

## 業 務

### 概覽

我們是中國數字娛樂內容提供商，提供多元化內容組合，包括(i)手機遊戲、(ii)電子雜誌及(iii)其他數字媒體內容如漫畫及音樂。我們於二零一一年首次開始我們的數字媒體內容經銷業務，並於二零一四年首次開始開發及／或運營種類廣泛的休閒手機遊戲時將產品供應擴展至手機遊戲。除我們於往績記錄期主要專注的休閒手機遊戲外，我們亦自二零一七財年及二零一八年十一月起分別開展精品手機遊戲的開發及運營及手機遊戲的運營。自二零一八財年起，我們亦與一名公司客戶合作，其利用我們提供的遊戲廣播時間播放其媒體內容，以作廣告之用。於往績記錄期，我們大部分收益來自銷售休閒及精品手機遊戲中的虛擬物品。

於往績記錄期，我們的業務於兩條業務線下運營：

- (1) 手機遊戲：(i)開發及運營手機遊戲，主要重點為休閒手機遊戲，我們亦於二零一九年一月推出首款多玩家手機遊戲，我們的收益主要來自我們手機線下遊戲中虛擬物品的銷售；(ii)本集團與一名公司客戶合作的資訊服務，以將媒體內容融入我們所經營的部分手機遊戲，玩家點擊指定空間的遊戲鏈接並查看由該公司客戶發佈的媒體內容以換取虛擬物品時，我們自提供遊戲時間獲得收益；及
- (2) **數字媒體內容經銷**：數字媒體內容經銷，包括自第三方購買的紙質雜誌、漫畫及音樂等媒體內容的許可權並通過數字格式經銷該等內容。於往績記錄期，我們的收益來自數字媒體內容的讀者訂閱。

下表載列於往績記錄期由各業務線所產生的收益明細：

	二零一六財年		二零一七財年		二零一八財年		二零一八年止三個月		二零一九年止三個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
手機遊戲										
開發及運營手機遊戲	116,548	83.4	151,068	88.5	90,611	63.4	28,584	67.0	35,914	80.4
— 資訊服務 .....	-	-	-	-	918	0.6	-	-	178	0.4
數字媒體內容經銷 .....	23,207	16.6	19,586	11.5	51,450	36.0	14,086	33.0	8,566	19.2
	<u>139,755</u>	<u>100.0</u>	<u>170,654</u>	<u>100.0</u>	<u>142,979</u>	<u>100.0</u>	<u>42,670</u>	<u>100.0</u>	<u>44,658</u>	<u>100.0</u>

## 業 務

### 手機遊戲

#### (i) 開發及運營

作為數字娛樂內容提供商，我們根據市場趨勢及客戶偏好優化產品組合。於往績記錄期，我們主要專注於單機休閒手機遊戲，其提供休閒的遊戲體驗，俘獲廣大玩家。我們於二零一九年一月推行首款多玩家手機遊戲。手機遊戲為利用智能電話或平板電腦在暢玩的遊戲，定時更新、下載、通關，以及玩家於暢玩時購買虛擬物品時付款需要持續連接互聯網，而單人玩家、多玩家及/或擁有電腦則毋須連接互聯網暢玩。我們提供種類多樣的遊戲產品組合可供選擇，包括跑酷遊戲、消除、策略及益智、冒險及教育遊戲等類型。我們所有手機線下遊戲均免費下載及暢玩，使我們得以快速吸引新玩家體驗我們的遊戲，短期內爭取玩家群聚效應。我們的全部遊戲均從向玩家銷售虛擬物品中產生收益。玩家可通過多種支付渠道結算購買費用。我們大多數遊戲的生命週期介乎四個月至七個月，其中一些受歡迎的遊戲為常青遊戲，如機智的小鳥遊戲、鬥地主、達人麻將及中國象棋，擁有超逾兩年的生命週期。

我們大部分遊戲的生命週期介乎四至七個月。我們若干受歡迎遊戲，例如機智的小鳥、鬥地主、達人麻將及中國象棋為生命週期超過兩年的常青遊戲。我們的手機遊戲為自主開發或取得授權遊戲。截至二零一九年三月三十一日，我們的增長及可持續發展以我們14名人員組成的研發團隊為後盾。有關我們研發團隊資質的詳情，請參閱本節「我們的競爭優勢—我們擁有一支具有豐富運營專長和行業知識的成熟盡職的管理及研發團隊」一段。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們已推出四款手機線下遊戲，且我們計劃到二零一九年下半年推出十款新遊戲。於往績記錄期，手機遊戲開發及運營業務線的收入於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年至二零一九年止三個月分別自496款、222款、91款及60款遊戲中產生，其中81.0%、42.5%、37.6%及4.6%由自主開發的遊戲中產生。

自二零一六財年至二零一九年止三個月的遊戲產生的收益減少的原因如下：**(i) 將重點轉移，以開發精品手機遊戲**：隨著我們於開發及運營手機遊戲積累更多經驗，並考慮我們業務策略的效率及盈利能力後，我們削減自主開發遊戲數目，投放更多時間及資源於開發手機精品遊戲(例如夢想三國之闖關專家)，該遊戲以更高的質量及精良的故事情節增加玩家的粘性、轉換率及實際花費。因此，由於使用較長的時間開發該等精品遊戲，導致二零一六財年

## 業 務

至二零一九年止三個月的遊戲開發數目減少。根據弗若斯特沙利文報告，上述方法為手機遊戲開發及運營市場的行業趨勢，對部分業內人士(尤其是包括本集團在內擁有有限資源的中小業內人士)而言屬自然的過渡過程。於往績記錄期，我們已開發及運營八款精品手機遊戲。根據弗若斯特沙利文報告，由於玩家要求更高質量的手機遊戲，包括精品遊戲(由於其要求更精緻，需要更長的研發時間)，該等精品遊戲通常根據玩家的喜好設計，以在激烈的市場競爭中脫穎而出。為滿足該等需求及規定，精品遊戲需要大量資金用於研究，同時需要大量資金用於開發及創新。例如，我們已指定最多三個遊戲開發商、最多六名運營人員及最多兩名銷售人員以專注於精品遊戲的研發。此外，計算機系統的若干工作小時已用於精品遊戲開發的圖形設計及其他工作。對於大眾化手機遊戲，開發週期亦從2至3天至兩週的範圍大幅增加至精品遊戲的超過20週，且對於該等更複雜的遊戲，最長可達八個月。精品遊戲開發工作轉變，並無導致創收遊戲數量即時相應增加，乃由於(1)與上述的傳統手機遊戲相比，精品遊戲所需較長的開發時間；及(2)由於本集團為精品手機遊戲市場的新進入者，我們需要額外時間與經銷渠道提供商尋求合作；(ii) **撤回部分遊戲，回應註冊規定**：由於二零一六年末前須完全符合國家新聞出版廣電總局及文化部行政程序實施的註冊規定，本集團已評估註冊遊戲的裨益及成本，以及預期未來收益。由於註冊所有現有的遊戲可能增添過度行政工作的負擔及交易成本，本集團僅註冊已選擇的遊戲。就本集團並無根據相關規則尋求註冊的其他遊戲，我們不再經營該等遊戲(「與政策相關撤回的遊戲」)；(iii) **暫停批准遊戲註冊**：根據中國共產黨中央委員會及全國人民代表大會實施的新政策，國家新聞出版廣電總局已自二零一八年三月起暫停遊戲註冊審批及發出手機遊戲版號，且僅自二零一八年十二月二十一日起，相關機構恢復遊戲註冊審批程序。根據弗若斯特沙利文報告，鑒於審批程序僅剛恢復，二零一八年四月至二零一九年二月期間的審批數目僅為83款進口遊戲，仍大幅低於暫停事件前超過1,500款本地遊戲的水平。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素」中「與我們業務

## 業 務

有關的風險—我們的收益大部分來源於手機遊戲的開發及運營。為維持我們的收入增長及競爭地位，我們須繼續推出吸引及留住大部分玩家的新遊戲。」一節及本章「於往績記錄期減少手機遊戲產生收益數目及新推出手機遊戲以及撤回遊戲的原因」一節。

有關自我們的自主開發及授權遊戲產生的手機遊戲開發及運營業務線收益詳情，請參閱「(1)我們的手機遊戲開發及運營業務」一段。

我們聘用多家經驗豐富且實力雄厚的公司為我們的經銷渠道提供商，彼等專門於通過涵蓋安卓操作系統上第三方應用商店的經銷平台及廣告聯盟的廣泛網絡及在手機應用程序上採用彈出式廣告及贊助商鏈接等經銷手機遊戲及數字媒體內容。我們分銷平台的若干例子包括第三方應用程序商店、專門手機生產商應用程序商店及通訊運營商應用程序。通過於分銷平台讓我們的遊戲可供下載且通過聯合廣告，我們相信，我們能夠伸延推廣遊戲，以捕捉大量不同年齡層及背景的潛在玩家。

中移互聯網及其聯屬人士以及按經銷渠道供應商劃分的收益明細如下：

	二零一六財年		二零一七財年		二零一八財年		二零一八年止三個月		二零一九年止三個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中移互聯網及其聯屬人士.....	23,434	20.1%	36,211	24.0%	15,964	17.6%	5,822	20.4%	1,868	5.2%
五大經銷渠道提供商 <sup>(附註)</sup> .....	48,479	41.6%	67,521	44.7%	37,954	41.9%	14,213	49.7%	28,288	78.8%
其他經銷渠道提供商.....	44,635	38.3%	47,335	31.3%	36,693	40.5%	8,548	29.9%	5,758	16.0%
總計.....	<u>116,548</u>	<u>100.0</u>	<u>151,068</u>	<u>100.0</u>	<u>90,611</u>	<u>100.0</u>	<u>28,583</u>	<u>100.0</u>	<u>35,914</u>	<u>100.0</u>

附註：指五大經銷渠道提供商，不計及中移互聯網有限公司及其附屬公司

## 業 務

無論玩家下載手機遊戲的分銷渠道或分銷平台，來自虛擬物品銷售的收入將通過支付渠道結算。於二零一六財年至二零一八財年，我們的收入幾乎全部來自中移互聯網及其聯屬人士，自二零一九年止三個月以來，我們在多人遊戲中引入微信支付。以下載列於往績記錄期透過不同付款渠道及結算平台產生的手機遊戲開發及營運收入明細。

	二零一六財年		二零一七財年		二零一八財年		二零一八年止三個月		二零一九年止三個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電訊運營商應用商店										
– 中移互聯網有限公司及其附屬公司應用商店 <sup>(附註1)</sup> ...	116,500	100.0	150,815	99.8	89,563	98.8	28,367	99.2	23,098	64.3%
其他電訊運營商應用商店 <sup>(附註1)</sup> .....	48	-	220	0.2	443	0.5	163	0.6	-	-
第三方電訊運營商應用商店 <sup>(附註2)</sup> .....	-	-	5	-	484	0.5	4	-	12,816	35.7
手機製造商專用應用商店 <sup>(附註3)</sup> .....	-	-	28	0.1	121	0.2	49	0.2	0	0
	<u>116,548</u>	<u>100.0</u>	<u>151,068</u>	<u>100.0</u>	<u>90,611</u>	<u>100.0</u>	<u>28,583</u>	<u>100</u>	<u>35,914</u>	<u>100.0%</u>

附註：

- (1) 中移互聯網及其聯屬人士一直為主要的結算代理商，其虛擬物品銷售收入自二零一六財年至二零一八財年結算。在二零一九年止三個月期間，由於為二零一九年一月推出的新多人遊戲引入其他支付方式，通過第三方應用商店收集的收入有所增加。其他電訊運營商應用程式指通過另外兩個電訊運營商進行的結算。
- (2) 其指通過若干流行的社交渠道及在線支付工具進行結算。
- (3) 其指通過手機製造商託管的若干支付應用程式進行結算。

### (ii) 資訊服務

為發揮我們遊戲開發及運營的經驗，自二零一八財年起，本集團與一名公司客戶合作的資訊服務，以將媒體內容融入我們所經營的部分手機遊戲。當玩家在指定的空間點擊遊戲連結，並觀看該名公司客戶發佈的媒體內容，我們自提供的遊戲廣播時間產生收益。

我們於二零一八財年開展該業務，於同年產生的收益為人民幣0.9百萬元。於二零一九年止三個月，產生的收益為人民幣0.2百萬元。

## 業 務

於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們的收益分別為人民幣139.8百萬元、人民幣170.7百萬元、人民幣143.0百萬元及人民幣44.7百萬元。同期，我們錄得的毛利分別為人民幣65.1百萬元、人民幣76.8百萬元、人民幣62.3百萬元及人民幣16.0百萬元。本公司擁有人應佔利潤分別為人民幣36.5百萬元、人民幣46.6百萬元、人民幣47.7百萬元及人民幣2.6百萬元。同期經營活動產生的現金淨額分別為人民幣38.3百萬元、人民幣74.8百萬元、人民幣32.7百萬元及人民幣79.3百萬元。

我們的收益由二零一六財年的人民幣139.8百萬元增加人民幣30.9百萬元至二零一七財年的人民幣170.7百萬元，增幅22.1%，主要由於手機遊戲開發及運營業務收入增加人民幣34.5百萬元。儘管二零一七財年期間產生收益的手機遊戲數量減少，我們的收入仍然有所增長，乃主要由於(i)我們五大遊戲的平均月付費用戶由二零一六財年的730,019名增加至二零一七財年的1,166,417名；及(ii)我們相信，致力推廣可促進更多消費的精品遊戲，使我們五大遊戲中每名付費用戶平均收入總額的範圍由二零一六財年的人民幣4.36至21.67元增加至二零一七財年的人民幣10.48至21.03元。影響玩家人數的因素包括整體經濟狀況及遊戲行業的景氣、開發遊戲且遊戲持續受追捧的能力、與經銷渠道提供商及結算代理的業務關係、將用戶群體變現的能力以及競爭及人才成本。我們的收入由二零一七財年的人民幣170.7百萬元減少人民幣27.7百萬元至二零一八財年的人民幣140.3百萬元，降幅16.2%，乃由於我們手機遊戲開發及運營業務收益減少人民幣60.5百萬元，部分由我們數字媒體內容經銷業務貢獻的收入增加人民幣31.9百萬元所抵銷。儘管手機遊戲開發及運營業務的收入由二零一七財年的人民幣151.1百萬元至二零一八財年的人民幣90.6百萬元減少人民幣60.5百萬元，降幅40.0%，而來自我們數字媒體內容經銷業務線的收入增加人民幣31.9百萬元，已部分抵銷該減少，乃主要由於(i)我們經銷的電子雜誌收益自二零一七財年的人民幣19.6百萬元增加至二零一八財年的人民幣51.5百萬元；及(ii)訂閱數量由二零一七財年的5.6百萬增加至二零一八財年的12.4百萬。隨我們於二零一九年一月成功推出首款多玩家手機遊戲(當中在該期間產生人民幣12.6百萬元的收益及國家新聞出版廣電總局於二零一八年十二月恢復新開發遊戲審批後在該期間推出26款新手機遊戲)以來，我們的收益由二零一八年止三個月的人民幣42.7百萬元增加人民幣2.0百萬元或4.7%至二零一九年止三個月的人民幣44.7百萬元。有關我們往績記錄期經營數據波動的詳細討論，請參閱本文件「財務資料－影響我們經營業績的主要因素」及「財務資料－歷史經營業績回顧」各節。

## 業 務

### 數字媒體內容經銷

我們亦分銷多元化的電子雜誌，類別覆蓋生活方式、休閒及養生，以及漫畫及音樂。於往績記錄期，我們的電子雜誌如戶外生活、petpet也快樂、財訊買樓通及影評錄及其他數字媒體內容在中國通過我們的發佈平台經銷。我們針對的是隨著近年來智能手機的廣泛使用，閱讀習慣亦由紙質轉向數字形式的讀者。讀者按月或按特定期刊訂閱我們的電子雜誌及其他數字媒體內容。於二零一九年止三個月，我們的電子雜誌錄得3.5百萬次訂閱。我們根據市場勢向及讀者偏好自第三方內容提供商購買數字媒體內容的許可權。於往績記錄期，我們自電子雜誌業務所得幾乎所有收益均來自訂閱月刊。

### 我們的競爭優勢

我們認為，我們的以下主要競爭優勢對我們的成功及未來增長至關重要：

#### 手機遊戲開發及運營及數字媒體內容經銷的互補造就協同業務模式

作為中國數字娛樂內容提供商，我們已於開發及運營多元化內容組合中累積經驗，組合包括手機遊戲、電子雜誌及其他數字媒體內容。我們於二零一一年率先開展數字媒體內容經銷業務，並於二零一四年當我們開始開發及／或運營一系列休閒手機遊戲時將產品供應擴展至手機遊戲並且自二零一七財年及二零一八年十一月起，我們亦分別開展精品手機遊戲及多玩家手機遊戲的開發及運營。我們的董事認為類似的技能組合需要我們所專注於不同種類的數字媒體內容，例如研發能力、貨幣化措施及管理經銷渠道提供商及經銷平台以及發佈平台關係方面的能力，讓我們拓展我們的產品供應組合至其他範圍。經過多年的運營，我們已累積經驗物色適合的產品及採取最佳的貨幣化措施，以延長數字媒體內容的生命週期。我們若干流行遊戲如機智的小鳥於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年為我們五大遊戲之一，生命週期超過三年。戶外生活繼續維持我們於往績記錄期分銷的十大電子雜誌。本集團通過發揮於不同數字媒體內容開發及／或運營的經驗、知識及專長，已成功開發及運營

## 業 務

一系列基於廣受玩家接納的流行娛樂產權夢想三國的精品遊戲。夢想三國之闖關專家於二零一七財年及二零一八財年的應佔收益分別為人民幣3.2百萬元及人民幣6.3百萬元。我們的董事認為，為了盡量增加我們的收益，我們的業務線已實現協同效應，原因是不同業務線的人員可分享彼此的經驗、知識及專長，加強我們業務運營整體的效率及效用。

此外，我們的互補業務線已證明於往績記錄期能維持我們的財務實力及業務穩健性。由於中國政府的一系列機構重組，國家新聞出版廣電總局進行改革並成為國務院的直屬機構，且於二零一八年三月至十二月，中國已經暫停審批新遊戲註冊。我們已積極響應暫停事件，並將重點轉向更加著重授權遊戲經銷，儘管暫停事件導致取得授權遊戲許可權的競爭激烈，且考慮到授權遊戲的價格上漲及我們的資源分配，我們仍於二零一八財年期間取得28款手機遊戲的許可權，並將授權遊戲所的貢獻收益比例提高，以對抗暫停事件帶來的負面影響。我們亦已著力於數字媒體內容經銷，且數字媒體內容經銷業務產生的收益亦由二零一七財年的人民幣19.6百萬元增加至二零一八財年的人民幣51.5百萬元，增加162.8%。因此，與二零一七財年相比，我們於二零一八財年的盈利維持穩定。

### **我們與一眾中國經銷渠道提供商穩定的業務關係幫助我們瞄準並吸引更多潛在付費玩家及數字媒體內容訂戶**

憑藉我們中國經銷渠道提供商的廣泛網絡，我們的遊戲分銷主要通過於安卓操作系統上線的第三方應用商店、手機製造商專用應用商店及電訊運營商應用商店等若干經銷平台，以及可將我們的遊戲於移動應用程序以彈出式廣告及贊助商鏈接形式出現的廣告聯盟。通過經銷平台及廣告聯盟，我們得以深入多樣化的潛在玩家群體。該等經銷平台的大量流量，使我們在短時間內吸引大量玩家，從而快速增加我們的手機遊戲。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們分別與71家、71家、78家及37家經銷渠道提供商進行交易。二零一九年止三個月經銷渠道提供商的減少與同期遊戲所得收益減少一致。

我們的經銷渠道提供商為從事軟件及遊戲開發及經銷的知名公司，包括一間是納斯達克的上市公司，一間於新三板掛牌的公司，而另一間則為聯交所上市公司的附屬公司。透過我們與此等在網絡及離線手機遊戲經銷方面擁有豐富經驗的經銷渠道提供商合作，我們認為，我們將能夠為遊戲產品提供廣闊網絡，並有助拓展我們的市場覆蓋度。我們與我們的五大經銷渠道提供商保持平均三年的業務關係。

## 業 務

為確保我們經銷網絡的質量及有效性，我們已採納多項甄選標準用於評估我們的經銷渠道提供商，包括(i)網絡覆蓋度及運營能力；(ii)推廣手機線下遊戲的往績記錄；及(iii)費用結構。我們認為，採用多渠道市場推廣策略能夠令我們以節約成本的方式經銷我們的遊戲並創造多核心經銷能力，同時使我們得以專注於遊戲開發改進及運營的核心優勢上。

### 多樣化的遊戲產品組合、卓越的遊戲體驗以及強大的優化及變現能力

我們為各個年齡段的玩家提供多樣化的遊戲產品組合。於往績記錄期，我們的手機遊戲開發及運營業務線的收益於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月分別自496款、222款、91款及60款遊戲中產生，其中於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月分別有81.0%、42.5%、37.6%及4.6%產生自自主開發遊戲。我們早年獲許可權的多玩家手機遊戲覆蓋多個種類，包括跑酷、消除、策略及益智以及冒險。我們已於二零一五年開始組建我們內部的研發團隊，以創造、設計及開發遊戲基本功能以外的虛擬物品。我們亦為我們的部分遊戲故事情節及角色開發取得娛樂產權的許可權。憑藉我們數年來的運營經驗，我們能夠獲得遊戲類型的深刻經驗及知識、吸引平均月付費用戶的經銷平台特點及玩家的付費行為。我們亦已在數年經營過程中確立了若干遊戲類別(尤其是[消除遊戲及跑酷]方面的競爭優勢。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們已推出四款手機遊戲。我們亦開始通過運營我們的第一個授權多玩家手機遊戲拓展手機遊戲業務。我們計劃於二零一九年下半年進一步運營另外四款授權手機遊戲。

我們始終堅持營造以玩家為本的遊戲環境，為玩家提供輕鬆、休閒、免費下載及暢玩的遊戲體驗。我們提供引人入勝的遊戲設計、邏輯、場景及功能，皆以用戶友好型界面展現。我們在所有遊戲的設計上為玩家設置不同的挑戰難度，與此同時基於該等玩家的遊戲進度對彼等進行獎賞。通過分析玩家在遊戲中的行為(例如使用特定遊戲功能的頻率、對遊戲設置及促銷活動的反應以及購買模式)，我們亦時常推出更新以提升我們的遊戲特性，保持玩家興趣，並吸引玩家成為付費用戶以增加虛擬物品的銷售。

## 業 務

我們認為我們遊戲的特點使我們得以快速吸引新玩家體驗我們的遊戲，形成玩家群聚效應，有利於未來增長。我們向尋求藉助特殊力量、裝備及／或解鎖更高等級以提升遊戲體驗的玩家出售遊戲虛擬物品，從而獲取收益。我們對遊戲開發及改進採用優化及變現策略，以此促進虛擬物品的銷售。我們亦致力於通過提供由中國三大電訊運營商提供的便捷結算服務以精簡及優化玩家的付款程序。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們的手機遊戲開發及運營分別產生收益為人民幣116.5百萬元、人民幣151.1百萬元、人民幣90.6百萬元及人民幣35.9百萬元。我們認為，我們提供的遊戲體驗，配合遊戲的持續改進，因此得以提高玩家黏度，從我們表現最搶眼的遊戲如機智的小鳥(其為我們於截至二零一八年十二月三十一日止三個年度的五大遊戲)中可見一斑。

### 我們對數字媒體內容的選擇及廣大的讀者群體使我們能夠在數字媒體行業立足

自二零一一年以來，我們亦於數字媒體行業立足。我們策略性地將我們的數字媒體內容經銷業務集中在針對讀者的主流雜誌上，從生活方式、健康及心理等不同的類型，通過發佈平台分銷，使我們能夠接觸到中國最大電訊運營商的龐大客戶群。我們根據雜誌印刷本的受捧程度選擇用於數字經銷的雜誌，以確保雜誌將深受目標讀者的歡迎。我們亦是發佈平台上獲得雜誌電子經銷許可權的唯一經銷商。

我們與第三方雜誌出版商的合作，以及中國最大電訊運營商作為經銷平台和支付結算代理，使我們在數字媒體行業的良好往績記錄成為可能。於二零一九年止三個月期間，我們的電子雜誌錄得3.5百萬次的訂閱人次。於往績記錄期，我們自電子業務所得幾乎所有收益均來自訂閱月刊。我們已能吸引多本已建立的雜誌與我們合作，於往績記錄期，我們已分別發行40、50、47及46本電子雜誌。

## 業 務

我們的董事認為，我們的經銷網絡背靠中國最大電訊運營商，加上我們數字媒體內容經銷業務的往績記錄，使我們能夠為希望以數字格式發行雜誌的第三方雜誌出版商提供整體解決方案，以抓住中國電子雜誌市場智能手機用戶日益擴大的規模。根據弗若斯特沙利文報告，中國的手機讀者訂閱人數已從二零一三年的490百萬人升至二零一八年的762百萬人，複合年增長率為9.2%。我們相信，隨著移動設備使用量的不斷增加，以及電子雜誌提供即時互動的獨特功能，將可進一步擴大我們對不斷壯大的潛在手機讀者的接觸面以及我們的運營規模。

### 我們擁有一支具有豐富運營專長和行業知識的成熟盡職的管理及研發團隊

我們擁有一支富有經驗且具有深刻行業洞見及注重創新、誠懇及留用人才的創業企業文化的專業管理團隊。我們的主席、首席執行官兼執行董事呂先生於有關互聯網服務及移動媒體業務的業務發展、供應商管理及財務管理行業擁有廣泛經驗。於二零一五年加入本集團前，呂先生曾於新浪網及A8音樂集團等知名企業擔任高職。我們的執行董事梁俊華先生於業務發展及財務管理方面經驗豐富。加入本集團前，我們的首席財務官兼執行董事梁先生在包括投資銀行、醫療科技及設備公司等多個行業擁有逾六年的財務管理經驗。此外，截至二零一九年三月三十一日，我們的研發部門由14名人員組成，其中多數具備專上教育程度。研發部門負責人於遊戲研發及相關應用方面經驗豐富。我們開發團隊的其他骨幹成員也擁有相關經驗並具備專上教育程度。

憑藉董事會及高級管理層成員多樣化的背景及經驗，加上彼等的運營專長及行業知識，我們認為我們能夠將董事及高級管理人員的見解及觀點轉化成並發展成為一間具備多樣均衡遊戲產品組合的公司，其中的遊戲能夠吸引玩家並將增加每名付費用戶平均收入及變現機遇，以及具備用於數字經銷的多種類別的數字內容產品組合。我們認為我們已就行業動態採取積極措施並嚴陣以待捕捉市場需求、抓住未來增長。有關詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

## 業 務

### 業務策略

我們計劃執行下列策略以進一步吸引越來越多的玩家暢玩我們的手機遊戲，從而增加我們自遊戲獲取的收益以及擴大我們在數字媒體內容經銷領域的市場份額：

#### 擴大手機遊戲的市場份額並以精品手機遊戲作為戰略重點

我們相信，合資格且動態的手機遊戲組合對保障並擴大我們的玩家群至關重要，可擴大我們於手機遊戲市場的地位。因此，我們擬採用以下策略：

- **取得額外手機遊戲的許可權：**我們計劃自第三方取得額外手機遊戲的許可權。我們的董事相信，通過運營該等授權遊戲，我們亦可積累設計、動漫等相關技術。由於我們預計分配更多資源及時間予精品遊戲開發，並應對遊戲註冊批准過程中相關法律及法規發生變化時所出現的任何延誤，因此我們亦擬增加手機遊戲組合中優質授權遊戲的數量；
- **開發內部手機遊戲，尤其是精品手機遊戲：**為了(a)在遊戲開發過程中促進創新及創造力；(b)加強我們手機遊戲的開發，以精品遊戲作為具體點；(c)通過採取額外的數據分析法拓展我們的產品組合，並增加我們虛擬物品的吸引力；及(d)進一步探索不同類型手機遊戲的新機遇，增強玩家黏性並延長該等遊戲的生命週期，我們計劃加強我們的內部遊戲研發能力。因此，我們計劃招聘25名新研發人員，包括四名管理層，並強化對研發團隊成員的培訓，以激發彼等的創造性技能並提高開發效率；
- **升級信息技術基礎設施：**為支持我們的業務增長並加強研發能力，我們計劃實施軟件(如遊戲引擎、遊戲設計工具等)升級及購買必備硬件，以應對設計及開發目的不斷增長的技術需求；及

## 業 務

- **擴充銷售及營銷人員以及運營團隊：**為支持該策略，我們計劃額外招聘於相關行業(尤其是精品手機遊戲行業)擁有經驗的銷售及營銷人員以及運營人員。於往績記錄期，由於我們的手機遊戲開發及運營業務專注於手機遊戲，我們一直專注於與手機遊戲的經銷渠道提供商溝通及聯絡，同時利用我們於中國手機遊戲行業建立的聲譽，因此將費較少工夫建立我們的業務網絡。由於我們提高手機精品遊戲比例，並進一步開發我們的業務以擴展多玩家手機遊戲，為我們打進市場及與其他潛在業務夥伴(如娛樂產權的授權人及手機遊戲的新經銷渠道提供商)發掘機遇，董事認為，本集團須於銷售及營銷及以運營方面擴充團隊。

該策略預計成本為[編纂]百萬港元。我們擬悉數使用[編纂][編纂]的[編纂]百萬港元(佔[編纂]所[編纂]的[編纂]%)為上述策略提供資金。

### 加快我們在多玩家手機遊戲市場的擴張

我們相信我們能利用我們現有的運營及經銷經驗及單人玩家手機遊戲的開發資源，令我們進入及擴展至中國多玩家手機遊戲市場。截至最後實際可行日期，我們已於中國推出三個授權多玩家手機遊戲，包括兩款授權遊戲及一款自主開發遊戲。因實現多玩家元素的複雜性、不同的開發方法及增加手機遊戲玩家間的互動功能，我們擬採用以下策略：

- **取得多玩家手機遊戲的許可權：**我們計劃自第三方許可人取得額外多玩家手機遊戲的許可權，包括冒險遊戲及角色扮演遊戲。我們的董事相信，取得授權遊戲乃本集團擴大多玩家手機遊戲市場之市場份額的良好開端；
- **開發內部多玩家手機遊戲：**我們的目標為擴大我們目前的研發團隊，並聘請25名手機遊戲的新研發人員(其於遊戲行業擁有經驗，尤以PHP程式編寫、Linux系統及採用狀態或黏性同步化的領域)，包括四名管理層人員，以促進我們的遊戲開發及市場拓展；

## 業 務

- **升級信息技術基礎設施：**由於手機遊戲要求更高程度的編程技巧及更強的信息化能力，以應對大量玩家同時於網絡上玩遊戲及互動，我們計劃採取為手機遊戲運營保留的額外服務器、軟件及搜索系統。該等信息技術系統將提高我們的存儲容量、提升網絡要求、提高網絡服務器負載，以應付手機遊戲更高數據存儲的需求；及
- **擴充銷售及營銷人員以及運營團隊：**為支持該策略，我們計劃額外招聘於相關行業(尤以手機遊戲行業)擁有經驗的銷售及營銷人員以及運營人員；

該策略預計成本為[編纂]百萬港元。我們擬使用[編纂][編纂]的[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]的[編纂]%)為上述策略提供資金。

### 利用流行娛樂產權，以開發精品手機遊戲

根據弗若斯特沙利文報告，基於流行娛樂產權的手機遊戲，例如出現在電視節目、電影、其他遊戲或動畫電影中的經典角色，往往具有更長的生命週期及更高的受歡迎程度。因此，我們擬通過利用流行娛樂產權，進一步提升我們在手機遊戲開發及運營以及數字媒體內容經銷方面的市場地位。尤其是，我們相信推出更多精品遊戲(其中故事情節基於受歡迎的娛樂產權)令本集團能創造更廣泛的玩家群體並提升轉換率。此外，我們相信基於流行娛樂產權的遊戲將加速對我們手機遊戲的市場接受度，我們亦可通過開發基於相同娛樂產權的不同系列遊戲以享受規模經濟。我們持續評估市場趨勢，並繼續與著名及流行娛樂產權及其他知識產權尋求業務合作及許可機會，從而開發精品遊戲及更迅速有效地滲入目標市場。我們的董事相信，取得遊戲開發娛樂產權在商業上屬合理，原因如下：(i) **過往成功：**我們以娛樂產權為基礎的遊戲過往曾取得成功，例如我們手機遊戲系列中的夢想三國，我們相信，我們將受益於與該等主要娛樂產權授權方及其他知識產權授權方的合作安排，我們將能利用彼等的廣告資源推廣我們以娛樂產權為基礎的遊戲；(ii) **許可費成本：**由於[編纂]前財務資源有限，本集團採取保守方法分配娛樂產權的資源，因此，我們並無於往績記錄期，花費大量金額採購任何娛樂產權的許可權；此外，由於本集團一直探索不同種類的手機遊戲及遊戲模

## 業 務

式，並鑒於過往在若干流行娛樂產權的成功及最新市場趨勢，我們過往並無專注於任何特定種類的手機遊戲，董事認為，流行娛樂產權許可權有助我們的手機遊戲業務取得更強勁的增長符合本集團利益；及(iii) **風險分散**：開發不同類型的手機遊戲將有助我們分散風險，因為該等娛樂產權通常較遊戲開發商創造的獨立主題更受歡迎，而娛樂產權授權方推出的促銷活動(例如電影或推出其他配套產品)亦將對我們有利。截至最後實際可行日期，本公司及品牌許可人尚未就上述娛樂產權訂立切實的許可條款。該戰略預計成本為[編纂]百萬港元。我們擬使用[編纂][編纂]的[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]的[編纂]%)為上述策略提供資金。

### 加強我們的貨幣化措施及促進與我們供應商的合作

我們相信，貨幣化措施及與我們供應商的合作，尤其是與經銷渠道提供商及結算代理的合作對我們的業務成功至關重要。因此，我們計劃：

- **加強我們的貨幣化措施**：就手機遊戲開發及運營業務而言，我們通過增進我們的數據分析能力，以取得對玩家行為及偏好的更好理解，我們計劃提高貨幣化措施，包括提升我們遊戲的設計及設置，升級及／或推出新特性及內容、新型及創新性遊戲；及

## 業 務

- **促進與我們供應商的合作並擴大我們的經銷網絡：**我們的經銷能力取決於經銷渠道提供商及結算代理。我們計劃與經銷渠道提供商合作，通過加強與現有經銷渠道提供商的溝通，以鞏固與彼等的關係，從而提升我們的經銷網絡，並優化我們與彼等的收益分享安排。我們亦計劃通過尋求與新經銷平台的合作擴大我們的經銷網絡。於往績記錄期，我們已與眾多應用商店運營商(包括製造商專用應用商店及電訊運營商應用商店)及經銷渠道提供商訂立營銷安排，從而將我們的遊戲置於彼等遊戲貨架上的顯眼位置。我們亦參與各種營銷活動，以增加我們手機遊戲產品曝光率，例如，我們擬加強我們在遊戲展覽及節日等行業活動中的影響力，同時加強我們對多種廣告渠道的投資，包括互聯網及社交媒體。

### 多元化支付及結算服務提供商的使用，以優化我們遊戲的支付功能，刺激玩家的進一步消費

於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年以及二零一九年止三個月期間，我們收入的100%、99.0%、99.8%及64.3%通過中國移動及其聯屬人士提供的支付平台支付及結算。作為我們戰略的一部分，我們在考慮手機遊戲的成本及優勢以及兼容性後，不斷尋求與不同支付渠道合作的可能性。隨著我們推出更多新遊戲並開始開發及運營更複雜的多人遊戲，我們將順應潮流，將我們的支付及結算代理多元化至微信支付及支付寶。我們亦期望將微信支付及支付寶應用至更多遊戲，從而使我們的手機遊戲的支付選項多元化，並刺激玩家的進一步消費。我們的多元化戰略導致通過中國移動及其聯屬人士作為支付代理商產生的收入自二零一八財年的99.8%下降至二零一九年止三個月的64.3%。董事認為，本集團須多元化及優化組合支付渠道，以實現可持續業務增長。

### 豐富我們的數字媒體內容產品

除我們的手機遊戲產品外，我們亦計劃擴大並加強我們的數字媒體內容經銷業務。因此，我們將透過提供更好的內容、提升讀者體驗及擴寬經銷渠道尋求擴大我們的市場份額。就電子雜誌而言，我們計劃增加經銷平台電子雜誌的數量，包括取得流行及／或獨家冠名及首次發行的雜誌的許可權。此外，我們計劃擴大我們的經銷渠道，以便擴大我們的讀者群。

## 業 務

我們亦計劃招募額外兩名銷售及營銷以及運營人員負責運營及與經銷渠道提供商聯絡，以及提高我們運營效率，以支持我們經拓展的內容庫。該戰略預計成本為[編纂]百萬港元。我們擬使用[編纂][編纂]的[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]的[編纂]%)為上述戰略提供資金。

### 尋求戰略收購及合作夥伴，以迅速取得市場份額

根據弗若斯特沙利文報告，行業莊家亦普遍針對價值鏈上的其他行業參與者展開併購活動，以擴大業務覆蓋度。根據弗若斯特沙利文，過去五年遊戲行業有超過100項併購活動。我們矢志通過有機增長及挑選合適的戰略收購以及我們相信可提高我們的整體遊戲開發能力、擴展我們的內容創造、採選、經銷及適應能力並強化我們技術能力的實體建立合作夥伴關係擴大我們的業務。為擴大我們的遊戲產品組合及地理覆蓋度，我們擬選擇性地收購與我們形成互補的手機遊戲開發商或(尤其是具備創作藝術及設計能力的開發者或擁有成熟經銷網絡者)的權益或與其達成戰略合作夥伴關係。

選擇該等投資目標時，我們一般考慮的因素包括：(i)與我們策略計劃的符合度、潛在協同效應程度；(ii)相關公司的市場地位；(iii)管理團隊經驗；及(iv)財務指標，如估值、歷史運營指標和財務業績。選擇合作的開發及／或運營團隊時，我們通常考慮其教育背景、相關經驗、市場地位、開發遊戲的往績記錄及團隊流失率。我們進行收購目標的標準包括：

- **與我們的策略規劃及潛在協同效應程度的合適性：**該等公司亦將屬於數字娛樂行業的價值鏈內，該行業亦從事開發手機遊戲及其他數字媒體內容製作及發行，於手機遊戲以及經銷網絡的開發能力特別強，並將配合我們在遊戲研發、運營及經銷方面的現有能力和經驗。董事相信，該等手機遊戲開發商的相關經驗及專業知識將進一步提升我們於手機遊戲行業的能力；
- **相關公司的市場地位：**我們計劃專注於位於中國的收購目標，我們亦預期該等公司的經營歷史約一至三年。透過在中國實施收購計劃，我們將可利用各地區的人力資源及業務網絡；

## 業 務

- **管理團隊的經驗：**一般而言，我們專注於運營規模相對較小的目標，達到22名員工，我們針對具備開發及經營手機遊戲的專業知識及經驗的人員；
- **財務指標：**我們旨在收購財務表現良好(包括淨利潤、正現金流量及正淨資產)的公司。我們亦會考慮該等公司有待面市的產品，例如將推出的遊戲等。該策略預計成本為[編纂]百萬港元。我們擬使用約[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)以進一步推行該等策略。作為旨在擴大我們在手機遊戲及數字媒體內容分發的開發及運營中的運營及市場份額的中國數字媒體娛樂內容提供商，我們將[編纂]的主要部分分配至手機遊戲開發及市場擴張，餘下[編纂]的[編纂]已撥作尋求收購潛在公司。我們的董事認為，該等分配及安排符合本集團的業務策略，倘該等收購的成本超過分配的[編纂]金額，則該差額將由內部資源撥付。

我們的董事相信，藉助該等收購及／或合作夥伴關係，我們將能夠(i)提高開發能力及實力；(ii)減少遊戲開發週期的長度；及(iii)吸引新的經銷渠道提供商。截至最後實際可行日期，我們並無物色任何特定合適的潛在收購目標。

### 選擇拓展至海外市場並建立海外玩家基地

截至最後實際可行日期，我們所有遊戲均面向中國市場。作為發展業務及增加市場份額戰略的一部分，我們正探索拓展至中國以外市場的機會，以抓住增長機遇。於二零一九年二月二十六日，公司已與品牌許可人訂立具有法律約束力的協議，據此，品牌許可人已同意按本集團將展開的可行性研究及將約定的許可條款向我們授出為期12個月有關若干遊戲開發娛樂產權的獨家權利。我們有意與領先的海外市場遊戲發行商合作，以根據我們尋求進入的當地市場的語言、風格及玩家偏好，對我們的遊戲內容及設計進行本土化及調整。此外，我們計劃啟動跨境遊戲活動(如不同國家玩家的實時對戰)，以促進建立我們遊戲的國際虛擬社區，並使我們能夠擴大國際玩家基地。

## 業 務

### 我們的業務模式

於往績記錄期，我們的業務主要於兩條業務線下運營：

- (1) **手機遊戲**：(i)開發及運營手機遊戲，除於往績記錄期主要專注的休閒手機遊戲外，我們亦自二零一七財年起開始開發及運營精品手機遊戲，以及自二零一八年十一月起開始開發及運營多玩家手機遊戲，且我們於二零一九年一月推出首款多玩家手機遊戲。在此業務線下，我們的手機遊戲由我們自主開發，或按照授權協議由第三方授權。於往績記錄期，我們的收益主要來自我們手機遊戲中虛擬物品的銷售；(ii)本集團與一名公司客戶合作的資訊服務，以將媒體內容融入我們所經營的部分手機遊戲，玩家點擊指定空間的遊戲鏈接並查看由該公司客戶發佈的媒體內容以換取虛擬物品時，我們自提供遊戲時間獲得收益；及
- (2) **數字媒體內容經銷**：數字媒體內容經銷，包括自第三方購買紙質雜誌、漫畫及音樂等媒體內容的許可權並經銷數字格式內容。於往績記錄期，我們的收益主要來自數字媒體內容的讀者訂閱。

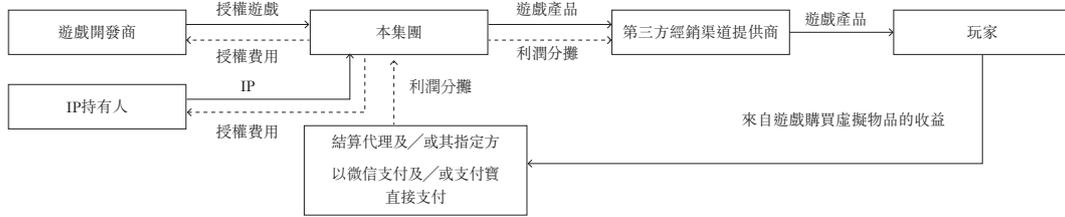
下表載列我們於往績記錄期按業務線劃分的收益明細。

	二零一六財年		二零一七財年		二零一八財年		二零一八年止三個月		二零一九年止三個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
手機遊戲										
開發及運營手機遊戲 .....	116,548	83.4	151,068	88.5	90,611	63.4	28,584	67.0	35,914	80.4
— 資訊服務 .....	-	-	-	-	918	0.6	-	-	178	0.4
數字媒體內容經銷 .....	23,207	16.6	19,586	11.5	51,450	36.0	14,086	33.0	8,566	19.2
	<u>139,755</u>	<u>100.0</u>	<u>170,654</u>	<u>100.0</u>	<u>142,979</u>	<u>100.0</u>	<u>42,670</u>	<u>100.0</u>	<u>44,658</u>	<u>100.0</u>

## 業 務

### (1) 我們的手機遊戲開發及運營業務

以下提供我們手機遊戲開發及運營業務的全面說明：

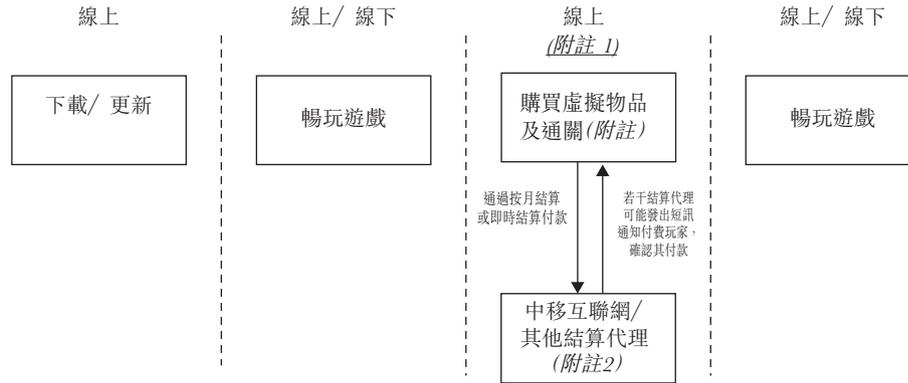


附註：

- (1) 除開發我們的遊戲外，我們以按年支付授權費自第三方遊戲開發商獲得遊戲的許可權運營彼等的遊戲；或自第三方遊戲開發商基於一次性付款方式獲得原代碼的永久許可證，介乎人民幣10,000元至人民幣40,000元。並進一步開發及運營該遊戲。有關與授權方就授權遊戲及原代碼所訂立條款的進一步詳情，請參閱本節「與供應商的主要合約條款」一段。
- (2) 我們自知識產權持有人獲得的動畫電視連續劇或電影中受捧及走紅角色的娛樂產權許可權。我們須支付介乎人民幣[0.4]百萬元至人民幣[1.0]百萬元的前期最低保證金及參考遊戲產生收益總額約4%至8%計算的專利費。有關與授權方就娛樂產權所訂立條款的進一步詳情，請參閱本節「與供應商的主要合約條款」一段。
- (3) 我們任用經銷渠道提供商通過多個經銷平台及廣告聯盟經銷我們的自主開發遊戲或授權遊戲。手機遊戲可通過彈出廣告及手機應用上的讚助鏈接分銷，其將引導玩家至由分發渠道提供商維護的用於下載遊戲的超鏈接。我們聘請分銷渠道提供商在各種平台及分銷渠道分銷手機遊戲，本集團專注於遊戲的貨幣化及優化，包括採取各種措施將非付費玩家轉換為付費玩家，例如引入新類型及變體虛擬物品。有關詳情，請參閱本節「貨幣化措施」一段。
- (4) 玩家可通過經銷平台及廣告聯盟下載我們的手機遊戲。
- (5) 玩家可選擇通過我們結算代理提供的付款渠道進行遊戲內購買購入虛擬物品以提升彼等的遊戲體驗。
- (6) 視乎與經銷渠道提供商的協議條款，我們通過付款渠道收取來自玩家一般為20%至75%的淨收入將向第三方經銷渠道提供商支付。有關經銷渠道提供商條款的進一步詳情，請參閱本節「與供應商的主要合約條款」一段。
- (7) 根據我們與我們的結算代理所訂立服務協議的條款，我們的結算代理保留玩家總收入的30%，並向我們支付玩家總收費的70%。有關我們與結算代理所訂立的服務協議條款的進一步詳情，請參閱本節「與供應商的主要合約條款」一段。
- (8) 根據我們與娛樂產權授權人訂立的授權協議，我們按總收入特定的百分比向IP持有人支付年授權費，並提前支付最低保證許可使用費。

## 業 務

以下展示暢玩手機遊戲時，互聯網就有關不同步驟擁有的角色：



附註：

1. 由於購買虛擬物品須連接互聯網，故本集團將可能收集及分析該等玩家的遊戲數據。
2. 其他結算代理包括(i)兩家中國電訊運營商應用商店的結算代理；(ii)手機製造商專用應用商店的結算代理；及(iii)第三方應用商店的結算代理。

### 付款渠道

玩家可選擇通過我們的付款渠道進行遊戲內購買購入虛擬物品以提升彼等的遊戲體驗。該等第三方付款渠道包括手機支付終端(如支付寶及微信支付)，以及向我們的手機遊戲用戶提供便捷的結算服務的中國主要電訊運營商。

### 遊戲貨幣化

我們的所有遊戲均可以免費下載及暢玩，而我們在我們的部分遊戲裏向玩家提供數量有限的免費虛擬物品作為基本遊戲體驗。讓玩家無須付費即可開始玩我們的遊戲，有助我們吸引龐大的玩家群。玩家可選擇通過於遊戲內購買我們的虛擬物品，以提升彼等的遊戲體驗。於往績記錄期，我們自手機遊戲開發及運營業務線產生大部分收益。有關詳情，請參閱本文件「財務資料－重大會計政策及關鍵估計及判斷－收益確認」一節。

## 業 務

下表載列於往績記錄期我們手機遊戲的月付費用戶的數量及平均每名付費用戶平均收入：

我們的手機遊戲	二零一六財年	二零一七財年	二零一八財年	二零一九年止 三個月
付費玩家數量	20.7百萬	22.8百萬	14.9百萬	2.8百萬
平均月付費用戶的數量	1.7百萬	1.9百萬	1.2百萬	0.9百萬
平均每名付費用戶平均收入	人民幣11.02元	人民幣13.20元	人民幣15.41元	人民幣22.81元

### 我們的虛擬物品

我們提供多種虛擬物品，以加強玩家的遊戲體驗。我們所有的虛擬物品都針對每款遊戲進行了獨特的設計，並且只能用於該遊戲。付款程序一旦完成，玩家不可就虛擬物品要求退款。一旦玩家通過付款渠道確認購買請求，所購買的虛擬物品會自動加入相應的遊戲中。未來暢玩及使用已購買的虛擬物品無需任何本集團的參與。玩家可以於彼等移動設備使用已購買的虛擬物品，故此，我們於購買後的任何時候沒有義務向付費玩家提供任何進一步服務。玩家之間不得轉讓虛擬物品。

我們對虛擬物品的定價考慮多種因素，包括玩家在遊戲中的購買習慣、遊戲體驗，競爭對手於同類遊戲推出的類似虛擬物品的價格。我們比較市場上同類遊戲中的虛擬物品的價格範圍，以更好地定位我們自己的遊戲。我們虛擬物品的主要類型包括：

虛擬物品類型	虛擬物品及增強 遊戲體驗的詳情	價格範圍 (人民幣元)
生命、能量及能力	額外的生命及能量，讓玩家延長遊戲時間	0.01至20.0
禮包	一個包含各式各樣虛擬物品的禮包，提高玩家能力，旨在吸引新付費用戶，可享有額外體力，或吸引希望進一步提高遊戲體驗的現有付費用戶	0.01至30.0

## 業 務

虛擬物品類型	虛擬物品及增強 遊戲體驗的詳情	價格範圍 (人民幣元)
提示及工具包.....	策略、益智以及消除遊戲中的提示或退回上一步／動作；及遊戲虛擬物品，讓玩家進入不同遊戲關卡／領域	1.0至30.0
鑽石、寶石幣、金條 及金幣.....	於遊戲中用作交換其他虛擬物品	0.1至3,000.0
武器.....	用於冒險遊戲的劍、槍、長棍、炸彈、工具及伙伴角色等，以提高玩家格鬥能力	6.0至20.0

### 貨幣化措施

為實現我們遊戲的有效貨幣化，我們採用多種慣例，通過於若干遊戲關卡設置頗具挑戰的障礙，以鼓勵非付費玩家成為付費玩家。我們亦定期推出各種新款的虛擬物品，當玩家使用該等物品時，將可加強及刷新玩家的遊戲體驗。

為增加付費玩家的數量及每名付費用戶平均收入，我們已採取以下措施：

### 增加付費玩家的數量

- 我們設置了一個低購買門檻。我們虛擬物品的最低價格僅為人民幣0.01元，此鼓勵非付費玩家購買虛擬物品，以最小的成本提升他們的遊戲體驗
- 我們定期為虛擬物品提供折扣，並鼓勵非付費玩家成為付費玩家，以低價格享受高級功能和特權
- 我們不時為玩家提供免費虛擬物品，鼓勵他們日後購買

## 業 務

### 增加每名付費用戶平均收入

- 各種遊戲促銷及活動，例如：免費虛擬物品
- 透過給予玩家額外生存機會，延長玩家玩遊戲的時間
- 頻密展示受歡迎的虛擬物品，以提醒玩家有關可購置的升級及增強功能，並加強他們的購買意欲
- 定價介乎約人民幣0.01元至人民幣3,000元，吸引擁有不同購買力的玩家

### 數據分析

通過我們的經銷平台及我們結算代理所維持備有遊戲數據的管理系統，我們能獲取有關玩家遊戲及消費活動的數據。可供我們使用的數據視乎手機遊戲經銷的經銷平台而定，可包括每名付費用戶平均收入，平均月付費用戶、每日登錄率、激活率、每日消費或完成的遊戲關卡。對於我們的手機遊戲，我們緊密追蹤並分析玩家的遊玩數據，如每日登錄時長、消費模式及激活率，以幫助開發我們的新手機遊戲，並通過提供滿足終端用戶偏好的虛擬物品以提高用戶對現有遊戲的體驗，從而鼓勵非付費用戶成為付費用戶，並提高我們手機遊戲的每名付費用戶平均收入。

基於該等數據，我們得以分析玩家的遊戲模式，例如彼等於每一遊戲關卡花費的時間、中國不同省份玩家的消費模式、於各遊戲關卡退出的玩家數目等。透過分析此等數據，我們能夠設計量身定制的戰略，旨在維持遊戲類別的最優組合、經銷渠道提供商將採用的經銷戰略以及虛擬物品的相對定價。我們亦會視乎情況就加強我們於中國若干省份的業務表現的戰略與經銷渠道提供商進行商討。



## 業 務

於往績記錄期，我們亦運營自第三方遊戲開發商獲得許可權的27、44、28及38款遊戲。根據我們與第三方遊戲開發商訂立的授權協議，其通常基於就相關授權遊戲自結算代理收取的金額收取來自我們的許可費（通常每年支付）。於往績記錄期，授權遊戲分別向我們手機遊戲開發及運營業務線產生的收益貢獻19.0%、57.5%、62.4%及95.4%。有關與授權遊戲知識產權持有人所訂立協議條款的進一步詳情，請參閱本節「我們的供應商－與供應商的主要合約條款」一段。

於往績記錄期，我們的手機遊戲開發及運營業務線產生的收益於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月分別自496款、222款、91及60款遊戲中產生。

下表載列於往績記錄期各自期間有關排名前五位的創收遊戲的若干資料：

遊戲	類型	推出日期 (附註1)	虛擬物品及升級功能的 種類及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	遊戲位居前五 的財年 (附註2)	每名付費用戶平均 收入/平均月付費 用戶
天天格鬥－ 精武之魂	休閒－冒險	二零一四年十月	鑽石及禮包的價格介乎人民幣 0.01元至人民幣20.0元。	自主開發遊戲	二零一六財年	二零一六財年：人民幣 12.96/80,269元
萌將春秋OL	休閒－冒險	二零一四年十月	金幣及額外能量之價格介乎人民 幣2.0元至人民幣3.0元。	自主開發遊戲	二零一六財年	二零一六財年：人民幣 4.36/108,466元
鬥地主	休閒－策略 及益智遊 戲	二零一五年五月	金幣、鑽石及炸彈介乎人民幣 2.0元至人民幣30.0元。	授權遊戲	二零一六財年	二零一六財年：人民幣 21.67/29,141元
馬上鬥地主	休閒－策略 及益智遊 戲	二零一五年七月	金幣介乎人民幣2.0元至人民幣 30.0元。	授權遊戲	二零一七財年	二零一七財年：人民幣 18.77/152,936元
中國象棋	休閒－策略 及益智遊 戲	二零一五年 十二月	提示及退回上一步的價格介乎人 民幣1.0元至人民幣30.0元。	授權遊戲	二零一六財年、二零 一七財年及二零 一八財年	二零一六財年：人民幣 8.52/179,550元 二零一七財年：人民幣 14.5/229,547元 二零一八財年： 人民幣14.47/109,926元

## 業 務

遊戲	類型	推出日期 (附註1)	虛擬物品及升級功能的 種類及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	遊戲位居前五 的財年 (附註2)	每名付費用戶平均 收入/平均月付費 用戶
機智的小鳥	休閒-跑酷	二零一五年六月	鑽石、能量及金幣價格介乎人民幣2.0元至人民幣10.0元。	自主開發遊戲	二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年	二零一六財年：人民幣8.90/332,593元 二零一七財年：人民幣10.48/478,771元 二零一八財年：人民幣10.54/149,656元
魔法酷跑	休閒-跑酷	二零一七年七月	鑽石的價格介乎人民幣0.1元至人民幣15.0元。	授權遊戲	二零一七財年	二零一七財年：人民幣21.03/58,060元
達人麻將	休閒-策略及益智遊戲	二零一四年十月	禮包價格介乎人民幣2.0元至人民幣30.0元。	授權遊戲	二零一八財年	二零一八財年：人民幣18.39/105,318元
新東方多納寓言故事	休閒-教育	二零一七年七月	工具包價格介乎人民幣2.0元至人民幣20.0元。	授權遊戲	二零一七財年及二零一八財年	二零一七財年：人民幣16.14/247,104元 二零一八財年：人民幣16.17/158,978元
95火辣機	休閒-冒險	二零一七年十一月	金幣及禮包價格介乎人民幣2元至人民幣20元。	自主開發遊戲	二零一八財年	二零一八財年：人民幣14.56/81,740元
霸業永恒(Eternal Champion*)	休閒-冒險	二零一九年一月	金條、價格介乎人民幣8.0元至人民幣3,000.0元	[授權遊戲]	二零一九年止三個月	二零一九年止三個月：人民幣301.07/19,641元
[3D滑雪狂飆] (3D Ultra Speed Skiing*)	休閒-跑酷	二零一九年一月	金幣、禮包及額外能量，價格介乎人民幣2.0元至人民幣30.0元	[授權遊戲]	二零一九年止三個月	二零一九年止三個月：人民幣18.38/237,533元
豬猪俠之光明守衛者(GG Bond - Guardian of the Light*)	精品-冒險	二零一九年一月	鑽石、禮包及額外能量，價格介乎人民幣6.0元至人民幣28.0元	[授權遊戲]	二零一九年止三個月	二零一九年止三個月：人民幣17.27/38,152元
[守望之塔] (Tower of Hope*)	休閒-策略及益智遊戲	二零一九年一月	寶石幣、禮包及工具包，價格介乎人民幣2.0元至人民幣30.0元	授權遊戲	二零一九年止三個月	二零一九年止三個月：人民幣14.33/48,452元
[猜你姐] (Guessing You*)	休閒-策略及益智遊戲	二零一九年一月	金幣，價格介乎人民幣0.01元至人民幣20.0元	授權遊戲	二零一九年止三個月	二零一九年止三個月：人民幣16.75/61,720元

附註：

- (1) 當我們完成beta測試及遊戲通過應用商店可供公眾終端用戶存取及下載時，有關遊戲則被視為已「推出」手機遊戲或於完成Beta測試起開始獲得收入，有關手機遊戲被視為「已運營」。
- (2) 有關於各年度貢獻收入排名前五位的遊戲的詳情，請參見本文件「財務資料」一節。

## 業 務

### 二零一六財年

遊戲	類別	推出日期 (附註1)	虛擬物品及 升級功能的種類 及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	每名 付費用戶 平均收入 (人民幣元)	平均月 付費用戶	收益貢獻 (人民幣千元)	手機遊戲開發 及營運於相關 財年對本集團	取得國家新聞 出版廣電總局 批准日期
								收益的貢獻 (%)	批准日期 (附註2)
機智的小鳥.....	休閒-跑酷	二零一五年 六月	鑽石、能量及金 幣，價格介乎人民 幣2.0元至人民幣 10.0元	自主開發遊 戲	8.90	332,594	18,955	16.3	二零一六年 八月五日
中國象棋.....	休閒-策略 及益智遊 戲	二零一五年 十二月	提示及悔棋，價格 介乎人民幣1.0元至 人民幣30.0元	授權遊戲	8.52	179,550	11,144	9.6	二零一四年 十二月 三十一日
天天格鬥-精武之魂	休閒-冒險	二零一四年 十月	鑽石及禮包的價格 介乎人民幣0.01元 至人民幣20.0元	自主開發遊 戲	12.96	80,269	6,526	5.6	不適用 (附註3)

附註：

- (1) 我們認為，當我們完成beta測試及遊戲可供終端用戶存取及下載時，有關遊戲則被視為已「推行」或「推出」。
- (2) 由於授權人已於授權本集團前若干時間推出若干授權遊戲，故該等遊戲的先前批准日期均早於推行日期；由於須於二零一六年底前完全遵守國家新聞出版廣電總局的登記規定，導致該等遊戲的先前批准日期遲於推行日期。
- (3) 誠如中國法律顧問確認，由於天天格鬥-精武之魂已於二零一六年十月撤回，該遊戲毋須遵守國家新聞出版廣電總局及文化局行政程序實施的註冊規定。

## 業 務

### 二零一七財年

遊戲	類別	推出日期 (附註1)	虛擬物品及 升級功能的種類 及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	每名 付費用戶 平均收入 (人民幣元)	平均月 付費用戶	收益貢獻 (人民幣千元)	手機遊戲開發 及營運於相關 財年對本集團 收益的貢獻 (%)	取得國家新聞 出版廣電總局 批准日期 (附註2)
機智的小鳥.....	休閒-跑酷	二零一五年 六月	鑽石、能量及金 幣，價格介乎人民 幣2.0元至人民幣 10.0元	自主開發遊 戲	10.48	478,771	35,226	23.3	二零一六年 八月五日
中國象棋.....	休閒- 策略及益智 遊戲	二零一五年 十二月	提示及悔棋，價格 介乎人民幣1.0元至 人民幣30.0元	授權遊戲	14.51	229,547	23,336	15.4	二零一四年 十二月 三十一日
馬上鬥地主.....	休閒- 策略及益智 遊戲	二零一五年 七月	金幣，價格介乎人 民幣2.0元至人民幣 30.0元	授權遊戲	18.77	152,936	19,865	13.1	二零一五年 四月二日
新東方多納寓言故事	休閒-教育	二零一七年 七月	工具包，價格介乎 人民幣2.0元至人民 幣20.0元	授權遊戲	16.14	247,104	11,916	7.9	不適用 (附註3)
魔法酷跑.....	休閒-跑酷	二零一七年 七月	鑽石，價格介乎人 民幣0.1元至人民幣 15.0元	授權遊戲	21.03	58,060	7,565	5.0	二零一七年 三月三日
樂隨享遊戲之土豪炸 翻天.....	休閒- 策略及益智 遊戲	二零一七年 七月	金幣，價格介乎人 民幣2.0元至人民幣 10.0元	授權遊戲	11.06	219,321	7,555	5.0	二零一六年 十一月十一日
達人麻將.....	休閒- 策略及益智 遊戲	二零一四年 十月	禮包，價格介乎人 民幣2.0元至人民幣 30.0元	授權遊戲	18.19	58,573	7,463	5.0	二零一四年 十二月 三十一日

#### 附註：

- 我們認為，當我們完成beta測試及遊戲可供終端用戶存取及下載時，有關遊戲則被視為已「推行」或「推出」。
- 由於授權人已於授權本集團前若干時間推出若干授權遊戲，故該等遊戲的先前批准日期均早於推行日期；由於須於二零一六年底前完全遵守國家新聞出版廣電總局的登記規定，導致該等遊戲的先前批准日期遲於推行日期。
- 誠如中國法律顧問確認，鑒於新東方多納寓言故事為擁有遊戲元素的教育軟件，毋須取得國家新聞出版廣電總局及文化局的事先批准，以推出遊戲。

## 業 務

### 二零一八財年

遊戲	類別	推出日期 (附註1)	虛擬物品及 升級功能的種類 及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	每名 付費用戶 平均收入 (人民幣元)	平均月 付費用戶	收益貢獻 (人民幣千元)	手機遊戲開發 及營運於相關	取得國家新聞 出版廣電總局 批准日期 (附註2)
								財年/期間 對本集團 收益的貢獻 (%)	
新東方多納寓言故事	休閒－教 育	二零一七年 七月	工具包，價格介 乎人民幣2.0元至 人民幣20.0元	授權遊戲	16.17	158,978	12,769	14.0	不適用 (附註3)
達人麻將.....	休閒－策 略及益智 遊戲	二零一四年 十月	禮包，價格介乎 人民幣2.0元至人 民幣30.0元	授權遊戲	18.39	105,317	10,993	12.0	二零一四年 十二月 三十一日
機智的小鳥.....	休閒－跑 酷	二零一五年 六月	鑽石、能量及金 幣，價格介乎人 民幣2.0元至人民 幣10.0元	自主開發遊 戲	10.54	149,656	9,466	10.3	二零一六年 八月五日
中國象棋.....	休閒－策 略及益智 遊戲	二零一五年 十二月	提示及悔棋，價 格介乎人民幣1.0 元至人民幣30.0 元	授權遊戲	14.47	109,926	9,202	10.1	二零一四年 十二月 三十一日
95火辣機.....	休閒－冒 險	二零一七年 十一月	金幣及禮包，價 格介乎人民幣2.0 元至人民幣20.0 元	自主開發遊 戲	14.56	81,740	7,334	8.0	二零一七年 二月三日
夢想三國之闖關專家	精品－冒 險	二零一七年 十月	武器，價格介乎 人民幣0.01元至 人民幣29.0元	自主開發遊 戲	19.66	53,400	6,319	6.9	二零一七年 四月 二十四日
糖果星星達人.....	休閒－消 除	二零一五年 九月	金幣，價格介乎 人民幣1.0元至人 民幣20.0元	授權遊戲	22.91	38,299	5,509	6.0	二零一六年 八月五日

## 業 務

### 二零一九年止三個月

遊戲	類別	推出日期 (附註1)	虛擬物品及 升級功能的種類 及價格範圍	自主開發/ 授權遊戲	每名 付費用戶 平均收入 (人民幣元)	平均月 付費用戶	收益貢獻 (人民幣千元)	手機遊戲開發 及營運於相關	取得國家新聞 出版廣電總局 批准日期 (附註2)
								財年/期間 對本集團 收益的貢獻 (%)	
霸業永恒(Eternal Champion*).....	休閒 - 冒險	二零一九年 一月	金條、價格介乎 人民幣8.0元至人 民幣3,000.0元	[授權遊戲]	301.07	19,641	12,557	35.0	二零一七年 十二月 十五日
[3D滑雪狂飆] (3D Ultra Speed Skiing*).....	休閒 - 跑酷	二零一九年 一月	金幣、禮包及額 外能量，價格介 乎人民幣2.0元至 人民幣30.0元	[授權遊戲]	18.38	237,533	7,101	19.8	二零一七年 二月三日
豬豬俠之光明守衛 者(GG Bond - Guardian of the Light*).....	精品 - 冒險	二零一九年 一月	鑽石、禮包及額 外能量，價格介 乎人民幣6.0元至 人民幣28.0元	[授權遊戲]	17.27	38,152	1,550	4.3	二零一六年 十二月 二十六日
[守望之塔](Tower of Hope*).....	休閒-策 略及益 智遊戲	二零一九年 一月	寶石幣、禮包及 工具包，價格介 乎人民幣2.0元至 人民幣30.0元	授權遊戲	14.33	48,452	1,154	3.2	二零一七年 八月九日
[猜你姐](Guessing You*).....	休閒-策 略及益 智遊戲	二零一九年 一月	金幣，價格介乎 人民幣0.01元至 人民幣20.0元	授權遊戲	16.75	61,720	1,096	3.1	二零一八年 五月 二十三日

附註：

- (1) 我們認為，當我們完成beta測試及遊戲可供終端用戶存取及下載時，有關遊戲則被視為已「推行」或「推出」。
- (2) 由於授權人已於授權本集團前若干時間推出若干授權遊戲，故該等遊戲的先前批准日期均早於推行日期；由於須於二零一六年底前完全遵守國家新聞出版廣電總局的登記規定，導致該等遊戲的先前批准日期遲於推行日期。
- (3) 誠如中國法律顧問確認，鑒於新東方多納寓言故事為擁有遊戲元素的教育軟件，毋須取得國家新聞出版廣電總局及文化局的事先批准，以推出遊戲。根據主管政府機關廣東省新聞出版局，新東方多納寓言故事為擁有遊戲元素的教育軟件，且已取得國際標準圖書編號(ISBN)。由於該軟件須分類為教育軟件而非遊戲軟件，故「新東方多納寓言故事」毋須取得國家新聞出版廣電總局及文化局的事先批准。
- (4) 於二零一九年止三個月，我們推出我們的首個多玩家手機遊戲霸業永恒(Eternal Champion\*)，其於二零一九年止三個月的平均月活躍用戶及平均日活躍用戶分別為194,241及13,904。我們亦分析自我們的手機遊戲收集的數據，以進一步優化用戶體驗並提高我們的業務表現。有關詳情，請參閱本文件「業務－遊戲貨幣化－貨幣化措施－數據分析」一節。

## 業 務

我們的遊戲的生命週期通常介乎四至七個月，我們的若干流行遊戲的生命週期可超過三年。下表載列於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月新推出及從經銷平台撤回的遊戲數量。

	二零一六財年	二零一七財年	二零一八財年	二零一八年 止三個月	二零一九年 止三個月
新推出(於指定期間內).....	141	62	20	4	27
撤回(於指定期間內) .....	331	118	93	72	16

### 於往績記錄期減少手機遊戲產生收益數目及新推出手機遊戲以及撤回遊戲的原因

於往績記錄期，我們已分別於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年自經銷平台撤回331、118、93及16款遊戲，而於往績記錄期，新推出遊戲數目亦錄得下降趨勢，分別由二零一六財年的141款減少至二零一七財年的62款，繼而減少至二零一八財年的20款及上升至二零一九年止三個月的27款。於往績記錄期，撤回遊戲及減少新推出遊戲的共同原因主要為將重點轉移，以開發精品手機遊戲，與行業趨勢一致，故我們須自較不流行及低盈利的手機遊戲轉移資源。於往績記錄期，我們已開發及運營八款精品手機遊戲。根據弗若斯特沙利文報告，由於玩家要求更高質量的手機遊戲，包括精品遊戲(由於其要求更精緻，需要更長的研發時間)，該等精品遊戲通常根據玩家的喜好設計，以在激烈的市場競爭中脫穎而出。為滿足該等需求及規定，精品遊戲需要大量資金用於研究，同時需要大量資金用於開發及創新。例如，我們已指定最多三個遊戲開發商及最多五名運營人員及最多兩名銷售人員以專注於精品遊戲的研發。對於傳統手機線下遊戲，開發週期亦從2至3天至兩週的範圍大幅增加至精品遊戲的超過20週，或對於該等更複雜的遊戲，最長可達八個月。精品遊戲開發工作轉變，並無導致創收遊戲數量即時相應增加，乃由於(1)與上述的傳統手機遊戲相比，精品遊戲所需較長的開發時間；(2)由於本集團為精品手機遊戲市場的新進入者，我們需要額外時間與經銷渠道提供商尋求合作。就以上所述的同時，撤回遊戲數目增加乃由於國家新聞出版廣

## 業 務

電總局及文化局實施額外的註冊規定，而國家新聞出版廣電總局及文化局行政程序實施的政策導致二零一八年三月至十二月，致使新遊戲批准暫停，窒礙新推出遊戲數目，從而導致撤回政策相關撤回的遊戲。上述原因分析載列如下：

(i) 將重點轉移，以開發精品手機遊戲

於二零一五年我們遊戲開發的早期階段，我們開發及／或運營超過700款涵蓋多個類別的手機遊戲，以吸引眾多潛在付費玩家及測試不同種類遊戲的受捧程度；由於我們已在開發及運營手機遊戲積累大量經驗，故我們從戰略角度篩選開發及運營的遊戲類型。考慮到我們的業務戰略及我們的手機遊戲組合的組成部分及其盈利能力，我們通過(i)專注較流行的手機遊戲，並撤回較不流行的手機遊戲；及(ii)分配更多資源與時間用於開發更優質、更精緻、配有更具吸引力的故事情節且不時獲流行娛樂產業青睞的精品遊戲，以此削減我們於二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月運營的自主開發遊戲數目，從而以更高效的方法重新分配資源。根據弗若斯特沙利文報告，上述方法為手機遊戲開發及運營市場的行業趨勢，對部分業內人士(尤其是包括本集團在內擁有有限資源的中小業內人士)而言屬自然的過渡過程。由於開發及推出精品遊戲通常需時更久，故我們亦會於開發期間推廣更多授權遊戲以維持收入的穩定增長並提升我們的口碑及市場反響。與其他第三方開發商開發遊戲時，我們可在創作更多精品遊戲時倚賴彼等的經驗及專長，從而增強我們在未來開發更多優質遊戲的能力。我們亦可能進行升級，以優化我們遊戲的功能並維持玩家對我們遊戲的興趣。

(ii) 撤回與政策相關撤回的遊戲

由於二零一六年末前須完全符合國家新聞出版廣電總局及文化部行政程序實施的註冊規定，本集團已評估註冊遊戲的裨益及成本，以及預期未來收益。由於註冊所有現有的遊戲可能增添過度行政工作的負擔及交易成本，本集團已著手註冊已選擇的遊戲。就本集團並無根據相關規則尋求註冊的其他遊戲，我們不再經營所有與政策相關撤回的遊戲。請參閱本文件「業務－法律訴訟及合規情況－不合規事項－未能要求第三方遊戲出版服務實體自國家新聞出版廣電總局獲得審批並完成文化部的備案記錄過程」一節。

## 業 務

### (iii) 暫停批准遊戲註冊

就二零一七財年及二零一八財年而言，新推出的遊戲數量明顯低於二零一六財年，主要由於於二零一八年三月中國共產黨中央委員會發佈《深化黨和國家機構改革方案》及全國人民代表大會發佈《國務院機構改革方案》。由於該等新政策，自二零一八年三月起，遊戲註冊及發行數量審批，而一名政府官員在二零一八年中國遊戲產業年會上宣佈，自二零一八年三月中止遊戲註冊審批程序以來，有關當局自二零一八年十二月二十一日起方恢復上述程序。請參閱本文件「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的業務及財務表現可能因中國政府有關手機遊戲行業的政策而受到不利影響。」一節。我們的互補業務線已證明於往績記錄期能維持我們的財務實力及業務穩健性。由於中國政府的一系列機構重組，國家新聞出版廣電總局進行改革並成為國務院的直屬機構，且自二零一八年三月起，已暫停批准中國的新遊戲註冊。我們已積極響應改變，並將重點轉向更加著重授權遊戲經銷，儘管自二零一八年三月至十二月中國暫停遊戲註冊造成取得授權遊戲許可權的競爭激烈，且考慮到授權遊戲的價格上漲及我們的資源分配，我們仍取得28款手機遊戲的許可權，並將授權遊戲所貢獻收益比例提高，以對抗上述暫停帶來的負面影響。我們亦已著力於數字媒體內容經銷，且數字媒體內容經銷業務產生的收益亦由二零一七財年的人民幣19.6百萬元增加至二零一八財年的人民幣51.5百萬元，增加162.8%。因此，與二零一七財年相比，我們於二零一八財年的盈利維持穩定。截至二零一九年三月三十一日止三個月，我們數字媒體內容經銷業務的收益由二零一八年止三個月的人民幣14.1百萬元減少至二零一九年止三個月的人民幣8.6百萬元，主要由於電子雜誌收益減少。該減少主要由於於二零一九年止三個月，我們的主要供應商平台為升級用戶介面暫停服務，導致訂閱者數量減少。遊戲註冊批准過程已自二零一八年十二月起恢復，且我們已成功於二零一九年一月取得我們的新遊戲葫蘆娃保衛戰的遊戲註冊批准，並於二零一九年四月中旬推行。我們的業務及財務表現可能會受中國政府監管手機遊戲行業的政策的不利影響。

## 業 務

此外，我們的中國法律顧問認為，根據於二零一九年二月與廣東省文化和旅遊廳進行的訪談，(a)由於文化部在國家層面關閉在線事後備案系統，在沒有在線事後備案的情況下推出手機遊戲，並不算本集團未遵守中國相關法律法規；(b)上述在線事後備案系統關閉並不會阻礙本集團推出手機遊戲；及(c)推出手機遊戲實際上需要本集團取得(i)國家新聞出版廣電總局及文化局的事先批准，相關國際標準圖書編號(ISBN)；及(ii)手機遊戲的相關計算機軟件著作權登記證書。基於中國法律顧問的意見，以及我們已取得／可取得的相關國際標準圖書編號(ISBN)及計算機軟件著作權登記證書，我們的董事認為，文化部於二零一八年六月至最後實際可行日期在國家層面關閉在線事後備案系統並不會對本集團產生任何重大財務或運營影響。

以下載列為於往績記錄期部分我們的代表作遊戲的圖示：

### 機智的小鳥



玩家可以在遊戲中升級，並嘗試不同模式。



玩家可以購買不同虛擬物品來提升能力。

機智的小鳥為一款休閒冒險遊戲。玩家扮演一隻被老鷹追趕的可愛機智小鳥，玩家需要控制小鳥上下飛行以躲避路上的障礙及老鷹的攻擊。於往績記錄期，我們為機智的小鳥提供包括於機智的小鳥中鑽石、能量及金幣等虛擬物品，價格由人民幣2.0元至人民幣10.0元不等。機智的小鳥於二零一五年六月首次推出並可於經銷平台下載及透過廣告聯盟經銷。於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年期間，該遊戲佔據首五位之列。

## 業 務

### 撞撞鳥糖果版



遊戲具有不同的背景，如覆蓋著冰塊的小道。



玩家可以購買額外的能量來加強遊戲中的力量。

撞撞鳥糖果版為一款休閒消除遊戲。玩家在設有可愛魔法師、仙女及小精靈的童話背景下扮演一隻需躲避障礙以攝取糖果的小鳥。於往績記錄期，我們在撞撞鳥糖果版提供包括神力、金幣及鑽石在內的虛擬物品，價格約人民幣2.0元。撞撞鳥糖果版於二零一四年七月首次推出並可於經銷平台下載及透過廣告聯盟分銷。

### 鬥地主



遊戲的登錄頁面。



有各種虛擬物品可供遊戲內購買以增加玩家在遊戲中的力量。

## 業 務

### 馬上鬥地主



遊戲桌顯示玩家可選擇的不同卡牌組合及下注額。



有各種虛擬物品可供遊戲內購買以增加玩家在遊戲中的力量。

鬥地主及馬上鬥地主為基於同樣主題的休閒－策略及益智遊戲。該鬥地主遊戲系列有數個不同的版本，包括鬥地主、天天鬥地主及馬上鬥地主。

每款遊戲均有多個遊戲模式，例如單人遊戲、電腦玩家遊戲、通關及競賽。每關設有多個任務挑戰玩家，並提供不同獎賞，吸引玩家繼續暢玩遊戲。玩家可在此遊戲購買虛擬物品，以提升遊戲體驗。於往績記錄期，我們為每款遊戲提供包括金幣、鑽石及炸彈等虛擬物品，價格由人民幣2.0元至人民幣30.0元不等。鬥地主於二零一五年五月首次推出，為三款遊戲中的首發遊戲並可於經銷平台下載及透過廣告聯盟分銷。

### 達人麻將



虛擬物品列表，包括玩家可購買以增強其力量的金幣及道具。



遊戲桌模擬真正的麻將桌。

## 業 務

達人麻將為一款休閒－策略及益智遊戲。鑒於麻將遊戲廣受歡迎，且麻將遊戲在不同地區的規則有所不同，麻將為玩家提供有不同難度的關卡。於往績記錄期，我們在達人麻將提供包括不同提示及金幣禮包在內的虛擬物品，價格由人民幣2.0元至人民幣30.0元不等。達人麻將於二零一四年十月首次推出並可於經銷平台下載及透過廣告聯盟分銷。

### 中國象棋



玩家可購買各種虛擬物品以增強他們的能力。



棋盤顯示提示及悔棋。

中國象棋為一款於二零一五年十二月推出的休閒－策略及益智遊戲。在中國象棋中，兩名玩家相互競爭。玩家可在此遊戲購買虛擬物品以獲取提示或悔棋。於往績記錄期，我們於中國象棋中提供約包括於遊戲中提示及悔棋等虛擬物品，價格由人民幣1.0元至人民幣30.0元不等。中國象棋於二零一五年十二月首次推出並可於經銷平台及廣告聯盟下載。此遊戲於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年期間均為我們的五大遊戲之一。

## 業 務

### 豬豬俠之瘋狂騎士



遊戲的登錄頁面。



遊戲的跑道。

豬豬俠之瘋狂騎士是精品跑酷遊戲。該遊戲依據豬豬俠一面沿著不同街道和地區進行賽車、一面在途中擊敗敵人的娛樂產權。玩家借助劍器、工具、同伴角色等不同虛擬物品，進入每個關卡。於往績記錄期，我們於豬豬俠之瘋狂騎士中提供如鑽石、金幣及能量等虛擬物品，價格由人民幣0.1元至人民幣29.0元不等。豬豬俠之瘋狂騎士於二零一七年七月首次推出，一直是本集團於經銷平台提供及透過廣告聯盟分銷的代表作之一。

### 天天格鬥—精武之魂



遊戲的登錄頁面。



遊戲格鬥畫面。

## 業 務

天天格鬥—精武之魂是以春秋戰國時期為歷史題材的休閒冒險遊戲。玩家可扮演春秋戰國時期不同的角色。戰鬥場景配以細緻的解析度，活現了將軍和士兵的場面，玩家應有策略地部署軍隊和累積武器來繼續遊戲。於往績記錄期，我們於天天格鬥—精武之魂提供如禮包及鑽石等虛擬物品，價格介乎人民幣0.01元至人民幣20.0元。天天格鬥—精武之魂於二零一四年十月首次推出並可於經銷平台及廣告聯盟下載。

### 夢想三國之闖關專家



遊戲的登錄頁面有不同的遊戲模式選擇。



玩家成功購買虛擬物品的頁面。

夢想三國之闖關專家是精品冒險遊戲。該遊戲依據一部流行電視連續劇《夢想三國》的娛樂產權，以三國歷史的史詩級作品為故事主線。玩家借助劍器、工具、同伴角色等不同虛擬物品，進入每個關卡。於往績記錄期，我們為夢想三國之闖關專家提供虛擬物品，價格由人民幣0.01元至人民幣29.0元不等。夢想三國之闖關專家於二零一七年末季首次推出，一直是本集團所提供代表作之一。夢想三國之闖關專家可於經銷平台及廣告聯盟下載。

## 業 務

### 95火辣機



遊戲的登錄頁面。



遊戲中同時發生多個敵人攻擊。

95火辣機是一款休閒冒險遊戲。該遊戲以空戰射擊遊戲的復古設計為基礎。玩家有多種武器選擇，例如不同射程及火力的戰鬥槍及人物選擇，供玩家於遊戲中戰鬥。於往績記錄期，我們於95火辣機提供虛擬物品，例如金幣及禮包，價格介乎人民幣2.0元至人民幣20.0元。95火辣機於二零一七年最後季度首次推出，且已於二零一八財年成為本集團提供最受歡迎的遊戲之一。95火辣機可於經銷平台及廣告聯盟下載。

### 新東方多納寓言故事



遊戲內有各種寓言故事可供選擇。



玩家可選擇不同活動以提升學習，例如讀故事、玩遊戲及做練習。

新東方多納寓言故事為休閒教育類遊戲。該遊戲的目標玩家為利用該遊戲作為教育工具以豐富中文詞彙量的兒童。玩家可選擇不同活動提升學習。於往績記錄期，我們於新東方多納寓言故事提供虛擬物品，例如工具包，價格介乎人民幣2.0元至人民幣20.0元。新東方多

## 業 務

納寓言故事於二零一七年第三季度首次推出，且已成為本集團於二零一七財年及二零一八財年提供的最受歡迎遊戲之一。新東方多納寓言故事可於經銷平台及廣告聯盟下載。

### 3D滑雪狂飆(3D Ultra Speed Skiing\*)



3D滑雪狂飆為休閒跑酷遊戲。玩家扮演滑雪者，於進階或經典模式沿路完成不同任務。於往績記錄期，我們於3D滑雪狂飆以介乎人民幣2.0元至人民幣30.0元的價格提供虛擬物品，例如金幣、禮包及額外能量。3D滑雪狂飆於二零一九年一月首次推出，於二零一九年止三個月成為本集團提供最受歡迎的遊戲。

### 霸業承恆(Eternal Champion\*)



霸業承恆(Eternal Champion\*)為一款休閒冒險遊戲，其為我們於二零一九年一月推出的首款多玩家手機遊戲。玩家與其他玩家組隊對抗敵人，利用不同虛擬物品如劍及武器以獲

## 業 務

取寶藏。於往績記錄期，我們於提供霸業永恒(Eternal Champion\*)提供物品如金條，價格介乎人民幣8.0元至人民幣3,000.0元。本遊戲為二零一九年止三個月的首五位遊戲之一。

### 有待面市的遊戲

我們一直尋求開發及取得授權遊戲許可權的理念及機會。截至最後實際可行日期，我們計劃於二零一九年第三季度推出七款新遊戲，其中四款為自主開發遊戲，其餘三款為授權遊戲，而於二零一九年第四季度額外推出三款遊戲，包括兩款自主開發遊戲及一款授權遊戲。於二零一七年十二月，我們與第三方開發商訂立協議開發各為葫蘆娃保衛戰的策略與益智遊戲，其以中國播放的廣受歡迎動畫影集為基礎。截至最後實際可行日期，該遊戲已獲推行。下表載列我們開發中的遊戲的若干資料，我們目前預計該等遊戲於二零一九年第三或第四季度推出。

遊戲 <sup>(1)</sup>	類別	類型	預計 推出日期 <sup>(2)</sup>	虛擬物品及升級功能的 建議類型及價格範圍	已取得國家新聞 出版廣電總局前置 審批的日期	許可協議日期
菠菜水手	授權	休閒－ 跑酷	二零一九年 第三季度	金幣、鑽石及角色，價格範圍介乎人 民幣2.0元至人民幣30.0元	二零一八年 八月二十九日 <i>(附註3)</i>	二零一九年 三月十一日
開心泡泡大戰	自主開發	休閒－ 策略及益 智遊戲	二零一九年 第三季度	鑽石、金幣及禮包，價格範圍介乎人 民幣2.0元至人民幣20.0元	二零一七年 八月九日 <i>(附註4)</i>	不適用
萌寵開心消除	自主開發	休閒－ 消除	二零一九年 第三季度	金幣及禮包，價格範圍介乎人民幣1.0 元至人民幣20.0元	二零一七年 一月二十四日 <i>(附註4)</i>	不適用
嘜動不已	自主開發	休閒－ 策略及益 智遊戲	二零一九年 第三季度	工具包，價格範圍介乎人民幣4.0元至 人民幣20.0元	二零一六月 十二月三日 <i>(附註4)</i>	不適用

## 業 務

遊戲 <sup>(1)</sup>	類別	類型	預計 推出日期 <sup>(2)</sup>	虛擬物品及升級功能的 建議類型及價格範圍	已取得國家新聞 出版廣電總局前置 審批的日期	許可協議日期
靈武世界	授權	休閒— 冒險	二零一九年 第三季度	金幣(金元寶及鑽石)及其他工具包， 價格範圍介乎人民幣1.0元至人民 幣5,000.0元	二零一九年 三月二十日 (附註3)	二零一九年 五月五日
夢想三國之勇往直 前	自主開發	精品— 冒險	二零一九年 第三季度	金元寶及工具包，價格範圍介乎人民 幣1.0元至人民幣5000.0元	二零一九年 二月二十八日	不適用
巔峰霸業(Pinnacle of the Dynasty)	授權	休閒— 冒險	二零一九年 第三季度	鑽石及工包，價格範圍介乎人民幣 10.0至人民幣3,000元	二零一九年 十二月二十九日	不適用
果園守衛戰	自主開發	休閒— 策略及益 智遊戲	二零一九年 第四季度	工具包，價格範圍介乎人民幣2.0元至 人民幣30.0元	二零一七年 七月十八日 (附註4)	不適用
甜蜜衝刺	自主開發	休閒— 消除	二零一九年 第四季度	金幣及禮包，價格範圍介乎人民幣2.0 元至人民幣30.0元	二零一六年 十一月五日 (附註4)	不適用
寶石粉碎消消樂	授權	休閒— 消除	二零一九年 第四季度	金幣及工具包，價格範圍介乎人民幣 2.0元至人民幣30.0元	二零一六年 十月二十七日 (附註3)	二零一九年 五月六日

附註：

- (1) 遊戲名稱是暫定的，並會按情況更改。
- (2) 我們目前有待面市的遊戲以最後實際可行日期為指標，而遊戲的預計推出日期可能與所呈列的不同。
- (3) 相關授權遊戲由第三方遊戲開發商於我們決定取得許可權前開發。
- (4) 相關自主開發遊戲已於二零一七財年及二零一八財年撤回後進行若干更新，包括增加關卡數量、優化虛擬物品及介面、增加遊戲角色數量及遊戲體驗。

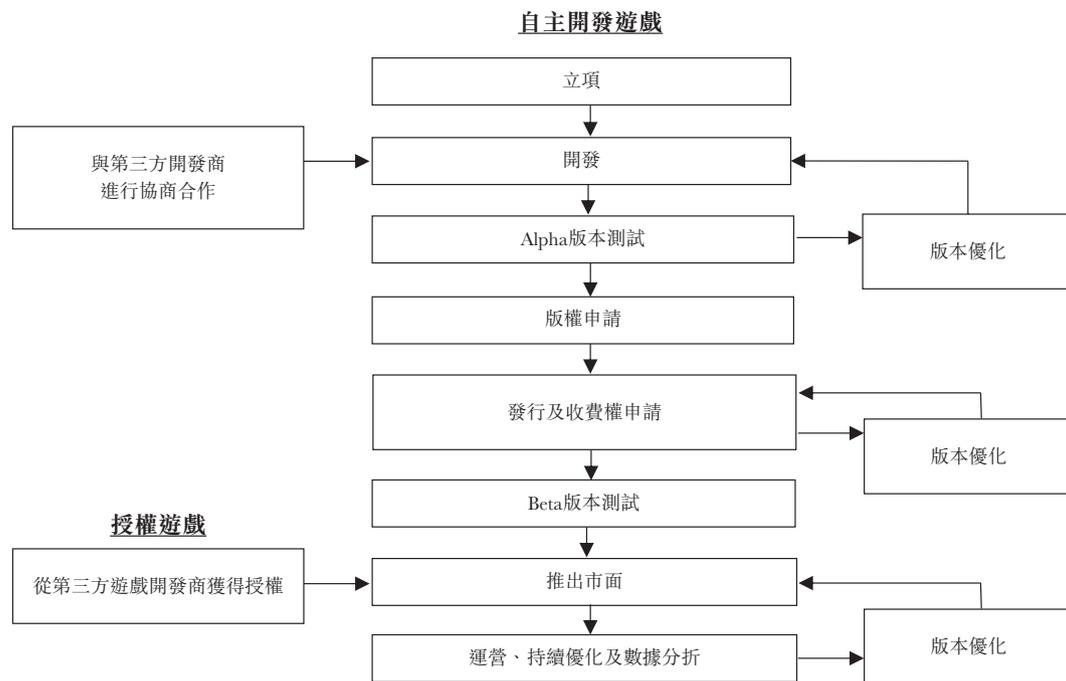
## 業 務

### 遊戲開發過程

我們已對手機遊戲市場、玩家偏好及行業趨勢累積了豐富知識。加上我們擁有遊戲開發人才，配合高級管理層的領導，我們已於手機遊戲發展出遊戲開發專業技術。

截至二零一九年三月三十一日，我們擁有一支由14名人員組成的研發團隊，負責我們遊戲的早期開發。開發及推出一款遊戲後，負責開發該款遊戲的團隊一般負責該遊戲持續監察，包括修復錯誤、開發、分析用戶數據以及推出更新版本。

於往績記錄期，我們的手機遊戲由其立項起計通常於三日至兩個星期內推出市場，惟時間線按遊戲的複雜性有所差異。舉例而言，與更加複雜的精品遊戲可能需時超過20個星期相比，迷你遊戲從立項至發行可能僅需兩至三天。我們的遊戲開發過程可分為下列所載的一般階段。



我們預期由立項至推出的一般期限將會延長至三至五個月。請參閱本文件「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的業務及財務表現可能因中國政府有關手機遊戲行業的政策而受到不利影響。」一節。

## 業 務

### 立項

於立項階段，我們的研發團隊將負責編製預算及估算人力、成本、預計遊戲生命週期以及硬件及軟件需求。研發團隊亦會設計遊戲架構、遊戲規則、畫面設計及風格。研發團隊編製的立項報告將會提交至運營團隊審閱，團隊將考慮不同因素，包括目標市場及潛在用戶群體的分析、可資比較遊戲、競爭環境以及有關娛樂及流行文化的最新動態，以開發題材及故事線能夠吸引不同終端用戶群體的遊戲。當已完成審閱並決定進入開發階段，項目將正式進入開發階段。

### 開發

新遊戲開發項目一經我們研發團隊及運營團隊批准後，研發團隊須負責設及開發新遊戲計及其持續優化及升級，且運營團隊負責遊戲運營，包括持續監察、解決遊戲推出後出現的問題及分析用戶數據。我們會設立時間表以監察遊戲開發的進度以及其他第三方開發商的委聘。

根據與第三方開發商的協議條款，開發遊戲的版權可能由我們擁有或與第三方開發商共同擁有。有關我們與第三方開發商的協議條款詳情，請參閱本節「我們的供應商」一段。

### Alpha版本測試

Alpha版本為遊戲所有功能絕大部分完成的階段。我們的運營、產品及市場營銷團隊為遊戲的alpha版本進行數輪內部快速測試，尋找所有可能出現的重大技術問題及軟件錯誤，其後向研發團隊提交反饋意見，當中可能包括技術問題以及遊戲設計，例如各關卡的難度、背景顏色或燈光、角色設計及特別技能等其他市場營銷考慮因素。我們將就alpha版本作出修改及再次進行內部測試，直至對該alpha版本的整體表現滿意為止。

## 業 務

### 版本優化

我們的研發團隊負責修復alpha版本測試時發現的遊戲錯誤。一般而言，修正錯誤須不斷重覆錯誤修復功能至alpha版本測試的工序，再進行重新優化，過程耗時約一個星期，而部分遊戲可能延長至三個星期。

### 版權申請

產品的alpha版本測試完成後，我們首先確定遊戲名稱及向中國版權保護中心提交版權申請，以及時取得遊戲名稱及其特性的批准。版權證書為遊戲版權擁有權的證明。我們就所有自主開發的遊戲申請版權，以杜絕盜版及非法複製。為消除版權申請的行政負擔，我們委聘第三方服務提供商處理申請的組織管理。取決於與第三方開發商訂立的協議條款，遊戲的版權可能由我們擁有或與第三方開發商共同擁有，惟我們並無擁有授權遊戲的版權。

### 發行及收費權申請

遊戲成功通過beta版本測試前，我們的運營團隊憑藉研發團隊的協助，開始相關的資格審核及審查，以預備連同遊戲發申請遞交的資料。我們聘請第三方服務提供商為我們處理遊戲發行申請。有關資格審核包括申請資格要求(如按照中國政府(尤其是文化部及中國版權保護中心)要求進行的發行註冊及收費權註冊，以及根據結算代理指引進行的相關收費資格。如有需要，我們會修改遊戲，直至取得政府的發行批准及與結算代理的要求兼容為止。

### Beta版本測試

我們透過第三方經銷渠道提供商或直接在應用商店上架進行遊戲beta版本的模擬運營。普遍而言，遊戲的市場營銷及推廣活動於beta測試後開展，並公開邀請公眾參與遊戲測試。Beta版本測試通常歷時一至兩個星期。於beta版本測試期間，我們透過服務器及經銷渠道提供商每日收集、監察及分析用戶行為，以提高用戶參與程度及盈利潛力。

## 業 務

### 推出市面

我們於完成上述所有程序後推出遊戲。我們會初步安排兩至三名經銷渠道提供商進行遊戲運營測試，按所收集的數據評估其商業價值。當下載次數、付費玩家人數和轉換率等表現指標達至預計目標後，我們將透過不同的經銷渠道正式推出遊戲。

### 運營、持續優化及數據分析

為持續改善遊戲及遊戲體驗，我們會定期優化遊戲及定期推出新內容。我們根據玩家的反響進行遊戲更新。我們更新遊戲以修復錯誤或編程及技術問題、安裝新遊戲特性以改善或挑戰終端用戶及推出新款移動設備或已更新操作系統的更新版本。玩家可體驗遊戲更新版本並使用先前購買的虛擬物品及升級功能。

作為持續優化過程的一部分，我們的運營團隊從我們的服務器收集用戶行為數據，隨後把資料轉交負責該項目的運營團隊，彼等將分析資料以辨識問題及趨勢，並交由開發團隊執行改良版本及更新版本。

我們會通過服務器緊密追蹤及分析終端用戶的遊戲行為，如完成級別數目、遊戲活動水平、技能水平進度、使用特定遊戲功能的次數、對特定類別虛擬物品及升級功能的偏好、購買習慣及歷史記錄。憑藉所付出的努力，我們能瞭解遊戲玩家的行為習慣，有助我們透過調整遊戲任務及挑戰的難度加強遊戲特性的設計。我們於精品手機遊戲中能取得相關數據，並預計及處理玩家對新遊戲特性、虛擬物品及升級功能推廣的反應，並提高市場營銷的力度，例如突出展示若干最佳銷量的虛擬物品，以及提供載有虛擬物品戰略組合的禮包及推廣折扣，預期吸引更多玩家成為付費玩家，以及帶動其他虛擬物品及升級功能的銷量。

### 客戶服務

我們設有客戶服務熱線，以處理玩家的查詢及投訴。玩家可透過熱線電話提交有關遊戲運作的查詢、反饋意見或投訴。我們的結算代理負責提供有關個別玩家付款的玩家客戶服務。

## 業 務

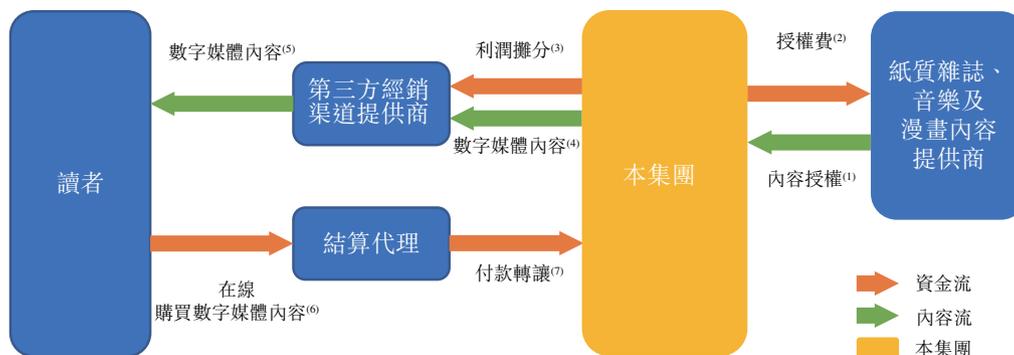
我們的客戶服務團隊收到玩家有關遊戲功能及特性的投訴或查詢後，將即時回應及提供詳盡解釋及指示，指引玩家解決問題。有關於遊戲過程傳送虛擬物品及升級功能、編程錯誤或技術問題的投訴，或損失索償會向相關遊戲的項目團隊匯報，團隊負責解決匯報的投訴，某些個案須向投訴人提供雙倍回贈或遊戲虛擬貨幣解決。

我們相信，卓越的客戶服務對挽留玩家擔當重要角色。我們的客戶服務團隊服務玩家同時亦收集寶貴的第一手遊戲經驗及反饋意見，有助我們更有效瞭解玩家偏好及需求，從而進一步提高遊戲質素。我們的結算代理亦會將彼等收到的任何投訴轉交予我們跟進。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並未收到玩家針對我們的遊戲質量提出重大索償或投訴，亦無發生遊戲運營失敗或相關監管機構罰款對我們業務運營造成重大不利影響的事件。

### (2) 我們的數字媒體內容經銷業務

我們的數字媒體經銷業務涉及將傳統紙質格式的雜誌轉換為電子雜誌，並通過我們的發佈平台分銷，以及數字分銷漫畫及音樂，所有內容均由第三方內容提供商提供。我們的目標客戶為閱讀習慣由印刷版本轉至電子版本的客戶，原因為近年智能電話普及化。我們提供多元化類別的電子雜誌，包括生活方式、健康及心理。我們的數字媒體內容由讀者按月或按特定專題形式訂閱。

下列載列我們數字媒體內容經銷業務運營概述：



## 業 務

附註：

- (1) 本集團自第三方獲取包括紙質雜誌、漫畫及音樂等許可權並通過數字格式分銷。
- (2) 本集團向第三方內容提供商支付總收入若干百分比的授權費。
- (3) 視乎我們與經銷渠道提供商所訂立協議的條款，本集團將支付我們從結算代理所獲收入的若干百分比分會支付予第三方經銷渠道提供商。有關與經銷渠道提供商所訂立協議條款的進一步詳情，請參閱本節「與供應商的主要合約條款」一段。
- (4) 本集團將通過經銷渠道於發佈平台的及第三方應用程序上分銷數字媒體內容。
- (5) 通過發佈平台的及經銷渠道提供商，本集團的數字媒體內容於多個經銷平台及第三方應用程序上線。
- (6) 讀者可通過點擊相關鏈接訂閱數字媒體內容，且訂閱內容的訪問鏈接將發送至訂閱者於運營商發佈平台維護的郵箱，而訂閱費透過結算代理從訂閱者的移動電話賬單收費。讀者須保持互聯網連接，以閱讀已訂閱的內容，且不能下載該內容。
- (7) 根據我們與結算代理訂立的服務協議條款，我們的結算代理向我們支付讀者總收費的指定比例。有關與結算代理所訂立協議條款的進一步詳情，請參閱本節「我們的結算代理」一段。

本集團的數字媒體內容刊載於發佈平台，該平台由中國最大的電訊運營商運營。通過經銷渠道提供商提供的經銷渠道，用戶通過不同經銷渠道(包括彈出式廣告及移動應用程序的贊助商鏈接)訪問發佈平台，將引領用戶至單一發佈平台，購買及下載相關的數字媒體內容。

我們根據市場趨勢及讀者偏好從第三方內容提供商處收購數字媒體內容的許可權。我們獲第三方授予非獨家許可權使用數字媒體內容。該內容由第三方開發或授權，而我們並無持有其版權，於最後實際可行日期，我們是所合作經銷平台上發佈電子雜誌的唯一內容經銷商。

我們於此業務線的首要角色為將傳統紙質格式的雜誌轉換至電子雜誌並通過發佈平台及短訊分銷電子雜誌實現貨幣化。一般為傳統雜誌出版商的第三方內容提供商從我們經銷及貨幣化方面的經驗以及我們所接觸經銷平台的廣大讀者群體中汲取價值。我們大部分的數字媒體內容均透過中國最大電訊運營商運營的發佈平台進行經銷。

## 業 務

由於我們全部的數字媒體均獲第三方內容提供商授權，故運營我們參考紙質格式雜誌及市場中其他類似電子雜誌的價格就每份訂閱收取訂閱費。於往績記錄期，我們電子雜誌的訂閱價由每月人民幣2.0元至每月人民幣30.0元及每期人民幣0.1元至每期人民幣30.0元不等。於往績記錄期，訂閱我們幾乎所有的電子雜誌均為月刊。

以下載列發佈平台首頁，展示了電子雜誌等不同文體的數字媒體內容畫面。



展示了發佈平台上可供訂閱的多種雜誌的網頁。



展示了所選電子雜誌訂閱功能的網頁。

下表載列於所示期間我們按絕對數及佔我們數字媒體內容經銷業務產生的收益百分比劃分的收益明細：

	二零一六財年		二零一七財年		二零一八財年		二零一八年止三個月		二零一九年止三個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電子雜誌.....	16,910	72.9	18,073	92.3	49,314	95.8	13,539	96.1%	8,426	98.4%
短訊.....	2,694	11.6	1,021	5.2	1,019	2.0	277	2.0%	0	0.0%
漫畫及音樂.....	3,603	15.5	492	2.5	1,117	2.2	270	1.9%	140	1.6%
總計.....	<u>23,207</u>	<u>100.0</u>	<u>19,586</u>	<u>100.0</u>	<u>51,450</u>	<u>100.0</u>	<u>14,086</u>	<u>100.0%</u>	<u>8,566</u>	<u>100.0%</u>

下表載列於往績記錄期，我們按絕對數及佔我們數字媒體內容經銷業務產生的收益百分比劃分的通過訂閱五大數字媒體內容產生的收益明細：

## 業 務

### 二零一六財年

	類別	收益金額 (人民幣千元)	我們數字媒體 內容經銷 業務佔		排名
			收益的百分比	訂閱者人數	
戶外生活.....	電子雜誌	2,379	10.3%	165,299	1
Petpet也快樂.....	電子雜誌	2,020	8.7%	66,962	2
財訊買樓通.....	電子雜誌	1,618	7.0%	46,095	3
影評錄.....	電子雜誌	1,553	6.7%	57,732	4
微博控.....	電子雜誌	1,549	6.7%	51,242	5
合計.....		<u>9,119</u>	<u>39.4%</u>	<u>387,330</u>	

### 二零一七財年

	類別	收益金額 (人民幣千元)	我們數字媒體 內容經銷 業務佔		排名
			收益的百分比	訂閱者人數	
戶外生活.....	電子雜誌	3,360	17.2%	162,814	1
影評錄.....	電子雜誌	1,706	8.7%	48,712	2
Petpet也快樂.....	電子雜誌	1,699	8.7%	58,157	3
理財.....	電子雜誌	1,557	7.9%	70,701	4
微博控.....	電子雜誌	1,542	7.9%	49,248	5
合計.....		<u>9,864</u>	<u>50.4%</u>	<u>389,632</u>	

## 業 務

### 二零一八財年

	類別	收益金額 (人民幣千元)	數字媒體 內容經銷 業務線佔	訂閱者人數	排名
			收益的百分比		
婦女生活.....	電子雜誌	7,287	14.2%	307,024	1
知音勵志.....	電子雜誌	5,472	10.6%	212,199	2
百歲養生.....	電子雜誌	4,733	9.2%	195,694	3
家庭醫藥快樂養生.....	電子雜誌	4,367	8.5%	218,837	4
證券市場紅週刊.....	電子雜誌	4,029	7.8%	178,966	5
合計.....		<u>25,888</u>	<u>50.3%</u>	<u>1,112,720</u>	

### 二零一九年止三個月

	類別	收益金額 (人民幣千元)	數字媒體 內容經銷 業務線佔	訂閱者人數	排名
			收益的百分比		
婦女生活(Women's Living*)...	電子雜誌	1,521	17.8%	162,184	1
知音勵志(Inner Voice*).....	電子雜誌	708	8.3%	41,098	2
百歲養生(Living Beyond 100*)..	電子雜誌	687	8.0%	48,022	3
深圳青年(Shenzhen Youth*)....	電子雜誌	660	7.7%	80,903	4
家庭醫藥快樂養生(Family MedicineHealthy Habits*)....	電子雜誌	538	6.3%	37,619	5
合計.....		<u>4,115</u>	<u>48.0%</u>	<u>369,826</u>	

## 業 務

### 現有數字媒體產品組合

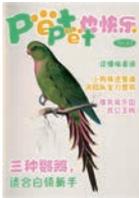
下表載列於往績記錄期我們已發行的電子雜誌數量、我們電子雜誌訂閱總數及電子雜誌認購人總數：

	二零一六財年	二零一七財年	二零一八財年	二零一九年 止三個月
電子雜誌數量	40	50	47	46
認購人數量(百萬元)	5.6	5.6	12.4	2.2
每份認購人數量 (百萬元)	1.1	1.1	2.2	0.8

於往績記錄期，我們已發行40本、50本、47本及46本電子雜誌。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們電子雜誌的訂閱量分別為5.6百萬本、5.6百萬本、12.4百萬本及2.2百萬本。訂閱量於二零一六財年及二零一七財年維持穩定。訂閱量由二零一七財年的5.6百萬本增加121.4%至二零一八財年的12.4百萬本，主要由於本集團努力將經銷渠道提供商的數量由二零一七財年的20家增加至二零一八財年的28家，以及四本電子雜誌(即百歲養生、一本有關城市地理學的出版物、證券市場紅週刊及婦女生活)的訂閱量於二零一七財年及二零一八財年期間大幅增加。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，各電子雜誌的訂閱總人數分別為1.1百萬、1.1百萬、2.2百萬及0.8百萬港元。訂閱人數於二零一六財年及二零一七財年維持穩定。訂閱人數由二零一七財年的1.1百萬增加100%至二零一八財年的2.2百萬，主要由於六本雜誌(即婦女生活、家庭醫藥快樂養生、百歲養生、知音勵志、婚姻與家庭及證券市場紅週刊)訂閱人數增加。於二零一八財年，我們數字媒體內容經銷的收益已上升。為保持競爭力，通過參考現行市場價格，例如相關出版商就每本雜誌售價的報價釐定訂閱費用為本集團的定價策略。截至二零一九年三月三十一日止三個月，我們數字媒體內容經銷業務的收益由二零一八年止三個月的人民幣14.1百萬元減少至二零一九年止三個月的人民幣8.6百萬元，主要由於電子雜誌收益減少。該減少主要由於於二零一九年止三個月訂閱者數量由二零一八財年的2.2百萬減少至二零一九年止三個月的0.8百萬，我們的主要供應商平台為升級用戶介面暫停服務，導致訂閱者數量減少。有關我們於數字媒體內容經銷財務表現的波動，請參閱本文件「財務資料」一節。

## 業 務

以下載列於往績記錄期我們已分銷的主要電子雜誌的示例：

		類別	單位價格 <sup>(附註)</sup>
	戶外生活  其為為愛好旅遊的讀者提供各種時尚旅遊及戶外生活信息的月刊出版物。	電子雜誌	(人民幣) 每月5.0元或 每期2.0元
	Petpet也快樂  其為以動物愛好者為對象的月刊出版物，涵蓋飼養寵物的各個方面的資訊，包含寵物的營養、健康、訓練及運動。	電子雜誌	每月5.0元
	財訊買樓通  其為雙月刊或三月刊出版物，目標對象為有意收取財務管理及物業、投資訊息更新的投資者及公眾。	電子雜誌	每月5.0元或 每期2.0元
	影評錄  其為以電影愛好者為對象的月刊出版物，包含對各類電影的影評及名人新聞。	電子雜誌	每月5.0元
	微博控  其為包含互聯網笑話以及在線社交媒體平台常用的互聯網流行語及圖片的月刊出版物。	電子雜誌	每月5.0元

## 業 務

		類別	單位價格 <sup>(附註)</sup>
	理財	電子雜誌	(人民幣) 每月10.0元 或每期2.0元
	其為月刊出版物，包含三款雜誌，且每期聚焦不同主題，就財務管理、稅務及其他財務相關主題提供專業意見。		
	婦女生活	電子雜誌	每月5.0元
	其為以女性讀者為對象的月刊出版物，內容以生活品味為主。		
	知音勵志	電子雜誌	每月10.0元 或每期4.0元
	其為雙月刊出版物，為勵志類刊物，針對剛剛加入勞動市場或投入勞動市場不久的讀者，內容涵蓋商業領域各個方面。		
	家庭醫藥快樂養生	電子雜誌	每月8.0元或 每期9.0元
	其為月刊出版物，提供有關醫藥及養生的信息。		
	證券市場紅週刊	電子雜誌	每月20.0元 或每期10.0元
	此為三月刊出版物，是中國證監會指定披露中國上市發行人雜誌。		

附註：每月訂閱提供發佈平台的訂閱期數及全部過往期數，而具體期數的訂閱僅提供發佈平台的訂閱期數。

## 業 務

### 數字媒體內容提供商

於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月期間，我們與10家、18家、17家及12家電子雜誌內容提供商交易。電子雜誌內容提供商的許可費一般按每個雜誌標題每年人民幣1,500元至人民幣60,000元計算。我們亦自個別內容提供商購入漫畫及音樂，均是由個別漫畫家及音樂家創作的原創作品。我們與內容提供商維持穩定的業務關係。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團與任何內容提供商之間並無重大分歧。有關詳情，請參閱本節「我們的供應商」一段。由於本集團致力拓展其數字媒體業務，對手機遊戲業務形成互補，故內容提供商的數量由二零一六財年增加至二零一七財年。增加主要包括將旅遊主題的電子雜誌納入產品組合。內容提供商的數量於二零一八財年維持穩定。於二零一九年止三個月較二零一八年止三個月內容提供商的數量維持穩定，分別為12家及13家。

### 開發過程

我們的內部數字媒體開發過程涉及以下步驟：

#### 內容選擇

我們的數字媒體系列主要包括電子雜誌，其內容涵蓋生活方式、休閒及養生。由於我們已在行業內站穩陣腳，故我們一貫能聯繫數家傳統雜誌出版商並獲得優質內容(如證券市場紅週刊)。我們參考我們現有數字媒體組合，根據其商業價值收購適合轉換的媒體內容的許可權。我們提供的電子雜誌有利於吸引有意休閒閱讀不同話題而非令人著迷的文學或小說的讀者。我們通過此種方式可接觸到大量不同興趣的讀者群，而讀者可逐項或按月訂閱我們的部分電子雜誌，並隨其意願隨時進行休閒閱讀。

我們亦參考市場趨勢及讀者偏好，從漫畫家及音樂出版商獲得漫畫及音樂。

#### 內容篩選及監控

我們非常重視內容篩選及監控，以確保我們的數字媒體內容不包含任何可能損害我們經銷的數字媒體內容質量的冒犯性內容或資料，並確保我們的經銷完全符合適用法律及法規。我們要求第三方內容提供商在相關授權協議中向我們確認彼等的內容並非源自抄襲，且任何因版權糾紛引起的損失或法律責任將由第三方內容提供商承擔。我們的內容監控人員在

## 業 務

最近期的合規專業知識中接受系統培訓，而我們密切監督我們工作人員進行的篩選及監控工作。如對我們提出有關經銷任何色情或淫褻內容的任何指控，我們將會立即展開內部調查，以核實涉嫌內容是否確實含有任何冒犯性內容。

### 業務可持續性

儘管於二零一八財年，我們的手機遊戲開發及運營業務線所得收益減少，且自主開發及授權創收遊戲總數減少，我們的董事認為，導致我們財務業績增長出現短暫停滯的主要因為(其中包括)(i)因中國共產黨中央委員會及全國人民代表大會的新政策，國家新聞出版廣電總局自二零一八年三月至二零一八年十二月二十一日實施暫停手機遊戲的遊戲註冊審批及發出手機遊戲版號(「暫停事件」)，導致我們於二零一八財年延遲推出新遊戲，新遊戲推出水平較二零一六財年相比較低；及(ii)我們的戰略重心及資源分配側重於手機遊戲開發及推廣，並從應用商店撤回較不流行的手機遊戲，旨在簡化本集團的業務模式，並優化我們的長期收益及盈利能力。

根據目前的市場狀況及除非發生可能對我們運營產生重大不利影響的任何不可預見事件(例如發生本文件「風險因素」一節所載的任何風險)，我們的董事認為，我們有充分理據相信，我們能夠繼續保持且進一步增強我們未來的運營及財務績效。於最後實際可行日期，我們計劃於二零一九年第三季度推行七款新遊戲，其中四款為自主開發遊戲，其餘三款為授權遊戲，而於二零一九年第四季度推出三款遊戲，包括兩款自主開發遊戲及一款授權遊戲及於二零一九年第四季度推出三款新遊戲，其中兩款為自主開發遊戲及一款授權遊戲。於二零一七年十二月，我們與第三方開發商訂立協議，基於在中國播放的流行動漫影視系列開發一款策略及益智遊戲，名稱為葫蘆娃保衛戰。該遊戲已於最後實際可行日期推行。詳情請參閱本文件「業務－遊戲貨幣化－有待面市的遊戲」一節。

以下載列有關我們業務可持續性的進一步分析。

**手機遊戲開發及運營及數字媒體內容經銷的互補造就我們的協同業務模式，給予了我們保持可持續發展的競爭優勢。**

我們自二零一一年起進軍數字媒體行業，並自二零一四年起擴大我們的產品供應至手機遊戲，隨後運營手機精品遊戲及手機遊戲。我們已發展成為全面的中國數字娛樂內容提供商，提供多元化內容組合，包括手機遊戲、電子雜誌及其他數字媒體內容。我們的董事認

## 業 務

為，我們所專注的不同類型的數字媒體內容須擁有相似的技能，目的是將我們的收益增至最大。由於來自不同業務線的人員能夠彼此分享彼等的經驗、專業知識及技能，故我們的業務線已實現協同，從而增強我們業務運營的整體效率及效能。各業務線亦能共享我們的經銷渠道提供商及結算代理網絡及我們與他們所建立的關係，從而讓我們在對業務至關重要的基礎設施和經銷網絡方面保持競爭優勢。

因此，儘管於二零一八財年，我們的手機遊戲開發及運營業務所得收益減少，我們仍能夠保持於往績記錄期確認收益總額增長的趨勢，該增長主要得益於我們的數字媒體內容經銷業務線的強勁表現。]我們於該業務線產生的收益由二零一六財年的人民幣23.2百萬元大幅增加至二零一八財年的人民幣51.5百萬元，複合年增長率為30.5%。

由於我們首款手機線上遊戲於二零一九年一月推出，二零一九年止三個月產生收入人民幣12.6百萬元。

此外，於二零一八財年，我們能夠將重點轉移至更注重授權遊戲及其他數字媒體內容的供應，以積極應對暫停事件，暫停事件已對我們的財務業績產生重大不利影響，從而展現我們在激烈的競爭中發展，以及克服市場不確定性的能力，以維持我們於該行業的業務可持續性。自二零一八財年起，我們亦成功與企業客戶就信息服務開展新業務，該企業客戶為於其領域的佼佼者。該業務線將進一步增強我們產品組合及能力，以保持我們於該業務的競爭優勢。

**我們遊戲組合的無縫連接：**於往績記錄期後及截至最後實際可行日期，我們根據本集團的過往經驗及市場數據，已推出四款遊戲，預期該等四款遊戲的平均壽命介乎八個月至十八個月，且預期十款遊戲將於二零一九年下半年推出，預期平均壽命介乎八個月至十八個月。由於我們的業務重點轉向更高質量及更精緻的遊戲，最近推出的遊戲及有待面市的遊戲預期擁有更長壽命。我們亦預期，加入精品遊戲的娛樂產權將延長遊戲壽命，繼而延長自遊戲獲取收益的時間。我們亦經常對現有遊戲進行修復及更新，增加新特色、等級及角色，

## 業 務

提高用戶滿意度及增加保有率，延長我們遊戲的壽命。我們的部分受歡迎遊戲如機智的小鳥(於二零一六財年、二零一七財年及二零一八財年為我們五大遊戲之一)擁有超過三年的壽命。例如，中國象棋、鬥地主及撞撞鳥糖果版屬於生命週期超過兩年的手機遊戲。有關我們待面市遊戲的進一步詳情，請參閱本文件「業務－遊戲貨幣化－有待面市的遊戲」一節。

**包括自主開發及授權遊戲、休閒及硬核遊戲的靈活及多元化遊戲組合：**我們業務的成功依賴(其中包括)我們於中國經銷渠道提供商的廣泛網絡，以及我們推廣該等遊戲的技巧及經驗。除我們的自主開發遊戲外，我們亦取得授權遊戲的許可權。我們憑藉遊戲營運經驗，能夠通過實施適當的貨幣化措施產生收益。包括自主開發及授權遊戲的組合的靈活性減輕有關遊戲註冊批准等法律規定的任何政府政策變更對本集團的負面影響。另一方面，同時包含休閒及精品遊戲的組合讓我們獲得更大的客戶網絡，包括尋求簡單遊戲體驗以放鬆心情的客戶，以及尋求優質創新的遊戲機制、遊戲精緻及更強大故事線的客戶。因此，我們的遊戲組合能吸引不同類型客戶，並實現增長最大化。

根據弗若斯特沙利文報告，包括本集團在內的娛樂內容提供商的主要競爭力依賴於其維持強大的創收遊戲及數字媒體內容組合的能力。為此，本集團必須維持涵蓋不同類型及模式的持續有待面市的手機遊戲，以及維持經銷渠道提供商、遊戲開發商、數字內容提供商及娛樂產權授權方的網絡。憑藉編纂後更強大的財務資源，我們因以下理由而可增加有待面市的遊戲數量：(1)我們將能夠以更強大的財政資源基礎進行更多遊戲的研究及開發，因我們可以投放更多的人力及資本開發更多遊戲，而非放棄若干遊戲，例如，由於缺乏足夠的財力資源，我們先前已減少傳統手機遊戲的開發，以專注於開發精品遊戲；(2)我們將能獲得額外的授權遊戲及更受歡迎的遊戲的許可權；及(3)我們將能獲得更受歡迎的娛樂產權的許可權，我們將能在該等娛樂產權上開發一系列精品遊戲。於往績記錄期後，截至最後實際可行日期，本集團已能將待面市的遊戲增加至十個，主要是因為我們推出遊戲的若干更新，包括增加級別數量、優化虛擬物品及界面、增加遊戲角色數量及遊戲體驗。

## 業 務

從長遠而言，我們利用流行娛樂產權開發精品手機遊戲的戰略將豐富我們的產品組合，以及增強我們的市場地位。

根據弗若斯特沙利文報告，基於流行娛樂產權的手機遊戲，如電視節目、電影中出現的角色、其他遊戲或動畫電影中的經典角色，將具有更長的生命週期及更高的受歡迎程度。除了我們目前推進精品遊戲開發及運營的業務策略外，我們亦已制訂未來業務策略，以發揮流行娛樂產權，進一步鞏固我們於手機遊戲開發及運營及數字媒體內容經銷的市場地位，且我們將於該方面努力不懈，以在未來實現進一步增長，並將我們的盈利能力增至最大。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團已開發及運營八款基於娛樂產權的遊戲，即我們的手機遊戲系列夢想三國及葫蘆娃，該等遊戲深受市場歡迎。我們亦已為我們所運營的27、44、28及38款遊戲均自第三方遊戲開發商獲得娛樂產權許可權。基於該等經驗，我們將進一步探索與娛樂產權所有者的新合作機會，涵蓋動漫影視系列或電影中即將出現的角色及常駐角色。

我們的董事亦相信，隨著我們的戰略重點為分配更多資源在開發具有更優質、更精細及動人的故事情節，且不時獲流行娛樂產權支持的精品遊戲，讓本集團擴大玩家基礎，並提升轉換率，從而加快我們手機遊戲的市場接受度。我們亦將通過基於相同的娛樂產權開發不同系列遊戲而實現規模經濟，並緊隨基於高度流行娛樂產權的遊戲日益增多的市場趨勢。長遠來看，其對於本集團提高競爭力、獲得成功尤其重要且關鍵。

**本集團運營記錄突出，管理團隊真知灼見、經驗豐富且具有優秀的執行能力，以在該行業保持生機與活力。**

本集團自二零一一年起開展業務，與我們於中國的結算代理及眾多經銷渠道提供商建立長期良好的關係，為我們多年來的穩定增長及業務運營提供保障。尤其是，我們於往績記錄期錄得令人滿意的財務業績，營業收益總額分別為人民幣139.8百萬元、人民幣170.7百萬元、人民幣143.0百萬元及人民幣44.7百萬元，而我們於各年的利潤分別為人民幣40.6百萬元、人民幣50.6百萬元、人民幣51.7百萬元及人民幣3.4百萬元。

## 業 務

我們的董事認為，我們在運營上不斷成功，亦主要依賴於我們具有深厚的行業洞察力，且經驗豐富的專業管理團隊，以及著重創新、誠實及挽留人才的創業型企業文化。憑藉董事會成員及高級管理層的多元化背景及經驗，以及其運營技能與行業知識，我們相信，我們能夠轉化我們董事及高級管理層的洞察力及遠見為具有多元化且均衡的遊戲組合公司。我們相信，我們已積極應對行業動向，並已做好一切準備搶抓市場需求、謀求未來增長。

### 我們的供應商

於往績記錄期，我們手機遊戲開發及運營業務的供應商包括第三方遊戲開發商、IP授權方及經銷渠道提供商。我們數字媒體內容經銷業務的主要供應商主要包括第三方內容提供商及經銷渠道提供商。

於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，五大供應商應佔銷售成本分別約佔該等期間我們總銷售成本的60.3%、56.6%、52.3%及73.8%。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們的最大供應商分別約佔該等期間我們總採購額的21.8%、26.1%、18.9%及30.4%。

截至最後實際可行日期，於往績記錄期，概無本公司董事、彼等緊密聯繫人或(據我們的董事所知)擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於我們的任何五大供應商中擁有任何權益。我們的所有供應商均為獨立第三方。

## 業 務

### 五大供應商

於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，五大供應商應佔成本分別約佔各期間我們總銷售成本  
的60.3%、56.6%、52.3%及73.8%。下表載列於往績記錄期的五大供應商：

排名供應商名稱	二零一六財年					供應商背景
	向本集團提供的服務	本集團銷售成本金額	佔本集團銷售成本的百分比	業務關係開始年份	信貸期	
		(人民幣百萬元)	(%)			
1. 供應商集團A <sup>(附註)</sup> .....	經銷渠道提供商	16.2	21.8	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)電訊服務及信息技術諮詢服務
2. 樂遊供應商集團 .....	經銷渠道提供商	13.7	18.3	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)網絡技術開發服務、電訊服務及數字技術開發服務
3. 雪鯉魚供應商集團 .....	經銷渠道提供商	6.1	8.2	二零一四年	60日	該集團從事提供(其中包括)網絡及手機遊戲發佈以及網絡諮詢服務
4. 廣州龍芬信息科技有限公司 .....	經銷渠道提供商	6.1	8.1	二零一六年	90日	該集團從事提供(其中包括)遊戲軟件設計服務
5. 供應商B .....	經銷渠道提供商	2.9	3.9	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)手機遊戲運營
合計 .....		45.0	60.3			

#### 附註：

供應商集團A由本集團兩家供應商組成。由於兩者均屬同一集團的成員，故被視為同一客戶。

## 業 務

### 二零一七財年

排名供應商名稱	向本集團提供的服務		本集團		估本集團銷售成本的百分比 (%)	業務關係		信貸期	供應商背景
	銷售成本金額 (人民幣百萬元)	經銷渠道提供	銷	售		開始年份	期		
1. 樂遊供應商集團.....	24.5	經銷渠道提供			26.1	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)網絡技術開發服務、電訊服務及數字技術開發服務	
2. 上海辰告信息技術有限公司.....	14.3	經銷渠道提供			15.2	二零一七年	60日	該集團從事提供(其中包括)技術諮詢服務	
3. 蘇州雲清偉業網路科技 有限公司...	5.3	經銷渠道提供			5.6	二零一七年	60日	該集團從事提供(其中包括)技術開發及諮詢服務	
4. 雪鯉魚供應商集團.....	4.6	經銷渠道提供			4.9	二零一四年	60日	該集團從事提供(其中包括)網絡及手機遊戲發佈以及網絡諮詢服務	
5. 深圳市魔趣科技技術有限公司.....	4.5	經銷渠道提供			4.8	二零一七年	60日	該集團從事提供(其中包括)遊戲軟件開發服務及廣告服務	
合計.....	<u>53.2</u>				<u>56.6</u>				

## 業 務

二零一八財年

排名/供應商名稱	向本集團提供的服務		本集團		估本集團銷售成本的百分比 (%)	業務關係		信貸期	供應商背景
	銷售成本金額 (人民幣百萬元) (未經審核)	銷售成本金額	開始年份	開始年份					
1. 樂遊供應商集團 .....	經銷渠道提供商	15.3	18.9	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)網絡技術開發服務、電訊服務及數字技術開發服務			
2. 上海辰告信息技術有限公司.....	經銷渠道提供商	13.0	16.1	二零一七年	60日	該集團從事提供(其中包括)技術諮詢服務			
3. 上海野火網路科技有限公司.....	經銷渠道提供商 及結算代理	5.3	6.6	二零一六年	60日	該集團從事提供(其中包括)信息網絡開發服務及技術諮詢服務			
4. 廣州市艾風傲遊網絡科技有限公司 .....	經銷渠道提供商	4.4	5.4	二零一八年	60日	該集團從事提供(其中包括)信息技術諮詢服務			
5. 長沙海峻資訊科技有限公司.....	經銷渠道提供商	4.2	5.3	二零一六年	60日	該集團從事提供(其中包括)遊戲軟件設計服務及網絡開發服務			
合計 .....		<u>42.2</u>	<u>52.3</u>						

## 業 務

二零一九年止三個月

排名/供應商名稱	向本集團提供的服務	本集團		業務關係開始年份	信貸期	供應商背景
		銷售成本金額 (人民幣百萬元)	佔本集團銷售成本的百分比 (%)			
1 廣州聯手網絡科技有限公司.....	經銷渠道 提供商	8.7	30.4	二零一八年	30日	該集團從事提供(其中包括)資訊科技諮詢服務
2 雲遊供應商集團.....	經銷渠道 提供商	8.0	28.1	二零一五年	60日	該集團從事提供(其中包括)資訊科技諮詢服務
3 廣州市艾風傲游網絡科技有限公司.....	經銷渠道 提供商	1.6	5.7	二零一八年	60日	該集團從事提供(其中包括)資訊科技諮詢服務
4 上海辰告信息技術有限公司.....	經銷渠道 提供商	1.5	5.3	二零一七年	60日	該集團從事提供(其中包括)資訊科技諮詢服務
5 廣州泛娛網絡信息有限公司.....	知識產權 授權方	1.2	4.3	二零一八年	30日	該集團從事提供(其中包括)資訊科技諮詢服務
合計.....		<u>21.0</u>	<u>73.8</u>			

## 業 務

儘管我們認為，倘我們不能延續或終止與任何現有經銷渠道提供商的關係，我們將能夠為我們的手機遊戲於短期內物色到合適的替代經銷渠道提供商及為我們的電子雜誌、漫畫及音樂數字媒體物色到內容提供商，我們仍努力與我們的現有經銷渠道提供商及內容提供商維持穩定的業務關係。

### 我們的經銷渠道提供商

根據弗若斯特沙利文報告，中國手機遊戲市場的主要經銷渠道種類包括第三方應用商店、手機製造商專用應用商店、電訊運營商應用商店及廣告聯盟。

為加快我們的經銷價格並擴展我們與不同經銷渠道的接觸，我們聘用多家經驗豐富且實力雄厚的公司為我們的經銷渠道提供商，彼等專門於通過涵蓋安卓操作系統上第三方應用商店的經銷平台及廣告聯盟的廣泛網絡及在手機應用程序上採用彈出式廣告及贊助商鏈接等經銷手機遊戲及數字媒體內容。

下文載列我們的手機遊戲在由電訊運營商或手機製造商運營的不同經銷平台的下載頁面截圖：



## 業 務

下圖展示一款烹飪應用程序上我們遊戲通過廣告聯盟生成的彈出廣告鏈接：



通過點擊應用程序中彈出的廣告鏈接，用戶將直接進入獨立網站界面，下載我們的手機遊戲。

二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們分別與71、71、78及37名經銷渠道提供商進行交易，包括多家實力雄厚的經銷渠道提供商如上海雪鯉魚計算機科技有限公司、上海辰告信息技術有限公司及上海燦遊信息技術有限公司。我們與經銷渠道提供商保持著穩定的業務關係。根據弗若斯特沙利文報告，遊戲通過不同經銷平台及廣告聯盟進行經銷，與行業規範持續一致。

### 管理經銷渠道提供商

與一家經銷渠道提供商訂立經銷協議後，我們的運營團隊積極與經銷渠道提供商定期討論有關如何優化我們的業務，以及收集玩家對我們遊戲的反饋。

## 業 務

此外，我們的運營團隊會對經銷渠道提供商進行年度表現評估，包括檢討用戶數據統計、問題解決能力及營銷策略的成效，及審閱(如必要)合作條款及續訂經銷協議。

### **與經銷渠道提供商進行合作安排的裨益**

我們的業務策略為將資源集中投放在開發及運營我們自主開發及授權手機遊戲及數字媒體內容經銷上，並聘用實力雄厚的經銷渠道提供商分銷我們的手機遊戲。我們認為，下列因素將令我們的業務運營受惠，使我們決定委聘當前經銷渠道提供商：

- **委聘經銷平台組合的靈活推廣策略**—我們與該等第三方應用程序或應用商店並無任何合約關係，亦無向彼等支付或從彼等收取任何費用。由於我們並不受制於在特定應用程序分銷我們的遊戲，我們並不大受到所依賴的第三方應用程序失寵的風險所影響。依託不同經銷渠道提供商在經銷平台組合上推廣我們遊戲的專長，我們使更廣泛玩家接觸到我們的遊戲。
- **高效經銷**—我們認為，聘用實力雄厚經銷渠道提供商可令我們接觸彼等於中國的龐大現有用戶群，使我們的手機遊戲及數字媒體內容得以按具成本效益的方式分銷，同時令我們能專注於手機遊戲開發及運營及數字媒體內容經銷的核心優勢；及
- **本地市場知識**—我們認為，我們的經銷渠道提供商在彼等運營所在行業價值鏈以及彼等服務的省份及地區中具有雄厚的實力，使我們能夠充分利用彼等對該等市場的本地知識、及時接獲反饋、與該等市場中不斷變化的偏好相關的信息，以及獲悉是否需要升級我們的手機遊戲及數字媒體。此外，我們認為，充分利用彼等的本地市場知識可使我們延長遊戲的生命週期以及維持富有競爭力的遊戲產品組合及忠實的用户群體。

於往績記錄期直至最後實際可行日期，本集團與任何經銷渠道提供商之間並無存在任何重大爭議。

## 業 務

### 選擇供應商

我們通常根據我們的行業經驗以及獨立研究發掘新供應商。下表載列我們選擇新供應商的標準：

娛樂產權授權方	手機遊戲		數字媒體內容	
	遊戲開發商	經銷渠道提供商	內容提供商	經銷渠道提供商
<ul style="list-style-type: none"> <li>娛樂產權是否已建立聲譽或受到市場認可</li> <li>手機遊戲與娛樂產權的兼容性</li> <li>娛樂產權的合法有效所有權</li> </ul>	<p><i>就授權遊戲而言：</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>手機遊戲開發方面的聲譽及其能力</li> <li>遊戲的類別及質量能否滿足本集團的要求</li> <li>相關遊戲開發商是否擁有娛樂產權的合法有效所有權</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>其品牌、用戶群、聲譽、往績記錄、資質(如許可證及執照)、平台穩定性及運營能力；</li> <li>其主要經營及營銷策略；</li> <li>收費或利潤分成安排的金額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專注主流雜誌，涵蓋各個年齡段可看的生活方式、休閒及健康等多種類別。</li> <li>雜誌是否辦理所有必要登記及取得所有必要許可證</li> <li>娛樂產權的合法有效所有權</li> <li>雜誌是否曾獲獎</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>其品牌、聲譽、往績記錄、資質(如許可證及執照)、平台穩定性及運營能力；</li> <li>其主要經營及營銷策略；</li> <li>收費或利潤分成安排的金額</li> </ul>

*就共同開發的遊戲而言：*

- 開發手機遊戲的能力及根據我們的時間表完成研發任務的能力
- 資源及背景
- 售後服務及維護服務的質量

*就取得原代碼的永久許可證而言：*

- 原代碼的類別及語言
- 原代碼是否完整且不受病毒感染
- 開發手機線下遊戲的能力
- 售後服務及維護服務的質量

## 業 務

### 與供應商的主要合約條款

下表載列與供應商所訂立主要合約條款概要：

供應商類別	協議類別	協議主要條款
經銷渠道提供商	為在中國通過多種渠道推廣及分銷手機遊戲訂立的經銷協議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 非獨家經銷安排</li><li>• 我們負責為手機遊戲提供技術支援，包括收集交易數據的系統以及為手機遊戲合理佈局及運作以及與結算代理及經銷渠道聯繫</li><li>• 我們通常保留70%至99%的結算代理總收入，並視乎各自協議，我們通常支付20%至75%的淨收入相關經銷渠道提供商</li><li>• 對單人玩家手機遊戲而言，我們須於下個月20號前向相關經銷渠道提供商呈送交易記錄，並於10日內確認；就多玩家手機遊戲而言，一般我們應該於每月九日及十九日及之後一個月的第一日向相關經銷渠道提供商發出交易記錄並於一至兩日內作出確認。</li><li>• 對單人玩家手機遊戲而言，我們須於收到發票的60日內向相關經銷渠道提供商付款；就多玩家手機遊戲而言，一般我們應該於確認交易記錄後一至兩日向相關經銷渠道提供商進行支付</li><li>• 該等協議期限介乎九個月至四年。協議屆滿時，訂約方可就續約進行協商。倘我們報告的交易數據存在任何欺詐情況，則經銷渠道提供商有權終止協議</li></ul>

## 業 務

供應商類別	協議類別	協議主要條款
經銷渠道提供商	為在中國通過廣告聯盟推廣及分銷數字媒體內容訂立的經銷協議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 非獨家經銷安排</li><li>• 我們負責提供數字媒體內容的技術支援，且我們保證內容不侵犯第三方的任何知識產權</li><li>• 協議期限一般為兩年</li><li>• 我們將保留我們從結算代理處收到的編纂的特定百分比，並將其餘部分支付予相關經銷渠道提供商</li><li>• 信貸期通常為60日。</li></ul>
第三方遊戲開發商	就取得永久許可證及原代碼訂立的購買協議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 授權方通常向我們授予永續許可以分銷、修改或改編遊戲；</li><li>• 一次性支付授權費；</li><li>• 在安卓操作系統中的第三方應用程序以及安卓應用商店上推出遊戲時付款；</li><li>• 我們負責營運遊戲，包括提供遊戲介紹及說明，維護遊戲的安全及質量，包括檢查病毒及不當內容。</li></ul>
第三方遊戲開發商	就運營第三方遊戲開發商開發的授權遊戲訂立的授權協議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 獨家授權協議；</li><li>• 授權期限為一年至兩年；</li><li>• 我們須支付一筆特定金額(通常每月支付)，該金額乃基於就授權遊戲向結算代理收取的金額而定，並可能包括授權遊戲達到若干受歡迎程度後的額外固定金額。</li></ul>

## 業 務

供應商類別	協議類別	協議主要條款
第三方遊戲開發商	就遊戲開發訂立的合作協議	<ul style="list-style-type: none"><li>視乎與相關第三方開發商進行磋商而定，本集團及相關第三方開發商將分工，包括遊戲設計及美工、與經銷渠道提供商聯絡</li><li>相關第三方開發商及本集團將有權收取其負責聯絡的經銷渠道的部分收益</li><li>相關第三方開發商及本集團將承擔分配予彼等的責任所產生的成本</li><li>協議通常為期一年，屆滿時自動續簽一年</li><li>倘任何一方未能在一定天數內糾正違反的協議條款，則可終止合同</li></ul>
娛樂產權授權方	與娛樂產權授權方訂立的授權協議	<ul style="list-style-type: none"><li>授權的持續時間通常為期兩年，其中第一款遊戲必須在第一年年末推出</li><li>授權方有權監督所開發遊戲的質量及內容，並要求我們提交遊戲的相關數據</li><li>我們須向授權方支付前期最低保證金，專利費乃參考由遊戲產生的收入總額的約定百分比(可抵銷已付最低保證金付款)計算，且任何超出已付最低保證金的額外專利費付款由本集團支付予授權方</li><li>專利費付款將按季度支付</li></ul>

## 業 務

供應商類別	協議類別	協議主要條款
數字媒體內容提供商	與數字媒體內容提供商就雜誌內容訂立的授權協議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 內容提供商保證，其為內容的原創版權所有者</li><li>• 通常向我們授出非獨家授權，在中國(不包括香港、澳門及台灣)分銷該等內容。我們無權修改或變更內容</li><li>• 授權費一般按每個雜誌標題每年人民幣1,500元至人民幣60,000元計算</li><li>• 授權期通常為兩至三年，且大部分最多可通過相互協議另外延期一年</li><li>• 合約可因不可抗力事件而予以終止</li></ul>

### 我們的結算代理

於往績記錄期，我們與中國最大電訊運營商合作，彼等為我們的結算代理以提供收取及結算我們銷售手機遊戲的虛擬物品及我們電子雜誌的訂閱價所產生收益的服務。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們分別超過90%、90%、90%及70%的收益通過中移互聯網及其聯屬人士收取。由於透過中移互聯網收取的收益按本集團已收及應收代價的公平值計量，即扣除中移互聯網保留總收賬30%後的淨額，故中移互聯網不屬於往績記錄期五大供應商之一。有關我們確認收益政策的詳情，請參閱本文件附錄一載列會計師報告附註3。本集團與中國電訊運營商合作，能夠將我們的市場覆蓋範圍擴展至國家層面，玩家或讀者可輕易接觸到我們的產品。憑藉中國最大的電訊運營商的網絡覆蓋，我們手機遊戲的玩家及電子雜誌的讀者將能夠在中國任何地方購買虛擬物品及訂閱我們的數字媒體內容，從而建立玩家的忠誠度。藉著我們在網絡經銷方面的經驗，我們亦於知名期刊出版商之間建立信心，以從事我們的經銷服務。

自二零一七年起，我們已拓寬我們的付費選擇，以由結算服務提供商及手機製造商運營的額外結算代理。

## 業 務

中移互聯網擔當我們手機遊戲玩家及數字媒體內容訂閱的支付渠道。就手機遊戲而言，遊戲乃免費下載及暢玩，而我們為玩家提供有限數目的免費虛擬物品，作為基本暢玩之用，而其他虛擬物品已包含在遊戲中，惟玩家購買後方可使用。當玩家選擇通過購買該等虛擬物品提升暢玩體驗，彼等將通過中移互聯網付費，其將於手機賬單收取相關購買金額，中移互聯網通過移動運營商網絡向相關玩家發出短信確認該等支付。就數字媒體內容的訂閱而言，由於發佈平台連接中國最大電訊運營商的用戶，故欲訂閱該等數字媒體內容的用戶將通過中移互聯網付費，其收取手機賬單顯示的相關訂閱金額。與手機遊戲相似，中移互聯網通過移動運營商網絡向相關用戶發出短信，以確認該等支付。

中移互聯網將擔當本集團的結算代理，其將向本集團提供結算服務，包括計算相關費用、生成手機遊戲虛擬物品的購買記錄清單、玩家暢玩遊戲及消費活動相關的遊戲數據以及訂閱。

本集團已選擇中移互聯網而非直接與經銷渠道及其他網上支付渠道的交易作為其結算代理，原因如下：

- (1) 根據弗若斯特沙利文報告，中移互聯網於二零一八年擁有中國大量的用戶。根據弗若斯特沙利文報告，中國電信錄得自二零一三年的160.6百萬名用戶增加至二零一八年的303.0百萬名用戶，複合年增長率為13.5%，中國聯通錄得自二零一三年的239.3百萬名用戶增加至二零一八年的315.0百萬名用戶，複合年增長率為5.7%，中移互聯網錄得自二零一三年的710.3百萬名用戶增加至二零一八年的925.1百萬名用戶，複合年增長率為5.4%。董事認為，由於中移互聯網於中國該等三大電訊運營商中擁有最大及最活躍的用戶群，中移互聯網下載平台流量暴增，故本集團的遊戲將推送至龐大的客戶群；
- (2) 於中國，手機賬單付費仍為其中一個最受歡迎的電子交易支付方法；

## 業 務

- (3) 通過我們與中移互聯網之間的合作，本集團亦能訪問包括數字媒體內容發佈平台在內的其他輔助平台；及
- (4) 董事認為，中國移動及其聯屬人士的下載平台流量暴增，成功推送中移互聯網及其聯屬人士應用商店可供下載的遊戲至龐大的玩家群。

### 我們與中移互聯網及其聯屬人士的關係

根據弗若斯特沙利文報告，隨著中國手機技術及技術基礎設施提升，手機付款因其使用的便利性日益流行。

中移互聯網為中國移動有限公司(一家在聯交所及紐約證券交易所上市的公司)的間接全資附屬公司。該領先的電信服務提供商提供覆蓋全中國31個省份、自治區及直轄市的電信服務，於二零一八年擁有925.1百萬名用戶，而中移互聯網作為其專業附屬公司之一，則從事提供增值電信服務。

我們認為，與中移互聯網及其聯屬人士建立緊密及長期的業務關係在商業上有利。根據弗若斯特沙利文報告，中國移動運營商網絡由三大公司主導，其中，中移互聯網的聯屬人士的用戶由二零一三年的710.3百萬名用戶增加至二零一八年的925.1百萬名用戶，複合年增長率為6.8%。我們相信，對中移互聯網及其聯屬人士的依賴僅反映及由於中移互聯網於相關市場的重大份額。

我們已與中移互聯網及其聯屬人士維持緊密的工作關係。與中移互聯網及其聯屬人士的夥伴關係使我們能夠發揮中國最大電訊運營商於中國的巨大網絡及客戶基礎，以分銷我們的手機遊戲及數字媒體。董事相信，本集團與中移互聯網及其聯屬人士之間的緊密工作關係能讓我們發揮由合作分銷手機遊戲及數字媒體引起的協同效應，從而拓展我們於中國的現有市場份額，為本集團提供客戶來源，並能加強我們的聲譽及促進未來發展。因此，董事有意繼續與中移互聯網及其聯屬人士維持長期合作關係。

## 業 務

由於我們的手機遊戲及數字媒體內容亦能豐富中移互聯網及其聯屬人士的用戶的數字媒體內容系列產品組合，我們認為我們與中移互聯網及其聯屬人士屬互惠互利。此外，根據弗若斯特沙利文報告，於二零一七年，休閒、體育及策略類別(包括跑酷遊戲、消除遊戲及益智遊戲)佔中國單人玩家手機遊戲的73%，為最受歡迎類別，於二零一七年份額由二零一六年的64.0%增加至73.0%。冒險遊戲及集換式卡牌遊戲的數量呈上升趨勢，於二零一七年分別佔單人玩家遊戲的4%及7%，而鑒於我們擁有廣泛的單人玩家手機遊戲組合(如策略及益智遊戲及冒險遊戲)，維持由經驗豐富的行業參與者為彼等客戶建立的各種遊戲及數字媒體符合電訊營運商的利益。

### 與中移互聯網所訂立協議的主要條款

服務範圍	結算代理或其指定方須負責有關包括發佈於電訊運營商應用商店、經銷平台、及／或發佈平台的遊戲、音樂、電子雜誌等多種數字媒體內容的結算及付款服務。
訂約方責任	結算代理或其指定方須處理及提供其結算及付款服務，並提供必要的系統維護及升級。我們須確保持有開展業務必要的執照及許可證，並維持遊戲質量。
結算安排	一般而言，已收結算金額的30%將由結算代理或其指定方保留，而餘下的70%將轉讓予我們作為我們的收益。結算金額須於下個月底前經我們及結算代理確認。該等付款須於確認後一個月內結算。
終止及續期	協議通常為期12個月，且概無續期的具體條款。倘違反任何條款而未及時改正，則非失責方有權終止協議。

## 業 務

### 本公司、中移互聯網及其聯屬人士以及經銷渠道提供商的資金流以及收入攤分

就手機遊戲及數字媒體內容經銷而言，中移互聯網及其聯屬人士將一般保留終端用戶支付的30%的總收入。視乎不同經銷渠道提供商的協議，我們將一般保留我們收到的20%至50%的淨收入，並向相關經銷渠道提供商、知識產權所有者及／或許可方支付餘下部分款項。

中移互聯網相對近期興起的結算代理如支付寶及微信支付收費較高，但由於(i)其聯屬人士擁有中國最大的手機用戶群，用戶流量龐大，可供我們分銷我們的手機遊戲並獲得大量潛在付費玩家；及(ii)我們自二零一一年起與中移互聯網維持長期及穩定的關係並達致最佳的互惠模式以增加利潤、降低成本及緩減相方風險，因此我們仍選擇中移互聯網作為我們主要結算代理及合作夥伴。儘管手機用戶可使用更多種類的結算方法且該等支付方法愈受歡迎，本集團仍積極尋求與更多結算代理合作的機會。就本集團一款於二零一九年一月推出的新多玩家手機遊戲而言，我們委聘了支付寶及微信支付作為結算代理。自二零一九年四月起，中移互聯網亦啟動了微信支付功能，我們手機遊戲的玩家可選擇使用該等支付方法。此外，本集團擬於不久將來升級我們的發佈平台後增加微信支付功能至我們的電子雜誌。

### 中移互聯網及其聯屬人士的罰款政策及我們的整改措施

誠如「歷史、重組及集團架構 — 本集團架構及歷史信託安排 — 集團結構及信託安排理由」所載，中移互聯網及其聯屬人士已採取與其「授權提供商」有關的管理制度。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們由於各種事件於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及直至最後實際可行日期，受到中移互聯網及其聯屬人士分別32次、23次、21次及1次處罰，乃由於我們偏離中移互聯網及其聯屬人士運營及推廣遊戲的規則，主要包括經銷渠道的不當行為及玩家行為不規範。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，中移互聯網的總罰款分別為人民幣0.2百萬元、人民幣25,397元、人民幣0.8百萬元及零，於相應年度，該等金額與本集團總收益及淨利潤相比屬微不足道。據弗若斯特沙利文報告，中國的結算代理、經銷渠道及其他在線支付渠道的行業規範亦有類似的處罰政策。

## 業 務

倘發生任何上述事件，中移互聯網及／或其聯屬人士將扣除運營特定遊戲的相關綜合聯屬實體的分數。根據合共扣除的分數，中移互聯網及／或其聯屬人士可對我們施加不同的處罰，如(i)延遲對我們的付款達到約三個月；(ii)暫停我們相關綜合聯屬實體的遊戲運營達到約三個月；及(iii)終止與我們相關綜合聯屬實體的結算協議。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，中移互聯網及其聯屬人士分別於對應期間暫停本集團34、零、零及零款遊戲。我們的董事相信，已終止結算協議的集團內公司持有進行業務所需的相關牌照及許可，而我們能夠恢復與中移互聯網及／或其聯屬人士的服務協議或發掘其他結算服務。於最後實際可行日期，考慮到我們的業務需要及精簡我們的企業架構的戰略後，我們已決定恢復上述九家其中兩家集團內公司與中移互聯網及／或其聯屬人士的結算安排。

根據中移互聯網的內部政策，扣除分數可能由於上述政策所載的各種理由所致，而一旦相關實體的分數扣除至零，中移互聯網有權與相關實體終止協議。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及直至最後實際可行日期]，中移互聯網及其聯屬人士於同期分別終止了四項、零項、零項、零項及零項結算協議。就董事所深知及確信，中移互聯網可能向我們施加處罰的情況包括(其中包括)(i)插入未經授權的代碼至我們手機遊戲的安卓軟件開發工具包，影響相關手機遊戲中的用戶購買或嵌入式數字廣告的計算公式；(ii)手機遊戲用戶投訴的負面媒體報道；(iii)不當處理用戶支付，導致重複購買；(iv)高用戶投訴率，超出中移互聯網規定的最低標準；(v)本集團或經銷渠道提供商通過非法渠道或無法控制的第三方渠道的不合規經營及產品推廣；及(vi)僅於特定若干地區或每日特定時段確認的不尋常經銷或高度集中收益。董事確認，上述情況產生乃由於其他各方而非本集團的行動所致。例如，董事認為，未經授權代碼及數字廣告的插入由經銷渠道提供商於我們不知情的情況下完成，而我們處理重複購買的指控僅為玩家提出的投訴，並未經中移互聯網驗證。董事認為，若干上述情況屬競爭對手的惡意攻擊。有關內部政策及我們整改措施的進一步詳情，請參閱「歷史、重組及集團架構－集團架構及信託安排理由」一節。

## 業 務

董事認為，於往績記錄期，上述的終止結算安排並無對本集團的運營及業務造成重大不利影響，原因如下：

- 我們於二零一六財年自四個終止結算協議產生的總收益為人民幣5.9百萬元，佔二零一六財年手機遊戲開發及運營收益的5.1%。與我們的總收益相比，於二零一六財年四個終止結算協議的影響屬不重大，我們的手機遊戲開發及運營收益亦分別自二零一六財年的人民幣116.5百萬元增加至二零一七財年人民幣的151.1百萬元；
- 根據行業慣例，為防止遊戲運營中斷，我們以不同綜合聯屬實體運營不同遊戲，從而倘中移互聯網及其聯屬人士終止結算協議時，我們能夠繼續透過另一綜合聯屬實體運營遊戲。通過採用該業務架構，本集團能夠最大限度降低成為競爭對手惡意攻擊的目標，並有效分散風險，以令該等風險將不會在某個特定的綜合聯屬實體過度暴露。由於其他集團公司並不排除本集團經營遊戲，倘董事認為，經營該等遊戲在商業上屬合理，則我們將能於較後時間在其他集團公司經營該等遊戲。
- 為應對中國移動的內部政策，我們亦已採取多種規範措施防止未來發生該等事件，包括(i)採取更嚴格的標準選擇經銷渠道提供商；(ii)加強對經銷渠道提供商的監控、監督及備案並與無法達至令我們滿意表現的經銷渠道提供商終止合作；(iii)為玩家設立客戶服務熱線，直接處理其詢問及投訴；(iv)設立遊戲持續購買的時間限制，防止重複購買；及(v)提升我們系統的安全控制，防止惡意黑客攻擊。因此，於往績記錄期，對我們施加的處罰數量大幅減少，且本集團自二零一六財年起並無發現中移互聯網及其聯屬人士終止結算協議。

我們的中國法律顧問認為，中移互聯網及其聯屬人士施加的處罰僅為其內部政策，因此該處罰並不違反中國任何法律或法規。綜上所述，我們的董事認為且獨家保薦人同意有關上述事件及中移互聯網及其聯屬人士施加的處罰將不會對我們的業務運營造成重大影響的觀點。

## 業 務

### 我們的業務取決於我們的貨幣化政策以及識別遊戲類型及數字媒體內容的能力

在二零一五年我們的手機遊戲開發業務的早期階段，我們開發及／或運營700多個手機遊戲，旨在獲得大量潛在付費玩家支持，並測試不同類型手機遊戲的受歡迎程度。我們與中移互聯網及其聯屬公司合作，為我們的手機遊戲開發及運營業務提供結算服務，於商業上屬合理，乃由於(i)其聯屬人士於二零一五年擁有806.6百萬名用戶為中國最大的手機用戶群，我們可以經銷我們的手機遊戲為目標，符合我們當時的業務戰略，獲得大量潛在付費玩家支持，以及識別受歡迎的手機遊戲；及(ii)其自二零一一年起一直為我們數字媒體內容經銷業務的結算代理商。根據弗若斯特沙利文，於建立微信支付及支付寶等第三方支付平台前，數字娛樂內容提供商與擁有龐大用戶群及處理遊戲內購買付款能力的單一平台(包括但不限於中移互聯網及其聯屬人士)合作的情況並不少見。於往績記錄期，本集團分別超過90%、90%、90%及70%的收益來自中移互聯網及其聯屬人士，在我們開始手機遊戲開發及運營時，繼續與中移互聯網及其聯屬人士建立業務關係，在商業上屬合理。

憑藉多年運營積累的手機遊戲開發及運營經驗，我們採用戰略方法，通過專注於受歡迎及盈利能力高的手機遊戲及開發精品手機遊戲，更有效分配資源。我們優化貨幣化措施，以(i)提高非付費玩家轉換為付費玩家的轉化率，(ii)在我們的手機遊戲產品組合中識別受歡迎的手機遊戲，並創建一系列盈利能力高的手機遊戲；及(iii)開始開發我們的精品手機遊戲，以期進一步提高轉換率及玩家粘性。為實現有效的貨幣化，我們根據我們的結算代理商提供的數據收集，並分析遊戲內數據，例如玩家暢玩遊戲的模式(即彼等在手機遊戲中對不同類型虛擬物品的消費模式)。除提供結算服務外，中移互聯網及其聯屬人士亦能提供與部分手機遊戲的玩家暢玩遊戲及消費活動相關的遊戲數據。

就我們的數字媒體內容經銷業務而言，我們提供的電子雜誌以有意閱讀各種主題休閒讀物的讀者為目標，而非極具吸引力的文學或小說。就此而言，我們能吸引大量具有不同興趣的讀者群。我們的媒體內容經銷發佈平台與中移互聯網的聯屬人士(中國最大的電訊運營商的手機電話網絡用戶)連接，其為我們提供接觸大量潛在讀者的途徑。

## 業 務

於往績記錄期，本集團已與其他結算代理合作，並能夠確保以類似條款與其他結算代理合作

於往績記錄期，本集團已就我們的手機遊戲開發及運營業務與其他結算代理合作，其包括(i)中國兩間其他電訊運營商應用商店的結算代理；(ii)手機製造商專用應用商店結算代理；(iii)第三方應用商店結算代理；(iv)第三方支付平台包括微信支付及支付寶。

與該等其他結算代理訂立協議的主要條款在以下方面與中移互聯網訂立協議的主要條款類似，(i)結算代理或其(除微信支付及支付寶)指定方須負責於若干應用商店發佈的手機遊戲結算及支付服務；(ii)結算代理或其指定方須處理及提供其結算及支付服務，並提供必要的系統維修及升級，而我們須確保持有開展業務必要的執照及許可證，並維持遊戲質量；(iii)結算金額的30%至50%將由結算代理或其指定方保留，而餘下部分將轉讓予本集團；及(iv)協議通常為期一至四個月，且概無續期的具體條款。

於往績記錄期，兩家其他中國電訊運營商應用商店的結算代理保留終端用戶支付的30%的總收入；全數手機製造商專用應用商店的結算代理均保留終端用戶支付的30%的總收入；而第三方應用商店的結算代理一般保留終端用戶支付的30%-50%的總收入。

我們亦分別與微信支付及支付寶等第三方支付平台訂立合約，乃根據彼等的標準條款及條件。該等合約一般為期一年，到期後自動續期，除非任何一方事先提供書面通知不再續約。該等第三方支付平台按固定費率(即我們的玩家通過該等支付平台支付總額的1%，一般不可商議)向我們收取支付手續費。我們一般不向於該等支付平台上付款的玩家退款。根據與我們第三方支付平台訂立的協議，第三方支付平台一般負責彼等支付系統的運營及管理，以保證支付服務妥善及時地進行。我們通常有義務採取合理措施，以維護該等支付平台的支付系統的完整性和安全性，例如保證用戶賬戶、以及我們網絡及網站的安全性，並考慮欺詐檢測及其他風險管理安排與支付平台合作。有關多元化策略詳情，請參閱「業務策略—多元化支付及結算服務提供商的使用，以優化我們遊戲的支付功能，刺激玩家的進一步消費」。

## 業 務

我們的董事認為，本公司與新結算代理的合作將不會受到阻礙，乃由於(i)我們與一眾中國經銷渠道提供商維持穩定的業務關係；及(ii)本集團手機遊戲開發及運營業務的往績記錄將吸引手機遊戲玩家，為新結算代理提供保障。鑒於我們於往績記錄期與其他結算代理保持良好關係並為分散我們對中移互聯網的依賴，本集團將於我們往後的手機遊戲開發及經營業務上繼續使用其他結算代理。

儘管於往績記錄期，中移互聯網與我們的綜合聯屬實體先前發生四次協議終止事件，中移互聯網不排除根據不同的結算協議，通過我們其他綜合聯屬實體與本集團運營受影響的遊戲，讓我們與中移互聯網保持業務關係。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們受到中移互聯網的處罰次數大幅下降，故我們的董事認為，其反映我們採取的整改措施有效，以及我們致力於遵守中移互聯網的規則。鑒於(i)處罰大幅減少；(ii)我們的業務依賴於我們的貨幣化措施及識別手機遊戲種類及數字媒體內容的能力；(iii)我們已展示與中移互聯網的互補關係；及(iv)本集團已於往績記錄期與其他結算代理合作，我們的董事認為，與中移互聯網結算代理安排發生變化，從而將對本公司產生重大不利影響的可能性不大。

### 我們的客戶

在我們的手機遊戲運營及數字內容經銷業務線，無論是購買我們手機遊戲的虛擬物品的玩家，還是我們數字媒體內容的訂戶，我們均視之為我們的客戶。根據我們的手機遊戲及數字媒體內容的性質及運營模式，我們於往績記錄期並不依賴任何單一客戶。因此，於往績記錄期，我們的董事認為確定本集團五大客戶並非切實可行。我們的董事確認，於往績記錄期直至最後實際可行日期為止，本集團與我們的客戶並無重大糾紛。

### 銷售及營銷

我們實施各種營銷及推廣措施，以推銷及宣傳我們的手機遊戲。我們通常通過應用商店及我們的經銷渠道提供商向遊戲玩家推廣遊戲。由於不同的應用商店對我們的手機遊戲有不同的規則及要求，我們為每款遊戲定制不同的營銷活動。我們委聘經驗豐富且實力雄厚的公司為我們的經銷渠道提供商，彼等專長於通過在安卓操作系統上第三方應用程序的廣泛網

## 業 務

絡及在手機應用程序上採用彈出式廣告及贊助商鏈接等多種其他方式分銷手機遊戲。該等經銷渠道提供商採用彈出式廣告及贊助商鏈接方式讓我們的遊戲在安卓操作系統的多個第三方應用程序上線，我們因而能夠拓展遊戲的覆蓋面，俘獲大量不同年齡段及背景的潛在玩家。

我們的經銷渠道提供商已向我們免費提供營銷活動計劃，讓網站訪問者挑選我們的遊戲。我們的遊戲所在經銷渠道的流量高，使我們能迅速提升我們的遊戲知名度，在較短時期內吸引大量足夠的終端用戶。我們的經銷渠道提供商熟悉手機遊戲市場，並具備強大的營銷能力，有助我們深化提供商服務的省份及地區的市場滲透度。有關詳情，請參閱本節「我們的經銷渠道提供商」一段。

### 我們的科技基礎設施

我們的網絡基礎設施由我們的運營團隊管理，彼等負責硬件、系統及網絡的運營及維護。我們系統的設計旨在提供擴展性及可靠性，以支持用戶群的增長。我們相信，我們現有的網絡設施及寬帶能力為我們提供足夠的能力，以開展我們目前的業務。

我們已開發廣泛的科技基礎設施，以支持我們的遊戲開發及運營，包括一個全國性的服務器網絡。我們的服務器網絡由六個位於廣州市的租用物理服務器及13個雲服務器組成。我們持續監控我們的網絡基礎設施，以確保其穩定性及安全性。

我們相信我們的網絡基礎設施及維護足以防止黑客攻擊造成的網絡中斷，但該等攻擊仍有可能導致網絡延遲或中斷。有關詳情請參閱「風險因素－我們可能會遇到系統中斷或黑客等外部干擾。倘我們的網絡服務及我們經銷渠道提供商的網絡服務受到任何干擾，則可能對我們的運營及聲譽造成重大不利影響。」

### 知識產權

我們採取多項措施保護知識產權。此外，我們已制訂有關保護整體原代碼的內部條例並實施保密管理，訂明僱員、經銷渠道提供商及其他第三方在編製及使用保密資料時的相關權力及責任。

## 業 務

截至最後實際可行日期，我們擁有以下知識產權：

- 34個註冊域名；
- 399項在中國註冊的軟件版權(包括389項自主開發的軟件版權及10項共同持有的軟件版權)；
- 於中國擁有27個註冊商標；及
- 我們分別於香港取得三個商標。

截至最後實際可行日期，我們與IP持有人就娛樂產權訂立兩份存續許可協議，就授權遊戲訂立33份存續許可協議。

有關知識產權及專有權利的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料」一節。

倘我們發現知識產權遭到侵犯，我們將採取適當措施保護有關知識產權。

於往績記錄期直至最後實際可行日期，據我們所悉，我們的知識產權並無遭到任何嚴重侵犯且並無因我們的遊戲及數字媒體導致侵犯獨立第三方的知識產權而使我們面臨未了結或構成威脅的索償。我們的中國法律顧問確認，本集團並無就侵犯中國第三方商標授權及其他娛樂產權而受到任何重大糾紛及索償。

## 競爭

近年來，中國手機遊戲市場競爭日趨激烈。儘管與全球手機遊戲市場相比，此行業起步較晚，但來自中國手機遊戲市場的機遇已鼓勵更多市場參與者在國內開發手機遊戲。手機遊戲市場相對分散，截至二零一八年末，中國有超過10,000家手機遊戲開發商，而進入遊戲市場的新競爭者數量越來越多。我們主要在以下方面競爭，包括遊戲的質量或特色、選擇、使用及貨幣化適用娛樂產權的能力、我們與經銷渠道提供商已建立的關係、運營基礎設施、專長及經驗、產品管理方式的優勢及我們為提高終端用戶的體驗而提供的服務。

## 業 務

我們主要與中國其他遊戲開發商競爭。我們亦就變現能力與其他競爭對手競爭，將遊戲流量轉化為優質產品，選擇人氣人物及本地主題，加強研發能力，尤其是遊戲行為及偏好以及在價值鏈的不同層面上營運業務的能力。我們相信，憑藉我們在主要經銷渠道提供商之間的成功遊戲往績及認可，以及營運遊戲的能力及變現能力，我們可以開發及營運受歡迎的手機線下遊戲。此外，我們亦與各種線下遊戲(如街機遊戲及手持遊戲)及其他形式的傳統或在線娛樂爭奪終端用戶。

競爭亦可能來自國際遊戲開發商。我們相信，國內遊戲開發商較進入中國市場的國際競爭對手更有優勢，主要由於該等公司在中國很可能缺乏運營基礎設施，且缺乏將遊戲內容本地化的經驗。然而，我們無法向閣下保證，我們將繼續擁有此競爭優勢，特別是如果國際競爭對手成立合資公司、與國內遊戲開發商及經銷渠道提供商建立合作關係或收購國內遊戲開發商及經銷渠道提供商。

就數字媒體內容經銷業務而言，電子雜誌市場分散，於行業內有超過1,500個參與者，我們主要在讀者基礎、範圍、提供的名稱類型及有關內容的可訪問性方面與其他行業競爭對手競爭。我們相信，我們通過與最大電訊運營商運營的網站發佈平台合作而獲得的龐大客戶基礎及我們獲得許可權的媒體內容的聲譽為本集團帶來業務發展的潛力。

### 獎項及認可

於往績記錄期，我們就我們的產品及服務以及對本地經濟的貢獻獲得多項獎項及認可，其中包括下列各項：

獎項/認可	獲獎日期	頒獎機構/機關	實體/產品
白雲區經濟貢獻先進獎	二零一六年七月	白雲區委	家庭醫生
重點信息化創新企業	二零一七年三月	廣州市白雲區科技工業商務和信息化局	家庭醫生

## 業 務

### 牌照及許可證

下表載列本集團獲得的重大牌照及許可證的詳情：

牌照／許可證	發行機關	持有人	屆滿日期
高新技術企業證書	廣東省科學技術廳、廣東省財政廳及國家稅務總局廣東省稅務局(系廣東省國家稅務局、廣東省地方稅務局合併)	廣州市家庭通信科技有限公司	二零二零年十二月十日
		家庭醫生	二零二一年十一月二十七日
		廣州市掌寶信息技術有限公司	二零一九年十二月八日
OCO許可證	廣東省文化和旅遊廳(前稱為廣東省文化廳)及北京市文化局	廣州市金奕電子科技有限公司	二零一九年十二月八日
		廣州九尊	二零二二年一月二十三日
		家庭醫生	二零二二年四月九日
		廣州市家庭通信科技有限公司	二零二二年二月二十八日
		廣州市家庭電子科技有限公司	二零二二年五月十四日
		廣州市金奕電子科技有限公司	二零二一年八月十七日
廣州市指樂信息技術有限公司	二零二零年七月十一日		

## 業 務

牌照／許可證	發行機關	持有人	屆滿日期
		廣州市掌寶信息技術有限公司	二零二一年七月十六日
		廣州豪斯信息技術有限公司	二零二一年十一月十六日
		廣州靈蛇信息技術有限公司	二零一九年十一月二十日
		廣州龍行信息技術有限公司	二零二零年七月十七日
		廣州裕能通信科技 有限公司	二零一九年六月 二十二日(附註1)
		廣州輕彩網絡科技 有限公司	二零二二年三月三十日
		廣州隆燦網絡科技 有限公司	二零二二年三月三十日
		廣州帆銘通信科技 有限公司	二零一九年七月十七日 (附註1)
		廣州凡齊通信科技 有限公司	二零二二年三月十六日

## 業 務

牌照／許可證	發行機關	持有人	屆滿日期
		廣州言明通信科技 有限公司	二零二零年七月十七日
		廣州清昌信息科技 有限公司	二零二零年七月十七日
		廣州瑪語信息科技 有限公司	二零二零年七月十二日
		廣州虹歡網絡科技 有限公司	二零二零年七月十一日
		廣州年喜網絡科技 有限公司	二零二二年四月二十九日
		廣州愛勤網絡科技 有限公司	二零二二年三月十五日
		廣州凱瑞通訊科技 有限公司	二零一九年七月十七日
		廣州竹群網絡科技 有限公司	二零二零年十月二十三日
		廣州燦東通信科技 有限公司	二零二零年十月九日

## 業 務

牌照／許可證	發行機關	持有人	屆滿日期
		廣州市風襲遊戲軟件科技有限公司	二零二零年七月十七日 (附註1)
		北京風雲萬象科技有限公司	二零二一年六月四日
		北京新連信息技術有限公司	二零二一年五月二十三日
互聯網服務的增值電訊業務經營許可證 (SP許可證)	中華人民共和國工業和信息化部	家庭醫生	二零二二年 三月二十三日
		廣州市家庭電子科技有限公司	二零二三年 七月十二日
		廣州市指樂信息技術有限公司	二零二三年 十月二十五日
增值電訊業務經營許可證	北京市通信管理局	北京風雲萬象科技有限公司	二零二零年八月二十五日
	北京市通信管理局	北京新連信息技術有限公司	二零二零年八月二十五日

**附註：**

- (1) 截至最後實際可行日期，由於管理變更，本集團無法重續OCO許可證。有關詳情，請參閱「監管概覽－與手機遊戲及互聯網文化產品相關的法規(包括數字媒體內容)」一節。經我們的中國法律顧問確認，根據相關主管政府機構廣東省文化和旅遊廳(「**廣東省文化和旅遊廳**」)於二零一九年七月十五日作出調查，廣東省文化和旅遊廳確認廣東省文化和旅遊廳不再負責監督手機遊戲，並由於調整審批範圍通知而無法重續OCO許可證不構成任何違規行為；因此，我們的中國法律顧問認為，由於管理變更而無法重續廣州裕能通信科技有限公司、廣州帆銘通信科技有限公司及廣州凱瑞通訊科技有限公司已逾期的OCO許可證，其並不構成本集團的任何不合規事項。有關進一步詳情，請參閱「業務－牌照及許可證」一節。

## 業 務

據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期直至最後實際可行日期，我們開發及運營手機遊戲以及與其相關的信息服務、數字媒體內容經銷的業務在任何重大方面並無違反中國的任何適用規則及規例。據我們的中國法律顧問進一步告知，我們已自相關政府部門取得對於中國進行業務營運屬重大的所有必要牌照、批文及許可證，而該等牌照、批文及許可證仍完全有效，且並不存在遭撤銷或註銷的情況。

## 僱員

截至二零一九年三月三十一日，我們擁有64名全職僱員，其中絕大多數僱員位於廣州。下表按職能載列我們截至二零一九年三月三十一日的僱員數目：

	僱員數目	佔總數百分比(%)
研發 .....	14	21.9
運營 .....	22	34.3
銷售及市場營銷 .....	4	6.3
財務 .....	12	18.8
管理 .....	5	7.8
人力資源及行政 .....	7	10.9
<b>總計 .....</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>

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

按照中國法規的規定，我們參與由市及省政府組織的多項僱員福利計劃，包括住房、退休金、醫療及失業福利計劃。我們須根據中國法律規定按僱員薪金、獎金及若干津貼的指定比例向僱員福利計劃供款，比例上限由地方政府確定。獎金一般是酌情支付，且視乎我們業務的整體表現而定。於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月，我們的員工成本分別為人民幣9.2百萬元、人民幣11.6百萬元、人民幣10.2百萬元及人民幣2.0百萬元，分別佔我們於相應期間的總收益的6.6%、6.8及7.1%及4.4%。我們分別於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月向僱員福利計劃作出的供款總額分別為人民幣548,844元、人民幣498,187元、人民幣798,587元及人民幣141,633元。

## 業 務

除本節「法律訴訟及合規情況—不合規事項」一段所披露者外，我們根據中國適用法律及地方主管當局的規定為中國員工繳納社保，保費由我們及員工按中國相關法律訂明的比例承擔。

### 物業

截至最後實際可行日期，我們在中國廣州租賃一處物業，主要用作我們業務運營的辦公室。

我們在廣州租賃的辦公室總建築面積為522.61平方米，租約將於二零二零年三月三十一日屆滿，且董事有意於屆滿後續訂租賃。

### 稅項

於往績記錄期，本集團旗下公司已按適用的25%的企業所得稅稅率就估計應課稅利潤計提中國企業所得稅，惟(i)在中國大陸符合中國高新技術企業的資格，於往績記錄期按較低的中國企業所得稅率15%繳稅的若干綜合聯屬實體；及(ii)根據國家稅務總局公佈的小型微利企業所得稅優惠政策的通知，可享受50%應納稅所得額減免及按20%的優惠稅率計算企業所得稅的若干綜合聯屬實體除外。

### 保險

根據中國行業慣例，我們並無投購業務中斷險或潛在負債保險。於最後實際可行日期，我們並無提出或涉及任何重大保險申索。

發生任何未投保業務中斷、訴訟或自然災害或未投保設備或設施受到重大損害會對我們的經營業績造成重大不利影響。請參閱本文件「風險因素—與我們業務有關的風險—我們並無為我們的業務索賠購買任何保險，且我們並無投購任何涵蓋我們主要資產、財產及業務的保險，我們保險有限的涵蓋範圍可能導致我們面臨巨大的成本及業務中斷。」一節。

## 業 務

### 法律訴訟及合規情況

#### 法律訴訟

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們不曾及並非任何重大法律、仲裁或行政程序的訂約方，且我們並不知悉我們任何董事概無任何尚未了結或面臨的對我們營運或財務狀況有重大不利影響的法律、仲裁或行政程序。

#### 不合規事項

下文載列我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期未能遵守適用的中國法律法規的若干事件之概要。

經考慮我們中國法律顧問的意見，導致本節所披露不合規事件的事實及情況及本集團經已強化的內部控制措施，我們的董事認為，且獨家保薦人同意(i)我們已根據上市規則的規定設立充分有效的內部控制程序；(ii)不合規事件將不會影響董事根據上市規則第3.08、3.09及8.15條擔任編纂發行人董事的適當性及上市規則第8.04條公司編纂的適當性；(iii)不合規事件不會導致及將不會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響；及(iv)不合規事件[並未對董事及／或高級管理人員及／或本公司以合規方式開展業務的能力及操守產生負面影響。

除下文所披露者外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面就我們的業務營運遵守適用的中國法律法規。

#### **未能要求第三方遊戲出版服務實體自國家新聞出版廣電總局獲得審批並完成文化部的備案記錄過程**

##### 背景

根據相關中國法律法規，(i)手機遊戲於中國的商業發佈須經國家新聞出版廣電總局前置審批，及(ii)手機遊戲於中國的商業發佈亦須遵守文化部的備案責任。

## 業 務

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本公司並未嚴格遵守(i)國家新聞出版廣電總局有關商業發佈我們手機遊戲的前置審批要求，及／或(ii)文化部有關商業發佈我們手機遊戲的備案要求(統稱「行政程序」)。

根據我們的中國法律顧問向廣東省新聞出版局(前稱廣東省新聞出版廣電局)(「廣東出版局」)的諮詢，國家新聞出版廣電總局就手機遊戲出版服務實體申請前置審批授予截至二零一六年十二月三十一日的寬限期，因此，在該寬限期結束前，概無我們在中國的手機遊戲產生的收入將被視為不合規收入。於二零一七財年及二零一八財年，我們分別擁有50款及11款手機遊戲(「不合規遊戲」)，在出版該等手機遊戲前未能遵守該等行政程序，在此期間我們分別共有222款及131款手機遊戲。於二零一七財年及二零一八財年，不合規遊戲產生的總收益分別為人民幣5.1百萬元及人民幣1.7百萬元。

我們的會計系統並非旨在追蹤分配成本及不合規遊戲應佔利潤，因此我們無法確定該等不合規遊戲產生的確切毛利或收入。即便在不太可能的情況下排除該等不合規遊戲產生的收入並假設全數自我們的盈利中直接扣減，根據上市規則第8.05(1)條，我們仍可滿足利潤測試下的最低編纂要求，理由為我們於二零一六財年、二零一七財年、二零一八財年及二零一九年止三個月經扣除自不合規遊戲同期本公司擁有人應佔淨利潤貢獻的收益總額的經調整淨利潤為人民幣36.5百萬元、人民幣41.5百萬元、人民幣46.0百萬元及人民幣2.6百萬元。

### 不合規的原因

我們的人力資源及行政部門(主要負責處理行政程序)，可不時申請國家新聞出版廣電總局的前置審批，並根據經銷渠道提供商或結算代理的要求完成向文化部的備案記錄過程。然而，我們的人力資源及行政部門對相關法律法規缺乏足夠瞭解，導致我們未能理解不合規的重要性及後果。因此，我們並未遵守部分手機遊戲的行政程序。

### 法律後果包括潛在最高罰款及其他金融負債

根據新聞出版總署通知(於二零零九年九月二十八日生效)，倘我們未能於手遊開始出版之前取得國家新聞出版廣電總局的前置審批，則主管部門可責令我們停止運營有關遊戲。然而，新聞出版總署通知並無就未取得有關前置審批的罰款作出規定。

## 業 務

根據《網絡出版服務管理規定》(「《網絡出版規定》」)，(於二零一六年三月十日生效)，未能於手遊開始出版之前取得國家新聞出版廣電總局的前置審批可能會導致我們停止運營相關遊戲及被沒收我們的所有違法收入及違法發行活動中所使用的主要設備及專業工具。就超過人民幣10,000元的違法收入而言，將判處違法收入五倍至十倍不等的罰款；就不超過人民幣10,000元的業務收益而言，將判處人民幣50,000元或少於人民幣50,000元的罰款；倘主管司法部門發現不合規的情況極其嚴重，則上述部門有權使違法的公司承擔刑事責任。考慮到整個行業內有相當數量的手遊未能於發佈之前取得前置審批，隨後，國家新聞出版廣電總局就遊戲出版服務單位申請前置審批進一步授出截至二零一六年十二月三十一日的寬限期。

我們中國法律顧問已諮詢廣東出版局，該部門確認，相關主管機構不會將於上述寬限期結束之前未首先取得國家新聞出版廣電總局的前置審批即出版手機遊戲視為違法行為。誠如我們的中國法律顧問所告知，上述政府部門有權且能夠作出上述確認。

於二零一零年六月三日，文化部頒佈《網絡遊戲管理暫行辦法》(「《網絡遊戲辦法》」)，於二零一零年八月一日實施，並於二零一七年十二月十五日進一步修訂。根據文化部實施的《網絡遊戲管理暫行辦法》，在發行網絡遊戲後未在規定時間內辦妥事後備案記錄流程，我們可能會被處以合共最高人民幣20,000元的罰款(不同於國家新聞出版廣電總局，文化部並無就事後備案要求授出寬限期)。

### 補救措施

於最後實際可行日期，本集團已停止運營所有不合規遊戲，本集團運營的所有遊戲均已完成文化部的備案程序，並獲得國家新聞出版廣電總局的前置審批。

根據我們的中國法律顧問與廣東省出版局進行的諮詢，廣東省出版局確認(i)彼等不會將於寬限期(即二零一六年十二月三十一日)結束之前未首先取得國家新聞出版廣電總局的前置審批即出版手機遊戲視為不合規行為；及(ii)已停止運營的手機遊戲無需獲得國家新聞出版廣電總局的進一步前置審批，且將不會對該等自願停止運營該等不合規手機遊戲的手機遊戲運營商提出法律訴訟。

我們已取得廣東省文化和旅遊廳(前稱廣東省文化廳)的確認函，確認我們於往績記錄期並無因違反《互聯網文化規定》而受到處罰。

## 業 務

誠如我們的中國法律顧問告知，廣東省文化和旅遊廳是廣東省文化部的地方對口部門，而廣東省出版局則為廣東省國家新聞出版廣電總局的地方對口部門。因此，上述政府機關有權且合資格作出上述確認。

根據彌償保證契據，我們的控股股東已共同及個別承諾，倘本公司因我們未遵守行政程序而遭受任何主管部門的處罰或遭受任何損失，彼等將向我們作出彌償。

就董事所知，我們並無就此事項處於任何行政或刑事調查或其他法律程序。

鑒於(i)作為我們補救措施的一部分，我們已於諮詢期間獲得主管政府機構的確認；(ii)本公司已自願停止運營所有不合規遊戲；及(iii)我們並無就不合規遊戲受到任何行政或刑事調查或其他法律訴訟程序，我們的中國法律顧問告知我們，(a)國家新聞出版廣電總局及文化部不大可能對我們之前未能在我們遊戲發佈前辦妥行政流程施加任何追溯性懲罰的風險甚微；(b)先前未能辦妥行政程序不太可能被視為嚴重違反新聞出版總署通知及網絡出版規定有關國家新聞出版廣電總局前置審批有關文化部事後備案要求的規定(即遊戲規定)，因此我們不太可能因未辦妥手續而受到任何形式的處罰；及(c)我們的業務運營及相關牌照過往均無遭暫停，以及在任何情況下我們過去因違反文化部的事後備案規定而遭致的最高處罰和法律後果均屬不重大。我們的中國法律顧問認為，互聯網文化運營或出版主管部門對我們施加處罰的風險甚微。

有關作為補救措施一部分而獲採納的內部控制措施的進一步詳情，請參閱本節「內部控制措施以確保合規」一段。

我們的董事認為且獨家保薦人同意，(i)其過往未能於發佈其手機遊戲前完成行政程序對本公司的運營及財務狀況的潛在影響較低；及(ii)有關未能遵守人力資源及行政程序之不合規事件乃由於(a)我們的人力資源及行政部門缺乏相關法律法規的知識，且並不涉及董事之欺詐或不誠實行為；(b)根據中國法律顧問意見，相關主管機構對我們施加處罰的風險甚微，本公司與我們的董事認為，該不合規對我們運營及財務狀況之潛在影響較低；及(c)本公司已

## 業 務

採取上述補救行動，並已設立具體的內部控制程序，以防止再次發生此類不合規事件，故有關不合規事件並不會對本公司根據上市規則第8.04條編纂的適宜性或我們董事於上市規則第3.08條及3.09條項下的適宜性造成任何損害。

### 未能全數繳納社會保險及住房公積金

#### 背景

於往績記錄期，我們未為全體僱員全額繳納社會保險及住房公積金。

#### 不合規的原因

於往績記錄期，我們未為全體僱員全額繳納社會保險及住房公積金，因為：

- 我們的部分員工不欲參加社會保險及住房公積金計劃，因彼等不欲承擔彼等部分的供款；及
- 我們的人力資源及行政部門不熟悉相關社會保險及住房公積金供款的相關法律法規。

#### 法律後果包括潛在最高罰款及其他金融負債

根據中華人民共和國社會保險法，倘僱主未全數或按時繳納社會保險費，監管機構須責令其在規定期限內支付或補足餘額，並按每日0.05%徵收滯納金。倘僱主仍未在規定的期限內支付，監管機構可以處以逾期金額1-3倍的罰款。

根據住房公積金管理條例，倘僱主未能支付其住房公積金供款，監管機構可責令其在規定的期限內糾正不合規事件，否則監管機構可向人民法院申請強制執行。

#### 補救措施

自二零一七年九月起，我們一直遵守相關社會保險及住房公積金供款的相關法律法規。

## 業 務

我們已取得廣州市人力資源和社會保障局、廣州市住房公積金管理中心及汕頭市住房公積金管理中心的確認函，我們並無因違反有關社會保險及住房公積金的法律法規而受到處罰。

誠如我們的中國法律顧問告知，廣州市人力資源和社會保障局、廣州市住房公積金管理中心及汕頭市住房公積金管理中心有權且合資格作出上述確認。

於往績記錄期，已就有關社會保險及住房公積金未繳供款作以下撥備：

- 截至二零一六年十二月三十一日止年度，約人民幣963,000元
- 截至二零一七年十二月三十一日止年度，約人民幣747,000元

於最後實際可行日期，(i)我們並無因該等不合規而收到監管機構或相關政府部門的任何請求、要求或命令補償未支付的社會保險及住房公積金供款或罰款通知；(ii)我們已取得相關政府部門的確認函，確認我們在中國成立的集團公司均未因社會保險及住房公積金的任何未繳供款而被罰款；及(iii)我們的中國法律顧問告知，我們被相關政府部門要求就未繳納的社會保險及住房公積金供款繳納行政罰款的風險甚微。

因此，於往績記錄期，並無就未能全額繳納社會保險及住房公積金供款而被監管機構處以潛在罰款作出撥備。

董事認為，我們的財務報表已共同及個別就未付社會保險及住房公積金供款作出充分撥備。

根據彌償契據，各控股股東已共同及個別承諾就相關政府機構就支付未付社會保險及住房公積金供款或任何所施加的罰款而作出的任何要求或命令向我們作出彌償。

## 業 務

倘監管機構及／或相關政府部門命令我們支付逾期社會保險費及／或住房公積金供款，我們將在規定的時限內遵守該命令。展望未來，我們全體員工的服務合同將明確規定所有員工與我們合作以遵守有關社會保險及住房公積金供款的法律法規。為避免再次發生此節所述的過往不合規事件，我們已採納若干額外內部控制措施，以改善我們的企業管治及內部控制。有關詳情，請參閱本節中「內部控制措施以確保合規」一節。基於(i)相關政府當局已知悉不合規事件；及(ii)我們現時已完全遵守有關社會保險及住房公積金供款的相關法律法規的事實，我們的中國法律顧問告知，我們因未付社會保險及住房公積金供款而遭受相關政府部門行政處罰的風險較低。

鑒於(i)我們的財務報表已就未付社會保險及住房公積金供款作出充分撥備；(ii)各控股股東已共同及個別承諾就相關政府機構就支付未付社會保險及住房公積金供款或任何罰款的要求向我們作出彌償；及(iii)我們的中國法律顧問已告知，我們因未付社會保險及住房公積金供款而遭受相關政府部門行政處罰的風險較低，我們的董事認為且獨家保薦人同意，其過往未能全數繳交社會保險及住房公積金對本公司的運營及財務狀況的潛在影響較低及(ii)鑒於(a)該不合規事件乃由於某些員工並不願意支付他們部分的供款及我們人力資源及行政部門缺乏知識及誤解，且並不涉及董事之欺詐或不誠實行為；(b)根據中國法律顧問意見，相關主管機構對我們施加處罰的風險甚微，本公司與我們的董事認為，該不合規對我們運營及財務狀況之潛在影響較低；及(c)本公司已採取上述補救行動，並已設立具體的內部控制程序，以防止再次發生此類不合規事件，故不會對本公司根據上市規則第8.04條編纂的適宜性或我們董事於上市規則第3.08條及3.09條項下的適宜性造成任何損害。

## 風險管理

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

## 業 務

### 財務報告風險管理

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

截至二零一八年十二月三十一日，我們財務團隊共有12名僱員，主管為首席財務官兼執行董事梁先生，彼在公眾公司財務報告的經驗豐富。財務部門的其他高級人員均具財務及會計的經驗。

### 信息風險管理

我們已採納若干措施，以保護我們已累積的用戶數據，並防範本公司網絡基礎設施及信息技術系統的技術問題。我們的信息技術團隊共有6名僱員，主管為高級副總裁趙新林先生(家庭醫生的高級副總裁)，其於信息技術行業具備約10年的經驗，負責監督我們的網絡基礎設施及信息技術系統，且獲研發團隊及運營團隊成員提供支援。

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

我們已採納多項有關數據庫操作的政策，防止信息泄漏和數據丟失。同時，我們使用監察系統監察服務器的數據操作狀況，並向有關部門提醒異常情況。此外，我們的日常維護、防火措施、存取控制系統及其他措施，將協助維護網絡基礎設施的實質狀況。我們另有數據備份系統，每周將數據儲存於不同地方的服務器，以減低數據丟失的風險。我們的研發部門的信息技術團隊每半年進行一次備份復原測試，試驗備份系統的狀況。為確保本集團的資料保密性，我們已將保密條款納入全體員工的僱傭合同，且僅有需獲取數據進行分析的相關員工可獲准存取相關數據。本集團亦定期審閱數據存取政策以提升數據保護重要性的意識。

## 業 務

### 法律合規及知識產權風險管理

我們經營風險管理主要專注的範疇為遵守中國法律法規，尤其是監管網絡遊戲行業的法律法規，保護知識產權以及防止因潛在侵犯知識產權招致的責任。

我們開發的新產品須經高級管理層批准。方案材料亦須經我們人力資源及行政部門審議，其會進行審查，確保新產品建議涉及的概念及設計不會侵犯任何第三方現有的知識產權。我們的人力資源及行政部門亦確保適時就新產品申請商標、版權或專利註冊，並及時向有關機關提交文件作存檔。我們亦外聘顧問或知識產權代理，在法律合規以及防範和解決有關知識產權事宜方面提供協助。

### 人力資源風險管理

我們已制定內部監控政策，涵蓋人力資源管理多個方面，如招聘、培訓、工作道德及法律合規。

我們的招聘標準相當高，篩選程序嚴謹，以確保新入職僱員的質素。此外，我們按不同部門僱員的工作需要提供專門培訓。多個營運部門將向人力資源及行政部門要求提高招聘門檻，選定包括內部培訓及升遷在內的適當渠道用於招攬人才，促進現有人力資源的良好運用，並提供輔導項目，經驗豐富的員工可指導經驗不足的員工，助其熟悉我們的運營及融入本集團文化。

### 企業管治措施

我們於●年●月●日設立審核委員會，主要職責為向董事會提供有關本集團財務報告程序、內部監控及風險管理系統有效性之獨立意見，監督審核程序以及履行董事會委派的其他職責及責任。審核委員會成員包括趙俊峰先生、莊文勝先生及宋屹女士，趙俊峰先生為主席。

## 業 務

### 持續監察風險管理政策實施情況的措施

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

### 確保未來合規的內部控制措施

為確保日後遵守適用法律法規及各營運方面的相關政策，我們已採納或將採納下列補救行動：

- (i) 本集團已實施由不同職員進行定期檢查的程序，確保所有文件及申請符合相關法律規定；
- (ii) 如需要，我們將委聘外部法律顧問，就適用於本集團的中國法律法規向董事及高級管理層成員提供法律意見及培訓；及
- (iii) 我們將進行定期內部控制審核，確保全面遵守各營運方面的政府規例及相關政策。

為避免日後再犯不合規事件，及進一步加強內部控制系統，我們已採取下列額外措施改善企業管治及內部控制：

- | <u>不合規事宜</u>                    | <u>內部控制措施</u>  |
|---------------------------------|--|
| (i) 未能取得國家新聞出版廣電總局批准，並完成文化部備檔程序 | 執行董事負責審閱文件及取得有關當局批准的相關文件。我們的執行董事亦須負責定期檢查，確保所有遊戲符合相關要求。我們亦安排我們的中國法律顧問向運營部成員提供培訓，讓他們更熟悉相關規定。 |

## 業 務

不合規事宜	內部控制措施
(ii) 未能支付全額社會保險及住房公積金供款	人力資源部及行政部負責確保遵守有關社會保險及住房公積金供款的適用中國法律法規，而我們將已委派我們的人力資源及行政經理每月進行審查及覆檢程序，確保付款記錄的註冊妥為更新及每名員工定期作出社會保險及住房公積金供款。我們亦安排我們的中國法律顧問向人力資源部及行政部員工提供培訓，讓他們更熟悉相關法律法規。

經考慮本集團採取的上述補救行動、我們的業務性質及運營規模，董事信納我們的內部控制系統足以有效支撐我們的現有運營環境，並認為不合規事件不會嚴重影響董事根據上市規則第3.08及3.09條擔任董事的適當性，以及我們根據上市規則第8.04條編纂的適當性。