

業 務

概覽

我們的使命為通過實時社交視頻互動將快樂帶給大眾。就用戶支出總額而言，我們為中國最大的實時社交視頻平台。根據艾瑞的資料，就用戶支出總額而言，我們於中國實時社交視頻社區市場的市場份額於2013年達到33.9%，而最接近我們的競爭對手於同期的市場份額則為23.1%。現時我們經營八個「多對多」實時社交視頻社區（包括我們兩個主要社區，即9158視頻社區及新浪秀）及一個「一對多」社區（即新浪秀場）。

我們的平台擁有在實時社交視頻社區行業最多元化的實時用戶生成內容選擇之一。我們將核心用戶體驗屬性設計為有趣、便利、創新及互動。通過我們的「多對多」視頻串流模式（在該模式下，多個用戶可在同一實時視頻聊天室同時向觀眾播放視頻串流），我們的平台令人們得以在實時視頻聊天室內與具有相似興趣的群組互動及交際。我們鼓勵分享興趣以及展示才華及知識，我們的用戶生成內容獲公開開放曝光。各參與者有自由與主播、上麥用戶及其他用戶互動，以取得難忘及個性化的真實社區體驗。我們有各種類型（例如音樂、脫口秀、社交、金融及教育）的實時視頻聊天室，令觀眾接觸不同興趣領域的直播及互動用戶生成內容。我們亦提供傳統的「一對多」社區，該社區更以主播為中心，適合具有較低參與要求的用戶。

我們向用戶提供多元化的虛擬物品選擇，用戶可為其本身購買該等虛擬物品或發送予聊天室主播或其他用戶以示支持或欣賞。此舉已導致較高程度的參與及貨幣化，令我們平台的平均月度活躍用戶或月度活躍用戶由2011年的約7.5百萬人分別增加至2012年及2013年的8.0百萬人及10.8百萬人，平均月度付費用戶或月度付費用戶於同期由約194,000人增加至209,000人及270,000人。

我們主要通過在我們的平台銷售虛擬物品而產生收益。用戶可使用虛擬貨幣購買虛擬物品，而虛擬貨幣乃在網上向銷售代理或直接向我們購買。為提升我們實時社交視頻平台的營運效率，我們與分銷商合作，分銷商負責銷售代理及宣傳職能的日常管理，例如主播招募及市場推廣。分銷商與我們訂立年度分銷協議，據此，彼等有權按設定的折扣基準向我們購買虛擬貨幣。彼等其後與負責向終端用戶銷售的銷售代理訂立二級分銷協議。我們平台的主播、用戶、分銷商、銷售代理與其他參與者（例如室主）之間的互動已形成一個獨特的成熟系統，進入門檻較高，從而鞏固我們的競爭地位。

業 務

我們超凡的用戶體驗乃基於我們強大的技術能力及基礎設施的建立。例如，我們的平台的相關技術基礎設施於任何指定時間均可支持最高每個聊天室10萬名用戶同時在線及每個社區50,000個視頻直播流。通過我們專有的視聽流技術、可擴展的基礎設施及雲服務以及專門的內容控制系統，我們令電腦客戶端、手機及網絡客戶用戶得以通過優質可靠的實時視頻進行表演、互動及交流。

憑藉我們穩固的用戶群，我們已通過推出「三國志：國戰版」(我們許可由第三方開發的手機遊戲)而進軍手機遊戲市場。我們預期將於2014年額外發佈六至八款自主開發及第三方開發手機遊戲，其中部分具互動視頻功能，從而令我們得以利用我們的大型社交視頻社區、拓闊我們的收益組合及推動我們的未來增長。我們相信，我們龐大且快速擴展的用戶群會令我們擁有巨大的交叉宣傳潛力及較低的客戶開發成本。

我們於往績記錄期間呈快速增長。我們的收益已由2011年的人民幣384.4百萬元增加至2012年的人民幣455.8百萬元及2013年的人民幣548.2百萬元。我們於2011年、2012年及2013年分別錄得虧損淨額人民幣80.6百萬元、人民幣27.2百萬元及人民幣92.6百萬元，而我們於同期的經調整純利為人民幣139.9百萬元、人民幣158.4百萬元及人民幣206.3百萬元。有關詳情，請參閱「非國際財務報告準則計量」一節。

優勢

我們相信，下列主要優勢令我們從競爭對手中脫穎而出，有助於我們未來取得大幅增長：

領先的市場地位

就用戶支出總額而言，我們是中國最大的實時社交視頻平台，我們亦是「多對多」模式的先行者及領先者。根據艾瑞的資料，就用戶支出總額而言，我們於中國實時社交視頻社區市場的市場份額於2013年達到33.9%，而最接近我們的競爭對手於同期則為23.1%。我們在我們的平台項下經營八個「多對多」社區(包括我們兩個主要社區，即9158視頻社區及新浪秀)及一個「一對多」社區(即新浪秀場)。我們實時社交視頻平台的平均月度活躍用戶已由2011年的7.5百萬人分別增加至2012年及2013年的8.0百萬人及10.8百萬人。於同期，我們的平均月度主播及上麥用戶已由約341,000人增加至456,000人及577,000人，顯示用戶參與及互動程度不斷上升。於2013年第四季度，我們的平均同時在線用戶峰值約為635,000人。

業 務

多樣而引人入勝的內容

我們的平台提供在實時社交視頻社區行業最多元化的用戶生成內容選擇之一。各該等社區提供各種類型的從音樂及卡拉OK到脫口秀、社交、金融、教育及遊戲的視頻直播內容。我們提供易於使用的平台供草根表演者註冊及申請實時視頻聊天室以向龐大觀眾群展現彼等的才華，從而獲得成就感。同時，觀眾有機會參與成為上麥用戶，我們平均月度活躍上麥用戶於2013年第四季度每個月平均花費2.7個小時「上麥」即為佐證。我們的社交網絡模式鼓勵主播對主播、主播對用戶及用戶對用戶互動。該等互動（尤其是在我們「多對多」模式的範圍內）建立社區意識及歸屬感且提升用戶保有率及忠誠度。於2013年12月31日，我們的平台有約26,000個實時視頻聊天室，實時社交視頻內容已分類及可輕易搜索，其中72%已活躍及對公眾開放逾一年。於2013年，我們的活躍用戶平均每月於我們的平台耗時20.1個小時。

成熟而可靠的生態系統

我們社區的參與者及我們平台的相關基礎設施形成一個成熟及備受信賴的生態系統，進入門檻較高。該生態系統將三種增長最快速的網絡交流形式獨特地融合：在線社交、在線視頻直播及實時互動。憑藉我們的技術及內容控制系統，我們提供一個安全及健康的環境，而該等能力與前述形式結合創造具吸引力的用戶體驗，我們相信此令我們在實時社交視頻社區行業中脫穎而出。

我們的平台開放且極易使用，我們鼓勵主播、上麥用戶及觀眾參與選擇一個社區並創作實時用戶生成視頻內容。我們亦令我們生態系統的參與者得以向彼此投入時間、經濟及感情。例如，室主及銷售代理就財務生計而言倚賴生態系統的其他玩家，而主播、上麥用戶及觀眾則就社交互動及個人成就感而言倚賴生態系統的其他玩家。此種互相依賴形成較高進入門檻，原因在於我們的競爭對手難以吸引或複製我們於生態系統各個環節現有的人們。

我們擁有一個專門的內容控制系統，該系統對建立與用戶之間的信任及維持一個健康的生態系統而言至關重要。我們持續開發專有軟件，旨在自動識別可能屬不適當的內容供我們的內容監控團隊即時審閱及供適當機關糾正。

業 務

成功的盈利模式

我們的絕大部分收益來源於我們的實時社交視頻平台。我們提供多元化的虛擬物品選擇，作為我們平台用戶互動的基礎。特別是，我們的內部研發團隊已成功開發刺激用戶間互動的虛擬禮物及道具，其中逾910類虛擬禮物及道具具有不同的審美及實用裨益，且價格跨度大，從而迎合所有類型的用戶。該多樣性令我們的用戶得以根據彼等的需要及方式作出購買，並就彼等於我們平台花費時間及金錢方面給予彼等很大的靈活度。因此，用戶之間月均在我們平台所交換的虛擬禮物於2013年達57億。另外，我們向用戶提供不同等級的會員資格以供認購，會員資格賦予用戶各種特權，例如進入已滿員聊天室及可獲得特別稱號。

頂尖的科研能力

於2013年12月31日，我們有315名研發專業人才專注於開發、維持及創新我們強大的技術能力，包括：

- *多路同步視頻串流及媒體加工*。我們的實時在線視頻聊天室憑藉成熟的分佈式視頻組播技術，令一流的視頻質量得以與最新行業標準一致及音頻效果接近線下卡拉OK硬件質量。我們擁有先進的專有技術，例如多達十路多麥技術（支持最多十個音頻匯入同一視頻串流）及縮短延遲技術，以降低帶寬成本、減少用戶交流延遲及加載時間並優化性能。
- *規模化基建及雲服務*。作為中國少數幾家在視頻直播流媒體加工方面具有專業技術的公司之一，我們已建立強大的技術基礎設施，現時通過中國逾20個互聯網數據中心及雲端遠程訪問服務器，可支持最高每個聊天室100,000名同時在線用戶及每個社區一次性支持50,000個視頻直播流。該基礎設施可高度擴展，容許我們隨著業務擴展而受益於規模經濟效益，而我們持續設計更多先進技術。我們的雲技術亦向我們的用戶提供直播表演錄像、雲儲存及「雲評級」技術等服務，可通過辨識一名用戶的歌唱與原唱的相似性而對其表演評分。

業 務

經驗豐富且具有廣泛行業經驗、卓越執行能力及強大股東支持的管理團隊

我們的高級管理層擁有強大的執行能力及廣泛的行業專業技術。我們的創辦人及核心管理層團隊於中國互聯網及媒體行業（尤其是中國的實時社交視頻社區行業）擁有豐富知識及經驗，並精通多路同步視頻串流技術及其於中國市場、業務環境及監管制度下的應用。我們的創辦人、主席兼首席執行官傅先生於中國互聯網行業擁有逾十年經驗，而我們高級管理層團隊的其他成員平均於中國互聯網行業擁有逾十年經驗。我們的高級管理層已展現強大的執行能力及驕人的成功往績記錄。例如，由於我們於2010年承擔新浪秀的營運，其收益已由2010年的少於人民幣2.0百萬元增加至2013年的人民幣232.2百萬元。此外，我們獲股東支持，例如Sina Corporation（已向我們提供並持續向我們提供市場推廣支持）及IDG Capital（已向我們提供企業管治方面的寶貴理念）。我們相信，我們管理層團隊的豐富經驗及優勢以及我們股東的強有力的支持將令我們得以進一步實施我們的增長策略及持續達致成功。

策略

我們的目標為鞏固我們作為中國最大實時社交視頻平台的地位。為達致我們的目標，我們擬：

持續發展用戶群

我們致力於投資開發新穎實時視頻內容類型、擴展我們的實時社交視頻社區及吸引新主播、上麥用戶及室主以維持我們於現有生態系統的競爭優勢。我們擬由音樂及娛樂進一步擴展及擴闊至新穎內容類型（例如金融、醫學知識及電子商務）以及新的網絡交流形式（例如網絡互動廣播）。除開發新穎內容類型及媒體形式外，我們將持續吸引及發展新主播、上麥用戶及室主以提高我們社交生態系統的黏性。

我們計劃繼續推廣及擴展我們的手機遊戲業務，專注於改進互動性，例如創新新型互動手機遊戲。我們亦將憑藉我們的交叉宣傳能力以推廣我們的遊戲以及其他新產品供應。我們亦計劃增加我們宣傳活動（例如現場直播音樂會、明星代言、線上及線下歌迷俱樂部活動及我們互動產品的電視宣傳）的市場推廣支出以吸引新用戶。

業 務

進一步提升用戶體驗及參與度

我們旨在繼續豐富我們實時社交視頻生態系統所有方面的用戶體驗以進一步提升我們用戶黏性。我們將繼續開發將交叉宣傳我們現有產品及服務的目標內容、服務及市場推廣活動，提升用戶互動性及擴闊用戶參與形式。我們亦擬繼續擴展我們虛擬物品組合以提供反映最新社交及流行文化趨勢的虛擬禮物及道具以把握用戶興趣。

此外，我們致力於進一步投資研發以維持我們於網絡互動視頻技術方面的競爭優勢及提升用戶體驗。具體而言，我們計劃：

- 進一步改進我們平台的視頻質量及數據壓縮比率以及進入我們主要社區的手機應用程序，以便將現有內容轉換及擴展為手機兼容及容易操作的格式；
- 維持及鞏固我們在「多對多」視頻串流技術方面的領先地位；
- 進一步提升音頻混響效果以達到線下卡拉OK硬件水平；
- 進一步加強我們的帶寬基礎設施及雲儲存能力；
- 繼續開發新型互聯網產品及服務，包括聲音辨識及評級系統以及自動化客戶服務工具。

擴展手機產品及跨設備能力

我們計劃憑藉我們平台的品牌優勢及用戶群連同我們的手機內容交付能力以給予用戶靈活度以隨時隨地存取我們的內容。用戶可在通過手機應用程序進入我們大部分社區無縫隙體驗。由於該等手機應用程序變得更為流行，我們將開發新的手機專用特色及界面以切合我們手機用戶群的需求，包括將容許主播及上麥用戶從手機設備發送視頻串流的特色。通過該等特色，我們旨在吸引偏好通過手機設備而不是電腦客戶端接入社交網絡及視頻直播的用戶。我們將執行手機策略以適應國內技術及基礎設施轉變，包括最近推出的4G網絡，該網絡將支持手機設備的優質視頻串流。

此外，繼我們首款手機遊戲「三國志：國戰版」（該遊戲廣受歡迎，於2014年1月合共有月度活躍用戶及付費用戶分別約238,000名及23,000名）商業化推出後，我們計劃顯著擴展我們於手機遊戲市場的版圖。我們將利用我們在視頻串流方面的技術及專長於手機遊戲中創建互動視頻功能，該功能於手機遊戲行業相對獨特。我們計劃於2014年推出六至八款自主開發及第三方開發手機遊戲，並預期手機遊戲收益在我們經營業績中的比重會不斷上升。

業 務

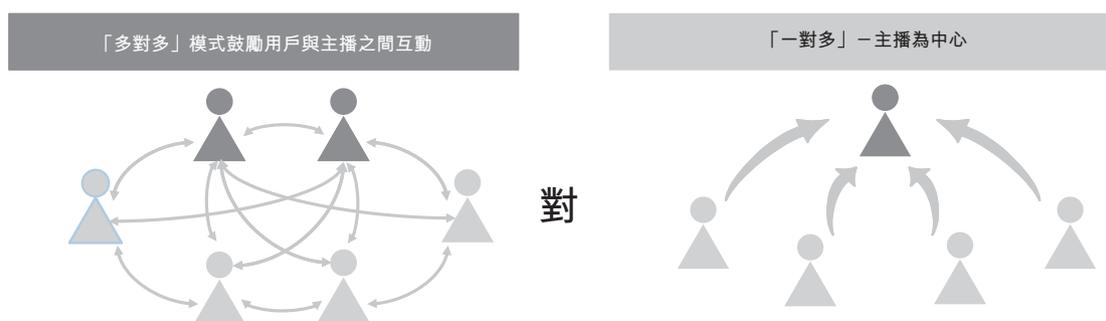
通過合作及收購選擇性地尋求業務擴展

我們旨在通過選擇性地與其他公司合作、投資於或收購其他公司而進一步加強我們的平台及服務於華語國家的滲透。我們將初步瞄準具有龐大用戶群及與我們類似的互動產品供應的公司或我們上游及下游市場的公司，儘管我們尚未發現任何收購目標。我們相信，該等水平及垂直合作或收購將顯著鞏固我們實時社交視頻服務的增長狀況及競爭地位。我們旨在憑藉我們強大的技術能力及基礎設施、龐大而忠誠的用戶群以及成熟的社交生態系統以在任何新進入市場及行業快速取得成功。

業務

實時社交視頻平台

我們的核心業務為經營我們的實時社交視頻平台，包括「多對多」及「一對多」社區。我們經營的「多對多」社區包括9158視頻社區及新浪秀（兩個主要社區）、多多遊戲（一個專注於互動視頻娛樂遊戲的社區）及其他五個具有不同內容及地區重點的社區。下圖載列「多對多」模式及「一對多」模式的區別：



於2013年12月31日，我們的平台有約26,000個實時視頻聊天室，將用戶生成內容上麥予觀眾。該用戶生成內容範圍囊括歌唱及其他音樂表演到脫口秀及教育服務。除主播外，用戶本身可上麥，例如通過在聊天室使用我們的卡拉OK特色設備向其他用戶歌唱或分享個人經驗及知識。

我們的平台准許用戶參與及展現其才華、與龐大觀眾群分享知識及生成待曝光內容。而其他觀眾可參與及與主播、上麥用戶及其他觀眾互動以獲得個性化社區體驗。

用戶可通過聊天、收發虛擬禮物及通過虛擬道具在聊天室範圍表達而與主播及其他用戶互動。虛擬禮物及虛擬道具可使用我們的虛擬貨幣於我們的平台上購買，而虛擬貨幣可於網上直接向我們購買或向我們的分銷商委聘的銷售代理購買。

業 務

此外，我們的社區提供一個多等級會員系統，該系統促進及培養用戶由被動到更為主動互動的發展，從而可能增加具更高黏性的忠誠會員的收益貢獻。用戶可購買會員套餐，該等套餐已設定虛擬貨幣金額以及獨家特權，例如進入已經滿員的受歡迎聊天室、其用戶名後面顯示有聲望的「稱號」及出現在聊天室用戶列表頂端。

我們實時社交視頻平台的累計註冊用戶總數由2011年12月31日的77.9百萬人分別增加至2012年及2013年12月31日的143.9百萬人及205.1百萬人。平均月度活躍用戶由2011年的約7.5百萬人分別增加至2012年及2013年的8.0百萬人及10.8百萬人，而平均月度付費用戶於同期由約194,000人增加至209,000人及270,000人。

下表載列我們社交視頻社區的概覽：

社區名稱	視頻串流		最大 視頻串流
	模式	設備支持	
9158視頻社區.....	多對多	網頁、客戶端、蘋果、安卓	10
新浪秀.....	多對多	網頁、客戶端、蘋果、安卓	10
多多遊戲.....	多對多	客戶端	10
歡樂吧.....	多對多	客戶端、蘋果、安卓	10
久久明星交友.....	多對多	客戶端、蘋果、安卓	10
跳舞吧.....	多對多	客戶端、安卓	10
心意吧.....	多對多	客戶端、蘋果、安卓	10
糖果社區.....	多對多	客戶端	10
新浪秀場.....	一對多	網頁、安卓	1

多對多社區

9158視頻社區

我們於2008年11月推出9158視頻社區。9158視頻社區是一個主要面向華中、華東及華南地區二至四線城市年齡介乎18至30歲的用戶（一個具有較高網絡娛樂及互動需求的人群）的社區。因此，該社區主要包括以娛樂為導向的互動內容，例如歌唱、音樂表演及網絡聊天。譬如，用戶可點歌亦可上麥歌唱並由我們的雲評級系統對其表演作出評級、與其他網絡用戶競賽及與其他音樂愛好者互動及發展關係。

新浪秀

我們於2010年7月承擔新浪秀的營運，作為我們通過新浪[編纂]投資而與新浪集團進行策略合作的一部分。新浪秀主要面向生活於華北地區年齡在30歲以上且收入相對較9158視頻社區用戶為高的用戶。因此，該社區提供較為廣泛的非娛樂話題，例如金融及教育。譬如，於2010年，我們推出為電腦客戶端客戶特別設計的新浪秀：財經版，以提供專注於金融的內容（例如投資及宏觀經濟）。我們亦已舉辦多個活動推廣社會責任，例如年度新浪秀「Sing for Life」（一項面向殘障用戶的網絡歌唱比賽）。

業 務

於往績記錄期間及截至最後可行日期，新浪秀的經營乃由星秀通過與新浪集團合作依託新浪的ICP許可證及網絡文化經營許可證而開展。倘我們新浪秀經營所需的新浪集團的許可證（即ICP許可證及網絡文化經營許可證）（亦請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們並不擁有新浪秀標誌或新浪秀域名，而倚賴與新浪集團簽訂有關使用該等標誌及域名的許可安排」一節）遭到任何質疑，鑒於星秀已取得ICP許可證及網絡文化經營許可證，我們認為新浪秀的持續經營不會受到重大不利影響。

多多遊戲

多多遊戲是我們專注於網絡娛樂遊戲的社交視頻社區，特色為於遊戲中嵌入視頻直播聊天。多多遊戲中的遊戲包括受歡迎的中華遊戲，例如中國象棋、軍棋、麻將、中國撲克斗地主及找茬遊戲。我們正積極開發不同地區的多種棋牌遊戲以更好地服務特定地區的用戶及提升彼等的遊戲體驗。

我們在該社區已藉助我們在互動視頻直播方面的技術知識及經驗於遊戲中引進視頻聊天。用戶可一邊玩遊戲一邊通過視頻直播聊天與其伙伴及對手互動，以獲得實時及具吸引力的體驗。多多遊戲有兩類遊戲室：基於點數及基於虛擬道具。於基於點數的遊戲室，玩家於每輪遊戲的贏／輸以點數記錄。於基於虛擬道具的遊戲室，玩家就所玩的每輪遊戲消耗少量虛擬道具並可於遊戲中從其他玩家贏取或輸掉虛擬道具。

除娛樂遊戲外，多多遊戲亦如我們所有其他社交視頻社區，提供標準實時視頻聊天室。與我們所有社區一樣，用戶可送出虛擬禮物及購買虛擬道具。

其他實時社交視頻社區

此外，我們亦提供五個其他實時社交視頻社區：歡樂吧、久久明星交友、跳舞吧、心意吧及糖果社區。各該等社區有其本身單獨的用戶群、主播、室主及生態系統。

一對多社區

新浪秀場

新浪秀場是一個主要以網頁為基礎的社區，容許用戶觀看節目，而對用戶設備的技術及帶寬要求較低。新浪秀場是一個以主播為中心的「一對多」模式社區，與9158視頻社區及新浪秀相比具有較低的互動水平。其基於網頁的性質有助於主播通過接觸大量對互動要求相對較低的娛樂觀眾而獲得更大的曝光度。因主要以網頁為基礎，技術規格較低，新浪秀場現僅支持每個聊天室一路視音頻。

業 務

於往績記錄期間及截至最後可行日期，新浪秀場的經營乃由金華9158通過與新浪集團合作依託新浪的ICP許可證及網絡文化經營許可證而開展。倘我們新浪秀場經營所需的新浪集團的許可證（即ICP許可證及網絡文化經營許可證）（亦請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們並不擁有新浪秀標誌或新浪秀域名，而倚賴與新浪集團簽訂有關使用該等標誌及域名的許可安排」一節）遭到任何質疑，鑒於金華9158已取得ICP許可證及網絡文化經營許可證，我們認為新浪秀場的持續經營不會受到重大不利影響。

手機及網絡遊戲

我們計劃憑藉我們龐大的用戶群擴展我們的業務至手機及網絡遊戲市場。我們計劃經營由我們的內部研發團隊或由第三方按外判基準為我們研發或第三方開發商許可我們使用的遊戲。

我們現時發佈一款手機遊戲，即「三國志：國戰版」，該遊戲已於2013年8月正式推出，於2014年1月分別擁有活躍用戶及付費用戶總數約238,000人及23,000人。我們按收益共享基準自一名第三方開發商取得三國志：國戰版的使用許可，而該開發商保留其知識產權。我們計劃於2014年額外發佈六至八款手機遊戲，其中多款由我們內部開發。

過往，我們亦自第三方開發商取得網絡遊戲的使用許可，其中我們負責收款及市場推廣。我們收取向終端用戶銷售虛擬道具的現金所得款項並將餘款的一定百分比支予有關開發商。

三國志：國戰版在中國第三方手機分銷平台（例如蘋果應用商店及領先的安卓應用商店）有售。銷售遊戲購件所得款項由我們與分銷平台分割，而有關平台保留購件所得款項總額的一定百分比作為分銷費用及按每月基準將剩餘所得款項轉撥予我們。我們與該等平台的收益共享安排與行業標準一致。

此外，於2014年4月，我們的中國經營實體與北京世界星輝訂立協議，以通過360應用商店分銷我們的手機遊戲（包括三國志：國戰版），所採用的合作模式與我們應用於其他安卓應用商店者類似。

業 務

其他產品及服務

虛擬視頻

虛擬視頻是一款包含攝像機美化、網絡多媒體共享、桌面窗口實時上麥及記錄功能的視頻直播軟件，與眾多支持網絡攝像機的軟件產品及聊天室（例如QQ、MSN Messenger、新浪UC及我們平台的多用戶及單用戶視頻串流）兼容。用戶可更改各項參數，例如顏色篩選、字體、特別視頻效果以及面部及身體塑形效果，以美化其視頻串流。虛擬視頻現時僅容許用戶在來自第三方許可使用的歌曲數據庫或自用戶本地電腦設備上傳的背景音樂中歌唱。

線上到線下娛樂

我們已憑藉我們的視頻聊天知識及技術能力提供容許現實中的朋友與網絡用戶通過智能電視提供的實體娛樂場所實時互動的線上到線下娛樂服務。我們的願景是令朋友、同事及家庭得以在全球範圍內進行線上到線下聯誼，而不受地區及時間的限制，並藉助中國用戶對於卡拉OK娛樂的喜好。我們正通過於一家第三方實體卡拉OK包房營運商的49%合營權益而推行此項技術。該合營企業現時於杭州經營兩個娛樂場所。未來，我們計劃以基於雲端的技術平台身份向第三方娛樂場所營運商提供此項線上到線下服務。

新浪秀好聲音

新浪秀好聲音是我們可供蘋果及安卓系統使用的手機卡拉OK應用。該應用容許用戶通過其手機設備練唱並與其他用戶分享其表演。於最後可行日期，新浪秀好聲音擁有逾4.9百萬名註冊用戶。新浪秀好聲音包括一個「雲評級」系統，該系統可通過辨識用戶歌唱與原唱版本之間的相似性而對表演評分。

聊天室類型

我們實時社交視頻社區的實時視頻聊天室乃根據內容種類而被分類為類型。主要類型包括以下各項：

- 音樂：主播及上麥用戶可表演及參與廣泛的音樂相關活動，例如卡拉OK、現場演唱會及歌唱比賽。
- 脫口秀：主播可組織、而上麥用戶及觀眾可參與討論其感興趣的任何話題的脫口秀。該等脫口秀以傳統脫口秀形式（有一名主播）或在較為非正式的互動環境中開展。脫口秀涉及流行文化、喜劇、運動、個人健康及時事等話題。

業 務

- 社交：用戶自由搜索及進入我們的社區以遇見新朋友及交友。我們的用戶可時常遇見來自中國特定地區有著相似背景的用戶。
- 金融：對金融及投資感興趣的用戶可找到並與專家及其他用戶互動，包括我們社區的金融專家。我們的社區提供廣泛的機會供用戶相互互動並討論金融相關話題，包括實時股市趨勢及投資基礎。
- 教育：主播對一系列主題給予現場演講或個人輔導，而用戶可尋找具有類似學術及教育興趣的其他用戶。受歡迎的主題包括英語、音樂及計算機培訓。

為有助我們的用戶搜索選擇我們的實時視頻聊天室，我們已為我們的用戶創建按類型及次類型分組的網絡目錄。在各類型及次類型內，聊天室其後按受歡迎程度排列。該等網絡目錄亦可以關鍵字搜索，從而令用戶更容易搜索其通常訪問的聊天室以外的類型，以便找到並加入涉及不同興趣領域的其他聊天室。此外，各聊天室有用戶可搜索的獨特聊天室號碼。

社區的社交生態系統

我們實時社交視頻社區的特點為有一個獨特及成熟的社交生態系統，其中有相互關聯的社交元素及參與者，從而形式較高的進入門檻。我們能夠管理該生態系統的眾多網絡方面，例如通過藉我們強大的技術能力支撐「多對多」視頻串流模式、通過我們健全的內容監控系統監控用戶生成內容、管理我們平台的基礎設施需求以緊跟中國互聯網接入及質量的變化以及開發令我們平台的實時社交視頻互動有效商業化的虛擬互動方式（例如創新新型虛擬禮物及道具）。此外，我們開發支持我們平台、指引及服務條款的技術以支援我們各實時社交視頻社區內的健康生態系統。

我們社交直播生態系統的用戶來自二線至四線城市（該等城市普遍缺乏供民工進行線下社交互動的工具）以及一線城市（該等城市的民工有線下社交互動選擇，而仍然選擇使用我們的實時社交視頻平台與其朋友及家鄉的家庭成員互動）。於2014年3月26日至2014年4月1日，我們約59%的用戶來自三線及四線城市，30%來自二線城市，而11%來自一線城市。

業 務

聊天室

我們社區的實時視頻聊天室為社交生態系統的核心單位。通過我們各社區的主頁，用戶可申請創立一個永久或暫時的聊天室並成為室主。對於永久聊天室而言，申請人需有一組至少五名主播，該等主播將由我們的營運團隊按其表演能力基準評估。一旦我們批准創立一個永久聊天室，我們會向該室主及主播提供管理賬戶供其使用。該等賬戶就聊天室管理及營運而言有特權，包括有權將違反我們服務條款的用戶從聊天室移除。聊天室名稱由室主指定，一般載列聊天室主題。用戶亦可向我們支付一筆費用以開設暫時聊天室供公用或私用並邀請最多為限定數目的客人。

一旦聊天室獲創立，主播及上麥用戶可為其觀眾播放視頻串流。我們平台的所有參與者須遵守我們的服務條款，嚴禁在我們的平台散播不適當內容。我們一般將聊天室的最大規模限制在500名至2,000名同時在線用戶以維持相對較高的互動水平。一旦聊天室達到特定的受觀眾歡迎程度，負責有關社區的經銷商或會就市場推廣及發展支援事宜接洽室主。例如，分銷商可能會指定一名或多名銷售代理於聊天室負責推廣我們的虛擬貨幣。分銷商亦可能會向主播支付基於表現的獎金以激勵其內容生成及吸引新用戶。

下圖展示我們平台的典型實時視頻聊天室的各類參與者及各個方面：



業 務

下表概述我們生態系統參與者的主要數字及主要方面：

參與者	於往續記 錄期間的數字	與本公司及其他 參與者的關係	責任／活動
分銷商	<ul style="list-style-type: none"> 於2011年、2012年及2013年分別有5名、6名及4名分銷商以及於2013年12月31日有3名分銷商 各社區僅有一名分銷商 	<ul style="list-style-type: none"> 所有分銷商均獨立於本公司 與本公司訂立年度分銷協議 	<ul style="list-style-type: none"> 管理虛擬貨幣的銷售及市場推廣 僱用、培訓及管理銷售代理 招募主播及物色可獲利的類型及內容 推廣及宣傳我們的社區及品牌
銷售代理	<ul style="list-style-type: none"> 於2011年、2012年及2013年12月31日分別約有650名、1,050名及1,200名銷售代理 	<ul style="list-style-type: none"> 為與分銷商訂立二級分銷協議的多數個人 大多數獨立於分銷商 	<ul style="list-style-type: none"> 虛擬貨幣的銷售及市場推廣 促進用戶地理範圍覆蓋的擴大 向用戶提供簡單客戶服務
主播	<ul style="list-style-type: none"> 於2011年、2012年及2013年12月31日分別約有17,400名、22,400名及34,800名主播 	<ul style="list-style-type: none"> 並無與任何參與者建立僱傭關係 由分銷商招募 由分銷商根據表現目標評估及支付薪酬 	<ul style="list-style-type: none"> 生成內容及與用戶互動 吸引用戶以及促進互動及虛擬物品的消費 監控聊天室內容以遵守我們的服務條款
室主	<ul style="list-style-type: none"> 於2011年、2012年及2013年12月31日分別約有18,400名、22,600名及24,500名 	<ul style="list-style-type: none"> 並無與任何參與者建立僱傭關係 由我們通過勞工服務公司支付獎金 	<ul style="list-style-type: none"> 聊天室管理及營運，例如表演安排 促進聊天室內的互動性 監控聊天室內容以遵守我們的服務條款
用戶（包括上麥用戶及觀眾）	<ul style="list-style-type: none"> 上麥用戶：於2011年、2012年及2013年12月31日分別約有324,000名、434,000名及542,000名 月度活躍用戶：於2011年、2012年及2013年分別約有7.5百萬名、8.0百萬名及10.8百萬名 	<ul style="list-style-type: none"> 並無與任何參與者建立僱傭關係且並無由任何參與者支付薪酬 	<ul style="list-style-type: none"> 上麥用戶：生成內容及與觀眾及主播互動 觀眾：與主播、上麥用戶及其他觀眾互動

業 務

於聊天室內，主播、上麥用戶及觀眾一般互相贈予虛擬禮物，而觀眾構成送禮者之最大比例。

我們監控聊天室的用戶活躍度，並定期關閉不活躍或不受歡迎的聊天室。於2011年、2012年及2013年12月31日，我們的平台分別約有15,000個、19,000個及26,000個聊天室。

分銷商

我們與第三方分銷商合作以管理我們各實時社交視頻社區的虛擬貨幣銷售及市場推廣。分銷商管理我們生態系統的各個方面，包括招聘、培訓、激勵及管理銷售我們虛擬貨幣的銷售代理以及與我們合作以招募主播及物色在商業上可獲利的類型及聊天室內容。分銷商在發展其各自及獲指派的實時社交視頻社區方面發揮重要作用。

分銷商與我們訂立分銷協議，據此，彼等可以折扣價向我們購買虛擬貨幣。其後，彼等通過與銷售代理訂立二級分銷協議而向我們的用戶分銷虛擬貨幣，彼等按佣金基準向該等銷售代理付款。分銷商亦可向彼等所負責的社區的主播支付基於表現的獎金。請參閱「分銷模式」。

銷售代理

銷售代理主要負責為我們的實時社交視頻平台銷售及推廣虛擬貨幣。銷售代理亦向我們的用戶提供多項簡單的客戶服務，例如向用戶介紹我們平台的產品及服務、就如何使用我們的平台提供指導以及提升用戶的舒適度及與我們聊天室的社交互動。我們的分銷商對銷售代理進行市場推廣及宣傳技巧及策略方面的培訓，以幫助彼等更好地爭取新活躍用戶。

銷售代理與我們的分銷商訂立二級分銷協議，據此，彼等可按面值（我們提供予用戶的虛擬貨幣價格）向我們的分銷商購買虛擬貨幣並將有關貨幣分銷予用戶。分銷商按月度基準向銷售代理支付佣金，而有關佣金乃根據彼等所達成的銷售目標而釐定。大多數銷售代理獨立於分銷商。我們並無與銷售代理訂立任何僱傭協議亦無控制彼等所收到的佣金金額，惟要求所有銷售代理的資料（例如彼等的中國身份證及銀行賬戶資料）記錄於我們的系統。請參閱「分銷模式」。

業 務

主播

主播主要負責為我們的社區提供內容。一個聊天室可能有多個主播，各主播屬於一個「聊天室家庭」，乃通過其用戶名前面的特定標籤指定。主播往往為草根表演者，例如歌唱者、跳舞者及其他可利用我們的平台向龐大觀眾群展示其技能及才能並獲曝光的個人。我們平台的眾多主播一直為已發展有粉絲群及由我們或我們的分銷商認定為具有主播潛力或由分銷商根據其內部評估及室主反饋而推薦的上麥用戶。渴望成為主播的用戶亦可直接向我們申請。一旦彼等通過我們的評估及審批流程，並認可我們的服務條款，我們會將彼等分派至需要主播的聊天室，在有關聊天室內彼等將由該室主管理。

我們亦利用主播協助我們監控內容，方式為向彼等提供具有管理特權的特別主播賬戶。該等特權包括對用戶使用「禁麥」(取消彼等聊天的能力) 並強迫性地將用戶移除或逐出聊天室。

我們若干受歡迎的主播可能由負責彼等所在社區的分銷商根據彼等的表演及節目的受歡迎程度支付基於表現的獎金。獎金一般根據彼等聊天室每日平均觀眾及彼等聊天室內所交換虛擬禮物數目每七至十天予以支付。因此，主播被激勵生成具吸引力的內容，以吸引更多用戶及促進於我們平台的消費。我們的若干主播亦擔任彼等所佔據聊天室的室主。於該等情況下，彼等與作為室主角色有關的獎金乃直接由我們的分銷商支付。

我們並無與主播訂立任何協議，而主播並非我們的僱員。

室主

室主負責聊天室的管理及營運以及發展及安排主播及上麥用戶在聊天室表演。例如，室主安排主播於其聊天室的表演時間表。此外，室主亦負責促進其聊天室內的互動性。我們通過考慮及實施室主的若干建議及反饋以及向彼等提供彼等管理聊天室所需的工具而與彼等密切合作。我們利用室主協助我們監控內容，方式為向彼等提供具有行政特權的特別室主賬戶。該等特權包括對用戶使用「禁麥」(取消彼等聊天的能力)、強迫性地將用戶移除或逐出聊天室及將用戶互聯網協定地址於我們的平台列入黑名單。

業 務

室主並無與我們社交生態系統的任何其他各方訂立僱傭協議。我們根據聊天室的受歡迎程度及所產生的收益（一般基於高峰時段內聊天室的用戶數目及聊天室內發送的虛擬禮物數目而評估）向若干室主（一般為並非擔任主播的受歡迎聊天室的室主）支付基於表現的獎金。該等獎金亦鼓勵該等室主監控其聊天室的不當內容及確保其聊天室可持續經營。於2013年，我們有約800名非主播室主（或我們室主總數的3%）收到我們發放的獎金。

我們並無與室主建立任何類型的勞工僱傭關係。因此，除要求室主遵守我們的服務條款外，我們並無對室主的活動保持任何重大控制。我們與收到我們所發放獎金的非主播室主的關係以換取報酬的服務為特點。為方便及易於管理起見，我們通過第三方勞工服務公司向我們的非主播室主支付獎金。

上麥用戶

上麥用戶為申請及排隊以出現在我們的視頻串流上的非主播用戶。彼等為一般通過歌唱卡拉OK或參與脫口秀或於我們的聊天室討論而渴望向受眾曝光的頻繁用戶。上麥用戶並無受薪於我們生態系統的任何參與者，並完全獨立於我們及我們的分銷商。室主或會招募熟練上麥用戶成為主播。

觀眾

觀眾為我們平台社交生態系統的最大參與者群體，彼等觀看主播及上麥用戶生成的內容以及以不同方式與彼等互動。一個聊天室內的觀眾一般有著共同興趣、說著相似方言及住在或曾經住在類似地區，並正尋求友誼及社交互動。儘管眾多觀眾選擇通過發送虛擬禮物而進行互動，彼等並無責任如此行事，並可免費觀看我們所有的內容。

分銷模式

實時社交視頻平台

我們的絕大部分收益源自在我們的實時社交視頻平台銷售虛擬物品，而該等物品乃使用我們的虛擬貨幣購買。我們的各社區擁有其本身的虛擬貨幣，該等貨幣不得於其他社區使用。我們通過(i)第三方分銷商及銷售代理以及(ii)向我們網站及社區軟件用戶直接銷售而銷售虛擬貨幣。

由於中國幅員遼闊、大眾對社交直播社區相對缺乏了解以及對我們經營業務所在的中國較小的二線至四線城市的網絡支付系統相對缺乏信任以及我們龐大數目的社區，我們使用分銷商及銷售代理幫助我們管理及發展我們的生態系統。

業 務

分銷商

我們主要與獨立第三方分銷商合作以銷售及推廣我們的虛擬貨幣，符合互聯網行業慣例。通過該分銷模式，分銷商負責銷售代理的日常管理及我們平台的若干宣傳職能以提升我們實時社交視頻平台的營運效率。我們相信，我們分銷商的利益與我們的利益是一致的，原因在於彼等於實時社交視頻社區及彼等所負責的社區的發展及成功中擁有權益。於2011年、2012年及2013年，我們分別有五名、六名及四名分銷商，而於2013年12月31日，我們與覆蓋我們九個社區的三名分銷商合作，而每個社區僅有一名分銷商。

我們的分銷商為中國互聯網分銷商。我們根據其規模、經驗及表現審慎及深思熟慮地甄選分銷商。我們並不認為，我們就分銷商而言面臨重大集中風險，原因在於分銷商並非我們的最終終端用戶，過往我們已更換過分銷商，而並無對我們的經營造成任何重大不利影響。過往，由於我們的若干分銷商無法達致我們的表現要求及銷售目標，我們已終止與彼等的關係。此外，於2013年，我們其中一家分銷商的管理層團隊離開該分銷商以成立另一家分銷公司，導致我們使用其新公司滿足我們的分銷需求。我們相信，我們在與我們的分銷商磋商業務條款方面具有強大的議價能力，原因在於該等分銷商一般倚賴銷售我們的虛擬貨幣以產生其大部分收益，並往往按獨家基準與我們開展業務。

我們與分銷商訂立年度分銷協議。該等協議的業務條款載明：

- 我們的各分銷商負責就我們的一個或多個社區銷售及宣傳我們的虛擬貨幣，並可按設定的折扣基準直接向我們購買我們的虛擬貨幣；
- 我們的分銷商須遵守的指引，包括有關內容及處理客戶投訴的流程方面；
- 互聯網服務行業所特有的不競爭及保密條文；
- 分銷商並不擔任我們的代理；
- 我們可能評估該等協議條款被違反情況下的罰款；及
- 我們可於若干事件（例如違反不競爭或保密條款或無法達致最低銷售目標）發生後終止該等協議。

業 務

當一名銷售代理購買虛擬貨幣，彼通過第三方支付平台（例如環迅支付）向分銷商賬戶轉賬，該賬戶設置為根據我們分銷協議的條款自動向我們的賬戶分配款項。因此，我們就分銷商而言面臨最低收款及信貸風險，原因在於幾乎於分銷商向銷售代理銷售虛擬貨幣後即時向我們作出付款。此為我們分銷模式的另一項優點，原因在於其降低我們的現金管理風險及相關事宜。

我們的分銷商並無直接向用戶銷售我們的虛擬貨幣，而是聘用銷售代理於我們的實時視頻聊天室直接向我們的用戶銷售虛擬貨幣。我們的分銷商直接與銷售代理訂立二級分銷協議（其形式於經銷商與我們的分銷協議中有所規定）並向我們提供銷售代理的有關資料供記錄。根據該等二級分銷協議的條款，銷售代理可向分銷商購買虛擬貨幣並須按分銷商設定的價格銷售我們的虛擬貨幣。我們的分銷商要求其銷售代理向其作出按金。根據我們與分銷商的分銷協議條款，該等分銷商負責監督其銷售代理的分銷、宣傳及市場推廣活動並就該等活動承擔共同及個別責任。我們並無與銷售代理建立僱傭關係。

分銷商亦負責宣傳及推廣我們社區的聊天室。該等責任包括招募受歡迎的上麥用戶成為我們的主播及於我們現有主播所分派的社區推廣彼等。我們要求分銷商開展宣傳及市場推廣活動，並要求彼等產生相當於彼等向我們作出的虛擬貨幣購買總額折扣前價值一定百分比的最低宣傳及市場推廣開支。

於2011年、2012年及2013年，我們的最大分銷商分別佔我們自銷售虛擬貨幣所收取的現金所得款項總額的36.5%、33.4%及28.6%。於2013年，我們僅有的四家分銷商佔我們自銷售虛擬貨幣所收取的現金所得款項總額的68.4%，而於2011年及2012年，我們的五大分銷商分別佔我們自銷售虛擬貨幣所收取的現金所得款項總額的66.5%及69.1%。

於最後可行日期，董事、其聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知擁有本公司超過5%的已發行股本）概無於我們的任何分銷商擁有任何權益。

業 務

銷售代理

銷售代理主要負責於其所分派的聊天室銷售及推廣我們的虛擬貨幣。該等銷售及市場推廣活動可能包括與聊天室觀眾互動、與潛在客戶建立關係及與室主及主播合作以舉行宣傳活動。銷售代理亦可向新客戶提供輔導並向用戶提供若干簡單的客戶服務及技術支持。我們的用戶往往喜好向銷售代理購買虛擬貨幣而並非直接通過我們的軟件端或我們經營業務所在的網站購買，乃由於銷售代理所帶來的便利及銷售代理所提供的服務。於2013年12月31日，約有1,200名銷售代理與我們的分銷商訂立二級分銷協議。該等銷售代理大多數為獨立於我們分銷商的個人，各銷售代理僅可與我們其中一家分銷商訂立合約。我們並無與銷售代理建立僱傭關係。

銷售代理一般會囤積虛擬貨幣存貨，該等貨幣乃由彼等按相當於虛擬貨幣面值的價格（即向用戶提供的價格）向有關分銷商購得。當一名銷售代理購買虛擬貨幣，彼通過第三方支付平台（例如環迅支付）向分銷商賬戶轉賬，該賬戶設置為根據我們分銷協議的條款自動向我們的賬戶分配款項。於付款後，我們的系統將自動向銷售代理發送代表所購買虛擬貨幣的兌換碼。該等兌換碼為虛擬貨幣的不同幣值，而銷售代理可使用該等兌換碼對彼等作出銷售的用戶賬戶充值。

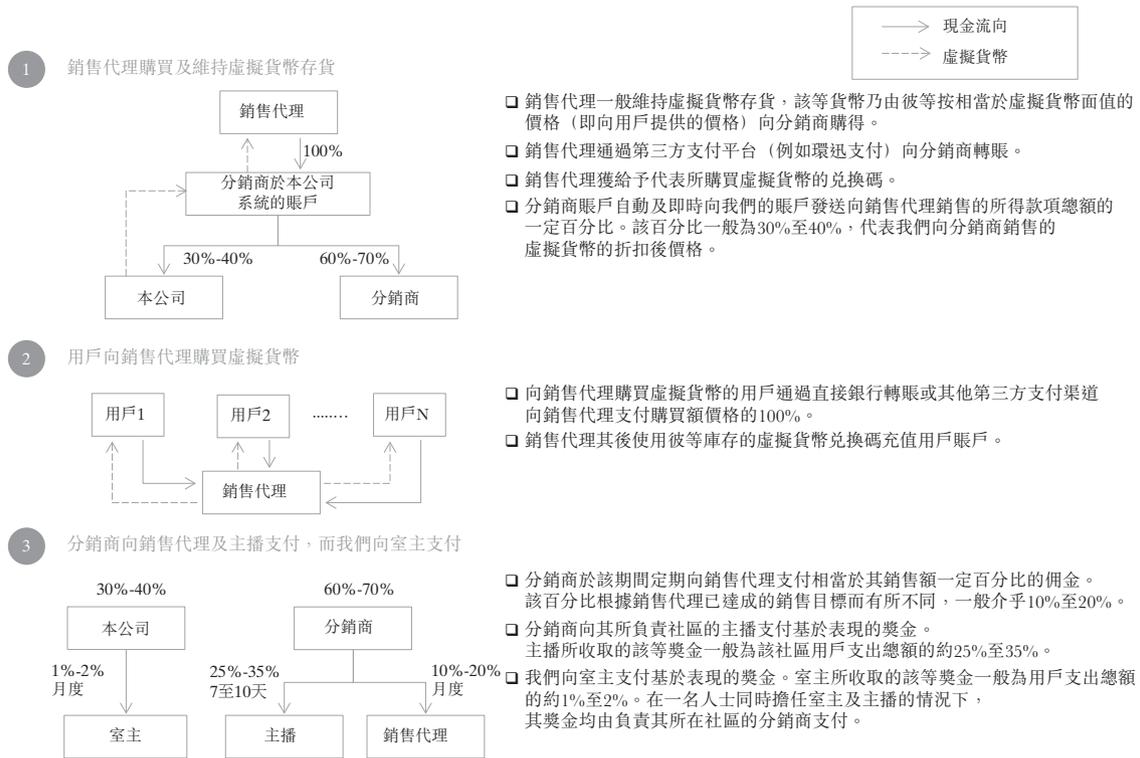
根據銷售代理與分銷商之間二級分銷協議的條款，分銷商須於該期間定期向銷售代理支付相當於銷售代理銷售額一定百分比的佣金。該百分比可能根據銷售代理的表現而有所不同，並根據有關銷售代理與分銷商之間的協議而釐定。一般而言，該百分比介乎銷售代理所作出的銷售總額的10%至20%。分銷商及銷售代理一般每七至十天結算一次佣金款項。

當一名用戶向銷售代理購買虛擬貨幣，彼通過直接銀行轉賬或任何第三方支付渠道向銷售代理支付款項。銷售代理其後將所購買虛擬貨幣充值入用戶賬戶。

此外，我們的用戶亦可選擇在網上就我們的各社區直接購買虛擬貨幣。我們及銷售代理一般就我們的虛擬貨幣向用戶收取同一售價。然而，銷售代理可選擇就每次購買給予其用戶獎勵虛擬貨幣形式的實際折扣。

業 務

下圖說明我們生態系統內第三方分銷模式項下的現金流量及經濟模式示例。各方所賺取的實際百分比可能視乎各聊天室的成功及所產生的收益而有所出入。



上圖並不適用於在網上通過第三方支付平台直接向我們購買虛擬貨幣的用戶。就直接購買而言，所有用戶支出經扣除支付平台手續費後由我們保留。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們虛擬貨幣銷售的約15%、16%及14%乃分別直接由我們向用戶作出。經計及通過第三方分銷商的銷售及通過第三方支付平台向用戶作出的直接銷售，我們保留用戶支出總額的約40%至50%。

手機及網絡遊戲

我們手機遊戲的虛擬物品乃於應用內購買。根據遊戲版本的操作系統，該等應用內購買通過蘋果應用商店或安卓手機應用商店進行。有關應用商店保留該等購買所得款項的一定百分比作為分銷費，並向我們支付餘下所得款項。

付款

就直接購買我們的虛擬貨幣而言，我們通過中國銀聯、網上銀行、環迅支付及支付寶等第三方支付平台向我們的用戶提供付款方式。根據我們與該等支付平台訂立的付款協議的條款以及行業慣例，該等支付平台向我們收取現金所得款項的一定百分比作為付款手續費。用戶在直接銷售中的付款由該等平台收取並經扣除佣金後匯寄我們。

業 務

銷售代理根據分銷協議的條款購買我們的虛擬貨幣亦通過該等第三方支付平台付款，該等平台保留部分付款作為佣金，並將餘下款項匯入分銷商的賬戶。根據分銷協議的條款，有關賬戶隨後將自動向我們匯寄付款。

訪問方式

我們令用戶得以輕易使用我們的產品及服務。鑒於基於我們專有技術的先進音視頻串流技術以及低帶寬要求，我們已開發出適合中國大多數互聯網用戶的技術規格。我們的軟件可在我們經營的網站及其他互聯網軟件下載中心免費下載。用戶亦可通過網頁直接進入我們的兩個主要社區。

持續開發手機應用，以獲取更大份額的越來越多通過移動設備訪問實時社交視頻平台的用戶，是我們策略的重要組成部分。我們已開發出手機應用，其中包含了我們普通PC端及網頁端的基本功能和服務。隨著該等手機應用的日趨流行，開發手機特有的新功能（包括令我們的主播及上麥用戶得以從移動設備獲取視頻串流的功能）及界面來迎合我們手機用戶群的需求成為我們研發策略的關鍵部分。9158視頻社區、新浪秀及我們六個較小社區的其中四個均可通過手機應用進入。

幣值化

我們主要通過實時社交視頻平台、遊戲及廣告等其他服務產生收益。

下表載列所示年度我們按業務分部劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
在線社交						
視頻平台	370,488	96.4	437,125	95.9	528,430	96.4
手機及網絡						
遊戲	2,775	0.7	2,396	0.5	2,727	0.5
其他	11,179	2.9	16,247	3.6	17,083	3.1
總計	384,442	100.0	455,768	100.0	548,240	100.0

業 務

實時社交視頻平台

我們所有的社區均免費下載及訪問。用戶可使用虛擬貨幣在平台上購買虛擬禮物並將其贈送給主播或其他用戶，以作為友誼或支持的象徵。然而，虛擬貨幣不能在用戶間轉讓。此外，用戶可購買虛擬物品以獲授特權及便利，如向社區所有登錄用戶發送信息、營造迷人的視覺及互動體驗。

當用戶收到虛擬禮物時，虛擬禮物將在其資料中永久顯示，並可向其他用戶炫耀，但不能轉贈。此外，獲贈虛擬禮物的人將自動自我們收到金額相當於虛擬禮物成本若干比例的虛擬貨幣。根據所收到禮物的成本及價值，該比例介乎0%至80%。我們建立該系統以提升我們平台的互動性及促進更多禮物的發送。

我們並無在我們的平台提供在用戶間交換虛擬貨幣的功能，且我們禁止在平台上將虛擬貨幣兌換為實際貨幣。然而，若干用戶可能選擇通過向買家贈送禮物出售其虛擬貨幣，以令買家通過我們平台以外的第三方支付平台付款。該方式令交易各方產生高額成本，原因在於買家僅收取所「轉讓」虛擬貨幣的0%至80%（如上文所述）。然而，由於該等交易乃嚴格通過第三方渠道進行且並非由我們認可，買家就該等交易而言並無任何擔保或保證，因此我們認為發生該等交易的幾率極微。因此，我們相信，通過在我們的平台贈送禮物而出售虛擬貨幣將不會令我們陷入洗錢等違反活動，原因是賣方將通過贈送產生大量成本，且我們的虛擬貨幣欠缺我們平台以外的大型及流動性市場。

虛擬禮物乃使用我們的虛擬貨幣購買，用戶可通過分銷商委聘的銷售代理或直接在網上向我們購買虛擬貨幣。虛擬貨幣的價格不會變動。虛擬貨幣沒有期限。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們虛擬貨幣銷售的約85%、84%及86%乃分別通過第三方分銷商及銷售代理做出，而我們虛擬貨幣銷售的約15%、16%及14%乃分別由我們直接做出。

我們向用戶提供各種虛擬禮物，從簡單的紅玫瑰或棒棒糖至私人飛機、遊艇甚至求婚。虛擬物品的價格介乎人民幣0.01元至人民幣100,000元。我們提供眾多的低價虛擬物品，以吸引用戶嘗試我們的付費服務及將我們的活躍用戶轉換為付費用戶，我們亦提供眾多的高價虛擬物品，以鼓勵忠實客戶消費及增加我們的月度付費用戶平均收益。我們亦時常發佈與時事及流行文化趨勢有關的新穎虛擬物品，以增加銷售額。

業 務

我們亦向購買VIP套餐的用戶提供升級版會員特權。VIP套餐可購買組合，當中包含預設金額的虛擬貨幣，亦向用戶提供一定期間內的特定會員等級。根據會員等級及期限，組合花費人民幣100元至人民幣40,000元不等。貴賓特權包括進入滿員聊天室、名字出現在聊天室用戶名單頂端及象徵身份的特殊稱號。

下表載列年度付費用戶（定義為於特定年度在我們的平台就產品或服務支付至少兩次的用戶）於往績記錄期間在我們平台所產生收益的範圍：

用戶產生的收益	佔年度付費用戶總數			每名年度付費用戶		
	的百分比			產生的平均收益		
	2011年	2012年	2013年	2011年	2012年	2013年
少於人民幣1,200元	90.8%	89.3%	88.5%	119	127	178
人民幣1,200元至						
人民幣6,000元	6.4%	7.8%	8.4%	2,668	2,685	2,771
人民幣6,000元以上	2.8%	2.9%	3.1%	25,955	26,276	26,199
總計	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,013</u>	<u>1,092</u>	<u>1,203</u>

手機及網絡遊戲

我們目前商業化經營一款手機遊戲「三國志：國戰版」。包括內部開發的若干款手機遊戲在內，預期我們將於2014年發佈額外六至八款手機遊戲。我們將憑藉我們的專業技術及知識將互動視頻功能納入該等遊戲。

我們通過銷售虛擬物品自三國志：國戰版賺取收益，預期亦將通過同一方式自未來的手機及網絡遊戲賺取收益。三國志：國戰版的虛擬物品乃通過蘋果應用商店或安卓手機應用商店（視乎手機遊戲的操作系統而定）於應用商店內購買。該等應用商店收取銷售應用內購買的款項，保留該等購買的現金所得款項的一定百分比作為分銷費，並向我們支付餘下部分。

我們以往亦合作經營第三方開發商授權使用的網絡遊戲。我們收取通過該等網絡遊戲向玩家銷售虛擬物品的現金所得款項，並向開發商支付一定百分比的餘款。

其他

我們主要通過與新浪集團合作而賺取廣告收益，新浪集團為其客戶在新浪秀及新浪秀場等新浪相關產品中投放廣告。我們亦通過廣告代理（代表廣告商）及（在較小程度上）直接自廣告商賺取廣告收益。

業 務

內容監控系統

我們的實時社交視頻平台包含實時、由用戶生成的內容，我們對該等內容進行監控，以維持健康的生態系統及遵守中國法律法規。為遵守相關法律（亦請參閱「監管概覽－與互聯網內容服務相關的法規及審查制度」）及規管用戶於實時社交視頻平台上所產生的內容，我們一直竭力開發全面的監控系統以規管有關內容，我們的監控系統包括以下組成部分：

- **服務條款。**我們平台的所有參與者（包括主播、室主、銷售代理、上麥用戶及觀眾）須遵守我們的服務條款，該條款嚴禁在平台內傳播不當內容。我們的內部政策將被禁內容及行為細分為三個類別：低俗內容、違規表演及其他違法行為。我們進一步詳列各類別內的被禁止內容及行為，如煽動性語言、全部或部分裸露、不當的挑逗性語言及肢體動作、對聊天室其他用戶的侮辱性語言或行為以及促進非法交易或活動的信息。
- **自動偵測系統。**於視頻串流直播期間，根據聊天室的類型及話題，系統將每一至三分鐘對各視頻串流進行拍攝快照。我們隨後利用先進、專有並可自動識別不雅或不當內容的軟件篩選技術自動檢查屏幕截圖。有關該篩選技術的其他詳情，請參閱「技術－內容監控」。經篩選的內容將被發送至監控中心，以待我們的值班員工進行進一步詳細審查。我們亦備有自動系統檢測敏感及／或不當字眼及詞句。
- **內容監控員工。**我們有一支由74名僱員組成的專門內容監控團隊，負責準確迅速地檢測違反服務條款的行為並落實我們的內部政策，以確保出現在平台上的內容符合適用法律法規。我們對該等僱員進行培訓，以識別可能違反服務條款的行為以及評估應對該等行為採取的行動。彼等的職責包括進一步審查已識別可能違反服務條款的行為（在需要時對視頻串流記錄進行再次屏幕截圖）、對屏幕截圖進行分類及根據我們的內部政策採取行動。此外，我們亦安排內容監控員工一天24小時、一周七天隨機檢查聊天室的違規行為，為人工監控再添保障。我們的員工須於發現任何可能違規行為時立即採取行動。

業 務

- *聊天室參與者的自我監管*。此外，主播及室主亦負責監控其聊天室的內容，確保有關內容符合我們的服務條款。我們向主播及室主提供管理賬號，給予彼等特權，如對用戶使用「禁麥」（取消彼等聊天的能力）及強制性地將用戶逐出聊天室或禁止用戶進入聊天室。屢次違反服務條款的聊天室或被暫時或永久關閉，我們藉此激勵主播及室主確保其聊天室遵守服務條款。此外，用戶可以通過各社區首頁的「舉報」選項舉報任何違反服務條款的行為。
- *所採取行動*。我們根據嚴格的政策及適用法規處理不同程度的違規行為。我們處理輕微違規行為的行動可能包括警告、切斷視頻串流或暫時中斷視頻串流及／或賬戶，並進行後續審核以確保有效實施及整改。如屬嚴重違規行為（如色情表演），則永久刪除相關賬號並沒收所有虛擬貨幣及物品，而有關聊天室亦或會被永久關閉。此外，我們與地方公安局緊密合作並制訂了內部監控及報告計劃，根據該類計劃，我們將向地方公安局即時報告吸毒等嚴重違法行為。我們對所有違反服務條款的行為進行總結，並每週向負責監控互聯網內容的地方機關彙報。我們保留違反服務條款的記錄至少兩年，並根據服務條款對反復違規行為進行處罰，包括永久刪除賬號及關閉聊天室。
- *持續改進內容監控措施*。我們定期審閱及更新我們的內部政策及服務條款，並積極與適當的司法機關保持定期對話。隨著業務的增長及日益流行，我們已將內容監控團隊的規模由2011年12月31日的約47人擴大至於2013年12月31日的74人，以確保我們有足夠能力識別我們平台上違反適用法律法規的行為。我們亦不斷對僱員進行培訓，告知彼等識別可能違規行為（包括用戶故意隱藏或掩飾的違規行為）的最佳方法，同時激勵彼等識別可能違規作為。隨著用戶趨勢及監管環境的轉變，我們將繼續檢討及提升整個內容監控系統的有效性，如增加內容監控團隊的規模及截屏頻率。我們的法律及合規團隊亦將繼續監控關注相關法律法規，以確保我們的平台及內容監控系統遵守有關規定。

我們已獲中國法律顧問告知，中國經營實體根據我們的內容監控系統為實時監控其所提供產品及服務而採取的措施及方法並未違反相關中國法律。

業 務

此外，根據《中華人民共和國行政處罰法》，沒有法律依據的行政處罰是無效的，倘信息服務供應商本身並未於第三方非法活動中違反中國法律法規，現行中國法律法規並未訂明須就第三方非法活動對信息服務供應商施加處罰或信息服務供應商須對第三方非法活動負有法律責任。因此，我們獲中國法律顧問進一步告知，若中國經營實體已根據上述內容監控系統進行內容監控，則於任何用戶或參與者有違法行為或提供任何違法內容時，只要中國經營實體及其僱員並未參與該等違法行為，且無意進行該等行為或於出現有關違法行為時並無嚴重疏忽，中國經營實體不會僅因有關第三方的違法行為而對違反中國內容監控相關法律法規負有法律責任。

平台上用戶生成內容過於繁多，即使竭力開發及完善全面內容監控系統，我們亦不大可能檢測到平台上出現的所有含有不當內容的事件。例如，儘管我們的系統每一至三分鐘對各視頻串流拍攝一次快照，以檢測不雅或不當內容，但該等內容或會因出現在快照拍攝間隙而無法被系統捕捉。另外，儘管我們的內容監控員工對聊天室違反服務條款的行為進行隨機檢查，彼等亦不大可能發現所發生的所有違規行為。此外，由於若干類型的不當內容（如吸毒及政治敏感性內容）因被掩飾而不大易被發現，我們的自有軟件、監控員工或甚至我們的室主未必能檢測到該等內容。例如，於2011年8月，曾出現用戶通過易拉罐及吸管吸食毒品並通過我們的平台播放有關吸毒視頻的事件。由於我們的內容監控團隊以往未曾遇到過這種吸毒方式，該等違反服務條款的行為未被檢測出，有關視頻串流持續了一段時間。該等事件隨後被金華市公安局立案調查，我們積極配合並協助進行有關調查。金華市公安局隨後於2014年2月24日向我們發出確認函，確認我們並未違反任何法律法規，並指出在其對我們平台上出現的吸毒事件進行調查時，我們已全力配合並提供了重要的幫助。自該等事件後，我們已對檢測在平台上吸毒的內容監控程序進行了加強，如開發音頻記錄及文本檢測軟件及就如何更好更準確地識別不同類型及方式的毒品吸食對內容監控員工進行培訓。此外，我們向金華市公安局提供與我們內容監控員工所使用相同的特權用戶賬戶，該賬戶可一週七天每天二十四小時全方位登錄我們的全部實時社交視頻社區（多多遊戲（公安局指出並無必要）除外），從而令公安局得以監控及監督我們實時視頻聊天室的活動。

業 務

下表載列我們已採取行動處理並向有關機關報告的平台上出現的可能違反服務條款的行為明細：

違規行為的類別	截至12月31日止年度			截至2014年
	2011年	2012年	2013年	5月31日止 五個月
淫穢.....	9,259	4,664	4,874	2,341
低俗.....	5,053	2,964	2,409	1,176
吸毒.....	185	165	312	121
其他.....	470	257	351	181
總計.....	<u>14,967</u>	<u>8,050</u>	<u>7,946</u>	<u>3,819</u>

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未因平台上出現不當或違法內容而自政府機關接獲任何警告，或被政府機關施加任何罰款。

此外，根據文化部及新聞出版總署浙江省地方行政主管部門以及公安部杭州市及金華市地方行政主管部門有關「掃黃打非－淨網2014」專項行動（請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的業務及營運可能受到中國政府「淨網2014」專項行動及其他互聯網監管活動的重大不利影響」一節）的確認，相關機關並不知悉任何有關中國經營實體從事任何違法犯罪活動的舉報或投訴，亦未對中國經營實體提起任何訴訟或實施任何懲罰。儘管文化部及新聞出版總署亦分別承擔監督及監測全國互聯網文化業務活動及互聯網出版的職能，對中國經營實體擁有管轄權，及由於我們的用戶分佈廣泛，浙江省以外的公安機關亦可能擁有管轄權對中國經營實體立案調查，本公司了解到浙江省層面的政府機關乃出具有關專項行動的確認函或採訪專項活動的適當權威機關。由於(i)所有的中國經營實體乃分別於浙江省杭州市及金華市註冊；(ii)中國經營實體於浙江省開展業務；及(iii)中國經營實體所營運的實時社交視頻社區服務器均位於金華市，根據相關中國法律有關政府機關管轄權分配的規定，新聞出版總署及文化部省級機關即為負責處理及處罰行政區內違反行為的主要機構，同時，該等省級機關亦對有關中國經營實體擁有管轄權；公安部杭州市及金華市地方行政主管部門亦對中國經營實體具有管轄權，亦知悉其他地方公安機關是否對中國經營實體進行傳召、逮捕或拘留。此外，就有關機關出具的專項行動書面確認而言，中國法律顧問認為，上述書面確認的陳述遭致其他機關質疑的可能性不大。

業 務

與新浪的戰略合作

根據系列C[編纂]股份認購協議，新浪集團同意在若干領域與我們展開合作。有關合作安排載列雙方合作的高級原則，包括新浪秀商標及域名的許可、市場推廣及廣告。就合作安排而言，我們已與新浪集團訂立附屬協議（如新浪秀IP協議），以載列雙方合作的詳情。根據新浪秀IP協議，我們獲授獨家權利以與新浪集團合作經營新浪秀社區，並有權收取經營所得的全部收益。此外，於2014年3月，我們與新浪集團擴大新浪秀IP協議的適用範圍，據此，新浪集團就經營相關新浪平台授予我們免費使用新浪秀標記的獨家許可，以及非獨家使用新浪秀商標的權利。該許可的有效期至2020年止。合作安排並無載列任何與新浪秀IP協議的交叉違約條文。

作為共同進行市場推廣的一部分，新浪集團在其門戶網站及平台（如新浪的門戶網頁及新浪備受歡迎的微型博客新浪微博）推廣新浪秀。通過與新浪集團合作，我們得以利用新浪的品牌及資源，並獲取接觸其廣大用戶群體的機會。新浪集團亦幫助我們向廣大客戶（包括新浪本身的客戶）銷售我們若干社區的廣告條幅，同時亦向我們提供技術及營運支援。

由於新浪集團有權分享合作安排項下若干服務（如廣告、無線支付及通訊服務）產生的所得款項，故我們與新浪集團均從合作安排中獲益。誠如新浪秀IP協議中訂明的續期權所示，雙方有意於期限屆滿後重續有關協議。

倘合作安排及／或新浪秀IP協議於合約屆滿後未能重續，我們的董事認為，本集團已做好充分準備應對有關未能重續產生的任何潛在影響，原因是(i)我們的實時社交視頻社區乃因為「多對多」視頻串流模式、涉獵廣泛的視頻內容、高用戶互動水平及主播質素而吸引用戶，而非因有關社區出現的「新浪秀」網站的名稱或標記；(ii)由於新浪秀為以客戶端應用為基礎的社區，現有客戶在下載應用程序後將無需再次訪問新浪秀域名，域名的任何變動對該等用戶產生的影響將微不足道；(iii)我們擁有及／或管理新浪秀及新浪秀場最為重要的資源，包括用戶數據、技術、技術訣竅、僱員及社交生態系統；及(iv)我們一直有並會繼續通過除新浪集團外的其他市場推廣渠道投資於宣傳及廣告活動。在擴大我們產品類型（如手機遊戲及線上到線下卡拉OK應用）的同時，我們亦致力於改進我們的現有產品。

業 務

客戶服務

於最後可行日期，我們有一支由78名服務代表組成的專門客戶服務團隊，我們提供一週七天每天二十四小時開放的客戶服務熱線。

我們的用戶可隨時通過電話、網絡聊天及電郵發送信息提交諮詢、反饋或投訴。在收到用戶投訴或諮詢後，我們的客戶服務團隊將即時進行測試並回應。我們的客戶服務代表將向用戶提供詳盡的解釋及指導，解決有關功能及服務特性的問題。投訴須於一至三個營業日內解決。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未自用戶接獲任何對我們的業務產生重大不利影響的重大投訴。

我們認為，出色的客戶服務為我們挽留用戶及從競爭對手中脫穎而出發揮重要作用。我們擁有專門的客戶服務代表滿足高消費VIP客戶的需求。我們的客戶服務團隊亦通過與用戶互動、產品評價及網絡論壇收集有價值的第一手客戶體驗及反饋。我們利用該等資料更好地瞭解客戶喜好，從而進一步提升我們的服務及產品。我們的客戶服務代表協助客戶處理其面臨的技術困難，並協助其進行付款。我們記錄系統漏洞及客戶反饋，技術部門將藉以提升我們的產品及服務。

銷售及市場推廣

我們實施各種市場推廣及宣傳措施以宣傳我們的社區及品牌。我們通過網絡廣告、中國主要互聯網門戶網站（如Baidu.com及360.cn）的關鍵字搜索以及與新浪集團合作宣傳我們的平台。我們亦策劃不同的市場推廣活動來提高品牌認知度及增加客戶黏性。例如，我們於2013年舉辦新浪秀年度卡拉OK大賽，有230個聊天室參加，同時在線用戶峰值約70,000人。

我們的室主及銷售代理每天開展銷售及市場推廣活動。我們的室主及銷售代理主要通過平台實時溝通鼓勵用戶購買虛擬貨幣及虛擬物品。我們公佈聊天室最活躍用戶排名。我們亦舉辦宣傳活動（如免費贈送虛擬物品或虛擬貨幣），以吸引更多用戶及鼓勵該等用戶參與聊天室活動。

供應商

我們所用的服務器、帶寬及廣告服務主要依賴第三方供應商。

業 務

服務器託管及帶寬租賃

我們根據服務質量、價格及我們的業務需求甄選服務器託管及帶寬供應商。我們一般與供應商訂立服務器託管及帶寬租賃協議，協議為期一年，除非一方於屆滿前另行書面通知另一方，否則將於屆滿後自動重續。根據我們的服務器託管或帶寬租賃協議：

- 供應商提供服務器託管或帶寬服務，並向我們提供技術報告；
- 我們通常按月向該等供應商支付固定服務費；
- 供應商負責維護我們提供的設備；
- 我們有權使用供應商分配的IP地址，惟須遵守有關互聯網安全的中國相關法律法規；及
- 倘供應商未能滿足若干服務標準，我們一般有權終止協議。

廣告代理

我們委聘第三方廣告代理購買廣告及於中國主要互聯網門戶網站的關鍵字搜索服務。我們一般與廣告代理訂立廣告服務協議，協議為期一年，除非一方於屆滿前另行書面通知另一方，否則將於屆滿後自動重續。

遊戲開發商

我們將若干手機及網絡遊戲的開發外判予第三方遊戲開發商。我們保留在該等安排下所開發遊戲的知識產權。我們亦獲許可按收益共享基準發佈第三方開發商的手機及網絡遊戲。開發商保留其向我們授權遊戲的知識產權。

付款及分銷平台

請參閱「付款」及「幣值化－手機及網絡遊戲」。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度各年，我們自最大供應商產生的費用分別佔該等期間我們銷售成本及供應商應佔開支的12.4%、13.4%及5.0%。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度各年，我們自五大供應商產生的費用分別佔該等期間我們銷售成本及供應商應佔開支的42.7%、40.2%及22.0%。我們於2011年、2012年及2013年各年的五大供應商為廣告代理、服務器託管及帶寬供應商以及遊戲開發商。

業 務

我們認為，我們並未面臨與供應商成本變動有關的任何重大風險。於最後可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或本公司任何股東（擁有或就董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的人士）於我們的任何五大供應商擁有任何權益。

技術

我們先進的技術基礎設施及能力令我們得以高效地解決與提供高水平用戶體驗相關的技術挑戰。我們的平台具有以下特點：

內容監控

我們的實時社交視頻社區均包含由用戶生成的內容，我們對該等內容進行積極監控，以維持健康的生態系統及遵守中國法律法規。我們已自主開發一套監控系統，該系統根據聊天室的類型及話題，每一至三分鐘隨機對所有視頻聊天室進行屏幕截圖。使用「智能」圖像檢測技術，我們可以識別不良圖像，並隨後將該等圖片發送至我們的內容監控部門以作進一步處理。該基於多層特徵的不良圖像自動過濾系統專利技術乃於2010年開發，旨在通過面部特徵及膚色等人體的可識別特徵，準確檢測不當視覺內容，如全身裸露或帶有性暗示的胸部、肩膀、下肢或其他部位的部分裸露。例如，我們的過濾系統使用可檢測特殊面部特徵（例如眼睛、鼻子及嘴巴）的技術並計算面部所佔據屏幕截圖區域的比例。具有足夠大的面部所佔據區域比例的屏幕截圖可被認為屬「健康」，原因在於現實中這種情況下難以或不可能令其餘身體不雅部位顯露。具有較低的面部所佔據區域比例的屏幕截圖將使用膚色檢測技術進行進一步自動評估，此可通過一般身體特徵數據庫識別所顯露皮膚區域以及有關皮膚是否來自身體不當部位，例如胸部及下身。我們的過濾系統能夠檢測肉眼可視的全部特徵（例如在微弱燈光情況下）以及一般與我們的用戶群相關的膚色。在層疊架構的支援下（在該架構下，我們對更多潛在可疑內容展開力度更大的識別工作），該系統可取得較高的準確率，並將誤報率降至最低。

例如，於浙江省電子信息產品檢驗所（中國實驗室國家認可委員會認可的檢驗機構）在2011年8月開展的獨立檢驗中，我們的不當內容自動過濾系統能夠達致正識別率逾88%及漏報率低於14%，我們相信此數據領先我們行業標準。另外，該系統由浙江武林新產品新技術鑒定中心（浙江省科學技術廳批准的民辦非企業單位）評估，其結論為

業 務

我們的系統為互聯網不當圖像及視頻內容的成功的過濾平台。此外，金華市公安局網警已於2014年3月向我們提供證明，證明我們的內容監控系統及自動過濾技術可有效開展實時監控及相應地處理據稱違反有關法律法規（例如《中華人民共和國計算機信息系統安全保護條例》、公安部頒佈的《計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法》）的網站內容及信息。

我們的研發團隊一直致力於提高該屏幕截圖過濾系統的準確度及優勢。我們亦已努力改善內容監控部門可使用的工具（如更快的屏幕截圖刷新頻率及系統重啟時間），以協助其工作。我們亦已開發通過音頻記錄自動檢測不當內容的專利技術，現正將該技術應用於我們的內容監控系統。我們亦使用一項程序，旨在定期清除我們平台上與敏感性或不當關鍵字或語言相關的文本內容。包含若干關鍵字的內容亦會被自動過濾且不能於平台上成功發佈或輸入。我們相信，該等音頻記錄及文本偵測系統將有助於我們識別通過屏幕截圖不易檢測到的不當內容（如吸毒）。我們將繼續強化我們自動化截屏過濾系統的效能並通過開發新技術以識別其他可能屬不適當的內容。例如，我們於2013年3月為一項全新的面部識別檢測技術申請專利，並於2013年7月為一項自動聊天機器人技術申請專利，自動聊天機器人能夠幫助我們識別不當內容並自動提醒我們的用戶我們的服務條款。

先進的視頻串流能力

我們的技術基礎設施實現了用戶間的跨設備實時互動。例如，我們已獨立研發令上傳及下載內容可同時進行的後台基礎設施。我們已升級實時數碼音頻／視頻CDN（專有技術），以允許我們的用戶根據不同的基準分析，選擇及連接速度更快的服務器。我們相信，我們是業內唯一一家擁有可同時連接十個音視頻資源的技術能力的公司。我們平台的相關技術基礎設施可在任意指定時間支持每個聊天室多達100,000名用戶同時在線及50,000個直播視頻串流。

業 務

視頻及音頻質量

我們致力於採納可於多種設備及網絡應用的最新視頻及音頻行業標準。我們的技術允許我們在最大程度上減少傳輸內容所佔用帶寬的同時，提供清晰的影音傳輸。我們的技術基礎設施旨在令我們的實時視頻聊天室的音頻混響效果，達致與現場卡拉OK硬件相當的水準。此外，我們就視頻串流相關數據增加緩衝器，以確保在因互聯網連接不佳致使數據丟失高達30%的情況下，仍可不斷地向用戶傳輸數據，這高於行業平均水平。此外，我們社區的手機應用可以在低端手機上流暢運行，最低帶寬要求僅約為每秒15千字節。

我們投入大量的資源，維護及開發多音頻及互聯網音頻協議品質保證機制的創造性結合，以最大化減少數據丟失及干擾。我們應用的機制包括雲智能路由、低速率冗餘解決方案、上行前向糾錯流程及自適應抖動。我們使用路由算法，優化雲網絡音頻及視頻數據的傳送，從而使我們可以提供質量穩定的服務，將延遲降至最低。

雲服務

我們的專家團隊已開發出雲端網絡基礎設施，該網絡基礎設施專門設計用於處理多方音頻及視頻實時在線互動。我們擁有約1,000個服務器，由遍佈中國的20多個互聯網數據中心託管。我們的雲端網路基礎設施提供優質的數據傳輸，並允許多用戶於中國各地區以最小的延遲輕鬆實現在線互動。

我們的雲端服務器亦支持若干特色功能，以提升用戶體驗。例如，用戶可記錄及保存可上傳至其他受歡迎網絡電視平台的現場表演內容。此外，用戶可訪問能辨識用戶與原唱相似度的「雲評級」系統。

我們的系統設計著重可擴展性及可靠性，以支持我們用戶群的增長。我們的快速的視頻串流速度及可靠的服務很大程度上得益於服務器數量，鑒於在我們網絡的任何高流量地區租賃數據中心託管額外服務器的成本較低，我們亦可相對輕鬆地增加服務器數量。我們相信，我們目前的網絡設施及帶寬容量足以令我們開展目前的業務，且可相對迅速地擴展以獲得更高的容量。我們租賃的帶寬量在不斷擴大，足以反映同時在線用戶峰值的增加。

業 務

穩定性及安全性

倘因惡意攻擊、系統錯誤或其他原因導致單點服務器故障，我們動用組成服務器組的高可用性集群以提供足夠的備份並確保服務的持續。我們的高可用性數據系統確保，一旦主服務器遭遇技術困難，備份服務器將立刻連接我們的網絡。此外，我們內部開發的操作及維護系統嚴密不間斷地監控資源（如CPU、內存）的利用及常見技術問題，並就不常見的技術難題向我們的技術團隊作出提醒。因此，我們的平台高度穩定。我們已使用最高等級的防火牆服務（包括專業Anti-DDoS系統）以防禦複雜的網絡攻擊。

此外，我們的所有用戶數據均已加密並儲存於受訪問控制保護的內部服務器（而非客戶端服務器）的至少兩處不同地方，並進一步於我們的遠程救災恢復系統備份，以儘量降低數據丟失的可能性。一旦發現黑客攻擊，我們的技術團隊將立即與相關服務器供應商的地方支援人員協調以診斷及解決技術問題。於往績記錄期間及直至最後可行日期的隨後期間，我們並無遭遇任何重大網路中斷或黑客攻擊事件。

研發

我們相信，我們根據用戶群的需求開發互聯網及手機應用及服務的能力是我們業務成功的關鍵因素。我們一直能夠迅速擴展我們的產品開發產出，提供範圍日益廣泛的產品及服務，以滿足不斷變化的用戶需求及最大限度地提升用戶體驗品質。為維持並加強我們的市場領導者地位，我們將需繼續在研發上投資，以提升我們的產品及服務。此外，為與我們進軍手機遊戲領域的業務策略保持一致，我們亦專注於手機遊戲（尤其是帶有社交互動視頻功能的手機遊戲）的自主開發。

截至2013年12月31日，我們共有315名研發僱員。我們的研發人員平均擁有逾三年的從業經驗，其中逾50%的研發人員已在本公司工作兩年以上。約10%的研發團隊成員持有碩士或以上學位，約90%持有學士學位。我們平台的所有特色功能均由內部團隊設計開發，包括多種互動音頻及視頻技術。我們預期會繼續由內部團隊開發我們所有的核心技術。

我們的產品開發及研發投入集中於實時社交視頻行業的領先技術開發及最佳用戶體驗方面。長遠來講，我們旨在成為中國的設備及網絡兼容平台，讓我們運營的平台實質上可於任何電腦或操作系統以及多種硬件及設備平台（包括移動設備及智能電視）運行。憑藉在實時、組播視頻串流方面的優勢及技術能力，我們正對手機遊戲及線上到線下服務商機進行投資。

業 務

競爭

我們於實時社交視頻社區市場的主要競爭對手包括歡聚時代營運的YY音樂、北京光線傳媒股份有限公司營運的呱呱及北京六間房科技有限公司營運的六間房。此外，我們與向中國互聯網用戶提供音頻及視頻服務的其他互聯網公司競爭，亦就網絡廣告收益與在中國銷售網絡廣告服務的其他互聯網公司競爭。另外，我們可能面臨來自全球在線社交供應商的潛在競爭，彼等獨立或通過與中國互聯網公司結成策略性聯盟或收購中國互聯網公司尋求進軍中國市場。

我們認為，我們所處行業的進入壁壘相對較高，因為在中國通過常不穩定的互聯網連接傳輸音頻及視頻資料面臨著技術難題。此外，我們認為，除非競爭者已經達到一定規模，否則將很難經濟有效地解決當一個平台同時接待大量用戶時所出現的實際操作困難。這進而會導致不能及時解決所出現的技術問題，從而影響用戶體驗。

有關競爭相關風險的討論，請參閱「風險因素－我們的若干主要業務面臨競爭。倘我們未能有效競爭，我們或會失去用戶，而我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響」。

知識產權

我們認為我們的專有域名、版權、商標、商業機密及其他知識產權對我們的業務運營十分關鍵。我們倚賴專利、版權、商標及商業機密方面的法律來保護我們的知識產權。於最後可行日期，我們已：

- 於中國註冊八項商標，包括9158.com的標記「」；
- 註冊37項域名，包括9158.com、sinashow.com和99xiu.com；
- 於中國註冊一項專利，與基於多層特徵的不良圖像自動過濾方法有關；及
- 於中國註冊219項版權，該等版權與我們所有的網絡社區、網絡遊戲及其他產品有關。

業 務

截至最後可行日期，我們於中國有105項待批准商標註冊申請，於香港有14項待批准商標註冊申請。我們已獨立或聯同第三方於中國提出四項待批准專利註冊申請。我們大部分知識產權由杭州天格及浙江天格擁有，而漢唐、金華9158及金華玖玖擁有若干商標、版權及域名，以便彼等按相關中國政府機構的要求維持及更新其營業牌照。有關我們主要知識產權的詳細資料，請參閱「附錄四－法定及一般資料－B. 有關本公司業務的其他資料－2.我們的重大知識產權」。

除申請註冊商標和專利外，我們實施綜合措施來保護我們的知識產權。我們保護知識產權的主要措施包括：(i)於推出新產品前進行商標檢索；(ii)及時就我們的重大技術及自主研發軟件向相關部門註冊及備案並申請專利權；及(iii)對專有信息實施整體源代碼保護。

此外，我們與第三方所訂立合作技術開發協議亦包含保證及補救條款，以保護我們不致侵犯知識產權。我們與新浪集團訂有知識產權特許安排，據此，新浪集團就我們的社區授予我們無償使用新浪秀標記的獨家特許權，以及使用新浪秀商標的非獨家權利。該特許安排持續至2020年。我們並不擁有「新浪」品牌名，乃倚賴與新浪集團訂立的特許安排使用該等品牌名。有關詳情，請參閱「風險因素－我們並不擁有新浪秀標誌或新浪秀域名，而倚賴與新浪集團簽訂有關使用該等標誌及域名的許可安排」。

傅先生已訂立彌償函件，以就我們平台及軟件內容導致的任何侵犯第三方知識產權事件（以於我們[編纂]前至[編纂]後三年內發生者為限）所引致的任何責任向我們作出彌償保證。該彌償保證將於[編纂]後生效。

儘管我們積極採取措施保護我們的知識產權，惟難免有一些我們無法控制的情況出現，對我們的知識產權構成威脅。我們採取的措施或許不足以防止他人侵犯或盜用我們的知識產權。

同樣，我們也無法確定我們的產品和服務沒有或將不會侵犯第三方持有的有效專利權、版權或其他知識產權。尤其是，我們平台的內容可能會侵犯第三方的知識產權。現時，於我們平台發現有兩類涉及第三方知識產權的內容：(i)用戶於實時視頻聊

業 務

天中所播放的音樂或視頻串流內容（用戶於我們的實時社交視頻社區提供的直播表演或內容形式）以及(ii)我們直接提供的音樂或視頻串流內容（主要包括我們虛擬視頻軟件內的獲許可歌曲數據庫及我們視頻串流網站www.cnmj.com.cn的獲許可電影）。為降低因該等類型音樂及視頻串流內容而產生的侵權責任風險，本公司已實施下列措施：

- 就用戶提供的內容而言，我們已建立互聯網協定違反報告系統，符合《信息網絡傳播權保護條例》以及其他有關法律法規。該系統及其相關內部政策及措施確保我們將於收到有關內容侵犯第三方知識產權的確認報告後即時採取行動。根據該系統及相關內部政策，我們將向首次侵權用戶發出警告、暫時中止第二次侵權者的賬戶及永久終止第三次侵權者的賬戶。
- 就我們直接提供的內容而言，我們已通過多份許可協議獲得所需的全部有關許可證，因此，我們獲准提供有關內容。根據我們的內部控制政策，我們須：(a)於我們的平台及軟件提供任何第三方內容前簽署許可協議以及(b)於簽署該等許可協議前，我們須核查許可人提供的書面文件以確保許可人為原版權擁有人或擁有原版權擁有人的合法授權以使用有關內容。
- 我們的服務條款要求用戶同意不通過視頻串流發放或以其他形式提供任何侵犯第三方知識產權的內容。

然而，由於我們用戶提供的內容乃通過視頻直播流提供及有關內容並無以任何方式記錄或保留供重複觀看及使用以及我們平台存在大量用戶生成內容，我們無法偵測到我們的用戶可能侵犯第三方知識產權的全部情形。此外，有關政府機關並無頒佈明確實施細則或指引，指示倘存在於互聯網平台登載的實時內容所引致的據稱知識產權侵權事宜，政府機關會如何實施及執行有關針對互聯網平台營運商的知識產權法律法規。

因此，我們或許會不時遇到與他人知識產權有關的訴訟及索賠。請參閱「風險因素－我們可能遭遇知識產權侵權索償，而作出抗辯可能耗時且成本高昂，並可能分散我們的財務及管理資源」。

截至最後可行日期，我們並無侵犯第三方於中國的商標、許可及其他知識產權，繼而招致任何重大爭議或索償。

業 務

員工

於2011年、2012年及2013年12月31日，我們分別有804名、877名及898名員工。於2013年12月31日，我們並無員工位於中國境外。下表按職能劃分載列我們於2013年12月31日的員工明細：

	員工人數	佔總數百分比
營運.....	330	36.7%
銷售及市場推廣	137	15.3%
研發.....	315	35.1%
一般及行政	116	12.9%
總計.....	898	100%

我們的成功取決於我們吸引、挽留並激勵高素質人才的能力。我們採納嚴格的高標準招聘程序，確保新聘員工具備高素質；同時善用多種招聘方式（包括校園招聘、網上招聘、內部推薦及通過獵頭公司或代理進行招聘）滿足我們對不同類型人才的需求。我們培育了一種鼓勵主動精神、技術優勢和自我發展的企業文化。另外，我們向新招聘員工提供健全的培訓計劃，我們認為該等培訓計劃可有效將新入職員工打造成具備我們員工應有的技術基礎及職業道德。

按照中國法律的要求，我們參加了由省、市一級政府組織的強制性員工社會保險計劃，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。本公司與員工須按特定百分比承擔社會保險計劃的成本。我們須遵守中國法律按員工工資、獎金及某些津貼的一定比例向員工社會保險計劃供款，惟以當地政府不時規定的最高限額為限。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們所作出的界定供款退休計劃供款以及其他社會保險開支、住房福利及其他員工福利共計分別約為人民幣10.7百萬元、人民幣15.6百萬元及人民幣17.2百萬元。此外，我們亦向員工授出購股權及受限制股份單位，以激勵彼等為我們的成長作出貢獻。相關詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－D.股份獎勵計劃」。

業 務

針對保密、知識產權、僱傭、商業道德政策及不競爭等方面，我們與大部分主管、經理及員工訂立標準的合同及協議。該等合同一般載有一項不競爭條款，由其任職當日起生效，直至離職後一年為止；亦載有一項保密條款，於其任職期間及離職後一直有效。

我們員工並無成立任何員工工會或聯合會。我們相信，我們與員工維持良好的工作關係，且我們於往績記錄期間從未經歷任何重大勞資糾紛，亦從未於為我們的業務營運招聘員工時遇到任何困難。

物業

我們在中國杭州購買總建築面積為5,373平方米的辦公物業作為我們的總部。此次購買的總成本為人民幣101.0百萬元。尚未就該辦公物業取得業權證明書。截至最後可行日期，我們於中國杭州、金華及北京租賃了建築面積合計為7,690平方米的商用設施作為辦公場所。

該等租賃設施目前為我們的管理總部、主要的開發、工程、銷售和市場推廣、人力資源和行政活動提供空間。另外，我們還有辦事處用於推廣活動。我們所有的業主均為獨立第三方。我們所簽訂租賃協議的租期長短不一，從約12個月到38個月不等，到期時間介乎2014年6月底至2016年2月。我們的服務器位於在中國不同地理區域租賃的互聯網數據中心。我們一般簽訂可一年更新一次的租賃和主機服務協議。

我們的12項租賃商業物業中，3項物業的業主未能提供充分業權證明書或有效授權文據。缺少該等業權證明書或有效授權文據令我們難以判斷出租人是否有權租賃物業及出租人是否為物業的合法擁有人或是否已獲合法擁有人正式授權，亦對我們租賃協議的有效性及其可強制執行性構成重大不利影響。

我們的12項租賃商業物業中，11項相關租賃未予註冊。租賃註冊並非租賃協議有效性的強制性條件，未予註冊亦不會影響租賃協議的合法性或妨礙我們使用相關物業。我們可能因租賃未予註冊而須就每項未註冊租賃繳納最高達人民幣10,000元的行政罰款。

業 務

儘管存在上述缺陷，我們認為，該等缺陷對我們的業務營運影響不大及我們所有的物業安全可靠。在該等物業並無業權瑕疵的情況下，我們的租賃開支不會有重大出入。必要時，我們可以搬遷至其他可資比較物業，搬遷不會對我們的業務營運及財務狀況構成重大不利影響。

根據上市規則第五章及《公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本[編纂]就《公司（清盤及雜項條文）條例》附表三第34(2)段要求提供本集團所有土地或房產權益的估值報告獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條的規定，原因在於截至2013年12月31日我們持有或租賃的物業中，沒有一項的賬面價值等於或高於我們合併資產總值的15%。

法律合規及訴訟

除下文所披露者外，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無牽涉任何重大法律、仲裁或行政訴訟，且我們並不知悉我們或我們的任何董事正經受任何尚未了結或對其構成威脅的法律、仲裁或行政訴訟，以致會對我們的業務營運或財務狀況構成重大不利影響。然而，我們於業務的日常運營過程中可能不時牽涉到各種類型的法律、仲裁或行政訴訟。

我們的中國法律顧問認為，我們的中國經營實體運營其網絡遊戲並不違反公安部、文化部、工信部及新聞出版總署於2007年1月25日聯合發佈的《關於規範網絡遊戲經營秩序查禁利用網絡遊戲賭博的通知》。

此外，[編纂]於2003年發出有關「涉及經營賭博業務的[編纂]申請人及／或上市發行人」的公告討論適用於從事違反香港法例第148章賭博條例（「賭博條例」）的活動或根據賭博條例屬不合法的活動的[編纂]申請人或上市發行人的規定。我們委聘Gerard McCoy博士SBS QC SC就賭博條例向我們提供意見，彼認為我們的業務營運並不違反賭博條例或香港其他博彩或賭博方面的法律法規。

業 務

不合規

於往績記錄期間，我們曾發生若干不合規事件。下表載列有關該規定的不合規事項的相關資料：

不合規事項及原因	法律後果及潛在最高罰款及其他財務損失	最新進展	為避免任何未來違規及確保持續合規已採取／將採取的措施
<p>我們當前所運營的兩款互聯網遊戲（包括現時運營的26個遊戲單元及將運營的3個遊戲單元）及一款手機遊戲未能根據網絡遊戲辦法及新聞出版總署通知在規定期限內向文化部履行登記備案手續或通過新聞出版總署的審批。</p> <p>此外，我們在取得新聞出版總署規定的互聯網出版許可證前即已開始運營我們的網絡遊戲。</p> <p>在開始籌備上市前，我們過往對各項業務營運缺乏足夠的認知（尤其是中國相關條例及法規項下的各項適用規定），亦無就此聘請外部法律顧問或向監管機構作出諮詢。</p>	<p>根據文化部頒佈的網絡遊戲辦法，未能在出版發行網絡及手機遊戲前履行內容審查及登記備案手續或會令我們招致最高達人民幣540,000元的罰款。</p> <p>根據新聞出版總署通知，在通過新聞出版總署的審批前著手出版發行遊戲，可能導致我們須終止相關遊戲的運營。</p> <p>根據新聞出版總署通知，在取得互聯網出版許可證前著手運營網絡遊戲，可能導致我們的遊戲業務遭終止。</p> <p>於2011年、2012年及2013年，上述兩款互聯網遊戲所生成的收益總額分別約為人民幣33.0百萬元、人民幣15.4百萬元及人民幣17.6百萬元。上述手機遊戲乃於2013年推出，於2013年所生成的收益總額約為人民幣1.7百萬元。該三款遊戲生成的收益總額分別佔我們2011年、2012年及2013年收益總額的8.6%、3.4%及3.5%。</p>	<p>於2014年5月，我們已向文化部提交內容審查及備案所需材料，且我們的兩款網絡遊戲（包括現時經營的26個遊戲單元及將經營的3個遊戲單元）及一款手機遊戲已通過新聞出版總署的審批，一款網絡遊戲（包括我們現時經營的18個遊戲單元）的應用已通過新聞出版總署浙江省地方行政主管部門的審查，現時正接受新聞出版總署中央層面的審查。我們亦於2014年5月就手機遊戲通過新聞出版總署的審批。我們將就餘下遊戲及時通過新聞出版總署的審批及完成文化部備案。</p> <p>我們已於2013年11月26日自新聞出版總署取得互聯網出版許可證。</p>	<p>我們已於2014年4月就餘下一款互聯網遊戲（包括我們現時經營的8個遊戲單元及將於未來經營的3個遊戲單元）提交所需材料，以供文化部履行內容審查及登記備案手續及供新聞出版總署審批，我們正力爭在[編纂]前完成登記備案手續。日後，我們會在推出網絡遊戲前進行內容審查，並在規定期限內提交所需材料。於2013年6月，我們僱用我們的法律副總裁，其在就法律事宜向中國科技公司（包括網易、阿里巴巴及淘寶）提供意見方面擁有近十年經驗並於法律內部控制事宜方面擁有豐富專業知識。我們的法律副總裁已實施更多詳細的內部控制政策，為我們涉足新業務／行業提供指導，亦帶給我們對手機遊戲監管體系的全面認識。尤其是，我們加強了針對手機遊戲的合規措施，以便不合規事件不會於日後發生。此外，本公司的新合規政策將要求就其進入的各新業務領域於中國法律顧問保留及與之討論相關監管及法律合規事宜。</p>

業 務

不合規事項及原因	法律後果及潛在最高罰款及其他財務損失	最新進展	為避免任何未來違規及確保持續合規已採取／將採取的措施
我們曾於2011年違反中國的外匯結售匯法規。由於內部監控失察，我們於2011年結算一筆約1百萬美元的款項時，並無動用我們外匯結售匯備案文件中所述的兌換後人民幣金額，且我們在不知情的情況下呈交由第三方向我們開具的虛假發票以供備案。	我們於2012年被罰款，已繳納行政罰金人民幣200,000元。	再無其他不合規事宜或未決訴訟。	我們已進一步出台更為嚴格的內部控制政策，以避免類似事件日後重演。

董事相信，本集團已建立全面的內部控制制度，確保本集團取得及維持有與我們業務營運相關的必要政府備案、批文及許可。經考慮引發本節所披露的上述不合規事件的事實及起因以及本集團為避免上文論述的不合規事件再次發生已加強內部控制措施，董事認為，上述過往不合規事件並不影響上市規則第3.08及3.09條項下彼等擔任上市發行人董事的資格，亦不影響上市規則第8.04條項下本公司[編纂]的資格。有關我們就法律合規經改進的內部控制程序的進一步詳情，請參閱「風險管理－法律合規及知識產權風險管理」一節。

保險

我們已投購強制性員工社會保險。遵循行業標準，我們並無投購物業保險、關鍵員工保險或業務中斷保險。我們亦無持有承保合約安排相關風險的保單。倘出現任何未投保的業務中斷、訴訟或自然災害，或者我們的未投保設備或設施出現任何嚴重損壞，我們的經營業績或會受到重大不利影響。請參閱「風險因素－我們尚未為主要資產及業務投保，而有限的承保範圍可令我們面臨巨額成本及業務中斷」。

業 務

牌照、許可證及批文

我們已基本取得我們於中國經營業務所需的一切重要牌照，包括ICP許可證、網絡文化經營許可證、互聯網出版許可證及信息網絡傳播視聽節目許可證。下表列示我們於中國經營業務所需牌照的相關細節：

牌照／許可證	持有人	授出日期	到期日
ICP許可證	漢唐	2014年5月21日	2014年11月15日
ICP許可證	金華9158	2014年5月8日	2018年12月21日
ICP許可證	金華玖玖	2014年5月8日	2018年12月21日
ICP許可證	星秀	2014年3月17日	2018年1月22日
ICP許可證	天虎	2014年5月21日	2019年5月20日
網絡文化經營許可證	漢唐	2013年10月25日	2015年3月31日
網絡文化經營許可證	金華9158	2014年5月7日	2015年3月31日
網絡文化經營許可證	金華玖玖	2014年4月16日	2015年3月31日
網絡文化經營許可證	星秀	2014年4月2日	2017年4月2日
網絡文化經營許可證	天虎	2014年5月14日	2017年5月14日
互聯網出版許可證	漢唐	2013年11月26日	2015年11月26日
信息網絡傳播視聽 節目許可證	漢唐	2013年3月5日	2016年3月5日

有關我們於中國經營業務所需的所有牌照、許可證及批文的更多詳情，請參閱「監管概覽」。

風險管理

我們著力設立包含我們認為適合我們業務營運的組織架構、政策、程序及風險管理方法的風險管理及內部控制制度，我們亦致力不斷完善上述制度。我們已制定完善的全集團風險管理架構及動態風險監控系統。例如，在董事會層面，我們的董事會負責本公司業務的管理及運營，且享有其一般權力，並負責本集團的整體風險控制。任何涉及重大風險的重要業務決策（例如主要新產品開發或是否進行重大企業融資交易）

業 務

均須在董事會層面進行審查、分析及批准，以保證我們最高企業管治機構對相關風險的全面審查。在日常企業管理層面，我們的管理團隊（由傅先生領導）負責本集團的日常業務營運。我們的執行官（負責財務、市場推廣、內容和技術開發）與我們的執行董事緊密合作，每日監管與其各自運營領域相關的風險。

我們已針對我們業務營運的各個方面（包括人力資源、內部控制及信息管理）設立一套控制制度。我們密切關注我們風險管理制度的成效。

人力資源風險管理

我們已制定內部控制政策，涵蓋人力資源管理的各個方面，如招聘、培訓、職業道德及法律合規。我們所在行業對具經驗員工的需求較為迫切。倘任何關鍵員工離職，我們或會受到不利影響。請參閱「風險因素－我們的業務主要依賴我們管理層及其他主要人員的不懈努力，以及依賴支持我們現有業務及未來增長的優秀團隊。倘我們失去彼等的服務，則我們的經營及增長前景或會遭受嚴重中斷」。此外，我們亦要求我們的員工維持較高道德標準。

我們向所有員工分發員工手冊。員工手冊包括行為守則，每名員工均須遵守該行為守則。我們按照員工手冊中所載的方針培訓員工。

我們定期向技術人員提供與彼等日常工作息息相關的工作流程、內部政策、管理、技能等方面的技術培訓。通過該等培訓，我們確保技術人員掌握最新技能，符合我們的要求。除技術培訓外，我們亦向法律及財務部門的員工提供特定培訓。

信息風險管理

作為在線內容的彙集地，我們的業務涉及大量用戶數據及其他相關信息。任何用戶數據的洩露或丟失，或用戶生成任何不當內容，均可能對我們聲譽造成不利影響，若屬嚴重情況，我們或須承擔潛在的法律責任。請參閱「風險因素－我們可能因用戶私隱洩漏而承擔責任，此可能對我們的聲譽及業務造成重大不利影響」。

業 務

我們相信，我們在保護用戶數據方面已採取足夠的措施。我們的數據庫管理部門負責確保用戶數據的收集、存儲及利用遵守我們的內部規則以及適用法律法規。該部門亦監管數據隱私的保護。該部門由約8名員工組成。該團隊的主管人員在網絡安全保護及互聯網信息管理領域積累有廣泛經驗，幾乎所有數據庫管理員均具有互聯網或計算機科學學術背景。我們向數據庫管理員提供培訓，以加強彼等的技術技能，且我們定期檢討彼等的表現。此外，我們的數據庫管理部門每週舉行會議，以探討信息技術事宜、評估工作進度並為後續工作制定計劃。

我們已採取大量措施，以加大對用戶數據的保護力度。詳情請參閱「— 技術 — 穩定性及安全性」。

財務申報風險管理

我們就財務申報風險管理採納綜合會計政策。我們已制定嚴格的內部報銷及財務活動申報政策。具體而言，我們的財務部已對發票、匯票、票據及其他財務憑據實施特定審查及核實程序，以查證我們所接獲及使用憑據正本的合法性。財務部的會計和出納亦會查核憑據所示金額及時間是否與相關合同相符。對於須經政府部門批准的財務活動（如外匯結售匯備案），我們的法務部會在授權於申請材料上加蓋公司正式印章之前查驗相關財務憑據並審閱來自其他部門的內部報告。

我們的財務團隊統一由我們的首席財務官主管。首席財務官於財務及會計方面擁有15年的廣泛經驗，並於一家美國上市公眾公司擔任財務總監超過三年。財務部的其他高級職員於財務及會計方面久經歷練。我們為財務人員提供持續培訓，以確保嚴格遵守及有效實施各項財務申報及風險管理政策。

法律合規及知識產權風險管理

我們經營風險管理涉及的重點領域包括遵守中國法律法規，尤其是規管實時社交視頻社區行業的法律法規，以及保護我們的知識產權和避免遭致因潛在不合法內容發佈及知識產權侵權而產生的責任。我們的法律團隊包括4名員工，由我們的法律副總裁主管。我們的法律副總裁擁有逾9年中國法律執業經驗，專注於互聯網領域。我們的法務部負責審批合同、監察中國法律法規的任何變動及確保我們的業務營運持續遵守中國法律。

業 務

我們的法務部協助業務部進行檢索，以確保我們所有的知識產權均處於相關法律法規的保護下，亦確保及時為我們所有產品向相關機構辦理商標、版權或專利註冊申請及進行備案。例如，根據我們於2012年施行的內部政策，於產品開發階段，我們的法務部會評估所開發產品可能牽涉的法律事宜，包括須作出必要政府備案或審批或取得批准的時限、取得有關批准的可行性、潛在知識產權風險及所需第三方許可證。法務部其後會經手獲取必要備案、批准及／或許可證的執行過程。除部分已經由法務部審閱的標準合同外，本公司所有合同在簽立前均須經法務部審批。此外，我們制定有知識產權侵權通知政策，確保及時監察侵權事件。

合約安排

儘管稅務機關可能對合約安排項下的轉讓定價提出異議，並由此產生相關風險（已作為一項風險因素披露於「風險因素－與我們合約安排有關的風險－中國稅務機關可能審查有關外商獨資企業與中國經營實體訂立的合約安排。若發現我們或中國經營實體拖欠額外稅款，則可能大幅減少我們的合併淨收入及閣下的投資價值。」一節），董事認為該等風險實屬微末。請參閱「合約安排－合約安排的效力及合法性」一節。

我們的外商獨資企業承擔主要研發職能，並就本集團業務作為核心業務決策者行事，因而承擔與本集團業務相關的主要風險。我們的外商獨資企業已根據獨家技術服務協議調動適當設施及人力向中國經營實體提供服務，以承擔我們在中國的主要業務職能，並推動本集團的主要業務決策程序。中國經營實體的員工僅負責各中國經營實體的經營及管理。董事認為，上述資源配置可令外商獨資企業和中國經營實體恰為履行彼等各自於合約安排項下的責任，亦可確保本集團在遵守合約安排及適用法律法規的同時穩健有效地運行。

此外，截至最後可行日期，外商獨資企業和中國經營實體概無因任何轉讓定價相關事宜遭受調查、質疑或處罰。

業 務

獎項及榮譽

於往績記錄期間，我們已收穫有關管理、表現及創新方面的多項獎項及榮譽，其中包括：

<u>獎項／榮譽</u>	<u>頒獎日期</u>	<u>頒獎機構／機關</u>	<u>實體／產品</u>
浙江省科學技術成果	2011年	浙江省人民政府	金華9158
浙江省高新技術企業 研究開發中心	2012年	浙江省人民政府	浙江天格
金華市高新技術 研究開發中心	2012年	金華市科技局	浙江天格
2012年度金華市 科學技術一等獎	2012年	金華市人民政府	金華9158
2013年杭州市十大產業 重點企業	2013年	杭州十大產業辦公室	杭州天格