

業 務

概 覽

我們為一家位於中國的綜合遊戲發行商及開發商，專注於在中國市場發行手機遊戲。我們致力於利用我們多年來在營運中獲得的在手機遊戲行業的經驗及專業知識，連同對我們的發行合作夥伴及遊戲玩家的良好了解，為遊戲玩家帶來優質及互動遊戲體驗，以開發及發行高品質及精心定制的手機遊戲。本集團於2014年首次開展其業務，在中國從事電腦、電腦配件及電子產品銷售，以及軟件及網站的開發。我們自2015年拓展我們的開發業務及開始開發手機遊戲，並於2016年進一步打入手機遊戲發行業務，第三方發行商亦委聘我們作為聯合發行商為第三方遊戲開發商開發的手機遊戲提供發行服務。作為聯合發行商，我們並非作為主要發行商，而是作為第三方發行商的分包商聯合發行第三方遊戲。於2018年，我們亦開始作為主要發行商發行我們的自主開發遊戲。

我們相信，我們的成功歸功於透過發行及開發受大眾歡迎的遊戲而積攢的強大實力以及雄厚經驗。於往績記錄期間，我們已發行及開發多種類型的遊戲，包括RPG、SLG及休閒遊戲。

作為遊戲發行商，我們(i)就第三方遊戲向發行合作夥伴提供發行服務；及(ii)發行我們自主開發的遊戲。對於聯合發行第三方遊戲而言，我們通常作為聯合發行商向第三方發行商提供營銷、推廣、分銷及協調服務，並協助彼等透過不同的分銷渠道發行有關遊戲，而我們不時亦會獲得第三方發行商的獨家代理權，可於指定分銷渠道推廣及發行遊戲。對於若干遊戲，我們亦會在我們自營平台上發行及分銷該遊戲，同時負責用戶登錄、充值及支付等相關服務。作為第三方遊戲的聯合發行商，我們直接與上游第三方發行商合作及磋商，而不會與第三方發行商委聘的手機遊戲開發商或其他發行服務提供商合作。我們有時會視乎發行工作範圍及可用資源，分包部分聯合發行工作予下游第三方發行合作夥伴。於往績記錄期間，我們作為聯合發行商已透過第三方分銷渠道及我們自營平台聯合發行超過320款第三方遊戲，並已發行兩款內部開發團隊開發的遊戲。就發行自主開發的遊戲而言，我們享有遊戲的所有專利權，並主要負責發行或安排發行服務，亦會經常聘請下游第三方發行服務提供商負責遊戲發行若干部分。我們與該等第三方發行合作夥伴合作制定發行工作範圍及各自的收益共享安排。有關我們遊戲發行業務的進一步詳情，請參閱本節「遊戲發行」。

除遊戲發行外，我們亦從事開發及銷售定制軟件及遊戲。自我們於2015年開始開發手機遊戲以來及直至最後實際可行日期，我們已開發22款自研遊戲，主要為RPG及休閒遊戲。於往績記錄期間，我們已將其中一款自主開發遊戲售予一名第三方買家遊戲開發商及發行商，並已發行兩款自主開發遊戲。我們於2020年2月再推一款自主開發遊戲。截至最後實際可行日期，三款自主開發遊戲仍在營運中。我們計劃分別於2021年及2022年各自推出五款自主開發遊戲。除直接銷售我們的自主開發遊戲外，我們亦接受第三方遊戲開發商及發行商的委託，開發定制軟件或修改若干第三方遊戲內容。

業 務

於往績記錄期間，我們的收益穩定增長，主要由於我們聯合發行多種類型手機遊戲的廣泛組合的能力及我們於2018年成功推出了兩款自主開發遊戲。我們最初於2016年作為聯合發行商發行第三方休閒遊戲的成功，導致我們於往績記錄期間轉為專注聯合發行第三方遊戲。透過增加向本集團的累計注資及動用我們於業務上產生的財務資源，並大幅擴大發行團隊的規模，我們能與不同第三方發行商發展深厚的合作關係，並大幅增加自2017財政年度以來聯合發行的第三方遊戲的數目及類別覆蓋範圍。我們的收益由2017財政年度的人民幣107.3百萬元增加至2018財政年度的人民幣151.2百萬元，且2019財政年度進一步增加至人民幣187.7百萬元，複合年增長率為32.3%。我們於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度的溢利分別為人民幣31.5百萬元、人民幣39.4百萬元及人民幣50.5百萬元，複合年增長率為26.6%。

競爭優勢

我們相信，我們的成功歸功於本公司下列競爭優勢。

發行廣泛遊戲組合及與多家發行商成功建立合作關係

我們的發行團隊乃由李濤先生領導，於往績記錄期間由52名僱員組成，其中五名於手機遊戲行業擁有逾五年經驗。於往績記錄期間，我們的發行團隊已聯合發行逾320款各種類型的第三方手機遊戲，包括RPG、SLG、休閒遊戲及其他。憑藉我們聯合發行具有廣泛遊戲類型的大量手機遊戲的廣泛遊戲組合的商業實踐，我們可靈活選擇並專注聯合發行盈利能力相對較高的第三方遊戲，並可終止發行市場接受度未達到預期的遊戲，因而此舉可多元化及降低我們的風險，我們亦可從遊戲發行業務產生穩定的收益。

於往績記錄期間，我們已成功與包括第三方發行商在內的120多家中國手機遊戲發行商建立合作夥伴關係，作為第三方遊戲的來源及第三方發行服務提供商，為我們提供多種發行服務。我們相信，隨著已發行遊戲組合的日益增長，該等合作夥伴關係有助於我們遊戲發行業務的增長。根據灼識諮詢報告，領先的手機遊戲開發商及發行商就選擇其發行合作夥伴通常具有較高的標準，一般僅選擇數量有限且經驗豐富的發行商。我們與遊戲發行合作夥伴建立良好的合作關係亦令我們可於未來的運營中獲得更多商機，從而推動可持續增長。

一家位於中國的主要綜合手機遊戲發行商及開發商

雖然我們繼續從我們遊戲發行業務中獲得不斷增長的收益，我們亦致力於將我們的資源投入我們的開發團隊以開發我們的自主開發遊戲，且自我們於2015年開始開發手機遊戲以來及直至最後實際可行日期，我們已開發22款手機遊戲。除作為聯合發行商就第三方發行商的第三方手機遊戲向彼等提供發行服務外，於往績記錄期間，我們亦已發行我們的兩款自主開發自研遊戲，即《虛空風暴》及《公主遇險記》，並於2020年2月發行我們一款自主開發遊戲，即《醉計三國》。

業 務

作為一名綜合遊戲發行商及開發商，透過發行自主開發的自研遊戲，我們的策略為(i)通過擔任多種角色，因此在來自遊戲用戶的總流水賬額中佔據更多份額，從而使得手機遊戲行業價值鏈中收益來源多樣化且利潤最大化；(ii)延長遊戲生命週期，因為我們在發行遊戲的同時，可測試及優化自主開發遊戲，並延長遊戲壽命；(iii)接收玩家的及時用戶反饋及更快響應用戶需求，從而提高我們的遊戲質量；及(iv)提高遊戲發行效率，因為具備發行自主開發遊戲的能力可大大加快使遊戲進入市場的發行過程，並可節省開發商與發行商之間的溝通成本。

擁有遊戲開發能力與人才

我們認為，我們甄別及鎖定潛在用戶、將活躍用戶轉換為付費用戶、以及快速響應行業變動及用戶行為模式方面的經驗及能力有助於促進我們的內部遊戲開發。就我們的遊戲開發能力方面，我們的開發團隊於最後實際可行日期由62名員工組成，其中15名於手機遊戲行業擁有逾五年經驗。在我們遊戲開發人才的助力下，我們的自主開發遊戲《虛空風暴》的發行成功證明了我們的遊戲發行能力，該遊戲自2018年7月發行兩個月後於2018年9月成功錄得MAU超過1.2百萬名及平均每月總流水賬額人民幣13.2百萬元。此外，我們強大的遊戲開發能力也體現在於往績記錄期及直至最後實際可行日期間，我們將其中一款自行開發遊戲銷售予一名第三方遊戲開發商及發行商，並成功發行了共三款自行開發遊戲。

具備豐富手機遊戲行業經驗的管理團隊

作為發行商在中國手機遊戲行業經營多年，我們管理團隊的大多數成員均具備豐富經驗。

我們的董事會主席及執行董事隋先生於2015年8月加入本集團。於加入本集團之前，隋先生通過與各種技術及遊戲相關公司接觸，已對遊戲行業已有一定瞭解。彼於2017年11月評為遊戲行業十大優秀企業家及遊戲行業十大創新人物，均由中國企業發展協會及全國品牌認證聯盟聯合頒發。

我們的執行董事李先生為本集團的創始人之一，在科技行業擁有逾12年經驗。在加入本集團之前，彼主要從事軟件開發、公司網絡的整體建設及維護、技術培訓及人員管理。

我們的行政總裁李濤先生於2017年加入本集團。彼已在營銷行業積累逾14年經驗，而在該行業內，彼接觸到遊戲領域及科技公司的管理。

業 務

有關隋先生、李先生及李濤先生的更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

憑藉高級管理團隊的經驗，我們更能夠以玩家為本以及提高創新能力，以應對多變的玩家需求。

我們認為，我們管理團隊的行業經驗乃我們目前作為遊戲發行商及開發商獲得成功的關鍵驅動力，並相信彼等將繼續運用其知識來管理我們的業務。在彼等的領導及遠見之下，我們期望進一步擴展中國手機遊戲行業的業務，並確保進一步的可持續增長。

業務策略

我們的目標為進一步發展及強化我們於中國手機遊戲開發及發行行業的地位。根據灼識諮詢報告，發行自主開發的手機遊戲的總流水賬額由2015年的人民幣435億元大幅增加至2019年的人民幣1,538億元，預計到2024年將繼續增加至人民幣3,827億元。我們的目標是透過擴大我們的遊戲開發能力及覆蓋範圍及增加進入市場的自主開發遊戲的數量，捕捉中國快速增長的手機遊戲行業。此外，隨著整體手機遊戲行業發展，根據灼識諮詢報告，手機遊戲聯合發行行業的市場規模亦由2015年的人民幣250億元增加至2019年的人民幣944億元。因此，我們的目標為透過擴展我們的第三方遊戲組合來進一步加強我們的發行能力，並透過將業務重點放在手機遊戲的開發及發行方面，以分散我們的收益來源。我們計劃採取以下策略達成該目標：

提升遊戲開發能力及擴大遊戲組合

我們將繼續擴大遊戲組合以維持及鞏固我們的遊戲開發能力。我們的措施包括：

- **尋求收購第三方遊戲開發商的機會。**我們計劃選擇性地於中國收購合資格遊戲開發商。我們根據人數規模以及營業額、遊戲開發技術及經驗甄別收購目標。我們計劃加強內部開發能力以開發供銷售及發行的遊戲，透過將新收購公司的整合，我們充分利用更加豐富的人才及技術，據此可擴大遊戲組合及加強遊戲開發能力。收購第三方遊戲開發商亦可讓我們探索新知識，以整合不同遊戲類型的特徵來發行的其他遊戲類別或者跨類型遊戲以及從合資格遊戲開發商取得成熟及適合的知識產權，以分散我們的遊戲開發覆蓋範圍。
- **收購知識產權許可證。**於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們自獨立版權擁有人收購19本小說及兩部動漫的知識產權許可證，根據獲授權版權，本集團獲授權開發、發行及營運遊戲。我們將繼續從第三方獲取可行知識產權許可證，包括社交網絡中所用文學、漫畫及流行貼紙，我們基於此透過整合知識產權元素，尋求開發新遊戲並增強現有遊戲的吸引力。

業 務

- *擴充及挽留我們的內部開發團隊。*我們計劃通過招聘及挽留團隊的人才，投資及擴大遊戲發行及開發能力。我們計劃招募用戶界面、藝術設計、層級規劃及伺服器工程等多個領域的專家。此外，我們致力營造學院式的工作環境，鼓勵僱員表達自我並與管理層進行溝通，以創造一個良好的工作環境。
- *擴充我們的遊戲開發設施。*我們計劃擴充我們的遊戲開發設施容量，如建立新辦公室及購置電腦設備，以滿足遊戲開發過程中不斷提升的技術需求。

增強遊戲發行能力

我們擬通過擴充發行隊伍加強發行能力，以迎合我們增加的營運、商業及營銷需求。我們亦計劃購置及擴充我們的設施容量以滿足發行業務不斷增長的需求。根據灼識諮詢報告，手機遊戲聯合發行商的龍頭正尋求收購其他聯合發行商的機會，以獲得進一步的競爭優勢並更好利用市場資源，為符合該行業趨勢，我們亦將繼續拓展擁有龐大及多元化用戶基礎的新發行合作夥伴及尋求收購第三方遊戲開發商的機會，以更好地推廣我們的自主開發遊戲及提高我們聯合發行第三方遊戲的能力。透過收購第三方發行公司，我們能(i)以來自目標公司的更多發行資源及用戶層快速搶佔及增加我們於手機遊戲市場的市場份額；(ii)以目標公司的發行經驗加強及多元化我們的發行能力及專業知識；及(iii)透過吸收目標公司已有的遊戲組合，方便地擴展我們的第三方遊戲聯合發行組合。此外，我們將加強營銷工作以推廣我們的品牌、平台及遊戲，例如，遊戲內部營銷、遊戲展會推廣及透過不同廣告代理商購買廣告空間。我們亦將尋求從第三方開發商或發行商獲取及發行授權遊戲，以增強我們在發行業務中的地位。

建立一個綜合遊戲分銷平台

長遠而言，我們致力於開發一個綜合的手機遊戲分銷平台，令手機遊戲開發商可開發及上傳手機遊戲，遊戲用戶可下載、分享及購買遊戲，以及進行充值及遊戲內部購買。該平台可通過多種設備訪問，如個人電腦、移動設備及虛擬現實設備。

為鼓勵創新及手機遊戲在我們的綜合平台上市，我們將通過我們的遊戲開發知識及數據庫開發自身的開放源代碼遊戲引擎，以使未來的遊戲開發商更輕鬆地開發出遊戲及為此作出貢獻。我們的開放源代碼遊戲引擎亦將結合社交網絡功能，允許遊戲開發商協同合作及分享彼等的創意予我們遊戲組合中。我們平台上的所有遊戲均可免費下載，其旨在透過我們的綜合平台獲得更廣泛的玩家群體及擴大潛在付費用戶數量。我們亦將透過不同線上及線下廣告資源推廣我們的綜合平台，包括線上媒體推廣及實體廣告空間，以為我們的遊戲及綜合平台吸納新用戶。隨著於我們綜合平台上註冊的用戶數量與日俱增，我們亦將為我們的品牌及自主開發遊戲(該等遊戲亦將可透過綜

業 務

合平台下載)帶來顯著的營銷效果。憑藉該綜合平台，我們致力於打造一個數量及類型更加豐富的遊戲組合，擴大我們的遊戲用戶群及增加於我們自營平台上的用戶流量，從長遠來看提升我們的品牌影響力、降低委聘第三方分銷渠道的發行成本，從而增加我們遊戲發行業務的收益及盈利能力。就於我們的綜合平台分銷的自主開發遊戲而言，收益來自向遊戲用戶銷售遊戲內虛擬道具，而我們通常與我們的下游發行合作夥伴分享遊戲用戶產生的總流水賬額。就聯合發行第三方遊戲而言，我們能透過我們擁有的綜合平台提供更好的分銷服務，可從第三方發行商收取更高的收益共享。

擴大地理覆蓋範圍及建立國際用戶基礎

於往績記錄期間，我們的收益主要來自中國。於2017年，我們作為聯合發行商開始在香港向透過iOS應用商店分銷的若干遊戲提供發行服務。作為我們擴展業務營運及多元化市場風險的策略的一部分，我們將在中國境外市場發掘商機且我們的初步擴張將集中於用戶群與中國市場語言及遊戲文化相若的其他亞洲市場的遊戲發行及品牌推廣。我們計劃作為遊戲發行商與其他聯合發行商及分銷渠道(包括Google Play及iOS應用商店)合作，於該等亞洲市場推廣及發行我們自主開發的遊戲。此舉將讓我們擴大我們的遊戲用戶層至海外玩家，增加遊戲產生總流水賬額以及收益。此外，我們具備於海外發行遊戲的能力，將能為中國的第三方遊戲開發商或發行商提供聯合發行服務，於該等亞洲市場發行彼等的遊戲，從而為我們的聯合發行業務帶來商機。為此，我們計劃建立辦公室並僱用額外的員工負責上述區域的市場營銷、技術支持、業務運營及商務事宜。

為成功在海外發行我們的遊戲及推廣我們的品牌及綜合遊戲分銷平台，我們將根據當地市場的特點制定我們的線上及線下營銷策略。例如，我們將在最為受歡迎的當地社交媒體上發佈推廣資料。我們亦會提高每個地區的文化意識，包括其語言、宗教、移動設備使用及支付方式，以便我們在提供中國以外營銷及推廣服務的同時創造適當的文化內容。

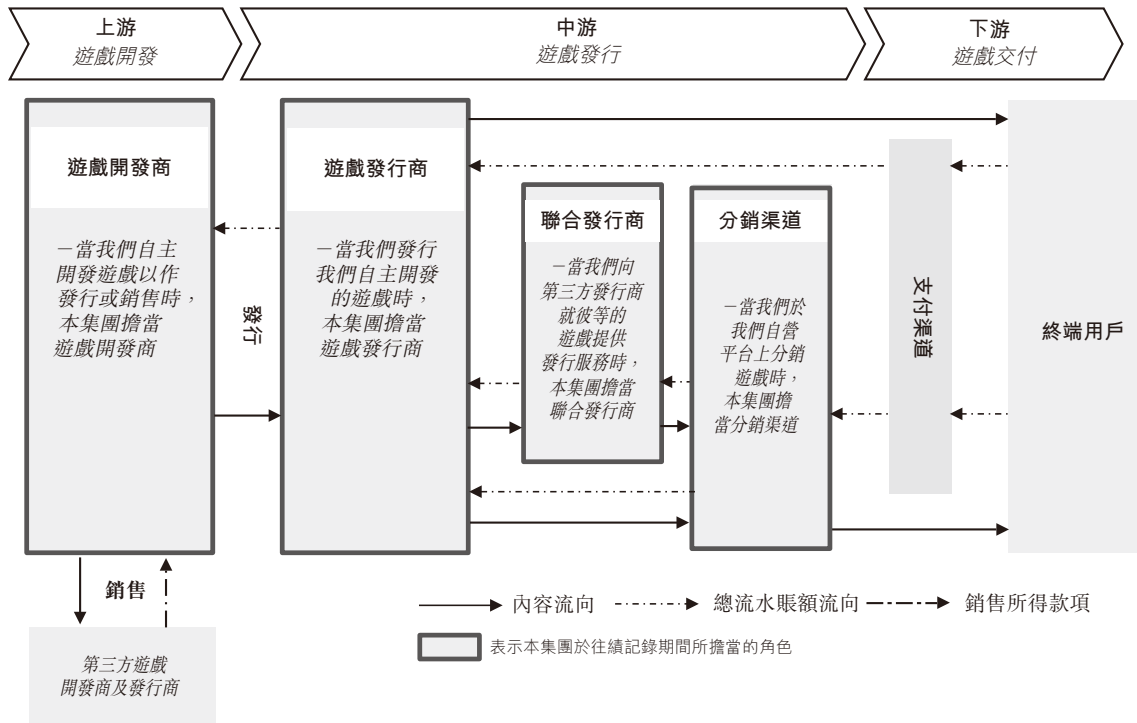
有關使用[編纂][編纂][編纂]以完成上述業務策略的詳細實施計劃，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

業 務

我們的業務模式

於往績記錄期間，我們主要從事手機遊戲發行及定制軟件及手機遊戲的開發及銷售。

下圖說明遊戲開發及發行的價值鏈及我們於價值鏈中所扮演的不同角色：



作為遊戲開發商

自2015年以來，我們已開始開發手機遊戲且已開發一系列遊戲，主要專注RPG及休閒等遊戲類型。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已開發22款遊戲，且自主開發的遊戲由我們銷售或發行。

就我們銷售自主開發遊戲而言，我們透過向有意買家提供內部開發的遊戲來獲取收益。有關買家通常為認為我們所開發的遊戲具有潛力的第三方遊戲開發商及發行商。我們亦接受第三方遊戲開發商或其他企業及直至最後實際可行日期委託，參與委託開發而為若干第三方遊戲開發定制軟件或若干遊戲內容。詳情請參閱下文「遊戲的開發及銷售 — 銷售我們自主開發的遊戲及軟件」。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們開發及銷售定制軟件及遊戲產生的收益分別為人民幣8.5百萬元、人民幣11.1百萬元及零，分別佔我們總收益7.9%、7.3%及零。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們亦發行三款自主發行遊戲。詳情請參閱下文「我們的業務模式 — 作為遊戲發行商」及「遊戲發行 — 發行自主開發遊戲」。

作為遊戲發行商

於2018年，我們開始發行由我們內部開發團隊開發並擁有專有權的手機遊戲，即《虛空風暴》及《公主遇險記》，我們主要負責發行或安排發行服務，例如營銷、推廣、分銷、貨幣化、用戶支持、賬戶註冊、支付及其他相關服務。於2020年2月，我們推出多一款自主開發遊戲，即《醉計三國》。我們會經常聘請下游第三方發行服務合作夥伴負責遊戲發行若干部分(包括各種第三方分銷渠道)。我們與該等第三方發行合作夥伴合作制定發行工作範圍及各自的收益共享安排。詳情請參閱下文「我們的遊戲組合 — 營運中遊戲」及「遊戲發行 — 發行 — 發行自主開發遊戲」。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們發行自主開發遊戲所產生的收益分別為零、人民幣32.9百萬元及人民幣45.5百萬元，分別佔我們總收益的零、21.8%及24.3%。

作為聯合發行商

於往績記錄期間，我們作為聯合發行商就第三方遊戲向第三方發行商提供發行服務，聯合發行超過320款第三方遊戲，產生我們大部分的收益。根據第三方發行商與我們簽訂的聯合發行協議，我們的發行服務包括營銷、推廣、分銷、協調及其他用戶相關服務。我們直接與第三方發行商合作及磋商，且不會與第三方發行商委聘的手機遊戲開發商或其他發行服務提供商合作。我們有時會視乎發行工作範圍及可用資料，分包部分聯合發行工作予下游第三方發行合作夥伴，包括第三方聯合發行商、廣告代理商、支付渠道以及分銷渠道。詳情請參閱下文「遊戲發行 — 發行 — 聯合發行第三方遊戲」。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，作為聯合發行商獲得的由第三方遊戲發行產生的收入分別為人民幣98.8百萬元、人民幣107.2百萬元及人民幣142.2百萬元，分別佔我們總收益的92.1%、70.9%及75.7%。

作為分銷渠道

就我們聯合發行的若干第三方遊戲，我們將亦於我們自營平台上分銷遊戲及將我們自身的SDK嵌入我們負責的用戶登錄、充值及支付服務的遊戲。詳情請參閱下文「遊戲發行 — 發行 — 聯合發行第三方遊戲」。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按分部劃分的收益明細：

	2017財政年度		2018財政年度		2019財政年度	
	人民幣千元	估收益的 百分比	人民幣千元	估收益的 百分比	人民幣千元	估收益的 百分比
遊戲發行						
— 聯合發行第三方遊戲	98,758	92.1	107,248	70.9	142,174	75.7
— 發行自主開發遊戲	—	—	32,904	21.8	45,536	24.3
開發及銷售定制軟件及遊戲	8,505	7.9	11,062	7.3	—	—
其他 ⁽¹⁾	4	0.0	—	—	—	—
總計	<u>107,267</u>	<u>100.0</u>	<u>151,214</u>	<u>100.0</u>	<u>187,710</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 為我們銷售計算機設備及硬件而產生的收益，其於往績記錄期間對本集團而言並不重大。

我們的遊戲組合

我們已經發行了自第三方發行商購買或由我們的內部開發團隊獨立開發的大型手機遊戲組合。對於我們自主開發的自研遊戲，我們可自己發行遊戲或將其源代碼出售予第三方買家。詳情請參閱下文「遊戲發行—發行—發行自主開發遊戲」及「遊戲的開發及銷售—銷售我們自主開發的遊戲及軟件」。於往績記錄期間，我們已聯合發行超過320款第三方遊戲。自2015年我們開始開發手機遊戲及直至最後實際可行日期，我們已開發22款遊戲，其中一款遊戲已售予一名第三方遊戲開發商及發行商，兩款遊戲於往績記錄期間發行。我們於2020年2月再推出一款自主開發遊戲。預期分別於2021年及2022年將各自推出五款自主研發遊戲，惟須獲有關政府機關批准。

第三方遊戲

我們透過利用我們與手機遊戲發行商及其他手機遊戲開發商的多年關係來購買第三方遊戲，並透過參加如全球遊戲展會及中國國際數碼互動娛樂展覽會（「Chinajoy」）等多個行業展覽來尋找新的商機。在遊戲發掘的初始階段，我們將與我們的發行合作夥伴討論我們的遊戲要求，並為我們獲得一些潛在的遊戲以便對各個方面（包括技術設計、藝術及音頻設計及遊戲操作）進行全面分析。倘分析結果令人滿意，我們將與第三方發行商訂立聯合發行協議，並準備開始我們的委聘事宜。一般而言，我們第三方遊戲的聯合發行期間介乎一至17個月，須受第三方遊戲的盈利能力及第三方遊戲的營銷及發行策略規限。

業 務

我們聯合發行的第三方遊戲有各種類型。下表載列於往績記錄期間按類型劃分我們聯合發行的第三方遊戲詳情：

	2017財政年度			2018財政年度			2019財政年度		
	聯合發行		%	聯合發行		%	聯合發行		%
	遊戲的數量	收益 人民幣千元		遊戲的數量	收益 人民幣千元		遊戲的數量	收益 人民幣千元	
RPG	49	67,038	67.9	82	49,725	46.4	121	74,621	52.5
SLG	3	3,363	3.4	9	45,822	42.7	46	61,823	43.5
休閒	50	25,919	26.2	10 ⁽¹⁾	11,701	10.9	23 ⁽¹⁾	5,730	4.0
其他 ⁽²⁾	6	2,438	2.5	-	-	-	-	-	-
總計	108	98,758	100.0	101 ⁽³⁾	107,248	100.0	190 ⁽⁴⁾	142,174	100.0

附註：

- (1) 其包括一個休閒遊戲的遊戲平台。
- (2) 主要為街機遊戲、運動遊戲及應用程式。
- (3) 於2018財政年度，我們有自2017財政年度聯合發行的九款RPG遊戲、兩款SLG遊戲及七款休閒遊戲。
- (4) 於2019財政年度，我們有自2018財政年度起聯合發行的42款RPG遊戲、七款SLG遊戲及兩款休閒遊戲以及自2017財政年度聯合發行的兩款RPG遊戲。

自2018年3月至2018年12月初，中國政府已停止新網絡遊戲的審批及登記程序。於該期間，市場上的新遊戲數目大幅減少，而我們於2018財政年度聯合發行的大部分RPG遊戲已由第三方發行商推出市場一段時間。該等RPG遊戲於2018財政年度的盈利能力較2017財政年度減少，乃由於我們於2018財政年度聯合發行的大部分RPG遊戲已經過早期增長階段。因此，遊戲產生的收益會相對較低。我們策略性增加2018財政年度組合中的RPG遊戲數目，以維持收益來源。然而，雖然同期聯合發行的RPG遊戲數目由49款增至82款，我們聯合發行第三方RPG遊戲的收益由2017財政年度的人民幣67.0百萬元減至2018財政年度的人民幣49.7百萬元。

由於在2017財政年度休閒遊戲較RPG與SLG遊戲錄得較低盈利能力，我們較2017財政年度策略性減少2018財政年度組合中的休閒遊戲數目，並分配更多資源於RPG及SLG遊戲。

與2018財政年度比較，我們2019財政年度聯合發行的遊戲總數大幅增長。我們聯合發行的RPG遊戲數量繼續由2018財政年度的82款增加至2019財政年度的121款，按數量及收益貢獻計，RPG遊戲於2019財政年度仍為我們遊戲組合的主要部分。於2019財政年度，我們聯合發行的SLG遊戲數量亦由2018財政年度的九款大幅增加至46款。儘管2019財政年度SLG遊戲的盈利能力少於2018財政年度，但由於兩款以戰爭為主題

業 務

的SLG遊戲《指揮前線》及《星際文明》深受玩家歡迎，合共貢獻2018財政年度發行收益的27.0%，我們得以於2019財政年度大幅擴大SLG遊戲組合，使聯合發行SLG遊戲的收益有所增長。

鑑於國家新聞出版署於2018年12月恢復遊戲註冊審批程序及發出遊戲版號後，取得發行我們自主開發遊戲的預先批准的整體處理時間有所增加，為了維持我們的收益來源，我們積極地分配更多資源聯合發行第三方遊戲，此業務分部分別佔2018財政年度及2019財政年度總收益的70.9%及75.7%。董事認為，此策略性舉動可減少為取得版號的處理時間增加的影響，因而可盡量減少對本集團整體財務狀況或業務運營的負面影響。

自主開發自研遊戲

我們的內部開發團隊已開發一系列遊戲，主要專注於RPG及休閒遊戲類型。自我們於2015年開始開發手機遊戲以來，我們已成功開發10款RPG相關遊戲、11款休閒遊戲及一款SLG遊戲，並已積累經驗及建立資源。

我們的自主開發遊戲包括單人遊戲及網絡遊戲。我們的單人遊戲大多為休閒遊戲，遊戲玩法相對較簡單，而整個遊戲過程中預期僅由單一玩家遊玩。其開發週期更短且設計複雜程度亦稍遜，加之遊戲玩法及遊戲虛擬道具重複率較高，可憑低價吸引用戶。對比之下，我們的網絡遊戲藝術標準更高，且遊戲設計要求眾多使用各種移動設備的玩家間的互動。網絡遊戲可促進玩家間的互動，玩家亦可利用現有社交網絡，創建新的虛擬遊戲社群。玩家在玩網絡遊戲的時可與其他玩家的比較進度、參與戰鬥、收發訊息、討論策略以及結成聯盟。該等特點可加強我們遊戲的社會參與性及用戶黏度，讓我們無須增加直接營銷開支即可吸引大量玩家且可延長遊戲生命週期。

我們自主開發的遊戲亦可能具備以下技術特點，以提升玩家的遊戲體驗，其中可能包括：

- 遊戲角色擁有多層次的優點及弱點，每個角色都能獲得多元化體驗及獨特的虛擬道具；及
- 用戶升級系統鼓勵用戶在完成任務、累積經驗或購買虛擬道具時獲取更高的遊戲屬性。

我們所有自主開發的遊戲均以手機應用程式形式供免費下載，玩家可免費使用基本功能。我們相信，我們的免費增值模式吸引更多玩家，並增加潛在付費用戶的數目。

自我們於2015年開始開發手機遊戲以來及直至最後實際可行日期，我們已完成開發22款遊戲。於往績記錄期間，我們已將一款自主開發遊戲售予一名第三方買家遊戲

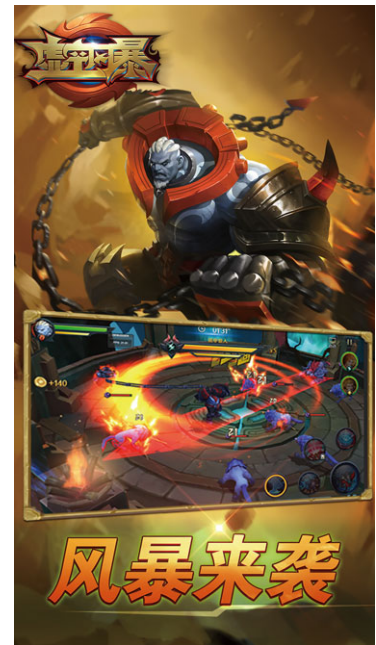
業 務

開發商及發行商，並已發行三款自主開發遊戲，即《虛空風暴》、《公主遇險記》及《醉計三國》，合共於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度分別產生收益人民幣6.7百萬元、人民幣40.9百萬元及人民幣45.5百萬元。

營運中遊戲

於最後實際可行日期，我們有95款遊戲由我們發行或運營，部分詳情如下：

《虛空風暴》



《虛空風暴》是我們發行的一款自主開發遊戲。國家新聞出版廣電總局已於2018年2月26日發出遊戲發行預先批准，而遊戲於2018年7月正式發行。目標用戶的年齡介乎28至35歲。《虛空風暴》的遊戲玩法分為兩個階段：於第一階段玩家參與挑戰機器的戰鬥從而升級及收集資源；而第二階段則包括玩家挑戰玩家的戰鬥。該遊戲可於遊戲內購買虛擬道具，以增強戰鬥力及角色升級，並利用雲服務記錄賬號進度。

業 務

下表呈列於往績記錄期間及直至2020年4月30日《虛空風暴》的營運數據及所產生的收益：

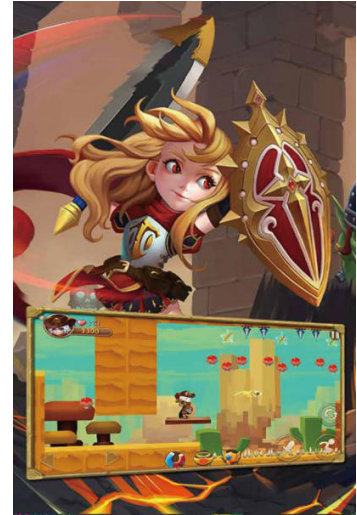
遊戲類型	RPG
推出時間	首次推出：2018年7月 重新開放：2019年4月 ⁽¹⁾
於最後實際可行日期的生命週期階段	成熟
收益	2018財政年度：人民幣26.5百萬元 2019財政年度：人民幣35.1百萬元 2020年4月：人民幣11.4百萬元 ⁽²⁾
佔總收益百分比	2018財政年度：17.5% 2019財政年度：18.7% 2020年4月：17.4% ⁽²⁾
平均MAU	2018財政年度：508,740 ⁽³⁾ 2019財政年度：277,140 ⁽³⁾ 2020年4月：335,718 ⁽²⁾
平均MPU	2018財政年度：30,374 ⁽³⁾ 2019財政年度：19,017 ⁽³⁾ 2020年4月：17,539 ⁽²⁾
ARPPU	2018財政年度：人民幣159.2元 ⁽³⁾ 2019財政年度：人民幣158.8元 ⁽³⁾ 2020年4月：人民幣161.9元 ⁽²⁾
平均每月總流水賬額	2018財政年度：人民幣6.2百萬元 ⁽³⁾ 2019財政年度：人民幣3.2百萬元 ⁽³⁾ 2020年4月：人民幣2.8百萬元 ⁽²⁾

附註：

- (1) 《虛空風暴》於2018年7月推出，並自2018年12月底暫停遊戲登錄以進行重大遊戲更新。遊戲於2019年4月10日重新開放，於最後實際可行日期已全面運作。由於遊戲暫停登錄，該遊戲的受歡迎程度及經營業績受到不利影響。然而，由於重大遊戲更新，本集團成功延長《虛空風暴》的遊戲生命週期，並自遊戲重新開放起繼續產生收益。
- (2) 基於截至2020年4月30日止四個月的未經審核財務資料或營運數據。
- (3) 指由遊戲首次推出或重新開放至有關財政年度末的營運數據。

業 務

《公主遇險記》



《公主遇險記》是我們發行的一款自主開發的遊戲。國家新聞出版廣電總局已於2017年11月22日發出遊戲發行預先批准，而遊戲於2018年8月正式推出。此款遊戲為卡通風格的橫版卷軸遊戲，目標用戶為年齡介乎12至30歲的女性。通過角色切換機制，玩家可以利用每個角色的特別屬性過關。該遊戲包括三大主題場景，各類關卡元素，讓玩家充分感受到破壞的快感、闖關的樂趣及破解機關謎題的成就感。玩家可購買虛擬貨幣以購買各類虛擬道具。

下表呈列於往績記錄期間及直至2020年4月30日《公主遇險記》的營運數據及所產生的收益：

遊戲類型	RPG
推出時間	2018年8月
於最後實際可行日期的生命週期階段	成熟
收益	2018財政年度：人民幣6.4百萬元 2019財政年度：人民幣10.4百萬元 2020年4月：人民幣1.0百萬元 ⁽¹⁾
佔總收益百分比	2018財政年度：4.2% 2019財政年度：5.5% 2020年4月：1.6% ⁽¹⁾
平均MAU	2018財政年度：324,290 ⁽²⁾ 2019財政年度：565,577 2020年4月：296,355 ⁽¹⁾

業 務

平均MPU	2018財政年度：47,320 ⁽²⁾ 2019財政年度：60,499 2020年4月：23,658 ⁽¹⁾
ARPPU	2018財政年度：人民幣27.8元 ⁽²⁾ 2019財政年度：人民幣14.3元 2020年4月：人民幣11.0元 ⁽¹⁾
平均每月總流水賬額	2018財政年度：人民幣1.4百萬元 ⁽²⁾ 2019財政年度：人民幣0.9百萬元 2020年4月：人民幣0.3百萬元 ⁽¹⁾

附註：

- (1) 基於截至2020年4月30日止四個月的未經審核財務資料或營運數據。
- (2) 指由遊戲首次推出至有關財政年度末的營運數據。

《醉計三國》



《醉計三國》是我們發行的一款自主開發的遊戲。國家新聞出版署已於2019年3月12日發出遊戲發行預先批准，而遊戲於2020年2月正式推出。此款遊戲為一款基於中國歷史上的三國時期的動畫風格冒險遊戲，目標用戶為22歲至35歲的人士。在《醉計三國》，玩家可透過選擇擁有不同技能的三個角色開始遊戲。玩家可選擇在遊戲的世界地圖上的不同地點戰鬥，憑能力佔據不同城市。每次戰鬥都會消耗角色的能力，角色會獲得經驗值來將能力及武器升級。此款遊戲亦設有遊戲的虛擬道具以供購買來提升能力及升級武器。

業 務

下表呈列於往績記錄期間及直至2020年4月30日《醉計三國》的營運數據及所產生的收益：

遊戲類型	RPG
推出時間	2020年2月
於最後實際可行日期的 生命週期階段	早期增長
收益	2019財政年度：人民幣60,000元 ⁽²⁾ 2020年4月：人民幣21.5百萬元 ⁽¹⁾⁽³⁾
佔總收益百分比	2019財政年度：0.0% ⁽²⁾ 2020年4月：32.9% ⁽¹⁾⁽³⁾
平均MAU	2019財政年度：11,022 ⁽²⁾ 2020年4月：432,230 ⁽¹⁾⁽³⁾
平均MPU	2019財政年度：367 ⁽²⁾ 2020年4月：29,993 ⁽¹⁾⁽³⁾
ARPPU	2019財政年度：人民幣163.5元 ⁽²⁾⁽³⁾ 2020年4月：人民幣179.0元 ⁽¹⁾⁽³⁾
平均每月總流水賬額	2019財政年度：人民幣64,000元 ⁽²⁾⁽³⁾ 2020年4月：人民幣5.8百萬元 ⁽¹⁾⁽³⁾

附註：

- (1) 基於截至2020年4月30日止四個月的未經審核財務資料或營運數據。
- (2) 《醉計三國》於2019年12月開始試運行。指試運行期間的營運數據或財務資料，並不代表遊戲實際表現。
- (3) 《醉計三國》於2020年2月推出。指試運行及正式推出後的營運數據或財務資料。

業 務

《指揮前線》



《指揮前線》於2018年9月正式推出，為一款二戰題材的SLG手遊並為我們聯合發行的一款第三方遊戲。該遊戲分為同盟國與軸心國兩大陣營，包括步槍兵、衝鋒槍兵、火箭筒兵，以及著名的虎式及T-34等型號戰車。玩家可透過選擇不同的培訓類型培養麾下部隊，其後加入兩大陣營之一，參與大規模的戰爭。

業 務

五大已發行遊戲

下表載列於往績記錄期間，本集團發行的五大遊戲的收益貢獻：

遊戲	遊戲來源	類型	收益 計算基準	佔遊戲 發行收益 的百分比	
				收益 人民幣千元	%
2017財政年度					
《武神傳說》	第三方	RPG	CPS	10,918	11.1
《傳奇戰歌》	第三方	RPG	CPS	8,186	8.3
《太極熊貓3》	第三方	RPG	CPC	7,264	7.4
《九陽神功：起源》	第三方	RPG	CPC	4,964	5.0
《龍王傳說》	第三方	RPG	CPA	4,203	4.3
2018財政年度					
《指揮前線》	第三方	SLG	CPS	27,570	19.7
《虛空風暴》	自主開發	RPG	遊戲內部虛擬 道具的銷售	26,490	18.9
《星際文明》	第三方	SLG	CPS	10,263	7.3
《雲速遊戲》 ⁽¹⁾	第三方	休閒	CPA	6,638	4.7
《公主遇險記》	自主開發	RPG	遊戲內部 虛擬道具 的銷售	6,413	4.6
2019財政年度					
《虛空風暴》	自主開發	RPG	遊戲內部虛擬 道具的銷售	35,103	18.7
《暖暖小鎮》	第三方	RPG	CPS	21,983	11.7
《全民奇蹟》	第三方	SLG	CPS	14,486	7.7
《公主遇險記》	自主開發	RPG	遊戲內部虛擬 道具的銷售	10,373	5.5
《呦呦西遊》	第三方	RPG	CPS	9,268	4.9

附註：

- (1) 雲速遊戲為我們受客戶I(我們2018財政年度的五大客戶之一)委託提供宣傳服務的休閒遊戲平台。

業 務

遊戲製作管線

截至最後實際可行日期，我們的發行管線中有兩款自主開發的自研遊戲已完成開發階段的alpha測試，我們已向國家新聞出版署申請註冊該等遊戲。下表按建議推出日期的時間順序載列有關遊戲的詳情：

遊戲名稱	於 國家新聞出版署 的註冊狀況	類型	預期正式 發行日期 ⁽¹⁾	預期 生命週期
《英靈學徒》	待預先批准	RPG	2021年5月	6至12個月
《刀劍忘機》	待預先批准	RPG	2021年6月	6至12個月

附註：

- (1) 我們成功推出及發行遊戲須獲得國家新聞出版署的預先批准。若國家新聞出版署未於預計正式推出日期前發佈我們遊戲發行的預先批准，我們遊戲的正式推出日期或會延遲，我們或另行根據未來市場情況尋找有意買家購買我們的遊戲。

我們考慮市場偏好時參考市場上最暢銷清單上的遊戲，以釐定適合當前市場趨勢及需求且適宜開發的遊戲。

截至最後實際可行日期，除了我們聯合發行的92款第三方遊戲外，我們已參與並期望在2020年聯合發行另外14款第三方遊戲，包括八款RPG遊戲，一款SLG遊戲和五款休閒遊戲，根據本集團與第三方發行商之間各自訂立的聯合發行協議的規定，最初的聯合發行期為六個月至三年。第三方遊戲聯合發行期的開始及實施期限亦視乎與第三方發行商參考遊戲盈利能力及市場反饋不時協定與調整的時間表而定。作為我們的業務慣例，為維持遊戲組合內有大量類別覆蓋範圍廣泛的第三方遊戲以供聯合發行，我們的發行團隊持續不斷尋找新第三方遊戲，並與第三方發行商磋商新聯合發行安排。

業 務

遊戲發行

我們專注於中國手機遊戲行業，因為中國是2019年全球最大的網絡遊戲市場，而根據灼識諮詢報告，手機遊戲行業自2016年起一直佔據中國網絡遊戲市場。作為遊戲發行商，我們(i)向發行夥伴提供第三方遊戲發行服務；及(ii)發行我們自主開發的遊戲。視乎遊戲的專有權及客戶的服務需求，我們於每個發行項目承擔的責任各有不同。一般而言，我們發行來自遊戲組合的手機遊戲，方法為作為聯合發行商透過與第三方發行夥伴提供發行服務，或透過發行我們擁有專有權的自主開發遊戲。於往績記錄期間，我們已聯合發行超過320款第三方遊戲，同時亦已在自營平台及透過其他分銷渠道分銷兩款自主開發的自研遊戲。

我們的發行合作夥伴

我們在遊戲發行中的發行合作夥伴包括(i)我們的上游合作夥伴，即就第三方遊戲委聘我們為聯合發行商的第三方發行商；及(ii)我們的下游合作夥伴，即我們可能委聘的發行服務提供商，如其他第三方聯合發行商、廣告代理商、支付渠道(包括中國兩個主要支付渠道)以及第三方分銷渠道(由中國知名手機製造商或其他獨立第三方運營的多個開放平台)。

憑藉在手機遊戲行業的往績記錄，我們已與數家手機遊戲發行商建立關係，因此確保我們於往績記錄期間可獲取穩定的第三方遊戲供應以進行聯合發行。我們亦透過參加全球遊戲展會及ChinaJoy等多種行業展覽並於展覽中推廣我們的品牌，自潛在發行合作夥伴尋求商機，就此我們可積極尋找符合自身利益且我們相信可受到市場歡迎的遊戲的發行機會。我們挑選發行合作夥伴所依據的因素包括上游合作夥伴的遊戲質素、遊戲類型及其遊戲組合規模，以及下游合作夥伴的行業經驗、用戶群規模及市場資源等。

業 務

我們的主要上游發行合作夥伴(本集團與其聯合發行的遊戲於往績記錄期間佔本集團遊戲發行收益超過5%者)的詳情載列如下：

發行合作夥伴 ⁽¹⁾	背景	佔遊戲發行 總收益的 百分比	開始建立 業務關係 年份	於往績 紀錄期間的 聯合發行 遊戲數目
2017財政年度				
客戶A	一家於中國成立、並於全國中小企業股份轉讓系統上市的公司，從事遊戲設計及開發，該公司於最後實際可行日期的市值為人民幣1.0百萬元	17.5	2017年3月	5
客戶B	一家於中國成立、並於深交所上市的公司，從事線上及手機遊戲發行，該公司於最後實際可行日期的市值為人民幣184億元	13.2	2016年12月	4
客戶C	一家於中國成立的私人公司，從事遊戲發行业務	10.9	2017年5月	6
2018財政年度				
客戶F	一家於中國成立的私人公司，從事互聯網技術及通信系統以及網絡遊戲發行	20.2	2018年8月	2
客戶G	一家於中國成立的私人公司，從事遊戲發行及營運	13.6	2018年6月	33
客戶H	一家於中國成立的私人公司，從事營運互聯網文化活動及網絡遊戲發行	9.1	2018年8月	2
2019財政年度				
客戶K	一家於中國成立的私人公司，從事廣告服務及軟件開發	18.3	2019年2月	24
客戶L	一家於中國成立的私人公司，從事軟件開發	16.6	2018年10月	2
客戶M	一家於中國成立的私人公司，從事軟件開發及相關服務	10.1	2019年6月	34
客戶F	一家於中國成立的私人公司，從事互聯網技術及通信系統及網絡遊戲發行	7.0	2018年8月	2

附註：

- (1) 有關於往績記錄期間亦為我們的主要客戶的發行合作夥伴，詳情請參閱本節「我們的客戶—主要客戶」。

業 務

發行

聯合發行第三方遊戲

就聯合發行第三方遊戲而言，上游第三方發行商不會營運及管理整個遊戲的發行過程，而會與我們這樣的聯合發行商合作以利用我們的發行資源於更廣泛的地理範圍及更大的用戶群內發行其遊戲。我們作為聯合發行商一般向第三方發行商提供市場營銷、推廣、分銷及協調服務，並協助彼等在各種分銷渠道發行彼等的遊戲，我們不時亦會根據聯合發行協議的條款獲得第三方發行商的專有權，以透過指定的分銷渠道推廣及發行遊戲。作為聯合發行商，我們直接與第三方發行商合作及磋商，且不會與第三方發行商委聘的手機遊戲開發商或其他發行服務提供商合作。

在聯合發行第三方遊戲的過程前及過程中，我們將指導遊戲測試及研究及分析遊戲特徵、遊戲性及預期盈利率。然後我們將製定發行時間表及製定時間表以提供(i)營銷及推廣服務，就此我們將通過不同的廣告代理商於如搜索引擎及社交媒體平台等各種平台上放置廣告，以及於我們自主營運的平台上推廣第三方遊戲。我們通過合適的廣告渠道於統計及分析上針對客戶制定我們的手機遊戲廣告。我們將根據目標受眾及市場滲透率報告策略性地選擇不同的廣告渠道，以匹配我們的聯合發行遊戲與該等渠道的主要受眾(包括年齡、性別組別及個人興趣)，從而提高廣告的準確性及用戶轉化率。通過我們收集的運營經驗及用戶反饋，我們可以透過將遊戲功能及遊戲優勢與社交景點或節日主題結合，更準確地為目標用戶釐定廣告的內容，並根據他們的偏好及品味向目標用戶群推送不同的遊戲類型。我們亦會創作及修改廣告內容，如網上橫幅廣告，海報及標語，以應對快速變化的營銷趨勢並吸引更多的用戶；及(ii)分銷服務，我們將通過各種類型的分銷渠道或利用我們的自營平台管理及負責用戶下載、登錄、充值及支付服務。有關不同類型的分銷渠道詳請，請參閱下文「遊戲發行—遊戲分銷」。我們與若干長尾分銷渠道保持穩固的關係，該等渠道擁有第三方發行商可能無法擁有的已建立的用戶群及穩定的用戶流量。通過我們對遊戲的深入分析，我們將在聯合發行期間不時選擇合適的分銷渠道作為我們的發行夥伴，從而向目標遊戲用戶分銷及推廣遊戲。例如，我們會對在不同分銷渠道分銷的遊戲的類型及目標玩家進行分析，並審閱用戶群的規模及分銷以及來自分銷渠道的總下載數據等營運數據，以分析分銷平台的有效性，且我們會持續增加或更換分銷渠道，以優化發行成果。透過參與我們的服務，遊戲可推送至更多可轉化為付費用戶的用戶。由於正在發行的遊戲所有權屬於遊戲的開發者，我們作為聯合發行商並無權利修改及更新遊戲，該等權利通常歸屬於第三方遊戲開發商或第三方發行商。儘管如此，我們仍可提供增值協調服務，包括根據各種分銷渠道提供的技術資料提出建議，要求第三方發行商於不同時間框架下建立遊戲伺服器，並將我們從遊戲玩家收集的反饋傳遞至第三方發行商，以便其可考慮遊戲優化計劃。

業 務

為利用其他第三方發行服務提供商(例如其他第三方聯合發行商或廣告代理)的廣泛營銷及推廣能力，我們可能將我們的若干發行責任分包予彼等。視乎我們聯合發行第三方遊戲的工作範圍，我們有時亦可能負責就發行遊戲委聘付款渠道或分銷渠道。我們委聘有關第三方發行服務提供商與我們聯合發行第三方遊戲，條款與當我們作為聯合發行商獲委聘時簽訂的聯合發行協議相似。

我們通常與第三方發行商訂立具法律約束力的聯合發行協議，其授權我們發行、營銷及推廣該等遊戲。該等聯合發行協議的主要條款載列如下：

- *我們的責任*。我們一般負責提供以下服務：
 - 編製營銷材料及廣告，以便在線上及線下推廣及分銷遊戲；
 - 安排將於多個第三方分銷渠道分銷的第三方遊戲。一般而言，我們將根據遊戲的類型及其目標用戶選擇特定遊戲的合適分銷渠道；及
 - 視乎情況，我們可能獲得透過指定分銷渠道推廣及發行遊戲的獨家代理權，除營銷、推廣及分銷服務外，我們亦負責為從指定分銷渠道獲得的用戶提供賬戶登記及用戶支援服務。不論有否該等獨家權利，聯合發行協議的其他主要條款與聯合發行第三方遊戲者類似。於往績記錄期間，具有在指定分銷渠道聯合發行的獨家代理權的第三方遊戲詳情載列如下。

名稱	類型	國家新聞出版署		具獨家代理權的 指定分銷渠道	收益 計算基礎	佔遊戲發行	
		的批准日期	聯合發行期間 ⁽¹⁾			產生的收益 人民幣千元	收益的百分比 %
《指揮前線》	SLG	2017年3月22日	自2018年9月起	百度手機助手、搜狗手機助手、夜神遊戲、東方明珠、機鋒遊戲、當樂網、聯想遊戲	CPS	2018財政年度： 27,570	2018財政年度： 19.7
						2019財政年度： 7,648	2019財政年度： 4.1
遊戲A	SLG	2018年3月23日	2018年10月至 2019年4月	百度手機助手、搜狗手機助手、夜神遊戲、東方明珠、機鋒遊戲、當樂網、聯想樂商店、我們的自營平台	CPS	2018財政年度： 10,263	2018財政年度： 7.3
						2019財政年度： 440	2019財政年度： 0.2

業 務

名稱	類型	國家新聞出版署 的批准日期	聯合發行期間 ⁽¹⁾	具獨家代理權的 指定分銷渠道	收益 計算基礎	產生的收益 人民幣千元	佔遊戲發行 收益的百分比 %
遊戲B	RPG	2017年11月16日	自2018年11月起	百度手機助手、搜狗手機 助手、夜神遊戲、東方 明珠、機鋒遊戲、當樂 網、我們的自營平台	CPS	2018財政年度： 1,095 2019財政年度： 21,983	2018財政年度： 0.8 2019財政年度： 11.7
遊戲C	RPG	2017年7月13日	2018年11月至 2019年3月	東方明珠、我們的自營 平台	CPS	2018財政年度： 2,463 2019財政年度： 686	2018財政年度： 1.8 2019財政年度： 0.4
遊戲D	RPG	2017年4月19日	自2018年12月起	搜狗手機助手、夜神 遊戲、我們的自營平台	CPS	2018財政年度： 679 2019財政年度： 5,467	2018財政年度： 0.5 2019財政年度： 2.9
遊戲E	RPG	2016年7月12日	2018年12月至 2019年8月	搜狗手機助手、夜神遊 戲、東方明珠、機鋒遊 戲、當樂網、我們的自 營平台	CPS	2018財政年度： 1,749 2019財政年度： 9,268	2018財政年度： 1.2 2019財政年度： 4.9
遊戲F	SLG	2018年8月22日	自2019年7月起	百度手機助手、搜狗手機 助手、夜神遊戲、機鋒 遊戲、聯想遊戲、我們 的自營平台	CPS	2019財政年度： 7,805	2019財政年度： 4.2
遊戲G	RPG	2016年10月21日	自2019年11月起	百度手機助手、搜狗手機 助手、夜神遊戲、機鋒 遊戲、聯想遊戲、當樂 網、小米遊戲中心、果 盤遊戲及雷電模擬器	CPS	2019財政年度： — ⁽²⁾	2019財政年度： 0.0

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，《指揮前線》、遊戲B、遊戲D、遊戲F及遊戲G正在營運及受我們的聯合發行安排規管。
- (2) 金額少於人民幣1,000元。

- 第三方發行商的責任。第三方發行商須負責下列各項：
 - 確保安裝遊戲伺服器運行所需的硬件及對其管理與維護，包括用戶數據管理、調試及解決系統故障與失靈；

業 務

- 維持遊戲穩定運行，並進行遊戲優化及升級；及
- 提供用戶終端服務，例如提供用戶登錄認證界面、處理用戶在內部遊戲購買方面的諮詢及投訴。
- **服務費。**我們提供聯合發行服務的服務費，乃根據兩種主要類型的收費基礎（即CPA及CPC）或收益分享基礎（即CPS）計算。有關我們在各類型的基礎上享有的百分比的詳情，請參閱下文「遊戲發行——來自發行業務的收益——第三方遊戲」。
- **補救。**倘我們進行非法、色情、誹謗或損害第三方權利的營銷行為，第三方發行商應進行監督並可對我們進行處罰。
- **支付條款。**我們通常有權獲得基於商定的收費基礎或收益共享基礎計算的持續付款。在向第三方發行商發出事先協定通知的情況下，我們可在合約過程中選擇不同的收益計算基礎。就我們獲得透過指定分銷渠道推廣及發行的專有權的遊戲而言，我們通常需於聯合發行遊戲前向第三方發行商支付首付款。
- **合約條款及續訂。**我們的發行協議期限通常為一至三年之間，其或通過雙方協商續約。

就若干遊戲而言，除上述服務外，我們亦將提供分銷、支付及用戶相關服務及在我們的自營平台上聯合發行遊戲，並將我們的SDK嵌入我們負責用戶登錄、充值及支付服務的遊戲。於往績記錄期間，我們將自己的SDK嵌入合共六款第三方遊戲並於我們的自營平台聯合發行。於該等情況下，我們需建立及維護必要的遊戲伺服器及用戶登錄驗證界面，保存用戶及收益數據，並處理客戶關於充值及付款問題的查詢及投訴。對於委聘我們的第三方發行商，彼等將負責客戶就遊戲運行方面的查詢及投訴並制定聯合發行商之間的收益分享機制。

業 務

發行自主開發遊戲

於2018年，我們已開始發行兩款自主開發遊戲，即《虛空風暴》及《公主遇險記》（均為RPG遊戲）。於2020年2月，我們發行多一款自主開發遊戲，即《醉計三國》。詳情請參閱本節「我們的遊戲組合—營運中遊戲」。倘我們透過內部開發團隊發行手機遊戲，我們享有遊戲的所有專利權，包括其源代碼、數據庫功能及設計。與聯合發行第三方遊戲（我們獲上游第三方發行商委聘提供發行服務及參與遊戲的部分發行過程）不同，就發行我們自主開發的遊戲而言，我們擔任主要遊戲發行商及負責為我們遊戲的整個發行流程提供發行或安排發行服務，包括營銷、推廣、分銷、收費、用戶支持、賬戶註冊、支付及其他相關服務。除發行商外，作為我們自主開發遊戲的開發商，我們亦主要負責託管及維護遊戲伺服器並向遊戲玩家提供遊戲內容，並有權釐定遊戲內虛擬道具的定價以及遊戲本身的規格、修改或任何更新。我們於發行自主開發遊戲前會與發行合作夥伴合作尋求自國家新聞出版署的批准發行遊戲。儘管我們可利用內部資源來運營、維護及推廣自主開發遊戲及參與遊戲的大部分發行過程，包括於我們的自營平台分銷遊戲，我們通常會聘請第三方發行服務提供商，包括各第三方廣告代理、付款渠道及分銷渠道，負責發行若干部分，包括遊戲的營銷、付款服務及分銷。我們所有已發行的自主開發遊戲均透過我們的自營平台及多個其他第三方公開平台分銷，且我們與多個第三方支付渠道合作，以促進購買透過我們的自營平台於遊戲中出售的虛擬道具。有關不同類型的分銷渠道及支付渠道的詳情，請參閱本節「遊戲發行—遊戲分銷」及「遊戲發行—支付程序」。我們與該等第三方發行服務提供商合作制定發行工作範圍及各自的收益共享安排。為此，我們通常與該等發行服務提供商訂立具有法律約束力的聯合發行協議，條款與上文「遊戲發行—發行—聯合發行第三方遊戲」內所提者類似。憑藉對分銷渠道及營銷資源的全面覆蓋，我們相信與第三方發行服務提供商聯合發行我們自主開發遊戲可以幫助我們的遊戲接觸更多遊戲玩家並增加發行此類遊戲的收益。

來自發行業務的收益

第三方遊戲

我們第三方遊戲聯合發行的收益基於兩種主要收費基準，即我們發行的遊戲中激活賬戶的玩家數量（按行為收費或「CPA」）或互聯網用戶點擊的推廣材料的次數（按點擊付費或「CPC」）以及收益分享基準，即由用戶購買遊戲代幣或其他虛擬道具的所得款項（按銷售額付費或「CPS」）。

採用何種基準乃根據具體情況而定，且很大程度上取決於我們透過所採用模式的盈利能力。於釐定我們就聯合發行第三方遊戲採納的收費基準或收益分成基準時，我們通常會考慮（其中包括）第三方遊戲的市場接受度、我們對遊戲質量的評估以及我們聯合發行遊戲的預期人員配置及財務資源分配等因素。一般而言，我們於訂立合約

業 務

之前及合約過程中可選擇不同的收益計算基礎，惟須向第三方發行商發出事先協定通知。倘我們擁有充足的員工及財務資源，且我們評估該等遊戲將更具盈利能力並可持續較長時間，我們通常採用收益分成基準。

對於以CPS基礎產生的收益，我們根據用戶的總流水賬額產生的收益，包括遊戲代幣的所得款項或用戶購買的其他虛擬道具，來計算我們的收費。來自遊戲用戶的總流水賬額通常由分銷渠道收取，我們在第三方分銷渠道扣除預先商定的佣金費用後，收到屬於我們的共享收益(我們在自行經營的平台聯合發行第三方遊戲時除外)。根據CPS基礎，我們與發行夥伴(包括第三方發行商和其他發行服務提供商)簽訂收益分成協議。對於第三方遊戲的聯合發行，我們會根據我們在遊戲發行過程中的角色和職責，與我們作為聯合發行商的第三方發行商逐案協商收益分成百分比。我們不與第三方發行商聘請的手機遊戲開發商或其他發行服務提供商合作或參與製定整體收益分享安排。根據發行工作範圍和我們的可用資源，我們會將我們的一些聯合發行責任分包給下游第三方發行合作夥伴，我們將與該等合作夥伴逐一協商收費或收益分享基礎和百分比。

下表列載於往績記錄期間當(i)我們受第三方發行商委聘、作為聯合發行商提供發行服務；及(ii)我們委聘下游發行合作夥伴為我們聯合發行的第三方遊戲提供發行服務時的收費或收益分享安排。

向上游發行合作夥伴提供的發行服務的收益計算基準

計算基礎	對手方類型	收益決定因素	信息追蹤者	平均單位費用
CPA ⁽¹⁾	上游遊戲 發行商	激活帳戶的玩家數量 (例如下載、安裝、 註冊、角色創建)	上游遊戲 發行商	2017財政年度： 人民幣5.60元/行為 2018財政年度： 人民幣2.89元/行為 2019財政年度： 人民幣2.83元/行為
CPC ⁽²⁾	上游遊戲 發行商	廣告點擊次數	上游遊戲 發行商	2017財政年度： 人民幣0.32元/點擊 2018財政年度： 人民幣0.12元/點擊 2019財政年度：—
CPS ⁽³⁾	上游遊戲 發行商	共享通過指定分銷渠道 產生的總流水賬額的 商定部分	上游遊戲 發行商、 本集團	2017財政年度：58.8% 2018財政年度：64.5% 2019財政年度：56.2%

業 務

下游發行合作夥伴的服務成本的計算基準

計算基礎	對手方類型	收益決定因素	信息追蹤者	平均單位費用
CPA ⁽¹⁾	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	激活帳戶的玩家數量 (例如下載、安裝、 註冊、角色創建)	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	2017財政年度： 人民幣9.23元/行為 2018財政年度： 人民幣7.03元/行為 2019財政年度： 人民幣12.97元/行為
CPC ⁽²⁾	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	廣告點擊次數	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	2017財政年度： 人民幣0.18元/點擊 2018財政年度： 人民幣0.27元/點擊 2019財政年度：—
CPM ⁽⁴⁾	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	向互聯網用戶顯示 廣告的次數	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	2017財政年度： 人民幣8.62元/千人 2018財政年度： 人民幣6.39元/千人 2019財政年度：—
CPS ⁽³⁾	聯合發行商、 廣告代理商、 分銷渠道	共享通過指定分銷渠道 產生的總流水賬額的 商定部分	上游遊戲發行 商、聯合發行 商、分銷渠道	2017財政年度：47.2% 2018財政年度：45.5% 2019財政年度：47.4%

附註：

- CPA指每次行動成本，一種根據行為(例如銷售、點擊、安裝或表格提交)次數釐定廣告費用的在線廣告計費模式，在我們的計算基礎上，指激活帳戶(如下載、安裝、註冊或角色創作)的玩家人數。CPA的單位價格由多種因素決定，包括預先商定的動作類型(例如下載、遊戲安裝、帳戶註冊)、遊戲類型和位置。與下載遊戲等簡單操作相比，在遊戲中註冊或創建角色等複雜動作通常會產生相對較高的單位價格。
- CPC指每次點擊成本，一種根據廣告點擊次數釐定廣告費用的在線廣告計費模式。
- CPS指每次銷售成本，一種根據廣告帶來的銷售額上升基於表現支付廣告費的計費模式，在我們的計算基礎上，指透過指定分銷渠道產生的總流水賬額的協定部分收益分成(如遊戲玩家購買的遊戲代幣或其他虛擬道具的所得款項)。
- CPM指千人成本，一種根據廣告獲得的印象次數釐定廣告費用的在線廣告計費模式，在我們的計算基礎上，指向互聯網用戶顯示廣告的次數。
- 我們可以策略性地委聘一個或多個下游發行合作夥伴，其收費基礎與我們相應遊戲的上游遊戲發行商提供的收費基礎不同。例如，為了讓遊戲範圍接觸到更多潛在用戶，我們可以根據CPC和CPM聘請第三方發行合作夥伴來推廣我們聯合發行並根據CPS向聯合發行服務收取費用的第三方遊戲。

業 務

自主開發遊戲

就發行自主開發遊戲而言，我們向遊戲玩家銷售虛擬道具產生收益。發行自主開發遊戲時，我們主要按CPS基準與眾多第三方分銷渠道(作為我們的下游發行合作夥伴)合作發行，在開始委聘該等發行合作夥伴前會與彼等商討發行工作範圍及收益分享百分比。於往績記錄期間，提供予下游發行合作夥伴的協定收益分享百分比介乎30.0%至55.0%。我們發行自主開發遊戲較聯合發行第三方遊戲在與下游發行合作夥伴制訂收費或收益分排安排時享有更大自由，可作為自主開發遊戲的開發商及發行商盡量提高收益分享百分比。

下表列示於往績記錄期間各收益模式產生的發行收益：

	2017財政年度		2018財政年度		2019財政年度	
	估發行收益		估發行收益		估發行收益	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
聯合發行第三方遊戲						
CPA	39,783	40.3	10,876	7.8	4,546	2.4
CPC	14,693	14.9	1,038	0.7	-	-
CPS	<u>44,282</u>	<u>44.8</u>	<u>95,334</u>	<u>68.0</u>	<u>137,628</u>	<u>73.3</u>
小計	98,758	100.0	107,248	76.5	142,174	75.7
發行自主開發遊戲	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>32,904</u>	<u>23.5</u>	<u>45,536</u>	<u>24.3</u>
總計	<u><u>98,758</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>140,152</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>187,710</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

業 務

遊戲分銷

於往績記錄期間，我們的用戶透過各種iOS及Android系統的分銷渠道下載我們發行的遊戲。對於iOS用戶，iOS應用商店吸引用戶流量，提供用戶訪問權限並收集及跟蹤用戶數據，乃我們的遊戲可供用戶下載及安裝的唯一分銷平台。對於Android用戶，我們透過第三方分銷渠道(包括由中國領先手機製造商或其他獨立第三方營運的開放平台)或透過我們的自營平台(可透過我們的網站(<http://www.dingliangame.com>)訪問)分銷我們的遊戲，我們為用戶提供遊戲描述、截圖及下載鏈接，使彼等可直接從我們的自營平台下載及安裝我們的遊戲。我們的自營平台亦提供遊戲用戶註冊服務及用戶賬號充值服務。

於往績記錄期間，我們發行的大部分第三方遊戲均通過Android用戶的多種分銷渠道進行分銷。通過該等分銷渠道，我們得以覆蓋廣泛的用戶群體，並利用該等分銷渠道及其社交及共享網絡的受歡迎程度。就若干第三方遊戲而言，我們將提供分銷服務及於我們的自營平台聯合發行該等遊戲，並將我們自己的SDK插入遊戲。於往績記錄期間，我們提供在自營平台上使用我們本身的SDK分銷第三方遊戲的服務，作為我們遊戲聯合發行服務的一部分，並作為聯合發行商，透過服務費轉嫁予客戶。有關詳情，請參閱本節「遊戲發行—發行—聯合發行第三方遊戲」。

就我們自主開發遊戲的分銷而言，我們可利用自營平台或委聘第三方分銷渠道向我們提供分銷服務，彼等會將其支付SDK插入遊戲，並負責用戶登錄、充值及付款服務。我們按逐個遊戲的基準訂立分銷協議。該等協議一般授權分銷渠道非獨家發行我們自主開發的遊戲，期限為一至兩年。根據該等協議，我們負責開發、更新、改進及持續提供技術支持以及維護我們的遊戲。分銷渠道負責提供市場營銷及繳費服務，以及繳費系統及分銷平台的管理及維護。

業 務

下表載列於往績記錄期間按本集團用於發行遊戲的主要遊戲分銷渠道劃分的收益及毛利率明細：

分銷渠道	2017財政年度			2018財政年度			2019財政年度		
	發行收益 人民幣千元	佔發行收益 百分比	毛利率 %	發行收益 人民幣千元	佔發行收益 百分比	毛利率 %	發行收益 人民幣千元	佔發行收益 百分比	毛利率 %
聯合發行第三方遊戲									
主流第三方應用商店	-	-	-	33,421	23.8	40.7	47,482	25.3	40.4
智能手機製造商應用商店	-	-	-	-	-	-	4,548	2.4	40.1
長尾渠道	11,279	11.4	21.1	29,240	20.9	28.1	2,426	1.3	32.4
遊戲發行商伺服器及 廣告用戶流量(我們的 自營平台除外)	84,527	85.6	32.9	42,903	30.6	37.4	87,718	46.7	33.0
我們的自營平台	2,951	3.0	87.2	1,684	1.2	93.4	-	-	-
	<u>98,758</u>	<u>100.0</u>	<u>33.2</u>	<u>107,248</u>	<u>76.5</u>	<u>36.8</u>	<u>142,174</u>	<u>75.7</u>	<u>35.7</u>
發行自主開發遊戲									
主流第三方應用商店	-	-	-	19,991	14.3	22.8	34,689	18.5	58.2
智能手機製造商應用商店	-	-	-	1,793	1.3	30.0	10,102	5.4	45.5
長尾渠道	-	-	-	11,120	7.9	27.5	745	0.4	43.0
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>32,904</u>	<u>23.5</u>	<u>24.7</u>	<u>45,536</u>	<u>24.3</u>	<u>55.1</u>
總計	<u>98,758</u>	<u>100.0</u>	<u>33.2</u>	<u>140,152</u>	<u>100.0</u>	<u>34.0</u>	<u>187,710</u>	<u>100.0</u>	<u>40.4</u>

附註：

- 有關2019年各分銷渠道類型的說明、流量來源、總流量及市場份額的詳情，請參閱本文件「行業概覽—中國手機遊戲行業—中國手機遊戲行業的分銷渠道分析」。
- 於往績記錄期間，我們的遊戲乃透過九家主流第三方應用商店、兩家智能手機製造商應用商店、24家長尾渠道營運商及27家透過廣告獲得用戶流量的遊戲發行商伺服器營運商分銷。

業 務

下表載列按往績記錄期間之發行收益劃分之我們遊戲的五大分銷渠道：

分銷渠道	類型	背景	產生的收益 人民幣千元	佔發行 收益百分比 %
2017財政年度				
供應商B	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	18,654	18.9
供應商C	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	16,690	16.9
供應商A	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	13,627	13.8
供應商M	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	於中國成立的公司，從事網絡遊戲營運及分銷	10,579	10.7
供應商D	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	9,639	9.8
			69,189	70.1
2018財政年度				
供應商F	長尾渠道	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	21,518	15.4
供應商G	主流第三方應用商店	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	20,857	14.9
供應商H	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	16,342	11.7
供應商J	主流第三方應用商店	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	11,968	8.5
供應商I	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	11,437	8.2
			82,122	58.7

業 務

分銷渠道	類型	背景	產生的收益 人民幣千元	佔發行 收益百分比 %
2019財政年度				
供應商H	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	47,985	25.6
供應商G	主流第三方應用商店	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	22,335	11.9
供應商I	遊戲發行商伺服器及廣告用戶流量	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	21,330	11.4
供應商K	智能電話生產商應用商店	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	14,650	7.8
供應商L	主流第三方應用商店	詳情參閱本節「我們的供應商—主要供應商」	12,170	6.4
			<u>118,470</u>	<u>63.1</u>

推出後的遊戲營運

數據分析能力

就發行我們自主開發的遊戲而言，我們有能力持續收集及分析廣泛的遊戲數據，包括用戶註冊、用戶活動、遊戲時間及習慣、充值及購買行為及技能水平的進步。相關數據乃透過數據採集SDK自客戶端收集及透過專門用於接收用戶數據的收集器自伺服器收集。此外，根據我們之間的協議，我們亦可從第三方發行服務提供商（例如分銷渠道及支付渠道）接收用戶數據。所有收集的數據都存儲在中國領先的雲服務提供商經營的雲伺服器下，且經過加密，並在傳輸過程中透過防火牆保護，以實現最大的安全保障。

通過用戶數據收集及分析能力，我們能夠獲得有關用戶遊戲內行為模式、推薦將要進行的營銷活動時間和類型、增強遊戲功能以及預測未來的玩家行為的有價值信息。通過與遊戲開發團隊密切合作，該等數據分析結果可轉化為更為有效且適時的遊戲優化處理及市場營銷，從而吸引用戶。

我們重視用戶的隱私及信息安全，並已實行嚴格的內部用戶數據安全管理政策以保護我們用戶的機密信息。

遊戲升級及維護

我們根據用戶反饋及收集的用戶數據不時更新我們自主開發遊戲。該等更新包括修復漏洞、升級伺服器系統、優化遊戲規格、引入遊戲功能及遊戲內活動。

業 務

用戶服務

對於透過我們自營的平台以我們的SDK發行的遊戲，我們負責處理與充值及付款服務相關的用戶諮詢及投訴。對於發行我們自主開發的遊戲，我們亦負責一般的用戶服務。

我們的專門用戶服務團隊每週七天、每天24小時通過遊戲內渠道或電話熱線提供服務。在收到用戶的問題或投訴後，我們的專門用戶服務團隊會根據其對用戶及我們的影響程度以及解決問題所需的時間來確定問題或投訴的優先順序。對於更為嚴重的問題，例如可能會升級為用戶廣泛投訴的遊戲內活動的故障，用戶服務團隊的前線成員會向開發團隊及第三方發行商(如適用)報告問題，以制定解決方案及公關策略。

我們相信良好的用戶服務機制在挽留用戶以及使我們從其他遊戲開發商及發行商脫穎而出發揮關鍵作用。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未收到任何會對我們的業務造成任何重大不利影響的重大用戶投訴。

支付程序

對於我們於自營平臺發行的遊戲，為方便購買有關遊戲出售的虛擬道具，我們與多個第三方支付渠道合作，包括主要線上支付代理，以促進及簡化遊戲內部購買過程。於往績記錄期間，我們已與兩個該等支付渠道進行合作，以收集及處理我們於自營平台(已插入我們自身的SDK)上發行的遊戲的用戶付款。該等渠道為我們的用戶提供安全便利的支付方法，例如信用卡及網上銀行轉賬，並可與用戶的銀行賬戶相鏈接。對於我們透過iOS應用商店分銷的聯合發行遊戲，iOS應用商店要求發行商使用其專有付款方式處理遊戲內購買，而iOS應用商店則負責收取遊戲內購買的所得款項。對於Android透過第三方分銷渠道分銷的聯合發行的遊戲，各自獲委聘的支付渠道負責收取該等所得款項。

我們的遊戲用戶

我們的用戶群由登陸及暢玩我們發行的自主開發遊戲的所有遊戲用戶組成。該等遊戲大部分可供免費下載暢玩。因此，我們的用戶可暢玩及享受該等遊戲，並可酌情考慮遊戲內購買。此外，我們透過市場推廣工作及專注於社交互動，努力鼓勵現有用戶介紹新用戶加入我們所營運的該等遊戲。我們發行的自主開發遊戲屬RPG相關類型，通常以年齡在12至35歲的用戶為目標群體。

我們自主開發的遊戲表現透過三個主要指標衡量，即(1)平均MAU、(2)平均MPU、及(3)ARPPU。該等指標主要受相關期間運營遊戲數量及該等遊戲的受歡迎程度所影響。我們分別於2018年7月及2018年8月開始發行自主開發遊戲《虛空風暴》及《公主遇險記》。《虛空風暴》及《公主遇險記》處於成熟階段，共計(i)於2018財政年度實現平均MAU 416,515人、平均MPU 38,847人及平均ARPPU人民幣99.5元；及(ii)於2019財政年度實現平均MAU 420,110人、平均MPU 39,674人及平均ARPPU人民幣86.6元。我們於2019年12月開始測試營運《醉計三國》，試營期間實現MAU 11,022人、MPU 367人及ARPPU人民

業 務

幣163.5元，該遊戲其後於2020年2月推出。有關詳情，請參閱本節「我們的遊戲組合—營運中遊戲」。我們並無依賴任何單一用戶發行我們自主開發的遊戲。

收費及定價

儘管我們的大多數已發行遊戲可免費下載暢玩，但仍有一系列虛擬道具可供出售予有意提升其遊戲體驗的用戶。該等虛擬道具包括遊戲內可消耗品、特徵及功能，例如頭像、卡片、特權、技能代幣及武器。透過該等虛擬道具，用戶可提升遊戲角色的能力、吸引力、威力及社交互動、自訂遊戲環境及加快遊戲進度。該等虛擬道具經常更新為具備新功能以及經改良的設計及圖像的新版本以刺激用戶購買。

用戶可透過多種支付方式於遊戲內方便快速地購買我們的虛擬道具。請參閱本節「遊戲發行—支付程序」。

就第三方遊戲而言，第三方發行商或開發商負責制訂遊戲內虛擬道具的價格。我們聯合發行第三方遊戲的收益來自根據聯合發行協議向第三方發行商提供營銷、推廣、分銷或其他相關服務。聯合發行第三方遊戲服務費的定價及收費基礎乃計及遊戲類型、目標用戶、估計的遊戲聯合發行週期及我們預期的發行成本(例如營銷及推廣費用以及分銷渠道等與發行合作夥伴分享的收益)後釐定。對於我們自主開發的遊戲，我們的收益來自向遊戲用戶銷售虛擬道具。我們負責制訂自主開發遊戲的虛擬道具價格，並參考目標用戶的行為模式及購買力、虛擬道具的好處、虛擬道具的預期需求量、同類遊戲中類似虛擬道具的價格及beta測試階段的用戶反饋，釐定各虛擬道具的價格。價格一經設定，一般不會發生變動，惟我們可能不時就促銷向遊戲玩家提供折扣以刺激銷售。

透過引進虛擬道具到我們的自主開發遊戲，我們將能夠自我們的活躍用戶群獲取收益及為我們的發行合作夥伴及我們本身創造收益。與行業常態相同，免費暢玩遊戲的付費用戶人數為我們總用戶人數的一小部分。我們將繼續優化我們遊戲內容及虛擬道具設計以將更多的活躍用戶轉化為付費用戶，並增加付費用戶於遊戲中的消費。

業 務

遊戲的開發及銷售

遊戲開發

我們於2015年開始開發手機遊戲，並且我們已擴展到開發一系列的遊戲，且主要專注於RPG及休閒遊戲類型。多年來我們已持續積累遊戲開發及營運的技能及經驗，從而開發受歡迎且盈利潛力巨大的優質遊戲。

我們致力於投資新手機遊戲及新版本的內部開發能力及升級現有遊戲。

由於我們開發不同類型遊戲的經驗，我們已累積共用代碼庫(包含成功的遊戲功能及虛擬商品設計)或可應用於多個項目的類似角色設計、藝術設計、遊戲設計或主題等遊戲開發資源，從而使我們能夠採用可擴展的遊戲開發流程盡量減少開發工作，運用資料庫亦使我們相較競爭對手更快地開展產品演示及測試。

在邱俊青先生的領導下，我們的開發團隊於最後實際可行日期由62名僱員組成，其中15名於手機遊戲行業擁有逾五年經驗。

於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們的遊戲及軟件開發活動已產生的總開支分別為人民幣5.2百萬元、人民幣7.5百萬元及人民幣9.7百萬元，分別佔我們同期收益的4.9%、5.0%及5.2%。該等開支主要與我們研發團隊的員工成本、測試及諮詢費用，藝術解決方案及音樂製作分包費用及相關設備折舊有關。在我們的遊戲開發過程中，視乎各項目員工的安排及可用性，我們將委聘第三方製作人改善(i)遊戲角色及遊戲設置的視覺及藝術效果；及(ii)透過為遊戲製作音效及音樂效果產生遊戲音效。分包費用指就提供有關服務向第三方生產商支付的服務費，於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度分別為零、人民幣0.9百萬元及人民幣3.3百萬元。

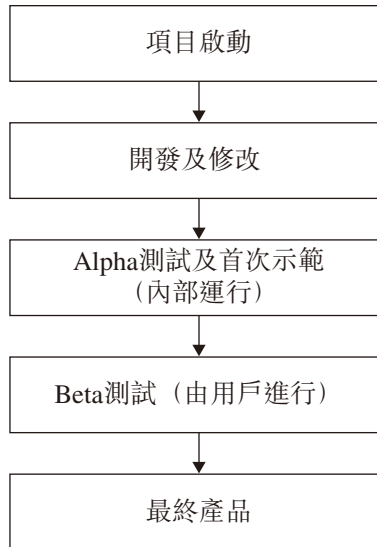
自我們於2015年開始開發手機遊戲以來及直至最後實際可行日期，我們已完成開發22款遊戲。我們於往績記錄期間自行發行兩款遊戲，並將一款遊戲售予一名第三方遊戲開發商及發行商。我們於2020年2月推出另一款自主開發遊戲。我們計劃於2021年及2022年各自推出五款自主開發遊戲，惟須獲有關政府機關批准。

截至最後實際可行日期，我們在開發管線中有54款遊戲，其中45款遊戲處於開發和修改階段，九款遊戲處於alpha測試和演示階段。在我們的開發管線中，有39款RPG遊戲、11款休閒遊戲和四款SLG遊戲。有關我們發行時間表的詳情，請參閱本節「我們的遊戲組合—遊戲製作管線」。

業 務

遊戲開發週期

下圖顯示內部開發遊戲推出的簡化流程。我們的遊戲開發流程可分為五個階段。根據正在開發的遊戲的類型及複雜程度，遊戲開發所需的時間會有所不同。一般而言，我們自主開發的遊戲從項目啟動到成為最終產品需時1到1.5年。



項目啟動

在啟動一個項目之前，我們將參考用戶數據進行市場調查，以評估競爭環境，例如，ARPU、各種類型的手機遊戲的生命週期價值和保留率。在確定即將開發的遊戲方向及類型后，我們將啟動一個新的遊戲開發項目。然後，我們的開發團隊將制定一個詳細的遊戲開發計劃，包括遊戲主題及故事情節、藝術設計、功能、虛擬商品設計、現有可資比較遊戲、遊戲定位、風險評估及人力分配。一旦開發計劃得到管理層的批准，項目就會進入開發階段。

開發及修改

我們的遊戲開發及修改過程包括四個主要程序，即遊戲規劃、藝術設計、信息技術及遊戲測試。

在開發過程中，我們的項目團隊將試玩遊戲，以尋找並修復錯誤、漏洞、延遲、錯誤設計等。我們亦將添加遊戲的新元素並豐富內容，以增強最終用戶的整體遊戲體驗。此為持續過程，直至我們的管理團隊對alpha版本的表現及整體可玩性滿意為止。

業 務

Alpha 測試及首次示範 (內部運行)

一旦我們的開發團隊完成遊戲alpha版本的開發，其將進行內部測試。該測試涵蓋了遊戲的關鍵方面，例如玩家角色屬性、故事情節、遊戲內活動及藝術設計的進展。在alpha測試期間，我們將記錄及監控試玩者的遊戲過程並收集彼等的反饋，以獲取有關遊戲的額外反饋及確保不存在重大技術問題或軟件缺陷。這一階段將評估遊戲的設計能否達到最初方案所設想的效果，必要時將對遊戲進行持續修改。

Beta 測試 (由用戶進行)

於完整版產品的測試階段中，我們的開發團隊將透過安排外部用戶測試完成整個遊戲的開發。就網絡遊戲而言，我們的團隊通常邀請不少於300名玩家進行遊戲測試，並提供有關遊戲功能及遊戲體驗的反饋，以便彼等可優化設計、解決技術問題及修復軟件缺陷。我們亦可透過beta測試觀察市場對此遊戲的反應。

最終產品

我們認為如beta測試及其審查已完成且並無重大技術問題，則意味著開發週期已結束。

Alpha或Beta測試階段結束後，遊戲將根據我們對各種因素的評估(i)出售予感興趣的買家，或(ii)由我們的發行團隊發行。有關詳情，請分別參閱本節中「遊戲的開發及銷售—銷售我們自主開發的遊戲及軟件」及「遊戲發行—發行—發行自主開發遊戲」。

銷售我們自主開發的遊戲及軟件

除發行我們自主開發的遊戲外，我們亦銷售我們自主開發的遊戲。我們可基於相關因素，如預期收入、我們自行發行遊戲所需時間及資源或任何潛在買家的存在的評估決定提供遊戲進行銷售。我們自主開發遊戲的訂價不低於我們自行發行遊戲的預期收益，並考慮倘我們自行發行遊戲時的發行成本及回本期。我們從自主開發的遊戲銷售中獲益，原因是我們可以取得更快的現金流入，且無需負責定期升級及維護我們的遊戲。我們已於往績記錄期間售出一款自主開發遊戲，分別於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度產生總收益人民幣6.7百萬元、人民幣8.0百萬元及零。透過向感興趣的買家提供內部開發的遊戲，我們亦從遊戲銷售中獲得收益。該等買家通常是第三方遊戲開發商或發行商(我們已與其建立關係並維持與其之間的關係)，對我們正在開發的遊戲源代碼頗有興趣。透過將自主開發的遊戲直接出售予有興趣的買家，遊戲的所有專利權將從我們轉移至客戶。

業 務

我們通常與買家訂立具有法律約束力的買賣協議，主要條款如下：

- **知識產權。**買家有權將遊戲及其所有資產註冊為自己的知識產權，且對遊戲的所有資產(包括遊戲的源代碼及用戶數據)擁有全部權利。
- **營銷支援。**我們將委派代表出席並支援買家的用戶調查及營銷活動。
- **技術支援。**我們將在完成遊戲買賣後，為買家提供有關遊戲運營的所有技術文件。若干情況下，我們須提供長達三個月的售後技術支持。在此期間，我們負責修復漏洞並指派技術人員根據要求為買家提供支持。
- **付款期限。**遊戲出售予買家時，我們通常收到分期付款，並就每期向買方提供30天到60天的信貸期。

取決於多種因素，例如遊戲複雜程度、客戶要求及預測成本，買賣協議條款可能因與買家的協商而不時變化。

除直接銷售我們的自主開發遊戲外，我們亦可能受第三方遊戲開發商或發行商的委託開發定制軟件或修改若干第三方遊戲內容。有關軟件或包括若干管理或推銷應用，而內容修改或包括代碼修改、代碼解碼及藝術設計。我們於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度獲第三方委託開發定制軟件及遊戲，分別產生收益人民幣1.8百萬元、人民幣3.1百萬元及零。

隋先生於投資諮詢行業(尤其專注於遊戲行業)擁有豐富經驗，透過於多年來出席不同的行業聚會、展覽及會議，例如2014年舉行的騰訊全球合作夥伴大會、2015年舉行的尼比魯技術與娛樂論壇、2016年舉行的全球遊戲發行商大會及2017年舉行的ChinaJoy，隋先生對各種遊戲或遊戲相關公司的管理有深入認識。於2015年12月，我們與客戶訂立第一份遊戲開發合約。本集團管理層擁有開發遊戲的經驗，多年來透過類似行業活動就不同第三方發行商及開發商購買我們自主開發遊戲或委託我們開發定制軟件或遊戲內容進一步與彼等取得及建立業務關係。

業 務

下表載列於往績記錄期間購買我們自主開發遊戲或委託我們開發定制軟件或改良遊戲內容的客戶的背景。

客戶 ⁽¹⁾	背景	購買遊戲/ 委託開發	開發及銷售定制軟件 及遊戲產生的收益		
			2017 財政年度 人民幣千元	2018 財政年度 人民幣千元	2019 財政年度 人民幣千元
客戶D	一家於中國成立的公司，從事遊戲開發及為一間於聯交所上市從事遊戲發行的公司的附屬公司，該上市母公司於最後實際可行日期的市值為58億港元	購買一款遊戲	6,735 ⁽²⁾	7,982 ⁽²⁾	-
客戶I	一家於中國成立的私人公司，從事廣告服務及網絡遊戲開發及營運	委託開發遊戲及軟件	1,770	2,708	-
客戶O	一家於中國成立的私人公司，從事廣告服務	委託開發軟件	-	372	-
總計			8,505	11,062	-

附註：

1. 就於往績記錄期間，同為我們主要客戶的銷售自主開發遊戲及軟件客戶的詳情，請見「我們的客戶—主要客戶」一節。
2. 客戶D於往績記錄期間僅從我們購買一款遊戲。由於我們根據於各年度完成的履約責任確認收益，我們於2017財政年度及2018財政年度就遊戲確認收益。

業 務

據董事所悉知，於往績記錄期間購買我們自主開發的遊戲或委託我們開發定制軟件及遊戲的客戶(包括彼等實益擁有人及董事)均為獨立第三方，於往績記錄期間，除為本集團銷售自主開發遊戲及軟件業務客戶以外，彼等與本集團、其附屬公司(包括中國經營實體)、董事、股東、高級管理層或彼等任何聯繫人士概無任何關係(商業、僱傭或其他)。我們銷售自主開發遊戲及定制軟件及遊戲委託開發的條款及售價於與客戶就遊戲種類、遊戲類型、遊戲內容、遊戲質量及開發週期進行公平磋商后釐定，且董事相信該條款及售價符合市場慣例。

我們的客戶

就我們的遊戲發行業務而言，我們的客戶包括(i)第三方發行商，彼等聘請我們作為聯合發行商；及(ii)在我們的自主開發遊戲或我們透過嵌入我們的SDK在我們的自營平台聯合發行的第三方遊戲中購買遊戲虛擬道具的遊戲用戶。就我們的定制軟件及手機遊戲的開發及銷售業務而言，我們的客戶包括(i)我們自主開發遊戲的第三方購買者；及(ii)委託我們進行開發的第三方遊戲開發商及發行商。

聯合發行第三方遊戲的第三方發行商

當我們作為聯合發行商聯合發行第三方遊戲時，我們通常受聘於其他第三方發行商，為彼等的遊戲提供行銷、推廣、分銷及協調服務。於往績記錄期間，我們與超過120名發行合作夥伴聯合發行超過320款第三方遊戲。視乎與第三方遊戲發行商之間的安排，本集團或會收取總流水賬額所得款項，並於扣除我們應佔有關收益後向第三方遊戲發行商支付。

我們自主開發遊戲及嵌入我們SDK的第三方遊戲的遊戲用戶

我們的自主開發遊戲由我們的發行團隊與我們的發行合作夥伴合作發行予遊戲用戶。就我們在自營平台上聯合發行插入我們自有SDK的第三方遊戲而言，遊戲用戶購買的遊戲虛擬道具亦為我們帶來收益。

遊戲買方及委託開發客戶

我們的部分自主開發遊戲出售予感興趣的買方，包括第三方開發商或發行商。我們亦可能獲第三方開發商或發行商委聘進行委託開發。

主要客戶

於最後實際可行日期，我們已與五大客戶維持11個月至三年的業務合作關係。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們五大客戶產生的收益分別為人民幣51.9百萬元、人民幣78.6百萬元及人民幣105.6百萬元，佔我們同期收益的48.3%、52.0%及56.3%。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們單個最大客戶產生的收益分別為人民幣17.3百萬元、人民幣28.2百萬元及人民幣34.4百萬元，佔同期收益的16.1%、18.7%及18.3%。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們主要客戶的詳情：

客戶	交易額 人民幣千元	佔總收益 的百分比 %	開始 建立業務 關係年份	客戶背景	本集團 所提供 的服務/產品	信貸期
2017財政年度						
客戶A	17,285	16.1	2017年3月	一家於中國成立、並於全國中小企業股份轉讓系統上市的公司，從事遊戲設計及開發，該公司於最後實際可行日期的市值為人民幣10億元	遊戲發行服務	180日
客戶B	13,022	12.1	2016年12月	一家於中國成立、並於深交所上市的公司，從事網絡及手機遊戲發行，該公司於最後實際可行日期的市值為人民幣184億元	遊戲發行服務	120日
客戶C	10,765	10.0	2017年5月	一家於中國成立的私人公司，從事遊戲發行業務	遊戲發行服務	90日
客戶D	6,735	6.3	2017年10月	一家於中國成立的公司，從事遊戲開發，並為一家於聯交所上市並從事遊戲發行業務之公司的附屬公司，該上市母公司於最後實際可行日期的市值為58億港元	本集團開發的遊戲	90日
客戶E	4,056	3.8	2017年4月	一家於中國成立的公司，從事遊戲開發，並為一家於深交所上市並從事電視廣播業務之公司的附屬公司，該上市母公司於最後實際可行日期的市值為人民幣45億元	遊戲發行服務	180日
總計	51,863	48.3				

業 務

客戶	交易額 人民幣千元	佔總收益 的百分比 %	開始 建立業務 關係年份	客戶背景	本集團 所提供 的服務/產品	信貸期
2018 財政年度						
客戶F	28,249	18.7	2018年8月	一家於中國成立的私人公司， 從事互聯網技術及通信系統 及網絡遊戲發行	遊戲發行服務	90日
客戶G	19,053	12.6	2018年6月	一家於中國成立的私人公司， 從事遊戲發行及營運	遊戲發行服務	180日
客戶H	12,726	8.4	2018年8月	一家於中國成立的私人公司， 從事互聯網文化活動及 網絡遊戲發行	遊戲發行服務	90日
客戶I	9,347	6.2	2016年6月	一家於中國成立的私人公司， 從事廣告服務及網絡遊戲 開發及運營	遊戲發行服務 及委託開發 服務	180日
客戶J	9,245	6.1	2018年7月	一家於中國成立的私人公司， 從事平面設計、廣告服務 及網絡遊戲發行	遊戲發行服務	180日
總計	78,620	52.0				
2019 財政年度						
客戶K	34,444	18.3	2019年2月	一家於中國成立的私人公司， 從事廣告服務及軟件開發	遊戲發行服務	180日
客戶L	31,251	16.6	2018年10月	一家於中國成立的私人公司， 從事軟件開發	遊戲發行服務	90日
客戶M	19,005	10.1	2019年6月	一家於中國成立的私人公司， 從事軟件開發及相關服務	遊戲發行服務	120日
客戶F	13,116	7.0	2018年8月	一家於中國成立的私人公司， 從事互聯網技術及通信系統 及網絡遊戲發行	遊戲發行服務	90日
客戶N	7,805	4.2	2019年5月	一家於中國成立的私人公司， 從事網絡遊戲發行及營運	遊戲發行服務	90日
總計	105,621	56.3				

業 務

於最後實際可行日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人士或本公司任何股東(就董事所深知，擁有本公司已發行股本5%以上的人士)於任何五大客戶中擁有任何權益。

我們的供應商

就我們的遊戲發行業務而言，我們的發行團隊經常與我們的發行合作夥伴(作為我們的供應商)合作發行我們的自主開發及第三方的遊戲。我們的供應商包括其他第三方發行商、第三方廣告代理商、分銷渠道運營商、支付渠道及其他服務提供商。

其他第三方發行商

就聯合發行第三方遊戲而言，為利用其他第三方發行商的廣泛用戶群以及其市場營銷及推廣能力，我們有時可能會將部分我們的發行責任分包予彼等，並委聘彼等與我們聯合發行我們的第三方遊戲。

廣告代理商

我們與多家廣告代理商合作，透過在網絡媒體平台上就我們發行的遊戲推出廣告擴大用戶群。於往績記錄期間，我們通常與廣告代理商訂立為期一至三年的協議。

分銷渠道

我們將委聘第三方分銷渠道為我們提供分銷服務，其會將付款SDK插入遊戲，並負責用戶登錄、充值及付款服務。我們透過我們自營平台或包括由領先手機製造商或其他獨立第三方經營的開放平台在其內的其他分銷渠道分銷我們的遊戲。有關詳情，請參閱本節「遊戲發行—遊戲分銷」。

支付渠道

我們與兩家主要第三方線上支付渠道合作，以收集遊戲內購買的所得款項。有關詳情，請參閱本節「遊戲發行—支付程序」。

其他供應商

我們聘請伺服器供應商等其他供應商，該等伺服器供應商租賃其伺服器以運行我們的網絡遊戲及存儲用戶數據。我們根據多項因素選擇伺服器供應商，包括品牌名稱、合作歷史、研發能力、價格及服務體系以及質素。

主要供應商

於最後實際可行日期，我們已與我們的五大供應商保持一至三年的業務關係。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，來自我們五大供應商的採購額分別為人民幣45.7百萬元、人民幣48.4百萬元及人民幣72.1百萬元，佔我們同期總採購額的71.8%、55.3%及67.4%。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，我們最大供應商分別貢獻人民幣12.8百萬元、人民幣12.5百萬元及人民幣30.7百萬元，佔我們相應期間總採購額的20.1%、14.2%及28.7%。

業 務

於往績記錄期間，我們五大供應商中的一家亦為我們的客戶，分別佔我們於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度總採購額的17.6%、零及零以及於相應期間我們總收益的0.6%、零及零。該業務合作夥伴在中國從事遊戲發行，其或會作為我們的上游發行合作夥伴，或作為我們的發行服務提供商，與我們聯合發行不同的手機遊戲。董事認為，遊戲開發及發行公司與其業務合作夥伴有類似的安排乃行業常規。

下表載列於往績記錄期間我們主要供應商的詳情。

供應商	交易額 人民幣千元	佔總採購的 百分比 %	開展 業務關係 的年份	供應商的背景	向本集團 提供的 服務/產品	信貸期
2017財政年度						
供應商A	12,778	20.1	2017年1月	一家於中國成立的公司，從事電視節目製作	遊戲發行服務	90日
供應商B	11,200	17.6	2016年12月	一家於中國成立的公司，從事廣告服務，並為一家於深交所上市並從事互聯網推廣之公司的附屬公司	遊戲發行服務	90日
供應商C	8,945	14.1	2016年6月	一家於中國成立的公司，從事遊戲開發業務	遊戲發行服務	90日
供應商D	7,098	11.2	2017年1月	一家於中國成立的公司，從事廣告的設計、製作、發行及出版，並為一家在深交所上市並從事建築和景觀設計之公司的附屬公司	遊戲發行服務	90日
供應商E	5,670	8.9	2017年4月	一家於中國成立的公司，從事遊戲開發業務	遊戲發行服務	90日
總計	45,691	71.8				

業 務

供應商	交易額 人民幣千元	佔總採購的 百分比 %	開展 業務關係 的年份	供應商的背景	向本集團 提供的 服務/產品	信貸期
2018財政年度						
供應商F	12,470	14.2	2018年8月	一家於中國成立的公司，從事遊戲平台運營，並為一家在上海證券交易所上市並從事線上媒體發行之公司的附屬公司	遊戲發行服務	180日 ⁽¹⁾
供應商G	11,460	13.1	2018年7月	一家於中國成立的公司，從事廣告服務，並為一家在紐約證券交易所上市並從事搜尋引擎營運之公司的附屬公司	遊戲發行服務	180日 ⁽¹⁾
供應商H	10,990	12.6	2018年6月	一家於中國成立的公司，從事手機遊戲開發	遊戲發行服務	90日
供應商I	7,113	8.1	2018年9月	一家於中國成立的公司，從事廣告的設計、製作、發行及出版	遊戲發行服務	90日
供應商J	6,350	7.3	2017年9月	一家於中國成立的公司，從事廣告的設計、製作、發行及出版	遊戲發行服務	180日 ⁽¹⁾
總計	48,383	55.3				

業 務

供應商	交易額 人民幣千元	佔總採購的 百分比 %	開展 業務關係 的年份	供應商的背景	向本集團 提供的 服務/產品	信貸期
2019財政年度						
供應商H	30,686	28.7	2018年6月	一家於中國成立的公司，從事 手機遊戲開發	遊戲發行服務	90日
供應商I	14,114	13.2	2018年9月	一家於中國成立的公司，從事 廣告的設計、製作、發行及 出版	遊戲發行服務	90日
供應商G	12,382	11.6	2018年7月	一家於中國成立的公司，從事 提供廣告服務，並為一家在 紐約證券交易所上市及從事 搜尋引擎營運的公司的附屬 公司	遊戲發行服務	180日 ⁽¹⁾
供應商K	7,931	7.4	2019年4月	一家於中國成立的公司，從事 軟件開發及提供廣告服務	遊戲發行服務	180日 ⁽¹⁾
供應商L	6,964	6.5	2018年9月	一家於中國成立的公司，從事 手機遊戲開發	遊戲發行服務	90日 ⁽¹⁾
總計	72,077	67.4				

附註：

- (1) 供應商F、供應商G、供應商J、供應商K及供應商L為第三方發行服務供應商，向本集團提供(其中包括)付款解決方案服務，以代表我們向遊戲用戶收取遊戲內銷售所得款項。根據此類付款解決方案服務，這些供應商通常需要在90或180日內將遊戲內銷售所得款項(扣除相關服務費和分銷渠道和付款渠道扣除的成本)退還給我們。

於最後實際可行日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人士或本公司任何股東(就董事所知，擁有本公司已發行股本5%以上的人士)於任何五大供應商中擁有任何權益。

業 務

於受國際制裁國家的業務活動

美國及其他司法權區或組織(包括歐盟、聯合國及澳洲)針對受制裁國家或針對該等國家內的行業類別、公司或個人團體及／或組織施加全面或廣泛的經濟制裁。於往績記錄期間，我們曾與位於中國的第三方遊戲發行商訂立協議。於2017財政年度、2018財政年度及2019財政年度，根據來自我們的遊戲發行商的會計記錄、發票以及我們所收集的其他數據，我們來自向相關國家提供超鏈接及相片形式的材料所得估計收益為零、人民幣0.8百萬元及零，分別佔我們同期收益零、0.5%及零。我們的國際制裁法律顧問執行上述程序，以評估我們受國際制裁法律及法規懲罰的風險：

- (a) 檢討我們所提供的有關我們、我們的業務營運、營銷工作、收益、銷售合約、客戶名單、附屬公司、分公司、銷售辦事處及代表、擁有權架構以及管理；
- (b) 對照受國際制裁人士及組織名單，檢討於往績記錄期間向相關國家作出銷售的遊戲發行商合作夥伴名單，並確認該等發行商並非名列於該等名單；及
- (c) 收取我們發出的書面確認，確認除於本文件另有披露者外，本集團或我們的任何聯屬人士(包括任何代表辦事處、分公司、附屬公司或其他構成本集團一部分的實體)於往績記錄期間概無於或與任何其他受國際制裁國家或人士存在任何業務往來。

具體而言，於往績記錄期間，我們向一名中國客戶提供廣告服務，涉及協助我們客戶製作關於若干超鏈接及圖片的廣告(全部資料由客戶編製及提供)，該廣告乃通過一個中國第三方平台為相關國家(包括伊朗)定制。根據伊朗交易，本集團於往績記錄期間(不時)獲得相當於75,831美元的人民幣收益。本集團並未協助製作廣告或廣告活動本身，而是僅將來自客戶已備妥的廣告在平台上運行。此於往績記錄期間佔本集團產生的收益總額的0.11%。

每項伊朗交易首先於每張發票的相關條目以美元計值，但每張發票最終以人民幣相當於美元總金額發行。所有與中國客戶交易有關的付款均以人民幣計值，因此不會於任何時候透過美國金融系統處理。根據我們的國際制裁法律顧問的建議，伊朗交易不會潛在違反適用於伊朗交易的美國制裁法規。

業 務

於2018年7月底前，所有我們關於伊朗的銷售交易均已完成。此外，我們目前無意與伊朗、其他全面受制裁國家、特別指定國民名單上的人士或任何其他可能使我們面臨制裁風險的業務開展任何未來業務。此外，我們日後與受國際制裁國家的客戶進行交易時，我們將實施內部控制措施以減低我們面臨國際制裁的風險。

誠如我們的國際制裁法律顧問在執行上述程序後所告知，於往績記錄期間，本集團於相關國家的業務活動似乎並無涉及國際制裁的任何限制。此外，鑑於[編纂]的範疇及本文件所載預期[編纂]，我們的國際制裁法律顧問認為，參與[編纂]的人士將不會涉及任何適用於有關人士(包括本公司、本公司的投資者、股東、聯交所及其上市委員會及集團公司，或任何參與[編纂]的人士)的國際制裁。因此，本公司、其投資者及股東以及可能直接或間接涉及批准本公司股份[編纂]、[編纂]及結算的人士(包括聯交所、其上市委員會及相關集團公司)面臨制裁的風險極低。

董事確認，我們並無獲通知由於往績記錄期間透過分銷商向受國際制裁國家作出銷售而將受任何國際制裁。概無對手方被明確識別為列於美國財政部海外資產控制辦公室存置的《特定國民與禁止往來人員名單》或由歐盟、澳洲及聯合國存置的其他受限制人士名單，故彼等將不會被視為受制裁目標。由於透過發行商作出的有關銷售並無涉及目前遭受國際制裁的行業或領域，故將不會被視為相關國際制裁下的被禁止活動。

根據上文所強調由我們的國際制裁法律顧問發出的意見，董事認為，本集團於往績記錄期間透過遊戲發行商向相關國家進行銷售而導致違反制裁的風險甚微。

我們的承諾及內部監控程序

我們已向聯交所承諾，於[編纂]後，(1)我們將不會直接或間接動用[編纂]的[編纂]以及透過聯交所籌集的任何其他資金為於任何受國際制裁國家或受美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁的任何其他政府、個人或實體(包括但不限於為受任何美國財政部海外資產控制辦公室實施制裁對象的任何政府、個人或實體)內的任何活動或業務提供資金或促進該等活動或業務或為其提供利益，(2)我們將不會訂立致使本集團、聯交所、[編纂]或我們的股東面臨制裁或違反國際制裁法律及法規風險的任何未來業務，(3)倘我們認為我們的任何業務會令本集團或我們的股東承受被制裁的風險，我們將及時於聯交所網站及我們自身的網站披露，並於年報或中報披露我們監管業務受制裁風險的措施及有關受國際制裁國家的業務意向，及(4)我們不會使用[編纂][編纂]就終止或轉讓違反國際制裁的任何合約支付損害賠償。倘我們違反向聯交所作出的承諾，我們可能會面臨我們的股份被聯交所[編纂]的風險。

業 務

我們將持續監察及評估我們的業務並採取了解客戶及其他內部控制及風險管理措施保護本集團及股東的利益。下列措施於最後實際可行日期已全面實行，以確保上述承諾獲得遵守。

- 我們將在釐定我們是否應在受國際制裁國家及／或與受制裁人士開始把握任何商機之前評估制裁風險。根據我們的內部監控程序，我們的國際監控部門必須審閱及批准來自受國際制裁國家的用戶或潛在用戶及受制裁人士的全部相關業務交易文件。我們亦有指定員工負責評估海外營運的任何制裁風險。我們所有指定員工均須具有法律背景及／或相關經驗。指定員工將審閱有關合約對手方的資料(如其身份、股權及業務性質)以及業務交易文件草擬稿。指定員工亦會將對手方與美國、歐盟、澳洲或聯合國所存置的各類受限制方及國家名單(包括但不限於受到美國財政部海外資產控制辦公室制裁所限的任何政府、個人或實體(名單可公開取得))進行對比檢查，並確定對手方是否為位於任何受國際制裁國家的人士或受制裁人士、由其擁有或控制，及／或該對手方是否向任何受國際制裁國家的人士或受制裁人士提供資金或便利。倘識別到任何潛在制裁風險，我們將向具備必要專門知識的外部國際法律顧問尋求意見；
- 如有需要，外部國際法律顧問將會為我們的董事、高級管理層、法律團隊及其他相關人員提供有關國際制裁法律的培訓計劃，以協助彼等評估我們日常營運的潛在制裁風險。外部國際法律顧問將向我們的指定員工提供當前受國際制裁國家及受制裁人士以及實體的名單，而我們的指定員工將繼而向我們的相關僱員傳播有關資料；及
- 就我們的遊戲發行商客戶而言，我們未來將竭力確保我們的遊戲發行商將向我們保證(於我們與該等遊戲發行商簽訂的合約中保證或透過彼等向我們交付年度證明的方式保證)彼等在發行我們的遊戲過程中遵守國際制裁法。

就上文所載的內部監控措施而言，在全面實行及執行該等措施的前提下，董事認為且獨家保薦人同意，該等措施將提供合理充足及有效的框架，以協助本公司識別及監察任何關於國際制裁法律的重大風險。董事亦認為該等措施將提供充足及有效的框架，以協助我們識別及監察任何關於國際制裁法律的重大風險，以保護股東及我們的利益。

業 務

我們的技術基礎設施

我們運用我們的技術基礎設施以整合及跟蹤業務營運。

雲伺服器

自2017年以來，我們開始在遊戲中使用知名雲服務供應商提供的雲伺服器，以減輕伺服器負擔並降低營運成本。於最後實際可行日期，我們已租賃中國領先雲服務供應商的42台伺服器。我們通常每年更新與雲服務供應商的租賃及託管服務協議。雲服務供應商負責以能滿足我們要求的穩定供電、IP地址、寬帶互聯網連接設施及防火牆監控服務提供伺服器託管空間。數據中心服務供應商亦負責全天候的技術諮詢及支持服務。我們須根據租賃及託管服務協議的條款支付雲服務費。我們認為，現有的伺服器設施使我們擁有足夠能力進行當前營運，且其具有可擴展性，能相對快速地以最小的增量成本滿足額外的需求。

SDK

我們擁有自主開發的SDK模塊，具備賬戶及付款管理功能。搭載SDK模塊後，我們的遊戲具備多項功能，包括玩家賬戶註冊、賬戶登錄、連接及取消連接手機、電子郵件及遊戲賬號以及找回賬號密碼。我們的SDK模塊可令用戶選擇彼等的優先支付方式。此外，我們的營運團隊可透過SDK模塊收集及分析遊戲及玩家行為數據，以便我們能夠針對不同類別的用戶實施推廣策略及活動，從而提升用戶活躍度及增加遊戲收益。

銷售及市場營銷

我們實施各種市場營銷及推廣措施以推銷及推廣我們的品牌及手機遊戲，包括遊戲內營銷、遊戲的公平推廣及網絡媒體營銷。

該等活動包括：

- **遊戲內營銷。**我們組織遊戲玩家錦標賽、遊戲內對戰、遊戲得分排行榜及其他遊戲玩家活動增加用戶對我們遊戲的關注度。
- **遊戲展覽會促銷：**我們參加各種熱門行業展覽會，如Chinajoy，旨在識別業務機會、發掘可供發行的潛在遊戲以及推廣我們的品牌及內部開發的遊戲。
- **網絡媒體營銷：**透過於網絡媒體平台投放廣告，我們通過樹立品牌形象推廣遊戲及提升品牌知名度，專注於遊戲市場的各個方面。我們亦依靠口碑促進客戶關係及擴大客戶群。

業 務

僱員

於2017年、2018年及2019年12月31日及最後實際可行日期，我們分別擁有91名、112名、138名及130名全職僱員。下表載列於後實際可行日期我們按職能劃分的僱員人數：

職能	僱員人數
管理	4
研發	62
財務	9
發行	52
行政及人力資源	3
總計	<u>130</u>

我們主要透過外部及內部推薦、並投放線上招聘廣告來招聘員工。我們為我們的員工提供培訓計劃，包括為新員工提供新手培訓及主要為我們研發團隊提供持續技術培訓以提升彼等的技能及知識。

根據中國法律法規規定，我們為僱員提供各種社保及住房公積金。根據中國法律顧問意見，於往績記錄期間，我們已就有關社會保險及住房公積金以及各重大方面遵守適用的法律法規。

現時概無僱員為工會代表。我們認為，於往績記錄期間，我們與僱員保持良好的工作關係，且我們並無發生任何勞資糾紛或在招聘員工方面遭遇任何困難。

競爭

我們是位於中國的綜合遊戲發行商及開發商。我們經營的網絡遊戲行業具有較高的競爭性，其特點為新產品及服務頻繁推出、產品生命週期有限、行業標準及法規不斷更新以及技術及產品快速發展。

我們與其他手機遊戲發行商就基於一系列因素的發行能力進行競爭，該等因素包括用戶群、遊戲組合、品牌知名度及聲譽。我們預期，隨著獲取的用戶數量增加以及營銷及廣告成本攀升，我們將繼續面臨奪取及挽留用戶的挑戰。我們亦透過以下方面的能力與其他手機遊戲開發商競爭：開發高度互動網絡遊戲、延長網絡遊戲的生命週期、整合及利用遊戲知識產權、保留及擴大付費用戶基礎、在保持品牌知名度及聲譽的同時不斷提升用戶體驗以及與主要遊戲發行夥伴建立信任關係。

我們部分現有及潛在競爭對手的財務、技術及營銷資源更為雄厚、用戶基礎更加廣泛、與主要行業參與者的關係更密切、各類不同類型的手機遊戲組合規模亦更大及更多樣化、且開發經驗及資源更豐富。詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險」。

業 務

知識產權

我們的業務主要基於對知識產權的獲取、創建、運用及保護，尤其是在遊戲開發方面。我們的知識產權主要形式有軟件代碼及商標。我們依靠當地法律及合約限制來保護我們的知識產權。我們與僱員簽訂保密、專有權轉讓、非競爭及非轉讓協議，並與業務夥伴簽訂保密協議。我們亦採納相關政策以監控第三方侵犯我們知識產權用法。於最後實際可行日期，我們在中國有71項註冊版權(不包括已向第三方轉讓但仍以我們的附屬公司名稱登記的註冊版權)及26項註冊商標，並在香港有兩項註冊商標。此外，我們註冊了六項域名。有關本集團的重大知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—有關本公司業務之進一步資料—10.本集團的知識產權」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們亦自獨立版權擁有人獲取19本小說及兩部動漫的知識產權許可證，據此，本集團獲授權開發、發行及營運遊戲。

儘管我們積極採取措施保護我們的知識產權，我們無法確保我們的措施足以阻止侵犯或盜取我們創造或許可的知識產權。此外，我們無法確保我們許可的遊戲或我們的服務未有或將不會侵犯由第三方持有的有效專利、版權或其他知識產權。我們或會不時面臨第三方就知識產權提出的法律訴訟及申索。詳情見本文件「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們無法確定業務營運未有或將不會侵犯由第三方持有的任何專利、有效版權或其他權利。倘第三方提出索償，我們可能產生龐大的法律開支。」

物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業，而我們透過中國的四個租賃物業經營業務。

編號	地點	總樓面面積 平方米	用途	年租 人民幣元	租賃屆滿日
1.	中國新疆維吾爾自治區 霍爾果斯市	59	辦公室	46,000	2021年3月
2.	中國廣西省北海市	1,040	辦公室	120,000	2020年12月
3.	中國廣西省河池市	517	辦公室	155,000	2021年2月至 2021年4月 ⁽¹⁾

業 務

編號	地點	總樓面面積 平方米	用途	年租 人民幣元	租賃屆滿日
4.	中國新疆維吾爾自治區 霍爾果斯市	59	辦公室	29,000	2020年12月

附註：

(1) 我們以獨立的租賃分別租用兩個相鄰物業，分別於2021年2月及2021年4月到期。

我們相信，我們的租賃物業足以應付我們當前需求，且我們將能夠取得足夠物業（主要是透過租賃更多物業）以為未來擴張提供場所。

據我們所深知，所有業主均為獨立第三方。

保險

我們並無就火災、地震、洪水或其他任何災難造成的損害，而投購任何保障網絡的基礎設施的財產保險。與中國行業慣例一致，我們不會為我們的行政人員投購業務中斷險或關鍵員工險。任何未投保設施或網絡基礎設施的損害可能會對我們的經營業務產生重大不利影響。請參閱本文件「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們並無投購保險，可能須因此承擔龐大費用及令業務中斷」。於往績記錄期間，我們並無提交任何重大保險申索，亦無經歷任何對我們的業務或財務狀況造成重大不利影響的業務中斷。

環境、健康及工作場所安全合規

除符合中國適用法律法規外，我們的業務並不涉及重大的職業健康及安全以及環境事宜。於往績記錄期間，據我們的中國法律顧問告知，我們並無經歷任何重大職業健康及安全以及環境事故，並在所有重大方面遵守相關法律法規。

業 務

牌照及許可證及註冊

據我們的中國法律顧問告知，我們已獲得了在中國業務營運所需的所有牌照、許可證及註冊，且該等牌照、許可證及註冊仍具十足效力。

下表載列我們重要牌照及許可證的詳情：

牌照／許可證	持有人	授予日期	授予機關	屆滿日期
中華人民共和國 增值電信業務 經營許可證	頂聯科技	2018年 1月19日	廣西壯族自治區通信管理局	2022年 6月8日
高新技術 企業證書	頂聯科技	2017年 10月23日	廣西壯族自治區科學技術廳、 廣西壯族自治區財政廳、廣西 壯族自治區國家稅務局與 廣西壯族自治區地方稅務局	2020年 10月23日
對外貿易經營者 備案登記表	頂聯科技	2017年 11月10日	對外貿易經營者備案登記機關 (廣西羅城)	不適用
網絡文化 經營許可證	北海頂聯	2018年 7月10日	廣西壯族自治區文化廳	2021年 7月9日
中華人民共和國 增值電信業務 經營許可證	北海頂聯	2019年 2月3日	廣西壯族自治區通信管理局	2024年 2月3日

業 務

牌照／許可證	持有人	授予日期	授予機關	屆滿日期
網絡文化 經營許可證	霍爾果斯 頂聯	2019年 4月17日	新疆維吾爾自治區文化和旅遊廳	2022年 4月16日
中華人民共和國增值 電信業務經營許可證	霍爾果斯 頂聯	2019年 8月6日	新疆維吾爾自治區通信管理局	2024年 8月6日

獎項

自公司成立以來，因手機遊戲業務的成功，我們獲得了多個獎項及榮譽。下表載列我們所獲的若干主要獎項及榮譽：

年份	獎項／認證	頒獎機構	獲獎實體
2017年	科技創新獎 —科技創新企業	中國質量評價協會	頂聯科技
2017年	科技創新獎 —科技創新成果	中國質量評價協會	頂聯科技

法律訴訟及合規

法律訴訟

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無亦並非任何重大法律訴訟、仲裁或行政程序的一方，且就我們所知，我們或任何董事並無面對或面臨任何可能對我們的營運或財務狀況造成重大不利影響的法律、仲裁或行政訴訟。

不合規事宜

據我們的中國法律顧問告知，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期在所有重大方面已遵守相關中國法律及法規。

遵守《國家新聞出版署關於防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》

於2019年10月25日，國家新聞出版署發出《國家新聞出版署關於防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》（「通知」），並於2019年11月1日生效。該通知載列有關未成年玩家的網絡遊戲營運的若干規定。詳情請參閱「監管概覽—規管中國網絡遊戲行業及業務的法律及法規—關於在網絡遊戲中保護未成年人的法規」。

業 務

就我們於第三方平台分銷的自主開發遊戲而言

就我們透過第三方平台分銷的自主開發遊戲而言，我們無法直接取得玩家的所有個人資料(包括其年齡)。然而，我們已向第三方發行渠道(合共佔我們於往績記錄期間發行自主開發遊戲所得收益的78.3%)作出查詢並獲得其確認，於往績記錄期間，我們自主開發遊戲的用戶中，未成年人士(即18歲以下人士)佔比不足1.0%，而我們自主開發遊戲的總流水賬額不足1.0%來自未成年人士。因此，董事認為，未成年人對我們自行開發的遊戲發行業務的收益貢獻微不足道。

就於第三方平台分銷的聯合發行第三方遊戲而言

有關我們聯合發行並於第三方平台分銷的第三方遊戲，我們並無參與遊戲的營運(如用戶註冊及充值及支付服務)，且我們無法直接獲取該等遊戲未成年玩家的相關資料，儘管如此，我們已向第三方發行渠道(合共佔我們於往績記錄期間發行第三方遊戲所得收益的67.8%)作出查詢並獲得其確認，於往績記錄期間，我們聯合發行的第三方遊戲的用戶不足1.0%為未成年人，而我們聯合發行的第三方遊戲的總流水賬額不足1.0%來自未成年人。另一方面，於往績記錄期間，本集團20.4%收益來自按CPA及CPC基準聯合發行的第三方遊戲。考慮到按CPA及CPC基準收取的發行服務費將不會受到通知實施直接影響，我們的董事認為，於往績記錄期間聯合發行第三方遊戲產自未成年人的收益金額微不足道。

就於我們的自營平台分銷的遊戲而言

於往績記錄期間，僅1.1%總發行收益來自我們的自營平台，當中不足0.1%收益來自未成年人。因此，董事認為該通知對我們透過自營平台產生的收益並無重大影響。

遵守通知的措施

就我們的自主開發遊戲及於自營平台分銷並插入我們自家SDK的遊戲而言，我們已實施有關用戶註冊、用戶登錄或充值付款的必要措施，以遵守通知的相關規定，包括：

- (i) 就透過我們的自營平台下載的遊戲採用強制性實名註冊系統，該系統要求玩家於遊戲登錄前註冊其身份證資料及聯繫方式(可選)，如手機號碼及/或電郵，並對用戶在未按訪客模式註冊的情況下登錄遊戲的遊戲時間及充值服務施加限制；
- (ii) 將限制納入我們自營平台的充值系統，禁止未成年人充值超出通知規定的單一或每月上限的金額；

業 務

- (iii) 在我們的自主開發的遊戲中加入及提升程式編碼，以(a)從彼等的身份證資料中識別玩家的年齡；及(b)監察未成年人的遊戲時間及遊戲時長，並於遊戲時間達到每日限額或在通知規定的限制時間內自動中斷或禁止未成年人登錄遊戲；及
- (iv) 就於本集團自營平台上分銷的第三方遊戲引入內部控制措施，包括檢查遊戲系統及用戶協議以及諮詢第三方發行商，以確保就於我們的自營平台上分銷的所有第三方遊戲實施通知所規定的必要未成年人保護措施(與上文第(iii)項所述措施類似)。

此外，我們一直探討進一步措施，以提醒用戶我們自主開發遊戲的目標年齡組別，例如在遊戲的裝載頁面加入相關提示，而我們日後將根據相關行政機關設定的特定要求展示該等提示。

自實施該通知起及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何通知、警告、調查，亦無因違反該通知而遭受任何罰款、罰金或處罰。

董事認為且獨家保薦人信納，上述措施可有效滿足通知項下的相關規定。

對營運及財務狀況的潛在影響

董事認為，實施該通知對我們的營運或財務狀況並無重大影響，原因如下：

- (i) 本集團所開發、發行或分銷遊戲的目標遊戲玩家主要為成人；
- (ii) 於往績記錄期間，我們推出自主開發遊戲的平均ARPPU介乎人民幣14.3元至人民幣159.2元，低於通知規定8至16歲的未成年人用戶的每月支付限額人民幣200元；
- (iii) 於最後實際可行日期，我們已實施必要措施(如修改或提升遊戲登錄的程式代碼)以遵守通知，而該等措施並無對我們的人力及財務資源造成重大負擔；
- (iv) 我們與大量發行合作夥伴聯合發行廣泛的遊戲組合，涵蓋廣泛的遊戲類型，我們可靈活選擇及專注於聯合發行第三方遊戲，該等遊戲在總流水賬方面並未受到通知的不利影響；及
- (v) 自通知實施以來，本集團的財務狀況並無重大不利變動。

業 務

風險管理及內部控制

風險管理

我們在業務營運中面臨各種風險，我們相信風險管理對於我們的成功至關重要。有關詳情，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險」。本公司董事監督及管理與我們營運相關的所有風險。我們已遵照上市規則第3.21條以及上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告制訂書面職權範圍。

為了監察於[編纂]後本公司風險管理政策及企業管治措施的持續實施情況，我們已採納或將持續採納(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審核委員會來審閱及監督我們的財務申報程序及內部控制系統。我們的審核委員會由3名成員組成，即張春梅女士(擔任委員會主席)、鄧春華先生及陳楠女士。有關該等委員會成員的資格及經驗，請參閱本文件「董事及高級管理層」；
- 採納各種政策以確保遵從上市規則，包括但不僅限於有關風險管理、關連交易及資料披露方面；
- 定期向我們的高級管理層及僱員提供反腐敗及反賄賂合規培訓，以提高該等知識及適用法律法規的合規意識；及
- 本公司董事參加有關上市規則相關規定及香港[編纂]公司董事的職責的培訓課程。

內部控制

我們已委聘一名獨立內部控制顧問，以對[編纂]相關的內部控制系統進行評估。內部控制顧問已就我們的內部控制系統的若干方面執行檢討程序，包括銷售、採購、人力資源、財務管理及資訊科技。內部控制顧問於2018年8月開展工作並提供發現，而我們隨後已就該等發現及建議採取內部控制顧問所建議的補救行動。在內部控制顧問所發現的有關內部控制政策及程序中，確定了四大重要問題，而其補救行動詳情如下：

內部控制審閱發現

本集團尚未根據上市規則的規定委任一名合資格公司秘書，負責處理本集團的公司秘書事務。

採取的補救行動

本集團於內部控制審閱後已物色尹燕兒女士為潛在人選，並於2019年4月3日委任尹女士為公司秘書。詳情請參閱「董事及高級管理層 — 公司秘書」。

業 務

內部控制審閱發現

於自主開發遊戲的開發階段，本集團開發的源代碼備份及儲存於內部伺服器。並無外部伺服器用於備份源代碼，而倘內部伺服器出現任何中斷或故障，源代碼可能會被刪除並無法恢復。

我們的財務報表是根據中國的會計準則編製的。我們並無僱用任何具有相關經驗的財務人員編製上市規則所規定的綜合財務報表。

本集團沒有政策禁止員工下載和安裝未經本集團管理層授權的軟件，並在辦公室的電腦上瀏覽不適當或非法的網頁。

內部控制顧問就我們所採取的行動執行了內部控制系統的後續跟進程序，且並無發現內部系統的任何重大缺陷。經考慮我們已採取的補救行動後，董事認為我們的內部控制系統對目前的營運而言屬充分及有效。

我們已指派負責人員監察本公司持續遵守監管我們的業務營運的中國法律及法規的情況，並監督執行任何必要措施。同時，我們計劃定期向董事、高級管理層及相關僱員提供有關中國法律及法規的持續培訓計劃及／或更新，以主動識別任何潛在的合規問題及事宜。

採取的補救行動

本集團已制訂及引入伺服器備份管理系統。自2018年10月起，所有於開發階段開發的源代碼會每月以人手上載至雲端服務供應商的雲端伺服器作為備份。

本集團已於2019年4月15日，按上市規則規定，聘請具備編製綜合財務報表相關經驗的財務人員，以編製本集團的綜合財務報表。

本集團於2018年9月1日在我們的電腦開發並實施檢查和登記系統，監控使用情況並管理我們的電腦的上下載數據。