

業 務

概覽

我們是享負盛名的手機遊戲及網絡遊戲開發商和營運商，其中以手機遊戲為戰略開發重點。截至最後實際可行日期為止，我們的遊戲組合包括五款手機遊戲及兩款網絡遊戲，據艾瑞諮詢或App Annie所示，我們大部分遊戲為中國名列前茅的遊戲。我們最成功的遊戲為「神仙道」角色扮演遊戲（「RPG」）系列（包括網絡遊戲「神仙道」、其姐妹版「大話神仙」（專為騰訊平台而設）、手機版「神仙道」）以及「保衛蘿蔔」手機休閒遊戲系列（包括「保衛蘿蔔」及「保衛蘿蔔2」（為我們於2013年通過收購凱羅天下而收購））。據艾瑞諮詢報告指出，按充值流水計算，「神仙道」為2012年中國第三大網絡遊戲，而按充值流水計算，其為2013年中國第十大手機遊戲。此外，根據艾瑞諮詢報告指出，按每月平均活躍用戶數目計，保衛蘿蔔於2013年為中國排名首位的塔防遊戲，每月活躍用戶超過16.9百萬人。另外，根據App Annie對Apple Inc.的App Store每日最受歡迎遊戲排名之分析，截至2014年6月30日止六個月，以充值流水計，我們較近期推出之遊戲「囡西遊」為中國每日二十大冒險遊戲，上榜合共181天，而「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」並獨家在騰訊平台分銷）則排行中國每日二十大動作遊戲，上榜合共142天。

我們提供一系列手機遊戲及網絡遊戲以供選擇。我們的手機遊戲包括RPG及休閒遊戲（如塔防遊戲），而我們的網絡遊戲均屬RPG。我們的休閒遊戲一般易於上手，通常具有簡單的故事情節，玩家需要克服挑戰才可進入下一階段。這些遊戲通常分為多節，每節時限甚短，可在多種手提裝置運作，包括iPhone, iPad及安卓智能手機及平板電腦。我們的RPG通常較花時間，設置不斷演變的虛擬世界，玩家可與其他玩家對戰互動。我們的RPG通常依托奇幻武俠戰略及歷史故事等主題而開發。我們為中國少數同時提供休閒及RPG遊戲類別的遊戲開發公司之一。

我們的遊戲大部分均為自主研發，亦有部分遊戲向第三方採購或獲第三方授權。我們的遊戲研發團隊極具創意才華，在高級管理層領導下，專注開發以玩家為中心的遊戲環境，提供超卓遊戲體驗，以求留住玩家長期參與。此外，我們各個營運團隊均有專責數據收集分析的人員，讓我們更好地為定制遊戲以迎合目標玩家，並吸引分銷及發行夥伴發行我們的遊戲。我們推出的遊戲全屬免費，可迅速吸引新玩家體驗遊戲，形成群聚效應，有利於增長。我們賺取收入的方式主要是向希望加強娛樂體驗的玩家出售虛擬貨幣以換取遊戲的虛擬物件及升級功能，包括各個角色力量及裝備、晉級或若干內容。於2014年6月30日，我們RPG（包括手機遊戲及網絡遊戲）的累計註冊用戶為173.2百萬名，而休閒遊戲累計已啟動下載為198.5百萬次。於2014年6月單月，我們的RPG（包括手機遊戲及網絡遊戲）有2.3百萬MAU，而我們的休閒遊戲有22.5百萬MAU。截至

業 務

2011年、2012年及2013年12月31日止年度以及截至2014年6月30日止六個月，我們網絡遊戲的平均MPU分別約為67,000、206,000、121,000及62,000。此外，我們手機RPG的平均MPU分別約為無、30,000、34,000及40,000。我們截至2014年6月30日止六個月手機休閒遊戲之平均MPU約為1.0百萬，我們於2013年收購凱羅天下後方才獲得首個休閒遊戲。

我們目前擁有大量待面市的手機遊戲及網絡遊戲，計劃2014年推出四款新遊戲面市，其中兩款於最後實際可行日期已進入Beta測試階段。一款是中國歷史戰國時代主題的動作型網絡RPG「霸秦」，預計面市日期為2014年10月。另一款為跑酷遊戲「電池快跑」，預計面市日期為2014年11月。截至最後實際可行日期，我們另有兩款手機遊戲處於不同開發階段，預計於2014年12月推出，包括保衛蘿蔔3及一款手機版RPG集換卡牌遊戲「美人無雙」。我們計劃2015年推出九款新遊戲，我們預期全部將為手機遊戲，其中包括「保衛蘿蔔」、「神仙道」的新增版以及其他新遊戲。

我們於往績記錄期內迅猛增長。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的收益(不包括我們於2013年12月31日購入的凱羅天下)分別為人民幣33.0百萬元、人民幣158.7百萬元及人民幣145.0百萬元，而截至2014年6月30日止六個月，我們的收益(計入凱羅天下)為人民幣129.2百萬元。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的利潤(不包括凱羅天下)分別為人民幣24.6百萬元、人民幣121.1百萬元及人民幣51.0百萬元，而截至2014年6月30日止六個月，我們的利潤(計入凱羅天下)為人民幣52.6百萬元。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的經調整淨利潤(不包括凱羅天下)分別為人民幣24.6百萬元、人民幣121.1百萬元及人民幣79.8百萬元，而截至2014年6月30日止六個月，我們的經調整淨利潤(計入凱羅天下)為人民幣76.9百萬元。見「財務資料 — 非國際財務報告準則計量」我們收購的凱羅天下於截至2013年12月31日止年度的收入為人民幣57.6百萬元，利潤為人民幣42.2百萬元，該為首個全年營運的年度。

我們的優勢

我們相信，以下所述優勢對我們的持久成功至為關鍵，同時也對競爭對手形成重大准入障礙：

手機遊戲及網絡遊戲開發商及營運商品牌知名度較高，在中國在綫遊戲產業增長趨勢中坐享戰略優勢

我們是享負盛名的手機遊戲及網絡遊戲開發商及營運商，其中以手機遊戲為戰略開發重點。截至最後實際可行日期為止，我們的遊戲組合包括五款手機遊戲及兩款網絡遊戲，大部分為艾瑞諮詢或App Annie之報告所示名列前茅的遊戲。我們最成功的遊戲為「神仙道」RPG系列以及「保衛蘿蔔」手機遊戲系列。「神仙道」是奇幻歷險主題RPG，網絡版於2011年末推出，獲得空前成功。2012年，我們研發「神仙道」手機版，同時研發姐妹版「大話神仙」網絡遊戲(專為騰訊平台而設)。「神仙道」是中國少數網絡模式及手機模式均取得成功的在綫遊戲之一。我們於2013年購入的凱羅天下在2012年第二季度推出保衛蘿蔔，並於2013年第四季度推出保衛蘿蔔2。保衛蘿蔔為休閒塔防遊戲，使我們成為中國少數同時提供休閒及RPG遊戲類別的遊戲開發公司之一。

業 務

我們的「神仙道」及保衛蘿蔔遊戲在綫遊戲玩家當中擁有較高品牌知名度，一直被視為頂級遊戲。據艾瑞諮詢報告指出，按充值流水計算，網絡版「神仙道」為2012年中國第三大網絡遊戲，而按充值流水計算，其手機版為2013年中國第十大手機遊戲。此外，據艾瑞諮詢報告指出，按每月活躍用戶數目計，保衛蘿蔔於2013年為中國排名首位的塔防遊戲，每月活躍用戶超過16.9百萬人，按每月耗用分鐘計，保衛蘿蔔於2013年為第二大塔防遊戲，每月合共耗用超過24億分鐘。據艾瑞諮詢報告所示，於2013年第四季度及2014年第一季度，按安卓分銷平台每日出現頻率的排名，保衛蘿蔔亦為中國最受歡迎的塔防遊戲。另外，根據App Annie所示，以充值流水及免費下載數目計，我們部分主要遊戲為Apple Inc.的App Store的每日二十大遊戲，下表載列各遊戲的上榜日數以及遊戲類別。

以充值流水計中國二十大遊戲之上榜日數

遊戲	類別 ⁽¹⁾	遊戲面市日期	截至 2012年 12月31日 止年度	截至 2013年 12月31日 止年度	截至 2014年 6月30日 止六個月
手機版「神仙道」	RPG	2012年1月	353	365	130
「囧西遊」	冒險	2013年7月	—	152	181
「亂世之刃2」 ⁽²⁾	動作	2013年12月	—	—	142

資料來源：App Annie

附註：

- (1) 按Apple Inc.的App Store提供的類別。遊戲開發商可選擇超過一個遊戲類別將遊戲分類。
- (2) 我們最近與深圳騰訊訂立協議，將「亂世之刃2」(現稱「三國之刃」)獨家授權予騰訊平台，以進行分銷及發行。

業 務

按中國免費下載數目劃分二十大遊戲的上榜日數

遊戲	類別 ⁽¹⁾	遊戲面市日期	截至	截至	截至
			2012年 12月31日 止年度	2013年 12月31日 止年度	2014年 6月30日 止六個月
「保衛蘿蔔」.....	策略	2012年7月 ⁽²⁾	20	291	48
「保衛蘿蔔2」.....	策略	2013年11月	—	41	181

資料來源：App Annie

附註：

- (1) 按Apple Inc.的App Store提供的類別。遊戲開發商可選擇超過一個遊戲類別將遊戲分類。
- (2) 「保衛蘿蔔」於2012年7月面市時以付費下載形式提供，隨後於2012年12月改為免費下載。因此，其於2012年12月開始按2012年免費下載排名。

我們擬利用現時建立的品牌，於2014年第四季度乘趨推出保衛蘿蔔主題開關遊戲「保衛蘿蔔：魔幻森林」，並於2015年推出新系列的「神仙道」及保衛蘿蔔3。除延長該等品牌的壽命外，我們相信維持品牌的受歡迎程度亦有助提升我們的行業認受性。憑藉我們強大穩固的遊戲組合和知名的品牌，我們相信我們處於有利地位，可進一步把握國內外快速增長的在綫遊戲市場所帶來的巨大增長機遇。

收益化潛力優厚，超卓遊戲體驗吸引大量玩家，人數不斷增加

自創立以來，我們始終堅持創造以玩家為中心的遊戲環境，為用戶提供超卓的遊戲體驗，以求留住玩家長期參與。我們提供引人入勝的遊戲設計、布局和功能，全部采過容易使用的界面。我們在遊戲設計上全部令玩家向難度晉級挑戰，晉級者可獲獎賞。我們也會不時推出升級更新，加強遊戲特點，保持用戶興趣。我們的網絡遊戲通常每兩個星期升級一次，手機遊戲每三至四個星期升級一次。

自2011年推出「神仙道」以來，我們吸引了大量玩家。截至2014年6月30日，我們RPG(包括手機遊戲及網絡遊戲)的累計註冊用戶為173.2百萬名及2.1百萬MAU，而休閒遊戲累計已啟動下載為181.7百萬次及30.1百萬MAU。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度以及截至2014年6月30日止六個月，我們網絡遊戲的平均MPU分別約為67,000、206,000、121,000及62,000。此外，我們手機RPG的平均MPU分別約為無、30,000、34,000及40,000。我們截至2014年6月30日止六個月休閒遊戲之平均MPU約為1.0百萬，我們於2013年收購凱羅天下後方才獲得首個休閒遊戲。我們相信，從我們的空前成功的遊戲來看，我們提供超卓的遊戲體驗，配合遊戲的持續改進和升級，因此得以提高玩家粘度。例如，據艾瑞諮詢報告指出，按每月耗用分鐘計，保衛蘿蔔於2013年為中國第二大塔防遊戲。

業 務

我們已建立有效的業務模式，在用戶群中發掘收益潛力，同時增加付款玩家數目和提高ARPPU。我們推出的遊戲全屬免費，可迅速吸引新玩家體驗遊戲，形成群聚效應，有利於未來增長。我們賺取收入的方式主要是向加強娛樂體驗的玩家出售虛擬物件及升級功能，包括各款力量及裝備、晉級或若干內容。我們提供多款不同種類的虛擬物件及升級功能，並經常推出新穎的遊戲內活動，以保持玩家對遊戲的興趣，促進他們互動溝通，並提高遊戲內購物量和所玩遊戲回合次數。我們也會進行不同的推廣活動，以提升遊戲內消費，以及增加活躍用戶人數。一般情況下，活躍用戶人數如有增加，遊戲內消費也會整體提升。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度以及截至2014年6月30日止六個月，我們網絡遊戲的ARPPU分別為人民幣40.1元、人民幣55.8元、人民幣53.2元及人民幣78.5元。我們手機遊戲的ARPPU由截至2011年12月31日止年度零增至截至2012年12月31日止年度人民幣47.3元，截至2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六個月，更分別增至人民幣142.8元及人民幣242.0元。我們截至2014年6月30日止六個月休閒遊戲之ARPPU為人民幣5.2元，我們於2013年收購凱羅天下後方才獲得首個休閒遊戲。

分銷及發行平台分布不同地區

我們和多個不同層次的遊戲分銷及發行平台建立了聯繫，以推廣和分銷我們的遊戲。手機遊戲方面，我們與主要在綫應用程式商店密切合作，接觸不同種類的移動裝置用戶。自2012年開始，我們通過Apple Inc.的App Store，提供適用於iOS的在綫遊戲。此外，我們通過多家其他在綫應用程式商店，經營中國的安卓市場。此外，我們也利用中國推廣及分銷在綫遊戲的網站，使分銷網絡不局限於在綫應用程式商店。網絡遊戲方面，我們通過網絡遊戲門戶網站，吸引網絡遊戲玩家。截至最後實際可行日期為止，我們的遊戲有廣闊的網絡支持，包括超過300個分銷及發行平台，大致完全覆蓋中國的手機遊戲及網絡遊戲人口。我們的遊戲分銷及發行平台，瀏覽量皆屬全國領先之列中，譬如百度、騰訊、37wan網頁遊戲、91wan網頁遊戲、360.com和多玩遊戲網等，讓我們可接觸到更大型、更多元化的玩家群。

主要分銷及發行平台肯定了我們遊戲上乘的質量，並優先調動其平台資源營銷我們的遊戲。本公司獲提供專門的市場營銷活動，向參與者推介我們的遊戲，而本公司無需承擔任何費用。我們亦就特定平台特別設計其遊戲，如專為騰訊平台開發的「大話神仙」。此外，我們最近亦將「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」）獨家分銷及發行權授予深圳騰訊，以供騰訊平台於2014年8月起分銷及發行。提供我們遊戲的分銷及發行平台擁有龐大的用戶，有助我們在短時間內吸納大量玩家。該等發行及分銷平台熟悉網絡遊戲市場，擁有強大的市場營銷能力，協助我們提升他們業務覆蓋國家及地區之市場滲透率。

此外，儘管中國現為我們業務發展之核心市場，但也會在國際性分銷及發行平台推出我們若干遊戲，將業務拓展至全球。我們已將其若干遊戲授權在香港、台灣、澳門、韓國、印尼及越南等市場發行。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六

業 務

個月，我們在中國境外獲得收入（按付款貨幣釐定）佔總收入分別為**0.0%**、**16.4%**、**18.0%**及**14.1%**。我們會持續評估全球推出其遊戲的機遇。舉例來說，我們最近與全球性遊戲分銷商訂立協議，據此於歐美及中國、香港及台灣以外之其他地區通過iOS和安卓推出保衛蘿蔔2，預計於**2014年9月**在該等地區推出保衛蘿蔔2。

依托雄厚專業實力，堅持數據為本研發遊戲，屢獲成功往績輝煌

我們依托核心遊戲研發人才，在經驗豐富的高級管理團隊的領導下，具備雄厚的遊戲研發專業能力。我們的遊戲大部分均為自主研發。此外，我們亦會物色具潛力的外部遊戲開發團隊，並致力通過收購或遊戲授權建立策略關係。例如，我們於**2013年12月31日**收購的凱羅天下旗下開發團隊則開發了保衛蘿蔔遊戲。我們採用科學和數據為本的方式進行遊戲研發，積極監察娛樂和流行文化的最新潮流，以求開發主題故事能吸引不同層面玩家的遊戲。我們的遊戲的所有元素，譬如故事大綱、玩家人物技能進化、美工和虛擬物件定價等，皆經過高級管理層和設計團隊細心分析後釐定。此外，在「神仙道」、「保衛蘿蔔」、「囧西遊」及「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」）遊戲等以往成功的基礎上，我們對遊戲市場、玩家喜好和行業趨勢等積累了深刻的認識。我們從自己的服務器、提供我們的遊戲之第三方分銷及發行平台，收集積累用戶行為和喜好的數據。借助這些數據，我們得以對客戶喜好和中國市場趨勢的變化作出快速反應，持續不斷地研發成功的新遊戲。

我們的核心研發團隊由高級管理層領導，高級管理層成員來自互聯網行業不同背景。譬如首席行政官兼董事會主席姚劍軍先生，是阿里巴巴隨後收購，為中國網站提供統計數據服務的網站**CNZZ.com**的創辦人。總裁陳劍瑜先生是[北京美圖廣告有限公司]共同創辦人兼看圖軟件「美圖秀秀」開發商以及凱羅天下（保衛蘿蔔及保衛蘿蔔2的開發商，**2013年12月31日**被我們收購）的創辦人。由於這種多元化的背景，我們的高級管理團隊對各類互聯網用戶均有深刻的瞭解，藉此進行成功的遊戲研發。

管理團隊貫徹穩定，經驗豐富，高瞻遠矚

我們擁有一支穩定且富經驗的管理團隊，成功帶領本公司的遊戲開發和整體營運。我們的高級管理人員擁有廣博的行業經驗、豐富的營運專業知識及對市場趨勢有深入的瞭解，令我們能成功適應不斷變化的行業及競爭格局。本公司高級管理人員平均具備**9年**從事中國互聯網行業的經驗。尤其是首席行政官兼董事會主席姚劍軍先生以及總裁陳劍瑜先生，二人於中國從事互聯網行業超過**13年**。我們的首席財務官張文宇先生從事財務和會計工作超過**16年**，之前曾效力投資

業 務

銀行。此外，我們的高級管理人員和核心遊戲開發人才大部分自本公司成立以來一直效力本公司，積極參與本公司的業務運作，尤其是遊戲研發，對本公司穩守成果極為重要。此外，本公司管理團隊有遠見，培育出團結、活力的企業文化，促進和鼓勵合作。我們相信，這有助於我們吸引、挽留及激勵有才華、有抱負的遊戲研發人員，推動我們的業務按步增長。

我們的策略

我們計劃執行下列策略，使人數日增的玩家進一步加強遊戲參與度，從而提升遊戲所帶來的收益：

擴大遊戲組合，專注開發手機遊戲

我們將繼續開發更多有趣刺激手機及網絡遊戲面市，開發更加多元化的遊戲組合，進軍各種類別的遊戲。我們打算依托我們的團隊的創作能力和我們的數據為本開發過程，並持續投資自主遊戲開發，增聘工程師，在中國遊戲人口中擴大客戶層面，以達到此點。我們亦會繼續積極招攬高潛力之遊戲開發團隊，致力擴大遊戲開發能力。

我們目前擁有大量待面市的手機遊戲及網絡遊戲，計劃2014年推出四款新遊戲面市，截至最後實際可行日期，其中兩款已進入beta測試階段。一款是中國歷史戰國時代主題的動作型網絡RPG「霸秦」，預計面市日期為2014年10月。另一款為跑酷遊戲「電池快跑」，預計面市日期為2014年11月。截至最後實際可行日期，我們另有兩款手機遊戲處於不同開發階段，預計於2014年12月推出，包括全新保衛蘿蔔主題開關遊戲「保衛蘿蔔：魔幻森林」及1款手機版RPG集換卡牌遊戲「美人無雙」。

我們深知連綫移動裝置可提供龐大商機，因此已開始將遊戲開發的重點逐步轉移至手機遊戲。譬如我們於2012年推出手機版「神仙道」、於2013年推出的「囧西遊」及「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」），並於2013年12月31日，我們收購了「保衛蘿蔔」系列的開發商凱羅天下。我們計劃繼續加強開發手機遊戲，預計今後開發的遊戲，大部分將仍為手機平台而設。因此，計劃2015年面市的九款新遊戲，預計全為手機遊戲。

加強品牌，繼續延伸遊戲流行周期

我們至今最成功的遊戲是「神仙道」RPG網絡及手機遊戲和「保衛蘿蔔」手機休閒遊戲系列。截至2014年6月30日為止，「神仙道」系列（包括「大話神仙」以及網絡及手機版「神仙道」）錄得註冊用戶累計超過169.0百萬戶。同樣，截至2014年6月30日，「保衛蘿蔔」系列（包括保衛蘿蔔及保衛蘿蔔2）累計有181.7百萬次已啟動下載。這兩個系列面市後，在綫遊戲玩家對兩個系列的品牌認受性相當高，依然繼續吸引不同玩家，人數有增無減。由於這些系列歷久成功，我們擬繼續拓展，以求保持並增長其玩家人數，從而延伸其流行周期。舉例而言，「神仙道」網絡版及手機

業 務

版面市兩年多後，我們計劃延續系列，於2015年推出「神仙道外傳」。同樣地，在保衛蘿蔔面市兩年多、保衛蘿蔔2面市一年後，我們計劃持續拓展系列，於2014年12月推出保衛蘿蔔主題開關遊戲「保衛蘿蔔：魔幻森林」並於2015年推出保衛蘿蔔3及以保衛蘿蔔為主題的互動寵物遊戲。此外，我們計劃沿用這兩個系列的模式，開發具潛力的遊戲，將之打造另一成功品牌。

此外，我們已開始實施統一市場推廣策略。今後我們計劃所有遊戲，包括「神仙道」及「保衛蘿蔔」系列，將以「飛魚」品牌推銷。我們相信，這項市場推廣策略將會加強我們的品牌認知度，擴大玩家人數。

進一步發掘收益化機遇

我們計劃採取各種舉措，增加手機遊戲及網絡遊戲玩家數目和提高ARPPU，從而發掘實現收益化的機遇。這些舉措包括改進遊戲設計和布局以提高競爭性和吸引力、經常更新遊戲加入嶄新特點和內容、設計全新創意遊戲，延伸遊戲的流行周期。我們也將利用我們的數據分析能力，更好地瞭解玩家行為和喜好，應對玩家需求，提升他們遊戲體驗。由於我們的基本收入來源是遊戲內的虛擬物件及升級功能，我們經常根據數據分析團隊所收集的數據，提供具有吸引力的新虛擬物件。我們也會進行不同的推廣活動，以提升遊戲內消費，以及增加活躍用戶人數。活躍用戶人數如有增加，遊戲內消費也會整體提升。我們擬繼續採用、開拓這類創新方式，提升遊戲內消費，增加活躍用戶人數。此外，隨著玩家群不斷增長，我們預期通過遊戲(尤其是休閒遊戲)增加廣告空間，作為收入來源。此外，我們亦繼續想出改善與分銷及發行我們遊戲的平台之收入攤分安排。最後，我們亦進行積極監察，計劃利用新近開發並於中國可供使用的付款方式，進一步提升我們收款能力。

持續擴大全球用戶群

我們現有且持續擴充玩家數目對本公司成功相當重要，尤其是「神仙道」及保衛蘿蔔系列的玩家。我們擬繼續擴大中國的客戶基礎，同時拓展本公司業務經營，把握國際市場的契機。未來，我們擬利用現有的分銷及發行網絡，進一步增加全球的據點，擴大地域覆蓋。我們將鞏固與主要國際遊戲發行及分銷夥伴之關係，將本公司的遊戲引入新國家及地區。我們計劃針對目標海外玩家，對現有遊戲進行本土化改造，進一步拓展本公司的國際業務。鑒於大亞洲地區與中國有共同的文化承傳，預期我們以歷史及奇幻武俠為主題的RPG將繼續大行其道。此外，我們的手機休閒遊戲一般以簡單故事為題，玩法簡易，能夠超越文化隔膜，故此預計手機遊戲於全球會廣受歡迎，尤其是北美及歐洲，故此本公司計劃向海外分銷遊戲。

業 務

爭取策略性聯盟和收購機會

中國手機遊戲行業呈分散格局，我們為擴大本公司的市場份額，計劃通過自然增長以及策略性收購和合夥拓展其業務。我們擬選擇可為本公司締造業務互補效益的遊戲開發商或開發團隊，訂立策略性合夥或向其注資，以豐富我們的遊戲種類，尤其是手機遊戲，以吸納不同層面玩家。我們也許會收購知識產權，或投資或收購手機遊戲發行商。我們相信，該等收購將有助擴充本公司的遊戲類別，擴大研發團隊以及獲取其他寶貴資源。我們現時並無物色到有意進行收購的目標。

我們的遊戲

概覽

我們為主流玩家開發及經營在綫手機遊戲及網絡遊戲。手機遊戲在智能手機及平板電腦等移動裝置上操作，玩家可利用片刻餘暇，隨時隨地以wifi、3G或4G網絡賞玩我們的遊戲。此外，若干手機遊戲(包括保衛蘿蔔等部分休閒遊戲)只要先下載到手機，便可隨時賞玩，無需連上互聯網。網絡遊戲是無需安裝客戶軟件在綫遊戲，只需一台接駁互聯網的電腦即可賞玩。我們提供多元化遊戲選擇，主要包括手機模式及網絡模式的RPG及手機休閒遊戲。我們的戰略重點正在逐步向開發手機遊戲靠攏，預計今後將繼續循此方向發展。

我們的RPG通常依托奇幻武俠戰略及歷史故事等主題而開發。我們的每一個RPG均設置不斷演變的虛擬世界，玩家可在互聯網上，以不同方式與其他玩家對戰互動。RPG玩家必須投入較多時間和精神，才能培養必要的技術和人物技能，以晉身下一層次，因此RPG能促進玩家的忠誠度。

相對於RPG，我們的手機休閒遊戲一般所需玩機時間較少，要求專注度也較低。手機休閒遊戲通常易於上手，通常具有簡單的故事情節，玩家需要克服挑戰才可進入下一階段。我們的手機休閒遊戲可免費下載，另有虛擬物件可供選購。我們最受歡迎的手機休閒遊戲是塔防遊戲「保衛蘿蔔」，玩家需設定防禦塔，保衛蘿蔔免遭怪物吃掉。

業 務

現有遊戲組合

截至最後實際可行日期為止，我們的遊戲組合包括五款手機遊戲和兩款網絡遊戲。下表列出有關我們的遊戲的若干資訊：

名稱	類別	詳情	面市日期 ⁽¹⁾
神仙道(網絡).....	網絡RPG	仙俠主題	2011年6月
神仙道(手機).....	手機RPG	仙俠主題	2012年1月
大話神仙 ⁽²⁾	網絡RPG	仙俠主題	2012年5月
保衛蘿蔔 ⁽³⁾	手機休閒遊戲	塔防遊戲	2012年7月
囧西遊.....	手機RPG／冒險	仙俠－西游記	2013年7月
亂世之刃2 ⁽⁴⁾	手機RPG／動作	三國演義主題	2013年12月
保衛蘿蔔2：極地冒險 ⁽³⁾	手機休閒遊戲	塔防遊戲	2013年11月

附註：

- (1) 我們視已完成beta測試的遊戲為預備「面市」的遊戲，遊戲可供現家通過我們第三方分銷及發行平台下載。
- (2) 特別為騰訊QQ平台設計之「神仙道」(姐妹版)。
- (3) 保衛蘿蔔及保衛蘿蔔2由我們於2013年12月31日收購的凱羅天下開發。
- (4) 「亂世之刃2」為我們再無提供「亂世之刃」之續集。我們最近與深圳騰訊訂立協議，將「亂世之刃2」(現稱「三國之刃」)獨家授權予深圳騰訊，通過其平台於2014年8月起進行分銷及發行。

業 務

我們現有的遊戲概述如下。

神仙道



「神仙道」是一款以神仙神話故事為主題的回合制橫版RPG。玩家可在三個角色武者「武聖」、劍客「劍靈」、弓箭手「飛羽」之中選擇其一，踏上歷險之旅，以武功和法術斬妖除魔。玩家每次完成任務和打敗敵人，裝備和力量都會升級。「神仙道」是可供多名玩家同時對戰且在線互動之遊戲。「神仙道」網絡版在中國、香港、澳門、台灣、南韓、越南和印尼超過300個平台均有提供；「神仙道」手機版於2012年推出並可用iOS和安卓全球下載。

大話神仙



「大話神仙」是「神仙道」遊戲的姐妹版，專為騰訊平台而設，屬回合制橫版大型多人在線角色扮演遊戲，以浪漫多姿的修仙之旅作為故事主題。與「神仙道」相類似，玩家可在武者、劍客及弓箭手三個角色之中選擇其一，斬妖除魔，拯救世界。「大話神仙」是可供多名玩家同時對戰且在線互動之遊戲。「大話神仙」是網絡遊戲，在中國騰訊平台提供。

業 務

保衛蘿蔔



「保衛蘿蔔」是一款容易上手的單一玩家手機休閒塔防遊戲，遊戲目標是借著沿路設置防禦塔攻擊敵人，保衛玩家的蘿蔔不被怪物吃掉。玩家也可以攻擊周邊建築物奪取寶藏，同時製造空間建造更多防禦塔。遊戲縱穿叢林、沙漠、海洋等多個場景。「保衛蘿蔔」是手機遊戲，首度於2012年7月推出，並可用iOS和安卓全球下載。

囧西遊



「囧西遊」是一款RPG手機遊戲，以中國四大名著之一《西游記》為背景，採用卡通風格，玩家可選不同角色，以幽默詼諧方式重新演繹這部經典故事。玩家根據《西游記》故事情節參與其中，完成各種任務後可為人物技能和裝備升級。「囧西遊」是可供多名玩家同時對戰且在綫互動之遊戲。「囧西遊」是手機遊戲，於2013年7月首度可用iOS及安卓在中國下載。

業 務

亂世之刃2(現稱「三國之刃」)



「亂世之刃2」是橫版手機RPG格鬥遊戲，以《三國演義》歷史故事為主題，是我們再無提供「亂世之刃」之續集。玩家以格鬥者角色進入三國世界，揮動寶劍、弓弩或長槍，按照這部經典歷史小說的情節推進，與敵人格鬥，並與其他玩家單獨對戰。「亂世之刃2」是可供多名玩家同時對戰且在綫互動之遊戲。我們最近就「亂世之刃2」獨家授權與深圳騰訊訂立協議，通過騰訊平台於2014年8月起進行分銷及發行。該遊戲現稱「三國之刃」在中國可於安卓下載。我們預期將可在的iOS下載。

保衛蘿蔔2：極地冒險



「保衛蘿蔔2」是大受歡迎的「保衛蘿蔔」的續集。除了新增極地背景外，「保衛蘿蔔2」還加插了眾多嶄新內容，包括14座新塔、195項特別任務和新怪物。遊戲目標仍是借著沿路設置防禦塔攻擊敵人，保衛玩家的蘿蔔不被怪物吃掉。凱羅天下於2013年11月首度推出「保衛蘿蔔2」，可用iOS在中國、香港、澳門及台灣下載，而安卓則可全球下載。此外，我們最近與全球遊戲分銷商訂立協議，在美國、歐洲及中國、香港及台灣以外其他地區通過iOS系統與安卓推出保衛蘿蔔2。我們預期該等地區於2014年9月可下載保衛蘿蔔2。

業 務

下表列出我們的關鍵遊戲於往績記錄期內銷售虛擬貨幣（玩家用作交換物件及升級功能）的收入金額及佔我們收入總額的百分比：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2011年 ⁽¹⁾		2012年 ⁽¹⁾		2013年 ⁽¹⁾		2013年 ⁽¹⁾		2014年	
	收益 (人民幣 千元)	收益 佔比	收益 (人民幣 千元)	收益 佔比	收益 (人民幣 千元)	收益 佔比	收益 (人民幣 千元)	收益 佔比	收益 (人民幣 千元)	收益 佔比
網絡遊戲										
「神仙道」	32,205	97.6	122,400	77.1	57,766	39.8	33,471	44.4	25,242	19.5
「大話神仙」	—	—	15,292	9.6	19,557	13.5	12,471	16.5	4,089	3.2
手機遊戲										
「神仙道」	—	—	16,874	10.7	38,818	26.8	22,514	29.9	11,901	9.2
「囧西遊」	—	—	—	—	18,175	12.5	—	—	19,683	15.2
「亂世之刃2」 ⁽²⁾	—	—	—	—	257	0.2	—	—	26,489	20.5
「保衛蘿蔔」	—	—	—	—	—	—	—	—	9,806	7.6
「保衛蘿蔔2」	—	—	—	—	—	—	—	—	22,118	17.1
關鍵遊戲總計	32,205	97.6	154,566	97.4	134,573	92.8	68,456	90.8	119,328	92.3

附註：

- (1) 不包括我們於2013年12月31日收購凱羅天下後獲取的保衛蘿蔔遊戲之收益。
- (2) 我們最近與深圳騰訊訂立協議，將「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」）獨家授權予深圳騰訊，通過其平台進行分銷及發行。

下表載列我們於往績記錄期保衛蘿蔔（我們於2013年收購凱羅天下之一部分）銷售虛擬物件及升級功能所得的收入金額以及佔凱羅天下總收入之百分比：

遊戲	截至12月31日止年度		2013年	
	2012年 ⁽¹⁾		2013年	
	收益 (人民幣千元)	佔收益 %	收益 (人民幣千元)	佔收益 %
保衛蘿蔔	898	57.3	43,950	76.2
保衛蘿蔔2	—	—	1,017	1.8
總計	898	57.3	44,967	78.0

附註：

- (1) 凱羅天下於2012年5月3日開展業務經營。因此，該期間的收入限於2012年5月3日至2012年12月31日。

業 務

遊戲供應

我們依托開發團隊的創意、才華和專業能力，以數據為本的方式進行遊戲開發，積累了大量手機休閒遊戲和手機、網絡RPG。我們一方面開發新遊戲，另一方面亦以續集或姐妹版型式，擴充已開發的遊戲系列，譬如「大話神仙」及保衛蘿蔔2等。

我們計劃2014年推出四款新遊戲面市，截至最後實際可行日期，其中兩款已進入beta測試階段。一款是中國歷史戰國時代主題的動作型網絡遊戲「霸秦」，預計面市日期為2014年10月。另一款為跑酷遊戲「電池快跑」，預計面市日期為2014年11月。截至最後實際可行日期，我們另有兩款手機遊戲處於不同開發階段，預計於2014年12月推出，包括保衛蘿蔔主題開關遊戲「保衛蘿蔔：魔幻森林」及一款手機版RPG集換卡牌遊戲「美人無雙」。下表列出我們至2014年末的開發中遊戲的若干信息，包括類別、開發階段和預計面市日期等。

名稱 ⁽²⁾	類別	主題	於最後實際 可行日期的 開發階段	預計面市日期
霸秦.....	網絡RPG	戰國時代主題	Beta測試	2014年10月
電池快跑.....	手機休閒	酷跑遊戲	Beta測試	2014年11月
美人無雙 ⁽³⁾	手機RPG	集換卡牌遊戲	開發中	2014年12月
保衛蘿蔔： 魔幻森林.....	手機休閒遊戲	開關遊戲— 保衛蘿蔔主題	開發中	2014年12月

附註：

- (1) 我們目前待面市的遊戲以最後實際可行日期為指標，我們實際推出的遊戲及預期推出日期可能與所呈列者有別。
- (2) 遊戲名稱為暫時性並可作更改。
- (3) 我們以獨立代理商身份利用分銷及發行平台經營「美人無雙」。見「歷史及重組 — 我們的歷史、重組及企業架構 — 重組前本公司的企業歷史及發展 — 深圳掌心」。

我們深知手機裝置可提供龐大商機，因此已開始將遊戲開發的重點逐步轉移至手機遊戲。譬如我們於2012年推出手機版「神仙道」、於2013年推出的「囧西遊」及「亂世之刃2」（現稱「三國之刃」），騰訊平台獨家提供，並於2013年12月31日，我們收購了「保衛蘿蔔」系列的開發商凱羅天下。我們計劃繼續加強開發手機遊戲，預計今後開發的遊戲，大部分將為移動平台而設。因此，計劃2015年上半年面市的九款新遊戲，預計全為手機遊戲。

業 務

在我們預期於2015年推出的遊戲當中為現時系列的續集、包括「神仙道外傳」、「保衛蘿蔔3」及「囧西遊2」。我們亦計劃推出兩款新互動寵物遊戲，其中一款遊戲我們計劃以保衛蘿蔔主題形式推出。互動寵物遊戲對我們而言為全新的遊戲主題，要求玩家與遊戲內角色互動，訓練培育它以增加其能力，並進行任務。此外，我們計劃推出一款城塔守衛、一款新三國演義RPG、一款新三國演義收集卡片遊戲以及「霸秦」手機版。下表列出若干我們在2015年開發中遊戲的資料。

名稱 ⁽¹⁾	類別	詳情	最後實際 可行日期的 開發階段 ⁽²⁾	預期推出日期 ⁽²⁾
2014年的遊戲				
霸秦	網絡RPG	戰國時代主題	Beta測試	2014年10月
電池快跑	手機休閒	跑酷遊戲	Beta測試	2014年11月
美人無雙 ⁽³⁾	手機RPG	換集卡牌遊戲	內部檢討	2014年12月
保衛蘿蔔：魔幻森林	手機休閒	開關遊戲-保衛蘿蔔 主題	開發中	2014年12月
2015年的遊戲				
遊戲1-「神仙道外傳」	手機RPG	武俠	開發中	2015年上半年
遊戲2	手機休閒	塔防遊戲	內部檢討	2015年上半年
遊戲3	手機休閒	互動寵物遊戲	開發中	2015年上半年
遊戲4	手機RPG	三國演義主題	開發中	2015年上半年
遊戲5	手機RPG	換集卡牌遊戲 – 三國 演義主題	開發中	2015年上半年
遊戲6-「保衛蘿蔔3」	手機休閒	塔防遊戲	開發中	2015年下半年
遊戲7-「囧西遊2」	手機RPG	武俠 – 西遊記主題	立項	2015年下半年
遊戲8-「霸秦」	手機RPG	戰國時代主題	開發中	2015年下半年
遊戲9	手機休閒	互動寵物遊戲 – 保衛 蘿蔔主題	立項	2015年下半年

附註：

- (1) 我們目前待面市的遊戲以最後實際可行日期為指標，我們實際推出的遊戲可能與所呈列者有別。
 (2) 遊戲名稱為暫時性並可作更改。

業 務

遊戲開發與營運

開發與營運團隊

於最後實際可行日期，我們經營五款手機遊戲及2款網絡遊戲。在以往成功經驗的基礎上，我們對遊戲市場、玩家喜好和行業潮流等，積累了深刻的認識。配合我們開發遊戲的核心能力和高級管理層的領導，我們建立了雄厚的遊戲開發專業能力。

於2014年6月30日，我們設有12個內部遊戲團隊或項目團隊，負責各我們各款遊戲的前期開發及其後營運。遊戲開發和面市後，營運及持續監察也由同一遊戲開發團隊的成員參與，包括修正遊戲中出現的問題、開發和推出升級版，以及收集和分析玩家數據。

我們相信，我們的開發團隊的才華，是我們取得成功要訣。我們鼓勵所有僱員就遊戲開發提出創新意念。我們採取多種方法，確保我們能夠吸引最好的開發人才留效，譬如積極與本地大學合作和出席會議。我們為開發團隊提供經常性的、適時的培訓，確保他們保持敏銳技能，同時通過定期舉行內部規劃會議及內部及對外開發比賽，促進團隊人員之間互動協作，共享資訊經驗。截至2014年6月30日為止，我們的遊戲開發人員數目為192人，我們的遊戲開發人員約佔僱員總數75%。我們計劃從中國頂尖大學招聘人員，繼續擴充遊戲開發團隊。

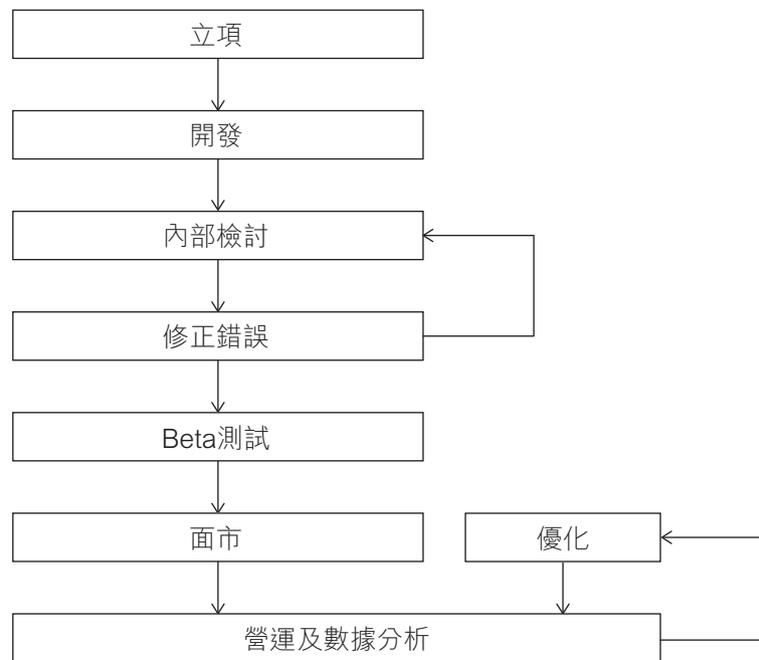
除我們內部遊戲開發能力，我們亦會物色收購已開發的遊戲及其開發團隊(如屬策略機會)。倘若我們發現具龐大開發潛力的遊戲，我們通常會與他們接觸，要求他們加入我們的團隊，隨後或就潛在收購或建立策略關係與該開發團隊磋商。例如，我們通過在2013年12月31日收購凱羅天下購得保衛蘿蔔遊戲系列以及該遊戲的核心開發團隊。此外，我們亦可能與第三方分銷及發行平台合作，授權該等遊戲供其經營及分銷。例如，我們獲得授權經營RPG集換卡牌遊戲「美人無雙」，預期於2014年第四季度推出。見「重組前本公司的企業歷史及發展 — 深圳掌心」。

開發過程

我們具備強大的遊戲開發能力。我們的遊戲由現有且不斷擴大的內部開發團隊開發，部分交由我們取得代理的第三方團隊開發。如屬最佳的策略，我們亦會收購現有團隊及遊戲，2013年我們收購凱羅天下便是一例。不同遊戲所需開發時間各異，視乎所開發遊戲的類型和複雜性而定。我們的RPG可以是網絡遊戲、手機遊戲或兩者，由項目啟動到面市一般需時六個月至一

業 務

年。我們的手機休閒遊戲項目啟動到面市一般在三個月至六個月內面市。我們的遊戲開發過程大致可分為以下階段。



立項

在遊戲開發過程中，高級管理層及其他僱員將會識別合評估具有潛力的新遊戲，為現有遊戲組合增添新猷。新遊戲的潛在概念來自多個來源，包括我們的高級管理人員、僱員及第三方。提議新遊戲的人員將提交建議書，由一委員會審議，委員會成員包括負責開發的高級管理層、開發團隊領導和市場推廣團隊。審議過程考慮多種因素，包括對目標市場和潛在玩家群、可比遊戲、競爭環境及娛樂和流行文化的最新潮流的分析，以求開發主題故事能吸引不同層面玩家的遊戲。我們的遊戲的所有元素，譬如故事大綱、玩家人物技能進化、美工和虛擬物件及升級功能定價等，皆經過高級管理層和設計團隊細心分析後釐定。審議過程完成後，如決定落實開發，項目便進入開發階段。

立項階段由高級管理層領導，成員來自互聯網行業的不同背景。例如，我們的行政總裁兼董事會主席姚劍軍先生為阿里巴巴隨後收購為中國網站提供統計數據服務的網站CNZZ.com的創辦人。總裁陳劍瑜先生是[北京美圖廣告有限公司]共同創辦人兼看圖軟件「美圖秀秀」開發商，並為我們於2013年12月31日收購凱羅天下(保衛蘿蔔及保衛蘿蔔2開發商)之創辦人。我們相信，我們的成功關鍵之一，正是高級管理層來自多元化背景，對各式各類的互聯網用戶有著較深刻的瞭解，從而有助他們物色具成功潛力的遊戲。

業 務

開發

新的遊戲開發項目經批准後，高級管理層將指派項目團隊負責該遊戲，其中考慮團隊的經驗、專長及當時的工作量。項目團隊有不同數目之成員，包括1個設計團隊及1個營運團隊。獲指派的項目團隊將負責新遊戲的設計和實施及最終營運，並負責繼續改進遊戲，包括持續監察、解決遊戲可能出現的問題、開發和推出升級版、以及收集和分析玩家數據等。

我們的遊戲開發程序亦可能委聘第三方就若干方面提供協助。例如，我們委聘第三方將網絡版「神仙道」轉為手機模式，而我們與該第三方分佔涉及的知識產權。我們通常亦會就遊戲的全球分銷委聘第三方進行本地化及翻譯工作。

內部檢討

管理層定期(通常每月一次)會按照僱員收取有關遊戲體驗及性能的初步回饋意見進行檢討，以解決遊戲設計上的問題並進行調整。

修正錯誤

我們的開發團隊負責修正內部檢討過程中發現的遊戲錯誤，一般需時七至30天。新版本遊戲隨後會再進行內部檢討。

Beta測試

項目團隊開發有關遊戲的測試版後，將對遊戲進行數輪內部測試，解決所有可能存在的主要技術問題和軟件缺陷。其後，我們將新遊戲通過第三方分銷及發行平台或直接放置在應用程式商店作試點營運。緊接Beta測試前，我們一般邀請特定玩家試玩遊戲，或發布廣告吸引玩家。Beta測試期間，我們通過服務器及第三方分銷及發行平台，每日采集、監察和分析玩家活動情況，優化玩家參與度和創造收益的潛力。我們通常於beta測試期開始向玩家銷售虛擬貨幣以供玩家購買虛擬物件及升級功能，從而開始獲取收益。

在Beta測試階段，即使新遊戲開始獲得收入，但不會視為「面市」。如一些重大問題未能解決或者部分運營數據遠未達到預期，則遊戲項目可能會回到研發階段以作進一步研發，或某些情況下，項目會被放棄。

面市

當Beta測試完成、遊戲可讓玩家通過第三方分銷及發行平台連接，遊戲即視為「已面市」。倘若我們並無發現重大的技術問題，遊戲會正式面市，我們隨後往往與就遊戲合作之分銷及發行平台合作進行市場推廣活動。

業 務

營運、持續優化和數據分析

我們的每一個項目團隊均設有專責的營運團隊，負責遊戲日常營運。當遊戲可在我們的服務器運作，讓玩家通過第三方分銷及發行平台連接時，營運團隊負責確保遊戲的24/7全天候運作。

為持續提升我們的遊戲及玩家體驗，我們對遊戲實行實時優化，不時推出嶄新內容。我們的網絡遊戲約每兩個星期升級一次，手機遊戲約每三至四個星期升級一次。遊戲升級內容包括修正缺陷或程式及技術方面的問題，安裝新的遊戲內特點、為新發行的移動裝置推出更新、或作業系統更新。升級版上載至我們的服務器後，網絡遊戲玩家入常進入遊戲，即可賞玩升級版，至於手機玩家則必須將升級版下載至其裝置。

在持續優化過程中，我們的營運團隊從自營服務器及發行遊戲的第三方分銷及發佈平台，收集玩家行為數據，然後將信息轉交有關項目的設計團隊。設計團隊分析有關信息以找出問題和瞭解潮流，然後利用分析所得設計改良升級版。

我們對玩家的遊戲內表現和行為進行密切追蹤和分析，譬如普遍的遊戲時段、遊戲局數、遊戲內活動層次、技術層次的晉升、使用個別遊戲內功能的頻密程度、社交網絡、對新穎活動的反應、對推廣活動的接受程度、對個別種類虛擬物件及升級功能的喜好、購物模式與歷史、以及我們的市場推廣活動的效力等。通過這些工作，我們得以瞭解遊戲玩家的遊戲內行為模式，在遊戲特點設計方面作出改進，調節遊戲內任務和挑戰的難度級別。我們的數據分析，有助於我們預計及應對玩家對新遊戲特點及虛擬物件及升級功能推介的反應、優化我們的市場推廣工作和效率、吸引更多玩家成為付款玩家，推動其他虛擬物件及升級功能的銷售額。

客戶服務

於2014年6月30日，我們設有專責的客戶服務團隊，由22名服務代表組成，能夠及時提供服務。玩家可通過免費熱線電話、即時短訊或專屬在綫討論區等渠道，提出查詢、反饋意見或投訴。我們目前的客戶服務時間是每天24小時，一周七天。玩家也可通過我們在新浪微博、微信等社交媒體平台開設的賬戶與我們聯絡，尋求輔助和指導，解決遊戲中遇到的問題。對於我們獨家授權予其分銷及發行夥伴之遊戲，該夥伴通常根據授權協議提供部分方面的客戶服務。見「遊戲的分銷發行平台及收款 — 獨家授權」。

客戶服務團隊收到玩家有關遊戲功能及特點投訴或查詢後，會即時回復，並將會就問題解決方法提供詳盡的解釋和指引。有關遊戲內付款或獎賞、程式錯誤或技術問題或損失索償等投訴，均向相關遊戲的項目團隊報告，由該團隊負責解決有關投訴。

業 務

我們相信，出色的客戶服務是挽留玩家的重要因素。我們的客戶服務團隊為玩家提供服務時，能夠收集有關玩家親身體驗和反饋意見的寶貴資料，幫助我們更好地瞭解玩家喜好和需求，從而進一步改進我們的遊戲。

收入模式與定價

我們所有遊戲均採用逐項計算的收入模式。據此逐項計算收入模式，玩家可免費參與基本遊戲，倘若玩家在遊戲過程中購買虛擬貨幣，以換取虛擬物件及升級功能，提升遊戲體驗，譬如加強人物的能量、技能、吸引力、互動元素，或幫助他們加快進入遊戲的較高層次，我們便會錄得收入。我們的手機休閒遊戲玩家的人均遊戲內虛擬物件及升級功能消費，一般低於RPG玩家。因此，我們專注提升我們付款用戶的整體數目以及人均付款。鑒於我們業務性質使然，往績記錄期，我們五大付款玩家合共所佔我們總收益遠少於5%。

我們根據對若干基準的分析，釐訂各個虛擬物件或升級功能的標準售價，譬如該虛擬物件或升級功能為玩家人物締造的優勢、虛擬物件或升級功能的需求量、其他遊戲所提供同類虛擬物件或升級功能的價格等。不同種類的遊戲虛擬物件或升級功能之間的價格有差異，而若干第三方平台亦會不時向玩家提供各種宣傳折扣，而我們並不知情。

由於我們的主要收入來源來自遊戲內的虛擬物件或升級功能，我們經常根據數據分析所收集的數據，提供具有吸引力的新虛擬物件或升級功能。我們也會進行不同的推廣活動，以提升遊戲內消費，以及增加活躍用戶人數。一般情況下，活躍用戶人數如有增加，遊戲內消費也會整體提升。譬如，我們推出罕有物件讓玩家爭逐，多能提升人均遊戲內消費。我們也會舉行特別的遊戲內活動以吸引更多用戶，此舉通常也會導致整體遊戲內消費增加。此外，我們經常以進取的折扣推出新物件以供購買。在推廣優惠期間，首位購買新項目的玩家可獲小幅度折扣，隨著購買同一物件的玩家愈來愈多，折扣幅度也愈來愈大，從而吸引更多玩家購買。

除銷售遊戲的虛擬物件及升級功能所得收入外，我們亦向其分銷及發行夥伴授出獨家授權亦會獲取授權費。見「遊戲的分銷發行平台及收款 — 獨家授權」。同時，我們向其提供的若干遊戲(如保衛蘿蔔及保衛蘿蔔2)收取遊戲廣告的收入。

我們的技術基礎設施

我們的網絡基礎設施，由我們的營運團隊負責管理，處理硬件、系統和網絡營運與維修等。我們的系統設計以可調節性和可靠性為本，以備配合用戶群的增長。我們相信，我們目前的網絡設施和寬頻容量，提供了進行我們現有營運所需的充足容量。

業 務

我們已建立廣泛的技術基礎設施，以支持遊戲的開發與營運，其中包括一個全國服務器網絡。鑒於手機移動用戶及網絡遊戲用戶進行實時互動，遊戲如要穩定運作，需要大量服務器，以及龐大的互聯網連接頻寬。我們的伺服器網絡覆蓋全中國各地超過800個自營及租用伺服器。我們對網絡基礎設施實施恒常監察，確保網絡的穩定性和安全性。

儘管我們相信，我們的網絡基礎設施及維修足以防止黑客攻擊導致的網絡中斷，但這類攻擊導致網絡延誤或中斷的可能性依然存在。對於我們的獨立授權協議，我們的分銷及發行夥伴負責就遊戲操作提供頻寬及伺服器。見「遊戲的分銷發行平台及收款 — 獨家授權」。

遊戲的分銷發行平台及收款

我們利用遊戲分銷及發行平台，向遊戲玩家分銷我們的遊戲。我們將遊戲供應給分銷商及發行商，可在他們的網站連接，或於在綫應用程式商店下載。我們的網絡遊戲以網絡遊戲門戶網站為分銷及發行渠道，手機遊戲以手機遊戲門戶網站為分銷及發行渠道，區分相對清晰，但兩類遊戲的收款渠道則可能重迭，若干網絡遊戲及手機遊戲門戶網站，允許玩家使用第三方付款服務供應商進行遊戲內購物。提供我們遊戲的分銷及發行平台(包括網絡遊戲及手機遊戲)絕大部分自設付款系統，用作我們收款渠道。我們的玩家利用該等平台提供的付款選項，包括通過第三方在綫付款供應商(如Alipay)的網絡電匯、手機網絡營運商及信用卡付款及購買虛擬貨幣，可用作換取遊戲虛擬物件及升級功能。我們就銷售虛擬貨幣直接向分銷及發行平台收取付款而非向個別遊戲玩家收取。就我們保衛蘿蔔遊戲而言，我們在若干情況下亦會直接向手機營運商收取付款。

我們依托遊戲分銷及發行平台，去分銷和推廣我們的遊戲。手機遊戲方面，我們與主要在綫應用程式商店密切合作，接觸不同種類的移動裝置用戶。自2012年開始，我們通過蘋果公司的應用程式商店，提供適用於iOS系統的遊戲。此外，我們通過多家其他在綫應用程式商店，經營中國的安卓市場。此外，我們也通過在中國推廣及分銷在綫遊戲的遊戲門戶網站進行分銷，使分銷網絡不局限於在綫應用程式商店。網絡遊戲方面，我們通過網絡遊戲門戶網站，吸引網絡遊戲玩家。截至最後實際可行日期為止，我們遊戲有廣闊的網絡支持，包括超過300個分銷及發行平台，大致完全覆蓋中國的手機遊戲及網絡遊戲人口。我們的主要分銷及發行夥伴所營運的遊戲分銷及發行平台，瀏覽量皆屬全國領先之列中，譬如百度、騰訊平台、37wan網頁遊戲、91wan網頁遊戲、360.com和多玩遊戲網等，讓我們可接觸到更大型、更多元化的玩家群。

業 務

我們的遊戲質量水平較高，吸引主要分銷及發行夥伴承諾優先調動其平台資源發行我們的遊戲。我們推出新遊戲之前，首先對不同的分銷及發行夥伴作出評估，根據用戶量、用戶群和若干其他因素，盡可能提升我們新遊戲的毛收入。我們會按照其決定採取有關遊戲的分銷方式，與我們的分銷及發行夥伴訂立不同形式的授權安排。該等授權安排之形式包括下列的獨家授權及非獨家授權。

獨家授權

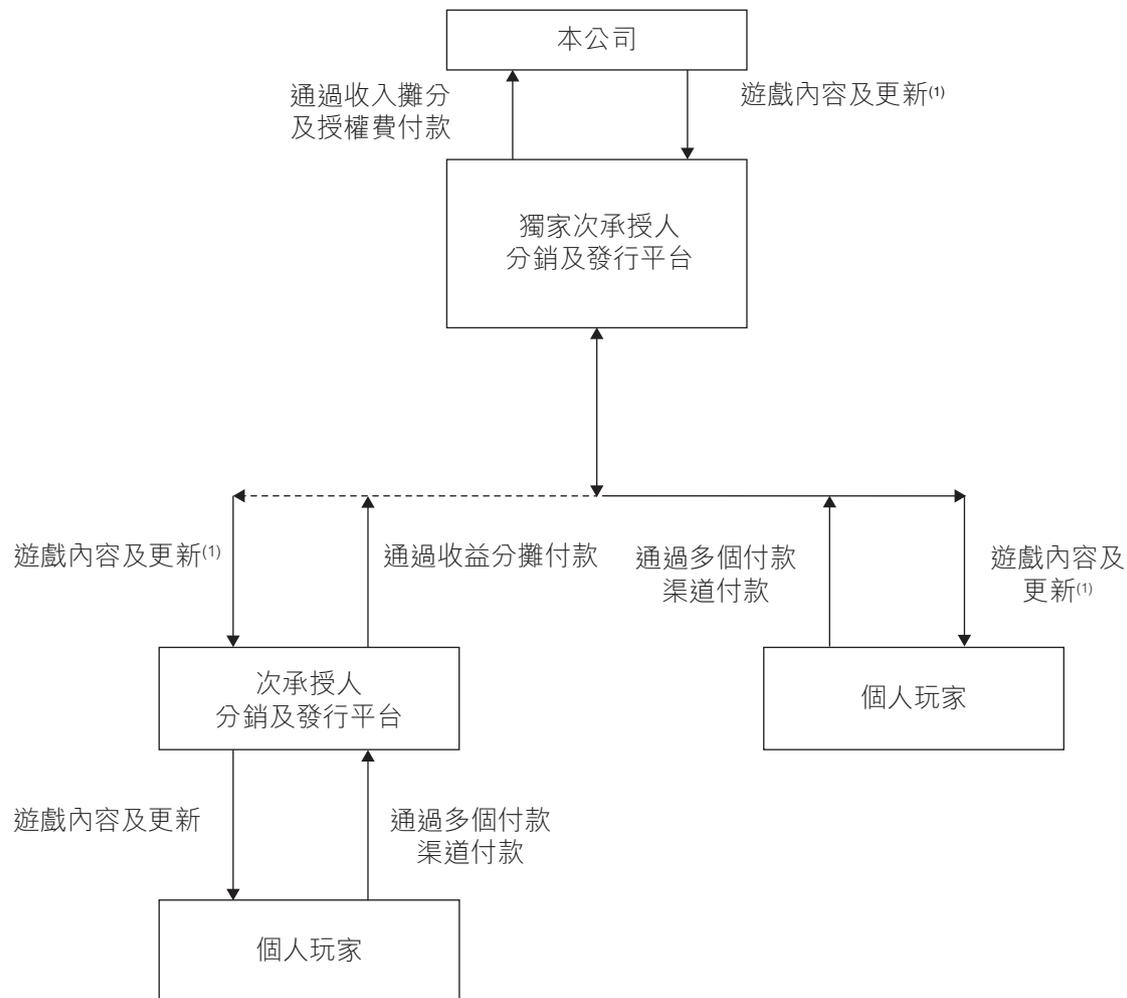
獨家授權協議授予承授人獨家權利，可於特定地區內發行、推廣及分銷(包括提供下載)手機遊戲。該等承授人有權利用本身的平台發行遊戲，亦可將遊戲授權其他分銷及發行平台(作為次承授人)，以其平台發行，因而擴大分銷範圍。一般情況下，伺服器、頻寬及部分方面的客戶服務由承授人提供。我們經營歷史早期，業務主要限於線上遊戲開發，欠缺能力提供有效客戶服務、推廣及營銷工作。因此，我們視獨家授權安排為分銷及發行遊戲的最佳方法，這樣，我們可專注遊戲開發，將客戶服務、營銷及推廣工作交予具較強大行業經驗的分銷及發行平台負責。

根據獨家授權協議，承授人負責以本身平台向玩家收取款項，並利用代理遊戲的次承授人平台付款。玩家通過該個別平台自設的付款系統付款，其中包括多個渠道，如通過第三方在綫付款供應商(包括Alipay)的網絡電匯、手機網絡營運商及信用卡。在所有情況下，獨家授權下遊戲玩家作出的所有付款(不論玩家通過何種平台下載遊戲)均屬通過第一承授人向我們付款。我們一般在訂立獨家授權協議時會向承授人收取前期授權費，並在若干情況下於合約授權期內收取額外的費用，金額以協定金額計算，並當累計購買的虛擬貨幣金額超出若干特定金額時支付。協議期限內，我們亦有權分佔向玩家銷售遊戲虛擬物件及升級功能所得收入之百分比。我們會視乎特定協議收取不同百分比的收入，但介乎充值流水之15%至35%。計算與分銷及發行平台分攤收益前，一般會從分銷及發行平台之充值流水中扣除收取分銷及發行平台產生付款相關的費用以及壞賬款項。

我們就網絡版「神仙道」在中國發行及分銷於2011年訂立首份獨家授權安排，隨後於2012年就中國手機版「神仙道」及「大話神仙」與同一承授人訂立協議。截至最後實際可行日期，承授人根

業 務

據該等協議在其平台以及超過300名次承授人的平台提供網絡版及手機版「神仙道」。下圖顯示我們與分銷及發行平台訂立獨家授權安排。



附註：

(1) 一般情況下，伺服器、頻寬及部分方面的客戶服務由相關分銷及發行平台提供。

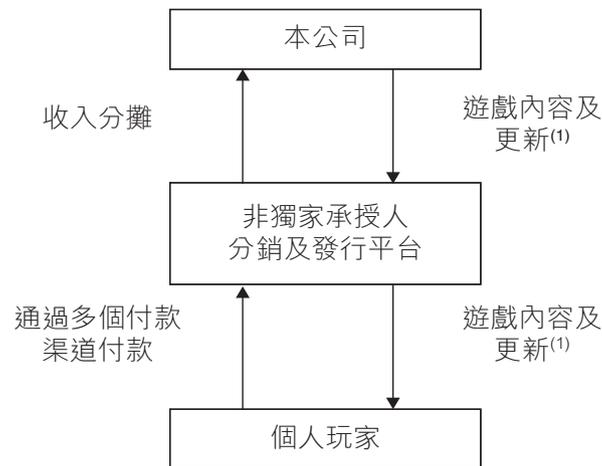
獨家授權安排仍為我們所用遊戲全球分銷及發行的主要方法。我們就國際性分銷及發行手機版及網絡版「神仙道」在香港、澳門、台灣、韓國、越南及印尼訂有獨家協議。此外，我們最近與全球性遊戲分銷商訂立協議，據此於歐美及中國、香港及台灣以外其他地區通過iOS和安卓推出保衛蘿蔔2，預計於2014年9月在該等地區推出保衛蘿蔔2。根據我們與其國際獨家承授人訂立的協議，承授人負責確保獲取有關地方司法權區有關遊戲之所有牌照、註冊及批准，並確保遊戲並無違反有關地方司法權區之法律法規。

業 務

非獨家授權

我們亦與分銷及發行平台訂立非獨家授權協議。據該等協議，我們向個別平台授出非獨家授權，可在特定地區內以發行、推廣及分銷(包括提供下載(如屬手機遊戲))特定遊戲。根據我們的非獨家授權協議，我們負責遊戲的操作(包括維護伺服器、頻寬、提供客戶服務)。

據我們的非獨家授權協議，承授人通常負責利用其自設的平台收取玩家的付款，玩家則通過個別平台自設的付款系統付款。我們有權分佔向玩家銷售遊戲虛擬物件的收入百分比。收入分佔安排視乎特定協議而有不同，但我們所佔部分介乎充值流水30%至70%。攤分收入前，一般會從分銷及發行平台所得充值流水扣除分銷及發行平台之收款費用以及壞賬金額。對我們保衛蘿蔔遊戲而言，我們在若干情況下會直接向手機網絡營運商收取按充值流水計算並扣除相關付款費用收取虛擬物件及升級功能之付款。在與分銷及發行平台分攤收入之情況下，則由手機網絡營運商或我們直接分派。下圖顯示我們與分銷及發行平台訂立非獨家授權安排。



附註：

(1) 一般而言，伺服器、頻寬及客戶服務由我們提供。

往績記錄期，我們巨額收入源自獨家授權。尤其是，我們在營運歷史初期已就分銷及發行網絡版及手機版「神仙道」及「大話神仙」訂立獨家授權協議。截至最後實際可行日期，承授人在其平台以及超過300名次承授人的平台提供該等遊戲，根據獨家授權協議，我們於往績記錄期內通過該獨家承授人(不論個別玩家從何種平台得到遊戲)收取購買我們虛擬貨幣的所有付款。因此，儘管眾多分銷及發行平台以次授權人身份提供我們的遊戲，但往績記錄期內巨額收益乃直接從一

業 務

名屬獨家授權人的分銷及發行平台直接收取。由於我們的遊戲數目不斷增加，受歡迎程度不減，我們開始並計劃繼續增加分銷及發行平台，與他們訂立獨家授權及非獨家授權安排。例如，我們最近就「亂世之刃2」(現稱「三國之刃」)與深圳騰訊訂立獨家授權協議，通過騰訊平台進行分銷及發行。此外，我們收購凱羅天下後所得的保衛蘿蔔遊戲根據非獨家授權協議進行分銷及發行。

截至2011年、2012年及2013年12月31日止各年度以及截至2014年6月30日止六個月，我們五大第三方分銷及發行夥伴佔同期我們總收益分別約100.0%、99.1%、91.9%及72.2%。此外，截至2011年、2012年及2013年12月31日止各年度以及截至2014年6月30日止六個月，我們最大第三方分銷及發行夥伴佔同期我們總收益分別約100.0%、77.8%、57.4%及24.9%。見「風險因素 - 我們依賴第三方分銷及發行平台分銷及發行本公司遊戲，倘該等第三方分銷及發行平台未能向我們履行其責任、我們未能與足夠數目的平台維持關係或該等平台不再受手機遊戲及網絡遊戲玩家歡迎，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。」見「風險因素 - 我們依賴第三方分銷及發行平台分銷及發行本公司遊戲，倘該等第三方分銷及發行平台未能向我們履行其責任、我們未能與足夠數目的平台維持關係或該等平台不再受手機遊戲及網絡遊戲玩家歡迎，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。」於最後實際可行日期，概無董事、其聯繫人或本公司任何股東(據董事所悉持有本公司已發行股本超過5%)擁有我們任何五大第三方分銷及發行平台之權益。

銷售及市場推廣

我們實施多項市場推廣及宣傳措施來推廣及宣傳我們的在綫遊戲。我們一般利用在綫應用商店、網絡遊戲門戶網站及手機遊戲門戶網站來向遊戲玩家推廣我們的遊戲。由於我們網絡及手機遊戲所使用的分銷及發行平台有所不同，我們為各款遊戲設計量身訂制的不同市場推廣活動。例如，就手機遊戲，我們向玩家發送通知，通知有新版本升級以及協助他們下載安裝遊戲新版本，此舉增加我們遊戲的下載量及提升有關遊戲在手機應用商店中的排名以及吸引更多潛在新玩家。

在中國，提供我們遊戲的為中國部分最知名遊戲平台運營商(如百度、騰訊平台、37wan網頁遊戲、91wan網頁遊戲、360.com和多玩遊戲網)所運營的遊戲門戶網站及應用商店。在海外市場，我們主要透過第三方分銷及發行平台推廣及宣傳我們的手機及網絡遊戲，並透過蘋果公司的App Store及Google Play來推廣及宣傳我們的手機遊戲。我們亦參加貿易展會來提高我們在中國及海外市場的品牌知名度。

主要分銷及發行平台肯定了我們遊戲上乘的質量，並優先調動其平台資源推銷我們的遊戲。本公司一直獲提供專門的市場營銷活動，向參與者推介我們的遊戲，本公司無需承擔任何費用。我們亦就特定平台特別設計其遊戲，如專為騰訊平台開發的「大話神仙」，而最近已向深圳騰

業 務

訊授出「亂世之刃2」(現稱「三國之刃」)之獨家分銷及發行權。提供我們遊戲的分銷及發行平台擁有龐大的用戶，有助我們在短時間內吸納大量的玩家。該等發行及分銷平台熟悉在綫遊戲市場，擁有強大的市場營銷能力，協助我們提升他們業務覆蓋國家及地區之市場滲透率。

國際業務

我們建立廣大的國際玩家基礎，尤其是東南亞國家及地區。截至最後實際可行日期，我們於香港、澳門、台灣、韓國、越南及印尼等中國以外國家及地區分銷本公司四個遊戲。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六個月，我們於中國境外所得收入(按付款貨幣釐定)佔本公司總收入分別約0.0%、16.4%、18.0%及14.1%。我們於該等市場通常獨家授權分銷及發行夥伴使用我們的遊戲。

我們最成功並廣泛發行的遊戲為「神仙道」。網絡版「神仙道」現於中國境外香港、澳門、韓國、越南及印尼分銷。手機版「神仙道」則於全球提供。「保衛蘿蔔」於全球提供，而保衛蘿蔔2通過Apple Inc的iOS系統及谷歌安卓系統在香港、澳門及台灣提供。一般情況下，我們依托第三方的翻譯和本土化公司，以助我們就迎合當地喜好改造遊戲內容。

在挑選目標海外市場方面，我們會評核多個因素，包括目標市場的整體經濟、潛在在綫遊戲人口的規模、當地在綫遊戲行業的競爭環境。未來，我們擬利用現有的分銷網絡，進一步增加全球的據點，擴大地域覆蓋。我們將鞏固與主要國際遊戲分銷及發行平台之關係，將本公司的遊戲引入新國家及地區。我們計劃針對目標海外玩家，對現有遊戲進行本土化改造，進一步拓展本公司的國際業務。鑒於大亞洲地區與中國有共同的文化承傳，預期我們以歷史及奇幻武術為主題的RPG將繼續大行其道。此外，我們的手機休閒遊戲一般以簡單的故事為題，玩法簡易，能夠超越文化的隔膜，故此預計手機遊戲於全球會廣受歡迎，尤其是北美及歐洲，故此本公司計劃按此方向推廣遊戲。舉例來說，我們最近與全球性遊戲分銷商訂立協議，據此於歐美及中國、香港及台灣以外其他地區通過iOS和安卓推出「保衛蘿蔔2」，預計於2014年9月推出。

競爭

網絡遊戲開發市場相對集中，近年競爭愈趨激烈，而網絡遊戲發行市場則相對分散，並無明顯的市場龍頭。我們主要在以下方面競爭，包括遊戲的質量或特色、運營基礎設施及專業技能、產品管理方式的優勢和我們為提高玩家的體驗而提供的服務。

業 務

我們主要與中國其他遊戲開發商競爭，包括IGG Inc.及雲遊控股有限公司等手機遊戲及網絡遊戲開發商。我們亦與中國其他專注於遊戲開發及運營的民營公司競爭，其中大部分公司均以風險投資基金及國際競爭對手為依托。雖然手機遊戲及網絡遊戲開發市場的進入門檻相對較低，我們相信憑藉我們彪炳的遊戲往績及主要分銷發行平台營運商對我們之認可，我們可以開發出受歡迎的手機遊戲及網絡遊戲。此外，我們亦與各種綫下遊戲(如主機遊戲、街機及手持遊戲)及其他形式的傳統或在綫娛樂爭奪用戶資源。

競爭亦可能來自國際遊戲開發商及運營商。我們相信中國國內遊戲開發商及運營商(包括我們)較進入中國市場的國際競爭對手更有優勢，主要因為該等公司在國內並無運營基礎設施，且缺乏將遊戲內容本土化的經驗。然而，我們無法向閣下保證，我們將繼續擁有此競爭優勢，特別是如果國際競爭對手成立合資公司、與國內遊戲開發商及運營商建立合作關係或收購國內遊戲開發商及運營商。

知識產權

我們深知知識產權對我們的業務至為重要，並致力發展與保護我們的知識產權。我們依賴版權、商標及其他知識產權法以及與僱員、供應商、分銷及發行平台及其他人士訂立的保密和授權協議保護我們的知識產權。一般而言，我們要求僱員簽訂標準僱員合約，當中載有一項條款，即承認他們代表我們而作出的所有發明、商業機密、所開發的產品及進行的其他程序均屬我們的財產，並向我們轉讓他們於上述工作中可能聲稱擁有的任何所有權。儘管我們已採取預防措施，但第三方仍有可能在沒有征得我們同意的情況下取得並使用我們所擁有或授權的知識產權。第三方未經授權使用我們的知識產權及保障我們的知識產權所產生的費用可能對我們的業務造成重大不利影響。

截至最後實際可行日期，我們擁有或授權使用9個註冊域名，包括我們的官方網站。我們的所有域名均由我們中國經營實體持有或授權。我們通常於到期前約一至三個月提出續期申請。在一般情況下，域名註冊於支付續期費後即時生效。如我們的域名因任何原因而未能續新，域名註冊處將會將相關域名除名。

截至最後實際可行日期，我們獨家擁有56項軟件版權，並已就各項軟件版權向中國國家版權局辦理登記手續。截至最後實際可行日期，我們擁有23個商標，類別各不相同，並已向中國商標局辦理登記手續。此外，我們於最後實際可行日期擁有61項商標申請，類別各不相同，現正待中國商標局審批。我們亦已向包括香港在內的其他多個司法管轄區提交若干商標的登記申請。我們相信，我們已就所有海外發行的遊戲辦理所有必要的知識產權註冊手續，除在香港註冊我們「飛魚」商標，有待完成。

業 務

於往績記錄期間內我們並無與第三方有任何糾紛或任何其他知識產權的待決法律訴訟。詳情請參閱「法律訴訟及合規情況」一節。

有關我們的重大知識產權的詳情，請參閱「附錄四—法定及一般資料—B.有關本集團及中國經營實體業務的其他資料—2.本集團的知識產權」一節。

僱員

截至2014年6月30日，我們擁有255名全職僱員（包括我們所有附屬公司），其中絕大多數僱員位於廈門。下表按職能載列我們截至2014年6月30日的僱員數目：

	僱員數目	佔總數百分比
遊戲開發	192	75.3
營運	22	8.6
行政	24	9.4
其他	17	6.7
總計	255	100%

我們向新聘僱員提供定制培訓，並全部為其指派導師（即相關團隊或部門內經驗豐富的僱員），導師會持續向新聘僱員提供崗位培訓。

按照中國法規的規定，我們參與由市及省政府組織的多項僱員福利計劃，包括住房、退休金、醫療及失業福利計劃。我們須根據中國法律規定按僱員薪金、獎金及若干津貼的指定比例向僱員福利計劃供款，比例上限由地方政府不時確定。獎金一般是酌情支付，且視乎我們業務的整體表現而定。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六個月，我們的員工成本分別為人民幣4.1百萬元、人民幣19.7百萬元、人民幣59.4百萬元及人民幣22.9百萬元，分別佔我們於相應期間的總收入的12.5%、12.4%、41.0%及17.7%。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六個月，我們向僱員福利計劃作出的供款總額分別為人民幣406,000元、人民幣1.2百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣2.5百萬元。

我們已建立員工代表大會，以代表員工頒布公司細則及內部規定。該員工代表大會並不代表員工進行集體談判。我們相信，我們與員工關係融洽，且於往績記錄期間從未發生任何重大勞資糾紛，亦從未於為我們的業務營運招聘員工時遇到任何困難。

我們與大部分主管、經理及一般員工訂立標準的勞動合約。該等合約一般載有一項保密條款，由其任職當日起生效，直至離職後一年為止。

業 務

我們根據中國適用法律及地方主管當局的規定為中國員工繳納社保，保費由我們及員工按中國相關法律訂明的比例承擔。

供應商及採購

我們的供應商主要包括我們向其購買及租賃伺服器的第三方公司外判有關於開發及設計我們遊戲操作系統。我們並無與供應商訂立任何長期合約安排。為確保我們網絡基建的質量及安全，我們通常向合資格且可靠的供應商採購伺服器。我們參照過往與我們建立的業務關係、其產品是否符合我們要求、定價、客戶服務及聲譽挑選伺服器租賃服務供應商。

於2011年、2012年及2013年各年以及截至2014年6月30日止六個月，我們五大供應商收取的金額分別佔同期我們銷售成本約無、42.2%、8.3%及4.3%。於2011年、2012年及2013年各年以及截至2014年6月30日止六個月，我們最大供應商收取的金額分別佔同期我們銷售成本約無、37.6%、4.5%及2.2%。於最後實際可行日期，概無董事、其聯繫人或本公司任何股東（據董事所悉持有本公司已發行股本超過5%）擁有我們任何五大供應商之權益，Xiamen Xianglian Technology Co., Ltd（「Xiamen Xianglian」）除外，Xiamen Xianglian控股股東為本公司主席及行政總裁姚劍軍先生。Xiamen Xianglian提供有關網絡開發、技術服務、系統設計、安裝及代理服務及電腦軟件及硬件銷售之技術服務。截至2013年12月31日止年度及截至2014年6月30日止六個月，Xiamen Xianglian向我們提供各種服務，金額分別為人民幣185,000元及人民幣32,000元。

保險

我們按照行業慣例並無就我們於中國及海外市場的主要業務營運購買任何保險。我們並無投購業務中斷保險、董事的保險、有關網絡基建或信息技術系統損壞的保險或任何有關我們的物業的保險。我們亦無就有關合約安排的風險投購保險。

有關詳情，請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們並無為主要資產、物業及業務投購任何保險，我們有限的保險範圍可能令我們產生巨額費用及造成業務中斷。」

業 務

稅務

開曼群島

我們於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。根據開曼群島法律，我們於開曼群島毋須繳納所得或資本利得稅。

香港

飛魚香港於2014年3月25日註冊成立，須按香港業務所得估計應課稅溢利之16.5%繳納利得稅。往績記錄期，由於我們在香港並無估計應課稅溢利，故此並無就香港利得稅撥備。

中國

所得稅

根據有關所得稅法，我們的中國附屬公司須按法定稅率25%就其各自的應課稅收入繳納所得稅，惟獲認證為軟件企業之廈門光環、廈門遊力、廈門翼逗及凱羅天下除外，自其獲得應課稅溢利起首年豁免兩年繳納所得稅，隨後三年獲稅項減半優惠。廈門光環、廈門遊力及凱羅天下的首個獲利年度分別為2011年、2013年及2013年。往績記錄期，我們全數繳付有關稅項，與相關稅局並無糾紛或未解決的稅務事宜。

根據中國所得稅法，劃一25%的中國所得稅率適用於外資企業及境內企業，惟特定優惠稅率適用者除外。根據企業所得稅法及其實施條例，於境外成立但其「實際管理機構」位於中國的企業就中國稅務而言視為「居民企業」，而其全球收入須按25%稅率繳納中國所得稅。根據中國所得稅法的實施條例，「實際管理機構」是指對企業的生產經營、人員、賬務及財產實施實質性全面管理的機構。我們相信其並無居民企業。然而，中國稅務機關如何斷定本公司等公司的稅務居民狀況仍未確定。見「風險因素—與於中國經營業務有關的風險—根據中國企業所得稅法，我們或被視為中國居民企業，須就其全球收入繳納中國稅項。」

物業

我們在中國租賃若干物業以開展業務營運。該等物業用作上市規則第5.01(2)條所界定的非物業業務，主要用作我們業務營運的辦公場所。該等物業主要位於中國廈門、福建省及北京。

截至最後實際可行日期，我們共租賃7項物業，總建築面積（「GFA」）約5,217.7平方米，建築面積介乎約101平方米至2,443.4平方米之間，租約到期日介乎2014年12月31日至2019年8月30日之間。截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。

業 務

租賃物業之所有租約並未註冊。根據我們的中國法律顧問漢坤律師事務所告知，註冊我們並非使租賃協議有效的強制條件，如未註冊亦不會影響租約的有效性或影響我們使用有關物業。未進行註冊可能會令公司受到行政處罰，最高為每份未註冊租約人民幣10,000元。此外，如有必要，我們認為我們可在不對我們的經營及財務狀況造成任何重大不利影響下搬遷到同等條件的其他物業。

根據《公司(豁免公司及[編纂]遵從條文)公告》第6(2)條，本[編纂]獲豁免遵守公司條例第342(1)(b)條的規定(該條文規定須就我們於土地或樓宇的所有權益編製估值報告)，原因是截至2014年6月30日，我們各項物業權益的賬面值均低於合併資產總值的15%。

法律訴訟及合規情況

我們或會因業務運營而不時面對法律訴訟、調查及索賠。我們亦可能為保護我們的合約及財產權而提出法律訴訟。

概無本集團成員或任何董事涉及且並不知悉我們涉及任何法律訴訟、仲裁或行政訴訟、調查或索賠。我們亦無出現任何管理層認為可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的不合規行為。此外，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期止其後期間，我們並無就遊戲的運營而身陷任何重大申索、投訴或糾紛。我們的中國法律顧問漢坤律師事務所告知我們，向我們妥善查詢後所悉，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期止其後期間，除本[編纂]披露者外，我們已在各重大方面遵守中國適用法律及法規。

業 務

往績記錄期，與我們遊戲開發有關之不合規事宜如下：

不合規事宜及原因	法律後果及 潛在最高罰款以及 其他財務損失	最新狀況	已／將採取的措施，以防範 日後違規並 確保持續合規
<p>如「法規概覽—網絡遊戲、文化產品及外商擁有權限制的法規」一節所示，國內網絡遊戲必須於有關網絡遊戲開始在線營運或有關網絡遊戲發生任何重大變更之後30日內向文化部登記備案。我們現於中國提供七款上線遊戲，但未能就兩款遊戲在網絡遊戲辦法規定的時限內提交存檔材料。我們作為民營企業，我們缺乏其業務經營所有方面之知識，且沒有委聘外部法律顧問對所有方面提供專業意見，尤其是我們開始籌備[編纂]前有關中國相關規則規例的規定。</p>	<p>根據網絡遊戲辦法，未能按規定提交存檔材料，我們或須就每款遊戲繳付最高人民幣20,000元的罰款，而未能於規定時限內就我們在中國營運四款網絡遊戲提交存檔材料之潛在最高罰款總額為人民幣80,000元。網絡遊戲辦法並無對未能提交其規定的存檔材料施加任何其他懲罰，如基於未能於規定時限內辦理存檔程序而規定暫停或終止網絡遊戲。</p>	<p>我們所有遊戲並無按網絡遊戲辦法規定的時限內向文化部提交存檔。然而，於最後實際可行日期，「保衛蘿蔔」、網絡版「神仙道」、手機版「神仙道」、「大話神仙」及「保衛蘿蔔2」已向文化部提交存檔。同時，「囧西遊」、「亂世之刃2」(現稱「三國之刃」)之存檔手續有待辦理。由於網絡版「神仙道」、手機版「神仙道」及「大話神仙」由第三方平台營運，該第三方平台負責就三款遊戲向文化部提交存檔。我們並無接獲有關當局行政調查或徵收罰款的通知。我們中國法律顧問認為，本文所述我們過往不合規的情況不會對我們的業務經營構成重大不利影響。</p>	<p>我們採取多項修正措施，包括設立內部政策加強對持續遵行適用法律法規的內部監控。據我們現行內部監控程序，我們內部法律部門將檢討及監察開發中遊戲的所有牌照及許可證之狀況，確保按照有關監管規定獲發所有必要牌照及許可證。有關內部監控程序之進一步詳情，載於下文「風險管理」。</p>

董事相信，本集團已採納內部監控措施以避免日後發生類似事件，包括採取確保本公司獲得且持有有關其業務經營必要政府存檔、批准及許可之措施。經考慮本節披露有關引致上述不合規事宜之事實及情況，以及本集團提升內部管制措施以防止該等上述討論的不合規事宜再度發生後，董事及聯席保薦人相信上述過去的不合規事宜不會影響董事作為根據上市規則第3.08及3.09條上市發行人董事的合適性，以及根據上市規則第8.04條本公司[編纂]的合適性。有關我們就遵守法律而提升內部管制措施之詳情，請參閱「風險管理—遵法及知識產權風險管理」一節。

業 務

風險管理

我們致力建立及維護穩固的內部監控系統。我們已就財務報告、信息風險管理、合規及知識產權管理以及人力資源管理等業務經營之多個方面，採納及實施風險管理政策和企業管治措施。

財務報告風險管理

我們就財務報告風險管理採納完善的會計政策。我們向負責財務的員工持續提供培訓，確保他們妥善遵行及有效實施該等政策。

截至2014年6月30日，我們財務團隊共有7名僱員，主管為財務總裁，彼在公眾公司財務報告的經驗豐富。財務部門的其他高級人員均具財務及會計之經驗。

信息風險管理

我們已採納若干措施，以保護我們累積的用戶數據，並防範本公司網絡基建及信息技術系統的技術問題。我們的信息技術部門專責保護用戶數據，確保本公司網絡基建及信息技術系統穩定。於2014年6月30日我們的信息技術團隊共有8名僱員，主管為技術總裁孫志炎先生，其於信息技術行業的經驗約有10年。

我們的業務使用不同的信息管理系統。為確保信息安全，僱員不得隨便讀取內部信息，未經授權，僱員不可擅用若干內部信息。我們已採納若干內部政策，確保為不同職級的僱員及部門職能獲得所需的授權，僅於需要時獲取相關的信息。

我們採納多項有關數據庫操作的政策，防止信息泄漏和數據丟失。數據庫的主要信息(如用戶密碼)以強大的加密運算作保護。我們亦保存所有數據庫操作的記錄，且不許任何非例行的數據庫操作，除非屬必要操作，並經本公司技術總監批准。同時，我們使用監察系統監察伺服器的數據操作狀況，如有異常情況，即提醒有關部門。此外，我們的日常維護、防火措施、信息控制系統及其他措施，將協助維護網絡基建的實質狀況。我們另有數據後備系統，每周將新數據儲存於不同地方的伺服器，以減低數據流失的風險。我們的信息技術部門每半年進行一次後備復原測試，試驗後備系統的狀況。此外，我們的全職僱員大部分須簽署保密協議，據此，他們承諾將其工作上獲得的任何用戶數據以及本公司的營運、財務及產品信息保密。

業 務

遵法及知識產權風險管理

我們經營風險管理主要專注的範疇為遵守中國法律法規，尤其是監管網絡遊戲行業的法律法規，保護知識產權以及防止因潛在侵犯知識產權招致的責任。我們設有專門的法律團隊，負責監察中國法律法規有否任何變動，確保本公司的業務持續遵守中國法律。另外，鑒於我們會推出新產品或開展新業務分部，故此我們的法律團隊亦與外聘法律顧問合作，確保就業務經營獲得並持有所有必要的許可及牌照。在相關法律法規未清晰規定任何必需進行或不得進行的行動之情況下，我們將持保守態度，以免出現任何潛在合規事宜。

我們開發的新產品須經高級管理層批准。建議使用的物料亦須經本公司法律部門審議，法律部門會進行審查，確保新產品建議涉及的概念及設計不會侵犯任何第三方現有的知識產權。此外，本公司法律部門負責確保適時就新產品申請商標、版權或專利註冊，並及時向有關機關提交文件作存檔。我們另外聘顧問或知識產權代理，在遵法以及防範和解決有關知識產權事宜方面提供協助。

人力資源風險管理

我們制定內部監控政策，涵蓋人力資源管理多個方面，如招聘、培訓、工作道德及遵法。

我們的招聘標準相當高，篩選程序嚴謹，以確保新入職僱員的質素。此外，我們為每名新入職畢業生提供啟導計劃，我們相信計劃能有效協助僱員培育所需技能及工作道德。本公司按不同部門僱員的工作需要提供專門的培訓。我們每周亦舉辦工作坊，開發及操作員工可分享其設計概念及工作經驗。

我們的僱員手冊載有規管本公司業務及行業之有關法律法規、最佳商業實務、工作道德、防止舞弊、疏忽及貪污相關的指引。每名僱員須以書面方式確認明白且承諾遵守僱員手冊所載的規定。我們另提供不記名的報告渠道，僱員可匿名及時向管理層彙報本公司各層面的潛在違反內部政策或不法行為，管理層繼而採取適當措施減低損害。

企業管治措施

我們於2014年11月10日設立審核委員會，主要職責為向董事會提供有關本集團財務報告程序、內部監控及風險管理系統有效性之獨立意見，監督審核程序以及履行董事會委派的其他職責及責任。審核委員會成員包括劉千里女士、賴曉凌先生及馬宣義先生，劉千里女士為主席。我們亦於2014年9月成立內部審核部門。

業 務

監察風險管理政策實施之持續措施

我們的審核委員會及高級管理層持續監察本公司風險管理政策的實施，以確保內部監控系統有效判別、管理及減低本公司業務涉及的風險。

牌照及許可證

我們的中國法律顧問漢坤律師事務所告知我們，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期止其後期間，我們已從相關政府機關取得所有對我們於中國的業務而言屬重要及必需的牌照、批文及許可證，有關牌照、批文及許可證仍然有十足效力，且概無發生任何情況導致我們的牌照、批文及許可證遭撤回或撤銷。我們的中國法律顧問亦告知我們，經查詢後盡悉，截至最後實際可行日期，我們續訂該等牌照、批文及許可證並不存在任何法律障礙。見「風險因素—不符合中國法律及法規的過往事件可能令我們遭受行政處罰，此可能對我們的業務經營造成重大不利影響。」下表載列我們的重要牌照及許可證的詳情：

牌照／許可證	持有人	簽發機關	簽發日期	到期日
網絡文化經營許可證	廈門遊力	福建省文化廳	2013年6月9日	2016年3月29日
網絡文化經營許可證	凱羅天下	北京市文化局	2014年4月22日	2017年4月21日
增值電信業務經營許可證 —互聯網信息服務	廈門遊力	福建省通信管理局	2014年3月14日	2019年3月14日
增值電信業務經營許可證 —互聯網信息服務	凱羅天下	北京市通信管理局	2014年6月11日	2019年6月11日
增值電信業務經營許可證 —移動網絡信息服務	凱羅天下	工業和信息化部	2014年6月26日	2019年6月26日

業 務

獎項及認可

於往績記錄期間，我們就我們產品及服務的質量及受歡迎程度獲得多項獎項及認可，其中包括下列各項：

獎項／認可	獲獎日期	頒獎機構／機關	實體／產品
「金竹獎」的最具實力頁游產品獎 ... 「金翎獎」之玩家最喜愛的 十大網頁遊戲)	2011年	中國原創網頁遊戲峰會	「神仙道」
金鵬獎	2012年	中國(上海)國際數碼互動娛樂展覽會	「神仙道」
	2014年	第三屆中國原創安卓手機遊戲評選 大賽	保衛蘿蔔
2011年度十佳網頁遊戲	2012年	第五屆網頁遊戲高峰論壇	「神仙道」
2013年度最賣座遊戲	2013年	360手機助手	保衛蘿蔔
2013年度十佳遊戲	2013年	360手機助手	保衛蘿蔔
2013年度十大最受歡迎的 原創移動遊戲	2014年	中國遊戲產業年會	保衛蘿蔔