

本節所載資料乃源自各種政府及私人刊物。

我們相信，有關資料來源乃該等資料之適當來源，且於摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信，該等資料屬虛假或誤導，亦無理由相信遺漏了任何事實致使該等資料屬虛假或誤導。該等資料並未經我們、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或彼等各自的董事或顧問或任何參與全球發售的其他人士獨立核實，概不對其準確性或完整性發表任何聲明。

資料來源

我們有關中國互聯網行業的若干資料及統計數據乃摘錄自及源於多種政府或其他公開來源，其中包括來自CNNIC的數據。從上述來源獲取的歷史數據及市場估計與我們的觀點無關。

此外，我們已委託獨立第三方及中國互聯網市場研究機構艾瑞編製艾瑞報告，以供載入本招股章程之用，該報告為一份有關中國兒童互聯網市場的行業報告。艾瑞乃根據自主研發的分析方法及從多種來源收集的數據而編製艾瑞報告。我們同意就編製艾瑞報告支付人民幣215,000元。

CNNIC

CNNIC是由中國政府運作的研究機構。自一九九七年以來，CNNIC已發佈多份有關中國互聯網發展狀況的統計報告。其主要的研究方法包括：(i)通過計算機輔助電話訪問(CATI)系統開展互聯網用戶調查；(ii)通過電話訪問開展企業調查，該過程利用分層隨機抽樣進行，即根據經濟普查數據釐定各省份的抽樣數量，並根據企業黃頁數據進行隨機抽樣；及(iii)通過CNNIC網站及若干其他中國大型網站於活躍的互聯網用戶中進行在線調查。

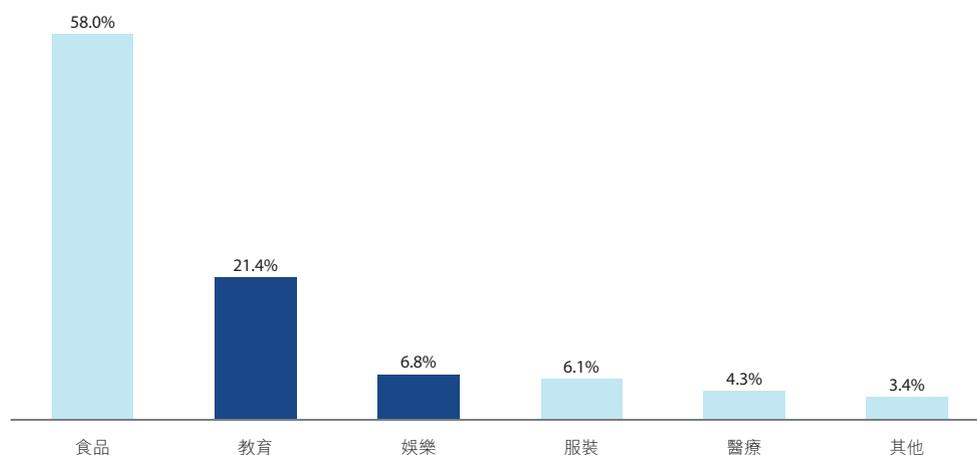
艾瑞報告

艾瑞通過在中國進行第一手及第二手研究而開展獨立研究。第一手研究涉及與行業專家、企業及渠道進行深度訪談。第二手研究利用基於互聯網的多種方法進行互聯網研究，涉及對進行行業研究的公開資料進行全面內部研究，該等資料包括政府數據與信息、相關經濟數據、行業數據、公司年報、季報、行業專家發表的刊物及艾瑞自有研究數據庫的數據。艾瑞結合網絡廣告監測數據庫iAdTracker及網民網絡行為研究數據庫iUserTracker兩者的分析。

艾瑞於預測網絡遊戲的市場規模時已考慮多項因素，包括(i)市場規模的歷史數據；(ii)主要兒童網絡遊戲研發商的公開資料以及該等公司於接受艾瑞訪談期間對自身未來經營業績的推測；(iii)行業專家的預測；及(iv)艾瑞對行業發展狀況的估計。艾瑞對用戶基礎規模的預測乃以若干假設為基準，包括(i)中國經濟及國內生產總值的預期增長率及(ii)寬帶基礎設施發展水平，並已考慮用戶基礎規模的歷史數據等其他因素。艾瑞報告的可靠性會受前述假設及因素的準確性影響。

概覽

根據艾瑞報告，於二零一二年，中國年齡介於5至14歲的兒童約有1.46億。此外，於二零一二年，中國有超過2.61億的在校學生，其中約三分之一為小學生。隨著最近獨生子女政策的放寬，中國兒童人口預期會出現小幅增加。再者，由於長久以來施行「獨生子女」政策，中國的父母和祖父母往往更願意在家庭的獨生子女身上投入大量的收入和存款。根據艾瑞報告，雖然近來「獨生子女」政策的放寬會催生一些「兩孩」家庭，但預期不會對中國家庭在孩子身上投入大量財力資源的意願造成立竿見影的重大不利影響。鑒於近年來中國經濟快速發展，家庭的年人均可支配收入日益增加，根據中國國家統計局的資料，從二零零五年的人民幣6,367元增至二零一二年的人民幣16,669元，年複合增長率為14.7%。根據艾瑞報告，中國的兒童教育及娛樂支出是除食品消費以外的兩大主要支出類型。下圖列示二零一二年中國家庭花在兒童身上的各項開支佔中國家庭花在兒童身上的總開支的比例。



來源：艾瑞報告

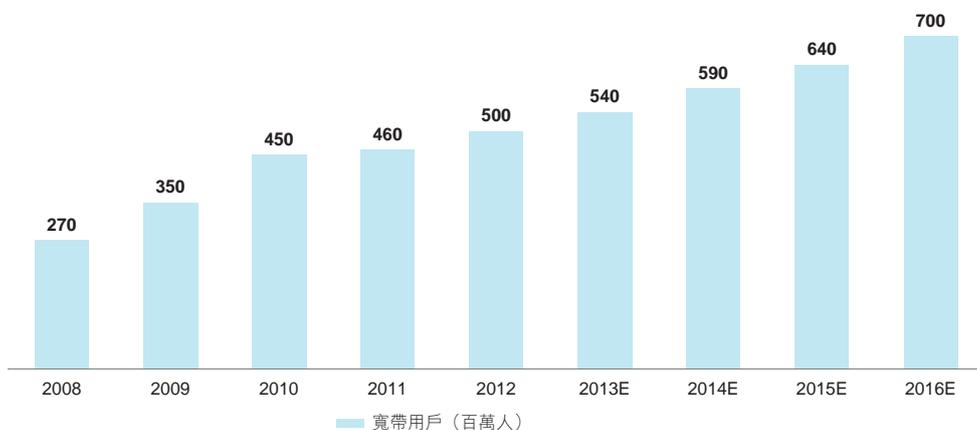
兒童娛樂主要包括平面媒體、電視、電影及在線娛樂。中國的寬帶和兒童互聯網用戶普及率在日益發展，使得在線娛樂日漸成為兒童日常休閒活動的重要組成部分。

中國的兒童互聯網市場

根據艾瑞報告，中國擁有全世界最大的兒童互聯網用戶群。根據艾瑞報告，近年中國的兒童上網人群迅速增長，從二零零八年的39.8百萬人增至二零一二年的60.7百萬人，年複合增長率為11.2%。相比而言，根據美國人口調查局的資料，二零一二年，美國的兒童互聯網用戶僅為24百萬人。

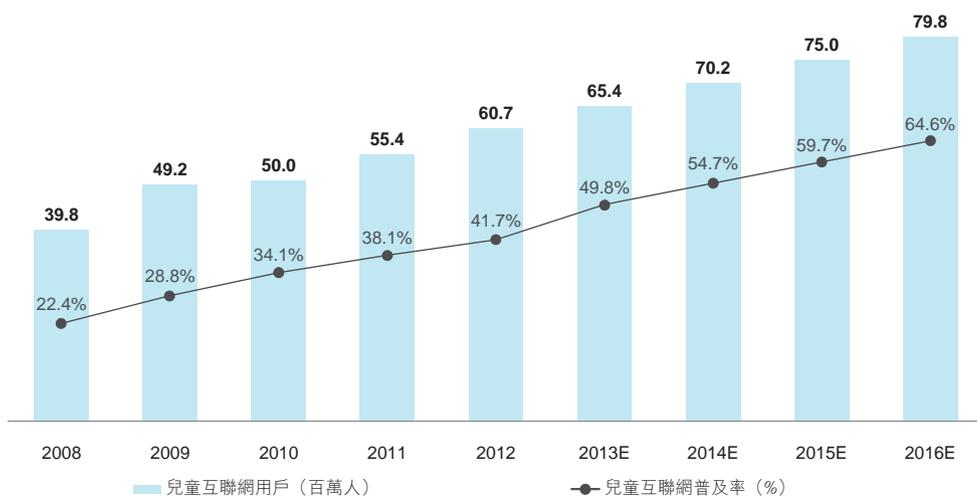
行業概覽

近年來，中國的寬帶基礎設施得以顯著改善，使得兒童能夠更加輕鬆的訪問互聯網。下圖列示二零零八年至二零一六年中國日益繁盛的寬帶發展情況：



來源：艾瑞報告

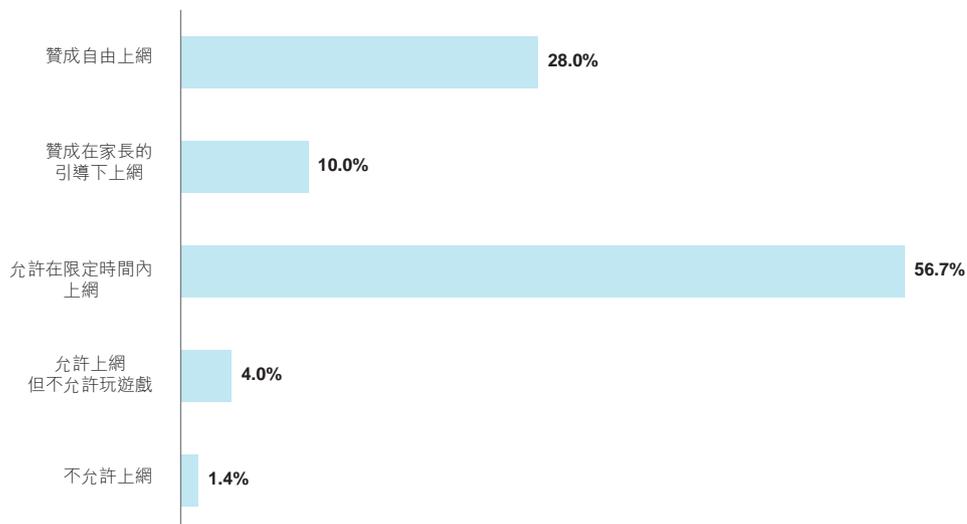
隨著中國寬帶基礎設施的日益改善，未來幾年中國兒童互聯網用戶預期將持續增長。根據艾瑞報告，中國的兒童互聯網人數預計將從二零一二年的60.7百萬增至二零一六年的79.8百萬，年複合增長率為7.1%。下圖列示二零零八年至二零一六年中國的兒童互聯網人數及普及率：



來源：CNNIC

行業概覽

伴隨中國兒童互聯網人數的增加，互聯網逐漸成為中國兒童最重要的娛樂和教育平台之一。此外，隨著可聯網智能設備的普及，現在兒童能夠在線玩遊戲、聽音樂、看視頻、聊天以及學習。再者，在中國兒童使用互聯網這一趨勢逐漸得到家長的認可和支持。下圖列示中國家長對孩子使用互聯網的認可和支持程度：

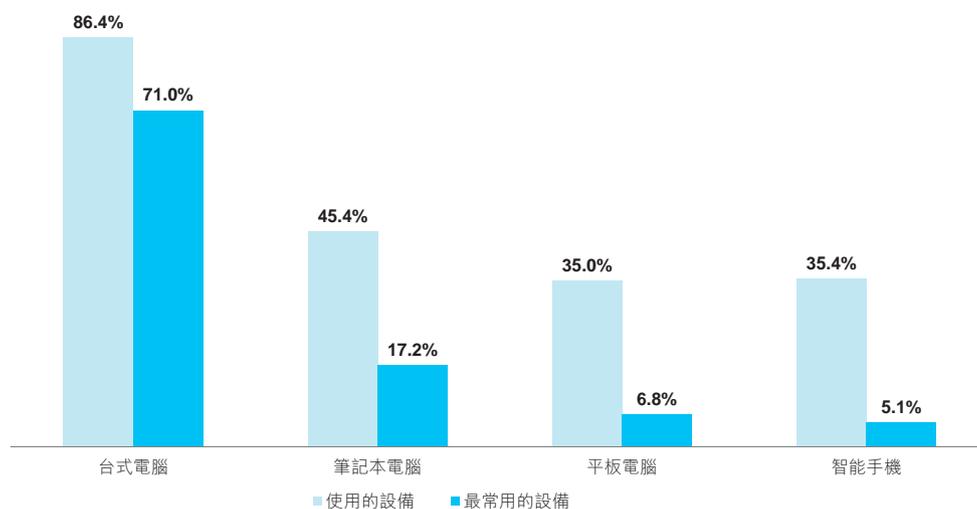


來源：艾瑞報告

如上所述，目前中國兒童上網花費的時間較多。根據艾瑞的調查，中國58%的兒童每週上網的時間超過5個小時，而16%的兒童每週上網的時間超過20個小時，每個兒童的平均每週上網時間為11.8個小時。

中國兒童的在線娛樂

中國兒童的在線娛樂活動主要包括玩網頁遊戲、聽音樂、聊天、看卡通片以及訪問論壇。根據艾瑞報告，在中國超過80%的兒童互聯網用戶玩網頁遊戲，相比之下，互聯網用戶總數（兒童及成人）中僅不足40%的互聯網用戶會玩網頁遊戲，使得網頁遊戲日漸成為中國兒童最受歡迎的在線娛樂活動。在中國，兒童玩網頁遊戲的首選設備為電腦，包括台式電腦和筆記本電腦，且超過88%的兒童玩網頁遊戲會優先選擇電腦。然而，移動設備也越來越受歡迎，在中國，超過一半以上的兒童網頁遊戲玩家有過在移動設備上玩網頁遊戲的經歷。下圖列示在中國兒童玩網頁遊戲使用的設備類型：



來源：艾瑞報告

根據艾瑞報告，於二零一二年，中國的兒童網頁遊戲用戶已達51.9百萬，佔兒童互聯網總人數的85.5%。到二零一六年，中國的兒童網頁遊戲用戶總數預期將增至74.0百萬，年複合增長率約為9.3%。下圖載列二零零八年至二零一六年中國的兒童網頁遊戲用戶人數：



來源：艾瑞報告

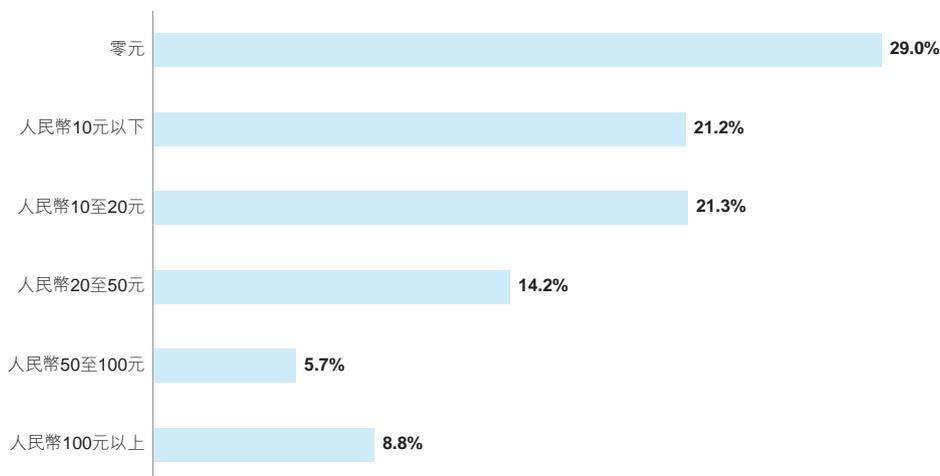
行業概覽

根據艾瑞報告，於二零一三年，中國的兒童網頁遊戲市場規模已達約人民幣11億元，預期到二零一六年增至人民幣20億元，年複合增長率為22.1%。下圖載列二零零八年至二零一六年中國的兒童網頁遊戲市場規模：



來源：艾瑞報告

在中國，大多數的兒童網頁遊戲用戶願意在他們玩的網頁遊戲上花錢，其中近半數每月消費超過人民幣10元，包括8.8%的用戶願意每月消費超過人民幣100元。下圖載列兒童網頁遊戲用戶在網頁遊戲上的支出金額：



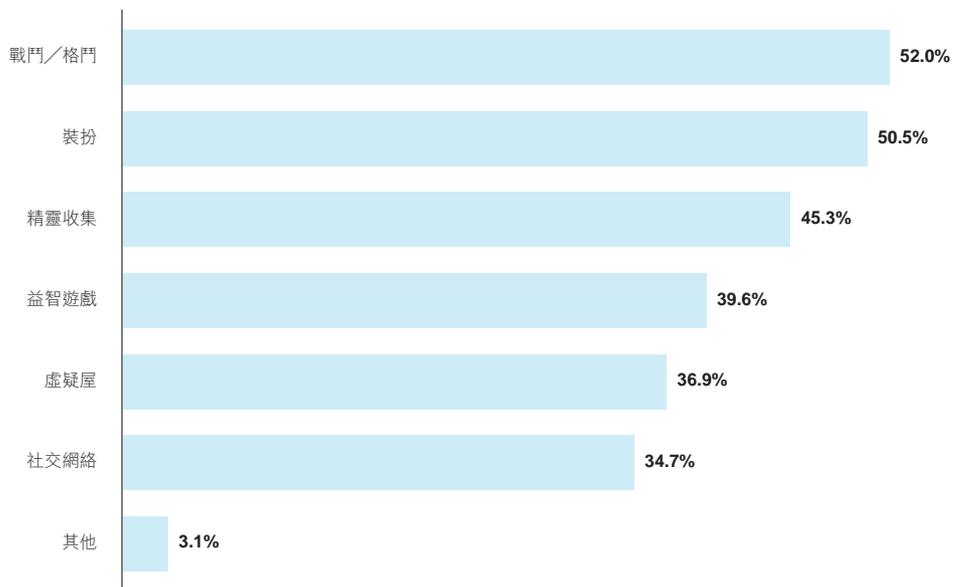
來源：艾瑞報告

行業概覽

中國的兒童網頁遊戲行業乃由百奧、淘米及騰訊主導。根據艾瑞報告，於二零一三年，按收入計，上述三家公司的市場份額為68.9%。百奧是行業領導者，按收入計佔40.3%的市場份額。根據艾瑞報告，按百度搜索指數計，商業化運作的五個百奧虛擬世界於二零一三年全年穩居中國最受兒童歡迎網頁遊戲前12名。

百度搜索指數排名	名稱	公司
1	洛克王國	騰訊
2	賽爾號	淘米
3	奧比島	百奧
4	奧拉星	百奧
5	奧奇傳說	百奧
6	機甲旋風	騰訊
7	摩爾莊園	淘米
8	龍鬥士	百奧
9	花仙子	淘米
10	功夫派	淘米
11	奧雅之光	百奧
12	神將世界	忍者貓工作室

兒童網頁遊戲包含用戶喜愛的各種元素。下圖載列兒童在網頁遊戲中偏愛的遊戲元素：



來源：艾瑞報告

中國的兒童在線教育

中國的家庭歷來重視教育，且在子女的教育上投入頗大。根據艾瑞報告，於二零一二年，中國家庭在子女教育方面的支出佔家庭子女總支出的20%以上。然而，傳統的教育服務易受地域限制且難以標準化和複製，而在線教育不會面臨該等挑戰，因此在線教育服務更易於擴展及獲取。

根據艾瑞進行的調查，51%的兒童對在線教育表現出濃厚的興趣，且另有27%表示有興趣。此外，在線教育已得到中國父母的支持和認可，據艾瑞調查顯示，超過75%的受訪家長支持在線教育且願意在這方面有所投入。然而，中國的在線教育服務行業目前僅處於起步階段，於二零一二年只有不到2.0%的幼兒園到高中學生(K-12)曾接受過在線教育服務。根據艾瑞報告，於二零一二年，中國的在線幼兒園到高中學生(K-12)教育市場規模已達人民幣32億元，預計到二零一六年將增至人民幣45億元，年複合增長率為9%，此顯示從線下教育到線上教育支出的不斷轉變。然而，艾瑞估計，於二零一六年僅有約2.7%的幼兒園到高中學生(K-12)會選擇在線教育服務，此表明該行業未來仍具有巨大的增長空間。下圖載列中國的幼兒園到高中學生(K-12)在線教育市場規模：



來源：艾瑞報告