

## 業 務

### 概覽

我們於中國及海外開發及運營優質遊戲。我們亦運營TapTap，中國領先的遊戲社區及平台。根據弗若斯特沙利文的資料，按2018年手遊收入計，我們在於海外賺取大部分遊戲運營收入的中國遊戲運營商中排名第五。根據相同的資料來源，按2018年的平均月活躍用戶計，TapTap為中國最大的遊戲社區及平台。

我們擁有一個橫跨多元化遊戲組合。截至2019年5月31日，我們的遊戲組合包括40款網絡遊戲及11款付費遊戲。截至同日，我們的遊戲儲備包括預計將於2020年底之前發佈的14款網絡遊戲及6款付費遊戲。作為進入海外市場及於海外市場中運營的中國遊戲運營商之中的先行者，我們致力於為海外的更多人推薦卓越的遊戲。我們亦擁有強大的內部遊戲開發能力並自主開發遊戲。

為幫助玩家發現有吸引力的遊戲及分享遊戲體驗，我們於2016年透過投資易玩共同創辦TapTap。TapTap不僅已創建一個吸引及挽留遊戲玩家的充滿活力的遊戲社區，而且作為遊戲開發商的強大分發、測試及評估平台，進一步促進我們的用戶群價值實現。

我們於往績記錄期間內錄得快速增長。於2016年、2017年及2018年，我們的收入分別為人民幣765.5百萬元、人民幣1,344.4百萬元及人民幣1,887.1百萬元。我們的遊戲收入分別貢獻相同年份總收益的100.0%、94.0%及84.4%，而我們的信息服務收入（主要包括TapTap提供的在線推廣服務）分別貢獻相同年份總收入的零、6.0%及15.6%。此外，於2016年、2017年及2018年，我們的淨利潤分別為人民幣25.0百萬元、人民幣121.4百萬元及人民幣353.4百萬元。

### 我們的優勢

我們認為，以下優勢助力我們的成功並使我們為持續增長做好準備：

#### 開發及運營熱門遊戲的優秀往績記錄

憑藉我們對遊戲玩家對優質遊戲的需求的深刻理解及對最新市場趨勢的洞察，我們在運營過程中能夠始終如一地開發及運營受歡迎的遊戲。截至2019年5月31日，我們有40款運營中的網絡遊戲，包括主要遊戲類別RPG（《仙境傳說M》及《神仙道》高清重制版(Shen Xian Dao HD)）、CCG（《少女前線》(Girls' Frontline)）、SLG（《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)）及競技場遊戲（《香腸派對》(Sausage Man)）中的許多受歡迎的遊戲。自推出以來，該等5種熱門遊戲總共吸引了逾90百萬遊戲玩家。

我們因運營能力而享有良好的聲譽並獲得來自同業公司及遊戲玩家的稱讚。我們從網頁遊戲開始我們的遊戲運營業務，自2012年以來，我們已戰略性地將重點轉向手遊。例如，透過將《神仙道》的網頁版改編為手機版並提升營銷力度以吸引新的遊戲玩家，我們將該款遊戲的生命週期延長至8年以上，遠遠長於類似的網絡遊戲。《香腸派對》(Sausage Man)

## 業 務

為我們強大運營能力的另一個範例。自2018年4月推出以來，《香腸派對》(Sausage Man)在中國的遊戲玩家中廣受歡迎，且於2018年10月在中國的App Store遊戲免費榜上連續5天排名第一。於截至2019年5月31日止五個月內，該遊戲的平均月活躍用戶超過10百萬，且截至同一時點該遊戲的卡通片改編吸引了超過20億次的播放量。

近年來，我們已戰略性地對遊戲開發投入大量資源，以確保我們遊戲組合的多樣性。《仙境傳說M》(我們及合作夥伴於2017年共同開發的MMORPG遊戲)遊戲已在50多個國家及地區的24百萬遊戲玩家中廣受歡迎。該遊戲已於10多個國家及地區的App Store的暢銷榜中榮登榜首。此外，我們於2015年開發及推出《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun) (一款熱門SLG遊戲，於往績記錄期內各年按收入計排名前五的網絡遊戲之一)。

除了網絡遊戲，我們亦運營11款付費遊戲。我們認為，付費遊戲進一步豐富了我們的遊戲組合併提升了我們在骨灰級遊戲玩家之中的品牌認可度。我們的付費遊戲(比如《艾希》(ICEY))支持(包括但不限於)PlayStation 4、電腦及Switch等各類設備，並享有國際性的知名度及獎項。截至2019年5月31日，我們在全球所有平台出售逾2.5百萬份《艾希》(ICEY)。

### 充滿活力且富有吸引力的遊戲社區及平台

自其於2016年成立以來，TapTap一直致力於向我們的用戶推薦優質遊戲及連接遊戲玩家與開發商。截至2019年5月31日，我們的TapTap有5,000多款手遊可供遊戲玩家下載並提供與38,000多款遊戲有關的新聞及資訊。我們鼓勵遊戲玩家對TapTap上的遊戲進行評價、討論及評分(該平台吸引了大量的社交網絡互動。直至2019年5月31日，TapTap錄得571.4百萬次遊戲下載、463.6百萬遊戲關注及8.9百萬遊戲評價。TapTap已建立一套獨立的評分體系，根據弗若斯特沙利文的資料，TapTap上的遊戲評分為中國手遊最權威的參考。截至2019年5月31日，我們於TapTap上有45.1百萬註冊用戶，較截至2016年12月31日的2.1百萬有所增加。TapTap應用程序之平均月活躍用戶自2016年的0.9百萬快速上升至截至2019年5月31日止五個月的16.2百萬。根據弗若斯特沙利文的資料，按2018年的平均月活躍用戶計，TapTap為中國最大的遊戲社區及平台。

TapTap亦為中國率先採用免費分發模式的遊戲平台。在該模式下，開發商無需嵌入任何所需的軟件開發工具包或(SDK)即可便利地上傳遊戲供遊戲玩家下載，吸引了大量的遊戲開發商。截至2019年5月31日，TapTap吸引了8,000多家遊戲開發商。除了遊戲分發，我們亦為開發商提供一系列增值服務(比如遊戲測試及用戶數據分析)，令彼等能夠收集及分析遊戲玩家的反饋，以優化其遊戲。我們強大的數據分析工具可幫助開發商收集各種實時指標，比如遊戲玩家數量、遊戲時長、留存率及遊戲內購買。此外，開發商可在TapTap上投放遊戲的廣告，以實現更具針對性的市場推廣。

TapTap不僅已創建起一個吸引及挽留遊戲玩家的充滿活力且富有吸引力的手遊社區，而且作為遊戲開發商強大的分發、測試及評估平台，進一步使我們能夠將用戶群貨幣化。

## 業 務

### 公認的海外遊戲發行及運營能力

作為進入海外市場的中國遊戲開發商及運營商的先行者之一，我們致力於向不同國家的更多人推薦優質的遊戲。截至2019年5月31日，我們40款網絡遊戲中的27款及11款付費遊戲中的5款於海外市場運營。我們在海外市場擁有龐大的用戶群，截至2019年5月31日我們的海外用戶群超過了25.0百萬。於往績記錄期間內，我們來自海外市場的遊戲運營收入分別為人民幣15.7百萬元、人民幣397.6百萬元及人民幣976.7百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，按於2018年的充值流水計算，我們在所有於韓國手遊市場之中國遊戲運營商中排名第一。由於其創新性及高品質，我們的遊戲已在全球市場獲得高度認可，包括Google Play為《獵魂覺醒》(The Soul of Hunter)頒授的「2018年度最佳—最具創新力獎」、App Store為《艾希》(ICEY)頒授的「2017年度最佳本土獨立遊戲」及台北市電腦工會為《少女前線》(Girls' Frontline)頒授的「2018遊戲之星年度人氣行動遊戲」。

我們相信，我們為中國手遊在海外市場優選的分發商。我們擁有一支經驗豐富的海外發行團隊，截至2019年5月31日包括133名僱員。除我們的內部發行專業知識以外，我們亦委聘多名海外顧問以支持我們的海外運營，比如執行營銷活動、質量控制及組織行業活動。憑藉我們對瞬息萬變的全球遊戲行業、動態的用戶喜好及不同地區市場的複雜分發及支付網絡的深入了解，我們憑藉一站式服務(比如遊戲重新設計及本地化、優化、市場推廣、分發及支付支持)幫助中國的遊戲開發商有效進入國際市場。我們與全球合作夥伴的穩定關係對我們的國際業務來說亦至關重要。我們與領先的分發平台(比如App Store及Google Play)合作，以利用其全球的用戶群及成熟的支付系統。

### 卓越的遊戲開發及數據分析實力

我們相信，強大的獨立研發能力對我們的長期增長至關重要。近年來，我們透過建立一支強大的研發團隊提升了我們的遊戲開發能力，截至2019年5月31日，研發團隊由5間遊戲開發工作室及453名僱員組成。截至2019年5月31日，我們推出10款自研遊戲，包括《仙境傳說M》及《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)等複雜的網絡遊戲。於2016年、2017年及2018年，我們從自研遊戲產生的收益分別為人民幣575.6百萬元、人民幣835.2百萬元及人民幣925.7百萬元的遊戲運營收入。更重要的是，截至2019年5月31日，我們正開發遊戲儲備中的4款網絡遊戲，我們預期將於2020年之前發佈該等遊戲。於2016年、2017年及2018年，我們的研發開支分別為人民幣79.4百萬元、人民幣117.4百萬元及人民幣197.8百萬元，複合年增長率為57.8%。截至2019年5月31日，我們在中國有11項註冊專利、102項註冊軟件版權及122項註冊作品版權。

我們的多維數據分析引擎使我們能夠收集和集成各種遊戲運營指標。此外，我們的遊戲社區及平台TapTap向我們提供大量多維度遊戲玩家數據。我們的數據分析能力及豐富的數據來源，有助於我們更好地了解用戶喜好，識別關鍵趨勢及進一步改進我們的遊戲及用戶體驗。

## 業 務

### 經驗豐富且致力於創新的管理層團隊

我們經驗豐富的管理層團隊由我們的創始人兼首席執行官黃一孟先生及我們的聯合創始人兼總裁戴雲傑先生領導，彼等均為成功的連續創業家。作為遊戲玩家，我們的創始人對遊戲有共同的熱情且對遊戲行業有深刻的理解。截至最後實際可行日期，黃先生及戴先生擁有超過13年的遊戲、通信、技術及互聯網行業經驗。截至同日，我們的高級管理層成員在遊戲及互聯網相關行業亦平均擁有超過10年的經驗。憑藉其豐富的行業經驗、對遊戲趨勢的深入洞悉以及扎實的投入，我們的管理層團隊已成功地在中國及海外的遊戲開發、發行及運營方面建立起優秀的往績記錄。

### 我們的策略

我們擬尋求以下策略以進一步我們的業務增長：

#### 進一步加強我們的遊戲組合

我們旨在提供及運營為全球市場服務的世界級手遊。為豐富我們的遊戲組合及吸引更多遊戲玩家，我們擬繼續透過以下舉措開發、發現及提供優質而有意思的遊戲：

- 透過增加對信息技術基礎設施的投資、招募經驗豐富的遊戲開發人員及提高我們的視覺設計及音響效果製作的才識，提升我們的內容部開發實力；
- 自新興和領先的遊戲開發商(尤其是在中國、日本及韓國)代理熱門遊戲，我們相信該等遊戲將反映我們遊戲玩家的喜好及最新的行業趨勢；及
- 與中國及海外的遊戲開發商及內容提供商合作，將受歡迎的遊戲及文化內容改編為手遊。

#### 增加TapTap的活躍用戶群及用戶參與度

我們將繼續吸引遊戲玩家和開發商加入TapTap社區，並通過以下措施進一步提升其參與度：

- 改進及升級TapTap的內容推薦算法，以更加有效洞悉及滿足遊戲玩家的需求；
- 提升TapTap的搜索功能，以幫助遊戲玩家高效查找有用的資源；
- 加強社區功能，比如增加子論壇及實施線上及線下營銷策略，以增加遊戲玩家的參與度；
- 在TapTap上提供更先進的開發商工具，便於遊戲開發商更好地與遊戲玩家互動，以提升遊戲玩家遊戲體驗；及
- 發佈(擁有本地化特色) TapTap的海外版，以服務全球的遊戲玩家及遊戲開發商。

## 業 務

### 深化海外運營

我們預期將主要透過以下舉措在現有及新的海外市場中擴大遊戲發行及運營業務：

- 與負有聲譽的遊戲開發商合作，在中國及海外市場中發行其遊戲；及
- 於海外市場中成立區域總部，以便更好地管理我們的海外遊戲運營業務。

就我們目前的主要海外市場(比如韓國、台灣、香港及東南亞)而言，我們計劃透過以下舉措維持並進一步增加我們的市場份額：提供優質遊戲及專注於更好的遊戲本地化、委聘合資格的外國顧問，獲得建議及接觸更多的本地合作夥伴以便進行合作。同時，我們密切觀察有巨大潛力的國家及地區(比如歐洲及北美洲)的市場趨勢，以便尋找更多機會。我們亦計劃繼續參與國際遊戲活動或展覽會並於全球範圍內推廣我們的品牌知名度。

### 升級信息基礎設施及技術

我們相信，對信息技術投入大量資源可在迅速增長及不斷演變的遊戲行業內有效增強我們的業務。我們打算透過以下舉措升級我們遊戲業務的信息基礎設施及技術：

- 招募及挽留有技能的人員(尤其是視覺藝術設計師)、增加新伺服器及採用升級的雲服務；及
- 改進我們的數據分析系統以透過分析用戶行為提升我們對遊戲玩家需求的了解，並改進防作弊系統以實現更好的遊戲體驗及加強遊戲玩家信息的安全性。

同時，我們計劃增強TapTap上的遊戲推薦算法及用戶數據分析能力，使我們能夠有效地實施分發及營銷策略並提升遊戲用戶留存率及變現。

### 尋求戰略投資及收購

我們計劃對中國及海外與現有業務相關的業務作出選擇性及戰略性的投資及收購，包括遊戲開發能力強的遊戲工作室、具備先進技術或寶貴知識產權內容的公司以於當地具備運營才識及市場關係的公司。我們亦有興趣收購或投資專營視覺及音響效果的合適的遊戲服務供應商，我們認為此舉可提升自研遊戲的品質。

此外，我們計劃投資本地遊戲分發平台及遊戲社區，以提升我們的遊戲運營業務與TapTap的協同效應。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何具體的收購或投資目標。

## 業 務

### 獎項及認可

於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們已於中國獲得各種獎項及認可，主要包括：

獎項／認可	年份	頒獎機構	實體／作品
向陽獎 — 最具匠心精神廣告主.....	2018年	騰訊廣告	心動網絡及易玩
2018年度十大最受海外歡迎遊戲.....	2018年	中國音像與數字出版協會	《仙境傳說M》
2017年中國互聯網百強企業.....	2017年	中國互聯網協會	心動網絡
2017年度十佳獨立遊戲.....	2017年	新浪遊戲	《艾希》
2016年度中國原創遊戲精品出版工程.....	2016年	國家新聞出版廣播電總局辦公廳	《橫掃千軍》
2016中國遊戲風雲榜 — 十大最受期待手遊.....	2016年	騰訊網	《仙境傳說M》

### 我們的收入模式

我們擁有多樣化的收入流，來自遊戲及TapTap所得收入快速增長。我們開發、發行及運營遊戲並產生遊戲運營收入。於往績記錄期間，我們的遊戲運營業務（尤其是我們的網絡遊戲）貢獻了我們大部分的收入。我們亦發行及運營付費遊戲。於往績記錄期間，我們運營66款遊戲，其中55款為網絡遊戲及11款為付費遊戲。截至2019年5月31日，我們運營51款遊戲，其中40款為網絡遊戲及11款為付費遊戲。

自2017年以來，我們亦主要透過提供在線推廣服務從TapTap產生信息服務收入。TapTap乃由我們於2016年3月共同創辦的易玩開發。經過多輪股權收購及注資，易玩於2016年12月成為我們的附屬公司。見「歷史、重組及企業架構 — 易玩」。我們信息服務業務產生的收入從2017年的人民幣81.0百萬元快速增至2018年的人民幣294.8百萬元，於2017年及2018年分別佔我們總收入的6.0%及15.6%。

## 業 務

下表載列於所示期間我們的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	金額	佔 收入百分比	金額	佔 收入百分比	金額	佔 收入百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
遊戲						
遊戲運營						
網絡遊戲.....	748,931	97.8	1,216,094	90.5	1,544,485	81.8
付費遊戲.....	5,523	0.7	37,523	2.8	43,630	2.3
其他 <sup>(1)</sup> .....	11,067	1.5	9,791	0.7	4,232	0.3
信息服務.....	—	—	80,991	6.0	294,761	15.6
總收入.....	<b>765,521</b>	<b>100.0</b>	<b>1,344,399</b>	<b>100.0</b>	<b>1,887,108</b>	<b>100.0</b>

(1) 其他來自向第三方遊戲開發商授權我們的自研遊戲以於指定地區發行和運營。

### 我們的網絡遊戲

我們專注於開發、發行及運營網絡遊戲。截至2019年5月31日，我們經營40款網絡遊戲，包括知名遊戲。我們所有的網絡遊戲均免費提供。我們透過銷售遊戲虛擬物品產生收入。於2016年、2017年及2018年，我們網絡遊戲產生的收入分別佔我們總收入的97.8%、90.5%及81.8%及我們遊戲運營收入的99.3%、97.0%及97.3%。

我們的網絡遊戲乃透過自有分發平台(包括TapTap及www.xd.com)及第三方分發平台(比如App Store及Google Play)分發。

我們的網絡遊戲包括手機遊戲及網頁遊戲。我們透過發行及運營由中國第三方遊戲開發商開發的網頁遊戲開始我們的業務。自2012年以來，憑藉我們從運營網頁遊戲積累的經驗，我們將業務重心轉向開發、發行及運營手機遊戲。

下表載列於所示期間我們按類型劃分的網絡遊戲的遊戲運營收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
手機遊戲.....	580,405	77.5	1,120,526	92.1	1,446,365	93.6
網頁遊戲.....	168,526	22.5	95,568	7.9	98,120	6.4
總計.....	<b>748,931</b>	<b>100.0</b>	<b>1,216,094</b>	<b>100.0</b>	<b>1,544,485</b>	<b>100.0</b>

### 遊戲組合

我們為各個國家及地區多樣化偏好的玩家提供一個龐大的網絡遊戲組合。我們的遊戲生命週期通常有三個階段，就每款遊戲而言包括(i)成長階段，該階段內遊戲體驗產生的

## 業 務

遊戲玩家數量及收入迅速增長，(ii)成熟階段，該階段內遊戲持續產生收入，遊戲玩家數量趨於穩定，及(iii)衰退階段，該階段內遊戲玩家的數量及遊戲產生的收入大幅減少。

下表列示我們主要熱門網絡遊戲的若干主要資料：

遊戲名稱	來源	推出日期	類別	運營市場	截至2019年 5月31日的 生命週期階段
《仙境傳說M》	自研	2017年1月	MMORPG	中國、香港、澳門、 台灣、韓國、東南 亞、北美洲、南美洲 及澳大利亞	成長期
《香腸派對》 (Sausage Man)	授權	2018年4月	對抗競技遊戲	中國	成長期
《不休的烏拉拉》	授權	2019年5月	放置類遊戲	香港、澳門及台灣	成長期
《少女前線》 (Girls' Frontline)	授權	2017年1月	CCG	香港、澳門、台灣及 韓國	成熟期
《橫掃千軍》	自研	2015年10月	SLG	中國	成熟期
《神仙道》高清重制版	自研	2016年3月	RPG	中國	成熟期
《第五人格》	授權	2018年9月	非對稱性對抗競 技類遊戲	韓國	成熟期
《明日之後》	授權	2019年4月	MMORPG	韓國	成長期
《碧藍航線》	授權	2018年3月	CCG	韓國	成熟期
《蒼藍境界》	授權	2018年8月	RPG	日本	成熟期
《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) <sup>(1)</sup>	授權	2011年5月	RPG	中國	成熟期

(1) 除《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web))外，上表列示的所有其他遊戲均為手遊。

### 《仙境傳說M》

《仙境傳說M》是一款以北歐神話為藍本的MMORPG遊戲，創造一個劍與魔法的幻想世界。本遊戲允許遊戲玩家自訂創建一個虛擬人物且擁有多種角色職業和轉職方向選擇。遊戲玩家能夠通過戰鬥和完成故事線任務來提升等級和實力。本遊戲為各個本遊戲角色提供有吸引力的2D設計和個性化的外觀，且擁有3D遊戲世界。玩家還可以通過組隊以及遊戲玩家或群體之間的戰鬥來實現彼此之間的互動。

《仙境傳說M》乃由Gravity Co. Ltd. (「Gravity」)、上海駿夢網絡科技有限公司 (「駿夢網絡」，獨立第三方) 與我們共同開發。該款遊戲為Gravity於2002年開發的《仙境傳說》(Ragnarok Online)的手機版。基於Gravity、駿夢網絡及我們之間訂立的各份協議，於開發過程中，駿夢網絡 (於中國獲Gravity授予《仙境傳說》(Ragnarok Online)的知識產權) 向我們提供與《仙境傳說》(Ragnarok Online)相關的材料，如角色、音樂及故事情節，及我們有權享有(i)不包含《仙境傳說》任何部分內容，及(ii)完全由我們創造的與材料相關的知識產權。我們為《仙境傳說M》在中國的發行商及運營商。就中國以外的國家及地而言區，Gravity或其關聯公司為發行商，而我們向彼等提供技術支持，如安裝支持、維護支援及缺陷修復。此外，除技術支持



## 業 務

外，我們亦於選定海外國家及地區向Gravity或其關聯公司提供與本地化、運營、市場推廣及客戶服務有關的運營支持。有關我們為Gravity或其關聯公司提供技術支持及／或運營支持的協議的初步年期通常至少為兩年。視乎我們擔任的角色及遊戲運營的地理市場不同，我們有權享有《仙境傳說M》充值流水的一定比例。見「財務資料 — 匯總綜合收益表的主要組成部分 — 收入 — 遊戲運營」。

由於《仙境傳說》(Ragnarok Online)在21世紀風靡東亞，在我們於2017年1月19日在中國推出《仙境傳說M》前，我們的域名www.ro.com上的預註冊用戶已突破100萬。於2017年10月12日，我們在香港、澳門及台灣推出《仙境傳說M》，且於上線後在台灣的App Store的暢銷榜中持續一周以上排名第一。《仙境傳說M》於2018年3月14日在韓國推出，此後本遊戲連續六天在韓國App Store的暢銷榜中排名第一。於2018年10月31日，《仙境傳說M》於東南亞的其他多個國家及地區發行並於該日在多個國家及地區App Store的暢銷榜及遊戲免費榜中名列榜首。《仙境傳說M》已在逾50個國家及地區的24百萬名遊戲玩家中普及。

於2017年及2018年及截至2019年5月31日止五個月，《仙境傳說M》的平均月活躍用戶分別為1.7百萬、2.7百萬及5.6百萬。



### 《香腸派對》(Sausage Man)

《香腸派對》(Sausage Man)為一款對抗競技遊戲。本遊戲中的所有角色均為香腸形狀。遊戲玩家可選擇在遊戲中登陸多種地形，並須尋求及使用裝備以擊敗其他遊戲玩家並獲取其裝備。遊戲玩家可在本遊戲中選擇不同的遊戲模式，存活下來的最後一個人或團隊將贏得遊戲。本遊戲提供多樣化的地圖及各種載體，允許最多100名遊戲玩家在同一張地圖中玩遊戲。

自《香腸派對》(Sausage Man)於2018年4月在中國推出以來，其迅速贏得中國遊戲玩家的青睞，並於2018年10月連續五天在中國的App Store的遊戲免費榜中排名靠前。《香腸派對》(Sausage Man)於2018年的平均月活躍用戶為約4.3百萬，且於截至2019年5月31日止五個月的平均月活躍用戶為約10.2百萬。

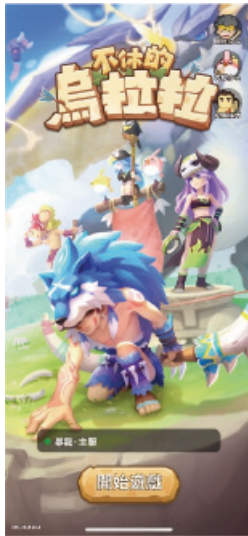
## 業 務

我們自2019年2月起開始貨幣化《香腸派對》(Sausage Man)。為提升《香腸派對》(Sausage Man)的知識產權價值，我們與其他多方合作製作香腸派對動畫片，該動畫片可在線觀看。截至2019年5月31日，香腸派對動畫片的播放量已超過20億次。



### 《不休的烏拉拉》(Ulala)

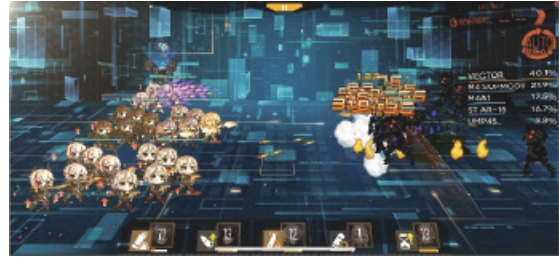
《不休的烏拉拉》(Ulala)是以石器時代為背景的放置類遊戲。本遊戲有3D建模的遊戲角色與寵物，結合全屏展示的戰鬥畫面及原始的冒險地圖。本遊戲採用四人為一小隊的模式，以各小隊作為放置單位，且正確搭配職業及技能是快速過關的最佳方法。同時，遊戲鼓勵隊友間多多交流並討論出遊戲中最合適的策略。本遊戲也通過精心設計的周邊系統以及將增強實境(AR)功能與遊戲寵物結合的新玩法，帶給玩家全新體驗。



## 業 務

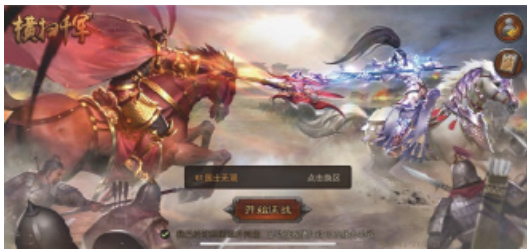
### 《少女前線》(Girls' Frontline)

《少女前線》(Girls' Frontline)是一款2D養成CCG遊戲。本遊戲採用棋盤型佈局，遊戲玩家扮演指揮官的角色，依照每回合的步數，合理分配資源移動人形武器「玩偶」。最終，殲滅敵人或佔領敵方大本營的人贏得戰鬥。本遊戲提供了各種人形武器「玩偶」角色供遊戲玩家收集，而遊戲玩家通常需要使用不同的人形武器「玩偶」才能完成戰鬥。其獲得了台北市電腦工會頒授的「2018遊戲之星年度人氣行動遊戲」。



### 《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)

《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)是一款三國題材的SLG遊戲。本遊戲在傳統的三國策略玩法中加入「國」和「內政」的概念，並採用實時渲染的軍事戰鬥方式。遊戲玩家可以進行武將養成，還可以建設涉及政治、軍事、經濟、人口及其他元素的城池，並通過與軍事指揮官配合戰術，與其他遊戲玩家進行戰鬥，以攻擊及佔領其他城池。



### 《第五人格》(Identity V)

《第五人格》(Identity V)是一款非對稱性對抗競技類手機遊戲。遊戲玩家將扮演偵探，以調查及回顧案件。在案件回顧時，遊戲玩家可以在不同場景中選擇玩「監管者」或「求生者」模式。為贏得遊戲，扮演「求生者」角色的遊戲玩家需要相互配合以破譯密碼機，然後打開閘門逃脫，而扮演「監管者」角色的遊戲玩家需要淘汰至少三名「求生者」。遊戲玩家可以根據彼等選擇的不同角色設置不同的天賦技能。



## 業 務

### 《明日之後》(LifeAfter)

《明日之後》(LifeAfter)是一款以世界末日病毒為背景的人類生存MMORPG。本遊戲的玩法為廢土合作及生存，要求遊戲玩家在廢土中互相幫助並克服廢土惡劣的環境。本遊戲採用虛擬搖杆作為主要操作模式，並採用營地建設、地圖探索、資源採集及戰鬥對抗作為幫助玩家逐步提升其能力的手段。



### 《碧藍航線》(Azur Lane)

《碧藍航線》(Azur Lane)是一款集策略養成、海戰、彈幕及各類社交玩法為一體的「二次元」CCG。以軍武擬人為題材，遊戲玩家可通過主線關卡、每日副本、實戰演習及艦船建造等豐富的玩法，收集並養成強力的角色與裝備，手動操作自己的艦隊征服世界。



### 《蒼藍境界》(Tales of Erin)

《蒼藍境界》(Tales of Erin)是一款整角色養成、策略戰鬥及多人合作為一體的動漫RPG。玩遊戲時，遊戲玩家需要使用自己的角色進行戰鬥。本遊戲擁有日系「二次元」風格，畫面媲美動漫。



## 業 務

### 《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web))／《神仙道》高清重制版(Shen Xian Dao (HD))

《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web))是一款基於神仙神話故事的回合制RPG。遊戲玩家可在三個角色(即武術家「武聖」、揮舞著一把劍的仙女「劍靈」、弓箭手「飛羽」)之中選擇其一，踏上歷險之旅，用武功和魔法斬妖除魔。通過完成各種任務及打敗敵人，遊戲玩家的裝備及力量均可升級。本遊戲為多人遊戲，遊戲玩家可對戰且在線上互動。《神仙道》高清重制版(Shen Xian Dao HD)為本遊戲的手機版。



### 遊戲表現

我們網絡遊戲的表現受到三項關鍵指標的影響：(1)月活躍用戶；(2)月付費用戶；及(3)每付費用戶平均收入。下表載列於所示期間我們網絡遊戲的該等關鍵指標：

	截至12月31日止年度		
	2016年	2017年	2018年
平均月活躍用戶 <sup>(1)</sup> (千人).....	1,872.1	3,583.4	8,760.8
平均月付費用戶 <sup>(2)</sup> (千人).....	158.3	209.2	407.2
每付費用戶平均收入 <sup>(3)</sup> (每月人民幣元) ..	394	484	316

- (1) 平均月活躍用戶乃以我們的各款網絡遊戲於各期間的月活躍用戶總數之和除以該期間的月份數目予以計算。
- (2) 平均月付費用戶乃以我們的各款網絡遊戲於各期間的月付費用戶總數之和除以該期間的月份數目予以計算。
- (3) 每付費用戶平均收入乃以我們各期間的網絡遊戲收入總額除以各款網絡遊戲於各期間的月付費用戶總數之和予以計算。

我們的網絡遊戲於往績記錄期間內的平均月活躍用戶的增加主要可歸因於(i)《仙境傳說M》於2017年在中國推出及於2018年在部分海外市場推出；及(ii)於2018年推出的《香腸派對》(Sausage Man)受到青睞。於往績記錄期間內我們的網絡遊戲的平均月付費用戶有所增加，主要是由於於2017年在中國推出及於2018年在海外市場推出《仙境傳說M》。我們2017年的網絡遊戲的每付費用戶平均收入較2016年有所增加，主要是由於2017年推出幾款每付費用戶平均收入較高的遊戲。我們2018年的網絡遊戲的每付費用戶平均收入較2017年有所減少，主要是由於2018年按淨額基準確認的遊戲運營收入的比例提升。見「財務資料 — 匯總綜合收益表的主要組成部分 — 收入 — 遊戲」。

## 業 務

下表載列於所示期間按五大網絡遊戲(以收入計)劃分的遊戲運營的收入明細。

截至12月31日止年度								
2016年			2017年			2018年		
遊戲名稱	金額	%	遊戲名稱	金額	%	遊戲名稱	金額	%
(人民幣千元，百分比除外)								
《橫掃千軍》.....	342,251	45.4	《仙境傳說M》	468,062	37.3	《仙境傳說M》	627,187	39.5
《神仙道頁遊》 (Shen Xian Dao (Web)).....	110,766	14.7	《少女前線》 (Girls' Frontline)	256,442	20.5	《少女前線》 (Girls' Frontline)	299,862	18.9
《仙境傳說M》： 《天天打波利》....	107,293	14.2	《橫掃千軍》	175,431	14.0	《橫掃千軍》	129,621	8.2
《神仙道》 高清重制版.....	102,851	13.6	《神仙道》 高清重制版》	70,952	5.7	《神仙道頁遊》 (Shen Xian Dao (Web))	76,394	4.8
《大話神仙》 (Da Hua Shen Xian)	22,715	3.0	《神仙道頁遊》 (Shen Xian Dao (Web))	70,518	5.6	《神仙道》 高清重制版》	68,270	4.2
總計.....	<u>685,876</u>	<u>90.9</u>		<u>1,041,405</u>	<u>83.1</u>		<u>1,201,334</u>	<u>75.6</u>

### 遊戲儲備

自2012年成立以來，我們每年發行多款網絡遊戲以滿足玩家的需求。於截至2019年5月31日在營的現有40款網絡遊戲中，8款遊戲於2016年前推出，5款遊戲於2016年推出，7款遊戲於2017年推出及20款遊戲於2018年及之後推出。我們透過開發新遊戲及從第三方遊戲開發商採購授權遊戲不斷向我們的遊戲組合補充新遊戲。截至2019年5月31日，我們的遊戲儲備包括將於2020年底之前發行的14款網絡遊戲。

下表載列於往績記錄期間及截至2019年5月31日止五個月新推出及已終止的網絡遊戲數目：

	2016年	2017年	2018年	截至2019年 5月31日 止五個月
新推出.....	18	14	19	6
已終止.....	2	12	7	0

## 業 務

下表按時間順序載列截止2019年5月31日我們截至2019年及2020年的網絡遊戲儲備的若干資料：

遊戲名稱	來源	預期推出日期	類別	預計推出市場
《夢幻模擬戰》(Langrisser) <sup>(1)</sup>	授權	2019年上半年	SLG	韓國
《神諭文明》(Divinity Saga)	授權	2019年下半年	SLG	東南亞
《牧羊人之心》 (KarDia tou Abel) . . . . .	授權	2019年下半年	RPG	日本
《待魂：朧月傳說》 (Samurai Spirits Online) . .	授權	2019年下半年	ARPG	日本
《閻王不高興》 (The Furious Yama) . . . . .	授權	2019年下半年	RPG	韓國
《荒野領主》 (Wasteland Lords) . . . . .	授權	2019年下半年	SLG	香港、澳門及台灣
《明日方舟》(Arknights) . . . .	授權	2020年上半年	CCG	香港、澳門及台灣
《另一個伊甸： 超越時空的貓》 (Another Eden: The Cat Beyond Time and Space) . .	授權	2020年下半年	RPG	中國
《旅行物語》 (Caravan Stories) . . . . .	授權	2020年下半年	RPG	中國及韓國
《戰鬥天賦解析系統》 (#COMPASS) . . . . .	授權	2020年下半年	MOBA	中國
《創想世界》(Fantasy World)	自研	2020年下半年	模擬遊戲	中國
《元氣偶像季2》 (Vitality Idol II) . . . . .	自研	2020年下半年	模擬遊戲	中國
A項目 . . . . .	自研	2020年下半年	CCG	中國
B項目 . . . . .	自研	2020年下半年	MMORPG	中國

(1) 本遊戲於2019年6月推出。

除發佈新遊戲外，我們亦將於其他國家及地區發佈我們現有遊戲額外的本地版本。例如，《仙境傳說M》於2019年6月在日本推出及預計將於2019年下半年在歐洲推出；且《不休的烏拉拉》(UlaLa)預計將於2020年上半年在中國發佈。

### 我們的付費遊戲

我們所有的付費遊戲均採納付費即玩模式，此意味著用戶需要支付購買相關遊戲的初始費用。我們的付費遊戲通常在電腦、Switch、PlayStation 4及移動設備等各種設備上分發。雖然遊戲玩家可自行離線玩付費遊戲，但我們亦提供部分互動功能，如當遊戲設備連接到互聯網時與其他遊戲玩家的排名及競爭。就部分付費遊戲而言，我們提供遊戲內購買以便解鎖額外的遊戲內容。於往績記錄期間，2016年、2017年及2018年，我們付費遊戲產生的遊戲運營收入分別為人民幣5.5百萬元、人民幣37.5百萬元及人民幣43.6百萬元。截至2019年5月31日，我們擁有11款運營中的付費遊戲。我們計劃繼續於遊戲組合中提供付費遊戲。

## 業 務

### 遊戲組合

下表載列截至2019年5月31日我們運營中的部分主要熱門付費遊戲的若干主要資料：

遊戲名稱	來源	推出日期	類別	運營市場
《艾希》.....	授權	2016年11月	ARPG	中國及海外
《喵斯快跑》.....	授權	2018年6月	音樂遊戲	中國及海外
《去月球》.....	自研	2017年5月	RPG	中國及海外
《海姆達爾》.....	自研	2018年7月	RPG	中國及海外
《說劍》.....	授權	2016年2月	休閒遊戲	中國

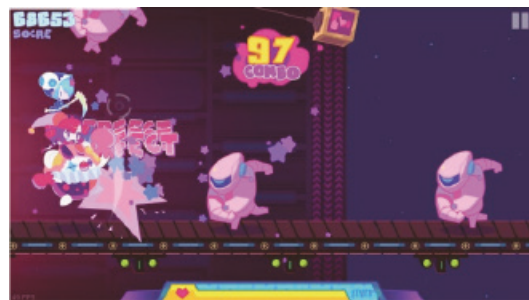
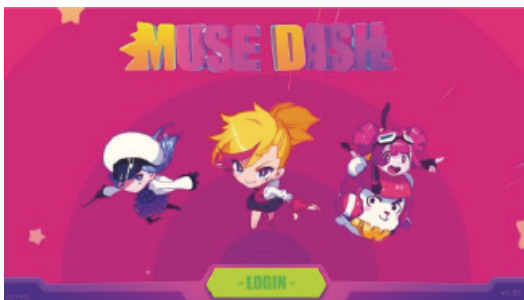
#### 《艾希》(ICEY)

《艾希》(ICEY)是一款橫版ARPG，在iOS、Android、PlayStation 4、Steam及Switch等多個平台上發行。本遊戲的角色會知道遊戲玩家的存在並將與遊戲玩家互動，且遊戲玩家可扮演艾希而非「閣下」或扮演「閣下」而非艾希。遊戲玩家考慮旁白的指示並通過互動探索遊戲。本遊戲分有多個結局，遊戲玩家可按照其不同的選擇解鎖不同的結局，並通過復盤本遊戲的變種逐漸探索及發現真實的結局及隱藏的情節。《艾希》(ICEY)被App Store評為「APP Store 2017年度最佳本土獨立遊戲」。



#### 《喵斯快跑》(Muse Dash)

《喵斯快跑》(Muse Dash)是一款將跑酷遊戲及音樂結合在一起的音樂遊戲，遊戲玩家需要隨著音樂的節奏點擊屏幕控制角色，以便與怪物搏鬥。在角色塑造、場景搭建及怪物設定方面，遊戲玩法均以「二次元」路線設計。遊戲提供了三個角色，每個角色都有不同的服裝和隨從「精靈」供遊戲玩家選擇。角色、服裝、「精靈」需要收集一批遊戲內物品才能解鎖。





## 業 務

### 《去月球》(To the Moon)

《去月球》(To the Moon)是一款像素化微型RPG。本遊戲的主要故事情節乃關於兩名醫生透過改變記憶為彌留之際的人們完成其人生的遺願。遊戲玩家可於幾小時內享受非戰鬥型故事的遊戲體驗。本遊戲結合了冒險元素，並用巧妙的敘事描繪了一段愛與記憶的旅程。



### 《海姆達爾》(Heimdallr)

《海姆達爾》(Heimdallr)是一款多結局RPG。遊戲玩家將扮演駭客傑森，調查一起十五年前發生的謀殺案。本遊戲通過解謎及跑酷兩種玩法，傳遞有關現代社會及人性的些許思考。在本遊戲中，「海姆達爾」乃將人腦神經與計算機網絡相連的設備。遊戲中的虛擬世界及現實被分離出來。至於兩個世界之間的距離應縮短還是分離，以及作為連接兩個世界的介質，「海姆達爾」代表警告還是希望，將由遊戲玩家探索及決定。



## 業 務

### 《說劍》(The Swords)

《說劍》(The Swords)是一款武術主題的休閒遊戲。遊戲玩家在用紅墨水標記的區域輕輕劃過屏幕，即可殺死一個「敵人」。遊戲玩法憑藉以刀劍作戰的遊戲角色，具有中國水墨畫風格，描述了一名沉迷於劍術的劍客。本遊戲主要面向喜好武術、功夫及動作元素的遊戲玩家。



### 遊戲儲備

截至2019年5月31日，我們的遊戲儲備包括預計將於2020年底前發佈的6款付費遊戲。儲備中的所有6款付費遊戲均為授權遊戲。下表按時間順序載列我們截至2019年5月31日於2019年及2020年的付費遊戲儲備的若干資料：

遊戲名稱	預計推出日期	類別	預計推出市場
《鋼琴師》(Pianist).....	2019年下半年	音樂遊戲	中國
《不可思議樂隊》 (Wonder Parada) .....	2019年下半年	音樂遊戲	中國
《萌物X魔物》(Monster Safari).	2020年上半年	SLG	中國
《風來之國》(EastWard) .....	2020年下半年	RPG	中國
《人類：一敗塗地》 (Human: Fall Flat) .....	2020年下半年	休閒遊戲	中國
《雷頓教授與 不可思議小鎮》 (Professor Layton and the Curious Village).....	2020年下半年	休閒遊戲	中國

### 海外市場

作為進入海外市場的中國遊戲開發商及運營商的先行者之一，我們致力於向不同國家的更多人推薦出色的遊戲。截至2019年5月31日，我們的遊戲於全球100多個國家及地區提供。截至同日，我們的40款網絡遊戲中的27款及11款付費遊戲中的5款於海外市場發行，主要集中於亞洲，包括香港、澳門、台灣、日本、韓國及東南亞。我們的遊戲亦於北美洲、南美洲及澳大利亞運營。截至2019年5月31日，在2019年及2020年的儲備中14款新網絡遊戲中，8款網絡遊戲預期將於海外運營。

我們對遊戲行業及當地市場用戶偏好的深刻理解，使我們能夠在不同的海外國家及地區適應及運作。我們的幾款網絡遊戲已於海外推出，包括《仙境傳說M》、《少女前線》(Girls' Frontline)、《第五人格》(Identity V)及《不休的烏拉拉》(Ulala)，該等遊戲於多個國家及地區的主流分發平台獲得了廣泛認可。

## 業 務

下表載列於所示期間按地理區域劃分的我們遊戲運營收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
中國.....	738,804	97.9	856,007	68.3	611,418	38.5
海外 <sup>(1)</sup> .....	15,650	2.1	397,610	31.7	976,697	61.5
總計.....	<b>754,454</b>	<b>100.0</b>	<b>1,253,617</b>	<b>100.0</b>	<b>1,588,115</b>	<b>100.0</b>

(1) 我們的主要海外市場包括韓國、香港和台灣及東南亞。

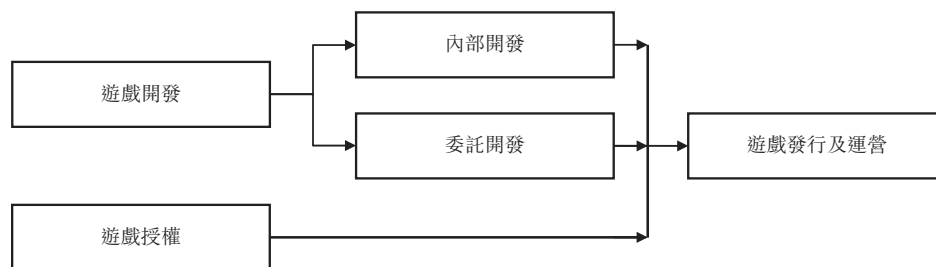
我們於海外發行遊戲時委聘當地的顧問以向我們於當地市場提供推廣及營銷支持。我們認為，我們的遊戲本地化能力乃於海外取得成功的重要推動力，超越了語言翻譯，在我們遊戲於當地市場推出時納入了重要的文化差異及規範。見「一遊戲發行及運營一重新設計及本地化」。

### 我們的業務流程

我們發佈及運營自研遊戲及授權遊戲。我們自行開發的遊戲主要內部製作，與其他開發人員共同製作，或偶爾由委託開發安排的第三方遊戲開發工作室製作。下表載列按我們自研遊戲及授權遊戲劃分的我們的遊戲運營收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
自研遊戲.....	575,621	76.3	835,205	66.6	925,737	58.3
授權遊戲.....	178,833	23.7	418,412	33.4	662,378	41.7
總計.....	<b>754,454</b>	<b>100.0</b>	<b>1,253,617</b>	<b>100.0</b>	<b>1,588,115</b>	<b>100.0</b>

下圖列示我們遊戲運營的整體業務流程：



### 遊戲開發

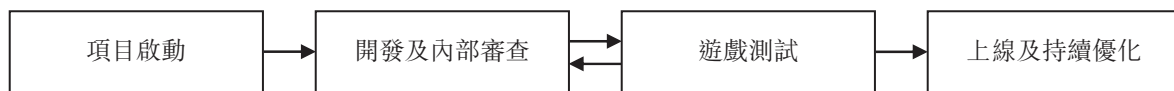
憑藉我們於遊戲發行及營運中所取得對手遊市場、用戶偏好及市場趨勢的深入了解，我們持續投資於遊戲開發能力，且自2012年以來一直開發自有遊戲。截至2019年5月31日，我們已發行10款自研遊戲，包括8款網絡遊戲及2款付費遊戲。截至同日，我們的遊戲儲備包括將於2020年發佈的4款自研網絡遊戲。

## 業 務

### 內部開發

我們已建立設計及開發各類遊戲(包括大型及複雜的網絡手遊)的強大能力及專長。截至2019年5月31日，我們擁有五個遊戲開發工作室，由453名員工(佔我們員工總數的48.0%)組成的遊戲開發團隊提供支持。我們的遊戲開發僱員中有超過75%具有本科或更高學位，擅長於計算機科學、軟件工程、網絡系統管理以及多媒體設計及製作等領域。彼等於本公司任職的時間平均為約兩年，而我們遊戲開發工作室的主管平均擁有八年以上的相關行業經驗。

我們於遊戲開發及發行領域的經驗可令我們的不同部門在遊戲開發的各個階段高效合作。遊戲開發週期一般可分為四個階段，通常需耗時約兩三年，具體視乎遊戲格式以及相關項目的複雜性和新穎度而定。我們的遊戲開發委員會通常負責監督及審批各遊戲開發項目。該委員會由我們的高級管理層成員以及遊戲開發工作室及發行部門的主管組成。下圖說明我們內部遊戲開發過程中的主要步驟：



### 項目啟動

遊戲開發項目起始於一個由我們其中一間遊戲開發工作室的三到五名成員組成的小組制定的遊戲開發計劃。遊戲開發計劃涵蓋遊戲的核心遊戲玩法、主題、藝術風格、遊戲開發引擎、開發時間表和預算作出的遊戲開發計劃。此等計劃的靈感通常來自高級管理層及我們遊戲工作室及發行部門的主管，彼等持續監察遊戲行業的最新趨勢。我們的遊戲開發委員會負責審查該等計劃，其中考慮的因素包括現有可資比較遊戲、預期市場反響、潛在用戶基礎、數字娛樂和流行文化的最新發展以及與我們企業形象及價值的兼容性。一旦遊戲開發計劃獲得批准，項目將進入初步開發階段，旨在製作一個包含遊戲的核心遊戲玩法及所有其他關鍵功能的樣本。遊戲開發委員會將進一步審核有關樣板以評估開發計劃是否已於試樣中基本實現。樣本將根據來自遊戲開發委員會的反饋得到進一步改進，直至樣本獲得批准。

審核樣本時，遊戲開發委員會亦將逐項評估第三方公司許可知識產權的必要性，確定與有關遊戲主題及整體設計兼容的潛在目標知識產權。於往績記錄期間，我們與第三方內容提供商合作，以確保所開發遊戲乃基於附多元娛樂元素及廣泛客戶基礎的現有流行知識產權。

## 業 務

### 開發及內部審查

提供提案的遊戲開發工作室負責開發遊戲，包括遊戲玩法設計、美術設計、故事情節創作及編碼。每週向管理層團隊報告開發進度。我們的管理層團隊審核開發中的遊戲以排除故障及作出相應調整。於該階段，我們的遊戲開發工作室旨在提供遊戲的初始版本，其中包含正在開發的遊戲的所有基本元素。遊戲開發委員會審查初始版本，並指示遊戲開發工作室對遊戲進行數輪修正和改善。

我們有時將藝術設計工作外包予第三方工作室及公司，以提高我們遊戲開發流程的效率並優化內部資源配置。在選擇相關工作室及公司時，我們會評估工作質量及往績記錄。我們與第三方工作室及公司簽訂外包協議，並載列工作範圍、需要交付的內容及交付時間表。我們會定期審查彼等的在製品以及我們根據合約條款要求作出的改進。

### 遊戲測試

於完成遊戲的較高級版本後，遊戲開發工作室及發行部門共同評估及決定相關遊戲是否準備好進行測試。內部測試涉及各個部門的僱員試玩相關遊戲及從不同角度提供主要與遊戲功能及遊戲玩法體驗有關的反饋。通過內部測試階段之後，我們亦將進行遊戲的Beta測試。就我們的自研遊戲而言，我們通常透過TapTap發行Beta版本並邀請由數百名外部遊戲玩家組成的用戶群試玩該遊戲。該階段測試遊戲在公共網絡環境中的性能。我們亦於Beta測試過程中追蹤及分析遊戲玩家行為，以更好地了解本遊戲的潛在市場及改進領域。遊戲開發工作室將根據測試結果進一步優化遊戲。

### 上線及持續優化

遊戲於完整版首次向一般公眾作正式發佈時被視為「上線」。倘遊戲於Beta測試過程中市場反響熱烈，且並無出現重大技術問題，管理層將考慮本遊戲上線。我們的遊戲開發工作室將於遊戲的整個生命週期內就有關遊戲的持續開發、優化及版本更新與運營團隊合作。

由於重大技術困難、嚴重預算超支或市況變動，我們的遊戲開發委員會可能於上市前任何時候終止以上開發程序。

### 委託開發

於往績記錄期間，我們委聘一間第三方遊戲開發工作室為我們的一款網絡遊戲《元氣偶像季》(Vitality Idol II)進行委託開發。我們委聘的遊戲工作室會編製遊戲開發計劃，在達到協定形式前進行了多輪修正。我們會對在製品進行定期審查，並於開發過程中與遊戲工作室進行頻繁溝通。截至2019年5月31日，我們預期將於2020年推出《元氣偶像季2》(Vitality Idol II)。

## 業 務

根據委託開發協議，第三方開發商負責根據我們的指示開發遊戲。我們有義務向其支付遊戲開發費，該費用基於開發成本釐定。我們亦與此第三方遊戲工作室訂立收益分成安排。第三方遊戲開發工作室有義務向我們提供遊戲的所有源代碼。我們亦持有遊戲相關的知識產權。

雖然遊戲處於運營中，但第三方遊戲開發工作室亦負責於運營期間內向我們提供持續的技術支持及版本更新。我們認為，委託遊戲開發使我們能夠充分利用專攻不同領域的遊戲工作室的專長。該開發模式亦確保我們能以合理的成本（相較於內部進行開發而言）及時響應若干市場機遇。

### 遊戲授權

除我們的自研遊戲以外，我們亦與第三方遊戲開發商合作，豐富我們的遊戲組合。

### 遊戲採購

我們積極從第三方遊戲開發商採購不同類型的遊戲。我們的高級管理層及部門主管持續監察手遊行業的市場趨勢以及國內外市場上娛樂文化的發展情況。彼等每年審查眾多遊戲中的數百種手遊，涵蓋流行的遊戲及新興創新的遊戲。決定是否授權遊戲時，我們會考慮各種因素，包括創新、版本更新的潛力及遊戲開發商的內部開發能力。對於於多個國家及地區發行的遊戲，我們會評估其目前於現有市場的表現及估計其在其他區域市場的商業潛力。在經管理層批准前，我們亦將調動多個部門評估有關目標遊戲的優點及風險。TapTap亦透過向我們提供有關正在平台上進行Beta測試或分發的新遊戲的一手資訊及為我們識別與註冊TapTap的遊戲開發商合作的潛在機會，從而為我們的遊戲採購流程提供極大便利。通過研究TapTap的大數據分析算法產生的遊戲玩家數據及遊戲表現指標，我們可改進我們的遊戲採購決策。

### 授權協議

我們就授權遊戲與第三方遊戲開發商訂立具法律約束力的遊戲授權協議以取得發行及運營的許可。授權協議訂明我們獲准發行遊戲的地理市場及營運制度。我們與遊戲開發商訂立的大部分授權協議授予我們於特定地理市場以特定營運體系獨家發行遊戲的授權。授權協議的初始年期一般為兩至五年，滿足相關協議規定的若干條件後或經雙方同意後可續期。根據授權協議，在扣減若干開支（通常包括向分發平台及支付渠道支付的佣金以及稅

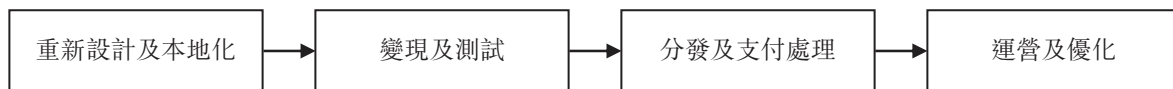
## 業 務

費)前後，遊戲開發商通常亦有權收取授權遊戲充值流水的一定比例。我們有時向遊戲開發商支付預付款，隨後該預付款將自遊戲開發商有權收取的部分收入中扣除。費用安排乃基於多種因素釐定，包括我們的議價能力、遊戲的估計收益及我們過往的業務關係。

根據一般授權協議，我們負責授權遊戲的重新設計、本地化、營銷推廣、分發、貨幣化、遊戲運營及客戶服務。遊戲開發商通常協助我們安裝遊戲、解決技術難題及發行更新版本。遊戲開發商一般會保留與遊戲相關的知識產權。一般而言，倘出現任何一方有重大違約且有關違約並無於規定期限內獲補救，則任一訂約方可通過發出書面通知的方式終止授權協議。

### 遊戲發行及運營

我們在多個國家及地區發行及運營自研遊戲及授權遊戲。下圖說明我們遊戲發行及運營過程的主要步驟：



### 重新設計及本地化

我們的發行部門通常須重新設計遊戲，以便在營銷推廣及營運方面與用戶更親近。對於將在多個地理市場發行的遊戲，我們的海外發行部門會展開各個海外地區市場的遊戲本地化工作，以確保順利進入相關市場，通常包括：

- 本地化遊戲內容及設計，包括故事情節、人物性格、語言翻譯及用戶界面；
- 根據目標市場用戶的偏好，創設及提供遊戲內虛擬物品，並調整當地價格水平的定價政策；
- 優化遊戲的技術參數，確保技術參數與目標市場的主流移動設備及網絡基礎設施系統的兼容性；
- 於各類移動設備、分發平台及營運體系上對遊戲進行公測；及
- 持續密切監察及分析遊戲於目標市場的表現，獲取當地用戶意見，為不同市場個性化定制拓展包及最新版本。

我們致力於將中國遊戲開發商的手遊出口至海外市場，並已在此方面積累寶貴經驗及強大的專業知識。截至2019年5月31日，我們打造了一支有133名僱員的強大海外發行部門。憑藉我們對快速變化的全球遊戲行業、不同國家及地區之動態用戶偏好及消費習慣以及複雜分發平台及支付系統的了解，除我們的自研遊戲以外，我們亦幫助多家中國遊戲開發商向海外目標市場發行產品。

### 貨幣化及遊戲測試

於遊戲上線前，我們進行遊戲的內部及外部測試，並根據測試結果予以優化。我們

## 業 務

的發行部門亦將就每款遊戲實施特定貨幣化計劃，並根據於遊戲測試過程中收集的用戶數據分析對遊戲作出調整。

### 分發及支付處理

#### 我們的分發平台

於遊戲上線後，我們通過我們的自有平台及／或第三方分發平台發行遊戲，具體視乎將予提供遊戲的目標地域市場及營運系統而定。

我們的專有分發平台包括www.xd.com及TapTap平台。我們亦委聘第三方分發平台，利用其成熟的網絡和支付處理服務，以接觸更廣的終端用戶群。於往績記錄期間，就海外市場而言，我們主要與App Store（針對iOS用戶）及Google Play（針對安卓用戶）合作；就國內市場而言，除了我們的自有分發平台及應用商店外，我們亦與應用寶及小米應用商店等第三方應用商店合作。我們的部分付費遊戲亦透過電腦及單機設備（比如Steam及PlayStation Store）的第三方分發平台予以分發。

#### 我們的支付渠道合作夥伴

中國的遊戲玩家可通過我們的第三方支付渠道合作夥伴（包括互聯網銀行、手機銀行、支付寶及微信支付）進行付款，從而在我們的遊戲中購買遊戲內虛擬物品。我們通常授予該等第三方支付渠道十天或以下的信用期。就海外市場玩家而言，我們主要與App Store及Google Play合作收取用戶的付款。這兩個渠道均提供信用卡、借記卡及其他付款方式，可安全連通銀行賬戶。App Store及Google Play通常每30至90日與我們結算付款。

#### 運營及優化

我們的運營團隊負責遊戲上線後的營運工作。我們實時監控遊戲的營運狀況，分析運營數據及遊戲玩家的反饋，以向遊戲開發工作室或第三方遊戲開發商提供更新建議。我們的營運團隊亦發掘潛在貨幣化機會，與我們的遊戲開發工作室或第三方遊戲開發商協作發行拓展包或更新版本。基於我們遊戲的表現及商業前景，我們可能決定終止或暫停營運若干處於衰退期的遊戲。

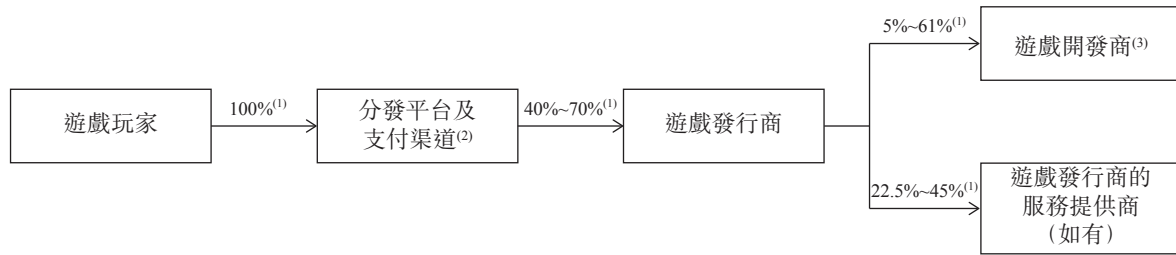
### 收益分成安排

我們通常與其他方（主要為第三方開發商及分發平台）就遊戲運營產生的收益訂立收益分成安排。收益產生過程視乎我們在遊戲發行及運營過程中擔任的角色而有所不同。倘我們作為遊戲發行商，我們在扣除分發平台及支付渠道夥伴的佣金後自彼等收取付款，且我們還向第三方遊戲開發商支付授權費。倘我們作為遊戲發行商之服務提供商，我們自遊戲發行商收取付款。有關收益確認的更多資料，請參閱「財務資料 — 重要會計政策及估計 — 收益確認 — 遊戲運營收益」。



## 業 務

下圖闡明網絡遊戲發行及運營參與者之間的充值流水分成安排。



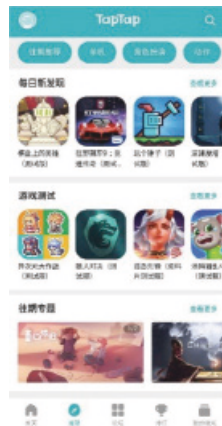
- (1) 圖表內的所有百分比均根據遊戲玩家產生的充值流水計算。
- (2) 我們在透過專有分發平台發行遊戲時不會扣除分發平台及渠道佣金。
- (3) 我們發行我們的自研遊戲時並無與遊戲開發商進行收益分成。

## TAPTAP

為幫助遊戲玩家發現優質遊戲及分享遊戲體驗，我們於2016年透過對易玩的投資共同創辦TapTap。經過多輪股權收購及注資，易玩於2016年12月成為我們的附屬公司。

TapTap是中國領先的遊戲社區及平台。我們目前在中國運營各種TapTap產品。「TapTap」移動應用程序可用於iOS系統及安卓系統，後者為TapTap用戶流量的主要入口。遊戲玩家亦可在電腦上訪問www.taptap.com。於2016年、2017年及2018年以及截至2019年5月31日止五個月，TapTap移動應用程序的平均月活躍用戶為0.9百萬、10.2百萬、15.0百萬及16.2百萬。於截至2019年5月31日止五個月內，TapTap移動應用程序上的月活躍用戶90%以上可歸功於其安卓版本。

以下為TapTap移動應用程序界面及電腦網站界面的截圖：



## TapTap的參與者

### 遊戲玩家

TapTap向遊戲玩家提供豐富多樣的手遊資源庫，比如手遊信息、遊戲推薦及可下載的遊戲。其亦向遊戲玩家提供各種社交及社區功能，比如遊戲評測及評分以及社區論壇。

## 業 務

TapTap擁有龐大的用戶群體，大部分由活躍的資深遊戲玩家組成。截至2019年5月31日，TapTap總計有45.1百萬註冊用戶，而截至2016年12月31日為2.1百萬。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2019年5月31日，TapTap超過84%的註冊用戶出生於1990年之後，彼等在改善的生活水平及較好的教育背景下成長，通常了解互聯網並更願意在遊戲上花費精力。

### 開發者

我們認為有效的分發平台對開發者乃屬重要，尤其是缺乏強大的品牌或與分發平台並無關連的中小型獨立開發者。我們於TapTap採納免費分發模式且並無就免費暢玩遊戲收取分發平台費。TapTap可向開發者提供便利的遊戲分發、遊戲測試、遊戲監控及在線推廣解決方案。為使用TapTap的服務，開發者需要在TapTap上註冊並與我們訂立標準的TapTap開發商協議。於該協議中，開發商承諾彼等在TapTap上分發的遊戲不含違法或侵犯他人知識產權或商業機密的內容。協議在根據其條款終止之前一直有效。倘對手方違反遊戲TapTap開發商協議的任何條款或與我們之間的任何其他協議，我們可單方面終止該協議。

於往績記錄期間，我們在TapTap註冊開發商的數量方面已實現強勁增長。於2016年、2017年及2018年，分別有748家、3,991家及2,923名開發商在TapTap上註冊。截至2019年5月31日，我們於TapTap上擁有約8,000多名註冊開發者。

### 我們的內容

TapTap的內容是TapTap在遊戲玩家及開發者之中受歡迎的基礎。TapTap乃綜合性的遊戲社區及平台，可提供全面的手遊及相關內容。所有版本的TapTap均提供類似的內容及功能，惟我們於TapTap的安卓版本上僅提供遊戲下載功能則除外。

### 手遊庫

遊戲為TapTap上最重要的資源。我們擁有一個涵蓋所有類型的龐大的手遊庫。截至2019年5月31日，TapTap有5,000多款手遊可供下載，包括處於測試階段的3,000多款遊戲。該等可下載的遊戲包括在TapTap上分發或測試遊戲的在TapTap註冊的開發商製作的遊戲及由我們開發或運營的遊戲。於2016年、2017年及2018年以及截至2019年5月31日止五個月，TapTap上的遊戲的下載量分別為11.5百萬次、157.8百萬次、257.4百萬次及144.6百萬次。

我們實施嚴格的篩選及監控政策以確保TapTap上可下載的遊戲符合中國的法律法規。倘現有的遊戲被發現包含不恰當的內容(比如暴力、血腥及色情)或侵犯第三方版權，則TapTap將敦促相關的開發商整頓及同時暫停其下載甚或將其移至黑名單(取決於潛在不利影響的程度)，直至相關問題得到整頓。

## 業 務

除可下載的手遊以外，TapTap維護及管理遊戲信息。截至2019年5月31日，TapTap已包含有關超過38,000款遊戲的信息，從基本遊戲介紹到最新的新聞應有盡有。

### **編輯對遊戲的推薦**

TapTap具有編輯每日推薦3–10款遊戲的功能。該功能使遊戲玩家能夠獲益於我們編輯的專長及努力。截至2019年5月31日，TapTap擁有19名編輯，且其2名總編輯於遊戲及媒體行業積逾5年經驗。我們的編輯審查與多款手遊有關的資料且通常親自試玩多款手遊，以便為遊戲玩家甄選優質遊戲。為確保此每日推薦表有始終如一的質量，彼等堅持客觀地評估每一款遊戲，其中會考慮遊戲玩法、內容、創意、市場趨勢及公眾接受度以及類似遊戲的過往表現等多種因素。當得到我們編輯的推薦時，遊戲通常會得到遊戲玩家更大的關注。

### **用戶生成內容**

遊戲玩家於TapTap上發佈遊戲評測及評級。用戶生成內容構成了TapTap吸引人的社區文化的基礎並增強了遊戲玩家對該平台的粘性。例如，遊戲玩家可能透過接獲其他遊戲玩家對其遊戲評測或帖子的回應或認可而獲得滿足；遊戲玩家可能透過回答彼此於TapTap上發佈的問題而找到有共同興趣的朋友。用戶生成內容亦透過向開發商提供遊戲玩家有價值的遊戲反饋和不斷變化需求而向彼等提供洞察。

用戶生成內容隨著我們社區的增長而迅速積累。遊戲評測及論壇帖子的數目分別自截至2017年12月31日的3.5百萬及1.2百萬增加至截至2018年12月31日的7.3百萬及3.0百萬。截至2019年5月31日，TapTap上共發佈遊戲評測及論壇帖子的數量分別進一步增加至8.9百萬及4.1百萬。根據弗若斯特沙利文的資料，我們擁有許多經驗豐富的遊戲玩家，彼等願意積極分享遊戲體驗，而TapTap的遊戲評級已成為中國手遊行業最權威的參考標準。

### **功能**

#### **遊戲內容策劃與推薦**

TapTap提供一個龐大的手遊信息數據庫，透過該數據庫遊戲玩家可輕鬆搜索特定遊戲。我們亦使用專有、自動化的大數據算法為遊戲玩家策劃及推薦遊戲。基於TapTap上收集的遊戲玩家數據(如用戶過往的搜索或瀏覽歷史、之前預訂或下載的遊戲及社交互動活動)的分析，TapTap能夠向不同的遊戲玩家推送個性化的策劃內容。

TapTap亦根據我們編輯的判斷提供遊戲的編輯推薦以及按不同計量標準(比如下載量、最新上傳日期、銷售額或日均遊戲時間)得出的排名。該等功能使遊戲玩家能夠更有效地定位彼等所需的遊戲內容。

#### **遊戲評測及評級**

遊戲玩家可使用遊戲評測功能與其他遊戲玩家及遊戲公司分享其觀點。遊戲玩家亦可於TapTap上對遊戲進行評分。遊戲玩家亦可透過「喜歡」或「回覆」按鈕等功能與其他人互

---

## 業 務

---

動，據此彼等可對其他人留下的評測作出回應。開發者亦可透過回應遊戲玩家的評測，直接與遊戲玩家溝通。

TapTap的自動化算法應用人工智能技術，基於與各遊戲評測相關的多個指標（比如與該遊戲評測有關的互動、該遊戲評測的字數及其於TapTap上的作者的賬戶級別）的分析持續篩選優質的遊戲評測。有關評測將載入分發予更廣大的遊戲玩家的TapTap主頁上顯示的安利牆。

### **論壇**

TapTap作為以遊戲玩家及遊戲公司為中心的社區，並提供可實現遊戲玩家之中以及遊戲玩家與開發商之間的社交互動的論壇功能。該等互動在遊戲玩家、遊戲公司及我們的社區之間建立了聯繫。遊戲玩家可討論TapTap上論壇一節項下的遊戲相關話題。論壇乃按主題進行分類，比如發現的遊戲、遊戲文化或遊戲玩家的生活方式以及按照不同的遊戲分類。

### **遊戲預約**

遊戲玩家可使用預約功能以跟進將於TapTap上測試或可下載的該等遊戲。彼等透過TapTap的消息功能接收定期的更新，鼓勵彼等在整個過程中深入的參與及介入。

### **遊戲下載**

遊戲玩家可於TapTap的安卓應用程序下載手遊。見「— TapTap — 我們的內容 — 遊戲庫」。活躍的遊戲玩家可受邀試玩於TapTap上進行獨家測試的遊戲。

## 業 務

以下為TapTap的安卓版APP的截圖，顯示了上文討論的功能。



### TapTap開發商中心

於TapTap註冊的各名開發商均在TapTap開發商中心開立賬號，彼等可通過該賬號上傳遊戲、基本信息、知識產權證書及所需的主管政府部門批文。我們會仔細審核各項申請以確保網絡遊戲並無包含色情、賭博或其他非法內容並已接獲來自國家新聞出版總署必要的

## 業 務

預先批准。申請的審核及批准通常需要24小時。遊戲公司可申請通過TapTap開發商中心進行遊戲測試，且有關程序類似於遊戲分發。TapTap開發商中心使遊戲公司可追蹤與其遊戲於TapTap上的表現有關的多項營運指標，比如下載量、粉絲量及預註冊量。以下為TapTap開發商中心操作界面的示例截圖。



### 廣告中心

TapTap透過於其主頁投放廣告以協助遊戲公司推廣其遊戲。TapTap根據TapTap上生成的遊戲玩家數據的大數據分析(比如其下載歷史或瀏覽歷史)向不同的遊戲玩家提供個性化廣告。只有TapTap評級在3或以上的遊戲方符合資格使用我們的在線推廣服務。我們亦注重廣告的內容、風格、設計及互動特性，從而使該等廣告能自然地呈現在TapTap的用戶界面。

### TapDB

TapDB為一款由我們開發的免費數據分析工具，使TapTap上的註冊開發商能夠實時監控其遊戲的表現。該工具為註冊遊戲開發商提供數以百計的營運指標(比如註冊用戶的數目、用戶保有率、日活躍用戶、月活躍用戶及月付費用戶)，以幫助彼等識別運營問題及進一步優化遊戲。

## 業 務

### 貨幣化及定價

#### 我們的遊戲

##### 網絡遊戲

我們的所有網絡遊戲均可免費暢玩。我們通過銷售遊戲內虛擬物品獲取遊戲收入，其貢獻我們幾乎所有的遊戲運營收入。我們在網絡遊戲中出售的虛擬物品包括物品、角色、技能、特權或其他遊戲內消耗品、屬性或功能。我們的遊戲玩家購買該等虛擬物品以提升人物能力、獲得新技能或加速升級過程。我們發行具有新角色、新功能及額外任務之新版本以刺激用戶消費及延長遊戲的生命週期。我們通常亦舉行活動或遊戲競賽並向我們排名較高的遊戲玩家提供獎勵，此舉將激勵遊戲玩家購買更多遊戲內物品以提升其表現。

我們一般擁有釐定我們自研遊戲中所提供虛擬物品的價格的全權酌情權。對於第三方授權的遊戲，我們與第三方遊戲開發商一起商定價格。我們根據各種因素為各虛擬物品定價，比如其他遊戲所提供類似物品之價格、與虛擬物品相關之福利或優勢、對虛擬物品之需求水平及特定國家或地區之收入水平。我們持續監控遊戲中虛擬物品的銷售並對價格進行相應調整，以刺激更多購買及提高遊戲玩家的忠誠度。

##### 付費遊戲

就我們的付費遊戲而言，遊戲玩家需在下載遊戲前支付固定價格，之後遊戲玩家方可不受限制地使用該等遊戲。我們付費遊戲的價格一般與當地市場類似遊戲之價格一致。我們的部分付費遊戲亦提供遊戲內購買以便解鎖額外的遊戲內容。

### TapTap

我們主要透過向TapTap上的廣告主提供在線推廣服務產生信息服務收入。廣告主可在TapTap上對其賬戶進行充值，且在線推廣費將基於所採用的定價模式自彼等賬戶中直接扣除。廣告主的賬戶餘額可在一週內按要求向彼等退款。廣告主透過實時競價系統競價，且廣告庫存乃透過程序化的即時拍賣購買及出售。我們按CPA或CPS定價模式就我們的在線推廣服務向客戶收取費用。

除在線推廣服務外，就透過TapTap分發的付費即玩遊戲而言，我們通常收取遊戲價格最高5%的費用作為分發平台費。就免費暢玩遊戲而言，我們不收取分發平台費。

### 我們的技術及網絡基礎設施

#### 多維數據分析引擎

我們在運營遊戲時處理大量數據。我們的專有多維數據分析引擎按不同組合整理及綜合各種遊戲表現指標以用於特別分析、實施在線分析及標準化報告。該等數據分析生成

## 業 務

可視化結果，有助於我們識別關鍵績效驅動因素、瓶頸分析或推廣活動的有效性。因此，我們能夠獲得有關玩家需求、偏好及行為的寶貴見解，藉此我們完善我們的遊戲及用戶體驗並發現提高用戶保有率及增加遊戲生命週期價值的潛在機遇。

### 自動個性化內容推薦系統

我們已開發並不斷完善TapTap的自動推薦算法。我們先進的大數據分析能力令我們可研究個人用戶之行為及資料。我們可使用有關用戶數據預測用戶可能感興趣之內容或遊戲及促進用戶與我們平台上各類元素之互動。為以向用戶帶來個性化體驗之方式分發遊戲內容及廣告，我們透過登記賬戶邀請用戶設定及調整遊戲偏好。我們的數據分析系統亦將獲取及分析有關用戶下載記錄、預訂以及TapTap上的搜索及瀏覽記錄之數據。隨著用戶行為增加，我們的推薦會變得更加專注及準確。透過我們的自動推薦算法，我們可更好地策劃內容以吸引用戶。我們相信，我們的自動內容推薦算法對創建用戶友好環境及平台的成功日益重要。

### 網絡基礎設施

我們的多元化網絡遊戲組合，尤其是擁有眾多月活躍用戶者，且各個國家及地區龐大的全球用戶基礎得到了穩定而強大的網絡基礎設施的支持。我們所有具備實時互動功能的網絡遊戲要求我們的伺服器網絡立即作出回應（低延時）。截至2019年5月31日，我們在北京租賃了許多數據伺服器提供商託管的實體伺服器。此外，我們亦與幾家著名的雲伺服器服務提供商達成協議，以使用多種功能，包括雲計算，數據存儲和帶寬服務。我們認為，我們目前的網絡基礎設施可為我們提供足夠容量以開展我們的當前營運，且能夠相對較快及以最低增量成本進行擴充以滿足額外容量需要。

### 營銷及推廣

我們為我們的遊戲及TapTap制定並實施各種營銷及推廣措施。

#### 在線推廣

我們在各種在線渠道為我們的遊戲及TapTap投放廣告，該等渠道包括搜索引擎、不同地區市場的熱門網站及社交網絡媒體。我們亦針對我們的遊戲開展各類推廣活動以吸引遊戲玩家。我們組織遊戲玩家比賽、遊戲內競技、排行榜排名及其他遊戲玩家活動。我們透過邀請遊戲表現名列前茅的遊戲玩家參加我們組織的特別活動作為獎勵。我們亦會於假期定期提供折讓虛擬物品。



## 業 務

### 線下營銷

我們有時通過地鐵站、商展及行業活動(比如ChinaJoy、動靜遊戲展及國際遊戲展G-STAR)的廣告推廣我們的遊戲。為加強聯繫，我們亦舉辦特殊的活動。例如，我們為《仙境傳說M》的遊戲玩家舉辦數次音樂會及我們於2019年4月在上海舉辦了首屆TapTap嘉年華。我們亦聘請知名藝術家為我們的人氣遊戲代言，以進一步鞏固我們品牌的知名度。

### 我們的客戶服務

我們有一個專門的服務團隊提供多語言客戶支持。於往績記錄期間，我們亦將部分與我們在中國運營之遊戲有關的客戶服務外包予一家第三方客戶服務公司。遊戲玩家可通過多種渠道尋求客戶服務，包括透過主流的在線溝通工具、電子郵件或我們每週7天每天24小時遊戲內客戶服務系統。於收到遊戲玩家有關遊戲功能及特點的查詢或投訴後，我們的客戶服務團隊將會立即回應並提供詳細解釋和指示，以引導遊戲玩家解決問題。遊戲內支付、交付虛擬物品或程序錯誤等技術問題的查詢及投訴匯報予相關部門進行處理。

就TapTap而言，遊戲玩家及開發商均可使用TapTap上的消息功能或透過電郵或主流在線溝通工具聯繫TapTap尋求幫助。

我們認為，良好的客戶服務在留存用戶及改善其用戶體驗方面發揮重要作用。在服務於我們的用戶的過程中，我們的客戶服務團隊亦收集寶貴的一手用戶體驗及反饋意見，此有助於我們更好地了解用戶喜好及需求，並進一步提升我們的遊戲。截至最後實際可行日期，我們尚未自我們用戶收到有關對我們業務造成重大不利影響的任何嚴重投訴。

### 我們的客戶

就我們擔任主要負責人的遊戲發行及運營業務而言，我們的客戶為購買我們提供的虛擬物品的遊戲玩家。就我們作為代理人的遊戲發行及運營業務而言，我們的客戶為遊戲開發商及遊戲發行商。見「財務資料—重要會計政策及估計—收入確認—遊戲運營收入」。

就我們的信息服務而言，我們的客戶主要為我們在TapTap上向其提供在線推廣服務的遊戲開發商、遊戲發行商或廣告代理商。

## 業 務

於2016年及2017年，我們的五大客戶佔我們總收入的比例分別為2.5%及12.9%。我們的客戶通常會在120天內通過銀行轉賬向我們付款。下表載列我們五大客戶於2018年的若干資料：

客戶	收益 (人民幣千元)	佔總收益的%	業務關係時長	主要業務
客戶A <sup>(1)</sup> .....	413,826	21.9	2年	網絡遊戲開發及發行 提供定製推廣及推廣解決方案
客戶B.....	254,520	13.5	2年	網絡遊戲開發及發行
客戶C <sup>(1)</sup> .....	49,546	2.6	1年	提供增值服務及在線廣告
客戶D <sup>(1)</sup> .....	24,710	1.3	2年	網絡遊戲開發及遊戲技術諮詢
客戶E.....	14,942	0.8	2年	
<b>總計</b> .....	<b>757,544</b>	<b>40.1</b>		

(1) 客戶A、C及D均為一家公開上市公司之附屬公司，而我們董事不時持有該上市公司之非重大持股權及1%以下。

除上文所披露者外，據我們的董事所知，我們於2018年的全部五大客戶均為獨立第三方，且概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（據我們的董事所知擁有我們股份的5%以上）擁有任何一家客戶的任何權益。

### 我們的供應商

我們的主要供應商包括我們與之維持業務關係的遊戲開發商及分發平台。

我們自第三方遊戲開發商取得授權發行彼等所開發的遊戲。我們通常與彼等訂立收益分成安排，有時向遊戲開發商支付預付款。見「— 遊戲授權 — 授權協議」。我們與第三方分發平台（包括App Store及Google Play）合作發行我們的遊戲。見「— 遊戲發行及運營 — 分發及支付處理 — 我們的分發平台」。

截至2018年12月31日，我們與我們五大供應商（包括遊戲開發商及分發平台）維持兩至七年之業務關係。我們一般通過銀行轉賬與我們的供應商進行結賬。我們對遊戲開發商及分發平台的支付期限一般不超過90天。下表載列於往績記錄期間我們主要供應商之若干資料：

供應商	採購額 (人民幣千元)	佔收入成本 的百分比	業務關係時長	主要業務
<b>2018年</b>				
供應商A .....	119,974	15.5	超過3年	提供移動通信及 媒體設備以及個人電腦
供應商B <sup>(1)</sup> .....	102,715	13.2	3年	提供在線廣告服務
供應商C.....	56,405	7.3	2年	網絡遊戲開發
供應商D .....	31,709	4.1	超過3年	網絡遊戲開發
供應商E <sup>(1)</sup> .....	30,189	3.9	超過3年	遊戲提供在線及 移動市場分發及 伺服器服務
<b>總計</b> .....	<b>340,992</b>	<b>44.0</b>		

(1) 供應商B及E均為一家公開上市公司之附屬公司，而我們董事不時持有該上市公司之非重大持股權益及1%以下。

## 業 務

供應商	採購額 (人民幣千元)	佔收入成本 的百分比	業務關係時長	主要業務
<b>2017年</b>				
供應商A . . . .	151,992	20.5	超過3年	提供移動通信及 媒體設備以及個人電腦
供應商D . . . .	90,412	12.2	超過3年	網絡遊戲開發
供應商B . . . .	66,474	9.0	3年	提供在線廣告服務
供應商C . . . .	53,265	7.2	2年	網絡遊戲開發
供應商E . . . .	31,267	4.2	超過3年	提供在線及移動市場
<b>總計 . . . . .</b>	<b>393,410</b>	<b>53.1</b>		
<b>2016年</b>				
供應商A . . . .	101,083	23.8	超過3年	提供移動通信及 媒體設備以及個人電腦
供應商F . . . .	38,857	9.1	超過3年	網絡遊戲開發及運營
供應商G . . . .	31,090	7.3	超過3年	提供增值服務及 在線廣告服務
供應商E . . . .	21,033	5.0	超過3年	提供在線及移動市場
供應商H . . . .	20,244	4.8	超過3年	提供信息及通信服務
<b>總計 . . . . .</b>	<b>212,307</b>	<b>50.0</b>		

(1) 供應商B及E均為一家公開上市公司之附屬公司，而我們董事不時持有該上市公司之非重大持股權益及1%以下。

於往績記錄期間，供應商G亦為我們的客戶，分別佔我們於2016年、2017年及2018年的總採購額的7.3%、2.1%及1.6%，以及分別佔我們於2016年、2017年及2018年的總收入的零、0.4%及1.3%。由於該業務合作夥伴為中國的一家從事網絡遊戲行業上遊及下游業務的科技公司，故我們的董事認為，我們有業務合作夥伴同時作為供應商及客戶乃屬行業慣例。

## 業 務

除上文所披露者外，就我們的董事所知，我們於往績記錄期間的全部五大供應商均為獨立第三方，且概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（據董事所知，擁有我們5.0%以上的股份）擁有任何一家供應商的任何權益。

### 研發

我們已經並將繼續向我們的研發活動投入大量資源，包括遊戲開發及技術開發。我們的遊戲開發專注於改進遊戲玩法、美術及用戶體驗；我們的產品研發專注於TapTap的優化，及我們的技術研發專注於研發新技術（如遊戲引擎技術）、數據整合分析及數據安全。見「—遊戲開發」及「—我們的技術及網絡基礎設施」。

截至2019年5月31日，我們擁有一支由592名僱員組成的研發團隊，包括453名專注於遊戲開發的僱員及139名專注於技術開發的僱員，各僱員於本公司的任職時間平均為約3年。於2016年、2017年及2018年，我們的研發開支分別為人民幣79.4百萬元、人民幣117.4百萬元及人民幣197.8百萬元，分別佔我們總收益的10.4%、8.7%及10.5%。

### 知識產權

知識產權的保護對我們的業務而言至關重要。我們的知識產權為軟件及作品版權、域名、專利及商標。

在中國，我們依賴地方法律及合約限制保護我們的知識產權。我們聘請專業第三方代理進行專利、版權及商標申請及註冊，並聘請當地知識產權顧問以執行我們的知識產權。除與我們僱員簽署知識產權保護協議以釐定與我們知識產權及彼等所開發商有關之所有權及處置限制外，我們與僱員訂立保密及不競爭協議或條款。我們有全面的專利管理制度並向為本公司開發專利的僱員授予現金獎勵作為激勵。此外，我們亦與我們的業務夥伴訂有保密安排。

我們積極參與有關第三方侵權使用我們知識產權之監控及強制執行活動。截至最後實際可行日期，我們於中國有267個註冊商標、11項註冊專利、102項註冊軟件版權及122項註冊藝術品版權。截至最後實際可行日期，我們於中國境外的國家及地區（包括日本、韓國、香港及台灣）擁有35項註冊商標。我們亦已註冊25個域名，包括www.xd.com、www.ro.com及www.taptap.com。雖然我們積極採取措施保護我們的專屬權利，惟該等措施未必可充分防止我們所創造或向我們授權之知識產權遭侵犯或挪用。

我們亦採取措施防止侵犯第三方持有的知識產權。我們維持一套成熟的IP申請、管理及監控系統。例如，在我們推出任何遊戲前，我們的項目管理部將就處於開發或前期開發階段的項目向我們的法律部門發起IP申請請求並提供相關研發材料。法律部將審查相關開發材料並自行或與專業第三方代理聯絡，以審查與該等遊戲有關的IP以確認及報告任何

## 業 務

危險訊號，從而確保內部信息對稱性。儘管已作出所有該等努力，但我們仍無法確保我們授權的遊戲、我們重新設計該等遊戲或我們的服務並無或將不會侵犯第三方持有的有效專利、版權或其他知識產權。我們可能不時面臨有關其他各方的知識產權的法律訴訟及索償（如「*風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 第三方可能聲稱我們侵犯彼等的所有權，此可能導致我們承擔重大的法律費用並阻礙我們推廣產品及服務*」所討論）。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無知悉任何對我們知識產權的重大侵犯或因我們業務引致的任何與侵犯第三方知識產權有關的重大爭議或索賠。

### 僱員

截至2016年、2017年及2018年12月31日，我們分別有472、636及911名全職僱員，及截至2019年5月31日有945全職僱員。彼等與我們的僱傭協議一般為期三年。截至2019年5月31日，我們幾乎所有僱員均位於上海。下表載列截至2019年12月31日我們按職能劃分的僱員數目。

<u>職能</u>	<u>僱員數目</u>	<u>佔僱員總數的%</u>
研發.....	592	62.6
營銷及銷售.....	61	6.5
運營.....	183	19.4
一般及行政.....	109	11.5
<b>總計.....</b>	<b>945</b>	<b>100</b>

我們的成功取決於我們吸引、挽留及激勵合資格人員的能力。我們認為，我們為僱員提供具競爭力的薪酬待遇及合作的工作環境，因此，我們一般能吸引及挽留合資格人員並維持穩定的核心管理團隊。我們以基本薪金、補貼、績效及年度獎金。

我們基於多項因素招聘僱員，包括彼等之工作經驗、教育背景、品格及我們空缺職位之需要。我們設計及實施為各項工作量身打造的內部培訓及提高績效的責任。我們於定向期間向新僱員提供特定培訓，令彼等熟悉我們的工作環境及運作程序。我們亦向現有僱員提供各種主題的專業在職培訓，如渠道管理、營銷及推廣策略、產品經營、經營支持。我們認為，我們的培訓已為僱員提供可持續、有組織及目標明確的優質培訓，我們認為此可以提高我們僱員的生產力。

我們已委託就業代理為我們提供招聘服務。我們組織為期一個月的心動夏令營以及獨立營（如48小時遊戲設計競賽），向參與者（多數為大學生）提供與我們研發人員合作設計

## 業 務

遊戲的寶貴機會並向優秀參與者提供實習機會，我們認為，我們可透過該等活動吸引及挽留有潛力的人才，日後與我們合作。我們採用並將繼續採用該等招聘策略以吸引並挽留業內的潛在人才。

我們認為我們已與僱員保持良好的關係。於往績記錄期間，我們並無設立任何公會，我們僱員亦未透過任何公會或以集體協商協議方式磋商彼等的僱傭條款。於往績記錄期間，我們並未經歷任何已對或可能將對我們的業務運營產生重大不利影響的罷工或重大勞資糾紛。

我們受中國地方政府組織的社會保險供款及住房公積金計劃的約束。根據相關法律法規，我們須代表僱員繳納每月保險費(包括基本養老保險、基本醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金)。誠如我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間，我們已於重大方面遵守有關勞動及僱員福利計劃的適用法律法規。

### 競爭

我們主要與中國及主要海外市場的其他網絡遊戲發行商及運營商競爭。我們基於多項因素(包括用戶群、遊戲組合、用戶體驗質量、延長手遊生命週期的能力、品牌知名度及聲譽、獲取分發平台及支付渠道的途徑及與該等渠道的關係)展開競爭。我們亦基於以下因素與其他手遊開發商展開競爭：開發優秀的網絡遊戲、採購受歡迎的知識產權、升級現有遊戲及招募合資格研發人員的能力。我們認為，我們在這些因素方面處於有利的競爭地位。然而，我們經營所在的手遊行業競爭激烈，特點為頻繁推出新產品及服務、有限的產品生命週期、不斷演變的行業標準、快速採用先進技術及產品以及遊戲玩家的價格敏感度。與我們相比，我們的部分現有及潛在手遊競爭對手有更多財務、技術及營銷資源、更大的客戶群、與行業參與者有更穩固的關係以及更大及更多樣化的手遊組合及資源。我們的手遊競爭對手亦可能發行更受歡迎的遊戲以與我們的產品展開競爭，並對我們吸引及挽留遊戲玩家及其休閒時間的能力造成不利影響。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 倘我們無法有效競爭，則我們的業務及經營業績可能受到損害」。

此外，作為TapTap的運營商，我們主要與其他手遊社區及平台、傳統遊戲網站及移動應用商店展開競爭。我們為用戶基礎、與優秀的遊戲開發商合作及優質的遊戲內容展開競爭。

### 物業

截至最後實際可行日期，我們主要通過上海的六處租賃物業經營我們的業務。該等

## 業 務

物業主要用作辦公場所，總建築面積為19,210.41平方米，各處物業的建築面積介於182平方米至6,797.21平方米之間。我們的租賃協議的年期介於一年至六年。

截至最後實際可行日期，總建築面積為1,488.67平方米的1處租賃物業的出租人尚未向我們提供可證明其有權向我們出租物業的有效業權證書或相關授權文件。因此，該租賃未必有效，且存在我們可能無法繼續使用該物業的風險。我們認為，倘相關的合法業權持有人或其他第三方對我們使用有關租賃物業提出質疑且我們需要搬遷，則我們可在不對業務、財務狀況及經營業績造成任何重大不利影響的情況下找到合適的可選擇的物業。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們於租賃物業的權益可能存在缺陷且我們受到有關缺陷影響的租賃物業的權利可能受到質疑，從而可能導致我們的業務中斷。」

根據適用的中國法律法規，物業租賃合約必須向中國住房和城鄉建設部的地方部門辦理備案登記。截至最後實際可行日期，我們在中國租賃的用作寫字樓的6處物業尚未完成租賃合同的登記，主要是由於難以促成我們的出租人配合登記該等租賃。該等租賃的登記將需要我們出租人的配合。我們將採取所有實際可行且合理的措施確保有關租賃獲登記。我們的中國法律顧問已告知我們，根據中國法律，未辦理租賃合約登記不會影響租賃協議的有效性，且亦告知我們，未辦理備案的租賃可能被處以的最高罰款為人民幣10,000元。

### 數據私隱

我們認為對用戶數據及其他相關資訊的充分維護、存儲及保護對我們的業務而言至關重要，及我們的平台業務部監察我們網絡設備、伺服器、營運系統及數據庫之營運狀況，並及時回應及處理可能產生之問題。

我們已採取措施保護我們的用戶數據及防止發生我們網絡基礎設施及資訊科技系統中的技術性問題。該等措施涵蓋多個關鍵領域，如信息收集、存儲、問詢、接入控制、使用個人資料、審核信息行為及緊急情況處理。

我們依賴強大的加密算法及驗證技術提供必要的安全及身份驗證，以實現機密用戶信息(包括用戶名及密碼)的安全傳輸。我們於我們的數據庫收集、使用及存儲用戶數據並每日備份有關數據，以盡量減少數據洩露或丟失的風險。

為確保信息安全，我們限制僱員獲得內部資料及僱員不得在未經授權之情況下查閱內部資料。我們已採納內部政策確保授權乃根據僱員級別及部門職能而釐定，以令僅可於有需要時獲得有關資料。我們的信息系統採納技術措施監督及記錄個人資料安全事件，並使用監督、審核及其他技措施及時發現及記錄異常行為。我們亦已進行一系列緊急情況處

## 業 務

理程序，包括事件評估、處理、核實、總結、預防及糾正任何我們自活躍監督或用戶反饋獲知的安全事件。

截至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大資料洩露或用戶數據丟失。

### 保險

我們並無投購涵蓋設備的任何財產保險、產品責任保險或業務中斷保險，此經我們的中國法律顧問確認中國法律並不作強制規定。有關我們目前保險範圍風險的進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的保險範圍有限，此可能導致我們須承擔巨額成本及業務中斷的風險」。於往績記錄期間，我們並未提交任何重大保險索賠，亦未經歷任何對我們的業務或財務狀況產生重大不利影響的業務中斷。

### 法律程序及監管合規

遵守中國的法律法規（尤其是與手遊行業有關的法律法規）以及保護知識產權及防止潛在知識產權侵權導致的負債，乃我們營運風險管理的主要關注領域。我們擁有一支由七名員工組成的專門的法務團隊，負責監控中國法律法規的任何變動及確保我們的業務持續遵守中國的法律法規。

當我們於海外發行或運營遊戲時，我們通常遵守App Store、Google Play及Steam等第三方遊戲分發平台的政策，該等平台需要遵守有關在不同的國家及地區於彼等的平台上分發遊戲的相關地方法律法規。我們認為，我們的做法符合從事海外發行及運營業務的中國遊戲公司的行業規範。我們亦就於主要海外市場（包括韓國、台灣及香港）的運營及業務諮詢當地的法律顧問。

誠如我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守與我們中國業務有關的中國法律及法規，包括自有關監管機關取得對我們業務及營運而言屬重大之所有牌照、批准及許可。此外，在諮詢相關司法權區的法律顧問意見後，我們董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於我們佔有重大市場份額之國外司法權區（即韓國、台灣及香港）在所有重大方面遵守有關法律及法規。

### 法律程序

我們不時受到日常業務過程產生的法律程序、調查及申索的規限。於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們並不知悉對我們或我們的董事提起的可能個別或合共對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的任何未決或威脅將提起的法律、仲裁或行政程序。



## 業 務

### 監管合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾且過往並無涉及已導致可能個別或合共對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的罰款、執行行動或其他處罰的任何重大或系統性不合規事件。

儘管如此，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們就一項不合規事件受到行政處罰。下文載列該不合規事件之詳情及所採納之主要補救措施：

#### 不合規事件

於2018年3月9日，上海市文化市場行政執法總隊就與TapTap有關的幾個問題向我們的附屬公司易玩出具行政處罰決定書：(i)易玩分發了取得文化部的內容批准及／或國家新聞出版廣電總局前置審批規定的海外網絡遊戲；(ii)易玩分發了並無達到自推出有關遊戲時起計30日內向國務院下屬的文化行政部門備案的要求的國內網絡遊戲；及(iii)易玩並無要求遊戲玩家進行實名登記。因此，易玩被責令暫停遊戲下載功能三個月並除以人民幣318,630元的罰款。我們自2018年3月14日至2018年6月14日暫停了TapTap的遊戲下載功能並全額支付了罰款

#### 事件原因及主要補救措施

該事件主要是由於：(i)易玩的相關員工不熟悉有關中國法律及法規；(ii)相關技術員工未能驗證及阻止中國IP地址遊戲玩家，令其識別自身為位於中國境外國家及司法權區之用戶而於未取得文化部的內容批准及／或國家新聞出版廣電總局前置審批的情況下下載海外遊戲。

發生該事件後，我們與有關主管機關及時溝通及合作並作出相應糾正。我們已實施多項糾正措施作為對以下各項之回應：

- 於TapTap上建立IP地址驗證機制，阻止中國IP地址遊戲玩家下載未取得國家新聞出版總署預先批准的外國遊戲；
- 將TapTap的內容審核團隊擴大為12名具有內容審核經驗的成員，其中兩名擁有逾八年之內容審核經驗；
- 制定以下更嚴格之遊戲審核程序：
  - (i) 我們要求有關遊戲開發商或發行商於其在TapTap分發前自中國主管監管機關取得所有有效批准、牌照及許可；
  - (ii) 就付費即玩遊戲有遊戲而言，若出售遊戲內虛擬物品出售的免費遊戲而言，若該等遊戲未取得國家新聞出版總署預先批准，則不准在中國下載。

## 業 務

不合規事件	事件原因及主要補救措施
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="820 242 1414 436">• 要求中國用戶於在TapTap登載內容前註冊及登入其賬號，註冊將要求核實其實名登記之手機號碼，或用戶之TapTap賬號應綁定要求實名登記的已核實第三方賬號(如微信或QQ賬號)。</li><li data-bbox="820 480 1414 557">• 為僱員組織定期合規培訓以增強法律合規意識。</li></ul>

在與主管部門上海市文化市場行政執法總隊的工作人員進行口頭諮詢過程中，已確認前述事件並不構成文化部刊發之文化市場重大案件管理辦法界定之重大案件。我們亦認為，上述事件及發現並無對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

### 牌照及許可

根據適用中國及海外法律及法規，我們須就我們的業務營運維持及重續必要許可、牌照及批准。見「監管概覽」。截至最後實際可行日期，有關牌照、許可及批准屬有效及仍具效力，及並不存在可能導致撤銷或吊銷任何牌照、許可或批准之情況。我們的中國法律顧問亦告知我們，截至最後實際可行日期，根據適用的中國法律法規重續適用牌照、許可及批准時並不存在重大法律障礙。

## 業 務

下表載列與我們業務及經營有關的重大牌照及許可證(一般業務規定所附帶的證照及許可除外)、持有實體、頒發機構、授出日期及屆滿日期的詳情。

證照／許可／批文／證書	持有人	頒發機構	授出日期	屆滿日期
網絡文化經營許可證.....	心動網絡	上海市文化廣播影視管理局	2011年11月28日	2020年10月24日
互聯網出版許可證...	心動網絡	國家廣播電視總局	2015年11月24日	2020年11月23日
增值電信業務經營許可(僅限信息服務).....	心動網絡	上海市通信管理局	2017年9月25日	2022年4月4日
高新技術企業證書 <sup>(1)</sup> .....	心動網絡	上海市科學技術委員會、上海市財政局、上海市國家稅務局及上海市地方稅務局	2016年11月24日	2019年11月23日
網絡文化經營許可證.....	易玩	上海市文化與旅遊局	2019年5月27日	2022年5月27日
增值電信業務經營許可(僅限信息服務) <sup>(1)</sup> .....	易玩	上海市通信管理局	2017年10月20日	2022年10月20日

(1) 我們擬於2019年8月底申請續期該證書。