

2015 年 04 月 24 日

热点专题

联众 (6899. HK) 投资者交流会：2015 年投资展望

主讲人：

苏卉妍/Agatha Su
投资人关系经理

杨培钦/Isaiah Yeung
互联网及软件行业分析师

主办方：

齐鲁证券（香港）

核心观点：

- 2014 年公司的主要亮点是几乎在所有的财务运营指标都达到非常显著的增长，收入部分达到 4.76 亿人民币，同比增长了 101%，经调整净利润为 1.44 亿人民币，同比增长了 238%。
- 联众未来的发展战略跟一般的游戏公司有很大的不同，一般游戏公司主要聚焦在线上游戏，而联众做的是生态圈平台，除了线上游戏的本业之外，还签下了多个品牌赛事。
- 每月活跃用户、付费用户及 APP 部分都保持稳定增长，移动部分的付费率达到了 4%，并且还有很大的成长空间。此外，公司入股网鱼网咖，不同于一般网咖，里面会有直播室的，是线上和线下的交汇点。
- 公司将继续保持领先全行业成长的势头，今年会有一些并购，主要是想买的是战略资源。2015 年将正式进军海外，除了 WPT 会在海外举办以外，今年英文版、印尼文版的德州扑克也会进军海外。



中国财经会议平台

会议简介：联众(6899.HK) 是中国领先的线上棋牌游戏服务商，专注于开发及营运《德州扑克》、《斗地主》、《麻将》等博奕类游戏，产品线涵盖客户端、网页、移动终端。作为国内最早的棋牌游戏平台，联众多次获得“最佳休闲网络游戏运营平台”、“中国十大游戏运营平台”等荣誉奖项。同时，联众还是国内最大的线上线下综合棋牌赛事主办方，连续多年主办众多品牌棋牌赛事，积极推动中国棋牌运动的长远发展。

截至14年底，集团的每月活跃用户数超过2,500万人，每月付费用户接近94万人。受惠用户基础增量，14财年总收入同比大涨101%至4.8亿人民币，其中移动游戏收入占比32%，其营收同比增长8.8倍。在收入规模大幅提升的基础下，股东净利润按年升1.8倍至1.0亿人民币，业绩表现出众，增长潜力尚未见底。

为让投资者更了解联众(6899.HK)的业务发展前景，洞悉棋牌类网络游戏行业的变化，此次会议，齐鲁国际研究部互联网及软件行业分析师 杨培钦诚邀联众的投资人关系经理苏卉妍Agatha Su通过3C中国财经会议与投资者进行直接交流，分析未来的投资机遇。

杨培钦：

大家好，欢迎各位参加今天的电话会议，我是会议的主持人，来自齐鲁国际的杨培钦，今天很高兴邀请了联众的投资人关系经理苏卉妍小姐出席，希望透过这次跟上市公司的直接交流可以让大家对联众这只股票有进一步的了解。首先我先交给苏经理分享一下联众目前的发展状况，苏经理请。

苏卉妍：

谢谢，我是联众投资人关系经理苏卉妍，我谨代表联众公司非常感谢各位参与这次的电话会议。我想首先就跟各位简单过一下2014年全年的业绩，以及公司2015年以及2014年的一些发展状况。

2014年的主要亮点是我们几乎在所有的财务局运营指标都达到非常显著的成长，收入部分达到4.76亿人民币，同比成长是101%，经调整净利润为1.44亿人民币，同比成长238%，这边的经调整净利润是把我们的上市费用等还原回去的净利润。

全平台每月的活跃用户由原本的2000万出头成长至2500万，这边的全平台指的是移动加PC的，因为联众公司其实并不是靠个别游戏的收入造成今天收入的好成绩，我们做的是一个平台。您如果是我们的联众用户应该可以发现您可以透过单一的ID，单一的货币自由的跳转游戏，我们是用这样的方式把人留在平台上面的。我想对于公司而言，或者对于投资人而言我们也就不用费心去查下一个爆款游戏会在哪里了，因为我们做的就是一个棋牌，我们做的就是一个平台，之后再

为各位细讲。

2014年我们在全部PC游戏类别也是显著增长的,我想这是跟同业有一些区别的,那么同业可能是移动部分增长迅速,但是PC衰退,我们PC也是在平缓成长当中的。这边的PC游戏类别是有斗地主、麻将以及德州扑克,每个类别当中都包含了至少4~5款游戏。移动在2014年有非常突破性的增长,收入由2013年的1600万人民币增长到1.53亿人民币,同比增长接近1000%。

PPT的第四页当中其实各位可以看到右手边有一个棋牌生态圈,这个是联众公司首次对外去揭露我们公司未来2014年以及未来发展的战略。其实您看到这个圈就会发现我们跟一般的游戏公司有很大的不同,一般的游戏公司可能主要聚焦在线上游戏,那从去年开始,或者前年开始有人做线下赛事,可是仅次于这两块而已,联众想做的是一个平台的生态圈。

我们除了一个线上游戏的本业之外,我们还签下了多个品牌赛事:例如说WPT中国赛,我想有些投资人可能自己有去参加过,从2012年就开始办了,今年是第四届,今年是10月28日举办,到时也欢迎各位去三亚跟我们一起参与这个盛事;我们还有世界桥牌锦标赛;我们还有中国棋牌竞技大赛。这是由文化部支持的,其实您赢得这些比赛您拿到的就是WPT中国区的冠军,或者是世界侨联颁予的冠军,我想这个含金量远比联众冠军、博雅冠军,或者是腾讯冠军来得含金量更大一点。

因为这样一个线下赛事背后的受众群是很大的,所以我们同时也吸引了8个线上频道,优酷、PPTV、乐视这些,以及线下的省级电视台来直播我们的线下赛事。我举一个例子好了,其实我们在去年,2014年10月办的世界桥牌锦标赛中央5套直播了4个小时;那么优酷、PPTV是播出我们的联众的够扑克竞赛。那我想提醒各位是联众公司不是花钱买时段的,这个都是这些平台,线上或者线下他们自己来播的比赛,当然他是看上背后的受众群的,我们是没有支付额外的费用的。

其实我们觉得广播去传播是联众生态圈当中也是一个非常重要的一环,透过这个广播跟传播可以把原本只在线下玩德州扑克或者是玩斗地主,或者是玩斗地主、玩桥牌的人吸引到了线上来。因为既然他们是爱好者,既然他是此类游戏的爱好者,他会被这样一个品牌赛事吸引,那可能进一步有兴趣想要自己参与。但是想要参与这样一个顶级赛事,联众目前是在内地唯一的有这样承办权的公司,我要参加这些线下的品牌赛事唯一的途径就是在联众的线上品牌打资格赛,所以我们是用的方式把人从线下吸引到线上,原本线上的玩家又通过这种线下赛事提供了给他更有附加价值的一个活动。

同时联众平台上也有很多签约的职业牌手,我们基本上把Pokerstars和WSOP在亚洲区著名的选手都签在联众平台了,那这些选手是我们的签约选手,您可以大概每两周我们会换人做我们线上平台的擂台主,所以当您如果想要跟这些选手

比赛的话，当然入场的费用，这些虚拟货币的费用当然是比较高的。

我先说这个线上及线下交汇点，这个就是所谓的网吧，联众公司在2012年的时候有一个公告，我们以3500万人民币占股10%的比例入股了上海的网鱼网咖。我们觉得网咖会是一个很好的线上线下的交汇点，首先您可以在网咖打比赛，网咖的场地也很适合办线下赛事。我们觉得这样会造成，其实赛事是联众公司吸引人流一个很重要的手段，刚才是有提到的，但是像WPT、桥牌这种非常大型的赛事筹备时间可能要花比较长，但是在网咖举办的话，因为场地相对都比较小，会比较容易，所以可以达到几乎是每周都可以有比赛，每周都可以把人吸引到我们的线上平台消费。

那么在今年的大约是8月左右我们与网鱼合资成立的高端网咖即将在北京工体附近落成，到时候职业分析员有可能在那时候举办，我们也同时有可能举办一个反响路演，到时候也邀请各位来参加，这个网咖会不同于各位一般所见的网咖，里面会有直播室的。

还有棋牌教育这块，我们大概是今年才会的公告，所以我就略提一下。我们是与中国棋院部分有合作，这个部分是这样子，我们过去的棋牌的段位比赛是各省自己办的，就是中央分配名额各省自己办，可是现在是想要把它全部分出来，我们是目前唯一跟他合作的民间厂商，所以我们可能会在它的线下赛事会有独家商业开发权，未来可能有部分的段位竞赛会在我们的线上平台上进行。

其实在去年开始我们就已经在帮棋院培训师资了，我们也在为中小学办了一些棋牌的比赛。其实这一块我们会这么看联众，它基本上是等于你从小就在培养我们的用户，我们用户平均年龄层次25岁以上，但是通过这个棋牌教育有可能渗向了中小学。未来也有可能段位比赛在我们的网咖比赛这也是有可能的，等于是把整个生态圈都联系了起来。

我想2014年最重要的两点，还有一个就是我们也是确保并取得战略性的资产以及资源，我们在2014年年末的时候我们确立了WPT亚洲15个国家及地区的独家授权，过去我们拿到的授权只有WPT中国区，我们现在拿到了例如说韩国、泰国、印尼这些的一个独家的权利，而且这个是有排他性的。目前在2015年的下半年预计在柬埔寨、越南、韩国这些会开始首次举办联众WPT海外的赛事。

同时百视通在去年的时候成为我们的战略合作伙伴，未来百视通的视盒子可以玩联众的游戏；同时我们也会在百视通上面开我们教棋的频道，由聂卫平，聂棋圣为我们教棋；我们同时在2014年也确立了取得四年世界桥牌同场双人竞赛的主办权，我们也是独家的；还有一个就是刚才提到我们也取得网鱼网咖的股权，大概是10%，这部分是反吸式的。跟各位略提一下网咖即将成为一个上市公司，不太确定是在港股上还是在美股上，但是我想这个获利是非常好的，对公司而言在其他收入部分一个很好的亮点。

我们的第五页是来到我们2014年的财务数据。2014年在收入的部分是达到了4.75亿人民币，其中PC部分是3.05亿，自主研发PC其实已经占到了所有PC游戏当中的九成，移动游戏当然是有一个非常爆发性的增长，达到了1.53亿。在毛利率部分：毛利率是61.9%，相较于很明显地看出来比2013年是略低的，不见得失去的这个部分其实是因为移动的占比网上增加。移动的占比增加的时候毛利率是会被吃掉的，因为中国移动的那些合作条款是其实是比较严苛的，而且是所有的游戏公司都一样我们是没有一个话语权的。

但是联众公司是在2015年要即将采取的策略是我们除了直接跟移动的合作之外，我们又进一步跟手机制造商合作，例如说小米、华为这些的合作。只是我们的游戏预装在里面，其实这个游戏也不会被刷机刷掉，这个合作条款是会比直接跟移动、电信这些合作的条款来得好，所以在毛利率部分2015年应该是可以稳在60%，我们觉得60%是一个公司很妥贴的预估。

销售与市场推广费用部分其实各位可以看到相较于2013年是有所成长的，因为2014年我们举办了不少赛事，其中人员的加班费这部分成长比较迅速的。虽然这个费用是提高了，但是我们在线下赛事其实都是有赞助商的，而且赞助商基本已经把我们的费用都打掉了，打掉之外还略有挣钱，这部分是包括在收入部分的其它项里面，年化成长大概是69%。

行政开支部分稍微比较高一点，因为我们引进了一些人才，为了要强化我们这个生态圈我们是有招人的。还有一些租金的上涨，在北京office的租金上涨这也是一个部分。在研发费用部分其实各位看到相对持平的，原因是棋牌的部分其实研发费用不是像大型网游这样子需要花费这么大的研发费用，对棋牌游戏而言好玩的地方其实在与您跟对手的水平，联众公司其实在中高端市场做得挺好的，那我们目前是这样，尖端准备要往下做。在非国际财报准则经调整净利润的部分大概是1.44亿左右，净利润率是30%。

第六页是我们的一个营运摘要。各位可以看到在我们每月活跃用户、每月付费用户及APP部分其实都是稳定的增长的，其中在移动部分的付费率已经达到了4%，我想这个还是有很大的成长空间的，同业已经有人拿到8%~9%。在APP部分呢，PC的APP是比移动高的，这是一个很正常的现象，因为其实我想德州扑克很多高端的用户，您如果是一个认真的玩家大概每天需要花两个小时练功，练功大概不会在移动上玩，因为屏幕太小，通常这些用户是在PC上玩的，这造成PC跟移动的APP之间的一些差距。但是因为其实联众公司在2014年第四季度开始做ipad版的德州扑克，所以这部分的收益是会算在游戏部分，未来移动游戏可能在未来的3年左右是有可能达到PC的一半。

第七页是我们PC的一个状况，应该说整个平台收入的状况，在PC部分是占到64%。我刚才有提到，因为我们是比较高端的玩家，高端玩家比较倾向于在大的

屏幕上练功，所以说造成PC到目前还是占到64%，移动是32%，其它部分就是像赞助费用大概是4%左右。在今年的状况，2015年移动有可能占到整个集团收入的一半，这是一个很必然的现象，因为移动的增长速度与整个行业而言移动增长速度是会比PC来得快。我想在右手边的部分就是一些同比的数据，同比增长都是非常好的，其中移动是特别的显著。

第八页是我们的各类细分，PC有一些类别的成长，其中德州扑克占到了13%，麻将33%，斗地主44%，其它自主开发游戏大概是10%左右。德州扑克非常的有意思，它的MAU只有1万左右，但是却贡献了整个PC的43%，所以您可以想像它的贡献大概会有过高。为什么这些中高端玩家，这些口袋这么深的玩家愿意留在平台上，当然就是因为提供给我们具有附加价值的服务，例如说我们有定期赛事，我们有签约选手，基本上我们等于就是中国的Pokerstars，只是因为监管的关系，Pokerstars在海外是付费的，它是真钱玩的，只是在国内是不可以真钱玩的。

斗地主其实也是有线下赛事的，是斗地主黄金联赛。麻将部分是联众公司唯一还没有做任何线下赛事的部分，那么在明年我们大概会有一个大型赛事，在下半年的时候。在右手边的部分同比，都是有非常显著的增长。

第九页的部分是为各位细分我们的MAU。MAU部分移动增长的还是最迅速的，刚才提到全行业移动的增长的确是比较迅速的，有手机的人其实是越来越多的，但是其中联众公司很重要的就是我们为这些用户我们增加了他付款的便利性，只要透过短消息支付，在移动进行游戏的当中，您可能玩玩没有钱了，但是您通过短消息的支付大概2~3秒就可以继续游戏了，所以这个付费的便利性是造成我们的移动MU增长迅速的一个很重要原因。

在第十页的部分是提到我们的每月付费用户，以及我们的付费率的部分。移动也是增长有几乎三位数的增长，基本上整个集团的增长从2014年的角度来看起来还是由移动驱动。第十一页是我们的APP的部分，APP的部分刚才有提到PC占比还是最高的，这边就不多讲。第十二页是我们的获利能力，有一个毛利及毛利率，还有经调整的净利润及净利润率给各位看一下。

我想最重要就是第十三页，以后公司的一些战略。第十三页其实提到，其实网咖产业文化部有一个对网咖产业升级的指引，现在的网咖已经不像以前的黑网吧了，网鱼网咖它的入场费每人一次一个小时是十几块人民币，我想这跟黑网吧有一个区隔了，我想投资人如果说是有时间的话，深圳有、上海有、北京也有，可以去看一看，等于就很像是一个星巴克，但是里面是有电脑的。我们曾经有带一个客人去调研过，当时是上海下午4点，上座率就已经有九成，有不少是白领，女性也蛮多的。

所以它等于是变成有一点像社交的场所，其实里面也有不少是经营淘宝的这些店家，他就在里面做生意，在里面上班，同时也跟其他的一些卖家互动，它已

经变成这样一个方式了。网咖也是去年底开始开放，一宣布开放联众率先选公告我们入股网咖之后，后来政府有公告说我们开放网吧，所以我想联众公司其实跟这个趋势走在一起，甚至走得稍微快一点，也比全行业，等于是第一个去看到这样一个趋势的店家，一个民间的厂商。

当然还有就是说我想我们不是单纯的游戏公司，就像我刚才一直不停地提到，其实我们更像是一个运动公司，当然我们是承载着体育行业的一个改革风潮，我们想做的是一个智力运动。在这边跟各位多提一点，在我们的这些赛事当中赞助商有一个很特殊的赞助商是红牛，红牛基本上据我了解过去几乎不赞助智力运动，它都是赞助极限运动，赞助一些体力运动的比赛，但是它赞助我们的桥牌锦标赛，赞助我们的中国棋牌竞技锦标赛，以及我们的WPT。我想红牛公司应该也是看到了这背后的受众是多么的庞大，智力运动会是下一个行业很重要的宝典，所以它率先赞助，率先做了这样一个举动，我想这是第一步，不管是对红牛，或者对联众公司也都是一个很重要的指标。

第十四页就是再重复一遍我们的生态圈，刚才其实都讲到了，但是有一点多提一下好了，我们与海南省政府有不少战略合作，未来可能当彩票开放以后我们可能跟它共同研究如何开发彩票在海南省的部分，我们也会在海南建基地。因为过去我们帮海南省政府，WPT举办的时间都是第四季度，通常是海南省的淡季，但是因为我们这么大规模的赛事引来这么多的人潮其实帮海南带来很多观光的收益，所以他们对我们也非常支持的。我们与海南省政府的战略合作当中在未来我们的建基地方面，或者是我们举办赛事部分都会给我们一些政策上的优惠以及政策上的支持。

我想最后简单地总结一下未来的展望，当然我们继续保持领先全行业成长的势头，当然继续布建我们生态圈，今年会有一些并购，这个是公司不缺钱了，是我们会进行一些并购，但是并不是说去买一个PE这样子，我们主要是想要买的是一个战略资源。同时很重要的是2015年我们正式进军海外，除了WPT会在海外举办以外，我们的游戏也会去海外，今年5月英文版的德州扑克即将会上线，还有印尼文版的德州扑克也会进军海外，那我想到时如果说收入到时分析员也可以看到我们未来也会有海外的收入为各位揭露，想这边简单为各位介绍到这边，公司2014年及2015年的状况。

提问环节：

杨培钦：谢谢Agatha的分享，令到我们觉得真的联众这家公司的未来发展是充满潜力的。接下来是提问环节，要不就由我这个主持人首先提问吧，我主要有两个问题：第一条是按联众季度收入明晰来看，集团的赞助及第三方广告收入通常在第四季度都会明显大于前三季度，背后的原因是什么？未来管理层认为这一块收入的增长潜力又如何呢？尤其收入贡献的比重有没有可能会变得更加大？

第二个问题是想请教一下集团有没有进军海外的计划呢？因为我们看到全球的游戏市场是很有潜力的，而且你们的同业也很迅速地在扩张海外市场，如果有这个计划的话集团会以怎么样的策略去扩张海外市场？我是想在联众在WPT、WBF这些协会的关系这么好，会不会考虑可以采取那种官方指定游戏这一类的宣传策略来推广到海外呢？

苏卉妍：是这样子的，第一个问题为什么赞助收入以及第三方广告收入在第四季度会明显大于前三季度，原因是这些比赛是在10月，像WPT这些大型赛事通常是在第四季度举办的，所以这个背后的原因是这样。但是因为今年比赛特别多，我想今年就不会有这么显著的情况。

当然我可以理解一般分析员或者一般投资人在看游戏公司的时候会以季度表现来评估，会以季度表现来观察，可能因为联众公司是这个样子，线下赛事是吸引我们人流最好的一个方式，所以当赛事如果说在某个季度都没有赛事的情况那个季度肯定比较低，但是你就这样去评估联众公司的表现未可，这样其实是不太恰当的，所以其实管理层希望想跟各位传达的是希望各位以年的角度来看联众公司，因为我们不是那么单纯的游戏公司。如果你只是单纯的游戏公司当然可能要看季度表现，但是我想看我们一年的表现会比较好。

还有就是赞助收入以及第三方广告收入这块的收入增长潜力真的很大，我想智美是一个很好的大家可以参考的指标。其实是这么说，2015年会有很多海外的赛事，2015年的赛事是会比过往来得多，我举一个例子好了，赞助德州扑克比赛的这些赞助商通常以高端品牌居多，我刚才有提到打德州扑克的人白领居多，年纪比较大，这些人坦白讲口袋比较深，通常也都是比较中高端的品牌都来赞助的，通常是汽车、手表这些，这一块其实我们是非常看好的。但是我们不太可能短时间就变得跟智美是一样，那是不太可能，因为我们目前的本业还是在线上进行，这一块收入的增长潜力当然会是很惊人。

2014年相较于2013年其实成长了69%，2015年数字是绝对会增长的，但是会不会有2014年相比2013年爆发性的增长，我觉得我们保守看待，其实有15个国家的地区很多地方WPT还没有进去过，我想联众公司肯定需要一些前期的沟通、前期的投入，这个都是很正常的。是这样子，我们给商务部，我们给赛事运营部指标就是厂商赞助的这些收入基本要覆盖掉我们的费用，我们是以这样的一个KPI下给我们的商务部，跟商务部以及赛事运营部的，所以其实各位不用担心，我想前期投入是必须的，但是以未来的成长性而言这一块的确是很值得各位去期待的。

您说赞助收入以及第三方广告收入贡献比重会不会有可能变得更大，有可能，就是未来的三年有可能我们的收入结构有可能会变成第一个线上游戏，第二个教育，第三个赞助收入以及第三方广告收入，这个是有可能的。

第二个问题是进军海外，进军海外刚才我们在介绍PPT的时候有提到，我们

今年正式进军海外。进军海外第一个当然是游戏进去，其实WPT去海外的这一个平台是一个很好的平台，因为联众公司是独家的承办商，我们当然就可以利用这样一个平台去宣传我们自己的游戏，我们通常是这样子，我们办线下赛事的时候都会划一个小区块让玩家们可以去体验联众游戏。我们不是简单办一个赛事就结束，当然你这个赛事是绝对要宣传的，同时也宣传我们的游戏，我们今年会进军海外这个是肯定的，有英文版跟印尼文版的德州扑克即将推出。这是我们一个拓展海外市场首步的规划。

您刚才提到的第三个问题我觉得非常好，就是说会不会有官方指定游戏的这个策略，其实是这么说，我们是有跟我们签下15个国家及地区的独家协议当中是有包含未来我们可能可以跟WPT共同开发一些休闲游戏，一些类似像在Facebook上会看到的这些游戏，当然还不是真钱多，是会有的，是有这样一个计划的。

当然这有所谓的分成了，但是因为细部的部分我们还没有讨论到这么细，首先重点还是着重于我们先把海外赛事扩出去，先做一个前期的沟通，当然第二步我们就考虑认真的来做这些官方指定游戏，但是这个在短时间内可能还不会看到。我不知道各位投资者还有没有其它的问题。

提问者1: 我之前有跟您交流过，就是说我还是想问一下关于咱们德州扑克在咱们中国这边的政策问题，就是我非常同意德州、斗地主这些在中国举办这些赛事会很有前景，但是就是上周末也看到出现了一些德州扑克被官方叫停嘛，因为它的这个可能当时赛事的组织非常不严密，所以导致一些可能有关赌博这方面的倾向，所以这个咱们未来，因为它篇报道上说过，就是德扑没有被咱们的中国体育局官方所承认，不是一个非常正式的比赛，咱们签约也是和海南省的体育局签约的。

所以说我第一个问题想问一下咱们未来怎么规避这些政策，包括未来这个行业会不会演变成在线彩票销售的这样，虽然咱们公司是非常正规的举办的赛事，但是这个行业有太多太多的不正规的竞争方在进入，所以说会不会导致国家一棒子把所有的这些打死，这是第一个问题。

苏卉妍: 非常感谢您的提问，我也借这个机会替联众公司对德州扑克本身做一些澄清。我想这个新闻出来当然引起了一些担心，有人会担心会不会德州扑克变成像下一个彩票一样？其实我想说是南京的这一个比赛它是很不规范的，它首先筹码是买的，您是可以Buy in的，当您在牌桌上筹码快输光的时候还可以再Rebuy，这等于是现金交易，它等于是真钱多，我不要说赌了，它等于是真钱玩的，其实这一部分就已经违反了国家的规定，首先这是第一点。

其实我想还有第二点您提到就是说体育总局特别有一些声明，德州扑克目前没有被批准，我觉得这个并不是一个，这个声明其实是确实，就说目前像我们签下智运会的独家商业开发权，文化部支持的这些东西统统都没有德州扑克。但是

我想提醒各位的是，我们在去年进军网吧，去年上海网吧协会是同意我们德州扑克进网吧的。当然我想不规范的厂家在那清静也好了，让这个行业更加的规范，因为其实德州扑克本身并不是赌博，德州扑克本身是一个智力的竞技。

我想通过这样一个活动，通过这样一个取缔我觉得让整个行业更规范其实是好事情，其实目前对联众公司是没有任何的影响的，无论是在海外，国内当然是要遵守这样的规定，我们在海外也是一样的，透过在线上平台上打预选赛，最终进到线下赛事，我们不可能做Buy in，也不可能Rebuy，大概是这样的。

提问者1：谢谢。我第二个问题就是说，因为刚才咱们公司提到智美，因为像智美它的赛事的赞助收入很多是由于他们之前是广告公司，所以他们有很多营销人员来销售这个广告，咱们公司之前是游戏公司，这块赞助是怎么销售呢？我也看到咱们华人基金在里面有15%的股权，咱们会不会透过他的这个平台来帮咱们销售一点广告？这是第二个问题。

苏卉妍：当然我们有战略投资人，是有空中网跟华人文化基金，当然未来我们会有一些更进一步的合作，可是目前其实所有的商业开发这些都是联众公司独立进行的，我们是有一个团队，商务合作部是来进行这样一个洽谈，进行一个招商的，所以我们是团队在做，目前也不是说请第三方来帮助我们执行的。当然其实像今年的赛事这么多，未来赛事会更多这样一个情况之下，我们是打算在商务合作部这部分再投放多一点人来进行这样一个洽谈，大概是这样一个状况。

提问者1：我第三个问题就是说咱们WPT虽然比较火，如果说咱们在前期把它做得非常好，然后后期如果说面临续约的问题，就像智美的宝马现在也面临续约的问题，大家投资者会担心它这个商业模式的可持续性这一块咱们公司怎么看？

苏卉妍：WPT我们现在是8年，从2015年起算8年，桥牌是4年。其实我觉得是这样子，我刚才其实有提到我们做的是中高端，中高端这个市场并不是一两天就做得起来的，你说这些签约牌手他也不想砸了自己的招牌，所以他进来联众他签下联众，我都还曾经接过那种职业选手，希望我可以帮他牵线，是不是让他可以跟公司签牌手的这个部门洽谈，他也希望进到我们的平台上来当擂台主，他希望成为我们的签约选手，其实真的坦白讲我们给这些签约选手的费用真的很低，我就不说了，这是机密我就不讲了，但是真的很低，据我了解这个行情是不高的，人家为什么愿意做这件事情？我想他们也是看上了这个很大的一个受众群。

所以您说8年过后联众公司这块没有优势，真的不是，因为培养这些高端用户需要花时间，这些选手其实，我觉得这是一个协同的效应，你说8年，8年会发生很多事情，但是我觉得你在我的中高端其实就已经把壁垒筑起来了，我们现在其实都买的是一些重要的战略资源，我们可能会买桥牌的AI，因为像我们要切入教育这些都需要AI，AI不是只有能够做桥牌、教育什么的，在德州扑克未来也是可能还可以做的。所以我一直说我们早就在做，只是现在讲出来我们做这个生态

圈，但是其实我们早就两三年前已经在布建了，所以我觉得壁垒其实早就已经筑起来了。你说80年后，你说当这个Lessons到期是不是就没了，我觉得绝对不是这样子的。

提问者1: 好的谢谢。

提问者2: 我请问一下，第一个问题就是在你们这个领域当中第二名跟你们的差距是一个什么样的百分比？这是第一个问题。第二个问题就是说这个市场上有没有类似的，像你们这样的一种产品？我指的是非扑克和棋类的。

苏卉妍: 第一个是这样子，目前其实国内市没有公司在做这个东西的，您如果要对标的话肯定要跟海外的公司对标，就是所谓的Pokerstars, Pokerstars 其实是被一个多伦多上市公司买下来了，以4.9亿美金的价值买下来了，它不是上市公司。那目前国内并没有一个我们的绝对的竞争对手。

您说博雅，博雅就单纯德州扑克的用户博雅应该还是这个市场最大的，目前看到的数据第一个是腾讯、博雅，我们可能没有这么大，用户数可能是没有这么大的，但是其实我们跟腾讯、博雅的用户群是不同的，它们是初间用户居多，我们还是中高端居多。

您说国内有没有类似同样的公司，当然提到国外的pokersers会是比较好的对标，因为它有线上，它有品牌赛事，它也有广播传播，您如果在海外的ESPN上是可以看到pokersers的播出的。

但是国内我目前想得到的也是一家没有上市的公司，应该是在中央台有一个叫天元围棋的，天元围棋也是采取有一点像的模式，它就是专门以棋牌这类内容，它公司的业务就是在卖这个棋牌，教棋这些内容的，在电视上卖的，所以您说国内有没有一个相同可以来对标的我觉得没有，目前看来是没有。您看到的一些游戏公司顶多是做到的线上游戏赛事还不是品牌赛事，就只有大概这样子而已，您说像智美，智美其实它是专注于在做品牌赛事的。

提问者2: 谢谢。

最新会议动态，敬请关注微信公众号账号：万得财经会议（wdcjhy）：



版权声明：

未经万得信息书面授权许可，任何机构和个人不得以任何形式复制、引用本文内容和观点，包括不得制作镜像及提供指向链接，万得信息就此保留一切法律权利。

免责声明：

本文所引述机构或个人的观点、言论、数据及其他信息仅作参考和资讯传播之目的，不代表万得信息赞同其观点或证实其描述。

