（上接B13版）

截至2015年9月30日，公司纳入合并范围的一级子公司基本情况如下：

企业名称	注册资本	持股比例	主营业务
深圳市酷动数码有限公司	16000	100	数码电子产品销售
深圳市爱施德供应链管理有限公司	1000	100	仓储服务
北京酷人通讯科技有限公司	1000	100	通讯产品销售
深圳市乐享无限通讯有限公司	1000	100	数码电子产品销售
西藏酷爱通信有限公司	5000	100	通讯产品销售
北京酷沃通讯器材有限公司	100	100	通讯产品销售
北京瑞成汇达科技有限公司	500	100	技术推广服务
天津爱施迪通讯器材有限公司	500	100	通讯产品销售
优友科技（北京）有限责任公司（原名北京酷真数码科技有限公司）	2000	100	通讯产品销售
北京酷昊通讯科技有限公司	100	100	通讯产品销售
北京酷联通讯科技有限公司	500	100	通讯产品销售
深圳市享易无限数码有限公司	1000	100	通讯产品销售
爱施德(香港)有限公司	港币1000	100	通讯产品销售
优友电子商务（深圳）有限公司	500	100	互联网和相关服务业
江西爱施德通信科技有限公司	200	100	通讯产品销售
深圳市彩梦科技有限公司	1000	85	移动增值业务
迈奔灵动科技（北京）有限公司	1917	67.88	移动应用分发
深圳市优友互联有限公司	1000	100	移动虚拟运营商
长春市酷爱通讯科技有限公司	100	100	通讯产品销售
武汉市酷爱星通讯科技有限责任公司	100	100	通讯产品销售
深圳市酷爱星通讯科技有限责任公司	100	100	通讯产品销售
西安市爱星通通信器材有限公司	100	100	通讯产品销售
壹号电子商务有限公司	5000	100	互联网和相关服务业

截至2015年9月30日，发行人参股企业情况：

企业名称	注册资本（万元）	持股比例%	主营业务
北京暴风魔镜科技有限公司	260.00	3.00	技术开发和相关服务
北京德丰杰龙脉投资基金管理中心（有限合伙）	16,300.00	6.13	非证券业务的投资管理和相关服务
上海岩石信息技术有限公司	139.30	25.64	游戏开发，动漫设计
北京磨盘时代科技有限公司	192.85	32.81	技术开发和相关服务
北京全彩时代网络科技有限公司	1,500.00	20.00	互联网信息服务

六、发行人控股股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东基本情况

中文名称：深圳市神州通投资集团有限公司

成立日期：2001年1月15日

法定代表人：黄绍武

注册资本：2亿元人民币

注册地址：深圳市福田区泰然大道东泰然劲松大厦20E

办公地址：深圳市南山区西丽南湾工业区6栋A座

经营范围：投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专卖、专控商品）；计算机信息技术咨询服务；计算机软件的开发；经济信息与企业管理咨询（不含限制项目）；市场营销与企业形象策划；投资咨询；资产管理。

截至2015年9月30日，深圳市神州通投资集团有限公司（以下简称“神州通集团”）持有公司562,203,586股，持股比例为56.00%，为公司控股股东。

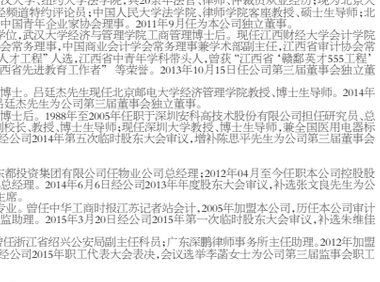
截至2014年12月31日，深圳市神州通投资集团有限公司资产总额为137.98亿元，所有者权益为49.25亿元，2014年神州通集团实现净利润3,637.79万元。

（二）实际控制人情况

发行人的实际控制人为黄绍武。

（三）发行人、发行人控股股东及实际控制人的股权关系

截至2015年9月30日，发行人、发行人控股股东及实际控制人之间的股权关系如下：



注：

南昌万通：南昌万通置业投资有限公司

华夏风投资：深圳市华夏风投资有限公司

神州通投资：深圳市神州通投资集团有限公司

全球星投资：深圳市全球星投资管理有限公司

新余全球星：新余全球星投资管理有限公司

七、发行人董事、监事、高级管理人员的基本情况

（一）现任董事、监事、高级管理人员基本情况

截至2015年9月30日第五次临时股东大会，发行人董事、监事、高级管理人员的基本情况如下：

姓名	职务	性别	任期起始日期	任期终止日期	任职状态	2014年度从公司获得的报酬总额（元）	2015年9月30日持股数
黄绍武	董事（实际控制人）	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	0	15,768,692
黄文辉	董事长	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	2,566,696	11,515,500
周友慧	副董事长、总裁	女	2014年2月28日	2016年10月15日	现任	2,375,031	0
喻子达	董事	男	2015年3月20日	2016年10月15日	离任	-	0
夏小华	董事、高级副总裁	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	1,995,532	3,810,002
吕良彪	独立董事	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	104,552	0
章卫东	独立董事	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	104,552	0
吕廷杰	独立董事	男	2014年6月6日	2016年10月15日	现任	68,333	0
陈思平	独立董事	男	2014年11月18日	2016年10月15日	现任	14,333	0
张文良	监事会主席	男	2014年6月6日	2016年10月15日	现任	0	0
朱维佳	监事	男	2015年3月20日	2016年10月15日	现任	-	0
李蕾	监事	女	2015年3月12日	2016年10月15日	现任	-	0
吴学军	副总裁	男	2013年10月15日	2016年10月15日	现任	1,303,060	0
罗筱溪	副总裁、董事会秘书	女	2014年2月11日	2016年10月15日	现任	891,625	0
陈亮	副总裁	男	2014年9月22日	2016年10月15日	现任	621,095	0
米泽东	副总裁、财务负责人	男	2015年3月3日	2016年10月15日	现任	-	160,000
刘红花	副总裁	女	2015年8月21日	2016年10月15日	现任	-	678,390
余斌	副总裁	男	2015年8月21日	2016年10月15日	现任	-	600,000
杨治	副总裁	男	2015年8月21日	2016年10月15日	现任	-	200,000

注：其中黄文辉董事喻子达；新任监事朱维佳、李蕾；新任财务负责人米泽东2014年度并非为公司董监高人士，因此，2014年度的薪资不予披露。

（二）现任董事、监事、高级管理人员简历

1、董事

黄绍武先生：公司实际控制人及主要创始人之一，曾任江西东方明珠通信发展有限公司董事长，现任本公司控股股东深圳市神州通投资集团有限公司董事长、本公司主要股东深圳市全球星投资管理有限公司董事长兼总裁，本公司董事。

黄文辉先生：工商管理硕士，公司主要创始人之一，曾任江西东方明珠通信发展有限公司总经理；现任本公司控股股东深圳市神州通投资集团有限公司董事、深圳市冠众实业有限公司董事长、本公司董事长。黄文辉先生曾任“深圳市总商会（工商联）第五届理事会常务理事”、“深圳市福田区人大代表”、“深圳市人大代表”，并获“深圳市福田区先进生产（工作）者”、“深圳市福田区精神文明建设先进工作者”、“2004年奥运火炬手”、“2008年奥运火炬手”等诸多荣誉。

周友慧女士：工学学士、工商管理硕士、管理学博士，国务院政府津贴获得者。曾任中国联通集团市场营销部总经理；2014年2月28日经公司第二届董事会第二十一次（临时）会议审议，聘任周友慧女士为公司第三届董事会非独立董事、副董事长；2015年1月28日经公司第三届董事会第二十一次（临时）会议审议，聘任周友慧女士为公司总裁。现任公司副董事长、总裁。

喻子达先生：华中科技大学制冷专业学士、动力工程硕士、西安交通大学管理学博士。研究员级高级工程师。历任海尔集团副总裁、高级副总裁，执行副总裁兼首席技术官（CTO）兼数码及个人产品集团总裁等。中国国家级突出贡献中青年专家，享受国务院政府津贴；多次获获国家科技进步奖，并担任数字家电国家重点实验室主任。现任深圳市神州通投资集团有限公司总裁，深圳市国家级领军人才。

夏小华先生：中欧国际工商学院EMBA，曾任九江仪表厂财务处副处长，1999年加盟本公司，历任深圳市爱施德实业有限公司财务经理、财务总监、副总裁，现任公司董事、高级副总裁，全资子公司酷动数码董事长、控股子公司彩梦科技董事长。

2、独立董事

吕良彪先生：先后就读于华东政法大学、武汉大学、纽约大学法学院，具有金牛法官、律师、仲裁员从业经历；现为北京大成律师事务所常委、高级合伙人、律师；央视财经频道特约评论员；中国人民大学法学院、律师学院客座教授、硕士生导师；北京仲裁委员会仲裁员、云南仲裁委员会仲裁员；中国青年企业家协会理事。2011年9月任本公司独立董事。

章卫东先生：获华科技大学管理学博士学位，武汉大学经济与管理学院工商管理博士后。现任江西财经大学会计学院会计学教授、博士生导师；江西省注册会计师协会常务理事，中国商业会计学会常务理事兼学术部副主任，江西省审计协会常务理事。章卫东先生是江西省“新世纪百千万人才工程”人选，江西省中青年学科带头人，曾获“江西省‘赣鄱英才555工程’领军人才”、“江西省高等院校教学名师”、“江西省先进教育工作者”等荣誉。2013年10月15日任公司第三届董事会独立董事。

吕廷杰先生：党员，日本京都大学系统工程博士。吕廷杰先生现任北京邮电大学经济管理学院教授、博士生导师。2014年6月6日经公司2013年年度股东大会审议，增补吕廷杰先生为公司第三届董事会独立董事。

陈思平先生：西安交通大学管理学博士，浙江大学博士后。1988年至2000年先后担任浙江大学计算机高技术股份有限公司组任研究员、总工程师；2005年至2008年任职于深圳大学担任副校长、教授、博士生导师；现任深圳大学教授、博士生导师，兼全国医用电器标准化技术委员会副主任委员。2014年11月18日经公司2014年第五次临时股东大会审议，增补陈思平先生为公司第三届董事会独立董事。

3、监事

张文良先生：本科，2008年–2012年在民生东部投资集团有限公司任物业司经理；2012年04月至今任职本公司控股股东深圳市神州通投资集团有限公司战略运营部总经理。2014年6月6日经公司2013年年度股东大会审议，补选张文良先生为公司第三届监事会监事，现任公司第三届监事会主席。

朱维佳先生：毕业于南京审计学院审计学专业。曾任中华工商时报江苏记者站会计，2005年加盟本公司，历任本公司审计项目主管、审计项目经理；现任本公司审计部总监助理。2015年3月20日经公司2015年第一次临时股东大会审议，补选朱维佳先生为公司第三届监事会监事。

李蕾女士：中南财经政法大学法学硕士，曾任浙江省裕兴会计实局副主任科员；广东深鹏律师事务所主任助理。2012年加盟本公司，现任本公司法务经理。2015年3月12日经公司2015年职工代表大会表决，会议选举李蕾女士为公司第三届监事会职工代表监事。

4、高级管理人员

周友慧女士：副董事长、总裁，见前述董事介绍。

夏小华先生：董事、高级副总裁，见前述董事介绍。

吴学军先生：中南工业大学工学学士、管理学硕士。曾先后担任希捷国际科技深圳有限公司高级人力资源主任、深圳市天音通信发展有限公司助理总裁、佳兆业控股集团有限公司副总裁。2010年加盟本公司，现任公司副总裁，“一号机”事业部CEO，全资子公司酷人通讯执行董事、酷玩瑞成执行董事。

罗筱溪女士：中国国籍，无境外永久居留权，理学硕士，具有深交所董事会秘书资格、独立董事资格、国际注册金融分析师执业资格、证券分析师从业资格，曾任职深圳宏太健康管理有限公司、金盛人寿保险有限公司华南分公司、国信证券股份有限公司，深圳市群科科技股份有限公司，先后分别担任投资总监、市场部经理、证券分析师、董事会秘书等职位。经2014年2月11日公司第二届董事会第五次（临时）会议审议通过，聘任罗筱溪女士为公司副总裁兼董事会秘书。

陈亮先生：斯特拉斯克莱德大学（英国）通信管理硕士、中山大学通信工程硕士。曾任职于中国联通广东省分公司，历任网络优化中心总经理、个人客户部总经理、移动业务营销中心总经理、山头市分公司总经理、吉林省分公司副总经理。经2014年9月22日公司第三届董事会第十五次（临时）会议审议通过，聘任陈亮先生为公司副总裁。

米泽东先生：中南民族大学货币银行学学士。曾在广东清远大中塑胶制品有限公司、聚友实业（集团）有限公司任职；2007年至今任深圳市爱施德股份有限公司财务中心总监，经2015年3月3日公司第三届董事会第二十三次（临时）会议审议通过，聘任米泽东先生为公司财务负责人。

刘红花女士：1959年生，中国国籍，无境外永久居住权，大专学历，注册会计师、注册评估师。曾任江西南昌钟厂财务科长，江西南昌市红光机械厂财务科长，江西东方明珠通信实业有限公司财务部经理。1998年加盟公司，历任深圳市爱施德实业有限公司财务部经理、审计部经理、监事会主席，现任公司内审部负责人，审计部高级总监。

余斌先生：1971年生，中国国籍，无境外永久居留权，江西省建材工业学校，中专学历，会计专业，1998年加盟公司，历任公司哈尔滨分公司、郑州分公司、西安分公司总经理，长沙分公司总经理，华南区、华东区、营销企划中心总监，管理大区高级总监，现任公司助理总裁、人力资源管理部总监、总部运营管理委员会负责人。

杨治先生：1977年生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江大学学士，2000年加盟公司，历任公司沈阳分公司、成都分公司总经理，西南区域管理中心总经理、分销事业一部总经理，酷人通讯副总经理，分销事业部总经理，现任公司助理总裁、分销业务CEO。

（三）现任董事、监事、高级管理人员兼职情况

1、在控股股东单位兼职情况

任职人员姓名	股东单位名称	在股东单位担任的职务	任职起始日期	任期终止日期	在股东单位是否领取报酬津贴
黄绍武	深圳市神州通投资集团有限公司	董事长	2001年01月15日		是
黄绍武	深圳市全球星投资管理有限公司	董事长兼总裁	2000年01月26日		是
黄文辉	深圳市神州通投资集团有限公司	董事	2001年01月15日		否
黄文辉	深圳市全球星投资管理有限公司	董事	2000年01月26日		否
喻子达	深圳市神州通投资集团有限公司	总裁	2013年09月23日		是
张文良	深圳市神州通投资集团有限公司	战略运营部总经理	2012年4月23日		是

2、在其他公司兼职情况

任职人员姓名	其他单位名称	在其他单位担任的职务
黄文辉	深圳市冠众实业有限公司	执行董事
	深圳市神州通地产置业有限公司	董事
	深圳市华夏风投资有限公司	执行董事
	南昌万通置业投资有限公司	董事长、总经理
黄绍武	深圳市神州通物流有限公司	执行（常务）董事、总经理
	深圳市神州通地产置业有限公司	董事长、总经理
	江西神州通旅游投资发展有限公司	董事长
	深圳市神州通数码科技有限公司	总经理
	深圳市祈飞科技有限公司	董事
张文良	深圳市神州通投资集团有限公司	战略运营部总经理
吕良彪	北京市大成律师事务所	高级合伙人
章卫东	中江地产股份有限公司	独立董事
	江西铜业股份有限公司	独立董事
吕廷杰	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司	独立董事
	京东方科技集团有限公司	独立董事
陈思平	深圳市理邦精密仪器股份有限公司	独立董事
	宏达高科控股股份有限公司	独立董事

八、发行人主营业务概况

（一）发行人行业概况

发行人四大主营业务板块分别为手机分销、手机零售、移动互联网、移动通信转售，其中手机分销为最核心的主营业务，占比最大，发行人属于移动通信产业下的手机分销渠道供应商。移动互联网业务和移动通信转售业务是发行人为拓展传统分销渠道、实现新分销模式转型向设立的新业务，目前处于初期规划完善阶段。

手机分销行业的发展驱动主要依据产业链上、下游竞争状况及市场需求状况。由各手机分销企业自主制定，未有针对行业的特定产业政策，暂无行业协会

等自律组织对行业实施管理，但工业与信息化部通过制定移动通信产业政策可以间接指导行业的发展。

手机渠道发展与手机行业发展密切相关。中国手机行业的发展历经从1990–1998年的引入期、1998–2008年的高速发展期以及2008年至今的平衡发展期。手机营销渠道也从最初仅有的全国代理制发展到国代、省代、直供、运营商定制多种渠道并存的局面。

1、手机发展历程

1995年间世的第一代模拟制式手机（又称“1G 手机”）采用频分多址（FDMA）的模拟调制方式，只能进行语音通话。这种系统的主要缺点是频谱利用率低，信号干扰话音业务。这种模拟制式手机目前已经淘汰。

1996年–1997年出现了第二代数字手机（又称“2G手机”）。以GSM、TDMA

等数字制式手机增加了接收数据的功能，其主要采用时分多址（TDMA）的数字调制方式，提高了系统容量，但TDMA的系统容量有限，越区切换性能仍不尽善。

2009年1月7日，工业和信息化部（以下简称“工信部”）为三大电信运营商——中国移动、中国电信和中国联通发放3张3G通信牌照，标志着我国正式进入3G时代。其中，批准中国移动增加基于TD–SCDMA技术制式的3G牌照，中国电信增加基于CDMA2000技术制式的3G牌照，中国联通增加基于WCDMA技术制式的3G牌照。第三代与前两代的主要区别是在传输声音和数据的速度上有所提升。3G能够在全球范围内更好地实现无缝漫游和移动宽带，能够处理图像、音乐、视频流等多种媒体形式，提供包括网页浏览、电话会议、电子商务等多种信息服务。随着3G牌照的正式发放，运营商之间的3G客户争夺战也全面展开，并日趋激烈。随着各大电信运营商3G业务的不断推广，3G手机迎来了换机高峰，推动手机市场需求快速增长。

2013年12月4日，工信部正式向三大电信运营商发布4G牌照，4G手机开始逐步成为运营商和手机厂商的新宠。

2、手机分销模式

传统手机流通产业链主要包括三种模式，即全国性分销、厂商直供、运营商定制。

（1）全国性分销模式（国代商）

全国性分销模式下，从厂家到最后的零售商之间，一般要经过四级，区域代理、城市代理三个分销层次，即总代理从厂家购货之后，分销给区域代理（一般负责一个或几个省或几个城市），区域代理再分销给市级代理，最后再由市级代理分销给零售商。该模式下，生产商可借助分销商的销售渠道，迅速将较大数量的手机辐射到全国大多数地区的大中城市，形成范围广、覆盖面大、同步统一的营销特点。

（2）厂商直供模式

手机生产厂商为最大限度地节省销售成本，绕开诸多中间渠道环节，直接向大型家电连锁零售企业、手机连锁经营企业，如国美、苏宁等大批量提供某款特定型号的手机。

直供模式采用“厂家直供”和“统配统销”等方式，大型零售商可充分发挥其大批量采购的规模优势，对传统分销模式造成了一定程度的威胁和挤压。但是，大型零售商所经营的来自直供渠道的手机，主要集中于部分品牌（如低端产品）的部分机型；同时目身的渠道广度和深度有限，市场覆盖面尚不够大，难以与传统全国性分销形成全面竞争；另外，运作直供模式所需要的现金流量很大，因此在产品选型方面销售商还将面临一定风险。

（3）运营商定制

运营商定制，是指移动运营商提出手机的具体功能和标准作为终端生产商产品研发与生产的依据，由运营商作为该手机产品的唯一或主要采购方。在定制手机的过程中，运营商不仅制订手机规范，把潜守规范作为手机入网的条件，而且可能直接给出手机型号让终端生产商进行排他性生产。

下表总结了三种分销模式的特点和影响。

分销方式	分销方式	分销商职能	特点
厂商直供	手机厂商为节约渠道成本，直接向大型连锁零售商或省级分销平台提供特定型号的手机进行销售	分销商参与程度最低	手机厂商渠道成本降低，适用于品牌力较强、销量较大的品牌厂商
全国性分销	生产商借助全国性分销商渠道，迅速将产品辐射全国	分销商买断商品，提供物流服务，终端管理，承担存货风险，毛利水平较高	适应国内零售终端极度分散的市场，分销商毛利水平相对较高
运营商定制	电信运营商为推广移动网络服务及其他增值业务，向手机生产商定制手机，通过自有渠道或分销商渠道销售	承担部分产品的代销、包销，但毛利水平相对较低	运营商提供高额补贴，3G及智能手机推广后占比提升较快

3、全国性分销模式的竞争状况

中国大陆手机市场不同于欧美，日本等发达国家地区市场，也与印度、南美等国家的手机市场不同。大陆幅员辽阔、渠道复杂，加之外资品牌进入中国，需要根据本地特点制定营销策略。面对激烈的市场竞争，如何使新款手机获得消费者的认可并迅速占领市场，是手机品牌厂商面临的最大问题。手机品牌厂商根据其核心优势以专注于研发及品牌运营等产业环节，同时考虑到地域因素以及渠道路径依赖、成本、效率等综合因素，三星、摩托罗拉、索尼爱立信、LG 等国际品牌厂商在我国均采用全国性分销为主的分销模式。在国内，爱施德等优势全国性分销商凭借其网络覆盖、渠道管理和专业服务等方面的优势，成为手机品牌厂商参与市场竞争的重要依靠力量。近年来，国代商分销比例虽因运营商的强势介入而有所下降，但市场份额仍较高，在手机分销渠道市场，国代商仍占据超过50%的市场份额，目前仍是手机分销的主流模式之一。

4、手机分销渠道变革历程

随着手机行业发展，手机分销渠道也发生深刻变革。大致经历以下四个阶段。

第一阶段：中国电信专营包销；最早的模拟手机时代，手机销售渠道只有当时尚未拆分的中国电信所属营业厅，随后出现一些小店铺，主要以经营水货为主。与零售方式同步，当时的手机分销渠道是中国电信自己包销。

第二阶段：全国性分销商（国代商）；手机入模拟进入数字阶段，手机市场扩张，导致手机零售渠道扩大，手机销售渠道则由手机企业委托给全国性代理商掌握。

第三阶段：厂商直供；国产手机厂商崛起，基本采用了自建手机销售渠道扁平化渠道策略。为应对国内企业的挑战，国外运营商相继进行渠道改革，加大厂商直供渠道的建设投入和直供比例，以提高对渠道的撑控力度。但是在此阶段中，全国性分销仍然处于主流位置。

第四阶段：运营商介入定制捆绑销售；运营商通过定制手机等形式直接向厂商采购产品并销售给目标客户，手机渠道市场又多了新的主导力量。2011 年，运营商捆绑销售量占整个市场销售量的比例已接近30%。进入3G 时代，随着运营商定制集采比重的增加，运营商主导地位越来越明显。

*数据来源：中国产业信息网

随着手机行业的飞速发展，不仅终端产品发生变革，产品销售模式也发生巨大的变化。由于厂商直供规模的大幅扩张，运营商终端公司的成立，国代商市场份额逐渐下滑，市场多方形成角力局面。分销渠道是流通领域的重要环节，而分销渠道的广度本身是决定市场占有率的关键性因素。从广商的角度，经过十几年的变化，由单一依赖全国代理的模式转向变为分销多元化，再加上运营商强势掌控终端的诉求，最终形成了市场多种模式并存、竞争异常激烈的局面。多元化的分销模式一方面使得很难有一家独霸天下，另一方面行业新一轮的洗牌不可避免，最终会形成市场某种新的均衡状态。

5、 近年分销渠道市场份额的变革

（1）2009年至2012年分销行业情况

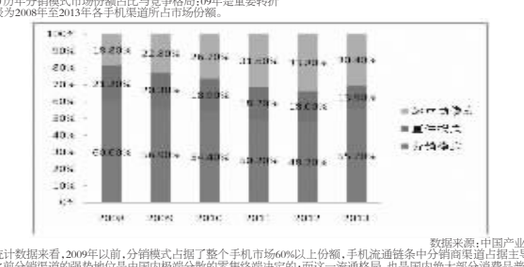
2009年之后，国内主流手机分销公司（如爱施德、天音控股、中邮普泰）普遍出现营业收入增幅减小和盈利下滑。从公司盈利数据来看，2010–2012年间，主流手机分销公司的毛利水平也此前的10%以上下滑到5%附近区间。

2009 年之后，产品变革（3G智能手机、通讯产品更新换代）和通信领域竞争格局演变，推动手机流通行业由此前的分销商主导逐步演变为运营商主导，由此带来的分销商渠道价值下降、利润下滑、存货风险加大，是分销行业出现大幅波动的两大主要原因。

2011年至2012年，国代商未能准确把握功能机向智能机转换的行业大方向，产品选型和库存管理出现重大失误，盈利状况大幅恶化导致市场普遍低估其渠道价值。2012年下半年起，摆脱功能机库存拖累的国代商业绩快速回升。

（2）历年分销模式市场份额占比与竞争格局；09年是重要转折

下表为2008年至2013年各手机渠道所占市场份额。



数据来源：中国产业信息网

从统计数据来看，2009年以前，分销模式占据了整个手机市场60%以上份额，手机流通链条中分销商渠道占据主导地位。2009年之前分销渠道的强势地位是由国内极端分散的零售终端决定的；而这一流通格局，也是国内绝大部分消费品普遍的基本流通格局。在集中度极低的终端市场市场中，品牌商难以在较大规模上实现与终端市场的直接对接，分销商在手机流通链条中承担了交易、资金、物流、渠道覆盖和市场管理等众多重要职能。在这一背景下，虽然存在较为强势的品牌商自建渠道、增加直供的案例，但分销商的主流地位并未受到明显影响。

2009年之后，传统手机分销商的市场份额开始出现明显且持续的下滑，运营商渠道市场份额则由此前不足20%提升至30%以上。手机流通产业链由分销商主导逐步演变为运营商强势介入，这一演变是由电信行业竞争格局变化、以及3G技术及智能手机推广推动的。电信运营商竞争加剧迫使三大运营商加强了3G用户发展并扩大数据业务竞争，定制手机并提供终端补贴成为三大运营商获取客户的主要途径。2009年起，三大运营商开始对零售终端提供不同程度的补贴，且补贴额度呈现逐年上升态势。2013年，中国移动、中国联通、中国电信对终端销售的补贴额度分别为263亿元、73亿元和200亿元。同时，基于3G服务和智能手机的推广，手机行业自身开启了一轮2G至3G、功能机到智能机的产品更新换代浪潮，智能手机销量逐步占据主导。智能手机及3C服务的快速推广，一方面造成了传统分销商大量功能机的库存挤压，另一方面，也使运营商在手机流通渠道中的地位迅速攀升，与三大运营商的合作直接影响分销商的销售规模，手机流通的产业链由分销商主导逐渐演变为运营商主导。值得注意的是，上文所述的运营商渠道市场份额在2013年略有下降，由2012年的33%下降至30%。这一现象是由上游手机生产厂商竞争日趋激烈造成的，尤其是国产智能手机出货量扩大，分销商对于上游厂商的渠道价值尤为凸显。

*数据来源：中国产业信息网

在这一流通格局下，运营商以控制用户为目的，将其业务范围拓展到终端销售，虽然本质上运营商与分销商之间不是竞争关系，而是合作关系，运营商的手机销售体系中，分销商仍承担着相当大比例的代销业务；但代销业务的毛利水平远远低于公开市场分销。因此，运营商的强势介入，削弱了分销商在流通领域的价值地位，直接表现在渠道利空间的收窄。

6、 全国分销模式与运营商定制模式的未来发展

（1）运营商终端补贴的下降将减少对全国分销的威胁

3G推广阶段，基于三大运营商较大规模的终端补贴；定制手机资费下降，带来运营商渠道市场份额的明显提升，但未来两年，4G网络建设等因素将推动三大运营商资本支出规模持续居高，根据工信部预测，2014年4G投资规模将超过1000亿。而4G投资规模在2013的三大运营商资本开支计划中已有体现，中国移动资本开支大幅增长49%，达到了1902亿元；中国电信维持在750亿元左右，中国联通800亿元。

此外，“营改增”实施后运营商终端销售成本提升。根据财政部和国家税务总局发布的《关于将电信业纳入营业税改征增值税试点的通知》，2014年6月1日起将电信业纳入营改增试点，其中提供基础电信服务，税率为11%；提供增值电信服务，税率为6%。在既有税务体制下，运营商营业税率仅3%，但此次增值税后，基础电信服务税率11%，流量业务税率6%，以运营商终端补贴最普遍的“话费送手机”模式而言，基于话费收入的税率提升，其税负成本将提升至原有的3倍。

但是，运营商加强全网统一营销、扩大社会化渠道覆盖，积极推动B2B平台建设，促进自有渠道线上线下协同，使得运营商对渠道的影响力仍然强大。

综上所述，运营商终端补贴额度会趋于平稳或下降，其对运营商渠道的市场份额提升的推动作用也将有趋于平缓，但其市场影响力仍然不容忽视。

（2）传统分销模式转型突破；虚拟运营商

虚拟运营商（Virtual Network Operator, VNO）是指没有自己的通讯基础设施，借助传统的电信供应商来实现通讯服务的运营商。虚拟运营商通过向传统运营商租用相关的基础设施，建立具有自己特点的通讯业务，为消费者提供更加个性化的业务。虚拟运营商没有自己的通讯技术设备和技术支持，服务依靠传统运营商来实现。

目前兴起的移动通信转售业务就属于虚拟运营商，2012年下半年之后，工信部相继出台了一系列关于虚拟运营商和移动转售业务的相关规定，并与2013年12月27日、2014年1月29日先后两批向9家公司授予移动转售牌照，爱施德已获得第二批试点批文。

本质上，虚拟运营商在移动通讯产业链上的地位与分销商有所类似，即批发传统运营商的移动通信服务，再向消费者打包出售，类似通讯服务的包销，虚拟运营商在这一过程中形成了自己的品牌和产品，而不再是单一的销售渠道。所以从这个角度来看，虚拟运营商是传统全国分销商向以产业链上游延伸的一个途径。对于传统分销商而言，虚拟运营商牌照的意义体现在其在传统流通渠道基础上而实现的价值延伸，将原有的“手机用户”转变为自己的“客户”，从而实现从“通道”到“入口”的逆袭，使更多后端增值业务及新的盈利模式成为可能。

综上所述，有新业务转型的辅助，全国分销商的市场份额可以保持稳定甚至有一定上升空间。

（二）发行人的行业竞争格局

1、手机分销

2014年中国手机市场保持持续增长，其中智能手机预计将占据八成市场份额，4G将成为智能手机销量增长的重要推动力量，手机渠道越趋扁平化、运营商对渠道影响不容忽视。

（1）手机市场规模持续增长

根据专业机构预测，2014年中国手机市场规模将达到4.2亿部以上，与2013年相比增长约18%；其中智能手机3.8亿部，同比增长27%，预计2015至2016年，智能手机市场增速有所下降但仍将保持15%以上的增长态势。

（2）4G商用带来新的发展契机

2013年12月工信部正式向三大运营商发放了4G牌照，随着4G的启用，智能手机上网速度将越来越快，流量资费将更加优惠，移动互联网应用将更丰富，用户的移动互联网体验将会越来越好，进而为行业带来更广阔的市场空间。此外，4G网络建设等因素将推动三大运营商资本支出规模持续居高，终端补贴将有所下降，其对运营商渠道的市场份额提升的推动作用也将趋于平缓。

（3）运营商对渠道的影响不容忽视

运营商加强全网统一营销，扩大社会化渠道覆盖，积极推动B2B平台建设，促进自有渠道线上线下协同，使得运营商对渠道的影响力不容忽视。

2、零售行业

中国零售行业稳步增长，但增速趋缓，同时网络零售将持续高速增长，线上线下融合趋势明显。

（1）据国家统计局公布数字2013年，全国社会消费品零售总额23.4万亿元，同比增长13.1%，增长率较2012年14.3%有所放缓。根据国家发改委预测，中国零售行业未来将稳步增长，2014年社会消费品零售总额预期增长14.5%，达到26.8万亿元。

（2）根据中国电子商务研究中心发布的《2013年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，2013年中国网络零售市场交易规模达1.89万亿元，较2012年1.32万亿元同比增长42.8%，占到社会消费品零售额的8.04%。随着中国互联网的进一步发展，预计2014年网络零售市场交易规模仍将保持高速增长，规模有望达到2.79万亿元。

（3）随着移动互联网通信技术的发展，智能设备普遍来的提升，线上线下零售出现融合趋势，传统零售依托线下渠道开始发展线上零售，线上零售企业通过股权投资、平台合作等方式也积极进行线下布局。

3、移动互联网行业

根据专业机构数据，随着智能手机终端更新迭代速度的加快，截至2013年底，中国智能手机保有量已达5.8亿部，而移动互联网网民规模达到6亿，已接近PC网民规模。为移动互联网市场规模扩张奠定基础，2013年中国移动互联网市场规模达到1059.8亿元，同比增速81.2%，预计2014年市场规模将达到1857亿元，中国移动互联网已进入高速发展通道。

2014年移动互联网产业将是无痛机会和挑战的一年，4G商用、智能手机普及所带来的市场容量的扩张将为移动互联网市场的持续增长提供内源动力，推动产业升级，进一步繁荣发展。

（1）4G为移动互联网产业的发展带来创新和活力

4G将引领包括手机视频、视频分享、云存储、移动商务、视频通话等在内的新业务快速发展；可穿戴设备有望在更多领域实现应用，促进移动互联网应用形态丰富及商业模式的创新，推动产业链进一步拓展及延伸。

（2）传统行业与移动互联网进一步融合

移动互联网不断融入传统行业的各个环节，双方的融合加深将进一步激发服务模式、商业模式以及生产消费模式的创新发展，不断刺激新的消费服务需求产生，带动信息消费市场快速扩张。

（3）并购市场不断，移动互联网产业竞争格局仍处不断变化中

2014年，新任董事长创新，用户入口争夺，移动端流量价值挖掘将是移动互联网行业的主体基调，同时，由于线上线下相互结合的闭环营造尚未成熟，移动互联网竞争格局还会不断变化。

4、移动通信转售

2014年是移动转售业务的元年，截至2014年9月30日，已有19家公司获取牌照，市场竞争激烈。用户细分市场选择、业务协同及产品服务创新成为能否成功的关键因素。

（1） 移动转售业务将发掘出新的消费蓝海。 预计未来移动转售业务将成长为超过千亿的市场，而目前仍处于起步阶段。

（2）移动转售业务与移动互联网业务、移动通信业务，形成差异化产品。 借助与移动互联网的协同，形成更加灵活的产品创新机制，例如跨界整合，从而带来产品、业务模式创新及用户服务上的变革，提供更加契合用户需求的通信服务。

（三）发行人主营业务的行业地位

2012年至2014年发行人手机分销业务分别实现手机分销量1,733万台、3,342万台、和3,839万台；2011–2013年及2014年1–6月，发行人市场占有率分别为8.70%、7.00%、9.70%、和10.10%，总体呈上升趋势，行业龙头地位较为突出。

*数据来源：爱施德年度报告中的统计数据

*数据来源：爱施德市场占有率是根据北京赛诺市场研究有限责任公司季度渠道市场分销报告中的数据计算所得，爱施德手机分销量与市场占有率的数据来源不是同一来源

（四）发行人竞争优势

1、规模及渠道优势

经过多年发展，公司已成为国内绝大部分手机和数码电子产品销售渠道综合服务商，公司通过覆盖全国的销售网络，及全面零售店管理、终端价格的有效管理构筑了强大的渠道管控力；与中国移动、中国联通和中国电信实现了深度合作，并与国内外著名手机厂家建立了长期合