

证券代码：002526

证券简称：山东矿机

公告编号：2017-024

山东矿机集团股份有限公司

关于深圳证券交易所

《关于对山东矿机集团股份有限公司的重组问询函》 的回复公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：

1、公司已根据深圳证券交易所下发的《问询函》的相关要求就有关问题进行了补充说明并同步修订了重组预案等相关文件；

2、公司本次重组尚需公司股东大会以特别决议审议通过并经中国证监会核准方可最终实施，能否取得前述批准或核准以及最终获得批准或核准的时间均存在不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。

山东矿机集团股份有限公司（以下简称山东矿机、上市公司、公司或本公司）于 2017 年 2 月 13 日收到交易所下发的《关于对山东矿机集团股份有限公司的重组问询函》（中小板重组问询函（需行政许可）[2017]第 11 号）（以下简称《问询函》），根据《问询函》的要求，公司本着勤勉尽责、诚实信用的原则，组织东吴证券股份有限公司（以下简称东吴证券或独立财务顾问）及相关中介机构对《问询函》所提出的问题逐条进行了认真核查及落实，并修订、补充了《山东矿机集团股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易预案》，现将具体情况公告如下：

注：如无特殊说明，本回复中所使用的词语简称与重组预案中使用的词语简称一致，涉及对重组预案等文件修改的已用楷体加粗标明。

问询问题 1. 你公司现有主营业务为煤炭机械设备开发、生产、销售及服务，

而标的公司文脉互动、麟游互动主要从事游戏研发及代理发行业务，本次交易完成后，你公司将转型为“煤机生产、煤炭销售和采煤服务”和“网络游戏服务”双主营业务，两种主营业务之间不存在协同效应，请公司补充披露公司经营发展战略和业务发展模式、业务转型可能面临的风险和应对措施，以及你公司是否具备经营游戏业务以及管理标的公司的经验和能力，并充分提示相关重大风险。同时，请独立财务顾问对此进行核查并发表专业意见。

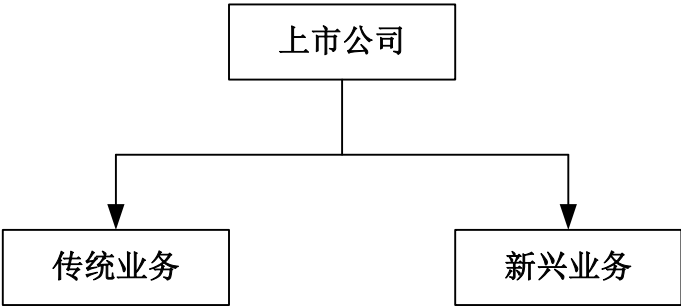
回复：

一、公司经营发展战略和业务发展模式

（一）经营发展战略

本次交易前，公司以煤机生产、煤炭销售及采煤服务为主营业务，但在下游的煤炭行业去产能，煤机行业产能普遍过剩的背景下，公司亟需调整主营业务结构，寻找新的稳健的利润增长点。随着我国宏观经济增速放缓，近年来我国煤炭市场需求增幅回落，煤炭价格趋势总体走低，煤炭机械设备需求增量萎缩，导致公司原有业务增长乏力，盈利空间受到挤压，经营业绩出现大幅下滑。

为扭转公司主营业务板块较为单一的不利局面，增强公司抵御经济波动风险的能力以及提高公司的盈利能力，公司管理层制定了通过收购优质资产布局互联网服务领域，推动传统业务与新兴业务双主业板块多元化发展的经营发展战略。



本次交易是公司积极推动传统业务与新兴业务多元化发展战略，布局互联网服务领域的关键步骤。本次交易完成后，标的公司文脉互动及麟游互动将成为上市公司全资子公司，上市公司新增网络游戏业务板块。以此次交易为契机，公司将逐步布局行业前景广阔的网络游戏领域并得以积累运作经验，提升管理水平。公司通过内部资源整合和外延式并购，拟逐步实现传统制造业与网络游戏行业双

主业板块多元化发展的局面，推动公司业务的跨越式发展，提升公司整体盈利水平。

（二）业务发展模式

上市公司管理层制定了双主业板块多元化的经营发展战略，为实施这一发展战略，上市公司未来业务发展模式如下：

1、继续保持公司在煤机生产等方面的业务优势，适时调整业务规模，开源节流提高盈利能力

公司将一如既往地集中已有优势资源，积极营销，对有潜力客户深耕细作，不断提高服务质量，继续提升占据煤机生产业务的深度和广度；在稳定和深化与现有大客户的战略合作伙伴关系的基础上，加大开拓新客户的力度，扩大公司在煤机制造行业的市场份额。继续努力实现精细化管理，通过技术创新、产品结构优化等措施不断降低成本、提高效率、提升品质。严格控制各项费用、简化流程，努力提高人均效益，提升盈利能力。

未来公司将顺应煤机制造行业发展趋势，在保持已有优势的基础上，进一步提高生产水平，同时优化产品结构，努力提升市场份额，使公司的发展从前期的规模数量化成长，进入规模与质效增长并举的可持续发展新阶段。

2、以产品开发、技术创新为突破，推动企业不断成长

公司将加大在所处领域的核心产品和技术研发，不断增强技术实力并进行技术创新，保持行业技术领先水平。公司将通过持续改进产品技术，提升产品品质，加强服务质量，深入结合客户及市场需求来增强企业的核心竞争力，为公司的发展和成长提供产品和技术保障。

3、以创新机制、提高综合素质为重点，加强核心人才队伍建设

一方面，公司将不断引进专业技术人才和经营管理人才，尤其是互联网领域的优秀人才，以适应公司不断发展的要求。另一方面，公司仍将加大应届毕业生招聘和培训投入，不断调整人才结构，通过多种培训形式培养复合型人才和专业岗位人才，从而满足不同部门对人才的不同要求。同时，公司将不断创

新人才薪资及福利机制，实现人力资源的可持续发展，建立起一支高素质的人才队伍。

4、加强募投项目建设与管理，尽快产生收益

本次交易完成后，公司将根据中国证监会和深圳证券交易所的有关规定，加强募投项目建设与管理，合理、规范、高效地实施募投项目。对于已完成的项目，通过加大推广和运营力度，努力扩大市场份额，充分实现项目效益；对于尚未完成的项目，将按照公司规划加大研发力度，争取早日将产品或服务推向市场。

5、积极采用收购兼并等方式整合行业内优质资源

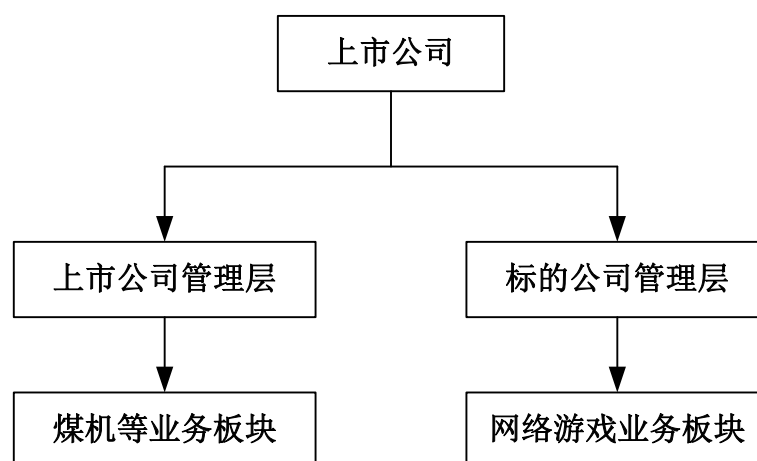
公司将继续根据整体发展战略以及未来发展方向，积极采用收购兼并等方式整合行业内优质资源，扩展业务规模，开拓新的业务模式，提升公司长期竞争优势。

二、业务转型可能面临的风险和应对措施

（一）业务整合及管理风险及其应对措施

本次交易前，上市公司主营业务与目标公司主营业务存在显著差异，本次交易符合上市公司构建双主业发展模式，调整业务结构的发展战略。本次交易完成后，文脉互动、麟游互动将成为上市公司的全资子公司，在短期内，上市公司需尽快合理规划业务整合等多方面工作。若上市公司管理层未较好把握对标的公司的业务整合，本次重组后上市公司的双主业发展战略将受到一定程度的影响。

为积极应对业务转型带来的整合及管理风险，弥补上市公司管理层在网络游戏行业较为欠缺经营游戏业务经验的不足，上市公司拟在本次交易结束后通过成立事业部的形式按照业务板块类别分别管理旗下不同主营业务，即公司原有业务仍由原部门人员负责管理运营，公司收购的新兴业务则由标的公司原有管理层负责管理运营。



为保证标的公司稳定发展和保持持续竞争优势，在补偿承诺人已对标的公司未来业绩进行承诺的情况下，《发行股份购买资产协议》约定目标公司主要交易对方暨核心管理或技术人员樊英杰、廖鹏、李璞、杜川、欧阳志羽先生在承诺期及承诺期后一年内，不得主动从目标公司离职。同时，樊英杰、廖鹏、李璞、杜川、欧阳志羽先生应尽最大努力保证目标公司核心团队的稳定性，并敦促目标公司与其核心团队成员签署相关的保密协议及竞业禁止协议。该等举措有利于降低公司业务转型后的整合及管理风险。

此外，上市公司董事长赵华涛先生年纪较轻，易于接受新生事物，可塑性较强，且对互联网服务行业兴趣浓厚，有着向互联网领域进行业务拓展的坚定信心。

（二）网络游戏行业本身面临的风险及应对措施

网络游戏行业属于互联网服务行业，其本身面临着诸如监管及产业政策风险、知识产权侵权及被侵权风险、互联网系统安全风险以及行业竞争加剧等风险。

为应对该等风险，本次交易完成后，一方面，公司将继续秉承“合规原则”，严格遵守国家各项法律规定，确保上线游戏产品及提供的网络游戏服务符合监管要求；另一方面，利用上市公司平台优势，进一步加大研发投入，树立自主品牌，努力提高核心竞争力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第一章 本次交易的背景和目的之四、公司经营发展战略和业务发展模式、五、业务转型可能面临的风险和应对措施”中进行了补充披露。

独立财务顾问经核查认为，公司已就经营发展战略和业务发展模式、业务转

型可能面临的风险和应对措施进行了补充披露并进行了重大风险提示；公司的经营发展战略和业务发展模式符合公司谋求调整业务结构，扭转当前盈利能力不足的现实情况，公司拟定的措施有助于积极应对业务转型可能面临的风险；公司通过与交易对方约定任职期限安排有助于弥补公司现有管理层在经营游戏业务以及管理标的公司的经验和能力方面的不足，有助于保障上市公司布局网络游戏行业后维持标的公司稳定发展。

问询问题 2、预案披露，文脉互动于 2014 年 12 月成立，截至 2015 年 6 月均处于筹办期，目前主要供应商为提供美术外包服务的公司。2016 年 3 月上线的受托定制开发游戏《热血战歌》实现的运营分成收入占文脉互动 2016 年 1-9 月收入的 100%，报告期内仅有此一款游戏实现运营，而《热血战歌》的 IP 授权于 2016 年 12 月 31 日到期，文脉互动不再参与《热血战歌》后续流水分成；文脉互动在新开发游戏方面，只有 1 款游戏《怒斩千军》已上线，其余 4 款游戏处于研发阶段。请补充披露以下内容：

(1) 请结合游戏研发公司应具备的能力和资质情况，明确说明文脉互动是否具备从事相关业务的具体资质，同时请结合游戏产品生命周期、游戏开发和运营风险、知识产权等因素，以第三方机构统计的数据合理说明文脉互动在游戏自主研发、运营等方面，是否具备核心竞争优势及可持续经营能力，并充分提示相关风险。

回复：

一、文脉互动经营资质情况

根据《网络出版服务管理规定》（国家新闻出版广电总局、工业和信息化部令第 5 号）第二条规定，本规定所称网络出版服务，是指通过信息网络向公众提供网络出版物。本规定所称网络出版物，是指通过信息网络向公众提供的，具有编辑、制作、加工等出版特征的数字化作品。根据第七条规定，从事网络出版服务，必须依法经过出版行政主管部门批准，取得《网络出版服务许可证》。目前，文脉互动及其子公司钟声互娱的主营业务为网络游戏的受托定制开发与自主研发，所开发的游戏产品交由第三方代为运营，并不包含互联网出版业务，不涉及《网络出版服务管理规定》所涉及的互联网出版业务，无需办理

《网络出版服务许可证》。

根据《网络游戏管理暂行办法》（文化部令第 49 号）第二条规定，网络游戏上网运营是指通过信息网络，使用用户系统或者收费系统向公众提供游戏产品和服务的经营行为。根据第六条规定，从事网络游戏上网运营、网络游戏虚拟货币发行和网络游戏虚拟货币交易服务等网络游戏经营活动的单位，应当具备相关条件，并取得《网络文化经营许可证》。文脉互动及其子公司钟声互娱目前的主营业务为网络游戏的受托定制开发与自主研发，所开发的游戏产品交由第三方代为运营，并未从事网络游戏上网运营、网络游戏虚拟货币发行和网络游戏虚拟货币交易服务等网络游戏经营活动，不属于《网络游戏管理暂行办法》规定的应当取得《网络文化经营许可证》的单位，无需办理网络文化经营许可证。

根据《中华人民共和国电信条例（2016 修订）》第八条规定，电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。基础电信业务，是指提供公共网络基础设施、公共数据传送和基本话音通信服务的业务。增值电信业务，是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。根据第七条规定，国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。文脉互动及其子公司目前主营业务为网络游戏的研发与受托定制开发，业务并不涉及《电信业务分类目录（2015 年版）》规定的增值电信业务，无需办理《增值电信业务经营许可证》。

文脉互动及其子公司钟声互娱不属于互联网出版单位以及网络游戏运营单位，业务亦不涉及增值电信，无需办理《网络出版服务许可证》、《网络文化经营许可证》与《增值电信业务经营许可证》，因此其合法经营并不以其自身持有该类许可证为必要条件，其未取得该类许可证对其目前生产经营不会产生不利影响。

二、文脉互动游戏开发、游戏生命周期及 IP 授权等方面风险

（一）文脉互动游戏开发失败风险

能否研发出符合市场需求、具备较强竞争力的网络游戏产品对网络游戏研发企业生存与发展至关重要。报告期内，文脉互动成功研发出《热血战歌》，获得

了良好的经济效益。未来文脉互动将继续加强研发投入，提高研发实力，不断推出优质网络游戏产品。但是网络游戏研发是一项系统工程，涉及到策划、程序、美术和测试等多个环节，文脉互动在游戏研发过程中可能面临市场需求判断失误、对新技术发展方向的把握出现偏差等问题，导致公司面临游戏研发失败风险并直接影响公司经营业绩和盈利水平。

（二）文脉互动原有游戏产品运营指标下滑导致盈利能力下降的风险

网络游戏的生命周期相对较短，随着游戏用户新鲜感的减弱和行业内新游戏的竞争，原有游戏在运营的高峰期过后，会出现用户流失、运营数据下滑的情况。若未来文脉互动不能及时更新游戏版本或开发新产品以维持游戏对用户的吸引力，将面临盈利水平快速下降的风险。

（三）文脉互动 IP 授权到期无法及时续期的风险

文脉互动自成立之日便重视网络游戏 IP 授权，积极建立与 IP 版权方的合作关系，但仍存在 IP 授权到期并出现无法及时续期的风险，在这种情况下文脉互动开发网络游戏的运营将受到不利影响，进而影响文脉互动的经营业绩和盈利能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“重大风险提示之六、文脉互动游戏开发失败风险、之七、原有游戏产品运营指标下滑导致盈利能力下降的风险及之八、文脉互动 IP 授权到期无法续约的风险”中进行了补充披露。

三、文脉互动第三方统计数据情况

根据“9K9K.com”网页游戏开服数据中心（9K9K.com 为一家专业统计网页游戏开服数等数据的网站，网址：<http://www.9k9k.com/>），旨在为玩家提供热门网页游戏的每日开服信息、网页游戏大全、网页游戏开服时间预告以及热门网页游戏新闻攻略等一系列相关资讯。在网络游戏行业，开服数是检验游戏品质及受欢迎程度的重要指标），文脉互动所开发游戏《热血战歌》在 2016 年网页游戏开服排名榜中排第 24 名，排名中上游。除此之外，因文脉互动成立时间较短，目前尚无更多权威第三方统计数据。

四、文脉互动游戏开发、运营方面核心竞争力

（一）丰富的传奇类网络游戏细分领域研发经验

传奇类游戏进入国内 15 年以来，经过多年累积，受众群体广，市场份额巨大。文脉互动自 2014 年 12 月成立以来主要专注于传奇类网络游戏的受托定制开发及自主研发，积累了丰富的传奇类网络游戏的研发经验，能够深刻理解和把握传奇类游戏玩家的偏好和消费需求，积累了经大量游戏玩家验证的核心设计，能够确保相关游戏带给玩家以真实酣畅的游戏体验。截至本回复出具之日，文脉互动已成功开发并上线了大型传奇类 2D-ARPG 网页游戏《热血战歌》、3DMMOARPG 微端网游《怒斩千军》、MMORPG 传奇类网页游戏《屠龙战记》¹以及传奇类 ARPG 手游《武侠之谜》²。《热血战歌》上线后获得市场认可，并先后获得星耀 360 游戏盛典“年度十大人气 PC 游戏奖”及第六届（2016）中国软件风云榜“年度贡献奖”。除此之外 MMOARPG 微端网游《太古神王》（暂定名）和页游《文明 OL-破晓之光》以及 ARPG 手游（暂未定名）已完成立项，正处于产品开发阶段。

（二）与顶尖游戏发行商的紧密合作关系

文脉互动凭借着自身优良的游戏设计制作水平、良好的内部管理、优秀的游戏产品和后续的发展潜力，获得了以 360 游戏、中手游为代表的国内顶尖游戏发行商的青睐。文脉互动子公司钟声互娱与 360 旗下的北京世界星辉科技有限责任公司签署了关于《怒斩千军》代理运营的合作协议，《怒斩千军》已于 2016 年 12 月开始上线运营。钟声互娱与中手游旗下豆悦网络签署关于《武侠之谜》的开发协议，游戏现已上线。借助上述合作契机，文脉互动与 360 游戏、中手游树立了良好的合作关系，360 游戏、中手游等顶级游戏发行商成为文脉互动开拓游戏市场最为重要的战略合作伙伴之一。

360 游戏是中国领先的综合游戏平台，是涵盖手游、页游、端游全品类，集游戏发行、运营、推广和服务为一体的综合游戏资源平台。通过聚合 360 手机助手、360 浏览器、360 游戏大厅、360 游戏中心、360 软件管家等优势渠道资源，360 游戏为玩家提供了游戏下载、资讯、互动、评价等全方位一站式服务。

¹ 《屠龙战记》为《代号一》正式上线后确定的游戏名称。

² 《武侠之谜》为《雷霆霸业》正式上线后确定的游戏名称。

凭借 PC 端超过 5 亿、移动端突破 8 亿的庞大用户群体，360 游戏市场地位高居行业前列。360 旗下的游戏平台具有可观的用户基数，平台用户群有良好的付费习惯，平台用户裙带效应强，是中国最大的游戏平台之一，也是网络游戏行业最为重要的运营商之一。

中手游是全球顶尖的移动游戏开发商与发行商，已在多个细分领域拥有成功的游戏布局，并积累了非常庞大的玩家群体，旗下“胜利游戏”是中国排名前列的移动游戏全平台发行商，并已成功发行了《大闹天宫 HD》、《三国威力加强版》、《武侠 Q 传》、《怪兽岛》和《神偷奶爸：小黄人快跑》等数十款精品游戏。

与 360 游戏、中手游等游戏发行商的紧密合作关系是文脉互动在行业发展中重要的竞争优势之一。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况及之 4、文脉互动竞争优势”中进行了补充披露。

五、文脉互动可持续经营能力

（一）网络游戏市场高速增长

网络游戏行业属国家鼓励发展行业之一。近年来，国家有关部门先后颁布了《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《关于印发全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016-2020 年）的通知》、《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等一系列重要政策文件，明确强调要加大对网络游戏产业的扶持力度，促进文化娱乐领域资源整合和结构优化。

根据中国音数协游戏工委(GPC)、伽马数据(CNG 中新游戏研究)、国际数据公司(IDC)联合发布的《2016 中国游戏产业报告》，2016 年，中国游戏市场实际销售收入达到 1,655.7 亿元，同比增长 17.7%。2016 年，中国游戏用户规模达到 5.66 亿人，同比增长 5.9%。

文脉互动主营业务系网络游戏的受托定制开发与自主研发，网络游戏市场的高速增长为文脉互动业务持续及增长提供了良好的市场环境。

（二）多款已上线和在研游戏产品以及研发项目储备

截至本回复出具之日，文脉互动已成功开发并上线了大型传奇类 2D-ARPG 网页游戏《热血战歌》、3DMMOARPG 微端网游《怒斩千军》、MMORPG 传奇类网页游戏《屠龙战记》及传奇类 ARPG 手游《武侠之谜》。《热血战歌》上线后获得市场认可，并先后获得星耀 360 游戏盛典“年度十大人气 PC 游戏奖”及第六届（2016）中国软件风云榜“年度贡献奖”。除此之外 MMOARPG 微端网游《太古神王》（暂定名）和页游《文明 OL-破晓之光》及 ARPG 手游（暂未定名）已完成立项，正处于产品开发阶段。

除目前在研游戏，文脉互动还储备了多款受托定制游戏项目，具体情况如下：

2016 年 9 月 21 日，北京搜狗网络技术有限公司及北京搜狗信息服务有限公司（以下简称北京搜狗）与钟声互娱签订《游戏开发意向性协议》，委托钟声互娱开发网络游戏；上海黑桃互动网络科技有限公司（以下简称黑桃互动）与钟声互娱签订《游戏开发意向性协议》，委托钟声互娱开发网页游戏，合作期间为 2016 年 9 月 30 日至 2020 年 8 月 31 日。

（三）文脉互动在游戏开发、运营、团队建设等方面形成核心竞争优势

传奇类游戏进入国内 15 年以来，经过多年累积，受众群体广，市场份额巨大，文脉互动自 2014 年 12 月成立以来主要专注于传奇类网络游戏的受托定制开发及自主研发，积累了丰富的传奇类网络游戏的研发经验；文脉互动凭借着自身优良的游戏设计制作水平、良好的内部管理、优秀的游戏产品和后续的发展潜力，获得了以 360 游戏、中手游为代表的国内顶尖游戏发行商的青睐，360 游戏、中手游等顶级游戏发行商成为文脉互动开拓游戏市场最为重要的战略合作伙伴之一；文脉互动建立了高效、系统的游戏开发流程，从游戏立项、Demo 制作、正式版本制作及版本测试进行全流程质量控制，保证研发游戏符合市场需求并在各个环节满足质量要求；文脉互动研发团队通过长期的游戏研发，在进度管理、流程优化、资源配置、版本控制等方面积累起丰富的经验，开发和积累了传奇类网络游戏通用技术平台和通用美术资源，文脉互动核心团队已成为一支高效的网络游戏研发队伍。

综合考虑游戏市场发展情况、文脉互动在研项目情况以及文脉互动在游戏开

发、游戏运营等方面的核心竞争优势，文脉互动未来具有可持续经营能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况之 12、文脉互动可持续经营能力分析”中进行了补充披露。

（2）截至 2016 年 9 月末，《热血战歌》作为文脉互动唯一的收入来源，请说明文脉互动是否存在对单一游戏产品过度依赖，以及《热血战歌》IP 授权到期对文脉互动未来业绩的影响，并充分提示相关风险。

回复：

2016 年 1-9 月，《热血战歌》系文脉互动唯一的收入来源，这是由于文脉互动处于起步阶段，研发团队从组建到壮大需要一定时间，同时游戏研发周期较长，自 2015 年 6 月接受江苏易乐委托至 2016 年 3 月《热血战歌》正式上线运营，开发周期为 9 个月，文脉互动 2015 年度至 2016 年 3 月仅开发完成并上线一款游戏。2016 年 1-9 月，文脉互动销售收入均系从江苏易乐收取的《热血战歌》游戏分成金，存在对单一游戏产品过度依赖的风险。未来文脉互动将开发多款游戏，丰富其产品线，从而有效增强抗风险能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“重大风险提示之六、文脉互动对单一产品过度依赖风险”中进行了补充披露。

《热血战歌》的 IP 授权于 2016 年 12 月 31 日到期，文脉互动已与江苏易乐达成协议，自 2016 年 12 月 31 日不再提供《热血战歌》的后续运维服务，亦不再参与《热血战歌》后续流水分成，江苏易乐向文脉互动支付 400 万元。截至本回复出具之日，文脉互动研发的 3DMMOARPG 微端网游《怒斩千军》已经上线；MMORPG 传奇类网页游戏《屠龙战记》已正式上线；传奇类 ARPG 手游《武侠之谜》已在安卓系统平台正式上线；MMOARPG 微端网游《太古神王》（暂定名）和页游《文明 OL-破晓之光》及 ARPG 手游（暂未定名）已完成立项，正处于产品开发阶段，该等游戏将为文脉互动带来新的营收和利润。随着文脉互动不断推出的新的游戏产品，未来文脉互动的营收和利润将主要来源于新游戏产品，故此，《热血战歌》IP 授权到期对文脉互动未来经营业绩不会产生重大不利影响。

文脉互动研发团队在开发《热血战歌》过程中，开发和积累了传奇类网络游戏通用技术平台和通用美术资源，通用技术平台包括程序引擎、逻辑代码及编辑器等，通用美术资源包括游戏 UI、场景模型、场景地图、角色模型、NPC 模型和特效等；在游戏开发过程中，文脉互动建立和完善了从游戏立项、Demo 制作、正式开发到上线测试的系统化游戏开发流程，研发业务体系日趋完善。在《热血战歌》上线运营阶段，运维团队积累了大量游戏运维经验，建立了游戏运营数据分析后台，通过对游戏运营数据的收集、统计及分析，为研发团队后续版本更新提供数据支持。研发和运维经验的积累保证了文脉互动未来得以高效开发游戏项目并准确抓住用户的玩法追求，从而不断打造精品游戏。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况之 8、文脉互动主要客户及供应商情况”中进行了补充披露。

（3）请补充披露已上线游戏产品《怒斩千军》的研发投入、运营模式、发行方式、收费方式、分成比例，并披露截至目前，《怒斩千军》的主要业务数据，包括开服数量、总玩家数量、付费玩家数量、活跃用户数、ARPU 值、ARPPU 值、充值消费比、玩家的年龄和地域分布、在线时长、每月充值流水、已确认收入金额等。

回复：

一、开发期内《怒斩千军》项目研发投入

《怒斩千军》开发期内研发投入 408.58 万元（未经审计）。

二、《怒斩千军》项目主要运营模式

《怒斩千军》系钟声互娱与越群网络联合开发的 3DMMOARPG 微端网游，合作期内越群网络负责游戏的前期策划、部分代码开发等，钟声互娱负责游戏的核心设计、引擎架构及后期技术支持等。

游戏开发完成后，钟声互娱负责授权除腾讯平台外的其他游戏平台进行运营，越群网络负责授权腾讯平台。《怒斩千军》上线运营后的除腾讯平台外其他平台产生的充值流水，扣除平台分成后的净收入，钟声互娱分成 60%，越群网

络分成 40%。腾讯平台产生的充值流水，钟声互娱不参与分成。

钟声互娱与世界星辉达成协议，世界星辉为钟声互娱提供《怒斩千军》游戏的运营服务。钟声互娱分成比例具体为：（1）游戏月收入小于等于 500 万元的部分，钟声互娱获得收入的 30%；（2）游戏月收入大于 500 万元且小于等于 1,000 万元的部分，钟声互娱获得收入的 28%；（3）游戏月收入大于 1,000 万元的部分，钟声互娱获得收入的 25%。

三、《怒斩千军》主要运营数据

《怒斩千军》自 2016 年 12 月 29 日在“360 平台”上线运营，受春节假期影响，《怒斩千军》2016 年 12 月至 2017 年 2 月尚未接入各联运平台，“360 平台”亦未进行大规模推广，导致《怒斩千军》在上述期间注册用户数、付费用户数和充值金额等较少。截至 2017 年 2 月 28 日，具体运营数据情况如下表：

运营数据指标	运营数据
游戏总用户数量（万人）	18.18
月均活跃用户数（万人）	5.09
月均付费用户数（万人）	0.79
月均ARPU值（元）	36.62
月均ARPPU值（元）	234.81
充值消费比（%）	92.64

注：游戏总用户数量指的是游戏产品截至报告期期末的累计玩家总数；

月均活跃用户数（人）：活跃用户指当月存在登录游戏行为的用户，月均活跃用户数指游戏产品报告期内各月活跃用户数的月度算术平均数；

月均付费用户数（人）：付费用户指当月存在游戏内消费行为的用户，月均付费用户数指游戏产品报告期内各月付费用户数的月度算术平均数；

月均 ARPU 值（元）：ARPU 值=当月游戏充值总金额/游戏当月活跃用户数；月均 ARPU 值=月均游戏充值金额/月均活跃用户数；

月均 ARPPU 值（元）：ARPPU 值=当月游戏充值总金额/游戏当月付费用户数；月均 ARPPU 值=月均游戏充值金额/月均付费用户数；

充值消费比=消费元宝数/元宝总产出；

由于《怒斩千军》系 2016 年 12 月 29 日上线运营，为准确反映游戏运营数据，计算上述月均运营数据时分母采用 2.07 个月。

四、月度运营情况

期间	游戏总用户数 量（万人）	活跃用户数 （万人）	付费用户数 （万人）	ARPU （元）	ARPPU （元）	付费率 （%）	月充值额 （万元）	元宝总产出 （万元）	消费金额 （万元）	充值消费 比（%）
2016 年 12 月	1.03	0.54	0.04	7.97	98.95	8.06	4.33	4.59	3.94	85.69
2017 年 1 月	6.58	3.25	0.20	11.83	196.46	6.02	38.49	40.16	36.09	89.87
2017 年 2 月	18.18	6.74	1.40	50.89	244.41	20.82	342.97	344.80	320.85	93.06

注：

付费率=付费用户数/活跃用户数；

元宝系游戏中的虚拟货币，元宝由游戏玩家充值行为及游戏内行为产出。玩家充值行为下，充值人民币与元宝对应关系为 1：10。

消费金额（元宝）：游戏玩家在游戏内产生买卖行为，买卖对象一般为装备、宝物、材料等游戏资源和道具，所花费的游戏内代币。

（一）游戏总用户数量

《怒斩千军》自 2016 年 12 月上线以来，累计注册用户不断增加，累计注册用户的变化趋势如下图：



（二）活跃用户数及付费用户数

《怒斩千军》自上线以来活跃用户数及付费用户数不断增加，变化趋势具体如下图：



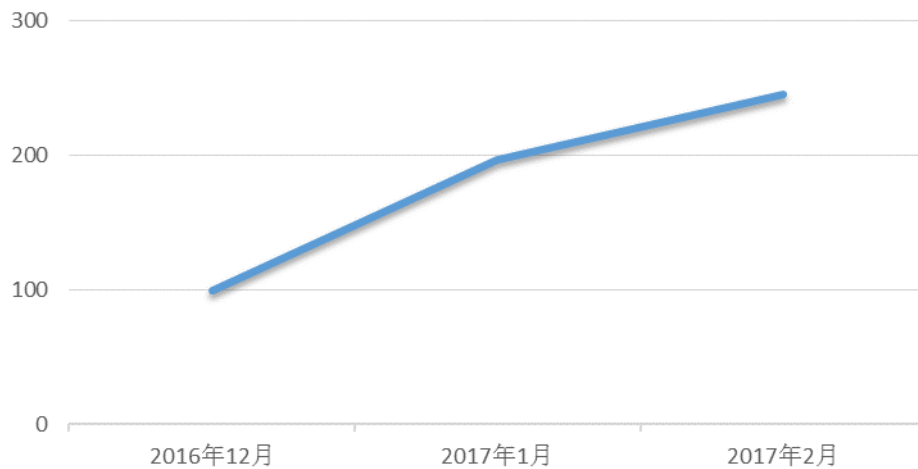
付费用户数（万人）



（三）ARPPU

《怒斩千军》自上线以来月度 ARPPU 值变化趋势如下图：

ARPPU（元）

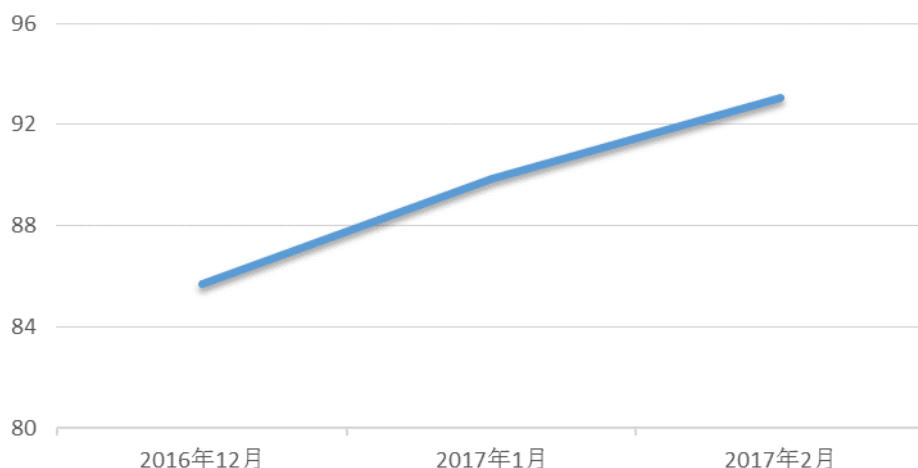


《怒斩千军》上线以来月度 ARPPU 值呈持续上升趋势，主要原因系随着游戏玩家经过一段时间体验，对游戏满意程度提高，同时随着角色级别不断增加，玩家所需道具、药品等需求也相应增加，其付费意愿增强，导致 ARPPU 值不断上升。

（四）充值消费比

《怒斩千军》自上线以来充值消费比变化趋势如下图：

充值消费比（%）



《怒斩千军》上线以来月度充值消费币呈上升趋势，主要原因系游戏玩家随着角色等级不断提高，所购买道具、药品等价格相应提高，玩家充值后付费速度加快。

五、产品核心开发人员

《怒斩千军》核心开发人员为张云鹏、杨昊、李洪亮及高翔。

六、玩家地域及年龄分布

上述期间，《怒斩千军》游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	湖北	13.08
2	广东	8.22
3	山东	6.85
4	江苏	6.28
5	浙江	5.81
6	四川	5.42
7	河南	4.51
8	河北	4.19
9	北京	3.93
10	辽宁	3.88
11	福建	3.18
12	湖南	2.81

13	上海	2.79
14	安徽	2.68
15	黑龙江	2.62
16	云南	2.23
17	陕西	2.18
18	其他	19.36
合计		100.00

从游戏玩家的地域分布看，《怒斩千军》游戏玩家分布较为分散，不存在玩家集中在个别的区域的情况。

由于游戏玩家在注册账号时不提供真实身份、真实手机号等信息，由于此等因素的限制，导致了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。

七、玩家在线时长

由于文脉互动系统后台未记录《怒斩千军》玩家登出时间，故无法统计 2016 年 12 月及 2017 年 1-2 月玩家在线时长。2016 年 3 月 1 日，文脉互动已对系统后台作出调整，增加《怒斩千军》玩家登出日志。

八、服务器数量

截至 2017 年 2 月 28 日，《怒斩千军》服务器数量为 41 个，其中运营期间开服 73 个，合服 32 个。

九、已确认收入情况（未经审计）

截至 2017 年 2 月 28 日，《怒斩千军》已确认收入（未经审计）情况如下：

单位：万元

期间	收入确认金额
2016 年 12 月	1.24
2017 年 1 月	10.89
2017 年 2 月	97.07

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况之 7、文脉互动主要产品情况”中进行了补充披露。

问询问题 3、预案披露，麟游互动目前主营业务为游戏产品的代理与运营，行业竞争较为充分。麟游互动 2015 年、2016 年 1 月-9 月营业收入分别为 4,641.72 万元、1.14 亿元，而同期的营业利润分别为-298.06 万元、1,371.17 万元。同时，麟游互动正在运营的 52 款游戏产品存在未能取得版号或未办理文化部备案的情况，且上述游戏销售收入占麟游互动营业收入的比例呈上升趋势。请补充披露以下内容：

（1）请结合麟游互动的技术储备、IP 采购、推广销售、财务资源等方面的壁垒因素，补充披露麟游互动在同行业公司中的核心竞争力及其未来持续经营能力。

回复：

一、麟游互动核心竞争力情况

由于麟游互动处于游戏代理运营行业，不参与游戏研发制作，因此无需采购 IP；同时麟游互动是一家轻资产运营的移动游戏运营企业，运营过程中产生的营业总成本中除应付上游分成款、版权金及推广费外，主要为员工薪酬，无需大量的资金投入，财务资源不构成该行业的壁垒因素。麟游互动在产品储备、技术储备、推广销售等方面的核心竞争力情况如下：

（一）丰富的游戏产品储备

丰富的游戏产品储备保证麟游互动可以通过优质游戏吸引并转化平台用户，提高麟游互动的盈利能力，增强其市场竞争力。麟游互动通过与大型游戏研发商合作，自成立以来，相继运营了畅游时代开发的《天龙八部 3D》，畅游信息开发的《少年三国志》和《大皇帝 OL》、完美世界开发的《暗黑黎明》和吉比特开发的《问道》等优质游戏，并与上述知名游戏研发商建立了稳定密切的合作关系。同时，随着麟游互动运营游戏数量不断增加，其在业内影响力提升，游戏研发商或代理商主动寻求与其合作。通过与上游五十余家游戏研发商和代理商保持良好的合作关系，麟游互动已储备起九十余款游戏产品，类型涵盖角色扮演类、卡牌类、策略类等多个热门游戏类型。丰富的游戏产品储备为麟游互动业务开展奠定了坚实的基础。

（二）广泛的渠道体系

目前国内游戏平台数量众多，其中既包括以腾讯平台、360 平台和百度移动游戏为代表的一线游戏平台，也包括众多由第三方应用商店、国产品牌手机的官方应用商店等组成的其他游戏平台。在一线游戏平台运营资源有限，众多游戏研发商和代理发行商激烈竞争的情况下，其他游戏平台累积的长尾流量接入价值凸显。麟游互动准确抓住这一市场机遇，通过建设广泛的发行渠道体系，在长尾流量市场取得先发优势。同时，随着代理优质游戏产品数量增加以及行业影响力的提升，麟游互动积极开发与一线游戏平台的关系，从而构建起多元化的渠道体系。截至报告期末，与麟游互动合作的下游渠道商已达 200 余家。在长期的渠道管理与建设过程中，麟游互动积累了丰富的渠道建设经验，为未来新增渠道的管理与维护奠定了良好的基础。

截至本回复出具之日，麟游互动主要对接的线上渠道如下图所示：







(三) 高效的渠道接入效率

麟游互动负责将游戏提供方提供的游戏产品接入游戏渠道。由于游戏渠道数量众多，且大部分渠道商均有独立的 SDK，传统的由游戏研发商单个接入 SDK 的方式周期过长，往往导致游戏还未接入大部分渠道商就已错过最佳推广时机。因此缩短游戏的接入时间，提高发行效率构成运营成功的基本因素。麟游互动自主研发的 sandGlass 聚合打包技术可将游戏提供方提供的游戏 APK 进行分析和反编译，结合游戏渠道商 SDK 的 APK 子包，进行重新编译与签名，从而减少打包的时间，使游戏在出包和分发过程中提升效率。高效的 SDK 接入技术大大降低了接入众多渠道的时间成本，有效确保在竞争激烈、更新频繁的行业环境下促使游戏快速上线，获得先发优势。

（四）充足的专业人才储备

麟游互动是一家轻资产运营的移动游戏运营企业，人才是其在市场竞争中取得成功并保持领先的关键因素。麟游互动通过两年的发展，已建立起一支覆盖商务运营、技术开发和市场推广的专业人才队伍。团队核心人员具有多年游戏行业工作经验，与游戏行业上下游沟通密切，熟悉游戏行业市场需求，同时具有较强的运营推广及技术开发能力，从而保证麟游互动在优质游戏产品引入、渠道体系建设以及运营效率提升方面保持竞争优势。

（五）丰富的技术储备

麟游互动作为专业的游戏运营商，强大的运营能力是其业务发展的根本，为此麟游互动从成立之日便坚持技术为先的理念，积极打造高效稳定的研发团队，始终保持对研发的大量投入，自主研发了可大幅提升 SDK 接入效率的 sandGlass 聚合打包和 CPS 自动分发技术、可为精准推广提供数据支持的游戏运营后台管理与分析系统 logStat、提高玩家登陆游戏体验的游客登录系统等核心技术，同时未来还将开发玩家分析系统、客服系统等技术。丰富的技术储备保证了麟游互动在激烈竞争的游戏代理运营市场中，始终保持高效精准的运营能力，实现其流量整合的运营策略。

（六）精准的推广销售策略

为应对日益激烈的市场竞争，麟游互动与网络广告平台合作对游戏进行精准推广。为提高推广转化效率，麟游互动建立了一套科学完整的网络广告平台流量分析体系，对网络广告平台进行推广测试，与达到游戏流量要求的广告平台建立深度合作关系。麟游互动还通过自主研发的 logStat 游戏数据分析平台，可对所运营的游戏进行实时数据监控，及时统计和分析相关运营数据，为游戏运营提供科学强大的数据支持，从而制定最佳运营策略。麟游互动积极建立以数据为基础、以用户行为为导向的精细化运营体系，制定精准高效的推广方案，从而不断提升投入产出比，增强核心竞争力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况之 4、麟游互动竞争优势”中进行了补充披露。

二、麟游互动持续经营能力分析

（一）移动游戏市场高速增长

网络游戏行业属国家鼓励发展行业之一。近年来，国家有关部门先后颁布了《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《关于印发全民科学素质行动规划纲要实施方案（2016-2020年）的通知》、《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等一系列重要政策文件，明确强调要加大对网络游戏产业的扶持力度，促进文化娱乐领域资源整合和结构优化。

根据中国音数协游戏工委(GPC)、伽马数据(CNG 中新游戏研究)、国际数据公司(IDC)联合发布的《2016 中国游戏产业报告》，2016 年，中国游戏市场实际销售收入达到 1,655.7 亿元，同比增长 17.7%;其中移动游戏市场实际销售收入为 819.2 亿元，同比增长 59.2%，市场占比超过客户端游戏市场达到 49.5%，成为份额最大、增速最快的细分市场。2016 年，中国游戏用户规模达到 5.66 亿人，同比增长 5.9%。

麟游互动主营业务系移动网络游戏的代理发行及联合运营，移动游戏市场的高速增长为麟游互动业务持续及增长提供了良好的市场环境。

（二）麟游互动业务布局清晰

麟游互动经过两年多时间运营，建立起由 200 余家游戏渠道商构成的渠道体系，成功推广运营了《天龙八部 3D》、《少年三国志》、《问道》等热门游戏产品，其流量整合能力在游戏运营行业中得到认可。截至本回复出具之日，畅游时代、游族信息、北京初见科技有限公司等 42 家知名游戏研发商或游戏发行商已相继与麟游互动签订长期合作协议，具体签约情况如下：

序号	合作公司全称	协议类型	合作期限至
1	北京畅游时代数码技术有限公司	合作框架协议	2018 年 11 月 19 日
2	上海冰动信息技术有限公司		2018 年 7 月 31 日
3	上海驰游信息技术有限公司	战略合作协议	2019 年 12 月 31 日
4	上海游娱信息技术有限公司		
5	上海游族信息技术有限公司		

6	北京初见科技有限公司		
7	北京青云互动科技有限公司		
8	北京当乐信息技术有限公司		
9	深圳银狐游戏网络有限公司		
10	成都掌娱天下科技有限公司		
11	厦门魔兔网络科技有限公司		
12	上海晨之科信息技术有限公司		
13	成都趣乐多科技有限公司		
14	上海邮通科技有限公司		
15	成都地瓜网络科技有限公司		
16	四川寅午伟业科技有限公司		
17	北京魔力精灵科技有限公司		
18	北京提塔利克科技有限公司		
19	北京勇士互娱科技有限公司		
20	成都极仕科技有限公司		
21	深圳起源天下科技有限公司		
22	深圳市岩石互动科技有限公司		
23	北京爱齐乐信息技术有限公司		
24	霍尔果斯青麟网络科技有限公司		
25	成都瓦力互动科技有限公司		
26	成都嘉乐天下文化传播有限公司		
27	成都虎娱科技有限公司		
28	成都悦游无限科技有限公司		
29	成都苦海科技有限公司		
30	武汉掌游科技有限公司		
31	重庆玖度科技有限公司		
32	成都萤火虫信息技术有限公司		
33	四川塔奇诺科技有限公司		
34	成都酷游互动科技有限公司		
35	上海互冠网络科技有限公司		
36	成都蜀山互动科技有限公司		
37	成都蜀山互娱科技有限公司		
38	霍尔果斯云起互娱科技有限公司		

39	视娱（天津）网络科技有限公司		
40	成都掌沃无限科技有限公司	独家代理协议	2019 年 11 月 30 日
41	广州小丑鱼信息科技有限公司		2019 年 10 月 31 日
42	北京匠派网络科技有限公司		2019 年 12 月 31 日

为增强企业核心竞争力和盈利能力，麟游互动积极打造自有运营平台，通过与腾讯广点通、今日头条等知名网络广告平台合作将优质游戏产品精准推广至游戏玩家；通过市场调研，了解市场的总体趋势、用户规模等情况，麟游互动瞄准用户群对游戏类型、题材及特点的偏好，主动寻求优质手游独家代理权。清晰的业务布局为麟游互动业务持续和增长提供了发展方向。

（三）麟游互动具备竞争优势

丰富的游戏产品储备保证麟游互动可以通过优质游戏吸引并转化平台用户，麟游互动通过与上游五十余家游戏研发商和代理商保持良好的合作关系，已储备起九十余款优质游戏产品；作为长尾流量市场先行者，麟游互动经过两年左右时间的流量整合，已建设了由 200 余家渠道商组成的发行渠道体系，成为除一线游戏平台外，游戏研发商或发行商又一重要的运营平台；通过自主研发的 sandGlass 聚合打包技术，麟游互动大大降低了游戏接入众多渠道的时间成本，有效确保在竞争激烈、更新频繁的行业环境下促使游戏快速上线；麟游互动建立起一支覆盖商务运营、技术开发和市场推广的专业人才队伍，团队核心人员具有多年游戏行业工作经验；丰富的技术储备为麟游互动业务开展提供了强大的技术支持；麟游互动积极建立以数据为基础、以用户行为为导向的精细化运营体系，可实现精准的市场投放。

综合考虑移动游戏市场发展情况、麟游互动业务布局情况以及麟游互动在产品引入、渠道合作、营销推广、技术储备和人才储备等方面的核心竞争力，麟游互动未来具有持续经营能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况之 12、麟游互动可持续经营能力分析”中进行了补充披露。

（2）请结合游戏业务类型、运营模式、盈利模式等，补充说明麟游互动的营业利润率与游戏行业平均水平存在差异的原因及合理性；并请结合收入确认

和计量的会计政策，补充说明麟游互动营业收入是按总额法还是净额法进行确认，以及相应的确认理由和会计处理依据。同时，请会计师对此发表专业意见。

回复：

一、麟游互动营业利润率与游戏行业平均水平差异原因分析

麟游互动与游戏行业上市公司营业利润率对比情况如下：

证券代码	证券简称	2016 年 1-9 月营业利润率 (%)	2015 年营业利润率 (%)	2014 年营业利润率 (%)
300533.SZ	冰川网络	43.08	51.89	47.30
002354.SZ	天神娱乐	26.75	39.00	53.73
300148.SZ	天舟文化	36.52	37.98	26.32
300315.SZ	掌趣科技	44.03	45.54	44.74
002174.SZ	游族网络	19.21	28.04	40.42
300113.SZ	顺网科技	43.30	31.98	21.97
002555.SZ	三七互娱	21.90	17.37	9.63
002517.SZ	恺英网络	20.55	27.61	-13.87
300052.SZ	中青宝	-2.35	-26.70	-3.79
600652.SH	游久游戏	12.91	-2.73	-14.52
600892.SH	大晟文化	46.89	-13.37	1.45
300418.SZ	昆仑万维	28.17	22.50	16.73
603444.SH	吉比特	67.95	61.82	61.98
002558.SZ	世纪游轮	44.79	-9.79	1.30
002624.SZ	完美世界	18.29	29.02	28.76
002425.SZ	凯撒文化	19.93	5.08	1.90
002247.SZ	帝龙文化	19.85	9.69	11.21
002113.SZ	天润数娱	39.29	-24.85	3.20
平均值		30.61	18.34	18.80
中值		27.46	25.06	1.43
麟游互动		12.06	-6.42	-395.10

数据来源：Wind 资讯

2014 年度及 2015 年度麟游互动营业利润率为负，主要原因系麟游互动成立时间较短，尚处于业务拓展阶段，实现收入较少导致营业毛利无法覆盖企业运营产生的固定成本；2016 年 1-9 月，麟游互动的营业利润率由负转正，达到

12.06%，但较同行业整体水平仍偏低，主要由于报告期内麟游互动专注于手游的代理发行和联合运营，主要通过第三方平台联合运营手游，将与联运平台合作获得的游戏充值金额按照约定的比例进行分成，同时将取得的收入分成按一定比例支付游戏开发商或代理商后取得经营利润。而同行业上市公司主要系集游戏研发、运营为一体的综合性游戏公司，拥有较强的游戏研发实力及平台运营能力，其作为游戏研发商和游戏运营商在游戏产业链中担任多项关键角色，因而游戏充值流水分成比例往往较高。麟游互动在游戏产业链中承担角色单一，参与游戏充值流水分成比例低于上述公司，导致麟游互动无论毛利率水平还是营业利润率均较上述公司低。

麟游互动与 2016 年境内 A 股上市公司收购的游戏运营企业的营业利润率对比情况如下：

上市公司	标的公司	2015 年或 2016 年跨度	2016 年营业利润率 (%)	2015 年营业利润率 (%)	2014 年营业利润率 (%)
中南文化	值尚互动	2015 年度		41.63	52.61
金科娱乐	杭州哲信	2015 年 1-11 月		13.81	-41.52
天神娱乐	幻想悦游	2015 年度		21.81	17.35
帝龙新材	美生元	2015 年 1-9 月		-41.48	25.64
三七互娱	智铭网络	2016 年 1-4 月	9.63	0.94	-44.30
宝通科技	易幻网络	2016 年 1-8 月	15.91	9.00	0.68
天舟文化	游爱网络	2015 年度		27.39	14.17
平均值			12.77	10.44	3.52
中值			12.77	13.81	14.17
山东矿机	麟游互动	2016 年 1-9 月	12.06	-6.42	-395.10

数据来源：Wind 资讯

2016 年 1-9 月麟游互动营业利润率较同处于游戏代理发行及联运运营细分行业的公司差异较小。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（十四）麟游互动主要财务数据之 9、麟游互动营业利润率与游戏行业平均水平差异原因分析”中进行了补充披露。

二、收入确认会计政策

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二条对“收入”的定义，“收入，是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入”。因此，是否导致所有者权益增加，是界定一项经济利益流入是否构成收入的重要判断标准。因此，在判断收入的确认和列报应当采用“总额法”还是“净额法”时，需要明确企业在交易中所处的地位，即企业是否构成交易的一方，并直接承担交易的后果。

麟游互动游戏发行运营业务主要是对游戏提供方的游戏产品进行代理发行及联合运营，按照推广运营方式包括自有平台运营和第三方平台联合运营（即将代理产品授权其他运营平台运营），并采用虚拟道具收费模式。在自有平台运营模式下，麟游互动需要保证向玩家提供收取款项对应的服务，承担了与玩家充值金额相关的风险和报酬，按照总额法确认收入，即将游戏玩家充值金额在生命周期内摊销确认为营业收入；在第三方平台联合运营模式下，根据协议约定，麟游互动需要保证向渠道商提供收取款项对应的服务，承担了与分成款相关的风险和报酬，按照净额法确认收入，即按照麟游互动与联合运营方确认的结算对账单进行结算，并确认收入。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（十四）麟游互动主要财务数据之 1、收入、成本的确认原则和计量方法”中进行了补充披露。

三、会计师核查意见

麟游互动营业利润率与游戏行业平均水平相比较低，主要系麟游互动主营业务为代理发行和联合运营，参与游戏流水分成比例较低所致。其营业利润率在申报期内相比细分行业同类公司较为合理。

麟游互动营业收入在自有平台运营模式下，按照总额法确认收入，即将游戏玩家充值金额在生命周期内摊销确认为营业收入；在第三方平台联合运营模式下，按照净额法确认收入，即按照麟游互动与联合运营方确认的结算对账单进行结算，并确认收入。上述收入确认和计量会计政策符合《企业会计准则》相关规定。

（3）请说明上述 52 款游戏产品是否存在权属瑕疵，产品运营是否合法合

规，上述情形是否对本次交易构成法律障碍，以及麟游互动针对此种情形的具体解决措施，并请独立财务顾问、律师发表专业意见。

回复：

一、关于对麟游互动上述 52 款运营游戏产品权属情况的说明

序号	名称	软著登记号	版号	备案号	备注
1	女神星球	2015SR008435	新广出审[2017]677 号	文网游备字（2016）M-3075 号	正在运营
2	苍之骑士团	2016SR004368	新广出审[2016]4010 号	文网游进字（2016）0128 号	正在运营
3	潮爆无双	2016SR026232	新广出审[2017]729 号	文网游备字（2016）M-RPG2962 号	正在运营
4	魔灵幻想	2014SR048913	新广出审[2016]3771 号	文网游备字（2015）M-RPG0859 号	正在运营
5	拳皇 97OL	2016SR045450	新广出审[2017]19 号	文网游备字（2016）M-CSG1890 号	正在运营
6	口袋兽人	2016SR056501	新广出审[2017]418 号	文网游备字（2017）M-RPG0022 号	正在运营
7	天天怼三国	2016SR141615	新广出审[2016]4126 号	文网游备字（2016）M-RPG4133 号	正在运营
8	战场双马尾	2015SR152010	新广出审[2016]2009 号	文网游备字（2016）M-RPG1083 号	正在运营
9	仙迹	2016SR009537	新广出审[2016]414 号	文网游备字（2016）M-RPG0459 号	正在运营
10	热血之怒	2016SR081249	新广出审[2016]4749 号	文网游备字（2016）M-RPG1410 号	正在运营
11	魔法英雄	2016SR051399	新广出审[2016]2567 号	文网游备字（2016）M-SLG3757 号	正在运营
12	大皇帝 OL	2016SR137026	新广出审[2016]121 号	文网游备字（2016）M-SLG0672 号	正在运营
13	魔灵修真	2015SR210657	新广出审[2016]353 号	文网游备字（2016）M-RPG0190 号	正在运营
14	口袋训练师	2016SR133581	新广出审[2016]2265 号	文网游备字（2016）M-RPG6434 号	正在运营
15	乱斗堂 2	2015SR187944	正在办理中，已取得国家新闻出版广电总局受理通知书	文网游备字（2016）M-RPG1200 号	正在运营
16	数码宝贝大冒险	2016SR037017	正在办理中，已取得上	文网游备字（2016）M-RPG1612 号	正在运营

			海出版局的受理通知书		
17	部落冲突：皇室战争	2016SR027615	新广出审[2016]396 号	文网游进字（2016）0024 号	下架
18	全民热血	2016SR061433	新广出审[2017]1406 号		下架
19	百万萌娘	2016SR098874		文网游备字（2016）M-RPG1515 号	下架
20	街机千炮捕鱼	2016SR186596		文网游备字（2016）M-CSG5580 号	下架
21	口袋妖怪复刻	2014SR167170		文网游备字（2015）M-SLG0936 号	下架
22	烈火裁决	2015SR119965		文网游备字（2016）M-RPG2827 号	下架
23	玄天修仙	2016SR095704		文网游备字（2016）M-RPG3421 号	下架
24	天剑逍遥			文网游备字（2016）M-RPG5721 号	下架
25	仙魔缘	2016SR098642		文网游备字（2016）M-RPG4043 号	下架
26	心跳战姬	2016SR040610		文网游备字（2016）M-RPG1413 号	下架
27	战舰传奇	2016SR014277		文网游备字（2016）M-RPG1045 号	下架
28	大神来了	2015SR028242		文网游备字（2016）M-RPG2281 号	下架
29	天天炫舞	2014SR030214		文网游备字（2015）M-CSG0947 号	下架
30	仙灵奇缘（仙逆世界）	2015SR263733		文网游备字（2016）M-RPG0741 号	下架
31	三国战神威力加强版	2016SR081518		文网游备字（2016）M-RPG3460 号	下架
32	三国吧兄弟	2016SR016460		文网游备字（2016）M-SLG1378 号	下架
33	功夫全明星	2015SR218034		文网游进字（2016）0048 号	下架
34	复联纪元挂机	2016SR058215			下架
35	死神来了	2014SR200017			下架

36	街头争霸				下架
37	坦克兄弟连	2014SR168663		文网游备字〔2016〕M-SLG4171号	仅进行测试并未正式上线运营
38	千年杀	2016SR020992		文网游备字〔2016〕M-RPG4096号	仅进行测试并未正式上线运营
39	金光群侠传	2016SR060008		文网游备字〔2016〕M-RPG3906号	仅进行测试并未正式上线运营
40	无限纷争（死神觉醒）	2015SR24943	新广出审[2016]4787号	文网游备字〔2016〕M-RPG1380号	于2016年12月28日关闭游戏充值，2017年2月10日停止运营（停登录）
41	新花千骨	2015SR141404		文网游备字〔2015〕M-RPG0568号	于2016年12月30日关闭游戏充值功能，于2017年2月28日正式关闭服务器。
42	叶问3	2016SR028489		文网游备字〔2016〕M-SLG2127号	关闭服务器
43	别闹怪兽	2016SR003534		文网游进字〔2015〕0073号	关闭服务器
44	可可魔城	2015SR260321			关闭服务器
45	放三国	2015SR087602		文网游备字〔2016〕M-RPG1665号	于2017年3月31日正式关闭服务器
46	列王时代	2016SR06456		文网游备字〔2016〕M-SLG0968号	于2017年2月19日关闭充值，2017年3月19日停服，不再运营
47	口袋妖怪移动版	2015SR276490			关闭合作服务器
48	幽游白书	2015SR172104			关闭合作服务器
49	战灵			文网游备字〔2016〕M-RPG5259号	联合运营合作协议于2017年1月29日到期
50	妖精的尾巴2	2014SR105574			联合运营合作协议已到期终止
51	弑神之战				联合运营合作协议已到期终止
52	洪荒OL	2014SR050514			联合运营合作协议于2017年1月31日到期

根据《计算机软件保护条例》（国务院令第 632 号）与《计算机软件著作权登记办法》（国家版权局令 1 号文）等相关规定，计算机软件著作权人可以向国务院著作权行政管理部门认定的软件登记机构办理登记，软件登记机构发放的登记证明是登记事项的初步证明。

根据麟游互动提供的运营游戏计算机软件著作权证书及查询企信网版权服务平台（<http://copyright.yarnn.com>），以上 52 款游戏中有 48 款游戏已办理了计算机软件著作权登记，该等游戏著作权权属清晰，不存在权属瑕疵。“街头争霸”、“天剑逍遥”、“战灵”、“弑神之战”4 款游戏麟游互动未能提供计算机软件著作权登记证明文件。正在运营的游戏，“魔灵修真”、“仙迹”、“口袋训练师”虽然提供了著作权证书，但未提供著作权人的相关授权运营文件。截至本回复出具之日，“街头争霸”、“天剑逍遥”2 款游戏已经下架，“弑神之战”、“战灵”运营协议已经到期，未再续签。除“街头争霸”合作运营合同因保管不善灭失外，上述其他游戏合作运营合同中，相关合同方已承诺该等游戏不存在权属争议，且因此造成的损失，由游戏合作方承担相关责任。

二、麟游互动产品运营的合法合规性

（一）麟游互动经营资质

根据《网络游戏管理暂行办法》（文化部令 49 号文）第六条之规定，从事网络游戏上网运营、网络游戏虚拟货币交易服务等网络经营活动的单位，应取得《网络文化经营许可证》。麟游互动已持有《网络文化经营许可证》（京网文[2015]2409-472 号），麟游互动子公司盟宝互动《网络文化经营许可证》（川网文[2016]2532-077 号），麟游互动及盟宝互动均持有具备从事网络游戏运营的经营资质。

根据《中华人民共和国电信条例》（国务院令 291 号）第九条及《互联网信息服务管理办法》（国务院令 292 号）第七条之规定，对于从事经营性互联网信息服务的单位，应向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。麟游互动已持有《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》（京 ICP 证 160907 号），具备从事经营性互联网信息服务的经营资质。

根据《网络出版服务管理规定》第七条之规定，从事网络出版服务，必须依法经过出版行政主管部门批准，取得《网络出版服务许可证》。麟游互动已持有《网络出版服务许可证》（（总）网出证（京）字第 016 号），出版平台为 linnyou.com，具备从事网络出版服务的经营资质。

（二）前述 52 款游戏产品审批、备案情况

截至本回复出具之日，前述 52 款游戏中已有 17 款办理完毕前置审批手续，2 款游戏已取得主管机关出具的受理通知书，详见上表中 1-14、17-18 及第 40 号游戏；3 款游戏仅进行测试，未正式运营，详见上表 37-39 号游戏；已有 42 款游戏办理完毕内容备案，详见上表 1-17 号、19-33 号、37-43 号、45-46 号及第 49 号游戏；尚未办理完毕前置审批或内容备案的游戏合计降低至 34 款。

此外，上述 52 款游戏中，麟游互动存在于取得《网络出版服务许可证》之前即代理发行“大神来了”、“放三国”2 款游戏的情况，麟游互动下属子公司盟宝互动存在未取得《网络文化经营许可证》之前即运营“功夫全明星”、“天天炫舞”、“口袋妖怪复刻”、“街机千炮捕鱼”、“部落冲突：皇室战争”5 款游戏的情况。

根据《新闻出版总署、国家版权局、全国“扫黄打非”工作领导小组办公室关于贯彻落实国务院<“三定”规定>和中央编办有关解释，进一步加强网络游戏前置审批和进口网络游戏审批管理的通知》（新出联[2009]13 号），未经新闻出版总署前置审批并获得具有网络游戏经营范围的《互联网出版许可证》，任何机构和个人不得从事网络游戏运营服务；网络游戏上线前应当经过新闻出版总署（即现国家新闻出版广电总局）前置审批，对于未经新闻出版总署前置审批上网运营或审批后擅自改变内容的网络游戏，新闻出版总署将通知有关地方新闻出版管理部门责令其停止运营服务，并依法予以查处。

根据《网络游戏管理暂行办法》（文化部令 49 号文）第六条之规定，从事网络游戏上网运营、网络游戏虚拟货币交易服务等网络经营活动的单位，应取得《网络文化经营许可证》。

根据《网络游戏管理暂行办法》（文化部令第 49 号）的有关规定，国产网络游戏在上网运营之日起 30 日内应当按规定向国务院文化行政部门履行备案手

续，未及时办理的，由县级以上文化行政部门或者文化市场综合执法机构责令改正，并可根据情节轻重处 20,000 元以下罚款。

依据前述相关规定，麟游互动及盟宝互动在取得相关资质证书之前即运营游戏以及前述游戏产品在未办理前置审批或内容备案的情况下即上线运营存在法律瑕疵。

由于办理前置审批及申请版号需要游戏产品开发完毕、名称及内容基本确定，同时，办理游戏产品的版号需一定时间，我国移动网络游戏普遍存在产品开发完成后立即上线运营的情况。根据国家新闻出版广电总局发布的《关于移动游戏出版服务管理的通知》，游戏出版服务单位负责移动游戏内容审核、出版申报及游戏出版物号申领工作。实践中，网络游戏的前置审批及内容备案主要由规模较大的发行商（如独家代理商）主导完成，麟游互动主要从事移动游戏的联合运营及代理发行，报告期内所从事的业务主要为联合运营，属于移动游戏的联合运营单位。

截至本回复出具之日，除 2 款马上关停服务器的游戏外，其他未取得前置审批手续且仍在运营期限内的游戏，麟游互动及其子公司进行了下架处理，即麟游互动及其子公司不再进行推广运营，不再产生新增注册用户，存在继续为存量用户提供运营服务的情况，在该等情况下，可能会出现少量老用户继续充值的情况。麟游互动及其子公司采取这种措施，一是为了规范运营，二是为了维护已注册用户利益，避免引起投诉及纠纷。这部分用户产生的流水已非常少，2016 年 1-2 月全部充值流水情况详见下表：（未经审计）

序号	游戏名称	2016 年 2 月充值流水（元）	2016 年 1 月充值流水（元）
1	部落冲突：皇室战争		
2	全民热血	1,060.00	730.00
3	百万萌娘	471.00	333.00
4	街机千炮捕鱼		
5	口袋妖怪复刻		
6	烈火裁决	940.00	
7	玄天修仙	97.80	1,820.00
8	天剑逍遥	286.90	

9	仙魔缘	5,070.00	859.10
10	心跳战姬		5,452.00
11	战舰传奇	476.00	
12	大神来了		1,492.00
13	天天炫舞		
14	仙灵奇缘(仙逆世界)	4,596.85	
15	三国战神威力加强版	13,240.00	4,726.06
16	三国吧兄弟	60.00	7,510.00
17	功夫全明星		
18	复联纪元挂机		
19	死神来了		
20	街头争霸		
合计		2,6298.55	22,922.16

另外 2 款即将关停服务器的游戏“放三国”（2017 年 3 月 31 日正式关停服务器）、“列王时代”（2017 年 2 月 19 日关闭充值，2017 年 3 月 19 日停服）仍在为存量用户提供运营服务。

以上情况存在被行政处罚的风险，但是鉴于报告期内，麟游互动不存在因前述情形受到行政处罚的情形且前述未办理完毕前置审批或内容备案的游戏产品已采取包括但不限于终止运营、下架、补办相关手续等措施进行妥善处理，且拟终止运营或下架的游戏产品不属于麟游互动及子公司主要运营游戏，对麟游互动经营业绩影响较小，故不会对本次交易构成实质性法律障碍。

三、麟游互动拟采取的具体解决措施

（一）与上游合作方积极沟通，敦促相关主体尽快补办相关手续

根据《关于移动游戏出版服务管理的通知》有关规定，游戏出版服务单位负责移动游戏内容审核、出版申报及游戏出版物号申领工作。实践中，网络游戏的前置审批及内容备案主要由规模较大的发行商（如独家代理商）主导完成，麟游互动主要从事移动游戏的联合运营及代理发行，报告期内所从事的业务主要为联合运营，属于移动游戏的联合运营单位。

麟游互动已与上游合作方积极沟通，敦促相关主体尽快补办相关手续，截至本回复出具之日，前述 52 款游戏中未办理完毕前置审批或内容备案的游戏合计

已降低至 34 款。

（二）配合上游合作方，做好部分手续瑕疵游戏停服工作

针对部分已由上游合作方发布停服公告的游戏，麟游互动积极配合，及时向下游合作方发布游戏停服的通知并做好游戏下架工作。

（三）全面梳理现有运营游戏，积极与上游合作方沟通，主动清理部分手续瑕疵游戏

针对部分月流水较少且办理手续困难的游戏，麟游互动已与上游合作方积极协商，分别采取合同到期后不再续签或停止运营。

（四）建立接入游戏审查制度，提高新游戏接入门槛

对于未来接入的游戏产品，在签订联合运营合同之前，严格审查该游戏产品是否已办理完毕前置审批，对于未取得或暂时未取得前置审批的游戏产品采取一票否决制度。游戏正式上线运营后，密切跟踪内容备案情况，确保新接入游戏产品手续齐全、合法合规。

（五）在合作合同中与上游合作方约定游戏瑕疵责任承担条款

除建立审查制度之外，麟游互动承诺将保持在未来的游戏联合运营协议中明确约定联合运营的相对方对联合运营游戏的合法性作出保证并承担因游戏瑕疵给麟游互动造成的损失。

独立财务顾问经核查认为，以上 52 款游戏中有 48 款游戏已办理了计算机软件著作权登记，该等游戏著作权权属清晰，不存在权属瑕疵。“街头争霸”、“天剑逍遥”、“战灵”、“弑神之战” 4 款游戏麟游互动未能提供计算机软件著作权登记证明文件，其中，“街头争霸”、“天剑逍遥” 2 款游戏已经下架，“弑神之战”、“战灵”运营协议已经到期，未再续签。除未取得“街头争霸”合作运营合同外，其他游戏合作运营合同中，相关合同方已承诺该等游戏不存在权属争议，且因此造成的损失，由游戏合作方承担相关责任。麟游互动及盟宝互动在取得相关资质证书之前即运营游戏以及前述游戏产品在未办理前置审批或内容备案的情况下即上线运营存在法律瑕疵，报告期内，麟游互动不存在因前述情形受到行政处罚的情形且麟游互动及盟宝互动积极办理了相关资质证书，前述

未办理完毕前置审批或内容备案的游戏产品已采取包括但不限于终止运营、下架、补办相关手续等措施进行妥善处理，且拟终止运营或下架的游戏产品不属于麟游互动及子公司主要运营游戏，对麟游互动经营业绩影响较小，故不会对本次交易构成实质性法律障碍。

公司律师认为，根据麟游互动提供的运营游戏计算机软件著作权证书及查询企信网版权服务平台（<http://copyright.yarnn.com>），以上 52 款游戏中有 48 款游戏已办理了计算机软件著作权登记，该等游戏著作权权属清晰，不存在权属瑕疵。4 款游戏“街头争霸”、“天剑逍遥”、“战灵”、“弑神之战”麟游互动无法提供计算机软件著作权登记证书，“弑神之战”、“战灵”运营协议已经到期，未再续签；“街头争霸”、“天剑逍遥”已经下架，不再运营，麟游互动作为游戏的联合运营方无法进一步的提供相关游戏的权属证明文件。正在运营的游戏，“魔灵修真”、“仙迹”、“口袋训练师”虽然提供了著作权证书，但未提供著作权人的相关授权运营文件。除游戏“街头争霸”因联合运营协议丢失，无法提供外，其他上述游戏，根据麟游互动与该等游戏合作方签订的业务合作协议，相关协议方已承诺该等游戏不存在权属争议，且因此造成的损失，由游戏合作方承担相关责任。上述协议是双方平等、自愿、协商的约定，合法，有效，因此不会对麟游的业绩造成实质影响；麟游互动及其子公司在报告期内，经营存在不规范之处，造成了被行政处罚的风险，但麟游互动及其子公司积极办理了各类运营需要的资质，对于不符合运营条件的游戏，进行了下架、补办相关手续等措施进行妥善处理。正在运营的游戏，虽然存在未办理完毕前置审批的情况下仍在运营的情形，但属于这种情形的游戏马上关闭服务器，不再运营。经本所律师查询、麟游互动及其子公司出具承诺，报告期内及截至本核查意见书出具之日麟游互动及其子公司未因上述 52 款游戏著作权存在问题或运营资质瑕疵而受到相关主管机关的重大行政处罚、任何行政强制措施或其他法律程序，也未因此而与业务合作方发生任何争议或纠纷的情形。上述业务瑕疵不会对麟游互动业务经营及本次交易构成重大实质性障碍。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况之7、麟游互动主要产品情况（4）麟游互动相关游戏产品办理广电总局前置审批、文化部备案

的情况”中进行了补充披露。

(4) 麟游互动如果因为运营此类游戏产品受到相关行政主管部门处罚，请合理分析对麟游互动日常运营情况以及经营业绩的具体影响，并说明麟游互动全体股东承诺对相关处罚进行承担的可行性及合法合规性，并请独立财务顾问、律师发表专业意见。

回复：

根据国家新闻出版广电总局发布的《关于移动游戏出版服务管理的通知》，游戏出版服务单位负责移动游戏内容审核、出版申报及游戏出版物号申领工作。实践中，网络游戏的前置审批及内容备案主要由规模较大的发行商（如独家代理商）主导完成，麟游互动主要从事移动游戏的联合运营及代理发行，报告期内所从事的业务主要为联合运营，属于移动游戏的联合运营单位，故麟游互动不承担办理游戏出版前置审批的主要责任。

根据《关于移动游戏出版服务管理的通知》第十四条之规定，通知施行前已上网出版运营的移动游戏（含各类预装移动游戏），各游戏出版服务单位及相关游戏企业应做好相应清理工作，确需继续上网出版运营的，按本通知要求于 2016 年 10 月 1 日前到属地省级出版行政主管部门补办相关审批手续。届时，未补办相关审批手续的，不得继续上网出版运营。根据国家新闻出版广电总局于 2016 年 9 月 19 日发布的《关于顺延<关于移动游戏出版服务管理的通知>有关工作时限的通知》，将补办相关审批手续的时限顺延至 2016 年 12 月 31 日，国家新闻出版广电总局允许存在前置审批手续瑕疵的移动游戏在 2017 年 1 月 1 日前通过补办手续进行规范。

根据《网络游戏管理暂行办法》之规定，国产网络游戏在上网运营之日起 30 日内应当按规定向国务院文化行政部门履行备案手续，未及时办理的，由县级以上文化行政部门或者文化市场综合执法机构责令改正，并可根据情节轻重处 20,000 元以下罚款。

根据前述处罚规定可以看出，麟游互动被行政处罚的主要风险来源于未办理内容备案及自 2017 年 1 月 1 日以后仍运营的未办理完毕前置审批手续的游戏。截至本回复出具之日，前述 52 款游戏中，未办理完毕前置审批或内容备案的合

计 34 款游戏均已采取终止运营、下架、联合运营协议到期不再续签等措施进行妥善处理，该等 34 款游戏报告期内运营收入占麟游互动营业收入的比例分别为 5.97%、6.93%、3.44%，不属于麟游互动及子公司主要运营游戏，对麟游互动报告期经营业绩影响较小，不会对麟游互动日常运营情况以及经营业绩产生重大不利影响。

就上述游戏业务资质瑕疵，麟游互动、盟宝科技及麟游互动部分股东连带的做出《关于游戏审批、备案及相关运营资质的承诺函》，（1）截至本承诺函出具之日，麟游互动、盟宝科技目前正在运营的游戏产品均处于良好运营状态，未因游戏运营资质瑕疵而受到相关主管机关的行政处罚、任何行政强制措施或其他法律程序，也未因此而与业务合作方发生任何争议或纠纷；麟游互动、盟宝科技的业务、财务及收入未因该类游戏运营资质瑕疵而受到重大不利影响。（2）承诺人承诺将根据法律法规及证券监管机构的要求规范麟游互动、盟宝科技目前存在的游戏运营资质瑕疵，包括但不限于取得相关主管部门出具的合规证明、申请并取得相关资质、许可、审批及备案文件及与具有法律法规要求资质的第三方签署委托或合作协议。

为应对潜在风险，麟游互动全体股东已在《发行股份购买资产协议》中承诺，麟游互动在交割日前因违反法律法规而受到的行政处罚或因侵犯他人权利而遭受的经济损失，由其按照交割日前持有的麟游互动股权比例向麟游互动在上市公司指定日期内以现金形式进行补偿。本次交易完成后，麟游互动全体股东将取得上市公司对价股份，该等股份设定有一定期限的锁定期，且根据附条件生效的《发行股份购买资产协议》，麟游互动部分股东留有一定期间的任职期限，如因麟游互动在交割日前因违反法律法规而受到的行政处罚或因侵犯他人权利而遭受的经济损失，上市公司可以据此敦促麟游互动全体股东履行相关承诺，该等安排具有可行性。前述安排系从维护上市公司及中小股东的利益出发，由上市公司与麟游互动全体股东自由协商的结果，属于麟游互动全体股东的真实意思表示，不违背国家有关法律法规等禁止性规定，合法有效。

独立财务顾问经核查认为，根据有关主管机关的处罚规定，麟游互动未来如因运营此类游戏产品受到相关行政主管部门处罚，则法律责任相对较轻。前述未办理完毕前置审批或内容备案的合计 34 款游戏均已采取终止运营、下架、联合

运营协议到期不再续签等措施进行妥善处理，该等 34 款游戏报告期内运营收入占麟游互动营业收入的比例分别为 5.97%、6.93%、3.44%，不属于麟游互动及子公司主要运营游戏，对麟游互动报告期经营业绩影响较小，不会对麟游互动日常运营情况以及经营业绩产生重大不利影响；本次交易完成后，麟游互动全体股东将取得上市公司对价股份，该等股份设定有一定期限的锁定期，且根据附条件生效的《发行股份购买资产协议》，麟游互动部分股东留有一定期间的任职期限，麟游互动全体股东承诺对相关处罚进行承担具有可行性；前述安排系从维护上市公司及中小股东的利益出发，由上市公司与麟游互动全体股东自由协商的结果，属于麟游互动全体股东的真实意思表示，不违背国家有关法律法规等禁止性规定，合法合规。

公司律师认为，前述 52 款游戏中，截止到 2016 年 12 月 31 日，已经停止运营包括已经关闭充值功能准备停止服务器的游戏共计 12 款；尚在运营期间但未办理完毕前置审批或内容备案的游戏 20 款，麟游互动及其子公司已作下架处理；正在运营的 16 款游戏中，已办理完毕前置审批及内容备案的游戏产品共计 14 款，已收到主管机关审批受理通知书的游戏共计 2 款，该等游戏，运营手续已全部规范。麟游互动正在运营的已作下架处理的游戏报告期内运营收入占麟游互动营业收入的比例分别为 5.97%、6.93%、3.44%，不属于麟游互动及子公司主要运营游戏，对麟游互动报告期经营业绩影响较小，不会对麟游互动日常运营情况以及经营业绩产生重大不利影响。附条件生效的《发行股份购买资产协议》，是上市公司与麟游互动全体股东自由协商的结果，属于麟游互动全体股东的真实意思表示，不违背国家有关法律法规等禁止性规定，合法合规，其内容对麟游互动的全体股东具有约束力，麟游互动全体股东承诺对相关处罚进行承担具有可行性。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况之7、麟游互动主要产品情况（4）麟游互动相关游戏产品办理广电总局前置审批、文化部备案的情况”中进行了补充披露。

问询问题 4、预案披露，目前文脉互动和麟游互动在职员工总数分别为 65 人和 31 人，文脉互动与主营业务相关的固定资产仅有电子设备 39.16 万元，另

有 5 处租赁房屋，麟游互动与主营业务相关的固定资产仅有运输设备 47.06 万元、电子及其他设备 2.08 万元，另有 2 处租赁房屋。请补充披露以下内容：

（1）请结合文脉互动、麟游互动的业务模式，补充说明文脉互动和麟游互动人才规模、资产配置、办公面积是否能够匹配文脉互动和麟游互动的业务发展，并结合交易对方作出的业绩承诺，说明标的公司是否具备实现业绩承诺的能力。

回复：

一、文脉互动

（一）人才规模

文脉互动主营业务系网络游戏的研发与受托定制开发。作为专业的游戏研发商，文脉互动需根据游戏产品开发计划，组织游戏策划、美工、程序开发人员等进行游戏开发并最终形成游戏产品。因此打造一支高效、稳定的人才队伍是文脉互动业务开展的前提条件和持续动力，为此文脉互动自成立以来便坚持以人为本的管理理念，高度重视人才储备，研发团队不断发展壮大。截至 2017 年 2 月 28 日，文脉互动（含子公司）已组成了一支由管理人员、技术人员、运维人员和财务行政人员的团队，研发人员（含核心技术人员）共计 77 人，其中本科 28 人、专科 41 人，专科以下 8 人，人均工作年限 5 年，人均行业年限 4 年。近三年来，除张云鹏任职副总裁外，文脉互动研发团队其余人员来自策划部、程序部和美术部，各部门研发人员数量变动情况如下：

部门	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
策划	22	7	6
程序	21	8	4
美术	33	22	11
合计	76	37	21

文脉互动采用以项目为中心、矩阵式的项目管理模式。研发项目由项目负责人跨部门领导，根据游戏项目开发要求召集策划部、程序部及美术部等部门组成跨部门项目开发团队。随着游戏开发阶段的不同，项目组团队成员构成及数量持续进行调整，从而保证在满足游戏开发要求的同时最大程度节省人力资源。截至

本回复出具之日，文脉互动同时开发五款游戏产品，人才规模能够满足在研项目需要，开发项目人员构成情况如下：

项目组名称	开发游戏	开发阶段	技术人员组成	
			所属部门	人数
项目组一	《屠龙战记》	开发完成，版本更新阶段	策划部	9
			程序部	7
			美术部	16
项目组二	太古神王（暂定名）	开发阶段	策划部	8
			程序部	8
			美术部	14
项目组三	《武侠之谜》	开发完成，版本更新阶段	策划部	3
			程序部	3
			美术部	3
项目组四	文明 OL-破晓之光	Demo 阶段	策划部	4
			程序部	3
			美术部	5
项目组五	ARPG 手游（暂未定名）	Demo 阶段	策划部	2
			程序部	6
			美术部	2

注：部分技术人员同时在两个或两个以上项目组中从事开发。

根据企业的研发能力，企业未来每年的研发数量在 4 款左右。计划 2017 年完成研发并上线的游戏为 4 款，计划 2018 年完成研发并上线的游戏为 5 款，计划 2019 年完成研发并上线的游戏为 5 款。因此，文脉互动人才规模可基本满足未来研发需求。

同时文脉互动不断完善人力资源体系及人员招聘、培训、绩效评价等制度和流程，优化组织结构，及时评估人力资源与业务开展的匹配程度，确保人力资源满足公司业务发展需求。未来随着研发项目增加，文脉互动将不断扩大开发团队规模，提升人才质量，为文脉互动的业务增长提供持续动力。

（二）资产配置

文脉互动研发团队通过安装相应软件的电脑进行游戏开发制作，截至 2017

年 2 月 28 日，文脉互动共采购电脑 115 台，可满足游戏开发需求；运维团队通过经授权许可使用的“热云游戏运营支撑平台”进行游戏运营数据的收集、统计及分析，为游戏后续版本更新提供科学的数据支持；已上线游戏通过租用“腾讯云”服务器进行运营。上述设备及软件可满足文脉互动业务开展需求。

文脉互动游戏开发及运维所使用软件情况如下：

软件类型	软件名称	软件用途
美术	Photoshop	2D 美术资源绘制
	After Effects	特效编辑
	3DMAX	3D 模型制作
客户端	Flash builder	游戏客户端编辑
服务器端	Microsoft visual studio	服务器程序开发
	MySQL	数据库
运维	热云游戏运营支撑平台	运营数据的收集、统计及分析

文脉互动游戏开发及运维所使用服务器情况如下：

项目名称	服务器用途	服务器名称
热云项目组	热云平台数据分析	ins-r6qkaqdd
	热云平台数据分析	ins-2ze5zgdh
	热云平台数据分析	ins-20263zyb
	热云平台数据分析	ins-f8vtljfl
	热云平台数据分析	ins-q09sylnv
平台网站服务器	平台网站	ins-8c9tkqh9
怒斩千军游戏项目组	后台网站	ins-4mi8u4ud
	登陆网关	ins-17nznuff
	备份登陆网关数据后台	ins-3aovz6uh
	游戏服务器(G1)	ins-l76goh37
	游戏服务器(G2)	ins-ngia4tkd
	游戏服务器(G3)	ins-j86ib6yp
	游戏服务器(G4)	ins-dltumbm3
	游戏服务器(G5)	ins-jeifwqdd
	游戏服务器(G6)	ins-iv3ph4nb
	游戏服务器(G7)	ins-e9iu43jd

	游戏服务器(G8)	ins-ca883bpj
	游戏服务器(G9)	ins-8xhem4ln
	游戏服务器(G10)	ins-112x8p8j
	游戏数据库(game2)	cdb-lf4gd76x
	游戏数据库(game1)	cdb-d77jlcst
	gsp 后台数据库(gsp)	cdb-2k6o130j
	global 数据库(global)	cdb-dpgg2mbr

（三）办公面积

截至 2017 年 2 月 28 日，文脉互动办公场所主要为北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层 A-0633 房间以及北京市朝阳区酒仙桥路甲 4 号 3 号楼 1401 室、901 室，办公面积合计为 861.44 m²，可最多满足约 120 名员工办公需求。未来如出现员工规模进一步扩大导致现有办公场所无法容纳的情况，文脉互动将新增租赁办公场所，保证办公面积与业务增长保持匹配。

综上所述，文脉互动在人才规模、资产配置和办公面积能够保持与业务增长相匹配，文脉互动具备实现业绩承诺的能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（十）文脉互动人员情况及（十二）文脉互动人才规模、资产配置及办公面积与业务增长匹配性分析”中进行了补充披露。

二、麟游互动

（一）人才规模

麟游互动主营业务系移动网络游戏的代理发行及联合运营，高效稳定的运营团队是其在市场竞争中取得成功并保持领先的关键因素。为此，自成立以来，麟游互动高度重视人才储备，运营团队不断发展壮大，逐渐形成了一支由商务人员、运营人员、市场人员和技术人员组成的运营团队。团队分工明确，相互配合，商务人员负责对外业务合作，运营人员负责上线游戏运营策划，市场人员负责游戏推广，技术人员为业务开展提供技术支持，从而有效保证麟游互动在优质游戏产品引入、渠道体系建设以及运营效率提升方面保持竞争优势。

截至 2017 年 2 月 28 日，麟游互动及其子公司在职员工总数为 33 人，其专

业构成、教育程度和年龄分布如下：

1、员工专业结构情况

专业结构	人数	占比 (%)
管理人员	4	12.12
商务人员	4	12.12
技术人员	12	36.36
运营人员	6	18.18
市场人员	7	21.21
合计	33	100.00

2、员工受教育程度

学历	人数	占比 (%)
硕士及硕士以上	1	3.03
本科	25	75.76
专科	7	21.21
合计	33	100.00

3、员工年龄分布情况

年龄区间	人数	占比 (%)
31-40 岁	8	24.24
21-30 岁	25	75.76
合计	33	100.00

麟游互动技术人员开发的 sandGlass 聚合打包技术使得游戏在出包和分发过程中大幅提升效率；麟游互动商务人员开拓的外部客户供应商，一般均能保持长期合作关系，很少出现客户或供应商流失情况，除了后期商务维护外，商务人员可将主要精力用于寻求新客户或新供应商业务合作；运营人员和市场人员通过游戏数据分析平台和广告平台流量分析体系，及时统计和分析相关运营、流量数据，从而高效制定最佳运营策略及精准的推广策略。因此在其一定业务量范围内，麟游互动人员数量可满足业务开展需求。与此同时，麟游互动不断完善人力资源体系以及人员招聘、培训、绩效评价等制度和流程，及时评估人力资源是否满足业务增长需求，从而保证未来员工规模始终与业务发展保持匹配。

（二）资产配置

麟游互动是一家轻资产运营的移动游戏运营企业，业务开展无需大量固定资产投资，主要固定资产系电脑、打印机等办公设备及运输设备，无形资产系金蝶财务软件。上述设备及软件可满足麟游互动业务开展需求。麟游互动将单位价值不超过 5,000 元的电子设备一次性计入当期费用，而未将其确认为固定资产并计提折旧，故麟游互动固定资产中电子设备账面价值较低；麟游互动所购买车辆主要用于商务接待，员工上下班用自有车辆或公共车辆，故麟游互动账面仅一台车辆。

（三）办公面积

截至 2017 年 2 月 28 日，麟游互动租用办公场所主要为北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 19 楼以及成都市高新区天华二路 219 号天府软件园 C 区 10 栋 4 层，办公面积合计为 590.77 m²，可最多满足约 70 名员工办公需求。未来如出现员工规模进一步扩大导致现有办公场所无法容纳的情况，麟游互动将新增租赁办公场所，保证办公面积与业务增长保持匹配。

综上所述，麟游互动在人才规模、资产配置和办公面积能够保持与业务增长相匹配，麟游互动具备实现业绩承诺的能力。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（十一）麟游互动人员情况及（十二）麟游互动人才规模、资产配置及办公面积与业务增长匹配性分析”中进行了补充披露。

（2）请结合文脉互动和麟游互动的组织结构，补充披露各部门人员数量及分工职责。

回复：

一、文脉互动职能部门情况

截至 2017 年 2 月 28 日，除樊英杰先生担任执行董事兼经理，张云鹏先生担任副总裁外，文脉互动各职能部门具体情况如下：

部门	职责	人数
----	----	----

程序部	主要负责服务器端、客户端程序整体设计与架构，各功能模块的设计及实现，其中服务器端组负责维护游戏正常运作，记录游戏数据和相关操作，客户端组负责游戏客户端的搭建，根据策划部门进行系统开发和功能实现，配合美术部门调整游戏 UI 及游戏特效的播放。	30
策划部	负责确定游戏规则及风格，搭建数据框架，设计相应的系统规划，其中策划部中的测试人员负责根据功能及测试计划对游戏进行全面测试，保证游戏以高质量上线	22
美术部	负责游戏整体视觉相关设计，包括游戏特效，游戏 UI 界面及游戏人物模型，游戏怪物模型设计；配合程序部门完成 UI 界面和游戏特效设计；负责美术外包资源的需求发放、管理和验收。	33
行政部	负责建立、完善行政管理的各项制度和流程，组织参与企业文化建设，以及公司日常行政工作等。	2
财务部	负责建立、健全公司财务核算制度，制定公司财务预算、成本计划，编制利润、财会及税务等报表，以及正常的财会日常工作等。	3
人力资源部	完善人力资源体系，优化组织结构，负责人员招聘、培训、绩效评价等，确保人力资源满足公司业务发展需求。	1

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（四）组织结构”中进行了补充披露。

二、麟游互动职能部门

截至 2017 年 2 月 28 日，除廖鹏先生担任执行董事兼经理外，麟游互动各职能部门具体情况如下：

部门	职责	人数
商务部	负责对外业务合作，与游戏研发商和渠道商洽谈合作业务，以及后期商务维护等事宜	4
运营部	参与运营整体策划，维护公司所有游戏产品的正常运行，包括 sdk 对接及上线后游戏运营工作	6
技术部	为公司业务发展提供技术支持，包括平台技术、SDK 技术及统计技术等	12
市场部	负责与各个游戏推广服务商进行合作，为公司运营游戏导入流量	7
财务部	负责建立、健全公司财务核算制度，编制利润、财会及税务等报表，负责日常财务核算、费用报销等日常财务工作。	2

人力资源部和行政部	负责建立、完善人力资源和行政管理的各项制度和流程，负责人员招聘、培训以及日常行政工作	1
-----------	--	---

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（四）组织结构”中进行了补充披露。

（3）媒体报道指出麟游互动的注册地址并不存在，在所披露的办公地址也未能找到麟游互动在此办公，请独立财务顾问针对上述报道进行核查并出具专业意见。

回复：

一、关于麟游互动注册地址的核查

独立财务顾问查阅了麟游互动注册时的工商登记材料，访谈了麟游互动管理层，走访了麟游互动注册时聘请的代办中介机构并询问了具体经办人员、实地走访了麟游互动营业执照中注明的注册地并询问了物业管理人员。

经核查，麟游互动系委托工商登记代办中介服务机构北京瑞贝可会计服务有限公司（以下简称瑞贝可）代为办理工商注册登记，即麟游互动筹办人员向瑞贝可支付一定的服务费用并提供相关资料，由瑞贝可代为办理工商注册登记。经询问瑞贝可具体经办人员，其解释称麟游互动注册地址系“虚拟地址”，即该“虚拟地址”只用来办理工商登记注册并不用于具体办公。

麟游互动成立后，租赁北京三里屯 SOHO 及成都天府新区内房屋用于办公，其石景山区“注册地址”仅为办理工商登记及缴纳税费、为员工办理社保公积金等用途使用。麟游互动曾试图将注册地址变更至三里屯 SOHO 或成都天府新区，但因为工商税务手续较为复杂，故一直未办理迁址。

为纠正麟游互动注册地址“虚拟地址”的瑕疵状态，2017 年 2 月 27 日，麟游互动与北京宏昌物业管理有限公司签订《租赁合同》，租赁位于北京市石景山区八大处高科技园区内 6-C 号地 3 号楼 4 层 402 室拟作为麟游互动新的注册地址。截至本回复出具之日，麟游互动已启动变更注册地址的相关申请工作。

二、关于麟游互动办公地址的核查

根据麟游互动签订的租赁合同及对麟游互动管理层的访谈、对麟游互动办公

场所的走访，截至本回复出具之日，麟游互动主要的办公场所为北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 28 楼、四川省成都市高新区天府软件园 C 区 10-4，此外，麟游互动在北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 19 楼还租有一处办公场所，截至本回复出具之日，各区域用途如下：

区域	面积	用途	场所来源
北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 19 楼	30 m ²	财务及小部分商务人员办公	向第三方租赁
北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 28 楼	约 20 m ²	麟游互动高层廖鹏先生临时办公	向第三方临时借用
四川省成都市高新区天府软件园 C 区 10-4	560.77 m ²	运营、技术、市场、行政、人力及大部分商务人员办公	向第三方租赁

北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 19 楼面积共计约 1,200 m²，除麟游互动租赁 30 m²外，该层其他区域均由北京青云互动科技有限公司（以下简称青云互动）租赁。该层为环形大通间，无明显区域间隔，由于青云互动人员规模较大且租赁该层绝大部分区域，加之该层仅安置了麟游互动财务及小部分商务人员，故前台仅设置了青云互动标识，未设置麟游互动标识。

北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 28 楼主要由北京缤狗科技有限公司（以下简称缤狗科技）及北京初见科技有限公司等企业租赁，因麟游互动在三里屯 SOHO 租赁面积有限，故向缤狗科技临时借用了 2801 约 20 m²作为廖鹏先生临时办公使用，麟游互动未支付租赁费用且未在此设置显著标识。

因麟游互动管理层、运营、技术、市场、行政、人力及商务人员主要为四川籍，且四川省成都市高新区天府软件园软件行业聚合优势明显，人才较多，故麟游互动选择在此入驻并成立两家全资子公司，发力网络游戏联合运营及自主运营。四川省成都市高新区天府软件园 C 区 10-4 已成为麟游互动主要办公场所，麟游互动在此设置了明显的企业标识。

综上，独立财务顾问经核查认为，麟游互动注册时系委托第三方工商登记代办中介服务机构代为办理，依据对麟游互动管理层的访谈及麟游互动注册时代办中介服务机构具体经办人员的问询，其注册地址仅为办理工商登记及缴纳税费、为员工办理社保公积金等用途使用，具有“虚拟性”，麟游互动本身并不在此办公；麟游互动办公场所涵盖北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 19 楼、北京市朝阳区三里屯 SOHO 办公室 D 座 28 楼、四川省成都市高新区天府软件园 C

区 10-4 等区域,其中核心办公场所为四川省成都市高新区天府软件园 C 区 10-4。

公司已就上述内容在重组预案(修订稿)“第一章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之(七)与主营业务相关的固定资产、无形资产之(2)房屋租赁情况”中进行了补充披露。

问询问题 5、你公司本次拟购买的资产为游戏公司,请根据中国证监会 2015 年 9 月 18 日发布的《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》第十二点的要求,补充披露以下内容:

(1) 请结合文脉互动、麟游互动的业务特点及运营模式,补充分析以下业务数据的合理性:主要游戏的总玩家数量、付费玩家数量、活跃用户数、付费玩家报告期内每月人均消费值、充值消费比、玩家的年龄和地域分布等。同时,请补充披露将未开发项目纳入标的公司收益法评估范围的说明,以及游戏公司采用收益法评估时的折现率和风险系数取值合理性的详细说明。

回复:

一、文脉互动业务数据合理性分析

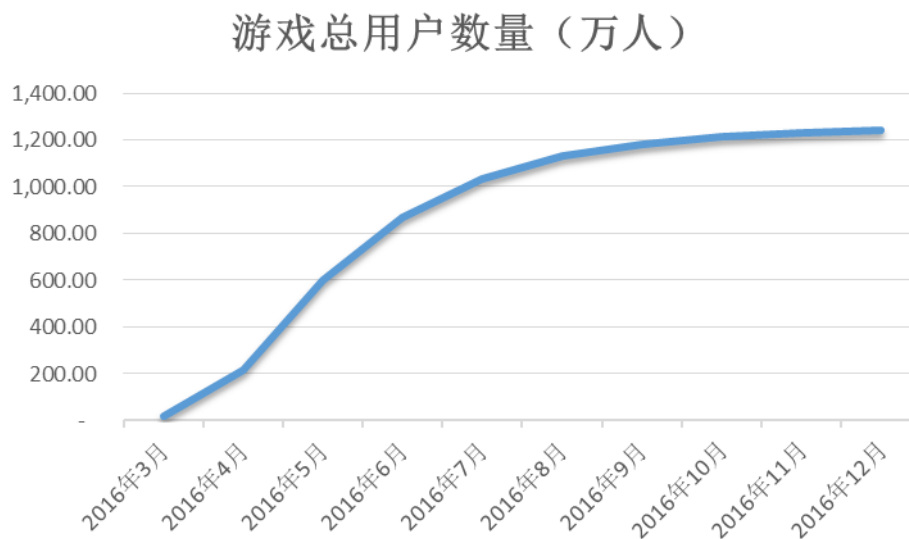
(一) 热血战歌

1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量 (万人)	活跃用户 数 (万人)	付费用户 数 (万人)	ARPU (元)	ARPPU (元)	付费率 (%)	月充值额 (万元)	元宝总产 出 (万元)	消费金额 (万元)	充值消费 比 (%)
2016 年 3 月	16.82	10.81	0.56	7.83	151.69	5.16	84.57	117.63	115.97	98.59
2016 年 4 月	214.39	96.47	5.57	8.25	142.81	5.77	795.54	1,319.61	963.00	72.98
2016 年 5 月	598.29	224.26	10.19	10.04	220.99	4.54	2,252.24	3,626.88	3,565.23	98.30
2016 年 6 月	870.37	204.93	9.12	11.73	263.61	4.45	2,404.27	4,114.42	3,857.38	93.75
2016 年 7 月	1,034.49	113.92	8.60	18.14	240.19	7.55	2,066.41	4,165.49	3,328.29	79.90
2016 年 8 月	1,132.32	91.24	6.85	21.08	280.89	7.51	1,923.40	4,583.20	3,557.08	77.61
2016 年 9 月	1,183.19	49.48	4.89	28.13	284.61	9.88	1,391.62	3,897.50	3,013.95	77.33
2016 年 10 月	1,212.64	24.51	4.00	44.71	274.09	16.31	1,096.07	3,044.94	2,923.17	96.00
2016 年 11 月	1,227.84	16.84	2.88	55.67	325.17	17.12	937.57	3,371.97	3,164.63	93.85
2016 年 12 月	1,240.61	13.96	2.32	62.46	375.57	16.63	872.03	2,638.56	2,497.18	94.64

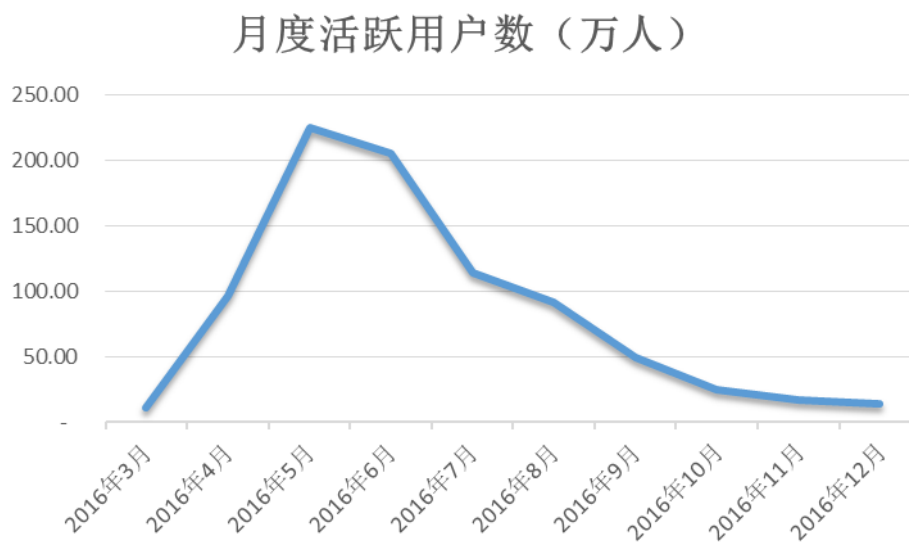
(1) 游戏总用户数量

《热血战歌》自 2016 年 3 月上线以来，累计注册用户不断增加，累计注册用户的变化趋势如下图：

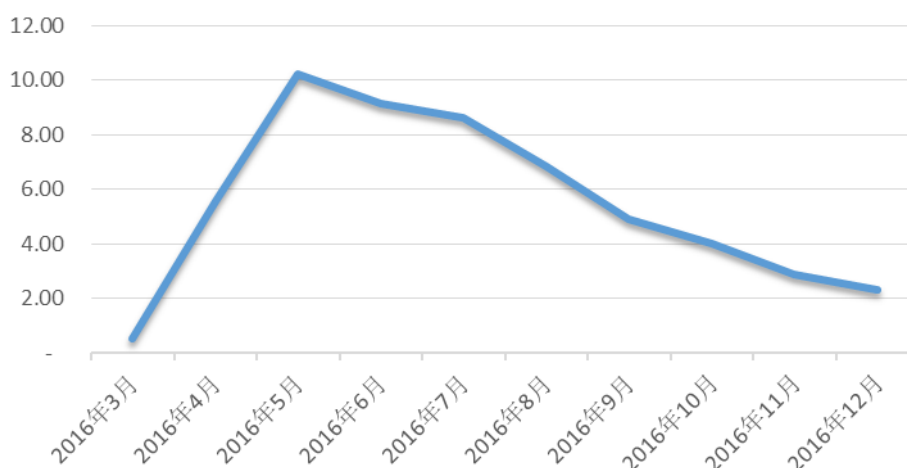


(2) 活跃用户数及付费用户数

《热血战歌》3 月上线以来活跃用户数及付费用户数变化趋势如下图：



月度付费用户数（万人）

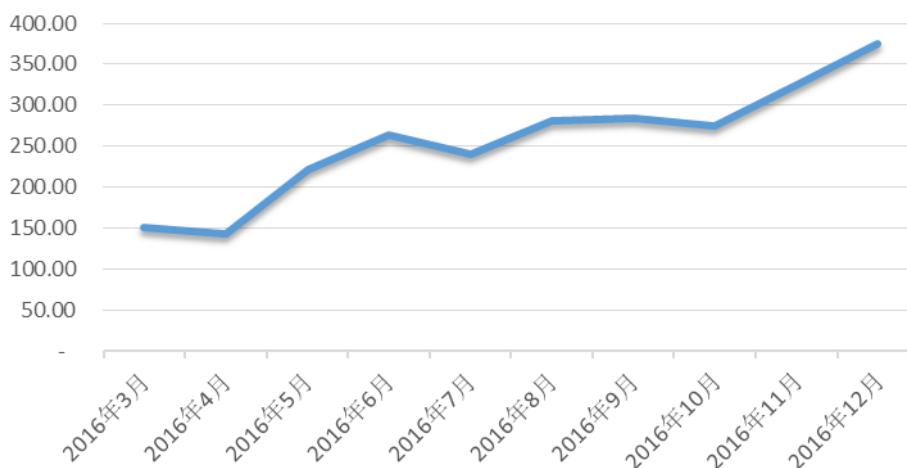


《热血战歌》上线以来活跃用户数及付费用户数变动趋势基本保持一致，即上线以来持续走高，在 2016 年 5 月达到峰值，随后逐步回落。主要原因系《热血战歌》自 3 月 15 日在“360 玩平台”开启不删档测试，开始上线运营；4 月 15 日在“360 游戏平台”及各联运平台开启不删档测试。截至 2016 年 5 月末，《热血战歌》共接入 44 个平台。各平台在接入游戏首月均通过举办一系列活动对游戏进行大力推广，新用户付费意愿较强烈，此期间活跃用户数与付费用户数达到峰值。2016 年 5 月后，《热血战歌》接入新运营平台的速度放缓，原有平台因新接游戏等缘故推广力度有所下降，因而 5 月过后，《热血战歌》新增注册用户数减少；基于文脉互动开发重心转移至《屠龙战记》及《怒斩千军》项目以及《热血战歌》IP 授权即将到期等因素，文脉互动开发团队后续对《热血战歌》版本更新频率降低，游戏运营商对游戏推广力度也不断下降，原付费用户充值意愿下降。上述因素导致 2016 年 6-12 月《热血战歌》活跃用户数和付费用户数逐步回落。

（3）ARPPU 值

《热血战歌》3 月上线以来月度 ARPPU 值变化趋势如下图：

月度ARPPU值（元）

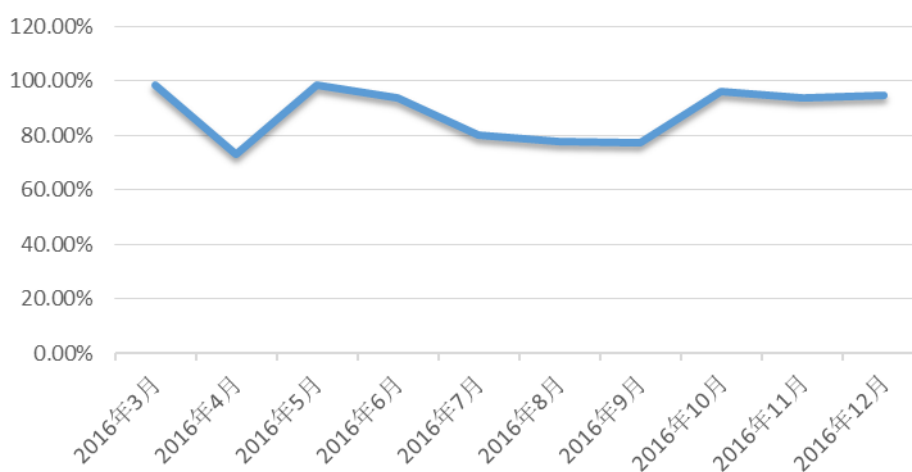


《热血战歌》上线以来月度 ARPPU 值呈稳步上升趋势，主要原因随着《热血战歌》新增注册用户数在 2016 年 5 月达到峰值并在随后 6-12 月持续回落，付费玩家结构出现变化，即付费玩家中老玩家比重不断提高，新玩家比重不断降低，老玩家由于在线时间长，等级高，需求的相应道具、装备等价格高，其充值金额往往较高，而新用户等级低，不通过大额充值亦能获得良好的游戏体验，故充值需求低。付费用户结构的变化是《热血战歌》ARPPU 值持续上升的主要原因。

（4）充值消费比

《热血战歌》3 月上线以来充值消费比变化趋势如下图：

充值消费比



2016年4月份、7月份、8月份及9月份《热血战歌》充值消费比小于80%，主要原因系游戏运营商为大力推广游戏，采用多开服务器数量的策略吸引玩家，4月新开服务器数量361个，7月份新开服务器1,192个，8月份新开服务器1,036个，9月份新开服务器670个。游戏内部产生元宝主要系玩家通过打怪、参加游戏活动及开宝箱等方式获取元宝，而每个服务器的内部元宝产生数量是相对定额的，多开服务器导致游戏内行为产出元宝数量大幅度增加。综上所述，元宝总产出的增加导致玩家充值消费比降低。

2、玩家地域及年龄分布

报告期内，《热血战歌》游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	广东	10.49
2	山东	7.87
3	江苏	7.32
4	河南	6.32
5	浙江	5.90
6	河北	5.89
7	湖南	4.21
8	四川	4.10
9	辽宁	3.91
10	北京	3.82
11	安徽	3.60
12	江西	3.32
13	黑龙江	3.19
14	湖北	3.02
15	福建	2.85
16	天津	2.57
17	山西	2.50
18	其他	19.11

从游戏玩家的IP分布来看，《热血战歌》游戏玩家分布较为分散，不存在玩家集中在个别的区域的情况。游戏玩家分布排名靠前的省份为广东、山东、江苏和河南等省。这是由于沿海经济发展迅速，互联网普及程度较内陆相对领先，

因此网页游戏的玩家主要分布在广东、江苏、山东和浙江等沿海经济发达省份。同时作为人口大省，河南和河北总人数和占有率也决定了上述省份是网页游戏的主要市场。综上所述，《热血战歌》玩家分布不存在异常情况。

由于游戏玩家在注册账号时不提供真实身份、真实手机号等信息，由于此等因素的限制，导致了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。

（二）怒斩千军

1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量(万人)	活跃用户数(万人)	付费用户数(万人)	ARPU(元)	ARPPU(元)	付费率(%)	月充值额(万元)	元宝总产出(万元)	消费金额(万元)	充值消费比(%)
2016 年 12 月	1.03	0.54	0.04	7.97	98.95	8.06	4.33	4.59	3.94	85.69
2017 年 1 月	6.58	3.25	0.20	11.83	196.46	6.02	38.49	40.16	36.09	89.87
2017 年 2 月	18.18	6.74	1.40	50.89	244.41	20.82	342.97	344.80	320.85	93.06

注：

付费率=付费用户数/活跃用户数；

元宝系游戏中的虚拟货币，元宝由游戏玩家充值行为及游戏内行为产出。玩家充值行为下，充值人民币与元宝对应关系为 1：10。

消费金额（元宝）：游戏玩家在游戏内产生买卖行为，买卖对象一般为装备、宝物、材料等游戏资源和道具，所花费的游戏内代币。

(1) 游戏总用户数量

《怒斩千军》自 2016 年 12 月上线以来，累计注册用户不断增加，累计注册用户的变化趋势如下图：



(2) 活跃用户数及付费用户数

《怒斩千军》自上线以来活跃用户数及付费用户数不断增加，变化趋势具体如下图：



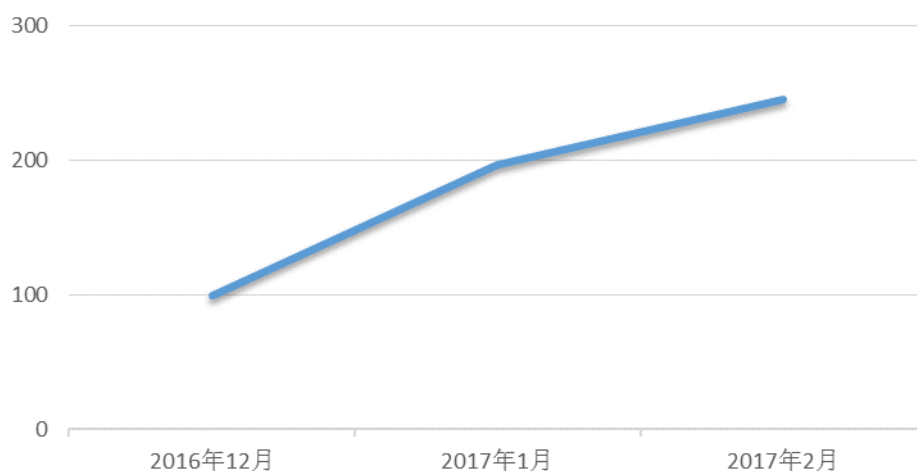
付费用户数（万人）



（3）ARPPU

《怒斩千军》自上线以来月度 ARPPU 值变化趋势如下图：

ARPPU（元）

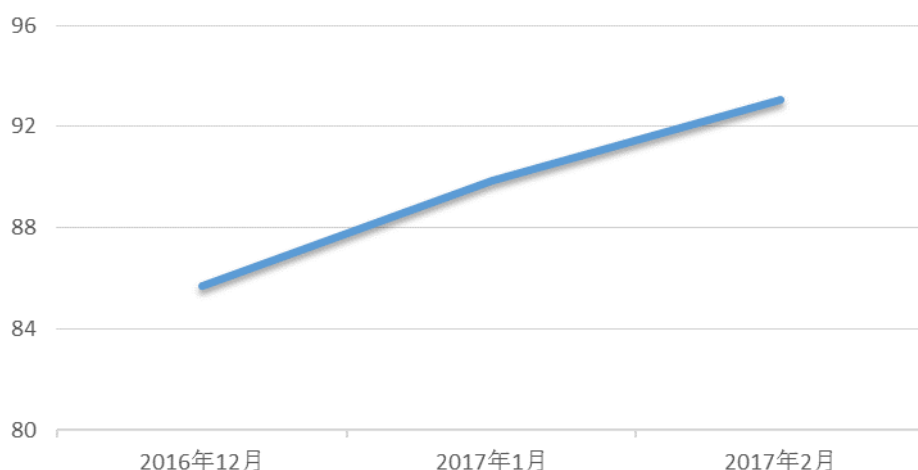


《怒斩千军》上线以来月度 ARPPU 值呈持续上升趋势，主要原因系随着游戏玩家经过一段时间体验，对游戏满意程度提高，同时随着角色级别不断增加，玩家所需道具、药品等需求也相应增加，其付费意愿增强，导致 ARPPU 值不断上升。

（4）充值消费比

《怒斩千军》自上线以来充值消费比变化趋势如下图：

充值消费比（%）



《怒斩千军》上线以来月度充值消费币呈上升趋势，主要原因系游戏玩家随着角色等级不断提高，所购买道具、药品等价格相应提高，玩家充值后付费速度加快。

2、玩家地域及年龄分布

运营期间，《怒斩千军》游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	湖北	13.08
2	广东	8.22
3	山东	6.85
4	江苏	6.28
5	浙江	5.81
6	四川	5.42
7	河南	4.51
8	河北	4.19
9	北京	3.93
10	辽宁	3.88
11	福建	3.18
12	湖南	2.81
13	上海	2.79
14	安徽	2.68
15	黑龙江	2.62

16	云南	2.23
17	陕西	2.18
18	其他	19.36
合计		100.00

从游戏玩家的地域分布看,《怒斩千军》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况。

由于游戏玩家在注册账号时不提供真实身份、真实手机号等信息,由于此等因素的限制,导致了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。

公司已就上述内容在重组预案(修订稿)“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之(六)文脉互动主营业务情况之7、文脉互动主要产品情况”中进行了补充披露。

二、麟游互动主要游戏业务数据合理性分析

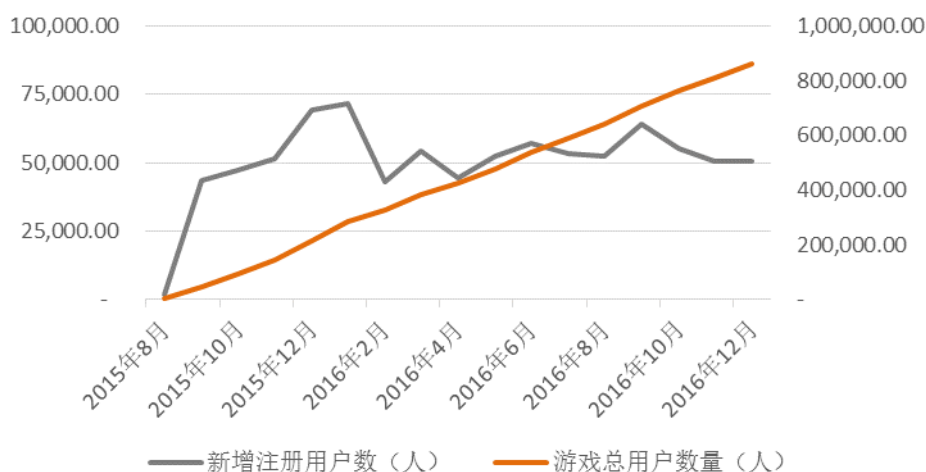
(一) 天龙八部

1、月度运营情况

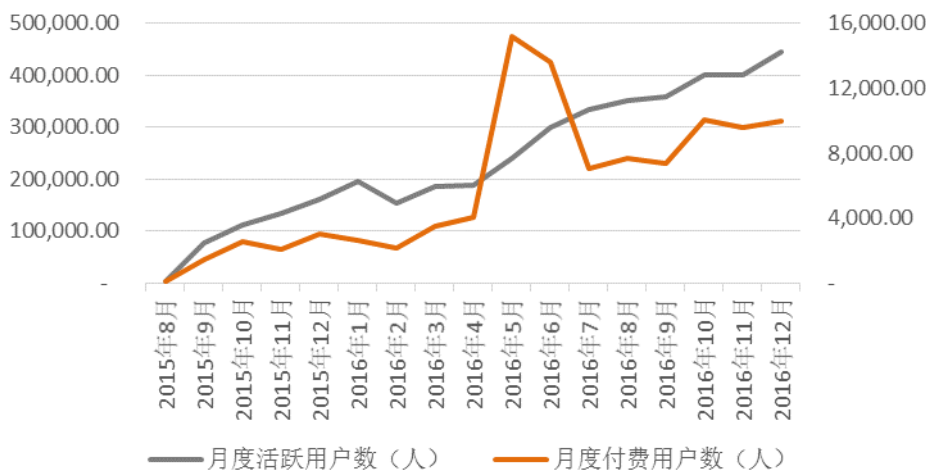
期间	游戏总用户数量(人)	活跃用户数(人)	付费用户数(人)	ARPU(元)	ARPPU(元)	月流水(万元)
2015年8月	1,638.00	3,559.00	117.00	18.72	569.40	6.66
2015年9月	45,240.00	76,968.00	1,488.00	51.46	2,661.97	396.10
2015年10月	92,357.00	111,895.00	2,526.00	52.83	2,340.10	591.11
2015年11月	144,082.00	134,517.00	2,068.00	23.20	1,509.26	312.11
2015年12月	213,620.00	161,571.00	3,065.00	28.07	1,479.77	453.55
2016年1月	285,303.00	195,198.00	2,608.00	26.04	1,948.94	508.28
2016年2月	328,550.00	153,181.00	2,179.00	20.00	1,405.96	306.36
2016年3月	382,673.00	187,003.00	3,468.00	26.53	1,430.54	496.11
2016年4月	427,128.00	187,628.00	4,044.00	33.13	1,537.21	621.65
2016年5月	479,708.00	241,250.00	15,210.00	49.89	791.26	1,203.50
2016年6月	536,764.00	299,407.00	13,628.00	41.88	920.10	1,253.92
2016年7月	590,195.00	332,786.00	7,064.00	30.22	1,423.70	1,005.70
2016年8月	642,814.00	350,783.00	7,705.00	28.57	1,300.86	1,002.31

2016 年 9 月	706,945.00	359,038.00	7,407.00	27.40	1,328.21	983.81
2016 年 10 月	762,050.00	400,867.00	10,022.00	30.36	1,214.27	1,216.94
2016 年 11 月	812,730.00	399,587.00	9,541.00	26.66	1,116.64	1,065.39
2016 年 12 月	863,255.00	444,034.00	9,949.00	31.75	1,417.16	1,409.94

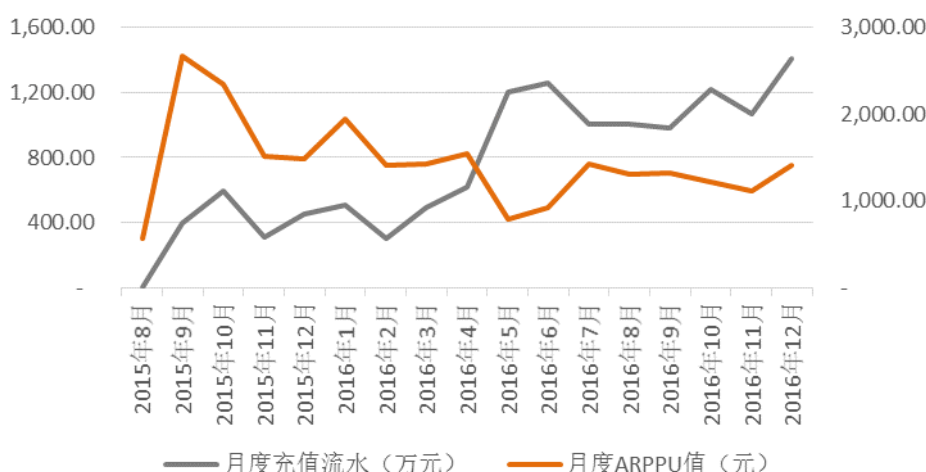
注册用户情况



活跃与付费用户情况



运营流水及ARPPU



《天龙八部 3D》手游各项运营指标整体呈上升态势，活跃用户数与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致，其中数据产生大幅度波动的情况为：

活跃与付费用户：A、2016 年 5 月、6 月，付费用户数相比临近月份较高，主要原因系 4 月底该游戏更新大资料片版本 1.268.0，该版本新增内容刺激了玩家的付费欲望；B、2016 年 7 月至 9 月，在活跃用户数保持上升趋势的情况下，付费用户数出现一定程度回落，主要原因系 4 月底资料片的付费红利结束，而 6 月底更新资料片 1.277.0 效果一般。

运营流水与 ARPPU：A、2015 年 9 月、10 月运营流水及 ARPPU 值相比上月大幅上升，主要原因系《天龙八部 3D》自 2015 年 8 月在麟游互动联运平台上线，游戏上线初期经各联运平台大力推广，大量新增游戏玩家导入，在上线次两月运营流水及 ARPPU 值均达到较高水平，随后在游戏没有出现大版本更新的情况下，玩家导入速度及付费意愿会有一定程度下降，从而导致 10 月以后运营流水与 ARPPU 回落；B、2016 年 5 月、6 月运营流水大幅增长，主要原因系随着 4 月底该游戏更新大资料片版本 1.268.0，玩家的登录积极性受到了新资料片的充分带动，付费用户数大幅增长。

2、玩家地域分布

报告期内，《天龙八部 3D》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	广东省	25.44
2	重庆市	21.18
3	河北省	10.70
4	江苏省	6.91
5	四川省	4.58
6	河南省	4.35
7	浙江省	3.52
8	天津市	3.33
9	山西省	2.67
10	其他	17.31
合计		100.00

从游戏玩家的 IP 分布来看,《天龙八部 3D》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况;《天龙八部 3D》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比（%）
1	19 岁及以下	4.00
2	20-29 岁	33.00
3	30-39 岁	51.00
4	40-49 岁	12.00
5	50 岁及以上	
合计		100.00

根据《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示,手游主要玩家系 10-35 岁的年轻用户。《天龙八部 3D》玩家年龄分布与上述统计基本符合,不存在异常情况。

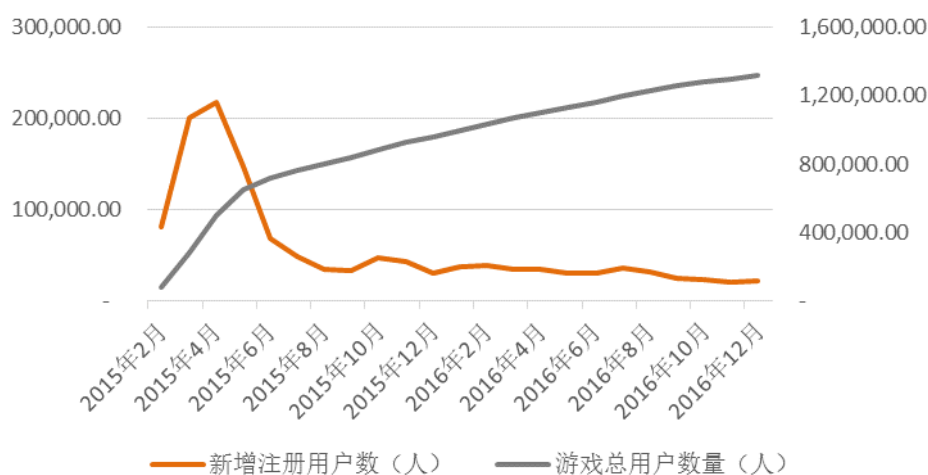
（二）少年三国志

1、月度运营情况

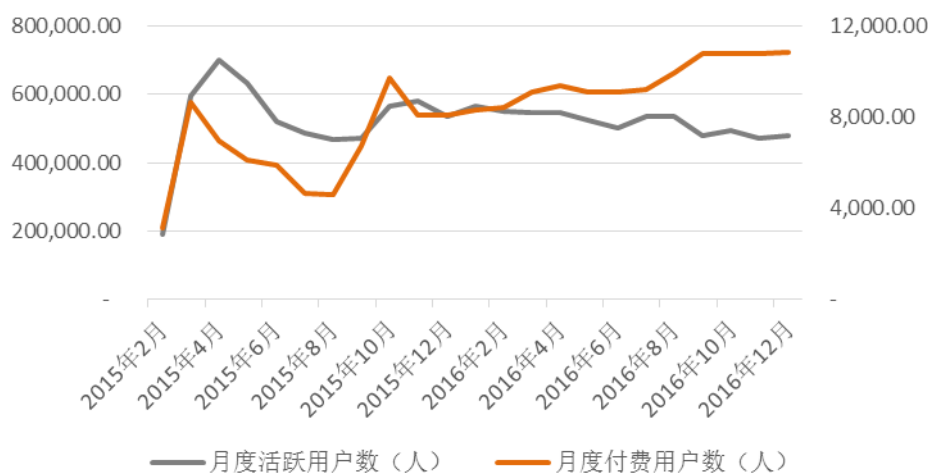
期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
----	------------	----------	----------	---------	----------	---------

2015 年 2 月	81,016.00	192,406.00	3,134.00	6.22	381.95	119.7
2015 年 3 月	282,239.00	595,060.00	8,652.00	3.89	267.72	231.64
2015 年 4 月	500,607.00	702,734.00	6,963.00	3.05	307.49	214.1
2015 年 5 月	648,548.00	634,976.00	6,139.00	3.53	365.47	224.36
2015 年 6 月	717,398.00	519,480.00	5,894.00	4.21	371.38	218.89
2015 年 7 月	767,014.00	487,743.00	4,635.00	3.52	370.02	171.51
2015 年 8 月	801,678.00	468,264.00	4,611.00	3.37	342.10	157.74
2015 年 9 月	835,633.00	472,208.00	6,717.00	8.13	571.53	383.89
2015 年 10 月	882,877.00	567,103.00	9,743.00	6.67	388.18	378.2
2015 年 11 月	926,180.00	581,906.00	8,107.00	7.46	535.16	433.85
2015 年 12 月	956,443.00	537,337.00	8,093.00	7.79	517.45	418.78
2016 年 1 月	993,578.00	565,474.00	8,294.00	6.65	453.20	375.88
2016 年 2 月	1,032,517.00	552,055.00	8,423.00	7.49	491.11	413.66
2016 年 3 月	1,068,052.00	545,329.00	9,119.00	7.61	455.26	415.15
2016 年 4 月	1,102,678.00	547,466.00	9,399.00	8.06	469.54	441.32
2016 年 5 月	1,133,236.00	524,338.00	9,098.00	8.32	479.21	435.99
2016 年 6 月	1,163,382.00	500,648.00	9,097.00	7.81	429.83	391.01
2016 年 7 月	1,199,364.00	536,718.00	9,192.00	7.07	412.70	379.36
2016 年 8 月	1,231,101.00	537,383.00	9,943.00	10.19	550.78	547.64
2016 年 9 月	1,255,626.00	480,821.00	10,773.00	16.26	725.56	781.65
2016 年 10 月	1,278,782.00	495,736.00	10,822.00	16.89	773.66	837.25
2016 年 11 月	1,300,003.00	472,360.00	10,779.00	21.08	923.57	995.52
2016 年 12 月	1,321,809.00	480,631.00	10,846.00	18.19	806.16	874.36

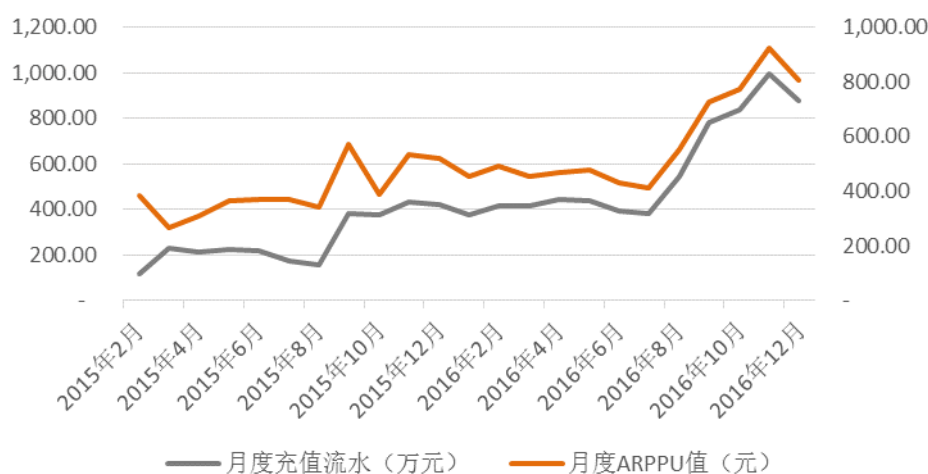
注册用户情况



活跃与付费用户情况



运营流水及ARPPU值



《少年三国志》手游新增注册用户数呈下降趋势，活跃与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致，其中数据产生大幅度波动的情况为：

注册用户数：2015 年 3 月至 5 月，新增注册用户数相比其他月份较多，主要原因系少年三国志于 2015 年 2 月 10 日上线，因为临近春节假期，渠道未大力推广，2015 年 3 至 5 月渠道商开始为该游戏大力推广，新增注册用户较多；随后月份中新增注册用户数呈持续下降趋势，主要原因系游戏首发推广期已过，同时新游戏上线导致用户分流，新增用户出现下降趋势。

活跃与付费用户：A、2015 年 3 月至 5 月，在新增用户大量导入的情况下，活跃用户数及付费用户数均大幅度提升，属正常现象。随后月份，在新增用户导入放缓的情况下，活跃与付费用户数出现回落；B、2015 年 10 月，活跃用户数及付费用户数迅速增多，主要原因系 2015 年 10 月游戏更新资料片 2.0.0，极大的刺激了玩家的付费意愿。

运营流水与 ARPPU：2015 年 9 月运营流水大幅度增长主要原因系 2015 年 9 月更新大版本 1.9.0，活动力度有所加大，吸引用户的效果较为明显；2015 年 10 月 ARPPU 值相比临近月份较低，主要原因系随着 2015 年 10 月资料片的更新，吸引了一定数量的轻付费用户，ARPPU 值降低；2016 年 9 月至 11 月，运营流水及 ARPPU 值持续走高，主要原因系 2016 年 9 月游戏连续更新两个大版本 3.1.0、3.1.5，与此同时渠道商也加强了推广力度，刺激核心玩家在 9 月至 11 月份持续充值，至 2016 年 12 月份方出现小幅回落。

2、玩家地域分布

报告期内，《少年三国志》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	湖南省	13.25
2	广东省	8.90
3	江苏省	8.53
4	河南省	7.19
5	安徽省	6.03
6	浙江省	5.58
7	重庆市	5.35

8	山东省	5.00
9	福建省	4.85
10	北京市	4.83
11	黑龙江省	4.07
12	贵州省	3.99
13	江西省	3.11
14	其他	19.34
合计		100.00

注：麟游互动运营《少年三国志》部分渠道通过第三方 SDK 接入，而第三方 SDK 未记录充值 IP 地址，故上述前 100 名充值玩家系在麟游互动自有 SDK 所接入的渠道玩家。

从游戏玩家的 IP 分布来看，《少年三国志》游戏玩家分布较为分散，不存在玩家集中在个别的区域的情况；《少年三国志》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合，不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比（%）
1	19 岁及以下	4.00
2	20-29 岁	34.00
3	30-39 岁	52.00
4	40-49 岁	10.00
5	50 岁及以上	
合计		100.00

根据《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示，手游主要玩家系 10-35 岁的年轻用户。《少年三国志》玩家年龄分布与上述统计基本符合，不存在异常情况。

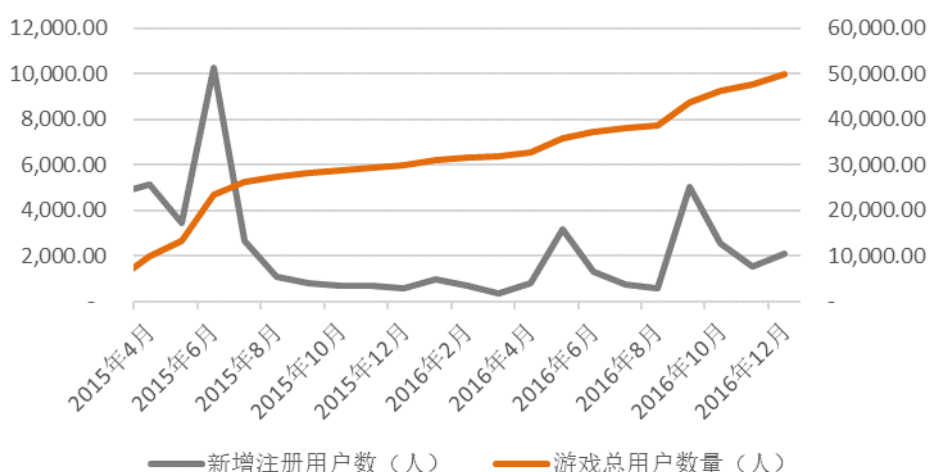
（三）蜀山奇缘

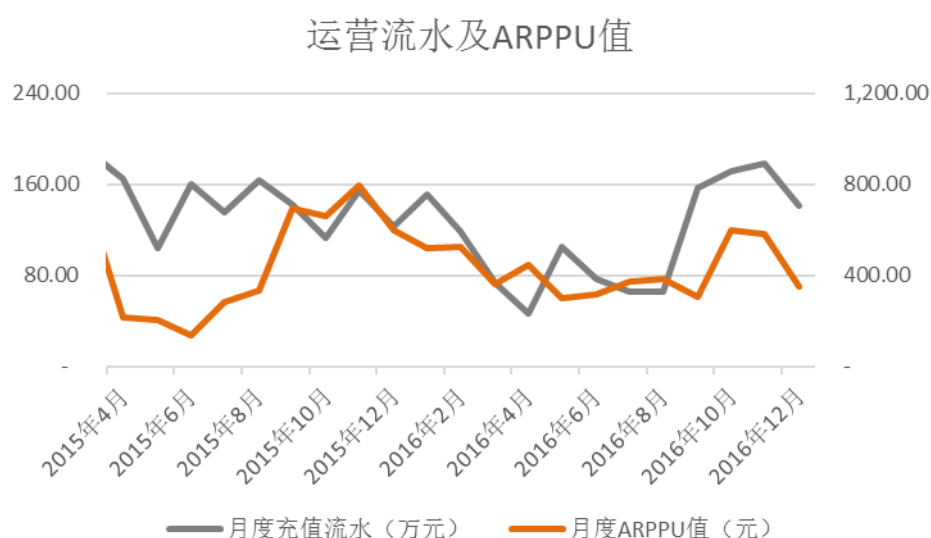
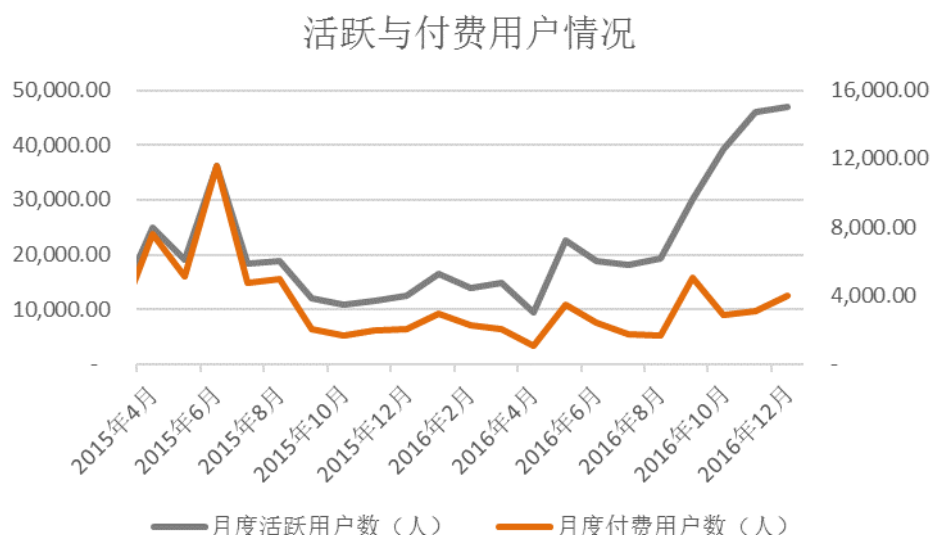
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
2015 年 3 月	4,742.00	11,778.00	2,728.00	159.79	689.88	188.2
2015 年 4 月	9,879.00	24,841.00	7,588.00	66.19	216.67	164.41

2015 年 5 月	13,310.00	19,182.00	5,137.00	54.45	203.32	104.45
2015 年 6 月	23,554.00	36,279.00	11,553.00	44.23	138.88	160.45
2015 年 7 月	26,214.00	18,313.00	4,756.00	74.18	285.62	135.84
2015 年 8 月	27,291.00	18,732.00	4,942.00	87.47	331.56	163.86
2015 年 9 月	28,098.00	12,046.00	2,049.00	118.25	695.18	142.44
2015 年 10 月	28,771.00	10,757.00	1,712.00	105.14	660.6	113.1
2015 年 11 月	29,439.00	11,506.00	1,944.00	134.71	797.29	154.99
2015 年 12 月	30,018.00	12,479.00	2,058.00	98.98	600.21	123.52
2016 年 1 月	30,972.00	16,442.00	2,923.00	92.12	518.2	151.47
2016 年 2 月	31,649.00	13,890.00	2,255.00	85.36	525.78	118.56
2016 年 3 月	31,998.00	14,803.00	2,049.00	49.86	360.24	73.81
2016 年 4 月	32,785.00	9,516.00	1,044.00	48.74	444.24	46.38
2016 年 5 月	35,955.00	22,641.00	3,514.00	46.39	298.92	105.04
2016 年 6 月	37,257.00	18,907.00	2,418.00	40.76	318.74	77.07
2016 年 7 月	37,986.00	18,222.00	1,764.00	36.04	372.29	65.67
2016 年 8 月	38,575.00	19,378.00	1,697.00	33.83	386.25	65.55
2016 年 9 月	43,591.00	30,047.00	5,086.00	52.13	307.96	156.63
2016 年 10 月	46,148.00	39,162.00	2,865.00	43.70	597.31	171.13
2016 年 11 月	47,701.00	46,054.00	3,078.00	38.73	579.52	178.38
2016 年 12 月	49,792.00	47,072.00	4,022.00	29.89	349.87	140.72

注册用户情况





《蜀山奇缘》手游活跃与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致，其中数据产生大幅度波动的情况为：

注册用户数：2015 年 6 月、2016 至 5 月及 9 月，新增注册用户数相较临近月份较多，主要原因系该游戏于 2015 年 6 月 15 日，2016 年 4 月 28 日及 2016 年 8 月 24 日分别更新了大版本，新版本内容不断吸引新玩家加入，新增注册用户较多。

活跃与付费用户：2015 年 6 月、2016 至 5 月及 9 月，在新增用户大量导入的情况下，活跃用户数及付费用户数均大幅度提升，属正常现象。随后月份，在新增用户导入放缓的情况下，活跃与付费用户数出现回落。2016 年 10 月至 11 月，活跃用户数大幅增加，主要原因系 2016 年 10 月游戏版本更新所致。

运营流水与 ARPPU：2016 年 4 月运营流水较低，同时该月活跃用户数与付费用户数均处于低谷，主要原因为从 2015 年 6 月更新版本之后一直未有新内容更新，随着游戏运营期的增长，游戏内容的陈旧导致 2016 年 4 月用户有一定流失，付费欲望降低，直至 2016 年 4 月 28 日更新大版本并取得了较为明显的效果，各项运营数据开始回升。

2、玩家地域分布

报告期内，《蜀山奇缘》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	江苏省	74.98
2	安徽省	15.26
3	湖北省	2.69
4	广东省	2.65
5	浙江省	1.26
6	北京市	1.00
7	辽宁省	0.77
8	福建省	0.72
9	陕西省	0.68
合计		100.00

注：麟游互动运营《蜀山奇缘》部分渠道通过第三方 SDK 接入，而第三方 SDK 未记录充值 IP 地址，故上述前 100 名充值玩家系麟游互动自有 SDK 所接入的渠道玩家。

从游戏玩家的 IP 分布来看，《蜀山奇缘》充值前 100 名游戏玩家集中于江苏省，主要原因系江苏省作为沿海经济发达省份，游戏玩家付费能力较强，该地域玩家分布统计口径为充值前 100 名玩家，《蜀山奇缘》充值排名靠前的主要为江苏用户。同时由于《蜀山奇缘》部分渠道通过第三方 SDK 接入，上述前 100 名充值玩家系麟游互动自有 SDK 所接入的渠道玩家，因而上述玩家地域分布难以反映游戏整体情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	占比（%）
1	19 岁及以下	17.00
2	20-29 岁	45.00

3	30-39 岁	27.00
4	40-49 岁	9.00
5	50 岁及以上	2.00
合计		100.00

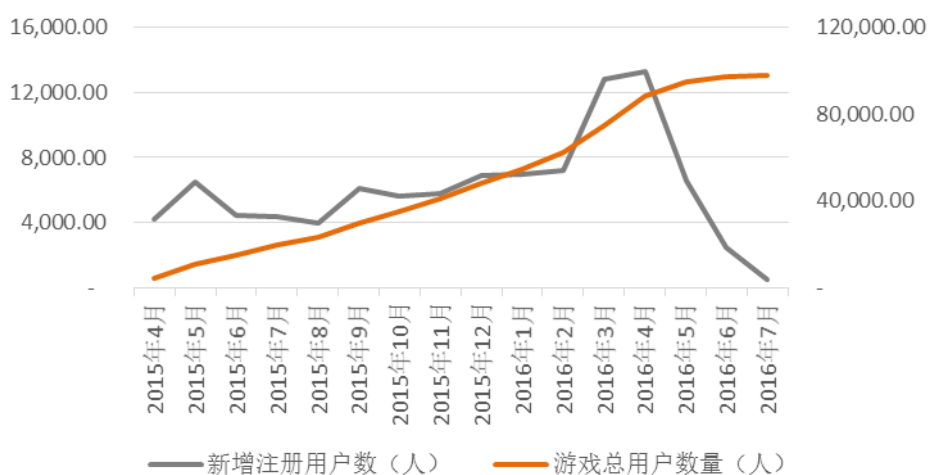
根据《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示，手游主要玩家系 10-35 岁的年轻用户。《蜀山奇缘》玩家年龄分布与上述统计基本符合，不存在异常情况。

（四）征程

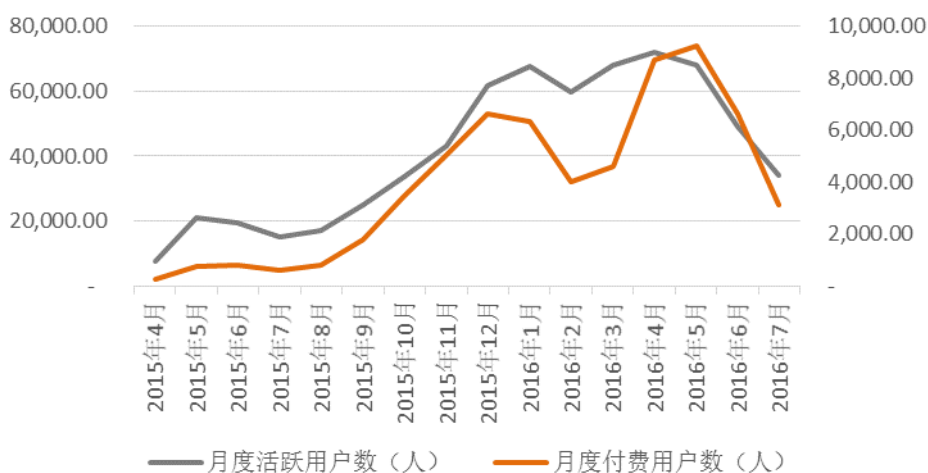
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
2015 年 4 月	4,241.00	7,664.00	266.00	1.58	45.47	1.21
2015 年 5 月	10,705.00	21,259.00	744.00	6.08	173.76	12.93
2015 年 6 月	15,174.00	19,433.00	820.00	7.42	175.82	14.42
2015 年 7 月	19,511.00	15,264.00	616.00	9.04	224.11	13.81
2015 年 8 月	23,476.00	17,198.00	797.00	11.31	244.08	19.45
2015 年 9 月	29,611.00	25,185.00	1,784.00	21.04	297.04	52.99
2015 年 10 月	35,243.00	33,597.00	3,456.00	36.12	351.17	121.36
2015 年 11 月	41,065.00	43,065.00	5,052.00	39.6	337.57	170.54
2015 年 12 月	47,928.00	61,864.00	6,605.00	41.89	392.39	259.18
2016 年 1 月	54,899.00	67,733.00	6,316.00	35.1	376.46	237.77
2016 年 2 月	62,114.00	59,694.00	4,027.00	25.18	373.28	150.32
2016 年 3 月	74,908.00	68,053.00	4,615.00	27.36	403.43	186.18
2016 年 4 月	88,174.00	72,009.00	8,692.00	28.75	238.2	207.04
2016 年 5 月	94,780.00	67,947.00	9,246.00	28.67	210.68	194.79
2016 年 6 月	97,295.00	49,062.00	6,611.00	25.25	187.39	123.88
2016 年 7 月	97,776.00	34,102.00	3,116.00	18.63	203.91	63.54

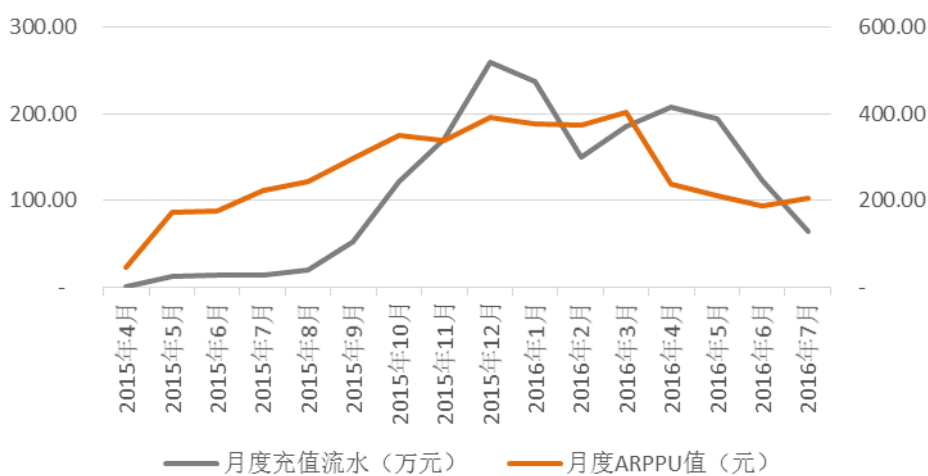
注册用户情况



活跃与付费用户情况



运营流水及ARPPU值



2016 年 7 月之前《征程》整体运营数据呈上升态势，活跃与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致。2016 年 7 月麟游互动逐步停止对《征程》的运营，截至 2016 年 7 月 31 日，《征程》手游麟游互动运营服务器已关闭充值，导致 2016 年 7 月新增用户数、活跃用户数、付费用户数、运营流水及 ARPPU 值均大幅下降。

2、玩家地域分布

由于麟游互动运营《征程》游戏通过第三方 SDK 接入各渠道，游戏玩家的充值流水均通过第三方 SDK 进行统计，无法取得带充值 IP 地址的玩家充值明细，故报告期内《征程》充值前一百名游戏玩家地域分布情况无法获知。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比（%）
1	19 岁及以下	1.00
2	20-29 岁	48.00
3	30-39 岁	51.00
4	40-49 岁	
5	50 岁及以上	
合计		100.00

根据《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示，手游主要玩家系 10-35 岁的年轻用户。《征程》玩家年龄分布与上述统计基本符合，不存在异常情况。

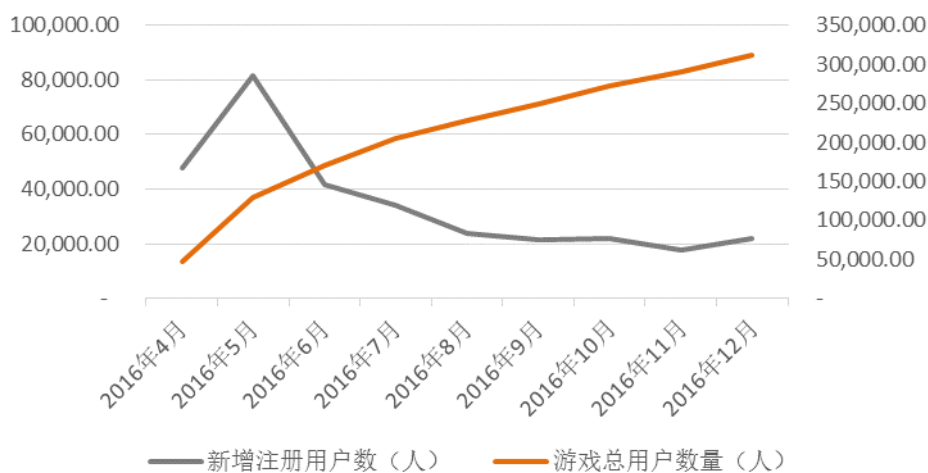
（五）问道

1、月度运营情况

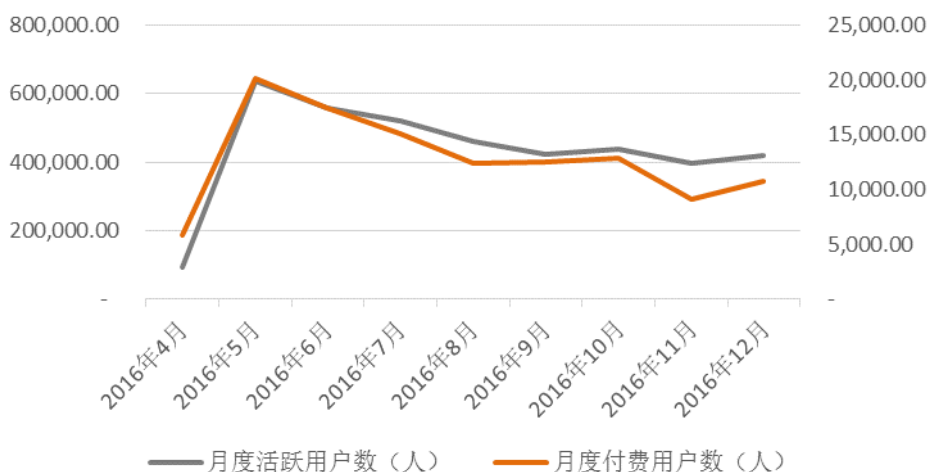
期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
2016 年 4 月	47,547.00	94,715.00	5,888.00	4.63	74.54	43.89
2016 年 5 月	129,083.00	637,548.00	20,201.00	6.82	215.40	435.12
2016 年 6 月	170,838.00	557,999.00	17,483.00	6.81	217.30	379.9
2016 年 7 月	204,915.00	521,037.00	15,048.00	5.86	202.94	305.39
2016 年 8 月	228,563.00	461,427.00	12,423.00	4.91	182.26	226.42
2016 年 9 月	249,857.00	422,988.00	12,535.00	4.79	161.50	202.44
2016 年 10 月	271,960.00	439,163.00	12,870.00	4.36	148.66	191.33

2016 年 11 月	289,817.00	397,372.00	9,113.00	4.90	213.87	194.90
2016 年 12 月	311,597.00	420,512.00	10,821.00	4.76	184.87	200.05

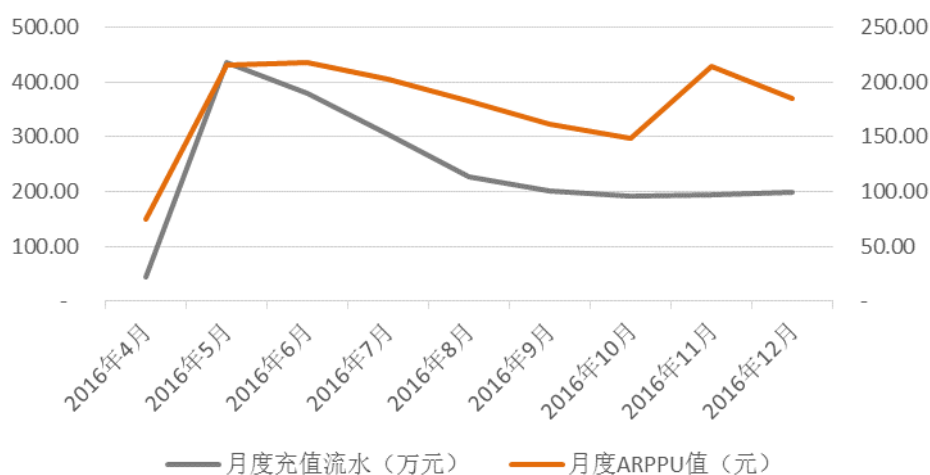
注册用户情况



活跃及付费用户情况



运营流水及ARPPU值



《问道》自 2016 年 4 月开始上线运营，游戏上线首月，各联运平台针对游戏开展一系列推广活动，5 月份无论新增注册用户数还是活跃及付费用户数、运营流水均达到近几个月峰值，其后随着推广力度的减弱，各项运营数据趋于缓慢下降趋势。活跃与付费用户情况，运营流水及 ARPPU 值趋势均基本一致，未出现重大异常情况。

2、玩家地域分布

报告期内，《问道》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比 (%)
1	广东省	14.16
2	河南省	10.64
3	江西省	9.19
4	天津市	8.58
5	黑龙江省	7.58
6	河北省	6.32
7	湖南省	4.43
8	福建省	4.30
9	山东省	3.45
10	山西省	3.38
11	浙江省	3.18
12	江苏省	2.90

13	湖北省	2.84
14	其他	19.05
合计		100.00

从游戏玩家的 IP 分布来看,《问道》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况;《问道》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比(%)
1	19 岁及以下	8.00
2	20-29 岁	50.00
3	30-39 岁	31.00
4	40-49 岁	11.00
5	50 岁及以上	
合计		100.00

《问道》玩家年龄分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

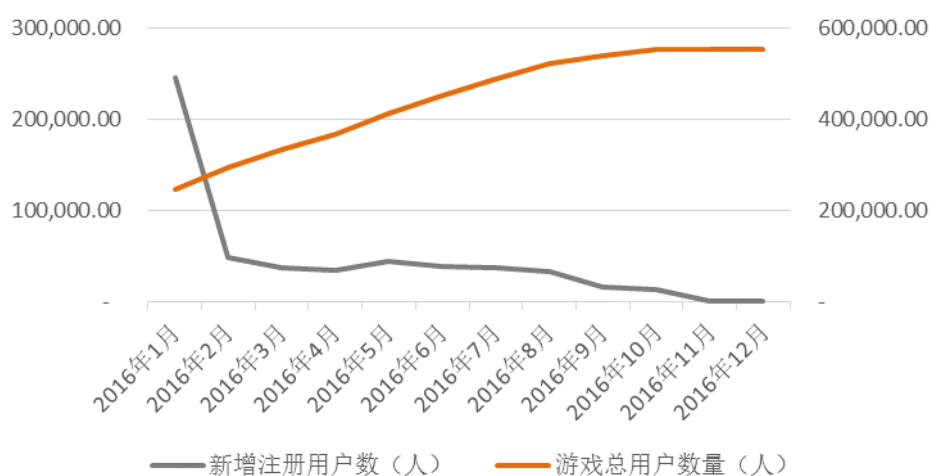
(六) 仙剑奇侠传五前传

1、月度运营情况

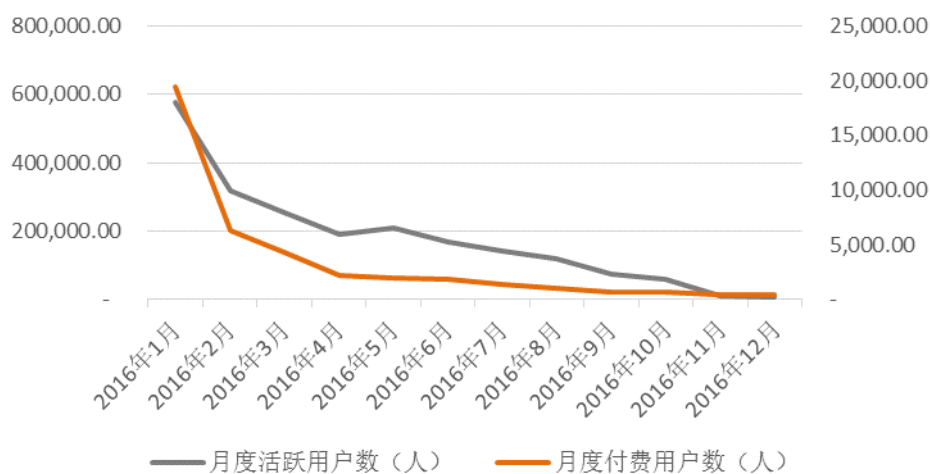
期间	游戏总用户数量(人)	活跃用户数(人)	付费用户数(人)	ARPU(元)	ARPPU(元)	月流水(万元)
2016 年 1 月	246,091.00	576,528.00	19,488.00	7.10	210.11	409.47
2016 年 2 月	295,488.00	317,473.00	6,318.00	8.17	410.34	259.25
2016 年 3 月	333,798.00	252,954.00	4,311.00	5.65	331.37	142.85
2016 年 4 月	368,759.00	189,598.00	2,244.00	5.60	473.47	106.25
2016 年 5 月	413,915.00	210,781.00	2,024.00	2.84	295.86	59.88
2016 年 6 月	453,020.00	169,199.00	1,820.00	2.08	193.57	35.23
2016 年 7 月	490,106.00	141,597.00	1,436.00	1.61	159.05	22.84
2016 年 8 月	523,072.00	117,999.00	1,052.00	1.62	181.37	19.08
2016 年 9 月	539,913.00	75,293.00	738.00	1.54	157.29	11.61
2016 年 10 月	553,125.00	61,140.00	639.00	2.94	281.29	17.97
2016 年 11 月	553,924.00	8,846.00	410.00	2.73	58.86	2.41

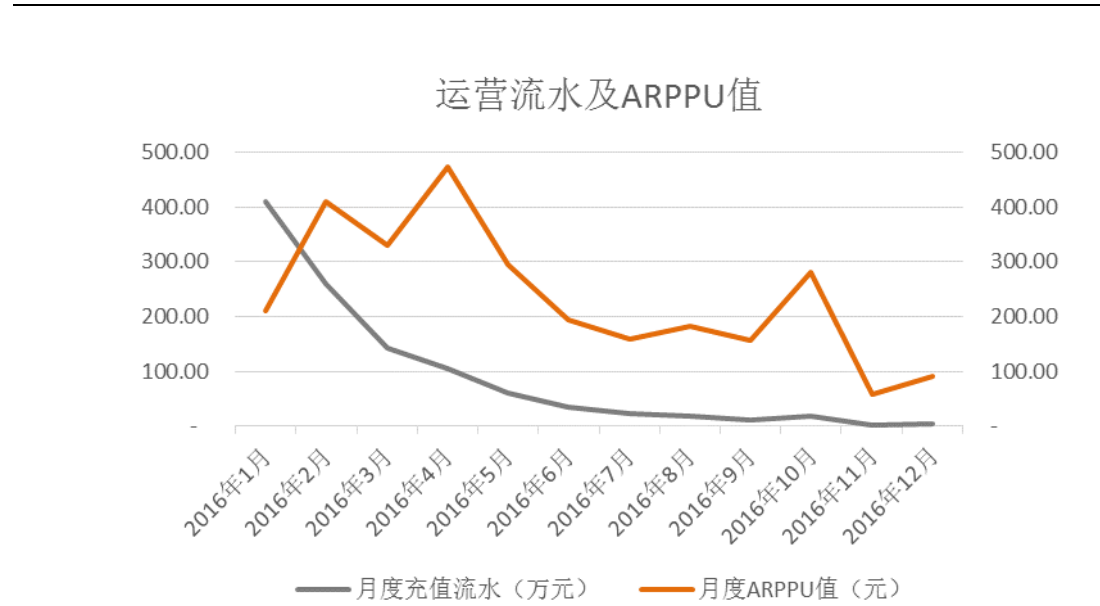
2016 年 12 月	554,588.00	6,957.00	429.00	5.64	91.47	3.92
-------------	------------	----------	--------	------	-------	------

注册用户情况



活跃及付费用户情况





《仙剑奇侠传五前传》整体运营数据呈持续下降趋势，主要原因为游戏运营前期数据未达预期，同时资料片大版本更新亦未达到理想效果，渠道商在游戏首发大规模投入推广资源后便不再持续推广，游戏整体生态变差，导致游戏后续整体运营数据呈下降趋势。活跃与付费用户情况，运营流水及 ARPPU 值趋势均基本一致，未出现重大异常情况。

2、玩家地域分布

报告期内，《仙剑奇侠传五前传》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	湖北省	12.93
2	浙江省	12.55
3	四川省	11.09
4	广东省	10.18
5	福建省	7.37
6	北京市	6.36
7	上海市	6.35
8	江苏省	5.27
9	山东省	4.98
10	河南省	3.23
11	其他	19.68

合计	100.00
----	--------

从游戏玩家的 IP 分布来看,《仙剑奇侠传五前传》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况;《仙剑奇侠传五前传》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比 (%)
1	19 岁及以下	12.00
2	20-29 岁	46.00
3	30-39 岁	31.00
4	40-49 岁	11.00
5	50 岁及以上	
合计		100.00

《问道》玩家年龄分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

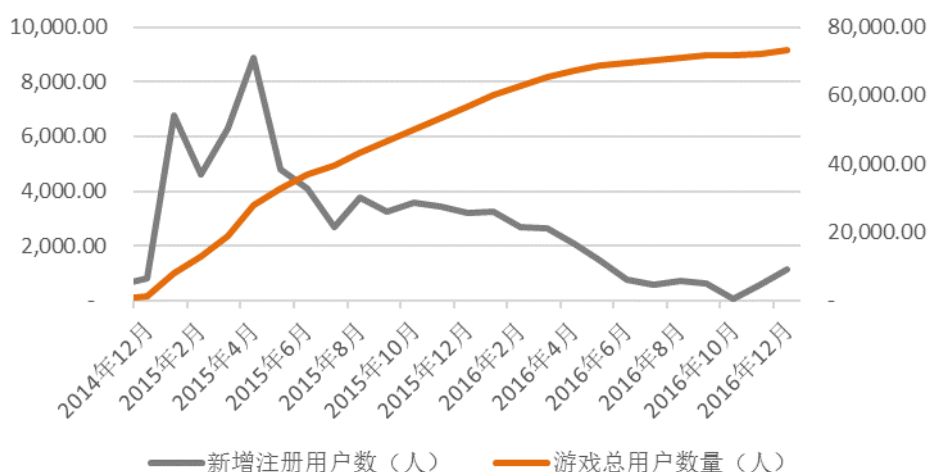
(七) 五虎将

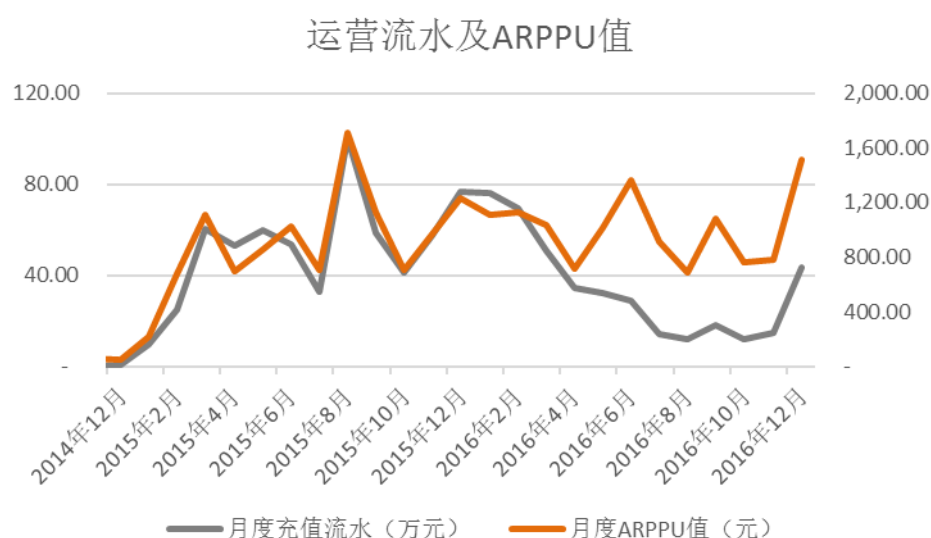
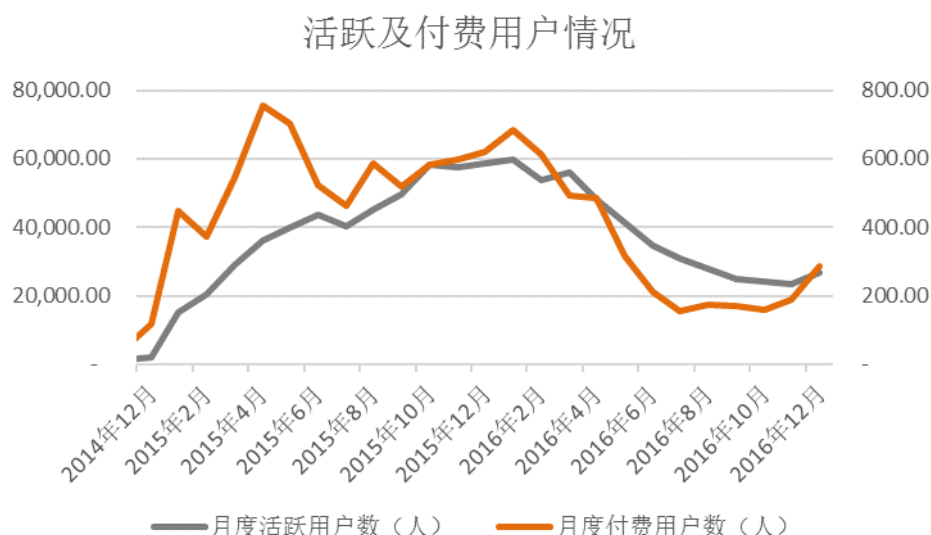
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量 (人)	活跃用户数 (人)	付费用户数 (人)	ARPU (元)	ARPPU (元)	月流水 (万元)
2014 年 11 月	591.00	1,212.00	43.00	2.20	61.96	0.27
2014 年 12 月	1,416.00	1,902.00	117.00	3.37	54.74	0.64
2015 年 1 月	8,185.00	15,269.00	447.00	6.28	214.39	9.58
2015 年 2 月	12,787.00	20,437.00	371.00	12.25	675.00	25.04
2015 年 3 月	19,066.00	28,880.00	547.00	20.97	1,107.05	60.56
2015 年 4 月	27,951.00	36,006.00	757.00	14.74	701.08	53.07
2015 年 5 月	32,742.00	39,833.00	702.00	15.03	852.76	59.86
2015 年 6 月	36,820.00	43,582.00	524.00	12.28	1,021.16	53.51
2015 年 7 月	39,521.00	40,351.00	464.00	8.09	703.70	32.65
2015 年 8 月	43,276.00	45,002.00	587.00	22.36	1,714.14	100.62
2015 年 9 月	46,527.00	49,483.00	518.00	11.82	1,129.58	58.51
2015 年 10 月	50,114.00	58,304.00	582.00	7.08	709.72	41.31
2015 年 11 月	53,541.00	57,649.00	597.00	10.00	965.40	57.63

2015 年 12 月	56,746.00	58,707.00	619.00	13.03	1,235.52	76.48
2016 年 1 月	59,981.00	59,704.00	685.00	12.75	1,110.92	76.10
2016 年 2 月	62,684.00	53,716.00	612.00	12.91	1,132.99	69.34
2016 年 3 月	65,331.00	55,871.00	491.00	9.12	1,037.48	50.94
2016 年 4 月	67,411.00	48,002.00	484.00	7.22	716.44	34.68
2016 年 5 月	68,882.00	41,260.00	316.00	7.81	1,019.36	32.21
2016 年 6 月	69,665.00	34,499.00	211.00	8.32	1,359.97	28.70
2016 年 7 月	70,266.00	30,952.00	156.00	4.60	912.87	14.24
2016 年 8 月	70,982.00	27,900.00	175.00	4.33	689.59	12.07
2016 年 9 月	71,625.00	24,892.00	170.00	7.41	1,085.37	18.45
2016 年 10 月	71,669.00	23,996.00	157.00	5.01	765.57	12.02
2016 年 11 月	72,247.00	23,388.00	187.00	6.25	781.79	14.62
2016 年 12 月	73,402.00	26,937.00	286.00	16.11	1,517.29	43.39

注册用户情况





《五虎将》活跃与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致，其中数据产生大幅度波动的情况为：

注册用户数：2015 年 1 月随着游戏上线首月渠道商大规模推广，新增注册用户数较上月大幅增长，随后出现一定程度回落。2015 年 4 月，新增用户数再度大幅增长，主要原因系 2015 年 4 月该游戏更新大版本，同时运营平台举办了一系列推广活动，吸引了大量新用户注册。4 月以后，随着推广力度的减弱和游戏运营期的增长，新用户获取难度越来越高，注册用户数持续回落。

活跃及付费用户数：2015 年 1 月及 4 月，受新增用大额导入的影响，付费用户数大幅拉升，继而出现回落。从 2016 年 1 月开始，随着新用户导入的持续减少，同时粘性度较低的老用户也会在体验游戏一段时间后出现自然流失，导致

随后月份活跃用户数和充值玩家数量持续下降。

运营流水及 ARPPU：2015 年 8 月，运营流水及 ARPPU 均达到峰值，主要原因系 2015 年 8 月，该游戏更新大版本，且配合游戏内刺激充值的活动，无论新增用户数、活跃或付费用户数均较上月有了显著增长，同时游戏已运营 7 个月左右时间，大量忠诚度较高的用户留存下来，其单笔及连续充值金额往往较高，综合上述因素，2015 年 8 月份运营流水及 ARPPU 均达到峰值。2016 年 12 月，运营流水及 ARPPU 相较上月大幅增长，主要原因系该游戏于 12 月初更新版本，游戏增加跨服对战功能，极大的刺激了玩家的比拼和付费欲望。

2、玩家地域分布

报告期内，《五虎将》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	江苏省	47.24
2	福建省	22.41
3	上海市	5.47
4	新疆	5.10
5	湖北省	4.52
6	广东省	3.83
7	浙江省	3.66
10	其他	7.78
合计		100.00

注：麟游互动运营《五虎将》部分渠道通过第三方 SDK 接入，而第三方 SDK 未记录充值 IP 地址，故上述前 100 名充值玩家系在麟游互动自有 SDK 所接入的渠道玩家。

从游戏玩家的 IP 分布来看，《五虎将》充值前 100 名游戏玩家集中于江苏省和福建省，主要原因江苏省和福建省作为沿海经济发达省份，游戏玩家付费能力较强，该地域玩家分布统计口径为充值前 100 名玩家，《五虎将》充值排名靠前的主要为江苏和福建用户。同时《五虎将》部分渠道通过第三方 SDK 接入，上述前 100 名充值玩家系麟游互动自有 SDK 所接入的渠道玩家，因而上述玩家地域分布难以反映游戏整体情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比（%）
1	19 岁及以下	13.00
2	20-29 岁	39.00
3	30-39 岁	37.00
4	40-49 岁	8.00
5	50 岁及以上	3.00
合计		100.00

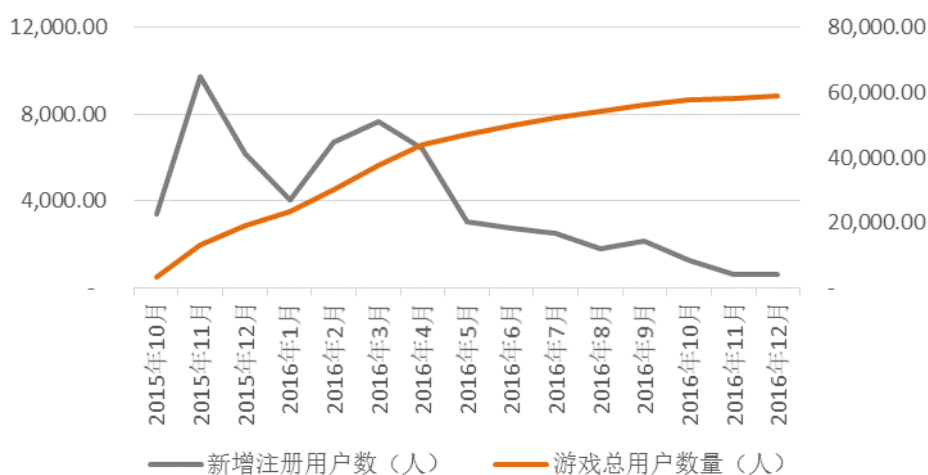
《五虎将》玩家年龄分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合，不存在异常情况。

（八）江湖侠客令

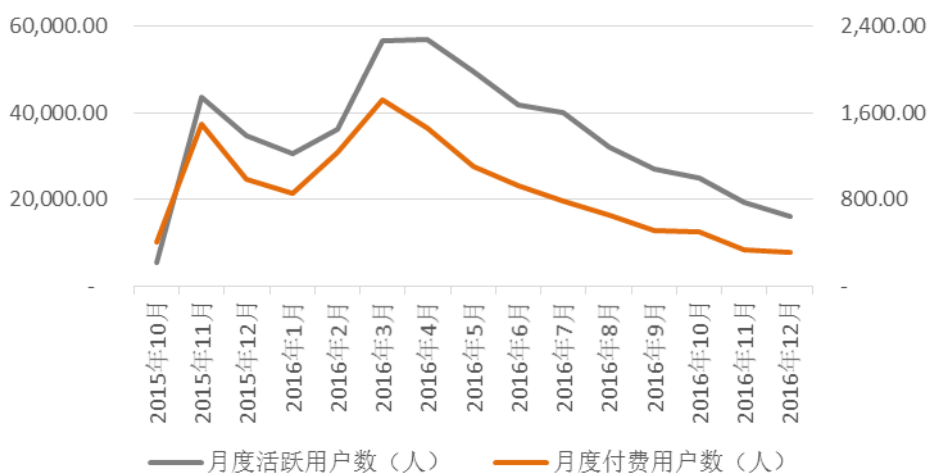
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
2015 年 10 月	3,367.00	5,348.00	405.00	12.55	165.73	6.71
2015 年 11 月	13,102.00	43,707.00	1,491.00	9.71	284.57	42.43
2015 年 12 月	19,271.00	34,748.00	982.00	20.87	738.32	72.50
2016 年 1 月	23,346.00	30,463.00	862.00	22.51	795.64	68.58
2016 年 2 月	30,030.00	36,096.00	1,236.00	18.77	548.20	67.76
2016 年 3 月	37,690.00	56,764.00	1,719.00	17.17	567.11	97.49
2016 年 4 月	44,081.00	56,926.00	1,455.00	20.31	794.44	115.59
2016 年 5 月	47,107.00	49,500.00	1,110.00	25.38	1,131.77	125.63
2016 年 6 月	49,867.00	41,965.00	929.00	20.79	938.96	87.23
2016 年 7 月	52,382.00	40,078.00	781.00	19.79	1,015.44	79.31
2016 年 8 月	54,152.00	31,924.00	650.00	19.55	960.13	62.41
2016 年 9 月	56,305.00	26,918.00	518.00	23.57	1,224.87	63.45
2016 年 10 月	57,560.00	24,822.00	507.00	25.06	1,226.98	62.21
2016 年 11 月	58,158.00	19,261.00	333.00	31.25	1,807.49	60.19
2016 年 12 月	58,761.00	16,238.00	316.00	30.95	1,590.22	50.25

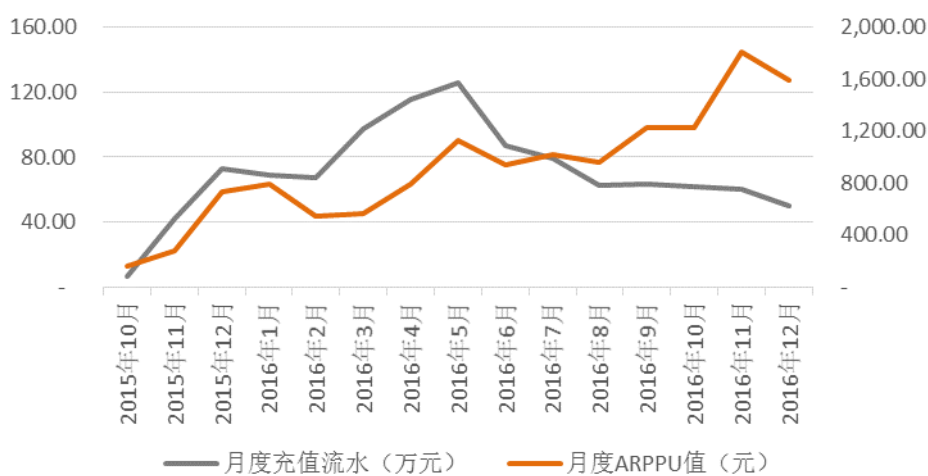
注册用户情况



活跃及付费用户情况



运营流水及ARPPU值



《江湖侠客令》手游活跃与付费用户数，运营流水与 ARPPU 值波动趋势基本保持一致，其中数据产生大幅度波动的情况为：

注册用户数：2015 年 11 月、2016 至 2 至 4 月，新增注册用户数相较临近月份较多，分别是由于游戏首发时间为 2015 年 10 月，首发推广月期间新增用户大量导入；2016 年 2 月至 4 月游戏密集更新了 4 个大版本，更新内容吸引了大量新用户注册；2016 年 3 月以后新增用户持续减少，主要原因系后续版本更新无法维持之前的效果，渠道商不再投入推广资源，新增用户数持续下降。

活跃与付费用户：2015 年 11 月、2016 至 2 至 4 月，在新增用户大量导入的情况下，活跃用户数及付费用户数均大幅度提升，属正常现象。随后月份，在新增用户导入放缓的情况下，活跃与付费用户数出现回落。

运营流水与 ARPPU：随着《江湖侠客令》持续运营，游戏中付费用户结构发生变化，老玩家占比不断提高，由于老玩家由较强的充值需求和付费意愿，其在付费玩家中占比提高导致游戏 ARPPU 值处于上升趋势。运营流水自 2016 年 5 月达到峰值后，便持续走低，主要原因系随着新增用户的减少，相应活跃及付费用户亦发生减少，运营流水随之减少。

2、玩家地域分布

报告期内，《江湖侠客令》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	广东省	21.30
2	北京市	13.95
3	上海市	11.51
4	福建省	7.11
5	江苏省	5.75
6	安徽省	5.08
7	四川省	3.91
8	浙江省	3.91
9	河北省	3.45
10	内蒙古	3.12
11	甘肃省	2.68

12	其他	18.23
合计		100.00

从游戏玩家的 IP 分布来看,《江湖侠客令》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况;《江湖侠客令》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

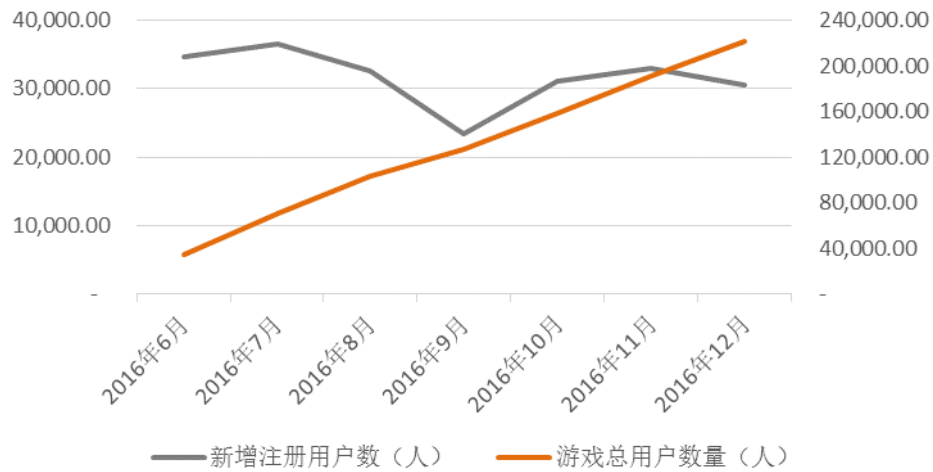
由于游戏玩家在注册账号时不愿提供真实身份、真实手机号等信息,由于此等因素的限制,导致了游戏开发运营商难以获取真实玩家信息。同时对于以上数据中玩家年龄分布情况,百度指数的人群画像亦未进行统计。因此难以直接获取玩家的年龄数据。

(九) 狂暴之翼

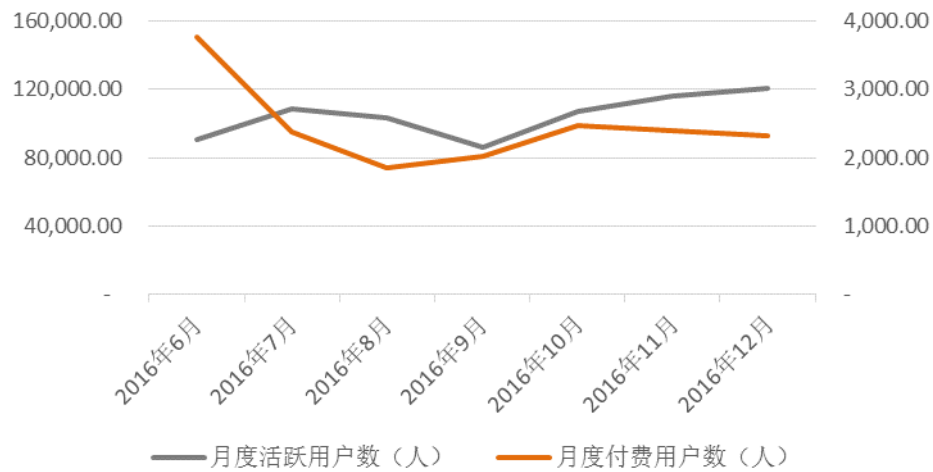
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量(人)	活跃用户数(人)	付费用户数(人)	ARPU(元)	ARPPU(元)	月流水(万元)
2016年6月	34,637.00	91,033.00	3,765.00	25.31	611.90	230.38
2016年7月	71,156.00	108,434.00	2,372.00	21.50	982.86	233.14
2016年8月	103,825.00	103,543.00	1,863.00	18.06	1,003.72	186.99
2016年9月	127,256.00	86,097.00	2,028.00	18.80	797.99	161.83
2016年10月	158,346.00	106,818.00	2,469.00	15.12	653.93	161.46
2016年11月	191,376.00	116,422.00	2,398.00	14.21	690.08	165.48
2016年12月	221,945.00	120,429.00	2,319.00	16.95	880.31	204.14

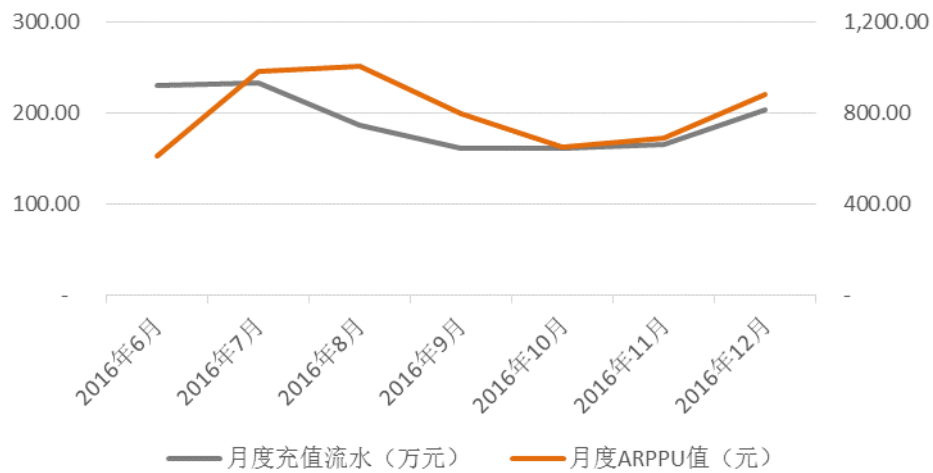
注册用户情况



活跃及付费用户情况



运营流水及ARPPU值



截至 2016 年 9 月 30 日，《狂暴之翼》的注册用户数、活跃及付费用户数、运营流水及 ARPPU 值等关键指标整体均较为稳定。

2、玩家地域分布

报告期内，《狂暴之翼》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比（%）
1	浙江省	19.24
2	四川省	11.90
3	广东省	10.71
4	辽宁省	8.25
5	河南省	7.41
6	江西省	5.66
7	江苏省	5.26
8	湖北省	5.17
9	上海市	3.44
10	福建省	2.74
11	黑龙江省	2.55
12	其他	17.65
合计		100.00

从游戏玩家的 IP 分布来看，《狂暴之翼》游戏玩家分布较为分散，不存在玩家集中在个别的区域的情况；《狂暴之翼》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合，不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

序号	年龄区间	累计充值金额占比（%）
1	19 岁及以下	5.00
2	20-29 岁	34.00
3	30-39 岁	52.00
4	40-49 岁	9.00
5	50 岁及以上	
合计		100.00

《狂暴之翼》玩家年龄分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示

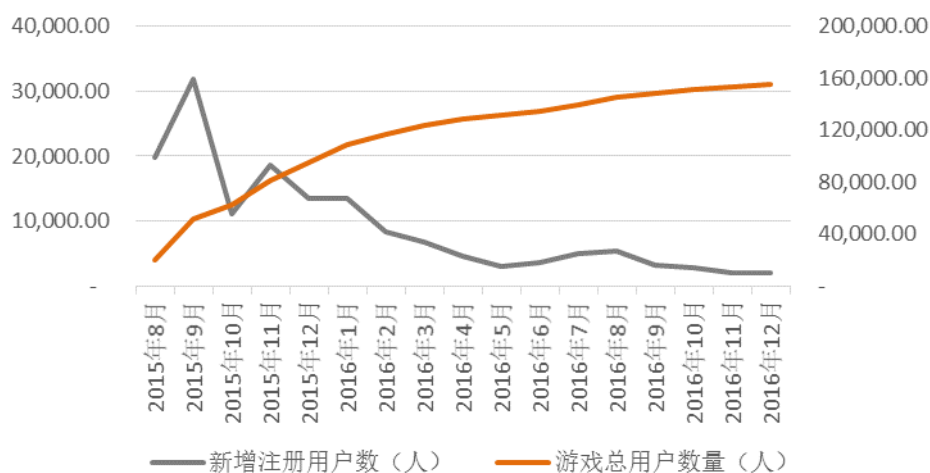
基本符合，不存在异常情况。

（十）新花千骨

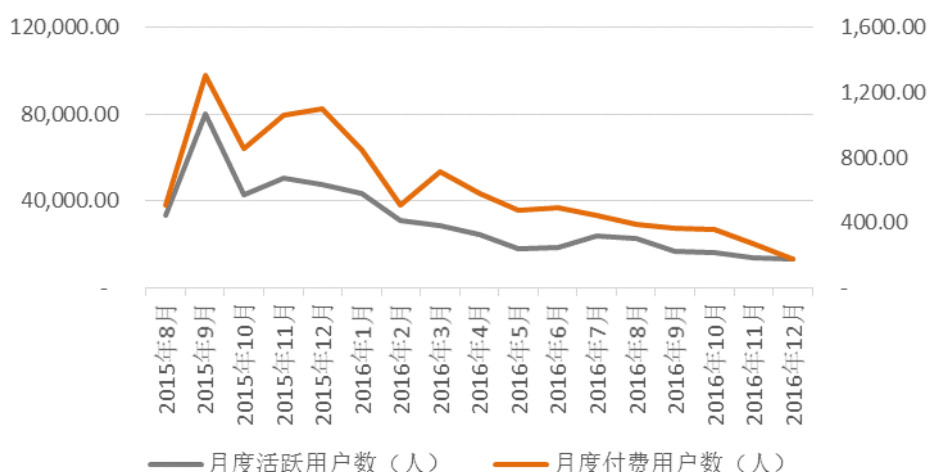
1、月度运营情况

期间	游戏总用户数量（人）	活跃用户数（人）	付费用户数（人）	ARPU（元）	ARPPU（元）	月流水（万元）
2015年8月	19,796.00	33,090.00	511.00	4.14	268.16	13.70
2015年9月	51,702.00	80,383.00	1,305.00	7.55	465.33	60.73
2015年10月	62,777.00	42,784.00	859.00	17.97	894.95	76.88
2015年11月	81,442.00	50,415.00	1,058.00	14.43	687.66	72.75
2015年12月	95,001.00	47,649.00	1,097.00	15.75	684.15	75.05
2016年1月	108,480.00	43,673.00	851.00	15.48	794.17	67.58
2016年2月	116,871.00	30,854.00	507.00	14.34	872.79	44.25
2016年3月	123,691.00	28,406.00	716.00	22.83	905.70	64.85
2016年4月	128,257.00	24,560.00	578.00	24.63	1,046.77	60.50
2016年5月	131,244.00	18,113.00	477.00	25.54	969.76	46.26
2016年6月	134,806.00	18,701.00	496.00	20.18	760.81	37.74
2016年7月	139,777.00	23,619.00	447.00	11.91	629.08	28.12
2016年8月	145,238.00	22,582.00	393.00	10.49	602.97	23.70
2016年9月	148,568.00	16,547.00	364.00	12.85	584.09	21.26
2016年10月	151,467.00	16,210.00	357.00	13.22	600.28	21.43
2016年11月	153,582.00	13,665.00	270.00	18.79	951.11	25.68
2016年12月	155,689.00	13,071.00	173.00	9.80	740.36	12.81

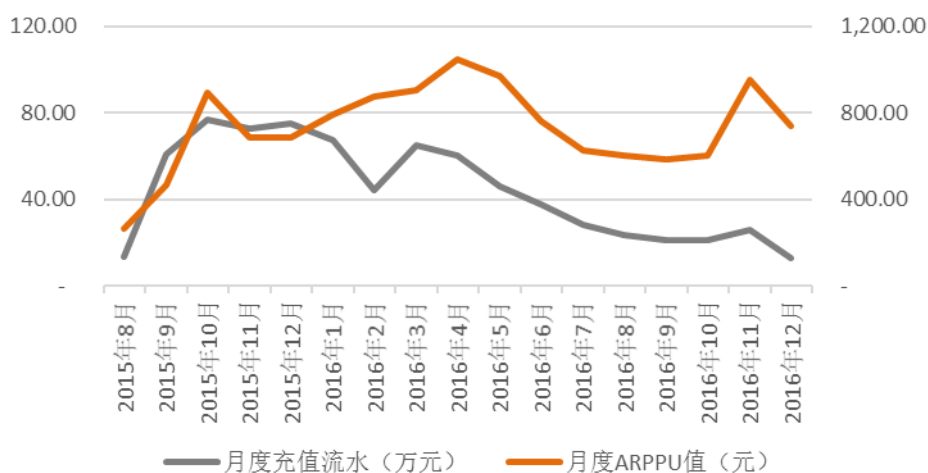
注册用户情况



活跃及付费用户情况



运营流水及ARPPU值



自 2015 年 9 月因上线首月渠道商大规模推广，导致新增注册用户数、活跃及付费用户数较上线首月大幅增长，之后《新花千骨》各项关键指标整体趋于下降。该游戏已于 2016 年 12 月 30 日关闭游戏充值功能，于 2017 年 2 月 28 日正式关闭服务器。

2、玩家地域分布

报告期内，《新花千骨》充值前一百名游戏玩家地域分布情况如下表所示：

序号	省份	累计充值金额占比 (%)
1	浙江省	10.99
2	广东省	10.30

3	江西省	7.23
4	江苏省	5.57
5	北京市	5.49
6	内蒙古	5.12
7	辽宁省	4.38
8	山西省	4.31
9	山东省	4.30
10	福建省	4.29
11	陕西省	3.94
12	上海市	3.64
13	甘肃省	3.19
14	吉林省	2.88
15	天津市	2.71
16	湖北省	2.58
17	其他	19.08
合计		100.00

从游戏玩家的 IP 分布来看,《新花千骨》游戏玩家分布较为分散,不存在玩家集中在个别的区域的情况;《新花千骨》玩家地域分布与《2016 全球移动游戏产业白皮书》数据显示基本符合,不存在异常情况。

3、玩家年龄分布

由于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,由于此等因素的限制,导致了游戏开发运营商难以获取真实玩家信息。同时对于以上数据中玩家年龄分布情况,百度指数的人群画像亦未进行统计。因此难以直接获取玩家的年龄数据。

公司已就上述内容在重组预案(修订稿)“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之(六)麟游互动主营业务情况之 7、麟游互动主要产品情况”中进行了补充披露。

三、将未开发项目纳入标的公司收益法评估范围以及交易标的采用收益法评估时的折现率和风险系数取值合理性的说明

(一)将未开发项目纳入标的公司预估范围的说明

网络游戏行业具有特殊性，游戏产品的生命周期与其他行业的产品生命周期相比较短，因而游戏研发企业为保证持续经营，需建立“研发、储备和运营”并行的研发体系，根据市场需求的变化研发并推出新的游戏产品。在本次对文脉互动 100%股权价值进行预估的基本假设前提是企业持续经营，即对企业未来收益的预测周期需超过 5 年。2016 年末文脉互动正在运营的两款游戏产品系《热血战歌》和《怒斩千军》，其中《热血战歌》因 IP 授权到期原因文脉互动不再参与后续运维及游戏流水分成；与此同时，文脉互动同时开展了五个研发项目，分别为《屠龙战记》、《武侠之谜》、《太古神王》（暂定名）和《文明 OL-破晓之光》以及 ARPG 手游（暂未定名）。上述游戏将在未来 1-2 年内为文脉互动带来营收和利润。随着时间的推移，原游戏产品逐步进入生命周期末尾，文脉互动不断推出新的游戏产品，未来文脉互动的营收和利润将主要来源于新游戏产品。而新游戏产品的开发是一个循序渐进的过程，由于游戏行业的不断变化和研发资源的局限，企业需根据发展规划，逐步实施新游戏的研发，这样更加符合企业的发展规律。因此，预估将文脉互动预测期内计划研发的产品纳入未来预测范围。

（二）折现率和风险系数取值合理性

本次预估的两家标的的折现率及风险系数与同行业的可比案例的对比情况如下：

收购对象	特征风险系数（%）	折现率（%）
美生元 100%股权	4.00	14.28
完美世界 100%股权	3.00	13.10
巨人网络 100%股权	4.50	13.28
道熙科技 100%股权	5.00	13.49
广州游爱 100%股权	2.00	13.46
天上友嘉 100%股权	5.00	14.01
平均值	3.92	13.60
文脉互动	3.50	13.20
麟游互动	3.00	13.18

由上表可知，在特征风险系数方面，可比案例特征风险系数最高为 5.00，最低为 2.00，平均值为 3.92，文脉互动的风险系数 3.50，麟游互动的风险系数

3.00，在可比案例风险系数范围之间，处于市场合理区间。

在折现率方面，可比案例折现率最高为 14.28%，最低为 13.10%，平均值为 13.60，文脉互动的折现率 13.20%，麟游互动的折现率 13.18%，在可比案例折现率范围之间，处于市场合理区间。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第六章 标的资产预估作价及定价公允性之一、文脉互动股权预估情况之（四）收益法预估技术思路”中进行了补充披露。

（2）文脉互动最终选取市场法评估结果作为定价依据，请结合文脉互动的主要业务情况补充披露文脉互动采用市场法进行评估的合理性，以及评估选取样本公司的合理性，并请资产评估师发表专业意见。

回复：

一、采用市场法进行评估的合理性

（一）文脉互动的业务情况

文脉互动主营业务系网络游戏受托定制开发和自主研发。游戏受托定制开发业务中，文脉互动主要通过收取游戏运营分成金或定制费等方式实现盈利；游戏自主研发业务中，文脉互动主要通过授权运营的方式将自研游戏授权给游戏代理商运营并参与游戏上线运营后的流水分成实现盈利。文脉互动收取的游戏运营分成金来自游戏运营商向游戏玩家收取的费用。文脉互动开发的游戏产品所采取的收费模式为按虚拟道具收费模式，游戏玩家通过在游戏运营商官方网站或第三方运营平台进行充值，并按特定比例兑换成虚拟货币，再在游戏中购买虚拟道具或装备，文脉互动根据合同约定的分成比例参与游戏流水的分成。

报告期内，文脉互动成功受托开发了网页游戏《热血战歌》，该款游戏于 2016 年 3 月份上线，截至 2016 年末月均流水超过 1,400 万元。

（二）采用市场法进行评估的合理性

标的公司属于游戏行业，采用市场法对其价值进行预估是从已有的主要游戏入手，根据已有案例中各游戏公司主要游戏的运营情况，选择主要游戏收益情况相近的公司进行相对估值。2015 年以来，上市公司进行的游戏公司收购案例已

有十几家，使得采用市场法进行预估可利用的可比案例数量增多，为选用市场法对标的公司估值提供了样本基础，在合理选择可比案例基础上的市场法更能符合市场价值的价值内涵，是对游戏公司市场价值的直接体现。

此外，企业所处的行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投资相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项产品优势、管理经验、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献，而企业的无形资源无法通过量化体现在公司的资产负债表中。市场法直接从投资者对游戏行业公司的认可程度方面反映企业股权的内在价值，这种认可包括对公司的研发、销售推广和运营等生产经营要素的价值。

二、评估选取样本公司的合理性

本次预估确定的可比案例选择依据四条原则：同处一个行业，受相同经济因素影响；企业业务结构和经营模式类似；企业规模和成长性可比，盈利能力相当；交易行为性质类似。

（一）业务结构方面的可比性

从业务结构看，选取的交易案例涉及的标的公司均属游戏行业，且均涉及多个发行渠道和多个游戏类型，包括卡牌游戏、休闲游戏、RPG 游戏等多种游戏类型，同时也包括玄幻、青春、历史等多个游戏题材，因此在业务结构方面具有可比性的。

（二）规模和资金实力的可比性

由于游戏行业为轻资产行业，其价值体现在研发人员的研发能力，与其保有资产规模和资金实力关联较小，从标的公司的首年收入规模方面看，均在各自游戏的细分领域有较强的优势，因此是具有可比性的。

（三）经营业绩的可比性

可比交易案例在收购时均处在新游戏的爆发期，企业的成长性均较强，年增长率均在 20%以上，由于市场法是根据首年承诺利润和调整 PE 为基础进行估值，因此主要考虑的是经营业绩的增长能力。在剔除与资产总量相关的参数之外，

标的公司和可比案例的经营业绩是具有可比性的。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第六章 标的资产预估作价及定价公允性之一、文脉互动股权预估情况之（三）市场法预估技术思路”中进行了补充披露。

三、核查意见

经核查，评估师认为，文脉互动的预估方法选择有合理性，且选取的样本公司符合选取标准。

（3）请独立财务顾问就交易标的业绩真实性出具专项核查报告，并提供交易标的营业收入真实性的核查方法、核查经过、核查范围等事项的说明。

回复：

根据《中国证监会关于重大资产重组涉及游戏公司有关事项的问题与解答》，申请人应当结合游戏公司特点及运营模式，在重组报告书中分析并披露以下业务数据：主要游戏的总玩家数量、付费玩家数量、活跃用户数、付费玩家报告期内每月人均消费值、充值消费比、玩家的年龄和地域分布、开发人员等。同时，披露将未开发项目纳入收益法评估范围的说明，以及作为高风险、高波动公司的折现率和风险系数取值合理性的说明。独立财务顾问应当围绕游戏公司业绩真实性进行专项核查，根据标的资产的运营模式、产品数量、玩家分布、盈利能力等因素确定核查范围，主要包括：1.核查主要游戏账户的充值消费比、在线时长等数据；2.分游戏或运营方式核查主要游戏账户的充值情况，充值银行账户账号，每次充值地址（IP、MAC），充值前后两天内账户登录地址（IP、MAC），每款游戏的活跃用户数等信息；3.核查标的资产工作人员是否存在自我充值消费行为；4.提供标的资产游戏产品主要装备、道具等的价格信息，主要游戏玩家对装备、道具的购买和消费情况。独立财务顾问关于以上问题的专项核查报告应当在申请人向监管机构报送申请文件时一并提交，同时提供关于标的资产销售真实性的核查方法、核查经过、核查范围等事项的说明。

由于公司本次仅披露重组预案，且会计师尚未完成对标的公司的相关审计工作，有关标的公司收入真实性的核查工作尚在推进当中。截至本回复出具之日，独立财务顾问对交易标的 2014 年至 2016 年 9 月的营业收入已执行的核查程序

以及核查经过和核查范围等具体情况如下：

一、文脉互动

独立财务顾问就文脉互动2014年至2016年9月营业收入执行如下核查程序：

（1）查阅文脉互动与客户签订的《网络游戏产品定制开发协议》及相关补充协议，了解文脉互动在定制开发业务中的权利、义务、交付和验收标准、约定分成比例、对账及结算方式等，未发现交易标的实际业务与合同约定出现重大偏差的情况；

（2）访谈文脉互动高管，了解游戏行业发展情况、标的公司经营模式、客户开发过程、定制开发业务具体流程、收入确认会计政策以及收入与收款内部控制制度等。

（3）在IT审计的协助下，取得文脉互动系统后台充值日志，通过充值日志统计游戏充值总流水；同时取得文脉互动与客户的对账单，并将充值日志中统计的充值流水与对账单进行核对；经核对，未发现重大差异；

（4）根据文脉互动与客户的对账单，核查标的公司账面收入确认的及时性和准确性；经核对，未发现重大差异；

（5）查阅游戏运营分成银行回款单，了解标的公司销售收入回款情况；截至本回复出具之日，回款比例较高；

（6）根据合同约定分成比例及充值流水，重新测算应确认销售收入，并与账面确认收入核对；经核对，未发现重大差异；

（7）向客户发送2015年及2016年1-9月交易额及截至2016年9月30日往来款项询证函；截至本回复出具之日，询证函已全部回函，且回函确认一致；

（8）实地走访客户，了解标的公司是否与客户存在关联关系，与客户之间的交易情况，了解对账、结算政策等变动情况；走访过程中，未发现标的公司与客户存在关联关系，未发现与客户之间的交易情况出现重大差异等情况；

由于2014年至2016年9月文脉互动仅江苏易乐网络科技有限公司一家客户，因此本次核查比例为100%。

截至本回复出具之日，独立财务顾问正在对文脉互动2016年10-12月的营业

收入执行客户走访、交易额及往来款项函证、对账单核对等核查程序，尚未执行完毕。

二、麟游互动

独立财务顾问就麟游互动2014年至2016年9月营业收入执行如下核查程序：

（1）查阅麟游互动与客户签订的《联运协议》，了解麟游互动在联合运营业务中的权利、义务、约定分成比例、对账及结算方式等；项目组查阅了麟游互动前十大游戏的前十大渠道商销售合同，2014年、2015年及2016年1-9月抽查交易额占营业收入比重分别为100%、70%和70%；未发现交易标的实际业务与合同约定出现偏差的情况；

（2）从麟游互动财务系统后台导出包含标的公司与所有客户参与分成充值流水、分成比例及应收结算额等数据的汇总表，核对《联运协议》中约定分成比例与汇总表是否一致；项目组核对了麟游互动前十大游戏的前十大渠道商分成比例，2014年、2015年及2016年1-9月交易额占比分别为100%、70%和70%；经核对，未发现差异；

（3）访谈麟游互动高管，了解游戏行业发展情况、标的公司经营模式、客户开发过程、接入渠道具体流程、收入确认会计政策以及收入与收款内部控制制度等。

（4）在IT审计的协助下，取得麟游互动系统后台充值日志，通过充值日志统计各游戏充值总流水；将该充值流水与上述汇总表进行核对；经核对，未发现重大差异；

（5）取得麟游互动与重大客户的对账单，并将对账单中充值流水及结算金额与上述汇总表进行核对；2014年、2015年及2016年对账单核查比例占营业收入比重分别为70.00%、86.64%及75.90%；经核对，未发现重大差异；

（6）根据上述汇总表，核查标的公司账面收入确认的及时性和准确性；经核对，未发现重大差异；

（7）查阅游戏运营分成银行回款单，了解标的公司销售收入回款情况；

（8）取得麟游互动自有平台收费的支付宝、微信账户流水，并将账户流水

与上述汇总表中对应自有平台的游戏充值流水和结算额进行核对；经核对，未出现重大差异；

（9）根据合同约定分成比例及充值流水，重新测算应确认销售收入，并与账面确认收入核对；经核对，未发现重大差异；

（10）向客户发送交易额及往来款项询证函，2015年度及2016年度收入发函金额占同期营业收入的比例分别为83.28%及73.86%；

（11）实地走访客户，了解标的公司是否与客户存在关联关系，与客户之间的交易情况，了解对账、结算政策等变动情况；走访客户交易额约占营业收入的70%；已完成走访工作客户14家；走访过程中，未发现标的公司与客户存在关联关系，未发现与客户之间的交易情况出现重大差异等情况；

截至本回复出具之日，独立财务顾问正在对麟游互动2016年10-12月的营业收入执行客户走访、交易额及往来款项函证等核查程序，尚未执行完毕。

鉴于游戏行业的专业性和海量数据等特点，独立财务顾问正在对标的公司游戏运营数据的有效性和真实性进行核查，从内部论证其业务及收入的真实性。截至本回复出具之日，第一阶段抽样调查工作已结束，选取了标的公司2014年至2016年9月全部运营数据进行测试，未发现重大异常。下一阶段，独立财务顾问将对标的公司2016年10-12月运营数据进行测试、验证，并最终形成一份完整的调查结论报告。独立财务顾问将敦促上市公司在重组报告书（草案）中就游戏总玩家数量、付费玩家数量等数据信息进行披露，并就标的公司业绩真实性进行持续核查。

综上，独立财务顾问在上述论证标的公司收入真实性的过程中尚未发现异常，独立财务顾问将在内部和外部核查工作全部完结后出具有关收入真实性的核查意见。

问询问题6、预案披露，交易标的文脉互动在2016年3月股权转让中，21万股权作价630万元；麟游互动在2016年8月股权转让中，60万股权作价480万元。本次交易中文脉互动100%股权账面价值为436.03万元，预估值为5.68亿元，预估增值129.28倍；麟游互动100%股权账面价值为1,807.01万元，预估值为4.38亿元，预估增值23.22倍。本次交易完成后将会确认较大金额的商

誉，请补充披露以下内容：

（1）请结合交易标的的行业地位、市场份额及竞争对手情况、主要游戏的运营情况、新款游戏预计推出时点及试运营情况等，说明本次交易标的评估增值较大的具体原因、参数预测的依据及合理性，说明在较短期间内，本次交易作价与前次股权转让作价差异较大的具体原因及合理性，并请资产评估师、独立财务顾问发表明确意见。

回复：

一、本次文脉互动评估增值较大的具体原因、参数预测的依据及合理性、本次交易作价与前次股权转让作价差异较大的具体原因及合理性

（一）文脉互动行业地位、市场份额及竞争对手情况

1、文脉互动行业地位情况

文脉互动自 2014 年 12 月成立以来主要专注于传奇类网络游戏的受托定制开发及自主研发，其开发的大型传奇类网页游戏《热血战歌》自 2016 年 3 月上线以来市场反响良好，游戏先后获得“星耀 360 游戏盛典《年度十大人气 PC 游戏奖》”及“第六届（2016）中国软件风云榜《年度贡献奖》，根据“9K9K.com”网页游戏开服数据中心，《热血战歌》在 2016 年网页游戏开服排名榜中排第 24 名，排名中上游。文脉互动在传奇类游戏研发这一细分行业中排名前列。

2、文脉互动市场份额情况

因成立时间较短，文脉互动 2016 年度营业收入较少，其市场份额较低。

3、文脉互动主要竞争对手情况

企业名称	简称	简介
浙江盛和网络科技有限公司	盛和网络	盛和网络成立于 2011 年 3 月，是一家以网页游戏为核心，集研发、运营、发行为一体的综合性轻娱乐互动娱乐企业。目前企业有 300 余位员工，是一家在网页游戏领域占据重要地位的龙头企业。盛和网络研发的主要游戏产品有《蓝月传奇》、《梁山传奇》、《原始传奇》及《代号世界》等。
芜湖顺荣三七互娱网络科技股份有限公司	三七互娱	三七互娱致力于打造（移动）互联网互动娱乐平台，是国内领先的网络游戏开发商、游戏发行商及平台运营商，主营业务为网页游戏和手游的研发、发行及游戏平台的运营。其旗下极光工作室专注页游领域研发。

		2014 年及 2015 年，极光工作室的研发团队相继推出了《大天使之剑》、《传奇霸业》及《战国之怒》等页游作品。
游族网络股份有限公司	游族网络	游族网络主营业务是网页网络游戏、移动网络游戏的研发和运营，通过自主平台运营和联运平台运营相结合的方式，已发展成为国内领先的集研发和运营于一体的网络游戏厂商之一。公司始终坚持自主运营和联合运营的双重经营策略，目前有自运营的游族平台、以联运为主的 9787 平台以及海外市场为主的 GTArcade 平台，在全球 150 多个国家及地区成功构建发行体系。在 IP 迅速发展的当今游戏市场，游族网络推出大 IP 的发展战略，打造精品 IP，并通过与上下游产业的合作实现“影游联动”，促进游戏和 IP 的协同发展。

（二）文脉互动主要游戏的运营情况、新款游戏预计推出时点及试运营情况

1、文脉互动主要游戏的运营情况、新款游戏预计推出时点

文脉互动主要游戏的运营情况详见重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况之 7、文脉互动主要产品情况”。文脉互动新款游戏预计推出时点详见重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之四、关于标的公司业绩实现可行性的分析之（四）标的公司未来发展规划明确，未来发展前景可期”。

2、文脉互动新款游戏试运营情况

《屠龙战记》项目自 2016 年 12 月开始试运营并于 2017 年 3 月正式上线。截至 2017 年 2 月 28 日，《屠龙战记》试运营情况如下：

（1）试运营期间具体运营数据情况如下表：

运营数据指标	运营数据
游戏总用户数量（万人）	164.50
月均活跃用户数（万人）	37.42
月均付费用户数（万人）	0.99
月均ARPU值（元）	5.71
月均ARPPU值（元）	214.76
充值消费比（%）	94.28

注：游戏总用户数量指的是游戏产品截至报告期期末的累计玩家总数；

月均活跃用户数（人）：活跃用户指当月存在登录游戏行为的用户，月均活跃用户数指游戏产品报告

期内各月活跃用户数的月度算术平均数；

月均付费用户数（人）：付费用户指当月存在游戏内消费行为的用户，月均付费用户数指游戏产品报告期内各月付费用户数的月度算术平均数；

月均 ARPU 值（元）：ARPU 值=当月游戏充值总金额/游戏当月活跃用户数；月均 ARPU 值=月均游戏充值金额/月均活跃用户数；

月均 ARPPU 值（元）：ARPPU 值=当月游戏充值总金额/游戏当月付费用户数；月均 ARPPU 值=月均游戏充值金额/月均付费用户数；

充值消费比=消费元宝数/元宝总产出；

由于《屠龙战记》系 2016 年 12 月 27 日上线试运营，为准确反映游戏运营数据，计算上述月均运营数据时分母采用 2.13 个月。

(2) 月度运营情况

期间	游戏总用户数量(万人)	活跃用户数(万人)	付费用户数(万人)	ARPU(元)	ARPPU(元)	付费率(%)	月充值额(万元)	元宝总产出(万元)	消费金额(万元)	充值消费比(%)
2016年12月	0.95	0.70	0.05	4.56	64.87	7.03	3.20	3.21	3.21	100.00
2017年1月	97.43	32.89	1.02	5.29	171.28	3.09	174.07	186.77	180.56	96.68
2017年2月	164.50	46.11	1.05	6.02	263.80	2.28	277.51	305.97	283.83	92.76

注:

付费率=付费用户数/活跃用户数;

元宝系游戏中的虚拟货币, 元宝由游戏玩家充值行为及游戏内行为产出。玩家充值行为下, 充值人民币与元宝对应关系为 1: 100。

消费金额(元宝): 游戏玩家在游戏内产生买卖行为, 买卖对象一般为装备、宝物、材料等游戏资源和道具, 所花费的游戏内代币。

（三）文脉互动参数预测的依据及合理性

1、预期增长率修正系数预测的依据及合理性

预期增长率修正系数是根据文脉互动和可比公司历史运营情况和未来 3 年的收入及成本、期间费用进行预测。因此是有现实依据的。

2、营运状况修正系数的依据及合理性

营运状况修正系数是根据标的公司和可比公司的品牌号召力、营收规模、产品数量系数修正、市场与渠道、题材与游戏性和游戏品质、以及留存率、付费率、ARPPU 值和注册转化率等指标进行的修正。其修正指标的设立和对比标准具有合理性。

（四）交易标的预估增值较大的原因及合理性

文脉互动所处的游戏行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投资相对较小，账面价值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项产品优势、管理经验、人才团队等重要的无形资产，而企业的无形资产无法量化体现在公司的资产负债表中。企业所享受的各项优惠政策、行业竞争力、管理水平、人力资源、客户群等要素所产生的协同作用在企业账面价值无法体现，但是对股东全部权益价值却具有重要影响。因此，文脉互动的账面价值无法准确反映其真实价值。

文脉互动设立时间较短，截至基准日，企业完成开发并上线了 1 款游戏，而预估是基于企业未来研发并上线的游戏得出。文脉互动 2017 年将会开发完毕并上线 4 款游戏，未来每年将保持 4-5 款，因此，文脉互动有着充足的游戏储备。此外，文脉互动高度重视人才储备，研发团队不断发展壮大，逐渐形成一支高效、稳定的研发团队，为文脉互动的业务增长提供持续动力。截至预估基准日，文脉互动研发团队共计 52 人，主要分为策划部、程序部和美术部。充足的游戏储备及优秀的研发团队使得文脉互动始终保持市场竞争力。

综上所述，文脉互动存在产品优势、团队优势等无法在账面体现的价值，从而导致预估值较账面价值增值幅度较大。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第六章 标的资产预估作价及定

价公允性之一、文脉互动股权预估情况之（七）预估值增值的主要原因”中进行了补充披露。

（五）本次交易作价与前次股权转让作价差异较大的具体原因及合理性

1、交易作价基础不同

文脉互动前次股权转让作价系参考文脉互动当时经营业绩由各方协商确定，2016年3月之前，文脉互动储备游戏1款，主打游戏《热血战歌》尚未上线，业绩尚未爆发，且文脉互动需补充营运和研发资金，因此作价较低。本次交易作价是在考虑文脉互动2016年的实际经营业绩的基础上，由交易各方参照具有证券期货业务资格的评估机构的预估值的基础上初步协商确定，其中主打游戏《热血战歌》有较大的爆发，峰值流水突破2,400万元，月付费用户数突破10万人，ARPPU突破280元，从文脉互动的运营层面来看，其未来发展战略布局清晰，在研游戏进展良好，其研发能力和运营能力已经较为充分的展示，在充分考虑文脉互动未来发展潜力及增长空间等因素的基础上，第二次作价较高。

2、交易目的不同

文脉互动前次股权转让系引入外部投资者，而本次交易上市公司将收购文脉互动100%股权，交易价格高于外部投资者的受让价格。

3、对价支付方式不同，且附带业绩承诺责任

文脉互动前次股权转让系通过现金作为支付对价，本次交易系以上市公司股份作为对价进行支付且设有一定期限的锁定期。且在本次交易中，文脉互动全体股东对文脉互动未来三年经营业绩进行了承诺，如文脉互动未能实现前述经营业绩则需支付补偿。

独立财务顾问认为，文脉互动本次交易作价与前次股权转让在交易作价基础、交易目的、对价支付方式以及是否附带业绩承诺方面存在显著不同，差异较大具有合理性。

评估师认为，公司从交易目的、作价基础、支付方式及以及业绩承诺方面对本次交易作价与前次股权转让作价差异较大原因的分析具有合理性。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、

标的公司基本情况——文脉互动之（十四）文脉互动股权最近三年内进行增资或者交易的情况说明之 3、本次交易作价与前次股权转让差异说明”中进行了补充披露。

二、本次麟游互动预评估增值较大的具体原因、参数预测的依据及合理性、本次交易作价与前次股权转让作价差异较大的具体原因及合理性

（一）麟游互动行业地位、市场份额及竞争对手情况

1、麟游互动行业地位情况

麟游互动主营业务系移动游戏代理发行和联合运营，所处细分行业为长尾流量整合和游戏分发，是国内首批进入该行业的企业。通过两年多时间经营，麟游互动已迈入该行业第一梯队。

麟游互动通过与大型游戏研发商合作，自成立以来，相继运营了畅游时代开发的《天龙八部 3D》，畅游信息开发的《少年三国志》和《大皇帝 OL》、完美世界开发的《暗黑黎明》和吉比特开发的《问道》等优质游戏，并与上述知名游戏研发商建立了稳定密切的合作关系。同时麟游互动通过积极建设多元化的渠道体系，与下游 200 余家联合运营平台建立起稳定的合作关系，其中包括乐视、360、当乐、酷狗、新浪、网易等知名平台商。

2、麟游互动市场份额情况

麟游互动 2014 年底成立，自成立以来主营业务发展较为迅速，2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月营业收入分别为 14.08 万元、4,590.78 万元和 11,345.63 万元，随着麟游互动运营游戏数量的不断增加，业内影响力的提升，其市场份额不断提高。但由于长尾流量整合和游戏分发行业发展时间较短，目前尚无权威统计数据，麟游互动市场份额亦暂无法统计。

3、麟游互动竞争对手情况

报告期内，麟游互动主营业务为手游的代理发行和联合运营，以下为麟游互动在行业中的主要竞争对手：

企业名称	简称	简介
上海益玩网络科技有限公司	益玩网络	益玩网络是中国领先的手机游戏开发商、运营商和发行商。益玩网络实行联运、独代发行齐头并进的战略方向。经过几

		年的快速成长，目前已发展为国内发行能力前列的联运渠道平台，与国内 1000 余家移动游戏研发商、渠道商建立紧密合作。益玩网络成立至今，已成功独代了包括《热血游戏王》、《封神 3D》、《天天挂奇迹》等多款人气手游产品，涵盖 MMORPG、SLG、卡牌、回合等类型。益玩平台中心联运产品总数多达 500 余款，涵盖《梦幻西游》、《大话西游》、《列王的纷争》、《部落战争》等多款移动游戏。
广州易幻网络科技有限公司	易幻网络	易幻网络是中国领先的中国移动网络游戏的海外发行和运营商。其海外发行和运营游戏类型涵盖了战争策略类、角色扮演类、休闲竞技类、模拟经营、MMO 多种类型，主要的产品包括：《三国志 PK（一统天下）》、《神雕侠侣》、《重装武士（英雄战魂）》、《天龙八部 3D》、《巨炮连队（坦克风云）》、《妖姬三国》、《名将争霸（君临天下）》、《大富豪 2》等业界知名游戏。
杭州哲信信息技术有限公司	哲信信息	哲信信息是从事移动休闲游戏发行运营为主的移动互联网企业杭州哲信着力打造开放型移动休闲游戏生态体系的经营模式，以自主开发的开放型“移动游戏综合运营平台”为依托，通过自动化筛选、接入精品化的移动休闲游戏产品，以及多元化的发行渠道体系，将优质的游戏内容和服务提供给数以亿计的用户，从中获取游戏发行运营收入分成。杭州哲信在移动游戏行业内树立了良好的口碑和品牌。
江苏智铭网络技术有限公司	智铭网络	智铭网络是网络游戏代理发行及联合运营商，旗下代理运营《传奇霸业》、《梦幻西游》等知名网络游戏产品，并凭借其独特的代理发行及运营策略吸引了众多的游戏玩家。智铭网络旗下游戏代理运营游戏类型涵盖了战争策略类、角色扮演类、动作角色扮演等多种类型，包括《传奇霸业》、《梦幻西游》等多款优质游戏产品。智铭网络所发行的联合运营平台主要为具有广泛影响力的腾讯平台等。

（二）麟游互动主要游戏的运营情况、新款游戏预计推出时点及试运营情况

1、麟游互动主要游戏运营情况

麟游互动主要游戏的运营情况详见重组预案“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况之 7、麟游互动主要产品情况”。

2、麟游互动新款游戏预计推出时点情况

序号	游戏产品	游戏类型	游戏介绍	预计上线时间	游戏来源
1	狂怒之剑	3D MMORPG	画面精美的 3Dmmo，魔幻题材，成熟团队制作	2017 年上半年	独占授权
2	合晶弹头	ARPG	带一些射击类游戏感觉的 ARPG，朋克类画风，在市面上较为少见，属于主打垂直	2017 年上半年	独占授权

			用户领域的一款产品		
3	主宰无双	RPG	游族 2017 最新 3D 动作大作	2017 年上半年	联合运营
4	风云 2	MMORPG	大型 ip《风云 2》授权，知名团队制作，由团队成功产品迭代而来	2017 年二季度	独占授权
5	3D 西游大作	MMORPG	3D 西游大作，成熟团队开发，数值体系稳定，有望在市场上获得极佳表现	2017 年三季度	联合运营
6	武侠 IP 产品（待定）	MMORPG	ip 授权大作，有成功经验的团队研发	2017 年四季度	独占授权

3、麟游互动新款游戏试运营情况

2016 年 10-12 月及 2017 年 1-2 月，麟游互动将主要资源集中于原有游戏的运营维护，尚未推出重磅新款游戏产品。

（三）麟游互动参数预测的依据及合理性

1、营业收入预测的依据及合理性

根据企业的经营情况，企业的营业收入计算公式为：

营业收入=公司总流水×分成比例/1.06

公司总流水=单位游戏运营收入×运营数量

其中单位游戏的运营收入是根据 2016 年的实际运营情况，考虑未来 3 年 1.5%的复合增长，之后保持不变，对于运营数量是根据游戏市场的开拓情况，未来考虑每年增加 4 款大型代理产品。分成比例是根据历史的分成比例保持不变。

2、营业成本预测的依据及合理性

企业的主营业务成本主要包括游戏分成款、版权金、游戏推广成本及服务器支出等，其中报告期内游戏分成款占营业成本的 50%以上。本次评估以历史数

据为基础，并结合未来的游戏质量及数量进行预测。游戏分成款根据不同游戏的充值流水和分成比例确定。

3、期间费用预测的依据及合理性

期间费用是根据企业历史各项费用的明细情况，并结合未来的收入的增长情况进行预测。

综上，企业未来收益的预测的参数确定是根据历史的经营情况，并结合行业的情况进行预测，是有依据及合理的。

（四）交易标的评估增值较大的原因及合理性

1、麟游互动的账面资产不能全面反映其真实价值

麟游互动所处的手机游戏行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项产品优势、管理经验、优惠政策、业务网络、服务能力、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献，而企业的无形资产无法通过量化体现在公司的资产负债表中。另一方面，账面价值无法反应麟游互动整体获利能力的大小，同时也未考虑企业所享受的各项优惠政策、行业竞争力、公司的管理水平、人力资源、营销渠道、客户群等要素，其产生的协同作用在企业账面价值无法体现，但是对股东全部权益价值却具有重要影响。因此，麟游互动的账面价值无法准确反映其真实价值。

2、优秀产品、运营模式和团队优势为企业价值带来溢价

丰富的游戏产品储备量保证麟游互动可以通过优质游戏吸引并转化平台用户，提高麟游互动的盈利能力，增加其市场竞争力。麟游互动通过与大型游戏研发商寻求合作，自成立以来，相继运营了畅游时代开发的《天龙八部 3D》，畅游信息开发的《少年三国志》和《大皇帝 OL》、完美世界开发的《暗黑黎明》、吉比特开发的《问道》等优质游戏，并与上述知名游戏开发商建立了稳定密切的合作关系；

麟游互动准确抓住市场机遇，通过建设广泛的发行渠道体系，在长尾流量市场取得先发优势。同时随着代理优质游戏产品数量增加以及行业影响力的提升，

麟游互动积极开发与一线游戏平台的合作关系，从而构建多元化的渠道体系。另外麟游互动与网络广告平台合作对游戏进行精准推广，不断提升投入产出比，增强公司核心竞争力；

麟游互动通过两年的发展，已建立起一支覆盖商务运营、技术开发和市场推广的专业人才队伍。团队核心人员具有多年游戏行业工作经验，与游戏行业上下游沟通密切，熟悉游戏行业市场需求，同时具有较强的运营推广及技术开发能力，从而保证公司在优质游戏产品引入、渠道体系建设以及运营效率提升方面保持竞争优势。

综上所述，由于麟游互动存在由产品优势、运营优势和团队优势等综合因素形成的各种无法在账面体现的价值，预估里已有考虑，从而导致预估结果增值较高。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第六章 标的资产预估作价及定价公允性之二、麟游互动股权预估情况之（六）预估值增值的主要原因”中进行了补充披露。

（五）本次交易作价与前次股权转让作价差异较大的具体原因及合理性

麟游互动前次股权转让价格为 8 元/每出资额，前次增资价格为 10 元/每出资额，与本次交易作价差异较大。主要原因为：

1、交易作价基础不同

麟游互动前次股权转让及增资作价系参考麟游互动当时经营业绩由各方协商确定，本次交易作价由交易各方参照具有证券期货业务资格的评估机构的预估值的基础上，充分考虑麟游互动未来发展潜力及增长空间等因素而定。

2、交易目的不同

麟游互动前次股权转让系原股东实现退出，由股东之间自由协商定价；潘悦然溢价增资系其不属于麟游互动的实际经营方和决策者，以外部财务投资者身份参与认缴增资。上市公司将通过本次交易取得麟游互动 100%股权，交易价格高于原股东自由协商的交易价格及财务投资者认缴的增资价格。

3、对价支付方式不同，且附带业绩承诺责任

麟游互动前次股权转让及增资均通过现金作为支付对价，本次交易系以上市公司股份作为对价进行支付且设有一定期限的锁定期。且在本次交易中，麟游互动主要交易对方对麟游互动未来三年经营业绩进行了承诺，如麟游互动未能实现前述经营业绩则需支付补偿。

独立财务顾问认为，麟游互动本次交易作价与前次股权转让在交易作价基础、交易目的、对价支付方式以及是否附带业绩承诺方面存在显著不同，差异较大具有合理性。

评估师认为，麟游互动从交易目的、作价基础、支付方式及以及业绩承诺方面对本次交易作价与前次股权转让作价差异较大原因的分析具有合理性。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（十五）麟游互动股权最近三年内进行增资或者交易的情况说明之 2、麟游互动股权最近三年内进行增资或者交易的情况说明之（4）本次交易作价与前次股权转让和增资差异说明”中进行了补充披露。

（2）说明本次重组产生的具体商誉金额，以及交易完成后商誉累计余额占总资产及净资产的比重，并量化分析商誉减值对你公司经营业绩的具体影响，就商誉减值可能对你公司未来业绩产生的影响进行敏感性分析。

回复：

一、本次重组产生的具体商誉金额，以及交易完成后商誉累计余额占总资产及净资产的比重

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》中关于非同一控制下的企业合并相关规定，本次交易系非同一控制下的企业合并，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值的差额，应当确认为商誉，且不作摊销处理，需要在未来每年会计年度末对其进行减值测试，减值部分计入当期损益。

公司本次以发行股份方式向交易对方购买文脉互动和麟游互动股权拟定的交易对价合计为 100,270.00 万元。截至 2016 年 9 月 30 日，文脉互动和麟游互动账面净资产合计为 2,243.04 万元。根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》，本次交易将新增上市公司商誉 98,026.96 万元。

根据《山东矿机集团股份有限公司 2016 年第三季度报告》，截至 2016 年 9 月 30 日，公司未经审计资产总额为 270,843.62 万元，未审计净资产金额为 172,471.40 万元，本次交易完成后商誉累计余额占总资产及净资产的比重分别为 36.19%和 56.84%。

二、量化分析商誉减值对公司经营业绩的具体影响

本次交易拟收购的文脉互动和麟游互动估值较其账面净资产增值较高，主要是由于游戏行业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面价值不高，然而由于交易标的存在产品优势、团队优势等无法在账面体现的价值，具备较强的盈利能力，进而导致评估增值率较高。本次交易完成后本公司合并资产负债表中将形成较大数额的商誉。若交易标的未来经营中无法实现预期的盈利目标，收购交易标所形成的商誉则将存在较高的减值风险，从而影响上市公司的当期损益。

对文脉互动、麟游互动商誉的敏感性分析如下表所示：

单位：万元

预测净利润下降幅度	商誉减值		对利润总额影响
	文脉互动	麟游互动	
1%	573.06	457.66	-1,030.72
2%	1,146.12	915.32	-2,061.44
3%	1,719.18	1,372.98	-3,092.16
4%	2,292.24	1,830.65	-4,122.88
5%	2,865.30	2,288.31	-5,153.60
6%	3,438.36	2,745.97	-6,184.32
7%	4,011.42	3,203.63	-7,215.05
8%	4,584.47	3,661.29	-8,245.77
9%	5,157.53	4,118.95	-9,276.49
10%	5,730.59	4,576.61	-10,307.21

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第七章 本次交易对上市公司的影响”中进行了补充披露。

问询问题 7、预案披露，交易标的文脉互动 2015 年、2016 年 1-9 月归属于母公司所有者的净利润（以下简称“净利润”）分别为-583.67 万元和 719.7 万

元，樊英杰、李刚及浩宇承诺 2017 年至 2019 年实现的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于人民币 4,500 万元、5,800 万元、7,500 万元；麟游互动 2014 年、2015 年、2016 年 1-9 月的净利润分别为-55.69 万元、-298.45 万元、1013.16 万元，周利飞、廖鹏等 6 人承诺 2017 年至 2019 年实现的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于人民币 3,500 万元、4,500 万元、5,800 万元。请补充披露以下内容，并请独立财务顾问发表专业意见：

（1）请结合标的公司游戏业务运营模式，以及营业收入、营业成本、毛利率、期间费用等财务指标情况，详细说明上述报告期内文脉互动、麟游互动业绩大幅波动的原因。

回复：

一、文脉互动业绩大幅波动原因

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	1,442.02		
营业成本	26.80		
营业毛利	1,415.22		
毛利率	98.14%		
期间费用	473.66	583.67	
利润总额	866.12	-583.67	
净利润	719.70	-583.67	

（一）营业收入

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月文脉互动营业收入分别为 0 万元、0 万元及 1,442.02 万元。

文脉互动自 2014 年 12 月成立后，截至 2015 年 6 月均处于筹办期。2015 年 6 月文脉互动接受江苏易乐委托开发《热血战歌》游戏。根据双方约定，委托方无需为文脉互动开发游戏过程中发生的成本费用支付对价，仅需在游戏上线运营后将游戏产生的收入按照约定分成比例支付给文脉互动。2016 年 3 月《热血战歌》上线运营，文脉互动开始收取游戏分成金并确认收入，故文脉互动 2016 年以前年度未产生销售收入。

（二）营业成本

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月文脉互动营业成本分别为 0 万元、0 万元及 26.80 万元。

2014 年度及 2015 年度营业成本为 0 万元，原因系 2014 年度及 2015 年度文脉互动尚未产生营业收入。2016 年 1-9 月营业成本主要系 2016 年 3 月《热血战歌》上线运营后运维人员薪酬等支出。

（三）毛利率

文脉互动自 2016 年 3 月游戏《热血战歌》上线后开始产生较高营业收入，2016 年 1-9 月的毛利率达到 98.14%。毛利率较高主要是由于文脉互动是游戏受托定制商，游戏运营的事项由游戏定制方江苏易乐负责，因而文脉互动 2016 年 1-9 月的营业成本主要是游戏上线后运维人员薪酬等支出，并无其他游戏运营成本。

（四）期间费用

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
销售费用			
管理费用	473.60	583.53	
财务费用	0.06	0.14	
期间费用合计	473.66	583.67	

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月文脉互动期间费用主要由管理费用构成，管理费用分别为 0 万元、583.53 万元及 473.60 万元，管理费用主要系职工薪酬。2016 年 1-9 月管理费用未较上年同期出现大幅增长的主要原因系文脉互动 2016 年开发的《屠龙战记》项目系收取定制费的受托定制业务，在游戏开发成功并验收前，参与游戏开发的相关研发人员的薪酬支出、技术服务外包支出等游戏开发支出均转入存货科目，导致 2016 年 1-9 月文脉互动期间费用仅为 473.66 万元。

（五）净利润

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月文脉互动的净利润分别为 0 万元、

-583.67 万元及 719.70 万元。2014 年度净利润为 0 万元，系文脉互动成立于 2014 年 12 月份，2014 年度尚未正式经营所致。2015 年度文脉互动净利润为负，系 2015 年文脉互动处于游戏开发阶段，尚未有开发完毕并上线运营的游戏产品，营业收入为 0 元，同时文脉互动开发《热血战歌》游戏发生的研发支出均计入当期损益，从而导致亏损；2016 年 1-9 月文脉互动扭亏为盈，主要原因系随着《热血战歌》正式上线运营，游戏市场反应良好，文脉互动根据与定制方约定的结算方式及双方对账单确认游戏运营分成金收入 1,442.02 万元。

独立财务顾问经核查认为，文脉互动业绩大幅波动具有合理性。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况”中进行了补充披露。

二、麟游互动业绩大幅波动原因

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	11,371.10	4,641.72	14.08
营业成本	9,045.01	4,102.06	9.38
营业毛利	2,326.09	539.66	4.70
毛利率	20.46%	11.63%	33.38%
期间费用	628.79	694.93	59.45
利润总额	1,370.87	-298.45	-55.69
净利润	1,013.16	-298.45	-55.69

（一）营业收入

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月麟游互动营业收入分别为 14.08 万元、4,641.72 万元及 11,371.10 万元。

麟游互动 2015 年度营业收入较 2014 年度增长 4,627.64 万元，主要原因系 2014 年度麟游互动处于初创阶段，无论是引入游戏数量还是接入渠道数量均较少，同时 2014 年度麟游互动运营时间也较短，导致其营业收入仅 14.08 万元；麟游互动核心业务团队敏锐的发现了长尾流量市场价值，并对长尾流量加以整合并争取先发优势，在一线游戏平台激烈竞争的情况下，麟游互动因其流量整合能

力受到大研发商的青睐，2015 年度麟游互动陆续引入热门卡牌手游《少年三国志》、3D 武侠手游《天龙八部 3D》、玄幻修仙手游《蜀山奇缘》等 60 款优质游戏产品，并通过其逐步建立的广泛发行渠道进行运营，故 2015 年度麟游互动营业收入呈大幅度增长。

麟游互动 2016 年 1-9 月营业收入较上年同期大幅度增长，增幅 344.99%，主要原因系《天龙八部 3D》2015 年 8 月由麟游互动引入并联合运营，该游戏受到市场好评，运营期间流水持续增加，2016 年 5 月其月流水达到 1,200 万元，并在随后运营期内保持稳定，2016 年 1-9 月《天龙八部 3D》营业收入较上年同期增长 3,055.01 万元；在持续推广运营原有游戏产品的同时，2016 年麟游互动新引入市场表现良好的《问道》、《仙剑五前传》及《狂暴之翼》热门手游，2016 年 1-9 月上述三款游戏营业收入合计 1,961.43 万元；除此之外，麟游互动还新增了 59 款角色扮演、卡牌等类型手游，截至 2016 年 9 月 30 日，麟游互动在运营游戏数量达到 93 款，极大的丰富了游戏产品体系，麟游互动营业收入呈现大幅度增长。

（二）营业成本

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月麟游互动营业成本分别为 9.38 万元、4,102.06 万元及 9,045.01 万元，营业成本主要系游戏产品成本、游戏推广成本、版权金摊销成本及服务器托管、租赁及运营带宽费，营业成本随着营业收入增长而大幅增长。

（三）毛利率

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月麟游互动毛利率分别为 33.38%、11.63%和 20.46%。2014 年度麟游互动毛利率较高的主要原因系 2014 年麟游互动游戏产品数量较少，营业收入主要来源于《秦时明月 2》和《雷霆战车》两款游戏，上述游戏毛利率较高，导致 2014 年度麟游互动毛利率偏高。

2016 年 1-9 月麟游互动毛利率较 2015 年度提高 8.83 个百分点，主要原因系《天龙八部 3D》产品毛利率达 23%左右，而《少年三国志》产品毛利率偏低，只有 12%左右；《天龙八部 3D》2015 年 8 月由麟游互动引入并联合运营，而《少年三国志》从 2015 年 2 月即开始由麟游互动联合运营，时间较早；2015

年度《少年三国志》系麟游互动营业收入最高的游戏，占比达 27.90%，而《天龙八部 3D》2015 年度只运营了 3 个月，尽管月流水较高，但受制于运营时间短的原因，2015 年度其对麟游互动收入贡献程度低于《少年三国志》，占比为 16.47%。随着 2016 年度麟游互动对《天龙八部 3D》的持续推广运营，其收入占比在 2016 年 1-9 月达到 28.46%，《少年三国志》下降至 16.21%。高毛利游戏产品的销售收入占比上升导致麟游互动整体毛利率出现大幅度提升。

（四）期间费用

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
销售费用	137.95	81.28	0.91
管理费用	483.00	609.85	58.55
财务费用	7.84	3.79	-0.01
期间费用合计	628.79	694.92	59.45

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月，麟游互动期间费用主要由管理费用构成，管理费用分别为 58.55 万元、609.85 万元及 483.00 万元。管理费用主要系职工薪酬，报告期内其波动原因主要系：麟游互动 2014 年度正式运营仅两个月，因而运营期间发生的管理费用金额较少；2015 年度随着麟游互动人员规模的扩大，管理费用大幅增长至 609.85 万元；由于麟游互动技术人员开发的 sandGlass 聚合打包技术可使得游戏在出包和分发过程中大幅提升效率；麟游互动商务人员开拓的外部客户供应商，一般均能保持长期合作关系，很少出现客户或供应商流失情况，除了后期商务维护外，商务人员可将主要精力用于寻求新客户或新供应商业务合作；运营人员和市场人员通过游戏数据分析平台和广告平台流量分析体系，及时统计和分析相关运营、流量数据，从而高效制定最佳运营策略及精准的推广策略。因此在一定业务量范围内，麟游互动人员数量可满足业务开展需求，无需大规模增长。因而 2016 年麟游互动在营业收入大幅增长的情况下，人员规模相比上年较稳定，2016 年 1-9 月管理费用较上年同期未出现大幅增长的情况。

（五）净利润

2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月麟游互动净利润分别为-55.69 万元、

-298.45 万元及 1,013.16 万元，其中 2014 年度及 2015 年度连续亏损，2016 年 1-9 月扭亏为盈。2014 年度亏损主要原因系 2014 年度麟游互动成立时间较短，运营游戏数量较少，导致营业收入仅 14.08 万元。2015 年度尽管麟游互动业务快速发展，引入 60 款优质手游，并与 150 余家渠道商形成稳定合作关系，营业收入较上年大幅度增长，但由于 2015 年度整体毛利率较低，因而营业毛利未出现同比例增长，2015 年度营业毛利 539.66 万元。与此同时，为满足业务增长需要，麟游互动团队规模持续扩大，职工薪酬支出较大，2015 年期间费用高达 694.93 万元，营业毛利尚不足以弥补企业运营产生的固定成本，因而 2015 年度麟游互动仍旧处于亏损状态。2016 年 1-9 月，随着麟游互动业务规模的进一步扩大，营业收入保持快速增长，同时 2016 年 1-9 月期间费用相比上年同期较稳定。在营业毛利大幅增长，而期间费用保持稳定的情况下，2016 年 1-9 月麟游互动实现净利润 1,013.16 万元。

独立财务顾问经核查认为，麟游互动业绩大幅波动具有合理性。

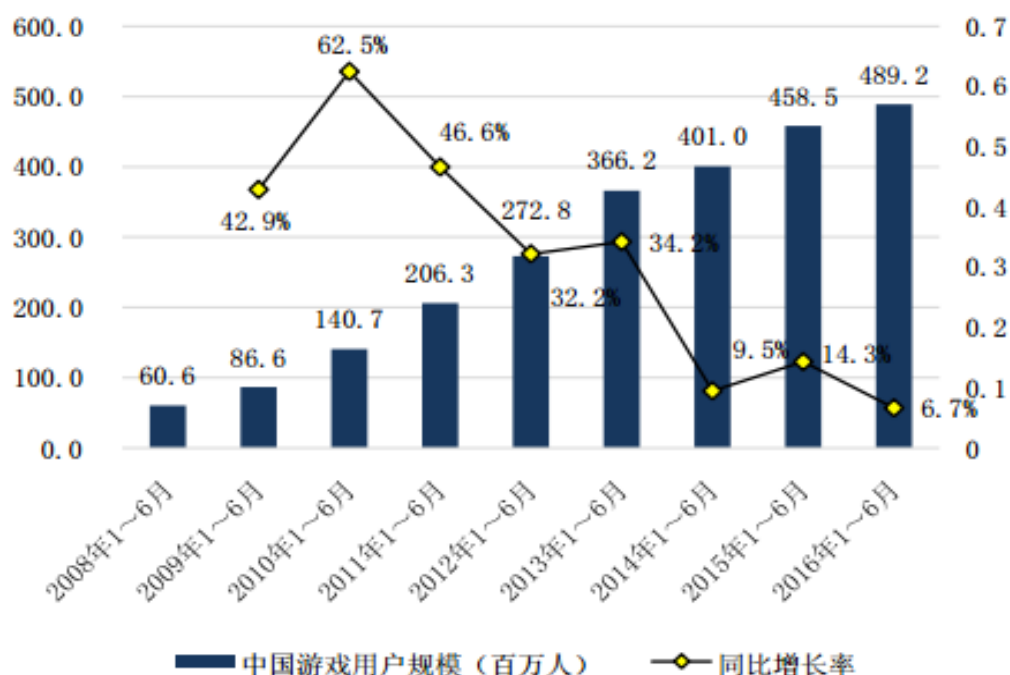
公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（六）麟游互动主营业务情况”中进行了补充披露。

（2）请结合游戏行业发展情况、标的公司已推出及拟推出的每款游戏产品的生命周期、预计收入、在研游戏产品的研发进度、预计推出时间、预期收入、游戏产品储备情况等，详细说明上述承诺业绩较已实现业绩大幅增长的原因，并说明业绩承诺的具体依据及合理性。

回复：

一、游戏行业发展情况

根据中国版协游戏工委（GPC）、国际数据公司（IDC）及中新游戏（伽马新媒 CNG）联合发布的中国游戏产业报告，2016 年 1-6 月，中国游戏用户达到 4.89 亿人，同比增长 6.7%。其中客户端游戏用户数量达到 1.38 亿人，同比增长 3.1%；网页游戏用户数量达到 2.79 亿人，同比下降 8.7%；移动游戏用户数量达到 4.05 亿人，同比增长 10.7%。



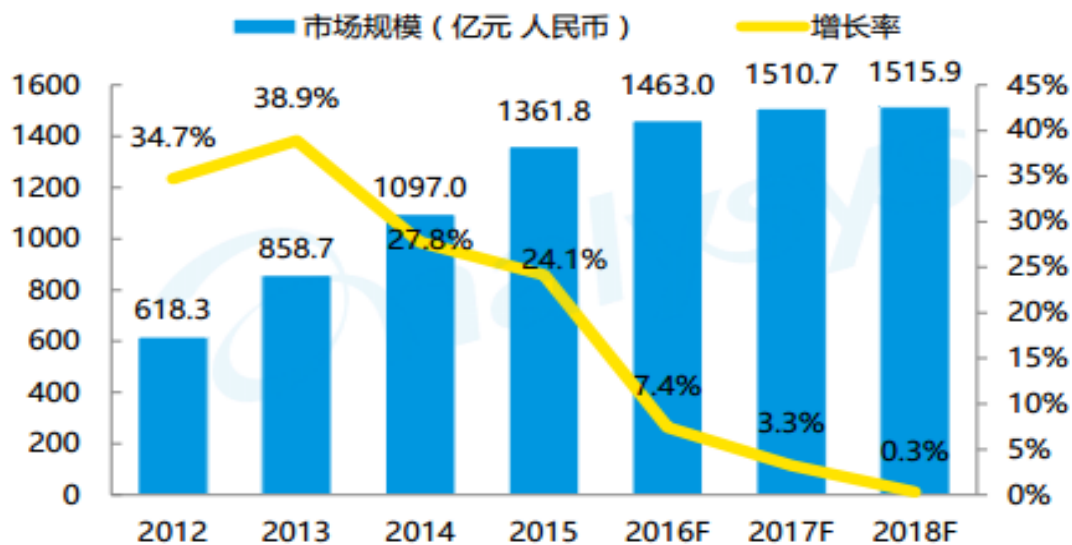
数据来源：GPC IDC and CNG

2015 年，中国游戏（包括客户端游戏、网页游戏、社交游戏、移动游戏、单机游戏、电视游戏等）市场实际销售收入达到 1,407 亿元人民币，同比增长 22.9%。2016 年 1-6 月，中国游戏市场实际销售收入达到 787.5 亿元人民币，同比增长 30.1%。网络游戏作为互联网娱乐性应用的代表，因其丰富的游戏内容、代入感强、拥有社交属性等特点，已经成为大多数网民日常生活中不可或缺的重要组成部分。网络游戏用户规模的持续增长，为标的公司未来业务发展奠定了坚实的市场基础。



据 Analysys 易观数据发布的《中国网络游戏市场年度综合报告 2016》预测，中国网络游戏市场规模仍有一定的增长空间。

2016-2018年中国广义网络游戏市场规模预测



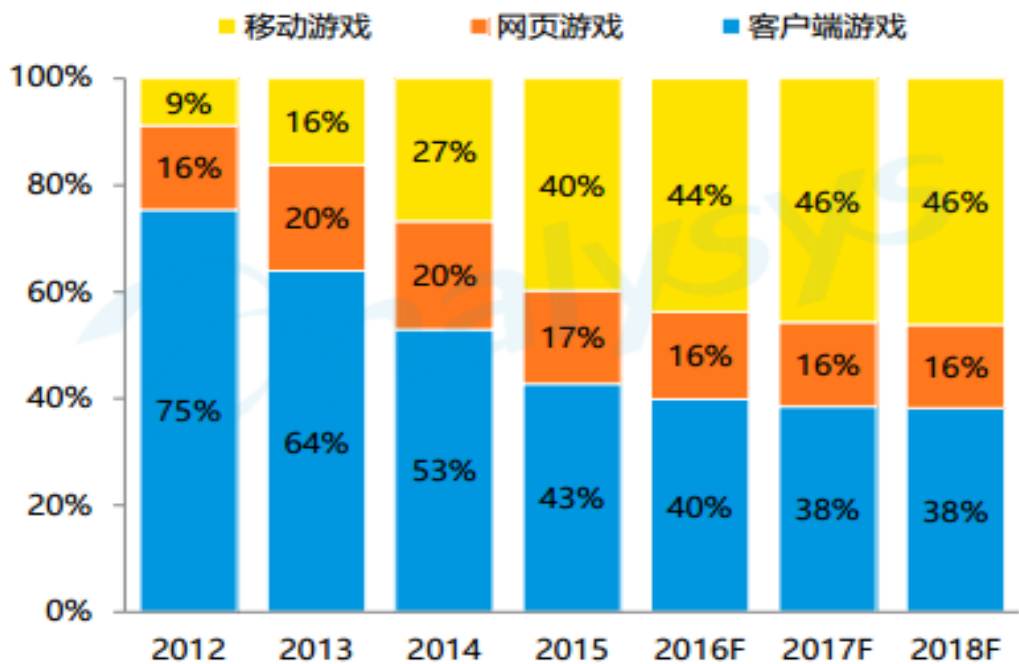
说明：中国广义网络游戏市场包含 1. 中国客户端网络游戏市场；2. 中国网页游戏市场（含社交网页游戏）；3. 中国移动游戏市场（包含移动网络游戏和移动单机游戏）。
数据来自上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

Analysys 易观数据预测 2012-2018 年中国网络游戏细分市场占比如下：

2012-2018年中国网络游戏细分市场占比



© Analysys 易观

www.analysys.cn

从上图可以看出，网络游戏细分市场呈现差异化发展态势。其中，客户端网游市场近年来发展较为稳定网页网游市场步入成熟期，移动网游市场呈现出大幅增长后逐步走向稳定。

二、标的公司游戏产品相关情况

（一）文脉互动

根据文脉互动目前接受的游戏开发订单以及未来开发计划，文脉互动已推出或拟推出各游戏基本情况如下：

游戏名称	研发进度	预计上线时间	生命周期	预测收入（万元）		
				2017	2018	2019
《热血战歌》	已完成	2016年3月	---	不再参与流水分成		
《怒斩千军》	开发完成	2016年12月	14个月	1,844.57	22.66	
《屠龙战记》	开发完成	2017年3月	20个月	1,973.30	111.17	
《武侠之谜》	开发完成	2017年3月	19个月	1,915.43	131.87	
《太古神王》 （暂定名）	立项完成， 产品开发中	2017年二季度	16个月	1,753.22	172.52	

《文明OL-破晓之光》	立项完成，产品开发中	2017年三或四季度	16个月	1,126.48	2,122.50	
ARPG手游（暂未定名）	立项完成，产品开发中	2017年三或四季度	10个月	308.36	812.18	
游戏1（黑桃互动定制）	已签署开发协议，纳入开发计划	2018年一季度	19个月		3,003.93	185.37
游戏2（搜狗网络定制）	已签署开发协议，纳入开发计划	2018年二季度	17个月		2,512.77	223.02
战略产品1（3D微端页游）	纳入开发计划	2018年二或三季度	17个月		1,878.57	427.42
战略产品2（2D项目）	纳入开发计划	2018年三季度	16个月		636.75	1,049.84
战略产品3（3D手游项目）	纳入开发计划	2018年三季度	14个月		373.12	2,527.48
战略产品4（2D手游项目）	纳入开发计划	2019年第一季度	15个月			2,275.62
战略产品5（3D手游项目）	纳入开发计划	2019年第二季度	15个月			2,415.90
战略产品6（2D项目）	纳入开发计划	2019年第二季度	15个月			1,849.91
战略产品7（2D项目）	纳入开发计划	2019年第二季度或第三季度	15个月			951.09
战略产品8（3D微端项目）	纳入开发计划	2019年第三季度	15个月			2,157.02

文脉互动自2014年12月成立后，截至2015年6月均处于筹办期。2015年6月文脉互动接受江苏易乐委托开发《热血战歌》。2016年3月《热血战歌》上线运营，文脉互动开始收取游戏分成金并确认收入，故文脉互动2016年以前年度未产生销售收入。由于《热血战歌》的IP授权于2016年12月31日到期，文脉互动已与江苏易乐达成协议，即自2016年12月31日不再提供《热血战歌》的后续运维服务，亦不再参与《热血战歌》后续流水分成。

随着研发团队规模扩大以及开发效率提升，2016年度文脉互动先后接受剑圣网络委托定制MMORPG网页游戏《屠龙战记》，接受深圳市豆悦网络科技游

戏公司委托定制ARPG手游《武侠之谜》并同时研发《怒斩千军》、《太古神王》（暂定名）和《文明OL-破晓之光》以及ARPG手游（暂未定名）四款游戏。此外，上海黑桃互动网络科技有限公司（以下简称黑桃互动）、北京搜狗网络技术有限公司（以下简称搜狗网络）等公司已与文脉互动签署协议，拟委托文脉互动进行游戏开发。文脉互动业绩承诺系以历史开发游戏《热血战歌》运营数据作为参照，根据游戏市场未来发展规模，并综合自身研发实力、拟上线游戏情况及未来发展规划进行合理预测的结果，具有合理性。

（二）麟游互动

根据麟游互动历史运营数据及未来游戏上线计划，麟游互动已上线运营或拟上线运营游戏基本情况如下：

游戏类型	预测数量（个）			生命周期	预测收入（万元）		
	2017	2018	2019		2017	2018	2019
大型游戏	14	18	22	2-4年或以上	19,748.43	25,523.50	32,465.00
小型游戏	100	105	110	1-2年或以下	6428.80	7393.12	8502.09

麟游互动主营业务为移动网络游戏的联合运营及代理发行。2015年及2016年1-9月，前十大游戏占麟游互动主营业务收入的比重均达75%以上，即大型游戏运营产生的收入占比较高。截至报告期末，麟游互动运营上线游戏共计62款，大型游戏生命周期一般在2-4年或以上，小型游戏生命周期一般在1-2年或以下，由于麟游互动已上线或拟上线游戏类型多样，涵盖角色扮演类、卡牌类、策略类等多种游戏类型，较难以对每一款游戏生命周期进行合理预计。

麟游互动通过与大型游戏研发商合作，自成立以来，相继运营了畅游时代开发的《天龙八部3D》，驰游信息开发的《少年三国志》和《大皇帝OL》、完美世界开发的《暗黑黎明》和吉比特开发的《问道》等优质游戏，并与上述知名游戏研发商建立了稳定密切的合作关系。同时，随着麟游互动运营游戏数量不断增加，其在业内影响力提升，游戏研发商或代理商主动寻求与其合作。通过与上游五十余家游戏研发商和代理商保持良好的合作关系，麟游互动已储备起九十余款游戏产品，类型涵盖角色扮演类、卡牌类、策略类等多个热门游戏类型。丰富的游戏产品储备为麟游互动业务开展奠定了坚实的基础。同时，为应对日益激烈的市场竞争，麟游互动与网络广告平台合作对游戏进行精准推广。为提高推广转化

效率，麟游互动建立了一套科学完整的网络广告平台流量分析体系，对网络广告平台进行推广测试，与达到游戏流量要求的广告平台建立深度合作关系，并通过对目标游戏玩家的上网习惯进行分析等方式，制定精准高效的推广方案，从而不断提升投入产出比，增强核心竞争力。麟游互动业绩承诺系以历史运营游戏数据运营数据作为参照，根据游戏市场未来发展规划，并综合自身运营实力、游戏储备及未来运营规划进行合理预测的结果，具有合理性。

独立财务顾问经核查认为，交易标的业绩承诺系以历史开发游戏或历史运营数据作为参照，根据游戏市场未来发展规划，并综合自身研发实力、拟上线游戏情况、游戏储备及未来发展规划进行合理预测的结果，具有合理性。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章交易标的基本情况之四、关于标的公司业绩实现可行性的分析”中进行了补充披露。

问询问题8、请以举例的方式列示在交易标的实现不同业绩情况下，业绩承诺期内各期应补偿的金额及对应的补偿方式；如若交易标的业绩未如预期，出现大额亏损，是否存在交易对手方无法提供补偿的情形；如存在，请根据预案测算得出该等情形发生时交易标的累计亏损的金额，并充分提示相关风险，请独立财务顾问对该利润补偿方案及保障措施的可性发表专业意见。

回复：

本次交易业绩承诺与补偿方案的主要内容参见本次交易重组预案“第二章本次交易的具体方案之二、交易的具体方案之（一）发行股份购买资产之 2、业绩承诺与补偿方案”。

一、交易标的实现不同业绩情况举例

假设本次交易在 2017 年度实施完毕且承诺期内上市公司未实施资本公积金转增股本或分配股票股利及现金分红等除权、除息事项，补偿承诺人在交易标的实现不同业绩情况下，其各期应补偿金额及对应补偿方式如下：

（一）假设交易标的承诺期内部分年度未实现承诺净利润

假设交易标的承诺期内部分年度未实现承诺净利润（取实际实现承诺净利润 50%为例），补偿承诺人各期应补偿金额及对应补偿方式如下：

文脉互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		4,500	5,800	7,500
假设实际实现净利润（万元）		4,600	2,900	3,750
当期应补偿金额合计（万元）			8,890.79	11,907.30
樊英杰	当期应承担补偿金额（万元）		4,356.49	5,834.58
	当期应补偿股数（万股）		547.99	733.91
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
李刚	当期应承担补偿金额（万元）		2,667.24	3,572.19
	当期应补偿股数（万股）		335.50	449.33
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
浩宇投资	当期应承担补偿金额（万元）		1,867.07	2,500.53
	当期应补偿股数（万股）		234.85	314.53
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
麟游互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		3,500	4,500	5,800
假设实际实现净利润（万元）		3,600	2,250	2,900
当期应补偿金额合计（万元）			8,805.65	11,877.39
周利飞	当期应承担补偿金额（万元）		4,207.14	5,674.75
	当期应补偿股数（万股）		529.20	713.81
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
廖鹏	当期应承担补偿金额（万元）		3,130.90	4,223.07
	当期应补偿股数（万股）		393.82	531.20
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司	不适用	否	否

	对价股份数			
	当期应补偿现金金额（万元）			
李璞	当期应承担补偿金额（万元）		489.20	659.86
	当期应补偿股数（万股）		61.53	83.00
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
杜川	当期应承担补偿金额（万元）		489.20	659.86
	当期应补偿股数（万股）		61.53	83.00
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
欧阳志羽	当期应承担补偿金额（万元）		489.20	659.86
	当期应补偿股数（万股）		61.53	83.00
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	不适用	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			

（二）假设交易标的承诺期内各年度均未实现承诺净利润

假设交易标的承诺期内各年度均未实现承诺净利润（取实际实现承诺净利润50%为例），补偿承诺人各期应补偿金额及对应补偿方式如下：

文脉互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		4,500	5,800	7,500
假设实际实现净利润（万元）		2,250	2,900	3,750
当期应补偿金额合计（万元）		7,144.38	9,208.31	11,907.30
樊英杰	当期应承担补偿金额（万元）	3,500.75	4,512.07	5,834.58
	当期应补偿股数（万股）	440.35	567.56	733.91
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
李刚	当期应承担补偿金额（万元）	2,143.31	2,762.49	3,572.19
	当期应补偿股数（万股）	269.60	347.48	449.33

	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
浩宇投资	当期应承担补偿金额（万元）	1,500.32	1,933.75	2,500.53
	当期应补偿股数（万股）	188.72	243.24	314.53
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
麟游互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		3,500	4,500	5,800
假设实际实现净利润（万元）		1,750	2,250	2,900
当期应补偿金额（万元）		5,548.01	7,133.15	9,193.84
周利飞	当期应承担补偿金额（万元）	2,650.71	3,408.06	4,392.61
	当期应补偿股数（万股）	333.42	428.69	552.53
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
廖鹏	当期应承担补偿金额（万元）	1,972.62	2,536.23	3,268.92
	当期应补偿股数（万股）	248.13	319.02	411.19
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
李璞	当期应承担补偿金额（万元）	308.22	396.29	510.77
	当期应补偿股数（万股）	38.77	49.85	64.25
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
杜川	当期应承担补偿金额（万元）	308.22	396.29	510.77
	当期应补偿股数（万股）	38.77	49.85	64.25
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			

欧阳志羽	当期应承担补偿金额（万元）	308.22	396.29	510.77
	当期应补偿股数（万股）	38.77	49.85	64.25
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			

（三）假设交易标的承诺期内各年度实现的净利润均为零

假设交易标的承诺期内各年度实现的净利润均为零，补偿承诺人各期应补偿金额及对应补偿方式如下：

文脉互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		4,500	5,800	7,500
假设实际实现净利润（万元）				
当期应补偿金额合计（万元）		14,288.76	18,416.63	23,814.61
樊英杰	当期应承担补偿金额（万元）	7,001.49	9,024.15	11,669.16
	当期应补偿股数（万股）	880.69	1,135.11	1,467.82
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
李刚	当期应承担补偿金额（万元）	4,286.63	5,524.99	7,144.38
	当期应补偿股数（万股）	539.20	694.97	898.66
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
浩宇投资	当期应承担补偿金额（万元）	3,000.64	3,867.49	5,001.07
	当期应补偿股数（万股）	377.44	486.48	629.07
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
麟游互动				
项目		2017 年度	2018 年度	2019 年度
承诺净利润（万元）		3,500	4,500	5,800
假设实际实现净利润（万元）				

当期应补偿金额（万元）		11,096.01	14,266.30	14,012.68
周利飞	当期应承担补偿金额（万元）	5,301.43	6,816.12	6,694.95
	当期应补偿股数（万股）	666.85	857.37	842.13
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
廖鹏	当期应承担补偿金额（万元）	3,945.25	5,072.46	4,982.29
	当期应补偿股数（万股）	496.26	638.05	626.70
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
李璞	当期应承担补偿金额（万元）	616.45	792.57	778.48
	当期应补偿股数（万股）	77.54	99.69	97.92
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
杜川	当期应承担补偿金额（万元）	616.45	792.57	778.48
	当期应补偿股数（万股）	77.54	99.69	97.92
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			
欧阳志羽	当期应承担补偿金额（万元）	616.45	792.57	778.48
	当期应补偿股数（万股）	77.54	99.69	97.92
	累计应补偿股数是否超过通过本次交易取得的上市公司对价股份数	否	否	否
	当期应补偿现金金额（万元）			

本次交易上市公司不涉及以现金作为支付对价，且上市公司与交易对方签署的附条件生效的《发行股份购买资产协议》约定，如补偿承诺人当期需向山东矿机支付补偿，则先以补偿承诺人因本次交易取得的尚未出售的股份进行补偿，不足部分以现金补偿。补偿承诺人向山东矿机支付的补偿总额不超过本次交易的股份对价。据此，在补偿承诺人未提前出售股份的情况下，无论交易标的在承诺期内各年度实现利润情况如何走低，本次交易均由补偿承诺人以本次交易取得的上

市公司股份作为补偿，不涉及现金补偿。

在出现极端情况即交易标的承诺期内各年度实现的净利润均为零，在补偿承诺人未提前出售股份的情况下，文脉互动补偿承诺人可以通过本次交易取得的山东矿机股份支付补偿的比例为 100%，麟游互动补偿承诺人可以通过本次交易取得的山东矿机股份支付补偿的比例为 90%。

二、相关风险提示

根据上市公司与交易对方签署的附条件生效的《发行股份购买资产协议》，如补偿承诺人当期需向山东矿机支付补偿，则先以补偿承诺人因本次交易取得的尚未出售的股份进行补偿，不足部分以现金补偿。补偿承诺人向山东矿机支付的补偿总额不超过本次交易的股份对价。虽然交易标的所属行业发展状况良好及其目前业务运行情况良好，预计未来不会出现大额亏损情况，如若交易标的业绩未如预期，出现大额亏损，存在交易对手方无法提供补偿的情形，敬请广大投资者注意投资风险。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“**重大风险提示之十、承诺业绩存在无法实现的风险**”中进行了补充披露。

三、独立财务顾问关于利润补偿方案及保障措施可行性的核查意见

山东矿机与交易对方签署的附条件生效的《发行股份购买资产协议》对补偿承诺人业绩补偿金额的计算方式、补偿方式等均进行了明确约定。根据本次交易方案，本次交易山东矿机拟全部以上市公司股份作为对价，不涉及支付现金。本次交易完成后，按照交易各方初步确定的交易价格以及相关发行底价测算，补偿承诺人预计将合计持有山东矿机 12,062.26 万股股份。补偿承诺人已就该等股份与山东矿机约定了锁定安排，该等举措可有力提供一定程度的履约保障。其次，文脉互动主要股东樊英杰先生承诺，若文脉互动其他补偿承诺人无法支付补偿对价，为保障上市公司权益，由其代为支付文脉互动其他补偿承诺人的补偿对价，并拥有对文脉互动其他补偿承诺人的追偿权；麟游互动主要股东周利飞女士及廖鹏先生承诺，若麟游互动其他补偿承诺人无法支付补偿对价，为保障上市公司权益，由其代为支付麟游互动其他补偿承诺人的补偿对价，并拥有对麟游互动其他补偿承诺人的追偿权。

独立财务顾问经核查认为，补偿承诺人对交易标的未来 3 年业绩予以承诺并制定了详细的业绩补偿方案，补偿安排具有可行性及合理性，不会损害上市公司股东利益，尤其是中小股东利益。

问询问题 9、请根据标的公司的游戏业务和产品特点，结合不同的游戏收费方式、运营方式以及标的公司承诺的义务和风险，在主要会计政策中，补充披露文脉互动、麟游互动游戏开发、运营、代理等业务的收入确认、成本结转的具体方法。

回复：

一、文脉互动收入、成本的确认原则和计量方法

（一）收入确认的原则和计量方法

1、销售商品收入确认和计量的总体原则

已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

2、提供劳务收入确认和计量的总体原则

于资产负债表日，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，按完工百分比法确认提供劳务收入；否则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认收入。提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入公司，交易的完工进度能够可靠地确定，交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

3、关于文脉互动营业收入确认的具体方法

文脉互动营业收入主要系游戏运营分成金或游戏定制费。

游戏分成金收入确认方法：文脉互动与游戏定制方或游戏运营商每月按照游戏充值流水金额及约定的分成比例对账核对无误后确认游戏分成金。具体来讲，文脉互动在收到游戏定制方或游戏运营商提供的包含基于双方协议约定而确定分成金额的对账单后，根据其自身的后台数据进行核对。经双方确认无误后，以

经双方确认的对账单进行结算，确认收入。

游戏定制费在文脉互动开发游戏完毕并经定制方验收通过后确认为营业收入。游戏定制费总额，按照游戏产品定制协议中约定的定制费确定，但协议约定的价款不公允的除外。

（二）成本的确认和归集的具体会计政策

标的公司营业成本确认分如下两种情形：

1、收取定制费的受托定制业务

营业成本包括产品上线前参与游戏开发的相关研发人员的薪酬支出（含工资、奖金、社保和公积金等）、技术服务外包支出等游戏开发支出以及产品上线后的运营人员、维护人员的薪酬等。

2、不收取定制费的受托定制业务以及游戏自主研发业务

产品上线前参与游戏开发的相关研发人员的薪酬支出（含工资、奖金、社保和公积金等）、技术服务外包支出等游戏开发支出计入管理费用；营业成本仅包括产品上线后的运营人员、维护人员的薪酬等。

二、麟游互动收入、成本的确认原则和计量方法

（一）收入确认的原则和计量方法

1、销售商品收入确认和计量的总体原则

已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

2、具体收入确认方法

第三方平台联合运营模式下，根据协议约定，麟游互动需要保证向渠道商提供收取款项对应的服务，承担了与分成款相关的风险和报酬，按照净额法确认收入，即按照麟游互动与联合运营方确认的结算对账单进行结算，并确认收入。具体确认方法系：麟游互动在收到渠道商提供的包含基于双方协议约定的分成比例

而确定的分成金额的对账单后，根据其自身的后台数据进行核对。经双方确认无误后，以经双方确认的结算对账单进行结算，确认收入。

自有平台联合运营模式下，麟游互动需要保证向玩家提供收取款项对应的服务，承担了与玩家充值金额相关的风险和报酬，按照总额法确认收入，即将游戏玩家充值金额在生命周期内摊销确认为营业收入。

在代理运营模式下，由于麟游互动在获取独家代理发行权后会采取第三方平台联合运营或自有平台运营的模式进行推广运营工作，因此这种运营模式下的收入会按照其推广运营方式，选择相应的收入确认原则分别进行确认。

（二）成本的确认和归集的具体会计政策

麟游互动营业成本包括游戏产品成本、版权金摊销成本和其他成本。

1、游戏产品成本

游戏产品成本系麟游互动向游戏提供方支付的用于发行的游戏产品成本。麟游互动根据可供分配收入以及合同协议约定的分成比例计算并支付给游戏提供方的产品分成成本。

麟游互动每月向游戏提供方提供包含分成金额的对账单，游戏提供方根据其自身的后台数据进行核对。经双方确认无误后，以经双方确认的结算对账单进行结算，麟游互动确认成本。

2、游戏推广成本

游戏推广成本系麟游互动向网络广告平台或游戏渠道商支付推广服务费。麟游互动推广服务结算方式主要有采用游戏充值流水分成（CPS 模式）或流量付费的形式（CPC、CPA、CPM 模式），其中采用游戏充值流水分成方式的，根据双方对账后确定的结算额支付服务费。采用流量付费的形式的，其中 CPA 模式下的渠道推广成本结算系麟游互动根据用户激活数量以及合同协议约定的单价计算并支付服务费。麟游互动的游戏推广成本在实际发生时确认。

3、版权金摊销成本

版权金系标的麟游互动为获得游戏研发商所开发的游戏产品运营代理权或获得游戏发行商授权运营而一次性支付的费用，麟游互动在收益期内按直线法摊

销计入营业成本。

4、其他成本

其他成本包含服务器托管、租赁及运营带宽费等，麟游互动在费用实际发生时确认成本。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（十三）文脉互动主要财务数据”和“第五章交易标的基本情况之三、标的公司基本情况——麟游互动之（十三）麟游互动主要财务数据”中进行了补充披露。

问询问题 10、请结合标的公司的核心技术、业务人员的教育及任职经历，说明文脉互动、麟游互动核心技术人员的胜任能力，以及你公司完成本次收购后，如何继续保持标的公司核心人员的稳定性，以及标的公司在游戏行业的竞争优势和持续盈利能力。

回复：

一、文脉互动

（一）核心技术及核心人员教育及任职经历情况

1、核心技术情况

文脉互动科技目前所掌握的核心技术如下表所示：

序号	技术名称	所处阶段	技术功能	来源
1	基于 flash developer5.x 和 flash player 开发文脉游戏 2.5D 客户端引擎	已完成	使用 as3 和 c 语言搭建，使用高速的 bitmap 序列加速渲染技术，使游戏可承载四百人同屏国战、二千人攻城的宏大游戏体验；全面支持次世代渲染技术，适用于制作端游、页游和手游；模块独立性强，便于拆分使用，占用内存小，效率高；支持微端功能及跨平台使用，拥有完善的编辑器，采用斜 45 度锁视角地图、使游戏在视觉呈现和性能上达到近乎完美的配合。	自研
2	文脉引擎工具链	已完成	基于文脉引擎，开发了一套完整的工具链：地图编辑器，角色动画编辑器，协议编辑器等工具，大幅度提高了开发效率和沟通效率	自研

3	基于 Microsoft Visual Studio 2015 社区版开发的文脉游戏服务器引擎	已完成	使用当下世界上最优雅的 c# 开发，保证了底层通信的稳定强大；另外对视野同步做最先进的删减，大量的避免了传统九宫格广播的弊端，使单台服务器可以承载 3 千人以上同时在线；服务器采用时下 MMORPG 最先进的实体组件系统框架，兼顾扩展性易用性；游戏中大量的逻辑采用脚本，可以在不重启服务器的前提下，更新数据逻辑，保证玩家在线体验。	自研
4	用 Asp.net 和 JS 开发，基于 mono 平台和 mysql 以及 redis 的大数据采集统计和分析系统	已完成	使用表现效果好，兼容性极高的 bootstrap 前端 js 框架，可以兼容各种浏览器，甚至在移动端也有强大的兼容显示；采用国际通用的 log4net 技术进行数据采集，能同时对成千上百台机器进行管理；采用强大的日志分析技术，对日志进行分析，采样，最后进行图形化展示；对游戏的各种异常情况进行监控，可以第一时间通知相关运维人员，及时处理。	自研

2、核心人员教育及任职经历情况

截至 2016 年 9 月 30 日，文脉互动共有核心技术人员 4 名，除张云鹏任职副总裁外，其余 3 名分别来自策划部、程序部和美术部，涵盖游戏研发的设计、编程、美术与测试等关键环节，具体情况如下：

姓名	学历	从业年限	任职
张云鹏	本科	9 年	副总裁
杨昊	本科	5 年	策划主管
李洪亮	专科	11 年	技术总监
高翔	本科	5 年	主美术设计师

张云鹏，男，1984 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，河北理工大学计算机科学与技术专业毕业。2007 年 7 月至 2009 年 3 月于北京优万科技有限公司任策划师，担当主策划一职，负责客户端游戏的设计制作，主要负责游戏项目有《由我世界》和《CETV 虚拟教育社区》。2009 年 4 月至 2011 年 7 月于天赋精诚科技有限公司任主策划，负责端游《遗落幻境》的设计与研发协调。2011 年 7 月至 2012 年 4 月于北京互爱科技有限公司，任制作人，负责《剑舞三国》的研发设计。2012 年 5 月至 2014 年 12 月，于河北文脉互动科技

有限公司任总经理助理，负责《血饮传说》的项目研发及人员招聘、项目管理等工作。2015 年 1 月至今于北京文脉互动科技有限公司任副总裁，负责《热血战歌》、《屠龙战记》和《武侠之谜》等项目的研发管理，人员招聘等工作。

杨昊，男，1988 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，商丘师范学院动画专业毕业。2003 年 8 月至 2005 年 4 月于成都索贝数码科技股份有限公司任研发工程师，2011 年 7 月至 2013 年 1 月于北京鸿途游戏科技有限公司任游戏系统策划，2013 年 2 月至 2014 年 1 月于北京纯白互动科技有限公司任游戏系统策划；2014 年 1 月至 2014 年 11 月于河北文脉网络科技有限公司担任策划主管；2014 年 12 月至今于文脉互动任策划主管，负责《热血战歌》游戏策划工作。任职文脉互动前，李洪亮先后于其任职单位参与《江山美人》、《画皮 2》等游戏的研发，负责游戏策划等工作。

李洪亮，男，1979 年 7 月出生，中国国籍，无境外居留权，专科学历，临沂医专毕业。2005 年 5 月至 2006 年 11 月于“闪客帝国”担任游戏研发工程师；2006 年 11 月至 2008 年 3 月于北京万维天空科技有限公司任前端负责人，负责引擎技术以及团队培训；2008 年 3 月至 2010 年 3 月份，待业；2010 年 4 月至 2011 年 11 月于北京位龙在线网络科技有限公司担任技术总监；2011 年 12 月至 2013 年 2 月于北京麒麟网文化股份有限公司担任主程序员，负责《神魔道》项目的底层引擎开发；2013 年 3 月至 2014 年 9 月于北京云网软件技术有限公司担任制作人，负责手游《山海伏魔录》的项目管理。2014 年 12 月至今在文脉互动任职技术总监。任职文脉互动前，李洪亮先后于其任职单位参与《热血大唐》、《神魔道》、《山海伏魔录》等游戏的研发，负责前后端引擎基础开发及服务器框架设计和项目管理等工作。李洪亮大学期间基于兴趣自学编程，同时积极参加编程培训机构培训，掌握了丰富的编程技能。大学毕业后，李洪亮一直从事游戏开发工作，拥有丰富的从业经验，其开发的《热血大唐》、《神魔道》、《山海伏魔录》等游戏制作精良、程序稳定。李洪亮在文脉互动任职期间具备胜任能力。

高翔，男，1986 年 10 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，首都师范大学科德学院平面设计专业毕业。2011 年 7 月至 2013 年 4 月于梦启科技有限公司任 UI 设计师，负责网页游戏的 UI 制作，腾讯广点通广告图制作及其他平面类工作。2013 年 5 月至 2013 年 11 月于天神互动科技优先公司任 UI 设计

师，负责新项目研发和已上线项目《飞升》的维护工作。2013 年 11 月至 2014 年 11 月于畅游天下任 UI 设计师，负责 Q 版卡牌手游《幻想金庸》UI 设计制作。2014 年 12 月至今于文脉互动任主美术设计师，负责《热血战歌》、《屠龙战记》和《武侠之谜》等项目的美术设计制作及风格把控。

文脉互动在网络游戏研发过程中，自主研发了先进的客户端和服务端引擎、完整的引擎工具链和精准的大数据采集统计和分析系统，建立了相对成熟的开发框架，使得产品研发得以提升开发效率、缩短开发周期、降低维护成本。系统化的研发流程与成熟的开发框架，确保了文脉互动研发的网络游戏产品的高成功率。文脉互动核心研发团队在文脉互动成立前，已有多年的游戏开发经历，加入文脉互动后，主导开发了大型传奇类 2D-ARPG 网页游戏《热血战歌》、3DMMOARPG 微端网游《怒斩千军》以及开发 MMORPG 网页游戏《屠龙战记》、ARPG 手游《武侠之谜》等多款游戏产品，具有专业从事研发工作的胜任能力。

（二）保持核心人员的稳定性以及行业竞争优势和持续盈利能力的措施

1、保持核心人员稳定性的措施

经营过程中，为保持上述核心技术人员的稳定性，文脉互动采取的主要措施如下：

（1）签订稳定、长期的劳动合同

文脉互动与上述核心技术人员保持稳定、长期的劳动合同关系，与核心业务人员签署的劳动合同期限均在 3 年以上，报告期内，上述人员稳定未出现大幅离职。

（2）签署保密非竞争协议

文脉互动与上述核心业务人员签署保密与非竞争协议，确保上述核心业务人员在与文脉互动存在劳动合同关系期间及该等劳动关系结束后的两年内不得从事与文脉互动存在竞业关系的行业。

2、保持行业竞争优势和持续盈利能力的措施

（1）坚持人才战略，维持现有研发人员稳定并积极吸纳优秀人才加盟

文脉互动自成立之日起便坚持人才储备战略，重视团队建设和企业文化建

设，建立了公平的人才晋升机制和员工奖励机制，有效的保证了研发团队的稳定性。未来文脉互动将适时根据业务发展需要，积极吸纳优秀人才加盟，充实研发实力。

（2）加大研发投入，提高游戏产品品质并确保在研游戏及时上线

报告期内，文脉互动累计投入 1,300 余万元进行研发工作，研发规模迅速扩大。未来文脉互动将继续加大研发投入，从提高游戏产品品质入手，适时推出新的游戏产品以保持行业竞争优势和持续盈利能力。

（3）保持与游戏发行商的密切合作并大力开展自主研发业务

报告期内，文脉互动的主要业务为网络游戏的受托定制开发及自主研发。一方面，文脉互动将继续保持与行业内游戏发行商的密切合作，维持并扩大网络游戏受托定制开发业务。另一方面，文脉互动将大力开展自主研发业务，购买或培育优质 IP，适时推出具有自主知识产权的网络游戏产品。

二、麟游互动

（一）核心技术及核心人员教育及任职经历情况

1、核心技术及未来技术储备情况

（1）核心技术情况

麟游互动科技目前所掌握的核心技术如下表所示：

序号	技术名称	所处阶段	技术功能	来源
1	sandGlass聚合打包	已完成	游戏接入此sdk，通过工具一键打包出多家渠道包。sandGlass通过对接入的游戏APK进行分析和反编译，最终结合渠道SDK的APK子包，进行重新编译与签名，从而减少打包的时间，节约重复接入SDK的时间，使游戏在出包和分发过程中提升效率。目前已支持国内100余家渠道的SDK自动接入与打包，相较于传统的由游戏方单个sdk接入的方式，可以提升近百倍的效率。	自研
2	CPS 自动分发	已完成	根据APK的签名原理，通过对游戏APK进行分析和在APK里动态追加参数，实现APK动态打包和CPS游戏包自动出包。操作人员分配相应参数，通过网络请求的方式，动态的对APK进行解包和重新封闭。极大的节省硬件资源及人力资源，提高运营效率、节省时间成本。	自研
3	麟游用户	已完成	合理的用户架构，与缓存机制高效优雅的实现用	自研

	中心		户中心，采用 ID 自适应分配，并且保证在用户 ID 唯一的情况下可以对 ID 进行调度。对用户设备和 IP 进行控制，使用户中心更加安全可靠，杜绝单点攻击和垃圾数据产生的可能性，从而为业务提供可靠保障。使用异步请求的方式对用户的请求进行处理，提升了系统的稳定性和高并发性，从而提升整体用户体验。	
4	logStat 数据平台	已完成	完整的游戏运营后台管理与分析系统。能够全面的分析渠道与游戏的所有数据，合理的对渠道数据进行分析。对游戏各项数据和指标进行统计和分析，帮助运营更好的完成规划与分析。严格的权限管理系统对多渠道与多平台进行控制，并采用同步接收数据，异步分析的构架对数据进行分析 and 加工，在不影响业务系统效率的基础上完成数据分析的所有功能。	自研
5	游客登录系统	已完成	根据手游特点，实现用户无注册流程即可登录，且可动态绑定用户。手机用户在此系统中登录成功后根据客户端的唯一标识，用户无需帐号密码，即可成为系统中具有唯一标识的用户，使用户更加方便的进行游戏，让交互更加简单，也避免玩家忘记用户名与密码的烦恼。	自研

（2）未来技术储备情况

（1）玩家分析系统

可以根据玩家的行为数据判断玩家是否有异常行为，如登录异常，充值异常等。对玩家发出的消息进行分析，采用机器学习机制，对垃圾消息和敏感消息进行过滤。

（2）客服系统

针对玩家常提出的问题，通过系统实现自动问答以及玩家与客服在游戏里实时沟通，从而对玩家的登录与充值行为进行分析，为运营提供分析数据。

2、核心人员教育及任职经历情况

截至 2016 年 9 月 30 日，麟游互动核心业务人员情况如下：

廖鹏，男，1982 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，专科学历，四川电力学院计算机专业毕业。2006 年 7 月至 2011 年 11 月任职于畅游天下，历任推广部经理、高级总监，主导建立畅游网页游戏事业部，历经《天龙八部》、《刀剑英雄》、《鹿鼎记》等核心产品上线及运营；2011 年 11 月至 2014 年 1 月于北京标派科技有限公司任经理；2014 年 11 月至今任职于麟游互动，现任麟游互

动执行董事兼经理。

李璞，男，1987年8月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，北京化工大学通信工程专业毕业。2011年11月至2014年1月于北京标派科技有限公司任主策划，负责《大闹西游》等核心产品研发业务；2014年2月至2014年10月任成都游戏工场科技有限公司运营经理，负责游戏产品发行工作；2014年11月至今任职于麟游互动，负责游戏发行运营工作，现任麟游互动运营经理、盟宝互动执行董事兼经理。

杜川，男，1984年7月出生，中国国籍，无境外居留权，专科学历，西华大学计算机应用专业毕业。2009年2月至2010年9月于成都贰叁陆陆科技有限公司任技术经理，负责媒体平台、国内及海外的游戏平台技术等业务；2010年9月至2015年2月任职于北京奇虎科技有限公司，历任“Youxi.com”平台架构师，“360用户中心与支付中心”技术经理，负责“360页游平台”的规划与搭建；2015年6月至今任职于麟游互动，负责技术开发等工作，现任麟游互动技术负责人、监事。

欧阳志羽，男，1985年10月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，四川大学通信工程专业毕业。2009年2月至2012年11月于畅游天下历任产品经理和大区经理，主导推出玩家一站式服务平台《畅游大厅》，接入《天龙八部》、《刀剑英雄》、《鹿鼎记》等公司全线产品，并完成畅游网整体2.0升级改版；2012年11月至2014年2月于成都品果科技有限公司任产品经理，负责《Camera360》移动端产品；2014年2月至2014年11月于成都游戏工场科技有限公司任产品经理；2014年11月至今任职于麟游互动，负责游戏推广工作，现任麟游互动产品经理、成都麟游执行董事兼经理。

麟游互动主要从事网络游戏的联合运营及代理发行。在业务开展过程中，麟游互动自主研发了先进的sandGlass聚合打包技术、CPS自动分发技术，建立了麟游用户中心、logStat数据平台及游客登录系统，能够支持麟游互动顺利开展网络游戏联合运营及代理发行业务。麟游互动核心研发团队在麟游互动成立前，已有多年的游戏发行运营、推广及技术开发经历，加入麟游互动后，主导运营了《天龙八部3D》、《少年三国志》、《蜀山奇缘》、《问道》、《仙剑奇侠传五前传》等多款知名移动网络游戏，具有专业从事网络游戏联合运营及自主

运营工作的胜任能力。

（二）保持核心人员的稳定性以及行业竞争优势和持续盈利能力的措施

1、保持核心人员稳定性的措施

经营过程中，为保持上述核心业务人员的稳定性，麟游互动采取的主要措施如下：

（1）签订稳定、长期的劳动合同

麟游互动与上述核心业务人员保持稳定、长期的劳动合同关系，与核心业务人员签署的劳动合同期限均在 3 年以上，报告期内，上述人员稳定未出现大幅离职。

（2）约定竞业禁止期限

麟游互动与上述核心业务人员签署的劳动合同中均对竞业禁止期限进行了约定，确保上述核心业务人员在与麟游互动存在劳动合同关系期间及该等劳动关系结束后的两年内不得从事与麟游互动存在竞业关系的行业。

此外，根据上述公司与麟游互动全体股东签署的附条件生效的《发行股份购买资产协议》，廖鹏、李璞、杜川、欧阳志羽先生在承诺期及承诺期后一年内，不得主动从麟游公司离职。

2、保持行业竞争优势和持续盈利能力的措施

（1）加大优质游戏产品储备，夯实发行运营业务基础

优质的游戏产品时发行运营业务的基础，可以保证麟游互动通过优质游戏吸引并转化平台用户，提高盈利能力，增强其市场竞争力。未来，麟游互动将凭借既往成功联合发行运营经验，继续保持并扩大与上游游戏研发商和代理商的良好合作关系，大力储备多类型游戏产品，为麟游互动业务开展奠定坚实的基础。

（2）继续拓展下游渠道体系，大力实施精准推广策略

截至报告期末，与麟游互动合作的下游渠道商已达 200 余家。在长期的渠道管理与建设过程中，麟游互动积累了丰富的渠道建设经验，为以后新增渠道的

管理与维护奠定了良好的基础。未来，麟游互动将继续大力拓展广泛的发行渠道体系，以保持长尾流量市场取得先发优势。

同时，为应对日益激烈的市场竞争，麟游互动与网络广告平台合作对游戏进行精准推广。为提高推广转化效率，麟游互动建立了一套科学完整的网络广告平台流量分析体系，对网络广告平台进行推广测试，与达到游戏流量要求的广告平台建立深度合作关系，并通过对目标用户的上网习惯进行分析等方式，制定精准高效的推广方案，从而不断提升投入产出比，增强核心竞争力。

问询问题 11、预案披露，本次 9 个购买资产的交易对方和 2 个募集资金认购方中，包括浩宇投资、桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“岩长投资”）2 个有限合伙企业，请补充披露以下内容，并请独立财务顾问和律师进行专项核查并发表专业意见：

（1）有限合伙企业合伙人的出资形式、目的、资金来源、取得合伙权益的日期、普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系以及利益分配等情况。

回复：

根据浩宇投资合伙协议及浩宇投资全体合伙人出具的承诺，浩宇投资合伙人出资形式、目的、资金来源等情况如下：

名称	合伙人性质	出资形式	目的	资金来源	取得合伙权益日期	权利义务关系及利益分配情况
金志强	普通合伙人	货币	投资	自有或自筹资金	2016 年 2 月	担任执行事务合伙人，执行合伙事务，对外代表合伙企业，对外承担无限责任。合伙企业的利润和亏损，分配比例为 90%
赵婧伊	有限合伙人	货币	投资	自有或自筹资金	2016 年 7 月	不执行合伙事务，但有权监督执行事务合伙人，检查其执行合伙事务情况，对外承担有限责任。合伙企业的利润和亏损，分配比例为 10%

2017 年 2 月 15 日，中国证监会发布《关于修改〈上市公司非公开发行股票实施细则〉的决定》（证监会公告[2017]5 号），将非公开发行股票定价基准日修改为本次非公开发行股票发行期的首日。鉴于资本市场监管环境发生较大变

化，岩长投资拟不再参与公司本次募集配套资金非公开发行股份事宜，并与公司签署《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同之终止合同》（以下简称《终止合同》），决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过。

独立财务顾问认为，根据浩宇投资合伙协议及其合伙人出具的承诺，浩宇投资已将有限合伙企业合伙人的出资形式、目的、资金来源、取得合伙权益的日期、普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系以及利益分配等情况如实披露；根据上市公司与岩长投资签署的《终止合同》，上市公司与岩长投资决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，即岩长投资不再参与山东矿机本次募集配套资金发行认购，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过，履行程序合法有效。

公司律师认为，根据浩宇投资合伙协议及其合伙人出具的承诺，浩宇投资已将有限合伙企业合伙人的出资形式、目的、资金来源、取得合伙权益的日期、普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系以及利益分配等情况如实披露；根据上市公司与岩长投资签署的《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同之终止合同》，上市公司与岩长投资决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，即岩长投资不再参与山东矿机本次募集配套资金发行认购，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过，履行程序合法有效。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第四章 交易对方基本情况之二、交易对方基本情况之（一）文脉互动之3、浩宇投资之（6）合伙人出资形式、目的、资金来源等情况”中进行了补充披露。

（2）请穿透披露岩长投资所有股东，直至自然人，并补充披露每层股东取得相应权益的时间、出资比例，以及穿透后认购募集配套资金的总人数，并说明岩长投资本次认购资金中是否包含结构化产品，如有，请说明解除结构化产品的相应措施。

回复：

2017 年 2 月 15 日，中国证监会发布《关于修改〈上市公司非公开发行股票实施细则〉的决定》（证监会公告[2017]5 号），将非公开发行股票定价基准日修改为本次非公开发行股票发行期的首日。鉴于资本市场监管环境发生较大变化，岩长投资拟不再参与公司本次募集配套资金非公开发行股票事宜，并与公司签署《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同之终止合同》（以下简称《终止合同》），决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过。

独立财务顾问认为，根据浩宇投资合伙协议及其合伙人出具的承诺，浩宇投资已将有限合伙企业合伙人的出资形式、目的、资金来源、取得合伙权益的日期、普通合伙人和有限合伙人之间的权利义务关系以及利益分配等情况如实披露；根据上市公司与岩长投资签署的《终止合同》，上市公司与岩长投资决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，即岩长投资不再参与山东矿机本次募集配套资金发行认购，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过，履行程序合法有效。

公司律师认为，根据上市公司与岩长投资签署的《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同之终止合同》，上市公司与岩长投资决定终止履行《山东矿机集团股份有限公司与桐庐岩长投资管理合伙企业（有限合伙）之股份认购合同》，即岩长投资不再参与山东矿机本次募集配套资金发行认购，该事项业经公司第三届董事会 2017 年第一次临时会议审议通过，履行程序合法有效。

问询问题 12、预案披露，牛冬梅在 2015 年及 2016 年 1-9 月为文脉互动提供房屋租赁业务，是文脉互动第三大供应商，但在文脉互动房屋租赁具体情况中无该出租方及房产信息，请补充说明前后披露内容存在差异的原因。

回复：

2015 年 8 月 14 日，文脉互动与牛冬梅签署《房屋租赁协议》，根据协议约定，牛冬梅将坐落于北京市朝阳区酒仙桥路甲 4 号 2 号楼 22 层 2201 室的房

间租赁给文脉互动用作办公场所，租赁面积 221.36 m²，租赁期限为 2015 年 8 月 21 日至 2017 年 8 月 20 日。2016 年 5 月 21 日，随着文脉互动员工数量增加，该办公场所无法满足业务发展需要，文脉互动与牛冬梅签署《房屋租赁合同终止协议》，自 2016 年 5 月 21 日，双方终止原租赁协议。文脉互动另行租赁了位于北京市朝阳区酒仙桥路甲 4 号 3 号楼 1401 和 901 的房间作为办公场所。故 2015 年度及 2016 年 1-9 月牛冬梅虽为文脉互动提供房屋租赁业务，但在披露截至 2016 年 9 月 30 日文脉互动房屋租赁情况时，无该出租方及房产信息。

公司已就上述内容在重组预案（修订稿）“第五章 交易标的基本情况之二、标的公司基本情况——文脉互动之（六）文脉互动主营业务情况之 8、文脉互动主要客户及供应商情况”中进行了补充说明。

特此公告。

山东矿机集团股份有限公司

董事会

2017 年 3 月 23 日