民币	一般存款帐 户	1,183,475.12	
28	厦门国际银行	80051000****9559	人民币	一般存款帐	96,891.63	

	厦门分行			户		
29	厦门国际银行 厦门分行	80051500****1288	美元	一般存款账 户	443.74	
30	中国建设银行 股份有限公司 厦门科技支行	351501988701****8888	人民币	一般存款账 户	4,283,676.24	
31	中国建设银行 股份有限公司 厦门科技支行	351501988701****1761	美元	一般存款账 户	3,000.24	
32	厦门农村商业 银行股份有限 公司总行营业 部	90201110100100****60586	人民币	一般存款账 户	1,606,768.00	

公司现金存放于公司财务室保险柜内，银行存款均为活期存款，可随时取用，不存在担保、质押、冻结等设置权利负担的情形。

厦门亿联网络技术股份有限公司

2019年9月30日