

## 苹果公司首次公布有关政府索取信息情况报告

美国苹果公司5日发表报告,披露今年上半年不同国家和地区政府部门提出的索要其用户信息的请求数量,以及获得苹果公司配合的请求数量。这是自“棱镜门”事件曝出美国主要互联网公司配合美国情报部门实施网络监听的消息后,苹果公司首次发表这种透明度报告。

苹果公司说,用户有权知道他们的个人信息被怎样管理,苹果在法律允许范围内披露了相关信息。报告显示,今年截至6月30日,美国执法部门向苹果公司提出的涉及其用户账户信息的请求在1000个至2000个之间,美国以外的国家和地区执法部门提出了700余个此类请求。各国和地区执法部门提出的涉及苹果用户设备信息的请求数量有12000多个,其中美国的请求数量为3500余个。

报告还列出了不同国家和地区执法部门提出的请求,分别涉及多少账户、有多少账户的信息被披露、有多少请求被拒绝等数据。根据报告,苹果公司对美国提出的88%的涉及具体设备的请求提供了信息。

报告中涉及美国的数据并不详细,为0至1000或以1000为单位递增的区间数。苹果公司解释说,美国政府目前只允许其公布非常有限的涉及国家安全的请求信息,因此这份报告只提供相关的区间数。

苹果公司还表示,政府部门提出的请求大部分涉及具体设备,通常与设备遗失或失窃有关。而大部分涉及账户信息的请求与抢劫、人员失踪等犯罪行为有关。

(据新华社电)

## 欧洲股市再创5年新高

由于投资者憧憬欧洲央行进一步放松政策以刺激增长的可能性,欧洲股市昨日再创5年以来的新高。在昨日欧洲交易时段,欧洲斯托克600指数上涨0.6%至323.89点,创下自2008年5月以来的新高,德国和法国股市盘中涨幅均超过0.8%。

欧盟委员会日前下调了该地区经济增长预期,但投资者对欧洲央行或采取措施提振经济增长的预期仍存,欧洲央行将在今日做出最新的利率决定。摩根大通资产管理公司欧洲证券投资组合经理史蒂文表示,欧洲央行很可能再度降息。(吴家明)

## 特斯拉第三季度净亏3850万美元

当地时间11月5日,美国电动车制造商特斯拉公布了三季度财报。数据显示,三季度公司实现营收4.31亿美元,净亏损为3850万美元,同比去年净亏损1.11亿美元大幅缩减。不过,由于公司三季度发货量不及预期,导致公司股价在美股5日盘后交易时段大跌12%。

特斯拉汽车三季度发货量为5500辆,不及市场预期的6000辆。特斯拉计划在未來几个季度内增加产量,以满足不断增长的市场需求。此外,特斯拉公司还表示,Model S汽车在北美和欧洲市场的需求仍在增长,该公司已在中国开设直营体验店,并预计在2014年第一季度开始在中国销售Model S电动车。特斯拉首席执行官马斯克也表示,最早将于明年3月向中国交付电动车。

此外,特斯拉公司第三季度研发支出为5640万美元。截至第三季度,特斯拉公司持有的现金总额为7.96亿美元。(吴家明)

## 港交所前三季度净利润同比增10%

港交所昨日公布的前三季度业绩显示,主要受惠于证券市场交投改善及来自伦敦金属交易所(LME)的收益,集团今年前9个月净赚35亿港元,较去年同期增加10%。第三季度纯利润12亿港元,同比上升20%。前9个月的营业收入及其他收益为65.74亿港元,同比上升20%;每股基本盈利3.07港元。

业绩报告显示,今年前9个月LME的核心业务保持强劲增长,平均每日成交量较去年同期增长7%至68万手,为交易所贡献6.45亿港元的交易费。但是与此同时,LME业务导致港交所营运支出按年上升41%至20.18亿港元。(徐歆)

# 欧美日手游市场看上去美 国内公司分羹不易

## 中国手游想要开拓海外市场,需要进行“去本土化”的过程,将欧美用户拉进同一个世界。

证券时报记者 徐潇

随着我国手游行业目前呈现爆发式的发展,有分析称,国内手游市场竞争日趋激烈,“蛋糕”已被瓜分殆尽,相较而言,海外手游市场能为我国相关手游企业提供更广阔的市场空间。但由于文化的差异、付费习惯的不同以及玩家偏好等因素,我国手游企业进军海外市场,看上去很美,但真要分一杯羹,并不是那么容易。

### 欧美手游市场偏爱创意

据了解,欧美的手游市场与中国一样,是随着智能机的发展逐步兴起的。当下欧美手游市场呈现出百花齐放的局面,涉足手游行业的既有暴雪这样拥有多年网络游戏制作经验的大型游戏公司,也有如Facebook一样具有自身优势,渠道通畅的非游戏类企业,还有在竞争中快速成长起来的后起之秀——以经典游戏Candy Crush Saga连续9周拿下美国App Store排行冠军的King.com就是以三人一组,开发社交游戏起家。

Mouse Games是一家新兴的上海手游公司,其开发的产品主要面对欧美市场。据该公司相关负责人介绍,相较于国内的手游,欧美手游产品更注重创意,与此同时,一些运动类如橄榄球、棒球的手游较符合欧美玩家的喜欢,该公司近期开发了一款名为Fanatical Football的橄榄球运动类手游,在美国App排行榜上名列第7,但该公司负责人称,这类手游在国内不一定受欢迎。

另一位接受采访的手游工作者张立东表示,欧美的手游往往来自一个简单有趣的创意,然后不断将其完善,例如大受欢迎的Temple Run就是由基思·谢泼德和纳塔利娅·勒祺阿诺娃这一对夫妻创造出来的。张立东认为,除了创意外,一些欧美公司主要靠数据分析游戏的体验和游戏运营,在产品上美国动作类手游制作精良,亚洲例如日本制作的手游更偏向于剧情类和智力解密类。

目前,欧美手游的发布平台目前仍主要以iOS和Android两分天下,在渠道方面则各显神通。如Mouse Games即是利用自家的平台进行推广,在受欢迎的自家游戏弹出全屏的新游戏广告。

另一方面,由于欧美与国内用户的付费习惯不同,欧美手游市场拥有较高的付费率和高忠诚度玩家,这对我国手游发布商具有不小的吸引力。有行业分析师表示,我国手游进入欧美市场具有可观的发展潜力。

### 日本手游重本土文化

日本手游市场一直是全球最活跃的市场之一,但日本手游市场不同于欧美市场。在近日游戏多与D2C举办的分享会上,日本手游市场被认为具有市场大、较封闭、集中度高等特点,手游公司需适应日本市场特有的游戏运营模式。

日本手游的发展同样是伴随着智能机的兴起。据日本游戏学相关研究者表示,日本玩家更喜好如PS3、xbox移动平台上的游戏,PC端游戏并不火爆,手游也不是最主要的硬件平台。目前,日本几个大的游戏巨头如Capcom、任天堂和Konami基本没有涉足手游。有分析称,这是由于一方面商业利益需要保护游戏机平台,另一方面,手游被视为纯商业项目,对于一些做游戏文化和树立游戏旗帜标杆的大厂商而言,手游不被列为他们的目标。

与此同时,日本手游的兴起给该国很多中小企业和新兴公司一份巨额的蛋糕——不需要过高的开发成本,就可以获得比较可观的利益。其中最典型的莫过于因《智龙迷城》声名大噪的GungHo。有业内人士表示,日本手游市场仍属于新蛋糕,还处于发展阶段。据LiviGen近日发表的“游戏应用”的网络调查结果表现,目前有58.2%的日本人每天玩手游,日本手游基本上以卡牌类、养成类、文字类以及互联网的轻游戏组成。

另一方面,据日本电子游戏教科书委员会统计的数据显示,日本2005年至2009年,排名前100名的热门游戏海外游戏只有1到2个。有手游制作人称,日本玩家更偏爱具有日本文化的游戏,因此有学者分析称,我国游戏想要进入日本市场也并非易事。

在产品上,日本与欧美手游用户的口味存在不同,日本市场除了偏向于日本本土文化游戏,同时也制作出不少猎奇类手游。例如曾风靡日本的《咒语草泥马》,即通过简单暴力的手段干掉同类。另外值得一提的是,日本游戏行业拥有从家用机时期就积攒起来的优秀游戏制作人,如小岛秀夫等。

在日本手游的发布平台上,目前Android的份额不断扩大,约为iOS的两倍。但Android与iOS的市场规模差距不大,App Store上付费规模更高。2012年8月智能设备操作系统中iOS是32.5% Android是61.1%,2013年5月iOS是33.4% Android则为65%。

在渠道上,日本一部分厂商选择让游戏与web2.0(类似于Facebook,推特)进行同步,利用社交环境进行迅速的传播。日本大阪大学教授下条真司

曾表示,一个名叫DeNA的手游公司会改变日本手游的市场格局,其原因是由于该公司较早和NTT(日本电信电话公社)进行了合作。

### 中国手游走出去需创新

当被问及如何看待中国手游进入海外市场时,几位接受采访的手游制作者皆表示,我国的手游需要创新,而不能简单地复制。

TFJOY手游海外发行联合创始人侯旭曾表示,由于存在文化差异,中国游戏要走进欧美市场在题材选择上应更接近欧美文化,在美术风格和音乐上注重细节。有手游行业的分析师也认为,中国手游想要开拓海外市场,需要进行“去本土化”的过程,将欧美用户拉进同一个世界。

该行业分析师建议,中国手游可以在渠道上与海外相关企业进行合作,交叉宣传运营,在资本上可以参股。在谈及手游进军海外最关键的一点时,该分析师表示,最重要的仍是产品的技术创新,练好“内功”是根本。

目前包括美峰等国内手游公司都已开始尝试海外手游。在易观近日发布的《Q1-Q3移动游戏发行商竞争格局》报告中,市场份额排名第一的移动游戏发行商中国手游表示,其将于近期正式开启海外市场的发行业务。中国手游集团总裁应书岭同时称,中国手游有信心也有能力,在未来海外手游市场上达成月流水2亿的目标。

## 多家游戏公司赴港IPO 相关概念受追捧

证券时报记者 李明珠

游戏业的火爆蔓延到港股市场,短短一个月内,先后有云游控股、JCG、博雅互动等多家游戏公司在香港首次公开募股(IPO)。市场消息指,包括蜗牛网在内的多家网络游戏公司也有意赴港上市,香港市场掀起了一小轮“游戏热潮”。

### 游戏商上市其实不容易

清科集团统计数据表明,自中国手游于2012年9月通过“介绍方式”登陆纳斯达克到今年10月份云游控股在港交所上市为止,中间已经整整1年的时间没有一家国内游戏公司成功上市。而2009年至今1249家上市企业中,仅5家网络游戏公司上市,分别为盛大游戏、畅游网、淘米网、中青宝、掌趣科技,其中前三家赴美上市,后两家登陆深圳创业板。

曾经参与过投资网络游戏开发平台和运营商中青宝的创投机构人士对记者表示,国内的游戏商想上市并不容易,对手游公司而言,选择



IC/供图

现在集中海外上市主要基于几点考虑。第一,国内IPO暂停。就算是开启,按照目前连续3年的盈利要求,手游公司难以满足,因为该类型公司盈利具有不确定性,难以获得持续增长;第二,游戏公司所处的行业特性受到争议,相比较而言,传统行业在国内上市的可能性更高;第三,游戏公司海外募资成功后,可迅速抢占市场,资金充裕的情况下,收购相关公司,利于扩展多元化平台,构建多个开发团队,保持公司的创造力。

也有投行人士表示,此前,内地游戏商的出路不外乎在A股上市,和赴美国上市以及被并购三种,但是国内IPO市场暂停,加上今年开始美国的监管机构加强了对中国内地公司的审核,会计和审计都有额外要求,对于游戏商而言,到香港市场募资,相对比较熟悉,风险较小,成功发行概率大,也为游戏公司开辟了一条新渠道。

### 手游概念在港受追捧

云游控股在10月3日登陆港

交所,首日大涨32.25%,当日收盘升至67.5港元,成为今年以来港交所首上市涨幅最大的新股;博雅互动在港公开发售超额认购倍数达832倍,募资86亿港元,成为香港今年新股“冻资王”。高盛预期手游行业未来三年内会有50%左右的复合增速,但是对于估值则会存在着压力。

交银国际资产管理董事冯时媛表示,手游概念目前被香港投资者接受,主要原因一是港股市场手游相关的概念股金山软件、腾讯年内涨幅都不错,看好行业未来前景;二是博雅互动冻结资金创今年新高,投资者申购热情高涨,该股吸引投资者的关键是市值比较小,推高股价所需要的流动性比较低,操作上有极大吸引力;三是从时间点上来看,接近年末,市场投资亮点较少,大盘股票和蓝筹股票吸引力弱,加之手游概念定价合理,对于投资者比较有吸引力。

有外资基金经理表示,目前情况下投资手游行业存在很大风险,因为游戏排名受多因素影响,一款游戏的成功赚钱不代表所有开发的游戏都能维持,利润难以测算,投资成功把握很低。

## 推特今上市 股价表现影响互联网创业公司估值

证券时报记者 吴家明

按照计划,社交网络巨头推特将于今天在纽约证券交易所上市交易。伴随着提高发行价区间,推特的首次公开募股(IPO)再次刮起一阵旋风。与此同时,大量科技股准备在美上市,推特的表现将影响互联网创业公司的估值。

### 融资额超谷歌

推特刚刚公布上市计划时,市场人士普遍认为,推特的定价偏保守,此举是为了避免股票价格在上市后像另一家社交网络巨头Facebook那样大幅下跌。路演时选择低调策略的推特,依然受到一些华尔街券商推荐。

不过,推特最终还是选择在上

市前将发行价区间上调25%至每股23至25美元,此次上调意味着推特将可能最高募集约17亿美元资金,这一融资额也将超越互联网巨头谷歌,推特潜在上市估值最高可能达到139亿美元。此外,由于市场需求旺盛,推特还将其IPO股票的停止接受认购日期提前一天至6日。

这时,华尔街对推特的赞美之声不绝于耳。一些分析师看好推特上市后的业绩前景,并推荐投资者购买推特股票,更有分析机构将其12个月目标价设定在52美元的高位。

但也有投资者表示担忧,推特三季度净亏损达到6460万美元,公司四分之三的用户在美国境外,海外市场营业收入却只占其总营收约四分之一。此外,IBM以推特侵犯其

包括在线广告等在内的三项专利技术为由,正式对推特提起专利侵权指控。

### 巴菲特不感冒?

机构投资者的热烈追捧也让市场开始预期,投资大师们会不会也会对推特感兴趣?美国财经网站Insider Monkey认为,巴菲特不会购买推特股票,因为推特市盈率偏高,近期没有分红计划而且中期发展前景不明朗,不符合巴菲特的选股准则。

近年来,巴菲特也开始涉猎科技股,科技股在巴菲特持有股票中所占比例达到六分之一。不过,巴菲特和他的伯克希尔哈撒韦集团不是典型的科技行业投资者,他们在挑选科技股时严格遵循三条原则:市盈率很低、分红以及产品具有可持续性,能保障公司在未来15到20年的生存。

Facebook风光上市后,巴菲特并没有跟风。显然Facebook违背了上述3条原则。有分析人士表示,巴菲特喜欢的科技股要像IBM那样,市盈率不到10倍,拥有众多大业务部门且分红不错。

### 高估值存隐忧

推特还未上市就获得了市场的热烈回应,而这背后,则是美国IPO市场的强劲和科技股再次受到肯定。

美国资金跟踪监测机构TrimTabs首席执行官桑茨日前表示,随着以硅谷为代表的科技行业加大对于新一代智能科技设备的投入,投资者也以2000年网络科技泡沫以来最快的速度投入美股基金。如同当初Facebook上市时的狂欢一样,很多投资者预计推特会给股市再添一把火,科技股上

市后股价翻倍也屡见不鲜。不过,美国ZT Wealth首席经济学家兼策略师沃尔夫表示,类似于推特这样尚未盈利的科技公司定价过高,可能有一定风险。《华尔街日报》甚至警告说,科技股受到追捧可能会令投资者回想起上世纪90年代末,也就是互联网泡沫破灭前夕的情况。

此外,推特的表现也将影响互联网创业公司的估值。风险投资公司和创业者认为,如果推特上市后表现强劲,对于其他消费类互联网创业公司的上市以及创业公司在私募中的估值有促进作用。到如今,Facebook上市后3个月股价下跌50%的阴影笼罩在美国互联网创业公司之上,全美风险投资协会的数据显示,到今年第二季度之前,美国互联网创业公司获得的风险投资已连续3个季度出现下降。