（上接A45版）

付股利。

综上，截至2015年2月28日，标的公司母公司层面已有明确用途的资金总额与账面货币资金余额基本相当。

（3）标的公司资产负债率高于同行业上市公司平均水平

截至2014年12月31日，根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订稿）》，恺英网络所处“I64 互联网和相关服务业”上市公司的资产负债率情况如下表所示：

序号	代码	名称	资产负债率(%)
1	000503.SZ	海虹控股	7.44
2	002095.SZ	生意宝	15.30
3	002315.SZ	焦点科技	14.51
4	002354.SZ	天神娱乐	10.90
5	002439.SZ	启明星辰	32.73
6	002467.SZ	二六三	15.86
7	300059.SZ	东方财富	69.60
8	300104.SZ	乐视网	62.23
9	300113.SZ	顺网科技	21.97
10	300226.SZ	上海钢联	46.21
11	300295.SZ	三六五网	13.76
12	300383.SZ	光环新网	19.09
13	300392.SZ	腾信股份	20.45
14	300418.SZ	昆仑万维	31.08
15	300431.SZ	暴风科技	36.21
16	600804.SH	鹏博士	67.73
17	603000.SH	人民网	15.30
平均值			29.43
恺英网络			92.85

通过对互联网和相关服务业全部17家上市公司截至2014年12月31日的资产负债率进行分析，恺英网络资产负债率为92.85%，互联网和相关服务业上市公司平均资产负债率为29.43%，恺英网络资产负债率高于同行业上市公司平均水平。

（4）未来公司将在网页网络游戏代理业务持续加大投入，流动资金需求增长较快

报告期内，随着经营规模的持续扩大及运营的游戏产品不断丰富、数量不断增加，市场推广费用逐年增加，2015年1-2月、2014年、2013年和2012年，恺英网络发生的市场推广费分别为7,111.81万元、29,976.67万元、13,019.52万元和1,508.87万元，本次募集配套资金中的50,000.00万元将主要用于未来进行精品网页网络游戏独家代理的市场推广支出。若本次配套募集资金得以成功实施，则会计师在对标的公司实现的实际扣非净利润出具专项审核报告，在计算恺英网络当期实际扣非净利润时，应按照“实际使用金额*银行同期贷款基准利率*1.1”的计算方式相应扣除。

（5）本次募集配套资金金额与标的公司现有生产经营规模、财务状况相匹配

报告期内，恺英网络经营规模持续扩大，2015年1-2月、2014年、2013年和2012年，恺英网络营业收入分别为37,067.03万元、72,780.21万元、40,869.20万元和20,751.63万元。

上市公司根据恺英网络XY苹果助手国际版、啪啪多屏竞技平台、O2O生活助手、大数据中心等4个募投项目测算资金需求额，并根据日常经营活动对流动资金的需求，最终确定本次募集配套资金总额317,060.45万元。

综上，本次募集资金金额是在综合考虑恺英网络现有业务规模、财务状况、行业发展趋势、未来发展前景的基础上制定业务发展计划和资金需求计划，并结合现行配套融资政策基础上测算得出的，与标的公司现有生产经营规模和财务状况相匹配。

（七）本次募集配套资金投资项目具体情况分析

1、XY苹果助手国际版项目

（1）项目概述

XY苹果助手是一款iOS设备管理工具，为用户提供手机瘦身、iPhone/iPad游戏和应用下载、最新苹果资讯发布等内容，以功能的差异化与服务的个性化满足苹果用户的多元化需求。自2014年4月商业化运营以来，XY苹果助手取得了优异的市场表现。据艾瑞咨询统计，2014年下半年，中国苹果iOS第三方应用分发渠道的平均月度覆盖人数排名，XY苹果助手排名第二位；从2014年苹果iOS第三方应用商店营收数据来看，XY苹果助手位列前五，且未来增长潜力巨大。

本项目系基于XY苹果助手在国内运营的优异表现，由恺英网络通过自主运营的模式，将XY苹果助手本地化为英语、西班牙语、泰语、俄罗斯语等多种语言版本，将其推广覆盖到全球市场，争夺国际市场iOS设备移动互联网入口，增强恺英网络持续盈利的能力。

（2）项目背景及必要性

① 海外市场广阔，多个成功例子证明中国互联网企业有能力向全球市场输出产品

中国互联网企业综合实力大大增强，已经具备向全球输出高品质产品的能力，目前已有多家中国互联网公司在海外实现高速增长并获得主流资本市场的认可。

中国互联网企业走向海外市场可大致分为两种类型，一种是以IGG Inc、昆仑万维为代表的游戏企业，在全球范围内输出优质的中国游戏产品，包含端游、页游及手游产品；另一种是以久邦数码、猎豹移动为代表的工具性平台性产品的全球化。

中国工具性移动互联网产品在国际市场已占据有重要位置，工具性平台性的互联网产品走向海外市场的规模更大，门槛更高，同时成功的速度也更快，其代表企业均为移动互联网公司，具体情况如下：

久邦数码为国内老牌的移动互联网企业，其早期核心产品“3G门户”于2004年3月上线，是中国最早的WAP门户网站之一。在国内市场经历了移动门户、在线阅读、在线音乐播放等一系列业务之后，成立于2003年的久邦数码终于依靠基于安卓系统的手机桌面系统“GO桌面”实现在全球市场的成功，并于2013年11月登陆美国纳斯达克。GO桌面系列产品包括GO桌面、GO短信、GO键盘，其中GO桌面是核心基础。据久邦数码2014年财报显示，截至2014年12月31日，久邦数码GO桌面系列产品的累计用户总数达到了5.54亿人，月度平均活跃用户总人数为1.11亿，付费用户数约510万人。

在产品国际化方面，久邦数码在GO桌面面世之初即指向国际化，其超7成用户来自中国以外地区。截至2014年12月31日，GO桌面、GO短信、GO键盘全球累计用户数分别为3.95亿人、1.53亿人和0.92亿人，其中付费用户数分别为170万人、230万人和70万人。目前GO桌面共拥有44种不同语言版本，覆盖全球200余个国家及地区，GO键盘共拥有48种不同语言版本，普遍支持各类智能移动设备。 2012年-2014年GO桌面系列产品为久邦数码贡献收入分别为0.34亿元、1.53亿元和1.87亿元，复合增长率高达211.83%，国际化运营战略成效显著。

猎豹移动于2010年10月由金山安全和可牛影像合并而成，2012年开始依据“海外+移动”战略，借助猎豹清理大师、电池医生、猎豹浏览器、手机毒霸等产品矩阵在全球迅速崛起，并于2014年第二季度于纽交所正式挂牌上市。目前，猎豹移动在全球的移动月度活跃用户数已经突破3.95亿，超过65%流量来自海外。

上述企业在海外市场的成功运营证明了中国互联网企业已经具备向全球市场输出高品质产品的能力，也证明了“移动互联网+海外市场+中国模式”具有可行性。

② 大量中国移动互联网产品走向海外市场，催生对海外移动流量/渠道的急剧需求

近几年，从互联网巨头BAT到中型移动互联网企业都看准了海外市场的巨大空间，纷纷走向海外市场。而这些走向海外市场的中国互联网企业在全球移动发行商中占据了重要位置：

数据来源：App Annie发布的《2014 年12月全球应用指数报告》

在Google Play的全球工具排行榜中，中国产品全面独占了前5的位置，具体情况如下：

数据来源：App Annie发布的《2014 年12月全球应用指数报告》

而上述中国移动互联网产品在全球市场进行推广时所产生的巨大的流量需求又催生了一部分移动端流量型企业的快速发展与良好变现。例如，从 2013 年初 GO 桌面正式在北美启动商业化以来，GO 桌面的海外终端客户广告，几乎全部来自国内移动互联网开发者在海外的用户拓展，包括腾讯的微信、金山的猎豹清理大师、搜狐畅游、百度等。GO 桌面的分发对猎豹清理大师的迅速发展起到了关键的作用。

2014年度，得益于腾讯、百度、猎豹、畅游等互联网企业在海外市场的进一步推广，中国的移动互联网广告平台企业也获得了爆发性的增长并取得了良好的收益。

除了上述互联网巨头以外，还有较多的中型移动互联网企业已经或正在筹备走向海外市场，预计未来三年将会对流量和变现途径产生巨大的需求，为能够满足上述需求的XY苹果助手等渠道/平台性产品提供了良好的发展空间。

③ 恺英网络具备将XY苹果助手进行国际化的能力

XY苹果助手在国内市场的迅速发展证明了恺英网络较强的产品研发及市场推广能力，在自2014年4月开始商业化运营至2015年3月31日成功积累超过6,600万人用户的过程中摸索出了一套适合渠道/平台性产品快速发展的宝贵经验。

同时，通过对XY苹果助手在国内的成功运营经验积累，以及内部培养和外部吸收优秀的管理、技术及运营人才，恺英网络储备了大量海外市场运营人才和产品研发人才，在产品本地化、海外推广、流量变现方面积累了丰富的资源。

此外，恺英网络在海外游戏发行中积累的海量用户数据及用户获取经验为将来XY苹果助手在海外的推广奠定了良好的基础；同时恺英网络与众多已成功走向或筹备走向海外市场的移动互联网企业建立了良好的合作关系，为将来XY苹果助手在海外市场的成功运营提供了良好的基础。

④ 开启iOS平台型产品全球市场新蓝海，是恺英网络建立先发优势的必然要求

目前，新兴市场国家用户总量巨大，但其本地开发者少，市场上专门为新兴市场本地用户开发的移动互联网产品数量稀少，这为中国移动互联网公司走向海外抢占新兴市场、进行全球市场的用户积累提供了良好的发展机遇。

苹果公布的财报数据显示，截至2015年3月28日，苹果公司营业收入总额为580亿美元，净利润为136亿美元，相比上年同期均有约30%的增长。而用户对于屏幕更大的iPhone6和iPhone6 plus喜爱程度也高于之前的iPhone产品，这一点在中国以及新兴市场表现尤为明显。随着苹果智能手表Apple Watch和12英寸的Retina屏Macbook开始大范围铺货，苹果公司预期第三财季营业收入可能达到460亿至480亿美元。

上述数字表明苹果产品在软硬件两方面都仍处于持续高速发展期，全球范围内的iOS设备持有者对于苹果产品软硬件管理的需求十分巨大。而苹果助手产品集设备管理、内容分发为一体，充分满足了苹果用户对个性化的追求及对多元化内容的需求，为基于iOS设备运营的手机助手产品提供了广阔的发展空间。

⑤ XY苹果助手具备了独立进军全球市场的充分条件

平台性产品不比单一游戏产品，在本地化方面的要求较高，并非仅进行文字翻译，UI调整，而需要根据当地用户需求对产品功能特性进行调整，需要产品运营团队对本地市场和用户需求有深入了解和把握，同时需要研发团队针对本地市场进行深入的二次开发。这种模式对研发团队与发行团队的沟通协作要求非常高，将海外版本授权给第三方发行商来做本地发行的模式很难满足上述沟通协作的要求。

同时，由于平台型产品平台建设周期较长，变现回报速度较慢，在很长一段时间内研发商无法从代理商获得收入分成，影响研发商的产品开发积极性，对本地化支持和版本迭代产生不利影响。

自2014年4月开始商业化运营以来，XY苹果助手取得了良好的市场表现并仍处于强劲的上升通道中。XY苹果助手拥有较为强大的研发团队，能支持国内海外并线开发；同时，依托本次募集配套资金的支持，XY苹果助手具备了独立进军全球市场的充分条件。

⑥ XY苹果助手进军全球市场是恺英网络进一步实现平台化战略，构建完整业务生态圈的迫切需求

I XY苹果助手国际版是构建全球移动互联网入口的必然要求

移动互联网时代，移动互联网入口的价值日益凸显，业内公认的一级入口通常有：搜索引擎、超级APP、手机桌面、应用商店。

在PC时代，搜索与浏览器成为互联网的超级入口，搜索在国外成就了Google，在国内则造就了互联网三巨头之一的百度。在移动互联网时代，搜索引擎巨头保持和发挥了自身的优势，全球各区域搜索引擎的格局并未发生变化，该领域并未因进入移动互联网时代而给新进者留下机会。

而超级APP、手机桌面和应用商店无疑是移动互联网时代特有的入口产品。在应用商店领域，全球市场上Google Play和App Stpre占据了总应用下载量的70%以上，但在以中国为代表的部分国家，第三方应用商店仍然占据较大市场份额。苹果助手产品则一方面具有部分桌面产品的特性，一方面具有应用商店的特性，是iOS系统上绝佳的手机桌面+应用商店产品，是适合中型企业发展的一级移动互联网入口。

II XY苹果助手国际版是恺英网络构建完整业务生态圈，保持持续增长的必然需求

恺英网络最早以互联网游戏内容研发商进入网络游戏行业，但单一一款游戏的生命周期有限。尤其进入移动互联网时代以后，移动游戏的生命周期较网页游戏更短；同时游戏研发项目的成功率较低，单一游戏研发的结果具有较高的不确定性，移动游戏研发的成功率甚至只有不到千分之一，很少有研发商有连续两款或几款项目成功的经历。作为单一的网络游戏内容研发商很难保证恺英网络业绩的持续增长。

而游戏平台经营业务的特征则相反：一旦平台上的用户达到一定规模，平台上多元化的游戏内容选择提高了游戏用户的留存度，平台沉淀的用户可持续不断为恺英网络稳定地创造经济价值。但游戏平台经营业务具有建设周期长、流量变现慢、资金投入大的特征，使得该类型业务门槛较高，参与竞争者相对较少。

报告期内，恺英网络完成了从单一的互联网游戏内容研发商向互联网多平台运营商转变，2014年得益于XY苹果助手的快速发展构建了自己的移动互联网流量入口，完成了由PC端到移动端的成功转型。争夺移动互联网入口，加大平台型产品的投入是提高恺英网络的抗风险能力，充分发挥不同类型业务的协同效应，增强恺英网络综合实力的必然需求。

III XY苹果助手国际版项目对恺英网络网络游戏研发和发行业务具有反向促进作用

作为移动互联网平台型产品，XY苹果助手国际版将运营数量庞大的移动网络游戏及其他应用产品。依托强大的对优秀移动网络游戏及移动互联网应用产品的筛选判断能力，恺英网络能够根据产品在XY苹果助手上架的表现深度挖掘其市场潜力，并结合自身业务发展情况进行战略投资，顺应市场发展和用户的需求，加强在移动互联网行业的战略布局。此外，通过对优秀游戏的数据进行分析和处理，恺英网络能够发现受欢迎游戏的特征，未来发展趋势，进而反向促进恺英网络的网络游戏研发，帮助恺英网络把握未来趋势，研发出高品质的移动游戏产品，同时为恺英网络代理第三方精品游戏产品提供一手的筛选依据。

IV XY苹果助手的平台特性和国际市场流量碎片化的特点，决定了参与者必须拥有持续投入资金去构建竞争壁垒的实力

如前所述，平台型产品回报丰厚，收益稳定，并能为恺英网络其他类型业务带来明显的附加效应；但同时平台型产品对用户积累有非常高的需求，无论是PC时代还是移动互联网时代，平台建设期和投入期所需资金远远大于单一产品。

同时，国际市场虽然用户规模庞大且市场空间巨大，但流量较国内更为碎片化：覆盖全球主要市场需要多达30几种语言，不像国内单一语种单一市场，对本地化与推广的时间周期要求较长，海量用户的积累难以一蹴而就，因此国际市场平台建设和流量变现的周期更长。以猎豹移动为例，猎豹移动自2012年9月在全球范围启动猎豹清理大师项目，直至2014年5月猎豹上市海外流量还未开始变现，直至上市之后的2014年第三季度才启动变现。

因此上述特征决定了参与者必须拥有持续不断的资金去积累海量用户构建竞争壁垒。

（3）项目实施进度

① 项目实施阶段

根据XY苹果助手国内研发与运营经验，结合久邦数码、猎豹移动全球化的实际案例，XY苹果助手国际版项目建设期为三年，分为三个阶段：

第一阶段：选择泰国市场推广运营XY苹果助手进行验证；

第二阶段：选择一批iOS设备保有量可观且发展迅速、经济发展水平适中，用户习惯与中国较为接近的国家作为第一梯队区域，为这些区域制作本地化语言版本并进行大规模推广；

英语版本：覆盖印度、印尼、马来西亚、菲律宾及其他以英文为主要语言的发展中国家；

越南语版本：主打越南；

阿拉伯语：覆盖埃及、阿联酋、沙特等阿拉伯国家；

第三阶段：在第一梯度之外补充其他适合XY苹果助手发展的国家和区域，将XY苹果助手推向全球：

葡萄牙语版本：覆盖巴西等拉丁美洲国家；

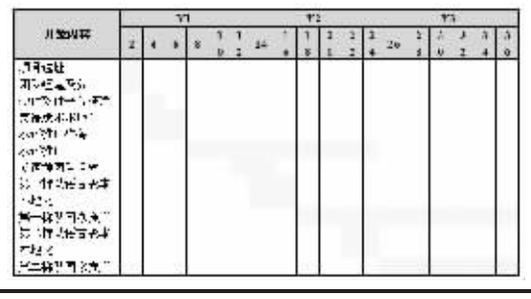
俄罗斯语：覆盖俄罗斯等俄语区域；

西班牙语：覆盖墨西哥、阿根廷等拉美国家以及部分欧洲国家；

其他小语种。

② 项目实施周期

XY苹果助手国际版项目实施周期具体如下：



（4）项目投资概算

XY苹果助手国际版项目投资，主要包括用户获取成本、营销费用、人力成本、服务器CDN等设备成本以及办公场地相关费用。

由于部分国家网络环境较复杂，服务器CDN部分，恺英网络将采取设备采购与租赁相结合的方式。由于将来实际业务需要在本地落地，恺英网络将在部分国家设置分公司或代表处，组建当地团队（主要是本地客服及商务），故在服务器CDN和办公场地相关费用有较多投入。

XY苹果助手国际版项目实施投资概算具体如下表：

单位：万元

项目	金额				占比
	Y1	Y2	Y3	小计	
用户获取成本	9,450.00	19,600.00	23,600.00	52,650.00	54.21%
营销费用	775.00	1,550.00	2,100.00	4,425.00	4.56%
人力成本	3,978.72	8,424.00	11,178.00	23,580.72	24.28%
其中：产品研发	1,620.00	3,474.00	4,401.00	9,495.00	9.78%
运营人员薪酬	1,350.00	2,574.00	3,564.00	7,488.00	7.71%
当地团队薪酬	345.60	972.00	1,350.00	2,667.60	2.75%
团队奖金	663.12	1,404.00	1,863.00	3,930.12	4.05%
服务器CDN等设备成本	2,198.44	3,766.53	5,099.37	11,064.34	11.39%
办公场地相关费用	800.00	1,600.00	3,000.00	5,400.00	5.56%
合计	17,202.16	34,940.53	44,977.37	97,120.06	100.00%

（5）项目建设对上市公司的影响

XY苹果助手国际版项目将建设成为一个全球iOS设备持有用户的互联网入口，通过入驻PC端和移动端为苹果用户提供设备个性化、娱乐多元化的服务，该项目将集成移动产品分发、社区交互、服务、资讯等功能，打造具有丰富的可扩展性和交互性的应用商店。

该项目进一步完善了恺英网络的平台战略，打造恺英网络移动互联网完整的业务生态圈，触及全球逾10亿具有较高付费能力的苹果设备用户，具有良好的经济效益。

2、啪啪多屏竞技平台项目

（1）项目概述

啪啪多屏竞技平台将建成一个以手机终端（Android、iOS）+家庭电视（Android）网络竞技平台为主体，通过自主研发的模拟器技术将街机、FC、GBA、SFC、PSP、PS、MD等数万款经典游戏的操作及功能进行批量自定义定制化后，移植到手机及电视平台中，并通过时空联网技术（针对即时竞技游戏）以及非时空联网技术（针对排名竞技游戏）两种联机模式，全面支持网络竞技游戏在自主研发的网络云技术平台中运营。

以啪啪多屏竞技平台的软平台能力与优势为合作基础，采取开放+共赢的运营方式，与游戏手柄、电视外设主机（跳舞毯、体感机等）、大型游戏机（现代游戏厅）厂家深入合作，帮助合作伙伴提高产品竞争能力，在其获得云服务平台未来收益分成的同时，啪啪多屏竞技平台则可持续稳定的获得大量优质用户。

平台发展路线图（S1-S5）

啪啪多屏竞技平台不仅支持恺英网络自主运营游戏和第三方游戏商的网络游戏发行和服务，还将为恺英网络在娱乐市场布局提供强大的大数据分析能力，帮助恺英网络在产品策划与IP布局等方面获得领先优势，全面提升恺英网络的行业地位和核心竞争力。

（2）项目背景及必要性

① 行业发展及争夺移动游戏分发入口的需要

随着互联网应用的发展，用户对街机、FC、GBA、SFC、PSP、PS、MD等平台的游戏在PC、手机、电视上运营的关注较为强烈，用户群体日益增长，但截至目前，将海量的优质游戏进行整合并实现联网竞技的游戏平台尚处空白。因此，开发上述竞技平台能够顺应行业发展的需要。此外，在目前移动互联网持续快速发展的背景下，开发上述竞技平台是争夺移动游戏分发入口的需要。

② 家庭电视娱乐平台的需要

基于游戏的特性，街机、FC、GBA、SFC、PSP、PS、MD等平台游戏对电视+手柄的体验契合度较高。通过云平台实现联网竞技化，将形成独特的用户体验。在未来的电视娱乐时代，开发多屏联网竞技游戏平台是抓住家庭电视娱乐平台发展机遇的迫切需要。

② 对用户大数据进行分析的需要

通过打造专业的多屏联网竞技平台，通过收集用户行为数据并对大数据进行收集和分析能够为平台运营提供强大的数据支撑，提高恺英网络运营效率，将平台效应最大化。

③ 用户生态发展的需要

除目前已在上线运营的XY苹果助手及XY.COM等互联网平台型产品外，打造作为移动娱乐平台的多屏联网竞技平台，是恺英网络进一步强化用户获取能力、扩大自有用户规模，丰富互联网平台产品线的需要。

⑤ 软硬件结合的需求

基于海量的自有优质用户群体，在家庭娱乐市场，为用户开发一套深度集成“软件+硬件+云服务”的家庭娱乐多屏联网竞技平台，是恺英网络进一步强化核心竞争力，丰富产品类型，提升盈利多样性的需要。

（3）项目实施进度

① 项目实施阶段

多屏联网竞技平台项目建设期为三年，分为五个阶段：

第一阶段：打造手机模拟器的联网竞技平台；

第二阶段：基于强互动联网竞技，顺势打造UGC聚合内容，完善用户成长体系，提高用户粘着度；

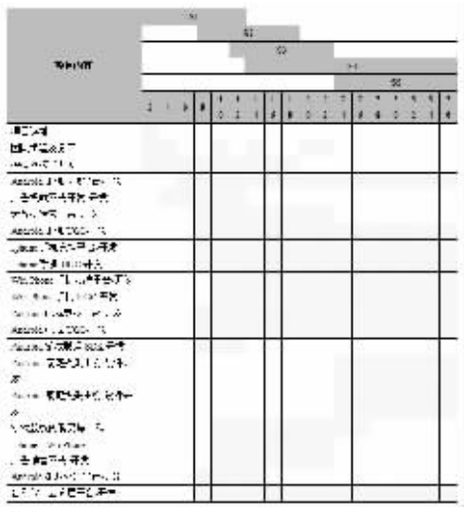
第三阶段：整合硬件资源，打造手机（Android、iPhone、WinPhone）+Android电视的多屏互动联网竞技平台；

第四阶段：为用户提供更丰富的基于Android、iPhone、WinPhone系统原生游戏的官方推荐+用户推荐，形成盈利模式；

第五阶段：为用户研发自主品牌的“软件+硬件+云服务”的家庭娱乐主机。

② 项目实施周期

多屏联网竞技平台项目实施周期具体如下：



（4）项目投资概算

多屏联网竞技平台项目投资，包括营销推广费用、人力成本、游戏版权购买成本、云服务器成本、硬件研发生产及供应链成本和办公场地及设备相关费用。具体如下表：

第一年：

单位：万元

项目	金额
用户导入成本	8,900.00
品牌推广成本	822.00
人力成本	1,500.00
游戏版权购买成本	3,000.00
云服务器成本	442.00
办公场地及设备相关费用	240.00
总计	14,904.00

第二年：

单位：万元

项目	金额
用户导入成本	13,100.00
品牌推广成本	1,074.00
人力成本	2,412.00
游戏版权购买成本	13,000.00
云服务器成本	1,049.00
办公场地及设备相关费用	478.00
总计	31,113.00

第三年：

单位：万元

项目	金额
用户导入成本	34,400.00
品牌推广成本	2,394.00
人力成本	4,462.80
游戏版权购买成本	15,000.00
云服务器成本	1,969.00
办公场地及设备相关费用	957.00
总计	59,182.80

（5）项目建设对上市公司的影响

移动、电视的多屏联网竞技平台项目将建成为一个横跨手机（Android、Iphone、WinPhone）、Android电视双终端的跨屏竞技平台，该项目将基于强大用户粘性平台+内容服务与硬件深度集成，打造成具有良好体验、丰富内容的竞技主题的娱乐平台。

项目将基于海量高质量粘性的娱乐用户基础上，提高恺英网络的盈利能力，帮助娱乐硬件合作伙伴进入互联网云服务领域，提高恺英网络的社会品牌价值与影响力，在移动与电视领域为恺英网络提高行业综合竞争力。

项目具备强大的用户大数据分析能力，能有效提高恺英网络娱乐产品的成功率。

3、O2O生活助手项目

（1）项目概述

O2O生活助手-连接线下一站式服务项目系基于XY苹果助手的分发功能+内容提供+帮助用户连接手机和线下服务的工具，是恺英网络构建O2O生态链的首要环节。O2O生活助手可以为用户提供连接线下的一站式服务，比如，当用户在O2O生活助手里搜索一部电影相关的关键字时，O2O生活助手可以根据关键字结合大数据分析功能，给用户提供观看电影的APP（APP分发），提供该部电影的视频给用户直接观看（内容提供），让用户直接购买相关剧场的电影票（O2O服务）。

（2）项目背景及必要性

O2O（Online to Offline）电子商务模式是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。O2O具有广泛的概念及外延，不仅指Online to Offline（线上到线下），也指Offline to Online（线下到线上）等模式。

① O2O行业面临广阔的发展机遇

首先，O2O模式的潜在市场巨大。现阶段就我国O2O的发展来看，餐饮业、旅游业、酒店业及汽车租赁业都为O2O提供了巨大的发展机会。根据艾媒咨询（iMedia Research）发布的数据显示，预计2015年中国O2O市场规模将达到4,188.5亿元。现阶段仅仅是O2O市场的起步阶段，随着智能手机的不断普及，在用户消费半径上，还会涌现出基于用户个性化需求的巨大潜在市场。

其次，移动互联网的广泛应用成为线上与线下无缝对接的最佳载体。随着移动互联网的发展，人们的消费习惯及消费行为逐渐向移动端过渡。O2O模式下的移动电子商务具有两大特征，国实时性和便利性。移动互联网整合了大量资源，拥有海量信息，并可以高效传递这些信息。只要有移动终端、有无线网的覆盖，就可以实时、快捷地查询到需要的服务信息，并直接在线上下单。

最后，数据挖掘技术渗透商业领域。随着互联网的发展及移动互联网的普及，互动式社会化自媒体时代的到来，线上和线下的互动带来海量数据，这些海量数据包含着巨大商业价值。大数据正在推动着强劲的商业革命，如何挖掘这些大数据资源成为未来发展的关键任务。

② O2O市场仍处在发展的初期阶段，蕴藏较多的机会有待挖掘

O2O市场目前还处于发展的初期阶段，国家对于服务业的扶持为O2O行业的发展提供了良好的政策基础，中国互联网对于实体经济的影响与渗透不断加深，而O2O具有连接线上线下的天然特征，将成为互联网渗透实体经济的下一个重点。

③ 开拓O2O项目是平台入口类产品满足用户核心需求的必然选择

移动互联网诞生初期，浏览器成为用户在手机端延续PC端互联网行为习惯的选择。随着 iPhone的推出，Apple Inc.通过“iOS+App Store”重新定义底层结构，手机用户开始学习使用本地 App 连接丰富的网络服务。随着 Android的跟进，其同确立了“操作系统搭台、应用程序唱戏”的游戏规则。应用商店成为用户接入移动互联网的第一层入口。

所谓互联网入口，是指人们在进行上网行为时，最常或较常选择的途径。入口决定用户的需求、上网习惯和行为模式。用户进入应用市场，下载APP，之后使用APP提供的相关服务。用户的核心需求是使用APP提供的服务，而不是下载APP本身。开拓O2O项目，进一步延伸产业链条，直接向用户提供极致服务体验，满足用户的最核心需求，是综合性互联网平台企业的必然选择。

④ 恺英XY苹果助手作为国内第二大苹果第三方应用分发渠道，已具备进军O2O领域的能力

自2014年4月开始商业化运营以来，依托强大的自主研发能力和对移动分发平台市场的深刻理解，XY苹果助手在移动分发市场研发及运营领域取得了巨大的成功。根据艾瑞咨询数据，在2014年下半年中国垂直型苹果第三方应用分发渠道中，按照平均月度覆盖人数排名，XY苹果助手排名第二位。截至2015年一季度，XY苹果助手累计用户数超过6600万人，月均活跃设备数超过1100万台。XY苹果助手已发展成为一个基于iOS平台的入口级产品。凭借XY苹果助手产品的成功积累出来的丰富研发及运营经验，为XY苹果助手事业部成功进行O2O生活助手新项目的研发及运营提供了较强的保障。

⑤ XY苹果助手能够提供平台产品大数据支持，通过数据实时指导O2O项目运营

基于积累的用户数量，XY苹果助手每天产生巨大的数据量。数据中心可以通过对用户属性、用户行为数据的收集，给公司网络游戏及应用产品研发、游戏产品运营及游戏平台运营提供及时准确的数据支持，把握用户需求，使公司产品决策、游戏研发运营及日常经营管理更加精准，确保公司能够持续稳定发展。

（3）项目实施进度

① 项目实施阶段

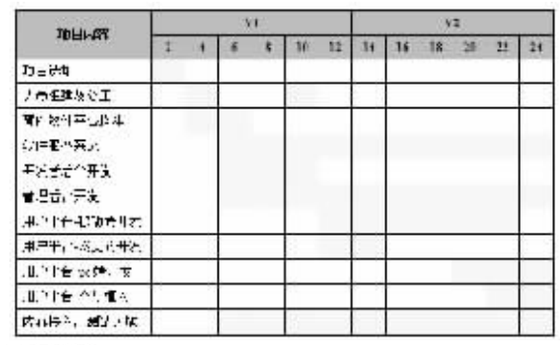
O2O生活助手-连接线下一站式服务项目建设期为二年，分为二个阶段：

第一阶段：开放内容对接平台进行内容对接；

第二阶段：O2O生态链建设。

② 项目实施周期

O2O生活助手-连接线下一站式服务项目的实施进度如下表：



（4）项目投资概算

O2O生活助手-连接线下一站式服务项目投资，包括营销推广费用、人力成本、设备购置成本和办公场地相关费用，具体如下表：

单位：万元

项目	金额
第一年	
一、获取用户费用	6,320.00
二、营销推广费用	2,070.54
三、人力成本	1,823.40
四、办公场地相关费用	178.50
五、服务器、机房、带宽	1,527.01
六、硬件设备购置成本	303.45
小计	12,222.90
第二年	
一、获取用户费用	9,230.00
二、营销推广费用	2,479.91
三、人力成本	2,836.50
四、办公场地相关费用	290.24
五、服务器、机房、带宽	2327.62
六、硬件设备购置成本	612.84
小计	17,777.11
合计	30,000.01

（5）项目建设对上市公司的影响

O2O生活助手-连接线下一站式服务项目将建成为一个横跨iOS、Andorid等不同终端的移动应用分发、内容资源提供、连接线下服务的平台型产品。恺英网络将把XY苹果助手的海量用户共享给所有O2O开发者，经过恺英网络审核后，由O2O开发者接入应用产品。通过上述模式，打造具有丰富的可扩展性的内容供应平台及O2O服务平台。

本项目的实施有利于恺英网络构建O2O生态链，把握用户的核心价值需求，提供更优越的用户体验，让用户需求一触即达。另外，该项目有利于提高用户对XY苹果助手的粘性，扩大用户基础，延长产品生命周期，并在此基础上拓展恺英网络盈利模式，进一步提高盈利能力。

4、大数据中心项目

（1）项目概述

本项目系基于恺英网络历年来积累的广大游戏注册用户的游戏行为以及海量移动互联网各类产品的历史运营数据和实时市场表现数据，提升运营效率及产品研发成功率，提高数据可靠性、稳定性和安全性，给恺英网络游戏及互联网产品研发、运营及互联网平台运营提供及时准确的数据支持。

（2）项目背景及必要性

① 大数据收集及分析是互联网行业发展的未来趋势

大数据作为一种重要的战略资产，已经不同程度地渗透到每个行业领域和部门，其深度应用不仅有助于企业经营活动，还有利于推动国民经济发展。赛迪智库权威专家表示，宏观层面，大数据使经济决策部门可以更敏锐地把握经济走向，制定并实施科学的经济政策。微观方面，大数据可以提高企业经营决策水平和效率，推动创新，给企业、行业领域带来价值。随着网速的大幅提升，数据也将迎来爆发式增长，快速获取、处理、分析海量、多样化的交易数据、交互数据与传感数据，从而实现信息再价值化，对大数据的利用将成为企业提高核心竞争力和抢占市场先机的关键。大数据因其巨大的商业价值正在成为推动信息产业变革的新引擎。

从2004年Google发布了Map Reduce并行程序模型开始，互联网行业开始利用这种模型进行海量数据的存储、分析、挖掘，尝试找到有用数据。比较典型的应用，如 Google Trends，通过对用户搜索的关键词进行分析，预测了禽流感流行的地理分布趋势。2013年5月，IBM宣布与人人游戏在业务分析领域展开合作，在运营和管理层面开始运用大数据。2013年7月，在腾讯游戏和著名IT社区CSDN共同主办的首届游戏运营技术论坛上，各大厂商对于大数据给游戏研发和运营的巨大指导意义已取得了广泛的共识。2014年4月，美特尔投资7.4亿美元于大数据软件提供商Cloudera，希望企业对大数据分析的需求能推动高端至强服务器处理器的销售。IDC最近发布的报告显示，全球大数据技术及服务市场年复合增长率将达31.7%，2016年收入将达238亿美元，其增速约为ICT市场整体增速的7倍之多。

目前，结合智能计算的大数据分析成为热点，大数据将与物联网、移动互联、云计算、社会计算、等热点技术领域相互交叉融合，产生很多综合性应用。大数据分析逐渐渗透至互联网行业的各个领域，成为未来互联网行业的发展的重要支撑。

② 精准的游戏及互联网产品研发、运营对数据有更高要求

第一手的用户游戏分析数据，对于产品研发及运营有重要意义。

首先，分析用户数据，了解用户群的习惯偏好，在新功能开发时，适应用户的习惯偏好，可以提高用户在游戏及互联网平台型产品中的体验。

其次，版本制作前，对用户数据进行分析，找出需要改进的指标，针对影响这些指标的功能模块，分析指标如何改进，最终研发出改进后的版本，有助于游戏及互联网平台型产品的持续优化。

再次，在游戏及互联网平台型产品日常运营中，大数据中心项目将以统一的格式展示数据、运营整体情况及游戏之间数据对比等功能，将为游戏及互联网平台型产品运营带来更多视角。大数据中心项目会持续不断地把运营过程中积累下来的分析维度，分析方法，进行总结、沉淀，固化成指标，帮助运营部门建立核心的运营指标体系，感性经验和理性数据结合，使恺英网络经营管理和游戏及互联网平台型产品研发运营更加精准，确保恺英网络能够持续稳定发展。

③ 大数据收集及分析有助于把握互联网用户的行为趋势

大数据中心项目实施后，通过对游戏内玩家和平台用户的行为数据进行收集，可以帮助恺英网络在发展迅速的互联网行业中持续挖掘市场热点，捕捉用户喜好，在第一时间了解到整个市场各种不同类型移动互联网产品的市场表现和变化趋势，进而能迅速了解到其背后移动互联网用户的行为趋势，并及时抓住对优秀产品的投资机会。

④ 大数据收集及分析有助于提升运营效率，将平台效应最大化

依托在自有的移动应用分发平台XY苹果助手、网页网络游戏运营平台XY.COM等多个互联网平台以及腾讯开放平台等第三方联运平台中运营的大量网络游戏及其他互联网产品，恺英网络在日常运营过程中积累了大量用户下载和消费等行为数据。大数据中心项目实施后，通过对大数据的收集及深度分析挖掘，可以充分了解市场需求，掌握用户喜好，通过自主研发、合作研发、独家代理、联运代理、参股投资等多种方式有针对性的为用户提供大量的互联网综合型内容，为各种类型的互联网用户提供各种满足其需求的互联网内容和产品，为恺英网络后续开展其他互联网业务提供数据支撑，有助于进一步提升运营效率，实现互联网平台效应的最大化。

（3）项目实施进度

大数据中心项目建设期为2年，具体进度安排如下表：

（4）项目投资概算

大数据中心项目投资，主要包括项目人员成本、软硬件设备购置成本、机房的机柜租赁及带宽租赁成本及静态CDN及动态CDN服务费，具体如下表：

单位：万元

项目	第一年	第二年	投资总额
项目人员配置	1,500.00	1,600.00	3,100.00
设备购置成本	15,242.64	6,895.44	22,138.08
机柜租赁及带宽租赁成本	4,219.20	2,836.80	7,056.00
静态CDN及动态CDN