

業 務

概述

我們一直是一家有聲譽的網絡遊戲公司，並於近年成為中國領先的手機遊戲研發商和發行商，根據易觀的報告，我們是中國手機遊戲研發的領導者，並基於二零一四年前七個月和二零一三年所有自主研發手機遊戲的流水總值，在中國所有手機遊戲研發商中位列第五。自二零一二年年底擴展業務至手機遊戲以來，我們已商業化了三款手機遊戲，其中兩款的月流水峰值截至二零一四年三月三十一日超過人民幣30百萬元。

隨著移動設備如智能手機及其他移動裝置，以及高速移動及Wi-Fi網絡日益滲入，中國手機遊戲市場被視為擁有龐大的增長潛力。根據易觀報告，二零一三年中國的手機遊戲市場規模達人民幣139億元，預期至二零一六年的複合年增長率為45.4%。

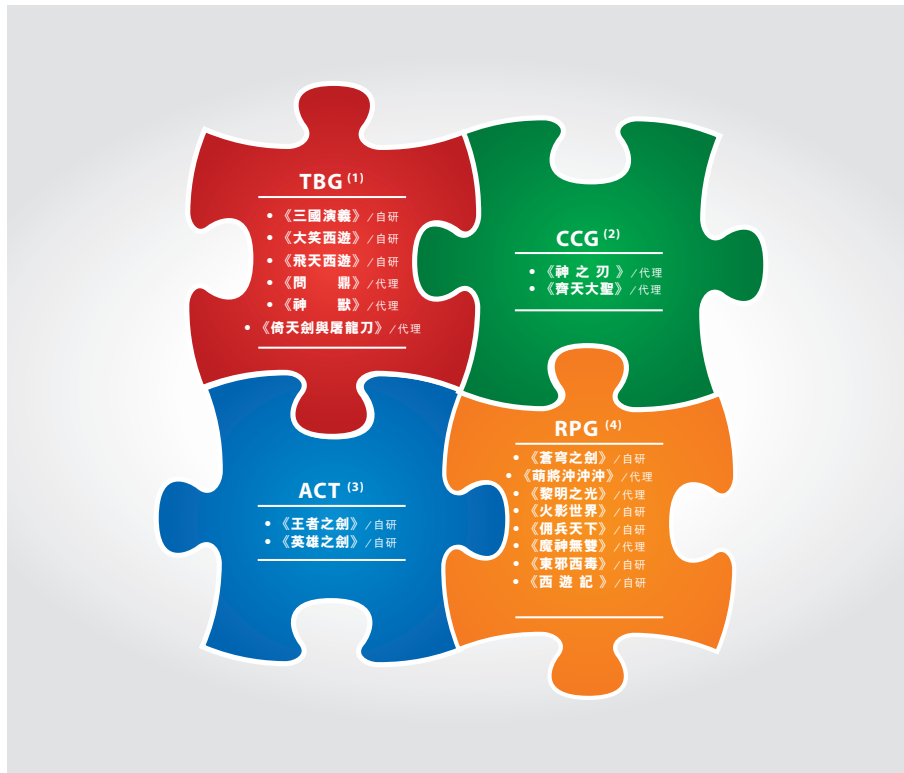
我們在遊戲研發過程中注重品質，並專攻於研發中度和重度遊戲，這些遊戲展現出極致的互動體驗、宏大的場面、精緻的影像、豐富的內容、多元化的玩法，因此要求很強的遊戲研發能力。根據分析報告，中度和重度遊戲普遍比一般遊戲備有較長的生命週期及較高的充值流水。此外，近期推出的移動設備均具備高解析度大觸控屏幕，以及運算速度更快的CPU及GPU，使圖案影像顯示更為突出，這些新控制技術對中度及重度遊戲研發尤為重要。我們相信，憑藉我們研發及發行中度和重度遊戲的豐富經驗，我們定能抓住中度和重度手機遊戲的龐大市場商機。

除自研遊戲外，我們也發行通過獨家代理協議從第三方授權取得的遊戲。我們已積累識別最受歡迎遊戲類型的專業知識，並會嚴選代理遊戲。我們僅會代理與我們自行研發的遊戲質量相若，且有巨大潛力可在商業上成功的第三方研發遊戲。我們與代理遊戲的研發商緊密合作，並利用我們的經驗及市場專業知識改進遊戲的流程及節奏，以及遊戲變現的策略。

截至最後實際可行日期，我們已商業化十五款網絡遊戲，包括九款自研遊戲和六款代理遊戲。這些遊戲中，三款是手機遊戲，四款是網頁遊戲，七款是客戶端遊戲，還有一款客戶端和網頁的雙端遊戲。我們的所有遊戲，無論是自研遊戲還是代理遊戲，均使用我們的「藍港」品牌在中國推廣和運營。有關我們的遊戲，詳情請參閱「—我們的遊戲」。

業 務

截至最後實際可行日期，我們已經商業化或開始公開測試的遊戲主要包括RPGs、TBGs、ACT遊戲及CCGs。我們相信，我們的自研遊戲及代理遊戲已覆蓋了中度及重度遊戲的各大主要類型，如下圖所示：



附註：

- (1) TBGs指其戰鬥流程分為多個回合，各玩家可於指定時間內制定他的遊戲行動的遊戲。
- (2) CCGs指玩家透過與其他玩家交易或購買卡牌包收購卡牌，繼而使用自己特別設計的卡牌與其他玩家對戰的遊戲。
- (3) ACT遊戲指玩家控制遊戲主角的化身，在遊戲不同關卡中、收集物品、避開障礙及與敵人爭戰的遊戲，強調包括手眼協調及反應時間。
- (4) RPGs指每名玩家挑選一個或以上的「玩家角色」，並發展特定技能及控制角色動作，與其他玩家在虛擬世界中互動的遊戲。

我們的所有遊戲都可以免費玩。我們的收入來源主要是出售虛擬道具，這些虛擬道具可以提升玩家在遊戲中的體驗，比如增強玩家所選遊戲人物的權力、能力、吸引力以及社交，或是允許他們在遊戲中更方便升級。玩家利用真實金錢購買虛擬代幣，然後用虛擬代幣兌換我們在遊戲中提供的各種虛擬道具。

業 務

當我們自己發行遊戲時，我們承擔向遊戲的付費玩家提供服務的主要責任，當各付費玩家獲提供該等虛擬道具所代表的服務時我們按照向付費玩家銷售遊戲虛擬道具所產生的收入確認收入。我們向有關第三方支付服務費用，第三方包括但不限於代理遊戲的研發商、分發渠道及收款渠道等。我們的主要分發渠道包括自有分發渠道(8864.com)、第三方線上應用商店、手機遊戲門戶及主流網上遊戲門戶。

當我們把遊戲授權給海外市場的第三方代理商時，我們並不承擔向付費玩家提供服務的主要責任，而是從我們遊戲的代理商所支付的代理費和技術服務費獲取收入。

我們在往績記錄期間實現了業務的快速增長。我們遊戲的平均每日活躍用戶數從二零一二年的443.1千個增長21.8%到二零一三年的539.7千個，並於截至二零一四年七月三十一日止七個月進一步增長40.8%至759.8千個。自我們於二零一二年年底擴展至手機遊戲以來，我們手機遊戲平均每日活躍用戶數從二零一二年的500個顯著增長到二零一三年的212.8千個，並於截至二零一四年七月三十一日止七個月進一步增加188.5%至614千個。我們的遊戲平均每月活躍用戶數從二零一二年的3.6百萬個稍為減少到二零一三年的3.4百萬個，但於截至二零一四年七月三十一日止七個月增長29.4%至4.4百萬個。我們手機遊戲的平均每月活躍用戶數從二零一二年的6.6千個急升到二零一三年的1.5百萬個，並於截至二零一四年七月三十一日止七個月進一步增加166.7%至4.0百萬個。

我們的收入在往績記錄期間迅速增長。我們的收入從二零一二年的人民幣265.6百萬元至二零一三年增加93.9%至人民幣515.0百萬元。我們的收入由截至二零一三年三月三十一日止三個月人民幣100.6百萬元至二零一四年同期增加68.6%至人民幣169.6百萬元。為符合國際財務報告準則，分發渠道所收取的服務費入賬列作成本。倘自我們於相關期間的收入中扣除分發渠道收取的服務費用，於二零一二年及二零一三年的數字則分別為人民幣181.4百萬元及人民幣342.0百萬元，而截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止三個月則分別為人民幣66.5百萬元及人民幣113.3百萬元。我們分別於二零一二年及二零一三年錄得虧損人民幣123.0百萬元及人民幣399.4百萬元，但於截至二零一四年三月三十一日止三個月則錄得利潤人民幣72.4百萬元，而於二零一三年同期則錄得虧損人民幣29.9百萬元。我們於二零一二年及二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止三個月分別錄得非國際財務報告準則經調整利潤人民幣20.9百萬元及人民幣84.3百萬元、人民幣15.0百萬元及人民幣44.6百萬元。我們分別於二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止三個月錄得的非國際財務報告準則經調整EBITDA為人民幣31.5百萬元、人民幣108.5百萬元、人民幣18.8百萬元及人民幣48.1百萬元。有關非國際財務報告準則計量與年度／期間按照國際財務報告準則計量的(虧損)／溢利的對賬，請參閱本文件第237頁「財務資料－非國際財務報告準則計量」。

競爭優勢

我們認為下列競爭優勢是我們過去取得成功的關鍵因素：

遊戲品質是我們的核心競爭力

我們堅信，遊戲品質是我們的核心競爭力。在我們的眼裡，遊戲是與文學、戲劇和電影一樣具有審美價值的藝術作品。為此，我們的遊戲常常借用流行文學與歷史事件，結合豐富的故事情節，創造史詩式的戰爭場景，營造高清晰的視頻畫面和3D立體視覺與高音質效果。我們亦借鑒電影製作的有關理論選擇最佳視角和鏡頭組合，並利用各種電腦視覺特

業 務

效來突出人物動作的真實感和打擊感。我們的遊戲已經獲得眾多的獎項及榮譽，充分證明了其品質和人氣。《蒼穹之劍》獲中國遊戲產業年會譽為二零一四年「十大最受期待原創手機遊戲」之一。《王者之劍》在二零一三年獲中國遊戲產業年會譽為「優秀手機遊戲」及「十大最受歡迎的原創手機遊戲」。《神之刃》在二零一四年的第二屆全球手機遊戲大賽上被列為「最佳卡牌手機遊戲」。如欲瞭解我們的遊戲所獲的其他獎項及榮譽，請參閱「獎項及榮譽」部分。

我們的高品質遊戲提高了「藍港」的品牌價值，將熱愛遊戲的玩家吸引到我們的遊戲中來，在與第三方分發渠道合作中加強我們的談判地位，並贏得第三方分發渠道的更多推廣和支持。

我們擁有研發和發行了多款成功手機遊戲的實際往績記錄

自我們於二零一三年三月商業化首個手機遊戲以來，我們已商業化三款手機遊戲——《王者之劍》、《蒼穹之劍》及《神之刃》，其中兩款的月流水峰值截至二零一四年三月三十一日超逾人民幣30百萬元。下表載列該等遊戲各自的月流水峰值及其組成部分：

遊戲	月流水峰值	月流水峰值的組成部分		
		於中國自行 發行遊戲產生 的付費玩家充值流水	來自海外市場第三方發行商的費用	
			發行商支付予我們的 代理費	海外市場發行商 應付予我們的 技術服務費
1. 《王者之劍》.....	人民幣33.2百萬元	人民幣30.7百萬元	人民幣2.1百萬元	人民幣0.4百萬元
2. 《蒼穹之劍》.....	人民幣31.3百萬元	人民幣27.0百萬元	人民幣1.8百萬元	人民幣2.5百萬元

我們相信我們於首三款遊戲取得的成績已為我們在中國手機遊戲市場奠定領導地位。

我們在中度及重度遊戲領域具有豐富經驗

我們從二零零七年開始從事網絡遊戲的研發，一直專注於中度及重度遊戲。根據易觀的報告，中度和重度遊戲一般較休閒遊戲具有更長的生命週期及更高的充值流水，但對研發能力的要求更高，因此進入門檻更高。在二零一三年前，我們成功發行了十二款高品質中度和重度客戶端遊戲和網頁遊戲，助我們累積中度及重度遊戲方面的豐富經驗。該等經驗為我們在手機遊戲時代到來時迅速取得一系列成功打下了堅實的基礎。我們成為中國最早將中度及重度遊戲引入到手機遊戲領域的遊戲研發商之一。於往績記錄期間，我們發行三款中度及重度手機遊戲，均取得了巨大的商業成功。

強大遊戲技術帶動

我們的遊戲由強大的遊戲技術帶動。我們建立了藍港遊戲技術中心，致力於對引擎進行研發、升級和優化，包括地圖編輯器、特效編輯器、動畫編輯器及任務編輯器，亦設計及研發周邊研發工具，並針對我們遊戲研發的特點，設計和編寫專門的工具軟件及可實現某種功能或特效的通用模塊，供我們所有遊戲使用。該等引擎、工具和通用模塊為我們的

業 務

關鍵技術，並大幅提升我們遊戲的研發效率，從而有助我們持續提升遊戲品質。我們亦能通過中心集中管理該等關鍵技術，降低因人員流失產生的技術風險。如欲瞭解更多有關藍港遊戲技術中心的信息，請參閱「遊戲研發 — 藍港遊戲技術中心」部分。

完善的遊戲發行系統

我們擁有一套完善的遊戲發行系統。我們的自有遊戲發行平台(www.8864.com)截至二零一四年六月三十日擁有約80.3百萬個註冊用戶，是我們分發遊戲的重點平台。

我們已與大約200個第三方分發渠道建立合作關係。為了我們可迅速地於所有該等渠道推出我們的遊戲，我們研發出OKSDK，其為一套接口軟件，可輕易打包入我們或第三方開發的遊戲，使其能輕易安裝至第三方分發渠道平台。

通過七年多不斷的努力，我們建立了一個強大的電子統一運營系統（「EUOS」），包括統一的玩家註冊系統、電子收費系統、遊戲管理員(GM)系統、客戶關係管理(CRM)系統、廣告分析系統和遊戲卡系統。我們的EUOS不斷收集大量關於我們的遊戲、玩家、充值、業務活動和總體運營等各方面的數據，然後通過我們的商業智能(BI)平台對這些信息加以實時分析和處理，用於指導我們的遊戲優化、運營、營銷、推廣等各項工作。如欲瞭解更多有關EUOS的信息，請參閱「遊戲營運 — 電子統一運營系統」部分。

我們亦利用微信的公共賬號與玩家保持聯繫。我們於微信開設公共賬號增加我們手機遊戲的注意度，並鼓勵玩家關注有關賬戶，以取得有關我們遊戲的不同資訊，並與我們保持聯繫。於最後實際可行日期，我們已經商業化或正在進行公開測試的手機遊戲的公共賬號的關注人數合共超過800,000個用戶。

我們擁有經驗豐富且具遠見的管理團隊

我們的聯合創辦人、董事長兼首席執行官王峰先生擁有超過10年網絡遊戲行業的經驗和超過16年的互聯網從業經驗。在創立本公司以前，王峰先生曾於二零零三年一月至二零零六年十一月在北京金山軟件有限公司擔任數字娛樂的副總裁。於該段期間，北京金山軟件有限公司發行了多款當年在中國非常流行的大型網絡遊戲。王峰先生亦是中國互聯網界的知名人士，而其個人影響力有助我們與業務夥伴建立關係，增加市場對我們遊戲的關注。我們的聯合創辦人兼總裁廖明香女士則擁有超過14年從事互聯網產業的經驗。我們管理團隊的遠見使我們能將重心由客戶端遊戲轉移到網頁遊戲和手機遊戲，迎合行業趨勢及技術發展，維持我們的行業領導地位。

業 務

我們的策略

我們的目標是穩固自身於中國手機遊戲行業的領導地位、積極擴展至海外市場，以及成為網絡遊戲行業受人尊敬的領導者。我們計劃通過執行下列策略來實現我們的目標：

研發更多高品質遊戲，為我們的玩家帶來新穎及愉快的遊戲體驗，並以此提升我們品牌的價值

我們相信，我們企業從骨子裏就擁有研發高品質遊戲的基因，作為這種基因的具體表現，我們將研發及發行更多高品質遊戲，為我們的玩家帶來新穎及愉快的遊戲體驗。我們亦將於遊戲顯眼處展示「藍港」品牌，使玩家能將高品質遊戲與我們的品牌聯繫，以提升品牌的知名度。我們將繼續以嚴格標準挑選遊戲研發項目、為遊戲引入創新功能及技術，以及採取一切措施令我們的遊戲更能迎合玩家的口味。我們亦將繼續研發及累積自身的知識產權，並為我們已有的成功遊戲研發系列遊戲，類似於我們成功研發《英雄之劍》作為《王者之劍》的系列遊戲。我們亦有意購買更多知識產權，並已取得獨家授權將網絡作家流瀲紫創作的流行小說《後宮甄嬛傳》改編為手機遊戲，該部作品先前已改編為電視連續劇，在中國大受歡迎；並已連同另一名第三方遊戲研發商取得獨家授權將在中國漫畫網站www.u17.com連載的網絡大紅漫畫《十萬個笑話》改編為手機遊戲。我們亦計劃與第三方合作，將著名武俠小說《白髮魔女傳》改編為手機遊戲。我們計劃取得更多更受歡迎的文學作品、電影、電視連續劇及動畫改編成網絡遊戲的授權。

發行更多高品質的代理遊戲，擴大市場份額

我們通過加入更多高品質的代理遊戲，進一步擴大我們的市場份額。我們計劃在近年於中國湧現的數千遊戲研發商中物色更多具才能的研發商，取得獨家代理權發行彼等最優秀的遊戲，並與彼等緊密合作，確保遊戲能取得成功。於二零一五年年中前，我們計劃發行至少另外六款我們相信具龐大市場潛力的由國內研發商研發的手機遊戲，包括《齊天大聖》、《萌將沖沖沖》、《十萬個冷笑話》、《穿越之大官人》、《步步封神》及《VR特警》。我們計劃於二零一六年底之前再從第三方研發商代理更多網絡遊戲。我們相信，該等代理遊戲連同我們的自研遊戲將為我們的玩家帶來更多樣化的遊戲選擇，使我們能迎合不同玩家的愛好和要求、努力擴大忠實玩家基礎，以及增加市場份額。

加強自有平台8864.com，使其成為內容豐富、深受玩家及遊戲研發商歡迎的高質素遊戲平台

我們將會增加用於推廣自有分發平台8864.com的開支，包括透過不同營銷及廣告效果取得用戶流量。我們將繼續於8864.com建立大型活躍玩家社區，並且採納各項措施來鼓勵社區內玩家的互動交流。我們亦計劃將我們的OKSDK軟件免費提供予所有遊戲研發商，並向彼等開放使用我們網站上的軟件。透過讓遊戲研發商使用我們的OKSDK軟件將彼等的遊戲

業 務

連接至我們自有平台及第三方分發渠道測試彼等的遊戲，我們擬借此提升我們平台於數目不斷增加的遊戲研發商間的知名度及建立聲譽，並吸引更多優質遊戲加入我們的平台。

加強遊戲技術投資，提高競爭門檻

我們將繼續改善遊戲研發技術，以提高我們在現有及未來競爭對手當中的競爭門檻，並維持我們的競爭力。具體而言，我們將繼續對遊戲引擎進行研發，升級和優化，並針對我們遊戲研發的特點，設計更多、更易用的工具軟件，創造更多、更新穎的通用功能模塊，讓我們未來的遊戲研發變得更加簡單及高效，我們目標是在不同研發團隊之間減少重覆的工作，讓我們的遊戲研發人員能夠將更多的精力放到遊戲的總體構思和設計上。同時，我們會不斷努力研發各種新穎的遊戲功能和特效，讓我們的遊戲研發人員有更多的方式去實現他們意圖達到的遊戲效果。

將我們及眾多其他中國研發商研發的高品質遊戲帶給全球各地的玩家

我們相信我們在中國建立的市場地位將有助我們將業務擴展至海外市場。根據易觀報告，中國近年湧現數以千計的手機遊戲研發商，而中國已成為全球最大的手機遊戲研發國家。有關發展令遊戲數量大增，使我們能以具競爭力的成本挑選最優質的遊戲。另一方面，Apple Inc.的App Store及Google Play等移動互聯網的主要從業者採用開放系統，為我們提供一個便利的平台將遊戲帶給全球數以百萬計的玩家，並使我們比過去那個時代能更輕鬆地將業務擴展至海外市場。我們計劃以中國的高品質遊戲供應滿足全球各地玩家在此方面的需求。更明確的說，我們計劃增加向中國遊戲研發商採購優質遊戲，與我們的自研遊戲一併發行，以此增加海外市場的遊戲數目。我們已於韓國及香港成立附屬公司，有關公司將從事或可能從事遊戲發行業務。視乎市場研究的結果，我們正考慮在更多國家和地區如東南亞及美國建立分支機構，將我們的發行業務擴展至有關市場。

業 務

我們的遊戲

於最後實際可行日期，我們已商業化三款手機遊戲、四款網頁遊戲、七款客戶端遊戲以及一款客戶端與網頁的雙端遊戲。下表列出了我們商業化遊戲的相關資訊。

名稱(英文翻譯)	種類	效果 ⁽¹⁾	類型	類別	商業化日期 ⁽²⁾	狀態
1. 《神之刃》..... (Blade of God)	手機遊戲	3D	CCG	代理	二零一四年三月	商業化
2. 《蒼穹之劍》..... (Sword of Heaven)	手機遊戲	3D	RPG	自研	二零一三年十二月	商業化
3. 《王者之劍》..... (Excalibur)	手機遊戲	2D	ACT	自研	二零一三年三月	商業化
4. 《三國演義》..... (Three Kingdoms)	網頁遊戲	2D	TBG	自研	二零一二年十月	商業化
5. 《黎明之光》..... (Daybreak)	客戶端／網頁遊戲	3D	RPG	代理	二零一二年八月	商業化
6. 《大笑西遊》..... (Flying Westt)	網頁遊戲	2D	TBG	自研	二零一二年四月	商業化
7. 火影世界..... (Bubble Ninja)	網頁遊戲	2D	RPG	自研	二零一一年九月	停服 ⁽³⁾
8. 《傭兵天下》..... (Warrior King)	客戶端遊戲	3D	RPG	自研	二零一一年五月	停服 ⁽³⁾
9. 飛天西遊..... (Westward Journey)	網頁遊戲	2D	TBG	自研	二零一一年三月	停服 ⁽³⁾
10. 魔神無雙..... (Unparalleled Devil)	客戶端遊戲	3D	RPG	代理	二零一一年一月	停服 ⁽³⁾
11. 東邪西毒..... (Ashes of Time)	客戶端遊戲	3D	RPG	自研	二零一零年七月	停服 ⁽³⁾
12. 《西遊記》..... (Journey to the West)	客戶端遊戲	2D	RPG	自研	二零一零年一月	商業化
13. 問鼎..... (Hero)	客戶端遊戲	2D	TBG	代理	二零零九年六月	停服 ⁽³⁾
14. 神獸..... (Creatures)	客戶端遊戲	2D	TBG	代理	二零零九年四月	商業化
15. 倚天劍與屠龍刀..... (Heaven Sword & Dragon Sabre)	客戶端遊戲	2D	TBG	代理	二零零七年十一月	商業化

備註：

(1) 在2D遊戲當中，電腦會從二維幾何資料負載每幀數碼影像。而在3D遊戲當中，電腦則會從三維幾何資料

業 務

負載每幀數碼影像。因此，即使每幀影像都是二維的靜止數碼影像，將所有影像順序顯示亦會產生三維移動的2D背景視覺效果。

- (2) 這裏的客戶端遊戲「商業化」是指其透過至少一個分發渠道上發佈，網頁遊戲「商業化」是指其在六個或更多分發渠道上發佈，而手機遊戲「商業化」則是指其透過蘋果公司的應用程式商店上發佈（不包括《齊天大聖》這一款代理遊戲，因為此遊戲我們的發行權並不包括iOS平台）。
- (3) 這裡的「停服」是指：我們至少有六個月未為遊戲提供任何更新，或者我們將遊戲從我們的伺服器刪除，不再為其提供運營，並且我們對此發佈公告。

業 務

下面介紹我們數款遊戲代表作：

- 《王者之劍》(Excalibur)



我們於二零一三年三月將我們首款自主研发的2D ACT手機遊戲《王者之劍》商業化。《王者之劍》以歐洲中世紀亞瑟王及圓桌騎士的傳說為背景。玩家可從四個不同角色中選擇並體驗有關亞瑟王從一塊石頭中取出寶劍及得到寶座的著名故事。

截至二零一四年六月三十日，《王者之劍》的月充值流水達至約人民幣33.2百萬元，其註冊玩家約達13.9百萬人。根據易觀的報告，《王者之劍》在二零一三年所有ACT遊戲產品中以其流水總值排名第二。此外，《王者之劍》在二零一三年還被遊戲產業年會評為「優秀手機遊戲」和「十大最受歡迎的原創手機遊戲」，亦被評為「金翎獎玩家最喜愛的手機遊戲」、百度遊戲風雲榜「十大風雲手機遊戲」及「星耀最品質手機遊戲」等。

截至最後實際可行日期，《王者之劍》已在20個以上的國家和地區發行，包括中國大陸、台灣、香港、澳門、新加坡、馬來西亞、泰國及越南。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣153.6元不等。

- 《蒼穹之劍》(Sword of Heaven)



我們於二零一三年十二月將《蒼穹之劍》商業化，這是我們自主研发的3D RPG手機遊戲。《蒼穹之劍》的遊戲背景設在中國古代，以中國傳統的仙靈傳說為藍本。玩家在遊戲中成為一名戰士，是從其他邪惡仙俠勢力手中取得魔法鏡拯救世界的被選中之人。

業 務

截至二零一四年六月三十日，《蒼穹之劍》的月充值流水達至逾人民幣31.3百萬元，其註冊玩家約達11.5百萬人。《蒼穹之劍》在二零一四年被遊戲產業年會評為「十大最受期待原創手機遊戲」，並在二零一四年第二屆全球手機遊戲大賽上獲得「最受歡迎手機遊戲」獎項。

截至最後實際可行日期，《蒼穹之劍》已在七個國家和地區發佈，包括中國大陸、香港、台灣、澳門、新加坡、馬來西亞及韓國。我們在二零一四年四月已開始透過我們在韓國的附屬公司發行此遊戲的韓國版本。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣5,106元不等。

- 《神之刃》(Blade of God)



我們於二零一四年三月將《神之刃》商業化，這是我們代理的3D CCG手機遊戲。《神之刃》以虛構的奧拉大陸為背景，玩家化身銀翼騎士、魔法師或召喚者，踏上拯救守護女神的征途，將從黑暗勢力手中挽救奧拉大陸。截至二零一四年六月三十日，《神之刃》註冊玩家約達11.4百萬人。《神之刃》在二零一四年第二屆全球手機遊戲大賽上獲得了「最佳卡牌手機遊戲」獎項。

截至最後實際可行日期，《神之刃》在中國、台灣及香港發佈，我們計劃在二零一四年年底在韓國、俄羅斯及日本自行或委託第三方發佈。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣1,388.8元不等。

- 《三國演義》(Three Kingdoms)



我們於二零一二年十月將《三國演義》商業化，這是我們自主研發的2D TBG網頁遊戲。《三國演義》背景基於著名的中國古代同名小說《三國演義》。玩家可以選擇自己喜歡的小說中的歷史將領及軍事家戰鬥。截至二零一四年六月三十日，《三國演義》的註冊玩家約達9.3百萬人。此遊戲於二零一二年榮獲遊戲產業年會「最受歡迎網頁遊戲金手指獎」及在遊戲

行業年會上獲得「二零一二年十大最受歡迎網頁遊戲」獎項。

業 務

截至最後實際可行日期，《三國演義》已在五個國家和地區發行，包括中國大陸、新加坡、馬來西亞、泰國和台灣。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣1,000元不等。

- 《黎明之光》(Daybreak)

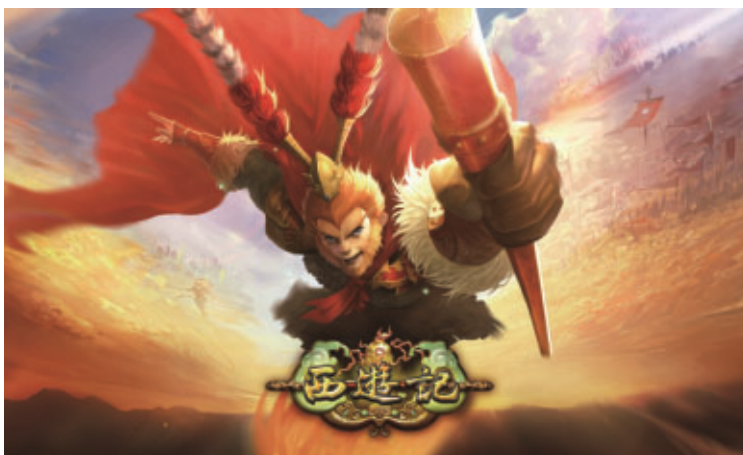


《黎明之光》是我們代理的3D RPG遊戲之一，提供客戶端遊戲與網頁遊戲兩種版本，於二零一二年八月在中國大陸發佈。遊戲中，玩家可以選擇角色成為騎士、傀儡師、魔術師和賞金獵人並組成團體，開拓土地及阻止危害國家安全的陰謀。於二零一四年六月三十日，《黎明之光》的註冊玩家約達6.0百萬人。《黎明之光》在二零一二年中國遊戲

產業年會上榮獲「二零一二年十大最受歡迎網絡遊戲」獎項。

截至最後實際可行日期，《黎明之光》已在八個國家和地區發行，包括中國大陸、越南、台灣、澳門、韓國、泰國、新加坡和馬來西亞。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣728.6元不等。

- 《西遊記》(The Journey to the West)



我們於二零一零年一月將《西遊記》商業化，這是我們自主研發的2D ARPG客戶端遊戲。該遊戲背景也是基於著名的中國古代同名小說《西遊記》改編。玩家將需要與唐僧及其三個徒弟進行81個任務取西經。截至二零一四年六月三十日，《西遊記》的註冊玩家約達11.5百萬人。《西遊記》在二零一零年17173遊戲展上被評為「中國年度最佳2D網絡

遊戲」和「國內最佳原創網絡遊戲」，在二零零九年中國遊戲產業年會上獲得「二零零九年度最受期待網絡遊戲金手指獎」，還榮膺二零一零年ChinaJoy「十大新銳遊戲」榜單。

業 務

截至最後實際可行日期，《西遊記》已在四個國家和地區發佈，包括中國大陸、台灣、印尼及越南。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.1元至人民幣1,500元不等。

- 倚天劍與屠龍刀 (*Heaven Sword & Dragon Sabre*)



我們於二零零七年十一月將倚天劍與屠龍刀商業化，這是我們代理的2D TBG客戶端遊戲。倚天劍與屠龍刀以中國古代為背景涉及不同的武俠故事。玩家將會假定角色為一名年青的功夫英雄，於亂世透過征服不同難關，成為功夫世界的領袖。截至二零一四年六月三十日，倚天劍與屠龍刀的註冊玩家約達10.1百萬人。倚天劍與屠龍刀在二零零八年度和

二零零九年度的中國遊戲產業年會上分別斬獲「最受期待網絡遊戲」及「十大最受歡迎的民族網絡遊戲」大獎。倚天劍與屠龍刀還在二零零八年度ChinaJoy遊戲展上榮獲「金翎獎玩家最喜愛的十大網絡遊戲」獎項。

截至最後實際可行日期，倚天劍與屠龍刀只在中國發佈。截至二零一四年七月三十一日，我們向此遊戲玩家提供虛擬道具，價錢由人民幣0.01元至人民幣150元不等。

業 務

新遊戲產品線

截至最後實際可行日期，我們正在研發及／或測試七款新遊戲，並已取得六款由第三方研發的手機遊戲的獨家代理權。此外，我們計劃於二零一六年年年底前研發及商業化更多自研遊戲及代理遊戲。我們將運用部份[編纂]的所得款項作研發及發行該等新遊戲之用。有關研發及發行新遊戲的計劃及所得款項用途的進一步詳情，請參閱本文件由第257頁開始的「業務目標陳述及所得款項用途」一節。下表載有我們產品線若干有關手機遊戲的資料：

名稱	效果	類型	類別	估計商業化日期	特點／主題
1. 《英雄之劍》	2D	ACT	自研	二零一四年九月	《王者之劍》的系列作品
2. 《齊天大聖》	3D	CCG	代理	二零一四年十月	以中國古代小說《西遊記》為主題
3. 《萌將沖沖沖》	3D	RPG	代理	二零一四年十月	以中國古代小說《三國演義》為主題
4. 《後宮甄嬛傳》 ⁽¹⁾	3D	CCG	自研	二零一四年	改編自中國流行小說
5. 《穿越之大官人》 ⁽³⁾	3D	CCG	代理	二零一四年	以時空穿梭為題
6. 《新蒼穹之劍》	3D	RPG	自研	二零一四年	《蒼穹之劍》的系列作品
7. 《步步封神》 ⁽³⁾	2D	CCG	代理	二零一四年	以中國古代小說封神榜為主題
8. 《英雄之劍》TV版	2D	ACT	自研	二零一五年	《英雄之劍》電視遊戲版
9. 《十萬個冷笑話》 ⁽²⁾	3D	CCG	代理	二零一五年	改編自中國流行網絡漫畫
10. [《搗塔全明星》] ⁽³⁾	2D	RPG	自研	二零一五年	以西方魔法為主題
11. [《彈珠全明星》] ⁽³⁾	3D	CCG	自研	二零一五年	以中國古代小說《三國演義》為主題
12. 《VR特警》 ⁽³⁾	3D	FPS	代理	二零一五年	以國際反恐活動為主題
13. 《白髮魔女傳》	3D	RPG	自研	二零一五年	改編自一剖受歡迎的武俠小說

- (1) 《後宮甄嬛傳》將改編自網絡作家流瀲紫創作的大受歡迎同名小說，該小說過往亦曾改編為中國熱播電視連續劇。電視連續劇及小說專注描述雍正皇朝時期後宮的情況。女主角甄嬛原本為一名弱質女子，進入皇

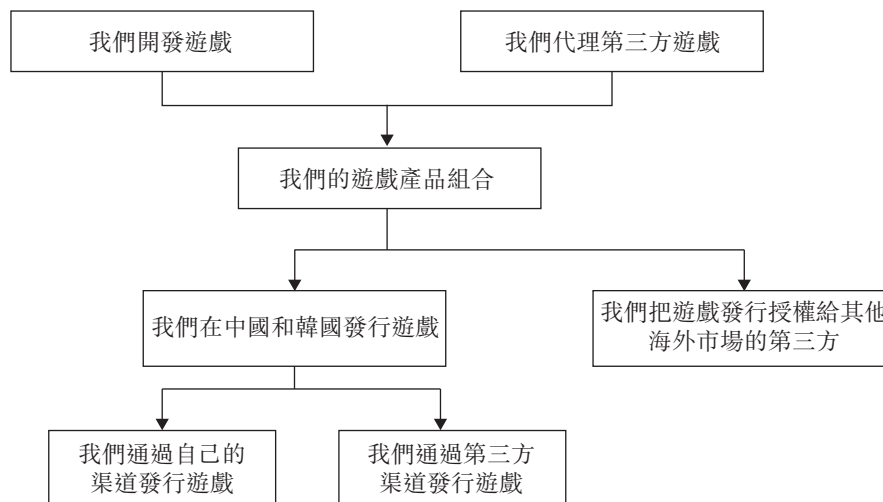
業 務

宮成為後宮佳麗。甄嬪後來發現皇宮事實上是個殘酷且嚴苛的地方，決定放棄以往天真無邪的一面，學習在皇宮生存，最後並成為皇后。

- (2) 《十萬個冷笑話》將取材於由寒舞繪畫的中國受歡迎同名動畫，於中國動畫網站www.u17.com連載。動畫由多個角色無關連的有趣故事構成，但可透過當中微妙的關係連結每一個故事。
- (3) 暫定名稱，可能會出現變動。

我們的業務流程

我們在中國研發和發行網絡遊戲，同時也在韓國發行遊戲。除了自研遊戲外，我們還發行第三方研發的獲得獨立代理權的高品質網絡遊戲。我們也會將我們的遊戲授權給海外遊戲發行商在不同的海外市場發行。下圖顯示了我們的整體業務流程：



遊戲研發

我們早期的遊戲是客戶端遊戲，這需要玩家下載並在電腦上安裝客戶端軟體，這是為了避免每次玩遊戲的時候都要傳輸大量的資料。隨著中國寬頻上網的普及，我們研發了網頁遊戲，玩家玩遊戲時無需安裝客戶端軟體。只要可以上網，瀏覽器支持flash，那麼玩家就可以在任何電腦上玩遊戲。

我們是中國手機遊戲研發的先行者。二零一二年，我們開始研發可以在移動設備上玩的中度和重度手機遊戲。二零一二年年底，我們將遊戲研發的重心轉移到手機遊戲研發。智能手機及平板電腦等設備的到來，第三代(3G)和第四代(4G)移動網絡和Wi-Fi的普及，開啟了一個網絡遊戲的新時代。我們相信手機遊戲有著巨大的市場潛力，因為每一部智能手機、每一個平板電腦都可能成為一個遊戲裝置，可以隨時隨地玩遊戲。在網絡遊戲的歷史上這種普及和便捷性比其他任何設備都無法比擬的。移動設備的大型高解析度觸控式螢幕使得精美圖形的呈現與新的控制技術成為可能，這為網絡遊戲玩家帶來了全新的遊戲體驗，對於中度及重度遊戲玩家而言尤其如此。

業 務

藍港遊戲技術中心

為了提高遊戲研發流程的效率及改善我們的關鍵技術，我們建立了自己的藍港遊戲技術中心，我們的團隊負責促進最新技術及研發工具的運用。

我們採用一款內置整合式研發環境(IIDE)的跨平台遊戲引擎作為主要的遊戲研發軟件。我們之所以選擇這款引擎，是因為它支援Windows、Mac、Linux、Android、iOS和Adobe Flash等平台，這可以確保我們的遊戲在玩家常用的設備上運行。採用這款引擎我們可以控制遊戲向移動設備、瀏覽器及電腦端遊戲的傳送，並規定支援遊戲運行的各平台的紋理壓縮和解析度設置。我們選擇這款引擎的另一個原因是，它是最常用的遊戲研發軟體之一，這使得我們可以在市場上輕易地找到擁有這方面知識和經驗的軟體工程師，從而降低我們的培訓成本和時間。

我們取得使用這款引擎原始程式碼的授權有助藍港遊戲技術中心可以研發、升級和優化我們的遊戲引擎，包括地圖編輯器、特別效果編輯器、動畫編輯器及任務編輯器，這些引擎均為我們自己的遊戲研發需求量身定制。遊戲技術中心維護並控制遊戲研發的整體軟體環境，設計並研發便於所有研發人員使用的周邊軟體工具，編寫常用的特殊功能或特效模块，便於在我們的遊戲中使用。這些引擎、工具和常用模块是我們的關鍵技術，大幅提升遊戲研發流程的效率，從而持續改善我們的遊戲素質。

只有藍港遊戲技術中心的高級工程師才有許可權可以接觸我們的遊戲引擎原始程式碼、軟體工具、常用模块以及其他關鍵技術。這種集中化的管理方式可以防止任何某個遊戲研發人員或團隊獲得某個遊戲的全部原始程式碼，從而防止遊戲被抄襲，同時地減低了因員工離職而導致的關鍵技術流失風險。

產品委員會及研發團隊

我們成立了專門的產品委員會，負責監督我們的遊戲研發流程，專注於立項、研發成本控制及研發流程監督。我們的產品委員會由首席執行官、總裁、副總裁及聯席技術主管組成。產品委員會直接參與遊戲研發過程中的各個關鍵階段，並且決定遊戲研發項目是否應當進入下一個研發階段。請查閱「一 遊戲研發流程」。

我們的遊戲研發活動都是由研發團隊進行。我們為不同的遊戲研發項目成立獨立的團隊。每個研發團隊都負責遊戲的研發、運營以及其已研發遊戲的持續改進，包括持續的監控、問題修復，以及更新的研發和發佈。我們將遊戲研發的某些內容外包給第三方，例如美術／平面設計、音效製作和翻譯等，前提是這類工作的內部資源出現臨時性短缺。外包決定根據具體情況而定，要考慮我們的需求、第三方的資質、以往的合作經驗、有競爭力的價格以及及時交付等因素。我們通常會訂立為期數日至數月的協議。根據該等外包服務協議，外包服務供應商根據我們的時間表及質量要求向我們提交工作產品。我們會對工作產品進行審閱，並要求作出進一步修改，確保所有工作產品均符合我們的質量要求。我們一般會於簽署協議後一次性向外包服務供應商支付款項，或分期向彼等付款。外包服務協議一般按項目基準訂立，且不可重續。外包服務協議可於發生重大違約事件時終止，如外

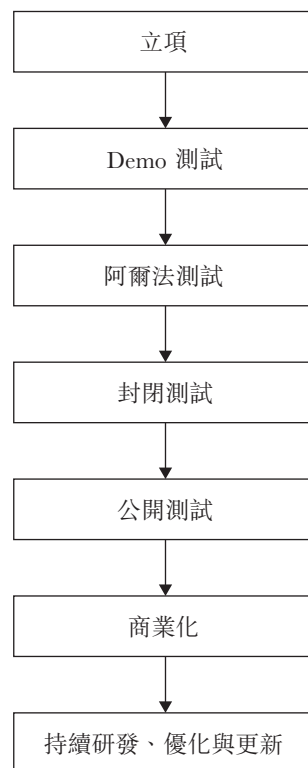
業 務

包服務供應商未能按照時間表或質量要求交付工作產品，於若干情況下，我們有權隨時終止有關協議，惟須支付獲我們接納的工作產品的款項。有關外包工作為我們自行研發遊戲全部工作中的一少部分，且我們擁有相關工作的所有相關知識產權。所有外包服務供應商均為獨立第三方。

截至二零一四年七月三十一日，我們的員工當中55.9%為遊戲研發人員，大部分都供職於我們的北京總部。遊戲研發團隊的所有主要成員都有兩款或兩款以上網絡遊戲的研發經驗。我們計劃繼續擴大我們的遊戲研發團隊，聘用更多的應屆畢業生以及經驗豐富的程式師和工程師。

遊戲研發流程

我們的遊戲研發過程可以分為七個階段，如下圖所示。對於手機遊戲和網頁遊戲而言，前六個階段通常需要六到十二個月時間，客戶端遊戲通常需要兩到三年。最後一個階段是持續進行的，直到遊戲被淘汰。我們會密切監控每款遊戲的研發流程，確保遊戲研發項目的成本不會超出既定的預算。



- 立項

我們的遊戲研發流程始於初步提案，初步提案會說明新遊戲的玩法、主題、美術風格以及計劃採用的收入模式提案。產品委員會負責審查每一項初步提案，如果提案的某個方面被認為不具潛力或不大可能受到歡迎，委員會將否決提案。在選擇提案遊戲的主題時，

業 務

我們通常會分析娛樂和流行文化的最新趨勢，考慮多項因素，例如網絡文學和電視劇的最新排名、主流搜索引擎最受歡迎的搜索關鍵字排名等。產品委員會還會考慮研發遊戲所需的預估時間及人力。

- Demo 測試

在產品委員會批准初步提案後，我們的項目組將進行遊戲的原型設計，研發遊戲的展示版本，測試遊戲的設計是否可以達到初步提案預期的效果。如有必要，項目組將不斷修改設計。如果對最終的展示版本滿意，產品委員會將會正式批准新遊戲的研發。

- 阿爾法測試

產品委員會正式批准後，我們的項目組將研發遊戲的阿爾法版本，供內部測試。阿爾法版本一般包括所提案遊戲約三分之一內容，項目組會邀請其他部門的員工及產品委員會成員試玩遊戲並提供反饋意見。項目組將根據同事及產品委員會的反饋意見對遊戲進行修改。如果在試玩阿爾法版本後，產品委員會認為遊戲不具備成功的潛力，委員會可能會決定終止遊戲項目的研發。

- 封閉測試

在這個階段，項目組將研發遊戲的封閉測試版本。封閉測試版本一般包括所提案遊戲約三分之二內容。我們會邀請外部玩家對遊戲進行試玩。我們將獲取及監控外部玩家的試玩行為，例如在遊戲環境中的各個區域所投入的時間、虛擬道具的購買以及消費模式，並且分析各行為模式的相關性以便對遊戲有更好的見解，從而優化遊戲。遊戲封閉測試期間是不會產生任何收入的。我們一般會向受邀請玩家免費贈送適量虛擬代幣，這些虛擬代幣僅可在封測期間兌換遊戲中的虛擬道具。一旦封閉測試結束後，我們將刪除所有玩家的賬戶資訊。

- 公開測試

根據封閉測試的結果，我們可能不會做進一步測試而直接實現遊戲商業化，也可能再進行公開測試。公測期間，我們會透過分發渠道來發行遊戲，啟動遊戲的試運行。在這個階段，我們開始出售虛擬代幣，用於玩家購買遊戲中的虛擬道具。公測結束後，我們不會刪除玩家的賬戶資訊。

在這個階段，即使新遊戲開始產生收入，我們也不認為已實現商業化。如果有重大問題無法得到解決，或者如果某些運營指標顯著低於預期，遊戲項目可能會留在研發階段，進行進一步的研發。有時，我們也可能會終止該遊戲項目。

- 商業化

新遊戲圓滿完成所有測試，一切就緒後，我們將為遊戲發起大規模行銷活動，並與第三方分發渠道簽訂遊戲分發協議。

業 務

- 持續研發、優化與更新

我們的遊戲實現商業化後，通常由同一項目組在日常運營中進行持續研發、優化與更新，直至該遊戲最終被淘汰。如欲瞭解更多有關持續研發、優化與更新的資訊，請參閱本文件「遊戲運營—持續研發、優化與更新」部分。

定價

我們的所有遊戲都是道具收費模式。我們的收入來源是出售虛擬道具，這些虛擬道具可以提升玩家在遊戲中的體驗，比如增強玩家所選遊戲人物的實力、能力、吸引力以及社交，或是允許他們在遊戲中更方便地升級。玩家從我們這裏購買虛擬代幣，然後用虛擬代幣兌換我們在遊戲中提供的各種虛擬道具。玩家購買的虛擬代幣只能用於特定遊戲，也就是說只能兌換特定遊戲中的虛擬道具，而無法進行其他用途。我們的虛擬代幣無法兌換成現金或其他有價值物品。玩家一旦購買虛擬代幣或虛擬道具後不可退款，但是如果我們決定停止一款遊戲的運營這種情況除外。在這種情況下，我們將根據中國相關法律法規的規定，為玩家在該款遊戲中購買的虛擬代幣進行退款。

作為遊戲的研發商，我們有權自行決定自研遊戲中虛擬道具的價格。我們一般根據若干指標來確定每件虛擬道具的價格，例如根據虛擬道具給玩家所選遊戲人物帶來的優勢、虛擬道具的需求程度以及其他研發商提供的同類遊戲中類似虛擬道具的價格等而定。我們遊戲中的虛擬道具價格差異很大。對於通過各種分發渠道發行的自研遊戲，我們對遊戲中的虛擬道具採取一致性的定價策略。我們會根據消費模式和其他因素來調整某些虛擬道具的定價，我們偶爾會對虛擬道具的價格提供優惠作為促銷。

遊戲代理

除了自研遊戲外，我們還代理第三方高品質網絡遊戲。我們通過自己的分發渠道和第三方分發渠道對這些代理遊戲進行行銷、推廣及發行。截至最後實際可行日期，我們已商業化六款代理遊戲。

代理遊戲的選擇

我們對代理遊戲的選擇有很高的標準。第三方研發的遊戲需與我們的自研遊戲品質接近，而且商業上有很大的成功潛力，我們只會代理發行這樣的遊戲。我們具備遊戲研發的專業知識，這使得我們可以知悉哪些是最優秀的網絡遊戲研發商，並且有效地評估他們研發的遊戲。

我們與眾多遊戲研發商都有聯繫，參加行業會議及展覽，隨時瞭解最新的趨勢和新上線的遊戲。我們的產品委員會定期開會討論遊戲代理戰略，並找出潛在的備選遊戲。我們會對備選遊戲進行全面的測試和評估。我們先與備選遊戲的研發團隊碰面，評估他們對遊戲研發的認知，團隊程式師、策劃人員及技術支援人員的素質，遊戲的結構和設計，以及

業 務

我們與其進行成功合作的前景。然後我們將進行廣泛測試，評估遊戲的穩定性，找出任何潛在的問題，並編製一份測試報告，提交至產品委員會以供其審閱。產品委員會將就是否代理該遊戲作出最終決定。

為第三方遊戲研發商提供的增值服務

為了確保我們代理遊戲的品質、增加代理遊戲的知名度和成功率，尤其在中國市場。我們會為代理遊戲的研發商提供各種支援與建議，作為我們的增值服務。我們會與代理遊戲研發商緊密合作，改進遊戲的流程及節奏，以及遊戲變現的策略。在代理遊戲實現商業化之前，我們會與研發商進行廣泛的討論，就如何能完善遊戲提供建議，從而確保這些遊戲能夠滿足我們的品質標準和期望。在代理遊戲在中國實現商業化之前，我們積極監控遊戲的運作，從商業和技術角度，就如何完善與更新遊戲向研發商提供後續的建議與支援。

我們與第三方遊戲研發商訂立的商業協議

一旦決定代理第三方遊戲，我們將與遊戲研發商簽署獨家代理發行合約。我們將負責遊戲僅在中國境內、在中國及其他國家和地區或及在全球市場的發行、營銷、廣告、分發及客戶服務。截至最後實際可行日期，我們獲得了四款遊戲僅可在中國發行的獨家代理權、三款遊戲在中國及部分其他國家和地區獨家代理權，以及四款遊戲在全球的獨家代理權。我們所獲代理權一般涵蓋代理國家及地區的全部分發渠道，惟有《齊天大聖》只包括中國的部分分發渠道。我們與第三方遊戲研發商簽署的代理發行合約期限一般為三至五年。如果雙方同意，可以續簽。發行合約的一些重要法律條款如下：

- 我們負責代理遊戲的銷售、行銷以及客戶服務；
- 就代理遊戲的運營方面，遊戲研發商向我們提供內容更新以及我們持續運營所需的技術支援；
- 我們獲得遊戲的代理發行權，包括授權其他方在我們獲授權的地區發行遊戲的權利，遊戲研發商繼續持有相關知識產權。如果遊戲研發商未能獲得並保持代理遊戲的知識產權及資格，我們有權終止協議，並且遊戲研發商須負責與此相關的經濟賠償，包括有關的直接損失、預期的間接損失以及一切合理費用；
- 我們必須取得並保持有關代理發行資質。如果我們未能取得並保持有關代理發行資質，遊戲研發商有權終止協議，並且我們須負責與此相關的經濟賠償，包括經濟賠償有關的直接損失、預期的間接損失以及一切合理費用；及
- 除了其中兩款最初於二零零九年商業化的客戶端遊戲問鼎及神獸外，我們通常有權根據所有遊戲表現決定遊戲內虛擬道具的價格，遊戲發行商須服從我們的決定。

業 務

我們負責向付費玩家、第三方分發渠道和海外發行商(如適用)收費，並根據就每款遊戲磋商的百分比就我們所收取的款項向遊戲研發商支付內容費用。有關百分比因遊戲或研發商的不同而有差異，受諸多因素影響，包括但不限於獨家代理的範疇、遊戲伺服器維護成本的分攤以及收取的付款等因素。遊戲研發商的內容費用分別佔二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止的三個月來自代理遊戲的收入之20.2%、20.0%、19.9%及17.9%。

我們一般根據上月我們從遊戲收取的收入總額按月向第三方遊戲研發商支付內容費用。除了內容費用，在簽署代理發行合約後，我們需要向第三方遊戲研發商支付一筆授權費或內容費用的預付款。如果我們支付預付款，這筆預付款可用於抵消我們未來的內容費用付款義務。如果按照代理發行合約，遊戲研發商應當享有的內容費用金額少於預付款，我們有權在代理發行合約終止時要求退還相應剩餘金額。

遊戲運營

雖然遊戲品質是我們成功的關鍵，但遊戲實現商業化後的有序且高效運營也很重要。我們認為高效的數據採集與分析是遊戲成功的關鍵。我們作出的所有運營決策都是基於對我們從日常運營中所採集數據的綜合分析。我們還會抽樣測試我們的行銷策略及措施。通過綜合資料分析，我們能夠強化用戶粘性及玩家支付衝動，從而進一步提高玩家留存率和付費用戶比例。通過認真審視所有這些資料和比例，我們能夠為遊戲提供持續優化與更新，滿足玩家的各種需求。

電子統一運營系統

我們遊戲運營的重要支撐是我們自有的電子統一運營系統(EUOS)。該系統是我們通過七年多時間不斷努力研發而成。我們的電子統一運營系統包括：

- (i) 統一的玩家註冊系統，允許玩家只需註冊一個賬戶(我們稱之為「藍港通行證」)就可以玩我們的所有遊戲；
- (ii) 電子收費系統，包含玩家所有的虛擬代幣購買記錄、虛擬代幣兌換虛擬道具記錄以及虛擬道具消費記錄；
- (iii) 遊戲管理員(GM)系統，允許我們發佈遊戲內公告，通過禁止垃圾郵件、詐騙及駭客來貫徹執行我們的遊戲規則，通過提供綜合客服服務來為玩家解決問題；
- (iv) 客戶關係管理(CRM)系統，允許我們通過資料庫進行資料跟蹤、記錄及存儲。我們從各種渠道(包括我們的客戶服務)收集玩家有關的資訊，然後通過資料采擷來改善我們與玩家的關係，鼓勵玩家更多地參與我們的遊戲；
- (v) 廣告分析系統，允許我們監控推廣我們的遊戲的各類廣告的有效性；
- (vi) 遊戲卡系統，允許我們生成、出售、核實和啓動我們的預付費遊戲卡，並監控預付費遊戲卡的使用情況。

業 務

所有上述子系統被無縫地集成到我們的電子統一運營系統之中。電子統一運營系統幾乎即時的不斷地收集大量的資訊，包括從我們的遊戲、玩家、業務活動到總體運營等方面的資訊。

借助最新的大數據技術，我們還建立了商業智慧(BI)平台，允許我們選擇、處理並分析我們大數據庫中的大量資訊，並以自動生成的圖表、圖形、表格及其他形式即時呈現資訊，方便我們的高層管理人員、部門主任、研發團隊、行銷人員以及遊戲運營團隊隨時獲取各類他們所需的有用資訊，從而提升他們的工作效率及效能。

商業智慧系統使得我們可以從商業及技術角度就代理遊戲向第三方研發商提供改善遊戲的建議。這是我們為遊戲研發商提供的一項重要的增值服務。

持續研發、優化與更新

對於我們的自研遊戲，其持續研發、優化與更新通常由研發該遊戲的項目組負責。對於我們的代理遊戲，則通常由許可方負責。我們會持續監控和分析玩家在我們遊戲中的行為及購買和消費虛擬道具的模式。我們自有的EUOS會不斷採集和分析在我們遊戲中產生的資料，從而提供強有力的後台支援。我們將利用系統提供的大量資料，持續即時優化遊戲並定期更新。

一旦發現任何技術問題，我們會在實際可行情況下盡快持續更新遊戲、修復軟體漏洞和其他技術問題，並定期提供擴展包，以添加新的遊戲角色或職業、新的等級及新的遊戲地圖，吸引玩家再回來玩我們的遊戲。我們力爭縮減擴展包的大小，從而減少玩家的資料下載量和下載時間。我們相信，這些根據我們從日常運營中收集的反饋意見作出的更新與改進，有助於我們維持遊戲玩家的興趣並延長遊戲的生命周期。

客戶服務

客戶服務是我們遊戲發行業務的重要組成部分。玩家可以通過我們的電子統一運營系統下的遊戲管理系統隨時提交問題、反饋意見或投訴。玩家也可以每天通過遊戲內的聊天系統或致電我們的服務熱線提出投訴。此外，我們還在8864.com和第三方分發渠道的網站上為每個遊戲建立了開放的論壇，便於收集玩家的反饋意見或回答玩家的問題。我們還為每個遊戲建立了QQ群，而且還另外單獨建立了VIP QQ群，為我們的VIP玩家提供優先服務。此外，玩家可以通過我們的微信公共賬號聯繫我們的客服代表。如欲瞭解更多有關我們公共賬號的資訊，請參閱「行銷」部分。

往績記錄期間，我們收到的大部分投訴或問題諮詢包括以下幾個方面：玩家的賬戶、虛擬道具、遊戲Bug、玩家玩遊戲時的誤操作以及遊戲知識。在收到玩家的投訴或問題諮詢後，我們的客服團隊會進行測試，並及時作出回應。一般來說，正常的投訴或問題諮詢會

業 務

在一到三個工作日內解決。如果是遊戲的Bug，客服代表會向研發部門遞交報告，研發部門將負責解決報告中的問題，我們會及時告知玩家問題的進展。截至最後實際可行日期，我們未從玩家那裏收到過任何重大投訴，也沒有作出過任何實際金錢賠償。

我們認為，出色的客戶服務對於提升玩家留存率及將我們與其他遊戲研發商與發行商區分開來有著重要作用。在為玩家提供服務時，我們的客服團隊也在收集珍貴的玩家反饋的一手資料，這可以幫助我們更好地理解玩家的喜好和需求，從而進一步完善我們的遊戲。

行銷

我們實施多樣行銷策略推廣遊戲，包括遊戲「粉絲」口碑營銷、跨平台廣告活動、娛樂行銷和利用社交網站。

我們與積極的玩家維持緊密聯絡，他們被視為我們遊戲的「粉絲」。我們會定期邀請他們出席我們的遊戲論壇、進行調查以收集他們的意見和邀請他們試玩我們在測試階段的新遊戲。在將新遊戲商業化前，我們會邀請「粉絲」參與遊戲的測試版測試，並與彼等保持緊密聯繫以取得彼等的意見。我們亦為「粉絲」設立論壇供彼等互相討論遊戲事宜。我們會根據「粉絲」的意見不斷改進遊戲，使遊戲更能迎合彼等的口味，從而為遊戲建立穩固的核心玩家群。由於彼等對遊戲的興趣提升，我們的「粉絲」通常會向更多朋友推介遊戲，並邀請彼等加入。

隨著新遊戲預備好商業化，我們會通過多個遊戲媒體進行跨平台廣告活動，向市場全面展示我們的新遊戲。就手機遊戲而言，我們主要通過第三方廣告代理商來發佈我們的遊戲資訊。這些第三方廣告代理商擁有廣泛的廣告資源，能夠在各個移動應用上為我們做廣告。我們一般把廣告提供給這些第三方廣告代理商，然後由他們負責將廣告投放至移動應用上。我們也與多家手機遊戲門戶合作。這些門戶會在遊戲評論版塊提供我們遊戲的詳細資訊。客戶端遊戲和網頁遊戲方面，我們主要與第三方廣告媒體合作，利用遊戲門戶在遊戲評論版塊將我們的遊戲介紹給玩家。

為進一步加強我們遊戲的知名度，我們近來亦以電視廣告宣傳我們的新遊戲，並計劃通過大眾娛樂行業宣傳我們的遊戲。例如，我們計劃邀請合適的名人推廣我們的遊戲，利用娛樂熱門話題加強我們遊戲的知名度。

我們亦利用不同的社交網站推廣我們的遊戲。我們為每款遊戲在微信上建立了公共賬號，微信是騰訊研發的一款非常流行的社交網絡及移動聊天應用程式。玩家關注我們遊戲的公共賬號後，我們可以給這些玩家發送有關新遊戲或現有遊戲更新的文本、圖片、語音及視頻資訊。我們鼓勵玩家關注我們遊戲的微信公共賬號，截至最後實際可行日期，我們已經商業化或正在進行公開測試的手機遊戲的微信公共賬號的關注人數總和超過800,000個用戶。

業 務

遊戲分銷及收款渠道

遊戲分發渠道

我們已通過大約二百家分發渠道分銷自研遊戲和代理遊戲。分發渠道包括我們自己的渠道和第三方渠道。

我們自己的分發渠道：8864.com

我們透過遊戲門戶網站8864.com（亦可透過我們的企業網站www.linekong.com進入）發行我們所有的遊戲。這個網絡遊戲平台採用寬頻連線、大型伺服器集群、加密和壓縮技術，向玩家設備提供遊戲內容。每個註冊用戶可以在這兩個網站登錄他們的賬戶，進行各種操作，例如流覽和登錄我們的遊戲，給遊戲賬戶充值，聯繫客服或修改個人資訊。我們還為玩家提供一個線上論壇，方便玩家交流遊戲資訊，進行遊戲評論。我們為每一款遊戲都製作了專屬網頁，提供有關該遊戲的詳細資訊以及相關連結，方便玩家進入遊戲、下載客戶端軟體或下載遊戲的移動應用程式。

8864.com自二零一一年建站以來，發展迅速。截至二零一二年十二月三十一日及二零一三年十二月三十一日，8864.com擁有大約56.8百萬和70.6百萬名註冊用戶，相對而言截至二零一四年七月三十一日，8864.com擁有大約81.0百萬名註冊用戶。來自www.8864.com的收入於二零一三年錄得佔我們總銷售遊戲虛擬道具的收入約31.1%。

第三方分發渠道

- 我們的統一分銷接口

我們已經建立了一個統一的分發平台。我們與大約二百家第三方分發渠道達成協議，可以通過這些分發渠道來迅速發行我們的遊戲。這些分發渠道擁有自己的玩家註冊系統及玩家付費系統，只有對接特定的軟件研發包(SDK)才能透過他們的渠道分發遊戲。對於這種情況，我們研發了OKSDK接口軟件，可輕易打包入我們的遊戲，使其能輕易地安裝至分發渠道平台，並連接至分發渠道的玩家註冊系統和付費系統。

一旦決定要商業化一款遊戲，我們可以通過統一分發平台快捷地發行這款遊戲。統一分發平台可以自動的為遊戲版本加入接口軟件，然後發送至各個分發渠道。這樣，我們就可以實現將遊戲迅速分發至所有的渠道。

- 手機遊戲：應用商店及手機遊戲門戶

我們與各大線上應用商店都有密切合作，這是為了可以覆蓋各類移動設備使用者。自二零一三年四月以來，我們一直都是蘋果公司App Store的研發者，在iOS平台上提供我們的手機遊戲。截至最後實際可行日期，我們所有商業化的手機遊戲都可以在App Store上下載。

此外，我們最初與三類第三方分發渠道合作，分發我們的遊戲，包括(i)大型用戶量的分發渠道，即騰訊應用寶、360手機助手、百度手機助手、91手機助手及九遊手機遊戲平臺，藉此分發Android版本的手機遊戲、(ii)硬件裝置生產商，即小米、Oppo、華為及聯想，於各自生產的移動裝置的遊戲中心提供我們的遊戲，及(iii)電訊網絡營運商，即中國移動、中國聯通及中國電信等合作，於各自定制的移動裝置預裝的遊戲中心提供我們的遊戲。

業 務

- 客戶端遊戲和網頁遊戲：網絡遊戲門戶

由於8864.com一直是我們客戶端遊戲與網頁遊戲的主要分發渠道。網頁遊戲方面，我們還與主流網頁遊戲門戶合作，例如360.com、YY.com、QQ.com和37wan.com等。

- 與第三方分發渠道作商業安排

第三方分發渠道，如移動應用商店和手機遊戲門戶提供遊戲平台服務，方便我們提供並運營手機遊戲。我們負責所有遊戲伺服器，維持所有於第三方分發渠道上的遊戲運營，控制遊戲及服務規範，確定遊戲虛擬道具的價格，加強遊戲更新升級，解決有關遊戲運作的技術問題及向玩家提供客戶服務。因此，我們須向付費玩家負上首要服務的責任，同時為付費玩家的主要義務人。

這類大型第三方分發渠道還提供支付服務，方便玩家購買我們的虛擬代幣。詳情請參閱本節「我們的收款渠道 — 通過第三方分發渠道收款」。這類第三方分發渠道會就彼等的服務向我們收取一定的費用，可能是固定比例的佣金，也可能根據收入金額而變動佣金比率。佣金比率會在應用商店和手機遊戲門戶的標準條款及條件中規定，一般適用於渠道上分發的所有遊戲，不可商議。一般而言，在雙方確認遊戲流水後，第三方分發渠道會按月向我們支付收入分成，其中會扣除相應的服務費。

我們的收款渠道

我們借助三大類收款渠道商來向付費玩家收費。付費玩家會購買我們的虛擬代幣和虛擬道具。我們所有的收款渠道均由第三方獨立運營。

通過第三方分發渠道收款

我們使用的所有第三方分發渠道都有其自己的付費系統。我們使用的諸多第三方分發渠道不僅有自有收款系統，還有自有的虛擬代幣（「分發商虛擬代幣」）系統，例如91.com的91幣及360.com的360幣。通過這些分發渠道接入我們的遊戲時，付費玩家可(i)通過分發渠道的收款系統直接以現金購買我們的虛擬代幣；或(ii)以現金購買分發渠道自己的虛擬代幣，然後按該分發渠道與我們間約定的比例將其換成我們的虛擬代幣。

通過第三方支付供應商收款

如果玩家通過我們的分發渠道進入我們的遊戲，玩家還可以通過第三方線上支付供應商為遊戲賬戶充值。第三方線上支付供應商包括商業銀行的網上銀行服務、支付寶和財付通等。

我們與第三方線上支付供應商簽署的協議期限一般為期一年。根據協定，線上支付供應商負責處理玩家通過他們的線上支付系統進行的支付，提供相關客服及技術支援，確保支付流程的順利完成。這些第三方線上支付供應商的支付服務佣金為他們處理的支付總額的0.3%到2%，具體比例由我們雙方商議而定。一般而言，第三方支付供應商提供即時支付

業 務

服務。玩家支付結束後，供應商扣除佣金費用，將剩餘款項存入我們在其系統中的賬戶。通過這些線上支付供應商付款的玩家，金額將轉換為特定遊戲的虛擬代幣，與一般政策相符，該等虛擬代幣並不能作退款。除了當我們決定終止遊戲運作，在這種情況下我們將根據中國相關法律法規就玩家在遊戲中購買的未使用的虛擬代幣退款。

通過預付費遊戲卡收款

如果玩家通過我們的分發渠道進入我們的遊戲，玩家亦可以選擇從第三方經銷商購買預付費遊戲卡。預付費遊戲卡可以用於任何一款我們的遊戲。

我們會根據經銷商的行銷資源和能力，來選擇預付費遊戲卡經銷商。我們按照批發價將預付費遊戲卡賣給經銷商，一般按照遊戲卡面值給予10%的折扣。在向經銷商交付遊戲卡之前，我們會先要求經銷商用現金全額付款。我們交付的遊戲卡形式可能是帶有卡號及密碼的實物遊戲卡，也有可能只是卡號及對應密碼組合（非實物卡）。我們也提供E-sale選擇，經銷商可以從我們這裏批量購買若干數量的特殊虛擬代幣，然後通過扣減虛擬代幣為玩家的遊戲賬戶充值。

截至二零一四年七月三十一日，我們有21家預付費遊戲卡經銷商，而這些經銷商是獨立於我們的商家。這些經銷商都沒有獨家經銷權。我們容許他們於指定地區出售我們的預付費遊戲卡。我們允許我們的預付費遊戲卡經銷商使用下級經銷商。我們的經銷商數目於往績記錄期間並無顯著變化。

經銷商協議的條款一般為期一年，協議是否續期視乎與各經銷商的磋商。我們根據預付費遊戲卡經銷商的銷量提供返利，但禁止經銷商以低於經銷協議規定的價格出售預付費遊戲卡，未經授權禁止經銷商以任何形式進行預付費遊戲卡交易。預付費遊戲卡購買者遇到的任何問題由經銷商負責解決。購買者可以更換有問題的預付費遊戲卡，但一旦購買後，不允許退款。根據我們與預付費遊戲卡經銷商的協議，經銷商在經銷預付費遊戲卡時須要遵循所有相關法律法規。將預付費遊戲卡交付至經銷商後，我們對經銷商承受的任何損失或損害概不負責。

預付費遊戲卡用於購買虛擬代幣，這些虛擬代幣沒有有效期，所以我們一般不存在因虛擬代幣過期而產生收入的情形。入賬時，我們將收到的經銷商購買價扣除折扣後計入應付及其他應付款項。在玩家激活預付費遊戲卡後（例如，玩家使用預付費遊戲卡為遊戲賬號充值），這筆應付及其他應付款項作遞延收益處理。這筆遞延收益將分攤至玩家將預付費遊戲卡購買的虛擬道具消耗完。

有關確認透過不同收款渠道所收取的收入的會計政策，請參閱「財務資料 — 重大會計政策 — 收入確認」。

業 務

國際市場

我們一般將遊戲授權給國際市場的第三方發行商，遊戲包括我們的自研遊戲以及我們擁有全球獨家代理權的代理遊戲。往績記錄期間，海外收入來自代理費和我們遊戲的海外發行商支付的技術支援費用。二零一二年及二零一三年，我們來自有關遊戲發行商的收入分別為人民幣21.1百萬元和人民幣34.2百萬元。我們來自有關遊戲發行商的收入由截至二零一三年三月三十一日止三個月人民幣8.3百萬元增加63.9%至二零一四年同期的人民幣13.6百萬元。截至最後實際可行日期，我們的遊戲在中國以外39個國家和地區發行。我們選擇目標國際市場時，會評估諸多因素，包括但不限於目標市場的整體經濟、市場規模和預期以及遊戲主題是否會在特定海外市場受到歡迎等。由於初期我們專注境內本土市場，以及大部份遊戲涉及中國文化元素，於往績記錄期間，我們來自海外市場的收入並不重大。然而，我們希望投放更多資源擴展海外市場，並預期海外收入將繼續在總收入內貢獻更加有意義的一部份。

我們與海外發行商簽署的發行合約，其條款與我們與第三方遊戲研發商的合約條款類似。海外發行商負責在相關國家或地區為我們的遊戲進行發行、營銷、廣告、分發以及客戶服務。他們也負責根據當地語言準備遊戲的國際版本，並為海外玩家提供客戶服務。我們所有的海外發行商都有自己的玩家註冊系統和支付系統。海外發行商會引導海外玩家使用遊戲的國際版本。國際版本遊戲由海外發行商運營。海外玩家將成為海外發行商系統內的註冊玩家。

但是，有些海外玩家可能會通過其他渠道找到我們的遊戲，例如通過我們的官網。這種情況下，海外玩家可能會直接在我們的系統上註冊，成為我們的註冊玩家。

我們預期將繼續擴大海外業務，我們近期在韓國成立了一家附屬公司，計劃於二零一四年以注資及股東借款方式向這家附屬公司投資人民幣8.0百萬元，由其負責當地遊戲發行業務。我們相信，我們的遊戲在韓國市場有非常大的發展潛力。藍港韓國在二零一四年五月取得分銷商牌照，並已開始透過我們在韓國的這家附屬公司發行《蒼穹之劍》的韓國版本。我們亦在香港成立附屬公司，並正考慮在更多國家及地區成立分支機構，如東南亞及美國，並將發行業務擴充至該等國家，惟須視乎市場研究結果。此外，我們計劃將我們更多的遊戲授權海外遊戲發行商，以至於我們的遊戲能夠在更多國家及地區發行。再者，我們或會考慮與出色的國際遊戲研發商聯合開發遊戲。若有機會，我們亦可能透過合資公司或收購當地遊戲研發業務及／或發行的方式進入日本及歐洲市場。然而，於最後實際可行日期，我們並未確定任何潛在收購目標。

我們的玩家

我們的遊戲玩家基數龐大，而且正在快速增長。我們的遊戲註冊玩家數量從二零一二年十二月三十一日的63.7百萬名上升至二零一四年七月三十一日的159.8百萬名。我們的平均每日活躍用戶二零一二年時達443.1千個，二零一三年達539.7千個，截至二零一四年七月三十一日止七個月期間，平均每日活躍用戶達759.8千個。平均每月活躍用戶二零一二年達3.6百萬個，二零一三年達3.4百萬個，截至二零一四年七月三十一日止七個月期間，平均每月活躍用戶達4.4百萬個。

業 務

從歷史上看，我們的客戶端遊戲和網頁遊戲吸引了我們的大部分活躍玩家。從二零一四年起，我們手機遊戲的活躍玩家數量超越了客戶端遊戲和網頁遊戲的活躍玩家數量。下表載列所示期間我們的客戶端遊戲、網頁遊戲和手機遊戲的平均每日活躍用戶及每月活躍用戶。

	二零一二年		二零一三年		截至二零一四年 七月三十一日 止七個月	
	千個	%	千個	%	千個	%
平均每日活躍用戶：						
客戶端遊戲.....	157.8	35.6	164.2	30.4	115.7	15.2
網頁遊戲.....	284.8	64.3	162.7	30.1	30.1	4.0
手機遊戲.....	0.5	0.1	212.8	39.5	614.0	80.8
總計.....	443.1	100	539.7	100	759.8	100
平均每月活躍用戶：						
客戶端遊戲.....	585.6	16.1	635.2	18.5	351.4	8.0
網頁遊戲.....	3,034.6	83.7	1,312.0	38.2	81.6	1.8
手機遊戲.....	6.6	0.2	1,489.0	43.3	3,980.5	90.2
總計.....	3,626.8	100	3,436.2	100	4,413.5	100

於二零一二年、二零一三年以及截至二零一四年三月三十一日止三個月，我們的遊戲中平均每月付費玩家的數量分別為69.7千個、128.2千個和248.1千個。下表載列所示期間我們的客戶端遊戲、網頁遊戲和手機遊戲的平均每月付費玩家和平均月ARPPU值。

	截至十二月三十一日 止年度		截至三月三十一日 止三個月	
	二零一二年	二零一三年	二零一三年	二零一四年
平均每月付費玩家				
客戶端遊戲.....	21,436	25,184	30,456	11,869
網頁遊戲.....	47,030	29,143	51,343	5,349
手機遊戲.....	1,213	73,848	20,711	230,891
總計.....	69,678	128,175	102,510	248,110
平均每月ARPPU(人民幣)				
客戶端遊戲.....	386.9	399.1	463.8	462.8
網頁遊戲.....	312.2	423.5	317.2	709.1
手機遊戲.....	6.9	281.9	150.1	204.6
所有遊戲.....	329.8	337.1	327.0	227.8

我們在二零一三年將重點轉移到手機遊戲。因此，手機遊戲的平均每月付費玩家由二零一二年至二零一三年及二零一四年第一季度顯著增加。手機遊戲發展在二零一三年及二零一四年第一季度上升驚人，對於網頁遊戲及客戶端遊戲的影響顯著。由於手機遊戲持續迅速發展，我們預期網頁遊戲及客戶端遊戲的付費玩家日後就進一步減少。

我們移動遊戲的平均每月ARPPU於二零一二年至二零一三年間大幅上升，但於二零一四年第一季出現下降，主要原因為我們臨近二零一四年第一季終商業化《神之刃》，使我們期

業 務

內的每月平均ARPPU下降，因為網絡遊戲在剛開始商業化時，每月平均ARPPU一般較低。於往績記錄期間，我們客戶端遊戲及網頁遊戲的每月平均ARPPU上升，此乃由於二零一二年及二零一三年有不少玩家退出客戶端遊戲及網頁遊戲，該等遊戲餘下的玩家普遍為遊戲的忠實支持者，故於遊戲中的花費亦較高，從而推高平均每月ARPPU。

我們最大的客戶及供應商

當我們自行發行遊戲時，在為付費玩家提供遊戲體驗方面，經過對我們自己、第三方遊戲研發商、分發渠道以及付款渠道的角色及責任的評估後，我們決定由自己承擔為付費玩家提供服務的主要責任，所以我們的付費玩家是我們的客戶。在二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止的三個月期間，沒有任何一位付費玩家的付費總額多於我們總收入的1%，排名前五的付費玩家付費總額都少於我們在各時期收入總額的5%。

當我們把我們的遊戲授權給第三方代理人時，我們認為我們在對付費玩家的服務中不承擔重要責任，因此，在此情況下付費玩家並非我們的客戶，而第三方代理人則是我們的客戶。於二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止的三個月，合計五大第三方代理人分別應佔收入的4.6%、4.2%、6.1%及6.5%，而單一最大第三方代理人分別應佔收入的1.2%、1.2%、4.0%及3.9%。

向客戶提供服務(包括誠如上述的付費玩家及第三方代理人)，我們根據一貫做法使用由不同的第三方(主要包括第三方遊戲研發商、分發渠道及收費渠道)提供的服務及貨品。這些第三方被視為我們的供應商。於往績記錄期間，我們五大供應商為第三方分發渠道，而這些分發渠道的服務費分別佔二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止的三個月收入成本的41.0%、45.0%、52.5%及50.5%。單一最大分發渠道的服務費分別佔同期收入成本的15.3%、20.9%、28.1%及17.7%。

於二零一四年三月三十一日，本公司任何董事、彼等之緊密聯繫人或(據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的)股東，並無於本集團五大供應商中擁有任何權益。

我們的運營及維護基礎設施

我們有強大的技術基礎設施來支撐整體業務運營及系統維護。我們的運營及維護基礎設施是建立在我們的研發成果以及從第三方購買的軟硬體基礎上的。

我們目前在中國北京有一個技術支持團隊，致力於維護我們現有的技術基礎設施，確保我們運營的穩定性，監控並維護我們的伺服器，以避免出現任何故障，並解決出現的任何技術問題。

龐大的基礎設施

我們穩定而強大的網絡基礎設施支撐起我們多元化的網遊產品組合及龐大的全球玩家基數。截至最後實際可行日期，我們總共擁有及租賃961台伺服器，託管於八處互聯網資料中心(「互聯網資料中心」)。其中，六處位於中國，另外兩處分設香港和韓國。我們租賃了75台服務器機櫃及多路徑互聯網接入，以每秒1.8千兆的帶寬將我們的服務器鏈接到中國

業 務

互聯網主幹，包括中國三大電訊服務供應商運營的網絡，以及韓國及香港的互聯網，通過BGP網絡實現完全分散式路由。我們龐大的基礎設施為我們的多樣化遊戲組合運營提供必要支援，使世界各地玩家可輕易登入和順利進行遊戲。我們相信，我們目前的網絡設施有足夠的能力可以承載目前的運營，而且可以以最低增量成本較為快速地擴容以滿足額外的容量需求。

資料備份和復原

我們擁有全面的災難復原計劃，並會實時對我們的資料進行本地、遠程及異地三層備份。我們的本地備份通過本地資料鏡像進行，並採用資料儲存虛擬化技術——獨立磁片冗餘陣列(RAID)的技術，將多個磁碟機元件結合為一個邏輯單元，處理冗餘數據及提高性能。我們的遠程及異地備份通過離站複製資料實現，總容量達200百萬兆(TB)的大容量儲存集群可以互相進行備份，同時核查及校驗資料的完整性。該等備份系統使我們能因其他原因所引起的資料災難或流失出現時迅速復原資料。

防攻擊系統

網絡基礎設施的穩定性和安全性對於我們的聲譽及網遊運營而言至關重要。我們採用信息屏蔽技術來保護客戶軟體中的商業敏感性資料，而且還有驗證程式可以避免客戶軟體受到日常的駭客程式攻擊。我們與著名的雲平台提供商合作，例如Microsoft，以確保我們的資料可以上傳至穩定的系統中。此外，我們將資料與主處理程式分開存儲，這樣即使伺服器崩潰，我們也不會遭受資料丟失。我們所有的伺服器都寄存於著名互聯網數據中心，他們可以提供安全的硬體及網絡環境。為了加強對伺服器的防護，我們所有的伺服器都有網關保護，可以確保如果有駭客攻擊的話，真實的伺服器不會成為被駭客攻擊的第一個對象。同時，我們已設立警報系統，當有駭客開始探測或試圖攻擊我們的伺服器，或我們的伺服器安全策略有任何變化，將會自動發出警號，讓我們可採取必要的防禦措施以保障伺服器能穩定完整地運作。

競爭

網絡遊戲行業在中國和國際層面上競爭都很激烈。我們的主要競爭對手是網絡遊戲研發商及發行商，中國市場的競爭對手如騰訊控股有限公司、網易、完美世界及中國手機遊戲娛樂集團有限公司等，國際市場上的競爭對手如CJ Game，Supercell和Kabam等。我們可能也會面臨來自擬進入手機遊戲市場的傳統客戶端遊戲公司以及新崛起的網遊研發商和發行商的競爭。我們目前的競爭對手和潛在競爭對手中，有些公司比我們擁有更為強大的財力、技術和行銷資源，龐大的用戶基數，與行業參與者緊密的關係，龐大而多元化的網遊產品組合以及更為豐富的研發經驗和資源。我們可能也會與媒體和娛樂商家爭奪玩家的娛樂時間及玩家關注。

雖然我們目前及潛在的競爭對手多種多樣，但我們的競爭方向主要是提升我們的能力，研發極具吸引力的中度和重度手機遊戲；通過預測並滿足玩家的需求來吸引玩家，提高留

業 務

存率；通過行銷和廣告來贏得新的遊戲玩家；確保遊戲運營系統的穩定性。欲瞭解競爭風險相關討論，請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 在一般情況下，網絡遊戲產業，尤其是手機遊戲行業競爭十分激烈。倘我們無法保證有效競爭力，我們的業務，財務狀況及經營業績將受到重大的不利影響。」

知識產權

我們認為，我們所有的域名、版權、商標、商業秘密及其他知識產權對我們的業務運營非常重要。截至最後實際可行日期，我們已註冊14個域名，其中包括www.8864.com和www.linekong.com。我們依靠專利、版權、商標及商業秘密法律等來保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，我們註冊有：

- 184個商標（中國），包括 、、以及與我們遊戲相關的商標；
- 三個商標（香港），包括「」及 ；及
- 49項軟體著作權（中國），都與我們的自研遊戲和自有操作運營軟體有關。

截至最後實際可行日期，我們擁有(i)114項未決商標申請（中國）；(ii)11項未決商標申請（香港及台灣）。隨著我們的商號、品牌和商標越來越得到中國及海外市場的認可，我們預計會投入更多資源來加強商標保護。我們大部分的知識產權由藍港娛樂及其附屬公司所擁有。藍港娛樂、天津八八六四和手遊通擁有部分著作權和域名，這是為了按照中國有關政府部門的要求維護和更新運營資質。欲瞭解有關本公司知識產權的更多詳情，請參閱本文件「附錄四 — 法定及一般資料 — 我們的知識產權」。截至最後實際可行日期，本公司並無涉及任何有關商標及特許權侵權的重大爭議或索賠。

我們也會從第三方獲得知識產權授權，我們取得《後宮甄嬛傳》的獨家改編權，以依據小說研發網絡遊戲。我們亦擁有獨家權全球發佈及營運以《後宮甄嬛傳》為名的遊戲，或授權其他第三方發佈商於海外營運。代理協議年期為五年，我們並擁有優先續約權，於條款到期前更新代理協議。此外，連同另外一名第三方遊戲研發商，我們取得漫畫《十萬個冷笑話》及其相關動畫的獨家改編權，以研發手機遊戲，並擁有全球發佈及營運遊戲獨家權。代理協議年期為兩年，並在滿足特定條款的情況下自動續約一年。

儘管我們努力保護我們的知識產權，其他網絡遊戲研發商及發行商可能會抄襲我們的概念及設計，其他第三方亦可能侵犯我們的知識產權。此外，為執行我們的知識產權，我們於日後可能需要提出訴訟。有關詳情請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 我們可能未能採取足夠有效的措施保護知識產權，可能對我們的業務及聲譽造成不利影響。」

業 務

員工

於二零一二年及二零一三年十二月三十一日，我們分別擁有445個及402個全職員工。截至二零一四年七月三十一日，我們擁有479個全職員工，其中絕大多數位於北京。下表按職能載列截至二零一四年七月三十一日的本公司員工數量：

職能	員工數量	佔比%
遊戲研發.....	268	55.9
遊戲發行.....	156	32.6
— 客戶服務.....	59	12.3
— 銷售及行銷.....	73	15.3
— 遊戲代理.....	24	5.0
一般及行政.....	55	11.5
總計：	479	100.0

我們與中國的一流大學建立了長期合作關係，從這些大學招募優秀畢業生。我們會為新員工提供密集型定制培訓，我們會給所有新員工指定導師。這些導師是相關團隊或部門的資深員工，他們會為新人提供持續的在職培訓。

根據中國法規要求，我們參與市政府或省政府組織的各項員工福利計劃，包括基本養老保險、失業保險、基本醫療保險、工傷保險、產假保險及公積金等。根據中國法律要求，我們須要按照一定比例根據員工薪資、獎金和津貼來向各項員工福利計劃繳納適當金額，當地政府會不時規定繳納的金額上限。獎金一般根據公司整體業績表現酌情而定。我們亦曾根據受限制股份單位計劃向員工授予受限制股份單位，以激勵員工為公司增長和發展做出更大貢獻。我們亦曾向員工授予本公司的普通股及藍港娛樂的附屬公司的股份權益。有關股份獎勵，詳情載於本文件「財務資料 — 重大會計政策 — 以股份為基礎的付款」一節。二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止三個月，我們的員工成本分別約為人民幣56.8百萬元、人民幣93.4百萬元、人民幣19.2百萬元及人民幣20.2百萬元，佔同期總收入分別為21.4%、18.1%、19.1%及11.9%。二零一二年、二零一三年以及截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止三個月，我們在員工福利計劃方面繳納的金額分別約為人民幣12.6百萬元、人民幣11.3百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣2.7百萬元。除受限制股份單位計劃外，我們有條件採納一項購股權計劃，以激勵我們的董事、高級管理人員、顧問、諮詢師及員工，為本集團付出貢獻，並吸納和挽留合適人才，促進本集團的發展。受限制股份單位計劃及購股權計劃的主要條款摘錄於[編纂]附錄四「法定及一般資料 — D. 股份獎勵計劃」一節。

我們認為，我們與員工保持着良好的工作關係。在往績記錄期間，我們並無發生任何重大勞動糾紛，在為維持公司運營而招聘員工時也並無任何困難。

我們與大多數公司高管、管理層及員工簽署的都是標準的僱傭合同。這些合同通常會

業 務

包含保密條款，保密條款永久有效，除非我們宣佈相關資訊已經不再是保密資訊或該資訊已為大眾所知悉。

物業

於最後實際可行日期，我們租賃合共13項物業，總樓面面積約3,677平方米，而每項物業的樓面面積由約10平方米至3,000平方米不等，租金到期日期由二零一四年九月十五日至二零一七年十二月六日不等。該等已租賃物業位於中國的北京、珠海及天津，而根據《創業板上市規則》第8.01(2)條，這些物業用於非物業活動，主要用作公司運營的辦公場所。截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。

13項已租賃物業當中，三項現時用作辦公室樓面面積約3,400平方米為向租賃人租賃的物業，惟租賃人並未能提供相關樓宇擁有權證明，其中包括我們所租用面積最大(約3,000平方米)現時用作我們在北京的總部辦公室的物業。儘管租賃人提供土地使用權證明，顯示租賃人作為相關物業土地使用權的擁有人，以及建築許可證及批文，顯示租賃人作為物業擁有人，或地方政府發出物業租賃確認書顯示租賃人有權出租物業但租賃人不能提供樓宇產權證最終證明他對該等物業的產權。因此，倘日後任何第三方出現並聲稱為該等物業的擁有人，我們訂立的物業租賃協議將備受阻攔。我們相信，重新安置物業(如接受)，預期並不會中斷日常運作。倘接受重新安置運作，重新安置預期對我們的財務狀況並不會造成重大影響。此外，並無租賃按中國法律向中國相關政府部門註冊。根據中國法律顧問所述，登記並非是令租賃協議有效力的強制性條件，尚未登記並不影響租賃協議的合法性或妨礙我們對相關物業的使用。每份未登記租約可能會令公司承受最高可達人民幣10,000元的行政處罰。此外，我們認為，如有必要，我們可以搬遷至其他同類物業，而不會對我們的運營和財務狀況構成任何重大不利影響。見「風險因素 — 與業務有關的風險 — 我們使用已租賃物業的權利可受第三方或政府部門的阻攔，可能導致業務運作中斷。」

根據《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件被豁免遵循《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條款的要求(該要求是就公司所有的土地或建築權益提供估值報告)。原因是截至二零一四年三月三十一日，本公司各物業權益的賬面價值低於合併總資產的15%。

保險

根據中國適用法律要求和相關當地政府機構要求，我們為中國員工繳納社會保險。保費由公司和員工共同承擔，具體比例遵循中國相關法律規定。

遵循市場慣例，在中國及海外市場的主要業務運營方面，我們仍未採取任何保險。遵

業 務

循市場慣例，我們並未採取業務中斷保險、關鍵人物人壽保險、覆蓋網絡基礎設施或資訊技術系統損害的保險或任何物業保險。我們並未就契約安排相關風險採取任何保險。

許可證、准許證及批文

我們的中國法律顧問方達律師事務所已告知我們，除我們需於新聞出版總署完成對《神之刃》的出版及存檔程序外，在截至最後實際可行日期的往績記錄期間及以後期間，我們已從有關政府當局獲得對我們在中國的業務運營具有重大影響的所有必要許可證、批文及准許證。於最後實際可行日期，這些許可證、批文及准許證仍完全有效，並不存在任何情況可以使得它們被撤銷或註銷。我們的中國法律顧問亦告知我們，截至最後實際可行日期，重續上述許可證、批文及准許證並不存在任何法律障礙。下表載列本公司重大特許證及許可證的詳細資訊。

許可證／准許證	持有人	授予日期	有效日期
ICP許可證.....	藍港娛樂	二零一二年十月十三日	二零一七年十月十三日
	手遊通 ⁽¹⁾	二零一二年六月六日	二零一六年十一月三日
	天津八八六四	二零一三年十二月十二日	二零一八年十二月十二日
互聯網文化經營許可證.....	藍港娛樂	二零一四年三月三日	二零一六年十一月二十一日
	手遊通 ⁽¹⁾	二零一一年十月二十四日	二零一四年十二月三十一日
	天津八八六四	二零一三年八月二十九日	二零一六年八月一日
互聯網出版許可證.....	藍港娛樂	二零一一年一月六日	二零一四年十二月三十一日
高新技術企業認定證書.....	藍港娛樂	二零一二年十月三十日	二零一五年十月三十日
	藍港娛樂	二零一三年五月十七日	視乎年度審核
軟體企業認定證書.....	手遊通 ⁽¹⁾	二零一三年五月十七日	視乎年度審核
	天津八八六四	二零一四年四月三十日	視乎年度審核
	北京藍港在線	二零一四年五月四日	視乎年度審核

(1) 正進行更新持有人名稱的手續。

法務合規及法律訴訟

截至最後實際可行日期的往績記錄期間，本公司並未涉及或參與任何重大法律、仲裁或行政訴訟。我們並不知悉任何尚未了結或構成威脅的針對本公司或公司董事的、能對公司運營或財務狀況產生重大不利影響的法律、仲裁或行政訴訟。基於其審慎查詢及本集團

業 務

的確認後，我們的中國法律顧問確認，中國的任何法院目前並無任何法律、仲裁或行政訴訟或任何待決的重大法律、仲裁或行政訴訟針對或涉及本集團的物業或業務（包括任何知識產權持有人對任何知識產權侵權的索賠）或本集團的任何物業或成員所從屬的機構。

誠如本文件「監管概覽」一節所述，我們對我們營運的網絡遊戲須於正式發行前完成向新聞出版總署提交出版申請。由於相關法規定義互聯網出版活動為「透過互聯網向公眾提供互動網絡遊戲娛樂或下載服務」，經我們的中國法律顧問提供意見，由於我們透過互聯網向公眾提供互動網絡遊戲娛樂或下載服務，我們擁有法定義務完成對我們營運的網絡遊戲的出版及提交程序。倘未能及時完成該出版及申請程序，或導致該等遊戲可能被禁止運營。

我們中國的經營實體藍港娛樂，為中國一家合資格出版網絡遊戲的發行商。現時，我們正向新聞出版總署申請登記我們其中一款已正式商業化的網絡遊戲（即《神之刃》）。於最後實際可行日期，藍港娛樂已向北京市新聞出版局就《神之刃》的出版及申請程序提交申請文件。於北京市新聞出版局完成相關程序後，有關就出版及申請程序的申請文件資料將提交新聞出版總署。進一步詳情請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 我們在中國提供的其中一款網絡遊戲仍正在向新聞出版總署辦理出版及登記的過程中。」

於往績記錄期間，並無在中國的遊戲經營業務受尚未完成的出版及申請程序所影響。於最後實際可行日期，藍港娛樂並無就尚未完成的出版及申請程序面臨任何處罰。我們的中國法律顧問告知，於提交相關申請材料後，只要我們遵從北京市新聞出版局及新聞出版總署的指示及指引，就《神之刃》完成向新聞出版總署進行出版及存檔登記不會有法律障礙。

我們的中國法律顧問認為，往績記錄期間除了於本節所披露者外，我們[在所有重大方面]遵循了適用的中國法律法規。

為了遵循中國有關遏制未成年人沉迷網遊的法律法規，我們採取了相關措施，勸阻未成年人不要長時間持續玩我們的遊戲。如果未成年人連續玩我們的遊戲三個小時以上，他們在遊戲中的收入將被自動減半。如果未成年人連續玩我們的遊戲五個小時以上，他們將無法繼續獲得任何額外的收入。我們要求玩家提供其身份證號碼，與我們購入的身份證數據庫作比較，辨識其年紀。我們假設倘玩家拒絕提供身分證號碼或者未能提供有效身分證號碼，則為未成年。此外，我們採用了家長監控系統，允許家長監控未成年子女在我們的遊戲上花的時間。家長可以把他們未成年子女的遊戲賬戶資訊發送給我們，並附上他們的監護權證明，這樣家長便可以要求我們採取各種措施限制他們的未成年子女玩我們的遊戲的能力，包括限制玩遊戲的時間長度或者每天或每周允許玩遊戲的時間段。如有恰當的理

業 務

由，家長可以禁止他們的未成年子女玩我們的遊戲。經審慎調查和本集團確認，我們的中國法律顧問認為，在往績記錄期間我們已遵循中國有關遏制未成年人沉迷網遊的所有法律法規。

二零一三年十一月二十六日，文化部辦公廳發佈了《文化部辦公廳關於開展第十九批違法違規互聯網文化活動查處工作的通知》(辦市函[2013]453號)。根據該通知，藍港娛樂在運營《王者之劍》期間，被發現以通過幸運抽獎向玩家隨機發送免費虛擬道具的方式，讓玩家投入虛擬代幣，這涉嫌違反《網絡遊戲管理暫行辦法》的規定。藍港娛樂被要求整改有關遊戲運作。接到上述通知後，我們立即停止了相關涉嫌違規活動，並且提交整治報告。我們並未就有關事件獲處任何行政或其他處罰。此外，北京市文化局和北京市文化市場行政執法總隊分別於二零一四年五月十四日和二零一四年五月四日簽發合規函，確認藍港娛樂沒有違反有關網絡遊戲運營的法律法規，未對藍港娛樂實施任何處罰。截至本文件日期，我們沒有遇到其他任何類似事件。進一步詳情請參閱「風險因素—所屬行業的相關風險—為遵守規管虛擬代幣的相關法律，可能會導致我們須取得額外的批准或許可，改變我們目前的業務模式或終止若干遊戲特性。」藍港娛樂將不會就有關文化部辦公廳發佈了《文化部辦公廳關於開展第十九批違法違規互聯網文化活動查處工作的通知》(辦市函[2013]453號)而受到任何處分。

我們的中國法律顧問認為我們已遵守有關禁止賭博的通知以及有關虛擬代幣的通知，我們的遊戲不構成上述通知所禁止的賭博行為。我們在網絡遊戲運營過程中並未從事任何上述通知所禁止的行為。我們並未提供或推廣我們的遊戲作為賭博的工具。

風險管理

我們致力建立風險管理及內部監控制度，其具備我們認為適合業務營運的組織框架、政策、程序及風險管理方法，而我們將持續竭力改善該等制度。我們已對營運多個方面建立監控制度，並持續監察風險管理制度的有效性。

一般法律合規風險管理

我們已採取內部程序，確保在中國及海外市場業務運營的合規性。根據內部程序，成立於二零一零年的公司內部法務部門負責監控監管環境及本地法律法規的動態，以支援我們在目前及未來目標市場上的業務擴展。秦珊珊女士是法務部門的主管，自法務部門成立以來就一直任職，她的任職年限為四年。

公司內部的法務部門負責於我們訂立合同前，檢查合同條款及所有相關文件，包括對業務夥伴進行初步盡職審查，包括檢查他們應該取得的授權，如網絡文化經營許可證，以及所有必要的盡職審查材料。公司內部的法務部門將每月定期審查合同，確保合同符合最

業 務

新的法律法規要求。公司內部的法務部門亦於每個年度舉辦研討會，向員工講解有關我們日常運營的法務合規問題。

此外，公司內部的法務部門還會整理一份在中國進行網絡遊戲研發和運營所必須的許可證、准許證或批文清單，並定期更新這份清單。法務部就於中國發佈的新研發遊戲向新聞出版總署進行出版及登記程序。然而，儘管我們已進行該等程序，我們未必能夠就全部遊戲適時完成新聞出版總署的登記程序。詳情請參閱「風險因素 — 我們在中國提供的其中一款網絡遊戲仍正在向新聞出版總署辦理出版及登記的過程中」。在發佈新遊戲之前，公司內部的法務部門將再次審計確認遊戲完全符合相關法律法規要求。遊戲發佈後，公司內部的法務部門連同相關研發及運營團隊負責即時監控，以確保遊戲的運營(包括玩家在遊戲中的行為)符合所有相關法律法規。

知識產權風險管理

我們已設立更細緻的措施，以確保我們的網絡遊戲內容符合中國及海外市場的相關法律法規。遊戲研發及運營期間，法務部門一般委聘專業機構持續地開展調查，對中國及海外市場進行全面的知識產權搜索，以避免對第三方現有商標、版權或專利權的潛在侵權。法務部門會遵循公司內部程序，積極為新遊戲申請註冊商標、版權或專利。

根據公司內部程序，初步申請需要向公司內部法務部門遞交有關商標、版權或專利權的申請材料，以供其審計。申請人須要提供法務部要求的所有相關資訊，以便法務部就申請是否侵犯任何第三方現有知識產權作出初步評估。我們聘請的專業機構將隨後向有關政府部門完成申請過程。如有必要，例如評估專利申請是否對我們的遊戲研發和運營有顯著作用時，公司內部的法務部門也會諮詢我們的技術團隊。然而，即使我們已執行該等措施，仍未能夠及時為我們的遊戲註冊商標，我們應用該商標可能面臨爭議或反對。詳情請參閱「風險因素 — 我們可能未能採取足夠有效的措施保護知識產權，可能對我們的業務及聲譽造成不利影響。」

內部監控部門

我們亦已於二零一四年三月成立了內部監控部門，以加強並優化我們的內部監控。申媛媛女士為美國愛荷華州會計師公會註冊會員，具有四年的相關工作經驗，並負責該部門。我們內部監控部門的主要功能包括擬訂及優化本公司內部監控措施及程序，監察該內部監控程序的執行，測試及評估該內部監控措施，尤其是有關資料披露及財務報告草擬的措施，以及管理有關內部審計的風險。

董事確認，截至最後實際可行日期，我們的遊戲或遊戲業務概無在任何目標市場受到

業 務

任何政府機構的合規質疑或出現任何合規問題。董事認為，我們現有的內部監控程序已經足夠符合要求。

內控顧問

為了加強公司的內部控制並符合上市要求，我們已聘用獨立內控顧問，協助檢察若干內控的已選範圍，當中包括：

- (i) 集團層面的控制，包括內控環境、風險評估、重大業務流程的政策及程式、資訊與溝通以及監控；
- (ii) 業務流程層面的控制，包括收入和應收款項、採購及應付款項、研發費用、固定資產、出納、財務結算、稅務、薪酬及資訊技術的一般性控制。

我們已採取整改措施整改所有內控顧問提出的不足之外，而內控顧問並未發現任何其他不足之處。

獎項及榮譽

往績記錄期間，我們的產品及服務在品質和受歡迎程度方面獲得了多個榮譽獎項。下列列出部分榮譽獎項：

獎項／榮譽	頒發日期	頒發單位	獲獎產品／單位
十大最期待原創手機遊戲	二零一四年	遊戲產業年會	《蒼穹之劍》
最受歡迎手機遊戲	二零一四年	第二屆全球手機遊戲大賽	《蒼穹之劍》
最佳卡牌手機遊戲	二零一四年	第二屆全球手機遊戲大賽	《神之刃》
最佳手機遊戲發行商	二零一三年	中國手機遊戲大會	公司
中國動漫遊戲行業 金手指獎	二零一三年	遊戲行業年會	公司
最受期待手機遊戲	二零一三年	遊戲產業年會	《蒼穹之劍》
優秀手機遊戲	二零一三年	遊戲行業年會	《王者之劍》
十大最受歡迎的原創手機 遊戲	二零一三年	遊戲產業年會	《王者之劍》
金翎獎 — 玩家最喜愛的 手機遊戲	二零一三年	ChinaJoy遊戲展	《王者之劍》
十大手機遊戲	二零一三年	百度遊戲榜	《王者之劍》
星耀最品質手機遊戲	二零一三年	星耀360遊戲展	《王者之劍》
金手指獎	二零一二年	遊戲行業年會	《三國演義》

業 務

獎項／榮譽	頒發日期	頒發單位	獲獎產品／單位
二零一二年十大最受歡迎的網頁遊戲	二零一二年	遊戲產業年會	《三國演義》
二零一二年十大最受歡迎的網絡遊戲	二零一二年	遊戲產業年會	《黎明之光》
二零一二年十大最受歡迎的網頁遊戲	二零一二年	中國出版協會	《黎明之光》
二零一一年中國最受歡迎網遊公司	二零一一年	17173遊戲風雲盛典	公司
金手指獎	二零一一年	遊戲產業年會	公司
二零一一年度優秀企業	二零一一年	遊戲產業年會	公司
二零一零年度十大網絡遊戲研發商	二零一零年	遊戲產業年會	公司
二零一零年度十大網絡遊戲研發商	二零一零年	遊戲產業年會	公司
二零一零年度中國民族遊戲海外拓展獎	二零一零年	遊戲產業年會	公司
二零一零年中國年度最佳網遊公司	二零一零年	17173遊戲風雲盛典	公司
十大新銳網遊	二零一零年	ChinaJoy遊戲展	《西遊記》
中國最佳2D網絡遊戲	二零一零年	17173遊戲展	《西遊記》
中國最佳原創網絡遊戲	二零一零年	17173遊戲展	《西遊記》
二零零九年度十大網絡遊戲研發商	二零零九年	遊戲產業年會	公司
二零零九年度中國民族遊戲海外拓展獎	二零零九年	遊戲產業年會	公司
二零零九年度中國遊戲行業優秀成長企業	二零零九年	遊戲行業年會	公司
二零零九年度十大最受歡迎的民族網絡遊戲	二零零九年	遊戲產業年會	《倚天劍與屠龍刀》
金手指獎	二零零九年	遊戲產業年會	《西遊記》
二零零八年度十大網絡遊戲研發商	二零零八年	遊戲產業年會	公司

業 務

獎項／榮譽	頒發日期	頒發單位	獲獎產品／單位
二零零八年度中國十佳 遊戲研發商	二零零八年	遊戲產業年會	公司
二零零八年度十大最受歡迎 的民族網絡遊戲	二零零八年	遊戲產業年會	《倚天劍與屠龍刀》
二零零八年度最受期待 網絡遊戲	二零零八年	遊戲產業年會	《倚天劍與屠龍刀》
金翎獎－玩家最喜愛的 十大網絡遊戲	二零零八年	ChinaJoy遊戲展	《倚天劍與屠龍刀》
二零零七年度十大新銳 遊戲企業	二零零七年	遊戲產業年會	公司