

昆山金利表面材料应用科技股份有限公司
关于对深圳证券交易所关注函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司于 2016 年 12 月 12 日在公司指定的信息披露媒体《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露了《关于 2016 年度利润分配及资本公积金转增股本预案的预披露公告》，拟以截至 2016 年 12 月 31 日公司总股本为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 30 股。

2016 年 12 月 13 日，公司收到深圳证券交易所《关于对昆山金利表面材料应用科技股份有限公司的关注函》（中小板关注函【2016】第 190 号）（以下简称“《关注函》”），针对关注函中提及的事项，公司董事会就相关问询事项作如下回复：

一、请你公司按照本所《中小企业板上市公司信息披露公告格式第 43 号》的要求，结合公司所处行业特点、公司发展阶段、经营模式、报告期内主要经营情况、未来发展战略等因素，充分说明上述利润分配方案与公司业绩成长性是否相匹配

回复：

1、公司所处行业情况及公司发展阶段

（1）全球游戏市场情况

根据 Newzoo 发布的《全球游戏市场报告》季度报告显示，全球游戏玩家在 2016 年将创造 996 亿美元的收入，比 2015 年增加 8.5%。移动平台以 369 亿美元的收入首次超越 PC，全球增幅达 21.3%。亚太地区继续主导全球市场，占比 47%。Newzoo 预测，直到 2019 年，全球游戏市场将以 6.6% 的复合年增长率持续发展，最终达到 1186 亿美元的市场总额，其中移动游戏收入 525 亿美元。



(2015年-2019年全球游戏市场分类预测图)

(2) 德国游戏市场特征

欧洲的网络游戏市场是所有游戏开发商的必争之地，许多知名的游戏都逐渐落户欧洲市场。英国，法国，德国这三个国家在欧洲游戏市场的收入占 75%以上，但是就游戏收入而言，德国是欧洲最大的游戏市场。全球游戏总收入德国位列第四。

德国是欧洲继俄罗斯之后最大的经济体，也是欧洲人口最多的一个国家。截止目前大约有 1 亿人居住在德国，25 至 54 岁之间的人口占了 41%，他们都是网上支付主要人群。德国的游戏玩家达到了 3000 万人，是欧洲拥有游戏玩家数量最多的国家。

德国已经过了只有早期玩家才会玩手游的阶段，活跃用户也日渐增多。手游已经变成数字生活的代表，吸引了全年龄段的玩家。37%的玩家承认每周都会玩手游，14%的玩家会每天通过平板或手机玩游戏。

在德国 18-24 岁的玩家中，五分之一会每天玩手游。33%的玩家每周会玩游戏。35-44 岁的玩家中 16%的人会每天玩游戏。55-64 岁的玩家就只有 9%会每天玩游戏。

在每个月至少玩一次游戏的德国智能手机用户中，有 8% 表示他们每天都会进行购买，有 15% 至少每周进行一次购买，有 6% 至少每月进行一次购买。保持游戏活跃度和新鲜度是吸引德国玩家的优势之一。

34% 的德国用户认为应用需要付费购买是其质量上佳的体现。这一比例显著高于其他受访市场（美英法）。预计 2016 年德国游戏市场规模将达到 30 亿美元，市场潜力巨大。

（3）电子商务行业发展情况

根据联合国贸易和发展会议（UNCTAD）的数据显示，2015 年全球电商市场规模达 22.1 万亿美元，其中 B2B 电商规模为 19.9 万亿，B2C 电商是 2.2 万亿。中国是全球最大的 B2C 电商市场，B2C 销售额和网购消费者数量都是最高。就网购消费者数量而言，前十大电商市场分别是中国、美国、日本、德国、英国、巴西、俄罗斯、法国、韩国和印度。

2 India 10th, B2B sales highest in the US

E-COMMERCE MARKET IN 2015, RANKED BY NUMBER OF BUYERS

国家	网购消费者 (百万)	年均开支 (美元)	B2C (亿美元)	B2B (亿美元)
China	413	1,508	623	2,078
US	166	3,072	511	6,072
Japan	57	1,994	114	2,380
Germany	41	1,270	52	966
UK	38	4,539	174	709
Brazil	33	376	12	112
Russia	30	756	23	700
France	26	2,916	72	600
South Korea	22	2,120	48	969
India	22	891	20	298

（2015 年电商市场排名图）

（4）公司发展阶段

公司控股公司香港摩伽科技有限公司（以下简称“MMOGA”）的主要市场位于德国、奥地利、瑞士德语区、英国、法国、西班牙、北欧、东欧、俄罗斯等欧洲地区及北美、澳大利亚等地区，其中 2014 年和 2015 年德语区业务占全部业务的比例分别为 90% 和 85%。

2014 年和 2015 年德国游戏虚拟交易市场规模分别为 4.77 亿欧元和 5.62 亿欧元，受益于游戏玩家购买行为从线下向线上的转移，MMOGA2014 年较 2013 年净利润增长率为 111.55%；2015 年较 2014 年净利润增长率为 70.56%。截至 2015 年 12 月 31 日，MMOGA 交易平台注册用户达到 480 万。

综上，MMOGA 目前正处于游戏、移动互联网、游戏虚拟商品电子商务行业的高速发展期，MMOGA 公司业务亦处于快速上升成长期。

2、公司经营模式、报告期内经营情况、未来发展战略

MMOGA 作为专门为正版授权/注册码及游戏虚拟物品提供相关交易服务的互联网 B2C 电子商务中介平台，专注于线上游戏相关产品的零售行业，致力于为全球的优秀游戏商品经销商和游戏玩家提供一个安全、可靠、高效、便利、专业的中介交易平台。全球的游戏玩家均可在其交易平台上采购到各类游戏软件正版产品的授权/注册码、游戏虚拟物品（金币、点卡、道具、装备等）及预付费卡等。截至 2016 年三季度末，公司营业收入为 252,470,091.21 元，归属于上市公司股东的净利润为 78,603,603.71 元，较上年同期增长 163.86%。

2016 年内，MMOGA 在传统的授权/注册码、游戏虚拟物品（金币、点卡、道具、装备等）及预付费卡业务领域，实现了“纯平台化”，即剥离过去的部分购销业务，从低附加值的业务脱身，MMOGA 目前仅着重于打造电商纯中介平台，攫取产业链上的高附加值部分。围绕平台建设，专注于通过 SEM、SEO、广告联盟、社交联盟、网络红人等渠道加大市场推广，专注于提升 MMOGA 在欧美地区 B2C 游戏虚拟商品电商平台的品牌价值。通过“纯平台化”，MMOGA 得以降低资金利用率，降低运营成本，并提升了盈利能力。

2016 年内，MMOGA 一方面深耕德语区市场，进一步巩固了其在德语区的领先龙头地位，一方面扩大了在英国、法国的市场占有率，亦启动了对西班牙市场的开拓。通过地域市场扩张，MMOGA 的业务规模和平台用户实现了显著提升。

2016 年内，MMOGA 通过市场调研注意到近一年，优秀中国移动游戏研发商发力出海的趋势。随即 MMOGA 从 2016 年下半年开始布局，并与移动游戏研发商展开了合作，在此起点开始，MMOGA 将重点开发移动互联网游戏领域，将致力于稳健地打造符合 MMOGA 自身资源结构特点和优势的国际游戏发行、代理和推广模式，MMOGA 将在此方向上创建一条全新的业务线。MMOGA 拥有不亚于乃至超过传统普

通国际游戏发行商的投放和流量采买实力；此外，MMOGA 较之传统普通国际游戏发行商的独特优势在于：1) MMOGA 是德语区的游戏社区“意见领袖”，品牌知名度和号召力强大；2) MMOGA 全部站群拥有可观的活跃用户数和自有流量；3) MMOGA 的欧洲市场推广团队长期植根欧洲市场，拥有丰富经验，可通过 SEM、SEO、广告联盟、社交联盟、网络红人、线上线下 O2O、跨媒体平台合作等渠道手段，以很低的成本获取和整合可观规模的优质用户流量。在此基础上，MMOGA 在 2017 年起将能够打造“以流量整合、流量创造、流量导入、流量变现”为核心、以国际移动互联网游戏发行代理为主线的商业模式。

2016 年内，MMOGA 的虚拟商品类型扩展引入了“皮肤”等定制类产品，并加大了 Console 类游戏产品的比例，丰富产品线的同时提升了收入水平。

2016 年内，MMOGA 一定程度上加大了对欧洲电子竞技团队的赞助投入，并着手布局建设联运平台，2017 年起，MMOGA 计划在其现有的 Leveling 服务业务基础上，新增并引入符合欧美游戏玩家特点习惯的电竞直播、游戏公会等模式，致力于打造 MMOGA 主品牌和子品牌下的多平台移动互联网站群和游戏社区，为 MMOGA 的传统业务线和创新业务线汇聚和导入更大规模的用户流量，以更大规模的流量进而驱动传统和创新业务的高速发展。

在全球游戏行业及电子商务行业保持高速增长的发展形势下，公司将以 MMOGA 平台为基础，通过发挥 MMOGA 品牌优势、行业地位，MMOGA 将进一步巩固和加深目前已与国际知名平台 Google、Facebook、Ebay、Twitter、Youtube、Paypal 等既有的战略合作关系，推动业务扩张发展战略。

展望 2017 年之后，公司将以现有的 MMOGA 游戏电子商务平台为依托，向文化娱乐全产业链发展，在国际游戏发行/代理、移动互联网流量变现、游戏社区及联运平台、电子竞技、IP 整合、影视动漫衍生品等泛游戏娱乐领域加大布局力度，逐步形成具有自主品牌的泛娱乐生态系统。

3、利润分配预案与公司业绩成长性匹配性

根据信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审字 XYZH/2016BJA90561 号审计报告，2015 年度归属于上市公司股东的净利润为 32,348,677.41 元，母公司净利润为 -60,594,236.46 元，2015 年 12 月 31 日资本公积为 885,073,999.23 元。根据 2015 年度经审计财务数据及 2016 年未经审计的财务状况及经营成果，经合理推算，公司本次

利润分配预案转增股本金额未超过资本公积余额。

公司预计 2016 年度归属于上市公司股东的净利润区间为 18,500 万元~20,100 万元，同比增长 471.89%~521.35%，关于公司 2016 年公司业绩预告内容详见 2016 年 10 月 24 日在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）刊登的《2016 年第三季度报告》相关章节。

综上所述，鉴于公司当前稳健的经营状况及良好的发展前景，在充分考虑广大投资者利益和合理诉求的情况下，本次利润分配及公积金转增股本方案若能实施，将会进一步增强公司股票流动性、优化股本结构，让广大投资者参与和分享公司发展经营成果，也与公司经营业绩及未来发展相匹配。

二、请补充披露上述利润分配预案的筹划过程，你公司在信息保密和防范内幕交易方面所采取的具体措施，并按照《中小企业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 7.7.18 条的要求及时报送内幕信息知情人买卖股票的自查报告

回复：

2016 年 12 月 9 日股票交易收市后，公司收到控股股东宁波冉盛盛瑞投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“冉盛盛瑞”）向公司董事会提交的《关于 2016 年度利润分配及资本公积金转增股本预案的提议及承诺》，公司全体董事参与讨论并一致同意 2016 年度利润分配预案并承诺在公司董事会审议该利润分配预案时投赞成票。公司董事会办公室于 2016 年 12 月 11 日下午向深圳证券交易所提交了《关于 2016 年度利润分配及资本公积金转增股本预案的预披露公告》，履行信息披露义务。

公司收到控股股东冉盛盛瑞利润分配预案披露后，严格控制内幕信息知情人的范围，对相关内幕信息知情人履行了保密和严禁内幕交易的告知义务，并向深交所及时报备了内幕信息知情人登记表。

本次利润分配预案披露后，公司按照《中小企业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 7.7.18 条的要求，对相关内幕信息知情人自本次利润分配预案公告前一个月内买卖公司股票情况进行了自查，未发现相关内幕信息知情人及其近亲属有买卖公司股票的情况。

三、本次利润分配预案预披露前三个月内投资者调研的详细情况

回复:

本次分配预案预披露前三个月内, 公司接待投资者调研的情况如下:

接待时间	接待方式	接待对象类型	调研的基本情况索引
2016年10月18日	实地调研	机构	投资者关系活动记录表 2016-002, 参见公司投资者关系互动平台 (http://irm.p5w.net/ssgs/S002464/) 及巨潮资讯网

四、请补充披露上述利润分配预案是否经过财务测算, 是否超过公司可分配范围

回复:

公司披露的利润分配预案已经过财务测算, 在已披露的公司《2016年度第三季度报告》中显示: 截至2016年9月30日, 公司总股本14,558.9953万股, 资本公积88,484.44万元, 未分配利润-2,900.41万元(其中, 母公司未分配利润-10,177.47万元)。公司预计2016年度归属于上市公司股东的净利润区间为18,500万元~20,100万元, 同比增长471.89%~521.35%。本次分配预案: 拟于截至2016年12月31日总股本为基数, 以资本公积向全体股东每10股转增30股。假设目前至2016年12月31日, 公司股本不发生变化, 方案实施后, 公司股本增加至58,235.9812万元, 资本公积减少至44,807.45万元。

综合上述财务测算, 公司本次利润分配预案未超过公司资本公积金可分配的范围。

五、你认为应予说明的其它事项

回复:

公司不存在其他应当说明或披露的事项。

昆山金利表面材料应用科技股份有限公司

董事会

二〇一六年十二月二十日