

業 務

概覽

我們是網絡棋牌類遊戲開發商及運營商，戰略上特別重視移動遊戲。自我們於二零一零年九月在iOS平台推出首款移動遊戲《德州撲克》以來，我們已在我們的最大目標市場（即中國、香港、台灣及泰國）確立移動棋牌類遊戲領域的領先地位。目前，我們共有16款網絡遊戲，其中13款是以長久經典棋牌類遊戲為基礎的棋牌類遊戲。我們有12款遊戲同時作為網頁遊戲及移動遊戲提供，給玩家帶來「隨時、隨地」的跨平台遊戲體驗。於最後實際可行日期，我們擁有逾349.8百萬名累計註冊玩家（包括我們網頁遊戲的248.5百萬名累計註冊玩家及移動遊戲的101.3百萬名累計註冊玩家），分佈在100多個國家及地區。根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別而言，按二零一二年收益計，我們在中國、香港及泰國排名第一，在台灣排名第二。根據艾瑞報告，在所有有遊戲於蘋果公司App Store上架的中國網絡遊戲公司中，我們亦擁有最大的移動棋牌類遊戲組合。

自我們於二零零八年十月推出首款網絡棋類遊戲《德州撲克》起，我們已建立穩固的網頁遊戲業務，於最後實際可行日期擁有14款網頁遊戲的遊戲組合。經過我們網頁遊戲業務的多年增長，我們已建立一支強大的遊戲開發及經營團隊及廣泛的遊戲玩家群體、累積了寶貴的技術專門知識以及建立了專有的網絡遊戲開發及經營基礎設施，我們相信這為我們於二零一零年九月開展移動遊戲業務提供穩固基礎並已一直持續配合我們移動遊戲業務的發展。在中國，我們是開發及運營移動棋牌類遊戲的先行者之一。我們一直能把握科技進步及智能手機與其他移動設備以及高速無線互聯網連接日益普及給移動遊戲市場帶來的巨大發展機遇。我們的棋牌類遊戲易上手、耗時短且自然結合社交及交流需求，非常適合移動平台。我們賦予我們的網絡遊戲極具吸引力的社交及其他功能，供移動設備用戶在工作間隙、旅行途中及其他閒暇時間賞玩。我們針對不同興趣、喜好及技能水平的玩家，提供富有吸引力且有助他們與朋友聯絡的遊戲特色。這些努力，加上我們完善的技術基礎設施、數據分析及熱誠的客戶服務，令我們能持續完善我們的遊戲、提供超凡的玩家體驗及打造一個具有吸引力的玩家社區。

我們已就我們的網頁及移動遊戲建立一個與流行棋牌類遊戲相關聯的強勢品牌形象及一個龐大而活躍的玩家群體。我們網頁遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由二零一零年的1.8百萬人及5.9百萬人增加至二零一一年的2.0百萬人及8.1百萬人及二零一二年的2.1百萬人及10.6百萬人，截至二零一三年六月三十日止六個月分別達1.5百萬人及7.1百萬人。我們網頁遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶於二零一二年至截至二零一三年六月三十日止六個月有所減少，主要由於我們的策略重點放在移動遊戲業務上。我們移動遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由二零一零年的13,500人及41,600人增至二零一一年的388,600人及1.0百萬人及二零一二年的2.2百萬人及10.0百萬人，截至二零一三年六月三十日止六個月分別達3.3百萬人及13.9百萬人。自二零一二年開始，我們移動遊戲的每日活躍用戶已超過網頁遊戲的每日活躍用戶。我們來自網頁遊戲的收益由二零一零年的人民幣155.0百萬元分別增加至二零一一年及二零一二年的人民幣304.6百萬元及人民幣430.3百萬元，並於截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣216.1百萬元。我們自移動遊戲獲得的收益由二零一零年的人民幣1.2百萬元快速增長至二零一一年的人民幣13.3百萬元及二零一二年的人民幣87.4百萬元，截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣92.8百萬元。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們在中國及海外市場穩步快速擴張。構建全球業務時，我們主要側重於擁有新興高增長網絡遊戲市場的國家及地區，如中國、東南亞國家、德語國家、法語國家及葡萄牙語國家。我們擁有強大的遊戲本地化能力，能夠使用本地語言重新包裝我們的遊戲，提供迎合本地文化、喜好及市場需求的特色及改進。例如，我們最受歡迎的遊戲《德州撲克》就有19種語言版本。我們亦為特定目標市場提供訂製網絡遊戲，如《King & Slave》就是我們自二零一二年十一月起推出的一款專為泰國市場開發的遊戲。

實施擴張策略時，我們利用多層遊戲分銷平台接觸廣泛的玩家群體。這些遊戲分銷平台包括主要社交網站(如海外市場的Facebook及中國的新浪微博、騰訊QQ及人人網)、在線應用商店(如海外市場的蘋果公司App Store及Google Play以及中國市場的蘋果公司App Store及GoMarket)及區域性網絡遊戲門戶網站(如中國的51.com、騰訊移動QQ及360.cn)，以及我們自身的遊戲門戶網站boyaa.com。我們通過這些遊戲分銷平台在中國及海外市場有效推廣我們的遊戲，並從分佈在80多個國家及地區(按IP地址計)的玩家獲得收益。於二零一零年、二零一一年、二零一二年及截至二零一三年六月三十日止六個月，我們自非簡體中文版遊戲獲得的收益分別佔我們總收益的59.2%、71.6%、70.2%及69.2%。

我們的遊戲全部可免費賞玩，這使我們能快速吸引新玩家來體驗我們的遊戲，為未來增長取得關鍵玩家人數。在我們的遊戲中，玩家可購買及賺取僅可在遊戲中使用、無法兌換現金及在遊戲之外無貨幣價值的虛擬代幣及其他虛擬物品。我們的收益全部來自銷售這些遊戲虛擬代幣及其他虛擬物品。於往績記錄期內，我們的累計註冊玩家由二零一零年末的83.8百萬人增至二零一一年末的166.7百萬人、二零一二年末的251.1百萬人及於二零一三年六月三十日的309.0百萬人。

為了從龐大且不斷擴張的玩家群體獲得收益，我們採取多種措施，在不影響玩家遊戲體驗的前提下提升付費玩家人數及ARPPU。我們通過推出促銷活動及新的遊戲內活動及虛擬物品，致力提升玩家的活躍程度、促進互動及鼓勵遊戲內競爭，推動購買及吸引更多付費玩家。為方便付費玩家購買，我們簡化付費流程，盡可能減少對玩家進行遊戲時的干擾。我們密切監察向玩家免費提供的虛擬代幣，以及虛擬代幣與其他虛擬物品的定價及消費情況，並作出調整以維持穩定的遊戲經濟。這些措施有助我們以可持續的方式讓玩家給我們帶來收益。於截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，我們分別有316,000名、517,400名、610,800名及688,800名付費玩家。同期，ARPPU由二零一零年的人民幣41.2元增至二零一一年的人人民幣51.2元、二零一二年的人民幣70.6元及截至二零一三年六月三十日止六個月的人人民幣74.7元。

我們自發展初期開始實現盈利的快速業務增長。於往績記錄期內，我們的平均每日活躍用戶由二零一零年的1.8百萬人增至二零一一年的2.4百萬人、二零一二年的4.3百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的4.8百萬人，我們的平均每月活躍用戶由二零一零年的5.9百萬人增至二零一一年的9.2百萬人、二零一二年的20.5百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的21.0百萬人。同期，我們的收益由二零一零年的人民幣156.1百萬元增至二零一一年的人民幣317.9百萬元及二零一二年的人民幣517.7百萬元(三年複合年均增長率為82.1%)，截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣308.9百萬元。我們的純利由二零一零年的人民幣73.1百萬元增至二零一一年的人民幣88.1百萬元及二零一二年的人民幣142.8百萬元(三年複合年均增長率為39.8%)，截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣70.2百萬元。我們的經調整溢利由二零一零年的人民幣73.1百萬元增至二零一一年的人民幣104.2百萬元，並進一步增至二零一二年的人民幣159.7百萬元(三年複合年均增長率為47.8%)，及截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣103.9百萬元。請參閱「財務資料－非國際財務報告準則標準」一節。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們的優勢

我們相信，我們的成功歸因於以下競爭優勢，這些競爭優勢將繼續有助於擴大我們在快速增長網絡遊戲市場的領先地位：

在網絡棋牌類遊戲領域的領先地位及快速增長的移動業務

我們是網絡棋牌類遊戲開發商及運營商，戰略上特別重視移動遊戲。自我們於二零一零年九月在iOS平台推出首款移動遊戲《德州撲克》以來，我們已在我們的目標市場確立移動棋牌類遊戲領域的領先地位。根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別而言，按二零一二年收益計，我們在中國、香港及泰國排名第一，在台灣排名第二。

我們擁有豐富的移動遊戲組合，包括13款棋牌類遊戲，全部以長久經典棋牌類遊戲為基礎，在中國以及其他國家及地區擁有龐大的玩家群體。我們的許多遊戲廣受歡迎，在我們的目標市場被視為頂級移動遊戲。根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別而言，按二零一二年下載次數計，我們在中國、香港及泰國市場的遊戲開發商及運營商中排名第一，在台灣市場的遊戲開發商及運營商中排名第三。我們的《德州撲克》於二零一一年被Chinajoy（在中國及亞洲舉辦的最大型遊戲及數字娛樂展覽會）評為「最佳移動平台網絡遊戲」，於二零一三年被全球移動互聯網大會評為「appAttack Selected Top 50 apps」。我們的《鬥地主》於二零一二年被Chinajoy評為「最佳移動平台網絡遊戲」，於二零一二年被中國領先智能手機門戶網站91.com手機頻道評為「最佳人氣獎」。

在這些遊戲獲得成功的推動下，我們的移動遊戲業務於往績記錄期內快速增長。我們移動遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由二零一零年的13,500人及41,600人增至二零一一年的388,600人及1.0百萬人、二零一二年的2.2百萬人及10.0百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的3.3百萬人及13.9百萬人。同期，自移動遊戲獲得的收益由二零一零年的人民幣1.2百萬元增至二零一一年的人民幣13.3百萬元及二零一二年的人民幣87.4百萬元，截至二零一三年六月三十日止六個月達人民幣92.8百萬元。

近年，全球及中國移動遊戲市場快速增長，且預期會在科技進步及智能手機與其他移動設備以及高速無線互聯網連接日益普及的推動下持續高速增長。根據艾瑞報告，於二零一二年至二零一七年，我們四個最大目標市場（即中國、香港、台灣及泰國）的移動遊戲市場規模預期將分別按123.9%、63.0%、93.7%及62.2%的複合年均增長率增長。僅中國移動遊戲市場的市場規模就將由二零零七年約人民幣7億元（佔網絡遊戲市場總額的5.2%）增至二零一二年約人民幣78.6億元（佔網絡遊戲市場總額的11.9%），並預期於二零一六年將增至約人民幣258億元（佔網絡遊戲市場總額的19.7%）。憑藉我們在移動棋牌類遊戲領域的領先地位及龐大而不斷擴張的玩家群體，我們相信我們處於有利地位，可進一步把握我們的先行者優勢及國內外快速增長的移動遊戲市場所帶來的巨大增長機遇。

強大的本地化能力、多元化分銷平台及廣泛的全球業務

我們擁有廣泛的全球業務，可通過提供多種語言版本（例如簡體及繁體中文（面向中國、香港、澳門及台灣及海外華人社區）、泰語、印尼語、德語、法語、葡萄牙語、土耳其語、越南語、阿拉伯語及英語）的遊戲，從分佈在80多個國家及地區的玩家獲得收益。於二零一零年、二零一一年及二零一二年末及二零一三年六月三十日，我們分佈在中國境外的累計註冊玩家由9.1百萬人分別增至59.9百萬人、93.3百萬人及114.0百萬人，分別佔我們同期註冊玩家總數約10.9%、35.9%、37.2%及36.9%。

業 務

在構建及鞏固全球業務的過程中，我們已確立一項核心優勢，即不僅能採用本地語言有效地重新包裝遊戲，還能加入迎合本地文化、喜好及市場需求的特色及改進。例如，我們在泰國提供的遊戲即具有高度本地化的特色，包括配合當地節假日舉辦的工藝品及宣傳活動，如我們於二零一三年四月潑水節前後舉辦的《德州撲克》錦標賽。我們於二零一二年十一月在泰國推出的牌類遊戲《King & Slave》，亦是根據在泰國廣受歡迎的傳統牌類遊戲開發。《King & Slave》的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由截至二零一二年十二月三十一日止兩個月的16,200人及90,200人增至截至二零一三年六月三十日止六個月的62,200人及283,700人。我們已在泰國成立一個團隊，向本集團提供行政管理及電話客服中心服務支援。根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別按收益和下載次數計，我們於二零一二年泰國排名第一，同類別市場份額按收益計較我們在泰國市場最接近的競爭對手高出四倍以上。

我們已構建多層次遊戲分銷平台，藉以推廣及宣傳我們的遊戲。在中國國內市場（同時面向海外華人社區），我們主要利用在線應用商店（如蘋果公司的App Store）、主流社交網站及網頁遊戲門戶網站（如新浪微博、51.com、騰訊QQ、人人網及360.cn）、總部設在中國的移動應用商店（如GoMarket）及移動遊戲門戶網站（如騰訊移動QQ）宣傳及分銷我們的遊戲。在海外市場，我們最重要的國際遊戲分銷平台是主要社交網站（如Facebook）及在線應用商店（如蘋果公司的App Store及Google Play）。這些國際遊戲分銷平台擁有全球品牌知名度，且在我們的目標市場擁有較大用戶群體。在我們的遊戲廣受認可並呈現良好增長前景的國家及地區，我們一直致力於加深與當地遊戲分銷平台及領先區域性遊戲門戶網站的合作關係。我們的本地遊戲分銷平台熟悉本地網絡遊戲市場並具有強大營銷能力，可協助我們加深在這些國家及地區的市場滲透。我們亦在我們自身的遊戲門戶網站www.boyya.com向海外玩家提供我們最受歡迎的遊戲《德州撲克》的繁體中文、泰語、印尼語及越南語版本。

以玩家為本的服務及超凡的遊戲體驗

自成立以來，我們一直致力於打造以玩家為本、提供超凡遊戲體驗的遊戲環境。我們提供極具感染力的遊戲設計、設置及功能，全部以簡便易用的界面呈現。為豐富玩家的遊戲體驗，我們設計具有挑戰性的遊戲任務，在任務完成時向玩家發放獎勵（如虛擬代幣獎勵、榮譽稱號及其他虛擬物品）。我們以不同的難度級別吸引不同水平的玩家。此外，我們舉辦各類網絡活動（如牌類遊戲錦標賽），旨在促進玩家互動及競爭。為滿足玩家的社交及交流需求，我們在我們的15款遊戲中加入遊戲內實時交流功能，並在所有遊戲中設置好友邀請功能，這使我們的遊戲更具互動性，可通過玩家的社交網絡拓寬我們遊戲的業務版圖。我們的遊戲亦提供一鍵式服務，方便及鼓勵玩家通過流行的社交媒體（如Facebook及新浪微博）與家人及朋友分享遊戲經驗、成果及獎勵。

精密的數據分析使我們能持續改進我們的遊戲及提升玩家體驗。我們利用我們的雲技術，每日收集及分析來自玩家的各類數據。通過分析玩家的遊戲內行為（如使用特定遊戲功能的次數、對本地化遊戲設置的反應、對推廣活動的接受程度、購買模式等），我們會頻繁對遊戲進行升級以增強遊戲特色、吸引更多玩家成為付費玩家及促進虛擬代幣及其他虛擬物品的銷售。此外，我們先進的技術基礎設施及熱誠的客戶服務可提供穩定可靠的遊戲環境及支援，進一步確保超凡的玩家體驗。

業 務

我們的努力大幅提升了玩家忠誠度，這從我們兩個最成功的遊戲可見一斑。《德州撲克》的每位玩家每日平均遊戲時間由二零一零年的1.15小時增至截至二零一三年六月三十日止六個月的1.24小時，平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由二零一零年的494,200人及1.6百萬人快速增至截至二零一三年六月三十日止六個月的1.9百萬人及7.7百萬人。同期，《鬥地主》的每位玩家每日平均遊戲時間由0.60小時增至0.94小時，平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別由二零一零年的57,000人及171,100人快速增至截至二零一三年六月三十日止六個月的2.1百萬人及8.5百萬人。

龐大且不斷擴張的玩家群體及強大的創收能力

自於二零零八年十月推出首款網絡遊戲以來，我們已建立一個龐大且不斷擴張的玩家群體。我們的累計註冊玩家由二零一零年末的83.8百萬人增至二零一一年末的166.7百萬人、二零一二年末的251.1百萬人及於二零一三年六月三十日的309.0百萬人。得益於這個龐大而快速增長的註冊玩家群體、我們的遊戲所具備的吸引力及我們所有遊戲所融入的社交特色，我們的玩家更有可能聯絡好友、拓寬他們在遊戲中的人脈關係及探求我們所提供的各類遊戲。我們相信，該網絡效應有助我們吸引更多活躍玩家。於往績記錄期內，我們的平均每日活躍用戶由二零一零年的1.8百萬人增至二零一一年的2.4百萬人、二零一二年的4.3百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的4.8百萬人，同期我們的平均每月活躍用戶由5.9百萬人分別增至9.2百萬人、20.5百萬人及21.0百萬人。

我們已建立一個有效的業務模式從不斷擴張的註冊玩家群體獲取收益，我們的付費玩家人數及ARPPU不斷增加。我們提供多種多樣的虛擬物品及推出新的遊戲內活動，藉以維持玩家對我們遊戲的興趣、促進玩家之間的互動交流及增加玩家在遊戲內的購買及玩遊戲的次數。我們提供各類遊戲內優惠，例如向新購買遊戲內物品的玩家發放免費遊戲幣或虛擬物品及針對假日及季節性活動有選擇地進行宣傳。我們舉辦需要大量虛擬代幣方可參與的網絡棋牌類遊戲錦標賽並提供優質服務，例如就選定遊戲為玩家開設私人房間。此外，我們向高付費玩家提供更高的獎賞以鼓勵購買，例如容許高付費玩家獲得更高的表現等級並顯示其高級玩家身份，以及僅向高付費玩家提供若干特定及稀有虛擬物品。另外，我們致力於精簡及優化玩家付費流程。我們近期將付款處理服務擴充至iOS及Android平台，容許玩家於進行遊戲時付費，以盡量減少對遊戲進程的干擾。該功能為我們若干現有收款渠道提供的技術改善，而非我們的現有收款渠道有變。於中國，我們亦透過中國主要無線電信運營商提供的短信服務向玩家提供更加快速便捷的付款方式供其選擇，這同時有助於我們接觸該等主要電信運營商廣泛的用戶群。在這些措施的推動下，我們的付費玩家由二零一零年的316,000人增至二零一一年的517,400人、二零一二年的610,800人及截至二零一三年六月三十日止六個月的688,800人。同期，我們的ARPPU由二零一零年的人民幣41.2元增至二零一一年的人民幣51.2元、二零一二年的人民幣70.6元及截至二零一三年六月三十日止六個月的人民幣74.7元。

完善的技術基礎設施及可擴展的遊戲開發

憑藉完善的技術基礎設施，我們已實現快速、可擴展的遊戲開發，將我們的遊戲組合由二零零八年的一款擴展至於最後實際可行日期的16款。我們先進的技術基礎設施包括兩個主要組成部分。第一，我們專有的博雅遊戲開發引擎令我們能以高效及具成本效益的方式開發新的跨平台遊戲及升級現有版本。該遊戲開發引擎可確保我們遊戲的一貫品質及表

業 務

現，減低開發成本及對任何特定開發團隊成員的依賴。博雅遊戲開發引擎整合多種編程語言的應用編程界面，讓我們的開發人員可通過輸入統一編程語言為不同的操作系統開發遊戲程序。因此，過往我們遊戲的開發週期通常少於兩個月，令我們能更好地應對不斷變化的玩家需求及控制開發成本。第二，我們的雲服務器及網絡基礎設施為我們的快速擴張奠定基礎。該基礎設施整合中國境內以及其他國家及地區14個地點的370多台服務器，使用高可用性服務器集群(包括多組服務器)提供充足冗餘空間，並在單點服務器因惡意攻擊、系統誤差或其他原因發生故障時確保持續運作。該基礎設施優化我們的網絡資源，確保與我們位於中國的中央遊戲操作系統的低延時連接，有效容納大量同時在線的玩家。此外，我們的雲運算法則令我們能夠縮短遊戲排隊等候時間，將水平相當的棋牌類遊戲玩家組合在同一個棋牌室，藉此優化玩家體驗。

經驗豐富而富有遠見的管理團隊

我們的高級管理人員擁有廣博的行業經驗、豐富的營運專業知識及對市場趨勢有深入的了解，令我們能成功適應不斷變化的行業及競爭格局。尤其是，我們的首席執行官兼董事會主席張先生擁有逾9年中國互聯網行業經驗。他對網絡遊戲行業的遠見卓識對我們業務模式的形成及快速增長發揮了重要作用。我們的首席財務官高峻峰先生擁有近17年財務及會計經驗，先前曾擔任兩家於美國上市公司的首席財務官及財務主管。我們的運營副總裁索紅彬先生擁有逾9年互聯網行業經驗及逾5年網絡遊戲行業經驗。我們的管理團隊已樹立團結、活力的企業文化，促進和鼓勵合作。我們相信，這有助於我們吸引、留住及激勵有才華、有抱負的遊戲開發人員，推動我們的業務快速增長。

我們的策略

我們的目標是成為網絡棋牌類遊戲的領先全球品牌。我們擬通過推行以下策略實現這個目標：

進一步加強及擴大遊戲組合

根據艾瑞報告，中國移動遊戲佔整個網絡遊戲市場的市場份額按收益計由二零零七年佔全部網絡遊戲市場約5.2%增至二零一二年約11.9%，預期二零一六年將進一步增至19.7%。二零一二年按移動遊戲的總收益(約為人民幣79億元)計，智能設備(主要為智能手機及平板電腦)上的移動遊戲佔24%的市場份額。艾瑞報告預期，二零一六年中國智能設備遊戲的市場規模將會增加至約人民幣178億元，相等於二零一六年中國移動遊戲總收益約69.1%。我們預期利用該行業趨勢並擴大我們的移動遊戲組合。

我們計劃調配大量資源及管理層注意力，開發其他選定受歡迎經典棋牌類遊戲的移動版本。我們相信，經典棋牌類遊戲在中國及世界範圍內擁有大量背景與我們現有玩家相同的玩家群體，預計這將有助於我們保持及擴大玩家群體，提升我們與其他遊戲獲得的協同效應。我們計劃於近期開發及推出新移動棋牌類遊戲，如在中國已有大量玩家群體的《鬥牛》及《二人麻將》，並充分利用我們的本地化能力開發面向其他特定市場的新訂製遊戲。此外，我們計劃繼續增強我們移動遊戲的特色及功能，如改善遊戲中實時聊天功能及發佈我們遊戲的其他語言版本。隨著新型移動設備及技術平台的面市，我們亦擬提供適用於新型移動設備及技術平台的遊戲。為實現這些目標，我們計劃擴大我們的遊戲開發團隊及增加

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

對技術系統及網絡基礎設施的投資，以進一步增強我們的移動遊戲開發及運營能力。另外，我們計劃開發及提供更多移動設備特有的增值特色，豐富移動設備的遊戲體驗，進一步加強我們玩家社區的移動性及互動性。例如，我們已開始在我們的移動遊戲版《德州撲克》中提供移動定位服務，讓鄰近玩家可找到彼此並進行遊戲，以增強社交互動。我們計劃於近期在更多移動遊戲中推出此項服務。

此外，我們計劃繼續加強及擴充我們的網頁遊戲。我們已累積寶貴經驗在網頁遊戲業務建立及維持穩定及不斷增長的玩家群體。我們遊戲中眾多受歡迎的功能及技術及美術特徵乃在網頁遊戲中首先開發及加強。我們計劃持續應用我們在網頁遊戲業務中獲得的經驗及體會發展及壯大我們的移動遊戲業務。

加大我們遊戲的市場滲透力度

我們計劃繼續加大我們網頁及移動遊戲的市場滲透力度，尤其是分配大量資源推行我們的移動策略。鑒於棋牌類遊戲的普及，我們尋求面向不同市場的大量網頁及移動遊戲玩家。我們計劃通過建立可接入我們大量移動遊戲的綜合遊戲社區進一步提升玩家體驗，增加我們網頁及移動遊戲的交叉宣傳及在我們的遊戲之間獲得更大的協同效應。此外，我們計劃逐步將我們的所有移動遊戲與移動設備的本地地址簿整合，讓移動玩家能邀請其現實生活中的朋友參與我們的遊戲，我們相信這將進一步增強我們遊戲的社交功能，提高玩家忠誠度及擴大我們的移動玩家群體。為拓寬我們的遊戲對潛在移動玩家的覆蓋，我們已開始與中國的若干移動電話製造商及零售商訂立預安裝安排，藉以推廣我們的移動遊戲。我們計劃強化與中國的三大無線電信運營商(即中國移動、中國聯通及中國電信)合作關係，將我們的移動遊戲納入其在線應用商店。目前，《德州撲克》、《鬥地主》及《四川麻將》於中國聯通、中國移動及中國電信的在線應用商店提供，而我們的《博雅枱球》及《象棋》於中國電信的在線應用商店提供。此外，我們計劃透過物色其他分銷渠道(包括廣受歡迎的網絡移動遊戲社區及網站)在中國營銷及推廣我們的移動遊戲。

根據艾瑞報告，移動棋牌類遊戲的市場份額已大幅增長，預期於二零一四年底超出網頁棋牌類遊戲的市場份額。為實施我們的擴張策略，我們計劃為市場推廣團隊招募具備扎實互聯網相關行業經驗及專業知識的人才。我們的市場推廣團隊目前有15名成員，其中80%持有學士或更高學位。我們的營銷總監(於二零一三年五月加入本公司)擁有海外留學及工作經驗，並曾於一間國內領先互聯網公司任職。我們的市場推廣團隊負責國內外市場開拓、廣告及市場推廣策劃方面的工作。

在我們專注於我們的移動遊戲業務的同時，我們計劃透過篩選擴充我們與高流量網頁遊戲分銷平台的合作以及繼續加強我們的遊戲及改善玩家經驗，從而繼續增加網頁遊戲活躍玩家及付費玩家的人數。

持續提升自玩家所得收益

我們擬通過擴大付費玩家群體開拓更多獲取收益的機會，並通過各類措施提升我們網頁遊戲及移動遊戲的ARPPU：(i)增加遊戲虛擬物品及促銷活動的種類及數目，(ii)為付費玩家提供更多優質服務，(iii)提升我們遊戲的設計及設置，使遊戲更具競爭力及吸引力，包括舉辦網上活動為玩家創造展示遊戲技能及成就的機會及刺激進一步競爭，及(iv)採用新興技

業 務

術及付款方式提升付款便利性及靈活性，如允許通過移動電信運營商提供的短信服務付費及簡化付費程序，以增加銷售。我們網頁遊戲過往於直至截至二零一三年六月三十日止六個月吸引更多付費玩家，且取得的ARPPU大幅高於我們的移動遊戲。我們計劃繼續增加遊戲特色及網頁遊戲專有的服務以及擴大付費玩家群體並致力進一步提升我們網頁遊戲的ARPPU。另一方面，我們計劃利用我們在推動網頁遊戲ARPPU方面所取得的成功經驗鼓勵付費玩家增加在我們的移動遊戲作出購買，同時擴充付費玩家群體。此外，我們將繼續通過持續監察及調整向網頁遊戲及移動遊戲玩家提供免費虛擬物品的次數及數量，確保遊戲經濟保持穩定，保持虛擬代幣及其他虛擬物品的價值。我們亦將利用我們的數據分析能力，更好地了解玩家的行為及喜好、滿足玩家的需求及改善玩家的遊戲體驗。

進一步拓展全球業務

我們擬利用我們的多層次分銷網絡，進一步拓展我們的全球業務及擴大我們的地域滲透。我們將繼續鞏固與主要國際遊戲分銷平台(包括Facebook、蘋果公司的App Store及Google Play)的關係，將我們的遊戲拓展至新的國家及地區。我們計劃向擁有龐大高收入潛在玩家群體的目標市場推出我們網頁遊戲及移動遊戲的額外語言版本，以加深市場滲透。對於越南及印尼等選定海外市場以及智能手機滲透率相對較低且網頁遊戲仍主導當地網絡遊戲市場的其他市場而言，我們計劃專注擴充我們當地玩家群體，方法為進一步加強我們的遊戲本地化以及透過與當地遊戲門戶網站及其他地方分銷商的合作關係，成立地區營銷及遊戲分銷平台。中國國內市場的智能手機滲透率已達相對較高水平，我們計劃專注於快速發展我們移動遊戲業務，同時持續加強我們的網頁遊戲業務。我們擬鞏固與受歡迎門戶網站的業務關係，以進一步拓寬玩家群體及提高市場份額。

持續加強研發並投資於領先技術

在加強我們的研發力度時，我們計劃密切關注並研究新興及尖端技術(如有關互聯網協議電視及HTML5的技術)。我們預期互聯網協議電視的相關技術有助我們開發兼容電視的遊戲，而我們相信該等電視兼容遊戲為網絡遊戲的未來趨勢之一。另一方面，HTML5技術可增強視覺效果，有助改善用戶的體驗。該技術亦有助我們開發可在移動裝置的瀏覽器上直接玩而毋須安裝為獨立應用程序的遊戲並將遊戲嵌入其他移動應用程序，其將有助我們在現有網頁及移動遊戲之間的界限以外提供遊戲，並進一步提升我們向玩家提供「隨時、隨地」的跨平台遊戲體驗。為進一步擴充我們的網頁及移動遊戲，我們計劃進一步投資利用具進一步擴充服務範圍潛力的技術開發產品及服務，改善玩家的遊戲體驗或滿足玩家不斷改變的喜好。我們亦將繼續致力於改善博雅遊戲開發引擎以增強其遊戲開發能力並提高效率。為滿足我們擴充業務營運及玩家群體的需求並繼續優化我們的遊戲經營，我們計劃不斷改善並投資於雲服務器及網絡基礎設施。此外，我們打算致力將不同遊戲分銷平台的玩家賬戶進行整合，並建立一個統一玩家系統，我們認為這將可進一步提高玩家遊戲體驗，且我們得以提供更多為玩家量身定製的產品及服務，令玩家為我們帶來更多收益。

業 務

提升品牌知名度

為提升品牌知名度及擴大玩家群體，我們計劃增加對市場推廣活動的投資。自二零一零年起，我們已開始逐步在國內外市場的社交網站及遊戲門戶網站投放廣告，如Facebook、新浪微博、51.com、騰訊QQ、人人網、Baidu.com及360.cn(主要為我們的網頁遊戲)。我們計劃繼續在這些及其他社交網站及遊戲門戶網站投放網上廣告，並在騰訊微信等受歡迎的新興社交媒體以及其他已建立廣泛受眾的廣告平台增加廣告投放。就移動遊戲而言，我們計劃藉移動應用商店下載量排名上升及其他廣告投放增加我們品牌的知名度。此外，我們擬透過與有大量觀眾收看的特定電視節目進行合作贊助現場棋牌類遊戲錦標賽等線下活動，以向棋牌類遊戲玩家推介我們的遊戲及提高我們的遊戲在棋牌類遊戲玩家中的品牌知名度。此外，我們計劃聘請聲譽良好的知名人士擔任我們的品牌代言人，以進一步提高我們在網頁遊戲玩家及移動遊戲玩家中的品牌知名度。

有選擇地尋求合作及收購機會

我們計劃有選擇地尋求戰略合作機會，擴大我們的遊戲組合及地域覆蓋。為使我們進一步在龐大而忠實的玩家群體中獲取收益，我們將研究與第三方遊戲開發商進行合作的機會，在我們的多層次市場推廣及分銷網絡協助推廣他們的遊戲，包括在我們進行目標海外市場推廣由中國遊戲開發商開發的遊戲。此外，我們擬審慎地進行互補性收購，以豐富我們的遊戲種類及進一步從我們的玩家群體獲得收益，如面向不同人口特徵的玩家且適合移動設備的休閒類遊戲。我們亦計劃發掘機會，收購具備適當現有業務規模及用戶基礎的新興移動社交平台，以進一步拓寬我們對潛在遊戲玩家的覆蓋。於最後實際可行日期，我們尚未物色到任何具體的合適收購目標。

我們的遊戲

我們現時運營16款網絡遊戲，其中14款為網頁遊戲，14款為移動遊戲。我們有12款遊戲同時為網頁遊戲及移動遊戲。我們的遊戲全部為多人遊戲。我們亦為特定遊戲提供單人模式。

我們的遊戲多數為長久經典棋牌類遊戲的再創作。例如，我們最受歡迎的三款網絡牌類遊戲(按收益計)《德州撲克》、《鬥地主》及《鋤大地》，均以在全球各地或在中國風靡數十年的線下版本為基礎。此外，我們亦提供及運營吸引不同人口特徵玩家群體的其他類別休閒類遊戲，如《蟲蟲特攻隊》(射擊類遊戲)、《開心寶貝》(虛擬寵物飼養類遊戲)及《博雅枱球》(競技類遊戲)。

我們的網頁遊戲及移動遊戲並無互相競爭，原因為我們的大部分遊戲均有提供網頁遊戲及移動遊戲版本，讓玩家選擇在不同裝置上玩，滿足不同情況下的需求。因此，該兩類遊戲在玩家的遊戲時間方面並無互相競爭；反之，該兩類遊戲共同增加玩家接觸我們的遊戲，故該等遊戲乃屬相輔相成。

業 務

現有遊戲組合

以下為我們現有遊戲的說明。所有遊戲均由我們的內部遊戲開發團隊開發。



《德州撲克》

《德州撲克》是我們最受歡迎的網絡牌類遊戲，以可追溯至20世紀初的線下版本為基礎。我們的《德州撲克》於二零零八年十月作為網頁遊戲推出。

這款遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲，可在iOS及Android平台運行。

目前，這款遊戲有19種語言版本，包括簡體及繁體中文、英語、泰國語、印尼語、德語、法語及越南語。

在《德州撲克》中，二至九名玩家為贏取由所有玩家貢獻的虛擬代幣而相互對戰。玩家可在這款遊戲中購買虛擬代幣及其他虛擬物品，如頭像、會員卡、等級鑽石及表情符號等。

根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別而言，按二零一二年收益計，我們的《德州撲克》在中國排名第一，在香港排名第四，在台灣排名第一，並在泰國排名第一。我們的《德州撲克》於二零零九年被人人網評為「最佳產品創意獎」，於二零零九年被谷歌、人人網、51.com及其他領先中國社交網站聯合評為「最佳用戶體驗獎」，於二零一一年被ChinaJoy評為「最佳移動平台網絡遊戲」，於二零一二年被91.com手機頻道評為「編輯推薦獎」，於二零一三年被全球移動互聯網大會評為「appAttack Selected Top 50 apps」。

自推出以來，這款遊戲已有約155.0百萬名來自100多個國家及地區（按IP地址計）的累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為1.9百萬人及7.7百萬人。

業 務



《鬥地主》

《鬥地主》是我們受歡迎程度排名第二的網絡牌類遊戲，以線下版本（為中國最受歡迎的牌類遊戲之一）為基礎。我們的《鬥地主》分為兩個不同版本，一個是二零一零年六月推出的三人版本，另一個是二零一二年四月推出的四人版本。

這款遊戲的兩個版本兼為網頁遊戲及移動遊戲，可在iOS及Android平台運行。

目前，這款遊戲的三人版本有三種語言版本，包括簡體中文、繁體中文及泰國語。四人版本則有簡體中文及繁體中文兩種語言版本。

在這款遊戲中，兩名或三名玩家合作與第三或第四名玩家（即「地主」）對戰。先出完牌的一方獲勝，贏得由所有玩家貢獻的虛擬代幣。玩家可在這款遊戲中購買虛擬代幣及其他虛擬物品，如頭像、會員卡、等級鑽石、表情符號或裝備等。

根據艾瑞報告，就蘋果公司App Store的移動棋牌類遊戲類別而言，按二零一二年下載次數計，我們的《鬥地主》在中國排名第三，在香港排名第四。按二零一二年收益計，我們的《鬥地主》在香港亦排名第一。這款遊戲於二零一二年被威鋒網（蘋果產品在中國的主要網絡社區）評為「最喜愛的App遊戲」，於二零一二年被Chinajoy評為「最佳移動平台網絡遊戲」，於二零一二年被91.com手機頻道評為「最佳人氣獎」。

自推出以來，這款遊戲已有約49.2百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為2.1百萬人及8.5百萬人。



《鋤大地》

《鋤大地》是我們另一款受歡迎的網絡牌類遊戲，以線下版本（為中國最受歡迎的牌類遊戲之一）為基礎。這款遊戲於二零一零年九月推出。

這款遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲，可在iOS及Android平台運行。

目前，這款遊戲有三種語言版本，包括簡體中文、繁體中文及印尼語。

在我們的《鋤大地》中，四名玩家相互對戰。先出完牌的一方獲勝，贏得由所有玩家貢獻的虛擬代幣。玩家可在這款遊戲中購買虛擬代幣及其他遊戲虛擬物品，如會員卡、表情符號或互動工具等。

自推出以來，這款遊戲已有約7.0百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為0.2百萬人及0.7百萬人。

業 務



《King & Slave》

《King & Slave》以線下版本（為泰國的一款受歡迎牌類遊戲）為基礎。這款遊戲於二零一二年十一月推出。

這款遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲，可在iOS及Android平台運行，僅在泰國提供。

在《King & Slave》中，四名玩家相互對戰。先出完牌的一方獲勝，贏得由所有玩家貢獻的虛擬代幣。玩家可在這款遊戲中購買虛擬代幣及其他遊戲虛擬物品，如表情符號或互動工具等。

自推出以來，這款遊戲已有約0.9百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為62,200人及283,700人。



《麻將》

鑒於麻將遊戲廣受華語玩家歡迎且不同華語地區的規則不盡相同，我們於二零一零年十一月開始推出首兩款麻將遊戲，即《十三張麻將》及《十六張麻將》。目前，我們共有六款麻將遊戲，包括《四川麻將》、《廣東麻將》、《上海麻將》、《國標麻將》、《十三張麻將》及《十六張麻將》。

《上海麻將》及《國標麻將》僅為移動遊戲，其他麻將遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲。

目前，僅有《十三張麻將》及《十六張麻將》提供繁體中文版，而我們的其他麻將遊戲目前僅提供簡體中文版。

在我們的麻將遊戲中，玩家為贏得由所有玩家貢獻的虛擬代幣而相互對戰。玩家在我們的麻將遊戲中可購買虛擬代幣。

我們的麻將遊戲有約8.1百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，我們麻將遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為0.2百萬人及1.5百萬人。



《象棋》

《象棋》是我們於二零一二年六月推出的一款棋類遊戲。

這款遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲，可在iOS及Android平台運行，僅有簡體中文版。

在《象棋》中，兩名玩家為贏得由玩家貢獻的虛擬代幣而相互對戰。玩家在這款遊戲中可購買虛擬代幣。

自推出以來，這款遊戲已有約2.4百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為0.1百萬人及0.6百萬人。

業 務



《大话骰》

《大话骰》是我們於二零一一年四月推出的一款棋類遊戲。

這款遊戲是一款簡體中文版網頁遊戲。

在《大话骰》中，兩名或以上的玩家相互對抗。率先成功挑戰另一名玩家或成功抵擋一次挑戰的玩家可贏得由所有玩家貢獻的虛擬代幣。玩家在這款遊戲中可購買虛擬代幣及其他遊戲虛擬物品，如表情符號或互動工具等。

自推出以來，這款遊戲已有約2.2百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為8,100人及53,100人。



《蟲蟲特攻隊》

《蟲蟲特攻隊》是我們於二零一零年八月推出的一款休閒射擊類遊戲。

這款遊戲為網頁遊戲及移動遊戲。

目前，這款遊戲有六種語言版本，包括簡體中文、繁體中文、泰國語、印尼語、葡萄牙語及越南語。

在《蟲蟲特攻隊》中，玩家(個人或團體)使用各種武器或技巧相互戰鬥。玩家在這款遊戲中可購買遊戲虛擬物品，如互動工具、裝備、武器及寶物等。

自推出以來，這款遊戲已有約22.9百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為0.1百萬人及1.0百萬人。



《開心寶貝》

《開心寶貝》是我們於二零零九年五月推出的一款休閒虛擬寵物飼養類遊戲。

這款遊戲為網頁遊戲。

目前，這款遊戲有兩種語言版本，包括簡體中文及繁體中文。

在《開心寶貝》中，玩家飼養及裝扮其虛擬寵物，並與其他玩家的寵物互動以賺取各種點數及榮譽。玩家在這款遊戲中可購買虛擬物品，如各類現實生活物品及飾品的虛擬仿真品。

自推出以來，這款遊戲已有約56.0百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為40,400人及211,600人。

業 務



《博雅枱球》

《博雅枱球》是一款以受歡迎枱球遊戲為基礎的競技類遊戲。我們於二零一一年七月推出這款遊戲。

這款遊戲兼為網頁遊戲及移動遊戲。

目前，這款遊戲有四種語言版本，包括簡體中文、繁體中文、泰國語及印尼語。

在《博雅枱球》中，玩家為贏得由玩家貢獻的虛擬代幣而相互對抗。玩家在這款遊戲中可購買虛擬代幣及其他虛擬物品，如飾品及表情符號等。

自推出以來，這款遊戲已有約5.3百萬名累計註冊玩家。截至二零一三年六月三十日止六個月，這款遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶分別為99,500人及509,700人。

下表載列於所示期間來自我們網絡遊戲的收益的實際金額及所佔我們總收益百分比的明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一零年		二零一一年		二零一二年		二零一二年		二零一三年	
	人民幣千元	%								
	(未經審核)									
《德州撲克》系列	141,345	90.5	280,390	88.2	472,559	91.3	218,660	89.9	275,245	89.1
《鬥地主》	1,298	0.8	14,163	4.5	22,205	4.3	12,250	5.0	21,622	7.0
《蟲蟲特攻隊》	109	0.1	9,598	3.0	12,819	2.5	6,159	2.5	7,811	2.5
《鋤大地》	103	0.1	4,733	1.5	4,901	0.9	2,887	1.2	2,382	0.8
《開心寶貝》	10,454	6.7	5,856	1.8	1,484	0.3	669	0.3	210	0.1
《麻將》	2	0.0	533	0.2	675	0.1	375	0.2	844	0.3
《大話骰》	—	—	—	—	1,194	0.2	896	0.4	163	0.0
《博雅枱球》	—	—	275	0.1	581	0.1	370	0.1	371	0.1
《King & Slave》	—	—	—	—	7	0.0	—	—	250	0.1
《象棋》	—	—	—	—	—	—	—	—	29	0.0
其他 ⁽¹⁾	2,828	1.8	2,311	0.7	1,320	0.3	1,047	0.4	—	—
總計	156,139	100.0	317,859	100.0	517,745	100.0	243,313	100.0	308,927	100.0

附註：

(1) 指我們於往績記錄期分銷並於二零一二年停止分銷的第三方網絡遊戲。

業 務

籌劃中的遊戲

我們通過以下兩方面的努力擴大我們的遊戲組合，尤其是移動遊戲組合。

其一，我們專注於開發其他選定受歡迎經典棋牌類遊戲的移動版本。為確定擬開發的候選遊戲，我們會考慮玩家需求、類似遊戲的存貨量、類似遊戲在目標市場被玩家接受的程度及變現潛力等因素。

截至本文件日期，我們正在開發兩款計劃於二零一三年內推出的新移動棋牌類遊戲：

- 《鬥牛》，以在中國廣受歡迎的牌類遊戲為基礎。我們預期於二零一三年十二月推出該遊戲的簡體中文版。截至二零一三年六月三十日，我們並無就該項目產生任何開發成本。我們預期完成該遊戲的總開發成本將約為人民幣500,000元；及
- 《二人麻將》，我們其他麻將遊戲的變體。我們預期於二零一三年十一月推出該遊戲的簡體及繁體中文版。我們預期完成該遊戲的總開發成本將約為人民幣100,000元。

其二，我們正在開發我們現有網頁遊戲的其他語言版本，如《德州撲克》的希臘語版本，預期將於二零一三年十一月推出。我們預期完成該遊戲的總開發成本約為人民幣100,000元。

此外，我們現時預期將於未來兩年開發及推出更多新網絡遊戲，為我們籌劃中的遊戲作補充，詳情如下：

- 《長沙麻將》，預期將於二零一四年推出的麻將遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣300,000元；
- 《字牌》，預期將於二零一四年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣300,000元；
- 《三大哈》，預期將於二零一四年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣500,000元；
- 《保皇》，預期將於二零一四年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣200,000元；
- 《狗級》，預期將於二零一四年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣500,000元；
- 《雙扣》，預期將於二零一四年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣300,000元；
- 《跑得快》，預期將於二零一五年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣500,000元；及
- 《挖坑》，預期將於二零一五年推出的牌類遊戲，而完成該遊戲的開發成本為約人民幣500,000元。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們預期動用運營產生的現金流量為該等新遊戲開發項目及加強我們的現有遊戲提供資金。董事認為，我們具備充足營運資金(內部產生資金)撥付作該等新遊戲的開發。

遊戲開發及運營

開發及運營團隊

於最後實際可行日期，我們運營16款由我們自行開發的網絡遊戲。憑藉我們的技術優勢及經驗，我們已建立一套以工作室為基礎的一體化遊戲開發流程，能有效地出產及運營高品質網絡遊戲。

我們現有八個內部遊戲工作室，負責遊戲開發及運營，以及兩個技術支援中心，負責博雅遊戲開發引擎(我們享有專有技術的遊戲開發引擎)的開發及維護，以及「後台」跨遊戲基礎設施軟件的開發。遊戲工作室亦負責持續改進其開發的遊戲，包括持續監察、解決問題、開發及發佈升級資料。每個工作室均有專門的團隊，團隊成員數目為兩名至四十名不等，視遊戲開發難度及複雜程度而定。我們已設立其他支援部門，提供廣泛的營運職能。我們的產品設計部門負責我們所有遊戲的用戶界面設計，給遊戲玩家帶來一致的跨遊戲設計。我們的測試部門對遊戲工作室提交的每一款產品進行公開推出之前的測試。我們相信，我們以工作室為基礎的內部遊戲開發流程與配套職能無縫互補，可確保內部資源的有效分配與共享，提高我們的整體營運效率及可擴展性。

於二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日以及二零一三年六月三十日，我們分別有7個、9個、15個及16個運營中遊戲以及分別有83、243、312及342名遊戲開發人員。於二零一三年六月三十日，我們的遊戲開發團隊佔我們僱員總數約63.1%。我們遊戲開發人員的平均行業經驗超逾三年，且已與我們共事平均約一年。全部342名遊戲開發人員中，約1.5%持有碩士學位及64.9%持有學士學位(包括計算機科學、軟件工程、網絡系統管理、多媒體設計及製作以及其他專業)。我們《德州撲克》系列的開發及營運團隊乃由本集團副總裁謝慧明先生領導。有關謝先生資格及經驗的詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員－高級管理層」一節。我們《德州撲克》系列以外的棋牌類遊戲的遊戲開發及營運團隊乃由本集團高級總監于彤先生領導，而彼負責遊戲規劃、設計及發展。于先生於互聯網及網絡遊戲行業擁有約七年經驗，包括在中興通訊股份有限公司的附屬公司及騰訊控股有限公司任職開發工程師。于先生於二零零五年七月畢業於吉林大學，持有資訊管理及訊息系統學士學位。目前負責各種遊戲開發功能的合共45名主要遊戲開發人員中，0.4%持有碩士學位及68.9%持有學士學位。該等開發功能主要包括網頁及iOS及Android遊戲設計及開發、軟件測試、ActionScript及C++語言開發以及遊戲引擎維護及改善。

遊戲開發流程

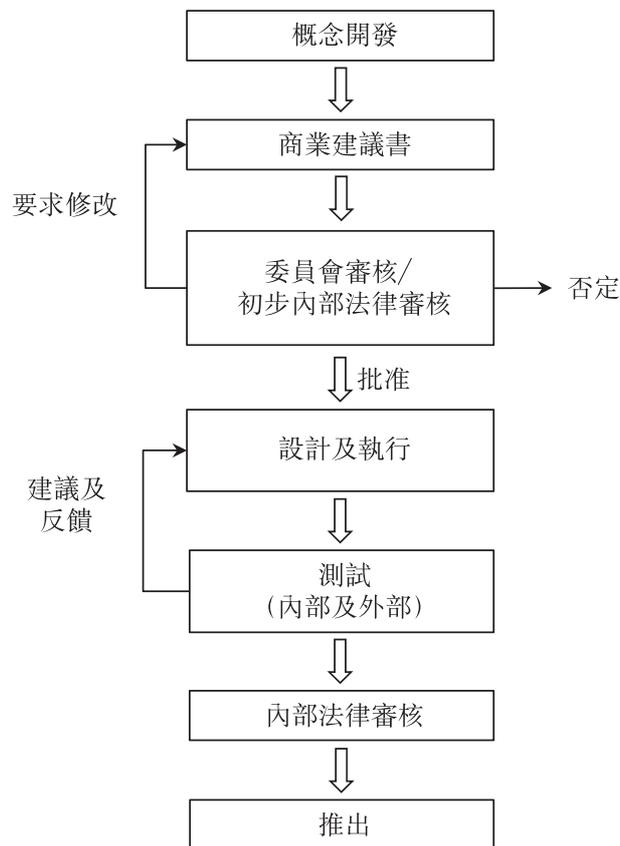
於遊戲開發的過程中及日常運作中，我們的高級管理層或各遊戲工作室的經理將會發掘及評估新款遊戲的機會，以豐富我們的遊戲組合。提出有關新發展建議的經理將會編製一份商業建議書。建議書將提交予項目審核委員會，而建議書包括對目標市場、潛在玩家群體、可比較的遊戲及競爭環境的分析，以及所待開發的建議語言版本。通常由負責遊戲

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

開發的高級管理層組成的審核委員會其後將審核並批准或否定有關建議。我們的內部法律團隊將進行全面的知識產權研究，以避免侵犯第三方現有知識產權。新的遊戲開發項目一旦獲批，我們的管理團隊會將項目分派予負責相同或類似類型遊戲的遊戲工作室，當中會考慮有關工作室的經驗、專長及現時的工作量。如果待開發遊戲很大程度有別於所有的現有遊戲，則會被分派至一組開發人員，且會視乎遊戲的預期前景及開發進度成立一個專責工作室。獲分派項目的工作室將在我們產品設計部協助下，負責新款遊戲的設計及執行。經過設計及執行階段後，所有新遊戲將接受由我們的測試部進行的內部測試。獲選的遊戲亦會由一小群的玩家測試。改良遊戲的建議及於測試過程中發現的遊戲缺陷將被發回設計團隊。獲分派遊戲的工作室將根據測試階段的建議及反饋處理所發現的缺陷並對遊戲進行調整。經過數輪測試並取得令人滿意的結果後，該遊戲將呈交予我們的內部法律團隊，彼等將進行內容審核，以確保開發中遊戲並無違反其目標市場的任何適用法律及法規。上述程序完成後，我們便會推出新遊戲。

下圖說明我們的網頁遊戲及移動遊戲開發流程：



本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

網頁及移動遊戲的投資及開發水平並無重大區別，均須五至十名開發人員組成的開發團隊。根據我們的經驗，工作室及支援部門一般需時少於兩個月便可完成新遊戲(網頁及移動遊戲)由概念開發至推出的開發週期。此外，除與用戶界面設計及顯示(移動及網頁遊戲有所不同)有關的若干特定設備技術外，移動及網頁遊戲所需的技術基礎設施及專門知識非常相似。因此，移動及網頁遊戲的經營成本(主要包括勞工成本、服務器及寬帶成本)以及市場推廣開支亦大致相若。我們的管理層會定期檢討每款新遊戲於整個開發過程中達成的里程碑，以確保遊戲能達到預期的質量標準及不超過時間表。

考慮到上文所討論網頁遊戲與移動遊戲的相似之處，我們能利用我們在網頁遊戲開發方面的經驗及專業知識，並將該等經驗及專業知識以及我們自網頁遊戲開發及經營所取得的科技知識及科技基礎設施應用至我們的移動棋牌類遊戲開發上。我們亦能利用我們自開發及經營網頁遊戲所得經驗對網絡遊戲玩家喜好及表現的理解，吸引龐大及快速增長的移動遊戲玩家群體，及在相對短期的時間內建立強勁的市場地位。我們的開發團隊亦能應用數據分析及利用我們伺服器及簡易方便的網絡基礎設施開發移動及網頁遊戲。

博雅遊戲開發引擎

我們利用我們的博雅遊戲開發引擎開發網絡遊戲。博雅遊戲開發引擎是一套我們為跨平台遊戲開發而開發的綜合源代碼。

由於各種枱式電腦及移動操作系統採用的編程規格及配置不盡相同，遊戲開發人員通常須使用獨立的程式編程語言為每個操作系統開發遊戲程式。對於希望提供跨平台遊戲的開發人員而言，此一技術障礙通常意味著技術、時間及資本資源方面的巨額成本。我們的博雅遊戲開發引擎針對此問題提供了一個具成本效益的解決方案；其綜合多種程式編程語言的應用程序編程界面，讓我們的開發人員僅須輸入一個統一的程式編程語言便可開發在各種操作系統上運行的遊戲程式。此外，我們的博雅遊戲開發引擎使用記憶管理解決方案(我們稱之為「手柄」)提高系統的穩定性。我們亦使用兩個先進的應用程式編程界面支持圖像系統，讓我們可創造一個高性能的圖像處理環境。

利用博雅遊戲開發引擎，我們能夠在確保所開發的遊戲的質量及性能保持一致的同時，以高效且具成本效益的方式開發跨平台遊戲。博雅遊戲開發引擎亦大幅降低我們對某一開發人員的依賴程度及持續維護及營運的成本。

遊戲運作及升級

完成遊戲開發及測試後，我們會將遊戲包上載至我們的服務器網絡以推出新遊戲，供玩家每週7天，每天24小時通過我們多個遊戲分銷平台下載。我們的服務器網絡由主機設在中國以及亞洲、歐洲及北美洲的其他國家及地區的14個地點逾370台自有及租賃服務器組成。我們在中國的遊戲運作團隊運作我們所有的網絡遊戲。我們持續監察我們的網絡基礎設施以確保穩定性及安全性。

業 務

為不斷改良我們的遊戲及提升玩家體驗，我們不時發佈我們遊戲的升級版。目前，我們的網頁遊戲大約每週進行升級，而我們的移動遊戲則大約每月進行升級。我們會就修正缺陷或處理編程或技術問題、安裝新遊戲置入功能及為新推出的手機設備或已升級操作系統推出升級數據而升級我們的遊戲。手機玩家通常可通過一次性下載升級包的方式取得已升級版本。

數據分析

我們使用數據分析收集及分析可使我們增強我們的遊戲及提高玩家體驗的數據。我們擁有一支專門負責數據分析的七人團隊。我們利用我們的雲基礎設施及機器學習技術，每天在集中化網上數據管理系統中收集及分析我們的遊戲玩家的數據，而所有相關的遊戲開發及運作團隊均可登入該集中化網頁數據管理系統。通過對有關數據的評估及分析，我們可準確了解我們遊戲的特性及壽命，使我們可與內部遊戲開發人員緊密合作以評估及增強我們遊戲的特性以及延長我們遊戲的壽命。

我們密切追蹤及分析玩家的遊戲中的表現及行為，例如遊戲的首選時間、遊戲輪數、遊戲中的活動級數、技能級數的進度、使用特定的遊戲中功能的頻率、社交、對本地化遊戲設置及新推出活動的反應、對宣傳活動的接受程度、對特定類型的虛擬物品的偏好情況、購買模式及歷史以及我們市場推廣活動的成效。通過這些工作，我們可了解我們的遊戲玩家遊戲中的行為模式，有助於我們透過調整遊戲中的任務及挑戰的難度及優化進行特定遊戲所需的虛擬代幣的最低金額的方式增強對我們的遊戲特色的設計。我們的數據分析亦讓我們可預測及應對玩家對我們的新遊戲特色及虛擬物品宣傳的反應、優化我們的市場推廣工作及成效、吸引更多的登記玩家成為付費玩家以及推動虛擬代幣及其他虛擬物品的銷售額。

規管遊戲環境

我們已採取多項包括對遊戲玩家採用全面的條款及條件的措施，以規管我們的遊戲環境及防止第三方或不當玩家的某些未經授權行為或我們相信對我們的遊戲營運及玩家體驗造成不利影響的第三方行為。我們尋求規管的不當行為包括：

- 我們的玩家之間在遊戲中或透過未經授權第三方進行擅自出售、購買或轉讓我們的虛擬代幣或其他虛擬物品 (包括在我們的玩家社區或第三方平台的遊戲中的交流系統招攬買賣、玩家為轉讓虛擬代幣或其他虛擬物品而做出的故意損失及玩家之間串通)；
- 通過作弊 (如使用作弊或未經授權軟件以利用我們遊戲的漏洞) 取得我們的虛擬代幣或其他虛擬物品，或利用假出價或虛擬物品或其他遊戲利益欺騙我們的玩家；
- 為在擅自進入其他玩家的遊戲賬戶並取得他們的虛擬代幣或虛擬物品而利用遊戲中的釣魚、惡意軟件或其他不當方法盜用玩家賬戶；
- 不正常買賣 (包括一天內進行不正常次數的買賣或花費不正常的金額)；及
- 其他不當或騷擾行為或通訊。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們過往曾偵測到玩家違反我們遊戲政策的情況，包括擅自轉讓虛擬代幣、串謀、故意損失、使用作弊程式及盜用賬戶。為了偵測到我們的遊戲政策有否遭違反以及有否未經授權或不當活動，我們的中央數據系統對玩家活動制定了若干經准許的限制，如每個玩家賬戶可收取的免費遊戲幣或虛擬物品數量、玩家賬戶中的虛擬代幣或物品出現重大變動或每個玩家賬戶可在若干時間內作出的付款總額。一旦限制遭到違反，我們的系統將會提醒其運作團隊檢閱相關玩家賬戶的有關活動。此外，我們的運作團隊亦將檢閱擁有最多虛擬代幣的玩家賬戶名單，以確保玩家賬戶並無不合理變動或並無不正常交易或其他不當玩家活動。我們的數據系統維持玩家活動的記錄，包括但不限於已玩的遊戲會合、虛擬代幣結餘、每名玩家每次增加或使用虛擬代幣等，以確保該等資料的準確性。一經偵測到未經授權或不當的活動，我們會根據每項違規的性質及程度採取措施（例如沒收已送出的虛擬代幣），以決定是否暫停相關玩家賬戶一段時間或永久關閉賬戶。於往績記錄期內，我們於二零一一年、二零一二年、截至二零一三年六月三十日止六個月及二零一三年七月一日至最後實際可行日期止期間分別錄得91,200宗、106,667宗、23,750宗及19,099宗賬戶關閉。下表載列我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期錄得的主要違規數目：

	截至 十二月三十一日 止年度		截至 二零一三年 六月三十日 止六個月	二零一三年 七月一日起至 最後實際 可行日期 止期間
	二零一一年	二零一二年		
使用作弊程式	74,784	84,267	19,238	15,156
盜用賬戶	8,208	9,600	1,900	1,710
不當購買	1,824	5,332	950	709
擅自轉讓虛擬代幣	3,648	3,200	950	884
其他不當或騷擾行為	2,736	4,268	712	640
總計	91,200	106,667	23,750	19,099

我們的遊戲政策遭上述違反導致我們於上述所示期間各自分別錄得損失約人民幣0.8百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.4百萬元。

由於我們於二零一零年仍處於其業務營運的初步階段，故我們的中央數據系統並無偵測到我們的遊戲政策於該年度有否遭違反，而我們未能提供與上述資料具相同準確性的二零一零年數據。儘管我們於往績記錄期因業務及玩家群體大幅提升而偵測到的違規數字有所增加，惟該等違反佔已註冊總累計玩家數目的百分比由二零一一年約0.05%及二零一二年0.04%進一步減至截至二零一三年六月三十日止六個月的0.01%，並至二零一三年一月一日至最後實際可行日期止期間的0.01%。我們相信自二零一一年起出現的減幅乃主要由於我們已採取持續監控措施以監督玩家的不當行為所致。

為妥善告知玩家我們針對未經授權交易及其他不當行為的政策，我們在自有的官方網站及在於各遊戲分銷平台上提供的各類遊戲內發佈我們的遊戲政策及隱私政策。在我們所採納的政策中，我們告知玩家，虛擬代幣及其他虛擬物品於有關遊戲外並無貨幣價值，且不可兌換為任何實體貨幣。我們亦明令禁止玩家出售或轉讓其玩家賬戶內的虛擬代幣或其他虛擬物品。我們不時在遊戲中發佈通告，宣告暫停或終止違反遊戲條款及條件的玩家賬戶並提醒玩家我們針對未經授權交易的相關政策。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們擁有一支專門監察玩家行為的七人團隊。我們已建立警報系統以偵測異常情況，例如不合理的勝出率或玩家賬戶內虛擬代幣的異常變動。我們亦對公共紙牌室或玩家的公告板進行實時檢查。我們的系統會自動篩選並攔阻有關擅自出售及購買虛擬代幣或載有不當內容的用戶訊息。我們利用我們的數據分析收集及分析玩家的行為及賬戶資料，以偵測虛擬代幣或其他虛擬物品的擅自轉讓、串謀、欺騙或作弊手法及使用經授權軟件。我們定期監察我們的虛擬代幣及虛擬物品在第三方平台的轉讓情況，並要求有關平台終止有關交易。我們的遊戲載有申報功能，玩家可在彼等察覺到有任何行騙或其他不當玩家活動時使用該功能。我們的遊戲營運團隊將會調查被舉報的活動，並且審閱遊戲或玩家賬戶以避免我們的遊戲政策遭到違反。

我們實施各種技術措施檢測及防止未經授權交易。例如，我們的《德州撲克》會定期要求玩家每月登陸遊戲前輸入驗證碼，以識別及防止程序木馬。此外，《德州撲克》並不容許位於同室內的玩家使用同一IP地址，以避免潛在欺詐行為。

遊戲出版

我們委聘合資格出版商發佈我們提供的網絡遊戲。於往績記錄期內，我們委聘三辰影庫音像出版社有限公司（「三辰出版社」）及上海同濟大學電子音像出版社（「同濟出版社」）向新聞出版總署辦理《開心寶貝》及《德州撲克》的出版及備案手續，分別於二零一零年四月及八月完成。我們亦委聘同濟出版社辦理我們在中國提供的餘下11款網絡遊戲的出版及備案手續。我們的中國法律顧問認為，根據新聞出版總署網站上發佈的有關出版商資料，三辰出版社及同濟出版社均為合資格出版商。根據我們與同濟出版社訂立的合作協議及出版協議，同濟出版社負責向新聞出版總署辦理申請手續出版有關網絡遊戲、審查及審閱該等網絡遊戲的內容及技術。我們在協議中承諾，我們遊戲的內容符合有關中國法律及法規，我們對因我們遊戲的任何監管不合規而使出版商產生的直接損失負責。

根據我們針對在中國提供的餘下11款網絡遊戲的出版及備案手續而與同濟出版社訂立的合作協議及出版協議，我們須向同濟出版社支付總額人民幣160,000元，代價為辦理該等遊戲的相關出版及備案手續。

我們的中國法律顧問認為，我們並無法定義務遵守新聞出版總署網絡遊戲通知下的出版及備案要求，原因為(i)在中國，我們並不提供網上互動遊戲服務或遊戲下載服務，該等服務均由我們的遊戲分銷平台提供，及(ii)我們在自有遊戲門戶boyaa.com上僅向擁有非中國IP地址的海外玩家提供有關《德州撲克》的網上互動遊戲及遊戲下載服務，而我們的法律顧問認為，根據新聞出版總署網絡遊戲通知及互聯網出版條例，該活動並非互聯網出版活動。然而，根據我們與該等遊戲分銷平台之間的協議，辦理我們在中國遊戲分銷平台提供的網絡遊戲的出版及備案手續乃博雅深圳的合約義務。此外，該等協議規定博雅深圳須就遊戲分銷平台因違反在該等遊戲分銷平台發售網絡遊戲的出版及備案程序所產生的損失（包括法律費、公證費及行政罰款（如有））承擔責任。我們的中國法律顧問認為，與博雅深圳及該等遊戲分銷平台訂立的協議下的有關訂約責任將不會導致新聞出版總署網絡遊戲通知下的備案及出版的法定責任轉移至博雅深圳。

業 務

博雅深圳並無任何訂約責任須向有關遊戲分銷平台發出正式通知表示其並無就於該等平台發售的若干網絡遊戲完成出版及備案程序(亦無如此行事)。新聞出版總署就已完成出版及備案程序的各網絡遊戲所指派及配發的存檔編號均須在該遊戲的顯著地方顯示。由於博雅深圳並無在透過有關遊戲分銷平台發售的若干網絡遊戲顯示存檔編號，該等遊戲分銷平台應已知悉該等網絡遊戲仍有待完成所須的出版及備案程序。博雅深圳尚未獲任何遊戲分銷平台告知彼等因博雅深圳違反於該等遊戲分銷平台發售網絡遊戲的出版及備案程序而蒙受任何損失或我們已識別出遊戲分銷平台已因上述原因蒙受任何損失。而且，博雅深圳作為與遊戲分銷平台訂立協議的訂約方，並無就此收到該等遊戲分銷平台的任何賠償申索。此外，於往績記錄期內，我們在中國透過遊戲分銷平台發售的遊戲營運概無因違反出版及備案程序而受影響。

除《開心寶貝》與《德州撲克》分別於二零一零年四月及八月向新聞出版總署完成出版及備案程序外，在中國遊戲分銷平台營運的另外十款網絡遊戲的出版及備案程序已於二零一三年八月、九月及十月向新聞出版總署完成，博雅深圳已就此改正其先前就該等遊戲違反的訂約責任。餘下一款遊戲(即《大話骰》)的出版及備案程序於最後實際可行日期仍有待完成。

根據上述各項，我們相信有關遊戲分銷平台不會向博雅深圳提出申索，以尋求賠償因博雅深圳未能完成出版及備案程序而蒙受的任何損失，且博雅深圳因其過往未能完成有關的出版及備案程序的潛在責任(如有)將微不足道。中國法律顧問亦認為，我們委聘合資格出版商辦理有關出版及備案手續並無令我們解除有關合約義務，但可用於履行該等義務。此外，中國法律顧問認為，委聘合資格出版商為我們發佈網絡遊戲的做法與行業慣例一致，我們透過合資格出版商發佈網絡遊戲並無任何法律障礙。

提升遊戲收益

我們所有的網絡遊戲(無論是網頁遊戲或移動遊戲)均屬免費。玩家可通過選擇購買虛擬代幣及我們所提供的各種虛擬物品增強他們的遊戲體驗。透過允許玩家可毋須初始成本而玩我們的遊戲，這一商業模式讓我們可快速吸引新玩家體驗我們的遊戲並隨後逐漸發展他們購買我們虛擬代幣及其他虛擬物品的興趣。於往績記錄期內，我們所有的收益均來自虛擬代幣及其他虛擬物品的銷售。請參閱「財務資料—重大會計政策及估計—收益確認」。

虛擬代幣及其他虛擬物品

視乎遊戲而定，我們向玩家提供以下主要種類的虛擬物品：

- 虛擬代幣(玩我們所有的棋牌類遊戲均需要)。我們每天向進入我們遊戲的玩家提供有限數量的免費虛擬代幣。玩家可選擇購買額外的虛擬代幣以繼續進行遊戲或進入更高等級的遊戲、獲得高級服務或加強遊戲中的交流。

業 務

- 頭像、俱樂部會員卡及升級鑽石(可提供獨特的美感或特徵且允許玩家定製其遊戲人物及展示其遊戲中的表現等級)。玩家可於特定時間顯示所購買的頭像。此外，成為高級會員的玩家可享有若干特權，例如可設立私人紙牌室、擷取個人遊戲歷史統計數據及以更快賺取更高的獎勵。
- 表情符號及互動工具，在除麻將遊戲外的大部分遊戲均有提供，以讓玩家增強遊戲中的交流。玩家可於特定時間挑選及購買遊戲中對話所用的表情。
- 設備、武器及寶物，如水槍、弓箭、各種寶石、藥水及指環，這些均有助提升玩家遊戲內的性能，主要在《蟲蟲特攻隊》中提供。玩家可挑選各種裝備或武器以在遊戲中對抗敵人及完成任務。
- 虛擬仿真物品，如花籽、傢具、服飾及珠寶，主要在《開心寶貝》中提供，以增加玩家遊戲內活動的種類。例如，玩家可購買虛擬物品裝飾其空間或寵物。

虛擬代幣、頭像、會員卡及升級鑽石是我們遊戲中最受歡迎的虛擬物品。

我們提供「易耗型」虛擬物品，即一次性消耗的物品，主要是我們棋牌類遊戲的虛擬代幣，及「耐用型」虛擬物品，即可長期使用且持續有用的物品，如頭像、表情符號、會員卡及升級鑽石。所有虛擬物品均特地為各款遊戲設計，可讓玩家用於多種用途，如進入遊戲、延長遊戲時間、增強遊戲內的交流、個性化遊戲設置、提升遊戲內性能及加快遊戲升級。

在我們的遊戲中，玩家可賺取若干基本虛擬物品，如虛擬代幣及有限種類及數量的虛擬物品。高等級虛擬物品(包括大部分虛擬物品，如鑽石、會籍及表情符號)一般需以真實貨幣購買。我們不允許玩家轉讓虛擬代幣或其他虛擬物品，惟可使用一次用作禮物贈予其他玩家的有限種類虛擬物品(虛擬代幣除外)則除外。據我們的中國法律顧問所告知，「中國適用法律及法規—關於電信服務及外資持股限制的法規—關於虛擬貨幣的法規」一節所論述的虛擬貨幣通知並不適用於作為禮物的虛擬物品，乃由於我們允許玩家向他人發送的該等虛擬物品並非為虛擬貨幣通知所界定的虛擬貨幣。

虛擬代幣及其他虛擬物品可透過多種渠道購買。請參閱下文的「—遊戲分銷平台及收費渠道—收費渠道」。

玩家玩每輪棋牌類遊戲時，我們透過扣除玩家賬戶的虛擬代幣向玩家收取服務費，服務費視乎所玩遊戲及級別而非遊戲輸贏而定，按不同費率以虛擬代幣方式收取。

在對我們的虛擬代幣及其他虛擬物品定價時，我們會考慮多種因素，包括不同的收入水平、目標市場遊戲玩家的購買習慣、我們於其他市場的經驗及競爭對手提供的類似遊戲的虛擬代幣及虛擬物品價格。我們不同語言版本的虛擬物品的售價可能在不同的目標市場有差別，乃由於我們透過研究不同目標市場的整體價格評估當地購買能力。我們比較不同目標市場可資比較遊戲虛擬物品的價格範圍，以更好地定位我們的自有遊戲。我們亦分析擬合作的遊戲分銷平台的主要用戶組成部分及其購買習慣，以更好地設計遊戲虛擬物品的類型及價格。

業 務

遊戲的虛擬代幣及虛擬物品一經定價，一般不再作調整。為維持玩家虛擬代幣及其他虛擬物品的價值，我們會密切注視及調整我們虛擬代幣及其他虛擬物品的定價，調整我們不時向玩家提供獎賞或獎勵的頻率或額度。除向每天登入我們遊戲的所有遊戲玩家提供免費虛擬代幣名義賬戶外，我們亦不時提供各種遊戲中獎勵。例如，在麻將遊戲、《鋤大地》及《King & Slave》中，一旦某天完成每日任務，玩家可獲得虛擬代幣或其他虛擬物品等形式的獎勵。在《德州撲克》及《鬥地主》中，倘玩家的累計遊戲時間達致若干水平，將有機會每日免費得到額外的虛擬代幣。我們的中國法律顧問認為，該推廣活動並無被視為反賭博通知及虛擬貨幣通知所禁止的「抽籤」活動，因為其為一項獎勵計劃，倘玩家各自的累計遊戲時間達致遊戲的若干水平時，該計劃將會向玩家隨機給予虛擬代幣。該獎勵計劃基本上與反賭博通知及虛擬貨幣通知所禁止的「抽籤」活動有所不同，因為我們《德州撲克》及《鬥地主》的玩家無須支付任何現金或花費任何虛擬代幣或虛擬貨幣以獲得該獎勵計劃所贈予的虛擬代幣。我們透過折讓玩家的遊戲中購買推出促銷，頻率一般為一個月一至三次並通常就每筆購買提供5%至20%的折讓。為達到某一水平的變現，我們亦可能提高某款指定遊戲或於指定期間所需虛擬代幣所需最低金額。

提升收益措施

提高付費玩家的數目

我們推行以下措施以提高付費玩家的數目：

- 第一，我們在所有遊戲中給予一天首次登入我們遊戲的玩家有限數量的免費虛擬代幣，讓玩家玩我們的遊戲並留在遊戲中，提供玩家在毋需初始成本情況下一試遊戲內體驗及鼓勵玩家作出購買以進一步提升其體驗。
- 第二，我們將最低購買額定於較低水平且購買戶法簡單，方便玩家首次購買，這對變現過程的成功十分重要。
- 第三，在讓玩家無論是否作出購買均可持續擁有愉快遊戲體驗的同時，我們仍透過強調玩家只有持續作出購買方可獲得高級特性及特權來鼓勵玩家成為付費玩家或增加其購買額。

通過這些工作，我們的付費玩家由二零一零年的31.60萬人增至二零一二年的61.08萬人。於截至二零一三年六月三十日止六個月，我們擁有68.88萬人的付費玩家。

提高ARPPU

我們已制定及推行一系列措施，促進透過增加付費玩家遊戲內的購買額及玩遊戲的輪次提高ARPPU。

我們提供多種虛擬物品以供選擇及持續提供多種新的虛擬物品及遊戲內活動，以保持玩家對我們遊戲的興趣及增加他們購買額及遊戲的輪次。在設計及提供虛擬物品時，我們集中在我們預期可提高玩家活動水平的物品上，讓玩家可作個性化個人設置及方便遊戲內的互動。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

為提高玩家遊戲內的購買額及玩家玩遊戲的輪次，我們推出多種遊戲內推廣及活動，如對於新購買將提供免費虛擬代幣或虛擬物品、組織玩家遊戲內比賽，與技能等級相若的玩家比賽，或挑戰更高級別玩家，這些需要大額的虛擬代幣作為「入場費」、提供高級別服務，如選定遊戲的私家房。為推動收益上升，我們亦有選擇地推出節假日宣傳及季節性活動。

我們提供多項忠誠計劃，以增強我們玩家的忠誠度及鼓勵購買。例如，購買金額更多的玩家可升級至有關遊戲的更高級性能水平。玩家亦可訂購我們《德州撲克》、《鬥地主》及《鋤大地》的高級會籍，會籍會展示於玩家賬戶名稱旁的當眼位置以顯示他們遊戲內狀態及提供若干特權，如能夠設立私人紙牌室、擷取遊戲歷史統計數據及以更快的速度賺取更高的獎勵。

我們致力提高付款的便利性及精簡玩家的付費流程。我們目前已推出iOS及Android平台的服務，讓玩家可在遊戲期間付款，減低對遊戲過程的影響。由於推行了上述措施，我們的ARPPU由二零一零年的人民幣41.2元升至二零一一年的人人民幣51.2元及二零一二年的人民幣70.6元，並升至截至二零一三年六月三十日止六個月的人人民幣74.7元。

下表載列指示期內我們網頁遊戲及移動遊戲的若干資料：

	截至十二月三十一日止年度			截至 六月三十日 止六個月
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年
付費玩家(以千計)	316	517	611	689
網頁遊戲	310	454	402	207
移動遊戲	6	63	209	482
ARPPU(人民幣)	41.2	51.2	70.6	74.7
網頁遊戲ARPPU	41.6	55.9	89.3	173.8
移動遊戲ARPPU	16.4	17.5	34.8	32.1
收益(人民幣千元)	156,139	317,859	517,745	308,927
網頁遊戲	154,976	304,597	430,331	216,094
移動遊戲	1,163	13,262	87,414	92,833

於往績記錄期內，我們網頁遊戲的ARPPU明顯高於我們的移動遊戲，主要原因如下：(i)與移動遊戲目前得不到充分服務付款且選擇有限的移動玩家相比，網頁遊戲提供更為完善的付費玩家群體及覆蓋範圍更廣的各種付款渠道；(ii)大多數桌上電腦的屏幕、硬件配置及處理能力均較大多數移動裝置更大、更強及更高，以及更多可操作的功能(例如若干比賽要求現時僅適用於桌上電腦的較複雜操作)均導致用戶體驗更佳；及(iii)我們的遊戲分銷平台為倚重現有用戶分析及活躍玩家互動的網頁遊戲提供更高效市場推廣投入。

國際市場覆蓋

我們已建立了巨大的國際玩家群體，尤其是東南亞國家及地區。請參閱下文「我們的玩家及客戶服務－我們的玩家」。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，簡體中文以外的語言版本遊戲的玩家貢獻的收益分別佔我們總收益約59.2%、71.6%、70.2%及69.2%。

業 務

我們的遊戲本土化能力是我們海外擴張的主要推動因素。我們的大部分網絡遊戲提供多種語言版本，以吸引不同國家及地區的玩家。例如，我們最受歡迎的遊戲《德州撲克》目前擁有19種語言版本，包括簡體及繁體中文、英語、泰語、印尼語、德語、法語及越南語。《鬥地主》擁有三種語言版本，包括簡體中文、繁體中文及泰語，而《蟲蟲特攻隊》擁有六種語言版本，包括簡體及繁體中文、泰語、印尼語、葡萄牙語及越南語。

更重要的是，我們已增強本土化能力，提供專門為不同文化及喜好的玩家設計及提供的遊戲內特性，以吸引當地玩家。例如，在泰語版本的《德州撲克》中，我們為虛擬人物設計泰式服飾及提供與當地傳統元素有關的特殊虛擬物品。我們於當地節日期間推出遊戲內活動，以刺激我們的玩家及促銷我們的虛擬物品，如我們於二零一三年四月的泰國宋干節前後提供《德州撲克》比賽。我們亦針對特定國際或地區開發遊戲。我們於二零一二年十一月推出針對泰國玩家的泰語版本的棋牌遊戲《King & Slave》。該遊戲乃基於泰國廣受喜愛的傳統棋牌遊戲開發。該等本土化遊戲特性及新遊戲極大改善了玩家的體驗，有助促進我們遊戲對有關國家及地區藝術及文化方面的認知度，從而有利於我們留住及擴大該等國家及地區的玩家群體。

我們透過評估多項因素選擇目標海外市場，包括但不限於目標市場的整體經濟、潛在網絡遊戲人口規模及當地網絡遊戲行業的競爭環境。我們認為泰國是一個存在龐大增長潛力的市場，並於二零一二年八月在泰國組建一個團隊，提供行政及電話客服中心支援。我們正在評估其他經甄選海外市場（如越南、印尼、德國、俄羅斯及印度）的當地市場狀況及玩家喜好。在我們於其他海外市場的未來業務擴張中，我們計劃透過與當地遊戲門戶網站及其他當地分銷商的合作關係進一步加強遊戲本地化及建立地區市場推廣及分銷網絡。

在釐定我們遊戲業務營運所在的司法管轄區時，我們會考慮以下因素：(i)託管我們網絡遊戲的服務器的位置，及(ii)我們從事遊戲運作活動（即遊戲設計及開發、提供遊戲更新及升級、解決技術問題、技術支援、偵測不正常的玩家行為、遊戲環境規管以及服務器系統及技術基建維護以確保穩定的遊戲體驗）的員工的位置。我們擁有或租賃所有託管網絡遊戲的服務器均位於中國；所有位於中國境外的服務器僅用作分析及複製遊戲運作數據。此外，除有關我們最近為遵守「歷史、重組及公司架構－契約安排－緒言」所討論的資格要求而採取的步驟外，我們就進行遊戲運作活動的所有僱員均位於中國。此外，我們相信，透過互聯網提供的服務（包括網絡遊戲服務）一般可被世界任何地方擁有互聯網連接的任何人士獲取，而此現象乃屬互聯網行業的特質。我們的網絡遊戲有超過100個國家及地區（按IP地址計）的玩家，這事實本身並不可斷定我們就是在該等國家及地區中經營我們的網絡遊戲業務。儘管如此，由於我們的遊戲在互聯網及移動應用商店內提供，範圍遍及世界各地，我們亦已建立及實施多項舉措以確保我們向海外目標市場的遊戲玩家提供的遊戲符合監管合規。請參閱下文「一業務營運的內部監控」。

遊戲分銷平台及收款渠道

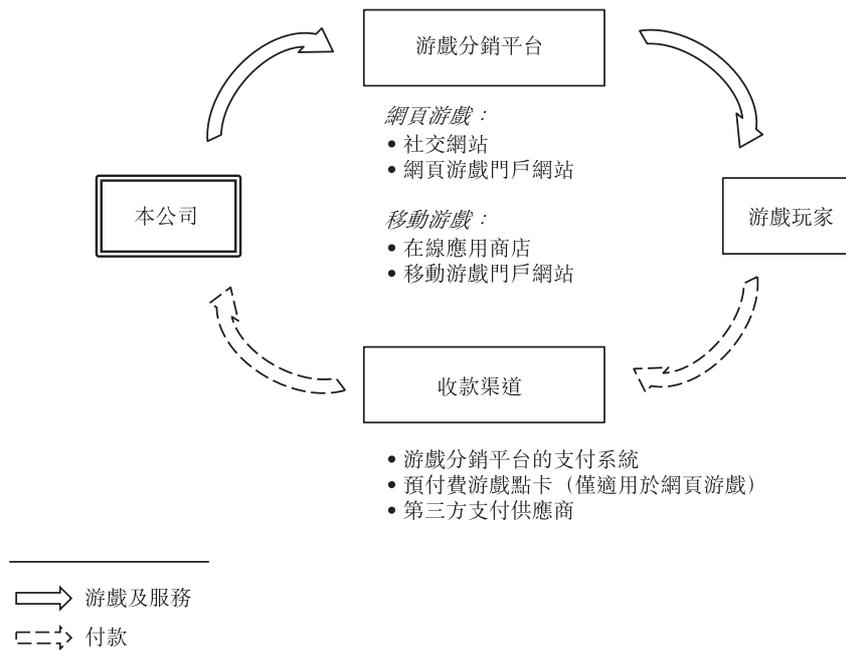
我們運用遊戲分銷平台贏得網絡遊戲玩家，方法為在遊戲分銷平台運營的網站或在線應用商店提供遊戲。遊戲玩家可透過登陸相關網站進入我們的網頁遊戲或將有關遊戲下載

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

到其移動設備登入我們的移動遊戲。我們的遊戲玩家透過各種收款渠道付款。我們的最終客戶為個別遊戲玩家。我們直接從收款渠道(而非個別遊戲玩家)收取出售遊戲中虛擬物品的款項。有關我們與該等人士關係的更多詳情，請參閱下文「一遊戲分銷平台」及「一收款渠道」的論述。

下圖列示我們如何透過各種遊戲分銷平台向遊戲玩家宣傳及銷售網頁及移動遊戲，以及我們如何透過各種收款渠道向我們的付費玩家收取遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品銷售的所得款項的流程。



儘管我們網頁及移動遊戲的遊戲分銷渠道區別明顯，但這兩類遊戲的收款渠道可能因若干社交網站、網絡及移動遊戲門戶容許我們的玩家使用第三方支付供應商進行遊戲中購買而有重疊。此外，在玩家透過遊戲分銷平台的自有付款系統進行購買的情況下，該遊戲分銷平台亦擔當我們的收款渠道。

遊戲分銷平台

為宣傳及分銷我們的遊戲，我們主要依賴我們的遊戲分銷平台，其中包括社交網站及網頁遊戲門戶網站(就我們的網頁遊戲而言)及全球及區域的在線應用商店及移動遊戲門戶網站(就我們的移動遊戲而言)。於二零一二年十一月，我們亦開始透過與中國若干手機製造商及零售商的預裝安排推廣我們的移動遊戲。運該等遊戲分銷平台的所有實體均為獨立第三方。我們並無與我們的任何遊戲分銷平台訂立任何獨家安排。

根據我們與遊戲分銷平台的大部分協議，我們對我們的遊戲在向玩家提供所在地域市場遊戲遵守各項適用規則及法規方面承擔全部責任。如發現我們在任何遊戲分銷平台分銷的任何遊戲違反其他遊戲開發商及營運商的知識產權，我們須負上責任。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

就網頁遊戲而言：社交網站及網頁遊戲門戶網站

我們的大部分網絡遊戲乃以網頁遊戲提供。我們利用國際及區域的社交網站及網頁遊戲門戶網站來吸引網頁遊戲玩家。

在海外市場，我們主要利用Facebook促銷我們的網頁遊戲。在區域層面，我們積極尋求與其他知名社交網站的合作機會，以利用其用戶間的成熟社交網絡。例如，在中國，我們透過多個主要社交平台(包括新浪微博、騰訊QQ及人人網)推廣我們的遊戲。我們亦與多家專門的網頁遊戲門戶網站(如51.com)建立了密切關係，該等網站主要為發佈大量網絡遊戲以迎合不同人群特點及興趣的玩家的「一站式」網站。

我們與該等社交網站及遊戲門戶網站訂立合作協議，期限一般介乎一至兩年。根據該等協議，該等社交網站及遊戲門戶網站提供遊戲平台服務供我們提供及運作我們的網絡遊戲，並提供付款服務供玩家購買我們遊戲內的虛擬代幣及其他虛擬物品。該等社交網站及遊戲門戶網站就其服務向我們收取佣金。請參閱下文「收款渠道」。我們運作所有遊戲服務器及維持於該等遊戲分銷平台運作的所有遊戲，提供遊戲改良，及時解決與遊戲運作有關的技術問題及向玩家提供客戶服務。我們對遊戲的社交網站及網頁遊戲門戶因違反任何適用規則及法規或侵犯其他第三方知識產權而產生的損失負責。倘我們的遊戲被報告已違反相關規則或侵犯法規或其他第三方知識產權，或倘我們的遊戲無法妥善操作及我們無法在規定期間內解決技術問題，社交網站或網頁遊戲受影門戶或會終止合作協議。另一方面，根據與社交網站及網頁遊戲門戶訂立的若干協議，我們可在事先發出書面通知的情況下終止有關協議，惟我們同意將營運中遊戲維持一段時間，通常為發出書面通知後至少兩個月，以使受影響遊戲的玩家有充足時間使用其未使用的虛擬代幣及其他虛擬物品。

此外，我們亦在我們本身的遊戲門戶網站boyaa.com提供《德州撲克》，主要針對該款遊戲繁體中文、泰語、印尼語及越南語版本的現有玩家。目前，僅有IP地址位於中國境外的玩家可通過boyaa.com玩《德州撲克》。我們自有遊戲門戶上的《德州撲克》與在其他第三方遊戲分銷平台上提供的遊戲相同。我們向進入我們自有遊戲門戶的玩家提供更多付款選擇，容許其使用我們的預付費遊戲點卡及若干第三方在線支付供應商在該遊戲中進行購買。

就移動遊戲而言：應用商店及移動遊戲門戶網站

由於我們分配大量資源予及專注於提供及運作移動遊戲，我們與主要在線應用商店進行密切合作，以覆蓋多種移動設備用戶。我們自二零一零年九月起成為蘋果公司的App Store的開發商，為iOS系統提供我們的網絡遊戲，及自二零一二年七月起與Android平台的在線應用商店Google Play建立合作關係。我們亦為Google Play以外的Android平台提供我們的遊戲，利用在當地遊戲玩家中知名的多個其他區域在線應用商店(如中國Android市場的GoMarket)，以在經選擇的區域及當地市場進一步深化市場覆蓋。此外，我們利用中國的移動遊戲門戶網站(其中大部分為專注推廣及分銷移動遊戲的網站)，以補充在線應用商店未覆蓋的分銷網絡。

我們與應用商店及移動遊戲門戶網站訂立合作協議，而其年期一般介乎一至兩年。根據該等協議，該等應用商店及移動遊戲門戶網站提供遊戲平台服務，供我們提供及運作我們的移動遊戲。與應用商店及移動遊戲門戶網站訂立的合作協議的主要條款及條件大致上

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

與上文我們與社交網站及遊戲門戶網站訂立的協議類同。我們的主要責任為提供網絡遊戲及相關的技術支援及客戶服務。我們亦將就因違反任何適用法律及法規或我們的遊戲侵犯其他第三方知識產權而導致應用商店或移動遊戲門戶網站蒙受虧損而承擔責任，於該情況，受影響的應用商店或移動遊戲門戶網站可終止該協議。此外，由於與我們合作的部分應用商店(如蘋果公司的App Store)擁有極強的議價能力，故我們須訂立應用商店的標準條款及條件，而該等條款及條件一般適用於其平台的所有遊戲且不得磋商。所有該等應用商店及多家移動遊戲門戶網站亦為購買我們遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品的玩家提供支付服務。該等應用商店及移動遊戲門戶網站就其服務向我們收取佣金。有關佣金費用詳情，請參閱下文「收款渠道」。我們運作所有遊戲服務器及維持於該等應用商店及移動遊戲門戶網站運作的所有遊戲，提供遊戲改良，解決與遊戲運作有關的技術問題及向玩家提供客戶服務。

手機預裝遊戲

我們已開始與中國若干手機製造商及手機零售商合作就其所銷售的手機預裝移動遊戲。我們與手機製造商及手機零售商訂立的合作協議一般為期一年，且經雙方同意後可予續期。我們負責提供移動遊戲及相關的技術支援及有關我們遊戲的客戶服務。我們亦須就我們遊戲中的內容及資料負全責，而我們可能因我們的預裝遊戲違反適用法律及法規或侵犯第三方知識產權而承擔法律責任。手機製造商及零售商擁有訂約責任保持彼等製造或出售的智能電話以確保我們的遊戲可在該等智能電話上顯示及運作。彼等亦有責任就彼等製造或出售的智能電話提供及時的技術支援。根據我們與手機製造商及零售商訂立的協議，我們向彼等支付定額費用，一般為在彼等的移動裝置預裝遊戲所得總收益扣除收款渠道收取的費用(視乎玩家選擇的付款方式而定)後的30%至60%。我們一般有權於發出預先書面通知的情況下終止合作協議。我們最近亦與中國三家主要無線電信運營商(即中國移動、中國聯通及中國電信)建立合作關係，並向其在線應用商店提供我們的移動遊戲。

我們的主要遊戲分銷平台

下表載列我們五大遊戲分銷平台、該等平台於所示期內對我們業務營運的貢獻(按收益計)以及其他相關資料：

截至二零一零年十二月三十一日止年度

排名	遊戲分銷渠道	截至二零一三年六月三十日的關係年數	收益 (人民幣千元)	佔總收益百分比 (%)	背景
1	人人網	四年零兩個月	14,578	9.3	人人網為人人公司營運的中國流行社交平台。人人網為我們網頁遊戲的獨立第三方分銷渠道。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

排名	遊戲分銷渠道	截至二零一三年六月三十日的關係年數	收益	佔總收益百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
2	Kaixin001.com	兩年零八個月	9,083	5.8	Kaixin001.com為北京開心人信息技術有限公司營運的中國流行社交平台。Kaixin001.com為我們網頁遊戲的獨立第三方分銷渠道。
3	51.com	一年零八個月	6,087	3.9	51.com為中國社交平台，提供微博、在線音樂、即時信息及網頁遊戲門戶服務。51.com為我們網頁遊戲的中國獨立第三方分銷渠道。
4	360.cn	四年零四個月	3,281	2.1	360.cn為奇虎360科技有限公司營運的網絡遊戲門戶，為以其殺毒軟件及網頁瀏覽器而著稱的軟件公司。360.cn為我們網頁遊戲的獨立第三方分銷渠道。
5	baofeng.com	三年零九個月	3,213	2.1	baofeng.com為北京暴風網際科技有限公司營運的網絡遊戲門戶，為中國著名視頻服務供應商。baofeng.com為我們網頁遊戲的獨立第三方分銷渠道。

截至二零一一年十二月三十一日止年度

排名	遊戲分銷渠道	截至二零一三年六月三十日的關係年數	收益	佔總收益百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	Facebook	兩年零四個月	49,817	15.7	Facebook為全球主要社交網站，為我們網頁遊戲的主要分銷渠道且為獨立第三方。
2	人人網	四年零兩個月	14,347	4.5	參閱上文說明。
3	蘋果公司的App Store	兩年零九個月	11,802	3.7	蘋果公司為美國多媒體公司，設計、開發及出售消費電子產品、電腦軟件及個人電腦。蘋果公司的App Store為我們移動遊戲的主要分銷渠道。蘋果公司為獨立第三方。
4	Kaixin001.com	兩年零八個月	9,380	3.0	參閱上文說明。
5	新浪微博	一年零十一個月	8,835	2.8	新浪微博為新浪公司營運的中國流行微博平台。新浪微博為我們網頁遊戲在中國的主要分銷渠道且為我獨立第三方。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

截至二零一二年十二月三十一日止年度

排名	遊戲分銷渠道	截至二零一三年六月三十日的關係年數	收益	佔總收益百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	Facebook	兩年零四個月	113,884	22.0	參閱上文說明。
2	蘋果公司的App Store	兩年零九個月	53,534	10.3	參閱上文說明。
3	新浪微博	一年零十一個月	39,293	7.6	參閱上文說明。
4	騰訊QQ	兩年零八個月	30,640	5.9	騰訊QQ為騰訊控股有限公司開發的流行社交平台，提供各種服務，包括即時信息、群聊及語音聊天、社交遊戲、音樂、購物。騰訊QQ為我們網頁遊戲的中國獨立第三方分銷渠道。
5	51.com	一年零八個月	11,859	2.3	參閱上文說明。

截至二零一三年六月三十日止六個月

排名	遊戲分銷渠道	截至二零一三年六月三十日的關係年數	收益	佔總收益百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	Facebook	兩年零四個月	56,079	18.2	參閱上文說明。
2	蘋果公司的App Store	兩年零九個月	50,005	16.2	參閱上文說明。
3	新浪微博	一年零十一個月	21,748	7.0	參閱上文說明。
4	騰訊QQ	兩年零八個月	16,531	5.4	參閱上文說明。
5	人人網	四年零兩個月	7,530	2.4	參閱上文說明。

收款渠道

我們利用三種收款渠道收取付費玩家購買我們遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品的款項。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，我們的五大收款渠道對我們總收益的貢獻合共分別為75.8%、55.1%、63.2%及62.7%。同期，我們現有最大收款渠道Facebook對我們總收益的貢獻分別為零、15.7%、22.0%及18.2%。所有收款渠道均由獨立第三方運作。

由於我們的業務持續擴張，我們已與越來越多的收款渠道建立業務關係。於往績記錄期內，我們亦終止了與合共六個收款渠道的業務關係，乃由於其過往對我們付款總額的貢獻微乎其微或其無法滿足我們及時結算賬戶的要求。截至二零一零年、二零一一年及二零

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，來自我們結束的收款渠道的收益分別為零、人民幣31.0百萬元、人民幣647,800元及人民幣7,300元。下表載列我們於往績記錄期所使用收款渠道的數目變動：

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年 六月三十日 止六個月
新增收款渠道	6	8	14	8
已終止收款渠道	—	3	2	1
期末結餘	6	11	23	30

於二零一三年九月下旬，我們與二零一二年及截至二零一三年六月三十日止六個月的最大預付費遊戲點卡分銷商終止我們的業務關係，原因是我們不同意該分銷商要求我們根據我們對獨家分銷商的規定（就管理現有分銷渠道及進一步拓展分銷網絡方面）以預付費遊戲點卡獨家分銷商的身份行事。該分銷商於二零一二年及截至二零一三年六月三十日止六個月的收益貢獻佔我們於該等期間的總收益分別約16.9%及15.9%。我們與其磋商其要求時，該分銷商的預付費遊戲點卡銷量大幅下跌至二零一三年九月的細小金額。儘管該分銷商於該月份就預付費遊戲點卡的小額銷量，然而我們於二零一三年九月的預付費遊戲點卡總銷量並無出現負面影響。因此，我們預期與該分銷商終止業務關係不會對我們的整體業務營運或預付費遊戲點卡銷售構成重大不利影響。有關與該分銷商終止業務關係的風險的討論，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們面臨與第三方預付費遊戲點卡分銷商有關的風險」。

儘管我們並無就預付費遊戲點卡採納獨家分銷模式，亦無委任任何獨家分銷商，然而我們自二零一三年九月起已開始設立一套挑選及委任獨家分銷商的標準籌備日後的擴充所需而委任任何獨家分銷商。我們規定，分銷商必須於最近六個月期間成為我們兩大分銷商其中之一，並須擁有（其中包括）(i)所需許可及具備能力確保在相關地區分銷我們的預付費遊戲點卡符合適用地方規則及法規，(ii)展現管理分銷渠道的能力，及(iii)足夠資源處理大量採購訂單及維持目標國家及地區的預付費遊戲點卡供應量穩定，方能獲委任為獨家分銷商。

於二零一三年九月初，我們嘗試與現有分銷商之一水晶羽科技有限公司就我們的網上遊戲繁體中文版的預付費遊戲點卡開展獨家分銷關係。水晶羽科技有限公司及其聯屬人士自二零一二年二月起一直為我們的預付費遊戲點卡分銷商，主要目標為我們的繁體中文網絡遊戲市場。其乃二零一二年及截至二零一三年六月三十日止六個月的第二大預付費遊戲點卡分銷商，為我們於該等期間的總收益分別貢獻6.1%及5.2%。我們選擇嘗試與水晶羽科技有限公司開展獨家關係，原因是水晶羽科技有限公司（與我們近期終止關係的分銷商不同）願意建立嘗試形式的獨家關係及同意我們所要求的條款及條件。此外，相比已終止關係的分銷商，水晶羽科技有限公司為較穩健的業務實體，擁有成熟的分銷平台及符合上述獨家分銷商標準的強勁多元化支援性業務。我們與該分銷商的試驗式關係於二零一三年九月取得理想成果－儘管如上文所述，我們的前最大分銷商於九月的銷量大幅下跌，然而我們於九月銷售預付費遊戲點卡收回的現金與二零一三年一月至八月期間銷售預付費遊戲點卡

業 務

所收回現金的每月平均相若。由於獨家關係目前仍然處於嘗試階段，我們並未與該分銷商訂立任何獨家分銷協議。根據形式獨家分銷協議（目前正按照我們自是項試驗式獨家關係獲取的經驗落實，並可作進一步更改），獨家分銷商將獲授權在認可地區以獨家方式在若干時期內獨家分銷特定類型的預付費遊戲點卡（例如，僅我們的繁體中文遊戲）。獨家分銷商將須每月支付獨家費用，並每月向我們購買預定最低金額的預付費遊戲點卡。我們的形式獨家分銷協議的其他主要條款與我們的非獨家分銷協議相類似。

我們計劃在延展期間維持此試驗式關係，並密切監察其成果。倘我們決定與分銷商訂立獨家分銷安排，我們預期該等安排有助我們促進對預付費遊戲點卡分銷商的管理、培養分銷商之間的有秩序競爭、改善提供予玩家的服務，以及玩家群體及經營業績均可取得可持續的增長。即使我們決定在日後正式建立預付費遊戲點卡獨家分銷關係，亦會根據多個因素，如在特定區域市場擴充玩家群體的需要、我們對有關獨家關係持續取得正面成果的評估，以及對其他分銷商表現可能造成的影響。

透過遊戲分銷平台的支付系統的付款

我們絕大部分遊戲分銷平台（包括網頁遊戲及移動遊戲的分銷平台）擁有其本身的支付系統，該等支付系統共同作為我們的最大收款渠道。於該等遊戲分銷平台玩我們遊戲的玩家使用該等平台提供的支付選擇（可能包括信用卡支付、透過第三方在線支付供應商的網絡電匯）作出付款及購買我們的遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品。

多個該等遊戲分銷平台擁有其本身的虛擬代幣系統，如Facebook的Facebook Credits或新浪微博的微幣。玩家需要購買該等虛擬代幣，再按我們與該等遊戲分銷商平台各自協定的比率轉將其轉換為我們的虛擬代幣或其他虛擬物品。該等遊戲分銷平台向我們收取佣金，佣金為玩我們遊戲的玩家透過該等遊戲分銷平台的支付系統支付款項的一部分，一般為30%至60%。我們絕大部分遊戲分銷平台按固定費率或按因所收取的款項金額而異的費率向我們收取佣金，該費率於該等平台的標準條款及條件（一般適用於其平台所有遊戲）中訂明且不可磋商。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，遊戲分銷平台於往績記錄期向我們收取的平均佣金率分別為55.3%、45.3%、40.1%及39.1%。由於大部分遊戲分銷平台一般會採用其自有的服務協議形式，當中訂定適用於遊戲開發商的標準費用率，因此我們相信，向我們收取的佣金與業內標準一致。

該等遊戲分銷平台一般須於相互確認所收取款項總額及經扣除彼等收取的佣金後，按月結算我們遊戲內的虛擬代幣及其他虛擬物品銷售的所得款項。我們數據收集及會計部門的人員審閱有關收款渠道提供的月結單，並將有關交易報表所列交易詳情與我們自有後端數據中心記錄的數據進行對銷。就各遊戲中的購買而言，我們的後端數據中心可追查不同資料，包括玩家賬戶參考編號、所購買的有關遊戲及虛擬物品、使用的收款渠道、付款額及所購買的虛擬物品相應數目及購買時間。我們的人員將查找交易報表與我們所記錄的數據的有無任何不符之處及與收款渠道協調，以解決不符之處。雙方確認最終數額後，我們將開具發票並積極跟進後續付款。我們並不就玩家透過我們的遊戲分銷平台的支付系統作出的付款向其退款。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，來自我們遊戲分銷平台的支付系統的收益分別佔我們總收益的41.5%、47.8%、58.7%及55.0%。

透過預付費遊戲點卡付款

於若干海外市場(主要為香港、澳門、台灣、泰國、印尼及越南)，預付費遊戲點卡為許多玩家在網絡遊戲進行購買時的一種常用支付方法。於二零一一年，我們開始向該等市場的玩家提供選擇自第三方分銷商購買預付費遊戲點卡，可用於我們自有遊戲門戶網站boyya.com建立的《德州撲克》網頁版。

我們選擇預付費遊戲點卡分銷商的標準為其營銷資源及能力以及我們向彼等試銷的結果。我們以批發形式(通常按遊戲點卡面值的九折)銷售預付費遊戲點卡予該等分銷商，並要求彼等於我們交付遊戲點卡(形式為卡號及對應的密碼)前以現金悉數支付購買價。我們根據預付費遊戲點卡分銷商的銷量給予其回扣。我們的政策是禁止分銷商以較我們與該等分銷商訂立的分銷協議所訂明價格為低的價格分銷預付費遊戲點卡，或未經授權銷售預付費遊戲點卡。分銷商負責處理預付費遊戲點卡購買者遇到的有關遊戲點卡的問題。分銷商可向我們更換有瑕疵的預付費遊戲點卡，但不得向我們退回已購買的預付費遊戲點卡。分銷商通常訂購少量預付費遊戲點卡，以避免過多存貨。根據我們與預付費遊戲點卡分銷商的協議，分銷商於分銷預付費遊戲點卡時須遵守所有相關法律及法規。於向分銷商交付預付費遊戲點卡後，我們不就其所遭受的任何虧損或損害承擔責任。

我們的預付費遊戲點卡並無到期日，且我們不會自預付費遊戲點卡產生沒收收入。我們自分銷商收取的購買價(經扣除我們給予預付費遊戲點卡分銷商的銷量回扣)列賬為貿易及其他應收款項，並於玩家激活相關預付費遊戲點卡(即玩家首次使用預付費遊戲點卡將其存入遊戲賬戶)時列賬為遞延收入。我們於付費玩家消費以預付費遊戲點卡購買的虛擬代幣及其他虛擬物品期間確認該等付款收入。請參閱「財務資料—重大會計政策及估計—收益確認」。

由於我們近年來在東南亞國家快速擴展，特別是在泰國(預付費遊戲點卡為當地網絡遊戲常見付款方式)網頁遊戲市場，預付費遊戲點卡貢獻的收入大幅增加。自我們於二零一一年開始提供預付費遊戲點卡起，於截至二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度以及截至二零一三年六月三十日止六個月，來自預付費遊戲點卡銷售的收入分別佔我們總收入的6.9%、23.8%及27.4%。預付費遊戲點卡在我們自有遊戲門戶網站boyya.com僅用於《德州撲克》網上版。

透過第三方支付供應商付款

為購買遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品，我們繁體中文、泰語、印尼語及越南語版遊戲的玩家獲亦可透過第三方在線支付供應商(如MOL AccessPortal Co., Ltd.及智冠科技股份有限公司)付款。向第三方在線支付供應商付款後，玩家將獲取該等供應商的虛擬貨幣，該等貨幣可用於我們自有遊戲門戶網站boyya.com的《德州撲克》及(在較小範圍內)用於海外市場Android平台提供的移動遊戲。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

根據我們與第三方在線支付供應商訂立的協議(年期通常介乎一年至兩年)，該等供應商負責處理玩家透過彼等的在線支付系統作出的付款，並提供相關客戶服務及技術支援以確保完成支付流程。我們負責向遊戲玩家提供使用供應商的虛擬貨幣進行購買的通道。我們亦負責取得所有必需牌照、許可證或批文，負責使我們的遊戲遵守有關法律及法規。為確保玩家賬戶安全，我們與第三方網絡付款供應商通常在協議中協定倘有任何重大安全問題仍未解決，容許付款供應商在有關問題解決之前暫時暫停付款程序。根據與付款供應商訂立的協議，我們對雙方因我們的遊戲或服務所產生的損失負責。協議可於任何一方發出事先通知後終止。

第三方在線支付供應商就支付服務向我們收取的佣金通常介乎其所處理的付款總額的15%至30%(按個別情況與第三方在線支付供應商進行協商後釐定)。第三方在線支付供應商通常須於雙方確認所處理的所得款項總額後及經減去彼等收取的佣金費用後，每月結算透過其系統所得款項。與遊戲分銷平台的付款系統類似，我們審閱及核實第三方支付供應商提供的月結單及在雙方確認後結算。我們不會透過在線支付供應商就玩家所付金額作出任何退款。

我們在較小程度上使用其他支付供應商(如支付寶及銀聯(均為中國第三方支付供應商))及短信支付服務，使我們的中國玩家能夠於Android平台提供的若干移動遊戲購買我們的遊戲內虛擬代幣及其他虛擬物品。該等支付渠道各自按統一費率(通常介乎我們的玩家透過該等支付渠道所支付總金額的1%至10%(一般不經協商))向我們收取付款手續費。我們不會透過該等支付供應商就玩家所付金額作出任何退款。

截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度以及截至二零一三年六月三十日止六個月，來自第三方支付供應商的收入分別佔我們總收入的58.5%、45.3%、17.5%及17.6%。

我們的主要收款渠道

下表載列我們五大收款渠道、該等收款渠道於所示期間產生的收益以及其他相關資料：

截至二零一零年十二月三十一日止年度

排名	收款渠道	截至 二零一三年 六月三十日的 關係年數	收益 (人民幣千元)	佔總收益 百分比 (%)	背景
1	智冠科技股份有限公司	三年零五個月	43,134	27.6	智冠科技股份有限公司為台灣遊戲開發商及分銷商。智冠科技股份有限公司為我們的獨立第三方付款供應商。
2	PayPal Pte. Ltd.	三年零七個月	25,626	16.4	PayPal Pte. Ltd.為網上轉賬服務供應商並為eBay Inc.的附屬公司。PayPal Pte. Ltd.為我們的獨立第三方付款供應商。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

排名	收款渠道	截至 二零一三年 六月三十日的 關係年數	收益	佔總收益 百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
3	北京康盛世紀 科技有限公司	三年零八個月	20,004	12.8	北京康盛世紀科技有限公司為網上社區論壇開發商及服務提供商，曾開發了著名的開放式互聯網論壇程序Discuz!。北京康盛世紀科技有限公司從多個使用Discuz!的小型網上社區平台為我們籌集款項。北京康盛世紀科技有限公司由我們其中一名董事戴先生創辦，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員－董事」。
4	叭啞移動媒介 有限公司	一年零兩個月	15,213	9.7	叭啞移動媒介有限公司為香港虛擬憑單解決方案供應商。叭啞移動媒介有限公司為我們的獨立第三方付款供應商。
5	人人網	四年零兩個月	14,578	9.3	參閱上文說明。

截至二零一一年十二月三十一日止年度

排名	收款渠道	截至 二零一三年 六月三十日的 關係年數	收益	佔總收益 百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	智冠科技股份 有限公司	三年零五個月	54,369	17.1	參閱上文說明。
2	Facebook	兩年零四個月	49,817	15.7	參閱上文說明。
3	叭啞移動媒介 有限公司	一年零兩個月	27,805	8.7	參閱上文說明。
4	MOL AccessPortal Co., Ltd.	兩年零七個月	22,349	7.0	MOL AccessPortal Co., Ltd.為馬來西亞公司，開發及營運付款系統。MOL AccessPortal Co., Ltd.為我們的獨立第三方付款供應商。
5	北京康盛世紀 科技有限公司	三年零八個月	20,947	6.6	參閱上文說明。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

截至二零一二年十二月三十一日止年度

排名	收款渠道	截至 二零一三年 六月三十日的 關係年數	收益	佔總收益 百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	Facebook	兩年零四個月	113,884	22.0	請參閱上文說明。
2	Happy Tan Trading*	一年零八個月	87,639	16.9	Happy Tan Trading為位於馬來西亞的公司，為我們的獨立第三方預付費遊戲點卡分銷商。
3	蘋果公司的 App Store	兩年零九個月	53,534	10.3	請參閱上文說明。
4	新浪微博	一年零十一個月	39,293	7.6	請參閱上文說明。
5	MOL AccessPortal Co., Ltd.	兩年零七個月	33,255	6.4	請參閱上文說明。

截至二零一三年六月三十日止六個月

排名	收款渠道	截至 二零一三年 六月三十日的 關係年數	收益	佔總收益 百分比	背景
			(人民幣千元)	(%)	
1	Facebook	兩年零四個月	56,079	18.2	請參閱上文說明。
2	蘋果公司的 App Store	兩年零九個月	50,005	16.2	請參閱上文說明。
3	Happy Tan Trading*	一年零八個月	49,101	15.9	請參閱上文說明。
4	新浪微博	一年零十一個月	21,748	7.0	請參閱上文說明。
5	騰訊QQ	兩年零八個月	16,531	5.4	請參閱上文說明。

* 於二零一三年九月下旬，我們與該最大預付費遊戲點卡分銷商終止我們的業務關係，原因是我們不同意該分銷商要求我們以預付費遊戲點卡獨家分銷商的身份行事。我們預期與該分銷商終止業務關係不會對我們的整體業務營運或預付費遊戲點卡銷售構成重大不利影響。有關詳情，請參閱本文件「業務－遊戲分銷平台及收款渠道－收款渠道」。

業 務

遊戲特色及體驗

玩家可透過多種設備及操作平台登入我們的網絡遊戲。我們的網頁遊戲可經由各大社交網站及遊戲門戶網站以及我們自有的遊戲門戶網站boyaa.com經營的網頁遊戲平台登入。我們的移動遊戲可透過在線應用商店及各大遊戲門戶網站經營的移動遊戲平台進行下載及安裝。

玩家須使用其在登入我們的遊戲所用的相關遊戲分銷平台的現有賬號登入我們的網頁遊戲。玩家須下載我們的遊戲至其移動設備，並使用其在特定社交網站的現有賬戶或使用遊客賬號登入我們的移動遊戲。當玩家登入我們的遊戲時，我們主要按其設備上遊戲的語言版本，將其分配至我們位於中國或海外國家及地區的不同服務器。於若干遊戲中（如《德州撲克》），玩家可根據其技能水平或其願意於遊戲中使用虛擬代幣的最小數目自行選擇進入牌室。如玩家未作出選擇，玩家將根據多種因素（如其遊戲級別及其賬戶所擁有的虛擬代幣）被分配至各牌室（就我們的棋牌類遊戲而言）或各玩家群體（就我們的其他遊戲而言）。

為幫助玩家熟悉我們的遊戲，我們各遊戲均有為新玩家提供教程。於遊戲中，玩家可隨時透過遊戲內客戶服務系統提出問題或疑慮。

為提升玩家體驗，我們提供遊戲內社交功能（包括在線聊天及邀請好友），使我們的玩家彼此之間能進行（公開或私下）實時交流。為進一步增加玩家互動，我們提供遊戲內禮物贈送功能，容許玩家彼此間發送種類有限的虛擬物品作為禮物（如虛擬鮮花及飾物）。我們透過向成功推薦他人加入遊戲的玩家授予虛擬代幣及其他虛擬物品，鼓勵玩家邀請朋友及家人加入我們的遊戲。我們透過各社交網站提供的遊戲均整合玩家的關係人及朋友。我們相信該等社交功能及特點透過於我們的遊戲中建立玩家間的關係及培養活躍的玩家社區，提高了玩家忠誠度。我們的遊戲同時提供一鍵式服務，容許及鼓勵玩家於流行社交媒體（如Facebook及新浪微博）與家人及朋友分享其遊戲體驗及遊戲成績。我們相信該等努力使我們的遊戲互動性增強及顯著提升了玩家黏度。

鑒於我們遊戲具有吸引人的性質、下載所需存儲空間小、進行各遊戲所需時間短及易登入以及我們提供的跨平台遊戲體驗，我們的玩家往往於閒暇時間玩我們的遊戲。平均而言，我們的大部分遊戲一局通常需數分鐘，這使我們的遊戲成為工作休息時間、旅途中及一天中其他零碎時間的理想選擇。於二零一三年六月每位玩家的日均遊戲時間分別為《德州撲克》1.2小時、《四人鬥地主》1.1小時、《三人鬥地主》0.9小時、《鋤大地》1.0小時及《King & Slave》1.1小時。

我們的玩家及客戶服務

我們的玩家

透過提供豐富的棋牌類遊戲組合並輔之以其他類型休閒遊戲，我們吸引了龐大及快速增長的玩家群體。鑒於棋牌類遊戲的普及，我們在尋求面向不同市場的大量移動用戶。我們的累計註冊玩家人數由二零一零年十二月三十一日的83.8百萬人增至二零一三年六月三十日的超過309.0百萬人。我們的平均每日活躍用戶由二零一零年的1.8百萬人增至二零一一年的2.4百萬人、二零一二年的4.3百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的4.8百萬人，我們的平均每月活躍用戶由二零一零年的5.9百萬人增至二零一一年的9.2百萬人、二零一二年的20.5百萬人及截至二零一三年六月三十日止六個月的21.0百萬人。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

按IP地址計，我們的註冊玩家來自100多個國家及地區，包括中國、香港、澳門、台灣、泰國、印尼、越南、巴西、埃及、土耳其、意大利、德國、馬來西亞、法國及其他國家和地區。截至二零一三年六月三十日，我們的累計註冊玩家中有1.8百萬人為付費玩家，該等付費玩家位於80多個國家及地區(包括中國、香港、澳門及台灣、泰國、印尼、德語國家、法語國家、葡萄牙語國家、土耳其語國家及越南)。

我們的遊戲具有多種語言版本。下表載列於所示期間按收益計我們最多活躍用戶的語言版本遊戲的活躍玩家資料：

語言版本	每日活躍用戶				每月活躍用戶					
	截至十二月三十一日止年度			截至二零一三年六月三十日止六個月	截至十二月三十一日止年度			截至二零一三年六月三十日止六個月		
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	(以千計)									
簡體中文	982	588	1,819	2,442	3,338	2,338	10,182	11,486		
繁體中文	746	969	973	878	2,161	3,376	3,285	2,779		
泰語	16	530	819	719	60	1,902	2,791	2,701		
印尼語	12	125	313	309	78	730	2,245	1,721		
越南語	—	29	107	112	—	145	502	554		
德語	—	29	39	61	—	124	155	238		
法語	—	13	40	56	—	68	201	284		
阿拉伯語	—	4	54	65	—	39	373	296		
葡萄牙語	—	26	41	45	—	112	212	222		
土耳其語	—	38	37	39	—	127	204	173		
英語	22	17	26	39	215	60	163	258		
其他	—	36	41	68	—	169	205	300		
總計	1,778	2,404	4,309	4,833	5,852	9,190	20,518	21,012		

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們最受歡迎的遊戲吸引了大量活躍玩家。下表載列於所示期間我們所有遊戲以及最受歡迎遊戲的玩家資料：

	截至十二月三十一日止年度			截至 二零一三年 六月三十日 止六個月
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	
	(以千計)			
所有遊戲				
平均每日活躍用戶	1,778	2,404	4,309	4,833
平均每月活躍用戶	5,852	9,190	20,518	21,012
累計註冊玩家 (於期末)	83,776	166,662	251,073	309,035
《德州撲克》系列				
平均每日活躍用戶	494	1,244	1,614	1,933
平均每月活躍用戶	1,564	4,506	6,999	7,690
累計註冊玩家 (於期末)	38,313	92,722	133,051	155,049
《鬥地主》				
平均每日活躍用戶	57	309	1,587	2,081
平均每月活躍用戶	171	714	6,960	8,455
累計註冊玩家 (於期末)	685	4,948	25,393	49,172
《蟲蟲特攻隊》				
平均每日活躍用戶	22	140	360	101
平均每月活躍用戶	134	1,156	1,765	971
累計註冊玩家 (於期末)	340	10,935	19,922	22,879
《鋤大地》				
平均每日活躍用戶	37	150	249	204
平均每月活躍用戶	110	512	955	746
累計註冊玩家 (於期末)	530	3,560	5,634	7,043

我們移動棋牌類遊戲玩家在其閒暇時間更傾向於在移動設備上玩遊戲，與網頁版遊戲相比，這顯示較高平均遊戲回合數及較高平均登陸時間。

過往而言，我們的網頁遊戲吸引了我們大部分活躍玩家。於二零一二年開始，我們移動遊戲的平均每日活躍用戶超過了網頁遊戲。下表載列於所示期間我們網頁遊戲及移動遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶的明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至二零一三年 六月三十日止六個月	
	二零一零年		二零一一年		二零一二年		(千人)	%
	(千人)	%	(千人)	%	(千人)	%	(千人)	%
平均每日活躍 用戶：								
網頁遊戲	1,764	99.2	2,015	83.8	2,062	47.9	1,546	32.0
移動遊戲	14	0.8	389	16.2	2,247	52.1	3,287	68.0
總計	1,778	100.0	2,404	100.0	4,309	100.0	4,833	100.0
平均每月活躍 用戶：								
網頁遊戲	5,810	99.3	8,144	88.6	10,568	51.5	7,149	34.0
移動遊戲	42	0.7	1,046	11.4	9,950	48.5	13,863	66.0
總計	5,852	100.0	9,190	100.0	20,518	100.0	21,012	100.0

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

自我們於二零一零年九月提供首款移動遊戲起，我們不斷加強發展移動遊戲業務的策略重點。因此，我們移動遊戲的活躍玩家群體規模於往績記錄期快速發展。如上表所示，二零一二年至截至二零一三年六月三十日止六個月，我們網頁遊戲的平均每日活躍用戶及平均每月活躍用戶首次減少，很大程度上由於我們將策略重點放在移動遊戲業務上。

客戶服務

我們目前擁有一支由54名服務代表組成的專業客戶服務團隊，能夠使用18種語言及時提供服務。

玩家可隨時透過我們的遊戲內客戶服務系統發送郵件，提交諮詢、反饋或投訴。我們簡體及繁體中文版本遊戲的玩家亦可撥打我們的每週7天，每天24小時的服務熱線。我們目前為簡體及繁體中文以外版本遊戲的玩家透過遊戲內服務系統提供每天八小時客戶服務。

於接獲玩家的投訴或諮詢後，客戶服務團隊將立即進行測試及回應。客戶服務代表將提供詳細解釋及指示，引導玩家解決與遊戲功能及特點有關的問題。與遊戲內付款或獎勵、程序錯誤或技術問題有關的投訴或賠償申索報告予相關遊戲的管理員，管理員將負責解決該等投訴。根據我們的投訴處理原則，與遊戲內付款或獎勵有關的投訴須於1至3個營業日內解決，而重大投訴（如與程序錯誤或技術問題有關的投訴或賠償申索）須於3至7個營業日內解決。截至最後實際可行日期，我們並無自玩家接獲任何會重大不利影響我們業務的重大投訴。

我們相信，出色的客戶服務對留住玩家及讓我們從其他遊戲開發商及運營商中脫穎而出發揮著重要作用。在服務玩家的同時，客戶服務團隊亦搜集寶貴的第一手玩家體驗及反饋資料，這已幫助我們加深瞭解玩家的偏好及需求並進一步提升我們的遊戲。

我們的技術基礎設施

除上文「一遊戲開發」所討論的我們專有的博雅遊戲開發引擎外，我們技術基礎設施的其他組成部分亦對我們業務運營的成功貢獻巨大。

大型的服務基礎設施及基於網絡的緩存

我們多樣化的網絡遊戲組合及龐大的全球玩家群體乃由穩定及強大的網絡基礎設施提供支援。我們所有棋牌類遊戲為實時互動同步遊戲，該類遊戲要求我們的服務器網絡實現低延遲即時回應。為滿足此等需求，我們的專家團隊設計出擁有集中式的服務器系統的云網絡基礎設施，以盡量提高我們網絡基礎設施的效率。於最後實際可行日期，我們於中國以及若干其他國家及地區的14個地點擁有及租賃超過370台託管服務器，其中125台服務器位於新加坡、美國華盛頓及西雅圖以及荷蘭阿姆斯特丹四個集中式數據中心。此外，我們實施基於網絡的緩存，以快速回應大量同時在線玩家所引發的海量數據訪問，盡量減少對服務器數據庫的訪問。因此，我們的大容量服務器中心確保數據同步，而其他本地服務器緩存互聯網內容，以加速訪問數據及降低對本地帶寬的要求。我們認為，我們現有網絡設施為我們提供了進行現時運營所需的充足容量，並能夠相對快速地以最小增量成本擴展，滿足額外容量需求。

業 務

數據中心服務及服務器採購

我們遊戲運作所用服務器由中國及海外不同地理區域的數據中心托管。我們的網絡數據中心為自有且由數據中心服務供應商為我們維護。我們一般與數據中心服務供應商訂立每年可續新的租賃及托管服務協議。數據中心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服務器托管空間。數據中心服務供應商亦負責每週7天，每天24小時的技術諮詢及支持服務。我們須根據租賃及托管服務協議的條款支付服務費。此外，我們向中國境外若干服務器供應商租賃服務器，他們可提供符合我們配置要求的服務器。服務器供應商亦負責每週7天，每天24小時的相關技術支持服務。我們須根據服務器服務協議的條款支付服務費。我們的服務器服務協議一般為期一年，並可於雙方協議下每年續新。我們對服務器內儲存及發佈的資料承擔全部責任，倘數據中心服務供應商及服務器服務供應商發現我們違反有關法律及法規，則有權終止我們的協議。

我們已設立服務器及其他設備採購政策，以管理及監察我們的採購程序及成本。一般而言，我們為位於中國境內及香港地點直接採購服務器，而位於其他國家及地區的地點則租賃服務器。為確保我們網絡基礎設施的質量及安全，我們通常自合資格及可靠供應商購買服務器。我們基於與我們的過往業務關係、其產品與我們要求的兼容性、價格、客戶服務及聲譽甄選服務器租賃服務供應商。我們亦可能在作出採購決定前測試產品。我們根據供應商的產品及服務表現按季評估供應商並會及時替換不合格供應商。

提供服務器托管及租賃服務的數據中心為我們的主要供應商。於往績記錄期內，我們的五大供應商合共佔我們分別於二零一零年、二零一一年及二零一二年以及截至二零一三年六月三十日止六個月向所有供應商採購總額的0.5%、3.1%、3.4%和5.3%。

高可用性集群反攻擊系統

我們網絡基礎設施的穩定及安全對我們的聲譽及網絡遊戲運營相當重要。我們在一般業務過程中面臨各種黑客入侵。例如，截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，我們的系統記錄了零次、9次、65次及93次分散拒絕服務入侵。根據我們的記錄，我們未曾遇到任何其他黑客入侵或未經授權進入玩家賬戶。然而，我們於往績記錄期發現賬號盜用的事件。於往績記錄期內，有關入侵並無對我們的網絡基礎設施產生任何重大中斷或數據丟失或損壞。我們利用高可用性集群(由服務器群組成)來提供充足空間，確保在單點服務器因惡意攻擊、系統錯誤及其他原因出現故障的情況下持續提供服務。我們利用IP地址不斷改變的動態域名系統來規避分佈式拒絕服務攻擊。我們基於網絡的緩存亦可透過限制直接數據訪問要求，為我們的數據庫提供保護，有效預防黑客入侵及其他安全漏洞。一旦檢測到黑客入侵，我們的技術團隊將立即與有關服務器供應商的當地支援人員協調，以診斷及解決技術問題。

此外，我們已採納全面措施加強我們玩家賬戶的安全。我們的系統為每位玩家保留玩家行動日誌，包括但不限於已玩遊戲的回合數、虛擬代幣的餘額、每次添加或使用虛擬代幣情況，以確保有關資料的準確性。我們為存儲虛擬代幣相關資料指定單獨系統，與實時備份及離線容災備份程序相輔相成。我們已在《德州撲克》中提供賬戶保護功能並正在為其他遊戲實施賬戶保護措施。我們要求玩家就每次登陸或在IP地址不同於上次登陸的情況下

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

根據其偏好設置私人安全碼。就已購買遊戲中會員身份的玩家而言，我們亦為玩家提供虛擬保險箱功能，以單獨存儲其虛擬代幣。倘輸入的安全碼三次均有誤，保險箱將鎖住一天。最後，我們的客戶服務人員將協助玩家調查盜用賬號或未經授權進入有關的任何申索。

銷售及市場推廣

我們實施多項市場推廣及宣傳措施來推廣及宣傳我們的網絡遊戲。自二零一零年以來，我們已開始透過社交網站、在線應用商店、網頁遊戲門戶網站及移動遊戲門戶網站來向遊戲玩家宣傳我們的遊戲。由於我們網頁及移動遊戲所使用的分銷平台有所不同，我們為各類遊戲設計量身訂製的不同市場推廣活動。例如，就網頁遊戲，我們策略性地倚重社交網站用戶間的現有互動，容許玩家邀請朋友或向朋友發送遊戲中禮物，以吸引新的或現有玩家。就移動遊戲，我們向玩家發送通知，提醒有新版本升級及為下載安裝遊戲新版本提供免費虛擬代幣，此舉增加我們遊戲的下載量及提升有關遊戲在移動應用商店中的排名以及吸引更多潛在新玩家。

在中國，我們主要利用由中國部分最流行社交網絡服務、綜合互聯網服務平台及知名遊戲平台運營商（如新浪微博、騰訊QQ、51.com、人人網、Baidu.com、360.cn及GoMarket）所運營的遊戲門戶網站及應用程序商店來宣傳我們的遊戲。在海外市場，我們主要透過Facebook來推廣及宣傳我們的網頁遊戲以及透過蘋果公司的App Store及Google Play來推廣及宣傳我們的移動遊戲。我們亦參加貿易展會（如在中國北京舉行的全球移動互聯網大會、在泰國舉行的泰國遊戲展與社交遊戲博覽會及在印尼舉行的印尼遊戲展）來提高我們在中國及海外市場的品牌知名度。

競爭

現實世界中的棋牌類遊戲歷史悠久且玩家眾多，在中國及全球眾多其他國家及地區均廣受歡迎。棋牌類遊戲的網絡版本亦擁有離線版本的特色，並已創建出龐大及競爭力的網絡遊戲市場。由於互聯網基礎設施持續改善及移動設備日漸普及，網絡棋牌類遊戲市場經歷了迅速增長，且大量玩家更多在其移動設備上玩棋牌類遊戲。棋牌類遊戲分部的迅速增長乃主要由於可在移動設備中輕易進入遊戲、便捷的付款渠道、該等遊戲的社交網絡功能以及能有效善用消閒時間，故可擴充至現有網頁遊戲玩家以外的玩家群體並提升彼等玩該等遊戲的意欲。由於具備快速增長的潛力及入行門檻相對較低，故網絡棋牌類遊戲分部已變得高度競爭、吸引大量全球、全國、地區發展商及個人進行競爭。

我們主要與國際市場的網絡遊戲開發商及運營商（如Zynga Inc.、運營IpoKer.com的Playtech Ltd.、運營Igg.com的IGG Inc.及運營Snsplus.com的SNSplus, Inc.）以及中國市場的網絡遊戲開發商及運營商（如Ourgame.com及競技世界（北京）網絡技術有限公司）競爭。部分該等競爭對手提供與我們遊戲基於相同現實世界的翻版的遊戲，如由Zynga Inc.、Playtech Ltd.、IGG Inc.及（由競技世界（北京）網絡技術有限公司開發及運營）競技世界提供的多種《德州撲克》遊戲以及由Ourgame.com及其他網絡遊戲開發商提供的多種《鬥地主》棋牌遊戲及《麻將》遊戲。我們亦與亦提供網絡遊戲的綜合互聯網服務平台運營商（如騰訊控股有

業 務

限公司、人人公司及奇虎360科技有限公司) 競爭。我們亦面對來自新網絡遊戲開發商及運營商的競爭。我們的部分現有及潛在競爭對手相較於我們而言，擁有雄厚得多的財務、技術及市場資源，更大的用戶基礎、與行業參與者關係更為牢固、更大及更多樣化的網絡遊戲組合，以及更豐富的開發經驗及資源。

我們主要在開發極具吸引力的網絡遊戲、透過預測及滿足玩家需求以吸引及留住付費玩家、提供多種語言版本的網絡遊戲以及本地化遊戲特色、透過市場推廣及廣告取得新遊戲玩家以及確保網絡運營系統的穩定性的能力方面展開競爭。我們認為，在與國內外網絡棋牌類遊戲開發商的競爭中，我們的移動棋牌類遊戲目前處於領先的市場地位，主要歸因於棋牌類遊戲組合較大、研發團隊盡職盡責、我們有能力將產品本土化、承諾不斷提高玩家體驗以及在開發移動棋牌類遊戲方面具先行優勢。我們相信，我們主要由棋牌類遊戲組成的遊戲組合一般較其他種類的網絡遊戲有更長的使用壽命，這使我們不斷擴大玩家群體。此外，與部分競爭對手直接根據其網頁副本開發的移動遊戲相比，我們相信，我們完善的移動策略及先進的移動遊戲技術使我們能夠提供玩家體驗更佳的移動遊戲。我們亦相信，我們已建立的全球影響力構成與僅為國內市場提供有限產品的其他國內網絡遊戲開發商競爭的又一競爭優勢。與競爭有關的風險的討論，請參閱「風險因素－與我們業務及我們所處行業有關的風險－網絡遊戲行業的進入門檻低。我們面對激烈競爭，這可能會降低我們的市場份額，並對我們的經營業績及增長前景產生不利影響」。

知識產權

我們認為我們的專有域名、版權、商標、商業機密及其他知識產權對我們業務運營十分重要。於最後實際可行日期，我們擁有八個已註冊域名，包括 boyaa.com 及 boyaa poker.com。我們依賴專利、版權、商標及商業機密法律保護我們的知識產權。於最後實際可行日期，我們已：

- 於中國註冊四項商標，包括《蟲蟲特攻隊》的商標；
- 於台灣、土耳其及歐盟註冊六項商標，包括 boyaa 及 博雅 標誌；及
- 於中國註冊42項版權，該等版權與我們所有的內部開發網絡遊戲及我們的專有遊戲開發引擎博雅遊戲開發引擎有關。

於最後實際可行日期，我們(i)已在中國提出31項待批准商標申請，(ii)已在海外司法管轄區(包括香港、澳門、泰國、印尼及美國)提出11項待批准商標申請，及(iii)在中國擁有一項專利權(實用新型)及已提出22項待批准專利申請(包括20項發明專利及2項實用新型專利)。由於我們的商號、品牌及商標在中國及海外市場愈來愈知名，我們預期投入額外資源來增強對我們商標的保護力度以及在我們提供遊戲的海外市場註冊我們的商標及其他知識產權。我們大部分知識產權由博雅中國擁有，而博雅深圳擁有若干商標、版權及域名，以便其按相關中國政府機構的要求維持及更新期營業牌照。有關我們知識產權的詳細資料，請參閱本文件「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.我們的知識產權」。

業 務

涵蓋我們目前在中國所提供全部13款遊戲的計算機軟件著作權以博雅深圳的名義註冊，並根據網絡遊戲辦法向文化部備案。我們並不計劃將該等計算機軟件著作權轉讓予博雅中國，原因如下：

- 以外資公司(如博雅中國)註冊的擁有計算機軟件著作權的網絡遊戲可能被視為「進口網絡遊戲」，其須由文化部進行內容審查並須遵守事先批准程序。此外，進行有關審查及批准程序之前須暫停運營該等遊戲；及
- 獨家購買權協議規定，博雅深圳在轉讓、分配或許可其任何資產(包括知識產權)前須獲得博雅中國的書面同意，這有效保護了博雅中國於以博雅深圳名義註冊的計算機軟件著作權中的權益及控制權。

我們於中國境外提供的網絡遊戲的計算機軟件著作權(無須受任何中國政府機構備案、審查或批准)由博雅中國擁有。

我們從我們的中國法律顧問以及台灣及泰國法律顧問獲得確認並根據香港法律查冊，我們並無遭遇任何重大糾紛或因在我們最大的目標市場(即中國、香港、台灣及泰國)侵犯第三方商標、許可證及其他知識產權而遭索賠。

除在目標市場提出商標及專利註冊申請外，我們實施全面措施保護我們的知識產權。例如，除在中國註冊有關專利及版權外，我們已制定整體檢索保護及保密性管理的內部規則，向僱員詳細說明出具及使用保密性資料(包括與博雅遊戲開發引擎有關的技術資料)的有關權限及責任。雖然我們積極採取措施保護我們的知識產權，但我們無法控制的情況可能威脅我們的知識產權。我們已採取的措施可能並不足以預防侵犯或盜用我們知識產權的行為。此外，我們無法保證我們的產品及服務並無或不會侵犯第三方所持的有效專利、版權或其他知識產權。我們可能不時遭遇與他人知識產權有關的法律程序及索償。請參閱「風險因素－與我們業務及我們所處行業有關的風險－未經我們授權擅自使用我們的知識產權可能對我們的業務及聲譽產生不利影響」及「－我們無法確保我們的運營並無或不會侵犯第三方所持的任何專利、有效版權或其他知識產權」的討論。

現時，博雅深圳使用其於中國申請註冊的九項與互聯網內容供應商相關但未註冊的商標。為保留博雅中國的知識產權權利，因而為本公司根據契約安排下的權益提供額外保障，博雅深圳已開始辦理手續將該九項互聯網內容供應商相關商標中的六項的申請轉讓予博雅中國(請參閱本文件附錄四「法定及一般資料」一節第IV-6頁及第IV-7頁的列表中第1、2、3、12、13及14號項目)，讓博雅中國替代博雅深圳成為該六項商標的註冊申請的申請人。然而，為確保博雅深圳在完成辦理該六項互聯網內容供應商相關商標的註冊手續之後遵守工信部通知關於註冊互聯網內容供應商相關商標的規定，本公司隨後決定將該六項商標的申請轉回給博雅深圳，讓博雅深圳成為該六項商標的註冊的申請人。我們的中國法律顧問認為，儘管進行上述轉讓，博雅深圳仍有遵守工信部通知，因為工信部通知僅適用於已註冊的互聯網內容供應商相關商標，而該六項互聯網內容供應商相關商標則尚未註冊－博雅深圳僅為該等商標申請註冊，並已開始將註冊申請轉讓予博雅中國。我們的中國法律

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

顧問認為，以下各項將不會違反工信部通知：(a)博雅深圳現時使用該六項未註冊互聯網內容供應商相關商標、(b)博雅深圳將有關該等未註冊商標的註冊申請轉讓予博雅中國，及(c)博雅中國在其將該等註冊申請轉回給博雅深圳之前在一段短時間內成為該等註冊申請的申請人。

設施

於最後實際可行日期，根據五份租賃協議，我們於中國深圳租賃了總建築面積6,391.2平方米作為辦公室。所有業主均為獨立第三方。租賃協議的租期介乎一年至五年，於二零一四年六月至二零一八年三月期間屆滿。其中一份租賃協議(涵蓋租賃物業總計3,817.5平方米)的備案程序已經完成。在泰國，我們亦根據一份租賃協議在泰國曼谷租賃189.7平方米。

保險

我們持有保單的範圍涵蓋我們汽車丟失及偷盜及損壞的風險。我們並無購買業務責任保險或業務中斷保險，而根據我們可取得有關中國網頁遊戲公司的公開資料，我們相信這與中國的行業慣例一致。任何未投保的業務中斷、法律訴訟或自然災害、或我們未投保設備或設施的重大損壞的發生可能對我們的經營業績產生重大不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及我們所處行業有關的風險－保險缺乏可能使我們面對重大成本及業務中斷的風險」。

牌照、許可證及批文

於最後實際可行日期，我們現時全部16款網絡遊戲均在中國開發及運營。我們所有16款網絡遊戲當中，13款網絡遊戲須遵守網絡遊戲辦法的備案規定，原因為該13款網絡遊戲乃由博雅深圳在中國開發，並透過互聯網向中國境內的網絡用戶發展。我們的中國法律顧問認為，餘下的三款網絡遊戲毋須遵守網絡遊戲辦法的備案規定，原因為該等遊戲僅向中國境外的互聯網用戶發售。

我們已取得我們於中國的業務運營所必需的全部重要牌照(包括互聯網內容供應商許可證以及網絡文化經營許可證)。該兩種牌照分別將於二零一六年九月及二零一五年十一月到期。我們預期於屆滿時更新該等牌照並不會出現任何法律阻礙。

下表載列我們於中國營運所需兩項主要牌照的有關詳情：

牌照／許可證	持有人	到期日	續期規定
互聯網內容供應商許可證 ...	博雅深圳	二零一六年九月十三日	於到期前90天 提交續期申請
網絡文化經營許可證	博雅深圳	二零一五年十一月二十九日	於到期前30天 提交續期申請

有關我們於中國的業務經營所需所有牌照、許可證及批文的更多詳情，請參閱「中國適用法律及法規」。

業 務

法律合規及訴訟

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大法律、仲裁或行政程序，且我們並不知悉任何針對我們或我們任何董事並可能對我們的經營或財務狀況具有重大不利影響的未決或潛在法律、仲裁或行政程序。我們的中國法律顧問已確認，據彼等充分查詢後所知及本集團確認，並無在中國任何法院面臨目前存在或尚未了結或涉及本集團物業或業務或針對本集團任何物業或成員公司的任何法律、仲裁或行政程序（包括任何註冊知識產權擁有人就任何侵犯其知識產權而提起的索償）。我們的中國法律顧問認為，除已披露者外，我們於往績記錄期已遵守所有相關中國法律及法規。然而，我們可能不時涉及於日常業務過程中所產生的各種法律、仲裁或行政程序。

我們的中國法律顧問認為，博雅深圳已完全遵守反賭博通知及虛擬貨幣通知，及其網絡遊戲並不構成該等通知禁止的賭博活動，且在其網絡遊戲經營中並無進行任何據此禁止的行為，亦無提供或推廣其網絡遊戲作為賭博工具。我們亦於二零一三年六月三日取得廣東省文化廳的合規函件，確認博雅深圳的經營合規。

我們委聘一名資深大律師就香港法例第148章賭博條例（「賭博條例」）向我們提供意見，該名資深大律師認為本集團的業務營運並不視為違反賭博條例或香港其他博彩或賭博法律或法規。再者，我們其他主要市場（包括泰國、台灣及印尼）的當地法律顧問認為本集團的業務營運並無違反各司法管轄區的相關賭博法律及法規。

我們以針對中國、香港、台灣、泰國及印尼（「主要司法管轄區」）的語言版本推出的遊戲於往績記錄期內佔我們絕大部分的收益。我們遊戲的其他語言版本（或我們遊戲的任何其他語言版本所針對的任何主要司法管轄區以外市場）於往績記錄期內並無佔我們任何大部分的收益。有關我們遊戲的語言版本佔收益的詳情，請參閱本文件「財務資料－我們經營業績的主要組成部分說明－收益－按遊戲語言版本分類的收益」。鑒於我們遊戲的其他語言版本（或我們遊戲的任何其他語言版本所針對的主要司法管轄區以外的市場）所佔的收益並不明顯，加上我們過往一直並未受限於且現時並不知悉有任何重大的法律、仲裁或行政程序，我們不相信我們在該等主要司法管轄區以外的司法管轄區須承受法律或合規風險而令我們的業務營運或財政狀況可能受到重大不利影響。

未遵守網絡遊戲備案規定

根據網絡遊戲辦法，就於中國開發及提供的網絡遊戲而言，網絡遊戲運營商須於網絡遊戲在上網運營之日起30日內向文化部提交備案材料。我們中國法律顧問的意見認為，網絡遊戲的備案規定旨在讓文化部審閱網絡遊戲有否遵守網絡遊戲辦法下的內容規定。向文化部完成備案後，網絡遊戲運營商須在其運營網站指定位置或遊戲內顯著位置標明備案編號。請參閱「中國適用法律及法規－關於電信服務及外資持股限制的法規－關於網絡遊戲、文化產品及外資持股限制的法規」。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們目前在中國提供我們16款網絡遊戲中的13款遊戲。其他三款遊戲(即《King & Slave》、《十三張麻雀》及《十六張麻將》)並非在中國提供—這些遊戲僅以除簡體中文以外的語言向中國以外的玩家提供且並不在中國的任何遊戲分銷平台上。因此，我們的中國法律顧問認為，儘管這三款遊戲在中國開發，惟其毋須遵守網絡遊戲辦法的備案規定。於最後實際可行日期，我們已完成我們在中國提供的13款網絡遊戲其中10款的備案程序。根據我們的中國法律顧問對我們於網絡遊戲辦法下的遊戲及內容規定的了解及在充分查詢後，我們的中國法律顧問認為，博雅深圳於中國內所提供的網絡遊戲符合網絡遊戲辦法下的內容規定及其他相關規則及法規。

下表載列有關該規定的不合規事項的相關資料：

不合規事項及原因	法律後果及潛在最高罰款及其他財務損失	最新進展	為預防任何未來違規及確保持續合規已採取／將採取的措施
我們目前在中國提供13款網絡遊戲，但我們並未於網絡遊戲辦法規定的期限內提交備案材料。作為一家私營公司，我們在開始準備[●]前缺乏我們業務運營的各個方面(尤其是中國相關法律及法規的規定)充足知識，且並無委聘外部法律顧問就有關方面提供專業意見。	根據網絡遊戲辦法，未能按要求提交備案材料可能就每款未根據網絡遊戲辦法備案的遊戲被處以最高人民幣20,000元的罰款，未能於規定時間限制內就我們在中國提供的13款網絡遊戲提交備案材料的潛在最高罰款總額為人民幣260,000元。網絡遊戲辦法並無施加未能提交據此所需材料的任何其他懲處，如由於未能在規定時間限期內履行備案程序而須暫停或中止網絡遊戲。	自二零一三年初起，我們開始就我們於中國提供的所有網絡遊戲向文化部提交備案材料。截至最後實際可行日期，我們十款遊戲的備案程序已經完成。餘下三款遊戲(即《德州撲克》、《博雅拾球》及《大話骰》)的備案程序仍有待完成。我們的中國法律顧問認為，本公司在完成餘下三款網絡遊戲的備案程序方面並無法律障礙。	我們已就我們於中國提供的所有13款網絡遊戲提交備案材料，並將於規定期限內就我們日後將在中國提供的所有新遊戲提交備案材料。 自二零一二年十二月起，我們已採取多項補救措施，包括制定內部政策以加強我們對持續遵守適用法律及法規的內部監控。根據我們目前的內部監控程序，我們的內部法律部門將審查及監控所有開發中遊戲的牌照及許可證狀況，以確保全部所需牌照及許可證將根據相關監管規定(包括向文化部備案)取得。有關我們內部監控程序的更多詳情，請參閱下文「—業務營運的內部監控」。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

我們的中國法律顧問向我們表示，網絡遊戲辦法僅規定網絡營運日期後的30天內須將網絡遊戲向文化部備案。由於網絡遊戲辦法並無訂明文化部完成備案的時限，故完成備案程序所需時間須視乎文化部的內部程序。因此，其餘三款網絡遊戲完成備案程序的所需時間並非我們所能控制。

於二零一三年十月，我們與廣東省文化廳文化市場與產業處副處長（我們於二零一三年五月曾向其諮詢）進行電話會談，並明確知會該官員有關上述的先前不合規情況。該官員在電話會談期間確認，在廣東省文化廳於二零一三年六月發出合規證明前，其已作出一切所需內部查詢及諮詢，並知悉我們並未在指定時限內就我們的網絡遊戲提交備案材料。

根據(i)未能就我們在中國提供的13款網絡遊戲提交備案材料的潛在最高罰款將不高於人民幣260,000元，且有關不遵守根據網絡遊戲辦法毋須遭受其他懲處、(ii)我們在中國提供的所有網絡遊戲的備案材料已於最後實際可行日期提交、及(iii)我們已於最後實際可行日期完成該等13款遊戲中10款的備案程序而毋須遭受任何罰款或其他懲處等事實，我們的董事及我們的中國法律顧問確認，本文件所披露的不合規事項對我們業務運營而言並不重大，且並無對我們的業務、財務狀況及經營業績產生任何重大不利影響。基於相同理由，我們的董事認為我們未能於規定時間限期內提交備案材料的網絡遊戲產生的收益及純利而言，毋須排除於往績記錄期內的經營業績之外。

業務營運的內部監控

我們已採納內部程序以確保我們的業務營運遵守中國及海外市場的監管合規。根據該等程序，我們的內部法律部門於二零一二年四月成立，負責監察當地法律法規的監管環境及發展，以支援我們於現有及日後目標市場的業務擴充。我們的內部法律團隊目前有九名成員，其中八名已取得中國法律職業資格證書，另外一名為知識產權協調員，持有中國專利代理人資格證書。我們法律團隊的平均行業經驗超逾六年，於本集團工作的平均經驗超逾十一個月。我們法律部門總監肖寒女士自法律部門成立以來一直與在本集團工作達十八個月。包括肖寒女士在內的兩名成員已取得碩士學位，餘下所有成員均持有學士學位。我們的內部法律部門將每月收集研究與我們業務經營有關的中國及我們其他目標市場的相關法律及法規，以確保我們的業務營運監管合規。內部法律部門將在我們訂立任何合約前檢查合約條款及所有相關文件（包括對手方取得的許可及批文以及一切所須相關盡職審查材料），並將每月審查我們的合約，以確保合約符合最新法律及法規。內部法律部門亦將維護和更新網絡遊戲開發及經營中國所需牌照、許可證及批文的清單。我們將每季向僱員組織研討會，以介紹有關我們日常經營的法律合規事宜。

除上述一般監控措施外，我們已制定詳細措施，確保我們網絡遊戲的內容符合中國及海外市場的有關法律及法規。開始遊戲開發之前，我們的法律部門將在中國及海外市場進行全面知識產權調查，主要進行方式為在可供公眾查閱的有關網站進行研究，以避免潛在侵犯第三方的現有商標、版權或專利權。我們的法律部門將遵循我們的內部程序及積極應

業 務

用於註冊新遊戲的商標、版權或專利。根據我們的內部程序，初步申請人須向我們的內部法律部門呈交有關建議商標、版權或專利權的申請材料，以供初步審閱。申請人須提供我們內部法律部門要求的一切相關資料，以初步評估該申請有否違反任何第三方的現有知識產權。我們的內部法律部門繼而將進行研究，包括研究知識產權相關網站，以確保該項新申請並無侵犯現有的知識產權。獲我們內部法律部門的主管批准後，我們將委聘專業代理與有關政府當局完成申請。於有需要時，例如評估專利申請是否屬重大及與我們遊戲開發及營運相關時，內部法律部門亦將諮詢我們的技術團隊。此外，法律部門亦會及時開始向新聞出版總署辦理將在中國提供的網絡遊戲的出版及備案手續。在推出一款新遊戲之前，我們的內部法律團隊將再次審查及確認該款遊戲完全遵守相關法律法規。推出新遊戲後，有關開發及營運團隊負責實時監察確保遊戲的運作(包括遊戲中的玩家活動)遵守全部有關法律及法規。我們的內部法律部門每六個月會對所有遊戲於中國及海外市場的合規狀況進行一次一般法律檢查。法律團隊亦將對我們的業務合夥人進行盡職調查，包括檢查其應當取得的所需牌照(如互聯網內容供應商許可證)。

於中國，根據我們的內部監控政策，我們將委聘外聘法律顧問協助我們確保(i)我們遵守中國法律有關我們開發及提供遊戲的備案及登記規定及(ii)我們遊戲的內容及遊戲所用的虛擬物品遵守中國適用法律法規。

於海外司法管轄區，根據我們的內部監控政策，我們將委聘當地顧問(如需要)評估當地法律法規對我們現有或建議業務活動的影響，並採取措施以遵守有關法律法規。在我們已設立附屬公司的司法管轄區(即中國、香港及泰國)及對我們遊戲作出主要收益貢獻的語言版本的若干其他目標市場(如台灣，為我們傳統中國遊戲的目標市場)，我們已不時委聘當地法律顧問以就我們遵守當地法律法規的情況提供意見。

董事確認，於最後實際可行日期，我們概無遊戲或遊戲業務受任何目標市場的任何政府機關的反對或遭受任何監管行動。董事認為，我們設有充足內部控制措施。

內部控制顧問

為加強我們就業務營運的內部監控，我們自二零一三年四月起已委聘獨立內部控制顧問。

二零一三年四月的審閱範圍

由內部控制顧問審閱本集團內部監控的選定領域包括：(i)本集團對公司層面的監控，包括控制環境、風險評估、重大業務過程的政策及程序、資訊及通訊以及監控；及(ii)業務過程水平的監控，包括收益及應收款項、採購及應付款項、研發開支、固定資產、庫務、財務結算、稅務、發薪及資訊科技的一般控制。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

業 務

二零一三年四月的審閱的主要發現及更正

由於其於二零一三年四月進行的審閱，內部控制顧問有以下主要發現：

- 必須正式成立董事會、審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。
- 必須建立正式的框架以監控及報告信息披露。

內部控制顧問於二零一三年六月進行跟進審閱，以審閱管理層就指出二零一三年四月進行審閱的發現所採取的補救行動的進展情況。內部控制顧問注意到，本集團已採取補救措施，在其於二零一三年四月的審閱中探討本集團內部監控系統所發現的不足之處。此外，內部控制顧問在二零一三年六月所進行的跟進審閱中並無發現任何其他不足地方。

確保所有網絡遊戲於時限內向文化部備案的內部控制措施

自二零一二年十二月起，我們已實施以下特別措施以確保所有網絡遊戲將於網絡遊戲辦法所指定的時限內向文化部備案：

- 在網絡遊戲推出之前，法律部主管將會就該遊戲審閱文化部的備案狀況。倘已提交文化部備案，我們的法律部主管將簽署一份遊戲實施批准表格作為正式內部批准。
- 我們的法律部須在緊接各網絡遊戲推出前復核網絡遊戲就文化部備案的合規情況，以確保(i)遊戲名稱與其相應版權證、發佈編號證及文化部註冊文件一致，及(ii)該版權證編號、發佈編號、文化部註冊文件編號以及互聯網內容供應商許可證編號根據相關規定於遊戲中獲適當展示。待我們的法律部完成辦理上述程序後，網絡遊戲將呈交予我們的首席執行官進行最終審閱並於該遊戲正式推出之前作出批准。

自二零一二年十二月起，我們已於二零一三年一月四日在中國推出一款網絡遊戲《上海麻將》。於二零一三年一月十八日，博雅深圳已就遞交有關備案材料開始與文化部進行初步諮詢，並根據文化部的指引於二零一三年四月十七日遞交有關備案材料。該遊戲的備案手續已於二零一三年六月二十一日完成。