

## 巨人网络集团股份有限公司

### 关于深圳证券交易所年报问询函的回复公告

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。

巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 6 月 16 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对巨人网络集团股份有限公司 2019 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2020】第 187 号），公司对此高度重视，对相关事项认真作了核查，现将有关情况回复公告如下：

1、年报显示，2019 年你公司实现营业收入 25.71 亿元，同比下降 31.96%，归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）为 8.20 亿元，同比下降 23.94%，经营活动现金流量净额为 15.05 亿元，同比上升 11,237.09%。2017 年至 2019 年你公司净利润分别为 12.90 亿元、10.78 亿元、8.20 亿元。

（1）请结合行业特点、公司业务结构、业务开展情况、收入和成本构成、费用等因素详细分析本报告期你公司净利润下降而经营性现金流大幅上升的原因和合理性，并结合行业政策、游戏业务开展情况、生命周期等详细说明近三年你公司净利润持续下滑的原因。

公司回复：

（一）本报告期公司净利润下降而经营性现金流上升的原因和合理性

来自中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会发布的《2019 年中国游戏产业报告》显示，2019 年中国游戏市场实际销售收入 2,309 亿元，同比增长 7.7%，景气度较前一年有所回升。相较而言，2019 年本公司的游戏业务收入则保持平稳，其中移动端游戏收入为 14.59 亿元，同比增长 0.23%；电脑端网络游

戏收入为 9.95 亿元，同比下降 4.33%。公司主要游戏收入贡献来自于数款运营多年、进入成熟期的游戏作品，包括《球球大作战》、“征途”系列端游/手游等，因此收入增速变化低于行业整体情况。

2019 年公司归属于上市公司股东的净利润同比下降 23.94%，主要系两方面原因：

①公司在组织、管理、人才等方面实施了一系列改革措施。主要包括对组织架构进行了升级，致力于打造“赛道制+大中台小项目”的研发模式，以提升产品创新能力和研发效率；同时对人员结构进行了优化调整，并从行业中引入了一批中高端人才，担任各业务条线负责人。以上措施有助于提升公司长期竞争力，但使得短期内成本投入加大，表现在剔除旺金金融影响后研发费用、管理费用较去年分别上升 8,890 万元、2,818 万元。

②公司明确了“精品化”+“长寿游戏”的产品理念，由此对产品线进行了重新规划调整。公司大幅精简了新产品数量，将研发方向聚焦在征途 IP、球球 IP、泛二次元、放置等六大赛道。对于符合方向的在研产品，公司投入了更多研发资源，并适当延长了其开发周期，以打磨产品品质，提高爆款成功率。报告期内，公司多款新产品尚处于研发投入期，未能贡献业绩，从而使得公司利润规模无法与研发投入同步增长。

报告期内公司经营活动现金流量净额为 15.05 亿元，同比上升 15.19 亿元，增长 11,237.09%，主要系本报告期收回保理业务款项 5.5 亿元，同时旺金金融不纳入合并范围导致经营活动净流出下降 8 亿元。剔除保理业务回购的影响后，公司经营活动现金流净额为 9.55 亿元，与净利润 8.20 亿元基本匹配。

## （二）近三年公司净利润持续下滑的原因

过去三年公司所面临的行业监管环境、市场发展阶段，以及公司自身发展战略均发生了较大变化：

①监管方面，游戏版号发放数量收紧，游戏行业监管政策愈加严格与规范。2018 年 3 月，原国家新闻出版广电总局发布《游戏申报审批重要事项通知》，暂停游戏版号审批，直至 2018 年 12 月游戏版号恢复审批，但年度版号发放总数出现锐减。2018 年 8 月，教育部等八部门联合印发《综合防控儿童青少年近视实

施方案》，提出实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间。2019年11月，国家新闻出版署发出《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，提出账号实名注册、时段时长限制、付费服务限制等六方面举措。受政策影响，公司部分新产品未能如期上线盈利，同时公司还加强了对存量产品的用户审核力度，从而影响了公司业绩表现。

②市场方面，中国网络游戏市场历经多年高速发展已日趋成熟，用户红利逐渐消退，行业增长逐年放缓。《2019年中国游戏产业报告》显示，2019年中国游戏用户总规模为6.4亿，同比仅增长2.5%。2017-2019年，国内游戏市场实际销售收入同比增速分别为23.0%、5.3%、7.7%，其中移动游戏市场占比41.7%、15.4%、18.0%，客户端游戏市场占比11.3%、-4.5%、-0.7%。市场发展降速导致行业竞争更加激烈，公司现有游戏的经营面临更大压力，而新游戏上线亦面临较高的失败风险。

③内生层面，公司近三年收入主要来源为《球球大作战》和“征途”系列手游/端游。这些产品已上线运营多年，拥有较高的市场影响力及大量忠诚用户，形成了稳定的用户消费群，游戏收入水平保持稳定，但是公司并没能适时推出新的爆款作品。为了应对新的市场环境和竞争态势，公司聚焦游戏主业，制定了以三年为基础、滚动迭代的长远战略规划，并重新梳理了企业文化、组织架构、研发模式、人才管理等。公司希望未来三年在原核心赛道产品稳定发展的基础上，构筑一个强有力的中台支持平台，多个品类具备持续产出精品的能力，同时海外业务大幅提升，成为国内最具实力、国际一流水准的网游公司之一。上述内部调整及改革带来了“阵痛”，影响了短期业绩。但是改革从根本上提高了公司的核心竞争力，改革红利有望于中长期逐步释放。

**(2) 结合季度财务指标变化、业务开展情况说明第四季度净利润较前三季度大幅下降的原因。**

**公司回复：**

公司2019年分季度财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	营业收入	归母净利润	净利润率
第一季度	68,015.44	27,567.75	40.53%
第二季度	62,561.35	22,884.86	36.58%
第三季度	64,000.93	21,315.33	33.30%
第四季度	62,565.61	10,235.99	16.36%
<b>全年</b>	<b>257,143.33</b>	<b>82,003.94</b>	<b>31.89%</b>

公司 2019 年四个季度营业收入基本持平，表明游戏主业保持稳定。公司前三季度净利润较为平稳，但第四季度净利润较前三季度大幅下降，主要系公司在该季度计提了长期股权投资减值损失 3,160 万以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动损失 3,350 万元。此外，公司预计《征途》电影延期上线，从而计提了影视制作成本减值准备 3,400 万元。

2、（1）请补充披露报告期内主要游戏的详细信息，包括主要游戏的名称、所属游戏类型（端游、页游、手游等）、运营模式（自主运营、联合运营等）、收费方式（时间收费、道具收费、技能收费、剧情收费、客户端服务收费等），报告期内主要游戏收入及其占公司游戏业务收入的比例。

公司回复：

报告期内，公司主要游戏产品有《球球大作战》、征途系列手游包括《征途手游》、《征途 2 手游》，征途系列端游包括《征途免费版》、《征途 2》等，上述五款产品合计收入占比近 80%，相关情况如下：

游戏名称	游戏类型	运营模式	收费方式	收入金额 (万元)	占公司游戏业务收入的比例
球球大作战	手游	自主运营/联合运营	道具收费	58,607.91	23.89%
征途 2	端游	自主运营	道具收费	42,192.50	17.20%
征途 2 手游	手游	自主运营/联合运营	道具收费	38,460.30	15.68%
征途免费版	端游	自主运营	道具收费	33,355.76	13.59%
征途手游	手游	授权运营	道具收费	18,008.16	7.34%
<b>合计</b>				<b>190,624.63</b>	<b>77.69%</b>

(2) 请补充披露报告期内主要游戏投入的推广营销费用总额，占公司游戏推广营销费用总额、主要游戏收入总额的比例。

公司答复：

报告期内，公司主要游戏产品投入的推广营销费用总额相关情况如下：

游戏名称	游戏推广营销费用总额 (万元)	占游戏推广营销费用总额的比例	占主要游戏收入总额的比例
征途2 手游（注1）	11,471.62	54.11%	29.83%
球球大作战	2,312.51	10.91%	3.95%
征途2	1,215.23	5.73%	2.88%
征途免费版	1,070.84	5.05%	3.21%
征途手游	157.71	0.74%	0.88%
<b>合计</b>	<b>16,227.91</b>	<b>76.54%</b>	<b>8.51%</b>

注1: 征途2 手游于2018年4月收费测试, 2018年10月开始公测推广, 2019年处于主要推广期内, 对互联网流量需求较大导致推广营销费用较高。

(3) 请补充说明报告期内你公司主要游戏产品收入确认时点及收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定。

公司答复：

公司游戏产品收入确认遵循如下总体原则：公司的主要游戏产品为客户端网络游戏和移动端网络游戏。游戏运营模式主要包括自主运营、联合运营和授权运营。收入在有充分证据证明游戏玩家与本公司之间存在相关协议、本公司已经依据上述协议向游戏玩家提供了相应的服务、与服务相关的交易价格可以确定或已经约定和相关的经济利益很可能流入本公司时予以确认。

对于不同游戏运营模式下收入主要责任方和代理方的确定，公司采用如下方式：

运营模式	模式区别	确认方式
------	------	------

运营模式	模式区别	确认方式
自主运营	自主运营游戏模式下,游戏玩家可以从本公司的游戏点卡经销商处购得游戏点卡并兑换游戏点数,也可以从本公司的官方运营网站上通过银行借记卡、信用卡、手机支付以及银行转账等方式购得游戏点数。游戏玩家可以使用上述游戏点数进入本公司的运营网络游戏中进行购买虚拟游戏道具。	本公司构成主要责任方。本公司可以获取最终玩家详细的充值信息、消耗信息和道具使用信息,收入确认按最终玩家直接消费的金额以总额法确认。
联合运营	与游戏平台联合运营模式下,玩家通过游戏平台的宣传了解本公司游戏产品,直接通过游戏平台提供的游戏链接下载游戏软件,注册后进入游戏,并在游戏中购买游戏币或道具等虚拟物品。本公司负责游戏的维护、升级、客户服务等。游戏平台负责游戏推广及搭建收费渠道,并按协议约定的分成比例与本公司就游戏收入进行分成。	本公司构成主要责任方。对来自不存在促销结算的平台收入,本公司可以直接按总额确定来自玩家的收入。但是若干游戏平台不时向玩家提供各种营销折扣,以鼓励玩家于该等平台消费。该等营销折扣本公司无法可靠追踪,也不会由本公司承担;本公司也无法获取玩家直接购买虚拟货币支付的金额,因此对于这些平台,收入按照净额确定。
授权运营	由本公司授权第三方公司运营本公司游戏产品。本公司仅负责版本的更新及系统问题修复,第三方运营公司负责游戏的运营(包括服务器的提供)、推广和收费,且所有游戏及客户数据归代理方所有,并按协议约定的分成比例与本公司就游戏收入进行分成。	本公司不承担主要责任,为游戏代理方,以第三运营公司支付的分成款项按照净额法确认营业收入。授权运营的收入包括后续运营期间由于本公司持续提供后续服务而按游戏运营总收入的一定比例收取的分成款。对于后续收到的分成款,提供许可服务时,本公司确认营业收入。

公司对于电脑端网络游戏收入和移动端网络游戏收入的确认方式分别如下:

终端类型	确认方式
电脑端	公司主要通过游戏玩家在网络游戏中购买虚拟游戏道具取得电脑端网络游戏运营收入。游戏中的道具及升级功能使用游戏币购买,被视为增值服务并于道具生命周期内提供。所有游戏币均通过虚拟货币兑换取得,一旦玩家购买虚拟货币,所得款项即计列于递延收益,对于消耗型道具,于游戏道具消耗时确认为收益,对于耐久型道具,在游戏预定的道具生命周期内按比例确认收入。本公司定期监察虚拟物件的运营数据及使用模式。

移动端	公司主要通过游戏玩家在网络游戏中购买虚拟游戏道具取得移动端网络游戏运营收入。游戏中的道具及升级功能被视为增值服务并于玩家生命周期(即平均玩家游戏停留期间)或者道具的生命周期内提供。所有道具均通过虚拟货币或现金购买取得，一旦玩家充值或者使用虚拟货币购买道具，应得款项即计列于递延收益，在游戏实际的玩家生命周期内或者道具的生命周期内按直线法摊销确认收入。玩家的充值或者使用虚拟货币购买道具的金额，按照按最终玩家直接消费的金额或与第三方联运平台结算金额确定。
-----	--

综上，公司游戏产品的收入确认时点及收入确认的会计政策符合《企业会计准则》的相关规定。

3、年报显示，你公司移动端网络游戏毛利率为 86.88%，同比下降 0.3 个百分点；电脑端网络游戏业务毛利率为 86.09%，同比上升 4.74 个百分点。结合游戏行业收入成本构成、移动端网络游戏和电脑端网络游戏特征、游戏产品生命周期等因素详细说明上述产品毛利率变动原因、毛利率是否处于合理水平，与同行业是否存在较大差异，如是，请说明原因。

公司回复：

如下表所示，公司的收入主要来源为 5 款自主研发的游戏，分别是《球球大作战》，“征途”系列手游《征途手游》、《征途 2 手游》，及“征途”系列端游《征途免费版》、《征途 2》。过去两年，上述游戏合计营收占本公司游戏业务总收入比重分别达到 81.14%、77.69%，平均毛利率分别为 88.30%、90.26%。

游戏名称	游戏类型	运营模式	上线时间
球球大作战	手游/休闲竞技	自主运营/联合运营	2015 年 5 月
征途 2	端游/MMORPG	自主运营	2011 年 9 月
征途 2 手游	手游 MMORPG	自主运营/联合运营	2018 年 4 月
征途免费版	端游/MMORPG	自主运营	2006 年 4 月
征途手游	手游 MMORPG	授权运营	2016 年 5 月

从游戏类型分析，《球球大作战》属于休闲竞技类，“征途”系列端游/手游属于 MMORPG 类。这两种游戏类型的可玩性和社交性较强，在国内拥有广泛的用户基础，用户通过游戏中的社交系统能够沉淀稳定的社交关系链，从而对游戏本身产生强烈黏性和深厚感情，因此容易诞生出生命周期较长的精品游戏。

巨人网络专注并擅长于研发长生命周期的精品游戏。“征途”端游作为国产端游精品的代表作，自 2006 年正式上线至今已稳定运营超过 10 年时间。“征途”系列手游的上线延续并放大了征途 IP 在移动互联网时代的价值。公司另一款现象级作品《球球大作战》于 2015 年发布，其用户规模及收入水平至今仍稳居国内休闲竞技品类排行榜前列。目前公司 5 款重点游戏产品经历了长时间积累，均已具备较高的玩家忠诚度和市场影响力，形成了稳定的消费群体，因而其收入贡献及毛利率水平多年来亦较为稳定。

从运营模式分析，公司上述重点游戏产品主要采用自主运营或联合运营的模式。自主运营下，公司独立负责自研产品的发行及推广；联合运营下，公司将自研游戏产品，与第三方应用平台共同协作开展发行及推广，各方按约定比例分成，第三方应用平台主要分为 iOS 渠道（即 App Store）和各类安卓渠道（腾讯应用宝、华为应用商店等）。在此两种模式下，随着游戏产品上线后步入生命周期成熟期，形成稳固的品牌认知、消费群体和收入来源，公司可大幅减少营销及推广投入，从而使得毛利率攀至较高水平。成熟期的精品游戏毛利率一般可达 80% 以上，并维持数年之久。

以下按照终端类型，进一步分析报告期内公司游戏业务毛利率变动的合理性。

#### ①电脑端网络游戏

从收入构成看，公司电脑端网络游戏主要为《征途免费版》、《征途 2》，均采用道具收费模式。2019 年度公司端游业务收入为 9.95 亿元，较上年下降 4.33%。面对端游市场萎缩的态势，公司通过多种手段并举延长“征途”端游的生命周期，推出了大型资料片，并开展了“国战电竞”等系列营销推广活动，使得“征途”端游在老玩家群体中依旧保持了较高的市场热度。

从成本构成上看，公司电脑端网络游戏成本主要包含服务器托管费、服务器折旧费、运维及客服人员成本。2019 年营业成本为 1.38 亿，同比下降 28.65%，主要系因为公司技术进步优化了游戏服务器的资源配置，降低了服务器托管费、服务器折旧费等成本。

#### ②移动端网络游戏



从收入构成看，公司移动端网络游戏产品主要有《球球大作战》、《征途手游》和《征途 2 手游》，均采用道具收费模式。其中，《征途 2 手游》于 2018 年 4 月上线，因此 2019 全年收入贡献较前一年有明显提高，但《球球大作战》收入的下降抵消了这一影响。公司 2019 年移动端网络游戏收入为 14.59 亿元，同比上升 0.23%，基本持平。

从成本构成看，公司移动端网络游戏成本主要包含服务器托管费、服务器折旧费、游戏版权方分成、运维及客服人员成本。2019 年营业成本为 1.91 亿，同比上升 2.59%，主要系上线运营的手游《龙珠：最强之战》需向游戏版权方支付分成费所致。

近两年公司与同行业可比上市公司游戏业务毛利率对比如下表：

序号	证券简称	证券代码	相关业务	2019 年毛利率	2018 年毛利率
1	吉比特	603444.SH	移动端网络游戏/电脑端网络游戏	90.55%	92.26%
2	三七互娱	002555.SZ	移动端网络游戏	87.67%	80.95%
			电脑端网络游戏	75.77%	71.90%
3	电魂网络	603258.SH	移动端网络游戏	74.44%	63.62%
			电脑端网络游戏	88.73%	85.43%
4	完美世界	002624.SZ	移动端网络游戏	75.02%	63.18%
			电脑端网络游戏	60.12%	73.67%
5	恺英网络	002517.SZ	移动端网络游戏	72.35%	68.67%
			电脑端网络游戏	52.77%	68.52%
同行业平均值			移动端网络游戏	<b>80.01%</b>	<b>73.74%</b>
			电脑端网络游戏	<b>73.59%</b>	<b>78.36%</b>
巨人网络			移动端网络游戏	<b>86.88%</b>	<b>87.18%</b>
			电脑端网络游戏	<b>86.09%</b>	<b>81.35%</b>

注 1：同行业可比上市公司：与巨人网络属于相同行业、与巨人网络业务模式及收入模式具有相似性。

注 2：同行业可比上市公司对比数据取自各公司 2019 年报。其中，吉比特并未区分移动端和电脑端网络游戏毛利率。

可以看到，游戏行业龙头公司的毛利率普遍较高。但因产品结构、运营模式、

生命周期、技术水平等因素的不同，各公司毛利率会存在差异。本公司整体毛利率高于行业平均值。其中 2019 年移动端网络游戏毛利率为 86.88%，略低于吉比特 90.55%、三七互娱 87.67%，但高于其他可比公司；2019 年度电脑端网络游戏毛利率为 86.09%，略低于吉比特 90.55%、电魂网络 88.73%，但高于其他可比公司。主要原因系因公司游戏产品以自研自发为主，且处于生命周期成熟期的游戏收入占比较高。

综上所述，公司近年来毛利率变动是由产品经营所致，且毛利率变动幅度较小，公司毛利率水平与同业公司具有可比性，因此具有合理性。

4、年报显示，你公司第一、第二大客户销售额分别为 2.76 亿元、2.17 亿元，占年度销售总额的 12.06%和 9.49%，前五大供应商合计采购金额 7,148.54 万元，占年度采购总额的 42.68%。请结合你公司销售政策、信用政策、行业经营特点等，说明你公司近三年前五大客户、前五大供应商变动情况，第一和第二大客户销售占比较高及前五大供应商集中度高的原因和合理性、客户与供应商之间是否存在重合及原因。

公司回复：

（一）近三年公司前五大客户和供应商变动情况

所属年度	序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例	对应业务类型
2017年	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	316,701,269.66	11.81%	游戏代理商/游戏渠道商
	2	Apple Inc.	256,255,125.41	9.56%	游戏渠道商
	3	苏州融锋信息技术有限公司	38,693,969.27	1.44%	点卡分销商
	4	广州市心慧信息技术有限公司	35,393,320.78	1.32%	点卡分销商
	5	杭州刚普网络科技有限公司	33,191,290.91	1.24%	点卡分销商
	2017年合计			680,234,976.03	25.37%
所属年度	序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例	对应业务

2018年	1	Apple Inc.	232,475,873.15	6.15%	游戏渠道商
	2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	220,575,124.68	5.84%	游戏代理商/ 游戏渠道商
	3	绍兴乐想网络科技有限公司	47,307,199.14	1.25%	游戏代理商
	4	杭州刚普网络科技有限公司	39,551,667.01	1.05%	点卡分销商
	5	苏州融锋信息技术有限公司	39,453,057.52	1.04%	点卡分销商
	<b>2018年合计</b>			<b>579,362,921.50</b>	<b>15.33%</b>
所属年度	序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例	对应业务
2019年	1	Apple Inc.	275,812,858.35	12.06%	游戏渠道商
	2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	216,961,573.97	9.49%	游戏代理商/ 游戏渠道商
	3	华为软件技术有限公司	42,730,411.08	1.87%	游戏渠道商
	4	北京三川乐网络科技发展有限公司	42,525,983.02	1.86%	点卡分销商
	5	杭州刚普网络科技有限公司	41,160,327.33	1.80%	点卡分销商
	<b>2019年合计</b>			<b>619,191,153.75</b>	<b>27.08%</b>

由上表可见，公司 2017 年前两大客户、2018 年及 2019 年前三大客户均为游戏渠道商、游戏代理商。这是因为公司部分移动端游戏采用了与渠道商联合运营、与代理商授权运营的模式，即巨人网络在游戏产品研发上线后，除在自有平台运营外，还与腾讯、手机厂商等渠道商进行合作联合运营该产品，亦或授权代理商独家运营该产品，并按合同约定的时间、分成比例与巨人网络进行业务结算。前述合作的渠道商、代理商业内知名度高，综合实力较强，因此信用风险较低。此外，公司 2017 年第三到第五大客户、2018 年、2019 年第四到第五大客户均为点卡分销商。按地理区域划分的点卡分销商从巨人购买游戏点卡，然后分销给游戏玩家用于游戏内消费。由于采用先款后货的结算模式，因此点卡分销商的信用风险较低。

所属年度	序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例	对应业务
2017	1	上海原色网络信息服务有限公司	50,800,477.29	16.57%	IDC 运营商

年	2	成都乐曼多科技有限公司	45,955,899.34	14.99%	游戏版权商
	3	中国电信股份有限公司上海分公司	23,449,779.60	7.65%	IDC 运营商
	4	腾讯云计算(北京)有限责任公司	16,329,421.92	5.33%	IDC 运营商
	5	北京金山云网络技术有限公司	11,240,399.21	3.67%	IDC 运营商
	<b>2017 年合计</b>		<b>147,775,977.36</b>	<b>48.21%</b>	
所属年度	序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例	对应业务
2018 年	1	上海原色网络信息服务有限公司	26,048,119.62	15.00%	IDC 运营商
	2	腾讯云计算(北京)有限责任公司	17,257,848.05	9.94%	IDC 运营商
	3	上海驰联网络科技有限公司	11,796,741.51	6.80%	IDC 运营商
	4	北京金山云网络技术有限公司	10,728,144.88	6.18%	IDC 运营商
	5	北京易网信科技发展有限公司	9,801,502.83	5.65%	IDC 运营商
	<b>2018 年合计</b>		<b>75,632,356.89</b>	<b>43.57%</b>	
所属年度	序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例	对应业务
2019 年	1	上海原色网络信息服务有限公司	22,583,536.22	13.48%	IDC 运营商
	2	腾讯云计算(北京)有限责任公司	21,020,594.68	12.55%	IDC 运营商
	3	北京金山云网络技术有限公司	12,644,832.83	7.55%	IDC 运营商
	4	上海驰联网络科技有限公司	9,061,470.82	5.41%	IDC 运营商
	5	云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司	6,174,952.75	3.69%	代理商服务商
	<b>2019 年合计</b>		<b>71,485,387.30</b>	<b>42.68%</b>	

由上表可见，公司近三年供应商主要分为 IDC 运营商、游戏版权商和代理商服务商，其中 IDC 运营商数量最多，是因为随着云服务在游戏行业的普及，巨人网络的 IDC 资源采购方由传统供应商逐渐转变为云服务提供商，以腾讯云、金山云为代表的云服务商的采购占比逐年上升。此外，2017 年公司第二大供应商成都乐曼多系《街篮》游戏版权提供方，但随着游戏逐渐进入稳定期后分成结算下降，该公司于 2018 年退出前五大供应商。2019 年第五大供应商云账户（天津），是因业务发展需要，为公司提供主播分成结算服务。

（二）公司第一和第二大客户销售占比较高及前五大供应商集中度高的原因

和合理性

客户销售方面，近三年，公司第一和第二大客户均为 Apple Inc.和深圳市腾讯计算机系统有限公司。这是由于公司移动端游戏主要采用联合运营、授权运营的模式。Apple Inc.是 iOS 平台运营方，在全球范围拥有庞大 iOS 移动端用户资源，公司积极与其联运合作，对方负责游戏的推广和充值服务。深圳市腾讯计算机系统有限公司是国内最大的移动社交平台，具备强大的产品推广能力和丰富的游戏运营经验，公司与其进行了游戏授权合作，对方负责《征途手游》的独家代理运营。同时，公司其它一些游戏产品也与深圳腾讯计算机系统有限公司开展了联合运营，对方负责游戏推广和充值服务。这两家客户作为综合实力强劲的平台型公司，与国内其他游戏研发商也开展了广泛合作。因此巨人网络与其合作的游戏产品销售占比较高是合理的。

供应商方面，由于公司主业系游戏产品研发及运营，对服务器托管服务和云服务的需求量非常大。公司近三年排名靠前的 IDC 供应商包括上海原色网络信息服务有限公司、腾讯云计算(北京)有限责任公司、北京金山云网络技术有限公司等知名企业，这些企业具有技术研发及规模优势，能够为公司提供性价比较高、安全可靠的服务器托管及云服务，因此采购占比较高。

### （三）公司前五大客户和供应商之间不存在重合的情况

公司相关销售、采购业务均是基于相关业务发展需要而发生的，公司近三年前五大客户和供应商之间不存在重合的情况。

**5、年报显示，其他应收款期末余额中含有应收上海兰翔商务服务有限公司股权转让款 1.95 亿元，请详细说明上述股权转让款具体内容、形成时间、约定的付款期限、是否为关联方、履行的审议程序和信息披露义务情况。**

**公司回复：**

为了面向长期发展，本公司于 2019 年实施了全新的战略规划和改革措施，提出了聚焦互联网游戏研发运营的经营方针。巨人网络参股公司上海巨加网络科技有限公司（以下简称“巨加网络”）持有深圳旺金金融信息服务有限公司（以下

简称“旺金金融”) 35.71%股权, 公司认为旺金金融从事的相关业务方向不再符合公司发展方向。

上海兰翔商务服务有限公司(以下简称“上海兰翔”) 在已持有上海巨加 51% 股权的基础上, 与上海巨人网络科技有限公司(以下简称“上海巨人”) 友好协商, 并于 2019 年 9 月 10 日签订了《股权转让协议》, 上海巨人以人民币 3.9 亿元出售其所持有的巨加网络 49% 股权, 本次交易对价以上海巨加 49% 剩余股权于 2019 年 6 月 30 日的评估值作为定价依据, 在此基础上由交易双方友好协商确定, 充分保护了公司股东尤其是中小股东的利益。

根据《股权转让协议》相关条款, 该笔交易分两期支付交易价款: 上海兰翔应于 2019 年 12 月 31 日之前向上海巨人支付第一期交易对价款 1.95 亿元, 于 2020 年 4 月 30 日前向上海巨人支付第二期交易对价款 1.95 亿元。由于该笔交易对价款分期支付跨越多个会计期间, 导致第二笔交易对价款在 2019 年报告期末形成其他应收款。目前该笔交易的两期股权交易对价款均已如期收讫。

经查询国家企业信用信息公示系统公示的股东及主要人员信息等信息, 对照《深圳证券交易所股票上市规则》(以下简称“《上市规则》”) 第十章的相关定义, 公司与该项股权转让交易的各相关方不存在关联关系, 该项股权转让交易不构成关联交易。

根据《上市规则》第九章及《巨人网络集团股份有限公司章程》等相关规定, 该项股权转让交易已经总经理办公会审议通过, 并在《2019 年年度报告》中披露了该项股权转让交易事项。

6、年报显示，本报告期你公司对上海巨堃网络科技有限公司增加投资 11.28 亿元，该项长期股权投资期末余额 13.53 亿元。上海巨堃为你公司实际控制人控制的企业。

(1) 请你公司说明上海巨堃主营业务，你公司与关联方共同投资的原因，并结合持股情况、董事会构成、生产经营决策、公司治理等方面的情况详细说明上海巨堃是否应纳入你公司合并报表范围。

**公司回复：**

公司定位为一家以互联网文化娱乐为主的综合性互联网企业。互联网产业发展日新月异，重大技术革新不断涌现。因此公司在专注发展网络游戏业务的同时，也对互联网新科技、新应用、新文化保持着紧密关注和前瞻布局。为实现上述战略目标，同时避免直接投资中存在的确定性损害公司股东特别是中小股东利益，公司与巨人投资有限公司（以下简称“巨人投资”）于 2018 年共同打造了战略联动平台上海巨堃网络科技有限公司（以下简称“上海巨堃”）。

上海巨堃是本公司的参股公司，本公司对上海巨堃的生产经营仅具有重大影响，根据《企业会计准则》第 33 号合并财务报表的相关规定，上海巨堃不应纳入本公司合并报表范围的原因如下：

①于 2019 年 12 月 31 日，巨人投资、巨人网络、公司全资子公司上海巨道网络科技有限公司分别持有上海巨堃 54.89%、44.91%、0.20% 股权。因此，本集团合计持有上海巨堃 45.11% 股权，持股比例未超过半数。根据上海巨堃公司章程规定，股东会会议由股东按照出资比例行使表决权。此外，本公司同上海巨堃其他股东之间不存在其他的相关协议或安排使得本公司能够控制半数以上表决权的。因此，本公司对上海巨堃的持股比例和表决权份额未超半数。

②上海巨堃的董事会由三名董事组成，董事由股东会选举产生。三名董事中巨人投资提名两名，巨人网络提名一名。自设立以来，上海巨堃董事会严格根据公司章程及相关规定履行程序。本公司仅占董事会三席中的一席，对上海巨堃的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

综上，本公司对上海巨堃的生产经营仅具有重大影响，但未构成控制，上海巨堃不应纳入本公司合并报表范围。

(2) 结合上海巨堃业务开展情况、主要财务指标说明长期股权投资未计提减值是否合理。

公司回复：

2018 年以来，上海巨堃围绕着互联网新科技、新应用、新文化制定了发展目标，并不断寻找和布局相关业务拓展机会和项目投资机会。

上海巨堃 2019 年度主要财务指标如下：

2019 年（人民币：万元）

总资产	494,339
其中：其他应收款（注 1）	443,371
其他权益工具投资（注 2）	50,000
总负债	194,317
其中：其他应付款	194,282
净资产	300,021
税前亏损	2

注 1：主要系关联方往来款，账龄于一年之内，无重大回收性问题。截止目前，前述往来款已转为对重庆赐比商务信息咨询有限公司（以下简称“重庆赐比”）的投资，从而拥有重庆赐比 100% 的权益。重庆赐比持有 Alpha Frontier Limited（以下简称“Alpha”）9,672 股 A 类普通股（占 Alpha 总股本的 42.04%）。Alpha 旗下的 Playtika 是一家以大数据分析及人工智能为驱动的高科技互联网公司，目前主要将大数据分析及人工智能技术运用于休闲社交类网络游戏的研发、发行和运营，目前业务分布在美国、欧洲、澳大利亚等海外市场。

注 2：系对浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司（以下简称“蚂蚁金服”）之参股投资。2018 年上海巨堃以人民币 499,999,978.80 元购买蚂蚁金服 14,172,335 股股份。该项交易已经于 2018 年 6 月完成。上海巨堃于 2019 年 12 月 31 日仅持有对蚂蚁金服一项投资，其被指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的股权投资纳入上海巨堃报表中进行核算。管理层对蚂蚁金服的投资进行评估后，已用其公允价值入账。



根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》中列示的资产减值迹象示例，于 2019 年 12 月 31 日，本公司对上海巨堃的长期股权投资无减值迹象，无需计提减值损失。

**请会计师就上述事项进行核查并发表明确意见。**

**会计师核查意见：**

在 2019 年度的年报审计工作中，我们执行了包括但不限于以下程序：

①获取并查看了巨人网络和上海巨道本年增资上海巨堃的股东决议、增资协议、出资水单及公司章程，并通过公告和企业信用信息公示系统查询进行确认；

②根据相关投资协议、公司章程、董事会决议等，判断集团对上海巨堃的投资按权益法计量是否符合企业会计准则的要求；

③获取上海巨堃 2019 年度财务报表并进行分析性复核，以支持集团对上海巨堃投资的账面价值；

④获取上海巨堃对蚂蚁金服的投资协议、投资水单及蚂蚁金服的章程，复核其投资比例及投资成本，并检查公司根据集团会计政策对上海巨堃财务报表进行调整是否符合企业会计准则要求；

⑤针对集团管理层对蚂蚁金服投资的公允价值的评估，我们对管理层对蚂蚁金服股权评估模型中所使用财务数据进行复核，邀请安永评估团队对蚂蚁金服股权评估模型所使用的评估方法及评估模型合理性进行评价。

基于上述实施的审计程序，就财务报表整体的公允反映而言，我们认为公司 2019 年末将上海巨堃纳入合并范围在所有重大方面符合《企业会计准则第 33 号——合并报表》的相关规定，对上海巨堃的长期股权投资未计提减值准备的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定。

7、年报显示，长期股权投资中对上海巨加网络科技有限公司投资的期初余额为 3.94 亿元，期末余额为 0，巨加网络享有旺金金融 51%股权的表决权，你公司于 2018 年 12 月转让巨加网络的 51%股权。

(1) 请详细说明巨加网络剩余股权转让发生时间、转让对价、转让原因、是否履行相应的审议程序和披露义务。

公司回复：

为了面向长期发展，公司于 2019 年对本公司战略发展方向进行了梳理与调整，确立了聚焦互联网游戏研发运营的发展战略。上海巨加持股的旺金金融业务不再符合公司发展战略。2019 年 9 月 10 日公司子公司上海巨人在上海兰翔已持有上海巨加 51%股权的基础上，再次与其签订《股权转让协议》，将剩余 49%股权转让给上海兰翔。自此，公司不再持有上海巨加股权。该项交易具体内容及审议程序详见本回复第五问。

(2) 说明分步转让巨加网络股权的原因，是否属于一揽子交易，交易对方是否属于关联方、是否存在利益输送，涉及的全部会计处理情况，是否符合《企业会计准则》的规定。请会计师进行核查并发表明确意见。

公司回复：

2018 年 12 月，上海巨人将上海巨加 51%的股权转让于上海兰翔（“首次交易”）。考虑到上海兰翔之母公司北京信远地产股份有限公司（以下简称“北京信远”）拥有较强的资金实力和社会资源，能进一步帮助上海巨加及旺金金融继续经营发展，上海巨人于 2019 年 9 月将上海巨加剩余 49%股权再次转让于上海兰翔（“本次交易”），上述两次交易不属于一揽子交易。

(一) 两次交易相互独立，不属于一揽子交易

根据《企业会计准则解释第 5 号》当各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

《企业会计准则 解释第 5 号》	两次转让巨加网络股权的实际情况
---------------------	-----------------

《企业会计准则解释第 5 号》	两次转让巨加网络股权的实际情况
这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的	首次交易与本次交易之相关股权转让协议分别于 2018 年 12 月及 2019 年 9 月订立，并非同时订立。股权转让协议中的相关条款及转让作价之考量均互相独立。
这些交易整体才能达成一项完整的商业结果	上海兰翔首次收购上海巨加的商业目的是获取控股股东地位，以达到有权决定上海巨加及其下属旺金金融的财务和经营政策，并能据此从上海巨加的经营活动中获取利益。该目的已经在 2018 年 12 月的收购后达成，不需要之后的股权交易完成才能达成完整的商业目的。本次交易安排源于上海兰翔的进一步增持及少数股东暨上海巨人的退出诉求，经双方友好协商后达成。
一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生	上海兰翔对于控股股权的收购交易在 2018 年 12 月已经完成，该交易的完成不取决于本次交易是否发生，首次交易亦不会因为本次交易的变化而撤销或者变更。
一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的	两次交易的价格均单独作价。 首次交易定价人民币 4.79 亿元，以 2018 年 11 月 30 日上海巨加净资产作为定价依据，并在交易双方商业谈判基础上确定，与市场可比公司相比能反映交易的公允价格。 本次交易定价人民币 3.9 亿元，以上海巨加 49% 剩余股权于 2019 年 6 月 30 日的评估值作为定价依据，并在交易双方友好协商基础上确定，与市场可比公司相比能反映交易的公允价格。

综上，上述两次交易是彼此独立的，并不构成一揽子交易。

## （二）交易对方不属于关联方、不存在利益输送

通过国家企业信用信息公示系统，公司查询了上海兰翔、北京信远的股权结构信息、实际控制人投资关系网状结构，及主要股东及董、监、高等关键管理人员的对外投资和任职情况的查证，结合《深圳证券交易所股票上市规则》，《上市公司信息披露管理办法》（证监会令第 40 号）以及《企业会计准则第 36 号》中的相关规定，上海兰翔及其最终受益人均不符合公司关联方判定标准，与公司，上海巨人及公司高管亦均不构成关联关系。本次交易价格公允，不存在利益输送情况。

## （三）交易涉及的全部会计处理情况，符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 2 号-长期股权投资》第十七条，处置长期股权投资，

其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

上海巨人对上海巨加处置日的长期股权投资账面价值与实际取得价款之间的差额人民币 12,861,824.35 元记入利润表投资收益，会计处理符合《企业会计准则》相应规定。

### **会计师核查意见：**

在 2019 年度的年报审计工作中，我们执行了以下程序：

①我们通过检查《股权转让协议》等文件的生效条件、购买价款的支付情况等评价集团对处置上海巨加的交易日的判断；

②我们检查上海巨人对受让方暨上海兰翔背景调查及关联关系判断的过程，并对受让方上海兰翔进行背景调查，验证上海兰翔与上海巨人、公司或公司高管不存在关联关系；

③我们对上海兰翔发送询证函，验证上海兰翔与上海巨人、公司或公司高管不存在关联关系，验证股权转让协议是否存在附属协议；

④我们获取管理层声明书，管理层确认上海兰翔与上海巨人、公司或公司高管不存在关联关系；

⑤我们对上海巨人处置上海巨加会计处理的准确性进行检查；

⑥我们取得公司聘请的第三方评估机构对交易日上海巨加 49% 股权的公允价值评估，并就该评估机构的专业胜任能力、专业素质及客观性进行评估，并邀请了安永评估团队对交易日上海巨加股权公允价值评估所使用的方法及关键参数进行了复核。

基于上述实施的审计程序，就 2019 年度财务报表的整体公允反映而言，我们认为转让上海巨加股权之相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

8、年报显示，截至 2019 年 12 月 31 日，你公司商誉的账面金额为 7.07 亿元，未计提商誉减值准备。

(1) 请以列表形式列示各主要标的公司近三年主要财务指标、各年业绩承诺完成情况（如有）、主营业务、目前业务开展情况。

公司回复：

截止 2019 年 12 月 31 日，公司账面商誉资产组包括网络游戏资产组（收购北京帝江网络科技有限公司、北京巨轮网络信息技术有限公司、杭州雪狼软件有限公司以及上海巨人统平网络科技有限公司产生）以及灵犀游戏资产组（收购合肥灵犀互动网络科技有限公司产生，以下简称灵犀）。网络游戏资产组组成原因是管理层对于除灵犀棋牌类网络游戏业务外的其他游戏业务的研发和运营在公司层面进行统一管理。历年收购中所形成的商誉主要来自于经验丰富的运营和技术团队，收购后管理层对这些团队在公司层面进行了资源的重新配置。由于游戏的同质性，被收购方运营和技术团队的经验及技术可以使整个公司的游戏业务受益即获得协同效益，故将公司除灵犀棋牌类游戏外的其他游戏业务作为一个资产组组合。灵犀棋牌类网络游戏的研发与运营采用一体化的经营模式，独立产生现金流，管理层单独对其进行管理，故将灵犀棋牌类游戏业务单独作为一个资产组组合。

近三年主要财务指标如下：

网络游戏资产组

单位：万元

项目	2019 年度/年末	2018 年度/年末	2017 年度/年末
营业收入	241,883.32	254,474.83	259,335.87
营业利润	55,121.52	77,415.17	92,201.65
净利润	74,469.38	95,721.37	132,589.75
总资产	991,339.54	1,064,347.59	1,012,716.01
净资产	806,258.16	911,605.13	856,295.12

灵犀游戏资产组

单位：万元

项目	2019 年度/年末	2018 年度/年末	2017 年度/年末
营业收入	15,260.01	13,773.33	不适用
营业利润	11,302.38	10,200.60	
净利润	11,327.23	10,159.72	
总资产	3,173.60	3,847.93	
净资产	1,739.75	2,342.52	

合肥灵犀存在业绩对赌，各年业绩承诺完成情况如下：

单位：万元

项目	承诺的净利润	实现的净利润	完成比例
2018 年度	10,000.00	10,143.98	101.44%
2019 年度	12,000.00	11,327.23	94.39%

网络游戏资产组的主营业务为互联网游戏的研发和运营，最主要的两条产品线分别为“征途”系列端游/手游及《球球大作战》。“征途”在电脑端网络游戏以自研自发为主，主要包括《征途》、《征途 2》；在移动端网络游戏，“征途”系列做了新的尝试和突破，自研自发和与渠道合作共举，主要产品包括由腾讯独家代理的《征途手游》、自研自发的《征途 2 手游》。《球球大作战》是公司自研自发的多人休闲竞技类移动端网络游戏。

灵犀游戏资产组主营业务为互联网游戏的研发和运营，专注于以棋牌类产品核心的地方休闲产品细分市场，致力于为移动互联网用户提供休闲娱乐的创新型产品。

**(2) 请结合上述 (1) 情况补充说明你公司对上述标的公司商誉减值的测试方法、具体计算过程，分析所选取参数和预估未来现金流量的原因及合理性，未计提商誉减值准备是否合理。请会计师进行核查并发表明确意见。**

**公司回复：**

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》第二十三条，企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。公司据此进行了上述网络游戏资产组及灵犀游戏资产组的商誉减值测试。在进行减值测试时，公司委托了万隆（上海）资产评估有限公司对公司企业合并所形成的商誉相关的资产组或资产组组合的可收回金额进行评估，并将可回收金额与资产组的账面价值进行比较，以确定

是否出现减值。

(一) 商誉减值的测试方法

根据《企业会计准则第8号—资产减值》的规定，公司通过对包含商誉的资产组或资产组组合的可收回金额与其账面价值比较，以确定是否发生减值。可收回金额的估计，应当以资产组或资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。商誉测试方法与以前年度保持一致。

(二) 商誉减值的具体计算过程

公司采用收益法对相关资产组的可收回金额进行评估，以确定资产预计未来现金流量的现值。公司商誉减值测试的具体过程如下：

单位：万元

资产组名称	归属于母公司股东的商誉账面价值	归属于少数股东的商誉账面价值	全部商誉账面价值	资产组或资产组组合内其他资产账面价值	包含商誉的资产组或资产组组合账面价值	资产组可收回金额	是否减值
网络游戏资产组	13,515.11	10,056.29	23,571.40	52,093.54	75,664.94	741,000.00	否
灵犀游戏资产组	57,097.12	0	57,097.12	4,217.57	61,314.69	69,200.00	否

(三) 分析所选取参数和预估未来现金流量的原因及合理性，未计提商誉减值准备是否合理

公司采用预计未来现金流量现值法，以预测的息税前现金净流量为基础，采用税前折现率折现，对资产组的可收回金额作出估算。关键参数和预估未来现金流量原因及合理性如下：

①折现率

收益法的测试模型要求公司采用恰当的资本成本作为折现率。公司在谨慎并

充分地考虑下述条件后，通过加权平均资本成本方法确认折现率：

A. 以多家同行业可比公司在评估基准日的无杠杆调整  $\beta$  值的平均值，经资本结构修正后作为被评估单位  $\beta$  值的取值：首先根据公布的同行业可比上市公司  $\beta$  计算出行业无财务杠杆的  $\beta$ ，再根据可比上市公司经营中有息负债情况，合理确定企业的目标资本结构  $D/E$ ，结合企业负担的所得税税率计算出企业的含财务杠杆的  $\beta$

B. 考虑到股权投资一般并非短期投资行为，选取发行期限为 10 年以上的国债到期利率加权平均值为无风险收益率

C. 根据我国沪深市场的相关历史数据，计算得到评估基准日时的市场风险溢价

D. 在对比参照企业后，考虑资产组生产经营的优势和劣势确定特有风险调整系数

E. 按照资产组的融资能力及债务融资环境对债权收益率作出合理预计

F. 根据加权平均资本成本模型，计算出税后折现率

G. 根据 F 中的税后折现率及税后现金流计算出税后预计未来现金流量现值，再通过税后预计未来现金流量现值及税前现金流求出税前折现率。

## ②营业收入及利润率

### A. 网络游戏资产组

综合考虑游戏行业政策、现状及发展方向，结合资产组本身的游戏研发能力、运营情况及各子公司间的协同效应，其预计未来现金流量根据管理层批准的 5 年期财务预算为基础的现金流量预测来确定，该期间内收入平均增长率为 7.57%，预测期平均利润率为 30.14%，用于推断 5 年以后的现金流量的增长率是 0%。考虑到公司业绩主要支撑的游戏，如球球大作战、征途系列端游、征途 2 手游的运营已逐步稳定，老客户留存率较高。同时，随着公司 2020 年新游戏的上线，将会带来预测期收入的增长。考虑到上述因素，公司根据经营情况、收入增长率、社会平均工资涨幅、物价指数等因素合理预估成本费用，相应确定了营业利润率。



## B. 灵犀游戏资产组

综合考虑棋牌类游戏行业政策以及现状，结合合肥灵犀游戏的发展情况、游戏研发及运营情况，其预计未来现金流量根据管理层批准的 5 年期财务预算为基础的现金流量预测来确定，该期间内平均收入增长率为 5.98%，用于推断 5 年以后的现金流量的增长率是 0%。2020 年及以后年度收入将保持较为平稳的发展。同时，根据公司经营情况、收入增长率、社会平均工资涨幅、物价指数等因素预估成本费用，相应确定营业利润率。

### ③未计提商誉减值准备的合理性

综上，截止 2019 年 12 月 31 日，经过商誉减值测试，网络游戏资产组可收回金额人民币 741,000.00 万元远大于包含商誉的资产组账面价值 75,664.94 万元；灵犀游戏资产组的可收回金额人民币 69,200.00 万元大于包含商誉的资产组账面价值人民币 61,314.69 万元，因此不计提商誉减值准备具有合理性。

### 会计师核查意见：

我们在审计过程中：

- A. 根据准则要求，评价管理层划分资产组的合理性；
- B. 对管理层聘请的第三方评估机构的专业胜任能力、专业素质及客观性进行了评价；
- C. 在内部专家的协助下对管理层商誉减值测试的评估过程及关键评估参数的合理性进行评价，包括未来现金流量的预测及折现率；
- D. 对商誉减值测试相关的披露进行复核。

基于上述审计工作，就 2019 年度财务报表的整体公允反映而言，我们认为公司对于商誉减值准备相关的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

9、年报显示，你公司 2017 年通过非公开发行股票合计募集资金总额 50 亿元，其中累计使用 34.79 亿元，尚未使用募集资金总额 15.21 亿元。请结合公司经营、业务开展、行业变化等情况，详细说明募投项目的进展情况、是否按预计进度进行，若否，说明具体原因。

公司回复：

（一）募集资金到位情况

经中国证券监督管理委员会以证监许可[2016]658 号文《关于核准重庆新世纪游轮股份有限公司重大资产重组及向上海兰麟投资管理有限公司等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》核准，本公司于中国境内非公开发行股票。截至 2016 年 4 月 26 日，本公司通过非公开方式发行 53,191,489 股人民币普通股(A 股)股票，发行价格为每股人民币 94.00 元/股，募集资金总额为人民币 4,999,999,966.00 元，扣除发生的券商承销佣金、保荐费及其他发行费用人民币 89,999,999.00 元后实际净筹得募集资金人民币 4,909,999,967.00 元，募集资金实际到位时间为 2016 年 4 月 28 日，经安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)审验，并出具安永华明(2016)验字第 60617954\_B03 号验资报告。另扣除该次募集配套资金交易产生的相关的交易税费人民币 2,500,000.00 元后，实际筹得募集资金净额为人民币 4,907,499,967.00 元。

上述募集资金将用于投资以下项目：

序号	募投项目	募集资金投资额（万元）
1	网络游戏的研发、代理与运营发行	221,952.00
2	在线娱乐与电子竞技社区	146,401.28
3	互联网渠道平台的建设	60,425.68
4	网络游戏的海外运营发行平台建设	57,859.80
5	大数据中心与研发平台的建设	13,361.24
合计		500,000.00

（二）募集资金变更情况

公司于 2017 年 10 月 16 日召开 2018 年度股东大会，审议通过了《关于变更部分募集资金用途及实施主体并开立募集资金监管账户的议案》，进行了第一次

募集资金用途变更。同意公司减少募投项目“在线娱乐与电子竞技社区”投资总额，并与“大数据中心与研发平台的建设”合并为“电子竞技与大数据中心的建设”（以下简称“新项目”），新项目募集资金投资金额为 77,867.81 万元（包含前期已投入原募投项目“大数据中心与研发平台的建设”与“在线娱乐与电子竞技社区”的募集资金 32,977.29 万元）；结余的 81,894.71 万元募集资金以增资形式通过全资子公司上海巨人网络科技有限公司（以下简称“上海巨人”）注入上海巨加网络科技有限公司（以下简称“上海巨加”），以支付上海巨加收购深圳旺金金融信息服务有限公司股权转让对价和增资款项目。

公司于 2019 年 4 月 26 日，巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”或“巨人网络”）第四届董事会第四十七次会议和第四届监事会第二十二次会议审议通过了《关于变更部分募集资金用途及募集资金投资项目延期的议案》，会议同意：（1）终止实施原募投项目“互联网渠道平台的建设”并将该项目剩余募集资金投资金额转入募投项目“网络游戏的研发、代理与运营发行”；（2）暂停原募投项目“网络游戏的海外运营发行平台建设”，后续将使用自有资金继续投入，并将该项目剩余募集资金投资金额转入募投项目“网络游戏的研发、代理与运营发行”；（3）调整募投项目“网络游戏的研发、代理与运营发行”的实施内容，并将实施日期延长两年至 2020 年 12 月 31 日并相应调整实施计划；（4）将募投项目“电子竞技与大数据中心的建设”的实施日期延长三年至 2021 年 12 月 31 日。至此，公司募集资金用途二次变更后，各项募投项目预计使用资金情况如下：

单位：万元

募投项目	募集资金承诺投资总额	截至 2019 年累计投入金额	是否改变募集资金投向	改变募集资金投向金额	截至 2019 年末投资进度	备注
网络游戏的研发、代理与运营发行	335,374.06	205,507.08	是	113,422.06	61.28%	此项目预计将于 2020 年全部完成
电子竞技与大数据中心的建设	77,867.81	55,643.16	否	0	71.46%	此项目预计将于 2021 年全部完成
互联网渠道平台的建设	981.24	981.24	是	-59,444.44	100%	

募投项目	募集资金承诺投资总额	截至 2019 年累计投入金额	是否改变募集资金投向	改变募集资金投向金额	截至 2019 年末投资进度	备注
网络游戏的海外运营发行平台建设	3,882.18	3,882.18	是	-53,977.62	100%	
旺金金融股权收购及增资项目	81,894.71	81,894.71	否	0	100%	
<b>合计</b>	<b>500,000.00</b>	<b>347,908.37</b>	-	<b>0</b>	-	

### （三）募投项进展情况

截至本报告期末，“网络游戏的研发、代理与运营发行”及“电子竞技与大数据中心的建设”两个募投项目尚未完成，具体情况如下：

#### ①“网络游戏的研发、代理与运营发行”项目情况

截至 2019 年 12 月 31 日，“网络游戏的研发、代理与运营发行”募集资金使用进度已达到 61.28%，基本符合预期，剩余募集资金计划于 2020 年用于综合性研发中心建设，以及其他研发投入。

公司主要在以下三方面进行了投入，以完成“网络游戏的研发、代理与运营发行”使用目标：

A. 依托于智能移动终端的快速普及、移动网络通信技术的不断提升，移动游戏成为了游戏市场的发展方向。MMORPG/ARPG 游戏赛道以及休闲竞技赛道是公司擅长并有过成功经验的赛道，其核心旗舰产品为“征途”和“球球”系列游戏产品；公司在该赛道领域进一步深入挖掘用户需求并且加大了研发力度。公司将通过产品推陈出新和精细化运营，不断提升“征途”以及“球球大作战”两大 IP 的潜力以在巩固前期积累的大量用户基础增强用户粘性的基础上进一步扩大游戏用户规模。目前公司募集资金正有计划地应用于增强《球球大作战》、《征途手机版》、《征途 2 手游》等多款公司爆款手游项目的核心实力，以稳定游戏运营。

B. 随着网络游戏市场的快速发展，行业竞争日趋激烈，游戏产品大量增加，同质化现象日益严重。为了应对多变的市场环境，以及即将迎来的 5G 时代，加强公司的长期可持续盈利能力，公司需要及时响应市场变化，快速组织并调动资

源持续不断地进行新游戏和新技术的研发，因此公司部分募集资金持续投入于布局新赛道、研发模式升级、5G 及人工智能新游戏品类、新游戏项目的研发、运营以稳定公司长期竞争优势，行业地位及市场份额。目前公司在研项目主要有《新款征途手游》和《球球大作战 2》等多款游戏。

C. 由于公司业务不断发展，公司的研发人员的工位相对比较紧张、拥挤，工作环境急需改善，另一方面，公司计划持续投入布局新赛道、丰富游戏产品品类，现有场地已无法满足研发人员对良好工作环境的需求，扩展研发人员的办公区域势在必行。公司计划于投入 5.86 亿元用于“综合性研发中心建设”，以扩大公司办公区域面积，为员工营造了一个长期稳定的工作环境。由于该项计划依法经有关部门审批后方可实施，公司将积极落实计划扩建涉及的审批手续，并根据土地交付进度与交付时间推进该项目的建设。

综上所述，目前此募投项目正在有序进行，公司将继续使用剩余募集资金用于老游戏及新游戏的研发、代理与运营发行，以稳固公司的竞争优势、行业地位和市场份额，同时积极推进公司“综合性研发中心建设”项目，为员工创造良好的办公环境。

## ②“电子竞技与大数据中心的建设”项目情况

截至 2019 年 12 月 31 日，“电子竞技与大数据中心的建设”募集资金使用进度已达到 71.46%，项目正按照计划顺利实施。公司主要在以下两方面进行了逐步投入，以达成“电子竞技与大数据中心的建设”目标：

A. 募投项目“电子竞技与大数据中心的建设”拟通过技术手段对公司旗下所有产品各渠道所收集到的用户行为数据加以工具化的挖掘与分析，以数据为中心充分了解用户行为习惯、市场需求及发展导向。基于数据挖掘与分析的结果让公司每个团队可以进一步满足用户需求，为互联网用户提供更多优秀的产品和服务。

B. 自 2015 年以来，公司围绕《球球大作战》、《街篮》、《虚荣》等多款产品，从休闲竞技、体育竞技、移动 MOBA 等多维度打造电子竞技版图，积累了庞大的电子竞技用户资源，极大程度提升了公司电子竞技游戏的价值，有助于持续沉淀用户资源，与游戏主业相互促进。后续，公司拟继续聚焦电竞生态的培养，

并尝试以电竞生态反哺产品和用户。通过打通游戏、直播、赛事等领域线上线下壁垒，使各领域跨界连接，融通共生，形成跨平台多场景交互体验，打造泛电竞娱乐生态圈。

综上所述，“电子竞技与大数据中心的建设”募投项目正在稳步实施，该项目剩余募集资金将按计划陆续投入，一方面用于电子竞技赛事、游戏直播以及电子竞技社区等带有电子竞技元素业务的发展，另一方面用于大数据中心的建设，为公司所有网络游戏业务提供数据支持。

特此公告。

巨人网络集团股份有限公司

董 事 会

2020年7月15日