



中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）

China Audit Asia Pacific Certified Public Accountants LLP

关于大唐高鸿数据网络技术股份有限公司
[关于请做好大唐高鸿数据网络技术股份有
限公司非公开发行股票申请发审委员会准备
工作的函]的回复（修订稿）

中国·北京
BEIJING CHINA

**关于大唐高鸿数据网络技术股份有限公司
[关于请做好大唐高鸿数据网络技术股份有限公司非公开发行股票申
请发审委员会准备工作的函]的回复（修订稿）**

中国证券监督管理委员会：

2021年2月23日，中国证券监督管理委员会发行监管部出具了《于请做好大唐高鸿数据网络技术股份有限公司非公开发行股票申请发审委员会准备工作的函》（以下简称“告知函”），中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）对告知函中需要本所回复的相关问题履行了核查程序，并就贵会的意见进行了回复。

根据中国证监会的审核意见，本所对告知函回复内容进行了进一步的补充和修订，具体回复内容附后。

问题一：关于房地产业务清理

申请人反馈回复称，申请人房地产业务已整改清理，请申请人说明：贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程，当时是否存在将主要房产出售的计划，相关会计核算是否合规。请保荐机构、申请会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

上市公司回复：

一、贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程，当时不存在将主要房产出售的计划

自2020年初起，贵州高鸿销售暂停，全年未再对外销售房产，当时已无对外销售计划。

（一）贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程的原因

贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程，主要是因为发行人业务重点已由北京向贵州转移，剩余房产由存货转为自用，可以满足发行人西南地区业务拓展的需求，符合公司战略发展规划。

发行人及下属公司办公、研发和生产经营场所主要通过租赁方式取得，办公经营场地较紧张且地点分散，无法满足业务快速增长的需要。为改善发行人及下属子公司办公经营环境，发挥多业态协同优势，2015年，发行人与北京四季兴海网络信息技术有限公司合作开发“大唐高鸿科研及产业发展基地”，2019年“大

唐高鸿科研及产业发展基地”已建成，面积为 42,492.89 m²，发行人总计投入 6.84 亿元。

因政府拟对此中关村互联网金融产业园进行统一规划，2019 年底公司将已建成拟作为公司办公场所的“大唐高鸿科研及产业发展基地”转让至政府平台公司。公司注册地址在贵州省贵阳市，近两年贵阳市出台了《产业大招商政策措施》等一系列关于支持企业总部入驻支持政策，发行人作为贵阳本地上市公司，考虑到“花溪慧谷产业园”作为发行人开发的城市综合体项目，区位优势明显，在花溪大学城文化科技产业和贵阳贵安协同共振的辐射带动下，未来发展潜力巨大，发行人能充分享属地资源优势。基于以上分析，发行人逐渐将总部基地向贵阳当地转移。自 2020 年起，贵州高鸿未再对外销售房产，公司开始筹划将总部基地迁至贵阳事宜，此时已无对外销售计划。

（二）贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程履行的审批程序

2020 年 4 月，发行人审议通过调整内部组织架构的议案，在贵阳设立“贵阳经营中心”，确定将公司部分主业逐步迁回贵阳，拟以“花溪慧谷产业园”作为西南地区业务总部，作为发行人 IT 销售、行业企业信息化、车联网和信息服务本地化的主战场和根据地，逐步推动业务在西南地区的落地实施。

2020 年 11 月，发行人召开党委会、总经理办公会，根据《党委会纪要》、《总经理办公会纪要》：“1、原则上同意将贵州高鸿剩余房产全部都转为自持以保障公司战略规划的实现；2、原则上同意贵州高鸿不再开展任何房地产开发业务，变更贵州高鸿名称和经营范围并放弃向当地住建部门申请办理变更或续期贵州高鸿的房地产开发资质。”

贵州高鸿“花溪慧谷产业园”项目总用地面积 26,492 m²，土地性质为商服用地。项目总建筑面积 99,705.93 m²，其中地上建筑面积 66,677.07 m²；地下建筑面积 33,028.86 m²（主要为地下车库和人防设施）。地上建筑 9,513.47 m²已完成出售，剩余 57,163.60 m²及地下建筑由发行人自持自用，作为总部办公、IT 销售、车联网研发产业化及产业园区配套等使用，具体规划如下：

自用房产用途	套数	面积（m ² ）
专家公寓（50 人）	50	2,227.36
员工宿舍（预计 600 人）	226	12,190.13
总部办公	-	7,029.63
机房（IDC、行业企业信息化等）	-	6,732.51
测试中心（车联网、可信云计算业务的成品、半成品等）	-	5,778.23

呼叫中心	-	5,674.87
办公配套（档案室、会议室、职工之家及餐厅等）	-	5,235.04
IT 商城	-	4,462.71
高端 IT 产品展示场	-	3,905.31
展示中心（车联网等的产品、方案等）	-	2,134.57
物管配套	-	1,793.24
小计	276	57,163.60
人防设施及停车等	-	33,028.86
合计	276	90,192.46

目前花溪慧谷产业园已封顶，主体建设已基本完成，正在进行机电安装和消防工程，上述工作预计 2021 年 3 月底完成；2021 年 6 月完成消防工程、园林绿化、市政工程等，完成竣工验收并交付使用。

2020 年 12 月 3 日，贵州高鸿股东决定变更公司名称和经营范围；2020 年 12 月 10 日贵州高鸿完成工商变更，名称由“贵州大唐高鸿置业有限公司”变更为“贵州大唐高鸿信息技术有限公司”，同时删除原经营范围中“房地产开发经营；房屋工程设计；室内外建筑装饰装潢；房地产经纪”的相关内容。

（三）贵州高鸿已失去房地产开发资质，不具备房地产开发的条件

鉴于贵州高鸿名称和经营范围已于 2020 年 12 月 10 日变更，根据《房地产开发企业资质管理规定》（中华人民共和国建设部令第 77 号）第十五条的规定：“企业变更名称、法定代表人和主要管理、技术负责人，应当在变更 30 日内，向原资质审批部门办理变更手续。”截至告知函回复出具日，贵州高鸿名称变更已满 30 日，贵州高鸿未向当地住建部门申请变更贵州高鸿房地产开发资质，按照规定，贵州高鸿原房地产资质已丧失。

为进一步确认贵州大唐高鸿信息技术有限公司房地产开发资质效力问题，发行人律师对当地住建部门进行函证。2021 年 1 月 6 日，贵阳市花溪区住房和城乡建设局出具《对贵州大唐高鸿信息技术有限公司房地产开发资质相关问题的回复》：“经查询贵州大唐高鸿置业有限公司相关情况，确认更名为贵州大唐高鸿信息技术有限公司，并删除了原经营范围中房地产开发相关的全部内容。在已经删除经营范围即主动不再经营房地产业务的情况下，其《中华人民共和国房地产开发企业暂定资质证书》虽然未到期，但该公司已经不符合相关法律、法规对房地产开发企业的要求，已经不具备继续从事房地产开发的资质。截至回函日，本局未收到贵州大唐高鸿信息技术有限公司关于其房地产开发资质的变更或续期申请。我局未来将依法处理其房地产资质相关申请，如该公司未

申请变更资质或续期，也未重新添加房地产相关经营范围，后续我局将在资质证书年检时依法进行处理。”

贵州高鸿名称和经营范围已变更，保荐机构、发行人律师登录中华人民共和国住房和城乡建设部网站，查阅《房地产开发企业资质管理规定》（中华人民共和国建设部令第77号）相关条款，并与发行人、贵州高鸿核实，确认贵州高鸿在名称和经营范围变更后30日（截止日2021年1月11日）内，未向当地住建部门申请变更房地产开发资质，确认其房地产开发资质已丧失。同时，发行人承诺发行人及下属公司后续不会再申请房地产开发资质，未来亦不会开展任何房地产开发业务。

综上，贵州高鸿已不具备房地产开发资质，已不具有房地产开发的条件，不能从事房地产开发经营业务。

（四）贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程，当时不存在将主要房产出售的计划

2020年12月，申请人房地产业务已整改清理完毕，贵州高鸿剩余房产已由存货转为在建工程，当时不存在对外出售的计划。

二、贵州高鸿剩余房产由存货转为在建工程，符合企业会计准则的相关规定，相关会计核算合规

根据股东决议，2020年12月26日，贵州高鸿对“花溪慧谷产业园”项目在建房产进行了账务调整，将除已签订不可撤销销售协议外的原计入存货的在建房产全部转入在建工程，金额共计63,741.66万元。

根据《企业会计准则第1号-存货》第三条：存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等；根据《企业会计准则及应用指南》，在建工程科目核算企业基建、更新改造等在建工程发生的支出。

贵州高鸿名称及经营范围已变更，其房地产开发资质相应已丧失，已不具有房地产开发的条件，不能再经营房地产开发业务；根据高鸿股份《党委会纪要》、《总经理办公会纪要》，贵州高鸿“花溪慧谷产业园”除对外预售外的剩余在建房产已不再用于出售，待建设完工后自用，已不符合《企业会计准则第1号-存货》中存货的定义。

因此，发行人将上述存货转入在建工程，符合会计准则的规定。

核查依据及过程：

- 1、核查“花溪慧谷产业园项目”开发报建相关文件，查阅上述项目实地照片及建设进展情况；
- 2、取得高鸿股份 2020 年 11 月 25 日《党委会纪要》、《总经理办公会议纪要》，取得贵州高鸿变更公司名称和经营范围的股东决定和变更前后营业执照；取得主管部门关于贵州高鸿已不具备房地产开发资质的确认文件；
- 3、就发行人花溪慧谷项目建设情况访谈发行人及贵州高鸿相关负责人，查阅花溪大学城及贵阳当地车联网、IT 信息产业发展状况，就发行人未来在贵阳当地的战略发展规划进行沟通，就发行人自用剩余在建房产的必要性进行论证；
- 4、查阅《企业会计准则第 1 号-存货》、《企业会计准则及应用指南》关于存货和在建工程的相关规定；
- 5、核查在建房产财务明细及由存货转为在建工程的账务处理凭证。

核查意见：

- 1、除已对外预售的在建房产外，“花溪慧谷产业园项目”剩余在建房产自持自用，由存货转为在建工程，当时不存在将主要房产出售的计划；
- 2、贵州高鸿除预售外的剩余在建房产已不符合《企业会计准则第 1 号-存货》关于存货的定义，发行人按照会计准则的要求将其转为在建工程，会计核算准确合规；
- 3、贵州高鸿已丧失房地产开发资质并经当地住建部门确认，贵州高鸿已不具备房地产开发的条件；
- 4、申请人已不存在涉房业务，无房产开发资质，无房地产开发项目，无房地产开发收入，本次非公开发行股票募集资金不投向房地产业务。

问题二：关于经营业绩及持续经营能力

报告期内，申请人经营活动产生的现金流量净额分别为 16,832.32 万元、-46,486.82 万元、-77,431.94 万元和-39,150.55 万元，净利润分别为 18,654.11 万元、5,824.08 万元、2,053.89 万元和-13,504.44 万元，扣非后净利润（归母）分别为-7,135.09 万元、890.42 万元、-25,087.95 万元、-17,426.95 万元。

请申请人说明：（1）最近一期行业企业信息化业务、信息服务业务及 IT 销售业务收入均大幅下降的原因，前两项主营业务最近一期毛利率大幅提升的原因，2020 年业绩是否将大幅下滑、后续趋势，业绩下滑风险是否已充分揭示；（2）申请人从事 IT 销售业务的主体分布，高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售业务下降但申请人 IT 销售业务 2019 年收入大幅增加、毛利率下降的原因，主营业务中其他毛利率逐期大幅下降的原因；（3）高阳捷讯话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间是否一致，业务萎缩是否呈不可逆趋势，商誉减值是否充分、谨慎，该业务风险是否已充分揭示；（4）经营活动产生的现金流量净额长期连续为负是否符合行业特征；（5）应对主营业务亏损、提高盈利能力的举措及可行性。请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

上市公司回复：

一、最近一期行业企业信息化业务、信息服务业务及 IT 销售业务收入均大幅下降的原因，前两项主营业务最近一期毛利率大幅提升的原因，2020 年业绩是否将大幅下滑、后续趋势，业绩下滑风险是否已充分揭示；

（一）最近一期行业企业信息化业务、信息服务业务及 IT 销售业务收入均大幅下降的原因，前两项主营业务最近一期毛利率大幅提升的原因：

1、最近一期行业企业信息化业务、信息服务业务及 IT 销售业务收入均大幅下降的原因

2020 年 1-9 月，发行人行业企业信息化业务和 IT 销售业务营业收入分别较上年同期下降 55.35%和 45.98%，主要是因为，受新冠肺炎疫情影响，2020 年发行人行业上下游增长放缓，同时发行人严格落实各级政府关于疫情防控工作要求延迟开工，行业企业信息化、IT 销售业务下滑。

2019 年 1-9 月、2020 年 1-9 月，发行人主营业务收入、成本及毛利如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年 1-9 月		2020 年 1-9 月 较上年同期变化
	金额	占比	金额	占比	
主营业务收入	397,751.33	100.00%	754,372.77	100.00%	-47.27%
行业企业信息化业务	56,862.60	14.30%	127,356.50	16.88%	-55.35%
信息服务业务	7,419.62	1.87%	15,993.59	2.12%	-53.61%
IT 销售业务	327,888.88	82.44%	606,971.59	80.46%	-45.98%
其他	5,580.23	1.40%	4,051.09	0.54%	37.75%
主营业务成本	379,042.00	100.00%	713,692.85	100.00%	-46.89%
行业企业信息化业务	49,369.40	13.02%	104,929.03	14.70%	-52.95%
信息服务业务	2,989.91	0.79%	12,735.38	1.78%	-76.52%
IT 销售业务	321,257.00	84.75%	592,847.10	83.07%	-45.81%
其他	5,425.69	1.43%	3,181.34	0.45%	70.55%
主营业务毛利	18,709.33	100.00%	40,679.92	100.00%	-54.01%
行业企业信息化业务	7,493.20	40.05%	22,427.48	55.13%	-66.59%
信息服务业务	4,429.71	23.68%	3,258.21	8.01%	35.96%
IT 销售业务	6,631.88	35.45%	14,124.49	34.72%	-53.05%
其他	154.54	0.83%	869.74	2.14%	-82.23%
主营业务毛利率	4.70%	-	5.39%	-	-0.69%
行业企业信息化业务	13.18%	-	17.61%	-	-4.43%
信息服务业务	59.70%	-	20.37%	-	39.33%
IT 销售业务	2.02%	-	2.33%	-	-0.31%
其他	2.77%	-	21.47%	-	-18.70%

注：发行人主营业务包括行业企业信息化业务、信息服务业务、IT 销售业务。其中行业企业信息化业务主要包括两个业务方向：一是通信设备产品研发及销售业务，主要是在车联网、智能制造及工业互联网、可信云计算、统一融合通信等领域提供产品及解决方案开发、销售及服务；二是计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务，主要是面向政府、互联网、电信、教育、广电及制造企业等行业和企业客户提供应用软件系统开发、信息系统解决方案及系统集成服务；信息服务业务主要包括话费充值和兑换业务、互联网营销和移动信息、移动传媒业务等；IT 销售业务主要从事 IT 产品销售及整体配套服务业务。

具体影响分析如下：

（1）疫情期间，业务上下游企业的复工时间均延期，劳务人员流动和材料设备采购物流受阻，客户需求总体减少。具体而言，行业企业信息化业务方面，从政府到企事业单位都存在不同程度的需求萎靡、招投标需求延迟情况，公司复工初期的订单和需求量都受到一定程度影响，在具体项目执行中，系统集成等大量需要现场施工的项目，受疫情影响无法进场施工；IT 销售方面，疫情导致市场需求下滑，交通物流受限，业务相应下降；信息服务业务方面，主要业务主体

高阳捷迅充值兑换业务 2019 年以来大幅下滑，而互联网营销业务尚处于拓展期，加之高阳捷迅总部由 2019 年下半年搬至武汉，受武汉疫情管控影响，上半年业务拓展推进受限，信息服务业务前三季度收入降幅较大；

(2) 疫情期间，供应商、客户及发行人均响应国家号召，最大限度减少人员聚集，部分员工受各地政策、交通状况影响，无法按时到岗，项目营销、推进、执行放缓，对部分业务推进构成一定不利影响；

(3) 疫情导致宏观经济整体下滑，行业上下游供应商、客户经营相对困难，市场需求整体下滑，发行人收入下降，营运资金相对紧张，对业务发展、经营业绩构成不利影响。

发行人信息服务业务营业收入较上年同期下滑 53.61%，降幅较大，一方面是疫情影响，另一方面是行业竞争格局变化，充值兑换业务大幅下滑所致，具体参见本问题之“三、高阳捷迅话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间是否一致，业务萎缩是否成不可逆趋势...”的回复内容。

2、最近一期行业企业信息化业务及信息服务业务毛利率大幅提升的原因

(1) 最近一期行业企业信息化业务毛利率大幅提升的原因

发行人行业企业信息化业务 2020 年 1-9 月毛利率为 13.18%，较 2019 年提升 3.27%，毛利率提升主要是业务结构变化所致。

发行人行业企业业务主要由通信设备产品研发及销售和计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务构成。前者自研类产品居多，自主化产品占比高，毛利率相对高；后者硬件产品占比较大，且多从外部采购后集成，毛利率相对低。

最近一年及一期，发行人行业企业信息化业务板块收入、毛利情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
通信设备产品研发及销售	36,726.66	64.59%	5,588.02	74.57%	15.22%
计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务	20,135.94	35.41%	1,905.19	25.43%	9.46%
合计	56,862.60	100.00%	7,493.21	100.00%	13.18%
项目	2019 年度				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
通信设备产品研发及销售	95,808.70	45.95%	14,893.32	72.11%	15.54%
计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务	112,690.51	54.05%	5,761.05	27.89%	5.11%
合计	208,499.21	100.00%	20,654.37	100.00%	9.91%

2020年1-9月，发行人行业企业信息化业务板块中硬件占比大、毛利率相对低的计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务受各地疫情管控影响不能进场施工，收入大幅下降，占行业企业信息化业务收入的比重由54.05%降至35.41%，同时毛利率低的集成类业务疫情期间实施成本上升，发行人主动放弃或不再拓展相关项目，间接导致系统集成类业务综合毛利率提升，由5.11%增至9.46%；而自有技术含量高、毛利率相对高的通信设备产品及销售业务受影响相对小，收入占比由45.95%至提升64.59%。

综上，受疫情影响，发行人行业企业信息化业务中硬件占比大、毛利率相对低的“计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务”收入占比下降，而自主化产品占比高，毛利率相对高的“通信设备产品研发及销售”收入占比增加，是行业企业信息化业务2020年1-9月毛利率提升的主要原因。

（2）最近一期信息服务业务毛利率提升的原因

发行人信息服务业务2020年1-9月毛利率为59.70%，较2019年提升33.70%，毛利率提升较大，主要是业务结构变化所致。

发行人信息服务业务主要包括话费充值与兑换业务、互联网营销业务、移动信息和移动传媒业务。

最近一年及一期，发行人信息服务各业务收入、毛利如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
流量	34.35	0.46%	-3.34	-0.08%	-9.72%
兑换/话费	925.18	12.47%	569.88	12.86%	61.60%
互联网营销	4,158.39	56.05%	3,622.44	81.78%	87.11%
移动信息	1,204.29	16.23%	196.07	4.43%	16.28%
移动传媒	1,097.42	14.79%	44.66	1.01%	4.07%
合计	7,419.62	100%	4,429.71	23.85%	59.70%
项目	2019年度				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
流量	3,460.98	16.34%	35.20	0.64%	1.02%
兑换/话费	3,766.96	17.78%	2,157.02	39.16%	57.26%
互联网营销	1,759.60	8.31%	1,665.74	30.24%	94.67%
移动信息	4,256.82	20.09%	894.32	16.24%	21.01%
移动传媒	7,941.83	37.49%	756.20	13.73%	9.52%
合计	21,186.19	1.86%	5,508.48	13.72%	26.00%

注：流量业务主要是手机上网流量充值服务等，属于充值业务的一种，由于流量业务主要通过赚取流量购销差价实现盈利，毛利率较低；而话费充值兑换业务主要是赚取佣金服务收入，毛利率相对高。文中为了简化起见，将上述业务统称话费充值兑换业务。近年来，随

着移动通讯技术的深入发展，运营商给用户提供的话费套餐流量逐渐增加，用户额外流量充值需求减少，且运营商也逐渐直连流量市场，发行人流量业务逐渐下降。

充值兑换业务方面，2020年1-9月，受运营商话费直充和支付宝、微信等第三方话费充值市场竞争加剧影响，业务规模呈下滑趋势，占信息服务业务收入的比重由2019年的34.12%降至2020年1-9月的12.93%。另一方面，高阳捷迅拓展的互联网营销业务增长较快，虽受疫情管控影响，但公司积极应对，实现了业务的有效衔接过渡。2020年1-9月，互联网营销业务实现收入4,158.39万元，占信息服务业务收入的比重由2019年的8.31%增至2020年1-9月的56.05%。

发行人互联网营销业务毛利率高于话费充值兑换业务，主要是两种业务的商业模式不同所致。前者是基于高阳捷迅自身原有的技术平台和行业服务能力衍生的业务，以较低的成本获得客户流量，并提供营销服务为客户提升附加价值，毛利率相对较高；后者基于自身的技术和平台，实现话费、流量等标准化产品的跨平台对接服务，主要利用产品差价实现盈利，毛利率相对较低。

综上，发行人2020年1-9月信息服务业毛利率较2019年增长33.70%，增幅较大，主要是因为毛利率相对低的话费充值兑换业务收入占比下降，而毛利相对较高的互联网营销业务收入规模增加所致。

（二）2020年业绩是否将大幅下滑、后续趋势、业绩下滑风险是否已充分揭示

受疫情影响及话费充值兑换行业竞争格局变化等因素影响，发行人2020年前三季度经营压力较大。发行人统筹推进疫情防控和经营工作，在夯实原有业务的基础上，大力拓展车联网和互联网营销（主要是移动（电信）双V及会员营销）等业务，2020年四季度以来业务转型效果逐步显现，业务规模不断增加并有所改善，全年归属于上市公司股东的净利润、归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润与前三季度基本持平，未出现大幅下滑。

单位：万元

项目	2020年（预计）	2020年Q4预计	2020年1-9月
营业收入	650,000~720,000	251,301.41~321,301.41	398,698.59
归属于上市公司股东的净利润	-14,000~10,000	-2,674.80~1,325.20	-11,325.20
归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润	-21,500~17,000	-4,073.05~426.95	-17,426.95

综上，发行人2020年前三季度业绩大幅下滑主要是受疫情影响及话费充值兑换行业格局变化影响所致，随着疫情的缓解，2020年第4季度以来发行人业

务已逐步恢复，目前拓展的移动（电信）双 V 及会员营销、车联网业务盈利能力强且发展前景较好。此外，为提升盈利能力，发行人制定了切实可行的举措，具体参见本回复“五、发行人应对主营业务亏损、提高盈利能力的举措及可行性”。发行人不断夯实业务基础，优化业务结构，积极培育新的盈利增长点，持续增强发展后劲，未来发展可期。

发行人 2021 年 1 月 30 日发布《大唐高鸿数据网络技术股份有限公司 2020 年度业绩预告》（公告编号：2021-009）相关内容，并对 2020 年经营业绩情况、变动原因进行了充分说明，已充分揭示业绩下滑风险。

二、申请人从事 IT 销售业务的主体分布，高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售业务下降但申请人 IT 销售业务 2019 年收入大幅增加、毛利率下降的原因，主营业务中其他毛利率逐期大幅下降的原因。

（一）发行人从事 IT 销售业务的主体分布，高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售业务下降但申请人 IT 销售业务 2019 年收入大幅增加、毛利率下降的原因

1、发行人从事 IT 销售业务的主体分布

发行人 IT 销售主要由高鸿鼎恒（含其全资子公司高鸿鼎远）及高鸿科技（高鸿数据全资子公司）等负责实施，其中高鸿鼎恒主要负责 FA（Fulfillment Agent）模式下 IT 产品销售业务，高鸿科技等主要负责 IT 渠道分销业务。

报告期内，发行人 IT 销售业务主体分布如下：

单位：万元

主体	2020 年 1-9 月			2019 年度		
	收入	占比	同比增长	收入	占比	同比增长
高鸿鼎恒	133,121.58	40.60%	-30.84%	331,572.84	36.77%	-2.14%
高鸿科技等	194,767.30	59.40%	-53.01%	570,256.31	63.23%	147.89%
合计	327,888.88	100.00%	-45.98%	901,829.15	100.00%	58.53%
主体	2018 年度			2017 年度		
	收入	占比	同比增长	收入	占比	同比增长
高鸿鼎恒	338,818.53	59.56%	10.26%	307,301.03	50.72%	2.15%
高鸿科技等	230,042.88	40.44%	-22.95%	298,561.55	49.28%	3.89%
合计	568,861.41	100.00%	-6.11%	605,862.58	100.00%	3.00%

2、高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售业务下降，但申请人 IT 销售业务 2019 年收入大幅增加的原因

（1）高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售下降的原因

高鸿鼎恒 IT 销售业务收入较 2018 年略有下降，基本持平，主要原因是高鸿鼎恒主要从事 FA 模式下 IT 产品销售，在 FA 模式下，高鸿鼎恒主要对接上游 IT

厂商(包括华硕、联想、三星、戴尔等品牌)和下游大型渠道零售商(主要包括苏宁、五星、京东等)。高鸿鼎恒的业务开展受三方(IT厂商、高鸿鼎恒、下游大型渠道零售商)合作情况制约,包括:

①当年大型渠道商IT产品需求情况;

②大型渠道零售商对高鸿鼎恒IT采购份额。大型渠道商往往设定多个FA供货商,且动态调整各FA供货商的业务份额;

③代理品牌结构的变化。高鸿鼎恒对接的上游主要是华硕、联想、三星、戴尔等品牌厂商,厂商战略、品牌市场需求等都会对高鸿鼎恒的购销构成影响。2019年受三星在中国战略布局变化影响,高鸿鼎恒三星品牌销售下降;

综上,大型渠道零售商的需求和代理品牌的结构变化是影响高鸿鼎恒业务开展的主要因素。2018年、2019年高鸿鼎恒对苏宁的销售规模分别为249,089.16万元和225,968.15万元,占高鸿鼎恒当年收入的73.52%和68.15%,大型渠道零售商的需求总体较为稳定,因此高鸿鼎恒收入规模亦保持相对稳定。

(2) 申请人IT销售业务2019年收入大幅增加的原因

发行人2019年IT销售收入较2018年增加332,967.74万元,增幅58.53%,主要是高鸿科技等IT分销大幅增加所致,具体分析如下:

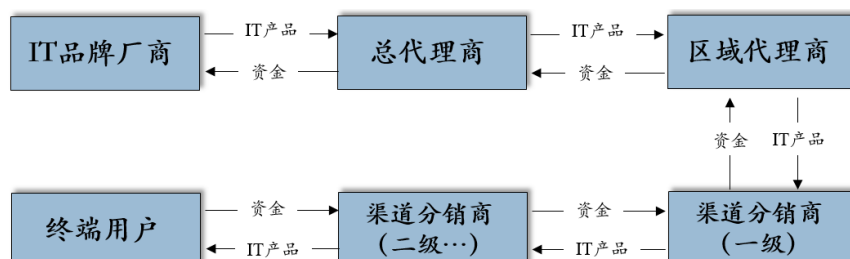
① IT消费市场的增加带动高鸿科技等IT分销快速增长

近年来,我国IT消费市场发生了较大变化,一二线城市IT需求增长放缓,三四线城市、乡镇、农村消费市场较快增长,消费结构的调整相应带动IT产品销售结构的变化,性价比高的产品销售快速增长,受IT消费市场拉动和部分厂家营销战略影响,部分客户加大了IT产品需求量,使得2019年IT分销业务规模大幅增加。

② 2019年华硕品牌产品分销增加,带动发行人IT销售大幅增长

报告期内,高鸿科技主要从事IT产品的渠道分销,处于IT产品总代理商或区域代理商和二级分销商的中间环节,长期代理联想、华硕、Dell、Thinkpad、三星等品牌的销售,在IT分销领域保持着较强的竞争优势,发行人不断深化与厂商、渠道商和客户的合作,并逐渐向IT分销产业链前端延伸。

IT 分销产业链



近年来，发行人与华硕电脑厂商深度合作。一方面通过高鸿鼎恒将华硕产品切入大型渠道零售商（苏宁、京东等），另一方面发行人子公司高鸿科技等在华硕电脑厂家主导下深入推进华硕品牌的渠道分销。为获取华硕电脑厂商业务支持，高鸿科技通过让利配合华硕电脑厂家的营销战略，华硕品牌产品分销规模不断增长，2018年、2019年和2020年1-9月，高鸿科技华硕产品分销分别为28,827.04万元、438,385.55万元和182,024.43万元，占发行人IT分销收入的12.53%、76.88%、93.46%。华硕产品分销规模的增加，是发行人2019年IT分销大幅增长的主要原因。

随着双方合作的不断深入，发行人经营理念、品牌技术和IT分销能力逐渐得到华硕厂商的认同。为进一步提升合作层次，实现互利共赢，2020年8月，发行人新设重庆高鸿科技发展有限公司（简称“重庆高鸿”）；2020年10月，华硕上海公司向高鸿重庆签署授权证明，授权重庆高鸿作为华硕品牌商用电脑、消费电脑等系列产品在中国大陆地区的总代经销商。

3、发行人IT销售业务2019年毛利率下降的原因

（1）发行人IT销售业务2019年毛利率下降主要是业务结构变化所致

发行人IT销售业务2019年毛利率下降，主要是由于毛利率较低的IT分销业务收入规模和占比大幅增加所致。

报告期内，发行人IT销售业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月				2019年度			
	收入	收入占比	毛利	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利率
高鸿鼎恒	133,121.58	40.60%	5,436.44	4.08%	331,572.84	36.77%	10,294.73	3.10%
高鸿科技等	194,767.30	59.40%	1,195.44	0.61%	570,256.31	63.23%	2,461.31	0.43%
合计	327,888.88	100.00%	6,631.88	2.02%	901,829.15	100.00%	12,756.04	1.41%
项目	2018年度				2017年度			
	收入	收入占比	毛利	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利率
高鸿鼎恒	338,818.53	59.56%	14,120.66	4.17%	307,301.03	50.72%	11,581.72	3.77%

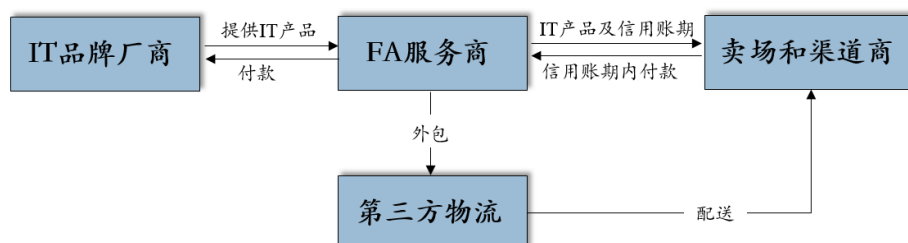
高鸿科技等	230,042.88	40.44%	2,266.08	0.99%	298,561.55	49.28%	1,333.36	0.45%
合计	568,861.41	100.00%	16,386.74	2.88%	605,862.58	100.00%	12,915.08	2.13%

2019 年，发行人 IT 销售综合毛利率为 1.41%，较 2018 年降低 1.47 个百分点，降幅较大，主要原因是毛利率相对较低的 IT 分销业务规模和占比增加所致。2019 年，发行人 IT 分销实现收入 570,256.31 万元，占 IT 销售收入的比重为 63.23%，较 2018 年占比（40.44%）大幅增加。由于高鸿科技等报告期内从事的 IT 分销业务毛利率相对低，高鸿鼎恒从事的 IT 销售业务毛利相对高，随着 IT 分销业务收入占比的增加，发行人 IT 销售业务综合毛利率相应下降。

（2）高鸿鼎恒和高鸿科技等 IT 销售业务毛利率差异原因

高鸿鼎恒 IT 销售业务毛利率相对较高，主要是因为，在 FA 流程体系内，高鸿鼎恒与 IT 品牌厂商、大型渠道商结成了相对紧密的合作关系：高鸿鼎恒既要针对厂商，提供终端卖场和渠道商的需求信息、产品动态营销信息、产品销售反馈信息以及提供款项结算等服务；还要针对下游卖场和渠道商，提供厂商产品信息，物流配送服务，还要配合卖场预约、团购等卖场的营销活动实时调整销售策略提供应急供货等服务，业务附加值高，因此毛利率相对高。

高鸿鼎恒 FA 模式下的 IT 销售业务流程



而高鸿科技报告期内从事的 IT 分销处于 IT 产品总代理商或区域代理商和二级分销商的中间环节，属于 IT 产品批发销售业务，附加值相对较低，主要依靠业务规模和快速周转盈利，因此毛利率较低。

2020 年 10 月，华硕上海公司授权重庆高鸿作为华硕品牌商用电脑等系列产品在中国大陆地区的总代经销商，原高鸿科技的部分业务亦由高鸿重庆承接，发行人 IT 分销业务逐渐向产业链前端延伸，预计未来 IT 销售毛利率将逐步提升。

（二）主营业务中其他毛利率逐期下降的原因

发行人主营业务中的其他主要为房地产业务和投资管理业务。报告期内，该业务的毛利率分别为 66.07%、17.66%和 2.77%，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度
----	--------------	---------

	收入	收入占比	毛利	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利率
房地产	5,580.23	100%	154.54	2.77%	8,198.86	99.81%	1,435.37	17.51%
投资管理	-	-	-	-	15.71	0.19%	15.71	100.00%
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	5,580.23	100%	154.54	2.77%	8,214.57	100%	1,451.08	17.66%
项目	2018 年度				2017 年度			
	收入	收入占比	毛利	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利率
房地产	14,020.51	98.21%	3,600.83	25.68%	-	-	-	-
投资管理	255.09	1.79%	255.09	100%	261.61	56.20%	261.61	100.00%
其他	-	-	-	-	203.9	43.80%	45.95	22.54%
合计	14,275.60	100%	3,855.92	27.01%	465.51	100%	307.56	66.07%

注：投资管理业务为发行人下属大唐投资管理（北京）有限公司对外提供投资管理类咨询服务实现的收入，该业务收入波动较大，支出主要为人工成本，全部计入期间费用。该业务收入实现情况与当年项目获取情况相关，收入波动较大。

报告期内，发行人主营业务中其他毛利率逐期下降，具体分析如下：

2018 年该业务毛利率为 27.01%，相比 2017 年毛利率（66.07%）降幅较大，主要是发行人下属高鸿济宁“大唐科技大厦”项目于 2018 年 9 月竣工并于当年实现销售，当年增加了房地产销售收入，其毛利率较投资管理毛利率低且占比较大所致；

2019 年该业务毛利率为 17.66%，相比 2017 年毛利率（27.01%）降幅较大，主要是因为“大唐科技大厦”2019 年工程结算导致工程成本总体增加，相应当年房地产业务毛利率下滑；

2020 年 1-9 月该业务毛利率为 2.77%，相比 2019 年毛利率（17.66%）降幅较大，主要是受疫情和清盘销售影响，发行人降低了“大唐科技大厦”房产销售价格所致。

三、高阳捷讯话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间是否一致，业务萎缩是否成不可逆趋势，商誉减值是否充分、谨慎，该业务风险是否充分揭示？

（一）高阳捷讯话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间基本一致，且在现有业务模式下，萎缩趋势不可逆

1、2017 年前，话费充值兑换业务发展较好，与当时行业发展情况一致

2017 年之前，用户互联网话费、流量充值兑换往往要借助高阳捷讯等代理商实现，运营商为方便用户充值并获取用户，出让部分利润给以高阳捷讯为代表的代理商，为其拓展充值渠道，丰富充值场景；高阳捷讯从运营商或其他供应商处采购话费充值卡或流量后，通过天猫、淘宝（支付宝）、京东等电商平台销售，作为高阳捷讯话费充值兑换业务的最终销售和消化出口。利用各大电商平台海量

客户流量，为运营商带来巨大的客户流量和丰富的充值场景，而电商平台亦可通过互联网话费充值兑换业务引流，将其作为吸引客户并活跃交易的营销窗口。

此时期，运营商、代理商和电商三方利益格局相对稳定，代理商与运营商、电商的合作较为顺利。2013 年至 2017 年，发行人话费充值兑换业务整体较为稳定，与这一时期充值兑换业务的市场竞争和利益格局一致。

2013 年-2017 年话费充值兑换及流量业务收入变动情况

单位：万元

项目	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
话费充值兑换及流量业务收入	20,257.77	19,370.63	16,871.24	21,261.99	18,449.43
收入同比变动	-	-4.38%	-12.90%	26.03%	-13.23%

2、发行人话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间基本一致，萎缩趋势不可逆

2017 年以后，充值兑换商业模式逐渐成熟，进入互联网话费充值及兑换业务的公司日益增多，竞争日益激烈。同时，为更好地服务用户，降低成本、提升运营效率，运营商不断降低实体渠道、网点规模，并提出“全渠道互联网化”战略，强化线上与线下渠道相互协同，运营商逐步舍弃充值业务中间代理环节，直连各电商服务用户平台，代理商业务开始萎缩。

微信、淘宝（支付宝）、京东等电商平台是话费充值兑换重要的消化出口，占据了话费充值兑换的绝大部分交易量。基于此，运营商入驻电商平台，扩展营销触点，并与电商开展充值兑换业务合作。2017 年，中国联通与腾讯、阿里巴巴、京东等陆续推出套餐，其中与腾讯合作推出的大小王卡在 2017 年上半年为联通贡献超过 2,000 万新增用户，与阿里巴巴合作推出宝卡贡献用户超过 500 万户；2018 年四季度，中国电信直连微信，作为中国电信代理商角色的第三方充值兑换业务量下降；2019 年，微信将中国移动、中国电信、中国联通大部分业务分给运营商直连渠道，代理商获取业务的难度加大；同年，三大运营商直连淘宝并要求淘宝增加运营商自身充值兑换业务；2020 年中，中国联通官方渠道“沃支付”减少代理商渠道；2020 年底，中国移动减少代理商渠道，增加与淘宝、京东、微信的业务量。目前，运营商已占据各大电商主要充值兑换业务，代理商获得充值兑换资源的难度加大。

受此影响，发行人话费充值兑换业务逐年下滑，2018 年、2019 年和 2020 年，话费充值兑换业务收入同比下降 20.81%、50.53%和 70.67%，降幅较大。

2018 年-2020 年话费充值兑换及流量业务收入变动情况

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020 年
流量及话费充值兑换收入	14,610.58	7,227.94	2,119.64
收入同比变动	-20.81%	-50.53%	-70.67%

高阳捷迅话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间基本一致，在现有业务模式下，萎缩趋势不可逆。为维持业务的稳定发展，高阳捷迅深度挖掘渠道资源，引入分省统付、使用卡充资源等方案积极应对，以保证充值兑换业务的延续性，预计 2020 年后该业务继续下滑并趋于稳定。

（二）2019 年度在做商誉减值测试时从谨慎性角度出发，已充分考虑了该业务的风险，该业务风险已充分揭示

1、2020 年业绩的实现情况与业绩预测对比情况

发行人 2019 年在对包含全部商誉对应资产组进行评估时，已充分考虑了运营商政策及市场竞争格局对话费充值与兑换业务的影响及 2020 年初以来新冠肺炎疫情影响，预测是谨慎保守的。其中对流量业务收入按零进行预测，且兑换/话费业务在未来一段期间将进一步下降并趋于稳定，具体如下：

单位：万元

项目	历史数据			未来数据预测				
	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
收入								
流量	12,425.12	9,565.86	3,460.98	-	-	-	-	-
兑换/话费	6,024.31	5,044.72	3,766.96	1,487.16	1,189.73	1,189.73	1,189.73	1,189.73
成本								
流量	11,974.90	8,840.19	3,425.78	-	-	-	-	-
兑换/话费	2,357.78	2,613.29	1,609.94	619.01	495.21	495.21	495.21	495.21
毛利								
流量	450.22	725.67	35.20	-	-	-	-	-
兑换/话费	3,666.53	2,431.43	2,265.69	868.15	694.52	694.52	694.52	694.52

随着国内疫情基本得到控制、生产经营秩序逐步恢复，发行人 2020 年话费充值兑换业务实际完成情况好于 2019 年评估预测情况。

2020 年高阳捷迅话费充值兑换业务实际完成情况

单位：万元

项目	2020 年实际数		
	收入	成本	毛利
完成值			
流量	95.57	112.77	-17.20
兑换/话费	2,024.07	435.97	1,588.10
完成率			

流量	-	-	-
兑换/话费	136%	70%	183%

虽然管理层对未来收入的预测作出了较为谨慎的判断，但 2019 年商誉减值测试并未充分考虑到新冠肺炎疫情对 2020 年经济影响的深度、广度和持久性，以及疫情管控对掌上加油业务等的负面冲击。因此，高阳捷迅前三季度仅实现营业收入 5,748.95 万元，同比下滑 15.36%。进入四季度以来，高阳捷迅业务逐渐回升，2020 年第四季度高阳捷迅实现收入 4,693.84 万元，全年实现收入 10,442.79 万元，达到评估预测值的 96.09%；实现净利润 1,009.72 万元，达到评估预测值的 124.04%，整体来看经营业绩已经有了一定恢复和回升。

根据中审亚太出具的高阳捷迅 2020 审计报告《中审亚太字（2021）010189 号》，高阳捷迅 2020 年财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 1 季度	2020 年 2 季度	2020 年 3 季度	2020 年 4 季度	2020 年	2019 年商誉 减值测试对 2020 年预测	完成率
营业收入	1,572.23	1,985.23	2,191.49	4,693.84	10,442.79	10,867.92	96.09%
营业成本	209.78	398.60	334.72	732.90	1,676.00	3,260.78	-
毛利率	86.66%	79.92%	84.73%	84.39%	83.95%	70.00%	-
期间费用	1,426.39	1,907.89	2,212.28	2,540.70	8,087.26	6,731.42	-
净利润	-39.08	-174.18	-214.44	1,437.42	1,009.72	814.03	124.04%

综上，发行人 2019 年对包含全部商誉对应资产组评估时，已谨慎、充分地预计了话费充值兑换业务的下降对商誉减值的影响，充分反映了该业务的风险。

虽然业务逐渐回升，但考虑到相关资产组 2020 年实现的利润仍低于 2018 年及以前年度净利润情况以及仍需要大量研发投入，及互联网营销业务发展仍具有一定不确定性，经审慎评估，发行人认为相关资产组对应的商誉在 2020 年末存在进一步减值迹象，最终商誉减值计提金额将由专业机构最终减值测试评估并经 2020 年度审计机构复核确认结果为准。

就话费兑换与充值业务逐年下滑及对相关资产组对应商誉影响的风险，发行人已在《大唐高鸿数据网络技术股份有限公司 2020 年度非公开发行股票预案（二次修订稿）》“第六节 本次非公开发行相关风险的讨论和分析”之“二、经营风险”之“（三）商誉减值风险”中进行了披露。

四、经营活动产生的现金流量净额长期连续为负是否符合行业特征；

（一）发行人报告期内经营活动现金流情况

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 16,832.32 万元、-46,486.82 万元、-77,431.94 万元和 -39,150.55 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	505,499.33	1,035,131.14	1,006,300.40	1,096,733.60
收到的税费返还	339.74	505.89	1,116.42	719.35
收到其他与经营活动有关的现金	187,588.12	535,506.35	1,566,411.59	2,607,569.69
经营活动现金流入小计	693,427.20	1,571,143.38	2,573,828.41	3,705,022.63
购买商品、接受劳务支付的现金	522,593.60	1,057,129.69	996,825.65	1,022,081.20
支付给职工以及为职工支付的现金	18,418.86	23,939.50	22,438.50	21,320.79
支付的各项税费	6,938.46	12,846.08	14,823.25	13,275.61
支付其他与经营活动有关的现金	184,626.82	554,660.05	1,586,227.83	2,631,512.71
经营活动现金流出小计	732,577.74	1,648,575.32	2,620,315.23	3,688,190.31
经营活动产生的现金流量净额	-39,150.54	-77,431.94	-46,486.82	16,832.32

（二）报告期内经营活动现金流持续为负的原因、是否符合行业特征

发行人业务覆盖了行业企业信息化业务、信息服务业务、IT 销售业务，经营活动现金流的变动是各业务开展情况综合影响的结果，经营活动现金流的波动情况不具有明显的行业特征。

2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人销售商品、提供劳务收到的现金分别为 100.63 亿元、103.51 亿元、50.50 亿元；购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金及支付的各项税费分别为 103.41 亿元、109.39 亿元、54.80 亿元。收到的现金持续低于支出的现金，导致公司经营活动现金流净额持续出现负数，主要原因如下：

1、2018 年经营活动现金流净额为负数的原因

2018 年公司经营活动产生的现金流量净额为 -4.65 亿元，主要原因是 2018 年，行业企业信息化业务需求加大，当年实现收入 30.98 亿元，较 2017 年增加 5.64 亿元，增幅 22.26%。增加的原因主要是公司承接多个地方政府机构的大型系统集成项目，合同金额较大，该等客户付款受政府预算及财政资金拨付的影响，项目付款周期较长，导致应收账款增加，业务规模增加的同时采购备货增加。

2、2019 年经营活动现金流净额为负数的原因

2019 年，公司经营活动产生的现金流量净额为 -77,431.94 万元，主要原因是：

（1）2019 年，发行人扣除非经常性损益后净利润为 -25,087.95 万元，经营亏损

较大；（2）2019 年 IT 销售需求较大，当年实现收入 90.18 亿元，较 2018 年增加 33.30 亿元，增幅 58.53%，导致应收账款大幅增加，而回款有一定滞后。

3、2020 年 1-9 月经营活动现金流净额为负数的原因

2020 年 1-9 月，发行人经营活动现金流净额为-39,150.54 万元，主要原因是：

（1）2020 年 1-9 月，发行人扣除非经常性损益后净利润为-17,426.95 万元，经营亏损较大；（2）当期预付款项较 2019 年末增加 78,145.64 万元，增幅 129.05%，主要原因是 2020 年下半年，随着新冠肺炎疫情得到控制，全国逐步解除封锁措施，发行人预计 2020 年第四季度 IT 销售业务和行业信息化业务将逐渐复苏，发行人增加行业企业信息化业务和 IT 销售业务备货以应对业务复苏。

随着应收款项陆续回款，2020 年底应收账款已有明显改善。

综上，发行人经营活动现金流净额持续为负，主要是业绩下滑和经营性现金流出增加、应收账款及存货增加占用经营性资金所致，符合公司实际业务情况。

五、发行人应对主营业务亏损、提高盈利能力的举措及可行性

（一）发行人应对主营业务亏损、提高盈利能力的举措

为提升公司盈利能力，公司将持续优化业务结构，提升经营质量，进一步聚焦产业经营，增强核心产业板块竞争力，进行各类资源整合配置，防范经营重大风险，保持公司健康及可持续发展。

公司拟采取措施如下：

1、增强实业，聚焦主业，提高核心竞争力

发行人将通过优化产业组合布局、升级存量业务和探索布局种子业务等方式增强实业可持续发展能力，通过大力拓展发展空间大的车联网、互联网营销等业务，适时对非战略性产业进行剥离，提升公司核心竞争力。

（1）优化产业组合布局，构建三层业务链，保证公司持续健康发展做大做强业务。发行人布局的车联网、工业互联网、可信云计算等项目，在深入研究政策经济环境和产业环境基础上，确定产业目标和商业模式，找准发力点，对内有效分解、传导、落实业务发展计划，对外不断改善外部环境并引入高质量资源。聚焦资源投入、补齐短板、合作创新、共创生态，做大市场、共赢发展，实现业务可持续增长。

（2）优化升级存量业务。存量业务顺应产业发展趋势，赋能新兴技术，向服务化的商业模式逐步转型。

(3) 探索布局种子业务。围绕国家产业政策导向，开展新兴产业积极探索，尤其关注以 5G 为代表的信息通信产业发展带来的新领域、新模式、新应用。

公司将强化车联网主导产业优势，适时对非战略性产业进行剥离，突出强化主导产业资源保障。加大投研力度，结合国内外市场变化的形势，深入分析国家相关政策和行业发展走向，提升公司核心竞争力。

2、推进募投项目落地，提升盈利水平

本次非公开发行募集资金投资项目基于公司主营业务，有利于公司进一步增强主营业务优势，募集资金投资项目实施后，公司行业企业信息化业务板块将拓展在车联网领域的战略布局，进一步增强车联网研发能力，并实现车联网产业化发展。随着募投项目的逐步实施，发行人对车联网业务的持续研发投入可以保持技术水平的先进性，公司的核心竞争力得以提升，本项目的实施可以推进公司车联网业务的市场化落地，有助于提高公司盈利水平。

3、加强应收账款回款管理

发行人将不断加强应收账款账期管理，完善客户管理体系，与主要客户维持着良好的业务关系，多种渠道多种方式加快应收账款回收；加大应收账款催收力度，改善公司应收账款账龄结构。清理毛利低、回款周期长的低效业务及低效应收账款。在不断扩大业务规模的同时，保证应收账款回款效率，减少坏账损失。

4、优化治理结构，保障安全合规高效运营

发行人将不断优化公司治理结构，健全与完善公司全面风险管理体系、合规风控体系，通过调研与实践，制订并出台相关制度规则及应急预案等，有效赋能公司经营管理，做好支撑与保障工作。同时，将以价值链管理为主线，以构建多层级的法人治理分权责任体系为切入点，通过与信息管理技术的融合，提高合规性和运营效率。

5、优化财务结构，控制费用，提高抗风险能力

公司积极采取措施降低亏损，清理盈利能力较差的业务。公司将加强费用支出管理，严格控制不必要的费用开支。2020 年 1-9 月份销售费用、管理费用、财务费用较 2019 年同期降低 2,627.13 万元，2020 年未经审计销售费用、管理费用、财务费用较上年同比减少约 6,000 万元，集约出来的资金用于支持公司战略性业务的发展（研发费用同比增长约 5,500 万元）。

本次募集资金中 25,000 万元用于归还银行贷款，募集资金到位后，公司财务结构将得到优化，总资产和净资产规模均会有所增长，资产负债率将有所降低，有利于增强公司未来持续经营能力和抵御财务风险的能力。

（二）发行人应对主营业务亏损、提高盈利能力的可行性

1、发行人在车联网领域具有领先的竞争优势，市场空间大

发行人布局车联网领域多年，依托中国信科的移动通信领域经验，具有深厚的技术积累。发行人联合大唐电信集团无线移动创新中心自 2012 年开始研究 LTE-V2X 技术，是 LTE-V 概念提出者；2014 年研发出全球第一台 LTE-V 样机；2016 年发布业界首款预商用设备并广发应用于各大示范区；2017 年发布业界首款商用 LTE-V2X 通信模组；2018 年发布全新架构设计的下一代产品。截至目前，公司拥有 C-V2X 车联网相关专利 47 项。

在跨通信模组、跨终端提供商和跨整车厂的互联互通测试中，公司终端产品分别与高通的芯片和华为的芯片实现了接入层互联互通，并支持星云互联、东软睿驰、千方科技等车载终端的开发；与福特、吉利等七家品牌车辆实现深入对接。2020 年 6 月，公司与日本阿尔卑斯阿尔派合作的 C-V2X 车规级模组 DMD3A 产线投入量产使用。

在车联网政策方面，2020 年 2 月，发改委、工信部、公安部、财政部等 11 部委发布《智能汽车创新发展战略》，提出到 2025 年，中国标准智能汽车的技术创新、产业生态、基础设施、法规标准、产品监管和网络安全体系基本形成的战略愿景，并计划通过引导产业投资、鼓励社会资本重点投向智能汽车关键技术研发等领域，为智能汽车相关产品的研发和商业化提供机遇。

2、工业互联网发展前景广阔，发行人在该领域具备丰富的技术经验支持

在工业互联网领域方面，公司控股子公司大唐融合已布局工业互联网领域多年，具备丰富经验和技术支持。大唐融合于 2013 年联合无锡市政府，凭借无锡国家传感网创新示范区的产业政策资源，在无锡传感网国际创新园成立了无锡分公司，主要发展物联网先进技术与智能制造信息化等行业应用；2017 年，大唐融合联合西门子与武汉经开区联合创建“大唐-西门子智能制造创新中心和公共服务平台”，标志着大唐融合在智能制造领域的国际合作正式拉开帷幕，该平台立足武汉，聚焦发展数字化制造和智能设计，主要面向是汽车及电子制造产业提供行业解决方案。

近年来，习近平总书记连续对工业互联网创新发展作出重要指示，自工业和信息化部《工业互联网发展行动计划（2018—2020年）》印发以来，我国工业互联网行业体系逐步完善，主要包括如下方面：（1）网络支撑能力显著提升，工业互联网网络体系建设已覆盖300个城市，连接18万家工业企业；（2）平台带动效应不断增强，具备一定行业、区域影响力的工业互联网平台超过70个，且初步形成多层次平台体系，平台连接工业设备数量达4,000万台套，工业App突破25万个，35万家工业企业上云；（3）安全保障体系加快构筑，国家级安全态势感知平台建成并投入使用，与21个省级平台实现对接，已累计覆盖14个行业，10万余家工业企业。

2021-2023年是我国工业互联网的快速成长期，为工业互联网行业的发展迎来机遇。2021年1月，工业和信息化部印发了《工业互联网创新发展行动计划（2021-2023年）》，根据计划，我国到2023年将推动工业化和信息化在更广范围、更深程度、更高水平上融合发展，主要包括如下计划：（1）进一步完善新型基础设施，计划初步建成覆盖各地区、各行业的工业互联网网络基础设施，在10个重点行业打造30个5G全连接工厂。标识解析体系创新赋能效应凸显，二级节点达到120个以上；（2）进一步融合应用，计划广发普及智能化制造、网络化协同、个性化定制、服务化延伸、数字化管理等新模式新业态，重点企业生产效率提高20%以上，新模式应用普及率达到30%。

3、可信计算市场空间大，发行人在该领域具备深厚的技术经验积累

可信计算领域方面，公司的优势是可信数据中心基础架构的技术研发和产品研发，在可信计算、可信云平台具备市场核心技术，自等保2.0（“网络安全等级保护2.0制度”）于2019年正式发布前，公司已提前积极开拓可信模块、可信安全服务器等产品的市场机会。

随着我国政策引导云计算领域的科学逐步发展，作为云计算领域发展的安全保障，可信技术的重要性逐步凸显。2017年3月，工业和信息化部印发《云计算发展三年行动计划（2017-2019年）》，根据中央重要部署，主要包括如下计划：（1）持续提升关键核心技术能力，支持大型专业云计算企业牵头组织实施一批重点产业化创新工程，掌握云计算发展制高点；（2）加快完善云计算标准体系，落实《云计算综合标准化体系建设指南》，推进完善标准体系框架。指导标准化机构加快制定行业的技术、服务和应用标准。（3）深入开展云服务能力

测评, 建立健全测评指标体系和工作流程, 开展云计算服务能力、可信度测评工作, 引导云计算企业提升服务水平、保障服务质量, 提高安全保障能力。

2018年8月, 工业和信息化部印发《推动企业上云实施指南(2018-2020年)》, 由工业和信息化部统筹协调企业上云工作, 组织制定完善企业上云效果评价等相关标准, 指导各地工业和信息化主管部门、第三方机构等协同开展工作, 稳步、科学推进企业上云和我国云计算的发展。

基于公司布局的车联网、工业互联网、可信云计算业务以及目前的积极的政策支持, 公司大力推进上述业务快速稳步发展切实可行。

综上, 公司已采取积极措施应对主营业务亏损, 努力提高盈利能力, 相关举措切实可行, 具有可行性。

核查依据及过程:

1、访谈公司主要管理人员和财务人员, 了解各业务板块所在行业发展、市场竞争等情况, 查阅发行人最近三年审计报告及最近一期财务报告, 对造成报告期内经营业绩大额变动的报表科目进行核查; 了解各业务板块营业收入、毛利率及净利润等财务数据变动原因;

2、核查2020年前三季度及2020年全年经营状况, 并与2019年经营状况进行对比, 核查业绩下滑的原因;

3、获取报告期内公司各业务板块重要子公司销售明细表及销售成本相关的资料, 对各业务板块和综合毛利变动执行分析性复核程序, 分析各年度各业务板块变动原因;

4、取得发行人与华硕电脑(上海)有限公司签署的产略合作协议、华硕电脑(上海)有限公司向重庆高鸿科技发展有限公司签署的授权证明文件。

5、就公司改善经营业绩的措施及未来经营计划等与公司主要管理人员进行讨论; 查阅公司公告、业绩预告、审计报告、财务报表并进行分析。

核查意见:

1、受新冠疫情等因素影响, 发行人2020年前三季度及全年业绩将出现下滑, 发行人已就最近一期行业企业信息化业务、信息服务业务及IT销售业务收入大幅下降及前两项主营业务最近一期毛利率大幅提升的原因进行了说明, 具有合理性, 发行人已就2020年全年经营业绩做了预告并披露, 相关风险已充分揭示;

2、发行人已披露了从事 IT 销售业务的主体分布；发行人已就高鸿鼎恒 2019 年 IT 销售业务下降，但 IT 销售业务 2019 年收入大幅增加的原因进行了说明，符合公司实际情况；发行人 IT 销售业务 2019 年毛利率下降主要是由于毛利相对低的 IT 分销业务大幅增长所致，具有合理性；主营业务中“其他”毛利率逐期大幅下降的原因是合理的，与公司实际情况一致；

3、高阳捷迅话费充值兑换业务快速萎缩过程与运营商政策及市场竞争格局变化时间一致，业务萎缩呈不可逆趋势，发行人商誉减值充分、谨慎，发行人已在预案中就该业务风险进行了充分揭示；

4、发行人经营活动产生的现金流量净额波动情况不存在明显的行业特征，现金流量净额长期连续为负与发行人业务开展实际情况一致；

5、发行人应对主营业务亏损、提高盈利能力的举措切实有效，具有可行性。

(本页无正文, 为《关于大唐高鸿数据网络技术股份有限公司[关于请做好大唐高鸿数据网络技术股份有限公司非公开发行股票申请发审委员会准备工作的函]的回复(修订稿)》之签署页)

中审亚太会计师事务所(特殊普通合伙)

