
業 務

概覽

我們的使命是，做世界頂級的遊戲公司，持續開發各品類行業領先的精品遊戲，為全球遊戲玩家服務。

我們是擁有開發精品移動遊戲能力及良好市場口碑的領先中國移動遊戲開發商，主要專注於移動MMORPG遊戲的開發，並已建立卓越往績記錄。我們對於遊戲玩家對具有優質內容的中重度遊戲需求具有深刻且全面的理解，我們致力於以不懈熱情和堅定不移的奉獻精神不斷推出現象級精品遊戲。根據弗若斯特沙利文的資料，我們取得以下成績：

- 我們於2019年在所有中國移動遊戲開發商中排名第五（按自研遊戲於中國內地產生的總流水計量）。
- 我們於2019年在所有中國移動遊戲開發商中排名第三（按自研MMORPG於中國內地的總流水計量）。
- 於2017年至2019年，我們在所有中國移動遊戲開發商中排名第三（按自研MMORPG於海外市場iOS App Store及Google Play產生的總流水計量）。
- 於2017年至2019年，我們四款遊戲名列MMORPG手遊20強（按中國內地的流水計量）。該四款遊戲之中，《龍族幻想》於2019年在中國內地所有MMORPG手遊中排名第一（按平均月活躍用戶計）。

我們是中國移動遊戲行業的開拓者，專注於開發頗受市場歡迎的優質移動MMORPG。我們持續引領行業技術變革，並開創了諸多中國移動遊戲行業「先河」，如推出首批真3D國戰MMORPG手遊之一《六龍爭霸》／《六龍御天》及中國首款由虛幻引擎4驅動的真3D次世代MMORPG手遊《龍族幻想》。我們亦推出首批真3D回合制MMORPG手遊之一的《夢幻誅仙》。我們的遊戲廣受市場歡迎。其中，2019年於中國內地推出的《龍族幻想》首月流水超過人民幣6億元，於2016年推出的《夢幻誅仙》截至2019年12月31日流水超過人民幣33億元。

我們對於最先進的遊戲研發能力引以自豪，是我們成功的關鍵因素之一。憑藉我們跨越單機遊戲、客戶端遊戲、網頁遊戲及移動遊戲時代的豐富遊戲行業經驗，我們建立起一支強大且富有凝聚力的內部開發團隊，於最後可行日期，我們的遊戲開發專才佔僱員總人數逾85%。我們在每一次行業技術革新中一直搶佔先機。例如，我們於2015年發布的第一款基於Unity 3D的真3D MMORPG手遊之一《六龍爭霸》／《六龍御天》。我們擁有業界先進的引擎技術，使我們得以持續推出高性能及震撼視覺效果的精品遊戲，確保遊戲玩家不斷投入參與及促進付費用戶轉化。我們為率先將虛幻引擎4成功引入中國手遊開

業 務

發行業的研發商之一，並進行二次開發，支持創作優質的遊戲精品。作為使用虛幻引擎4的傑出移動遊戲開發商，我們獲Epic Games邀請在2019年遊戲開發者大會上介紹《龍族幻想》，並將虛幻引擎4擴展到多個遊戲產品領域。

我們亦是在國際市場推出自研遊戲的先驅。我們直接透過分銷渠道商及與第三方發行商合作發行遊戲。借助國內市場領先地位，我們積極開拓境外遊戲市場並在全球市場取得驕人成績。根據弗若斯特沙利文的資料，於2017年至2019年，我們在所有中國移動遊戲開發商中排名第三（按自研MMORPG於海外市場iOS App Store及Google Play產生的總流水計量）。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們有14款移動遊戲，發布了超過60個14種語言的地區版本，在港澳台地區、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲等超過170個地區市場可供使用。我們於2020年在美洲及歐洲發行新地區版本遊戲《龍族幻想》後，其榮登美國iOS App Store下載量排名MMORPG手遊第一名及RPG手遊第二名，並躋身歐洲八個地區市場iOS App Store下載量手遊前十名。截至2019年12月31日，《萬王之王3D》在中國內地以外所有市場總流水逾人民幣500.0百萬元，並多次獲得iOS App Store及Google Play的認可及多次推薦。在2015年10月推出後，《六龍爭霸》／《六龍御天》於台灣iOS App Store熱門遊戲排行榜連續四個月登上兩大及連續六個月登上五大遊戲，並取得在中國內地以外所有市場推出首月總流水破億等驕人成績。《天空紀元》於推出第一個月便入選App Annie全球遊戲收入榜前十名。我們培養龐大且不斷增長的全球玩家社群，於2019年第四季度，我們所有移動遊戲於海外市場的平均月活躍用戶約為0.8百萬人。於2017年、2018年及2019年，我們來自海外市場的收益分別為人民幣233.0百萬元、人民幣191.2百萬元及人民幣344.1百萬元，分別佔同期總收益的17.8%、22.0%及32.2%。

我們長期保持與領先發行商及全球分銷渠道商的全面合作關係。於中國內地，我們與騰訊、紫龍遊戲等多家中國頭部發行商長期保持戰略夥伴關係，通常會在遊戲研發階段初期便訂立獨家遊戲許可協議，最大化營銷效率。截至2019年12月31日，我們透過騰訊先後發行四款精品大作，即《六龍爭霸》／《六龍御天》、《夢幻誅仙》、《萬王之王3D》及《龍族幻想》，各遊戲均深受遊戲玩家廣泛歡迎。在海外，我們通過第三方分銷渠道商或委聘第三方發行商直接發行我們的遊戲。海外發行商一般於中國內地正式發布遊戲之前已經就於相關市場發行我們的遊戲尋求與我們早期合作。我們與iOS App Store及Google Play等國際領先的分銷渠道商及第三方發行商建立良好的合作關係，幫助我們的遊戲有效進入全球市場。

我們擁有多元化及強大的遊戲儲備。截至最後可行日期，我們有八款移動遊戲產品線，涵蓋MMORPG、SLG等類型。我們一直專注於打造原創IP遊戲，同時會將第三方IP持有人授權的優質IP遊戲引進移動遊戲內。截至最後可行日期，我們已暫為六款遊戲作IP安

業 務

排，其中四款原創IP遊戲及兩款基於授權IP。於最後可行日期，我們與騰訊就三款籌備中的原創IP遊戲訂立獨家遊戲許可協議。此外，我們的遊戲開發及IP運營能力使我們成為世界知名IP持有人之中首選的移動遊戲開發商，從而使我們能夠採購世界一流質量和國際知名的IP。例如，截至最後可行日期，我們正在與一間於製作奇幻系列方面具良好往績記錄的全球頂尖電影製作公司合作，以其票房收入逾15億美元的科幻電影改編成手遊。

於往績記錄期間，我們錄得穩健的財務表現，於2017年、2018年及2019年，我們的收益分別為人民幣1,309.2百萬元、人民幣870.1百萬元及人民幣1,067.2百萬元。我們於2017年及2018年分別錄得虧損淨額人民幣159.4百萬元及人民幣75.4百萬元，而於2019年錄得利潤淨額人民幣120.4百萬元。我們於2017年、2018年及2019年分別錄得經調整利潤淨額人民幣423.2百萬元、人民幣310.9百萬元及人民幣354.5百萬元。

我們的優勢

擁有開發精品移動遊戲能力及良好市場口碑的領先中國移動遊戲開發商

我們是中國移動遊戲行業的開拓者，歷經單機遊戲、客戶端遊戲、網頁遊戲和移動遊戲時代，積逾20年豐富經驗。我們的行業經驗、市場洞察力和技術實力，使我們得以持續引領行業技術變革，不斷推出現象級精品遊戲。於2015年起，騰訊已與我們合作發行四款精品遊戲，認可我們的開發能力和遊戲質量。根據弗若斯特沙利文的資料，按國內自研遊戲的總流水計量，我們於2019年在所有中國移動遊戲開發商中排名第五，且按中國內地自研MMORPG的總流水計，我們於同年在所有中國移動遊戲開發商排名第三。我們亦是在國際市場推出自研遊戲的先驅。我們直接透過分銷渠道商及與第三方發行商合作發行遊戲。在香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲等超過170個地區市場提供眾多地區版本可供選擇的遊戲，持續擴大我們於全球的遊戲玩家群。根據弗若斯特沙利文的資料，由2017年至2019年，按海外市場的iOS App Store及Google Play產生的自研MMORPG流水計量，我們在所有中國移動遊戲開發商中排名第三。

我們始終貫徹精品移動遊戲的獨特策略定位。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們有14款移動遊戲，其中五款遊戲在上線首月流水超過人民幣1億元，最高月流水逾人民幣6億元。我們專注於開發移動MMORPG並取得成功，開創了多個中國移動遊戲行業「先河」：如推出首批真3D國戰MMORPG手遊之一的《六龍爭霸》／《六龍御天》及首款由虛幻引擎4驅動的真3D次世代MMORPG手遊《龍族幻想》。我們亦推出首批真3D回合制MMORPG手遊之一的《夢幻誅仙》。我們的遊戲於國內外廣受認可，如《龍族幻想》被評為Google Play香港商店Best of 2019最佳對戰遊戲，《萬王之王3D》榮獲2018年金翎獎最佳原創移動遊戲，《天空紀元》榮獲2017年中國優秀遊戲製作人評選大賽最佳移動遊戲製作

業 務

獎等。根據弗若斯特沙利文的資料，按2017年至2019年中國內地流水計量，我們的四款遊戲名列MMORPG遊戲20強。

我們的團隊以強大研發實力為基礎，能夠於遊戲開發過程快速迭代及改進，並根據其市場表現及反饋不斷升級遊戲。透過發布緊貼市場需求的卓越遊戲，我們致力於使新遊戲達到高成功率。截至最後可行日期，我們有八款移動遊戲儲備，涵蓋MMORPG、SLG及其他類型。

富有凝聚力的高質量人才團隊與頂尖技術能力構築強大遊戲研發實力

最先進的開發能力是我們成功的關鍵因素之一。我們設有結構完善的研發體系，建立了行業領軍、多年齡段的強大且具有凝聚力的內部開發人才團隊，其中205名各自於遊戲開發領域擁有逾十年經驗。我們在每一次行業技術革新中始終搶佔先機，例如我們曾在2015年開發及推出了首批基於Unity 3D的真3D MMORPG手遊之一《六龍爭霸》／《六龍御天》，並為率先將虛幻引擎4成功引入中國手遊開發行業的研發商之一。作為使用虛幻引擎4的傑出移動遊戲開發商，我們獲Epic Games邀請在2019年遊戲開發商大會上介紹《龍族幻想》，並將虛幻引擎4應用於更多不同類型的遊戲。我們亦建立了具有自主知識產權、性能優異、穩定性強的服務器架構，與Unity、Unreal等先進遊戲引擎高度融合適配，可以進行深度定製和二次開發，能夠支持創作各類型大型精品大作。核心技術指標如並行處理能力、響應時間及系統穩定性，處於行業領先水平。我們的美術設計團隊具有強大的技術突破和原創能力，持續打造兼具高美學影像、電影級的視覺效果和情節設定的精品遊戲。例如，在《龍族幻想》中使用虛幻引擎4打造，我們運用GPU粒子效果與全局光線相結合、基於物理的渲染、影像技術以及面部表情和身體動作捕捉系統的GPU渲染解決方案，創造高度逼真的動畫及環境，呈現了《龍族》中恢宏壯觀的同名幻想世界。《龍族幻想》榮獲2019 UOD最受期待遊戲作品獎。

卓越的遊戲體驗吸引大量具有高付費潛力且深度參與的遊戲玩家

我們始終堅持對研發精品大作進行精耕細作，並在提供予世界各地的遊戲玩家震撼的遊戲體驗時秉承匠心理念。我們打造以移動MMORPG為主的精品遊戲，借助功能全面的自研數據分析系統得出的經營指標實現遊戲優化。憑藉遊戲行業的豐厚知識和敏銳的市場洞察力，我們打造以東方仙俠、西方魔幻與動漫遊戲為特色的遊戲，以迎合遊戲玩家的眾多喜好。此外，我們在遊戲中增加家園建設、捏臉等各種玩法，將娛樂元素引入最新版本以打造全新的遊戲賣點，大幅增加玩家人數。我們以《萬王之王3D》的世界觀體系打造360度全景廣闊無縫地圖，為遊戲玩家提供視、聽、感三位一體的卓越遊戲體驗。該遊戲上線首日即登中國內地iOS App Store熱門免費遊戲榜首，其於上線首月的月

業 務

活躍用戶達約3.5百萬人。2016年11月上線的一款移動MMORPG《夢幻誅仙》為玩家提供了豐富的特色玩法和圖像效果及強大的社交網絡部件，鼓勵玩家相互協作及營造社群。於2019年12月31日，累計註冊遊戲玩家約為17.8百萬人，自上線以來連續四個月位列中國內地iOS App Store熱門遊戲排行榜前15名。

通過帶給玩家非凡的遊戲體驗，我們培養了深入參與的遊戲玩家受眾和龐大的付費用戶群。我們的移動遊戲累計註冊玩家由2018年12月31日的95.6百萬人增加至2019年12月31日的121.2百萬人。於2019年，我們遊戲的平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別為3.4百萬人及0.5百萬人，分別超過2018年的3.1百萬及0.4百萬的人數。每名用戶每月平均收入由2018年人民幣24元增至2019年人民幣26元。

多元及穩固的長期戰略性合作及國際業務觸達

我們在國內與騰訊、紫龍遊戲等多家領先發行商保持可持續戰略夥伴關係。基於我們的成功往績，早於遊戲開發初期，國內外發行商已尋求與我們確立合作意向。舉例而言，騰訊於《六龍爭霸》／《六龍御天》、《夢幻誅仙》、《萬王之王3D》及《龍族幻想》仍在項目評估階段時，已與我們訂立了獨家遊戲許可協議。憑藉與iOS App Store及Google Play等國際領先的分銷渠道商及在海外市場與易幻網絡、智美網絡（一間由三七互娛間接擁有的遊戲發行商）等第三方發行商建立的合作關係，我們得以促使遊戲有效分銷以及於全球市場完成遊戲本地化加快發行及本地化進程。通過與多方的戰略性合作，我們從而得以抓住行業價值鏈上出現的增長機遇。

除在國內市場具有領導地位外，我們已通過地域擴張及全球遊戲玩家群的增長實現國際化擴張。我們在海外市場採取差異化戰略定制發行及運營，從而樹立國際品牌。《萬王之王3D》於香港、台灣、東南亞、韓國、歐洲及美洲等超過170個地域市場發行。截至2019年12月31日，其於中國內地以外市場流水逾人民幣500.0百萬元，並獲得當地iOS App Store及Google Play的認可及多次推薦。在2015年10月推出後，《六龍爭霸》／《六龍御天》於台灣iOS App Store熱門遊戲排行榜連續四個月登上兩大及連續六個月登上五大遊戲。其在中國內地以外所有市場推出首月總流水破人民幣100.0百萬元的成績。我們於2020年在美洲及歐洲發行《龍族幻想》的新地區版本遊戲後，其榮登美國iOS App Store下載的MMORPG手遊第一名及RPG手遊第二名，並根據位列歐洲八個地區市場iOS App Store手遊下載量排名前十名。《天空紀元》自其推出首月入選App Annie全球遊戲收入榜十強。於2017年、2018年及2019年，我們來自海外市場的收益分別為人民幣233.0百萬元、人民幣191.2百萬元及人民幣344.1百萬元，分別佔同期總收益的17.8%、22.0%及32.2%。

業 務

強大的IP創造及運營能力

我們擁有強大的創造IP能力，我們自主創造眾多的IP，有助於建立我們自己的特許權，並使我們在財務和競爭力上處於有利地位。以原創IP進行開發具成本效益，而毋須產生IP授權費，並能推廣我們別樹一幟的風格以提升玩家的參與度及忠誠度。截至最後可行日期，我們的現有遊戲之中有七款原創IP遊戲，廣受業界及市場好評。舉例而言，我們的原創IP遊戲《六龍爭霸》／《六龍御天》在推出後備受青睞，截至2019年12月31日，該遊戲的全球註冊玩家累計逾17.2百萬人。東方奇幻MMORPG遊戲《御劍情緣》亦建立了強大而忠心的粉絲群，而自2016年7月上線以來連續14個月的月活躍用戶超過1.0百萬人。

按各個案基準，我們會在遊戲開發後期，如完成遊戲框架構建及玩法設定後，從市場上獲取相應IP以豐富遊戲內容、場景、故事情節及人物屬性。由於我們成功地從IP粉絲群獲得大量用戶流量，亦通過我們的遊戲協同幫助IP進一步維持並擴大其粉絲群，因而證明我們強大的運營及管理授權IP的能力。我們的合作夥伴包括完美世界、唐人影視及愛奇藝等部分領先IP授權商。截至最後可行日期，我們主要管理19項橫跨不同形式的IP，包括《萬王之王》、《幻想神域》等授權IP；《龍族》等文學IP、《青丘狐傳說》等影視IP以及《六龍爭霸》／《六龍御天》及《御劍情緣》等原創IP。另外，我們卓越的遊戲開發及IP運營能力使我們成為世界知名IP持有人之中首選的移動遊戲開發商，從而使我們能夠採購世界一流質量和國際知名的IP。例如，截至最後可行日期，我們一直在與一間於製作奇幻系列方面具良好往績記錄的全球頂尖電影製作公司合作，將其票房收入逾15億美元的科幻電影改編成手遊。

專注、專業且經驗豐富的管理及執行團隊

我們的管理及執行團隊的所有成員均畢業於清華大學及其他中國頂尖大學。董事長兼首席執行官李青先生自創立祖龍工作室以來，已有約23年的遊戲開發經驗，對遊戲行業有著深刻的理解。他是中國最早的「十大金牌製作人」之一，成為最高產的遊戲製作人之一，曾擔任完美世界的首席設計官，帶領團隊研發了《完美世界》、《武林外傳》、《誅仙》等眾多傳奇大作。本公司的兩名核心遊戲製作人向楠先生及趙同同先生均擁有約15年的遊戲開發經驗，被公認為業內具備卓越開發能力的頂尖遊戲製作人，曾參與《完美世界》、《笑傲江湖》、《聖鬥士星矢》等經典客戶端遊戲的製作，以及《六龍爭霸》／《六龍御天》、《夢幻誅仙》、《萬王之王3D》及《龍族幻想》等最暢銷移動遊戲的製作。

業 務

我們的核心管理及執行團隊已共事15年以上，展現出極大的穩定性及凝聚力，促進協同實力持續推出精品大作。核心管理及執行團隊不僅擁有思考的創新力、對遊戲行業敏銳的洞察力，還擁有出色的執行力與屢創佳績的驅動力。核心管理團隊的所有成員全部親力親為，深度參與遊戲開發環節，極大地保證了從決策到執行的效率。

我們的策略

持續加強研發及運營能力

我們持續深化與世界頂尖遊戲引擎開發商的合作以定製尖端遊戲引擎。為加強我們利用尖端遊戲開發技術的優勢並鞏固我們在中國手遊業的領導地位，我們計劃進一步提升美術設計水平並招聘專精於次世代遊戲技術的專業人士以擴大我們的人才儲備。

我們將繼續增強我們的運營能力，特別是在海外市場的遊戲運營能力，並提高遊戲本土化水平以迎合各區域市場遊戲玩家的偏好。我們計劃進一步建立我們的海外發行及運營團隊。

保持行業領先地位的同時豐富遊戲產品組合

我們將憑藉過去積累的成功經驗，持續開發優質MMORPG手遊，並融入更多創新玩法，提升玩家參與度，保持行業領先定位。我們計劃推出新MMORPG手遊，包括將於2020年推出的《夢想新大陸》及將於2021年推出的《諾亞之心》。

我們未來亦計劃推出SLG及其他等各種類型的手遊，構建品類更全面的遊戲組合。我們致力製作更創新及多樣化的遊戲玩法及美術設計，並提供穩健兼具戰略性選擇的遊戲組合，供不斷增長的忠心玩家社群享用。三國題材SLG手遊《鴻圖之下》計劃將於2020年上線。

我們處於最新科技、創新概念及市場趨勢的最前沿，積極探索包括虛擬現實及雲遊戲在內的新遊戲平台與形式，並將持續推出現象級精品遊戲。

拓展海外市場及產業價值鏈，持續提升全球業務規模

憑藉在亞太地區取得的市場地位及出色的產品表現，我們將加強於香港、澳門、台灣、東南亞、韓國及日本的市場地位，並進一步拓展歐洲及北美等地區的業務。我們亦將在印度及拉美等新興地區的市場建立據點，使之成為我們的全球增長動力。

我們計劃與世界知名IP持有人加強合作，我們可向該等IP持有人採購優質IP，以豐富我們的遊戲內容。我們亦將加強與國際遊戲發行商、分銷渠道商及主流媒體，包括iOS App Store、Google Play及Facebook等的合作關係，促進遊戲分銷至全球市場。

業 務

深化與產業鏈上下游的合作

我們將深化與騰訊等第三方發行商的戰略性合作關係並尋求與其他第三方發行商和第三方分銷渠道商合作的機會，緊密監督並注視遊戲的市場反饋，保障我們遊戲的成功。

為實現更高的成本效益，我們將加強與合作夥伴的合作，如遊戲引擎開發商以定制先進遊戲引擎、圖像設計專業人士以處理批量製作工作以及音樂製作人為我們的遊戲製作高品質配樂。

持續提升盈利能力

我們將投資於技術及網絡基礎設施以提升我們的數據分析系統。我們計劃在深入分析玩家行為、人口統計數據及參與度數據的基礎上進一步提高我們的數據分析能力及調整遊戲質量。為刺激遊戲內購買及驅動盈利能力，我們將進一步拓寬玩家群，並通過改善付費用戶的體驗及遊戲內虛擬物品設計，促進付費用戶轉化。

通過配合我們的發行及運營中心，遊戲研發團隊致力於優化遊戲，延長產品的生命週期，提升玩家投入程度。

尋求戰略投資及收購機會

我們選擇性地尋求與我們的業務互補的戰略投資、收購及組成聯盟機會，以鞏固我們在移動遊戲行業的龍頭地位。

我們計劃收購或投資於行業價值鏈中的上下游業務。在考慮投資及收購機會時，我們評估各種因素，包括(1)目標公司於遊戲開發的往績記錄；(2)目標公司的創新及創造能力；(3)目標公司在指定市場區域的表現及資源；及(4)目標公司線上網絡流量及線下資源的規模。

我們的遊戲

我們提供成熟且具戰略選擇性的頂級移動遊戲組合，在全球市場廣受歡迎。於2015年開始，騰訊與我們合作發行四款精品遊戲，包括《六龍爭霸》／《六龍御天》、《夢幻誅仙》、《萬王之王3D》及《龍族幻想》，認可我們的開發能力和遊戲質量。為建立持久品牌，我們投入熱情及奉獻精神研發並不斷強化遊戲，致力於持續提升打造新精品遊戲的能力。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們有14款移動遊戲，當中12款移動遊戲(包括九款MMORPG及三款其他遊戲)於最後可行日期在應用商店可供下載。我們於2017年、2018年及2019年分別產生收益人民幣1,309.2百萬元、人民幣870.1百萬元及人民幣1,067.2百萬元。放眼全球，我們積極擴大包括香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲等中國內地以外的市場的業務運營，並迅速利用既有品牌及成熟的商業模式在國

業 務

際上取得成功。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們通過自主發行及第三方發行推出該14款移動遊戲逾60種地區14種語言的版本。遊戲引人入勝，吸引了全球廣大的玩家社群。我們的遊戲在海外市場取得巨大成功。例如，根據弗若斯特沙利文的資料，2018年在韓國發行的所有中國移動MMORPG中，《萬王之王3D》按流水計排名第三。由中國遊戲公司發行的移動MMORPG中，我們其中兩款遊戲：《萬王之王3D》及《龍族幻想》於2018年及2019年在香港及台灣市場按流水計分別排名第二及第三。請參閱「我們的全球業務—我們於中國內地以外市場的業務」。

我們所有的遊戲均為自主研發，大多數遊戲為移動MMORPG，可使成千上萬的玩家在不斷發展的虛擬遊戲世界中同時玩遊戲並進行互動。玩家扮演角色、定制化身、在遊戲中互動及結成聯盟，並隨著遊戲世界中不斷發生的事件而不斷演變。憑藉深度的內容、引人入勝故事情節及迷人的圖像，我們能為玩家創造令人振奮的遊戲體驗並維持玩家對遊戲的持續參與。請參閱「我們的遊戲—我們遊戲的表現」。

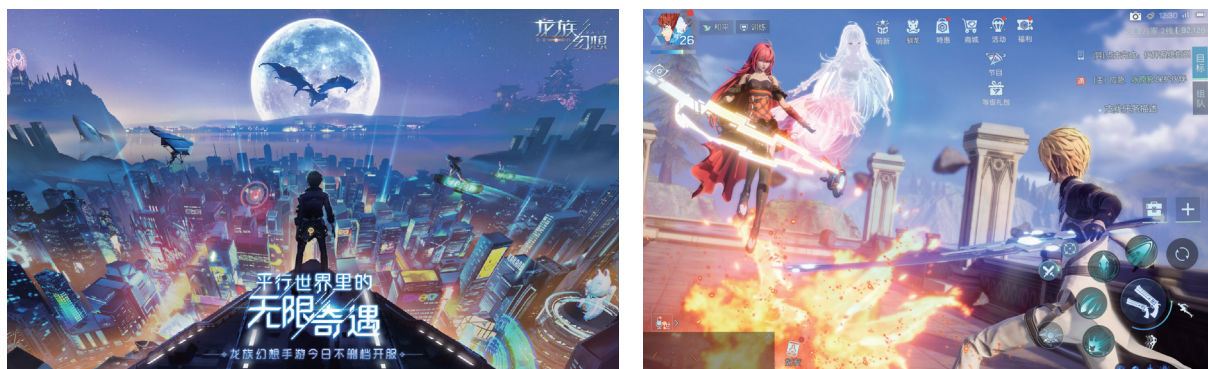
我們擁有強大的遊戲產品線，並正在逐步擴展及多樣化我們的產品組合。我們持續創造新的遊戲類型，並尋求次世代遊戲研發的機會。我們亦與世界知名IP持有人結成合作關係以打造旗艦遊戲。例如，截至最後可行日期，我們一直與一間於製作奇幻系列方面具良好往績記錄的全球頂尖電影製作公司合作，將其票房收入逾15億美元的科幻電影改編成手遊。我們預期於2020年至2022年期間在國內及全球市場推出八款移動遊戲，涵蓋MMORPG、SLG及其他類型。此外，我們正在努力推出遊戲的不同地區版本，以擴大我們的全球影響力。見「我們的遊戲—我們的遊戲產品線」。

我們的標誌性遊戲

我們有數個精品大作產品已獲市場高度接受。下列為於往績記錄期間及直至最後可行日期我們選定的標誌性遊戲的描述。以下遊戲的選擇基於收益、評級和市場接受程度。

業 務

《龍族幻想》



於2019年7月18日上線的《龍族幻想》為中國首款由虛幻引擎4驅動的真3D次世代MMORPG手遊。我們運用GPU粒子效果與全局光線相結合、基於物理的渲染、影像技術、面部和身體動作捕捉系統的GPU渲染解決方案呈現了《龍族》中恢宏壯觀的同名世界。該遊戲使用實時仿真技術創造了生動逼真的遊戲環境，如氣候及天氣系統等因素。模擬環境反過來也會影響遊戲玩法，為玩家帶來更豐富多變的遊戲體驗，激發玩家探索虛擬世界的興趣。

該遊戲為玩家提供了各行各業的身份及職業選擇，讓玩家可以發展多種角色和獲得獨特的遊戲體驗。玩家可以自定義角色的虛擬外觀，在遊戲的夢幻世界中開啟身臨其境的旅途。為了進一步豐富遊戲體驗和加強故事性，我們購買了擁有龐大粉絲群的小說《龍族》的IP，將其改編之後融入遊戲的主故事線。

於2019年，按平均月活躍用戶計，《龍族幻想》在中國內地所有移動MMORPG中排名第一，該遊戲於2019年7月上線首日即登頂中國內地iOS App Store熱門免費遊戲榜，上線後即佔據中國內地iOS App Store熱門遊戲榜第一名整整一周。其亦在多個暢銷榜獲得國際讚譽及獲iOS App Store及Google Play推薦。我們於在美洲及歐洲發行《龍族幻想》的新地區版本遊戲後，其榮登美國iOS App Store下載量的MMORPG手遊第一名及RPG手遊第二名，並位列歐洲八個地區市場iOS App Store下載量排名前十名。截至2019年12月31日，該遊戲在中國內地上線後流水達人民幣1,334.9百萬元，上線首月月活躍用戶超過10.0百萬人。該遊戲被評為Google Play香港商店2019最佳對戰遊戲，並獲Epic Games頒發2019年UOD最受期待遊戲作品獎。截至最後可行日期，該遊戲有四款支持簡體中文、繁體中文、韓語、英文、德語、法語及俄語的地區版本。

業 務

《六龍爭霸》／《六龍御天》



《六龍爭霸》／《六龍御天》為首批3D MMORPG國戰手遊之一，且為首批基於Unity 3D的真3D MMORPG手遊之一。我們於2015年10月8日在中國內地上線此原創IP遊戲進行測試版測試。該遊戲使用Unity 3D打造，設定於三國時期，其中六股勢力角逐霸權。其可以同時讓上千名玩家參與戰鬥，在史詩般的全面戰爭世界中互相戰鬥。玩家需在勢力衝突中倖存以獲得個人經驗，旨在成長為英勇的將軍。截至2019年12月31日，該遊戲擁有累計註冊玩家超過17.2百萬人，並於往績記錄期間，其上線了九款支持簡體中文、繁體中文、韓文、英文、日文、越南文及泰文的地區版本。上線後，《六龍爭霸》／《六龍御天》連續四個月榮登中國內地iOS App Store熱門遊戲前兩名，於台灣iOS App Store熱門遊戲排行榜連續六個月躋身前五大遊戲。該遊戲於上線首月在中國內地以外所有市場產生總流水逾人民幣100.0百萬元。

《夢幻誅仙》



《夢幻誅仙》為其中一款採用Unity 3D打造的創新真3D回合制MMORPG。其於2016年11月1日上線，特色是具挑戰性的策略戰鬥、連續的探索及新奇的玩法，以及強大的社交網絡部件，鼓勵玩家相互協作及營造社群。該遊戲支持多玩家模式，以精密的飛行模式系統開發，並可連接不同服務器的玩家的綜合平台。我們獲完美世界授權使用了仙俠小說《誅仙》和故事改編的客戶端遊戲《夢幻誅仙》的知識產權，以完善遊戲的故事線並擴充其玩家群體。我們使用先進Element Data的計算及數據管理系統以提高該遊戲的運行效率及靈活性。我們亦通過在雲計算基礎架構上使用眾多數據庫完善遊戲服務器。截至最後可行日期，該遊戲的簡體中文版可供下載。

業 務

該遊戲上線後即在回合制玩家中大受稱許，連續四個月登頂中國內地iOS App Store熱門遊戲排行榜前15位，於2017年，其平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別為1.2百萬人及0.3百萬人。於2019年12月31日，自上線以來其流水超過人民幣33億元及累計註冊玩家人數達約17.8百萬人。該遊戲贏得了多個業內獎項，包括騰訊遊戲排行榜的2016年中國遊戲展十大最受歡迎手機遊戲。

《萬王之王3D》



《萬王之王3D》為一款採用Unity 3D打造的3D MMORPG手遊。玩家作為設計精美的眾多種族的一員跟進主任務，其中融合了創新互動玩法和震撼的視覺效果。我們在《萬王之王3D》中打造了360度全景廣闊無縫地圖，為遊戲玩家提供上乘的遊戲視、聽、感三位一體優質體驗。該遊戲改編了早期同名網路遊戲IP以網羅現有玩家群體。我們持續推出新地圖及地下城，以保持較高的玩家參與度。

我們於2018年8月21日上線遊戲進行付費測試版測試。於2018年，其平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別為2.1百萬人及0.3百萬人。在中國內地上線首日即登頂iOS App Store熱門免費遊戲榜，並榮獲2018年金翎獎最佳原創移動遊戲。

我們擴大該遊戲於中國內地以外地區的運營，並應用於香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、歐洲及美洲等超過170個地域市場的運營。截至最後可行日期，該遊戲有五款支持簡體中文、繁體中文、韓語、英語、德語、俄語、泰語及印尼語的地區版本。得益於全

業 務

球市場對精美的圖形設計、眾多的階級選擇以及引人入勝的故事線的青睞，該遊戲迅速在廣大國際玩家中受到市場歡迎。我們遊戲的國際版本常進入iOS App Store及Google Play的推薦遊戲榜。於2018年11月8日上線的韓國版榮登韓國區iOS App Store熱門遊戲排行榜前十位，流水於上線後十日內超過人民幣7.0百萬元及於上線首月高達人民幣33.0百萬元。

《天空紀元》⁽¹⁾



於往績記錄期間，《天空紀元》為一款我們直接通過於中國內地及美洲等地區市場渠道商發行的3D MMORPG飛行手遊。該遊戲的特色是美術設計宏大壯闊，運用了基於物理的渲染、全局動態光線及高清粒子效果等先進視覺技術，其社交部件多樣，自定義玩法創新。於往績記錄期間，該遊戲有六款支持簡體中文、繁體中文、泰語、韓語及英語的地區版本。

我們在中國內地通過騰訊應用寶、華為應用市場及其遊戲官網等不同分銷渠道商發行《天空紀元》並取得巨大成功。該遊戲於2017年8月上線後，首月流水破人民幣1億元、上線後首三個月每月月活躍用戶超過1.0百萬人。於2017年第三季度，該遊戲仍位列中國內地iOS App Store下載量前20名。該遊戲榮獲2017年中國優秀遊戲製作人評選大賽最佳移動遊戲、2017年金翎獎玩家最喜愛的網絡移動遊戲及全球移動遊戲聯盟頒發的2017年最佳移動遊戲。其於推出首月入選App Annie全球遊戲收入榜十強。

附註：

(1) 該遊戲原名為《九州天空城3D》。

業 務

《御劍情緣》






《御劍情緣》為東方奇幻和武俠愛情的3D MMORPG及原創IP遊戲。玩家可以選擇各種種族、職業、單人／團隊模式和遊戲玩法，與夥伴和隊友一起在360度全景仙境中滑翔和戰鬥。該遊戲提供一個無限社交平台，以朋友、情侶，幫派和師徒培養遊戲玩家之間在虛擬世界的緊密關係。該遊戲亦為競爭性遊戲玩家提供獨立完備的體驗。於往績記錄期間，該遊戲有八款支持簡體中文、繁體中文、韓文、泰文、英文及越南語的地區版本。

《御劍情緣》於2016年7月6日由紫龍遊戲、芒果互娛及優酷土豆聯合推出。為證明其對玩家的持久吸引力和在長時間內獲利的強勁能力，於2016年7月上線後連續14個月的平均月活躍用戶超過1.0百萬人。於2019年12月31日，累計註冊玩家為21.3百萬人。




業 務

我們現有的遊戲組合





下表載列於往績記錄期間按收益貢獻的順序劃分截至最後可行日期我們的現有遊戲詳情。

標誌及名稱	移動遊戲品類	語言	知識產權來源	發行	正式上線日期 ⁽¹⁾	摘要	主要市場 ⁽²⁾	截至最後可行日期所處生命週期階段 ⁽³⁾	預期生命週期 ⁽³⁾⁽⁴⁾	達到成熟階段時間 ⁽³⁾
 《夢幻誅仙》	MMORPG	中文(簡體)	授權IP	第三方發行	2016年11月1日	<ul style="list-style-type: none"> 自2016年11月發布後連續四個月位列中國內地iOS App Store的熱門遊戲排行榜前15名 中國遊戲風雲榜2016年十大最受歡迎手機遊戲 	中國內地	成熟期	72個月	四個月
 《天空紀元》	MMORPG	中文(簡體/繁體)、韓語及英語	原創IP ⁽⁵⁾	第三方發行／自發行	2017年8月18日	<ul style="list-style-type: none"> 2017年中國優秀遊戲製作人評選大賽最佳移動遊戲 2017年金翎獎玩家最喜愛的網絡移動遊戲 全球移動遊戲聯盟的2017年最佳移動遊戲 	中國內地、香港、澳門及台灣	成熟期 衰退期	45個月 39個月	四個月 五個月
 《萬王之王3D》	MMORPG	中文(簡體/繁體)、英語、韓語、俄語、泰語及印尼語	授權IP	第三方發行／自發行	2018年8月21日	<ul style="list-style-type: none"> 於2018年8月發佈首日登頂iOS App Store的熱門免費遊戲排行榜 2018年金翎獎最佳原創移動遊戲 	中國內地、香港、澳門及台灣 韓國 歐洲及美洲	成熟期 成熟期	60個月 35個月	四個月 五個月



業 務

標誌及名稱	移動遊戲品類	語言	知識產權來源	發行	正式上線日期(1)	摘要	主要市場(2)	截至最後可行日期所處生命週期階段(3)	預期生命週期(3)(4)	達到成熟階段時間(3)
 《龍族幻想》	MMORPG	中文(簡體／繁體)、韓語、英語、德語、法語及俄語	授權IP	第三方發行／自主發行	2019年7月18日	<ul style="list-style-type: none"> 於2019年7月發佈首日登頂中國內地iOS App Store的熱門免費遊戲排行榜 於發佈後首週內登頂中國內地iOS App Store的熱門遊戲排行榜 於美洲發佈首日榮登美國iOS App Store下載量排名的MMORPG手遊第一名及RPG手遊第二名 	中國內地、香港、澳門及台灣 韓國 歐洲及美洲	成熟期 成長期 成熟期 成長期	60個月 42個月 36個月 48個月	3個月 3個月 2個月 4個月
 《御劍情緣》	MMORPG	中文(簡體／繁體)、韓語及越南語	原創IP	第三方發行	2016年7月6日	<ul style="list-style-type: none"> 金蘋果獎2016年度最具人氣遊戲產品 金鵬獎2016年度最佳角色扮演網絡遊戲 	中國內地 香港、澳門及台灣 韓國	成熟期 衰退期 成熟期	72個月 48個月 48個月	15個月 8個月 8個月
 《權力與榮耀》	MMORPG	中文(簡體)及韓語	原創IP	第三方發行／自主發行	2017年2月23日	<ul style="list-style-type: none"> 2016年金翎獎最佳原創移動遊戲 於2017年2月榮登中國內地iOS App Store六大熱門遊戲排行榜 	中國內地、韓國	衰退期 衰退期	45個月 41個月	3個月 3個月

業 務

標誌及名稱	移動遊戲品類	語言	知識產權來源	發行	正式上線日期(1)	摘要	主要市場(2)	截至最後可行日期所處生命週期階段(3)	預期生命週期(3)(4)	達到成熟階段時間(3)
 《六龍爭霸》/ 《六龍御天》	MMORPG	中文(簡體)/ 繁體及韓語	原創IP	第三方發行	2015年10月8日	<ul style="list-style-type: none"> 於2015年10月推出後，於台灣iOS App Store熱門遊戲排行榜連續四個月登上前兩位及連續六個月登上前五位 	中國內地 香港、澳門及台灣 韓國 東南亞	成熟期 衰退期	74個月 71個月	7個月 7個月
 《青丘狐傳說》	MMORPG	中文(簡體)	授權IP	第三方發行	2016年3月4日	<ul style="list-style-type: none"> 百度遊戲2016年最佳知識產權改編獎 金蘋果獎2016年度最佳影視IP手遊 	中國內地	衰退期	60個月	4個月
 《幻想神域》	MMORPG	中文(簡體)/ 繁體及韓語	授權IP	第三方發行	2018年4月8日	<ul style="list-style-type: none"> 改編自客戶端遊戲《幻想神域》 於中國內地、日本及韓國廣受歡迎 	中國內地	衰退期	28個月	2個月
 《戰艦聯盟》	其他	中文(簡體)/ 繁體、韓語、 日語、法語、 德語、意大利 語、西班牙語及 俄語	原創IP	第三方發行/自 主發行	2017年7月13日	<ul style="list-style-type: none"> 評分9.1並得到TapTap推薦 於TapTap上的下載量超過2,0百萬次 	中國內地	成熟期	66個月	9個月

業 務

標誌及名稱	移動遊戲品類	語言	知識產權來源	發行	正式上線日期(1)	摘要	主要市場(2)	截至最後可行日期所處生命週期階段(3)	預期生命週期(3)(4)	達到成熟階段時間(3)
	其他	中文(簡體)	原創IP	自主發行	2018年9月18日	<ul style="list-style-type: none"> 於2019年9月在中國內地上市線後獲iOS App Store及TapTap推薦 於中國內地上市線後首三個月，累計註冊玩家達400,000人 	中國內地	衰退期	9個月(6)	三個月
	其他	英文	原創IP	自主發行	2020年3月2日	<ul style="list-style-type: none"> 得到TapTap 9.1的評分 採用實時人工智能算法 	全球(不包括中國內地)	成長期	24個月	三個月
<p>附註：</p> <p>(1) 正式發布日期為該遊戲的第一種地區版本最初可通過任何分銷渠道下載及外部玩家可進行遊戲內購買的日期(不論於哪個市場發布)。</p> <p>(2) 主要市場為我們認為屬戰略重要者。</p> <p>(3) 由於我們提供各種地區版本的遊戲，因此，遊戲的生命週期指各自主要市場中遊戲地區版本的生命週期。</p> <p>(4) 預期生命週期(月)根據不同遊戲類型的行業平均生命週期、我們過去經營類似遊戲的經驗以及相關遊戲所產生的流水估算得出。然而，該等遊戲的實際生命週期可能與表中所示時間不同。</p> <p>(5) 根據相關IP授權協議，該遊戲為內部開發及先前採用電視劇《九州天空城2》的名字，該協議於2018年3月1日終止。</p> <p>(6) 預期生命週期按於2019年9月25日在中國內地上市線的較後主要地區版本估計得出。</p>										

業 務

為了配合我們製作頂級遊戲的策略，我們透過創作及物色優質IP、創新技術及完善遊戲設計，著重於遊戲的內容及質量。下表載列分別於往績記錄期間的在運營遊戲、新上線遊戲及結束運營遊戲的數目。

	2017年	2018年	2019年
遊戲			
於年初在運營	6	8	12
新上線	3	4	1
結束運營	1	0	2
於年末在運營	8	12	11

下表載列分別於往績記錄期間的新上線遊戲、結束運營遊戲及在運營遊戲的不同地區版本數目。

	2017年	2018年	2019年
地區版本			
於年初在運營	20	36	39
新上線	19	17	9
結束運營	3	14	16
於年末在運營	36	39	32

我們遊戲的表現

我們通過四個關鍵經營指標來評定我們遊戲的表現，即(1)平均月活躍用戶、(2)平均月付費用戶、(3)每名用戶每月平均收入，及(4)累計註冊玩家人數。

下表載列我們於所示期間移動遊戲在市場中的經營指標。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
平均月活躍用戶 ⁽¹⁾	4,290,317	3,054,803	3,442,199
平均月付費用戶 ⁽¹⁾	652,414	403,443	501,533
每名用戶每月平均收入 ⁽¹⁾ (人民幣)	25	24	26
	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
累計註冊玩家人數 ⁽¹⁾	74,060,597	95,576,642	121,159,877

業 務

附註：

- (1) 《六龍爭霸》／《六龍御天》的經營指標無法於歐洲及越南獲取，該兩個地區於往績記錄期間所貢獻的收益相對較少。

下表載列我們於往績記錄期間按收益計五大移動遊戲的表現。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
平均月活躍用戶			
《夢幻誅仙》	1,189,551	431,345	202,237
《天空紀元》	1,425,825	480,123	192,292
《萬王之王3D》	—	2,103,429	742,620
《龍族幻想》	—	—	3,521,180
《御劍情緣》	1,193,594	384,930	180,619
平均月付費用戶			
《夢幻誅仙》	269,030	80,905	39,910
《天空紀元》	205,752	49,871	19,265
《萬王之王3D》	—	344,859	71,806
《龍族幻想》	—	—	639,498
《御劍情緣》	147,217	47,845	24,834
每名用戶每月平均收入(人民幣元)			
《夢幻誅仙》	32	34	42
《天空紀元》	39	38	40
《萬王之王3D》	—	18	37
《龍族幻想》	—	—	18
《御劍情緣》	13	14	28

業 務

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
累計註冊玩家			
《夢幻誅仙》	15,620,078	17,150,278	17,760,344
《天空紀元》	5,631,639	9,243,338	10,630,081
《萬王之王3D》	—	7,841,153	12,903,967
《龍族幻想》	—	—	15,426,243
《御劍情緣》	17,553,748	20,155,722	21,285,804

除移動遊戲外，於往績記錄期間，我們運營一款客戶端遊戲《蜀山縹緲錄》。自其於2019年9月終止後，我們逐步淡出客戶端遊戲發展業務。

我們的遊戲通常擁有持續三年以上的三階段生命週期，即(i)成長期，一般介乎二至八個月，期內建立玩家群並實現市場覆蓋；(ii)成熟期，一般為24個月，期內玩家人數及所產生流水保持穩定；及(iii)衰退期，期內玩家人數及流水大幅減少。根據弗若斯特沙利文的資料，由於我們的移動遊戲相較市面上的其他移動MMORPG的成熟期更長，因此其平均生命週期長度較MMORPG手遊平均生命週期長度(通常為期八至18個月)長。

我們的遊戲產品線

作為手遊的先行者及創新者，我們持續擴大及逐步豐富遊戲組合，進一步與現有玩家互動和吸引新玩家。憑藉出色往績，我們通過融入創新玩法及利用新興技術不斷開發優質移動MMORPG。我們計劃自2020年至2022年推出全新移動遊戲，包括MMORPG及SLG等類型，以構建涵蓋一系列多元化品類的遊戲組合。我們致力於探索新平台及形式，例如虛擬現實及雲遊戲，並尋求開發下一代遊戲的機會。憑藉遍布全球的分銷網絡，我們將繼續推出多款地區版本的新遊戲，並於中國內地以外的市場將我們現有遊戲本地化。見「—我們的全球業務—我們於中國內地以外市場的業務」及「—我們的業務流程—遊戲發行—自主發行」。

我們預期於2020年至2022年期間在國內及全球推出八款手機遊戲，涵蓋MMORPG、SLG及其他類型。下表載列截至最後可行日期有關我們新遊戲的若干資料，包括名稱、品類、知識產權來源、開發階段、預期上線日期及主要市場。

業 務

名稱 ⁽¹⁾	移動遊戲 品類 ⁽¹⁾	知識產權來源	截至最後可行 日期的 開發階段 ⁽¹⁾	預期 上線日期 ⁽¹⁾	主要市場 ⁽¹⁾
2020年					
《鴻圖之下》	SLG	原創IP	遊戲製作	2020年 第3季度	中國內地及東亞
《夢想新大陸》	MMORPG	原創IP	遊戲製作	2020年 第4季度	中國內地
2021年					
《諾亞之心》	MMORPG	原創IP	遊戲製作	2021年 第1季度	全球
《三國群英傳》	SLG	授權IP	遊戲提案	2021年 第4季度	全球
2022年					
項目A ⁽²⁾⁽³⁾	其他	原創IP	遊戲製作	2022年 第1季度	全球
項目B ⁽²⁾	MMORPG	授權IP	遊戲製作	2022年 第1季度	全球
項目C ⁽²⁾	SLG	— ⁽²⁾	市場研究及 遊戲提案	2020年 第3季度	全球
項目D ⁽²⁾	MMORPG	— ⁽²⁾	市場研究及 遊戲提案	2022年 第4季度	全球

附註：

- (1) 截至最後可行日期的遊戲儲備屬指示性。處於開發階段的各遊戲名稱、品類、預期上線日期、主要市場及其他信息可根據其各自開發和預審批情況作出進一步變動。
- (2) 相關遊戲的遊戲名稱或IP狀態(如適用)待定。
- (3) 我們計劃於遊戲中融入貼合女性的遊戲設計。

截至最後可行日期，我們《龍族幻想》有兩種在籌備中的新地區版本，預期於2020年在日本及東南亞上線。

業 務

獎項及認可

我們因遊戲品質及市場接受程度而得到認可。截至2019年12月31日，我們獲得的若干重要獎項及認可如下。

獎項／認可	獲獎年份	頒獎機構／機關	實體／產品
Best of 2019最佳對戰遊戲	2019年	Google Play香港商店	《龍族幻想》
UOD最受期待遊戲作品	2019年	Epic Games	《龍族幻想》
中國優秀遊戲製作人大賽 最佳原創音樂獎	2018年	上海漢威信恒展覽 有限公司	《萬王之王3D》
金翎獎年度最佳原創移動遊戲	2018年	上海漢威信恒展覽 有限公司	《萬王之王3D》
年度中國原創遊戲精品出版工程	2017年	國家新聞出版廣電 總局辦公廳	《瑯琊榜：風起長林》及 《天空紀元》
年度最佳移動網絡遊戲	2017年	全球移動遊戲聯盟	《天空紀元》
金翎獎玩家最喜愛的移動網絡 遊戲	2017年	上海漢威信恒展覽 有限公司	《天空紀元》
中國優秀遊戲製作人大賽 最佳移動遊戲製作獎	2017年	上海漢威信恒展覽 有限公司	《天空紀元》
中國十大新銳遊戲企業獎	2016年	中國遊戲產業年會	天津祖龍
中國遊戲風雲榜年度人氣手遊 研發公司	2016年	騰訊遊戲	天津祖龍
遊鼎獎最具實力遊戲研發企業獎	2016年	遊聯社高峰論壇	天津祖龍
中國遊戲風雲榜十大最受歡迎 手機遊戲	2016年	騰訊遊戲	《夢幻誅仙》

業 務

我們的業務分部

我們的主要業務線包括開發與授權業務以及綜合遊戲發行及運營業務。下表載列於所示期間按業務分部劃分的收益。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔總額 百分比	金額	佔總額 百分比	金額	佔總額 百分比
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
開發與授權	911.2	69.6	601.5	69.2	821.5	77.0
綜合遊戲發行及運營 . .	383.5	29.3	265.7	30.5	245.7	23.0
其他	14.5	1.1	2.9	0.3	0.0	0.0
總計	1,309.2	100.0	870.1	100.0	1,067.2	100.0

開發與授權

我們憑藉高瞻遠矚的市場洞悉力及在技術運營專業知識的支持下開發了一系列優質手遊。見「我們的業務流程—遊戲開發—內部研發」。為將遊戲變現，我們主要將遊戲授權予第三方發行商，並確認開發及授權分部的收益，該等收益分別佔我們2017年、2018年及2019年總收益的69.6%、69.2%及77.0%。見「我們的業務流程—遊戲發行—第三方發行」。我們亦向第三方遊戲發行商提供持續的遊戲管理服務，並向直接於第三方發行商下載遊戲的玩家提供若干技術支持。請參閱「我們的業務流程—上線後運營」。我們自該等發行商獲得收益分成付款。根據具體情況，我們可獲得一筆固定金額的授權費，根據許可協議一般在約一年期間內分期支付，以及收益分成預付款，其由發行商計入支付的收益分成。部分第三方發行商不時或會於遊戲充值流水達到相關規定數額時提供獎金。見「變現及定價」。

一體化遊戲發行及運營

我們亦開發了多項自研遊戲並透過分銷渠道商發行。請參閱「我們的業務流程—遊戲開發—內部研發」及「我們的業務流程—遊戲發行—自主發行」。我們確認來自一體化遊戲發行及運營分部業務的業務運營收益分別佔我們2017年、2018年及2019年總收益的29.3%、30.5%及23.0%。跨渠道及渠道靈活分銷對增加我們的遊戲玩家群及確保遊戲玩家持續暢玩至關重要。我們的遊戲在iOS App Store、Google Play、騰訊應用寶、華為應用及其他移動平台均可供國內及全球的玩家下載。請參閱「我們的業務流程—遊戲發行—自主發行」及「我們的業務流程—遊戲分銷」。

業 務

我們持續維持及優化我們的遊戲並為玩家提供廣泛服務及技術支持。請參閱「我們的業務流程—上線後運營」。我們一般會就通過第三方渠道商發行的遊戲收取款項，相當於遊戲流水的45%至70%。見「變現及定價」。我們亦通過自行運營的渠道商，即我們遊戲的官方網站分銷小部分遊戲，並收取玩家通過支付渠道直接支付的充值流水。

我們的全球業務

放眼全球，我們積極擴張海外市場業務並能迅速利用我們的既有品牌及成熟業務模式在國際上取得成功。下表載列於所示期間按地域市場劃分的收益。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
中國內地市場	1,076.2	82.2	678.9	78.0	723.1	67.8
中國內地以外市場 . . .	233.0	17.8	191.2	22.0	344.1	32.2
香港、澳門及台灣 . .	105.5	8.1	88.4	10.2	80.4	7.5
日本及韓國	71.3	5.4	69.2	8.0	91.0	8.5
東南亞	47.4	3.6	25.9	3.0	87.9	8.2
歐洲及美洲	8.8	0.7	7.4	0.8	84.8	8.0
其他	—	—	0.3	0.03	—	—
總計	<u>1,309.2</u>	<u>100.0</u>	<u>870.1</u>	<u>100.0</u>	<u>1,067.2</u>	<u>100.0</u>

我們於中國內地的業務

我們的運營主要專注於國內市場。於2017年、2018年及2019年，我們收益的大部分金額來自於中國內地業務運營，分別佔我們同期總收益的82.2%、78.0%及67.8%。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的標誌性遊戲及品牌於中國移動遊戲行業備受推崇並使我們成為國內領先移動遊戲開發商之一。我們以其在行業中的傑出表現榮獲多個著名獎項，例如2016年榮獲中國遊戲產業年會的中國十大新銳遊戲企業獎及騰訊遊戲的中國遊戲風雲榜年度人氣手遊研發公司。請參閱「一獎項及認可」。我們與國內頭號發行商及眾多第三方分渠道商密切合作以吸引大量玩家並擴大我們的玩家群。請參閱「我們的業務流程—遊戲發行—第三方發行—我們於中國內地的發行夥伴—遊戲分銷」。

業 務

我們於中國內地以外市場的業務

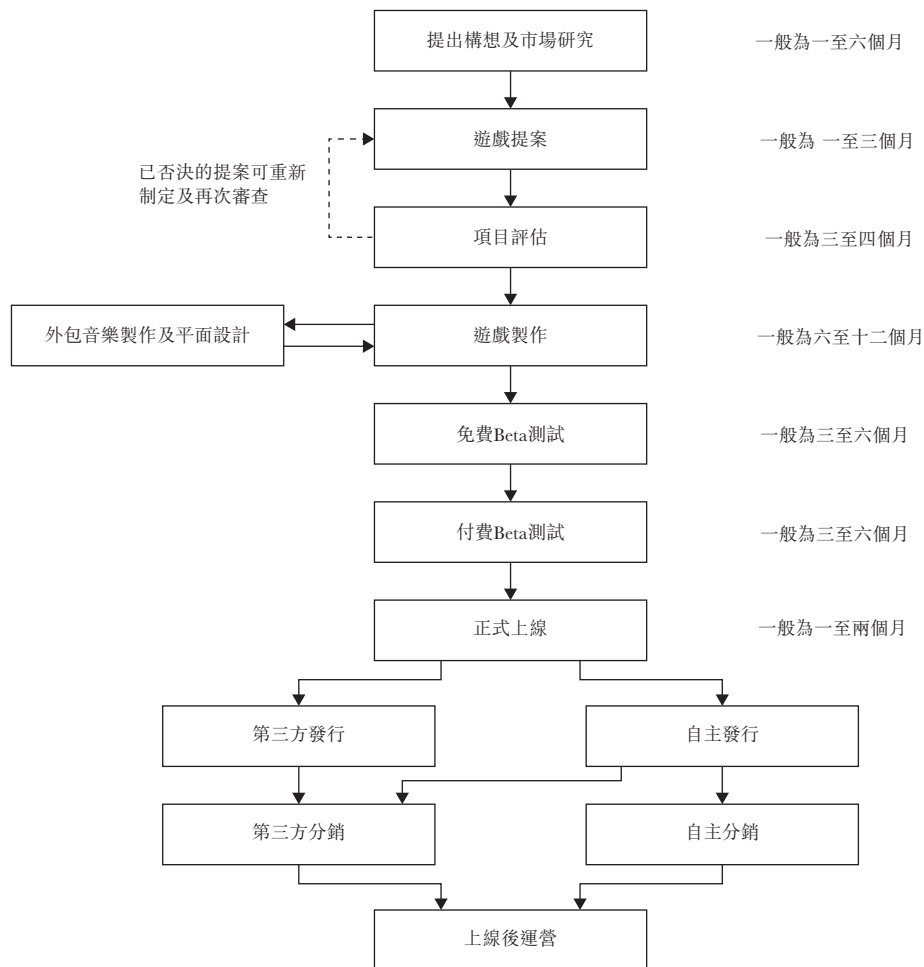
我們利用有效的國際分銷網絡，為我們的遊戲提供地區版本而擴大國際受眾，打造本地化遊戲內容並與國際社交網絡平台合作。於2015年年底，我們通過與當地第三方發行商訂立許可協議開展包括香港、澳門、台灣、東南亞及韓國在內的全球業務。於往績記錄期間，得益於中國內地的內部遊戲研發能力及經驗，我們已進軍逾170個國家及地區的市場，包括香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲。根據弗若斯特沙利文的資料，於往績記錄期間，我們在移動MMORPG領域的韓國等海外市場取得驕人成就，且我們是引入移動MMORPG至其他地區的領先遊戲公司之一。根據同一消息來源，於往績記錄期間，按流水計，我們內部開發的移動MMORPG名列韓國總榜中國移動MMORPG五強。我們為全球玩家社群提供多地區版本的遊戲，國際市場上累計註冊玩家出現大幅增長。於往績記錄期間，我們於中國內地以外市場的業務運營在我們2017年、2018年及2019年總收益中分別佔17.8%、22.0%及32.2%。

我們委聘國際享負盛名的發行商並經審慎篩選及評估其於指定市場的資源以及其於行業內的經驗及能力後與之訂立獨家許可協議。見「我們的業務流程—遊戲發行—第三方發行—我們於中國內地之外市場的發行夥伴」。我們亦通過全球第三方渠道商發行我們的遊戲，包括iOS App Store及Google Play，主要於香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲等市場。請參閱「我們的業務流程—遊戲發行—自主發行」。

我們致力於施行多項增長舉措以打造國際品牌，我們計劃進一步擴展我們於香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及北美等地區的業務並於地區市場建立據點，包括我們認為有強大增長潛力的拉丁美洲及印度。根據弗若斯特沙利文的資料，印度的移動遊戲市場在可預見未來有望呈現出顯著增長。於2019年，當前印度移動遊戲玩家的滲透率佔總人口僅為20%，因此弗若斯特沙利文認為印度仍有巨大的增長潛力。根據同一來源，於擁有超過650百萬人口的拉丁美洲，亦有跡象表明移動遊戲玩家人數具有巨大的增長潛力，尤其於2019年，智能手機於該地區變得日益普及，而移動互聯網用戶的滲透率超過50%。

業 務

我們的業務流程



遊戲開發

內部研發

我們所有的遊戲均為自研遊戲，為保持競爭優勢，我們的遊戲已經過嚴格的研究、評定、開發及測試。我們已投資並將繼續投資龐大資源於遊戲開發活動。我們於2017年、2018年及2019年產生的研究與開發開支分別為人民幣455.5百萬元、人民幣327.6百萬元及人民幣389.2百萬元，分別佔我們於同期總收益的34.8%、37.7%及36.5%。見「財務資料—有關經營業績主要組成部分的描述—研發開支」。

我們的遊戲開發主要集中設計新遊戲、優化現有遊戲、開創遊戲玩法、原創遊戲內容及提升玩家體驗。截至最後可行日期，我們設有研究與開發中心，聘有820名僱員，當中

業 務

205名各自擁有逾十年的遊戲開發經驗。截至最後可行日期，我們程序中心及引擎中心的僱員中約有49%持有研究生學位。見「一僱員」。

提出構想、市場研究及遊戲提案

我們處於技術突破、創新概念及最新趨勢的最前沿。我們亦致力於通過對玩家喜好以及過往及現有遊戲的反饋的不斷研究提出新構想。請參閱「一我們的業務流程—上線後運營—持續遊戲管理」。

提出構想後，我們專門的遊戲開發團隊（通常包括五至十名成員）就新項目的背景、目標市場分部及遊戲定位（包括類型、遊戲玩法、平面設計、核心技術及競爭優勢）進行研究及分析。團隊將進一步制定詳細的遊戲開發方案，包括研究中所探討的基本元素以及初步時間表及財務預測。其後，該方案提交予項目委員會審查。取得項目委員會的初步批准後，遊戲開發團隊根據方案及按項目委員會批准的若干預算準備演示版。倘遊戲開發團隊未能取得初步批准，其將重新制定或終止方案。

項目評估

演示版完成後，遊戲開發團隊與項目委員會將安排一個項目評估會議，該會議必須於取得初步批准後三個月（或申請後四個月）內舉行並同時提交一份全面的項目報告。項目委員會負責進行項目報告及演示版的內部評估並審議有關項目報告的特色、潛在受眾、開發及運營成本以及收益預測。項目評估會議以問答形式開展並經項目委員會的審議及投票後結束。項目委員會通過郵件通知遊戲開發團隊其決定，倘項目遭駁回，遊戲開發團隊有機會於一至三個月內申訴。倘申訴失敗，方案將予以終止。於往績記錄期間，約90%的遊戲開發方案已完成流程並進入製作階段。通過極高標準以及方案及演示版的激烈競爭，我們能夠專注於具有最高質量及潛力的開發方案。

遊戲製作

倘項目報告通過評估，我們會啟動遊戲項目並進入其製作階段。遊戲提案開發團隊，視乎項目規模，會拓展為一個由具備各項專長的20至200人組成的成熟遊戲項目團隊，當中包括數據工程師、美術設計師及聲學工程師。我們通過測試中心的專業測試員進行內部測試及項目管理團隊定期審閱控制產品質量。測試員被專門安排負責一或兩個遊戲開發項目並測試所得遊戲項目的任一階段或部分。各測試後，其向遊戲項目團隊提交附有

業 務

說明性建議的書面報告。在整個遊戲製作過程中(一般超過一年)，製作開發每兩週向項目管理團隊報告。我們的項目管理團隊密切監控遊戲開發流程、調配資源並解決其產生的技術問題及改善遊戲性能，以達致項目報告中規定的目標。

遊戲註冊

遊戲開發團隊完成大部分的項目後，我們委聘發行公司作為代理人以向相關機構申請遊戲註冊。獲得遊戲註冊批准一般需時六至九個月。請參閱「一執照及許可證」。

免費及付費測試版測試

倘項目即將完成，遊戲會進行可訪問性、可用性、可靠性及功能性等數輪測試，其中包括免費測試版測試及付費測試版測試。

測試員和若干不參與遊戲項目的工作人員一併就遊戲項目的缺陷及設計瑕疵進行最初的閉關遊戲測試，在解決該等問題後再進行免費測試版測試。在發布遊戲以進行免費測試版測試前，我們的項目管理部會安排一組來自項目委員會的高級開發人員、程序員及美術設計師，與遊戲項目團隊核心成員討論開發程度。遊戲項目團隊根據討論優化現有版本及在引入客戶服務後向有限受眾發布遊戲。

待解決遊戲的重大技術問題並獲得監管批准後，我們通過多個第三方分銷渠道將新遊戲投入付費測試版測試。進入付費測試版測試前，我們於社交網絡及媒體平台投放廣告以增加流量並邀請外部玩家打遊戲。請參閱「一營銷及推廣一線上營銷及推廣」。付費測試版測試過程中，玩家可購買遊戲內的虛擬物品。我們監控及分析玩家活動以評估參與度。我們亦調整虛擬物品定價並評估變現潛力。第三方發行商在部分情況下與我們合作獲得及分析遊戲運營指標以評估其市場接受度及盈利能力。

正式上線

待經過內部篩選以及免費及付費測試版測試後，假設並未進一步檢測到技術問題，我們通過第三方發行或自主發行正式發布該遊戲，使其通過更多分銷渠道為公眾所知。然而，倘由於市場趨勢及變現預測出現不利變動導致發布該遊戲在商業上不可行，則管理團隊可於上線前隨時終止開發過程。請參閱「風險因素一我們未必能成功開發新遊戲，且倘我們無法有效控制研發成本，或會對我們的經營業績造成重大不利影響」。

業 務

外包開發

我們會將部分工作(包括音樂製作及美術設計)外包予第三方工作室，以在開發過程中優化資源及實現更高的成本效益。我們的內部美術設計團隊負責創意生成及設計管理，而將其他大型美術製作工作交由第三方公司，以趕及遊戲開發和項目發行的緊迫時間。我們亦與頂級音樂製作人合作，為遊戲提供優質的背景音樂。我們已與外包夥伴維持良好的業務關係，通常為期三年以上。於往績記錄期間，我們大部分外包夥伴的均為獨立第三方。我們挑選並委託相關領域的知名外包合作夥伴，例如巨弦(於中國內地的知名音樂製作公司)、冰果(於中國內地的美術設計公司)及Kim Tai-gyun(於韓國的美術設計師)，並與該等公司訂立外包協議前評估其工作質量。根據協議，我們規定工作範圍，所需交付內容規格、驗收標準、改動交付內容的權利及交付時間。此外，我們能按協議定期審查正在進行的工作及檢查改進情況。除音樂作品的著作權外，我們擁有作品的所有權和知識產權。通過該安排，我們能夠加快開發進程以實現規模化業務增長，同時利用外包合作夥伴的專業知識及通過嚴格的質量管控措施確保美術設計質量。

遊戲發行

我們直接於分銷渠道及與第三方發行商合作發行遊戲。我們積極主動評估每個遊戲的風險、資源及上升潛力，使我們得以受益於不同發布選項之間進行選擇的靈活性。

第三方發行

我們主要與第三方發行夥伴合作發行遊戲，並從中收取收益分成及於若干情況下收取定額授權費，而不會產生過多的營銷、推廣及分銷成本。於往績記錄期間，我們自中國內地及以外地區第三方發行商發行的遊戲賺得大部分收益。請參閱「我們的業務分部—開發與授權」。

一般而言，我們與第三方發行商訂立獨家授權協議。根據該等協議，我們授予第三方發行商獨家及不可轉讓的授權，以於指定地區及指明期限內發行及分銷相關遊戲的若干地區版本。請見「我們的客戶—第三方發行商」。

我們於中國內地的發行夥伴

我們與中國內地頂尖發行商(包括騰訊及紫龍遊戲)密切合作並已建立可持續發展的策略夥伴關係，以發行及推廣我們的遊戲。例如，騰訊與我們已在內地市場就發行四款精

業 務

品遊戲開展合作項目。騰訊最新發行的一款遊戲《龍族幻想》在上線首日登頂中國內地 iOS App Store 熱門免費遊戲排行榜，並隨後於上線的整個星期登上中國內地 iOS App Store 遊戲暢銷榜首。請參閱「我們的遊戲—我們的標誌性遊戲」。

基於我們過往的成功案例，內地發行商正尋求與我們達成更深入的合作並在早期開發階段購買我們的遊戲。對於我們部分遊戲，包括《六龍爭霸》／《六龍御天》、《夢幻誅仙》、《萬王之王3D》及《龍族幻想》，發行商於該等遊戲的項目評估階段已與我們訂立獨家許可協議。截至最後可行日期，我們有三款籌備中的遊戲已向騰訊授權。

我們於中國內地之外市場的發行夥伴

我們已建立全球分銷網絡並已與全球，包括香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲第三方發行夥伴建立廣泛的聯繫。於往績記錄期間，我們的海外發行夥伴包括易幻網絡，一間擁有海外運營的中國最大遊戲發行商之一，及智美網絡，一間由三七互娛間接擁有的遊戲發行商。該等海外發行商一般尋求在遊戲於中國內地正式上線之前於其各自市場發行我們的遊戲。我們能夠通過加快海外發行商的參與進程並在短時間內將內容本地化，加快全球發行的進程。與我們在中國內地的業務模式相似，我們充當直接發行商或就進入壁壘、財務預測及本地化困難按個案與國際及本地第三方發行商合作。

我們建立嚴格標準，以篩選中國海外市場的發行夥伴候選人，並於許可協議內訂立有利條款，以保障我們的權益。根據許可協議，我們保留所有知識產權的所有權，委聘海外市場第三方發行商管理營銷及推廣、遊戲內容本地化及於其各自市場分銷。我們通常要求當地發行商按收益分成預付款，並計入發行商支付的收益分成付款。請參閱「貨幣化及定價」。

自主發行

隨著遊戲組合規模及範圍擴大並在發行渠道發行多款遊戲，我們已逐漸增加自主發行實踐。於2017年、2018年及2019年，我們分別發行三款、四款及一款自研遊戲以及五款、五款及四款遊戲的不同地區版本。

我們於整個發行過程管理營銷、推廣及分銷。於推出遊戲的付費測試版前，我們於主流媒體應用及社交網絡（如Facebook、谷歌、TapTap、抖音、今日頭條、快手、微信、QQ移動版、騰訊新聞、百度移動版及微博）刊登廣告。請參閱「營銷及推廣—在線廣告」。於完成付費測試版測試及準備正式上線時，我們通過多個第三方分銷渠道分銷遊戲。請參閱「我們的業務流程—遊戲開發—內部研發—測試版測試」及「我們的業務

業 務

流程—遊戲分銷」。隨著自主發行被證實為屬一項巨大成功，加上國內及海外分銷渠道遊戲玩家群體正在迅速擴大，我們計劃在香港、澳門、台灣、東南亞、韓國、日本、歐洲及美洲市場發行三款或四款遊戲。

對於我們於全球分銷渠道發行的遊戲，我們的海外發行及運營團隊及項目中心負責打造遊戲的不同地區版本(專為目標市場量身定制)。本地化活動包括開發遊戲項目的本地化語言載體及定制用戶界面和預設的人物化身，包括其膚色、髮型及妝容適用於特定市場及種族群體。

遊戲分銷

就綜合遊戲發行及運營分部而言，我們通過豐富多樣的第三方分銷渠道及自營分銷渠道發行遊戲。

第三方分銷渠道

為獲得國內及全球現有大型遊戲玩家群體，我們通過兩個國際第三方分銷渠道iOS App Store及Google Play以及騰訊應用寶、華為應用市場、Oppo應用市場、VIVO應用商店、TapTap及小米應用商店等眾多國內分銷渠道發行遊戲。我們經常收到第三方分銷渠道對我們遊戲的市場接受程度、創新性能及尖端科技的認可。請參閱「一獎項及認可」。

我們與第三方分銷渠道訂立特定年期(一般介乎一至兩年)的非獨家分銷協議，據此，我們負責提供遊戲、運維服務及玩家服務，而第三方分銷渠道負責於其各自平台營銷及推廣遊戲。我們一般收取相等於扣除若干開支(例如支付渠道服務費)後遊戲流水50%至70%的等值金額，所收取金額相當於遊戲流水45%至70%。請參閱「一變現及定價」。倘另一方違約，則任一方可終止協議。此外，第三方分銷渠道可在以下情況下終止協議：(i)因重大技術問題，遊戲於特定期間降至一定程度；(ii)運營指標不再能合理解釋遊戲運營；或(iii)第三方分銷渠道認為不再需要繼續運營。

自營渠道商

為增加我們面向競爭對手的曝光率以及行使對渠道商的控制權，我們通過專有渠道商分銷遊戲。在該等渠道商上，玩家能夠登陸官網及微信官方公眾號下載遊戲。我們的遊戲亦面向中國及海外主要社交網絡平台(如微信、QQ、微博、Facebook及Line)的玩家，其可通過分享鏈接及掃描遊戲二維碼邀請朋友加入遊戲。

業 務

支付渠道

就透過第三方或自營分銷渠道或自行運營分銷渠道發行的遊戲而言，我們的玩家能夠通過主流手機支付方式(包括中國內地及以外地區可用的支付寶、Apple Pay、谷歌支付、移動預付卡、微信支付及QQ錢包)購買虛擬貨幣及其他虛擬物品。我們通常遵守支付服務協議的標準條款及條件，及支付渠道通常收取流水的1%至5%。

上線後運營

我們向玩家提供優質的上線後遊戲運營服務，其中包括持續遊戲管理、玩家服務及技術支持。

持續遊戲管理

我們為每款遊戲組建專責遊戲運營團隊。我們管理自研遊戲的遊戲運營各個方面。就與第三方開發商合作開發的遊戲，我們與第三方遊戲運營商共同負責遊戲運營，而按個別情況，第三方發行商會負責遊戲運營工作。請見「我們的客戶—第三方發行商」。我們在遊戲的整個生命週期內不斷對其進行維護、升級及優化。我們會定期審查遊戲，以檢測並修復技術問題，並在修正錯誤及更新技術後發布優化版本。我們監控並分析由數據收集系統提供支持的過往及現存的遊戲數據。玩家廣泛參與，每天向我們提供大量遊戲數據量，而我們可通過不斷設計、測試及發布新功能，利用該等數據來升級遊戲。我們不斷增加新的設定、玩法、內容及功能，如節日、主題及定制活動，以滿足玩家的需求及喜好。例如，運營中的遊戲均會定期發布一次新內容，並就《龍族幻想》推出一款額外的賽車功能，以打造一個全新的遊戲賣點，大幅增加玩家人數。我們亦提供其他遊戲運營服務，例如玩家社群管理及服務器維護。請見「我們的客戶—遊戲玩家—我們的遊戲玩家社群」及「技術及基礎設施—服務器網絡及雲平台」。

玩家服務及技術支援

我們為玩家提供一系列廣泛的服務及技術支援。我們的玩家服務代表致力於解答技術問題，及提供遊戲玩法諮詢以及賬戶維護等問詢。我們有時會將玩家服務外包予第三方服務供應商，例如受聘解決與本地玩家溝通中語言問題的本地服務代表，以及受聘接聽並直接連線我們內部代表的電話接線員。

我們亦設有一支玩家調查團隊，其主動徵詢玩家反饋並從百度貼吧等線上公共論壇收集資料。我們利用強大的數據分析能力評估玩家對我們遊戲的滿意度，並對玩家留存率及其他經營指標進行數據分析，再基於有關分析重新設計或優化遊戲。請參閱「技術及基礎設施—數據分析」。

業 務

IP擁有權、授權及保護

我們主要打造自主原創IP及第三方IP持有人的IP授權。下表載列截至最後可行日期我們計劃開發或已經開發成遊戲的原創及授權IP的若干資料。

IP名稱	IP類型	IP源	遊戲名稱	遊戲狀態	授權條款	授權區域
1. 《六龍爭霸》/ 《六龍御天》	手遊	原創	《六龍爭霸》/ 《六龍御天》	運營中	不適用	不適用
2. 《御劍情緣》	手遊	原創	《御劍情緣》	運營中	不適用	不適用
3. 《天空紀元》	手遊	原創	《天空紀元》	運營中	不適用	不適用
4. 《權力與榮耀》	手遊	原創	《權力與榮耀》	運營中	不適用	不適用
5. 《戰艦聯盟》	手遊	原創	《戰艦聯盟》	運營中	不適用	不適用
6. 《迷失之夜》	手遊	原創	《迷失之夜》	運營中	不適用	不適用
7. 《足球夢工廠》	手遊	原創	《足球夢工廠》	運營中	不適用	不適用
8. 《蜀山縹緲錄》	客戶端遊戲	原創	《蜀山縹緲錄》	已終止	不適用	不適用
9. 《夢想新大陸》	手遊	原創	《夢想新大陸》	籌備中	不適用	不適用
10. 《鴻圖之下》	手遊	原創	《鴻圖之下》	籌備中	不適用	不適用
11. 《諾亞之心》	手遊	原創	《諾亞之心》	籌備中	不適用	不適用
12. 《青丘狐傳說》	電影及電視劇	獲授權	《青丘狐傳說》	運營中	2015年11月16日直至其各自的地區市場的全部遊戲版本終止的日期	全球
13. 《誅仙》及 《夢幻誅仙》	文學及客戶端 遊戲	獲授權	《夢幻誅仙》	運營中	2015年8月10日直至其各自的地區市場全部遊戲版本終止的日期	全球

業 務

IP名稱	IP類型	IP源	遊戲名稱	遊戲狀態	授權條款	授權區域
14.《幻想神域》	客戶端遊戲	獲授權	《幻想神域》	運營中	2017年1月18日直至其各自的地區市場全部遊戲版本終止的日期	全球
15.《萬王之王》	客戶端遊戲	獲授權	《萬王之王3D》	運營中	2017年1月15日直至其各自地區市場的全部遊戲版本終止的日期	全球
16.《龍族》	文學	獲授權	《龍族幻想》	運營中	2018年6月20日直至其各自地區市場的全部遊戲版本終止的日期	全球
17.《瑯琊榜：風起長林》	電視劇	獲授權	《瑯琊榜：風起長林》	已終止	2017年3月20日至2021年1月24日	全球
18.《三國群英傳》	客戶端遊戲	獲授權	《三國群英傳》	籌備中	2019年3月1日至上線日期的第三週年	全球
19. IP B ⁽¹⁾	— ⁽¹⁾	獲授權	項目B ⁽¹⁾ (2)	籌備中	— ⁽¹⁾	全球

附註：

- (1) 根據IP授權協議及與IP持有人的業務安排，該IP授權協議的條款屬於機密。
- (2) 遊戲名稱待最終確定。

原創IP

我們的絕大部分知識產權是由內部創作，這有助於我們打造自己的特許經營權，並使我們在財務和競爭力方面處於有利地位。使用我們的原創IP進行開發具有成本效益，不會產生IP授權費，並能推廣我們別樹一幟的風格以增加玩家的參與度。截至最後可行日期，我們全部現有遊戲中有七款原創IP遊戲，佔我們於同日現有遊戲組合約58.3%。我們成功的策略已在市場上得到驗證，並得到主要合作夥伴的認可。截至最後可行日期，我們與騰訊就三款籌備中的原創IP遊戲訂立獨家遊戲授權協議。

IP授權

我們主要通過以下兩種業務模式與IP持有人合作。

對於若干開發中的遊戲，我們或會從市場上獲取IP，以豐富其內容、場景、故事情節及人物屬性。於確定遊戲的結構及玩法後，此類IP授權就會在遊戲開發的後期階段發生。

業 務

我們利用IP豐富遊戲的情節、主題及角色，為玩家呈現紛繁精妙的奇幻世界。我們擁有強大的能力來運營和管理包括文學、電影、電視連續劇及視頻遊戲在內的各品類授權IP。我們的合作夥伴包括完美世界、唐人影視及愛奇藝等部分領先IP持有人。

我們亦與國際IP持有人建立富有成效的夥伴關係，以製作旗艦遊戲。憑藉我們卓越的開發能力和行業領先的遊戲開發人才，我們專注自全球知名IP持有人於獲取具有世界一流質量和國際認可的IP。我們的管理團隊會根據具體情況評估與IP持有人的合作機會，評估會考慮各種因素，包括協同效應、貨幣化潛力及擴展玩家群體的可能性。我們的夥伴包括在電影業若干最著名的品牌。例如，截至最後可行日期，我們正在與一間於製作奇幻系列方面具良好往績記錄的全球頂尖電影製作公司合作，以其票房收入逾15億美元的科幻電影改編成手遊。我們相信該遊戲將為全球的玩家提供一新耳目的遊戲體驗，探索空前絕倫的奇幻世界。

我們與IP持有人訂立許可安排以獲授權在若干地區市場內基於該IP開發、發行及運營手遊。與IP擁有權商簽訂的IP授權協議一般包括以下主要條款：

- 獨家性。我們擁有在指定地區使用該IP改編MMORPG遊戲的獨家許可。
- 期限及續約。協議期限通常為三至十年，且不續約。
- 有關各方的主要權利及義務。該IP持有人有權就該授權產品及其內容申請商標註冊。我們負責按指定形式將知識產權改編為遊戲。
- 付款及收益分成。我們向IP持有人支付收益分成預付款，計入收益分成付款。收益分成金額一般為相等於遊戲流水或我們自第三方發行商或第三方分銷渠道收取的金額的1%至12%。
- 終止。倘協議一方違約或破產或清算，另一方可終止協議。

IP保護

知識產權對我們的業務至關重要，而我們在發展及維護知識產權上投入大量時間及資源。我們採取版權、商標及其他知識產權法律，並通過與僱員、供應商、業務合作夥伴及其他人士訂立保密及許可協議等多管齊下的方法來保護我們的知識產權。一般而言，我們的僱員必須訂立一份標準僱傭合同，當中載列一項條款，即承認彼等代表我們創造的所有發明、商業機密、開發項目及其他工序均為我們的財產，並向我們授讓彼等於該等工作中可能獲得的任何所有權。儘管我們已作出預防措施，但第三方仍可能會在未經我們同意的情況下取得並使用我們所擁有或授權的知識產權。於往績記錄期間內，我們

業 務

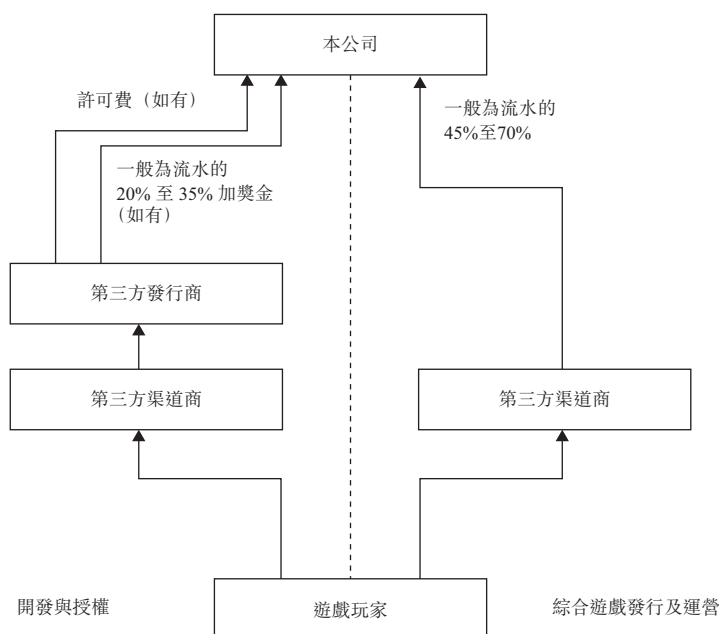
並無發現任何侵犯我們知識產權的事件。然而，第三方未經授權使用我們的知識產權及因保護我們的知識產權免遭未經授權使用而產生的開支，均可能會對我們的業務及運營業績造成不利影響。請參閱「風險因素—未經授權使用我們的知識產權或會損害我們的品牌及聲譽並對我們的業務造成不利影響」。

除文件所披露者外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無就知識產權與第三方發生任何重大爭議或存在任何其他尚未了結的法律訴訟。

見本文件附錄四。

變現及定價

下圖顯示我們遊戲的流水一般流量及我們的分成，即遊戲玩家於特定期間內就遊戲內購買所支付的總金額。



我們所有的遊戲均採用免費試玩模式，允許玩家下載試玩遊戲而毋須支付前期費用。該模式令遊戲玩家不斷重返並繼續暢玩，使產業轉向製作更具深度及長壽的遊戲。我們通過遊戲內購及附加內容獲得收益且向遊戲玩家提供大量的遊戲虛擬物品，以加快遊戲進度及給予增強或額外能力。玩家如想延長遊玩時間、個性化遊戲環境、加快遊戲進度及向朋友贈送虛擬禮物，則一般須以1:10的比例將現實貨幣兌換為虛擬貨幣(元寶)，並使用元寶購買虛擬物品及服務。

業 務

為各項虛擬物品定價時，我們遵循一般市場慣例，即根據對玩家收入水平、喜好以及彼等如何實現收入開銷效用最大化方面進行分析，尤其會考慮若干基準，包括遊戲預計定期經濟回報、部分虛擬物品預計需求、其他可資比較遊戲提供的虛擬物品價格以及當地市場消費習慣。我們的虛擬物品定價因名稱及地區而略有差異。我們通過SDK及數據收集系統來密切跟蹤及監視遊戲虛擬物品購買統計數據，以此瞭解我們玩家的消費模式，並利用這些分析來指導其他相似類型遊戲的定價。我們不時於遊戲內推出季節性或定期促銷活動，打折銷售若干虛擬物品，藉此來刺激消費。

對於我們向發行商授權的遊戲，我們自第三方發行商收取收益分成及在部分情況下收取授權費。就收益分成而言，我們一般收取相當於遊戲流水20%至35%的金額。按個別情況基準，我們可收到授權費，通常為根據許可協議在約一年期間內分期付款的固定金額及收益分成預付款，其計入發行商支付的收益分成付款。部分第三方發行商不時或會在遊戲充值流水達致特定規定額度時提供獎金。請參閱「我們的客戶—第三方發行商」。

我們與第三方分銷渠道訂立標準開發商分銷協議，以透過其各自的平台發行我們的遊戲。就iOS App Store及Google Play而言，我們收取的收益分成一般相等於70%流水，餘下金額給予分銷夥伴作為運營及服務費。倘遊戲通過其他第三方分銷渠道分銷，我們一般收取相當於遊戲流水45%至70%的金額。而分銷渠道保留剩餘金額作為佣金。

對於通過自營分銷渠道發布的遊戲，我們於扣除支付渠道服務費後直接從支付渠道收取流水，一般佔總流水的1%。

營銷及推廣

我們的遊戲通過各種各樣的廣告及推廣方案在全球範圍內營銷，例如在線廣告、社交媒體廣告、校園宣傳活動及行業博覽會。我們有一支專職團隊與發行及運營團隊緊密合作，以設計及實施適合目標玩家群體人口統計及特徵的營銷及推廣方案。

線上營銷及推廣

我們利用流量轉化率較高的可靠廣告形式，包括訂閱推送、在線視頻廣告、加載頁面廣告及應用程序廣告，我們不斷根據目標受眾的喜好調整並升級我們的廣告形式。通過視頻及互動展示，我們在主流媒體應用程序及社交網絡上做廣告，例如Facebook、Google、TapTap、抖音、今日頭條、快手、愛奇藝、微信、QQ移動版、騰訊視頻、騰訊新聞、騰訊動漫、百度移動版及微博。我們利用商業智能大數據技術評估廣告效率，以確保內容優質及商業效力。

業 務

我們採用人工智能和大數據分析為我們的業務運營生成寶貴的玩家數據意見。我們委聘 Facebook 及 Google 等數字營銷代理商在移動平台上提供數字營銷解決方案，並能夠根據與玩家行為及表現相關的分析和專業知識充分善用銷售及營銷開支。我們一般與數字營銷代理商、媒體和社交網絡訂立通常為一年的特定期限框架安排，據此，我們負責提供廣告材料，包括渠道商或發行平台的鏈接，而媒體及社交網絡則負責在其應用程序中展示我們的廣告材料。此類廣告服務通常按每次點擊費用收費。

線下營銷及推廣

通過分析我們的玩家人口統計及行為數據，我們謹慎選擇我們的線下營銷及推廣活動，以實現具備商業效率的最佳宣傳。

我們邀請名人作為遊戲大使，為遊戲演奏主題音樂。我們選擇的名人通常擁有廣泛粉絲群，彼等可能會轉化為我們玩家。我們組織遊戲大使及遊戲玩家進行線下聚會，這些聚會經常成為線上宣傳的中心，並幫助我們推廣遊戲及吸引新玩家。

我們與潛在玩家經常光顧的線下業務公司進行合作，並開展校園宣傳活動。通過該等方法，我們可以滲透潛在玩家群體的日常生活，並獲得最大的曝光率。

我們亦與知名的時裝設計師品牌合作。這種合作因個案而異，並考慮品牌印象、消費者人口統計以及我們遊戲定位等因素。例如，我們可能會有選擇地向具有較高購買記錄的品牌消費者寄發推廣海報及獨家遊戲禮品，以吸引潛在玩家。

我們參加了各種行業博覽會及大會以推廣我們的遊戲。我們參加2017年及2018年的中國國際數碼互動娛樂展覽會，於2018年5月參加第一屆中國遊戲節。於2019年，我們獲 Epic Games 邀請在遊戲開發商大會上介紹《龍族幻想》並參加第二屆中國動漫遊戲會議及產業博覽會。

我們的客戶

我們的客戶通常是我們開發與授權業務的第三方發行商及綜合遊戲發行及運營業務的玩家。

第三方發行商

就開發與授權業務而言，我們的客戶為第三方發行商，例如自研遊戲獲授權方騰訊及紫龍遊戲。我們通常會與第三方發行商訂立獨家許可協議。我們與第三方發行商訂立的協議通常包含以下主要條款：

- 獨家性。第三方發行商擁有獨家、不可再授權及不可轉讓的授權，可在規定範圍內分銷、發行及出售我們的遊戲。

業 務

- 期限及續約。協議期限通常為三年，並且在滿足部分條件後會自動續約；例如，倘協議屆滿前的近兩個或三個月的平均每月流水達到特定金額。
- 有關訂約方的主要權利及責任。就個別情況，第三方發行商會負責遊戲運營工作、提供運營系統、服務器、用戶介面、系統維護及客戶服務，而我們則負責提供遊戲內容及軟件技術支援。第三方發行商有權要求我們及時調整、更新及修改遊戲。
- 付款及流水分成。我們從第三方發行商收取的收益分成付款通常相等於遊戲流水20%至35%或相當於遊戲流水扣除已付分銷渠道商佣金等若干成本及開支後介乎30%至50%的等值金額。所收取金額通常相等於遊戲流水20%至35%。按個別情況基準，我們可能會按固定金額收取授權費，通常根據授權協議在約一年期間內分期付清，而收益分成預付款則計入發行商支付的收益分成。部分第三方發行商不時或會在遊戲充值流水達致特定規定額度時提供獎金。
- 終止。倘一方違約、破產或清盤，則另一方可終止協議。

遊戲玩家

就綜合遊戲發行及運營分部而言，我們的客戶為玩家。請參閱「我們的業務部門—綜合遊戲發行及運營」。通過創建一組高知名度的品牌以匹配廣泛的玩家人口統計，我們服務的玩家涵蓋青少年至老年人、遊戲愛好者至休閒玩家。玩家群體更大、玩家留存率更高，此種形式為我們帶來好處。於設計遊戲時，我們會提供具有深度的內容，吸引玩家在遊戲發行後長期遊玩，並為我們的特許經營提供更多發展機會。憑藉我們的品牌及規模所產生的網絡效應，我們能夠進行有意義的投資，久而久之增大我們的玩家社群、提高玩家參與度及增強我們的變現能力。

我們與通過分銷渠道商發行的遊戲的玩家訂立標準遊戲服務協議，該協議一般包含下列主要條款：

- 訂約方所涉及的主要權利與義務。玩家負責為其遊戲內購付款以及任何於其遊戲賬戶下作出的任何行動引致的任何責任。我們有權保留或刪除我們遊戲服務器上的數據，驗證遊戲玩家身份及採取措施保障遊戲玩家的賬戶安全。我們負責根據協議提供產品及服務。
- 付款。我們對遊戲內購收取費用，並於相關頁面就有關購買作出明確提示。玩家不作出付款，則無法使用有關產品或服務。

業 務

- 終止及賬戶禁用。協議可由任何一方終止，而我們可在毋須對任何玩家或第三方負責的情況下終止協議。我們有權停用玩家賬戶，終止向玩家提供全部或部分服務，以及取消或收回玩家因違反協議所訂規則而獲取的任何利益。

我們的遊戲玩家社群

我們於微信官方賬號、QQ群及百度貼吧等多個社交網絡及媒體平台培育充滿朝氣及互相鼓勵的遊戲玩家社群。我們已為全部現有的遊戲設立並管理個別微信官方賬號，推送遊戲更新、攻略、遊戲內活動及推廣等動態消息，以維持玩家持續參與。QQ群及百度貼吧提供實時及公告欄通訊。QQ群及百度貼吧互動，則作為促進遊戲玩家參與的工具，鞏固遊戲玩家社群及幫助收集玩家意見與反饋，讓我們能制定符合實際情況的計劃以提升遊戲質量及增加遊戲玩法。由於我們的遊戲玩家社群龐大及遊戲的聯誼社交性質，玩家更有可能與其他人建立關係，且可激勵朋友加入我們的遊戲。

保護未成年人

為遵守《關於防止未成年人沉迷網路遊戲的通知》及為確保我們的玩家擁有一個健康的環境，我們已經在遊戲中設計及實施了程序，防止該等未成年玩家於法定假期每天玩三個小時以上，在其他時間每天玩1.5個小時以上。見「監管概覽—防沉迷系統及未成年人保護」。

我們的五大客戶

於2017年、2018年及2019年，我們五大客戶均為第三方發行商。於2017年、2018年及2019年，來自我們五大客戶的收益分別為人民幣858.1百萬元、人民幣572.1百萬元及人民幣810.0百萬元，分別佔同期總收益65.5%、65.8%及75.9%。有關與我們主要客戶有

業 務

關的風險，見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們與第三方合作發行、分銷或運營我們的若干遊戲，而我們的關係終止或轉差可能導致遊戲玩家流失及收益損失」。下表載列2017年、2018年及2019年我們五大客戶的若干資料。

客戶	收益應佔		主要業務	我們提供 的服務	業務關係 時長	信貸期
	收益	總收益的 百分比				
	人民幣 百萬元	(%)				
截至2019年12月31日止年度						
騰訊	586.5	55.0	該客戶提供互聯網服務，主要提供在線通訊、娛樂和廣告服務。其亦提供其他互聯網增值服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
易幻網絡	98.2	9.2	該客戶為擁有海外業務的移動遊戲開發商。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
香港始祖鳥互動娛樂控股有限公司	59.9	5.6	該客戶為一間運營移動遊戲的公司，負責發行、推廣和分銷授權遊戲。	遊戲開發及許可	兩年以上	90-150日
紫龍遊戲	57.2	5.4	該客戶為一間開發及發行主機遊戲、PC遊戲和移動遊戲的遊戲公司。其亦提供娛樂服務、技術服務及影視策劃服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
晶綺科技(香港)股份有限公司	8.2	0.7	該客戶提供互聯網服務。	遊戲開發及許可	三年以上	90-150日
總計	810.0	75.9				
截至2018年12月31日止年度						
騰訊	354.7	40.8	該客戶提供互聯網服務，主要提供在線通訊、娛樂和廣告服務。其亦提供其他互聯網增值服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
易幻網絡	82.4	9.5	該客戶為擁有海外業務的移動遊戲開發商。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
紫龍遊戲	66.1	7.6	該客戶為一間開發及發行主機遊戲、PC遊戲和移動遊戲的遊戲公司。其亦提供娛樂服務、技術服務及影視策劃服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
香港始祖鳥互動娛樂控股有限公司	53.5	6.1	該客戶為一間運營移動遊戲的公司，負責發行、推廣和分銷授權遊戲。	遊戲開發及許可	兩年以上	90-150日
智美	15.4	1.8	該客戶為一間運營移動遊戲的公司，負責發行、推廣和分銷授權遊戲。	遊戲開發及許可	四年以上	90-150日
總計	572.1	65.8				

業 務

客戶	收益應佔 總收益的		主要業務	我們提供 的服務	業務關係 時長	信貸期
	收益	百分比				
	人民幣 百萬元	(%)				
截至2017年12月31日止年度						
騰訊	518.5	39.6	該客戶提供互聯網服務，主要提供在線通訊、娛樂和廣告服務。其亦提供其他互聯網增值服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90至150日
紫龍遊戲	167.7	12.8	該客戶為一間開發及發行主機遊戲、PC遊戲和移動遊戲的遊戲公司。其亦提供娛樂服務、技術服務及影視策劃服務。	遊戲開發及許可	四年以上	90至150日
易幻網絡	91.8	7.0	該客戶為擁有海外業務的移動遊戲開發商。	遊戲開發及許可	四年以上	90至150日
智美	46.6	3.6	該客戶為一間運營移動遊戲的公司，負責發行、推廣和分銷授權遊戲。	遊戲開發及許可	四年以上	90至150日
伊凡達科技(香港)股份有限公司	33.5	2.5	該客戶提供遊戲發行服務。	遊戲開發及許可	三年以上	90至150日
總計	858.1	65.5				

我們於2017年、2018年及2019年的五大客戶之一騰訊於最後可行日期間接持有本公司已發行股本的17.51%。除騰訊外，於2017年、2018年及2019年的其他最大客戶均為獨立第三方，而董事、彼等的緊密聯繫人或據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於上述客戶中擁有任何權益。

我們與所有客戶均按公平基準進行交易。例如，我們純粹根據商業考慮商討及安排收益分成及結算期，而不計及彼等與我們的關聯或其他關係。與持有本公司已發行股本的客戶進行交易的條款與獨立第三方客戶相若。

技術及基礎設施

我們已投入大量資金研發專有技術及採購新興技術以支持業務增長。作為我們的競爭優勢之一，我們專有的數據分析系統增強了我們打造優質遊戲的能力。我們將繼續創新及優化網絡基礎設施，以具有成本效益的方式確保遊戲性能高、可用性強。

遊戲引擎

我們已使用最新技術的第三方遊戲引擎來驅動遊戲。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們使用Unity 3D引擎及全球頂尖引擎及虛幻引擎4，分別驅動11款及一款遊戲。由於我們精於使用虛幻引擎4，故我們獲Epic Games邀請在2019年遊戲開發者大會上介紹以虛幻引擎4打造的遊戲《龍族幻想》，該引擎其後應用於更多不同類型的遊戲。我們

業 務

依靠這些遊戲引擎的強大穩定系統來處理精密的計算，能夠產生逼真的3D可視化效果並輕而易舉地實現物理模擬。舉例而言，虛幻引擎4的可視化編程系統包含即時糾正，並在未有使用C++語言的情況下加速開發邏輯遊戲，致使減少迭代時間及降低技術人員、設計師及工程師之間的分歧。先進的遊戲引擎使我們的開發團隊向遊戲玩家提供頂尖的內容及互動體驗。

服務器網絡及雲平台

我們自2015年起採用雲計算作為外部運營的基礎設施，我們已為自身透過分銷渠道商發行的遊戲建立穩定性強及性能優異的自主研發雲端服務器基礎架構，能與Unity及Unreal等先進的遊戲引擎高度融合適配，可以進行深度定制和二次開發，能夠支持開發各類精品大作。我們的核心技術指標（包括並行處理能力、響應時間及系統穩定性）讓我們能夠同時向數以百萬計的玩家呈上高性能及高可靠性的遊戲。

數據分析

我們已建立商業智能大數據分析系統，為我們的遊戲開發、運營及維護團隊提供玩家行為及分析的可視化表徵。我們根據發布及分銷渠道、區域及服務器等維度，按轉化率、活躍程度、遊戲內購及保留率等參數分析玩家參與度數據及群體。我們亦收集推廣活動、新的地下城部署、任務及遊戲經濟性的遊戲內數據，並進行多維度軌跡分析。通過該等數據，我們獲得有關玩家行為的寶貴見解，以改善我們的遊戲及玩家體驗並刺激遊戲內購，進而提高玩家的保留率及遊戲生命週期價值。此外，我們的商業智能大數據分析系統亦監控重要的系統輸出，以及時發現任何潛在漏洞。

SDK

我們已投入大量資金開發專有技術以支持業務增長，並開發支持iOS及安卓系統的自有SDK。我們的SDK為我們的遊戲提供了針對賬戶關聯及支付功能的一站式解決方案。

通過我們的SDK，玩家可以使用微信、QQ、微博、Facebook、Google Play及Line等賬戶登錄我們的遊戲。此外，我們的SDK可通過Apple Pay、Google Pay、支付寶、移動預付卡、微信支付及QQ錢包等第三方支付渠道為遊戲內支付提供便利。

此外，我們的SDK具有內置報告系統，可控制包括違反遊戲政策在內的各種風險，有助確保遊戲體驗及支付安全。

業 務

運維團隊

截至最後可行日期，我們設有一個由26名僱員組成的運維團隊，致力於提供技術支持及維護。該團隊負責為我們員工、第三方發行商及玩家提供技術服務、維護服務器及內部系統以及開發及操作SDK模塊及大數據系統。於遊戲的開發階段，運維團隊根據其對同時在線玩家的平均人數及最高人數的估計向遊戲項目團隊建議服務器需求、數據庫參數及網絡配置。我們的運維團隊會在上線前評估服務器的承載能力，以確保遊戲平穩運行。遊戲發布後，運維管理系統監視遊戲服務器，並及時向運維團隊報告任何故障。

我們的供應商

我們的供應商主要包括負責我們綜合遊戲發行及運營業務的第三方分銷渠道商、IP持有人及營銷服務提供商。我們與第三方分銷渠道合作，包括iOS App Store及Google Play發行我們的遊戲。見「我們的業務流程—遊戲分銷—自營渠道商」。我們自第三方IP持有人獲授權IP授權，以改編成移動遊戲。見「IP擁有權、授權及保護—IP授權」。我們委聘營銷服務供應商宣傳及推廣我們的遊戲。見「營銷及推廣」。於2017年、2018年及2019年，來自我們五大客戶的採購額分別為人民幣222.9百萬元、人民幣110.8百萬元及人民幣164.7百萬元，分別佔同期總採購額42.8%、37.0%及50.2%。有關與我們主要供應商有關的風險，見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們與第三方合作發行、分銷或運營我們的若干遊戲，而我們的關係終止或轉差可能導致遊戲玩家流失及收益損失」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—任何限制進入主要分銷渠道，例如iOS App Store及Google Play或整個互聯網，均會導致我們的遊戲玩家群流失或增長放慢」。

業 務

下表載列我們的五大供應商於2017年、2018年及2019年的若干資料。

供應商	採購額 人民幣 百萬元	佔交易 總金額的		主要業務	向我們提供 的服務	業務關係 時長	信貸期
		百分比	(%)				
截至2019年12月31日止年度							
Madhouse Co. Limited	53.9	16.4	該供應商為一間移動廣告公司。	營銷及推廣	兩年半以上	0至180日	
上海楊治影視文化工作室	38.6	11.8	該供應商提供電影、電視、文化藝術活動的策劃、舞台設計、文學、營銷和展覽服務。	IP授權	一年半以上	0至180日	
Alphabet, Inc.	26.5	8.1	該供應商通過其附屬公司提供網頁搜索、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。	遊戲分銷	四年以上	0至180日	
蘋果公司	26.1	7.9	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訊設備以及各種相關軟件、服務、週邊設備及網絡解決方案。	遊戲分銷	四年以上	0至180日	
完美世界	19.6	6.0	該供應商開發、生產及銷售電視節目和電影。其亦參與其他與媒體相關的業務分部。	IP授權	四年以上	181至365日	
總計	<u>164.7</u>	<u>50.2</u>					

業 務

供應商	採購額 人民幣 百萬元	佔交易 總金額的		主要業務	向我們提供 的服務	業務關係 時長	信貸期
		百分比	(%)				
截至2018年12月31日止年度							
完美世界	39.8	13.3		該供應商開發、生產及銷售電視節目和電影。其亦參與其他與媒體相關的業務分部。	IP授權	四年以上	181至365日
蘋果公司	19.3	6.4		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訊設備以及各種相關軟件、服務、週邊設備及網絡解決方案。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
東莞市訊怡電子科技有限公司	18.9	6.3		該供應商為第三方分銷渠道。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
廣東天宸網絡科技有限公司	16.9	5.7		該供應商為第三方分銷渠道。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
華為軟件技術有限公司	15.9	5.3		該供應商為第三方分銷渠道。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
總計	<u>110.8</u>	<u>37.0</u>					
截至2017年12月31日止年度							
完美世界	103.7	19.9		該供應商開發、生產及銷售電視節目和電影。其亦參與其他與媒體相關的業務分部。	IP授權	四年以上	181至365日
蘋果公司	48.6	9.3		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訊設備以及各種相關軟件、服務、週邊設備及網絡解決方案。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
東莞市訊怡電子科技有限公司	27.4	5.3		該供應商為第三方分銷渠道。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
廣東天宸網絡科技有限公司	22.3	4.3		該供應商為第三方分銷渠道。	遊戲分銷	四年以上	0至180日
上饒市智飛翼訊科技有限公司	20.9	4.0		該供應商設計、創作和發行廣告。	營銷及推廣	四個月	0至180日
總計	<u>222.9</u>	<u>42.8</u>					

業 務

完美世界為我們於2017年、2018年及2019年的五大供應商之一，截至最後可行日期間接持有本公司已發行股本的23.10%。除完美世界外，2017年、2018年及2019年所有其他最大供應商均為獨立第三方，且概無董事、彼等的緊密聯繫人及據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於上述供應商中擁有任何權益。

我們與所有供應商均按公平基準進行交易。與持有本公司已發行股本的供應商進行交易的條款與獨立第三方供應商相若。

主要供應商及客戶有所重疊

於往績記錄期間，我們的主要客戶之一騰訊亦是我們的供應商，而我們的主要供應商之一完美世界亦是我們的客戶。騰訊及完美世界涵蓋行業價值鏈中的廣泛業務，包括遊戲發行及分銷。根據弗若斯特沙利文，遊戲開發商如騰訊及完美世界等同時作為客戶及供應商是行業常規。我們向騰訊及完美世界提供有關遊戲開發及技術支援的服務。另一方面，我們向騰訊及完美世界購買服務，包括遊戲分銷、IP授權、廣告及宣傳以及雲服務。

於往績記錄期間與騰訊及完美世界有關的收益及成本載列如下。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
來自騰訊及完美世界的收益			
（人民幣百萬元）	538.7	358.8	586.5
佔總收益百分比(%)	41.1	41.2	55.0
就騰訊及完美世界產生的成本			
（人民幣百萬元）	106.1	46.0	24.2
總成本佔收益百分比(%)	38.8	26.5	13.6
毛利(人民幣百萬元)	<u>1,036.0</u>	<u>696.5</u>	<u>889.6</u>

董事確認，我們向騰訊及完美世界提供的所有服務是根據於一般業務過程中按正常商業條款且以公平基準進行。

董事確認，我們向騰訊及完美世界作出的所有採購是(i)計及於適當時候的通用採購及銷售價格訂立，(ii)根據於一般業務過程中按正常商業條款且以公平基準進行，及(iii)按不遜於從其他獨立第三方(並非同時為我們的客戶及供應商者)獲得的價格進行。

業 務

競爭

中國的移動遊戲行業發展迅速，競爭激烈，表現為新產品及服務頻繁推出、產品生命週期有限、新技術及設備快速引進、行業標準不斷發展及玩家需求及偏好不斷變化。我們主要與中國內地及中國內地以外的主要市場的其他移動遊戲開發商、發行商及運營商競爭。我們主要基於多種因素展開競爭，包括遊戲組合、開發能力、先進技術的使用、延長遊戲生命週期的能力、遊戲玩家群及參與、與主要發行商的關係以及獲取國際知識產權的能力。我們認為，我們於該等因素上競爭有利。然而，其他移動遊戲公司可能擁有更雄厚的資金、技術及營銷資源，發行更多優質遊戲以與我們的產品組合競爭，並對我們吸引及留住用戶及其休閒時間的能力產生不利影響。該等競爭對手，包括我們目前可能不瞭解的公司，可能利用社交網絡獲得龐大的用戶群及利用網絡效應而快速增長。

僱員

截至最後可行日期，我們共有935名全職僱員，所有僱員均在中國，主要在北京總部，其餘僱員在中國成都及長春。下表載列截至最後可行日期按業務職能劃分的僱員明細。

職能	於最後可行日期	
	人數	佔總數百分比
研究及開發中心	820	87.7
發行及運營中心	56	6.0
行政	59	6.3
總計	935	100.0

獨特的公司文化是我們成功的基礎，幫助我們吸引、發展及保留人才。我們致力創造平等的公司環境，為遊戲設計師、產品經理及工程師提供進行創新的工具及基礎設施，以及立即影響龐大玩家群體並與之互動的機會。因此，我們能通過吸引專門從事遊戲開發運營的專業人士及精英，建立起人才庫。截至最後可行日期，我們的研究及開發中心有820名僱員，當中205名各自擁有逾十年的遊戲開發經驗。截至最後可行日期，程序中心及引擎中心約49%的僱員持有研究生學位。

我們致力於建立具競爭力且公平的薪酬及福利制度。為通過薪酬激勵有效地激發我們的業務開發團隊並確保僱員獲得具競爭力的薪酬待遇，我們通過市場調研及與競爭對手的

業 務

比較不斷完善薪酬及激勵政策。我們每季度對僱員進行績效評估，以提供僱員績效反饋。僱員的薪酬通常包括基本工資、績效獎金及年終獎金。

根據中國法律及法規的規定，我們為僱員參與由當地政府管理的各項僱員社會保障計劃，其中包括住房公積金、養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險。

我們高度重視僱員並不斷完善福利制度。我們為僱員提供其他福利，如年假、補充醫療保險、健康檢查及家庭成員醫療保險等。

我們提供定期的專業培訓，迎合不同部門僱員的需求。我們定期組織由高級僱員或外部顧問進行的培訓課程，課程內容涵蓋業務運營的各個方面，包括總體管理、項目執行及技術知識。我們不斷審查培訓內容，並向僱員作出跟進以評估培訓效果。通過培訓，我們幫助僱員瞭解行業發展、技能及技術的最新情況。我們亦不時舉辦研討會以討論具體議題。

於往績記錄期間，我們並無任何可能對我們的業務及聲譽造成重大影響的罷工、抗議或其他重大勞工衝突。截至最後可行日期，我們尚未建立任何工會。

保險

按照一般市場慣例，我們未購買中國法律未強制規定的業務中斷保險或產品責任保險。我們未購買關鍵人物人壽保險、賠償網絡基礎設施或信息技術系統損壞的保單或任何物業保單。我們亦未購買有關合約安排風險的保單。

於往績記錄期間，我們並無委聘任何人員派遣機構以獲得有關我們國內或國外營運的服務。同期，我們並無就我們的業務提出任何重大保險索償。請參閱「風險因素—我們有限的投保範圍可能使我們面臨重大成本及業務中斷」。

健康、安全及環境事宜

我們並無面臨重大健康、安全或環境風險。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無因未遵守健康、安全或環境法規而被處以任何罰款或其他處罰。

物業

我們的公司總部位於中國北京東城區和平里東街11號航星科技園8號4樓。截至最後可行日期，我們概無任何物業。截至最後可行日期，我們於中國按租賃協議租用九項物業，總建築面積約為11,000平方米。我們於中國的租賃物業主要用於商業及辦公用途。

業 務

相關租賃協議的租賃屆滿日期介乎2020年4月30日至2025年8月14日。上述租賃物業的出租人已自樓宇擁有人獲得相關房屋所有權證或授權。於我們租用的該九項物業中，於最後可行日期，我們尚未完成七項租賃物業的租賃登記。中國法律顧問已告知我們，根據中國法律，未辦理租賃協議登記不會影響租賃協議的有效性，且根據《商品房屋租賃管理辦法》，每項未辦理備案的租賃可能被處以最高罰款人民幣10,000元。見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的租賃權益可能有缺陷，而我們出租若干物業的法律權利可能受到質疑而導致我們的業務中斷」。

風險管理及內部監控

財務申報風險管理

我們已就財務申報風險管理落實一系列會計政策，如財務報告管理政策、預算管理政策及財務報表編製政策。我們已落實各項程序以實施會計政策，而我們的財務部根據相關程序審閱我們的管理賬目。我們亦定期向財務部員工提供培訓，以確保其瞭解我們的會計政策。

截至最後可行日期，我們的財務部包括18名僱員，現由具20年審計、稅務諮詢及財務管理經驗的首席財務官李軼先生領導。

信息風險管理及數據保護

充分維護、儲存及保護用戶數據及其他相關信息是我們成功的關鍵所在。我們已實施相關內部程序及控制措施以確保用戶數據受到保護，避免相關數據洩漏及遺失。於往績記錄期及直至最後可行日期，我們並無遇到任何用戶數據嚴重洩漏或遺失的情況。

截至最後可行日期，我們的運維團隊由26名僱員組成，負責確保用戶數據的使用、維護及保護符合我們的內部規則以及適用的法律及法規，包括《兒童在線隱私保護法》及《一般資料保護規範》。我們的運維中心負責人於該領域擁有逾16年的經驗。我們向信息技術團隊提供定期培訓，並討論任何問題及必要的最新情況。

法律合規及知識產權風險管理

我們已設計及採納嚴格的內部程序，以確保業務運營符合相關法律及法規。

業 務

我們的內部法務部(由七名僱員組成)根據該等程序履行其基本職能，審核及更新我們與玩家、分銷渠道及供應商訂立的合同形式。法律部門在我們簽訂任何合同或業務安排前審查合同條款並審閱所有與業務運營有關的文件，包括對手方為履行其於業務合同項下的責任獲得的執照與許可以及所有必要的相關盡職審查材料。

我們亦已制定詳細的內部程序，確保內部法律部門在產品及服務(包括對現有產品的升級)向公眾推出前對其進行審查，以符合監管規定。我們的公共關係部門負責取得任何必需的政府預批准或同意，包括於規定的監管期限內準備及提交所有必要文件以向有關政府機關備案。

我們於內部法律團隊內設有一個專門小組(包含七名僱員)，負責確保我們的網路遊戲運營符合有關規則及法規。有關規則及法規，請參閱「監管概覽」。我們審慎監管虛擬貨幣交易，包括於我們平台上進行的發行、購買及交易。我們亦嚴令禁止在我們的平台上進行據以提供虛擬物品或虛擬貨幣以換取玩家現金或虛擬貨幣的任何虛擬貨幣轉售及任何抽獎活動。

我們持續檢討風險管理政策及措施的實施情況，確保我們的政策及實施有效充足。

人力資源風險管理

我們專門針對各部門僱員的需求提供定期的專門培訓。我們設有培訓中心，定期由高級僱員或外部顧問組織內部培訓課程，關注僱員可投票選擇感興趣的課題。該培訓機構由人力資源及行政部主管管理，會定期安排培訓、審核培訓內容、向僱員跟進評估有關培訓的影響並向獲得正面反饋的講師提供獎勵。通過培訓，我們確保員工的技能始終技能，繼而能夠發掘及滿足客戶的需求。

我們已落實若干僱員政策包括經管理層批准的僱員手冊及商業行為準則，並將其分發予全體僱員。該手冊包含有關最佳商業實踐、職業道德、反欺詐機制、玩忽職守及貪污的內部規則及指引。我們向僱員提供定期培訓及資源，對僱員手冊所載的指引進行解釋。

我們亦已落實反貪污政策，以防止本公司內部出現任何貪污行為。該政策說明潛在的貪污行為及我們的反貪污措施。我們向員工開放內部舉報渠道以供其舉報任何貪污行為，亦允許其向內部審計部門匿名舉報。我們的內部審計部門負責調查被舉報的事件並採取適當的措施。

業 務

審核委員會經驗與資質及董事會監管

我們已成立審核委員會，以持續監督風險管理政策於本公司內部的實施情況，確保內部監控系統可有效識別、管理及減少與業務運營涉及的風險。審核委員會由三名成員組成，即朱霖先生、葛旋先生及丁治平先生。彼等均為獨立非執行董事。朱霖先生為審核委員會主席。請參閱「董事及高級管理層—董事」。

我們亦成立內部審計部門，負責檢討內部監控的有效性并向審核委員會報告已識別的任何問題。內部審計部門成員定期舉行會議以討論我們面臨的任何內部監控問題及解決該等問題須採取的相應措施。內部審計部門向審核委員會匯報工作，以確保已識別的任何重大問題及時提交至該委員會。隨後，審計委員會討論該等問題，並於必要時向董事會匯報。

風險管理委員會

風險管理委員會由三名成員（即丁治平先生、李青先生及朱霖先生）組成。丁治平先生為風險管理委員會主席。風險管理委員會的主要職責包括(i)制定本公司風險管理政策及程序並監督執行情況，及就此向董事會提出推薦建議；(ii)收集及管理關連人士的資料；(iii)管理及檢討關連交易，以及控制與關連交易有關的風險；(iv)審閱關連人士及關連交易的資料並於本公司的公開披露文件中披露；(v)制定與我們的關連交易有關的規例及管理規例；及(vi)於審議關連交易後向董事會作出建議以供審批。見「董事及高級管理層—董事委員會—風險管理委員會」。

持續監管風險管理政策實施情況的措施

審核委員會、內部審計部門及高級管理層共同持續監管風險管理政策的實施情況，以確保我們的政策及實施有效充足。

進行中法律訴訟

我們不時、一直及或可能於未來在正常業務過程中運營各方面涉及仲裁、訴訟或監管法律程序。見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們可能成為法律、行政訴訟及監管調查的一方，此舉或會導致不利的結果，對我們的業務、財務狀況、經營業績及現金流量造成不利影響」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—第三方可能會聲稱我們侵犯其專利權，此舉可能會導致我們產生重大法律開支，並使我們無法宣傳我們的產品及服務」。

業 務

於2019年6月，北京大神圈文化科技有限公司（「大神圈」）向中國北京市朝陽區人民法院（「法院」）起訴（其中包括）我們的附屬公司天津祖龍及淮安祖龍，指控有關文學作品《龍族》（「該小說」）版權授權協議（「手遊授權協議」）為無效。大神圈向法院尋求各項補救措施，包括廢除有爭議的授權協議及隨後對該小說的改編、停止涉嫌侵權行為並償還一般介乎人民幣500元至人民幣1,000元的訴訟費用（「大神圈訴訟」）。於2019年7月，我們就法院對大神圈訴訟的審判權提出異議。截至最後可行日期，法院尚未確定其對大神圈訴訟的審判權，該案件尚未進入審訊階段。倘法院裁決手遊授權協議無效，我們可能被責令停止運營《龍族幻想》、將該小說改編成手遊及須支付訴訟費。

於2015年1月，該小說作者Yang Zhi先生授予上海湯治影視文化工作室（「湯治文化工作室」）一份全球獨家、可再授權及轉讓的許可，使其可根據該獨家版權授權協議（「遊戲授權協議」）於2015年1月至2025年1月期間將該小說改編為遊戲，湯治文化工作室根據獨家授權協議，可於2015年1月至2019年1月期間將該小說改編為一款網遊及三款手遊的改編權再分授予掌趣科技股份有限公司（「掌趣」，一間於深圳證券交易所上市的公司，證券代碼：300315）。自2015年4月起，掌趣於其公開的年度報告中披露了該小說的授權IP。於2018年6月，我們透過附屬公司淮安祖龍與湯治文化工作室及掌趣訂立手遊授權協議，據此，我們獲授予該小說的獨家手遊改編權，由2018年6月至2022年1月期間。我們於2018年7月授予騰訊《龍族幻想》的授權，並於2019年7月推出該遊戲。於往績記錄期間，2019年《龍族幻想》的收益為人民幣389.3百萬元，佔我們2019年收益總額的36.5%。另一方面，於2015年8月，Yang先生及大神圈訂立代理協議（「代理協議」），指定大神圈為代理人，有權於2015年8月至2020年8月期間出售、開發及運營該小說。

根據我們本案的訴訟律師北京韜安律師事務所的建議，由於以下原因，大神圈獲得法院有利裁決的可能性很低：(1)在大神圈法定代表人與Yang先生之間關於代理協議的信件中，明確將遊戲改編權剔出代理協議的範圍之外，法院很可能會接受該協議作為文件證據，以證明大神圈尚未透過代理協議有效地確立其遊戲改編權；(2)根據遊戲授權協議，Yang Zhi先生於代理協議簽立前將遊戲改編權轉讓予湯治文化工作室，法院很可能會接受該協議作為文件證據，以證明代理協議的範圍並無包含獨家遊戲改編權；(3)掌趣公開披露了該小說的遊戲改編權很可能作為對大神圈的充分通知。

根據大神圈目前的聲稱及理由，並考慮到：(1)對大神圈作出有利判決的可能性很低；及(2)根據北京韜安律師事務所的建議，倘法院的裁決對我們不利，就遊戲運營發出終

業 務

止令的可能性不大，且侵權產生的金錢損失可能很低，而我們根據中華人民共和國合同法就違反手遊授權協議提出獨立訴訟，有權從該訴訟中獲得任何合理損害、損失、訟費或開支的賠償，故董事認為，該案不會對我們的財務狀況或經營業績造成重大影響。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或行政訴訟，而我們並不知悉任何針對我們或任何董事且個別或共同會對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響的未決或可能面臨的法律、仲裁或行政程序。

合規

據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們未曾違反或觸犯會個別或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的適用中國法律。我們認為，我們於往績記錄期間及直至最後可行日期已於所有重大方面遵守我們運營所在司法權區的所有相關法律及法規。

執照及許可證

誠如中國法律顧問所告知，我們已取得所有對我們中國業務而言屬重大的執照、許可證、批文及證書，而該等執照、許可證、批文及證書為有效及存續。

我們已取得所有對我們於中國內地以外市場業務而言屬重大的執照、許可證、批文及證書，而該等執照、許可證、批文及證書為有效及存續。