

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**Tian Ge Interactive Holdings Limited**  
**天鵝互動控股有限公司**  
(於開曼群島註冊成立之股份有限公司)  
(股份代號：1980)

**進一步澄清公告**

茲提述天鵝互動控股有限公司（「本公司」，連同其子公司統稱「本集團」）日期為二零一七年八月十七日、二零一七年八月二十七日（「澄清公告1」）和二零一七年八月三十日之公告（「先前公告」）。

本公司注意到，Emerson Analytics Co. Ltd.於其日期為二零一七年八月十六日之報告（「8月16日報告」）及二零一七年八月二十九日之報告（與8月16日報告合稱「該等報告」）中針對本公司提出若干指控。正如先前公告中所述，該等報告無事實根據，相關內容屬不準確且極具誤導性，是不可依賴的。作為一家負責任的上市公司，本公司借此機會針對該等報告中的指控，向本公司的股東及潛在投資者提供事實，以使其更加了解本公司。

**本公司業務模式**

本公司的業務模式尤其是分銷模式在本公司的業務運營方面起着重要的作用。詳細闡述如下：

一、誠如本公司日期為二零一四年六月二十五日的招股書（「招股書」）所披露，我們於二零零八年十一月推出首個「多對多」實時社交視頻社區9158視頻社區時開始建立分銷模式<sup>1</sup>。由於中國幅員遼闊、大眾對實時社交視頻社區相對缺乏了解以及對我們經營業務所在的中國較小的二線至四線城市的網絡支付系統相對缺乏信任以及我們的視頻社區數量眾多<sup>2</sup>，我們的分銷商及其管理的銷售代理對管理及發展我們的生態系統發揮了非常重要的作用。通過該分銷模式，分銷商負責管理虛擬貨幣的銷售及市場推廣、管理銷售代理、招募主播及發掘可吸引用戶的內容並推廣及宣傳本公司的社區及品牌。

1 請見招股書第131頁。

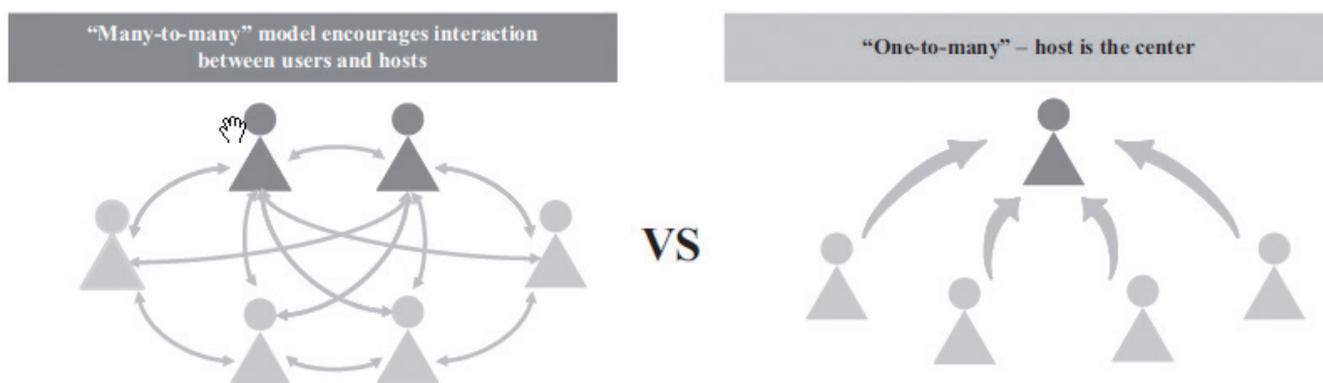
2 請見招股書第171頁。

雖然手機支付模式和實時社交視頻社區到目前已經相對普及，我們仍在沿用分銷模式，主要是因為：(i)我們目前擁有5個手機在線直播平台 and 5個電腦端實時社交視頻社區。本公司主要負責平台技術發展和內容監管等方面。由於社區數量眾多，我們需要分銷商協助管理並發展生態系統；(ii)本公司的業務模式着重主播與用戶增進互動，因此分銷商於培訓管理主播方面發揮着重要作用，以提高主播於我們平台的服務水平和吸引消費的能力。

分銷模式大幅提升了我們實時社交視頻平台的運營效率，分銷商、銷售代理和主播於生態系統中各司其職，屬於我們運營模式中不可分割的一部分。於二零一六年，我們有五名分銷商負責實時社交視頻社區和手機在線直播平台，其管理的銷售代理約1,000名，分布於全國20多個省市。

二、誠如招股書披露，我們亦是「多對多」模式的先行者及領先者<sup>3</sup>。目前本公司主要經營「多對多」實時社交視頻社區，而據本公司所知，6.cn主要經營「一對多」實時社交視頻社區。如招股書<sup>4</sup>披露，在「多對多」模式下，多個主播及用戶可在同一實時視頻聊天室同時向觀眾（包括主播及用戶）播放視頻，我們的平台可以讓用戶在實時視頻聊天室內與具有相似興趣的群組互動及交際。這種網絡社交模式鼓勵主播對主播、主播對用戶及用戶對用戶的互動。這種互動容易建立社區意識及歸屬感且提升用戶保有率及忠誠度。另外，為提高用戶保有率及忠誠度和促進於我們平台的互動及消費，我們的分銷商向主播提供培訓以提升主播們的相關能力。在「一對多」模式下，一般以網頁為主，有助於主播通過接觸大量對互動要求相對較低的娛樂觀眾而獲得較大的曝光度。但是互動水平較低，付費用戶比例也相對較低。請見如下「多對多」模式及「一對多」模式的示意圖<sup>5</sup>，以顯示兩者的區別。

圖1 – 「多對多」模式及「一對多」模式的示意圖



3 請見招股書第156頁。

4 請見招股書第155頁和第157頁。

5 請見招股書161頁。

圖2載列我們從公開資料獲得的本公司和6.cn月度活躍用戶（「月度活躍用戶」）和月度付費用戶（「月度付費用戶」）的信息（此乃我們能獲得的最近期的關於6.cn的月度付費用戶的公開信息）。從圖中我們可以清楚看到雖然6.cn（經營「一對多」模式）的月度活躍用戶高過本公司，但是其月度付費用戶數則低於我們，進一步驗證我們的「多對多」模式下用戶忠誠度高，付費需求高。在實時社交視頻行業，月度活躍用戶數量和收入沒有直接的線性關係。

圖2 – 本公司和6.cn月度活躍用戶和月度付費用戶的對比

	本公司	6.cn
主要經營指標 – 月度活躍用戶（千人）	15,773 <sup>6</sup>	24,150 <sup>7</sup>
主要經營指標 – 月度付費用戶（千人）	398 <sup>8</sup>	66 <sup>9</sup>
付費比例	2.5%	0.27%

請留意6.cn和本公司定義的月度活躍用戶是不同的，詳情請參閱本公告第17頁。

## 用戶支出總額及滲透率

本公司認為：(i)用戶滲透率<sup>10</sup>、用戶支出總額以及收入之間並無存在直接的線性關係；(ii)6.cn、9158視頻社區和新浪秀的業務模式並不相同；(iii)該等報告未有單獨計算本公司其他平台的用戶滲透率包括忽略了新浪秀場（網頁端產品）的用戶滲透率。

1. 上海艾瑞市場諮詢有限公司（「艾瑞」，為獨立第三方和中國互聯網市場研究機構）確認，該等報告引用的用戶滲透率及市場份額<sup>11</sup>均屬於不同的企業運營指標。兩者之間沒有直接的關係，也不具可比性。

6 請見本公司2015年4月17日發布的2014年年度報告第10頁，以2014年四季度月度活躍用戶平均數統計。

7 請見2015年6月摩根士丹利華鑫證券有限責任公司、華泰聯合證券有限責任公司《關於宋城演藝發展股份有限公司發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易之補充獨立財務顧問意見（一）》第101頁注3，為2014年12月月度活躍用戶。

8 請見2015年4月17日發布的2014年年度報告第10頁，以2014年四季度實時社交視頻社區月度付費用戶平均數進行統計。

9 請見2015年6月摩根士丹利華鑫證券有限責任公司、華泰聯合證券有限責任公司《關於宋城演藝發展股份有限公司發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易之補充獨立財務顧問意見（一）》第101頁注4，為2014年12月月度付費用戶數。

10 據艾瑞確認，用戶滲透率指的是某網站或客戶端「艾瑞月度活躍用戶」規模／該月行業總體「艾瑞月度活躍用戶」規模。艾瑞月度活躍用戶是指某網站或客戶端該月的獨立訪問用戶總數，用戶重複訪問於相關月份算作一位活躍用戶，用戶訪問次數不少於1次，單頁打開時間小於3秒不計。

11 市場份額按用戶支出總額統計。據艾瑞確認，招股書提到的企業市場份額的定義為2013年各企業用戶付費收入所佔行業整體比重。

- 1.1 如招股書披露，就用戶支出總額而言，我們在中國實時社交視頻社區市場的市場份額於二零一三年達到33.9%，而最接近我們的競爭對手於同期的市場份額則為23.1%<sup>12</sup>。根據於該等報告中所引用的由艾瑞發布的「二零一三年中國社交視頻直播行業發展研究報告」（「社交視頻直播報告」），9158視頻社區與新浪秀的市場滲透率分別只有2.1%和2.0%（與6.cn相比較低）。
- 1.2 艾瑞確認，上述兩個運營指標數據真實有效。但是用戶滲透率是使用月度活躍用戶計算，而市場份額以用戶支出總額計算得出，與用戶支出總額直接相關的是於相關期間付費用戶和付費用戶平均收益<sup>13</sup>。艾瑞確認，用戶滲透率與用戶支出總額之間並無直接的線性關係。因此，該兩項指標沒有可比性。該等報告錯誤地將用戶支出總額和收益（二者被作為計算市場份額的基準）與用戶滲透率相比較。
- 1.3 社交視頻直播報告顯示了二零一三年三月中國主要社交視頻網站／軟件的用戶滲透率，其中6.cn和YY Inc.的用戶滲透率分別為同行業第一和第二。因此，我們將從公開資料<sup>14</sup>獲得的YY Inc.和6.cn的二零一四年全年用戶滲透率和全年收入進行了對比，從圖3可以明顯看出用戶滲透率、用戶支出總額和收入不存在直接的線性關係：

**圖3 — 二零一四年YY Inc和6.cn用戶滲透率和收入對比**

企業運營指標	YY Inc.	6.cn
二零一四年全年用戶滲透率 <sup>15</sup>	49.2%（包括YY Inc.客戶端及網站）	35.1%
截至二零一四年十二月三十一日止年度收入(RMB)	21.1億 <sup>16</sup> （只包括YY Inc.在線音樂和娛樂收入）	4.5億 <sup>17</sup>

12 請見招股書第一頁。

13 根據相關期間的收入除以該特定期間的付費用戶而計算。

14 目前能獲得的2013年用戶滲透率的公開資料只有2013年3月的用戶滲透率數據，而沒有全年的用戶滲透率數據，為避免用2013年3月的數據與2013年全年的收入進行比較而造成套用我們不認可的8月16日報告以單月滲透率視作全年滲透率的邏輯，我們選用2014年全年的用戶滲透率和收入數據進行對比。

15 請見2015年6月《關於宋城演藝發展股份有限公司發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易之補充獨立財務顧問意見（一）》第100頁，來源：艾瑞《中國互聯網演藝平台發展研究報告（2015年）》。

16 請見YY Inc.2015年4月21日發布的截至2014年12月31日止年度的Form 20F第3頁，使用在線音樂和娛樂收入數據。

17 請見北京六間房科技有限公司2015年2月發布的截至2014年12月31日的審計報告和備考財務報表第36頁，為謹慎起見，使用主營業務收入數據。

二零一四年，YY Inc.的用戶滲透率（包括YY Inc.在線遊戲<sup>18</sup>）相比6.cn只高出40%，但是YY Inc.的收入（未包括YY Inc.在線遊戲的收入）卻是6.cn的4.7倍，進一步說明用戶支出總額和收入與用戶滲透率並沒有直接的線性關係。

2. 6.cn並非本公司的直接市場可比公司，因為本公司運營模式與6.cn不同，所以用戶滲透率不能直接進行比較。

2.1 網頁端產品和客戶端軟件產品登錄路徑不同：網頁端產品可直接輸入域名、或通過搜索、導航、收藏、廣告等方式進入；客戶端產品則需先下載其客戶端軟件，安裝之後才能進入。

2.2 據艾瑞書面確認，二零一三年，6.cn經營6.cn網頁端產品，9158視頻社區和新浪秀以其客戶端軟件產品為主。雖然9158視頻社區和新浪秀存在網頁端和客戶端等，但根據艾瑞提供的數據，二零一三年三月9158視頻社區和新浪秀的客戶端軟件用戶平均佔到當月9158視頻社區和新浪秀兩個社區用戶總數的80%以上，而網頁端用戶平均只佔到上述兩個社區用戶的20%左右。

2.3 對於網頁端產品，因進入的方便性、廉價的推廣方式且其不需要下載及安裝軟件，更容易獲得大量新增瀏覽用戶。因此網頁端產品的用戶滲透率必然顯著高於客戶端軟件產品的用戶滲透率。6.cn和本公司的運營模式有明顯差異，兩者用戶滲透率不能直接進行比較。

2.4 直接比較網頁端產品和客戶端軟件產品的用戶滲透率並不能反映付費用戶的比率以及付費用戶支出的水平，選擇6.cn作為本公司的直接市場對比公司不恰當。艾瑞亦確認，用戶滲透率代表月度活躍用戶比例，並不能直接與付費用戶對等。此外，就本公司所知，二零一四年，YY Inc.以客戶端軟件產品為主，而6.cn經營網頁端產品<sup>19</sup>，從圖3顯示的YY Inc.和6.cn.的用戶滲透率和收入的差異也可以合理推出客戶端軟件產品的月度活躍用戶與月度付費用戶的轉換率高於網頁端產品。

18 如果按照我們引用的2014年YY Inc. 收入的同一口徑計算該年用戶滲透率，即剔除2014年YY Inc.在線遊戲的用戶，YY Inc.的用戶滲透率將低於49.2%，上述收入和用戶滲透率的比例差距將更大。

19 請見2015年6月摩根士丹利華鑫證券有限責任公司、華泰聯合證券有限公司《關於宋城演藝發展股份有限公司發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易之補充獨立財務顧問意見（一）》第100頁。

### 3. 二零一三年本公司所有平台的用戶滲透率的邏輯推理是沒有合理依據的。

3.1 以二零一三年三月單月用戶滲透率推理本公司二零一三年整年的用戶滲透率不合理。用戶滲透率於任何一個月的數據受各種因素影響，可能有很大波動，以單月用戶滲透率作為二零一三年整年的用戶滲透率不一定能反映本公司真實的用戶滲透率。並且，正如艾瑞指出的，用戶滲透率與收入不直接掛鉤。以二零一三年本公司的收入同比增長低於行業收入同比增長，來推出選用二零一三年三月的用戶滲透率作為本公司二零一三年全年用戶滲透率對公司更有利的假設並不具有合理性。

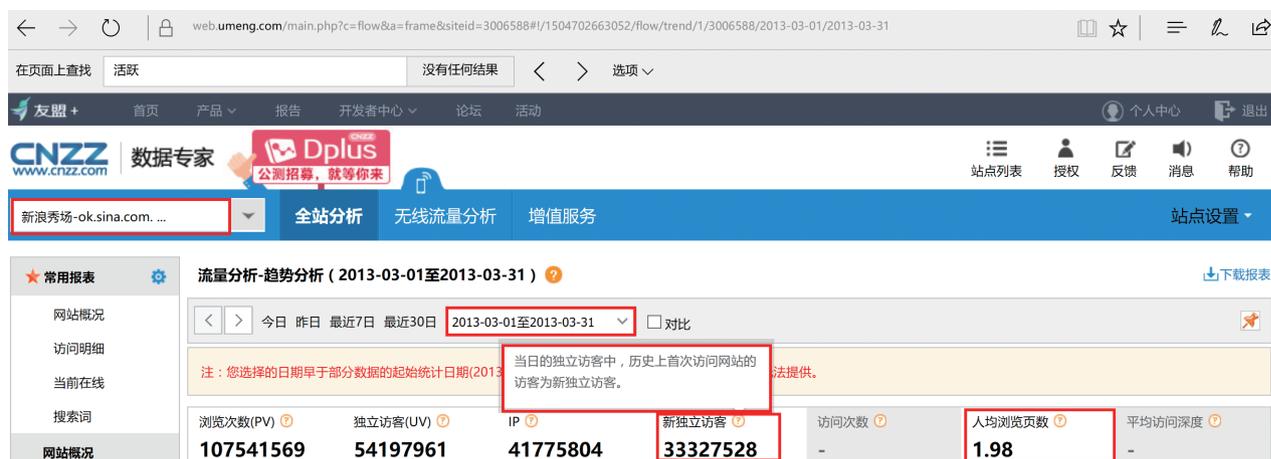
3.2 基於下述各項推斷本公司所有平台用戶滲透率是不合理的：(i)本公司兩個平台（9158視頻社區和新浪秀）假設的用戶滲透率，及(ii)該兩個平台的收入佔本公司實時社交視頻直播業務的收入總額的比例。本公司亦擁有一個致力於網頁端產品的平台，即新浪秀場。本公司作為多個實時社交視頻社區的運營商，在二零一三年擁有8個「多對多」實時社交視頻社區及一個「一對多」實時社交視頻社區共9個實時社交視頻社區。將9158視頻社區和新浪秀二零一三年三月的用戶滲透率視為本公司二零一三年全年的用戶滲透率，並以兩個平台二零一三年全年收入約佔本公司二零一三年全年實時社交視頻社區的收入的81%來推算出二零一三年本公司9個平台的用戶滲透率為5.1%沒有任何依據。在估計本公司於2013年的用戶滲透率時，該等報告忽視了新浪秀場<sup>20</sup>（本公司的一個「一對多」的網頁版實時社交視頻社區）。根據CNZZ<sup>21</sup>，二零一三年三月新浪秀場的新獨立訪客為3333萬（請見圖4），而2013年3月6.cn的「艾瑞月度活躍用戶」<sup>22</sup>為5098萬人（這是艾瑞用來計算用戶滲透率的數據）。如果統計中包含了新浪秀場的「月度活躍用戶」和用戶滲透率，本公司的用戶滲透率必定遠遠高於5.1%，與6.cn的用戶滲透率的比例遠遠超過12.9%。

20 艾瑞確認，在編製領先實時社交視頻直播網站／應用的用戶滲透率圖表（如該等報告所載）時，其選擇了市場上若干領先的實時社交視頻直播網站／應用，而新浪秀場非本公司主要的直播視頻社區之一，故新浪秀場未被列入該圖表。

21 根據其網站披露，CNZZ是中國互聯網數據專家，其監測的新獨立訪客的定義為首次訪問網站的獨立訪客。獨立訪客的定義為一天之內，訪問網站的不重複用戶（以瀏覽器為依據），一天內同一訪客多次訪問網站只計算一次。CNZZ和艾瑞的監測方式可能略有不同，但是其監測的新獨立用戶的定義與「艾瑞月度活躍用戶」的定義無重大不同，都不計算重複訪問用戶，用戶訪問次數不少於1次，且必須是首次訪問網站的訪客。據本公司所知，CNZZ為本公司的獨立第三方。

22 為某網站或客戶端相關月份的獨立訪問用戶總數，但是用戶重複訪問不重複統計，用戶訪問次數不少於1次，單頁打開時間小於3秒不計。

圖4 – CNZZ監測的二零一三年三月新浪秀場的新獨立訪客



3.3 綜上所述，二零一三年三月本公司的用戶滲透率計算是錯誤的。由於用戶支出總額與用戶滲透率之間沒有直接的線性關係，因此，使用「用戶滲透率」來質疑本公司的用戶支出總額相當於6.cn的4.3倍是毫無根據的。這表明，任何關於本公司收入虛高的指控的依據都是錯誤的（請參閱下文第17頁了解更多詳情）。

## 本公司採用的支付方式

自本公司上市（「上市」）以來，本公司銷售代理和用戶的支付方式遵照招股書的披露（請見如下2.1段）。本公司亦確認，銷售代理／用戶的付款從未支付到本公司管理層的个人銀行賬戶。本公司確認，(i)銷售代理將購買虛擬貨幣的款項都支付給了本公司的新浪秀分銷商；(ii)如本公司招股書所披露，所有用戶的直接付款均通過第三方支付平台且扣除手續費後直接支付予本公司。

### 1. 分銷模式及本公司的分銷商真實存在。

1.1 本公司強調，與本公司業務模式有關的所有重大資料已載於招股書及其後的中期及年度報告。本資料持續披露且一直可供查閱以確保本公司股東及潛在投資者可正確地認識本公司的業務模式。誠如招股書<sup>23</sup>披露，本公司每年與分銷商簽訂協議，由分銷商負責管理本公司虛擬貨幣的銷售和推廣，並負責銷售代理的招聘、培訓和管理。

23 請見招股書第168頁。

## 1.2 該等報告中提及的有關分銷模式的敘述是歪曲事實的，理由如下：

第一：如本公告第1頁「本公司分銷模式」介紹所述，分銷商負責培訓、招聘主播和平台推廣，協助主播提高吸引用戶付費的能力。因此，我們的分銷商對本公司的業務起着非常重要的作用。

第二：於2016年，本公司有五個分銷商，旗下約1000個銷售代理，主要分布在浙江省、江蘇省、廣東省和廣西壯族自治區等20多個省市。

第三：分銷商收入貢獻真實。每個實時社交視頻社區都有相應的分銷商和本公司的分賬體系。用戶通過銷售代理購買虛擬貨幣的付款通過分賬體系進入分銷商賬戶後，會自動按照約定的比例向本公司帳戶分配款項。本公司已實施若干程序檢驗通過銷售代理銷售虛擬貨幣的準確性。截至2016年12月31日止年度，本集團通過分銷商及銷售代理做出的虛擬貨幣銷售佔本集團虛擬貨幣銷售的約76%。

第四：關於招聘銷售代理，如上述披露，本公司利用分銷商幫助管理與發展其生態系統。在該生態系統中，所有相關者必須互相幫助以創造一種「雙贏」局面。因此，本公司願意在其網站上發布分銷商準備的廣告以幫助其重要分銷商招募銷售代理。這樣做能夠有助於從用戶中招募更多的專業銷售代理。此外，分銷商招募銷售代理主要通過用戶選拔，而主播主要通過QQ群、微信群等封閉式網絡和對應的直播平台等社交網絡進行招募。

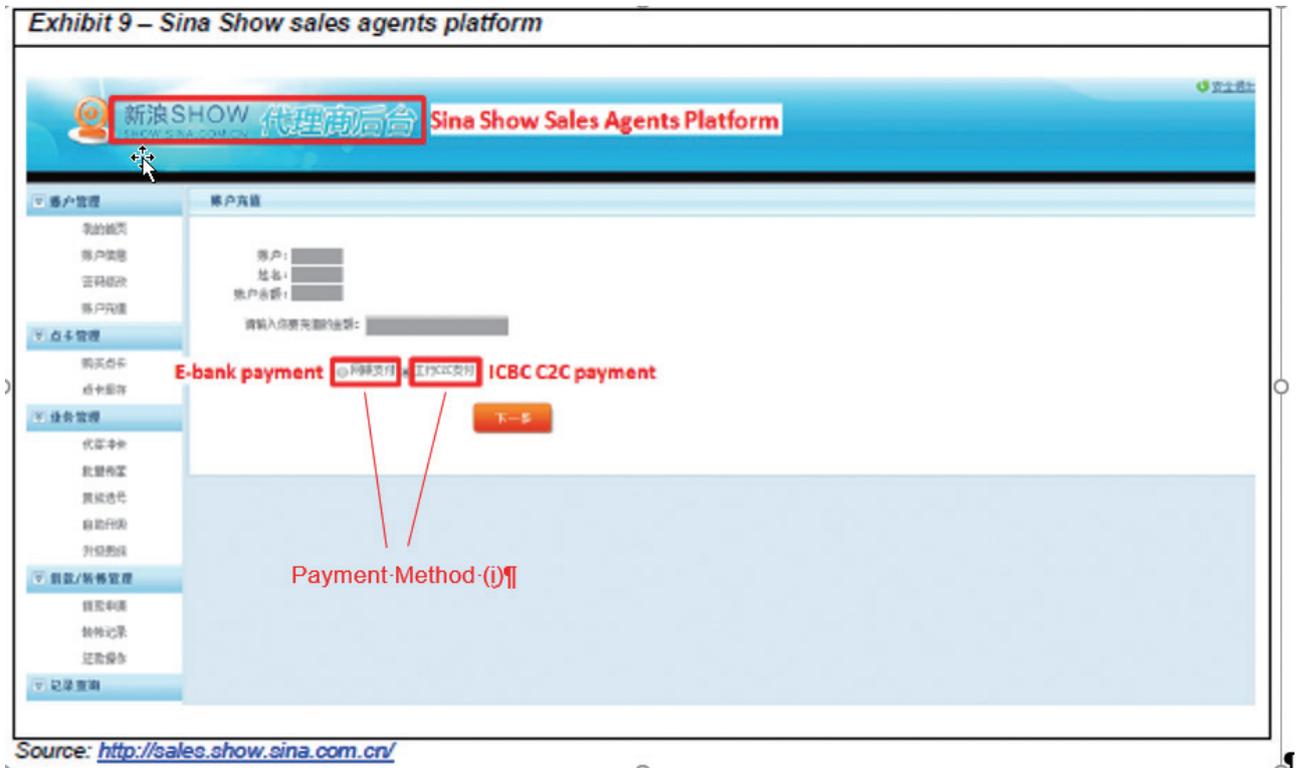
## 2. 本公司的支付方式遵照招股書披露，根據本公司的分銷模式概無將付款繞過分銷商直接支付給本公司。

2.1 誠如招股書<sup>24</sup>披露，本公司銷售的虛擬貨幣的支付方式有兩種：(i)銷售代理購買我們的虛擬貨幣通過第三方支付平台（如網銀，包括IPS和快錢支付）付款後，平台會在扣除手續費後將餘款支付給分銷商，分銷商賬戶會自動按照約定的比例向本公司付款（「**支付方式(i)**」），(ii)用戶直接購買我們的虛擬貨幣的付款由第三方支付平台收取並經扣除手續費後支付給本公司（「**支付方式(ii)**」）。近年來，新的支付方式，如微信支付和支付寶變得流行。自上市以來，本公司銷售代理和用戶的支付方式遵照招股書的披露。

<sup>24</sup> 請見招股書第175頁。

2.2 銷售代理向網銀和工行C2C賬戶的付款即是上述披露的支付方式(i)，請見圖5。

圖5 – 銷售代理向分銷商支付的其中兩種支付方式



2.2.1 該等報告指出上述圖5中顯示的新浪秀銷售代理平台虛擬貨幣支付界面的工行C2C賬戶由名為朱越的人士持有，並通過本公司子公司的客服認為其是本公司的高管。本公司已與新浪秀分銷商進行進一步查詢，且了解在二零一四年，由於某些系統問題，該分銷商決定根據工行的推薦使用工行C2C賬戶作為備用支付方式。經中國律師核查，(i)新浪秀分銷商於二零一四年九月與其當時的員工朱越簽訂協議（「代收協議」），授權新浪秀分銷商全權使用該賬戶。該銀行帳戶在整個使用期限內僅用於分銷商收取付款，且(ii)該銀行賬戶具有類似於上述支付方式(i)所述自動且實時的付款分賬功能，按照約定的付款分賬比率將分銷商收取的部分付款轉到公司的銀行帳戶。儘管分銷商使用該等個人銀行賬戶收款並無不當，且在核對分銷商目前設立的所有可用支付賬戶和分銷商目前可獲取的支付記錄並與本公司當前的分銷商確認後，據本公司所知，本公司分銷商曾使用個人銀行賬戶收款僅為唯一事件。

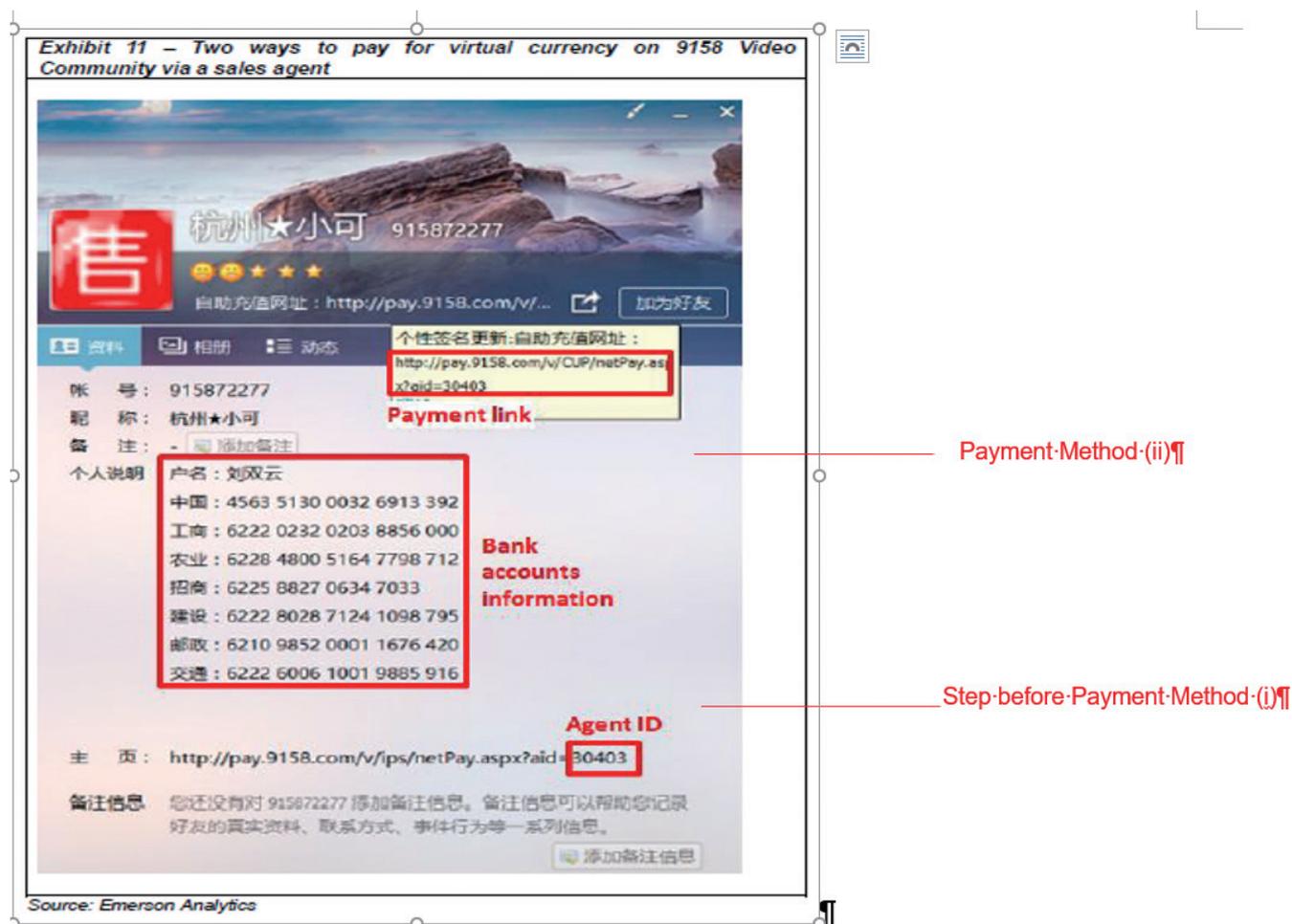
2.2.2 朱越於上述協議簽訂時是新浪秀分銷商的副高級經理，而非本公司的高管。經中國律師核查勞動合同和其他相關文件，朱越於二零一四年一月至二零一五年十二月在新浪秀分銷商工作，擔任新浪秀分銷商的副高級經理。後來，因朱越希望獲得上市公司工作的經驗，其於二零一五年十二月加入本公司子公司，並於輔助部門工作，但目前已離職。她並未在本公司子公司擔任過任何管理工作。

2.2.3 由於通過C2C賬戶支付的總額很小，且由於近年來其他支付方式（如微信支付和支付寶）的普及，分銷商於2017年5月終止C2C賬戶和代收協議。於二零一四年九月（上述協議簽訂時）至二零一七年五月（該支付方式終止時）該C2C賬戶累計收款僅1.08百萬人民幣。

2.2.4 因其個人銀行賬戶的授權並不在本公司控制範圍內，根據代收協議，其銀行賬戶視同分銷商賬戶並由分銷商控制使用，不能因此認為銷售代理通過該賬戶直接向本公司付款。如上所述，分銷商在本公司生態系統中的功能和價值在其角色和職責中體現，包括銷售代理管理、舉辦培訓及用戶留存等。銷售代理自分銷商購買虛擬貨幣無疑應歸為分銷商的貢獻，且不能僅因為分銷商通過個人銀行賬戶收取付款而遭到否認。為免生質疑，本公司已落實有關制度和檢驗方法，以保障今後不再有此類情況發生並已要求每個實時社交視頻社區的分銷商不要使用任何個人銀行賬戶接收銷售代理的付款，並要求財務部及本公司相關部門在獲知或注意到有關事件通知時報告及終止任何個人銀行賬戶。

2.3 用戶通過9158視頻社區銷售代理主頁的自助充值網址進行付款即是支付方式(ii)，請見圖6：

圖6 – 用戶向銷售代理購買虛擬貨幣和用戶直接向本公司子公司充值



該等報告指出，9158視頻社區銷售代理主頁（如上方圖6所示）上顯示了自助充值網址並以此進一步指控用戶直接向本公司賬戶付款購買虛擬貨幣而非通過銷售代理。正如澄清公告1指出的，這種方式正是支付方式(ii)，即用戶直接購買本公司虛擬貨幣的付款方式。自助充值網址出現在9158視頻社區銷售代理的主頁上的主要原因是銷售代理為了防止用戶流失，讓用戶在初期充值不信任銷售代理的情況下或者用戶在銷售代理不在線時，可以選擇直接支付到本公司賬戶。

2.4 如下請見第2.2段和第2.3段提出的兩種支付方式的流程示意圖：

圖7 – 第2.2段提出的支付方式的流程示意圖：

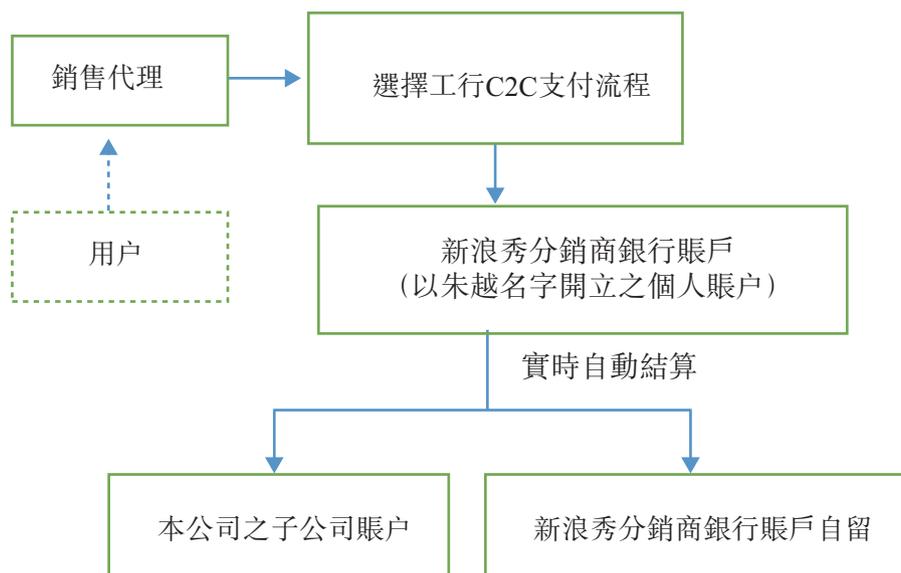
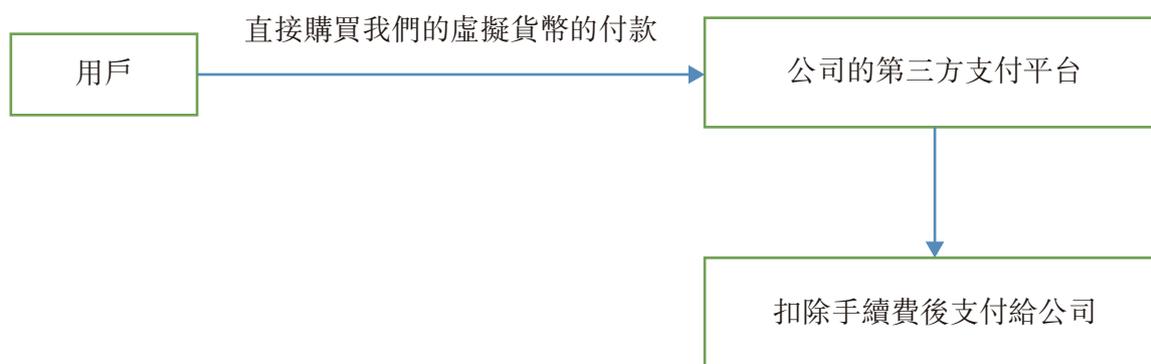


圖8 – 第2.3段提出的支付方式的流程示意圖：



## 本公司的分銷商

誠如澄清公告1所指出的，該等報告列示的六家分銷商中的三家從來不是本公司的分銷商（包括該等報告認為的本公司二零一六年的最大經銷商海象網絡科技（杭州）有限公司（「海象」））。此外，對於我們曾經的分銷商北京瑞瑪時代信息技術有限公司（「北京瑞瑪」）在國家企業信用信息公示系統（「ECIS」）上披露的財務信息，我們無資格發表評論。我們重申，我們對分銷商的披露符合相關法律法規和規則的要求。

1. 請參閱圖9對該等報告中提及的六個「分銷商」的逐一回覆：

## 圖9

8月16日報告提及的分銷商	本公司回覆
杭州軒秀網絡科技有限公司	從來不是本公司的分銷商
金華瑞瑪信息技術有限公司	從來不是本公司的分銷商
海象網絡科技（杭州）有限公司	從來不是本公司的分銷商
杭州軒尼網絡科技有限公司 （「軒尼」）	本公司於二零一四年十一月與其終止分銷商協議。軒尼的部分團隊成員另行組建新公司作為本公司分銷商，其核心管理團隊和管理的核心銷售代理沒有任何變化，對本公司的業務沒有任何影響。
杭州酷尼網絡科技有限公司 （「酷尼」）	本公司於二零一五年十二月與其終止分銷商協議。酷尼的部分團隊成員另行組建新公司作為本公司分銷商，其核心管理團隊和管理的核心銷售代理沒有任何變化，對本公司的業務沒有任何影響。
北京瑞瑪時代信息技術有限公司 （「北京瑞瑪」）	曾經是本公司的分銷商

2. 該等報告通過海象二零一四年七月九日的新聞稿「海象集團助天鴿互動成功上市」以及與海象前員工的對話推測海象是本公司的分銷商。本公司再次確認海象從來不是本公司的分銷商。根據中國律師網上調查並經訪談，海象的股東曾經是我們之前的分銷商的股東。為了宣傳推廣之目的，海象在本公司上市後，發布了上述新聞稿。上述新聞稿的發布本公司並不知曉，也並未徵得本公司同意。我們已經要求海象刪除上述新聞稿，以免進一步誤導公眾，海象此後已經刪除其網站上的新聞稿。海象也為此新聞稿被引用對本公司造成的不良影響表示了歉意。

3. 就該等報告顯示的ECIS披露的北京瑞瑪的二零一六年收入而言，本公司聲明，本公司僅對自身賬目負責，無法推測北京瑞瑪通過ECIS披露的財務信息的真實性、完整性及準確性。北京瑞瑪負責向ECIS提交其文件及確保提交信息的準確性。本公司與北京瑞瑪關於2016年從北京瑞瑪收到的現金收益的分賬已妥善結算，而本公司已妥善記錄來自北京瑞瑪的收益。

## 本公司的同時在線用戶及月度活躍用戶

1. 自從二零一六年上半年以來，本公司成功推出眾多手機在線直播平台。目前，本公司擁有5個手機在線直播平台 and 5個實時社交視頻社區。為得出本公司二零一六年的同時在線用戶的確切人數，本公司當時所有手機在線直播平台和實時社交視頻社區的同時在線用戶人數應包含在內。
  - 1.1 於上市時，本公司經營8個「多對多」實時社交視頻社區。二零一六年上半年本公司成功推出數個手機在線直播平台，現在本公司有5個手機在線直播平台和5個實時社交視頻社區。於此期間，該等報告中提及的心意吧、跳舞吧、真想聊、久久明星交友和糖果社區從二零一六年上半年開始陸續與其他平台合併。隨着手機在線直播應用平台的成功推出及營運，截至二零一六年十二月三十一日止三個月，我們的手機「月度活躍用戶」佔「月度活躍用戶」總人數的47%<sup>25</sup>。
  - 1.2 自二零一六上半年開始，由於本公司手機在線直播應用的發展，本公司不時保持更新應用及社區。因此，應用及社區在不同時期的界面存在不同。於二零一六年上半年，本公司的所有在線社交視頻社區顯示的只有登錄實時社交視頻社區的同時在線用戶人數，不顯示登錄手機在線直播平台的同時在線用戶人數。當時手機在線直播應用與其相應的實時社交視頻社區不能完全整合。然而，本公司於二零一七年上半年對9158視頻社區進行了改版，在同一屏幕上能顯示同時登錄的網頁用戶、客戶端用戶和手機用戶的人數。但是上述仍未包含所有的還未進入視頻社區聊天室的用戶。

<sup>25</sup> 請見本公司二零一七年四月二十六日發布的二零一六年年報第13頁。

1.3 此外，由於本公司手機在線直播平台的推出和發展，同時在線用戶人數每天都在變化。因為本公司於二零一六年的部分時間段內擁有超過10個社區及平台，僅收集兩天少數幾個實時社交視頻社區的同時在線用戶人數數據或不能反映本公司的所有同時在線用戶人數。該等報告中對本公司及6.cn的同時在線用戶進行比較時，僅考慮了9158視頻社區、新浪秀和新浪秀場合計的同時在線用戶，剔除了心意吧和歡樂吧的同時在線用戶，並且按抽樣期間同時在線用戶最高峰值減去同時在線用戶最低峰值作為9158視頻社區的同時在線用戶數。因此，根據本報告所載參數及樣本量得出本公司的同時在線用戶甚至不到6.cn的十分之一(8.9%)的結論是具有誤導性且不準確的。

1.3.1 關於該等報告聲稱的心意吧、歡樂吧和9158視頻社區的於若干日同時在線用戶數目波動較小，本公司指出其主要原因是心意吧、歡樂吧和9158視頻社區在二零一六年曾經發布過鼓勵用戶提高相關社區／平台逗留時間的激勵政策，鼓勵用戶提高在線時長。激勵政策規定，用戶在社區每停留一小時將會獲得一定的虛擬貨幣獎勵，還規定了每個社區每天將會獎勵的虛擬貨幣上限。本公司還採取行動通過若干IT系統驗證心意吧、歡樂吧及9158視頻社區等社區是否存在休眠賬戶，以確保激勵政策已經妥善實施。

2. 帶寬成本按照併發在線用戶峰值（而非同時在線用戶峰值）計算。同時在線用戶峰值不一定與月度活躍用戶成比例地增加。

2.1 在對帶寬成本計算進行討論之前，請先參閱以下相關術語的簡要解釋：

「併發在線用戶」：任何時間同時向服務器發送請求的用戶總人數；只有併發在線用戶才能消耗流量對服務器產生壓力；

「併發在線用戶峰值」：任何時間同時向服務器發送請求的用戶總人數最高值；

「同時在線用戶」：任何時間同時登陸社區／平台的用戶總人數；同時在線用戶不一定對服務器產生壓力；

「同時在線用戶峰值」：任何時間同時在線用戶最高值。

2.2 計算帶寬成本應按照併發在線用戶峰值計算，而非同時在線用戶峰值。本公司與多個帶寬服務提供商簽訂服務合約，以滿足業務運營所需的帶寬。在此服務合同下，帶寬成本通常基於包月價收取費用，如果實際發生的帶寬超過合同中約定的數值，則收取附加帶寬成本。這種包月價就是根據併發在線用戶峰值產生的帶寬進行協商確定的。

假設同時在線用戶峰值有500人，只說明有500人同時登錄了系統，並不表示服務器實際承受了500人的壓力。部分原因在於流量大小取決於用戶的訪問模式。因此，同時在線用戶峰值不一定與併發在線用戶峰值具有線性關係。

2.3 此外，如澄清公告1指出，同時在線用戶峰值和「月度活躍用戶」不存在直接的關係，按照「月度活躍用戶」增長比例來推算同時在線用戶峰值不具有合理性。本公司的「月度活躍用戶」總數是指在相關月份使用我們產品或服務至少一次的註冊用戶總數，同時在線用戶峰值是指某一特定時間點同時登錄相關社區的用戶最高值，無論他們一個月登陸頻率如何。假設一個時間點的用戶值和整個時間段的用戶值密切相關且同比增長沒有任何依據。隨着手機在線直播平台的推出，雖然本公司的「月度活躍用戶」規模大幅上升，但是許多平台用戶主要用碎片時間登陸，用戶在線時長明顯短於電腦端實時社交視頻社區用戶。因此，月度活躍用戶增長並不會導致同時在線用戶峰值同比增長。

2.4 此外，本公司使用用戶數據報協議(UDP)傳輸數據，因為對於直播應用來講，及時傳輸是關鍵。即使UDP有時不夠可靠與穩定，但它快於其他協議，比如傳輸控制協議(TCP)。由於使用UDP，我們也可將服務器置於三四線城市以節省成本。通過UDP的使用和技術優勢，我們可以較少的寬帶成本保持同樣的數據傳輸速度和清晰的視頻傳輸。

3. 如上所述，二零一三年本公司和6.cn的用戶滲透率的比例計算是錯誤的，因此，基於該等數據預估的本公司「月度活躍用戶」是不正確的。此外，計算用戶滲透率所依據的「月度活躍用戶」的定義與本公司「月度活躍用戶」的定義是不同的。因此，基於上述「月度活躍用戶」推算得出的預估收入亦是不正確的。

3.1 我們希望指出該等報告中所提及的「月度活躍用戶」的定義並不相同：

「艾瑞月度活躍用戶」：某網站或客戶端該月的獨立訪問用戶總數，用戶重複訪問於相關月份算作一位活躍用戶，用戶訪問次數不少於1次，單頁打開時間小於3秒不計。

「6.cn月度活躍用戶<sup>26</sup>」：每月訪問6.cn互聯網演藝平台網站或產品至少兩次的獨立用戶。獨立用戶是指根據瀏覽器訪問記錄確定的並去除重複後的訪問用戶。

「天鴿月度活躍用戶<sup>27</sup>」：相關月份我們平台上的活躍用戶。一名月度活躍用戶是指在相關月份使用我們產品或服務至少一次的一名註冊用戶。

3.2 該等報告推算出二零一三年本公司的「6.cn月度活躍用戶」為1,839,000人並據此預估本公司的收入。二零一三年本公司的「6.cn月度活躍用戶」根據(i)本公司的用戶滲透率只佔6.cn的12.9%，(ii) 6.cn獨立財務顧問意見中披露的二零一三年的「6.cn月度活躍用戶」為14,210,000人推算得出。如之前所述（詳情請見本公告第3頁至第7頁），該等報告得出的本公司與6.cn的用戶滲透率的比例(12.9%)是錯誤的，所以基於上述數據推導出的本公司的「月度活躍用戶」的推算和結論也是完全錯誤的。

3.3 並且，如之前定義，用戶滲透率以「艾瑞月度活躍用戶」為基礎而推算。上述計算所得本公司的「6.cn月度活躍用戶」乃基於本公司與6.cn的用戶滲透率的比例及6.cn月度活躍用戶，與實際的「天鴿月度活躍用戶」並不相關。因此，以該等本公司的「6.cn月度活躍用戶」為基礎推算出的二零一三年本公司的預估收入是毫無依據的。

3.4 根據艾瑞的確認，二零一三年三月9158視頻社區的「艾瑞月度活躍用戶」為2,790,000人，新浪秀的「艾瑞月度活躍用戶」為2,590,000人，計算方式為網頁端+PC端去掉重合用戶後的總月度活躍用戶。僅本公司二零一三年三月兩個實時社交視頻社區的「艾瑞月度活躍用戶」為5,380,000人，遠高於該等報告中指出的1,840,000人。

26 2015年6月摩根士丹利華鑫證券有限責任公司、華泰聯合證券有限責任公司《關於宋城演藝發展股份有限公司發行股份及支付現金購買資產並募集配套資金暨關聯交易之補充獨立財務顧問意見（一）》第19頁。

27 請見招股書第273頁。

## 上海視速信息技術有限公司的資料

該等報告指控本公司從未披露上海視速信息技術有限公司（「上海視速」）的任何資料。本公司自二零零九年十一月起持有上海視速25%的股份，且上述出資的賬面價值於上市前因上海視速累計虧損已完全減計至零。另外，本公司於2009年至2011年與上海視速簽訂了兩次技術開發合作協議，所涉金額不重大。自二零一一年十月之後，本公司與上海視速再無任何業務往來。在招股書所述的往績記錄期內及直至本公告日期，本公司僅持有上海視速25%的股份，且該投資已減計至零。因此，本公司未披露上海視速的資料。

### 結論

本公司重申該等報告中之指控毫無理據，含有誤導性及虛假陳述。本公告是為回應該等報告中的相關指控以增強股東及潛在投資者對本公司的信心。於本公告刊發後，本公司將專注於本集團的業務發展，以為本公司的股東帶來回報。

誠如該等報告的免責聲明所述，於該等報告刊發時，該實體及／或其聯繫人或合伙人可能於本公司證券及／或衍生工具中持有好倉或淡倉，該實體及／或其聯繫人或合伙人可能在任何時候維持或改變其持倉。該等報告的免責聲明亦指出，投資者需自行承擔閱讀和使用該等報告的風險。

因此，本公司股東及潛在投資者於買賣本公司證券時務請審慎行事。

承董事會命  
傅政軍  
主席兼首席執行官

二零一七年十二月四日

於本公告日期，本公司執行董事為傅政軍先生及麥世恩先生；非執行董事為毛丞宇先生及余正鈞先生；而獨立非執行董事為余濱女士、胡澤民先生及陳永源先生。