
業 務

概覽

我們的使命

我們的使命是使人們發現更廣闊的世界，讓世界聽到你的心聲。

關於我們

微博是中國領先的社交媒體平台，供人們創作、發現和傳播內容。通過為中國和全球華人社區的個人和組織提供一種簡單而具有啟迪性的方式，使他們可以實時公開表達自己，在龐大的平台上與他人互動，與世界保持聯繫，微博由此在中國產生了深遠的社會影響。微博自2009年推出以來，一直致力於實現更快捷、更輕鬆、更豐富的人際交流，並已成為許多微博用戶日常生活中不可或缺的一部分。

憑藉先發優勢和在社交媒體行業積累的專業知識和洞察力，微博在中國和全球190多個國家的華人社區積累了龐大的用戶群。2021年6月，微博的月活躍用戶為5.66億，平均日活躍用戶為2.46億。根據灼識諮詢報告，按2021年6月的月活躍用戶和日活躍用戶計，微博是中國十大移動應用程序之一，也是中國三大社交媒體平台之一。

微博改變了人們在公共互聯網空間表達自己和與他人互動的方式。任何用戶都可以創作和發佈內容並附加多媒體或長篇內容。微博上的用戶關係可以是非對稱的，任何用戶都可以關注任何其他用戶並在轉發時添加評論。截至2021年6月30日，微博在其平台上已有3,180億個「關注」關係。微博的這種簡單、非對稱、傳播性的本質，得以讓一段原創內容變成一場即時性且具有傳播性的對話流。

微博服務於廣大用戶，包括普通人、名人、明星、關鍵意見領袖（「KOL」）等公眾人物或影響力人物，以及媒體機構、企業、政府機構、公益機構等組織，使其成為中國社會的縮影。根據灼識諮詢報告，微博擁有中國最大的名人、明星和KOL網絡。截至2021年6月30日，微博上有440萬個經認證賬號，例如名人、明星、KOL、企業合作夥伴和媒體機構。作為領先的社交媒體，微博讓中國和全球華人社區的人們能夠為公眾所知，並接觸到更廣闊世界的豐富思想、文化和經驗。在2021年6月，微博有4,190萬月活躍內容創作者，創作公開自我表達的原創微博。在2021年6月，微博平台的頭部內容創作者達到230萬，較2019年6月達到了24%的複合年增長率。

根據灼識諮詢報告，微博在中國社交平台中提供最全面的內容呈現形式。微博用戶可以在微博平台上創作、發現、消費和傳播各種形式的內容，包括文本、照片、視頻、直播、音頻和話題等。微博平台通過聚合各種媒體形式，讓內容創作者有更多的選擇，以自己最喜歡的方式創作內容，從而可以在平台上創作內容和傳播更豐富的內容。微博也能很好地把握媒體業態轉型的市場趨勢。為把握視頻流行的大趨勢，微博推出了一系列創新舉措，以改善其視頻產品內容，並賦能和吸引更多視頻內容創作者加入其平台。因此，由2019年6月至2021年6月，日均觀看視頻用戶數量以20%的複合年增長率增長。

業 務

根據灼識諮詢報告，為支持多元化的內容產品，微博在中國的社交平台中還擁有最全面的內容主題和內容創作者。2021年6月，微博擁有名人、明星與娛樂、幽默、媒體、綜藝與電視節目、時尚、美妝、金融和遊戲等46個垂直領域內容。其中，28個垂直領域內容在2021年6月的月瀏覽量均超過100億次。微博平台上提供的多元化內容契合了不斷增長和興趣廣泛的微博用戶，並在微博平台上建立了一個更有活力的生態系統。

我們平台的基礎

微博為人們提供了一種引人注目且有效的方式來發現世界上正在發生的事情並參與公共社交對話。通過大規模結合以下五個核心屬性，微博持續發展其向公眾自我表達、內容聚合和傳播的能力。

公開。 微博的內容對任何用戶開放。微博上的用戶關係可以是非對稱的：任何用戶都可以關注任何其他用戶並在轉發時添加評論。這種非對稱特性使得微博能夠解決用戶差異化的社交需求，使其成為普通用戶、公眾人物和組織參與熱門公共對話並聚合對公共事件的不同意見的理想公共論壇。

實時。 在微博上傳播的實時內容，來自頭條事件現場的普通人，來自將作出個人聲明的公眾人物，也來自希望直接接觸公眾受眾的企業、政府機構和其他組織。我們的平台促進了信息高速交換，使我們的用戶能夠比其他形式的媒體或社交平台更快地創作、傳播和接收內容。

病毒式。 微博允許內容在其平台上輕鬆地以「病毒式」進行傳播。通過點擊轉發按鈕，用戶可以輕鬆地轉發其他用戶的內容發佈。我們平台的非對稱性質，加上我們不斷努力引入包括熱點和話題產品在內的創新功能，使其內容能夠觸達不同程度的關注者，使熱門內容「病毒式」傳播，並在微博平台上產生大量瀏覽量。

全面。 根據灼識諮詢報告，微博在中國的社交平台中提供最全面的內容呈現形式。微博聚合了多種媒體形式，包括文本、照片、視頻、直播、音頻和話題等。這讓微博上的內容創作者有更多選擇，以他們最喜歡的方式創作和傳播內容。

社交。 微博上的社交參與有多種形式，例如點讚、評論和轉發，或參與話題討論。多年來，微博在其平台上觀察到社交互動的強勁增長，並作為社交領域的先行者培養了強大的網絡效應。

我們的價值主張

我們的平台為我們的用戶、內容創作者以及廣告及營銷客戶提供獨特的價值主張。我們與他們的集體關係對於我們整個平台的持續實力和價值至關重要。

業 務

為用戶

- 表達和分享
 - 我們為中國和全球華人社區的人們提供前所未有的體驗，讓他們能夠在規模龐大的平台上實時公開表達自己並分享他們的生活點滴、觀點和內容。
- 發現豐富的內容和多元化的觀點
 - 微博是人們發現和了解更多關於他們感興趣的人、組織和話題以及他們多元化的觀點的地方。
- 了解時事及保持聯繫
 - 用戶訪問微博是為了了解最新的熱點和事件，並與具有相似興趣的其他用戶建立聯繫。
- 產生社會影響
 - 微博幫助人們團結起來實現共同的目標，完成僅靠自己無法完成的事情。

為內容創作者

- 逐步建立粉絲群和累積社交資產
 - 我們幫助平台上的內容創作者與他們的粉絲接觸及互動，並累積他們的社交資產以創造社交價值和變現機會。頭部內容創作者，如名人、明星和KOL，會經常與他們的粉絲互動，並在微博上就相同興趣的話題相互交流。這種類型的互動為我們平台所獨有。
- 變現
 - 我們致力於通過廣告、電商和直播等多元化渠道為內容創作者創造和豐富變現機會。

為廣告及營銷客戶

- 廣泛而有針對性的觸達
 - 我們是中國社交廣告的先行者。我們基於我們的社交興趣圖譜推薦引擎為客戶提供社交營銷解決方案，幫助他們觸達目標受眾並與之互動。
- 全方位的定制解決方案
 - 我們提供全方位的創新和定制的廣告及營銷解決方案，從品牌知名度到激起興趣、銷售轉化和忠誠度營銷，以滿足客戶多元化的營銷需求。

業 務

- 病毒式效應
 - 由於我們平台的公開和傳播性質，不論是推廣或原生的微博內容和熱點，均可能以「病毒式」傳播。這為我們的客戶提供了額外的附加價值，以增加其廣告的社交元素。

我們致力於創造更美好的社會

通過為中國和全球華人社區的個人和組織提供一種簡單而具有啟迪性的方式，使他們可以實時公開表達自己，在龐大的全球平台上與他人互動，與世界保持聯繫，微博由此在中國產生了深遠的社會影響。微博致力於履行其社會責任並促進有意義的公共事務對話。媒體機構使用微博作為其頭條新聞的信息來源和傳播渠道。政府機構和官員將微博作為重要的官方溝通渠道，及時傳播信息和衡量民意，以改善公共服務。個人和公益機構利用微博發起公益項目、尋求捐贈和招募志願者以及利用微博上的名人、明星和組織來提升他們的社會影響力，使世界變得更美好。

隨著2020年COVID-19疫情在全國蔓延，微博發佈了措施以促進公共對話並幫助人們找到可靠和有用信息。政府、專家和知名媒體機構發揮了關鍵的公共服務作用，並利用他們的微博賬號觸達人們並提供正確、及時的信息。通過在用戶信息流和發現頁的頂部顯示這些內容，微博積極尋求在其平台上傳播有關疫情的權威官方內容的方法。2020年第一季度，瀏覽疫情相關內容的用戶超過3.7億，疫情相關內容日瀏覽量超過120億次。為確保用戶能夠從可靠渠道獲取疫情相關信息，微博新驗證了1,600多個醫學專家、醫護人員、患者及其家庭成員的賬號，幫助他們在微博上共積累了約1.5億粉絲。

我們早在2012年就推出了「微公益」，讓用戶可以通過在我們的平台上發佈消息來發起公益項目。公益組織和個人經認證賬號可以通過「微公益」為公益服務進行募捐和招募志願者。我們利用平台上的名人、明星和KOL並與他們合作，進一步提高對公益事業的認識。「微公益」進一步豐富了我們的內容，增強了微博對社會的積極影響。

我們的規模和財務表現

我們於2012年開始在我們的平台上變現，此後我們經歷了穩健的收入增長和利潤率擴張。我們的收入由2018年的1,718.5百萬美元增至2019年的1,766.9百萬美元，但在2020年略微下降至1,689.9百萬美元，主要是由於COVID-19疫情帶來的負面影響和不確定性。我們的收入同比增長率在2020年第四季度恢復至10%，並進一步增加至2021年第一季度的42%及第二季度的48%，此乃由於COVID-19疫情在中國逐漸得到控制，廣告需求相應恢復所致。

業 務

我們的收入主要來自購買廣告及營銷服務的客戶，並在較小程度上來自收費服務，例如VIP會員。廣告及營銷服務產生的收入佔我們2020年收入總額的88%及佔我們截至2021年6月30日止六個月收入總額的86%。我們2018年、2019年及2020年的經營利潤分別為609.3百萬美元、597.6百萬美元及506.8百萬美元。我們的經營利潤由截至2020年6月30日止六個月的164.2百萬美元增至2021年同期的301.8百萬美元。

下圖說明我們用來計量規模和用戶參與度的指標。



附註：

- (1) 於2021年6月。
- (2) 於2021年6月，社交互動包括點讚、評論、轉發及關注。
- (3) 截至2021年6月30日。
- (4) 經營利潤與收入總額的比率。

我們的優勢

我們認為以下競爭優勢有助於我們錄得成功並使我們從同業中脫穎而出。

中國社交媒體行業的開拓者和領導者

根據灼識諮詢報告，我們於2009年推出，作為中國最早的提供微博客服服務的社交媒體平台之一，開創了中國社交媒體行業的先河。根據灼識諮詢報告，多年來，我們引領了該行業的發展和創新。例如，微博是「互聯網KOL經濟」的先行者和主要貢獻者，「互聯網KOL經濟」是指所有與KOL影響力和對其粉絲和社交社區的影響變現相關的活動。我們對信息流採取了獨特的方法，使得我們的內容傳播主要基於社交關係，輔以

業 務

我們的興趣型推薦引擎。憑藉我們的先發優勢和持續創新，我們在中國社交媒體行業建立了較高的進入壁壘，並獲得了深入的用戶洞察力，這將繼續有助於我們提升產品和服務。

根據灼識諮詢報告，按2021年6月的月活躍用戶和日活躍用戶計，我們是中國前三大社交媒體平台之一。自成立以來，我們的用戶群迅速增長，於2021年6月達到5.66億月活躍用戶和2.46億平均日活躍用戶。

由於我們是人們創造、傳播和發現各種興趣的優質內容的首選平台，微博已成為中國獨特的具有深遠社會影響的社交媒體平台。根據灼識諮詢報告，在2020年微博上產生的超過100,000個熱搜中，約40%的熱搜與公共事件或社會事務有關。微博積極尋求在其平台上放大有關COVID-19疫情的權威官方內容的方法。2020年第一季度，瀏覽疫情相關內容的用戶超過3.7億，疫情相關內容日瀏覽量超過120億次。根據灼識諮詢報告，自2018年以來，「扶貧」相關內容已在微博平台上產生了3,000多個話題和超過300億瀏覽量次。通過提高對無數社交活動的認識，微博現在不僅是一個內容傳播的社交媒體平台。其在促進公眾轉化、幫助人們找到實時可靠的信息方面發揮著不可或缺的作用，因此對中國社會產生了深遠的社會影響。

具有強大網絡效應的穩健生態系統

我們在一個穩健、自我強化的生態系統中連接用戶、內容創作者和客戶，為每個參與者提供強大的價值主張。

我們龐大的內容創作者群是整個用戶群的潮流引領者。截至2021年6月30日，微博上有440萬個經認證賬號，例如KOL、影響力人物、企業合作夥伴和媒體機構。我們賦能內容創作者建立他們的粉絲群並與之互動，並通過KOL電商、廣告服務等多種變現方式在我們的生態系統內將他們在微博上的社交資產變現。因此，我們的內容創作者有動力在我們的平台上創作和傳播更多高質量的內容，在我們的平台上與龐大的用戶群交流互動，從而幫助微博產生相對較低的內容成本並實現更高的運營槓桿。我們的優質內容進而又吸引更多客戶通過我們的各種創新廣告服務在微博上推廣其產品。許多KOL、MCN機構和其他用戶也成為客戶，以進一步建立其粉絲群和品牌，並銷售其產品和服務。

我們受益於強大的網絡效應，微博上的更多用戶和更高參與度鼓勵更多內容創作者在我們平台上分享內容並抓住變現機會，進而使我們以更高的廣告效果吸引更多客戶。微博的生態系統參與者以可持續的方式受到激勵和獎勵，從而形成一個良性和自我強化的價值創造循環，並顯著提高了潛在競爭對手的進入壁壘。

業 務

龐大、多元化和高參與度的用戶群

自2009年成立以來，我們已經積累了龐大的用戶群。2021年6月，微博的月活躍用戶為5.66億，平均日活躍用戶為2.46億。

我們已證明我們有能力吸引對公共對話和基於興趣的內容消費有強烈需求的年輕一代。2021年6月，根據我們的數據分析結果，我們確定的月活躍用戶中有超過75%屬於Z世代，即1990年或之後出生的一代。此外，我們在中國低線城市的成功擴張加強了我們生態系統的發展。根據我們的數據分析結果，2021年6月，我們確定的月活躍用戶中有超過85%居住在中國非一線城市（一線城市包括北京、上海、廣州和深圳）或海外城市。我們的用戶人口統計和地理觸達對尋求觸達更年輕和更廣泛受眾的客戶和KOL具有吸引力，這同時加強了產生高質量內容的良性循環。

除我們龐大且多元化的用戶群外，我們平台上的用戶之間也有大量聯繫和互動。於往績記錄期間，微博的平均日活躍用戶與月活躍用戶的比率穩定維持於43%。截至2021年6月30日，我們在平台上已有3,180億個「關注」關係，展示了強大的網絡效應和我們在社交媒體行業的競爭護城河。2021年6月，用戶在我們的平台上產生的月度社交互動達157億次，包括點讚、評論、轉發和關注等活動，展示了用戶對平台的高參與度和黏性。

不斷增長的豐富且全面的內容供應

我們已經建立了一個全面且充滿活力的內容生態系統，該生態系統隨著用戶興趣的逐漸變化而不斷發展。

根據灼識諮詢報告，在中國的社交平台中，微博提供最全面的內容呈現形式。微博從一個主要以文字和照片為主的社交媒體平台開始，不斷推出新形式以滿足用戶不斷變化的需求。現在，微博用戶可以創作、發現、消費和分享所有形式的內容，包括文本、照片、視頻、直播、音頻和話題。此外，根據灼識諮詢報告，在中國的社交平台中，我們提供最全面的內容主題覆蓋。2021年6月，微博擁有名人、明星與娛樂、幽默、媒體、綜藝與電視節目、時尚、美妝、金融和遊戲等46個垂直領域內容。其中，28個垂直領域內容的月瀏覽量均超過100億次。

為抓住短視頻的增長趨勢並契合用戶不斷變化的短視頻消費偏好，我們通過改進和推出新產品和功能以及擴大頭部內容創作者的視頻內容生成規模，不斷提高平台上所提供視頻內容的質量、多元化和相關性。我們在2020年下半年啟動了視頻號計劃，以通過我們的流量支持來激勵微博的頭部內容創作者轉向視頻創作。截至2021年6月30日，我們有超過1千萬名內容創作者參與微博視頻號計劃，其中超過30,000名內容創作者擁有超過1百萬粉絲。我們還專注於加強視頻內容在信息流和視頻社區的有效傳播，以促進視頻內容消費，推動用戶參與度並改善平台的視頻內容生態系統。

業 務

我們吸引了大量才華橫溢的內容創作者，他們在我們的平台上保持高參與度和活躍度。2021年6月，微博每月有4,190萬活躍內容創作者，創作公開自我表達的原創微博。此外，根據灼識諮詢報告，微博擁有中國最大的名人、明星和KOL網絡。2021年6月，微博的頭部內容創作者達到230萬，自2019年6月以來的複合年增長率為24%。隨著我們不斷實施以通過視頻形式提高內容創作者參與度並觸達更廣泛受眾的策略，越來越多的內容創作者將視頻納入其在微博平台上的內容創作和傳播方式。

我們全面的內容呈現形式、多元化的內容供應和傳播，以及我們龐大的才華橫溢的內容創作者群培養了充滿活力的內容生態系統，這使我們能夠成為用戶尋找符合其興趣的多元化內容的首選社交媒體平台，並讓內容創作者充分展示他們的才華。

可靠並持續增長的變現能力

早在2012年我們就開始變現，此後隨著利潤率擴大，我們錄得穩健的收入增長，2016年至2020年我們的收入按26.7%的複合年增長率錄得增長，我們的經營利潤率從2016年的21.5%提高至2020年的30.0%。我們主要通過提供廣告及營銷服務產生收入。於2020年，我們的收入達到1,689.9百萬美元，其中廣告及營銷收入為1,486.2百萬美元。於截至2021年6月30日止六個月，我們的收入達到1,033.4百萬美元，其中廣告及營銷收入為892.3百萬美元。

我們在數字廣告市場中不斷推出首創的新型創新廣告及營銷解決方案。根據灼識諮詢報告，我們於2013年率先推出了原生廣告產品，允許廣告主以與原生內容及信息流實時競價系統類似的形式傳播廣告，2014年我們在中國率先提供推廣熱點和搜索廣告產品，且我們是中國KOL營銷解決方案的先行者和領先者。憑藉我們龐大的用戶群以及名人、明星和KOL在微博平台上的影響力，我們的客戶能夠擴大其在平台上進行原創營銷活動的知名度和觸達。

為把握視頻消費的增長趨勢，我們不斷豐富和優化不同視頻消費場景下的視頻廣告產品，以提供更好的廣告形式和轉化效果。為適應用戶對視頻內容消費的偏好，我們於2020年還推出了Watch Plus產品模式，將推廣產品嵌入視頻用戶界面下方，方便觀眾定位商品並進行購買。

我們提供全方位廣告及營銷解決方案，從品牌知名度到激起用戶興趣、銷售轉化和忠誠度營銷，以滿足客戶的多樣化需求。例如，對於品牌客戶，我們的綜合品牌推廣+效果營銷解決方案利用了我們在熱門熱點、名人、明星和KOL營銷方面的獨特優勢，從而實現更好的廣告效果。對於關注效果的客戶，我們不斷完善現有產品並推出創新產品，如升級實時競價廣告系統超級粉絲通並推出視頻廣告產品等，為客戶提高廣告投放效率和投資回報。

業 務

我們利用先進的人工智能和數據洞察來優化我們的廣告及營銷產品的效率。我們的技術和數據通過我們在12年運營中積累的對數據的洞察以及來自我們龐大且參與度較高的用戶群的迭代而不斷增強。

尖端技術能力和可擴展基礎設施

微博平台基於利用我們創新和專有技術構建的可擴展基礎設施。這些系統使微博能夠為用戶、內容創作者和客戶提供一流的體驗，同時實時分發大量消息，包括文本、照片、視頻、直播、音頻和話題。截至2021年6月30日，我們擁有一支由2,770名產品開發人員組成的團隊，致力於技術、數據和產品開發職能。我們的產品開發團隊全面參與所有關鍵運營領域，深入了解用戶的需求。

我們行業領先的社交興趣圖譜推薦引擎利用我們綜合的用戶社交興趣圖譜數據庫，基於用戶在我們平台上的參與行為，例如發帖、轉發、評論、點讚和關注以及社交關係。社交興趣圖譜推薦引擎可以使我們給用戶推送可能更相關、更有趣的內容，從而提高用戶忠誠度。我們利用機器學習技術從語義上理解上傳到我們平台的視頻，利用該技術信息加速視頻內容審查和視頻在我們平台的分發。例如，為了改善我們通過渠道投資和熱點事件重新激活的相關用戶的用戶體驗，我們利用社交興趣圖譜推薦引擎提升我們提供的內容產品質量。

我們專有的混合雲平台可以在幾秒鐘內發現熱議話題，在幾分鐘內自動快速擴展其雲服務器，並支持每秒鐘數百萬的用戶訪問量。我們的分佈式存儲模型使我們能夠高效管理數十億條數據，同時將數據存儲在易於擴展的普通服務器上，並且我們的地理分佈式架構使全國用戶能夠進行快速訪問。

擁有良好往績記錄，富有遠見且經驗豐富的管理團隊

我們擁有一支富有遠見且經驗豐富的管理團隊，具有強大的執行力和管理能力以及豐富的行業知識。曹國偉先生自微博成立以來一直擔任我們的董事長，並自2006年5月起擔任新浪的首席執行官。王高飛先生自2014年起擔任我們的首席執行官，擁有銳意的創業精神和豐富的管理經驗。自微博註冊成立以來，他一直積極參與微博的產品和業務開發。

我們高級管理團隊的其他成員在廣泛領域擁有豐富和互補的經驗，覆蓋技術、互聯網、娛樂、金融和運營等領域。我們的高級管理團隊具有創業精神，在中國社交媒體行業不斷率先推出創新產品和功能。我們的高級管理團隊與王高飛先生一起帶領本公司將微博的用戶群從2014年我們的首次公開發售時的1.44億月活躍用戶擴增至2021年6月的5.66億月活躍用戶，並將繼續執行我們的增長策略，實現更高水平的成功。

業 務

我們的策略

我們擬通過以下策略達成我們的使命並進一步鞏固我們獨一無二的地位。

擴大我們的用戶群並提高用戶參與度

用戶規模和用戶參與度是我們業務的基礎。利用我們的社交平台定位，我們擬通過不斷改進產品功能、豐富內容生態系統和執行有效的渠道營銷策略，專注於擴大我們的用戶群並提高用戶參與度。

我們計劃繼續優化用戶產品並增強推薦能力，向用戶推送最相關、最及時和最有趣的內容。我們將繼續擴大與頭部內容創作者的合作，為我們的平台貢獻更多優質內容並豐富內容生態系統。我們還計劃不斷深化與智能手機製造商和程序化購買合作夥伴的合作，以提高獲取用戶的效率及提升用戶參與度。例如，除了用戶群的自然增長外，我們計劃擴大和深化與智能手機製造商的合作，在新智能手機上預裝我們的微博應用程序。憑藉我們在公開交流和社交分發方面的優勢，我們將進一步增強在熱門熱點中的競爭優勢，通過內容推薦吸引新用戶和休眠用戶，並提高用戶在我們平台上的使用頻率和參與度。

進一步擴展和改進我們的內容生態系統

當越來越多的內容創作者能夠通過貢獻不斷增長的多元化內容在我們的平台上茁壯成長時，我們相信我們的整體用戶增長、用戶參與度和商業價值也會蓬勃發展。因此，我們計劃為我們的用戶、客戶和內容創作者進一步建立我們的內容生態系統。

豐富內容產品。我們計劃通過吸引更多內容創作者和KOL以及與更多MCN機構合作豐富我們平台上的內容產品。我們將通過改進內容搜索能力、流量分配和社交興趣圖譜推薦引擎，幫助內容創作者吸引更多用戶。我們還計劃深化垂直領域內容的規模和消費。

賦能內容創作者。藉助微博在中國社交媒體行業的領先地位，我們計劃持續賦能內容創作者，以提高粉絲參與度並提供變現機會，從而為內容創作者的茁壯成長創造自我強化的良性循環。我們還將提高運營效率、內容質量和平台的可持續性，進而刺激內容創作和內容創作者與粉絲的互動。

推廣視頻內容。我們將通過推廣平台上視頻內容的供應和消費，繼續豐富視頻內容產品。我們計劃鼓勵更多頭部內容創作者採用視頻作為他們的內容創作形式。同時，我們將專注於電視劇、綜藝、遊戲等選定的垂直領域的視頻內容運營，培養用戶對平台差異化內容的消費偏好，進一步提升用戶對平台的忠誠度。此外，我們將推出創新功能來提升我們的視頻推薦能力，以向各不相同的用戶推薦更多相關的視頻。

業 務

提高變現能力

我們相信我們向客戶提供獨特的價值主張，因為我們的全方位廣告及營銷解決方案使他們能夠以「病毒式」效應觸達廣泛的目標受眾。我們將進一步改進我們現有的廣告及營銷解決方案，並開發新的解決方案以滿足客戶需求。我們還將通過探索非廣告領域的變現機會來多元化我們的收入來源。

*擴大我們的廣告及營銷客戶群。*我們相信，不斷改進我們的廣告及營銷解決方案將有助於我們擴大客戶群。我們計劃擴大在不同行業不同規模業務的覆蓋範圍及滲透力度，吸引來自這些行業的新客戶。我們相信，龐大且不斷增長的中國本土和新興品牌數量為我們的廣告及營銷業務提供了重要機遇。

*改進廣告及營銷解決方案。*我們計劃進一步強化為客戶提供的獨特價值主張，以獲取更高的廣告份額。我們將改進現有廣告及營銷解決方案，並開發適合各種內容呈現形式（包括視頻和直播）的新解決方案。我們擬提高我們的社交興趣圖譜能力，以提高廣告的準確性和相關性。

*多元化我們的變現渠道。*我們計劃通過探索增值服務和產品（例如會員服務、在線遊戲、直播和社交電商）的變現機會，進一步多元化我們的收入來源。

選擇性地尋求戰略聯盟、進行投資和收購

一直以來我們對投資和收購採取非常嚴格的方法。作為我們增長策略的一部分，近年來我們建立了戰略聯盟及合作夥伴關係，並完成了投資和收購，與微博生態系統協同互補。

我們將繼續選擇性地尋求合作、進行投資和收購，以補充我們現有業務並增強我們的增長潛力。

產品及服務

我們的產品類別包括面向用戶、廣告及營銷客戶以及平台合作夥伴的產品。

用戶產品

我們的產品開發方法以構建簡單實用的工具為中心，使我們的用戶能夠訪問微博，在我們的平台上實時發現、創作及分發內容，並與他人互動。我們採用「移動優先」的理念，圍繞移動設備的性能設計我們的平台。我們於2010年第一季度推出了第一代微博移動應用程序。我們的應用程序兼容所有主要移動操作系統，包括安卓、iOS等，並且可以通過移動應用程序、移動網站、電腦應用程序和電腦網站訪問。用戶在安裝微博

業 務

應用程序後或訪問微博網站時，可以觀看視頻、閱讀文章、發現熱點信息流及感興趣的話題。註冊微博賬號的用戶可以設置其賬號信息、發佈內容、上傳短視頻及發佈文章。用戶亦可以通過關注、點讚、轉發、評論、私信、參與話題討論及群聊等方式在我們的平台上進行互動。此外，我們於2019年第四季度正式推出名為綠洲的新產品，這是一款興趣型社交社區產品，供用戶以照片和短視頻的形式分享生活方式相關內容。

微博從一個以文字和圖片為主的社交媒體平台起步，不斷推出新形式（例如視頻及直播），以滿足用戶不斷變化的需求。根據灼識諮詢報告，藉助新的內容呈現形式，通過不斷的努力，在中國社交平台中，微博當前提供最全面的內容呈現形式且內容主題和內容創作者的覆蓋範圍最為廣泛。微博計劃利用其社交屬性和廣泛的內容覆蓋範圍，吸引更多用戶使用微博發佈消費視頻。為進一步提高在視頻產品方面的競爭力，微博將在用戶中推廣其視頻賬號計劃，並加速微博內容創作者的內容視頻化。微博認為，視頻和直播等新興內容呈現形式的流行將進一步豐富和增強其內容供應，從而吸引更多用戶，形成一個蓬勃發展的自我強化的內容生態系統。

微博服務於廣泛的用戶，包括普通人、名人、明星、KOL及其他公眾人物或影響力人物，以及媒體機構、企業、政府機構、慈善機構及其他組織。2021年6月，微博與行業領先的MCN機構合作，提供跨越46個垂直領域內容的高質量內容。

發現產品。我們提供以下產品幫助用戶發現我們平台上的內容：

- **信息流。**我們組織並向用戶提供不同形式的信息流。在我們的所有產品中，兩項最重要及最常瀏覽的是關係流（關注模型）及興趣流，兩者均位於用戶主頁。

每個用戶的關係流顯示由該用戶及其選擇關注的其他用戶發佈的內容。由於微博允許用戶在無需建立相互關注關係的情況下關注其他用戶，用戶可以根據其興趣個性化關注其他用戶。換言之，用戶可以像關注朋友和熟人一樣輕鬆地關注名人、明星和陌生人。為了提升用戶體驗，關係流已經從一個按時間順序排列的時間軸發展為一個具有多個維度的時間軸，包括內容相關性、內容質量、用戶興趣、用戶參與度、用戶關係等。用戶亦可以自定義其信息流，將關注的賬號分為不同的組，例如朋友、同事、名人、明星、金融、體育，並從每個組分別查看信息流。

興趣流是微博根據不同的興趣話題推薦的內容時間軸。熱點信息流是我們在用戶主頁展示的興趣流的一個範例，以推薦有關最近熱門話題、突發新聞以及通過用戶個人興趣生成的推薦。我們亦為用戶組織了關於各種話題的其他興趣流，以進一步探索其感興趣的話題。例如，視頻信息流，即用戶觀看完一個短視頻後出現的推薦視頻的時間軸；以及個人信息流，其可以在用戶的個人主頁上找到，顯示該用戶分享的所有內容。

業 務

我們向廣告及營銷客戶提供信息流廣告，以擴大其知名度及原創營銷活動的觸達，從而在我們的平台上實現贏得媒體。另請參閱「一廣告及營銷客戶產品—營銷推廣—信息流廣告」。

- **搜索**。我們的搜索功能允許用戶根據關鍵詞（話題標籤）、話題或最近的流行熱點在我們龐大的內容庫中搜索用戶、信息流、視頻、文章、圖片等。通過我們強大的搜索功能，用戶可以實時高效地獲取其所尋找的最相關的信息。

我們向廣告及營銷客戶提供推廣搜索。另請參閱「一廣告及營銷客戶產品—推廣熱點及搜索」。

- **發現頁**。發現頁是聚合搜索、頻道、熱點及信息流的界面，供用戶根據其當前位置和話題興趣便捷地訪問各種內容和服務，例如遊戲、電影評論、購票、在線音樂流媒體、在線購物及直播。用戶可以在發現頁中找到與其興趣相關的內容，並與具有相同興趣的其他用戶進行互動。

我們提供出現在發現頁的橫幅社交展示廣告。請參閱「一廣告及營銷客戶產品—社交展示廣告」。

- **頻道**。頻道根據特定興趣或位置聚集用戶，並通過每個頻道內的互動鼓勵用戶參與。用戶在可以訪問該等頻道時找到其感興趣話題的豐富內容，並與其他擁有相似興趣的用戶進行互動。例如，用戶可以從各個頻道觀看直播內容和電影預告片，並在討論區撰寫評論。通過微博位置服務，用戶可以定位熱門興趣點，查找有關信息，例如電影院放映時間及餐廳菜單，獲取優惠券，發表評論以及查看其他用戶分享的評論。

- **熱點**。熱點是微博上的熱議話題列表。用戶可以通過為信息流中的詞組或短語添加話題標籤(#)從而開啟一個話題討論。然後只需單擊一下即可搜索關鍵詞或短語。熱門熱點在發現頁列出。用戶可以查看每個熱議話題下的內容並參與討論。微博熱搜是我們根據微博平台實時搜索數據的數據挖掘計算得出的熱議話題排行榜，為用戶呈現最重大、最實時及最熱門的內容。微博是目前熱點發現、消費及討論的首選平台。

我們向廣告及營銷客戶提供推廣熱點。另請參閱「一廣告及營銷客戶產品—推廣熱點及搜索」。

- **視頻社區**。視頻社區是一個聚合及推薦不同垂直領域視頻內容的界面，供用戶便捷訪問及消費。用戶亦可以與社區內的視頻內容創作者及其他平台用戶進行互動。視頻內容產品亦通過關係流及興趣流分發。

業 務

自我表達產品。我們提供以下產品，使我們的用戶能夠在我們的平台上表達自己：

- **發帖**。微博使用戶能夠以文本和多媒體內容的形式表達及分享其想法、觀點和故事。帖子通常由文本組成，可以包含豐富、描述性及生動的內容，例如照片、短視頻、直播和長篇文章。
- **個人主頁**。每名個人用戶都有一個個人主頁，使其以文本和多媒體內容的形式表達及分享其想法、觀點和故事。用戶的基本信息，包括用戶名、簡介、教育、所在地、點讚、收藏、關注的賬號、粉絲賬號和微博賬號，亦可以在用戶的頁面上找到。經過認證真實身份信息的個人用戶的頭像上會有一個橙色的「V」標記。微博VIP會員資格主要通過按月、季度或按年訂閱的方式購買，提供免費用戶無法使用的若干附加服務和功能，例如關注更多用戶、更個性化的頁面、管理信息流和粉絲，以及訪問進階遊戲的附加選項。經過身份認證的企業和其他組織可以申請企業賬號，創作企業頁面，及在頭像上有一個藍色的「V」標記。我們使組織能夠自定義其頁面並提高品牌知名度、與粉絲互動以及在微博上進行營銷活動、推廣活動及廣告活動。我們亦通過提供各種工具使企業和其他組織能夠提高其業務效率。例如，電商商家可以通過微博促進購買活動，或提供「紅包」及提現建立粉絲群。
- **視頻**。用戶可以持續創作、分享和發現全屏垂直及水平形式的短視頻。視頻讓用戶可以更容易創作和消費內容，並在微博用戶中迅速走紅，尤其是年輕一代。此外，用戶亦可以使用貼紙、濾鏡及音樂等工具來表達自己的個性。
- **頭條文章**。頭條文章滿足用戶對內容創作和呈現的需求。用戶可以通過頭條文章創作精美呈現的內容，然後通過微博發佈其內容，而微博通過信息流來顯示內容。
- **微博問答**。微博問答是我們的問答平台，用戶可以在這裡進行免費問答和付費問答。用戶生成內容的創作和互動增強了用戶在微博上的參與度。
- **微博直播**。微博直播包括秀場直播和媒體直播，滿足個人用戶和企業或組織用戶的直播需求。

我們通過於一直播平台上出售虛擬道具，從直播獲得收入。另請參閱「財務資料—編製基準及使用估計—收入確認」。

業 務

社交產品。我們提供以下機制促進我們平台上用戶之間的社交互動：

- **關注**。用戶可以通過選擇關注其他用戶與其建立關係。用戶發佈或轉發的內容會自動出現在用戶粉絲的信息流中。關注關係可以不對等。被關注的用戶不需要批准粉絲的關注決定，儘管用戶可以選擇限制訪問若干內容或將某個粉絲列入黑名單。
- **轉發、評論、收藏、點讚**。通過點擊轉發按鈕，用戶可以轉發其他用戶的內容發佈。當一個內容發佈被轉發時，利用其粉絲的粉絲網絡，有時甚至觸達到遠超其粉絲的程度，使得原作者能夠「病毒式」觸達並影響其本身粉絲圈之外的用戶。用戶可以在轉發時添加自己的評論，並與其粉絲分享對原始內容發佈的看法。用戶亦可以通過點擊評論按鈕對某個內容發佈發表評論。如果喜歡某個內容，可以點擊點讚按鈕來表達對該內容的支持。在每個發佈內容的底部，用戶可以看到有多少人轉發、評論或點讚了該內容。用戶亦可以通過點擊收藏按鈕將內容保存到其收藏夾中。
- **話題討論**。通過訪問嵌入在發現頁的話題發佈，用戶可以在微博上消費熱議話題和熱點，參與特定話題的討論，並與其他對相似話題感興趣的平台用戶互動。
- **超話**。超話是一個聚合有關某個影響力人物或用戶關注的特定興趣內容的社區產品。用戶可以加入某個超話訪問精選內容，與擁有相似興趣的用戶互動，並參與話題討論。
- **@提到**。用戶可以通過在發佈中@提到其他用戶讓其參與某個特定的發佈，並與其他用戶互動。同時，用戶可以通過訪問@提到頁面輕鬆參與其被提到的話題，並訪問其他用戶提到他們的所有發佈。

廣告及營銷客戶產品

我們尋求提供廣告及營銷解決方案，使我們的客戶能夠推廣他們的品牌並進行有效的營銷活動。我們為客戶提供分析工具，使他們能夠在我們的平台上追蹤及提高營銷活動的有效性。我們的廣告及營銷客戶包括大客戶、阿里巴巴以及尋求全方位在線廣告及營銷服務（範圍從增強品牌知名度至激起用戶興趣、銷售轉化及忠誠度營銷）的中小型企業。

我們的廣告及營銷解決方案的價格取決於多種因素，包括廣告的形式、展示位置及持續時間。我們通常與廣告主及廣告代理商簽訂具有標準條款及條件的協議。我們可能會不時向廣告代理商提供銷售返利。有關我們廣告及營銷解決方案定價模型的詳細說明，請參閱「財務資料－關鍵會計政策及估計－編製基準及使用估計－收入確認－廣告及營銷收入」。

業 務

社交展示廣告。社交展示廣告出現在應用程序的打開頁面、發現頁橫幅及網站主頁橫幅上。當用戶點擊展示廣告時，可能會被重定向至廣告主的微博頁面或其他平台上的產品頁面，以進一步參與或轉化。社交展示廣告主要服務大客戶。

營銷推廣。憑藉我們龐大且活躍的用戶群，以及名人、明星及KOL在微博平台上的影響力，我們的客戶能夠擴大其知名度及原始營銷活動的觸達，從而在我們的平台上實現贏得媒體。我們推廣的營銷產品包括以下內容：

- **信息流廣告。**信息流廣告與原生內容一同出現在用戶的信息流中。我們鼓勵客戶製作與用戶的原生內容具有類似相關信息價值的內容。客戶可以使用我們的社交興趣圖譜推薦引擎更好地定位其受眾及提高廣告對用戶的相關性。超級粉絲通是一個專門針對信息流廣告在實時競價系統下推廣產品的廣告平台。超級粉絲通利用微博的數據洞察，幫助客戶根據用戶屬性及社交關係精準定位用戶，幫助客戶實現提升品牌、增加網站訪問量及廣告轉化率、擴大粉絲群、增加應用程序安裝率及收集銷售線索等營銷目標。客戶可以通過我們的授權代理商或直接在超級粉絲通上投放信息流廣告。超級粉絲通提供多種廣告形式，如多圖帖、圖文、視頻及廣告矩陣。我們的部分差異化信息流廣告產品包括：
 - 粉絲頭條是一項將客戶的特定內容發佈在客戶粉絲或客戶目標受眾的信息流的頂部的推廣服務，使客戶能夠利用名人、明星及KOL在我們的平台上不斷上升的影響力。
 - 微博品牌速遞是一項主要向大客戶或希望提升品牌知名度的客戶提供的推廣服務，使他們能夠觸達及與廣泛的微博用戶互動；及
- **推廣熱點及搜索。**根據關鍵詞、話題及熱點，推廣熱點及搜索產品與用戶的自然熱點發現和搜索行為一同出現。被標記為「商」的推廣趨勢出現在熱點話題列表中，可以通過「病毒式」傳播觸達平台上更廣泛的受眾。當用戶點擊推廣熱點時，其將被重定向至贊助商的登錄頁面。當由用戶搜索某個推介關鍵詞或話題的行為觸發時，推廣搜索通常作為默認關鍵詞或話題出現在搜索框中。

業 務

平台合作夥伴產品

我們尋求為我們的平台合作夥伴提供豐富的工具和服務，以更加多樣化及高質量的內容完善微博的內容生態系統，增加用戶參與度，提升用戶體驗，擴大用戶規模及增強平台影響力。我們的平台合作夥伴包括傳統和線上媒體機構、版權內容提供商、KOL、MCN機構及其他自媒體，以及應用程序開發商和數據供應商。我們針對不同類型的平台合作夥伴提供不同的產品，包括：

為**版權內容提供者**。我們通過流量資源交換和內容流量共享，與擁有版權內容的電視頻道、在線視頻網站和運營商合作。這些合作以多元化的視頻內容豐富了微博的內容生態系統，增強了微博的品牌影響力，同時提升了合作夥伴的用戶規模和品牌影響力。

- **標準化產品**。我們面向平台合作夥伴的標準化產品包括熱點、搜索、視頻／直播和編輯工具等。
- **定制產品**。我們為平台合作夥伴提供內容定制、版權內容匯集及用戶交互開發等定制產品。
- **資源服務**。我們為平台合作夥伴提供運營資源以擴大其品牌影響力，例如搜索列表推薦、熱點列表推薦及微博應用程序開屏廣告。

為**KOL、MCN機構及其他自媒體**。自媒體指有能力對微博上的頭部內容創作者進行管理及提供服務的機構合作夥伴，例如MCN機構、公會和電商合作夥伴。這些頭部內容創作者以視頻、直播、圖片及文字的形式在微博上製作各種類型的內容。我們為自媒體提供標準化的產品和服務，幫助他們累積社交資產並將其變現，從而使他們能夠製作更多內容並吸引更多的自媒體加入我們的平台。我們為他們提供的產品和服務包括：

- **後台管理**。我們提供標準化和專業化的後台管理，允許KOL及自媒體以可擴展的方式監控其流量表現及管理其賬號。我們的後台管理服務包括賬號、數據、資源及增長管理等。
- **流量支持**。我們提供賬號推薦、內容推薦及訪問某些專屬功能等流量分配支持。
- **產品服務**。我們為自媒體提供產品解決方案，以通過信息流、視頻流及用戶主頁等多種渠道更好地展示及宣傳其賬號和內容。

為**其他應用程序開發者**。在用戶同意的情況下，我們的開放應用平台允許用戶使用其微博賬號登錄第三方應用程序，從而在我們的平台上分享第三方內容。在授權給第三方應用時，用戶隱私得到嚴格保密，第三方應用只能訪問用戶的基本公開信息。該產品幫助移動應用程序開發商獲取用戶，同時幫助微博獲取其他應用程序及平台的共享內容。

業 務

平台合作夥伴購買上述廣告及營銷解決方案時，將與我們簽訂協議，協議載有我們與廣告主及廣告代理所訂立協議中的標準條款及條件。有關我們廣告及營銷解決方案定價模型的詳細說明，請參閱「財務資料－關鍵會計政策及估計－編製基準及使用估計－收入確認－廣告及營銷收入」。平台合作夥伴在我們平台上創作、分享及傳播內容時可使用我們提供給用戶的功能。平台合作夥伴（包括MCN機構及KOL）可能會與我們訂立服務協議，其中通常包括對與彼等在我們平台上創作和發佈的內容有關的廣告和會員訂閱產生的收入作出的收入分成安排。請參閱「－產品及服務－用戶產品」。我們的部分平台合作夥伴亦是我們的供應商，我們就購買版權內容等業務與他們簽訂協議。

微博錢包。我們的微博錢包產品使平台合作夥伴能夠在微博上進行激起興趣活動，例如向其他用戶發送「紅包」和優惠券，以建立更大、更活躍的粉絲群，並促進購買轉化。微博錢包亦使個人用戶能夠在微博上購買不同類型的產品和服務，包括我們提供的產品和服務（例如營銷服務和VIP會員）以及我們的平台合作夥伴提供的產品和服務（例如電商商品、金融產品和虛擬禮物）。

競爭

我們為在中國和全球華人社區的用戶提供在線社交媒體服務。由於快速變化的市場需求和用戶偏好，社交媒體行業競爭激烈且瞬息萬變。因此，我們在用戶流量、用戶參與度以及廣告及營銷支出方面可能面臨眾多現有及潛在競爭對手的激烈競爭，該等競爭對手可能以相對較低的成本推出新的網站、應用程序、平台或服務。許多公司提供與我們的產品構成競爭的各種內容和服務。隨著互聯網社區整體規模增速放緩，該行業正在迅速變遷，同時對流量和用戶時間的競爭日益激烈。請參閱「行業概覽－社交平台的競爭格局」及「行業概覽－社交媒體平台的競爭格局」。

我們本質上是一個媒體平台，提供包括內容聚合及傳播服務在內的線上媒體的中國主要互聯網公司（例如騰訊及字節跳動）直接與我們競爭用戶流量及用戶參與度、內容、人才和營銷資源。此外，作為一家以社交網絡服務為特色並提供豐富多媒體內容的社交媒體平台，我們面臨來自類似服務提供商（例如社交網絡平台和具有社交功能的多媒體內容平台）的激烈競爭。我們面臨來自類似服務及潛在新型網絡服務提供商的激烈競爭。該等服務包括(i)通訊工具和其他社交應用程序及網站，例如微信、手機QQ、手機QQ空間及陌陌；(ii)新聞應用程序及網站，例如騰訊、字節跳動、百度、網易、搜狐及鳳凰新媒體等其他主要互聯網公司運營的應用程序及網站；(iii)多媒體應用程序（圖片、視頻和直播等），例如抖音、快手、嗶哩嗶哩、愛奇藝、騰訊視頻、優酷、西瓜視頻、小紅書、陌陌及歡聚集團。此外，我們屬於媒體平台性質，亦與傳統媒體公司在受眾及內容方面進行競爭。請參閱「風險因素－倘我們無法就用戶流量或用戶參與度進行有效競爭，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響」。

業 務

對於增值服務，我們向用戶提供會員服務、直播工具、遊戲服務和社交商務解決方案，使其能夠在我們的平台上進行相關活動。因此，我們的增值服務產品與向用戶提供類似服務的平台競爭。除了直接競爭外，我們亦面臨來自贊助或維持高流量網站或為互聯網用戶提供初始入口點的公司的間接競爭，包括但不限於搜索服務、網絡瀏覽器和導航頁面提供商。

我們亦面臨廣告及營銷支出方面的激烈競爭。我們的絕大部分收入來自銷售廣告及營銷服務。我們與提供此類服務的線上及移動業務競爭，包括但不限於線上媒體平台、社交媒體和社交網絡平台以及多媒體內容平台。我們亦與為汽車、IT和旅遊等垂直行業定制線上到線下、購買解決方案以及其他基於效果的廣告服務和數字媒體的互聯網公司競爭。我們亦與電視、廣播和印刷等傳統媒體機構在廣告及營銷支出有所競爭。

我們一些較大的競爭對手提供更廣泛的產品或服務，並利用其基於其他產品或服務的關係來獲得更大份額的廣告及營銷預算。我們相信，我們在廣告及營銷支出方面的有效競爭能力取決於若干因素，包括我們用戶群的規模、組成和參與度、我們的廣告定位能力、市場對我們廣告及營銷服務的接受度、我們的營銷及銷售能力、客戶從我們的廣告及營銷服務獲得的回報以及我們品牌的實力及聲譽。請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－倘我們無法有效競爭廣告及營銷支出，則我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響」。

我們亦可能面臨來自全球社交媒體、社交網絡服務和通訊工具的日益激烈的競爭。我們的一些競爭對手可能較我們擁有更多的現金、流量、技術和其他資源。請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－倘我們無法就用戶流量或用戶參與度進行有效競爭，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響」。

我們在管理人員、工程師、設計師和產品經理等高技能人才方面經歷激烈競爭。我們的增長戰略部分取決於我們保留現有員工及增加其他高技能員工的能力。請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－倘我們無法僱用及留住關鍵人員，我們的業務及增長可能會受到影響」。

技術及研發

基於我們的專有技術（包括機器學習和雲計算），我們已開發領先的社交媒體平台，以滿足用戶的定制內容消費需求。我們在人工智能、雲計算、大數據分析以及直播相關領域投入大量研發資源。

業 務

統一平台。我們已開發一個統一、開放的平台，讓我們的用戶、客戶和平台合作夥伴可以通過移動設備、個人電腦及其他聯網設備實時訪問微博上的大量內容。我們的平台採用服務導向架構，可以輕鬆擴展及頻繁升級我們的產品。我們的平台建立在可以即時處理及分析百萬級用戶生成的大量數據的技術之上。

人工智能。我們內部設計了一個社交興趣圖譜推薦引擎。我們基於用戶行為（例如發帖、轉發、評論、點讚和關注）以及社交關係開發了一個全面的用戶社交興趣圖譜數據庫。我們的社交興趣圖譜推薦引擎採用多種算法，使其能夠實現超大規模在線培訓，使我們及客戶能夠向微博用戶推送其更可能感興趣及相關的內容。我們不斷完善我們的推薦引擎，以提高我們推送給用戶的信息的相關性，從而增加用戶黏性。此外，我們相信廣告可以從社交環境中獲得更大的相關性，並成為用戶體驗的一部分而不是對用戶體驗造成打擾。

雲計算。我們的混合雲平台可以在幾秒內發現熱議話題，在幾分鐘內自動快速擴展我們的雲服務器，並支持每秒百萬級用戶訪問。我們的專有模型通過將數據劃分為不同級別來優化和促進高效的數據存儲。這種分佈式存儲模型使我們能夠高效管理海量數據，同時將數據存儲在易於擴展的普通服務器上。我們的地理分佈架構使全國用戶能夠快速訪問。微博作為中國重大熱議話題的主要傳播平台，一直為用戶提供穩定流暢的訪問體驗，即使在其高峰用戶訪問流量時亦會不時自行刷新平台上的熱議話題。

視頻平台。我們的視頻平台支持多種形式的媒體內容。我們已升級我們的視頻編碼器，即使在終端用戶的帶寬有限的情況下亦能提供高質量的視覺效果。我們發明了一個視頻編制引擎，顯著提高了處理視頻的效率及用戶上傳視頻的速度。我們利用機器學習技術從語義上理解上傳到我們平台的視頻，我們從視頻中提取文本、基本特徵以生成內容標籤、興趣話題及視頻指紋信息。我們使用該等信息加速對視頻的內容審查以及視頻在我們平台上的傳播。

直播系統。我們已開發一個智能調度系統，將推流與節點負載均衡及最優尋徑技術相結合，調整視頻緩存以適應不同的網絡，確保視頻質量和直播的穩定性。我們已升級直播引擎，即使在互聯網條件較差的情況下也能支持百萬用戶同時觀看直播，並通過更低的網絡延遲提升用戶體驗。

我們熱衷於開發具有創新性的新產品和服務，以創造更好的用戶體驗。我們於2018年、2019年、2020年以及截至2021年6月30日止六個月分別錄得產品開發費用249.9百萬美元、284.4百萬美元、324.1百萬美元及198.0百萬美元。2019年至2020年的增長主要歸因於產品開發團隊規模擴大及工資上漲導致的人員相關費用增加22.7百萬美元，以及基礎設施成本增加11.2百萬美元。2018年至2019年的增長主要歸因於工資上漲導

業 務

致的人員相關費用增加12.4百萬美元、股權激勵增加7.4百萬美元、外部勞工成本增加6.7百萬美元以及基礎設施成本增加6.6百萬美元。截至2020年6月30日止六個月至截至2021年6月30日止六個月的增長主要歸因於人員相關費用增加29.7百萬美元、股權激勵增加3.8百萬美元及無形資產攤銷增加8.3百萬美元。截至2018年12月31日、2019年12月31日、2020年12月31日以及2021年6月30日，我們的產品開發團隊分別包括2,374名、2,364名、2,709名及2,770名成員。他們負責開發、運營及維護我們的產品。

銷售及營銷

我們擁有自己的銷售運營團隊。我們與大客戶直接或通過第三方廣告代理商進行業務往來，以及主要通過我們的代理網絡與中小型企業進行業務往來。

由於開展有效的在線營銷活動需要專業知識，大客戶通常會聘請廣告代理商處理其互聯網品牌活動。這些廣告代理商提供廣泛的互聯網營銷及廣告服務。我們的銷售團隊利用微博在社交營銷方面的獨特地位和優勢，在整個廣告活動週期中向大客戶或其廣告代理商提供協助，包括從設計廣告活動及製作不同形式的廣告到執行社交營銷活動及提供分析追蹤等。

我們面向中小型企業客戶的代理網絡包括遍佈中國的本地代理商。我們的代理商提供多種服務，包括物色客戶、收款、協助客戶與我們設立賬號，以及從事其他旨在獲取客戶的營銷及教育服務。我們依賴代理商有幾個原因。我們在中國的中小型企業客戶群分佈在中國不同地區，地理分佈多樣化且分散。此外，與大企業相比，中小型企業在在線廣告及營銷方面的經驗通常較少，因此可受益於代理商提供的支持。代理商是我們觸達中國各地中小型企業客戶並向其收款的有效渠道。我們要求代理商為我們的中小型企業客戶配備專門的客戶服務代表。我們向代理商提供定期培訓計劃，以維持代理商的服務質量並加強與他們的關係。此外，我們亦通過微博上的自助服務平台提供營銷服務。

新浪擔任我們的代理，為我們的廣告及營銷客戶提供服務。我們已與新浪簽署有關該等銷售及營銷服務的協議。請參閱「關聯方交易－我們與新浪的關係－(iv)銷售及營銷服務協議」。我們將繼續通過新浪以及我們的廣告及營銷解決方案為客戶提供綜合解決方案。我們相信我們的廣告及營銷解決方案與新浪相輔相成。

我們相信我們作為中國領先社交媒體平台的地位已為我們贏得廣泛的知名度。我們專注於不斷提高產品及服務質量以鞏固我們的品牌，因為我們相信滿意的用戶及客戶更有可能向他人推薦我們的產品及服務。在口碑幫助我們的同時，我們亦有選擇地利用廣告、推廣及特別活動來提高微博的知名度及使用率。

業 務

環境、社會及管治

微博致力於履行其社會責任並促進有意義的公共事務對話。媒體機構使用微博作為其頭條新聞的信息來源及傳播渠道。政府機構及官員將微博作為重要的官方溝通渠道，及時傳播信息及衡量民意，以改善公共服務。個人及慈善機構利用微博通過發起慈善項目、尋求捐贈和招募志願者以及利用微博上的名人名星及組織來提升他們的社會影響力，使世界變得更美好。例如，當2020年COVID-19疫情在中國蔓延時，微博發佈了一系列措施來促進公眾對話並幫助人們找到可靠及有用的信息。此外，我們早在2012年就推出了「微公益」，允許用戶通過在我們的平台上發佈消息來發起公益項目。有關詳細討論，請參閱「業務－我們致力於創造更美好的社會」。

我們致力於積極接納不同的身份和個人，並促進包容和多元的性別平等文化的價值，我們相信這會吸引最優秀的人才。我們在對招募、培訓、升職、工資、福利及其他人力資源管理活動作出決定時採用性別平等政策。秉持我們的平等僱傭及發展原則，我們的人力資源決定基於各名僱員的工作表現、動力、質素及特長而作出，而不論性別，並遵守相關規則及法規。我們不斷分析和監控組織和多樣性問題，包括各級人力資源的性別和多樣性構成。女性於本公司擔任各種領導職務，包括我們的董事杜紅女士和我們的首席財務官曹菲女士。我們將繼續致力提升董事會的性別多元化，包括盡力於上市後三年內物色並向董事會推薦至少一名女性候選人供董事會委任董事時考慮，目標是實現更高比例的女性董事會代表，前提是我們的董事(i)在基於合理標準的全面審查程序後對相關候選人的能力和經驗滿意；(ii)在審議委任時履行其受信義務，以本公司和股東的整體最佳利益行事。我們的目標是通過提供有關性別和包容性的培訓、預防性騷擾以及防止性剝削和性虐待等活動來維護包容性和多樣性的文化。

我們致力於碳減排措施，並將繼續探索進一步提高能源效率的途徑。我們要求員工在使用辦公用品時注意環保。此外，我們微博平台上提供的部分內容關乎環保話題。憑藉我們為內容創作者提供的各種形式的內容及工具，環保人士可圍繞環境問題在微博平台上創作及分享內容，從而提高觀眾的環保意識。我們的業務一般須遵守相關中國國家及地方環境法律法規。然而，我們的運營不會產生或排放對環境有害的任何工業廢料。誠如我們的中國法律顧問所確認，我們無需錄得適用於中國環保法律法規的任何批文或證書。

我們已制定及實施多項工作場所安全政策及程序，確保員工有一個安全的工作環境。於往績記錄期間，概無員工在工作場所發生任何重大事故。

知識產權

我們依賴專利、版權、商標及商業機密法律以及對披露的限制措施來保護知識產權。截至2021年6月30日，我們已註冊193項專利，並向中國國家知識產權局申請另外218項專利。截至2021年6月30日，我們已在中國國家版權局註冊了302項軟件著作權。我們亦註冊了域名，包括weibo.com、weibo.cn及weibo.com.cn。我們已獲得了新浪的獨家、永久、全球以及免版權費許可使用其「」、「」及「」商標。

業 務

我們已實施相關程序，以減少在未經適當許可或未經第三方同意的情況下使用微博上發佈的內容的可能性。例如，我們要求用戶同意我們平台用戶協議中規定的條款和條件，包括同意不侵犯他人的知識產權。我們利用我們的技術來監控和保護我們平台上的原創內容。例如，我們推出了視頻內容創作者的自我保護功能，且他們的視頻痕跡將被抽取並保存在我們的系統內。我們的系統將比較自第三方新上傳的視頻中抽取的痕跡，然後將其發送給我們的審查團隊進行二級人工審查。我們通過鏈接到原創內容來替換掉侵權內容。儘管我們已盡力保護我們的專有權利，但未經授權的各方仍可能試圖複製或以其他方式獲取及使用我們的技術。對未經授權使用我們的技術進行監控困難且成本高昂，我們無法確定我們採取的措施是否能夠防止我們的技術遭到盜用，尤其是在外國，當地法律或未能像美國一樣充分保護我們的專有權利。我們或將須不時提起訴訟，以強制執行或捍衛我們的知識產權，這可能會產生高額費用及導致資源分散。

此外，第三方或會對我們提起訴訟，指控我們侵犯他們的專有權利或宣稱他們沒有侵犯我們的知識產權。如果侵權索償成功而我們未能或無法開發出非侵權技術或及時就侵權技術或類似技術獲得許可，我們的業務可能受到損害。此外，即使我們能獲得侵權或類似技術的許可，許可費可能高昂，並可能對我們的經營業績產生不利影響。

於往績記錄期間，概無我們認為單獨或整體而言會對我們的業務、財務狀況或業績造成重大不利影響的知識產權侵權申索。請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－我們可能無法充分保護知識產權，這可能會導致我們的競爭力下降」及「風險因素－與我們的業務有關的風險－我們可能會因在我們的平台展示、從我們的平台獲取、鏈接到我們的平台或向我們的用戶傳播的信息或內容遭受第三方的知識產權侵權索賠或其他指控，這可能對我們的業務、財務狀況及前景造成重大不利影響」。

季節性

微博的在線廣告業務經歷季節性特徵。過往，由於農曆新年前後假期較長，廣告支出往往在各曆年的第一季度最低。過去表現可能並不代表未來的趨勢，因為廣告行業的組合可能具有不同的季節性因素，可能會隨季度變化。

客戶及供應商

我們的五大供應商（通常為營銷或帶寬服務供應商）佔我們於往績記錄期間各年度及期間的採購額不足30%。於往績記錄期間，我們的五大客戶佔我們各年度及期間淨收入總額不足30%。於往績記錄期間，我們主要向主要客戶提供廣告及營銷解決方案，以推廣他們的品牌及開展高效營銷活動。截至最後實際可行日期，根據公開可得資料，概無我們的董事或其緊密聯繫人（定義見《香港上市規則》）持有我們五大供應商5%或以上的股權。

業 務

風險管理及內部監控

我們致力於建立和維護風險管理及內部監控系統，其中包括我們認為適合我們業務運營的政策和程序，並致力於不斷改進這些系統。我們不斷評估風險管理及內部監控政策及程序的執行情況，以提高其有效性及充足性。

財務報告風險管理

我們有一套財務報告風險管理會計政策，例如財務報告管理政策及財政管理政策。我們的財務部門根據該等政策審核我們的管理賬目。我們亦為財務部員工提供定期培訓，以確保他們了解我們的財務管理及會計政策，並在日常運營中執行該等政策。

內部監控風險管理

我們設計並採用了嚴格的內部程序，以確保我們的業務運作符合相關的規章制度。我們的內部監控團隊與我們的法律、財務及業務部門密切合作，以：(a)進行風險評估並提出風險管理戰略建議；(b)提高業務流程效率並監察內部監控的有效性；及(c)提高整個公司的風險意識。

我們制定了相關內部程序，以確保我們獲得業務運營所需的所有重要牌照、許可及批文，我們的內部監控團隊定期進行審查，以監控該等牌照及批文的狀態及有效性。我們的內部法律部門與相關業務部門合作，以獲得必要的政府批准或同意，包括在規定的監管時限內準備並提交所有必要的文件，向相關政府部門備案。

我們已採取各種措施以遵守中國有關互聯網信息傳播及核實用戶身份的法律法規。我們使用實名制來核證我們的用戶及網絡主播的身份。當任何用戶或網絡主播註冊微博賬號時，我們通過其手機號碼驗證身份。我們要求用戶同意我們平台的用戶協議中規定的條款及條件。根據用戶協議，各用戶承諾(其中包括)(i)使用真實身份及個人信息註冊微博賬號以創作、發佈及傳播信息，及(ii)不上傳或傳播任何違反中國法律法規或侵犯他人知識產權的內容。我們已實施一個採用機器加人工方法的內容審核系統。我們採用人工智能捕捉及關鍵詞檢測等技術來檢測違法或不當內容。我們的審核團隊全天候24小時輪班，以確保有足夠的人力來監控我們平台上的內容。

我們已採取各種措施以遵守規管廣告的中國法律法規。我們建立了完善的廣告內容審核和監控體系，包括健全的廣告登記、審核和備案管理制度。我們要求每個廣告賬號在發佈廣告之前向我們提供其營業執照以供我們審核。我們將根據中國法律法規，對廣告賬號提供的廣告內容證明文件與實際廣告進行核對。我們採用機器加人工的方式

業 務

來審核廣告內容。在線發佈廣告之前，我們採用人工智能捕捉及關鍵詞檢測等技術對廣告中的違法或不當內容進行檢測。我們成立了廣告內容審核專項工作組，由資質審核組、內容審核組、質量控制組、數據系統細化組等組成。所有團隊成員在開始正式工作前都需要接受培訓並通過考試，之後還需要通過定期測試。我們的廣告審查團隊通過指定的廣告審核公眾號、郵箱等多種渠道全天候24小時輪班審查廣告內容。如果發現廣告包含有害或違法內容，我們將立即刪除該廣告或凍結發佈者的賬號。我們開發了一個系統來監控廣告的登陸頁面，以進一步檢測和遏制非法營銷行為。

我們已採取各種措施以遵守規管反壟斷及競爭的中國法律法規。根據《中華人民共和國反壟斷法》、《國務院反壟斷委員會關於平台經濟領域的反壟斷指南》、《經營者反壟斷合規指南》及其他相關法規，我們已設立一項綜合制度對我們的投資和收購進行內部審查，以評估其在中國反壟斷法律法規下的影響及向任何中國主管監管部門備案的必要性。該制度包括關於內部審查及評估的詳細流程、方法、編製和保存記錄要求、監督政策及處罰。我們還成立專門的工作組，根據該內部審查制度監督我們的投資和收購申請，並支持和協助本集團的子公司對其投資和收購進行審查和評估。

數據及技術系統風險管理

充分維護、存儲和保護用戶數據及其他相關資料對我們的業務至關重要。我們投入大量資源開發及實施旨在保護用戶隱私、促進安全環境和確保用戶數據安全的措施。

我們要求我們的用戶接受他們同意向我們提供若干個人資料的服務條款，建立信息安全系統保護用戶隱私，並按要求將此類信息提交工信部或其當地分支機構備案。

我們已採取各種措施以遵守適用的數據安全和數據保護規定。具體而言，我們僅在錄得用戶事先同意的情況下向用戶收集個人信息和數據，並以合理方式努力防止未經授權使用用戶數據。我們會定期更新我們的用戶隱私政策，即《微博個人信息保護政策》，以反映任何新的數據保護規則和政策。在我們的政策中，我們明確規定了我們將如何收集、保護和存儲將收集的個人信息。例如，當用戶在我們的平台上註冊賬號時，我們將收集該用戶的個人信息名稱、電子郵件地址和電話號碼。當用戶通過第三方平台登錄我們的平台時，我們會收集其頭像、個人信息名稱和位置，在目的主要是在我們的平台上完成實名認證。

業 務

此外，我們實施了加強的數據安全措施和技術，採用數據分類分級制度，提供不同級別的數據保護，嚴格限制內部對用戶數據的訪問，僅在有必要知道時方可訪問，並於必要時對用戶數據進行加密和脫敏。我們還任命了一個專門的數據保護專家團隊，負責設計和監控數據安全管理和應急響應。任何第三方的數據訪問嘗試均受我們對訪問嘗試的必要性和範圍的正式評估和批准程序以及用戶適當同意的約束。我們通常會向第三方提供匿名和去標識化的個人信息，並要求這些第三方採取同等的數據保護措施。

儘管我們及我們的中國法律顧問相信我們已採取有效措施確保在所有重大方面遵守有關隱私和數據收集的適用中國法律法規，但因為數據安全法律法規相對較新而導致在詮釋和實施這些數據安全法律法規方面存在很大的不確定性。因此，我們無法向閣下保證，我們的隱私和數據保護措施按適用法律法規的規定始終被認為足夠。微博可能需要不時調整其業務以符合數據安全要求。微博已作出重大努力以遵守現有法律法規。微博將與監管部門保持積極溝通，如有問題將盡快整改。

人力資源風險管理

我們根據不同部門員工的需求及合規政策提供定期和專門的培訓，並定期組織由高級員工或外部顧問進行的內部培訓。我們制定了一套經董事會批准的業務行為及道德準則，並分發給所有員工。我們制定了反賄賂和反腐敗政策，以防止公司內部的任何腐敗行為。該政策解釋了潛在的賄賂和腐敗行為以及我們的反賄賂和反腐敗措施。我們設有內部舉報渠道，員工可以舉報任何賄賂和腐敗行為。我們將對所報告的事件和人員進行調查並採取適當措施。

投資風險管理

我們投資或收購與我們業務互補的業務，例如可以擴展我們的內容和服務產品的業務。為了控制我們的投資相關風險，我們通常要求所投資公司向我們授予慣常的投資者保護權。

投資部門負責審核相關業務部門的投資方案。我們的財務和法律部門在交易分析、溝通、執行、風險控制及報告方面與交易團隊合作。在投資一家公司後，我們的投資部門會定期監察交易表現。

審計委員會監督

我們已成立審計委員會，負責持續監察我們的風險管理政策在公司內的執行情況，以確保我們的內部監控系統能夠有效識別、管理和降低我們業務運營中涉及的風險。

業 務

我們的審計委員會由盧伯卿先生及陳丕宏先生組成，二人均為獨立非執行董事。盧先生為審計委員會主席。有關審計委員會成員的專業資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」。

員工

於2018年、2019年及2020年12月31日以及2021年6月30日，我們分別擁有4,350名、4,126名、5,073名及5,430名員工。我們的員工主要位於北京、上海、天津、廣州及杭州。下表載列截至2020年12月31日及2021年6月30日按職能劃分的員工人數：

職能：	員工人數	
	於2020年 12月31日	於2021年 6月30日
運營	879	942
銷售、客服及市場營銷	1,376	1,586
產品開發	2,709	2,770
一般行政及人力資源	109	132
總計	<u>5,073</u>	<u>5,430</u>

「業務－員工」一節中的員工人數不包括為我們的業務工作花費部分時間及將部分員工相關費用分配予我們的新浪員工。

根據中國法律法規的要求，我們參加市、省政府組織的各類員工社會保障計劃，包括住房、養老保險、醫療保險及失業保險。根據中國法律，我們須按員工薪金、獎金及若干津貼的特定百分比進行員工福利計劃繳款，最高不超過地方政府不時規定的上限。

我們通常與我們的管理層及產品開發人員訂立標準保密協議及不競爭協議。該等合約包括一項標準競業禁止契諾，禁止員工在其受僱期間及在其受僱終止後兩年內直接或間接與我們競爭，前提是我們在終止後的限制期內按照協議規定支付賠償金。

我們不時聘請獨立承包商來支持我們的生產、工程、營銷和銷售部門。於2020年及截至2021年6月30日止六個月所記錄的與獨立承包商相關的員工開支並不重大。

我們認為，我們與我們的員工保持了良好的工作關係，我們並無發生任何重大的勞資糾紛。我們的員工均非工會代表。

業 務

物業

我們的總部及主要產品開發設施位於北京。於2021年6月30日，我們主要於北京、上海及天津租賃約25,000平方米的辦公室場地。該等租約有不同的到期日期。此外，新浪將其部分辦公室空間的租金分攤予我們，其中新浪員工將部分時間用於向我們提供服務或新浪與我們共享若干辦公室空間(新浪總部大廈)供我們的員工使用。

支持我們產品及服務的服務器主要存放於中國電信集團公司或中國電信、中國聯通分支機構、中國各地城市的阿里雲和華為雲服務，以及位於台北、聖塔克萊拉、加利福尼亞和香港的服務器。我們在日常業務過程中與新浪共享國內服務器的使用。維護和維修暫時由新浪員工負責。請參閱「關聯方交易－我們與新浪的關係」。

截至最後實際可行日期，我們尚未於相關政府部門登記大部分租賃協議。未辦理我們租賃物業的租賃協議登記不影響租賃協議的有效性，但房屋主管部門可責令我們在規定期限內辦理租賃協議登記，如果我們未能在規定的時間內完成登記，則對每份未登記的租賃協議處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於最後實際可行日期，我們並無接獲中國任何主管部門有關租賃協議未登記的任何通知。有關風險和不確定性的更多詳情，請參閱「風險因素－與在中華人民共和國開展業務有關的風險－我們面臨若干與我們所租賃不動產相關的風險」。

保險

我們認為我們的保險覆蓋範圍已經足夠，因為我們已按中國法律法規的規定及根據我們行業的商業管理投購所有強制性保險。根據中國法律法規的要求，我們的員工相關保險包括養老保險、失業險、生育險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。為遵守該等法律法規，我們已促使我們所有的全職員工簽訂勞動合同，並為我們的員工提供適當的福利及就業福利。

我們為我們的運營購買有限的商業責任或中止業務的保險。於往績記錄期間，我們並無就我們的業務作出任何重大保險索賠，請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－我們的業務保險保障有限」。

法律訴訟及合規

我們不時牽涉與包括版權及商標侵權、誹謗、不正當競爭及勞資糾紛有關的訴訟或其他糾紛。例如，於同一原告在德克薩斯州及加利福尼亞州提起的兩起民事訴訟中，本公司被列為被告，指控本公司在沒有正當理由的情況下註銷其微博，侵犯了其根據美國憲法第十四修正案享有的權利。兩起訴訟均已被駁回。

業 務

由於若干該等法律訴訟尚處於初期階段，或不同司法管轄區之間缺少對行業申訴相關法律清晰或一致的詮釋，我們目前無法估計合理可能損失或合理可能損失的範圍。因此，該等訴訟的時間或最終判決均存在極大的不確定性，包括最終損失、罰款、處罰或業務影響(如有)，故我們無法估計合理可能損失或合理可能損失的範圍。就少數我們可以對合理可能損失或合理可能損失範圍進行估計的訴訟而言，這些訴訟的損失估計並不重大。我們合理地認為該等訴訟的最終判決(不論單獨或整體)不大可能對我們的經營業績、財務狀況及現金流量產生重大不利影響。

於往績記錄期間，我們向法律訴訟的索賠人支付合計約人民幣14.2百萬元。截至最後實際可行日期，有七宗重大未決申索，申索金額超過人民幣10百萬元，總申索金額約為人民幣108.1百萬元。在這七宗未決申索中，微博僅在一宗申索中被列為被告，申索金額約為人民幣15.1百萬元。

下表載列我們目前持有的對我們在中國的業務運營屬重要。

許可證	持有許可證 的實體	屆滿日期
增值電信業務經營許可證(信息服務，不包括互聯網信息服務).....	微夢	2024年6月26日
互聯網信息服務增值電信業務經營許可證 (包括新聞、藥品和醫療器械、文化，不包括 信息搜索查詢服務、信息即時交互服務)， 互聯網信息服務計劃證.....	微夢	2025年5月20日
測繪資質證書.....	微夢	2026年10月11日
互聯網藥品信息服務資格證書.....	微夢	2025年6月17日
廣播電視節目製作經營許可證(包括動畫片、 專題片和電視綜藝的製作和發行； 不包括時政新聞或同類專題、 專欄等廣播電視節目的製作).....	微夢	2022年10月29日

業 務

許可證	持有許可證	
	的實體	屆滿日期
網絡文化經營許可證 (利用信息網絡經營音樂娛樂產品，演出劇(節)目，動漫產品，從事網絡文化產品)的展覽、比賽活動、表演.....	微夢	2023年12月30日
營業性演出許可證 (包括經營演出及經紀業務)...	微夢	2022年9月29日
互聯網新聞信息服務許可證 (包括互聯網新聞信息轉載服務和傳播平台服務).....	微夢	2022年7月29日
互聯網信息服務許可證 (包括文化，不包括信息搜索查詢服務、信息即時交換服務)	微遊互動	2023年5月16日

我們及我們的中國法律顧問認為，除所披露的不合規事件 (包括未獲得《網絡出版服務許可證》和《信息網絡傳播視聽節目許可證》) 外，請參閱「風險因素 – 中國互聯網業務牌照及法規的複雜性、不確定性及變動可能對我們有不利影響」，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，主要子公司的業務在重大方面符合適用的在重大方面中國法律法規，且只要我們遵守有關重續該等重要許可證的規定，我們在許可證屆滿時重續並無法律阻礙。

《網絡出版服務管理規定》要求互聯網出版服務提供者獲得互聯網出版許可證。於往績記錄期間，我們其中一家中國子公司與第三方合營由第三方開發的手機遊戲。我們平台提供的手機遊戲已通過第三方許可的電子出版實體出版，並在國家新聞出版署註冊為電子出版物。然而，我們提供的網絡遊戲可能被視為一種網絡出版服務。由於未能獲得此許可證，我們可能遭受多項處罰，如沒收從網絡遊戲產生的收入淨額、被處以罰款、撤銷我們的業務及經營執照以及暫停或限制我們經營網絡遊戲。於2021年5月，我們的中國法律顧問通過接入國家新聞出版署在其官方網站發佈的官方諮詢熱線與國家新聞出版署相關部門的工作人員 (即有關互聯網出版許可的主管監管部門的工作人員) 進行了電話諮詢。國家新聞出版署確認，在經營者發佈的內容符合法律法規要求的前提下，不會責令未獲得互聯網出版許可證的經營者關閉其網站或應用程序。除截至2021年6月30日止六個月遊戲相關服務收入佔我們總收入淨額的5.1%外，於2018年、2019年及2020年，遊戲相關服務收入佔我們總收入淨額不足5%。

業 務

《互聯網視聽節目服務管理規定》要求通過互聯網向公眾提供視聽節目及視聽節目上傳和傳播服務的企業錄得視聽節目傳播的相關資質。微夢(我們的中國子公司之一)經營直播業務並為用戶提供視聽節目上傳服務。由於微夢並非國有獨資或國家控股公司亦非於頒佈《互聯網視聽節目服務管理規定》(即第56號通知)之前經營，根據當前的法律制度，微夢並不符合獲取信息網絡傳播視聽節目許可證的資格。然而，我們已於2019年在全國網絡視聽平台信息登記管理系統登記備案，由國家廣播電視總局及其地方分局通過該系統對我們的視聽節目運營進行監督和指導。此登記備案的有效期至2021年5月1日止，目前正在辦理年度重續手續。於2021年5月，我們的中國法律顧問通過接入北京市廣播電視局及國家廣播電視總局在其官方網站發佈的官方諮詢熱線與北京市廣播電視局及國家廣播電視總局的有關部門的工作人員(即有關信息網絡傳播視聽節目許可證的主管監管部門的工作人員)進行了電話諮詢。北京市廣播電視局及國家廣播電視總局各自確認倘在全國網絡視聽平台信息登記管理系統登記備案完成，且只要平台遵循監管部門的指導意見，則該平台可在未錄得信息網絡傳播視聽節目許可證的情況下繼續提供視聽節目服務。基於上述主管部門的確認及經我們中國法律顧問告知，只要我們運營符合中國有關規管視聽節目服務的法律法規的運營要求，依法在全國網絡視聽平台信息登記管理系統登記妥為備案及接受審核，並遵循監管部門的指導意見，便可繼續提供目前提供的互聯網視聽節目服務。由於未能獲得此許可證，我們可能遭受多項處罰，如刪除相關網絡出版內容、沒收違法所得、罰款及／或關閉我們的相關網站，這可能導致我們的業務經營受到嚴重干擾。誠如我們的中國法律顧問告知，只要我們即時採取監管部門要求的補救措施，我們因上述情況而被勒令暫停我們的互聯網視聽節目服務的可能性很低。於往績記錄期間，直播收入佔我們的總收入淨額不足5%。

近期監管發展

於2021年8月30日，國家新聞出版署發佈《關於進一步嚴格管理切實防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》，規定所有網絡遊戲運營商僅可於星期五、星期六、星期日和法定節假日晚上八時正至晚上九時正期間(即限1小時)向未成年人提供服務，不得對未實名登記或登錄的用戶提供任何形式的網絡遊戲。除已實施的實名登記制度外，我們已調整我們運營的遊戲系統以遵守該通知的規定。於往績記錄期間，來自網絡遊戲的收入僅佔我們總收入的一小部分。本公司認為，該通知不會對其業務經營或財務業績產生重大不利影響。

業 務

於2021年6月15日，國家網信辦開展「「飯圈」亂象治理」專項行動，隨後於2021年8月25日發佈《關於進一步加強「飯圈」亂象治理的通知》。此次專項行動和通知均旨在治理有關明星的網絡「飯圈」亂象，特別是在明星排行榜單、熱門話題、粉絲社群及粉絲互動功能等方面，遏制謾罵、污名化、教唆、製造對立、侮辱、誹謗、造謠、惡意營銷和傳播其他有害信息等。該通知要求（其中包括）取消所有明星排行榜單。仍然允許對音樂、影視作品進行排名，但網絡平台應優化和調整排名規則，以關注藝術作品本身和專業評價。此外，未成年人不得進行打賞或應援消費，或當擔「飯圈」的組織者或管理者。截至最後實際可行日期，我們已在適用於我們業務的範圍內採取了該通知中規定的措施，包括取消平台上的明星勢力榜功能。

於2021年8月27日，國家網信辦發佈《互聯網信息服務算法推薦管理規定（徵求意見稿）》，規定算法推薦服務提供商不得使用算法註冊虛假用戶賬號、屏蔽信息、過度推薦，且應向用戶提供便捷的關閉算法推薦服務的選項。儘管自2021年8月27日起，國家網信辦已就該草案徵求意見，但何時頒佈尚無時間表。因此，在其頒佈時間表、最終內容、解釋和實施方面存在重大不確定性。如果《互聯網信息服務算法推薦管理規定》草案按意見稿頒佈，我們可能需要進一步調整我們的業務和運營。根據該草案，一項主要規定是算法推薦服務提供商須公開披露其算法相關產品的基本原理、目的、意圖和運行機制。就此，我們已在微博熱搜管理規則（已作為微博社區公告發佈）中公開披露了「微博熱搜」的運行機制。我們還提供選項設置供我們的用戶調整算法驅動推薦的內容及廣告。用戶可以點擊關閉「個性化廣告推薦」功能，降低推送給用戶的廣告相關度，以及點擊關閉「個性化內容推薦」功能，降低推薦給用戶的內容相關度。我們認為，我們的舉措將在一定程度上滿足《互聯網信息服務算法推薦管理規定》草案的幾項關鍵規定。然而，由於該草案的頒佈時間表、最終內容、解釋和實施存在重大不確定性，我們無法向閣下保證中國監管機構不會持與我們相反的觀點。我們一直在努力使我們的業務進一步符合該草案下的其他適用要求。我們已獲中國法律顧問告知，截至本文件日期，我們目前的做法在所有重要方面符合生效的算法推薦法律法規，然而，由於截至本文件日期《互聯網信息服務算法推薦管理規定》草案尚未頒佈，其對我們業務運營的潛在影響仍然存在重大不確定性。如果該草案最終頒佈，對我們社交興趣圖譜推薦引擎的影響仍然在很大程度上取決於實際關閉我們算法推薦服務的用戶數量。如果選擇關閉的比率最終較高，我們平台上的廣告效果最終可能會降低，我們的業務運營可能會受到不利影響。

業 務

於2021年9月17日，國家網信辦及其他八個政府部門聯合發佈《關於加強互聯網信息服務算法綜合治理的指導意見》，規定由有關監管部門每日監控數據使用、應用場景及算法影響，並由有關監管部門對算法進行安全評估。該指導意見亦規定建立算法備案體系，推進算法的分類安全管理。本公司將密切關注監管的發展變化並不時調整其業務運營以符合算法的治理規定。

於2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》（「《個人信息保護法》」），自2021年11月1日起生效。《個人信息保護法》規定（其中包括）：(i)處理個人信息應當具有明確、合理的目的，並應與處理目的直接相關，並以對個人權益影響最小的方式進行，及(ii)個人信息的收集應限制在達到處理目的所必需的最小範圍內，避免過度收集個人信息。不同類型的個人信息和個人信息處理在同意、傳輸和安全方面應遵守不同規則。個人信息處理單位應對其個人信息處理活動承擔責任，並採取必要措施保障所處理的個人信息安全性。否則，個人信息處理單位可能被責令改正、暫停或終止提供服務，並被沒收違法所得、罰款或處以其他懲罰。

於2021年8月17日，國家市場監督管理總局發佈《禁止網絡不正當競爭行為規定（公開徵求意見稿）》，據此，經營者不得利用數據或算法詐取流量或影響用戶選擇，不得利用技術手段非法獲取或使用其他經營者的數據。此外，經營者不得(i)編造或傳播誤導性信息以損害競爭對手的聲譽，或(ii)採用虛假評論或使用優惠券或「紅包」等營銷手段來贏得好評。

於2021年7月30日，國務院頒佈《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，自2021年9月1日起生效。根據《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，「關鍵信息基礎設施」是指公共通信和信息服務、能源、交通、水利、金融、公共服務、電子政務、國防科技工業等重要行業的，以及其他一旦遭到破壞、喪失功能或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要網絡設施、信息系統等。上述重要行業的政府主管部門和監督管理部門將負責(i)按照若干認證規則組織對其各自行業關鍵信息基礎設施進行認證，及(ii)及時通知被認證的經營者和國務院公安部門認證結果。

業 務

國家網信辦於2021年7月10日頒佈《網絡安全審查辦法(修訂草案徵求意見稿)》，當中規定下列情形下的相關運營者必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查：(i)掌握超過百萬用戶個人信息的「關鍵信息基礎設施」運營者或數據處理者赴國外上市，(ii)「關鍵信息基礎設施」運營者採購將影響或可能影響國家安全的互聯網產品和服務的，及(iii)數據處理者進行將影響或可能影響國家安全的數據處理活動的。國家網信辦就該草案徵求意見，但並無確定頒佈時間。因此，其頒佈時間、最終內容、解釋及實施方面存在重大不確定性。截至本文件日期，修訂後的《網絡安全審查辦法》尚未正式通過。請參閱「風險因素－網絡安全相關法規及網絡安全審查的解釋及實施以及該等法規及審查可能對我們的業務運營產生的任何影響存在重大不確定性」。《網絡安全審查辦法(修訂草案徵求意見稿)》未對國外上市的條件及流程作出詳細說明或解釋或作出其他規定。

國家網信辦作為負責互聯網領域網絡安全和「關鍵信息基礎設施」運營者認定的監管機構，監管我們這類主要互聯網公司並保持定期溝通。根據現行《中華人民共和國網絡安全法》，有意購買將影響或可能影響國家安全的互聯網產品及服務的「關鍵信息基礎設施」運營者，必須申請網絡安全審查。請參閱「監管概覽－有關信息安全的法規」。誠如我們的中國法律顧問告知，現行監管制度下「關鍵信息基礎設施」運營者的範圍仍不明確，並取決於中國相關政府機構的決定，該等政府機構已獲授權在其各自管轄範圍內認定「關鍵信息基礎設施」運營者(包括地區和行業)。此外，《網絡安全審查辦法(修訂草案徵求意見稿)》中關於數據處理者進行將影響或可能影響國家安全的數據處理須進行網絡安全審查的要求為新要求，在確定影響或可能影響網絡安全的數據處理活動方面同樣不明確。因此，我們無法肯定地說明該修訂草案徵求意見稿最終會如何影響我們的產品和服務。中國政府機構在解釋及執行該等法律方面有廣泛裁量權，包括認定「關鍵信息基礎設施」運營者、解釋及執行可能適用於「關鍵信息基礎設施」運營者的要求以及識別影響或可能影響網絡安全的數據處理活動。作為一家主要互聯網平台，我們面臨被視為《中華人民共和國網絡安全法》界定的「關鍵信息基礎設施」運營者或符合上述標準的數據處理者的風險。就此而言，我們或被要求履行《中華人民共和國網絡安全法》及其他適用法律規定的「關鍵信息基礎設施」運營者及符合上述標準的數據處理者的各項義務，其中包括，設立專門的安全管理機構，組織定期的網絡安全教育及培訓，制定網絡安全事故應急方案並進行定期應急演習。此外，雖然我們購買的互聯網產品及服務主要是帶寬、版權內容和營銷服務，但我們於購買時仍可能會受到網絡安全審查。截至本文件日期，我們並未涉及國家網信辦就我們於往績記錄期間購買互聯網產品及服務進行的調查或網絡安全審查，亦未收到任何有關方面的質詢、通知、警告或懲處。如果需要對我們的任何活動進行網絡安全審查，我們將積極配合國家網信辦進行此類網絡安全審查。我們已經履行了目前適用於「關鍵信息基礎設施」運營者的多項主要義務，包括設立專門的安全管理機構，組織定期的網絡安全教育及培訓，制定網絡安全事故應急方案並進行定期應急演習。我們無法履行僅在被認為「關鍵信

業 務

息基礎設施」運營者的情況下才適用和可行的相關義務，例如自行或者委託網絡安全服務機構對關鍵信息基礎設施每年至少進行一次網絡安全檢測和風險評估，對發現的安全問題及時整改，並按照保護工作部門要求報送情況。如果我們被視為「關鍵信息基礎設施」運營者或相關數據處理者，我們可能須採取措施來履行該等義務，這可能會擾亂我們的運營並對我們的業務、經營業績和財務狀況產生不利影響。2021年11月14日，國家網信辦頒佈《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》，規定開展以下活動的數據處理者應當按照國家有關規定申報網絡安全審查：(i)匯聚掌握大量關係國家安全、經濟發展、公共利益的數據資源的互聯網平台運營者實施合併、重組、分立，影響或者可能影響國家安全的；(ii)處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的；(iii)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；(iv)其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動。國家網信辦已徵求對該草案的意見，但並無關於何時頒佈的時間表。因此，於其頒佈時間表、最終內容、解釋及實施方面存在較大不確定性，尤其是對釐定赴香港上市是否「影響或者可能影響國家安全」的標準的詳細解釋。截至本文件日期，《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》尚未正式通過。請參閱「風險因素－網絡安全相關法規及網絡安全審查的解釋及實施以及該等法規及審查可能對我們的業務運營產生的任何影響存在重大不確定性」。此外，《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》還規定：(i)大型互聯網平台的運營者在境外設立總部或者運營中心、研發中心，應當向國家網信部門和主管部門報告；及(ii)處理重要數據或者赴境外上市的數據處理者，應當自行或者委託數據安全服務機構每年開展一次數據安全評估，並在每年1月31日前將上一年度數據安全評估報告報設區的市級網信部門。請參閱「監管概覽－有關信息安全的法規」。中共中央辦公廳及國務院辦公廳於2021年7月6日聯合發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，強調防止非法證券活動，加強對中國公司境外上市的監管。該意見旨在通過建立監管體系和修訂中國實體和關聯企業境外上市的現有規則來實現這一目標，包括中國證券法的潛在域外適用。由於這些意見新發佈，官方指導意見和實施細則尚未發佈，現階段對這些意見的最終解釋和潛在影響仍不清楚。請參閱「風險因素－根據中國法律，本次[編纂]可能需要中國證監會或其他中國政府機構的批准，倘若需要，我們無法預測我們是否能夠獲得該批准」。截至本文件日期，我們尚未收到中國證監會或任何其他中國監管機構對有關本次[編纂]的任何質詢、通知、警告或懲處。

業 務

於2020年9月11日，國務院反壟斷委員會頒佈《經營者反壟斷合規指南》，要求經營者根據《中華人民共和國反壟斷法》建立反壟斷合規管理機制，以防範反壟斷合規風險。於2021年2月7日，國務院反壟斷委員會頒佈《國務院反壟斷委員會關於平台經濟領域的反壟斷指南》，列明網絡平台活動將被認定為壟斷行為的情況以及經營者（包括該等涉及可變利益實體）的集中申報程序。於2021年8月，國家市監局就微夢創科涉嫌違反《中華人民共和國反壟斷法》規定的經營者非法集中向其發出兩份調查通知，其中一項調查結果為未按照《中華人民共和國反壟斷法》提前申報的經營者集中行為處以人民幣500,000元罰款，而截至本文件日期，另一項調查仍在進行中。微夢創科正在積極配合國家市監局進行該調查。現階段，我們無法預測調查的狀態或結果。根據《中華人民共和國反壟斷法》，倘經營者違法進行集中，由有關部門責令經營者終止集中，限期出售其股份或資產或轉讓業務，或採取其他措施恢復集中前狀態，並處以最高人民幣500,000元的罰款。因此，我們的中國法律顧問認為，我們可能會面臨最高人民幣500,000元的罰款以及國家市監局就有關集中採取的其他法律措施。於2021年10月23日，全國人大常委會發佈《中華人民共和國反壟斷法》修訂草案徵求意見稿，提出倘經營者違法進行經營者集中具有或可能具有排除或限制競爭效果，則將經營者非法集中的罰款提高至不超過其上年度銷售額的10%；或倘經營者違法進行經營者集中不具有排除或限制競爭效果，則最高處以人民幣5百萬元的罰款。該草案還提出，對於有任何證據表明集中已經或可能已經具有排除或限制競爭效果的交易，即使該集中未達到備案標準，有關部門應當依法對其進行調查。請參閱「風險因素－倘我們未能遵守或被認為未能遵守《平台經濟領域的反壟斷指南》及其他中國反壟斷法律法規，或會導致政府調查或執法行動、訴訟或對我們的索賠，並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。

於2021年10月26日，國家網信辦發佈了《互聯網用戶賬號名稱信息管理規定（徵求意見稿）》並修訂了自2015年3月1日起生效的《互聯網用戶賬號名稱管理規定》。該草案規定，用戶註冊互聯網賬號時，應與互聯網用戶賬號服務平台簽訂協議，提供真實身份信息，並遵守平台內容製作和賬號管理規則、平台契約和服務協議。互聯網用戶賬號服務平台應建立健全並嚴格執行賬號名稱信息管理制度、信息內容安全制度及個人信息保護制度等管理制度。互聯網用戶賬號服務平台還應建立賬號名稱信息動態巡查

業 務

系統，用於核查真實身份信息，完善賬號信息合法合規的技術措施，支持賬號名稱真實性查驗。倘互聯網用戶賬號違反該草案規定，互聯網用戶賬號服務平台應暫停服務並通知用戶限期更正；如果用戶拒絕更正，有關賬號將被終止。儘管國家網信辦截至2021年11月10日對該草案徵求意見，但何時頒布尚無時間表。因此，在其頒佈時間表、最終內容、解釋和實施方面存在重大不確定性。倘該草案按意見稿頒佈，我們須付出更多努力來監控和管理用戶賬戶名稱以符合該等要求，從而產生高昂成本。

於2021年10月8日，國家發展和改革委員會和商務部發佈《市場准入負面清單（2021年版）》徵求意見稿，其中規定，非公有資本不得從事新聞採編播發業務。微博自身並無採編播發新聞。微博持有互聯網新聞信息服務許可證，允許提供互聯網新聞信息轉載服務及傳播平台服務。該負面清單草案還規定，非公有資本單位不得從事涉及政治、經濟、軍事、外交，重大社會、文化、科技、衛生、教育、體育以及其他關係政治方向、輿論導向和價值取向等的活動、事件的實況直播業務。該清單下的直播業務範圍相對廣泛和模糊，有待監管機構進一步澄清和解釋。然而，由於我們的淨收入僅有不到5%產生自直播，我們認為這一新規定不會對我們的業務經營或財務業績產生重大不利影響。國家發改委和商務部自2021年10月8日起就該草案徵求意見，尚無具體頒佈時間表。因此，在其頒佈時間表、最終內容、解釋和實施方面存在重大不確定性。倘《市場准入負面清單（2021年版）》按意見稿頒佈，我們可能需要進一步調整我們的業務和運營，而我們的業務經營可能受到不利影響。

基於以上所述及現行有效的中國法律，我們和我們的中國法律顧問認為，上述中國法律法規的近期變動不會對截至本文件日期我們在任何重大方面的法律法規合規產生影響。截至本文件日期，除上述披露者外，我們並無牽涉國家網信辦或其他部門就上述近期頒佈的法律法規進行的任何質詢、審查或調查。

然而，我們和中國法律顧問不能排除未來頒佈的新規則或法規將對我們施加額外合規要求的可能性。