



第一视频集团有限公司
(股份编号: 82)

第一视频 2015 年中期业绩解读

第一视频集团有限公司（「本公司」或「第一视频」）公布，本公司及其附属公司（「本集团」）2015年中期业绩。本集团截至2015年6月30日止6个月的营业额为港币1,012,751,000元，较去年同期上升约35.4%，总资产超过港币4,856,332,000元，较2014年12月31日之结余上升约7.2%。

彩票相关业务

彩票相关业务收入为港币29,164,000元，较去年同期下跌约71.5%，期内欠佳之业绩乃主要受本集团之业务伙伴自2015年3月1日起在中国内地暂停网上销售无纸化彩票及手机销售彩票业务之不利影响。

本集团之业务伙伴将遵守并符合相关中国监管部门颁发之任何新订规则及法规，以及于必要时对其透过互联网及手机销售彩票之业务作出调整。本集团则会积极配合其业务伙伴，以使本集团彩票相关业务可尽快重回正轨。

[中国足彩网 \(www.zgzcw.com\)](http://www.zgzcw.com) 及 [第一彩 \(www.diyicai.com\)](http://www.diyicai.com)

2015年上半年，是中国互联网彩票行业政策变革的半年，也是互联网彩票企业探索发展的半年。2015年初，在亚洲杯和竞彩单场固定的刺激下，中国足彩网与第一彩网站单月彩票销售再次创下历史销量新高。

2015年3月，中国财政部、民政部、国家体育总局联合下发了「关于开展擅自利用互联网销售彩票行为自查自纠工作有关问题的通知」，互联网彩票全面暂停销售。

中国的互联网彩票行业迎来第五次整顿，全行业再次进入发展迷茫期。第一视频彩票相关业务合作伙伴在政策改革期间，确定了「信息与数据」、「增值服务」及「创新服务模式」等三条主在线发展，探索出一条成效卓越又能提升用户活跃度的营运之道。

把握重点赛事，分析信息与数据

2015年4月，中国足彩网「彩票信息」频道及其HTML5版全新改版上线，精准聚焦「欧洲五大联赛」、「欧洲联赛冠军杯」、「亚洲联赛冠军杯」、「美洲杯足球赛」、「女足世界杯」、「欧洲杯预选赛」、「中国足球协会联赛」等七大焦点赛事，集中资源打造全行业领先的赛事中心，并针对重点赛事推出赛事专题、赛程积分、焦点对阵以及赛事分析等类别，全面覆盖了百度、360、搜狗等三大搜索引擎首页搜索结果；另外，在比分与数据方面，中国足彩网与第一彩引入雷达体育实时比分与赔率数据，覆盖英超、德甲、意甲、西甲、法甲、葡超、瑞超、挪超、巴甲、中超等70多个联赛与杯赛赛事，比分直播的速度与准确性以及赔率数据的变化速度均领先全行业，大幅提升了用户获取数据的体验。

2015年5月，中国足彩网与第一彩的用户浏览量全面回升，今年六月份的总体浏览量已经超过停售前的纪录，「信息与数据」为中国足彩网和第一彩留住用户及保持用户活跃度起到了关键作用。

「增值服务」及「创新服务模式」

在增值服务及创新服务模式方面，合作伙伴联合国内体育第一专业平面媒体—「足球」报，共同推出付费专家方案及中国足彩网专家推荐平台，邀请国内一大批知名专家如：苏群、波叔、丁伟杰等加入，双方以分成合作形式向用户提供付费专家方案。今年5月28日，中国足彩网专家推荐平台发布后，已吸引超过200名专家加入认证，每日平均发布超过500个专家推荐方案。

电信媒体业务

电信媒体业务收入为港币57,162,000元，较去年同期上升约304.3%。

转型PGC平台，推「视频众筹」

2015年，第一视频网(www.v1.cn)率先启动PGC（专业生产内容，Professionally Generated Content）平台计划，已发展500多个PGC内容合作伙伴，第一视频网将打造一个众人投资创作者、创作者贡献内容、内容贡献流量、投资者创作者分享收益的「视频众筹」模式。

2015年上半年，第一视频网致力打造中文“Youtube”平台，网站新版已经上线，并完成PGC平台转型及实现众人对创作者的打赏分成。

2015年3月以来，第一视频网开始向PGC视频平台转型。截至今年6月30日，已拓展超过500家PGC合作用户，每月平均拓展超过150家。合作伙伴媒体及机构包括：摩登天空、时尚传媒、飞碟说、壹读传媒、火星文化、明恩传媒、体坛视频、大公网等；知名达人及工作室用户包括：郑云影视工作室、司文痞子、娱乐新鲜站、科技波波秀、Big笑工坊、沃森映画、节操协会、糗事百科等。

节目制作上，采用自制节目与PGC定制相结合的多元策略。除了原有追求快速、准确的「V1锐评」节目定位第一时间针对热门事件及评论外，第一视频网更筹办了3档新节目包括：定位小众娱乐综艺节目的「乐坛纠察队」；定位90后看新闻的吐槽节目「新闻啾啾啾」；定位娱乐八卦信息节目的「娱乐大嘴巴」等。第一视频网务求突破守旧的新闻节目模式，集中吸引80后及90后的新生代用户。

此外，第一视频网更与知名PGC联合出品两档节目，第一档为聚焦热播影视剧，与国内知名影评人司马平邦合作的影视剧点评节目「影响剧大」；第二档为聚焦趣味历史解读，与知名专栏作家刘嵩合作的「解旧历史」。

2015年互联网大会，第一视频网作为中国互联网协会官方指定合作机构，全程独家同步直播了此次大会。在为期3天的活动中，第一视频网共派出15人的报导团队，合共制作视频新闻185条，并独家专访了13名重要嘉宾，获得业内好评和良好的宣传效果，更获得「2014至2015年度中国互联网公益奖」。

自今年4月起，第一视频网与摩登天空公司合作在线直播国内著名的草莓音乐节现已完成武汉、西安、长沙三站同步直播，最高同时在线人数超越50万人次。在音乐爱好者中广泛提升了第一视频网的品牌知名度。

2015年两会报导方面，第一视频网制作「新常态、新布局」大型专题，共进行视频直播12次，节目策划10个，推出专家访谈20余次，自制视频过百条，在上百个媒体管道进行推广。此外，独家策划节目「东西南北说心愿」，利用本网拍客资源，组织全国各地拍客采访各行业的国民，传播国民声音，总共拍摄制作独家视频87条。第一视频网更荣获「2015年全国两会网络报导优秀组织奖」，并有两名骨干编辑获「先进个人」称号。会议期间，两会专题页面总点击量更高达1,189万次。

第一视频网不断制作优质的网站节目，除保留了「兵论天下」、「全民大吐槽」两档节目外，更推出了「影响剧大」、「解旧历史」、「V1锐评」、「新闻啾啾啾」、「乐坛纠察队」、「娱乐大嘴巴」、「娱乐爆一爆」等自制节目，还推出了合作类节目如「搜达论球」等。其中「V1锐评」、「搜达论球」、「全民大吐槽」、「大牌来袭」、「兵论天下」、「新闻啾啾啾」、「影响剧大」等节目更与考拉FM合作在其平台上播放，提高了第一视频网的知名度。

第一视频手机应用程序「V1自媒体」是一款全新集合视频推荐、搜索、播放、上传、分享、专辑管理及互动于一体的视频APP，是中国第一款自媒体视频分发平台。V1自媒体应用程序自今年4月改版以来即获得了数百万用户的下载，用户每天关注PGC合作伙伴最新最热的原创视频，订阅其喜欢的自媒体视频频道。

今年3月到7月期间，第一视频网引入郑云工作室，时尚集团、飞碟说、一风之音及策秀坊等重量级PGC，目前进驻PGC媒体、达人已达500余家，充实了内容基础，并锁定目标用户，增加用户活跃度。第一视频网通过联合新京报、中国网、电影网等100多家媒体机构发起一系列的活动包括，策划品牌、公益、奖励活动等，那些活动在微博曝光7,000万次及微信覆盖粉丝约300万名，并与百度、电影网等开展HTML5页面合作，在对方平台上展现出第一视频PGC经典内容。2015年6月24日，第一视频网与500多家内容提供商启动中国最大PGC平台计划。计划为PGC团队提供「管家式增值服务」，从设备租赁到办公场地，再到发行管道、广告营销进行全方位的帮助，扶持的PGC产品并不只局限于自身平台上的传播，还会帮助PGC合作伙伴做「全网发行」，令视频节目获得更广泛的影响力。此外，第一视频网与其他网站的PGC计划不同，除了对PGC合作

伙伴的扶持及提供管家式增值服务外，今年下半年的「视频众筹」服务将会正式上线营运。

V1游戏 (<http://g.v1.cn>)

2015年上半年是网页游戏的低迷期，受到元旦、春节等大型节日的影响，新游戏上市数量极少，精品网页游戏几乎没有推出。针对此状况，游戏中心紧急制定了稳中求发展的策略，根据产品及市场用户特性和推广手段等，对每一款产品，挖掘更多的收费点和增值服务以提高收益。

与此同时，商务部门的行业关系建立和维护也是发展的必要，2015年上半年，V1游戏已与上百家网页游戏开发商建立合作关系，当中有一半的开发商已经开始进行合作。

截止2015年6月30日，网页游戏平台共收纳联运产品60多款，其中50%为精品游戏，10%为顶级产品（全管道每月流水过五千万元的游戏产品），每月平均开放新服务器数量超过300组，仅仅半年的时间，V1游戏平台已跃居二线平台首列，在行业内引起了热话。

2015年5月，网页游戏平台新版正式上线，无论从功能还是设计都是国内网页游戏平台的顶尖之作。

在市场推广方面，V1游戏平台与国内众多专业媒体展开合作，累计媒体合作超过50家，从试玩网站、开服表、游戏媒体到各大网站联盟，包括电讯资源站、小说网站、音乐网站、网吧弹出等，都跟V1游戏展开了深度合作。

2015年3月，V1游戏正式立项开发HTML5游戏平台，紧急招聘业内精英，仅仅3个月，4个人的开发团队已完成了HTML5游戏平台PC端、移动端双端开发。注册、登录、充值、排行、广告等功能一应俱全。HTML5单机小游戏是吸引和提高用户黏性最佳手段之一，目前V1游戏平台上拥有1,000余款小游戏，自研小游戏占10%，各种类型、各种玩法的小游戏都将陆陆续续的登陆V1游戏平台。HTML5网络游戏是V1游戏平台的主要收入来源，目前已经开始着手独家代理和联合营运国内顶级HTML5网络游戏，具体业务将于2015年下半年展开，数款国内知名HTML5产品已经在平台开展商务与技术层

面的对接。即将上线游戏包括：「召唤师学院」、「小鸟情人」、「狂挂传奇」、「无尽奔跑」、「歌手是谁」、「思聪的日子」及「奔跑吧女神」等。

此外，V1游戏同时开展差异化合作，借势「秒拍小影」等短视频应用，迅速抢占移动端用户，通过应用市场的推荐、内容合作、垂直应用换量等方式占领市场并提升下载量，并进行与PGC深度的内容合作。

V1家

我们凭借第一视频网的独特背景和资源优势，首个提出打造集文字、图片、音频及视频为一体的「名人个人自媒体APP」平台—「V1家」。

目前该平台已有著名时事评论员于建嵘、评论专家陈里、网络名人孔庆东、司马南、邓飞、司马平邦等入驻。其中，仅孔庆东一个产品平台，其下载量已突破了200万。

手机游戏业务

截至2015年6月30日止6个月，手机游戏业务收入增加至港币926,425,000元，较去年同期增加约46.7%。分类溢利为港币93,422,000元（2014年：盈利港币116,859,000港元）。

本集团在手机游戏业务成功转型后自主研发的游戏及发行分销平台取得成功，加上实施审慎的成本控制管理，带动本集团手机游戏业务录得强劲财务表现。

进入2015年，中国手游在发行业务和自研业务上都面临着日益激烈的市场竞争。尽管如此，在2015年上半年，中国手游的收益依然录得按年增长。

中国手游已经代理发行的「三国威力加强版」、「超级英雄」和「全民枪战」等游戏表现稳健。新一款3D舞蹈类音乐手游「天天炫舞」也已于2015年1月21日开启了大规模公测。2015年2月初，中国手游与日本光荣公司合作的重量级游戏「大航海时代5」在中国成功发行，成为2015年极少数在中国成功发行的日本手机游戏之一。

此外，中国手游的海外代理发行业务也取得了稳定进步。「战国阴阳师」在台湾

地区发行；「坦克世界」在俄罗斯和韩国发行，并于韩国KAKAO Talk平台上线。「超级英雄」于2月10日在泰国上线，并排列在当地App Store和Google Play畅销榜前五位。此外，「全民破坏神」于5月20日在北美双端上线。「全民破坏神」为一款MMORPG游戏，国内由腾讯代理发行，而中国手游则获得该款游戏在美国、加拿大、澳洲和英国的发行权。中国手游在海内外拥有多款游戏储备，特别值得一提的是和迪斯尼合作的「星战指挥官」即将在中国、香港、澳门以及台湾地区发行。

2015年1月下旬，全球首款正版喜羊羊IP3D跑酷类手游「喜羊羊快跑」在全渠道上线公测，当日下载量达到285万。中国手游与大字信息联合研发的「新仙剑奇侠传」3D重制版于今年4月9日正式内测。此外，基于我们之前获得的IP，中国手游目前有多款游戏处于自研或联合研发的阶段。

于2015年6月19日，本公司公布中国手游已与 Pegasus Investment Holdings Limited（「要约人」）及Pegasus Merger Sub Limited（「合并附属公司」）订立合并协议，据此，中国手游及合并附属公司将进行合并（「合并事项」）。根据合并事项，中国手游之全部A类股份、B类股份及美国预托股份（「美国预托股份」）将被注销，其持有人将有权分别就每股A类股份、B类股份及美国预托股份按1.5714美元、1.5714美元及22.00美元之价格收取要约人的付款。合并事项已于2015年7月16日及2015年7月27日彼等各自举行之股东特别大会上获得本公司股东及中国手游股东批准。于2015年8月11日，本公司进一步公布该合并事项已于2015年8月10日完成，致使中国手游不再为本公司之附属公司。自此本集团之手机游戏业务从那时起已停止。有关合并事项之详情，请参阅本公司日期为2015年6月30日有关合并事项之非常重大出售事项通函。

- 完 -

关于第一视频

第一视频集团是中国最大的新媒体产业集团之一，其主要业务包括互联网视频新闻、网络电视、手机视频新闻等的制作播放及网络广告发布业务，同时具有彩票相关业务。

第一视频投资者关系网站：<http://ir.v1group.com.hk>

本新闻稿由皓天财经集团有限公司代表第一视频发行。

传媒垂询：

皓天财经集团有限公司

王冰冰 / 黄晓欣

电话：(852) 3970 2136 / (852) 3970 2195

传真：(852) 2865 1638

电邮：alicewang@wsfg.hk / jessicawhy@wsfg.hk