厦门三五互联科技股份有限公司

证券代码:300051　证券简称:三五互联　公告编号:2012-19

2011 年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于中国证监会指定信息披露网站。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
王平	董事	工作原因	龚少晖

1.3 公司年度财务报告已经厦门天健正信会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司负责人龚少晖、主管会计工作负责人乔红军及会计机构负责人(会计主管人员)林岚声明:保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	三五互联
股票代码	300051
上市交易所	深圳证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨小亮	谢荣钦
联系地址	厦门软件园二期观日路8号三五互联大厦	厦门软件园二期观日路8号三五互联大厦证券部
电话	0592-5397222	0592-5391849
传真	0592-5392104	0592-5392104
电子信箱	yangxl@35.cn	xierq@35.cn

§3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位:元

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
营业总收入(元)	272,719,745.70	172,734,269.06	57.88%	127,106,854.85
营业利润(元)	20,273,460.03	36,351,521.53	-44.23%	38,933,047.08
利润总额(元)	27,971,148.57	43,300,733.65	-35.40%	41,395,509.96
归属于上市公司股东的净利润(元)	24,652,690.42	35,193,259.05	-29.95%	34,795,485.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	21,003,718.27	33,479,279.07	-37.26%	32,711,513.29
经营活动产生的现金流量净额(元)	36,535,265.44	48,373,946.04	-24.47%	50,017,947.72
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额(元)	673,546,669.99	580,285,690.87	16.07%	135,090,110.95
负债总额(元)	139,545,769.40	53,375,429.36	161.44%	31,828,952.66
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	515,705,357.76	521,367,667.34	-1.09%	103,261,158.29
总股本(股)	160,500,000.00	80,250,000.00	100.00%	40,000,000.00

3.2 主要财务指标

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
基本每股收益(元/股)	0.15	0.23	-34.78%	0.29
稀释每股收益(元/股)	0.15	0.23	-34.78%	0.29
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.13	0.22	-40.91%	0.27
加权平均净资产收益率(%)	4.81%	7.90%	-3.09%	38.65%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	4.10%	7.52%	-3.42%	36.33%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.23	0.60	-61.67%	1.25
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	3.21	6.50	-50.62%	2.58
资产负债率(%)	20.72%	9.20%	11.52%	23.56%

3.3 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位:元

非经常性损益项目	2011年金额	附注(如适用)	2010年金额	2009年金额
非流动资产处置损益	-127,099.53		-4,737.71	-2,690.62
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	4,027,708.68		5,439,909.35	2,430,332.00
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	0.00		18,199.20	0.00
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	0.00		1,555,289.45	0.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	323,790.54		61,991.14	34,821.50
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.00		-5,310,000.00	0.00
少数股东权益影响额	-71,903.32		-17,557.70	0.00
所得税影响额	-503,524.22		-29,113.75	-378,490.64
合计	3,648,972.15	-	1,713,979.98	2,083,972.24

§4 股东持股情况和控制框图

4.1 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

2011年末股东总数	17,814	本年度报告公布日前一个月末股东总数	18,156

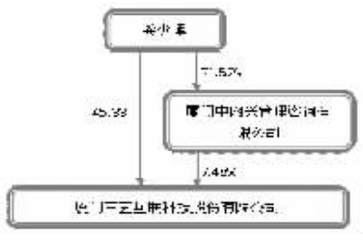
前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
龚少晖	境内自然人	45.33%	72,752,400	72,752,400	24,000,000
厦门中网兴管理咨询有限公司	境内非国有法人	7.48%	12,000,000	12,000,000	8,000,000
深圳市彩虹创业投资集团有限公司	境内非国有法人	3.74%	6,000,000		6,000,000
沈文策	境内自然人	3.23%	5,188,500	5,188,500	2,200,000
厦门中金泰担保有限公司	境内非国有法人	1.86%	2,990,500	2,625,000	
汪海涛	境内自然人	0.51%	825,000	825,000	
龚含远	境内自然人	0.41%	653,850		
山东省国际信托有限公司-联合证券价值联成梦想七号证券投资	境内非国有法人	0.40%	650,000		
招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	境内非国有法人	0.32%	510,033		
李云飞	境内自然人	0.22%	360,000	270,000	

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类
深圳市彩虹创业投资集团有限公司	6,000,000	人民币普通股
山东省国际信托有限公司-联合证券价值联成梦想七号证券投资	650,000	人民币普通股
招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	510,033	人民币普通股
厦门中金泰担保有限公司	365,500	人民币普通股
陈艳琴	329,500	人民币普通股
苏浪	267,176	人民币普通股
泰皇岛市金玉恒建设工程材料检测有限公司	253,376	人民币普通股
王琳	246,200	人民币普通股
张晓放	245,535	人民币普通股
裘亚康	233,500	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	厦门中网兴管理咨询有限公司系控股股东龚少晖先生控制的企业	

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

一、报告期内公司经营情况的回顾

(一)公司总体经营情况

报告期内,公司继续加强提升产品质量、强化技术创新和管理创新,采取积极主动的应对措施,有效防范市场风险,努力拓销增收,优化竞争要素,挖掘成本潜力,提升企业竞争力。经过公司管理层和全体员工的共同努力,积极开展市场开拓工作、严格控制管理成本,实现健康持续的发展。

2011年,公司实现营业收入27,271.97万元、利润总额2,797.11万元、归属于上市公司股东的净利润2,465.27万元,分别比2010年增长57.88%、-35.40%、-29.95%。

报告期内,公司除了专注于企业邮箱、办公自动化系统(OA)、客户关系管理系统(CRM)等企业应用服务以外,公司还积极涉足移动互联网领域,推出移动智能终端产品——35pad、35phone,该产品将成为公司又一新业务,进一步满足了企业办公的需求。

报告期内,公司进一步加大研发投入,积极开发新的产品,提升现有产品品质和技术储备。利用公司作为中级企业技术中心的技术优势,通过持续的改进和频繁的创新,逐渐累积实现技术领先。同时,公司坚持技术领先是公司的根本和核心竞争力,报告期内研发总支出达到2,829.60万元,占销售收入的10.38%,比去年同期增长200.30%。

报告期内,由于公司上市后人才需求不断扩大,公司加强了人才队伍建设。公司通过外部引进和内部培养相结合的方式,加强员工培训,大力培育人才队伍并加强人才素质,为公司发展储备和培养了各类型人才,保障了公司持续稳定发展。

报告期内,公司注重精细化营销管理,大力优化市场策略,并加速市场开拓步伐,不断深化营销服务模式,提倡业务创新,加强营销队伍建设,健全服务体系,提高服务水平。

报告期内,公司严格按照有关法律法规的规定,不断完善各项内部管理制度和公司治理制度,健全公司法人治理机制,保证了公司生产经营、资本运作工作的顺利开展,维护了公司和全体股东权益,为公司长期稳定发展奠定了基础。

(二)报告期内公司主营业务及其经营情况的说明

公司主营业务属于软件运营服务行业,主要为通过SaaS模式,依靠自主研发的应用软件系统,主要面向中国中小企业客户,提供企业邮箱、电子商务网站建设、网络域名、办公自动化系统(OA)、客户关系管理系统(CRM)等软件产品及服务;报告期内,公司涉足移动互联网领域,从事手机、平板电脑等移动智能终端产品的研发与销售。本公司目前的主要产品企业邮箱、电子商务网站建设、网络域名都属于面向企业的SaaS工具类软件业务,是软件运营服务中经营模式比较成熟的类型。企业邮箱业务为向中小企业用户提供互联网电子邮箱产品的相关业务;电子商务网站建设业务为向用户提供电子商务网站建设及相关服务;域名业务包括域名注册、域名停放、域名交易等业务;移动智能终端产品搭载公司的pushmail、pushOA等移动办公产品,为商务人士提供移动办公体验。

(三)公司核心竞争力

报告期内,核心技术人员保持稳定,在市场、技术、研发、人力资源等方面均取得了较强的竞争优势,主要体现在以下几方面:

1. 行之有效的营销模式

针对软件运营服务行业技术升级快、客户需求差异大、产品对技术支持和服务要求高等特点,本公司已建立了一支近1500人的直销团队、初步构筑起了一个以公司本部为基地,辐射全国主要一线城市的营销服务网络。直销团队构建了更为紧密的客户关系,提高了客户忠诚度;并且能够及时获取用户的反馈信息,掌握用户需求,洞察市场先机。

报告期内,公司为拓展移动智能终端业务,在依托现有直销团队的同时,选择与专业的品牌运营及产品经销商厦门友派通讯有限公司开展业务合作,通过对传统销售渠道的拓展形成对公司直销体系的有效补充,构建强大、立体的营销网络。

2. 产品及方案优势

公司经历多年的发展,形成从入门级软件应用服务到管理类软件应用服务、从软件服务应用到终端硬件产品的完整产品线,基本满足中国中小企业客户信息化不同阶段的需要。

公司依靠自主研发的应用软件系统,基于云计算SaaS模式,重点面向中国广大企业客户,专业提供企业邮箱、电子商务网站建设、网络域名、办公自动化系统(OA)、客户关系管理系统(CRM)等软件及服务。凭借多年的互联网研发和服务经验,2008年开始,公司立足移动互联网的发展前景,重点布局移动互联战略,在全国多地成立研发中心,迅速增强移动终端与云应用服务的研发经验,2011年自主研发推出35Pushmail、35PushOA等云办公服务,以及多款基于云服务的智能移动终端——35Phone手机和35Pad平板电脑,提供了一整套全新的移动互联网企业应用解决方案。

3. 技术创新与整合优势

作为互联网行业的领军者,公司凭借多年技术与商业模式的创新实践,积淀了雄厚的自主研发实力,为助力企业信息化建设及产业转型升级,奠定了坚实的基础。公司的技术研发实力,得到了政府部门及行业机构的高度评价,报告期内,公司被国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、国家税务总局联合认定为2010年度国家规划布局内重点软件企业"。

基于云办公的服务日趋灵活、高效的特点,公司通过自主研发,进一步延伸多项云办公服务,在35Pushmail的基础上,将陆续推出35PushOA、35Push EQ等一系列移动办公应用的解决方案,全面结合传统互联网软件服务的优势,将35OA老板签批系统、35CRM客户关系管理系统、35EQ企业级即时通讯系统、35Ewave企业微博等,通过Push推送技术,实现了随时随地收发邮件、处理签批公文、发布微博、沟通互动,为用户带来简洁高效、轻松自如的办公情境。这标志着公司开始通过创新的云服务,为客户打造腾"云"驾"雾"、快乐商务的应用新体验。

顺应移动互联网的发展趋势,公司在厦门、北京、深圳等地成立技术研发中心,潜心研究主流Android平台,积累了丰富的终端产品研发经验,为全面启动移动互联战略而蓄势待发。报告期内,公司投资美国AMIMON公司,率先拥有国际领先的无线传输技术解决方案;通过与高端运营商实现战略共赢,公司携手中国电信,在北京发布首批多款云应用智能移动终端35Phone手机和35Pad平板电脑。在核心硬件技术的合作方面,公司与全球最大的手机解决方案提供商美国高通公司建立战略合作,推出支持双3G和Wi-Fi网络的全新一代35Phone手机,以及具备通话功能、便携式7寸屏幕的35Pad平板电脑系列产品。公司通过一系列智能移动终端产品的推出,将35Pushmail、35PushOA、35EQ、35Ewave等云办公服务与应用终端完美结合,最大化地将互联网应用服务无缝连接到智能移动终端上,提供了国内领先的云计算无线应用解决方案,为广大用户带来了无以伦比的移动互联全新体验。

4. 对企业客户需求的深刻理解

长期以来,公司以客户为中心,致力于客户满意的目标,高度重视对客户需求的跟踪与研究,致力于深刻理解客户对产品的各种需求,并将之贯穿于公司产品的研发、销售和售后服务的整个过程。在软件易用性方面,公司基于对客户需求的深刻理解,不断推出与客户的网络应用操作水平和使用习惯相适应的软件产品,最大限度降低客户的操作难度,有效地提高了客户对公司产品的忠诚度和满意度。

5. 品牌优势

报告期内,公司荣获中国国家域名应用示范单位、2010中国创业板最具竞争力上市公司、2010年最具潜力的创业板上市公司、2011年度厦门市最具成长性中小企业、最佳云服务企业Pushmail解决方案等奖项,公司品牌知名度得到提升。

公司积极提升客户满意度,为销售工作做好保障,取得了良好的效果,客户满意率保持在行业领先水平,为公司赢得了良好的声誉。

6. 人力资源优势

公司坚持以人为本,注重优秀人才的引进及培养,加大各级员工的培训力度,为公司长期健康发展提供一支高素质稳定的人才队伍。公司的管理人员、核心研发人员及核心销售人员,均有着丰富的工作经验,战略目标一致,各岗位长期精诚合作,行业理解深刻,市场经验丰富,职责分工明确,专业优势互补。公司在发展壮大的同时,注重培养并留住了一批新的研发技术人员和业务骨干,并引进法律、财务、管理等方面的专业人才,构建并进一步完善了现代公司法人治理结构。公司已制定积极进取的人才战略,将充分发挥企业良好的长效激励机制优势,进一步加大人才工作力度,以使公司的核心竞争力得以更好的凝聚和发挥。

公司作为高新技术企业,具有一批高素质年轻化的员工队伍,保证了科学合理的人才队伍和充足的人才储备。

二、未来发展展望

(一)行业发展趋势对公司的影响

1. 宏观经济层面及外部经营环境的变化趋势

纵观移动互联产业近几年的发展,2009年3G牌照发放与最终部署,2010年三网融合,一系列重大政策举措推动着互联网的演进,终端、网络、技术、内容正逐步相融,移动互联网时代也将全面来临。

根据三大电信运营商发布的2012年2月份运营数据显示,中国联通拥有1.601亿的2G手机用户及4590万的3G用户;中国电信手机用户数升至1.323亿户,其中3G用户达到4115万;中国移动用户规模达到6.614亿户,其中3G用户达到5658万。由此,中国手机用户数达到了9.997亿人,3G用户数突破1.4亿,3G用户渗透率达14%。3G用户数的增长为移动互联网的发展提供了充足的用户基础。

艾瑞咨询近期推出《2011-2012年中国智能手机市场研究报告》,报告数据显示,2011年中国智能手机市场出货量规模达到7210万台,较2010年增长103.1%,预计2012年是智能手机普及发展的一年,中国市场出货量规模将达到1.13亿台,增长率达到56.0%。伴随我国3G用户数的提高以及智能手机出货量的剧增,使得移动网络与传统互联网之间的融合成为大势所趋。

公司作为全球领先的、基于云计算模式的互联网应用服务提供商,精准把握移动互联网腾飞的崭新机遇,率先引领互联网应用服务业向移动互联领域的纵深发展。公司与国内外著名的互联网运营商,包括微软、SUN、AMD、中国电信、中国联通、中国网通等进行战略合作,强强联合,共享资源优势,为客户提供全面、高效、更有价值的云应用体验,全力推进中国企业的信息化进程。

公司凭借自身对行业发展趋势的深入了解,敏锐洞析客户的需求,提出了全新的发展理念:在未来的移动互联时代中,通过提供全面的互联网应用服务和电子商务,为广大企业用户及商务人士,打造如腾云驾雾一般,轻松、愉快的商务办公和娱乐休闲新体验。因此,报告期内公司在国内率先推出35Cloud云应用平台,优势整合了云办公服务、35Market应用市场等丰富的应用内容,根本上改写了传统意义上枯燥单调的办公模式,为每位用户带来最富创新、充满乐趣的云应用体验。

跨越实现突破,专业创新价值,公司屡屡创造行业里程碑式第一的同时,面对着瞬息万变的市场需求,公司将不断推出更多的终端及云服务,进一步完善整个35Cloud云平台的构建。在国家对移动互联网和云计算产业政策的大力支持及带动下,公司必将进一步巩固行业领导地位,提升公司的核心竞争力,成为移动互联乃至互联网行业迅速崛起的龙头企业。

2. 主要产品销售区域的变化

公司目前经营的企业邮箱、域名和网站业务的客户均较为分散,不存在客户高度集中的情况。公司企业邮箱及电子商务网站建设业务的客户主要为国内中小企业,域名业务的客户主要为企业、机构及商务人士。公司2011年全力发展的移动云办公服务的客户主要也是国内中小企业。因此公司主要产品销售区域不受区域限制,仍为面向全国各地的中小企业,不会发生变化。

3. 公司产品发展情况

公司自2010年成功上市后,各项业务实现了飞跃式的高速增长,公司并不满足于此,在传统互联网领域继续保持市场领导者地位,公司规模进一步扩大,先后控股国内大型邮件系统提供商——北京亿中邮信息技术有限公司,完成从中小企业向中大型企业用户群的全面覆盖,巩固了企业邮局市场份额的首席地位。同时,致力开拓全新的移动互联领域,控股中国移动与商务部中国国际电子商务中心"无线商务"的独家运营支撑单位——北京中亚互联科技发展有限公司,并投资国际顶级无线传输技术的专业提供商——美国AMIMON公司,为公司领军迈入移动互联领域,赢得了绝佳的商业先机。

2011年自主研发推出35Pushmail、35PushOA等云办公服务,以及多款基于云服务的智能移动终端——35Phone手机和35Pad平板电脑,提供了一整套全新的移动互联网企业应用解决方案。公司成功实现了企业的战略性跨越,不仅为企业信息化建设提供软件应用及运营服务,还为企业提供富于移动办公特色的云服务及智能终端产品,成为国内首家集云计算服务和云智能终端产品为一体的专业服务提供商。

基于云办公的服务日趋灵活、高效的特点,公司通过自主研发,进一步延伸多项云办公服务,在35Pushmail的基础上,将陆续推出35PushOA、35Push EQ等一系列移动办公应用的解决方案,全面结合传统互联网软件服务的优势,将35OA老板签批系统、35CRM客户关系管理系统、35EQ企业级即时通讯系统、35Ewave企业微博等,通过Push推送技术,实现了随时随地收发邮件、处理签批公文、发布微博、沟通互动,为用户带来简洁高效、轻松自如的办公情境。这标志着公司开始通过创新的云服务,为客户打造腾"云"驾"雾"、快乐商务的应用新体验。

4. 公司主要竞争对手

(1)企业邮箱竞争情况

国内企业邮箱市场目前正处于品牌日益集中的发展阶段,前四大企业邮箱服务供应商都占有10%以上的市场份额;前五大厂商占据了近70%的市场份额。该市场参与者分为两大类:一是专业提供企业邮箱的企业,这类公司包括本公司、263网络通讯股份有限公司等;二是门户网站,这类公司包括尚易、世纪龙信息网络有限责任公司、21CN等。行业内主要采用直销或者代理销售模式,其竞争焦点包括基本性能、邮箱功能和知名度等。

本公司在企业邮箱领域具有多年的自主研发和市场经验,对客户的需求有深刻理解与认识。本公司企业邮箱产品是国内较早获得国家公安部安全认证的产品,并在一系列权威测评中获得"企业邮箱创新技术奖"、"电子邮件产业贡献奖"、"十大企业邮箱推荐品牌"、"优秀企业邮箱服务"等荣誉称号。公司产品的基本性能和邮箱功能始终处于行业前列;公司推出了国内第一套具备即时通讯功能的企业邮件系统;第一套自主研发的邮件系统;率先推出了基于64位企业邮件系统、附带企业日历功能和附件预览功能的企业邮箱和基于web2.0技术的企业邮箱;具有自主知识产权的反垃圾反病毒网关系统;率先在web应用中使用离线浏览技术;并通过自主研发推出PushMail技术等。公司企业邮箱业务的市场份额连续三年位于国内同类企业的第一位,2010年度市场份额达21.70%。因此,公司成为企业邮箱的第一品牌,拥有较高的业界知名度和美誉度。2011年初,主导企业邮箱市场多年的我们,不再只满足互联网桌面时代的邮件需求,更力求实现移动互联时代客户对便携、智能的新需求,强势推出了自主研发的35Pushmail技术,实时将电子邮件推送到用户各类终端上,使人们可以不受时间、地点的限制,像收发短信一样接收邮件,彻底摆脱了局限在PC电脑、笔记本上办公的旧模式。

公司在国内企业邮箱产品的主要竞争对手为:263网络通信股份有限公司、尚易电子商务公司、中国万网、21CN。

(2)网络域名产品

网络域名产业链由域名注册管理机构、域名注册服务机构和域名注册用户组成。CNNIC、ICANN等域名注册管理局负责授权域名注册服务机构,而由域名注册服务机构直接面向用户受理域名申请。目前中国互联网络信息中心(CNNIC)认证的.cn域名注册服务机构为六十余家,互联网名称与数字地址分配机构(ICANN)认证的国际域名中国注册服务机构为十余家。由于注册服务机构的域名业务属于代理域名注册局的产品,产品同质性很高,市场的竞争主要体现在服务质量、营销能力和价格上。

公司是国内最早的域名注册商之一,同时获得ICANN和CNNIC双认证,在业内享有较高的知名度、竞争优势明显。公司的域名种类齐全,域名服务种类完善,通过自主研发的国内首个域名实时自动在线注册管理系统和全天候的客户支持服务,较好地满足客户方便、快捷注册域名的需求。在营销能力上公司除具备完整的代理商体系外,还具备超过1500人的直销服务团队,可以为直接客户提供上门服务,打破行业内过分依赖代理商打价格战的营销局限。另外,公司作为国内领先的SaaS服务商,拥有较为完整的产品线,覆盖中小企业信息化的四个阶段。企业用户选择本公司的域名产品,可以方便地得到网站建设、企业邮箱、OA、虚拟主机等其它配套产品服务。

公司网络域名产品的主要竞争对手为:北京新网数码信息技术有限公司、北京万网志成科技有限公司。

(3)网站建设业务

网站建设业务包括定制建站、智能建站和主机业务,其市场是一个完全开放的竞争市场。该市场存在着七大类厂商,竞争焦点体现在厂商的设计水平、客户需求把握能力、本地化服务能力和知名度等,其中全国性服务商竞争优势明显。

公司全面提供大型电子商务网站定制和DIY式智能建站的支持和服务,覆盖从大型企业到个人创业的各类网站建设需求。公司拥有一支包括优秀售前工程师、网页设计师、网页程序师、软件工程师在内的网站建设服务团队,设计水平在同一类型厂商中处于前列。作为国内领先的SaaS服务商,公司深刻理解不同客户的不同需求,针对小型企业和个人创业自主研发出智能建站系统,客户可以灵活选择和使用功能模块,时时更换网站主题,客户不仅大大降低拥有成本,而且可以享受到更加丰富的网站模版和功能。公司服务的客户包括特步(中国)有限公司、古龙集团、中钢集团、河套酒业、福隆集团、安妮纸业、北湖九号、恒安集团、双鹤药业、厦工集团、厦门航空、登喜路酒店、首创期货等国内知名企业,积累下众多行业服务经验的同时,在业内享有较高知名度和美誉度,具有较强的竞争力。

公司网站建设产品的主要竞争对手为:安瑞索思、道格瑞恩、新鸿儒、中企动力等公司。

(4)移动终端产品

报告期内,公司成功实现移动云办公战略转型,公司正式推出35自有品牌的35Phone智能手机和35Pad平板电脑产品等移动终端产品,签约江苏卫视著名主持人——孟非先生为公司品牌形象代言人,并配以广告和宣传,极大地提高了公司品牌的知名度和美誉度;进行了35Phone智能手机、35Pad平板电脑的产品规划,开发并上线运营Pushmail、PushOA等移动云办公增值业务;创新销售模式,推出企业移动云办公解决方案,将在企业邮局、OA等主营业务的基础上,以35Phone智能手机、35Pad 平板电脑为载体,以Pushmail、PushOA等移动云办公为主要应用,配以35EQ Mobile、35Emeeting、PRM、35Market、35Ewave等产品,全面推进企业移动云办公业务,是2012年乃至未来公司新的业绩增长点。

公司移动终端产品的主要竞争对手为:联想移动、华为技术、中兴通讯等公司。

5. 主要技术人员变化情况

公司把提高员工素质和引进适合企业发展需要的复合型人才作为公司发展的重要战略。在报告期内,公司核心技术人员未发生重大变动。

6. 可能面临的风险因素及对策

(1)市场竞争风险

目前中国针对于企业级客户的软件运营服务行业正处于市场导入期,市场规模增长很快。根据中国中小企业协会的统计,目前中国中小企业数量超过5000万家,市场待开发空间巨大。随着中国软件运营服务行业近年来的快速发展,众多软件企业和互联网企业正在纷纷进入这个市场并拓展相关业务,公司在未来将会面临较大的市场竞争压力,存在一定的市场竞争风险。

(2)智能终端产品的库存积压风险

报告期内,公司初入智能终端设备市场,终端设备虽由专业手机生产商代工生产,但公司作为互联网企业缺乏硬件订购与库存管理经验,公司所采购的智能终端设备产品数量可能超过市场需求,因而产生库存积压风险。

_针对上述风险,一方面,公司将引入专业的库存管理人员以及先进的库存管理经验,建立专业的库存、物流管理系统,提升公司的库存管理能力;另一方面,公司将洞悉市场需求,根据市场的前期反馈制定合理的订购量,既保障了客户的需求,同时灵活应对市场的需求变化。

(3)业务规模快速增长带来的管理风险

公司近年来保持稳步增长,主营业务收入由2009年的1.27亿元增长到2011年的2.73亿元;员工人数也从2009年底的1351人迅速扩充到2011年底的2285人。公司上市后,公司的经营规模和业务总量再上台阶,人员构成和管理体系也将日趋复杂,公司引入专业的管理人员,及时调整现有的组织架构和管理制度,不断提高自身的管理能力。

(4)互联网、系统、数据安全风险

作为提供软件运营服务的专业提供商,计算机系统的稳定和数据的安全对于公司的正常运营起着至关重要的作用。如果发生设备和机房故障、软件漏洞、错误操作或越权操作、网络攻击、电力供应、自然灾害、恐怖行为、军事行动等意外事项,仍可能导致公司业务数据丢失或系统崩溃,从而造成服务中断,严重影响公司的信誉,甚至可能造成公司业务的停顿。本公司已建立了完善的信息安全防范、监控和应急体系,并采取灾难备份、安全评估等机制,以提升信息安全管理质量,防范互联网、系统、数据安全等风险。

但是,如果发生前述突发事件,仍会不可避免对公司经营造成影响,因此公司存在互联网、系统、数据安全性等方面的风险。

(5)域名业务政策风险

公司是国内知名的网络域名服务提供商,为国际域名管理机构授权的国际域名顶级注册商和各域名注册机构认证的域名注册服务商,公司与上述机构保持着良好的业务合作关系。公司经营的该类域名业务属于代理性质,经营该类业务需获得各域名注册机构的授权资格并接受其管理,如果国际域名管理机构或其他域名注册管理机构对域名代理商的相关要求和政策发生不利于本公司的变化,将会对公司域名业务产生一定的影响。

(6)依赖核心技术人员及核心技术人员流失的风险

公司作为一个知识密集型企业,技术研发创新工作不可避免地依赖专业人才,特别是核心技术人员。目前公司已建立起了成熟科学的技术研发体系,显著降低了个别技术人员流失带来的风险。但是,在信息技术产业中企业竞争的核心之一是人才的竞争,一旦发生核心技术人员的大量离职,而公司又不能安排适当人选接替或及时补充,将会对公司的生产经营造成一定的影响。

(二)公司未来发展战略规划及 2012 年经营计划

1. 未来发展战略

伴随我国3G用户数突破1.4亿、智能手机2011年出货量剧增以及移动互联网技术的迅速发展,移动互联网将全面来临,本公司根据该趋势以及公司情况制定了如下战略规划:

i. 推动业务整合,完成移动互联网战略布局

公司于2010年收购北京亿中邮信息技术有限公司70%股权,亿中邮经过10年多的市场开拓,其企业邮箱产品已广泛应用于政府机关、高校、电信企业和其他商业机构,特别是在高校市场,占据60%左右的市场份额,具有一定的市场地位和市场影响力,收购完成后,使公司企业邮箱收入规模进一步得到提升,市场地位进一步得到巩固。

公司于2011年推出的35Ewave(35企业微博),移动智能终端产品将与亿中邮进行业务融合。2012年亿中邮会在稳固现有软件销售业务的基础上,利用亿中邮现有的客户资源和业务积累去开拓移动互联网市场。2012年内完成移动互联网战略整体布局,大力推广微博、35移动终端设备销售,建立"私有云"移动互联网办公应用体系,形成"私有云"整体解决方案。

ii. 整合多方资源,建立云应用平台

公司未来将与广州市知微科技有限公司合作,整合双方资源,建立云应用平台,为集团客户提供一站式的企业云应用解决方案。以现有的广东移动SaaS(ADC)平台为支撑,以构建基础云能力为基础,基础云能力包括但不限于35企业邮箱、35EQ(企业即时通讯工具)、35OA(办公自动化系统)、35CRM(客户关系管理系统)等。企业云应用平台可接入第三方企业应用服务软件,企业客户通过云应用平台购买标准化企业应用服务软件,从而满足企业信息化的需求。

iii. 加快终端设备与WHDI技术结合

公司于报告期内投资美国Amimon公司,该公司系高清视频传输技术(WHDI)产品的研发企业,公司将利用WHDI技术与公司移动智能终端产品的结合,从当下众多移动智能终端产品中脱颖而出,迅速在该市场中占有一席之地。

目前Amimon公司正在积极研发可置于移动终端产品(如手机、平板电脑等)的WHDI芯片,可直接用于移动终端设备向显像设备(如:显示器、投影仪等)发射无线高清视频信号。与传统发射装备相较,新的WHDI芯片除了摆脱外置设备,同时也降低了设备的发射功耗,能更好地适应移动终端设备的需要。

2. 2012年经营计划

(1)新产品计划

i. 对原有的企业邮局、网站建设等主营业务继续做大做强,并加大对OA、智能建站产品的投入,力争在未来一、两年内成为年收入达到千万级以上的产品。

ii. 加强35Phone智能手机和35Pad平板电脑的投入,制定相应的产品规划,推出满足不同客户需求的产品,同时加大35Pushmail、35PushOA等增值服务产品的投入,深度植入WHDI等技术形成"差异化"产品,形成显著的产品竞争优势,赢得市场先机。

iii. 将深度挖掘现有客户以及行业客户的需求,大力发展客户化定制终端产品,为客户提供优质的产品及服务。

iv. 公司在新的年度将以为广大企业用户提供"一站式"的企业移动云办公解决方案为发展方向,以提高客户对产品及服务的体验和感受为目标,全面推进移动互联战略,成为推进公司业绩持续增长和投资回报率的动力源泉。

(2)经营计划

公司根据2011年的费用水平,以及2012年的费用预算,制定如下费用与成本控制计划:

i. 整体费用控制计划。公司计划通过年度预算的执行,结合绩效考核对期间费用进行控制。根据年度预算和2011年度实际经营情况,公司计划对组织架构分层级、分部门进行考核,强化利润意识和费用占收入比意识,以提高经营效率。

ii. 关键费用控制计划。2011年度人员薪资费用占收入比达到38%,是公司最主要的费用。结合目前整体的经济形势,公司计划主要通过提高人均产能,降低固定费用占比的方式进行控制。人均产能的提升主要通过新产品的投入和员工技能提升等方式实现。

iii. 整体成本控制计划。公司计划通过年度预算的执行,结合绩效考核对成本进行控制。通过强化各部门的利润考核,将产品销售向利润更高的方向引导,以降低成本占收入比,提升利润水平。

(3)资金安排、需求

公司于2010年2月首次公开发行A股募集资金人民币45,900万元,扣除发行费用后实际募集资金净额为41,501.325万元,公司将结合业务发展目标和未来发展战略,合理安排使用资金,积极推进募投项目建设,严格按照中国证监会和深圳证券交易所的各项规定、规范、科学的使用募集资金和超募资金,努力提高募集资金使用效率,为股东创造最大效益。同时,公司将对超募资金投资项目进行详细规划和严格论证,根据相关规定制定出科学的超募资金使用计划。并在确保安全、稳健、规范运作的前提下,结合公司未来发展战略和业务发展目标,合理安排自有资金,拓宽融资渠道,综合、平衡使用各种融资手段,以便为公司高速发展提供可靠的、低成本的资金支持。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

主营业务分产品情况

单位:万元

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
企业邮箱	7,373.42	521.12	92.93%	7.12%	11.76%	-0.29%
网络域名	4,332.30	2,693.47	37.83%	14.67%	12.53%	1.18%
网站建设	6,166.08	382.26	93.80%	39.04%	14.75%	1.31%
移动终端产品	1,156.37	1,088.70	5.85%			5.85%
其他	570.21	22.86	95.99%	47.02%	-31.37%	4.58%
软件产品销售	2,222.94	381.73	82.83%	55.60%	247.63%	-9.49%
移动电子商务	4,349.76	2,685.58	38.26%			38.26%

5.3 报告期内利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期发生重大变化的原因说明

□ 适用 √ 不适用

§6 财务报告

6.1 与最近一期年度报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的具体说明

√ 适用 □ 不适用

本公司以前年度因销售大多数采用预收账款的方式,剔除合并范围内应收款项后的余额单项金额较小、在资产负债表日,除对列入合并范围内母子公司之间应收款项不计提坏账准备之外,本公司对所有的应收款项单独进行减值测试,经测试发生了减值的,按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确定减值损失,计提坏账准备;对单项测试未减值的应收款项,不计提坏账准备。由于本年度本公司业务规模扩大,新增移动终端产品销售,以及将北京中亚互联科技发展有限公司纳入合并范围,该公司应收账款余额较大,为了更谨慎地对应收账款坏账准备进行核算,2011年4月20日,本公司第二届董事会第八次会议审议通过了《关于会计估计变更的议案》,同意对应收款项坏账准备的估计方法进行会计估计变更。

6.2 重大会计差错的内容、更正