(上接B14版)

3	《关于加强对进口网络游戏审批管理的通知》	规范网络游戏出版服务的前置审批，新闻出版总署负责对游戏出版物的网上出版发行进行前置审批。负责对出版境外著作权人授权的互联网游戏作品进行审批。	新出厅字[2009]266号
4	《关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》	从事"网络游戏虚拟货币发行服务"和"网络游戏虚拟货币交易服务"业务的企业，须符合设立经营性互联网文化单位的有关条件，向企业所在地省级文化行政部门提出申请，省级文化行政部门初审后报文化部审批。同一企业不得同时经营以上两项业务。	2009年6月4日文化部、商务部
5	《文化部关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知》	进一步强调了关于网络游戏内容管理与网络游戏管理责任的相关信息，包括建立网络游戏经营单位自我约束机制，完善网络游戏内容监管制度和加强网络游戏社会监督与行业自律	2009年11月13日文化部
6	《关于启动网络游戏防沉迷实名验证工作的通知》	要求全国各有关部门、机构、网络游戏运营企业，应将实施网络游戏防沉迷实名验证作为切实履行保护未成年人身心健康的社会责任的一项重要任务，抓紧抓好所有在线使用的网络游戏防沉迷实名验证工作。	2014年7月25日新闻出版总署、中央文明办、教育部等八部门
三、网络视频经营有关法规			
1	《互联网视听节目服务管理规定》	对从事互联网视听节目服务的条件做出了严格限制	2007年12月20日广电总局、工信部
2	《广电总局关于加强互联网传播影视剧管理的通知》	对互联网传播影视剧的播出和管理做了进一步要求	2007年12月28日广电总局
3	《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》	互联网视听节目服务单位所播节目应具有相应版权，同时传播的影视剧，必须符合广播影视有关规定，依法取得广播影视行政部门颁发的《电影片公映许可证》、《电视剧发行许可证》或《电视动画片发行许可证》，否则一律不得在互联网上传播。	2009年4月2日广电总局
4	《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	对于网络剧、微电影等网络视听节目播出机构、节目内容审核和监管作出了明确规定。	广发〔2012〕53号广电总局
5	《国家新闻出版广电总局关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》	从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。	2014年1月2日

（三）杭州搜影的业务模式

1、移动互联网视频推广业务

（1）盈利模式

杭州搜影主要通过自行开发的平台"拇指影吧"向手机用户提供视频信息传播推广服务。"拇指影吧"是杭州搜影主要的视频推广平台，该业务的主要模式如下：

1）在"拇指影吧"平台中，付费用户可以在手机等移动客户端在线观看高清版的视频。"拇指影吧"平台中的视频内容全部来自杭州搜影合作的版权方或版权代理公司，杭州搜影不单独向版权方或其代理公司支付费用。

2）"拇指影吧"平台中推出了注册会员，VIP会员有影片质量以及影片范围方面比普通注册会员拥有更高的权限。

3）"拇指影吧"提供两种支付方式，包括手机话费支付方式与支付宝和微信等第三方支付平台支付方式。在用户支付时，"拇指影吧"后台会根据用户的手机运营商或者手机型号自动匹配最佳的支付通道。

收费方式	主要合作方	结算方式	操作流程
手机话费	中国移动、中国联通及中国电信各省运营商视频基地计费通道或其服务提供商（SP）	相关SP于T+2月初将结算单提供给杭州搜影，T+3月按照合作协议中约定的分成比例向杭州搜影支付分成款	① 用户点击希望观看的需付费视频，根据"拇指影吧"中弹出的计费提示，确认注册观看播放服务；② "拇指影吧"弹出计费二次确认信息，用户确认；③ 用户收到运营商发送的订购确认短信；④ 增值及VIP会员用户即刻注册成功，观看视频；⑤ 页手机话费收费模式下，不同地区运营商及计费渠道有推月续订和一次性收费两个标准
第三方支付平台	微信、支付宝	第三方支付平台扣除一定手续费后，支付宝实时向杭州搜影支付款项；微信平台结算周期为T+7日	① 用户点击希望观看的需付费视频，根据"拇指影吧"中弹出的计费提示，确认注册观看播放服务；② 用户页面跳转至第三方平台，用户进行支付；③ 增值及VIP会员用户即刻注册成功，观看视频。

业务开展情况

根据艾瑞咨询统计显示，2014年，中国在线视频市场规模为239.7亿元，同比增长76.4%，高于2013年的48.0%。网络视频的渗透率和黏性正不断上升，现有用户群体本身的高价值及其导向性将会带动网络视频向其他移动渠道和扩张。

数据来源：艾瑞咨询《2014年中国在线视频市场营收规模增长预测》

2013年是移动视频商业化元年，智能移动终端出货量持续增长，而且用户习惯在不断改变，对于移动端视频需求大幅上升，视频用户付费比例达到11.5%，其中月均花费在10~30元的用户比例最高，达到45.6%，其次是月付6~10元的用户，比例为30.7%，随着用户视频消费习惯的培育，用户在视频上的消费水平面临着提升空间。 数据来源：CNNIC《2014年中国手机网民娱乐行为报告》

杭州搜影的移动视频推广业务起始于2013年6月，在移动视频商业化以及在线视频行业规模迅速增长的背景下，"拇指影吧"平台运营各项指标均得到了迅速增长。

① 2014年1月~2015年10月"拇指影吧"付费用户数及充值金额及ARPU值

期间	月新增付费用户数（人）	月留存付费用户数（人）	月付费人数（人）	月充值金额（元）	ARPPU
2014年1月	339,596	185	339,781	7,687,523.77	22.62
2014年2月	232,980	165,603	398,583	13,382,501.39	33.58
2014年3月	94,731	250,302	345,033	4,091,886.87	11.86
2014年4月	483,322	176,550	659,872	7,326,713.81	11.10
2014年5月	1,434,616	162,220	1,596,836	15,743,753.06	9.86
2014年6月	1,242,033	333,207	1,575,240	12,793,113.09	8.12
2014年7月	1,564,400	254,606	1,819,006	16,476,498.02	9.06
2014年8月	2,338,855	378,476	2,717,331	24,035,506.03	8.85
2014年9月	3,700,355	495,996	4,196,351	41,910,176.55	9.99
2014年10月	3,256,666	865,214	4,121,880	34,755,034.00	8.43
2014年11月	2,910,337	1,104,998	4,015,335	34,706,035.00	8.64
2014年12月	1,437,624	1,045,071	2,482,695	27,092,395.00	10.91
2015年1月	2,015,065	832,431	2,847,496	31,261,875.00	10.98
2015年2月	2,544,119	1,012,781	3,556,900	40,158,429.00	11.29
2015年3月	3,083,095	1,280,936	4,364,031	49,135,922.00	11.26
2015年4月	2,463,756	1,635,122	4,098,878	52,803,816.43	12.88
2015年5月	2,520,027	1,885,887	4,405,914	53,369,864.55	12.11
2015年6月	1,655,364	1,767,036	3,422,400	37,259,555.86	10.89
2015年7月	2,219,137	1,544,441	3,763,578	44,361,548.87	11.79
2015年8月	2,044,455	1,759,761	3,804,216	44,932,602.48	11.81
2015年9月	1,997,100	1,939,219	3,936,319	44,231,489.15	11.24
2015年10月	1,550,619	1,810,220	3,360,839	38,902,489.20	11.58

注1：2014年10月份，由于用户数据表中记录数据过大影响了后台数据库的服务性能，杭州搜影为保证业务持续性能得以维系，将2014年11月之前的用户激活信息、新用户充值信息和用户点播信息全部删除。所以，2014年11月前的新增付费用户数等信息均为杭州搜影合作的支付通道商提供。

注2：表中用户统计口径为用户的IMSI号去重

注3：2015年10月，因杭州搜影充值SDK版本更新，导致部分新增付费用户数未上传到后台数据，为确保数据报告真实，2015年10月的新增付费用户数是根据运营商结算的充值成本与2015年1月至9月平均ARPPU值计算出来的，具体计算公式为：

2015年1月至9月平均ARPPU值= 2015年1月至9月总充值金额/ 2015年1月至9月付费人数

2015年10月新增付费用户数=2015年10月充值金额/2015年1月至9月平均ARPPU值−2015年10月留存付费用户数

2014年以来，"拇指影吧"各项运营指标不断提升，2015年1~10月平均每月新增用户数超过206万人，2014年平均每月新增用户数158.63万人，与2014年度相比提高了64.35%。2015年1~10月平均每月用户充值总额3,636.81万元，2014年平均每月新增用户充值总额2,000.01万元，2015年度与2014年度相比提高了81.84%。

② "拇指影吧"平均用户充值额及转化率

月份	新增激活用户数（人）	新增充值用户数（人）	用户转换率
2014年11月	9,590,002	2,910,337	30.35%
2014年12月	5,845,201	1,437,624	24.59%
2015年1月	7,789,316	2,015,065	25.87%
2015年2月	8,134,559	2,544,119	31.28%
2015年3月	9,761,347	3,083,095	31.58%
2015年4月	7,574,910	2,463,756	32.53%
2015年5月	8,848,817	2,520,027	28.48%
2015年6月	7,693,409	1,655,364	21.52%
2015年7月	9,125,244	2,219,137	24.32%
2015年8月	8,425,342	2,044,455	24.27%
2015年9月	7,948,515	1,997,100	25.13%
2015年10月	5,492,728	1,550,619	28.23%
合计	96,229,390	26,440,698	-

2014年11月以来，"拇指影吧"用户转化率一直较为稳定，2014年11月~2015年10月平均每月转化率为27.47%，而平均每个用户充值金额处于上升趋势。

③ "拇指影吧"用户地域分布

省份	新增充值用户数（人）	新增用户充值金额（元）	用户数占比	金额占比
广东	3,216,237	45,676,546.00	13.01%	12.63%
浙江	1,606,905	23,866,031.02	6.50%	6.60%
江苏	1,387,602	21,457,963.00	5.61%	5.93%
四川	1,239,727	20,526,431.00	5.01%	5.67%
河南	1,206,225	15,564,600.00	4.88%	4.30%
云南	1,051,671	15,116,225.00	4.25%	4.18%
湖南	974,698	14,825,957.30	3.94%	4.10%
山东	1,121,813	14,573,770.00	4.54%	4.03%
河北	976,942	14,084,211.00	3.95%	3.89%
陕西	931,835	13,707,584.00	3.77%	3.79%
湖北	853,109	13,363,068.00	3.45%	3.69%
福建	890,737	13,293,573.00	3.60%	3.67%
贵州	811,844	13,143,347.00	3.28%	3.63%
安徽	787,880	13,081,786.00	3.19%	3.62%
北京	831,906	11,689,685.20	3.36%	3.23%
广西	813,639	10,828,318.00	3.29%	2.99%
山西	723,749	10,167,611.00	2.93%	2.81%
辽宁	569,153	8,570,407.00	2.30%	2.37%
江西	561,228	7,454,673.00	2.27%	2.06%
重庆	464,306	7,096,773.00	1.88%	1.96%
新疆	434,072	6,799,103.00	1.76%	1.88%
内蒙古	446,218	6,614,090.00	1.80%	1.83%
吉林	357,411	5,875,542.00	1.45%	1.62%
上海	366,808	5,266,778.00	1.48%	1.46%
黑龙江	363,003	5,053,932.00	1.47%	1.40%
甘肃	386,211	4,921,839.30	1.56%	1.36%
天津	261,195	3,355,587.00	1.06%	0.93%
海南	203,662	3,090,303.00	0.82%	0.85%
宁夏	152,058	2,606,993.00	0.62%	0.72%
青海	147,831	2,491,853.00	0.60%	0.69%
西藏	69,575	1,455,062.00	0.28%	0.40%
香港	982	11,364.00	0.01%	0.01%
澳门	548	7,256.00	0.01%	0.01%
台湾	261	3,149.00	0.00%	0.00%
无法归类	511,965	6,101,407.00	2.07%	1.69%
合计	24,723,006	361,742,817.82	100.00%	100.00%

注1：由于杭州搜影前期对数据进行了删除，而通道商提供的计费表又未记录手机卡所属地域，所以只能统计2014年11月至2015年10月期间充值的手机卡所属地域，该部分数据无法归类。

从统计结果来看，"拇指影吧"的客户群体较为分散，客户主要集中于广东、浙江、江苏、四川等人口密集、经济较为发达的地区，以上四地区充值客户人数及充值金额合计占比分别为30.14%和30.83%。

2、广告业务收入

（1）盈利模式

广告发布业务是"拇指影吧"的增值服务业务，主要为广告主和广告代理公司提供广告媒体资源的展示平台，用于广告内容展示，满足广告主在移动互联网媒体上的宣传和推广。

广告发布业务的销售模式主要采用移动销售和自主销售相结合的方式，其中通过销售渠道获取大量客户资源，推动销售能提升客户服务能力及市场规模。

"拇指影吧"平台主要对手机应用和手机游戏进行推广，杭州搜影主要通过和各大直接推广广告客户或通过代理商获取广告资源。

（2）业务开展情况

广告业务推广活动是杭州搜影移动互联网视频推广平台达到一定规模后，逐步开发出来的业务增长点。报告期内，广告业务收入一直保持稳步增长态势。未来，随着杭州搜影平台用户规模的进一步增长，广告业务将持续保持稳步增长态势。

报告期内，杭州搜影的广告业务收入如下：

单位：万元

项目	2015年度1~10月	2014年度	2013年度
广告业务收入	2,428.05	971.22	-

3、单机游戏业务

报告期内，杭州搜影开发并运营了部分单机游戏，杭州搜影的单机游戏业务收入如下：

单位：万元

项目	2015年度1~10月	2014年度	2013年度
单机游戏业务收入	1,596.47	1,642.39	-

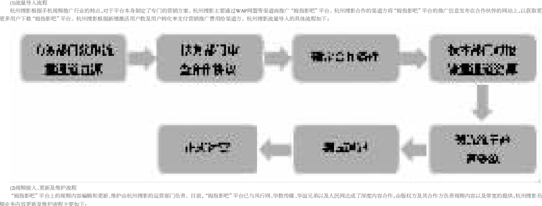
2016年1月25日起，杭州搜影停止了单机游戏的开发及运营，不再从事单机游戏的相关业务。

（四）杭州搜影的业务流程

1、视频业务推广运营流程

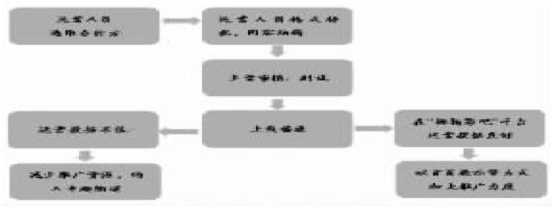
(1)流量导入流程

杭州搜影根据手机视频推广行业的特点，对于平台本身制定了专门的营销方案。杭州搜影主要通过WAP网站"拇指影吧"平台，杭州搜影合作的渠道方将"拇指影吧"平台推广信息发布在合作伙伴的网站上，以获取更多的推广流量，达到更好的推广效果，吸引更多用户下载"拇指影吧"平台。杭州搜影根据新增激活用户数及用户转化率支付营销推广费用给渠道方。杭州搜影流量导入的具体流程如下：



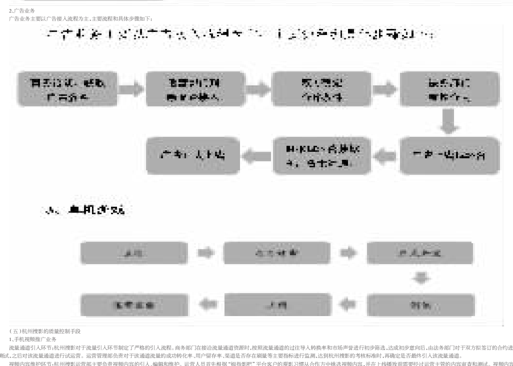
(2)视频接入、更新及维护流程

"拇指影吧"平台上的视频内容编辑和更新、维护由杭州搜影的运营部门负责。目前，"拇指影吧"平台已与风行网、华数传媒、华谊兄弟以及人民网达成了深度内容合作，由版权方及其合作方负责视频内容以及带宽的提供，杭州搜影负责视频内容的接入、编辑、更新及维护。视频业务内容更新及维护流程主要如下：



2、广告业务

广告业务主要以广告接入流程为主，主要流程和具体步骤如下：



（五）杭州搜影的质量控制手段

1、手机视频推广业务

流量通道引入环节，杭州搜影对于流量引入环节制定了严格的引入流程。商务部门在接洽流量通道资源时，按照流量通道的过往导入转换率和市场声誉进行初步筛选，达成初步意向后，由法务部门对于双方拟签订的合约进行审核，审核通过后，由技术部门负责流量通道的引入测试，之后对该流量通道进行试运营，运营管理部负责对于流通通道流量的成功转化率、用户留存率、渠道是否存在刷量等考核指标进行监测，达到杭州搜影的考核标准时，再确定是否最终引入该流量通道。

视频内容维护环节，杭州搜影运营部主要负责视频内容的引入、编辑和维护。运营人员首先根据"拇指影吧"客户的观影习惯从合作方中挑选视频内容，并在上线播放前需要经过运营主管的内容审查和测试。视频内容上线后，运营部门对于该视频的播放次数、付费次数等数据进行监控，对于数据不良好的视频内容，运营人员对其进行分析，调整视频的展示区域和方式。

客户服务环节，杭州搜影运营部组建了专业的客服团队。公司设立了客服电话和在线客服，365天每日17小时在线解答用户对于"拇指影吧"平台的咨询，问题反馈和投诉建议等。客服人员会随时收取用户的建议并在公司内部反馈，随后进行针对性改进。

2、广告推广业务

广告引入环节："拇指影吧"在广告引入标准、合同审核、广告上线监测方面设定了完整的控制点和控制程序，并由商务人员和广告客户进行沟通反馈广告投放数据情况，严格控制了广告推广业务的各项风险。

单机游戏

单机游戏开发及发上线流程，在立项阶段，商务部就游戏的市场前景，法务部对于游戏的合规性进行判断和审核，管理层对于游戏玩法、技术以及研发资源进行考量，确定是否立项；游戏开发过程中，研发负责对于研发过程中的重要项目节点进行把控；游戏上线后运营部门对于游戏上线的各项指标进行监测。

（六）杭州搜影的主要客户

杭州搜影最近两年一期向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

报告期	排名	客户名称	销售金额	占同期销售总额比例（%）
2015年1~10月	1	杭州斯凯及其关联方	6,804.36	28.93
	2	北京华谊兄弟创星娱乐科技股份有限公司	3,442.35	14.63
	3	北京搜狐新时代信息技术有限公司及其关联方	1,682.53	7.15
	4	北京虹软协创通讯技术有限公司	1,486.70	6.32
	5	华数传媒网络有限公司	1,200.31	5.10
		合计	14,616.25	62.13
2014年	1	杭州斯凯及其关联方	9,037.80	59.07
	2	北京华谊兄弟创星娱乐科技股份有限公司	2,703.85	17.67
	3	华数传媒网络有限公司	685.32	4.48
	4	北京搜狐新时代信息技术有限公司	559.63	3.66
	5	北京优嘉移动互联网科技有限公司	494.29	3.23
		合计	13,480.89	88.11
2013年	1	杭州典趣网络科技有限公司	157.11	83.72
	2	深圳市中青合创传媒科技有限公司	10.50	5.60
	3	苏州融睿信息科技有限公司	8.11	4.32
	4	北京优嘉移动互联网科技有限公司	5.42	2.89
	5	北京中青盛世传媒文化有限公司	4.00	2.13
		合计	185.15	98.66

注：杭州搜影王家锋、董世启、柯福军、秦静主要核心团队均曾在杭州斯凯任职。根据上述人员提供的书面说明，王家锋2009年10月至2012年7月于杭州斯凯就职，董世启2011年9月至2012年5月于杭州斯凯就职，柯福军2008年4月至2012年3月于杭州斯凯就职，秦静2011年7月至2012年12月于杭州斯凯就职。上述人员在杭州搜影及其关联企业的任职行为与杭州斯凯不存在竞业禁止。截至本报告书出具之日，上述人员未有直接或间接在杭州斯凯及其关联方持有任何权益，与杭州斯凯及其关联方并不存在关联关系。

报告期内，杭州搜影的主要客户为通信运营商支付渠道合作方，为杭州搜影的视影用户充值提供渠道，杭州搜影前五大客户集中度较高，主要原因为杭州搜影成立时间比较晚，客户资源在逐步扩展中，杭州搜影的核心团队人员王家锋、董世启、柯福军及秦静曾先后在杭州斯凯就职，所以2014年度杭州搜影的主要客户集中在杭州斯凯，销售金额为9,037.80万元，占同期销售比例的59.07%；2015年1~10月，杭州搜影对杭州斯凯的销售比例已经下降至28.78%，且不存在对单一客户重大依赖。鉴于视指影吧的业务模式以及杭州搜影所处的发展阶段，出于稳定性和更多客户资源的角度考量，杭州搜影近年来主要客户集中度较高。2015年以来随着杭州搜影商业模式的逐渐完善，业务扩展能力，运营资源进一步扩大，客户资源进一步积累，杭州搜影前五大客户集中度明显下降，处于行业正常水平。

（七）杭州搜影的主要供应商

杭州搜影最近两年一期向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

报告期	排名	供应商名称	采购金额（不含税）	占同期采购总额比例（%）
2015年1~10月	1	广州网易计算机系统有限公司及其关联方	3,431.05	29.66
	2	江西已网科技股份有限公司	2,000.78	17.29
	3	上饶市金网科技有限公司	1,874.44	16.20
	4	江苏鑫吉网络技术有限公司	747.88	6.46
	5	上海卓悠网络科技有限公司	673.98	5.83
		合计	8,728.13	75.44
2014年度	1	广州网易计算机系统及其关联方	1,380.89	18.32
	2	江苏鑫吉网络技术有限公司	1,109.23	14.72
	3	枣阳聚信通网络科技有限公司	978.58	12.98
	4	中科掌端科技（北京）有限公司及其关联方	736.54	9.77
	5	江苏十分便民电子商务有限公司及其关联方	534.42	7.09
		合计	4,739.66	62.89
2013年度	1	多酷（上海）信息技术有限公司	150.40	56.72
	2	炫海信息技术（上海）有限公司	79.85	30.11
	3	杭州点善网络技术有限公司	23.05	8.69
	4	杭州快定网络有限公司	7.70	2.90
	5	掌盟信息科技有限公司	1.70	0.64
		合计	262.70	99.07

杭州搜影的供应商主要有WAP网盟等流量导入渠道方。杭州搜影在业务开展过程中不断对于渠道方带来的流量稳定性和转换率进行考核，选择渠道方进行合作。报告期内供应商集中度较高具有一定流动性属于行业正常现象。

（八）杭州搜影的业务资质

截至本报告书出具之日，杭州搜影及其子公司已经取得经营业务所需的许可资质证明文件，具体情况如下：

1.增值电信业务经营许可证

公司名称	证书编号	业务种类	有效期限	发证机关
杭州搜影	浙B2-20150570	第二类增值电信业务中的信息服务业务	2015年12月10日至2020年12月9日	浙江省通信管理局

2.网络文化经营许可证

公司名称	证书编号	发证日期	发证机关
杭州搜影	浙网文[2016]0124-024号	2016年2月29日	浙江省文化厅

3.软件企业认证

公司名称	证书编号	发证日期	发证机关
杭州搜影	浙R-2015-0025	2015年3月6日	浙江省经济和信息化委员会

4.高新技术企业证书

公司名称	批准文号	发证日期	发证机关
杭州搜影	杭科高[2015]28号	2014年7月	杭州市科学技术委员会

（九）核心业务团队

序号	姓名	性别	出生年月	学历	互联网行业从业经历	任职
1	王家锋	男	1981年3月	大专	13年	杭州搜影总经理
2	柯福军	男	1978年6月	硕士	12年	杭州搜影副总经理，运营总监
3	董世启	男	1983年6月	本科	10年	杭州搜影技术总监
4	秦静	男	1981年6月	本科	11年	杭州搜影商务总监

王家锋，大专学历，2013年6月至今就职于杭州搜影，为杭州搜影创始人之一，现任杭州搜影总经理。2003年6月至2013年6月，王家锋先生先后就职于合肥速科多媒体软件公司、北京中星微电子有限公司、北京同态创智有限公司、杭州斯凯网络科技有限公司，从事软件及互联网技术方面相关工作，精通音视频算法、流媒体点播/直播、多媒体互动等多种领域。

柯福军，2004年毕业于浙江大学，研究生学历，2013年6月加入杭州搜影，为杭州搜影创始人之一，现任杭州搜影副总经理及运营总监职务。柯福军先生先后任职于东方通信股份有限公司、杭州波导软件有限公司、杭州斯凯网络科技有限公司，柯先生在软件开发和运营管理方面拥有丰富的经验。

董世启，本科学历，2013年6月加入杭州搜影，为杭州搜影创始人之一，现任杭州搜影研发总监职务。董先生先后任职于长兴美视影业、杭州瑞文软件、浙江核新同花顺网络信息股份有限公司以及杭州斯凯网络科技有限公司。董先生在安卓客户端开发方面具有丰富经验。

秦静，2005年毕业于西安电子科技大学，2013年6月加入杭州搜影，为杭州搜影创始人之一，现任杭州搜影商务总监职务。秦先生先后任职于特维英数码科技有限公司、联达游网络科技有限公司、杭州斯凯网络科技有限公司、杭州斯凯网络科技有限公司多媒体团队，主要从事产品设计、优化和维护方面的工作。加入杭州搜影后，主要负责"拇指影吧"流量引入的商务合作工作。

六、最近两年一期主要财务数据

根据天健会计师出具的天健审[2016]960号审计报告，杭州搜影最近两年一期的主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2015-10-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产合计	11,982.39	9,950.08	230.83
非流动资产合计	210.93	122.31	0.66
资产合计	12,193.32	10,072.39	231.49
流动负债合计	3,913.89	4,052.86	311.74
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	3,913.89	4,052.86	311.74
归属于母公司所有者权益合计	8,279.42	6,019.53	-80.25
所有者权益合计	8,279.42	6,019.53	-80.25

（二）合并利润表主要数据单位：万元

项目	2015年1~10月	2014年度	2013年度
营业收入	23,521.95	15,300.11	187.66
营业成本	11,569.85	7,548.46	265.17
营业利润	9,804.61	6,116.37	-90.08
利润总额	9,785.58	6,101.11	-90.25
净利润	9,681.85	6,099.78	-90.25
归属于母公司所有者的净利润	9,681.85	6,099.78	-90.25
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	9,669.05	6,099.67	-90.26

（三）非经常性损益

根据中国证券监督管理委员会[2008]43号《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）》公告之规定，杭州搜影最近两年一期非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2015年1~10月	2014年度	2013年度
计入当期损益的政府补助（与公司业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	0.39	-	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	6.75	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	5.57	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.14	0.11	0.01
非经常性损益合计	12.85	0.11	0.01
减：企业所得税影响数（所得税减少以"-"表示）	0.05	-	-
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	12.80	0.11	0.01

报告期内，杭州搜影的非经常性损益金额较小，不构成对净利润的重大影响。

七、报告期内主要会计政策及相关会计处理

（一）收入的确认原则和计量方法

1、视频业务收入确认

杭州搜影负责拇指影吧、酷吧、拇吧的手机APP软件开发，放置在渠道商的平台上，用户从该类平台上安装，激活并打开使用软件后，就需要支付一定金额的费用。杭州搜影与渠道商主要的合作方式有以下两种，一种是按用户首次成功安装并联网激活的次数进行结算，一种是根据产品当月充值实际收益按约定的比例分成进行结算。杭州搜影根据后台数据，在月末与渠道商核对后确认收入。

2、广告收入确认

杭州搜影利用拇指影吧APP中的广告区域为客户发布广告，或在拇指影吧APP应用栏目中嵌入客户的APP软件，用户下载客户的APP软件时，给客户带来用户。杭州搜影根据有效用户数量，按照协议约定的结算方法，在月末与客户核对后确认收入。

3、单机游戏收入确认

杭州搜影自主开发单机版游戏，游戏玩家在购买道具时充值，杭州搜影根据后台数据，在月末与通信运营商核对后确认收入。

（二）会计政策和会计估计与同行业或同类资产之间的差异及对利润的影响

经查阅同行业上市公司年报等资料，杭州搜影的收入确认原则和计量方法、应收款项坏账准备计提政策、固定资产折旧年限及残值率等主要会计政策和会计估计与同行业上市公司不存在重大差异，对杭州搜影利润无重大影响。

（三）备考合并财务报表编制基础

1.财务报表以杭州搜影持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照企业会计准则的有关规定，并基于重要会计政策、会计估计进行编制。

2.杭州搜影对杭州升米及杭州搜听的合并事项已于本备考合并财务报表最早期初（2013年1月1日）实施完成，即上述企业合并交易完成后的架构在2013年1月1日已经存在。

（四）重大会计政策或会计估计差异情况

杭州搜影的会计政策和会计估计与上市公司不存在重大差异。

八、主要资产、负债和担保情况

（一）主要资产

截至2015年10月31日，杭州搜影主要资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额	占总资产的比例	主要构成
流动资产：			
其中：货币资金	4,160.03	34.12%	主要为银行存款
应收账款	6,353.18	52.10%	主要为应收的通道商分成款
预付款项	52.05	0.43%	主要为预付的房屋租赁费、IDC托管费等
其他应收款	478.11	3.92%	主要为拆借款
其他流动资产	939.02	7.70%	主要为认购深圳市思道科技投资有限公司的私募基金产品
流动资产合计	11,982.39	98.27%	
非流动资产：			
其中：长期应收款	27.50	0.23%	主要为员工购房借款
固定资产	171.63	1.41%	主要为通用设备
无形资产	4.47	0.04%	主要为办公软件
递延所得税资产	7.33	0.06%	
非流动资产合计	210.93	1.73%	
资产合计	12,193.32	100.00%	

1.房产

截至本报告书出具之日，杭州搜影及其子公司无自有房产，租赁房屋共1处，位于杭州市文一西路522号9号楼310室。租赁期自2015年6月20日至2019年2月28日。同时，根据杭州市西湖区人民政府文新街道办事处出具的《关于两个园区租户注册地及办理工商注册的报告》(西文街办[2015]67号)证明，西溪科创园区拟与该宗安置等历史原因无法取得房屋产权证明。

出租方	承租方	用途	租赁地址	租赁面积	价格	是否有关联方关系
杭州锦家宜股份经济合作社	杭州搜影	办公	杭州市西湖区文一西路522号西溪科创园区9幢310室	500平米	511,000元/年	否

2014年5月15日至2015年5月14日，杭州搜影使用关联公司杭州缘盛方承租方承租的办公房屋，出租方清理，用层位于杭州市新塑区莲云路518号汇聚西湖时代中心2幢1516室，面积83.66平方米，年租金为3万元整，用层用途为非住宅（办公），已办理房屋租赁备案。

2013年5月25日至2014年5月25日，杭州搜影承租罗正，丰资华为出租方的房屋作为办公用地，用层位于杭州市下城区石桥路住宅区新塘路11幢3单元102室，面积89.55平方米，每月租金2,300元，房屋用途为非住宅，已办理房屋租赁备案。

2.无形资产

（1）商标

截至本报告书出具之日，杭州搜影及其子公司尚未拥有任何商标。

（2）著作权

截至本报告书出具之日，杭州搜影及其子公司共拥有14项软件著作权，具体情况如下：

序号	登记号	证书编号	软件名称	取得方式	权利范围	开发完成日	发证日期	著作权人
1	2014SR158007	软著登字第0827244号	搜影永享影视影音软件V1.0	原始取得	全部权利	2013年12月3日	2014年10月22日	杭州搜影
2	2014SR158010	软著登字第0827247号	搜影乐看西游游戏软件V1.0	原始取得	全部权利	2014年3月1日	2014年10月22日	杭州搜影
3	2015SR034426	软著登字第0921504号	搜影享听音频播放软件［简称：享听］V1.0	原始取得	全部权利	2014年9月28日	2015年2月17日	杭州搜影
4	2015SR133518	软著登字第1020604号	搜影马力大叔快跑游戏软件［简称：马力大叔快跑］V1.0	原始取得	全部权利	2014年3月1日	2015年7月15日	杭州搜影
5	2015SR136030	软著登字第1023116号	搜影消灭星星太空版游戏软件［简称：消灭星星太空版］V1.0	原始取得	全部权利	2014年3月1日	2015年7月17日	杭州搜影
6	2015SR136040	软著登字第1023126号	升米天天Q版纸游戏软件［简称：天天Q版纸］V1.0	原始取得	全部权利	2015年4月23日	2015年7月17日	杭州搜影
7	2015SR156752	软著登字第1043838号	搜影全球消造游戏软件［简称：全球消造］V1.0	原始取得	全部权利	2014年3月1日	2015年8月13日	杭州搜影
8	2015SR156753	软著登字第1043839号	搜影机甲战争游戏软件［简称：机甲战争］V1.0	原始取得	全部权利	2014年3月1日	2015年8月13日	杭州搜影
9	2015SR156755	软著登字第1043841号	搜影拇指阅读软件［简称：拇指阅读］V1.0	原始取得	全部权利	2014年11月15日	2015年8月13日	杭州搜影
10	2015SR019586	软著登字第0906668号	升米找数女神游戏软件V1.0	原始取得	全部权利	2014年8月1日	2015年2月2日	杭州搜影
11	2015SR019713	软著登字第0906795号	升米连接美人鱼游戏软件V1.0	原始取得	全部权利	2014年8月1日	2015年2月2日	杭州搜影
12	2015SR019658	软著登字第0906740号	升米爱吃香蕉的猴游戏软件V1.0	原始取得	全部权利	2014年8月1日	2015年2月2日	杭州搜影
13	2015SR019562	软著登字第0906644号	升米消消乐游戏软件V1.0	原始取得	全部权利	2014年8月1日	2015年2月2日	杭州搜影
14	2015SR227152	软著登字第1114238号	搜影求生之路僵尸猎人游戏软件［简称：僵尸猎人］V1.0	原始取得	全部权利	2015年11月11日	2015年11月19日	杭州搜影

（3）域名

截至本报告书出具之日，杭州搜影及其子公司共拥有98项域名，具体情况如下：

序号	域名	申请人	域名类型	有效期至
1	sooying.cn	杭州搜影	.cn英文域名	5/18/2016
2	ixiangling.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
3	lisowang.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
4	sooying.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
5	suuying.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
6	lusying.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
7	kooying.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
8	koying.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
9	koosying.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
10	zooying.com	杭州搜影	.com英文域名	12/11/2017
11	zsooying.com	杭州搜影	.com英文域名	12/11/2017
12	wooying.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
13	lusooy.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
14	lusoying.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
15	lusooying.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
16	lusoooying.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
17	lusoying.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
18	lusoy.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
19	syingx.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
20	syying.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
21	syingkj.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
22	syingk.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
23	ssyying.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
24	ppfii.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
25	ppeig.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
26	sooyingpay.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
27	sooyinglog.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
28	pplik.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
29	pplie.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
30	rsinfo.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
31	awssz.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
32	rsinfe.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
33	rsinfoe.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
34	sooyingplug.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
35	xesoz.com	杭州搜影	.com英文域名	3/12/2018
36	awssz.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
37	szssz.com	杭州搜影	.com英文域名	6/12/2017
38	pplia.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
39	pplic.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
40	sooyinggame.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
41	wzssy.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
42	pplid.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
43	sooyingresource.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
44	pplij.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
45	pplih.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
46	pplif.com	杭州搜影	.com英文域名	5/25/2018
47	zhangpus.com	杭州搜影	.com英文域名	6/12/2017
48	kmmsz.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
49	iosfck.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
50	iosfeng.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
51	fengck.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
52	ifenck.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
53	isoomi.cn	杭州搜影	.cn英文域名	10/21/2016
54	okmmg.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
55	kmeim.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
56	wozshou.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
57	5sqisqing.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
58	ejmmng.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
59	aclifese.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
60	aclifeol.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
61	aclifeug.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
62	aclifeoi.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
63	aclifeoj.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
64	aclifeol.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
65	aclifeou.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
66	adbclife.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
67	addclife.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
68	adeclife.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
69	jumxa.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
70	kgfsv.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
71	lisaoj.com	杭州搜影	.com英文域名	8/17/2016
72	olsnql.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
73	oi7oq.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
74	piopmd.com	杭州搜影	.com英文域名	7/13/2016
75	q8hv.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
76	druawt.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
77	cy5af.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
78	gsdleh.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
79	f2rml.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
80	dxold.com	杭州搜影	.com英文域名	10/21/2016
81	bohes.com	杭州搜影	.com英文域名	10/28/2016
82	shooi.com	杭州搜影	.com英文域名	5/18/2016
83	uyglf.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
84	vch7su.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
85	vstjbq.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
86	vmh7sk.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
87	wlanx.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
88	xp9vv.com	杭州搜影	.com英文域名	4/1/2016
89	shengmh.com	杭州升米	.com英文域名	10/28/2016
90	shengml.com	杭州升米	.com英文域名	10/28/2016
91	shengmn.com	杭州升米	.com英文域名	10/28/2016
92	shengmc.com	杭州升米	.com英文域名	10/28/2016
93	shengmd.com	杭州升米	.com英文域名	10/28/2016
94	shouxd.com	杭州搜听	.com英文域名	10/28/2016
95	shouxa.com	杭州搜听	.com英文域名	10/28/2016
96	shouxn.com	杭州搜听	.com英文域名	10/28/2016
97	shouxc.com	杭州搜听	.com英文域名	10/28/2016
98	shouxd.com	杭州搜听	.com英文域名	10/28/2016

（二）主要负债

截至2015年10月31日，杭州搜影主要负债构成情况如下表：

单位：万元

项目	金额	占总负债的比例	主要构成
流动负债：			
其中：应付账款	1,181.83	30.20%	主要为应付渠道成本
预收款项	0.29	0.01%	主要预收服务费
应付职工薪酬	91.34	2.33%	主要为应付短期薪酬
应交税费	422.59	10.80%	主要为应交增值税
应付股利	2,208.35	56.42%	-
其他应付款	9.51	0.24%	主要为应付经营费用
流动负债合计	3,913.89	100.00%	-
非流动负债			
负债合计	3,913.89	100.00%	-

（三）对外担保截至本报告书出具之日，杭州搜影不存在对外担保情况。

九、杭州搜影最近三年资产评估、股权转让及增资情况

（一）资产评估

本次交易完成前，杭州搜影最近三年未进行资产评估。

（二）股权转让

1.2014年8月，杭州搜影第一次股权转让

2014年8月1日，杭州搜影发生第一次股权转让，本次股权转让如下表所示：

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
陈玲敏	柯福军	0.4	4.0%	69.33
	秦静	0.2	2.0%	34.67
罗玲	柯福军	0.9	9.0%	0.9
王永琴	王家锋	5.15	51.5%	5.15
张秀艳	王家锋	0.45	4.5%	78.0
	董世启	0.3	3.0%	52.0
马婧	董世启	1.7	17.0%	1.7
张秀萍	董世启	0.9	9.0%	0.9

根据双方确认，陈玲敏、张秀艳作为杭州搜影的原始创业团队成员及原始股东参与了杭州搜影的设立，陈玲敏、张秀艳两人由于转让股权时，受让股东向其支付了对价，其中，陈玲敏6%的股权转让价款为104万元，张秀艳7.5%的股权转让价款为130万元。上述两人退出杭州搜影的原因是因为两人均有外出创业的想法，所以退出了杭州搜影。上述股权转让价款对应的杭州搜影的估值大约在1,733万元，由于杭州搜影当时的业务已经逐步步入正轨，用户数及其流水均有发展较快，所以转让的价格较为公允。

此外，考虑到原股东所持杭州搜影的业务已经逐渐步入正轨，为了杭州搜影进一步发展，需要规范其股权结构，王永琴与王家锋、马婧与董世启、罗玲与柯福军、张秀萍与秦静之间的股权转让实为解除历史代持关系，股权受让人在未实际支付股权代价。王家锋、董世启、柯福军、秦静已书面确认历史代持关系的存在，保证该等代持产生的原因并无违反法律法规或当事人限制存在的合同义务的情形，并进一步确认该等代持关系已于2014年8月1日通过无偿转让相应的代持股份彻底解除，股权代持关系中的权利与义务同时终止，本次转让后的股权没有任何权利瑕疵，股权代持关系未遗留任何争议。

2.2015年4月，杭州搜影第二次股权转让

2015年4月30日，杭州搜影发生第二次股权转让。本次股权转让如下表所示：

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
王家锋	天津久柏	275	55%	0.00055
柯福军		65	13%	0.00013
秦静		55	11%	0.00011
董世启		100	20%	0.0002

天津久柏系杭州搜影创始团队王家锋、柯福军、秦静、董世启共同设立的有限合伙企业，是为实现核心团队持股而成立的持股平台。本次股权转让系为了实现公司的管理运作考虑，并非以交易获利为目的，故采取以低对价转让的方式。

在该次股权转让之前，王家锋、柯福军、秦静、董世启均为杭州搜影股东，持股比例分别为56%、13%、11%、20%，该次股权转让后，王家锋等四人仍然通过天津久柏间接持有杭州搜影股权，其余股权由王家锋保留1%股权外，其余股权均按照原出资金额折让转让至天津久柏，所以该次股权转让主要为获取杭州搜影的持股形式发生了变化，并不存在杭州搜影为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易，所以不涉及股份支付问题。

3.2016年1月，杭州搜影第三次股权转让

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
王家锋	上海哲安	2.94	0.29%	398.53
天津久柏		291.18	29.12%	39,454.41
王家锋	北京骊悦	2.94	0.29%	398.53
天津久柏		291.18	29.12%	39,454.41
合计		588.24	58.82%	79,705.88

本次股权转让为本次交易的组成部分，即由上海哲安及北京骊悦先行收购杭州搜影58.82%股权，满足取得股东取得资格现金对价的需求，该次转让的杭州搜影股权价格参照本次交易的杭州搜影评估结果。

（三）增资情况

1.2014年10月，第一次增资

2014年10月9日，柯福军、董世启、秦静、王家锋签署《股东会决议》，同意增加注册资本490万元，增资后注册资本变更为500万元；增资金额确定为490万元，增资后各股东股权比例不变。本次增资系为了实现杭州搜影的管理运作考虑，非以交易获利为目的，并且增资完成后各股东在杭州搜影的股权比例保持一致，故采取按每1元出资款对于1元的增资价格的方式。

2.2015年7月，第二次增资

2015年7月6日，王家锋、天津久柏签署《股东会决议》，同意增加注册资本500万元，增资后注册资本变更为1,000万元；增资金额确定为500万元，增资后各股东股权比例不变。本次增资系为了满足办理增值电信业务经营许可证的需要，并且增资完成后各股东在杭州搜影的股权比例保持一致，故采取按每1元出资款对于1元的增资价格的方式。

十、其他情况说明

（一）关联方非经营性资金占用情况

截至本报告书出具之日，杭州搜影不存在资金被控股股东、实际控制人及其关联方非经营性占用的情形。

（二）合规经营及重大诉讼、仲裁情况

1.行政处罚

截至本报告书出具之日，杭州搜影不存在行政处罚的情形。

杭州搜影已取得杭州市西湖区市场监督管理局、杭州市西湖区国家税务局、杭州市西湖区地方税务局、杭州市住房公积金管理中心、杭州市西湖区人力资源和社会保障局出具的相关证明，证明杭州搜影在工商、国税、地税、公积金及社保方面无违法违规情况。

2.重大诉讼情况

截至本报告书出具之日，杭州搜影不存在重大诉讼的情形。

（三）本次交易不涉及杭州搜影的职工安置事项

本次交易拟购买资产为杭州搜影100%的股权，不涉及拟购买资产的职工安置事项。

（四）本次交易标的资产符合转让条件

截至本报告书出具之日，本次交易拟作支付现金购买资产的交易对方已分别同意杭州搜影其他股东将其所持杭州搜影股权转让给上市公司，并自愿放弃对上述股权转让的优先购买权。

截至本报告书出具之日，上市公司拟购买的王家锋等4名交易对方合计持有的杭州搜影100%股权，标的资产权属清晰，不存在产权纠纷或潜在纠纷，不存在抵押、质押或其他权利受到限制的情况。

第五节 标的公司的基本情况——北京拇指玩

一、北京拇指玩基本情况

企业名称	北京拇指玩科技有限公司
法定代表人	张健
注册资本	1034.48万元
住所	北京市朝阳区东三环中路39号院24号楼 双合公楼 21层-A2507
公司类型	有限责任公司
统一社会信用代码	911101055732115930
经营范围	技术推广服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示。（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）。
成立日期	2011年4月22日
营业期限	2011年4月22日至2031年4月21日

二、北京拇指玩历史沿革

（一）2011年4月，北京富邦展瑞科技有限公司设立

北京拇指玩前身为富邦展瑞，由董大伟设立，注册资本为100万元，以货币形式进行出资。

根据北京建拓事会计师事务所有限公司于2011年4月20日出具的《验资报告》（京建事会验字[2011]第0993号），截至2011年4月20日，富邦展瑞设立时的注册资本100万元已经缴足。

2011年4月22日，富邦展瑞取得了北京市工商行政管理局朝阳分局核发的注册号为110105013680948的《企业法人营业执照》，法定代表人为董大伟。

富邦展瑞设立时的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
董大伟	100	100.00%
合计	100	100.00%

（二）2011年9月，富邦展瑞第一次股权转让

2011年9月7日，董大伟与丁霄、顾峰、吕云、贺亚平、逍信通分别签署《股权转让协议》，约定董大伟将21%股权（出资额21万元）、14%股权（出资额14万元）、7%股权（出资额7万元）、7%股权（出资额7万元）、51%股权（出资额51万元）转让给丁霄、顾峰、吕云、贺亚平、逍信通，转让对价分别为21万元、14万元、7万元、7万元、51万元。本次股权转让如下表所示：

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
董大伟	丁霄	21	21%	21
	顾峰	14	14%	14
	吕云	7	7%	7
	贺亚平	7	7%	7
	逍信通	51	51%	51

2011年9月7日，董大伟、顾峰、吕云、丁霄、贺亚平、逍信通签署《股东会决议》。

2011年9月7日，富邦展瑞法定代表人由董大伟变更为张健，张健作为法定代表人签署了本次变更后的《公司章程》。

根据上述受让方和转让方的书面说明，丁霄为董大伟的妻子，吕云为李奎的母亲，贺亚平为张瀚的妻子。本次股权转让之后，丁霄和董大伟形成股权代持关系，丁霄为富邦展瑞21%股权的名义持有人，董大伟为实际持有人；吕云和李奎形成股权代持关系，吕云为富邦展瑞7%股权的名义持有人，李奎为实际持有人；贺亚平和张瀚形成股权代持关系，贺亚平为富邦展瑞7%股权的名义持有人，张瀚为实际持有人。各方就上述代持关系并未签署书面代持协议。

根据董大伟和丁霄的书面确认，董大伟与丁霄之间的股权转让对价并未实际支付，双方书面确认同意免除上述股权转让对价的支付义务。根据董大伟和顾峰、吕云、李奎、贺亚平、张瀚的书面确认，董大伟与顾峰、吕云（实际持有人为李奎）、贺亚平（实际持有人为张瀚）、逍信通之间的股权转让对价14万元、7万元、7万元、51万元已支付。本次股权转让涉及到的代持关系如下：

名义持有人	实际持有人	实际出资方	代持原因
丁霄	董大伟	董大伟	董大伟认为因其在其他非关联公司任职，不便对富邦展瑞进行显名投资。但董大伟确认，投资富邦展瑞并不违反竞业限制或其他合同项下义务。
吕云	李奎	李奎	实际持有人认为在创业初期由家属持股，有利于获得家属对其创业的支持。
贺亚平	张瀚	张瀚	

据董大伟确认，其参与北京拇指玩（富邦展瑞）的投资并不违反竞业限制或其它相关法律或其合同项下义务。北京拇指玩（富邦展瑞）上述股权代持不存在因被代持人身份不合法而不能直接持股的情况。

2011年10月25日，富邦展瑞就本次股权转让完成工商变更登记手续，并取得换发的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，富邦展瑞的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
逍信通	51	51.00%
顾峰	14	14.00%
吕云	7	7.00%
丁霄	21	21.00%
贺亚平	7	7.00%
合计	100	100.00%

（三）2012年12月，富邦展瑞第二次股权转让

2012年12月10日，逍信通分别与张健、王磊签订《出资转让协议书》，约定逍信通将13%股权（出资额13万元）、38%股权（出资额38万元）转让给张健和王磊，转让对价为13万元、38万元；顾峰、吕云、丁霄、贺亚平分别与王磊签订《出资转让协议书》，约定将4.67%股权（出资额4.67万元）、2.33%股权（出资额2.33万元）、21%股权（出资额21.00万元）、2.33%股权（出资额2.33万元）转让给王磊，转让对价为4.67万元、2.33万元、21.00万元、2.33万元；吕云与李奎签订《出资转让协议书》，约定吕云将4.67%股权（出资额4.67万元）转让给李奎，转让对价为4.67万元；贺亚平与张瀚签订《出资转让协议书》，约定贺亚平将4.67%股权（出资额4.67万元）转让给张瀚，转让对价为4.67万元。根据上述股权转让人和受让人的书面确认，李奎和张瀚就受让股权已实际支付对价。

本次股权转让如下表所示：

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
逍信通	张健	13	13%	13
	王磊	38	13%	38
顾峰	王磊	4.67	4.67%	4.67
吕云	王磊	2.33	2.33%	2.33
	李奎	4.67	4.67%	4.67
丁霄	王磊	21	21%	21
贺亚平	王磊	2.33	2.33%	2.33
	张瀚	4.67	4.67%	4.67

2012年12月10日，富邦展瑞法定代表人张健签署了本次变更后的公司章程。

根据逍信通与张健、王磊的书面确认，逍信通与张健、王磊之间的股权转让对价已实际支付。根据顾峰、吕云、丁霄、贺亚平与王磊的书面确认，顾峰与王磊、吕云与王磊、丁霄与王磊、贺亚平与王磊之间的股权转让对价已实际支付。

根据吕云、李奎、贺亚平和张瀚的书面确认，吕云和李奎、贺亚平与张瀚之间的股权转让实为解除股权代持关系，解除原因为当时富邦展瑞业务已逐渐步入正轨，创始股东作为工商登记的显名股东具有利于富邦展瑞的经营发展。上述四人书面确认历史代持关系的存在，保证该等代持产生的原因并无违反法律法规或当事人限制存在的合同义务的情形，并进一步确认该等代持关系已于2012年12月10日通过转让相应的代持股份彻底解除，股权代持关系中的权利与义务同时终止，本次转让后的股权没有任何权利瑕疵，股权代持关系未遗留任何争议。

2012年12月14日，富邦展瑞就本次股权转让完成工商变更登记手续，并取得换发的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，富邦展瑞的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
顾峰	9.33	9.33%
李奎	4.67	4.67%
王磊	68.33	68.33%
张瀚	4.67	4.67%
张健	13.00	13.00%
合计	100	100.00%

（四）2014年3月，富邦展瑞第三次股权转让及名称变更

2014年3月20日，顾峰分别与李奎、王磊签署《出资转让协议书》，约定顾峰将1.00%股权（出资额1万元）、8.33%股权（出资额8.33万元）转让给李奎、王磊，转让价格为1万元、8.33万元；张瀚与王磊签署《出资转让协议书》，约定张瀚将4.67%股权（出资额4.67万元）转让给王磊，转让价格为4.67万元。本次股权变更如下表所示：

转让方	受让方	转让的出资额（万元）	股权比例	转让对价（万元）
顾峰	王磊	8.33	8.33%	8.33
	李奎	1	1%	1
张瀚	王磊	4.67	4.67%	4.67

2014年3月20日，张健、顾峰、李奎、张瀚以及王磊签署《股东会决议》，同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权；同意将公司名称变更为北京拇指玩科技有限公司；同意修改公司章程。

2014年3月20日，北京拇指玩法定代表人张健签署了本次变更后的公司章程。

2014年4月1日，北京拇指玩就本次股权转让完成工商变更登记手续，并取得换发的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，北京拇指玩的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
李奎	5.67	5.67%
王磊	81.33	81.33%
张健	13.00	13.00%
合计	100	100.00%

（五）2014年8月，北京拇指玩第一次增资

2014年8月20日，李奎、王磊、张健签署《股东会决议》，同意注册资本增加900万元，增资后注册资本变更为1000万元，其中股东李奎增加出资51.03万元，其出资增至56.7万元；股东王磊增加出资731.97万元，其出资增至813.3万元；股东张健增加出资117万元，其出资增至130万元。同意修改北京拇指玩的《公司章程》。

2014年8月22日，北京市工商行政管理局朝阳分局向北京拇指玩出具《准予变更登记（备案）通知书》，北京拇指玩就本次增资已经办理完成工商变更手续。

根据北京北方嘉音会计师事务所（有限合伙）于2014年11月5日出具的《验资报告》（北京北方嘉音验字[2014]第BJV301号），截至2014年11月5日，北京拇指玩已收到新增注册资本900万元，变更后的实收资本共1000万元。

本次增资后北京拇指玩的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
李奎	56.70	5.67%
王磊	813.30	81.33%
张健	130.00	13.00%
合计	1000.00	100.00%

（六）2015年6月，北京拇指玩第二次增资

2015年6月12日，北京拇指玩、华泽方圆与王磊、张健、李奎签署《增资协议》，约定北京拇指玩新增注册资本34.48万元，由华泽方圆认缴。根据该协议，华泽方圆应向北京拇指玩支付认缴新增注册资本的款项1,000万元，其中34.48万元为认缴的新增注册资本，超出新增注册资本金额的部分，即965.52万元作为公司的资本公积。

2015年6月12日，李奎、王磊、张健签署《股东会决议》，同意注册资本增加为1,034.48万元，由华泽方圆货币出资认缴新增注册资本34.48万元。同意修改北京拇指玩的公司章程。

2015年6月15日，北京市工商行政管理局朝阳分局向北京拇指玩出具《准予变更登记（备案）通知书》，北京拇指玩就本次增资已经办理完成工商变更手续。

本次增资后北京拇指玩的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	股权比例
李奎	56.70	5.48%
王磊	813.30	78.62%
张健	130.00	12.57%
华泽方圆	34.48	3.33%
合计	1,034.48	100.00%

（七）2016年1月，北京拇指玩第四次股权转让

2016年1月18日，王磊、张健、李奎、华泽方圆分别与上海哲安、北京骊悦签署《股权转让协议》，约定王磊、张健、李奎、华泽方圆分别将22.57%股权（出资额233.43万元）、3.61%股权（出资额37.31万元）、1.57%股权（出资额16.27万元）、1.67%股权（出资额17.24万元）转让给上海哲安，转让价格分别为7,784.99万元、1,244.37万元、542.74万元、574.96万元；王磊、张健、李奎、华泽方圆分别将22.57%股权（出资额233.43万元）、3.61%股权（出资额37.31万元）、1.57%股权（出资额16.27万元）、1.67%股权（出资额17.24万元）转让给北京骊悦，转让价格分别为7,784.99万元、1,244.37万元、542.74万元、574.96万元。本次股权变更如下表所示：

转让方	受让方	转让出资额（万元）	股权比例	转让价格（万元）
王磊	上海哲安	233.43	22.57%	7,784.99
张健		37.31	3.61%	1,244.37
李奎		16.27	1.57%	542.74
华泽方圆		17.24	1.67%	574.96
王磊	北京骊悦	233.43	22.57%	7,784.99
张健		37.31	3.61%	1,244.37
李奎		16.27	1.57%	542.74
华泽方圆		17.24	1.67%	574.96
合计		608.52	58.82%	20,294.12

2016年1月25日，王磊、张健、李奎、上海哲安、北京骊悦签署《股东会决议》。

截至本报告书出具之日，上述受让方就受让股份已实际支付对价。

2016年2月16日，北京市工商行政管理局朝阳分局向北京拇指玩颁发了新的营业执照，北京拇指玩就本次股权转让已办理完成工商变更手续。根据修订后的《公司章程》，本次股东变更后北京拇指玩的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	股权比例
王磊	346.44	33.49%
张健	55.38	5.35%
李奎	24.15	2.33%
上海哲安	304.26	29.41%
北京骊悦	304.26	29.41%
合计	1,034.48	100.00%

三、北京拇指玩股权结构及产权控制关系

截至本报告书出具之日，北京拇指玩控股股东、实际控制人为王磊。王磊目前直接持有北京拇指玩33.49%股权。

四、北京拇指玩下属分子公司情况

截至本报告书出具之日，北京拇指玩下设广州分公司，无子公司。

企业名称	北京拇指玩科技有限公司广州分公司
法定代表人	张健
住所	广州市天河区科韵路12号之一701室（仅限办公用途）
公司类型	有限责任公司分公司
营业执照注册号	440106001035731
税务登记证	粤国税字440106304657538号 粤地税字440106304657538号
组织机构代码证	30465753-8
经营范围	科技信息咨询服务；文化艺术咨询服务；会议及展览服务；计算机技术开发、技术服务；信息技术咨询服务。
成立日期	2014年09月23日
营业期限	自2014年09月23日至长期

五、北京拇指玩主营业务发展情况

北京拇指玩的主营业务

1.北京拇指玩所处行业

北京拇指玩主要从事移动游戏推广服务及广告业务。参照中国证监会2012年10月26日公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），属于"I64 互联网和相关服务"。

2.北京拇指玩的主营业务概况

北京拇指玩成立于2011年4月，主要从事移动网游戏推广业务。北京拇指玩自行研发的"拇指玩"平台目前已成为国内领先的安卓系统移动互联网手机游戏下载和推广平台。北京拇指玩与网易、中国手游、中清龙图、北纬通信、艾格拉斯等知名游戏开发商建立了稳定的合作关系，平台可供下载的游戏囊括了国内的热门手机游戏，已跻身国内知名的专业手机游戏推广平台。

"拇指玩"平台推广游戏中，以中重度手机游戏为主，其中的《时空猎人》、《全民枪战》、《刀塔传奇》、《乱斗西游》等多款游戏深受游戏玩家的追捧。

（二）所属行业监管机构、监管体制及主要法规政策

具体内容参见本报告书"第四节标的公司的基本情况——杭州搜影/五、杭州搜影的主营业务情况/（二）所属行业监管机构、监管体制及主要法规政策"。

（三）北京拇指玩主营业务模式

1.手机游戏推广业务的盈利模式

随着网络游戏行业的发展和游戏玩家体验需求的变化，网络游戏的收费方式经历了"免费—收费—免费"的螺旋式历程。在具体的模式上就是从"时长卡—包月（年/季/日）—道具收费"的变化，按时间收费的方式目前主要集中于部分端游类网络游戏，而按虚拟道具收费的方式已成为网页游戏及移动互联网游戏的主要盈利模式。 游戏收费方式主要为游戏内虚拟道具收费，即游戏玩家在游戏中通过支付宝、微信等第三方支付平台向游戏平台账户内充值，然后在平台运营的游戏内购买虚拟道具进行游戏体验。

据Talkingdata数据分析，中重度游戏内容丰富，生命周期长，相对同质化严重的轻游戏更具竞争优势和成长潜质。随着中重度手机游戏内容的不断开发，智能手机在硬件配置上的高端化以及对游戏卓越体验性的不断优化，中重度游戏将面临良好的发展前景，这意味着游戏内容、形式的极大丰富以及用户黏性的不断提升。

北京拇指玩旗下的"拇指玩"手机游戏推广平台由北京拇指玩自行开发，提供游戏下载、账号注册等功能。主要以推广中重度手机游戏为主。目前，北京拇指玩平台上推广的游戏可以分为SDK模式推广手机游戏、CPS模式推广手机游戏以及单机游戏三种游戏类型。

SDK模式推广游戏

北京拇指玩通过代理或与游戏开发商签订合作协议，在"拇指玩"平台上发布并推广该游戏，代理或游戏开发商需在游戏包内安装、嵌入北京拇指玩自行开发的SDK计费系统。游戏玩家在安装"拇指玩"平台后，下载游戏并注册，使用"拇指玩"平台提供的充值渠道（支付宝、银联及易宝等）和计费系统购买游戏内的道具。北京拇指玩按照协议中的条款约定，结算分成款给游戏开发商或者代理商。

在SDK模式下，北京拇指玩负责游戏用户在"拇指玩"平台的注册及登录，以及游戏在平台上的推广、充值服务、计费系统的管理；游戏开发商或代理商负责游戏的运营、技术支持服务和客服工作。

（2）CPS模式推广游戏

北京拇指玩通过代理商或与游戏开发商签订合作协议，在"拇指玩"平台上发布并推广该游戏。游戏玩家通过"拇指玩"平台下载游戏并注册，之后在游戏提供方上的充值平台进行充值从而获得虚拟货币后，再在游戏中购买虚拟道具。

在CPS模式下，北京拇指玩负责游戏在"拇指玩"平台上的推广，游戏开发商负责游戏的充值服务、计费系统的管理、游戏的运营、技术支持服务和客服工作。北京拇指玩按照与游戏开发商签订的推广协议计算的分成金额确认收入。

（3）单机游戏

游戏开发商或代理商向北京拇指玩推广该游戏，北京拇指玩确定引入该游戏后，与三大运营商签订合作协议。游戏上线后，玩家可在"拇指玩"平台下载好单机游戏后，以短信扣费的方式购买游戏内的道具。运营商进行费用的记录和结算，并按照协议中约定的分成比例支付给北京拇指玩和游戏开发商或代理商。

2.手机游戏的业务开展情况

2014年，我国移动游戏用户规模达到4.6亿，较2013年增长231.7%。其中，安卓系统用户占到用户总量的78%。2014年中国移动游戏市场整体继续保持高速增长，规模达到293.8亿元人民币，较2013年增长111%。

数据来源：TalkingData《2014年移动互联网数据报告》

在中国移动游戏市场整体迅速发展的背景下，"拇指玩"平台的手机游戏推广业务也迅速发展。"拇指玩"平台的用户数量、付费玩家人数持续增长，手机游戏业务创造的营业收入不断提高。

报告期内，手机游戏业务方面的经营数据主要如下：

单位：万元

项目	2015年度1~10月	2014年度	2013年度
SDK模式推广游戏	1,097.78	504.80	-
CPS模式推广游戏	412.69	1,101.97	581.92
单机游戏	78.48	-	-
合计	1,588.96	1,606.77	581.92

由于在CPS模式推广游戏以及单机游戏模式下，北京拇指玩仅作为游戏的推广方，收取推广费用，不涉及游戏的注册、充值以及计费，故只统计SDK模式下的相关业务数据。

（1）SDK模式推广游戏付费设备数据相关数据

月份	付费设备数(台)	活跃设备数(台)	充值金额（元）	ARPU值	ARPPU值
2013年11月	13	915	4,140.28	4.52	318.48
2013年12月	105	8,854	20,956.20	2.37	199.58
合计			25,096.48		
2014年1月	554	36,373	97,844.87	2.69	176.62
2014年2月	1,150	62,434	294,972.95	4.72	256.5
2014年3月	2,246	106,973	541,698.00	5.06	241.18
2014年4月	2,004	103,578	474,572.63	4.58	236.81
2014年5月	2,040	105,189	495,538.70	4.71	242.91
2014年6月	2,616	114,494	627,220.44	5.48	239.76
2014年7月	4,733	146,807	865,474.50	5.9	182.86
2014年8月	5,621	152,884	979,085.36	6.4	174.18
2014年9月	12,276	249,388	1,141,365.02	4.58	92.98
2014年10月	12,608	254,672	1,211,303.00	4.76	96.07
2014年11月	15,125	260,644	1,637,394.00	6.28	108.26
2014年12月	13,935	269,644	1,699,074.00	6.3	121.93
合计			10,065,543.47		
2015年1月	13,771	307,930	2,020,858.00	6.56	146.75
2015年2月	14,344	324,543	2,211,279.00	6.81	154.16
2015年3月	15,203	314,611	2,027,576.00	6.44	133.37
2015年4月	14,472	289,342	1,964,471.00	6.78	135.74
2015年5月	13,308	288,086	1,838,655.00	6.38	138.16
2015年6月	12,332	300,432	1,829,183.00	6.09	148.33
2015年7月	17,576	442,923	2,132,756.33	4.82	121.34
2015年8月	18,810	491,607	2,532,213.08	5.15	134.62
2015年9月	16,751	409,898	2,562,541.25	6.25	152.98
2015年10月	16,824	367,144	2,762,020.90	7.52	164.17
合计			21,881,553.56		

注：设备数按设备号口径统计

报告期内，"拇指玩"平台SDK模式推广游戏业务开展良好，设备数、活跃设备数、充值金额都大幅提升。

（2）SDK模式推广游戏的客户群体

排名	地域	活跃设备数	比例	排名	地域	活跃设备数	比例
1	广东	545,723	14.59%	19	重庆	76,929	2.06%
2	其他（国外）	491,580	13.14%	20	陕西	73,742	1.97%
3	四川	190,229	5.08%	21	山西	71,386	1.91%
4	北京	171,186	4.58%	22	黑龙江	71,256	1.90%
5	浙江	169,609	4.53%	23	贵州	66,975	1.79%
6	河南	151,476	4.05%	24	上海	66,647	1.78%
7	福建	146,101	3.90%	25	吉林	55,496	1.48%
8	江苏	144,317	3.86%	26	新疆	49,939	1.33%
9	山东	133,764	3.58%	27	内蒙古	42,824	1.14%
10	湖南	127,620	3.41%	28	台湾	31,054	0.83%
11	湖北	127,413	3.41%	29	甘肃	30,719	0.82%
12	河北	115,813	3.10%	30	海南	22,140	0.59%
13	广西	109,396	2.92%	31	宁夏	12,174	0.33%
14	天津	92,211	2.46%	32	香港	9,977	0.27%
15	辽宁	90,092	2.41%	33	青海	7,234	0.19%
16	安徽	83,409	2.23%	34	西藏	1,755	0.05%
17	云南	80,926	2.16%	35	澳门	1,199	0.03%
18	江西	79,179	2.12%		合计	3,741,490	100.00%

从上表来看，"拇指玩"平台SDK模式下的推广游戏中，游戏玩家主要来自于中国内地，占比为85.73%，海外玩家占比14.27%，其中港澳台玩家合计占比1.13%。在中国内地区域中，玩家分布较为分散，相对集中于广东、四川、北京和浙江等地。（3）SDK模式推广游戏的设备留存率

期间	第2日留存率	第3日留存率	第7日留存率	第30日留存率
2013年	30.30%	19.44%	8.81%	3.18%
2014年	39.81%	28.28%	18.05%	6.99%
2015年1~10月	38.06%	26.41%	16.68%	6.23%
合计	38.65%	27.04%	17.14%	6.50%

随着时间增加，SDK模式推广游戏的设备留存率呈现下降趋势。但2014年及2015年1~10月，设备留存率较2013年有较大幅度的提升，2015年1~10月与2014年相比略有下降。

（4）SDK模式下主要游戏相关数据

1）全民枪战

全民枪战2014年8月至2015年10月，累计充值467万元，总玩家数量65.55万人，付费用户数4.87万人。

月份	单月总充值金额（元）	付费用户数（人）	人均消费（元）	活跃用户（人）
2014年8月	31	2	15.50	5
2014年9月	142,035	3,421	41.52	91,284
2014年10月	254,623	5,089	50.03	119,898
2014年11月	244,315	3,102	78.76	79,217
2014年12月	253,476	2,488	101.88	64,587
2015年1月	334,561	2,722	122.91	95,163
2015年2月	431,846	2,897	149.07	92,322
2015年3月	416,114	3,048	136.52	80,395
2015年4月	319,034	3,168	100.71	76,995
2015年5月	299,608	4,364	68.65	78,594
2015年6月	335,794	3,716	90.36	78,941
2015年7月	417,310	4,378	95.32	150,634
2015年8月	514,368	4,192	122.70	162,363
2015年9月	390,766	3,783	103.30	101,921
2015年10月	316,212	2,330	135.71	66,883

2）乱斗西游

乱斗西游2014年8月至2015年10月，累计充值383.63万元，总玩家数量32.07万人，付费用户数3.9万人。

月份	单月总充值金额（元）	付费用户数（人）	人均消费（元）	活跃用户（人）
2014年8月	1	1	1.00	1
2014年9月	-	-	-	9
2014年10月	26	4	6.50	1,319
2014年11月	565,849	8,607	65.74	97,684
2014年12月	498,597	6,233	79.99	88,352
2015年1月	555,004	5,095	108.93	74,718
2015年2月	519,336	4,160	124.84	60,361
2015年3月	398,963	3,949	101.03	49,110
2015年4月	263,037	2,268	115.98	37,225
2015年5月	181,288	1,733	104.61	31,224
2015年6月	177,774	1,463	121.51	27,373
2015年7月	167,714	1,715	97.79	37,739
2015年8月	184,113	1,377	133.71	28,643
2015年9月	137,538	1,017	135.24	20,542
2015年10月	187,077	1,378	135.76	17,726

3）梦幻西游

梦幻西游2015年3月至2015年10月，累计充值188.12万元，总玩家数量8.26万人，付费用户数0.81万人。

月份	单月总充值金额（元）	付费用户数（人）	人均消费（元）	活跃用户（人）
2015年3月	10,254	403	25.44	9,412
2015年4月	350,870	2,447	143.39	37,367
2015年5月	339,824	1,354	250.98	20,832
2015年6月	265,290	918	288.99	14,314
2015年7月	245,980	859	286.36	13,638
2015年8月	220,346	752	293.01	12,443
2015年9月	237,062	656	361.38	9,651
2015年10月	211,558	651	324.97	8,912

4）新时明月

新时明月2014年2月至2015年10月，累计充值78.62万元，总玩家数量4.21万人，付费用户数0.44万人。

月份	单月总充值金额（元）	付费用户数（人）	人均消费（元）	活跃用户（人）
2014年2月	168.08	6	28.01	178
2014年3月	61,454	452	135.96	7,418
2014年4月	76,880	519	148.13	7,162
2014年5月	78,393	440	178.17	7,349
2014年6月	61,734	307	201.09	5,510
2014年7月	39,009	281	138.82	5,334
2014年8月	69,039	384	179.79	6,652
2014年9月	51,244	335	152.97	3,687
2014年10月	52,760	221	238.73	2,326
2014年11月	49,270	182	270.71	2,040
2014年12月	25,312	144	175.78	1,543
2015年1月	34,312	166	206.70	1,732
2015年2月	35,660	140	254.71	1,468
2015年3月	24,800	111	223.42	1,241
2015年4月	23820	159	149.81	1,221
2015年5月	19,802	154	128.58	1,200
2015年6月	14,338	113	126.88	1,021
2015年7月	19,060	101	188.71	1,108
2015年8月	20,452	78	262.21	961
2015年9月	14,080	76	185.26	851
2015年10月	14,618	75	194.91	800

5）主要游戏玩家地域分布

排名	全民枪战		乱斗西游		梦幻西游		新时明月	
	占比	地域	占比	地域	占比	地域	占比	地域
1	14.01%	广东省	11.92%	广东省	15.11%	广东省	13.01%	广东省
2	4.47%	浙江省	4.42%	浙江省	5.05%	浙江省	6.22%	浙江省
3	4.38%	北京市	4.12%	北京市	4.54%	山东省	5.38%	北京市
4	3.66%	四川省	3.56%	四川省	4.38%	北京市	5.13%	江苏省
5	3.43%	福建省	3.47%	湖南省	4.05%	河南省	4.83%	天津市
6	3.19%	湖南省	3.16%	河南省	3.41%	河北省	4.21%	福建省
7	2.76%	天津市	3.06%	天津市	3.37%	天津市	3.40%	上海市
8	2.72%	河南省	3.02%	山东省	2.78%	湖北省	3.32%	湖北省
9	2.57%	山东省	2.98%	福建省	2.70%	江苏省	3.23%	山东省
10	2.43%	江苏省	2.69%	江苏省	2.69%	山西省	3.18%	四川省
合计	43.62%		42.40%		48.08%		51.91%	

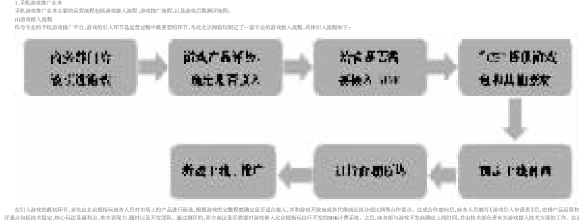
（四）北京拇指玩的业务流程

1.手机游戏推广业务

手机游戏推广业务主要的运营流程包括游戏接入流程、游戏推广流程，以及游戏后期测评流程：

(1)游戏接入流程

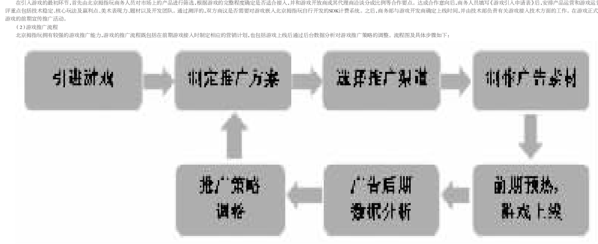
作为专业的手机游戏推广平台，游戏的引入环节是运营过程中最重要的环节，为此北京拇指玩制定了一套专业的游戏接入流程，具体引入流程如下：



在引入游戏的最初环节，首先由北京拇指玩商务人员对市场上的产品进行筛选，根据游戏的完整程度确定是否适合接入，并和游戏开发商或其代理商洽谈分成比例等合作要点。达成合作意向后，商务人员填写《游戏引入申请表》后，安排产品运营和游戏运营部门进行测评，测评重点包括技术稳定、核心玩法及盈利点、美术表现力、题材以及开发团队。通过测评后，双方商议是否需要对游戏接入北京拇指玩自行开发的SDK计费系统。之后，商务部与游戏开发商确定上线时间，并由技术部负责有关游戏接入技术方面的工作。在游戏正式上线前，市场部安排游戏的前期宣传推广活动。

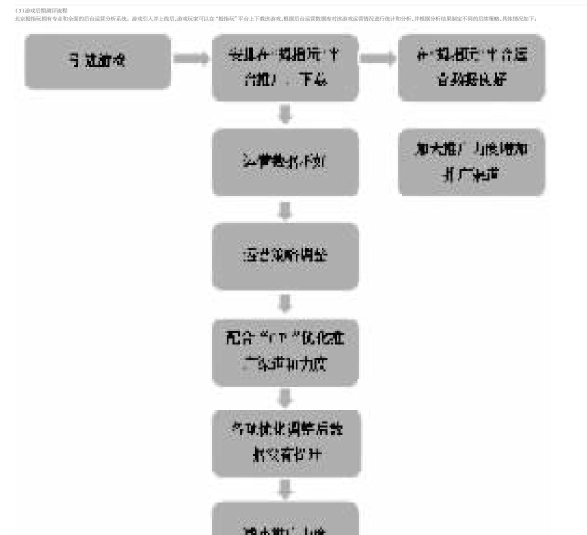
(2)游戏推广流程

北京拇指玩拥有较强的游戏推广能力，游戏的推广流程既包括在前期游戏接入时制定相应的营销计划，也包括游戏上线后通过后台数据分析对游戏推广策略的调整。流程图及具体步骤如下：



(3)游戏后期测评流程

北京拇指玩拥有专业和全面的后台运营分析系统。游戏引入并上线后，游戏玩家可以在"拇指玩"平台上下载该游戏，根据后台运营数据库对该游戏运营情况进行统计和分析，并根据分析结果制定不同的后续策略，具体情况如下：



（五）北京拇指玩的质量控制手段

1.手机游戏推广业务

游戏引入环节：北京拇指玩具备完整的评测体系，产品运营部以及游戏运营部的评测人员从产品前期引导、技术稳定、核心玩法及盈利点、美术表现力、题材以及开发团队的情况等多方面进行深度评测，最终综合产品运营部以及游戏运营部的评测人员双方的意见确定产品的引进与否。在签订合约时，北京拇指玩法务人员会对合作方是否拥有游戏的版权进行审核，并要求获得授权。

截至本报告书出具之日，北京拇指玩正在运营的游戏均已取得授权。

游戏的推广环节：游戏确定接入后，由北京拇指玩运营部门根据游戏的类型及题材等制定详细的推广策略，选择合适的推广渠道，并根据游戏和渠道制作广告素材，游戏上线后根据预热效果。

游戏上线运营环节：北京拇指玩通过后台数据库自动收集游戏上线后游戏运营的状况，由游戏运营部和产品运营人员对游戏的各项数据实时监控，随时调整用户导入的数量以及游戏的推广方式，提高游戏玩家的体验质量。同时，运营部门及时对后台数据进行统计分析，对每个主推游戏的数据进行分析和对比，进一步调整运营策略，促使在线用户数、活跃用户数、付费人数、付费金额等各项数据都得稳定上升，从而达到收益最大化。

客户服务环节：北京拇指玩运营部有专业的客服人员。公司设立了7×12客服电话和在线客服，用以解答游戏玩家对于移动网络游戏的咨询、问题反馈和投诉建议等。客服人员会随时收取玩家的建议并在公司内部反馈，随后进行针对性改进。

（六）北京拇指玩的主要客户

北京拇指玩最近两年一期向前五名客户的销售情况如下：

（下转B16版）