(上接B6版)

截至本报告书签署之日,酷牛互动拥有的软件著作权如下:

序号	软件名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期
1	大话水浒游戏软件［简称:大话水浒］V1.0	酷牛互动	2012SR008668	2011年12月14日	2012年2月10日
2	穿越水浒游戏软件［简称:穿越水浒］V1.0	酷牛互动	2012SR069993	2012年7月10日	2012年8月2日
3	大话水浒安卓手机游戏软件［简称:大话水浒］V1.0	酷牛互动	2013SR084503	2013年6月10日	2013年8月14日
4	群殴水浒手机游戏软件［简称:群殴水浒］V1.0	酷牛互动	2013SR105688	2013年9月17日	2013年9月29日
5	乐三国游戏软件［简称:乐三国］V1.0	酷牛互动	2013SR007871	2012年11月23日	2013年1月24日
6	绝世天府游戏软件［简称:绝世天府］V1.0	酷牛互动	2013SR117564	2013年10月21日	2013年11月1日
7	仙魔无双游戏软件［简称:仙魔无双］V1.0	酷牛互动	2013SR117436	2013年10月21日	2013年11月1日
8	太古仙域游戏软件［简称:太古仙域］V1.0	酷牛互动	2014SR037844	2014年3月18日	2014年4月3日
9	众神征战游戏软件［简称:众神征战］V1.0	酷牛互动	2014SR037844	2014年3月18日	2014年4月3日
10	唐门世界手机游戏软件［简称:唐门世界］V1.0	酷牛互动	2014SR044368	2013年7月27日	2014年4月16日

B. 域名

序号	域名	注册所有人	注册时间	到期时间
1	szkuniu.com	酷牛互动	2012年3月28日	2015年5月29日
2	huanleya.com	酷牛互动	2009年6月16日	2015年6月16日

2、对外担保情况

截至本报告书签署日,酷牛互动无任何资产抵押、质押及对外担保情况。

3、主要负债情况

截至2014年3月31日,酷牛互动的负债合计409.15万元,具体情况如下表所示:

单位:万元

项目	2014年3月31日	备注
流动负债:		
应付账款	1.55	主要为美术费用
预收款项	233.92	未消耗的游戏充值金额
应付职工薪酬	45.57	应付工资、社保等
应交税费	127.86	应交增值税等
其他应付款	0.25	员工报销款等
流动负债合计	409.15	
非流动负债:	-	
非流动负债合计	-	
负债合计	409.15	

(六)公司主要业务资质

截至目前,酷牛互动已取得的经营资质具体情况如下:

1、网络文化经营许可证

公司名称	证书编号	经营范围	有效期限	发证机关
酷牛互动	粤网文［2014］0173-023号	利用互联网经营游戏产品(含网络游戏虚拟货币发行)	2014年1月20日至2017年1月20日	广东省文化厅

2、增值电信业务经营许可证

公司名称	许可证编号	业务种类	有效期限	发证机关
酷牛互动	粤B2-20140055	信息服务业务(仅限互联网信息服务业务)	2014年3月7日至2019年3月7日	广东省通信管理局

3、软件企业和软件产品认证

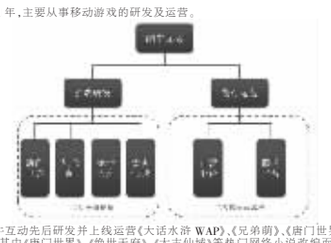
酷牛互动于2013年3月获得了软件产品资格认证,于2013年7月获得了软件企业资格认定。根据酷牛互动主管税务机关出具的意见函,酷牛互动适用双软企业所得税税收优惠,2013年、2014年免缴所得税,2015年至2017年减半征收所得税。酷牛互动取得的软件产品资格认定如下:

公司名称	证书名称	证书编号	有效期限	发证日期
酷牛互动	软件产品登记证书【酷牛互动大话水浒游戏软件(大话水浒)V1.0】	深DGY-2013-0497	五年	2013年3月29日
酷牛互动	软件企业认定证书	深R-2013-1440	每年定期年审	2013年7月31日

二、主营业务情况

(一)业务概况

酷牛互动成立于2011年,主要从事移动游戏的研发及运营。



在游戏研发方面,酷牛互动先后研发并上线运营《大话水浒WAP》、《兄弟萌》、《唐门世界》、《绝世天府》、《太古仙域》等多款精品手机游戏,其中《唐门世界》、《绝世天府》、《太古仙域》等热门网络小说改编而成的游戏深受用户欢迎,有效提高了酷牛互动用户付费率,使得游戏收入大幅增长。《兄弟萌》、《唐门世界》、《绝世天府》上线运营以来月均活跃用户付费率分别为:3.57%、8.74%、9.07%,高于行业平均水平。《唐门世界》上线八个月累计充值金额超过6,500万元,《绝世天府》上线四个月累计充值金额将近3,000万元。

在发行运营方面,酷牛互动以自身网站为平台自主运营游戏产品,同时通过对外部资源的有效运用,先后与腾讯、360、苹果、联想、第一波、值动、云顶等多家知名企业成为合作伙伴共同联合运营游戏产品,酷牛互动采用自主运营和联合运营模式相结合的全方位发行运营渠道,多角度切入移动游戏市场,大幅提高了客户覆盖面及营业收入。

随着2013年中国移动游戏市场的迅速崛起,酷牛互动凭借多款手机游戏,积极开拓移动游戏市场。未来,酷牛互动将继续致力于优质移动游戏研发,并进一步丰富游戏类型,打造一流移动游戏研发团队,以自身网站平台为基础不断丰富和优化游戏发行运营外部资源,巩固酷牛互动在移动游戏领域的核心优势,成为国内领先的移动游戏研发及运营企业。

(二)经营模式

1、IP资源合作模式

2013年,酷牛互动开创了与网络知名作家进行合作的模式,即将知名网络作家IP资源改编为移动游戏,并依靠网络作家影响力加大对游戏的推广,从而实现网络知名作家IP资源的商业化。

酷牛互动的"网络文学+游戏"的模式,以网络知名作家IP为基础,酷牛互动游戏研发实力为依托,联合作家和运营平台的影响力,实现网络知名作家IP资源的商业化,满足消费者对娱乐的追求。

知名网络小说等优质IP资源拥有庞大的忠实读者群体,改编成移动游戏之后,更容易引起玩家的共鸣,提升了产品成功的可能性,还有助于延长游戏的生命周期,增强了企业的盈利能力。

酷牛互动以"唐家三少"热门网络小说改编的《唐门世界》于2013年8月上线运营,借助"唐家三少"及其小说作品的知名度通过微信、微博、论坛等渠道向核心读者群体宣传推广,将其忠实读者成功发展为游戏玩家,满足游戏玩家对娱乐的追求。《唐门世界》开放测试首周,注册用户超过20万人,上线运营八个月累计充值金额超6,500万元,借助《唐门世界》的成功模式和技术积累,酷牛互动迅速开发了以"天蚕土豆"小说《武动乾坤》改编的移动游戏《绝世天府》,并于2013年12月正式上线,上线四个月累计充值金额近3,000万元。

未来,酷牛互动一方面将加大对已有游戏的推广和运营,另一方面将继续寻找优质的IP资源进行合作,继续强化IP资源商业化能力。

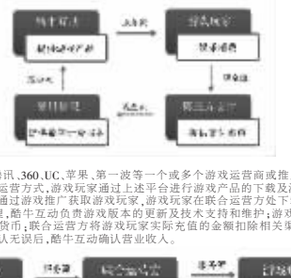
2、运营模式

酷牛互动研发了《大话水浒WAP》、《兄弟萌》、《唐门世界》、《绝世天府》、《太古仙域》等多款移动游戏,并以自主运营和联合运营方式进行游戏运营。

(1)自主运营

在自主运营模式下,酷牛互动利用自有网站平台(szkuniu.com)发布、运营并推广游戏产品,游戏玩家可以登陆酷牛互动网站下载游戏软件,通过第三方充值渠道进行充值而取得游戏内的虚拟货币,并可以经由酷牛互动网站在线实时获得客户服务。酷牛互动在游戏玩家实际充值并消费时确认为营业收入。

自主运营模式有利于树立游戏研发商的品牌和影响力,但相比联合运营模式,受到游戏研发商自身平台影响力的限制,获取的游戏玩家数量相对有限。



(2)联合运营

联合运营是指酷牛互动与腾讯、360、UC、苹果、第一波等一个或多个游戏运营商或推广服务商(以下简称联合运营方)共同联合运营移动游戏的运营方式,游戏玩家通过上述平台进行游戏产品的下载及消费。

在这种模式下,联合运营方通过游戏推广获取游戏玩家,游戏玩家在联合运营方处下载游戏软件;联合运营方负责充值服务以及计费系统的管理,酷牛互动负责游戏版本的更新及技术支持和维护;游戏玩家在联合运营方提供的充值系统中进行充值,取得虚拟货币;联合运营方将游戏玩家实际充值的金额扣除相关渠道费用后按协议约定的比例计算分成,在双方核对数据确认无误后,酷牛互动确认营业收入。

在联合运营模式下,游戏开发商、游戏运营商、游戏推广服务商等多方合作运营与推广游戏产品,参与各方大多采用分成方式共同承担风险与获取收益,从而能够有效调用各方资源优势,降低游戏运营风险;酷牛互动在联合运营模式下可以就一款游戏与多个游戏推广服务商联合运营,充分利用游戏推广服务商的资源优势,扩展游戏产品的覆盖面,增加游戏的盈利机会和盈利能力。

综上,鉴于目前移动游戏行业内游戏开发商数量较多且企业规模有限,自主运营游戏产品并进行市场推广的难度较大,联合运营模式将成为移动游戏运营中较普遍采用的一种运营模式。

3、盈利模式

移动游戏市场中主要存在按下载收费和按虚拟道具收费两种类型的盈利模式,酷牛互动盈利模式主要为游戏产品的虚拟道具收费,是国内移动游戏的主流盈利模式。

下载收费模式是指,游戏玩家通过手机游戏应用市场下载游戏或应用时,向应用市场支付相应的费用,应用市场再与游戏开发商就收取的下载费用进行分成的盈利模式。

按虚拟道具收费是指游戏为玩家提供网络游戏的免费下载和免费游戏娱乐体验,而游戏的收益则来自于游戏内虚拟道具的销售,游戏玩家注册一个游戏账户后,即可参与游戏而无须支付任何费用,若玩家希望进一步加强游戏体验,则需付费购买游戏中的虚拟道具。

(三)业务流程

酷牛互动专注于移动游戏领域的研发和运营,在多款游戏的研发和运营过程中,逐步建立起严谨的管理机制和完备的业务流程体系,酷牛互动业务流程可细分为游戏产品开发流程和游戏营销推广流程,酷牛互动在每个流程上都建立了相应的质量控制措施,形成了完善的质量控制体系,从而确保优质的移动游戏能够按计划上线运营,最大程度地满足游戏玩家的需求。

1、游戏产品开发流程

酷牛互动针对每个游戏产品开发需要经过约20步的各级流程,分为"立项评审、DEMO评审、研发、删档测试、正式发布、版本迭代"等阶段。

(1)新游戏项目立项评审阶段

新游戏项目制作人发起新游戏项目立项评审,由酷牛互动市场部、策划部、运营部联合进行评审,对新游戏项目在市场容量、核心玩法、预期收益等方面把关审核,并对潜在的风险进行预判,为新的游戏项目确立一个正确的发展方向。

(2)DEMO评审阶段

新游戏项目通过立项评审后,交由美术团队进行游戏核心玩法的演示DEMO制作,确保规划中的核心玩法的实际体验和设计思路一致,经评审确认后交由技术部进行代码级DEMO制作,确保技术上可以全面实现设计要求。

(3)研发阶段

研发过程主要有策划部、美术部、技术部、测试部参与,策划部进行游戏细节策划,美术部根据策划案进行UI和各种美术设计,技术部进行功能编码,测试部根据策划案编写测试程序,并对技术部编码出来的游戏进行测试,酷牛互动在其游戏研发过程中,都将遵循"策划、评审、开发、测试、优化"等5大步骤。

A.策划:主要在策划部内部进行,由游戏制作人设定游戏系统框架,主策划将策划工作细化并分配到每位员工。此阶段主要完成游戏系统策划、数值策划、用户成长体系规划等策划工作。

B.评审:策划案完成后,由主策划牵头,制作人、技术部、美术部、运营部参与评审,确保所有策划案合理可行。

C.开发:技术部在对游戏策划案深入理解后,主程序需要进行系统框架设计,再和技术部其他同事进一步细化完成详细设计,并根据策划需求,给出一个研发版本计划,并每周向制作人汇报完成情况。

D.测试:测试部对每个版本的游戏按编写好的测试用例进行功能、性能、兼容性等测试,确保游戏可用。

E.优化:游戏开发到一定阶段后,可以在酷牛互动小范围内进行测试,由策划部收集同事对游戏的意见反馈,并进行优化改进。

(4)删档测试阶段

删档测试阶段主要由运营部主导,导入少量实际玩家,对游戏进行短期测试,确保游戏的功能、节奏、经济系统等满足用户需求,并收集测试用户反馈整理提交策划部进行改进。一般会需要进行两次删档测试。

(5)正式发布阶段

游戏达到可正式发布状态后,由市场部和各运营渠道联系确定发布方式和日期,并部署推广计划。同时运营部指定推广期的运营计划。

(6)版本迭代阶段

游戏正式发布后,每间隔一段时间,策划部会根据用户反馈和既有的长期规划,推进游戏的版本更新。

2、游戏营销推广流程

在明确营销推广的目标或任务后,具体经过以下5个步骤来确保目标得以实现,并积累经验服务下一次推广。

(1)设计方案

市场部在对新研发游戏充分理解后,需要提前准备好市场营销方案的设计,这个阶段主要由市场部和运营部参与。

(2)方案评审

由市场部发起评审,项目制作人、策划部、运营部、美术部、技术部参与,确保市场营销方式能达到目标且可行。

(3)活动实施

由市场部主导市场营销活动的执行,此阶段美术部、运营部一般需要提供各种配套支持。

(4)效果评估

活动实施完毕后,需要进行效果评估,发现活动的优缺点及改进方向和措施。

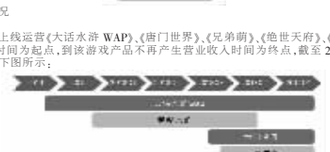
(5)推广报告

经过多次市场营销推广后,由市场部提供阶段性的运营推广报告,整体汇报当前运营状况和下一步运营推广计划。

(四)主营业务发展情况

1、主要游戏产品

酷牛互动先后研发并上线运营《大话水浒WAP》、《唐门世界》、《兄弟萌》、《绝世天府》、《太古仙域》等多款精品手机游戏,以产品上线运营时间为起点,到该游戏产品不再产生营业收入时间为终点,截至2014年3月31日,酷牛互动游戏产品的起止时间如下图所示:



酷牛互动成立至今上线运营游戏产品如下表所示:

序号	游戏名称	游戏类型	运营时间	运营模式	盈利模式
1	大话水浒WAP	WAP网游	2011年12月至今	联合运营	虚拟道具收费
2	穿越水浒	网页游戏	2012年11月至2013年11月	联合运营	
3	唐门世界	移动游戏	2013年8月至今	联合运营;自主运营	
4	兄弟萌	移动游戏	2013年9月至今	联合运营;自主运营	
5	绝世天府	移动游戏	2013年12月至今	联合运营	
6	太古仙域	移动游戏	2014年3月至今	联合运营;自主运营	

2、营业收入情况

(1)按游戏产品划分

自2013年以来,酷牛互动经营业绩呈现快速发展趋势,主要系酷牛互动2013年下半年出品的《唐门世界》和《绝世天府》得到市场和游戏玩家的认可,带动酷牛互动收入大幅增长所致。

酷牛互动报告期内按游戏产品划分的营业收入情况如下表所示:

单位:万元

产品名称	2014年1-3月		2013年度		2012年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
穿越水浒	-	-	38.41	1.17%	14.73	5.13%
兄弟萌	167.92	5.89%	130.93	3.99%	-	-
大话水浒WAP	35.39	1.24%	342.78	10.44%	272.41	94.87%
绝世天府	673.81	23.65%	-	-	-	-
唐门世界	1,972.20	69.22%	2,766.62	84.26%	-	-
其他	-	-	4.85	0.15%	-	-
合计	2,849.32	100.00%	3,283.60	100.00%	287.14	100.00%

(2)按运营模式划分

2012年酷牛互动主要游戏产品为《大话水浒WAP》,该游戏产品为联合运营模式,随着2013年下半年以自主运营模式为主的《唐门世界》上线运营,酷牛互动自主运营模式下产生的营业收入占比上升到77.07%。

2013年末《绝世天府》上线运营,该游戏以联合运营模式运营并在2014年开始贡献收入,将2014年1-3月联合运营模式下收入占比提升至46.53%。

酷牛互动按运营模式划分的营业收入情况如下:

单位:万元

产品名称	2014年1-3月		2013年度		2012年度	
	营业收入	收入占比	营业收入	收入占比	营业收入	收入占比
自主运营	1,523.46	53.47%	2,530.52	77.07%	-	-
联合运营	1,325.86	46.53%	748.23	22.79%	287.14	100.00%
技术服务	-	-	4.85	0.15%	-	-
合计	2,849.32	100.00%	3,283.60	100.00%	287.14	100.00%

(五)主要游戏产品

1、《唐门世界》

(1)游戏简介

《唐门世界》于2013年8月23日上线,由酷牛互动的黄种溪、曾小俊、周路明、余黎蓥、莫远豹、任海钊、张志刚、曾哲、张龙、赵威、许一翔等开发人员精心研发。《唐门世界》是根据"唐家三少"小说作品创作的手机游戏,具有多种创新趣味玩法,同时安装包极小且具备智能增量升级功能,为游戏玩家大幅节省流量资源。《唐门世界》可在iOS和Android手机系统中运行,是业内将小说作品的梦幻世界和手机游戏相结合移动游戏产品之一。

(2)运营情况

A.主要运营数据

截至2014年3月31日,《唐门世界》上线八个月,游戏总玩家数量、月均活跃用户数、月均付费玩家数量、付费玩家月均ARPU值情况如下表:

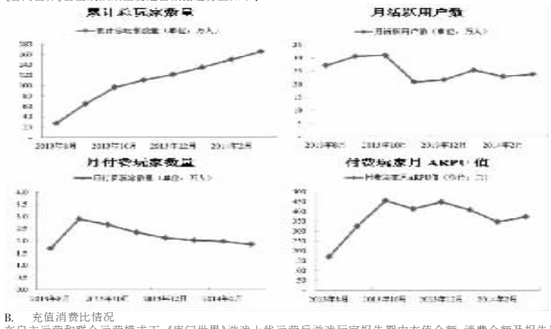
游戏名称	游戏总玩家数量	月均活跃用户数[1]	月均付费玩家数量[2]	付费玩家月均ARPU值[3]
唐门世界	165.86万人	25.35万人	2.20万人	367元

[1]月均活跃用户数:统计期间内每月活跃用户数的平均值,下同

[2]月均付费玩家数量:统计期间内每月付费玩家数量,已去除重复出现的玩家,下同

[3]月均ARPU值:统计期间每月ARPU值的平均值,下同

《唐门世界》自上线以来主要运营数据趋势图如下:



B.充值消费比情况

在自主运营模式下,《唐门世界》游戏上线运营后游戏玩家报告期内充值金额、消费金额及报告期末充值消费比情况如下表所示。

单位:万份黄金

游戏名称	运营模式	项目	2013年	2014年1-3月
唐门世界	自主运营	充值金额(万元)	3,466.26	1,244.79
		玩家充值所获虚拟货币[4]	32,839.33	12,750.68
		玩家消费充值的虚拟货币[5]	30,862.62	12,651.93
		充值消费比(期间)[6]	93.98%	99.23%
		充值消费比(期末)[7]	93.98%	95.45%
	联合运营	充值金额(万元)	811.06	829.85
		玩家充值所获虚拟货币	10,712.35	9,183.40
		玩家消费充值的虚拟货币	10,045.79	8,990.51
		充值消费比(期间)	93.78%	97.90%
		充值消费比(期末)	93.78%	95.68%

[4]玩家充值所获虚拟货币:游戏玩家通过充值所获得游戏中的虚拟货币数量(即黄金),不包含赠送,下同

[5]玩家消费充值的虚拟货币:游戏玩家消费了通过充值所获虚拟货币的数量(在游戏中赠送玩家的虚拟货币以先进先出的方式作优先消费计算,这些赠送的虚拟货币的消费不计入玩家消费充值的虚拟货币),下同

[6]充值消费比(区间):统计期间,玩家消费充值的虚拟货币 / 玩家充值所获虚拟货币,下同

[7]充值消费比(期末):至各期末,玩家累计消费充值的虚拟货币 / 玩家累计充值所获虚拟货币,下同

2、《兄弟萌》

(1)游戏简介

《兄弟萌》是一款以中国古典四大名著之一《水浒传》为题材的卡牌策略游戏,于2013年7月公测,9月正式上线运营,由酷牛互动的黄种溪、曾小俊、周路明、余黎蓥、莫远豹、任海钊、张志刚、黄健、周凡、唐乐乐等开发人员精心研发。《兄弟萌》将游戏玩家置身于浓郁的中国文化特色之中,在清新亮丽的美术风格和可爱的人物造型基础之上,紧扣对角色成长路线的塑造,在轻松游戏的环境之下,满足卡通版游戏爱好者的喜好,为玩家提供自我展示的平台和空间以满足玩家的游戏体验。

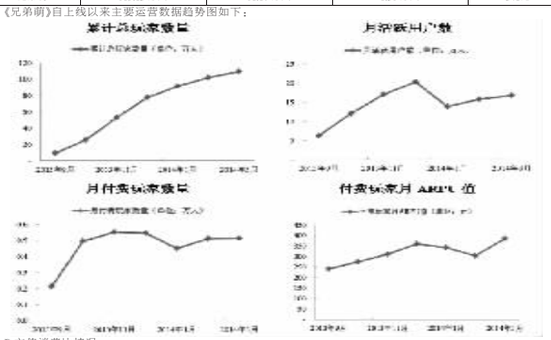
(2)运营情况

A.主要运营数据

截至2014年3月31日,《兄弟萌》游戏总玩家数量、月均活跃用户数、月均付费玩家数量、付费玩家月均ARPU值情况如下表:

游戏名称	游戏总玩家数量	月均活跃用户数	月均付费玩家数量	付费玩家月均ARPU值
兄弟萌	109.65万人	16.67万人	0.51万人	348元

《兄弟萌》自上线以来主要运营数据趋势图如下:



B.充值消费比情况

在自主运营模式下,《兄弟萌》游戏上线运营后游戏玩家报告期内充值金额、消费金额及报告期末充值消费比情况如下表所示。

单位:万份黄金

游戏名称	运营模式	项目	2013年	2014年1-3月
兄弟萌	自主运营	充值金额(万元)	33.71	6.90
		玩家充值所获虚拟货币	288.71	56.00
		玩家消费充值的虚拟货币	272.25	58.51
		充值消费比(期间)	94.30%	104.47%
		充值消费比(期末)	94.30%	95.95%
	联合运营	充值金额(万元)	568.81	484.08
		玩家充值所获虚拟货币	6,825.68	5,448.67
		玩家消费充值的虚拟货币	6,293.37	5,347.53
		充值消费比(期间)	92.20%	98.14%
		充值消费比(期末)	92.20%	94.84%

3、《绝世天府》

(1)游戏简介

《绝世天府》是酷牛互动在2013年的12月份上线运营的卡牌类移动游戏,由酷牛互动的黄种溪、曾小俊、周路明、余黎蓥、莫远豹、任海钊、张志刚、黄健、周凡、唐乐乐、许一翔等开发人员精心研发。《绝世天府》复原了知名作家"天蚕土豆"所描述的小说世界,包含了《武动乾坤》小说作品相关人物角色,还原"天蚕土豆"小说《武动乾坤》所描述的玄幻世界。游戏可以流畅运行在iOS和Android系统中,是将小说世界和手机游戏相结合的网络游戏精品之一。

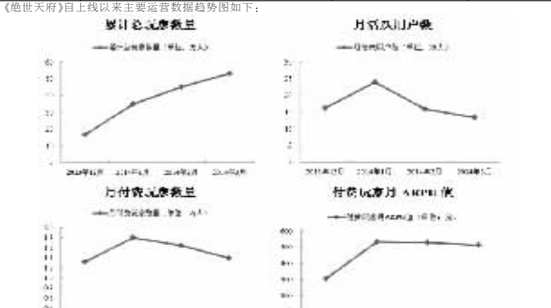
(2)运营情况

A.主要运营数据

截至2014年3月31日,《绝世天府》游戏总玩家数量、月均活跃用户数、月均付费玩家数量、付费玩家月均ARPU值情况如下表:

游戏名称	游戏总玩家数量	月均活跃用户数	月均付费玩家数量	付费玩家月均ARPU值
绝世天府	53.13万人	17.37万人	1.54万人	470元

《绝世天府》自上线以来主要运营数据趋势图如下:



B.充值消费比情况

在联合运营模式下,《绝世天府》游戏上线运营后游戏玩家报告期内充值金额、消费金额及报告期末充值消费比情况如下表所示。

单位:万份黄金

游戏名称	运营模式	项目	2013年	2014年1-3月
绝世天府	联合运营	充值金额(万元)	402.76	2,364.57
		玩家充值所获虚拟货币	4,016.52	25,411.11
		玩家消费充值的虚拟货币	3,590.53	24,155.62
		充值消费比(期间)	89.39%	95.06%
		充值消费比(期末)	89.39%	94.29%

4、《太古仙域》

(1)游戏简介

《太古仙域》是酷牛互动于2014年3月推出的一款在线卡牌对战类游戏,由酷牛互动的黄种溪、曾小俊、周路明、余黎蓥、莫远豹、任海钊、张志刚、曾哲、张龙、赵威、许一翔等开发人员精心研发,目前已正式在App Store和安卓平台上线运营。《太古仙域》是依据当前网络小说界知名作家"辰东"的经典作品《长生界》改编而成。

(2)运营情况

A.主要运营数据

截至2014年3月31日,《太古仙域》上线运营不足一个月,《太古仙域》游戏总玩家数量、月均活跃用户数、月付费玩家数量、付费玩家月ARPU值情况如下表:

游戏名称	游戏总玩家数量	月活跃用户数	月付费玩家数量	付费玩家月ARPU值
太古仙域	14.57万人	10.46万人	1.10万人	216元

B.充值消费比情况

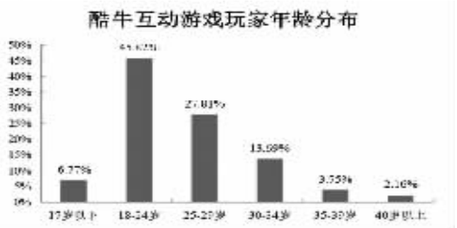
单位:万份黄金

游戏名称	运营模式	项目	2014年3月
太古仙域	自主运营	充值金额(万元)	238.09
		玩家充值所获虚拟货币	2,373.46
		玩家消费充值的虚拟货币	2,063.77
		充值消费比(期间)	86.95%
		充值消费比(期末)	86.95%

5、游戏玩家年龄分布

酷牛互动主要游戏产品玩家年龄分布统计如下图:[8]

[8]鉴于目前国内手机用户实名制尚未全部落实,且手机用户可通过手机卡代理商等渠道在不提供真实身份证的情况下获取手机卡。同时,手机游戏玩家在注册账号时不愿提供真实身份、真实手机号等信息,玩家大多通过邮箱注册等方式进行注册来避免提供个人信息。由于此等因素的限制,导致了手机游戏开发运营商难以获取真实玩家信息,从而难以直接获取玩家的年龄数据。因此,对于以上数据中玩家年龄分布情况,游戏玩家年龄分布情况系酷牛互动在公司网站发起面向游戏注册用户年龄限时间段投票取得的数据。



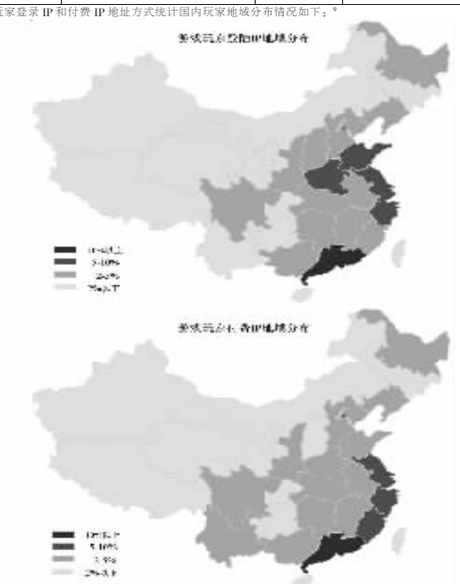
从上表可以看出,酷牛互动主要游戏产品的玩家以18岁至39岁的游戏玩家为主,该等游戏玩家合计占比为91.07%,其中18岁至29岁的游戏玩家占比达73.63%,30岁至39岁的游戏玩家占比达17.44%。

6、游戏玩家地域分布情况

根据酷牛互动报告期内游戏玩家登录IP地址和充值付费IP地址两种方式分别统计,获得酷牛互动全部游戏的游戏玩家区域分布情况如下表所示。

序号	以玩家登录IP地址方式统计		以玩家付费IP地址方式统计	
	地区	区域玩家占比	地区	区域玩家占比
1	广东	14.28%	广东	13.94%
2	浙江	7.99%	浙江	9.06%
3	江苏	7.67%	江苏	8.73%
4	山东	5.18%	福建	5.17%
5	河南	5.10%	安徽	4.55%
6	四川	4.65%	上海	4.34%
7	福建	4.60%	山东	4.29%
8	河北	3.77%	四川	4.10%
9	安徽	3.61%	广西	4.04%
10	湖北	3.43%	北京	3.98%
11	辽宁	3.43%	河南	3.46%
12	湖南	3.33%	湖北	3.19%
13	北京	3.14%	辽宁	3.09%
14	上海	3.03%	河北	2.94%
15	江西	2.87%	湖南	2.67%
16	广西	2.72%	陕西	2.08%
17	陕西	2.57%	江西	2.06%
18	山西	2.27%	云南	2.05%
19	黑龙江	2.02%	重庆	1.95%
20	云南	1.84%	山西	1.70%
21	其他	12.50%	其他	12.60%

以游戏玩家登录IP和付费IP地址方式统计国内玩家地域分布情况如下:[9]



①上表的游戏玩家地域分布信息根据游戏玩家访问游戏服务器的IP地址分布情况得出;

②上表统计期间为2014年1月20日至2014年3月31日,2014年1月20日之前由于酷牛互动未保存游戏玩家访问服务器的IP地址,因此无法提供相应数据,上表数据游戏覆盖范围是统计期间内酷牛互动所有在运营的游戏;

③以玩家登录IP地址方式统计区域玩家占比=该区域内酷牛互动游戏玩家登陆总次数/酷牛互动游戏玩家登陆总次数;以玩家付费IP地址方式统计区域玩家占比=该区域内酷牛互动游戏付费玩家付费总次数/酷牛互动游戏付费玩家付费总次数。

(六)前五大结算客户及供应商

1、前五大结算客户

最近两年一期酷牛互动前五大结算客户情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2014年1-3月			
1	深圳爱贝信息技术有限公司	1,523.46	53.47%
2	Apple Inc.	620.52	21.78%
3	深圳市第一波网络科技有限公司	511.51	17.95%
4	福州云顶网络科技有限公司	92.62	3.25%
5	深圳市值商互动科技有限公司	47.95	1.68%
合计		2,796.06	98.13%
2013年度			
1	深圳市爱贝信息技术有限公司	2,530.52	77.07%
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	381.20	11.61%
3	Apple Inc.	262.67	8.00%
4	深圳市值商互动科技有限公司	51.24	1.56%
5	福州云顶网络科技有限公司	39.79	1.21%
合计		3,265.42	99.45%
2012年度			
1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	287.14	100%
合计		287.14	100%

酷牛互动2012年和2013年8月前主要游戏产品为《大话水浒WAP》,游戏玩家进行充值消费后,最终由游戏运营平台腾讯收款并向酷牛互动结算,随着2013年8月《唐门世界》游戏上线运营获得成功,致使酷牛互动2013年、2014年1-3月营业收入大幅增长,《唐门世界》游戏运营模式包括自主运营模式和联合运营模式,游戏玩家进行充值消费后,最终自主运营模式下由数字计费服务商爱贝信息、联合运营模式下由游戏运营平台向酷牛互动进行结算。

酷牛互动的前五大结算客户与酷牛互动及交易对方不存在关联关系。

2、前五大供应商

最近两年一期酷牛互动前五大供应商情况如下:

单位:万元

序号	供应商名称	采购金额	采购内容	占本期采购比例
2014年1-3月				
1	深圳市第一波网络科技有限公司	1,292.28	游戏分成	81.65%
2	深圳市爱贝信息技术有限公司	76.48	渠道费用	4.83%
3	深圳市腾讯计算机系统有限公司	30.10	云服务	1.90%
4	北京市动力巨人信息技术有限公司	27.91	美术服务	1.76%
5	深圳科兴生物工程有限公司科技园分公司	13.38	房租、水电等	0.85%
合计		1,440.15		90.99%
2013年度				
1	深圳市第一波网络科技有限公司	1,747.34	游戏分成	80.39%
2	深圳市爱贝信息技术有限公司	133.20	渠道费用	6.13%
3	深圳南方中科创业管理有限公司	36.49	房租、水电等	1.68%
4	湖南顺风传媒有限公司	31.04	美术服务	1.43%
5	北京市动力巨人信息技术有限公司	26.00	美术服务	1.20%
合计		1,974.07		90.82%
2012年度				
1	智美丽	7.95	房租、水电等	6.41%
2	成都星雨腾科技有限公司	7.23	美术服务	5.82%
3	成都黑晶网络技术有限公司	4.09	美术服务	3.29%
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	3.00	云服务	2.42%
5	北京市动力巨人信息技术有限公司	2.08	美术服务	1.67%
合计		24.35		19.60%

注:深圳市蓝海梦想网络科技有限公司为深圳市第一波网络科技有限公司的全资子公司,因此两者销售和采购金额合并计算,以深圳市第一波网络科技有限公司列示。

由上表可知,2013年度及2014年一季度,酷牛互动向第一波(含蓝海梦想,下同)支付的游戏分成占同期采购金额比例超过80%,酷牛互动于2013年8月推出由热门网络作家"唐家三少"作品资源改编而成的《唐门世界》,在新题材和游戏品质保证的基础上,通过作家及其作品知名度进行宣传推广,大幅拉动了游戏的营业收入,使该游戏上线运营后成为酷牛互动营业收入的重要来源,根据酷牛互动与第一波签订的协议,酷牛互动向第一波支付《唐门世界》游戏分成款(含作家IP资源所得游戏分成款),故导致第一波占据较高的采购金额。

酷牛互动的前五大供应商与酷牛互动及交易对方不存在关联关系。

3、酷牛互动与爱贝信息

游戏玩家基于资金