

業 務

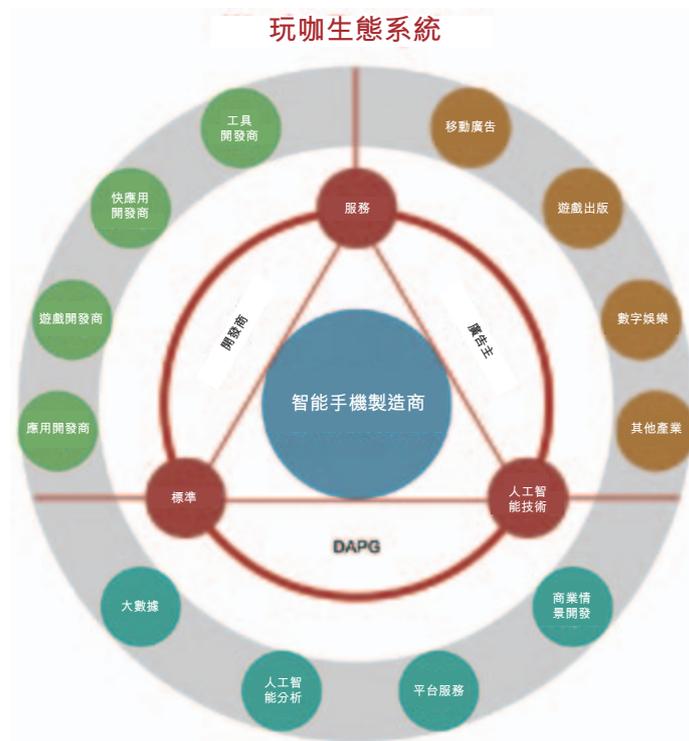
概覽

我們是移動互聯網市場上的一家創新科技公司，幫助各行各業的企業與中國數以億計的安卓智能手機用戶建立聯繫。基於我們專有的人工智能平台，我們已經與多數領先的中國品牌智能手機製造商建立了緊密的合作關係，這使我們能夠接觸中國最大的智能手機用戶群。

除了通過向廣告主提供移動廣告服務變現外，我們最近還進軍線上遊戲聯運及網絡視頻產品分發業務。我們相信，我們在幫助連接中國智能手機製造商的獨立安卓系統方面的先發優勢將使我們能夠在未來進軍更多垂直行業，並使企業能夠以更高效及創新的方式向智能手機用戶推廣及提供其內容及服務。

我們基於自身研發的人工智能及數據分佈平台構建了我們的服務。其使我們能夠精確高效地瞄準安卓智能手機用戶，並通過智能手機製造商的原生移動應用程序及用戶界面提供來自我們營銷人員的個性化、實時及基於場景的內容。我們不斷完善我們的大數據分析，優化我們服務的效力，並在我們擴大業務的同時提高運營效率。

我們已建立活躍的安卓移動生態系統，包括智能手機製造商、不同行業的廣告主及應用開發者。我們為智能手機製造商提供有除銷售手機外高盈利及增長潛力的額外收益來源。憑藉智能手機製造商所累積的龐大用戶群，我們提供創新及具成本效益的方法優化網絡營銷。為應用開發者，我們已設立並實施統一技術標準以精簡開發過程。



業 務

我們自成立以來快速增長。於往績記錄期內，我們產生的收益主要來自向不同行業的廣告主提供移動廣告服務，而我們將持續多元化我們的收入來源。我們的收入由二零一五年的人民幣15.3百萬元增至二零一七年的人民幣485.6百萬元，複合年增長率為463.5%。經我們推廣的移動遊戲及移動應用數目由二零一五年的五個增至二零一七年的2,817個。

我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢有助我們成功及使我們於競爭對手中脫穎而出。

中國移動互聯網市場的開拓性技術及服務提供商

我們是中國移動互聯網市場的開拓性技術及服務提供商。我們專注於創建一個平台，幫助不同行業的廣告主吸引流量及通過安卓智能手機向消費者分發其內容。我們的業務圍繞智能手機進行，因為我們相信，智能手機是用戶進入移動互聯網的基本界面，並在設備相對不會經常更換、靈活的內容提供方式及用戶對設備的信託比移動應用程序大等方面享有巨大優勢。我們專攻安卓智能手機，原因是其佔主導地位的市場份額及變現潛力。根據弗若斯特沙利文報告，於二零一七年，安卓智能手機於中國智能手機行業的市場份額佔86.2%。

我們了解中國安卓智能手機製造商所面對的挑戰，並具備得天獨厚的條件，可把握安卓智能手機行業的增長機會。安卓是一個開放源操作系統，智能手機製造商可以藉著使用及改裝該系統來構建其自身的設備。以往，中國的安卓智能手機行業一直在移動操作系統分散及各智能手機製造商之間沒有既定統一技術標準中掙扎，這導致了安卓互聯網服務提供商擴展其服務的困難。

為利用安卓智能手機龐大的市場份額及為分散的安卓智能手機行業提供解決方案，我們於二零一四年帶頭並協調創辦硬核聯盟－為一個由七家領先的中國智能手機製造商組成的網絡。我們是硬核聯盟的秘書處兼官方媒體合夥人以及硬核聯盟商標持有人。我們已與硬核聯盟成員建立緊密的戰略關係，讓我們可隨時接觸中國最大的智能手機用戶群。利用我們的變現能力及專有技術，我們還與中國其他數十家主要智能手機製造商建立了業務關係。基於手機製造商的流量及我們的DAPG平台，我們為各行各業的廣告主及移動應用程序開發者提供訂製平台解決方案的綜合目錄，以提高其變現能力。

業 務

由穩健的人工智能及數據分析技術推動的專有平台

我們的核心技術平台是DAPG，通過該平台，我們可以通過有效且高效地發現及向智能手機用戶提供內容以及實時反饋，從而優化來自不同行業的廣告主的推廣工作。我們分析匿名數據，並向目標受眾投放由廣告主創建的定期化內容。具體而言，我們的DAPG平台能基於不同的商業價值將用戶數據及／或行為歸納為獨立的層次，令我們能夠利用長尾數據的價值，以把握其全部變現潛力，這讓智能手機製造商可應用長尾戰略向智能手機用戶提供非主流內容來實現收益。此外，向終端用戶投放的內容具有引起用戶未曾被我們DAPG平台發掘的其他興趣的潛力，繼而創建更多用戶數據，可用以提高我們數據分析的準確性及配對能力。

我們持續提升我們的DAPG平台，以豐富及完善我們獲得的用戶資料及滿足不同領域的廣告主不斷演變的需要。我們亦相信，我們的DAPG平台使我們能隨著業務規模擴展而提供更有效的解決方案及提升我們的營運效率。

可靈活擴展規模的業務模式及巨大的變現潛力

我們相信，我們的業務模式可靈活地擴展規模。我們於智能手機製造商及其他非智能手機渠道所開發的原生移動應用程序及用戶界面向各行各業的廣告主提供服務，彰顯了我們具有強大的能力將我們的業務模式變現。我們擁有大型且迅速增長的廣告主客戶群，當中包括移動遊戲開發者、移動應用程序開發者、各行各業的其他廣告主及廣告代理。我們營銷的移動應用程序及遊戲數目由二零一五年的五款增長至二零一七年的2,817款，我們的收入由二零一五年的人民幣15.3百萬元大幅增長至二零一七年的人民幣485.6百萬元。

我們深化與客戶的合作亦足以印證我們業務模式的可擴展性。例如，我們的DAPG平台使我們能夠以有針對性及精確的方式將遊戲開發者與玩家進行匹配，並選擇合適的遊戲發行渠道。我們的遊戲聯合運營業務直接為我們提供了基於大量遊戲的獨有渠道，這些遊戲為我們提供用戶流量的額外渠道，與我們向廣告主提供的服務產生巨大的協同效應。我們相信，我們新推出的遊戲聯運業務加強了我們的互聯網生態系統，並為該生態系統的所有參與者帶來增長潛力。

我們相信，憑藉我們可擴展的業務模式，我們具有有利條件擴展業務，以向各行各業提供更多服務及解決方案。於短期內，我們會尋求與金融機構合作開拓變現機會；長遠而言，則維持均衡的服務種類組合，從而進一步提高用戶流量及吸引更多廣告主加盟我們的生態體系。

業 務

高瞻遠矚且精通業內專業知識的富經驗管理團隊

我們擁有一支高瞻遠矚的管理團隊，他們創下了傑出的企業家成就，並具有實在、多元及互補的背景。我們的行政人員平均具有逾10年相關行業經驗。我們的創辦人、主席兼首席執行官高先生對於中國的移動互聯網行業瞭如指掌。在創立本公司前，高先生為百度公司下屬公司移動業務部門的業務總監。我們的副主席鄭先生於二零零七年七月至二零一五年七月期間擔任百度公司下屬公司創意開發部及業務合作部總經理及移動服務組副總經理。我們的首席戰略官武暘先生於二零一一年九月至二零一三年八月擔任搜狐新時代信息技術有限公司產品營運總監，期間累積了廣泛的管理經驗。我們的執行董事兼財務總監周豔女士曾任多家公司財務部的高級管理人員，例如清控人民建設(集團)有限公司及北京控股投資管理有限公司。

我們高級管理團隊的其他成員在眾多領域上具有廣泛且互補的經驗，涵蓋技術、互聯網、銷售及營銷、財務及營運。他們與高先生攜手帶領本公司持續推進創新及實現於中國領導市場的地位。我們相信，我們的高級管理層將進一步推動本公司成長，加強玩咖品牌建設，以及引領我們達成使命。

我們的業務戰略

我們的目標是(1)不斷規範中國智能手機製造商的移動互聯網技術；(2)為智能手機製造商提供人工智能技術及基於平台的商業服務；(3)向廣告主及移動內容開發者提供基於場景的商業及運營服務，將他們與智能手機硬件製造商聯繫起來，並助力他們獲取智能手機終端用戶。我們擬採取以下戰略以達成我們的目標。

增強我們的人工智能及數據分析能力

我們打算繼續投入大量資源用於研究及開發工作，以加強及改進我們的人工智能及數據分析技術。我們計劃進一步升級及投資我們的技術平台及基礎設施，以提高我們的DAPG平台的運營效率及穩定性。為此，我們計劃(1)提升用戶分析能力，以更好地了解用戶行為數據並提供卓越的用戶鎖定；(2)採用更先進的基於算法的計算技術來增強我們的數據及情景分析能力；(3)增強我們的實時分析及數據匹配能力，以實現更高效及精確的內容推薦；及(4)在人工智能及數據分析領域招募更多人才，幫助我們提高技術能力及競爭優勢。我們相信，利用我們龐大的用戶群，加上我們在提高人工智能及數據分析技術方面的努力，我們將能夠為我們的生態系統參與者創造更多價值。

業 務

孕育生態體系及擴充服務種類

我們計劃孕育及發展出一個可持續的安卓移動互聯網生態體系，為生態體系參與者創造更具意義及吸引力的增值潛力。憑藉與硬核聯盟成員之間的緊密合作，我們將繼續吸引中國國內更多中小型智能手機製造商加入我們的生態體系，並進一步壯大我們的分發渠道。我們將與更多來自金融科技、保險及移動娛樂等各行各業的廣告主建立業務關係，並將通過統一應用程序開發的行業標準，擴充向應用程序開發者提供的服務種類，以給他們的開發流程提供便利。

通過擴張銷售網絡來提升市場地位

我們通過將銷售渠道延伸至新市場，致力於提升市場地位。我們計劃日後擴大銷售團隊的規模，務求擴張我們的銷售網絡及提升我們品牌的知名度，尤其是在中國二線及三線主要城市。同時，我們亦將採取間接銷售及直接銷售雙管齊下的措施，務求擴展至海外市場。我們擬聘請深諳當地市場的第三方銷售代理來協助我們於目標海外市場中執行銷售及擴展戰略。

推廣快應用以為智能手機行業制訂技術標準

我們致力利用獨到的眼光促進開發及推廣快應用。於二零一八年三月，我們作為快應用聯盟創辦人推出快應用開發的官方指引。我們盡力降低開發快應用的技術門檻，務求將更多移動應用開發者的焦點轉向快應用開發，以應付瞬息萬變的市場需求。我們已發佈全方位的快應用開發套件及相關技術檔，並上載於我們管理快應用開發的官方網站— Quickapp.cn。

我們計劃深化與智能手機製造商及快應用開發者之間的合作，以促進他們之間的溝通及知識分享。我們將向移動應用開發者持續提供有關快應用開發的技術支持及指引，並協助移動應用開發者在快應用聯盟旗下成員所提供的分發平台上推出及分發新開發的快應用。此外，我們有意將快應用指引推向海外，以吸引全球移動應用開發者開發可與中國製造的安卓智能手機相兼容的快應用，此舉將有助中國智能手機製造商拓展全球性的用戶基礎。憑藉快應用開發者已建立的基礎，我們計劃從其快應用獲得額外的廣告及其他基於平台的服務收入。

業 務

落實針對性的戰略聯盟及戰略投資

作為我們增長戰略的一部分，於近年來，我們組成了戰略關係及夥伴關係，並完成多項投資及收購。我們將進行在戰略上相信對我們達成長遠目標有利的特定合作、投資及收購，藉此繼續擴展我們的服務種類及優化我們的生態體系。在挑選投資目標時，我們一般會考慮多種因素，包括是否配合我們的戰略性規劃、潛在協同效益的程度、市場地位、管理團隊的經驗、估值、過往的經營指標及財務表現。我們的管理層計劃用心評估任何可能不時展現的機會。我們相信，我們過往的收購經驗、與眾多從業者之間的關係及在中國移動互聯網行業方面的知識及經驗，將有助我們作出有根據的收購決定。然而，於最後實際可行日期，我們並無任何特定的收購計劃或目標。

我們與智能手機製造商的關係

我們相信，我們與智能手機製造商(包括硬核聯盟成員)的關係對於保持我們的翹楚地位及競爭力起到重要作用。硬核聯盟於二零一四年八月成立，目的是為移動應用程序及手機遊戲廣告主提供營銷渠道，並為智能手機用戶提供最佳的用戶體驗。自硬核聯盟成立以來，我們一直擔任其秘書處及官方媒體夥伴，主要負責執行硬核聯盟的日常活動。根據弗若斯特沙利文報告，按二零一七年國內智能手機出貨量計，硬核聯盟成員於中國安卓智能手機市場中所佔的總市場份額為62.1%。硬核聯盟成員於中國智能手機市場的主導地位使其接觸大量用戶。根據弗若斯特沙利文報告，於二零一七年，硬核聯盟成員整體為下載量之冠，於所有安卓移動遊戲分發渠道中的佔45.3%。此外，硬核聯盟成員所開發的應用商店於二零一七年的滲透率整體達到62.4%，於安卓應用商店中排名榜首。

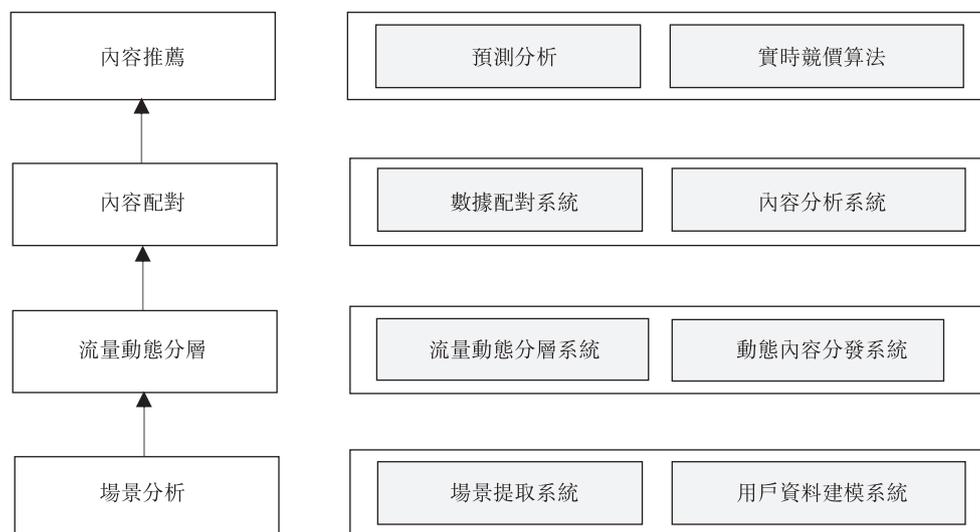
我們力求與為我們提供穩定用戶流量的硬核聯盟成員建立長期關係。我們一般與各成員訂立框架合作協議。根據該等框架協議，智能手機製造商通常批准我們取用一個或多個移動分發渠道，包括該等智能手機製造商所開發的應用商店、遊戲中心及其他原生移動應用及用戶接口，讓我們可在該等渠道上展示不同來源的內容。我們的框架合作協議通常為期一年，經與智能手機製造商相互同意後可予續期。

我們還尋求與更多智能手機製造商建立合作關係。除與硬核聯盟成員之間的夥伴關係外，我們亦已與小米等智能手機製造商建立緊密的夥伴關係。我們參與了由十大中國智能手機製造商組成的快應用聯盟的組建，並獲授權運營快應用聯盟的官方網站。我們已在線上發佈全面的快應用開發工具套件及相關技術文件，可為快應用開發商在開發快應用時所面臨的一系列問題提供解決方案。我們努力通過推廣新興的快速應用，與領先的智能手機製造商建立更牢固的業務關係。

業 務

我們的DAPG平台

DAPG是一種以算法為基礎的平台，讓我們的廣告主可有效及高效地分發其內容，例如廣告、遊戲及視頻。其對內容及智能手機應用進行分析，並利用大數據及人工智能相關技術釐定所分發內容的最佳目標受眾。DAPG平台是我們生態體系的基礎，使我們在競爭對手中脫穎而出。其將廣告主及應用開發者與智能手機製造商對接。DAPG平台由一組輔以我們尖端技術(例如大數據、人工智能算法及商業場景開發)的多個互相關連的技術平台組成。具體而言，在內容分發方面，我們利用我們的DAPG平台準確提供個人化的場景內容，以配合智能手機用戶各有不同的偏好。下圖說明我們的DAPG平台就內容分發而言為適用的結構。



場景分析及用戶資料建模

我們的DAPG平台包括一個場景提取系統，用以掌握及從語法上分析所有由特定用戶行為所引發的數據特性及場景資料。當智能手機用戶啟動設備並於特定時間及地點通過設備訪問特定內容時，便會形式一個「場景」。該場景考慮到用戶的背景、使用智能手機的時間及地點，以及用戶所訪問的應用或內容。我們的DAPG平台會重覆提取用戶每次使用設備的場景及觸發預設的嵌入式廣告位，並通過自動化算法篩選程序處理此等場景。有關數據將會被匿名，僅按照資料的性質(例如用戶的位置、興趣、人口及其他特徵)列於不同的標籤。對多個場景進行反覆的分析後，我們的用戶資料建模系統便能夠了解用戶在短期及長期內的習慣和嗜好，提供完整、清晰及準確的用戶資料描述。

業 務

例如，北京居民用戶(A先生)早上在家中使用高端安卓智能手機使用一款與遊戲相關的應用程序，並且即將看到我們刊登的廣告，我們的DAPG平台將實時提取用戶的性別(男性)、個人興趣(喜歡玩手機遊戲)、智能手機品牌、位置(北京)、時間(早上)及正在使用的與遊戲相關的應用程序等特徵，所有這些都構成了一個場景。當A先生中午前往杭州時，打開瀏覽器應用程序並到達預設嵌入式廣告位的位置，我們的DAPG平台通過一組更新特徵形成了不同的場景。在手機並分析該等情景後，我們的DAPG平台得出結論，該用戶(1)是高端智能手機的男性用戶；(2)在一線城市居住；(3)目前正在外出旅遊；及(4)喜歡玩手機遊戲。然後，我們的DAPG平台將相應的標籤賦予該用戶(男性、旅行者、北京居民、及高端智能手機用戶)並形成用戶信息文件。每當用戶看到我們刊登的廣告，用戶信息文件及標籤都會不斷完善。基於我們對該用戶日益精確的分析，我們可開始發佈旅遊相關應用程序或遊戲應用程序等內容。

流量動態用戶分層

於我們的DAPG平台中心是我們獨自開發的流量動態分層系統，由兩個系統組成：流量商業價格評估系統及動態內容分發系統。其按照不同的商業價格，將用戶流量分組成獨立的架構。用戶對同一內容的注意度及敏感度在不同位置及時間可能截然不同(即場景)，因而帶來不同的用戶轉化率及變現機會。就高商業價值的用戶流量而言，我們的DAPG平台執行一個實時的競價算法，以掌握最合適我們廣告主的用戶流量。至於低商業價值的用戶流量，我們的DAPG平台會分析並評估用戶流量的商業價值，並按照商業價值將用戶流量分層。接著，我們的DAPG平台將每層重新組合，並將此等組合與具有不同分發需求及預算的廣告主配對組合。我們相信，我們的用戶流量分層技術可提高用戶流量使用率，並於廣告主與智能手機用戶之間達致更高的配對成功率，為智能手機製造商及我們的廣告主創造雙贏局面。

以下例子反映了我們的流量分層引擎分析商業價值並提供解決方案的許多情況之一。當A先生在瀏覽器應用程序上查看內容頁面時，他可能會隨時停止閱讀，這意味著在第十頁中嵌入的廣告位被A先生注意到的機會遠低於第一頁的廣告位。因此，第一個內容頁面的商業價值高於第十頁，因為吸引A先生注意力的機會較高及吸引A先生點擊廣告的可能性較高。我們的DAPG平台評估用戶流量的商業價值，並通過將商業價值與具有不同發佈需要及預算的廣告主相匹配來設計最佳變現計劃。

業 務

內容分析及機器數據配對

在廣告主端，我們的DAPG平台包括一個內容分析系統，會依據主題、口號、文字、視覺輔助及行業板塊等內容特徵建立不同的內容標籤。之後，我們對各內容於不同用戶基礎及場景內變現成功的先例進行分析，並就特定內容選出一批最具變現能力的內容。因此，數據配對系統將把內容配對到已選定用戶基礎內的一名合適用戶，並準備一個內容組合，於用戶在該特定場景下向其分發。我們的場景提取系統實時提取用戶的特定場景；我們的用戶資料分析系統依據智能手機過往的用途製備該特定用戶的分析；而我們的內容模型系統分及標籤各內容，並將內容推薦給用戶。

預測分析及內容推薦

我們的DAPG平台在提出最終推薦前，會對所有將分發的建議內容排列次序。為此，DAPG平台會進行預測分析及執行實時的競價算法，當中考慮多個參數，包括內容提供者的標價、預期點擊率、內容相關程度，以及用戶對各內容片的偏好。變現潛力及用戶參與機會最大的最高排名內容片最終會被推薦。於每次推薦後，我們的DAPG平台會評核配對及排名的效用，並優化我們預測分析中所用的算法，以備日後作推薦之用。

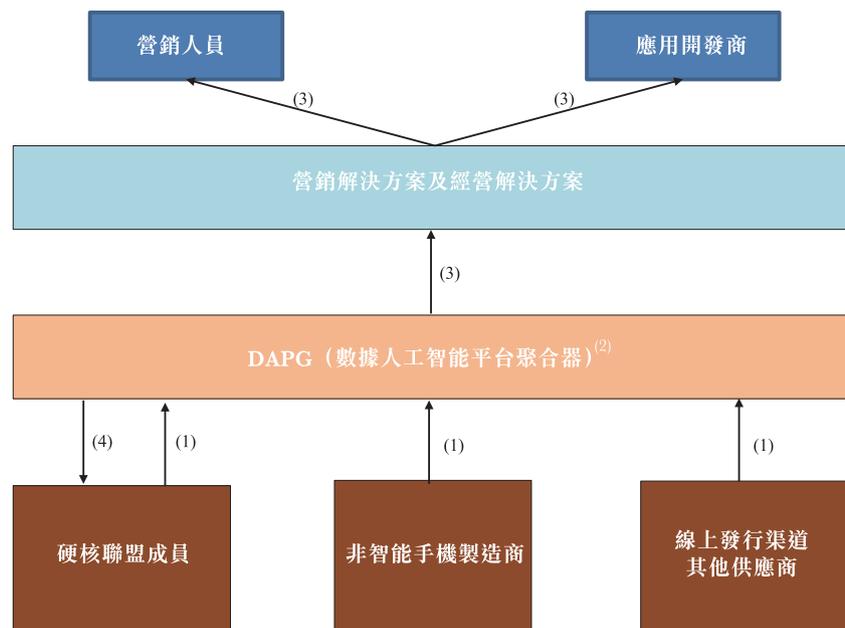
下例說明我們的數據匹配、預測分析及內容推薦流程在實際生活中如何發揮作用。當前例中的A先生在杭州觸發嵌入瀏覽器應用程序中的廣告位時，我們的數據匹配引擎將編製適合他的情景及用戶資料的內容列表，例如他可在杭州預訂航班回家或預訂酒店的旅遊相關應用程序的廣告，或者迎合他的嗜好的遊戲應用程序。然後，我們的DAPG平台對A先生當時可能喜歡的內容進行預測分析，運行實時競標算法，並在該廣告位推薦最合適的應用程序。

業 務

我們的業務模式

我們憑藉植入DAPG平台完善的人工智能及數據分析技術創造生態系統，於其中建立我們的業務模式。於往績記錄期內，我們透過向智能手機用戶送出定制化的營銷內容達成不同行業廣告主的廣告需求產生收益。

我們的業務模式結構如下：(1)我們從包括硬核聯盟成員及其他非智能手機製造商渠道供應商的智能手機製造商取得用戶流量及內容分發渠道；(2)我們利用DAPG平台處理用戶流量；(3)我們將經處理用戶流量及內容分發渠道作為營銷及經營解決方案；及(4)為鞏固我們與智能手機製造商之間的關係，我們以項目形式向彼等提供支持及服務。下圖為我們業務模式的簡要說明。



利用我們與硬核聯盟成員建立了戰略性關係，我們取得獨特優勢，可利用廣大的智能手機用戶群。我們與硬核聯盟成員之間的關係亦給予我們可為廣告主提供穩定的分發渠道來源。同時，硬核聯盟所建立的大型用戶基礎令我們有可能統一快應用的開發及分發標準。這是我們業務模式的第一個步驟。

我們業務模式的第二個步驟涉及我們的DAPG平台，其對智能手機製造商及其他供應商所提供的用戶數據進行分析及匿名處理，並加上標籤。更多詳情，見「我們的DAPG平台」。

我們業務模式的第三個步驟，是由我們的DAPG平台生成用戶資料，配對適合有關資料的廣告主內容，以及透過不同分發渠道向特定用戶投放最具吸引力的內容。

業 務

我們業務模式的最後一部分關乎我們與智能手機製造商的合作項目。我們按項目基準與硬核聯盟成員合作，目的在於協助彼等充分發揮其變現潛力，以及實現更豐厚的財務回報。

我們相信，我們的業務模式在規模擴展方面的空間巨大。我們具備得天獨厚的條件，向廣泛行業的客戶提供不同的營銷及經營解決方案。

我們向生態體系參與者提供的服務

我們向廣告主提供的服務

我們向來自多個行業(包括移動廣告、遊戲發布、數字娛樂及互聯網金融與線上保險等其他行業)的廣大客戶群提供創新的安卓發行服務。作為我們的解決方案一部分，我們主要提供線上廣告、網絡視頻產品分發服務及遊戲聯運服務。基於我們的DAPG平台，我們分析與我們合作的智能手機製造商所提供的匿名用戶數據，以及向目標受眾投放我們業內客戶所製作的廣告及視頻內容。憑藉我們於線上遊戲行業豐富的知識及廣泛的經驗，我們亦於近期開始為移動遊戲開發者提供遊戲聯運服務。

廣告

於往績記錄期內，我們於二零一五年、二零一六年及二零一七年分別錄得移動廣告服務收入人民幣15.3百萬元、人民幣40.6百萬元及人民幣485.6百萬元。

我們的廣告客戶主要包括移動應用及移動遊戲廣告主。我們亦與廣告代理客戶合作，以達至更廣的廣告主群。我們透過在供應商的分發渠道(包括智能手機的原生應用及用戶界面)中分發廣告主的移動應用及移動遊戲廣告以產生收益。不論客戶為營銷人士或廣告代理，以內容分發而言，我們的服務策略及程序相同。下表載列於所示期間我們宣傳的移動遊戲及移動應用之間的明細。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一五年	二零一六年	二零一七年
移動遊戲	—	27	448
移動應用	5	950	2,369
總計	<u>5</u>	<u>977</u>	<u>2,817</u>

除與硬核聯盟成員的策略性關係外，我們亦與其他廣告渠道合作夥伴建立關係。截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日，我們分別與11個、28個及192個廣告渠道供應商合作。

業 務

廣告投放

我們可廣泛利用包括植入於智能手機上原生移動應用及用戶界面以及第三方應用的各種廣告分發渠道。來自我們客戶的廣告於此等渠道以不同格式顯示，包括應用商店搜尋廣告、信息流內原生廣告、橫幅廣告、插頁式廣告及閃屏廣告。

應用商店搜尋廣告。應用商店搜尋廣告為顯示於應用商店上於用戶使用特定關鍵字搜尋移動應用時便會看到的廣告。

信息流內原生廣告。信息流內原生廣告是原生廣告的一種形式，將自定義廣告內容結合於特定平台，而該平台與顯示信息流內原生廣告的平台的原來設計相當吻合。

橫幅廣告。橫幅廣告通常以棒形、柱形或方形顯示於智能手機屏幕頂部或底部，當中載有相關的文字及圖象，是許多廣告主認為相當實惠的廣告顯示格式。

插頁式廣告。插頁式廣告通常於移動應用流程中的自然過渡點顯示，例如於串流視頻暫停期間或遊戲的不同關卡之間。

閃屏廣告。閃屏廣告乃於移動應用正在加載時全屏幕顯示出來。

服務流程

我們的廣告服務通常由銷售團隊與潛在廣告客戶討論其特定業務需要時開始。我們的銷售團隊會因應多種因素，計有(其中包括)客戶對廣告顯示格式的要求、首選分發渠道、預期投放時間表及估計廣告預算，向潛在客戶建議一項按自定義廣告戰略制定的業務計劃。當主要的業務條款落實後，我們與客戶訂立廣告服務協議，詳列我們的服務範圍。我們的廣告服務協議通常為期一年。根據該協議，客戶有責任確保他們所提供的內容並無違反適用的廣告法律法規，以及並無侵犯任何第三方的知識產權。當廣告服務協議簽訂後，我們設立一支專責的項目團隊以執行廣告項目。我們的項目團隊會密切監察廣告投放的進展及狀況，並每日向客戶報告進展。我們亦會定期量度廣告投放的有效性，並在有需要時對廣告計劃作出適當的調整。

業 務

下圖列示我們廣告服務的服務流程。



我們採用以下方法就我們的廣告服務收費：CPM、CPC、CPA、CPS及CPD。此外，我們運行實時投標流程，並憑藉我們的DAPG平台分發自這些投標獲勝者所得內容，我們基於預算及營銷成績預期，透過設計競價策略於分銷渠道供應商營運的實時投標過程中制訂整體營銷客戶投標。視乎我們與廣告主的協商結果而定，我們容許他們於提供有關廣告服務之前或之後向我們支付服務費用。

我們亦與廣告代理訂立框架協議以擴大我們的廣告主基礎。根據框架協議，我們聘請廣告代理物色具有廣告及促銷需要的廣告主，並將其營銷計劃及規求提交我們的平台。廣告代理有合約責任通知我們這些廣告主的反饋，這使我們能夠改進我們的服務。他們還有責任確保他們向我們提交的廣告內容(包括廣告設計及製作)符合相關法律及法規。廣告代理須提前向我們支付服務費。我們與廣告代理的框架協議通常為期一年。

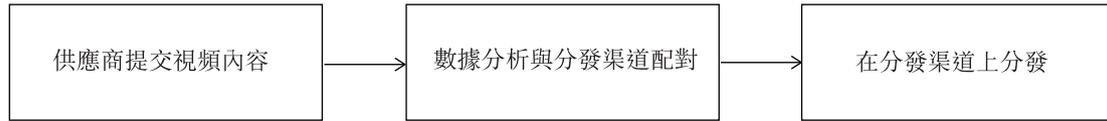
網絡視頻產品分發

憑藉我們在提供廣告服務方面的成功和經驗，我們尋求擴展至更多垂直行業。因此，我們於二零一八年三月戰略性收購上海池樂，並自此開始建立我們的網絡視頻產品分發網絡以釋放新的獲利機會。

上海池樂主要在中國從事營銷網絡視頻產品內容。憑藉池樂多年在網絡視頻產品分發的經驗，其已積累網絡視頻產品內容分發的運營能力，並熟悉中國線上視頻觀眾群的消費習慣。憑藉我們與用戶流量和內容分發渠道供應商的穩定關係，我們有能力整合上海池樂在網絡視頻產品分發領域的營運知識，並把我們的服務提供擴展至廣告主。

業 務

下圖列示我們的線上視頻分發服務流程。



我們的線上視頻分發服務通常在我們的廣告主向我們提供其線上視頻內容時開始。我們繼而對這些線上視頻內容進行數據分析並揀選最兼容的視頻內容分發渠道。當用戶為內容付費時，該等廣告主收到用戶所付費用一部份，其後與我們分享該等付費的一部份。我們根據各方協定預先釐訂條款向分銷渠道供應商付款。

遊戲聯運

鑑於我們與各種基於智能手機的分銷渠道的關係，我們相信我們有能力拓寬我們的服務。除廣告及線上視頻分發服務外，我們還在二零一七年開始為部分遊戲開發商提供遊戲聯合運營。我們的遊戲聯運服務主要包括遊戲營銷和分發。

我們與硬核聯盟成員合作，在其安卓分發平台上進行手機遊戲聯運，並利用這些平台的普及優勢接觸廣泛的用戶群。我們須符合這些分發平台的標準條款及條件，而根據有關條款及條件平台負責向智能手機用戶營銷遊戲。我們於二零一八年一月開始從遊戲共同發佈服務中獲得收益。截至最後實際可行日期，我們已在中國聯合運營五款手機遊戲。

我們與這些遊戲開發者訂立標準的遊戲聯合運營服務協議，據此，遊戲開發商授予我們非專屬、不可轉讓的權利，可在指定的地理市場中分發其遊戲。這些服務協議通常為期一年。經考慮相關市場地位以及我們對遊戲產生收益潛力的評估，我們與遊戲開發商採納了不同的收入分成安排。

業 務

我們向移動應用開發商提供的支持

除廣告主外，我們亦顧及移動應用開發者的開發需要。基於我們通過與在中國的智能手機製造商緊密合作而累積的龐大用戶群，我們的DAPG平台有助我們制定及執行開發及分發安卓移動應用及手機遊戲的統一標準。我們一般免費向開發者提供該等支持。統一有關標準降低開發者的開發成本，並有助其在多個分發點分發應用程序及遊戲。

玩咖聚傳

我們向移動應用開發者提供一系列的增值服務，以協助於我們自營的移動應用報文平台—玩咖聚傳。此平台效率高及容易使用，為移動應用開發者提供全面化組合的免費服務，包括移動應用加載、面市及營銷，以及應用軟件版權。通過玩咖聚傳，登記移動應用開發者與一個由一組智能手機製造商和第三方應用商店組成的聯合分銷網絡相連，以獲得應用程序的普及和接受度截至最後實際可行日期，我們已與16個移動應用分發渠道建立連接。

憑藉我們對應用市場的深入了解，我們為移動應用開發者提供不同分發平台所要求的最新技術、設計和內容標準，有助彼等應用實現最佳性能和外觀。就尋求我們協助開展營銷活動的移動應用開發者而言，我們亦使用互動廣告以助提高用戶對其移動應用的參與度。此外，我們亦為登記的移動應用開發者提供快速方便的方式為其移動應用申請軟件版權。我們相信，我們為移動應用開發者提供各項服務，能有效協助他們成功推出應用，同時大幅降低他們的營銷及經營開支。

儘管我們並無從該等服務產生任何收益，但我們相信該等業務經營令我們受益良多，因為我們吸引了大量移動應用開發者並增強了彼等對我們生態系統的黏性。

我們向智能手機製造商提供的支持

我們以逐個項目為基準向若干智能手機製造商提供技術支持，通過這些服務，我們可以提高其變現潛力。我們就大部分這些項目免費工作。這些項目包括建立和開發包括應用商店和遊戲中心在內的移動技術平台。我們也提供與瀏覽器和搜索引擎相關的其他技術支持服務。我們相信，我們已通過這些項目加強與智能手機製造商的合作關係。

業 務

資料私隱及安全

我們致力保障用戶於業務及營運中的資料。我們從智能手機製造商採集海量的匿名用戶數據，與他們合作進行數據分析。該等匿名數據因應用戶的興趣、行為及偏好貼上不同的標籤，並無提供任何足以辨識終端用戶個人身分的資料。因此，我們不可能將特定信息與任何個人相聯繫。我們將所分析的全部用戶數據及資料視為高度保密資料般處理。根據我們與智能手機製造商所訂框架協議內載列的保密條款，我們不得直接向終端用戶取得任何資料，以及在未經智能手機製造商事先同意的情況下，不得向任何第三方披露有關資料。

我們的信息技術網絡設有多重保安，以保護我們的數據庫及服務器。為保障我們於分析數據各階段的安全，所有已貼上標籤及處理過的用戶數據均儲存在中國國內著名的第三方數據儲存供應商所操作並設有防火牆保護的實體服務器及雲端儲存系統內。於二零一七年十二月三十一日，我們共有 136 個自有實體服務器，乃設於由一家在中國最具規模的服務器寄存服務供應商所經營的互聯網數據中心內。我們每天將用戶數據備份於多個不同而安全的數據備份系統，以盡量減低用戶數據遺失或洩漏的風險。我們亦經常檢查備份系統，以確保系統正常運作及維護良好。我們亦已實行一系列的協議及程序，例如定期系統檢查、密碼政策、服務器訪問日誌記錄、網絡訪問驗證、用戶授權審批及數據備份，以及數據復原測試，以保護我們的數據資產及防止我們的網絡遭未經授權訪問。我們通過例行檢查及適時更新，以持續改良及提升我們的數據及系統保安，確保我們的營運數據得到妥善的管理。

研究及開發

我們致力不斷提升及革新我們的服務、解決方案及技術。我們主要因應客戶需求進行研發工作，當中涉及跨部門合作，包括我們銷售及營銷和產品及營運等其他功能團隊。我們運用自身的僱員及委聘第三方技術顧問進行研發工作。

我們設有一支穩定的專責研發團隊，由我們的技術副總裁牛充先生帶領，於二零一七年十二月三十一日由 62 名技術人員組成。於二零一五年、二零一六年及二零一七年，我們的研發成本分別為人民幣 7.0 百萬元、人民幣 10.2 百萬元及人民幣 15.9 百萬元，分別佔我們同期總收入的 45.9%、25.1% 及 3.3%。

業 務

銷售及營銷

我們與多名廣告主和廣告訂立合作安排，主要有賴我們銷售部門在推廣方面的努力。我們設有一支富經驗的專責銷售團隊，屬下的銷售人員在中國互聯網及移動技術行業經驗豐富。於二零一七年十二月三十一日，我們共有39名銷售人員駐於中國的北京及深圳。我們的銷售團隊與現有及潛在客戶經常保持聯絡，從而深入了解他們的業務需要。我們銷售部門的重要任務是與我們技術的專家進行討論，以全面告知有關我們向客戶所提供服務及合適業務方案的資料。我們亦已與若干第三方營銷機構合作，務求在我們市場覆蓋較弱的行業板塊中擴大客戶基礎。

作為我們整體營銷戰略的一部分，我們亦舉辦一系列的線下推廣活動進行品牌建設。具體而言，我們與硬核聯盟聯合籌辦了以下營銷及交流活動：

- 於二零一五年至二零一七年連續三年舉辦的「硬核之夜」，是中國國內其中一個最具影響力的移動遊戲活動；
- 於二零一五年至二零一七年連續三年舉辦的「黑石獎頒獎典禮」，是一項由硬核聯盟贊助的年度頒獎典禮，旨在嘉許中國傑出移動遊戲及遊戲開發者；及
- 於二零一六年舉辦的「黑石CEO沙龍」，是專為中國移動遊戲行業而設的會議，旨在促進中國移動遊戲公司之間分享知識、進行交流及合作。

我們的客戶

我們的客戶包括尋求營銷手機遊戲和應用的廣告主以及為廣告主提供服務的廣告公司。不論客戶為營銷人士或廣告代理，以廣告分發而言，我們的服務策略及程序相同。儘管我們擁有多元化的客戶群，惟我們可能須承受我們主要客戶集中及反方風險。我們的五大客戶分別佔我們於二零一五年、二零一六年及二零一七年的總收益99.2%、76.8%及26.9%。同期，我們的最大客戶分別佔我們總收益的76.5%、32.1%及10.0%。請參閱「風險因素－於往績記錄期，我們面臨重大依賴我們五大客戶的集中風險」。

我們的董事、其緊密聯繫人或任何股東(據我們的董事所知擁有我們的股份逾5.0%)於往績記錄期內概無於我們的任何五大客戶擁有任何權益。

業 務

我們的供應商

我們的供應商包括智能手機製造商及智能手機內容分發渠道的其他供應商。

我們主要向智能手機製造商及其他渠道供應商支付分發費用。根據與智能手機製造商的若干框架協議，我們須向彼等預付服務費，金額由CPT或CPD基準釐定。在與智能手機製造商訂立的其他協議中，我們有義務消費若干最低金額。

截至二零一七年十二月三十一日，我們與我們的五大供應商保持一至三年業務關係，其中大部分為硬核聯盟成員。就二零一五年、二零一六年及二零一七年，我們的五大供應商分別貢獻我們總銷售成本的83.5%、52.2%及34.6%。同期，我們最大供應商貢獻總銷售成本分別為25.5%、23.1%及12.8%。請參閱「風險因素－我們依賴與少數智能手機製造商的策略合作關係以及與若干內容分發渠道供應商合作，該等製造商為我們提供分銷渠道並讓我們接觸到龐大的用戶群。我們與該等製造商或供應商的關係失去或惡化，均可能導致損失用戶群和收入」。

我們與分發渠道的非智能手機製造商供應商合作，該分發渠道於其他供應商擁有的渠道分發內容。我們亦向從廣告主取得內容的廣告代理提供廣告服務。因此，代表廣告主及分發渠道供應商的實體為客戶兼供應商在商業上屬合理。於二零一五年及二零一七年，概無五大供應商亦為我們的五大客戶之一，或反之亦然。於二零一六年，我們的五大供應商之一亦為我們的五大客戶，並於二零一六年為我們的銷售成本及收入分別貢獻7.3%及9.2%。我們與該實體合作而產生總虧損人民幣0.3百萬元。

質量控制

我們採取足夠的預防措施，確保我們交付的廣告內容不存在虛假、欺詐、誤導或其他不合法成份。例如，我們對客戶施加合約責任，以確保其廣告內容(包括廣告設計及製作)符合相關法律及法規。我們亦對廣告商的適當資質進行審查。此外，對於與若干類別產品及服務(例如酒類、化妝品、藥品及醫療程序)有關的廣告內容，我們訂有內部審查政策，確認廣告商取得所需政府批准，包括經營資質、廣告產品質量檢驗證明、政府對廣告內容的預先批准及向當地主管部門備案。

業 務

此外，我們已嵌入反作弊系統，監測虛假互聯網流量，防範可能令我們的業務經營效率及服務質量失真的欺詐。

競爭

我們是移動互聯網市場上的一家創新科技公司，幫助各行各業的企業與中國數以億計安卓智能手機用戶建立聯繫。我們憑藉植入DAPG平台完善的人工智能及數據分析技術創造生態系統，於其中建立我們的業務模式。於往績記錄期內，我們透過向不同行業的廣告主提供移動廣告服務產生收益。請參閱「我們的業務模式」。

儘管基於我們創立的獨特業務模式及生態系統，我們並無與移動互聯網市場中任何科技公司直接競爭，但我們與其他向中國智能手機用戶分發廣告內容的領先公司(如百度、騰訊及360)競爭，該等公司已於整個網絡廣告市場有強大而廣泛的存在。請參閱「行業概覽」。

知識產權

知識產權對於我們的業務至關重要，為發展及維護知識產權，我們投放大量時間及資源。我們採取版權、商標及其他知識產權法例，以及與僱員、供應商、客戶等人士訂立保密及授權許可協議等多管齊下的方法來保護我們的知識產權。一般而言，我們的僱員必須簽訂一份標準保密協議，以承認他們代表我們產生的所有發明、商業秘密、開發項目及其他工序均為我們所有，以及向我們授讓他們於該等工作中可能獲得的任何擁有權。但儘管我們已作出預防措施，但第三方可能會在未經我們同意下取得及使用我們所擁有或授權的知識產權。於往績記錄期內，我們並無發現任何侵犯我們知識產權的事件。第三方未經授權使用我們的知識產權及因維護我們的知識產權免遭未經授權使用而產生的開支，可能會對我們的業務及營運業績構成不利影響。見「風險因素－第三方未經授權使用我們的知識產權及因維護我們的知識產權而產生的開支可能會對我們的業務、聲譽及競爭優勢構成不利影響」。

截至後實際可行日期，我們擁有27個註冊域名。我們一般會續新我們的域名註冊登記，每年一次，而我們通常於有關註冊期滿前約一個月至三個月便作出續期申請。在正常情況下，域名註冊於繳付續期費用後即時生效。於最後實際可行日期，我們所有的註冊域名均為有效。若我們任何域名註冊登記基於任何原因而無法續新，則域名註冊處處長可能會取消有關域名的註冊。

截至後實際可行日期，我們46個已向中國國家版權局註冊的軟件版權及12個已向中國商標局註冊屬於多個類別的商標。

業 務

於最後實際可行日期，我們已向中國國家知識產權區提交九項待批專利申請(包括與我們的DAPG平台有關者)，以及三項於香港提交的待批商標申請。

於往績記錄期內及截至最後實際可行日期止，我們並無就知識產權與第三方發生任何重大爭議或任何其他尚未了結的法律訴訟。

有關我們主要的知識產權的詳情，見「附錄四－法定及一般資料－B.有關本公司業務的進一步資料－2.知識產權」。

僱員

截至二零一七年十二月三十一日，我們共有178名全職僱員，當中大部分駐守我們的北京總部，其餘則駐守深圳。下表載列於二零一七年十二月三十一日我們按職能劃分的僱員人數：

職能	僱員人數	佔總數%
執行董事及高級管理層	6	3.4%
研究及開發	62	34.8%
營運	49	27.5%
銷售及營銷	39	21.9%
一般行政	22	12.4%
總計	178	100.0%

我們成功與否乃取決於我們吸引、挽留及激勵勝任人員的能力。作為我們人力資源戰略的一部分，我們向僱員提供具競爭力的薪金、以表現為基準的現金花紅及其他獎勵。

我們主要通過招聘機構、校園招聘會及線上招聘渠道(包括我們的公司網站、求職網站及社交網絡平台)，在中國招募僱員。我們採取一項培訓協議，據此，我們向僱員提供職前及定期持續管理及技術培訓。

按中國法規規定，我們參與多個由相關地方省市政府籌辦的僱員社會保障計劃，包括住房、養老金、醫療、工傷及失業福利計劃。根據中國法例，我們須按薪金的指定百分比對僱員福利計劃作出供款。花紅一般為酌情發放，且部分取決於僱員表現及部分取決於我們業務的整體表現。

我們相信，我們與僱員維持良好的工作關係，而我們於往績記錄期內及截至最後實際可行日期並無遭遇任何重大的勞資糾紛。

業 務

保險

如同一般市場慣例，我們並無投購任何非中國法例強制購買的業務中斷保險或產品責任保險。我們並無投購任何保障我們技術基建的保單，或任何保障我們財產的保單。我們亦無投購針對合約安排所涉及風險的保單。於往績記錄期內，我們並無提出任何與業務有關的重大保險索償。

物業

於最後實際可行日期，我們在12項位於中國北京、上海、深圳及新疆的租用物業經營業務。我們在中國的租用物業乃作辦公室用途。此等物業用作上市規則第5.01(2)條所界定的非物業業務，並主要用作經營我們業務的辦公場所。我們相信於中國類似物業的供應充足。此外，即使我們遭遇在任何租用辦公室空間暫時無法使用的情況，但鑒於我們的辦公室並無進行任何生產、製造或實體零售活動，以及我們設於其他地方的辦事處可運用我們的技術基建以充分支持我們暫時無法使用的辦公室空間所在地區的業務營運運行，故此我們相信，我們的僱員可遠距離繼續履行其重大方面的職務。因此，我們並不倚賴現有租賃以經營我們的業務，且相信毋須制定任何突發搬遷計劃。我們為用戶提供服務的服務器及網絡設施並非配置於上述任何租用物業。我們供內部行政職能使用的服務器及網絡設施乃配置於租賃物業。

於最後實際可行日期，我們的租用物業總建築面積約為6,100平方米。相關租賃協議的期滿日介乎二零一八年七月四日至二零三六年七月十三日。

於最後實際可行日期，我們所持有或租賃物業的賬面值概無佔我們綜合總資產的15%或以上。因此，根據上市規則第五章及香港法例第32L章《公司(豁免公司及文件遵從條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)條須就本集團於土地或建築物的所有權益編製估值報告的規定。

業權瑕疵

於最後實際可行日期，我們在中國的其中八項租用物業的出租人並未向我們提供有效的業權證明書、作商業用途的有效業權證明書或相關授權文件，以證明他們有權向我們出租該等物業。因此，此等租賃可能無效，並存在我們可能無法繼續使用該等物業的風險。倘因該等物業的業權產權負擔或政府行動而引起爭議，我們可能在繼續租用該等物業方面

業 務

遇到困難，並可能被要求遷走。我們預期不會為於毗鄰物色類似的替代物業花上大量時間，或因搬遷營運於該等物業而產生大量成本，且如上文論述，搬遷一旦發生，亦不會對我們的業務構成重大及不利影響。

未登記

根據適用的中國法律法規，物業租賃合約必須提交中國住房和城鄉建設部的地方分支機構辦理登記。於最後實際可行日期，我們並無就12項中國租用物業取得任何租賃登記，主要因為在獲得出租人合作登記該等租賃時遇到困難。登記該等租賃將需要我們的出租人合作。我們將採取一切可行及合理的步驟，以確保未登記的租賃獲得辦理登記。據我們中國法律顧問的意見，租賃協議的有效性不因未向有關政府部門登記或備案租賃協議而受到影響。根據相關中國法規，我們可能會被有關政府部門責令限期登記有關租賃協議，否則我們可能會就每份未登記的租約被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於最後實際可行日期，我們並無從有關政府部門收到任何此類要求或遭受任何此類罰款。我們承諾，一旦接獲有關政府部門的任何要求，我們將全力配合辦理租賃協議登記。

執照、許可證及批准

我們的中國法律顧問已表示，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期止，除「一法律程序及合規—不合規事件」所披露者外，我們已向中國有關政府機關取得進行我們所有重要方面營運所需的所有執照、許可證、批准及證明書，而該等執照、許可證、批准及證明書仍具有十足效力。

業 務

下表載列我們現時持有的重要執照及許可證的清單。

執照／許可證	持有人	批授機關	批授日期	屆滿日期
網絡文化經營許可證	歡聚時代	北京市文化局	二零一六年六月二十二日	二零一九年六月二十一日
網絡文化經營許可證	北京驚蟄	北京市文化局	二零一八年五月二十四日	二零一九年九月十八日
網絡文化經營許可證	玩咖天津	天津市文化廣播影視局	二零一七年七月三十一日	二零二零年七月三十日
網絡文化經營許可證	玩咖海南	海南省文化廣電出版體育廳	二零一七年七月七日	二零二零年七月六日
網絡文化經營許可證	上海池樂	上海市文化廣播影視管理局	二零一六年十一月十日	二零一八年十一月十二日
網絡文化經營許可證	上海狼道	上海市文化廣播影視管理局	二零一七年八月二十三日	二零二零年八月二十三日

獎項及殊榮

於往績記錄期內，我們因服務的質量及認受性而獲得殊榮。以下載列我們得到的部分重大獎項及殊榮。

年份	獎項／認證	獲獎機構
二零一八年	2017年度最具影響力營銷企業	手機遊戲協會
二零一八年	最佳遊戲媒體獎	國際遊戲展

業 務

年份	獎項／認證	獲獎機構
二零一七年	年度傑出科技公司	中國金融市場
二零一七年	北京品牌 100 強	中國商業聯合會及中國商業日報
二零一七年	最佳移動廣告新銳獎	中國社會科學院、 互聯網週刊及 eNet
二零一六年	最佳遊戲產業服務商金蘋果獎	上方匯
二零一六年	中國最具投資價值企業 50 強	Venture 50
二零一六年	北京市最具投資價值文化創意 企業 50 強	北京市文化創意產業 促進中心及清科集團
二零一五年	最佳幕後貢獻獎	努比亞

法律程序及合規

法律程序

我們亦可能不時面對因業務經營引起的法律程序、調查及申索。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何重大法律、仲裁或行政程序，我們亦不知悉有任何針對我們或我們任何董事的尚未了結或面臨威脅的法律、仲裁或行政程序，據我們的管理層認為可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。我們的董事確認，本公司股東現時概無捲入任何重大法律、仲裁或行政程序。

不合規事件

我們須遵守多項由中國監管機關所頒佈的監管規定及指引。於往績記錄期內及於最後實際可行日期，除於下文披露者外，我們並無不符合法律法規，而我們的管理層認為在整體上很可能對我們的業務、財務狀況及營運業績構成重大及不利影響。我們的中國法律顧

業 務

問表示，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，除本文件所披露的不合規事件外，我們已在所有重要方面均符合有關法律法規。

新疆池樂缺乏網絡文化經營許可證

背景

根據文化和旅遊部於二零一一年二月十七日頒佈及於二零一一年四月一日施行的《互聯網文化管理暫行規定》，經營性互聯網文化活動是指以營利為目的，通過向上網用戶收費或者以電子商務、廣告、贊助等方式獲取利益，提供互聯網文化產品及其服務的活動。服務供應商須取得網絡文化經營許可證方可從事經營性互聯網文化活動。新疆池樂已自二零一七年起從事分發若干視頻內容，但於最後實際可行日期尚未取得網絡文化經營許可證。我們的違規行為主要是由於新疆池樂僱員對相關法規缺乏了解。

潛在法律後果

根據相關中國法律法規，我們缺乏網絡文化經營許可證可能導致行政警告、暫停營業及少於人民幣3萬元的罰款。新疆生產建設兵團第三師文化廣播電視局於二零一八年六月二十六日發出確認函，確認(1)其為新疆池樂的網絡文化經營業務的主管部門(2)新疆池樂沒有因其缺乏網絡文化經營許可證被採取行政措施、罰款或處罰，且並無發生有關新疆池樂所經營的互聯網文化活動的糾紛(3)未取得《網絡文化經營許可證》前不屬於重大違法行為，可持續運營直至取得該證，歷史上也未被處罰過。我們的中國法律顧問亦認為，新疆生產建設兵團第三師文化廣播電視局是發出該確認的主管政府部門。

整改

截至最後實際可行日期，新疆池樂正在申請網絡文化經營許可證，並將採取適當安排以確保於[編纂]前遵守相關法律及法規。基於新疆生產建設兵團第三師文化廣播電視局發出的確認，我們的中國法律顧問認為，新疆池樂在取得網絡文化經營許可證上並無重大法律障礙。此外，為籌備[編纂]，我們已加強內部控制以防止再次發生該類違規行為。有關詳情，請參閱「—內部控制」。

業 務

歡聚時代缺乏網絡出版服務許可證及信息網絡傳播視聽節目許可證

背景

根據國家廣電總局及工信部於二零一六年二月四日聯合頒佈並於二零一六年三月十日生效的《網絡出版服務管理規定》，網絡出版服務是指通過信息網絡向公眾提供網絡出版物，網絡出版物是指通過信息網絡向公眾提供的，具有編輯、製作、加工等出版特徵的數字化作品。服務供應商從事網絡出版服務，必須取得網絡出版服務許可證。

根據國家廣電總局及工信部於二零零七年十二月二十日聯合頒佈並於二零零八年一月三十一日生效及於二零一五年八月二十八日經修訂的《互聯網視聽節目服務管理規定》，互聯網視聽節目服務是指製作、編輯、集成並通過互聯網向公眾提供視音頻節目，以及為他人提供上載傳播視聽節目服務的活動。服務供應商從事互聯網視聽節目服務，應取得信息網絡傳播視聽節目許可證。

於往績記錄期內，歡聚時代從事若干遊戲相關內容分發服務，其中包括遊戲視頻及攻略內容。根據以上法規，視頻串流內容需要網絡出版服務許可證及信息網絡傳播視聽節目許可證，而劇本化內容需要網絡出版服務許可證。遊戲相關內容分發業務是我們吸引用戶流量方面的周邊業務，於往績記錄期內並無產生任何收益。我們的違規行為主要是由於僱員對相關法規缺乏了解。

潛在法律後果

根據相關中國法律法規，我們缺乏網絡出版服務許可證可能會導致被終止業務、關閉網站、刪除所有網上出版物、沒收非法收入及用於非法活動的設備，以及被處以非法收入五至十倍的罰款（倘該收入超出人民幣10,000元）或人民幣50,000元以下的罰款（倘該收入少於人民幣10,000元）。

根據相關中國法律法規，我們缺乏信息網絡傳播視聽節目許可證可能導致被行政警告、責令整改，並處以3萬元以下罰款。情節嚴重的，由於歡聚時代已中止在其平台串流所有視頻內容，我們亦可能被責令停業、沒收用於違法活動的設備，並處以投資金額一至兩倍的罰款。

業 務

由於該業務性質並不重大，董事認為上述情況並無亦不會對我們的業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響。我們的中國法律顧問認為，我們因視頻串流內容而遭受罰款、監管行動或懲處的機會相對較低。

整改

截至最後實際可行日期，歡聚時代已自其平台終止所有視頻內容串流，且並無計劃自有關業務產生收益。有關我們已加強的內部監控，請參閱「—內部監控」。

健康、安全及環保措施

基於我們的業務性質，我們目前並無承擔任何有關健康、工作安全及環境的重大責任，且預期在此等方面不會招致任何重大責任或開支，而可能對我們的業務及經營業績構成任何重大不利影響。於往績記錄期內及截至最後實際可行日期止，我們並無因不符合適用健康、安全或環境法規而遭處以任何罰款或其他懲罰。

風險管理

我們於營運過程中面臨多種風險。有關更多詳情請參閱「風險因素」。我們已實施多項政策及程序，確保有效管理營運各方面的風險，包括日常營運管理、財務報告及記錄、資金管理、遵守適用法律及法規。

董事會監督及管理與我們營運有關的整體風險。我們已成立審核委員會，審核及監督本集團的財務報告過程及內部控制系統。有關該等委員會成員的資質及經驗以及審核委員會職責的詳細說明，請參閱「董事及高級管理層—董事委員會—審核委員會」。我們已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告訂立書面職權範圍。

內部監控

我們已指定本公司負責人員監督本公司持續遵守中國相關法律及法規(管治我們的業務運營及監督任何必要措施的實施)的情況。此外，我們計劃向董事、高級管理層及相關僱員提供持續培訓課程及／或定期更新中國相關法律及法規的資料，旨在積極發現有關任何潛在不合規情況的任何苗頭及問題。

業 務

此外，我們已採納一系列規管我們僱員行為的內部規則及政策。我們已建立監察系統以實施反賄賂及反貪污措施，從而確保僱員遵守內部規則及政策以及適用法律及法規。例如，管理層負責每年進行欺詐及賄賂風險評估，而審核委員會會對我們的年度風險評估結果及政策進行審批。我們亦於內部反賄賂及反貪污政策中列明若干禁止行為，包括(其中包括)禁止收受賄賂或回扣、侵佔或挪用我們的資產及偽造或更改我們的會計記錄。

我們向新僱員提供強制性培訓課程，並向現有僱員提供持續培訓，以令彼等了解及熟悉相關規則及法規。鑒於移動互聯網業務不斷演進的性質，我們亦會緊跟最新法規動態，並不時與相關監管部門溝通，以討論最新監管規定。

此外，我們亦已委任新百利融資有限公司擔任我們的外部合規顧問，自[編纂]起生效，以就持續遵守上市規則及香港其他適用證券法律及法規提供意見。

於往績記錄期，董事並無發現任何重大內部控制缺陷或失誤。考慮到本文件「法律程序及合規」所披露不合規事件的性質、規模、原因及潛在影響，[編纂]。