

众应互联科技股份有限公司

2017 年度 董事会工作报告

重要声明

本年度报告涉及未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质性承诺，投资者及相关人士均应当对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。

释义

释义项	指	释义内容
公司、本公司、众应互联	指	众应互联科技股份有限公司
霍市摩伽	指	霍尔果斯市摩伽互联娱乐有限公司
MMOGA	指	香港摩伽科技有限公司
佛山摩伽	指	佛山摩伽科技有限公司
珠海长实	指	珠海横琴新区长实资本管理有限公司
冉盛盛瑞	指	宁波冉盛盛瑞投资管理合伙企业（有限合伙）
彩量科技	指	北京新彩量科技有限公司
宁波瑞桑	指	宁波梅山保税港区瑞桑股权投资合伙企业（有限合伙）
上海能观	指	上海能观投资管理合伙企业（有限合伙）
微屏软件	指	微屏软件科技（上海）有限公司
货币单位	指	本报告如无特别说明货币单位为人民币元

一、董事会履职情况

公司严格按照《公司法》和《公司章程》的规定程序选聘董事，公司董事会的人数、成员构成及董事的任职资格符合相关法律、法规、《上市公司治理准则》及《公司章程》的要求，确保了董事会能够充分发挥作用。公司全体董事能够依据《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》等法规及制度开展工作，以认真负责的态度履行诚实守信、勤勉尽责的义务，积极参加有关培训，熟悉相关法律、法规。报告期内，公司召开 15 次董事会，董事积极出席会议并发表意见。

公司独立董事勤勉尽责、忠实履行职务，积极出席相关会议，深入公司现场检查，了解生产经营状况和内部控制的建设及董事会决议执行情况，并利用自己的专业知识做出独立、公正的判断，为公司发展提出合理化的意见。

二、2017 年度公司经营情况概要

2015 年，公司实施重大资产重组，将原有主营业务剥离，收购 MMOGA 100% 股权，公司由原来的传统制造业转型为游戏电子商务平台企业。2016 年，MMOGA 成功落地“纯中介平台化”，巩固提升国际化娱乐游戏虚拟商品营销平台地位。截至 2017 年 12 月 31 日，注册用户达到 680 万。

（一）MMOGA 业务

1、MMOGA 商城全新改版及品牌 APP 发行

为了增加既有注册用户群体对 MMOGA 品牌的消费使用黏性，同时利于 MMOGA 国际营销团队更高效的拓展新用户群体，MMOGA 在 2017 年初迅速启动网站改版项目，制定摩伽品牌 APP。2017 年 10 月 23 日 MMOGA 网站改版项目于全球成功上线，2017 年 12 月底摩伽品牌 APP 成功推出。

2、市场开拓和产品引入情况

报告期内，MMOGA 一方面继续深耕德语区市场，扩大了在英国、法国的市场占有率，并实施了对西班牙市场的开拓。通过地域市场的扩张，MMOGA 的业务规模和平台用户实现了显著提升。另外，MMOGA 为及时掌握游戏市场资讯，加强与供应商的沟通合作，并完善供应商管理制度。2017 年成功在平台上添加多款热门大型游戏，如 Resident Evil 7: Biohazard（生化危机 7），Player's Unknown Battleground（绝地求生），FIFA 18《国际足联 18》，Middle-earth: Shadow of War《中土世界：战争之影》，Total War: WARHAMMER II《战锤：全面战争 2》，The Evil Within 2《恶灵附身 2》，South Park: The Fractured But Whole《南方公园：完整破碎》，ARK: Survival Evolved《方舟：生存进化》，Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands《幽灵行动：荒野》等，为平台经营发展提供了稳定的基础。

3、深圳分部的建立

为获取更多游戏资讯，聘用更多资深游戏行业人才，MMOGA 于 2017 年初增设深圳分部，这不仅有利于公司游戏业务的拓展，人才的汇集，还能加强与周边游戏公司的沟通交流。

4、新业务拓展

在竞争对手日益增加，行业竞争愈发白热化的情况下，为避免平台业务模式过于单一，打破交易区域的局限性，MMOGA 平台于 2017 年底确定新业务可行性以及拓展方案，开始布局具有欧洲本地化特色的游戏直播，和游戏周边业务，通过传统游戏点卡，激活码，道具业务与游戏周边服务相结合，MMOGA 将致力于打造 MMOGA 主品牌和子品牌下的多平台移动互联网网站群和游戏社区。MMOGA 将逐步形成平台业务多样化，服务细致化，体验舒适化的服务特色。

2017 年 8 月，公司收购了彩量科技，彩量科技的主营业务是致力于 iOS 领域的移动游戏全案策划和移动大数据流量分发。

（二）彩量科技业务

1、建立循环优化的 App 推广模式

2017 年 1 季度到 4 季度建立与不断优化通过 App 营销工具针对应用现状（下载、排名、搜索、竞品、评论等）进行全面的分析。制订多类标签确定目标用户群，并与客户沟通商议 App 推广指标（激活、注册、活跃、留存）；通过友盟、TalkingData、adjust、appfly 等第三方平台监测和追踪各个 App 推广渠道效果，统计分析用户使用的各项数据；根据上一阶段的推广数据分析结果，优化下一阶段推广策略，形成一个循环优化的 App 推广模式。

2、基于大数据分析，加强实时监测，提升推广效果

2017 年 1 季度始到 4 季度从客户端，根据广告受众行为，分析其内容偏好、地区、设备属性、人群属性等多维度的信息，进行精确划分，进而可以与广告主的需求进行深度挖掘和匹配；从媒介渠道端，分析各渠道投放效果及投放优势，实时监测各渠道投放质量，根据不同产品和广告主需求调整投放策略，从而实现基于受众及渠道的精准投放。对已推广完成产品的推广效果进行跟踪记录，实时监测获取用户的激活或反馈数据，并根据监测结果向客户提供推广效果优化解决方案，为客户提供综合一站式服务。

3、新业务拓展

2017 年 4 季度开展云计算网络服务新一代的主机与服务器租用业务，整合了高性能服务器与优质网络带宽，有效解决了传统主机租用价格偏高、服务品项参差不齐等缺点，可全面满足中小企业、个人站长用户对主机租用服务低成本，高可靠，易管理的需求。

三、主要会计数据和财务指标

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入（元）	504,927,972.86	370,558,004.04	36.26%	560,647,662.30
归属于上市公司股东的净利润（元）	192,224,646.48	184,575,345.74	4.14%	32,348,677.41

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-35,241,228.05	191,194,644.73	-118.43%	-59,548,039.18
经营活动产生的现金流量净额（元）	308,483,763.93	217,513,482.82	41.82%	13,354,587.24
基本每股收益（元/股）	0.83	0.79	5.06%	0.14
稀释每股收益（元/股）	0.83	0.79	5.06%	0.14
加权平均净资产收益率	15.20%	17.32%	-2.12%	4.19%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
总资产（元）	2,999,058,232.28	2,103,762,205.54	42.56%	2,273,138,484.20
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,372,188,627.29	1,168,823,750.76	17.40%	973,425,235.33

四、占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
电子商务	347,768,806.25	45,303,125.50	86.97%	-2.85%	0.39%	-0.42%
互联网和相关服务	149,445,945.99	95,963,792.91	35.79%			
分产品						
游戏授权/注册码	264,503,365.72	30,991,972.09	88.28%	-7.20%	-27.05%	3.19%
移动游戏运营服务	122,139,637.79	77,762,449.29	36.33%			
返利收入	63,624,974.76		100.00%	15.21%		0.00%
分地区						
国内	157,159,166.61	103,677,013.53	34.03%	1149.48%	724.40%	34.02%
国外	347,768,806.25	45,303,125.50	86.97%	-2.85%	0.39%	-0.42%

五、2017 年度利润分配预案

公司 2017 年度母公司可供普通股股东分配利润为负，且公司目前处于战略转型后的关键发展阶段，为满足公司日常经营以及内生式增长和外延式发展的资金需求，考虑 2018 年资金安排计划和战略发展规划，需做好相应的资金储备。根据相关法律法规及《公司章程》等对利润分配的相关规定，公司 2017 年度利润分配及资本公积金转增股本的预案为：2017 年度不进行现金分红，不送红股，以分配方案未来实

施时股权登记日的股本总额为股本基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 4 股。自 2017 年 12 月 31 日至实施利润分配方案的股权登记日期间股本发生变动的，依照变动后的股本为基数实施并保持上述分配比例不变。

六、公司未来发展的展望

（一）行业格局和发展趋势

1、全球游戏市场情况

根据 Newzoo 最新的《全球游戏市场报告》，游戏市场发展超越预期，预计全球游戏市场在 2016 年至 2020 年间，将以 8.2% 的年复合增长率增长，2017 年全球游戏市场规模达到 1160 亿美元，到 2020 年将产生 1435 亿美元的总收入，其中 2017 年，移动游戏将产生 504 亿美元的收入，占全球游戏市场的 43%。

2、电子商务行业发展情况及趋势

2016 年，全球电子商务市场规模超过 25 万亿美元，成为世界经济的亮点和新增长点，其中，跨境电商表现尤为抢眼。跨境电子商务尤其是跨境 B2C 日益活跃，2015 年-2020 年间全球跨境 B2C 年均增速达到了 27%，预计 2020 年跨境电商市场规模将达到 9940 亿美元。（摘自阿里研究院与埃森哲在北京联合发布全球跨境 B2C 电商趋势报告）

3、大数据精准营销趋势

自互联网技术与消费市场快速结合，消费者行为特征逐渐数据化、信息化。基于海量的用户行为信息，利用特定算法进行大数据营销已经成为时下企业关注热点。工信部《中国大数据产业的研究报告》显示，2016 年中国大数据市场规模为 168 亿元，增速达到 45%；预计 2017-2020 年增速保持在 30% 以上。大部分的企业均已意识到数据分析对企业发展的重要性，59.2% 的受访企业已经成立了数据分析相关部门，27.3% 的企业正在计划成立数据分析部门。企业应用大数据所带来的主要效果包括实现智能决策、提升运营效率和改善管理风险。

（二）公司发展战略

公司的愿景是：通过内生式的快速发展，打造三大模块（大交易、大流量、大数据）为核心的服务体系，打造全球领先的互联网综合服务平台。

1、大交易服务

依托现有 MMOGA 的优质游戏电商平台，通过加大营销投入，深拓存量市场，进一步提高 MMOGA 在欧洲的市场占有率；同时开拓以北美和中东为主的新兴市场；推出移动端 APP，开发 app 端的丰富内容，

加强用户沉淀，提高用户复购率；发展游戏相关衍生品交易，打造 MMOGA 自主 IP 周边产品；开拓直播业务，增加平台收入，提高用户转换率。

2、大流量服务

依托移动数字营销平台强彩量科技，打造 DSP，SSP，DMP 流量闭环，提升长尾流量价值；积极对接海外渠道，拓展广告主和媒体主资源；开辟多元变现路径，通过流量复用提升投放效果。加大投入自有平台的建设，提高自流量品质，打造一流的国际化移动端应用商店。

3、大数据服务

成立大数据中心，涉足于大数据中心的云存储、云计算、超算服务及 IDC 托管等基础服务与技术创新，并建立大数据分析团队，结合 MMOGA 的交易数据和彩量科技的流量数据，提供用户精准画像，打通交易平台和流量平台实现数据共享，建立初步的人工智能大数据分析体系，提升规模效应。

4、产业整合

积极开拓产业上下游资源，通过资本运作，整合产业生态闭环，降低成本，降低风险，提高国际竞争力。

（三）公司未来面临的挑战和应对措施

1、平台用户流失风险

随着互联网格局的不断变化，越来越多的综合类网站和专业网站改变经营策略，切入虚拟物品交易领域，加剧了行业竞争，移动互联网的迅速崛起改变了用户的消费习惯，可能导致 MMOGA 现有用户的流失和对新用户的吸引力降低的情况，从而对其的经营状况产生不利影响。

应对措施：研发 MMOGA 的 app 版本，积极推广移动平台，开发更多 PC 端和移动端内容，增加用户粘滞度，提高用户留存和复购。

2、全球化扩张进程风险

MMOGA 在欧洲游戏虚拟物品交易领域中处于领先的地位，尤其是在德语区占据绝对的优势。但在全球市场的份额中占比不高，这也是 MMOGA 需要制定全球战略扩张的原因，但不可否认，我们的竞争对手在其他区域有很强的基础，因此早期的市场拓展具有一定阻力。

应对措施：MMOGA 将利用自己高质量的服务体系，借助国内虚拟物品供给的优势，积极拓展其他地区的卖家，和当地的市场营销团队合作，在加大市场推广投放的同时，积极进行品牌宣传和扩张，逐步建立 MMOGA 的忠实用户群体。

应对措施：MMOGA 正在完善治理架构，强化和健全组织机构，将目前外包团队逐步转换成紧密的战

略合作伙伴，保障双方共同利益。同时，建立内部研发中心，开拓新市场核心业务，降低外包团队依赖度。

3、市场竞争加剧风险

营销行业具有高度离散性特点，市场进入门槛不高，尤其是互联网广告领域不断涌现新技术、新产品。如果未来市场竞争进一步加剧，将影响公司提升收入和利润水平、提高市场占有率的能力，给公司带来发展压力。面对未来竞争加剧的风险。

应对措施：公司将保持持续创新能力和业务开拓能力，立足于客户需求，提升服务质量，扩大品牌知名度，推进跨业务板块的协同合作，不断自我调整，适应市场竞争态势。

4、规模持续扩大带来的管理和控制风险

彩量科技自被收购后至今，伴随业务体量持续拓展扩张，在业务规模、资产规模、人员规模持续增长，对公司管理团队的管理水平要求日益提升，将面临诸如资源整合能力、协同工作能力、风险防控能力等挑战。

应对措施：公司依照相关法律法规及公司章程等规则制度，完善提升内部控制体系，通过信息化平台建设等措施实施并完善内部控制流程及体系，同时通过塑造企业文化、股权激励、员工专业提升培训等多项措施，提高管理效率，增进员工对于公司认同感，将可能面临的风险有效疏导化解，降低管理控制风险。

5、技术风险

彩量科技主营业务中的移动互联网广告业务，与互联网信息技术紧密相关，信息技术更新周期较短，主流技术更迭速度较快。因此，彩量科技需要保持较高的技术水平、研发投入和研发速度来维持或增加持续竞争能力。若彩量科技研发速度及技术水平未能跟上行业发展，将会对持续经营造成较大的负面影响。

应对措施：彩量科技拟通过加大技术研发的资金投入以及投资行业内拥有先进技术的企业的方式，不断更新自身技术水平，以保证公司在技术方面的行业竞争优势。

6、人员流失风险

优秀的专业人才是公司的核心竞争力，是保持和提升公司长效持续发展的关键资源，是营销传播行业的核心驱动力。

应对措施：对于人员流动的风险控制，公司通过多方面开展人才引进、股权激励、内部培训及定向培养等多种措施，为公司发展持续注入新鲜血液同时，不断优化人才培育发展机制体系，增强员工专业能力及服务效果，保持公司整体健康稳健的发展态势。

众应互联科技股份有限公司

董事会

2018 年 4 月 24 日