

股票代码: HK06188

股票简称: 迪信通



北京迪信通商贸股份有限公司

BEIJING DIGITAL TELECOM CO., LTD.

(北京市海淀区北洼西里颐安嘉园 18 号 C 座颐安商务楼 4 楼 101 室)

公开发行 2017 年公司债券(第一期)

募集说明书摘要

(面向合格投资者)

主承销商



中德证券有限责任公司
Zhong De Securities Co., Ltd.

(北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层)

签署日期: 2017 年 3 月 29 日

声明

本募集说明书全部内容遵循《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《公司债券发行与交易管理办法》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第23号——公开发行公司债券募集说明书（2015年修订）》及其它现行法律、法规的规定，以及中国证监会对本次债券的核准，并结合发行人的实际情况编制。

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺，截至本募集说明书封面载明日期，本募集说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证本募集说明书中财务会计报告真实、准确、完整。

主承销商已对募集说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。主承销商承诺本募集说明书及其摘要因存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，与发行人承担连带赔偿责任，但是能够证明自己没有过错的除外；本募集说明书及其摘要存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且公司债券未能按时兑付本息的，主承销商承诺负责组织募集说明书约定的相应还本付息安排。

受托管理人承诺严格按照相关监管机构及自律组织的规定、募集说明书及受托管理协议等文件的约定，履行相关职责。发行人的相关信息披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使债券持有人遭受损失的，或者公司债券出现违约情形或违约风险的，受托管理人承诺及时通过召开债券持有人会议等方式征集债券持有人的意见，并以自己名义代表债券持有人主张权利，包括但不限于与发行人、增信机构、承销机构及其他责任主体进行谈判，提起民事诉讼或申请仲裁，参与重组或者破产的法律程序等，有效维护债券持有人合法权益。受托管理人拒不履行、迟延履行或者不适当履行相关规定、约定及受托管理人声明中载明的职责，给债券持有人造成损失的，受托管理人承诺对损失予以相应赔偿。

凡欲认购本次债券的投资者，请认真阅读本募集说明书及有关的信息披露文件，进行独立投资判断并自行承担相关风险。证券监督管理机构及其他政府部门对本次发行所作的任何决定，均不表明其对发行人的经营风险、偿债风险、诉讼风险以及公司债券的投资风险或收益等作出判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

投资者认购或持有本次公司债券视作同意《债券受托管理协议》、《债券持有人会议规则》及债券募集说明书中其他有关发行人、债券持有人、债券受托管理人等主体权利义务的相关约定。

除本公司董事会和主承销商外，没有委托或授权任何其他人或实体提供未在本募集说明书中刊载的信息和对本募集说明书作任何解释或者说明。

投资者若对本募集说明书存在任何疑问，应咨询自己的证券经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。投资者在评价和购买本次债券时，应特别审慎地考虑本募集说明书第三节所述的各项风险因素。

重大事项提示

公司提请投资者对公司以下事项予以特别关注：

一、本期债券评级为 AA 级；公司最近一期末的净资产为 30.60 亿元（截至 2016 年 9 月 30 日合并报表中所有者权益合计）；公司最近三个会计年度实现的年均可分配利润为 3.14 亿元（2013 年、2014 年以及 2015 年合并报表中归属于母公司所有者的净利润平均值），最近三年平均可分配利润足以支付本次债券一年的利息。

二、债券持有人会议按照《公司债券发行与交易管理办法》的规定及《债券持有人会议规则》的程序要求所形成的决议对全体债券持有人有约束力。

三、最近三年及一期末，公司资产负债率（合并口径）分别为 68.67%、55.55%、60.85%和 57.40%，其中 2014 年得益于所有者权益增加较多，公司资产负债率及总资本化比率均有大幅下降，整体负债水平处于合理区间。本次债券发行后，若未来公司的经营环境发生重大不利变化，负债水平不能保持在合理的范围内，则有可能出现无法按期足额兑付本次债券本息的风险。

四、最近三年及一期，公司归属于母公司所有者的净利润为 26,644.15 万元、31,813.30 万元、35,706.21 万元和 268,505,515 万元，加权平均净资产收益率分别为 19%、16%，14%和 9%，盈利能力存在一定波动。得益于手机销售量的增加及运营商套餐业务拓展，公司收入规模保持持续增长态势，但随着这一市场的饱和，可能导致发行人面临盈利能力下降的风险。

五、本期债券为无担保债券。尽管在本期债券发行时，本公司已根据现时情况安排了偿债保障措施来控制和保障本期债券按时还本付息，但是在本期债券存续期内，可能由于不可控的市场、政策、法律法规变化等因素导致目前拟定的偿债保障措施不能完全充分履行，进而影响本期债券持有人的利益。

六、本期债券发行结束后，本公司将积极申请本期债券在上交所上市流通。由于具体上市审批事宜需要在本期债券发行结束后方能进行，并依赖于有关主管部门的审批或核准，公司目前无法保证本期债券一定能够按照预期在合法的证券交易所交易流通，且具体上市进程在时间上存在不确定性。此外，证券交易市场的交易活跃程度受到宏观经济环境、投资者分布、投资者交易意愿等因

素的影响，公司亦无法保证本期债券在上市后本期债券的持有人能够随时并足额交易其所持有的债券。因此，本期债券的投资者在购买本期债券后可能面临由于债券不能及时上市流通无法立即出售本期债券的风险、或者债券上市流通后交易不活跃甚至无法持续成交的风险，并面临不能以某一价格足额出售其希望出售的本期债券的流动性风险。

七、本次债券信用评级机构中诚信证评评定本公司的主体信用等级为 AA 级，评定本次债券的信用等级为 AA 级。虽然公司目前资信状况良好，但在本期债券存续期内，公司无法保证主体信用评级和本期债券的信用评级不会发生负面变化。若信用评级机构调低公司的主体信用评级和/或本期债券的信用评级，则可能对债券持有人的利益造成不利影响。

中诚信证评将在本期债券信用级别有效期内或者本期债券存续期内，持续关注本期债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本期债券偿债保障情况等因素，以对本期债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。中诚信证评的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将通过上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和中诚信证评网站（www.ccxr.com.cn）予以公告。

八、近年京东、天猫、苏宁易购等电商品牌快速崛起，带动了线上手机销售的增长。2014 年全年国内手机市场的线上销量较 2013 年增长 56.6%，线上销量占整体手机销量的比例达到 18%，相比于 2013 年提升了 5.59%，对线下手机零售业造成冲击。但随着手机线上销售渐遇天花板效应，线下手机销售持续稳定，线上线下结构趋于稳定。

九、受存货和经营性应收款增加影响，2013-2015 年度发行人经营活动现金流量持续为负，分别为-0.77 亿元、-7.91 亿元和-1.19 亿元，主要是由于存货占用大量现金流，明星机型需预付账款方式拿货所致。

十、最近三年及一期末，公司应收账款分别为 125,745.89 万元、167,775.26 万元、187,432.17 万元和 199,876.30 万元，占总资产比例分别为 27.29%、30.80%、26.22%和 27.83%，占总资产的比重平均为 28.04%。发行人应收账款规模较大且持续增长，应收账款周转率逐年降低，主要是因为：1、销售收入持续增加；2、公司向客户授出的信贷期由 30-90 天延长至 30-120 天；3、公司向客户的信贷额度临时调增。

十一、发行人主要依赖于短期融资、短期偿债压力较大。最近三年及一期，发行人短期借款占总负债的比例分别为 53.68%、62.90%、72.47%和 53.02%，占总负债的比例平均为 60.52%，主要是因为公司属于轻资产企业，从融资方式选择看，比较适合短期融资，随着公司业务规模的不断拓展，对短期融资的需求有所增加。

十二、发行人新开与关闭门店数量较大。报告期内，公司定期对其门店（独立店和店中店）经营状况进行分析，并根据业务发展策略和门店经营情况，在全国各区域内新开或关闭门店。对于亏损的门店，公司重点进行原因分析，并结合主、客观原因情况，给予 3-5 个月不等的限时整顿期。对于在整顿期内，业绩仍达不到要求的门店果断予以关店。

十三、2016 年 3 月 30 日，经中国证监会证监许可〔2016〕652 号文核准，公司获准面向合格投资者公开发行不超过人民币 9 亿元的公司债券。本次债券采用分期发行的方式，本期债券为本次债券的首期发行，债券名称由“北京迪信通商贸股份有限公司公开发行 2015 年公司债券（第一期）”变更为“北京迪信通商贸股份有限公司公开发行 2017 年公司债券（第一期）”。本期债券的募集说明书、募集说明书摘要、评级报告及发行公告等文件中债券全称进行了相应变更，其他相关申请文件如董事会决议、股东会决议、法律意见书等未作变更，将继续有效。

目 录

声明	0
重大事项提示	2
目 录	5
第一节 发行概况	7
一、本次债券发行批准及核准情况	7
二、本期债券的主要条款	7
三、本次债券发行的有关机构	7
四、发行人和中介机构利害关系	10
第二节 发行人及本次债券的资信状况	13
一、本次债券的信用评级情况	错误！未定义书签。
二、信用评级报告的主要事项	错误！未定义书签。
三、发行人的资信情况	错误！未定义书签。
第三节 发行人基本情况	17
一、发行人概况	17
二、发行人设立情况	17
三、公司股权的重大变化及重大资产重组情况	22
四、发行人对其他企业的重要权益投资情况	23
五、发行人控股股东和实际控制人的基本情况	25
六、发行人董事、监事和高级管理人员的基本情况	31
七、发行人主要业务	31
八、发行人所在行业状况	35
九、发行人行业地位	71
十、发行人发展策略以及经营方针	74
十一、发行人治理结构及相关机构最近三年运行情况	76
十二、违法违规及受处罚情况	77
十三、发行人独立运营情况	77
十四、关联交易	78
十五、报告期控股股东、实际控制人及其控制的其他企业资金占用和发行人为该等企业提供担保情况	81
十六、发行人会计核算、财务管理、风险控制、重大事项决策等内部管理制度的建立及运行情况	81

十七、发行人信息披露事务及投资者关系管理制度	82
第四节 财务会计信息	83
一、最近三年及一期合并及母公司财务报表	83
二、合并报表范围的变化	83
四、发行人最近三年及一期非经常性损益明细表	92
五、净资产收益率及每股收益情况	93
六、管理层讨论与分析	93
七、发行人有息债务情况	94
八、发行本期债券后发行人资产负债结构的变化	108
九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重大事项	109
十、发行人资产抵押、质押、担保和其他限制用途安排	109
第五节 募集资金运用	111
一、募集资金运用计划	111
二、本次债券募集资金运用对公司财务状况的影响	112

第一节 发行概况

一、本次债券发行批准及核准情况

（一）2015 年 3 月 25 日，发行人召开第二届董事会第十二次会议，审议通过了发行人公开发行票面本金总额不超过 9 亿元人民币公司债券的相关议案，并提交发行人 2014 年年度股东大会审议批准。

（二）2015 年 6 月 2 日，发行人召开 2014 年年度股东大会，审议通过了发行人公开发行票面本金总额不超过 9 亿元人民币公司债券的相关议案。

（三）2016 年 3 月 30 日，经中国证监会证监许可【2016】652 号文核准，发行人获准面向合格投资者公开发行不超过 9 亿元的公司债券，首期债券发行自中国证监会核准之日起 12 个月内完成；其余各期债券发行，自中国证监会核准之日起 24 个月内完成。

（四）本次债券采用分期发行的方式，本期债券为本次债券的首期发行。

二、本期债券的主要条款

债券名称：北京迪信通商贸股份有限公司 2017 年公司债券（第一期）。

发行主体：北京迪信通商贸股份有限公司。

发行规模：本期债券的发行规模为 3 亿元，附设超额配售权不超过 3 亿元，总额不超过 6 亿元。

债券期限：3 年期，附第 2 年末发行人调整票面利率选择权和投资者回售选择权。

发行人调整票面利率选择权：发行人有权决定是否在本期债券存续期的第 2 年末调整本期债券后 1 年的票面利率。发行人将于本期债券存续期内第 2 个计息年度付息日前的第 30 个交易日。在交易所指定的信息披露媒体上发布关于是否调整本期债券票面利率以及调整幅度的公告。若发行人未行使调整票面利率选择权，则本期债券后续期限票面利率仍维持原有票面利率不变。

投资者回售选择权：发行人发出关于是否调整本期债券票面利率及调整幅

度的公告后，投资者有权选择在本期债券存续期内第 2 个计息年度的投资者回售登记期内进行登记，将持有的本期债券按面值全部或部分回售给发行人或选择继续持有本期债券。本期债券第 2 个计息年度即为回售支付日，公司将按照交易所和债券登记机构相关业务规则完成回售支付工作。

债券形式：实名制记账式公司债券。投资者认购的本期债券在证券登记机构开立的托管账户托管记载。本期债券发行结束后，债券认购人可按照有关主管机构的规定进行债券的转让、质押。

票面金额：本期债券每一张票面金额为 100 元。

发行价格：本期债券按面值发行。

债券认购单位：合格投资者认购的债券金额为人民币 1,000 元的整数倍且不少于人民币 1,000 元。

债券利率及其确定方式：本期债券为固定利率债券，票面利率由发行人与主承销商通过市场询价协商确定。

起息日：2017 年 4 月 5 日。

付息日：本期债券的付息日为 2018 年至 2020 年每年的 4 月 5 日；若投资者行使回售选择权，则本期债券的付息日期为 2018 年至 2019 年的 4 月 5 日。如遇法定节假日或休息日，则顺延至其后的第 1 个工作日，顺延期间不另计息。

兑付日：本期债券的本金支付日为 2020 年 4 月 5 日；若投资者行使回售选择权，则回售部分债券的兑付日为 2019 年 4 月 5 日。。如遇法定及政府指定节假日或休息日，则顺延至其后的第 1 个工作日，顺延期间不另计息。

还本付息方式：本期债券采用单利按年计息，不计复利，逾期不另计息。每年付息一次，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付。还本付息将按照证券登记机构的有关规定来统计债券持有人名单，本息支付方式及其他具体安排按照证券登记机构的相关规定办理。

担保情况：无。

募集资金专项账户：

开户名称：北京迪信通商贸股份有限公司

开立结算账户账号：91010154700005046

开户行名称：浦发银行北京分行营业部

信用级别：经中诚信证券评估有限公司综合评定，发行人的主体信用等级为 AA，本次债券的信用等级为 AA。

债券受托管理人：中德证券有限责任公司。

发行方式：本期债券的发行方式为面向合格投资者公开发行，具体发行方式请参见发行公告。

发行对象：发行对象为符合法律、法规规定的合格投资者。

配售规则：本期债券不向公司股东优先配售，具体配售规则请参见发行公告。

承销方式：本期债券由主承销商中德证券有限责任公司以余额包销的方式承销。

募集资金用途：本期债券所募集资金将用于补充公司流动资金和调整公司债务结构。

拟上市交易场所：上海证券交易所，经监管部门批准，在适用法律允许的其他交易场所上市交易。

上市安排：本期债券发行结束后，发行人将尽快向上交所提出关于本次债券上市交易的申请。具体上市时间将另行公告。

质押式回购：发行人主体信用等级为 AA，本次债券信用等级为 AA，本期债券符合进行质押式回购交易的基本条件。本次债券质押式回购相关申请尚需相关部门批准，具体折算率等事宜按上交所及中国证券登记结算有限责任公司的相关规定执行。

债券受托管理人违约责任：如果债券受托管理人未按《债券受托管理协议》履行其职责或有其他违约行为的，债券持有人有权追究债券受托管理人的违约责任，债券受托管理人应依法赔偿债券持有人或债券发行人由此遭受的经济损失。

税务提示：根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本次债券所应缴纳的税款由投资者承担。

三、本次债券发行的有关机构

（一）主承销商及其他承销机构：

1、主承销商：中德证券有限责任公司

住所：北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层

法定代表人：侯巍

项目负责人：吴东强、赵熠

电话：010-5902 6600

传真：010-5902 6602

2、分销商：长城证券股份有限公司

联系人：周宇亮

地址：深圳市福田区深南大道 6008 号特区报业大厦 16-17 层

邮政编码：518000

电话：020-28857268

传真：020-38811876

（二）发行人律师：北京市中伦律师事务所

住所：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 36 层-37 层

负责人：张学兵

经办律师：桑士东、刘佳

电话：010-59572166/010-59572421

传真：010-65681838

（三）会计师事务所：安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：北京市东城区东长安街 1 号东方广场安永大楼 17 层 01-12 室

负责人：毛鞍宁

注册会计师：何兆烽、张国华

电话：021-22283291

传真： 021-22280209

（四）信用评级机构：中诚信证券评估有限公司

住所：上海市青浦区新业路 599 号 1 幢 968 室

法定代表人：关敬如

联系人：曾辉、廖文浩、罗彬璐

电话：021-5101 9090

传真：021-5101 9030

（五）债券受托管理人：中德证券有限责任公司

住所：北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层

法定代表人：侯巍

联系人：杨汝睿

电话：010-5902 6649

传真：010-5902 6604

（六）收款银行

户名：中德证券有限责任公司

开户行：中国工商银行股份有限公司北京华贸中心支行

账号：0200234529027300258

开户行联系电话：010-6598 9621

（七）募集资金专项账户开户银行

开户名：北京迪信通商贸股份有限公司

开户行：浦发银行北京分行营业部

账 号：91010154700005046

（八）本期债券申请上市的交易场所：上海证券交易所

住所：上海市浦东南路 528 号上海证券大厦

法定代表人：黄红元

电话：021-6880 8888

传真 021-6880 4868

（九）证券登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 3 层

法定代表人：高斌

电话：021-3887 4800

传真：021-5875 4185

四、发行人和中介机构利害关系

截至本募集说明书签署日，发行人与所聘请的上述与本期债券发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他利害关系。

第二节 发行人及本次债券的资信状况

一、本期债券的信用评级情况

经中诚信证评综合评定，发行人的主体信用等级为 AA，本期债券的信用等级为 AA，评级展望为稳定。

二、信用评级报告的主要事项

（一）信用评级结论及标识所代表的含义

中诚信证评评定迪信通主体信用等级为 AA，该级别反映迪信通偿还债务的能力很高，受不利经济环境的影响较小，违约风险很低。

中诚信证评评定本次债券信用等级为 AA，该级别反映本次债券的信用质量很高，信用风险很低。

（二）评级报告的主要内容

1、正面

（1）行业地位突出，门店布局完善。公司是全国最大的通讯连锁零售企业，截至 2016 年 9 月末，已有门店 1,680 家，覆盖全国各主要省市，多位于当地主要商圈，具有较大的人流量，未来将继续向县城、大型城镇下沉。完善的门店布局为公司手机销售提供了有力支撑，2015 年公司共销售手机 1,078.67 万台。

（2）良好的手机厂商及运营商资源。公司专注于手机零售行业多年，与三星、联想和华为等市场主流手机厂商保持良好的合作关系，能获得较多的政策优惠和明星机型配给数量；同时公司保持与移动、联通和电信运营商的良好关系，在获得套餐合约佣金价格等方面具有一定优势。

（3）完善的供应链管理体系。经过多年发展，公司依托 Oracle ERP 管理系统建立了完善的供应链管理体系，覆盖采购订单生成及审批、采购入库、存货管理和库存调拨等方面。完善的供应链管理体系为公司实现对门店的统一管控、快速应对市场反应、保持管理高效提供了良好支撑。

2、关注

（1）电商品牌的崛起对线下手机零售业造成冲击。近年京东、天猫、苏宁易购等电商品牌快速崛起，各大手机厂商也纷纷加大线上市场布局，带动线上

手机销售占比的增长。2013~2015 年，国内手机市场的线上销量占比分别为 12.41%、18%和 21.5%，给公司未来手机销量的增长带来一定压力。

（2）短期债务占比过高。2013~2015 年末及 2016 年 9 月末，公司总债务分别为 22.32 亿元、21.61 亿元、32.72 亿元和 32.80 亿元，几乎全为短期债务，虽与公司业务性质存在一定的关系，但占比仍然过高，债务期限结构有待改善。

（三）跟踪评级的有关安排

根据中国证监会相关规定、评级行业惯例以及中诚信证评评级制度相关规定，自首次评级报告出具之日（以评级报告上注明日期为准）起，中诚信证评将在本期债券信用级别有效期内或者本期债券存续期内，持续关注本期债券发行人外部经营环境变化、经营或财务状况变化以及本期债券偿债保障情况等因素，以对本期债券的信用风险进行持续跟踪。跟踪评级包括定期和不定期跟踪评级。

在跟踪评级期限内，中诚信证评将于本期债券发行主体及担保主体（如有）年度报告公布后两个月内完成该年度的定期跟踪评级。此外，自本次评级报告出具之日起，中诚信证评将密切关注与发行主体、担保主体（如有）以及本期债券有关的信息，如发生可能影响本期债券信用级别的重大事件，发行主体应及时通知中诚信证评并提供相关资料，中诚信证评将在认为必要时及时启动不定期跟踪评级，就该事项进行调研、分析并发布不定期跟踪评级结果。

中诚信证评的定期和不定期跟踪评级结果等相关信息将在中诚信证评网站（www.ccxr.com.cn）和上海证券交易所网站予以公告，且交易所网站公告披露时间不得晚于在其他交易场所、媒体或者其他场合公开披露的时间。

如发行主体、担保主体（如有）未能及时或拒绝提供相关信息，中诚信证评将根据有关情况进行分析，据此确认或调整主体、债券信用级别或公告信用级别暂时失效。

三、发行人的资信情况

（一）公司获得主要贷款银行的授信情况及使用条件

银行授信方面，公司长期以来与金融机构保持了良好的合作关系。截至 2016 年 9 月末，公司与北京银行、交通银行和广发银行等十余家银行建立了合作关

系，共计获得授信总额约 33.08 亿元，尚未使用授信额度为 6.5503 亿元。

表 授信情况明细

授信银行	授信总额（万元）	未使用授信余额（万元）
北京银行	52,300.00	19,377.64
广发银行	13,000.00	8,000.00
杭州银行	3,000.00	1,000.00
恒生银行	15,000.00	-
汇丰银行	20,900.00	-
交通银行	50,000.00	15,000.00
民生银行	30,000.00	-
南京银行	9,000.00	100.00
浦发银行	48,500.00	9,249.86
上海银行	5,100.00	0.50
星展银行	20,000.00	-
渣打银行	15,000.00	-
招商银行	14,000.00	6,500.00
浙商银行	15,000.00	2,050.00
郑州银行	10,000.00	4,225.00
中信银行	10,000.00	-
合计	330,800.00	65,503.00

（二）最近三年及一期与主要客户发生业务往来时，是否有严重违约情况

最近三年及一期，发行人在与主要客户的业务往来中，未发生严重违约情况。

（三）最近三年及一期发行的公司债券以及其他债务融资工具偿还情况

发行人最近三年并未发行债券以及其他债务融资工具。

（四）本次债券发行后的累计公司债券余额及其占发行人最近一期末净资产的比例

本次债券经中国证监会核准并全部发行完毕后，发行人的累计公司债券余额为9亿元，发行人2016年9月30日未经审计的合并资产负债表中所有者权益合计数为30.60亿元，本次债券全部发行完毕后，累计公司债券余额占净资产的比例为29.41%，未超过发行人最近一期净资产的40%。

（五）最近三年及一期主要财务指标

表 合并报表口径的财务指标

主要财务指标	2016.09.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	169.28%	159.24%	171.82%	137.69%
速动比率	104.53%	102.72%	107.84%	86.59%
资产负债率	57.40%	60.85%	55.55%	68.67%
利息保障倍数		3.80	5.10	4.85
归属于母公司股东的每股净资产（元）	4.53	4.13	3.60	2.85
每股净资产	4.59	4.20	3.63	2.89
应收账款周转率	5.83	8.95	9.84	14.09
存货周转率（次）	3.88	6.32	6.97	7.72
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.93	-0.18	-1.19	-0.15
基本每股收益（元）	0.4	0.54	0.55	0.53
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元）	0.4	0.53	0.52	0.51
加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	19%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	18%

上述各指标的具体计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货净额）/流动负债

资产负债率=负债合计/资产总计

归属于母公司股东的每股净资产=归属于母公司所有者的权益/期末股本总额

利息保障倍数=（税前利润+利息支出-利息收入）/（利息支出-利息收入）

存货周转率=营业成本/存货平均余额

每股经营活动的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数。

加权平均净资产收益率、每股收益指标根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）的规定计算。上表中其他每股指标均比照执行。

如无特别说明，本节中出现的指标均依据上述口径计算。

第三节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称：北京迪信通商贸股份有限公司

英文名称：Beijing Digitone Telecom Co., Ltd.

注册资本：人民币 66,666.7 万元

法定代表人：刘东海

成立日期：2001 年 5 月 31 日

公司住所：北京市海淀区北洼西里颐安嘉园 18 号楼 C 座颐安商务楼 4 层 101 室

邮政编码：100089

经营范围：批发、零售通信设备、移动通讯产品、金属材料、办公设备、计算机及外围设备、仪器仪表；维修移动电话；技术咨询、技术服务。

电话号码：010-52884845

传真号码：010-88516771

互联网地址：www.dixintong.com

电子信箱：dixintong@dixintong.com

二、发行人设立情况

（一）公司设立

发行人前身为迪信通投资，系由刘松山、刘文萃于 2001 年 5 月 30 日以货币方式出资设立。注册资本 2,000 万元，其中，刘松山出资 1,400 万元，占注册资本的 70%；刘文萃出资 600 万元，占注册资本的 30%。公司法定代表人为刘松山。本次出资经北京六星会计师事务所有限责任公司京星验乙（2001）第 A269 号《开业登记验资报告书》审核验证。

2001 年 5 月 31 日，北京工商局向迪信通投资颁发企业法人营业执照，注册号为 1102262272743，公司经营范围为“投资管理；经济信息咨询（不含中介服务）、技术开发及转让、技术咨询与服务（以上未经专项审批的项目除外）”。

迪信通投资设立时股东出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘松山	1,400	70.00%
2	刘文萃	600	30.00%
合计		2,000	100.00%

（二）公司股权变更情况

1、第一次股权转让

2005 年 9 月 15 日，经公司股东会会议决议，同意刘松山、刘文萃将其持有的 1,400 万元出资和 600 万元出资分别按出资额转让给丰永泰、迪尔通。同日，刘松山、刘文萃分别与丰永泰、迪尔通签订股权转让协议。

2005 年 9 月 21 日，北京工商局核准上述变更。

本次股权转让后，迪信通投资的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	丰永泰	1,400	70.00%
2	迪尔通	600	30.00%
合计		2,000	100.00%

2、迪信通投资更名

2005 年 11 月 4 日，经公司股东会会议决议，同意公司更名为北京迪信通商贸有限公司，同日，北京工商局核准上述变更。

3、第二次股权转让

2006 年 10 月 25 日，经公司股东会会议决议，同意丰永泰、迪尔通将其持有的 1,400 万元出资和 600 万元出资分别按出资额转让给刘松山、刘文萃。同日，丰永泰、迪尔通分别与刘松山、刘文萃签订股权转让协议。

2006 年 10 月 26 日，北京工商局海淀分局核准上述变更。

此次股权转让后，迪信通有限的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
----	------	---------	------

1	刘松山	1,400	70.00%
2	刘文萃	600	30.00%
合计		2,000	100.00%

4、第三次股权转让

2007 年 5 月 18 日，经公司股东会会议决议，同意刘松山、刘文萃将其持有的 1,400 万元出资和 600 万元出资分别按出资额转让给丰永泰、迪尔通。同日，刘松山、刘文萃分别与丰永泰、迪尔通签订股权转让协议。

2007 年 5 月 21 日，北京工商局海淀分局核准上述变更。

此次股权转让后，迪信通有限的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	丰永泰	1,400	70.00%
2	迪尔通	600	30.00%
合计		2,000	100.00%

5、第四次股权转让

2007 年 6 月 15 日，经公司股东会会议决议，同意丰永泰将其持有的 148 万元出资按出资额转让给融丰泰。同日，丰永泰与融丰泰签订股权转让协议。

2007 年 7 月 10 日，北京工商局海淀分局核准上述变更。

此次股权转让后，迪信通有限的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	丰永泰	1,252	62.60%
2	迪尔通	600	30.00%
3	融丰泰	148	7.40%
合计		2,000	100.00%

6、第一次增资并变更为中外合资企业

2007 年 6 月 22 日，深圳南方民和会计师事务所有限责任公司北京分所出具深南京审字（2007）第 017 号审计报告，经审计截至 2006 年 12 月 31 日迪信通有限的净资产为 5,615.159377 万元；同日，北京中育正资产评估有限公司出具京中评报字（2007）第 A06-06 号评估报告，经评估截至 2006 年 12 月 31 日迪信通有限的净资产为 5,664 万元。

2007 年 6 月 25 日，经公司股东会会议决议，同意引入境外投资者 3i 香港、鼎晖香港和冠发投资，注册资本由 2,000 万元增加至 22,000 万元，新增注册资本由三位新股东以美元现汇认缴，公司变更为中外合资有限责任公司。同日，公司股东与 3i 香港、鼎晖香港、冠发投资共同签署《认购增资协议》、《合资经营合同》和《公司章程》。

2008 年 1 月 22 日，迪信通有限取得商务部颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资资审 A 字[2007]0317 号）。

2008 年 1 月 28 日，北京华安东会计师事务所有限责任公司就本次货币增资出具华验字[2008]第 004 号《验资报告》。

2008 年 1 月 29 日，北京工商局核准上述变更。

此次变更后，迪信通有限的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	丰永泰	9,301.6	42.28%
2	迪尔通	4,457.2	20.26%
3	3i 香港	3,832.4	17.42%
4	鼎晖香港	3,135	14.25%
5	融丰泰	1,100	5.00%
6	冠发投资	173.8	0.79%
合计		22,000	100.00%

7、发行人整体变更为股份公司

2009 年 10 月 28 日，公司董事会同意以 2009 年 6 月 30 日经审计净资产 513,484,982.56 元为依据，确定股份公司的总股本为 500,000,000 股，剩余净资产计入资本公积，整体变更设立为中外合资股份有限公司。

2009 年 11 月 19 日，北京市商务委员会出具《关于北京迪信通商贸有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》（京商务资字[2009]758 号）文件，同意公司变更为外商投资股份有限公司。

2009 年 11 月 20 日，迪信通取得北京市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资京资字[2007]20571 号）。

2009 年 12 月 28 日，公司在北京工商局领取企业法人营业执照，注册号为 110108002727434。

本次整体变更后，发行人股东、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	丰永泰	21,140	42.28%
2	迪尔通	10,130	20.26%
3	3i 香港	8,710	17.42%
4	鼎晖香港	7,125	14.25%
5	融丰泰	2,500	5.00%
6	冠发投资	395	0.79%
合计		50,000	100.00%

8、股份公司第一次股权转让

2011 年 2 月 28 日，迪信通股东大会作出决议，同意股东融丰泰将所持迪信通 3.50%的股权以 103.60 万元的价格转让给长青投资。同日，融丰泰与长青投资签订《股权转让协议书》。

2011 年 3 月 8 日，北京市商务委员会出具京商务资字[2011]146 号《北京市商务委员会关于北京迪信通商贸股份有限公司变更股权的批复》，同意迪信通进行本次股权转让，引入长青投资作为新股东。

2011 年 3 月 15 日，公司根据上述情况在北京工商局办理工商变更备案手续。

此次股权转让后，发行人股东、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	丰永泰	21,140	42.28%
2	迪尔通	10,130	20.26%
3	3i 香港	8,710	17.42%
4	鼎晖香港	7,125	14.25%
5	长青投资	1,750	3.50%
6	融丰泰	750	1.50%
7	冠发投资	395	0.79%
合计		50,000	100.00%

2014 年 7 月，迪信通成功在香港联合交易所实现上市，首次发行 1.67 亿股，公司注册资本增加至 6.67 亿元。

9、控股股东更名

2015 年 7 月 29 日，公司控股股东之一北京丰永泰咨询有限公司更名为迪信通科技集团有限公司，法定代表人由刘松山变更为刘东海。

三、公司股权的重大变化及重大资产重组情况

（一）前十大股东持股情况

截至 2015 年 6 月 30 日，发行人股本总额为 66,666.7 万股，前十名股东持股情况如下：

表 最近一期末公司前十位股东情况

单位：万股

序号	发起人股东	持股数	持股比例	股东性质	质押或冻结情况
1	北京丰永泰咨询有限公司	21,140	31.71%	内资法人股	无
2	北京迪尔通咨询有限公司	10,130	15.19%	内资法人股	无
3	3i 咨询通有限公司	8,710	13.06%	外资法人股	无
4	鼎晖香港移动有限公司	7,125	10.69%	外资法人股	无
5	澄迈迪信长青投资中心（有限合伙）	1,750	2.62%	内资法人股	无
6	北京融丰泰管理咨询有限公司	750	1.12%	内资法人股	无
7	冠发投资有限公司	395	0.59%	外资法人股	无
8	境外上市外资股（H 股）	16,666.7	25%	外资公众股	---
合计		66,666.7	100%		

（二）实际控制人情况

报告期内，发行人控股股东为北京丰永泰咨询有限公司。

公司的实际控制人为刘松山、刘东海、刘咏梅、刘华、刘文萃，五人系兄弟姐妹关系，基本情况如下：

实际控制人间接持有公司股权的情况：

序号	实际控制人	间接持股数（万股）	间接持股比例	职务
1	刘东海	13,628.71	20.44%	董事长
2	刘松山	13,644.99	20.47%	副董事长兼总经理
3	刘文萃	1,285.03	1.93%	董事
4	刘华	1,604.15	2.41%	董事
5	刘咏梅	1,604.15	2.41%	下属公司执行董事、经理
合计		31,767.03	47.65%	

截至本募集说明书签署日，公司的实际控制人间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）重大资产重组情况

最近三年及一期，发行人未发生重大资产重组。

四、发行人对其他企业的重要权益投资情况

（一）发行人全资、控股子公司

截至 2016 年 9 月 30 日，发行人全资子公司 111 家、控股子公司 15 家，发行人全资、控股子公司主营业务全部为手机销售相关业务，其主要子公司具体情况如下表：

1、发行人全资子公司

表 截至 2016 年 9 月 30 日发行人主要全资子公司情况

名称	总资产	净资产	营业收入	利润总额	净利润	公司性质
北京迪信通电子通信技术有限公司	436,054,505.85	169,096,862.10	1,323,827,563.33	2,053,649.74	1,540,237.30	全资子公司
江苏胜多科贸有限责任公司	940,091,486.93	877,423,236.98	123,329,105.39	2,783,884.26	1,429,452.44	全资子公司
青岛迪信通通信技术有限公司	150,342,889.06	11,790,710.94	306,579,632.32	-504,616.53	-646,660.48	全资子公司
上海迪信电子通信技术有限公司	567,626,035.20	118,741,774.91	963,193,730.37	9,931,305.41	7,448,479.07	全资子公司
沈阳通联四海电子通信技术有限公司	133,710,197.54	21,073,361.30	304,495,991.94	762,243.45	572,885.73	全资子公司
温州迪信通电子通信技术有限公司	128,079,060.65	40,522,570.34	242,319,296.52	8,464,848.14	6,287,412.67	全资子公司
河北迪信电子通信设备有限公司	84,876,963.80	18,579,785.97	267,025,200.16	283,162.00	197,368.13	全资子公司
浙江迪信通商贸有限公司	124,922,838.19	28,283,667.30	171,992,581.83	-670,992.68	-731,139.98	全资子公司
上海川达通信技术有限公司	166,404,199.69	72,209,980.10	156,429,577.22	5,105,149.54	3,828,862.16	全资子公司
宁波高新区超发科技有限公司	97,927,285.13	60,782,355.93	280,736,515.17	3,020,757.06	2,328,594.41	全资子公司

单位：元

2、控股子公司情况

表 截至 2016 年 9 月 30 日发行人主要控股子公司情况

名称	总资产	净资产	营业收入	利润总额	净利润	公司性质
河南迪信通商贸有限公司	526,429,308.48	-363,558.02	1,940,893,883.39	-13,995,912.06	-14,048,748.93	控股子公司

五、发行人控股股东和实际控制人的基本情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

截至 2016 年 9 月 30 日，公司控股股东为迪信通科技集团有限公司和北京迪尔通咨询有限公司，迪信通科技集团持有发行人 31.71%的股权，北京迪尔通持有发行人 15.19%的股权。发行人实际控制人为刘松山、刘东海、刘咏梅、刘华、刘文萃，其有关情况如下：

1、迪信通科技集团有限公司概况

成立时间：2005 年 5 月 26 日

注册资本：5000 万元

注册地址：北京市海淀区北洼西里颐安嘉园 18 号 C 座颐安商务楼四层 406 房

法定代表人：刘松山

经营范围：技术开发、技术转让、技术服务、技术培训、技术咨询；经济贸易咨询；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备、电子产品；房地产开发；企业管理咨询；投资咨询；企业管理；投资管理；资产管理；企业策划、设计；公共关系服务；利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）。（文化经营许可证有效期至 2017 年 08 月 19 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

股本结构：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘东海	4,236	84.72%
2	刘咏梅	253	5.06%
3	刘华	253	5.06%
4	刘文萃	196.5	3.93%
5	刘文莉	61.5	1.23%
合计		5,000	100%

该公司最近一年简要财务数据如下(未经审计)：

项目	2015 年度
----	---------

总资产（万元）	34,469.74
净资产（万元）	10,343.44
净利润（万元）	-115.13
营业收入（万元）	-
利润总额（万元）	-115.13

迪信通科技集团有限公司原名北京丰永泰咨询有限公司。丰永泰系 2005 年 5 月 26 日由刘松山、刘文萃分别出资 7 万元和 3 万元设立，注册资本 10 万元。2009 年 9 月，经过股权转让，该公司股东变更为刘松山、刘东海、刘咏梅、刘华、刘文萃。丰永泰自设立至今实际从事的主要业务为股权投资，为公司的控股股东，2015 年 7 月 29 日更名为迪信通科技集团有限公司。2016 年 6 月 17 日，经过股权转让，该公司股东变更为刘东海、刘咏梅、刘华、刘文萃、刘文莉。

2、北京迪尔通咨询有限公司概况

成立时间：2005 年 5 月 26 日

注册资本：10 万元

实收资本：10 万元

注册地址：北京海淀区北洼西里颐安嘉园 18 号 C 座颐安商务楼 4 层 405 房

法定代表人：刘文萃

经营范围：许可经营项目：无。一般经营项目：企业管理咨询、经济贸易咨询、投资咨询；企业管理；投资管理；资产管理；企业策划、设计；公共关系服务。

股本结构：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	刘松山	52,334.10	52.33%
2	刘东海	34,889.40	34.89%
3	刘咏梅	5,130.80	5.13%
4	刘华	5,130.80	5.13%
5	刘文萃	2,514.90	2.52%

合计	100,000.00	100.00%
----	------------	---------

该公司最近一年简要财务数据如下：

项目	2015 年度
总资产（万元）	19,398.61
净资产（万元）	10,390.23
净利润（万元）	-0.03
营业收入（万元）	-
利润总额（万元）	-0.03

迪尔通系 2005 年 5 月 26 日由刘松山、刘文萃分别出资 7 万元和 3 万元设立，注册资本 10 万元。2009 年 9 月，经过股权转让，该公司股东变更为刘松山、刘东海、刘咏梅、刘华、刘文萃。迪尔通自设立至今实际从事的主要业务为股权投资，为公司的股东之一。

3、实际控制人情况

实际控制人为刘东海、刘松山、刘文萃、刘华、刘咏梅，五人系兄弟姐妹关系。基本情况如下：

表 截至 2016 年 9 月 30 日实际控制人间接持股情况

序号	实际控制人	间接持股数（万股）	间接持股比例	职务
1	刘东海	13,628.71	20.44%	董事长
2	刘松山	13,644.99	20.47%	副董事长
3	刘文萃	1,285.03	1.93%	董事
4	刘华	1,604.15	2.41%	董事
5	刘咏梅	1,604.15	2.41%	下属公司执行董事、经理
合计		31,767.03	47.65%	

（1）刘东海先生

刘东海先生，1966 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。曾就职于北京滨松光子技术有限公司任销售总监，1998 年出资设立北京迪信通，2001 年至 2011 年在公司任内部风险控制官，2011 年 3 月起任公司总经理，现任公司董事长。

（2）刘松山先生

刘松山先生，1973 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。1998 年入职北

京迪信通，曾任执行董事、总经理；2001 年起历任公司执行董事、总经理、董事长；现任公司副董事长。2005 年 5 月至今任公司股东丰永泰的执行董事及迪尔通的监事。

（3）刘文萃女士

刘文萃女士，1974 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。2001 年至今任公司采购副总监，2005 年 5 月至今任公司股东迪尔通的执行董事及丰永泰的监事，2007 年 6 月至今担任公司股东融丰泰的执行董事。

（4）刘华女士

刘华女士，1972 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。2001 年 6 月至今任公司采购经理。

（5）刘咏梅女士

刘咏梅女士，1968 年出生，中国国籍，无永久境外居留权。现任河南地区多家下属公司执行董事、经理。

（二）实际控制人持有的发行人股份 / 权被质押或存在争议的情况

截至本募集说明书签署日，公司的实际控制人间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）实际控制人对外投资

截至本募集说明书签署日，公司的控股股东和实际控制人控制的其他企业有北京融丰泰管理咨询有限公司（以下简称“融丰泰”）和北京迪信通通信服务有限公司，其基本情况如下：

1、北京融丰泰管理咨询有限公司

成立时间：2007 年 6 月 11 日

注册资本：38.7409 万元

实收资本：38.7409 万元

注册地址：北京市海淀区西三环中路 17 号新兴宾馆 C338-5

法定代表人：刘文萃

经营范围：许可经营项目：无。一般经营项目：企业管理咨询、经济贸易咨询、投资咨询；企业管理；投资管理；资产管理；企业策划、设计；公共关系服务。

融丰泰的股本结构如下图：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	目前在发行人处担任职务
1	刘文萃	25.6723	66.27%	董事
2	张文凯	6.1985	16.00%	前财务总监
3	罗建军	1.2914	3.33%	下属公司经理
4	曹秦	0.5165	1.33%	手机采购中心副总监
5	胡平	0.5165	1.33%	手机采购中心副总监、监事
6	张慧	0.5165	1.33%	门店管理中心总监
7	赵爽	0.5165	1.33%	下属公司总经理助理
8	侯庆红	0.3616	0.93%	下属公司总经理
9	黄秋莉	0.3159	0.82%	下属公司总经理
10	江珊	0.3159	0.82%	财务中心资本运营部总监助理
11	蒋学福	0.3159	0.82%	审计部总监
12	李晶	0.3159	0.82%	法务部副总监
13	李云萍	0.3159	0.82%	财务中心副总监
14	李雪花	0.2483	0.64%	下属公司总经理
15	戚琴	0.2483	0.64%	下属公司总经理
16	张双平	0.2483	0.64%	下属公司财务经理
17	胡明华	0.2066	0.53%	下属公司总经理
18	李东	0.2066	0.53%	副总经理助理
19	田红	0.2066	0.53%	财务中心资金管理部主管
20	董绍荣	0.1552	0.40%	下属公司财务经理
21	裴启迪	0.0517	0.13%	总经理助理
合计		38.7409	100.00%	

该公司最近一年简要财务数据如下：

项目	2015 年度
总资产（万元）	661.22
净资产（万元）	627.62
净利润（万元）	-0.02
营业收入（万元）	-
利润总额（万元）	-0.01

2、北京迪信通通信服务有限公司

成立时间：1995 年 9 月 12 日

注册资本：10,000 万元

实收资本：10,000 万元

注册地址：北京市海淀区西三环中路 17 号新兴宾馆 338 室

法定代表人：刘东海

经营范围：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）。技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询、技术培训；经济贸易咨询；销售电子计算机及外围设备、通讯设备、电子产品。

股本结构：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	丰永泰	7,000	70.00%
2	迪尔通	3,000	30.00%
合计		10,000	100.00%

该公司最近一年简要财务数据如下：

项目	2015 年度
总资产（万元）	19,218.77
净资产（万元）	6,745.14
净利润（万元）	-552.89
营业收入（万元）	8,183.63
利润总额（万元）	-552.89

2013 年 1 月，发行人控股股东丰永泰、迪尔通以受让股权的形式取得了该

公司的全部股权，并以该公司为主体从事虚拟运营业务。

六、发行人董事、监事和高级管理人员的基本情况

（一）发行人董事、监事和高级管理人员的基本情况

公司董事会由 9 名董事构成，监事会由 3 名监事构成，高级管理层有 7 名成员。

表董事、监事和高级管理人员情况

姓名	职务	出生年份	性别	学历	是否合规	任职期限
刘东海	董事长	1966	男	硕士	是	2013/12/31 至今
刘雅君	副董事长	1957	男	硕士	是	2014/3/31 至今
刘松山	副董事长	1973	男	大专	是	2013/12/25 至今
刘文萃	董事	1974	女	高中	是	2007/6/24 至今
刘华	董事	1972	女	高中	是	2009/11/24 至今
齐向东	董事	1964	男	硕士	是	2015/6/2 至今
边勇壮	独立董事	1954	男	博士	是	2015/6/2 至今
吕廷杰	独立董事	1955	男	博士	是	2009/11/24 至今
李文才	独立董事	1961	男	硕士	是	2014/1/9 至今
肖红	监事会主席	1976	女	大专	是	2014.5.20 至今
胡玉忠	监事	1958	男	硕士	是	2014.5.20 至今
李万林	监事	1963	男	博士	是	2014.5.20 至今
金鑫	总经理	1971	男	硕士	是	2013/12/25 至今
周清	副总经理	1968	男	硕士	是	2009/11/24 至今
白韧	副总经理	1972	男	硕士	是	2009/11/24 至今
冷建闯	财务总监	1979	男	硕士	是	2012/4/30 至今
李冬梅	董事会秘书	1978	女	硕士	是	2014/3/15 至今
黄建辉	副总经理	1960	男	硕士	是	2011/4/12 至今
齐峰	副总经理	1969	男	硕士	是	2009/11/24 至今

（二）现任董事、监事、高级管理人员简历及兼职情况

刘东海，董事长

刘东海先生，1966 年出生，工商管理硕士。曾就职于北京滨松光子技术有限公司任销售总监，1998 年出资设立北京迪信通，2001 年至 2011 年在本公司任内部风险控制官，2011 年 3 月起任本公司总经理，现任本公司董事长。

刘雅君，副董事长

刘雅君先生，1957 年出生，硕士。曾任华夏银行广东分行行长助理，深圳

发展银行天津分行总监、副行长，新加坡大华银行天津分行副行长，现任本公司董事。

刘松山，副董事长

刘松山先生，1973 年出生，大专学历。1998 年入职北京迪信通，曾任该公司执行董事、总经理；2001 年起历任本公司执行董事、总经理，现任本公司副董事长；2005 年 5 月至今任公司股东丰永泰的执行董事及迪尔通的监事。

刘文萃，董事

刘文萃女士，1974 年出生，高中学历。2001 年至今任公司采购副总监，2005 年 5 月至今任公司股东迪尔通的执行董事及丰永泰的监事，2007 年 6 月至今担任公司股东融丰泰的执行董事。

刘华，董事

刘华女士，1972 年出生，高中学历。1998 年至 2000 年就职于北京迪信通任采购部经理，2001 年 6 月至今任本公司采购经理。

齐向东，董事

齐向东先生，1964 年出生，工商管理硕士。1986 年-2003 年就职新华通讯社，曾任新华社通信技术局副局长；2003 年-2005 年，任职雅虎中国区副总裁兼 3721 公司总经理，2005 年 9 月至今，任职 360 公司总裁，现任本公司董事。

边勇壮，独立董事

边勇壮先生，1954 年出生，经济学博士。1992 年起先后担任海通实业投资公司副总经理，无锡新江南实业开发有限公司总经理，恒通置业股份有限公司副总经理，中国新纪元有限公司副总经理、董事长，大华大陆投资有限公司总经理等职务；2013 年 6 月起出任神州学人集团股份有限公司财务总监及董事；2013 年 7 月起出任航天产业投资基金管理有限公司董事；现任本公司独立董事

吕廷杰，独立董事

吕廷杰先生，1955 年出生，博士。现任北京邮电大学经济管理学院执行院长、教授、博士生导师、国际电信协会（ITS）常务理事；中国信息经济学会常务副理事长；中国技术经济研究会常务理事；中国通信学会常务理事；工业和信息化部科技委委员、电信专家委员会委员；工信部“信息管理与信息经济学”重点实验室学术委员会主任；教育部电子商务教学指导委员会副主任委员，新华网、大唐高鸿数据网络技术股份有限公司独立董事。2013 年 3 月被连选为本公

司独立董事。

李文才，独立董事

李文才先生，工商管理硕士及理学硕士。曾就职毕马威香港及德勤会计师事务所，曾任德勤香港和德勤中国合伙人；2013 年至今担任天健会计师事务所（香港及中国）合伙人及审计技术总监，任中磊（香港）会计师事务所合伙人；现任本公司独立董事。

肖红，监事会主席

肖红女士，1976 年出生，大专学历。1999 年 5 月入职北京迪信通，曾任西安迪信通电子通讯技术有限公司总经理，现任北京迪信通营销副经理，现任本公司职工代表监事及监事会主席。

胡玉忠，监事

胡玉忠先生，工商管理硕士。1980 年-1990 年曾任北京力达缝制设备公司科长，1991 年-2002 年曾任中邮普泰移动通信设备股份有限公司常务副总裁，2003 年起任北京中广时代通讯设备有限公司董事长，现任本公司监事。

李万林，监事

李万林先生，信息科学博士，国家“千人计划”特聘专家，东南大学国家移动通信重点试验室教授。曾任西门子(中国)通信集团高级副总裁兼首席技术官，现任北京华恒铭圣科技发展有限责任公司总经理，本公司监事。

金鑫，总经理

金鑫先生，1971 年出生，工商管理硕士。曾任职于国家统计局计算中心，期间荣获“国家部委十大杰出青年”称号。1999 年入职北京迪信通，曾任该公司副总经理；2003 年至今任迪信通常务副总经理。

周清，副总经理

周清先生，1968 年出生，工商管理硕士，曾任贵州轮胎股份有限公司分厂厂长、计量能源处处长，贵州富海楼宇设备有限公司总经理；2002 年入职上海迪信电子通信技术有限公司，现任公司副总经理兼上海迪信电子通信技术有限公司总经理。

白韧，副总经理

白韧先生，1972 年出生，工商管理硕士，1998 年 3 月入职北京迪信通，曾任北京迪信通总经理助理，现任公司副总经理兼合肥迪信通通信技术有限公司总

经理。

冷建闯，财务总监

冷建闯先生，1979 年出生，本科学历，曾任中国华录集团有限公司财务部财务主管；华录文化产业有限公司综合管理部财务总监。2006 年入职本公司，曾任财务总监助理、副总监，现任公司财务总监。

李冬梅，董事会秘书

李冬梅女士，1978 年出生，硕士。曾任新奥集团股份有限公司法务经理；2006 年入职本公司，现任公司董事会秘书兼法务总监。

黄建辉，副总经理

黄建辉先生，1960 年出生，工商管理硕士，曾任诺基亚（中国）投资有限公司中国移动事业部总监；西门子（中国）有限公司通信集团中国网通事业部总监；诺基亚西门子通信技术（北京）有限公司中国联通事业部总监；2010 年 7 月入职本公司，现任公司副总经理。

齐峰，副总经理

齐峰先生，1969 年出生，工商管理硕士。2003 年入职北京迪信通任总经理助理，此后曾担任该公司副总经理、总经理，现任北京迪信通执行董事；2007 年至今任公司副总经理。

（三）董事、监事和高级管理人员的任职资格

公司董事、监事和高级管理人员符合法律、法规规定的任职资格，不存在不得担任公司董事、监事和高级管理人员的法定情形，并按照《公司章程》规定的任免程序和内部人事聘用制度聘任。

（四）持有发行人股票和债券的情况

截至 2016 年 9 月 30 日，发行人董事、监事及高级管理人员持有公司股票情况如下：

表董事、监事和高级管理人员持有公司股票情况

序号	姓名	职务	2016 年 9 月 30 日持股数（股）
1	刘东海	董事长	持迪信通科技 47.75%、迪尔通 34.89%
2	刘松山	副董事长	持迪信通科技 39.47%、迪尔通 52.33%
3	刘雅君	副董事长	持澄迈长青 4.57%

序号	姓名	职务	2016 年 9 月 30 日持股数（股）
4	刘文萃	董事	持丰永泰 2.52%、迪尔通 2.52%、融丰泰 66.27%
5	刘华	董事	持丰永泰 5.13%、迪尔通 5.13%
6	齐向东	董事	无
7	边勇壮	独立董事	无
8	吕廷杰	独立董事	无
9	李文才	独立董事	无
10	肖红	监事会主席	无
11	胡玉忠	监事	无
12	李万林	监事	无
13	金鑫	总经理	持澄迈长青 17.14%
14	周清	副总经理	持澄迈长青 9.71%
15	白韧	副总经理	持澄迈长青 5.83%
16	冷建闯	财务总监	持澄迈长青 2.86%
17	李冬梅	董事会秘书	持澄迈长青 3.71%
18	黄建辉	副总经理	持澄迈长青 2.86%
20	齐峰	副总经理	持澄迈长青 9.15%

截至 2016 年 9 月 30 日，发行人董事、监事及高级管理人员未持有公司发行的债券。

七、发行人主要业务

（一）发行人主营业务

公司自成立以来始终致力于移动通信终端连锁销售和服务。公司依托全国 24 个省（市）的 1,716 家零售门店和专业化的服务体系，与中国移动、中国联通、中国电信三大电信运营商和苹果、三星、诺基亚、摩托罗拉、宏达、联想、金立等供应商形成共创共赢的合作关系，构建以移动通信终端销售为核心，运营业务和创新业务相互联动、高度协同的业务格局。

（二）公司主要产品及收入、成本、毛利率构成情况

公司业务主要包括手机、配件的销售，运营业务，及增值、售后等综合服务，并基于公司强大的零售网络和专业的零售经验，开展运营业务和创新业务。

报告期内各期公司主要业务的收入、成本及毛利率构成情况如下表所示：

表 报告期内各业务板块收入情况

单位：万元、%

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配套产品	1,079,209.67	95.41	1,515,353.11	95.29	1,367,942.97	94.69	1,225,932.48	95.10
运营商服务收入	41,099.80	3.63	57,715.52	3.63	60,700.01	4.20	49,620.44	3.85
维修与服务收入	7,903.81	0.70	2,228.43	0.14	2,121.32	0.15	625.05	0.05
其他服务收入	2,979.61	0.26	14,956.20	0.94	13,918.59	0.96	12,942.38	1.00
合计	1,131,192.89	100.00	1,590,253.27	100.00	1,444,682.89	100	1,289,120.35	100

表 报告期内各业务板块营业成本情况

单位：万元、%

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配件销售	975,180.87	99.16	1,370,309.37	99.32	1,229,300.30	99.28	1,099,413.46	99.28
运营商服务收入	8,025.46	0.82	8,910.06	0.65	8,493.37	0.69	7,613.97	0.69
其他服务收入	206.52	0.02	440.85	0.03	397.07	0.03	378.80	0.03
合计	983,412.85	100.00	1,379,660.28	100.00	1,238,201.73	100.00	1,107,406.23	100.00

表 报告期内各业务板块毛利及毛利率情况

单位：万元、%

毛利	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配件销售	107,008.41	72.41	138,502.88	68.09	140,753.00	68.17	127,144.07	69.97
运营商服务收入	33,074.34	22.38	50,393.48	24.77	52,206.64	25.28	42,006.47	23.12
其他服务收入	7,697.29	5.21	14,515.35	7.14	13,521.52	6.55	12,563.59	6.91
合计	147,780.04	100.00	203,411.71	100.00	206,481.16	100.00	181,714.12	100.00

毛利率	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
手机及配件销售	9.89	9.18	10.27	10.37
运营商服务收入	80.47	84.98	86.01	84.66
其他服务收入	97.39	97.05	97.15	97.07
合计	13.06	12.85	14.29	14.10

公司 2014 年较 2013 年整体毛利率有所上升主要是来自于运营商服务收入及其他服务收入（包括维修服务及其他业务）的毛利率上升所致；

公司 2015 年整体毛利率较 2014 年有所下降主要是移动通信设备及配件销售的毛利率下降所致；

公司 2016 年 1-9 月整体毛利率较 2015 年整体保持稳定，略有下降，属公司经营的正常范围。

（三）主要业务情况

公司业务主要包括手机、配件的销售及增值、售后等综合服务，并基于公司强大的零售网络和专业的零售经验，开展运营商业务和创新业务。

1、手机、配件销售业务

公司主要采取直营店和加盟店相结合的连锁经营模式向消费者销售手机、配件和增值软件服务、手机个性化服务、售后等综合服务，并向加盟商、外部第三方等开展手机分销业务。

此部分业务的主要开展模式将在本章节其他部分中具体阐述。

产品/服务	内容
手机	包括苹果、华为、三星等几十个品牌上千种型号的手机
配件	电源类、数据配件、音频配件、车载配件等
3C 产品	平板电脑、笔记本电脑、MP3，录音笔等

报告期内，手机销量及平均单价如下表所示：

表 报告期内手机销售收入、销量及单价情况

	2016 年 1-9 月	2015 年年度	2014 年度	2013 年度
手机销售收入（万元）	1,024,570.48	1,434,871.06	1,323,519.70	1,190,349.30
手机销量（部）	7,978,251.22	10,786,706	10,627,296.00	9,563,894.00
平均售价（元/每部）	1,284.20	1,330.22	1,245.40	1,244.63

报告期内，该部分零售、分销业务构成情况如下表所示：

表 截至 2016 年 9 月 30 日移动通信设备及配件销售业务构成

项目	2016 年 1-9 月						
	营业收入		营业成本		毛利		毛利率
	人民币-元	占比	人民币-元	占比	人民币-元	占比	
移动通信设备及配件零售	6,153,768,670.22	56.97%	3,536,974,435.45	53.73	590,864,390.13	89.23	14.31
向加盟商销售通信设备及配件	1,808,220,237.38	16.74%	1,184,807,717.22	18.00	28,249,217.11	4.27	2.33
移动通信设备及配件批发	2,839,130,069.40	26.29%	1,861,658,143.25	28.28	43,085,955.09	6.51	2.26
移动通信设备及配件销售业务合计	10,801,118,977.00	100.00	6,583,440,295.92	100.00	662,199,562.33	100.00	9.14

表 2015 年移动通信设备及配件销售业务构成

项目	2015 年度						
	营业收入		营业成本		毛利		毛利率
	人民币-元	占比	人民币-元	占比	人民币-元	占比	
移动通信设备及配件零售	8,462,125,657.30	55.82%	7,192,296,956.75	52.49%	1,269,828,700.55	87.16%	15.01%
向加盟商销售通信设备及配件	2,756,924,074.34	18.18%	2,684,764,854.89	19.59%	72,159,219.46	4.96%	2.62%

移动通信设备及配件批发	3,940,885,498.99	26.00%	3,826,031,892.94	27.92%	114,853,606.04	7.88%	2.91%
移动通信设备及配件销售业务合计	15,159,935,230.63	100.00%	13,703,093,704.58	100.00%	1,456,841,526.05	100.00%	9.61%

表 2014 年移动通信设备及配件销售业务构成

项目	截至 2014 年度						
	营业收入		营业成本		毛利		毛利率
	人民币-元	占比	人民币-元	占比	人民币-元	占比	
移动通信设备及配件零售	8,079,408,061.88	55.93%	6,841,164,182.76	55.25%	1,238,243,879.12	59.97%	15.33%
向加盟商销售通信设备及配件	2,176,702,091.16	15.07%	2,114,732,173.70	17.08%	61,969,917.45	3.00%	2.85%
移动通信设备及配件批发	3,444,532,776.94	23.84%	3,337,216,606.43	26.95%	107,316,170.50	5.20%	3.12%
移动通信设备及配件销售业务合计	13,700,642,929.98	94.83%	12,293,112,962.90	99.28%	1,407,529,967.08	68.17%	10.27%

公司该部分业务毛利率近年有所下降的主要原因是（1）智能手机及 3G 手机在销售中占比增加，而其采购成本的增幅超过售价的增幅；（2）移动通讯设备及配件批发的比例增加，批发业务毛利率相对较低；（3）合约机销售实际上降低了销售手机阶段时的毛利率从而获取相应合约期的运营商服务收入；（4）公司通过低价销售的策略拓展网上销售平台，该策略或导致毛利率相对下降。

2、运营业务

公司凭借全国 24 个省（市）的门店网络资源、多年的采购和库存管理经验、专业的营销和售后服务，与中国移动、中国联通和中国电信形成全国性的业务合作关系，在渠道共享、产品共享等多方面开展深入合作。公司与运营商的主要合作模式如下：运营商进驻公司连锁门店，在连锁门店内设立运营业务专区，消费者可在专区内享受开户、缴费等运营商通信业务；运营商同时授权公司在连锁门店内提供套餐话费分成服务，代销运营商卡、号、数据业务等；公司进驻运营商营业厅，负责运营商营业厅手机零售业务，或承包营业厅的整体经营管理；公司向运营商提供定制手机的供货平台服务，负责定制手机的物流、分销、库存管理等服务。

经过多年的发展，公司已成为中国移动、中国联通和中国电信的全国合作伙伴，与三大运营商签订了全国性合作协议，在全国开展多种形式的合作。主要合作内容如下：

（1）运营商进驻迪信通连锁门店

运营商在公司连锁门店内设置运营商专区，由公司安排营业员负责代理话费

业务、数据业务、充值卡销售、账单缴费、开户、挂失等运营商业务，并销售运营商定制手机。

公司按运营商的要求对专柜进行装修，并按运营商服务标准为客户提供电信业务服务；公司在销售手机业务上具有经营管理自主权。

盈利模式：运营商业务的佣金提成和运营商提供装修费用、网络线路等硬件设备补贴、渠道补贴、房租补贴、人员工资补贴、话费分成等。

（2）运营商向迪信通开放营业厅

公司进驻运营商营业厅设立终端销售专区，销售捆绑定制手机及配件，提供售后服务。

公司有权自行招聘员工，自主选择手机供应商和经营管理销售专区业务；运营商有权制定销售手机的机型。

盈利模式：手机进销差价、销售每部手机从运营商取得的提成佣金、话费分成。

（3）运营商供货平台业务

公司为运营商自有营业厅和指定的社会渠道供货，为运营商提供资金垫付、物流配送、库存管理、销售支持和售后等服务

公司有权要求运营商开放其进销管理系统和权限，取得相关数据；公司有义务按照运营商确定的终端产品型号、价格进行采购，并为运营商提供物流配送，库存管理、销售人员培训、手机售后等服务；运营商具有终端手机型号、数量和价格决定权；有权对公司供货服务进行考核。

盈利模式：通过运营商谈判取得的较低的手机采购价格，发行人获得较高的手机进销差价或手机销售佣金和运营商考核公司后发放的考核奖励。

（4）运营商供货平台业务

运营商将营业厅全部外包给公司经营，开展所有运营商业务，定期对公司的经营管理进行考核，并支付酬金

公司具有经营管理的自主权，包括自行招聘员工

运营商有权制定管理规范，定期对公司进行考核，并根据考核结果发放酬金；有权确定公司提供服务的营业厅最优人员配置数量

盈利模式：公司可以取得运营商支付的营业厅工作人员固定薪酬补偿、参与业务提成

2013-2016 年 1-9 月公司的运营商服务收入分别为 49,620.44 万元、60,700.01 万元、57,715.52 万元和 41,099.80 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.85%、4.20%、3.63%和 3.63%。由于此部分收入主要得益于国家对运营商的补贴，2014 年下半年开始该部分补贴明显减少，同时工信部加强对运营商的成本考核，导致合约套餐补贴单价出现明显下滑，2015 年公司实现运营商服务收入 57,715.52 亿元，同比下降 4.92%。由于此部分占主营业务收入比重较小，且运营商的退出垄断经营对发行人议价能力的恢复具有良性作用，终端补贴大幅下降，使得过去手机厂商依靠运营商补贴获取市场份额、渠道依靠合约机返点盈利的时代即将结束，手机厂商不得不逐步将主要精力转移到社会渠道与电商渠道，各品牌厂商都有去运营商化的举动，纷纷推出电商品牌及社会渠道销售产品。因此，此部分收入的变动对于公司整体运营的影响不大。

3、维修服务及其他业务

公司作为全国最大的通讯连锁企业，强大的零售网络和销售能力使公司具备与上游厂商和供应商强有力的谈判和议价能力，并开展自主定制手机业务、增值软件服务；个性化服务，售后维修、无店铺营销、软件超市业务等综合服务。

（1）自主定制手机业务

公司与厂商除在传统的手机采购业务合作外，还积极开展自主定制手机业务。公司的自主定制手机业务是指公司根据对市场的理解提出对手机的外观、功能等要求，委托第三方手机厂商生产，并使用公司注册的手机品牌“用公司注，最后由公司零售或分销。

该类业务是公司手机零售业务的自然延展，是中国手机市场“渠道为王”的体现，表明零售商，尤其是大型连锁零售商在中国手机销售渠道的地位。

（2）无店铺营销业务

公司的无店铺营销是与公司实体连锁零售店销售相对的概念，是公司不通过实体店铺而直接向消费者销售商品和提供服务。公司开展无店铺营销不仅可以取得无店铺营销固有的竞争优势，如不需支付昂贵的店铺租金和装修费用，可以适当实行“虚拟库存”减少资金占用，突破传统零售在销售时间和空间的限制，做到全国范围内的全时间段 24 小时销售等。同时，作为通讯连锁行业的龙头企业，公司凭借强大的零售网络覆盖、与供应商长期以来的良好合作关系以及 10 年来

树立起来的良好品牌形象，解决目前无店铺营销普遍存在的上游供应商资源不足、物流配送效率低下，品牌和信用度不足等先天缺陷，可以实现实体网络和虚拟网络合一的经营模式，实现共享充足的货源、完善的配送和服务体系。

公司主要通过全资子公司泰龙吉开展无店铺营销，主要方式包括：网络销售、与银行合作无店铺销售和电视购物营销。其中，网络销售和与银行合作无店铺销售是最主要的无店铺销售方式。

（3）软件超市业务

迪信通软件超市业务是为智能手机用户提供移动互联网软件应用服务的下载平台。目前公司充分利用自身强大的零售网络和专业的零售和服务能力，由店面服务人员面对面地为顾客提供各种手机应用、游戏、视频、音乐等增值服务。

公司开展该业务一方面可以满足顾客多种需求，提供一站式的服务，大大提升客户满意度。

2013 年至 2016 年 9 月公司维修与服务收入分别为 625.05 万元、2,121.32 万元、2,228.43 万元和 7,903.81 万元，占主营业务收入的比重分别为 0.05%、0.15%、0.14%和 0.70%。

（四）采购模式

1、集中采购和子公司自行采购

为充分发挥大规模采购优势、控制产品质量和在全国范围内进行采购成本的询价比对，公司将采购决策权集中在公司总部，采取“统一决策、集中采购”的模式，由公司统一向手机厂商或供应商采购手机及配件。目前，公司 80%左右的采购均采用“集中采购”的模式。

在实际经营过程中，子公司或加盟商在经公司审批同意的前提下会自行采购：子公司需要区域性的手机畅销机型时，且采购量小；手机区域代理商与厂家直供的报价相差不大，在促销时区域代理商的报价可能更低或信用政策更优惠。

2、厂商直供和从代理分销商采购

凭借遍布全国 24 个省（市）的门店网络覆盖资源和市场份额第一的行业地位，公司大部分采购实现厂商批量直供的采购模式。该种模式可以绕开众多中间渠道环节，最大限度减少公司的采购成本。目前，公司实行厂家直供采购的品牌

包括：三星、诺基亚、摩托罗拉、HTC、联想、金立、天语等。

同时，公司实施全国询价比对的采购方式。在为充分利用手机分销商信用期较长的信用采购政策以及应对小批量区域采购的情形下，公司也会采取代理分销商采购。另，为缓解流动资金压力，公司少量采购会采取通过第三方为公司垫资，同时公司向其支付资金使用费的方式进行。

2013 年、2014 年和 2015 年公司从厂商直接采购的比例分别为 69.46%、60.42%和 61.22%。

3、包销定制采购

包销定制采购是指零售商向手机厂商一次性、大批量的买断采购，享有手机厂商独家销售政策和营销资源，一般没有返利和价保，毛利率要远高于常规采购。包销定制采购是手机行业渠道重心不断向零售转移的体现，是大型连锁零售企业分享上游利益的体现；对企业的资金和销售能力有极高的要求，目前仅有个别大型连锁企业具备包销实力。

公司早在 2002 年就开始从事手机包销业务。近年来，随着公司零售规模的不断扩大，公司手机包销业务的合作对象不仅包括联想、金立、天宇等国产品牌厂商，也包括诺基亚、三星、摩托罗拉等国际品牌厂商。报告期内公司的包销机型数量多达 40 多种，2010 年、2011 年和 2012 年公司包销采购的比例分别为 19.38%、17.73%和 18.26%，显示出公司拥有较强的谈判能力和销售能力。

4、采购流程

公司通过管理信息系统对采购信息进行采集，对采购决策流程进行审批，具体采购流程如下：

（1）公司根据市场需求状况和上一年度子公司经营状况，下发子公司本年度目标任务书，其中手机销量和销售额为重点考核指标。

（2）公司将各子公司年度手机销售目标进行汇总，结合上一年度手机采购量与手机厂商谈判，签订采购框架协议，确定价保、返利比例等关键商务条款。

（3）公司根据总体经营目标计划，在认真分析市场需求变动趋势基础上，确定每月重点销售的手机品牌和型号，下发给各子公司。

（4）各子公司根据公司确定的销售策略和本单位实际经营需求，确定每周采购手机品种、型号和需求量，并报公司审批。

（5）公司将各子公司的采购计划进行汇总，并在管理信息系统内对全国范围的供应商进行采购政策比对，然后统一与供应商签订具体采购订单。由于手机市场变化较快，公司 ERP 系统会自动退回超过 72 小时尚未执行的采购订单，要求重新确认采购价格，以规避采购价格下降的风险。

（6）厂商按照公司的订单要求，将货物发送至各子公司的总库，子公司总库根据下属各门店的需求，将货物配送至各门店。

（五）库存管理模式

1、库存管理

（1）入库管理：公司利用 ERP 系统对产品库存量进行管理，实现对入库接收日期和接收数量的精确控制，并对库存手机的品牌、型号、序列号、库龄等进行精细化管理。

（2）周转管理：利用 ERP 系统，公司随时掌握每个门店的每个机型（具体到同一型号的不同颜色）的库存周转数据，并通过自行设计的库存分析报表进行分析，保持对市场的快速反应，指导门店的经营策略。

（3）调拨管理：公司根据全国各区域市场不同需求状况，利用 ERP 系统对各区域子公司的库存产品进行余缺调剂，防止超额采购，实现公司整体利益最大化。

（4）产品返利：保荐机构和发行人会计师通过查阅了发行人与诺基亚、摩托罗拉等上游供应商的采购合同、发行人记账凭证和实地走访主要供应商，发行人一定时期（如月度、季度、半年度等）采购量、销售量等达到公司与供应商签署的购销合同约定的目标时，供应商给予公司返利。给予公司返利的供应商主要有诺基亚、三星、摩托罗拉等国际品牌厂商和联想、金立等部分国内品牌厂商。

发行人的返利主要为达量返利。所谓达量返利，通常是指供应商与发行人事先约定一个时间段，若发行人能在约定时间段内完成一定的销售任务量即给予发行人返利激励。通常情况下，供应商按照不同目标任务给予发行人不同的返利点激励。由于任务只有在约定期间结束后才能确定完成情况及可以从供应商获取的具体返利额，因此发行人在收到供应商开具的返利折扣发票的当期，将返利金额冲减主营业务成本。

发行人在收到返利时，做如下会计处理：

借：主营业务成本（红字）

应交税金-进项税（红字）

贷：应付账款-厂商（红字）

注：对于达到双方约定的一定采购量而提供给发行人的返利，因发行人收到供应商开具的返利折扣发票时，发行人采购的商品大多已对外实现销售，故发行人将收到的该返利金额冲减主营业务成本。

报告期内，发行人对返利的会计处理保持了一贯性。

2、存货跌价风险管理

为尽可能降低库存积压和减值风险，公司还对库存产品采取价保和积压库存预警管理，具体如下：

（1）价保

为减少库存风险，公司在采购时充分评估产品的跌价风险，除包销机外，公司均要求厂商提供价保。

报告期内，对公司提供价保的上游供应商包括国内外手机品牌厂商和代理分销商。诺基亚、摩托罗拉、三星、HTC 和索尼爱立信等主要品牌厂商都对公司提供价保，其中诺基亚自进货之日起提供四周提货价保，即只要厂商四周内对产品调价，公司可按照采购量从诺基亚取得价格差额补偿；摩托罗拉提供 4 周库存价保，即只要厂商 4 周内调价，公司可按尚未售出的库存量从摩托罗拉取得价格差额补偿；三星为迪信通提供 28 天（手机单部零售价格小于 1500 元）和 35 天（手机单部零售价格大于等于 1500 元）的提货价保；联想、金立等国产品牌供应商和天音控股、爱施德和普天太力等代理分销商则提供全程库存价保，即只要厂家调价，对公司尚未售出的库存产品提供价格差额补偿。

（2）库存积压的预警管理

当产品库存达到 45 天时，公司管理信息系统的积压机报表系统将自动进行积压预警提示；当库存超过 60 天，视为滞销品。公司对滞销品主要采取如下方式处理：一是由厂家提供市场费用或礼品，以促销方式集中在指定门店销售；二是与供应商协商换货，以滞销品换常规产品；三是在协议明确约定情形下或经与供应商协商，直接向供应商退货。

（六）销售模式

公司的销售模式主要分为门店零售和分销。门店零售主要针对广大的个体消费者，包括直营门店零售和加盟店零售；分销主要针对零散手机零售商和手机分销商。

1、门店零售模式

门店零售业务是公司的核心业务，公司采取直营店（独立店和店中店）和加盟店相结合的连锁销售模式。

（1）直营门店零售

公司直营门店是由公司直接投资、经营管理的连锁店，包括独立店和店中店。

公司独立店是指公司独立开设、自主经营的具有营业执照的门店。独立店的运作一般是公司与物业主签订租赁协议，按期支付租金，独立开展经营活动。公司与物业主签订的协议一般包括位置、面积、期限、续期选择、租金额、付款方式等条款。

公司店中店是指在家乐福、沃尔玛、乐购、大润发等超市或商场内开设的销售专区。店中店的运作是由公司与商场签订经营合同，由商场提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，并向商场支付一定佣金。商场向公司收取的佣金包括固定佣金和按零售额的一定比例收取的比例佣金两种模式。双方以月度为周期进行结算，商场将扣除服务佣金后的销售款净额划给公司。

（2）加盟店零售

加盟店是指公司与加盟商签订加盟协议，授权加盟商使用公司的品牌，加盟商以公司的统一经营管理标准开设连锁店，接受公司的指导和监督。

由于各地收入水平及消费习惯不同，手机销售业务既是一个全国性市场又是一个区域性竞争的市场。公司在保持一二线城市行业龙头地位的同时，通过在三四线城市发展加盟商，向加盟商分销产品，有效扩大公司的品牌影响力，完善销售网络布局，提升公司手机销量的规模，提高公司与手机供应商的议价能力，增强公司的盈利能力。

（3）零售门店分布情况

①全国性的门店网络布局

公司零售门店遍布全国 24 个省（市），主要是以直营店（包括独立门店和店中店）及加盟店的形式分布，截至 2016 年 9 月 30 日，公司门店分布情况如下：

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年 9 月 30 日
独立店	427	461	506	630
加盟店	529	602	674	704
店中店	509	421	425	346
合计	1,465	1,484	1,605	1680

公司门店可分为独立店、加盟店和店中店。其中独立店是指公司全资设立的拥有单独营业执照并独立收银结算的店面，是公司的主要经营门店，其运作方式一般为公司与物业主签订租赁协议，按期支付租金，独立开展经营活动。公司与物业主签订的协议一般包括位置、面积、期限、续期选择、租金额、付款方式等条款。

加盟店是指收取加盟费方式的门店，公司为加盟商提供管理、货源、培训等方面服务，并收取一定的加盟费。由于各地收入水平及消费习惯不同，手机销售业务既是一个全国性市场又是一个区域性竞争的市场。公司在保持一二线城市行业龙头地位的同时，通过在三四线城市发展加盟商，向加盟商分销产品，有效扩大公司的品牌影响力，完善销售网络布局，提升公司手机销量的规模，提高公司与手机供应商的议价能力，增强公司的盈利能力。

店中店是指公司与商超、运营商合作经营的柜台门店，该类门店由商超/运营商统一收银结算。店中店的运作是由公司与商场签订经营合同，由商场提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，并向商场支付一定佣金。商场向公司收取的佣金包括固定佣金和按零售额的一定比例收取的比例佣金两种模式。双方以月度为周期进行结算，商场将扣除服务佣金后的销售款净额划给公司。目前公司合作的商超以全国性大型商超为主，包括沃尔玛、乐购、大润发和家乐福等。

②多层次纵深化布局

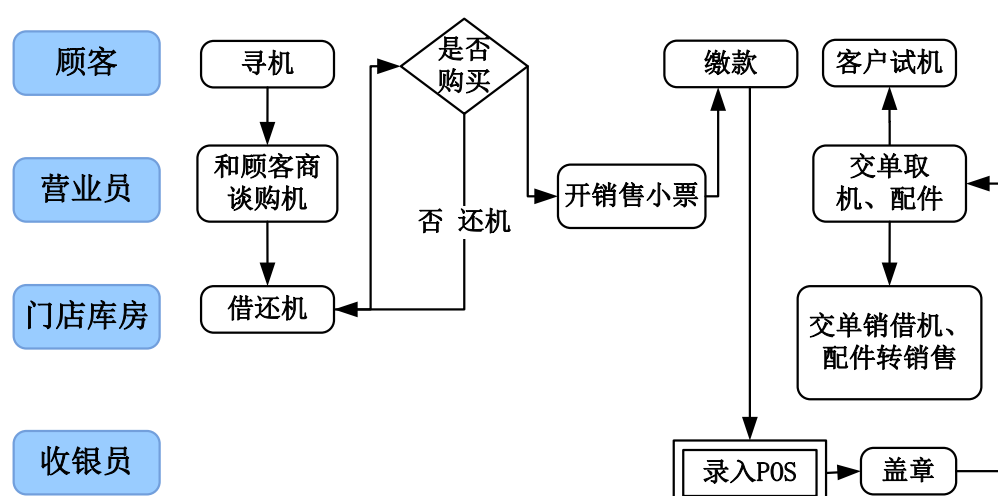
公司在业务发展中，实行以直辖市、各省中心城市为业务核心、向三四线市场扩张的策略，呈现出多层次纵深化的布局特点。

（4）门店销售流程

售前：公司均会根据信息管理系统提供的分析报表明确本期（每日、每周或每月）重点销售机型，并为销售人员提供产品性能培训和销售话术（销售技巧、说辞等）培训。

售中：所有销售人员根据公司《经营管理手册》的有关规定，为客户提供具有统一服务标准和流程的服务，并实现销售的自动同时记账，如下图。

销售流程图



售后：公司利用自己独立的售后管理系统可以为客户提供全国联保的售后服务。

（5）零售价格

公司门店零售价格是公司在采购价格的基础上，根据市场竞争状况确定每款机型的内部系统考核价格。各区域子公司/加盟商根据物流仓储成本、竞争环境和消费者特性等差异在内部考核价格基础上给予一定加成，公司对零售价格进行管控，当零售价格低于产品考核价格时，收银系统将拒绝录入。

（6）零售盈利模式

进入智能机时代，手机渠道的功能已从传统的销售平台转化为综合服务平台，成为了三大运营商、电商（如经营手机网上商城）、手机软件提供商（如销售杀毒软件）等各类手机产业链参与者销售产品和提供服务的“大本营”。相应的，公司连锁零售模式的盈利来源不仅仅包括传统的手机销售价差，还包括运营商补贴、提供各种手机应用的增值服务利润和各种软件产品利润提成等。

由于智能机手机普及率的提高和三大运营商之间竞争的加剧，公司零售门店内的运营商补贴已成为依托公司强大的零售能力所带来的毛利的重要组成部分。目前公司与中国移动、中国联通和中国电信均达成了战略合作，公司在其连锁零售门店内为三大运营商推广合约机，发展 3G 用户。公司每销售一部合约机，销售当期和之后的一定时间内可从运营商处持续取得业务酬金或话费分成。

例如，公司销售中国联通某型号合约机，按照相应 126 合约套餐计划，客户只要承诺 2 年内每月最低消费 126 元则可零元购机。对于该业务，公司销售当月

即可从运营商处取得客户承诺月消费金额 50% 的收益，即当月实现收益 $126 \times 50\% = 63$ 元；同时，按照与运营商的合同，公司还可在未来 12 个月内，每月从运营商处取得客户承诺月消费的 20%，即每月获得话费分成 $126 \times 20\% = 25.2$ 元。在该“零元购机”套餐业务上，公司共可实现收益 365.4 元，其中销售当月实现收益 63 元，后续一年内实现递延收益 302.4 元。

而在中国联通的“购机送费”的业务中，公司将不仅获得相应套餐金额一定比例的佣金收益，还可在销售当月实现销售终端的价差收益。

因此，随着该类业务规模的逐渐扩大，来自于三大运营商的上述业务佣金或话费分成收益将会给公司现在和未来带来稳定的、可预期的收益。

2、分销模式

公司作为全国最大的通讯连锁企业，强大的零售网络和销售能力使公司具备与上游厂商强有力的谈判和议价能力，公司对手机零售商和手机分销商实行分销。

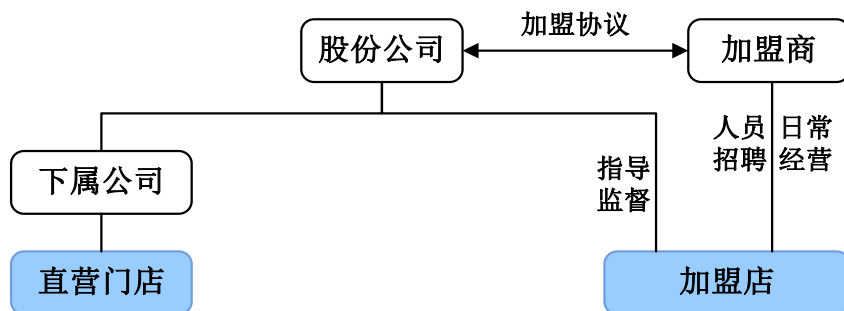
销售方式	公司与客户签订销售合同，确认客户订单后由第三方物流将产品配送至经销商或终端零售店。
定价策略	对外分销的销售价格是由公司与外部经销商协商确定，一般是公司在厂商采购价基础上加成一定比例，但加成的比例较小，主要是因为公司并不把对外分销业务作为公司主要盈利来源，开展对外分销一方面是因为对外分销可以增加公司手机销量规模，提高公司与供应商的议价能力；另一方面，是因为对外分销可以处理公司的积压品。
销售政策	公司对外分销采取买断方式进行销售，一般不可以退货；公司的销售政策包括现款销售和账期销售。对部分信誉较好且交易量较大的重点客户给予一定信用额度和信用账期；对积压品销售一般采取现款方式。

2013 年、2014 年和 2015 年公司对外分销收入分别为 334,665 万元、342,008 万元和 392,148 万元，占公司主营业务收入比重为 26.1%、23.82% 和 24.77%。

（七）管理模式

（1）管理结构

公司对子公司的管理采取垂直管理；对加盟商主要通过《特许经营合同》和《特许经营操作手册》对加盟商进行约束和管理。



（2）对子公司管理

由于公司门店网络范围覆盖全国 24 个省市,为保持对区域市场的快速反应,公司在全国各地成立子公司,由子公司负责所属区域直营门店的管理。同时,为规范子公司和直营门店的运行,公司将店铺选址、店铺装修、货品陈列、店员培训、客户订货、货品配送等日常经营管理内容进行标准化和流程化,制订《经营管理手册》,要求各子公司和直营门店均遵照实行。其中,公司对独立店的开关、子公司财务管理和人员管理等重大事项进行直接管控。

①独立店的开关：公司 10 年来积累的经验已形成较为成熟的门店选址技术和流程，包括商圈划定、业态观察、市场调查、经营估算、租赁谈判等。公司要求各子公司开设独立门店均需报公司审批。同时，对于已连续亏损 3 个月以上的门店，公司会向子公司提出预警和要求整改，半年内无法改善或扭亏的，将要求关闭。

②对子公司的财务管理：公司直接任免下属子公司财务经理，直接对其进行日常考核、薪酬发放等；公司统一各子公司的财务会计制度，统一财务人员培训，巡视监督各子公司规范运作；同时，公司对各子公司实行全国资金统一管理，及时归集子公司的营业资金和调拨管理；此外，公司还负责下属子公司的采购订单审核、信贷审批等。

③人员管理：公司直接任免下属公司总经理和副总经理，直接对其进行绩效考核；公司每年从子公司部门经理、大店店长中选拔子公司高层后选人才，举办高级精英培训班，培养其成为子公司副总以上高层；公司每年举办二期共计二百人次的优秀人才培养，储备店长人选，以满足公司新开店面的需求。

(3) 对加盟商管理

作为公司重要的销售渠道，公司通过包括资格认定、效益评估、开业前支持与培训、签订特许经营加盟合同、信息系统支持、巡视考察、持续督导、淘汰机

制和绩效考核等在内的一系列制度实现对加盟店的管理。根据多年经验，公司制定《特许经营合同》和《特许经营操作手册》对加盟商进行约束和管理。主要包括加盟商选定标准、加盟流程、日常管理、商品和品牌的许可、销售管理等方面，详见下表：

加盟商选定标准	具备一定的经济实力和投资实力，信誉良好，资信可靠； 所在城市应具备一定的消费规模和水平，经营场所须在较繁华的市区街道，交通便利，具有一定的消费市场； 加盟商的管理团队需具备一定的管理经验和较高的素质； 认同迪信通连锁经营模式，遵守迪信通连锁的权利和义务，愿意接受公司加盟事业部的管理、指导和监督； 加盟商开店须在公司许可的加盟区域内，区域以外未经公司总部同意不得开设。
加盟流程	意向加盟者递交加盟申请表； 公司加盟事业部按照公司加盟条件，负责对加盟者的信誉、实力和营业场所进行考察，认可后书面报告公司； 公司审批同意接受的，双方正式签订特许经营合同； 加盟商领取公司的管理手册，如《特许经营操作手册》、《迪信通店长手册》等； 公司协助加盟商按照《迪信通连锁店建设标准》进行店面装修和布置，并对加盟商管理层及相关人员进行培训，如有需要，加盟商可向公司申请外派店长支援； 公司对加盟店的装修、物品摆放、人力资源等状况进行考核验收，验收合格后即可正式挂牌营业。
加盟店的管理	门店管理：公司对加盟店的员工进行商品陈列、服务礼仪、货源管理、销售技能等培训，并定时和不定时进行检查，使加盟店门店管理符合《特许经营操作手册》的标准； 人力资源：在公司统一安排下，定期或不定期组织开展加盟店（店长）培训工作，协助指导开展经营工作； 财务管理：加盟店应执行国家制定的零售服务业财务会计制度和公司在《特许经营操作手册》中关于财务、会计的规定； 产品质量管理：公司定期和不定期对加盟店所售产品进行检查，并设置产品质量举报通道，如有销售违规产品，对加盟商采取罚款、解除加盟协议等处罚措施； 信息交流与业务指导：公司利用自身信息优势，就手机零售市场行情与价格动态及时与加盟店实现信息共享，在业务运作上给予指导与建议；

商标与品牌许可	公司是迪信通通讯连锁加盟系统相关注册商标、标识的合法所有人，从双方签订加盟协议开始，公司无偿许可加盟商使用迪信通相关标识进行经营及宣传活动； 加盟商由于自身经营管理不善或违反公司业务流程，发生服务质量、商品质量问题及其它不良影响，并造成公司商标信誉损害时，公司要求加盟对消费者先行赔付，同时，公司有权视情况要求加盟商支付损害赔偿金； 未经公司书面授权许可，加盟商不得在特许加盟店之外使用公司商标，或进行有损于公司形象的任何活动。
对加盟商的销售	为确保产品来源于正规渠道，保证产品质量，公司与加盟商约定加盟商销售的产品主要从公司采购，其余采购也需事先经公司审批； 公司对加盟商采取卖断方式进行销售，一般情况下不能退货；公司根据加盟商的资信状况给予加盟商一定信用额度和信用账期； 公司对加盟商的销售不提供价保，但提供返利。对常规产品，公司对加盟商销售价格与直营店相同，但在发放厂商给予的返利时会扣发一定比例；对于包销产品，公司会在采购单价基础上适当加价销售。
监督和考核	公司定期或者不定期核查走访的形式对加盟店进行监督和管理，发现问题及时解决，主要涉及品牌形象、店面管理、货品管理和推广活动等多个层面； 公司制定加盟店年度经营业绩考核标准，对于销售额和销售增长排名靠前的加盟店在下一年度给予一定的支持；对于经培训指导后，业绩仍不能达标的加盟店予以淘汰。
加盟费的收取	为了鼓励加盟商的积极性，公司对加盟商暂不收取加盟费。

经过长期合作，公司与加盟商建立战略伙伴关系。一方面，公司通过效益评估、人员培训、现场督导等方式切实为加盟商提供支持，保障加盟商队伍的稳定性，提高加盟商对公司的忠诚度；另一方面，加盟商依托品牌的发展，获得快速成长。

（4）对直营店、加盟商/店的管理对比

内容	直营店	加盟商/店
开店	各子公司开设独立门店均需报公司审批；公司设有门店开发专员，根据店面开发规划，对所负责区域进行业态观察、市场调查、经营估算等分析	公司帮助加盟商收集选择运营场所所需的必需信息，并在特定区域内帮助加盟商进行运营场所的初步选择；加盟商对运营场所的最终选择须取得公司的同意
装修	各子公司设有品牌形象部负责新店装修；子公司专员依据公司品牌形象部的装修规划，严格按照装修工艺流程监督装修过程，确保装修工程保质保量、按时完成	公司统一规范加盟店的店面整体形象，并免费为加盟商提供店面装修设计，店面陈列、整体效果图和门头设计支持
人员招聘	门店工作人员由区域内子公司自行招聘；公司每年举办两期共计 200 人次的优秀人才培养	加盟店工作人员由加盟商自行招聘；公司为加盟商提供商品陈列、商品结构、补货、盘点、收银、销

及 培 训	训，作为储备店长人选；门店店长负责对本 门店员工进行常规业务培训，包括公司政策、 制度、规定、通知以及手机新产品的培训等	售技能、个人形象等培训；公司对加盟商的店长进 行经营理念和综合管理技能培训；加盟商可派员工 来总部或就近子公司直营店实习三天至七天（相关 费用由加盟商完全承担）；公司不定期会举办员工 轮训，加盟商可按要求派相关人员参加课程培训 （相关费用由加盟商完全承担），公司会针对加盟 店面的具体经营情况不定期回访，以解决实际问题， 做出营销辅导
采 购	公司实行统一决策、集中采购，子公司 80% 的采购须经公司总部统一采购；各子公司的 门店店长负责对本门店每日订货直接操作管 理；各子公司门店库房当日值班人员负责对 订货表格数据填写，并将订货表格传送至采 购部进行订货	加盟商销售的产品主要是从公司采购；公司对加盟 商采取卖断方式进行销售，除了三包政策范围内的 产品质量问题，一般情况下加盟商不能退货；公司 根据加盟商的资信状况给予加盟商一定信用额度 和信用账期；公司对加盟商的销售不提供价保，但 视情况提供返利
服 务 内 容 及 标 准	门店销售人员应根据公司《经营管理手册》 的有关规定，为客户提供具有统一服务标准 和流程的服务，向顾客介绍产品，达成交易	加盟商应根据公司制定的统一的服务标准和流程， 向顾客提供优质服务 and 合格产品
配 送	公司根据信息管理系统反馈的下属各门店需 求，将货物通过自行配送或第三方物流配送 至各门店	公司根据信息管理系统反馈的加盟店需求，将货物 通过自行配送或第三方物流配送至各门店
质 量 控 制	公司坚决不允许门店独立采购商品，直营门 店的商品质量可以有效保障；公司设置产品 质量举报通道	公司定期和不定期对加盟店所售产品进行检查，并 设置产品质量举报通道，如有销售违规产品，对加 盟商采取罚款、解除加盟协议等处罚措施
退 货 制 度	商品出现质量问题，客户需要到厂家质检部 门进行检测，取得质检报告后到公司门店柜 台办理退货	加盟商的首批配货，半个月之内可按需调换 100%， 所有调换的商品及包装必须保持完好且不影响二 次销售；调换商品的运输费用由加盟商自行承担； 正常经营期，因质量问题的退货，加盟商直接向发 行人的上游供应商申请；一般情况下，发行人也会 对加盟商提供相应服务支持
价 格 制 定 及 控 制	价格制定：公司采购的诺基亚、三星等主流 品牌的商品通常厂家统一指导价格；公司集 采包销的商品由公司销售部门制订统一指导 价格。门店在执行时根据指导价格结合市场 竞争情况，确定门店标价及销售价格。价格 控制：通常门店依据市场竞争情况确定最终 成交价格，但最低价格不得低于公司的成本 价。	常规产品：诺基亚、三星等常规产品，公司给予建 议指导价格，由加盟商结合加盟店面区域的市场价 格，独立进行价格决策。公司集采包销商品：各子 公司销售部对集采包销商品有明确的市场标价、最 低成交价格，加盟商必须严格按照执行。加盟商自 采商品：加盟商自采商品由加盟商与地方供应商自 行协商确定
收 入	各门店设有收银台席，每一笔交易由销售人	公司对加盟商收入确认为：按照订单要求发出商品

确认	员开销售小票后，由顾客持销售小票到收银台结帐。收银台根据小票成交价格收款，扫描商品编码录入系统，并为顾客开具发票。 ERP 系统自动发送交易记录，进入公司财务系统。公司以此时点作为收入确认时点	并取得收款权利的当天确认收入；一般情况下发行人财务部门依据出库单和开具的销售发票入账
售后服务	客户购机产生的售后服务问题，由门店负责接待。通常保修期内的售后机，由客户到厂家指定的售后服务中心进行检查或维修。如客户不愿自行检查，由客户填写售后委托单，由门店协助检查。保修期内的商品由门店按国家三包法的规定执行。非保修期内的商品，在征得客户同意后，由公司售后服务部门负责维修，并结算维修费用	客户购机产生的售后服务问题，由加盟门店负责接待。通常保修期内的售后机，由客户到厂家指定的售后服务中心进行检查或维修。如客户不愿自行检查，由客户填写售后委托单，由加盟门店协助检查。保修期内的商品由门店按国家三包法的规定执行。非保修期内的商品，在征得客户同意后，由加盟商在本地维修或寄送到子公司售后服务部门维修，并结算维修费用
信息系统建设及使用	公司总部资讯中心进行整体的信息系统设计、建设、升级及应用开发，子公司信息中心负责店面及办公区域信息设备维护以及使用权限的申请。各业务部门及门店，依据相应职位及信息需求，由公司总部资讯中心确定表单及信息使用权限，并提供使用客户端口及初始密码	公司的信息系统对加盟商开放，公司通常要求加盟商使用 ERP 系统。加盟商自行招聘 ERP 管理人员，由公司资讯中心进行远程培训。加盟商新开店及新增岗位的信息需求，由加盟商 ERP 管理人员报总部资讯中心批准并分配权限。各加盟商的权限仅可以看到自身相关业务信息

（5）自营店、加盟店的新开、关闭情况

报告期内，公司新开、关闭自营店（包括独立店和店中店）和加盟店情况如下表所示：

单位：个

年度	独立店				店中店				加盟店				合计			
	期初 门店	新开 门店	关闭 门店	期末 门店	期初 门店	新开 门店	关闭 门店	期末 门店	期初 门店	新开 门店	关闭 门店	期末 门店	期初 门店	新开 门店	关闭 门店	期末 门店
2013 年	373	131	-77	427	561	91	-143	509	537	212	-220	529	1471	434	-440	1465
2014 年	427	116	-82	461	509	64	-152	421	529	273	-200	602	1465	453	-434	1484
2015 年	461	206	-161	506	421	123	-119	425	602	206	-134	674	1484	535	-414	1605
2016 年 1-9 月	506	193	-69	630	425	90	-169	346	674	162	-132	704	1605	445	-370	1680

表 报告期内独立门店区域分布及变化情况

	2013 年				2014 年				2015 年				2016 年 1-9 月			
	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店
东北	10	7	-3	14	14	1	-3	12	12	13	-8	17	17	23	-12	28
华北	100	38	-21	117	117	4	-7	114	114	24	-19	119	119	39	-13	145
华东	126	21	-27	120	120	50	-17	153	153	102	-44	211	211	64	-15	260
华南	12	9	-4	17	17	18	-14	21	21	6	-7	20	20	6	-4	22
华中	82	40	-17	105	105	18	-24	99	99	31	-56	74	74	32	-13	93
西北	8	1	-1	8	8	5	-3	10	10		-1	9	9	5	-1	13
西南	35	15	-4	46	46	20	-14	52	52	30	-26	56	56	24	-11	69
合计	373	131	-77	427	427	116	-82	461	461	206	-161	506	506	193	-69	630

表 报告期内店中店区域分布及变化情况

	2013 年				2014 年				2015 年				2016 年 1-9 月			
	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店
东北	47	7	-1	53	53	12	-14	51	51	5	-7	49	49	3	-20	32
华北	127	15	-45	97	97	5	-12	90	90	17	-5	102	102	5	-65	42
华东	155	20	-45	130	130	18	-46	102	102	18	-24	96	96	38	-17	117
华南	84	6	-26	64	64	8	-30	42	42	1	-41	2	2	1	-2	1
华中	62	27	-20	69	69	10	-31	48	48	80	-18	110	110	27	-41	96
西北	19	2	-2	19	19	5	-2	22	22	1	-3	20	20	2	-14	8
西南	67	14	-4	77	77	6	-17	66	66	1	-21	46	46	14	-10	50
合计	561	91	-143	509	509	64	-152	421	421	123	-119	425	425	90	-169	346

表 报告期内加盟店区域分布及变化情况

	2013 年				2014 年				2015 年				2016 年 1-9 月			
	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店	期 初 门店	新 开 门店	关 闭 门店	期 末 门店
东北	16	7	-7	16	16	7	-8	15	15	6	-5	16	16	14	-4	26
华北	97	10	-45	62	62	10	-9	63	63	21	-15	69	69	82	-9	142
华东	173	54	-63	164	164	126	-60	230	230	50	-43	237	237	12	-50	199
华南	23	14	-16	21	21	26	-17	30	30	30	-20	40	40	4	-2	42
华中	127	75	-59	143	143	70	-74	139	139	31	-36	134	134	28	-42	120

西北	7	11	-7	11	11	2	-5	8	8	19	0	27	27	10	-7	30
西南	94	41	-23	112	112	32	-27	117	117	49	-15	151	151	12	-18	145
合计	537	212	-220	529	529	273	-200	602	602	206	-134	674	674	162	-132	704

报告期内，公司定期对其门店（独立店和店中店）经营状况进行分析，并根据业务发展策略和门店经营情况，在全国各区域内新开或关闭门店。对于亏损的门店，公司重点进行原因分析，并结合主、客观原因情况，给予 3-5 个月不等的限时整顿期。对于在整顿期内，业绩仍达不到要求的门店果断予以关店

①自有门店方面：公司持续总结管理经验，对亏损的门店进行综合分析，公司果断关闭了盈利能力比较差的部分门店；

②加盟店方面：公司在对加盟商的信用政策、门店形象、货品采购、人员配置、装修风格以及陈列要求等方面提出严格要求且对在限定期间不能达到公司要求的，取消加盟资格。

公司关闭的自营门店，其库存存货会调拨到发行人的其他门店继续销售。由于公司向加盟店的供货属于卖断式销售，不会因为加盟店的关闭而发生销售退回，其相应损失由加盟商自行承担。故无论是自营店还是加盟店的关闭，都不影响公司的损益产生。

（八）信用管理模式

1、信用政策

为了确保应收账款的安全性，降低风险，公司于 2010 年制定《北京迪信通商贸股份有限公司信用管理制度》。

公司的经营模式以连锁零售业务为主、批发和区域加盟为辅，由于零售业务主要采用现金交易，因此公司制定的信用政策主要针对批发和加盟商业务。

公司的信用管理目标如下：

- （1）通过信用的方式支持加盟商业务拓展，提高迪信通的品牌影响力；
- （2）合理控制应收账款周转率，减少资金占用；
- （3）保持较低的坏账率。

公司财务中心资金管理部负责拟定公司信用政策及信用等级标准，采购销售部和财务中心资金管理部提供公司客户有关资料及建议，作为信用政策制定的参考。

不同信用等级客户的信用额度和信用期限如下：

信用等级	信用状况	客户信息
A 级	优	企业形象好、知名度高、有较强的竞争优势、社会信用状况良好、合作关系好。客户的生产经营规模达到经济规模，有很好的发展前景，资产流动性很好，管理水平很高，款项支付及时，具有很强的偿债能力。
B 级	良	社会信用状况一般、合作关系一般，款项支付一般，但市场竞争力强，有较好的发展前景，管理水平较高，具有较强的偿债能力。
C 级	一般	社会信用关系较差，合作关系一般，款项支付及时性较差，发展前景一般，管理水平一般，偿债能力一般。
D 级	差	社会信用关系较差，合作关系不稳定，款项支付及时性差，发展前景一般，管理水平差，偿债能力差。

对 A 级客户，授信额度为 500 万元，回款期限最长不超过 75 天；

对 B 级客户，授信额度为 200 万元，回款期限最长不超过 60 天；

对 C 级客户，要求现款现货，应当仔细审查，对于符合公司信用政策的，给予少量信用额度，最高不超过 50 万，回款期限最长不超过 30 天；

对 D 级客户，不给予任何信用交易，坚决要求现款现货或先款后货。

公司特别针对加盟商制定信用政策，以信用的方式支持加盟商业拓展，提高迪信通的品牌影响力。公司根据对加盟商的战略扶持程度、参考加盟商的销售能力、收益能力及趋势、银行信用情况、股东及投资情况、以往的付款历史以及公司的风险容忍度、市场竞争战略等对加盟商进行综合评估后制定相应信用条款。

公司对加盟商制定的具体信用条款如下：

加盟商信用期限的规定	加盟商信用额度的规定
1、合作二年以上、销售业绩好的加盟商的信用期限为75天； 公司了解长期合作的加盟商及其股东的资信状况，因此，公司对这类加盟商的信用期限约定为75天，以扩大迪信通品牌的影响力。	1、合作二年以上、销售业绩好的加盟商的信用额度最高为800万元；
2、合作一年以上、二年以下销售业绩好的加盟商的信用期限为60天；	2、合作一年以上、二年以下销售业绩好的加盟商的信用额度最高为500万元；
3、合作一年以上，规模较小的加盟商的信用期限为45天；	3、合作一年以上，规模较小的加盟商的信用额度最高为300万元；
4、对于本年度新增加的加盟商，对其信用状况进行调查评估后，信用期限为30天，以后根据销售业绩和合作时间逐渐放宽；	4、新增加的加盟商信用额度最高为100万元。
5、加盟商如果信用状况恶化，经过调查核实后，重新修改信用政策，或者列入黑名单，甚至终止供货。	5、信用额度的调整 公司资金管理部通过对加盟商的调查评估，确认加盟商的资信状况变优，可以根据销售业绩和合作时间，提交总经理审批后，逐渐放宽信用额度。
	6、追加信用额度的审批 由客户向公司资金管理部提出申请，公司在充分考虑回款风险以及市场因素的前提下由总经理决定是否追加。

2、最近一期不同信用等级下的主要客户情况

表 加盟商客户情况

加盟商单位名称	销售额（元）	应收账款	占比（应收/销售额）	额度
宁波市奉化市迪加手机店	10,343,245.66	3,358,265.33	32.47%	500 万
长沙市金星路店	20,147,414.44	2,401,781.86	11.92%	300 万
安徽亳州人民路迪信通旗舰店	16,290,049.00	4,518,078.92	27.74%	500 万
榆林迪信通电子通信技术有限公司	21,918,354.34	6,371,549.07	29.07%	800 万
北京捷达顺讯通讯设备销售中心	9,920,766.55	-256,320.68	-2.58%	100 万

表 外部客户情况

外部客户单位名称	销售额	采购金额	应收账款	占比（应收/销售额）	额度
洋浦东盛鑫泰通信电子科技有限公司	208,203,246.00				0 万
紫光数码（苏州）集团有限公司	278,459,040.00				0 万
广州盈义贸易有限公司	269,303,360.00				0 万
深圳市前海怡亚通供应链有限公司	73,132,575.00				0 万
洋浦瑞德尔通信科技有限公司	72,775,600.00		107,000.00	0.15%	50 万

3、坏账准备的计提情况

公司截至 2016 年 9 月 30 日应收账款坏账计提情况如下：

项目	账面余额		坏账准备	
	金额（元）	占比(%)	金额（元）	计提(%)
单项金额重大并单项计提坏账准备	20,283,547	1	13,079,114	64
按信用风险特征组合计提坏账准备				
余额百分比组合	419,297,285	20	4,192,973	1
账龄组合	1,665,583,607	79	89,129,396	5
合计	2,105,164,439	100	106,401,483	

其中采用余额百分比法计提坏账准备的应收账款情况如下：

项目	账面余额		坏账准备	
	金额（元）	占比(%)	金额（元）	计提(%)
按照移动运营商余额百分比组合	419,297,285	100	4,192,973	1

采用账龄分析法计提坏账准备的应收账款情况如下：

项目	账面余额		坏账准备	
	金额	占比(%)	金额	计提(%)

1 年以内	1,625,843,781	97.62	81,292,189	5
1 年至 2 年	33,359,863	2	3,335,986	10
2 年至 3 年	2,348,428	0.14	469,686	20
3 年以上	4,031,535	0.24	4,031,535	100
合计	1,665,583,607	100	89,129,396	

4、信用政策变化对发行人损益的影响

为提升手机销量、扩大市场占有率，公司向部分客户授出的信贷期由 30-90 天延长至 30-120 天，并严格控制密切监控未偿还的应收款项。公司应收款项分布于大量不同客户，因此并不存在重大集中应收账款回收风险。

公司一直严格遵循既定的信用政策与各客户交易，因此不涉及到信用政策变动对公司损益的影响。

（九）主要客户情况

发行人作为手机连锁零售企业，报告期内前五大客户主要是商超、运营商和第三方客户等。最近三年前五大客户情况如下表所示：

单位：万元

	序号	客户名称	销售净额	占比
2016 年 1-9 月	1	中国移动通信集团公司	41,198.56	3.65%
	2	中国电信集团有限公司	31,770.01	2.81%
	3	洋浦东盛鑫泰通信电子科技有限公司	26,103.16	2.31%
	4	紫光数码(苏州)集团有限公司	24,411.99	2.16%
	5	Carrefour（家乐福）	20,368.89	1.80%
		小计	143,852.61	12.74%
		全年营业收入	1,129,115.51	100.00%
2015 年	1	中国移动通信集团公司	71,986.05	4.53%
	2	中国电信集团有限公司	45,082.88	2.83%
	3	紫光数码(苏州)集团有限公司	26,696.83	1.68%
	4	Carrefour（家乐福）	24,338.10	1.53%
	5	沃尔玛公司(Wal-Mart Stores, Inc.)	23,054.11	1.45%
		小计	191,157.99	12.02%
		全年营业收入	1,590,253.27	
2014 年	1	中国电信集团有限公司	63,819.04	4.42%
	2	中国移动通信集团公司	59,682.06	4.13%
	3	Carrefour（家乐福）	29,496.90	2.04%
	4	沃尔玛公司(Wal-Mart Stores, Inc.)	20,543.44	1.42%
	5	北京远泰恒益科技发展有限公司	19,352.40	1.34%

2013 年	小计		192,893.84	13.35%
	全年营业收入		1,444,682.89	
	1	中国电信集团公司	47,726.74	3.70%
	2	中国移动通信集团有限公司	43,994.10	3.42%
	3	广州中邮普泰移动通信设备有限责任公司	37,557.74	2.91%
	4	Carrefour（家乐福）	27,549.98	2.14%
	5	北京京东世纪信息技术有限公司	24,907.64	1.93%
	小计		181,736.20	14.10%
	全年营业收入		1,289,120.35	

（十）竞争优势

1、领先的全国性战略布局和强大的网络体系

手机零售市场是一个全国性市场，而由于各地经济发展水平和消费习惯的不同显示出一定的区域性特征。良好的网络布局可以满足不同层次消费群体的个性化消费需求，丰富公司的产品线，提高包销和独销能力，提高品牌影响力。

公司是全国最大的通讯连锁零售企业，业务广泛分布在全国 24 个省（市）；截至 2016 年 9 月 30 日，公司拥有 1,680 个门店，是市场占有率最高的通讯连锁零售企业。目前，公司不仅在北京、上海、安徽、河南等省市牢牢占据行业龙头地位；在山东、浙江、四川、江苏、湖北、河北等省份也处于行业领先；在陕西、广西、内蒙等西部省份亦通过直营或者加盟的形式完成布局，抢占市场先机，积累经验，完成全国性多层次纵深式布局。

2、与运营商共创共赢的合作关系

公司作为国内通讯连锁行业的龙头企业，凭借 24 个省（市）的门店网络资源、多年的采购和库存管理经验、专业的营销和售后服务，与电信运营商在渠道共享、产品共享等多方面开展深入合作，形成共创共赢的合作关系。

公司运营业务经过近两年的快速发展，现已成为中国移动、中国联通和中国电信的全国性业务合作伙伴，并在 22 个省（市）与三大运营商开展形式多样的诸如门店（营业厅）渠道共享、供货平台、自建他营等合作模式，包括提供手机的物流、分销、库存管理服务、运营商套餐话费分成服务，代销运营商卡/号/数据业务，承包营业厅的整体经营管理等业务。

3、快速的营销网络复制能力

凭借清晰的市场定位、鲜明的品牌特色及强大的专业连锁管理能力，公司具备快速的营销网络复制能力，零售店数量增长迅速。公司的快速网络复制能力主要体现在以下方面：

（1）选址经验丰富、营销网络稳固

公司对拟新开设店铺建立严格的效益评估体系，并根据已开店铺的运营情况及时修正。经过多年的积累，公司已形成独特的店铺选址技术体系。目前公司店铺遍布全国各层级市场和商圈，以一二线城市自营为主，三四线城市加盟为辅。公司在保证直营网络整体经营效率的同时，通过后续培训、持续督导和信用支持等手段与加盟商建立长期合作伙伴关系，保障加盟商的稳定性，提高加盟商的忠诚度，拓展营销网络。

（2）标准化、流程化的营销网络管理能力

借助多年来营销网络建设和管理经验，公司针对由直营店和加盟店所组成的营销网络，建立完善包括店铺选址、店铺装修、货品陈列、店员培训、客户订货、货品配送、督导跟踪等在内的一套标准化、流程化管理方法。同时通过 ERP 系统的建设和完善，公司可及时掌握各地区、各门店、各产品的销售信息。标准化、流程化的店铺管理能力为公司营销网络的进一步拓展奠定坚实基础。

（3）充足的门店管理和营销人才储备

公司通过十年市场的打拼，培养和锻炼一批忠诚度较高并对公司文化非常认同的中层管理人员和店长人员，为快速扩张储备足够的人才。不仅在一二线城市，即使在三四线城市，根据实际需要，公司可派驻店长或驻店管理小组进行现场指导，以帮助加盟店巩固市场地位，提升业绩。

4、与供应商保持长期紧密的合作关系

公司凭借通讯连锁行业的龙头地位和稳健的经营风格，与苹果、三星、诺基亚、摩托罗拉、宏达等国内外知名手机厂商保持长期紧密的合作关系。2012 年 3 月公司与苹果公司展开直接合作，在全国多个区域门店内设置了 iOS 苹果授权专区。公司是诺基亚、三星最早实施全国直供的连锁零售企业之一，是摩托罗拉、金立等国内外知名品牌厂商的最大直供零售合作伙伴。2010 年公司获诺基亚“中国区直供最佳销售奖”、摩托罗拉“核心渠道奖”、金立“最具价值合作伙伴”称号，

并分别在摩托罗拉、金立合作的连锁零售商中销售量排名第一。2011 年度公司获“联想 2011 财年手机优秀合作伙伴奖”，获三星“全国最佳销售奖（第一名）”称号。

5、专业的服务优势

随着 3G 和移动互联网的发展，消费者更加重视零售商提供的体验服务、增值服务和售后服务。

公司在中心商圈的店面中均设置手机增值体验中心。在手机销售同时，公司还提供增值软件服务、通讯录同步更新、手机个性化服务、会员卡等综合服务。公司对零售人员实施标准化和流程化的培训，向客户提供优质、专业、个性化的服务，更符合 3G 时代以数据业务应用为主的销售特点。

相对于其他通讯连锁零售企业，公司建立了全国性的销售网络以及连锁售后服务体系，保证消费者可以在任何网点内享受到持续优质的售后服务。

6、优秀、稳定的经营团队

公司经营团队多数成员均具备十多年的通讯连锁行业管理经验和全国性销售网络管理经验，公司目前的 9 名高管成员中有 6 名是创业团队成员，全部高管在行业的平均工作时间超过 13 年。经过多年的市场实战经验积累，公司形成一系列符合市场及公司实际的考核机制，核心管理与营销人才均持有公司股份，使得管理团队成员的利益与公司的发展保持高度一致。公司高管深刻认同公司的文化和经营管理理念，对通讯行业市场拥有高度的敏感性和前瞻性。

公司通过店长训练营、高级精英培训班、总部月度培训、其他动态培训等多种形式对全国各地人才实施培训，总结各地优秀的管理及营销经验，逐步将经营中的良好经验进行推广。

7、先进的信息管理系统

公司 2003 年构建基于 Oracle 电子商务套件的 ERP 系统，是国内连锁零售行业内最早实施 ERP 系统的企业之一。经过多年的改进和完善，该系统已经将公司总部、子公司、各地连锁店、仓库等业务数据实施共享，使得公司可以对全国各地子公司进行有效的风险控制和及时正确的业务指导，实现管理经验快速、安

全的复制。

同时，公司依托强大的信息管理系统，实现对遍布全国各连锁店的手机和配件品牌、型号、序列号、库龄等精细化管理，实时掌握各门店手机和配件的库存和销售情况，使公司可以从容应对季节性销售大幅上升、店面间调货、库存结构优化和节假日促销等各种业务管理问题。

此外，公司还自行开发设计 700 多张业务分析报表，可从时间、商品、门店等 25 个维度，对销量、价格、毛利、库存、库存周转等 20 多项经营管理指标进行多维分析，形成对市场的快速反应并做出科学决策，充分发挥连锁经营的优势。

8、多年来沉淀的品牌优势

公司自设立以来，一直高度重视品牌建设、诚信经营、专业服务。公司秉持“好人、好店、好产品、好服务、好促销”的经营管理理念，创新性的提出“专业、快速、诚信、微笑、满意、学习”的手机销售“6S”服务标准，提供专业、周到、贴心的服务，打造行业服务新坐标。

近几年来，公司在通讯连锁行业一直保持市场主导地位，在全国市场份额稳居第一，同时在全国多数省份占据领先的地位，保持行业龙头地位。

八、发行人所在行业状况

公司主要从事移动通信终端的零售和服务，所经营产品的技术标准、入网认证等均归口于工信部管理。

公司所属行业为商业流通行业，具体为移动通信终端连锁零售。我国通讯连锁行业的行政主管部门为商务部和各地商业管理部门，其主要职能是制定产业政策、贸易发展规划、推进流通产业结构调整以及规范和管理商业特许连锁经营活动。

（一）发行人所属行业的基本情况

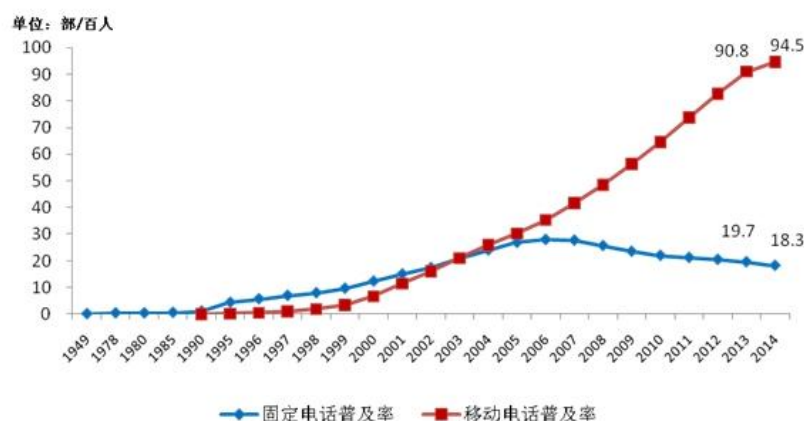
1、中国手机行业总体状况

（1）移动电话普及率稳步提升，10 省市突破 100 部/百人

截至 2014 年年末，我国移动电话用户数达到 15.36 亿，进一步奠定全球最

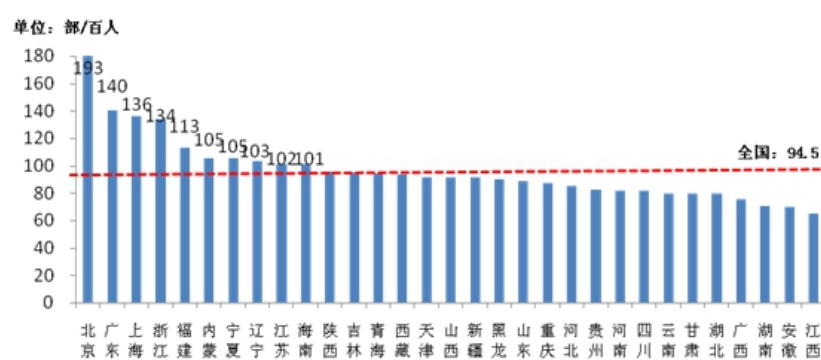
大手机用户国家的地位。2007 年至 2012 年，中国手机用户数年均复合增长率高达 15.93%，预计到 2014 年，中国手机用户数将达到 13.4 亿。

图 1949-2014 年固定电话、移动电话用户发展情况



资料来源：工信部《2014 年通信运营统计公报》

图 2-2 2014 年移动电话普及率各省发展情况



资料来源：工信部《2014 年通信运营统计公报》

(2) 移动用户结构加速优化，4G 移动电话用户发展迅速

2014 年，2G 移动电话用户减少 1.24 亿户，是上年净减数的 2.4 倍，占移动电话用户的比重由上年的 67.3%下降至 54.7%。4G 用户发展速度超过 3G 用户，新增 4G 和 3G 移动电话用户分别为 9728.4 和 8364.4 万户，总数分别达到 9728.4 和 48525.5 万户，在移动电话用户中的渗透率达到 7.6%和 37.7%。其中 TD-SCDMA 和 TD-LTE 用户总净增达到 1.43 亿户，比上年净增数多 4000 万户，在用户增量、总量中的份额达到 79.1%和 57.4%。

图 2009-2014 年 3G/4G 用户和 TD 用户发展情况



资料来源：工信部《2014 年通信运营统计公报》

（3）移动话音业务量增长低迷，移动短信业务量和收入降幅均超过 10%

2014 年，在移动电话用户增速明显放缓和互联网应用对话音和短信业务的替代双重影响下，全国移动电话去话通话时长 29270.1 亿分钟，同比增长仅 1%，比上年增速下降 4 个百分点。其中，移动本地去话和长途通话时长分别增长 0.8% 和 1.5%，比上年增速下降 4 和 4.3 个百分点。每用户月均贡献的移动语音业务量下降明显。

2014 年，全国移动短信业务量 7630.5 亿条，同比下降 14.4%，降幅同比扩大了 13.8 个百分点。其中，由移动用户主动发起的点对点短信量同比下降 18.9%，占移动短信业务量比重由上年的 48.3% 降至 45.8%。月户均点对点短信量连续五年持续下降，只有 36.8 条/月/户。微信等新型即时消息类应用对彩信业务替代作用进一步加强，彩信业务量只有 647.4 亿条，由上年同比增长 23% 变成同比下降 24.4%。移动短信业务收入同比下降 14.7%，收入规模同比减少 91.1 亿元。

图 2010-2014 年移动短信量和点对点短信量各年比较



资料来源：工信部《2014 年通信运营统计公报》

（4）移动互联网流量高速增长，手机上网流量贡献超 8 成

2014 年，在 4G 移动电话用户大幅增长、套餐中流量资费持续下降等影响下，移动互联网接入流量消费达 20.62 亿 G，同比增长 62.9%，比上年提高 18.8 个百分点。月户均移动互联网接入流量突破 200M，达到 205M，同比增长 47.1%。手机上网流量达到 17.91 亿 G，同比增长 95.1%，在移动互联网总流量中的比重达到 86.8%，成为推动移动互联网流量高速增长的主要因素。固定互联网使用量同期保持较快增长，固定宽带接入时长达 41.44 万亿分钟，同比增长 29.6%。

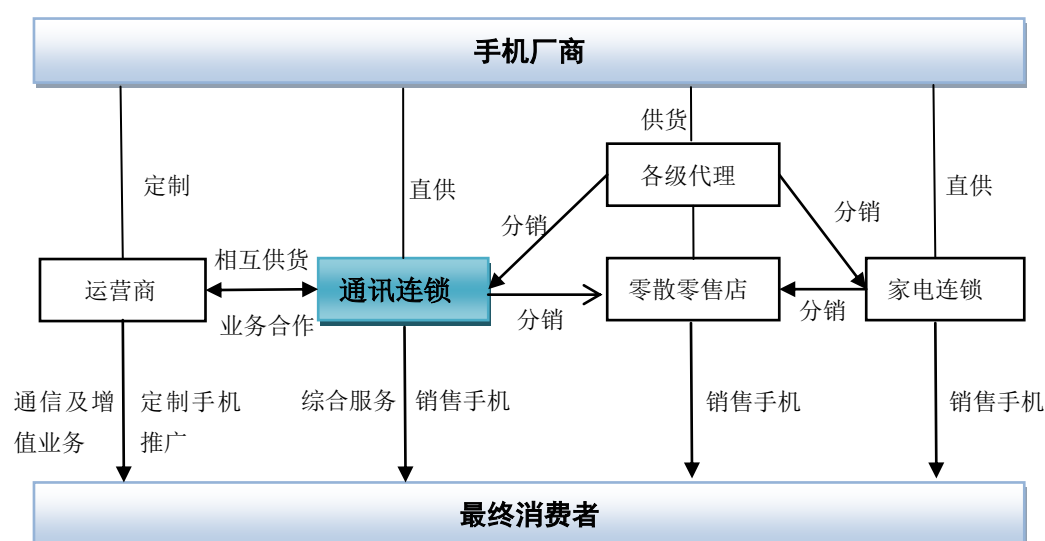
图 2009-2014 年移动互联网流量发展情况比较



资料来源：工信部《2014 年通信运营统计公报》

2、中国手机产业链分析

手机行业的产业链主要包括手机制造、分销、零售和消费等环节，相应的市场参与者主要有：手机厂商、手机代理分销商、运营商、零售商和最终消费者，主要业务关系如下图所示：



（1）手机厂商竞争激烈，销售渠道扁平化

手机厂商是产业链的上游，根据市场需求信息，生产出满足消费者需求的手机产品。2007 年随着我国手机生产准入核准制的取消以及手机制造门槛的降低，手机厂家数量出现爆发性增长，我国手机厂家数量的不断增加，手机市场的品牌集中度持续下降，国产品牌厂商市场份额不断增长，市场竞争越来越激烈。

表 截止 2015 年 6 月份手机销售排名

排名	品牌	比例
1	华为	19.70%
2	苹果	10.36%
3	三星	8.67%
4	酷派	7.23%
5	小米	7.13%
6	VIVO	5.89%
7	OPPO	4.29%
8	联想	4.00%

资料来源：迪信通统计

（2）代理分销商受制于手机厂商的渠道政策，开始向零售领域渗透

手机代理分销商系连接上游手机厂商与下游手机零售终端的中间环节，包括全国总代理、区域总代理、地区总代理等。近年来，手机代理分销商承受来自上游厂商和下游零售商越来越大的压力，一方面上游厂商由于市场竞争的需要主动调整渠道策略，压缩流通环节；另一方面下游零售商，尤其是大型连锁零售商的市场地位和话语权不断增加，挤压了代理分销商的盈利空间。为此，部分分销商已开始向零售行业延伸，例如目前国内大型手机代理分销商中国邮电器材集团公司设立中邮时代电讯科技有限公司作为专门的零售业务管理公司，在北京、天津、上海等省市设立多个连锁零售店。天音通信控股股份有限公司设立深圳市易天移动数码连锁有限公司，从事手机数码类产品的销售，并在深圳、广州、重庆等地开设手机数码专业卖场。

（3）零售商将转型为综合服务平台，成为未来手机渠道的重心

零售商是指将商品直接销售给最终消费者的渠道商，相对于手机厂商和分销商而言，处于商品流通的最终阶段，是实现商品价值的最关键环节。3G 时代，手机终端已经不再是单纯的通信的概念，移动通信和互联网的结合，使得增值业

务得到迅猛发展。3G 特征决定现在以销售为主的渠道必须进行改造提升，渠道的功能将从 2G 时代的销售平台功能转化为 3G 时代的综合服务平台功能，而综合服务平台的功能发挥必须借助零售商这一直接与消费者接触的载体才能得以实现。

（4）消费者更重视消费体验，对零售服务专业性要求更高

消费者是推动手机产业发展的原动力和根本决定力量，消费者的需求变化引导着产品的升级与更新。

3G 时代，消费者的关注点将逐渐从手机的产品功能转变为消费体验。通常消费者在购机后会要求提供通讯录同步、预装软件以及体验视频、拍照等功能，也要求零售商提供品牌体验、功能演示、音乐和信息下载，以及产品增值服务等，这对零售商服务的专业性提出更高更多的要求。

3、中国手机零售市场状况

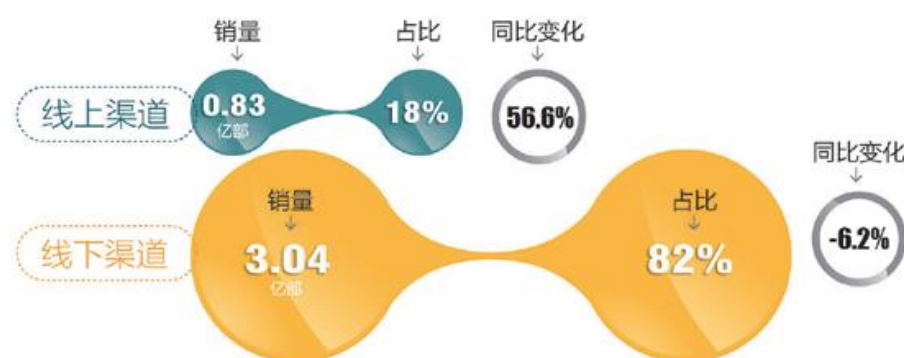
（1）目前我国手机零售模式

目前，我国手机零售模式主要可以分为四大类：通讯连锁企业、家电连锁企业、运营商营业厅、零散零售店。业务模式如下表所示：

参与主体	定义	企业代表
通讯连锁企业	拥有三家或三家以上门店的零售商	迪信通、乐语、中域、恒波
家电连锁企业	至少 75% 的销售额来自于家用电器的企业，同时销售手机	国美、苏宁
运营商营业厅	由运营商投资或与社会渠道合作建立的从事移动业务与终端销售的营业厅	自有营业厅和合作营业厅
零散零售店	1-2 间门店的手机零售商	个体手机零售店
网络销售企业	通过互联网进行销售	京东商城、苏宁易购、淘宝网、迪信通网上商城
其他	百货、电视直销、专卖店、IT 数码渠道等	商场、超市等

通讯连锁零售是手机零售行业中最主要、市场份额占比最大的零售模式。近三年来，通讯连锁零售企业凭借自身的销售网络和市场渗透能力，市场份额保持稳定。从 2014 年的销售情况来看，线下渠道依然是中国手机市场的主要渠道。

图 2014 年国内市场线上、线下手机销量情况



资料来源：赛诺《2014 年中国手机市场格局分析》

（2）通讯连锁和家电连锁业态比较

通讯连锁企业与家电连锁企业在移动通信终端的经营模式有较大不同，两者在门店选址、产品种类、增值体验、售后服务等方面具有较大差异。

①门店选址：家电连锁企业由于主要收入来源于家电产品，单店面积和投资规模较大，对门店所处的商圈要求较高，零售网络快速下沉到三四线城市和城镇农村等有一定难度；通讯连锁企业单店面积小，选址灵活，容易形成广泛的门店布局。

②产品种类：家电连锁企业主要依靠不同品牌厂商派人进店销售，手机、配件等一般为进店品牌厂商的产品，种类相对较少；通讯连锁实行自有店员的销售模式，能为顾客提供更多的手机品牌、手机配件、时尚配饰和增值软件，产品种类更丰富。

③增值体验：家电连锁以传统的柜台销售为主；大型通讯连锁在中心商圈一般都会设置增值体验中心，并且其自有店员的销售模式更符合 3G 时代体验式营销的要求。

④售后服务：家电连锁不设置手机售后服务中心，没有专业的手机维修技师，需依赖专业的维修中心；通讯连锁，尤其是大型通讯连锁企业，一般都设有手机专业售后服务中心，有专业的手机维修技师，能提供联网的保修服务。

⑤包销首销能力：家电连锁主要依靠不同品牌厂商派人进店销售，容易各自为战，无法形成强有力的合力，对某一特定品牌型号实施大规模包销首销的能力较弱；大型通讯连锁主要依靠自有店员销售，可以实施统一的销售策略，实施大规模包销首销的能力较强。

正是由于上述差异，通讯连锁市场份额一直远高于家电连锁。同时，由于销售执行力和包销首销能力的差异，大型通讯连锁的通讯产品的零售毛利率也要远高于大型家电连锁。

（4）通讯连锁与运营商营业厅业态比较

通讯连锁与运营商营业厅在经营理念、经营方式、品牌形象、产品品类、增值体验、售后服务等方面具有较大的差异。

①经营理念：运营商的经营理念是以通信服务为主，以捆绑定制手机销售为辅。这种经营理念决定运营商不会自建连锁店进行定制手机的销售，营业厅数量的增长和网点布局取决于通信运营业务的需要而不是手机零售的需要，营业厅的经营管理也围绕通信服务业务。而通讯连锁以手机零售服务为主的经营理念，在网点布局、经营管理等方面更符合零售行业特点。

②经营方式：三大运营商国有大型央企的经营管理体制以及手机零售业“薄利多销”的特点使得运营商直接从事销售手机终端业务的驱动力较小。同时，受限于手机采购管理、库存管理、销售技巧培训等手机行业经验的不足，运营商往往与社会渠道合作，甚至将营业厅的手机零售外包，而通讯连锁企业一般采取自营的方式经营连锁零售店。

③定位及品牌形象：因品牌形象及定位的不同，消费者在购买手机时，更倾向于选择专业通讯连锁企业，而在办理移动通信服务时，更倾向于选择运营商营业厅。

④产品品类：运营商营业厅销售的主要是捆绑定制手机，品牌和机型较少，非潮流的产品居多。同时，运营商营业厅几乎没有销售耳机、手机充电器等手机配件，而通讯连锁的产品不仅包括丰富的品牌手机和配件，还包括炒股、地图等各种增值软件和手机配饰，更能满足消费者的购机需求。

⑤售后服务：运营商营业厅一般没有设置手机售后服务中心，而通讯连锁在主要门店内设置手机专业售后服务中心、有专业的手机维修技师，提供联网的保修服务。

综上，运营商营业厅的经营理念、经营方式、品牌形象、产品品类、增值体验、售后服务等方面与通讯连锁具有较大的差异，两者在业务上具有较强的互补

关系。

（5）通讯连锁与网络销售业态比较

通讯连锁与网络销售模式在营销方式、客户群体、品质保障、客户服务等方面具有较大的差异。

①营销方式：在网络销售形式下，手机是虚拟化的商品，消费者看得到，但拿不到，更摸不到，电商一般依靠文字和图片展示向消费者“单向”的传递信息，无法提供手机功能与使用服务的“双向交流”以及主动搭售手机配件、手机软件等更多商品。而通讯连锁企业，主要靠专业零售人员与客户面对面的交流，可以充分利用商业零售技术挖掘客户潜在需求，通过附带销售手机配件、手机软件、VIP 卡等商品的方式带来增值利益。

②客户群体：网络销售的客户群体主要集中在年轻、时尚、熟悉信息技术的人群，在地域上主要分布于大中城市；而通讯连锁的客户群体则非常广泛，在地域分布上不仅包括大中城市，还包括三、四线城市以及占中国绝大部分人口的农村地区。

③品质保障：由于政府对网络销售的监管体系尚不健全、不完善，目前网络销售的手机大量充斥着“水货机”、“翻新机”等黑手机，品质较难保障；而通讯连锁业态，由于其实体店的存在和受质检、工商等部门的全面监管，手机品质更有保障，实体店也给了消费者诚信感受，使通讯连锁企业易于建立起品牌效应。

④客户服务：4G 时代的手机终端已经不再是单纯的通信概念，移动通信和互联网的结合，激发了消费者对于增值服务和个性化服务的强烈需求，如应用软件下载安装、同步通讯簿、手机美容等。只有通讯连锁企业的实体店才可轻松实现顾客的上述个性化需求。

综上，由于通讯连锁与网络销售在零售方式、客户群体、品质保障、客户服务等方面的差异，手机通过网络销售的市场份额相对占比较低，而通讯连锁等传统的实体店零售份额相对稳定，且仍是最主要的零售方式。

此外，实体零售商进军网络销售有其先天的优势。通讯连锁零售商自身拥有的强大供应链体系、与上游供应商和运营商良好的合作关系、现有的物流网络和实体门店自提相结合的配送网络布局、现有的零售服务网络，都为通讯连锁企业

进军网络销售提供充足的货源、完善的配送和服务体系等保障。

九、发行人行业地位

（一）公司市场地位

近几年来，公司在通讯连锁行业一直保持市场主导地位，在全国市场份额稳居第一，同时在全国多数省份占据领先的地位，保持行业龙头地位。

（二）发行人竞争优势

1、领先的全国性战略布局和强大的网络体系

手机零售市场是一个全国性市场，而由于各地经济发展水平和消费习惯的不同显示出一定的区域性特征。良好的网络布局可以满足不同层次消费群体的个性化消费需求，丰富公司的产品线，提高包销和独销能力，提高品牌影响力。

公司是全国最大的通讯连锁零售企业，业务广泛分布在全国 24 个省（市）；截至 2016 年 9 月 30 日，公司拥有 1,680 个门店，是市场占有率最高的通讯连锁零售企业。目前，公司不仅在北京、上海、安徽、河南等省市牢牢占据行业龙头地位；在山东、浙江、四川、江苏、湖北、河北等省份也处于行业领先；在陕西、广西、内蒙等西部省份亦通过直营或者加盟的形式完成布局，抢占市场先机，积累经验，完成全国性多层次纵深式布局。

2、与运营商共创共赢的合作关系

公司作为国内通讯连锁行业的龙头企业，凭借 24 个省（市）的门店网络资源、多年的采购和库存管理经验、专业的营销和售后服务，与电信运营商在渠道共享、产品共享等多方面开展深入合作，形成共创共赢的合作关系。

公司运营业务经过近两年的快速发展，现已成为中国移动、中国联通和中国电信的全国性业务合作伙伴，并在 22 个省（市）与三大运营商开展形式多样的诸如门店（营业厅）渠道共享、供货平台、自建他营等合作模式，包括提供手机的物流、分销、库存管理服务、运营商套餐话费分成服务，代销运营商卡/号/数据业务，承包营业厅的整体经营管理等业务。

3、快速的营销网络复制能力

凭借清晰的市场定位、鲜明的品牌特色及强大的专业连锁管理能力，公司具备快速的营销网络复制能力，零售店数量增长迅速。公司的快速网络复制能力主要体现在以下方面：

（1）选址经验丰富、营销网络稳固

公司对拟新开设店铺建立严格的效益评估体系，并根据已开店铺的运营情况及时修正。经过多年的积累，公司已形成独特的店铺选址技术体系。目前公司店铺遍布全国各层级市场和商圈，以一二线城市自营为主，三四线城市加盟为辅。公司在保证直营网络整体经营效率的同时，通过后续培训、持续督导和信用支持等手段与加盟商建立长期合作伙伴关系，保障加盟商的稳定性，提高加盟商的忠诚度，拓展营销网络。

（2）标准化、流程化的营销网络管理能力

借助多年来营销网络建设和管理经验，公司针对由直营店和加盟店所组成的营销网络，建立完善包括店铺选址、店铺装修、货品陈列、店员培训、客户订货、货品配送、督导跟踪等在内的一套标准化、流程化管理方法。同时通过 ERP 系统的建设和完善，公司可及时掌握各地区、各门店、各产品的销售信息。标准化、流程化的店铺管理能力为公司营销网络的进一步拓展奠定坚实基础。

（3）充足的门店管理和营销人才储备

公司通过十年市场的打拼，培养和锻炼一批忠诚度较高并对公司文化非常认同的中层管理人员和店长人员，为快速扩张储备足够的人才。不仅在一二线城市，即使在三四线城市，根据实际需要，公司可派驻店长或驻店管理小组进行现场指导，以帮助加盟店巩固市场地位，提升业绩。

4、与供应商保持长期紧密的合作关系

公司凭借通讯连锁行业的龙头地位和稳健的经营风格，与苹果、三星、诺基亚、摩托罗拉、宏达等国内外知名手机厂商保持长期紧密的合作关系。2012 年 3 月公司与苹果公司展开直接合作，在全国多个区域门店内设置了 iOS 苹果授权专区。公司是诺基亚、三星最早实施全国直供的连锁零售企业之一，是摩托罗拉、金立等国内外知名品牌厂商的最大直供零售合作伙伴。2010 年公司获诺基亚“中国区直供最佳销售奖”、摩托罗拉“核心渠道奖”、金立“最具价值合作伙伴”称号，

并分别在摩托罗拉、金立合作的连锁零售商中销售量排名第一。2011 年度公司获“联想 2011 财年手机优秀合作伙伴奖”，获三星“全国最佳销售奖（第一名）”称号。

5、专业的服务优势

随着 3G 和移动互联网的发展，消费者更加重视零售商提供的体验服务、增值服务和售后服务。

公司在中心商圈的店面中均设置手机增值体验中心。在手机销售同时，公司还提供增值软件服务、通讯录同步更新、手机个性化服务、会员卡等综合服务。公司对零售人员实施标准化和流程化的培训，向客户提供优质、专业、个性化的服务，更符合 3G 时代以数据业务应用为主的销售特点。

相对于其他通讯连锁零售企业，公司建立了全国性的销售网络以及连锁售后服务体系，保证消费者可以在任何网点内享受到持续优质的售后服务。

6、优秀、稳定的经营团队

公司经营团队多数成员均具备十多年的通讯连锁行业管理经验和全国性销售网络管理经验，公司目前的 9 名高管成员中有 6 名是创业团队成员，全部高管在行业的平均工作时间超过 13 年。经过多年的市场实战经验积累，公司形成一系列符合市场及公司实际的考核机制，核心管理与营销人才均持有公司股份，使得管理团队成员的利益与公司的发展保持高度一致。公司高管深刻认同公司的文化和经营管理理念，对通讯行业市场拥有高度的敏感性和前瞻性。

公司通过店长训练营、高级精英培训班、总部月度培训、其他动态培训等多种形式对全国各地人才实施培训，总结各地优秀的管理及营销经验，逐步将经营中的良好经验进行推广。

7、先进的信息管理系统

公司 2003 年构建基于 Oracle 电子商务套件的 ERP 系统，是国内连锁零售行业内最早实施 ERP 系统的企业之一。经过多年的改进和完善，该系统已经将公司总部、子公司、各地连锁店、仓库等业务数据实施共享，使得公司可以对全国各地子公司进行有效的风险控制和及时正确的业务指导，实现管理经验快速、安

全的复制。

同时，公司依托强大的信息管理系统，实现对遍布全国各连锁店的手机和配件品牌、型号、序列号、库龄等精细化管理，实时掌握各门店手机和配件的库存和销售情况，使公司可以从容应对季节性销售大幅上升、店面间调货、库存结构优化和节假日促销等各种业务管理问题。

此外，公司还自行开发设计 700 多张业务分析报表，可从时间、商品、门店等 25 个维度，对销量、价格、毛利、库存、库存周转等 20 多项经营管理指标进行多维分析，形成对市场的快速反应并做出科学决策，充分发挥连锁经营的优势。

8、多年来沉淀的品牌优势

公司自设立以来，一直高度重视品牌建设、诚信经营、专业服务。公司秉持“好人、好店、好产品、好服务、好促销”的经营管理理念，创新性的提出“专业、快速、诚信、微笑、满意、学习”的手机销售“手机销服务标准，提供专业、周到、贴心的服务，打造行业服务新坐标。

近几年来，公司在通讯连锁行业一直保持市场主导地位，在全国市场份额稳居第一，同时在全国多数省份占据领先的地位，保持行业龙头地位。

十、发行人发展策略以及经营方针

未来几年内，公司将保持以线下门店为主、线上平台为辅的发展布局，并积极向互联网化转型。线下布局方面，公司仍将优化独立店、加盟店和店中店的布局，在确保覆盖全国主要地市的同时继续向县城、大中型乡镇下沉，深入市场一线。

1、业务发展重点

（1）稳步拓展零售门店及分销网络，在三线及以下城市增加营业网点

（2）继续加大与三大运营商的合作，加强营销力度，不断提升合约销量及占比，积极进驻运营商合作营业厅，同时公司创新运营商业务，为运营商提供门店管理服务，提升酬金规模，扩大公司效益。

（3）优化组织构架，减少管理成本。通过推动资源整合和绩效考核，提升管理效率，降低管理成本。

（4）公司稳步推进网络销售与实体门店零售的有机结合。做好 O2O 线上线下载销售与服务的结合，提升顾客满意度，贯彻“心服务”理念，持续扩大手机周边智能配件的销售，提升单位顾客的获利能力。

（5）加强盈利模式创新，寻求新的利润增长点。积极创新发展，拓宽产业链条，进一步深化异业结合模式，同时还要做好税收筹划。

2、开拓创新业务

（1）增加二手机业务：通过以旧换新以及旧机回收业务，拉动新机销售并创造新的利润增长点。

（2）加强维修业务。维修业务在我们目前现有业务中毛利润贡献较高，我们会加强对该业务的投入，除现有的维修专柜外，将加大对设立维修点的投入，在全国范围内的主要门店均设立维修点。

（3）分期付款业务的开展，当顾客购买价格昂贵的移动通讯设备时，不必一次性付清，可逐月偿还并支付低额的每月手续费。这样可以帮助我们吸引更多低收入的人群通过迪信通购买消费，有助于扩大客户群。

（4）继续发展智能穿戴业务。我们目前正在积极的通过一系列兼并和收购来拓宽智能穿戴产品范围，同时拓宽与智能产品供应商的联系和合作，进一步丰富智能产品供应链。

（5）积极开拓国际市场。公司已与第三方达成合作意向，利用国内手机厂商向外扩张的机会开拓非洲和东南亚市场，首先进军尼日利亚市场，预计在两年内发展 300 个手机销售门店，逐步向非洲其他国家发展。迪信通将利用在中国市场积累的零售服务技术和采购能力实现在新兴区域的快速发展。

（三）未来重大投资

（1）2015 年 8 月 27 日，公司董事会通过有关成立合资公司事项的决议。公司拟与深圳市展想投资有限公司共同出资在北京成立合资公司开拓非洲市场，注册资本人民币 100,000,000 元，双方分别持股 50%。合资公司成立后，将首先以尼日利亚为首个主要业务市场开拓非洲市场及业务。

（2）2015 年 8 月 27 日，公司董事会通过有关公司向北京飞鹰畅游科技有限

公司投资的决议，公司拟投资现金人民币 3,000,000 元，并向飞鹰开放线下实体店作为战略合作资源（拟以人民币 3,000,000 元计算），开展旧手机换新业务。投资完成后，公司持有飞鹰 10%的股权。

十一、发行人治理结构及相关机构最近三年运行情况

（一）发行人组织结构

2014 年 7 月，公司成功实现香港联合交易所上市，当年末公司注册资本为 6.67 亿元，股东包括丰永泰、迪尔通、3i 香港、鼎晖香港、长青投资、融丰泰、冠发投资及公众股东，其中丰永泰为第一大股东，公司实际控制人为刘松山、刘东海、刘咏梅、刘华及刘文萃五人。

公司依照《公司法》及上市公司相关规定，制定了公司章程，并依其设立了董事会、监事会和经营管理层，公司董事会、监事会和经营管理层按照工作规则及公司章程规定各司其职，各负其责。董事会为公司的决策机构，对股东负责。公司董事会组成人选由股东大会确定并委派。公司经理层负责公司的日常经营管理，对股东大会和董事会负责。整体看，公司已形成了较为完善的法人治理结构。

（二）相关机构最近三年运行情况

报告期内，发行人公司治理机构均能按照有关法律法规和《公司章程》规定的职权及相应议事规则规定的工作程序独立、有效地运行，没有违法、违规的情况发生。

1、股东大会、董事会、监事会运行情况

最近三年，公司的股东大会、董事会及监事会运行情况如下：

表公司股东大会、董事会及监事会会议召开次数

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
股东大会	1	1	5	3
董事会	8	8	7	6
监事会	2	2	4	3

2、独立董事履职情况

公司目前 9 名董事会成员中，包括 3 名独立董事，独立董事人数达到董事总数的 1/3。

公司独立董事接受聘任后，依照相关法律法规和《公司章程》的有关规定认真履行职责，参加公司董事会并仔细审阅相关文件资料，就公司内控完善、规范运作、关联交易、利润分配等事项发表独立意见，为进一步完善公司法人治理结构、保护中小股东的利益及保证公司科学决策发挥了重要作用。

十二、违法违规及受处罚情况

公司自上市以来，一直严格按照《公司法》、《证券法》以及证券监管部门的有关规定和要求规范公司运营，并在证券监管部门和上海证券交易所的监督和指导下，不断完善公司治理结构，建立健全内部管理及控制制度，提高公司治理水平，促进公司持续规范发展。

截至 2016 年 9 月 30 日，发行人不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查。

十三、发行人独立运营情况

发行人具有独立完整的业务及自主经营能力，与控股股东在业务、人员、资产、机构、财务方面做到了相互独立。

业务方面，发行人具有独立的企业法人资格，有独立的管理和经营机构，能够顺利组织开展相关业务，具有独立面对市场并经营的能力，在主营业务范围内与控股股东之间不存在持续性的构成对控股股东重大依赖的关联交易。自主经营、独立核算、自负盈亏，具有独立的自主经营能力。

人员方面，发行人的劳动、人事及工资管理完全独立，发行人高级管理人员均按照《公司法》、《公司章程》等有关规定通过合法程序产生。发行人总经理、其他高级管理人员和主要员工均在公司工作并领取报酬。

资产方面，发行人拥有完全独立的经营系统及设施，生产经营性资产权属清晰，与控股股东之间产权关系明晰，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

机构方面，发行人建立了完全独立的组织结构，拥有独立的职能管理部门。各职能部门之间分工明确、各司其职，各职能部门与控股股东或实际控制人完全分离，没有办公重合或功能重合之情形。

财务方面，发行人设有独立的财会部门，有独立的财会人员，建立和制定了适合公司实际、符合国家财务会计核算和管理制度的企业内部财务管理和会计核算

算制度，在银行独立开户，独立经营、独立核算、独立纳税。

十四、关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》等相关规定，截至 2015 年 9 月 30 日，公司关联方具体情况如下：

1、控股股东和实际控制人

公司控股股东为迪信通科技集团有限公司和北京迪尔通咨询有限公司，迪信通科技集团持有发行人 31.71%的股权，北京迪尔通持有发行人 15.19%的股权。

实际控制人为刘东海、刘松山、刘文萃、刘华、刘咏梅，五人系兄弟姐妹关系。

2、持有 5%以上股份的其他股东

序号	发起人股东	持股数(万股)	持股比例	股东性质	质押或冻结情况
1	迪信通科技集团有限公司	21,140	31.71%	内资法人股	无
2	北京迪尔通咨询有限公司	10,130	15.19%	内资法人股	无
3	3i 咨询通有限公司	8,710	13.06%	外资法人股	无
4	鼎晖香港移动有限公司	7,125	10.69%	外资法人股	无

3、公司的控股子公司及合营、联营公司

公司的控股子公司及合营、联营公司基本情况请详见本节“四、发行人对其他企业的重要权益投资情况”。

4、控股股东、实际控制人控制的其他企业

控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况请详见本节“五、发行人控股股东和实际控制人的基本情况”。

5、关联自然人

包括发行人的董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员。

6、前述关联自然人控制的或担任董事、高管职务的企业

（二）最近三年关联交易情况

1、与日常经营相关的关联交易

最近三年，发行人与关联方发生的经常性关联交易如下：

表 自关联方购买商品和接受劳务情况

关联方	2016 年 1-9 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额（元）	比 例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
北京迪信通通信服务有限公司	796,135	24.62	569,243	87.08	844,550	77.14	-	-
和德信通（北京）科技发展有限公司	-	-	84,446	12.92	250,333	22.86	51,368	100
北京天行远景有限责任公司	1,594,340	49.31	-	-	-	-	-	-
深圳迪信聚核通讯有限公司	843,060	26.07						

公司向关联方购买商品或接受服务均为市场价格。

表 向关联方销售商品和接受劳务情况

关联方	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
北京迪信通通信服务有限公司	13,504	0.23	5,530,179	100	5,426,670	100	-	-
和德信通（北京）科技发展有限公司	-	-	-	-	-	-	12,524	0.0012
北京天行远景有限责任公司	3,773,585	63.05	-	-	-	-	-	-
深圳迪信聚核通讯有限公司	2,198,393	36.73	-	-	-	-	-	-

公司向关联方销售商品或提供服务均为市场价格。

2、关联方担保

报告期内，公司未向关联方提供担保。

报告期内，公司接受关联方（刘东海、刘松山、赵彬、刘文萃、余婧和刘华）无偿为公司的借款提供担保，担保金额分别为 2015 年无，2014 年人民币 1,304,780,961 元、2013 年人民币 1,427,753,360 元。

3、关联债权债务往来

报告期内，公司关联债权债务往来情况如下：

（1）关联方应收账款余额

单位：元

应收账款	2016 年 1-9 月	2015 年	2014 年	2013 年
北京迪信通通信服务有限公司	1,437,004	3,661,602	1,526,615	0
和德信通(北京)科技发展有限公司			530,937	0
深圳迪信聚核通讯有限公司	507,250	-	-	-

其他应收款				
北京迪信通通信服务有限公司	3,627,225	443,915	111,523	0
和德信通(北京)科技发展有限公司	2,863,344	-	0	0
北京融丰泰管理咨询有限公司		-	-	-
迪信通科技集团有限公司		-	-	-
刘东海		-	-	-
刘华		-	-	-
刘咏梅		-	-	-

(2) 关联方应付账款余额

单位：元

应付账款	2016 年 1-9 月	2015 年	2014 年	2013 年
北京迪信通通信服务有限公司	24,414	32,343	31,822	0
和德信通(北京)科技发展有限公司	433,206		8,561	295,013
其他应付款	866,494			
北京迪信通通信服务有限公司		7,753	1,699,115	0
和德信通(北京)科技发展有限公司	334,657	664,721	-	1,406,462
北京融丰泰管理咨询有限公司	2,425,629	-	-	-
迪信通科技集团有限公司	49,060	-	-	-
刘东海		-	-	-
刘华		-	-	-
刘咏梅		-	-	-

(三) 关联交易制度、决策权利和程序

1、关联交易制度

公司已在《公司章程》、《北京迪信通商贸股份有限公司董事会议事规则》、《北京迪信通商贸股份有限公司股东大会议事规则》等规章制度中规定了有关关联交易的决策和审批程序。

2、关联交易决策权利和程序

公司规定关联交易的决策权利和程序包括：重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立非执行董事同意后，方可提交董事会讨论；在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的（指在交易对方任职董事或高级管理人员，或能直接或间接控制该交易对方的法人单位、或在该交易对方直接或间接控制的法人单位任职董事或高级管理人员），不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权，董事会会议所作

决议须经无关联关系董事过半数通过；出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议；董事会作出关于公司关联交易的决议时，必须由全体独立非执行董事签字后方可生效；

股东大会议事规则也有关于关连交易的相关规定：股东大会审议有关关连交易事项时，如果公司股票上市的交易所的上市规则有要求，则关连股东不应当参与表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。根据适用的法律法规及公司股票上市的交易所的上市规则，凡任何股东须就某决议事项放弃表决权、或限制其任何股东只能投票支持（或反对）某决议事项，若有任何违反此项规定或限制的情况，则由该等股东或其代表投下的票数不得计算在内。

（四）关联交易定价机制

公司的关联交易遵循如下定价原则和方法：

1、公平、公正、公允。公司董事会根据独立、客观标准判断有关关联交易是否公允、是否对公司有利。

2、市场价格原则。如无法获得市场价格，则应由交易双方参考所提供之服务或标的的实际成本及不高于同行业的利润幅度协商确定。

十五、报告期控股股东、实际控制人及其控制的其他企业资金占用和发行人为该等企业提供担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业违规提供担保的情况。

十六、发行人会计核算、财务管理、风险控制、重大事项决策等内部管理制度的建立及运行情况

公司已建立了较为完善和健全的内部管理制度，涵盖了公司治理、考评计划及预算管理、财务管理、人力资源管理、行政管理、内部控制的检查监督及信息披露等重大环节，确保了公司各项工作高效有序运行。报告期内未发现重大、重点内控执行缺陷情形。

公司已完成内部控制体系建设工作，现有的内部控制制度符合我国有关法规和证券监管部门的要求，符合当前公司经营实际情况需要，在企业管理各个过程、

重大投资、重大风险等方面发挥了较好的控制与防范作用，能够对公司各项业务的健康运行及公司经营风险控制提供保证。公司内部控制系统完整、有效，能够保证公司规范、安全、顺畅的运行。

十七、发行人信息披露事务及投资者关系管理制度

报告期内，公司能够按照法律、法规和公司章程规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息；能够确保公开、公平、公正地对待所有投资者，切实保护公司和全体投资者的利益。

发行人是香港上市公司，能够按规定设立了专人负责信息披露工作，接待股东来访和咨询，加强与股东的交流。

第四节 财务会计信息

本节的财务会计数据及有关的分析反映了本公司截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日以及 2016 年 9 月 30 日的财务状况和本公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月的经营成果及现金流量。

非经特别说明，本节中引用的 2013 年、2014 年和 2015 年财务数据均引自本公司经审计的 2013 年度、2014 年度和 2015 年度财务报告，2016 年 1-9 月财务数据引自本公司未经审计的财务报表。

本公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年度财务报告已经安永会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了安永华明（2015）审字第 60467821-B01 号标准无保留意见的审计报告。公司截至 2016 年 9 月 30 日的财务报表未经审计。

投资者如需了解本公司的详细财务状况，请参阅本公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月的财务报表，以上报告已刊登于指定的信息披露网站。

一、最近三年及一期合并及母公司财务报表

（一）最近三年及一期合并财务报表

表最近三年及一期合并资产负债表

单位：元

资产	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
流动资产：				
货币资金	1,098,309,884	1,522,652,414	690,680,300	816,009,478
应收票据	-	--	--	340,000
应收账款	1,998,762,956	1,874,321,726	1,677,752,556	1,257,458,942
预付款项	1,041,604,148	904,747,326	793,551,813	544,324,085
其他应收款	121,405,278	116,365,828	101,341,258	121,937,909
存货	2,638,680,765	2,430,775,528	1,936,026,471	1,617,067,099
其他流动资产	149,367			
流动资产合计	6,898,912,398	6,848,862,822	5,199,352,398	4,357,137,513
非流动资产：				
可供出售金融资产	15,075,000	15,075,000	7,055,000	
长期股权投资	10,298,265	10,177,632	994,277	
固定资产	101,385,409	97,800,619	91,543,353	97,150,006
无形资产	1,163,084	785,319	613,760	885,280

商誉	57,476,414	57,476,414	57,301,850	57,301,850
长期待摊费用	57,240,051	56,420,972	62,574,473	73,285,840
递延所得税资产	41,098,145	60,976,190	27,864,185	22,229,258
非流动资产合计	283,736,369	298,712,146	247,946,898	250,852,234
资产总计	7,182,648,767	7,147,574,968	5,447,299,296	4,607,989,747
流动负债：				
短期借款	2,185,590,000	3,150,292,500	1,903,471,788	1,698,753,360
应付票据	1,047,866,610	71,850,000	257,968,750	533,031,000
应付账款	386,207,113	479,609,892	445,580,486	545,728,683
预收款项	170,530,981	199,885,594	89,848,590	136,075,407
应付职工薪酬	52,526,016	61,762,220	60,219,847	39,874,827
应交税费	198,429,411	290,165,576	168,046,584	86,503,146
其他应付款	24,531,183	35,843,392	62,077,518	84,097,391
一年内到期的非流动负债		2,000,000		
其他流动负债	9,869,137	9,663,922	38,882,201	40,403,046
流动负债合计	4,075,550,451	4,301,073,096	3,026,095,764	3,164,466,860
非流动负债				
长期借款	47,000,000	48,000,000		
非流动负债合计	47,000,000	48,000,000		
负债合计	4,122,550,451	4,349,073,096	3,026,095,764	3,164,466,860
股东权益：				
股本	666,667,000	666,667,000	666,667,000	500,000,000
资本公积	524,953,146	524,953,146	528,263,358	37,183,997
盈余公积	175,711,368	175,711,368	140,039,030	108,203,075
未分配利润	1,651,005,855	1,385,954,875	1,064,565,051	778,268,018
归属于母公司股东权益合计	3,018,337,369	2,753,286,389	2,399,534,439	1,423,655,090
少数股东权益	41,760,947	45,215,483	21,669,093	19,867,797
股东权益合计	3,060,098,316	2,798,501,872	2,421,203,532	1,443,522,887
负债和股东权益总计	7,182,648,767	7,147,574,968	5,447,299,296	4,607,989,747

表最近三年及一期合并利润表

单位：元

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	11,291,155,109	15,902,532,693	14,446,828,942	12,891,203,546
二、营业总成本	11,037,006,029	15,540,543,678	14,039,654,265	12,541,050,628
其中：营业成本	9,834,128,491	13,796,602,845	12,382,017,349	11,074,062,332
其他业务支出				
营业税金及附加	-	71,812,740	88,220,276	79,180,488
销售费用	844,240,871	1,141,451,798	1,091,629,050	952,644,292

管理费用	222,616,309	292,165,002	294,894,526	244,628,475
财务费用	109,127,351	203,074,797	143,098,827	137,915,417
资产减值损失	26,893,006	35,436,496	39,794,237	52,619,624
投资收益	815,523	1,183,355	994,277	-
三、营业利润	254,964,603	363,172,370	408,168,954	350,152,918
加：营业外收入	63,867,556	70,789,448	28,184,582	23,712,328
其中：非流动资产处置利得		52,882	12,397	89,798
减：营业外支出	2,584,277	3,601,366	6,137,925	3,507,204
其中：非流动资产处置损失		462,465	607,432	989,130
四、利润总额	316,247,882	430,360,452	430,215,611	370,358,042
减：所得税费用	51,196,902	73,637,074	111,856,059	96,165,550
五、净利润	265,050,980	356,723,378	318,359,552	274,192,492
归属于母公司股东的净利润	268,505,515	357,062,162	318,132,988	266,441,470
少数股东损益	-3,454,535	-338,784	226,564	7,751,022
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	265,050,980	356,723,378	318,359,552	274,192,492
归属于母公司股东的综合收益总额	268,505,515	357,062,162	318,132,988	266,441,470
归属于少数股东的综合收益总额	-3,454,535	-338,784	226,564	7,751,022

表最近三年及一期合并现金流量表

单位：元

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	12,937,515,640	20,291,205,590	17,616,063,033	14,555,402,287
收到的税费返还	78,782,031	51,411,208	19,685,207	-
收到其他与经营活动有关的现金	152,210,362	19,325,358	123,918,636	1,447,075,918
经营活动现金流入小计	13,168,508,034	20,361,942,156	17,759,666,876	16,002,478,205
购买商品、接受劳务支付的现金	11,290,557,849	18,855,562,274	17,032,451,462	13,198,102,994
支付给职工以及为职工支付的现金	416,456,514	568,746,920	537,939,312	452,793,110
支付的各项税费	307,555,204	136,046,888	131,070,856	356,495,170
支付其他与经营活动有关的现金	532,663,501	920,742,363	848,790,365	2,071,876,367
经营活动现金流出小计	12,547,233,067	20,481,098,445	18,550,251,995	16,079,267,641
经营活动产生的现金流量净额	621,274,967	-119,156,289	-790,585,119	-76,789,436
二、投资活动产生的现金流量：	-			
收回投资所收到的现金		-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	1,918,970	32,249	-
处置子公司收到的现金净额	-	11,722,195	-	-
投资活动现金流入小计	0	13,641,165	32,249	-

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	66,237,221	86,343,615	74,765,467	107,174,070
投资可供出售金融资产支付的现金	-	8,020,000	7,055,000	-
投资所支付的现金	49,597,995	8,000,000		
取得子公司支付的现金	-	85,611,755	-	697,390
投资活动现金流出小计	115,835,216	187,975,370	81,820,467	107,871,460
投资活动产生的现金流量净额	-115,835,216	-174,334,205	-81,788,218	-107,871,460
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	400,000	659,321,092	7,146,200
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	400,000	1,574,732	7,146,200
取得借款收到的现金	4,483,532,912	7,646,932,219	4,018,475,663	3,836,831,606
收到其他与筹资活动有关的现金	1,618,019,637	355,381,831	1,544,296,036	636,094,138
筹资活动现金流入小计	6,101,552,549	8,002,714,050	6,222,092,791	4,480,071,944
偿还债务支付的现金	5,381,435,459	6,350,111,507	3,813,757,235	3,509,372,436
偿付利息支付的现金	77,929,218	168,447,892	116,995,359	307,333,939
股票发行费用	-	3,310,212	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,571,970,153	1,080,808,416	1,385,608,220	706,500,203
筹资活动现金流出小计	7,031,334,830	7,602,678,027	5,316,360,814	4,523,206,578
筹资活动产生的现金流量净额	-929,782,281	400,036,023	905,731,977	-43,134,634
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-		-	
五、现金及现金等价物净增加额	-424,342,530	106,545,528	33,358,640	-227,795,530
加：年初现金及现金等价物余额	1,522,652,414	335,298,470	301,939,830	529,735,360
六、期末现金及现金等价物余额	1,098,309,884	441,843,998	335,298,470	301,939,830

（二）最近三年及一期母公司财务报表

表最近三年及一期母公司资产负债表

单位：元

资产	2016 年 1-9 月	2015 年	2014 年度	2013 年度
流动资产：				
货币资金	866,315,230	773,112,603	377,926,112	263,652,666
应收票据	0	597,350,000	30,000,000	271,000,000
应收账款	544,884,973	147,868,555	226,297,268	35,146,031
预付款项	814,499,214	173,210,060	156,933,519	81,816,174
应收股利	0	20,000,000	20,000,000	20,000,000
其他应收款	1,041,069,479	2,088,979,732	1,863,901,525	985,675,544
存货	311,463,567	239,882,395	185,239,427	120,354,804
流动资产合计	3,578,232,463	4,040,403,345	2,860,297,851	1,777,645,219
非流动资产：				

可供出售金融资产	-	15,075,000	7,055,000	-
长期股权投资	626,496,409	427,228,300	424,504,520	441,410,243
固定资产	51,160,084	46,306,323	48,656,054	52,478,179
无形资产	844,523	503,702	184,545	463,016
递延所得税资产	-	2,563,475	3,517,904	1,281,315
非流动资产合计	678,501,016	491,676,800	483,918,023	495,632,753
资产总计	4,256,733,479	4,532,080,145	3,344,215,874	2,273,277,972
流动负债：				
短期借款	1,794,590,000	1,867,790,117	1,289,087,026	1,323,573,971
应付票据	724,686,818	556,130,000	198,678,200	100,593,000
应付账款	181,037,573	182,139,450	186,248,136	221,002,405
预收款项	239,179,092	36,372,616	6,789,396	2,017,158
应付职工薪酬	2,717,985	144,005	58,534	338,534
应交税费	298,638	10,466,058	11,395,464	603,377
其他应付款	52,723,506	557,131,681	377,467,341	50,524,812
其他流动负债	0	4,195,298	1,666,094	5,867,316
流动负债合计	2,995,233,613	3,214,369,225	2,071,390,191	1,704,520,573
非流动负债合计	47,000,000	48,000,000	-	-
负债合计	3,042,233,613	3,262,369,225	2,071,390,191	1,704,520,573
股东权益：				
股本	666,667,000	666,667,000	666,667,000	500,000,000
资本公积	497,434,143	520,974,131	524,284,343	33,204,983
盈余公积	-	38,183,807	38,164,262	33,532,070
未分配利润	50,398,724	43,885,982	43,710,078	2,020,346
股东权益合计	1,214,499,867	1,269,710,920	1,272,825,683	568,757,399
负债和股东权益总计	4,256,733,479	4,532,080,145	3,344,215,874	2,273,277,972

表最近三年及一期母公司利润表

单位：元

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	3,571,783,976	6,074,889,907	4,944,777,731	5,125,980,741
二、营业总成本				
其中：营业成本	3,519,299,341	5,918,653,412	4,745,829,578	4,981,375,536
营业税金及附加	236,575	506,381	1,917,675	1,692,612
销售费用	216,283	9,174,257	3,371,044	3,285,013
管理费用	36,263,274	53,616,333	72,311,851	52,811,171
财务费用	46,085,140	96,291,053	83,131,201	80,543,055
资产减值损失	0	-3,817,716	8,946,358	3,920,199
加：公允价值变动收益	0			
投资收益	35,461	229,069	23,589,550	117,390,497

三、营业利润	-30,281,175	695,256	52,859,574	119,743,652
加：营业外收入	48,560	875,109	1,787,825	1,650,000
减：营业外支出	51,824	858,985	15,861	227,991
四、利润总额	-30,284,439	711,380	54,631,538	121,165,661
减：所得税费用	671,596	515,931	8,309,614	5,661,401
五、净利润	-30,956,035	195,449	46,321,924	115,504,260
六、其他综合收益的税后净额			-	-
七、综合收益总额	-30,956,035	195,449	46,321,924	115,504,260

表 最近三年及一期母公司现金流量表

单位：元

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	3,932,621,308.89	7,311,925,096	5,588,589,891	5,945,442,418
收到的税费返还	29,114.23			
收到其他与经营活动有关的现金	14,482,900,285.31	1,983,801,448	14,486,681,500	10,333,641,373
经营活动现金流入小计	18,415,550,708.43	9,295,726,544	20,075,271,391	16,279,083,791
购买商品、接受劳务支付的现金	2,416,951,546.30	6,500,287,768	5,298,162,873	5,720,976,877
支付给职工以及为职工支付的现金	7,988,579.66	13,235,890	11,649,731	11,332,942
支付的各项税费	5,063,774.83	5,540,658	27,721,745	26,952,144
支付其他与经营活动有关的现金	14,293,912,906.73	2,171,917,719	15,465,731,574	10,664,254,951
经营活动现金流出小计	16,723,916,807.52	8,690,982,035	20,803,265,923	16,423,516,914
经营活动产生的现金流量净额	1,691,633,900.91	604,744,509	-727,994,532	-144,433,123
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	32,190,069	42,595,274	500,000
取得投资收益收到的现金	37,589.04	-	-	106,200,000
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	5,500
处置子公司现金净额	-		-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-		-	-
投资活动现金流入小计	37,589.04	32,190,069	42,595,274	106,705,500
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	3,699,145	1,390,230	2,339,716
投资可供出售金融资产支付的现金	-	8,000,000	7,055,000	-
投资支付的现金	220,500,000.00	34,900,000	2,100,000	31,153,600

取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-		-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	220,500,000.00	46,599,145	10,545,230	33,493,316
投资活动产生的现金流量净额	-220,462,410.96	-14,409,076	32,050,044	73,212,184
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	657,746,361	-
取得借款收到的现金	2,151,695,779.00	3,568,405,592	2,671,888,981	2,691,269,809
收到其他与筹资活动有关的现金	4,518,070.04	120,756,336	219,006,895	219,348,189
筹资活动现金流入小计	2,156,213,849.04	3,689,161,928	3,548,642,237	2,910,617,998
偿还债务支付的现金	3,487,309,154.79	3,610,692,501	2,465,375,926	2,349,099,027
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	44,856,989.27	100,713,807	78,448,996	279,023,997
支付其他与筹资活动有关的现金	2,224,889.76	464,303,369	228,943,692	210,104,374
筹资活动现金流出小计	3,534,391,033.82	4,175,709,677	2,772,768,614	2,838,227,398
筹资活动产生的现金流量净额	-1,378,177,184.78	-486,547,749	775,873,623	72,390,600
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	208,322.08		-	-
五、现金及现金等价物净增加额	93,202,627.25	103,787,684	79,929,135	1,169,661
加：年初现金及现金等价物余额	773,112,602.75	185,401,762	105,472,627	104,302,966
六、期末现金及现金等价物余额	866,315,230.00	289,189,446	185,401,762	105,472,627

二、合并报表范围的变化

（一）2015 年合并财务报表合并范围的变动

1、2015 年新增合并单位 22 家

表 2015 年新增合并单位

名称	变更原因	注册资本（万元）	持股比例
广东云浮深商投商用置业有限公司	投资成立	-	75%

2、2015 年减少合并单位 1 家

表 2015 年减少合并单位

名称	变更原因	持股比例	变更时间
北京中智联合通信科技发展有限公司	减资	10%	2015 年 8 月

（二）2014 年合并财务报表合并范围的变动

1、2014 年新增合并单位 22 家**表 2014 年新增合并单位**

名称	变更原因	注册资本（万元）	持股比例
四川亿佳隆通讯连锁有限公司绵阳分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司新郑分公司	投资成立	-	100%
南平市迪信电子通信技术有限公司	投资成立	50	100%
江苏迪丰通信技术有限公司	投资成立	500	100%
甘肃迪信通商贸有限公司金昌分公司	投资成立	-	100%
宁波高新区文翠科技有限公司	投资成立	1000	100%
南通迪丰通信技术有限公司	投资成立	100	100%
青岛飞迪通信技术有限公司	投资成立	50	100%
青岛富迪通通信技术有限公司	投资成立	50	100%
四川亿佳隆通讯连锁有限公司西昌分公司	投资成立	-	100%
岳阳市迪锋科技信息有限公司	投资成立	50	100%
衡阳丰泽电讯设备有限公司	投资成立	50	100%
常州迪丰通信技术有限公司	投资成立	100	100%
盐城迪丰通信技术有限公司	投资成立	100	100%
三明迪信电子通信技术有限公司	投资成立	50	100%
上海胜多商贸有限责任公司	投资成立	500	100%
北京易久维互联科技有限公司	投资成立	150	100%
西安迪信通电子通讯技术有限公司咸阳分公司	投资成立	-	100%
中山迪信通商贸有限公司	投资成立	100	100%
北京迪信商贸有限责任公司	投资成立	10000	100%
深圳迪信通投资控股有限公司	投资成立	5000	100%
佛山迪信通商贸有限公司	投资成立	100	100%

2、2014 年减少合并单位 3 家**表 2014 年减少合并单位**

名称	变更原因	持股比例	变更时间
北京超迅发科贸有限责任公司	注销	100%	2014 年 10 月
北京迪信创投发商贸有限公司	注销	100%	2014 年 9 月
绍兴越旗通讯科技有限公司	注销	100%	2014 年 5 月

（三）2013 年合并财务报表合并范围的变动**1、2013 年新增合并单位 32 家****表 2013 年新增合并单位**

名称	变更原因	注册资本（万元）	持股比例
----	------	----------	------

沈阳通联四海电子通信技术有限公司大连分公司	投资成立	-	100%
沈阳通联四海电子通信技术有限公司营口分公司	投资成立	-	100%
沈阳通联四海电子通信技术有限公司鞍山分公司	投资成立	-	100%
北京迪信通电子商务有限公司	投资成立	1000	100%
内蒙古迪信通通信技术有限公司	投资成立	300	100%
河北迪信电子通信设备有限公司唐山分公司	投资成立	-	100%
三河市迪信通通讯设备销售有限公司	投资成立	100	100%
扬州迪信电子通信技术有限公司	投资成立	100	100%
江苏胜多科贸有限责任公司	投资成立	1000	100%
温州亚盛通信器材有限公司金华分公司	投资成立	-	100%
甘肃迪信通商贸有限公司	投资成立	200	100%
广州迪信通通讯有限公司	投资成立	200	100%
梧州迪信通通信设备商贸有限公司	投资成立	100	100%
漳州迪信电子通信技术有限公司	投资成立	100	100%
福建迪信电子通信技术有限公司	投资成立	500	100%
信阳贝信科贸有限公司	收购	80	100%
孝感市朗利通讯器材有限公司	投资成立	20	100%
河南迪信通商贸有限公司南阳分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司商丘分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司安阳分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司新密分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司洛阳分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司济源分公司	投资成立	-	100%
河南迪信通商贸有限公司鹤壁分公司	投资成立	-	100%
云南永进电子通信技术有限公司	投资成立	100	100%
云南继跃通信技术有限公司	投资成立	100	100%
云南迪信通电子通信技术有限公司昭通分公司	投资成立	-	100%
云南迪信通电子通信技术有限公司昭通永善分公司	投资成立	-	100%
北京中智联合通信科技发展有限公司	投资成立	1998.98	65.77%
辽宁超迅发商贸有限公司	投资成立	500	100%
江西创发商贸有限责任公司	投资成立	500	100%
四川亿佳隆通讯连锁公司攀枝花分公司	投资成立	-	100%

2、2013 年减少合并单位 5 家

表 2013 年新减少并单位

名称	变更原因	持股比例	变更时间
包头迅即通商贸有限公司	注销	100%	2013 年 5 月

丰城迪信通商贸有限公司	注销	100%	2013 年 8 月
合肥新机汇通信技术有限公司	注销	100%	2013 年 7 月
合肥丁之商贸有限责任公司	注销	100%	2013 年 8 月
成都创发通讯器材有限公司眉山分公司	注销	100%	2013 年 5 月

三、最近三年及一期主要财务指标

表 最近三年及一期发行人主要财务指标

主要财务指标	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
流动比率	169.28%	159.24%	171.82%	137.69%
速动比率	104.53%	102.72%	107.84%	86.59%
资产负债率	57.40%	60.85%	55.55%	68.67%
利息保障倍数	-	3.80	5.10	4.85
归属于母公司股东的每股净资产（元）	4.53	4.13	3.60	2.85
每股净资产	4.59	4.20	3.63	2.89
应收账款周转率	5.83	8.95	9.84	14.09
存货周转率（次）	3.88	6.32	6.97	7.72
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.93	-0.18	-1.19	-0.15
基本每股收益（元）	0.4	0.54	0.55	0.53
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元）	0.4	0.53	0.52	0.51
加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	19%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	18%

上述各指标的具体计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货净额）/流动负债

资产负债率=负债合计/资产总计

归属于母公司股东的每股净资产=归属于母公司所有者的权益/期末股本总额

利息保障倍数=（税前利润+利息支出-利息收入）/（利息支出-利息收入）

存货周转率=营业成本/存货平均余额

每股经营活动的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数。

加权平均净资产收益率、每股收益指标根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）的规定计算。上表中其他每股指标均比照执行。

如无特别说明，本节中出现的指标均依据上述口径计算。

四、发行人最近三年及一期非经常性损益明细表

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定，非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表

使用人对公司经营业绩和盈利能力做出正常判断的各项交易和事项产生的损益。

本公司最近三年非经常性损益情况如下：

表最近三年及一期发行人非经常性损益明细表

单位：元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益	-2,261,915.68	-409,583	-595,035	-899,332
越权审批或无正式批准文件的 税收返还、减免	-	---	---	
计入当期损益的政府补助（与 企业业务密切相关，按照国家 统一标准定额或定量享受的政 府补助除外）	296,127.04	480,289	23,550,020	11,745,177
除上述各项之外的其他营业外 收入和支出	3,131,207.71	2,432,786	-908,328	3,144,729
非经常性损益合计	1,165,419.07	2,503,492	22,046,657	13,990,574
减：所得税影响额	291,354.77	625,873	5,511,664	3,497,644
少数股东权益影响额（税后）	-11653	21,960	82,282	-5,956
合计	862,411.30	1,855,659	16,452,711	10,498,886

五、净资产收益率及每股收益情况

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订），公司最近三年及一期的净资产及每股收益情况如下：

表每股收益与净资产收益率

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
基本每股收益（元）	0.40	0.54	0.55	0.53
稀释每股收益（元）	0.40	0.54	0.55	0.53
加权平均净资产收益率（%）	-	14%	16%	19%
扣除非经常性损益后：				
基本每股收益（元）	0.40	0.53	0.52	0.51
稀释每股收益（元）	0.40	0.53	0.52	0.51
加权平均净资产收益率（%）	9%	14%	16%	18%

上述财务指标的计算方法如下：

1、基本每股收益可参照如下公式计算：

基本每股收益 = $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P₀ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行

在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

2、稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益 = $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

3、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率 = $P0 / (E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

4、各期每股收益根据原报告期实际数值列示，不调整为可比数据。

六、管理层讨论与分析

本公司管理层结合最近三年一期的财务报表，对资产负债结构、现金流量、偿债能力、盈利能力、未来业务目标以及盈利能力的可持续性进行了如下分析：

（一）资产结构

表最近三年及一期末资产构成情况

单位：万元

资产	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	109,830.99	15.29%	152,265.24	21.30%	69,068.03	12.68%	81,600.95	17.71%
应收票据	0.00	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	34.00	0.01%
应收账款	199,876.30	27.83%	187,432.17	26.22%	167,775.26	30.80%	125,745.89	27.29%
预付款项	104,160.41	14.50%	90,474.73	12.66%	79,355.18	14.57%	54,432.41	11.81%
其他应收款	12,140.53	1.69%	11,636.58	1.63%	10,134.13	1.86%	12,193.79	2.65%
存货	263,868.08	36.74%	243,077.55	34.01%	193,602.65	35.54%	161,706.71	35.09%
其他流动资产	14.94	0.00%						

流动资产合计	689,891.24	68.99%	684,886.28	95.82%	519,935.24	95.45%	435,713.75	94.56%
可供出售金融资产	1,507.50	0.15%	1,507.50	0.21%	705.50	0.13%	-	0.00%
长期股权投资	1,029.83	0.10%	1,017.76	0.14%	99.43	0.02%		
固定资产	10,138.54	1.01%	9,780.06	1.37%	9,154.34	1.68%	9,715.00	2.11%
在建工程	-	0.00%						
无形资产	116.31	0.01%	78.53	0.01%	61.38	0.01%	88.53	0.02%
商誉	5,747.64	0.57%	5,747.64	0.80%	5,730.19	1.05%	5,730.19	1.24%
长期待摊费用	5,724.01	0.57%	5,642.10	0.79%	6,257.45	1.15%	7,328.58	1.59%
递延所得税资产	4,109.81	0.41%	6,097.62	0.85%	2,786.42	0.51%	2,222.93	0.48%
非流动资产合计	28,373.64	2.84%	29,871.21	4.18%	24,794.69	4.55%	25,085.22	5.44%
资产总计	718,264.88	71.83%	714,757.50	100.00%	544,729.93	100.00%	460,798.97	100.00%

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，公司资产总额分别为 460,798.97 万元、544,729.93 万元、714,757.50 万元和 718,264.88 万元。随着公司经营规模的不断扩大，公司资产规模整体保持不断增长的态势。

从资产结构来看，公司的流动资产占总资产的比重较高，报告期内平均占比为 96.05%，公司的流动资产主要为存货、应收账款以及货币资金，报告期内占总资产的比重平均为 79.86%；报告期内非流动资产占总资产的比重平均为 3.95%，非流动资产主要为固定资产和商誉，报告期内占总资产的比重平均为 2.21%。

1、货币资金

表最近三年一期末货币资金构成情况

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	357.28	0.33%	701.23	0.46%	723.24	1.05%	1,085.86	1.33%
银行存款	17,646.70	16.07%	43,483.17	28.56%	32,806.61	47.50%	29,108.12	35.67%
其他货币资金	91,827.00	83.61%	108,080.84	70.98%	35,538.18	51.45%	51,406.97	63.00%
合计	109,830.99	100.00%	152,265.24	100.00%	69,068.03	100.00%	81,600.95	100.00%

公司货币资金主要是银行存款和其他货币资金，其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金、银行借款质押保证金等。

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，公司的货币资金分别为 81,600.95 万元、690,68.03 万元、152,265.24 万元和 109,830.99 万元，占总资产的比重分别为 17.71%、12.68%、21.30%和

15.29%，平均比重为 16.75%，货币资金变动主要考虑以下因素：(I)2014 年实现 IPO,收到股票发行款；(II)2016 年相比 2015 年的减少主要是短期借款的减少引起的保证金的减少。

2、应收账款

最近三年及一期期末，公司应收账款分别为 125,745.89 万元、167,775.26 万元、187,432.17 万元和 199,876.30 万元，占总资产比例分别为 27.29%、30.80%、26.22%和 27.83%，占总资产的比重平均为 28.04%。应收账款逐年增加，应收账款周转率逐年降低主要是因为 1、销售收入的增加导致应收增加；2、集团加强对加盟商及经销商的管理，根据信用分级情况，在风险可控的前提下，公司会对信用等级高的客户授出的信贷期由 30-90 天延长至 30-120 天；3、2016 年 9 月苹果新品上市时会临时调高部分客户的信用额度。

3、预付款项

最近三年及一期期末，公司的预付款项分别为 54,432.41 万元、79,355.18 万元、90,474.73 万元和 104,160.41 万元，占总资产比例分别为 11.81%、14.57%、12.66%和 14.50%，占总资产的比重平均为 13.39%。预付账款占总资产的比重呈逐年增加趋势，主要是因为苹果、华为、三星等新品手机集中上市，均为预付款发货且采购量较大。

4、存货

公司的存货为库存商品、原材料及在产品。

表最近三年及一期末存货资金构成情况

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
库存商品	236,977.93	89.81%	211,381.62	86.96%	190,173.43	98.23%	161,552.56	99.90%
开发成本	22,852.96	8.66%	28,271.81	11.63%				
低值易耗品	4,037.18	1.53%	3,424.13	1.41%	3,429.22	1.77%	154.15	0.10%
合计	263,868.08	100.00%	243,077.55	100.00%	161,706.71	100%	125,219.92	100%

最近三年及一期期末，公司存货占总资产的比重分别为 35.09%、35.54%，34.01%和 36.74%，基本保持稳定。

存货主要是各种型号的手机库存，公司定期进行存货盘点和减值测试，对于存龄超过 60 天的存货都认定为滞销存货，会立即采取措施和手机厂商商定促销方案，一般采用厂商提供手机补贴的方式进行促销。

5、固定资产

最近三年及一期期末，公司固定资产账面价值分别为 9,715.00 万元、9,154.34 万元、9,780.06 万元和 10,138.54 万元，占总资产的比例分别为 2.11%、1.68%、1.37%和 1.41%。

最近三年各期末，公司固定资产的构成情况如下：

表最近三年一期末固定资产构成情况

类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	5,160.55	50.90%	5,326.75	54.47%	4,822.23	52.68%	5,087.27	52.37%
运输设备	2,627.58	25.92%	1,966.59	20.11%	2,041.49	22.30%	2,150.80	22.13%
办公及其他设备	2,350.42	23.18%	2,486.73	25.43%	2,290.62	25.02%	2,476.93	25.50%
合计	10,138.54	100%	9,780.06	100.00%	9,154.34	100%	9,715.00	100.00%

报告期内，公司的固定资产主要是房屋建筑物以及运输设备。公司的固定资产折旧政策符合稳健性原则。报告期各期末固定资产未发生可变现净值低于账面成本的情况，故未提取固定资产减值准备。

6、商誉

最近三年及一期期末，公司商誉分别为 5,730.19 万元、5,730.19 万元、5,747.64 万元和 5,747.64 万元，占总资产的比例分别为 1.24%、1.05%、0.80%和 0.80%。

报告期内商誉的形成主要是由于公司通过并购的方式增加门店数量，在并购过程中产生的溢价。国内手机连锁企业主要通过开设新店、吸收加盟店或并购等方式加速规模扩张。公司近几年根据经营状况和资金筹措能力，适时采取自建或并购的方式进行适当规模的连锁扩张，保持公司持续发展、提高公司抵御经营风险的能力。由于手机连锁企业资产的特点主要是以流动资产为主，而企业的核心价值是整个零售销售网络，具体包括手机销量、市场份额、品牌影响力、店面的位置与布局，店面数量以及门店租约的长短等方面，所以在公司并购过程中会产生一定的溢价。

7、长期待摊费用

最近三年及一期期末，公司长期待摊费用分别为 7,328.58 万元、6,257.45 万元、5,642.10 万元和 5,724.01 万元，占总资产的比例分别为 1.59%、1.15%、0.79%和 0.80%。

报告期内长期待摊费用主要是公司支付的超过一年期门店租金及门店装修费，长期待摊费用随着公司门店数的增减而变化。

（二）负债结构

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，公司负债总额分别为 316,446.69 万元、302,609.58 万元、434,907.31 万元和 412,255.05 万元。

从资产结构来看，公司负债大多为流动负债，报告期内占比分别为 100%、100%、98.90%和 98.86%。公司的流动资产主要为短期借款、应付账款以及应付票据。

报告期内，公司负债大多为流动负债的主要原因有两方面，一、公司作为通讯零售连锁的行业龙头，销售覆盖范围和市场占有率都是供货厂商比较重视的，在常规经营运作中，公司尽可能的利用供货厂商资源，作为合同签署的重要条款，要求厂商提供免息账期和信用额度，以降低企业运营成本；二、公司具有畅通的融资渠道，与多家银行建立长期紧密合作的关系，银行非常认可公司较强的流动性和成长性，但公司属于轻资产企业，从融资方式选择看，比较适合短期融资项目，基本可以满足前期业务结算需求。

报告期内，公司的负债构成情况如下表所示：

表最近三年及一期末负债构成情况

单位：万元

负债	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债：								
短期借款	218,559.00	53.02%	315,029.25	72.47%	190,347.18	62.90%	169,875.34	53.68%
应付票据	104,786.66	25.42%	7,185.00	1.65%	25,796.88	8.52%	53,303.10	16.84%
应付账款	38,620.71	9.37%	47,960.99	11.03%	44,558.05	14.72%	54,572.87	17.25%
预收款项	17,053.10	4.14%	19,988.56	4.60%	8,984.86	2.97%	13,607.54	4.30%
应付职工薪酬	5,252.60	1.27%	6,176.22	1.42%	6,021.98	1.99%	3,987.48	1.26%
应交税费	19,842.94	4.81%	29,016.56	6.67%	16,804.66	5.55%	8,650.31	2.73%
其他应付款	2,453.12	0.60%	3,584.34	0.82%	6,207.75	2.05%	8,409.74	2.66%
其他流动负债	986.91	0.24%	966.39	0.22%	3,888.22	1.28%	4,040.30	1.28%
流动负债合计	407,555.05	98.86%	429,907.31	98.90%	302,609.58	100.00%	316,446.69	100.00%
非流动负债：								
长期借款	4,700.00	1.14%	4,800.00	1.10%				

非流动负债合计	4,700.00	1.14%	4,800.00	1.10%	-	0.00%	-	0.00%
负债合计	412,255.05	100%	434,707.31	100%	302,609.58	100%	316,446.69	100%

1、短期借款

最近三年，短期借款占总负债的比例呈逐年增加趋势，但一期期末有所下降，占总负债的比例平均为 60.52%。短期借款主要为保证借款、质押借款和信用借款。

表最近三年一期末短期借款构成情况

单位：万元				
项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
信用借款	174,847.20	242,975.00	144,638.68	27,900.00
保证借款				94,180.39
质押借款	43,711.80	72,054.25	38,908.50	40,994.95
抵押借款			6,800.00	6,800.00
合计	218,559.00	315,029.25	190,347.18	169,875.34

报告期内短期借款呈逐年上升趋势，主要是随着公司业务规模的不断扩大，公司需要更多的资金来满足日常经营的需要。报告期内公司的短期借款主要为向银行借的滚动保证借款和信用借款。随着公司业务规模的不断拓展，公司的资信等级和融资能力不断提高，短期借款逐年增加，报告期末无到期而未偿还的短期借款。随着公司业务规模的不断扩张，对于营运资金的需求将大幅度增加，公司借助资本市场筹集资金的需求将尤为迫切。

公司 2015 年末较 2014 年末短期借款增加了 12.47 亿元，2014 年年末较 2013 年年末短期借款增加 2.05 亿元，主要是由于：一方面，随着公司业务规模扩大，公司采购规模随之提升，其中 4G 手机、智能机等机型价格相对较高，导致公司采购金额较以往年度大幅提高；另一方面，近两年来苹果、华为、三星等上游供应商因在 4G 手机、智能机上的良好表现而具备较强的话语权，在供应链中处于较为强势的地位，一般均要求采购商货到付款，在旺季备货时节甚至要求采购商先支付定金再发货。受前述两方面的影响，公司经营活动产生的现金流量已不能完全满足公司采购规模快速扩张所带来的资金需求，公司向银行举借较多短期借款以满足公司因业务规模扩大所带来的日益增长的资金需求。

2、应付账款和应付票据

报告期内，公司的应付账款和应付票据为应付供应商的商品采购款，截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30

日，公司的应付账款余额分别为 54,572.87 万元、44,558.05 万元、47,690.99 万元和 38,620.71 万元，占负债总额的比例分别为 17.25%、14.73%、11.03%和 9.37%；应付票据余额分别为 53,303.10 万元、25,796.88 万元、7,185.00 万元和 104,786.66 万元，占负债总额的比例分别为 16.84%、8.53%、1.65%和 25.42%。

公司应付账款较为稳定，2014 年末公司应付账款和应付票据余额合计较上年末减少 3.75 亿元，主要是因为 2014 年采购量最大的苹果、华为及三星等品牌均采用预付款方式，而采用厂商信用账期采购的品牌手机市场份额大幅下降，采购量也相对减少。

3、预收款项

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，公司预收款项余额分别为 13,607.54 万元、8,984.86 万元、19,988.56 万元和 17,053.10 万元，占总负债的比例分别为 4.30%、2.97%、4.60%和 4.14%。公司的预收款项主要是针对加盟商款到发货所形成的预收货款。

为了加快货款的回收管理，确保资金安全，2011 年公司开始对于一些新的客户包括新加入的其他外部客户及加盟商，逐步采取先收款后发货的处理原则。

2015 年较 2014 年年末预收账款增加 11,003.70 万元，约 122.47%，主要原因系公司加盟店由 602 家增加至 674 家。

2014 年年末较 2013 年年末预收账款减少 4,622.67 万元，约 44.98%，主要是由于公司只对新客户采取预收账款方式，2014 年新增加盟商较 2013 年有所减少。

2013 年年末较 2012 年年末预收账款增加 3,330.73 万元，约 32.41%，主要来源于随着加盟店的增加带来的对外部客户和加盟商收取的预收账款的增加。

4、其他应付款

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，公司其他应付款分别为 8,409.74 万元、6,207.75 万元、3,584.34 万元和 2,453.12 万元，占总负债的比例分别为 2.66%、2.05%、0.82%和 0.6%。公司的其他应付款主要包括转租柜台押金、手机厂商质量保证金等。

公司的其他应付款在报告期内保持稳定。

（三）现金流量分析

表最近三年及一期现金流量表主要科目情况

单位：万元

	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	62,127.50	-11,915.63	-79,058.51	-7,678.94
投资活动产生的现金流量净额	-11,583.52	-17,433.42	-8,178.82	-10,787.15
筹资活动产生的现金流量净额	-92,978.23	40,003.60	90,573.20	-4,313.46
现金及现金等价物增加额	-42,434.25	10,654.55	3,335.86	-22,779.55

1、经营活动产生的现金流量

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-7,678.94 万元、-79,058.51 万元、-11,915.63 万元和 62,127.50 万元，报告期内，公司营业性现金流为负的主要原因是由于存货占用大量现金流，明星机型需预付账款方式拿货所致。

2013 年公司经营活动产生的现金流量净额比 2012 年增加 21.94%，较为稳定。2014 年公司经营活动产生的现金流量净额比 2013 年减少 71,379.57 万元，约 930%，主要系因为：1、与运营商紧密合作使得合约话费套餐绑定的手机销售增加导致应收款项增加 4.20 亿元；2、为了抢占苹果 6 及华为 MATE7 等明星产品，导致预付账款增加 2.49 亿元；3、由于应付账款账期到期而支付货款，导致应付账款减少 1.00 亿元。

受益于国产智能手机的快速发展，该情况在 2015 年得到了极大改善，2015 年各品牌明星手机较为平均，未出现集中于某一款明星机型的现象，因此 2015 年经营性现金流水平较上一年有较大幅度的提高。2015 年经营性现金流为负的主要原因系：1、为应对元旦及农历新年假期而增加采购热销产品（如苹果 Iphone6S 及苹果 Iphone6S Plus、华为新品），从而导致存货增加使现金压力增加；2、由于应付账款账期到期而支付货款，导致应付账款及应付票据减少使得现金流出。

2016 年截至 9 月底经营性现金流为正的主要原因是手机销售受到季节性影响较为强烈，各明星机型及促销季均在下半年，因此前三季度经营性现金流压力不大。

2、投资活动产生的现金流量

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-9 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-10,787.15 万元、-8,178.82 万元、-17,433.42 万元和-11,583.52 万元。

报告期各期公司投资活动产生的现金流出主要系公司购建固定资产、无形资产和投资支付的现金。

2015 年公司投资活动产生的现金流量净额比 2014 增加 9,254.60 万元，主要系：1、购建固定资产及新开门店及老店翻新的装修支出所致；2、收购附属公司支出。

3、筹资活动产生的现金流量

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-9 月，发行人筹资活动产生的现金流量净额分别为-4,313.46 万元、90,573.20 万元、40,003.60 万元和-92,978.23 万元，报告期内，公司筹资现金流入的来源主要为银行借款和发行股票。

2014 年公司筹资活动产生的现金流量净额比 2013 年增加 94,886.66 万元，主要系吸收投资收到的现金增加 65,217.49 万元，【短期借款减少 12,274 万元，应付票据保证金增加 22,909 万元，筹资利息增加 19,034 万（分配股利及偿还利息比 2013 年减少 19,034 万元）】。

2015 年末公司筹资活动产生的现金流量较 2014 年末减少了 50,569.60 万元，主要系因为 2015 年末保证金解押与质押净额较 2014 年减少所致。

2016 年 9 月末筹资活动产生的现金流量较 2015 年末减少了 132,981.83 万元，主要系因为 2016 年末借款较 2015 年末减少，偿还借款金额较 2015 年末增加。

（四）偿债能力分析

本公司最近三年及一期主要偿债能力指标如下表所示：

表主要偿债能力指标情况

主要财务指标	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
流动比率	169.28%	159.24%	171.82%	137.69%
速动比率	104.53%	102.72%	107.84%	86.59%
资产负债率	57.40%	60.85%	55.55%	68.67%
利息保障倍数	-	3.80	5.10	4.85

1、流动比率和速动比率

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，发行人的流动比率分别为 137.69%、171.82%、159.24%和 169.28%；速动比率分别为 86.59%、107.84%、102.72%和 104.53%，流动比率和速动比率较高主要是由于公司作为一家连锁零售企业，资产流动性较好，报告期流动比率

大于 1.5，变现能力较强，短期偿债风险较小。

2、资产负债率

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日，发行人资产负债率分别为 68.67%、55.55%、60.85%和 57.40%。公司的负债比率保持在合理范围内，保持了安全稳健的财务结构。

3、利息保障倍数

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日，发行人利息保障倍数分别为 4.85、5.10 和 3.80。

因公司业务拓展的需要，公司使用较多短期债务融资手段弥补资金缺口，充分利用财务杠杆作用。报告期内，公司因为举借较多的短期借款以应对公司日趋增加的采购支付压力，利息保障倍数有所降低，但是总体而言，公司利息保障倍数仍处于合理范围，公司仍具备较强的利息支付能力。

公司主营业务盈利能力较强，短期偿债能力强，报告期末发生无法偿还到期债务。

总体来说，发行人的流动比率、速动比率较高，短期偿债能力较强。发行人的资产负债率和利息保障倍数处于安全合理水平，拥有较强的偿债能力。

发行人拥有良好的融资渠道，已与多家银行建立了密切的合作关系。发行人经营情况良好，截至 2016 年 9 月 30 日，公司在银行等金融机构获得总授信额度为 33.08 亿元，其中 6.5503 亿尚未使用，公司具有畅通的融资渠道和较强的偿债能力。

（五）盈利能力分析

报告期内，公司主要盈利指标如下：

表 公司主要盈利指标

指标名称	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
综合毛利率	12.90%	13.24%	14.29%	14.10%
营业利润率	2.26%	2.28%	2.83%	2.72%
净利率	2.35%	2.24%	2.98%	2.13%
加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	19%

扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	9%	14%	16%	18%
基本每股收益（元）	0.4	0.54	0.55	0.53

表 利润表主要科目情况

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	1,129,115.51	1,590,253.27	1,444,682.89	1,289,120.35
营业成本	983,412.85	1,379,660.28	1,238,201.73	1,107,406.23
期间费用	117,598.45	163,669.16	152,962.24	133,518.82
资产减值损失	2,689.30	3,543.65	3,979.42	5,261.96
投资收益	81.55	118.34	99.43	
营业利润	25,496.46	36,317.24	40,816.90	35,015.29
营业外收入	6,386.76	7,078.94	2,818.46	2,371.23
营业外支出	258.43	360.14	613.79	350.72
利润总额	31,624.79	43,036.05	43,021.56	37,035.80
所得税费用	5,119.69	7,363.71	11,185.61	9,616.56
净利润	26,505.10	35,672.34	31,835.96	27,419.25

1、各业务收入情况分析

表 报告期内各业务板块收入情况

单位：万元、%

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配套产品	1,079,209.67	95.41	1,515,353.11	95.29	1,367,942.97	94.69	1,225,932.48	95.10
运营商服务收入	41,099.80	3.63	57,715.52	3.63	60,700.01	4.20	49,620.44	3.85
维修及服务收入	7,903.81	0.70	2,228.43	0.14	2,121.32	0.15	625.05	0.05
其他业务收入	2,979.61	0.26	14,956.20	0.94	13,918.59	0.96	12,942.38	1.00
合计	1,131,192.89	100.00	1,590,253.27	100.00	1,444,682.89	100	1,289,120.35	100

最近三年及一期，公司营业收入分别为 1,289,120.35 万元、1,444,682.89 万元、1,590,253.27 万元和 1,131,192.89 万元。随着公司业务的发展，产品销量逐年增长带来营业收入的稳步增长。

报告期内，发行人的主营业务主要为手机及配套产品收入、运营商服务收入销售收入，另外，维修及服务收入和其他业务也构成销售收入的小部分。

手机及配套产品销售是收入的主要构成部分，报告期内占比分别为 95.10%、94.69%、95.29%和 95.41%。报告期内，虽然互联网销售的发展对传统零售行业冲击较大，但在这种不利条件下，公司的手机及配套产品销售仍然保持稳定增长，主要是因为：互联网销售对传统零售行业冲击中，通讯零售行业要远小于对快速消费品等其他零售行业的影响，并且互联网销售增幅呈逐步下降趋势，主要原因

有几方面：（1）手机产品趋于高端智能化发展，手机使用功能不断整合、不断更新，客户体验和售后服务尤为重要，客人在实体店面有专业的销售人员予以指导和服务，可以直接了解和掌握产品的功能，在客户体验方面实体店面比网销更具优势；（2）互联网销售的特点就是低价策略，手机厂商为了保证产品的盈利周期，不会把新品手机及热销机型投入网上销售，这也是很多热销机型网上买不到的原因，厂商更愿意保证实体门店的货源，可以面对终端消费者进行产品推广和宣介，网销进货渠道与实体店面没有区别，网销价格与实体店面价格差距越来越小，个别品牌机型的价格差异，实体店面可以通过各项免费服务及配件赠送来化解，让客人得到满意的服务；（3）运营商的服务内容，在实体店面得到充分体现，面对面的详细介绍，让客人更清楚的了解适合自己的合约套餐，代客办理相关手续，给客人带来便利，实体店面承担了部分运营商营业厅的职能，合约量远超过网销。

运营商服务收入是公司销售收入的第二主要来源，报告期内占营业收入比重分别达到 3.85%、4.20%、3.63%和 3.63%。运营商服务收入主要是套餐补贴和套餐销售佣金。公司将全国划分四个运营商合作大区，由大区统一对接大区内子公司与运营商的合作。2014 年，公司完成 620 万号码套餐销售金额，获得佣金收入 6.07 亿元。套餐佣金收入主要得益于国家对运营商的补贴，2014 年下半年开始该部分补贴明显减少，同时工信部加强对运营商的成本考核，导致合约套餐补贴单价出现明显下滑，受此影响，2015 年此部分占比进一步萎缩。

2、各区域收入情况分析

公司的主要业务及盈利贡献均来自于手机及其零部件的销售，且公司及子公司的经营机构均位于中国大陆，故没有进一步披露业务分部及地区分部的相关信息。

3、主营业务毛利分析

报告期内各期公司主要业务的收入、成本及毛利率构成情况如下表所示：

表 报告期内各业务板块收入情况

单位：万元、%

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配套产品	1,079,209.67	95.41	1,515,353.11	95.29	1,367,942.97	94.69	1,225,932.48	95.10
运营商服务收入	41,099.80	3.63	57,715.52	3.63	60,700.01	4.20	49,620.44	3.85

维修及服务收入	7,903.81	0.70	2,228.43	0.14	2,121.32	0.15	625.05	0.05
其他服务收入	2,979.61	0.26	14,956.20	0.94	13,918.59	0.96	12,942.38	1.00
合计	1,131,192.89	100.00	1,590,253.27	100.00	1,444,682.89	100	1,289,120.35	100

表 报告期内各业务板块营业成本情况

单位：万元、%

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配件销售	975,180.87	99.16	1,370,309.37	99.32	1,229,311.30	99.28	1,099,413.46	99.28
运营商服务收入	8,025.46	0.82	8,910.06	0.65	8,493.37	0.69	7,613.97	0.69
其他服务收入	206.52	0.02	440.85	0.03	397.07	0.03	378.80	0.03
合计	983,412.85	100.00	1,379,660.28	100.00	1,238,201.73	100.00	1,107,406.23	100.00

表 报告期内各业务板块毛利及毛利率情况

单位：万元、%

毛利	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
手机及配件销售	107,008.41	72.41	138,502.88	68.09	140,753.00	68.17	127,144.07	69.97
运营商服务收入	33,074.34	22.38	50,393.48	24.77	52,206.64	25.28	42,006.47	23.12%
其他服务收入	7,697.29	5.21	14,515.35	7.14	13,521.52	6.55	12,563.59	6.91%
合计	147,780.04	100.00	203,411.71	100.00	206,481.16	100.00	181,714.12	100.00

毛利率	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
手机及配件销售	9.89	9.18	10.27	10.37
运营商服务收入	80.47	84.98	86.01	84.66
其他服务收入	97.39	97.05	97.15	97.07
合计	13.06	12.85	14.29	14.10

公司 2014 年较 2013 年整体毛利率有所上升主要是来自于运营商服务收入及其他服务收入（包括维修服务及其他业务）的毛利率上升所致；

公司 2015 年整体毛利率再次较 2014 年有所下降主要是来自于运营商服务及其他服务收入（包括维修服务及其他业务）和毛利下降所致。公司的其他业务毛利主要是 1、收取供应商的管理及服务费；2、来自增值服务的收入；3、将专柜租给维修商收到的租金；4、维修收入；5、加盟费产生的毛利，其他业务毛利较高主要是因为成本费用低。

4、期间费用分析

表 最近三年及一期期间费用分析

项目	2016 年度 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
----	---------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	84,424.09	7.48%	114,145.18	7.18%	109,162.91	6.86%	95,264.43	7.39%
管理费用	22,261.63	1.97%	29,216.50	1.84%	29,489.45	1.85%	24,462.85	1.90%
财务费用	10,912.74	0.97%	20,307.48	1.28%	14,309.88	0.90%	13,791.54	1.07%
合计	117,598.45	10.42%	163,669.16	10.29%	152,962.24	9.62%	133,518.82	10.36%

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-9 月公司销售费用分别为 95,264.43 万元、109,162.91 万元、114,145.18 万元和 84,424.09 万元，公司作为连锁零售企业，较多开展促销活动导致销售费用规模较大，但同时销售费用占比成下降趋势，体现了公司较好的成本控制水平。

报告期内，公司的管理费用和财务费用均基本维持稳定，未有较大幅度的波动，公司整体费用处于较为合理的水平。

5、营业外收入

最近三年及一期，公司的营业外收入主要为政府补贴和非流动资产处置利得，其中政府补贴主要为部分子公司从政府部门获取的补贴，主要为当地政府为支持当地业务而提供，具体情况如下表：

表 营业外收入构成情况

单位：万元				
项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置利得	0	5.29	1.24	8.98
政府补助	6,133.35	6,516.49	2,355.00	1,799.72
其他	253.41	557.17	462.22	562.53
合计	6,386.76	7,078.94	2,818.46	2,371.23

6、净利润及净资产收益率分析

表 净利润和净资产收益率情况

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
净利润（万元）	26,505.10	35,672.34	31,835.96	27,419.25
加权平均净资产收益率（%）	9%	14%	16%	19%

2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月，公司净利润分别为 27,419.25 万元、31,835.96 万元、35,672.34 万元和 26,505.10 万元。报告期内，公司净利润基本保持稳定增长。

2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月，公司加权平均净资产收益率分别为 19%、16%、14%和 9%。总体来看，报告期内公司保持较为稳健的盈利能力。

（六）发行人未来业务目标及保持盈利能力可持续性的措施

结合公司报告期资产结构、财务状况以及各项业务开展情况，公司管理层对公司未来财务状况和盈利能力持积极正面的态度。公司将会采取以下措施来保证公司盈利能力的可持续性。

（1）稳步拓展零售门店及分销网络，在三线及以下城市增加营业网点。继续实施门店下沉策略，普及至条件适合的乡镇；

（2）继续加大与三大运营商的合作，加强营销力度，不断提升合约销量及占比，积极进驻运营商合作营业厅，提升佣金规模，尝试各种合作模式。扩大公司效益。

（3）优化组织构架，减少管理成本。通过推动资源整合和绩效考核，提升管理效率，降低管理成本。

（4）做好 O2O 线上线下销售与服务的结合，提升顾客满意度，贯彻“心服务”理念，持续扩大手机周边智能配件的销售，提升单位顾客的获利能力。

O2O 释义：指一种商业模式或策略，旨在透过线上至线下或线下至线上的用户参与、交叉销售及营销，提升零售商的服务及用户体验。零售商的线上至线下策略乃透过提供将传统实体店铺服务与线上服务相结合的用户体验，提升用户的忠诚度。线下至线上策略则透过传统实体零售门店向非互联网用户提供服务，逐步将用户体验与行为引导至线上参与，从而提高潜在市场总额。

（5）加强盈利模式创新，寻求新的利润增长点。积极创新发展，拓宽产业链条，进一步深化异业结合模式，同时还要做好税收筹划。

七、发行人有息债务情况

截至 2016 年 9 月 30 日，公司有息债务总额为 328,045.66 万元。从期限结构上看，大部分为一年以内到期的短期债务，占有息债务总额的 98.57%，从担保情况看，全部为质押借款和信用借款。长期债务占 1.43%。

表 2016 年 9 月 30 日发行人有息债务情况

						单位：万元
期限	债务类别	保证担保	质押担保	抵押担保	信用担保	合计
一年以内到期的有息债务	银行借款		70,900.00		147,659.00	218,559.00
	应付票据	104,786.66				104,786.66
	长期借款	4,700				4,700
合计	328,045.66					

八、发行本期债券后发行人资产负债结构的变化

本期债券发行完成后，将引起发行人资产负债结构的变化。假设公司的资产负债结构在以下假设基础上发生变动：

- 1、相关财务数据模拟调整的基准日为 2016 年 9 月 30 日；
- 2、假设不考虑融资过程中产生的需由公司承担的相关费用，本期债券募集资金净额为 9 亿元；
- 3、假设本次债券募集资金净额 9 亿元计入 2016 年 9 月 30 日的资产负债表；
- 4、假设本次债券募集资金不超过 5.20 亿元用于调整债务结构，剩余部分用于补充流动资金；
- 5、假设本次债券发行在 2016 年 9 月 30 日完成。

基于上述假设，本期债券发行对公司合并财务报表财务结构的影响如下表：

表 本期债券发行对公司合并口径财务报表的影响情况

项目	2016 年 9 月 30 日	
	模拟前	模拟后
流动资产合计（万元）	689,891.24	727,891.24
非流动资产合计（万元）	28,373.64	28,373.64
资产总计（万元）	718,264.88	756,264.88
流动负债合计（万元）	407,555.05	355,555.05
非流动负债合计（万元）	4,700.00	94,700.00
负债合计（万元）	412,255.05	450,255.05
所有者权益合计（万元）	306,009.83	306,009.83
资产负债率	57.40%	59.54%
流动比率	169.28%	204.72%

九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重大事项

（一）资产负债表日后事项

1、中国证券监督管理委员会（中国证监会）于 2016 年 3 月 30 日核准本公司向合格投资者公开发行面值总额不超过人民币 90000 万元的 5 年期国内公司债券。公司债券采用分期发行方式，首次发行应自中国证监会批准之日起 12 个月内完成，而余下各期发行应自中国证监会批准之日起 24 个月内完成。截止本次审阅报告日，公司正在准备发行第一期公司债券。

2、公司股东在 2016 年 7 月 12 日召开的股东大会上表决通过了有关深圳迪

信通投资控股有限公司以人民币 9000 万元对价收购抚顺深商投商用置业有限公司控股权的决议。深圳迪信通投资控股有限公司是北京迪信通商贸股份有限公司 70%持股的子公司，股权收购一旦完成，深圳迪信通投资控股有限公司将持有抚顺深商投商用置业有限公司 75%股权并成为其控股股东。截止本次审阅报告日，该项股权收购尚未完成。

（二）或有事项

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司不存在应披露的未决诉讼、对外担保等或有事项。

（三）其他重大事项

1、对外担保

截至 2016 年 9 月 30 日，公司无对外担保。

2、重大诉讼与仲裁

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司不存在任何对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的未决诉讼或仲裁事项。

十、发行人资产抵押、质押、担保和其他限制用途安排

截至本募集说明书签署之日，公司资产用于抵押、质押、担保或其他限制用途安排情况如下：

1、于 2016 年 6 月 30 日，本集团因开立银行承兑汇票而质押的保证金为人民币 470,108,419.34 元(2015 年 12 月 31 日：人民币 33,832,544 元)，期限为 6 个月。

2、于 2016 年 6 月 30 日，账面价值为人民币 9,000,000 元(2015 年 12 月 31 日：人民币 9,000,000 元)的定期存单已作为质押取得银行借款，期限为 1 年。

3、于 2016 年 6 月 30 日，账面价值为人民币 194,318,543.70 元(2015 年 12 月 31 日：人民币 1,037,975,872 元)的货币资金已存入保证金账户作为质押取得银行借款，期限为 1 年。

第五节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）本次募集资金用途

根据《公司债券发行与交易管理办法》的相关规定，结合公司财务状况及未来资金需求，经公司 2015 年 3 月 25 日召开的第二届董事会第十二次会议审议通过，并经 2015 年 6 月 2 日召开的 2014 年年度股东大会审议通过，本次债券的募集资金为不超过 9 亿元，用于补充公司营运资金和调整债务结构。

（二）本次募集资金使用计划

本次债券发行总规模不超过 9 亿元，拟分期发行，其中拟不超过 5.2 亿元为调整债务结构，剩余部分补充营运资金。本次债券募集资金具体使用计划如下：

1、补充营运资金

发行人拟补充营运资金，以应对日益扩大的生产规模带来的营运资金周转压力，进一步改善公司财务状况、优化资本结构，提高公司持续盈利能力。

2、调整债务结构

发行人拟改善公司债务结构，降低短期还债压力，优化公司债务结构。发行人将本着优化公司负债结构、节省利息费用的原则，根据本次债券发行时公司借款的存续情况，合理安排资金用于调整公司债务结构。

公司负债多为滚动的短期负债，为调整债务结构计划替换的短期负债情况如下：

借款主体	银行	授信品种	合同授信金额 (万元)
宁波海曙迪信通电子通信技术有限公司	杭州银行宁波宁东支行	银行汇票	3,000
宁波高新区超发科技有限公司	通商银行海曙支行	流动资金、银行汇票等	3,000
北京迪信通丰泽电子设备有限公司	北京银行总部基地支行	流动资金	300
上海迪信电子通信技术有限公司	招商银行世纪大道支行	流动资金、银行汇票等	4,000
合肥迪信通通信技术有限公司	交通银行三牌楼支行	银行汇票	5,000
河南迪信通商贸有限公司	郑州银行经开支行	国内信用证	10,000

宁波高新区超发科技有限公司	广发银行宁波宁东支行	流动资金、银行汇票	3,000
济南迪信通通信技术有限公司	浦发银行济南分行	银行汇票	4,000
北京迪信通商贸股份有限公司	上海银行北京分行	流动资金、银行汇票等	5,100
广东迪信通商贸有限公司	交通银行广州分行营业部	银行汇票	5,000
宁波高新区超发科技有限公司、宁波海曙迪信通电子通信技术有限公司	浦发银行宁波分行	流动资金、银行汇票	5,000
北京胜多商贸有限责任公司	浦发银行北京分行	信用证、银行汇票等	4,500
合计			51,900

（三）本期募集资金使用计划

本期债券的发行规模为 3 亿元，附设超额配售权不超过 3 亿元，总额不超过 6 亿元，其中拟将 3.2 亿元用于调整债务结构，剩余部分补充营运资金。本期债券募集资金具体使用计划如下：

1、调整债务结构

公司负债多为滚动的短期负债，为调整债务结构计划替换的短期负债情况如下：

到期日	贷款银行	还款金额（万元）
2017/4/13	汇丰银行	2,556.73
2017/4/20	浙商银行	2,050.00
2017/4/28	渣打银行	4,124.67
2017/5/5	恒生银行	318.85
	渣打银行	2,031.72
2017/5/9	恒生银行	4,966.60
2017/5/12	民生银行	10,000.00
2017/5/17	星展银行	6,250.34
总计		32,298.91

2、补充营运资金

募集资金剩余部分发行人拟用于补充营运资金，以应对日益扩大的生产规模带来的营运资金周转压力，进一步改善公司财务状况、优化资本结构，提高公司持续盈利能力。

（四）本次债券募集资金专项账户管理安排

本次债券发行完成后，公司将设立专项账户，用于本次债券募集资金的接收、

存储及划转。

二、本次债券募集资金运用对公司财务状况的影响

本次债券募集资金运用对公司财务状况将产生如下影响：

（一）对发行人资产负债结构的影响

本次债券发行对公司资产负债结构的具体影响请见“第六节财务会计信息”之“八、发行本次债券后发行人资产负债结构的变化”。

本次债券发行完成且根据上述募集资金运用计划予以执行后，在不考虑发行费用，不发生其他重大资产、负债和权益变化的情况下，以截至 2016 年 9 月 30 日的财务数据为基础测算，公司的资产负债率水平（合并财务报表口径下）将由本次债券发行前的 57.4%增加至 59.54%，公司的债务结构仍然合理；流动负债占总负债的比例（合并财务报表口径下）由本次债券发行前的 98.86%降低至 78.97%，长期债务融资比例的提高降低了资产负债的流动性风险，公司债务结构将逐步得到改善，有利于公司中长期资金的统筹安排，有利于公司战略目标的稳步实施。

（二）对发行人短期偿债能力的影响

本次债券发行完成且根据上述募集资金运用计划予以执行后，在不考虑发行费用，不发生其他重大资产、负债和权益变化的情况下，以截至 2016 年 9 月 30 日的财务数据为基础测算，公司的流动比率（合并财务报表口径下）将由本次债券发行前的 169.28%增加至 204.72%。公司流动比率有了一定的提高，流动资产对于流动负债的覆盖能力得到提升，公司短期偿债能力进一步增强。

综上所述，本次债券的发行将进一步优化公司的财务结构，增强公司短期偿债能力，并降低公司长期融资成本，从而为公司业务发展提供稳定的中长期资金支持，同时补充营运资金又满足了公司正常的生产及运营的需要，满足公司的营运资金需求，符合公司和全体股东的利益，使公司更有能力面对市场的各种挑战，保持主营业务持续稳定增长，并进一步提高公司盈利能力和核心竞争能力。

第六节 备查文件

本募集说明书的备查文件如下：

一、北京迪信通商贸股份有限公司 2013 年、2014 年、2015 年的财务报表及其审计报告以及 2016 年第三季度未经审计的财务报表；

二、主承销商出具的核查意见；

三、发行人律师出具的法律意见书；

四、信用评级机构出具的资信评级报告；

五、债券持有人会议规则；

六、债券受托管理协议；

七、中国证监会核准本次发行的文件。

在本期债券发行期内，投资者可以至本公司及主承销商处查阅本募集说明书全文及上述备查文件，或访问上交所网站（www.sse.com.cn）和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅本募集说明书全文及摘要。

本页无正文，为《北京迪信通商贸股份有限公司公开发行 2017 年公司债券（第一期）募集说明书摘要（面向合格投资者）》之盖章页

北京迪信通商贸股份有限公司

2017 年 3 月 29 日

