

概覽

基於市場佔有率⁽¹⁾，本集團為中國一家主要軟件開發、分銷及服務供應商。集團利用本身一應俱全的軟件開發平台提供種類繁多的創新娛樂及應用軟件。本集團相信其擁有中國陣容最龐大的內部娛樂及應用軟件研發隊伍之一，專注娛樂及應用軟件的開發，截至二零零七年八月三十一日共有997位研發人員。本集團自行研發大部分娛樂軟件及幾乎所有應用軟件產品。

本集團的產品開發及支援營運部門專注於提升集團顧客的用家體驗上。本集團亦已逐漸利用互聯網作為推廣與分銷本集團多種現有和新推軟件產品的有效而相對安全的渠道。雖然本集團的用戶主要在中國境內，但本集團亦在越南、台灣、馬來西亞及新加坡發售若干娛樂軟件產品，以及於日本、香港、台灣、澳門及越南發售部分應用軟件產品。

本集團的娛樂軟件產品組合目前包括多款 MMORPG，MMORPG 讓數以千計用家通過個人化的代入角色進行線上互動。本集團擁有在中國市場成功開發廣受歡迎的娛樂軟件的往績。一九九六年集團率先在中國推出最早由國內製作的個人電腦遊戲之一，並於二零零三年推出集團首個網絡遊戲。本集團目前發售三種自行研發的 MMORPG 和兩種取得特許權的 MMORPG 產品。本集團的內部研發團隊現正開發另外六種 MMORPG 以及一款休閒遊戲。本集團研發小組的研發重點為具有以能迎合中國市場的文化主題為中心內容的網絡遊戲，和推出可供用家購買的新虛擬物件及增值服務，以提升用家的玩機感受。集團的 MMORPG (包括本集團向第三方取得特許權的 MMORPG 和集團開發並授出海外特許權的 MMORPG) 在截至二零零七年六月三十日止三個月錄得每日平均最高同步用戶人數491,757人，及每月平均付費用戶約110萬人。

本集團在二零零五年一月舉行的首屆中國遊戲產業年會⁽²⁾上獲得「十佳遊戲開發商」和「十佳遊戲運營商」兩個獎項。該會議由中國新聞出版總署發起。於二零零六年，金山毒霸獲國家質量監督檢驗檢疫總局頒發「中國名牌」獎項⁽³⁾，並獲《PC Magazine》頒發「中國年度最佳產品」獎。⁽⁴⁾本集團其中兩種內部開發的 MMORPG 亦於二零零六年度中國遊戲產業年會上當選二零零六年度十大最受歡迎的民族網絡遊戲。

(1) 根據 IDC 的資料，本集團為二零零五年亞洲(日本除外)安全管理產品的十大暢銷企業之一，而以網絡遊戲訂戶收入計，本集團為中國第四大網絡遊戲服務供應商。此外，根據賽迪顧問的報告，於二零零六年 WPS 辦公軟件在中國辦公應用軟件產品類別高踞次席，而金山詞霸穩佔首席。本集團的軟件開發亦獲中國政府多個獎項，而根據 iResearch Consulting Group 於二零零六年發表的中國網絡遊戲研究報告，本集團於中國網絡遊戲市場位列第七。

(2) 中國遊戲產業年會為每年一度的業界會議，得獎者是根據與會者投票選出。

(3) 任何公司只要達致若干最低要求(例如出口銷售額、客戶服務和技術水平)均可向國家質量監督檢驗檢疫總局的地方當局申請頒發「中國名牌」。地方當局其後會把符合最低要求的申請人的申請呈上國家質量監督檢驗檢疫總局，該局將通過自身分析及向公眾諮詢以選出最終獲頒該稱號的公司。該稱號之下共設92個產品分類，在防毒類別共有三家獲提名公司。

(4) 《PC Magazine》是一份專為信息科技專業人士提供最新硬碟機及軟件評論和預覽的電腦刊物。該刊物每年舉辦「中國年度最佳產品」頒獎活動，得獎者由編輯根據產品效能、科技、功能及市場反應選出。

由本集團自行研發的應用軟件產品包括金山毒霸、金山詞霸和 WPS 辦公軟件。金山毒霸是一個保安內容管理產品，亦是中國的主要國內開發保安軟件品牌之一。⁽¹⁾金山詞霸是中國最普及的詞典軟件產品。WPS 辦公軟件提供文書處理、表格及演示功能，乃中國的主要國內開發辦公應用軟件產品；其前身 WPS 1.0早於一九八九年推出，是其中一種最先在中國國內可採用的中文文書處理軟件產品。截至二零零七年六月三十日止三個月，訂購本集團金山毒霸線上服務的付費用戶每日平均人數約為530萬人。

本集團在中國通過線上和線下分銷渠道向個人顧客、企業組織和政府機構銷售金山毒霸和金山詞霸。本集團亦將這等產品銷售予原設備製造商，讓廠商把有關軟件與其製造的個人電腦在中國及國外網綁出售。WPS 辦公軟件透過銷售代理和直銷售予中國政府機構及企業，個人用戶亦可透過互聯網下載。根據賽迪顧問撰寫的市場研究報告，於二零零六年，金山詞霸在中國詞典軟件市場佔有率達92.8%，而WPS辦公軟件在中國辦公應用軟件市場的佔有率，以政府機構和企業、私人企業及個人用戶的銷售量計，分別為36.2%、17.2%及8.7%。

二零零六年本集團來自娛樂及應用軟件業務的收入分別為人民幣215,400,000元及人民幣98,400,000元，佔本集團總收入分別達68.1%及31.1%。集團於往績記錄期間取得顯著的收入和盈利增長。集團收入從二零零四年的人民幣112,000,000元，增至二零零五年人民幣215,200,000元及二零零六年人民幣316,400,000元，相當於複合年增長率68.1%。本集團股權持有人應佔溢利淨額從二零零四年約人民幣3,800,000元，增至二零零五年35,700,000元及二零零六年人民幣99,500,000元，相當於複合年增長率413.0%。

本集團的競爭實力

本集團的競爭實力包括：

- **強大的內部研發能力：**本集團擁有深厚的研發傳統。本集團相信，其研發能力是其在中國娛樂及應用軟件行業的核心強項和重要競爭優勢。本集團絕大部分應用軟件和多數娛樂軟件均由集團自身的研發小組開發而成。本集團相信其已建立中國其中一支陣容最龐大的自設娛樂及應用軟件研發隊伍，專注娛樂及應用軟件業務。截至二零零七年八月三十一日，共有997位研發人員。

本集團自行開發軟件產品的實力為集團帶來多種重大得益，包括：

- 能夠針對國內用戶的喜好量身打造集團的產品，使產品能迎合中國市場需求；

(1) 根據 IDC 的報告，本集團為二零零五年亞洲（日本除外）保安內容管理軟件的十大暢銷企業之一，本集團的金山毒霸軟件亦曾獲多個獎項。

- 較我們的競爭對手需從第三方取得特許技術和遊戲內容，享有重大成本優勢；
 - 能靈活地設計產品，讓產品能輕易透過網絡分發，此舉有助減少盜版情況、降低分銷成本，並讓集團用戶易於購買；
 - 能控制關於定時升級和改良版本的開發和推出，藉以吸引新用戶和挽留現有用戶；及
 - 能同時展開和執行多個不同的大型開發計劃，讓本集團能夠捉緊市場機遇迅速開發和推出新產品。
- **產品組合多元化**：本集團建立了一個多元化的產品組合，現時提供五種網絡遊戲以及一種應用軟件產品套裝(包括互聯網保安、詞典和辦公應用軟件產品)。本集團在推出新娛樂及應用軟件產品方面保持活躍，新推出產品例如有最新立體畫面遊戲以及主力應用軟件產品的新版本。集團多元化的娛樂及應用軟件產品組合使集團在各個業務單元均享有協同效益，藉此可提升其整體增長和營運效率。本集團多元化的收入基礎亦有助減低對任何特定產品的倚賴，並且相信此多元化方針日後將繼續推動收入可持續增長。
- **基礎穩固的線上業務模型**：本集團具備基礎穩固的線上業務模型，使集團的效率得以提升及用戶覆蓋更廣闊。本集團的收入其中主要部分來自互聯網上分銷的產品。本集團正不斷增加利用互聯網直接推廣和分銷其娛樂和應用軟件產品。集團旗下多個自設網站(包括 www.kingsoft.com) 提供分銷軟件產品的有效平台，亦提供有效渠道在全線產品發揮集團品牌名稱的作用。此線上模式為本集團連繫其網絡遊戲用家及各種應用軟件產品的用戶提供一個高效率而且具成本效益的方法，減省分銷成本並減低應用軟件產品遭非法複製的情況。再者，線上模式亦為本集團提供客戶管理的整合線上方案，使集團更有效監控和分析用家行為、獲取反饋，並可向整體用戶群銷售其娛樂和應用軟件產品。
- **經驗證的整合遊戲開發、運作和分銷能力**：本集團自二零零三年十二月正式推出其首個網絡遊戲「劍俠情緣」以來，已迅速建立其娛樂軟件業務並成為中國業界的龍頭企業。本集團的網絡遊戲業務採納一個全面整合的業務模式，掌握了價值鏈的多數環節。集團是一名網絡遊戲開發商和營運商，亦通過互聯網向用戶分銷遊戲點數。此整合業務形式讓本集團能依據用戶不斷改變的需求和喜好開發產品和升級元素。舉例而言，負責監察集團旗下遊戲的績效和用戶滿意度的本集團網絡遊戲運作團隊，在組織上與研發小組緊密聯繫。因此，集團的網絡遊戲運作團隊能為集團研發小組定期提供有關遊戲功能、用戶口味及使用模式趨勢和其他營運資訊的反饋。本集團整合的遊戲開發、運作和分銷能力，

讓集團能迅速回應用戶需要並提高挽留用戶比率及延長產品週期。這有助本集團的網絡遊戲從傳統的「付費即玩」收入模式轉型至新的「道具銷售」收入模式。

- **對中國軟件市場有深厚知識並為中國全國公認的知名品牌：**本集團在過去約二十年積累了對中國軟件市場的深入認識，本集團的品牌「金山」為全國知名度甚廣的軟件品牌名稱。集團對國內市場的要求和喜好有深刻了解，這讓本集團可開發迎合國內用家需要的產品。集團的長遠營運記錄及多種產品的成功，為集團品牌在中國贏取廣泛知名度。於二零零六年，「金山」品牌獲國家質量監督檢驗檢疫總局給予「中國名牌」稱號，而集團其中兩種 MMORPG 亦入選十大最受歡迎的民族網絡遊戲。此外，金山毒霸於二零零六年獲《PC Magazine》頒發「中國年度最佳產品」獎。本集團相信，其豐富的行業經驗及全國公認的品牌名稱，大大增強了集團在中國開發、行銷和推廣其娛樂及應用軟件產品的能力。
- **資深而富創意的管理團隊：**本公司執行董事兼董事長求伯君，及本公司董事、首席執行官、技術總監和副董事長雷軍，均為中國信息科技業界德高望重的人物。兩人同於本公司服務超過十五年。他們以軟件程式編寫員的工作開展事業，其中求伯君開發出 WPS 1.0，此乃中國最早的中文文書處理軟件程式；雷軍原先為中國最大的書籍、音樂、錄像和 DVD 線上零售商卓越網 (Joyo.com) 的主席，該公司於二零零四年售予 Amazon.com。求伯君和雷軍亦在二零零五年一月舉行的首屆中國遊戲產業年會上同時當選中國遊戲產業十位最具影響力人物。於二零零六年，雷軍獲中國互聯網協會 (一個普及的信息科技資訊及交易網絡平台) 選為中國遊戲產業最具影響力人物及中國百大信息科技企業家。憑藉本身於娛樂和應用軟件業務的廣博知識及經驗，集團管理團隊能夠因應用戶需求和喜好轉變迅速制訂並執行策略。

本集團的戰略

本集團的戰略是增強其作為中國主要娛樂及應用軟件開發商、營運商和分銷商的地位，以及擴展於部分海外市場的影響力。本集團的業務策略包含以下幾個主要元素：

- **繼續加強內部研發能力：**由於研發為公司戰略的基石，本集團有意繼續大力投資於此範疇。本集團擬增強內部研發能力，並專注產品開發和創新，以有效回應用戶需求和喜好。本集團計劃擴充其研發隊伍，並確保有足夠具備多門知識的研發人員，以支援集團的娛樂及應用軟件發展項目。
- **進一步利用互聯網行銷、銷售及分銷產品：**本集團的一體化網上行銷、銷售及分銷業務模型亦將為集團增長策略的核心部分。本集團的娛樂及應用軟件產品現已可在網上銷售。

集團擬繼續利用互聯網作為行銷、銷售及分銷產品的平台。有關計劃包括與互聯網內容供應商及網站營運商訂立廣告及分銷安排，及提高金山營運的網站在用戶群的知名度，藉此增加透過互聯網直銷的數量和金額。集團將繼續開發能隨時透過互聯網下載的軟件產品。本集團相信其線上業務模式將可令集團的營運效率大為提升，擴闊其用戶範圍，並於娛樂及應用軟件用戶基礎之間產生協同效益及交互銷售商機。

- **以把握中國增長機遇為重點：**本集團相信，中國娛樂和應用軟件市場均有進一步增長的空間，而集團將繼續通過深化和擴大其產品和服務組合，全力抓緊中國的增長機遇。集團擬透過繼續主力進行研發，恆常有序地推出各類型新遊戲(包括武俠和歷史題材遊戲及卡通風格遊戲)，鞏固及加強我們作為中國頂尖網絡遊戲開發商和營運商之一的競爭地位。本集團目前有六種全新 MMORPG 及一種休閒遊戲正在開發中。集團亦有意藉擴展應用軟件業務推動未來增長。本集團相信，旗下各個應用軟件產品的中國市場將會繼續顯著增長。集團擬緊貼不斷演變的中國市場，繼續善用其內部研發能力為用戶開發出創新的新產品和服務。
- **有選擇地拓展和涉足若干海外市場：**本集團擬挑選若干海外市場進行拓展並提升在該等市場的位置。本集團已成功在越南、台灣、新加坡及馬來西亞批出若干網絡遊戲的特許權，並在日本發售及分銷金山毒霸和 WPS 辦公軟件。集團有意藉推出廣受歡迎的新軟件產品，在需要時亦會另外物色富經驗而可靠的當地合作夥伴及分銷商協助集團執行計劃，以進一步開拓有關市場。本集團亦有意涉足其他在亞洲的經選定海外市場，爭取這些市場的商機。集團的產品及服務在該等市場具競爭力，並能迎合用家的需要；而集團亦能找到有助我們進入該等市場的合適地方夥伴合作。本集團可藉與海外公司成立合營企業或對海外公司進行股本投資以達致此目標。當集團在該等新市場推出產品時，能夠利用於中國市場的經驗推測用戶的需要。集團相信，應用軟件業務於海外市場的增長加上授出其網絡遊戲的海外特許權，可讓本集團建立其品牌的國際知名度。

本集團的產品及服務

本集團根據兩大類產品及服務系列構建其業務：娛樂軟件(主要為 MMORPG)及應用軟件(包括互聯網保安、詞典和辦公應用軟件)。

娛樂軟件

MMORPG

MMORPG 創建一個可讓數以千計用家進行互動的虛擬環境。本集團的遊戲有多種類型的影像設計，包括寫實和卡通風格動畫。集團的眾多遊戲均以古代中國為背景，題材亦融入中國古典文學和神話故事。本集團的 MMORPG 較常見的特色如下：

- 用戶可選取並繼續擔當遊戲中的特定角色人物，每個人物各有不同的能力和弱點；
- 每一個遊戲角色均可賺取經驗值和搜集若干遊戲功能，例如武器、服裝和能量，從而增加該角色的等級地位，並在過程中建立獨一無二的遊戲身份；
- 遊戲功能可在遊戲中「交易」或「出售」，遊戲角色亦可參與具現實意義的社交體驗，例如與其他用戶建立師徒或夫妻關係、加入商會、結社，以及透過集團的即時信息服務及網絡聊天室溝通；及
- 遊戲不會有勝負，亦無預先設定結局或終極目標。

本集團現時共提供五種 MMORPG，包括三種自行開發的 MMORPG 和兩種本集團向第三方取得特許權的 MMORPG：

遊戲	概述	正式推出	遊戲來源	收入模式	市場
劍俠情緣	劍俠情緣系列的初篇。劍俠情緣以古代中國劍客傳說為藍本，在一個龐大的群體環境內讓用戶完成個人的追尋和歷險旅程	二零零三年十二月	內部開發	付費即玩及道具銷售	中國、台灣、新加坡、馬來西亞和越南
封神榜	封神榜系列的初篇。以古典中國神話故事為藍本，封神榜讓用戶建構和投入在不斷演變中的國度歷史	二零零五年一月	內部開發	付費即玩及道具銷售	中國、台灣和越南
劍俠情緣II	劍俠情緣原初系列的續篇，提供遊戲角色的改良3D影像畫面。劍俠情緣II以古代中國劍客傳說為藍本，讓用戶結成最多十五人的團隊去完成複雜的任務和歷險旅程	二零零五年十一月	內部開發	付費即玩及道具銷售	中國、台灣、新加坡、馬來西亞和越南

業 務

遊戲	概述	正式推出	遊戲來源	收入模式	市場
仙侶奇緣II	以古典中國神話故事為藍本的奇幻遊戲，讓用戶在用戶自建社區內進行互動	二零零六年七月	特許	道具銷售	中國
水滸Q傳	以北宋朝代「一百零八條好漢」傳奇為藍本的卡通風格遊戲，內容包含網絡社區之間緊湊的多回合競賽	二零零六年十月	特許	道具銷售	中國

本集團內部正在開發六種全新 MMORPG，大部分預計會在二零零八年年底前每隔一段時間接續推出：

遊戲	概述	狀況	預計正式推出時間 ⁽¹⁾
春秋Q傳	以春秋時代戰爭故事為藍本的卡通風格遊戲，讓用戶投入不斷演變的社群中	公測中	二零零七年第四季
劍俠世界	原劍俠情緣系列的外篇，以古代中國劍客傳說為藍本創作的全新虛擬世界。劍俠世界讓用戶在虛擬世界內對戰和征服領土	開發中	二零零八年上半年
封神榜II	原封神榜系列的續篇。封神榜II讓用戶建構和投入在不斷演變中的國度歷史，並提供跨伺服器群組的國度對戰。此遊戲亦會包含多項嶄新元素，例如魔法武器和盔甲	開發中	二零零八年上半年

遊戲	概述	狀況	預計正式推出時間 ⁽¹⁾
鐵血三國誌	以中國歷史中三國時代的戰爭故事為藍本的歷險遊戲。鐵血三國誌讓用戶於一段時間內在遊戲環境下不斷發展並鍛練角色。	開發中	二零零八年下半年
劍俠情緣 III	原劍俠情緣系列的第三篇，提供全3D影像畫面。劍俠情緣III以特定武俠傳奇故事為藍本，並會包含多項嶄新元素以提升用戶的經驗值	開發中	二零零九年
SA II ⁽²⁾	採納全3D影像畫面和提供線上社群之間緊湊的對戰回合的卡通風格遊戲	開發中	二零零九年

(1) 以上所列 MMORPG 的預計正式推出時間是董事的誠實估計，根據董事現時所信及假設以及本集團現有可得的資料而作出。

(2) 華義已將四個中國註冊商標轉讓予本集團，而本集團擬於旗下的 MMORPG 「SA II」使用該等商標。然而，該等商標現正遭受第三方的反對。由於該等引發爭議的商標出自華義一個頗受歡迎的網絡遊戲的名稱，因此具有一定知名度。本集團尚未使用亦無意使用該等引發爭議的商標，直至爭議解決而其結果有利本集團為止。假如未能在該 MMORPG 推出市場前解決該等商標的糾紛，本公司董事將很可能改用另一名稱。本公司董事確認，除有關建議用於 MMORPG 「SA II」的商標糾紛外，他們並不知悉有任何涉及 MMORPG「SA II」的其他知識產權相關糾紛或潛在糾紛，包括其設計和內容。

本集團於二零零六年一月一日與華義訂立協議，據此本集團獲授獨家永續特許權在全世界(台灣除外)運作「鐵血三國誌」。根據於二零零七年五月三十一日及二零零七年七月一日訂立的補充協議，本集團與華義同意調整特許權費的計算方法，由按每月平均最高同步用戶人數改為按每月經營收入計算，並協定共同擁有此遊戲於二零零七年七月一日前既有的所有相關知識財產權(「知識產權」)，而於二零零七年七月一日後開發的「鐵血三國誌」相關知識產權將由本集團擁有，惟台灣除外。在台灣，於二零零七年七月一日後開發有關此遊戲的知識產權將由華義擁有。華義只有在經本集團同意下方可於台灣以外使用有關「鐵血三國誌」的知識產權，而本集團有權在台灣以外任何國家使用知識產權。

本集團亦投資廣州金山，集團擁有其中40%股本權益，其餘60%股本權益由徐波(資深中文網絡遊戲設計員，因作為網易「大話西遊」遊戲的主策劃人而在業界享負盛名)擁有。徐波亦負責廣州金山的日常運作管理。根據徐波與北京數字娛樂於二零零六年四月四日簽訂的合作協議，徐波需於合作協議日期後三十六個月內，為集團的設計員提供定期培訓課程，並對

集團現有 MMORPG 給予技術意見，而本集團於合作協議日期後四十八個月內對廣州金山開發的任何知識產權均享有優先權。廣州金山現時正開發多種中等複雜程度而且相比集團現有 MMORPG 產品需要用戶投入較少時間的 MMORPG。當該等遊戲推出後，本集團預料會進一步擴闊其遊戲產品組合迎合網絡遊戲用戶的範圍。

用戶如要在家庭電腦參與本集團的 MMORPG，必須安裝適用於該種 MMORPG 的客戶端軟件，該軟件可從本集團的多個網站以及多個夥伴網站下載。用戶亦可在某些軟件和網絡遊戲門店以象徵式費用購買套裝遊戲軟件。

休閒遊戲

休閒遊戲一般為分節進行，即遊戲會於短時間內進行至結局。此類遊戲通常亦較 MMORPG 簡單和易玩。大體而言，休閒遊戲只容許少於十個用戶進行線上互動。

本集團現正開發其休閒遊戲，開發工作由大連金山的工作室負責，並包括一款3D圖像的第一人射擊遊戲。本集團相信，休閒遊戲將與集團現有產品組合發揮互補作用，並可提供一般不會在 MMORPG 獲得的若干得益和機會，例如：

- 讓經驗較淺的網絡遊戲用戶在毋須投放大量時間和資源下，有機會熟習遊戲的進行以及網絡遊戲文化；及
- 與 MMORPG 比較，參與休閒遊戲需要的時間較短，及對用戶長時間專注的要求較低，故極為適合在家中進行。

移動電話遊戲

本集團亦有小部分收入來自移動電話遊戲，包括由本集團開發的「劍俠情緣」及「封神榜」移動電話版本，以及由本集團代其他開發商營運的移動電話遊戲。來自移動電話遊戲的收入分別佔本集團二零零五年及二零零六年總收入0.4%及0.3%。本集團並無計劃投入移動電話遊戲的研發活動，亦不預期移動電話遊戲將來會為本集團貢獻重大收入。

以下載列本集團的遊戲產品於呈列期間的若干營運數據：

	截至以下日期止三個月													
	二零零四年		二零零四年		二零零五年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	十二月三十一日	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	十二月三十一日	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	十二月三十一日	三月三十一日	六月三十日
中國：														
劍俠情緣														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	69,797	79,040	87,194	103,339	66,121	75,784	73,770	68,319	55,377	52,752	72,691	80,005	81,533	71,228
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	529,252	442,860	398,946	320,905	268,632	243,351	159,685	190,363	177,961	151,962
劍俠情緣II														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	—	—	—	—	—	—	—	144,077	133,218	127,385	88,680	77,938	76,815	116,678
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	480,985	330,229	358,192	311,283	312,382	299,729	335,337
水滸O傳														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	141,288	108,755	80,589
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	148,963	171,730	132,816
封神榜														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	—	—	—	—	91,822	70,446	51,863	30,197	23,297	16,600	12,949	11,656	17,678	21,974
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	415,403	336,237	250,688	190,366	139,987	101,266	90,048	77,501	64,992	65,262
仙侶奇緣II														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	14,989	17,281
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7,740	9,231
中國百寶MMORPG小計														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	69,797	79,040	87,194	103,339	157,942	146,230	125,633	242,593	211,891	211,727	217,800	334,989	302,062	305,575
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	994,655	779,097	649,634	992,256	738,948	702,809	573,791	736,990	724,153	694,609
每付費用戶每月平均收入(人民幣) ⁽³⁾	—	—	—	—	10	15	14	11	24	18	18	23	29	38
海外遊戲特許權														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	—	—	—	19,306	16,185	11,614	60,384	79,640	112,637	185,820	240,599	218,907	206,126	186,181
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	317,180	411,688	512,842	435,229	472,503	441,588
每付費用戶每月平均收入(人民幣) ⁽³⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	7	7	8	9	10	12
全部總計														
每日平均最高同步用戶人數 ⁽¹⁾	69,797	79,040	87,194	122,645	174,128	157,844	186,017	322,233	324,529	397,547	458,398	533,897	508,188	491,757
每月平均付費用戶人數 ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	1,056,028	1,114,028	1,086,633	1,172,219	1,196,656	1,136,197
每付費用戶每月平均收入(人民幣) ⁽³⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	19 ⁽⁴⁾	14	13	18	22	28

- (1) 計算某種遊戲的每日平均最高同步用戶人數時，本集團確定每十或十五分鐘間隔登入遊戲的用戶人數，該時段的最高用戶人數即代表其高峰時段用戶人數。高峰時段用戶人數會整月平均計算，以確定該月的高峰時段平均用戶人數。
- (2) 量度而言，集團會確定在一個月內最少登入一次並有遊戲點數的特定用戶賬戶平均數目；而就道具銷售而言，集團會確定在一個月內最少購買一種遊戲世界內道具並有遊戲點數的特定用戶賬戶平均數目。就部分已授予海外特許權的遊戲而言，獲特許營運商未能提供上述營運數據。因上，本集團採用已收費用戶賬戶數目來確定付費用戶人數。
- (3) 本集團於某期間的每月平均收入以集團在該期間的收入除以該期間的總月數計算。本集團的每付費用戶每月平均收入以集團的每月平均收入除以每月平均付費用戶人數計算。
- (4) 包括於截至二零零六年三月三十一日止三個月確認及有關二零零四年度及二零零五年度的已收收入約人民幣19,500,000元。沒收收入指就已到期的預付遊戲點數確認的收入。倘撇除該筆沒收收入，本集團於該期間的經調整每付費用戶每月平均收入應為人民幣15元。於其後季度的沒收收入的影響相對輕微。

應用軟件

本集團發售多種為企業及個人用戶而設的應用軟件，包括互聯網保安、詞典及辦公應用軟件。

互聯網保安軟件

本集團的互聯網保安軟件主力產品金山毒霸為中國國內研製的主要互聯網保安軟件產品之一。金山毒霸提供一個容易使用的單一平台，其上集合了多種保護內容管理功能，如防殺病毒、防殺間諜軟件及垃圾郵件過濾。該軟件可用於：(1)防範、掃描並清除超過397,000種保安威脅(如病毒)；(2)從電腦記憶體中清除間諜軟件和木馬程式，保護用戶系統；及(3)阻截網絡釣魚網站和電郵，以防個人資料盜竊。本集團設立金山毒霸的專屬網站 www.duba.net，其提供線上客戶服務、發放有關金山毒霸的資料，及讓用戶下載金山毒霸並就互聯網安全的多個題目與其他用戶交流。由於該網站能吸引大量瀏覽者和用戶，因而有助提高金山毒霸軟件及本集團其他產品及服務在消費者群的知名度，及帶來交互銷售和賺取網絡廣告收益的機會。

詞典軟件

本集團的主力詞典軟件是金山詞霸，為中國主要的多語言詞典軟件。本集團通常會每年推出該軟件的新版本，其最新版 — 金山詞霸2007 — 結集約150部詞典，包括具普遍權威的詞典如《美國傳統詞典》和《現代英漢綜合大詞典》，以及科學和技術詞彙詞典。本集團與詞典版權擁有人訂立為期五至十年的特許權協議，代價為一筆固定費用或固定費用另加使用有關特許產品所得收入的20%至30%的定期著作權費用。此等協議之條款因情況而異，並於本集團每次訂立協議前商討。其金山詞霸「全文字搜索」功能支援約二億六千萬個輸入單字或短句的全面搜尋。此軟件亦包含「文字朗讀」語音技術，提供接近真人發音素質的生字發音，幫助用戶改善發音技巧。於二零零六年八月，本集團亦推出金山詞霸企業版，以私營和政府企業為客戶對象。

於二零零五年十二月，本集團設立一個網絡英語學習社區「愛詞霸」，網址為 www.iciba.com。這個英語網站社區讓用戶可就多個英語相關題目與其他註冊用戶交流，並可在該網站購買金山詞霸、免費下載詞霸豆豆軟件(其功能和輸入字庫較金山詞霸少)，和使用金山詞霸網絡簡化版。由於該線上學習社區能吸引大批用戶，因而有助提高金山詞霸軟件及本集團其他產品及服務在消費者群的知名度，及帶來交互銷售和賺取網絡廣告收益的機會。根據二零零七年一月一日至二零零七年六月三十日期間的統計資料，www.iciba.com 的每日平均瀏覽版面次數約為六百萬次。根據賽迪顧問編製的市場研究報告，於二零零六年，本集團的金山詞霸於中國詞典軟件市場的佔有率為92.8%。

辦公應用軟件

本集團的辦公應用軟件 WPS 辦公軟件是中國主要的國內自行開發辦公應用軟件品牌。此辦公套裝軟件具備三大功能，即文書處理、表格及演示，並能兼容微軟的辦公室軟件。由於該軟件是由本集團自行設計及自行編寫源碼的，故集團並無部分競爭對手所擁有的同等程度前版本遺留源碼。因此，WPS 辦公軟件的佔用空間只有約20至80百萬位元，遠小於其他同類產品，因而更容易下載。WPS 辦公軟件2005於二零零五年九月正式推出市場，並於二零零七年二月推出日語版。本集團亦於二零零七年八月推出最新版本 WPS 辦公軟件2007。該版本能兼容微軟 Office 2007 和 Windows™ Vista，並提供繁體和簡化漢字，英語、日語和越南語版本。根據賽迪顧問編製的市場研究報告，於二零零六年，以銷售量計，本集團WPS辦公軟件於中國的政府機關和企業、私人企業及個人用戶辦公應用軟件市場的佔有率，分別為36.2%、17.2%和8.7%。

以下載列本集團的應用軟件產品於呈列期間的部份營運統計數字：

	截至以下日期止三個月												
	二零零四年			二零零五年			二零零六年			二零零七年			
	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	三月三十一日	六月三十日	九月三十日	十二月三十一日	三月三十一日	六月三十日	
金山毒霸線上服務訂購 ¹⁾	—	—	—	—	34,967	168,255	327,903	628,761	1,141,613	1,914,048	2,922,546	3,965,540	5,324,747
每日平均付費用戶 ²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
金山毒霸零售	176,383	90,121	163,782	169,874	208,336	—	—	—	—	—	—	—	—
金山詞霸零售	16,860	66,173	26,320	18,042	40,981	33,953	33,708	25,482	23,495	17,329	26,056	21,409	13,448
企業應用軟件	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
已交付金山毒霸銷售訂單	60	142	123	188	119	173	238	109	104	208	311	224	291
已交付金山詞霸銷售訂單	100	80	180	237	171	203	329	337	313	458	456	366	420
已交付金山 WPS 辦公軟件銷售訂單	23	28	33	35	33	62	171	97	81	70	70	42	86
原設備製造 ³⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
已交付銷售訂單	86	96	98	79	64	—	—	—	—	—	—	—	—

(1) 金山毒霸線上服務訂購乃於二零零五年四月推出。

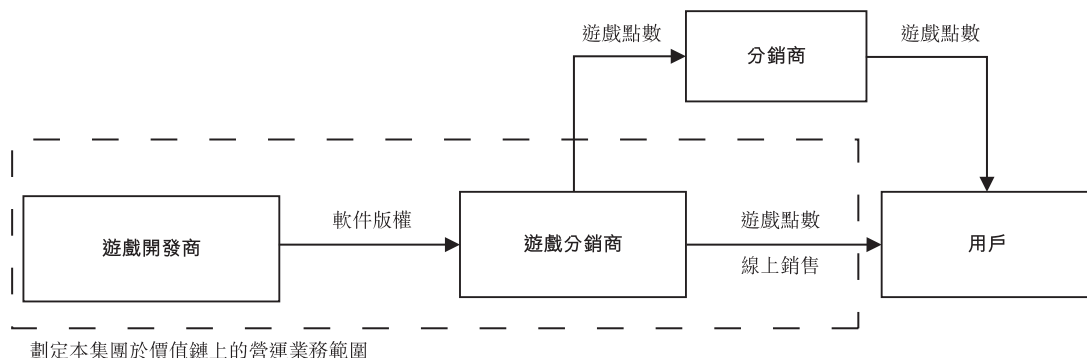
(2) 付費用戶即於有關期間對集團軟件相關服務的訂購已生效的該等用戶。

(3) 本集團向來均有銷售信息安全軟件予原設備製造客戶，並會在一段無明確指定期間內免費向此等用戶提供病毒定義更新（當及倘若有更新可供取用時）。授予免費病毒定義更新的做法於二零零五年四月停止，同時本集團正式公佈由二零零五年四月十八日開始只有付費訂戶方可獲得提供病毒定義更新。於二零零五年四月初售出的金山毒霸特許權數量已扣減退貨數字。

(4) 所售出的金山詞霸特許權數量已扣減退貨數字。

(5) 原設備製造銷售額大部分由金山毒霸產品和服務構成。自二零零五年四月起，活躍的原設備製造用戶已包括在金山毒霸線上服務的付費用戶資訊內。

本集團的娛樂軟件業務



遊戲開發

本集團共有五個遊戲設計工作室，分別位於珠海、北京、成都和大連。每個遊戲設計工作室均有不同重點，並會負責指定產品的整體研發和測試。本集團的遊戲設計工作室的分工如下：

- 珠海 — 劍俠遊戲，例如「劍俠情緣」系列；
- 北京（兩個工作室） — 神話故事遊戲，例如「封神榜」系列和「鐵血三國誌」遊戲；
- 成都 — 卡通風格遊戲，例如「春秋Q傳」；及
- 大連 — 休閒網絡遊戲。

本集團透過資深遊戲設計人員正規輪換計劃積極鼓勵遊戲設計工作室之間的知識分享。於二零零七年八月三十一日，本集團五個遊戲設計工作室約有570位員工。本集團的聯營公司廣州金山亦運作一個遊戲設計工作室，正開發以社區遊戲玩家為對象的多種 MMORPG。

本集團依循以下步驟開發其每個遊戲：

- 一個新遊戲計劃書必須得到初步市場研究的支持；
- 新遊戲計劃書將由評審委員會審閱，委員會成員包括管理層和參與新遊戲開發的主要員工；
- 待評審委員會批准新遊戲計劃書後，本集團將組成計劃小組製作一份新遊戲開發計劃；
- 根據新遊戲開發計劃，本集團的戰略和企劃人員將會發展遊戲故事及整體遊戲設計，集團的圖像設計人員將釐定新遊戲的風格，並設計遊戲角色和遊戲環境，而我們的程式編寫人員將開發伺服器端軟件和用戶端軟件；
- 待完成開發基礎遊戲架構後，會進行中期管理審閱；
- 待遊戲軟件大致開發完成，將交由用戶進行「封測」和「公測」測試；及

- 待完成測試後，遊戲會進行最後管理審閱，之後會正式推出市場。

在正式推出每種新 MMORPG 的預備過程中，本集團會讓該種遊戲接受一群選定用戶的「封測」，藉此清除任何技術問題。於進行「封測」期間，本集團亦會進行一個網絡遊戲行為分析，評估用戶於一段時間內經常參與該遊戲的可能性（稱為「用戶緊貼度」），並改良和增添若干遊戲功能以加強用戶緊貼度。「封測」一般為時兩個月至一年，視乎本集團的績效評估所得結果而定。緊隨「封測」之後是「公測」，通常為時約一至兩個月。「公測」期間本集團在一個開放環境下運作我們的遊戲並密切監視遊戲作業系統的表現、穩定性和平穩度。於「封測」和「公測」期間試玩該 MMORPG 的用戶可於有關 MMORPG 正式推出後繼續參與遊戲，並保留所有累積虛擬道具。

由評審委員會批准新遊戲計劃書到開始封測，整個 MMORPG 開發過程一般需時一到三年。當遊戲正式推出市場後，本集團仍會繼續對遊戲實施改良和提升功能。本集團相信這些改良和提升功能將有助於發展用戶對集團的遊戲、對用戶網絡社區，及最終對本集團的忠誠度。增加用戶忠誠度將可增加集團遊戲的耐玩度及產生收益潛力，並可讓集團以現有遊戲於公測階段交互銷售新遊戲。

營運管理

本集團的營運中心設於北京市，其員工均為資深營運管理人員。本集團另有一支獨立專責遊戲營運的管理隊伍，主管集團每種遊戲營運的內部協調工作。每個遊戲營運管理隊伍負責：

- 協調內部資源及與其他部門彼此呼應行動以確保遊戲的日常運作；
- 檢視產品質素、評估用戶滿意程度及監察與本集團競爭的遊戲的表現，並與集團研發部門利用該等資料以開發新遊戲及功能提升；
- 評估遊戲中的虛擬道具及增值服務的經濟含義；
- 於遊戲推出前進行遊戲層面的成本／回報分析及制訂營運計劃；及
- 編定新遊戲版本和功能提升的推出日期。

特許遊戲

本集團的網絡遊戲：「仙侶奇緣II」和「水滸Q傳」，分別根據二零零六年三月和六月訂立的特許協議由獨立第三方北京遊戲巔峰軟件有限責任公司和飛火石軟件(北京)有限公司授予特許使用權，特許權期間分別為36個月及42個月，重續期間則為12個月及24個月。本集團享有於中國經營此兩種遊戲的獨家權利。根據該等特許權，本集團亦有權毋須支付額外費用取

得為有關遊戲開發的功能更新、提升和改良。本集團的遊戲特許權亦要求授權人向集團提供遊戲的技術支援。

該兩種獲特許遊戲均使用道具銷售收入模式，其介紹載於下文「一收入模式」一節。本集團最初取得該等遊戲的特許權時，其遊戲主要仍採用付費即玩收入模式，集團以此作為汲取應用道具銷售收入模式經驗的一個符合成本效益的方法。本集團可能不時向獨立第三方開發商另外購買遊戲特許權，但集團預料其大部分娛樂軟件收入將來自內部開發遊戲。

海外特許權的授出

本集團亦授出內部開發遊戲的特許權，以於其他具有與中國相近文化背景的亞洲市場分銷該等遊戲。集團現時於越南、台灣、馬來西亞及新加坡訂立特許權安排。授予海外特許權的安排為集團賺取額外收入，並為增加其現有遊戲耐玩度一個極具價值的方法。

本集團在各個海外市場與當地夥伴合作，讓集團能借助它們在當地市場的專門知識，並可從它們靠近該等市場用戶的優勢中受惠，此點對於維持客戶服務質素尤其重要。本集團與海外特許權獲授人訂立特許權協議，該等特許權協議載有相似條款。根據該等特許權協議，特許權獲授人需要營運獲授權遊戲，提供客戶服務、銷售遊戲點數和其他相關產品，向本集團支付一次性的特許權費，並定期支付等同來自營運遊戲的收入某個百分比（介乎25%–35%）的專利權費。一次性專利權費乃根據管理層對各遊戲的受歡迎程度，以及特許權獲授人與本集團磋商釐訂。一次性特許權費一般會分期支付，而付款時間亦會視乎個別遊戲而有所不同，而專利權費一般則每月或每季支付。此外，本集團作為特許權授予人，需要向特許權獲授人提供有關獲授權遊戲的材料，包括但不限於標誌、設計和官方遊戲說明書，而特許權獲授人有權於廣告、宣傳材料和官方網站中使用有關材料。再者，如未經本集團書面同意，特許權獲授人概不能修改任何由本集團提供的材料，而獲授權遊戲的有關產品（包括但不限於遊戲點數）在當地市場發售的零售價均需由本集團批准方可。倘特許權獲授人要求，本集團會提供技術支援。該等特許權獲授人全部為獨立第三方。

越南

於二零零四年十一月，本集團與 VinaGame Joint Stock Company 訂立特許權協議，委任該公司為「劍俠情緣」在越南的代理；而於二零零六年第二季，本集團再委任該公司為「劍俠情緣II」及「封神榜」於越南的代理，各為期三年。本集團於二零零五年八月正式在越南推出「劍俠情緣」及於二零零七年三月推出「封神榜」。VinaGame Joint Stock Company 是越南的主要網絡遊戲營運商。

台灣

本集團於二零零四年五月及二零零五年十一月先後與智冠科技股份有限公司（「智冠科技」）訂立特許權協議，委任其作為本集團「劍俠情緣」和「劍俠情緣II」有關產品在台灣代理，

任期為從各網絡遊戲正式推出日期起計為期三年。本集團於二零零四年十一月及二零零六年三月分別在台灣正式推出「劍俠情緣」和「劍俠情緣II」。智冠科技股份有限公司是台灣的主要網絡遊戲開發商和營運商。本集團與智冠科技的特許權協議將於二零零七年十一月屆滿，集團計劃在期滿前與智冠科技重新磋商該特許權協議的條款。

於二零零六年二月，本集團亦與華義國際數位娛樂股份有限公司訂立特許權協議，委任其作為「封神榜」在台灣代理，為期三年。本集團於二零零六年六月在台灣正式推出「封神榜」。華義國際數位娛樂股份有限公司是台灣的主要網絡遊戲開發商和營運商。

本集團於二零零七年七月與茂為科技股份有限公司訂立特許權協議，委任該公司為「春秋Q傳」的台灣獨家代理，由該遊戲正式推出市場當日起計為期三年。

馬來西亞及新加坡

於二零零四年九月，本集團與 PUC Founder Technology SDN.BHD 訂立特許權協議，委任其作為「劍俠情緣」在馬來西亞及新加坡的代理，為期五年。本集團於二零零五年四月正式在該兩個國家推出「劍俠情緣」。於二零零六年十二月，本集團以 MyAge Software (M) SDN.BHD 取代 PUC Founder Technology SDN.BHD 成為「劍俠情緣」在馬來西亞及新加坡的代理。

於二零零五年十二月，本集團與 Game Flier (Malaysia) SDN.BHD 訂立特許權協議，委任其作為「劍俠情緣II」在馬來西亞及新加坡的代理，為期三年。本集團於二零零七年二月正式在該兩個國家推出「劍俠情緣II」。Game Flier 是智冠科技的附屬公司。

於二零零七年七月，本集團與 MyCNX Holdings (M) SDN. BHD. (「MyCNX」) 訂立一項許可證協議，以委任 MyCNX 為本集團代理，替本集團於新加坡及馬來西亞經營鐵血三國誌，由正式推出市場當起計為期三年。

柬埔寨

於二零零七年六月，本集團與 CIDC Information Technology Co., Ltd. 訂立一份特許權協議，委任後者為「劍俠情緣」在柬埔寨的代理，為期三年。CIDC 是柬埔寨的主要網絡遊戲營運商。本集團計劃於二零零八年在柬埔寨推出「劍俠情緣」。

收入模式

本集團的 MMORPG 採用兩種不同的收入模式。當集團於二零零三年進入網絡遊戲市場時，集團採納了傳統的付費即玩收入模式，此模式規定用戶需購買集團的預付遊戲點數，作為支付遊戲時間的費用。遊戲點數會按參與遊戲時間每小時扣減，或若干遊戲點數可讓用戶於特定日數內不限時間參與遊戲。在這個收入模式下，本集團一般根據遊戲的細緻複雜度及市場上與該遊戲競爭的同類遊戲的價格定價，並提供不同選擇以增加用戶的靈活性。

於二零零六年年初，因應中國網絡遊戲市場的收入模式轉移，本集團採納了道具銷售收入模式。在這個新收入模式下，用戶可免費投入本集團的 MMORPG，但可選擇購買遊戲世界內為提升用戶整體玩機體驗而設計的虛擬道具和增值服務。虛擬道具一般可分類為以下幾項：經驗點數(用戶可用作購買某遊戲角色在一段時間內的網絡遊戲經驗值以提升表現)；技巧道具(用作提升遊戲角色的武功或其他遊戲技術)；裝備(例如盔甲和兵器)；個人化道具(例如服裝和飾物，使遊戲角色的外形更個人化)。

本集團向第三方中國遊戲開發商取得特許權的網絡遊戲「仙侶奇緣II」，是集團首種採用道具銷售收入模式的遊戲。於二零零六年九月至二零零七年二月期間，集團將道具銷售收入模式分別引入「劍俠情緣」、「封神榜」和「劍俠情緣II」，該三種遊戲現在同時採用付費即玩和道具銷售收入模式。本集團取得特許權的全部遊戲均以單以道具銷售收入模式運作。本集團在實行道具銷售收入模式方面一直相當成功，主要由於集團的一體化網絡遊戲研發團隊人員與銷售及推廣人員合作無間，創造出迎合用戶口味和喜好的虛擬道具。由於道具銷售收入模式較有助於增加用戶登入次數並延長遊戲壽命，本集團預計日後集團推出的任何新遊戲亦會採使用道具銷售收入模式。

營 銷

本集團的網絡遊戲行銷策略重點已經從傳統的行銷方法(包括電視廣告和戶外廣告板)轉變為以互聯網為主力的網絡行銷方法，該方法以提升用戶體驗及集團用戶群的口碑傳揚為推廣集團遊戲的基礎。本集團採用多類型網絡行銷計劃和推廣活動，包括遊戲世界內活動、遊戲世界內推廣、公測等來吸引新用戶，以及透過集團的網絡遊戲網站如 www.xoyo.com 進行推廣。

另外，有部分網站擁有者及營運商已與本集團訂立交互推廣及銷售安排，集團為它們設立一個獎勵計劃，根據這個聯屬計劃，本集團會為通過該等網站的連結被引導至本集團的用戶，向網站擁有者及營運商支付佣金。

於二零零五年六月，本集團推出新的用戶招攬計劃，藉給予若干獎勵(通常為等同新用戶加入首三個月的遊戲支出價值若干百分比的現金獎賞或遊戲道具)，鼓勵集團現有用戶引介新用戶加入集團的遊戲。

本集團亦定期為用戶籌辦遊戲世界內的活動，這能夠鼓勵用戶之間虛擬社區的發展並提升用戶對遊戲的興趣。此外，本集團藉遊戲世界內活動向用戶介紹遊戲新功能，例如集團籌辦假期相關的遊戲世界內活動以向用戶推廣新功能及送出獎品。本集團亦籌辦特別活動，目的是鼓勵資深用戶成為新用戶的導師。此外，集團經常在我們的 MMORPG 遊戲環境中張貼公告推廣遊戲世界內的活動、遊戲新功能和和其他改良。本集團現時使用該等公告推廣展示公告的有關遊戲。未來，集團有意使用遊戲世界內公告進行遊戲交互宣傳。

本集團擬繼續透過在網吧投放廣告、於網吧或用家經常聚集的其他地點舉辦推廣活動如遊戲技巧大賽及聯歡會，進行網下行銷活動。本集團亦會有限度借助戶外廣告板及其他傳統行銷活動模式（例如電視廣告）推廣集團的遊戲。

銷售和分銷

本集團利用互聯網銷售和分銷網絡遊戲的遊戲點數以及應用軟件產品和服務（如下文所述）。作為此策略的一部分，本集團已推出金山「通行證」系統，讓用戶在一個統一資料庫內登記開設網絡遊戲及應用軟件使用賬戶。此模式有助精簡本集團的客戶服務，並增強集團在軟件產品用戶與網絡遊戲用戶之間交互銷售產品的能力。

本集團的MMORPG客戶軟件可於網吧取得，亦可讓用戶免費從集團網站（www.kingsoft.com）、集團為旗下每種遊戲設立的網站或本集團的互聯網站夥伴網絡（例如www.17173.com及 www.xunlei.com）下載。用戶亦可從若干軟件及網絡遊戲零售店免費或以象徵式收費取得本集團的MMORPG客戶軟件套裝。本集團以象徵式收費或免費直接向該等軟件及遊戲零售店進行分銷。

本集團主要透過三條渠道出售及分銷預付遊戲點數：本集團的互聯網分銷系統；本集團的網下實物遊戲卡分銷系統；及中國的主要電信網絡營運商。在本集團道具銷售模式遊戲中的虛擬道具，其價格可根據功能和稀有程度而介乎人民幣0.01元至人民幣1,800元不等。付費即玩模式遊戲方面，本集團會出售分別定價人民幣48元、人民幣30元及人民幣15元的月卡、二星期卡及單星期卡，本集團亦售賣遊戲點數卡，每一點數價格約為人民幣0.0087元，而每一點數讓用戶最多玩90秒。

於二零零六年，本集團65.0%的網絡遊戲相關遊戲卡銷售是透過互聯網分銷系統進行，30.9%則透過集團的網下實物遊戲卡分銷系統完成，及4.1%通過電信網絡營運商及其服務供應商完成。由於本集團的互聯網分銷系統和電信網絡營運商分銷系統為用戶帶來更高的靈活度及更加便利，愈來愈多用戶透過此等途徑購買遊戲點數，並且預期此趨勢將會繼續。

本集團以低於遊戲點數面值的價格向分銷商出售遊戲點數。透過互聯網管道分銷遊戲點數的成本一般低於網下分銷實物遊戲卡所涉及的成本。一般規定集團的分銷商以等同面值90%的最低售價向用戶銷售本集團的遊戲卡。

截至最後可行日期，本集團的娛樂軟件業務約有三個全國分銷商、51個省級區域分銷商和500個市級區域分銷商，而集團的整體分銷網絡包括超過60,000個零售點、其中逾50,000個為網吧。本集團與分銷商訂立的協議一般並非獨家。

互聯網分銷系統

本集團利用多條互聯網分銷渠道銷售及分銷集團的預付遊戲點數，包括：線上直接銷售，例如透過 www.kingsoft.com、集團各個網絡遊戲網站及集團的網絡遊戲社區網站 www.xoyo.com；及通過集團分銷商（包括電子商貿服務供應商）銷售虛擬遊戲點數。本集團的線上直接銷售和通過網絡電子商貿服務供應商銷售尤其利便家庭用戶，並正隨著更多用戶直接在家中登上網絡遊戲而日趨普及。

為鼓勵及促進網上直接銷售遊戲點數予用戶，本集團與網上支付服務供應商 www.yeepay.com 合作，為持有中國商業銀行所發出銀行卡的用戶提供網上支付服務。根據本集團與運作 www.yeepay.com 的北京通融通信息技術有限公司（「通融通」）於二零零六年三月一日訂立的協議，本集團可使用由通融通提供的互聯網或電話結算及支付處理服務，收取用戶作出的付款，而通融通可從用戶透過其電子結算及支付處理服務支付的總額中抽取若干百分比。本集團有權檢查通融通有關收取集團用戶付款的記錄，通融通就電話結算及支付服務收取的佣金較互聯網服務為高。雖然網上支付系統在中國仍在發展中，本集團與商業銀行已在緊密合作繼續改良該支付系統，以幫助本集團增加直接銷售額。由於本集團直接銷售的售價在減去支付 www.yeepay.com 的佣金後一般仍高於向分銷商出售遊戲點數的價格，故本集團增加直接銷售可令集團邊際利潤改善。

本集團亦通過由區域分銷商、次分銷商和零售點組成的銷售網絡出售虛擬遊戲點數。本集團只會與區域分銷商直接進行業務，後者可在集團同意下委聘次分銷商。這些區域分銷商通常獲授予特定地區的獨家分銷權。區域分銷商會以折扣價向集團購買遊戲點數，再以集團核准範圍內的價格轉售予集團用戶。若區域分銷商的銷售達到某個目標，可獲集團給予紅利獎金，金額根據售出遊戲點數總額的一個百分比計算。本集團各個分銷商、次分銷商及零售點必須在集團的虛擬遊戲點數網絡上登記和開設銷售賬目。在此網絡的第一層，區域分銷商向本集團訂購遊戲點數。待收到付款後，本集團直接分配遊戲點數至此等分銷商的銷售賬戶。一般而言，這些區域分銷商之後會把它們銷售賬戶內的遊戲點數分配予次分銷商和零售點的銷售賬戶。用戶可於網吧或其他零售點以真錢付款購買遊戲點數並將點數直接存入其賬戶內。在每一層次的分銷內，轉讓遊戲點數均通過集團的虛擬遊戲點數系統以電子方式進行，免卻實物遊戲卡的需要。

此外，本集團與網上電子商貿服務供應商如 www.junnet.cn 及 www.cncard.com 合作向用戶出售遊戲點數。這些供應商擁有本身的銷售平台，用戶可在全國各處登上該等網站並直接在網上付款購買本集團的遊戲點數。這些電子商貿服務供應商以折扣價大批購買本集團的遊戲點數。根據本集團與電子商貿服務供應商訂立的協議，服務供應商以折扣價向本集團購

買遊戲點數，再以集團核准範圍內的價格向集團用戶分銷遊戲點數。若服務供應商的銷售達到某個目標，可獲一筆紅利獎金，金額根據售出遊戲點數總金額的一個百分比計算。該等服務供應商只可在本集團同意後方可委任分代理商。本集團有全權酌情終止有關協議。

於二零零四年及二零零五年，本集團所有遊戲點數均透過分銷商（包括電子商貿服務供應商）銷售。於二零零六年及截至二零零七年三月三十一日止三個月，分別只有68.3%及63.3%的遊戲點數銷售額來自分銷商（包括電子商貿服務供應商）經銷，其餘則透過直接線上銷售取得。

網下實物遊戲卡分銷體系

本集團的預付實物遊戲卡具有預印編碼及密碼，讓用戶加添遊戲點數至自身的賬戶。本集團用戶可於中國各地的零售點購買實物遊戲卡。本集團亦向區域分銷商銷售實物遊戲卡，後者之後會向它們的次分銷商和零售點出售遊戲卡。本集團與分銷預付實物遊戲卡的區域分銷商訂立與分銷虛擬遊戲點數者類似的協議。

電信網絡營運商

本集團於二零零五年初亦開始通過與電信服務供應商合作出售遊戲點數予用戶，這些電信服務供應商透過中國的通信網絡（包括由中國電信、中國網通及中國移動所設立管理的網絡）提供增值服務，例如短訊服務。這些服務供應商與有意購買遊戲點數的用戶直接聯繫，之後直接把費用加進由網絡營運商擬備、分發及收單的用戶電話賬單內。服務供應商及網絡營運商之後會在扣起佣金後把有關款項轉交本集團。本集團與這些電信服務供應商訂立的協議一般並非獨家並因應每份協議有所不同。例如，根據本集團於二零零六年七月二十六日與信元公眾信息發展有限責任公司（「信元」）訂立的協議，信元可通過指定電話熱線於全國分銷集團的預付卡。根據該協議，假如信息費收入未能於預設時間內達致彼此商定的目標，信元有權終止協議。另外，根據本集團於二零零六年十一月二十一日與北京聯動優勢科技有限公司（「北京聯動」）訂立的協議，北京聯動可利用一個移動電話支付平台向集團用戶分銷遊戲點數。根據該協議，本集團亦委聘北京聯動按相互議定的費用為本集團遊戲作市場推廣。

客戶服務及遊戲用戶支援

本集團視客戶服務及網絡遊戲用戶支援為集團建立品牌的重要工具，本集團竭誠為用戶提供最優質的服務。本集團相信其提供高水準服務的能力，將有助集團挽留客戶並達致較低的客戶流失。本集團透過於四川省成都市的電話中心為用戶提供服務和遊戲用戶支援，其主要通過兩種途徑提供：接線生服務，其提供每周七日、每日24小時的服務；及由本集團的遊戲總管理人(game master)與用戶進行網上通信，方式包括電郵、即時信息服務及網誌服務，使用戶減省長途電話費。

本集團為用戶提供服務的例子包括：處理增添預付遊戲點數至用戶賬戶時遇上問題、抽出用戶忘記的密碼及恢復已遺失的用戶賬戶和遊戲世界內的角色資料。除了提供服務予用

戶外，本集團的客戶服務代表亦透過線上調查或電話訪問收集用戶有關集團遊戲的信息反饋，並為管理層和營運中心撰寫報告總結用戶所提出的重要問題以及其建議解決方法。本集團亦為其 MMORPG 參與次數最多的用戶成立金山貴賓俱樂部，有關用戶可享受的貴賓服務包括定期抽獎活動、獲贈禮品，以及當他們致電電話中心時可獲本集團經驗最豐富的客戶服務代表優先接聽。

本集團全時間監察其伺服器網絡。本集團的線上監察系統讓集團可實時追蹤在線用戶，並且能及時發現並修正集團伺服器網絡的運作問題。

隨著本集團用戶基礎的擴大及遊戲產品組合的開拓，本集團的客戶服務隊伍將繼續擴充。本集團計劃逐步把大部分客戶服務功能轉為線上運作，此舉讓本集團更快速回應客戶查詢，亦可為客戶減省長途電話費。

技術基建

本集團已發展支援中國全國網絡遊戲業務的廣泛技術基礎設施。截至最後可行日期，本集團遊戲業務的伺服器網絡由大約2,966個伺服器組成，包括2,629個遊戲伺服器，能容納超過一百萬名同一時間在線的用戶。

本集團與第三方服務供應商訂立合同，在固定合同期間為本集團營運網絡服務，本集團據此向該等服務供應商租用伺服器機箱，以乘載集團的伺服器，而該等服務供應商需負責伺服器的運作。根據該等合同的標準條款，服務供應商有責任管理並維持伺服器的日常運作，及必須為本集團提供技術服務，並讓本集團隨時查驗或測試伺服器機箱，而本集團必須確保其通過該等伺服器提供的信息不會觸犯任何法律或法規。本集團向這些服務供應商支付月費。倘若本集團的伺服器的運作發生中斷，本集團有權扣減應支付該等服務供應商的費用，減付數額視乎中斷的時間長短，尤其當在一個月之內中斷時間超過議定長度（按每份合同基準協定），本集團亦可終止合同並要求相等於兩個月費用的賠償。

為讓數以千計用戶進行實時互動，本集團的 MMORPG 需要多個伺服器並大量接駁頻寬，以確保能穩定運作。鑑於中國幅員廣闊及頻寬本身的限制，本集團已在全中國多個地區為其 MMORPG 佈置遊戲伺服器。因此，MMORPG 用戶可使用位於所在地區的伺服器加入本集團的遊戲，毋須在全國網絡上交換數據。此舉有助增加集團遊戲的運作速度並提升用戶體驗。

伺服器網絡內的絕大部分供遊戲業務營運之用的伺服器均由本集團擁有，餘下的伺服器則為本集團以固定或浮動費率的一年期租約租用。本集團伺服器網絡內伺服器上的數據及軟件只能由本集團存取。本集團將需要增添額外伺服器，以為產品組合引進新遊戲，服務身處

更多不同地區的新增遊戲用戶，及容納更龐大的用戶群。根據本集團的經驗，本集團一般能夠在數日內增添所需數目的額外伺服器。

每一營運網絡均連接至本集團的中央計費系統，該系統會處理由用戶提供的編碼及密碼，將遊戲點數加進用戶賬戶。此外，本集團的計費系統亦具備計量度數功能，當用戶進入遊戲時，會從其賬戶扣減用戶所耗的玩機時間成本或道具單位成本。每一營運網絡亦連接至本集團的中央數據備份系統，該系統會每日為所有登錄系統伺服器和遊戲伺服器進行數據備份。本集團每個營運網絡的登錄伺服器以及中央計費系統和中央數據備份系統的伺服器，均設於上海和北京。

競爭

本集團主要與其他駐足於中國的網絡遊戲營運商競爭。本集團在網絡遊戲業務的主要競爭對手為盛大互動娛樂有限公司、網易 (NetEase.com, Inc.)、The9 Limited、上海征途網絡科技有限公司 (ZTgame.com) 及北京完美時空網絡技術有限公司。盛大互動娛樂有限公司和網易較本集團擁有更大客戶基礎及發展更完善的網絡遊戲運作能力。The9 Limited 與本集團的競爭主要集中於它所營運由國際營運商開發的遊戲。上海征途網絡科技有限公司和北京完美時空網絡技術有限公司均為國內的遊戲開發商及營運商，本集團與它們的競爭領域主要在於 MMORPG 的故事內容和影像，以及虛擬道具及增值服務方面。本集團現時的競爭對手的 MMORPG 受歡迎程度可能更高，其現有市場份額亦可能增加。部分國際網絡遊戲營運商例如 Blizzard Entertainment、Webzen Inc. 及 NCsoft Corporation 在中國市場亦有一定影響力。本集團相信，國內網絡遊戲營運商 (包括本集團) 較國際遊戲營運商應享有競爭優勢，後者欠缺在中國的本地營運基建，對於把內容本土化以迎合中國市場亦缺乏經驗。然而，本集團無法保證這種競爭優勢定能持續，尤其當國際遊戲營運商與國內營運商成立合資企業或結盟或收購國內營運商時，可能令集團失去此競爭優勢。另外，本集團亦與多種網外遊戲例如遊戲主機、商用遊戲及掌上遊戲，以及其他多種形式的傳統或網上娛樂競爭。

本集團主要憑藉網絡遊戲的素質、產品管理方法的優勢、網絡遊戲平台的技術穩定性、客戶服務素質、分銷網絡的覆蓋範圍以及支付系統的效率競爭。本集團相信，其發售的網絡遊戲具有穩定、不易玩膩和普及的特性，這主要歸因於集團的營運基建和提供的服務能提升用戶玩遊戲的體驗。

本集團的應用軟件業務

應用軟件開發

本集團擁有豐富的自行開發應用軟件產品經驗。本集團幾乎全部現有應用軟件產品均由集團內部自行開發。這讓本集團毋須倚靠特許權和其他與第三方訂立有關開發集團產品的協議。內部研發亦容許本集團對旗下產品實施緊密的技術控制，並讓集團在決定推行各種改良和提升的輕重緩急上有很大自由度。本集團致力於最早時間取得任何可能影響到軟件設計的

關於使用模式轉變和硬件更新的資料。本集團的應用軟件研發活動主要在位於珠海市的集團設施內進行。

本集團依循以下步驟開發其每個應用軟件：

- 進行相關市場和用戶喜好的初步市場研究；
- 必須撰寫一份新軟件研發計劃書，並由集團內部評審委員會審閱，委員會成員包括管理層和參與應用軟件研發的主要員工；
- 待評審委員會批准新計劃書後，本集團將組成計劃小組製作一份研發計劃；
- 待完成開發基礎應用軟件架構後，會進行中期管理審閱；
- 當應用軟件開發完成，會接受內部測試，之後經質量監控員審批，及提交根據測試結果編製的報告；
- 待測試和最後審批完成，本集團會申請該新開發應用軟件的相關專利權。

本集團的應用軟件研究活動現時集中於開發金山毒霸2008，此軟件將提供更強的防毒功能。

本集團於一九八九年開始發售 WPS 辦公軟件、於一九九七年發售金山詞霸，及於二零零零年發售金山毒霸。本集團於二零零七年分別推出金山毒霸、WPS 辦公軟件和金山詞霸的新版本。本集團所有應用軟件產品均設計成在 Microsoft Windows™ 內操作，此外，WPS 辦公軟件亦可於 Linux 平台操作。

營運管理

本集團有一支獨立的應用軟件專門隊伍，負責管理和發展集團各種主要應用軟件產品。每一小組負責所分派產品的研發、銷售營銷及客戶服務。為優化資源利用，本集團將來擬把所有應用軟件的銷售營銷和客戶服務功能合併，成為一支綜合隊伍。

市場推廣

本集團的應用軟件市場推廣活動包括：

- 在消費者、經貿、科技及商業出版刊物投放廣告；
- 網絡廣告；
- 製作小冊子、銷售工具及多媒體產品示範；
- 透過金山網站及其他互聯網站夥伴向目標用戶發佈通信；
- 與分銷商、轉售商及行業夥伴合作推廣；

- 向現有及潛在用戶發出直接電郵；
- 參與焦點經貿及電腦展、贊助行業分析師會議，以及主辦講座和用戶群體大會；及
- 基本市場研究以了解不斷轉變的用戶需要和購買行為。

與本集團的娛樂軟件業務相似，本集團的應用軟件行銷策略的重點已經從傳統的行銷方法(包括電視廣告和其他戶外媒體，例如廣告板)轉變為以互聯網為主力的網絡行銷方法。本集團採用多類型網絡行銷計劃和推廣活動。另外，本集團旗下多個網站，例如 www.kingsoft.com、www.iciba.com 及 www.duba.net，為吸引潛在用戶瀏覽網頁提供高效益的平台。本集團致力透過網上推廣產品，將網頁瀏覽量轉化為試用或免費用戶，方法包括就本集團大部分產品提供免費首次下載，若干應用軟件產品的功能提升可供下載，以及網絡遊戲增值服務和線上客戶服務支援。繼後，本集團會利用中央用戶計費系統，鼓勵試用和免費用戶轉為付費用戶。這同時讓本集團可向用戶群進行目標明確的網絡遊戲與應用軟件產品的交互銷售。

海外特許權的授出

本集團亦授出應用軟件特許權以於其他亞洲市場分銷應用軟件。目前本集團在香港、台灣、澳門和越南訂有特許權安排。本集團在各個海外市場與當地夥伴合作，讓集團能借助它們在當地市場的專門知識，並可從它們靠近該等市場用戶的優勢中受惠，此點對於維持客戶服務質素尤其重要。該等特許權獲授人全部為獨立第三方。

港、澳、台

於二零零七年一月十七日，本集團與香港方正環球科技有限公司(「香港方正」)訂立特許權協議，委任香港方正為獨家特許權獲授人，以在香港、澳門及台灣分銷及推廣本集團的金山毒霸(繁體中文版)及金山詞霸(繁體中文版)，由正式推出日期起計分別為期十年和一年。根據金山毒霸特許權協議，金山毒霸的零售價和批發價將由訂約雙方議定，而香港方正同意向本集團支付一項特許權費，它包含一筆預付款及按每月總收入的某個百分比算定的專利權月費。根據金山詞霸特許權協議，金山詞霸的零售價和批發價已獲協定，而香港方正需要分兩期支付一筆定額特許權費予本集團。

越南

於二零零七年二月九日，本集團與 Quang Ming Dec Communication and Technology Joint Stock Company(「QM DEC」)訂立特許權協議，委任 QM DEC 為獨家特許權獲授人，以在越南分銷及推廣本集團的 WPS 辦公軟件(英語及越南語版)金山毒霸(越南語版)，由 WPS 辦公軟件和金山毒霸的相關唯讀光碟母碟交付 QM DEC 當日起計為期十年。根據該

兩份協議，本集團軟件的零售價和批發價須由本集團批准方可作實，而 QM DEC 同意就每項特許權向本集團支付一項特許權費，它包含一筆預付款及按每月總收入的某個百分比算定的專利權月費。

日本金山

日本金山負責集團應用軟件產品在日本的銷售及營銷。日本金山於二零零六年八月開始在日本銷售金山毒霸(日語版)，並於二零零七年二月開始銷售 WPS 辦公軟件。日本金山主要通過網上直接銷售管理以及與其他互聯網站擁有者及營運商合作推行銷售及行銷。日本金山於二零零六年及截至二零零七年三月三十一日止三個月分別錄得淨虧損約人民幣6,800,000元及人民幣2,300,000元。

根據日本金山按照日本公認會計原則編製的未經審計管理賬目，其於二零零七年六月三十日的負債達32,700,000日圓(約人民幣2,000,000元)，及截至二零零七年六月三十日止六個月的淨虧損達18,400,000日圓(約人民幣1,100,000元)。

銷售和分銷

本集團主要透過兩條管道出售及分銷其應用軟件：(1)在線上訂購本集團的線上服務；及(2)慣常採用的套裝軟件銷售，包括透過集團的經銷商，銷售予國有和私營企業以及政府機構，以及透過與品牌製造商的綑綁銷售和直接銷售方式，銷售予國有和私營企業以及政府機構。本集團以折扣價出售產品予經銷商，詳情於下文講述。每一套金山毒霸實物版的建議零售價約為人民幣250元，包括兩年的網上更新訂購。金山詞霸的建議零售價約為人民幣130元。用戶亦可以每月人民幣10元訂購集團的金山毒霸線上服務，以獲取定期更新。另外，如下文所論述，本集團在互聯網免費向個人用戶提供 WPS 辦公軟件及金山毒霸。有關向國有和私營企業並政府機關銷售金山毒霸、金山詞霸及 WPS 辦公軟件，價格是按個別合同磋商而釐定。

本集團利用其網站 www.kingsoft.com 和網站夥伴的網絡，銷售和分銷集團的應用軟件產品。本集團亦設立 www.duba.net 網站銷售和分銷其金山毒霸軟件，而 www.iciba.com 網站則銷售和分銷其金山詞霸產品。在《互聯網周刊》舉辦的投票中，www.iciba.com 當選為二零零六年中國百大最受歡迎網站。以二零零七年一月一日至二零零七年三月三十一日期間為計量基準，www.iciba.com 網站的平均瀏覽頁次約為每日600萬次。本集團轉向網絡銷售和分銷系統進行銷售，大大減低我們的軟件產品被非法複製的風險，並讓用戶更容易取得軟件升級和其他新服務。此模式亦讓本集團能直接向用戶分銷本集團的軟件，整合集團的分銷管道並減少包裝和分銷成本。本集團亦推出金山「通行證」系統，讓用戶可以在一個共同數據庫內登記網絡遊戲及應用軟件用戶賬戶。此系統提高了本集團在軟件產品用戶與網絡遊戲用戶中間交互銷售產品的能力。與本集團的娛樂軟件業務相似，本集團亦為其應用軟件產品設立一個聯屬計劃。在這個計劃下，本集團會為售予通過這等網站連結引導而至的用戶的任何金山應用軟件或任何相關產品，向聯屬網站擁有者及營運商支付佣金。

本集團亦透過不同網下管道銷售及分銷本集團的應用軟件，包括銷售予本集團的分銷商及通過網綁安裝於品牌製造商客戶（例如聯想集團有限公司、惠普、海爾及方正科技集團）的個人電腦進行銷售，以及將集團的金山詞霸網綁於移動電話銷售。本集團與其分銷商緊密合作，管理訂單流、存貨水平及客戶銷售，並專注監察用戶信息反饋，透過定期與經選定分銷商和最終用戶會面和舉行會議及進行最終用戶意見調查，認清集團用戶的未來產品需要及喜好，形成設計及開發新產品的研發優先次序。集團亦與分銷商緊密合作以執行市場推動和活動。本集團與該等分銷商的協議一般並非獨家，該等分銷商亦會為其他供應商分銷類似產品。這些協議通常為一年期。該等分銷商乃獨立第三方，並非在集團的控制之內，亦無義務向本集團購買產品。

本集團每種主要應用軟件產品均有一支直接銷售隊伍負責。集團的直接銷售團隊主要負責銷售予小型、中型和大型國有及私型企業和政府機構。就此等顧客，本集團按固定單元價格銷售應用軟件，而每份合約均按個別獨立基準磋商。

一向以來，用戶若要使用本集團的應用軟件，則需要付出零售價格，通過網上和網下方式購買有關產品。然而，為配合前文提及的本集團增長策略，集團最近開始向個人用戶提供免費互聯網下載旗下金山毒霸軟件及 WPS 辦公軟件。本集團相信，為該等用戶提供免費下載將提高顧客對集團品牌的認知度，並有利於建立龐大客戶群，從中可讓本集團確立經常收入來源。

就本集團的金山毒霸產品，本集團的個人用戶可以一服務費訂購定期更新防毒定義檔案，而集團一般會每天提供更新。倘一名用戶下載金山毒霸但不支付服務費，該用戶仍可使用軟件，但不能享受我們透過互聯網提供的定期更新。自推出以來，下載金山毒霸2007的用戶持續增加。本集團現正鼓勵其用戶由購買集團應用軟件的實物套裝，改為在線上下載。截至二零零七年六月三十日止三個月，金山毒霸2007約有530萬名平均每日付費用戶。

本集團的金山詞霸仍可同時以網上及網下方式按固定零售價售予個人用戶。本集團為金山詞霸用戶提供為期一年的免費每月更新，待一年期屆滿後，用戶可繼續使用軟件，但除非他們購買新版本，否則將不再收到任何更新。本集團每年均會推出此軟件的新版。

本集團 WPS 辦公軟件產品的收入，主要源於向國有企業、中國政府機構和中國其他公司以直接銷售、代理商及分銷商銷售而得。根據中國國家版權局和另外八個中央政府機構於二零零六年四月發出《關於推進企業使用正版軟件工作的實施方案》的通知，明確表示相關政府機構及行業組織應鼓勵並支持國有、外資和其他大型企業單單使用正版軟件，以提升中

國保護知識產權的水平，本集團預料向中國企業的销售將會繼續。於二零零七年二月，本集團亦展開其日語版 WPS 辦公軟件2005 在日本市場的销售工作。本集團於日本的销售主要由日本金山通過其線上直接销售管道，以及與其他互聯網網站擁有者和營運商的合作進行。

與本集團銷售遊戲點數的方法相似，本集團通過與 www.chinabank.com.cn 的合作及與電信服務供應商的安排，讓集團的應用軟件用戶可透過 www.chinabank.com.cn 於網上或透過短訊服務或固網電話支付購買價、升級費及服務費。這等電信服務供應商自動在用戶電話費用結單上加入購買價、升級費或服務費，而本集團會在電信服務供應商及網絡營運商扣去其佣金後收取有關付款。本集團與這些電信服務供應商訂立的協議一般並非獨家。

本集團與超過一百個中國的地區經銷商就 WPS 辦公軟件建立分銷關係，並與超過九十個中國的地區經銷商就金山毒霸建立分銷關係。

本集團與其分銷商緊密合作，專注監察用戶信息反饋，透過定期與經選定分銷商和最終用戶會面和舉行會議及進行最終用戶意見調查，認清集團用戶的未來產品需要及喜好，形成設計及開發新產品的研發優先次序。

客戶服務

一如本集團的娛樂軟件，本集團亦視客戶服務為集團應用軟件產品取得成功的關鍵。本集團竭誠為用戶提供最優質的服務，並致力達致業內最短時間內回覆用戶和顧客最滿意的服務。本集團為金山毒霸、WPS 辦公軟件和金山詞霸軟件產品各設立一支獨立的專屬客戶服務人員隊伍。

本集團主要通過三種途徑為用戶提供服務：接線生服務，其為客戶提供每周七日、每日12小時的服務；透過本集團網站 www.kingsoft.com 以及(就金山毒霸而言) www.duba.net 與用戶經線上傳達信息，用戶可以此途徑填寫和提交查詢表格；本集團力求在48小時內答覆用戶的查詢；及就金山毒霸和 WPS 辦公軟件產品而言，在全中國超過30個省市委託電腦服務中心提供用戶服務。該等電腦服務中心是根據若干準則挑選，並為獨立第三方。本集團就它們為集團用戶提供的服務支付服務佣金。部分曾接受集團客戶服務小組培訓的代理商和經銷商，亦為集團用戶提供服務，而本集團會向它們支付額外服務佣金。

本集團的客戶服務人員亦會到企業客戶的所在地進行實地考察並提供免費安裝、測試和培訓服務。

本集團允許大多數經銷商在購買集團應用軟件產品的日期後一段期間內向集團退貨以換取退款或交換相同產品，退貨期長短因產品而異。

競爭

本集團應用軟件產品所屬市場的競爭相當激烈，而相關科技也日新月異。這些產品受互聯網保安威脅經常轉變，及主要軟件和作業系統供應商、網絡設備和電腦硬件製造商、互聯網服務供應商、應用軟件服務供應商及主要應用軟件供應商的戰略方針所影響。本集團相信它能否在企業網絡安全市場競爭，取決於其能否提供易學易用、以解決方法為導向的產品，以兼顧企業保安的多方面並且容易下載。本集團應用軟件的主要競爭因素是品質、應用最先進科技、產品及時上市、價格、聲譽、可供選擇的產品寬度、客戶支援、品牌知名度，以及銷售和行銷能力。

本集團在中國網絡保安軟件業務的主要競爭對手包括卡巴斯基實驗室 (Kaspersky Lab)、瑞星科技股份有限公司 (Rising Tech. Corp. Ltd.) 和北京江民新科技術有限公司。本集團亦可能面對來自網絡設備及電腦硬件製造商和大型作業系統供應商的競爭。該等公司開發並將產品數據保護和網絡保安功能集於一體的做法日趨普遍，某程度上可能與本集團的網絡安全產品銷售構成競爭。倘若本集團用戶認為該等產品所滙集的功能可替代對本集團產品的需要，則損及本集團的競爭地位。此外，日本金山面對多家國際互聯網保安軟件公司如 Symantec Corporation 和 Trend Micro 等的競爭。部分競爭對手例如 Symantec Corporation 的財務或技術資源遠較本集團雄厚，並且有更高的品牌知名度。本集團大多數互聯網保安產品均面對緊張的價格競爭。本集團預料未來價格競爭會進一步加劇，這可能會影響本集團的營運業績、財務狀況和邊際利潤。本集團於中國辦公套裝軟件業務市場的主要競爭者為微軟公司 (Microsoft Corporation)。

本集團於維持其應用軟件產品的競爭力方面挑戰特別大，這是因為中國的盜版軟件活動十分普遍，而本集團能夠執行其知識產權的能力有限。集團金山詞霸產品的銷售亦受到盜版軟件的不利影響，原因為新版均以舊版的相同核心軟件功能作為基礎。

此外，本集團與其他應用軟件公司、作業系統供應商及網絡設備和電腦硬件製造商競爭，搶佔零售分銷管道和爭取零售和企業客戶的注視。

內部監控

本集團內部監控系統及程序是因應本集團的特定業務需要和為了盡量減低本集團承受的風險而設計。本集團的內部監控架構涵蓋：設定目的、預算和指標；確立財務資料的滙報規範，尤其注視實際業績與預算／指標之間的差距；權力委託；和確立清晰的問責關係。季度財務資料會提交董事會以便於董事會會議上討論，該等資料並會就實際業績與預算／指標之間的任何重大差異和分歧作出註釋。由二零零五年較後期間開始，本集團開始著手逐步改善其內部監控，以增加管理層監察和控制本集團迅速增長中的業務營運的能力，以及確保本集團財務申報的可靠性。作為有關程序的一部分，集團於二零零七年二月引進一套全面的內部監控自我評核制度。本集團已採納涵蓋範圍包括法規遵守、行政和文件管理、應付和應收賬款、支出、加簽手續、人力資源管理、資訊科技管理，以及資產管理的政策。本集團已引入內部監控自我評核程序並採納美國 Treadway Commission 的 Committee of Sponsoring Organizations (COSO)的「內部監控綜合架構」報告（「COSO 內部監控框架」），此架構為香港會計師公會企業管治指引內推薦的架構。COSO 內部監控框架主要運用於公司管理、營

運及財務申報層面採納的政策和程序。根據 COSO 內部監控框架制訂的自我評核程序已識別若干本集團欠缺足夠水平控制及為本公司帶來風險並因而需要補救行動的範疇：

A. 企業水平監控

- 控制環境
- 風險評估
- 控制活動
- 信息及交流
- 監視

B. 程序水平監控

- 會計政策和相關財務報表
- 合同管理
- 企業稅
- 銷售及應收賬
- 固定資產
- 開支，包括研發費用
- 人力資源及支薪
- 計劃更改
- 基於邏輯的存取控制
- 其他信息技術一般控制
- 應用控制

採納 COSO 內部監控框架以後，本集團已開始採取措施及採納並修改多項政策，以修正上述該等被確認為需要補救行動的範疇。

在實體層面，本集團已採納並實施一套全面的營運守則，其涵蓋範圍包括：資訊科技及應用程式控制、銷售、採購、研發、資產管理、法規遵守、人力資源管理、行政及文件管理。

在程序層面，本集團已採納並實施一套全方位的財務申報政策和程序守則，其涵蓋範圍包括：應付賬款、應收賬款、稅項、固定資產、庫務、借貸、開支、應計費用和非現金交易。本集團亦已就確認收入的計費系統及尤其數據儲存系統，採納和實施規範化政策和程序。在該等營運及財務申報政策及程序之外，亦輔以實體層面的政策及程序，據此本集團會透過審核委員會、舉報制度、薪酬委員會、提名委員會、僱員關鍵績效指標及預算管制等，監察及控制營運和集團財務申報的可靠性。根據於二零零七年六月就改善後的內部監控的評核結果，本集團已對早前被集團識別為需要補救的範疇作出補救。本集團的季度和年度監控工作會分別在二零零七年十月及二零零八年一月接受再測試。

本集團的內部監控評核工作更進一步集中在管理應收賬款事宜。本集團每月對應收賬款進行分析，並已實施內部政策和程序監察應收賬款，例如拒絕客戶的銷售訂單直至其悉數結付所有先前未結付的發票，就未付款的發票致電及與客戶會晤以協助評估收回能力，編撰報告供高級管理層決定是否給予任何延期付款，和採取法律行動追收未償還款項的適切性，以及由財務部門每半年定期檢討信貸政策是否足夠。本集團擬將評估所需撥備的頻密度由每半年改為每季進行，以進一步提升集團的內部監控程序。相應地，本集團亦已制訂程序每月分析集團的應付賬款，確保集團準時支付其責任。

本集團相信，已適切地設計所有內部監控政策及程序，讓本集團能強化整體監察制度的合規水平，從而減低集團的營運風險。集團會持續監視和改善管理程序，確保這些內部監控措施可有效地運作，並與集團業務增長步伐一致。於往績記錄期間，本集團並無因其內部監控的缺失而負上重大法律責任。

本集團的客戶及供應商

於二零零四年、二零零五年及二零零六年度以及截至二零零七年三月三十一日止三個月，本集團的最大供應商佔有關期間的本集團採購額分別約16.8%、11.8%、6.9%和10.6%。本集團五大供應商於二零零四年、二零零五年及二零零六年度以及截至二零零七年三月三十一日止三個月佔有關期間的集團採購額分別約51.6%、42.4%、28.4%和41.2%。

採購項目主要包括集團應用軟件產品的包裝物料及頻寬服務。集團的供應商給予的信用期介乎60日至90日不等。本集團通常於發票日期起計90日內清付未償還的供應商發票。

於二零零四年、二零零五年及二零零六年度以及截至二零零七年三月三十一日止三個月，本集團向其五大客戶(包括集團的經銷商，而於二零零五年及二零零六年度亦包括集團於越南的獲授權營運商VinaGame Joint Stock Company)的銷售額，佔集團收入分別約56.6%、38.8%、24.9%和28.2%。本集團向最大客戶的銷售額，佔同期的集團總收入分別約32.5%、

25.9%、10.7%和11.6%。於二零零四年及二零零五年各年，本集團的最大客戶為一名集團預付遊戲卡分銷商。於二零零六年及截至二零零七年三月三十一日止三個月，本集團的最大客戶是 VinaGame Joint Stock Company，它是集團網絡遊戲的其中一位海外獲授權人。

本集團的董事、主要行政人員或據董事所知擁有本公司已發行股本或其任何附屬公司多於5%權益的任何人士或其各自的聯繫人士，概無於過去三年擁有本集團五大客戶或五大供應商任何一位的權益。

知識財產和專利權

本集團的知識產權是本集團業務營運的要素。本集團倚賴版權法、商標法、商業機密法及其他知識財產法律，以及與集團員工、供應商、業務夥伴和其他方訂立的多項不競爭協議、保密協議和特許權協議，以保障集團的知識產權。本集團的員工一般需要簽署標準年度僱用合同，包括一條條款，其確認所有由他們代表本集團產生的發明品、商業機密、著作權作品、發展過程和其他處理程序均屬本集團的財產，並且將他們可能聲稱擁有該等作品的任何擁有權轉讓予本集團。雖然本集團已採取防範措施，第三方仍然可能在未經本集團同意下取得並使用集團擁有或獲授權的知識財產。第三方未經授權使用本集團的知識財產，及為保障集團的知識產權而產生的開支，可能對集團的業務有負面影響。董事無法量化每宗侵犯集團知識產權事件所造成的影響，但能夠確認概無任何一宗侵權事件曾對本集團構成重大負面影響。

截至最後可行日期，本集團是119個軟件版權的註冊擁有人，本集團已就每個版權向中國國家版權局註冊。截至最後可行日期，本集團擁有30個註冊域名，包括本集團的官方網站及其發售的每種遊戲的註冊關連域名。本集團的大部分域名由珠海軟件持有。

截至最後可行日期，本集團擁有84個於中國商標局註冊的商標，包括「金山」中英文名稱，以及有約184個商標的申請正待中國商標局審批。本集團亦已在美國、台灣、香港、新加坡和日本註冊「金山」商標。截至最後可行日期，本集團有13項關於本集團產品的專利權，並在中國有169個產品相關專利權申請正待審批。本集團相信已為海外發售的產品辦理所有必要的知識產權註冊。當本集團的中國知識財產代理人發現集團知識產權在中國遭到侵權，會通知本集團。本集團並未嘗試通過知識財產代理人或其他方式在海外偵測知識產權侵權行為。本集團並未遇見亦不察覺其知識產權在海外遭到侵權。

研究開發

娛樂軟件和應用軟件行業均有著技術提升迅速，消費者要求改變，新產品、服務和功能提升十分頻繁等特色。強大的研發實力和推出新產品及服務的能力，以及在適當時間提升現有產品和服務，對本集團的成功十分重要。關於遊戲開發和應用軟件開發的詳情，請參閱「業務—本集團的娛樂軟件業務—遊戲開發」及「業務—本集團的應用軟件業務—應用軟件開發」

兩節。就本集團的娛樂軟件業務而言，集團有五個遊戲設計工作室，分別位於珠海、北京、成都和大連，而每個遊戲設計工作室均有不同重點，並會負責指定產品的整體研發和測試。本集團的遊戲設計工作室的分工如下：

- 珠海 — 劍俠遊戲，例如「劍俠情緣」系列；
- 北京（兩個工作室）— 神話故事遊戲，例如「封神榜」系列和「鐵血三國誌」遊戲；
- 成都 — 卡通風格遊戲，例如「春秋Q傳」；及
- 大連 — 休閒網絡遊戲。

本集團透過資深遊戲設計人員正規輪換計劃積極鼓勵遊戲設計工作室之間的知識分享。於二零零七年八月三十一日，本集團五個遊戲設計工作室約有570位員工。本集團的聯營公司廣州金山亦運作一個遊戲設計工作室，正開發以社區遊戲玩家為對象的多種 MMORPG。

本集團依循以下步驟開發其每個遊戲：

- 一個新遊戲計劃書必須得到初步市場研究的支持；
- 新遊戲計劃書將由評審委員會審閱，委員會成員包括管理層和參與新遊戲開發的主要員工；
- 待評審委員會批准新遊戲計劃書後，本集團將組成計劃小組製作一份新遊戲開發計劃；
- 根據新遊戲開發計劃，本集團的戰略和企劃人員將會發展遊戲故事及整體遊戲設計，集團的圖像設計人員將釐定新遊戲的風格，並設計遊戲角色和遊戲環境，而我們的程式編寫人員將開發伺服器端軟件和用戶端軟件；
- 待完成開發基礎遊戲架構後，會進行中期管理審閱；
- 待遊戲軟件大致開發完成，將交由用戶進行「封測」和「公測」測試；及
- 待完成測試後，遊戲會進行最後管理審閱，之後會正式推出市場。

本集團現有六種全新 MMORPG 正在內部開發，即「春秋Q傳」、「劍俠世界」、「封神榜II」、「劍俠情緣III」、「SAII」和「鐵血三國誌」，大部分預計會在二零零八年年底前每隔一段時間接續推出。在正式推出每種新 MMORPG 的預備過程中，本集團會讓該種遊戲接受一群選定用戶的「封測」，藉此清除任何技術問題。於進行「封測」期間，本集團在只有有限數量用戶的控制環境下運作有關遊戲，以測試各種遊戲功能的接受程度。所取得之用戶反饋會用作更新和改良有關遊戲。「封測」一般為時兩個月至一年，視乎本集團的績效評估所得結果

而定。緊隨「封測」之後是「公測」，通常為時約一至兩個月。「公測」期間本集團在一個開放環境下運作我們的遊戲並密切監視遊戲作業系統的表現、穩定性和平穩度。於「封測」和「公測」期間試玩該 MMORPG 的用戶可於有關 MMORPG 正式推出後繼續參與遊戲，並保留所有累積虛擬道具。本集團於「封測」或「公測」過程不會向用戶支付任何費用。過往，本集團於「封測」或「公測」過程中並無向用戶徵收任何費用。然而，本集團為新遊戲「春秋Q傳」（現正在行「封測」）開始按道具銷售模式向用戶收費。本集團擬就道具銷售收入模式的新遊戲，由「封測」開始向用戶收費，藉以收集和分析用戶購買道具的模式，讓本集團能夠優化遊戲設計和更加迎合用戶喜好和口味。在中國網絡遊戲業界，道具銷售收入模式的遊戲於「封測」期間開始向用戶收費，已逐漸成為趨勢。

本集團的應用軟件研發活動主要在位於珠海市的集團設施內進行。本集團依循以下步驟開發其每個應用軟件：

- 進行相關市場和用戶喜好的初步市場研究；
- 必須撰寫一份新軟件研發計劃書，並由集團內部評審委員會審閱，委員會成員包括管理層和參與應用軟件研發的主要員工；
- 待評審委員會批准新計劃書後，本集團將組成計劃小組製作一份研發計劃；
- 待完成開發基礎應用軟件架構後，會進行中期管理審閱；
- 當應用軟件開發完成，會接受內部測試，然後經質量監控員審批；
- 提交根據測試結果編製的報告；
- 待測試和最後審批完成，本集團會申請該新開發應用軟件的相關專利權。

本集團現時進行中的應用軟件研究項目包括金山毒霸2008，此軟件提供更強的防毒功能。

本集團擬繼續擴展研發隊伍，並會確保一定人數的集團研發人員同時具有支援網絡遊戲和應用軟件專案的相關經驗。本集團擬動用全球發售部分所得款項淨額為本集團的研發團隊聘請新畢業生及資深研究人員（詳情請參閱本招股章程「所得款項用途」一節），本集團計劃於未來兩年將研發人員數目倍增。本集團將繼續把其研發力量，集中於建立穩定推出娛樂和應用軟件產品及服務的輸送管，例如橫跨多種類型的最新三維遊戲，包括武打和歷史題材遊戲及卡通風格遊戲，以及本集團主要應用軟件產品的改良版本。

截至二零零七年八月三十一日，本集團有997名從事研發工作的僱員。本集團大多數軟件程式編寫員和測試工程人員均具有本科生或研究生學位，約28%的研發人員擁有最少三年軟件開發經驗。本集團於二零零四年、二零零五年及二零零六年以及截至二零零七年三月三

業 務

十一日止三個月的研究及開發成本(扣除政府資助前)分別為人民幣32,500,000元、人民幣45,900,000元、人民幣64,000,000元及人民幣17,600,000元。有關金額相當於本集團在各期間的收入分別29.0%、21.3%、20.2%及16.9%。本集團計劃繼續投資及大規模擴充其網絡遊戲設計工作室及網絡遊戲平台研發中心。

員工

截至二零零七年八月三十一日，本集團僱用1,640位全職員工。下表列示全職員工截至二零零七年八月三十一日的資料：

管理及行政	151
營運	71
銷售及行銷	219
客戶服務	174
財務及會計	28
研究開發	997
總計	1,640

下表列示本集團研究開發人員截至二零零七年八月三十一日的細分資料：

遊戲設計員	112
測試工程人員	195
圖像設計員	183
軟件程式編寫人員	507
總計	997

遵照有關中國勞工法律，本集團與所有中國全職僱員均已訂立勞工合同，於二零零四年、二零零五年及二零零六年度以及截至二零零七年三月三十一日止三個月，本集團已就所有中國僱員支付社會保障保費。

於往績記錄期間，本集團已根據集團的首次公開發售前購股權計劃向董事、集團的高級管理層成員和部分僱員授出購股權。有關本集團首次公開發售前購股權計劃的詳情，請參閱本招股章程附錄六「其他資料」內「首次公開發售前購股權計劃」一節。

本集團與所有作為員工的購股權持有人訂立標準保密及不競爭協議，這等合同包括禁止每位員工購股權持有人於他們受聘於本公司期間和之後三年，從事任何與集團業務競爭的活動的契約。

本集團與員工之間維持良好的工作關係，而集團從未遇上任何重大勞工糾紛或為業務營運招攬員工方面遭遇任何困難。

物業

本集團的主要行政辦事處位於北京市柏彥大廈面積約4,800平方米的辦公室，而本集團已就該辦公室簽訂一份租期至二零零九年二月的租約。根據一份租期至二零零八年的租約，本

集團在成都市佔用約3,000平方米的辦公室，並根據一份租期至二零零九年的租約於大連市佔用約1,400平方米的辦公室。此外，本集團在珠海市擁有約6,100平方米的辦公地方。集團亦於日本設立辦事處支援在日本的銷售和行銷活動。集團於日本東京市租用總面積約140平方米的辦公室。本集團的現有設施對集團現今的需要而言已經足夠，若將來集團需要使用額外地方，集團亦相信能按合理的商業條款取得。截至最後可行日期，本集團的辦公室總建築樓面面積約為15,440平方米。本集團不預計於租約屆滿後續約會面對任何困難。

有關本集團物業的其他詳情，請參本招股章程附錄四。

保險

除汽車外，本集團並無投購任何財產保險、產品責任保險或任何業務中斷保險。請參閱本招股章程「風險因素—本集團並無購買足夠的財產及業務保險」一段。

法律訴訟

本集團並無涉及尚未解決的（或據本集團所知）面臨任何重大法律訴訟、監管研訊或調查。本集團可能不時採取法律訴訟行動以保護我們的合約權和產權。本集團的知識財產可能遭竊取及其他未經授權使用，而本集團保護其知識財產的能力有限。再者，本集團日後可能遭其他人士提出聲稱集團侵犯知識產權的索償。

華義已將四個中國註冊商標轉讓予本集團，而本集團擬於旗下的MMORPG「SA II」使用該等商標。然而，其中兩個商標現正遭受第三方的反對，該第三方已於二零零六年一月向中國商標辦公室申請撤銷該等註冊商標。覆函已於二零零六年九月提交中國商標辦公室。然而，截至最後可行日期，中國商標辦公室尚未對爭議作出裁決。假如未能在該MMORPG正式推出市場前解決該等糾紛，董事將評估情況並決定是否改用另一名稱。於最後可行日期，本集團尚未使用亦無意使用該等具爭議的商標，直至爭議解決且其結果有利於本集團為止。倘若該第三方就爭議商標所提出的申索獲判勝訴，該四個具爭議商標的註冊將會取消。由於本集團並無亦將不會使用具爭議的商標，直至爭議解決且其結果有利本集團為止，因此本集團不預期會就商標爭議招致任何損失或法律責任。