

深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司

非公开发行股票

募集资金使用可行性分析报告 (修订稿)

二〇一六年六月

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 120,000 万元，扣除发行费用后拟用于 O2O 国际全渠道运营平台、差旅管理云平台（第一期）建设项目以及补充流动资金。募集资金具体投资项目如下：

序号	项目名称	项目投资总额 (万元)	募集资金拟投入额 (万元)
1	O2O国际全渠道运营平台	89,465	89,465
2	差旅管理云平台（第一期）	18,035	18,035
3	补充流动资金	12,500	12,500
合计		120,000	120,000

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

若实际募集资金数额(扣除发行费用后)少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目的的基本情况与前景

（一）项目概述

公司自 2011 年上市以来，凭籍资本助力，基于行业现金驱动特性及对行业的认识，采取了差异化竞争策略，提出“旅游×互联网×金融”大战略。通过给产业链下游的中小代理商提供业务管理系统、支付结算服务及金融解决方案，扶持中小代理发展，大大提高了下游代理商的动能，同时促进了公司主业的发展。公司目前已完成了业务网络的全国布局，机票分销市场占有率全国排名第二，形成良性循环。同时，公司通过收购兼并全国布局，快速发展成为全国性公司并把优势覆盖至大旅游市场，搭建大旅游生态圈。

传统的商旅业务市场环境近年来发生了巨大的变化，竞争日趋激烈。公司应对行业变化，积极进行业务转型，公司本次计划投资实施的募投项目，即是落实公司战略的有力举措，其战略必要性如下：

1、行业环境变化，带来新的商业机会

（1）客户类型多样化，产生新的需求

在大旅游市场，客户分为三类：分销客户（以下简称“B2B”）、政企客户（以下简称“TMC”）、个人/家庭客户（以下简称“B2C”）。B2B 客户的需求是获取丰富多样的旅游要素，包括机票、酒店、景点、租车、邮轮等产品。B2B 客户将囊括“吃、住、行、游、购、娱”的产品自由组合，向其下游客户提供丰富的选择。而 TMC 客户的需求已经从简单的差旅出行的预定，扩展到日程管理、差旅政策执行、费用的合规审查、差旅分析等。B2C 客户的需求是丰富的产品、更多的自由行线路选择以及移动解决方案等。

（2）行业互联网化发展趋势明显

公司客户以 B2B 和 TMC 为主，客户对互联网的应用有强烈的需求。从实践看，实施“互联网+”战略，需要在三个层次体现：第一，交易的互联网化：借助行业交易平台，实现采购的多样化与销售的最大化。目前在旅游分销行业，尚未形成垄断性的综合旅游要素分销平台；腾邦国际作为全国最大的机票分销商，同时拥有全国领先的机票分销平台和旅游分销平台，在交易互联网化方面具有先发优势。第二，客户管理的互联网化：通过网站、微信、微博、App 等手段，实现与客户的互动，并且需要将交易记录、互动记录与后端客户管理系统对接。目前在旅游分销行业，尚没有成熟的客户管理工具，腾邦国际通过多年的业务积累和经验沉淀，有能力为 B2B 和 TMC 客户提供客户管理的互联网工具。第三，运营的互联网化：无论是 B2B 客户还是 TMC 客户，均需要借助系统打通采购、产品管理、销售、财务结算、资金管理、客户管理等功能。借助互联网手段，帮助客户实现生产运营的全流程管理，不仅可以提高客户的效率，更能减低运营成本和消除操作风险。

2、顺应行业趋势，公司实施战略升级

（1）实施大旅游国际化战略，开拓企业成长空间

本次提出的“O2O 国际全渠道运营平台”项目，主要目的是建成覆盖全国主要口岸城市的 O2O 运营网络，并且在“一带一路”覆盖的国家获取当地的核心旅游资源（机票、酒店、景点等），深耕当地的旅行社、代理人市场。向腾邦国际体系内的 GSS（Global Sales System，全球销售系统）、八千翼（国内领先的机票分销平台）以及欣欣旅游（国内领先的旅游分销平台）提供优势旅游产品，将线上供销和线下互动相结合，构建稳固的营销网络。

在建成 O2O 国际全渠道运营平台的同时，腾邦国际的 TMC 客户将获得更丰富的产品以及更好的落地服务，公司将继续挖掘客户价值，实现互联网旅游企业的优势发展。

通过构建线上线下相结合的旅游资源营销网络，腾邦国际将从千亿级的机票分销市场迈入万亿级的旅游市场。另外，腾邦国际将顺应出境游火爆的趋势，贯彻国家“一带一路”大战略，在相应的国际区域进行布局，开辟企业高速增长空间。

（2）实施互联网战略，助力客户升级

除了提供丰富的旅游产品以汇聚客户之外，公司还将针对客户的运营不足之处提供综合性解决方案，为客户提供深层次的价值，与客户建立长期合作，构建大旅游生态圈。

“O2O 国际全渠道运营平台”项目将建设云产品平台、云采购系统和云销售系统，将分销企业的生产经营与后台管理（财务、结算、人员管理等）对接，建成实用的行业 ERP。

“差旅管理云平台”项目，将为全球 TMC 客户提供包括出行预订、紧急救援、差旅政策实施、合规检查、差旅分析等服务，提供应收账款管理、企业金融服务等接口，涵盖企业差旅管理的全流程，为企业的内部运营提供更有效的互联网管理手段。

移动互联网是未来发展趋势，针对行业客户缺乏技术力量开发移动解决方案的难点，此次“差旅管理云平台项目”和“O2O 国际全渠道运营平台项目”将提供移动互联网解决方案，包括“差旅助手”、“移动报销平台”、“微店助手”等。这些方案的提出将极大提高客户的运营效率，使移动互联网成为行业客户必备的生产工具。

（二）O2O 国际全渠道运营平台

1、项目背景及必要性分析

（1）项目背景

腾邦国际自 2011 年上市以来一直在进行全国服务网络布局，目前已经在深圳、北京、天津、沈阳、青岛、南京、上海、杭州、福州、厦门、漳州、武汉、广州、成都、重庆、西安、新疆、香港等地设置了分支机构，打通本地销售渠道，获取当地机票、酒店、旅游等优势产品，对国内客户基本实现了贴身服务，并初步形成了全国网络的布局。但在国际服务网络的开发上相比全球性差旅和旅行服务机构仍存在较大的提升空间。

近年国家大力支持企业实施“走出去”战略，并从税收、金融支持、行政审批及知识产权保护等方面提供了相应的政策支持。近期国家更是将“走出去”的方针政策引导上升为国家发展战略，并提出了“一带一路”的战略构想，设立“亚洲基础设施投资银行”，全力实施国际化战略，随着国家政策的引导，越来越多的企业开展跨国投资、兴办实业，随之而来的国际商务出行也愈加频繁，为了给客户提供更好的服务，公司也需“走出去”为客户提供落地服务。而且由于客户的需求，公司境外的合作伙伴不断增加，合作对象包括境外航空公司、旅行社、OTA 网站等，通过与国外公司的合作，加深了对国外旅游市场、法规及商业规则等的了解，并锻炼了不少国际性人才，同时公司也有意识地培养国际性人才，为走出去做准备。因此无论是宏观外部环境，还是公司自身具备的各种能力均支持公司提升国际化。

同时随着国内移动互联网技术的快速发展，以及移动端交易及支付场景的成熟，将促使 O2O 模式从概念变为现实，O2O 商业模式将迎来爆发。基于这样的时代背景下，腾邦国际计划利用移动互联网技术，建立 O2O 运营平台并结合线下布局，实现商旅及旅游产品的采购、销售及服务全流程 O2O 运营，实现线上线下无缝对接，并更注重旅游服务本身的个性化、本地化特性。

因此，公司将结合 O2O 运营平台，通过自建或并购方式继续进行线下服务运营中心的布局，积极构建 O2O 服务网络，除完善全国布局以外，还需要开拓国际运营服务中心，实现国际商旅产品及服务的本地化。

本项目总投资 89,465 万元，包含三个子项目，具体投资规划如下：

投资明细	投资金额	占比
O2O 线上运营平台系统建设	25,850	28.89%
国内线下运营服务中心建设	46,599	52.09%
国际线下运营服务中心建设	17,016	19.02%
合计	89,465	100.00%

（2）项目必要性

第一，本项目的实施是公司发展战略的延续和升级

公司上市以来推行全国布局的发展战略，建设 O2O 运营平台项目就是在全国各地和“一带一路”主要覆盖国家设立运营服务中心，同时打造线上采购分销平台，实现线上线下互动。这是对原有战略的升级。

第二，本项目的实施是满足客户需求及应对国际竞争的需要

近年来随着国家“走出去”战略的实施，越来越多的企业开展了跨国投资业务、在开拓市场的同时，随之而来的国际商务出行也愈加频繁。为了能够满足客户新增需求，公司也需要随着客户“走出去”，从而提供落地服务，甚至能为向全球扩张的企业提供包括差旅、会议、奖励旅游、海外救援等服务。

随着国民收入的不断提高，出境游行业的规模发展迅速，为了能够更好的服务客户，公司需要采购更多的国外旅游资源，导入国内。同时设立国外主要旅游目的地的运营服务中心，从而一方面有效减少交易成本，一方面提高产品的竞争力。

近年来欧美国家的旅游企业不断地在中国设立营业机构，利用其从国外获取的产品优势及管理经验进入国内市场，为应对全球性的竞争需要，公司必须不断拓宽视野，提升竞争力，向国际化的商旅服务平台行列进军。

第三，本项目的实施是资源整合、渠道集中管理的需要

建设 O2O 运营平台能够汇集供应商集群，为客户提供更多、更好的产品，从而促进腾邦国际的销售和服务质量；又可以有效地梳理和整合销售渠道，获取关键的市场数据，并通过大数据分析，增强公司对上下游的议价能力，从而获取更高的收益。

第四，本项目的实施是构建依托于 O2O 运营平台的服务网络的需要

随着移动互联网的迅速发展，线上+线下的 O2O 商业模式逐步被市场接受并成为主流的发展方向。相比互联网 O2O 模式，线上+线下的 O2O 商业模式可以将客户服务落地。无论是企业差旅客户还是分销客户乃至个人客户均需要通过落地服务来了解客户的真实需求，我们通过移动终端或 PC 端数据了解到客户购买意向，然后由旅游顾问通过一对一服务方式为客户提供咨询，根据客户具体需要，提供定制个性化的旅游服务产品。公司通过完善运营网络来强化落地服务能力并提升用户体验，增强客户粘性，占领线下流量入口。

2、项目建设方案

（1）实施主体

本项目实施主体为腾邦国际及下属子公司。

（2）项目建设内容

本项目的建设包括 O2O 线上运营平台系统建设、国内线下运营服务中心建设以及国际线下运营服务中心建设，上述三个系统建设完成后，公司将形成完整的 O2O 线上线下营销服务、运营管理及资源采购体系。具体建设内容如下：

①O2O 线上运营平台系统建设

公司计划搭建 O2O 线上运营平台，该平台主要包括云采购系统、云运价系统、产品云平台 and 云销售系统，系统的主要功能及架构设计如下：

系统名称	主要功能及架构设计
云采购系统	A、建设面向中小供应商的 SAAS（Software-as-a-Service，软件即服务）云采购系统，使公司为数众多的中小供应商可在线投放产品、在线接收订单，并对产品价格、库存进行管理； B、通过接口方式直接对接全球主要 GDS（Global Distribution System，全球分销系统）、各类旅游产品竞价平台、航司官网、景区、旅游批发商、OTA（Online Travel Agent，在线旅游社）等系统，建设面向大型供应商的 API（Application Programming Interface，应用程序编程接口）接口，实现与供应商 ERP（Enterprise Resource Planning，企业资源计划）或产品销售平台对接，打通所有的上游供应商产品接口，实现所有产品通过线上采购。
云运价系统	A、整合航班数据、运价数据、政策、产品等数据，为各销售渠道提供完美的机票查询解决方案； B、支持 Eterm、IBE、Shopping+等多种航班数据来源的查询；
产品云平台	A、通过接口整合机票、酒店、保险、租车、游轮、门票、

	金融理财等所有产品，并对所有的单品根据用户需求及购买习惯进行组合包装形成新的打包产品，并通过大数据分析反向采购产品； B、除了通过接口直接获取产品资源外，“产品云平台”还能提供产品维护及发布入口，产品提供方可将自有产品维护到“产品云”共享给用户。
云销售系统	A、实现国内主流 OTA 多接口的技术服务； B、支持国外主流 OTA 直联对接； C、实现对旅行社、机票代理等 B2B 分销网络对接； D、支持面向旅行社、机票代理及异业销售渠道的行业 ERP、旅游助手、微店、差旅管家、差旅管理 App 等软件产品和服务，免费为下游销售渠道提供系统，整合销售渠道，实现线上销售。

O2O 线上运营平台系统整体架构如下图所示：



②国内线下运营服务中心建设

公司除原先已设立的分支机构外，计划新设 20 家以上运营服务中心，最终形成东北、华北、西北、华中、华东、西南、华南七大片区的线下服务网络，覆盖全国近 40 个城市，实现国内省会城市全覆盖。

国内运营服务中心的规划如下：

区域	已经落地的运营服务中心	待建设的运营服务中心
东北区域	沈阳	大连、长春、哈尔滨等

华北区域	北京、天津、青岛	石家庄、太原、呼和浩特、济南
华东区域	上海、南京、杭州、厦门、福州、漳州	合肥、温州、宁波等
华中区域	武汉	长沙、郑州、南昌等
华南区域	深圳、广州	海口、三亚、南宁等
西北区域	西安、乌鲁木齐	兰州、西宁、银川等
西南区域	成都、重庆	贵阳、昆明、拉萨等

公司将通过自建或收购的方式在上述地区布点，每个服务中心最终将配备50-100人的专业团队，团队包括管理、销售、客服、产品、财务等人员。团队规模将根据地区业务量情况确定。

③国际线下运营服务中心建设

公司将结合国家“一带一路”战略规划，在全球如东亚、西亚、东南亚、欧洲、北美、澳洲等地区，按照出入境人口的排名，选择“一带一路”重点覆盖的区域，在重要的商旅城市通过自建或收购方式建设国际化运营服务中心，打造国际化运营团队，为客户提供产品和服务。

建设国内和国际线下运营服务中心，主要担负三项职能：

A、获取当地旅游资源，包括当地航空公司机票、酒店与景区等，将所收集资源导入“产品云平台”供上市公司体系内各分子公司与客户共享。

B、服务上市公司体系的客户，建立覆盖全国和跨境地面服务的网络。客户能够在异地享受到公司提供的机场与交通服务，并有效解决临时突发事件，增强公司在客户体验方面的竞争力。

C、向当地旅行社以及代理人推广公司各系列旅游服务产品，同时对行业ERP、差旅管家、微店等产品进行宣传，从而加强公司在旅游分销领域的主导地位。

国际运营服务中心的规划如下：

区域	服务落地城市
亚洲	香港、台湾、新加坡、首尔、迪拜
欧洲	巴黎、伦敦
北美	芝加哥

澳洲	悉尼
----	----

公司将通过自建或收购的方式在上述地区布点，每个服务中心最终将配备 50-100 人的专业团队，团队包括管理、销售、客服、产品、财务等人员。团队规模将根据地区业务量情况确定。

（3）项目建设期

本项目建设周期三年。

3、项目发展前景

本项目建设完成后，公司将形成覆盖近 90%的国内出行人口及国际主要枢纽机场的服务网络，并整合所有优势产品资源和销售渠道，完全实现线上采购、线上销售、线下服务的 O2O 运营体系，能够为客户提供更为丰富、更加符合客户所在地实际情况的产品及服务。因此本项目具有良好的发展前景。

4、项目预期效益

预计项目年均营业收入为 46,770 万元（不含税），年均税后利润为 12,374 万元，投资回收期（所得税后）为 7.84 年，内部收益率（所得税后）为 18.77%，项目预期效益良好。

5、项目备案及环评情况

本项目已获得深圳市福田区发改局神福田发改备案【2015】0087 号项目备案证。本项目无需进行环评。

（三）差旅管理云平台（第一期）

1、项目背景及必要性分析

（1）项目背景

早在西方实现工业化生产后的 60-70 年代，美国诸多管理先进的公司就已开始探索和实施企业差旅及费用报销合规管理系统(Travel and Expense management, 简称 T&E)的应用。差旅管理和费用管理作为财务管理的延伸和补充，能够有效帮助企业提升运营效率和进一步掌控运营成本，并迅速以其良好的实施效果而被跨国企业广泛应用。

据 Amadeus 与 Frost & Sullivan 最近发布的一份针对亚太地区商务旅行市场的研究表明，目前中国每年的差旅费用达到 2500 亿美元，2015 年中国的差旅费用将超过美国，成为全球最大的差旅市场；这一数字到 2025 年将增长到 5000

亿美元。此外，随着商务旅行市场的成熟，企业对差旅政策的要求会越来越高，帮助企业实现“政策遵从”的差旅管理服务商也将迎来巨大的发展机遇。差旅管理与移动互联网相结合也是未来发展趋势。

差旅管理概念 2002 年进入中国，相关业务开始发展，差旅管理逐渐为大多数企业所知悉。目前绝大部分的政企单位，都已选择了专门的服务商来为他们的员工出行进行统一的预订安排，完成了初步的采购集中管理。但同时，大多数的企业也仅把差旅管理定位为出行服务的预订、出行费用的供应商垫资、以及成本分析报表的提供。差旅管理中的安全救援、管理事务安排、预算及费用管理等方面的工作，尚未能取得真正的应用效果。

目前，我国经济发达地区中很多公司自身管理系统正日趋成熟，完成了前期的财务管理、进销存管理、销售与运营计划(S&OP)、财务业务一体化/ERP、客户关系管理、供应链协同等业务主流程相关的管理提升和信息化，部分公司已完成预算管理、商业智能分析等高阶管理控制和分析工作。在此基础上，企业具备较强的能力和动力对辅助性的流程管理系统，特别是与合规管理相关的差旅费用报销进行优化，以实现对业务辅助监督、防范风险。

更为重要的是，随着我国政企机构对于差旅行为的规范管理、费用使用的预算约束和合规管理、配合监管机构和法规遵从的腐败防范，需要一个基于数据进行管理的工具，腾邦国际的差旅及费用管理系统将提供相应的支持。

公司本次拟投入建设的差旅管理云平台（第一期）意在满足现有政企客户群体日益增长的内部精细化管理需求，对传统的差旅管理平台系统进行服务升级，在实现差旅管理平台出行预订、行程管理、收款结算等基本功能的基础上，完善出行预警、安全协助、工作协同、合规检查、差旅分析等功能；更重要的是，开发与原差旅系统紧密对接的费用管理系统，增加差旅报销、费用管理服务，为客户提供企业差旅费用管理线上线下一体化解决方案。

本项目拟投资 18,035 万元，投入的计划如下表所示：

单位：万元

投资明细	投资金额	占比
装修投入	104.00	0.58%
设备购置	6,622.00	36.72%

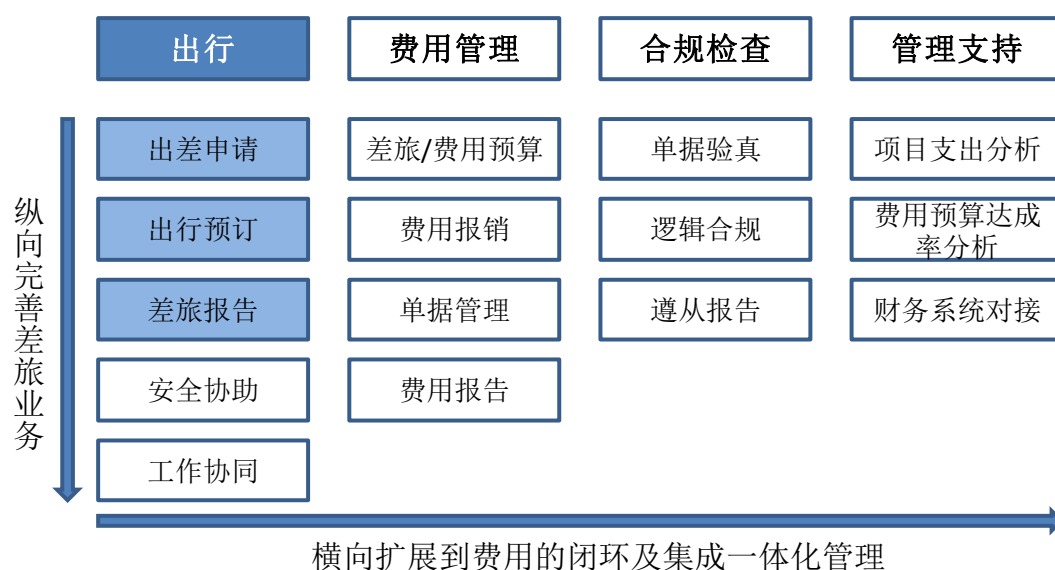
软件开发	4,138.00	22.94%
广告营销	5,000.00	27.72%
不可预见费用	673.00	3.73%
铺底流动资金	1,498.00	8.31%
合计	18,035.00	100.00%

（2）项目必要性

第一，项目的建设符合国内企业差旅管理服务升级日益增长的需求

目前，差旅管理服务在国内主要侧重于出行预订服务。随着国内企业规模的扩大和内部管理机制的日趋成熟，企业对规范差旅管理的诉求日趋明显，但缺乏专业的服务商来提供对应的服务。

腾邦国际将顺应客户的需求，在完善差旅管理业务的基础上，扩展费用管理，把差旅管理从单点的出行服务，变成差旅及招待费用的闭环管理



差旅管理服务内容中涉及的费用预算、出差标准、报销制度、合规等管理方面的要求，需要与后端的报销及账务处理相互结合，以此完成相互勾稽、账目相符的闭环管理。大量全国性的企业兴起，随着业务的逐步成熟与扩张，其财税制度也需要进行整体规划、统筹与执行。用人工的方法难以保障对各细项业务流程的执行力度、合规检查与管理分析。更多的企业需要专业的系统集成商为其提供闭环、一体化的差旅管理和费用管理解决方案。

第二，本项目的实施符合公司产业链延伸的战略规划

从公司战略规划角度看，腾邦国际确定了以商旅业务为主业，同时提供配套管理、支付、金融等方面的服务，形成“旅游×互联网×金融”的商业模式。

在商旅业务板块方面，差旅管理服务是公司围绕自身主营业务并计划长期发展的支柱型产业，不仅可以为腾邦国际聚集具有高粘合度的、开展多项综合业务和增值服务的企业客户群，而且能够以此为基础，挖掘并收集具有高附加值的个人客户群体，形成差旅咨询、POS 收单、资金清结算等全产业链综合解决方案。

第三，本项目的实施有利于增强客户黏性，提高公司核心竞争力

传统的差旅管理难以为客户提供高附加值的服务，导致客户对服务提供商的替换成本低廉并且压低了服务商的利润空间。

通过介入客户的管理从而提供更深层次的服务，特别是在合规管理方面，通过与客户内部管理更充分的结合，达到良好的协同效应，将有效提高客户满意度，拓展与加强腾邦国际对客户业务需求的覆盖面和客户粘性。同时，通过对客户账务的辅助处理，能够有效梳理出客户自身的管理要求、管理成熟度、风险级别，为公司开展多种经营服务提供良好的数据支撑。

在差旅管理系统平台基础上新增费用管理服务以及合规管理，将打通原有的差旅服务与金融配套服务，有助于腾邦国际获得在创新商旅业务市场的先发优势，提高对企业客户差旅管理的综合服务能力，提高服务产品的附加值，增强公司核心竞争力及盈利能力。

2、项目市场前景

在中国，T&E 市场的需求仍处于启蒙阶段。目前经济发达地区的企业客户随着自身业务逐步向成熟阶段发展，已开始对更专业的差旅服务系统萌生需求。

根据 Aberdeen Group 的调查显示，其受访企业中，采用一体化的差旅及费用管理解决方案的企业，其每笔费用管理单据的事务处理成本，平均由 18.03 美元可下降于 11.28 美元。费用的合规遵从比例也由平均 72% 上升到 85%。可以为客户创造显而易见的效益，更重要的是提高了客户管理的规范性，防止出现合规风险。

本项目的有效实施将拓展腾邦国际的盈利空间，同时为将来提供配套金融服务打下良好基础。

3、项目建设方案

(1) 实施主体

本项目实施主体为腾邦国际及其子公司。

(2) 项目建设内容

本项目将通过自建、委托开发或外购的方法，对公司自主研发的差旅管理系统平台进行升级，开发费用管理及移动报销系统平台、费用管理服务系统，并将上述系统平台打通。上述平台建设内容如下：

系统	建设内容
差旅管理系统平台	对原有差旅管理平台系统进行重构升级，增加员工出行日历、安全救援助手、员工出行定位、出行预算管理等模块，并打通差旅预订管理到报销系统的环节，形成一个闭环系统。 增加对涉及多国业务的集团性企业，在多语言、多币种、多会计制度下，对分成本中心进行差旅管理的各个环节的应用支持，以及相应的多结算主体和跨境结算的支持。
移动报销系统平台 (APP)	构建基于移动终端的费用报销平台，实现客户从预算、出行申请、预订、报销、合规、分析的全流程集成的费用管理解决方案。主要功能包括预算设置、成本中心设置、费用/出行申请、报销管理、单据管理、合规检查、报销分析报告。
费用管理服务系统平台	构建报销单据的整理、验真、合规检查服务系统，本系统用于服务人员进行相关的操作和管理之用，并为客户的财务系统提供数据、单据接收、单据入库、单据扫描、单据验真、合规分析、单据出库、单据寄送等。

本项目实施后，可为客户提供如下系统或服务支持：

- ① 为客户的差旅出行提供了除传统的产品预订之外，更多的出行协助、工作协助和安全协助功能；

- ② 基于云平台的移动费用报销系统与客户的差旅管理系统进行无缝集成，并为客户的 ERP 系统提供数据对接；
- ③ 基于大数据分析的合规异常行为识别与处理功能；
- ④ 对购买全套服务系统的高端客户，提供整体的费用管理外包服务，客户出差或发生其它费用后，只需将单据通过第三方物流递送至公司相关部门，即可获取所有费用处理及合规审查工作的协助，完成后再将单据交回客户财务部门。

（3）项目建设期

本项目计划建设周期三年。随着未来业务量的增加，还将持续进行硬件的补充投资以及软件系统的开发及维护工作。

4、项目发展前景

本项目建设完成后，将为客户提供基于移动互联网、云服务的差旅管理解决方案和费用管理服务，能为客户带来费用合规、事务精简、成本控制等价值，将有效地降低客户的运营成本、提高运营效率。企业差旅管理和费用管理的需求预计在未来几年里将快速增长，其内部的合规要求日益迫切，相关服务的市场具有较大的发展前景。

腾邦国际通过前期四年的 TMC 业务开拓，已累计产生 3000 名以上的企业客户，此部份客户与腾邦国际进行了长期的合作，大量的出行数据如果结合新系统的应用，将能为客户带来更多的价值，具备良好的增量业务发展基础。

5、项目预期效益

预计项目年均营业收入为 7,915 万元（不含税），年均税后利润为 3,136 万元，投资回收期（所得税后）为 8.13 年，内部收益率（所得税后）为 17.78%，项目预期效益良好。

6、项目备案及环评情况

本项目已获得深圳市福田区发改局神福田发改备案【2015】0083 号项目备案证。本项目无需进行环评。

（四）补充流动资金

基于行业资金驱动特性，以及公司实际业务发展需要，公司本次拟募集资金 12,500 万元补充流动资金。

本次部分募集资金补充流动资金，可以更好地满足公司生产、运营需要，降低公司经营风险，提高资金使用效率，增强公司竞争力。

（此页无正文，为《深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订稿）》之签章页）

深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司

董事会

2016年6月20日