

主持人:

大家晚上好！欢迎各位出席天鸽互动控股有限公司的 2014 年 2 季度业绩公告电话会议。（主持人提示）我提醒大家，今天的电话会议内容将被录音。（主持人提示）

接下来，我将话筒转给天鸽互动的投资者关系总监柯霆钧先生，请继续。

柯霆钧:

大家好！感谢各位出席天鸽互动控股有限公司的 2014 年 2 季度业绩公告电话会议。

开始前提醒大家，除历史事实外，本次电话会议中其他所有陈述都是前瞻性陈述，是基于管理层对天鸽及其行业的预期，假设，预测和估计。此类陈述只于此日前有效，并随时发生改变，天鸽公司并无责任对其改变进行修正。

出席今天电话会议的有公司董事会主席、执行董事兼首席执行官-傅政军先生、公司执行董事兼首席运营官-麦世恩先生及公司首席财务官-姜显森先生。

现在，让我们将电话会议转给傅政军先生。

傅政军:

我们很高兴与大家分享 2014 年 2 季度业绩，这体现了我们在发展及开拓整体业务上取得显著的进展。

- 我们的月均活跃用户同比增长 27%至 1300 万人
- 月均付费用户同比增长 35%至 332,000 人
- 上半年的收入同比增长 32.5%至人民币 3.44 亿元

我们上半年的主要成就就是在香港联交所成功上市，这为公司带来了超过 2 亿美元的融资金额，并为我们的未来发展奠定基础。

展望未来，我们对公司的发展前景感到兴奋。

- 我们的多对多实时社交视频业务的用户数量继续强劲增长。我们仍然对将注册用户转换至活跃用户的能力表示满意。我们将继续促进用户参与度，并保持稳健的盈利能力。
- 最近的几个月，我们的“多对多”实时社交视频平台的在线和移动端均推出了新的产品功能。我们对它们对 9158 社区的初期作用感到满意。我们相信这些新发展将对我们生态系统的成长带来良好的作用。我们预料这些新发展将为我们的聊天室、主播、用户及收入的增长带来正面的积极作用。
- 我们对我们的移动端的长期增长感到兴奋。第二季度，实时社交视频社区的移动端活跃用户占月均活跃用户的比例从去年同期的 4%增加至 7.4%。我们预料这个数字将继续上涨。
- 我们致力于开发新内容和垂直细分业务领域。公司上市后吸引了大量潜在合作伙伴，涉及医疗保健、教育和娱乐等行业。我们正积极地与基石投资者和各方进行交流商议，相信未来的发展会呈现良好的态势。
- 我们致力于发展一对多业务。奇虎是天鸽“一对多”合资公司的合作伙伴，在本次 IPO 中作为基石投资者注资了 500 万美元。我们对未来的业务前景充满期待。
- 2014 上半年，我们的手机游戏业务继续对我们的增长做出贡献，我们的游戏和其他业务营收占比达 8.1%。未来，我们将利用已有的用户群、生态系统和社交视频技术来推出几款新游戏。
- O2O 线上线下业务的发展也令人激动。上个月我们在杭州开设了第三家试营的卡拉 OK 实体店。截至目前，我们对运营的效果非常满意。

我们相信天鸽平台具有很强的发展潜力。接下来，我们将继续利用强大的技术、广泛而忠实的用户群，以及完善的社交生态体系来发掘新机会。

现在，让我把电话会议转给首席财务官-姜显森先生。他会更详细的介绍公司平台发展现状，未来发展战略和财务情况。

姜显森:

谢谢傅总。大家好。

首先，我们很高兴公司在香港联交所上市，有机会加入众多知名且富有创新精神的中国科技公司的行列，并为公司发展开启了新篇章。此次上市及募集的资金将有助于天鸽通过内生性及战略性投资，以持续扩张其平台。

在讨论我们第二季度财务情况之前，我想先介绍天鸽独特的定位、未来发展战略和计划。

天鸽目前拥有并运作着独一无二的交互平台，满足了中国网络社区的强大需求。随着快速的城镇化，中国人口逐渐在中国和世界分散，人们可通过天鸽的技术实现实时交互，打破了距离上的隔膜，方便了全球范围内的用户的互动。

正如傅总之前强调的，我们的平台将通过不断吸引用户，提升交互性，提供优质内容以改善用户体验，来持续保持强劲的增长动力。我们将利用在音乐和娱乐领域方面已有的优势，进一步扩展及丰富新的内容种类，包括金融，健康，时尚生活和电子商务等。

我们清晰地认识到移动在线娱乐的发展趋势，将利用我们的品牌，用户基础和技术来完善多平台的实用性和功能性，让用户随时可以享受我们提供的内容。我们移动端的战略是充分利用中国不断完善的技术和移动网络基础设施、我们的视频音频压缩技术，以及中国 4G 服务的陆续推出，以支持新一代移动设备的高质量的多路视频流。

此外，基于我们现有的用户群和社交生态系统，我们已通过推出第一款手机游戏“三国志：国战版”将业务扩展到手机游戏市场。这款游戏融合了能满足中国玩家需求的多种主题和特色，从而吸引了大量中国玩家。我们视这只是一次实验案例，以从中不断学习。我们亦低调地发行了一款内嵌实时社交视频的新游戏，并且预期在未来 6-12 个月内陆续推出六至八款新游戏，其中几款也会包括互动视频特色。游戏业务的引入和发展使得我们能充分利用我们庞大的社交视频社区，丰富公司的收入来源，并拉动未来的增长。

另一期内重要的举措是我们的 O2O 线上线下业务的顺利进行。我们利用实时社交视频领域的经验和技術能力提供线上线下的用户体验，让在不同娱乐场所的人们能够通过智能电视、甚至卡拉 OK 设备进行实时互动。正如傅总提到的，我们已在杭州开了第三家实体店。

目前，我们在注重发展内容及扩张国内平台业务的同时，也看到中国海外侨民是我们发展海外业务的一次良机。我们将谨慎寻找合作伙伴，兼并收购的目标对象和其他战略联盟，需拥有广泛的用户群、与我们现有相似的社交互动产品，分布于上游及下游市场。

现在，让我们看看本季度的财务亮点。今天我所提及的所有数据是以人民币元为单位，所有 2014 年上半年的百分比数据指的是同比数据。

2014 年上半年的总收入达 3.443 亿元，同比增长 32.5%，2014 年第二季度总收入达 1.726 亿元，同比增长 0.6%。

- 2014 年上半年，来自**实时社交视频平台的收入**达 3.165 亿元，同比增长 24.6%；二季度该数据达 1.58 亿元。
- 2014 年上半年，来自**游戏及其他业务的收入**达 2,780 万元，同比增长近 381%。该增长主要来自手机游戏“三国志：国战版”的推出。二季度该数据为 1,470 万元，增长 11.9%。

2014 年上半年，销售成本达 5,410 万元，上升 78.9%。该增长主要因为推出及营运手机游戏“三国志”游戏相关佣金增加所致，这款游戏由我们与第三方运营商合作开发。二季度销售成本为 2,670 万元，较一季度减少 2.3%，主要由营业税及相关附加费减少所致。

2014 年上半年，**毛利润**为 2.902 亿元，增长 26.4%。上半年**毛利率**为 84.3%，去年同期**毛利率**为 88.4%。2014 年二季度**毛利润**为 1.459 亿元，增长 1.1%。二季度**毛利率**为 84.5%，较去年同期的 84.1%有所上升。

同比来看，我们的**毛利率**轻微下降，这是由于新发布的手机游戏“三国志：国战版”的成本较高和**毛利率**较低。如果将手机游戏相关的收入和成本剔除，我们社交视频业务的**毛利率**是相对稳定的，保持在 87%至 89%间。我们在中期财报的附注中提供了相关信息，详见“不同类型的费用”部分。

- 2014 年上半年，**销售和市场推广开支**为 9,480 万元，上升 23.2%，主要由于宣传和广告开支按年增加。2014 年二季度**销售和市场推广开支**为 4,480 万元，减少 10.4%，主要由于宣传和广告开支季节性减少。
- 2014 年上半年，**行政开支**为 6,960 万元，上升 220%，其中有约 3,200 万元费用涉及上市费用。2014 年二季度**行政开支**为 4,520 万元，上升 85%，同样包括约 2,020 万元的上市费用以及近 1,200 万元的股权激励费用。
 - 对于二季度和上半年财务数字，如果我们扣除上市费用和五月份采纳的股权激励费用的影响，行政开支的增长速度会低于收入的增速。
- 2014 年上半年，**研发费用**为 3,400 万元，上升 7.6%。2014 年二季度**研发费用**为 1,890 万元，上升 24.6%，其增长主要由于游戏开发的外包费用。

2014 年上半年，**营运利润**为 1.06 亿元，去年同期**营运利润**为 1.12 亿元。剔除上市费用，**营运利润**同比上升约 23%。

2014 年上半年，**所得税**开支上升至 2,070 万元，与去年同期 1,710 万元相比增长 21%。今年上半年与去年同期的**实际税率**约为 15%。

依照国际财务报告准则（IFRS），2014 年上半年归属本公司权益所有人的**净亏损**为 1.744 亿元，而去年同期为**净亏损** 9,190 万元。

2014 年二季度归属本公司权益所有人的**净亏损**为 2.02 亿元，上季度为**净利润** 2,770 万元。主要由于可转换可赎回优先股公允价值损失所致。

由于国际财务报告准则的要求，我们披露了各时期的可转换可赎回优先股公允价值损失，因此导致了**净亏损**。

公允价值的损失和变动是非现金性的，也是公司股份价值持续上升导致的。几年前我们向 IDG 这家风险投资公司发放了这些可转换可赎回优先股。完成 IPO 后，这些可转换可赎回优先股已经按照一比一的比例自动转换成普通股，并且自 2014 年 12 月 31 日以后将没有这些股份的公允价值变动。在招股说明书中我们有提到，IDG 在本次 IPO 中没有售卖任何股份，目前持有的全部是公司的普通股。

2014 年上半年，**经调整的净利润**达 1.317 亿元，同比增长 31.1%；**经调整的净利润率**为 38.3%，上一季度则为 38.7%。

2014 年二季度，经调整的净利润达 6,860 万元，增长 8.9%；经调整的净利润率为 39.8%，较上一季度 36.7%有所上升。

截至2014年6月30日，我们的手头现金、银行存款、交易性金融资产总值4.481亿元。我们的可供出售金融资产主要是由中国大型商业银行提供的以人民币计值的一年内到期保本结构性存款，利率为每年2%至6%。

这一数据不包含我们2014年7月份通过IPO所募集的净资金17.3亿港元（折合约14亿元人民币或2.25亿美元）。

截至2014年6月30日，我们资产负债表上出现了1.723亿美元银行借款。这些借款以1.87亿元在岸受限现金存款为担保，数额超过公司所借款项。

因此，我们资产负债表上并无重大负债。如果将IPO考虑在内，公司目前拥有约18亿现金及相关资产。

截至 2014 年 6 月 30 日的六个月，我们的资本支出约为 6,300 万元，其中包括平台许可证的支出 4,500 万元、办公室装修 600 万元，上海新办公室的预付款 800 万元，以及办公室其他设备及服务器添置 400 万元等。