

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（一家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年手機遊戲收入計，我們於2018年在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。

我們擁有一個橫跨不同類型的多元化遊戲組合。截至2019年9月30日，我們的遊戲組合包括42款網絡遊戲及12款付費遊戲。截至同日，我們的遊戲儲備包括預計將於2020年之前發行的11款網絡遊戲及7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。

為幫助遊戲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、2018年及截至2019年5月31日止五個月，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、人民幣1,887.1百萬元及人民幣1,033.0百萬元。我們的遊戲業務收入分別貢獻同年總收益的100.0%、94.0%、84.4%及82.9%，而我們的信息服務業務收入（主要包括TapTap提供的在線推廣服務）分別貢獻同期總收入的零、6.0%、15.6%及17.1%。此外，於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月，我們的年度／期間利潤分別為人民幣23.4百萬元、人民幣120.5百萬元、人民幣352.7百萬元及人民幣267.5百萬元。

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，我們於運營的歷史過程中能夠始終如一地開發及運營熱門遊戲。我們亦為我們熱門遊戲的品質感到自豪，該等遊戲的特點為知名的知識產權、精美的圖形設計、有趣而吸引人的故事情節及人物及用戶友好界面，遊戲玩家往往會被吸引或積極參與或付費，比如《仙境傳說M》、《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))及《香腸派對》(Sausage Man)。截至2019年9月30日，我們有42款運營中的網絡遊戲，包括主要遊戲類別(RPG(《仙境傳說M》及《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD)))、CCG(《少女前線》(Girls' Frontline))、SLG(《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun))及戰術競技遊戲(《香腸派對》(Sausage Man)))中的許多熱門遊戲。自推出以來，該等5款熱門遊戲總共吸引了逾120百萬遊戲玩家。

業 務

我們因運營能力而享有良好的聲譽並獲得業內同行及遊戲玩家的稱讚。我們從運營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機遊戲。例如，透過將《神仙道》(Shen Xian Dao)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，遠遠長於同類網絡遊戲。《香腸派對》(Sausage Man)為我們強大運營能力的另一個範例。自於2018年4月推出以來，《香腸派對》(Sausage Man)已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9月30日止九個月內，該遊戲的平均月活躍用戶超過11百萬，且截至2019年9月30日該遊戲的改編動畫片吸引了超過35億次的播放量。

近年來，我們已戰略性地對遊戲開發投入大量資源，以增強我們的遊戲組合。《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30百萬遊戲玩家中廣受歡迎。本遊戲已於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或期間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12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並提升了我們在核心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9月30日，我們在全球所有平台出售逾2.8百萬份《艾希》(ICEY)。

充滿活力且富有吸引力的遊戲社區及平台

自2016年成立以來，TapTap一直致力於向我們的遊戲玩家推出優質遊戲及連接遊戲玩家與開發商。截至2019年9月30日，我們有6,500多款手機遊戲可供遊戲玩家下載並在TapTap上提供與41,000多款遊戲有關的新聞及資訊。我們鼓勵遊戲玩家對TapTap上的遊戲進行評測、討論及評分，吸引了大量的社交網絡互動。直至2019年9月30日，我們於TapTap錄得693.8百萬次遊戲下載、574.9百萬遊戲關注及10.6百萬遊戲評測。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機遊戲最權威的參考。截至2019年9月30日，我們於TapTap上有52.1百萬註冊用戶，較截至2016年12月31日的2.1百萬有所增加。TapTap手機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9月30日止九個月的17.0百萬。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9月30日，TapTap吸引了10,000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

業 務

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機遊戲社區，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。

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9月30日，我們42款網絡遊戲中的30款及12款付費遊戲中的7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9月30日，我們的海外用戶群超過了37.3百萬。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、人民幣976.7百萬元及人民幣578.7百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，按於2018年的充值流水計算，我們在韓國手機遊戲市場的所有中國遊戲運營商中排名第一。我們的遊戲因其創新性及高品質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，我們為中國手機遊戲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9月30日包括145名僱員。除我們的內部發行專長以外，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海外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9月30日，研發團隊由8間遊戲開發工作室及552名僱員組成。截至2019年9月30日，我們推出10款自研遊戲，包括《仙境傳說M》(一款由Gravity、駿夢網絡及我們共同開發的遊戲)及《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)等複雜的網絡遊戲。於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月，我們從自研遊戲產生的遊戲運營收入分別為人民幣575.6百萬元、人民幣835.2百萬元、人民幣925.7百萬元及人民幣605.5百萬元，包括一款共同開發的遊戲《仙境傳說M》(於2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月分別貢獻人民幣468.1百萬元、人民幣627.2百萬元及人民幣504.2百萬元)。更重要的是，截至2019年9月30日，我們正開發遊戲儲備中的5款網絡遊戲，我們預

業 務

期將於2020年之前發行該等遊戲。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日止五個月，我們的研發開支為人民幣92.5百萬元。截至最後實際可行日期，我們在中國有11項註冊專利、103項註冊軟件版權及123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。

經驗豐富且極具創新精神的管理層團隊

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在遊戲開發、發行及運營方面建立優秀的往績記錄。

我們的策略

我們擬尋求以下策略以進一步增長我們的業務：

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機遊戲。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趣的遊戲：

- 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，將熱門遊戲及文化內容改編為手機遊戲。

增加TapTap的活躍用戶群及參與度

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；

業 務

- 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，以提升遊戲玩家的遊戲體驗；及
- 發佈(具本地化特色) TapTap的海外版，以服務全球的遊戲玩家及遊戲開發商。

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，我們密切監控有巨大潛力的國家及地區(比如歐洲及北美洲)的市場趨勢，以便尋找機會。我們計劃繼續參與國際遊戲活動或展覽會，以便於全球範圍內提高我們的品牌知名度。

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：

- 招募及挽留技術人員(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可與現有業務協同作用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及

業 務

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。

我們預期各項投資的規模將介於人民幣3百萬元至人民幣50百萬元。我們旨在與我們的現有業務形成協同效應並整合上下游行業資源，而非純粹的追求投資的財務回報。倘我們的投資在三年內不能創造上述預期價值，則我們通常會考慮將其處置。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。

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／產品
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》(ICEY)
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視總局辦公廳	《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)
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且遊戲及TapTap所得收入錄得快速增長。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64款遊戲，其中53款為網絡遊戲及11款為付費遊戲。截至2019年9月30日，我們運營54款遊戲，其中42款為網絡遊戲及12款為付費遊戲。

業 務

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、重組及公司架構—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%，且由截至2018年5月31日止五個月的人民幣111.9百萬元增加57.9%至2019年同期的人民幣176.7百萬元。

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						截至5月31日止五個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比
	(未經審計)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
遊戲	765,521	100.0	1,263,408	94.0	1,592,347	84.4	646,729	85.3	856,339	82.9
遊戲運營	754,454	98.5	1,253,617	93.3	1,588,115	84.1	643,988	84.9	853,848	82.7
網絡遊戲	748,931	97.8	1,216,094	90.5	1,544,485	81.8	635,701	83.8	840,177	81.3
付費遊戲	5,523	0.7	37,523	2.8	43,630	2.3	8,287	1.1	13,671	1.4
其他 ⁽¹⁾	11,067	1.5	9,791	0.7	4,232	0.3	2,741	0.4	2,491	0.2
信息服務	—	—	80,991	6.0	294,761	15.6	111,875	14.7	176,693	17.1
總收入	765,521	100.0	1,344,399	100.0	1,887,108	100.0	758,604	100.0	1,033,032	100.0

- (1) 遊戲運營中的其他項目主要來自按協定期限將我們的遊戲或遊戲內容的版權授予其他遊戲發行公司，以及其他遊戲發行商就在指定地理區域運營我們遊戲的權利所支付的許可費。許可費一般包括固定總價及可變費用(根據發行商就相關授權遊戲收取的遊戲玩家所付現金的預定費率計算)。

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9月30日，我們經營42款網絡遊戲，包括《仙境傳說M》等知名遊戲。我們所有的網絡遊戲均可免費暢玩。我們透過銷售遊戲內虛擬物品產生收入。於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月，我們網絡遊戲產生的收入分別佔我們總收入的97.8%、90.5%、81.8%及81.3%及我們遊戲運營收入的99.3%、97.0%、97.3%及98.4%。

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，我們開始將業務重心轉向開發、發行及運營手機遊戲。

業 務

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						截至5月31日止五個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(未經審計)									
	(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	585,754	92.1	797,418	94.9
網頁遊戲.....	168,526	22.5	95,568	7.9	98,120	6.4	49,947	7.9	42,759	5.1
總計.....	748,931	100.0	1,216,094	100.0	1,544,485	100.0	635,701	100.0	840,177	100.0

遊戲組合

我們為不同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)成長期，該階段內遊戲體驗產生的遊戲玩家數量及收入迅速增長，(ii)成熟期，該階段內遊戲持續產生收入，遊戲玩家數量趨於穩定，及(iii)衰退期，該階段內遊戲玩家的數量及遊戲產生的收入大幅減少。

業 務

下表列示我們截至2019年9月30日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	主要運營市場	截至2019年9月30日的生命週期階段	截至最後實際可行日期預期剩餘生命週期 ⁽⁴⁾	授權協議到期日	我們的角色	採用收入確認方法
《仙境傳說M》	自研 ⁽²⁾	2017年1月	MMORPG	中國、香港、澳門、台灣、韓國、日本、東南亞、北美洲、南美洲及澳大利亞	成熟期 ⁽⁵⁾	3-5年	— ⁽⁵⁾	作為中國負責人及作為遊戲發行商的海外市場代理人	就中國而言按總額基準，就海外市場而言按淨額基準
《香腸派對》(Sausage Man)	授權	2018年4月	戰術競技遊戲	中國	成長期	3-5年	2021年4月	負責人	總額
《不休的烏拉拉》(Ujala)	授權	2019年5月	放置類遊戲	香港、澳門及台灣、韓國、日本、美國及東南亞	成長期	3-5年	2022年5月	負責人	總額
《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	2-4年	2020年1月	負責人	總額
《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)	自研	2015年10月	SLG	中國	成熟期	2-4年	—	負責人	總額
《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao HD)	自研	2016年3月	RPG	中國	成熟期	3-5年	—	負責人	總額
《第五人格》(Identity V)	授權	2018年9月	非對稱性戰術競技遊戲	韓國	成熟期	2-4年	2021年9月	遊戲開發商的代理人	淨額
《明日之後》(LifeAfter)	授權	2019年4月	MMORPG	韓國	成熟期	2-4年	2022年4月	遊戲開發商的代理人	淨額
《碧藍航線》(Azur Lane)	授權	2018年3月	CCG	韓國	成熟期	2-4年	2021年3月	負責人	總額
《蒼藍境界》(Tales of Erin)	授權	2018年8月	RPG	日本	成熟期	2-4年	2021年12月	負責人	總額
《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) ⁽¹⁾	授權	2011年5月	RPG	中國	成熟期	2-3年	2022年5月	負責人	總額

(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機遊戲。

(2) 《仙境傳說M》由Gravity、駿夢網絡及我們共同開發。見「業務—我們的網絡遊戲—《仙境傳說M》。」

(3) 有關截至2019年9月30日《仙境傳說M》在不同地區市場的生命週期階段的更多資料，見「—《仙境傳說M》」。

(4) 預期的剩餘使用期限乃基於以下各項進行估算：按不同的遊戲類型劃分的行業平均使用期限、我們運營類似遊戲的過往經驗及相關遊戲的當前表現。然而，該等遊戲的實際使用期限可能與表格中呈列的時間不同。

(5) 有關截至2019年9月30日不同的區域市場上《仙境傳說M》授權協議到期日的更多詳情，見「業務—我們的網絡遊戲—遊戲組合—《仙境傳說M》」。我們就於中國運營《仙境傳說M》與駿夢網絡達成的協議將於2020年12月8日到期。

業 務

《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。遊戲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。

由於《仙境傳說》(Ragnarok Online)在21世紀風靡東亞，在我們於2017年1月在中國推出《仙境傳說M》前，我們的域名www.ro.com上的預約用戶已突破100萬。於2017年10月，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，《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。截至2019年9月30日，《仙境傳說M》已在逾50個國家及地區的30百萬名遊戲玩家中普及。

於2017年及2018年及截至2019年9月30日止九個月，《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5.3百萬。



《仙境傳說M》乃由Gravity、駿夢網絡與我們共同開發。該款遊戲為Gravity於2002年在韓國推出的《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，駿夢網絡(該公司於中國獲Gravity授予基於《仙境傳說》(Ragnarok Online)開發及發行若干遊戲的授權)向我們供應與《仙境傳說》(Ragnarok Online)相關的材料，如角色、音樂及故事情節，且我們負責設計、開發及測試《仙境傳說M》。駿夢網絡主要參與根據其與Gravity訂立之協議提供《仙境傳說》(Ragnarok Online)之內容及討論開發計劃等工作。《仙境傳說M》的所有海外本地化版本乃基於中國版本進行本地化工作後製作。Gravity持有《仙境傳說M》的重要知識產權，且我們擁有我們設計的若干遊戲內主題的設計專利及用於《仙境傳說M》的部分自行開發的信息技術的專利，該等專利對我們運營《仙境傳說M》或向Gravity或其聯營公司提供技術及營運支持而言並不重大。我們已編寫且目前持有該款遊戲的源代碼，可令我們對該款遊戲進行更好控制，更有效升級遊戲內容，及製作本地化版本和確定技術事宜。就香港、台灣、澳門、韓國及日本以外的國家及地區而言，我們亦一直開展大量營運工作。因此，我們相信Gravity及駿夢網絡日後取代我們發行及運營《仙境傳說M》的可能性極低。

業 務

作為《仙境傳說M》在中國的獨家發行商及運營商，我們的收入指全部充值流水。隨著《仙境傳說M》在中國的累計充值流水的增加，駿夢網絡以遞減的趨勢與我們分享《仙境傳說M》在中國的月度充值流水的22%、13.667%或12%，其中已包括駿夢網絡向作為《仙境傳說M》的知識產權所有人的Gravity作出的付款。自2017年11月以來，因為《仙境傳說M》在中國的累計充值流水超過人民幣400.0百萬元，駿夢網絡一直分佔月度充值流水的13.667%。就中國境外的國家及地區而言，Gravity或其聯營公司為透過分發平台及支付渠道向遊戲玩家收款的發行商，且我們的職責有所不同。在韓國、日本、香港、澳門及台灣，我們向Gravity或其聯營公司提供技術支持，比如安裝支持、維護協助、版本更新及缺陷修復；在所有其他海外地區市場，除向Gravity或其聯營公司提供的技術支持以外，我們亦提供與遊戲本地化、本地伺服器的建立及運轉、推廣及營銷活動以及客戶服務有關的營運支持。視乎《仙境傳說M》運營所在的海外地區市場，我們的收入指Gravity或其聯營公司向我們支付《仙境傳說M》充值流水的若干百分比。根據相關協議，駿夢網絡並無任何合約義務在海外市場發行或營運《仙境傳說M》中承擔任何實質性工作。

業 務

我們關於在中國運營《仙境傳說M》的協議於2020年12月8日屆滿。就海外市場而言，與我們向Gravity或其聯營公司提供技術支持及／或營運支持有關的協議的初始年期通常為自遊戲於各地區市場的推出日期起計兩年。除非Gravity於初始年期屆滿日期前至少三個月之前發出通知表示其無意續期相關協議，否則有關海外市場協議可自動續期一年。截至最後實際可行日期，我們並無接獲Gravity的任何通知。下表概述截至2019年9月30日《仙境傳說M》在不同的地區市場中的若干關鍵安排：

地區市場	推出日期	屆滿日期	我們的角色 及責任	截至最後實際可行日期 有效的收益分成安排	截至2019年 9月30日的		生命週期
					收入(人民幣千元)		
中國	2017年1月	2020年12月	獨家發行商 及運營商	我們將充值流水確認為我們的 收入並向駿夢網絡支付充值流 水的13.667%	2017年 2018年 2019年 ⁽²⁾	419,179 229,913 112,284	成熟期
香港、澳門及 台灣	2017年10月	2020年10月	提供技術 支持	Gravity或其聯營公司向我們支 付充值流水的25%作為我們的 服務費	2017年 2018年 2019年 ⁽²⁾	48,883 96,889 15,624	成熟期
韓國	2018年3月	2020年3月	提供技術 支持	Gravity或其聯營公司向我們支 付充值流水的25%作為我們的 服務費	2017年 2018年 2019年 ⁽²⁾	— 68,377 9,470	成熟期
東南亞	2018年10月	2020年10月	提供技術 支持及 營運支持	Gravity或其聯營公司向我們 支付來自App Store及Google Play ⁽¹⁾ 的充值流水的45%作為 我們的服務費	2017年 2018年 2019年 ⁽²⁾	— 232,008 297,635	成熟期
北美洲、 南美洲及 澳大利亞	2019年1月	2021年1月	提供技術 支持及 營運支持	Gravity或其聯營公司向我們 支付來自App Store及Google Play ⁽¹⁾ 的充值流水的43%作為 我們的服務費	2017年 2018年 2019年 ⁽²⁾	— — 69,213	成熟期
日本	2019年6月	2021年6月	提供技術 支持	Gravity或其聯營公司向我們支 付充值流水的22.5%作為我們 的服務費	—	—	成長期

(1) 就App Store及Google Play以外的分發平台而言，Gravity或其聯繫人於扣除該等分發平台及支付渠道收取的佣金以及其他多方收益分成後向我們支付充值流水，而非充值流水的固定百分比。

(2) 就截至2019年5月31日止五個月而言。

於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們與Gravity或駿夢網絡維持良好的業務關係且與Gravity或駿夢網絡並無任何糾紛，且我們的董事並不知悉可能對我們於[編纂]

業 務

後與Gravity及駿夢網絡的合作產生不利影響的任何情況。就與《仙境傳說M》在中國的運營有關的協議而言，倘我們的若干行為（比如暫停在中國運營《仙境傳說M》30天或侵犯Gravity或駿夢網絡的知識產權）導致Gravity及駿夢網絡之間的授權協議終止，則駿夢網絡可單方面終止相關協議；就與《仙境傳說M》在海外市場的運營有關的協議而言，只有當我們嚴重違反我們於協議項下的義務或我們侵犯Gravity的知識產權時，Gravity方可單方面終止相關協議。我們並不知悉我們的任何行為將觸發上述單方面終止條款。此外，我們認為我們與Gravity及駿夢網絡的穩定的業務關係乃建立在互惠互利的基礎上。有關終止與Gravity及駿夢網絡的業務關係的潛在影響的更多資料，見「風險因素 — 於往績記錄期間，我們從少量熱門遊戲及一小群高消費的遊戲玩家獲得大部分收入。」及「風險因素 — 我們的熱門遊戲《仙境傳說M》的表現可能受到有相似內容相同類型的其他遊戲的影響。」

《香腸派對》(Sausage Man)

《香腸派對》(Sausage Man)為一款戰術競技遊戲。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的免費遊戲榜中排名靠前。《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9月30日止九個月的平均月活躍用戶為約11.1百萬。

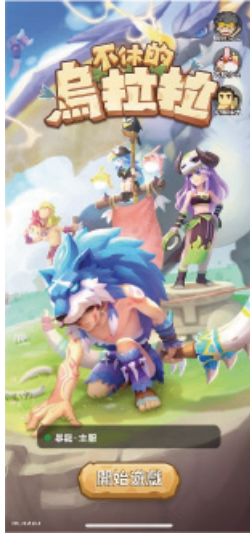
我們自2019年2月起開始貨幣化《香腸派對》(Sausage Man)。為提升《香腸派對》(Sausage Man)的知識產權價值，我們與其他多方合作製作《香腸派對》(Sausage Man)動畫片，該動畫片可在線觀看。截至2019年9月30日，香腸派對動畫片的播放量已超過35億次。



《不休的烏拉拉》(Ulala)

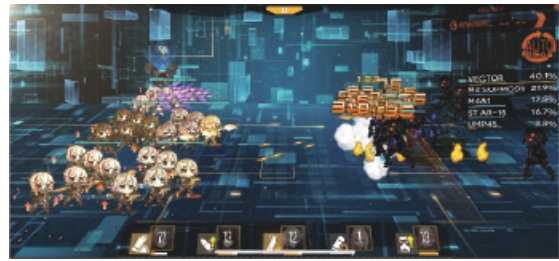
《不休的烏拉拉》(Ulala)是以石器時代為背景的放置類遊戲。本遊戲有3D建模的遊戲角色與寵物，結合全屏展示的戰鬥畫面及原始的冒險地圖。本遊戲採用四人為一小隊的模式，以各小隊作為放置單位，且正確搭配職業及技能是快速過關的最佳方法。同時，遊戲鼓勵隊友間多多交流並討論出遊戲中最合適的策略。本遊戲也通過精心設計的周邊系統以及將增強實境(AR)功能與遊戲寵物結合的新玩法，帶給玩家全新體驗。

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，合理分配資源移動戰術「人形」。最終，殲滅敵人或佔領敵方大本營的人贏得戰鬥。本遊戲提供了各種戰術「人形」角色供遊戲玩家收集，而遊戲玩家通常需要使用不同的戰術「人形」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，以攻佔其他城池。



業 務

《第五人格》(Identity V)

《第五人格》(Identity V)是一款非對稱性戰術競技類手機遊戲。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。



《明日之後》(LifeAfter)

《明日之後》(LifeAfter)是一款以病毒末世為背景的人類生存MMORPG遊戲。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遊戲。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。



業 務

《蒼藍境界》(Tales of Erin)

《蒼藍境界》(Tales of Erin)是一款集角色養成、策略戰鬥及多人合作挑戰為一體的動漫RPG遊戲。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。



《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) / 《神仙道高清重製版》(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。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。《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))為本遊戲的手機版。



遊戲表現

截至2016年、2017年及2018年12月31日及2019年9月30日，我們的網絡遊戲累計註冊玩家的數量為15.1百萬人、38.4百萬人、91.3百萬人及165.1百萬人。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)每付費用戶每月平均收入。下表載列於所示期間我們網絡遊戲的關鍵指標：

	截至12月31日止年度			截至 5月31日 止五個月	截至 9月30日 止九個月
	2016年	2017年	2018年	2019年	
平均月活躍用戶 ⁽¹⁾ (千人).....	1,872.1	3,650.7	8,760.8	18,029.7	19,177.2
平均月付費用戶 ⁽²⁾ (千人).....	169.5	244.2	412.2	637.0	640.3
每付費用戶每月平均收入 ⁽³⁾ (每月人民幣元)	368	415	312	264	不適用

- (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。

業 務

- (3) 每付費用戶每月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。

我們網絡遊戲於2016年、2017年及2018年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。與2018年的8.8百萬相比，我們網絡遊戲的平均月活躍用戶進一步增至截至2019年5月31日止五個月的18.0百萬，主要歸因於(i)《香腸派對》(Sausage Man)的平均月活躍用戶於截至2019年5月31日止五個月持續增加；及(ii)在若干海外市場連續推出《仙境傳說M》及其於中國的平均月活躍用戶於截至2019年5月31日止五個月有所增長。見「業務 — 我們的網絡遊戲 — 遊戲表現」。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2017年在中國推出《仙境傳說M》及於2018年及截至2019年5月31日止五個月在不同的海外市場推出《仙境傳說M》及自2019年2月以來《香腸派對》(Sausage Man)開始貨幣化。我們2017年的網絡遊戲的每付費用戶每月平均收入較2016年有所增加，主要是由於2017年推出幾款每付費用戶每月平均收入較高的遊戲。我們2018年的網絡遊戲的每付費用戶每月平均收入較2017年有所減少，主要是由於2018年《仙境傳說M》的海外市場遊戲運營收入的比例提升，而我們的收入佔充值流水的一定比例。我們網絡遊戲的每付費用戶每月平均收入於截至2019年5月31日止五個月進一步減少，原因是《香腸派對》(Sausage Man)的每付費用戶每月平均收入於其變現開始時相對較低。見「財務資料 — 匯總綜合收益表的主要組成部分 — 收入 — 遊戲」。

下表載列於所示期間按五大網絡遊戲(以遊戲運營收入計)劃分的收入及關鍵營運數據：

	截至12月31日止年度						截至2019年 5月31日止五個月	
	2016年		2017年		2018年		金額	%
	金額	%	金額	%	金額	%		
	(人民幣千元)							
遊戲運營收入								
《仙境傳說M》	—	—	468,062	37.3	627,187	39.5	504,226	59.1
— 中國	—	—	419,179	33.4	229,913	14.5	112,284	13.2
— 海外	—	—	48,883	3.9	397,274	25.0	391,942	45.9
《少女前線》(Girls' Frontline)	—	—	256,442	20.5	299,862	18.9	74,967	8.8
— 香港、澳門及台灣	—	—	35,871	2.9	62,162	3.9	23,467	2.8
— 韓國	—	—	220,571	17.6	237,700	15.0	51,500	6.0
《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)	342,251	45.4	175,431	14.0	129,621	8.2	44,942	5.3
《神仙道頁遊》								
(Shen Xian Dao (Web)) ⁽²⁾	110,766	14.7	70,518	5.6	76,394	4.8	34,157	4.0
《神仙道高清重製版》								
(Shen Xian Dao (HD))	102,851	13.6	70,952	5.7	68,270	4.2	37,641	4.4
《天天打波利》(RO: Idle Poring) ⁽¹⁾	107,293	14.2	—	—	—	—	—	—
《大話神仙》(Da Hua Shen Xian) ⁽¹⁾⁽²⁾	22,715	3.0	—	—	—	—	—	—
總計	685,876	90.9	1,041,405	83.1	1,201,344	75.6	695,934	81.6

	截至12月31日止年度			截至2019年 5月31日止 五個月
	2016年	2017年	2018年	
	(千人)			
平均月活躍用戶 ⁽³⁾				
《仙境傳說M》				
— 中國	—	1,364.7	531.7	1,562.3
— 海外	—	1,362.5	2,197.1	4,026.2

業 務

	截至12月31日止年度			截至2019年 5月31日止 五個月
	2016年	2017年	2018年	
	(千人)			
《少女前線》(Girls' Frontline)				
— 香港、澳門及台灣	—	53.1	44.5	31.1
— 韓國	—	213.4	95.6	58.6
《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)	897.0	273.0	148.7	111.1
《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) ⁽²⁾	—	—	—	—
《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))	112.5	108.5	77.1	79.3
《天天打波利》(RO: Idle Poring) ⁽¹⁾	975.3	—	—	—
《大話神仙》(Da Hua Shen Xian) ⁽¹⁾⁽²⁾	—	—	—	—

	截至12月31日止年度			截至2019年 5月31日止 五個月
	2016年	2017年	2018年	
	(千人)			
平均月付費用戶⁽⁴⁾				
《仙境傳說M》				
— 中國	—	57.2	33.3	32.8
— 海外	—	137.8	192.3	341.0
《少女前線》(Girls' Frontline)				
— 香港、澳門及台灣	—	17.4	13.4	10.6
— 韓國	—	83.8	36.5	23.9
《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)	70.5	25.9	18.0	15.1
《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) ⁽²⁾	—	—	—	—
《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))	18.5	10.4	9.2	10.3
《天天打波利》(RO: Idle Poring) ⁽¹⁾	92.9	—	—	—
《大話神仙》(Da Hua Shen Xian) ⁽¹⁾⁽²⁾	—	—	—	—

	截至12月31日止年度			截至2019年 5月31日止 五個月
	2016年	2017年	2018年	
	(人民幣元/月)			
每付費用戶每月平均收入				
《仙境傳說M》	—			
— 中國	—	611	576	686
— 海外	—	118	172	230
《少女前線》(Girls' Frontline)				
— 香港、澳門及台灣	—	413	388	444
— 韓國	—	527	543	431
《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)	405	564	599	596
《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)) ⁽²⁾	—	—	—	—
《神仙道高清重製版》 (Shen Xian Dao (HD))	462	567	621	730
《天天打波利》(RO: Idle Poring) ⁽¹⁾	128	—	—	—
《大話神仙》(Da Hua Shen Xian) ⁽¹⁾⁽²⁾	—	—	—	—

- (1) 《天天打波利》(RO: Idle Poring)為我們的一款自研手機遊戲，而《大話神仙》(Da Hua Shen Xian)為授權頁遊，按2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月的遊戲運營收入計，該兩款遊戲均不在前五大遊戲之列。
- (2) 我們透過我們的自有分發平台及部分第三方網站分發我們的頁遊，該等頁遊擁有自身的用戶賬戶系統並在一段有限時間內保存系統內記錄的運營數據。我們不會追蹤及維護第三方網站的賬戶系統記錄的運營數據。
- (3) 一款遊戲的平均月活躍用戶按該遊戲於相應期間的月活躍用戶總數之和除以該遊戲於該期間運營的月數計算得出。
- (4) 一款遊戲的平均月付費用戶按該遊戲於相應期間的月付費用戶總數之和除以該遊戲於該期間運營的月數計算得出。

業 務

《仙境傳說M》：

- 《仙境傳說M》於2017年1月在中國發行。由於《仙境傳說M》於2017年下半年逐漸進入成熟期，自2017年至2018年在中國的收入、平均月活躍用戶、平均月付費用戶及每付費用戶每月平均收入有所減少。透過啟用新伺服器及開展有關在中國慶祝《仙境傳說M》兩週年的一系列推廣及營銷活動，如於2019年第一季度聘請孫燕姿擔任《仙境傳說M》的代言人，《仙境傳說M》開始吸引更多新玩家，現有付費用戶願意在該款遊戲花費更多時間。因此，《仙境傳說M》在中國的平均月活躍用戶及每付費用戶每月平均收入由2018年的0.53百萬人及人民幣576元增至截至2019年5月31日止五個月的1.56百萬人及人民幣686元；而平均月付費用戶於截至2019年5月31日止五個月維持相對穩定在32.8千人(2018年：33.3千人)。
- 就海外市場而言，鑒於新本地版本陸續在多個國家及地區發行，於往績記錄期間《仙境傳說M》的收入、平均月活躍用戶及平均月付費用戶有所增長。見「—我們的網絡遊戲—《仙境傳說M》」。於往績記錄期間，海外市場每付費用戶每月平均收入逐漸增加，乃主要由於我們在新區域市場產生更高的每付費用戶每月平均收入，包括東南亞、北美洲、南美洲及澳大利亞，在該等區域我們可獲得較香港、澳門、台灣及韓國更高的充值流水百分比。見「—我們的網絡遊戲—《仙境傳說M》」。
- 於往績記錄期間，《仙境傳說M》在海外市場的每付費用戶每月平均收入介乎人民幣118元至人民幣230元，低於中國的人民幣576元至人民幣686元，乃由於我們在海外市場的收入佔《仙境傳說M》充值流水的一定比例，而在中國的收入即為全部充值流水。

由於《仙境傳說M》在除日本外的全部現有地區市場進入成熟期，我們計劃透過開展各種營銷及推廣活動、更新遊戲內容及提供新版本延長《仙境傳說M》的生命週期。按相關年度的遊戲運營收入計，我們預期《仙境傳說M》於2019年將仍為我們排名第一的遊戲及於2020年我們前五大遊戲之一。

《少女前線》(Girls' Frontline)：《少女前線》(Girls' Frontline)於2017年1月在香港、澳門及台灣發行，並於2017年6月在韓國發行。於往績記錄期間，由於《少女前線》(Girls' Frontline)逐步進入成熟期，故香港、澳門、台灣及韓國的收入、平均月活躍用戶及平均月付費用戶有所減少。於往績記錄期間，香港、澳門及台灣的每付費用戶每月平均收入保持相對穩定，介乎人民幣388元至人民幣444元。韓國每付費用戶每月平均收入於2017年及2018年分別保持相對穩定在人民幣527元及人民幣543元，並於截至2019年5月31日止五個月減少至人民幣431元，乃由於較2018年而言版本更新緩慢。

《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)：《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)於2015年10月發行。由於《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)於2016年開始進入成熟期，於往績記錄期間，收入、平均月活躍用戶及平均月付費用戶有所減少。於往績記錄期間，每付費用戶每月平均收入由2016年的人民幣405元增至截至2019年5月31日止五個月的人民幣596元，乃由於我們定期發布更新版本及出售新遊戲內虛擬物品。

業 務

《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web))：《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web))於2011年5月發行，且於往績記錄期間仍處於成熟期。收入由2016年的人民幣110.8百萬元減少至2017年的人民幣70.5百萬元，乃由於《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))於2016年3月發行後，若干付費用戶轉至《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))，且自此以後相對保持在相同水平。

《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))：《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))於2016年3月發行。由於《神仙道高清重製版》(Shen Xian Dao (HD))開始進入成熟期，收入、平均月活躍用戶及平均月付費用戶於往績記錄期間有所減少。於往績記錄期間，其每付費用戶每月平均收入由2016年的人民幣462元增至截至2019年5月31日止五個月的人民幣730元，主要是由於我們持續發行更新版本及新遊戲內虛擬物品，以及開展更為活躍的營銷及推廣活動。

下表按時間順序載列截至2019年9月30日我們於2019年及2020年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
《大王不高興》(The Furious Yama)...	授權	2019年下半年	RPG	韓國
《戰鬥天賦解析系統》(#COMPASS)...	授權	2019年下半年	MOBA	中國
《牧羊人之心》(KarDia tou Abel)....	授權	2020年上半年	RPG	日本
《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	中國及韓國
《旅行物語》(Caravan Stories).....	自研	2020年下半年	模擬遊戲	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	CCG	中國
A項目.....	自研	2020年下半年	MMORPG	中國
B項目.....	自研	2020年下半年	放置類遊戲	中國
C項目.....	自研	2020年下半年		

我們預期2019年及2020年我們儲備網絡遊戲的生命週期不會與業內同類遊戲的平均生命週期出現重大偏差。然而，我們可能根據遊戲的表現將若干遊戲的生命週期延長至超過其預期生命週期或在若干其他遊戲的預期生命週期結束前終止該等遊戲。於往績記錄期間，透過更新遊戲版本、發行拓展包及進行營銷及推廣活動，我們已分別成功運營兩款主要遊戲(《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)及《神仙道頁遊》(Shen Xian Dao (Web)))約四年及八年，超過業內同類遊戲的平均生命週期。就在多個國家及地區經營的遊戲(如《仙境傳說M》)而言，我們亦透過將遊戲運營擴大至更多地區而成功延長其生命週期。因此，儲備遊戲的生命週期可能與同類遊戲的行業平均生命週期不同。

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。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

業 務

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，於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月，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、人民幣43.6百萬元及人民幣13.7百萬元。截至2019年9月30日，我們擁有12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。

遊戲組合

下表載列截至2019年9月30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	授權協議的到期日	我們的角色	應用的收入 確認方法
《艾希》(ICEY).....	授權	2016年11月	ARPG	中國及海外	2024年至2027年 ⁽¹⁾	負責人	總額
《喵斯快跑》(Muse Dash)....	授權	2018年6月	音樂遊戲	中國及海外	2021年6月	負責人	總額
《去月球》(To the Moon).....	自研	2017年5月	RPG	中國及海外	—	負責人	總額
《海姆達爾》(Heimdallr).....	自研	2018年7月	RPG	中國及海外	—	負責人	總額
《說劍》(The Swords).....	授權	2016年2月	休閒遊戲	中國	2021年11月	負責人	總額

(1) 到期日因分發平台不同而有差異。

《艾希》(ICEY)

《艾希》(ICEY)是一款橫版ARPG遊戲，在iOS、安卓、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「你」或扮演「你」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，並通過多次遊戲逐漸探索及發現真實的結局及隱藏劇情。《艾希》(ICEY)被App Store評為「App Store 2017年度最佳本土獨立遊戲」。



業 務

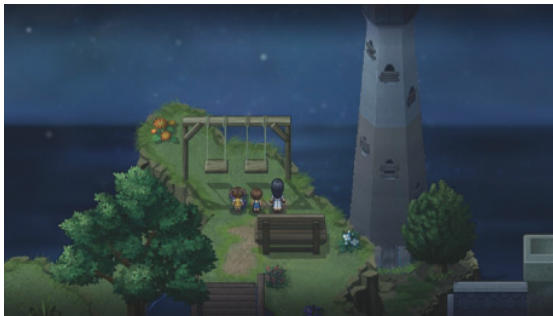
《喵斯快跑》(Muse Dash)

《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。



《去月球》(To the Moon)

《去月球》(To the Moon)是一款像素化微型RPG遊戲。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，並用巧妙細膩的敘事方式描繪了一段愛與記憶的旅程。



業 務

《海姆達爾》(Heimdallr)

《海姆達爾》(Heimdallr)是一款多結局RPG遊戲。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」指一種將人腦神經與計算機網絡相連的設備。遊戲中的虛擬世界與現實被分離開來。至於兩個世界之間的距離應縮短還是加大，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。



《說劍》(The Swords)

《說劍》(The Swords)是一款武俠主題的休閒遊戲。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俠、功夫及動作元素的遊戲玩家。



業 務

遊戲儲備

截至2019年9月30日，我們的遊戲儲備包括預計將於2020年前發行的7款付費遊戲。儲備中的所有7款付費遊戲均為授權遊戲。下表按時間順序載列截至2019年9月30日我們於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).....	2020年上半年	音樂遊戲	中國
《萌物X魔物》(Monster Safari)...	2020年上半年	SLG	中國
《不當英雄》(Roguelike Hero) ...	2020年上半年	ARPG	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
《逆向坍塌：麵包房行動》 (Reverse Collapse: Code Name Bakery).....	2020年下半年	RPG	中國

下表載列於往績記錄期間新推出及已終止的遊戲數目以及於所示期間期初及期末時的遊戲數目：

	2016年	2017年	2018年	截至2019年 5月31日 止五個月	截至2019年 9月30日 止九個月
網絡遊戲					
年初／期初遊戲總數	15	18	27	34	34
新推出	5	14 ⁽¹⁾	14	5	9
已終止	2	5	7	0	1
年末／期末遊戲總數	18	27	34	39	42
付費遊戲					
年初／期初遊戲總數	0	2	6	11	11
新推出	2	4	5	0	1
已終止	0	0	0	0	0
年末／期末遊戲總數	2	6	11	11	12

(1) 包括於2017年7月龍成併入本集團時由龍成運營的8款遊戲。

往績記錄期間內，上述已終止遊戲貢獻的收入佔我們遊戲運營收入的1.2%。

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9月30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42款網絡遊戲中的30款及12款付費遊戲中的7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9月30日，在2019年及2020年儲備的11款新網絡遊戲中，4款網絡遊戲預期將於海外運營。

業 務

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。《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)等幾款在海外推出的網絡遊戲於多個國家及地區的主流分發平台獲得了廣泛認可。

按照行業慣例，我們通過進行重新設計及本地化工作，為目標海外市場製作本地化遊戲版本並委聘本地的顧問向我們提供推廣及營銷支持。見「我們的業務流程—遊戲發行及運營—重新設計及本地化」。於往績記錄期間，就有海外業務的每款遊戲而言，考慮到遊戲的不同文化背景及具有不同遊戲消費習慣的玩家，我們一般為不同地區提供不同的本地版本。例如，我們曾為(i)韓國，(ii)香港、澳門及台灣，及(iii)東南亞的若干遊戲分別提供獨立的本地版本。下表載列所示期間按僅為各地區供應的本地版本劃分的海外市場遊戲運營收入明細：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(未經審計)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
僅為韓國供應的本地版本...	837	5.3	220,952	55.6	324,793	33.3	181,615	49.5	73,363	12.7
僅為香港、澳門及台灣供應的本地版本.....	8,737	55.8	159,348	40.1	374,336	38.3	182,571	49.7	120,686	20.8
僅為東南亞供應的本地版本..	777	5.0	222	0.0	232,544	23.8	395	0.1	300,876	52.0
其他 ⁽¹⁾	5,299	33.9	17,088	4.3	45,024	4.6	2,727	0.7	83,747	14.5
總計.....	15,650	100.0	397,610	100.0	976,697	100.0	367,308	100.0	578,672	100.0

(1) 其他包括於上文所列的三個地理區域中的至少兩個海外市場及／或上文所列市場以外的地理區域營運本地版本的收入。

下表載列我們於所示期間在中國及海外市場的遊戲運營收入明細：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(未經審計)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
中國.....	738,804	97.9	856,007	68.3	611,418	38.5	276,680	43.0	275,176	32.2
海外.....	15,650	2.1	397,610	31.7	976,697	61.5	367,308	57.0	578,672	67.8
總計.....	754,454	100.0	1,253,617	100.0	1,588,115	100.0	643,988	100.0	853,848	100.0

我們自中國所得遊戲運營收入由2017年的人民幣856.0百萬元減少至2018年的人民幣611.4百萬元，主要是由於(i)國家新聞出版總署於2018年4月至2018年12月期間暫停授予國內

業 務

或海外遊戲的前置審批。見「一 牌照及許可」；及(ii)2018年中國運營的若干現有遊戲的收入下降，尤其是《仙境傳說M》來自中國的收入由2017年的人民幣419.2百萬元下降至2018年的人民幣229.9百萬元，而《橫掃千軍》(Heng Sao Qian Jun)的收入由2017年的人民幣175.4百萬元下降至2018年的人民幣129.6百萬元。

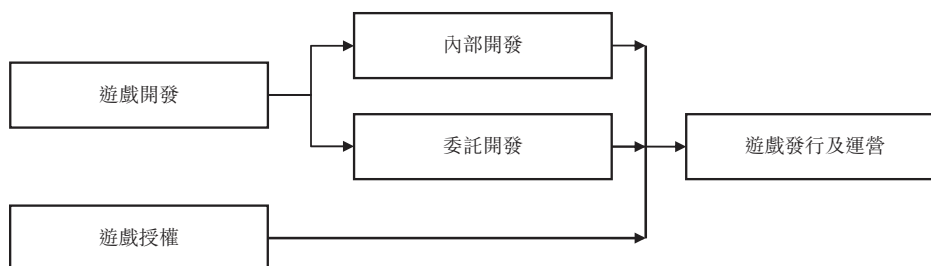
我們的業務流程

我們發行及運營自研遊戲及授權遊戲。我們的自研遊戲主要由內部製作，與其他開發人員共同製作，或偶爾由第三方遊戲開發工作室根據委託開發安排製作。下表載列按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						截至5月31日止五個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(未經審計)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
自研遊戲 ⁽¹⁾	575,621	76.3	835,205	66.6	925,737	58.3	359,667	55.8	605,509	70.9
中國	565,085	74.9	725,397	57.9	464,109	29.2	182,880	28.4	203,007	23.8
海外	10,536	1.4	109,808	8.7	461,628	29.1	176,787	27.4	402,502	47.1
授權遊戲	178,833	23.7	418,412	33.4	662,378	41.7	284,321	44.2	248,339	29.1
中國	173,719	23.0	130,610	10.4	147,309	9.3	93,800	14.6	72,169	8.5
海外	5,114	0.7	287,802	23.0	515,069	32.4	190,521	29.6	176,170	20.6
總計	<u>754,454</u>	<u>100.0</u>	<u>1,253,617</u>	<u>100.0</u>	<u>1,588,115</u>	<u>100.0</u>	<u>643,988</u>	<u>100.0</u>	<u>853,848</u>	<u>100.0</u>

(1) 自研遊戲的收入包括一款共同開發的遊戲《仙境傳說M》產生的收入。有關《仙境傳說M》於往績記錄期間的收入明細詳情，見「一 我們的網絡遊戲—遊戲表現」。

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機遊戲市場、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9月30日，我們已發行10款自研遊戲，包括8款網絡遊戲（包括一款共同開發的遊戲《仙境傳說M》）及2款付費遊戲。截至同日，我們的遊戲儲備包括將於2020年發行的5款自研網絡遊戲。

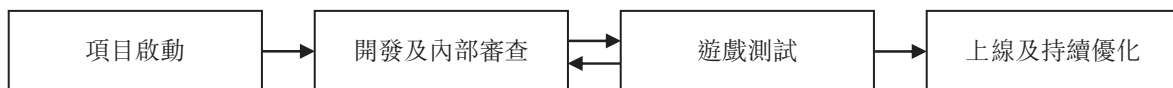
內部開發

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機遊戲）的強大能力及專長。截至2019年9月30日，我們擁有8間遊戲開發工作室，由552名員工（佔我們員工總數的

業 務

49.3%) 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%具有本科或以上學位，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

遊戲開發項目從遊戲開發計劃開始，該計劃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。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、開發時間表和遊戲預算。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、潛在用戶群、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，在現有熱門知識產權的基礎上開發具多元娛樂元素及廣泛客戶基礎的遊戲。

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，

業 務

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修正和改善直至滿意。

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，以更好地了解該遊戲的潛在市場及需要改進的地方。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行時被視為「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，管理層將考慮該遊戲上線。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線前隨時終止以上開發程序。

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)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9月30日，我們預期將於2020年下半年推出《元氣偶像季2》(Vitality Idol II)。

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。

業 務

在遊戲運營期間，第三方遊戲開發工作室亦負責在運營期間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機遊戲行業的市場趨勢以及國內外市場上娛樂文化的發展情況。彼等每年審查數百款不同類型的手機遊戲，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。對於在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。我們亦將調動多個部門評估有關目標遊戲的優點及風險，之後再交由我們的管理層批准。TapTap亦透過向我們提供有關正在平台上進行β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和營運制度獨家發行遊戲的授權。我們的主要網絡遊戲的授權協議一般初步為期兩至五年，其可在以下情況下重續：(i)經雙方同意；(ii)達成月充值流水或月活躍用戶等若干關鍵業績指標；或(iii)除非在相關協議屆滿前一方方向另一方發出終止通知。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，倘相關遊戲仍可商業盈利且我們選擇如此行事，我們通常可根據相同及類似條款及條件更新相關許可協議。我們計劃於現有授權協議到期時視乎相關授權遊戲的表現對其予以重續。

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

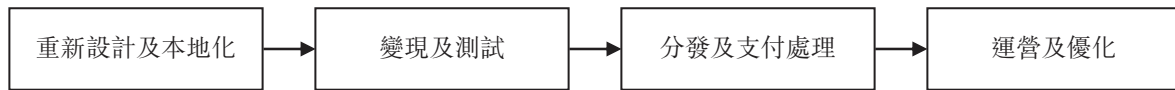
業 務

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，或於我們獲得授權遊戲後轉至無形資產作為「遊戲授權」。費用安排乃基於多種因素釐定，包括我們的議價能力、遊戲的估計收入及我們過往的業務關係。

根據一般授權協議，我們負責重新設計、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，並調整符合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機遊戲推向海外市場，並已在此方面積累了寶貴經驗及強大的專業知識。截至2019年9月30日，我們打造了一支有145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，我們亦幫助許多中國遊戲開發商向海外目標市場發行產品。

業 務

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，並根據測試結果進行改進。我們的發行部門亦將就每款遊戲制定並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

我們的網絡遊戲乃通過我們的自有平台及／或第三方分發平台分發，具體視乎將予提供遊戲的目標地域市場及營運系統而定。

我們的自有分發平台包括www.xd.com及TapTap。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，我們的主要手機遊戲乃主要透過App Store（針對iOS用戶）及Google Play（針對安卓用戶）分發；就國內市場而言，除了我們的自有分發平台及App Store外，我們的部分主要手機遊戲亦透過與應用寶、小米應用商店、華為AppGallery及Oppo應用市場等第三方應用商店分發。我們與第三方分發渠道訂立收益分成安排。就App Store及Google Play而言，我們訂立彼等各自的標準分發協議，並於扣除總充值流水的30%作為彼等的佣金後自彼等收取付款。就餘下第三方分發平台而言，我們向彼等支付的佣金介乎總充值流水的30%至60%。我們的主要付費遊戲主要透過我們的自有分發平台、App Store、某些PC端第三方分發平台及主機設備（如Steam、Switch及PlayStation）進行分發。我們透過我們的自有分發平台及擁有自身的用戶賬戶系統的某些第三方網站分發我們的頁遊。

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，可安全連通玩家的銀行賬戶。App Store及Google Play通常每30至90日與我們結算付款。

運營及優化

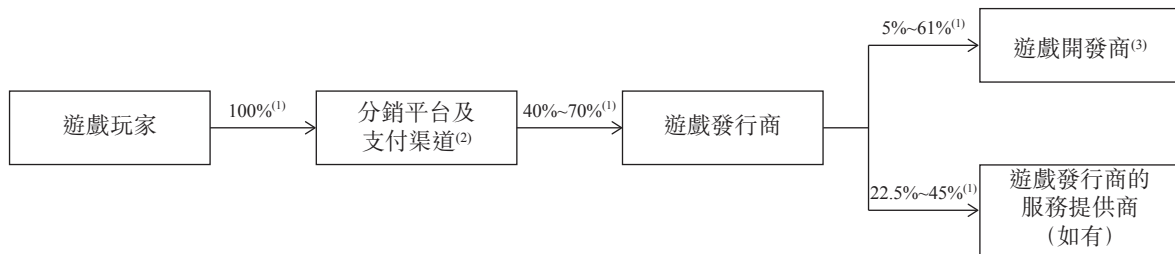
我們的運營團隊負責遊戲上線後的營運工作。我們實時監控遊戲的營運狀況，分析運營數據及遊戲玩家的反饋，以向遊戲開發工作室或第三方遊戲開發商提供更新建議。我們的營運團隊亦發掘潛在貨幣化機會，與我們的遊戲開發工作室或第三方遊戲開發商協作發行拓展包或更新版本。基於我們遊戲的表現及商業潛力，我們可能決定終止或暫停營運若干處於衰退期的遊戲。

業 務

收益分成安排

我們通常與其他方（主要為第三方遊戲開發商及分發平台）就遊戲運營產生的收益訂立收益分成安排。收入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代理人，我們自遊戲發行商收取付款。有關收入確認的更多資料，請參閱「財務資料 — 重大會計政策及估計 — 收入確認 — 遊戲運營收入」。

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) 我們在透過自有分發平台發行遊戲時不會扣除分發平台及渠道佣金。

(3) 我們發行自研遊戲時不會與遊戲開發商進行收益分成。

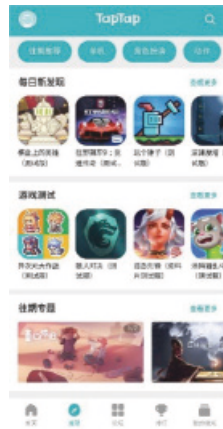
TAPTAP

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、2018年及截至2019年9月30日止九個月，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17.0百萬。於截至2019年9月30日止九個月內，TapTap移動應用程序上我們的平均月活躍用戶90%以上可歸功於其安卓版本。

業 務

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機遊戲資源庫，比如遊戲信息、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。

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9月30日，TapTap註冊用戶總數自截至2016年12月31日的2.1百萬增至52.1百萬。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消費。

開發商

我們認為有效的分發平台對開發商乃屬重要，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商。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。就透過TapTap分發的付費即玩遊戲而言，我們一般收取遊戲價格的最高5%作為分發平台費。TapTap可向開發商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，開發商需要在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家開發商在TapTap上註冊。截至2019年9月30日，我們於TapTap上擁有10,000多名註冊開發商。

業 務

我們的內容

TapTap的內容是TapTap在遊戲玩家及開發商之中受歡迎的基礎。TapTap乃綜合性的遊戲社區及平台，可提供全面的手機遊戲及相關內容。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。

手機遊戲庫

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機遊戲庫。截至2019年9月30日，TapTap有6,500多款手機遊戲可供下載，包括處於測試階段的4,100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、2018年及截至2019年9月30日止九個月，TapTap上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267.1百萬次。

我們實施嚴格的篩選及監控政策，以確保TapTap上的可下載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。

除可下載的手機遊戲以外，TapTap維護及管理遊戲信息。截至2019年9月30日，TapTap已包含超過41,000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至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9月30日，TapTap擁有20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機遊戲有關的資料且通常親自試玩多款手機遊戲，以便為遊戲玩家甄選優質遊戲。為確保此每日推薦表的質量，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分。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。

業 務

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9月30日，TapTap上發佈遊戲評測及論壇帖子的數量分別進一步增加至10.6百萬及5.4百萬。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，而自2018年以來TapTap的遊戲評分已成為中國手機遊戲行業最權威的參考標準，原因是(i)在TapTap的獨立及專業評分機制的支持下已形成自身獨特的遊戲觀點及意見的經驗豐富的玩家所分享的客觀遊戲評分及點評，此亦吸引了更多興趣相投的遊戲玩家；及(ii)網易、搜狐、GameLook及36氪等眾多知名新聞或遊戲媒體、嗶哩嗶哩動畫等遊戲公司及研究報告有意推薦或評論某一款手機遊戲時加以引用。

功能

遊戲內容策劃與推薦

TapTap提供一個龐大的手機遊戲信息數據庫，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(如彼等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。

遊戲評測及評分

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動，據此彼等可對其他人留下的評測作出回應。開發商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作者於TapTap上的賬戶級別)的分析持續篩選優質的遊戲評測。有關評測將載入TapTap主頁上顯示的熱門評測區，以便向更多的遊戲玩家展示。

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間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。論壇可按新發現的遊戲、遊戲文化或玩家的生活方式等主題分類，也可按不同的遊戲分類。

業 務

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機遊戲。見「— TapTap — 我們的內容 — 遊戲庫」。活躍的遊戲玩家可受邀試玩只在TapTap上測試的遊戲。

業 務

以下為TapTap的安卓版應用程序的截圖，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開發商中心有一個賬戶，透過該賬號彼等可

業 務

申請分發遊戲。就每款遊戲而言，開發商需上傳遊戲、基本信息、知識產權證書及主管政府部門要求的批文。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的必要的預先批准。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指標，比如下載量、關注量及預約量。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商推廣其遊戲。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評分在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，從而使其能自然地呈現在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的可視化信息(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。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，我們認為，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、實時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、進行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，我們邀請用戶通過其註冊賬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、預約以及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集中及準確。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的遊戲組合)以及各個國家及地區龐大的全球用戶群由穩定而強大的網絡基礎設施提供支持。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9月30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排名靠前的遊戲玩家參加我們組織的特別活動作為對彼等的獎勵。我們亦會於假期定期提供虛擬物品折讓。

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、東京遊戲展及國際遊戲展G-STAR)的廣告推廣我們的遊戲。為加強我們與遊戲玩家的聯繫，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，以進一步打造我們品牌的知名度。

我們的客戶服務

我們有一個專門的服務團隊向遊戲玩家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用戶體驗方面發揮重要作用。在服務我們的用戶時，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，我們並未收到用戶的任何重大投訴，繼而對我們業務造成重大不利影響。

我們的客戶

就我們擔任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—重大會計政策及估計—收入確認—遊戲運營收入」。

就我們的信息服務業務而言，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2018年及截至2019年5月31日止五個月我們五大客戶的若干資料：

客戶	收入 (人民幣千元)	佔總 收入的%	業務 關係時長	主要業務 ⁽¹⁾	我們提供的 服務	成立日期	截至2019年 6月30日的 已發行股本/ 註冊資本
截至2019年5月31日止五個月							
Gravity ⁽²⁾	392,712	38.0	3年以上	該客戶於全球多個國家開發及分發網絡遊戲，尤其是日本、台灣及泰國。其亦提供手機遊戲、參與製作電視動畫系列及授權銷售基於其網絡遊戲的角色相關產品	遊戲開發及發行	2000年4月4日	3,009,000美元
上海仁志 文化傳媒 有限公司.....	146,434	14.2	3年以上	該客戶總部位於中國上海，並提供定制營銷及推廣解決方案	信息服務	2008年1月11日	人民幣 1,000,000元
客戶C ⁽³⁾	41,142	4.0	2年	該客戶為互聯網技術公司，於中國開發應用程序、服務及其他互聯網技術。其由郵件服務、門戶網站及在線娛樂所組成，包括網絡遊戲服務。其亦提供在線廣告、搜索、移動應用程式及電子商務	遊戲發行及運營	2007年11月26日	1港元
公司D ⁽⁴⁾	22,557	2.2	3年以上	該客戶提供互聯網及移動增值服務、在線廣告及電子商務交易。其向全球用戶提供服務	信息服務	1998年11月11日	人民幣 65,000,000元
客戶F.....	2,705	0.3	3年	該客戶的總部位於中國大連，並專注於軟件開發	遊戲開發及發行	2016年5月17日	人民幣 10,000,000元
總計.....	605,550	58.7					
2018年							
Gravity ⁽²⁾	413,826	21.9	3年以上	請見上文	遊戲開發及發行	請見上文	請見上文
上海仁志 文化傳媒 有限公司.....	254,520	13.5	3年以上	請見上文	信息服務	請見上文	請見上文
客戶C ⁽³⁾	49,546	2.6	2年	請見上文	遊戲發行及運營	請見上文	請見上文

業 務

客戶	收入 (人民幣千元)	佔總 收入的%	業務 關係時長	主要業務 ⁽¹⁾	我們提供的 服務	成立日期	截至2019年 6月30日的 已發行股本/ 註冊資本
公司D ⁽⁴⁾	24,710	1.3	3年以上	請見上文	信息服務	請見上文	請見上文
客戶E.....	14,942	0.8	3年	該客戶總部位於中國上海， 並專注於網絡遊戲開發及遊 戲技術諮詢	遊戲發行及 運營	2015年8月4日	10,000港元
總計.....	757,544	40.1					

(1) 資料來源：就上市公司而言為彭博資訊及就私人公司而言為公開資料。

(2) 截至最後實際可行日期，我們的一名董事持有低於1%之控股權益。

(3) 客戶C為一家於香港註冊成立的私人公司及一家於納斯達克上市之公司之附屬公司，其於2018年的收入及收益淨額分別超過人民幣600億元及人民幣60億元，及截至最後實際可行日期我們的一名董事於其中持有低於1%的控股權益。

(4) 公司D為一家於主板上市之公司之附屬公司，其於2018年的收入及純利分別超過人民幣3,000億元及人民幣700億元，及截至最後實際可行日期我們的四名董事於其中持有低於1%的控股權益。

除上文所披露外，據我們的董事所知，我們於2018年及截至2019年5月31日止五個月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）擁有任何五大客戶的任何權益。

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」。

業 務

截至2019年5月31日，我們與我們五大供應商（包括遊戲開發商、分發平台及伺服器服務提供商）維持至少三年的業務關係。我們一般通過銀行轉賬與我們的供應商結算。我們對遊戲開發商、分發平台及伺服器服務提供商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的若干資料：

供應商	採購額	佔收入成本 的百分比	業務關係 時長	主要業務 ⁽¹⁾	向我們提供 的服務
(人民幣千元)					
截至2019年5月31日止五個月					
Apple Inc	47,480	13.9	超過3年	該供應商設計、製造及營銷個人電腦及相關個人計算及移動通信設備以及各種相關軟件、服務、週邊設備及網絡解決方案。其透過線上商店、零售店、直銷部門、第三方批發商及經銷商於全球銷售其產品	遊戲分發
供應商I ⁽²⁾	44,143	12.9	超過3年	該供應商提供信息技術服務。其提供雲存儲、災難備份、雲伺服器託管及伺服器監控服務	伺服器服務
Google Payment Corp	27,656	8.1	超過3年	該供應商提供網頁搜索、廣告、地圖、軟件應用程式、移動操作系統、消費者內容、企業解決方案、商業及硬件產品	遊戲分發
供應商D ⁽³⁾	17,103	5.0	超過3年	該供應商總部位於中國上海，並提供數字遊戲開發服務。其主要開發及銷售數字遊戲亦提供通信技術服務	遊戲開發
供應商C	14,898	4.4	超過3年	該供應商總部位於中國上海，並專注於網絡遊戲開發	遊戲開發
總計	151,280	44.3			
2018年					
Apple Inc.	119,974	15.5	超過3年	請見上文	遊戲分發
Google Payment Corp	102,715	13.2	超過3年	請見上文	遊戲分發

業 務

供應商	採購額	佔收入成本 的百分比	業務關係 時長	主要業務 ⁽¹⁾	向我們提供 的服務
(人民幣千元)					
供應商C.....	56,405	7.3	超過3年	請見上文	遊戲開發
供應商D ⁽³⁾	31,709	4.1	超過3年	請見上文	遊戲開發
供應商E ⁽⁴⁾	30,189	3.9	超過3年	該供應商通過其附屬公司提供互聯網基礎設施、電子商務、線上金融及互聯網內容服務。其於全球提供產品及服務	遊戲分發及伺服器服務
總計.....	340,992	44.0			
2017年					
Apple Inc.....	151,992	20.5	超過3年	請見上文	遊戲分發
供應商D ⁽³⁾	90,412	12.2	超過3年	請見上文	遊戲開發
Google Payment Corp.....	66,474	9.0	超過3年	請見上文	遊戲分發
供應商C.....	53,265	7.2	超過3年	請見上文	遊戲開發
供應商E ⁽⁴⁾	31,267	4.2	超過3年	請見上文	遊戲分發及伺服器服務
總計.....	393,410	53.1			
2016年					
Apple Inc.....	101,083	23.8	超過3年	請見上文	遊戲分發
供應商F ⁽⁵⁾	38,857	9.1	超過3年	該供應商為視頻遊戲開發商，總部位於中國廈門。其主要專注於手機遊戲的開發及運營	遊戲開發
公司D.....	31,090	7.3	超過3年	請見上文	遊戲分發
供應商E ⁽⁴⁾	21,033	5.0	超過3年	請見上文	遊戲分發及伺服器服務
供應商H.....	20,244	4.8	超過3年	該供應商總部位於中國深圳，並提供信息及通信服務	遊戲分發
總計.....	212,307	50.0			

(1) 資料來源：就上市公司而言為彭博資訊及就私人公司而言為公開資料。

(2) 供應商I於台灣證券交易所上市。

(3) 供應商D為深圳證券交易所上市的一家人的附屬公司。

(4) 供應商E於納斯達克股票市場上市。截至最後實際可行日期，我們一名董事持有其1%以下的股權。

(5) 供應商F為一家於主板上市的公司的附屬公司。截至最後實際可行日期，我們兩名董事持有其1%以下的股權。

於往績記錄期間，公司D為我們的供應商及客戶，分別佔我們於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月的收入成本的7.3%、2.1%、1.6%及1.6%，以及分別佔

業 務

我們於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月的總收入的零、0.4%、1.3%及2.2%。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符合行業慣例。

除上文所披露外，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(據我們的董事所知擁有我們股份的5%以上)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、美術設計及用戶體驗；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「一 遊戲開發」及「一 我們的技術及網絡基礎設施」。

截至2019年9月30日，我們擁有一支由716名僱員組成的研發團隊，包括552名專注於遊戲開發的僱員及164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約為三年。於2016年、2017年、2018年及截至2019年5月31日止五個月，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、人民幣197.8百萬元及人民幣92.5百萬元，分別佔我們總收入的10.4%、8.7%、10.5%及9.0%。

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的專有知識產權及彼等所開發的知識產權有關之所有權及處置限制外，我們與僱員訂立保密及競業禁止協議或條款。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289個註冊商標、11項註冊專利、103項註冊軟件版權及123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37項註冊商標。我們亦已註冊31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。

業 務

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知識產權申請請求。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審查與該等遊戲有關的知識產權以發現及報告任何危險訊號，從而確保內部信息對稱性。此外，當向我們提出任何知識產權侵權投訴時，我們的法律部門將核實投訴的真實性並成立緊急工作小組調查案件，收集證據及分析法律風險。在我們發現任何重大潛在的侵權風險後，將立即採取補救措施。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名、636名及911名全職僱員，及截至2019年9月30日有1,119名全職僱員。彼等與我們的僱傭協議一般為期三年。截至2019年9月30日，我們幾乎所有僱員均位於上海。下表載列截至2019年9月30日我們按職能劃分的僱員數目。

職能	僱員數目	佔僱員總數的%
研發.....	716	64.0
營銷及銷售.....	69	6.2
運營.....	203	18.1
一般及行政.....	131	11.7
總計.....	1,119	100

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、績效及年度獎金補償僱員。

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一系列責任。我

業 務

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、產品經營及經營支持。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。

我們認為我們一直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社會保險費(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、延長手機遊戲生命週期的能力、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機遊戲開發商展開競爭：開發優秀的網絡遊戲、採購熱門的知識產權、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，我們經營所在的手機遊戲行業競爭激烈，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部份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機遊戲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機遊戲組合及資源。我們的手機遊戲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會受到影響」。

業 務

此外，作為TapTap的運營商，我們主要與其他手機遊戲社區及平台、傳統遊戲網站及移動應用商店展開競爭。我們在用戶群、與優秀的遊戲開發商合作及優質的遊戲內容等方面展開競爭。

物業

截至最後實際可行日期，我們主要通過上海的八處租賃物業經營我們的業務。該等物業主要用作辦公場所，總建築面積為20,086.41平方米，各處物業的建築面積介於95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2,269.67平方米的2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8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最高罰款人民幣10,000元。

數據私隱

我們認為用戶數據及其他相關信息的充分維護、儲存及保護對於我們的業務而言至關重要，及我們的平台業務部監控我們網絡設備、伺服器、操作系統及數據庫的運行狀態，並及時回應及處理可能出現的任何問題。

我們已採取措施保護用戶數據及防止網絡基礎設施及信息技術系統的技術故障。該等措施涵蓋關鍵領域，如信息採集、存儲、調查、訪問控制、個人信息使用、審核信息行為及緊急處理。

我們已採取符合行業標準的安全措施來保護用戶個人信息免受未經授權訪問、公開披露、使用、修改、損害或丟失。我們將採取所有合理可行措施來保護用戶的個人信息。

業 務

我們採取的技術措施包括但不限於防火牆、加密(如SSL)、去識別化或匿名化及訪問控制措施。此外，我們將繼續強化用戶設備上所安裝軟件的安全功能。例如，我們將對用戶設備進行部分信息加密，以鞏固安全傳輸；我們將了解用戶設備上的應用程序信息及運行流程信息以防止惡意程序，如病毒及木馬。我們收集、使用及存儲數據庫中的用戶數據，定期將該等數據備份以盡量減少數據洩露或丟失的風險。我們的信息技術部定期開展備份數據恢復測試以檢查數據備份系統的狀態。

為確保信息安全，僱員訪問內部信息受到限制，且僱員未經授權不得訪問部分內部信息。我們已採取內部政策確保授權僅限高級僱員及部門職能，因而部分信息僅能按需獲得。僅客服部獲授權人士及信息技術部數據庫管理員可訪問玩家賬戶及獲得個人數據。獲得用戶數據需要批准，且該批准僅可由技術總監授予需要數據開展工作的僱員。我們已制定僱傭安全原則，尤其是就各個流程(如信息系統人士及敏感信息處理人士的招聘、評估、轉移及辭職)制定特定安全規定。信息技術部定期組織僱員信息安全培訓以加強安全意識、提高安全技能、闡明安全責任、記錄安全教育及培訓狀態及結果並歸檔。

我們已使用防火牆防止未經授權用戶經外部網絡訪問數據庫及信息系統。我們依賴阿里雲網絡安全服務，包括DDoS防禦及Web應用層防火牆，來阻止任何網絡攻擊。阿里雲已對數據中心的物理安全、網絡隔離、漏洞掃描及威脅預防建立及實施控制。我們的信息系統採取技術措施來監控及記錄個人信息安全事件，採用檢控、審核及其他技術措施及時發現及記錄異常行為。我們亦已實施一系列應急處理程序，包括事件評估、處理、核查、總結、防止及修改我們自積極監控或用戶反饋發現的任何安全事件。

於最後實際可行日期，我們並未經歷任何用戶數據的重大信息洩露或丟失。

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。

業 務

法律程序及監管合規

遵守中國的法律法規(尤其是與手機遊戲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

我們不時面臨日常業務過程產生的法律程序、調查及申索。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。

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

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

業 務

不合規事件

發了不符合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)易玩分發了的國內網絡遊戲並無達到自推出該等遊戲時起計30日內向國務院下屬的文化行政部門備案要求；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處以人民幣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。在TapTap遊戲下載業務暫停的三個月期間，我們的估計收入損失約為人民幣54.0百萬元，此乃基於TapTap在暫停期間的月平均收入與其於2018年的月平均收入之間的差額計算。

事件原因及主要補救措施

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) 我們將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) 就付費即玩遊戲或出售遊戲內虛擬物品的免費暢玩遊戲而言，若未取得國家新聞出版總署的有效預先批准，則不准在中國下載該等遊戲。
- 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)。
- 為僱員組織定期合規培訓以增強法律合規意識。

在與主管部門上海市文化市場行政執法總隊的一名主任科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。我們的中國法律顧問認為，在執法部門工作的主任科員負責針對網絡遊戲市場的不合規活動採

業 務

取執法行動，因此，該人士有權提供該等確認。截至最後實際可行日期，在TapTap上所有付費即玩遊戲及銷售遊戲內虛擬物品的免費暢玩遊戲全部取得了國家新聞出版總署的前置審批，基於此，我們的中國法律顧問認為，其符合該等遊戲進行網絡分發的所有監管規定。我們的中國法律顧問確認，就於TapTap上沒有銷售遊戲內虛擬物品的其餘免費暢玩遊戲而言，概無任何法律或規例對其網絡分發需要任何前置審批或許可作出明確規定。我們亦認為，上述事件及調查結果並無對我們的業務、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，重續適用牌照、許可及批准時並不存在重大法律障礙。

自2018年4月至2018年12月，國家新聞出版總署並無對國產或進口遊戲授予任何前置審批，因此，我們無法根據原計劃於2018年在中國推出新遊戲。因此，我們自中國所得遊戲運營收入由2017年的人民幣856.0百萬元減少至2018年人民幣611.4百萬元。但據我們的中國法律顧問告知，儘管政府機構並無發佈正式的規章條例，但國家新聞出版總署已自2018年12月起恢復遊戲的前置審批。根據國家新聞出版總署網站發佈的公開資料，分別有164款國產網絡遊戲及並無外國網絡遊戲已於2018年12月取得前置審批，另外1,066款國產網絡遊戲及156款進口網絡遊戲已於截至2019年9月30日止九個月分別獲授予前置審批。於2019年2月、3月及9月，我們的三款遊戲《手機帝國》(Mobile Empire)、《戰鬥天賦解析系統》(#COMPASS)及《不休的烏拉拉》(Ulala)分別獲得國家新聞出版總署的前置審批。我們的中國法律顧問認為國家新聞出版總署網站暫停國產及進口網絡遊戲之前置審批已獲解除。此外，雖然我們於2018年來自中國的遊戲運營收入減少，但由於我們業務在海外市場的強勁發展，我們的遊戲運營收入由2017年的人民幣1,253.6百萬元增加至2018年的人民幣1,588.1百萬元。因此，我們認為國家新聞出版總署暫停遊戲的前置審批並無對本集團的業務產生任何重大不利影響。

於2019年10月25日，國家新聞出版總署印發新防沉迷通知，自2019年11月1日起生效。新防沉迷通知主要規定(i)須實施實名註冊制度；(ii)嚴格控制未成年人玩網絡遊戲的時段時長；(iii)規範向未成年人提供付費服務；(iv)須加強行業監管；及(v)須探索適齡提醒系統的制定及實施。見「監管概覽—中國法律法規—與實名註冊及防沉迷系統有關的法規」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—中國法律對網絡遊戲在線時間及用戶年齡的規定可能對我們的業務及運營帶來不利影響。」

於往績記錄期間內，我們自中國產生的遊戲運營收入的百分比逐步下降，於2016年、2017年及2018年以及截至2019年5月31日止五個月分別貢獻遊戲運營收入總額的97.9%、

業 務

68.3%、38.5%及32.2%。自2017年10月起，我們已根據《文化部關於規範網絡遊戲運營加強事中事後監管工作的通知》及《關於保護未成年人身心健康實施網絡遊戲防沉迷系統的通知》的規定在中國運營的所有網頁遊戲及手機遊戲中實施實名註冊制度，並在中國運營的所有網頁遊戲中實施防沉迷合規系統。發佈新防沉迷通知之前，我們亦已在幾款主要手機遊戲（比如《仙境傳說M》及《香腸派對》(Sausage Man)）中自願實施防沉迷合規系統。

儘管我們自2017年10月以來已在所有網頁遊戲及手機遊戲中實施實名註冊制度，但並非所有來自中國的遊戲玩家已向我們提供彼等的中國身份信息，因為(i)部分遊戲玩家乃透過第三方分發平台（比如應用寶及小米應用商店(Mi App Store)）註冊進入我們的遊戲，因此不需要向我們提供中國身份信息；及(ii)部分遊戲玩家以遊客身份玩遊戲且不需要使用彼等的中國身份信息在本公司註冊。我們的中國法律顧問認為，由於(i)我們分發手機遊戲的所有國內第三方分發平台均已實施實名註冊制度，及(ii)新防沉迷通知允許手機遊戲中採用遊客體驗模式，據此並無要求遊戲玩家提供身份信息，因此我們向尚未在我們系統完成實名註冊的中國用戶提供網絡遊戲服務不構成嚴重違反相關法律法規。

基於我們記錄（包含超過4,600萬以中國的身份信息註冊的用戶賬戶），於2018年及截至2019年9月30日止九個月，使用中國的身份信息在本公司註冊的18歲以下的遊戲玩家貢獻的充值總額分別約為人民幣2.39百萬元及人民幣8.49百萬元，分別約佔於相關期間內使用中國的身份信息在本公司註冊的遊戲玩家在中國作出的充值付款總額的0.90%及2.85%。於2018年及截至2019年9月30日止九個月，使用中國身份信息在本公司註冊的遊戲玩家作出的充值付款分別約佔我們的IT系統記錄的由我們在中國運營的遊戲的遊戲玩家作出的充值付款總額的52.84%及68.78%。下表載列我們的IT系統記錄中按年齡組劃分的登記中國身份信息的遊戲玩家貢獻的充值付款明細及於同期內彼等各自對使用中國身份信息在本公司註冊的遊戲玩家作出的充值付款總額的貢獻。

年齡組	截至2018年12月31日 止年度		截至2019年9月30日 止九個月	
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
8歲以下.....	0.14	0.05	0.14	0.05
8歲至16歲之間.....	0.56	0.21	6.32	2.12
16歲至18歲之間.....	1.69	0.64	2.03	0.68
18歲以上.....	264.48	99.10	289.50	97.15
總計.....	266.87	100.00	297.99	100.00

8歲至16歲之間的遊戲玩家作出的充值付款自2018年的人民幣0.56百萬元增加至截至2019年9月30日止九個月的人民幣6.32百萬元，主要是由於《香腸派對》(Sausage Man)（與我們

業 務

其他遊戲的平均水平相比，該遊戲18歲以下的遊戲玩家的比例較高)自2019年2月開始貨幣化。

下表載列截至2019年9月30日我們IT系統記錄中按年齡組劃分的以中國身份信息註冊的遊戲玩家數目明細。

年齡組	遊戲玩家數目	%
8歲以下	34,695	0.07
8歲至16歲之間.....	2,457,288	5.28
16歲至18歲之間.....	537,530	1.16
18歲以上.....	43,499,726	93.49
總計	46,529,239	100.00

由於上文載列的原因，我們以中國身份信息註冊的遊戲玩家的IT系統記錄並不包括我們所有的中國遊戲玩家。然而，我們的董事認為，在我們的IT系統記錄中註冊的遊戲玩家數目龐大且為具有代表性的樣本。根據我們行業顧問弗若斯特沙利文的資料，遊戲玩家的年齡結構主要受遊戲類型而非遊戲玩家訪問遊戲的方式的影響。對遊戲玩家(不論其年齡大小)而言，訪問遊戲的便利性為彼等選擇分發平台的關鍵因素。因此，弗若斯特沙利文認為，不論遊戲玩家是否通過實名註冊訪問遊戲，就年齡結構而言，其差異不大。就此而言，我們的董事認為，上表乃對我們中國的付費遊戲玩家年齡結構的合理說明。

基於上述期間內未成年人遊戲玩家在以中國的身份信息註冊的遊戲玩家中作出的充值付款的貢獻相對較小且於往績記錄期間內在中國產生的收入對我們總收入的貢獻逐步減少，我們的董事認為，新防沉迷通知不可能導致我們的收入大幅減少。我們預期新防沉迷通知不會對我們未來的開發計劃或我們目前儲備中的遊戲開發造成重大影響，主要是由於我們儲備中的遊戲並非特別面向未成年人。我們亦計劃於開發階段在有關遊戲中實施有關機制以確保遵守新防沉迷通知的相關規定。

發佈新防沉迷通知後，為確保完全遵守新防沉迷通知項下的規定，截至最後實際可行日期，我們已完成應用程序升級的詳細設計(涵蓋應用程序的架構、函數調用、數據架構及編碼規則)並已開始應用程序編碼，該階段主要專注於構建架構及函數調用。此外，我們的技術人員正在進行各種系統升級工作，尤其是：

1. 升級我們的登錄系統，以便(i)要求所有新用戶於遊戲賬號註冊前完成實名註冊，否則將僅向彼等提供遊客體驗模式；(ii)要求現有的非註冊用戶完成實名註冊，否則不會向彼等提供任何遊戲服務；及(iii)每15天內將每個用戶在遊客體驗模式下的遊戲時間限制為1小時；

業 務

2. 建立遊戲時間記錄機制，將每個未成年人用戶於節假日期間每天的遊戲時間限制在3小時以內及將其他時期每天的遊戲時間限制在1.5小時以內，並阻止未成年人用戶於晚上10點至第二天早上8點期間進入我們的遊戲；及
3. 按照新防沉迷通知中的規定在我們現有的支付系統中創建一項新功能，以禁止未成年人用戶充值付款或限制一次性充值付款金額及每月充值付款總額。

所有系統升級均將進行內部測試，且預期將於寬限期內在我們中國的所有網絡遊戲中實施。我們的董事認為，及時完成該等系統升級工作並無技術及實際的障礙。由於系統升級工作乃由我們的內部技術人員進行，我們的董事認為，在此方面將產生最少的額外成本。我們致力於通過實施系統升級計劃，繼續推行當前的遊戲分類工作，探索各種方式以提醒為不同年齡段用戶設計的特定網絡遊戲的遊戲玩家，在下載、註冊、登錄頁面等位置顯著標明，以確保遵守新防沉迷通知。尤其是，我們將與行業協會或行業領導者溝通或合作以探索適齡提醒系統。例如，人民網（一個以股份代號603000在上海證券交易所上市的大型信息交流平台）已於2019年7月推出適齡提醒平台，截至最後實際可行日期該平台已吸引中國的30多家遊戲公司。於完成系統升級計劃的實施之前，我們將於[編纂]後透過按季度在公告中披露的方式知會我們的股東及投資者與此有關的最新狀況。我們的董事認為，我們為應對新防沉迷通知而已採取及將採取的上述措施對確保我們遵守新防沉迷通知項下的相關規定將會有效及充分。

根據我們的中國法律顧問、獨家保薦人及其法律顧問於2019年11月12日與上海市新聞出版局（我們的中國法律顧問認為該局為主管機構）進行的面談，上海市新聞出版局確認：(i)新防沉迷通知自2019年11月1日起生效；及(ii)將向網絡遊戲公司提供「寬限期」，以便該等公司採取整頓措施以遵守新防沉迷通知的規定。然而，寬限期的期限仍有待相關的政府主管部門確認。上海市新聞出版局進一步確認，倘網絡遊戲公司採取積極措施以逐步遵守新防沉迷通知的規定，則上海市新聞出版局在「寬限期」內不會處罰該等公司；倘發佈任何實施措施，則上海市新聞出版局將向網絡遊戲公司發出進一步的通知或指示。截至最後實際可行日期，我們尚未從上海市新聞出版局或國家新聞出版總署收到我們已違反新防沉迷通知項下任何規則的任何通知。誠如我們的中國法律顧問所告知，由於我們已採取積極措施以遵守新防沉迷通知的規定，倘有關措施乃於寬限期內執行，則我們的網絡遊戲及我們因不符合新防沉迷通知的規定而受到任何限制或處罰的風險微乎其微。

此外，作為我們減輕與新防沉迷通知及其他相關部門有關的任何合規風險的部分措施，我們已設立監管風險委員會並將責任委派予該委員會（由我們的總裁戴雲傑先生、我們

業 務

的首席技術官沈晟先生、我們的執行董事樊舒暘先生、我們的首席財務官龔睿先生及我們的法務主管李棟先生組成，由戴雲傑先生領導)，以密切關注監管我們在中國的網絡遊戲運營的相關政策及法規的發展。我們亦將委聘外部IT顧問以於完成後審核及測試我們經升級的系統的有效性。我們將於需要時立即諮詢中國法律顧問。尤其是，考慮到通知出台了與未成年人的實名註冊及防沉迷規則有關的規定，我們將定期密切監控其發展以及日後將發佈的任何後續的具體實施規則。該特別委員會將在確保我們的遊戲運營業務遵守不時生效的相關規則及法規方面發揮重要作用，而調查結果將在我們日後的業務運營中考慮在內。

經審計本公司制定的系統升級計劃及尋求內部控制顧問對系統升級計劃的技術可行性的意見以及經考慮實施系統升級所涉及的預期成本，獨家保薦人認為：(i)本公司已採取積極措施以滿足新防沉迷通知項下的要求，(ii)系統升級計劃旨在滿足本公司目前不符合的新防沉迷通知項下的要求，及(iii)本公司實施系統升級以便其能夠符合新防沉迷通知的規定並不存在技術或經濟障礙。

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(一般業務要求相關的證照及許可除外)、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 ⁽¹⁾ ..	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	上海市文化和旅遊局	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).....	易玩	上海市通信管理局	2017年10月20日	2022年10月20日

(1) 於2019年8月，我們就續期該證書提呈申請，該項申請截至最後實際可行日期仍在處理中。我們的中國法律顧問亦告知我們，截至最後實際可行日期並不存在重續有關證書之重大法律障礙。

海外稅務

於2016年、2017年及2018年以及截至2019年5月31日止五個月，我們遊戲運營收入的2.1%、31.7%、61.5%及67.8%來自海外市場。該等海外市場主要包括韓國、日本、香港、台灣及東南亞。

於往績記錄期間內，我們的海外遊戲運營收入主要來自上述司法權區，在該等司法權區產生的大部分收入適用的所得稅已由第三方發行商或第三方分發平台預扣或不適用所

業 務

得稅。在香港，我們已成立幾家從事海外遊戲發行及運營業務的附屬公司。就此而言，我們須繳納香港企業所得稅。

在韓國及日本，倘非居民企業被視為透過在該等司法權區的常設機構經營業務，則該企業須繳納當地的企業所得稅。就本公司所深知及盡信且基於以下事實：所有遊戲運營活動（比如訂立遊戲銷售合約、支付費用、交付遊戲）均透過第三方分發平台進行且我們在該等司法權區並無任何實體機構，亦無擁有該等司法權區的客戶可獲得訪問權限以下載或暢玩我們遊戲的任何平台或伺服器，我們認為，經營我們海外遊戲發行及運營業務的香港附屬公司不可能被視為在該等司法權區擁有常設機構。此外，儘管我們在韓國擁有一家附屬公司，該公司乃一家為持有NEXTIV Inc.少數權益投資而成立的控股公司且並無擁有任何僱員或開展任何日常業務活動。就此而言，韓國的附屬公司並無經營收入。

在台灣，自2005年5月開始，透過第三方平台向台灣的客戶銷售遊戲應用程序所得遊戲運營收入將構成來自台灣的收入且須繳納台灣的所得稅。就自2017年以來產生的收入而言，第三方發行商或第三方分發平台應根據稅收裁定申報總收入及相應地繳納所得稅。根據我們與第三方發行商的合約、我們與第三方分發平台的交易文件及稅收裁定，彼等將扣除預扣稅或類似稅項的全部金額並將其匯回主管稅務機關。考慮到我們香港的附屬公司並無擁有台灣的客戶可在其上獲得訪問權限以下載或暢玩我們遊戲的任何平台或伺服器，我們認為，就我們所深知及盡信，2017年之後我們的香港附屬公司在台灣的所得稅風險較低且在控制之中。由於2017年之前來自台灣的收入不多，因此相關稅務風險不大。

於2018年及截至2019年5月31日止五個月期間，幾乎所有來自東南亞的收入均由向遊戲發行商提供遊戲維護及運營服務產生，其中遊戲發行商已代表我們預扣適用的稅項。於2018年之前自東南亞產生的收入不多。

基於以上所述以及於往績記錄期間內我們在香港以外的海外司法權區並無任何營運附屬公司或分公司的事實，除第三方發行商及第三方分發平台預扣的所得稅以外，我們須就海外遊戲運營繳納香港企業所得稅，且我們並無發現任何其他海外企業所得稅。

此外，雖然我們賺取大部分海外收入的部分司法權區就授權或提供數碼服務征收預扣稅及／或增值稅，但第三方發行商或第三方分發平台已代表我們預扣稅項。除第三方發行商或第三方分發平台已預扣稅項或預扣稅及／或增值稅不適用的海外市場產生的遊戲運營收入以外，可能受到稅務風險影響的剩餘海外收入佔本公司每年或每個期間的遊戲運營收入的5%以下。我們並無發現與我們在海外司法權區的業務有關的任何重大稅務風險。然

業 務

而，隨著國際稅務環境的變化，我們日後可能面臨潛在稅項負債，包括新稅項或額外稅項。見「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們可能存在潛在稅項負債，包括新稅項或額外稅項。」

作為我們管理海外稅務風險的一項措施，我們已委聘一名外部稅務顧問，就日常業務過程中的稅務合規向我們提出建議並就可能影響我們現有市場的稅務合規義務及稅務負債的相關規例變動、或就進入新市場或供應新產品向我們提供定期的培訓。該外部稅務顧問亦會協助我們處理海外市場產生的收入引致的稅務合規義務。