

上海米哈游网络科技股份有限公司

MIHOYO CO., LTD.

（住所：上海市徐汇区钦州路100号一号楼1101-6室）

miHoYo

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

 华林证券股份有限公司

（住所：西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道1-1号君泰国际B栋一层3号）

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
发行股数：	不超过 4,075.00 万股，不低于公司发行后总股本的 10%
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【 】元
预计发行日期：	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所：	上海证券交易所
发行后总股本：	不超过 40,741.6663 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>本公司控股股东蔡浩宇、上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>本公司自然人股东刘伟、罗宇皓承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，将不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>本公司机构股东萍乡盈尚企业管理合伙企业（有限合伙）、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）、上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺：在其担任发行人的董事/监事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过其直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；在离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。其在任期届满前离职的，在其就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，同样将遵守前述规定。</p>

	<p>公司控股股东蔡浩宇、持有本公司股份的董事、高级管理人员刘伟、罗宇皓、蒋大卫、殷春波、刘令承诺：若其所持的股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价价格；发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发价，或者上市后六个月期末收盘价低于发价，其持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；若上述期间发行人如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项，上述减持价格及收盘价等将相应调整。</p>
保荐人（主承销商）：	华林证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	2017年12月19日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的内容全文，并应特别注意下列重大事项及公司风险。

一、关于本次发行方案的决策程序及内容

2016年12月28日，公司召开2016年第五次临时股东大会，通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案的议案》等与本次发行有关的议案。2017年9月11日，公司召开2017年第一次临时股东大会，通过了《关于修订〈公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案〉的议案》等与本次发行有关的议案。2017年11月16日，公司召开2017年第二次临时股东大会，对前次审议通过的关于本次上市的方案进行了调整。2017年12月6日，经股东大会授权，公司召开第一届董事会第十八次会议，审议通过了《关于修订〈公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案〉的议案》等与本次发行有关的议案，对本次上市的方案进行了调整。

公司本次公开发行新股安排如下：本次发行人拟发行股票不超过4,075.00万股，不低于公司发行后总股本的10%。

二、股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东对所持股份的限售安排及自愿锁定的承诺：

本公司控股股东蔡浩宇、上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。上述锁定期限届满后，其转让上述股份将依法进行并履行相关信息披露义务。

本公司自然人股东刘伟、罗宇皓承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，将不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人公开发行

股票前已发行的股份。上述锁定期限届满后，其转让上述股份将依法进行并履行相关信息披露义务。

本公司机构股东萍乡盈尚企业管理合伙企业（有限合伙）、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）、上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。上述锁定期限届满后，其转让上述股份将依法进行并履行相关信息披露义务。

持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺：在其担任发行人的董事/监事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过其直接或间接持有的发行人股份总数的 25%，并且在卖出后六个月内不得再行买入发行人股份，买入后六个月内不得再行卖出发行人股份，否则由此所得收益归发行人所有；在离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。其在任期届满前离职的，在其就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，同样将遵守前述规定。

公司控股股东蔡浩宇、持有本公司股份的董事、高级管理人员刘伟、罗宇皓、蒋大卫、殷春波、刘令承诺：若其所持的股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价格；发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，其持有发行人股票的锁定期自动延长六个月；若上述期间发行人如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项，上述减持价格及收盘价等将相应调整。如果未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并购回违反本承诺减持的股票；如因上述减持获得收益，所得收益归发行人所有；同时，其将承担由此可能导致的一切法律责任。

三、有关公司利润分配的安排

（一）本次发行上市后的股利分配政策

公司于 2016 年 12 月 28 日召开 2016 年度第五次临时股东大会，审议通过

了《关于制定首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后的〈上海米哈游网络科技股份有限公司章程（草案）〉的议案》、《关于制定〈利润分配制度〉的议案》以及《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》。本次公开发行并上市后，公司将依照如下原则执行股利分配：

1、股利分配原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

2、利润分配形式

公司采用现金、股票或者法律允许的其他形式分配利润，公司董事会可以根据公司的资金实际情况提议公司进行中期现金分红，具体分配方案由董事会拟定，提交股东大会审议批准。

在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将优先采取现金方式分配股利；在预计公司未来将保持较好的发展前景，且公司发展对现金需求较大的情形下，公司可采用股票分红的方式分配股利。

现金分红的具体条件为：公司该年度或半年度实现的可供分配利润的净利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的净利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；公司累计可供分配利润为正值；审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟投资、收购资产或购买设备等交易的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

股票分红的具体条件为：公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适用，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

3、现金分红比例

（1）在满足上述现金分红条件下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

（2）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、利润分配的期间间隔

在满足利润分配条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会审议通过后进行一次利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红，并提交股东大会审议批准。

5、利润分配政策决策程序

（1）公司董事会根据公司章程的规定，结合公司盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划、外部融资环境等因素提出每年利润分配预案，预案经董事会审议通过后，方可提交股东大会审议；独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

(3) 董事会审议并通过利润分配方案后提交股东大会审议批准。

(4) 股东大会审议利润分配方案。公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

(5) 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过后 2 个月内完成利润分配事项。

6、利润分配政策修改

公司如因外部经营环境发生重大变化，或根据自身经营状况、投资规划和长期发展的需要，确实需要调整或者变更公司现金分红政策的，应以保护股东权益为出发点，并应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后由董事会做出决议，独立董事发表意见，提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。调整后的利润分配政策应不得违反中国证监会以及交易所的有关规定。

(二) 本次发行前滚存利润的分配

根据本公司 2016 年第五次临时股东大会决议，若公司本次公开发行股票并上市方案经中国证监会核准并得以实施，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润在扣除上市前公司股东大会决议批准的拟分配利润后，由公司首次公开发行股票并上市后的新老股东共同享有。

关于本公司股利分配政策及滚存利润分配方案的具体内容，请参见本招股说明书第十四节“股利分配政策”。

四、上市后稳定公司股价的预案

自公司股票上市之日起三年内，若连续 20 个交易日公司股票每日收盘价均低于公司上一会计年度未经审计的每股净资产，公司将启动回购股份、控股股东、董事、高管人员增持公司股票等股价稳定措施。

(一) 启动稳定股价措施的条件

自公司股票上市之日起三年内，若连续 20 个交易日公司股票每日收盘价均低于公司上一会计年度未经审计的每股净资产。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

（二）稳定股价的具体措施

1、公司回购

发行人承诺：公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在稳定股价措施的启动条件触发之日起 10 个交易日内召开董事会，董事会应制定明确、具体的回购方案，方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并提交公司股东大会审议，回购方案经公司股东大会审议通过后生效。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。公司为稳定股价之目的进行股份回购，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项条件：

- （1）回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；
- （2）回购价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格；
- （3）单次用于回购的资金金额累计不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%；
- （4）单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 30%；
- （5）公司按上述条件实施回购后三个月内再次出现触发回购情形的，在该三个月内不再履行回购义务。

但如果股份回购方案实施前或实施过程中公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

2、控股股东增持

本公司控股股东蔡浩宇承诺：在不影响公司上市条件的前提下，将在触发增持义务之日起 5 个交易日内提出增持公司股份的方案，并依法履行所需的审

批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，并在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，按照方案开始实施增持公司股份的计划。控股股东增持需同时满足下列条件：

（1）公司已实施完成回购公众股措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度末经审计的每股净资产；

（2）增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

（3）增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格；

（4）单次用于增持的资金金额累计不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 15%；

（5）单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 30%；

（6）控股股东按上述条件实施增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行回购义务。

如果公司公告控股股东增持计划后 3 个交易日内公司股价已经不满足启动稳定股价措施的条件，可不再实施上述增持公司股份的计划。

3、董事、高级管理人员增持

发行人董事（不含未领薪董事和独立董事）、高级管理人员承诺：在不影响公司上市条件的前提下，将在触发增持义务之日起 5 个交易日内提出增持公司股份的方案，并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，并在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，按照方案开始实施增持公司股份的计划。董事、高级管理人员增持需同时满足下列条件：

（1）公司已实施完成回购公众股措施且控股股东已实施完成增持股份措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度末经审计的每股净资产；

（2）增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

（3）增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格；

（4）单次用于增持的资金金额累计不超过其上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 15%；

（5）单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过其上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 30%；

（6）实施前次增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行增持义务。

如果公司公告董事（不含未领薪董事和独立董事）、高级管理人员增持计划后 3 个交易日内公司股价已经不满足启动稳定股价措施的条件，可不再实施上述增持公司股份的计划。

若公司新聘任董事（不含未领薪董事和独立董事）、高级管理人员，公司将要求该聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

依次采取上述的措施后，公司股价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产的，公司重复采取以上措施。

（三）责任追究机制

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，承诺接受以下约束措施：

（1）公司、控股股东、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）公司控股股东承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司有权扣减应向其支付的分红代其履行上述增持义务，扣减金额不超过该承诺增持金额上限规定。

（3）公司董事（不含未领薪董事和独立董事）、高级管理人员承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如果董事、高级管理人员未采取上述稳定股价具体措施，能够证明自己没有过错的除外，公司有权扣减应向其支付的薪酬或津贴代其履行上述增持义务，扣减金额不超过该承诺增持金额上限规定。

五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于

招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

发行人承诺：保证公司首次公开发行股票招股说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。公司在上述违法违规行为被证券监管机构认定或司法部门作出行政处罚决定之日起三十个交易日内启动股票回购程序。公司将通过上海证券交易所以二级市场交易价格回购首次公开发行的全部新股。公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。如果未能履行该承诺，将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，给投资者造成损失的，将向投资者依法承担赔偿责任。

控股股东承诺：保证发行人首次公开发行股票招股说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，其将在证券监管机构或司法部门对发行人作出行政处罚决定之日起三十个交易日内，以二级市场交易价格依法购回已转让的原限售股份。发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，其将依法赔偿投资者损失。如果未能履行该承诺，将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；其持有的发行人股份将不得转让，若转让的，转让所得将全部用于履行上述承诺；同时，发行人有权扣减应向其支付的分红代其履行上述承诺，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：保证发行人首次公开发行股票招股说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。其能够证明自己没有过

错的除外。如果未能履行该承诺，将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，发行人有权扣减应向其支付的薪酬或津贴代其履行上述承诺，直至按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

六、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

保荐机构（主承销商）华林证券股份有限公司承诺：华林证券为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。如因华林证券为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，华林证券将依法赔偿投资者损失，但是华林证券能够证明自己没有过错的除外。赔偿范围包括投资者的投资差额损失和由此产生的佣金、印花税等交易费用。

保荐机构（主承销商）承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

审计机构德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所作为上海米哈游网络科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的审计机构，出具了上海米哈游网络科技股份有限公司 2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度及 2014 年度财务报表的审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益的专项说明（以下统称“报告及说明”）。若因本所出具的上述报告及说明有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人律师国浩律师（上海）事务所承诺：本所为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

资产评估机构上海申威资产评估有限公司承诺：若因本公司为发行人首次

公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

七、持股5%以上股东持股意向及减持意向

（一）控股股东、实际控制人

发行人控股股东、实际控制人蔡浩宇承诺：

“1、若本人持有的股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价价格；发行人上市后六个月内如股票连续二十个交易日的收盘价均低于发价，或者上市后六个月期末收盘价低于发价，本人持有的股份锁定期自动延长六个月；若上述期间发行人如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项，上述减持价格及收盘价等将相应调整；

2、如果本人在股份锁定期届满后两年内减持股份，则每年减持股份的数量不超过本人持有公司股份总数的 20%；

3、本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

4、若本人拟减持所持发行人股份，本人将通过发行人于减持前三个交易日予以公告；

5、上述承诺不因本人职务的变更或离职等原因而改变。

如果本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并购回违反本承诺减持的股票；如本人因上述减持获得收益，所得收益归发行人所有；同时，本人将承担由此可能导致的一切法律责任。”

（二）持股 5%以上股东

1、自然人股东

发行人持股 5%以上自然人股东刘伟、罗宇皓承诺：

“1、若本人持有的股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发

行人首次公开发行股票的发行人价格；发行人上市后六个月内如股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有的股份锁定期自动延长六个月；若上述期间发行人如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项，上述减持价格及收盘价等将相应调整；

2、本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

3、若本人拟减持所持发行人股份，本人将通过发行人于减持前三个交易日予以公告；

4、上述承诺不因本人职务的变更或离职等原因而改变。

如果本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并购回违反本承诺减持的股票；如本人因上述减持获得收益，所得收益归发行人所有；同时，本人将承担由此可能导致的一切法律责任。”

2、机构股东

发行人持股 5% 以上机构股东萍乡盈尚承诺：

“1、若本企业持有的股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行人价格；发行人上市后六个月内如股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本企业持有的股份锁定期自动延长六个月；若上述期间发行人如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项，上述减持价格及收盘价等将相应调整。

2、本企业减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、若本企业拟减持所持发行人股份，本企业将通过发行人于减持前三个交易日予以公告。

如果本企业未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证券监督管理委员会

指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并购回违反本承诺减持的股票；如本企业因上述减持获得收益，所得收益归发行人所有；同时，本企业将承担由此可能导致的一切法律责任。”

八、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺

本次公开发行股票完成后，随着募集资金的到位，公司总股本及净资产规模均将有所增加，由于募集资金到位当年无法及时产生效益，将导致公司每股收益和净资产收益率等指标在短期内出现下降，提请投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。公司将采取多种措施应对即期回报被摊薄的风险，实现公司的可持续发展，充分保障投资者尤其是中小股东的利益。公司就填补被摊薄即期回报制定相应措施及承诺具体请参见本招股说明书第十一节“管理层讨论与分析”之“六、（五）发行人填补回报的具体措施”以及“六、（六）公司董事、高级管理人员的承诺”。

九、需要特别关注的风险因素和事项

1、对部分产品依赖的风险

报告期内，公司收入的主要来源为移动游戏产品《崩坏学园 2》与《崩坏 3》，这两款产品的收入占报告期营业收入的比重为 98.82%。公司收入集中于少数产品的主要原因为公司发展时间较短，主要精力集中于少数精品游戏的开发和运营，短期内《崩坏学园 2》、《崩坏 3》仍将为公司贡献大部分收益。如公司不能持续推出符合玩家需求的新产品，或及时对已有游戏内容进行更新，公司将可能面临游戏耐玩性下降、用户流失等问题，从而对公司未来经营业绩造成不利影响。

2、对单一 IP 依赖的风险

“崩坏”为公司自主创作的二次元 IP，该 IP 以其独特的人物形象及世界观设定赢得了二次元爱好者的喜爱。报告期内，公司依托自主创作的“崩坏”IP 打造了涵盖游戏、漫画、动画、轻小说等产品的二次元文化产业链，其中移动游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》为公司带来了较高的收益。但市场上大多数以 IP 为核心竞争力的公司都同时拥有多款成熟 IP，并凭借多 IP 创作多元化的作品。公司发展时间较短，当前主要经营“崩坏”一款 IP，得益于对“崩坏”IP

的精心创作及运营，公司拥有稳定的核心用户群体。若公司后期在“崩坏”IP经营过程中不能准确把握二次元用户的偏好变化并创作出二次元用户喜爱的内容，将导致“崩坏”IP对用户的吸引力下降，可能造成现有产品用户流失和盈利能力下降，也不利于新产品的推广，对公司现有及未来的业绩产生不利影响。

3、游戏产品生命周期缩短或提前终止的风险

优秀的网络游戏拥有稳定的客户群体，具有长期性和稳定性，一款成功的网络游戏通常能运营多年。市场上有多款成功产品运营时间较长，如客户端游戏中，《大话西游II》、《征途》、《天龙八部》等，运营时间均超过十年，且仍保持较高的收入规模。近年来，随着手机网民数量的大幅增加，移动游戏研发技术进步，游戏玩法多元化、移动终端硬件设备升级等，移动游戏市场规模逐年提升，优秀的移动游戏生命周期也越来越长。如《我叫MT》、《刀塔传奇》、《列王的纷争》等。

移动游戏的策划及运营部门是对移动游戏上线后能否保持长期生命力的关键职能部门，其职责涵盖版本更新内容、游戏平衡性调整、玩家关系维护等诸多方面。良好的游戏策划及运营团队对移动游戏活跃用户数量、人均付费金额、游戏生命周期等重要指标有着重要的促进作用。

若公司移动游戏策划及运营出现失误情况，则可能造成游戏核心用户流失甚至缩短移动游戏生命周期，使得游戏产品提前进入衰退期，对公司主要产品的盈利能力造成影响。

4、公司移动游戏核心玩法竞争力下降的风险

公司当前核心盈利产品为移动游戏《崩坏学园2》、《崩坏3》，上述两款动作游戏产品以精美的画风、精细的制作、独特的动作游戏体验以及良好的游戏平衡性受到了玩家的喜爱。相较于公司移动游戏产品，国内竞争对手同时期推出的二次元游戏多以卡牌、回合制游戏为主，画面与玩法较为单一。得益于《崩坏学园2》、《崩坏3》独特的游戏风格与对二次元用户的理解，公司的作品在同期推出的移动游戏的二次元细分领域中拥有一定的差异化竞争优势。随着市场对二次元移动游戏的重视与移动设备性能的提升，二次元风格移动游戏数量及质量有了长足进步。如竞争对手推出玩法更为丰富、内容更为精细的作

品，公司作品的核心玩法的竞争力将会降低。若公司无法持续对《崩坏学园2》和《崩坏3》的内容与玩法进行升级从而保持游戏的竞争力，竞争产品将可能分流核心玩家，进而影响公司产品的持续盈利能力。

目 录

本次发行概况	2
发行人声明	4
重大事项提示	5
一、关于本次发行方案的决策程序及内容	5
二、股份流通限制及自愿锁定股份的承诺	5
三、有关公司利润分配的安排	6
（一）本次发行上市后的股利分配政策	6
（二）本次发行前滚存利润的分配	9
四、上市后稳定公司股价的预案	9
（一）启动稳定股价措施的条件	9
（二）稳定股价的具体措施	10
（三）责任追究机制	12
五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	12
六、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	14
七、持股 5% 以上股东持股意向及减持意向	15
（一）控股股东、实际控制人	15
（二）持股 5% 以上股东	15
八、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺	17
九、需要特别关注的风险因素和事项	17
目 录	20
第一节 释义	29
第二节 概览	35
一、发行人简介	35
（一）基本信息	35
（二）主营业务及主要产品	35
（三）公司的竞争优势	37
二、控股股东、实际控制人简介	40
三、主要财务数据及财务指标	40
（一）合并资产负债表主要数据	40
（二）合并利润表主要数据	40
（三）合并现金流量表主要数据	41
（四）主要财务指标	41
四、本次发行情况	42
五、募集资金用途	42
第三节 本次发行概况	44
一、本次发行基本情况	44
二、本次发行股票的有关机构	45
三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系	46
四、发行上市的重要日期	47
第四节 风险因素	48
一、对部分产品依赖的风险	48
二、对单一 IP 依赖的风险	48
三、游戏产品生命周期缩短或提前终止的风险	48

四、移动游戏核心玩法竞争力下降导致业绩波动的风险	49
五、新开发互联网游戏产品适销性风险	49
六、行业监管政策的风险	50
七、合作运营模式下的经营风险	51
八、汇率波动的风险	51
九、移动游戏产品用户获取成本变化导致业绩波动的风险	51
十、移动游戏行业市场竞争加剧的风险	52
十一、系统安全及程序稳定性的风险	52
十二、利润率指标下降的风险	53
十三、核心团队人员流失的风险	53
十四、税收优惠风险	54
十五、受第三方侵害而产生知识产权纠纷的风险	55
十六、管理能力滞后于公司发展速度的风险	55
十七、募集资金项目相关风险	55
（一）募集资金投资项目无法达到预期的风险	55
（二）净资产收益率下降、即期回报被摊薄的风险	56
（三）募集资金投资项目新增折旧、摊销影响公司业绩的风险	56
十八、未能拓展变现渠道的风险	56
十九、经营场地租赁风险	57
第五节 发行人基本情况	58
一、基本信息	58
二、发行人改制情况	58
（一）发行人改制设立方式	58
（二）发起人	59
（三）改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务	59
（四）米哈游有限改制设立为股份公司时拥有的主要资产和实际从事的业务	59
（五）发行人成立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务	60
（六）改制前米哈游有限的业务流程、改制后发行人的业务流程以及米哈游有限和发行人业务流程之间的联系	60
（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系、关联交易及其变化情况	60
（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况	60
三、发行人的历史沿革	60
（一）米哈游有限设立	61
（二）2012年3月，米哈游有限第一次股权转让	61
（三）2012年5月，米哈游有限第一次增资	62
（四）2012年6月，米哈游有限第二次增资	62
（五）2014年5月，米哈游有限第三次增资	63
（六）2015年9月，米哈游有限第二次股权转让	64
（七）2015年11月，整体变更为股份有限公司	65
（八）2016年6月，股份公司第一次增资	66
（九）2016年9月，股份公司第二次增资	67
（十）2016年11月，股份公司第一次股权转让	67
（十一）2017年9月，股份公司第三次增资	68
四、发行人设立以来的重大资产重组情况	69
五、发行人历次验资情况	69
六、股权结构及组织结构	70
（一）公司的股权结构	70
（二）公司的组织结构	70
（三）公司各部门职能	71
七、发行人控股子公司、参股子公司及分公司情况	74
（一）控股子公司	74

(二) 参股子公司.....	81
(三) 分公司.....	83
八、发起人、公司股东及实际控制人的基本情况.....	84
(一) 发起人基本情况.....	84
(二) 实际控制人基本情况.....	85
(三) 公司股东简要情况.....	85
(四) 控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况.....	90
(五) 发行人股份质押或其他有争议的情况.....	91
九、发行人股本情况.....	91
(一) 本次发行前后公司股本情况.....	91
(二) 前十名股东.....	91
(三) 前十名自然人股东及其在公司所担任的职务.....	92
(四) 股东中战略投资者持股情况.....	92
(五) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例.....	92
(六) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺.....	92
十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况.....	93
十一、员工及其社会保障情况.....	94
(一) 发行人员工人数及变化情况.....	94
(二) 发行人员工结构.....	94
(三) 发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况.....	95
(四) 发行人劳务派遣情况.....	97
(五) 发行人员工薪酬情况.....	97
十二、实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺.....	101
(一) 股份流通限制和股东对所持股份的自愿锁定承诺.....	101
(二) 股东持股意向和减持意向声明承诺.....	101
(三) 公司上市后三年内稳定股价的承诺.....	102
(四) 对本招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺.....	102
(五) 关于填补即期回报的措施及承诺.....	102
(六) 关于避免同业竞争的承诺.....	102
(七) 关于减少及规范关联交易的承诺.....	102
(八) 缴纳社会保险和住房公积金的承诺.....	102
第六节 业务和技术.....	103
一、发行人的主营业务概况、主要产品及发展历程.....	103
(一) 主营业务.....	103
(二) 公司主要产品.....	103
(三) 公司设立以来主营业务的变化情况.....	104
二、发行人所处行业的基本情况.....	104
(一) 发行人所处的行业.....	104
(二) 行业管理体制、法律法规及产业政策.....	105
(三) 行业发展概况.....	112
(四) 进入本行业的主要壁垒.....	125
(五) 影响行业发展的有利和不利因素.....	127
(六) 行业的利润水平与变动趋势.....	130
(七) 行业技术水平及发展趋势.....	130
(八) 行业特有的经营模式.....	132
(九) 行业周期性、区域性及季节性特征.....	133
(十) 公司所处行业与上下游行业的关系.....	133
三、发行人的行业竞争地位.....	134
(一) 发行人在行业中的竞争地位.....	134
(二) 发行人主要竞争对手及简介.....	137
(三) 发行人的竞争优势.....	138

(四) 发行人的竞争劣势	141
四、发行人主营业务的具体情况	142
(一) 发行人主要产品	142
(二) 主要运营模式	166
(三) 主要研发模式	169
(四) 主要采购模式	173
(五) 公司的销售情况	173
(六) 移动游戏产品相关运营数据	184
(七) 移动游戏产品用户获取情况	234
(八) 公司的境外经营情况	252
(九) 公司的采购情况	258
(十) 保荐机构对主营业务的核查情况	261
五、发行人与业务相关的主要资产	277
(一) 主要固定资产	277
(二) 房产租赁情况	277
(三) 主要无形资产	278
(四) 经营资质	303
六、发行人的特许经营权情况	305
七、发行人的技术与研究开发情况	306
(一) 公司研发情况	306
(二) 核心技术情况	306
(三) 公司在研项目情况	307
(四) 技术研究开发情况	307
(五) 公司核心技术人员	309
八、境外生产经营情况	309
九、产品质量控制	309
(一) 立项阶段的质量控制	310
(二) 开发、测试阶段的质量控制	310
(三) 运营阶段的质量控制	310
(四) 产品质量纠纷	311
十、冠名“科技”的依据	311
第七节 同业竞争与关联交易	312
一、发行人的独立性	312
二、同业竞争	313
(一) 报告期内同业竞争情况说明	313
(二) 避免同业竞争的承诺	315
三、关联方及关联关系	315
(一) 控股股东、实际控制人	316
(二) 控股股东、实际控制人控制的其他企业	316
(三) 持股 5% 以上的其他股东	316
(四) 发行人董事、监事、高级管理人员及其控制或有重大影响的企业	316
(五) 发行人控股子公司、参股子公司	317
(六) 其他关联方	317
(七) 报告期内的关联方	319
四、关联交易	320
(一) 经常性关联交易	320
(二) 偶发性关联交易	320
(三) 与关联方的往来	324
五、对关联交易决策权力与程序的安排	325
(一) 《公司章程》关于规范关联交易的安排	325
(二) 《关联交易管理制度》关于规范关联交易的安排	326
(三) 《独立董事工作制度》关于规范关联交易的安排	327

(四) 关联交易程序的合法性及独立董事对关联交易的意见	327
六、减少关联交易的措施	327
(一) 发行人减少关联交易的措施	327
(二) 5%以上股东关于减少及规范关联交易的承诺函	328
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	330
一、董事、监事、高级管理人员简介	330
(一) 董事	330
(二) 监事	332
(三) 高级管理人员	333
(四) 核心技术人员	333
(五) 董事、监事的提名及选聘情况	334
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况	335
(一) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的持股情况	335
(二) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属的持股情况	336
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况	336
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况	337
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况	338
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系	340
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司有关协议及重要承诺	341
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格	341
九、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况	341
(一) 董事变动情况	341
(二) 监事变动情况	341
(三) 高级管理人员变动情况	342
第九节 公司治理	343
一、股东大会制度的建立、健全及运行情况	343
二、董事会制度的建立、健全及运行情况	343
三、监事会制度的建立、健全及运行情况	343
四、独立董事制度的建立、健全及运行情况	344
五、董事会秘书制度的建立、健全及运行情况	344
六、董事会专门委员会的设置情况	345
七、发行人近三年是否存在严重违法、违规的情况	345
八、发行人近三年资金占用和对外担保的情况	347
九、对发行人内部控制制度的评估意见	347
(一) 本公司管理层对内部控制制度的自我评估意见	347
(二) 注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见	348
第十节 财务会计信息	349
一、财务报表	349
(一) 合并资产负债表	349
(二) 合并利润表	350
(三) 合并现金流量表	351
(四) 母公司资产负债表	353
(五) 母公司利润表	354
(六) 母公司现金流量表	355
二、审计意见类型及财务报表的编制基础	356
(一) 审计意见	356
(二) 财务报表的编制基础	357
三、合并财务报表范围及变化情况	357
(一) 财务报表合并范围的确认原则	357
(二) 报告期财务报表合并范围及变化情况	357
四、主要会计政策和会计估计	358

（一）主要的收入确认和计量具体方法	358
（二）合并财务报表的编制方法	366
（三）现金及现金等价物	366
（四）外币业务和外币报表折算	367
（五）金融工具	367
（六）应收款项	372
（七）存货	373
（八）长期股权投资	374
（九）固定资产	374
（十）无形资产	375
（十一）长期资产减值	376
（十二）长期待摊费用	376
（十三）职工薪酬	376
（十四）股份支付	377
（十五）政府补助	377
（十六）递延所得税资产/递延所得税负债	378
（十七）租赁	379
（十八）研发费用	380
（十九）重大会计估计	381
（二十）报告期内会计政策和会计估计变更对公司的影响	382
五、主要税收政策、主要税种及税率	382
（一）主要税种及税率	382
（二）税收优惠及纳税合规情况	384
六、非经常性损益情况	386
七、最近一年内收购兼并情况	387
八、最近一期末主要固定资产及对外投资情况	387
（一）固定资产	387
（二）对外投资	388
九、最近一期末无形资产情况	388
十、最近一期末主要负债情况	388
（一）预收账款	388
（二）应付职工薪酬	388
（三）应交税费	389
（四）其他流动负债	389
十一、股东权益变动情况	389
（一）股本	390
（二）资本公积	390
（三）其他综合收益	391
（四）盈余公积	391
（五）未分配利润	392
十二、现金流量情况	393
十三、财务报表附注中的或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项和其他事项	393
（一）或有事项	393
（二）承诺事项	393
（三）资产负债表日后事项	394
（四）其他事项	394
十四、主要财务指标	395
（一）主要财务指标	395
（二）每股收益和净资产收益率	396
十五、资产评估情况	398
十六、历次验资情况	398
十七、保荐机构对财务会计信息的核查情况	398
（一）资金流水核查	398

(二) 推广支出情况核查.....	400
(三) 大额费用跨期核查.....	406
(四) 硬件成本采购、人工薪酬支出核查.....	407
第十一节 管理层讨论与分析.....	413
一、财务状况分析.....	413
(一) 资产状况分析.....	413
(二) 负债状况分析.....	430
(三) 偿债能力分析.....	440
(四) 资产周转能力分析.....	442
二、盈利能力分析.....	444
(一) 营业收入分析.....	444
(二) 营业成本分析.....	456
(三) 税金及附加分析.....	463
(四) 毛利率分析.....	464
(五) 期间费用分析.....	471
(六) 资产减值损失、投资收益和其他收益分析.....	501
(七) 所得税分析.....	502
(八) 营业外收支分析.....	502
三、现金流量分析.....	503
(一) 经营活动产生的现金流量分析.....	503
(二) 投资活动产生的现金流量分析.....	504
(三) 筹资活动产生的现金流量分析.....	504
四、资本性支出分析.....	505
(一) 报告期内的资本性支出.....	505
(二) 未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量.....	505
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	505
(一) 财务状况未来趋势分析.....	505
(二) 盈利能力未来趋势分析.....	506
六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势.....	507
(一) 首次公开发行股票对公司每股收益的影响.....	507
(二) 董事会选择本次融资的必要性和合理性.....	508
(三) 本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系.....	508
(四) 发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况.....	509
(五) 发行人填补回报的具体措施和承诺.....	510
(六) 公司董事、高级管理人员的承诺.....	511
第十二节 业务发展目标.....	513
一、发展战略与目标.....	513
二、发展计划.....	513
(一) 持续产品研发，完善二次元文化产业链.....	513
(二) 优化公司运营能力，加强游戏产品全球推广.....	514
(三) 实现线上线下联动，扩大公司品牌影响力.....	514
(四) 坚持核心技术开发，完善知识产权保护机制.....	514
(五) 实施可持续的人才战略.....	514
(六) 完善法人治理结构.....	515
(七) 资金筹集计划.....	515
三、发展计划所依据的假设条件和可能面临的主要困难.....	515
(一) 发展计划的假设条件.....	515
(二) 可能面临的主要困难.....	516
四、确保实现上述计划拟采用的方式、方法和途径.....	516
五、业务发展计划与现有业务的关系.....	517
六、本次发行对实现业务发展目标的作用.....	517

第十三节 募集资金运用	519
一、募集资金运用概况	519
（一）募集资金运用方案	519
（二）本次发行募集资金投资项目时间进度安排	520
二、募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定	520
三、募集资金专项存储制度的建立和执行情况	521
四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见	521
（一）募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模相适应	521
（二）募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应	521
（三）募集资金数额和投资项目与公司现有技术水平相适应	522
（四）募集资金数额和投资项目与公司现有管理能力相适应	522
五、募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响	523
六、募集资金投资项目具体情况	523
（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目	523
（二）崩坏系列游戏全球推广运营项目	530
（三）崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目	543
（四）崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目	554
（五）技术研发与 IP 运营基地建设项目	559
七、固定资产投资的合理性	570
八、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响	571
（一）募集资金运用对公司经营状况影响	571
（二）募集资金运用对公司财务状况影响	571
第十四节 股利分配政策	573
一、发行人股利分配的一般政策	573
二、发行人最近三年的股利分配情况	573
三、发行人本次发行完成前滚存利润的分配政策	574
四、发行人本次发行后的股利分配政策	574
（一）股利分配原则	574
（二）股利分配形式	574
（三）利润分配条件	575
（四）现金分红的比例及时间间隔	575
（五）调整利润分配政策的决策机制和程序：	576
（六）利润分配的决策机制和程序	576
（七）股利分配方案的实施时间	577
五、未来三年分红回报规划	577
第十五节 其他重要事项	578
一、信息披露与投资者服务	578
（一）信息披露制度	578
（二）信息披露的具体事宜	578
（三）投资者服务计划	578
二、重要合同	579
（一）支付服务协议	579
（二）游戏合作运营合同	579
（三）广告采购合同	581
三、本公司对外担保情况	581
四、有关诉讼和仲裁的说明	581
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	582
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	582
保荐人（主承销商）声明	583

保荐机构董事长、首席执行官声明	584
发行人律师声明	585
会计师事务所声明	586
验资机构声明	587
验资复核机构声明	588
资产评估机构声明	589
第十七节 备查文件	590
一、备查文件	590
二、查阅时间及地点	590
（一）上海米哈游网络科技股份有限公司	590
（二）华林证券股份有限公司	590

第一节 释义

普通名词解释

发行人、本公司、公司、股份公司、米哈游	指	上海米哈游网络科技股份有限公司
米哈游有限	指	上海米哈游网络科技有限公司，发行人前身
萍乡盈尚	指	萍乡盈尚企业管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
律者文化	指	上海律者文化发展合伙企业（有限合伙），发行人股东
考弥克文化	指	上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙），发行人股东
符华文化	指	上海符华文化发展合伙企业（有限合伙），发行人股东
米哈游科技	指	米哈游科技（上海）有限公司，发行人全资子公司
哈游传媒	指	哈游文化传媒（上海）有限公司，发行人全资子公司
香港米哈游	指	米哈游有限公司（miHoYo Limited），发行人全资子公司
台湾米哈游	指	香港商米哈游有限公司台湾分公司（miHoYo Limited, Taiwan Branch），香港米哈游台湾分公司
日本米哈游	指	株式会社 miHoYo（miHoYo Inc），香港米哈游全资子公司
吼美科技	指	上海吼美科技有限公司，发行人全资子公司
天命科技	指	上海米哈游天命科技有限公司，发行人全资子公司
圣芙蕾雅科技	指	霍尔果斯圣芙蕾雅科技有限公司，发行人全资子公司
凌梦科技	指	上海凌梦科技有限公司，吼美科技参股子公司
神猫动漫	指	深圳神猫企划动漫科技有限公司，吼美科技参股子公司
杭州米艺	指	杭州米艺投资有限公司，原为“杭州米艺科技有限公司”，于 2017 年 10 月更名，公司发起人
杭州斯凯	指	杭州斯凯投资有限公司，曾为米哈游有限股东，于 2014 年 3 月被杭州米艺吸收合并
BVI	指	英属维尔京群岛，The British Virgin Islands 的缩写
梵艺科技	指	杭州梵艺科技有限公司，发行人关联方
米加科技	指	杭州米加科技有限公司，发行人关联方

Kiirou-Usagi Inc.	指	报告期内关联方，当前已注销
保荐机构、保荐人、主承销商、华林证券	指	华林证券股份有限公司
发行人律师、国浩律所	指	国浩律师（上海）事务所
会计师、德勤华永	指	德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）
申威资产评估	指	上海申威资产评估有限公司
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
《首发管理办法》	指	《首次公开发行股票并上市管理办法》
《上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
上海市工商局徐汇分局	指	上海市工商行政管理局徐汇分局
上海市徐汇区发改委	指	上海市徐汇区发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
游戏工委	指	中国音像与数字出版协会游戏工作委员会，全国性的游戏出版行业组织，接受国家新闻出版广电总局的业务指导和监督管理
人民币普通股、A股	指	获准在中国境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币 1.00 元
本次发行	指	发行人首次公开发行人民币普通股股票的行为
公司章程	指	《上海米哈游网络科技股份有限公司章程》
公司章程（草案）	指	本次发行并上市后适用的《上海米哈游网络科技股份有限公司章程》
股东大会	指	上海米哈游网络科技股份有限公司股东大会

董事会	指	上海米哈游网络科技股份有限公司董事会
监事会	指	上海米哈游网络科技股份有限公司监事会
报告期、最近三年一期	指	2014年、2015年、2016年和2017年1-6月
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

专业名词解释

2D	指	“2-Dimensional”的缩写，二维
3D	指	“3-Dimensional”的缩写，三维
《崩坏学园》、《崩坏学园2》、《崩坏3》	指	发行人自主研发运营的三款移动游戏产品
IP	指	Intellectual Property 的缩写，原意指知识产权，在文化产业中 IP 通常指的是文化产品的一种独有的设定，主要包括人物角色的设定、世界观设定、故事主线的设定等
崩坏、崩坏 IP	指	公司原创的一种独有设定，通过动画、漫画、游戏、轻小说等崩坏系列产品展现
APP、应用	指	在平板电脑、智能手机等平台运行的应用程序，是应用程序（Application Program）的英文简称
ACGN	指	Animation（动画）、Comic（漫画）、Game（游戏）、Novel（小说）的英文首字母缩略字
次元	指	通常在 ACGN 作品中出现，通常指作品当中的幻想世界以及各种要素的集合体
二次元	指	即二维，“次元”即指“维度”。由于早期的动画、游戏作品都是以二维图像构成，画面是一个平面，所以称之为“二次元世界”，简称“二次元”。广义的二次元主要表现为动画（Animation）、漫画（Comic）、游戏（Game）、小说（Novel），同时指喜爱 ACGN 的群体
三次元	指	现实世界
手办	指	收藏性人物、汽车、建筑物或空想事物的模型，主要指以 ACGN 角色为原型而制作的人物模型类动漫周边
带宽	指	在固定时间内可传输的数据量，即在传输管道中可以传递数据的能力
服务器	指	提供计算服务的设备
内测	指	内部测试，即面向一定数量用户进行的内部网络游戏测试，多用于检测游戏压力和功能有无漏洞
公测	指	公开测试，即对用户公开的开放性网络游戏测试

第三方平台、应用商店	指	数字化应用发行平台，用户可通过此平台下载免费及付费的应用程序
游戏引擎	指	已编写好的可编辑游戏系统或者交互式实时图像应用程序的核心组件，是游戏软件的主程序。其为游戏设计者提供各种编写游戏所需的各种工具，目的在于让游戏设计者能容易和快速地做出游戏程序
流水、充值流水、充值流水金额	指	指玩家向游戏产品充值的法定货币金额
充值流水净额	指	发行人收到或应收的税后玩家充值款。独立运营模式下为税后的充值流水金额，合作运营和授权运营模式下为合作运营商和授权运营商按照运营协议约定的计费基础和分成比例计算得出的应支付给发行人的税后分成款
分成比例	指	基于合作协议，发行人与合作方约定在合作期间发行人应享有的收益占总收益的比例
付费用户	指	购买了游戏时间、游戏货币或游戏道具的网络游戏用户
ARPU	指	平均每用户收入
ARPPU	指	平均每付费用户收入
虚拟道具	指	游戏中的非实物道具，只在游戏中存在，没有实体
虚拟货币	指	由网络游戏运营商发行，游戏用户使用法定货币按照一定比例直接或间接购买，并以特定数字单位表现的一种虚拟兑换工具
活跃用户	指	一段时间内登陆过游戏的用户
硬核联盟	指	由国内一线智能手机制造商金立、酷派、vivo、魅族、OPPO、华为、联想共同发起并参与的移动互联网增值服务平台，成立于2014年8月，英文名称为 Mobile Hardcore Alliance（简称 M.H.A）
自主开发运营模式	指	对一款游戏同时从事游戏开发和发行或运营平台的游戏运营模式
授权运营模式	指	对一款游戏仅从事游戏开发的游戏运营模式
独立运营模式	指	自主开发运营模式-独立运营的简称，自主开发运营模式中公司不依赖于其他游戏运营企业，独立运营自主研发产品的一种经营模式
合作运营模式	指	自主开发运营模式-合作运营的简称，自主开发运营模式中公司与其他游戏运营企业共同运营本公司游戏的一种经营模式
RPG 游戏	指	“Role Playing Game”的缩写，角色扮演游戏
CPC	指	“Cost Per Click”的缩写，线上广告的计费方式，指按点击量付费

CPI	指	“Cost Per Install”的缩写，线上广告的计费方式，指按安装量付费
CPT	指	“Cost Per Time”的缩写，线上广告的计费方式，指按展示时长付费
CPM	指	“Cost Per Mille”的缩写，线上广告的计费方式，指按曝光量（展示次数）付费

互联网企业及软件游戏平台

苹果公司	指	Apple Inc.，知名的美国高科技企业，公司合作运营商
谷歌公司	指	Google Inc.，知名的美国高科技企业，公司合作运营商
iOS	指	由苹果公司开发的移动操作系统
Andriod、安卓	指	一种基于 Linux 的自由及开放源代码的操作系统，主要使用于移动设备，如智能手机和平板电脑，由 Google 公司和开放手机联盟领导及开发
App Store	指	由苹果公司为运行 iOS 操作系统的硬件创建的应用程序在线发布平台
Google Play	指	由谷歌公司为 Android 设备开发的应用程序在线发布平台
Bilibili、哔哩哔哩、B站	指	www.bilibili.com，国内知名的二次元网站
Bilibili 游戏中心	指	www.biligame.com，Bilibili 旗下的游戏平台
小米应用商店	指	北京小米科技有限责任公司为其智能手机产品开发的应用下载平台
华为应用市场	指	华为公司为其移动设备开发的应用下载平台
360、奇虎 360	指	北京奇虎科技有限公司或其控制下的相关企业
360 手机助手	指	北京奇虎科技有限公司研发的智能机应用下载平台
支付宝	指	支付宝（中国）网络技术有限公司
财付通	指	财付通支付科技有限公司
掌趣科技	指	北京掌趣科技股份有限公司
吉比特	指	厦门吉比特网络技术股份有限公司
昆仑万维	指	北京昆仑万维科技股份有限公司

游族网络	指	游族网络股份有限公司
冰川网络	指	深圳冰川网络股份有限公司
电魂网络	指	杭州电魂网络科技股份有限公司

注：本招股说明书除特别说明外，所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对本招股说明书全文做扼要提示。投资者在做出决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

（一）基本信息

中文名称：上海米哈游网络科技股份有限公司

英文名称：MIHOYO CO., LTD.

注册资本：人民币 36,666.6663 万元

法定代表人：蔡浩宇

成立日期：2012 年 2 月 13 日

整体变更日期：2015 年 11 月 11 日

公司住所：上海市徐汇区钦州路 100 号一号楼 1104-6 室

（二）主营业务及主要产品

1、主营业务

公司是一家以动画、漫画、游戏和小说（即 Animation, Comic, Game and Novel，以下简称“ACGN”）等产品为载体，深耕二次元文化的互联网文化企业。公司主营业务是基于原创 IP 开发和运营游戏、漫画、动画和轻小说等互联网文化产品，各类型产品的人物角色、世界观体系和故事主线相互统一。公司通过互联网进行信息传播，在二次元文化下搭建了一条以优质 IP 为核心的文化产业链。

公司是中国互联网协会、中国工业和信息化部信息中心评定的 2017 年中国互联网百强企业，截至目前公司共累计获得 103 项计算机软件、音乐及美术著作权，同时公司也是高新技术企业、软件企业、上海市 2016 年度科技小巨人企业、2016 年度上海市明星软件企业、2016-2017 年度上海市文化出口重点企业。

公司自主创作了知名二次元 IP——“崩坏”，IP 讲述了在被“崩坏”（即战争、自然灾害等生存考验）侵蚀的世界里人们克服种种困难守护美好生活的故事，传递了积极进取、永不言败的价值观和正能量。围绕该 IP，公司在 ACGN 各细分领域推出各类优秀产品，为“崩坏”IP 的受众提供全方位的产品体验，通过各产品间的相互促进和影响，逐步形成一个良性的 IP 产品生态圈并扩大该 IP 的受众用户数量及提升 IP 在用户群体中的影响力。

2、主要产品

公司的主要产品为基于“崩坏”IP 下创作出的游戏、漫画、动画、轻小说及动漫周边产品，其中游戏为公司报告期内主要的收入及利润来源。

公司目前正在运营的三款移动游戏分别为《崩坏学园》、《崩坏学园 2》和《崩坏 3》。其中《崩坏学园》是公司开发的第一款移动游戏产品，公司的技术基础及研发方向初步形成；《崩坏学园 2》是公司在《崩坏学园》的基础上开发的第二款产品，自 2014 年初上线以来得到了市场和玩家的高度认可，曾获“2014 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”、“最具人气网络手游奖”等。该游戏为公司积累了丰富的运营经验，同时也是公司报告期的主要收入来源，截至 2017 年 6 月 30 日，《崩坏学园 2》充值流水金额累计超过 10 亿元；公司于 2016 年 9 月推出《崩坏 3》，App Store 上线次日就获得苹果首页推荐，获硬核联盟推荐并取得了硬核联盟颁发的“十大人气游戏”、华为游戏“2016 年度十佳网游”、“2016 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”等多个奖项。截至 2017 年 6 月 30 日游戏账户数量超过 2,200 万个，累计充值流水金额超过人民币 11 亿元，是公司未来盈利的重要保障。

除游戏外，公司产品还包括：①漫画作品，如《崩坏学园》四格漫画、《崩坏学园 EX》短篇漫画、《崩坏 3rd》长篇漫画等；②动画作品，如“崩坏学园四格手书动画”、“崩坏 PV”；③轻小说作品，如《吼姆救援作战》、《崩坏的料理教室》、《里世界小说》等；④动漫周边产品：如印有“崩坏”IP 角色的抱枕、手办等。

公司所有产品均在“崩坏”IP 基础上创作和开发，用户往往基于对某一产品的认可成为“崩坏”IP 的用户，并通过接触其他类别的产品更深入地了解公

司通过“崩坏”IP 想传达的世界观、价值观等文化内涵。通过产品间对“崩坏”IP 属性的相互渗透和不断深化，用户的粘性也逐渐增强，实现了各产品相互推动、相互促进的良性发展态势。

（三）公司的竞争优势

1、围绕知名 IP 为中心多产品线经营的行业领先商业模式

公司是目前国内为数不多拥有原创二次元 IP 的企业，自主创作了国内知名二次元 IP——“崩坏”。公司产品涵盖移动游戏、漫画、动画、轻小说和动漫周边产品等多种类型，其各类型产品的人物角色、故事主线和世界观体系均围绕“崩坏”IP 呈现，产品间相互促进相互影响，逐步形成一个良性的 IP 产品生态圈，经营模式在国内处于领先地位。

2、原创 IP 下的庞大用户群体和大量的核心粉丝

“崩坏”IP 起源于 2011 年，经过近六年时间发展壮大和积累，聚集了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。截至报告期期末，公司移动游戏账户数量超过 6,600 万个、漫画《崩坏 3rd》累计点击量超过 1.8 亿次、《崩坏学园四格漫画》累计点击量超过 5,500 万次、动画视频点击量超过 1,400 万次、《崩坏学园 2》的百度贴吧关注量累计超过 95 万，帖子总数累计超过 4,700 万、《崩坏 3rd》的百度贴吧关注量累计超过 49 万，帖子总数累计超过 1,900 万。

根据行业规律，成功 IP 的受众聚集效应能够为新产品提供用户基础，2016 年 9 月公司推出移动游戏《崩坏 3》，产品公测首月新增账户数量即超过 500 万，游戏流水超过 1 亿元，可见“崩坏”IP 下庞大的用户群体和大量的核心粉丝将成为公司未来其他产品成功的有力保障。

3、贴近市场的企业文化和充满创造力的团队

贴近市场的企业文化

公司的核心企业文化为二次元文化，从基层员工到高管团队，公司大部分员工既是二次元文化的创作者也是二次元文化的消费者。公司重视员工对二次元文化的认同感，原因为：一是员工会愿意为自己所热爱的文化倾注更大的热情和精力，在工作中发挥更大的创造力；二是对二次元文化的热爱有助于员工深层次理解用户的感受，创作出更符合二次元用户需求的优秀作品。

充满活力及创造力的团队

公司员工平均年龄为 28 岁，其中 30 岁以下的员工占公司员工总数的 77.60%，团队极富活力，更易接纳新鲜事物。同时，公司整个团队充满创造力和创业激情。公司三位创始人蔡浩宇、刘伟和罗宇皓为上海交通大学同学，充满创业热情，在校期间积极参加各种创业活动。经过 5-6 年的努力，发行人已经成为业内知名的二次元文化企业，主要游戏产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》市场影响力较大，公司曾被科技部和上海市委邀请，参加介绍创业经验的座谈会，是大学生成功创业的典型案例。

4、成功的产品研发和运营经验

公司主要游戏产品《崩坏学园 2》及《崩坏 3》市场反响较好，取得了较大的成功。2014 年 3 月《崩坏学园 2》在 App Store 上线，上线当日即位列付费项目中下载量第一名；2016 年 10 月《崩坏 3》在 App Store 上线次日即获得苹果 App Store 首页推荐。截至报告期期末《崩坏学园 2》账户数量超过 4,400 万个，游戏总充值流水金额超过 10 亿元；《崩坏 3》账户数量超过 2,200 万个，游戏总充值流水金额超过 11 亿元。以上两款游戏产品为公司积累了丰富的研发和运营经验，具体情况如下：

成功的产品研发经验

①领先市场的游戏设计理念。公司新产品立项前需要广泛地进行市场调研，深入了解市场最新的研发动态和目标用户的心理需求，公司在产品设计过程中在技术水平、玩法设计等方面均力求做到领先市场现有的产品，确保产品上线时能在同类产品中保持竞争优势。

②致力于创作精品游戏的研发策略。通常移动游戏的研发周期较短，公司游戏产品平均研发周期在二年左右。公司秉持精细打磨的研发理念，力求实现每一款游戏均成为精品，努力为用户提供更好的游戏体验。

成功的产品运营经验

①研发运营一体化的游戏经营策略。研发运营一体化是公司一直坚持的游戏产品经营策略，具有以下优势：A. 相比于不从事运营的游戏开发商，公司可以第一时间掌握游戏玩家的需求动向，开发适应市场变化的游戏产品；相比于

不从事游戏开发的运营商，公司掌握着网络游戏的版权，不存在代理权丧失的风险。B. 研发运营一体化的经营模式能在网络游戏持续运营的过程中降低开发与运营环节间的沟通成本和配合失误的风险，同时有效地解决游戏开发商与游戏运营商间的利益分配矛盾。C. 在盈利能力方面，与以代理产品为主的游戏运营商相比，研发运营一体化网络游戏企业的净利润率通常较高，盈利能力更强。

②聚集核心粉丝群，形成口碑传播。新产品上线之初公司主要在核心二次元用户聚集度较高的平台或社区进行小范围宣传推广，以吸引核心二次元用户体验公司游戏。核心二次元用户特点鲜明，乐于与兴趣爱好相近的朋友交流，当该部分用户认同公司产品后，也会极力向自己的朋友推荐公司产品，形成有效的口碑传播。

③特有内容营销策略。公司十分注重推广的内容性，相比普通的广告推广，包含优质内容的推广能够带来更好的宣传效果。例如公司会结合“崩坏”IP 中的人物形象、故事情节制作一些精美的音乐和动画，上传至哔哩哔哩等二次元网站，让玩家因为喜欢这些音乐或动画进而对公司的游戏产生兴趣；或者与其他热点进行影游联动，增加品牌间的互动，吸引更多受众群体；此外，公司也会定制一些游戏形象的抱枕、鼠标垫、雨伞等精美礼品赠予核心用户，不仅较大地提升核心用户的体验，同时也能够在其朋友圈中形成一定的广告效应。

5、强大研发团队及大量技术积累

强大的研发团队

公司十分注重研发人才的筛选、培养和积累，已初步形成一支个人素质高、专业能力强和业务范围广的研发团队。截至报告期期末公司共有研发人员 173 人，占公司总人数的 56.17%，除传统程序、美术等研发人才外，公司研发团队还包括 IP 创作人员，主要负责为现有 IP 创作内容，增强现有 IP 的生命力。公司人才门槛较高，看重人才可塑性，研发人员中，拥有硕士研究生以上学历的人数占比较高，公司同时注重研发人员实践经历，公司研发团队中的骨干力量，大部分具有知名的互联网企业工作经验。

持续的研发投入和先进的技术积累

先进的技术实力是互联网文化企业发展的根本动力，而技术的发展依托于企业持续的研发投入。公司自成立以来一直重视研发投入，报告期内公司研发费用平均占公司营业收入的比例为 10.34%。经过多年的发展，公司研发出大量的移动游戏技术，积累了“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，公司的核心技术使得公司产品在画面渲染、数据处理速度、系统架构设计上处于行业领先地位。

二、控股股东、实际控制人简介

本公司控股股东、实际控制人为蔡浩宇，蔡浩宇先生直接持有公司股份 13,530.00 万股股份，并持有公司股东上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）85.07% 出资额且为律者文化的普通合伙人，从而控制公司 15,298.63 万股股份，合计占公司股份总数的 41.72%，为公司的实际控制人。

蔡浩宇先生，1987 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历，上海市领军人才。其住址为上海市徐汇区龙华西路，居民身份证号码为 370105198705*****。2012 年 2 月起创办米哈游有限，现任发行人董事长、总经理。

三、主要财务数据及财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
资产总计	98,521.37	58,241.66	19,512.81	8,260.34
其中：流动资产	96,378.96	57,394.64	19,097.42	8,149.72
非流动资产	2,142.41	847.02	415.39	110.61
负债合计	22,330.30	18,756.57	5,430.87	2,598.07
所有者权益合计	76,191.06	39,485.09	14,081.94	5,662.27
归属于母公司所有者权益	76,191.06	39,485.09	14,081.94	5,662.27

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71
营业利润	45,684.57	28,583.86	11,506.73	6,565.26
利润总额	46,386.19	29,679.08	12,518.69	6,563.84
净利润	44,703.18	27,264.86	12,726.57	6,563.84
归属于母公司所有者的净利润	44,703.18	27,264.86	12,726.57	6,563.84
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	43,921.06	26,965.42	12,570.32	6,565.26

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	46,064.43	33,134.52	13,249.90	6,928.73
投资活动产生的现金流量净额	-3,680.60	-10,011.93	-3,205.62	-122.30
筹资活动产生的现金流量净额	-8,000.00	-2,860.00	-4,307.00	-1,000.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-628.27	416.90	66.29	-4.96
现金及现金等价物净增加额	33,755.56	20,679.50	5,803.57	5,801.47

（四）主要财务指标

1、主要财务指标

财务指标	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率	4.32	3.07	3.74	3.99
速动比率	4.27	3.00	3.72	3.69
资产负债率（母公司）	4.55%	15.44%	22.40%	31.37%
每股净资产（元）	11.43	5.92	2.11	0.85
无形资产占净资产的比例	0.08%	0.11%	0.03%	0.04%
财务指标	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次）	4.95	5.77	6.52	13.05
存货周转率（次）	19.07	49.06	86.94	-
息税折旧摊销前利润（万元）	46,611.77	29,794.49	12,576.09	6,579.06
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营活动现金流量（元）	6.91	4.97	1.99	1.04
每股净现金流量（元）	5.06	3.10	0.87	0.87

注：上述财务指标的计算方法请参见本招股说明书第十节“财务会计信息”之“十四、（一）主要财务指标”。

2、每股收益和净资产收益率

报告期利润	报告期间	加权平均净	每股收益（元）
-------	------	-------	---------

		资产收益率	基本每股收 益	稀释每股收 益
归属于公司普通股 股东的净利润	2017年1-6月	73.88%	6.71	6.71
	2016年	103.09%	4.19	4.19
	2015年	120.47%	2.57	2.57
	2014年	227.88%	10.22	10.22
扣除非经常性损益 后归属于公司普通 股股东的净利润	2017年1-6月	72.59%	6.59	6.59
	2016年	101.95%	4.15	4.15
	2015年	118.99%	2.54	2.54
	2014年	227.93%	10.23	10.23

注 1：上述财务指标的计算方法请参见本招股说明书第十节“财务会计信息”之“十四、（二）每股收益和净资产收益率”。

注 2：根据企业会计准则的规定，计算上述每股收益指标时未包含 2017 年 9 月资本公积和未分配利润转增股本的影响。

四、本次发行情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	不超过 4,075.00 万股，不低于公司发行后总股本的 10%
每股发行价格：	【 】元
发行方式：	采用网下向询价对象询价配售及网上社会公众投资者资金申购发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象：	符合资格的询价对象以及在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销

五、募集资金用途

本次发行募集的资金在扣除相关发行费用后的净额，将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	备案部门	备案文号
1	崩坏系列网络游戏新产品开发项目	40,537.48	32,429.98	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008668
2	崩坏系列游戏全球推广运营项目	17,447.92	13,958.34	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008673
3	崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目	10,348.00	8,278.40	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008671
4	崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目	23,969.84	19,175.87	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-018196
5	技术研发及 IP 运营基地建设项目	56,630.50	45,304.40	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008670
合计		148,933.74	119,146.99	-	-

本次募集资金到位前，发行人将根据实际生产经营需要，以自有资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后予以置换。本次募集资金到位后，公司将按上述用途资金需求的轻重缓急安排使用。若发行人本次发行实际募集资金量小于上述项目拟投入募集资金量，不足部分由发行人通过其他融资渠道或自筹方式解决。若募集资金有剩余，将用于与主营业务相关的用途，或者根据中国证监会、上海证券交易所等相关规定的要求执行。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类：	人民币普通股（A股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	不超过 4,075.00 万股，不低于公司发行后总股本的 10%
每股发行价格：	【 】元
发行前市盈率：	【 】倍（每股收益按照 2016 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本【 】万股计算）
发行前每股净资产：	11.43 元（按 2017 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【 】元（按 2017 年 6 月 30 日经审计的净资产加上本次新股发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率：	【 】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式：	采用网下向询价对象询价配售及网上社会公众投资者资金申购发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象：	符合相关资格规定的网下投资者和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人及其他机构投资者（中华人民共和国法律或法规禁止购买的除外）。
承销方式：	余额包销
预计募集资金：	募集资金总额为【 】万元，扣除发行费用后，预计募集资金净额为【 】万元。

发行费用概算： 总额为【 】万元，包括：
保荐及承销费用【 】万元，
审计及验资费用【 】万元，
律师费用【 】万元，
与本次发行相关的信息披露费用【 】万元，
上市相关手续费用【 】万元

拟上市地 上海证券交易所

二、本次发行股票的有关机构

- 1、发行人： 上海米哈游网络科技股份有限公司
法定代表人： 蔡浩宇
住所： 上海市徐汇区钦州路 100 号一号楼 1104-6 室
电话： 021-3420 2261
传真： 021-3420 2310
联系人： 殷春波
- 2、保荐人（主承销商）： 华林证券股份有限公司
法定代表人： 林立
住所： 西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道 1-1 号君泰国际 B 栋一层 3 号
电话： 0755-8270 7888
传真： 0755-8270 7983
保荐代表人： 张敏涛、崔永新
项目协办人： 李露
项目组成员： 方红华、柯润霖、余宇航
- 3、律师事务所： 国浩律师（上海）事务所
负责人： 黄宁宁
住所： 上海市北京西路 968 号嘉地中心 23-25 层
电话： 021-5234 1668
传真： 021-5234 3320
经办律师： 刘维、林琳
- 4、会计师事务所： 德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）

- 法定代表人：曾顺福
- 住所：上海市延安东路 222 号 30 楼
- 电话：021-6141 1808
- 传真：021-6335 0177
- 经办注册会计师：胡旻、陈晨
- 5、验资机构：德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）
- 法定代表人：曾顺福
- 住所：上海市延安东路 222 号 30 楼
- 电话：021-6141 1808
- 传真：021-6335 0177
- 经办注册会计师：胡旻、陈晨
- 6、资产评估机构：上海申威资产评估有限公司
- 法定代表人：马丽华
- 住所：上海市虹口区东体育会路 860 号 2 号楼 202 室
- 电话：021-3127 3006
- 传真：021-3127 3013
- 经办注册资产评估师：修雪嵩、倪绍甡
- 7、股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
- 住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 号
- 电话：021-5870 8888
- 传真：021-5889 9400
- 8、申请上市交易所：上海证券交易所
- 住所：上海市浦东南路 528 号证券大厦
- 电话：021-6880 8888
- 传真：021-6880 4868
- 9、收款银行：【】
- 户名：【】
- 账号：【】

三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、发行上市的重要日期

刊登发行公告的日期：【 】年【 】月【 】日

刊登询价推介的日期：【 】年【 】月【 】日

刊登定价公告的日期：【 】年【 】月【 】日

申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

股票上市日期：发行结束后将尽快申请在上海证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价判断本公司股票价值时，除仔细阅读本招股说明书提供的其他资料外，应该特别关注下述各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或有可能影响投资决策的程度大小进行排序，并不表示其风险程度的高低，也不表示其会依次发生。

一、对部分产品依赖的风险

报告期内，公司收入的主要来源为移动游戏产品《崩坏学园 2》与《崩坏 3》，该两款产品的收入占报告期营业收入的比重为 98.82%。公司收入集中于少数产品的主要原因为公司发展时间较短，主要精力集中于少数精品游戏的开发和运营，短期内《崩坏学园 2》、《崩坏 3》仍将为公司贡献大部分收益。如公司不能持续推出符合玩家需求的新产品，或及时对已有游戏内容进行更新，公司将可能面临游戏耐玩性下降、用户流失等问题，从而对公司未来经营业绩造成不利影响。

二、对单一IP依赖的风险

“崩坏”为公司自主创作的二次元 IP，该 IP 以其独特的人物形象及世界观设定赢得了二次元爱好者的喜爱。报告期内，公司依托自主创作的“崩坏”IP 打造了涵盖游戏、漫画、动画、轻小说等产品的二次元文化产业链，其中移动游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》为公司带来了较高的收益。但市场上大多数以 IP 为核心竞争力的公司都同时拥有多款成熟 IP，并凭借多 IP 创作多元化的作品。公司发展时间较短，当前主要经营“崩坏”一款 IP，得益于对“崩坏”IP 的精心创作及运营，公司拥有稳定的核心用户群体。若公司后期在“崩坏”IP 经营过程中不能准确把握二次元用户的偏好变化并创作出二次元用户喜爱的内容，将导致“崩坏”IP 对用户的吸引力下降，可能造成现有产品用户流失和盈利能力下降，也不利于新产品的推广，对公司现有及未来的业绩产生不利影响。

三、游戏产品生命周期缩短或提前终止的风险

优秀的网络游戏拥有稳定的客户群体，具有长期性和稳定性，一款成功的

网络游戏通常能运营多年。市场上有多款成功产品运营时间较长，如客户端游戏中，《大话西游 II》、《征途》、《天龙八部》等，运营时间均超过十年，且仍保持较高的收入规模。近年来，随着手机网民数量的大幅增加，移动游戏研发技术进步，游戏玩法多元化、移动终端硬件设备升级等，移动游戏市场规模逐年提升，优秀的移动游戏生命周期也越来越长。如《我叫 MT》、《刀塔传奇》、《列王的纷争》等。

移动游戏的策划及运营部门是对移动游戏上线后能否保持长期生命力的关键职能部门，其职责涵盖版本更新内容、游戏平衡性调整、玩家关系维护等诸多方面。良好的游戏策划及运营团队对移动游戏活跃用户数量、人均付费金额、游戏生命周期等重要指标有着重要的促进作用。

若公司移动游戏策划及运营出现失误情况，则可能造成游戏核心用户流失甚至缩短移动游戏生命周期，使得游戏产品提前进入衰退期，对公司主要产品的盈利能力造成影响。

四、移动游戏核心玩法竞争力下降导致业绩波动的风险

公司当前核心盈利产品为移动游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》，上述两款动作游戏产品以精美的画风、精细的制作、独特的动作游戏体验以及良好的游戏平衡性受到了玩家的喜爱。相较于公司移动游戏产品，国内竞争对手同时期推出的二次元游戏多以卡牌、回合制游戏为主，画面与玩法较为单一。得益于《崩坏学园 2》、《崩坏 3》独特的游戏风格与对二次元用户的理解，公司的作品在同期推出的移动游戏的二次元细分领域中拥有一定的差异化竞争优势。随着市场对二次元移动游戏的重视与移动设备性能的提升，二次元风格移动游戏数量及质量有了长足进步。如竞争对手推出玩法更为丰富、内容更为精细的作品，公司作品的核心玩法的竞争力将会降低，若公司无法持续对《崩坏学园 2》和《崩坏 3》的内容与玩法进行升级从而保持游戏的竞争力，竞争产品将可能分流核心玩家，进而影响公司产品的持续盈利能力。

五、新开发互联网游戏产品适销性风险

随着网络游戏行业的快速发展，游戏产品的数量大幅增加，同类游戏产品之间的竞争日趋激烈，能否准确把握对玩家喜好变动趋势并及时响应将很大程

度上决定了产品能否受到市场认可。此外，由于互联网游戏产品的品质缺乏量化判断标准，且市场偏好及技术趋势也在不断变化中，若公司未能充分准确论证玩家不断变动的游戏偏好或在开发中出现技术缺失，将导致公司不能及时推出在新的技术环境下符合市场期待的新类型、新题材的游戏产品，公司新开发的移动游戏产品将可能面临适销性风险。

为了保持公司的持续盈利能力，公司报告期内研发支出分别为 905.19 万元、2,361.48 万元、5,695.81 万元和 4,373.85 万元，报告期内公司研发费用平均占公司营业收入的比例为 10.34%。随着公司业务不断发展，公司将持续加大新产品研发投入，公司研发费用将有较大幅度的增长，若新开发的互联网游戏产品适销性不佳，注册及活跃人数较少、或付费率指标、充值金额不理想，将导致公司经营业绩下滑。

六、行业监管政策的风险

公司所处的行业受到工信部、国家新闻出版广电总局、文化部等多个部门的监管。随着移动互联网产品受众面迅速扩大，相关的监管政策也在不断调整、完善；有关移动互联网行业规范、业务资质、网络信息安全、知识产权保护等相关法律、法规和监管要求也在不断完善。

公司目前已获得网络文化经营许可证、增值电信业务经营许可证等经营所需的资质证明。如公司不能维持已取得的业务许可、或者未能取得有关部门未来要求的新的业务许可，则公司可能出现业务范围受限甚至终止运营的情形，从而对公司业务发展产生不利的影响。

此外，随着主管机构对移动游戏监管力度的持续加强，未来移动游戏行业的相关规定可能进一步提高，包括但不限于对产品内容的审核、游戏内防沉迷系统的部署、虚拟货币管理、网络安全及个人信息保护方面的规定。若未来发行人未能如期按主管机构的要求推行及实施相关规定，或对监管规定的理解与主管机构存在偏差，则可能导致主要产品被主管部门责令整改、下架，从而对公司的经营产生不利影响。

七、合作运营模式下的经营风险

合作运营是指企业与第三方应用平台合作运营公司游戏产品的一种运营模式。在全球范围内，玩家主要通过应用平台下载移动游戏，因此合作运营模式是多数移动游戏企业的主要经营模式。报告期内公司合作运营收入占公司主营业务收入的比例分别为 38.40%、51.07%、59.88% 和 63.02%，是公司主要运营方式之一。公司主要合作运营平台包括苹果公司的 App Store、谷歌公司的 Google Play、Bilibili 游戏中心等。公司通过第三方应用平台向终端客户推广产品，若公司不能与第三方应用平台维持良好的合作关系或者公司产品及产品更新不能通过第三方应用平台的审核，产品的运营将可能受到重大影响。

合作运营模式下第三方应用平台分成比例相对较高，其中 App Store、Google Play 获得的分成比例为 30%，国内其他安卓平台获得的分成比例通常在 50% 左右。若移动游戏市场分成比例发生重大不利变化，公司盈利能力将可能受到不利影响。

八、汇率波动的风险

公司与主要合作运营商苹果公司和谷歌公司主要采用外币结算，主要结算的外币为美元和日元，公司根据预计的汇率情况调整持有外币的金额，报告期末公司持有的以外币计价的货币资金折合人民币为 39,678.21 万元，未来随着公司海外经营规模扩大，公司以外币结算的玩家充值金额将进一步提高，公司持有的外币货币性资产将进一步增加，如果我国的汇率政策发生重大变化或人民币汇率发生较大幅度的波动，则公司可能面临一定的汇率波动风险，从而对经营业绩产生影响。

九、移动游戏产品用户获取成本变化导致业绩波动的风险

公司主要采用 IP 产品联动以及线上和线下广告相结合的方式推广移动游戏产品。得益于“崩坏”IP 下产品互相联动带来的协同效应及二次元文化爱好者较强的聚集性，报告期内公司的市场推广费相对较低，分别为 463.10 万元、1,390.16 万元、3,494.73 万元和 5,162.24 万元。随着公司海外经营规模的扩大及动画、漫画等业务的扩张，公司推广费用将进一步增加，移动游戏产品的获取

用户的成本将会提高。未来，若公司的推广活动未能为公司带来预期收益，新增的推广费用将会给公司的盈利指标造成压力，从而对公司经营业绩造成不利影响。

十、移动游戏行业市场竞争加剧的风险

近年来，随着互联网文化产业的快速发展，其市场竞争也日益激烈。公司面对的行业内竞争对手众多，既包括拥有强大的研发能力与较大营收规模的大型互联网公司如腾讯、网易等，又包括众多在细分领域获得成功的优秀网络公司、游戏工作室。在众多竞争对手中，大型游戏研发商、运营商或同行业上市公司拥有雄厚的财力与丰富的市场资源，这些影响游戏成功的因素能够为对手在研发、运营、代理、资金方面提供优势。此外，腾讯及网易等用户基数较大的企业还可以借助已有的综合服务平台以较低的成本为旗下移动游戏获取新用户。公司在与市场参与者的竞争中取得一席之地原因为对二次元用户喜好的准确把握。未来，如公司不能准确把握市场趋势，及时创作符合二次元文化爱好者喜好的游戏及美术作品，公司将可能丧失与竞争对手的差异化优势，从而造成核心用户流失，对公司业绩产生不利影响。

十一、系统安全及程序稳定性的风险

公司的主要产品均通过互联网运营及维护，因此稳定和可靠的互联网服务是公司正常运营的重要保障。作为开放平台，互联网存在网络设施故障、游戏运营服务中断、软件漏洞等风险，因此可能导致数据传输中断、用户账户数据丢失等影响公司产品运营、降低用户体验的事件发生，若公司对以上事件处理不当，将可能导致用户满意度下降，从而对公司的经营造成不利影响。

为确保公司主要产品能够通过互联网安全稳定的运营与传播，公司联合云服务提供商采取了一系列措施以保障网络及信息系统的稳定，对网络及服务器不稳定等不确定因素造成的用户经济损失也制订了补偿措施，但上述措施仍无法回避客观因素偶然造成的服务中断、网络基础设施故障等风险，如出现网络不稳定、系统故障等无法避免的信息安全事件，公司的业务将会受到不利影响。此外，若公司产品覆盖的区域内发生难以预料的自然灾害等不可抗力事件，也将可能影响公司服务质量，从而对公司的业务造成不利影响。

十二、利润率指标下降的风险

报告期各期公司的毛利率分别为 80.83%、93.85%、95.08% 和 96.86%，营业利润率分别为 63.64%、65.83%、67.41% 和 77.70%。公司毛利率、营业利润率较高，符合行业特征。随着移动游戏用户数量迅速增加，市场参与者数量随之增加，行业竞争程度加剧，用户对移动游戏品质的要求逐渐提高，若公司主要移动游戏产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》玩家充值金额下降，新开发的产品不能获得市场认可，或营业成本和期间费用快速增加，将导致公司的毛利率、营业利润率下降，进而对公司经营业绩造成不利影响。互联网文化企业为智力密集型企业，主要成本为员工薪酬。国内移动游戏起步较晚，技术含量较高，专业人才储备相对短缺，因此移动游戏行业的人力成本普遍较高，公司作为集研发运营为一体的互联网文化企业，需要不断提高对人力成本的投入以吸引优秀人才，人力成本的增加将可能使公司面临着利润率下降的风险。此外随着未来移动游戏行业竞争加剧，单个玩家的获取成本将可能提高；随着公司不断拓展海外市场，用于产品推广的费用也将不断增加，上述现象都可能导致公司净利率出现下降。除此以外，云服务器租赁费用等日常运营成本的增加也可能会导致公司利润率指标出现下降。

十三、核心团队人员流失的风险

公司所处的互联网文化行业技术更新换代快、用户偏好变化快，在过去几年的发展中，公司逐步由较为单一的移动游戏业务向原创 IP 泛娱乐产业链的业务转变，同时公司的业务规模也在不断扩张。未来，随着移动游戏行业的进一步快速发展和公司业务的进一步扩张，公司对人才的需求会持续增加，对人才的需求也将由单一的移动游戏开发与运营人才需求拓展到对游戏、动画、漫画等二次元泛娱乐产业的创作人才需求，如果公司不能通过自身培养或外部引进等方式获得足够多的创作人才和运营人才，则公司未来的产品质量将可能受到影响，从而限制公司的业务扩张和盈利提升空间，对公司的经营业绩造成不利影响。

公司产品能在各大竞争对手的产品中取得成功的主要原因为对二次元的独特理解。自 2012 年成立以来，公司核心团队始终由一批锐意进取，热爱二次元

文化，专注于产品质量的年轻成员组成。如果未来公司不能持续建立并保持有效的人才激励机制，则可能会影响到核心管理人才和技术人才积极性和创造性的发挥，甚至影响管理团队、研发团队和运营团队的稳定性，如核心团队不稳定将可能使得公司失去独特的竞争力，影响公司的产品质量，从而对公司的业绩造成不利影响。

十四、税收优惠风险

根据财税（2012）27号文规定，发行人享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。经上海市徐汇区国家税务局与上海市地方税务局徐汇区分局编号为“310104590397350”的企业所得税优惠事先备案结果通知书认定，自获利年度2014年起计算优惠期，2014、2015年免征企业所得税，2016、2017、2018年按照25%的法定税率减半征收企业所得税。2017年1-6月子公司米哈游科技向母公司分配现金股利4.5亿元，发行人预计2017年不满足软件企业的税收优惠条件，故2017年预计税率为25%。

根据财税（2012）27号文规定，发行人子公司米哈游科技享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。经上海市嘉定区国家税务局编号为“沪国税嘉四通（2017）3068号”税务事项通知书和上海市地方税务局嘉定区分局编号为“沪地税嘉四通（2017）1383号”税务事项通知书认定，发行人子公司米哈游科技自获利年度2016年起计算优惠期，2016、2017年免征企业所得税，2018、2019、2020年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

根据财政部、国家税务总局于2011年10月13日发布的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100号），上海市徐汇区国家税务局依公司申请出具了文书号为“3101041503001447”的“网上审批备案”行政审批事项备案受理通知书，从2014年6月开始发行人销售自行开发生产的计算机软件产品，按法定17%的税率征收增值税后，对实际税负超过3%的部分实行即征即退。上海市嘉定区国家税务局依发行人子公司米哈游科技申请出具了文书号为“WTSL161019225804”的税务事项通知书，从2016年10月开始米哈游科技销售自行开发生产的计算机软件产品，按法定17%的税率征收增值税后，对实际

税负超过 3% 的部分实行即征即退。

未来如果上述税收优惠的政策发生变化或公司无法满足上述税收优惠的前提条件，则可能无法继续享受相应的税收优惠，从而对公司的盈利水平产生不利影响。

十五、受第三方侵害而产生知识产权纠纷的风险

作为一家致力于打造原创精品 IP 的互联网文化企业，对原创 IP 的创作能力为公司的核心竞争力之一，在产品的创作与研发过程中，商标、著作权等无形资产对公司经营具有重要影响。文化产业中知识产权被侵犯的现象较为普遍，为防止核心知识产权受到侵犯，公司通过申请商标、计算机软件著作权、音乐/美术著作权等手段对核心知识产权予以保护。在经营过程中，公司设置了完善的代码隔离、代码权限控制流程，与全体员工签订了保密协议，并在合作协议中与合作运营商、授权运营商等业务合作伙伴约定了知识产权保护条款，以保护公司的知识产权免受侵犯。但是，考虑到知识产权的特殊性，尽管公司已拥有完善的知识产权维护机制，第三方侵犯公司知识产权的情况仍然有可能发生，从而导致公司为停止侵权行为产生额外费用，扰乱公司正常业务的经营。

十六、管理能力滞后于公司发展速度的风险

由于公司发展时间相对较短，内部管理机制仍在逐步完善过程中。随着公司新业务的拓展和新产品的推出，公司的经营规模、资产规模、人员规模将会进一步扩大，需要在资源整合、市场开拓、产品研发、财务管理和内部控制等诸多方面进行完善，对公司各部门的工作的协调性、严密性都将提出更高的要求。若公司经营管理体系和管理人员不能适应业务规模的快速扩张，将可能对公司未来的经营造成不利影响。

十七、募集资金项目相关风险

（一）募集资金投资项目无法达到预期的风险

本次募集资金拟投资于崩坏系列网络游戏新产品开发项目、崩坏系列游戏全球推广运营项目、崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目和技术研发、崩坏音

乐类网络游戏新产品开发项目与 IP 运营基地建设项目，尽管公司已对募投项目进行了可行性论证，项目具体实施时仍然可能面临开发技术升级、产业政策或市场环境变化、人才流失、市场容量有限等诸多不确定因素，因而存在募投项目无法达到预期效果甚至初期亏损的风险。此次募投项目中，崩坏系列网络游戏新产品开发项目费用性支出较大，新开发的游戏产品存在适销性风险，一旦募集资金投资不能实现预期的收益，将可能对公司的持续盈利能力产生不利影响，甚至出现利润下滑的风险。

（二）净资产收益率下降、即期回报被摊薄的风险

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加，公司净资产收益率将被摊薄。另外，而募集资金投资项目受建设周期和产品推广周期等因素的影响，难以在短期内对公司盈利有显著贡献。因此，公司短期内面临净资产增幅大于净利润增幅的情形，从而导致了公司净资产收益率短期内下降、即期回报被摊薄的风险。

（三）募集资金投资项目新增折旧、摊销影响公司业绩的风险

公司本次募集资金投资项目全部完成后，新增固定资产 56,028.50 万元、无形资产 352.80 万元，预计平均每年新增折旧 2,884.36 万元和摊销 117.60 万元，固定资产折旧额较以前年度有较大幅度的增加，若募集资金投资项目不能如期实现收益或者募集资金投资项目盈利水平不足以抵减因固定资产大幅增加而新增的折旧金额，公司将面临因新增折旧、摊销费用而在一定程度上影响公司利润水平。

十八、未能拓展变现渠道的风险

报告期内，公司主要盈利产品为移动游戏，随着移动游戏市场的快速发展，行业竞争日趋激烈，移动游戏市场中二次元细分领域的产品数量也逐渐增多，众多业内竞争者日益重视移动游戏市场。不同于市场上多数竞争者，公司一直以来坚持二次元文化泛娱乐全产业链布局，即游戏、动画、漫画、动漫周边产品组成的二次元文化产业链全方位发展，打造创作与经营原创二次元文化的公司，目前公司主要变现途径为开发和运营移动游戏，但随着行业竞争愈加激烈，移动游戏行业的红利将逐渐减少，若公司不能积极将变现渠道拓展至二次

元文化产业链的其他领域，或公司不能贯彻其打造创作与经营原创二次元文化公司的理念，公司未来的业绩将可能出现不利波动。

十九、经营场地租赁风险

公司经营场所均通过租赁方式取得，尽管公司属于轻资产企业，办公场所的选择和转移较为简单。然而若出租方违约提高租金或收回租赁场地，公司可能需搬迁办公场所，短期内影响公司的正常运营。

第五节 发行人基本情况

一、基本信息

中文名称:	上海米哈游网络科技股份有限公司
英文名称:	MIHOYO CO., LTD
注册资本:	人民币 36,666.6663 万元
法定代表人:	蔡浩宇
成立日期:	2012 年 2 月 13 日
整体变更设立日期:	2015 年 11 月 11 日
住所:	上海市徐汇区钦州路 100 号一号楼 1104-6 室
邮政编码:	201103
联系电话:	021-34202261
传真号码:	021-34202310
公司网址:	http://www.mihayou.com
电子邮箱:	ir@mihoyo.com

二、发行人改制情况

（一）发行人改制设立方式

本公司系由米哈游有限整体变更设立的股份公司。2015 年 10 月 13 日，米哈游有限股东会决议整体变更设立股份有限公司。同日，全体发起人签署了《上海米哈游网络科技股份有限公司发起人协议》，一致同意根据德勤华永于 2015 年 10 月 13 日出具的《专项审计报告》（德师报（审）字（15）第 S0269 号）所审计的财务报表，以截止 2015 年 8 月 31 日米哈游有限经审计的全部净资产人民币 117,551,184.04 元为基础，按照 3.9184:1 的比例折股为 3,000 万股，每股面值 1 元，其余的 87,551,184.04 元计入资本公积。由全体股东按出资比例共享。上述出资业经德勤华永于 2015 年 10 月 28 日出具的《验资报告》（德师

报（验）字（15）第 1575 号）予以验证。

2015 年 11 月 11 日，发行人在上海市工商行政管理局完成工商变更登记，取得统一社会信用代码为 91310000590397350D 的《营业执照》。

（二）发起人

本公司发起人为米哈游有限的四位股东。米哈游有限整体变更为股份公司时各发起人及其持股比例如下表所示：

序号	股东名称	证件号码	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	370105198705*****	1,230.00	41.00
2	刘伟	430124198702*****	677.85	22.60
3	罗宇皓	362502198909*****	642.15	21.41
4	杭州米艺	91330110053651923H	450.00	15.00
	合计		3,000.00	100.00

发起人的具体情况请参见本节之“八、（一）发起人基本情况”。

（三）改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

本公司改制设立前，主要发起人蔡浩宇、刘伟、罗宇皓拥有的主要资产均为米哈游有限股权及在境外设立的 BVI 公司。其中，米哈游有限实际从事的业务为网络游戏、动画、漫画、轻小说及动漫周边产品的研发及运营；境外设立的 BVI 公司现已注销，其设立及注销情况请参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“二、（一）报告期内同业竞争情况说明”。公司设立时杭州米艺的主营业务为移动终端应用软件开发，2017 年 10 月因该公司业务调整，主营业务变更为股权及实业投资，杭州米艺的具体情况请参见本节之“八、（一）发起人基本情况”。

（四）米哈游有限改制设立为股份公司时拥有的主要资产和实际从事的业务

发行人是由米哈游有限整体变更设立的股份有限公司，米哈游有限的全部资产和业务均由发行人继承。发行人承继了米哈游有限的全部业务与生产经营体系，拥有米哈游有限的全部资产、负债与人员。成立时拥有的主要资产是与

公司主营业务相关的货币资金、电子设备等经营性资产，成立时发行人主营业务为网络游戏、动画、漫画、轻小说及动漫周边产品的研发及运营。公司主营业务情况请参见本招股说明书第六节“业务和技术”相关内容。

（五）发行人成立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人成立后，主要发起人蔡浩宇、刘伟、罗宇皓除持有发行人股权外，还分别新增持有上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）、上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）出资额。三家合伙企业均系公司员工持股平台，具体情况请参见本节之“八、（三）最近一年新增股东简要情况”；发起人杭州米艺主营业务原为移动终端应用软件开发，2017年10月因业务调整，该公司主营业务变更为股权及实业投资。

（六）改制前米哈游有限的业务流程、改制后发行人的业务流程以及米哈游有限和发行人业务流程之间的联系

发行人改制前后的业务流程未发生重大变化，具体的业务流程请参见本招股说明书第六节“业务和技术”相关内容。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系、关联交易及其变化情况

发行人曾分别与公司发起人杭州米艺之关联方梵艺科技、米加科技以及罗宇皓持股的幻之星盒存在关联交易，具体情况请参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

除上述情形外，发行人自成立以来在生产经营方面与主要发起人不存在其他关联交易。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司系由米哈游有限整体变更设立，根据德勤华永 2015 年 10 月 28 日出具的“德师报（验）字（15）第 1575 号”《验资报告》确认，发起人出资已足额缴纳。米哈游有限的全部资产和负债均由变更设立后的发行人继承，相关资产权属的变更均已履行了必要的法律程序。

三、发行人的历史沿革

（一）米哈游有限设立

2012年2月13日，自然人蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、靳志成创立米哈游有限，注册资本10万元。其中蔡浩宇认缴出资额为人民币6万元，出资比例为60%；刘伟认缴出资额为人民币1.4万元，出资比例为14%；靳志成认缴出资额为人民币1.3万元，出资比例为13%；罗宇皓认缴出资额为人民币1.3万元，出资比例13%。上述出资业经上海立信佳诚东审会计师事务所有限公司于2012年1月30日出具“沪立信佳诚验字（2012）第4004号”《验资报告》予以审验。

2012年2月13日，米哈游有限取得了上海市工商局徐汇分局核发的注册号为310104000510697的《企业法人营业执照》。米哈游有限设立时，股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	蔡浩宇	6.00	货币	60.00
2	刘伟	1.40	货币	14.00
3	靳志成	1.30	货币	13.00
4	罗宇皓	1.30	货币	13.00
	合计	10.00	-	100.00

（二）2012年3月，米哈游有限第一次股权转让

1、股权转让的基本情况

2012年3月19日，米哈游有限召开临时股东会并作出决议，同意股东靳志成将其所持6.70%股权和6.30%的股权分别作价0.67万元和0.63万元转让给刘伟和罗宇皓，其他股东放弃优先购买权。同日，上述各方就本次股权转让签订《股权转让协议》。

2012年3月27日，米哈游有限在上海市工商局徐汇分局完成相关工商变更手续。本次股权转让完成后，米哈游有限的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	蔡浩宇	6.00	货币	60.00
2	刘伟	2.07	货币	20.70
3	罗宇皓	1.93	货币	19.30

	合计	10.00	-	100.00
--	----	-------	---	--------

2、靳志成退出公司的原因、从事的工作及其退出对发行人的影响

2012年2月靳志成在校期间与其他三名股东共同设立米哈游有限，同年3月，靳志成取得了思科系统（中国）研发有限公司的工作录取通知，出于对个人发展稳定性的考虑，靳志成选择退出公司，并将其股权转让给刘伟、罗宇皓。经保荐机构、发行人律师核查，该次股权转让不存在纠纷或潜在纠纷，不存在股权代持的情形。

靳志成离开公司后曾先后任职于思科系统（中国）研发有限公司、上海风寻信息技术有限公司，该等公司主营业务与发行人不存在竞争关系。靳志成在公司任职期间（2012年2月-2012年3月）任程序开发人员，负责少量程序开发工作，未参与公司管理工作，其退出未对公司经营造成不利影响。

（三）2012年5月，米哈游有限第一次增资

2012年3月29日，米哈游有限召开临时股东会并作出决议，同意新增股东杭州斯凯。杭州斯凯以现金方式新增出资100万元人民币，其中1.76万元计入米哈游有限的注册资本，98.24万元计入米哈游有限的资本公积。上述出资业经上海群信会计师事务所有限公司于2012年5月2日出具“信验（2012）第1005号”《验资报告》予以审验。

2012年5月16日，米哈游有限在上海市工商局徐汇分局完成相关工商变更手续。本次股权增资完成后，米哈游有限的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	6.00	51.00
2	刘伟	2.07	17.60
3	罗宇皓	1.93	16.41
4	杭州斯凯	1.76	15.00
	合计	11.76	100.00

（四）2012年6月，米哈游有限第二次增资

2012年6月11日，米哈游有限召开临时股东会并作出决议，同意米哈游有限注册资本由11.76万元增至107万元，新增95.24万元由公司资本公积金转

增，各股东持股比例保持不变。其中，股东蔡浩宇认缴新增注册资本 48.57 万元；股东刘伟认缴新增注册资本 16.76 万元；股东罗宇皓认缴新增注册资本 15.62 万元；股东杭州斯凯认缴新增注册资本 14.29 万元，新增注册资本全部由资本公积金转增。上述出资业经上海群信会计师事务所有限公司于 2012 年 6 月 12 日出具“信验（2012）第 1012 号”《验资报告》予以审验。

2012 年 6 月 19 日，米哈游有限完成相关工商变更手续。本次增资完成后，米哈游有限的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	54.57	51.00
2	刘伟	18.83	17.60
3	罗宇皓	17.55	16.41
4	杭州斯凯	16.05	15.00
	合计	107.00	100.00

（五）2014年5月，米哈游有限第三次增资

2014 年 2 月 17 日，杭州米艺与杭州斯凯签署了《合并协议》，双方同意实行吸收合并，杭州米艺吸收杭州斯凯而继续存在，杭州斯凯解散并注销。米哈游有限的股东因此由杭州斯凯变更为杭州米艺。

2014 年 5 月 20 日，米哈游有限召开临时股东会并作出决议，同意米哈游有限注册资本由 107 万元增至 1,000 万元，各股东按同比例增资。其中，股东蔡浩宇认缴新增注册资本 455.43 万元；股东刘伟认缴新增注册资本 157.12 万元；股东罗宇皓认缴新增注册资本 146.50 万元；股东杭州米艺认缴新增注册资本 133.95 万元。

2014 年 5 月 29 日，米哈游有限在上海市工商局徐汇分局完成了相关工商变更手续。本次股权增资完成后，米哈游有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	510.00	54.57	51.00
2	刘伟	175.95	18.83	17.60
3	罗宇皓	164.05	17.55	16.41

4	杭州米艺	150.00	16.05	15.00
	合计	1,000.00	107.00	100.00

各股东于 2015 年 7 月 20 日向米哈游有限缴纳了全部新增注册资本，上述出资经上海锦瑞会计师事务所有限公司于 2015 年 7 月 24 日出具“沪锦会验（2015）第 026 号”《验资报告》予以审验。本次缴纳完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	持股比例 (%)
1	蔡浩宇	510.00	510.00	51.00
2	刘伟	175.95	175.95	17.60
3	罗宇皓	164.05	164.05	16.41
4	杭州米艺	150.00	150.00	15.00
	合计	1,000.00	1,000.00	100.00

（六）2015年9月，米哈游有限第二次股权转让

2015 年 8 月 1 日，米哈游有限召开股东会会议并作出决议，同意股东蔡浩宇分别将其持有的米哈游有限的 5% 股权转让给刘伟、罗宇皓，其他股东放弃优先购买权。同日，上述各方签订《股权转让协议》，约定蔡浩宇将其持有的米哈游有限的 5% 股权作价 50 万元转让给刘伟，将其持有的米哈游有限的 5% 股权作价 50 万元转让给罗宇皓。本次股权转让系对历史委托持股的清理，委托持股形成的原因及清理情况请参见本节之“十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况”。

2015 年 9 月 8 日，米哈游有限在上海市徐汇区市场监管局完成相关工商变更手续。本次股权转让完成后，米哈游有限的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	注册资本 (万元)	持股比例 (%)
1	蔡浩宇	410.00	41.00
2	刘伟	225.95	22.60
3	罗宇皓	214.05	21.41
4	杭州米艺	150.00	15.00
	合计	1,000.00	100.00

（七）2015年11月，整体变更为股份有限公司

1、2015年11月整体变更

2015年10月13日，米哈游全体发起人签署《上海米哈游网络科技股份有限公司发起人协议》，一致同意米哈游有限以截至2015年8月31日经德勤华永审计的净资产人民币11,755.12万元为基础，按照3.9184:1的比例折股为3,000万股，每股价格一元人民币，缴纳注册资本人民币3,000.00万元，其余的8,755.12万元计入资本公积，各股东以其所持米哈游有限净资产出资，认购相应比例的股份，整体变更设立上海米哈游网络科技股份有限公司。2015年10月28日，德勤华永出具“德师报（验）字（15）第1575号”《验资报告》对发行人设立的出资情况进行了验证。

2015年11月11日，米哈游经上海市工商行政管理局核准登记，统一社会信用代码为“91310000590397350D”，注册资本为人民币3,000万元。

米哈游整体变更为股份有限公司之后，股权结构如下：

序号	股东名称	证件号码	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	370105198705*****	1,230.00	41.00
2	刘伟	430124198702*****	677.85	22.60
3	罗宇皓	362502198909*****	642.15	21.41
4	杭州米艺	91330110053651923H	450.00	15.00
	合计		3,000.00	100.00

2、2016年12月因会计政策变更进行的追溯调整

2016年9月27日，发行人召开第一届董事会第十一次会议，审议通过《关于公司会计政策变更及追溯调整的议案》，同意发行人收入确认政策由游戏玩家在游戏产品中消费虚拟游戏货币确认收入变更为根据玩家道具消耗情况确认营业收入。2016年12月12日，德勤华永出具“德师报（审）字（16）第S0353号”《专项审计报告》，追溯调整后，截至2015年8月31日米哈游有限经审计的净资产为人民币9,346.86万元。

米哈游全体发起人于2016年12月12日就相关事项签署了《〈上海米哈游网络科技股份有限公司发起人协议〉之补充协议》。

2016年12月27日，德勤华永出具“德师报（验）字（16）第1092号”《验资报告》对股份公司设立的出资情况进行了重新审验。

2016年12月27日，公司2016年第四次临时股东大会审议通过了上述追溯调整方案，调整后公司2015年8月31日的股本仍为人民币3,000.00万元，资本公积为人民币6,346.86万元，净资产为人民币9,346.86万元。

（八）2016年6月，股份公司第一次增资

2016年6月16日，米哈游召开2016年第二次临时股东大会，同意公司注册资本由人民币3,000.00万元增至人民币3,333.3333万元。根据米哈游及其全体股东与律者文化、考弥克文化、符华文化于2016年6月16日签订的增资协议，律者文化以现金出资人民币1,032.24万元，其中160.78元计入注册资本，以取得公司4.8235%的股份，剩余871.45万元计入资本公积；考弥克文化以现金出资568.86万元，其中88.61万元计入注册资本，以取得公司2.6582%的股份，剩余480.25万元计入资本公积；符华文化以现金出资538.90万元，其中83.94万元计入注册资本，以取得公司2.5183%的股份，剩余454.96万元计入资本公积。上述出资经德勤华永于2016年12月27日出具“德师报（验）字（16）第1092号”《验资报告》予以审验。

2016年6月20日，米哈游完成相关工商变更手续。本次股权增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	1230.00	36.90
2	刘伟	677.85	20.34
3	罗宇皓	642.15	19.26
4	杭州米艺	450.00	13.50
5	律者文化	160.78	4.82
6	考弥克文化	88.61	2.66
7	符华文化	83.94	2.52
	合计	3,333.33	100.00

律者文化、考弥克文化、符华文化三家员工持股平台本次增资以净资产作

价，增资价格为 6.42 元/股，主要原因系公司对员工进行的股权激励。

持股平台的普通合伙人分别为公司的三位自然人股东，有限合伙人均为公司核心人员及业务骨干，持股平台合伙人均以自有或自筹资金缴纳，不存在公司代为出资或提供财务资助的情形。

经保荐机构、发行人律师核查，持股平台不存在委托持股、信托持股的情形，除持股平台员工在公司的任职情况外，不存在其他一致行动关系，各方不存在纠纷或潜在纠纷。

（九）2016年9月，股份公司第二次增资

2016 年 9 月 14 日，米哈游召开 2016 年第三次临时股东大会，审议同意公司以现有总股本 3,333.3333 万股为基数，向全体股东以资本公积每 10 股转增 10 股，共计转增 3,333.3333 万股。本次转增完成后，公司注册资本变更为 6,666.6666 万股，公司股东持股比例保持不变。上述出资经德勤华永于 2016 年 12 月 27 日出具“德师报（验）字（16）第 1092 号”《验资报告》予以审验。

2016 年 9 月 26 日，米哈游完成工商变更手续，本次股权增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	2,460.00	36.90
2	刘伟	1,355.70	20.34
3	罗宇皓	1,284.30	19.26
4	杭州米艺	900.00	13.50
5	律者文化	321.57	4.82
6	考弥克文化	177.22	2.66
7	符华文化	167.88	2.52
	合计	6,666.67	100.00

（十）2016年11月，股份公司第一次股权转让

2016 年 11 月 25 日，杭州米艺与萍乡盈尚签署了《股份转让协议》，双方同意杭州米艺将其持有的米哈游 900 万股股份作价人民币 900 万元转让给萍乡盈尚。

2016年11月25日，杭州米艺与萍乡盈尚签署了《股份转让协议》，双方同意杭州米艺将其持有的米哈游900万股股份作价人民币900万元转让给萍乡盈尚。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	2,460.00	36.90
2	刘伟	1,355.70	20.34
3	罗宇皓	1,284.30	19.26
4	萍乡盈尚	900.00	13.50
5	律者文化	321.57	4.82
6	考弥克文化	177.22	2.66
7	符华文化	167.88	2.52
合计		6,666.67	100.00

（十一）2017年9月，股份公司第三次增资

2017年9月11日，米哈游召开2017年第一次临时股东大会，审议同意公司以现有总股本6,666.6666万股为基数，以未分配利润向全体股东每10股送红股38股，共计派送红股25,333.33308万股；以资本公积向全体股东每10股转增7股，共计转增4,666.66662万股。本次转增完成后，公司注册资本变更为36,666.6663万股，公司股东持股比例保持不变。上述出资经德勤华永于2017年9月19日出具“德师报（验）字（17）第00414号”《验资报告》予以审验。

2017年9月12日，米哈游完成工商变更手续，本次股权增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	13,530.00	36.90
2	刘伟	7,456.35	20.34
3	罗宇皓	7,063.65	19.26
4	萍乡盈尚	4,950.00	13.50

5	律者文化	1,768.63	4.82
6	考弥克文化	974.69	2.66
7	符华文化	923.35	2.52
合计		36,666.67	100.00

截至本招股说明书签署之日，发行人股权结构无变动。

四、发行人设立以来的重大资产重组情况

公司自从设立至本招股说明书签署之日，未发生重大资产重组。

五、发行人历次验资情况

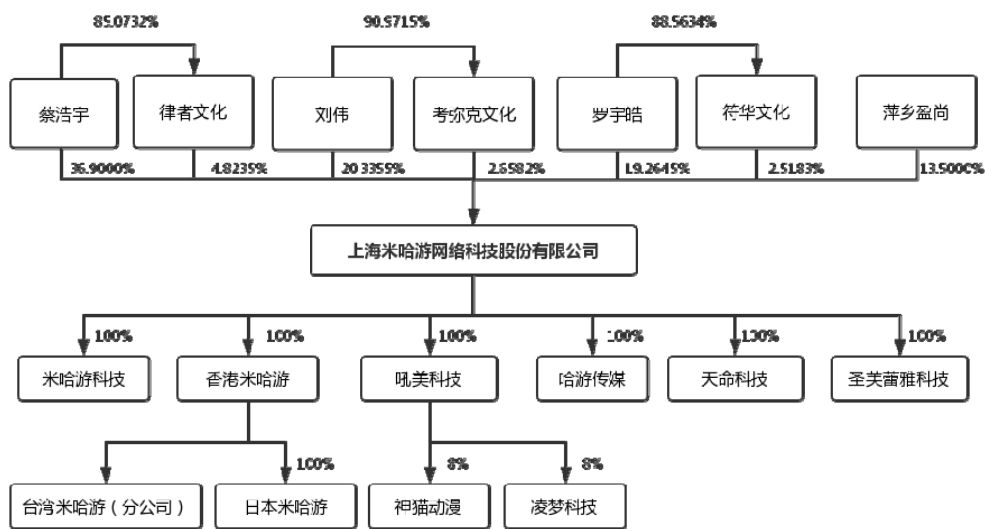
时间	验资目的	实收资本 (万元)	出资方式	验资机构	验资报告号
2012年2月	有限公司 设立出资	10.00	货币	上海立信佳诚东 审会计师事务所 有限公司	沪立信佳诚验字 (2012)第4004 号
2012年5月	有限公司 第一次增资	11.76	货币	上海群信会计师 事务所有限公司	信验(2012)第 1005号
2012年6月	有限公司 第二次增资	107.00	资本公积	上海群信会计师 事务所有限公司	信验(2012)第 1012号
2014年5月	有限公司 第三次增资	1,000.00	货币	上海锦瑞会计师 事务所有限公司	沪锦会验(2015) 第026号
2015年11月	整体变更	3,000.00	净资产	德勤华永	德师报(验)字 (15)第1575号
2016年9月	整体变更追 溯调整	3,000.00	净资产	德勤华永	德师报(验)字 (16)第1092号
2016年6月	股份公司 第一次增资	3,333.33	货币	德勤华永	德师报(验)字 (16)第1092号
2016年9月	股份公司 第二次增资	6,666.67	资本公积	德勤华永	德师报(验)字 (16)第1092号
2017年9月	股份公司 第三次增资	36,666.67	资本公积、 未分配利润	德勤华永	德师报(验)字 (17)第00414号

注：有限公司第三次增资业经上海锦瑞会计师事务所有限公司于2015年7月24日出

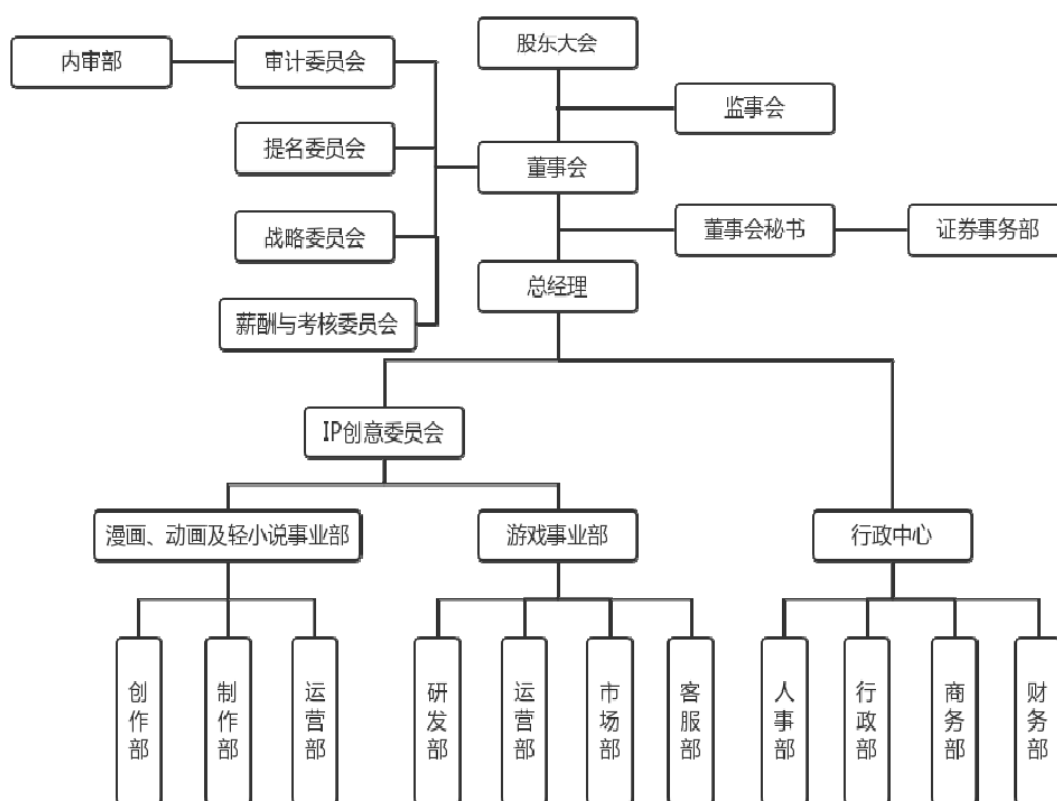
具沪锦会验（2015）第 026 号予以审验，德勤华永于 2017 年 2 月 15 日出具德师报（核）字（17）第 E00017 号《上海米哈游网络科技有限公司验资复核报告》对该次新增注册资本实收资本到位事项进行了专项复核。

六、股权结构及组织结构

（一）公司的股权结构



（二）公司的组织结构



（三）公司各部门职能

部门名称	主要职能
IP 创意委员会	<p>IP 创意委员会主要负责公司 IP 的策划、评估工作：</p> <p>1、策划：</p> <p>（1）结合公司的业务定位，塑造公司 IP 内容、形象以及构建 IP 核心世界观；</p> <p>（2）参与公司产品前期策划工作，为创作部门、研发部门等提供世界观统一的剧情设定；</p> <p>（3）对于持续研发阶段的产品，提出风格统一的内容策划，实现产品 IP 的延续性；</p> <p>（4）研究公司产品的内容及人物设定，并根据公司业务发展的需要，在已有 IP 概念框架的基础上进行延伸，进一步丰满公司 IP 形象。</p> <p>2、评估：对于公司拟上线产品及持续研发阶段的产品进行验收，确认产品设计符合 IP 设定，产品表现与公司 IP 整体构思协同。</p>
漫画、动画、动	<p>创作部</p> <p>1、负责漫画、动画及轻小说题材的构思、征集、筛选工作；</p> <p>2、构思漫画、动画剧情，负责角色、场景等文字初创工作，与制作部门对接，确保作品准确呈现文字表达内容；</p> <p>3、基于动画、漫画的基础上，进行轻小说创作。</p>

画 及 轻 小 说 事 业 部	制作部	<p>1、根据创作部提供的文字剧本进行文图转换；</p> <p>2、对转换后的动画、漫画进行美化加工，主要包括分镜、精草、勾线、上色、后期修饰等；</p> <p>3、根据内部讨论及客户反馈进行产品的完善及修改。</p>
	运营部	<p>1、负责市场调研以及数据收集、分析工作，获悉用户的阅读偏好以及对产品的喜好程度，并及时反馈给创作部门；</p> <p>2、负责建立和维护互联网渠道，将公司原创的动漫内容发布在各大动漫网站上；</p> <p>3、考核互联网渠道转化率，寻找新的发布渠道；</p> <p>4、负责与出版商的协商沟通漫画、轻小说出版工作。</p>
游 戏 事 业 部	研发部	<p>研发部的主要工作系结合 IP 创意委员会所提出的 IP 创意，创作符合公司整体 IP 形象的游戏产品。研发部下设策划组、程序组和美术组：</p> <p>1、策划组：</p> <p>（1）结合 IP 创意确定游戏风格、基本设定，进行公司游戏产品总体版本规划；</p> <p>（2）进行游戏玩法和功能系统的设计，为玩法、功能系统设计相关数值体系；</p> <p>（3）负责推进各个部门的协调，并根据玩家反馈对整体游戏方向进行把控。</p> <p>2、程序组：</p> <p>（1）根据策划方案，实现游戏的各类玩法；</p> <p>（2）根据策划方案，负责设计游戏架构、逻辑系统，确保游戏能够实现最初设计功能。</p> <p>3、美术组：</p> <p>（1）设计和完善游戏角色，为游戏制作提供角色形象、肢体动作、背景等美术素材，确保符合 IP 创意需求；</p> <p>（2）负责公司产品的表现，包括装备、道具、UI、特效、渲染效果等，使之与公司游戏风格相契合；</p> <p>（3）负责宣传海报和宣传图片的制作工作。</p>
	运营部	<p>下设运营组、维护组以及数据组：</p> <p>1、运营组：</p> <p>（1）负责运营计划以及产品规划的制定、执行和监控；</p> <p>（2）负责游戏日常的版本发布和更新发布，玩家线上、线下活动组织，挖掘用户需求，提高产品用户的留存率；</p> <p>（3）监控、统计、分析游戏数据及活动期间数据，保证游戏正常运营，为后期运营提供数据支持。</p> <p>2、维护组：</p> <p>（1）负责网络环境规划及维护，开发环境部署及维护；</p> <p>（2）负责公司的产品运营维护，通过提供技术解决方案提升产品运营质量、服务器维护及管理；</p> <p>（3）维护公司内部计算机软硬件系统和相关通信设备的正常运行。</p> <p>3、数据组：</p> <p>（1）负责数据库的开发设计、运行维护、备份管理、监控恢复等工</p>

		作； (2) 统计、分析相关数据，为运营、研发等部门提供数据支持。
	市场部	1、建立对产品的销售预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划； 2、维护合作伙伴关系，了解合作渠道动向，联合渠道和其他合作伙伴共同进行游戏产品推广； 3、负责公司游戏产品推广及用户获取，制定广告购买策略，协助运营部开展有品牌特色的线上、线下活动； 4、积累市场行业数据，分析竞品的广告策略、竞争手段，并且制定应对手段。
	客服部	1、提供玩家咨询服务，通过 QQ、邮箱及电话渠道接收并解决玩家在游戏内遇到的问题，对需要技术支持的问题反馈至研发、运营部门予以解决； 2、和玩家进行直接交流，将玩家对游戏产品的反馈和合理化建议反馈到研发、运营部门； 3、通过为游戏的玩家服务，树立良好的形象，提升公司的品牌形象。
行政中心	人事部	1、负责制定人力资源规划，以及员工招聘及培训； 2、负责拟定人力资源管理制度，制定和完善各部门、岗位职责划分； 3、负责薪酬福利管理、员工激励、沟通协调和绩效考核工作。
	商务部	1、负责公司旗下产品推广、运营渠道拓展等商务合作工作； 2、制定和完成收入和新增等公司 KPI 指标； 3、负责公司产品的海外市场拓展业务。
	行政部	1、负责公司行政管理制度的制定和实施； 2、负责公司办公环境维护及行政后勤工作； 3、负责公司文件的建立及归档保管、资产统计入库管理等。
	财务部	1、负责公司财务会计政策和财务管理制度的制订与执行； 2、负责公司年度财务预算的制订、控制和监督； 3、完成日常账务核算和财务报表、内部管理报表的编制； 4、审核各类费用开支，对资金支出实施有效控制； 5、适时向总经理和相关政府部门上报会计报表； 6、审核各项投资支出和项目资金、运营资金支出及薪资支付情况； 7、负责公司税务的筹划、计算、申报等税务相关工作； 8、配合公司内部审计及外部审计工作。
	证券事务部	1、负责股东大会、董事会、监事会的筹备、会议材料制作、相关文件保管工作； 2、负责公司信息披露工作，确保公司相关信息披露及时、准确、规范； 3、负责投资者关系管理工作； 4、负责公司重大投资项目的论证和评估； 5、负责与证券监管机构、中介机构、证券交易所、登记结算公司等的信息沟通和联络工作。

内审部	1、负责公司内部控制系统的建设，保障公司内部财务体系的规范运行； 2、评审公司及子公司内部控制体系的完整性、合理性及实施的有效性； 3、负责公司及子公司财务信息其披露的审核工作； 4、与外部审计机构沟通交流，配合外部审计机构完成审计工作。
-----	--

七、发行人控股子公司、参股子公司及分公司情况

（一）控股子公司

截至本招股说明书签署之日，发行人共拥有 7 家控股子公司，具体情况如下：

1、米哈游科技（上海）有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	蔡浩宇
成立时间：	2014 年 7 月 9 日
注册资本：	1,000.00 万元
实收资本：	1,000.00 万元
统一社会信用代码/注册号：	91310114398774275P
注册地/主要经营场所：	上海市嘉定区陈翔路 768 号 6 幢 B 区 2276 室
经营范围：	从事网络技术、计算机技术、通信设备技术、电子技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机系统集成，计算机服务（除互联网上网服务），电子商务（不得从事金融业务），动漫设计，商务咨询，计算机、软件及辅助设备、通讯器材、通信设备及相关产品、日用百货、工艺品的销售，从事货物及技术的进口业务，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械的互联网信息服务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有米哈游科技 100.00% 股权。米哈游科技股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
----	----	---------	---------

1	米哈游	1,000.00	100.00
	合计	1,000.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

米哈游科技主营业务为网络游戏的开发和运营，当前主要负责《崩坏 3》的研发及运营工作。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	64,072.05	23,967.99
净资产	8,941.91	11,670.85
净利润	42,271.07	10,707.68

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

2、哈游文化传媒（上海）有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	刘伟
成立时间：	2016年2月6日
注册资本：	50.00万元
实收资本：	50.00万元
统一社会信用代码/注册号：	91310114MA1GT6L871
注册地/主要经营场所：	上海市嘉定区真南路4268号2幢J500室
经营范围：	文化艺术交流策划，文艺创作，创意服务，舞台设计、布置，娱乐咨询（不得从事文化经纪），商务咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有哈游传媒 100.00% 股权。哈游传媒股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
----	----	---------	---------

1	米哈游	50.00	100.00
	合计	50.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

哈游传媒主营业务为制作与公司产品相关的音乐、美术作品。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	18.77	10.02
净资产	15.63	6.76
净利润	8.87	-43.24

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

3、米哈游有限公司（miHoYo Limited）

（1）基本情况

中文名称：	米哈游有限公司
英文名称：	miHoYo Limited
公司编号：	2271089
成立日期：	2015年8月4日
股本：	1万港元
注册地/主要经营场所：	UNIT 04, 7/F BRIGHT WAY TOWER, NO.33 MONK KOK RD, KL
业务性质：	企业管理，技术开发及转让，技术服务，软件及周边产品销售
董事：	蔡浩宇、刘伟、罗宇皓

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有香港米哈游 100.00% 股权。香港米哈游股权结构如下：

序号	股东	出资额（万港元）	出资比例（%）
1	米哈游	1.00	100.00

	合 计	1.00	100.00
--	-----	------	--------

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

香港米哈游主要作为发行人境外子公司的持股和管理平台。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项 目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	292.65	275.19
净资产	279.61	269.01
净利润	10.60	-6.20

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

4、株式会社 miHoYo

（1）基本情况

公司名称：	株式会社 miHoYo
英文名称：	miHoYo Inc.
公司编号：	0100-01-170407
成立日期：	2015年9月9日
注册资本：	800万日元
实收资本：	800万日元
注册地/主要经营场所：	東京都千代田區外神田六丁目14番7号6階
董事：	蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、李承天

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，香港米哈游拥有日本米哈游 100.00% 股权。

日本米哈游股权结构如下：

序号	股东	出资额（万日元）	出资比例（%）
1	香港米哈游	800.00	100.00
	合 计	800.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

日本米哈游为发行人移动游戏产品在日本的发行及运营平台。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	4,467.84	958.81
净资产	-1,999.71	-544.33
净利润	-1,455.38	58.63

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

5、上海吼美科技有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	刘伟
成立时间：	2016年6月16日
注册资本：	1,000.00万元
实收资本：	1,000.00万元
统一社会信用代码/注册号：	91310104MA1FR3X75D
注册地/主要经营场所：	上海市徐汇区钦州路201号197室
经营范围：	动漫科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让、计算机软硬件、电子产品及配件、工艺美术品销售，动漫设计，电脑图文设计制作，商务咨询，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有吼美科技 100.00% 股权。吼美科技股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	米哈游	1,000.00	100.00
	合计	1,000.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

吼美科技主要从事动漫周边产品设计与销售以及公司游戏产品的客服相关工作。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	1,095.41	1,035.80
净资产	984.88	992.76
净利润	-7.88	-7.24

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

6、上海米哈游天命科技有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	刘伟
成立时间：	2017年5月17日
注册资本：	1,000.00 万元
实收资本：	1,000.00 万元
统一社会信用代码/注册号：	91310114MA1GU32M8D
注册地/主要经营场所：	上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 J2770 室
经营范围：	从事网络技术、计算机技术、电子技术、新能源技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），动漫设计，商务咨询，创意服务，图文设计制作，计算机、软件及辅助设备的销售，从事货物及技术的进出口业务。 【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有天命科技 100.00% 股权。天命科技股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	米哈游	1,000.00	100.00

	合 计	1,000.00	100.00
--	-----	----------	--------

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

天命科技主要从事移动游戏的开发及运营。

（4）最近一期的简要财务数据

单位：万元

项 目	2017年6月30日 或2017年1-6月
总资产	0.02
净资产	-0.01
净利润	-0.01

注：上述财务数据业经德勤华永审计。

7、霍尔果斯圣芙蕾雅科技有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	刘伟
成立时间：	2017年9月12日
注册资本：	10.00万元
实收资本：	10.00万元
统一社会信用代码/注册号：	91654004MA77M54B5L
注册地/主要经营场所：	新疆伊犁州霍尔果斯市友谊西路24号亚欧国际小区3号楼二层207-063号
经营范围：	从事游戏软件开发生产，网络技术、计算机技术、电子技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机软硬件及配件、工艺美术品销售，文化艺术交流策划，动漫设计制作，数字内容服务；数字音乐、手机媒体、动漫游戏等数字内容产品的开发；从事互联网文化活动；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；货物与技术的进出口业务，并开展边境小额贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有圣芙蕾雅科技 100.00% 股权。圣

芙蕾雅股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	米哈游	10.00	100.00
	合计	10.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

圣芙蕾雅科技主要从事移动游戏的开发及运营。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

圣芙蕾雅科技报告期内未设立及经营。

（二）参股子公司

截至本招股说明书签署之日，发行人共拥有 2 家参股子公司，具体情况如下：

1、深圳神猫企划动漫科技有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	邹博
成立时间：	2016 年 8 月 23 日
注册资本：	500.00 万元
实收资本：	500.00 万元
统一社会信用代码/注册号：	91440300MA5DJQGX40
注册地/主要经营场所：	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
经营范围：	动（漫）画软件的技术研发、设计；游戏软件的技术研发、设计；音效制作；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；会议及展览策划；版权代理。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）^电视剧、电视节目的制作及发行。

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，吼美科技持有神猫动漫 8.00% 股权，神猫动漫股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳神猫起源网络科技有限公司	460.00	92.00
2	吼美科技	40.00	8.00
	合计	500.00	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

神猫动漫主营业务为动（漫）画软件的技术研发、设计。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	192.91	199.63
净资产	192.24	197.42
净利润	-5.18	-2.58

注：上述财务数据未经审计。

2、上海凌梦科技有限公司

（1）基本情况

法定代表人：	於超
成立时间：	2014年10月28日
注册资本：	238.10万元
实收资本：	238.10万元
统一社会信用代码/注册号：	91310114320780018A
注册地/主要经营场所：	上海市嘉定区陈翔路88号6幢2楼B区2032室
经营范围：	从事计算机技术、网络技术、电子技术、数码技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，图文设计制作，网页设计，网络工程，设计、制作、代理各类广告，商务咨询，文具用品、玩具的销售，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，吼美科技持有凌梦科技 8.00% 股权，凌梦科

股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	於超	160.00	67.20
2	颜韬	20.00	8.40
3	华夏	20.00	8.40
4	杭州星奕创业投资合伙企业（有限合伙）	19.05	8.00
5	吼美科技	19.05	8.00
	合计	238.10	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

凌梦科技主营业务为动漫周边产品的设计与销售。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	1,022.92	325.39
净资产	929.52	172.24
净利润	-1.72	27.43

注：上述财务数据未经审计。

（三）分公司

1、香港商米哈游有限公司台湾分公司

（1）基本情况

中文名称：	香港商米哈游有限公司台湾分公司
英文名称	miHoYo Limited, Taiwan Branch
公司编号：	43248404
成立日期：	2016年8月23日
注册地/主要经营场所：	台北市大同区南京西路163号2楼之107
分公司经理姓名：	刘伟

（2）主营业务及与发行人主营业务的关系

台湾米哈游为香港米哈游在台湾设立的分公司，其主要负责软件开发以及发行人作品在港澳台地区的推广，报告期内无实际经营。

八、发起人、公司股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

公司设立时的发起人共 4 名，分别为蔡浩宇、刘伟、罗宇皓和杭州米艺。发起人基本情况如下：

1、蔡浩宇

蔡浩宇先生，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，其住址为上海市徐汇区龙华西路，居民身份证号码为 370105198705*****。截至本招股说明书签署之日，蔡浩宇直接持有本公司 36.90% 股权，并持有公司股东律者文化 85.07% 出资额。

2、刘伟

刘伟先生，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，其住址为上海市徐汇区桂林东街，居民身份证号码为 430124198702*****。截至本招股说明书签署之日，刘伟直接持有本公司 20.3355% 股权，并持有公司股东考弥克文化 90.97% 出资额。

3、罗宇皓

罗宇皓先生，1989 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，其住址上海市徐汇区宜山路，居民身份证号码为 362502198909*****。截至本招股说明书签署之日，罗宇皓直接持有本公司 19.2645% 股权，并持有公司股东符华文化 88.56% 出资额。

4、杭州米艺投资有限公司

（1）基本信息

名称	杭州米艺投资有限公司
企业性质	有限责任公司
住所	杭州市余杭区文一西路 1500 号 1 幢 506 室
法定代表人	朱琴毅

成立日期	2012年8月24日
注册资本	1,000万元
统一社会信用代码/注册号	91330110053651923H
经营范围	实业投资；服务：投资咨询、投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动）。

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，杭州米艺的出资金额及出资比例如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	出资比例
1	宋涛	992.90	99.29%
2	朱琴毅	7.10	0.71%
合计		1,000.00	100.00%

（3）主营业务

杭州米艺报告期内主要从事移动终端应用软件开发，专门为运营商、手机制造商、服务提供商等提供手机应用软件开发服务，2017年10月因业务调整，当前主要从事股权及实业投资业务。

（二）实际控制人基本情况

本公司实际控制人为蔡浩宇先生，蔡浩宇先生直接持有公司 13,530.00 万股股份，并持有公司股东律者文化 85.07% 出资额且为律者文化的普通合伙人，从而控制公司 15,298.63 万股股份，合计占公司股份总数的 41.72%，为公司的实际控制人。

蔡浩宇先生，1987 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历，上海市领军人才。其住址为上海市徐汇区龙华西路，居民身份证号码为 370105198705*****。2012 年 2 月起创办米哈游有限，现任本公司董事长、总经理。

（三）公司股东简要情况

公司当前股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	13,530.00	36.90
2	刘伟	7,456.35	20.34
3	罗宇皓	7,063.65	19.26
4	萍乡盈尚	4,950.00	13.50
5	律者文化	1,768.63	4.82
6	考弥克文化	974.69	2.66
7	符华文化	923.35	2.52
合计		36,666.67	100.00

其中，自然人股东蔡浩宇、刘伟、罗宇皓基本情况请参见本节之“八、（一）发起人基本情况”。机构股东律者文化、考弥克文化、符华文化及萍乡盈尚基本情况如下：

1、上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

执行事务合伙人：	蔡浩宇
成立时间：	2016年6月16日
合伙期限：	2016年6月16日至2036年6月15日
类型：	有限合伙企业
出资额：	1,032.24万元
统一社会信用代码/注册号：	91310104MA1FR3X838
注册地/主要经营场所：	上海市徐汇区钦州路201号198室
经营范围：	文化艺术交流策划，计算机信息科技、计算机网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，创意服务，企业管理咨询【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

律者文化为发行人员工持股平台，其合伙人均为发行人员工。截至本招股说明书签署之日，律者文化出资情况如下：

序号	合伙人名称	类型	在发行人的任职情况	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	蔡浩宇	普通合伙人	董事长、总经理	货币	878.16	85.07
2	贺甲	有限合伙人	监事、技术总监	货币	51.36	4.98
3	曹霞	有限合伙人	监事、策划总监	货币	51.36	4.98
4	蒋大卫	有限合伙人	董事、市场总监	货币	51.36	4.98
	合计	-	-	-	1,032.24	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

律者文化为发行人员工持股平台，不实际开展业务经营。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	1,193.07	1,193.11
净资产	1,192.97	1,032.23
净利润	-0.04	0.009

注：上述财务数据未经审计。

2、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

执行事务合伙人：	刘伟
成立时间：	2016年6月16日
合伙期限：	2016年6月16日至2036年6月15日
类型：	有限合伙企业
出资额：	568.86万元
统一社会信用代码/注册号：	91310104MA1FR3X913
注册地/主要经营场所：	上海市徐汇区钦州路201号199室
经营范围：	文化艺术交流策划，计算机信息科技、计算机网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，创意服务，企业管理咨询【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

考弥克文化为发行人员工持股平台，其合伙人均为发行人员工。截至本招股说明书签署之日，考弥克文化出资情况如下：

序号	合伙人名称	类型	在发行人的任职情况	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘伟	普通合伙人	董事、副总经理	货币	517.50	90.97
2	孙琿	有限合伙人	《崩坏学园2》程序主管	货币	10.27	1.81
3	刘佳翔	有限合伙人	《崩坏学园2》程序主管	货币	10.27	1.81
4	王辰	有限合伙人	运营总监	货币	10.27	1.81
5	殷春波	有限合伙人	董事会秘书	货币	10.27	1.81
6	刘令	有限合伙人	财务总监	货币	10.27	1.81
	合计	-	-	-	568.86	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

考弥克文化为发行人员工持股平台，不实际开展业务经营。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	657.50	657.55
净资产	657.40	568.84
净利润	-0.05	-0.02

注：上述财务数据未经审计。

3、上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

执行事务合伙人：	罗宇皓
成立时间：	2016年6月16日
合伙期限：	2016年6月16日至2036年6月15日

类型：	有限合伙企业
出资额：	538.90 万元
统一社会信用代码/注册号：	91310104MA1FR3XAXT
注册地/主要经营场所：	上海市徐汇区钦州路 201 号 200 室
经营范围：	文化艺术交流策划，计算机信息科技、计算机网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，创意服务，企业管理咨询【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（2）股权结构

符华文化为发行人员工持股平台，其合伙人均为发行人员工。截至本招股说明书出具之日，符华文化出资情况如下：

序号	合伙人名称	类型	在发行人的任职情况	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗宇皓	普通合伙人	董事、副总经理	货币	477.27	88.56
2	张庆华	有限合伙人	监事、美术总监	货币	20.54	3.81
3	陈陶	有限合伙人	《崩坏3》程序主管	货币	10.27	1.91
4	刘振斌	有限合伙人	《崩坏3》程序主管	货币	10.27	1.91
5	刘霄	有限合伙人	《崩坏3》程序主管	货币	10.27	1.91
6	陈天文	有限合伙人	策划主管	货币	10.27	1.91
	合计	-	-	-	538.90	100.00

（3）主营业务及与发行人主营业务的关系

符华文化为发行人员工持股平台，不实际开展业务经营。

（4）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	622.87	622.92
净资产	622.77	538.88
净利润	-0.05	-0.03

注：上述财务数据未经审计。

4、萍乡盈尚企业管理合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

执行事务合伙人：	宋涛
成立时间：	2016年11月04日
合伙期限：	2016年11月04日至2046年11月01日
类型：	有限合伙企业
出资额：	1,000万元
统一社会信用代码/注册号：	91360302MA35L52D4K
注册地/主要经营场所：	江西省萍乡市安源区高坑总部经济工业园 A-13 号
经营范围：	投资咨询，实业投资（具体项目另行审批）；企业管理，企业信息咨询。（以上项目均不含证券、保险、基金、金融业务及其它限制的项目，依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股权结构

截至本招股说明书签署之日，萍乡盈尚出资情况如下：

序号	合伙人名称	类型	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	宋涛	普通合伙人	货币	992.90	99.29
2	唐彦	有限合伙人	货币	7.10	0.71
	合计	-	-	1,000.00	100.00

（3）最近一年及一期的简要财务数据

单位：万元

项目	2017年6月30日 或2017年1-6月	2016年12月31日 或2016年度
总资产	2,080.37	999.96
净资产	2,080.37	999.96
净利润	1,080.41	-0.04

注：上述财务数据未经审计。

（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司及本公司控股子公司外，实际控制

人蔡浩宇为公司股东律者文化普通合伙人，并持有律者文化 85.07% 出资额，除此情形外，蔡浩宇不存在控制的其他企业。

（五）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人股东持有的发行人股份不存在被质押、冻结或发生任何权属争议的情形。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本公司目前总股本为 366,666,663 股，本次拟公开发行不超过 40,750,000 股，不低于发行后总股本的 10.00%。本次发行前后，公司股权结构变动如下：

股份类别	本次发行前股权结构		本次发行后股权结构	
	持股数 (股)	持股比例 (%)	持股数 (股)	持股比例 (%)
一、有限售条件流通股				
蔡浩宇	135,300,000	36.90	135,300,000	33.21
刘伟	74,563,500	20.34	74,563,500	18.30
罗宇皓	70,636,500	19.26	70,636,500	17.34
萍乡盈尚	49,500,000	13.50	49,500,000	12.15
律者文化	17,686,273	4.82	17,686,273	4.34
考弥克文化	9,746,858	2.66	9,746,858	2.39
符华文化	9,233,532	2.52	9,233,532	2.27
二、本次发行流通股	-	-	40,750,000	10.00
合计	366,666,663	100.00	407,416,663	100.00

（二）前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东情况如下：

序号	股东名称	持股数额 (股)	持股比例 (%)
1	蔡浩宇	135,300,000	36.90

2	刘伟	74,563,500	20.34
3	罗宇皓	70,636,500	19.26
4	萍乡盈尚	49,500,000	13.50
5	律者文化	17,686,273	4.82
6	考弥克文化	9,746,858	2.66
7	符华文化	9,233,532	2.52
合计		366,666,663	100.00

（三）前十名自然人股东及其在公司所担任的职务

序号	股东	持股方式	股数（万股）	比例（%）	任职情况
1	蔡浩宇	直接	13,530.00	36.90	董事长、总经理
		间接	1,504.63	4.10	
2	刘伟	直接	7,456.35	20.34	董事、副总经理
		间接	886.69	2.42	
3	罗宇皓	直接	7,063.65	19.26	董事、副总经理
		间接	817.75	2.23	
合计			31,259.07	85.25	

（四）股东中战略投资者持股情况

本公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，蔡浩宇为发行人机构股东律者文化的普通合伙人，并持有律者文化 85.07% 出资额；刘伟为发行人机构股东考弥克文化的普通合伙人，并持有考弥克文化 90.97% 出资额；罗宇皓为发行人机构股东符华文化的普通合伙人，并持有符华文化 88.56% 出资额。除上述情形外，本次发行前各股东间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前，发行人实际控制人、控股股东、其他股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其持有公司股份的锁定期作出承诺，具体情况请

参见本招股说明书“重大事项提示”之“（一）股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人曾存在委托持股情形，具体情况如下：

1、委托持股形成的原因

2012年3月29日，经米哈游有限股东会审议通过，同意引入杭州斯凯作为外部投资者，持股比例为15%。杭州斯凯入股前，蔡浩宇持有10.3%的公司股权为对其他两位股东刘伟、罗宇皓股权激励的期权池。引入首轮投资后，股东协商决定将期权予以明确，将8.755%期权（原10.3%的期权在杭州斯凯入股后被稀释为8.755%）平分给刘伟和罗宇皓。由于前述股权确认后股东并未及时办理还原事宜，故形成股权代持，其中蔡浩宇分别为刘伟和罗宇皓代持4.3775%的股权，该等股权及其所有的股东权益归刘伟、罗宇皓所有。

2、委托持股的演变及清理情况

2015年7月，由于公司拟推进股份改制事宜，各方同意择机将前述股权予以还原。鉴于公司三年以来运营情况良好，刘伟、罗宇皓在公司经营中做出较大贡献，三位创始人协商对原有约定持股比例进行微调，代持还原的股权每人由4.3775%向上取整至5%，即分别还原5%给刘伟、罗宇皓二人。

2015年8月1日，米哈游有限召开股东会会议并作出决议，同意股东蔡浩宇分别将其持有的米哈游有限的5%股权转让给刘伟和罗宇皓，其他股东放弃优先购买权。2015年9月8日，米哈游有限完成相关工商变更手续。本次股权转让完成后，米哈游有限工商登记股东即为其实际股东，不再存在委托代持的情形。

3、各方对相关股权的确认

基于公司历史上存在委托持股的事实，蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、杭州米艺科技有限公司（2014年2月杭州斯凯被杭州米艺吸收合并）于2016年10月出具《说明函》确认：（1）股权代持及还原事宜已全部履行完毕，并于2015年9

月完成了股权代持的还原；（2）2015年8月1日，米哈游有限就上述股权转让事宜召开股东会，杭州米艺放弃优先购买权系其真实意思表示；（3）2015年9月8日，米哈游有限完成工商变更后的股权结构是真实、有效、准确的，此次股权转让完成后，工商登记股东的持股比例与实际持股比例一致，不再存在委托代持股东。

基于上述核查，保荐机构认为，发行人自2012年2月设立时起至2015年9月期间，存在工商登记的股东持股比例与实际持股比例不一致的情形，但该等股权代持已经还原，且其设立、还原均系各方真实意思表示，设立与还原过程合法有效，各方确认公司设立至今其股份权属不存在纠纷或潜在纠纷。当前发行人股权清晰，不存在质押、委托持股、信托持股等情况。

除上述情形外，发行人自设立至今不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股或股东数量超过二百人等情况。

十一、员工及其社会保障情况

（一）发行人员工人数及变化情况

报告期各期末，发行人员工人数分别为41人、110人、235人和308人，员工人数呈逐步增加趋势。

（二）发行人员工结构

截至2017年6月30日，公司员工结构如下：

1、员工专业结构

类别	员工人数（人）	占员工比例
行政人员	23	7.47%
研发人员	173	56.17%
市场及运营人员	112	36.36%
合计	308	100.00%

2、员工受教育程度

类别	员工人数（人）	占员工比例
----	---------	-------

研究生及以上	70	22.73%
大专及本科	209	67.86%
大专以下	29	9.42%
合计	308	100.00%

3、员工年龄分布情况

年龄构成	员工人数（人）	占员工比例
30岁及以下	239	77.60%
31岁-40岁	68	22.08%
41岁-50岁	1	0.32%
合计	308	100.00%

（三）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、发行人社会保障情况

发行人实行全员劳动合同制，公司按照《中华人民共和国劳动法》和当地有关规定，与员工签订劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司严格执行国家及地方制定的关于建立、完善社会保障制度的配套文件，已为符合要求的员工办理了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险及住房公积金。

2、报告期发行人社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，发行人社会保险及住房公积金缴纳人数情况如下：

单位：人

期间	项目	养老保险	医疗保险	失业保险	工伤保险	生育保险	住房公积金
2017年 1-6月	期末员工人数	308	308	308	308	308	308
	期末缴纳人数	295	295	295	295	295	295
2016年	年末员工人数	235	235	235	235	235	235
	年末缴纳人数	225	225	225	225	225	225
2015年	年末员工人数	110	110	110	110	110	110
	年末缴纳人数	101	101	101	99	99	107
2014年	年末员工人数	41	41	41	41	41	41

年末缴纳人数	38	38	38	35	35	38
--------	----	----	----	----	----	----

报告期各期末，发行人存在员工人数与缴纳社会保险、住房公积金人数有差异的情形，主要原因为新员工入职尚未办理完毕社保和公积金的开户或转入手续，公司当月无法为员工缴纳社会保险或住房公积金。截至本招股说明书签署之日，公司已与所有在册员工签署了劳动合同，并为符合条件的员工办理了社会保险和住房公积金缴存手续。

报告期内发行人未缴纳社会保险及公积金的情况如下：

单位：万元

期间	期末未缴纳社会保险金额	期末未缴纳公积金金额	合计未缴纳金额	占当期净利润的比重
2017年1-6月	6.41	1.44	7.85	0.02%
2016年	2.33	0.51	2.84	0.01%
2015年	0.45	-	0.45	0.004%
2014年	0.35	0.02	0.37	0.01%

报告期各期发行人未缴纳社会保险及公积金的金额较小，占各年净利润比重均较低，对经营业绩影响较小。扣除未缴纳的社会保险及公积金的影响，不影响发行人发行上市的实质条件。

3、主管部门的证明

公司及报告期内运营的境内控股子公司分别取得了上海市社会保险事业管理中心及上海市公积金管理中心出具的无违法违规证明，证明公司及境内控股子公司自开户缴存以来未收到行政处罚。

4、实际控制人关于社会保障事项的承诺

公司控股股东、实际控制人蔡浩宇于2016年12月出具《承诺函》，就公司涉及为员工缴纳社会保险、住房公积金事宜，郑重声明及承诺：“一、若公司被有关政府部门要求为其员工补缴社会保险和住房公积金，本人将无条件全额承担经有关政府部门认定的需由公司补缴的全部社会保险、住房公积金等费用，以及因上述事项而产生的由公司支付的所有相关费用。二、本人将督促公司全面执行法律、法规及规章所规定的社会保险及住房公积金制度，为应缴纳社会

保险、住房公积金的员工开立社会保险及住房公积金账户，依法缴纳社会保险及住房公积金。”

（四）发行人劳务派遣情况

报告期内发行人不存在劳务派遣情形。

（五）发行人员工薪酬情况

1、员工薪酬政策

发行人公司员工薪酬主要由基本年薪、考核年薪和奖励年薪三部分组成。

公司员工的基本工资根据员工的岗位、学历、工作年限、技能水平进行确定并按月发放；考核年薪反映员工对公司经营成果的贡献程度，与员工所在部门的整体考核结果和个人考核结果挂钩。考核年薪采取年底核算，按年度发放的方式完成；奖励年薪主要用于对员工完成目标净利润的奖励，即每年从目标净利润中提取一定的比例用于奖励员工，具体奖励比例由董事会审议批准。

2、上市前后高管薪酬安排、薪酬委员会对工资奖金的规定

发行人制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》和《高级管理人员薪酬管理制度》，并设立了董事会薪酬与考核委员会负责制定、审查公司高级管理人员薪酬政策与方案，负责制定公司高级管理人员的考核标准并进行考核。上市前后发行人高级管理人员薪酬安排无变化，根据董事会薪酬与考核委员会的规定，公司高级管理人员薪酬由基本年薪、考核年薪和奖励年薪三部分组成。

公司高级管理人员的基本年薪主要考虑公司员工的年平均收入、公司经营业绩和高级管理人员的岗位相对价值等因素综合确定，按月发放。公司高级管理人员基本薪酬由薪酬与考核委员会拟定，由董事会审议批准。

公司考核年薪反映高级管理人员对公司经营成果的贡献程度，是高级管理人员薪酬的重要组成部分。公司高级管理人员考核年薪以基本年薪的一定比例为基数，与公司高级管理人员的整体考核结果和个人考核结果挂钩。考核年薪采取年底核算，按年度发放的方式完成。

奖励年薪主要用于对公司高级管理人员完成目标净利润的奖励，即每年从目标净利润中提取一定的比例用于奖励高级管理人员，具体奖励比例由董事长

制定方案并提交董事会审议批准。

3、员工薪酬水平

（1）公司总体情况

公司员工分为高层员工、中层员工和普通员工。公司将部门总监级别以上员工归类为高层员工；将团队主管级别以上员工归类为中层员工；除高层和中层员工外的员工归类为普通员工。报告期公司员工薪酬情况如下：

单位：万元

员工类型	薪酬水平	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
高层员工	员工总薪酬	372.17	841.92	444.10	340.11
	平均薪酬	37.22	91.85	58.56	61.84
中层员工	员工总薪酬	579.27	1,000.36	387.27	213.71
	平均薪酬	30.22	73.20	42.25	44.22
普通员工	员工总薪酬	4,240.18	4,945.81	1,814.80	418.64
	平均薪酬	17.34	33.72	29.91	29.21
所有员工	员工总薪酬	5,191.61	6,788.09	2,646.17	972.46
	平均薪酬	18.97	40.05	34.18	39.42

2014年度至2016年度，公司高层员工、中层员工以及普通员工的薪酬总额均逐年增长，主要原因为各层次员工的人数在报告期内均有所增加。

报告期内2015年度高层员工以及中层员工的平均薪酬较2014年度减少的主要原因为：①2014年公司游戏《崩坏学园2》上线并获得了较好的成绩，公司发放奖金较多；②2015年部分高层及中层员工主要工作为《崩坏3》的研发，由于《崩坏3》2015年还未上线，因此奖金较少，拉低了整体薪酬水平。

2016年高层员工以及中层员工的平均薪酬较2015年度大幅上升的主要原因为2016年《崩坏3》上线并获得了较好的成绩，公司当年发放奖金较多。

2017年1-6月年化后的高层员工和中层员工平均薪酬较2016年度有所下降，主要原因为高层员工和中层员工平均薪酬中考核年薪和奖励年薪占比较高，根据公司规定，考核年薪和奖励年薪均为年底核算，由于2017年1-6月公司尚未到核算的时点，因此计提的奖金较少。

（2）开发及市场运营人员薪酬情况

报告期内，公司的研发人员、市场及运营人员数量、人均薪酬及薪酬总额情况如下：

单位：人、万元

期间	研发人员		
	平均人数	总薪酬	人均薪酬
2017年1-6月	157	3,731.77	23.74
2016年	101	5,105.21	50.34
2015年	50	2,090.63	41.74
2014年	19	874.69	46.86
期间	市场及运营人员		
	平均人数	总薪酬	人均薪酬
2017年1-6月	95	1,060.10	11.18
2016年	52	1,066.00	20.43
2015年	20	373.31	19.14
2014年	4	57.05	12.92

注：各期平均人数按当期每月底员工人数汇总再除以当期月数得出

报告期内发行人研发人员、市场及运营人员人数及薪酬总额均有较大幅度的增长，报告期内市场及运营人员的人均薪酬持续增加。

研发人员平均薪酬 2015 年较 2014 年有所下降的主要原因为：①2014 年《崩坏学园 2》上线后公司收入及利润大幅增长，公司当年给研发人员发放金额较大的年终奖；②2015 年新增研发人员中部分员工从事《崩坏 3》的研发工作，由于《崩坏 3》尚处于研发阶段，未产生收益，因此这部分员工当年奖金较少，拉低了研发人员整体薪酬水平。

研发人员 2017 年 1-6 月平均薪酬略低于 2016 年全年薪酬的一半，主要原因为：研发人员中中层及高层员工较多，高层员工和中层员工平均薪酬中与当年绩效完成情况挂钩的薪酬占比较高，根据公司规定，相关绩效主要在年底考核，由于 2017 年 1-6 月公司尚未到主要考核的时点，因此计提的奖金较少。

4、发行人与同行业企业薪酬水平对比

对比电魂网络、冰川网络、吉比特、掌趣科技、昆仑万维以及游族网络等六家同行业 A 股上市公司，各家公司报告期员工平均薪酬详细情况如下：

单位：万元

平均薪酬	2016 年	2015 年	2014 年
电魂网络（注）	23.53	19.42	17.70
冰川网络	17.47	16.76	15.96
吉比特（注）	45.59	22.65	21.90
掌趣科技	15.92	9.79	9.78
昆仑万维	34.87	20.56	17.64
游族网络	22.41	16.51	14.71
行业平均	26.63	17.62	16.28
发行人	40.05	34.18	39.42

注：同行业上市公司中电魂网络和吉比特 2014、2015 年员工平均薪酬数据取自公司招股说明书公开披露信息，除此之外各家公司均未披露详细薪酬情况，按平均薪酬=员工薪酬总额/平均人数求得。员工薪酬总额取自于现金流量表中“支付给职工以及为职工支付的现金”科目，平均人数按期初人数加期末人数合计除以 2 计算。

2014-2016 年发行人员工薪酬均高于同行业平均水平，主要原因如下：

（1）2014-2016 年公司盈利水平不断提高

2014 年起公司盈利水平大幅提高，2014-2016 年公司分别实现营业收入 1.03 亿元、1.75 亿元和 4.24 亿元，净利润 0.66 亿元、1.27 亿元和 2.73 亿元，销售净利润率高于同行业上市公司。由于公司盈利水平提升，因此员工平均薪酬也相对较高。

（2）公司对招聘人才要求较高

公司三位创始人均为上海交大的硕士毕业生。公司在招人方面走“精英”路线，偏好招聘学历较高的专业性人才，同时公司还注重研发人员的工作实践经历，公司研发团队中的骨干人员，大部分具备知名的互联网企业工作经验。为招聘到优秀的人才，公司薪酬水平向一流的互联网企业看齐。公司的人才战略

效果较为显著，截至 2017 年 6 月 30 日，公司研发人员中 985 学校毕业的占比 39.31%、硕士研究生以上学历占比 30.06%。

5、发行人与当地企业薪酬水平对比

报告期内米哈游及子公司米哈游科技、吼美科技、哈游传媒均位于上海市，子公司香港米哈游及日本米哈游位于境外，但境外人员及总薪酬占比均较低。报告期发行人与上海市人均薪酬对比情况如下：

单位：万元

平均薪酬	2016 年	2015 年	2014 年
上海市城镇单位就业人员平均工资	暂无	10.92	10.03
上海市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资	暂无	18.34	17.02
发行人	40.05	34.18	39.42

注：上海市城镇单位就业人员平均工资以及上海市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资均取自国家统计局公开数据，其中 2016 年数据暂未公开。

2014、2015 年发行人薪酬水平均显著高于当地平均工资水平和当地相关行业平均工资水平，虽然 2016 年相关数据暂未公开，但根据变化趋势，预计发行人仍将显著高于当地平均工资水平和当地相关行业平均工资水平。

十二、实际控制人、持有5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

（一）股份流通限制和股东对所持股份的自愿锁定承诺

本公司实际控制人、控股股东、其他股东及作为股东的董事、监事及高级管理人员分别就持有公司股份的锁定期作出承诺，具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“（一）股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）股东持股意向和减持意向声明承诺

本公司持股 5% 以上股东已出具关于持股意向及减持意向的承诺，具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、持股 5% 以上股东持股意向及减持意向”。

（三）公司上市后三年内稳定股价的承诺

本公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员已就上市后三年内稳定公司股价的情况制定相应预案并出具相关承诺，具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、上市后稳定公司股价的预案”。

（四）对本招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

本公司及其控股股东、董事、监事、高级管理人员已就本招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏作出承诺，具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”。

（五）关于填补即期回报的措施及承诺

本公司及其董事、高级管理人员关于填补即期回报的措施及承诺具体请参见本招股说明书第十一节“管理层讨论与分析”之“六、（五）发行人填补回报的具体措施”以及“六、（六）公司董事、高级管理人员的承诺”。

（六）关于避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人已就避免同业竞争与利益冲突作出承诺，具体情况请参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“二、（二）避免同业竞争的承诺”。

（七）关于减少及规范关联交易的承诺

本公司持股 5% 以上股东已就减少及规范关联交易作出承诺，具体请参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“六、减少关联交易的措施”。

（八）缴纳社会保险金和住房公积金的承诺

本公司实际控制人已就公司及其控股子公司为员工缴纳社会保险金和住房公积金的有关事项作出承诺，具体情况请参见本节之“十一、（三）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务概况、主要产品及发展历程

（一）主营业务

公司是一家以动画、漫画、游戏和小说（即 Animation, Comic, Game and Novel，以下简称“ACGN”）等产品为载体，深耕二次元文化的互联网文化企业。公司主营业务是基于原创 IP 开发和运营游戏、漫画、动画和轻小说等互联网文化产品，各类型产品的人物角色、世界观体系和故事主线相互统一。公司通过互联网进行信息传播，在二次元文化下搭建了一条以优质 IP 为核心的文化产业链。

公司是中国互联网协会、中国工业和信息化部信息中心评定的 2017 年中国互联网百强企业，截至目前公司共累计获得 103 项计算机软件、音乐及美术著作权，同时公司也是高新技术企业、软件企业、上海市 2016 年度科技小巨人企业、2016 年度上海市明星软件企业、2016-2017 年度上海市文化出口重点企业。

公司自主创作了知名二次元 IP——“崩坏”，IP 讲述了在被“崩坏”（即战争、自然灾害等生存考验）侵蚀的世界里人们克服种种困难守护美好生活的故事，传递了积极进取、永不言败的价值观和正能量。围绕该 IP，公司在 ACGN 各细分领域推出各类优秀产品，为“崩坏”IP 的受众提供全方位的产品体验，通过各产品间的相互促进和影响，逐步形成一个良性的 IP 产品生态圈并扩大该 IP 的受众用户数量及提升 IP 在用户群体中的影响力。

（二）公司主要产品

公司的主要产品为基于“崩坏”IP 下创作出的游戏、漫画、动画、轻小说及动漫周边产品，其中游戏为公司报告期内主要的收入及利润来源。

公司目前正在运营的三款移动游戏分别为《崩坏学园》、《崩坏学园 2》和《崩坏 3》。其中《崩坏学园》是公司开发的第一款移动游戏产品，依托此款产品，公司的技术基础初步形成；《崩坏学园 2》是公司在《崩坏学园》的基础上开发的第二款产品，自 2014 年初上线以来得到了市场和玩家的高度认可，曾获

“2014 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”、“最具人气网络手游奖”等多个奖项。该游戏为公司积累了丰富的运营经验，同时也是公司报告期的主要收入来源，截至 2017 年 6 月 30 日，《崩坏学园 2》充值流水金额累计超过 10 亿元；公司于 2016 年 9 月推出《崩坏 3》，在 App Store 上线次日就获得苹果首页推荐，获硬核联盟推荐并取得了硬核联盟颁发的“十大人气游戏”、华为游戏“2016 年度十佳网游”、“2016 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”等多个奖项。截至 2017 年 6 月 30 日游戏账户数量数超过 2,200 万个，累计充值流水金额超过人民币 11 亿元，是公司未来盈利的重要保障。

除游戏外，公司产品还包括：①漫画作品，如《崩坏学园》四格漫画、《崩坏学园 EX》短篇漫画、《崩坏 3rd》长篇漫画等；②动画作品，如“崩坏学园四格手书动画”、“崩坏 PV”；③轻小说作品，如《吼姆救援作战》、《崩坏的料理教室》、《里世界小说》等；④动漫周边产品：如印有“崩坏”IP 角色的抱枕、手办等。

公司所有产品均在“崩坏”IP 基础上创作和开发，用户往往基于对某一产品的认可成为“崩坏”IP 的用户，并通过接触其他类别的产品更深入地了解公司通过“崩坏”IP 想传达的世界观、价值观等文化内涵。通过产品间对“崩坏”IP 属性的相互渗透和不断深化，用户的粘性也逐渐增强，实现了各产品相互推动、相互促进的良性发展态势。

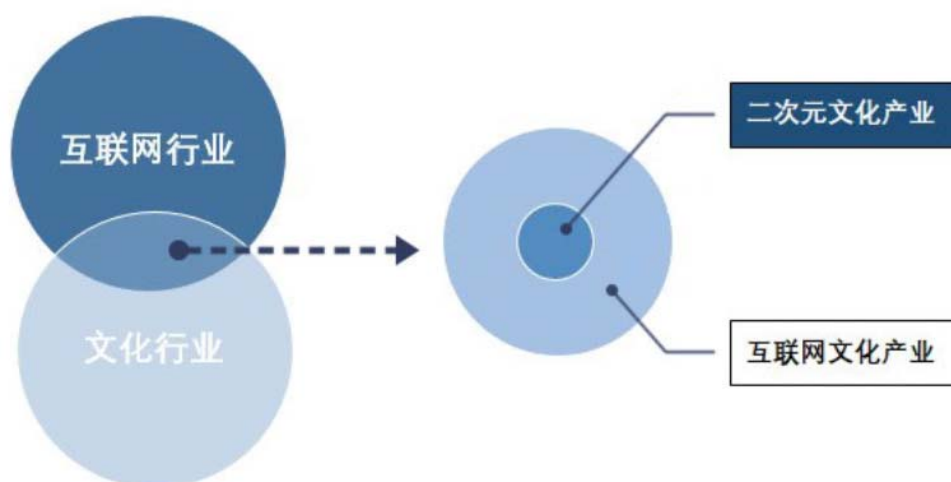
（三）公司设立以来主营业务的变化情况

自设立以来，公司一直专注于二次元文化下 IP 的创作以及 IP 相关的各产品的开发及运营，主营业务未发生变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所处的行业

互联网文化产业在我国国民经济中占有重要地位，同时担负着社会主义精神文明建设的重任。公司自设立以来一直紧密围绕互联网文化产业发展，致力于互联网文化创意相关业务。公司拥有原创 IP，在此基础上开发了内容及世界观与之相适应的游戏、漫画、动画和轻小说等二次元产品，并主要通过互联网的形式传播给广大用户群体。



公司属于互联网文化行业项下的二次元文化行业，以互联网为载体进行信息传播，以原创优质 IP 为基础，以游戏、漫画、动画等产品为核心，在二次元文化下搭建了一条集内容创作、品牌推广、线上线下交互为一体的文化产业链。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年）修订版的规定，公司所属行业为互联网和相关服务（行业代码：I64）。

（二）行业管理体制、法律法规及产业政策

1、行业管理体制及主管部门

公司所属行业由多部门协同监管，主管部门包括文化部、工业和信息化部、国家新闻出版广电总局等。

文化部负责拟订文化市场发展规划，扶持和促进文化产业建设与发展，配合推进对外文化产业交流与合作；指导文化市场综合执法，对文化领域的经营和娱乐市场进行监管；负责网络游戏服务进行监管（不含网络游戏的网上出版前置审批）；拟订动漫、游戏产业发展规划并组织实施，指导协调动漫、游戏产业发展；在使用环节对进口互联网文艺类产品进行内容审查。

工业和信息化部主要负责提出信息产业发展战略、拟定发展规划、制定产业政策；依法对信息产业实行监管，制订相关技术标准，实行必要的经营许可制度。

国家新闻出版广电总局主要负责监督管理全国互联网出版工作，制定全国互联网出版规划，并组织实施；制定互联网出版管理的方针、政策和规章；对

互联网出版机构实行前置审批；依据有关法律、法规和规章，对互联网出版内容实施监管，对违反国家出版法规的行为实施处罚。关于游戏行业，其主要负责对游戏出版物的网上出版发行进行前置审批；主要负责游戏软件著作权的登记管理工作。

2、行业主要法律法规及政策

（1）主要产业政策

序号	名称	主要内容	颁布日期
1	文化部《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	<p>1、加快发展以文化创意内容为核心，依托数字技术进行创作、生产、传播和服务的数字文化产业，培育形成文化产业发展新亮点。提升动漫、游戏、创意设计、网络文化等新兴文化产业发展水平……形成文化产业新的增长点。</p> <p>2、提升动漫产品质量，扶持内容健康向上、富有创意的优秀原创动漫产品的创作、生产、传播和消费。培育民族动漫创意和品牌，加大对优秀动漫创意人才的扶持力度。推广手机（移动终端）动漫行业标准，鼓励面向新媒体渠道的动漫创作。</p> <p>3、培育一批具有较强品牌影响力和国际竞争力的骨干游戏企业，创作生产一批内容健康向上、富有民族特色的游戏精品。推进游戏产业结构升级，推动网络游戏、电子游戏等游戏门类协调发展，促进移动游戏、电子竞技、游戏直播、虚拟现实游戏等新业态发展。制定游戏内容开发指引，鼓励游戏创意研发。</p>	2017年4月
2	文化部《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》文产发〔2017〕8号	<p>1、推动动漫产业提质升级。发挥好动漫独特的艺术魅力和传播优势，创作生产优质动漫产品。坚持品牌化发展战略，促进动漫“全产业链”和“全年龄段”发展。运用信息技术手段和各种新兴媒体，创新表现形式、拓展传播渠道，发展基于互联网和移动智能终端的动漫传播运营，积极开拓动漫表情等动漫新业态。</p>	2017年4月

		<p>促进动漫与文学、游戏、影视、音乐等内容形式交叉融合，发展动漫品牌授权和形象营销，与相关产业融合发展，延伸动漫产业链和价值链。</p> <p>2、推动游戏产业健康发展。加强游戏内容价值导向管理，建立评价奖惩体系，扶持传递正能量、宣传优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观的游戏品牌。改善游戏产品同质化、低俗化现象，培育国产原创游戏品牌产品、团队和企业。</p>	
3	国家版权局关于印发《版权工作“十三五”规划》的通知（国版函〔2017〕5号）	突出网络领域版权监管。将网络作为履行版权监管职责的重要阵地，不断净化网络版权环境。持续开展打击网络侵权盗版“剑网行动”，强化分类管理，加强对网络文学、音乐、影视、游戏、动漫、软件等重点领域的监测监管，及时发现和查处侵权盗版行为。	2017年1月
4	工信部《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020年）》（工信部规〔2016〕425号）	加强信息技术服务创新。面向重点行业领域应用需求，进一步增强信息技术服务基础能力，提升“互联网+”综合集成应用水平。加快培育面向数字化营销、互联网金融、电子商务、游戏动漫、人工智能等领域的技术服务平台和解决方案。	2016年12月
5	国务院《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号）	大力推动传统文化单位发展互联网新媒体，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。深入挖掘优秀文化资源，推动动漫游戏等产业优化升级，打造民族品牌。推动动漫游戏与虚拟仿真技术在设计、制造等产业领域中的集成应用。	2014年2月
6	国务院《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发〔2013〕32号）	大力发展数字出版、互动新媒体、移动多媒体等新兴文化产业，促进动漫游戏、数字音乐、网络艺术品等数字文化内容的消费。加强基于互联网的新兴媒体建设，实施网络文化信息内容建设工程，推动优秀文化产品网络传播，鼓励	2013年8月

		各类网络文化企业生产提供健康向上的信息内容。	
7	国家发改委《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》（中华人民共和国发展和改革委员会 2013年第21号令）	增加“增值电信业务平台建设”、“数字音乐、手机媒体、动漫游戏等数字内容产品的开发系统”进入国家鼓励类产业。	2013年2月
8	文化部《文化部“十二五”文化科技发展规划》（办科技发〔2012〕18号）	加快文化行业标准规范制定，重点研究制定文化艺术、动漫游戏、网络文化等重点行业技术和服务标准规范，引导行业健康发展；提高演艺业、娱乐业、动漫业、游戏业、文化旅游业、艺术品业、工艺美术业、文化会展业、创意设计业、网络文化业、数字文化服务业等重点产业的技术装备水平与系统软件国产化水平。	2012年9月
9	工信部《互联网行业“十二五”发展规划》	围绕互联网行业发展的目标和内在要求，提出了工信部作为互联网行业主管部门工信部将从营造诚信有序的市场竞争环境、鼓励支持互联网行业加快发展、建立互联网健康发展的引导机制、提升和强化互联网行业管理能力这几个方面出台相关措施政策，落实和推动互联网发展和保障任务。	2012年5月
10	文化部《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》（文产发〔2012〕7号）	推动出台相关的政策措施，促进动漫、游戏、网络文化、数字文化服务等新兴文化业态加快发展，不断提高新新兴文化产业对加快经济发展方式转变的贡献，扩大网络音乐、网络动漫、网络艺术品、网络演出等在线和移动生产销售；增强游戏产业的核心竞争力，推动民族特色、健康向上的原创游戏发展，提高游戏产品的文化内涵；鼓励研发具有自主知识产权的网络游戏技术、电子游戏软硬件设备，优化游戏产业结构，促进网络游戏、电子游戏等游戏门类协	2012年2月

		调发展；鼓励游戏企业打造中国游戏品牌，积极开拓海外市场。	
11	国务院《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》（国办发〔2011〕58号）	重点发展图书报刊、电子音像制品、演出娱乐、影视剧、动漫游戏等产品市场；扶持国产游戏进入国际主流市场，数字出版拓展海外市场。	2012年2月
12	中国共产党十七届六中全会《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	到2020年，文化产业将成为国民经济支柱性产业；需加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫、游戏等新兴文化产业。重点发展图书报刊、电子音像制品、演出娱乐、影视剧、动漫、游戏等产品市场。	2011年10月
13	新闻出版总署《新闻出版业“十二五”时期发展规划》（新出政发〔2011〕6号）	以原创创意为重点，快速提高国产动漫出版产品的数量和质量，加速发展动漫游戏出版产业；大幅度提高国产动漫产品的数量和质量；大力扶持以手机为主要传播渠道和载体的动漫游戏出版产品的开发。	2011年4月
14	国务院《国务院关于印发文化产业振兴规划的通知》（国发〔2009〕30号）	文化创意产业要着重发展文化科技、音乐制作、艺术创作、动漫游戏等企业，增强影响力和带动力，拉动相关服务业和制造业的发展。支持动漫、网络游戏、电子出版物等文化产品进入国际市场	2009年9月

（2）行业主要法律法规

序号	监管内容	名称	主要内容	颁布日期
1	网络游戏运营	文化部《关于规范网络游戏运营加强事中事后监管工作的通知》（文市发〔2016〕32号）	明确网络游戏运营范围；规范网络游戏虚拟道具发行服务；加强网络游戏用户权益保护；加强网络游戏运营事中事后监管；严肃查处违法违规运营行为。	2016年12月
2	网络安全及信息保护	《中华人民共和国网络安全法》	网络运营者必须依法依规开展经营活动和服务活动，履行网络安全保护义务，接受政府和社会的监督，承担社会责任。依法依规建设、运营网络或者通过网络提供服务，保障网络安全、稳定运行，有效应对网络安全事件，防范网络违法犯罪活动，维护网络数据的完整性、保密性和可用	2016年11月

			性。	
3	游戏备案	新闻出版广电总局《关于移动游戏出版服务管理的通知》（新广出办发[2016]44号）	进一步明确移动游戏出版服务的管理规定以及具体流程，移动游戏包含在网络出版服务管理范畴，与网络游戏出版流程基本一致，需经国家新闻出版广电总局前置审批，才能上线运营；对已经批准出版的移动游戏的升级作品及新资料片，视为新作品，需重新审批。	2016年5月
4	游戏出版	新闻出版广电总局、工信部《网络出版服务管理规定》（工信部令第5号）	从事网络出版服务，必须依法经过出版行政主管部门批准，取得《网络出版服务许可证》。网络游戏上网出版前，必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请，经审核同意后，报国家新闻出版广电总局审批。	2016年2月
5	增值电信业务许可	国务院《互联网信息服务管理办法》（国务院令第292号）	从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。	2015年12月
6	游戏内容	文化部《网络文化经营单位内容自审管理办法》（文市发[2013]39号）	网络文化经营单位在向公众提供服务前，应当依法对拟提供的文化产品及服务的内容进行事先审核，不得提供含有《互联网文化管理暂行规定》第十六条禁止内容的网络文化产品及服务。	2013年8月
7	网络游戏经营资质	文化部《互联网管理暂行规定》（文化部令51号）	互联网文化产品是指通过互联网生产、传播和流通的文化产品；加强了对互联网文化的管理；规定了申请从事网络游戏经营活动的应当具备不低于1000万元的注册资金；从事经营性的互联网文化单位需申请《网络文化经营许可证》；经营性互联网文化单位经营的国产互联网文化产品应当依照规定报省级以上文化行政部门备案。	2011年2月
8	未成年人家长监护工程	新闻出版总署、中央文明办等八部委《“网络游戏未成年人家长监护工程”实施方案》（文市发[2011]6号）	加强家长对未成年人参与网络游戏监护，引导未成年人健康、绿色参与网络游戏；该方案提供了切实可行的方法，帮助家长纠正未成年子女沉迷网络游戏行为。	2011年1月
9	网络游戏运营管理	文化部《网络游戏管理暂行办法》（文化部令第49号）	系统地对网络游戏的娱乐内容、市场主体、经营活动、运营行为和法律責任做出明确规定；确立	2010年6月

		号)	了从事网络游戏活动的基本原则，明确了适用范围及“网络游戏”、“上网运营”、“虚拟货币”等概念，同时对网络游戏内容管理、未成年人保护、经营行为、虚拟货币等做出了明确的制度安排。	
10	网络游戏运营管理	文化部《关于贯彻实施〈网络游戏管理暂行办法〉的通知》	进一步明确了管理对象，规范主体审批；强化网络游戏内容管理；进一步加强网络游戏经营活动的监管，包括保护未成年人和实名注册措施；明确国产网络游戏联合运营规范；建立和完善自审制度；加强网络游戏虚拟货币交易服务管理。	2010年7月
11	游戏内容	文化部《文化部关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知》（文市发[2009]46号）	为切实改进和加强网络游戏内容管理，落实网络游戏管理责任，在建立网络游戏经营单位自我约束机制、完善网络游戏内容监管制度、强化网络游戏社会监督与行业自律三个方面提出了要求。	2009年11月
12	游戏出版及网络游戏经营资质审批	新闻出版总署、国家版权局、全国“扫黄打非”工作小组办公室《关于贯彻落实国务院〈“三定”规定〉和中央编办有关解释，进一步加强网络游戏前置审批和进口网络游戏审批管理的通知》（新出联[2009]13号）	规定了将网络游戏内容通过互联网向公众提供在线交互使用或下载等运营服务是网络游戏出版行为，必须严格按照国家法规由新闻出版总署履行前置审批；未经新闻出版总署前置审批并获得具有网络游戏经营范围的互联网出版许可证，任何机构和个人不得从事网络游戏运营服务；禁止外商以独资、合资、合作等方式在中国境内投资从事网络游戏运营服务。	2009年9月
13	虚拟货币	文化部、商务部《关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》（文市发[2009]20号）	严格市场准入，加强对网络游戏虚拟货币发行主体和网络游戏虚拟货币交易服务提供主体的管理；除利用法定货币购买之外，网络游戏运营企业不得采用其它任何方式向用户提供网络游戏虚拟货币。	2009年6月
14	电信业务许可	工信部《电信业务经营许可管理办法》（工业和信息化部令第5号）	经营电信业务，应当依法取得电信管理机构颁发的经营许可证。	2009年3月
15	游戏内容、虚拟货币	《公安部、信息产业部、文化部、新闻出版总署关于规范网络游戏经营秩序查禁利用网络游戏赌博的通知》	规范网络游戏行业经营行为。网络游戏服务单位不得收取或以“虚拟货币”等方式变相收取与游戏输赢相关的佣金；开设使用游戏积分押输赢、竞猜等游戏的，要设置用户每局、每日游戏积分输赢	2007年1月

		（公通字[2007]3号）	数量，不得提供游戏积分交易、兑换或以“虚拟货币”等方式变相兑换现金、财物的服务，不得提供用户间赠予、转让等游戏积分转账服务。	
16	游戏内容	文化部、工信部《关于网络游戏发展和管理的若干意见》	支持网络游戏产业健康发展，支持民族原创网络游戏产业的发展，使内容健康向上、形式丰富多彩的网络游戏产品居于国内市场的主流，民族原创网络游戏产品尽快占据国内市场主导地位，打造一批具有中国风格和国际影响的民族原创网络游戏品牌。	2005年7月

（三）行业发展概况

改革开放以来，我国社会经济多年来持续稳定发展，人民生活水平显著提高，在物质生活条件大幅改善的同时，人民群众对文化消费需求也日益旺盛。在国家政策综合扶持、市场需求、技术创新、产业融合等综合因素的推动下，我国文化产业近年来发展迅速，过去十年，文化产业增速一直快于 GDP 增速。文化产业在国民经济中的地位越来越重要，在支撑我国经济结构调整和转型升级等方面发挥了积极作用，正在成为新的支柱产业。

作为文化产业的重要组成部分，公司所在的二次元文化产业近年来取得了快速发展，市场规模迅速扩张，未来发展空间巨大。公司依托互联网发展，形成了以原创优质 IP 为核心，游戏、漫画、动画和轻小说等产品多管齐下的二次元文化创意产业链。

1、二次元及二次元文化的定义

游戏工委、CNG 中新游戏研究（伽马数据）和国际数据公司（IDC）联合发布的《2016 年中国游戏产业报告》中对“二次元”一词下了定义，“二次元”即二维，“次元”即指“维度”。在动画（Animation）、漫画（Comic）、游戏（Game）、小说（Novel）（简称“ACGN”）人群组织成的文化圈中，被用作对“架空世界”的称呼。由于早期的动画、游戏作品都是以二维图像构成，画面是一个平面，所以称之为“二次元世界”，简称“二次元”。根据伽马数据《2016 年 7-9 月移动游戏产业报告》，广义的二次元主要表现为 ACGN，同时指喜爱 ACGN 的群体。

艾瑞咨询《2015 年中国二次元行业报告》指出，“二次元文化”指在

ACGN 为主要载体的平面世界中，由二次元产品所形成的独特的价值观与理念。这里的二次元文化不限于 ACGN，还包括从 ACGN 向外延伸出的手办、COSPLAY 等衍生产物。

2、我国二次元文化行业的发展历程

我国二次元文化行业发展可分为四个阶段，分别为萌芽期、培育期、成长期和高速发展期。

（1）萌芽期

二次元文化行业在我国起步较晚，且产品数量极少，并未引发过多关注。最早在 20 世纪 40 年代曾出现过少数几部动漫作品，但由于早期动漫产品在题材和技术上相对单一以及传播方式的落后，且早年国人文化版权保护意识缺失，当时并未形成稳定的动漫受众市场。20 世纪 80-90 年代，美日动漫的崛起和引进为我国培养了第一批受众。

（2）培育期

步入 21 世纪以后，随着经济的飞速发展，人们的文化消费需求迅速膨胀，消费偏好也更加多元化。国家大力推动文化产业发展，国产二次元行业如动画、漫画行业均得到了政策、资金等多方面的扶持。同时，互联网的普及、智能手机的广泛使用缩短了文化传播的距离，促进了二次元文化的传播。

（3）成长期

近年来，国家高度重视文化创意产业发展。国家“十二五”发展规划纲要提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业；新闻出版总署制定的新闻出版业“十二五”发展规划更进一步明确“以原创创意为重点，快速提高国产动漫出版产品的数量和质量，加速发展动漫游戏出版产业”；2012 年，文化部发布的《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》，更是首次将动漫产品单独列入规划中。

开放的国家政策、丰厚的资金支持等为作为文化创意产业新生力量的二次元文化行业提供了温床。除此之外，随着“80 后”创业群体的增加，越来越多的目光和资源投向了二次元文化产业的建设和，二次元细分领域开始受到关注，开始出现现象级产品，二次元文化行业进入成长期。

美中不足的是，由于我国二次元行业发展时间较短，尽管得到了大量的资本推动，但专业人才的短缺，盈利模式的不明朗，仍阻碍了行业的飞速发展。

（4）高速发展期

2014 年至今，随着二次元文化行业优秀人才队伍逐渐壮大，细分市场以及商业模式也逐步清晰，“二次元”这一概念更多地进入了人们的视野，人们对二次元群体的看法也逐步转变，“二次元”的标签不再是“非主流”和“边缘化”，取而代之的是“青年化”、“巨大的消费潜力”，其主要受众“90 后”、“95 后”正逐步成熟并为社会贡献力量，二次元文化也随着年轻一代的成长而逐渐成为社会中不可缺少的主流文化元素，拥有巨大的发展潜力。

近年来国内 IP 行业发展迅速，2014 年普遍被称为中国 IP 元年，国产优质 IP 不断涌现，文化变现渠道也不断丰富。优质 IP 是文化产业链的价值核心，作为文化产业的重要组成部分，以动漫、游戏等 IP 资源为核心，创造优质内容并广泛传播的发展方向具有广阔的前景，二次元行业将进入高速发展的黄金阶段。

二次元行业发展历程



3、二次元市场规模及前景

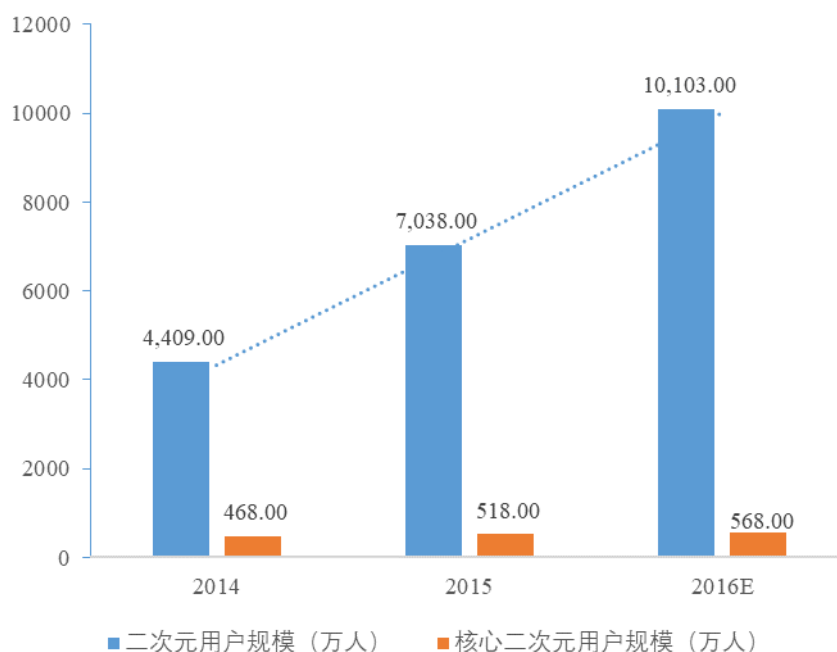
（1）市场规模及发展趋势

二次元行业现有用户规模巨大

二次元用户可以分为泛二次元用户及核心二次元用户，前者对动漫基本了解，会观看热门漫画或动画改编的大电影，但投入的精力和财力相对有限；后者深爱动漫作品、经常上相关二次元网站、贴吧等查看相关喜爱的二次元内容、花费的时间和财力较多。根据易观智库《二次元专题研究报告》指出，2015 年我国二次元用户规模已达到 7,038 万人，其中核心二次元用户已达到

518 万人，预计 2016 年二次元总人数将达到 10,103 万人，核心二次元用户达到 568 万人，人数逐年递增。相信随着中国互联网用户对二次元文化接受度的进一步提升，未来我国泛二次元用户规模及核心二次元用户规模仍将保持快速增长，对二次元产品及动漫周边产品的需求势必将进一步增加。

2014-2016 年中国二次元用户规模及核心二次元用户规模



数据来源：易观智库《二次元专题研究报告》

从二次元用户消费情况来看，随着核心二次元用户的稳定增长，泛二次元用户规模的日益庞大，且可支配资金的不断提升，二次元用户的消费能力将持续得到提升，用户的消费反哺了漫画、轻小说等二次元文化载体，同时还催生了动漫周边产品、COSPLAY 等新业态，从而推动二次元文化行业规模快速增长。

互联网普及率的提升和移动网络环境的完善使用户获取信息更加便捷、促进了二次元文化的引入与传播

文化的传播与发展与互联网行业发展具有高度关联性，经济的迅速发展以及国家政策的扶持为互联网用户持续增长提供了基础。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 40 次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示截至 2017 年 6 月，我国网民规模达 7.51 亿，其中，手机网民规模达 7.24 亿，占

比由 2016 年末的 95.1% 增至 96.3%。另一方面，我国 3G、4G 网络的大规模基础建设的完成，移动网络带宽的持续改善和 WiFi 热点的普及和性能的进一步提升，带动了移动互联网用户数和访问量的持续增长，仅通过手机上网的网民占比达到 24.5%，网民上网设备进一步向移动端集中。

互联网和移动互联网网络环境的改善降低了互联网的使用门槛，影响了用户需求，推动了二次元文化产品的传播和发展，规模庞大的网民也为二次元文化在我国的传播、发展奠定了强有力的用户基础，加速了二次元文化的渗透。

原创动漫、游戏等催生了一批优质 IP，引领产业发展

在二次元文化产业中，产品的主要表现形式是 ACGN，但其核心却是优质 IP 的创作。通常来说，整个文化产业链都围绕 IP 展开，一个 IP 如果深入人心，可以达到持续变现的目的，从而可以支撑数亿、数十亿甚至上百亿的产值。当前运营模式较为成熟的国家中，日本的产业链是以漫画为核心，逐步向影视、游戏以及动漫周边产品销售；而韩国则是通过网络游戏积攒人气和市场，再推出相应的影视作品、衍生产品等，覆盖产业链的其他领域并不断延伸。尽管 IP 产业链运营模式不尽相同，但都是由“创作”开始，通过原创作品孕育优质 IP，在作品被市场接受后，再进行其他类型产品的开发，以及后续各个环节均紧密联系，环环相扣，旨在将 IP 的无形价值不断转化为有形价值，反哺创作投入，最终形成产业闭环。



近年来，由于网络创作门槛较低、传播渠道便利的特点，游戏、原创动

漫、轻小说等通过互联网实现快速传播。通过互联网传播的作品数量极为庞大，其中内容精良的作品容易获得用户，形成优质 IP。科技发展则带动了文化产品的连接融合，文学、动漫、影视、游戏、音乐等娱乐形式不再孤立发展，而是可以协同打造同一优质 IP。优质 IP 培育核心粉丝群，再通过影视剧、动漫、游戏的等泛娱乐形式的改编挖掘出 IP 的衍生价值，实现文学、动漫、游戏、影视等的交叉融合，构建一个泛娱乐产业新生态，进一步推进二次元文化产业的发展。

游戏开发企业可通过 IP 本身所积累的大量粉丝转化为游戏的用户，根据 360 手机助手发布的《2014 手游行业趋势报告》，IP 改编的游戏产品下载转换率是其他游戏产品的 2.4 倍，IP 改编的游戏产品的整体收入是其他游戏产品收入的 2 倍。部分拥有较强 IP 变现能力的企业不断进行 IP 产业链布局，例如奥飞娱乐 2013 年以 5.4 亿元收购资讯港及广东原创动力名下的“喜羊羊与灰太狼”等相关动漫形象的商标和版权，2015 年以 9.04 亿元收购拥有《十万个冷笑话》等 IP 的四月星空。收购 IP 资产后，奥飞娱乐自身综合竞争力不断提升。

公司通过二次元游戏《崩坏学园》、《崩坏学园 2》塑造出“崩坏”IP，赢得了一批对公司产品具有较高认同度的核心玩家，再通过产业链的延伸，将 IP 转化为漫画、轻小说等各种形式，进一步扩大用户群体，使公司在更大范围的客户群体中形成了一定的品牌效应。

（2）主要二次元产品市场规模

公司主要产品包括游戏、漫画、动画和轻小说，其各自对应的细分行业情况如下：

① 网络游戏行业

根据游戏工委、中新游戏研究和国际数据公司（IDC）联合发布的《2015 年中国游戏产业报告》，网络游戏（Online Games），也称为“在线游戏”，通常是指以个人电脑（PC）、平板电脑、智能手机等载体为游戏平台，以游戏运营商服务器为处理器，以互联网为数据传输媒介，必须通过广域网网络传输方式（Internet、移动互联网、广电网等）实现多个用户同时参与的游戏，以通过对于游戏中人物角色或者场景的操作实现娱乐、交流为目的的游戏方式，具有可持续性的个体性多人在线游戏。

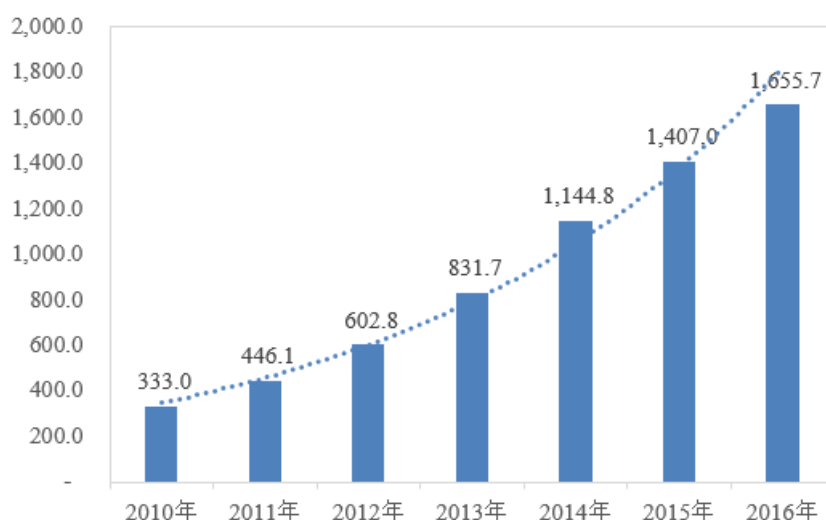
国内网络游戏市场规模呈现持续快速增长的态势

国内网络游戏行业产生于 20 世纪末，经过数年的培育期，2005 年前后进入快速成长期，网络游戏市场规模快速增长。

中国互联网络信息中心的数据显示，截至 2017 年 6 月底，中国互联网用户数量已达到 7.51 亿。在国内互联网用户持续增加的背景下，伴随着国内网络游戏企业研发能力和运营能力的不断提升，国内网络游戏市场规模呈现持续快速增长的态势。游戏工委发布的《2016 年中国游戏产业报告》显示，2016 年中国网络游戏市场销售收入为 1,655.7 亿元人民币，同比增长了 17.7%。

2010-2016 年中国网络游戏市场销售收入及预测

单位：亿元



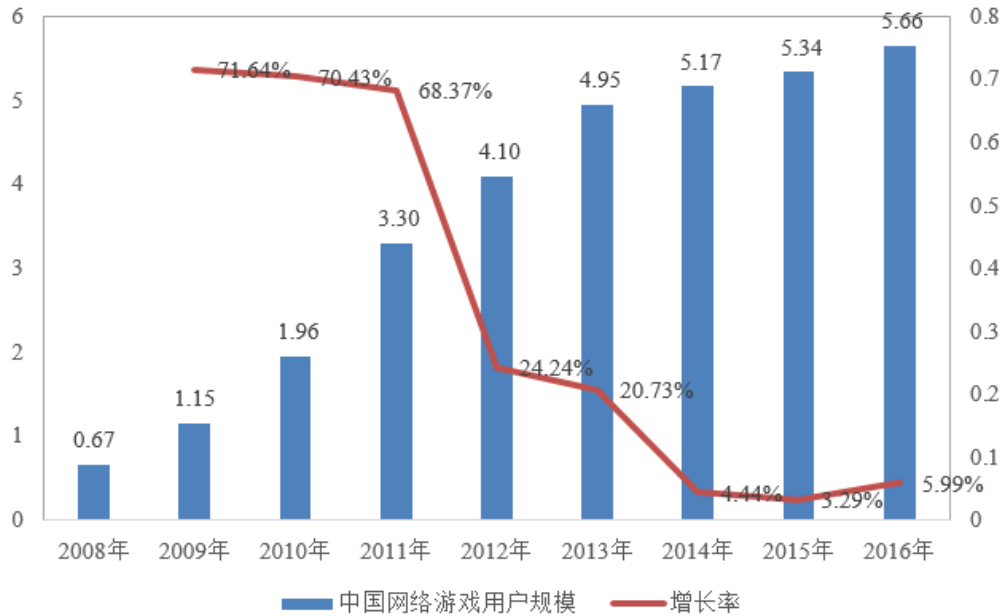
数据来源：游戏工委《2015 年中国游戏产业报告》、《2016 年中国游戏产业报告》

网络游戏用户规模过亿

中国互联网络信息中心发布的第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2017 年 6 月底，中国网民数量达到 7.51 亿，互联网普及率为 54.3%，网民数量较 2016 年末增加 1,992 万人，较 2016 年底提升了 1.1%。中国网络游戏用户增长和互联网用户增长高度相关。《2016 年中国游戏产业报告》显示，2016 年，中国游戏市场用户数量约为 5.66 亿人，较 2015 年增长 5.9%。网络游戏用户规模的增长将较大地带动整个网络游戏行业的发展。

2008-2016 年中国网络游戏用户规模

单位：亿人



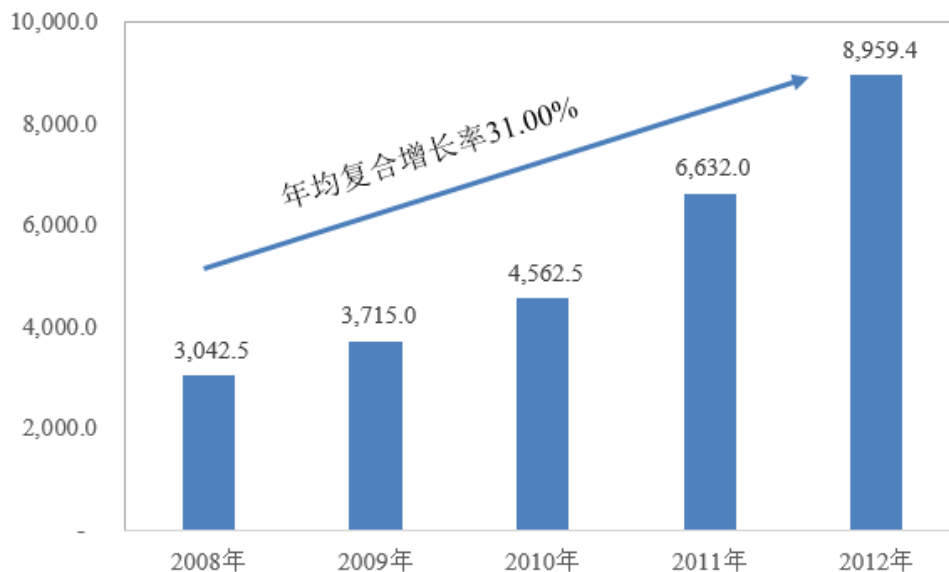
数据来源：游戏工委《2016年中国游戏产业报告》

网络游戏付费玩家数量逐年提高

随着网络游戏品质的提高、玩家收入水平的上升以及支付便捷性的提升，网络游戏玩家的付费接受度逐渐提高。游戏工委《2012年中国游戏产业报告》显示，2012年中国付费网络游戏用户数达到8,959.4万人，比2008年增加1.94倍，2008年至2012年的年均复合增长率为31.00%。网络游戏付费玩家数量的提高将带动网络游戏行业进入更加快速的增长通道。

2008-2012年国内网络游戏付费玩家数量

单位：万人



数据来源：游戏工委《2012年中国游戏产业报告》

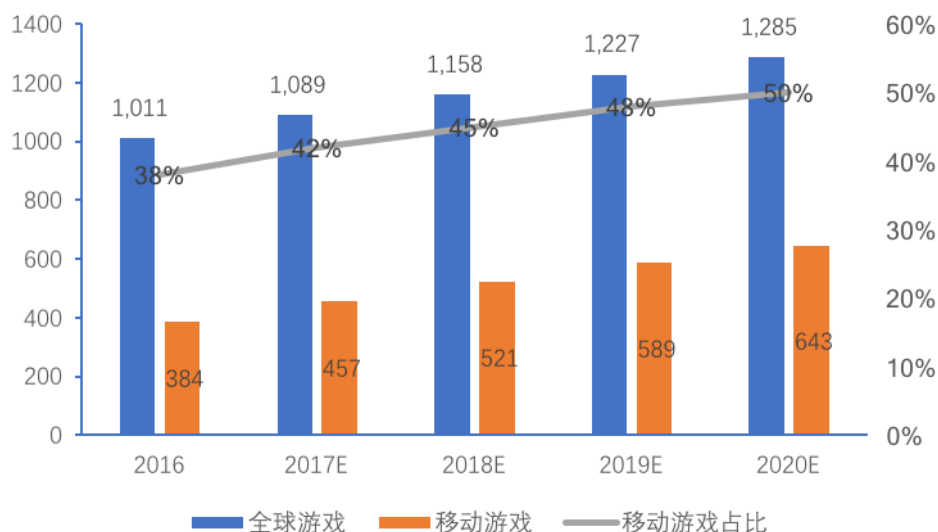
移动游戏市场成为新的增长点

随着移动互联网信息基础设施建设的进一步增长，移动互联网的使用成本逐渐降低，新增网民规模的稳健增长和原 PC 网民的转化加快共同带动了移动设备网民规模的持续扩大。与此同时，智能手机、平板电脑等移动设备的普及、更新换代以及 3G、4G 等移动通讯技术的发展，也带动了移动游戏市场的迅速发展。移动游戏具有可随身携带、可随时登陆退出的优点，方便游戏用户在零碎时间进行游戏体验。

A. 全球移动游戏规模持续增长

《2015 年移动游戏产业白皮书》显示，截至 2015 年全球移动游戏产值已超过 300 亿美元，其份额占全球游戏市场的 33%，其中，手机游戏以 210 亿美元的产值占据主要地位。Newzoo《2017 Global Games Market Report》报告显示，全球游戏市场 2016 年产生 1,011 亿美元收入，预测至 2020 年将增至 1,285 亿美元，年复合增长率为 6%；其中，占比最高的移动游戏 2015 至 2020 年收入将从 304 亿美元增至 643 亿美元，移动游戏收入占游戏总收入比例将由 33% 增至 50%。

2016-2020 年全球游戏市场规模及移动游戏市场规模



数据来源：Newzoo《2016 Global Games Market Report》、《2017 Global Games Market Report》

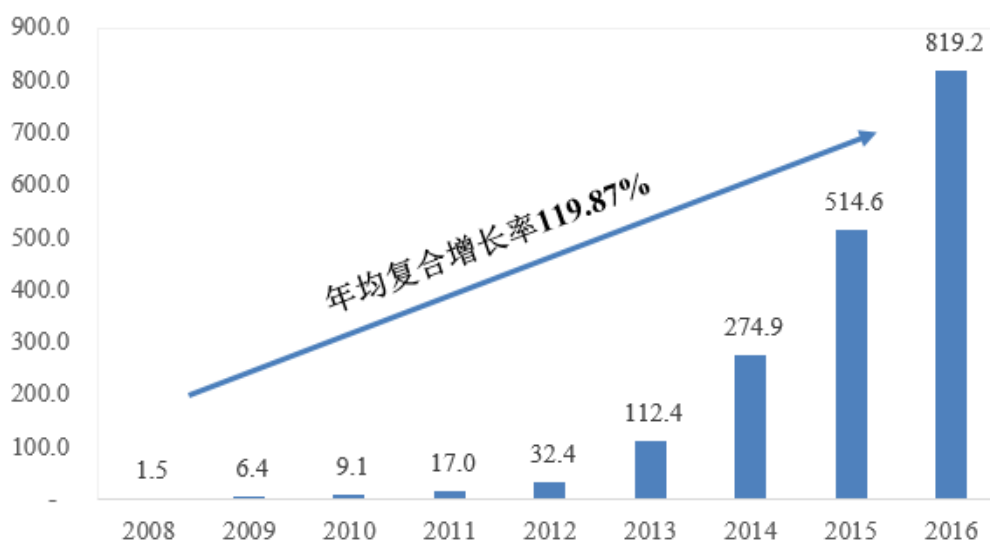
B. 我国移动游戏增长空间巨大

移动游戏市场销售收入逐年提升

近年来我国移动游戏市场规模逐年提升，根据《2016 年中国游戏产业报告》显示，2016 年中国移动游戏市场实际销售收入 819.2 亿元人民币，比 2015 年增长 59.20%。按细分市场，2016 年移动游戏市场占比首次超过客户端游戏，达到 49.5%，成为份额最大的细分市场。

2008-2016 年中国移动游戏市场销售收入

单位：亿元



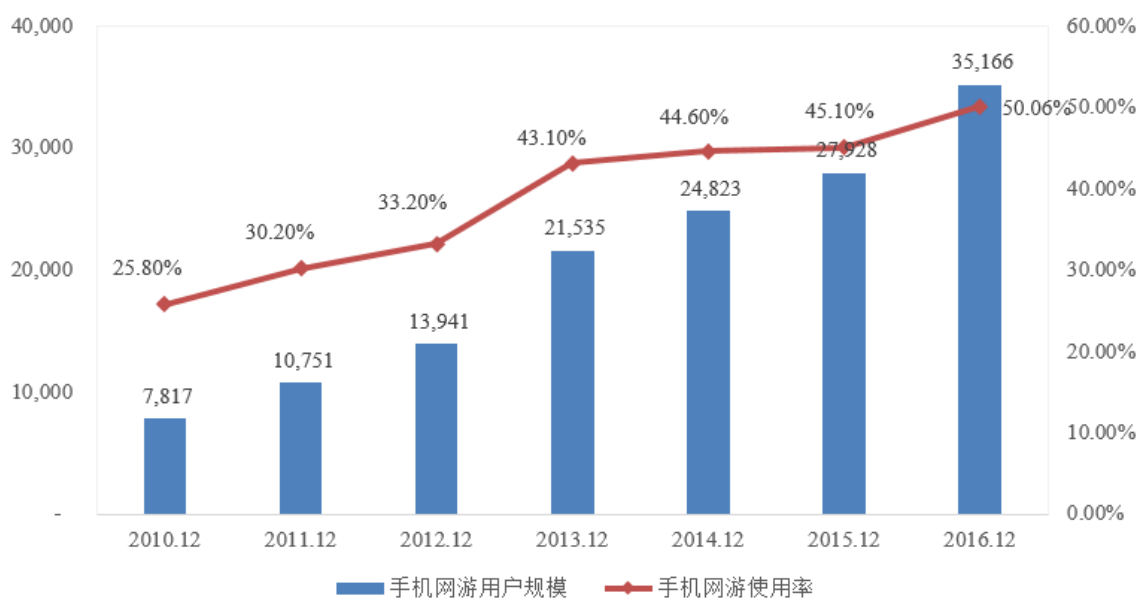
数据来源：游戏工委《2015 年中国游戏产业报告》、《2016 年中国游戏产业报告》

移动游戏转化存在提升空间

根据 CNNIC《第 39 次中国互联网络发展状况统计报告》的数据，截至 2016 年 12 月，我国使用手机上网玩游戏的用户规模达到 3.52 亿，占整体手机网民的 50.6%。与需要使用电脑端进行操作的游戏相比较，手机游戏或移动端游戏的多数属于轻度游戏，使用时间碎片化、游戏门槛降低化、游戏玩法多元化，满足各年龄段人群游戏诉求，手机网民转化为移动游戏用户依然存在一定提升空间。

手机网络游戏用户规模及使用率

单位：万人



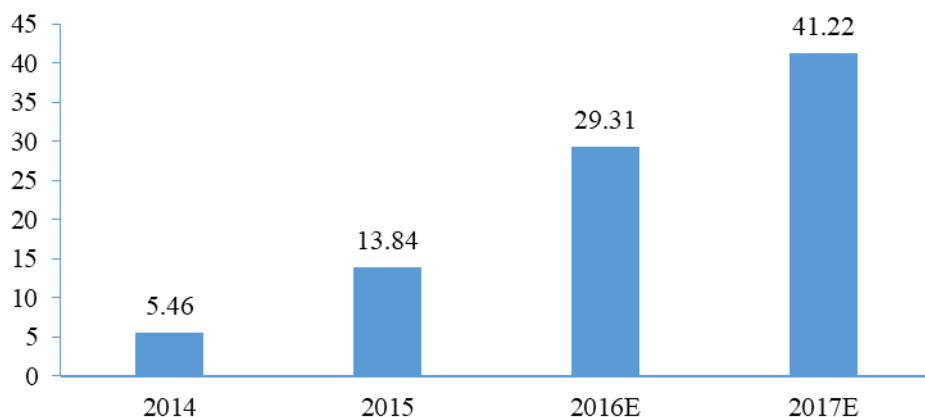
数据来源：CNNIC《第39次中国互联网络发展状况统计报告》、《2016年中国游戏产业报告》

C. 二次元移动游戏规模稳步增长

艾瑞咨询《2016年中国二次元手游报告》显示，2015年我国二次元手机游戏收入已达13.84亿元，同比增长153.4%，预测到2017年我国二次元手机游戏收入将达41.22亿元，我国二次元手机游戏总量处于持续增长趋势。随着厂商的成熟化、产品的创新化及类型的多元化，未来将出现更多优质的原创二次元手游，推动我国二次元移动游戏行业进一步发展。

我国二次元手机游戏市场规模及增长率

■ 我国二次元手机游戏市场规模（亿元）



数据来源：艾瑞咨询《2016年中国二次元手游报告》

② 动漫行业

产业规模近年来持续增长，产值已达千亿

我国动漫产业近年来继续保持快速增长的态势，据《动漫蓝皮书：中国动漫产业发展报告（2015）》及期刊《出版发行研究》，我国动漫产业产值从 2005 年的不足 100 亿元，增长到 2016 年的 1,498 亿元左右。根据《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》，预计到 2020 年，我国动漫产业产值达到 2,500 亿元左右，有望在现有规模的基础上大幅增长，真正跻身世界动漫强国行列。

在规模不断扩张的同时，动漫产业的产业结构和产业布局也得到了不断优化，文化产业化和产业文化化共同促进了动漫产业的发展。我国优秀动漫企业一方面抓住动漫文化需求快速增长的机会，取得相关业务的稳定增长；另一方面也立足我国国情，吸收学习西方动漫产业建设的先进经验，加强核心动漫 IP 开发并通过资源整合以及产业链延伸构建融合发展的生态体系。

未来动漫产业大型企业将进一步加强战略布局，围绕优质品牌资源实施整合，提升核心竞争力，从而推动产业发展走向深化。

技术水平不断提升，动画市场用户市场广泛

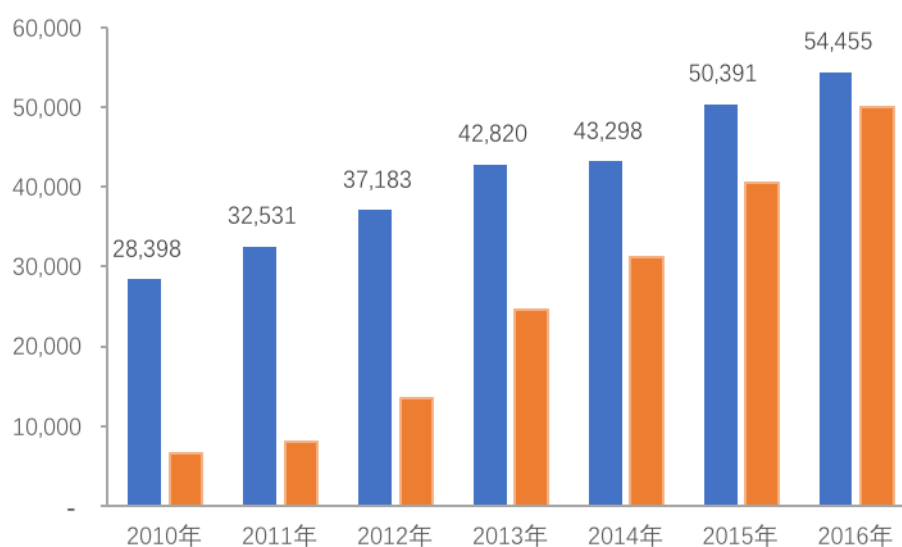
随着动画技术水平的不断提升，动画题材的持续丰富，动画剧情的日益饱满，动画产品不再只针对低龄幼儿群体，而是通过高品质的内容逐步向成年观

众渗透，促使动画产品观看人群日益拓宽，推动国内动画市场快速发展。随着国内互联网及各类电子产品的迅速普及，网络视频已经成为动画、电视剧、体育赛事等节目的重要观看来源，根据 CNNIC 数据显示，2010 年我国网络视频用户数量为 28,398 万人，到 2016 年我国网络视频用户数量达到 54,455 万人，复合增长率达 12.15%。

动画是网络视频流量的重要内容，随着网络视频用户规模的快速增长，动画观看人数也不断增加，市场用户基础广泛。

2010-2016 年我国网络视频用户数量

单位：万人



数据来源：CNNIC

③动漫周边产品市场

动漫周边产品市场规模较大，2012 年全球动漫产业产值 2,220 亿美元，而动漫周边产品市场规模高达 5,000 亿美元以上。中国动漫产业中，周边产品市场约占 70%。

近年来，我国受到民众喜爱的动漫作品大量涌现，且围绕相关形象的周边产品市场也在快速发展。但总体来看，我国优秀动漫 IP 数量及影响力仍有待提高，且整体的动漫产业链仍不完善，产业链各环节的融合有待深化，围绕核心动漫形象的周边产品开发、销售及市场推广还有待加强。随着优质 IP 的开发和

产业发展深化进程的加快，国内动漫周边产品行业方兴未艾，未来发展空间巨大。

随着动漫产业结构不断优化、技术和内容不断创新、优秀企业和人才不断聚集以及与相关产业融合日趋加速，动漫产业在未来几年仍将保持较快增长。

（四）进入本行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

互联网文化产业的核心是用户，及其所带来的粉丝经济。原创优质 IP 的核心价值体现在其规模庞大的核心粉丝上，缺乏市场口碑和品牌知名度的企业很难在短时间内赢得数量较多的核心用户，难以参与主流市场竞争。原创品牌公司经过多年的发展，凭借其创造出的优质的品牌、先进的技术优势在行业中积累良好的口碑，树立了自己的优势品牌地位，形成了一定的品牌壁垒。用户一旦选择了喜爱的原创 IP 通常会在相当长的一段时间内保持对品牌和其相关内容的喜爱，同时也会对该 IP 生态圈中其他环节的产品保持关注。

而从游戏产品开发方面来说，随着我国网络游戏开发快速增长，面对数量众多的网络游戏，玩家通常会选择有一定熟悉程度或行业内较为知名的开发商开发的产品。因此，知名开发商开发的产品较初创的开发商开发的产品更具竞争优势，营销成本更低，推广效果更好。因此，品牌壁垒是进入本行业的一个重要壁垒。

2、技术壁垒

本公司所处行业属于技术密集型行业，具有较高的技术壁垒。互联网文化行业技术发展和更新速度较快，尤其是公司主要产品所涉及的移动游戏。随着行业内竞争的日趋激烈，当前移动游戏的品质、开发和运营能力已经上升至较高的水准，对企业的技术实力提出了更高的要求。游戏开发和运营过程中涉及到游戏策划、程序设计、美术制作、营销渠道等均需要较高的技术水平，且需具备对新技术的持续跟踪和研发能力，以不断更新、优化其技术，才能满足市场发展的需求。而新进入行业的企业往往缺乏相关数据和技术支持，无法在短期内设计出符合玩家偏好的游戏。因此，行业技术壁垒较高。

3、人才壁垒

互联网文化行业的发展不仅仅依赖于技术，同时也需要持续的专业人才培养和储备。我国互联网文化行业正处于发展的黄金期，高端创意人才的短缺成为行业稳步发展的瓶颈。为了适应多层次、快速变化的市场需求，本行业企业需要一批能深入理解行业文化，理解原创 IP，同时具备紧跟潮流意识的优秀人才。

原创 IP 不仅要求创作人员具有较强的产品设计能力以及不断研发新产品的能力，同时也要求能深刻理解客户需求，并拥有将理解转化成为内容的软实力，否则难以在众多的原创 IP 中取得自己的一席之地。因此，深刻理解行业发展规律，对市场需求有敏锐判断力并具备国际视野的人才也是不可或缺的，这些累积都需要相当长的时间以及较大的资本投入。目前国内优秀的技术人才依然较少，随着行业的快速发展，对专业人才的需求将日益增加。由于专业人才的培养难度大、周期长，专业人才短缺现象将长期存在。因此，人才壁垒是进入本行业的一个重要壁垒。

4、资金壁垒

与传统行业投资主要用于采购固定资产不同，互联网文化行业投入主要为费用化支出，前期支出主要包括软件采购成本、研发人员薪酬支出等，随着用户对内容品质要求的提升，产品开发周期加长，产品开发成本逐年提升，需要更多的资金投入；而行业高端人才稀缺也形成了人工成本相对较高的现状；此外，新产品上线后，需要及时投入大量市场推广费用，以保证第一时间占领市场，对资金规模及流动性要求较高。

互联网文化企业多数为创业型企业，初期资本积累较少，若产品研发不成功或运营失败，将无法收回前期投资，对公司持续盈利能力有重要影响。因此部分风险偏好低、资金实力弱的企业不敢轻易进入行业。综上，本行业存在明显的资金壁垒。

5、准入壁垒

互联网文化行业，尤其是网络游戏行业受到了政府多方面的严格监管，其行业主管单位工信部、国家新闻出版广电总局、文化部等相关部门均针对增值电信业务、互联网信息安全等领域出台了多项法规和规范性文件进行监管，企业需要

取得增值电信业务经营许可证、网络文化经营许可证等一系列行政许可和备案，对于拟进入行业的企业形成了较高的行业准入壁垒。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、行业的有利因素

（1）国家出台多项政策驱动产业繁荣发展

国家高度重视文化产业发展，近年来出台了多项扶持产业发展政策，鼓励技术进步、文化出口，并为行业创造了良好的政策环境和投融资环境，促进了行业的不断发展与持续繁荣。根据国家“十二五”发展规划纲要，国家要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，逐步落实文化“走出去”战略，提升国家软实力。《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中也明确提出大力发展数字出版、互动新媒体、移动多媒体等新兴文化产业，促进动漫、网络游戏、数字音乐、网络艺术品等数字文化内容的消费。而在新闻出版总署发布的《新闻出版业“十二五”时期发展规划》也指出，以原创创意为重点，快速提高国产动漫出版产品的数量和质量，加速发展动漫游戏出版产业。文化部 2017 年 4 月基于《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》而提出的“关于推动数字文化产业创新发展的指导意见”中更是进一步明确指出要“着力发展数字文化产业重点领域”、“推动动漫产业提质升级……促进动漫与文学、游戏、影视、音乐等内容形式交叉融合，发展动漫品牌授权和形象营销，与相关产业融合发展，延伸动漫产业链和价值链。”

受国家政策指引，各地政府积极推动文化创意产业发展，创建文化创意产业基地，文化产业迎来了前所未有的发展良机。互联网文化行业作为文化产业的重要分支，对推动我国文化产业的发展，促进我国精神文明建设同时也为我国经济发展做出了重要贡献，将在企业布局、资金支持、配套建设、政策扶持等多方面得到更多的政策支持，行业发展前景一片向好。

（2）互联网行业快速发展为产业发展奠定基础

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 40 次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2017 年 6 月，我国网民规模达 7.51 亿，其中，手机网民规模达 7.24 亿，占比 96.3%。网民规模逐年增长主要得益于我国互联

网普及率的进一步提升。随着我国互联网行业“十二五”发展规划的推出，网络基础设施的优化升级，加速了网络接入的宽带化建设，3G、4G 网络的大规模基础建设的完成，技术的覆盖范围和质量均进一步提升，大大提升了用户体验。此外，移动互联网技术的发展逐步成熟，智能终端普及率逐年提高，移动硬件设备的不断发展和高速网络基础设施的不断完善，带动了网民上网设备进一步向移动端集中，移动端的流量的持续增长。互联网和移动互联网的深度普及推动了 ACGN 的传播和发展，加快了二次元文化的渗透，同时规模庞大的网民也为二次元文化在我国的传播、发展奠定了强有力的用户基础。

（3）用户付费意愿的提升为行业发展提供保障

随着国内互联网用户规模的增长，付费用户规模也呈现快速增长的态势，以移动游戏为例，据《2014-2015 年中国手机游戏用户调研报告》，截至 2015 年 6 月，我国使用手机上网玩游戏用户规模达到 2.67 亿，46.6% 的用户曾为游戏付费，而这一比例在 2014 年仅为 28%；《2016 年中国游戏产业报告》中对付费用户数据进一步更新，根据该报告，2016 年中国游戏用户规模达到 5.66 亿人，其中有接近四分之三的用户在游戏内进行了付费，用户付费意愿大幅提升。

用户收入水平的提升、新一代移动通信技术的发展、内容品质的不断提升以及网络支付手段的日益丰富共同推动了用户付费接受度的进一步提高。此外，移动支付的便捷性、安全性、稳定性的改善和提高也降低了用户付费的心理障碍，网络消费将转化为互联网用户的一种日常消费习惯，付费用户的规模增长及良好的付费意愿将成为行业发展的重要推动力。

（4）小众文化向主流文化的转变成为了行业发展的推动力

二次元文化行业在我国起步较晚，近年来，随着互联网、移动互联网的普及和国家政策支持，“二次元”以及“二次元文化”已经逐渐被越来越多的人了解和熟知，核心用户群体逐渐成熟，并开始对周围人群形成影响，形成广泛的泛二次元用户群体，根据易观智库的数据，截至 2015 年我国泛二次元用户为 7,038 万人，预计到 2016 年该数据将达到 10,103 万人，泛二次元用户比例占我国人口总量比重逐年增大。与此同时，二次元用户群体也具备了相当的组织性和集聚性，出现了专业性的二次元网站、主题论坛等用户交流平台，用户通过

互联网为主要载体形成了完善与广泛的评价和判断机制。二次元文化已从人们印象中的“小众文化”逐步转变成为社会的主流文化之一。与此同时，二次元文化产业也在持续前进，产品类型不断创新及多元化、行业相关厂商的运营成熟化，都加快了二次元文化的渗透，推动了产业的进一步发展。

2、行业的不利因素

（1）专业性人才缺乏，人工成本持续上涨

二次元文化行业涉及创意策划、软件开发、市场运营和用户管理等诸多专业领域，需要一大批拥有策划、编程、美术、市场营销等专业技术知识的综合性人才。而在国内，二次元文化行业仍然是一个新兴行业，国内尚未完全形成专门化、系统化的技术人才培养体系，若通过企业内部培养，则周期较长且难度较高，造成了业内人才缺乏的情况，高水平人才匮乏将成为本行业的快速成长的瓶颈。此外，随着物价水平的提高，劳动力成本也持续上扬，对行业发展形成了一定的成本压力。

（2）产品同质化现象严重，影响用户付费率

公司主要收入来源为移动游戏产品，国内移动游戏产品数量众多，部分游戏开发商缺乏创新动力或创新能力不足，游戏类型、玩法、题材跟风现象严重，导致市场上充斥大量同质化产品。不正当的竞争手段打击了拥有真正具备创新性产品的企业，过多的同质化产品导致市场供过于求，产品对玩家的吸引力下降，新用户增速下滑，影响了用户付费难度，降低行业利润率，对行业的整体盈利能力产生不利影响。

（3）法规和管理体制尚不完善

尽管国家为鼓励行业推广出台了一系列的扶持政策，然而由于二次元行业属于近年来发展的新鲜事物，相关配套法律、管理体制尚在不断完善过程中，部分审查机制细化程度不够，导致行业内存在违规经营等行为，不仅部分企业难以得到周全的法律保护，同时损害了行业形象。

（4）过度依赖单一收入来源，变现渠道较少

国内的二次元行业盈利渠道仍过于单一，较为普遍的是通过游戏收入变现。然而，受技术水平和市场情况影响，游戏产品不一定能如愿获得用户青

睐。若公司无法取得稳定的资金进行后续研发工作，将降低了创造性产品的出现几率，不利于驱动产业变革。

（六）行业的利润水平与变动趋势

公司所处行业是集资本密集、技术密集和人才密集为一体的行业，具有高附加值、高利润率的特征。近年来行业利润率长期保持在较高的水平，尤其是拥有完整业务产业链，掌握各环节核心优势的企业净利润率相对较高。然而，随着人力成本的上升、不断有新的竞争者进入市场导致竞争加剧、市场推广费用水涨船高，行业平均利润水平略微呈现下滑趋势。

（七）行业技术水平及发展趋势

1、互联网技术发展带动移动游戏开发及运营技术的飞速提升

随着互联网信息技术的飞速进步，PC 与移动终端的硬件设备和系统水平不断提升，移动游戏在开发设计技术和运营技术等方面都有了较大进步。

在移动游戏开发方面，呈现出以下几点趋势：（1）游戏美术技术的进步使得游戏在角色、道具、场景、地图、特效等方面的设计更精美细致，游戏界面视觉效果逼真引人入胜，吸引更多玩家，提升玩家的游戏体验；（2）VR、AR 技术与移动游戏的有机结合将给玩家带来全新的游戏体验。随着 VR、AR 应用性能的逐步提高和日渐成熟，未来移动游戏将给玩家带来游戏的独特体验，大大增加了移动游戏的趣味性。

在移动游戏运营技术方面，首先，大型服务器技术的进步使得服务器的承载量增大，能够容纳数量更多的玩家同时在线，性能更稳定安全；其次，游戏云计算技术，尤其是云服务器应用为移动游戏运营商提供大容量、高速率的储存、计算和网络服务，有利于提高游戏运营商的综合运营能力；最后，大数据技术在游戏运营数据挖掘方面的应用，有助于构建玩家数字全景画像和玩家的全生命周期管理、满足玩家个性化娱乐体验需求，打造“云+生态”的移动游戏运营模式。

2、IP 运营模式全面贯通文化产业环节链条

在文化产业中，IP 可以借助其他形式的娱乐产品向上下游行业延伸，贯通文化产业链条，最终实现价值最大化。在国际上，文化产业注重实现单一内容

产品的 IP 化和 IP 全产业链运营。如美国的迪士尼公司，多年来对旗下 IP 资源的精心经营，拥有多款深入人心的知名 IP。其主营业务涵盖动漫、影视、游戏、图书等，迪士尼主题乐园更是迪士尼多款 IP 日积月累的重要成果。而在日本，则更多地以动漫作为文化产业的起点，通过融合影视、游戏、图书、杂志及与动漫有关的动漫周边产品等，形成了贯穿“漫画出版—动画制作播出—版权授权—动漫周边产品生产及销售—部分动漫作品外销授权—成功动漫产品深度开发”的产业链，发展成为其国民经济最重要的支柱产业之一。

近年来，随着“互联网+”时代的发展，通过游戏、动漫、影视、文学、音乐等娱乐形式协同打造同一个优质 IP，逐步成为了 IP 主流运营模式。优质的 IP 容易产生较高的用户转化率，在产品上线初期，通过 IP 的宣传和推广，能够迅速吸引受众眼球，提升产品的市场关注度，导入大量用户。此外，优质的 IP 还能够延长产品的生命周期，提高粉丝和用户对该 IP 的认同感，维持客户忠诚度。

在我国，当前主要 IP 运营手段是外购 IP 再进行简单的形式变更，如将已有的 IP 在电视剧、小说、移动游戏等形式中做单次改变。此种 IP 运营模式仅对 IP 进行价值链的一次增值，未能包含 IP 的全产业链环节。IP 本身具有一定的粉丝基础和较高的话题性，热门 IP 能有效整合线上渠道、线下渠道和衍生商品渠道资源，因此，随着 IP 全产业链运营的模式逐渐成熟，由自主原创 IP 辐射向动漫、影视、游戏、文学的情况会逐步增加，形成原创 IP 向全文化产业链内容辐射，以优质 IP 作为内容产业融合的纽带，透过其巨大的粉丝效应，通过不同渠道的内容建设，能进一步增强粉丝黏性，同时加强游戏与文学、影视等传统文化产品的相互融合，使其运营合作更加紧密，互为上下游，为游戏产品、影视作品、动漫周边产品等后续开发提供盈利保证。

3、内容“精品化”及运营“精细化”

与其他行业相比，互联网文化行业具有以下特点：（1）直接面对个人客户，客户需求存在个人化、差异化；（2）客户数量庞大，如单款游戏的玩家数量可达数百万人，漫画的点击阅读量可达千万人；（3）宣传效应强，网络时代每个客户都是一个宣传渠道，每个人都可以向身边或网络中的人表达对产品的看法。因此，互联网文化行业中，为客户提供精品化的内容以及优质的服务对

企业发展有重要影响。

互联网文化市场竞争激烈，产品同质化现象严重，用户偏好也处在不断变化过程当中，对企业运营的精细化水平提出了更高的要求。企业需要对所处的市场和客户进行分析，准确地把握市场动态和客户需求，并制定行之有效的策略，最终实现转化。其中，数据分析是精细化运营的驱动力，同时也是企业核心竞争力的重要组成部分，如在移动游戏运营过程中，对不同平台的新增用户、活跃用户、留存率、付费率、转化率等各个环节进行全方位分析，并将其数据化，分析不同平台用户的活跃程度及消费行为，指导企业后续运营策略；此外，创新且有深度化的内容也可将用户从市场的千篇一律中解放出来，降低用户的审美疲劳。

4、移动游戏效果端游化

随着技术发展，移动游戏引擎不断进步，移动游戏的研发技术和运营技巧正整体接近客户端游戏。当前市面已有数款移动游戏产品如网易的《阴阳师》、《天下》、腾讯的《王者荣耀》、发行人的《崩坏 3》等游戏，无论是从画面细节、场景渲染，或是动作连接、人物表情等诸多方面都做到十分精细，体现了能与客户端游戏媲美的优秀的产品品质，吸引了众多对画面、打击感有诉求的玩家。同时，与电脑端相比，移动端也具有移动便捷、游戏时间碎片化等优势，未来市场规模巨大。

（八）行业特有的经营模式

1、运营模式

由于行业的特殊属性，互联网文化产品及内容主要通过网络信息进行传播，不存在实物交割、物流运输的情形。

公司游戏产品目前的运营模式包括自主开发运营和授权运营，公司根据是否存在合作运营商的差异将自主开发运营模式细分为自主开发运营模式-独立运营（以下简称“独立运营”模式）和自主开发运营模式-合作运营（以下简称“合作运营”模式）。独立运营模式下，公司自主研发并独立运营产品，拥有游戏的完整版权；合作运营模式下，公司作为游戏开发商与合作运营商（一般为 APP 应用商店的运营方）合作运营游戏，游戏开发商负责产品的研发和版本更

新，同时提供服务器和带宽服务，合作运营商拥有客户资源，负责产品推广及运营，双方共同分担运营费用；授权运营则是游戏开发商主要负责产品研发，授权运营商负责全部运营工作，并承担所有运营费用。

2、收费模式

不同的运营模式下的收费模式也不尽相同。**独立运营模式**下，游戏开发商通过充值平台，如支付宝、微信等收取客户款项；**合作运营模式**下，合作运营商收取玩家的充值款，再依照协议与开发商进行分成；而**授权运营模式**下，通常情况授权运营商会先在运营公司游戏之初，向游戏开发商支付一笔一次性的授权金，同时定期就收取到的玩家充值款按照约定的分成比例支付给开发商。

（九）行业周期性、区域性及季节性特征

1、周期性

受益于互联网技术以及移动终端技术的发展，互联网用户数量逐年增加，带动了国内互联网文化尤其是 ACGN 市场规模的持续上扬态势。由于网络游戏、动漫等均属于低成本的大众休闲娱乐消费产品，客户消费水平基本不会受到国家宏观经济波动的影响，因此本行业不存在明显的周期性。

2、区域性

通常经济越发达的地区，居民对新鲜文化的接受度越高，文化需求也更强烈，因此二次元文化的普及率也相对较高。此外，由于二次元文化产品的传播高度依赖互联网和计算机，其受众的消费能力取决于收入水平，因此市场的区域性分布与经济发达程度、人口密度以及硬件设施水平密切相关。因此，总体来看，行业普及程度与当地经济发展情况密切相关，市场相对集中在经济较为发达、人口密集的城市和地区。

3、季节性

报告期公司主要收入来源为移动游戏充值收入，移动游戏的消费主要为个人休闲娱乐消费，整体来看并无明显季节性特征。不过受用户购买行为特征影响，节假日期间游戏收入规模会有所增长。

（十）公司所处行业与上下游行业的关系

1、上游行业的发展对本行业的影响

公司主要产品均依托于互联网行业，互联网行业上游主要包括开发设备供应商、服务器提供商、宽带通信运营商、媒体行业以及支付服务商等等。其中，软件行业主要包括游戏开发软件、办公软件开发商；硬件设备供应商主要包括计算机、服务器制造商；媒体行业主要为运营推广服务的提供商；支付服务行业主要包括线上支付平台等。上游企业的发展改善了互联网通信质量，提高了互联网产品的开发技术和品质，提升了用户体验，促进了市场繁荣。

2、下游行业的发展对本行业的影响

公司所创作的移动游戏、动漫等产品均直接面向个人消费者，本行业在整体上不存在下游行业。互联网技术、移动终端技术的发展、移动终端用户数量的持续增长以及个人付费意愿的提升促进了本行业的稳步发展。

三、发行人的行业竞争地位

（一）发行人在行业中的竞争地位

1、发行人为 2017 年中国互联网百强企业，拥有较强的研发实力及盈利能力

公司具有较强的研发实力和盈利能力，是中国互联网协会、中国工业和信息化部信息中心评定的“2017 年中国互联网百强企业”，根据中国互联网协会、工业和信息化部信息中心出具的《2017 年中国互联网企业 100 强分析报告》，百强企业的评选覆盖企业规模、技术创新、社会影响和社会责任等方面的复合指标评价体系，评选结果中主要为综合门户类企业、垂直门户以及电商企业，网络游戏企业仅有 17 家。

除此之外，公司是上海市科学技术委员会、上海市经济和信息化委员会评选的“上海市 2016 年度科技小巨人企业”。2015 年 10 月，上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国税局、上海市地税局联合审核并颁发了编号为 GR201531000983 的《高新技术企业证书》；作为高新技术企业，公司一直注重技术研发以及创新，并取得了多项成果。截至本招股说明书签署之日，公司已成功申请并获得计算机软件著作权、美术作品著作权、音乐作品著作权 103 项以及五项计算机软件产品登记证书。除此之外，公司于 2014 年 6 月被上海市经

济和信息化委员会认定为软件企业；公司子公司米哈游科技于 2016 年 4 月被上海市软件行业协会评估为软件企业。

2017 年 1-6 月，公司实现营业收入 58,792.43 万元，净利润 44,703.18 万元，净利润率达 76.04%，具有较强的盈利能力。未来公司将进一步加强研发投入，扩充公司产品类型和数量，同时利用品牌和 IP 的优势扩大盈利增长点，进一步提升公司的行业竞争力。

2、公司是行业中较早开展 IP 运营的企业，原创 IP “崩坏” 积累了庞大的核心粉丝客户

公司是行业中较早开展 IP 运营的企业，报告期内，公司专注于构建二次元文化产业链，公司拥有自主创作的国内知名二次元 IP—“崩坏”，围绕“崩坏”IP 创作出移动游戏、漫画、动画、轻小说和动漫周边产品等多种类型产品。各类型产品在同一“崩坏”世界观下，人物角色、故事主线和价值观体系呈现一致性，通过不同品类产品相互影响和引导，逐步形成一个良性的 IP 产品生态圈。经过多年的发展和内容建设，公司原创 IP 已经积累了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。

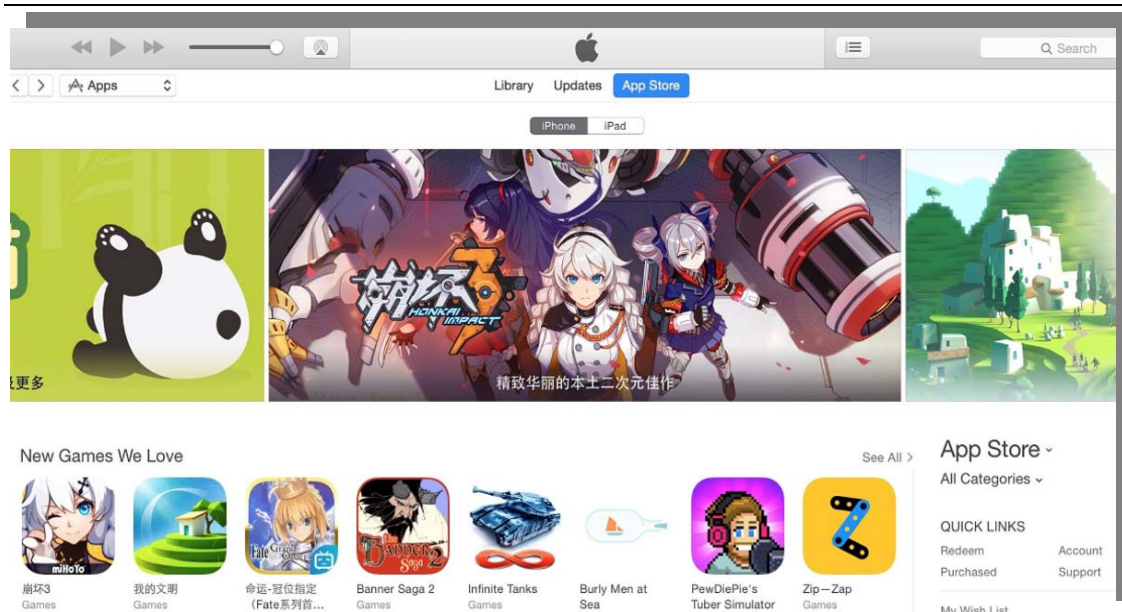
《崩坏学园 2》系公司基于“崩坏”IP 自主研发的移动游戏产品，凭借其独特的世界观、较强的游戏性、精致的画面及精细的运营方式，赢得了广大粉丝的认可。自在 App Store 上线至 2017 年 1 月 31 日，《崩坏学园 2》排名在苹果 App Store 总榜（畅销）前 50 位近 350 天（数据来源：ASO100.com）。截至报告期末，《崩坏学园 2》账户数量已超过 4,400 万个，并先后获得多项业内荣誉，曾获人民网颁发的“2014 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”、奇虎 360 颁发的“2014 年最具人气网络手游奖”、硬核联盟授予的“2015 第一届硬核黑石奖十佳网络游戏奖”等多个奖项。大量的核心粉丝及业内对公司品牌和 IP 的认可为公司的业务发展奠定了坚实的基础。

《 2015年国内主要原创二次元手游Appstore畅销榜排名 》



数据来源：艾瑞咨询《2016年中国二次元手游报告》

在《崩坏学园 2》成功研发及运营的基础上，公司于 2016 年 9 月推出了最新移动游戏产品《崩坏 3》，在苹果 App Store 上线次日获得首页的横幅推荐、专题和新游推荐，连续 20 天排行动作类游戏前十名。同时，《崩坏 3》也获得了国内硬核联盟的精品推荐。获得硬核联盟颁发的“十大人气游戏”、华为游戏“2016 年度十佳网游”、“2016 年度最佳二次元网络游戏金鹏奖”等多个奖项。截至 2017 年 6 月 30 日，《崩坏 3》账户数量已达 2,200 万人，累计流水金额超过人民币 11 亿元。



（二）发行人主要竞争对手及简介

发行人属于互联网文化行业细分行业下的垂直二次元文化企业，公司以原创优质 IP 为核心，在二次元文化下搭建了涵盖游戏、漫画、轻小说等产品的文化产业链。在国内，与发行人经营理念相类似的，以 IP 为核心的二次元文化企业还包括乐元素、幻萌科技、奥飞娱乐等；业内拥有与发行人主要游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》类型相近产品的竞争对手主要包括网易游戏、叠纸网络等，具体如下：

竞争对手	竞争产品	企业介绍
网易游戏	《阴阳师》、《乖离性百万亚瑟王》	网易游戏为网易公司（NASDAQ: NTES）在线游戏事业部，自 2001 年成立以来，网易游戏研发及代理的游戏达到数十款。其移动游戏代表作品为自主研发的《阴阳师》、《梦幻西游》手游版等。
腾讯	《火影忍者》	腾讯是国内大型的网络游戏企业，自 1998 年成立以来，腾讯开发及代理运营了多款知名游戏作品。其移动游戏代表作品为《王者荣耀》、《龙之谷》手游等。
乐元素	《梅露可物语》、《神威启示录》	乐元素科技（北京）有限公司成立于 2012 年，主要从事网络游戏的开发和运营，旗下主要代表作产品包括《开心消消乐》、《梅露可物语》、《偶像梦幻祭》、《神威启示录》等，其中《神威启示录》为一款二次元空战题材的 3D 手游。
金山网络	《少女咖啡枪》	金山网络旗下的西山居工作室成立于 1995 年，是中国最早的游戏开发工作室之一，代表作品为《剑侠情缘》系列游戏，旗下《少女咖啡枪》为二次元风格的 3D 射击游戏。
奥飞娱乐	《怪物 x 联盟 2》	奥飞娱乐股份有限公司成立于 1993 年，当前以 IP 为核心搭建起大动漫娱乐产业的全产业链运营模式，业务范围涵盖了动漫内容创作、媒体发行、衍生产品运营、直营零售等环节。奥飞娱乐于 2009 年在中小板上市。

叠纸网络	《暖暖环游世界》、《奇迹暖暖》	苏州叠纸网络科技股份有限公司成立于 2013 年，主要从事移动游戏的研发。主要代表作为《暖暖环游世界》、《奇迹暖暖》。
芜湖享游	《Fate/Grand Order》、《碧蓝航线》	芜湖享游网络技术有限公司为上海幻电信息科技有限公司负责移动游戏事务的子公司，从事移动游戏的代理运营，《Fate/Grand Order》、《碧蓝航线》为其主要代理作品。
幻萌科技	《战舰少女 R》	上海幻萌网络科技有限公司成立于 2013 年，主要从事移动游戏研发。其代表作《战舰少女 R》是一款二次元萌系拟人化卡片游戏。

（三）发行人的竞争优势

1、围绕知名 IP 为中心多产品线经营的行业领先商业模式

国内领先的商业模式

围绕旗下的 IP 开展多产品线经营是国际知名动漫公司主流商业模式，比如“美国队长”、“火影忍者”、“哆啦 A 梦”等 IP，具有很高的市场知名度，相关企业也围绕上述 IP 经营漫画、动画、电影、音乐、游戏、手办、主题公园等多种类型的产品。

公司是目前国内为数不多拥有原创二次元 IP 的企业，自主创作了国内知名二次元 IP—“崩坏”。公司产品涵盖移动游戏、漫画、动画、轻小说和动漫周边产品等多种类型，其各类型产品的人物角色、故事主线和世界体系均围绕“崩坏”IP 呈现，产品间相互促进相互影响，逐步形成一個良性的 IP 产品生态圈，经营模式在国内处于领先地位。

由于不同国家和地区用户在社会文化、游戏偏好、网络环境等方面存在较大差异，外购 IP 的游戏开发商在 IP 在改编过程中可能推进缓慢，例如可能会因与原著版权方沟通成本较高，或因游戏改编时间较长而错失推广时机等问题。公司作为本土企业，能更深层地了解玩家心态，及时把握市场动态并及时根据趋势做出反应，更易获得主动权。

原创 IP 下的庞大用户群体和大量的核心粉丝

“崩坏”IP 起源于 2011 年，经过近六年时间的发展壮大和积累，聚集了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。截至报告期期末，公司移动游戏账户数量超过 6,600 万个、漫画《崩坏 3rd》累计点击量超过 1.8 亿次、《崩坏学园四格漫画》累计点击量超过 5,500 万次、动画视频点击量超过 1,400 万次、《崩坏学园 2》的百度贴吧关注量累计超过 95 万，帖子总数累计超过 4,700 万、《崩坏

3rd》的百度贴吧关注量累计超过 49 万，帖子总数累计超过 1,900 万。

根据行业规律，成功 IP 的受众聚集效应能够为新产品提供用户基础，2016 年 9 月公司推出移动游戏《崩坏 3》，产品公测首月新增账户数量即超过 500 万，游戏流水超过 1 亿元，可见“崩坏”IP 下庞大的用户群体和大量的核心粉丝将成为公司未来其他产品成功的有力保障。

2、贴近市场的企业文化和充满创造力的团队

贴近用户的企业文化

公司的核心企业文化为二次元文化，从基层员工到高管团队，公司大部分员工既是二次元文化的创作者也是二次元文化的消费者。公司多数员工有自己喜欢的漫画、有每周必追动漫剧集、有每天必上的二次元网站，甚至部分员工每天穿着二次元文化的服饰。二次元文化是公司企业文化的最为重要的组成部分。

公司重视员工对二次元文化的认同感，原因为：一是员工会愿意为自己所热爱的文化倾注更大的热情和精力，在工作中发挥更大的创造力；二是对二次元文化的热爱有助于员工深层次理解用户的感受，创作出更符合二次元用户需求的优秀作品。

充满活力及创造力的团队

公司员工平均年龄为 28 岁，其中 30 岁以下的员工占公司员工总数的 77.60%，团队极富活力，更易接纳新鲜事物。同时，公司整个团队充满创造力和创业激情。公司三位创始人蔡浩宇、刘伟和罗宇皓为上海交通大学同学，充满创业热情，在校期间积极参加各种创业活动。经过 5-6 年的努力，发行人已经成为业内知名的二次元文化企业，产品《崩坏学园 2》市场影响力较大，公司曾被科技部和上海市委邀请，参加介绍创业经验的座谈会，是大学生成功创业的典型案列。

3、成功的产品研发和运营经验

公司主要游戏产品《崩坏学园 2》及《崩坏 3》市场反响较好，取得了较大的成功。2014 年 3 月《崩坏学园 2》在 App Store 上线，上线当日即位列付费项目中下载量第一名；2016 年 10 月《崩坏 3》在 App Store 上线首日即获得苹果

App Store 首页推荐。截至报告期期末《崩坏学园 2》账户数量超过 4,400 万个，游戏总充值流水超过 10 亿元；《崩坏 3》账户数量超过 2,200 万个，游戏总充值流水超过 11 亿元。以上两款游戏产品为公司积累了丰富的研发和运营经验，具体情况如下：

成功的产品研发经验

①领先市场的游戏设计理念。公司新产品立项前需要广泛地进行市场调研，深入了解市场最新的研发动态和目标用户的心理需求，公司在产品设计过程中在技术水平、玩法设计等方面均力求做到领先市场现有的产品，确保产品上线时能在同类产品中保持竞争优势。

②致力于创作精品游戏的研发策略。通常移动游戏的研发周期较短，公司游戏产品平均研发周期在二年左右。公司秉持精细打磨的研发理念，力求实现每一款游戏均成为精品，努力为用户提供更好的游戏体验。

成功的产品运营经验

①研发运营一体化的游戏经营策略。研发运营一体化是公司一直坚持的游戏产品经营策略，具有以下优势：A. 相比于不从事运营的游戏开发商，公司可以第一时间掌握游戏玩家的需求动向，开发适应市场变化的游戏产品；相比于不从事游戏开发的运营商，公司掌握着网络游戏的版权，不存在代理权丧失的风险。B. 研发运营一体化的经营模式能在网络游戏持续运营的过程中降低开发与运营环节间的沟通成本和配合失误的风险，同时有效地解决游戏开发商与游戏运营商间的利益分配矛盾。C. 在盈利能力方面，与以代理产品为主的游戏运营商相比，研发运营一体化网络游戏企业的净利润率通常较高，盈利能力更强。

②聚集核心粉丝群，形成口碑传播。新产品上线之初公司主要在核心二次元用户聚集度较高的平台或社区进行小范围宣传推广，以吸引核心二次元用户体验公司游戏。核心二次元用户特点鲜明，乐于与兴趣爱好相近的朋友交流，当该部分用户认同公司产品后，也会极力向自己的朋友推荐公司产品，形成有效的口碑传播。

③特有内容营销策略。公司十分注重推广的内容性，相比普通的广告推

广，包含优质内容的推广能够带来更好的宣传效果。例如公司会结合“崩坏”IP 中的人物形象、故事情节制作一些精美的音乐和动画，上传至哔哩哔哩等二次元网站，让玩家因为喜欢这些音乐或动画进而对公司的游戏产生兴趣；或者与其他热点进行影游联动，增加品牌间的互动，吸引更多受众群体；此外，公司也会定制一些游戏形象的抱枕、鼠标垫、雨伞等精美礼品赠予核心用户，不仅较大地提升核心用户的体验，同时也能够在其朋友圈中形成一定的广告效应。

4、强大研发团队及大量技术积累

强大的研发团队

公司十分注重研发人才的筛选、培养和积累，已初步形成一支个人素质高、专业能力强和业务范围广的研发团队。截至报告期期末公司共有研发人员 173 人，占公司总人数的 56.17%，除传统程序、美术等研发人才外，公司研发团队还包括 IP 创作人员，主要负责为现有 IP 创作内容，增强现有 IP 的生命力。公司人才门槛较高，看重人才可塑性，研发人员中，拥有硕士研究生以上学历的人数占比较高，公司同时注重研发人员实践经历，公司研发团队中的骨干力量，大部分具备知名的互联网企业工作经验。

持续的研发投入和先进的技术积累

先进的技术实力是互联网文化企业发展的根本动力，而技术的发展依托于企业持续的研发投入。公司自成立以来一直重视研发投入，报告期内公司研发费用平均占公司营业收入的比例为 10.34%。

经过多年的发展，公司研发出大量的移动游戏技术，积累了“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，公司的核心技术使得公司产品在画面渲染、数据处理速度、系统架构设计上处于行业领先地位。

（四）发行人的竞争劣势

1、公司规模较同行业公司较小

公司成立时间较短，虽然在细分领域用户中拥有较高知名度，但企业规模与同行业公司如网易游戏、奥飞娱乐等国内大型公司相比仍存在一定差距，已

上线的产品类别较少，总体实力较弱。目前行业领先的大型公司大多均已完成首次公开发行股票，有效依托资本市场的资源扩大资金规模和业务规模，迅速提升企业和产品的知名度。此次公开发行股票可以增加公司资本规模，公司未来可以更加快速地发展以及更加主动地把握市场机会，更好地围绕公司 IP 进行内容建设，丰富公司的产品类别。

2、资金规模相对较小

目前，公司业务规模的扩张主要受制于资金不足，一方面，公司希望能进一步拓展业务线，完善二次元文化产业链，受制于资金不足，公司业务规模扩展较慢；另一方面，为进一步强化公司在细分市场的优势，公司未来拟建立全球化发行渠道，并进一步加大技术研发投入，对资金需求较高。而资金实力以及融资渠道的限制，在一定程度上制约了公司的快速发展。

四、发行人主营业务的具体情况

（一）发行人主要产品

报告期内，公司围绕原创的“崩坏”IP，研发和创作出移动游戏、漫画、动画、轻小说及相应的动漫周边产品等崩坏系列产品，产品类型覆盖了二次元文化产业的主要品类。“崩坏”IP 是各产品之间核心的连接点，基于同一个 IP，公司各产品展现了统一的人物角色、故事主线、世界观和价值观，形成了较强的产品联动，促进了不同产品间的用户转化，从而实现了各产品的相互推动发展。

“崩坏”IP 与各产品间关联



1、崩坏 IP 介绍

（1）IP 含义

IP 是“Intellectual Property”的英文缩写，中文的意思为“知识产权”，原意是指通过智力创造性劳动所获得的成果，并且是由智力劳动者对成果依法享有的专有权利。具体到文化产业中，IP 的概念有了进一步的延伸，在文化产业中 IP 通常指的是文化产品的一种独有的设定，主要包括人物角色的设定、世界观设定、故事主线的设定等。以著名 IP“天龙八部”为例，该 IP 的主要设定为乔峰等主角在宋朝时代下的英雄武侠故事，围绕该 IP 有小说、网络游戏、电视剧等各种类型的产品。通常情形下 IP 是指一种已经形成多元化产品的独特设定，但是若某个产品的用户规模足够多且具备向其他类型产品衍生的能力，那么也可以将该产品中的设定称之为 IP。

（2）公司“崩坏”IP 介绍

①世界观

公司自主创作的“崩坏”IP，虚构了一个“崩坏”的世界。“崩坏”的表现形式可能是战争、气候灾难等，每一次“崩坏”的出现都会给人类带来生存的考验。人们可以通过收集、利用“崩坏”能量，获得特殊的能力从而对抗“崩坏”，拯救世界。

②故事主线

故事发生于“崩坏”期间，讲述了身份各异的主角们因为心怀拯救世界的信念而走到了一起，通过自身的努力和团队协作对抗“崩坏”并拯救人类的经历。虽然对抗“崩坏”的过程充满艰辛，但是主角们凭借着积极乐观和坚韧不拔的精神战胜了遇到的种种困难。故事中交杂着亲情、友情和爱情，通过情感的纠葛将故事中的人物形象生动地展现出来，并传达了积极向上的价值观。

③主要的人物角色

“崩坏”IP 当前塑造了多个角色，每个角色的性格、身世等各不相同，目前主要的角色如下：（1）琪亚娜：16 岁，高中一年级生，拥有能够对抗“崩坏”的特殊体质，性格开朗纯真、容易相处，是故事的绝对主角；（2）雷电芽

衣：17 岁，高中二年级生。因意外触发了“崩坏”的降临，同时自己也被“崩坏源”入侵。（3）布洛妮娅：14 岁，是一名孤儿，曾作为实验品参与了人形作战兵器的研发，拥有强大的战斗力。

2、移动游戏

移动游戏是公司主要的收入来源，公司已基于“崩坏”IP 开发出多款移动游戏产品，具体包括：《崩坏学园》、《崩坏学园 2》和《崩坏 3》。三款游戏中的故事主线、世界观体系和人物角色基本保持一致，但游戏玩法和风格上则略有不同，其中《崩坏学园》为单机游戏，而《崩坏学园 2》、《崩坏 3》为网络游戏；玩法和风格方面《崩坏学园》和《崩坏学园 2》均为 2D 射击类游戏，两款游戏的整体风格偏萌系，而《崩坏 3》为一款 3D 动作类游戏，整体风格比较偏向于写实，三款游戏具体情况如下：

游戏	上线时间	游戏类型	游戏玩法	画面维度	游戏风格
《崩坏学园》	2012 年 10 月	RPG	射击类	2D	偏萌系
《崩坏学园 2》	2014 年 1 月	RPG	射击类	2D	偏萌系
《崩坏 3》	2016 年 9 月	RPG	动作类	3D	偏写实

（1）《崩坏学园》

①游戏基本情况介绍

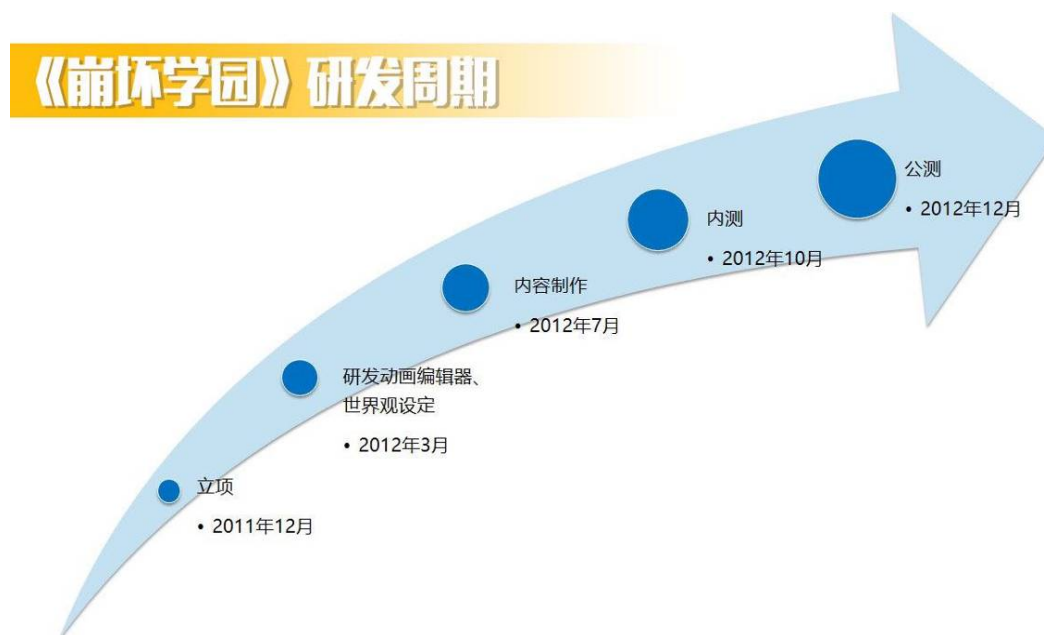
《崩坏学园》是公司推出的首款移动游戏，该款射击类单机游戏是公司基于“崩坏”IP 开发出的第一款产品。玩家通过虚拟摇杆操作角色，在游戏中打通关卡从而推动游戏内剧情的进一步发展。

该款游戏是公司在移动游戏领域的第一次尝试，对公司日后的经营起到了重要的作用。通过该款游戏的研发，公司不仅实现了最初的技术积累，并且在游戏的运营及市场推广过程中累积了大量市场经验及客户数据，这些都为后续作品的开发提供了宝贵的经验。公司通过该款游戏的推出，使部分用户开始接触、了解“崩坏”IP 的世界观，大量的用户基于对角色、故事情节的喜爱进而转变成为公司的忠实用户。《崩坏学园》于 2012 年 12 月在 App Store 发布后采用按下载收费和按道具收费结合的收费模式，2013 年 2 月改为按道具收费模式。



②游戏研发周期

该款游戏从 2011 年 12 月立项到 2012 年 12 月公开测试，历时 1 年时间，游戏的研发周期情况如下：



(2) 《崩坏学园 2》

①游戏主要内容介绍

《崩坏学园 2》是公司目前主要营运的游戏之一，系公司在《崩坏学园》的基础上开发出的移动游戏，游戏玩法及设定与《崩坏学园》类似。《崩坏学园 2》是报告期公司收入及利润的主要来源，报告期内《崩坏学园 2》的收入分别为 9,488.39 万元、17,139.02 万元、26,656.06 万元和 9,044.48 万元，占公司主营

业务收入的比重分别为 99.53%、99.27%、62.86% 和 15.38%。

《崩坏学园 2》取消了下载收费模式，降低了玩家进入游戏的门槛。同时公司对游戏内容进行了扩充，游戏在《崩坏学园》的基础上大量增加了主线关卡数量和关卡内容，并添加了较多支线模块，玩家可以通过参加固定活动、节日活动以及挑战 BOSS 等支线模块，打通特殊关卡后获得游戏装备、水晶等游戏道具。公司通过这些改进在进一步丰富游戏内容的同时提高了游戏的可玩性。

截至报告期末，《崩坏学园 2》账户数量超过 4,400 万个，累计充值流水金额超过人民币 10 亿元。



②游戏主要特色

A、游戏角色的设计采用可爱、“萌”的风格，与公司经营的二次元文化相一致，迎合了二次元用户的喜好。游戏整体画面色彩明快，玩家视觉体验较好。

◦ 部分角色设计



B、游戏玩法采用了操作感较强的横版通关模式，玩家可以通过点击屏幕上的虚拟按键便可以轻松实现游戏角色的移动、射击，战斗过程中打击感较强。

◦ 游戏内场景



C、游戏在主线模块“剧情关卡”的基础上，添加了“活动关卡”、“精神羁绊”、“圣芙蕾雅学园”、“传颂门”等支线模块，极大地丰富了游戏的内容及玩法类型。部分情况下，公司会依据漫画剧情或角色的需要配合推出支线模块，实现了各产品之间的相互推动和配合。

◦ 游戏内模块



D、游戏中有多个角色可供玩家选择，角色均为崩坏 IP 的主角，同时游戏还配备了多达数百种功能各异的游戏装备和技能，由于各关卡的要求不同，需要玩家自行搭配不同的角色、装备与技能，以提高游戏中的战斗实力从而达到通关的目的。游戏内的角色、装备以及技能均具备升级属性，给玩家提升游戏内战斗实力提供了更多的选择。

◦ 游戏内部分道具



E、玩家在游戏中可以选择添加好友让其协助自己进行关卡内的战斗，玩家之间的互助会得到“友情点”以换取游戏内道具。玩家还可以选择加入社团认识更多的游戏好友，社团成员每日可以领取“社团福利”，而且通过参加活动获得的社团贡献度可以换取玩家所需的游戏道具。游戏通过好友和社团系统的设

计，使玩家体会到团队协作的乐趣和重要性。

③游戏主要技术优势

A、高性能日志系统。公司自行研发的高性能日志系统，可以支持每秒钟打印 300 万条以上服务器记录。通过提高日志的性能，使后期调取玩家数据、监控游戏情况的效率大幅提高。

B、服务器性能提升。游戏通过扩展并行服务器性能和提升代码执行效率，使更多的玩家可以在同一个游戏区内进行游戏，提供了大区的游戏体验。目前，最大的单个服务器专区账户数量已超过 1500 万，可以支持最高同时在线 10 万人以上。

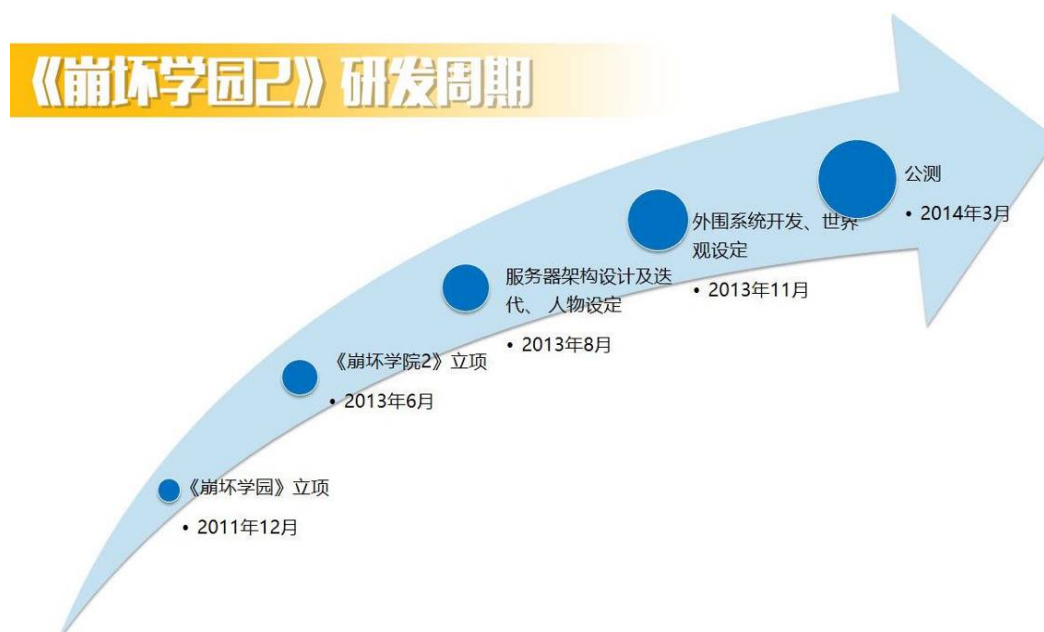
C、自动化发布体系。游戏采用了脚本控制的方式，开发了自动化发布体系，在安卓平台和 iOS 平台都实现了自动化的一键发布，并制定了相应的发布流程，使游戏新版本的发布过程变得更加简单、安全和高效。

D、服务器稳定性提升。为提高服务的稳定性，游戏所有的线上核心服务模块，均采用负载均衡的模式部署在多台服务器上，服务器之间使用热备份的机制，在任意一台服务器发生宕机时，都不会影响到服务器线上的正常服务，保证了线上游戏服务的稳定性。

④游戏研发周期

游戏在《崩坏学园》上线半年后即 2013 年 6 月正式立项，到 2014 年 3 月公开测试，历时近 9 个月，《崩坏学园 2》的研发时长短于《崩坏学园》的主要原因系该游戏为在《崩坏学园》的基础上所进行的研发和改进，包括共用了《崩坏学园》的底层数据、美术素材等，同时，《崩坏学园 2》也沿用了前期的核心玩法，减少了原型迭代的时间，从而大大缩短了《崩坏学园 2》的研发周期。

游戏主要研发、运营历程如下：



自从《崩坏学园 2》上线以来，游戏新版本的更新速度平均为 1-2 个月更新一次，其中较为重要的更新版本情况如下：

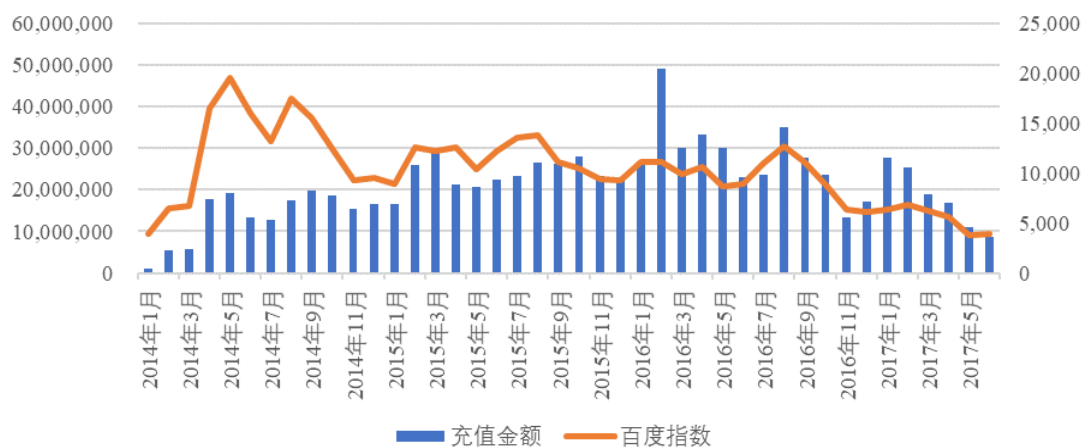


⑤ 《崩坏学园 2》百度指数、Google 热度榜、App Store 排名情况

A、《崩坏学园 2》百度指数情况

单位：元

《崩坏学园2》境内月充值流水金额与百度指数的关系



注 1：数据来源：index.baidu.com，数据口径为月均百度指数

注 2：左方纵坐标为月充值流水金额；右方纵坐标为百度指数

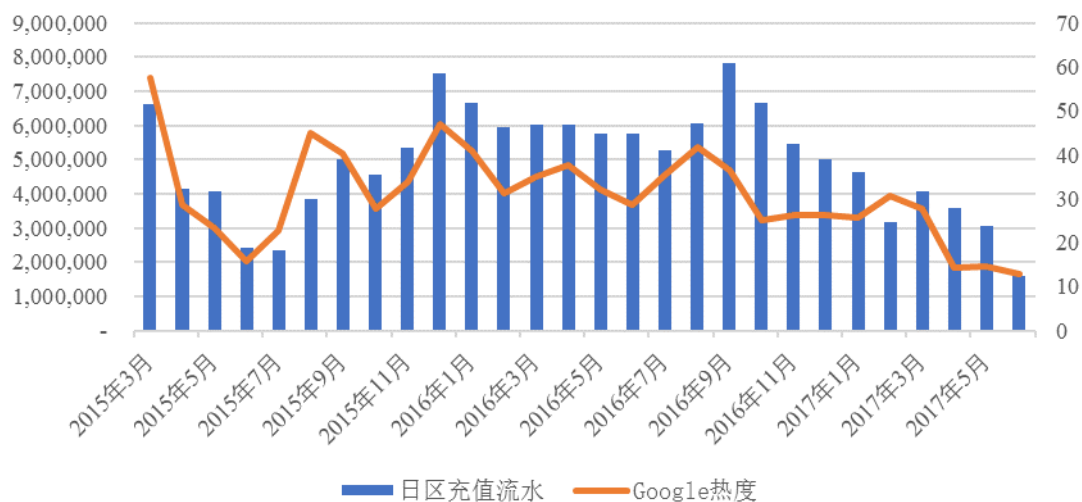
百度指数短期波动趋势与月充值流水短期波动趋势一致。例如 2014 年 1-5 月，百度指数和月充值流水均处于上升趋势，2015 年 5-7 月，百度指数和月充值流水金额均处于下降趋势。

从长期来看百度指数的变化趋势和月充值流水变化趋势不完全一致，主要原因为，“崩坏学园 2”的百度指数其实质是反映用户搜索其关键词的频率指标，公司充值流水不仅与用户数量有关，还与用户付费率及人均付费金额有关。百度指数与游戏用户数量具有强相关关系。

B、《崩坏学园 2》Google 热度榜情况

单位：元

《崩坏学园2》日本地区月充值流水金额与Google热度趋势对比



注 1：数据来源：trends.google.com，数据口径为月均谷歌趋势

注 2：左方纵坐标为日区月充值流水金额；右方纵坐标为谷歌趋势

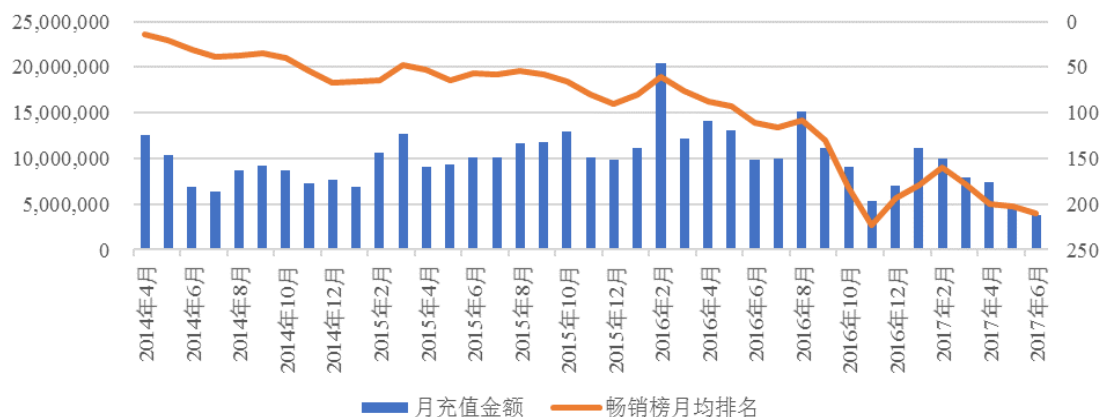
注 3：《崩坏学园 2》在日本地区的运营名称为《崩坏学园》，此处 Google 热度为《崩坏学园》的搜索热度数据。

从上表中可以看出，《崩坏学园 2》日本月充值流水与其 Google 热度波动趋势基本一致。

C、《崩坏学园 2》App Store 排名情况

单位：元

《崩坏学园2》境内App Store月充值流水金额与App Store畅销榜排名



注 1：月均排名来自独立第三方平台 ASO100 (<https://aso100.com/>)，数据口径为总榜

（畅销）月均排名

注 2：左方纵坐标为月充值流水金额；右方纵坐标为畅销榜排名

从上图中可以看出，App Store 畅销榜排名短期波动趋势与月充值流水波动变化趋势一致。例如 2014 年 4 月至 2014 年 6 月，畅销榜排名和收入均处于下降趋势，2014 年 7 月至 2014 年 8 月充值流水增加，排名也略有上升。

从长期来看《崩坏学园 2》App Store 畅销榜排名下降，充值流水在一定区间内波动没有明显下降趋势。产生上述现象的主要原因如下：近年来我国移动游戏市场规模逐年提升，收入规模较大的移动游戏产品数量增加。

（3）《崩坏 3》

①游戏主要内容介绍

《崩坏 3》是公司 2016 年 9 月推出的一款移动游戏，于 2016 年 10 月公开测试。游戏延续了“崩坏”IP 的世界观设定，并在此基础上对故事剧情进行了丰富和延伸。与公司之前推出的游戏不同，《崩坏 3》是一款 3D 动作类游戏。游戏中的 3D 模型比较偏向于写实，人物形象更加具有立体感。

游戏沿用了公司以往游戏产品中通关的游戏模式和虚拟摇杆加按键的操作方式，在《崩坏 3》中玩家可以自主选择技能以及攻击模式，使得游戏中的选择和搭配更为广泛，游戏操作性更强。游戏通过 3D 的战斗场面配合第三人称尾随视角，带给玩家更强的视觉冲击感和游戏打击感。另外《崩坏 3》还提供了更多的游戏人物选择，在游戏的角色上增加了角色卡的设定，同一个角色搭配不同角色卡后会拥有独特的技能和能力，使得玩家的选择性更广，游戏可玩性更强。《崩坏 3》采用“按道具收费”的收费模式。

凭借“崩坏”IP 持续扩大的影响力以及优良的游戏品质，《崩坏 3》一面世便获得了市场和玩家的高度认可，App Store 上线第二天即被苹果官方首页推荐，并列入了当周 App Store 的精品推荐 APP 当中。截至 2017 年 6 月 30 日，游戏账户数量超过 2,200 万个，累计充值流水金额超过人民币 11 亿元。



②游戏主要特色

A、公司在游戏的卡通渲染方面通过利用 Unity5 引擎，使用 3D 人物模型和场景渲染出 2D 卡通风格的游戏画面。在游戏中的服装、动作的细节也通过这种渲染方式给玩家展示出了与众不同的视觉体验。



B、《崩坏 3》在游戏场景上加入了天气、地面反射等因素。游戏中会随时间变化呈现出白天、黄昏、黑夜、下雨等背景，并且在光滑的地面和水面上会出现场景及人物的倒影，通过这些细节的刻画使游戏场景更加丰富、美观。



C、游戏中的视角会随着玩家的操作自动切换，使玩家在游戏操作更加流畅自如。再加上游戏中高精度的模型、场景画面和精美的特效优化，使得玩家在游戏过程中所感受到的游戏效果更加华丽。



D、公司在游戏的设计过程中非常重视提升游戏的打击感，因此《崩坏 3》在《崩坏学园 2》的基础上更进一步，通过游戏中动作、技能以及细节的设计实现了更好的游戏打击感。



E、游戏采用了人物搭配角色卡的方式让玩家选择游戏角色，人物选择决定了角色的基本外形，而角色卡决定了角色的基本属性及技能，并且该款游戏还提供了数百种的道具供玩家选择，通过不同的搭配方式极大地增加了玩家在游戏内的可选择性。



F、游戏内角色、故事剧情与公司的其他游戏、漫画产品关联性较强，具有一定的承接性，通过游戏内剧情的发展更加丰富了“崩坏”IP 的内容，使得公司其他产品的用户和玩家更易于接受《崩坏 3》游戏内的相关设定。



③游戏主要技术优势

A、**高性能渲染系统**。游戏应用了公司自主研发的渲染引擎，结合自主研发的着色技术、光照贴图技术、实时渲染技术、预渲染技术、硬件兼容技术等，实现了游戏渲染速度快、消耗计算资源少的优点，从而使游戏在手机平台上提供了不逊于家用 PC 机平台的画面效果。

B、**动作游戏系统**。通过公司自主研发的动作游戏引擎、3D 建模技术、3D 骨骼绑定技术、3D 动作模型技术、3D 游戏镜头控制技术和 3D 游戏弱关联物理引擎技术，使游戏在操作空间受到局限的手机平台上，提供给玩家更强的游戏操作感和打击感。

C、**基于物理的动画系统**。游戏应用了公司自主研发的动画系统，该系统能够基于物理公式模拟各种刚体和柔体的动画表现，展现更为真实的人物动作及场景破坏效果。该技术还可以修正动画间的突兀过度，使得动画更为平滑自然。

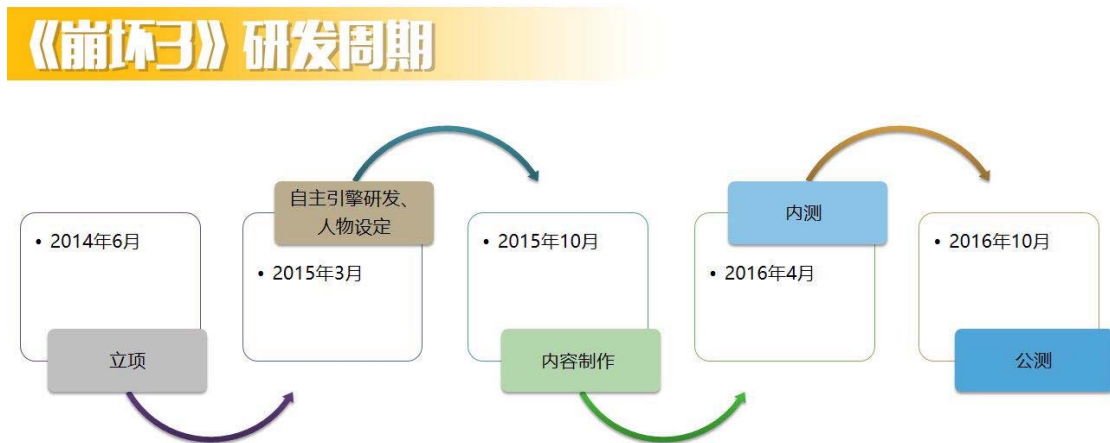
D、**服务器框架技术**。公司自行研发的服务器框架技术相比于传统将用户划分到多个逻辑服务器而言，该技术通过分布式云计算将游戏中的所有用户集中在同一逻辑服务器，极大增强了用户间的互动，同时达到了低延迟、高响应和高稳定性的效果。

E、**游戏加密系统**。游戏应用的加密技术通过用自定义的算法加密客户端

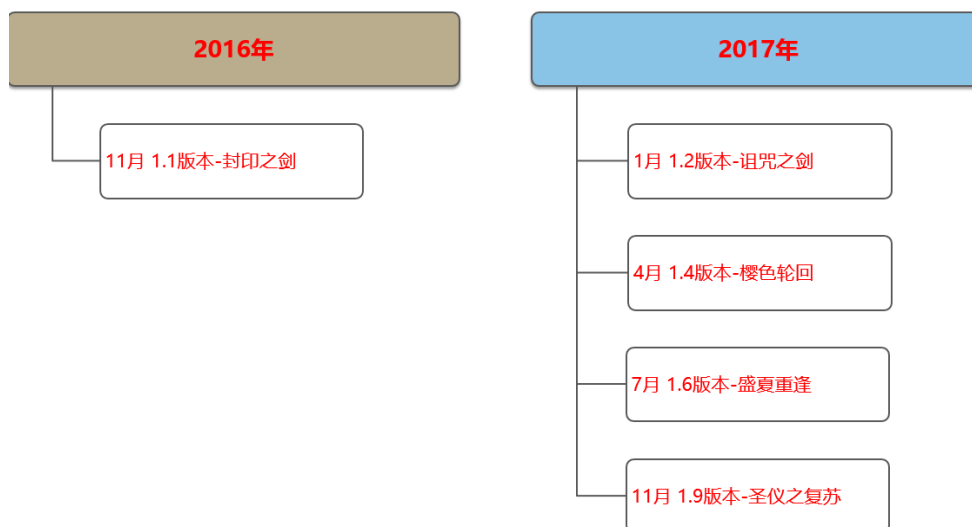
上的游戏代码、指定文件以及通过网络传输的基础数据，解决了基于 Unity3D 引擎开发的游戏客户端文件内容容易被恶意解析的问题，从而保护了公司的自主知识产权。

④ 游戏研发周期

游戏从 2014 年 6 月立项开始至 2016 年 10 月公开测试，历时 2 年 4 个月，《崩坏 3》主要研发、运营历程如下：



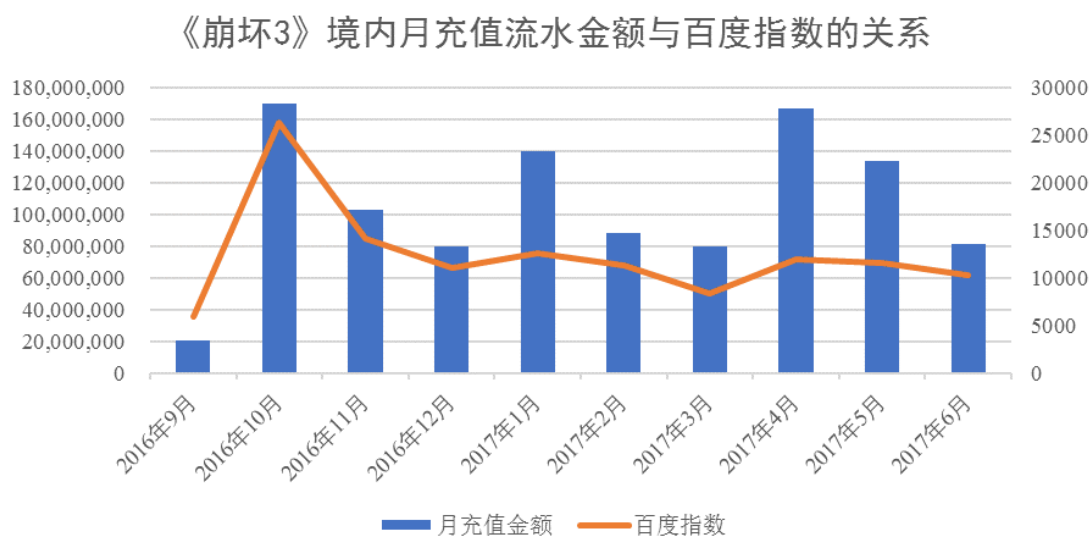
自从《崩坏 3》上线以来，游戏新版本的更新速度平均为 1-2 个月更新一次，其中较为重要的更新版本情况如下：



⑤ 《崩坏 3》百度指数、Google 热度榜、App Store 排名情况

A、《崩坏3》百度指数情况

单位：元



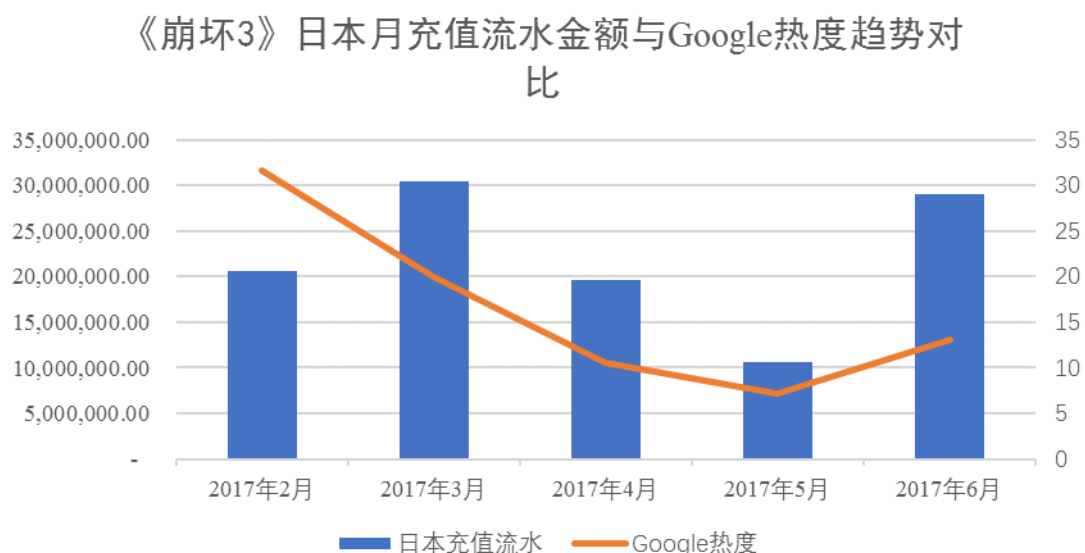
注 1：数据来源：index.baidu.com，数据口径为月均百度指数

注 2：左方纵坐标为月充值流水金额；右方纵坐标为百度指数

《崩坏3》于2016年9月开始小规模内测，2016年10月起正式全平台公测。报告期内，《崩坏3》月充值流水与其百度指数的变动情况呈现一致性。

B、《崩坏3》Google 热度榜情况

单位：元



注 1：数据来源：trends.google.com，数据口径为月均谷歌趋势

注 2：左方纵坐标为日区月充值流水金额；右方纵坐标为谷歌趋势

注 3：《崩坏 3》在日本地区的运营名称为《崩坏 3rd》，此处 Google 热度为《崩坏 3rd》的搜索热度数据。

从上表中可以看出，《崩坏 3》日本月充值流水金额与其 Google 热度波动趋势基本一致。

C、《崩坏 3》App Store 排名情况

单位：元



注 1：月均排名来自独立第三方平台 ASO100 (<https://aso100.com/>)，数据口径为总榜（畅销）月均排名

注 2：左方纵坐标为月充值流水金额；右方 App Store 畅销榜排名

《崩坏 3》于 2016 年 10 月在 App Store 正式上线，2016 年 10 月至 2017 年 6 月，《崩坏 3》的月充值流水波动趋势与其在 App Store 畅销榜排名的波动趋势情况大致相符。

2、漫画

公司在“崩坏”IP 下创作出《崩坏学园》四格漫画、《崩坏学园 EX》短篇漫画、《崩坏 3rd》长篇漫画等三个系列漫画。公司的漫画产品与游戏、动画等产品在剧情、人物等设定上均较为相似，是 IP 概念的进一步细化延伸。

(1) 《崩坏学园》四格漫画

《崩坏学园》四格漫画是公司最早推出的一部漫画作品，采用了四格漫画

的形式。该漫画剧情基调是有趣，友情，励志，主要描绘《崩坏学园 2》游戏中各主角日常校园生活的场景，故事背景、剧情发展等也与《崩坏学园 2》游戏基本保持一致。

该系列漫画于 2014 年 7 月上线，作品主要发布渠道为公司官网和国内一线漫画平台，如布卡漫画，动漫之家等。截至 2017 年 6 月 30 日阅读量突破 5,500 万次，关注用户突破 47 万人。



（2）《崩坏学园 EX》短篇漫画

《崩坏学园 EX》延用了《崩坏学园》四格漫画的故事背景并在此基础上进行了内容的补充。该系列漫画讲述了“崩坏”IP 中主要角色的背景故事，并按人物分为不同的篇章，属于短篇漫画。读者可以通过漫画故事更深入的了解“崩坏”IP 的世界观以及充满特色的各个角色。

该系列漫画于 2015 年 2 月上线，作品主要发布渠道为公司官网和国内一线漫画平台，如布卡漫画，有妖气漫画，动漫之家等。截至 2017 年 6 月 30 日，阅读量突破 930 万次，关注用户突破 19 万人。



（3）《崩坏 3rd》长篇漫画

《崩坏 3rd》承接了《崩坏学园》四格漫画的主线剧情并在此基础上进行了延伸，属于长篇漫画。该系列漫画剧情发展与公司游戏产品《崩坏 3》保持一致，讲述了主角们新的冒险故事。宏大的世界观及战斗场面是该系列漫画的一大特色，漫画通过优美的画风将读者引入到紧张有趣的故事剧情当中。

该系列漫画于 2015 年 6 月上线，作品主要发布渠道为公司官网和国内一线漫画平台，如布卡漫画，有妖气漫画，动漫之家，漫画人等。截至 2017 年 6 月 30 日阅读量突破 1.8 亿次，关注用户突破 60 万人。



3、动漫周边产品

公司根据游戏、漫画中的人物造型，设计了崩坏系列抱枕、雨伞、手办、钥匙扣等动漫周边产品。通过动漫周边产品的推广，增强公司 IP 内容与产品的结合度，提升用户对公司 IP 概念的认知并加强“崩坏”IP 的影响力，间接为公司其他产品造势并提供推广和宣传的途径。目前公司动漫周边产品的推广主要是通过主题活动的形式，围绕大 IP 的框架下配合游戏内的活动在线下活动中推出与游戏内容高度吻合的动漫周边产品。另外公司在淘宝商城上也进行动漫周边产品的自营销销售及授权其他商家销售。

公司动漫周边产品目前采用的是 OEM 生产模式。供应商依照公司所提供的需求与授权，按照公司要求进行生产。产品设计主要由公司设计人员完成，供应商负责辅助设计、生产、仓储、发货等工作。公司部分动漫周边产品样式如下：



4、动画

公司目前创作的动画作品均为短篇动画，时长一般在十分钟以内，公司已推出的作品包括“崩坏 PV”和“崩坏学园四格手书动画”。PV 为“Promotion Video”的英文缩写，中文意思为宣传视频。

公司的 PV 作品主要用于推广“崩坏”IP 以及对应的游戏、漫画等产品。公司目前已经对外发布的 PV 作品中以《崩坏学园 2》和《崩坏 3》的游戏 PV 数量最多，PV 内容主要为游戏角色、游戏技能以及游戏新版本内容的介绍。通过发布游戏 PV，既可以让玩家提前了解新游戏或者游戏新版本的内容，同时也让一些未体验过《崩坏学园 2》和《崩坏 3》游戏的动画用户了解到游戏的玩法，起到广告的作用。另外公司针对特定活动、节日以及歌曲等也会推出相应的 PV 作品，在丰富“崩坏”IP 内容的同时也迎合了动画爱好者的喜好，扩大

了公司“崩坏”IP的受众用户数量。

公司的四格手书动画内容沿用了《崩坏学园》四格漫画，通过以动画的形式配上音乐音效给原本漫画中静止的人物、情节赋予了动感，使漫画中的人物形象更加丰满和生动。

5、轻小说

公司的轻小说作品《崩坏学园 2 番外》以《崩坏学园》四格漫画的故事剧情为背景，用文字的方式讲述了游戏内主角等人日常的校园生活，配合小说插图，描绘出小说中鲜明的人物形象及轻松有趣的故事剧情。目前《崩坏学园 2 番外》已推出的系列作品包括《吼姆救援作战》、《崩坏的料理教室》、《里世界小说》系列等，篇幅一般在 4000-8000 字左右。

（二）主要运营模式

公司的核心运营模式为 IP 运营，即以原创 IP “崩坏”为轴心，通过游戏、漫画、动画、轻小说等产品的内容创作有形地展现 IP 中想要传达的世界观、价值观，培养用户情感并聚集粉丝用户，最终实现 IP 的商业价值。

公司通过互联网进行多产品运营，以游戏、漫画、动画和轻小说（ACGN）为产品形式将内容和创意传递给目标用户群，逐步扩大 IP 的影响力，形成粉丝聚集效应，通过粉丝自传播渐渐渗透周边用户，同时辅以少量广告投放的方式使边缘客户成为公司的关注者，构建品牌形象；在积累了一定数量的粉丝后，未来公司将增加泛娱乐化产业链的其他领域如大电影、衍生品等变现渠道，扩大公司利润点。公司总体的运营策略为，通过各产品用户相互渗透和相互转化，将单个产品的用户转变为整个 IP 的用户，实现公司 IP 产品生态圈的良性发展。目前公司在境外运营游戏产品时主要通过线上和线下的广告引入用户。

基于此运营模式下，公司的各主要产品运营具体如下：

1、游戏产品的运营模式

游戏产品目前是公司的主要利润来源，公司报告期内的主要游戏为《崩坏学园 2》和《崩坏 3》，其中《崩坏学园 2》的运营模式为自主开发运营模式和

授权运营模式，《崩坏 3》的运营模式为自主开发运营模式。自主开发运营是公司的主要收入来源。

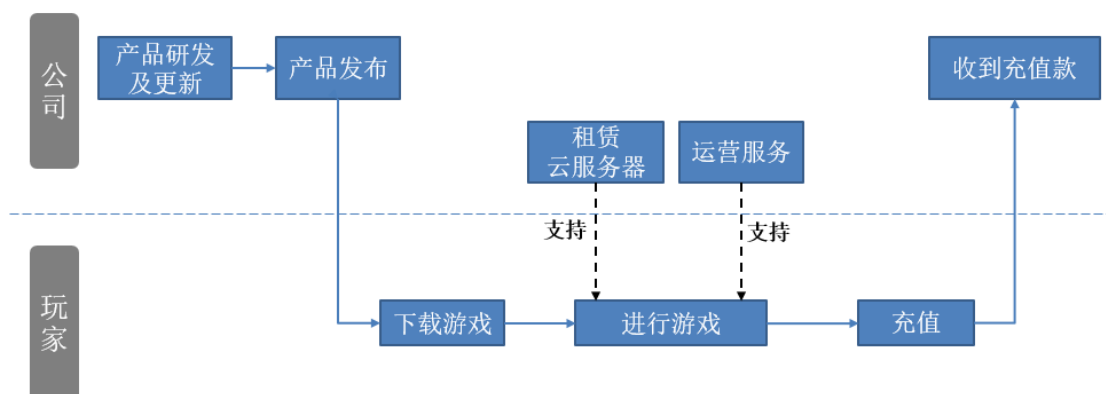
（1）自主开发运营

自主开发运营模式是指公司对一款游戏同时从事游戏开发和游戏运营的业务模式。公司根据是否存在合作运营商的差异将自主开发运营模式细分为自主开发运营模式-独立运营（以下简称“独立运营”模式）和自主开发运营模式-合作运营（以下简称“合作运营”模式），具体情况如下：

①独立运营

独立运营是指公司不依赖于其他游戏运营企业，独立运营自主研发产品的一种经营模式。在独立运营模式下，公司负责产品的研发、发布和版本更新，同时为玩家游戏提供云服务器和运营服务，玩家的充值通过支付宝等支付渠道直接流向公司。

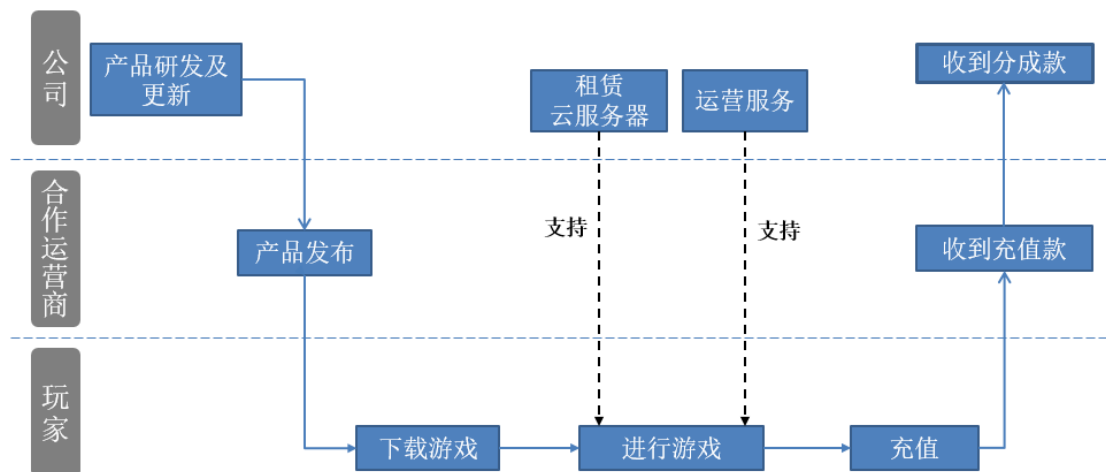
独立运营流程图



②合作运营

合作运营是指公司与其他游戏运营企业共同运营本公司游戏的一种模式，合作运营商通常为 APP 应用商店的运营方，拥有一定的客户资源，如苹果公司和腾讯公司。通常情况在合作运营模式下，公司与合作运营商共同运营游戏，公司负责游戏产品的研发和版本更新，同时为玩家游戏提供云服务器和运营服务，合作运营商负责发布公司的产品和收取玩家的充值款，公司与合作运营商对账后合作运营商按照协议将分成款支付给公司。

合作运营流程图



(2) 授权运营

授权运营是指公司对一款游戏仅从事游戏开发的业务模式。授权运营模式下公司在许可区域及许可范围内向特定的被授权方授予游戏产品的独占销售权。通常情况在授权运营模式下，公司为游戏开发商，主要负责产品研发和版本更新，其他事宜由授权运营商负责，公司与授权运营商对账后授权运营商按照协议将分成款支付给公司。

报告期内公司主要游戏产品中仅《崩坏学园 2》采用授权运营模式，同时该款游戏还采用了自主开发运营模式进行游戏的运营。2014 年初《崩坏学园 2》上线时公司人员规模较少，公司商务资源有限，不具备大规模直接对接各游戏平台的能力，因此公司在部分境内平台以及境外地区采用了授权运营模式运营《崩坏学园 2》。《崩坏学园 2》推出后充值流水金额快速增长，公司人员规模增加，公司商务资源水平得到提升，由于授权运营模式下公司分成比例较低、回款相对较慢等原因，报告期内公司逐渐结束了与授权运营商的合作，转为直接与相应的平台开展合作运营。截至 2017 年 6 月 30 日，公司与所有授权运营商的合作均已终止，主要游戏产品不存在以授权运营模式运营游戏的情形。

2、漫画产品的运营模式

公司漫画团队聘用专业的人员负责漫画产品的运营工作，具体包括：①通过调整文件格式和分辨率，将创作团队的漫画产品转化成合适的阅读文件；②筛选和评估具备市场影响力的漫画网站，定期上传漫画产品；③收集漫画产品

在各网站点击情况和读者的意见，并将上述情况整理并反馈给创作人员。

公司漫画产品通过公司官网及国内一线漫画平台免费发布，漫画作品主要为对崩坏 IP 内容的进一步创作，并对故事情节、人物形象进一步延伸。同时，公司也基于漫画创作的情节开发其他类别的产品，如移动游戏产品《崩坏 3》就是在长篇漫画《崩坏 3rd》内容的基础上研发的。

3、动画产品的运营模式

公司当前动画产品包括“崩坏学园四格手书动画”以及“崩坏 PV”等，主要作用是配合移动游戏产品、漫画等产品对即将推出的人物形象、游戏版本等进行宣传推广。

动画产品主要通过互联网视频网站进行宣传，鉴于公司的核心客户主要为二次元用户，因此公司选择 Bilibili 等二次元视频网站作为主要传播渠道，该等网站受众群体较为集中及流量大，能在短时间内取得较好的收效。公司的动画产品均取得了不错的点击量，报告期内公司动画视频点击量超过 1,400 万次。通过动画作品的传播，公司进一步塑造了自身品牌形象，“崩坏”中的主角形象也进一步深入人心，琪亚娜、芽衣等主人公不再是静止的图片，而是跳脱出来成为更加生动的形象，填补了用户的想象空间，拉近了与用户之间的距离。

公司计划通过实施本次募投项目开发二季共 24 集的动画剧集，通过在主流媒体上播放动画产品，让更多的用户了解“崩坏”的世界观、故事背景、角色设定，感受原创 IP 的魅力，进一步增强公司 IP 影响力。

4、轻小说产品的运营模式

公司当前轻小说产品主要采用线上出版的经营模式，围绕“崩坏”主题进行创作，再将产品通过公司官方网站发布供读者免费阅读。主要系作为对公司原创 IP 的补充，满足客户的文字阅读需求。

（三）主要研发模式

公司以原创 IP “崩坏”为基础，对其进行深度发掘，形成各种形式的产品创意。公司总体研发模式为：基于二次元用户的需求为“崩坏”IP 创作优质的内容，基于“崩坏”IP 优质的内容研发优秀的二次元产品。

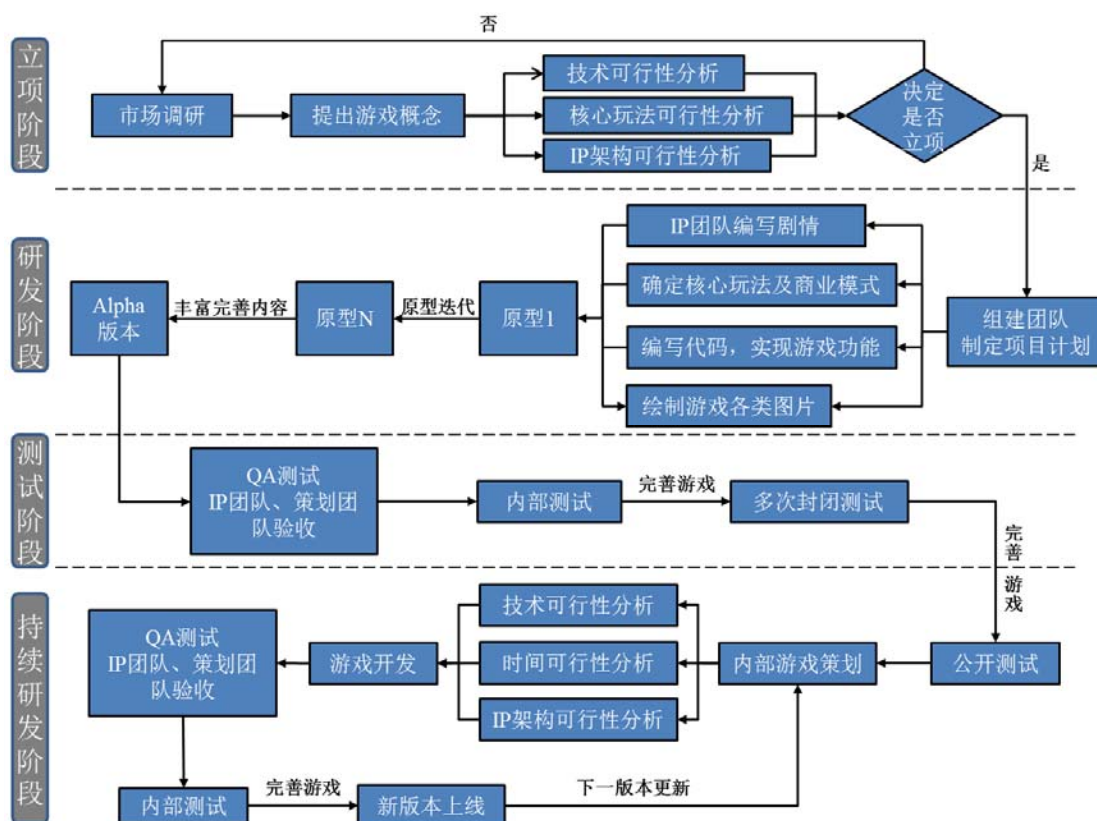
公司设 IP 创意委员会作为 IP 内容策划、评估工作的主要负责部门。IP 创意委员会结合公司的业务定位，对“崩坏”IP 内容、形象进行统一策划，搭建核心价值观、世界观，同时在现有 IP 内容的基础上进行延伸，进一步丰满公司 IP 形象。创意委员会参与公司所有产品在各个环节的策划工作，包括初期策划及持续研发阶段，为研发部门等提供剧情设定和风格规划，并对研发成果进行审核，确保产品研发过程中能贯彻公司 IP 创意和构思，实现公司所有产品世界观的统一和风格的一致。

公司各产品研发流程具体如下：

1、游戏产品的研发流程

公司游戏产品研发流程如下图所示：

游戏产品研发流程图



(1) 立项阶段

项目立项前，公司通过市场调研了解目标客户的需求及市场热点，针对性提出游戏概念，包括核心玩法、IP 架构和商业模式等。由公司主要的核心研发

人员讨论分析该游戏概念可行性，并在讨论分析的过程中对游戏概念进行修改及完善，最后由公司管理层决定是否立项，若决定不立项，将从市场调研重新开始流程。

（2）研发阶段

项目立项后，公司组建项目小组，包括 IP 设计、游戏策划、程序开发、美术制作等团队成员，同时组织编写产品企划书，并制定项目实施计划。产品研发阶段主要包括：原型开发期和 Alpha 版本开发期。

原型开发期是游戏开发的最重要环节，当初始原型开发完成后，项目小组将会对该原型测试，以判断是否符合游戏设计的要求，若不符合，则进行原型迭代开发，直至项目小组认为符合要求，逐步实现项目立项时各种设计和想法。原型开发期项目小组主要任务包括：①通过设计相似的人物和故事情节，在游戏中构建与“崩坏”IP 一致的世界观和价值观；②打磨并完善游戏的核心玩法，确定游戏的商业模式，同时设计游戏中人物和道具的相关数值；③编写游戏引擎架构代码以及服务器底层代码，确定数据库及后台结构以及优化游戏代码，实现游戏内各项功能；④绘制游戏概念图、CG 图、场景原画、人物立绘等美术资源，并完善游戏中的动作特效。

项目小组在确认的原型版本上开发 Alpha 版本，Alpha 版本开发期间，项目小组对游戏角色、游戏剧情、游戏道具进行丰富。

（3）测试阶段

测试阶段主要包括产品验收、内部测试、封闭测试、公开测试四个阶段。项目小组及测试团队对产品 Alpha 版本进行验收，确保产品符合设计要求和游戏内各项功能正常实现。

通过验收后，公司将组织内部人员进行内部测试，以便于尽早发现并解决游戏内各项错误以及系统问题，并为游戏后续测试及上线累积数据。

在封闭测试中，公司将组织多次封闭测试，并逐次增加测试人数。邀请玩家进行游戏内体验测试，验证核心玩法的可玩性及测试游戏的平衡性。经过多次封闭测试，不断完善修改测试过程中发现的相应问题，最后进行公开测试，公开测试即游戏正式上线运营。

（4）持续研发阶段

游戏正式上线之后，公司会不断完善游戏，推出新的版本提高游戏的可玩性。游戏策划团队根据游戏玩家的反馈并结合自己的想法进行新版本的策划。在策划过程中，策划团队将与开发团队以及 IP 团队进行多次沟通，对 IP 架构、技术以及时间可行性进行讨论分析并不断对自己的策划方案进行完善。开发团队根据策划团队提供的策划方案进行游戏开发，在功能测试、验收及内部测试通过后，新版本将对外发布。

2、漫画产品的研发流程

公司漫画产品研发流程如下图所示：

漫画产品研发流程



根据漫画的创作过程，漫画产品的研发流程具体情况如下：①文字创作：编剧团队创作故事情节，并将故事情节写成文字；②分镜：根据故事情节，对每一幅图片先进行简单的勾勒，将大体情节等表现在图像之上；③精草：在漫画分镜的基础上，将图像细化；④勾线：在精草的基础之上再将人物、场景等线条轮廓细化，形成基础漫画成品；⑤上色：根据需要，美工将漫画上色；⑥后期：从整体上对漫画的线条、颜色、效果等进行修改和完善，以达到较好的艺术效果。

3、动画产品的研发流程

公司当前动画产品的研发流程具体如下：①内容确定：由公司 IP 创意委员会根据公司推广节奏敲定“崩坏”IP 的下一步剧情发展，进而推出游戏、漫画

等产品的内容，交由动画开发团队进行创作；②素材制作：动画开发团队根据内容设定进行素材制作，如人物形象、场景、音乐等；③合成及加工：公司先就素材结合故事情节进行初步合成，然后交由公司动画制作团队或外部动画工作室进行精细加工，使人物造型更加美观、战斗动作更加流畅、音乐与动画的贴合度更高；④定稿与发布：最后动画团队对动画的内容进行统一校对，确认并通过网络发布。

4、轻小说产品的研发流程

公司当前轻小说产品主要以漫画的故事情节为背景，将漫画作品文字化。轻小说的研发流程主要包括“筛选-创作-审核-发布”四个步骤：①创作部门首先对漫画内容进行筛选，选出具有代表性的作品作为文学创作蓝本；②对漫画作品进行天马行空的创意发挥，通过对话和环境描写勾勒出鲜明的人物形象及轻松有趣的故事剧情，并配上精美的插图，一般篇幅在 8000 字以内；③文字初创过程完成后，由 IP 创意部门进行审核和验收，如果故事内容与公司 IP 形象及价值观不一致，则需要对产品进行修订。

（四）主要采购模式

公司主要为用户提供网络游戏服务，需要采购的物品和服务金额占收入的比例相对较小，主要包括云服务、动漫周边产品和推广服务等。公司十分注重采购物品和服务的品质，主要供应商均为该类供应商中的知名企业，确保公司能够为自身的用户提供优质的产品和服务。

公司采购人员首先对市场进行调研了解市场的主要供应商情况，选择品质可靠供应商，然后根据业务部门的采购需求下单采购。以公司采购云服务为例，通过充分的市场调研，公司选择国内知名的阿里云计算有限公司为主要供应商，业务部门根据游戏的开区情况向采购人员提出新增云服务器需求，采购人员根据上述需求向供应商下单。

（五）公司的销售情况

1、公司分产品的收入情况

报告期公司收入主要来源于移动游戏，移动游戏收入占公司总收入的 98.86%。公司动画、漫画和动漫周边产品仍主要以免费的模式向用户提供。

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
移动游戏	58,671.97	42,176.89	17,147.21	9,518.38
崩坏学园	1.39	4.44	8.19	29.99
崩坏学园2	9,044.48	26,656.06	17,139.02	9,488.39
崩坏3	49,626.10	15,516.39	-	-
漫画及动漫周边产品	120.47	225.34	117.90	14.56
其他业务	-	-	214.89	783.77
合计	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71

注：公司其他业务主要包括推广业务和软件开发业务。

2、移动游戏分模式收入

公司移动游戏运营模式包括自主开发运营和授权运营，自主开发运营收入是公司主要收入来源。

单位：万元

		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
移动游戏		58,671.97	42,176.89	17,147.21	9,518.38
自主开发运营	独立运营	21,587.08	16,413.97	6,625.33	4,749.77
	合作运营	37,048.10	25,389.56	8,817.67	3,660.22
授权运营		36.78	373.35	1,704.22	1,108.38
漫画及动漫周边产品		120.47	225.34	117.90	14.56
其他业务		-	-	214.89	783.77
合计		58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71

3、主要合作方情况

公司移动游戏的最终用户为个人玩家，报告期公司通过支付平台、合作运营商和授权运营商获得玩家的充值。

(1) 自主开发运营模式下主要合作方情况

①独立运营

A、充值流程说明

独立运营模式下玩家通过充值渠道商运营的充值平台向公司支付充值款，充值平台在收取充值手续费后将剩余玩家充值款全额转入公司账户中。独立运营模式下玩家的主要充值流程如下：



B、主要的充值渠道商

独立运营模式下公司的主要合作方为充值渠道商，报告期内公司合作的充值渠道商为支付宝（中国）网络技术有限公司（以下简称“支付宝”）和财付通支付科技有限公司（以下简称“财付通”），报告期内详细情况如下：

单位：万元

期间	充值渠道商	充值流水净额	充值占比	手续费	平均费率
2017年 1-6月	支付宝	15,569.42	71.10%	185.48	1.19%
	财付通	6,328.90	28.90%	66.68	1.05%
	合计	21,898.33	100.00%	252.16	1.15%
2016年 度	支付宝	16,961.86	82.58%	194.48	1.15%
	财付通	3,577.60	17.42%	65.55	1.83%
	合计	20,539.46	100.00%	260.03	1.27%
2015年 度	支付宝	6,615.03	98.96%	68.96	1.04%
	财付通	69.39	1.04%	1.39	2.00%
	合计	6,684.42	100.00%	70.35	1.05%
2014年 度	支付宝	5,460.65	100.00%	92.21	1.69%
	合计	5,460.65	100.00%	92.21	1.69%

注：充值占比是指该充值渠道商当期收到的充值流水净额占当期独立运营合计充值流水净额的比例。

a、支付宝

报告期内发行人与支付宝合作的充值方式主要为“即时到账”、“无限快捷支付”、“高级快捷支付”和“移动快捷支付”，手续费率主要为 0.7%、1.2%和 2%。支付宝与公司每天进行结算，玩家的充值款当天即可转至公司的

支付宝账户。

2015 年支付宝平均费率较 2014 年下降较多的主要原因为：2014 年公司通过支付宝提供的“移动快捷支付”方式收款较多，该种方式的费率约为 2%。2015 年公司主要通过支付宝提供的“即时到账”和“无限快捷支付”两种支付方式收款，两种方式的费率分别为 0.7%左右和 1.2%左右。

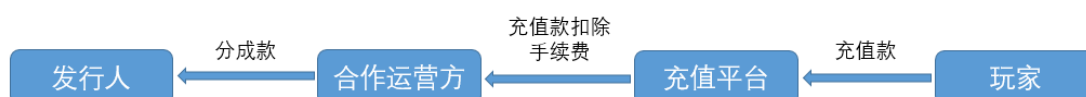
b、财付通

报告期内发行人与财付通合作的充值方式主要为“微信支付”，手续费率主要为 2.0%和 1.0%。合作初期财付通的手续费率为 2%，2016 年财付通统一调整“微信支付”手续费率，降为 1%。财付通与公司每周进行结算，每周财付通将玩家的充值款转至公司的银行账户。

②合作运营

A、充值流程说明

合作运营模式下，通常玩家通过充值平台向合作运营商支付充值款，合作运营商收到充值款后再按约定的分成比例支付分成款给发行人。合作运营模式下玩家的主要充值流程如下：



B、主要的合作运营商

报告期发行人主要的合作运营商如下：

单位：万元

期间	合作运营商	充值流水净额	占比	应收账款	应收账款占比
2017 年 1-6 月	Apple Inc.	27,639.57	68.79%	8,555.96	66.66%
	Google Inc.	3,413.22	8.49%	952.80	7.42%
	上海幻电信息科技有限公司	2,595.59	6.46%	878.36	6.84%
	华为软件技术有限公司	1,266.13	3.15%	397.42	3.10%
	广州爱九游信息技术有限公司	1,165.69	2.90%	199.73	1.56%

	合计	36,080.20	89.79%	10,984.27	85.58%
2016年 度	Apple Inc.	19,081.18	61.88%	6,290.47	57.60%
	上海幻电信息科技有限公司	3,047.13	9.88%	1,136.79	10.41%
	Google Inc.	2,510.96	8.14%	243.69	2.23%
	广州爱九游信息技术有限公司	1,120.60	3.63%	310.30	2.84%
	北京世界星辉科技有限责任公司	942.65	3.06%	287.76	2.63%
	合计	26,702.52	86.59%	8,269.01	75.71%
2015年 度	Apple Inc.	4,726.89	45.40%	1,504.78	39.76%
	杭州梵艺科技有限公司	1,455.12	13.98%	-	-
	芜湖享游网络技术有限公司	1,567.25	15.05%	307.27	8.12%
	广州爱九游信息技术有限公司	574.86	5.52%	67.83	1.79%
	Google Inc.	537.37	5.16%	227.08	6.00%
	合计	8,861.49	85.11%	2,106.97	55.67%
2014年 度	杭州梵艺科技有限公司	2,050.96	56.57%	721.90	45.76%
	Apple Inc.	1,574.44	43.43%	-	-
	合计	3,625.40	100.00%	721.90	45.76%

注 1：上海幻电信息科技有限公司为芜湖享游网络技术有限公司的控股股东，2016 年两家合作运营商均与发行人存在业务往来，结算金额合并列示。

注 2：占比是指该合作运营商当期的充值流水净额占当期合作运营合计充值流水净额的比例。

注 3：应收账款占比是该合作运营商应收账款金额占合计应收账款比例。

C、与主要合作运营商的合作情况

合作运营商	合作期限	主要计费方式及计费基础	主要分成比例	投放平台
Apple Inc.	2012.10 至今	充值流水金额按约定比例分成	70%	App Store
Google Inc.	2015.10 至今	充值流水金额按约定比例分成	70%	Google Play
杭州梵艺科技有限公司	2014.6-2015.4	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	80%	App Store

芜湖享游网络科技有限公司	2015.2-2016.9	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	50%	Bilibili 游戏中心
上海幻电信息科技有限公司	2016.10 至今	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	约定比例	Bilibili 游戏中心
广州爱九游信息技术有限公司	2015.4 至今	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	50%	阿里九游开放平台
北京世界星辉科技有限责任公司	2015.6 至今	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	50%	360 移动开放平台
华为软件技术有限公司	2015.5 至今	充值流水金额扣除相关成本、费用后按约定比例分成	50%	华为应用市场

注 1：计费基础中相关成本、费用主要包括渠道费、支付手续费、税费等。

注 2：在日本地区 Google Inc.按照扣除消费税后充值流水金额的 30%收取渠道费，充值流水金额（含消费税）扣除渠道费为支付给发行人的分成款。

报告期内公司与主要合作运营商的其他合作内容：

a、合作产品

截至报告期末，主要合作运营商中 Apple Inc.与发行人合作的产品为《崩坏学园》、《崩坏学园 2》和《崩坏 3》；杭州梵艺科技有限公司和芜湖享游网络科技有限公司与发行人合作的产品为《崩坏学园 2》；上海幻电信息科技有限公司、广州爱九游信息技术有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司、Google Inc.和华为软件技术有限公司与发行人合作的产品为《崩坏学园 2》和《崩坏 3》。

b、定价原则

Apple Inc.、Google Inc.、广州爱九游信息技术有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司和华为软件技术有限公司为国内、外知名企业，上述企业根据市场情况制定各自平台的分成比例，公司通过其网站或后台阅读相关协议，同意相关条款后即可签订合作协议并开展合作。

上海幻电信息科技有限公司及其子公司芜湖享游网络科技有限公司的游戏运营平台为 Bilibili 游戏中心，该平台在二次元用户中有较强的影响力，双方根

据各自在合作中的贡献和责任协商确定分成比例。

杭州梵艺科技有限公司为公司关联方，双方合作期间产品投放平台为 App Store，双方根据各自在合作中的贡献和责任协商确定分成比例。

c、结算模式

报告期内发行人与主要合作运营商的结算模式除 Apple Inc.外主要为按自然月对账，合作运营商按月提供结算单，支付分成款项的方式为银行转账。Apple Inc.通常按四个自然周对账。

d、收款渠道

报告期内发行人均用银行账户收取主要合作运营商的分成款项。

e、分成的内控措施

在合作运营模式下，每月末公司财务部会计根据运营部提供的玩家充值流水数据和合同相关条款计算结算金额，并与实际收到的合作运营商结算单金额进行核对；当两者差异小于或等于合同约定差异率时（通常在 3%以内），以对方对账单金额为准，差异大于合同约定差异率时，财务部会计将通知运营部与合作运营商进一步调查差异原因以确定最终的结算金额。结算金额确认后，财务部会计将依据结算金额开具发票。财务总监复核相应凭证与结算单、发票，确认无误后，允许过账。

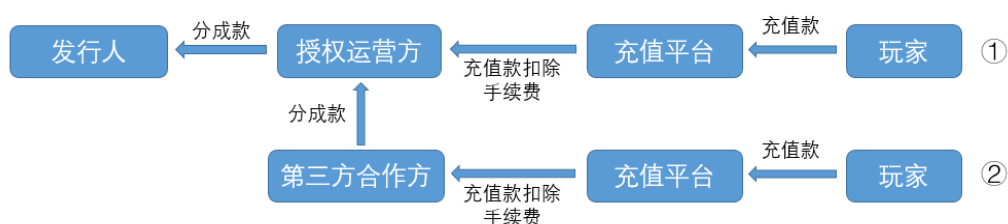
f、游戏上线时间

各运营模式下，发行人在与主要游戏合作方签订的合同中均未约定各个服务器明确的游戏上线时间，以公司与指尖娱乐（香港）有限公司签署的合同为例，合同约定游戏上线时间以 App Store 审核通过为准，但合同未就通过 App Store 审核的时间做强制要求。发行人与主要合作方在合同中未约定明确游戏上线时间的主要原因为游戏上线时间依赖于发行人游戏内容的创作时间以及相关平台审核时间等因素，进度难以掌控，因此发行人在合同中不对上线时间做强制要求。

（2）授权运营模式下主要合作方情况

①充值流程说明

授权运营模式下，发行人存在两种收款方式：①授权运营方自行发布游戏，玩家通过充值平台向授权运营方支付充值款，授权运营方收到充值款后再按约定的分成比例支付分成款给发行人。②授权运营方通过第三方合作方发布游戏，玩家通过充值平台向第三方合作方支付充值款，第三方合作方向授权运营方支付分成款，授权运营方再按约定的分成比例支付分成款给发行人。授权运营模式下玩家的主要充值流程如下：



截至 2017 年 6 月 30 日，公司与所有授权运营商的合作均已终止，主要游戏产品不存在以授权运营模式运营游戏的情形。

②主要的授权运营商

报告期发行人主要的授权运营商如下：

单位：万元

期间	授权运营商	版权金 摊销金 额	充值流 水净额	占比	应收账 款	应收账 款占比
2017 年 1- 6 月	富威香港发展有限公司	26.65	10.13	100.00%	14.87	0.12%
	合计	26.65	10.13	100.00%	14.87	0.12%
2016 年度	富威香港发展有限公司	91.37	49.41	50.74%	51.94	0.48%
	上海方寸信息科技有限公司	16.12	43.58	44.76%	-	-
	智傲集团有限公司	55.71	2.55	2.62%	-	-
	指尖娱乐（香港）有限公司	112.79	1.83	1.88%	-	-
	合计	275.98	97.37	100.00%	51.94	0.48%
2015 年度	上海剑圣网络科技有限公司	-	519.63	40.50%	441.45	11.66%
	miHoYo Technology Limited	159.41	503.88	39.27%	176.67	4.67%
	上海方寸信息科技有限公司	55.27	149.29	11.63%	132.40	3.50%

	富威香港发展有限公司	91.37	59.95	4.67%	8.95	0.24%
	指尖娱乐（香港）有限公司	79.62	40.49	3.16%	5.17	0.14%
	合计	385.67	1,273.24	99.23%	764.64	20.20%
2014 年度	上海剑圣网络科技有限公司	-	444.97	47.17%	485.61	30.78%
	易幻网络有限公司	64.72	244.22	25.89%	149.13	9.45%
	指尖娱乐（香港）有限公司	46.44	109.80	11.64%	10.84	0.69%
	上海方寸信息科技有限公司	39.15	106.99	11.34%	138.62	8.79%
	智傲集团有限公司	14.66	37.43	3.97%	3.29	0.21%
	合计	164.97	943.41	100.00%	787.49	49.91%

注 1：2014 年上海方寸信息科技有限公司与公司开展合作时上海应趣网络科技合伙企业（有限合伙）为其股东，后上海方寸信息科技有限公司被奥飞娱乐（002292）收购，报告期内上海方寸信息科技有限公司和上海应趣网络科技合伙企业（有限合伙）两家授权运营商均与发行人存在业务往来，因此两家公司金额合并列示。

注 2：易幻网络有限公司和富威香港发展有限公司两家公司为关联企业，2015 年两家公司均与发行人存在业务往来，因此金额合并列示。

注 3：占比是指该授权运营商当期的充值流水净额占当期授权运营模式下合计充值流水净额的比例。

注 4：应收账款占比是该授权运营商应收账款金额占合计应收账款比例。

③主要授权运营商的情况

报告期发行人主要的授权运营商情况如下：

A、指尖娱乐（香港）有限公司

指尖娱乐（香港）有限公司主要经营移动游戏产品的开发、发行和运营，是 A 股上市公司掌趣科技（300315）控股子公司，2016 年度掌趣科技资产总额 1,040,141.63 万元，营业收入 185,468.78 万元。

B、易幻网络有限公司

易幻网络有限公司主要经营中国移动网络游戏的海外发行和运营，是 A 股上市公司宝通科技（300031）控股子公司，2016 年度宝通科技资产总额 310,222.66 万元，营业收入 146,460.20 万元。

C、智傲集团有限公司

智傲集团有限公司是综合游戏开发、运营及发行的游戏商，是香港上市公司 GAMEONE（08282）控股子公司，2016 年年度 GAMEONE 资产总额 11,110 万港币，营业收入 7,961 万港币。

D、富威香港发展有限公司

易幻网络有限公司的关联企业，A 股上市公司宝通科技（300031）的关联方，2016 年度宝通科技资产总额 310,222.66 万元，营业收入 146,460.20 万元。

E、上海方寸信息科技有限公司

上海方寸信息科技有限公司主要从事中国移动互联网互动娱乐的开发和运营，是 A 股上市公司奥飞娱乐（002292）控股子公司，2016 年奥飞娱乐资产总额 836,621.35 万元，营业收入 336,066.84 万元。

F、上海剑圣网络科技有限公司

上海剑圣网络科技有限公司主要经营范围包括从事网络技术领域的技术开发、技术咨询、技术转让等。公司无公开财务信息，根据其网站信息，其运营的 2144 游戏网拥有近 1 亿的注册用户，每日登陆玩家超过 500 万人。

G、miHoYo Technology Limited

发行人关联公司，已于 2016 年 8 月注销。2015 年度资产总额 243.22 万元，营业收入 2,854.33 万元。④发行人与主要授权运营方的合作内容

授权运营商	合作期限	主要分成比例	是否独家授权	游戏上线区域	主要投放方式及投放平台
指尖娱乐（香港）有限公司	2014.4-2016.9	25%	是	韩国	Google Play
易幻网络有限公司	2014.7-2014.11	23%	是	台湾	App Store、Google Play
智傲集团有限公司	2014.6-2016.10	25%	是	香港、澳门	App Store、Google Play
富威香港发展有限公司	2014.12-2017.6	23%	是	台湾	App Store、Google Play
上海方寸信息科技有限公司	2014.4-2016.5	20%	是	北美、东南亚	App Store、Google Play
上海剑圣网络科技有限公司	2014.4-2015.3	20%、50%	是	中国大陆	2144 游戏网、360 手机助手、UC 手

					机助手、应用宝、小米游戏中心等
miHoYo Technology Limited	2015.3-2015.9	25%	是	日本	App Store、Google Play

注 1：对于 2144 游戏网平台，上海剑圣网络科技有限公司将充值流水金额扣除其成本费用后分成 20% 支付给米哈游；对于其余平台，上海剑圣网络科技有限公司将游戏结算额扣除其成本费用后分成 50%（约合充值流水金额的 20%）支付给米哈游。

注 2：易幻网络有限公司和富威香港发展有限公司两家公司为关联企业，应易幻网络有限公司要求，2014 年公司游戏产品《崩坏学园 2》在台湾的授权运营商发生变更，从易幻网络有限公司变更为富威香港发展有限公司。

报告期内公司与主要授权运营商的其他合作内容：

A、合作产品

发行人与主要授权运营商的合作产品均为《崩坏学园 2》。

B、定价原则

发行人与主要授权运营方的定价原则为参考市场行情，双方根据各自在合作中的贡献和责任协商确定，并通过商务谈判达成协议。

C、结算模式

报告期内发行人与主要授权运营商的结算模式均为按月对账，授权运营商按月提供结算单，支付分成款项的方式为银行转账。

D、收款渠道

报告期内发行人均用银行账户收取主要授权运营商的分成款项。

E、计费方式及计费基础

报告期内发行人与主要授权运营商根据充值流水金额扣除一定渠道费用或相关成本后按约定比例分成。

F、分成的内控措施

在授权运营模式下，每月末公司财务部会计根据运营部提供的玩家充值流水数据和合同相关条款计算结算金额，并与实际收到的授权运营商结算单金额进行核对；当两者差异小于或等于合同约定差异率时（通常在 3% 以内），以对

方对账单金额为准，差异大于合同约定差异率时，财务部会计将通知运营部与授权运营商进一步调查差异原因以确定最终的结算金额。结算金额确认后，财务部会计将依据结算金额开具发票。财务总监复核相应凭证与结算单、发票，确认无误后，允许过账。

G、游戏上线时间

各运营模式下，发行人在与主要游戏合作方签订的合同中均未约定各个服务器明确的游戏上线时间，以公司与指尖娱乐（香港）有限公司签署的合同为例，合同约定游戏上线时间以 App Store 审核通过为准，但合同未就通过 App Store 审核的时间做强制要求。发行人与主要合作方在合同中未约定明确游戏上线时间的主要原因为游戏上线时间依赖于发行人游戏内容的创作时间以及相关平台审核时间等因素，进度难以掌控，因此发行人在合同中不对上线时间做强制要求。

（六）移动游戏产品相关运营数据

除另行标注数据来源外，以下所使用的数据来源情况如下：①自主开发运营期间的运营数据来源于公司服务器中记录的游戏运营数据；②授权运营期间的运营数据来源于授权运营商的系统所记录的游戏运营数据，授权运营结束后公司从授权运营商处将授权运营期间的数据直接拷贝至公司的服务器存放；③财务数据来源于发行人的财务系统。

1、主要产品的整体运营数据

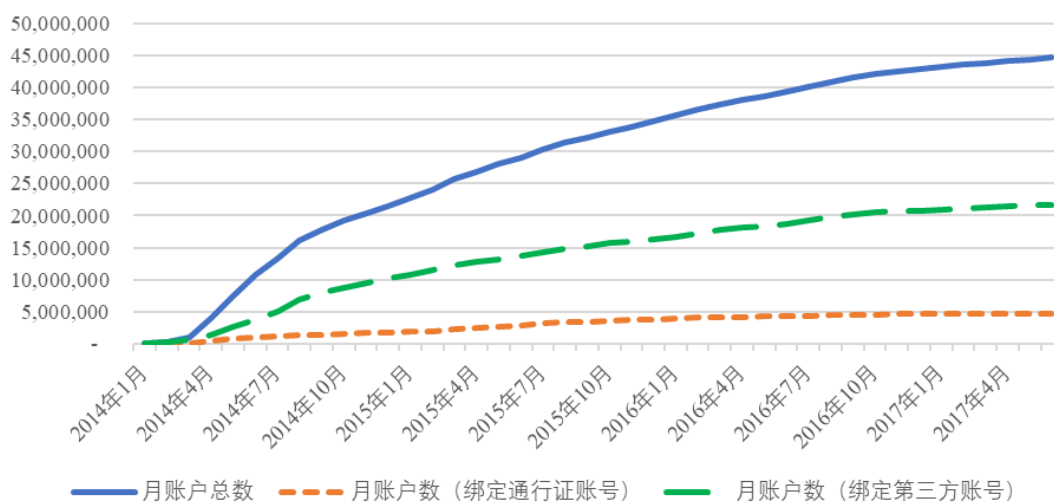
（1）《崩坏学园 2》

①账户数

A.月账户数

单位：个

《崩坏学园2》月账户数



注 1：月账户总数是指该月末该项游戏的账户总数。

注 2：月账户数（绑定通行证账号）是指该月末该项游戏的绑定通行证账号的账户总数。

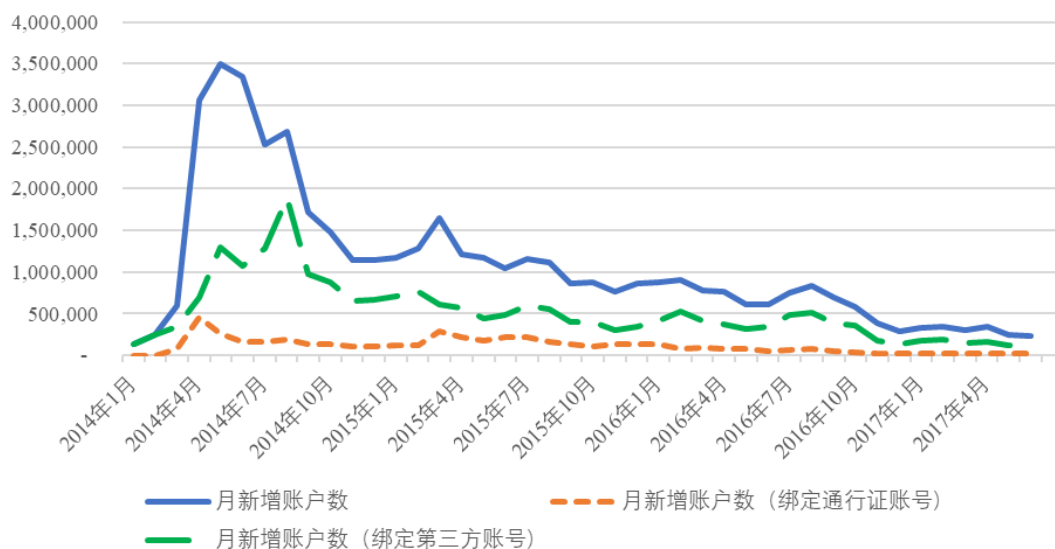
注 3：月账户数（绑定第三方账号）是指该月末该项游戏的绑定第三方账号的账户总数。

2014 年 1 月至 2014 年 5 月《崩坏学园 2》陆续在各平台上线，上线之初月账户数增加较快，2014 年 6 月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月账户数的增长速度逐渐下降。

B.月新增账户数

单位：个

《崩坏学园2》月新增账户数



注 1：月新增账户数是指在该月内新创建该项游戏的账户总数。

注 2：月新增账户数（绑定通行证账号）是指在该月该项游戏内绑定通行证账号的账户增加数。

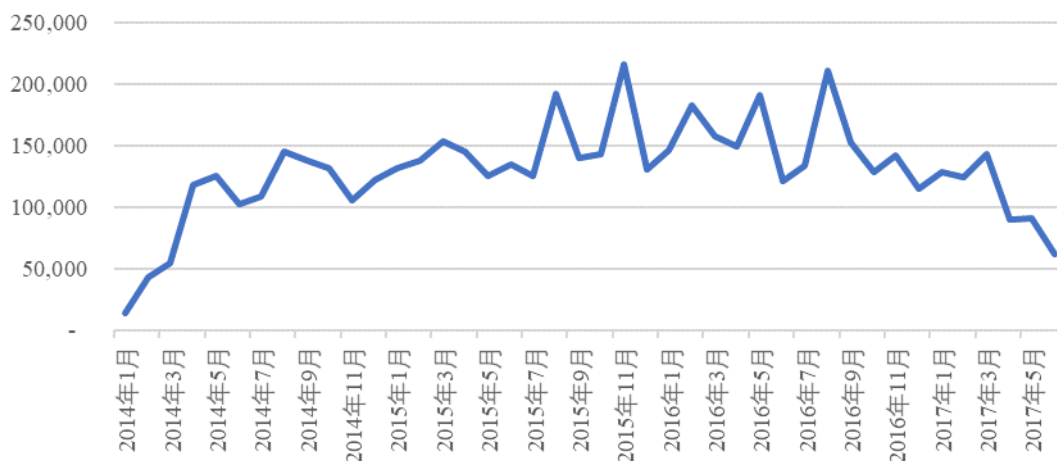
注 3：月新增账户数（绑定第三方账号）是指在该月该项游戏内绑定第三方账号的账户增加数。

2014 年 1 月至 2014 年 5 月《崩坏学园 2》陆续在各平台上线，上线之初新增用户数量较多，2014 年 6 月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月新增账户数逐渐下降。

②月付费账户数

单位：个

《崩坏学园2》月付费账户数



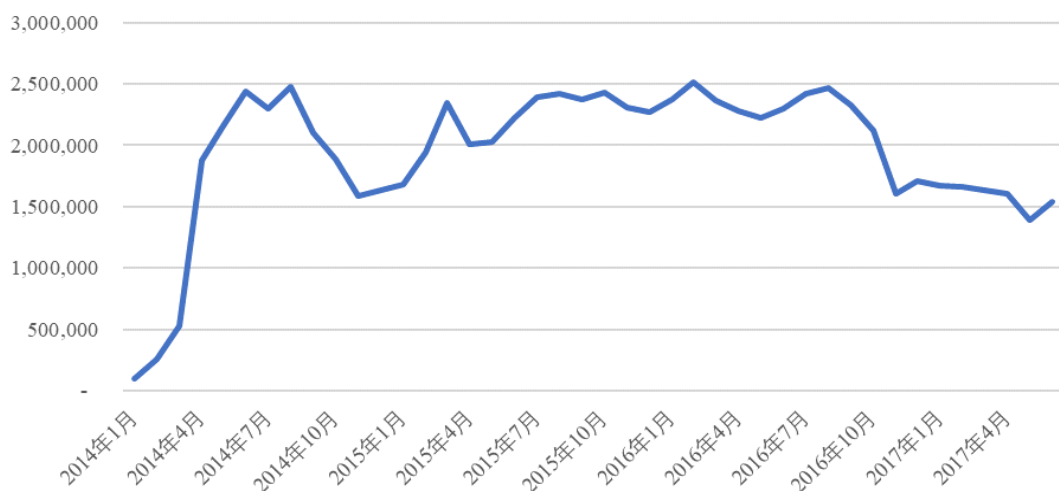
注：月付费账户数是指当月游戏内付费游戏账户数量。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，月付费账户数增加较快。2014年9月以后，月付费账户数整体平稳，随着运营区域的拓展以及游戏内活动开展，月付费账户数有一定的波动。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》月付费账户数有所下降。

③月活跃账户数

单位：个

《崩坏学园2》月活跃账户数

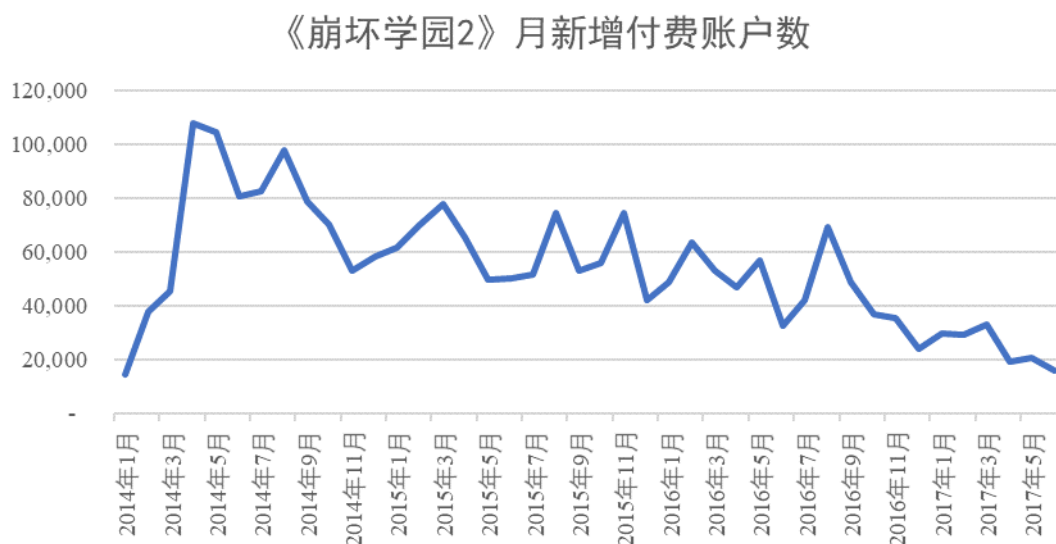


注：月活跃账户数是指剔除每个账号首次登录记录后的每月有登录记录的用户数量。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在各平台上线后，活跃玩家数量增加较快，此后随着游戏内容逐渐被玩家体验，尝试性玩家陆续减少。2015年3月《崩坏学园2》在日本地区上线，活跃账户数量有小幅上升。2015年7月起，随着游戏版本的不断更新和公司对于玩家需求理解的不断深入，活跃账户数有所增加并呈现波动状态，于2016年2月达到最高点。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》月活跃账户数有一定下降。

④月新增付费账户数

单位：个



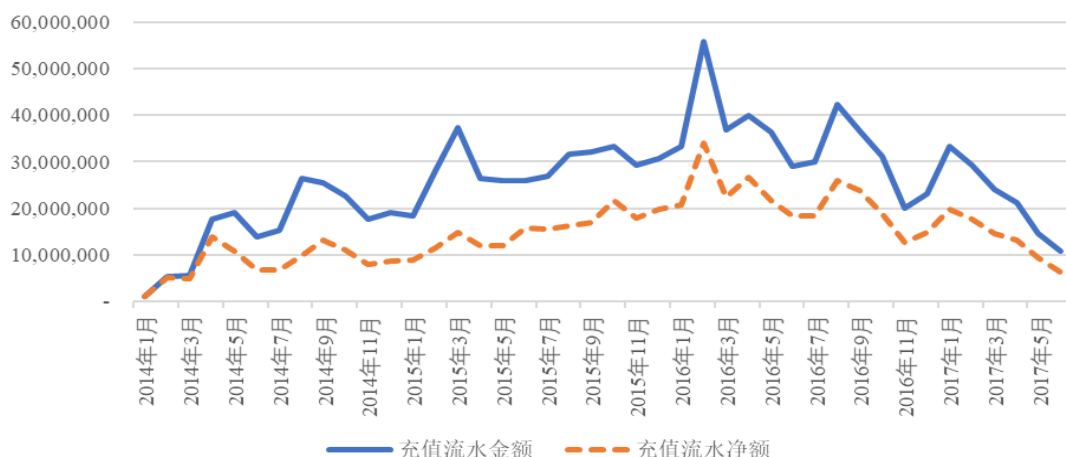
注：月新增付费账户数是指从创建该账户至本月付费交易时点，从未发生过付费交易，在本月内第一次发生付费交易的游戏账户数量。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在各游戏平台上线后，月新增付费账户数于2014年6月达到峰值，2014年6月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月新增账户数逐渐下降，月新增付费账户数也呈现下降趋势。

⑤月充值流水金额

单位：元

《崩坏学园2》月充值流水金额



注 1：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

注 2：月充值流水净额是指当月公司收到或应收的税后玩家充值款。

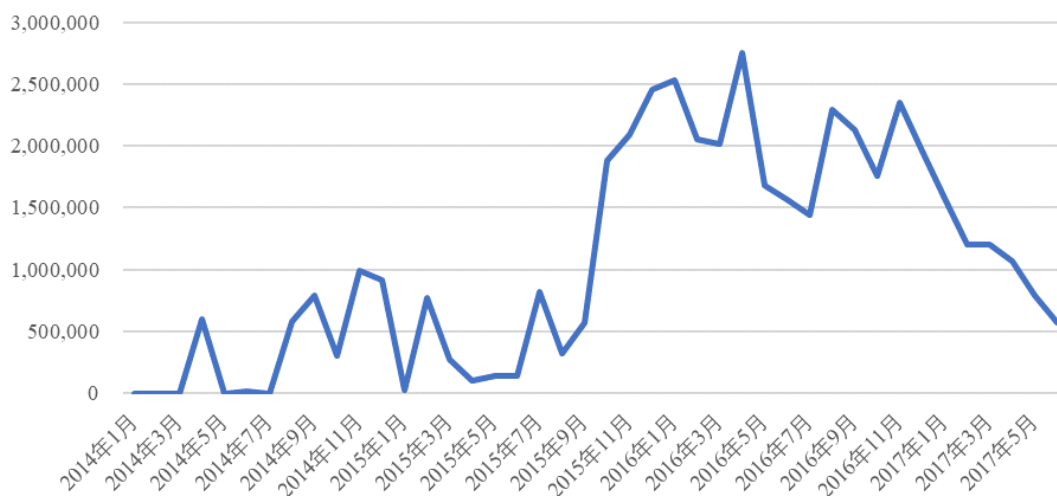
2014 年上半年《崩坏学园 2》陆续在各平台开展运营，上线之初月充值流水金额增长幅度较大，2014 年 5 月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月充值流水金额有所下降。2016 年 2 月《崩坏学园 2》开展了游戏内充值促销活动，当月充值流水金额较高。总体来看，随着移动游戏市场规模的扩大与《崩坏学园 2》的版本更新、运营活动的开展，《崩坏学园 2》的月充值流水金额呈上涨趋势。2016 年 9 月起，受到《崩坏 3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，玩家充值开始减少。

⑥市场推广情况

A.月线上推广费用

单位：元

《崩坏学园2》月线上推广费用

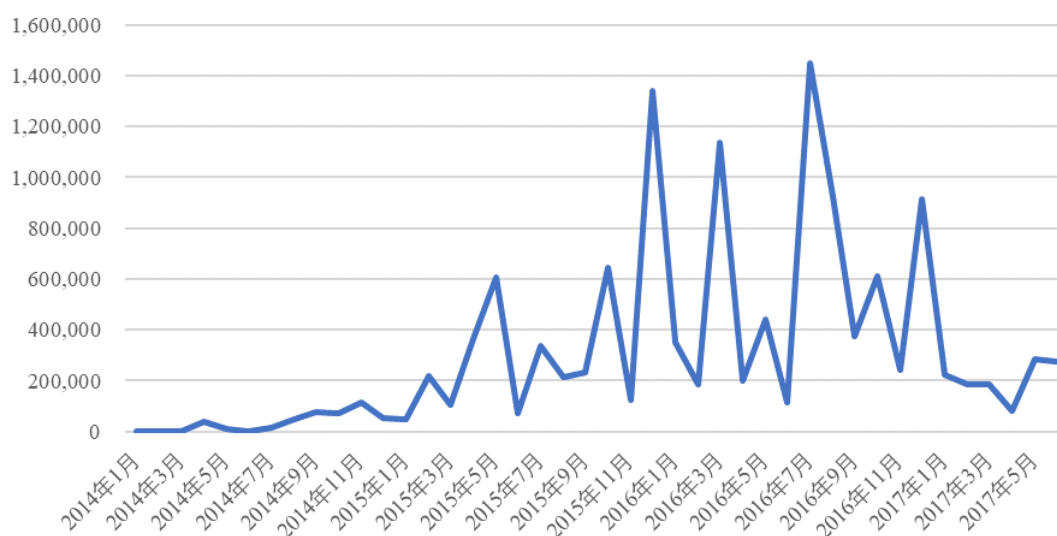


公司主要根据《崩坏学园 2》的运营情况自主选择线上广告投放的节奏，总体来看，2015 年 10 月《崩坏学园 2》在日本上线后，线上广告费用大幅增长。2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》玩家充值有所下降，公司基于游戏的运营情况调整了游戏推广力度，2017 年 1-6 月因此《崩坏学园 2》线上推广费下降。

B.月线下推广费用

单位：元

《崩坏学园2》月线下推广费用

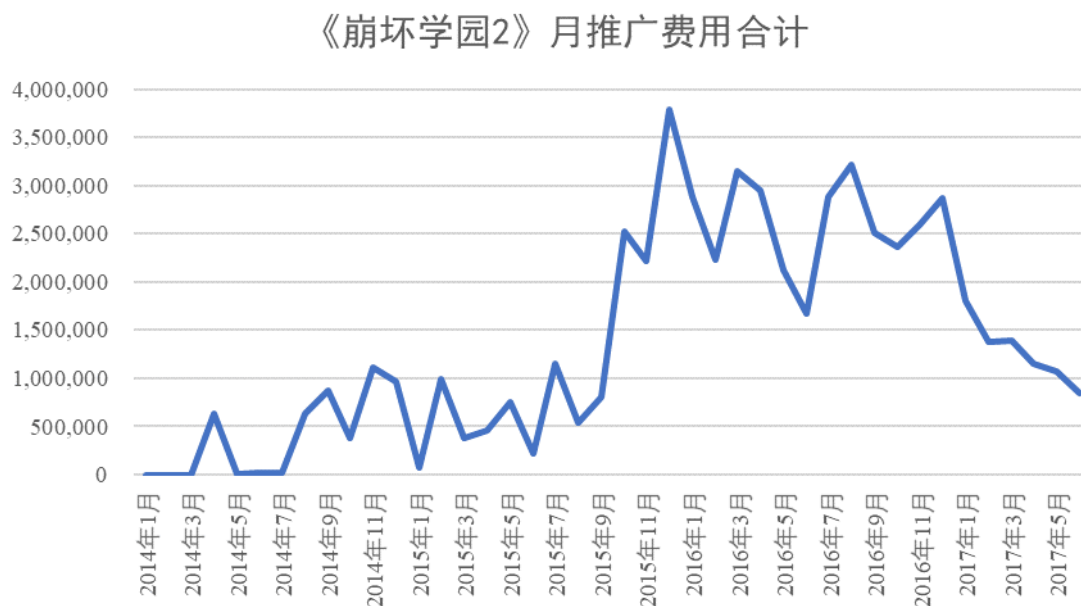


公司的线下推广受活动时点影响较大，如《崩坏学园 2》推出新角色或者原有角色的生日时，公司一般会根据角色造型推出相应的周边产品并赠送给玩家，从而产生较多的线下推广费用；当月公司参加漫展等活动时，也会产生较

多的线下漫展推广支出。因此总体来看公司的线下推广费用呈波动趋势。2017年1-6月公司基于游戏的运营情况调整了游戏推广力度，因此《崩坏学园2》线下推广费下降。

C.月推广费用合计

单位：元



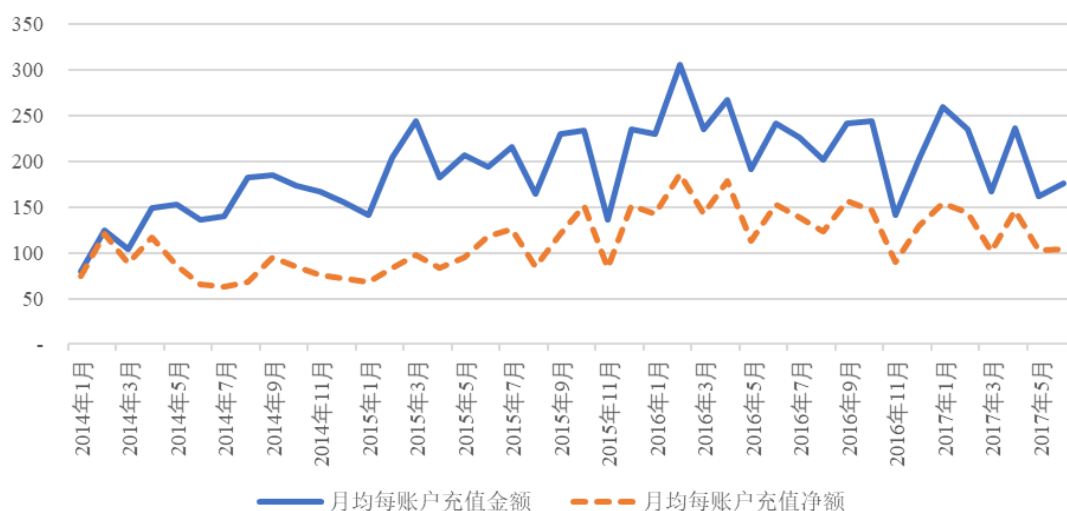
由于公司推广费用中线上推广占比较高，因此《崩坏学园2》月推广费用合计趋势与月线上推广费用趋势较为相似。

⑦月均每账户充值金额

A.月均每付费账户充值金额（ARPPU）

单位：元

《崩坏学园2》月均每付费账户充值金额



注 1：月均每付费账户充值金额=当月充值流水金额/当月付费玩家数量。

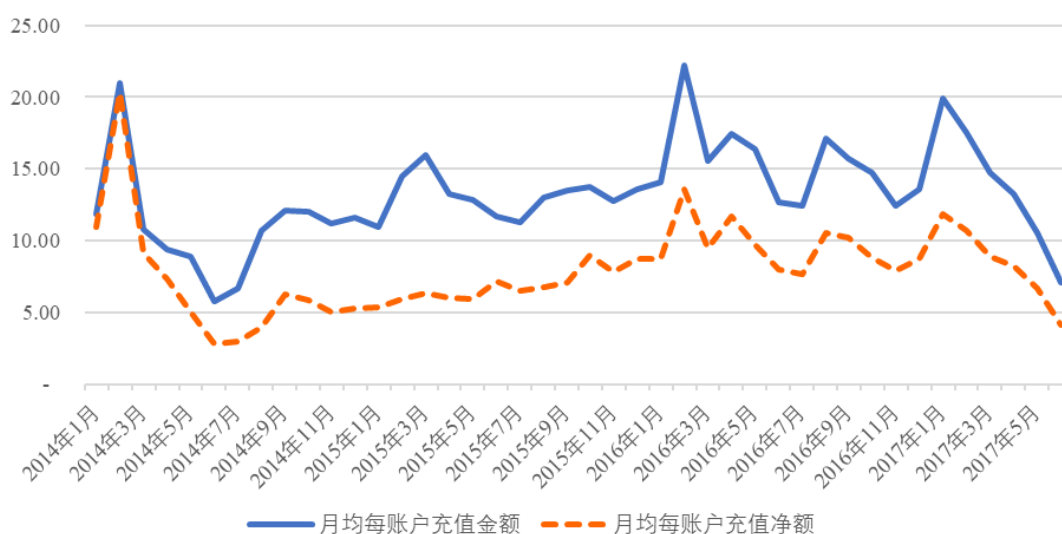
注 2：月均每付费账户充值净额=当月充值流水净额/当月付费玩家数量。

报告期内月均每付费账户充值金额主要集中在 100-300 元之间，月均每付费账户充值金额有所波动主要系版本更新与运营活动导致玩家活跃程度不同所致。

B.月均每活跃账户充值金额（ARPU）

单位：元

《崩坏学园2》月均每账户充值金额



注 1：月均每账户充值金额=月充值流水金额 / 月活跃账户数；

注 2：月均每账户充值净额=月充值流水净额 / 月活跃账户数。

报告期内《崩坏学园 2》月均每账户充值金额和充值净额主要集中在 3-25 元之间。2014 年《崩坏学园 2》上线之初，用户月均充值金额变化较大，上线半年后随着版本更新与运营活动的开展，月均每账户充值金额和充值净额呈波动趋势，2017 年起，受到《崩坏 3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园 2》月均每账户充值金额下降。

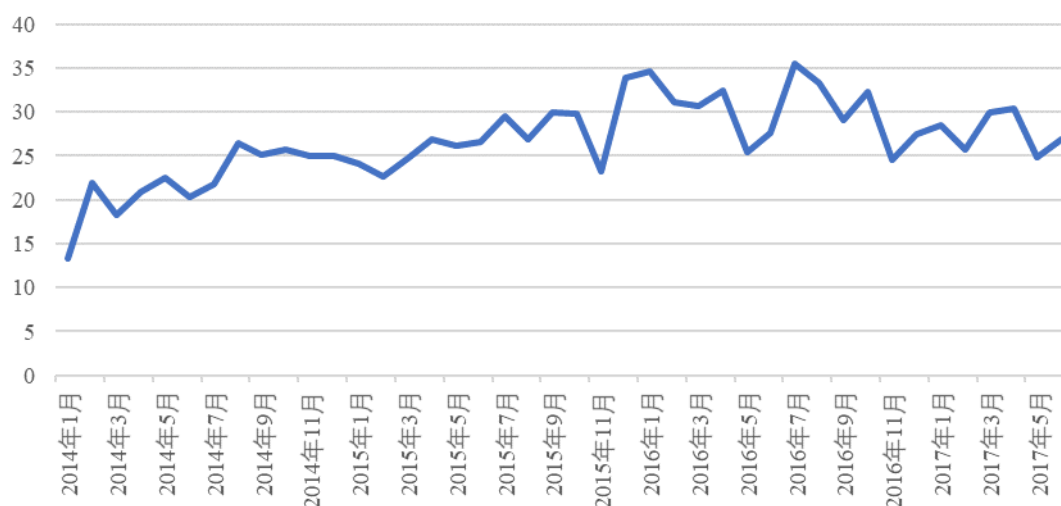
受分成比例影响，月均每账户充值金额和充值净额之间会存在差异。2014 年 1 月至 2 月《崩坏学园 2》仅开展独立运营，公司直接收到扣除手续费后的玩家充值款，因此月均每账户充值金额和充值净额较为接近。2014 年 6 月起《崩坏学园 2》开始授权运营，该模式下公司所得分成比例较低，因此月均每账户充值金额和充值净额差异较大。

⑧月游戏停留时间

A.月均每付费账户游戏停留时间

单位：小时

《崩坏学园2》月均每付费账户游戏停留时间



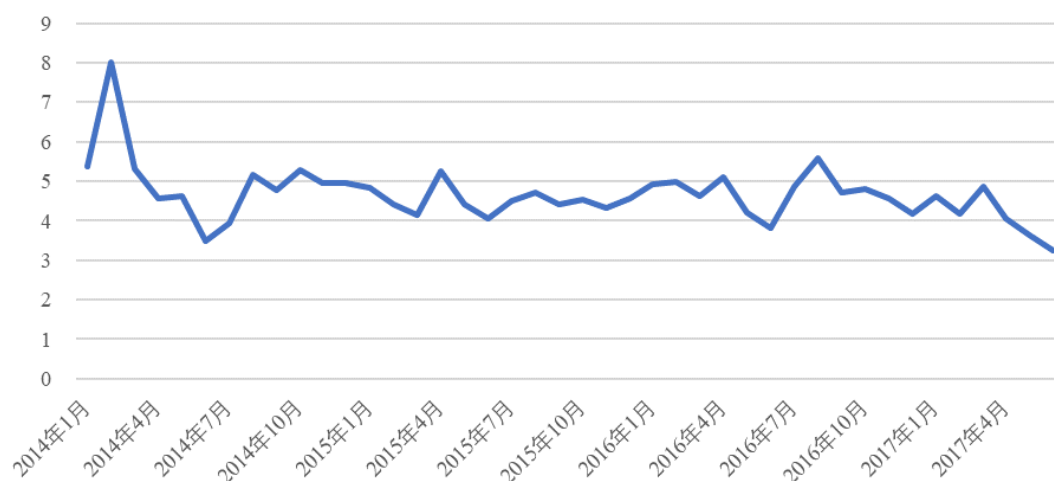
注：月均每付费账户游戏停留时间=月付费用户当月累计在线时长/月付费用户数量。

《崩坏学园 2》的月均每付费账户游戏停留时间在 20-40 小时之间，游戏停留时间有所波动主要系版本更新与运营活动导致玩家活跃程度不同所致。

B.月均活跃账户游戏停留时间

单位：小时

《崩坏学园2》月均活跃账户游戏停留时间

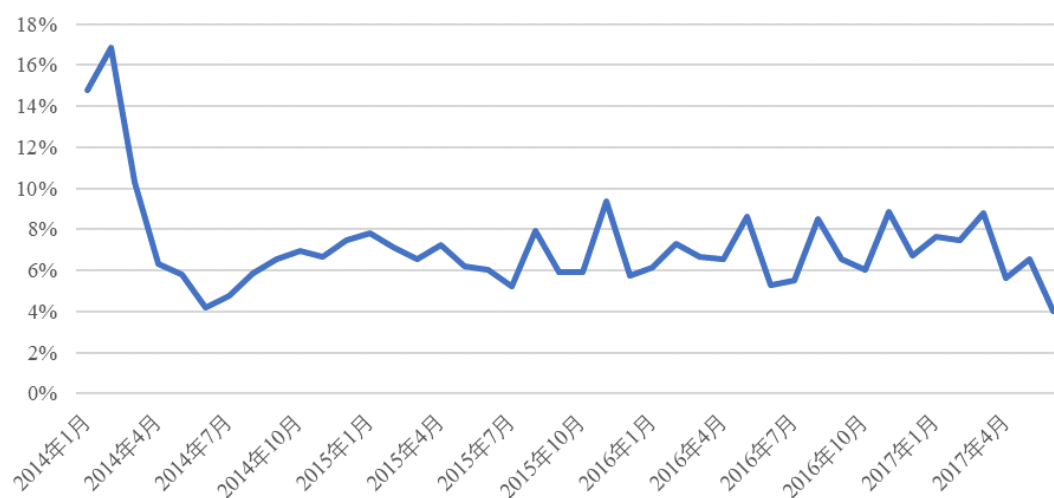


注：月均活跃账户游戏停留时间=月活跃账户在线总时长 / 月活跃账户数。

《崩坏学园 2》的月均活跃账户游戏停留时间在 3-8 小时之间。2014 年初《崩坏学园 2》刚上线时，新进入玩家数量较多，对游戏内容的新鲜感较高，在游戏内停留时间较长。此后，部分以体验为主、丧失新鲜感的玩家逐渐退出，导致平均游戏停留时间大幅降低。随着游戏运营进入成熟期，《崩坏学园 2》版本更新内容较为稳定，月均活跃账户游戏停留时间在一定范围内有所波动。2016 年 9 月起，受到《崩坏 3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，月均活跃账户游戏停留时间呈下降趋势。

⑨月付费转化率

《崩坏学园2》月付费转换率

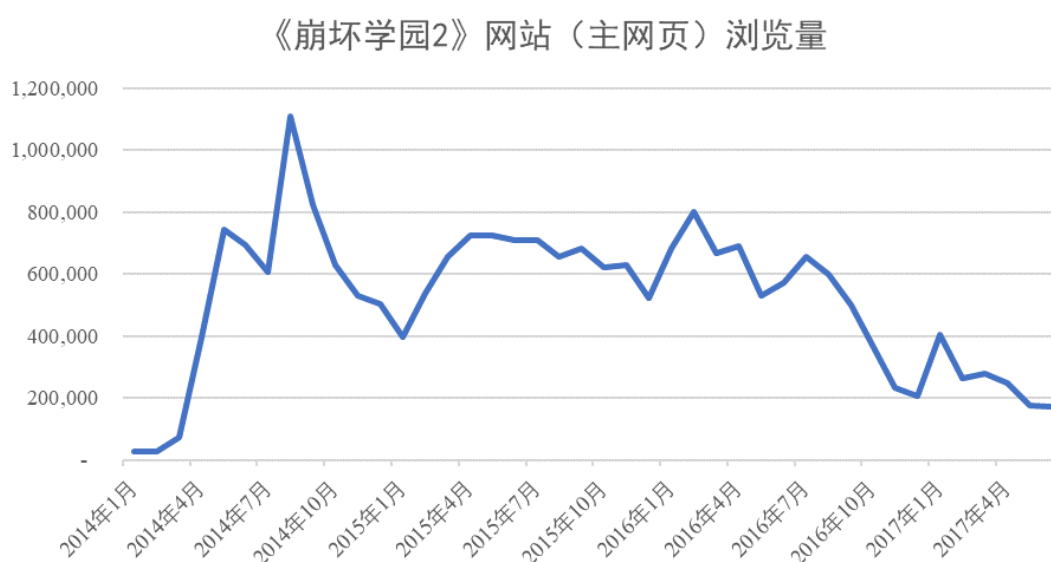


注：月付费转化率=月付费账户数 / 月活跃账户数。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，上线初期新增活跃用户数量和新增付费用户数量较大，出于对游戏内容的新鲜感，玩家付费意愿较强。2014年8月以后，部分尝试性玩家退出，月付费转化率集中在4%-10%之间，随版本更新与运营活动导致玩家付费意愿程度不同而波动。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，游戏新增付费内容减少，玩家付费意愿下降，因此月付费转化率下降。

⑩网站（主网页）浏览量

单位：次

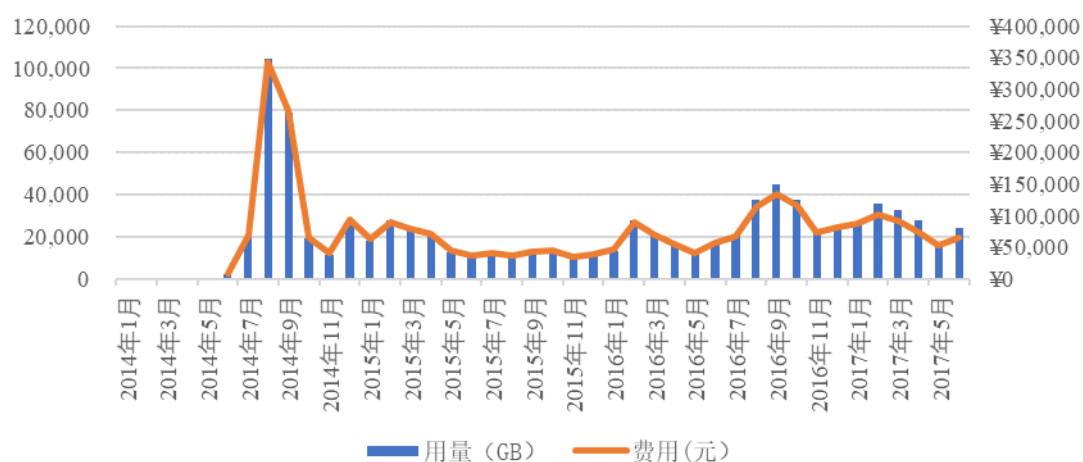


注 1：数据来源来自独立第三方平台 CNZZ (<http://www.cnzz.com/>)，数据统计口径为 mihoyo.com 的网站浏览量。发行人对其真实、准确、完整承担责任。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，上线之初吸引到大量玩家关注，导致网站浏览量增加较快，于2014年8月达到顶峰。此后随着游戏版本的更新，网站浏览量呈现波动趋势。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》关注度有所降低，网站浏览量逐步下降。

⑪CDN 月流量和支出

《崩坏学园2》CDN月流量与支出



自 2014 年 6 月公司启用 CDN 服务后，CDN 月流量与支出有较强的相关性。同时 CDN 的月流量变动趋势与月活跃账户数变动趋势相似，主要原因为 CDN 的用途一般为游戏的下载与更新，月活跃账户的数量与 CDN 流量有较强的相关性，部分差异的原因为游戏版本更新周期不定与安装包大小不同所致。2014 年公司采购阿里云 CDN 服务之初，阿里云对于重复下载尚未设置限制，使得公司 2014 年 8 月至 9 月 CDN 流量及支出较多。

⑫付费玩家年龄分布

年龄结构	人数 (人)	占比
18 岁以下	26,151	5.80%
18-30 岁	377,581	83.73%
30 岁以上	47,212	10.47%
合计	450,944	100.00%

注：按照玩家实名登记信息统计（截至 2017 年 6 月 30 日）

付费玩家中，18 岁以上的玩家占总充值人数的 94.20%，为《崩坏学园 2》的主要充值人群。

⑬玩家地域分布

按照充值金额大小排序，《崩坏学园 2》充值金额排名前十的地区如下：

省份/国家	2014、2015、2016 年及 2017 年 1-6 月累计	
	金额 (万元)	比例
日本	13,747.97	12.70%

广东省	11,754.73	10.86%
江苏省	7,480.74	6.91%
北京市	6,565.95	6.06%
上海市	6,437.60	5.95%
浙江省	6,217.77	5.74%
湖北省	3,485.08	3.22%
四川省	3,214.92	2.97%
福建省	2,867.00	2.65%
山东省	2,655.33	2.45%
其他地区	43,986.57	40.62%
合计	108,285.50	100.00%

⑭玩家充值区间及人数

报告期内，《崩坏学园 2》小额充值玩家人数占比超过 80%，具体情况如下：

2014 年 1 月-2014 年 12 月

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（元）	金额占比
0-500	755,550	90.91%	38,373,202	20.25%
500-1000	33,873	4.08%	23,247,594	12.27%
1000-3000	29,615	3.56%	49,791,457	26.27%
3000-5000	6,459	0.78%	24,930,891	13.15%
5000-10000	4,085	0.49%	27,819,340	14.68%
10000-50000	1,497	0.18%	23,847,743	12.58%
50000 以上	17	0.00%	1,520,626	0.80%

2015 年 1 月-2015 年 12 月

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（元）	金额占比
0-500	757,950	86.20%	59,573,769	17.21%
500-1000	46,887	5.33%	32,674,927	9.44%
1000-3000	51,363	5.84%	84,725,462	24.48%

3000-5000	11,210	1.27%	43,285,330	12.50%
5000-10000	7,888	0.90%	54,438,386	15.73%
10000-50000	3,874	0.44%	64,345,018	18.59%
50000 以上	89	0.01%	7,116,582	2.06%

2016年1月-2016年12月

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（元）	金额占比
0-500	652,969	81.73%	53,435,976	12.90%
500-1000	60,517	7.57%	41,324,471	9.97%
1000-3000	57,304	7.17%	96,580,089	23.31%
3000-5000	12,662	1.58%	48,639,043	11.74%
5000-10000	9,778	1.22%	67,607,573	16.32%
10000-50000	5,522	0.69%	95,378,477	23.02%
50000 以上	157	0.02%	11,333,892	2.74%

2017年1月-2017年6月

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（元）	金额占比
0-500	276884	83.72%	23,444,801	17.60%
500-1000	23794	7.19%	16,389,017	12.30%
1000-3000	21495	6.50%	35,881,885	26.93%
3000-5000	4384	1.33%	16,740,140	12.56%
5000-10000	2916	0.88%	19,896,805	14.93%
10000-50000	1242	0.38%	19,894,537	14.93%
50000 以上	14	0.00%	990,257	0.74%

⑮月度活跃用户、月度付费用户等指标的平均值

崩坏学园2	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
平均月度活跃用户数量（万个）	158.51	222.56	220.15	161.23
平均月度付费用户数量（万个）	10.65	15.23	14.79	10.09
平均月度新增付费用户数量（万个）	2.48	4.66	6.06	6.93
付费用户平均当期累计充值金额（元/人）	399.92	518.58	393.69	228.03
当期新增付费用户平均充值金额	193.56	333.49	311.47	228.03

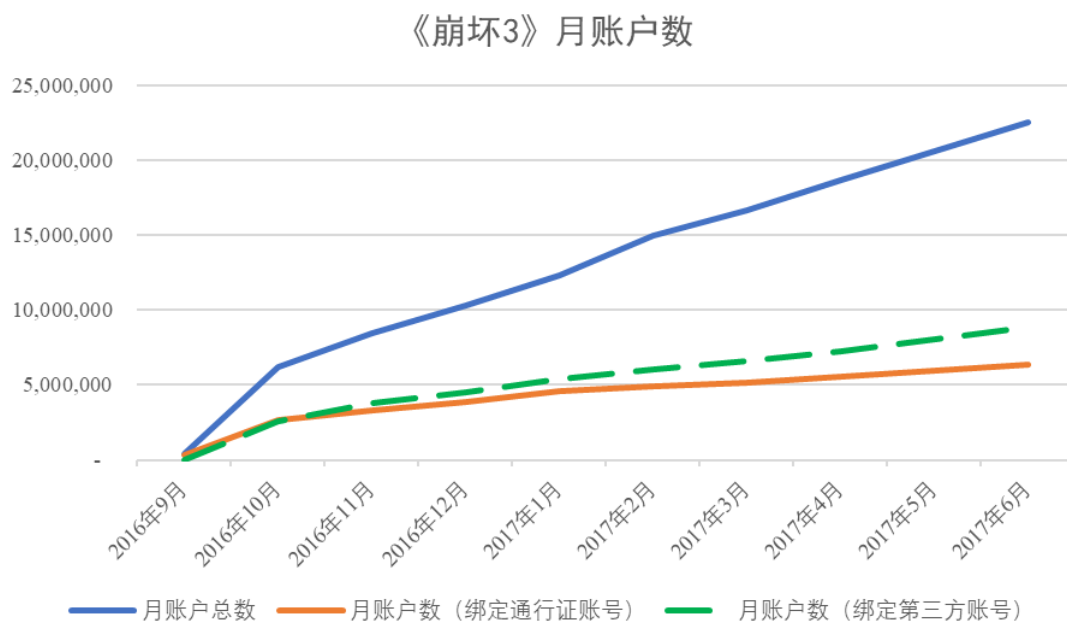
(元/人)

(2) 《崩坏3》

① 账户数

A. 月账户数

单位：个



注 1：月账户总数是指该月末该项游戏的账户总数。

注 2：月账户数（绑定通行证账号）是指该月末该项游戏的绑定通行证账号的账户总数。

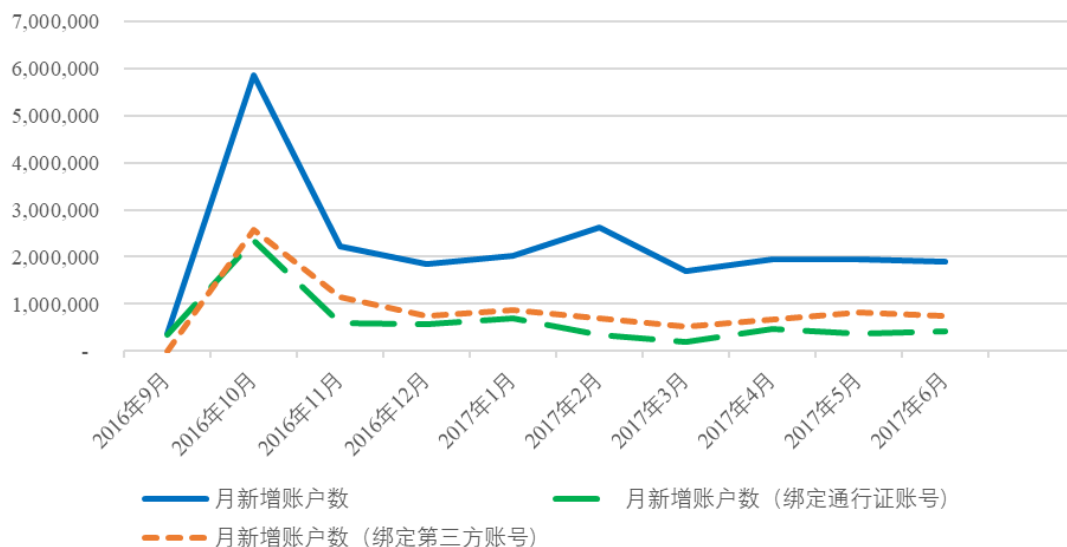
注 3：月账户数（绑定第三方账号）是指该月末该项游戏的绑定第三方账号的账户总数。

《崩坏3》于 2016 年 9 月开始封闭测试，2016 年 10 月在 iOS、安卓平台正式公测，月账户数于 2016 年 10 月迅速增加，2016 年 11 月之后增长速度放缓，保持每月稳定增加。

B. 月新增账户数

单位：个

《崩坏3》月新增账户数



注 1：月新增账户数是指在该月内新创建该项游戏的账户总数。

注 2：月新增账户数（绑定通行证账号）是指在该月该项游戏内绑定通行证账号的账户增加数。

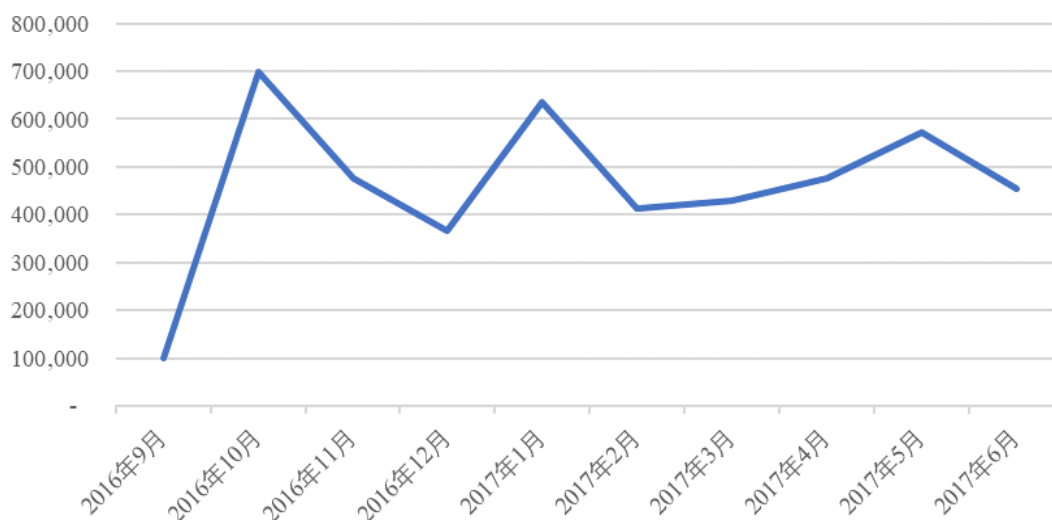
注 3：月新增账户数（绑定第三方账号）是指在该月该项游戏内绑定第三方账号的账户增加数。

《崩坏 3》于 2016 年 9 月开始封闭测试，2016 年 10 月在 iOS、安卓平台正式公测，月新增账户数于 2016 年 10 月达到顶峰；2017 年 2 月，《崩坏 3》在日本地区开展运营，当月新增账户数有所上升。随着各运营地区游戏版本的更替和海外运营的逐步开展，《崩坏 3》月新增账户数总体呈波动趋势。

②月付费账户数

单位：个

《崩坏3》月付费账户数



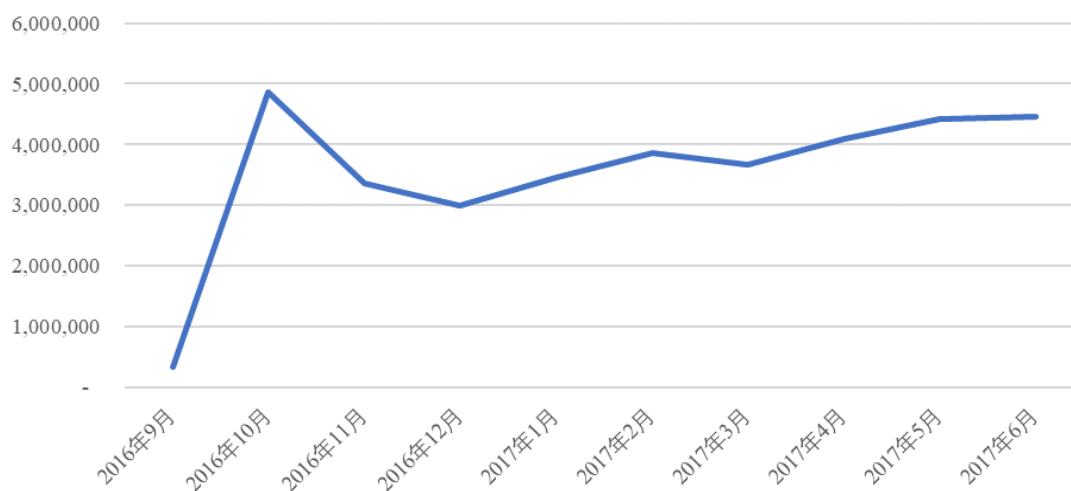
注：月付费账户数是指当月游戏内付费游戏账户数量。

2016年10月，《崩坏3》在各大平台正式上线后，月付费账户数目达到峰值；2017年1月付费账户较多的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月付费账户数呈波动趋势。

③月活跃账户数

单位：个

《崩坏3》月活跃账户数

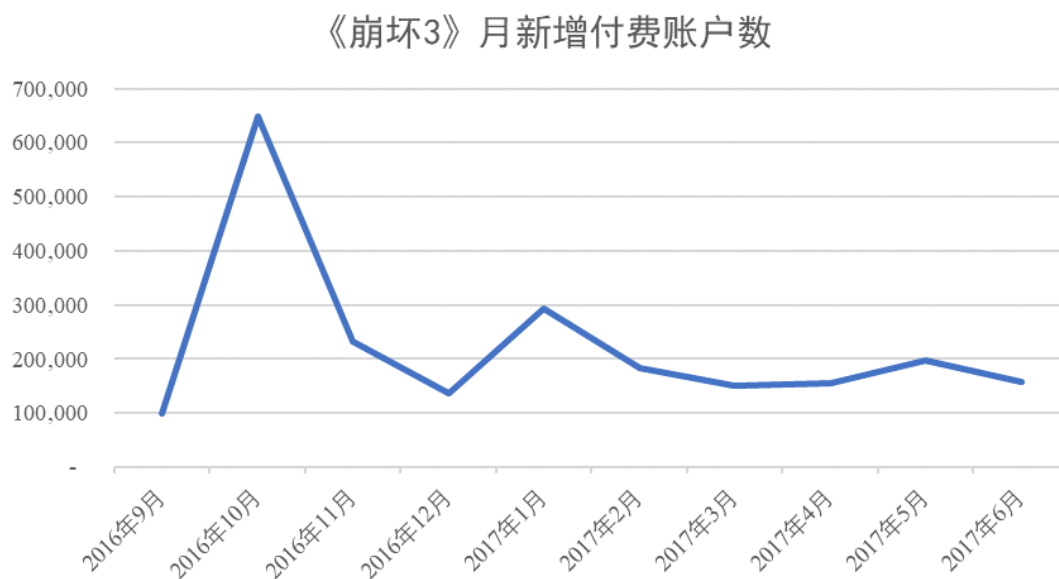


注：月活跃账户数是指剔除每个账号首次登录记录后的每月有登录记录的用户数量。

2016年10月起《崩坏3》在iOS、安卓平台正式公测，月活跃账户数达到最高；2017年2月及2017年5月，《崩坏3》分别在日本及台湾地区开展运营，月活跃账户数有所上升。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月活跃账户数呈波动趋势。

④月新增付费账户数

单位：个



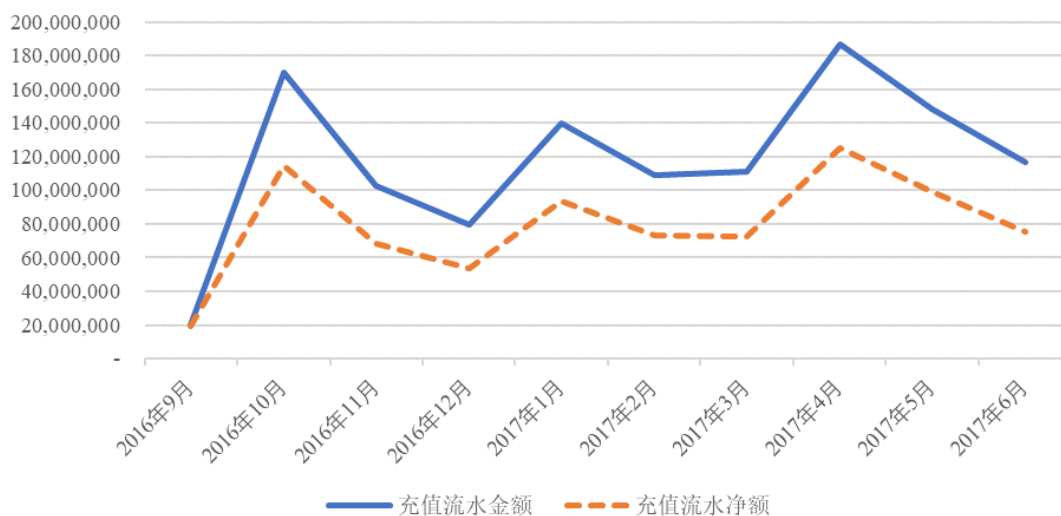
注：月新增付费账户数是指从创建该账户至本月付费交易时点从未发生过付费交易，在本月内第一次发生付费交易的游戏账户数量。

2016年10月《崩坏3》陆续在各大平台公测后，新增付费账户数量于当月达到最高；2017年1月新增付费账户较多的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月新增付费账户数呈波动趋势。

⑤月充值流水金额

单位：元

《崩坏3》月充值流水金额



注：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

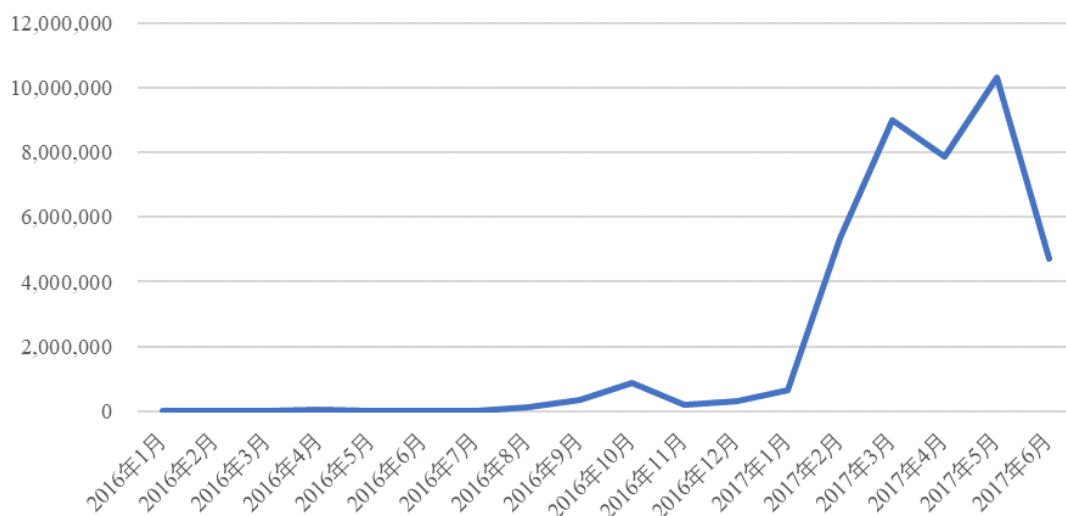
2016年10月，《崩坏3》在各大平台正式上线后，当月充值流水金额较高；2017年1月充值流水金额较高的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动；2017年4月充值流水金额较高的原因为当月《崩坏3》发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月充值流水金额呈现波动趋势。

⑥市场推广情况

A. 月线上推广费用

单位：元

《崩坏3》月线上推广费用

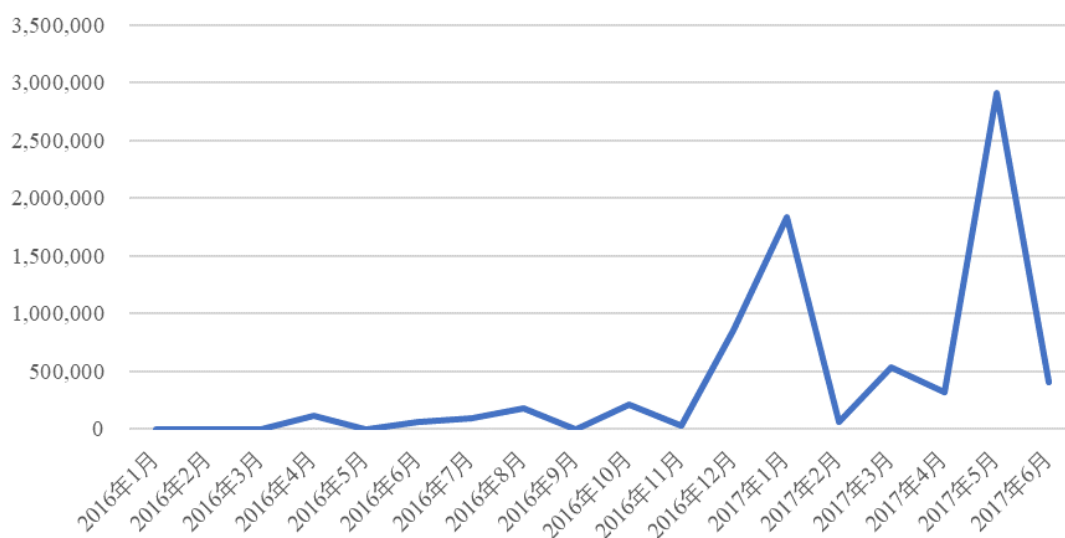


公司主要根据《崩坏 3》的运营情况自主选择线上广告投放的节奏，总体来看，2017 年 2 月《崩坏 3》在日本、东南亚等地区陆续上线后，线上广告费用大幅增长。

B. 月线下推广费用

单位：元

《崩坏3》月线下推广费用

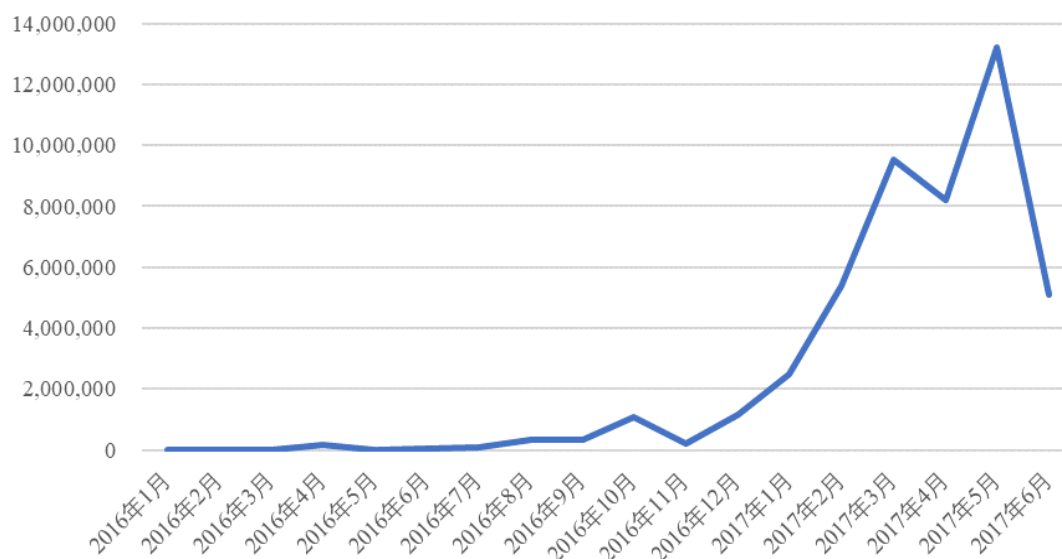


公司的线下推广受活动时点影响较大，如《崩坏 3》推出新角色或者原有角色的生日时，公司一般会根据角色造型推出相应的周边产品并赠送给玩家，从而产生较多的线下推广费用；当月公司参加漫展等活动时，也会产生较多的线下漫展推广支出。因此总体来看公司的线下推广费用呈波动趋势，2017 年 1 月和 2017 年 5 月，公司分别举办了周边赠送活动及地铁宣传活动，因此线下宣传费用较高。

C. 月推广费用合计

单位：元

《崩坏3》月推广费用合计



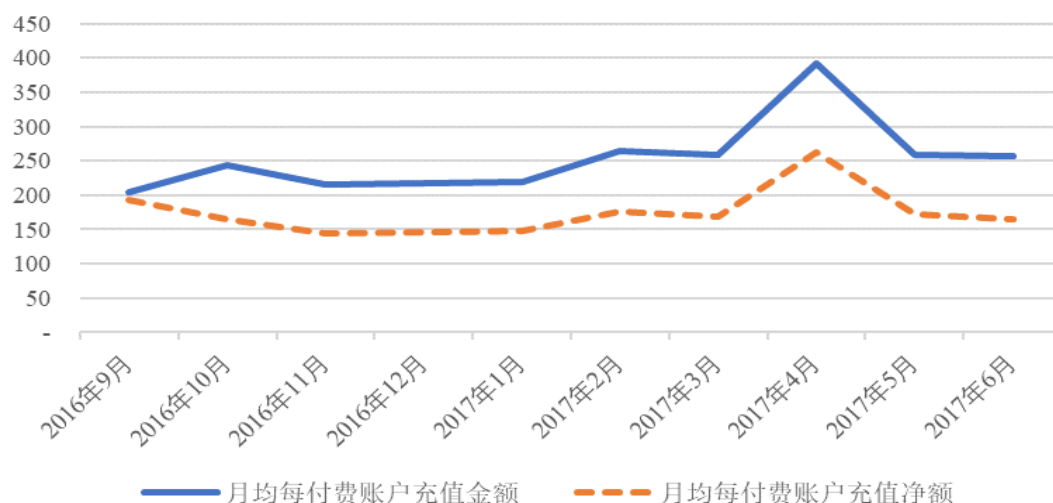
由于公司推广费用中线上推广占比较高，因此《崩坏3》月推广费用合计趋势与月线上推广费用趋势较为相似。

⑦月均每账户充值金额

A. 月均每付费账户充值金额（ARPPU）

单位：元

《崩坏3》月均每付费账户充值金额



注 1：月均每付费账户充值金额=月充值流水金额/月付费玩家数量。

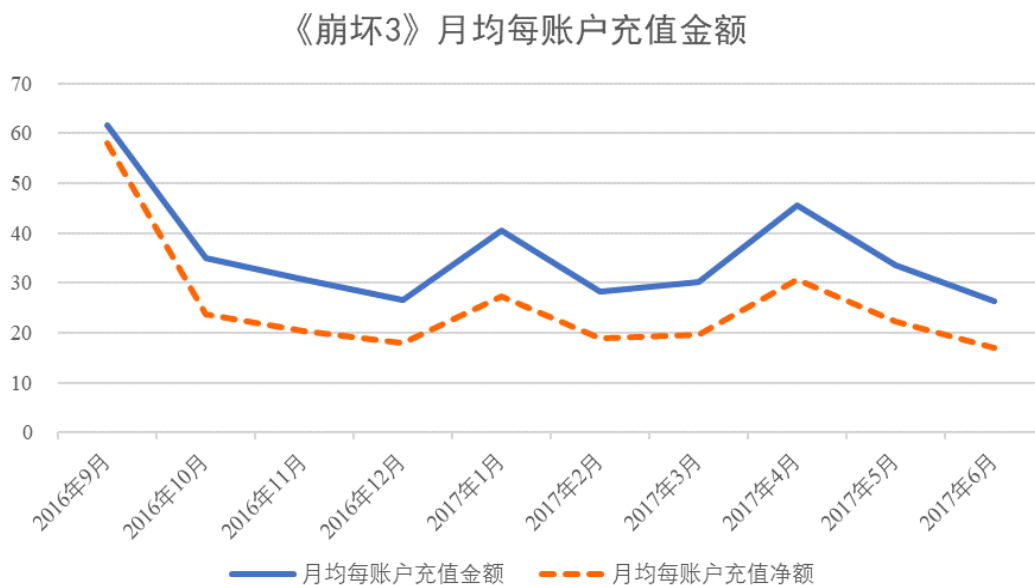
注 2：月均每付费账户充值净额=月充值流水净额/月付费玩家数量。

2016年9月至12月，《崩坏3》月均每付费账户充值金额在200-250元之间。

间，波动较小。2017年4月，月均每付费账户充值金额较高的原因为当月《崩坏3》发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。

B. 月均每账户充值金额（ARPU）

单位：元



注 1：月均每账户充值金额=月充值流水金额 / 月活跃账户数；

注 2：月均每账户充值净额=月充值流水净额 / 月活跃账户数。

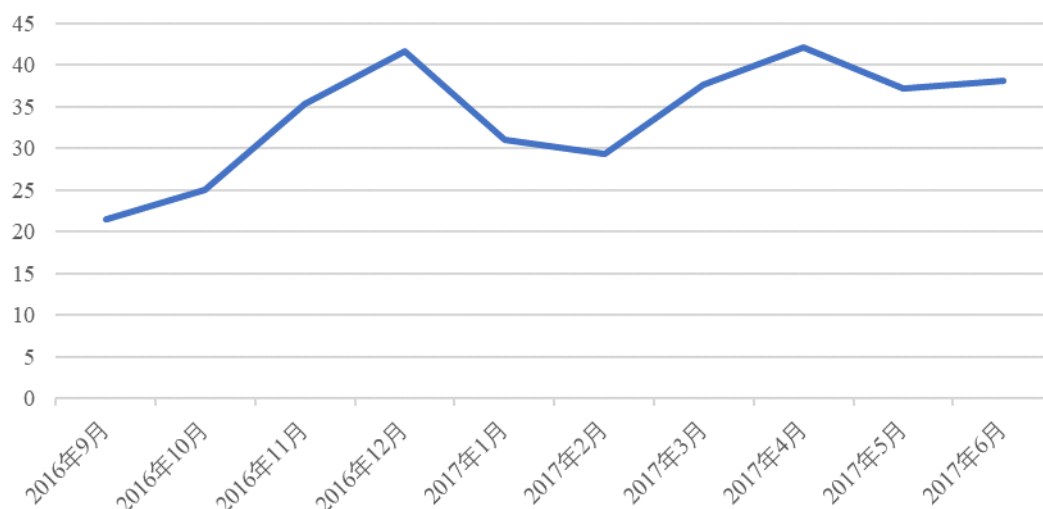
报告期内《崩坏3》月均每账户充值金额和充值净额在 15-70 元之间波动。2016年9月《崩坏3》处于封闭测试阶段，该阶段玩家为公司“崩坏”IP下的核心用户，玩家忠实度较高，因此月均每账户充值金额、充值净额均达到最高点。2017年1月和2017年4月的月均每账户充值金额及充值净额较高的原因为当月《崩坏3》新上线或者发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。

⑧ 游戏停留时间

A. 月均每付费账户游戏停留时间

单位：小时

《崩坏3》月均每付费账户游戏停留时间



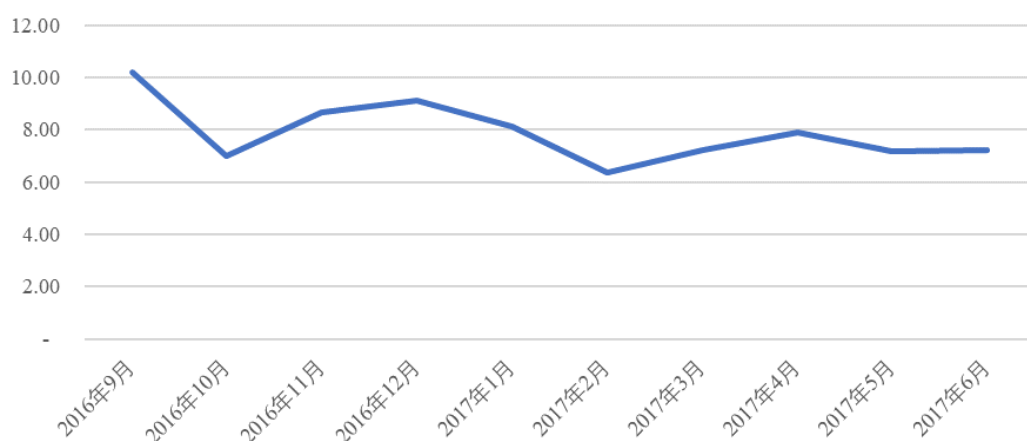
注：月均每付费账户游戏停留时间=月付费用户累计在线时长/月付费账户数。

《崩坏 3》的月均每付费账户游戏停留时间呈一定的波动趋势，主要因为月均每付费账户游戏停留时间受新游戏版本上线时间及其更新的内容影响，2016 年 12 月及 2017 年 4 月《崩坏 3》均有较为重要的版本更新且均推出了新角色，因此月均每付费账户游戏停留时间较长。

B. 月均每活跃账户游戏停留时间

单位：小时

《崩坏3》月均活跃账户游戏停留时间

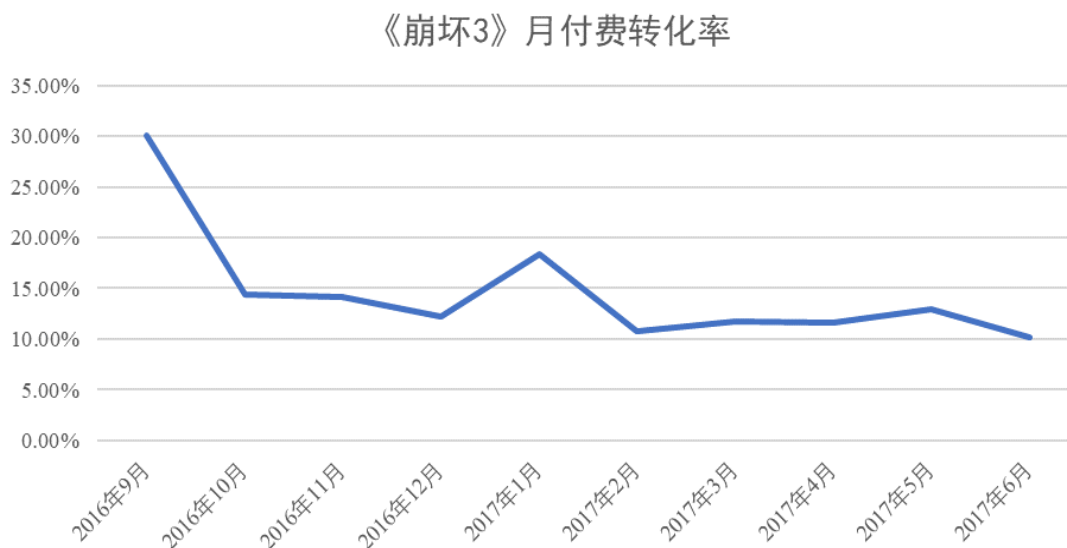


注：月均活跃账户游戏停留时间=月活跃账户在线总时长 / 月活跃账户数。

《崩坏 3》的月均活跃账户游戏停留时间在 6-10 小时左右，呈一定的波动趋势，主要因为月均活跃账户游戏停留时间受新游戏版本上线时间及其更新

的内容影响。2016年9月《崩坏3》处于封闭测试阶段，该阶段玩家为公司“崩坏”IP下的核心用户，玩家忠实度较高，平均游戏停留时间较长。

⑨月付费转化率



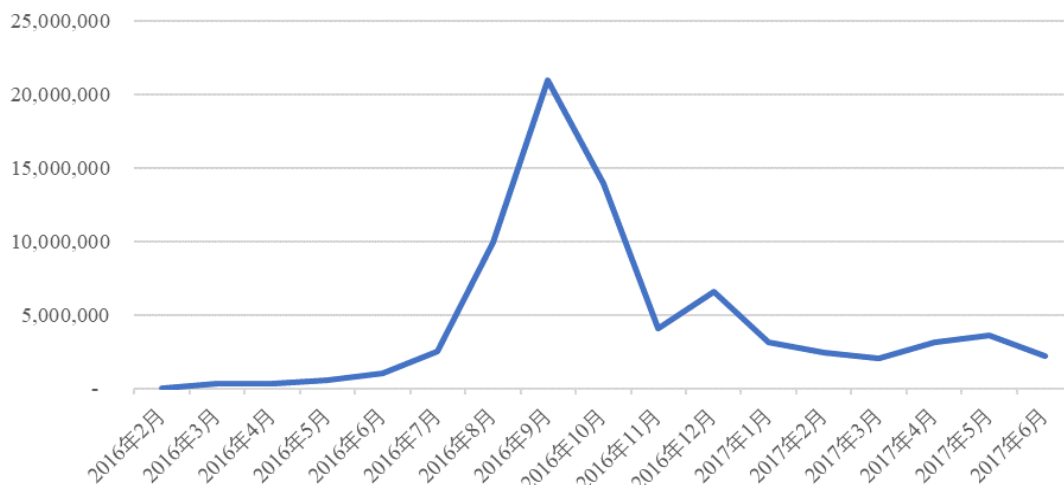
注：月付费转化率=月付费账户数 / 月活跃账户数。

2016年9月《崩坏3》处于封闭测试阶段，该阶段玩家为公司“崩坏”IP下的核心用户，玩家付费意愿较强，月付费转化率达到最高点。2016年10月起《崩坏3》进入正式运营，用户数量大幅增加，其中包括大量以体验为主的不付费玩家，因此月付费转化率有所下降。

⑩网站（主网页）浏览量

单位：次

《崩坏3》网站（主网页）浏览量

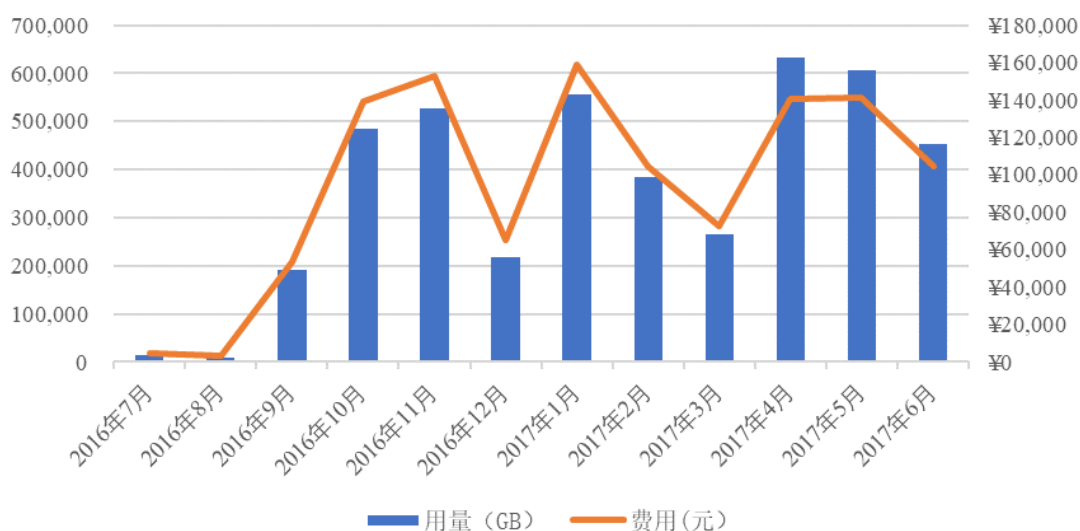


注：数据来源来自独立第三方平台 CNZZ (<http://www.cnzz.com/>)，数据统计口径为 bh3.com 的网站浏览量。发行人对其真实、准确、完整承担责任。

《崩坏3》于2016年9月上线开始封闭测试，由于“崩坏”IP前期已累积了较高的人气，因此《崩坏3》上线当月的网站浏览量激增，达到顶峰。2016年10月起《崩坏3》网站浏览量快速回落，每月网站浏览量随着游戏活动开展有一定波动。

⑪ CDN 月流量和支出

《崩坏3》CDN月流量及支出



注：左方纵坐标为 CDN 月流量；右方纵坐标为 CDN 费用

2016年9月《崩坏3》在安卓平台开始内测，CDN月流量与支出有较强的

相关性。同时 CDN 的月流量变动趋势与月活跃账户数变动趋势相似，主要原因为 CDN 的用途一般为游戏的下载与更新，月活跃账户的数量与 CDN 流量有较强的相关性，部分差异的原因为游戏版本更新周期不定与安装包大小不同所致。

⑫付费玩家年龄分布

年龄	付费人数（人）	占比
18 岁以下	159,454	15.42%
18-30 岁	807,285	78.05%
30 岁以上	67,529	6.53%
合计	1,034,268	100.00%

注：按照玩家实名登记信息统计

付费玩家中，18 岁以上的玩家占总充值人数的 84.58%，为《崩坏 3》的主要充值群体。

⑬玩家地域分布

按照充值金额大小排序，《崩坏 3》充值金额排名前 10 的地区如下：

省份/国家	2016 年及 2017 年 1-6 月累计	
	金额（万元）	比例
广东省	13,462.96	11.47%
日本	10,898.11	9.28%
江苏省	9,847.75	8.39%
北京市	8,808.08	7.50%
浙江省	8,335.17	7.10%
上海市	7,542.62	6.42%
四川省	4,956.15	4.22%
湖北省	4,440.05	3.78%
山东省	3,829.55	3.26%
福建省	3,385.49	2.88%
其他地区	41,893.87	35.68%
合计	117,399.81	100.00%

⑭玩家充值区间及人数

2016年1月-2016年12月

报告期内，《崩坏3》小额充值玩家人数占比较高，为所有付费玩家的主要群体，具体情况如下：

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（万元）	金额占比
0-500	961,212	85.99%	74,256,314	19.92%
500-1000	68,455	6.12%	44,065,976	11.82%
1000-3000	67,089	6.00%	107,009,396	28.71%
3000-5000	10,624	0.95%	40,167,760	10.78%
5000-10000	7,465	0.67%	49,706,064	13.34%
10000-50000	2,902	0.26%	49,675,736	13.33%
50000以上	97	0.01%	7,860,764	2.11%

2017年1-6月

充值区间	人数（人）	人数占比	金额（万元）	金额占比
0-500	1,319,460	83.47%	94,701,136.52	11.67%
500-1000	97,012	6.14%	66,756,999.65	8.23%
1000-3000	107,129	6.78%	182,428,431.4	22.49%
3000-5000	25,056	1.59%	96,159,076.58	11.85%
5000-10000	20,128	1.27%	138,761,594.5	17.11%
10000-50000	11,614	0.73%	202,587,105.7	24.97%
50000以上	389	0.02%	29,818,018.74	3.68%

⑮月度活跃用户、月度付费用户等指标的平均值

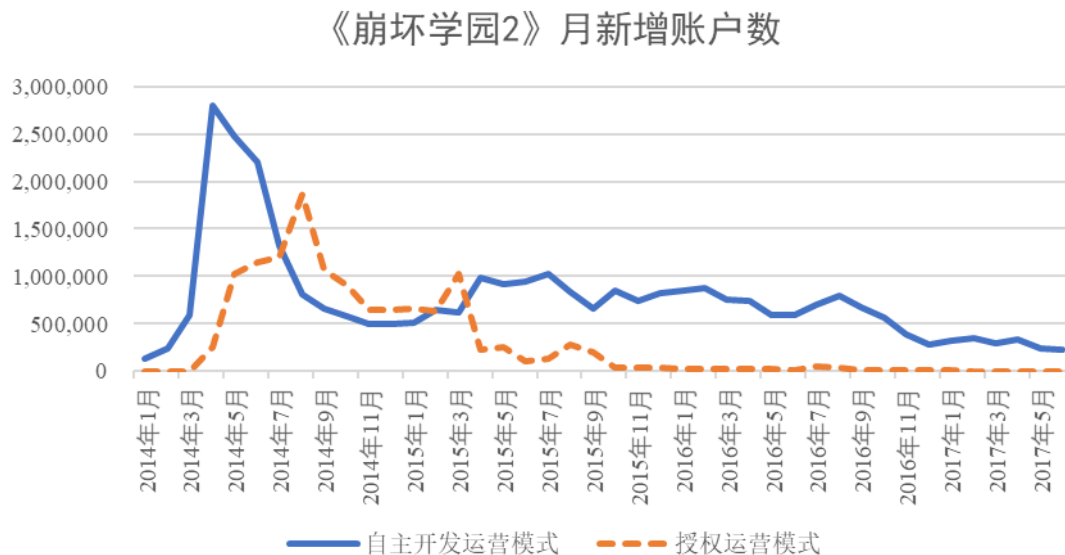
崩坏3	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
平均月度活跃用户数量（万个）	399.14	289.04	-	-
平均月度付费用户数量（万个）	49.76	41.05	-	-
平均月度新增付费用户数量（万个）	18.98	27.95	-	-
付费用户平均当期累计充值金额（元/人）	513.17	333.45	-	-
当期新增付费用户平均充值金额（元/人）	363.41	333.45	-	-

2、按照运营模式分类的运营数据

（1）《崩坏学园 2》

①月新增账户数

单位：个



注：月新增账户数指在该月内新创建该项游戏的账户总数。

自主开发运营模式

自主开发运营模式下，2014 年上半年《崩坏学园 2》陆续在各平台开展运营，上线之初新增用户数量较多，2014 年 6 月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月新增账户数逐渐下降。2015 年 4 月新增账户数增加的主要原因为：随着授权运营协议到期，公司终止了境内的授权运营，转为在相关平台合作运营产品，因此自主开发运营模式下月新增账户数增加。2016 年 9 月《崩坏 3》、《阴阳师》等二次元竞品上线后，《崩坏学园 2》的月新增账户数有所下降。

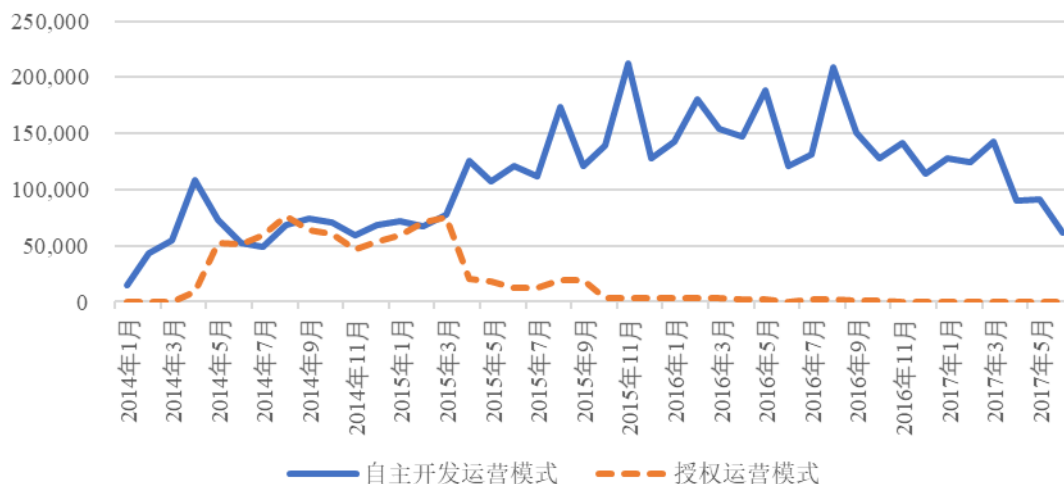
授权运营模式

授权运营模式下，2014 年 4 月至 8 月《崩坏学园 2》陆续在各平台上线，上线之初新增用户数量较多，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月新增账户数逐渐下降。2015 年 4 月起随着授权运营协议的到期或终止，公司逐渐减少授权运营规模，转为在相关平台合作运营产品，因此授权运营模式下《崩坏学园 2》月新增用户快速下降，截至报告期末公司所有授权运营协议均已终止。

②月付费账户数

单位：个

《崩坏学园2》月付费账户数



注：月付费账户数指当月游戏内付费游戏账户数量。

自主开发运营模式

自主开发运营模式下，2014年上半年《崩坏学园2》陆续在各平台上线，月付费账户数增加较快。2015年4月月付费账户数增加主要原因为：随着授权运营协议到期，公司终止了境内的授权运营，转为在相关平台合作运营产品，因此自主开发运营模式下月付费账户数增加。随着游戏内运营活动的开展，月付费账户数有一定的波动。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》月付费账户数有一定下降。

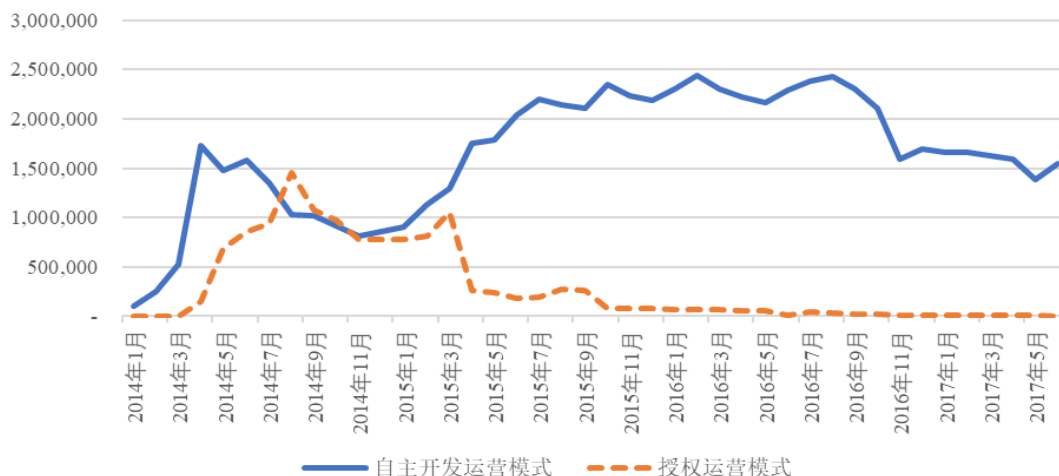
授权运营模式

授权运营模式下，2014年4月至8月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，月付费账户数增加较快。2015年4月起随着授权运营协议的到期或终止，公司逐渐减少授权运营规模，转为在相关平台合作运营产品，因此授权运营模式下《崩坏学园2》月付费账户数快速下降，截至报告期末公司所有授权运营协议均已终止。

③月活跃账户数

单位：个

《崩坏学园2》月活跃账户数



注：月活跃账户数是指剔除每个账号首次登录记录后的每月有登录记录的用户数量。

自主开发运营模式

自主开发运营模式下，2014年上半年《崩坏学园2》陆续在各平台上线，上线之初新增用户数量较多，2014年6月后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月活跃账户数有所下降。2015年4月起活跃账户增加主要原因为：随着授权运营协议到期，公司终止了境内的授权运营，转为在相关平台合作运营产品，因此自主开发运营模式下月活跃账户数增加，2015年5月后，《崩坏学园2》的月活跃账户随着游戏版本更新与运营活动的开展有所波动。2016年9月《崩坏3》、《阴阳师》等二次元竞品上线后，《崩坏学园2》月活跃账户数有一定下降。

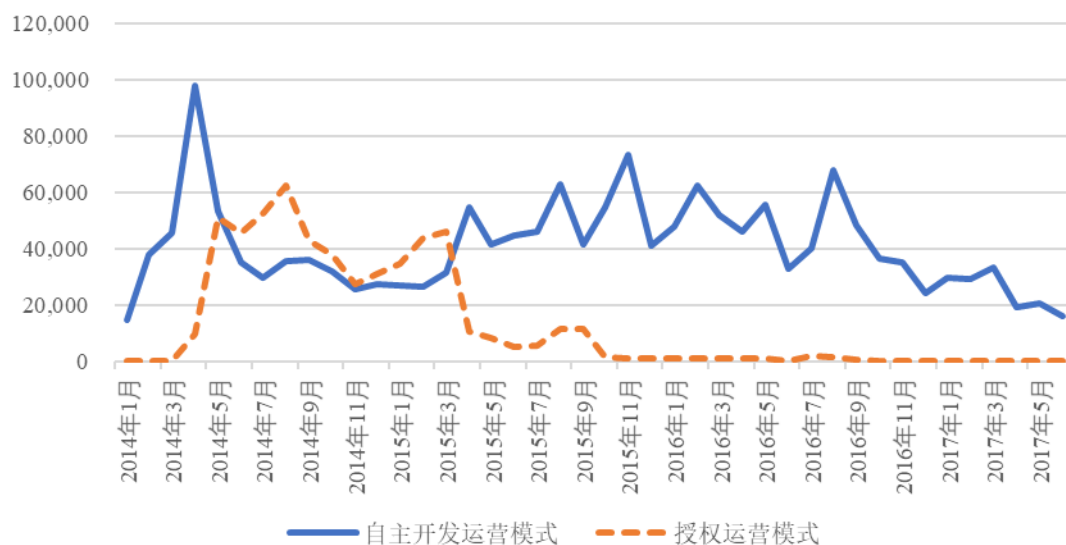
授权运营模式

授权运营模式下，2014年4月至8月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，上线之初月活跃账户数量较多，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月活跃账户数逐渐下降。2015年4月起随着授权运营协议到期或终止，公司逐渐减少授权运营规模，转为在相关平台合作运营产品，因此授权运营模式下《崩坏学园2》月活跃用户快速下降，截至报告期末公司所有授权运营协议均已终止。

④月新增付费账户数

单位：个

《崩坏学园2》月新增付费账户数



注：月新增付费账户数是指当月游戏内首次付费的账户数量。

自主开发运营模式

自主开发运营模式下，2014年上半年《崩坏学园2》陆续在各平台开展运营，月新增付费账户数较多，在公测后游戏内容已被多数玩家体验，因此月新增付费账户数下降较多。2015年4月新增付费账户数增加主要原因为：随着授权运营协议到期，公司终止了境内的授权运营，转为在相关平台合作运营产品，因此在自主开发运营模式下月新增付费账户数增加。随着游戏内运营与宣传活动的开展，月新增付费账户数有一定的波动。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》月新增付费账户数有一定下降。

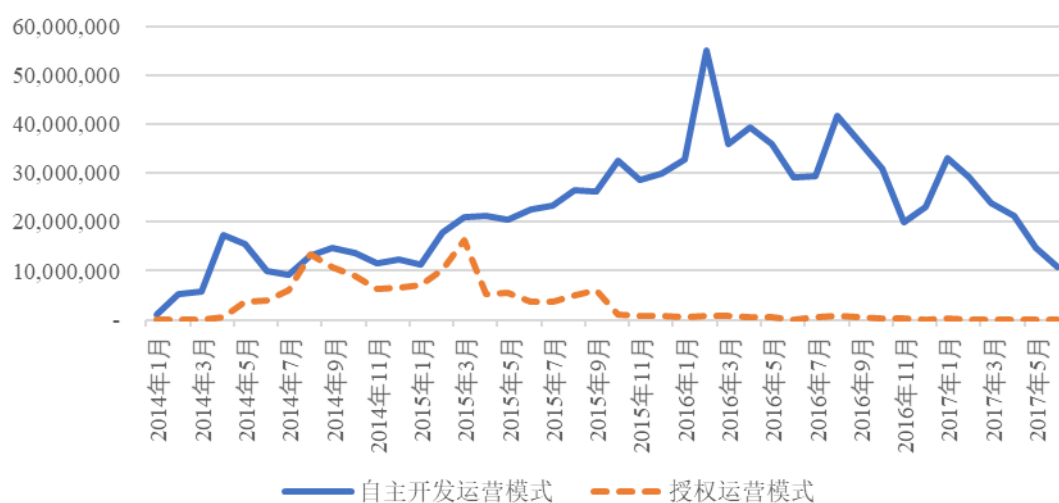
授权运营模式

授权运营模式下，2014年4月至8月《崩坏学园2》陆续在各平台上线，月新增付费账户数增加较快。2015年4月起随着授权运营协议到期或终止，公司逐渐减少授权运营规模，转为在相关平台合作运营产品，因此授权运营模式下《崩坏学园2》月新增付费账户数快速下降，截至报告期末公司所有授权运营协议均已终止。

⑤月充值流水金额

单位：元

《崩坏学园2》月充值流水金额



注：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

自主开发运营模式

自主开发运营模式下，2014年上半年《崩坏学园2》陆续在各平台开展运营，上线之初月充值流水金额增长幅度较大，2014年5月以后，随着产品逐渐成熟，尝试性用户减少，月充值流水金额有所下降。2016年2月《崩坏学园2》开展了游戏内充值促销活动，当月充值流水金额较高。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，《崩坏学园2》月充值流水金额有一定下降。

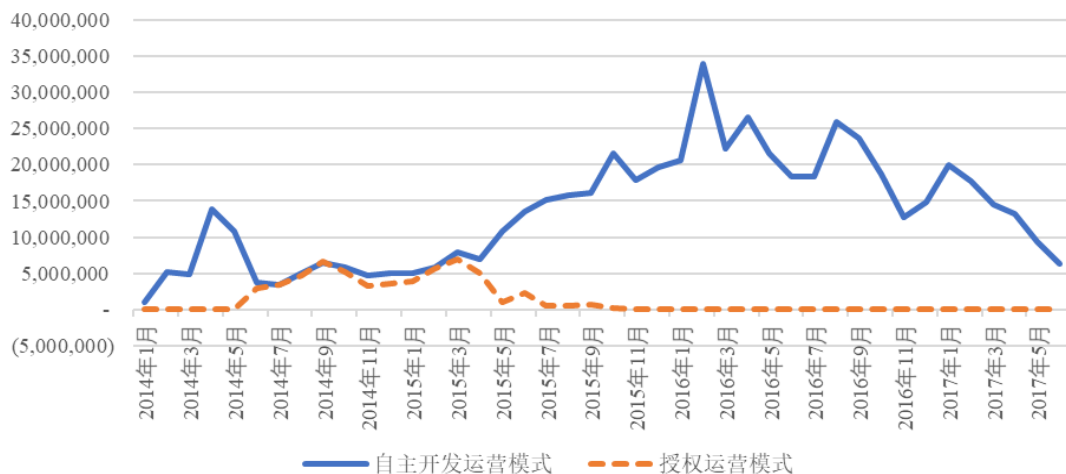
授权运营模式

授权运营模式下，2014年4月至8月《崩坏学园2》陆续在各授权运营平台开展运营，上线之初月充值流水金额上升幅度较大，随着产品逐渐被玩家体验，尝试性用户减少，月充值流水金额逐渐减少。2015年4月起随着授权运营协议的到期或终止，公司逐渐减少授权运营规模，转为在相关平台合作运营产品，因此授权运营模式下《崩坏学园2》月充值流水金额大幅下降，截至报告期末公司所有授权运营协议均已终止。

⑥月充值流水净额

单位：元

《崩坏学园2》月充值流水净额



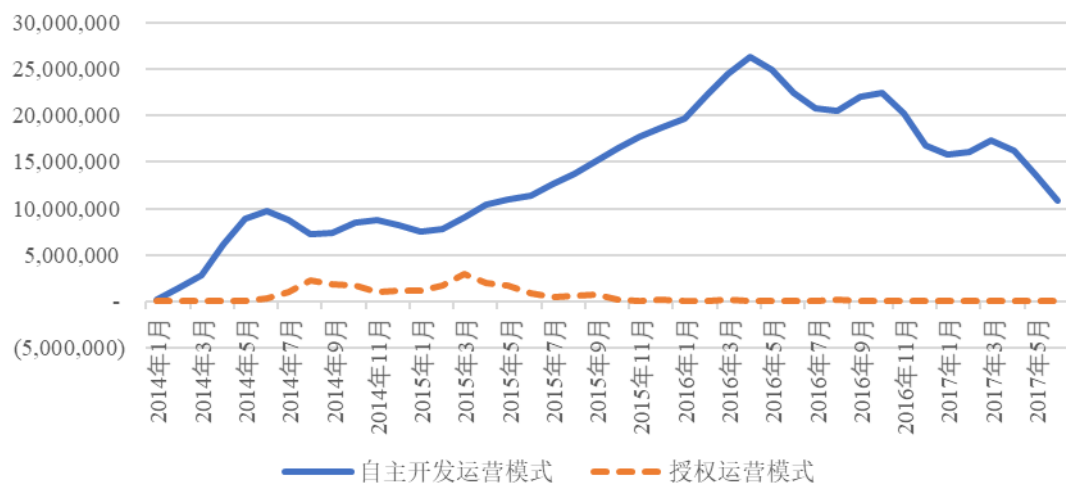
注：月充值流水净额是指公司当月应收的税后玩家充值款。

报告期内，《崩坏学园 2》充值流水净额与月充值流水金额变动趋势基本一致。

⑦月收入确认金额

单位：元

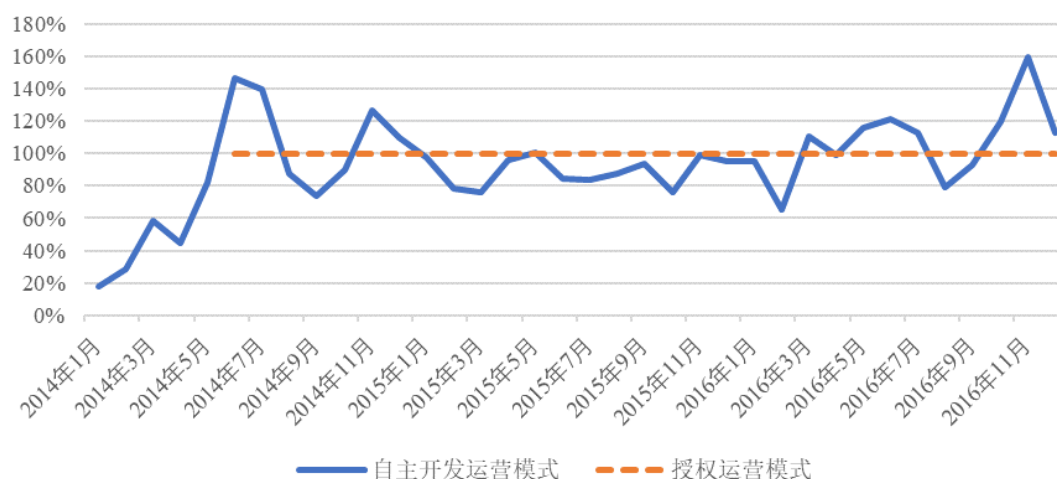
《崩坏学园2》月收入确认金额



报告期内，《崩坏学园 2》月收入金额与月充值流水金额变动趋势基本一致。

⑧收入确认/充值流水净额

《崩坏学园2》收入确认/充值流水净额



自主开发运营

自主开发运营模式下，公司按照玩家道具的消耗情况确认收入。收入确认金额与充值流水净额的比例在 100% 上下波动。

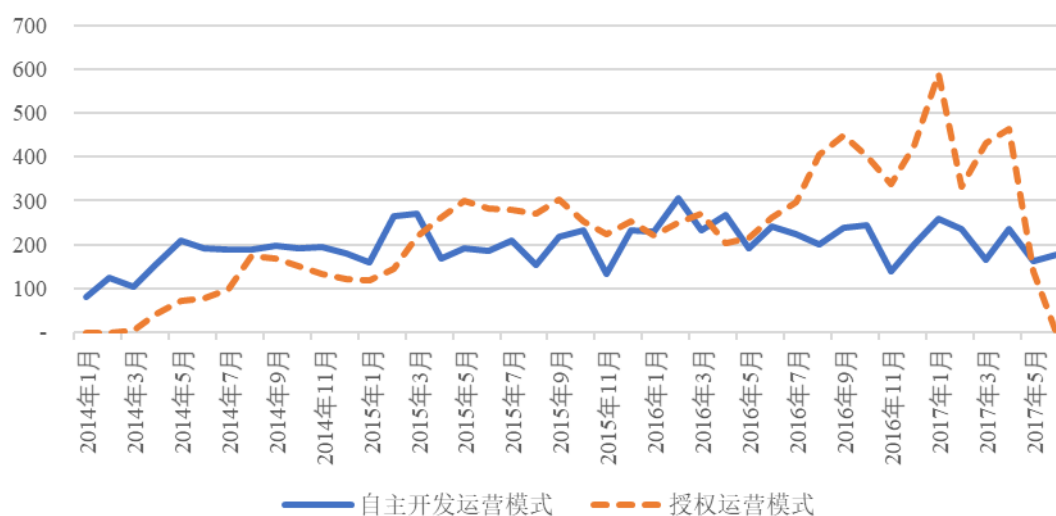
授权运营

授权运营模式下，公司将充值流水净额直接确认为收入，因此报告期各月收入确认金额与充值流水净额的比例均为 100%。

⑨ 付费账户月均充值金额

单位：元

《崩坏学园2》付费账户月均充值金额



注：月均每付费账户充值金额 = 当月充值流水金额/当月付费玩家数量。

自主开发运营

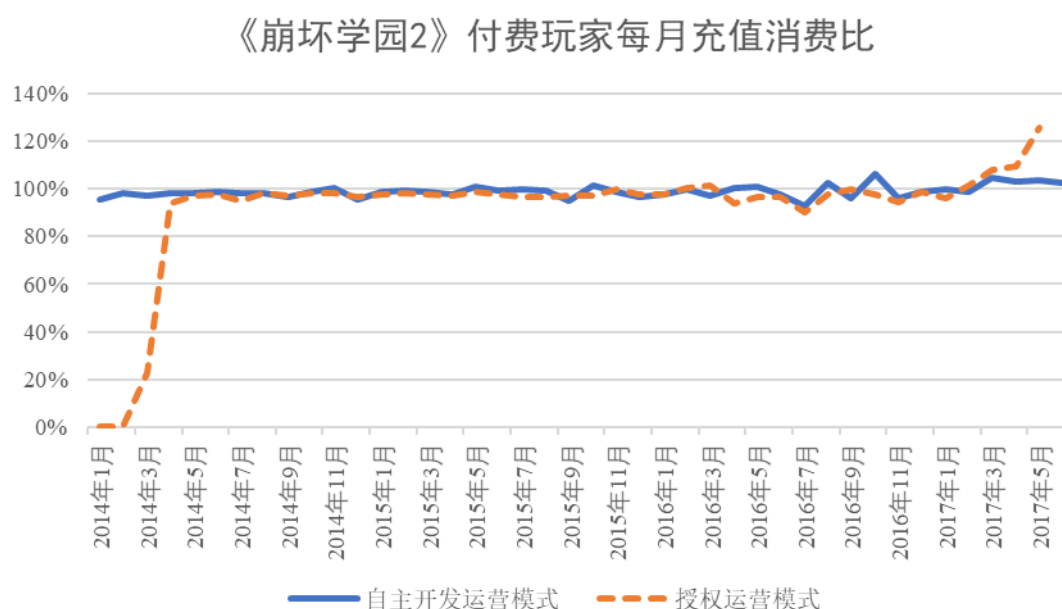
2014年1月至5月自主开发运营模式下付费账户月均充值金额上升的原因为：《崩坏学园2》于2014年3月底在iOS平台开展运营，该平台人均充值金额较高。2014年5月至报告期末，付费账户月均充值金额上升，并在200元上下波动，月均每付费账户充值金额有所波动主要系版本更新与运营活动导致玩家活跃程度不同所致。

授权运营

2015年4月至5月授权运营模式下付费账户月均充值额上涨幅度较大的主要原因为2015年4月起境内授权运营协议到期，剩余授权运营均为境外地区，这些地区的人均消费较高。

2016年6月至9月付费账户月均充值额上涨幅度较大的主要原因为，2016年上半年公司将部分境外地区的运营模式由授权运营转为合作运营，授权运营区域仅剩台湾等少数区域，随着游戏运营时间的增长尝试性用户减少，低付费用户减少，忠实用户占比增加，因此付费账户月均付费金额较大。

⑩付费玩家月充值消费比



注：付费玩家每月充值消费比 = 当月消耗的虚拟货币/当月获得的虚拟货币。

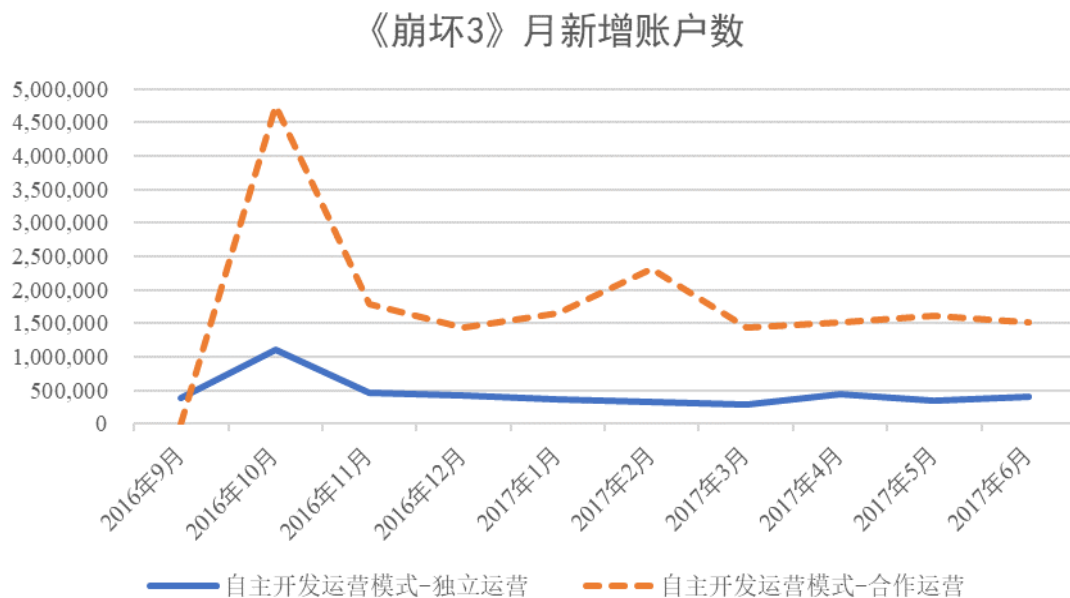
《崩坏学园2》付费玩家每月充值消费比相对较高，均超过90%。具有相对正常的消费行为。2017年5月，随着授权运营模式即将到期，该模式下的月

充值消费比相对较大。

（2）《崩坏3》

①月新增账户数

单位：个



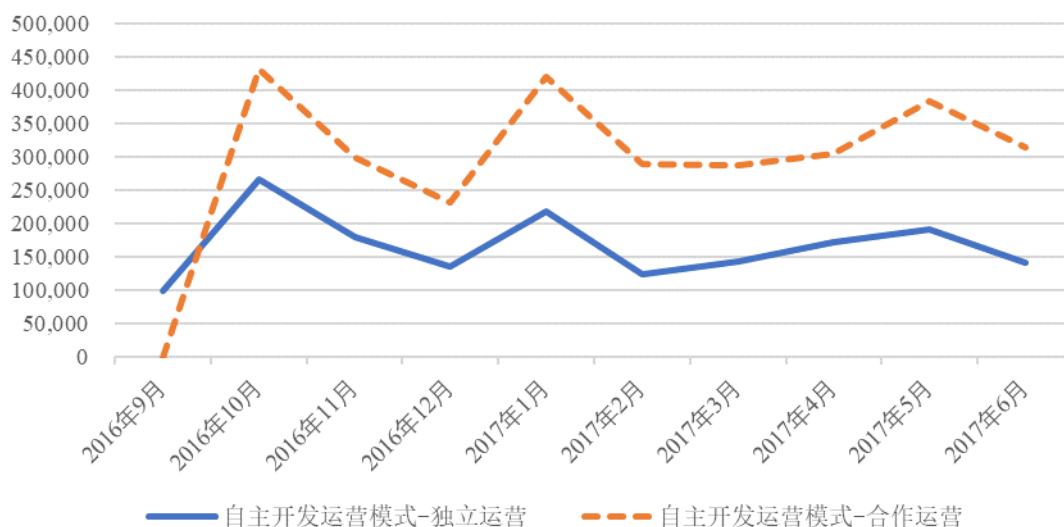
注：月新增账户数是指新创建该项游戏的账户总数。

《崩坏3》于2016年9月开始封闭测试，2016年10月在iOS、安卓平台正式公测，月新增账户数于2016年10月达到顶峰；2017年2月，《崩坏3》在日本地区开展运营，当月新增账户数有所上升。随着各运营地区游戏版本的更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月新增账户数呈波动趋势。

②月付费账户数

单位：个

《崩坏3》月付费账户数



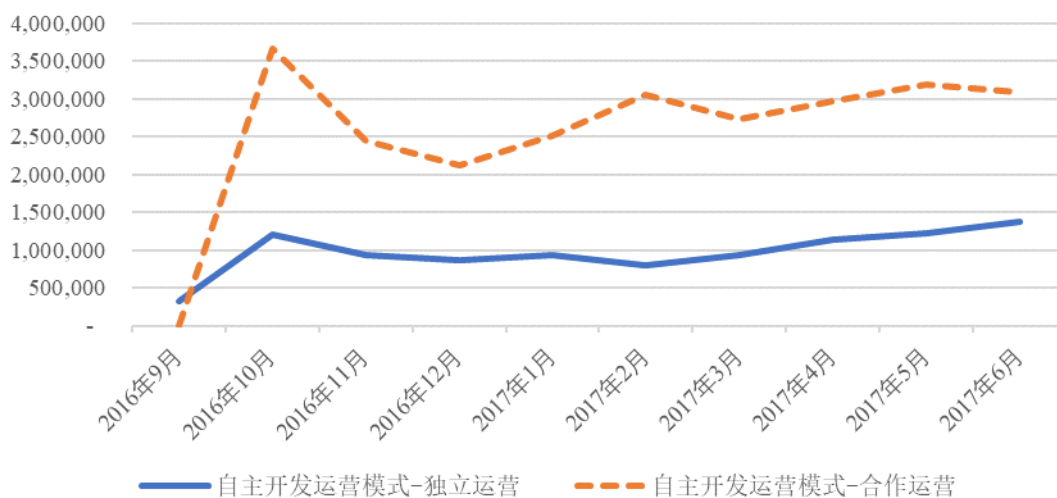
注：月付费账户数是指当月游戏内付费游戏账户数量。

2016年10月，《崩坏3》在各大平台正式上线后，月付费账户数达到峰值；2016年10月后，随着游戏版本更替和海外运营的开展，月付费账户数呈波动趋势。2017年1月付费账户较多的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月付费账户数呈波动趋势。

③月活跃账户数

单位：个

《崩坏3》月活跃账户数

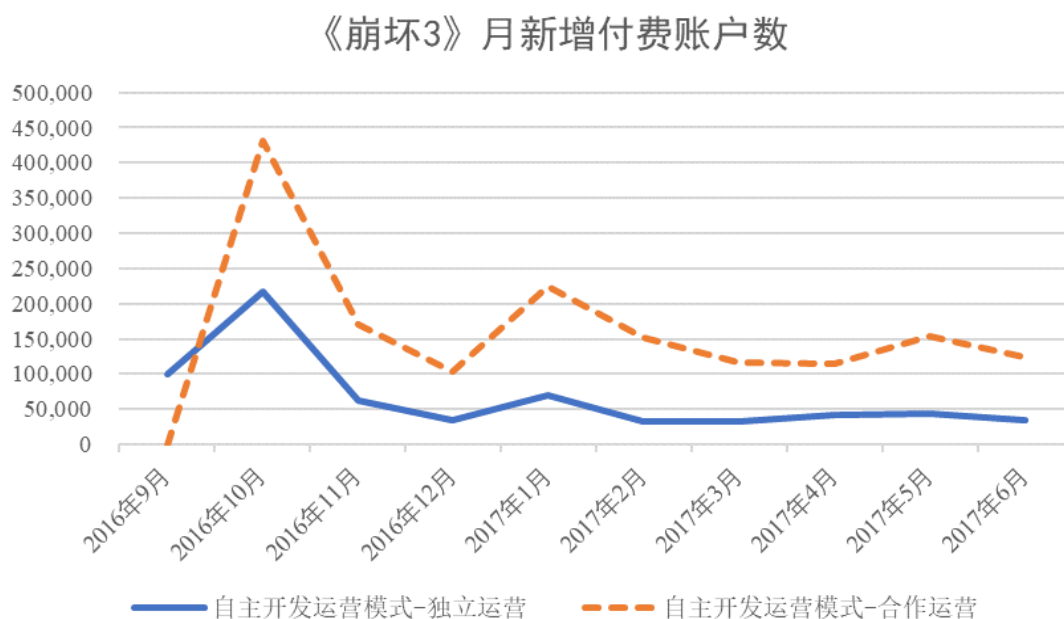


注：月活跃账户数是指剔除每个账号首次登录记录后的每月有登录记录的用户数量。

2016年10月起《崩坏3》在各大平台公测，月活跃账户数量达到最高。2017年2月及2017年5月，《崩坏3》分别在日本及台湾开展合作运营，自主开发运营模式下月活跃账户数有所上升。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月活跃账户数呈波动趋势。

④月新增付费账户数

单位：个



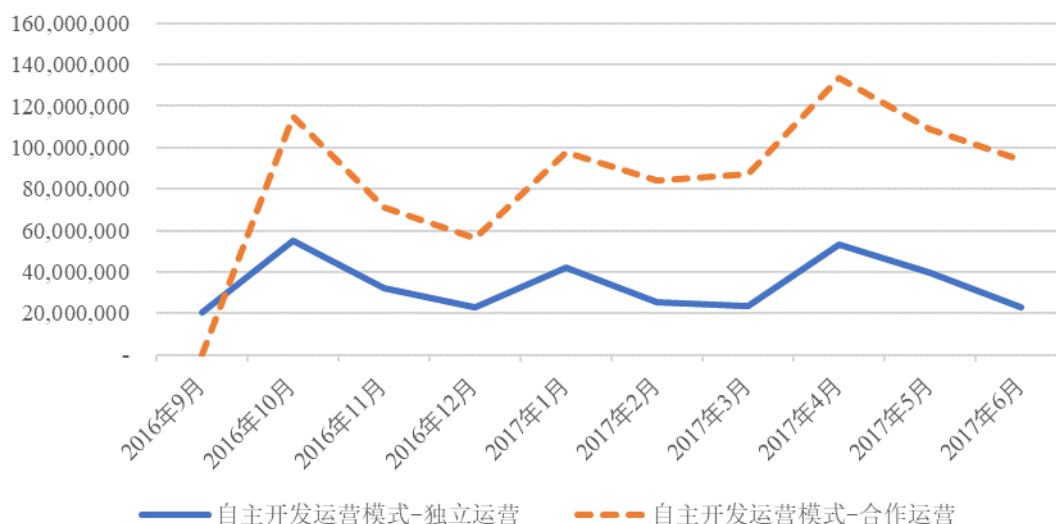
注：月新增付费账户数是指当月游戏内首次付费的账户数量。

2016年10月《崩坏3》陆续在各大平台公测后，新增付费账户数量于当月达到最高，2017年1月新增付费账户较多的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月新增付费账户数呈波动趋势。

⑤月充值流水金额

单位：元

《崩坏3》月充值流水金额



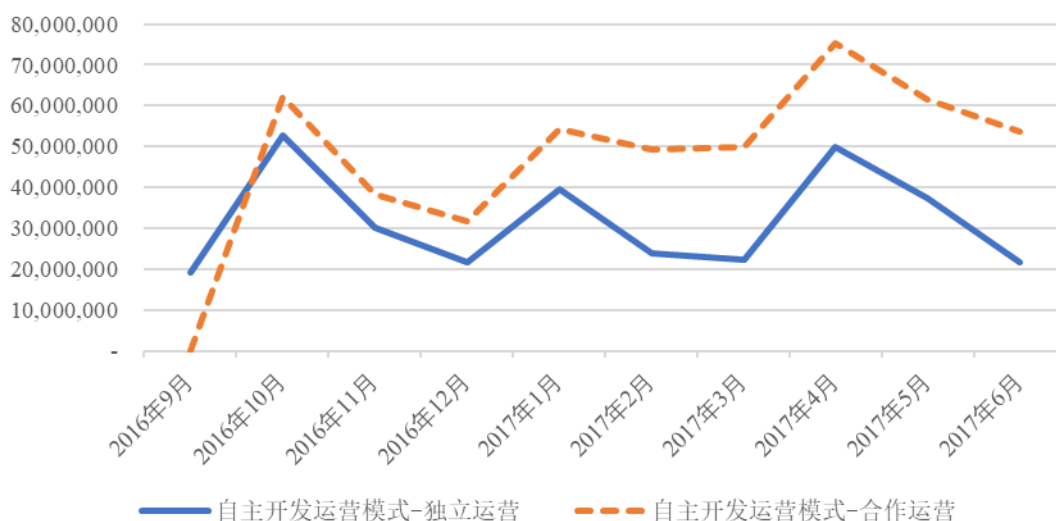
注：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

2016年10月，《崩坏3》在各大平台正式公测后，当月充值金额较高，2017年1月充值流水金额较高的原因为公司在春节期间开展了春节游戏活动；2017年4月充值金额较高的原因为当月《崩坏3》发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月充值流水金额呈现波动趋势。

⑥充值流水净额

单位：元

《崩坏3》月充值流水净额

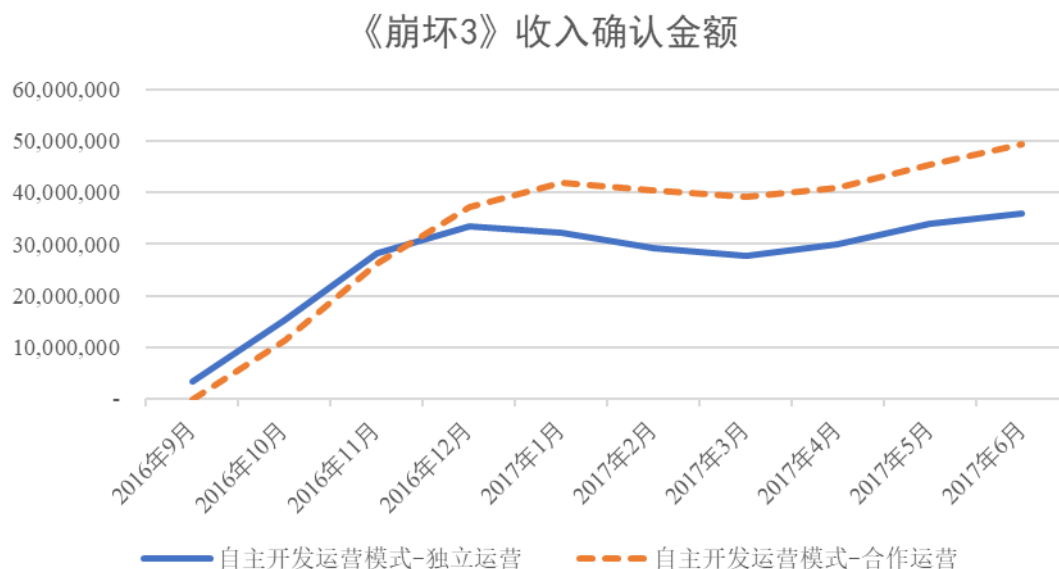


注：月充值流水净额是指公司当月应收的税后玩家充值款。

《崩坏3》公测后，充值流水净额与充值流水金额变动基本一致。

⑦月收入确认金额

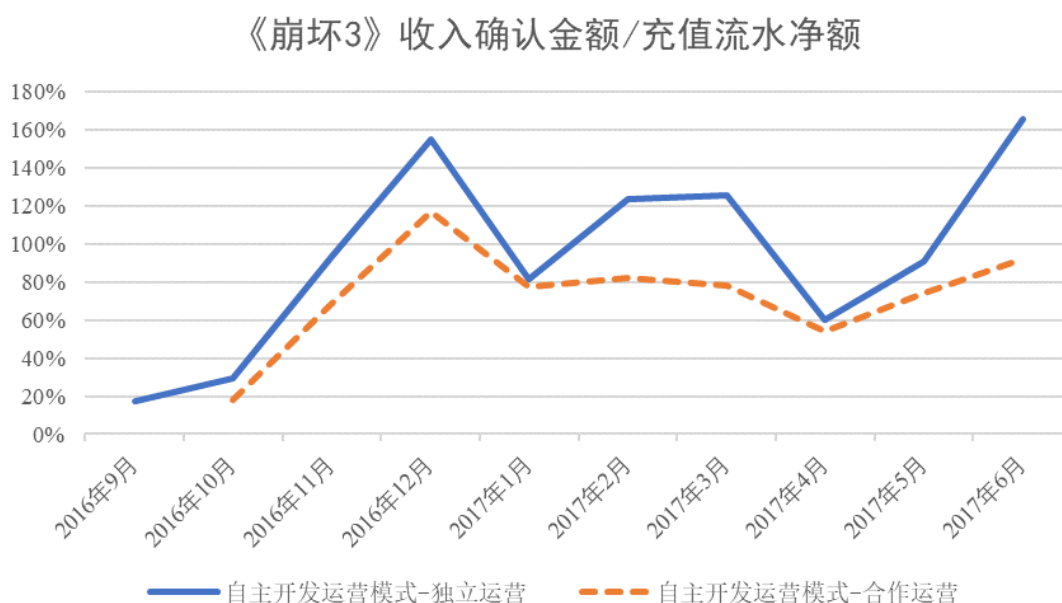
单位：元



自主开发运营模式下公司根据玩家道具消耗情况确认营业收入，对于耐用型道具，从玩家获得耐用型道具起，在道具预计使用周期内按月分摊确认为营业收入。

《崩坏3》自2016年9月起上线，由于需要对耐用型道具递延确认收入，因此《崩坏3》2016年9月、10月收入规模相对较小。

⑧收入确认金额/充值流水净额

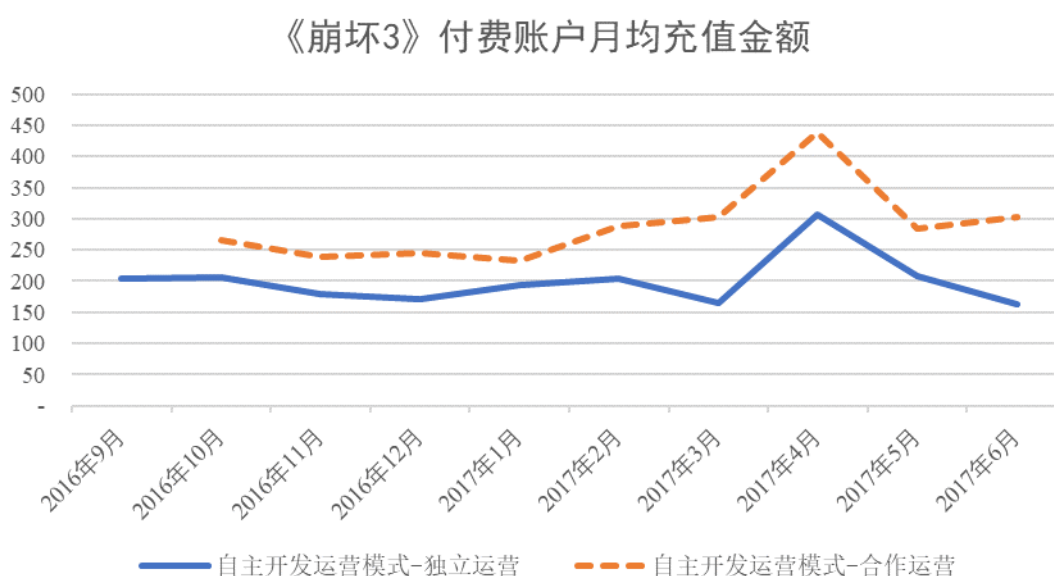


自主开发运营模式下公司根据玩家道具消耗情况确认营业收入，对于耐用型道具，从玩家获得耐用型道具起，在道具预计使用周期内按月分摊确认为营业收入。

《崩坏 3》自 2016 年 9 月起上线，由于需要对耐用型道具递延确认收入，《崩坏 3》2016 年 9 月、10 月收入规模相对较小，收入确认金额与充值流水净额比值相对较小。

⑨月均每付费账户充值金额

单位：元

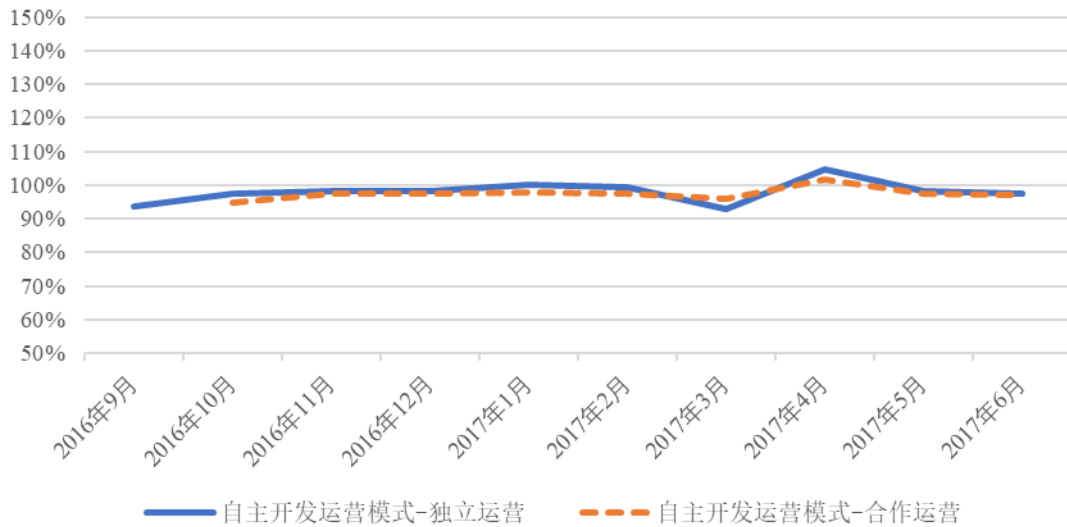


注：月均每付费账户充值金额 = 当月充值流水金额/当月付费玩家数量。

《崩坏 3》上线后，付费账户月均充值金额变动较为平稳，2017 年 4 月月均每付费账户充值金额较高的原因为当月《崩坏 3》发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。

⑩付费玩家月充值消费比

《崩坏3》付费玩家每月充值消费比



注：付费玩家每月充值消费比 = 当月消耗的虚拟货币/当月获得的虚拟货币。

《崩坏 3》付费玩家每月充值消费比相对较高，均超过 90%。具有相对正常的消费行为。

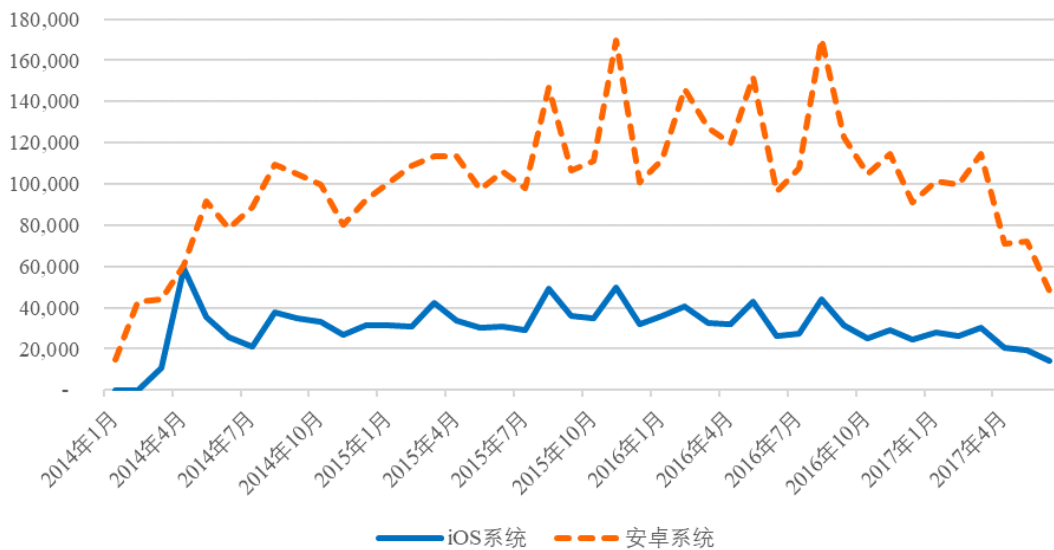
3、按操作系统分类的运营数据

(1) 《崩坏学园 2》

①月付费账户数

单位：个

《崩坏学园2》iOS、安卓系统月付费账户数

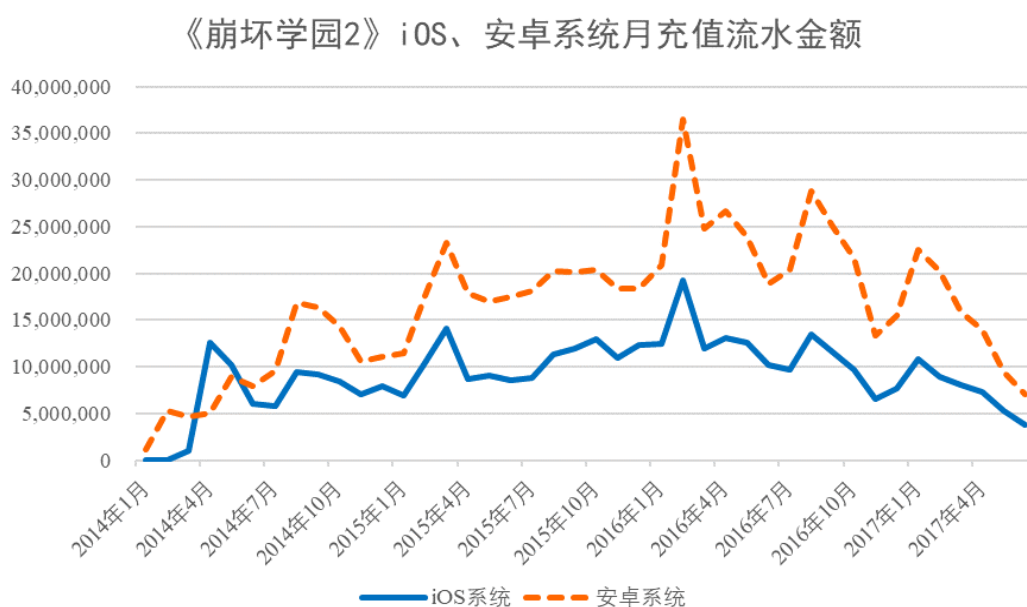


注：月付费账户数是指当月游戏内付费游戏账户数量。

2014年1月至2014年5月《崩坏学园2》陆续在iOS、安卓系统下的各平台上线，月付费账户数增加较快。2014年9月以后，随着运营区域的拓展以及游戏内活动开展，月付费账户数有一定的波动，两种移动操作系统下的波动方向基本一致，安卓系统由于各运营商的合作情况不同，波动幅度更为明显。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，游戏新增付费内容减少，因此两种移动操作系统下的月付费账户数均有所下降。

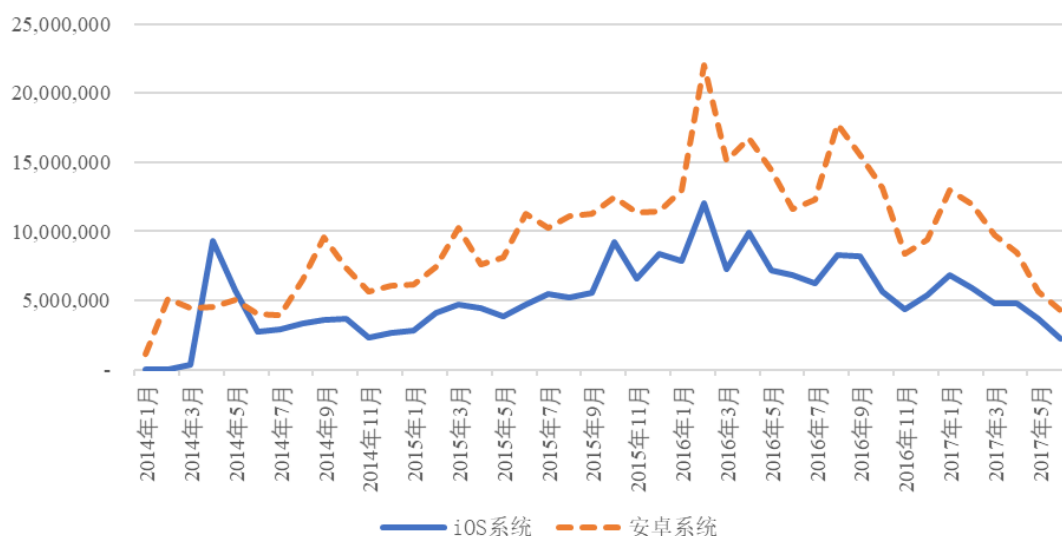
②月充值流水金额

单位：元



注：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

《崩坏学园2》iOS、安卓系统月充值流水净额



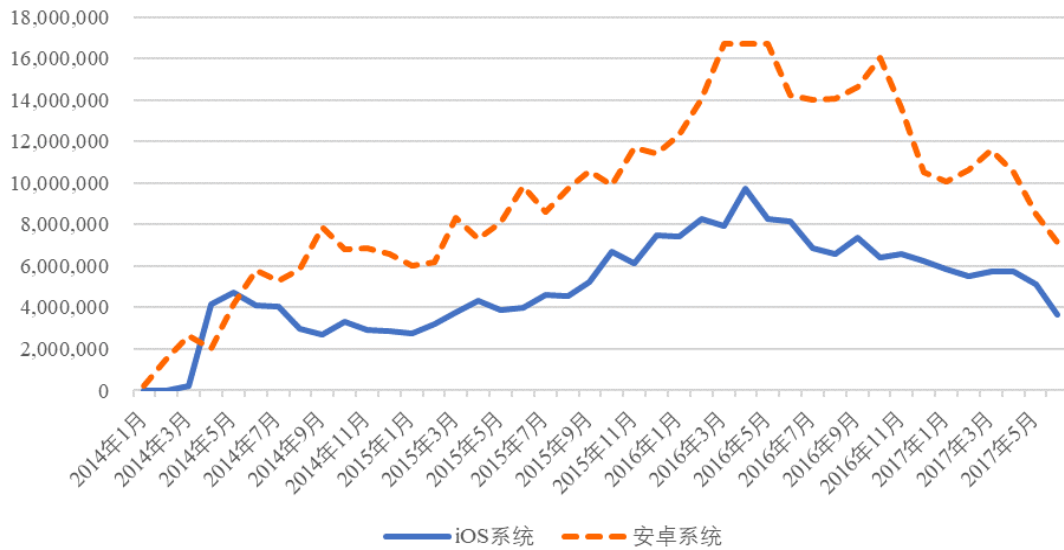
注：月充值流水净额是指当月公司收到或应收的税后玩家充值款。

2014年至2015年《崩坏学园2》陆续在境内各游戏平台或境外各地区上线，充值流水金额及净额逐渐增加。2014年3月底《崩坏学园2》在境内iOS平台上线；2014年7月底在台湾地区上线；2015年3月在日本区域上线。2016年2月《崩坏学园2》开展了游戏内充值活动，当月充值流水金额较高。2016年8月后，随着《崩坏学园2》运营周期延长及竞争产品增多，《崩坏学园2》月充值流水金额及净额有所下降。2016年9月起，受到《崩坏3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，游戏新增付费内容减少，因此月充值流水金额及净额有所下降，两种移动操作系统下的月充值流水金额波动方向基本一致。

③月营业收入金额

单位：元

《崩坏学园2》iOS、安卓系统月营业收入金额



注：月营业收入金额是指当月公司确认的游戏道具收入总金额。

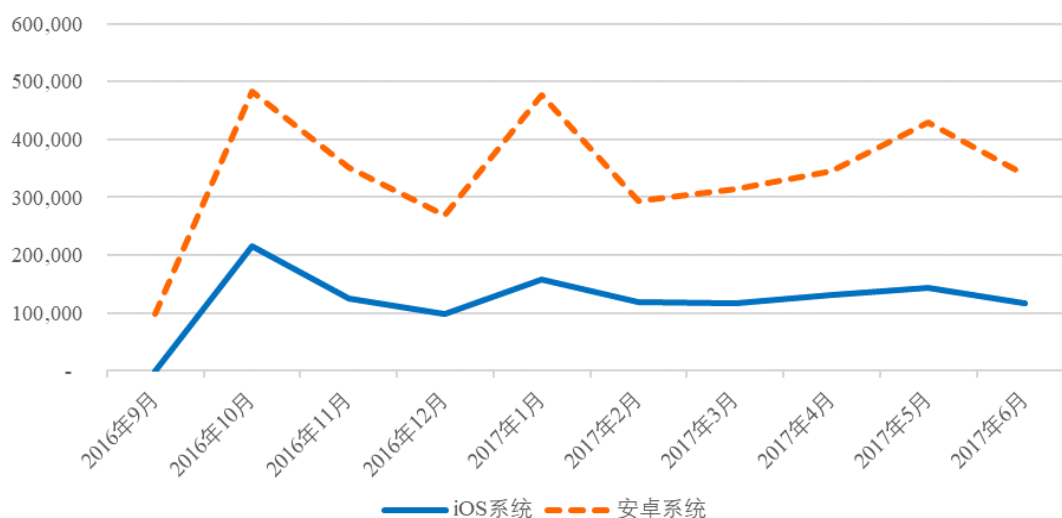
公司销售的虚拟道具主要包括两类，分别为一次性道具和耐用型道具。对于一次性道具，公司于游戏道具消耗时一次性确认为收入。对于耐用型道具，从玩家获得耐用型道具起，在道具预计使用周期内分期平均分摊确认为营业收入。因此月营业收入金额整体随月充值流水金额变化而变化，但波动趋势相对更为平缓。具体波动的原因请参见月充值流水金额变化。

(2) 《崩坏3》

①月付费账户数

单位：个

《崩坏3》iOS、安卓系统月付费账户数



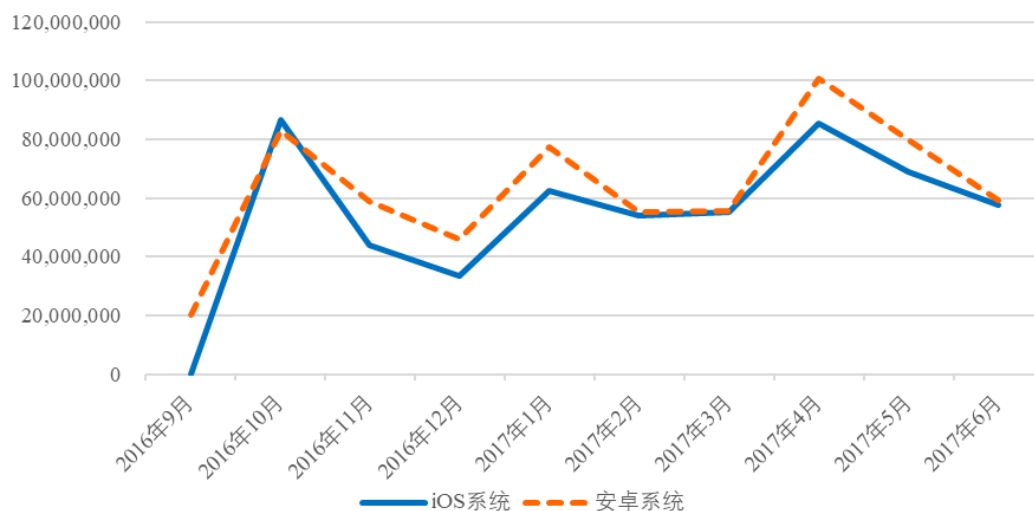
注：月付费账户数是指当月游戏内付费游戏账户数量。

《崩坏3》于2016年9月开始在安卓系统进行封闭测试。2016年10月，《崩坏3》在iOS、安卓系统下的各大平台正式上线后，月付费账户数量相对较高；2017年1月付费账户较多的原因为公司在春节期间开展了充值优惠活动。随着各运营地区游戏版本更替和海外运营的逐步开展，《崩坏3》月付费账户数呈波动趋势，两种移动操作系统下的波动趋势基本一致。

②月充值流水金额

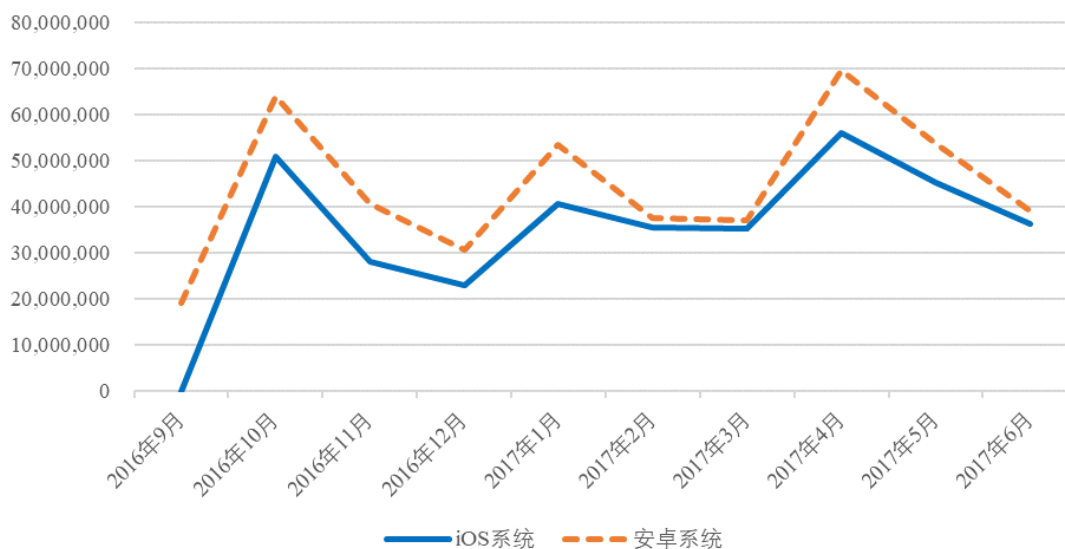
单位：元

《崩坏3》iOS、安卓系统月充值流水金额



注：月充值流水金额是指当月玩家在游戏内充值的总金额。

《崩坏3》iOS、安卓系统月充值流水净额

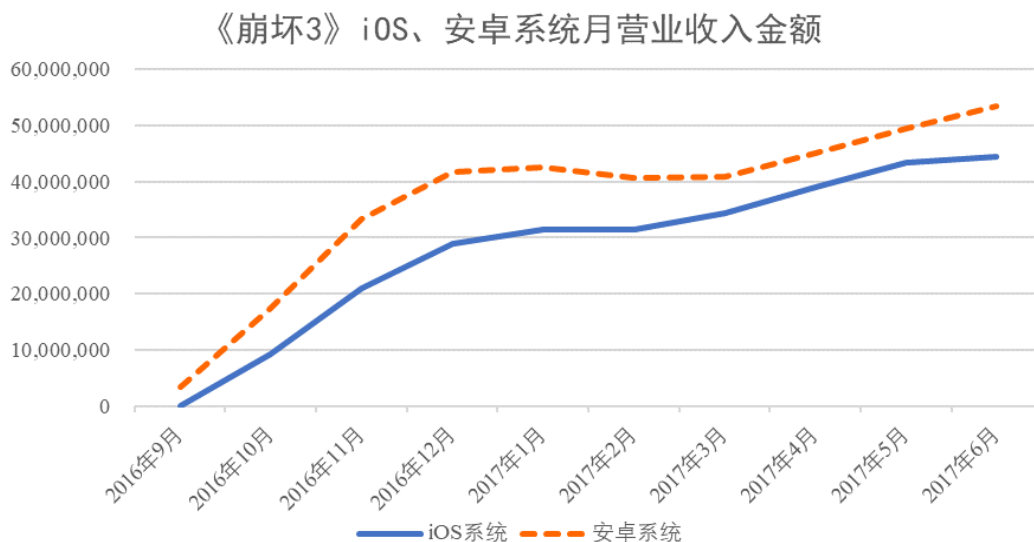


注：月充值流水净额是指当月玩家在游戏内的充值流水净额。

2016年10月，《崩坏3》在iOS、安卓系统下的各大平台正式上线后，当月充值流水金额及充值流水净额较高；2017年1月充值流水金额及充值流水净额较高的原因为公司在春节期间开展了充值优惠活动；2017年4月充值流水金额及充值流水净额较高的原因为当月《崩坏3》发布了重要的新版本，推出了新的游戏角色。随着各运营地区游戏版本更替和境外运营的逐步开展，《崩坏3》月充值流水金额及充值流水净额呈现波动趋势，两种移动操作系统下的波动趋势基本一致。

③月营业收入金额

单位：元



注：月营业收入金额是指当月公司确认的游戏道具收入总金额。

公司销售的虚拟道具主要包括两类，分别为一次性道具和耐用型道具。对于一次性道具，公司于游戏道具消耗时一次性确认为收入。对于耐用型道具，从玩家获得耐用型道具起，在道具预计使用周期内分期平均分摊确认为营业收入。因此月营业收入金额整体随月充值金额变化，但波动趋势相对更为平缓。具体波动的原因请参见月充值金额变化。

4、报告期内 CDN 的使用情况

CDN（即内容分发网络，全称 Content Delivery Network）其主要作用是将源站内容分发至最接近用户的节点，使用户可就近取得所需内容，提高用户访问的响应速度和成功率，解决因分布、带宽、服务器性能带来的访问延迟问题，适用于站点加速、点播、直播等场景。报告期公司主要向阿里云计算有限公司采购 CDN 服务。

(1) 《崩坏学园 2》CDN 使用情况

《崩坏学园 2》	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期 CDN 带宽峰值 (Gbps)	28.53	23.82	7.26	62.66
当期 CDN 月流量峰值 (GB)	119,997.05	150,497.68	93,155.31	347,597.87
当期 CDN 流量总计 (GB)	550,898	985,447	624,100	874,562
当期 CDN 费用总计 (万元)	14.32	28.51	18.81	26.59

注 1：当期 CDN 带宽峰值是指 CDN 瞬间网络流量的最大值

注 2：当期 CDN 月流量峰值是指当期消耗 CDN 流量最高月份的 CDN 流量峰值

注 3：当期 CDN 流量总计是指当期消耗的 CDN 总网络流量

注 4：当期 CDN 费用总计是指当期《崩坏学园 2》消耗的 CDN 费用

注 5：报告期 CDN 的计费基础为 CDN 流量总计

①CDN 流量及费用情况

2014 年《崩坏学园 2》CDN 流量和金额较多的主要原因为：2014 年公司采购阿里云 CDN 服务之初，阿里云对于重复下载尚未设置限制，使得公司当年部分月份 CDN 流量较多，因此对应月份 CDN 带宽峰值及月流量峰值较高。2014 年阿里云修复了重复下载的问题。

2015 年 CDN 流量和金额较少的主要原因为：2015 年《崩坏学园 2》的 CDN 服务主要用于游戏安装包的下载过程，CDN 频道较少；2016 年起《崩坏学园 2》CDN 服务开始用于游戏资源加速、游戏视频加速及游戏内公告的图片加速。2015 年公司尚未将 CDN 服务应用于游戏其他资源的加速，因此 2015 年《崩坏学园 2》CDN 流量及费用相对较低。

②CDN 带宽峰值和月流量峰值情况

2014 年《崩坏学园 2》CDN 带宽及流量峰值较高的主要原因为：2014 年 CDN 带宽峰值和月流量峰值较高的原因为当年部分月份阿里云对于重复下载尚未设限制，因此当年 CDN 带宽与流量峰值较高，重复下载问题已于当年修复。

2015 年《崩坏学园 2》CDN 带宽及流量峰值较低的主要原因为：

A、2015 年初，《崩坏学园 2》的客户端软件包体较大，为减少运维成本、优化用户下载体验，公司将《崩坏学园 2》客户端安装包拆分为两个较小的安装包，起到分散 CDN 流量的作用，因此当年 CDN 带宽及流量峰值较低。2015 年底，分包安装的弊端逐渐显现，分包安装失败的情况常有出现。加之 4G 网络的普及和网络传输速度的提升，分包安装技术逐渐不适用于《崩坏学园 2》的下载及安装过程，因此公司恢复了客户端安装包整包下载，此后《崩坏学园 2》CDN 带宽及流量峰值增加。

B、2015 年《崩坏学园 2》的 CDN 服务主要用于游戏安装包的下载过程，

CDN 频道较少；2016 年起《崩坏学园 2》CDN 服务开始用于游戏资源加速、游戏视频加速及游戏内公告的图片加速。2015 年公司尚未将 CDN 服务应用于游戏其他资源的加速，因此 2015 年《崩坏学园 2》CDN 带宽及流量峰值较低

（2）《崩坏 3》CDN 使用情况

《崩坏 3》	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
当期 CDN 带宽峰值 (Gbps)	92.81	124.55	-	-
当期 CDN 月流量峰值 (GB)	627,344.55	526,289.69	-	-
当期 CDN 流量总计 (GB)	2,897,186.71	1,441,626.15	-	-
当期 CDN 费用总计 (万元)	72.28	39.96	-	-

注 1：当期 CDN 带宽峰值是指 CDN 瞬间网络流量的最大值

注 2：当期 CDN 月流量峰值是指当期消耗 CDN 流量最高月份的 CDN 流量峰值

注 3：当期 CDN 流量总计是指当期消耗的 CDN 总网络流量

注 4：当期 CDN 费用总计是指当期《崩坏 3》消耗的 CDN 费用

注 5：报告期 CDN 的计费基础为 CDN 流量总计

①CDN 流量及费用情况

2016 年 CDN 流量和金额较少主要原因为：《崩坏 3》于 2016 年 9 月推出，2016 年实际运营时间不足 4 个月，因此 CDN 流量和金额较少。

②CDN 带宽峰值和月流量峰值

CDN 带宽峰值和月流量峰值是一个较短时间段对应指标的最高值，容易受运营活动以及玩家的偶发性行为的影响。随着《崩坏 3》的不断更新，游戏拥有了更多新内容，安装文件与更新文件逐渐增大，因此 2017 年 1-6 月 CDN 月流量峰值更高。

（七）移动游戏产品用户获取情况

1、移动游戏产品获取用户的主要方式

报告期内公司移动游戏产品获取的用户的主要方式如下：

国家或地区	运营方式	主要获取用户的方式
-------	------	-----------

境内	自主开发运营	独立运营（安卓平台）		1、“崩坏”IP下产品的联动 2、聚焦二次元网站的精准营销 3、通过服务现有用户开展口碑营销 4、参与知名动漫展提升品牌形象 5、采购百度品牌专区服务 6、采购线上和线下的广告服务
		合作运营	iOS平台	1、所有独立运营模式下获得用户的方式 2、授权运营平台用户的自然流入 3、研发高品质的产品获得合作运营商的重点推荐
			安卓平台	1、独立运营模式下获得用户方式中的前4项 2、授权运营平台用户的自然流入 3、研发高品质的产品获得合作运营商的重点推荐
	授权运营（iOS平台+安卓平台）		被授权方承担引入用户的责任	
境外	自主开发运营	合作运营（iOS平台+安卓平台）		采购线上和线下的广告
	授权运营（iOS平台+安卓平台）		被授权方承担引入用户的责任	

（1）“崩坏”IP下产品的联动

公司在新的游戏产品上线前（或已有游戏产品新版本上线前）通常将制作与其相关的漫画和动画产品，漫画和动画产品的充分曝光，为游戏产品积累用户基础。

（2）聚焦二次元网站的精准营销

二次元产品的爱好者具有较强的聚集性，基于相似爱好上述用户通常会在二次元的动画和漫画网站聚集，目前与公司合作的二次元动漫网站主要有 B 站和动漫之家等。

（3）通过服务现有用户开展口碑营销

服务好现有用户是公司十分重视的口碑营销方式，用户自身的口碑传播效应远高于公司通过广告宣传的效果。在服务现有用户的需求上，公司具有丰富的经验，包括线上和线下的多种手段，主要包括：①公司投入专门人员经营用户社区，增强用户在游戏产品外的互动。公司社区经营效果较好，为玩家创造较好的交流互动平台，增强用户在游戏产品外的互动。②公司经常组织游戏中活动，对于部分核心玩家赠送公司定制的周边产品。

（4）参与知名动漫展提升品牌形象

公司移动游戏产品定期参加漫展活动，提升公司“崩坏”IP 在核心二次元用户中的形象。参与漫展的用户中核心二次元用户占比较高，有少量用户甚至是二次元用户中的意见领袖，同时大量公司产品的忠实用户也会参与漫展。

（5）采购百度品牌专区服务

用户在通过相关渠道了解到公司产品后，通常需要通过搜索类网站找到公司产品。公司长期采购百度品牌专区服务，当用户搜索“崩坏学园”、“崩坏3”等关键字时能够准确搜索到公司的产品。

（6）研发高品质的产品获得合作运营商的重点推荐

公司与合作运营商属于共赢的关系，若公司产品质量较高，合作运营商也愿意在相对显眼的位置推广公司产品，使得公司产品获得更多的用户导入。以《崩坏3》为例，基于游戏产品的优秀品质，2016年10月《崩坏3》App Store 上线第二天即被苹果官方首页推荐，获得“精致华丽的本土二次元佳作”的好评，并列入了当周 App Store 的精品推荐 APP 当中。

（7）采购线上和线下的广告服务

公司在国内较少采购广告服务，主要在日本区域采购线上和线下的广告服务，公司在日本采购的广告渠道主要包括：Twitter、Facebook、Google 等公司或网站的线上广告。

2、iOS 平台和安卓平台下产品获取用户方式的对比

公司移动游戏产品在 iOS 平台与安卓平台下获取用户方式不存在显著差异。公司进行产品推广、获取用户方式主要为“崩坏”IP 下的产品联动、二次元用户的口碑营销、二次元网站精准营销等，iOS 及安卓平台用户获得公司产品信息的渠道高度相似。其次，公司产品品质较高，在 iOS 及各大安卓平台均获得了重点推荐。

3、公司移动游戏产品获取用户主要方式的说明

公司移动游戏产品在境内主要通过“崩坏”IP 下各产品的联动、二次元网站的内容营销等方式获取用户。

由于语言和文化差异，公司“崩坏”IP 下的动画、漫画、动漫周边等产品

尚未能大规模推向境外，“崩坏”IP 在境外影响力较小，公司在境外运营团队规模较小，移动游戏主要通过广告宣传获得用户。

4、行业内相似产品获取用户的方式

公司产品的推广方式与同行业相似产品基本一致。以行业知名的二次元游戏产品《阴阳师》、《百万亚瑟王》为例，其主要的推广方式包括：①在 B 站、有妖气等二次元网站上推广产品，做产品的预热；②线下参与漫展等二次元重要活动，例如《阴阳师》参与了 ChinaJoy 漫展活动；③经营较好的游戏社区，例如百度“网易阴阳师”吧 2017 年 4 月排名第 2；④购买和游戏相关的关键词搜索。综上所述，公司产品的推广方式与同行业相似产品基本一致。

5、通过市场推广方式获取新增用户的数量占全部付费用户数的大致比例

公司移动游戏产品在境内主要通过“崩坏”IP 下各产品的联动、二次元网站的内容营销等方式获取用户，在境外主要通过广告宣传获得用户。公司收入主要来源境内，境外收入比例相对较小。报告期各期，公司境外付费用户占全部付费用户的比例约为 10%。

6、新增单付费用户平均获取成本及新增单付费用户平均当年累计充值金额

（1）《崩坏学园 2》

报告期公司《崩坏学园 2》新增单付费用户平均获取成本、新增单付费用户平均当年累计充值金额情况如下所示：

崩坏学园 2	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期产品支出的推广费金额（万元）	763.84	3,146.60	1,390.16	463.10
当期新增付费用户数（万个）	14.88	55.91	72.66	83.12
当期付费用户平均获取成本（元/人）	51.33	56.28	19.13	5.57
当期新增付费用户充值流水金额（万元）	2,880.96	18,645.82	22,632.33	18,952.98
新增付费用户当期平均充值金额（元/人）	193.61	333.49	311.47	228.03

①当期付费用户平均获取成本变化的原因

公司境内外获取用户的方式存在差异，境内主要通过“崩坏”IP 下产品的联动等方式获取用户，通过支付广告费获取的用户数量相对较少，境外合作运

营模式下主要通过广告宣传获取用户，境外授权运营模式下主要由被授权方负责广告宣传，公司无需支付广告宣传费用。报告期内公司境内外获取用户成本变动如下：

崩坏学园 2	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期境外新增付费用户平均获取成本（元/人）	327.95	360.74	61.35	-
当期境内新增付费用户平均获取成本（元/人）	18.92	14.97	11.50	6.19

A、境内新增付费用户平均获取成本

报告期《崩坏学园 2》境内新增付费用户平均获取成本较低，约在 6 元/人至 19 元/人，主要原因为：《崩坏学园 2》在境内主要通过“崩坏”IP 下产品的联动等方式获取用户，通过支付广告费获取的用户数量相对较少。

2014 年和 2015 年的境内新增付费用户平均获取成本低于 2016 年和 2017 年 1-6 月的境内新增付费用户平均获取成本主要原因为：公司 2014 年和 2015 年授权运营的规模相对较高，授权运营模式下由被授权方负责产品推广。

B、境外新增付费用户平均获取成本

报告期公司境外新增付费用户平均获取成本相对较高，主要原因为：由于语言和文化差异，公司“崩坏”IP 下的动画、漫画、动漫周边等产品尚未能大规模推向境外，“崩坏”IP 在境外影响力较小，公司在上述区域运营团队规模较小，移动游戏主要通过大规模的广告宣传获得用户。

2014 年公司产品的境外收入均通过授权模式取得，授权运营模式下由被授权方负责产品推广。2015 年 1-9 月，公司境外收入仍均通过授权模式取得，2015 年 10 月起公司终止了在日本地区的授权运营，转为在日本地区采用合作运营模式下开展经营，公司广告费因此大幅增加。2017 年起随着游戏运营周期的延长，《崩坏学园 2》的玩家群体已相对稳定，由于游戏产品用户对新产品的偏好更强，因此《崩坏学园 2》的推广效果有所下降，获取用户的成本提高。

②新增付费用户当期平均充值流水

报告期各期《崩坏学园 2》新增付费用户当期平均充值流水分别为 228.03 元、311.47 元、333.49 元和 192.62 元，新增付费用户当期平均充值流水增加的

主要原因为：报告期内公司不断完善和丰富《崩坏学园 2》，《崩坏学园 2》游戏内的付费点增加。

(2) 《崩坏 3》

崩坏 3	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期产品支出的推广费金额（万元）	4,398.40	348.13	-	-
当期新增付费用户数（万个）	113.89	111.78	-	-
当期付费用户平均获取成本（元/人）	38.62	3.11	-	-
当期新增付费用户充值流水（万元）	41,388.75	37,274.20	-	-
新增付费用户当期充值平均充值流水（元/人）	363.41	333.45	-	-

7、推广费用相关指标

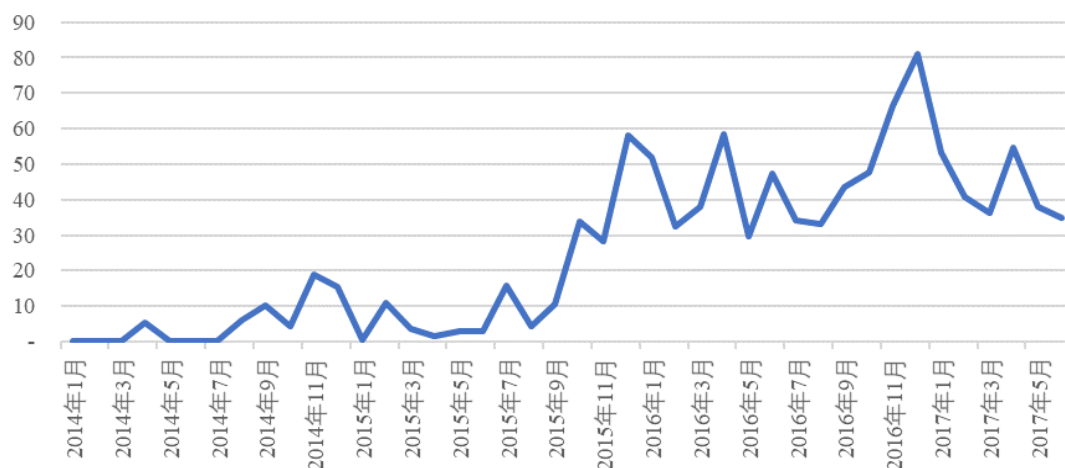
(1) 线上推广费用的相关指标

① 《崩坏学园 2》

A、月新增付费账户获取成本（线上）

单位：元

《崩坏学园2》月新增付费账户获取成本



注：月新增付费账户获取成本=月线上推广费 / 月新增付费账户数。

报告期月新增付费账户获取成本基于产品的经营情况波动，2014 年 1 月至 2015 年 9 月，月新增付费账户推广成本较低，主要原因为：①《崩坏学园 2》收入主要来源于境内，《崩坏学园 2》主要依靠“崩坏”IP 产品联动获取用户，境内需要支出的推广费较少；②二次元用户的聚集性较高，公司通过二次

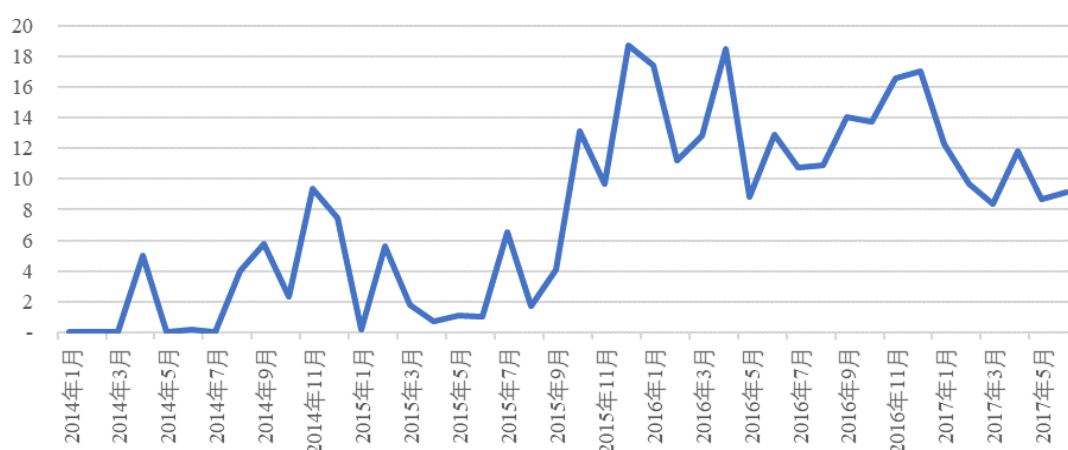
元网站进行线上宣传，宣传的效果较好；③上述期间《崩坏学园 2》境外运营主要采用授权运营模式，授权运营模式下推广费由授权运营商负责。

2015 年 10 月起《崩坏学园 2》在日本开展合作运营，由于语言和文化差异，公司“崩坏”IP 下的动画、漫画、动漫周边等产品尚未能大规模推向境外，“崩坏”IP 在境外影响力较小，公司在境外运营团队规模较小，移动游戏主要通过广告宣传获得用户，公司在日本地区的推广费较高。2016 年 12 月月新增付费账户获取成本较高的主要原因为当月境内服务器月新增付费用户数较少。

B、月付费账户推广成本（线上）

单位：元

《崩坏学园2》月付费账户推广成本



注：月付费账户推广成本=月线上推广费 / 月付费账户数。

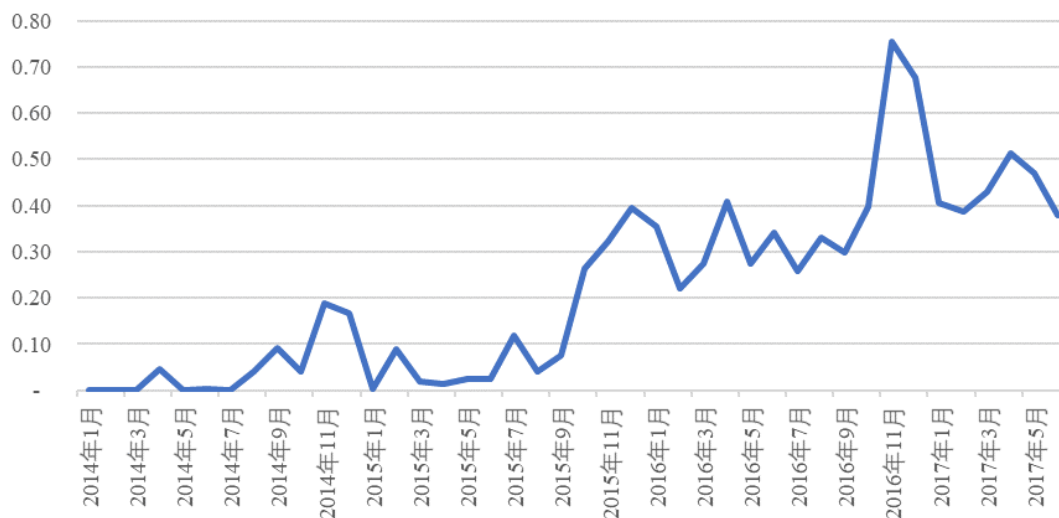
报告期月付费账户推广成本基于产品的经营情况波动，2014 年 1 月至 2015 年 9 月，月付费账户推广成本较低，主要原因为：①《崩坏学园 2》收入主要来源于境内，《崩坏学园 2》主要依靠“崩坏”IP 产品联动获取用户，境内需要支出的推广费较少；②二次元用户的聚集性较高，公司通过二次元网站进行线上宣传，宣传的效果较好；③上述期间《崩坏学园 2》境外运营主要采用授权运营模式，授权运营模式下推广费由授权运营商负责。

2015 年 10 月起《崩坏学园 2》在日本开展合作运营，由于语言和文化差异，公司“崩坏”IP 下的动画、漫画、动漫周边等产品尚未能大规模推向境外，“崩坏”IP 在境外影响力较小，公司在境外运营团队规模较小，移动游戏

主要通过广告宣传获得用户，公司在日本地区的推广费较高。

C、月新增付费账户投入产出率（线上）

《崩坏学园2》月新增付费账户投入产出率（倒数）



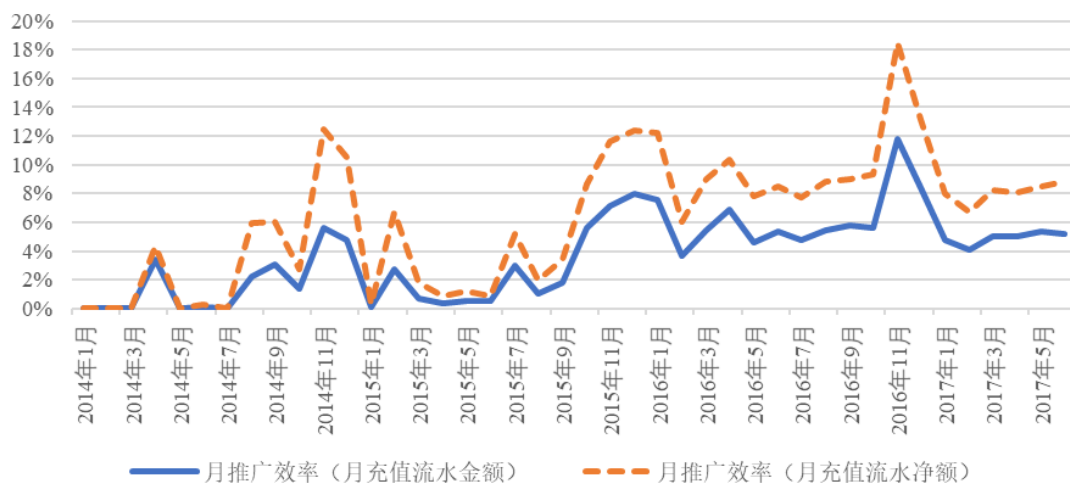
注 1：由于报告期内部分月份《崩坏学园 2》未支出推广费，使得月新增付费账户投入产出率无法计算，此处列示的数据为月新增付费账户投入产出率（倒数）。

注 2：月新增付费账户投入产出率（倒数）=月新增付费账户获取成本/月均新增付费账户充值流水金额。

报告期月新增付费账户投入产出率基于产品的经营情况波动。2016 年 11 月，公司对《崩坏学园 2》的推广费用较高，因此月付费账户投入产出率（倒数）数值较高；2016 年 12 月新增付费账户数较少，因此月付费账户投入产出率（倒数）数值较高。

D、月推广效率（线上）

《崩坏学园2》月推广效率



注 1：月推广效率（流水金额）=月线上推广费 / 月充值流水金额。

注 2：月推广效率（流水净额）=月线上推广费 / 月充值流水净额。

报告期《崩坏学园 2》主要依靠“崩坏”IP 下的产品联动获取用户，因此《崩坏学园 2》推广费占充值金额的比例较低，公司月推广效率较高。

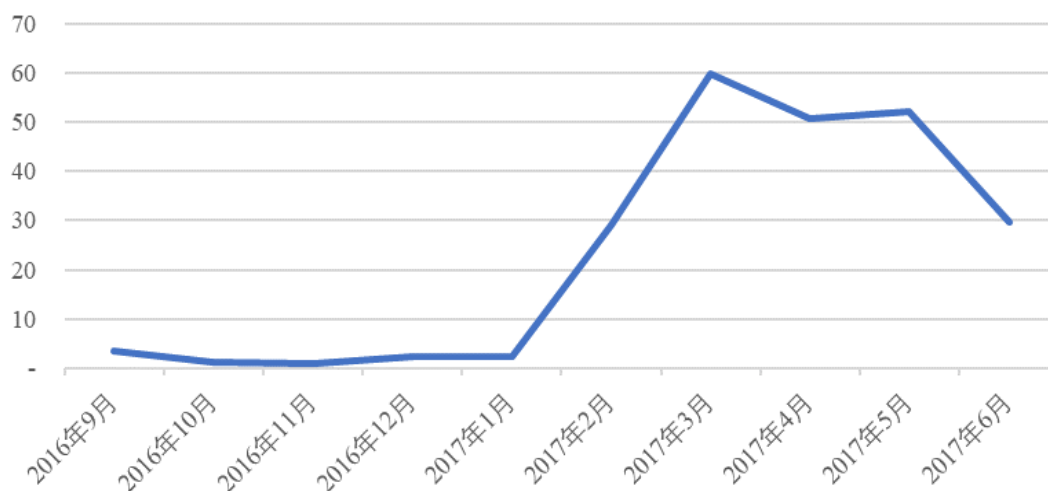
报告期《崩坏学园 2》月推广效率变化主要受月推广费金额的影响，2016 年 11 月《崩坏学园 2》推广费占充值金额的比例较高的主要原因为当月公司在日本地区投放的线上广告较高，因此月推广效率较低。

②《崩坏 3》

A、月新增付费账户获取成本（线上）

单位：元

《崩坏3》月新增付费账户获取成本



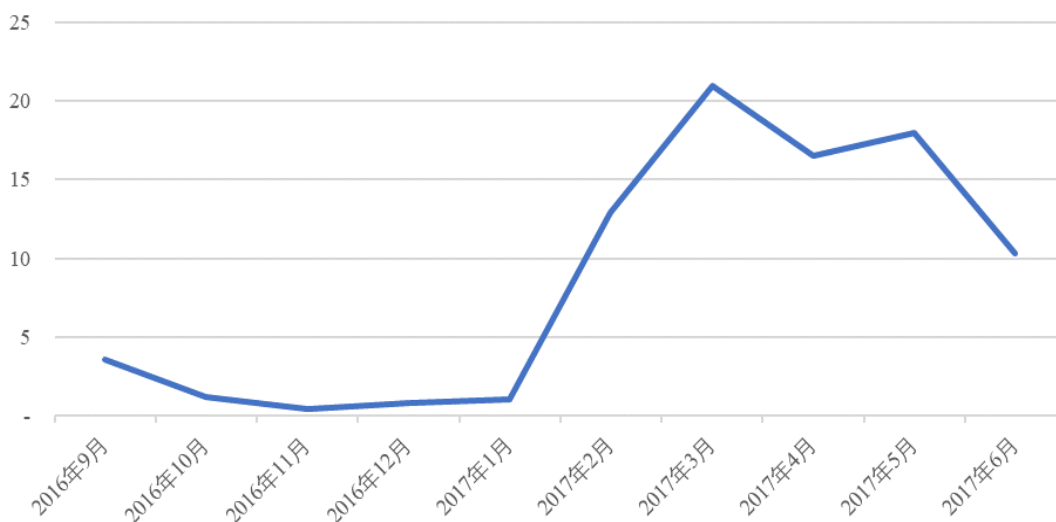
注：月新增付费账户获取成本=月线上推广费 / 月新增付费账户数。

2016年9月至2017年1月《崩坏3》仅在境内开展运营，月新增付费账户获取成本较低，2017年2月起公司在日本开展了《崩坏3》的正式运营，《崩坏3》在境外主要通过广告推广获取用户，月线上推广费增加，月新增付费账户获取成本提高。

B、月付费账户推广成本（线上）

单位：元

《崩坏3》月付费账户推广成本

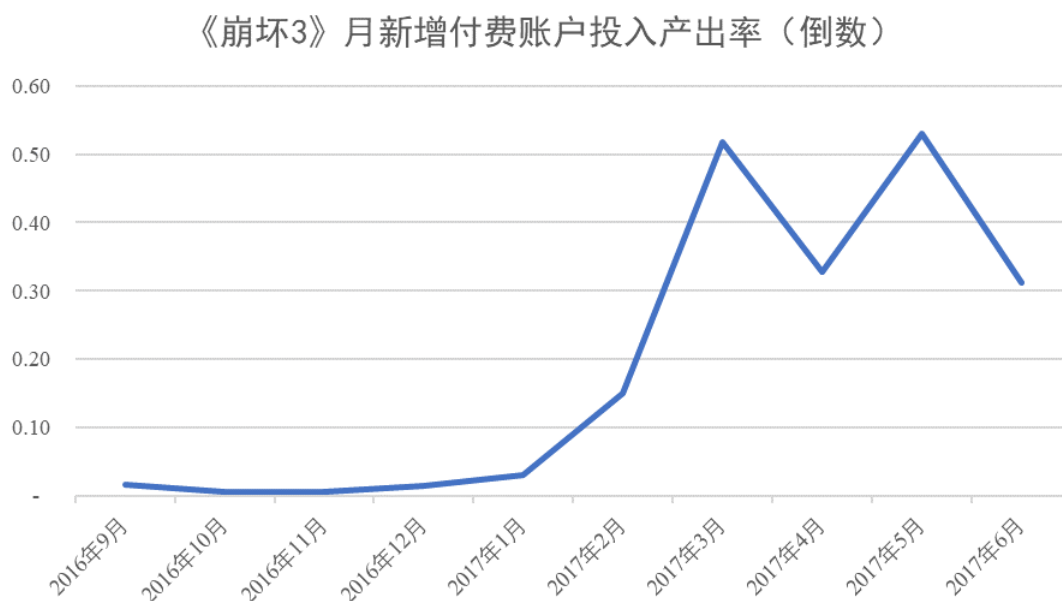


注：月付费账户推广成本=月线上推广费 / 月付费账户数。

《崩坏3》月付费账户推广成本变化趋势与月新增付费账户获取成本变化

趋势基本一致。

C、月新增付费账户投入产出率（线上）



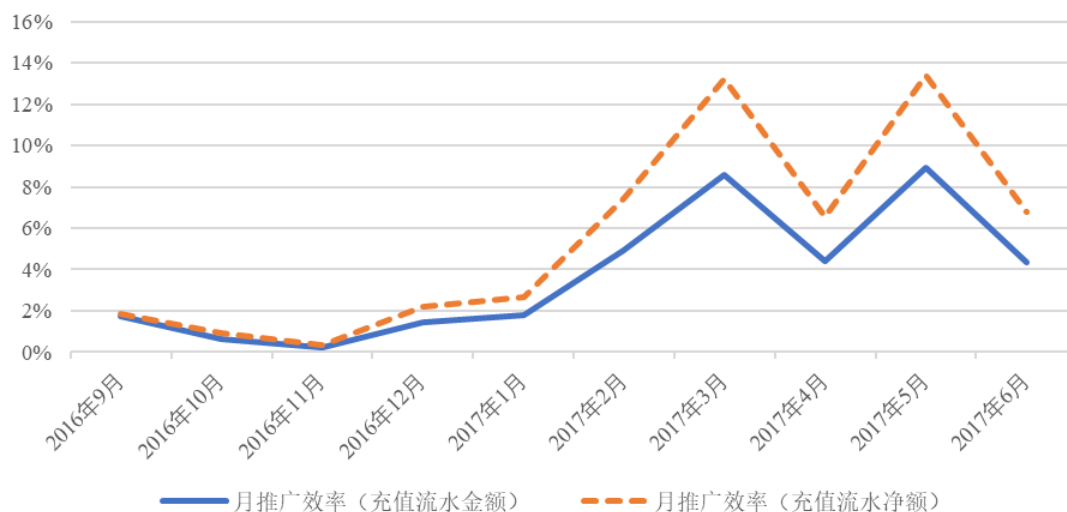
注 1：由于报告期内部分月份《崩坏 3》未支出推广费，使得月新增付费账户投入产出率无法计算，此处列示的数据为月新增付费账户投入产出率（倒数）。

注 2：月新增付费账户投入产出率（倒数）=月新增付费账户获取成本/月均新增付费账户充值流水金额。

《崩坏 3》月新增付费账户投入产出率（倒数）变化趋势与月新增付费账户获取成本变化趋势基本一致。

D、月推广效率（线上）

《崩坏3》月推广效率



注：月推广效率（流水金额）= 月线上推广费 / 月充值流水金额。

注：月推广效率（流水净额）= 月线上推广费 / 月充值流水净额。

报告期《崩坏 3》主要依靠“崩坏”IP 下的产品联动获取用户，因此《崩坏 3》推广费占充值金额的比例较低，公司月推广效率较高。《崩坏 3》月推广效率与月新增付费账户获取成本变化趋势基本一致。

（2）推广费用总额的相关指标

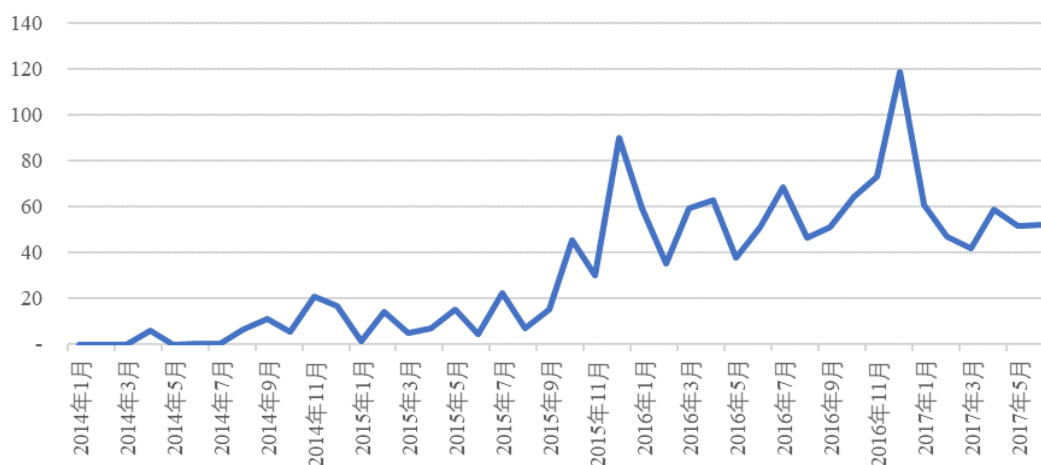
报告期内，《崩坏学园 2》与《崩坏 3》线下推广费用相对较低，为总推广费用的 22%左右，按推广费用总额披露的月新增付费账户获取成本、月付费账户推广成本、月新增付费账户投入产出率、月推广效率趋势图与线上推广费用口径披露的上述指标变动趋势基本一致。

① 《崩坏学园 2》

A、月新增付费账户获取成本（线上及线下）

单位：元

《崩坏学园2》月新增付费账户获取成本

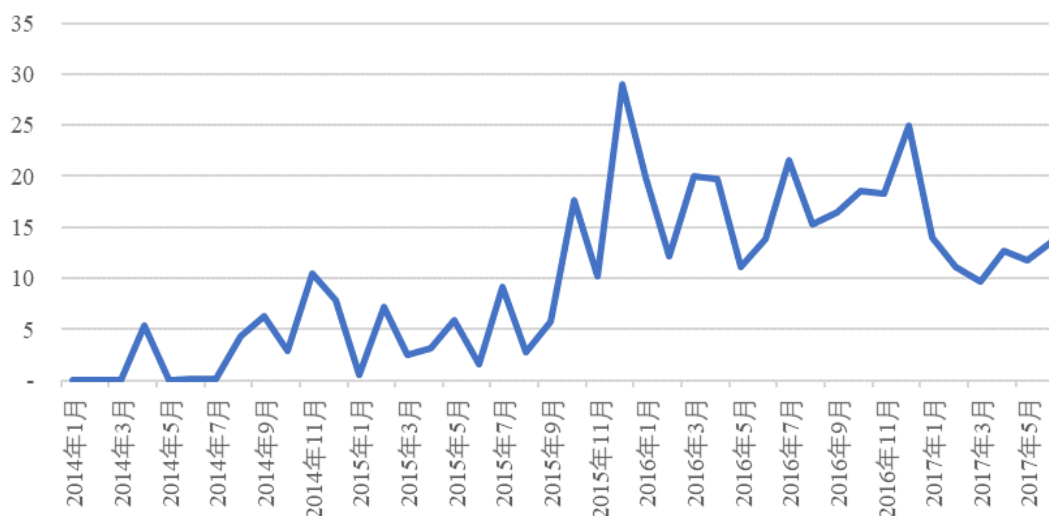


注：月新增付费账户获取成本=月线上及线下推广费 / 月新增付费账户数。

B、月付费账户推广成本（线上及线下）

单位：元

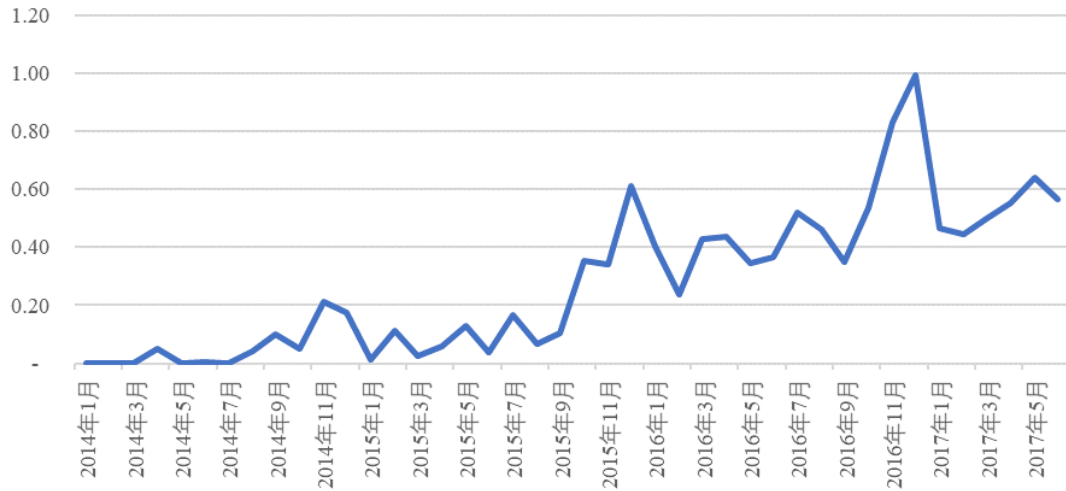
《崩坏学园2》月付费账户推广成本



注：月付费账户推广成本=月线上及线下推广费 / 月付费账户数。

C、月新增付费账户投入产出率（线上及线下）

《崩坏学园2》月新增付费账户投入产出率（倒数）

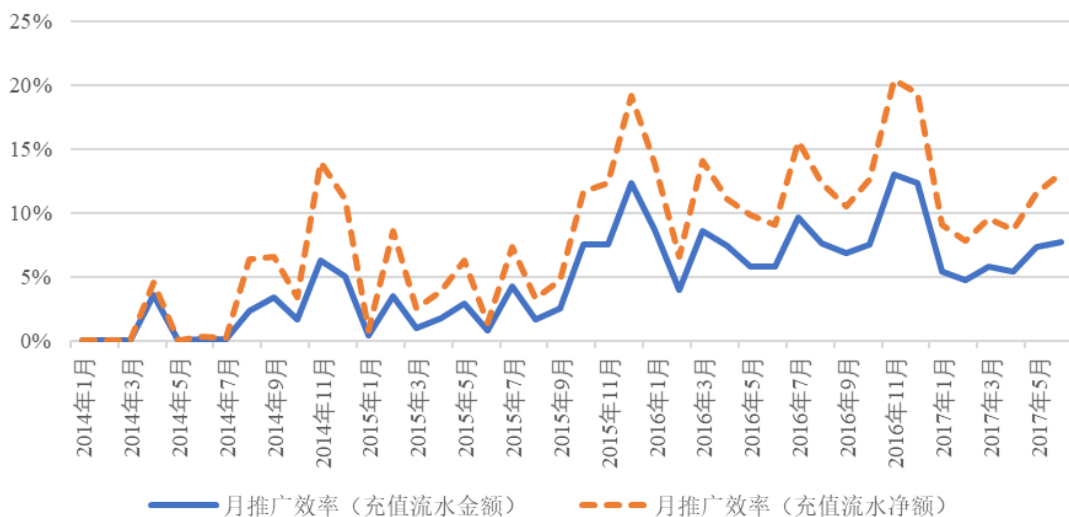


注 1：由于报告期内部分月份《崩坏学园 2》未支出推广费，使得月新增付费账户投入产出率无法计算，此处列示的数据为月新增付费账户投入产出率（倒数）。

注 2：月新增付费账户投入产出率（倒数）=月新增付费账户获取成本/月均新增付费账户充值流水金额。

D、月推广效率（线上及线下）

《崩坏学园2》月推广效率



注：月推广效率（流水金额）=月线上推广费 / 月充值流水金额。

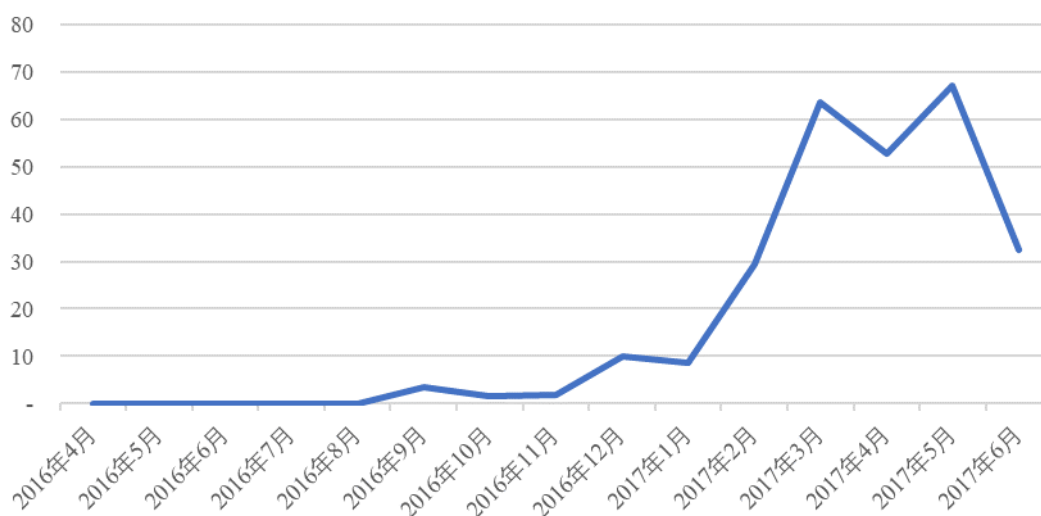
注：月推广效率（流水净额）=月线上推广费 / 月充值流水净额。

② 《崩坏 3》

A、月新增付费账户获取成本（线上及线下）

单位：元

《崩坏3》月新增付费账户获取成本

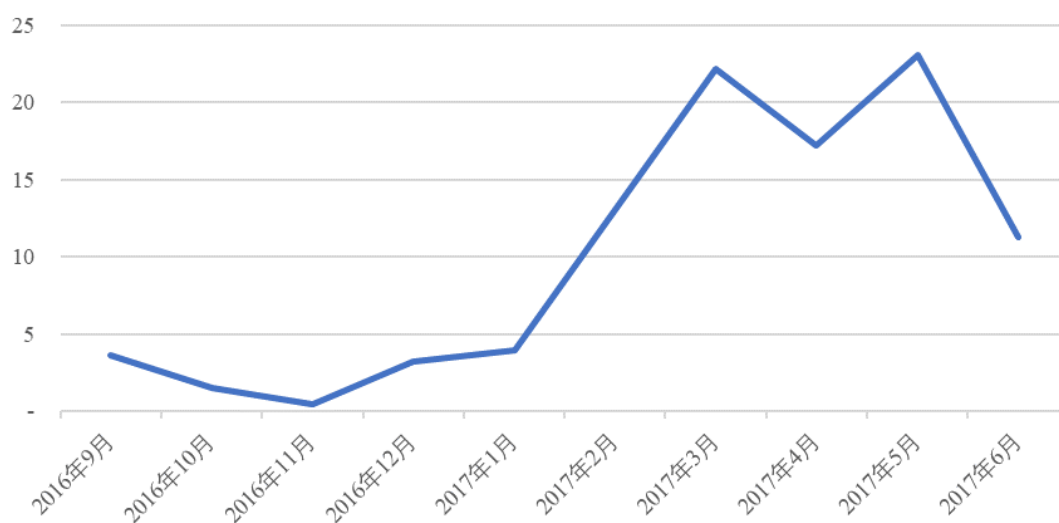


注：月新增付费账户获取成本=月线上及线下推广费 / 月新增付费账户数。

B、月付费账户推广成本（线上及线下）

单位：元

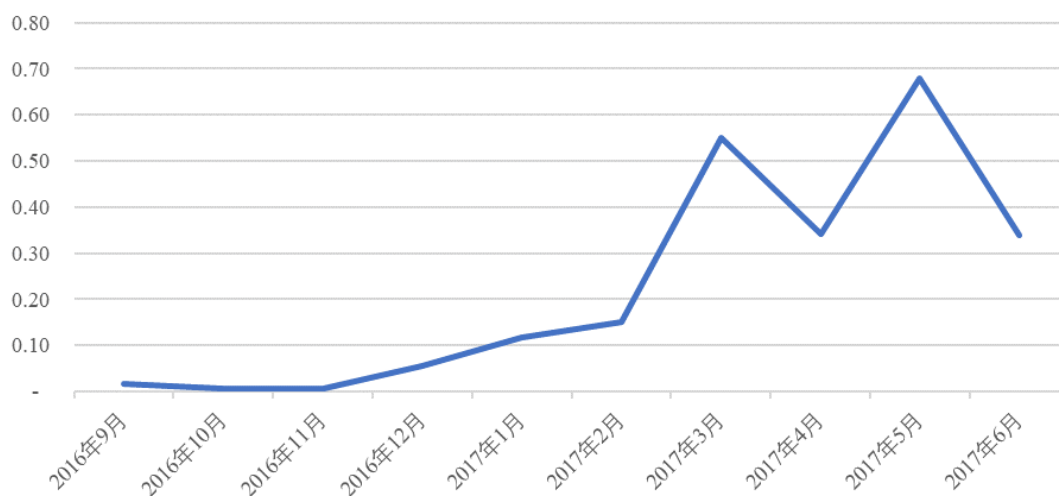
《崩坏3》月付费账户推广成本



注：月付费账户推广成本=月线上及线下推广费 / 月付费账户数。

C、月新增付费账户投入产出率（线上及线下）

月新增付费账户投入产出率（倒数）

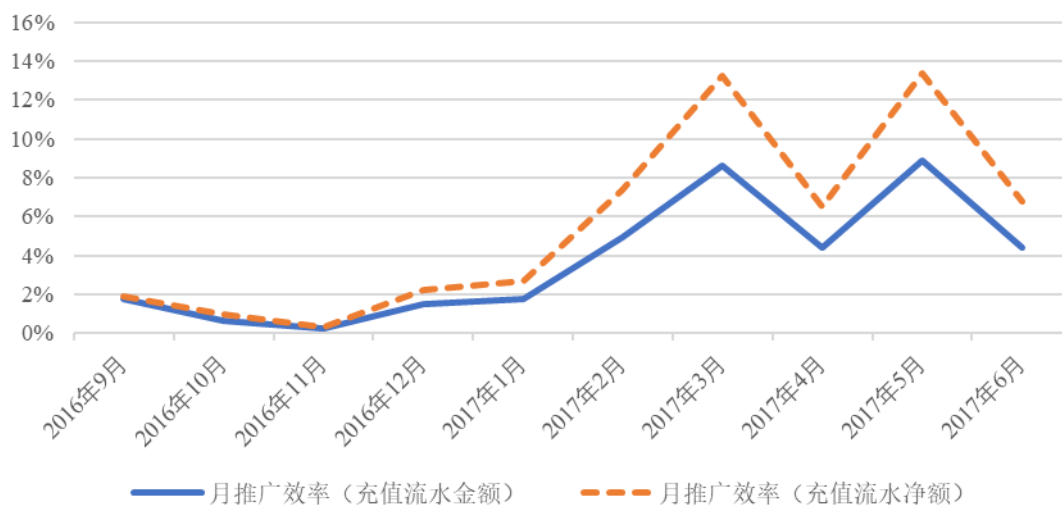


注 1：由于报告期内部分月份《崩坏学园 2》未支出推广费，使得月新增付费账户投入产出率无法计算，此处列示的数据为月新增付费账户投入产出率（倒数）。

注 2：月新增付费账户投入产出率（倒数）=月新增付费账户获取成本/月均新增付费账户充值流水金额。

D、月推广效率（线上及线下）

《崩坏3》月推广效率



注：月推广效率=月线上及线下推广费/月充值流水。

8、各年用于新用户获取的费用占当年营业收入、充值流水净额的比例

(1) 《崩坏学园 2》

崩坏学园 2	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
境内				

当期推广费（万元）	252.24	736.85	707.95	463.10
当期营业收入（万元）	7,102.36	20,842.87	15,086.26	8,255.17
当期充值流水净额（万元）	6,533.62	20,305.06	16,332.14	9,501.03
推广费/营业收入	3.55%	3.54%	4.69%	5.61%
推广费/充值流水净额	3.86%	3.63%	4.33%	4.87%
境外				
当期推广费（万元）	511.60	2,409.75	682.22	-
当期营业收入（万元）	1,915.46	5,537.21	1,346.80	498.44
当期充值流水净额（万元）	1,590.43	5,554.40	2,039.03	498.44
推广费/营业收入	26.71%	43.52%	50.65%	-
推广费/充值流水净额	32.17%	43.38%	33.46%	-

注：上述营业收入不含版权金收入

(2) 《崩坏3》

崩坏3	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
境内				
当期推广费（万元）	600.67	242.71	-	-
当期营业收入（万元）	44,391.56	15,516.39	-	-
当期充值流水净额（万元）	45,980.04	25,609.23	-	-
推广费/营业收入	1.35%	1.56%	-	-
推广费/充值流水净额	1.31%	0.95%	-	-
境外				
当期推广费（万元）	3,797.73	105.42	-	-
当期营业收入（万元）	5,234.54	-	-	-
当期充值流水净额（万元）	7,903.62	-	-	-
推广费/营业收入	72.55%	-	-	-
推广费/充值流水净额	48.05%	-	-	-

9、推广费的同行业对比

新用户获取的费用占当年营业收入比例的同行业情况如下表所示：

公司	2016年	2015年	2014年
冰川网络	26.39%	19.53%	22.28%
电魂网络	8.26%	11.42%	13.01%

吉比特	10.97%	7.11%	6.96%
昆仑万维	9.47%	15.43%	13.59%
游族网络	无	无	无
掌趣科技	8.48%	8.17%	4.02%
平均	12.71%	12.33%	11.97%
本公司	8.29%	8.11%	4.87%

注 1：上述数据来源于各上市公司的年度审计报告或招股说明书等公开资料，计算依据为广告服务费、宣传费或市场推广费等除以当期营业收入；掌趣科技部分推广费用在其营业成本中列示。

注 2：游族网络推广费金额未在其公开资料中单独列示。

报告期内发行人推广费用率均低于同行业平均水平，主要原因如下：

（1）获取用户方式存在较大差异

①公司通过经营“崩坏”IP 获取用户

公司移动游戏产品在境内主要通过经营“崩坏”IP 获取用户，与同行业上市公司存在一定差异。“崩坏”IP 下的漫画、动画和音乐等产品均为游戏产品积累了用户基础。公司的研发人员持续地更新漫画、创作动画和音乐作品并以免费的方式在二次元网站上发布，既为“崩坏”IP 积累了用户群，同时也为游戏产品提供了用户基础。截至 2017 年 6 月 30 日，公司漫画产品总阅读量超过 2.4 亿次，动画产品点击量超过 1,400 万次，轻小说产品点击量超过 140 万次。

②二次元用户聚集性较强，定向推广的效率较高

公司游戏产品的主要用户群体为二次元文化爱好者，该类用户的聚集性较强，通常聚集在漫画类、动画类的网站，公司定向推广能够获得较多目标用户的关注，推广效率较高。

（2）游戏类型及运营模式的差异

冰川网络、电魂网络主要产品为客户端游戏，并主要采用独立运营模式运营产品，独立运营模式下通常需要承担更多的宣传推广费用，销售费用率相对较高。掌趣科技、米哈游等以移动游戏为主要产品的企业主要采用合作运营模式，相较独立运营模式，合作运营模式下合作运营商由于能够获得游戏充值分成通常会对游戏进行一定的推广，因此公司需要支付的广告费相对较少，推广

费用率相对较低。

（3）游戏运营区域的差异

相较游戏主要在境内运营的企业，境外收入比重较高的企业一般需要承担较高的推广费用，主要原因为境内企业在境外的市场影响力和运营能力有限，通过支付广告费的方式获取用户更为直接简便。上市公司中昆仑万维境外收入比重较高，2016年昆仑万维境外收入占比为64.61%，因此推广费用率较高。

综上所述，报告期内发行人推广费用率低于同行业上市公司具备合理性。

（八）公司的境外经营情况

1、公司运营游戏与国家、地区相关的经营数据

（1）《崩坏学园2》

报告期《崩坏学园2》境外经营区域主要包括：日本、北美、东南亚、港澳台、韩国，各境外经营区域的主要经营数据如下：

用户和充值情况	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
日本				
期末用户总数（万个）	324.25	307.07	189.79	-
当期付费用户（万个）	2.16	6.16	8.60	-
充值流水净额（万元）	1,309.81	5,150.13	1,779.39	-
北美				
期末用户总数（万个）	63.05	61.14	56.01	46.48
当期付费用户（万个）	0.15	0.33	0.60	0.95
充值流水净额（万元）	70.23	122.26	59.23	42.87
东南亚				
期末用户总数（万个）	198.37	186.65	159.42	104.63
当期付费用户（万个）	0.82	1.40	1.74	1.50
充值流水净额（万元）	191.03	228.22	90.06	64.12
港澳台				
期末用户总数（万个）	143.12	141.11	124.67	115.02

当期付费用户（万个）	0.08	0.60	0.63	2.92
充值流水净额（万元）	10.13	51.96	69.86	281.65
韩国				
期末用户总数（万个）	41.15	41.15	40.62	37.25
当期付费用户（万个）	-	0.05	0.36	2.89
充值流水净额（万元）	-	1.83	40.49	109.80

注：发行人《崩坏学园2》韩国服务器已于2016年停止运营。

（2）《崩坏3》

报告期《崩坏3》境外经营区域主要包括日本和港澳台，各境外经营区域的主要经营数据如下：

用户和充值情况	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
日本				
期末用户总数（万个）	203.43	-	-	-
当期付费用户（万个）	8.11	-	-	-
充值流水净额（万元）	7,108.79	-	-	-
港澳台				
期末用户总数（万个）	71.16	-	-	-
当期付费用户（万个）	2.48	-	-	-
充值流水净额（万元）	794.84	-	-	-

2、境外信息系统搭建情况和运行效果

（1）境外合作运营模式

境外合作运营模式下，境外各地区的游戏运营信息系统与境内保持一致，包括游戏配置 Admin 系统、游戏业务系统、游戏配置 Operation 系统，报告期内该系统在境外各地区的运行情况良好。

境外合作运营模式下，报告期内除日本地区服务器的数据通过租赁日本当地云服务器存放之外，其他境外服务器的数据均存放于公司租赁的位于杭州和上海的云服务器中。报告期内，由公司负责维护和管理日本地区服务器的相关

运营数据。公司通过多种措施，确保数据收集、存放及保管、使用等方面的安全性，具体包括：①合作伙伴的选择：公司选择向阿里云、亚马逊等知名公司租赁云服务器，并签订了有效的服务合同，合同期间涵盖了报告期；②数据备份机制：报告期内，由云服务供应商负责对数据每天进行全库备份，公司系统管理员定期进行复核并将数据备份到本地磁盘作为异地备份，公司对业务系统备份数据定期进行恢复性测试；③服务器团队的监控：公司对服务器运行情况和数据备份情况进行监控，一旦出现异常，运维人员将及时检查异常报错原因并进行处理。报告期内各服务器未发生重大异常；④有效的信息系统控制：发行人通过系统日志管理、账号授权复核、不相容职责权限分离、网络安全配置、逻辑访问控制、设备控制等措施，于 2017 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的规定在所有重大方面保持了有效的与财务报表相关的信息系统一般控制。

（2）境外授权运营模式

报告期内公司存在少量的授权运营情形，截至报告期末，公司所有授权运营合同均已终止。境外授权运营模式下，公司作为游戏开发商，主要负责产品研发和版本更新，其他事宜如游戏的运营、推广、定价、充值等由授权运营商负责，因此公司不负责建立与境外经营相适应的信息系统，也不负责收集、存放及保管授权运营模式下各服务器的运营数据。授权运营结束合作后，公司收回境外地区的游戏运营权，原授权运营模式下的所有运营数据由公司从授权运营商处直接拷贝至公司的服务器单独存放。

3、在各国家、地区运营游戏取得收入的资金流情况

报告期内，发行人及其子公司在各国家、地区运营游戏产品取得收入的情况如下：

单位：万元

地域	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
中国大陆	52,606.45	45,918.73	16,767.68	9,958.38
日本	8,418.59	5,173.47	1,915.67	-
港澳台	804.97	51.96	69.86	661.31
东南亚	191.03	228.22	105.53	115.00

北美	70.23	122.26	69.40	76.89
韩国	-	1.83	40.49	348.65
合计	62,091.27	51,496.47	18,968.63	11,160.22

注：上述表格中数据为税后金额，包括授权金和充值分成款。游戏运营授权金均由相关合作方直接汇入发行人境内银行账户。

（1）来源于中国大陆的充值分成

报告期内，发行人在中国大陆地区通过自主开发运营模式和授权运营模式运营移动游戏产品。除支付宝（中国）网络技术有限公司外，均由相关合作方将运营收益资金直接汇入发行人境内银行账户。支付宝（中国）网络技术有限公司将运营收益汇入发行人在其开立的支付宝账户，发行人根据实际需要自主操作转入境内银行账户，以上收益均由发行人直接享有。

（2）来源于日本的充值分成

①来源于合作方的充值分成

报告期内，发行人与 miHoYo Technology Limited 在日本开展授权运营，miHoYo Technology Limited 已将授权金及运营分成汇入发行人境内银行账户，从而发行人直接享有该部分收益。

②来源于日本子公司的充值分成

发行人来源于日本子公司的资金划转和汇回情况主要为经常项目下授权运营分成款汇回，由发行人直接享有该部分收益。

（3）来源于港澳台的充值分成

报告期内，发行人授权智傲集团有限公司在香港澳门地区运营移动游戏产品；与易幻网络有限公司、富威香港发展有限公司在台湾地区合作运营移动游戏产品，上述合作方将运营收益资金汇入发行人境内银行账户，从而发行人直接享有该部分收益。

（4）来源于东南亚、北美的充值分成

报告期内，发行人授权上海方寸信息科技有限公司在东南亚、北美地区运营移动游戏产品。自上述授权终止之日起，发行人在东南亚、北美的运营改为

与 Apple Inc.、Google Inc.合作。相关运营收益资金均由合作方汇入发行人境内银行账户，从而发行人直接享有该部分收益。

（5）来源于韩国的充值分成

报告期内，发行人授权指尖娱乐（香港）有限公司在韩国运营移动游戏产品，上述合作方将运营收益资金汇入发行人境内银行账户，从而发行人直接享有该部分收益。

4、通过境外子公司分红或其他方式进行资金划转和汇回的具体安排

（1）发行人境外子公司资金划转和汇回的具体安排及合法性分析

报告期内发行人境外子公司中仅日本米哈游存在经营活动，日本米哈游资金划转和汇回的具体安排如下：

①经常项目下授权运营分成款汇回

发行人移动游戏产品《崩坏学园 2》和《崩坏 3》，均由发行人境内主体研发，境内主体拥有《崩坏学园 2》和《崩坏 3》完整的知识产权。报告期内，发行人境内主体将《崩坏学园 2》和《崩坏 3》授权给日本米哈游运营，按照双方签署的协议约定由日本米哈游向发行人境内主体支付一定比例的分成款。

根据日本税理士法人 TSC 的说明，日本米哈游与发行人及米哈游科技之间交易资金的汇回不存在违反日本相关法律法规的情形。

另，保荐机构和发行人律师查阅了《中华人民共和国外汇管理条例》（2008 修订），该条例规定国家对经常性国际支付和转移不予限制，故上述运营收入的汇回不存在违反我国外汇相关法律和法规的情形。

②资本项目下利润分配的资金汇回

A、日本米哈游未进行过利润分配

截至 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日，日本米哈游的净利润分别为-646.65 万元、58.63 万元、-1,455.38 万元，并且根据公司相关工作人员的说明，报告期内日本米哈游未进行过利润分配。

B、日本米哈游利润汇出的合法合规性说明

根据日本税理士法人 TSC 的说明，日本当地法律仅对对利润分配的实施条件有所规定，但并不限制分红资金汇出（日本）境外。

（2）确保发行人主体享有境外收益的安排

发行人境外子公司制定了完善的利润分配政策，确保发行人主体享有境外收益。

①香港米哈游

根据香港苏洁儿·唐淑萍律师行的说明，正常情况下，公司经过审计后向当地税务局提交报税表，并根据税单进行完税手续，股东可以就完税后的利润进行分配，利润可以依法汇回国内不受香港当地监管部门的限制。

截至本招股说明书签署之日，香港米哈游已根据香港《公司条例》的相关规定在公司章程第六部分制定了利润分配的内容。此外，根据香港米哈游股东及董事会审议通过的分红回报规划，香港米哈游应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 60%，现金分红的条件如下：

A、公司该年度或半年度实现的可供分配利润的净利润（即公司弥补亏损等事项后剩余的净利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

B、公司累计可供分配的利润为正值；

C、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

截至 2017 年 6 月 30 日，香港米哈游暂未开展实际经营活动，报告期内未进行过利润分配。

②日本米哈游

根据日本税理士法人 TSC 的说明，日本《会社法》规定公司可在净资产额扣除资本额、资本准备金、利益准备金、在决算期时应累计计入的利益准备金后，根据各股东出资比例，在以上范围内进行分红，并按照相关规定履行完税手续。但日本《会社法》第 458 条另有规定，如公司净资产少于 300 万日元时，不可进行利润分配。

截至本招股说明书签署之日，根据税理士法人 TSC 的说明，日本米哈游现有利润分配内容未违反日本相关法律法规的规定。此外，根据日本米哈游股东及董事会审议通过的分红回报规划，日本米哈游应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 60%，现金分红的条件如下：

A、公司该年度或半年度实现的可供分配利润的净利润（即公司弥补亏损等事项后剩余的净利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

B、公司累计可供分配的利润为正值，且净资产高于 300 万日元；

C、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

截至 2017 年 6 月 30 日，日本米哈游未进行过利润分配事宜。

综上所述，发行人通过与境外子公司或其他授权方以授权费及充值分成方式进行汇回经营活动产生的收入不存在违反我国外汇管理相关法律法规的情形。根据日本税理士法人 TSC 的说明，日本米哈游与发行人及米哈游科技之间交易资金的汇回不存在违反日本相关法律法规的情形。截至本招股说明书签署之日，香港米哈游和日本米哈游尚未进行过利润分配，但其均已制定符合当地法律法规的利润分配制度和分红回报规划，该等制度的实施将确保发行人主体可以享有境外收益。

（九）公司的采购情况

报告期内供应商主要分为以下几类：1、广告商；公司向广告商采购广告服务；2、云服务商；公司向云服务商采购移动游戏运营所需的云服务；3、动漫周边供应商；公司向动漫周边供应商定制动漫周边产品；4、渠道商；渠道商为公司游戏引入用户，公司按照一定的比例将渠道商引入用户的充值分成给渠道商。

1、广告商

单位：万元

期间	广告商名称	金额	占同类采购比例

2017年 1-6月	Septeni Co., Ltd.	1,451.83	31.20%
	Adways Inc.	1,017.82	21.87%
	上海摩邑诚广告有限公司公司	308.35	6.63%
	北京景美广告有限公司	303.87	6.53%
	OZ FACTORY Inc.	219.19	4.71%
	合计	3,301.07	70.93%
2016年 度	Adways Inc.	1,436.91	49.46%
	北京景美广告有限公司	370.95	12.77%
	CAM FORCE, LTD.	312.70	10.76%
	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.	133.06	4.58%
	Septeni Co., Ltd.	102.80	3.54%
	合计	2,356.42	81.11%
2015年 度	Adways Inc.	382.81	36.86%
	北京景美广告有限公司	140.82	13.56%
	TOEI ADVERTISING, LTD.	91.20	8.78%
	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.	66.67	6.42%
	北京易利广告有限公司	57.71	5.56%
	合计	739.21	71.18%
2014年 度	北京易利广告有限公司	159.42	37.26%
	珠海布卡科技有限公司	90.93	21.25%
	尊岸广告（上海）有限公司	53.49	12.50%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	47.30	11.05%
	北京思恩客广告有限公司	45.72	10.69%
	合计	396.86	92.75%

2、云服务商

单位：万元

期间	云服务商名称	金额	占同类采购比例
2017年1-6月	阿里云计算有限公司	368.72	60.69%
	Amazon Web Services, Inc.	170.11	28.00%

	上海优刻得信息技术有限公司	55.46	9.13%
	合计	594.30	97.81%
2016 年度	阿里云计算有限公司	353.39	70.30%
	Amazon Web Services, Inc.	72.14	14.35%
	上海优刻得信息技术有限公司	63.90	12.71%
	合计	489.44	97.36%
2015 年度	阿里云计算有限公司	87.35	56.97%
	上海优刻得信息技术有限公司	40.23	26.24%
	Amazon Web Services, Inc.	18.91	12.34%
	合计	146.49	95.55%
2014 年度	阿里云计算有限公司	54.79	88.93%
	上海优刻得信息技术有限公司	6.05	9.82%
	Amazon Web Services, Inc.	0.77	1.25%
	合计	61.61	100.00%

注：阿里云计算有限公司与阿里巴巴通信技术（北京）有限公司为关联公司，相关交易金额合并列示。

3、动漫周边供应商

单位：万元

期间	动漫周边供应商名称	金额	占同类采购比例
2017 年 1-6 月	广州绝对萌域商贸有限公司	279.38	82.34%
	贵阳桂花豆动漫设计有限责任公司	28.76	8.48%
	合计	308.14	90.81%
2016 年度	广州绝对萌域商贸有限公司	440.66	86.61%
	贵阳桂花豆动漫设计有限责任公司	41.21	8.10%
	合计	481.87	94.71%
2015 年度	广州绝对萌域商贸有限公司	314.60	83.31%
	上海承合网络科技有限公司	48.53	12.85%
	合计	363.13	96.16%
2014 年度	广州绝对萌域商贸有限公司	5.10	100.00%
	合计	5.10	100.00%

4、渠道商

单位：万元

期间	渠道商名称	金额	占同类采购比例
2017年1-6月	北京同步率科技有限公司	45.63	86.83%
	思帕客网络科技（上海）有限公司	6.92	13.17%
	合计	52.55	100.00%
2016年度	北京同步率科技有限公司	184.63	64.92%
	芜湖享游网络技术有限公司	69.39	24.40%
	思帕客网络科技（上海）有限公司	30.35	10.67%
	合计	284.37	100.00%
2015年度	北京同步率科技有限公司	280.22	59.99%
	上海哔哩哔哩动画有限公司	158.68	33.97%
	思帕客网络科技（上海）有限公司	19.71	4.22%
	合计	458.61	98.18%
2014年度	上海哔哩哔哩动画有限公司	1,615.79	91.43%
	珠海布卡科技有限公司	140.83	7.97%
	合计	1,756.62	99.40%

注：思帕客网络科技（上海）有限公司与上海思帕客信息技术有限公司为关联公司，两家公司相关交易金额合并列示。

（十）保荐机构对主营业务的核查情况

保荐机构对合作方的分成比例、销售政策主要条款执行情况、授权经营模式下游戏开发商的研发能力、线下销售情况、分报告期充值前 100 大账号交易真实性、代理运营其他方游戏情况、重要游戏合作方情况、产品是否存在违规情形的核查如下：

1、合作方的分成比例、销售政策主要条款执行情况的核查

经访谈发行人主要负责人，报告期内公司运营的游戏产品均为公司自主开发，公司作为游戏开发商通过自主开发运营以及授权运营的模式运营公司开发的游戏产品。报告期内公司不存在与其他游戏开发商合作运营其他游戏开发商开发的游戏产品的情形。保荐机构对发行人与主要合作方分成比例等条款的执

行情况核查如下：

（1）核查范围

发行人各种运营模式下的主要合作方，包括独立运营合作方支付宝和财付通；合作运营合作方 Apple Inc.、Google Inc.、杭州梵艺科技有限公司、上海幻电信息科技有限公司、芜湖享游网络技术有限公司、广州爱九游信息技术有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司、华为软件技术有限公司；授权运营合作方指尖娱乐（香港）有限公司、易幻网络有限公司、智傲集团有限公司、富威香港发展有限公司、上海方寸信息科技有限公司、上海剑圣网络科技有限公司和 miHoYo Technology Limited。

（2）核查内容

报告期内各种运营模式下，公司与合作方的分成比例、手续费率以及计费基础、结算周期等销售政策主要条款实际执行情况，是否与合同约定一致。

（3）核查方法

保荐机构取得发行人与主要合作方签署的合同、报告期内合作方提供的结算单据以及发行人的银行对账单，通过结算单和银行对账单核查分成比例、手续费率、主要销售政策的实际执行情况，并对比与合同约定情况是否一致。

经核查，报告期内发行人合作方中主要存在杭州梵艺科技有限公司和上海剑圣网络科技有限公司两家公司对账和回款时间较长的情形。主要原因为以上两家公司需要先与第三方游戏合作方对账和结算之后再和发行人进行对账和结算，由于第三方游戏合作方的对账、结算时间存在差异，较难控制，因此杭州梵艺科技有限公司和上海剑圣网络科技有限公司与发行人实际执行的的对账和付款周期较长。截至报告期末，发行人与杭州梵艺科技有限公司的合作已经到期，应收账款均已全部收回；与上海剑圣网络科技有限公司的合作模式由授权运营改为合作运营，对账与付款周期已趋于正常，超期应收账款均已全部收回。截至报告期末，主要合作方与发行人的主要销售政策实际执行情况与合同约定不存在重大差异。

（4）核查结论

经上述核查，保荐机构认为：报告期内各种运营模式下，发行人与主要合作方的分成比例、手续费率与合同约定一致。报告期内公司与部分合作方存在对账和付款时间较慢的情况，但截至报告期末，公司已不存在该等情形，并且报告期内发行人超期的应收账款均已收回。除该等情形外发行人销售政策主要条款的执行情况与合同约定基本一致。

2、授权经营模式下，游戏开发商的研发能力的核查

经访谈发行人主要负责人，报告期内公司运营的游戏产品均为公司自主开发，公司作为游戏开发商通过自主开发运营以及授权运营的模式与合作方合作运营公司开发的游戏产品。报告期内公司不存在与其他游戏开发商合作运营其他游戏开发商开发的游戏产品的情形。

3、线下销售的核查

经访谈发行人主要负责人，报告期内公司游戏产品充值款来源于终端游戏玩家，游戏玩家通过支付平台在移动设备端支付游戏充值款，不存在线下销售的情况。

4、分报告期充值前 100 大账号交易真实性的核查

（1）各游戏报告期充值前 100 大账号基本信息

报告期各期，《崩坏学园 2》及《崩坏 3》前 100 大账号的主要信息如下：

① 《崩坏学园 2》

时间	当期平均充值次数	当期平均登陆时长（小时）	当期平均充值金额（万元）	平均虚拟货币消费比
2014 年度	208.13	359.83	4.11	99.50%
2015 年度	153.09	631.17	7.20	99.78%
2016 年度	180.20	815.81	8.15	99.83%
2017 年 1-6 月	128.29	444.76	3.94	99.57%

注：当期平均虚拟货币消费比=当期消费的虚拟货币/当期获得的虚拟货币

② 《崩坏 3》

时间	当期平均充值次数	当期平均登陆时长（小时）	当期平均充值金额（万元）	平均虚拟货币消费比
2016 年度	144.85	300.54	8.01	98.46%

2017年1-6月	228.50	465.19	12.05	99.54%
-----------	--------	--------	-------	--------

注：当期平均虚拟货币消费比=当期消费的虚拟货币/当期获得的虚拟货币

（2）交易真实性的核查

保荐机构对报告期各期充值金额前 100 大用户的充值行为及游戏行为进行了分析，判断玩家充值的交易真实性的主要指标包括但不限于：

①各期充值金额、充值次数，并对平均每次充值金额进行分析。报告期内，《崩坏学园 2》各期充值金额前 100 位的玩家平均单次充值金额为 439.95 元、509.81 元、487.64 元和 361.26 元；《崩坏 3》充值金额前 100 位的玩家平均单次充值金额为 552.96 元和 526.99 元。保荐机构对各账号的平均充值金额进行了逐一检查，以上所有账户平均单次充值金额均在合理范围内。

②累计在线时长、累计登陆次数，并对平均每次在线时长进行分析。报告期内，《崩坏学园 2》各期充值金额前 100 位玩家的平均累计登陆游戏在线时长为 359.83 小时、631.17 小时、815.81 小时和 444.76 小时；《崩坏 3》各期充值金额前 100 位的玩家平均每次登陆游戏在线时长为 300.54 小时和 465.19 小时。保荐机构对各账户的合计在线时间、创建账户时间及截至报告期末最后登陆时间进行了逐一核查，以上所有账户的合计在线时间均在合理范围内。

③各期充值获得虚拟货币总数、消耗虚拟货币总数，并对虚拟货币获得/消费比例进行分析。报告期内，《崩坏学园 2》各期充值金额前 100 位的玩家当期平均虚拟货币消费比例为 99.50%、99.78%、99.83% 和 99.57%；《崩坏 3》各期充值金额前 100 位的玩家平均虚拟货币消费比例为 98.46% 和 99.54%。保荐机构对各账户的各期获得及消耗虚拟货币总数、虚拟货币消费比例逐一核查，以上所有账户的各期获得虚拟货币量与其各期充值金额均匹配且不存在大量虚拟货币未被消耗的情况。

④各期通关次数。报告期内，《崩坏学园 2》各期充值金额前 100 位的玩家平均总通关次数为 4,322 次、8,916 次、13,728 次和 7,708 次；《崩坏 3》各期充值金额前 100 位的玩家平均总通关次数为 1,986 次和 4,074 次。保荐机构对各账户的各期通关次数、在线时长进行了逐一核查，以上所有账户的通关次数与其在线时长均匹配，有丰富的游戏行为。

（3）核查结论

通过对《崩坏学园 2》、《崩坏 3》报告期各期充值金额前 100 大用户的充值行为进行分析，保荐机构认为报告期各期充值金额前 100 大用户的充值行为具备真实性，各账号均有充足的游戏行为作为支撑。

5、代理运营其他方游戏情况的核查

经访谈发行人主要负责人，报告期公司不存在代理运营其他方游戏的情况。

6、重要游戏用户相关核查情况

（1）重要用户情况

① 《崩坏学园 2》

2014 年

游戏账号	2014 年登入时长（小时）	2014 年充值金额（万元）	2014 年虚拟货币消费比
1*****19	306	25.81	99.75%
2*****64	311	15.94	99.59%
8*****22	1627	13.95	99.58%
3*****35	616	11.09	99.02%
1**8	853	7.54	99.67%
1*****36	290	7.54	99.79%
4***9	706	7.00	99.39%
1*****72	194	6.58	80.41%
1*****65	141	6.52	99.70%
1****48	118	6.29	99.89%

注：当期虚拟货币消费比=当期消费的虚拟货币/当期获得的虚拟货币，下同。

2015 年

游戏账号	2015 年登入时长（小时）	2015 年充值金额（万元）	2015 年虚拟货币消费比
4*****32	328	40.20	99.33%
1*****79	175	31.21	84.37%

5*****74	293	22.77	77.75%
1*****41	636	21.10	93.40%
1*****19	459	19.31	100.27%
1*****09	402	13.57	99.73%
1*****68	324	12.74	99.89%
2*****64	386	11.80	100.54%
1*****23	405	11.65	100.00%
1*****39	519	10.72	99.94%

2016年

游戏账号	2016年登入时长（小时）	2016年充值金额（万元）	2016年虚拟货币消费比
2*****76	1330	29.45	99.92%
1*****09	795	22.26	100.23%
1*****50	572	17.44	100.58%
1*****46	181	15.87	99.93%
1*****54	185	15.40	99.82%
1*****51	1143	12.65	99.60%
1****1	274	12.45	100.00%
1*****41	825	12.20	110.98%
8****3	1808	12.05	99.54%
6****62	976	11.96	100.42%

2017年1-6月

游戏账号	2017年1-6月登入时长（小时）	2017年1-6月充值金额（万元）	2017年1-6月虚拟货币消费比
9*****85	1306	11.23	98.44%
2*****76	602	10.91	100.60%
1*****51	911	8.23	100.41%
3*****52	1164	8.13	99.96%
4*****23	764	7.80	99.94%
9*****49	432	7.10	99.03%
5*****49	201	6.79	109.86%

1*****16	809	6.34	99.33%
8*****3	961	5.83	100.01%
3*****60	935	5.68	90.82%

② 《崩坏3》

2016年

游戏账号	2016年登入时长（小时）	2016年充值金额（万元）	2016年虚拟货币消费比
3*****49	92	42.2	99.77%
3*****27	158	23.0	74.15%
3*****04	252	22.2	99.88%
3*****77	182	15.3	99.39%
1*****17	67	13.4	47.50%
3*****51	509	130	99.43%
3*****26	157	12.4	99.37%
3*****10	338	12.1	99.62%
3*****68	205	11.6	99.85%
3*****08	155	11.5	99.74%

注：账号为 3*****27 和 1*****17 的玩家，虚拟货币消费比较低，主要原因为：部分 2016 年充值尚未在 2016 年消费，截至 2017 年 6 月 30 日，上述用户虚拟货币消费比均超过 85%

2017年1-6月

游戏账号	2017年1-6月登入时长（小时）	2017年1-6月充值金额（万元）	2017年1-6月虚拟货币消费比
3*****49	365.17	66.95	98.29%
1*****57	525.94	25.24	99.77%
3*****89	158.99	24.30	99.91%
3*****08	415.06	22.32	100.10%
3*****44	400.51	19.64	99.48%
3*****10	811.26	18.50	100.12%
3*****50	417.14	17.68	100.13%

3*****71	213.42	17.31	99.90%
3*****68	635.17	16.37	99.73%
1*****00	603.22	15.12	99.93%

（2）保荐机构对主要用户的专项核查情况

①整体分析性复核

A、《崩坏学园 2》

报告期各期《崩坏学园 2》充值流水前十大账户报告期内的游戏行为如下：

单位：元、次、小时

游戏账号	累计充值金额	充值次数	平均单次充值金额	总通关次数	在线时间	总登入次数
1*****19	451,826	880	513	16,535	1034	7,902
4*****32	436,624	774	564	14,109	892	6,272
2*****76	392,811	700	561	47,828	2034	18,420
1*****09	358,236	616	582	25,717	1198	10,930
1****41	342,426	555	617	34,970	1685	12,125
1*****79	324,214	408	795	7,820	383	3,206
2*****64	278,381	428	650	13,783	790	6,650
8****22	245,404	478	513	52,637	4315	10,218
5*****74	227,702	145	1,570	3,674	336	2,663
1*****50	204,858	205	999	11,261	591	2,646
4****9	201,076	420	479	33,678	2215	19,703
1*****46	158,749	264	601	2,407	181	428
1*****54	153,963	272	566	1,656	185	803
8****03	137,794	387	356	38,196	2308	22,504
6****62	132,560	269	493	23,837	1239	8,636
1*****68	128,739	225	572	3,445	334	1,019
1*****23	127,314	225	566	7,928	418	2,172
1*****51	126,539	354	357	16,703	1143	6,606

1***11	124,528	282	442	4,972	339	1,724
3****35	119,842	217	552	17,083	1085	7,434
1*****39	109,654	282	389	15,439	987	6,490
1**8	84,833	220	386	16,114	1180	7,797
1*****36	81,998	157	522	11,256	861	5,250
1****48	65,945	120	550	1,613	122	836
1*****72	65,830	107	615	2,558	194	903
1*****65	65,200	114	572	2,172	141	512
9*****85	144,519	452	320	23,035	1,774	3,319
3****52	81,315	147	553	20,917	1,164	2,706
4*****23	78,654	396	199	14,188	995	3,765
9*****49	71,030	186	382	7,156	432	1,666
5*****49	122,460	216	567	6,264	381	2,339
1*****16	157,396	320	492	47,623	2,493	18,524
3*****60	84,335	206	409	27,082	1,687	4,652
平均数值	178,387	334	555	17,384	1,064	6,388

B、《崩坏3》

报告期各期《崩坏3》充值流水前十大账户报告期内的游戏行为如下：

单位：元、次、小时

游戏账号	累计充值金额	充值次数	平均单次充值金额	总通关次数	在线时间	总登入次数
3*****49	144,519	452	320	23,035	1,774	3,319
3*****27	230,094	373	617	1,284	158	1,543
3*****04	221,850	359	618	2,393	252	2,572
3*****77	152,892	243	629	1,732	182	676
1*****17	133,512	215	621	480	67	244
3*****51	135,185	460	294	96,933	5,143	30,331
3*****26	43,702	86	508	3,780	258	1,478
3*****10	121,386	193	629	3,037	338	3,804
3*****68	116,064	192	605	1,823	205	1,974

3*****08	81,315	147	553	20,917	1,164	2,706
1*****57	501,935	827	607	70,029	2,636	22,778
3*****89	208,852	622	336	28,565	2,054	19,055
3*****44	78,654	396	199	14,188	995	3,765
3*****10	71,030	186	382	7,156	432	1,666
3*****50	122,460	216	567	6,264	381	2,339
3*****71	157,396	320	492	47,623	2,493	18,524
3*****68	196,054	505	388	63,898	3,269	33,925
1*****00	84,335	206	409	27,082	1,687	4,652
平均数值	155,624	333.22	487	23,346	1,305	8,631

保荐机构取得了报告期各期充值流水前十大用户的游戏系统后台数据，并对其充值行为与游戏行为进行了分析，判断玩家行为是否正常的主要指标包括但不限于：

充值行为：充值金额、充值次数、平均单次充值金额

游戏行为：通关次数、累计在线时长、账号创建时间与最后登陆游戏时间（截至 2017 年 6 月 30 日）、登陆游戏次数、角色等级

保荐机构对以上主要指标逐个进行了分析，总体而言上述玩家均有丰富的充值行为和游戏行为，保荐机构认为以上主要用户具备较强的真实性。

②当面访谈和电话访谈

A、报告各期前十大用户的访谈

保荐机构通过当面及电话的方式访谈了报告期各期《崩坏学园 2》、《崩坏 3》前十大玩家，其中包括 15 名《崩坏学园 2》以及 7 名《崩坏 3》玩家，对其充值金额、与发行人是否存在关联关系等情况进行了确认。

保荐机构访谈具体情况如下：

《崩坏学园 2》

游戏账号	访谈方式	是否确认充值金额	是否与公司存在关联关系
1*****19	当面	是	否

4*****32	当面	是	否
2*****76	电话	是	否
1*****09	电话	是	否
1*****41	当面	是	否
2*****64	电话	是	否
8*****22	当面	是	否
1*****50	电话	是	否
4***9	电话	是	否
8***03	电话	是	否
6*****62	电话	是	否
3*****35	电话	是	否
1*****39	当面	是	否
1**8	电话	是	否
1*****36	当面	是	否

《崩坏3》

游戏账号	访谈方式	是否确认充值金额	是否与公司存在 关联关系
3*****27	电话	是	否
3*****51	当面	是	否
3*****26	当面	是	否
3*****10	电话	是	否
3*****8	电话	是	否
3*****08	电话	是	否
3*****65	当面	是	否

部分玩家无法联系，主要原因为：1、未登记手机号、邮箱等联系方式；2、因不再继续游戏不愿接受访谈；3、不愿透露个人隐私信息不接受访谈。公司对未登记联系方式的玩家在游戏中发送了站内信，邀请玩家与客服联系以便接受访谈。除拒绝访谈与无法联系到的玩家外，保荐机构均以当面或电话的方式对玩家进行了核查。

B、随机访谈

玩家个人的消费有一定的偶发性，且用户个人接受访谈的意愿也有一定的随机性。保荐机构放大了整个样本，对于大量的用户的进行了随机访谈和抽样访谈，具体方式为：

a、动漫展会随机访谈

公司于 2016 年 7 月、2017 年 4 月参加了于广州举办的“萤火虫动漫游戏嘉年华”并作为参展方宣传公司的游戏及动漫周边产品，保荐机构、审计机构及发行人律师于展会期间随机访谈了参加公司活动的玩家，并对玩家的充值金额、真实身份等信息进行了验证。两次展会期间，合计访谈玩家人数为 882 人，合计充值金额为 154.90 万元。

b、抽样电话访谈

保荐机构、发行人律师、申报会计师于 2016 年 10 月、2017 年 5 月及 2017 年 8 月对《崩坏学园 2》、《崩坏 3》两款游戏的玩家进行了抽样电话访谈，合计访谈玩家人数为 737 人，合计充值金额为 2,445.83 万元。

对玩家的电话及当面访谈问题主要包括：个人信息；创建游戏时间；在游戏中的充值金额；平均每天游戏时间；主要充值渠道；与公司的关联关系。除以上主要问题外，访谈人员还与玩家就游戏剧情、角色等游戏内容进行了讨论，以判断玩家对游戏的了解程度。

结合玩家填写的调查问卷、口述信息、游戏后台信息及玩家对游戏的兴趣，保荐机构认为上述玩家的充值行为具有一定真实性，且有足够的游戏行为支持其充值行为。

③通过公安部门授权的机构验证玩家真实性身份信息

保荐机构获得了《崩坏学园 2》报告期各期公司前 10 大账户及《崩坏 3》报告期各期前 10 大账户，共计 40 个账户的实名信息。保荐机构将上述信息发至公安部门授权的机构验证已验证，经过验证玩家信息真实可信。以上用户的实名信息如下：

以上用户的实名信息如下：

游戏账号	真实姓名	身份证号码	充值游戏
1*****19	梁**	**030119*****13	《崩坏学园 2》
4*****32	沈**	**052119*****36	《崩坏学园 2》
2*****76	李**	**010119*****04	《崩坏学园 2》
1*****09	程**	**030319*****61	《崩坏学园 2》
1****41	朱**	**108219*****35	《崩坏学园 2》
1*****79	谭**	**018119*****81	《崩坏学园 2》
2****64	石**	**010419*****82	《崩坏学园 2》
8****22	姚**	**010519*****81	《崩坏学园 2》
1*****50	李**	**010519*****27	《崩坏学园 2》
4****9	黄**	**100319*****51	《崩坏学园 2》
1*****46	韩**	**010419*****01	《崩坏学园 2》
1*****54	周**	**112419*****01	《崩坏学园 2》
8***03	陈*	**010419*****81	《崩坏学园 2》
6****62	胡*	**090219*****38	《崩坏学园 2》
1*****68	王**	**020219*****51	《崩坏学园 2》
1*****23	刘*	**010319*****21	《崩坏学园 2》
1*****51	张**	**010419*****83	《崩坏学园 2》
3****35	张*	**011219*****24	《崩坏学园 2》
1*****39	于**	**040719*****11	《崩坏学园 2》
1**8	李**	**040819*****01	《崩坏学园 2》
1*****36	吕**	**060419*****21	《崩坏学园 2》
1****48	陈*	**012519*****01	《崩坏学园 2》
1*****72	范**	**010319*****01	《崩坏学园 2》
1*****65	韩*	**230119*****51	《崩坏学园 2》
5*****49	丁**	**108319*****22	《崩坏学园 2》
1*****16	宋**	**068219*****13	《崩坏学园 2》
3*****49	谭**	**018119*****12	《崩坏 3》
3*****27	苏**	**030319*****14	《崩坏 3》
3*****04	谭**	**018119*****12	《崩坏 3》

3*****51	黄**	**058319*****76	《崩坏 3》
3*****26	张**	**110219*****16	《崩坏 3》
3*****10	庄**	**011119*****10	《崩坏 3》
3*****68	杨*	**020319*****10	《崩坏 3》
3*****08	曾**	**050219*****13	《崩坏 3》
3*****89	邸*	**011319*****30	《崩坏 3》
3*****44	季**	**010619*****3x	《崩坏 3》
3*****10	蔡*	**010219*****10	《崩坏 3》
3*****50	李**	**010719*****14	《崩坏 3》
3*****71	赵*	**022219*****1x	《崩坏 3》
3*****68	喻*	**010419*****17	《崩坏 3》

未获得真实身份信息的账户共计有 11 名玩家，主要原因为：①根据 2017 年 5 月 1 日起实施的《文化部关于规范网络游戏运营加强事中事后监管工作的通知》通知，网络游戏企业不得为使用游客模式登陆的网络游戏用户提供游戏内充值或者消费服务。因此部分创建账户时间较早且不再登陆游戏的玩家公司无法要求其实名注册；②除苹果公司外，合作运营模式下由合作运营方实施实名注册，因此部分用户的实名信息由合作运营商保管。③由于海外地区未推行移动游戏实名制，因此公司未能获得海外玩家的实名信息。

7、对发行人主要产品内容是否存在涉赌、涉黄内容，是否存在违法违规情形的核查

（1）发行人产品不存在涉赌内容的核查

经核查，《公安部、信息产业部、文化部、新闻出版总署关于规范网络游戏经营秩序查禁利用网络游戏赌博的通知》（公通字[2007]3 号）中对网络游戏涉赌情形有如下具体规定：

①不得收取或以虚拟货币等方式变相收取与游戏输赢相关的佣金；

根据发行人的游戏设定，未在游戏中收取或变相收取与游戏输赢相关的佣金。

②不得提供游戏积分交易、兑换或以虚拟货币等方式变相兑换现金、财务

的服务；

所有下载公司游戏的玩家均需接受发行人制定的《米哈游游戏使用许可及服务协议》，该协议约定米哈游在游戏中有权根据需要发行虚拟货币，虚拟货币通过使用人民币兑换获得，人民币一经兑换成虚拟货币，则视为人民币已经使用，虚拟货币用于购买相关虚拟道具使用权或者接受相关增值服务。因此，玩家在游戏中的获利权仅限于购买游戏中相关虚拟道具使用权或者接受相关增值服务，而不存在将虚拟货币用以支付、购买实物产品、变相兑换现金、财务的服务或兑换其他企业的任何产品和服务的情形。

③不得提供用户间赠予、转让等游戏积分转账服务；

发行人目前游戏产品暂不涉及积分事项，也不存在用户之间可以赠与、转让等游戏积分转账服务。

综上，发行人当前游戏设定中不存在带有赌博性质或者违反有关法律法规规定的内容。

（2）发行人产品不存在涉黄内容的核查

根据《关于认定淫秽色情出版物的暂行规定》的相关规定，淫秽出版物是指“整体上宣扬淫秽行为，具有下列内容之一，挑动人们的性欲，足以导致普通人腐化堕落，而又没有艺术价值或者科学价值的出版物：（一）淫褻性地具体描写性行为、性交及其心理感受；（二）公然宣扬色情淫荡形象；（三）淫褻性地描述或者传授性技巧；（四）具体描写乱伦、强奸或者其他性犯罪的手段、过程或者细节，足以诱发犯罪的；（五）具体描写少年儿童的性行为；（六）淫褻性地具体描写同性恋的性行为或者其他性变态行为，或者具体描写与性变态有关的暴力、虐待、侮辱行为；（七）其他令普通人不能容忍的对性行为淫褻性描写。”

经保荐机构和发行人律师核查，发行人目前产品的主要内容为在发行人自主创作的“崩坏”IP体系下，游戏玩家通过操控游戏主角收集、利用“崩坏”能量，通过自身的努力和团队协作对抗“崩坏”并拯救人类和世界。游戏中主角们凭借着积极乐观和坚韧不拔的精神战胜了遇到的种种困难，传达了积极向上的价值观，不存在宣扬淫秽行为的游戏内容或设定。

综上，发行人当前游戏设定中不存在带有淫秽性质或者违反有关法律法规规定的内容。

（3）公司游戏产品已全部取得国家新闻出版广电总局的前置审批

根据《网络游戏管理暂行办法》的规定，“网络游戏不得含有以下内容：（七）宣扬淫秽、色情、赌博、暴力，或者教唆犯罪的。”同时，根据中华人民共和国国家新闻出版广电总局网站上（<http://www.sappprft.gov.cn/sappprft/contents/10820/336367.shtml>）出版国产网络游戏审批事项服务指南显示，对于“宣扬淫秽、色情、暴力或者教唆犯罪的”游戏作品国家新闻出版广电总局将不予批准。因此，游戏产品出版前须接受国家新闻出版广电总局的审查，游戏题材或内容如涉及宣扬淫秽、色情、赌博、暴力等违法内容，则游戏不能出版发行。

截至本招股说明书签署之日，公司的主要游戏产品均已取得国家新闻出版广电总局的批复，已通过上述规定的前置审批程序，故游戏中不存在涉赌、涉黄的内容。

（4）公司已建立相关制度对游戏产品内容进行自审，履行情况良好

公司已按照《网络文化经营单位内容自审管理办法》（文市发[2013]39号）的要求制订了《游戏自审管理办法》，对游戏研发过程及游戏市场化相关的所有运营内容及运营行为进行自我审查。依据该《游戏自审管理办法》的规定，公司游戏研发过程及与游戏市场化相关的所有运营内容与运营行为均不得含有以下内容：“……（七）宣扬淫秽、色情、赌博、暴力，或者教唆犯罪的”。同时，第十条、第十一条也明确规定“游戏运营不得直接或间接利用虚拟货币进行网络赌博或从事其他违法犯罪活动”、“公司不得提供虚拟货币兑换成实物或法定货币的任何渠道”。

公司设立游戏自审委员会专项负责公司的游戏自审工作，该委员会由3名委员组成，各委员均已参加了上海市文化广播影视管理局举办的“内容审核工作人员培训”并取得了《内容审核人员证书》，保荐机构、发行人律师访谈了自审委员会委员，自成立至今，自审委员会较好地完成了相关职责。

（5）主管部门出具的合法合规证明

根据上海市文化广播影视管理局于2017年7月28日出具的《情况说

明》，在该局日常监管中，未发现发行人在产品运营中存在违反《互联网文化管理暂行规定》及《网络游戏管理暂行办法》的行为。

（6）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人的产品已全部取得国家新闻出版广电总局的前置审批批复，不存在涉赌、涉黄的内容，主管部门已就公司产品运营出具了合法合规证明。发行人已制定了《游戏自审管理办法》，设立了游戏自审委员会，并严格按照《互联网文化管理暂行规定》、《网络游戏管理暂行办法》等法律、法规及规范性文件的规定对发行人公司游戏产品进行自我审核，规范游戏内容及运营行为，发行人的日常经营符合国家法律、法规的规定，发行人游戏产品不存在重大违法违规行为。

五、发行人与业务相关的主要资产

（一）主要固定资产

公司的主要固定资产为电子设备。截至 2017 年 6 月 30 日，公司固定资产账面原值为 834.51 万元，累计折旧 206.18 万元，固定资产净值 628.33 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值
电子设备	545.73	163.23	382.51
办公设备	232.82	24.11	208.71
运输设备	55.96	18.85	37.11
合计	834.51	206.18	628.33

（二）房产租赁情况

公司经营场所均为租赁房产，截至本招股说明书签署之日，本公司及下属控股子公司租赁自第三方的房产情况主要如下：

序号	承租方	出租方	租赁面积 (m ²)	标的房产	租赁价格	租赁期限
1	米哈游	上海市科技创业中心	30	钦州路 100 号 1 号楼 1104-6 室	1.1 元/平方米/日	2016.08.01-2017.12.31

2	米哈游	上海普天科创电子有限公司	2,413	上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 6 楼 601、602、603、604 室	278,903 元/月	2016.12.20-2019.12.19
3	米哈游	上海普天科创电子有限公司	2,421.06	上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 4 楼 401、402、403、404 室	294,562 元/月	2017.7.20-2020.7.19
4	米哈游科技	上海英事达服饰有限公司	5	上海市嘉定区陈翔路 768 号 6 幢 B 区 2276 室	5,000 元/年	2016.06.11-2019.06.10
5	米哈游科技	上海普天科创电子有限公司	2,421.06	上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 5 楼 501、502、503、504 室	279,834 元/月	2016.12.20-2019.12.19
6	哈游传媒	上海蓝天创业广场物业管理有限公司	5	上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 J500 室	-	2016.01.06-2018.01.05
7	吼美科技	上海中徐汇经济发展有限公司	20	上海市徐汇区钦州路 201 号 197 室	1,000 元/月	2017.06.06-2019.06.05
8	天命科技	上海蓝天创业广场物业管理有限公司	5	上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 J2770 室	-	2017.05.03-2019.05.02
9	日本米哈游	Vortex Co.,Ltd.	213.16	东京都千代田区外神田六丁目 14 番 7 号	838,240 日元/月	2016.12.09-2018.12.08

保荐机构、发行人律师核查了报告期内发行人及其子公司与出租方签订的租赁协议及补充协议、租金缴付凭证、出租方开具的发票以及出租方出具的说明函等文件，发行人及其子公司在报告期内按照协议及与各出租方的补充约定，按时足额缴付租金，不存在未缴、欠缴租金的情况。

（三）主要无形资产

1、商标





















截至招股说明书签署之日，发行人已取得权属证明文件的注册商标共计
















278 项，其中境内商标 234 项、境外商标 44 项，具体情况如下：

(1) 境内商标情况

序号	权利人	商标注册号	商标名称	核定使用商品类别	注册有效期限	取得方式
1	米哈游	16898507		第 28 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
2	米哈游	16898516	崩坏	第 16 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
3	米哈游	16898505	崩坏学园	第 35 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
4	米哈游	16898501	崩坏学园	第 41 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
5	米哈游	16898508	mihoyo	第 28 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
6	米哈游	14352294		第 42 类	2015.05.21 至 2025.05.20	原始取得
7	米哈游	16898498	崩坏	第 42 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
8	米哈游	13044805		第 42 类	2015.01.07 至 2025.01.06	原始取得
9	米哈游	16898511	崩坏	第 28 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
10	米哈游	16898497	崩坏学园	第 42 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
11	米哈游	16898520	崩坏	第 9 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
12	米哈游	17199579	mihoyo	第 42 类	2016.08.07 至 2026.08.06	原始取得
13	米哈游	15103375	米哈游	第 9、35、41、42 类	2015.09.21 至 2025.09.20	原始取得
14	米哈游	16898504	技术宅拯救世界	第 35 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
15	米哈游	13083070	崩坏	第 35 类	2015.01.07 至 2025.01.06	原始取得
16	米哈游	16898515	崩坏学园	第 16 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得

17	米哈游	13044997		第 35 类	2015.01.28 至 2025.01.27	原始取得
18	米哈游	13083164		第 9 类	2015.01.07 至 2025.01.06	原始取得
19	米哈游	14352347		第 41 类	2015.05.21 至 2025.05.20	原始取得
20	米哈游	13044943		第 41 类	2015.01.14 至 2025.01.13	原始取得
21	米哈游	13083091		第 41 类	2015.02.14 至 2025.02.13	原始取得
22	米哈游	16898496	技术宅拯救世界	第 42 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
23	米哈游	14352321		第 35 类	2015.05.21 至 2025.05.20	原始取得
24	米哈游	16898519	崩坏学园	第 9 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
25	米哈游	16898500	技术宅拯救世界	第 41 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
26	米哈游	16898502	崩坏	第 41 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
27	米哈游	16898514	技术宅拯救世界	第 16 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
28	米哈游	16898503	mihoyo	第 35 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
29	米哈游	16898499	mihoyo	第 41 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
30	米哈游	14352269		第 9 类	2015.06.07 至 2025.06.06	原始取得
31	米哈游	16898506	崩坏	第 35 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
32	米哈游	13083125		第 42 类	2015.01.14 至 2025.01.13	原始取得
33	米哈游	16898510	崩坏学园	第 28 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得
34	米哈游	13044413		第 9 类	2015.11.21 至 2025.11.20	原始取得
35	米哈游	16898509	技术宅拯救世界	第 28 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得

36	米哈游	18883107		第 1 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
37	米哈游	18883189		第 2 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
38	米哈游	18883266		第 3 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
39	米哈游	18883375		第 4 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
40	米哈游	18883486		第 5 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
41	米哈游	18883706		第 6 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
42	米哈游	18883960		第 8 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
43	米哈游	18884512		第 10 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
44	米哈游	18884878		第 13 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
45	米哈游	18885146		第 15 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
46	米哈游	18885528		第 17 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
47	米哈游	18885606		第 18 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
48	米哈游	18885742		第 19 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
49	米哈游	18885845		第 20 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
50	米哈游	18886285		第 22 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
51	米哈游	18886340		第 23 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
52	米哈游	18886777		第 25 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
53	米哈游	18887134		第 27 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
54	米哈游	18887477		第 31 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
55	米哈游	18887491		第 32 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得

56	米哈游	18887522		第 33 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
57	米哈游	18887484		第 34 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
58	米哈游	18887672		第 36 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
59	米哈游	18887668		第 37 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
60	米哈游	18887726		第 38 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
61	米哈游	18887693		第 39 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
62	米哈游	18887835		第 40 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
63	米哈游	18888143		第 45 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
64	米哈游	18916228		第 6 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
65	米哈游	18916256		第 8 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
66	米哈游	18916607		第 10 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
67	米哈游	18916857		第 14 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
68	米哈游	18917047		第 18 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
69	米哈游	18917209		第 20 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
70	米哈游	18917322		第 21 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得

71	米哈游	18917439		第 25 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
72	米哈游	18917696		第 29 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
73	米哈游	18917697		第 30 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
74	米哈游	18917737		第 32 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
75	米哈游	18917971		第 38 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
76	米哈游	18918440		第 45 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
77	米哈游	18899437		第 1 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
78	米哈游	18899553		第 2 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
79	米哈游	18899636		第 3 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
80	米哈游	18899845		第 5 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
81	米哈游	18899940		第 6 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
82	米哈游	18900053		第 7 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
83	米哈游	18900156		第 8 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得





















84	米哈游	18900573		第 10 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
85	米哈游	18900737		第 11 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
86	米哈游	18900873		第 13 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
87	米哈游	18900938		第 14 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
88	米哈游	18901038		第 15 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
89	米哈游	18901177		第 17 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
90	米哈游	18901179		第 18 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
91	米哈游	18901236		第 19 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
92	米哈游	18901279		第 20 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
93	米哈游	18901423		第 23 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
94	米哈游	18901558		第 25 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
95	米哈游	18901679		第 26 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
96	米哈游	18901816		第 27 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得

97	米哈游	18902089		第 29 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
98	米哈游	18902900		第 37 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
99	米哈游	18902990		第 38 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
100	米哈游	18903976		第 44 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
101	米哈游	18904059		第 45 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
102	米哈游	18883106		第 1 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
103	米哈游	18883192		第 2 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
104	米哈游	18883273		第 3 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
105	米哈游	18883342		第 4 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
106	米哈游	18883457		第 5 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
107	米哈游	18883671		第 6 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
108	米哈游	18883951		第 8 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
109	米哈游	18884475		第 10 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
110	米哈游	18884896		第 13 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
111	米哈游	18885168		第 15 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
112	米哈游	18885572		第 17 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
113	米哈游	18885664		第 18 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
114	米哈游	18885743		第 19 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得

115	米哈游	18885813		第 20 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
116	米哈游	18886089		第 21 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
117	米哈游	18886234		第 22 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
118	米哈游	18886316		第 23 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
119	米哈游	18886747		第 25 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
120	米哈游	18887124		第 27 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
121	米哈游	18887462		第 31 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
122	米哈游	18887421		第 33 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
123	米哈游	18887576		第 34 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
124	米哈游	18887556		第 36 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
125	米哈游	18887664		第 37 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
126	米哈游	18887740		第 38 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
127	米哈游	18887753		第 39 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
128	米哈游	18887779		第 40 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
129	米哈游	18888116		第 45 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
130	米哈游	18899405		第 1 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
131	米哈游	18899506		第 2 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
132	米哈游	18899630		第 3 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
133	米哈游	18900035		第 7 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得






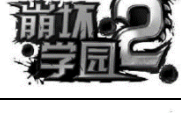







134	米哈游	18900129		第 8 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
135	米哈游	18900701		第 11 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
136	米哈游	18900838		第 13 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
137	米哈游	18900929		第 14 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
138	米哈游	18901023		第 15 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
139	米哈游	18901144		第 17 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
140	米哈游	18901170		第 18 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
141	米哈游	18901222		第 19 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
142	米哈游	18901264		第 20 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
143	米哈游	18901389		第 22 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
144	米哈游	18901444		第 23 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
145	米哈游	18901551		第 25 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
146	米哈游	18901651		第 26 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
147	米哈游	18901797		第 27 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得

148	米哈游	18902079		第 29 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
149	米哈游	18902273		第 31 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
150	米哈游	18902332		第 32 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
151	米哈游	18902340		第 33 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
152	米哈游	18902847		第 37 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
153	米哈游	18902932		第 38 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
154	米哈游	18903743		第 43 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
155	米哈游	18903958		第 44 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
156	米哈游	18904039		第 45 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得
157	米哈游	18883805		第 7 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
158	米哈游	18884388		第 9 类	2017.05.07 至 2027.05.06	原始取得
159	米哈游	18884634		第 11 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
160	米哈游	18884767		第 12 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
161	米哈游	18886682		第 24 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
162	米哈游	18887026		第 26 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得

163	米哈游	18887377		第 29 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
164	米哈游	18887414		第 30 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
165	米哈游	18887510		第 32 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
166	米哈游	18887603		第 35 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
167	米哈游	18887992		第 42 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
168	米哈游	18887980		第 43 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
169	米哈游	18888070		第 44 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
170	米哈游	18883822		第 7 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
171	米哈游	18884410		第 9 类	2017.06.21 至 2027.06.20	原始取得
172	米哈游	18884654		第 11 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
173	米哈游	18884790		第 12 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
174	米哈游	18886108		第 21 类	2017.04.07 至 2027.04.06	原始取得
175	米哈游	18886607		第 24 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
176	米哈游	18887069		第 26 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
177	米哈游	18887363		第 29 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
178	米哈游	18887439		第 30 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
179	米哈游	18887526		第 35 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
180	米哈游	18887996		第 42 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
181	米哈游	18887994		第 43 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得
182	米哈游	18888000		第 44 类	2017.05.21 至 2027.05.20	原始取得


183	米哈游	18916656		第 9 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
184	米哈游	18916879		第 16 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
185	米哈游	18917476		第 28 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
186	米哈游	18917963		第 35 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
187	米哈游	18917917		第 36 类	2017.03.14 至 2027.03.13	原始取得
188	米哈游	18918102		第 41 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
189	米哈游	18918310		第 42 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
190	米哈游	18899717		第 4 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
191	米哈游	18899814		第 5 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
192	米哈游	18899911		第 6 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
193	米哈游	18900426		第 9 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
194	米哈游	18900564		第 10 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
195	米哈游	18900771		第 12 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得



















196	米哈游	18901142		第 16 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
197	米哈游	18901368		第 21 类	2017.03.07 至 2027.03.06	原始取得
198	米哈游	18901451		第 24 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
199	米哈游	18902014		第 28 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
200	米哈游	18902168		第 30 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
201	米哈游	18902471		第 34 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
202	米哈游	18902574		第 35 类	2017.04.07 至 2027.04.06	原始取得
203	米哈游	18902651		第 36 类	2017.03.14 至 2027.03.13	原始取得
204	米哈游	18903046		第 39 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
205	米哈游	18903153		第 40 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
206	米哈游	18903397		第 41 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
207	米哈游	18903580		第 42 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
208	米哈游	18899751		第 4 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得















209	米哈游	18900438		第 9 类	2017.06.07 至 2027.06.06	原始取得
210	米哈游	18900792		第 12 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
211	米哈游	18901126		第 16 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
212	米哈游	18901373		第 21 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
213	米哈游	18901386		第 22 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
214	米哈游	18901462		第 24 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
215	米哈游	18902026		第 28 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
216	米哈游	18902169		第 30 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
217	米哈游	18902260		第 31 类	2017.03.07 至 2027.03.06	原始取得
218	米哈游	18902316		第 32 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
219	米哈游	18902362		第 33 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
220	米哈游	18902506		第 34 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
221	米哈游	18902568		第 35 类	2017.04.07 至 2027.04.06	原始取得












222	米哈游	18902648		第 36 类	2017.03.14 至 2027.03.13	原始取得
223	米哈游	18903088		第 39 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
224	米哈游	18903199		第 40 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
225	米哈游	18903442		第 41 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
226	米哈游	18903616		第 42 类	2017.04.21 至 2027.04.20	原始取得
227	米哈游	18903764		第 43 类	2017.02.28 至 2027.02.27	原始取得
228	米哈游	18912980	米哈游	第 9 类	2017.05.14 至 2027.05.13	原始取得
229	米哈游	18914628	米哈游	第 35 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
230	米哈游	18914938	米哈游	第 41 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
231	米哈游	18914965	米哈游	第 42 类	2017.04.14 至 2027.04.13	原始取得
232	米哈游	18887331		第 28 类	2017.07.21 至 2027.07.20	原始取得
233	米哈游	18887888		第 41 类	2017.07.21 至 2027.07.20	原始取得
234	米哈游	18887894		第 41 类	2017.07.21 至 2027.07.20	原始取得

(2) 境外商标情况

序号	权利人	注册国家 或地区	商标注册号	商标名称	核定使用商 品类别	注册有效期 限	取得 方式
1	米哈游	台湾	01805321		第 41 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始 取得

2	米哈游	台湾	01805156		第 38 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
3	米哈游	台湾	01804979		第 35 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
4	米哈游	台湾	01805197		第 39 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
5	米哈游	台湾	01805388		第 42 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
6	米哈游	台湾	01807539		第 18 类	2016.12.01 至 2026.11.30	原始取得
7	米哈游	台湾	01807606		第 20 类	2016.12.01 至 2026.11.30	原始取得
8	米哈游	台湾	01807658		第 21 类	2016.12.01 至 2026.11.30	原始取得
9	米哈游	台湾	01807718		第 22 类	2016.12.01 至 2026.11.30	原始取得
10	米哈游	台湾	01807730		第 24 类	2016.12.01 至 2026.11.30	原始取得
11	米哈游	台湾	01804151		第 25 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
12	米哈游	台湾	01804250		第 28 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
13	米哈游	台湾	01805725		第 45 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
14	米哈游	台湾	01803145		第 6 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
15	米哈游	台湾	01803223		第 8 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
16	米哈游	台湾	01803394		第 9 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
17	米哈游	台湾	01803718		第 14 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
18	米哈游	台湾	01803800		第 16 类	2016.11.16 至 2026.11.15	原始取得
19	米哈游	台湾	01841152		第 29 类	2017.05.16 至 2027.05.15	原始取得

20	米哈游	日本	5771867		第 9、41、42 类	2015.06.19 至 2025.06.19	受让取得
21	米哈游	日本	5771866		第 9、41、42 类	2015.06.19 至 2025.06.19	受让取得
22	米哈游	日本	5920304		第 14、16、20、21、24、25、27 类	2017.02.10 至 2027.02.09	原始取得
23	米哈游	日本	5938016		第 8、10、18、26、28、29、30、32、33、38 类	2017.04.07 至 2027.04.06	原始取得
24	米哈游	日本	5920305		第 14、16、20、21、24、25、27 类	2017.02.10 至 2027.02.09	原始取得
25	米哈游	日本	5938017		第 8、10、18、26、28、29、30、32、33、38 类	2017.04.07 至 2027.04.06	原始取得
26	米哈游	韩国	40-1222625		第 8 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
27	米哈游	韩国	40-1222626		第 14 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
28	米哈游	韩国	40-1222627		第 16 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
29	米哈游	韩国	40-1222628		第 18 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
30	米哈游	韩国	40-1222629		第 20 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
31	米哈游	韩国	40-1222630		第 21 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
32	米哈游	韩国	40-1222631		第 22 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
33	米哈游	韩国	40-1222632		第 24 类	2016.12.20 至	原始取得

						2026.12.20	
34	米哈游	韩国	40-1222633		第 25 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
35	米哈游	韩国	40-1222634		第 28 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
36	米哈游	韩国	40-1222635		第 29 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
37	米哈游	韩国	40-1222636		第 30 类	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
38	米哈游	韩国	40-1223562		第 6 类	2016.12.26 至 2026.12.26	原始取得
39	米哈游	韩国	40-1223563		第 9 类	2016.12.26 至 2026.12.26	原始取得
40	米哈游	韩国	41-0389797		第 35 类	2017.03.06 至 2027.03.06	原始取得
41	米哈游	韩国	41-0389798		第 38 类	2017.03.06 至 2027.03.06	原始取得
42	米哈游	韩国	41-0390459		第 41 类	2017.3.10 至 2027.03.10	原始取得
43	米哈游	韩国	41-0390460		第 42 类	2017.03.10 至 2027.03.10	原始取得
44	米哈游	韩国	41-0390461		第 45 类	2017.03.10 至 2027.03.10	原始取得

2、软件著作权

截至本招股说明书签署之日，公司及控股子公司共拥有 29 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	软件全称	登记号	著作权人	首次发表日期	取得方式
1	米哈游崩坏学园游戏软件[简称：崩坏学园]V1.3.3	2013SR098408	米哈游	2013.04.27	原始取得
2	米哈游崩坏学园 2 游戏软件[简称：崩坏学园 2]V1.0	2014SR044483	米哈游	未发表	原始取得
3	崩坏学园序游戏软件[简称：崩坏学园序]V1.2.3	2014SR063703	米哈游	未发表	原始取得
4	米哈游崩坏 3rd 游戏软件[简	2015SR103078	米哈游	未发表	原始取得

	称：崩坏 3rd]V1.0.0				
5	米哈游崩坏默示录游戏软件 [简称：崩坏默示录]V1.0.0	2015SR102825	米哈游	未发表	原始取得
6	米哈游崩坏女武神游戏软件 [简称：崩坏女武神]V1.0.0	2015SR103488	米哈游	未发表	原始取得
7	米哈游崩坏少女们的圣痕动 漫应用软件[简称：崩坏少女 们的圣痕]V1.0.0	2015SR103225	米哈游	未发表	原始取得
8	米哈游崩坏世界中的少女们 动漫应用软件[简称：崩坏世 界中的少女们]V1.0.0	2015SR103478	米哈游	未发表	原始取得
9	米哈游崩坏图书馆内容平台 软件[简称：崩坏图书 馆]V1.0.0	2015SR103498	米哈游	未发表	原始取得
10	米哈游崩坏序章游戏软件[简 称：崩坏序章]V1.0.0	2015SR102828	米哈游	未发表	原始取得
11	米哈游崩坏学园 3 游戏软件 [简称：崩坏学园 3]V1.0.0	2015SR102837	米哈游	未发表	原始取得
12	米哈游绝对崩坏少女游戏软 件[简称：绝对崩坏少 女]V1.0.0	2015SR103228	米哈游	未发表	原始取得
13	米哈游我的世界才不会那么 崩坏动漫应用软件[简称：我 的世界才不会那么崩 坏]V1.0.0	2015SR102857	米哈游	未发表	原始取得
14	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V2.0	2016SR367286	米哈游	2016.02.07	原始取得
15	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V3.0	2016SR374744	米哈游	2016.03.02	原始取得
16	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V3.1	2016SR374750	米哈游	2016.04.05	原始取得
17	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V3.3	2016SR374754	米哈游	2016.04.08	原始取得
18	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V4.1	2017SR490882	米哈游	2017.04.27	原始取得
19	米哈游崩坏学园 2 游戏软件 [简称：崩坏学园 2]V4.2	2017SR506956	米哈游	2017.06.02	原始取得

20	米哈游崩坏图书馆内容平台软件[简称：崩坏图书馆]V2.0.0	2017SR568180	米哈游	未发表	原始取得
21	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.1.0	2016SR076025	米哈游科技	未发表	原始取得
22	米哈游崩坏3rd游戏软件[简称：崩坏3rd]V1.1.0	2016SR050807	米哈游科技	未发表	原始取得
23	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.1	2017SR154573	米哈游科技	2016.11.15	原始取得
24	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.2	2017SR250332	米哈游科技	2017.01.05	原始取得
25	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.3	2017SR250021	米哈游科技	2017.02.23	原始取得
26	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.4	2017SR249792	米哈游科技	未发表	原始取得
27	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.5	2017SR364183	米哈游科技	未发表	原始取得
28	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.6	2017SR577542	米哈游科技	2017.07.06	原始取得
29	miHoYo 周边店铺后台系统[简称：miHoYo 后台系统]V1.0	2017SR258893	吼美科技	2017.01.06	原始取得

3、美术/音乐作品著作权

截至本招股说明书签署之日，公司及控股子公司目前已取得权属证明文件的音乐作品及美术作品共计 74 项，具体情况如下：

序号	权利人	作品名称	登记号	作品类别	创作完成时间	首次发表时间	取得方式
1	米哈游	崩坏世界的歌姬	国作登字-2016-B-00271800	音乐作品	2012.11.30	2012.12.24	原始取得
2	米哈游	独法师	国作登字-2016-B-00271803	音乐作品	2011.12.30	2012.12.24	原始取得
3	米哈游	罪之天使	国作登字-2016-B-00271804	音乐作品	2012.02.20	2012.12.24	原始取得
4	米哈游	EndDay	国作登字-2016-B-00271805	音乐作品	2014.10.30	2014.11.20	原始取得
5	米哈游	八重樱词曲	国作登字-2016-B-	音乐作品	2015.04.01	2015.06.01	原始取得

			00280094				
6	米哈游	八重樱曲-1	国作登字-2016-B-00280099	音乐作品	2015.04.01	2015.06.01	原始取得
7	米哈游	八重樱曲-2	国作登字-2016-B-00280098	音乐作品	2015.04.01	2015.06.01	原始取得
8	米哈游	漆夜雪	国作登字-2016-B-00334771	音乐作品	2015.10.10	-	原始取得
9	米哈游	星与你消失之日词曲	国作登字-2016-B-00295581	音乐作品	2016.04.25	-	原始取得
10	米哈游	为世界上所有美好而战	国作登字-2016-B-00334772	音乐作品	2016.06.10	-	原始取得
11	米哈游	喵酱 FIGHT!	国作登字-2017-B-00360363	音乐作品	2016.11.01	2016.12.24	原始取得
12	米哈游	崩坏 3rd	国作登字-2017-F-00354558	美术作品	2016.09.01	2016.09.01	原始取得
13	米哈游	崩坏学园	国作登字-2016-F-00271801	美术作品	2012.02.20	2012.12.14	原始取得
14	米哈游科技	卡斯兰娜家族的圣痕纹路	国作登字-2016-F-00344430	美术作品	2015.08.01	2016.03.01	原始取得
15	米哈游科技	姬子-女武神凯旋	国作登字-2016-F-00344431	美术作品	2015.08.01	2016.03.01	原始取得
16	米哈游科技	姬子-融核装 深红	国作登字-2016-F-00344432	美术作品	2015.08.01	2016.03.01	原始取得
17	米哈游科技	姬子-血色玫瑰	国作登字-2016-F-00344433	美术作品	2015.08.01	2016.03.01	原始取得
18	米哈游科技	姬子-战场疾风	国作登字-2016-F-00344434	美术作品	2015.08.01	2016.03.01	原始取得
19	米哈游科技	雷电芽衣-雷电女王的鬼铠	国作登字-2016-F-00344435	美术作品	2015.09.01	2016.03.01	原始取得
20	米哈游科技	雷电芽衣-脉冲装·绯红	国作登字-2016-F-00344436	美术作品	2015.05.01	2016.03.01	原始取得
21	米哈游科技	雷电芽衣-女武神·强袭	国作登字-2016-F-00344437	美术作品	2015.07.01	2016.03.01	原始取得
22	米哈游科技	雷电芽衣-影舞冲击	国作登字-2016-F-00344438	美术作品	2015.07.01	2016.03.01	原始取得

23	米哈游科技	琪亚娜·卡斯兰娜-白骑士·月光	国作登字-2016-F-00344439	美术作品	2015.07.01	2016.03.01	原始取得
24	米哈游科技	琪亚娜·卡斯兰娜-领域装·白练	国作登字-2016-F-00344440	美术作品	2015.03.01	2016.03.01	原始取得
25	米哈游科技	琪亚娜·卡斯兰娜-女武神·游侠	国作登字-2016-F-00344441	美术作品	2015.07.01	2016.03.01	原始取得
26	米哈游科技	琪亚娜·卡斯兰娜-圣女祈祷	国作登字-2016-F-00344442	美术作品	2015.03.01	2016.03.01	原始取得
27	米哈游科技	布洛妮娅·扎伊切克-次元边界突破	国作登字-2016-F-00344443	美术作品	2015.05.01	2016.03.01	原始取得
28	米哈游科技	布洛妮娅·扎伊切克-女武神·战车	国作登字-2016-F-00344444	美术作品	2015.05.01	2016.03.01	原始取得
29	米哈游科技	布洛妮娅·扎伊切克-驱动装·山吹	国作登字-2016-F-00344445	美术作品	2015.05.01	2016.03.01	原始取得
30	米哈游科技	布洛妮娅·扎伊切克-雪地狙击	国作登字-2016-F-00344446	美术作品	2015.05.01	2016.03.01	原始取得
31	米哈游科技	八重樱-逆神巫女	沪作登字-2017-F-00851288	音乐作品	2016.12.28	2017.03.01	原始取得
32	米哈游科技	八重樱-御神装-勿忘	沪作登字-2017-F-00851284	音乐作品	2017.02.06	2017.03.01	原始取得
33	米哈游科技	琪亚娜-冬之公主	沪作登字-2017-F-00851285	音乐作品	2016.11.17	2016.12.01	原始取得
34	米哈游科技	芽衣-花嫁	沪作登字-2017-F-00851268	音乐作品	2017.01.23	2017.02.01	原始取得
35	米哈游科技	琪亚娜-泳装	沪作登字-2017-F-00851309	音乐作品	2017.03.28	未发表	原始取得
36	米哈游科技	芽衣-泳装	沪作登字-2017-F-00851269	音乐作品	2017.03.22	未发表	原始取得
37	米哈游科技	布洛妮娅-泳装	沪作登字-2017-F-00851308	音乐作品	2017.03.24	未发表	原始取得

38	米哈游科技	姬子-泳装	沪作登字-2017-F-00851295	音乐作品	2017.03.24	未发表	原始取得
39	米哈游科技	布洛妮娅-糖果恶魔	沪作登字-2017-F-00851266	音乐作品	2017.02.16	未发表	原始取得
40	米哈游科技	圣痕-莎士比亚 1	沪作登字-2017-F-00851302	音乐作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得
41	米哈游科技	圣痕-莎士比亚 2	沪作登字-2017-F-00851303	音乐作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得
42	米哈游科技	圣痕-莎士比亚 3	沪作登字-2017-F-00851304	美术作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得
43	米哈游科技	圣痕-叶卡捷琳娜 1	沪作登字-2017-F-00851289	美术作品	2016.02.09	2016.06.01	原始取得
44	米哈游科技	圣痕-叶卡捷琳娜 2	沪作登字-2017-F-00851280	美术作品	2016.02.29	2016.06.01	原始取得
45	米哈游科技	圣痕-叶卡捷琳娜 3	沪作登字-2017-F-00851293	美术作品	2016.02.29	2016.06.01	原始取得
46	米哈游科技	圣痕-李耳 1	沪作登字-2017-F-00851301	美术作品	2016.05.11	2016.06.01	原始取得
47	米哈游科技	圣痕-李耳 2	沪作登字-2017-F-00851272	美术作品	2016.01.27	2016.06.01	原始取得
48	米哈游科技	圣痕-李耳 3	沪作登字-2017-F-00851277	美术作品	2016.02.03	2016.06.01	原始取得
49	米哈游科技	圣痕-李耳(红)1	沪作登字-2017-F-00851307	美术作品	2017.01.16	2017.02.01	原始取得
50	米哈游科技	圣痕-李耳(红)2	沪作登字-2017-F-00851286	美术作品	2017.01.16	2017.02.01	原始取得
51	米哈游科技	圣痕-李耳(红)3	沪作登字-2017-F-00851300	美术作品	2017.01.16	2017.02.01	原始取得
52	米哈游科技	圣痕-爱因斯坦 1	沪作登字-2017-F-00851299	美术作品	2016.08.08	2016.09.01	原始取得
53	米哈游科技	圣痕-爱因斯坦 2	沪作登字-2017-F-00851296	美术作品	2016.07.18	2016.09.01	原始取得
54	米哈游科技	圣痕-爱因斯坦 3	沪作登字-2017-F-00851297	美术作品	2016.07.22	2016.09.01	原始取得
55	米哈游科技	圣痕-姬轩辕 1	沪作登字-2017-F-00851275	美术作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得

56	米哈游科技	圣痕-姬轩辕 2	沪作登字-2017-F-00851290	美术作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得
57	米哈游科技	圣痕-姬轩辕 3	沪作登字-2017-F-00851276	美术作品	2016.05.11	2016.08.01	原始取得
58	米哈游科技	圣痕-姬轩辕（黑）1	沪作登字-2017-F-00851283	美术作品	2016.07.29	2016.09.01	原始取得
59	米哈游科技	圣痕-姬轩辕（黑）2	沪作登字-2017-F-00851270	美术作品	2016.07.29	2016.09.01	原始取得
60	米哈游科技	圣痕-姬轩辕（黑）3	沪作登字-2017-F-00851298	美术作品	2016.07.29	2016.09.01	原始取得
61	米哈游科技	圣痕-卡莲 1	沪作登字-2017-F-00851294	美术作品	2017.01.06	2017.03.20	原始取得
62	米哈游科技	圣痕-卡莲 2	沪作登字-2017-F-00851267	美术作品	2017.01.06	2017.03.20	原始取得
63	米哈游科技	圣痕-卡莲 3	沪作登字-2017-F-00851271	美术作品	2017.03.09	2017.03.20	原始取得
64	米哈游科技	圣痕-齐格飞 1	沪作登字-2017-F-00851273	美术作品	2017.03.09	2017.04.09	原始取得
65	米哈游科技	圣痕-齐格飞 2	沪作登字-2017-F-00851274	美术作品	2017.03.09	2017.04.09	原始取得
66	米哈游科技	圣痕-齐格飞 3	沪作登字-2017-F-00851278	美术作品	2017.03.09	2017.04.09	原始取得
67	米哈游科技	圣痕-塞西莉亚 1	沪作登字-2017-F-00851279	美术作品	2017.03.07	2017.04.09	原始取得
68	米哈游科技	圣痕-塞西莉亚 2	沪作登字-2017-F-00851287	美术作品	2017.03.08	2017.04.09	原始取得
69	米哈游科技	圣痕-塞西莉亚 3	沪作登字-2017-F-00851292	美术作品	2017.03.10	2017.04.09	原始取得
70	米哈游科技	圣痕-坂本龙马 2	沪作登字-2017-F-00851282	美术作品	2016.01.27	2016.06.01	原始取得
71	米哈游科技	圣痕-坂本龙马 3	沪作登字-2017-F-00851306	美术作品	2016.02.14	2016.06.01	原始取得
72	米哈游科技	圣痕-特斯拉 1	沪作登字-2017-F-00851305	美术作品	2016.02.05	2016.06.01	原始取得
73	米哈游科技	圣痕-特斯拉 2	沪作登字-2017-F-00851291	美术作品	2016.02.05	2016.06.01	原始取得

74	米哈游科技	圣痕-特斯拉3	沪作登字-2017-F-00851310	美术作品	2016.02.05	2016.06.01	原始取得
----	-------	---------	----------------------	------	------------	------------	------

4、软件产品

截至本招股说明书签署之日，公司及控股子公司在中国境内取得权属证明文件的软件产品共五项，具体情况如下：

序号	软件全称	证书号	所有权人	颁证日期	有效期
1	米哈游崩坏学园2游戏软件[简称：崩坏学园2]V1.0	沪 RC-2016-3132	米哈游	2016.08.25	五年
2	米哈游崩坏学园游戏软件[简称：崩坏学园]V1.3.3	沪 RC-2016-3133	米哈游	2016.08.25	五年
3	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.1.0	沪 RC-2016-2951	米哈游科技	2016.08.25	五年
4	米哈游崩坏3rd游戏软件[简称：崩坏3rd]V1.1.0	沪 RC-2016-1495	米哈游科技	2016.05.25	五年
5	米哈游崩坏3游戏软件[简称：崩坏3]V1.1	沪 RC-2017-2291	米哈游科技	2017.07.25	五年

5、域名

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有并使用的主要域名共 11 项，具体情况如下：

序号	域名	注册人	注册时间	到期时间	取得方式
1	mihayou.com	米哈游	2012.7.28	2020.7.28	原始取得
2	mihayo.com	米哈游	2012.5.30	2020.5.30	原始取得
3	mihoyo.com	米哈游	2011.2.20	2023.2.9	原始取得
4	bh3.com.tw	米哈游	2017.3.17	2019.3.17	原始取得
5	bh3.tw	米哈游	2017.3.17	2019.3.17	原始取得
6	bh3.asia	米哈游	2017.3.20	2019.3.20	原始取得
7	honkaiimpact3.co.kr	米哈游	2017.8.15	2019.8.15	原始取得
8	honkaiimpact3.com	米哈游	2017.8.15	2019.8.15	原始取得
9	honkaiimpact.com	米哈游	2017.9.11	2019.9.11	原始取得
10	benghuai.com	米哈游科技	2012.1.27	2020.1.27	原始取得
11	bh3.com	米哈游科技	2002.3.24	2018.3.24	原始取得

（四）经营资质

1、公司经营资质

截至本招股说明书签署之日，公司拥有的经营资质情况如下：

序号	证书名称	被许可人	许可范围	颁发机构	编号	有效期限
1	网络文化经营许可证	米哈游	利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）	上海市文化广播影视管理局	沪网文【2015】0592-142号	2015.08.17-2018.08.17
2	网络文化经营许可证	米哈游科技	利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）	上海市文化广播影视管理局	沪网文【2017】8193-607号	2017.09.22-2020.09.22
3	增值电信业务经营许可证	米哈游	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	上海市通信管理局	沪 B2-20150180	2017.05.22-2020.11.22
4	增值电信业务经营许可证	米哈游	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）	工业和信息化部	沪 B2-20160888	2016.07.14-2021.07.14
5	增值电信业务经营许可证	米哈游科技	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	上海市通信管理局	沪 B2-20150045	2017.5.22-2020.03.11

（1）发行人与经营资质相关的合法经营情况说明

发行人所处行业为互联网文化行业，其主要产品的开发和运营等业务环节需要取得《增值电信业务经营许可证》、《网络文化经营许可证》，公司分别于2015年8月17日和2015年12月28日取得《网络文化经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》，报告期初存在未取得经营资质而从事网络游戏运营的行为。

保荐机构、发行人律师核查了行业主管部门上海市文化广播影视管理局及上海市通信管理局向发行人出具的情况说明，并走访了上海市文化市场行政执法总队，就发行人经营等相关情况对其工作人员进行了访谈。经核查，主管部门已对发行人取得经营资质后的合法合规运营情况予以确认，执法机关亦认可了发行人的整改结果，确认公司当前已按规定规范运营。

综上，保荐机构、发行人律师认为：报告期初米哈游存在未取得《网络文化经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》而从事网络游戏运营的情况，公司已及时予以规范，并取得了主管部门和执法机关的认可，因此，该等情况不会

对本次发行造成实质性障碍或重大影响。

（2）发行人子公司与经营资质相关的合法经营情况说明

发行人子公司米哈游科技为公司主要产品《崩坏 3》的运营方，其分别于 2014 年 11 月 14 日和 2015 年 3 月 12 日取得《网络文化经营许可证》、《增值电信业务经营许可证》。《崩坏 3》于 2016 年 9 月上线运营，米哈游科技从事网络游戏运营业务合法合规。

公司子公司哈游传媒、吼美科技、天命科技、圣芙蕾雅科技未从事通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动，未从事网络游戏上网运营、网络游戏虚拟货币发行和网络游戏虚拟货币交易服务，因此无需取得《增值电信业务经营许可证》及《网络文化经营许可证》等经营资质。

根据发行人境外律师出具的法律意见书，发行人境外子公司香港米哈游经营符合香港法律监管上的合规及许可；日本米哈游开展网络游戏业务不需要专门的资质许可或审批；台湾分支机构尚未开始实际经营，不涉及资质许可或审批。

2、公司产品资质

发行人及控股子公司主要游戏产品的备案或批复取得情况如下：

序号	游戏名称	国家新闻出版广电总局的批复	审批文号	网络游戏出版物号 ISBN	文化部备案
1	《崩坏学园》	《关于同意出版运营国产移动网络游戏<崩坏学园>的批复》	新广出审[2017]3949号	ISBN 978-7-7979-7398-4	文网游备字[2017] M-RPG 0787 号
2	《崩坏学园 2》	《关于同意出版运营国产移动网络游戏<崩坏学园 2>的批复》	新广出审[2017]5466号	ISBN 978-7-7979-8663-2	文网游备字[2015] M-CSG 0396 号
3	《崩坏 3》	《关于同意出版运营国产移动网络游戏<崩坏 3>的批复》	新广出审[2016]961 号	ISBN 978-7-89988-810-0	文网游备字[2016] M-CSG 1244 号

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司已经取得了其主要产品的开发和运营等业务环节所必要的资质证书，有权开展资质证书许可范围内的相关业务和经营活动，发行人及其子公司不存在超越资质许可范围经营的情况；公司已取得与《崩坏学园》系列游戏相关的完整知识产权，且该等知识产权均在有效期内，相关知识产权不存在争议。

六、发行人的特许经营权情况

公司不存在特许经营业务，无特许经营许可权。

七、发行人的技术与研究开发情况

（一）公司研发情况

公司业已形成较为成熟的研发模式：公司积极从市场调研和玩家反馈中发掘研发需求，并从作为二次元受众的诉求出发，有针对性地开展和改进产品研发；公司现已构建了较为完备的研发组织体系，制定了激励创新及知识产权保护的研发组织管理制度，能有效地保障研发工作的高效性和持续性。

近年来，公司重视研发方面的投入，该等投入大幅提高了公司的研发能力。报告期内，公司研发费用情况如下表：

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
研发费用（万元）	4,373.85	5,695.81	2,361.48	905.19
营业收入（万元）	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71
所占比例	7.44%	13.43%	13.51%	8.77%

（二）核心技术情况

公司自成立以来，一直专注于“崩坏”IP相关产品的研发和运营链。基于“崩坏”IP，公司自主研发了“崩坏”系列游戏产品，大力开发移动游戏新技术，积极推动移动游戏技术创新的应用。公司通过多年的发展与积累，在游戏引擎方面取得了较大的成果，并积累了“PostFX”，“AnimeFX”，“3D动画分层上色技术”，以及“基于s-expr的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，具体如下表所示：

序号	技术名称	技术特点	技术的应用领域
1	PostFX	一种综合了各种后处理的技术，处理效率更高，使得画面更为绚丽，极大增强了表现力使得移动游戏的画面品质赶超客户端游戏。	崩坏3
2	AnimeFX	基于3D的卡通渲染技术，可以实现风格化的勾线，还原上色和作画风格，该技术应用参数化方法体系，简化了美术流程，并使得效果调整更为直观。	崩坏3
3	3D动画分层上色技术	一种渲染技术，通过渲染不同的光照信息产生分层mask，可独立调整每层的颜色信息，使得各种场景环境下的角色渲染色彩更为生动，且利于美术的后期调整。	崩坏3
4	基于物理的	基于物理公式模拟各种刚体和柔体的动画表现，展现	崩坏3

	动画系统	更为真实的人物动作及场景破坏效果。此外，该技术还可以修正动画间的突兀过度，使得动画更为平滑自然。	
5	基于云计算的海量用户游戏服务器框架	通过分布式云计算将同一款游戏中的所有用户集中在同一逻辑服务器，极大增强了用户间的互动，同时保证低延迟、高响应和高稳定性。	崩坏 3
6	基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术	用类似 lisp 语言数据结构描述游戏内的技能和特效音效等逻辑，达到通过不修改代码来配置具有所有功能的全新技能，以及将技能逻辑配置到任意主体上。该技术减少了程序开发的负担，做到设计和实现的分离，实现代码的高度复用。	崩坏 3
7	游戏客户端文件非对称强加密	此技术用自定义的算法做到了可以加密客户端上的游戏代码，加密任意包体中指定文件，以及通过网络传输的基础数据。自定义的加密算法有更强的强度和鲁棒性。	崩坏 3
8	基于 IK 关键帧的动画系统	通过过程化的 IK 算法生成动画，从少量关键帧数据及主要标志信息，反向推出全身动画。该技术极大减少了动画的人力制作成本，资源占用小，灵活易用，适用范围广。	CG 动画
9	资源打包系统	一套可支持资源动态更新、资源按需下载、资源强制更新的系统。该技术基于 Unity 的 Asset Bundle，使用了 RSA、AES、HMAC 等算法，保证资源的安全性。	崩坏学园 2

以上领先的开发技术广泛地应用于公司产品开发的各个环节，大大提升了公司产品的开发效率，提高了公司产品质量，为公司赢得了广泛的市场认可和稳定的玩家群体，有效加强公司市场竞争优势。

（三）公司在研项目情况

截至本招股说明书签署之日，公司主要的研发项目包括：1、移动游戏《崩坏学园 2》和《崩坏 3》新资料片的持续研发；2、漫画作品、动画作品的持续更新和创作；3、新游戏产品的原型研发。

（四）技术研究开发情况

1、公司研发人员构成情况

公司十分注重研发人才的筛选、积累和培养，已初步形成一支个人素质高、专业能力强和业务范围广的研发团队。截至 2017 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 173 人，占公司总人数的 56.17%。研发团队涉及产品开发的各个方面，除传统程序、美术等研发人才外，公司研发团队包括 IP 创作人员，主要负责为现有 IP 创作内容，增强现有 IP 的生命力。近两年公司核心技术人员稳

定，未发生重大变动。

2、技术创新机制及创新制度安排

公司通过多种方式推动新技术的发展。

（1）把握核心技术的发展方向。公司管理团队及核心人员均对行业及市场有深入了解，知悉最新的技术发展方向和核心用户的需求变化，公司制定技术开发计划。

（2）重视人才积累和培养。公司十分重要人才的挖掘，公司员工的薪酬水平在市场中有较强的竞争力，能够吸引到一批高素质的人才，公司重视员工的研发水平和技术提升潜力，对于优质的人才公司将尽最大努力争取。

（3）完善激励制度。公司对于研发人员也制定了完善的激励制度，对于能够开出发市场领先技术的研发人员，公司通过年终奖，项目奖金等多种方式奖励，上述制度有效的提高了研发人员的研发积极性。

3、核心技术保护措施

公司的核心技术主要体现在游戏开发和运营各个环节上，这同时也是公司在行业保持持续竞争优势的关键因素。公司注重对核心技术的保护，报告期内未发生过重大技术泄密和知识产权受到侵害事件。公司核心技术保护措施有以下三种：

（1）申请知识产权保护

申请知识产权保护是公司保护核心技术的主要措施，公司根据核心技术的先进性和国内外发展情况，选择申请软件著作权或作品著作权的方式进行保护。

（2）商业秘密保护

商业秘密保护是公司核心技术保护的主要措施，公司对直接关系公司发展、可带来经济利益的重要设计程序、游戏引擎等通过商业秘密方式进行保护。

（3）签订保密协议及竞业禁止协议

公司内部设立了严密的核心技术保护架构，与公司所有员工均签订了保密协议及竞业禁止协议，将核心技术保护工作贯穿到公司开发和运营的各个环节。

（五）公司核心技术人员

公司核心技术人员包括蔡浩宇、罗宇皓、曹霞、张庆华、贺甲，核心技术人员均直接或间接持有公司股权，保障了公司核心技术人员稳定性。公司核心技术人员近两年未发生重大变化，有利于对已有核心技术的保护以及新项目的后续开展。

公司核心技术人员专业资质及从业经历情况请参见本招股说明书第八节“董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、（四）核心技术人员”。

八、境外生产经营情况

本公司的境外经营主要通过香港米哈游、其分公司台湾米哈游以及株式会社 miHoYo 实现。其中香港米哈游为公司在香港成立的投资平台，主要经营与游戏相关的投资业务；株式会社 miHoYo 为香港米哈游在日本的全资子公司，主营业务为在日本地区运营及推广公司移动游戏产品，当前主要推广产品为《崩坏学园 2》及《崩坏 3》；台湾米哈游系香港米哈游在台湾设立的分支机构，将主要负责软件开发以及港澳台地区的移动游戏推广工作。香港米哈游、株式会社 miHoYo 和台湾米哈游的基本情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司及分公司情况”的相关内容。

除此之外，报告期内发行人通过授权运营的方式为韩国、北美等海外用户提供游戏产品，并取得版权金收入以及授权运营收入分成。具体请参见本招股说明书第六节“业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

九、产品质量控制

遵照《互联网文化管理暂行规定》、《网络游戏管理暂行办法》和《“网络游戏未成年人家长监护工程”实施方案》等法规规定，公司严格控制产品和服务质量，制定了完善的质量控制体系。公司内部针对网络游戏产品设有游戏自审

委员会，建立了《米哈游游戏自审制度》及《米哈游质量管理制度》，严格明确了在游戏立项、原型研发及迭代开发、测试、后期运营等多个阶段的质量控制措施，形成了完善的质量控制体系。确保游戏上线时能够达到各项指标，保证公司业务持续的顺利开展。

（一）立项阶段的质量控制

公司制定了完善的立项管理流程，经过市场行情分析、用户需求探索以及竞品研究后，公司定期抽取合适的方案召开立项评审会，对方案的可行性进行分析并有针对性地提出改进方案，确保游戏类型和玩法是否符合市场趋势并满足玩家偏好。游戏自审委员会则对项目进行最终评审，确保游戏风格设定符合有关规定，游戏将使用的素材（包括但不限于版权、图片、代码、音乐等）不存在抄袭和侵犯他人知识产权的情况等。

（二）开发、测试阶段的质量控制

公司质量管理部门在产品开发到达各节点时进行品质审核。依据产品测试文档，重点关注游戏的可玩性、游戏产出的平衡性等方面，以保证产品质量。

开发阶段。项目组在立项的基础上综合程序组、策划部门提出的修改意见，结合美术部门提供的图片、音乐的素材，形成原型版本。质量部门人员对原型版本进行验收，确保功能点实现、游戏核心玩法和表现符合立项方针；游戏自审委员会则对研发阶段所使用的有关素材、内容等进行筛查，是否与前期确定的素材相匹配。

测试阶段。公司主要通过产品验收、内部测试、封闭测试、公开测试四个阶段提升和完善产品质量。其中，研发及测试团队主要负责对产品 Alpha 版本的验收，确保产品符合设计要求和游戏内各项功能正常实现；通过验收后，公司组织内部人员进行内部测试，对产品中的关键点进行逐一筛查，核查是否存在严重漏洞或系统问题，同时为游戏后续测试及上线累积数据。内部测试完成后，公司将组织玩家进行多次封闭测试，并逐次增加测试人数，验证核心玩法的可玩性及测试游戏的平衡性，尽可能在游戏上线之前发现产品漏洞，保证了产品上线之前的稳定性和可靠性。

（三）运营阶段的质量控制

运营阶段的质量控制主要在于运营平台的稳定性以及客户服务的及时和高效性。公司运维部门设有专人监控服务器的运转情况，同时负责对游戏中的各功能点进行测试，排查产品质量问题。另外，公司客服部也通过 QQ、邮箱等途径为玩家提供 24 小时在线的客户服务，及时对玩家的反馈信息进行回复及完善，不断提升服务品质，以保障产品质量和客户体验。

（四）产品质量纠纷

公司自成立以来，并未发生过重大的产品质量纠纷。公司拥有对公司当前运营游戏开发的所有权利，不存在版权争议和纠纷。公司将通过质量控制严格控制产品质量，不断提高游戏产品的品质，以让玩家获得更好的游戏体验。

十、冠名“科技”的依据

公司属于互联网文化行业项下的二次元文化行业，通过互联网为载体进行信息传播，以原创优质 IP 为基础，以游戏、漫画、动画等产品为核心，在二次元文化下搭建了一条集内容创作、品牌推广、线上线下交互为一体的文化产业链。公司是上海市科学技术委员会、上海市经济和信息化委员会评选的“2016 年度上海市科技小巨人”企业及中国互联网协会、中国工业和信息化部信息中心评选的“2017 年中国互联网百强企业”。作为高新技术企业，公司一直注重技术研发以及创新，公司现有研发人员 173 人，占公司总人数的 56.17%。公司研发投入较高，报告期研发费用平均占营业收入的比例为 10.34%。公司取得了多项研发成果。截至本招股说明书签署之日，已成功申请并获得计算机软件著作权、美术作品著作权、音乐作品著作权 103 项、五项计算机软件产品登记证书等大量知识产权，公司软件产品“米哈游崩坏学园 2 游戏软件[简称：崩坏学园 2]V1.0”还被上海市软件行业协会授予“2016 年度上海市优秀软件企业产品”称号。公司技术优势及技术情况请参见本节之“七、发行人的技术和研究开发情况”。因此，公司名称含有“科技”字样。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立性

本公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面保持了良好的独立性，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、资产独立

发行人系由米哈游有限整体变更设立的股份有限公司，承继了米哈游有限的所有资产、负债及权益，并已办理了相关资产和产权变更登记。公司拥有完整的与互联网产品开发、运营相关的经营性资产，合法拥有相关的经营资质，可以完整地用于公司经营活动。本公司未以自身资产、权益或信誉为股东提供担保，公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情况。

2、人员独立

发行人建立了健全的法人治理结构。发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人控制的其他企业中兼职。公司建立了独立的人事档案、聘用和任免制度及独立的工资管理制度，与全体员工签定了劳动合同，在员工的劳动、人事及工资管理上完全独立。

3、财务独立

发行人已建立独立的财务核算体系、设立了独立的财务部门、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；发行人开设了独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。公司依法独立进行纳税申报，履行独立纳税义务。公司不存在控股股东、实际控制人占用公司资金及干预公司资金使用的情形，也不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人或其他关联方以任何形式占用的情形。

4、机构独立

发行人依法设立了股东大会、董事会、监事会以及各个职能部门等机构，独立运行，不受控股股东及其控制的企业任何干预。公司具有独立的经营场所，独立办公，与控股股东及其控制的其他企业之间不存在机构混同的情形。

5、业务独立

发行人具有独立完整的业务体系，在互联网文化产品的开发、市场推广、运营等环节的运作均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，截至本招股说明书出具之日不存在同业竞争和显失公平的关联交易。

保荐机构认为：发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，发行人关于其独立性的披露真实、准确、完整。

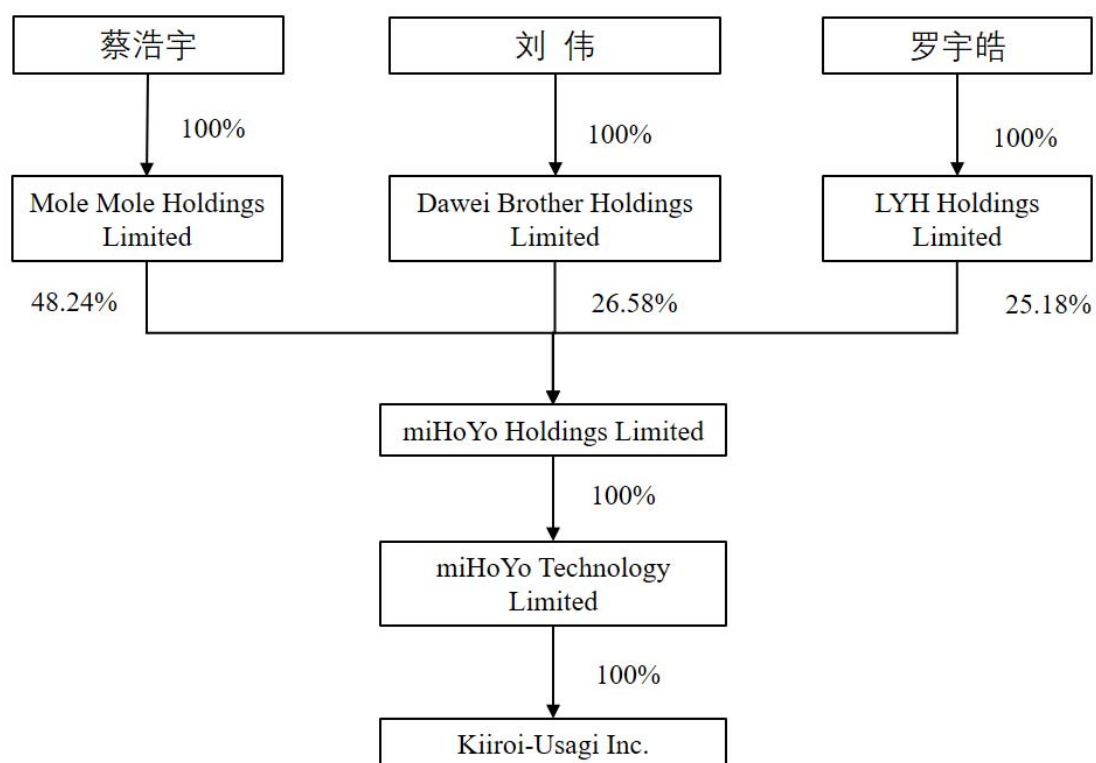
二、同业竞争

（一）报告期内同业竞争情况说明

1、报告期公司发生同业竞争的背景

2014年，为拓展日本地区市场，公司决定在日本成立子公司推广《崩坏学园2》。由于对企业直接设立境外子公司的流程和手续不够熟悉，为及时把握商业机遇，公司决定由股东直接在境外设立公司运营《崩坏学园2》，运营期间的净收益仍归公司所有。

2014年11月，自然人股东蔡浩宇、刘伟、罗宇皓分别在境外设立公司 Mole Mole Holdings Limited、Dawei Brother Holdings Limited、LYH Holdings Limited；2014年11月上述三家公司通过设立于开曼群岛 miHoYo Holdings Limited 在香港地区全资设立了 miHoYo Technology Limited；miHoYo Technology Limited 于2015年2月在日本地区全资设立了 Kiiroi-Usagi Inc.作为公司产品《崩坏学园2》在日本的运营主体。海外架构设立时股权结构如下图所示：



2015年2月，公司与 miHoYo Technology Limited 签署了《独家代理运营协议》，独家授权 miHoYo Technology Limited 在日本地区代理运营公司游戏《崩坏学园 2》。2015年3月起，Kiiroi-Usagi Inc.在日本地区开展《崩坏学园 2》的运营工作；2015年9月，公司终止与 miHoYo Technology Limited 的独家代理运营协议，相关业务转由公司在日本设立的子公司株式会社 miHoYo 负责。2015年10月起，株式会社 miHoYo 全部承接了《崩坏学园 2》在日本的运营工作。

在日本子公司全面承接运营工作后，公司已将原设立于香港的 miHoYo Technology Limited 以及日本的 Kiiroi-Usagi Inc. 予以注销。根据德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）出具的德师报（阅）字（17）第 R00001 号《审阅报告》，miHoYo Technology Limited 存续期间的合并营业收入为 2,027.72 万元，合并净利润为 0 万元。

2、同业竞争解决情况及当前状况

米哈游已取得上海市商务委员会颁发的《企业境外投资证书》，在香港设立了米哈游有限公司（miHoYo Limited），全部承接 miHoYo Technology Limited（原香港子公司）相关业务；同时以米哈游有限公司在日本设立株式会社

miHoYo，承接《崩坏学园 2》在日本地区的发行及运营业务。上述公司运营情况良好。

与此同时，公司已将 miHoYo Technology Limited 和 Kiiroi-Usagi Inc. 予以注销，同时亦注销了股东在 BVI、开曼群岛设立的公司，截至 2016 年 9 月 30 日上述公司已完成全部注销程序。

截至本招股说明书签署之日，公司股东蔡浩宇、刘伟、罗宇皓均未直接或间接从事与本公司相同或相似的业务，未拥有与本公司业务相同或相似的其他控股公司、联营公司及合营公司，因此公司自然人股东与发行人不存在同业竞争的情形。

（二）避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人蔡浩宇、持股 5% 以上自然人股东刘伟、罗宇皓分别出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人以及本人控制的其他企业未以任何方式直接或间接从事与米哈游及米哈游控制的企业相竞争的业务，未拥有与米哈游及米哈游控制的企业存在同业竞争企业的股份、股权或任何其他权益；

2、本人承诺将不以任何方式直接或间接经营任何与米哈游及米哈游控制的企业的主营业务构成同业竞争或可能构成同业竞争的业务或经营活动，也不会以任何方式为米哈游的竞争企业提供资金、业务及技术等方面的帮助，以避免与米哈游及米哈游控制的企业构成同业竞争；

3、如未来本人及所投资的其他企业获得的商业机会与米哈游及米哈游控制的企业当时所从事的主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知米哈游，并尽力促成本人所投资的企业将该商业机会按公开合理的条件优先让予米哈游或米哈游控制的企业，以确保米哈游及其全体股东利益不受损害；

4、如因本人违反本承诺函而给米哈游造成损失的，本人同意承担由此而给米哈游造成的全部损失。”

三、关联方及关联关系

（一）控股股东、实际控制人

本公司控股股东、实际控制人为蔡浩宇，蔡浩宇先生持有本公司 13,530.00 万股股份，并持有公司股东上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）85.07% 出资额，从而控制公司 15,298.63 万股股份，合计占公司股份总数的 41.72%，任本公司董事长、总经理，为本公司的控股股东、实际控制人。其具体情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“八、（二）实际控制人基本情况”。

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司及其子公司外，实际控制人蔡浩宇为公司股东律者文化普通合伙人，并持有律者文化 85.07% 出资额，除此情形外，蔡浩宇先生不存在控制的其他企业。律者文化基本情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“八、（三）最近一年新增股东简要情况”。

（三）持股5%以上的其他股东

除控股股东外，直接或间接持有公司 5% 以上的股东为：

序号	关联方	关联关系
1	刘伟	直接持有公司 20.34% 股份，并持有考弥克文化 90.97% 出资额
2	罗宇皓	直接持有公司 19.26% 股份，并持有符华文化 88.56% 出资额
3	萍乡盈尚	直接持有发行人 13.5% 的股份
4	宋涛	系萍乡盈尚的执行事务合伙人、普通合伙人，持有萍乡盈尚 99.29% 出资额

上述股东具体情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“八、（一）发起人基本情况”和“八、（三）公司股东简要情况”。

（四）发行人董事、监事、高级管理人员及其控制或有重大影响的企业

1、董事、监事、高级管理人员

本公司董事、监事、高级管理人员包括蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、栾威、蒋大卫、于晨曦、俞晖、喻乐、黄金、曹霞、贺甲、张庆华、殷春波、刘令。具体情况请参见本招股说明书第八节“董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

2、董事、监事、高级管理人员控制或有重大影响的企业

（1）本公司董事、监事、高级管理人员中，蔡浩宇、刘伟、罗宇皓分别任本公司三家持股平台的执行事务合伙人，除此之外，罗宇皓具有重大影响的企业请参见本节之“三、（六）其他关联方”；

（2）蒋大卫、于晨曦、曹霞、贺甲、张庆华、殷春波、刘令均仅在本公司或本公司控股公司任职，不存在直接或间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的其他法人或组织；俞晖不存在直接或间接控制的企业，且未在其所任职的单位担任董事、高级管理人员职务。

（3）栾威、喻乐、黄金直接或间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的其他法人或组织的具体情况参见本招股说明书第八节“董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”和“五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况”的相关内容。

（五）发行人控股子公司、参股子公司

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 7 家控股子公司和 2 家参股子公司，具体情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司及分公司情况”。

（六）其他关联方

1、董事、监事、高级管理人员和主要投资者关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员和主要投资者为蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、栾威、蒋大卫、于晨曦、俞晖、喻乐、黄金、曹霞、贺甲、张庆华、殷春波、刘令、宋涛，上述人员关系密切的家庭成员为公司的关联自然人。

2、公司董事、监事、高级管理人员和主要投资者关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

公司董事、监事、高级管理人员和主要投资者为蔡浩宇、刘伟、罗宇皓、栾威、蒋大卫、于晨曦、俞晖、喻乐、黄金、曹霞、贺甲、张庆华、殷春波、刘令、宋涛，上述人员关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的

其他企业为公司的关联法人。

3、存在关联交易的关联方

除上述情形外，与公司存在其他关联关系的关联方还包括米加科技、梵艺科技和幻之星盒。其中米加科技、梵艺科技与公司发起人杭州米艺受同一实际控制方控制；幻之星盒系公司主要股东罗宇皓有重大影响企业。三家公司具体情况如下：

（1）米加科技

公司名称	杭州米加科技有限公司
注册资本	6,093.85 万元
法定代表人	宋涛
统一社会信用代码/注册号	91330106796674683D
成立日期	2007 年 1 月 12 日
住所：	浙江省杭州市西湖区紫荆花路 2 号 2 幢 1001 室
经营范围	服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限移动网信息服务业务，具体按许可证浙 B2-20090243 范围经营，在有效期内方可经营）。服务：计算机软硬件的技术开发、技术咨询、技术服务、承接计算机网络工程（涉及资质证凭证经营），计算机系统集成，建筑设计咨询，企业管理咨询，计算机网络开发、维护、维修（限现场），利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）；零售：书报刊、音像制品、电子出版物（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
股权结构	宁波梅山保税港区溢洲投资合伙企业（有限合伙）14.41%、宁波梅山保税港区锦辉投资合伙企业（有限合伙）48.17%、宁波梅山保税港区凯茂投资合伙企业（有限合伙）21.01%、宁波梅山保税港区蓝尚投资合伙企业（有限合伙）16.41%

（2）梵艺科技

公司名称	杭州梵艺科技有限公司
注册资本	1,000 万元

法定代表人	俞瑜
统一社会信用代码/注册号	91330108691712778R
成立日期	2009年7月13日
住所:	杭州市滨江区滨安路1197号2号楼607室
经营范围	服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务（限互联网信息服务业务和移动网信息服务业务，具体按许可证浙B2-20100031范围经营），利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）。一般经营项目：网络、通讯产品的技术开发、技术服务；批发、零售；通讯产品（除专控），计算机软硬件；其他无需报经审批的一切合法项目
股权结构	杭州斯凯网络科技有限公司100%

（3）幻之星盒

公司名称	北京幻之星盒信息科技有限公司
注册资本	50万元
法定代表人	何星
统一社会信用代码/注册号	9111010859602503X8
成立日期	2012年5月18日
住所:	北京市海淀区清华园三才堂42号7号平房4472
经营范围	技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；企业策划；电脑动画设计；产品设计；市场调查；经济贸易咨询；会议服务；翻译服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股权结构	何星40%、芮凡40%、罗宇皓20%

（七）报告期内的关联方

1、杭州米艺

杭州米艺系公司发起人，其已于2016年11月25日将其所持有的公司13.5%股权转让给萍乡盈尚。其基本情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“八、（一）发起人基本情况”。

2、报告期内注销的关联方

（1）报告期内公司股东蔡浩宇、刘伟和罗宇皓控制的其他公司

报告期内公司股东蔡浩宇、刘伟和罗宇皓控制的其他公司包括 Mole Mole Holdings Limited、Dawei Brother Holdings Limited、LYH Holdings Limited、miHoYo Holdings Limited、miHoYo Technology Limited 以及 Kiiroi-Usagi Inc.。截至 2016 年 9 月 30 日，上述公司已全部注销完成。上述公司与发行人的关联关系请参见本节之“二、（一）报告期内同业竞争情况说明”。

（2）上海爪洼信息技术有限公司

上海爪洼信息技术有限公司成立于 2012 年 5 月 17 日，注册资本 3 万元，统一社会信用代码 9131011759813204XQ，经营范围为“计算机软硬件及其周边设备的维修、安装。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】”。

发行人董事蒋大卫曾任该公司执行董事，并持股 50%。截至 2017 年 6 月 8 日，该公司已注销完成，经核查，该公司设立期间并未实际运营。

四、关联交易

（一）经常性关联交易

除支付给董事、监事和高级管理人员薪酬外，公司不存在其他经常性关联交易。报告期各期公司支付给董事、监事和高级管理人员的薪酬如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
现金支付的薪酬	206.17	847.27	444.10	225.07
股份支付的薪酬	-	641.38	-	-
合计	206.17	1,488.65	444.10	225.07

注：2017 年 1-6 月董事、监事、高级管理人员薪酬仅包含当期实际发生部分，未包含预提的年终奖金。

（二）偶发性关联交易

报告期公司发生的偶发性关联交易如下表所示：

单位：万元

交易对方	交易内容	交易金额			
		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
梵艺科技	游戏运营	-	-	1,740.02	2,620.77
miHoYo Technology Limited	游戏运营	-	-	663.29	-
米加科技	委托开发	-	-	205.58	-
幻之星盒	技术服务	23.30	-	51.54	-
Kiiroi-Usagi Inc.	采购 固定资产	-	-	2.35	-

1、梵艺科技

2014年4月18日，公司与梵艺科技签订《<崩坏学园2>独家代理合作协议》，公司将《崩坏学园2》iOS平台的运营相关权利授予给梵艺科技，授权金为1,000万元（含税），授权期间为1年，授权期间的公司的分成比例为80%。

（1）关联交易发生的背景

梵艺科技与公司合作的主要原因为：2014年梵艺科技希望能拓展游戏代理业务，代理一款精品二次元游戏有利于其拓展代理业务，公司产品符合其定位。公司基于与梵艺科技及其关联方之间的良好关系，同意开展授权运营。公司与梵艺科技合作时达成如下共识：《崩坏学园2》的所有运营事务仍由公司负责，《崩坏学园2》的主要收益仍归公司所有。

（2）关联交易发生的金额

实际授权期间为2014年6月至2015年4月。授权期间梵艺科技与公司的交易总金额为5,071.65万元（含税），其中游戏授权金1,000万元（含税），游戏分成款4,071.65万元（含税）。

（3）保荐机构的核查

保荐机构核查了《崩坏学园2》iOS后台及关联方梵艺科技的银行对账单，2014年6月至2015年4月期间，Apple Inc.累计支付给梵艺科技823.65万美元，按授权期间的美元平均汇率计算约合5,061.36万元人民币，与公司自梵艺科技收到5,071.65万元基本一致。

保荐机构访谈了公司及梵艺科技的主要负责人，授权期间《崩坏学园2》

新版本的发布和运营事宜仍由公司负责，梵艺科技在授权期间不存在为《崩坏学园 2》的经营支付广告费或其他运营费用的情形。双方的协议已于 2015 年 5 月终止。

综上所述，保荐机构认为公司与梵艺科技的合作对公司主营业务不存在重大影响。

2、miHoYo Technology Limited

2015 年 2 月 27 日公司与 miHoYo Technology Limited 签订《独家代理协议》，协议约定公司将《崩坏学园 2》的日本运营权授权给关联方 miHoYo Technology Limited。

（1）关联交易发生的背景

2014 年公司决定开拓日本市场。由于公司对于直接设立境外子公司的流程和手续不够熟悉，为把握商业机遇，股东在境外设立 miHoYo Technology Limited，公司将《崩坏学园 2》的日本运营权授予给该公司。

miHoYo Technology Limited 由股东蔡浩宇、刘伟和罗宇皓按同等股权比例结构设立，具体设立和持股情况请参见本招股说明书第七节“同业竞争和关联交易”之“二、（一）报告期内同业竞争情况说明”。除上述业务外，miHoYo Technology Limited 无其他业务，miHoYo Technology Limited 已将来源于《崩坏学园 2》的净收益通过分成款和授权金方式支付给了公司，该公司已于 2016 年 8 月注销。

（2）关联交易发生的金额

实际授权期间为 2015 年 3 月至 2015 年 9 月（2015 年 9 月公司日本子公司设立后即刻终止了授权协议），授权期间公司与 miHoYo Technology Limited 不含税总交易金额为 663.29 万元。

（3）保荐机构的核查

申报会计师对 miHoYo Technology Limited 的财务报表进行了审阅，出具了德师报（阅）字（17）第 R00001 号《审阅报告》，miHoYo Technology Limited 存续期间的合并净利润为 0 万元。miHoYo Technology Limited 已将在日本运营

《崩坏学园 2》的全部净收益通过授权金和分成款方式支付给了公司，miHoYo Technology Limited 即不存在为公司输送利益的情形也不存在侵占公司利益的情形。综上所述，保荐机构认为公司与 miHoYo Technology Limited 的交易对公司主营业务不存在重大影响。

3、Kiiroi-Usagi Inc.

Kiiroi-Usagi Inc.为关联方 miHoYo Technology Limited 在日本运营《崩坏学园 2》的实际主体，2015 年 10 月公司与 miHoYo Technology Limited 的授权协议终止后，公司以 2.35 万元的价格收购了 Kiiroi-Usagi Inc.剩余的少量资产，主要为一些办公桌椅，该关联交易金额较小，对公司主营业务影响较小。

4、米加科技

2015 年 4 月 25 日和 2015 年 6 月 20 日，公司与米加科技签订两份《游戏开发协议》，公司其协助开发两款游戏 APP，合计不含税金额为 205.58 万元，开发完成后两款 APP 的相关知识产权均归米加科技所有。

公司为知名的移动游戏企业，《崩坏学园 2》开发和运营使公司积累先进研发技术和经验，基于上述原因米加科技委托公司协助开发两款游戏 APP。两款 APP 主要为公司根据对方已有的雏形进行优化，主要应用公司的现有技术，公司投入的人力成本相对较少。委托开发价格根据公司与米加科技协商确定。综上所述，公司与米加科技的交易对公司主营业务不存在重大影响。

5、幻之星盒

2015 年 5 月 4 日公司与北京风达远科技有限公司（后更名为“北京幻之星盒信息科技有限公司”）签订《“琪亚娜语音音源库”软件支持服务协议》，约定幻之星盒为公司制作“琪亚娜语音音源库”并提供软件支持服务，期间为 2015 年 5 月 1 日至 2015 年 10 月 31 日，服务费总金额为 51.54 万元，服务费价格基于开发所需的人力投入由双方协商确定，公司将基于“琪亚娜语音音源库”创作音乐作品，实施公司的虚拟偶像计划。

2017 年 3 月 1 日公司与北京幻之星盒信息科技有限公司签订《“琪亚娜语音音源库”升级维护与软件支持服务协议》，约定幻之星盒向公司提供“琪亚娜语音音源库”的升级维护与软件技术支持服务，期间为 2017 年 3 月 1 日至

2017年12月31日，服务费总金额为60.00万元，服务费价格基于开发所需的人力投入由双方协商确定，公司2017年1-6月确认服务费23.30万元。

公司与幻之星盒的交易金额较小，对公司主营业务不存在重大影响。

（三）与关联方的往来

报告期各期末公司与关联方的往来情况如下：

单位：万元

关联方	款项性质	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
miHoYo Technology Limited	应收账款	-	-	176.67	-
梵艺科技	应收账款	-	-	-	721.90
蔡浩宇	其他应收款	-	-	-	0.10
Kiiroi-Usagi Inc.	其他应付款	-	-	88.29	-
北京幻之星盒信息科技有限公司	预付款项	34.95	-	-	-

1、miHoYo Technology Limited、梵艺科技和北京幻之星盒信息科技有限公司

公司与 miHoYo Technology Limited、梵艺科技和北京幻之星盒信息科技有限公司往来由公司关联交易形成，具体交易背景请参见本节之“四、（二）偶发性关联交易”。

2、Kiiroi-Usagi Inc.

公司子公司株式会社 miHoYo 于 2015 年 9 月在日本成立，2015 年 10 月起株式会社 miHoYo 开始在日本运营《崩坏学园 2》。2015 年 12 月前株式会社 miHoYo 银行账号尚未开设，关联方 Kiiroi-Usagi Inc. 为株式会社 miHoYo 垫付了 85.94 万元的采购款项，2016 年株式会社 miHoYo 归还了上述关联方垫款，剩余 2.35 万元由公司关联交易形成，具体交易背景请参见本节之“四、（二）偶发性关联交易”。

3、蔡浩宇

2012 年公司实际控制人蔡浩宇获得了政府部门资助的 10 万元创业无息贷款，蔡浩宇将上述款项借给公司使用，公司自 2012 年起按月代替蔡浩宇向政府

部门偿还该笔借款，代偿金额计入与蔡浩宇相关的其他应收款。

公司 2014 年已清偿完该笔借款，并冲抵了与蔡浩宇相关的其他应收款，2014 年末应收蔡浩宇 0.10 万元为偿还贷款过程中支付的手续费，2015 年蔡浩宇偿还该笔 0.10 万元的手续费。

五、对关联交易决策权力与程序的安排

本公司在《公司章程》、《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等相关制度中对关联交易的决策权限与程序作出了明确规定：

（一）《公司章程》关于规范关联交易的安排

1、关联交易的决策权限

第三十八条第十三款规定：股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：对公司为公司股东、实际控制人及其它关联人或第三方提供担保作出决议。

2、关联交易的回避制度及决策程序

第三十八条：股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

第七十七条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得全体股东的同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议公告中作出详细说明。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是该关联交易事项涉及章程规定的需要以特别决议通过的事项的，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过方为有效。

第一百零六条规定：公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，及与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经

审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易，须经公司董事会审议批准，达到股东大会审议标准的须在董事会审议后提交股东大会批准。

第一百一十五条规定：董事会审议公司关联交易事项时，会议召集人应在会议表决前提醒关联董事须回避表决。关联董事未主动声明并回避的，知悉情况的董事应要求关联董事予以回避，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足 3 人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

（二）《关联交易管理制度》关于规范关联交易的安排

第十条规定：关联交易决策权限，下列关联交易须由公司董事会审议决定：

（一）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外）；（二）公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易（公司提供担保除外）。关联交易事项相关指标未达到上述规定标准的事项，公司董事会可授权总经理审批，由总经理在董事会授权范围内审议决定。公司与关联人发生的交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，由公司董事会审议通过后，将该交易提交股东大会审议。

第十四条规定：公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为持股 5% 以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

第二十条规定：公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第二十一条规定：董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，

也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

第二十二规定：公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

第二十四规定：监事会应对需董事会或股东批准的关联交易是否公平、合理，是否存在损害公司和非关联股东合法权益的情形明确发表意见。

（三）《独立董事工作制度》关于规范关联交易的安排

第十五条第一款规定：重大关联交易（指本公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于本公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

第十八条第四款规定：独立董事应就“公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于本公司最近经审计净资产 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施收回欠款”的事项向董事会或股东大会发表独立意见。

（四）关联交易程序的合法性及独立董事对关联交易的意见

变更为股份公司后，公司审议通过了《公司章程》、《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等制度，确立并规范了关联交易决策程序。对于股份公司设立后涉及关联交易的股东大会、董事会召开程序、表决方式、关联方回避等方面均符合《公司章程》等制度的规定。

本公司独立董事对公司报告期内关联交易认真进行了审核，并发表如下意见：公司在报告期内发生的关联交易事项均属合理、必要；关联交易是在各方平等协商的基础上进行的，定价依据客观公允，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形。

六、减少关联交易的措施

（一）发行人减少关联交易的措施

本公司未来将尽量避免或减少与关联方之间不必要的关联交易。对于无法避免的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《关联交易管理制度》等相关制度规定的关联交易的表决程序和回避制度，并将充分发挥独立董事作用，严格执行《独立董事工作制度》规定的独立董事对重大关联交易发表意见的制度，确保关联交易价格的公允和合理。

（二）5%以上股东关于减少及规范关联交易的承诺函

1、自然人股东

本公司控股股东、实际控制人蔡浩宇、持股 5% 以上自然人股东刘伟、罗宇皓承诺：

“1、本人及本人控制的企业与米哈游及米哈游控制的企业之间将尽量减少关联交易。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按正常的商业条件以平等、自愿、等价、有偿的市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律、法规、规章等规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。保证不通过关联交易损害米哈游及米哈游控制的企业以及其他股东的合法权益；本人将不会要求，也不会接受米哈游给予的优于其在任意一项市场公平交易中向第三方给予的条件；

2、本人及本人的关联方其将严格遵守有关法律、法规和规范性文件及公司章程的要求及规定，避免违规占用米哈游资金及要求米哈游违法违规提供担保；

3、如本人违反上述承诺并造成米哈游及米哈游控制的企业经济损失的，本人同意赔偿相应损失；

4、上述承诺持续有效，直至本人不再持有米哈游的股份。”

2、机构股东

发行人 5% 以上机构股东萍乡盈尚关于减少及规范关联交易出具如下承诺：

“1、本企业或本企业控制的其他企业与米哈游及米哈游控制的企业之间将尽量减少关联交易。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按正常的商业条件以平等、自愿、等价、有偿的市场化原则和公允价格进行公平操作，

并按相关法律、法规、规章等规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。保证不通过关联交易损害米哈游及米哈游控制的企业以及其他股东的合法权益；本企业将不会要求，也不会接受米哈游给予的优于其在任意一项市场公平交易中向第三方给予的条件。

2、本企业及本企业的关联方将严格遵守有关法律、法规和规范性文件及公司章程的要求及规定，避免违规占用米哈游资金及要求米哈游违法违规提供担保；

3、如本企业或本企业控制的其他企业违反上述承诺并造成米哈游及米哈游控制的企业经济损失的，本企业同意赔偿相应损失。

4、上述承诺持续有效，直至本企业不再持有米哈游的股份。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员简介

（一）董事

公司董事会由 9 人组成，其中包括 3 名独立董事。依据公司章程，公司董事由股东大会选举产生，任期三年，任期届满可选举连任。独立董事每届任期与其他董事相同，任期届满，连选可以连任，连任时间不得超过六年。截至本招股说明书签署之日，公司董事基本情况如下：

姓名	职位	董事任职期间
蔡浩宇	董事长、总经理	2015.10.28-2018.10.27
刘伟	董事、副总经理	2015.10.28-2018.10.27
罗宇皓	董事、副总经理	2015.10.28-2018.10.27
栾威	董事	2015.10.28-2018.10.27
蒋大卫	董事	2015.10.28-2018.10.27
于晨曦	董事	2016.09.14-2018.10.27
俞晖	独立董事	2016.09.14-2018.10.27
喻乐	独立董事	2016.09.14-2018.10.27
黄金	独立董事	2016.09.14-2018.10.27

蔡浩宇先生，1987 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，上海交通大学硕士研究生学历，上海市领军人才。2012 年 2 月起创办米哈游有限，历任执行董事、董事长、总经理。现任律者文化执行事务合伙人、本公司董事长、总经理。

刘伟先生，1987 年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学、美国佐治亚理工学院双硕士学历。2012 年 2 月共同创立米哈游有限，任公司监事；2012 年 3 月起任米哈游有限董事、副总经理。现任考弥克文化执行事务合伙人、公司董事、副总经理。担任的社会职务有上海漕河泾商会执委会成员。

罗宇皓先生，1989 年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学硕士研究生学历。2012 年 2 月共同创立米哈游有限；2012 年 3 月至 2015 年 10

月，任米哈游有限监事；现任符华文化执行事务合伙人、公司董事、副总经理。

栾威先生，1976年生，中国国籍，无境外永久居留权，长江商学院EMBA。1999年10月至2001年1月任北京人人网科技有限公司市场产品经理、2001年2月至2003年2月任北京搜狐网络科技有限公司商务拓展经理、2003年3月至2008年6月任北京博迅融通信息科技有限公司副总经理、2008年6月至2009年8月任北京风网信息技术有限公司副总裁；2009年8月至今，任杭州斯凯网络科技有限公司副总裁。2012年3月至2015年10月任米哈游有限董事。现任公司董事。

蒋大卫先生，1988年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学硕士研究生学历。2012年4月至2013年1月任上海恺英网络科技有限公司研发工程师、2013年2月至2014年4月任艺电计算机软件（上海）有限公司研发工程师；2012年5月至2017年6月，任上海爪洼信息技术有限公司执行董事。2014年4月加入米哈游有限，任市场总监；现任公司董事、市场总监。

于晨曦先生，1984年生，中国国籍，无境外永久居留权，齐齐哈尔大学本科学历。2009年5月至2010年3月任上海盖世网络技术有限公司人力资源部主管、2010年3月至2011年9月任软通动力信息系统服务有限公司上海分公司资源管理部部门经理、2011年9月至2014年4月任腾讯科技（上海）有限公司人力资源平台部高级人力资源经理、2014年4月至2016年7月任上海试衣间信息科技有限公司人力资源总监、行政总经理。2016年8月加入米哈游，现任公司董事、米哈游科技经理。

俞晖先生，1969年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学研究生学历，高级工程师。1992年8月至1998年3月任上海交通大学电子工程系助教、1998年4月至2011年12月任上海交通大学电子工程系讲师、2012年1月至今上海交通大学电子工程系高级工程师。主要从事无线通信物理层技术的研究和开发，内容涉及软件无线电、3G/LTE/LTE-A、宽带无线接入、短距无线通信等系统级技术和调制、编码、同步、MIMO等基带信号处理技术。作为技术骨干，主持、参与了多项纵向和横向科研项目，包括国家科技重大专项课题、上海市科委重大项目、国家“973”项目、自然科学基金等。现任公司独立

董事。

喻乐先生，1983年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学本科学历，注册会计师。2005年7月至2011年3月任德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理、2011年4月至2015年8月任赛维LDK太阳能有限公司助理总裁兼财务总监、2015年9月至今任书香门地（上海）新材料科技有限公司副总裁兼财务总监。现任公司独立董事。

黄金女士，1982年生，中国国籍，无境外永久居留权，复旦大学本科学历。2005年3月至2006年9月任上海市联合律师事务所律师、2006年9月至2010年1月任北京市天元律师事务所律师、2010年1月至2012年10月任光大证券股份有限公司董事会办公室执行董事、2014年2月至2017年8月任银科投资控股有限公司（NASDAQ: YIN）总裁助理，2017年10月至今任上海瑰心信息科技有限公司法定代表人及执行董事。现任公司独立董事。

（二）监事

本公司监事会由三名监事组成。依据公司章程，监事任期三年，任期届满可以连选连任。截至本招股说明书签署之日，公司监事情况如下：

姓名	职位	任职期间
曹霞	监事会主席	2015.10.28-2018.10.27
张庆华	监事	2015.10.28-2018.10.27
贺甲	监事	2015.10.28-2018.10.27

曹霞女士，1982年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学本科学历。2004年12月至2007年3月任上海清韵生态景观设计有限公司产品策划、2007年10月至2008年12月任上海佳欣旅行社有限公司游学策划、2009年6月至2014年10月任上海圣然信息科技有限公司策划及制作人；2014年12月加入米哈游有限，任策划总监。现任公司监事会主席、策划总监。

张庆华先生，1988年生，中国国籍，无境外永久居留权，广东工业大学艺术设计学院动画系本科肄业。2011年8月至2012年1月任4399网络股份有限公司美术原画师，2012年2月加入米哈游有限，任美术总监；现任公司监事、美术总监。

贺 甲先生，1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，中国科学技术大学硕士研究生学历。2007 年 7 月至 2010 年 4 月任科泰华捷科技有限公司高级工程师、2010 年 4 月至 2013 年 1 月任哈曼（中国）上海研发中心高级工程师、2013 年 1 月至 2015 年 6 月任英伟达半导体科技（上海）有限公司高级工程师；2015 年 6 月加入米哈游有限，任技术总监。现任公司监事、技术总监。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司现任高级管理人员情况如下：

姓名	职位	任职期间
蔡浩宇	总经理	2015.10.28-2018.10.27
刘 伟	副总经理	2015.10.28-2018.10.27
罗宇皓	副总经理	2015.10.28-2018.10.27
殷春波	董事会秘书	2016.04.17-2018.10.27
刘 令	财务总监	2015.10.28-2018.10.27

蔡浩宇先生简历具体请参见本节之“一、（一）董事”。

刘 伟先生简历具体请参见本节之“一、（一）董事”。

罗宇皓先生简历具体请参见本节之“一、（一）董事”。

殷春波先生，1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学硕士研究生学历。2007 年 7 月至 2011 年 1 月任新华联控股有限公司上市公司部执行经理、2011 年 2 月至 2013 年 6 月任力诺集团股份有限公司资本运营本部副总监、2013 年 10 月至 2015 年 4 月任东方元鼎（北京）投资管理有限公司资本运营总监。2016 年 4 月加入公司，现任公司董事会秘书。

刘 令女士，1987 年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海财经大学本科学历。2009 年 7 月至 2011 年 4 月任中瀚石林企业咨询（上海）有限公司会计、2011 年 5 月至 2014 年 4 月任上海湃睿咨询有限公司财务顾问；2014 年 5 月加入米哈游有限，任财务负责人；现任公司财务总监。

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署之日，本公司核心技术人员五名，其基本情况如下

姓名	职位
蔡浩宇	董事长、总经理
罗宇皓	董事、副总经理
曹霞	监事、策划总监
张庆华	监事、美术总监
贺甲	监事、技术总监

蔡浩宇先生简历具体请参见本节之“一、（一）董事”。

罗宇皓先生简历具体请参见本节之“一、（一）董事”。

曹霞女士简历具体请参见本节之“一、（二）监事”。

张庆华先生简历具体请参见本节之“一、（二）监事”。

贺甲先生简历具体请参见本节之“一、（二）监事”。

（五）董事、监事的提名及选聘情况

1、公司董事的提名及选聘情况

2015年10月28日，发行人召开创立大会暨2015年第一次股东大会，会议审议并通过了《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》，选举蔡浩宇、罗宇皓、刘伟、栾威、蒋大卫为公司董事。该等人员组成发行人第一届董事会。

同日，发行人召开第一届董事会第一次会议，审议通过《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司董事长的议案》，选举蔡浩宇为公司董事长。

2016年8月29日，发行人召开第一届董事会第九次会议，审议通过《关于增选公司第一届董事会董事的议案》，提名于晨曦为第一届董事会董事候选人，黄金、喻乐、俞晖为第一届董事会独立董事候选人。

2016年9月14日，发行人召开2016年第三次临时股东大会，审议通过《关于增选公司第一届董事会董事的议案》，选举于晨曦为第一届董事会董事，黄金、喻乐、俞晖为第一届董事会独立董事。

2、公司监事的提名及选聘情况

2015年10月28日，发行人召开创立大会暨2015年第一次股东大会，会议审议并通过了《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司第一届监事会监事的议案》，选举张庆华、贺甲为监事。2015年10月28日，发行人召开职工大会，会议选举曹霞担任公司职工代表监事，与股东代表监事共同组成米哈游第一届监事会。

同日，发行人召开第一届监事会第一次会议，审议通过《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司监事会主席的议案》，选举曹霞为监事会主席。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的持股情况

报告期各期末，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接或间接持有本公司股权情况参见下表：

单位：万股

姓名	任职	持股方式	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
			持股数	比例%	持股数	比例%	持股数	比例%	持股数	比例%
蔡浩宇	董事长、总经理	直接持股	13,530.00	36.90	2,460.00	36.90	1230.00	41.00	510.00	51.00
		间接持股	1,504.63	4.10	273.57	4.10	-	-	-	-
刘伟	董事、副总经理	直接持股	7,456.35	20.34	1,355.70	20.34	677.85	22.60	175.95	17.60
		间接持股	886.69	2.42	161.22	2.42	-	-	-	-
罗宇皓	董事、副总经理	直接持股	1,284.30	19.26	7,063.65	19.26	642.15	21.41	164.05	16.41
		间接持股	817.75	2.23	148.68	2.23	-	-	-	-
蒋大卫	董事	间接持股	88.00	0.24	16.00	0.24	-	-	-	-

曹霞	监事会主席、核心技术人员	间接持股	88.00	0.24	16.00	0.24	-	-	-	-
张庆华	监事、核心技术人员	间接持股	35.20	0.10	6.40	0.10	-	-	-	-
贺甲	监事、核心技术人员	间接持股	88.00	0.24	16.00	0.24	-	-	-	-
殷春波	董事会秘书	间接持股	17.60	0.05	3.20	0.05	-	-	-	-
刘令	财务总监	间接持股	17.60	0.05	3.20	0.05	-	-	-	-

注：蔡浩宇、刘伟、罗宇皓直接持有公司股份，此外，蔡浩宇、贺甲、曹霞、蒋大卫通过上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份，刘伟、殷春波、刘令通过上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份，罗宇皓、张庆华通过上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份。

截至本招股说明书签署之日，除上述持股外，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在其他直接、间接持有公司股份的情况，其所持有的本公司股份不存在被质押、冻结或其他有争议的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属的持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属未直接或间接持有本公司股份。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

本公司部分董事、监事、高级管理人员及核心技术人员参与出资上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合伙）和上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）。具体请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“八、（三）公司股东简要情况”。

除上述情形外，截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除本公司及其控股子公司之外的其他直接对外投资情况如下：

序号	姓名	所投资企业名称	注册资本 (万元)	持股比例
1	罗宇皓	北京幻之星盒信息科技有限公司	50.00	20.00%
2	黄金	上海瑰心信息科技有限公司	100.00	100.00%

上述对外投资与发行人不存在利益冲突。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他直接对外投资的情况，不存在对公司及子公司有重大影响的对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2016 年度在本公司领取的薪酬（包括工资、奖金及其他福利）情况如下：

姓名	在本公司任职	薪酬（万元）	是否在本公司领薪
蔡浩宇	董事长、总经理	79.75	是
刘伟	董事、副总经理	76.15	是
罗宇皓	董事、副总经理	78.23	是
栾威	董事	-	否
蒋大卫	董事	99.94	是
于晨曦	董事	57.94	是
俞晖	独立董事	1.78	是
喻乐	独立董事	1.78	是
黄金	独立董事	1.78	是
曹霞	监事会主席、核心技术人员	76.29	是
张庆华	监事、核心技术人员	95.85	是
贺甲	监事、核心技术人员	159.55	是

殷春波	董事会秘书	53.97	是
刘 令	财务总监	64.24	是

除此之外，公司还为上述在本公司任职的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员缴纳社会保险和住房公积金。上述董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除领取薪酬外，未在本公司及本公司控制的其他企业享受其他待遇和退休金计划等。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外兼职情况如下：

序号	姓名	兼职企业名称	职务	与本公司 关联关系
1	蔡浩宇	律者文化	执行事务合伙人	本公司股东
		米哈游科技	执行董事	控股子公司
		香港米哈游	董事	控股子公司
		日本米哈游	董事	控股子公司
2	刘 伟	考弥克文化	执行事务合伙人	本公司股东
		米哈游科技	监事	控股子公司
		吼美科技	执行董事、经理	控股子公司
		哈游传媒	执行董事、经理	控股子公司
		天命科技	执行董事	控股子公司
		圣芙蕾雅科技	执行董事、总经理	控股子公司
		香港米哈游	董事	控股子公司
		日本米哈游	董事	控股子公司
3	罗宇皓	符华文化	执行事务合伙人	本公司股东

		香港米哈游	董事	控股子公司
		日本米哈游	董事	控股子公司
4	栾威	杭州斯凯网络科技有限公司	副总裁	董事担任高管的企业
		北京上方传媒科技股份有限公司	董事	董事担任董事的企业
		杭州凡游网络有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京快乐工场网络科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		上海掌熙网络科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京牛玉科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		成都阿哇龙科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		大连奇域网络科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京绿骨头科技有限责任公司	董事	董事担任董事的企业
		杭州淘材库网络技术有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京诗图天下文化传播有限公司	董事	董事担任董事的企业
		析源数据科技（北京）有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京冰帆科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		上海尖游信息科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
鹿米互动（北京）科技有限公司	董事	董事担任董事的企业		

		北京迪杰摩博科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		魔趣科技（上海）有限公司	董事	董事担任董事的企业
		上海威坦信息技术有限公司	董事	董事担任董事的企业
		上海半米网络科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		北京物联优享科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		广州三十二号国际旅行社有限公司	董事	董事担任董事的企业
5	于晨曦	米哈游科技	经理	控股子公司
6	喻乐	书香门地（上海）新材料科技有限公司	副总裁兼财务总监	董事担任高管的企业
7	俞晖	上海交通大学电子信息与电气工程学院	高级工程师	无关联关系
		中国航天科技集团第九研究院空间电子工程中心	项目副总师	无关联关系
8	黄金	上海瑰心信息科技有限公司	执行董事	董事担任董事的企业
9	张庆华	吼美科技	监事	控股子公司
		天命科技	监事	控股子公司
		圣芙蕾雅科技	监事	控股子公司
10	刘令	哈游传媒	监事	控股子公司

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司有关协议及重要承诺

公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了《劳动合同》和《保密协议》，对其职责、权利、义务均作了明确的规定。

公司全体董事、监事、高级管理人员出具的有关承诺具体请参见本招股说明书“重大事项提示”及第五节“发行人基本情况”之“十二、实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺”相关内容。

截至本招股说明书签署之日，上述协议、承诺均履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员不存在违反我国法律关于董事、监事及高级管理人员的任职资格规定的行为，符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规规范、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况

（一）董事变动情况

报告期初，公司董事为蔡浩宇、刘伟、栾威。

2015 年 10 月 28 日，公司创立大会暨 2015 年第一次股东大会决议通过《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》，选举蔡浩宇、罗宇皓、刘伟、栾威和蒋大卫作为股份有限公司第一届董事会董事。

2015 年 10 月 28 日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举蔡浩宇为公司第一届董事会董事长。

2016 年 9 月 14 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，增选于晨曦为公司第一届董事会董事，选举俞晖、喻乐、黄金为公司独立董事。

（二）监事变动情况

报告期初，罗宇皓为公司监事。

2015年10月28日，公司创立大会暨2015年第一次股东大会通过了《关于选举上海米哈游网络科技股份有限公司第一届监事会股东代表监事的议案》，选取张庆华、贺甲为第一届监事会股东代表监事。同日，公司召开职工大会，选举曹霞为职工代表监事。2015年10月28日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举曹霞为公司第一届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

报告期初，蔡浩宇为公司总经理。

2015年10月28日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议并通过了《关于聘任上海米哈游网络科技股份有限公司总经理的议案》、《关于聘任上海米哈游网络科技股份有限公司副总经理的议案》、《关于聘任上海米哈游网络科技股份有限公司财务总监的议案》、《关于聘任上海米哈游网络科技股份有限公司董事会秘书的议案》，聘任蔡浩宇为总经理，聘任罗宇皓为公司副总经理，聘任刘伟为公司副总经理、董事会秘书，聘任刘令为财务总监。

2016年4月，刘伟先生因工作原因辞去董事会秘书职务，2016年4月17日，公司召开第一届董事会第五次会议，聘任殷春波先生为公司董事会秘书。

除上述情形外，截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员未出现其他变动情况。本公司上述董事、监事和高级管理人员变化进一步完善了公司法人治理结构，提升了公司的经营管理水平，公司董事、监事和高级管理人员的聘任履行了必要的法律程序，符合法律、法规及有关规范性文件和《公司章程》的规定。

第九节 公司治理

本公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律、法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会等四个专门委员会，独立董事和董事会秘书能够有效增强董事会决策的科学性和公正性。公司治理能按照相关法律法规和《公司章程》等内部制度有效运作。

一、股东大会制度的建立、健全及运行情况

股东大会是公司的权力机构。2015年10月28日，米哈游召开创立大会暨2015年第一次股东大会，审议通过了《股东大会议事规则》；2016年9月14日，2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于修订〈股东大会议事规则〉的议案》，对《股东大会议事规则》内容进行了修订，建立健全了股东大会制度。

截至本招股说明书签署之日，米哈游共召开了11次股东大会，上述会议均依照《公司法》、《公司章程》等相关法律法规及规定要求规范运作，审议股东大会职权范围内的公司重大事项，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议和会议记录规范。

二、董事会制度的建立、健全及运行情况

董事会是股东大会的执行机构，本公司董事会由9名董事组成，其中设董事长一名，独立董事三名。2015年10月28日，公司第一次股东大会选举产生了第一届董事会，审议通过了《董事会议事规则》；2016年9月14日，2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于修订〈董事会议事规则〉的议案》，对《董事会议事规则》内容进行了修订，建立健全了董事会制度。

截至本招股说明书签署之日，米哈游共召开了18次董事会会议，历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议和会议记录规范，符合有关法律、法规、《公司章程》及《董事会议事规则》的规定。

三、监事会制度的建立、健全及运行情况

监事会是监督机构，对股东大会负责。拥有检查公司财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督的职权。本公司监事会由三名监事组成，其中设监事会主席一名，职工代表监事一名。2015年10月28日，米哈游在创立大会暨2015年第一次股东大会上选举产生了股东代表监事，并审议通过了《监事会议事规则》，职工代表推选了职工代表监事；2016年9月14日，2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于修订〈监事会议事规则〉的议案》，对《监事会议事规则》内容进行了修订，建立健全了监事会制度。

截至本招股说明书签署之日，米哈游共召开了7次监事会会议，历次监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议和会议记录规范，符合有关法律、法规、《公司章程》及《监事会议事规则》的规定。

四、独立董事制度的建立、健全及运行情况

2016年9月14日，公司2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于制定〈上海米哈游网络科技股份有限公司独立董事工作制度〉的议案》，制定了独立董事工作制度。独立董事制度的建立对完善公司治理结构起到了良好的促进作用。本公司三名独立董事能够依据有关法律、法规、《公司章程》和《独立董事工作制度》谨慎、勤勉、尽责、独立地履行权利和义务。本公司董事会做出重大决策前，向独立董事提供足够的材料，充分听取独立董事的意见，独立董事对于促进规范运作、谨慎把握募集资金投资项目的选择、日常经营管理及发展战略的制定起到了良好的作用，为保护中小股东利益，科学决策等方面提供了制度保障。

本公司设独立董事3名，独立董事自任职以来，严格按照相关规定行使职权并承担责任，在公司重大事项的决策、公司经营管理及发展战略的选择、募集资金投资项目的确定等方面发挥了积极作用，有力保障了公司经营决策的科学性和公正性。

五、董事会秘书制度的建立、健全及运行情况

根据《公司章程》规定，本公司设董事会秘书一名。2015年10月28日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》；2016年9月14日，2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于修订〈上海米哈游网络

科技股份有限公司董事会秘书工作细则》的议案》，对《董事会秘书工作细则》内容进行了修订，建立健全了董事会秘书制度。

董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，信息披露事务等事宜。董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对提升公司治理和促进公司运作规范有着重要作用。

六、董事会专门委员会的设置情况

经本公司 2016 年 8 月 29 日召开的第一届董事会第九次会议及 2016 年 9 月 14 日召开的 2016 年第三次临时股东大会审议通过，董事会设立了战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和审计委员会，并选举了委员会委员；公司于 2016 年 9 月 14 日召开的第一届董事会第十次会议审议通过了各委员会的工作细则。同时审议通过了设立公司董事会战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会并提名第一届委员的相关议案。

截至本招股说明书签署之日，各委员会委员名单如下：

委员会名称	主任委员（召集人）	委员
战略委员会	蔡浩宇	刘伟、罗宇皓、蒋大卫、俞晖
薪酬与考核委员会	黄金	刘伟、喻乐
提名委员会	俞晖	蔡浩宇、喻乐
审计委员会	喻乐	罗宇皓、黄金

七、发行人近三年是否存在严重违法、违规的情况

公司报告期内不存在重大严重违法、违规的情况。发行人已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事等相关制度。报告期内发行人曾因存在违规行为而被上海市文化市场行政执法总队处以罚款，具体情况如下：

1、报告期发行人受处罚情况

（1）2014 年 7 月 22 日，上海市文化市场行政执法总队作出“第 2520140214 号”《行政处罚决定书》，对公司未取得《网络文化经营许可证》擅自从事网络游戏上网经营活动并诱导网络游戏用户投入网络游戏虚拟货币后以

随机抽取的偶然方式获得网络游戏产品和服务的行为处以没收违法所得人民币 16,408 元和罚款人民币 20,000 元的行政处罚。

（2）2016 年 1 月 25 日，上海市文化市场行政执法总队作出“第 2520150399 号”《行政处罚决定书》，对米哈游以随机抽取的偶然方式，诱导网络游戏用户采取投入网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品以及未对网络游戏用户使用有效身份证件进行实名注册的违法行为予以责令改正，并从轻作出处以罚款人民币 20,000 元的行政处罚。

2、公司已完成整改，并取得了主管机构认可

收到上述处罚决定后，公司已就处罚事项对游戏设定等事项进行修改，并向上海市文化市场行政执法总队报送整改情况说明，且已取得文化市场行政执法总队认可。根据文化市场行政执法总队出具的第 2520140214 号和第 2520150399 号《行政处罚决定书》，认为当事人被总队查处后立刻整改，积极申办相应许可证，停止了以随机抽取等偶然方式诱导网络游戏用户采取投入网络游戏虚拟货币方式获取网络游戏产品并要求网络游戏用户使用有效证件进行实名注册，主动消除了违法行为危害后果，上海市文化市场行政执法总队对其从轻作出处罚。

根据上海市文化市场行政执法总队出具的《关于上海米哈游网络科技股份有限公司行政处罚记录的证明》，显示米哈游在案发后立即整改，停止了网络游戏违规经营行为，并且上述行政处罚已全部执行完毕，除已披露的情形外，公司在上海市文化市场行政执法总队无其他行政处罚记录。

保荐机构、发行人律师对上海市文化市场行政执法总队主管人员进行访谈，认为上述行政处罚均已执行完毕，执法部门不会对历史上的违法违规行为作出追溯处罚。公司已经按照相关要求进行了整改，整改已符合要求。上述行为均不构成重大违法违规行为。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内虽受到相关行政处罚，但违法情节较轻，且发行人已经及时整改，取得经营的必要资质，并主动消除了违法行为危害后果并已取得有权部门确认，不属于《首次公开发行股票管理办法》第十八条规定的“受到行政处罚且情节严重”的情形。报告期内，本公司及其董

事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营。发行人违法违规行为所受上述处罚不会对公司的生产经营造成重大不利影响，也不会对公司本次发行与上市构成实质性障碍。

经核查，发行人律师认为：发行人报告期内虽受到相关行政处罚，但违法情节较轻，且发行人已经及时整改，并主动消除或减轻了违法行为危害后果，不属于《首次公开发行股票管理办法》第十八条规定的“受到行政处罚且情节严重”的情形，不会对发行人本次发行并上市构成法律障碍。发行人的经营范围和经营方式符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

八、发行人近三年资金占用和对外担保的情况

发行人近三年资金占用情况具体请参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“四、（三）与关联方的往来”，除上述情形外，报告期内，本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用资金的情形，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情形。

本公司《公司章程》和《对外担保决策制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，从制度上保证了公司对外担保行为的规范性。

九、对发行人内部控制制度的评估意见

（一）本公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司董事会认为，公司已根据实际经营情况和管理需要，建立了较为完善的涵盖公司业务活动和内部管理各个环节的内部控制管理体系，该体系符合相关法律、法规的要求，具有规范性、合法性和有效性，能够较好地防范、发现和纠正公司在经营管理过程中出现的问题和风险，保证了公司经营管理健康、有序进行。

通过制定和有效实施内控制度，公司经营规模逐年扩大，营业收入逐年增长，呈现较好的发展态势，管理水平进一步提高，实现了质量和效益的统一。通过加强内控，保证了产品质量，也促进了技术创新，有力地提升了公司的综合竞争力，为公司的长远发展奠定坚实的基础。

综上所述，本公司董事会认为，本公司针对所有重大事项建立了健全、合

理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》的规定于 2017 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。报告期内，公司不存在其他可能对投资者理解内部控制自我评价报告、评价内部控制情况或进行投资决策产生重大影响的其他内部控制信息。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

德勤华永对公司董事会 2017 年 6 月 30 日财务报表内部控制有效性的认定进行了审核，并出具了德师报（核）字（17）第 E00198 号《上海米哈游网络科技股份有限公司 2017 年 6 月 30 日内部控制审核报告》，认为公司于 2017 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的规定在所有重大方面保持了有效的财务报表内部控制。

第十节 财务会计信息

德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司报告期的财务报表进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告。本公司提醒投资者仔细阅读财务报告 and 审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动资产：				
货币资金	815,418,258.15	445,862,694.46	150,067,738.61	59,032,054.08
应收账款	128,354,094.49	109,216,551.22	37,844,401.22	15,776,687.19
预付款项	4,593,162.53	4,711,758.40	1,006,274.22	121,073.70
应收利息	2,786,143.04	1,566,058.22	883,205.56	200,114.81
其他应收款	5,748,141.81	3,535,353.92	925,102.65	397,669.70
存货	1,330,650.81	603,695.57	247,442.01	-
其他流动资产	5,559,162.43	8,450,300.69	-	5,969,629.85
流动资产合计	963,789,613.26	573,946,412.48	190,974,164.27	81,497,229.33
非流动资产：				
可供出售金融资产	5,600,000.00	2,000,000.00	-	-
固定资产	6,283,266.33	2,859,447.12	1,134,148.41	516,278.66
无形资产	597,277.14	422,258.13	45,124.83	25,358.61
长期待摊费用	5,603,562.05	263,115.07	411,257.40	564,505.97
递延所得税资产	2,539,568.60	1,782,023.36	2,563,402.68	-
其他非流动资产	800,380.10	1,143,380.40	-	-
非流动资产合计	21,424,054.22	8,470,224.08	4,153,933.32	1,106,143.24
资产总计	985,213,667.48	582,416,636.56	195,128,097.59	82,603,372.57
项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动负债：				

应付账款	10,795,894.75	2,741,533.28	3,884,180.73	1,870,173.15
预收款项	21,476,325.97	13,907,114.77	5,186,372.93	1,932,174.87
应付职工薪酬	19,784,236.28	20,942,136.73	7,666,285.47	183,474.69
应交税费	28,225,935.83	34,013,682.78	6,224,709.84	5,863,715.79
其他应付款	1,978,886.30	1,695,436.36	933,709.95	-
其他流动负债	140,900,081.25	113,715,991.12	27,103,761.37	10,596,885.03
流动负债合计	223,161,360.38	187,015,895.04	50,999,020.29	20,446,423.53
非流动负债：				
递延收益	141,666.62	549,826.63	3,309,673.48	5,534,282.48
非流动负债合计	141,666.62	549,826.63	3,309,673.48	5,534,282.48
负债合计	223,303,027.00	187,565,721.67	54,308,693.77	25,980,706.01
所有者权益：				
实收资本/股本	66,666,666.00	66,666,666.00	30,000,000.00	1,070,000.00
资本公积	58,011,164.95	58,011,164.95	63,468,553.09	30,000.00
其他综合收益	202,651.77	174,724.31	1,059.39	-
盈余公积	33,333,333.00	21,976,375.85	5,405,429.51	5,000,000.00
未分配利润	603,696,824.76	248,021,983.78	41,944,361.83	50,522,666.56
归属于母公司所有者权益合计	761,910,640.48	394,850,914.89	140,819,403.82	56,622,666.56
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	761,910,640.48	394,850,914.89	140,819,403.82	56,622,666.56
负债和所有者权益总计	985,213,667.48	582,416,636.56	195,128,097.59	82,603,372.57

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、营业收入	587,924,339.56	424,022,298.96	174,799,925.53	103,167,075.62
减：营业成本	18,443,862.90	20,880,271.97	10,756,910.07	19,781,057.15
税金及附加	4,461,007.83	7,457,687.64	7,981,870.38	1,829,372.20
销售费用	54,997,846.66	37,472,585.48	14,663,655.48	4,755,024.31
管理费用	57,021,266.94	84,079,750.47	30,018,343.25	11,458,702.03

财务费用	7,865,243.11	-8,591,518.75	-2,278,160.44	-309,693.45
资产减值损失	469.11	-109,844.64	109,844.64	-
加：投资收益	3,325,199.58	3,005,227.09	1,519,816.74	-
其他收益	8,385,825.65	-	-	-
二、营业利润	456,845,668.24	285,838,593.88	115,067,278.89	65,652,613.38
加：营业外收入	7,312,090.20	10,990,904.47	10,119,631.75	50,000.47
其中：非流动资产处置利得	-	-	-	-
减：营业外支出	295,865.47	38,704.26	-	64,196.36
其中：非流动资产处置损失	35,106.13	-	-	27,777.80
三、利润总额	463,861,892.97	296,790,794.09	125,186,910.64	65,638,417.49
减：所得税费用	16,830,095.64	24,142,225.80	-2,078,767.23	-
四、净利润	447,031,797.33	272,648,568.29	127,265,677.87	65,638,417.49
归属于母公司所有者的净利润	447,031,797.33	272,648,568.29	127,265,677.87	65,638,417.49
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	27,927.46	173,664.92	1,059.39	-
(一)以后将重分类进损益的其他综合收益				
1.外币报表折算差额	27,927.46	173,664.92	1,059.39	-
六、综合收益总额	447,059,724.79	272,822,233.21	127,266,737.26	65,638,417.49
归属于母公司所有者的综合收益总额	447,059,724.79	272,822,233.21	127,266,737.26	65,638,417.49
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益				
(一)基本每股收益	6.71	4.19	2.57	10.22
(二)稀释每股收益	6.71	4.19	2.57	10.22

注：根据企业会计准则的规定，计算上述每股收益指标时未包含 2017 年 9 月资本公积和未分配利润转增股本的影响。

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	648,679,049.06	485,940,813.66	182,438,726.78	113,846,471.44
收到的税费返还	-	-	5,969,629.85	-
收到的其他与经营活动有关的现金	16,844,100.37	12,092,888.54	11,020,922.03	134,454.00
经营活动现金流入小计	665,523,149.43	498,033,702.20	199,429,278.66	113,980,925.44
购买商品、接受劳务支付的现金	16,098,674.79	23,574,611.72	7,455,330.49	17,858,155.69
支付给职工以及为职工支付的现金	58,928,649.59	50,024,743.32	18,400,688.30	8,349,538.70
支付的各项税费	65,233,372.49	40,027,960.00	20,546,605.89	10,991,844.64
支付的其他与经营活动有关的现金	64,618,201.75	53,061,197.08	20,527,630.20	7,494,124.24
经营活动现金流出小计	204,878,898.62	166,688,512.12	66,930,254.88	44,693,663.27
经营活动产生的现金流量净额	460,644,250.81	331,345,190.08	132,499,023.78	69,287,262.17
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	256,350,000.00	173,660,000.00	164,249,900.00	-
取得投资收益收到的现金	2,631,995.54	2,132,527.58	1,119,252.35	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金	10,000.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	258,991,995.54	175,792,527.58	165,369,152.35	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,848,028.19	4,251,787.39	175,445.28	1,222,963.73
投资支付的现金	286,950,000.00	271,660,000.00	197,249,900.00	-
投资活动现金流出小计	295,798,028.19	275,911,787.39	197,425,345.28	1,222,963.73
投资活动产生的现金流量净额	-36,806,032.65	-100,119,259.81	-32,056,192.93	-1,222,963.73
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	21,399,997.86	8,930,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	21,399,997.86	8,930,000.00	-

分配利润所支付的现金	79,999,999.20	50,000,000.00	52,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流出小计	79,999,999.20	50,000,000.00	52,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-79,999,999.20	-28,600,002.14	-43,070,000.00	-10,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-6,282,655.27	4,169,027.72	662,853.68	-49,583.06
五、现金及现金等价物净增加额	337,555,563.69	206,794,955.85	58,035,684.53	58,014,715.38
加：年初现金及现金等价物余额	323,862,694.46	117,067,738.61	59,032,054.08	1,017,338.70
六、年末现金及现金等价物余额	661,418,258.15	323,862,694.46	117,067,738.61	59,032,054.08

(四) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动资产：				
货币资金	276,662,399.70	284,759,663.73	139,326,912.27	49,225,534.78
应收账款	18,027,610.48	22,087,112.00	34,093,110.42	15,626,687.19
预付款项	1,927,947.81	1,015,744.45	320,408.62	121,073.70
应收利息	1,764,627.15	1,462,167.81	883,205.56	200,114.81
应收股利	400,000,000.00	-	-	-
其他应收款	2,071,993.45	2,631,019.95	870,951.04	397,669.70
存货	-	-	247,442.01	-
其他流动资产	3,559,162.43	8,450,300.69	-	5,969,629.85
流动资产合计	704,013,741.02	320,406,008.63	175,742,029.92	71,540,710.03
非流动资产：				
长期股权投资	23,318,776.00	23,318,776.00	10,508,741.00	10,000,000.00
固定资产	3,468,913.08	1,776,543.20	1,099,653.88	516,278.66
无形资产	579,900.74	399,949.04	45,124.83	25,358.61
长期待摊费用	2,902,411.56	174,231.04	411,257.40	564,505.97
递延所得税资产	2,539,568.60	1,782,023.36	2,563,402.68	-
其他非流动资产	-	585,635.71	-	-

非流动资产合计	32,809,569.98	28,037,158.35	14,628,179.79	11,106,143.24
资产总计	736,823,311.00	348,443,166.98	190,370,209.71	82,646,853.27
项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动负债：				
应付账款	1,151,120.37	348,283.12	1,018,723.35	1,870,173.15
预收款项	3,786,371.97	5,283,112.45	4,550,465.69	1,932,174.87
应付职工薪酬	7,882,066.22	9,989,817.12	7,299,632.78	145,287.19
应交税费	9,491,522.20	21,996,892.97	5,654,595.46	5,851,167.15
其他应付款	886,735.51	1,380,564.40	-	-
其他流动负债	10,157,805.26	14,256,186.88	20,817,376.83	10,596,885.03
流动负债合计	33,355,621.53	53,254,856.94	39,340,794.11	20,395,687.39
非流动负债：				
递延收益	141,666.62	549,826.63	3,309,673.48	5,534,282.48
非流动负债合计	141,666.62	549,826.63	3,309,673.48	5,534,282.48
负债合计	33,497,288.15	53,804,683.57	42,650,467.59	25,929,969.87
所有者权益：				
实收资本/股本	66,666,666.00	66,666,666.00	30,000,000.00	1,070,000.00
资本公积	58,011,164.95	58,011,164.95	63,468,553.09	30,000.00
盈余公积	33,333,333.00	21,976,375.85	5,405,429.51	5,000,000.00
未分配利润	545,314,858.90	147,984,276.61	48,845,759.52	50,616,883.40
所有者权益合计	703,326,022.85	294,638,483.41	147,719,742.12	56,716,883.40
负债和所有者权益总计	736,823,311.00	348,443,166.98	190,370,209.71	82,646,853.27

(五) 母公司利润表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、营业收入	79,072,222.86	248,391,534.49	172,588,075.94	103,021,444.55
减：营业成本	5,390,385.17	12,064,739.60	9,738,867.30	19,781,057.15
税金及附加	687,416.03	5,683,681.69	7,979,512.63	1,829,066.37
销售费用	4,999,496.86	8,972,301.68	7,696,783.88	4,755,024.31

管理费用	25,711,796.97	52,049,489.35	28,812,066.88	11,215,075.79
财务费用	1,949,303.50	-5,503,977.42	-2,172,813.98	-305,609.29
资产减值损失	469.11	-109,844.64	109,844.64	-
加：投资收益	451,974,112.29	2,935,179.31	1,450,704.07	-
二、营业利润	4,757,438.90	178,170,323.54	121,874,518.66	65,746,830.22
加：营业外收入	497,064,906.41	10,985,755.24	10,119,572.83	50,000.47
其中：非流动资产处置利得	3,081,666.72	-	-	-
减：营业外支出	-	35,363.35	-	64,196.36
其中：非流动资产处置损失	295,860.42	-	-	27,777.80
三、利润总额	35,106.13	189,120,715.43	131,994,091.49	65,732,634.33
减：所得税费用	499,850,712.71	23,411,252.00	-2,078,767.23	-
四、净利润	11,163,174.07	165,709,463.43	134,072,858.72	65,732,634.33
五、综合收益总额	488,687,538.64	165,709,463.43	134,072,858.72	65,732,634.33

(六) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	82,650,465.04	269,763,306.01	176,397,674.37	113,846,471.44
收到的税费返还	-	-	5,969,629.85	-
收到的其他与经营活动有关的现金	8,568,245.52	11,799,746.64	10,911,971.01	129,920.91
经营活动现金流入小计	91,218,710.56	281,563,052.65	193,279,275.23	113,976,392.35
购买商品、接受劳务支付的现金	5,723,405.69	11,395,337.72	9,144,447.86	17,858,155.69
支付给职工以及为职工支付的现金	25,707,649.51	31,472,508.53	17,318,778.11	8,324,564.84
支付的各项税费	26,638,500.27	27,751,113.42	20,517,180.44	10,991,844.64
支付的其他与经营活动有关的现金	13,219,308.08	20,740,069.75	13,311,192.18	7,321,084.31
经营活动现金流出小计	71,288,863.55	91,359,029.42	60,291,598.59	44,495,649.48
经营活动产生的现金流量净额	19,929,847.01	190,204,023.23	132,987,676.64	69,480,742.87

二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	152,350,000.00	165,660,000.00	142,449,900.00	-
取得投资收益所收到的现金	51,857,020.03	2,113,438.70	1,050,139.68	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收到的现金	10,000.00	412,157.60	-	-
投资活动现金流入小计	204,217,020.03	168,185,596.30	143,500,039.68	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,756,416.27	2,718,323.07	1,020,551.51	1,222,963.73
投资支付的现金	147,350,000.00	244,470,035.00	175,958,641.00	-
取得子公司支付的现金净额	-	-	-	10,000,000.00
投资活动现金流出小计	152,106,416.27	247,188,358.07	176,979,192.51	11,222,963.73
投资活动产生的现金流量净额	52,110,603.76	-79,002,761.77	-33,479,152.83	-11,222,963.73
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	21,399,997.86	8,930,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	21,399,997.86	8,930,000.00	-
分配股利所支付的现金	79,999,999.20	50,000,000.00	52,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动现金流出小计	79,999,999.20	50,000,000.00	52,000,000.00	10,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-79,999,999.20	-28,600,002.14	-43,070,000.00	-10,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-2,137,715.60	3,831,492.14	662,853.68	-49,583.06
五、现金及现金等价物净增加额	-10,097,264.03	86,432,751.46	57,101,377.49	48,208,196.08
加：年初现金及现金等价物余额	192,759,663.73	106,326,912.27	49,225,534.78	1,017,338.70
六、年末现金及现金等价物余额	182,662,399.70	192,759,663.73	106,326,912.27	49,225,534.78

二、审计意见类型及财务报表的编制基础

（一）审计意见

本公司聘请的德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计了公司 2014 年

12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日、2017年6月30日的合并及母公司资产负债表和2014年度、2015年度、2016年度、2017年1-6月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注。德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为此出具了标准无保留意见的“德师报（审）字（17）第S00333号”《审计报告》。

（二）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则》进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

三、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表合并范围的确认原则

公司直接或通过子公司间接拥有半数以上有表决权股份的被投资单位以及拥有半数以下表决权但对其具有实际控制权的被投资单位。

（二）报告期财务报表合并范围及变化情况

公司名称	是否合并			
	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
米哈游科技（上海）有限公司	是	是	是	是
米哈游有限公司	是	是	是	否
株式会社 miHoYo	是	是	是	否
哈游文化传媒（上海）有限公司	是	是	否	否
上海吼美科技有限公司	是	是	否	否
上海米哈游天命科技有限公司	是	否	否	否

1、2014年度

本公司于2014年7月9日在上海设立了全资子公司米哈游科技（上海）有限公司。截至2017年6月30日，本公司拥有其100%股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

2、2015年度

本公司于 2015 年 8 月 4 日在香港设立了全资子公司米哈游有限公司。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司拥有其 100% 股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

子公司米哈游有限公司于 2015 年 9 月 9 日在日本东京设立了其全资子公司株式会社 miHoYo。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司通过米哈游有限公司间接拥有其 100% 股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

3、2016 年度

本公司于 2016 年 2 月 6 日在上海投资成立了全资子公司哈游文化传媒（上海）有限公司。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司拥有其 100% 股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

本公司于 2016 年 6 月 16 日在上海投资成立了全资子公司上海吼美科技有限公司。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司拥有其 100% 股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

4、2017 年 1-6 月

本公司于 2017 年 5 月 17 日在上海投资成立了全资子公司上海米哈游天命科技有限公司。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司拥有其 100% 股权，自成立之日起纳入合并报表范围。

四、主要会计政策和会计估计

本公司财务报表所载财务信息根据下列主要会计政策和会计估计编制：

（一）主要的收入确认和计量具体方法

本公司的营业收入分为游戏运营收入、周边商品销售收入和其他业务收入，其具体确认原则为：

1、游戏运营收入

（1）游戏运营收入确认原则和方法

游戏运营收入按不同业务情况分为自主开发运营和授权运营，具体收入确认原则如下：

①自主开发运营

自主开发运营是指本公司对一款游戏同时从事游戏开发和游戏运营的业务模式。自主开发运营模式下，本公司向玩家销售可在游戏中购买虚拟道具的虚拟货币。自主开发运营模式下的收入确认方法参照适用《企业会计准则第 14 号--收入》第三章 提供劳务收入的相关规定，具体方法如下：

一旦玩家充值获取虚拟货币，通过支付平台获取的玩家充值款，公司将应收的玩家充值款总额计入预收款项，通过游戏平台获取的玩家充值款，公司将与游戏平台对账后确认的分成金额计入预收款项。

一旦玩家使用虚拟货币购买虚拟道具，对应的款项即计列于其他流动负债。公司根据玩家道具消耗情况确认营业收入，对于一次性道具，于游戏道具消耗时一次性确认为收入。对于耐用型道具，在道具预计使用周期内分期平均分摊确认为营业收入。

②授权运营

授权运营是指本公司对一款游戏仅从事游戏开发的业务模式。授权运营模式下本公司在许可区域及许可范围内向特定的被授权方授予游戏产品的独占销售权，被授权方负责后续相关游戏产品的销售并按照双方约定进行分成。授权运营模式下的收入参照适用《企业会计准则第 14 号--收入》第四章让渡资产使用权收入的相关规定，具体方法如下：

授权运营中，本公司对于向被授权方授予独占使用权而产生的一次性版权金收入作为递延收益，在协议约定的受益期间内按照直线法进行摊销；对于后续游戏产品分成，本公司在取得被授权方提供的按协议约定计算的数据后，按实际分成结果确认归属于公司部分的营业收入。

（2）收入确认采用总额法或净额法的说明

自主开发运营模式-独立运营（以下简称“独立运营”模式）下，公司采用总额法进行收入确认；自主开发运营模式-合作运营（以下简称“合作运营”模式）和授权运营模式下，公司采用净额法进行收入确认。

①独立运营模式下按照总额法进行收入确认原因和依据

在独立运营模式下，公司作为游戏推广和运营的主要义务人，承担充值手续费、推广费和渠道分成费等成本费用，享有单独决定产品和服务价格的权利以及选择充值环节供应商的权利，直接承担了玩家购买虚拟货币的退货风险和应收账款信用风险，且其收入总额是不固定的。因此，公司在独立运营模式下按照总额法进行收入确认。

A、主要义务人

独立运营是指公司不依赖于其他游戏运营企业，自主研发并独立运营产品的一种经营模式。在独立运营模式下，公司负责产品的研发、发布、推广和维护更新，同时为玩家提供云服务器和运营服务，玩家的充值通过支付宝等充值平台直接流向公司。因此在独立运营模式下，公司承担主要的运营责任，是游戏的主要义务人。

B、承担的费用

独立运营模式下，玩家充值款的来源分为两类：①玩家通过发行人官方网站下载游戏并在游戏内进行充值，这部分充值款公司无需支付渠道分成费，仅需要承担充值相关的手续费等费用；②公司与部分漫画、动画类网站合作，玩家通过该类网站下载游戏，这部分用户的充值款公司除了承担充值手续费外，还需要支付渠道分成费给上述网站。此外，公司还需要承担游戏产品的推广活动费以及研发、运营以及维护产生的相关成本费用等。

C、决定产品和服务价格

在独立运营模式下，公司有权独立决定游戏中的虚拟货币与真实货币的兑换价格，充值渠道商无法自行决定向玩家提供各种充值折扣或优惠，即公司有权决定同等金额的虚拟货币向玩家最终收取的真实货币价格。因此公司单独享有产品和服务的定价权。

D、选择供应商

在独立运营模式下，玩家的充值通过支付宝、微信等充值平台直接流向公司，因此公司享有选择提供充值服务的供应商的权利。此外，公司也有权选择为公司产品提供渠道推广服务及其他相关服务的渠道商或供应商。

E、承担风险

在独立运营模式下，公司直接向游戏玩家收取充值款，因此通常情况下，玩家购买虚拟货币的退货风险、应收账款的信用风险等充值环节的主要风险均由公司独立承担。

F、收入是否固定

在独立运营模式下，公司按照玩家充值流水金额扣除充值手续费后的金额与充值渠道商结算，充值手续费一般为充值流水金额的一定比例。因此公司所收到的收入总额是不固定的。

②合作运营和授权模式下按照净额法进行收入确认原因和依据

在合作运营模式和授权运营模式下，公司并非游戏推广和充值环节的主要义务人，不承担推广费和渠道成本等费用，没有单独决定产品和服务价格的权利，没有选择充值环节供应商的权利，也不直接承担玩家购买虚拟货币的退货风险和应收账款信用风险，且其收入总额是不固定的。因此，公司在合作运营和授权运营模式下按照净额法进行收入确认。

A、主要义务人

合作运营模式是指公司作为游戏开发商与合作运营商（一般为 APP 应用商店的运营方）合作运营公司游戏的一种模式。公司主要负责游戏产品的研发、运营以及维护，同时为玩家游戏提供客服服务，合作运营商拥有客户资源，负责公司产品的推广以及收取玩家的充值款。因此在合作运营模式下，公司与合作运营商共同承担运营责任，共同构成游戏的主要义务人。

授权运营是指公司对一款游戏仅从事游戏开发的业务模式。授权运营模式下公司在许可区域及许可范围内向特定的被授权方授予游戏产品的独占销售权。公司作为游戏开发商主要负责产品研发，其他义务如游戏的运营、维护、推广以及充值等工作均由授权运营商承担。因此在授权运营模式下，授权运营商主要承担运营责任，构成游戏的主要义务人。

B、承担的费用

在合作运营模式下，合作运营商负责公司产品的推广活动以及收取玩家的

充值款，并将充值流水金额扣减相关成本费用的金额按约定比例与公司进行分成。因此推广活动费、充值相关的渠道费和平台手续费、坏账、税费等均由合作运营商承担，公司主要承担游戏的研发、运营以及维护产生的相关成本费用。

在授权运营模式下，公司作为游戏开发商主要负责产品研发，因此公司主要承担游戏的研发费用，不承担游戏运营、维护、充值以及推广产生的相关费用。

C、决定产品和服务价格

在合作运营模式下，公司有权决定游戏中的虚拟货币与真实货币的兑换价格，但合作运营商可以自行决定向玩家提供各种营销折扣活动，即合作运营商有权决定同等金额的虚拟货币向玩家最终收取的真实货币价格。因此公司和合作运营商共同享有产品和服务的定价权。

在授权运营模式下，游戏中虚拟货币与真实货币的兑换价格以及同等金额的虚拟货币向玩家最终收取的真实货币价格均由授权运营商决定，公司并不享有产品和服务的定价权。

D、选择供应商

在合作运营模式和授权运营模式下，由合作运营商和授权运营商负责向玩家收取充值款，因此合作运营商和授权运营商均有权决定游戏玩家充值时可选择的充值平台，公司并不享有选择提供充值平台服务的供应商的权利。

E、承担风险

在合作运营模式和授权运营模式下，公司不会直接向游戏玩家收取充值款，因此通常情况下，玩家购买虚拟货币的退货风险、应收账款的信用风险等风险均由合作运营商和授权运营商承担，公司并不承担充值环节的主要风险。

F、收入是否固定

在合作运营模式下，公司按照合同约定的计费基础和分成比例与合作运营商结算，因此公司所收到的收入总额是不固定的；在授权运营模式下，公司来源于授权运营商的收入分为两种：版权金收入以及分成收入。除一次性收取的

固定金额版权金外，公司按照合同约定的计费基础和分成比例与授权运营商结算，因此公司在授权运营模式下的收入总额也是不固定的。

（3）游戏运营收入确认方法的补充说明

①死亡账户的收入确认方法

公司在财务核算上将连续 24 个月及以上时间未登入的游戏账号作为死亡账户处理，将连续 24 个月及以上时间未登入的账户中仍未使用的虚拟货币一次性确认为收入。具体理由如下：

A、连续 24 个月及以上时间未登入的玩家回流的概率较小

玩家在游戏中行为通常具有连续性，未登入游戏天数越长则玩家再次登入游戏的概率越低。公司运营数据也表明，连续 24 个月及以上时间未登入的玩家其再次登入游戏的概率较小。

B、对于连续 24 个月及以上时间未登入的玩家，公司无保留玩家购买记录的法定义务

根据文化部发布的《网络游戏管理暂行办法》第十九条，网络游戏企业应当保存网络游戏用户的购买记录。保存期限自用户最后一次接受服务之日起，不得少于 180 日。

②道具分类的方法

公司将目前运营的游戏产品中的道具分为一次性道具和耐用型道具，具体分类依据如下：

一次性道具具有以下特点：游戏玩家购买该种道具后，该道具只在使用道具一瞬间发挥作用。一次性道具主要包括：A、复活型道具。给予玩家在游戏中一次复活的机会，玩家控制的游戏角色在游戏中阵亡后使用该道具能够复活一次；B、关卡型道具。对于部分游戏关卡，玩家在某一特定的期间（通常为一天或一周）内可以体验的次数有限，玩家使用关卡型道具后可以增加该期间体验游戏关卡的次数。

耐用型道具具有以下特点：游戏玩家购买该种道具后，道具发挥作用时间为玩家使用道具期间。公司耐用型道具主要为玩家通过游戏关卡时虚拟游戏角

色使用的虚拟装备。公司游戏产品的主要玩法为玩家通过游戏关卡，游戏玩家在通过游戏关卡时通常仅可携带规定数量的虚拟装备，当玩家获得更为优秀的虚拟装备后，玩家会淘汰旧的虚拟装备换上新的虚拟装备。

③收入确认时点的确定

A、自主开发运营模式收入确认的时点

a、对于一次性道具，公司于游戏道具消耗的当月确认为收入；

b、对于耐用型道具，从玩家获得耐用型道具起确认为其他流动负债，在道具预计使用周期内平均分摊确认为营业收入。

B、授权运营收入确认的时点

a、对于版权金公司根据合同约定的授权开始时点起确认收入；

b、对于后续因游戏产品销售获得的分成额，公司在取得被授权方提供的结算金额后，按实际分成结果确认在结算的当期。

(4) 与部分同行业企业收入确认政策的对比情况

2016年共有3家游戏企业在A股上市分别为冰川网络（300533）、电魂网络（603258）和吉比特（603444），通过与上述3家企业比较，公司与同行业企业收入确认政策的差异如下：

①自主开发运营模式

A、独立运营

独立运营模式下，公司与冰川网络、电魂网络和吉比特收入确认政策一致，均采用按照道具消耗模式确认收入，对于不同类型的道具采用不同收入确认方法。

在对道具预计使用周期的估计上，公司与上述三家企业存在差异，上述三家企业采用估计玩家生命周期的方法来估计永久性道具的使用周期，公司采用直接估计道具预计使用周期的方式来估计耐用型道具的使用周期。

游戏产品的差异是同行业企业选择不同估计方法的重要原因，冰川网络、电魂网络和吉比特主要产品为客户端网络游戏，以冰川网络的产品为例说明其

与公司产品的差异，具体情况如下：①冰川网络的主要产品为角色扮演类游戏，冰川网络在游戏产品中销售的永久性道具主要是附加在原有的道具上发挥作用，该种情形下玩家购买的新道具和原有道具均在玩家购买道具之后的整个生命周期内发挥作用，因此对于该种道具消费模式更适合使用玩家生命周期作为永久性道具使用周期的估计；②公司游戏产品的主要玩法为玩家通过游戏关卡，游戏玩家在通过游戏关卡时通常仅可携带规定数量的耐用型道具，当玩家获得更好的耐用型道具后，玩家会淘汰旧的游戏道具换上新的游戏道具，因此耐用型游戏道具有一定的生命周期，耐用型游戏道具仅在玩家使用时发挥作用，在玩家淘汰后不发挥作用，因此对于该种道具更适合使用道具预计使用周期作为估计。

B、合作运营

合作运营模式下，公司采用了与独立运营模式一致的收入确认政策。该政策与冰川网络的收入确认政策一致，与电魂网络和吉比特的基本一致但存在一定的差异，具体情况如下：电魂网络和吉比特将所有自主开发运营模式-合作运营的分成金额不区分玩家是否购买道具以及道具具体购买类型，均按照玩家生命周期递延。

存在上述差异主要原因为：电魂网络和吉比特不做区分后收入确认无需依赖系统数据，按照与合作运营商对账的数据直接简化确认收入，核算较为简便。而公司由于能够获得完整的玩家在游戏中购买道具和道具使用的数据，按照道具消耗模式确认收入，核算更为精确。

②授权运营模式

授权运营模式下，公司的收入确认政策与电魂网络采用的基本一致，与冰川网络和吉比特存在差异，主要差异为冰川网络和吉比特均对授权运营分成金额按照玩家生命周期递延确认收入。根据吉比特的说明，其采用这种方式主要基于谨慎性原则，具体原文如下：“公司对来源于授权运营模式下的每月分成收入予以递延，在游戏虚拟货币被实际消费使用时，区分道具的性质分别确认收入。主要基于公司授权运营收入占比较高等因素的考虑，公司与同行业上市公司收入确认原则相比较，更为谨慎。”

授权运营模式下由被授权方负责后续相关游戏产品的销售，承担全部的运营责任，因此公司不需按道具预计使用周期进行递延处理，公司在取得被授权方提供的结算金额后直接确认在结算的当期，另外公司授权运营收入规模占比较小，与吉比特占比较高的情形不同。

2、周边商品销售收入

周边商品销售收入是指本公司销售动漫周边产品的营业收入。本公司在收取货款或客户签收取得收款权利后确认收入。

3、其他业务收入

其他业务收入主要包括推广业务收入及软件开发收入。

推广业务是指本公司在许可区域及许可范围内，与推广平台合作，提供应用程序内嵌信息推广条，并引导用户主动点击，以获得收益分成。

软件开发收入是指本公司为客户开发定制软件或定制软件模块的收入，在客户验收后确认收入。

（二）合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。一旦相关事实和情况的变化导致上述控制定义涉及的相关要素发生了变化，本公司将进行重新评估。

子公司的合并起始于公司获得对该子公司的控制权时，终止于本公司丧失对该子公司的控制权时。

子公司采用的主要会计政策和会计期间按照本公司统一规定的会计政策和会计期间厘定。

本公司与子公司互相之间发生的内部交易对合并财务报表的影响于合并时抵销。

（三）现金及现金等价物

现金是指企业库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指本

公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币交易在初始确认时采用与交易发生日即期汇率近似的汇率折算，与交易发生日即期汇率近似的汇率按业务发生当月月初的市场汇价中间价确定。

于资产负债表日，外币货币性项目采用该日即期汇率折算为人民币，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，均计入当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目的以交易发生日的即期汇率折算的的记账本位币金额计量。

2、外币财务报表折算

为编制合并财务报表，境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的所有资产、负债类项目按资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目按发生时的即期汇率折算；利润表中的所有项目及反映利润分配发生额的项目按与交易发生日即期汇率近似的汇率折算；折算后资产类项目与负债类项目和所有者权益类项目合计数的差额确认为其他综合收益并计入所有者权益。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用与现金流量发生日即期汇率近似的汇率折算，汇率变动对现金及现金等价物的影响额，作为调节项目，在现金流量表中以“汇率变动对现金及现金等价物的影响”单独列示。

年初数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

（五）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益；对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、实际利率法

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。本公司管理层认为，财务报表中按摊余成本计量的金融资产及金融负债的账面价值接近该等资产及负债的公允价值。

在计算实际利率时，本公司在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

2、金融资产的分类、确认和计量

金融资产在初始确认时划分为贷款和应收款项以及可供出售金融资产。以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。

（1）贷款和应收款项

贷款和应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收账款、应收利息及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（2）可供出售金融资产

可供出售金融资产包括除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益并计入资本公积，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按照成本计量。

3、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且能够对该影响进行可靠计量的事项。

（1）金融资产减值的客观证据

金融资产发生减值的客观证据，包括以下可观察到的各项事项：①发行方或债务人发生严重财务困难；②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；③本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；④债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组；⑤因发行方发生重大财务困难，导致金融资产无法在活跃市场继续交易；⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，包括该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化和债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况；⑦权益工具发行人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

（2）以摊余成本计量的金融资产减值

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，将其账面价值减记至按照该金融资产的原实际利率折现确定的预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生

的事项有关，原确认的减值损失予以转回，但金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

（3）可供出售金融资产减值

可供出售金融资产发生减值时，将原计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益并计入资本公积，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

（4）以成本计量的金融资产减值

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将其账面价值减记至与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。此类金融资产的减值损失一经确认不予转回。

4、金融资产的转移

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利已转移；（2）将金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；（3）该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金

融资产控制。

若本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

5、金融负债的分类、确认及计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。

金融负债在初始确认时划分为其他金融负债。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

6、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

7、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

8、权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的分配作为利润分配处理，发放的股票股利不影响股东权益总额。

（六）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	本公司将金额为人民币 100 万元以上（含人民币 100 万元）的应收账款及其他应收款确认为单项金额重大的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

信用风险特征组合的确定依据	本公司对除单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项及单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项之外的其余应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收账款组合的历史损失经验、目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失为基础，划分为两个组合，组合 1 为关联方应收款项、保证金、押金。其他应收款项为组合 2。
根据信用风险特征	组合 1 下的应收款项除发现减值迹象外一般不计提坏账准备。

组合确定的计提方法	组合 2 按账龄分析法计提坏账准备。
-----------	--------------------

组合 2 中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6 个月以内	-	-
6 个月-1 年	2	2
1-2 年	20	20
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由	将债务人发生严重财务困难等存在金融资产减值证据的应收款项进行单项测试计提坏账准备。
坏账准备的计提方法	个别认定法

（七）存货

1、存货的分类

本公司的存货主要包括库存商品。存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

存货发出时，采用先进先出法确定发出存货的实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

存货按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准备。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致

存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

存货盘存制度为永续盘存制。

（八）长期股权投资

1、控制的判断标准

控制是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

2、初始投资成本的确定

除企业合并形成的长期股权投资外其他方式取得的长期股权投资，按成本进行初始计量。

3、后续计量及损益确认方法

公司财务报表采用成本法核算对子公司的长期股权投资。子公司是指本公司能够对其实施控制的被投资主体。

采用成本法核算的长期股权投资按初始投资成本计价。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

（九）固定资产

1、确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	3	5	31.67
办公设备	5	5	19
运输设备	4	5	23.75

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

3、其他说明

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（十）无形资产

1、无形资产

无形资产包括软件使用权等，按成本进行初始计量。使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	预计净残值率（%）
软件使用权	直线法	3	-

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，必要时进行调整。

2、内部研究开发支出

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十一）长期资产减值

本公司在每一个资产负债表日检查长期股权投资、固定资产及使用寿命确定的无形资产是否存在可能发生减值的迹象。如果该等资产存在减值迹象，则估计其可收回金额。使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

估计资产的可收回金额以单项资产为基础，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，则以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。可收回金额为资产或者资产组的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之中的较高者。

如果资产的可收回金额低于其账面价值，按其差额计提资产减值准备，并计入当期损益。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十二）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用，包括装修费等。长期待摊费用在预计受益期间分期平均摊销。

（十三）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

本公司职工为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及本公司按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利全部为设定提存计划。本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十四）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

对于用以换取职工提供的服务的以权益结算的股份支付，本公司以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量，该公允价值的金额在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

授予日权益工具公允价值的确定方法为收益法。

（十五）政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产。政府补助根据相关政府文件中明确规定的补助对象性质划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

政府补助在能够满足政府补助所附条件且能够收到时予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已经发生的相关成本费用和损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

本公司对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行处理；难以区分的，将整体归类为与收益相关的政府补助。与本公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与本公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十六）递延所得税资产/递延所得税负债

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

1、当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。

2、递延所得税资产及递延所得税负债

对于某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

一般情况下所有暂时性差异均确认相关的递延所得税。但对于可抵扣暂时性差异，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认相关的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

本公司确认与子公司相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对于与子公司相关的可抵扣暂时性差异，只有当暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，本公司才确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

除与直接计入其他综合收益或所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

3、所得税的抵消

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵消后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（十七）租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或

当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（十八）研发费用

1、研发支出核算

（1）研发支出的范围

公司研发费用界定范围为因开发“崩坏”IP 下的游戏、漫画、动画等产品所支出的员工薪酬和采购支出。公司研发费用主要由研发人员薪酬和与研发相关的房屋租赁费用组成。公司在研发人员薪酬和房租物业费发生期间计提相关费用。

（2）研发支出核算管理

公司财务部负责研发支出的核算和归集。财务部每月根据研发支出的实际发生情况，按照该项支出在不同研发项目间的划分，分别进行入账，并设立辅助明细台账。

研究开发有关内容需要与外部单位合作或委托进行的，必须签订合同，并经过具有相应权限的管理人员审批才能生效。委托外部单位研发的费用根据研发进度进行确认。研究开发经费在使用过程中，研发部门负责人应按内控制度授权的规定执行，并按照不同的项目进行核销、归集并及时报销。研发部门因研究开发工作需要，购置研发设备、仪器达到本公司固定资产标准，须列入公司固定资产，并经公司固定资产管理部门签字审批后登记入账，公司将研发期间产生的折旧、摊销等计入研发费用。

2、区分研究阶段、开发阶段的标志事件

报告期公司研发支出均直接计入当期损益，不存在资本化的情形。公司以项目立项作为区分研究阶段、开发阶段的标志事件。公司研究阶段或开发阶段的区分标准如下：

公司根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》及其应用指南的规定，区分归属于研究阶段和开发阶段的研发费用。研究阶段是指为获取新的科学或技术知识并理解它们而进行的独创性的有计划调查；开发阶段是指在进行商业性

生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等。

由于公司研发项目收益的不确定性，在开发阶段公司无法预见未来是否能够产生经济利益，因此公司将开发阶段的支出计入当期损益。

（十九）重大会计估计

本公司在运用会计政策的过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上作出的。实际的结果可能与本公司的估计存在差异。

资产负债表日，会计估计中很可能导致未来期间资产、负债账面价值作出重大调整的关键假设和不确定性主要有：

1、耐用型道具预计使用周期

本公司游戏中的某些耐用型道具在预计使用周期内平均分摊确认为收入。本公司定期复核道具预计使用周期，以决定计入每个报告期的收入数额。道具预计使用周期是本公司根据历史玩家数据和消费行为而确定的。本公司将会定期跟踪玩家数据和消费行为，如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对收入进行调整。耐用型道具预计使用周期估计方法如下：

统计样本范围，满足以下条件的耐用型道具：①付费玩家付费获得的耐用型道具；②有使用记录的耐用型道具；③最近一个月无使用记录的耐用型道具。道具预计使用周期= $(X_1 + X_2 + \dots + X_i + \dots + X_N) / N$ 。其中： X_i 表示第 i 个符合条件道具玩家获得后开始使用到最后一次使用的间隔天数。 N 表示耐用型道具个数。

报告期《崩坏学园 2》统计的耐用型道具预计使用周期约为 3 个月，《崩坏 3》上线时间较短参照采用《崩坏学园 2》的估计结果。报告期内《崩坏学园 2》和《崩坏 3》均未发生在资产负债表日需要调整的情形。

2、股份支付

在授予职工权益工具时，管理层必须对授予股份的公允价值进行估计，包

括对公允价值评估模型的选择、模型输入变量的估计等。这些估计存在不确定性，实际的结果可能与本公司的估计存在差异。

（二十）报告期内会计政策和会计估计变更对公司的影响

1、营业收入确认会计政策变更

公司于 2016 年 9 月经董事会审议通过了关于变更营业收入确认会计政策的议案。自主开发运营模式下，变更前公司“基于虚拟货币的消费”确认营业收入，变更后公司“基于虚拟道具的消耗”确认营业收入。公司已按照《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的要求采用追溯调整法调整了申报报表。会计政策调整后，公司 2014 年和 2015 年的营业收入分别减少 1,245.86 万元和 1,886.70 万元。

2、政府补助会计政策变更

2017 年 5 月 10 日，财政部发布了修订后《企业会计准则第 16 号—政府补助》，自 2017 年 6 月 12 日起执行。公司采用未来适用法对上述会计政策变更进行会计处理，该会计政策变更未对可比年度财务报表产生影响。

变更前公司将用于补偿已经发生的相关成本费用和损失的与收益相关的政府补助均计入营业外收入，变更后公司将上述政府补助中与企业日常活动相关的部分计入其他收益，将与企业日常活动无关的部分计入营业外收入。会计政策调整后，公司 2017 年 1-6 月减少营业外收入 838.58 万元，增加其他收益 838.58 万元。

五、主要税收政策、主要税种及税率

（一）主要税种及税率

1、母公司主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税[注 1]	按应税收入额计征	17%、6%、3%
营业税[注 2]	按应税营业收入计征	5%
河道管理费	按应缴纳的营业税、增值税计征	1%
城市维护建设税	按应缴纳的营业税、增值税计征	7%

教育费附加	按应缴纳的营业税、增值税计征	3%
地方教育附加	按应缴纳的营业税、增值税计征	2%
企业所得税[注 3]	企业应纳税所得额	25%

注 1: 本公司于 2014 年 6 月被认定为增值税一般纳税人, 适用税率 6% 和 17%, 在此之前为小规模纳税人, 适用税率 3%。

注 2: 根据《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》(财税[2016]36 号)规定, 自 2016 年 5 月 1 日起, 在全国范围内全面推开营业税改征增值税。本公司原缴纳营业税的应税收入自 2016 年 5 月 1 日起缴纳增值税, 不再缴纳营业税。

注 3: 米哈游 2014、2015 年免征企业所得税, 2016 年至 2018 年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税。2017 年 1-6 月米哈游的全资子公司米哈游科技向母公司分配现金股利 4.5 亿元, 米哈游预计 2017 年不满足软件企业的税收优惠条件, 故 2017 年预计税率为 25%。

2、境内子公司主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税[注 1]	按应税收入额计征	17%、6%、3%
河道管理费	按应缴纳的营业税、增值税计征	1%
城市维护建设税[注 2]	按应缴纳的营业税、增值税计征	7%、5%、1%
教育费附加	按应缴纳的营业税、增值税计征	3%
地方教育附加	按应缴纳的营业税、增值税计征	2%
企业所得税[注 3]	企业应纳税所得额	25%

注 1: 米哈游科技(上海)有限公司在 2016 年 4 月被认定为一般纳税人, 适用增值税税率 6% 和 17%, 在此之前为小规模纳税人, 适用税率 3%; 上海吼美科技有限公司为一般纳税人, 适用税率 6% 和 17%; 哈游文化传媒(上海)有限公司和上海米哈游天命科技有限公司截至 2017 年 6 月 30 日为小规模纳税人, 适用税率 3%。

注 2: 米哈游科技(上海)有限公司 2015 年 4 月以前适用的城市维护建设税税率为 1%, 2015 年 4 月起调整为 5%; 哈游文化传媒(上海)有限公司和上海米哈游天命科技有限公司适用税率 5%; 上海吼美科技有限公司适用税率 7%。

注 3: 米哈游科技(上海)有限公司 2016、2017 年免征企业所得税, 2018、2019、2020 年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税。境内其余子公司适用税率 25%。

3、境外子公司主要税种及税率

税种	计税依据	税率
----	------	----

企业所得税（日本米哈游）	企业应纳税所得额	每年浮动
消费税（日本米哈游）	应税收入额	2015年至2016年免税，2017年起为8%
企业所得税（香港米哈游）	企业应纳税所得额	16.5%

（二）税收优惠及纳税合规情况

1、税收优惠

（1）软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半优惠

米哈游于 2014 年 6 月被认定为软件企业，根据财税（2012）27 号文规定，米哈游享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。

子公司米哈游科技于 2016 年 4 月被认定为软件企业，根据财税（2012）27 号文规定，米哈游科技享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。

优惠内容具体如下：

①执行利率及优惠期限

米哈游于 2014 年、2015 年免税，2016 年至 2018 年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，2017 年 1-6 月米哈游的全资子公司米哈游科技向母公司分配现金股利 4.5 亿元，米哈游预计 2017 年不满足软件企业的税收优惠条件，故 2017 年预计税率为 25%。

米哈游科技于 2016 年、2017 年免税，2018 年至 2020 年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税。

②减免金额及对同期利润的影响

报告期内发行人该项优惠减免金额分别为 1,533.79 万元、3,055.00 万元、4,856.41 万元和 10,383.01 万元，占同期利润总额的比例分别为 23.37%、24.40%、16.36% 和 22.38%。

（2）研发费用税前加计扣除优惠

根据《中华人民共和国企业所得税法》的相关规定，报告期内米哈游及米哈游科技享有研发费用税前加计扣除优惠。报告期米哈游及米哈游科技开展研

发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150% 在税前摊销。该项优惠为每年备案一次。

报告期内发行人该项优惠减免金额分别为 109.21 万元、254.48 万元、639.96 万元和 506.60 万元，占同期利润总额的比例分别为 1.66%、2.03%、2.16% 和 1.09%。

（3）增值税即征即退优惠

根据财政部、国家税务总局于 2011 年 10 月 13 日发布的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号），从 2014 年 6 月开始米哈游销售自行开发生产的计算机软件产品，按法定 17% 的税率征收增值税后，对实际税负超过 3% 的部分实行即征即退。

根据财政部、国家税务总局于 2011 年 10 月 13 日发布的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号），从 2016 年 10 月开始米哈游科技销售自行开发生产的计算机软件产品，按法定 17% 的税率征收增值税后，对实际税负超过 3% 的部分实行即征即退。

报告期内发行人该项优惠减免金额分别为 0 万元、916.57 万元、854.27 万元和 838.58 万元，占同期利润总额的比例分别为 0%、7.32%、2.88% 和 1.81%。

2、税收优惠批文

报告期内发行人享受的税收减免与优惠均履行了相关批准或审批程序，所获批文具体如下：

税收优惠	公司名称	批文编号	审批机构
软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半	米哈游	310104590397350	上海市徐汇区国家税务局与上海市地方税务局徐汇区分局
	米哈游科技	沪国税嘉四通（2017）3068号	上海市嘉定区国家税务局
		沪地税嘉四通（2017）1383	上海市地方税务局嘉定区

		号	分局
研发费用加计扣除	米哈游	3101045903973503914210001	上海市徐汇区国家税务局
		3101045903973503915210001	
	米哈游科技	QY0120160300700	上海市徐汇区国家税务局
		QY0120170302200	与上海市地方税务局徐汇区分局
增值税即征即退	米哈游	3101041503001447	上海市徐汇区国家税务局
	米哈游科技	WTSL161019225804	上海市嘉定区国家税务局

3、纳税合规情况

保荐机构取得并核查了税收主管机构出具的无违规证明文件及境外律师事务所以出具的法律意见书，确认公司及子公司在报告期内的纳税情况合法合规。

六、非经常性损益情况

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
非流动资产处置损益	-3.51	-	-	-2.78
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助(与公司业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	730.27	192.00	91.07	5.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-

与公司正常经营无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	332.52	101.55	60.86	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-25.13	48.95	4.33	-3.64
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
小计	1,034.14	342.50	156.25	-1.42
非经常性损益的所得税影响额	-252.02	-43.06	-	-
归属少数股东非经常性损益的影响数	-	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益影响净额	782.12	299.44	156.25	-1.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	43,921.06	26,965.42	12,570.32	6,565.26

七、最近一年内收购兼并情况

最近一年内本公司无收购兼并其他公司资产或股权的情况。

八、最近一期末主要固定资产及对外投资情况

（一）固定资产

截至 2017 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	折旧期限 (年)
电子设备	545.73	163.23	382.51	3
办公设备	232.82	24.11	208.71	5

运输设备	55.96	18.85	37.11	4
合计	834.51	206.18	628.33	-

（二）对外投资

截至 2017 年 6 月 30 日，公司对外投资情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	账面净值
可供出售权益工具	560.00	560.00
其中：按成本计量的	560.00	560.00
合计	560.00	560.00

报告期期末，发行人的对外投资为：①子公司吼美科技对神猫动漫的股权投资 200.00 万元，占该公司的股权比例为 8.00%；②子公司吼美科技对凌梦科技的股权投资 360.00 万元，占该公司的股权比例为 8.00%。

九、最近一期末无形资产情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	取得方式	账面原值	累计摊销	账面净值	摊销期限 (年)
软件使用权	外购	81.83	22.10	59.73	3
合计	-	81.83	22.10	59.73	-

十、最近一期末主要负债情况

（一）预收账款

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日
留存虚拟货币	2,112.15
其他	35.48
合计	2,147.63

（二）应付职工薪酬

单位：万元

项目	2017年6月30日
短期薪酬	1,879.76
其中：工资、奖金、津贴和补贴	1,785.26
社会保险费	48.96
住房公积金	45.54
离职后福利-设定提存计划	98.66
其中：基本养老保险	92.59
失业保险费	6.07
合计	1,978.42

（三）应交税费

单位：万元

项目	2017年6月30日
企业所得税	1,368.37
增值税	858.42
日本消费税	442.45
个人所得税	58.83
城建税	45.07
教育费附加	26.07
地方教育费附加	17.38
其他	6.00
合计	2,822.59

（四）其他流动负债

单位：万元

项目	2017年6月30日
递延的已购买道具	14,090.01
合计	14,090.01

十一、股东权益变动情况

报告期各期末，公司股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
实收资本/股本	6,666.67	6,666.67	3,000.00	107.00
资本公积	5,801.12	5,801.12	6,346.86	3.00
其他综合收益	20.27	17.47	0.11	-
盈余公积	3,333.33	2,197.64	540.54	500.00
未分配利润	60,369.68	24,802.20	4,194.44	5,052.27
归属于母公司所有者权益合计	76,191.06	39,485.09	14,081.94	5,662.27
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	76,191.06	39,485.09	14,081.94	5,662.27

（一）股本

本公司历次股本变动的具体情况参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“三、发行人的历史沿革”。

（二）资本公积

1、2014 年度资本公积无增减变动

2、2015 年度资本公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
资本溢价	3.00	6,343.86	-	6,346.86

2015 年资本公积增加的原因为 2015 年公司整体变更为股份有限公司，以 2015 年 8 月 31 日净资产 9,346.86 万元为基础，按照 3.1156:1 的比例折股为 3,000 万股，每股面值 1.00 元，其余的 6,346.86 万元计入资本公积。

3、2016 年度资本公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
资本溢价	6,346.86	2,787.59	3,333.33	5,801.12

2016 年公司计提或减少资本公积的事由包括：

（1）2016 年 6 月，经股东大会决议批准，公司授予 1.248% 的股份给予公

司部分员工，股份支付计入资本公积的金额为人民币 980.93 万元。

(2) 2016 年 6 月，公司将注册资本由 3,000.00 万元增至 3,333.3333 万元。新引入股东律者文化、考弥克文化和符华文化。三家新股东现金出资 2,140.00 万元，其中 333.3333 万元作为注册资本投入，其余 1,806.67 万元计入资本公积。

(3) 2016 年 9 月，经股东大会决议批准，公司注册资本从 3,333.3333 万元增加至 6,666.6666 万元，由资本公积转增股本，因此减少资本公积 3,333.3333 万元。

4、2017 年 1-6 月资本公积无增减变动

(三) 其他综合收益

报告期各期末，公司的其他综合收益余额均为外币财务报表折算差额。

(四) 盈余公积

1、2014 年度盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
法定盈余公积	-	500.00	-	500.00

截至 2014 年 12 月 31 日，公司注册资本 1,000.00 万元。根据公司章程规定，法定盈余公积按照当年净利润的 10% 提取，当公司法定盈余公积累计达公司注册资本 50% 以上时可不再提取。因此公司按当年净利润的 10% 计提法定盈余公积，直至累计金额达到公司注册资本的 50%，当年计提法定盈余公积 500.00 万元。

2、2015 年度盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
法定盈余公积	500.00	540.54	500.00	540.54

公司将 2015 年 8 月 31 日股改基准日前计提的法定盈余公积 500.00 万元全额用于转增股本并按股改基准日后至 2015 年 12 月 31 日净利润的 10% 提取法定

盈余公积 540.54 万元。

3、2016 年度盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
法定盈余公积	540.54	1,657.09	-	2,197.64

2016 年米哈游按当年净利润的 10% 提取法定盈余公积 1,657.09 万元。

4、2017 年 1-6 月盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额
法定盈余公积	2,197.64	1,135.70	-	3,333.33

2017 年 1-6 月公司按米哈游当年净利润的 10% 计提法定盈余公积，直至法定盈余公积金余额达到公司注册资本的 50%，即 3,333.33 万元。

（五）未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
年初未分配利润（累计亏损）	24,802.20	4,194.44	5,052.27	-11.58
加：本年归属于母公司股东的净利润	44,703.18	27,264.86	12,726.57	6,563.84
减：提取法定盈余公积	1,135.70	1,657.09	540.54	500.00
减：股利分配	8,000.00	5,000.00	5,200.00	1,000.00
减：转增股本及资本公积	-	-	7,843.86	-
年末未分配利润	60,369.68	24,802.20	4,194.44	5,052.27

报告期内公司股利分配情况如下：

根据公司 2014 年 6 月 6 日的股东会决议，公司分配现金股利 1,000.00 万元，截至招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2015 年 7 月 10 日的股东会决议，公司分配现金股利 1,200.00 万元，截至招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2015 年 8 月 10 日的股东会决议，公司分配现金股利 4,000.00 万元，截至招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2016 年 4 月 21 日的股东大会决议，公司分配现金股利 4,000.00 万元，截至招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2016 年 9 月 14 日的股东大会决议，公司分配现金股利 1,000.00 万元，截至招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2017 年 5 月 15 日的股东大会决议，公司分配现金股利 8,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

十二、现金流量情况

报告期内，公司主要现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	46,064.43	33,134.52	13,249.90	6,928.73
投资活动产生的现金流量净额	-3,680.60	-10,011.93	-3,205.62	-122.30
筹资活动产生的现金流量净额	-8,000.00	-2,860.00	-4,307.00	-1,000.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-628.27	416.90	66.29	-4.96
现金及现金等价物净增加额	33,755.56	20,679.50	5,803.57	5,801.47

十三、财务报表附注中的或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项和其他事项

（一）或有事项

截至 2017 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的重要或有事项。

（二）承诺事项

1、经营租赁承诺

截至 2017 年 6 月 30 日，公司对外签订的经营租赁合同情况如下：

单位：万元

最低租赁付款额	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
资产负债表日后第 1 年	982.95	932.85	136.99	125.93
资产负债表日后第 2 年	970.42	673.44	96.17	125.93
资产负债表日后第 3 年	646.81	668.09	-	94.44
以后年度	29.46	-	-	-
合计	2,629.64	2,274.39	233.16	346.29

2016 年公司与上海普天科创电子有限公司签署房屋租赁协议，租赁上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢 5 楼和 6 楼房产，2017 年 1-6 月公司与上海普天科创电子有限公司签署房屋租赁协议，租赁上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢 4 楼房产。因此 2016 年末及 2017 年 6 月末，发行人最低租赁付款额大幅增加。

2、资本承诺

报告期各期末，公司仅 2016 年末存在已签约但尚未于财务报表中确认的资本承诺，为公司新办公场所的装修款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
购建长期资产承诺	-	296.14	-	-
合计	-	296.14	-	-

（三）资产负债表日后事项

截至财务报告批准报出日（2017 年 8 月 25 日），公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（四）其他事项

截至招股书签署日，公司需要披露的其他事项如下：

1、增资事项

2017 年 9 月 11 日，米哈游召开 2017 年第一次临时股东大会，审议同意公司以现有总股本 6666.6666 万股为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股送红股 38 股，共计派送红股 25333.33308 万股；以资本公积向全体股东每 10 股转增 7 股，共计转增 4666.66662 万股。本次转增完成后，公司注册资本变更为

36,666.6663 万股，公司股东持股比例保持不变。2017 年 9 月 12 日，米哈游完成工商变更手续，本次股权增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	蔡浩宇	13,530.00	36.90
2	刘伟	7,456.35	20.34
3	罗宇皓	7,063.65	19.26
4	萍乡盈尚	4,950.00	13.50
5	律者文化	1,768.63	4.82
6	考弥克文化	974.69	2.66
7	符华文化	923.35	2.52
合计		36,666.67	100.00

2、利润分配事项

2017 年 9 月 11 日，米哈游召开 2017 年第一次临时股东大会，审议同意向全体股东分配现金股利 79,999,999.20 元，截至本招股说明书签署之日该现金股利已分配完毕。

十四、主要财务指标

（一）主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标情况如下：

财务指标	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率	4.32	3.07	3.74	3.99
速动比率	4.27	3.00	3.72	3.69
资产负债率（母公司）	4.55%	15.44%	22.40%	31.37%
每股净资产（元）	11.43	5.92	2.11	0.85
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.08%	0.11%	0.03%	0.04%
财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	4.95	5.77	6.52	13.05
存货周转率（次）	19.07	49.06	86.94	-

息税折旧摊销前利润（万元）	46,611.77	29,794.49	12,576.09	6,579.06
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营活动现金流量（元）	6.91	4.97	1.99	1.04
每股净现金流量（元）	5.06	3.10	0.87	0.87

注：各指标计算方法如下：

1. 流动比率 = 流动资产 / 流动负债
2. 速动比率 = (流动资产 - 预付款项 - 存货 - 其他流动资产) / 流动负债
3. 资产负债率 = 总负债 / 总资产
4. 每股净资产 = 归属于母公司所有者权益 / 2017年6月末总股本
5. 无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例 = 无形资产 / 期末净资产
6. 应收账款周转率 = 营业收入 / 应收账款期初期末平均余额
7. 存货周转率 = 营业成本 / 存货期初期末平均余额
8. 息税折旧摊销前利润 = 合并利润总额 + 利息支出 + 折旧 + 摊销
9. 利息保障倍数 = (合并利润总额 + 利息支出) / 利息支出
10. 每股经营活动的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 2017年6月末总股本
11. 每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 / 2017年6月末总股本

（二）每股收益和净资产收益率

根据《企业会计准则第 34 号——每股收益》及《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，报告期内公司净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2017 年 1-6 月	73.88%	6.71	6.71
	2016 年	103.09%	4.19	4.19
	2015 年	120.47%	2.57	2.57
	2014 年	227.88%	10.22	10.22
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2017 年 1-6 月	72.59%	6.59	6.59
	2016 年	101.95%	4.15	4.15
	2015 年	118.99%	2.54	2.54
	2014 年	227.93%	10.23	10.23

注：根据企业会计准则的规定，计算上述每股收益指标时未包含2017年9月资本公积和未分配利润转增股本的影响。

每股收益和净资产收益率的计算公式为：

1、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益可参照如下公式计算：

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十五、资产评估情况

公司聘请的上海申威资产评估有限公司，以 2015 年 8 月 31 日为评估基准日，对公司 2015 年整体变更为股份有限公司时的资产负债表进行了评估。上海申威资产评估有限公司于 2016 年 12 月 19 日向本公司出具“沪申威评报字（2016）第 0868 号”《上海米哈游网络科技有限公司股份制改制时公司资产和负债的追溯评估报告》，评估方法为资产基础法。根据该报告，至评估基准日，公司净资产的账面价值 93,468,553.09 元，评估值为 93,556,427.11 元，评估增值 87,874.02 元，增值率 0.09%。

十六、历次验资情况

公司历次验资情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“五、发行人历次验资情况”。

十七、保荐机构对财务会计信息的核查情况

保荐机构对资金流水情况、推广支出情况、大额费用跨期情况、硬件成本采购情况、人工薪酬支出情况的核查如下：

（一）资金流水核查

1、对发行人的资金流水核查

（1）核查范围

发行人报告期内所有银行账户的资金流水。

（2）核查内容

发行人银行账户的流入和流出交易背景是否真实，有无异常。

（3）核查方法

保荐机构独立从发行人开户银行打印了报告期内发行人所有银行账户的银行对账单，对报告期内发行人银行流水的流入和流出情况进行核查，判断其是否具有真实的交易背景

①资金流入核查

保荐机构核查了报告期内客户支付给发行人所有金额在 100 万元以上的银行流水，并抽取了部分 100 万元以下的银行流水，核实是否具有真实的交易背景以及流水金额与对账单、发票等支持性文件是否匹配。经核查，报告期内发行人银行流入情况基本正常，抽查的各笔交易均有真实的背景支持，报告期各期核查比例占当期资金流入的 90% 左右。

②资金流出核查

保荐机构核查了报告期内发行人所有金额在 100 万元以上的支出，并抽取了部分 100 万元以下的支出流水，核查是否均有真实的交易背景以及流水金额与对账单、发票等支持性文件是否匹配。经核查，报告期内发行人银行流出情况基本正常，抽查的各笔交易均有真实的背景支持，报告期各期核查比例占当期资金流出的 90% 左右。

（4）核查结论

经保荐机构核查，发行人银行账户的流入和流出交易背景真实，未发现异常。

2、对主要关联方的资金流水核查

（1）核查范围

发行人主要关联方蔡浩宇、刘伟、罗宇浩、杭州梵艺科技有限公司、杭州米加科技有限公司及杭州米艺科技有限公司主要的银行账户资金流水。

（2）核查内容

核查主要关联方是否存在异常的往来款项以及是否存在协助发行人进行自我充值的迹象。

（3）核查方法

①主要个人股东的银资金流水核查

保荐机构对发行人主要个人股东的资金流水进行核查，通过比对各股东的资金流入、资金流出情况，保荐机构未发现各股东将资金用于协助发行人自我充值及代发行人支付费用等异常情况。

A、主要个人股东资金流入的核查

保荐机构核查方式为核查所有金额 50 万元以上以及抽取部分金额 50 万以下的资金流入。报告期内发行人主要股东银行账户中流入资金的主要性质为公司分红、理财到期。除此之外各股东还存在零星的支付宝提现、归还个人借款的资金流入，款项性质均正常，保荐机构未发现异常情况。

B、主要个人股东资金流出的核查

保荐机构核查方式为核查所有金额 50 万元以上以及抽取部分金额 50 万以下的资金流出。报告期内发行人主要股东银行账户中流出资金的主要性质为认缴增资、购买理财和购置房产，除此之外各股东还存在零星的转入余额宝、个人借款、购车等资金流出，款项性质均正常，保荐机构未发现异常情况。

②其他主要关联方的资金流水核查

保荐机构核查了杭州梵艺科技有限公司、杭州米加科技有限公司及杭州米艺科技有限公司等三家主要关联方的银行对账单，未发现与公司自然人股东或配偶存在资金往来的情况。

保荐机构通过核查杭州米艺等三家关联方的银行对账单，发现存在财付通支付科技有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司和上海优刻得信息技术有限公司等共同客户、供应商的情况。由于三家关联方企业的经营范围及业务均与互联网相关，与发行人在业务上存在一定的相似性，保荐机构认为存在共同客户、供应商的情况较为正常，属于公司业务经营的正常需要。

（4）核查结论

经保荐机构核查，主要关联方的银行流水情况较为正常，未发现异常交易，未发现主要关联方存在协助发行人进行自我充值以及代发行人支付费用的迹象。

（二）推广支出情况核查

1、推广支出核查情况

（1）核查范围

报告期内发行人推广支出主要为广告费，保荐机构核查了发行人主要广告商包括：Septeni Co., Ltd.、Adways Inc.、上海摩邑诚广告有限公司公司、OZ FACTORY Inc.、北京景美广告有限公司、CAM FORCE, LTD.、NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.、TOEI ADVERTISING, LTD.、北京易利广告有限公司、珠海布卡科技有限公司、尊岸广告（上海）有限公司、乐视网信息技术（北京）股份有限公司和北京思恩客广告有限公司等，发行人向上述公司合计广告采购额占报告期推广支出的比例超过 60%。

（2）核查内容

核查发行人披露的主要广告供应商合作是否真实，采购规模是否合理，采购数据是否存在异常。

（3）核查方法

保荐机构取得发行人与主要广告商签署的合同；取得了境外的广告商提供的结算单；抽查了部分境内广告商开具的发票；函证及走访了部分主要广告商；对大额推广费支出核查是否存在真实的资金流水支出。报告期核查情况具体如下：

单位：万元

广告商名称	报告期合计采购金额	占同类采购比例	是否取得合同或结算单文件	是否走访	是否回函	是否抽查资金流水
Septeni Co., Ltd.	1,554.63	17.22%	是	是	是	是
Adways Inc.	2,837.54	31.44%	是	是	是	是
上海摩邑诚广告有限公司公司	308.35	3.42%	是	是	是	是
OZ FACTORY Inc.	219.19	2.43%	是	否	否	是
北京景美广告有限公司	815.65	9.04%	是	是	是	是
CAM FORCE, LTD.	349.81	3.88%	是	是	否	是
NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.	199.73	2.21%	是	是	是	是
TOEI ADVERTISING, LTD.	304.35	3.37%	是	是	是	是

北京易利广告有限公司	217.13	2.41%	是	否	是	是
珠海布卡科技有限公司	113.77	1.26%	是	是	否	是
尊岸广告（上海）有限公司	92.65	1.03%	是	否	否	是
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	47.30	0.52%	是	否	否	是
北京思恩客广告有限公司	75.76	0.84%	是	否	否	是
合计	7,135.87	79.06%	-	-	-	-

（4）核查结论

经上述核查，保荐机构认为发行人与上述供应商的合作真实，交易规模与发行人经营规模匹配，发行人披露的主要采购数据未发现异常。

2、自充值及体外支付推广费核查

保荐机构对发行人是否存在自充值或体外支付推广费情形的核查方法包括主要客户的函证和走访核查、主要供应商的函证和走访核查、发行人银行流水核查、发行人主要关联方核查、信息系统专项核查、充值平台的用户核查等，未发现发行人存在自充值或体外支付推广费的情形，具体核查如下：

（1）主要客户的函证和走访核查

保荐机构函证并走访了发行人主要客户，函证及走访的问题中包含：①是否存在代发行人支付采购款项的情况；②是否存在协助发行人自我充值的情况；③是否知晓发行人存在自我充值的情况。经函证和访谈，发行人主要客户均表示不存在上述情况。

（2）主要供应商的函证和走访核查

保荐机构函证并走访了发行人主要供应商，函证及走访的问题中包含：①是否存在其他方代发行人支付采购款项的情况；②是否存在协助发行人自我充值的情况；③是否知晓发行人存在自我充值的情况。经函证和访谈，发行人主要供应商均表示发行人不存在上述情况。

（3）发行人银行流水核查

保荐机构独立从发行人开户银行打印了报告期内发行人所有银行账户的银

行对账单，对报告期内发行人银行流水的流出情况进行核查。保荐机构核查了报告期内发行人所有金额在 100 万元以上的支出，并抽取了部分 100 万元以下的支出流水，核查是否均有真实的交易背景以及流水金额与对账单、发票等支持性文件是否匹配。经核查，报告期内发行人银行流出情况基本正常，抽查的各笔交易均有真实的背景支持，抽查的资金流水中不存在用于自充值的情形，报告期各期核查比例占当期资金流出的 90% 左右。

（4）发行人主要关联方的核查

保荐机构获取了发行人主要关联方报告期内主要的银行账户流水，核查主要关联方是否存在异常的往来款项以及是否存在协助发行人进行自我充值和代发行人支付推广费的迹象。经保荐机构核查，主要关联方的银行流水情况较为正常，未发现异常交易。保荐机构取得了主要关联方的银行对账单、注册会计师的访谈记录等外部支持性证据。

①主要个人股东的银行流水核查

保荐机构对发行人主要个人股东的资金流水进行核查，通过比对各股东的资金流入、资金流出情况，保荐机构未发现各股东将资金用于协助发行人自充值和代发行人支付推广费等异常情况。

②其他主要关联方的核查

A、流水核查

保荐机构核查了杭州梵艺科技有限公司、杭州米加科技有限公司及杭州米艺科技有限公司等三家主要关联方的银行对账单，未发现上述关联方将资金用于协助发行人自充值和代发行人支付推广费等异常情况。

保荐机构通过核查杭州米艺等三家关联方的银行对账单，发现存在财付通支付科技有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司和上海优刻得信息技术有限公司等共同客户、供应商的情况。由于三家关联方企业的经营范围及业务均与互联网相关，与发行人在业务上存在一定的相似性，保荐机构认为存在共同客户、供应商的情况较为正常，属于公司业务经营的正常需要。

B、对 Sky-mobi Limited 的补充核查

2014 年 1 月至 2016 年 10 月杭州梵艺科技有限公司、杭州米加科技有限公司以及杭州米艺科技有限公司均受 Sky-mobi Limited（原为纳斯达克上市公司，股票简称：MOBI）控制。Sky-mobi Limited 2015 年度和 2014 年度财务报告的审计机构为德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙），负责相关事务的审计师为陈晨，与发行人本次申请文件的申报会计机构和会计师一致。保荐机构访谈了陈晨，审计师表示对 Sky-mobi Limited 财务报告的审计当中未发现公司与发行人存在除披露的关联交易外其他的资金往来，也未发现公司有协助发行人进行自我充值、刷流水及代发行人垫付成本费用的情况。

（5）信息系统专项核查

保荐机构会同德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）就执行的 IT 审计程序展开了充分讨论，并分别出具了信息系统核查报告，具体核查内容包括：

①针对发行人 2017 年 6 月 30 日的关键信息系统一般控制的有效性核查；

②针对发行人的游戏产品《崩坏学园 2》在 2014 年 1 月至 2017 年 6 月和游戏产品《崩坏 3》在 2016 年 9 月至 2017 年 6 月运营数据的真实性、准确性、完整性的核查；

③针对发行人的游戏产品《崩坏学园 2》在 2014 年 1 月至 2017 年 6 月和游戏产品《崩坏 3》在 2016 年 9 月至 2017 年 6 月的财务系统引用运营系统数据的真实性、准确性、完整性的核查。

基于上述核查，保荐机构和申报会计师认为：公司于 2017 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的规定在所有重大方面保持了有效的与财务报表相关的信息系统一般控制；核查范围内的运营系统真实、准确、完整地记录公司的主要经营活动；核查范围内信息系统中的数据是真实、准确、完整的；核查范围内的财务系统引用核查范围内的运营系统数据真实、准确、完整。

（6）充值平台的用户核查

报告期公司独立运营模式下通过支付宝和财付通两个收款渠道商收取玩家的款项，公司能够获得一定的玩家信息。根据《非银行支付机构网络支付业务

管理办法》，相关平台的用户信息截至报告期期末已经全部要求实名认证。

①充值平台的合作情况

A、支付宝平台

公司能够查询到玩家充值的支付宝账号、姓名以及手机号等信息，报告期公司与支付宝的结算金额为 44,606.96 万元，占公司结算总额的比例为 30.72%。

B、财付通平台

公司目前仅开通微信充值，该种模式下的充值，财付通公司向公司提供一个用户识别码，公司能够获取每一笔订单对应的用户识别码。报告期公司与财付通结算金额为 9,975.90 万元，占公司结算总额的比例为 6.87%。

②保荐机构执行的重要核查程序

在保荐机构的监督下，公司下载并将上述信息导出给保荐机构，保荐机构主要执行以下核查程序：

A、集中度核查

对于每月支付平台的明细数据，保荐机构按用户进行分类汇总，保荐机构获得用户月度充值汇总数，保荐机构分析发现单月充值金额在 1,000 元以下的用户是公司充值用户的主要组成部分，充值金额较高的玩家较少，与系统记录的数据一致，公司月度充值分散。保荐机构将报告期每个月充值金额在 1,000 元以上的玩家数据合并在一个数据表格中，按用户进一步分类汇总，经过分类汇总保荐机构发现报告期公司充值金额大于 10 万元以上的玩家数据较少，与公司系统记录的情形一致，未发现公司存在大量充值来源于少数几个用户情形。

B、分析性核查

保荐机构执行的分析性程序具体包括：①保荐机构将上述明细信息按月汇总并与公司财务报表中收入计算中的数据按月比较，确认明细数据与汇总数据基本一致；②保荐机构对支付宝和财付通的月度结算总金额、充值总次数、充值账号总数、充值账号月均充值金额等指标变化进行了分析，并就分析的情况与发行人进行了访谈，确认公司业务变化情况与上述波动情况一致；

综上所述，根据核查，保荐机构认为发行人不存在自充值或体外支付推广费的情形。

（三）大额费用跨期核查

1、报告期发行人不存在通过预付账款长期挂账，资金流向体外的情形

报告期各期末公司预付款项余额分别为 12.11 万元、100.63 万元、471.18 万元和 459.32 万元。公司预付款项主要为广告采购费和云服务采购费，单笔预付款项均较小。

保荐机构查阅与主要预付账款相关的合同以及资金流水，并核查主要预付账款的挂账时间。经核查，保荐机构认为：报告期公司主要预付款项均存在对应的交易背景支持，且账龄均在 1 年以内，账龄较短，不存在公司通过预付账款长期挂账，资金流向体外的情形。

2、报告期发行人不存在大额费用跨期情形，不存在推迟正常经营所需费用支出、通过延迟成本费用发生时间增加利润的情形

报告期各期发行人的大额成本费用项目，主要包括各类员工薪酬、渠道分成费、云服务费、广告费、股权激励费用等。保荐机构具体核查内容如下：

①员工薪酬

保荐机构取得发行人工资相关材料并对比分析每年年初及年末的工资发放情况。报告期内公司员工薪酬均为按月计提并发放，除年末计提年终奖金外，各月薪酬情况较为稳定，公司年初薪酬发放情况正常。

②渠道分成费

保荐机构取得发行人与主要渠道商签订的合同以及报告期内各月的结算单，报告期内发行人根据合同约定的计费基础及分成比例按月确认渠道分成费。

③云服务费

保荐机构经取得发行人与主要云服务商签订的合同以及云服务结算单，报告期内发行人均依结算单按月确认云服务费。

④广告费

保荐机构取得发行人与主要广告商签订的合同，并取得境外主要广告商提供的广告结算单。报告期内发行人在境外的广告采购主要依结算单按月确认广告费，在境内的广告采购主要按照合同约定的时间确认广告费，存在合同期间跨越两个会计年度的情形公司按合同时间在两个会计年度分摊广告费用。

⑤股权激励费用

2016年6月，经股东大会决议批准，公司将增资后占全部股本的1.248%的股份授予公司的部分员工，基于授予价格和公允价格的差异，公司确认980.93万元股权激励费用，该部分费用均在2016年度内确认。

经上述核查，保荐机构认为：报告期发行人不存在大额费用跨期情形，不存在推迟正常经营所需费用支出、通过延迟成本费用发生时间增加利润的情形。

(四) 硬件成本采购、人工薪酬支出核查

1、发行人报告期内服务器等硬件成本采购的核查

经查阅冰川网络、电魂网络、吉比特、昆仑万维、游族网络和掌趣科技等六家同行业上市公司公开信息，发行人与同行业上市公司电子设备等硬件采购对比情况如下：

单位：万元

公司（注）	物理服务器情况	2014-2016年平均年采购金额
冰川网络	存在较多物理服务器	312.71
电魂网络	存在较多物理服务器	82.33
吉比特	存在较多物理服务器	477.15
昆仑万维	存在较多物理服务器	805.35
游族网络	存在较多物理服务器	2,388.11
掌趣科技	存在较多物理服务器	990.86
平均	存在较多物理服务器	842.75
发行人	物理服务器较少	102.50

发行人云服务采购金额	-	239.22
------------	---	--------

注：冰川网络未披露 2014 年的电子设备采购的详细数据，电魂网络、吉比特未披露 2014、2015 年的电子设备采购的详细数据。

从上表中可以看出，相较于同行业上市公司，发行人 2014-2016 年内电子设备等硬件采购金额较小，2014-2016 年公司采购的电子设备主要为电脑等，金额分别为 49.78 万元、88.96 万元和 168.77 万元。同行业公司采购的电子设备每年平均在 800 万元左右，与发行人采购规模差异较大。造成差异的主要原因为同行业公司采购的物理服务器较多，发行人物理服务器采购金额较小，2014-2016 年发行人主要采用云服务提供数据支持，2014-2016 年云服务采购金额分别 61.61 万元、153.32 万元和 502.72 万元。造成发行人和同行业企业物理服务器采购规模差异较大的主要原因如下：

（1）移动端游戏相较客户端游戏数据需求更小

2014-2016 年发行人游戏产品均为移动游戏产品，同行业上市公司均存在客户端游戏产品，相较客户端游戏产品，移动游戏产品一般内容较少，对数据量需求相对较小。公司通过采购云服务，减少了物理服务器初期采购的支出，虽然后续单位成本较高，但由于整体数据需求量较小且无须配备服务器维护人员，发行人整体成本更低。

（2）公司运营游戏数量较少

2014-2016 年发行人主要游戏为《崩坏学园 2》和《崩坏 3》，对比同行业上市公司，发行人游戏产品均为自主研发，运营的产品数量较少。同行业公司中掌趣科技、昆仑万维、游族网络等代理运营游戏较多，对服务器数量要求较高。采购物理服务器虽然前期成本较高，但后期成本相较云服务更低，更适合运营游戏数量较多的公司。

（3）国内云服务起步时间较晚

对比的同行业上市公司均成立于 2008 年及以前，成立时间较早。国内云服务业务起步时间较晚，国内主要云服务提供商主要在 2010 年左右开始推广其云服务业务，此时对比的同行业上市公司已较为习惯采用物理服务器为游戏提供支持，并已采购了一定金额的物理服务器和配备了相关维护管理人员，改变服

务器采购种类的成本较高。后期虽同行业公司也开始采购云服务，但仍保持了一定规模的物理服务器采购量。

综上所述，保荐机构认为发行人报告期内物理服务器等硬件采购与行业存在差异具备合理性。

2、发行人人工薪酬支出的核查

经查阅冰川网络、电魂网络、吉比特、昆仑万维、游族网络和掌趣科技等六家同行业上市公司公开信息，各家公司 2014-2016 年人工薪酬详细情况如下：

单位：万元

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	薪酬总额 (注 1)	平均薪酬 (注 2)	薪酬总额	平均薪酬	薪酬总额	平均薪酬
电魂网络	13,623.36	23.53	12,997.45	19.42	9,119.64	17.70
冰川网络	12,227.77	17.47	9,662.70	16.76	7,931.75	15.96
吉比特	16,436.44	45.59	8,263.25	22.65	7,795.49	21.90
掌趣科技	26,911.39	15.92	16,744.82	9.79	13,150.49	9.78
昆仑万维	24,044.71	34.87	17,688.24	20.56	17,759.06	17.64
游族网络	36,307.21	22.41	18,814.75	16.51	12,492.33	14.71
行业平均	21,591.81	26.63	14,028.53	17.62	11,374.79	16.28
发行人	6,788.09	40.05	2,646.17	34.18	972.46	39.42

注 1：由于同行业上市公司大部分未披露详细的员工薪酬情况，因此同行业可比企业员工薪酬总额统一取自于现金流量表中“支付给职工以及为职工支付的现金”科目。

注 2：同行业上市公司中电魂网络和吉比特 2014、2015 年员工平均薪酬数据取自公司招股说明书公开披露信息，除此之外各家公司均未披露详细薪酬情况，按平均薪酬=员工薪酬总额/平均人数求得，平均人数按期初人数加期末人数合计除以 2 计算。

从上表中可以看出，2014-2016 年发行人薪酬总额均低于同行业平均水平，而员工平均薪酬较高。

造成发行人薪酬总额低于同行业平均水平的主要原因为报告期内公司员工人数较少，原因包括：①公司成立时间较短，2014 年初人数较少，2014-2016

年员工数量仍在增长。同行业可比公司大部分成立时间较长，部分公司员工人数达到一定数量以后已趋于稳定；②公司对招聘的人才要求较高，制约了员工数量迅速增长；③对比同行业可比公司，发行人游戏产品均为自主研发，运营的产品数量较少。可比公司中掌趣科技、昆仑万维、游族网络等代理运营游戏较多，需要配备更多的员工。

造成发行人平均薪酬高于同行业平均水平的主要原因包括：①2014-2016年公司盈利水平大幅提高，公司分别实现营业收入 1.03 亿元、1.75 亿元和 4.24 亿元，净利润 0.66 亿元、1.27 亿元和 2.73 亿元。由于公司盈利水平提升，因此员工平均薪酬也相对较高。②公司对招聘的人才要求较高，公司三位创始人均为上海交大的硕士毕业生。公司在招聘方面走“精英”路线，偏好招聘学历较高的专业性人才，同时公司还注重研发人员的工作实践经验，公司研发团队中的骨干人员，大部分具备知名的互联网企业工作经验。为招聘到优秀的人才，公司薪酬水平向一流的互联网企业看齐。公司的人才战略效果较为显著，截至 2017 年 6 月 30 日，公司研发人员中 985 学校毕业的占比 39.31%、硕士研究生以上学历占比 30.06%。

综上所述，保荐机构认为发行人报告期内人工薪酬支出与行业存在差异具备合理性。

3、云服务采购、人工薪酬变化与收入指标不存在明显背离

报告期各期发行人云服务采购、员工薪酬支出与收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
云服务费	607.59	502.72	153.32	61.61
薪酬支出	5,191.61	6,788.09	2,646.17	972.46
收入	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71

注：2014 年云服务费较低的主要原因为当年公司授权运营收入占比较高，授权运营模式下公司无需承担服务器支出。

从上表中可以看出，报告期内发行人收入大幅增长，同期云服务费与薪酬支出也大幅增长，发行人云服务采购、人工薪酬变化与收入指标不存在明显背

离。

4、关于体外支付薪酬的核查

2014-2016 年发行人员工平均薪酬与同行业及同地区薪酬水平对比具体情况如下：

单位：万元

平均薪酬	2016 年	2015 年	2014 年
电魂网络	23.53	19.42	17.70
冰川网络	17.47	16.76	15.96
吉比特	45.59	22.65	21.90
掌趣科技	15.92	9.79	9.78
昆仑万维	34.87	20.56	17.64
游族网络	22.41	16.51	14.71
行业平均	26.63	17.62	16.28
上海市城镇单位就业人员平均工资	暂无	10.92	10.03
上海市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资	暂无	18.34	17.02
发行人	40.05	34.18	39.42

注 1：同行业上市公司中电魂网络和吉比特 2014、2015 年两年的员工平均薪酬数据取自公司招股说明书公开披露信息，除此之外各家公司均未披露详细薪酬情况，按平均薪酬=员工薪酬总额/平均人数求得。员工薪酬总额取自于现金流量表中“支付给职工以及为职工支付的现金”科目，平均人数按期初人数加期末人数合计除以 2 计算。

注 2：上海市城镇单位就业人员平均工资以及上海市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资均取自国家统计局公开数据，其中 2016 年数据暂未公开。

从上表中可以看出，发行人员工薪酬水平显著高于同行业及同地区平均水平，因此保荐机构认为，发行人存在体外支付薪酬的可能性较低。

同时保荐机构查阅了报告期内发行人所有的银行对账单，未发现存在异常的资金往来；查阅了主要关联方报告期内主要的银行对账单，未发现主要关联方与发行人及发行人的董事、监事、高管以及其他员工存在异常资金往来的情形。

综上所述，保荐机构认为发行人不存在体外支付薪酬的情形。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司提醒投资者注意，以下讨论分析应结合本公司经审计的财务报告和招股说明书披露的其他信息一并阅读。

一、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产规模与构成分析

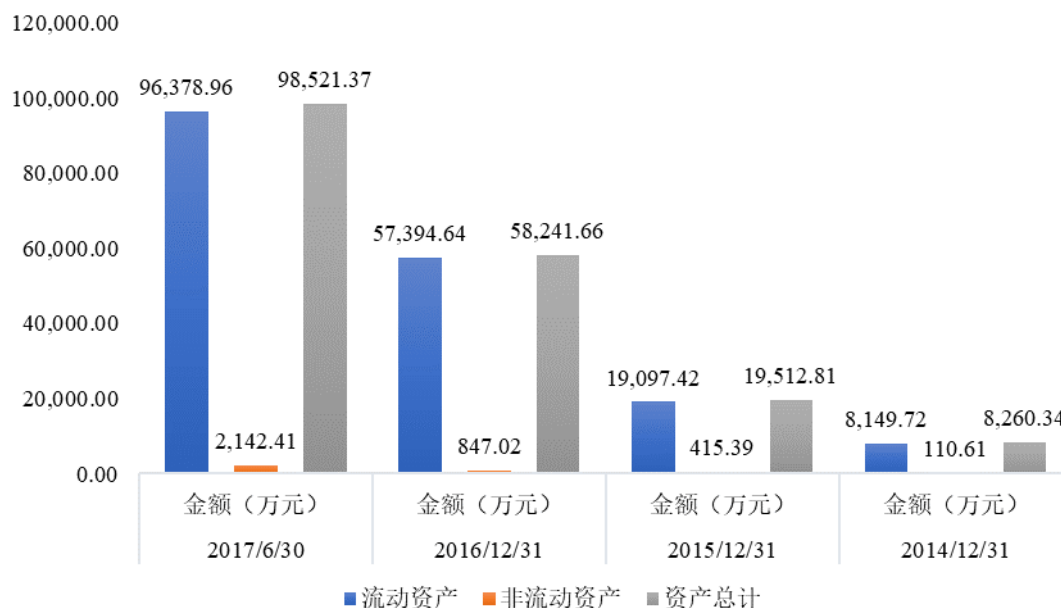
本公司报告期各期末资产规模与构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	96,378.96	97.83%	57,394.64	98.55%	19,097.42	97.87%	8,149.72	98.66%
非流动资产	2,142.41	2.17%	847.02	1.45%	415.39	2.13%	110.61	1.34%
资产总计	98,521.37	100.00%	58,241.66	100.00%	19,512.81	100.00%	8,260.34	100.00%

报告期各期末公司资产变动情况如下：

报告期各期末公司资产变动情况



资产规模情况：报告期各期末，公司的资产总额分别为 8,260.34 万元、

19,512.81 万元、58,241.66 万元和 98,521.37 万元，增长幅度分别为 136.22%、198.48% 和 69.16%。报告期各期末公司资产总额持续增长的主要原因为公司盈利水平较高，资产规模随盈利的积累逐渐增加。

资产结构方面：报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 98.66%、97.87%、98.55% 和 97.83%。流动资产占比较高的主要原因为：①报告期内公司非流动资产投资较少。报告期内公司经营场所系租赁取得，且通过采购云服务运营游戏产品，购置的固定资产主要为电脑等电子设备，单体价值和总价值均较低；②报告期内公司盈利较多，主要累积在流动资产上。

2、流动资产

单位：万元

项目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	81,541.83	84.61%	44,586.27	77.68%	15,006.77	78.58%	5,903.21	72.43%
应收账款	12,835.41	13.32%	10,921.66	19.03%	3,784.44	19.82%	1,577.67	19.36%
预付款项	459.32	0.48%	471.18	0.82%	100.63	0.53%	12.11	0.15%
应收利息	278.61	0.29%	156.61	0.27%	88.32	0.46%	20.01	0.25%
其他应收款	574.81	0.60%	353.54	0.62%	92.51	0.48%	39.77	0.49%
存货	133.07	0.14%	60.37	0.11%	24.74	0.13%	-	-
其他流动资产	555.92	0.58%	845.03	1.47%	-	-	596.96	7.32%
流动资产合计	96,378.96	100.00%	57,394.64	100.00%	19,097.42	100.00%	8,149.72	100.00%

(1) 货币资金

报告期各期末，公司的货币资金主要由银行存款构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	4.29	0.01%	4.56	0.01%	0.67	0.00%	0.82	0.01%
银行存款	63,904.56	78.37%	31,623.99	70.93%	11,584.29	77.19%	5,793.94	98.15%
其他货币	17,632.98	21.62%	12,957.72	29.06%	3,421.82	22.80%	108.44	1.84%

资金								
合计	81,541.83	100.00%	44,586.27	100.00%	15,006.77	100.00%	5,903.21	100.00%

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 5,903.21 万元、15,006.77 万元、44,586.27 万元和 81,541.83 万元，占流动资产比例分别为 72.43%、78.58%、77.68% 和 84.64%。报告期内公司货币资金余额持续增长的主要原因为公司游戏产品收入持续增长且盈利水平较高，随着玩家充值金额的持续增加，公司留存的货币资金相应增加。

公司的其他货币资金为存放在银行的结构性存款、存放在第三方支付平台尚未转入银行账户的资金以及在途资金。公司 2017 年 6 月末其他货币资金余额较高主要系公司存放了较多的结构性存款所致。

（2）应收账款

①应收账款概况

报告期各期末，公司应收账款的具体情况如下：

单位：万元

科目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
应收账款总额	12,835.46	17.52%	10,921.66	187.76%	3,795.42	140.57%	1,577.67
减：坏账准备	0.05	不适用	-	-100.00%	10.98	-	-
应收账款净额	12,835.41	17.52%	10,921.66	188.59%	3,784.44	139.88%	1,577.67

报告期各期末公司应收账款净额分别为 1,577.67 万元、3,784.44 万元、10,921.66 万元和 12,835.41 万元，应收账款增加主要原因：公司推出的崩坏系列游戏产品得到市场的充分认可，公司移动游戏收入快速增加，报告期公司移动游戏收入分别为 9,518.38 万元、17,147.21 万元、42,176.89 万元和 58,671.97 万元。

②发行人坏账准备计提情况

公司与同行业可比公司的坏账准备计提比例政策见下表所示：

公司	计提比例						
	0-6个月	6个月-1年	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
米哈游	-	2%	20%	50%	100%	100%	100%
冰川网络	5%	5%	10%	30%	50%	80%	100%
杭州电魂	5%	5%	10%	20%	100%	100%	100%
昆仑万维	5%	5%	10%	20%	100%	100%	100%
吉比特	5%	5%	10%	30%	50%	80%	100%
游族网络	5%	5%	10%	50%	100%	100%	100%
掌趣科技	1%	1%	10%	50%	100%	100%	100%

由上述同行业对比可知，对于 1 年以内的应收账款，公司的坏账计提比例低于同行业公司；1-5 年的应收账款，公司的坏账计提比例高于同行业公司；5 年以上的应收账款，公司的坏账计提比例与同行业一致。造成上述差异的主要原因为：公司的客户主要为行业内知名企业，应收账款回款情况良好，1 年内应收账款坏账损失的概率较小，因此公司确定的坏账计提比例略低于同行业上市公司。而对于超过 1 年未能收回的应收账款，公司从谨慎性的角度考虑确定的坏账计提比例略高于同行业上市公司。

报告期内，公司主要客户不存在延长信用期的情形。按照坏账准备政策，公司于 2015 年 12 月 31 日按照信用风险特征组合计提应收账款坏账准备人民币 109,844.64 元，于 2017 年 6 月 30 日按照信用风险特征组合计提应收账款坏账准备人民币 469.11 元。报告期内，公司的坏账准备计提充分，主要原因如下：

A、公司年末应收账款前十名对象主要为知名的游戏平台的运营方信用良好，应收账款通常都能及时回款，应收账款回收风险较低。据公司的历史情况，报告期公司应收账款质量较高，不存在未能回收应收账款的情形。

B、与同行业的对比，公司坏账计提政策和比例与同行业基本一致。公司严格按照指定的坏账计提政策计提的相应的坏账准备。

③余额前十名客户情况

报告期各期末应收账款余额前十名客户情况如下：

2017 年 1-6 月

单位：万元

2017年1-6月

余额前十位	客户类型	信用期	结算金额	占比	应收账款	账龄	坏账准备
Apple Inc.	合作	45日	27,639.57	44.40%	8,555.96	6个月以内	-
Google Inc.	合作	注	3,413.22	5.48%	952.80	6个月以内	-
上海幻电信息科技有限公司	合作	15日	2,595.59	4.17%	878.36	6个月以内	-
深圳市腾讯计算机系统有限公司	合作	30日	1,092.61	1.76%	660.89	6个月以内	-
北京瓦力网络科技有限公司	合作	20日	816.26	1.31%	623.04	6个月以内	-
华为软件技术有限公司	合作	10日	1,266.13	2.03%	397.42	6个月以内	-
广州爱九游信息技术有限公司	合作	15日	1,165.69	1.87%	199.73	6个月以内	-
广东天宸网络科技有限公司	合作	30日	514.20	0.83%	195.60	6个月以内	-
东莞市讯怡电子科技有限公司	合作	10日	470.28	0.76%	67.02	6个月以内	-
北京世界星辉科技有限责任公司	合作	30日	552.00	0.89%	65.80	6个月以内	-
合计	-	-	39,525.55	63.50%	12,596.62	-	-

注 1：信用期是指双方对账开票后结算款项的期限，Apple Inc.及 Google Inc 的信用期与开立发票时间无关，Apple Inc.合同约定在出具结算单后 45 日内付款，Google Inc 通常在出具结算单后一个月内付款。

注 2：结算金额是指各运营模式下的充值流水净额及授权金摊销金额、周边销售收入金额以及其他业务收入金额。

注 3：占比指占当期结算金额的比例。

注 4：“合作”指合作运营商，“授权”指授权运营商，推广业务指推广业务合作商。

2016年度

单位：万元

2016年度

余额前十位	客户类型	信用期	结算金额	占比	应收账款	账龄	坏账准备
-------	------	-----	------	----	------	----	------

Apple Inc.	合作	45 日	19,081.18	36.71%	6,290.47	6 个月以内	-
上海幻电信息科技有限公司	合作	15 日	3,047.13	5.86%	1,136.79	6 个月以内	-
北京瓦力网络科技有限公司	合作	20 日	810.67	1.56%	588.39	6 个月以内	-
深圳市腾讯计算机系统有限公司	合作	30 日	755.51	1.45%	547.48	6 个月以内	-
华为软件技术有限公司	合作	10 日	768.39	1.48%	450.22	6 个月以内	-
广州爱九游信息技术有限公司	合作	15 日	1,120.60	2.16%	310.30	6 个月以内	-
北京世界星辉科技有限责任公司	合作	30 日	942.65	1.81%	287.76	6 个月以内	-
Google Inc	合作	注	2,510.96	4.83%	243.69	6 个月以内	-
广东天宸网络科技有限公司	合作	30 日	359.06	0.69%	218.04	6 个月以内	-
东莞市讯怡电子科技有限公司	合作	10 日	386.80	0.74%	182.56	6 个月以内	-
合计	-	-	29,782.95	57.30%	10,255.71	-	-

注 1：Apple Inc.及 Google Inc 的信用期与开立发票时间无关，Apple Inc.合同约定在出具结算单后 45 日内付款，Google Inc 通常在出具结算单后一个月内付款。

注 2：上海幻电信息科技有限公司为芜湖享游网络技术有限公司的控股股东，2016 年两家合作运营商均与发行人存在业务往来，结算金额及应收账款余额合并列示。

2015 年度

单位：万元

2015 年度							
余额前十位	客户类型	信用期	结算金额	占比	应收账款	账龄	坏账准备
Apple Inc.	合作	45 日	4,726.89	24.34%	1,504.78	6 个月以内	-
上海剑圣网络科技有限公司	合作授权	5 日	728.80	3.75%	126.67	6 个月以内	-
					304.60	6 个月-1 年	6.09
					10.18	1 年-2 年	2.04
北京瓦力网络科技有限公司	合作	20 日	275.17	1.42%	272.45	6 个月以内	-
					49.50	6 个月-1 年	0.99
芜湖享游网络技术有限公司	合作	15 日	1,567.25	8.07%	307.27	6 个月以内	-
Google Inc	合作	注	537.37	2.77%	227.08	6 个月以内	-
miHoYo Technology Limited	授权	15 日	663.29	3.42%	176.67	6 个月以内	-

上海方寸信息科技有限公司	授权	30日	204.57	1.05%	71.09	6个月以内	-
					61.31	6个月-1年	1.23
东莞市讯怡电子科技有限公司	合作	10日	109.39	0.56%	102.52	6个月以内	-
					13.43	6个月-1年	0.27
深圳市腾讯计算机系统有限公司	合作	30日	164.97	0.85%	97.75	6个月以内	-
广东天宸网络科技有限公司	合作	30日	74.68	0.38%	69.02	6个月以内	-
					18.36	6个月-1年	0.37
合计	-	-	9,052.38	46.62%	3,412.69	-	10.98

注 1：Apple Inc.及 Google Inc 的信用期与开立发票时间无关，Apple Inc.合同约定在出具结算单后 45 日内付款，Google Inc 通常在出具结算单后一个月内付款。

注 2：2014 年上海方寸信息科技有限公司与公司开展合作时上海应趣网络科技合伙企业（有限合伙）为其股东，后上海方寸信息科技有限公司被奥飞娱乐（002292）收购，报告期内上海方寸信息科技有限公司和上海应趣网络科技合伙企业（有限合伙）两家授权运营商均与发行人存在业务往来，两家公司结算金额及应收账款余额合并列示。

2014 年度

单位：万元

2014 年度							
余额前十位	客户类型	信用期	结算金额	占比	应收账款	账龄	坏账准备
杭州梵艺科技有限公司	合作	10日	2,620.77	22.67%	721.90	6个月以内	-
上海剑圣网络科技有限公司	授权	10日	459.53	3.97%	485.61	6个月以内	-
易幻网络有限公司	授权	30日	308.94	2.67%	149.13	6个月以内	-
上海方寸信息科技有限公司	授权	30日	146.14	1.26%	138.62	6个月以内	-
北京力美广告有限公司	推广业务	7日	343.25	2.97%	67.03	6个月以内	-
指尖娱乐（香港）有限公司	授权	7日	156.24	1.35%	10.84	6个月以内	-
智傲集团有限公司	授权	7日	52.09	0.45%	3.29	6个月以内	-
北京亿起联科技有限公司	推广业务	10日	197.25	1.71%	0.92	6个月以内	-
合计	-	-	4,284.21	37.05%	1,577.33	-	-

④超期应收账款及回款情况

公司在与合作商对账开票后，合作商通常在 7 天至 30 天的信用期内向公司付款，报告期内收取结算款进度与合同约定基本一致。

报告期各期应收账款主要合作方（即期末应收账款前十名对象）超过信用期限未回款的情况及期后回款情况具体如下：

A、2017 年 6 月 30 日

2017 年 6 月 30 日无应收账款主要合作方超过信用期限未回款的情况。

B、2016 年 12 月 31 日

单位：万元

2016 年 12 月 31 日			
客户	超期未回款的应收账款金额	占比	期后回款进度
北京瓦力网络科技有限公司	136.24	100%	2017 年 1 月全部回款
合计	136.24	100%	-

C、2015 年 12 月 31 日

单位：万元

2015 年 12 月 31 日			
客户	超期未回款的应收账款金额	占比	期后回款进度
上海剑圣网络科技有限公司	28.03	100%	2016 年 3 月全部回款
合计	28.03	100%	-

D、2014 年 12 月 31 日

单位：万元

2014 年 12 月 31 日			
客户	超期未回款的应收账款金额	占比	期后回款进度
易幻网络有限公司	75.65	100%	2015 年 1 月全部回款
合计	75.65	100%	-

⑤主要合作方年度合同完成金额、销售结算方式与应收账款的关系

公司与主要合作方签订的相关销售合同中对销售收入分成比例、结算方式、合作期限等都做出了明确的约定，但未有约定年度合同完成金额。公司各种运营模式下应收账款的主要情况如下：

A、自主开发运营

a、独立运营

独立运营模式下，公司通过第三方支付平台（如支付宝、财付通等）向玩家直接收取充值款，相关充值金额存放在公司第三方支付平台的账户中，因此对于独立运营模式下无应收账款。

b、合作运营

合作运营模式下，公司通常按月与第三方对账，合作运营方在对账后将相应金额转给公司，报告期末合作运营商的应收账款通常为 1-2 个月的结算款。

B、授权运营

授权运营模式下，公司通常按月与第三方对账，授权运营方在对账后将相应金额转给公司，但由于授权运营方通常不是游戏的最终运营方，因此授权运营方需要先与其客户对账后，再与公司对账，因此公司与授权运营方的结算周期相对较长，期末应收账款相对较多。

⑥主要客户应收账款占收入比重的变化情况

下表为公司报告期主要支付平台、合作运营商、授权运营商应收账款占收入比重的变化情况：

A、支付宝（中国）网络技术有限公司

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	-	-	-	-
当期结算金额	15,569.42	16,961.86	6,615.03	5,460.65
期末应收账款/当期结算金额	-	-	-	-

公司通过支付宝收取玩家充值款项，充值款及时到账，期末无应收款项。

B、财付通支付科技有限公司

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	-	-	-	-
当期结算金额	6,328.90	3,577.60	69.39	-
期末应收账款/当期结算金额	-	-	-	-

公司通过财付通支付科技有限公司收取玩家充值款项，按周结算，少量未到账的金额在其他应收款核算，期末无应收账款。

C、Apple Inc.

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	8,555.96	6,290.47	1,504.78	-
当期结算金额	27,639.59	19,081.18	4,726.89	1,574.44
期末应收账款/当期结算金额	30.96%	32.97%	31.83%	-

2014年末公司通过杭州梵艺科技有限公司在iOS平台上发布产品，期末无应收Apple Inc.的款项。

D、Google Inc.

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	952.80	243.69	227.08	-
当期结算金额	3,413.22	2,510.96	537.37	-
期末应收账款/当期结算金额	27.91%	9.71%	42.26%	-

2015年期末应收账款占当期结算金额比例较大的原因为2015年10月其公司与Google Inc.合作，当期合作金额较小所致。

E、上海幻电信息科技有限公司及其子公司

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
--	-----------	--------	--------	--------

期末应收账款	878.36	1,136.79	307.27	-
当期结算金额	2,595.59	3,047.13	1,567.25	-
期末应收账款/当期结算金额	33.84%	37.31%	19.61%	-

2016年9月公司移动游戏《崩坏3》上线，公司与上海幻电信息科技有限公司的结算金额在2016年4季度至2017年上半年大幅增加，因此期末应收账款相对较多。

F、上海剑圣网络科技有限公司

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	55.81	36.84	441.45	485.61
当期结算金额	64.35	230.12	728.80	459.53
期末应收账款/当期结算金额	86.73%	16.01%	60.57%	105.68%

注：当期结算金额为不含税金额，应收账款为含税金额

2014年上海剑圣网络科技有限公司期末应收账款与当期结算金额的比值大于100%的原因为应收账款为含税数而结算金额不含税。2015年公司与360手机助手、应用宝等游戏平台直接开展合作，并将与上海剑圣网络科技有限公司的合作模式由授权运营转变为合作运营，因此2016年结算金额降低，同时账期缩短后应收账款也大幅减少。2017年上半年剑圣回款速度较慢，应收账款余额增加。

G、杭州梵艺科技有限公司

单位：万元

	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期末应收账款	-	-	-	721.90
当期结算金额	-	-	1,740.02	2,620.77
期末应收账款/当期结算金额	-	-	-	27.55%

2015年公司终止了与杭州梵艺科技有限公司的合作，因此2015年末和2016年末公司应收杭州梵艺科技有限公司款项为0。

⑦发行人应收账款的信用账期管理政策、内控措施及实际执行效果。

A、发行人对于不同类别或客户应收账款的信用账期管理政策

不同客户信用账期的确定以合作双方的实际协商为准，一般情况下，公司在不超出合理商业条件的范围内，基于对客户的财务状况、信用记录及其它因素诸如目前市场状况等评估客户的信用资质并设置相应信用期，目前公司与合作商的信用周期在 7 天至 30 天，属于合理范围。

B、发行人对不同类别或客户应收账款的内控措施及实际执行效果

为防范应收账款管理过程中的各种风险，减少坏账损失，加快企业资金周转，提高企业资金的使用效率，公司针对客户制定了应收账款管理制度，如应收账款监控、坏账管理等，充分保障应收账款的安全性。公司会计将定期复核每个客户应收账款的回款进度并对客户信用记录进行监控，对于超过信用周期仍未回款的应收账款，会计将及时上报财务经理，并由财务经理通知商务经理联系客户催款，采用书面催款、缩短信用期或取消信用期等方式，以确保公司的整体信用风险在可控的范围内。报告期内，公司应收账款内控措施执行情况良好。

（3）预付款项

报告期各期末公司预付款项余额分别为 12.11 万元、100.63 万元、471.18 万元和 459.32 万元。公司报告期各期末预付款项主要为广告采购费和云服务采购费。

公司 2014 至 2016 年末预付款项不断增加，主要原因为公司经营规模随着《崩坏学园 2》、《崩坏 3》的上线持续扩大，公司的广告、云服务等采购支出不断增长，相应的预付款项也随之增加。截至 2017 年 6 月 30 日，公司预付款项余额前 5 名情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占比	款项性质
阿里云计算有限公司	95.16	20.72%	云服务费
国旅集团上海有限公司	77.63	16.90%	旅游费
北京景美广告有限公司	68.70	14.96%	广告费

Enjoymoblie Technology Limited	41.22	8.97%	广告费
北京幻之星盒信息科技有限公司	34.95	7.61%	音源库服务费
合计	317.66	69.16%	-

（4）应收利息

报告期各期末，公司应收利息余额分别为 20.01 万元、88.32 万元、156.61 万元和 278.61 万元，包括应收定期存款、结构性存款、大额存单以及理财产品的利息，报告期内公司存款及理财产品余额不断增加，应收利息余额也逐年增长。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款余额分别为 39.77 万元、92.51 万元、353.54 万元和 574.81 万元，公司其他应收款不断增长的主要原因为：①公司广告投入增大，导致广告保证金增加；②员工人数增长，新添办公场所增加的房租押金。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司其他应收款余额前 5 名情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占比	款项性质
上海普天科创电子有限公司	289.55	50.37%	房租押金
财付通支付科技有限公司	128.41	22.34%	玩家充值款
Septeni Co.,Ltd.	90.73	15.78%	广告保证金
北京景美广告有限公司	30.00	5.22%	广告保证金
Vortex Co.,Ltd.	20.28	3.53%	广告保证金
合计	558.97	97.24%	-

（6）存货

报告期各期末，公司的存货余额分别为 0 万元、24.74 万元、60.37 万元和 133.07 万元，报告期各期末公司存货均为动漫周边产品。公司于 2015 年开始销售动漫周边产品，因此 2014 年末无存货余额。报告期公司周边销售规模增加，存货余额随之增加，报告期各期公司周边产品的销售收入分别为：0 万元、117.90 万元、225.34 万元和 120.47 万元。

（7）其他流动资产

报告期各期末公司其他流动资产余额分别为 596.96 万元、0 万元、845.03 万元和 555.92 万元。2014 年其他流动资产期末余额 596.96 万元，为公司预缴的企业所得税款，公司于 2015 年 5 月取得上海市徐汇区国家税务局与上海市地方税务局徐汇区分局出具的“310104590397350”号备案结果通知书，公司符合软件企业两免三减半的税收优惠条件，2014 年度免征企业所得税，因此该笔税款于 2015 年返还公司。2016 年末公司其他流动资产主要为持有的银行理财产品，余额 700.00 万元。2017 年 6 月末公司其他流动资产主要为资本化的与发行权益性证券直接相关的中介机构服务费用，金额 355.92 万元。2017 年 6 月末其他流动资产减少的原因为 2017 年 6 月末公司持有的银行理财产品余额从 2016 年末的 700.00 万元降为 200.00 万元。

3、非流动资产

单位：万元

项目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	560.00	26.14%	200.00	23.61%	-	-	-	-
固定资产	628.33	29.33%	285.94	33.76%	113.41	27.30%	51.63	46.67%
无形资产	59.73	2.79%	42.23	4.99%	4.51	1.09%	2.54	2.29%
长期待摊费用	560.36	26.16%	26.31	3.11%	41.13	9.90%	56.45	51.03%
递延所得税资产	253.96	11.85%	178.20	21.04%	256.34	61.71%	-	-
其他非流动资产	80.04	3.74%	114.34	13.50%	-	-	-	-
非流动资产合计	2,142.41	100.00%	847.02	100.00%	415.39	100.00%	110.61	100.00%

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金额资产分别为 0 万元、0 万元、200.00 万元和 560.00 万元。2016 年末可供出售金融资产为公司对神猫动漫的股权投资，2017 年 6 月末可供出售金融资产较 2016 年末增加的原因为 2017 年公司新增对凌梦科技股权投资 360.00 万元。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面净值分别为 51.63 万元、113.41 万元、285.94 万元和 628.33 万元，公司固定资产为经营所需的电子设备、办公设备及运输设备，其中电子设备及办公设备为公司固定资产的主要部分。报告期内公司业务规模持续增长，员工数量也在不断增加，因此电脑等电子设备采购逐年增加，2017 年公司变更了主要办公场所，同时 2017 年 1-6 月公司员工数量持续增长，当期购置了较多的办公设备。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值
电子设备	545.73	163.23	382.51
办公设备	232.82	24.11	208.71
运输设备	55.96	18.85	37.11
合计	834.51	206.18	628.33

（3）无形资产

报告期各期末，公司的无形资产规模较小，均为外购的办公软件。各期末账面净值分别为 2.54 万元、4.51 万元、42.23 万元和 59.73 万元。报告期各期末公司无形资产余额持续增长的主要原因为公司增加了办公软件采购。截至 2017 年 6 月末，公司的无形资产使用情况良好，未发现有减值的情况。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 56.45 万元、41.13 万元、26.31 万元和 560.36 万元。报告期各期末，公司的长期待摊费用主要为办公场所装修费，2017 年 6 月末公司长期待摊费用大幅增加主要系公司新增的上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢 5、6 楼办公场所装修支出所致。

（5）递延所得税资产

①递延所得税资产总体情况

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 0 万元、256.34 万元、178.20 万元和 253.96 万元，公司递延所得税资产主要系其他流动负债中递延的已购买道具在当期缴纳税款所致。报告期各期末，公司的可抵扣暂时性差异分

别为 1,055.69 万元、2,050.72 万元、10,823.70 万元和 11,920.57 万元，2014 年末公司递延所得税资产为 0 万元，主要原因为米哈游 2015 年为两免三减半的免税期；2016 年末公司递延所得税资产较 2015 年末减少，主要原因为米哈游 2016 年末其他流动负债中递延的已购买道具余额下降，并且子公司米哈游科技 2017 年为两免三减半的免税期；2017 年 6 月末公司递延所得税资产较 2016 年末增加，主要原因为 2017 年 1-6 月米哈游的全资子公司米哈游科技向母公司分配现金股利 4.5 亿元，米哈游预计 2017 年不满足软件企业的税收优惠条件，因此递延所得税适用的税率由 12.5% 变为 25%。公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
递延的已购买道具的所得税影响	253.95	178.20	254.97	-
坏账准备的所得税影响	0.01	-	1.37	-
合计	253.96	178.20	256.34	-

②递延所得税资产与相关会计科目的匹配性

2017 年 1-6 月

单位：万元

各主体	2017 年 6 月末可抵扣暂时性差异		未来期间适用税率	递延所得税资产
	其他流动负债 - 递延的已购买道具	坏账准备		
米哈游	1,015.78	0.05	25%（注 1）	253.96
株式会社 miHoYo.	2,169.49	-	0%（注 2）	-
米哈游科技	10,904.74	-	0%（注 3）	-
合计	14,090.01	-		253.96

2016 年度：

单位：万元

各主体	2016 年末可抵扣暂时性差异		未来期间适用税率	递延所得税资产
	其他流动负债-递延的已购买道具	坏账准备		
米哈游	1,425.62	-	12.50%（注 1）	178.20
株式会社 miHoYo.	547.90	-	0%（注 2）	-
米哈游科技	9,398.08	-	0%（注 3）	-

合计	11,371.60	-		178.20
----	-----------	---	--	--------

2015 年度：

单位：万元

各主体	2015 年末可抵扣暂时性差异		未来期间适用税率	递延所得税资产
	其他流动负债-递延的已购买道具	坏账准备		
米哈游	2,039.74	10.98	12.50%（注 1）	256.34
株式会社 miHoYo	628.64	-	0%（注 2）	-
合计	2,668.38	10.98		256.34

2014 年度：

单位：万元

各主体	2014 年末可抵扣暂时性差异		未来期间适用税率	递延所得税资产
	其他流动负债-递延的已购买道具	坏账准备		
米哈游	1,055.69	-	0%（注 1）	-
合计	1,055.69	-		-

注 1：根据国家税务总局公告第 43 号公告、财税（2012）27 号文规定，上海米哈游网络科技股份有限公司享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。根据企业所得税优惠事先备案结果通知书认定，自获利年度 2014 年起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。因此 2014 年度及 2015 年度公司适用税率为 0%，2016、2017 年度适用税率为 12.5%，因此 2016 年度递延所得税适用税率为 12.5%。2017 年由于母公司预计无法满足两免三减半的税收优惠条件，因此按 25% 计算递延所得税资产。

注 2：因为管理层预计株式会社 miHoYo 在可预见的未来年度可能不能取得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异和可弥补亏损，因此在报告期间未确认相应的递延所得税资产。

注 3：根据国家税务总局公告第 43 号公告、财税（2012）27 号文规定，米哈游科技（上海）有限公司享受软件企业、集成电路设计企业所得税两免三减半的优惠政策。根据企业所得税优惠事先备案结果通知书认定，自获利年度 2016 年起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。因此 2016 年度递延所得税适用的税率为 0%。

通过上表可以看出，公司“其他流动负债-递延的已购买道具”与其对应确认的递延所得税资产金额是匹配的。

（6）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 0 万元、0 万元、114.34 万元和 80.04 万元，2016 年末公司其他非流动资产为预付的新办公场所装修款，2017 年 6 月末公司其他非流动资产为子公司株式会社 miHoYo 根据日本当地法律法规按游戏中留存虚拟货币的一定比例支付给日本政府的长期保证金。

（二）负债状况分析

1、负债规模与构成分析

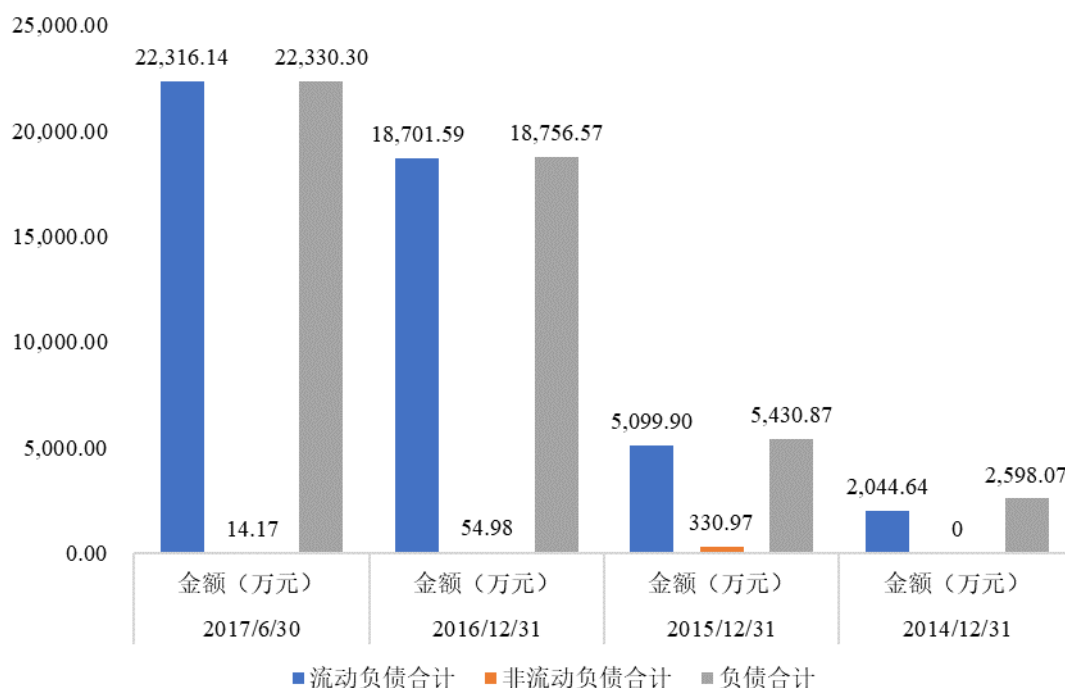
本公司报告期各期末负债规模与构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	1,079.59	4.83%	274.15	1.46%	388.42	7.15%	187.02	7.20%
预收款项	2,147.63	9.62%	1,390.71	7.41%	518.64	9.55%	193.22	7.44%
应付职工薪酬	1,978.42	8.86%	2,094.21	11.17%	766.63	14.12%	18.35	0.71%
应交税费	2,822.59	12.64%	3,401.37	18.13%	622.47	11.46%	586.37	22.57%
其他应付款	197.89	0.89%	169.54	0.90%	93.37	1.72%	-	-
其他流动负债	14,090.01	63.10%	11,371.60	60.63%	2,710.38	49.91%	1,059.69	40.79%
流动负债合计	22,316.14	99.94%	18,701.59	99.71%	5,099.90	93.91%	2,044.64	78.70%
递延收益	14.17	0.06%	54.98	0.29%	330.97	6.09%	553.43	21.30%
非流动负债合计	14.17	0.06%	54.98	0.29%	330.97	6.09%	553.43	21.30%
负债合计	22,330.30	100.00%	18,756.57	100.00%	5,430.87	100.00%	2,598.07	100.00%

报告期各期末公司负债变动情况如下：

报告期各期末公司负债变动情况



负债规模情况：报告期各期末，公司负债总额分别为 2,598.07 万元、5,430.87 万元、18,756.57 万元和 22,330.30 万元，增长幅度分别为 109.03%、245.37% 和 19.05%。报告期各期末公司负债总额持续增加的主要原因为随着玩家充值款的不断增加，公司留存虚拟货币以及递延的已购买道具逐年增加。

负债结构情况：报告期各期末，公司流动负债占负债总额的比例较高，分别为 78.70%、93.91%、99.71% 和 99.94%。公司的流动负债主要包括预收款项、应付职工薪酬、应交税费和其他流动负债，截至 2017 年 6 月末，上述四项负债合计余额占当期流动负债的比例为 94.28%。

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 187.02 万元、388.42 万元、274.15 万元和 1,079.59 万元，主要为应付广告费和应付渠道分成费。渠道分成费主要为公司按照约定的比例将玩家的充值分给带来用户的渠道商的支出。

2014 年末公司应付账款余额主要为应付渠道分成费。2015 年末应付账款余额较 2014 年末增加 201.40 万元，主要原因为公司为拓展海外市场增加了海外广告投入，导致应付广告费增加 282.61 万元。2016 年末较 2015 年末应付账款

余额减少 114.26 万元，主要原因为日本子公司应付广告费的减少。日本子公司于 2015 年 9 月成立，初期由于与日本广告商的合作处于磨合过程中，因此结算、支付速度较慢，2015 年末尚未支付的广告费较多。2017 年 6 月末公司应付账款较 2016 年末大幅增加的主要原因包括：①2017 年公司游戏《崩坏 3》在海外地区上线，公司在海外地区对新游戏进行了大量的宣传，广告支出增加较多；②2017 年公司新增多处办公场所，由于存在免租期，因此公司根据会计准则要求计提了应付租金。截至 2017 年 6 月 30 日公司应付账款情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
应付广告费	832.96	226.56	282.61	-
应付渠道分成费	8.71	8.93	39.60	177.44
应付服务费及货款	72.31	27.04	57.16	-
应付租金	165.47	-	4.11	9.58
其他	0.14	11.62	4.94	-
合计	1,079.59	274.15	388.42	187.02

3、预收款项

(1) 预收款项整体情况

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 193.22 万元、518.64 万元、1,390.71 万元和 2,147.63 万元。公司的预收款项主要是玩家在游戏中充值后尚未进行消费的虚拟货币。报告期各期末，公司留存虚拟货币余额分别为 190.17 万元、515.59 万元、1,384.60 万元和 2,112.15 万元，占各期主营业务收入的比重分别为 1.99%、2.99%、3.27%和 3.59%。2017 年 1-6 月公司期末留存虚拟货币占比较高的主要原因为仅包含了半年的主营业务收入。2014-2016 年末留存虚拟货币占当期主营业务收入比重较高的主要原因为：①2014 年公司游戏授权运营收入占主营业务收入比重较高，为 11.63%，授权运营模式下公司不承担运营责任，玩家未消费的虚拟货币金额不计入公司预收款项；②日本子公司于 2015 年 9 月在日本注册成立，负责在日本地区运营游戏产品，由于 2015 年实际运营时间较短，年末日本子公司预收款项占日区收入比例较高；③《崩坏 3》于 2016 年 10 月开始公开测试，由于 2016 年实际运营时间较短，《崩坏 3》产品年末

预收账款余额占《崩坏 3》2016 年的收入比例较高。

报告期各期末，公司预收款项情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
留存虚拟货币	2,112.15	1,384.60	515.59	190.17
其他	35.48	6.11	3.04	3.04
合计	2,147.63	1,390.71	518.64	193.22
留存虚拟货币占主营业务 营业收入比例	3.59%	3.27%	2.99%	1.99%

（2）预收充值款和玩家购买道具的勾稽关系

报告期各期，公司《崩坏学园 2》和《崩坏 3》自主开发运营模式下充值流水净额与道具购买金额的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

期间	期初预收 账款 (a)	本期充值流水 净额 (b)	本期道具购买 金额 (c)	本期死亡账户收 入确认金额 (d)	期末预收账款 (e=a+b-c-d)
2017 年 1- 6 月	1,384.60	62,079.75	61,340.24	11.96	2,112.15
2016 年度	515.59	51,371.33	50,466.03	36.29	1,384.60
2015 年度	190.17	17,088.01	16,762.59	-	515.59
2014 年度	-	9,056.07	8,865.89	-	190.17

注 1：本表中的预收账款为财务报表中预收款项科目下的“留存虚拟货币”。

注 2：公司在财务核算上将连续 24 个月及以上时间未登入的游戏账号作为死亡账户处理，将连续 24 个月及以上时间未登入的账户中仍未使用的虚拟货币一次性确认为收入。

4、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 18.35 万元、766.63 万元、2,094.21 万元和 1,978.42 万元。2014 年公司于当年发放本年度年终奖金，因此当年末应付职工薪酬留存较少，2016 年及 2017 年 6 月末公司应付职工薪酬余额较高的主要原因为：①随着公司经营规模的不断扩大，报告期各期末公司员工人数逐年增加，从 2014 年末的 41 人大幅增加至 2017 年 6 月末的 308 人；②公司于 2016 年 9 月推出新游戏产品《崩坏 3》，游戏推出后玩家规模及玩家充值规模迅速扩大，给公司创造了较高的效益，因此 2016 年末及 2017 年 6 月末公司

计提的员工奖金较多。

5、应交税费

（1）应交税费概况

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 586.37 万元、622.47 万元、3,401.37 万元和 2,822.59 万元。

2017 年 6 月末公司应交税费中的应交企业所得税大幅减少，主要原因为 2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》游戏收入有所下降，导致米哈游当期应纳税所得额下降；2017 年 6 月末公司应交税费中的应交日本消费税大幅增长，原因为日本米哈游于 2017 年开始缴纳日本消费税，2015 年、2016 年根据当地法律法规免交日本消费税；2017 年 6 月末应交税费中的应交个人所得税大幅减少，主要原因为 2017 年公司缴纳了 2016 年员工年终奖金应代扣代缴的个人所得税。

2016 年末公司应交税费中的应交企业所得税大幅增加，主要原因为：根据上海市徐汇区国家税务局与上海市地方税务局徐汇区分局出具的“310104590397350”号备案结果通知书，米哈游符合软件企业两免三减半的税收优惠条件，其中 2014、2015 年为免征企业所得税，2016 年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税。

2015 年末公司应交税费中的应交增值税金额较 2014 年末有所下降，主要原因为：2014 年游戏产品《崩坏学园 2》上线后，公司营业收入大幅增加，2014 年游戏授权运营收入较高、授权运营结算周期较长，部分 2014 年的结算单于 2015 年收到，因此年底留存了较多的应交增值税款。2015 年公司将部分授权运营合作方的合作模式变更为合作运营，缩短了结算周期，因此 2015 年末应交增值税相应减少。2016 年 10 月公司移动游戏《崩坏 3》公开测试，公司收入大幅增加，期末应交增值税金额也大幅增加。

报告期各期末，公司应交税费具体情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
企业所得税	1,368.37	1,856.15	48.46	-
增值税	858.42	804.42	290.42	426.49

日本消费税	442.45			
个人所得税	58.83	644.29	193.04	118.90
城建税	45.07	43.05	23.47	6.33
教育费附加	26.07	24.18	10.06	2.73
地方教育费附加	17.38	16.12	6.71	1.82
营业税	-	-	46.86	29.19
其他	6.00	13.17	3.45	0.91
合计	2,822.59	3,401.37	622.47	586.37

（2）税费缴纳情况

报告期内，公司缴纳的主要税种包括增值税、营业税和企业所得税，报告期内的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
增值税	3,825.15	2,739.67	1,305.95	360.26
营业税	-	351.41	512.41	84.29
企业所得税	2,246.54	528.24	-	-

注：根据《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税[2016]36号）规定，自2016年5月1日起，在全国范围内全面推开营业税改征增值税。公司原缴纳营业税的应税收入自2016年5月1日起缴纳增值税，不再缴纳营业税。

6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为0万元、93.37万元、169.54万元和197.89万元。2015年较2014年末其他应付款增长的主要原因为日本子公司于2015年9月成立，初期由于尚未开立银行账户，因此2015年由关联方Kiironi-Usagi Inc.垫付了85.94万元的采购款项。2016年末其他应付款较2015年末增长的主要原因为2016年末留存应付审计服务费93.02万元。2017年6月末其他应付款较2016年末增长的主要原因为2017年6月末新增应付装修费102.79万元。

7、其他流动负债

（1）其他流动负债总体情况

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 1,059.69 万元、2,710.38 万元、11,371.60 万元和 14,090.01 万元。报告期内公司其他流动负债主要为递延的已购买道具，递延的已购买道具是指玩家已购买的耐用型道具按道具生命周期摊销结转收入后尚未摊销的部分。报告期各期末公司递延的已购买道具余额分别为 1,055.69 万元、2,668.38 万元、11,371.60 万元和 14,090.01 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 11.07%、15.46%、26.82%和 23.97%。报告期内随着公司游戏收入及游戏玩家数量的增加，递延的已购买道具余额相应增加。2016 年末其他流动负债占当期主营业务收入的比例较 2015 年大幅增长的主要原因为 2016 年 10 月公司新游戏《崩坏 3》开始公测，2016 年四季度玩家充值金额大幅增长，导致年末留存的玩家已购买的耐用型道具未摊销部分余额大幅增加，超过全年主营业务收入的增长幅度。

报告期各期末，公司其他流动负债的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
递延的已购买道具	14,090.01	11,371.60	2,668.38	1,055.69
预提中介费	-	-	42.00	4.00
合计	14,090.01	11,371.60	2,710.38	1,059.69
递延的已购买道具占主营业务收入比例	23.97%	26.82%	15.46%	11.07%

(2) “其他流动负债-递延的已购买道具”与道具购买相关的递延收益的勾稽情况

①独立运营

独立运营模式下，《崩坏学园 2》和《崩坏 3》玩家当期购买道具的金额与当期确认收入金额和计入当期新增其他流动负债金额的累计数的明细如下：

单位：万元

期间	期初其他流动负债金额 (a)	玩家本期购买道具的金额 (b)	本期确认收入金额 (c)	期末其他流动负债金额 (d=a+b-c)
2017 年 1-6 月	4,631.80	21,680.76	21,587.08	4,725.48
2016 年度	769.97	20,275.80	16,413.97	4,631.80
2015 年度	710.88	6,684.42	6,625.33	769.97

2014 年度	-	5,460.65	4,749.77	710.88
---------	---	----------	----------	--------

注：2016 年玩家购买道具的金额大幅高于确认收入金额的主要原因为 2016 年 9 月公司推出《崩坏 3》，2016 年 9-12 月来源于崩坏 3 的玩家购买道具金额大幅增长，对于耐用型道具的消耗，企业在道具预计使用周期内分期平均分摊确认为营业收入，因此确认收入金额低于购买道具的金额。

通过上表可以看出，独立运营模式下，报告期内玩家当期购买道具的金额与当期确认收入金额和计入当期新增其他流动负债金额的累计数是匹配的。

②合作运营

合作运营模式下，《崩坏学园 2》和《崩坏 3》玩家当期购买道具的金额与当期确认收入金额和计入当期新增其他流动负债金额的累计数的明细如下：

单位：万元

期间	期初其他流动负债金额 (a)	玩家本期购买道具的金额 (b)	本期确认收入金额 (c)	期末其他流动负债金额 (d=a+b-c)
2017 年 1-6 月	6,739.80	39,659.48	37,034.75	9,364.53
2016 年度	1,898.40	30,190.23	25,348.84	6,739.80
2015 年度	344.81	10,078.17	8,524.58	1,898.40
2014 年度	-	3,405.24	3,060.43	344.81

通过上表可以看出，合作运营模式下，报告期内玩家当期购买道具的金额与当期确认收入金额和计入当期新增其他流动负债金额的累计数是匹配的。

(3) 充值金额、道具消费金额的变化与预收账款或应收账款、其他流动负债变化

报告期内，公司各年充值流水净额、道具消费金额、预收款项、应收账款以及其他流动负债的变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年		2015 年		2014 年
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
自主开发运营模式下充值流水净额	62,081.14	51,375.76	200.51%	17,096.20	88.16%	9,086.05

道具销售金额	61,340.24	50,466.03	201.06%	16,762.59	89.07%	8,865.89
道具收入金额	58,621.83	41,762.81	175.66%	15,149.90	93.98%	7,810.20
预收款项-留存虚拟货币	2,112.15	1,384.60	168.55%	515.59	171.12%	190.17
应收账款	12,835.41	10,921.66	188.59%	3,784.44	139.88%	1,577.67
其他流动负债-递延的已购买道具	14,090.01	11,371.60	326.16%	2,668.38	152.76%	1,055.69

（4）其他流动负债核算内容的合理性分析

发行人将玩家已购买的耐用型道具按预计使用周期摊销结转收入后尚未摊销的部分计入其他流动负债而非递延收益的会计处理方式合理，与同行业上市公司通行处理方法一致。

公司将耐用型道具收入在道具预计使用周期内分期平均分摊确认为营业收入。道具预计使用周期是公司根据历史玩家数据和消费行为而确定的。根据公司目前的历史数据，道具预计使用周期约为三个月左右，因此玩家已购买的耐用型道具按道具预计使用周期摊销后尚未摊销的部分形成的递延收益预计将在资产负债表日后的一个营业周期（即 12 个月）内结转确认收入，因此属于流动负债，计入其他流动负债-递延的已购买道具，根据流动性在其他流动负债中列示。基于上述流动性原因，公司将与购买道具相关的递延收益计入其他流动负债是合理的。

同行业上市公司与购买道具相关的递延收益会计处理方式如下：

公司简称	与购买道具相关的递延收益核算科目
电魂网络	其他流动负债
冰川网络	其他流动负债
吉比特	一年内到期的非流动负债 / 递延收益
掌趣科技	不适用（注）
昆仑万维	预收款项
游族网络	预收款项 / 递延收益
米哈游	其他流动负债

注：根据掌趣科技的收入确认政策，公司游戏收入在与相关方对账后即确认收入，不进行递延。

通过与同行业上市公司对比得知，公司的处理方式与电魂网络、冰川网络、昆仑万维类似，均将与购买道具相关的递延收益计入其他流动负债或预收款项等流动负债类科目。而吉比特、游族网络则是因为根据游戏道具预计时间期限的不同，将与购买道具相关的递延收益拆分为一年内到期和一年后到期，分别列入流动负债和非流动负债。因此，公司将玩家已购买的耐用型道具按预计使用周期摊销结转收入后尚未摊销的部分计入其他流动负债的会计处理方式合理，并与同行业公司情况基本一致。

8、递延收益

报告期各期末，公司递延收益的余额分别为 553.43 万元、330.97 万元、54.98 万元和 14.17 万元。公司的递延收益由版权金形成的递延收益和政府补助产生的递延收益构成。报告期各期末，公司递延收益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
版权金收入形成的递延收益	-	26.65	302.63	553.43
政府补助产生的递延收益	14.17	28.33	28.33	-
合计	14.17	54.98	330.97	553.43

（1）版权金收入形成的递延收益

版权金收入形成的递延收益是指公司一次性收取的版权金中尚未确认为收入的部分。公司版权金来源于游戏的授权运营，2014 年和 2015 年公司与部分合作方签署协议授权其在特定区域进行《崩坏学园 2》的游戏运营，但由于在授权运营模式下公司分成比例相对较低，公司逐渐结束了与部分授权运营方的合作。报告期内公司版权金按授权期限分期确认为收入，版权金收入形成的递延收益逐年递减。

（2）政府补助产生的递延收益

政府补助产生的递延收益是指公司已经收到的政府补助中尚未确认为营业外收入的部分。公司报告期内收到与资产相关的政府补助，先确认为递延收益，在相关资产可供使用后，在该资产使用寿命内分期确认为营业外收入。公司 2015 年和 2016 年分别收到政府补助 42.50 万元并用于购置设备，因此 2015

年、2016年及2017年6月末公司存在政府补助产生的递延收益余额。

（三）偿债能力分析

本公司的主要偿债能力指标如下表所示：

财务指标	2017/6/30	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率	4.32	3.07	3.74	3.99
速动比率	4.27	3.00	3.72	3.69
资产负债率（母公司）	4.55%	15.44%	22.40%	31.37%
财务指标	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
息税折旧摊销前利润（万元）	46,611.77	29,794.49	12,576.09	6,579.06
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用	不适用

注：上述指标的计算公式请参见本招股说明书第十节“财务会计信息”之“十四、（一）主要财务指标”。

1、流动比率及速动比率

报告期各期末，公司流动比率分别为 3.99、3.74、3.07 和 4.32，速动比率分别为 3.69、3.72、3.00 和 4.27。公司流动比率及速动比率较高，偿债风险较低。公司流动资产主要为货币资金和应收账款，公司流动负债主要包括预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其他流动负债。2016 年末公司流动比率及速动比率较低的主要原因为 2016 年 10 月公司新游戏《崩坏 3》开始公测，2016 年四季度玩家充值金额大幅增长，导致 2016 年末留存的递延的已购买道具余额大幅增加。

2、资产负债率

报告期各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 31.37%、22.40%、15.44%和 4.55%。公司 2014 至 2016 年资产负债率逐年降低的主要原因为报告期内公司来源于游戏《崩坏学园 2》的收入稳步增长，盈利不断累积，资产总额增长速度超过负债总额，因此资产负债率持续下降。2017 年 1-6 月母公司资产负债率大幅下降的主要原因为子公司米哈游科技盈利水平大幅提升，当期向母公司分配股利 4.5 亿元，母公司资产大幅增加。

3、息税折旧摊销前利润

公司报告期各期息税折旧摊销前利润分别为 6,579.06 万元、12,576.09 万元、29,794.49 万元和 46,611.77 万元。报告期内公司无对外借款，财务费用较少，并且公司固定资产、无形资产等金额较小，各期折旧、摊销金额较少，公司息税折旧摊销前利润与公司利润总额基本一致。报告期内公司息税折旧摊销前利润不断增长的主要原因为移动游戏产品的收入不断增加。

4、与同行业主要偿债指标对比情况

2014-2016 年末，公司与同行业主要偿债指标对比情况如下：

公司	流动比率		
	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
掌趣科技	2.99	0.81	1.68
吉比特	3.76	4.31	4.03
昆仑万维	0.87	1.57	2.49
游族网络	1.10	2.33	0.84
冰川网络	7.09	2.62	2.40
电魂网络	5.39	2.20	2.57
平均	3.53	2.31	2.34
本公司	3.07	3.74	3.99
公司	速动比率		
	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
掌趣科技	2.99	0.81	1.68
吉比特	3.76	4.30	4.03
昆仑万维	0.87	1.57	2.49
游族网络	1.10	2.33	0.84
冰川网络	7.09	2.62	2.40
电魂网络	5.39	2.20	2.57
平均	3.53	2.31	2.34
本公司	3.00	3.72	3.69
公司	资产负债率（合并）		
	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31

掌趣科技	18.49%	18.48%	19.76%
吉比特	22.32%	20.75%	25.65%
昆仑万维	49.56%	31.08%	31.08%
游族网络	42.17%	25.19%	34.86%
冰川网络	13.92%	36.96%	40.46%
电魂网络	15.78%	35.74%	35.12%
平均	27.04%	28.03%	31.16%
本公司	32.20%	27.83%	31.45%

由上表可见，2014 年以及 2015 年末，公司流动比率及速动比率超过同行业平均水平，资产负债率处于同行业平均水平；2016 年末，公司三项偿债指标均低于同行业平均水平。

2016 年末公司主要偿债指标低于同行业平均水平的主要原因为：①2016 年 10 月公司游戏产品《崩坏 3》开始公开测试，当年末公司留存的递延的已购买道具余额大幅增长；②2016 年冰川网络及电魂网络相继上市，募集资金到位使得两家公司当年末流动资产大幅提高，拉高了选取的同行业公司平均偿债指标水平。

（四）资产周转能力分析

报告期内，本公司主要资产周转能力指标情况如下：

财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	4.95	5.77	6.52	13.05
存货周转率（次）	19.07	49.06	86.94	-

1、应收账款周转率

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 13.05、6.52、5.77 和 4.95。

公司 2015 年度应收账款周转率较 2014 年度下降的主要原因为：①2014 年初公司应收账款净额较小，仅为 2.83 万元，因此 2014 年应收账款平均净额较低；②2015 年公司增加了较多的合作运营渠道，当年合作运营收入大幅增长，合作运营成为公司收入来源的主要运营模式。公司给予了合作运营方一定的结算周期，2015 年末合作运营方的应收账款净额大幅增加。

公司 2016 年度应收账款周转率较 2015 年度下降的主要原因为：2016 年 10 月公司新游戏《崩坏 3》开始公测后，来源于该游戏的玩家充值大幅增长，年末尚未结清应收账款较多，2016 年末应收账款增加至 10,921.66 万元较 2015 年末增长了 188.59%。

公司 2017 年 1-6 月应收账款周转率较 2016 年大幅增加，主要原因为公司当期来源于《崩坏 3》的收入大幅增长，较 2016 年增长 219.83%，同时公司 2017 年 6 月末应收账款较 2016 年末增长幅度为 17.52%，应收账款增长幅度相对较低。

2、存货周转率

公司从 2015 年开始销售动漫周边产品，故 2014 年末公司账面无存货余额，2015 年、2016 年末和 2017 年 6 月末存货余额均为动漫周边产品，分别为 24.74 万元、60.37 万元和 133.07 万元，余额较小，因此公司存货周转率较高。

3、与同行业主要资产周转能力指标对比情况

2014-2016 年，公司与同行业主要资产周转能力指标对比情况如下：

公司	应收账款周转率（次）		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度
掌趣科技	6.47	6.64	11.28
吉比特	10.86	12.51	14.16
昆仑万维	5.58	6.59	7.98
游族网络	4.86	5.74	8.17
冰川网络	194.14	175.72	162.48
电魂网络	39.88	37.17	228.10
平均	43.63	40.73	72.03
平均（除冰川网络、电魂网络外）	6.94	7.87	10.40
本公司	5.77	6.52	13.05

从上表中可以看出，同行业企业中冰川网络和电魂网络在 2014-2016 年应收账款周转率均显著高于其他公司，主要原因为两家公司的主要运营模式为独立运营，独立运营收入占营业收入比重均超过 90%。由于独立运营结算周期较

短，因此两家公司应收账款各期净额均较小，应收账款周转率较高。

除冰川网络和电魂网络外，对比的同行业其他公司均以合作运营或授权运营为主，与发行人的运营模式相近。2016年、2015年公司应收账款周转率相较于这些公司未有显著差异；2014年公司应收账款周转率略高于行业的平均水平，主要原因为2014年初公司应收账款较少，大幅拉低了全年应收账款的平均净额。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成情况

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	58,792.43	100.00%	42,402.23	100.00%	17,265.10	98.77%	9,532.94	92.40%
其他业务	-	-	-	-	214.89	1.23%	783.77	7.60%
合计	58,792.43	100.00%	42,402.23	100.00%	17,479.99	100.00%	10,316.71	100.00%

（1）主营业务收入占比情况

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重较高，分别为92.40%、98.77%、100.00%和100.00%。

（2）主营业务收入变化情况

报告期内公司主营业务收入增加的主要原因为移动游戏产品收入逐年增加。报告期各期《崩坏学园2》的收入金额分别为9,488.39万元、17,139.02万元、26,656.06万元和9,044.48万元，《崩坏3》的收入金额分别为0万元、0万元、15,516.39万元和49,626.10万元。

（3）其他业务收入情况

2014年公司其他业务收入较高，主要系推广业务收入较高所致。公司其他业务收入主要为推广业务收入。推广业务是指本公司在许可区域及许可范围内，与推广平台合作，提供应用程序内嵌信息推广条，并引导用户主动点击，

以获得收益分成。通常公司每月均会更新游戏客户端，由于内嵌信息推广条将增加合作平台审核公司移动游戏客户端的时间，2015年起公司停止了该块业务。

2、主营业务收入产品结构及变动趋势情况

报告期，公司主营业务收入的产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动游戏	58,671.97	99.80%	42,176.89	99.47%	17,147.21	99.32%	9,518.38	99.85%
崩坏学园	1.39	0.00%	4.44	0.01%	8.19	0.05%	29.99	0.31%
崩坏学园2	9,044.48	15.38%	26,656.06	62.86%	17,139.02	99.27%	9,488.39	99.53%
崩坏3	49,626.10	84.41%	15,516.39	36.59%	-	-	-	-
漫画及动漫周边产品	120.47	0.20%	225.34	0.53%	117.90	0.68%	14.56	0.15%
合计	58,792.43	100.00%	42,402.23	100.00%	17,265.10	100.00%	9,532.94	100.00%

（1）主营业务收入结构情况

报告期公司主营业务收入主要来源于移动游戏，移动游戏收入占主营业务收入的比例分别为99.85%、99.32%、99.47%和99.80%。

（2）移动游戏收入情况

①《崩坏学园》

报告期各期公司产品《崩坏学园》收入分别为29.99万元、8.19万元、4.44万元和1.39万元。

报告期内《崩坏学园》收入规模较小的主要原因为：研发《崩坏学园》是公司在移动游戏领域的第一次尝试，研发过程中公司积累了核心技术和产品开发经验，《崩坏学园》的游戏内容相对简单，在《崩坏学园》的基础上公司研发了《崩坏学园2》。

报告期内《崩坏学园》收入下降的主要原因为：2014年《崩坏学园2》上线后公司不再对《崩坏学园》内容和玩法进行更新。

② 《崩坏学园 2》

A、《崩坏学园 2》的收入金额及其变动情况

报告期各期《崩坏学园 2》的收入金额分别为 9,488.39 万元、17,139.02 万元、26,656.06 万元和 9,044.48 万元，具体情况如下：

单位：万元

运营模式		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
自主开发运营模式	独立运营	2,651.67	8,367.85	6,625.33	4,749.77
	合作运营	6,356.02	17,914.86	8,809.48	3,630.23
授权运营模式		36.78	373.35	1,704.22	1,108.38
合计		9,044.48	26,656.06	17,139.02	9,488.39

2014 至 2016 年《崩坏学园 2》收入增加的主要原因：a.游戏发布的渠道逐渐增加，公司的玩家规模增加。2014 年 1 月《崩坏学园 2》在 B 站上发布、2014 年 3 月在境内 App Store 上发布、2014 年 4 月起逐步在小米应用商店、360 手机助手、华为应用市场等渠道上发布，2015 年 3 月在日本 App Store 和 Google Play 上发布；b.《崩坏学园 2》持续不断推出新版本，增强游戏的可玩性。公司十分重视游戏可玩性，通常每月均有新的游戏版本推出增加游戏可玩性，玩家的流失率相对较低；c.“崩坏”IP 下漫画、动画等其他产品增强了游戏产品的市场影响力。公司“崩坏”IP 旗下的其他产品的市场影响力逐渐扩大，为公司游戏产品《崩坏学园 2》积累用户基础。例如：《崩坏学园》四格漫画 2014 年 7 月上线，《崩坏学园 EX》短篇漫画 2015 年 2 月上线，公司漫画产品的阅读量总和超过 12,000 万次。

2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》收入下降的主要原因为：①2016 年 9 月公司推出《崩坏 3》，虽然两款游戏在上线时间、游戏玩法、画面维度以及游戏风格等方面存在一定差异，但在故事主线、世界观体系和人物角色等方面具有一定的相似性，游戏用户均主要为喜爱二次元文化的玩家，因此《崩坏 3》分流了一部分《崩坏学园 2》的用户；②《崩坏学园 2》自 2014 年 1 月上线以来运营时间接近 4 年，随着二次元行业的兴起，以《阴阳师》为代表二次元移动游戏产品数量增加，新的移动游戏产品对《崩坏学园 2》的用户和流水数据产生了一定的影响。

B、《崩坏学园 2》充值流水净额的分期确认情况

报告期《崩坏学园 2》充值流水净额的分期确认情况：

单位：万元

期间	期初未确认收入的金额	充值流水净额	本期确认收入金额	期末未确认收入的金额
2014 年度	-	9,999.47	8,753.61	1,245.86
2015 年度	1,245.86	18,371.17	16,433.06	3,183.97
2016 年度	3,183.97	25,859.46	26,380.08	2,663.36
2017 年 1-6 月	2,663.36	8,124.05	9,017.83	1,769.58

注：期初/期末未确认收入金额=期初/期末未消费的虚拟货币+期初/期末未摊销完毕的虚拟道具

C、《崩坏学园 2》版权金收入情况

报告期各期公司收到的版权金金额分别为 1,130.76 万元、589.27 万元、23.34 万元和 0 万元。报告期各期公司版权金确认的收入分别为 734.77 万元、705.96 万元、275.98 万元和 26.65 万元。

D、《崩坏学园 2》死亡账户收入确认情况

公司在财务核算上将连续 24 个月及以上时间未登入的游戏账号作为死亡账户处理。将连续 24 个月及以上时间未登入的账户中仍未使用的虚拟货币一次性确认为收入。报告期各期分别确认 0 万元、0 万元、36.29 万元和 11.96 万元。

E、《崩坏学园》与《崩坏学园 2》收入规模差异的原因

《崩坏学园 2》收入高于《崩坏学园》的主要原因：《崩坏学园 2》是公司在《崩坏学园》的基础上研发的移动游戏，《崩坏学园》是《崩坏学园 2》的雏形，《崩坏学园 2》上线后公司即停止了《崩坏学园》的完善和更新。

③ 《崩坏 3》

A、《崩坏 3》的收入金额及其变动情况

报告期各期《崩坏 3》的收入金额分别为 0 万元、0 万元、15,516.39 万元和 49,626.10 万元，具体情况如下：

单位：万元

运营模式		2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
自主开发运营模式	独立运营	18,935.41	8,046.12	-	-
	合作运营	30,690.69	7,470.26	-	-
合计		49,626.10	15,516.39	-	-

《崩坏 3》是公司 2016 年 9 月推出的一款 3D 动作类移动游戏，得益于“崩坏”IP 累积了大量的受众，游戏推出后市场反响较好。游戏于 2016 年 9 月推出，于 2016 年 10 月在国内的 Bilibili 游戏中心、App Store、小米应用商店、华为应用市场等多个渠道上发布，于 2017 年 2 月在日本上线，游戏推出后玩家规模及玩家充值规模迅速扩大，充值流水净额及收入增加。2016 年 10 月当月总用户即超过 500 万，充值流水净额超过 1 亿元，截至 2017 年 6 月 30 日，玩家充值流水净额超过 7 亿元。

B、《崩坏 3》充值流水净额的分期确认情况

报告期《崩坏 3》充值流水净额的分期确认情况：

单位：万元

期间	期初未确认收入的金额	充值流水净额	本期确认收入金额	期末未确认收入的金额
2014 年度	-	-	-	-
2015 年度	-	-	-	-
2016 年度	-	25,609.23	15,516.39	10,092.85
2017 年 1-6 月	10,092.85	53,965.83	49,626.10	14,432.58

注：期初/期末未确认收入金额=期初/期末未消费的虚拟货币+期初/期末未摊销完毕的虚拟道具。

C、《崩坏 3》与《崩坏学园 2》收入规模差异的原因

《崩坏 3》月均收入高于《崩坏学园 2》的主要原因：《崩坏 3》是公司在原有的研发经验上重点打造的游戏产品，公司在《崩坏 3》投入的研发规模显著高于《崩坏学园 2》，苹果公司将《崩坏 3》评价为“精致华丽的本土二次元佳作”。《崩坏学园 2》于 2014 年 1 月上线，《崩坏 3》于 2016 年 9 月上线，两款游戏上线间隔时间较长。《崩坏学园 2》上线时发行人“崩坏”IP 下仅有《崩坏学园》一款产品，“崩坏”IP 影响力较小。《崩坏 3》上线时，“崩坏”IP 下的

产品已扩充到漫画、动画、轻小说等多个领域并收获了一大批喜爱“崩坏”IP的受众。

D、《崩坏3》与《崩坏学园2》的替代性说明

《崩坏3》对《崩坏学园2》有一定程度的替代性，但替代程度不高。《崩坏3》的充值流水和收入主要来源于新用户。《崩坏学园2》和《崩坏3》系公司基于“崩坏”IP研发的两款不同风格的移动游戏产品，两款游戏在故事世界观和游戏角色上基本保持一致，主要目标群体为喜爱二次元文化的游戏玩家。但在游戏玩法和风格上则略有不同，具体如下：游戏类型及玩法：《崩坏学园2》为射击类RPG游戏，而《崩坏3》为动作类RPG游戏；细分目标玩家群体：《崩坏学园2》整体风格偏萌系，针对喜爱萌系设定且偏好简单的游戏玩法的玩家；《崩坏3》整体风格偏写实，针对喜爱画面精美且偏好丰富的游戏玩法的游戏玩家。

(3) 漫画及动漫周边产品

报告期各期公司漫画及动漫周边产品收入金额分别为14.56万元、117.90万元、225.34万元和120.47万元。

报告期公司来源于漫画及动漫周边产品的收入较小主要原因为：国内漫画产业和动漫周边产业尚未成熟，用户的消费理念和消费习惯与美国、日本等发达国家仍有差异，目前公司漫画和动漫周边产品仍以免费提供为主，漫画和动漫周边产品是公司产品的重要组成部分，为“崩坏”IP积累了大量粉丝。

报告期内公司“崩坏”IP的影响力不断增加，公司也相应加大了对漫画及动漫周边产品业务的推动力度，公司漫画及动漫周边产品收入持续增加。

3、主营业务收入分运营模式及变动趋势情况

报告期，公司主营业务收入分运营模式的构成情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动游戏	58,671.97	99.80%	42,176.89	99.47%	17,147.21	99.32%	9,518.38	99.85%

自主开发运营	独立运营	21,587.08	36.72%	16,413.97	38.71%	6,625.33	38.37%	4,749.77	49.82%
	合作运营	37,048.10	63.02%	25,389.56	59.88%	8,817.67	51.07%	3,660.22	38.40%
授权运营		36.78	0.06%	373.35	0.88%	1,704.22	9.87%	1,108.38	11.63%
漫画及动漫周边产品		120.47	0.20%	225.34	0.53%	117.90	0.68%	14.56	0.15%
合计		58,792.43	100%	42,402.23	100.00%	17,265.10	100.00%	9,532.94	100.00%

报告期公司收入主要来源于移动游戏的自主开发运营，自主开发运营占主营业务收入的比重分别为 88.22%、89.45%、98.59% 和 99.73%。

（1）自主开发运营模式收入占比情况

①独立运营

报告期各期公司移动游戏独立运营收入占比分别为 49.82%、38.37%、38.71% 和 36.72%。2015 年公司独立运营收入占比下降的主要原因为：2014 年 1 月至 2015 年 2 月公司与 B 站的合作模式为公司独立运营支付渠道分成费，2015 年 2 月起公司与 B 站的合作模式变更为合作运营，公司仅收取分成后的款项。

②合作运营

报告期各期公司移动游戏合作运营收入占比分别为 38.40%、51.07%、59.88% 和 63.02%，报告期内公司合作运营收入占比逐年增加的主要原因为：① 2015 年 4 月起公司与小米应用商店、360 手机助手、华为应用市场等渠道的合作模式由授权运营转变为合作运营；② 2015 年 2 月起公司与 Bilibili 游戏中心的合作模式由独立运营转变为合作运营；③ 2015 年 9 月日本子公司成立，日本子公司主要负责公司产品在日本运营，截至报告期末公司在日本仅采用合作运营模式运营公司产品。上述合作模式变化的具体情况如下：

A、Bilibili 游戏中心

a、合作模式变化情况

Bilibili 游戏中心为 B 站旗下的游戏平台，B 站为国内知名的二次元网站，聚集了大量的二次元文化爱好者，B 站的用户定位与发行人游戏的用户定位较为接近。2014 年发行人推出游戏《崩坏学园 2》，第一批游戏合作方中就包括

B 站的运营方上海哔哩哔哩动画有限公司。2014 年初上海哔哩哔哩动画有限公司游戏运营经验较少，相关技术、渠道尚不完善，因此公司与其签订协议，由其通过 B 站导入客户，公司再按约定的比例支付渠道费。2015 年协议到期后，上海哔哩哔哩动画有限公司的关联公司相关技术及渠道均已完善，公司即与其签订协议，将合作模式变更为合作运营。变更前后详细情况如下：

项目	合作主体	合作模式	收费标准与方式	运营平台
变更前	上海哔哩哔哩动画有限公司	独立运营	发行人将充值流水金额扣除成本费用后，按 50% 支付给合作方	Bilibili 游戏中心
变更后	芜湖享游网络技术有限公司/上海幻电信息科技有限公司	合作运营	合作方将充值流水金额扣除成本费用后，按约定比例支付给发行人	Bilibili 游戏中心

b、交易金额等合作情况的说明

公司与上海哔哩哔哩动画有限公司、芜湖享游网络技术有限公司、上海幻电信息科技有限公司结算信用期均在 10-15 天左右（信用期是指双方对账开票后结算款项的期限），报告期公司与上述公司的合作情况如下：

单位：万元

合作主体	项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
上海哔哩哔哩动画有限公司	结算金额	-	-	329.49	3,334.01
	应收金额	-	-	-	-
芜湖享游网络技术有限公司/上海幻电信息科技有限公司	结算金额	2,595.59	3,047.13	1,567.25	-
	应收金额	878.36	1,136.79	307.27	-

注：上海哔哩哔哩动画有限公司为发行人渠道商，发行人根据对应的结算金额支付渠道分成款给上海哔哩哔哩动画有限公司，此处的结算金额实际为通过支付宝结算的充值流水净额。

注：2016 年 10 月游戏运营平台 Bilibili 游戏中心的合作主体由芜湖享游网络技术有限公司变更为其控股股东上海幻电信息科技有限公司，两家公司结算金额及应收金额合并列示。

B、360 手机助手、应用宝等安卓平台

a、合作模式变化情况

2014 年初公司人员规模较少，公司商务资源有限，不具备大规模直接对接各游戏平台的能力，因此公司将《崩坏学园 2》除 App Store 外大部分平台的运营权均授予给了上海剑圣网络科技有限公司。《崩坏学园 2》推出后充值流水金额快速增长，公司人员规模增加，公司商务资源扩大，公司在与上海剑圣网络科技有限公司授权协议到期后终止了相应平台的授权运营，转为与相关平台直接开展合作运营，合作运营模式下公司分成比例更高。变更前后详细情况如下：

项目	合作主体	合作模式	收费标准与方式	运营平台
变更前	上海剑圣网络科技有限公司	授权运营	2144 游戏网平台米哈游按充值流水金额扣除成本费用后分成 20%，其余平台米哈游按游戏结算额扣除成本费用后分成 50%（约合充值流水金额的 20%）	2144 游戏网、360 手机助手、UC 手机助手、应用宝、小米游戏中心等
变更后	上海剑圣网络科技有限公司	合作运营	合作方将充值流水金额扣除成本费用后，按 50% 支付给发行人	2144 游戏网
	北京世界星辉科技有限责任公司	合作运营	合作方将充值流水金额扣除成本费用后，按 50% 支付给发行人	360 手机助手
	广州爱九游信息技术有限公司	合作运营	合作方将充值流水金额扣除成本费用后，按 50% 支付给发行人	UC 手机助手
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	合作运营	合作方将充值流水金额按约定的分成比例支付给发行人并扣除相应的成本费用	应用宝
	北京瓦力网络科技有限公司等	合作运营	合作方将充值流水金额扣除成本费用后，按 50% 支付给发行人	小米游戏中心等

注：应用宝分成比例依据玩家月充值流水金额所在区间确定，不同区间所对应的分成比例有所差异。总体来看，发行人在应用宝的分成比例 2016 年 6 月之前主要为充值流水金额的 52.5%，2016 年 6 月后主要为充值流水金额的 45%。

b、交易金额等合作情况的说明

公司与上海剑圣网络科技有限公司、北京世界星辉科技有限责任公司、广州爱九游信息技术有限公司等公司结算信用期均在 30 天以内（信用期是指双方对账开票后结算款项的期限），报告期公司与上述公司的合作情况如下：

单位：万元

合作主体	项目	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
上海剑圣网络科技有限公司	结算金额	64.35	230.12	728.80	459.53
	应收金额	55.81	36.84	441.45	485.61
北京世界星辉科技有限责任公司	结算金额	552.00	942.65	370.26	-
	应收金额	65.80	287.76	55.34	-
广州爱九游信息技术有限公司	结算金额	1,165.69	1,120.60	574.86	-
	应收金额	199.73	310.30	67.83	-
深圳市腾讯计算机系统有限公司	结算金额	1,092.61	755.51	164.97	-
	应收金额	660.89	547.48	97.75	-
北京瓦力网络科技有限公司	结算金额	816.26	810.67	275.17	-
	应收金额	623.04	588.39	321.95	-

C、日本地区

a、合作模式变化情况

2014年发行人决定开拓日本市场。由于对直接设立境外子公司的流程和手续不够熟悉，为把握商业机遇，股东在境外设立 miHoYo Technology Limited，发行人将《崩坏学园 2》的日本运营权授予给该公司。2015年发行人日本子公司成立后，改由日本子公司在日本地区直接与合作运营商开展合作。变更前后详细情况如下：

项目	合作主体	合作模式	收费标准与方式	运营平台
变更前	miHoYo Technology Limited	授权运营	版权金 50 万美金，游戏分成按游戏结算额扣除成本费用后 25% 支付给发行人	App Store、Google Play
变更后	Apple Inc.	合作运营	合作方将充值流水金额按 70% 支付给发行人	App Store
	Google Inc.	合作运营	合作方将充值流水金额按 70% 支付给发行人	Google Play

注：在日本地区 Google Inc.按照扣除消费税后充值流水金额的 30%收取渠道费，充值流水金额（含消费税）扣除渠道费为支付给发行人的分成款。

b、交易金额等合作情况的说明

公司与 miHoYo Technology Limited 结算信用期为 15 天（信用期是指双方对账开票后结算款项的期限），Apple Inc. 合同约定在出具结算单后 45 日内付款，Google Inc 通常在出具结算单后一个月内付款。报告期公司与上述公司的合作情况如下：

单位：万元

合作主体	项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
miHoYo Technology Limited	结算金额	-	-	663.29	-
	应收金额	-	-	176.67	-
Apple Inc. 和 Google Inc.	结算金额	8,418.59	5,150.13	1,275.51	-
	应收金额	2,592.37	376.49	763.59	-

注：Apple Inc. 和 Google Inc. 的交易金额等数据仅包含日本地区的交易。

（2）授权运营模式收入占比情况

报告期各期移动游戏授权运营收入占比分别为 11.63%、9.87%、0.88% 和 0.06%，报告期内公司授权运营收入占比减少的主要原因为：由于授权运营模式下公司分成比例相对较低，公司结束了与部分授权运营商的合作，转为直接与相应的平台开展合作运营。

报告期内公司主要游戏产品中仅《崩坏学园 2》采用授权运营模式。2014 年初《崩坏学园 2》上线时公司人员规模较少，公司商务资源有限，不具备大规模直接对接各游戏平台的能力，因此公司在部分境内平台以及境外地区采用了授权运营模式运营《崩坏学园 2》。

《崩坏学园 2》推出后充值流水金额快速增长，公司人员规模增加，公司商务资源水平得到提升，由于授权运营模式下公司分成比例较低、回款相对较慢等原因，报告期内公司逐渐结束了与授权运营商的合作，转为直接与相应的平台开展合作运营。截至 2017 年 6 月 30 日，公司与所有授权运营商的合作均已终止，主要游戏产品不存在以授权运营模式运营游戏的情形。

4、主要游戏产品充值流水净额情况和道具销售、收入情况

（1）不同运营模式下各期充值流水净额

报告期内，公司自主开发运营模式下，独立运营模式的充值流水净额分别为 5,460.65 万元、6,684.42 万元、20,539.46 万元和 21,898.33 万元；合作运营模式的充值流水净额分别为 3,625.40 万元、10,411.78 万元、30,836.30 万元和 40,182.81 万元。

报告期内，公司授权运营模式下充值流水净额分别为 943.41 万元、1,283.16 万元、97.37 万元和 10.13 万元。

（2）不同运营模式下各期各类道具销售发生额和确认额

①独立运营模式下各类道具销售发生额和确认额

报告期《崩坏学园 2》和《崩坏 3》独立运营模式下道具销售和道具的收入情况如下：

单位：万元

	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
各类道具的销售额								
一次性道具	781.47	3.60%	946.65	4.67%	391.61	5.86%	304.88	5.58%
耐用型道具	20,899.29	96.40%	19,329.15	95.33%	6,292.81	94.14%	5,155.77	94.42%
合计	21,680.76	100.00%	20,275.80	100.00%	6,684.42	100.00%	5,460.65	100.00%
各类道具的收入确认金额								
一次性道具	781.47	3.62%	946.65	5.77%	391.61	5.91%	304.88	6.42%
耐用型道具	20,805.61	96.38%	15,467.32	94.23%	6,233.72	94.09%	4,444.89	93.58%
合计	21,587.08	100.00%	16,413.97	100.00%	6,625.33	100.00%	4,749.77	100.00%

②合作运营模式下各类道具销售发生额和确认额

报告期《崩坏学园 2》和《崩坏 3》合作运营模式下道具销售和道具的收入情况如下：

单位：万元

	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

各类道具的销售额

一次性道具	1,659.76	4.19%	1,708.74	5.66%	610.44	6.06%	197.39	5.80%
耐用型道具	37,999.72	95.81%	28,481.49	94.34%	9,467.74	93.94%	3,207.84	94.20%
合计	39,659.48	100.00%	30,190.23	100.00%	10,078.17	100.00%	3,405.24	100.00%

各类道具的收入确认金额

一次性道具	1,659.76	4.48%	1,708.74	6.74%	610.44	7.16%	197.39	6.45%
耐用型道具	35,374.99	95.52%	23,640.10	93.26%	7,914.14	92.84%	2,863.04	93.55%
合计	37,034.75	100.00%	25,348.84	100.00%	8,524.58	100.00%	3,060.43	100.00%

5、虚拟货币发行金额、已使用和未使用的金额及影响当期损益金额

报告期内，公司《崩坏学园 2》和《崩坏 3》自主开发运营模式下虚拟货币的发行金额、已使用和未使用的金额及影响当期损益金额的具体情况如下表：

单位：万元

期间	本期虚拟货币发行金额	本期虚拟货币已使用金额	影响当期损益金额		期末虚拟货币未使用金额
			道具收入确认金额	死亡账户收入确认金额	
2017年1-6月	62,079.75	61,340.25	58,621.84	11.96	2,112.15
2016年度	51,371.33	50,466.03	41,762.81	36.29	1,384.60
2015年度	17,088.01	16,762.59	15,149.90	-	515.59
2014年度	9,056.07	8,865.89	7,810.20	-	190.17

注：本表中的虚拟货币发行金额为充值流水净额；虚拟货币已使用金额为道具购买金额；虚拟货币未使用金额为财务报表中预收款项科目下“留存虚拟货币”的金额

(二) 营业成本分析

报告期公司营业成本如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	790.01	42.83%	831.87	39.84%	297.74	27.68%	57.05	2.88%
渠道分成费	52.55	2.85%	284.38	13.62%	467.12	43.43%	1,767.24	89.34%

云服务 费	607.59	32.94%	502.72	24.08%	153.32	14.25%	61.61	3.11%
充值渠 道手 续 费	252.16	13.66%	260.03	12.45%	70.35	6.54%	92.21	4.66%
周边产 品销 售	59.83	3.26%	137.53	6.59%	65.32	6.07%	-	-
其他	82.24	4.46%	71.51	3.42%	21.84	2.03%	-	-
合计	1,844.39	100.00%	2,088.03	100.00%	1,075.69	100.00%	1,978.11	100.00%

报告期各期公司营业成本分别为 1,978.11 万元、1,075.69 万元、2,088.03 万元和 1,844.39 万元，公司营业成本主要由职工薪酬、渠道分成费、云服务费、充值渠道手续费组成，各主要成本科目具体变化情况如下：

1、职工薪酬

报告期各期公司营业成本中职工薪酬分别为 57.05 万元、297.74 万元、831.87 万元和 790.01 万元。营业成本的职工薪酬包括游戏运营过程中维护人员、客服人员等与运营事务相关人员的薪酬支出。报告期公司经营规模增加，运营人员增加，因此运营人员的薪酬增加。

根据工作内容不同，发行人将这部分员工分为运营部和客服部，运营部主要负责产品的运营及网络环境、数据库、软硬件的维护工作，客服部主要负责提供玩家的咨询服务，并通过与玩家的交流获得玩家对游戏产品的反馈和建议。报告期具体薪酬情况如下：

单位：人、万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
运营部员工				
年末人数	43	31	17	2
薪酬总金额	492.88	518.89	172.14	28.00
平均薪酬	13.20	24.32	19.13	30.55
客服部员工				
年末人数	52	40	8	5
薪酬总金额	297.13	312.98	125.61	29.04
平均薪酬	6.65	13.32	16.03	9.42

2014 年运营部员工平均薪酬较高的主要原因为公司薪酬政策为根据当年贡

献发放年终奖金，该部门员工均为年中入职，虽然入职时间较短但根据贡献发放年终奖较多，拉高了年平均薪酬。

2016 年客服部员工平均薪酬有所下降的主要原因为部分客服人员为《崩坏 3》上线后入职，公司根据当年贡献发放奖金较少，拉低了客服人员整体水平。除此之外，报告期内公司游戏运营维护人员、客服人员薪酬总额及平均薪酬均有一定程度增长。

2、渠道分成费

报告期各期公司渠道分成费分别为 1,767.24 万元、467.12 万元、284.38 万元和 52.55 万元。独立运营模式下，玩家充值款分为两类：①玩家通过发行人官方网站下载游戏并在游戏内进行充值，这部分充值款公司无需支付渠道分成费；②公司与部分漫画、动画类网站合作，玩家通过该类网站下载游戏，这部分用户的充值款发行人需要支付渠道分成费给带来用户的渠道商。公司 2014 年渠道分成费较高的主要原因为：2015 年 2 月起公司与 B 站合作模式由独立运营变更为合作运营模式，运营模式变化后，公司仅收到分成后的金额，无需再向上海哔哩哔哩动画有限公司支付渠道分成费。报告期公司应付上海哔哩哔哩动画有限公司的渠道分成费分别为 1,615.79 万元、158.68 万元、0 万元和 0 万元。2017 年 1-6 月公司渠道分成费下降较多的主要原因为当期《崩坏学园 2》玩家充值款下降较多，而《崩坏 3》当期不存在需要支付渠道分成费的玩家充值款。

报告期内发行人主要的渠道商及渠道分成费比例如下：

渠道商	分成基数	渠道分成费比例
上海哔哩哔哩动画有限公司	充值流水金额扣除充值手续费	50%
珠海布卡科技有限公司	充值流水金额扣除充值手续费	50%
北京同步率科技有限公司	充值流水金额扣除充值手续费	50%
思帕客网络科技（上海）有限公司	充值流水金额扣除充值手续费	50%

报告期内，发行人主要根据结算额支付渠道分成费，报告期各期发行人渠道分成费及对应结算额详情如下：

单位：万元

期间	渠道分成费		对应结算额		渠道分成比例
	金额	变化比例	金额	变化比例	
2017年1-6月	52.55	-81.52%	105.98	-85.11%	49.59%
2016年度	284.38	-39.12%	711.92	-25.79%	39.95%
2015年度	467.12	-73.57%	959.29	-73.52%	48.69%
2014年度	1,767.24	-	3,623.21	-	48.78%

报告期内公司与渠道分成方的分成比例主要为 50%，计费基础主要为充值流水金额扣除相应的充值手续费，因此 2014、2015 年度以及 2017 年 1-6 月平均渠道分成比例略小于 50%。2016 年度渠道分成比例较低的主要原因为 2016 年 2 月公司在游戏内销售由芜湖亨游网络技术有限公司提供的美术形象制作的游戏道具，分成比例为 25%。除去该笔分成款外 2016 年平均渠道分成比例 49.49%，与其余期间无重大差异。

3、云服务费

（1）云服务费采购概况

报告期各期公司云服务费分别为 61.61 万元、153.32 万元、502.72 万元和 607.59 万元。云服务费是指公司采购云服务商提供的交互、数据交互、数据储存等游戏正常运营所需的网络服务相关费用。随着公司经营规模的扩大，报告期公司采购的云服务规模增大，云服务费用增加。报告期各期公司主要云服务商的详细情况如下：

单位：万元

期间	云服务商名称	金额	占同类采购比例
2017年1-6月	阿里云计算有限公司	368.72	60.69%
	Amazon Web Services, Inc.	170.11	28.00%
	上海优刻得信息技术有限公司	55.46	9.13%
	合计	594.30	97.81%
2016年度	阿里云计算有限公司	353.39	70.30%
	Amazon Web Services, Inc.	72.14	14.35%
	上海优刻得信息技术有限公司	63.90	12.71%

	合计	489.44	97.36%
2015 年度	阿里云计算有限公司	87.35	56.97%
	上海优刻得信息技术有限公司	40.23	26.24%
	Amazon Web Services, Inc.	18.91	12.34%
	合计	146.49	95.55%
2014 年度	阿里云计算有限公司	54.79	88.93%
	上海优刻得信息技术有限公司	6.05	9.82%
	Amazon Web Services, Inc.	0.77	1.25%
	合计	61.61	100.00%

①阿里云计算有限公司

公司向阿里云计算有限公司主要采购四类服务，分别为 ECS（云服务器服务）、RDS（关系型数据库服务）、CDN（内容分发网络服务）和 OSS（对象存储服务）。其中 ECS（云服务器服务）和 RDS（关系型数据库服务）按照租用的时长收费，即租用一台主机一段时间的价格，公司通常按月租赁。CDN（内容分发网络服务）和 OSS（对象存储服务）主要按照流量计费，通常计费价格为每 1GB 的价格。

②Amazon Web Services, Inc.

公司向 Amazon Web Services, Inc. 主要采购三类服务，分别为 Data Transfer（数据传输服务）、RDS（关系型数据库服务）和 ECC（云计算服务）。其中 RDS（关系型数据库服务）和 ECC（云计算服务）按租用时长收费，即租用一台主机一段时间的价格，主要计费单位为 1 小时。Data Transfer（数据传输服务）主要按照流量计费，通常计费价格为每 1GB 的价格。

③上海优刻得信息技术有限公司

公司向上海优刻得信息技术有限公司主要采购两类服务，分别为云主机服务和云数据库服务。其中 UDB（云数据库服务）和 UHOST（云主机服务）按租用时长收费，通常按月计费。

（2）云服务器采购情况

公司报告期采购云服务器，不存在委托其他方托管服务器的情形。公司采

购云服务器的数量、金额和单价情况如下所示：

云服务器采购情况	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
云计算相关服务器				
数量（台*月）	3,971.15	2,026.79	926.37	394.86
金额（万元）	233.78	170.00	58.71	23.98
平均单价（元/台*月）	588.69	838.79	633.81	607.31
云数据库相关的服务器				
数量（台*月）	509.93	508.26	286.72	72.26
金额（万元）	107.24	117.25	37.34	8.00
平均单价（元/台*月）	2,103.13	2,306.95	1,302.40	1,107.00

注 1：公司服务器主要按月租赁，对于部分少量按小时租赁的服务器折算为月列示。

注 2：表格中价格的单位为“元/台*月”，即租赁 1 台服务器 1 个月的价格

注 3：部分供应商不定义台的概念，公司将单一购置单位计为 1 台。

注 4：云计算相关服务器是指服务器中主要用于处理玩家数据交互的服务器，云数据库相关服务器是指记录玩家游戏行为信息的服务器。

报告期公司服务器采购数量和金额大幅增加的主要原因如下：①2015 年较 2014 年大幅增加的主要原因为 2014 年公司授权运营收入占比相对较高，授权运营模式下公司无需支付云服务器相关的费用；②2017 年 1-6 月和 2016 年较上期大幅增加的主要原因为《崩坏 3》上线后，公司对于服务器数量的需求大幅增加。2014 年至 2016 年公司服务器价格显著增加的主要原因为，随着《崩坏学园 2》需要处理的数据量增加，《崩坏学园 2》逐渐采购运算能力更强，存储量更大的服务器，且从 2015 年起公司采购境外服务器数量增加，境外服务器价格相对较高。2017 年 1-6 月云计算服务器单价下降的主要原因为，公司为《崩坏 3》购置大量单价便宜但性价比高的服务器。

（3）CDN 采购情况

CDN（即内容分发网络，全称 Content Delivery Network）其主要作用是将源站内容分发至最接近用户的节点，使用户可就近取得所需内容，提高用户访问的响应速度和成功率。报告期公司主要向阿里云计算有限公司采购 CDN 服

务，主要目的为玩家下载移动游戏客户端的速度更加快速和稳定。报告期公司采购的 CDN 情况如下：

CDN 采购情况	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
数量（GB）	3,448,084.87	2,427,073.46	624,099.94	874,561.89
金额（万元）	86.60	68.47	18.81	26.59
平均单价（元/GB）	0.25	0.28	0.30	0.30

2014 年公司 CDN 采购量较 2015 年高的主要原因为：2014 年公司采购阿里云 CDN 服务之初，阿里云对于重复下载尚未设置限制，使得公司部分月份 CDN 流量支出较多，上述情况发生后因公司要求阿里云设置了重复下载限制。2016 年和 2017 年 1-6 月公司 CDN 采购大幅增加的主要原因为《崩坏 3》上线后移动游戏用户数量大幅增加，玩家下载客户端的流量大幅增加。

4、充值渠道手续费

报告期内公司充值渠道手续费分别为 92.21 万元、70.35 万元、260.03 万元和 252.16 万元。公司充值渠道费是指公司在独立运营模式下通过支付平台收款的手续费。

2015 年充值渠道手续费较 2014 年下降的主要原因为：公司于 2014 年起开展与支付宝的合作，合作初期手续费率较高，2015 年公司通过支付宝收款的费率下降。2016 年充值渠道手续费大幅增加的主要原因为：2016 年 9 月公司推出移动游戏《崩坏 3》，2016 年及 2017 年 1-6 月独立运营模式下玩家充值金额大幅增加。

报告期内公司独立运营模式下合作的充值渠道商为支付宝（中国）网络技术有限公司（以下简称“支付宝”）和财付通支付科技有限公司（以下简称“财付通”），充值渠道手续费按照充值流水金额乘以相应的费率计算，报告期内详细情况如下：

单位：万元

期间	充值渠道商	充值流水净额	充值占比	手续费	平均费率
2017 年	支付宝	15,569.42	71.10%	185.48	1.19%

1-6月	财付通	6,328.90	28.90%	66.68	1.05%
	合计	21,898.33	100.00%	252.16	1.15%
2016年度	支付宝	16,961.86	82.58%	194.48	1.15%
	财付通	3,577.60	17.42%	65.55	1.83%
	合计	20,539.46	100.00%	260.03	1.27%
2015年度	支付宝	6,615.03	98.96%	68.96	1.04%
	财付通	69.39	1.04%	1.39	2.00%
	合计	6,684.42	100.00%	70.35	1.05%
2014年度	支付宝	5,460.65	100.00%	92.21	1.69%
	合计	5,460.65	100.00%	92.21	1.69%

注：充值占比是指该充值渠道商当期收到的充值流水净额占当期独立运营合计充值流水净额的比例。

（1）支付宝

报告期内发行人与支付宝合作的充值方式主要为“即时到账”、“无限快捷支付”、“高级快捷支付”和“移动快捷支付”，手续费率主要为 0.7%、1.2%和 2%。

2015 年支付宝平均费率较 2014 年下降较多的主要原因为：2014 年公司通过支付宝提供的“移动快捷支付”方式收款较多，该种方式的费率约为 2%。2015 年公司主要通过支付宝提供的“即时到账”和“无限快捷支付”两种支付方式收款，两种方式的费率分别为 0.7%左右和 1.2%左右。

（2）财付通

报告期内发行人与财付通合作的充值方式主要为“微信支付”，手续费率主要为 2.0%和 1.0%。合作初期财付通的手续费率为 2%，2016 年财付通统一调整“微信支付”手续费率，手续费率降为 1%。

（三）税金及附加分析

报告期各期公司税金及附加的金额分别为 182.94 万元、798.19 万元、745.77 万元和 446.10 万元。

2015 年公司税金及附加较 2014 年增加的主要原因为：①公司 2015 年缴纳

营业税的收入较 2014 年大幅增加；②2014 年部分月份公司为小规模纳税人，2014 年公司流转税金额相对较少，附加税金额较小。

2016 年公司税金及附加较 2015 年略有减少的主要原因为：公司原缴纳营业税的相关业务在 2016 年纳入“营改增”的调整范围，公司营业税金额减少。

2017 年 1-6 月公司税金及附加较 2016 年增加的主要原因为：公司 2017 年 1-6 月缴纳增值税的收入大幅增长，缴纳的增值税增加，因此缴纳的城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加也相应增加。

（四）毛利率分析

1、综合毛利率分析

报告期公司毛利率如下：

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
综合毛利率	96.86%	1.79%	95.08%	1.23%	93.85%	13.02%	80.83%	-16.70%
主营业务毛利率	96.86%	1.79%	95.08%	1.23%	93.77%	14.52%	79.25%	-15.50%

报告期各期公司综合毛利率分别为 80.83%、93.85%、95.08% 和 96.86%，公司毛利率水平较高主要原因为公司主要收入来源移动游戏产品，移动游戏是高附加值的产品，移动游戏产品维持正常的运营仅需支出云服务、客服人员和维护人员薪酬等成本，对于具有一定规模的游戏产品而言该等成本占运营收入的比重较低，因此毛利率相对较高。2014 年公司综合毛利率相对较低主要原因为，2014 年公司支出了 1,767.24 万元的渠道分成费，2015 年基于与渠道商的合作模式改变公司成本中渠道分成费下降至 467.12 万元。

2、主要产品毛利率分析

报告期公司主要产品为《崩坏学园 2》和《崩坏 3》，报告期各期《崩坏学园 2》和《崩坏 3》毛利率情况如下：

产品名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
崩坏学园 2	93.25%	94.63%	94.11%	79.16%
崩坏 3	97.64%	96.65%	-	-

报告期各期《崩坏学园 2》的毛利率分别为 79.16%、94.11%、94.63% 和 93.25%，2014 年《崩坏学园 2》毛利率相对较低的原因为：2014 年公司支出了 1,767.24 万元的渠道分成费，2015 年基于与渠道商的合作模式改变公司成本中渠道分成费下降至 467.12 万元。

2016 年及 2017 年 1-6 月《崩坏 3》毛利率均略高于《崩坏学园 2》的主要原因为：在《崩坏学园 2》游戏的独立运营模式下，公司需要支付渠道分成费给带来用户的渠道商。而当期《崩坏 3》的独立运营模式不存在该类渠道商，因此无渠道分成费。

（1）《崩坏学园 2》

①自主开发运营模式

A、独立运营模式

单位：万元

期间	收入	成本	毛利	毛利率
2017 年 1-6 月	2,651.67	180.72	2,470.95	93.18%
2016 年度	8,367.85	517.77	7,850.08	93.81%
2015 年度	6,625.33	665.12	5,960.20	89.96%
2014 年度	4,749.77	1,942.17	2,807.60	59.11%

a、收入变动分析

2014-2016 年《崩坏学园 2》独立运营模式收入不断增长，主要原因如下：
 ①2015 年 4 月公司开始通过百度公司的代理商采购百度公司的品牌专区服务，自 2015 年 4 月起玩家在百度搜索上搜索“崩坏”等品牌关键字后，公司官网链接在搜索结果中将显示在第一位，该种模式拓展了独立运营的用户流量入口，增加了公司独立运营模式下的玩家数量；
 ②《崩坏学园 2》持续不断推出新版本，增强游戏的可玩性。公司十分重视游戏可玩性，通常每月均有新的游戏版本推出增加游戏可玩性；
 ③“崩坏”IP 下漫画、动画等其他产品增强了游戏产品的市场影响力。公司“崩坏”IP 旗下的其他产品的市场影响力逐渐扩大，为公司游戏产品《崩坏学园 2》和《崩坏 3》积累用户基础。

2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》独立运营模式收入下降的主要原因为：① 2016 年 9 月公司推出《崩坏 3》，虽然两款游戏产品在上线时间、游戏玩法、

画面维度以及游戏风格等方面存在一定差异，但在故事主线、世界观体系和人物角色等方面具有一定的相似性，游戏用户均主要为喜爱二次元文化的玩家，因此《崩坏 3》分流了一部分《崩坏学园 2》的用户；②《崩坏学园 2》自 2014 年 1 月上线以来运营时间接近 4 年，随着二次元行业的兴起，以《阴阳师》为代表的二次元移动游戏产品数量增加，新的移动游戏产品对《崩坏学园 2》的用户和流水数据产生了一定的影响。

b、成本变动分析

报告期内《崩坏学园 2》独立运营模式成本持续降低，主要原因为独立运营模式成本中渠道分成费持续下降，报告期各期分别为 1,767.24 万元、467.12 万元、214.99 万元和 52.55 万元。公司 2014 年渠道分成费较高的主要原因为 2015 年 2 月起公司与 B 站合作模式由独立运营变更为合作运营模式，运营模式变化后，公司仅收到分成后的金额，无需再向上海哔哩哔哩动画有限公司支付渠道分成费。报告期公司应付上海哔哩哔哩动画有限公司的渠道分成费分别为 1,615.79 万元、158.68 万元、0 万元和 0 万元。2017 年 1-6 月公司渠道分成费下降较多的主要原因为当期《崩坏学园 2》玩家充值款下降较多。

c、毛利及毛利率变动分析

2014 年《崩坏学园 2》独立运营模式毛利及毛利率较低，主要原因为当年渠道分成费金额较高。报告期内《崩坏学园 2》独立运营模式毛利及毛利率的变动分析参见独立运营模式收入、成本分析部分。

B、合作运营模式

单位：万元

期间	收入	成本	毛利	毛利率
2017 年 1-6 月	6,356.02	430.44	5,925.59	93.23%
2016 年度	17,914.86	912.36	17,002.50	94.91%
2015 年度	8,809.48	344.25	8,465.23	96.09%
2014 年度	3,630.23	34.93	3,595.30	99.04%

a、收入变动分析

2014-2016 年《崩坏学园 2》合作运营模式收入不断增长，主要原因如下：

①2015 年公司与 Bilibili 游戏中心的合作模式由独立运营变更为合作运营；②

2015 年 4 月起公司逐步与小米游戏中心、UC 手机助手、应用宝等游戏平台达成合作运营协议，合作运营的渠道增加；③2015 年底公司在日本设立子公司负责日区游戏的合作运营，2015 年 10 月起公司来源于日区的游戏合作运营收入大幅增加；④《崩坏学园 2》持续不断推出新版本，增强游戏的可玩性。公司十分重视游戏可玩性，通常每月均有新的游戏版本推出增加游戏可玩性；⑤“崩坏”IP 下漫画、动画等其他产品增强了游戏产品的市场影响力。公司“崩坏”IP 旗下的其他产品的市场影响力逐渐扩大，为公司游戏产品《崩坏学园 2》和《崩坏 3》积累用户基础。

2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》合作运营模式收入下降的主要原因为：①2016 年 9 月公司推出《崩坏 3》，虽然两款游戏产品在上线时间、游戏玩法、画面维度以及游戏风格等方面存在一定差异，但在故事主线、世界观体系和人物角色等方面具有一定的相似性，游戏用户均主要为喜爱二次元文化的玩家，因此《崩坏 3》分流了一部分《崩坏学园 2》的用户；②《崩坏学园 2》自 2014 年 1 月上线以来运营时间接近 4 年，随着二次元行业的兴起，以《阴阳师》为代表的二次元移动游戏产品数量增加，新的移动游戏产品对《崩坏学园 2》的用户和流水数据产生了一定的影响。

b、成本变动分析

2014-2016 年《崩坏学园 2》合作运营模式下成本不断增加的主要原因为随着游戏规模的持续扩大，员工薪酬及云服务费等不断增加；2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》合作运营模式成本较 2016 年无重大差异。

c、毛利及毛利率变动分析

报告期内《崩坏学园 2》合作运营模式毛利先增后减，毛利率一直维持在较高水平。报告期内《崩坏学园 2》合作运营模式毛利的变动分析参见合作运营模式收入、成本分析部分。

②授权运营模式

授权运营模式下，发行人将向被授权方收取的版权金作为递延收益，在协议约定的受益期间内按照直线法进行摊销；对于后续游戏产品分成，发行人通过取得授权运营商提供的游戏结算数据直接确认为收入。授权运营模式下，运

营等相关事宜均由被授权方负责，因此发行人不承担相关成本，报告期公司授权运营模式下毛利率为 100%。

单位：万元

期间	收入	成本	毛利	毛利率
2017 年 1-6 月	36.78	-	36.78	100.00%
2016 年度	373.35	-	373.35	100.00%
2015 年度	1,704.22	-	1,704.22	100.00%
2014 年度	1,108.38	-	1,108.38	100.00%

2015 年度《崩坏学园 2》授权运营收入上升，主要原因为公司新增授权运营合作方 miHoYo Technology Limited，2015 年 3 月至 2015 年 9 月 miHoYo Technology Limited 及其子公司在日本运营《崩坏学园 2》，授权运营期间，公司与 miHoYo Technology Limited 授权运营合作的金额为 663.29 万元。

2016 年度及 2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》授权运营收入规模持续下降，主要原因为部分授权运营商合作期限在 2015、2016 年陆续到期，由于授权运营模式下公司分成比例相对较低，公司未与这些授权运营商继续合作，同时公司也未再增加新的授权运营商。

（2）《崩坏 3》

①独立运营模式

单位：万元

期间	收入	成本	毛利	毛利率
2017 年 1-6 月	18,935.41	462.56	18,472.85	97.56%
2016 年度	8,046.12	288.19	7,757.93	96.42%
2015 年度	-	-	-	-
2014 年度	-	-	-	-

A、收入变动分析

《崩坏 3》是公司 2016 年 9 月推出的一款 3D 动作类移动游戏，得益于“崩坏”IP 累积了大量的受众，游戏推出后市场反响较好，游戏独立运营模式收入持续增加。

B、成本变动分析

《崩坏 3》推出后收入规模持续扩大、运营人员不断增长，因此 2017 年 1-6 月独立运营模式下员工薪酬、云服务费等成本较上期增加。

C、毛利及毛利率变动分析

2017 年 1-6 月《崩坏 3》独立运营模式毛利较上期增加，毛利率基本保持不变。报告期内《崩坏 3》独立运营模式毛利及毛利率的变动分析参见独立运营模式收入、成本分析部分。

②合作运营模式

单位：万元

期间	收入	成本	毛利	毛利率
2017 年 1-6 月	30,690.69	710.84	29,979.85	97.68%
2016 年度	7,470.26	231.18	7,239.08	96.91%
2015 年度	-	-	-	-
2014 年度	-	-	-	-

A、收入变动分析

《崩坏 3》是公司 2016 年 9 月推出的一款 3D 动作类移动游戏，得益于“崩坏”IP 累积了大量的受众，游戏推出后市场反响较好，游戏合作运营模式收入持续增加。

B、成本变动分析

《崩坏 3》推出后收入规模持续扩大、运营人员不断增长，因此 2017 年 1-6 月合作运营模式下员工薪酬、云服务费等成本较上期增加。

C、毛利及毛利率变动分析

2017 年 1-6 月《崩坏 3》合作运营模式毛利随收入增加而大幅增加，毛利率基本保持不变。

3、毛利率的敏感分析

(1) 游戏收入构成主要因素以及对毛利率的敏感分析

发行人游戏收入构成的主要因素包括独立运营收入、合作运营收入和授权

运营收入，假设各项成本因素保持不变，各模式收入变动对毛利率的敏感分析如下：

项目	变动比例	毛利率影响			
		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
独立运营收入	10%	0.11%	0.18%	0.22%	0.84%
合作运营收入		0.19%	0.28%	0.30%	0.66%
授权运营收入		0.00%	0.00%	0.06%	0.20%

（2）游戏成本构成主要因素以及对毛利率的敏感分析

发行人游戏成本构成的主要因素包括职工薪酬、渠道分成费、云服务费和充值渠道手续费，假设各项收入因素保持不变，成本构成因素变动对毛利率的敏感分析如下：

项目	变动比例	毛利率影响			
		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
职工薪酬	10%	0.13%	0.20%	0.17%	0.06%
渠道分成费		0.01%	0.07%	0.27%	1.71%
云服务费		0.11%	0.12%	0.09%	0.06%
充值渠道手续费		0.04%	0.06%	0.04%	0.09%

4、同行业企业毛利率对比分析

2014-2016年公司与同行业企业毛利率比较情况如下：

项目	2016年度	2015年度	2014年度
冰川网络	90.97%	92.55%	91.32%
电魂网络	92.81%	95.06%	96.38%
吉比特	95.99%	96.44%	96.86%
昆仑万维	52.99%	60.95%	69.07%
游族网络	47.62%	58.02%	69.63%
掌趣科技	56.15%	61.43%	61.75%
平均	72.76%	77.41%	80.84%

本公司	95.08%	93.85%	80.83%
-----	--------	--------	--------

同行业可比公司中发行人与冰川网络、电魂网络、吉比特均以运营自主研发的游戏为主，昆仑万维、游族网络和掌趣科技三家公司均代理运营了较多其他公司开发的游戏产品，按收入来源分类平均后同行业毛利率情况如下：

公司	收入来源	平均毛利率		
		2016 年度	2015 年度	2014 年度
冰川网络、电魂网络和吉比特	收入主要来源于自研产品	93.26%	94.68%	94.85%
昆仑万维、游族网络和掌趣科技	代理运营的产品收入较多	52.25%	60.13%	66.82%
发行人	收入主要来源于自研产品	95.08%	93.85%	80.83%

同行业可比公司中发行人与冰川网络、电魂网络、吉比特的毛利率无重大差异。昆仑万维、游族网络和掌趣科技三家公司毛利率显著低于发行人等以运营自主研发的游戏为主的企业，主要原因归纳如下：（1）具有自主原创知识产权的游戏公司通常毛利率较高。网络游戏具有较高的附加值，通常情况下具备一定规模的网络游戏产品持续运营仅需支付少量服务器费用和运营人员薪酬等运营费用，冰川网络、电魂网络、吉比特及公司主要收入均来源于 1-2 款自主研发的网络游戏，因此毛利率相对较高；（2）代理产品收入占比较高的游戏企业毛利率相对较低。通常情形下代理其他游戏厂商的产品，公司除要支付服务器费用和运营人员薪酬外还需支付游戏授权方一定比例的授权费用和分成支出。例如，昆仑万维、掌趣科技营业成本中约有 80% 为产品分成和版权金摊销。

（五）期间费用分析

报告期内，本公司各项期间费用及其占营业收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	5,499.78	9.35%	3,747.26	8.84%	1,466.37	8.39%	475.50	4.61%
管理费用	5,702.13	9.70%	8,407.98	19.83%	3,001.83	17.17%	1,145.87	11.11%

财务费用	786.52	1.34%	-859.15	-2.03%	-227.82	-1.30%	-30.97	-0.30%
期间费用合计	11,988.44	20.39%	11,296.08	26.64%	4,240.38	24.26%	1,590.40	15.42%
营业收入	58,792.43	100.00%	42,402.23	100.00%	17,479.99	100.00%	10,316.71	100.00%

报告期各期，公司期间费用合计分别为 1,590.40 万元、4,240.38 万元、11,296.08 万元和 11,988.44 万元，期间费用总体呈增加趋势，主要系公司经营规模扩大，市场推广费和员工薪酬增加所致；报告期各期内，公司期间费用占营业收入比分别为 15.42%、24.26%、26.64% 和 20.39%。

1、销售费用

（1）公司销售费用总体情况

报告期公司销售费用及销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场推广费	5,162.24	93.86%	3,494.73	93.26%	1,390.16	94.80%	463.10	97.39%
职工薪酬	270.09	4.91%	234.13	6.25%	75.56	5.15%	-	-
其他	67.45	1.23%	18.40	0.49%	0.64	0.04%	12.40	2.61%
合计	5,499.78	100.00%	3,747.26	100.00%	1,466.37	100.00%	475.50	100.00%

报告期各期公司销售费用分别为 475.50 万元、1,466.37 万元、3,747.26 万元和 5,499.78 万元，公司销售费用主要由市场推广费和职工薪酬构成。

报告期各期公司市场推广费用为 463.10 万元、1,390.16 万元、3,494.73 万元和 5,162.24 万元，公司市场推广费主要为公司在线上和线下等媒体上支出的广告费。公司市场推广费增加的主要原因为：2015 年起公司开拓日本业务，与开拓境内业务不同，公司在日本等境外地区主要通过广告投放推广产品，报告期各期公司境外的推广费分别为 0 万元、682.22 万元、2,515.17 万元和 4,309.34 万元。

报告期内销售费用中职工薪酬分别为 0 万元、75.56 万元、234.13 万元和 270.09 万元，公司销售费用职工薪酬增加主要系公司经营规模扩大，销售人员

增加所致。2014 年公司规模较小，无专职的销售人员。

（2）市场推广费按产品的构成情况

单位：万元

推广支出	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
《崩坏学园 2》				
境内	252.24	736.85	707.95	463.10
境外	511.60	2,409.75	682.22	-
合计	763.84	3,146.60	1,390.16	463.10
《崩坏 3》			-	-
境内	600.67	242.71	-	-
境外	3,797.73	105.42	-	-
合计	4,398.40	348.13	-	-

① 《崩坏学园 2》推广支出变化情况

报告期各期《崩坏学园 2》境内推广费金额分别为 463.10 万元、707.95 万元、736.85 万元和 252.24 万元，2015 年境内推广费增加主要原因为：①公司 2015 年开始采购百度的品牌专区服务；②2015 年公司采购的用于赠送用户的周边产品增加。2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》受到《崩坏 3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，玩家充值有所下降，公司基于游戏的运营情况调整了游戏推广力度，2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》境内的推广费下降。

报告期各期《崩坏学园 2》境外推广费金额分别为 0 万元、682.22 万元、2,409.75 万元和 511.60 万元。2014 年至 2016 年《崩坏学园 2》境外推广费增加的主要原因为：2015 年 10 月以前《崩坏学园 2》境外均通过授权运营模式经营，授权运营模式下公司无需支付推广费，2015 年 10 月起公司逐渐终止在境外地区的授权运营，转为合作运营模式运营《崩坏学园 2》，境外推广支出增加。2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》受到《崩坏 3》上线、市场竞品增加、运营时间增长等因素的影响，玩家充值有所下降，公司基于游戏的运营情况调整了游戏推广力度，2017 年 1-6 月《崩坏学园 2》境外的推广费下降。

② 《崩坏 3》推广支出变化情况

报告期各期《崩坏 3》境内推广费金额分别为 0 万元、0 万元、242.71 万元

和 600.67 万元，境外推广费金额分别为 0 万元、0 万元、105.42 万元和 3,797.73 万元。2017 年 1-6 月境外推广费增加主要原因为：《崩坏 3》分别于 2016 年 9 月、2017 年 2 月和 2017 年 5 月在大陆地区、日本地区和台湾地区上线，为配合产品的推广，公司在境内、外均投入了较高的推广费。由于语言和文化差异，公司“崩坏”IP 下的动画、漫画、动漫周边等产品尚未能大规模推向境外，“崩坏”IP 在境外影响力较小，公司在境外运营团队规模较小，移动游戏主要通过广告宣传获得用户，因此境外推广支出较高。

（3）线上、线下推广费的构成情况

①线上推广费

A、主要线上推广方式

报告期内公司主要通过品牌广告以及效果类广告进行线上推广，具体情况如下：

单位：万元

推广方式	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌广告	757.97	17.10%	851.04	32.18%	499.12	52.03%	420.24	100.00%
效果类广告	3,673.77	82.90%	1,793.31	67.82%	460.15	47.97%	-	-
合计	4,431.74	100.00%	2,644.35	100.00%	959.26	100.00%	420.24	100.00%

a、金额变化原因

报告期各期公司品牌广告及效果类广告支出均持续增长，主要原因为：2015 年起公司开拓日本等境外地区业务，与开拓境内业务不同，公司在日本等境外地区主要通过广告投放推广产品，其中线上广告占比较高，报告期内品牌广告及效果类广告支出均持续增长。

b、占比变化原因

报告期内公司品牌广告支出占线上推广费用的比例持续下降，效果类广告支出占线上推广费用的比例持续上升，主要原因为：公司在境内的主要推广方式为推广“崩坏”IP，以采购品牌广告为主。公司在境外由于知名度较低，为迅速打开境外市场并提高公司产品的市场知名度，在境外以采购效果类广告为

主。2015 年起公司开拓日本等境外地区业务，境外推广费用迅速提高，增幅超过境内推广费用。

B、线上广告的主要计费方式

报告期内公司采购的线上广告主要计费方式具体情况如下：

单位：万元

计费方式	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
CPC	2,682.32	60.53%	1,352.22	51.14%	226.33	23.59%	-	-
CPI	943.36	21.29%	438.29	16.57%	232.98	24.29%	-	-
CPT	757.97	17.10%	826.94	31.27%	385.82	40.22%	124.31	29.58%
CPM	-	-	24.10	0.91%	113.30	11.81%	295.93	70.42%
其他方式	48.10	1.09%	2.80	0.11%	0.84	0.09%	-	-
合计	4,431.74	100.00%	2,644.35	100.00%	959.26	100.00%	420.24	100.00%

注：CPC 指按点击量付费，CPI 指按安装量付费，CPT 指按展示时长付费、CPM 指按曝光量（展示次数）付费，其他方式主要包括按手机预装数量付费和指按点击率付费等计费方式。

a、金额变化原因

报告期内公司以 CPC、CPI 和 CPT 为计费方式的线上广告支出持续增长，以 CPM 为计费方式的线上广告支出持续下降，主要原因为：①2015 年起公司开拓日本等境外地区业务，与开拓境内业务不同，公司在日本等境外地区主要通过线上广告投放推广产品，报告期内以 CPC、CPI 和 CPT 为计费方式的线上广告主要投放在日本等境外地区；②公司以 CPM 为计费方式的线上广告主要投放在境内地区，2014 年公司在腾讯、爱奇艺等国内知名视频播放平台投放贴片广告，广告的定价方式主要为 CPM，2015 年公司在国内逐步减少贴片广告的投放，转为长期采购百度的品牌专区服务，百度品牌专区服务的计费方式为 CPT。

b、占比变化原因

报告期内公司以 CPC 为计费方式的广告支出占比持续增长，主要原因为公司在境外通过 Google、Facebook、Twitter 等知名媒体进行投放的广告支出大幅

增加，该类知名媒体在境外拥有的用户较多，具有更大的市场影响力，同时上述媒体的主要计费方式为 CPC。

报告期内公司以 CPI 和 CPT 为计费方式的广告支出占比在报告期内有所波动，大体呈下降趋势，但两类广告支出在报告期内金额均持续上升，占比下降的主要原因为 CPC 广告的占比提高。

报告期内公司以 CPM 为计费方式的线上广告支出占比持续下降，主要原因为：公司减少了在腾讯、爱奇艺等媒体上贴片广告的采购金额，公司以 CPM 为计费方式广告金额下降。

C、线上广告的主要定价机制

单位：万元

定价机制	2017年1-6月		2016年		2015年		2014年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
竞价	3,673.77	82.90%	1,793.31	67.82%	460.15	47.97%	-	-
非竞价	757.97	17.10%	851.04	32.18%	499.12	52.03%	420.24	100.00%
合计	4,431.74	100.00%	2,644.35	100.00%	959.26	100.00%	420.24	100.00%

a、金额变化原因

报告期内公司在境内投放的线上广告的定价机制主要为非竞价，在境外投放的线上广告的定价机制主要为竞价。随着报告期内公司积极开拓境外市场以及新游戏的上线，公司在境内、境外的线上推广费均持续增长。

b、占比变化原因

报告期内公司非竞价类广告支出占线上推广费用的比例持续下降，竞价类广告支出占线上推广费用的比例持续上升，主要原因为：公司在境内投放的线上广告的定价机制主要为非竞价，在境外投放的线上广告的定价机制主要为竞价。由于公司在境外知名度较低，为迅速打开境外市场并提高公司产品的市场知名度，公司在境外通过 Google、Facebook、Twitter 等知名媒体进行投放的广告支出大幅增加，该类知名媒体在境外拥有的用户较多，具有更大的市场影响力，同时上述媒体的主要定价机制为竞价。2015年起公司开拓日本等境外地区业务，境外推广费用迅速提高，增幅超过境内推广费用。

②线下推广费

A、报告期发行人线下推广费的整体情况及合理性

a、报告期发行人线下推广费支出较少

报告期内发行人主要通过线上广告的方式进行产品推广，线下推广费用占比较低。报告期内线下推广费用分别为 42.86 万元、430.90 万元、850.38 万元和 730.50 万元，占各期推广费用的比例分别为 9.25%、31.00%、24.33% 和 14.15%，报告期合计占比 19.55%。

b、线下广告主要为了提升产品及整个崩坏 IP 的影响力

报告期内发行人线下推广的方式主要包括周边产品赠送、投放地铁广告或广告牌广告、参加动漫展活动等。上述推广活动能够有效的提升崩坏 IP 在二次元用户中的品牌形象，为公司产品的推广提供重要帮助。

B、报告期发行人线下推广的具体情况

报告期内发行人线下推广的方式主要包括周边产品赠送、户外广告投放、参加动漫展等二次元活动进行品牌推广等，具体情况如下：

单位：万元

线下推广方式	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
广告-地铁广告	260.21	25.80	-	-
广告牌广告	107.69	173.38	19.23	-
其他媒体广告	37.57	73.37	68.40	9.59
周边产品赠送	237.77	356.98	287.56	3.64
参加动漫展等二次元活动	43.84	88.98	11.03	4.89
推广制作费	43.14	131.64	42.76	24.71
其他	0.28	0.23	1.92	0.03
合计	730.50	850.38	430.90	42.86

a、广告

地铁广告

公司的地铁广告投放主要集中在人流量较大的地铁路线和地铁站内，由于

地铁每日人流量较大，广告覆盖人数较多，有助于为公司的相关产品积累人气并迅速提高公司的品牌形象，实现品牌效益。

目前公司主要在上海和东京两座城市中人流量较高的地铁车厢内及地铁站内投放带有“崩坏”IP 人物形象的宣传画或宣传短片。两座城市均属于国际知名的大都市，聚集了大量喜爱二次元文化的人群，是公司目标用户较为集中的地区。

上海的地铁广告投放主要集中在地铁二号线及徐家汇地铁站，东京的地铁广告投放主要集中在山手线、埼京线等多条热门地铁线以及秋叶原地铁站。东京秋叶原地区是世界上最大的电器商业街区之一，同时也是日本动漫文化的发源地，聚集了大量的二次元群体。公司通过在秋叶原地铁站投放广告，可以迅速提高公司本身及产品在日本当地的知名度，对拓展日本市场作用较大。

广告牌广告

同地铁广告一样，公司的广告牌广告主要投放在人流量较大的区域，通过广告覆盖城市中心的大量人群，从而实现提升公司产品的知名度的目的。

报告期内公司广告牌广告投放地主要集中在日本东京的秋叶原地区，该地区不光人流量较大同时也是二次元文化爱好者的聚集地，通过在该地区投放户外广告，可以扩大公司产品在日本的影响力。

其他媒体广告

公司的其他媒体广告包括电视广告和杂志广告。报告期内公司通过电视、杂志投放的广告较少，报告期内其他媒体广告合计投放金额占线下广告的比例低于 10%。公司投放的电视广告主要集中于电视中的动漫频道，杂志广告主要投放在动漫类杂志上，该类媒体的用户主要为喜爱动漫的二次元群体，是公司产品的目标用户。通过该类媒体，公司可以实现针对目标用户的精准广告投放，增加公司产品在二次元群体中的知名度。

b、周边产品赠送

公司根据游戏、漫画中的人物造型，开发出带有“崩坏”特色的抱枕、雨伞、手办、钥匙扣等动漫周边产品。公司通过动漫周边产品的推广，增强了

“崩坏”IP 内容与产品的结合度，提升用户对公司 IP 概念的认知并加强“崩坏”IP 的影响力，间接的为公司其他产品造势，并提供推广和宣传的途径。

目前公司动漫周边产品的推广主要是通过主题活动的形式，围绕大 IP 的框架下配合游戏内的活动在线下活动中推出与游戏内容高度吻合的动漫周边产品。例如游戏产品内推出新角色或者原有角色的生日时，公司一般会根据角色造型推出相应的周边产品。公司周边产品的赠送对象主要为喜爱“崩坏”IP 的受众，大部分受众已体验过公司的相关产品，通过周边产品的赠送，增强了公司与用户之间的黏度，可以起到较好的推广效果。

c、参加漫展等二次元活动

公司的移动游戏产品会定期参加漫展等活动，参与漫展等活动的用户中核心二次元用户占比较高，有少量用户甚至是二次元用户中的意见领袖，同时大量公司产品的忠实用户也会参与漫展等二次元活动。由于公司产品立足于二次元文化，公司游戏产品的主要受众为喜爱二次元文化的群体，通过参加境内外知名的漫展等二次元活动，可以提升公司“崩坏”IP 在核心二次元用户中的形象，在二次元文化爱好者群体内形成更大的影响力。

报告期内公司多次参加境内外漫展等二次元活动，如“萤火虫”漫展、中国国际漫画节动漫游戏展等，漫展现场参与公司展览活动人数较多，高峰时等待参与活动的排队人数超过 200 人。

d、推广活动制作费

推广活动制作费是指公司为产品推广而发生的稿酬、动画制作费、图像制作费、配音费等费用。该类支出最终制作的产品可能用于多类推广方式，如制作出的图像既可用于线上广告的播放，也可用于线下户外广告、二次元活动的推广等。

（3）市场推广费的供应商情况

报告期各期公司推广费用中前五大供应商的详细情况如下：

单位：万元

时间	供应商名称	投放媒体/投放方式	采购金额	占推广费比例
----	-------	-----------	------	--------

2017年 1-6月	Septeni Co., Ltd.	Twitter、Google、Facebook 等	1,451.83	28.12%
	Adways Inc.	Smart-C、Google、 Twitter、Facebook、Unity 等	1,017.82	19.72%
	上海摩邑诚广告有限公司	Facebook、Google	308.35	5.97%
	北京景美广告有限公司	百度	303.87	5.89%
	OZ FACTORY Inc.	OCTOPUS 等	219.19	4.25%
	合计	-	3,301.06	63.95%
2016年	Adways Inc.	Twitter、Google、Unity 等	1,436.91	41.12%
	北京景美广告有限公司	百度	370.95	10.61%
	CAM FORCE, LTD.	Facebook、LINE、 https://gamegift.jp/ (网站广告)、视屏广告制 作等	312.70	8.95%
	广州绝对萌域商贸有限公司	周边赠送	307.41	8.80%
	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.	www.nicovideo.jp (网络广播)、地铁电子显 示屏	133.06	3.81%
	合计	-	2,561.02	73.28%
2015年	Adways Inc.	Twitter、Google、Unity 等	382.81	27.54%
	广州绝对萌域商贸有限公司	周边赠送	257.22	18.50%
	北京景美广告有限公司	百度	140.82	10.13%
	TOEI ADVERTISING, LTD.	漫展支出、地铁电子显示屏 等	91.20	6.56%
	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.	www.nicovideo.jp (网络广播)、地铁电子显 示屏等	66.67	4.80%
	合计	-	938.72	67.53%
2014年	北京易利广告有限公司	乐视视频	159.42	34.42%
	珠海布卡科技有限公司	布卡漫画网站	90.93	19.64%
	尊岸广告（上海）有限公司	爱奇艺、搜狐视频	53.49	11.55%
	乐视网信息技术（北京） 股份有限公司	乐视视频	47.30	10.21%
	北京思恩客广告有限公司	腾讯视频	45.72	9.87%
	合计		396.86	85.70%

公司与上述供应商的具体合作情况如下：

①Septeni Co., Ltd.

Septeni Co., Ltd. 为公司在日本主要广告代理商，隶属于 SEPTENI HOLDINGS CO., LTD.，（日本 JASDAQ 证券交易所上市公司，股票代码：4293）。该广告代理商代理 Twitter、Google、Facebook 等知名的媒体广告，公司主要向其采购网页及移动端广告。公司向其采购的 Twitter、Google、Facebook 广告主要按照点击量计费，Twitter、Google、Facebook 的广告单价主要由各媒体自主决定，Septeni Co., Ltd.考虑一定的收益后向公司实时报价。公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项。

②Adways Inc.

Adways Inc.（东京证券交易所上市企业，股票代码：2489）为公司在日本主要广告代理商。该广告代理商代理 Twitter、Google 和 Unity 等较多知名的媒体广告，公司主要向其采购移动端广告。公司向其采购的 Twitter 和 Google 广告主要按照点击量计费、Unity 广告主要按照安装量收费，Twitter、Google、Unity 的广告单价主要由各媒体自主决定，Adways Inc.考虑一定的收益后向公司实时报价。公司与 Adways Inc. 按月结算并支付相应费用。

③北京景美广告有限公司

北京景美广告有限公司为百度公司的代理商。公司主要向其采购百度的品牌专区服务以及关键字服务。当用户使用百度的网页版和移动版搜索崩坏系列关键字后，百度将在首条展示公司相应产品的链接。百度的品牌专区以及关键字价格主要由百度公司决定，北京景美广告有限公司考虑一定的收益后向公司报价。百度品牌专区服务公司通常预付相应款项并按季度结算；关键字服务公司通常预付相应款项并按实际消耗情况进行结算。

④上海摩邑诚广告有限公司

上海摩邑诚广告有限公司为公司台湾地区业务的广告代理商。公司向其采购 Google 和 Facebook 相关媒体移动端的广告，公司向其采购的 Google 和 Facebook 广告按照点击量计费。Google 和 Facebook 的广告单价主要由各媒体自主决定，上海摩邑诚广告有限公司考虑一定的收益后向公司实时报价。公司与

上海摩邑诚广告有限公司按月结算并支付相应费用。

⑤广州绝对萌域商贸有限公司

广州绝对萌域商贸有限公司为公司主要的动漫周边产品供应商，公司向其采购的动漫周边产品主要用于赠送游戏中的用户。公司采购的周边产品包括：抱枕、台历、T 恤等各种类型，公司向其提供 IP 相关形象主要采用定制的方式采购“崩坏”IP 下的动漫周边产品。公司根据活动需要按需订购，通常预付一定比例货款，发货结算后支付剩余款项。

⑥CAM FORCE, LTD.

CAM FORCE, LTD.为公司在日本主要广告代理商，主要代理 Facebook、LINE 等网络广告，同时也协助公司制作一些视频短片用于宣传。公司向其采购的 Facebook、LINE 广告按照点击量计费，Facebook、LINE 广告单价主要由各媒体自主决定，CAM FORCE, LTD.考虑一定的收益后向公司报价。公司与 CAM FORCE, LTD.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项。

⑦OZ FACTORY Inc.

OZ FACTORY Inc.为公司在日本主要广告代理商。公司主要向其采购 OCTOPUS 相关网站的网络广告。OCTOPUS 相关网站的网络广告按照安装量计费，OCTOPUS 相关网站的广告价格按照市场需求情况决定，OZ FACTORY Inc.考虑一定收益后向公司报价。公司与 OZ FACTORY Inc.按月结算并支付相应费用。

⑧NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD.

NIHON KEIZAI ADVERTISING CO., LTD. 为公司在日本主要广告代理商。主要代理网络广播广告和地铁电子显示屏广告。网络广播和地铁显示屏广告按时长收费，由代理商根据市场情况向公司报价。公司与 NIHON KEIZAI ADVERTISING CO.,LTD.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项。

⑨北京易利广告有限公司

北京易利广告有限公司为乐视视频的广告代理商。公司主要向其采购乐视移动端的视频贴片广告，该广告按展示次数收费，代理商根据乐视网报价考虑一定收益后向公司报价。公司通常预付广告费，合同执行完毕后与其结算。

⑩珠海布卡科技有限公司

公司向珠海布卡科技有限公司采购其旗下布卡漫画 APP 上的展示广告，该广告主要按展示时长收费。珠海布卡科技有限公司根据市场情况向公司报价，公司与其主要按月结算并支付相应费用。

⑪尊岸广告（上海）有限公司

尊岸广告（上海）有限公司为爱奇艺和搜狐视频的广告代理商。公司主要向其采购爱奇艺网站和 APP 以及搜狐视频 APP 的贴片广告，该广告按照展示次数计费。广告代理商按照最终的广告媒体价格考虑一定收益后向公司报价。公司通常预付广告费，合同执行完毕后与其结算。

⑫乐视网信息技术（北京）股份有限公司

公司向乐视网信息技术（北京）股份有限公司采购乐视移动端的视频贴片广告，该广告按展示次数收费。乐视网信息技术（北京）股份有限公司根据市场情况向公司报价，公司通常预付广告费，合同执行完毕后与其结算。

⑬北京思恩客广告有限公司

北京思恩客广告有限公司为腾讯视频的广告代理商，公司主要向其采购腾讯视频移动端的贴片广告，该广告按展示次数收费。广告代理商按照最终的广告媒体价格考虑一定收益后向公司报价，公司通常预付广告费，合同执行完毕后与其结算。

（4）市场推广费的主要线上媒体情况

境内主要线上媒体

①采购金额

单位：万元

时间	媒体名称	供应商名称	合作模式	采购金额	合计	占比
2017年 1-	百度	北京景美广告有限公司	代理	303.87	303.87	75.37%

6月	bilibili	上海幻电信息科技有限公司	直客	20.36	40.31	10.00%
		上海凝曜文化传播有限公司	代理	19.95		
	动漫之家	上海火魄云网络科技有限公司	直客	14.10	20.47	5.08%
		上海浅夏信息技术有限公司	直客	6.37		
	合计	-	-	364.65	364.65	90.45%
2016年	百度	北京景美广告有限公司	代理	370.95	384.45	68.79%
		北京百度网讯科技有限公司	直客	13.50		
	bilibili	上海漫人文化传播有限公司	代理	43.49	53.62	9.59%
		上海幻电信息科技有限公司	直客	10.13		
	动漫之家	上海浅夏信息技术有限公司	直客	34.67	34.67	6.20%
	游民星空	北京凡木盛世广告传播有限公司	代理	24.79	24.79	4.44%
	合计	-	-	497.53	497.53	89.02%
2015年	百度	北京景美广告有限公司	代理	140.82	146.48	38.62%
		北京百度网讯科技有限公司	直客	5.66		
	乐视视频	北京易利广告有限公司	代理	57.71	57.71	15.22%
	爱奇艺	尊岸广告（上海）有限公司	代理	39.16	55.59	14.66%
		上海爱奇艺文化传媒有限公司	直客	16.42		
	布卡漫画	珠海布卡科技有限公司	直客	22.84	40.46	10.67%
		北京同步率科技有限公司	直客	17.62		
	Inmobi	邑盟信息技术（上海）有限公司	代理	33.82	33.82	8.92%
	bilibili	北京新城联合网络科技有限公司	代理	23.00	23.00	6.06%
合计	-	-	357.05	357.05	94.15%	
2014年	乐视视频	北京易利广告有限公司	代理	158.07	205.37	48.87%
		乐视网信息技术（北京）股份有限公司	直客	47.30		
	布卡漫画	珠海布卡科技有限公司	直客	90.93	90.93	21.64%

腾讯视频	北京思恩客广告有限公司	代理	45.72	45.72	10.88%
爱奇艺	尊岸广告（上海）有限公司	代理	39.34	39.34	9.36%
合计	-	-	381.36	381.36	90.75%

注 1：占比指采购金额占当期境内线上推广费的比例。

注 2：报告期内公司境内线上媒体的定价机制主要为非竞价。

②合作情况

A、百度

a、北京景美广告有限公司

公司向北京景美广告有限公司采购的内容主要为百度品牌专区服务以及关键字服务。百度品牌专区服务公司通常预付相应款项并按季度结算；关键字服务公司通常预付相应款项并按实际消耗情况进行结算。广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、北京百度网讯科技有限公司

公司向北京百度网讯科技有限公司采购的内容主要为百度贴吧相关服务，公司通常预付相应款项并与北京百度网讯科技有限公司按半年结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

B、bilibili

a、上海幻电信息科技有限公司

公司向上海幻电信息科技有限公司采购的内容主要为绘画视频的制作、发布以及网络直播推广，公司通常与上海幻电信息科技有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、上海凝曜文化传播有限公司

公司向上海凝曜文化传播有限公司采购的内容主要为游戏实况以及歌曲翻唱视频的制作及发布，公司通常与上海凝曜文化传播有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、上海漫人文化传播有限公司

公司向上海漫人文化传播有限公司采购的内容主要为游戏试玩视频的制作及发布，公司通常与上海漫人文化传播有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

d、北京新城联合网络科技有限公司

公司向北京新城联合网络科技有限公司采购的内容主要为歌曲翻唱视频的制作及发布，公司通常与北京新城联合网络科技有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

C、应用宝

公司向深圳市腾讯计算机系统有限公司采购的内容主要为线上活动推广，如应用宝宝券赠送、短信召回老用户等，公司通常预付相应款项并与深圳市腾讯计算机系统有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

D、动漫之家

a、上海火魄云网络科技有限公司

公司向上海火魄云网络科技有限公司采购的内容主要为 Banner 展示，公司通常预付相应款项并与上海火魄云网络科技有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、上海浅夏信息技术有限公司

公司向上海浅夏信息技术有限公司采购的内容主要为首页焦点图广告，公司通常预付 50% 的款项，与上海浅夏信息技术有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为移动端（安卓平台）。

E、游民星空

公司向北京凡木盛世广告传播有限公司采购的内容主要为 Banner 展示、软文推荐以及试玩推广活动，公司通常预付相应款项并与北京凡木盛世广告传播有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页端。

F、乐视视频

a、北京易利广告有限公司

公司向北京易利广告有限公司采购的内容主要为贴片广告，公司通常预付相应款项并与北京易利广告有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、乐视网信息技术（北京）股份有限公司

公司向乐视网信息技术（北京）股份有限公司采购的内容主要为贴片广告，公司通常预付相应款项并与乐视网信息技术（北京）股份有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

G、爱奇艺

a、上海爱奇艺文化传媒有限公司

公司向上海爱奇艺文化传媒有限公司采购的内容主要为贴片广告，公司通常预付相应款项并与上海爱奇艺文化传媒有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、尊岸广告（上海）有限公司

公司向尊岸广告（上海）有限公司采购的内容主要为贴片广告，公司通常预付相应款项并与尊岸广告（上海）有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

H、Inmobi

公司向邑盟信息技术（上海）有限公司采购的内容主要为 Banner 展示，公司通常预付相应款项并与邑盟信息技术（上海）有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页端。

I、布卡漫画

a、珠海布卡科技有限公司

公司向珠海布卡科技有限公司采购的内容主要为 Banner 展示，结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、北京同步率科技有限公司

公司向北京同步率科技有限公司采购的内容主要为 Banner 展示和文字广告，公司通常预付相应款项并与北京同步率科技有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为网页以及移动端（含 iOS 和安卓平台）。

J、腾讯视频

公司向北京思恩客广告有限公司采购的内容主要为贴片广告，公司通常预付相应款项并与北京思恩客广告有限公司在合同执行完毕后进行结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

境外主要线上媒体

①采购金额

单位：万元

时间	媒体名称	供应商名称	合作模式	采购金额	合计金额	占比
2017年1-6月	Google	Septeni Co., Ltd.	代理	500.51	985.23	24.46%
		Adways Inc.	代理	340.99		
		上海摩邑诚广告有 限公司	代理	88.83		
		Google Inc.	直客	42.87		
		Enjoymoblie Technology Limited	代理	12.03		
	Facebook	上海摩邑诚广告有 限公司	代理	219.52	781.46	19.40%
		北京木瓜移动科技股 份有限公司	代理	201.05		
		Septeni Co., Ltd.	代理	193.83		
		Cyber Agent Inc.	代理	89.24		
		Adways Inc.	代理	64.16		
		北京点开科技有限公 司	代理	13.66		
	Twitter	Septeni Co., Ltd.	代理	508.18	683.43	16.96%
		Twitter Inc.	直客	81.16		
		Adways Inc.	代理	73.08		
		Cyber Agent Inc.	代理	21.00		
	Smart-C	Adways Inc.	代理	377.05	377.05	9.36%
	Unity	Unity Inc.	直客	114.14	161.03	4.00%
Adways Inc.		代理	36.26			

		Enjoymoblie Technology Limited	代理	10.63		
	Octopus	Ozfactory Inc.	代理	141.81	141.81	3.52%
	GameWith	GameWith Inc.	直客	121.17	121.17	3.01%
	Nend	Septeni Co., Ltd.	代理	117.65	117.65	2.92%
	YouTuber	Ozfactory Inc.	代理	42.86	74.43	1.85%
		Bizcast Inc.	代理	31.58		
	GANMA	Septeni Co., Ltd.	代理	71.75	71.75	1.78%
	合计	-	-	3,515.01	3,515.01	87.25%
2016 年度	Twitter	Adways Inc.	代理	603.00	675.81	32.41%
		Septeni Co., Ltd.	代理	71.36		
		Digital Garage Inc.	代理	1.46		
	Unity	Adways Inc.	代理	289.50	289.50	13.88%
	Google	Adways Inc.	代理	285.43	285.43	13.69%
	Facebook	CAM FORCE, LTD.	代理	101.35	110.88	5.32%
		Adways Inc.	代理	9.11		
		Facebook Inc.	直客	0.41		
	线上广播	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO.,LTD.	直客	110.80	110.80	5.31%
	LINE	CAM FORCE, LTD.	代理	78.08	83.74	4.02%
		Septeni Co., Ltd.	代理	5.46		
		Adways Inc.	代理	0.20		
	YouTuber	Bizcast Inc.	代理	46.21	49.50	2.37%
		Ozfactory Inc.	代理	3.30		
AppLovin	Adways Inc.	代理	34.67	34.67	1.66%	
GANMA	Septeni Co., Ltd.	代理	25.98	25.98	1.25%	
	合计	-	-	1,666.32	1,666.32	79.90%
2015 年度	Unity	Adways Inc.	代理	161.71	161.71	27.88%
	Twitter	Adways Inc.	代理	124.18	124.18	21.41%
	线上广播	NIHON KEIZAI ADVERTISING CO.,LTD.	直客	66.67	66.67	11.49%
	Google	Adways Inc.	代理	24.03	24.03	4.14%
	AppDriver	Adways Inc.	代理	23.29	23.29	4.02%

	AppBank	AppBank Inc.	直客	23.09	23.09	3.98%
	合计	-	-	422.97	422.97	72.93%

注 1：占比指采购金额占当期境外线上推广费的比例。

注 2：报告期内公司境外线上媒体的定价机制主要为竞价。

②合作情况

A、Google

a、Septeni Co., Ltd.

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、Adways Inc.

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、上海摩邑诚广告有限公司

公司与上海摩邑诚广告有限公司的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

d、Google Inc.

公司与 Google Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

e、Enjoymoblie Technology Limited

公司与 Enjoymoblie Technology Limited 的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

B、Facebook

a、上海摩邑诚广告有限公司

公司与上海摩邑诚广告有限公司的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、北京木瓜移动科技股份有限公司

公司与北京木瓜移动科技股份有限公司的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、Septeni Co., Ltd.

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

d、Cyber Agent Inc.

公司与 Cyber Agent Inc.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

e、Adways Inc.

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

f、北京点开科技有限公司

公司与北京点开科技有限公司的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

g、CAM FORCE, LTD.

公司与 CAM FORCE, LTD.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

h、Facebook Inc.

公司与 Facebook Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（iOS 平台）。

C、Twitter**a、Septeni Co., Ltd.**

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式为在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、Twitter Inc.

公司与 Twitter Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、Adways Inc.

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

d、Cyber Agent Inc.

公司与 Cyber Agent Inc.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

e、Digital Garage Inc.

公司与 Digital Garage Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

D、Smart-C

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

E、Unity

a、Unity Inc.

公司与 Unity Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、Adways Inc.

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、Enjoymoblie Technology Limited

公司与 Enjoymoblie Technology Limited 的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

F、Octopus

公司与 Ozfactory Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

G、GameWith

公司与 GameWith Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为网页端。

H、Nend

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

I、YouTuber

a、Ozfactory Inc.

公司与 Ozfactory Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、Bizcast Inc.

公司与 Bizcast Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

J、GANMA

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

K、线上广播

公司与 NIHON KEIZAI ADVERTISING CO.,LTD.的结算方式在合作初期为

预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

L、LINE

a、CAM FORCE, LTD.

公司与 CAM FORCE, LTD.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

b、Septeni Co., Ltd.

公司与 Septeni Co., Ltd.的结算方式在合作初期为预付相应款项后按月进行结算，合作后期改为按月结算后支付款项，广告媒体的操作平台为网页和移动端（含 iOS 和安卓平台）。

c、Adways Inc.

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

M、AppLovin

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

N、AppDriver

公司与 Adways Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

O、AppBank

公司与 AppBank Inc.的结算方式为按月结算，广告媒体的操作平台为移动端（含 iOS 和安卓平台）。

（5）公司销售费用率与同行业企业比较分析

2014-2016 年公司与同行业企业销售费用率比较情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
冰川网络	29.50%	22.63%	25.06%
电魂网络	11.42%	14.20%	15.36%
吉比特	12.44%	8.64%	8.49%
昆仑万维	26.35%	38.13%	36.96%
游族网络	7.24%	7.15%	6.68%
掌趣科技	1.49%	2.58%	3.38%
平均	14.74%	15.56%	15.99%
本公司	8.84%	8.39%	4.61%

2014-2016 年发行人销售费用率均低于同行业平均水平，主要原因如下：

①获取用户方式存在较大差异

A、公司通过经营“崩坏”IP 获取用户

公司移动游戏产品在境内主要通过经营“崩坏”IP 获取用户，与同行业上市公司存在一定差异。“崩坏”IP 下的漫画、动画和轻小说等产品均为游戏产品积累了用户基础。公司的研发人员持续地更新漫画、创作动画和轻小说作品并以免费的方式在二次元网站上发布，既为“崩坏”IP 积累了用户群，同时也为游戏产品提供了用户基础。截至 2016 年 12 月 31 日，公司漫画产品总阅读量超过 2.4 亿次，动画产品点击量超过 1,400 万次，轻小说产品点击量超过 140 万次。

B、二次元用户聚集性较强，定向推广的效率较高

公司游戏产品的主要用户群体为二次元文化爱好者，该类用户的聚集性较强，通常聚集在漫画类、动画类的网站，公司定向推广能够获得较多目标用户的关注，推广效率较高。

②游戏类型及运营模式的差异

冰川网络、电魂网络主要产品为客户端游戏，并主要采用独立运营模式运营产品，独立运营模式下通常需要承担更多的宣传推广费用，销售费用率相对较高。掌趣科技、米哈游等以移动游戏为主要产品的企业主要采用合作运营模式，相较独立运营模式，合作运营模式下合作运营商由于能够获得游戏充值分

成通常会对游戏进行一定的推广，因此公司需要支付的广告费相对较少，销售费用率相对较低

③游戏运营区域的差异

相较游戏主要在境内运营的企业，来源于境外收入比重较高的企业一般需要承担较高的推广费用，主要原因为境内企业在境外的市场影响力和运营能力有限，通过支付广告费的方式获取用户更为直接简便。可比上市公司中昆仑万维境外收入比重较高，2016年昆仑万维境外收入占比为64.61%，因此销售费用率较高。

④记账方式的差异

经查阅昆仑万维公开信息，在代理运营模式下昆仑万维采用总额法确认收入，代理运营模式是指昆仑万维代理运营其他游戏开发商研发的游戏。昆仑万维将该模式下合作方收取的渠道分成款核算为充值渠道手续费计入到销售费用中，与同行业存在差异。2014-2016年该款项占昆仑万维当期营业收入的比重分别为20.22%、20.01%和14.76%。

2、管理费用

（1）公司管理费用情况

报告期公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发费用	4,373.85	76.71%	5,695.81	67.74%	2,361.48	78.67%	905.19	79.00%
股权激励费用	-	-	980.93	11.67%	-	-	-	-
职工薪酬	399.74	7.01%	616.89	7.34%	182.24	6.07%	40.72	3.55%
专业咨询费	209.82	3.68%	434.97	5.17%	242.74	8.09%	73.12	6.38%
办公费	150.00	2.63%	204.53	2.43%	62.34	2.08%	54.92	4.79%
租赁费	115.10	2.02%	118.77	1.41%	41.54	1.38%	40.57	13.54%
折旧及摊销	221.26	3.88%	114.68	1.36%	56.05	1.87%	11.62	31.01%
其他	232.36	4.07%	241.40	2.87%	55.45	1.85%	19.73	1.72%

合计	5,702.13	100.00%	8,407.98	100.00%	3,001.83	100.00%	1,145.87	100.00%
----	----------	---------	----------	---------	----------	---------	----------	---------

报告期各期公司管理费用分别为 1,145.87 万元、3,001.83 万元、8,407.98 万元和 5,702.13 万元，公司管理费用主要为研发费用。

报告期各期公司的研发费用分别为 905.19 万元、2,361.48 万元、5,695.81 万元和 4,373.85 万元，研发费用主要为研发人员薪酬，报告期各期末公司研发人员持续增加，研发费用也相应增加。

报告期各期公司管理费用职工薪酬分别为 40.72 万元、182.24 万元、616.89 万元和 399.74 万元，管理费用职工薪酬增加主要原因为：随着经营规模的扩大和盈利能力的提高，公司管理人员增加和管理人员人均薪酬增加。

2016 年公司确认 980.93 万元股权激励费用，具体情况如下：2016 年 6 月，经股东大会决议批准，公司将增资后占全部股本的 1.248% 的股份授予公司的部分员工，基于授予价格和公允价格的差异，公司确认 980.93 万元股权激励费用。

（2）研发费用范围界定、具体构成和会计核算情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下表：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发费用	4,373.85	5,695.81	2,361.48	905.19
营业收入	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71
所占比例	7.44%	13.43%	13.51%	8.77%

公司研发费用界定范围为因开发“崩坏”IP 下的游戏、漫画、动画等产品所支出的员工薪酬和采购支出。公司研发费用主要由研发人员薪酬和与研发相关的房屋租赁费用组成。公司在研发人员薪酬和房租物业费发生期间计提相关费用。报告期公司研发费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发人	3,758.65	85.93%	5,249.40	92.16%	2,124.04	89.95%	874.92	96.66%

员薪酬及福利费								
房租及相关费用	295.53	6.76%	175.60	3.08%	103.34	4.38%	1.54	0.17%
其他	319.66	7.31%	270.81	4.75%	134.09	5.68%	28.74	3.17%
合计	4,373.85	100.00%	5,695.81	100.00%	2,361.48	100.00%	905.19	100.00%

从财务层面来看，报告期公司主要的研发成果为移动游戏《崩坏学园 2》和《崩坏 3》，报告期两款产品分别占公司总收入的 48.32% 和 50.50%。公司报告期无研发费用资本化的情形。研发费用按产品分类如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
移动游戏研发项目	4,090.81	5,203.40	2,123.65	865.97
漫画、动画等其他 IP 产品项目	283.03	492.41	237.83	39.23
合计	4,373.85	5,695.81	2,361.48	905.19

（3）主要游戏产品的研发投入情况

报告期内发行人主要游戏产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》均不存在委托开发的情形，发行人对主要游戏产品研发的人力和资金投入情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
《崩坏学园 2》				
期末研发人员（人）	55	47	28	28
研发费用（万元）	1,426.44	2,156.06	1,190.28	865.97
《崩坏 3》				
期末研发人员（人）	104	74	35	-
研发费用（万元）	2,664.38	3,047.34	933.37	-

（4）股权激励费用的形成背景和原因

①股权激励费用形成背景

2016 年 5 月 30 日，公司股东及部分员工出资成立了上海律者文化发展合伙企业（有限合伙）（以下简称“律者”）、上海考弥克文化发展合伙企业（有限合

伙）（以下简称“考弥克”）及上海符华文化发展合伙企业（有限合伙）（以下简称“符华”）作为员工持股平台。公司董事会审议同意由前述合伙企业认购公司新增股本 3,333,333 股，其中由前述合伙企业分别认购公司增资额人民币 1,607,843.00 元、人民币 886,078.00 元及人民币 839,412.00 元。

同时，根据合伙协议约定，公司的监事、高级管理人员及部分员工在前述合伙企业设立时，认购员工持股平台中律者 14.93% 的股份，考弥克 9.03% 的股份以及符华 11.43% 的股份（累计相当于公司股本的 1.248%，即 416,000 股的股份）。这批股份没有等待期，取得这些股份的监事、高级管理人员及部分员工即刻拥有相应员工持股平台中有限合伙人按各自份额享有的权利义务。该决议已于 2016 年 6 月 16 日经股东大会审议通过。

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第五条规定：授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。该批股份的每股对价为人民币 6.42 元，评估的每股公允价值为人民币 30.00 元，股份支付计入资本公积和管理费用的总金额为人民币 9,809,280.00 元。

该批股份的公允价值评估采用收益法，公司股东全部权益价值评估值为人民币 100,000.00 万元整，换算成每股公允价值为人民币 30.00 元，该股东权益价值已经过上海申威资产评估有限公司评估并出具了沪申威咨报字（2016）第 0180 号评估咨询报告。

②该次股权激励定价与历次增资、股权转让定价依据的差异及产生差异的原因及合理性

2016 年 6 月公司员工入股价格情况如下：公司净资产为 19,265.02 万元，持股平台按净资产价格入股，每一元股本作价 6.42 元。该次增资价格与历次增资价格或转让价格存在差异的主要情况如下：

A、与 2012 年 5 月增资价格存在差异的主要原因

2012 年 5 月公司成立时间仅有 3 个月，除研发外无实际经营。公司第一次增资是公司为了引入杭州斯凯作为公司的战略投资者，杭州斯凯根据当时公司的运营情况以及前景，评估公司整体价值为 666.67 万元，因此按照每一元注册

资本 56.67 元的价格入股。

B、与其他历次增资价格差异的主要原因

除 2012 年 5 月公司第一次增资外，其他历次增资的增资价格均为 1 元，这主要是由于上述增资未引入新的投资者，股东按照同比例进行增资，增资后发行人各股东股权比例未发生变化。

C、与历次股权转让价格差异情况

2015 年 8 月公司股权转让为股东间股权的代持还原，每股作价一元。2016 年 11 月杭州米艺将股权转让萍乡盈尚，股权转让时杭州米艺与萍乡盈尚的出资人和出资比例完全一致，属于同一控制下企业间的股权转让因此每股作价一元。

(5) 公司管理费用率与同行业企业比较分析

2014-2016 年公司与同行业企业管理费用率比较情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
冰川网络	28.20%	23.47%	20.79%
电魂网络	32.09%	32.53%	22.78%
吉比特	21.21%	26.16%	25.87%
昆仑万维	18.29%	12.90%	13.66%
游族网络	17.43%	21.16%	20.65%
掌趣科技	18.47%	16.41%	18.20%
平均	22.62%	22.10%	20.32%
本公司	19.83%	17.17%	11.11%

2014-2016 年公司管理费用主要由研发人员薪酬组成，报告期公司管理费用率较低的主要原因如下：

①公司成立时间较短，2014 年初研发人员较少

发行人成立于 2012 年，由于初期资金实力有限，研发人员规模较少，2014 年初公司研发人员数量为 7 人。2014 年 1 月公司游戏产品《崩坏学园 2》上线并获得成功后，公司着手扩大研发团队。截至 2014 年末，公司研发人员数量增

长至 31 人，公司招收的研发人员大部分为年中入职，2014 年薪酬发放时间不足 1 年，因此 2014 年公司管理费用率显著低于同行业水平。

②公司对招聘的人才要求较高，制约了 2015、2016 年人员数量的增长

2015、2016 年末公司研发人员分别为 71 人、137 人，虽较 2014 年末有较大幅度的增长，但总人数仍然较少。公司研发人员总量较少的主要原因为公司对员工综合素质能力要求较高，并要求其能够了解、适应并喜爱二次元文化，该种要求制约了员工数量的增长速度，因此 2015、2016 年管理费用率虽然较 2014 年有较大程度提高，但仍略低于同行业平均水平。

3、财务费用

报告期公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	107.56	95.31	87.03	28.46
汇兑损益	890.48	-765.98	-141.91	-2.72
其他	3.61	2.13	1.13	0.21
合计	786.52	-859.15	-227.82	-30.97

报告期各期公司财务费用分别为-30.97 万元、-227.82 万元、-859.15 万元和 786.52 万元。2014 至 2016 年公司财务费用较低的主要原因为：①报告期内公司无借款，因此无利息支出；②报告期公司利润快速增长，留存的货币资金增加导致利息收入增加；③公司与 Apple Inc.等部分合作运营商主要以美元结算，报告期内美元对人民币处于升值期。

2017 年 1-6 月公司财务费用大幅增加的主要原因为 2017 年 1-6 月美元对人民币贬值较多，公司汇兑损益大幅增加。

（六）资产减值损失、投资收益和其他收益分析

报告期各期公司资产减值损失分别为 0 万元、10.98 万元、-10.98 万元和 0.05 万元，公司资产减值损失均为按照会计政策计提的应收账款的坏账准备的

变动值，报告期公司应收账款质量较高，不存在未能回收应收账款的情形。

报告期各期公司投资收益分别为 0 万元、151.98 万元、300.52 万元和 332.52 万元，公司投资收益均来源于部分闲置资金的银行理财和结构性存款的收益。

2017 年 1-6 月公司其他收益为 838.58 万元，均为软件企业增值税即征即退政策下的增值税退税，根据修订后的《企业会计准则第 16 号—政府补助》，公司将与日常活动相关的政府补助按照经济业务实质计入其他收益。公司采用未来适用法对上述会计政策变更进行会计处理，该会计政策变更未对可比年度财务报表产生影响，2014 至 2016 年与日常活动相关的政府补助根据修订前的准则计入营业外收入。

（七）所得税分析

报告期各期公司所得税费用分别为 0 万元、-207.88 万元、2,414.22 万元和 1,683.01 万元。2014 年起公司享受软件企业的两免三减半的所得税优惠，免税期间为 2014 年和 2015 年，因此 2014 年和 2015 年公司所得税费用较少。

（八）营业外收支分析

报告期公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业外收入	731.21	1,099.09	1,011.96	5.00
营业外支出	29.59	3.87	-	6.42
营业外收支净额	701.62	1,095.22	1,011.96	-1.42
营业外收支占利润总额比例	1.51%	3.69%	8.08%	-0.02%

报告期内公司营业外收支净额分别为-1.42 万元、1,011.96 万元、1,095.22 万元和 731.21 万元，占公司利润总额的比例分别为-0.02%、8.08%、3.69%和 1.51%，营业外收支对公司利润影响相对较小。2014 至 2016 年度公司营业外收入主要为软件企业增值税即征即退政策下的增值税退税，报告期各期金额分别为 0 万元、916.57 万元、854.27 万元。2017 年 1-6 月公司根据修订后的《企业会计准则第 16 号—政府补助》，将增值税退税计入其他收益科目，因此营业外

收入有所减少。

三、现金流量分析

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量与主营业务收入、净利润情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
销售商品、提供劳务收到的现金	64,867.90	48,594.08	18,243.87	11,384.65
收到的税费返还	-	-	596.96	-
收到的其他与经营活动有关的现金	1,684.41	1,209.29	1,102.09	13.45
经营活动现金流入小计	66,552.31	49,803.37	19,942.93	11,398.09
购买商品、接受劳务支付的现金	1,609.87	2,357.46	745.53	1,785.82
支付给职工以及为职工支付的现金	5,892.86	5,002.47	1,840.07	834.95
支付的各项税费	6,523.34	4,002.80	2,054.66	1,099.18
支付的其他与经营活动有关的现金	6,461.82	5,306.12	2,052.76	749.41
经营活动现金流出小计	20,487.89	16,668.85	6,693.03	4,469.37
经营活动产生的现金流量净额	46,064.43	33,134.52	13,249.90	6,928.73
营业收入	58,792.43	42,402.23	17,479.99	10,316.71
净利润	44,703.18	27,264.86	12,726.57	6,563.84
经营活动产生的现金流量净额/净利润	1.03	1.22	1.04	1.06

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,928.73 万元、13,249.90 万元、33,134.52 万元和 46,064.43 万元。

报告期公司经营活动产生的现金流量净额大于净利润，直接原因为“经营性应付项目的增加”大于“经营性应收项目的增加”具体原因如下：公司游戏产品收入确认过程中，玩家充值与确认收入存在一定的时间差异，充值流水净

额会先确认为预收款项，在满足收入确认条件后再结转收入，报告期各期玩家充值规模增加，相应的期末应收账款金额增加，导致经营性应收项目的增加；玩家未消耗的虚拟道具增加，相应的期末其他流动负债增加，导致经营性应付项目的增加。同时，公司与支付宝等收款渠道商以及苹果公司等合作运营商的结算周期较短，因此经营性应收项目增加金额较小。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
收回投资所收到的现金	25,635.00	17,366.00	16,424.99	-
取得投资收益收到的现金	263.20	213.25	111.93	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金	1.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	25,899.20	17,579.25	16,536.92	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	884.80	425.18	17.54	122.30
投资支付的现金	28,695.00	27,166.00	19,724.99	-
投资活动现金流出小计	29,579.80	27,591.18	19,742.53	122.30
投资活动产生的现金流量净额	-3,680.60	-10,011.93	-3,205.62	-122.30

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-122.30万元、-3,205.62万元、-10,011.93万元和-3,680.60万元。公司报告期内对外股权投资、固定资产购置、无形资产购置等金额较小，投资活动产生的现金流入主要为银行理财及结构性存款到期，投资活动产生的现金流出主要为购买银行理财及存放结构性存款。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
吸收投资收到的现金	-	2,140.00	893.00	-
筹资活动现金流入小计	-	2,140.00	893.00	-
分配利润所支付的现金	8,000.00	5,000.00	5,200.00	1,000.00
筹资活动现金流出小计	8,000.00	5,000.00	5,200.00	1,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-8,000.00	-2,860.00	-4,307.00	-1,000.00

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,000.00万元、-4,307.00万元、-2,860.00万元和-8,000.00万元。报告期内公司筹资活动现金流入为增资时股东的资金投入，现金流出为公司分配现金股利。

四、资本性支出分析

（一）报告期内的资本性支出

报告期内公司无重大资本性支出，各期资本性支出金额均较小，主要包括无形资产和固定资产购置、装修支出及股权投资，报告期各期资本性支出金额分别为118.39万元、105.04万元、500.80万元和1,470.02万元，金额较小，占各期末总资产比重较低。2017年1-6月公司资本性支出增加较多主要系当期新增办公场所的装修支出大幅增加所致。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股说明书签署之日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金投资项目的投资支出，具体情况请参见本招股说明书第十三节“募集资金运用”的相关内容。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况未来趋势分析

报告期内，公司整体资产结构合理、资产规模持续扩大，其中流动资产占资产总额比例较高。同时公司无金融机构借款，流动比率和速动比率相对较

高，公司偿债能力较强。

募集资金到位后，公司总资产规模将大幅增加，资本结构也将进一步优化，抗风险能力将进一步增强。未来随着募投项目的实施，公司研发能力、运营能力等将得到进一步提升，产品种类将更加丰富，收入及利润来源将更加多元化，盈利能力的稳定性也将进一步增强。

（二）盈利能力未来趋势分析

1、移动游戏行业未来发展前景良好

近年来，移动游戏保持快速发展的势头，成为目前中国网络游戏市场中增长最快的细分市场。我国移动端游戏用户数量已从 2008 年的不足 1,000 万人增长至 2014 年的约 3.58 亿人，年均复合增长率达到 82.24%；实际销售收入从 2008 年的 1.5 亿元增长至 2016 年的 819.2 亿元，年均复合增长率达到 119.87%。

2、公司的研发投入持续增长

先进的技术实力是互联网文化企业发展的根本动力，而技术的发展依托于企业持续的研发投入。公司自成立以来一直重视研发投入，报告期各期公司的研发费用分别为 905.19 万元、2,361.48 万元、5,695.81 万元和 4,373.85 万元，占营业收入的比例分别为 8.77%、13.51%、13.43% 和 7.44%。

经过多年的发展，公司研发出大量的移动游戏技术，积累了“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，公司的核心技术使得公司产品在画面渲染、数据处理速度、系统架构设计上处于行业领先地位。

3、公司崩坏 IP 的影响力持续增加

“崩坏”IP 起源于 2011 年，经过近六年时间的发展壮大和积累，聚集了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。截至报告期期末，公司移动游戏账户数量超过 6,600 万个、漫画《崩坏 3rd》累计点击量超过 1.8 亿次、《崩坏学园四格漫画》累计点击量超过 5,500 万次、动画视频点击量超过 1,400 万次、《崩坏学园 2》的百度贴吧关注量累计超过 95 万，帖子总数累计超过 4,700 万、《崩坏 3rd》的百度贴吧关注量累计超过 49 万，帖子总数累计超过 1,900 万。

4、募投项目的实施是公司未来发展的潜在动力

募投项目是公司在当前产品结构的基础上对未来发展的一个规划，公司计划在未来 2-4 年间研发出两款移动游戏并在海外推广公司现有以及即将推出的游戏产品。通过募投项目的实施，将进一步丰富公司的产品线、拓展公司的市场规模、增强公司的研发技术能力以及 IP 的影响力。随着募投项目的实施，将促进公司收入的持续增长。

六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

（一）首次公开发行股票对公司每股收益的影响

本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标影响的假设前提：

1、假定本次发行于 2018 年 6 月实施完毕，该完成仅为估计，最终以本次公开发行实际发行完成时间为准；

2、根据公司 2017 年第一次临时股东大会决议审议通过的《关于修订〈公司申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案〉的议案》等与本次发行有关的议案，本次公开发行股份数量为不超过 4,075.00 万股，假定本次发行达到发行上限 4,075.00 万股，且不涉及公开发售股票；

3、基于谨慎性原则，未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响；

4、基于谨慎性原则，假设公司 2018 年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润与 2017 年持平，2017 年全年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为 2017 年 1-6 月的两倍；

5、公司对未来净利润的假设分析仅为测算本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，并不构成对公司的盈利预测；公司实际经营情况受国家政策、行业发展等多种因素情形，存在不确定性；投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

基于上述假设，公司测算了本次发行对股东即期回报摊薄的影响，具体情况如下：

财务指标	2017 年度	2018 年度 (发行前)	2018 年度 (发行后)
总股本（万股）	36,666.67	36,666.67	40,741.67
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	87,842.12	87,842.12	87,842.12
基本每股收益（元/股）	2.40	2.40	2.27
稀释每股收益（元/股）	2.40	2.40	2.27

注：公司对净利润的假设分析并不构成公司的盈利预测，基本每股收益及稀释每股收益的计算方法请参见本招股说明书第十节“财务会计信息”之“十四、（二）每股收益和净资产收益率”。

本次首次公开发行股票完成后，公司总股本规模将扩大。由于募集资金投资项目实现收益需要一定时间，且公司净利润水平受国家宏观经济形势及市场环境等多种因素影响，因此短期内公司净利润可能难以同步增长，若不考虑公司现有业务的增长，可能导致公司每股收益可能在首次公开发行股票完成当年较上一年度出现同比下降的情况。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次募集资金投资于崩坏系列网络游戏新产品开发项目、崩坏系列游戏全球推广运营项目、崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目、崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目和技术研发与 IP 运营基地建设项目，均围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。

关于本次发行募集资金投资项目的必要性、合理性，具体请参见本招股说明书第十三节“募集资金运用”之“六、募集资金投资项目具体情况”。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

1、崩坏系列网络游戏新产品开发项目以及崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目

该等项目计划以公司现有核心技术为基础新开发三款网络游戏产品，一方面，该项目通过融入新的元素、画面、玩法等内容开发出新游戏以丰富公司游戏产品线，满足玩家对游戏的差异化需求；另一方面，该项目将加大新产品推

广力度，促进玩家数量迅速增加，推动新游戏产品收入快速增长，从而不断强化公司 IP 变现能力，大幅提高公司市场份额，进而增强公司的整体实力。该项目的实施能有效完善公司产品结构，强化公司盈利能力，是对现有主营业务的提升和完善。

2、崩坏系列游戏全球推广运营项目

该项目作为公司抢占国际移动游戏市场的重要举措，计划对日本分支机构进行升级，在港澳台、北美、东南亚、韩国等 4 个地区设立分支机构，进一步提升公司的全球运营实力，扩大公司的运营规模，强化公司品牌国际知名度，抢占国际移动游戏市场份额，巩固公司在移动游戏领域的市场地位，是公司主营业务的持续深化。

3、崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目

该项目将基于公司现有的 IP 拓展泛娱乐生态链，一方面，项目将基于游戏玩家的线下交流活动需求，在上海、广州、深圳、北京等国内 10 个二次元发展文化良好的城市建立崩坏主题体验店，强化公司线下泛娱乐活动能力，增强粉丝与 IP 粘性；另一方面，公司将继续针对漫画、轻小说产品进行延伸及强化，并大力开展动画及电影产品制作，强化公司 IP 变现能力，并通过吸引用户流量带动游戏产品持续发展。该项目的实施有助于进一步完善公司泛娱乐生态链，强化公司盈利能力，将为公司未来发展提供持续动力。

4、技术研发与 IP 运营基地建设项目

该项目计划建设集技术研发中心、游戏运营中心、IP 创意统筹中心、影视制作中心、线下互动中心、商务合作中心、数据分析中心和海外市场拓展平台于一体的技术研发及 IP 运营基地，将全面整合公司现有业务资源，进一步增强公司现有的游戏技术研发、IP 创意创作、游戏运营、数据分析、线下互动，提升公司整体实力，是公司主营业务的深化。

（四）发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司一直重视人才的培养，经过近年来的快速发展，公司已经建立了一支专业的游戏研发、运营、IP 创意团队。同时公司高度重视研发团队与研发的投入，研发人员均具有多年的网络移动游戏研发经验，在网络游戏创意策划、技

术研发、游戏开发及专业测试团队、游戏引擎技术等方面积累丰富的经验与成果，目前公司拥有 29 项计算机软件著作权，在产品开发方面积累了“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术。公司开发的《崩坏学园 2》游戏软件在 2015 年被认定为上海市高新技术成果转化项目。此外，公司注重产学研结合，与上海交通大学无线通信技术研究所的未来媒体网络协同创新中心联合建立了 SPARK 项目，同时还成立米哈游产学研示范基地，增强了公司技术研发能力。

公司作为国内领先的二次元 IP 运营商，IP 受众用户规模较为庞大。其中基于原创 IP “崩坏”系列移动游戏账户数量超过 6,600 万个。此外，公司其他衍生产品也取得了较大的市场影响力：漫画《崩坏学园》四格漫画、《崩坏 3rd》以及《崩坏学园 EX》各大平台的点击量分别达 5,500 万次、1.8 亿次与 900 万次，四格手书动画在哔哩哔哩平台点击量近 45 万次，游戏版本 PV 与宣传动画点击量超过 1,400 万次，轻小说在微信公众号与官网的点击量合计达 140 万次。这些产品均为公司推出新的游戏产品提供了庞大的客户基础。

此外，公司在前期产品的运营中与主要推广渠道建立了良好的合作关系。在 iOS 系统游戏市场方面，公司通过 App Store 与苹果公司进行合作运营。在安卓游戏市场方面，公司与 Google Play、360 手机助手、腾讯应用宝、UC、小米应用商店等安卓游戏平台合作，覆盖了国内市场，并在日本、韩国与东南亚等国际市场取得了初步进展。

（五）发行人填补回报的具体措施和承诺

由于本次发行会增加公司股本总额，而募集资金投资项目的业绩需要时间逐步释放，存在股东回报被摊薄的风险。2016 年 12 月 13 日和 2016 年 12 月 28 日，发行人分别召开第一届董事会第十三次会议和 2016 年第五次临时股东大会审议通过了《公司关于填补被摊薄即期回报措施及相关责任主体承诺的议案》，为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司将采取以下应对措施：

1、增强市场拓展能力，拓展盈利渠道

目前，公司游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》在国内外多个地区获得成功，验

证了公司游戏产品优秀的质量和玩法。公司将继续丰富游戏的内容和玩法，向更多的地区和市场积极推进上线产品，提升游戏产品的盈利空间。

2、增强研发能力，积极开展游戏产品和服务的多元化

公司目前的主打游戏产品《崩坏学园 2》为 2D 射击类游戏，《崩坏 3》为 3D 动作类游戏，未来公司将会持续丰富游戏产品的题材和形式，继续探索新的研发技术及方案，积极开展游戏产品和服务的多元化。

3、增强 IP 运营能力，坚持泛娱乐化运营战略

公司在 IP 运营方面具备良好的基础，未来公司将根据自有游戏 IP 的深厚积累，通过多种泛娱乐化发展模式提升自有游戏 IP 价值的增值空间。同时，基于大 IP 运营战略，公司将自有游戏 IP 改编成电影、动画等不同形态的泛娱乐产品，坚持泛娱乐化运营战略。

4、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募集资金投资项目紧紧围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，本公司将根据公司内部规章制度和相关法律法规的要求，规范募集资金的使用和管理，确保本次发行募集资金专款专用。公司将根据《公司法》、《证券法》等法律法规等业务规则的要求，及时存放募集资金于董事会决定的专项账户，严格使用募集资金，以保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用从而实现预期收益。

5、严格执行公司股利分配政策

公司依照相关法律、法规要求，严格执行公司制定的《利润分配制度》，保证股东回报的及时性和连续性，保障投资者利益。

公司提请投资者注意，制定填补摊薄回报措施不等于对发行人未来利润做出保证。

如果本公司未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（六）公司董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员对公司本次发行摊薄即期回报采取填补措施的切

实履行特作出如下承诺：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人的任何职务消费行为均将在为履行本人对公司的职责之必须的范围内发生，本人将严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费，本人将全力支持及配合公司对董事和高级管理人员职务消费行为的规范；

3、本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、本人承诺若发行人未来实施员工股权激励，将全力支持公司将该员工激励的行权条件等安排与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该员工股权激励议案时投赞成票（如有投票/表决权）；

6、若本人违反上述承诺，将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定披露媒体上公开作出解释并道歉；本人自愿接受上海证券交易所、上市公司所处行业协会对其采取的自律监管措施；若违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。”

第十二节 业务发展目标

一、发展战略与目标

本公司将以优质原创 IP 为核心，以持续的自主技术创新为动力、以优秀的产品品质为支撑，不断拓展产品类别，持续完善集游戏、漫画、动画、轻小说、电影、动漫周边产品等业务于一体的文化产业链建设，致力于成为世界一流的二次元文化创意企业。

二、发展计划

为达成上述战略目标，公司拟在未来开展以下重点工作：

（一）持续产品研发，完善二次元文化产业链

随着“崩坏”IP 粉丝的不断增多，为满足众多粉丝的差异化需求，公司将在巩固现有产品的基础上，进一步完善产品线，持续开发不同类别的产品，主要体现在：

1、游戏方面：一方面，公司将对移动游戏产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》进行持续版本更新和推出新资料片，不断为游戏提供新鲜的题材和玩法，巩固公司现有玩家资源；另一方面，公司本次募集资金项目中包括研发三款崩坏系列网络游戏产品，将覆盖角色扮演类、卡牌养成类以及音乐类游戏类型，不仅有助于提升游戏自主开发能力，同时也丰富公司网络游戏产品题材。两款游戏将在《崩坏学园 2》、《崩坏 3》的基础上对 IP 进行深度挖掘及全新阐释，进一步增强粉丝粘性，提高市场份额，增强公司的盈利能力。

2、动漫、轻小说、影视方面：公司当前出版了原创漫画《崩坏 3rd》，后期也将保持一定的更新及出版频率，公司将进一步加强漫画、轻小说的创作，源源不断地为“崩坏”IP 提供优质内容和持续创新的源动力，吸引更多二次元核心用户；同时，本次募集资金项目之一为 IP 泛娱乐化产品开发，包括开发“崩坏”主题大电影以及动画作品，实现“崩坏”IP 作品电影化及动画化，合理布局公司产品线，促进产业生态链发展，同时加强影游联动，增加公司变现渠道，提升公司整体盈利能力。

公司将牢牢把握行业快速发展的重要机遇，充分结合社会资源和自身优

势，发挥创造力，持续完善产品种类和题材，建立一条完整的二次元文化产业链，创造更多的经济效益。

（二）优化公司运营能力，加强游戏产品全球推广

公司将继续以市场为中心，完善以独立运营、合作运营为主的网络游戏运营体系。独立运营方面，公司将不断强化自身游戏推广能力，优化营销策略，逐步建立和完善用户数据分析机制、用户行为研究机制、用户体验反馈机制等，为广大游戏用户提供更加专业的运营服务，从而提升用户忠诚度；合作运营方面，随着公司产品品类的不断丰富，除加强与现有平台合作外，公司也将积极拓展市场和新的合作资源，优化与大型平台的合作关系，保证公司产品得到高效推广，为游戏产品更好的运营提供良好的渠道资源。

与此同时，公司将在日本、韩国、东南亚、北美等地升级或设立分支机构，结合当地文化、语言及玩家偏好实现游戏产品的本土化开发及运营，通过开拓海外优质渠道并与之深度合作，进一步强化公司在全球市场推广运营能力，增强“崩坏”IP在海外的影响力。

（三）实现线上线下联动，扩大公司品牌影响力

二次元用户具有较为强烈的社群属性，存在线下交流需求。为更好地向公司二次元粉丝提供交流服务，公司拟通过本次募投项目在国内多个对二次元文化接受度较高的城市建立主题体验店，并为粉丝提供店内游戏体验、社群活动及动漫周边产品销售等服务。公司将通过线上线下的联动，增加公司经营内涵，强化核心粉丝粘性，推动线上线下相结合的营销模式；同时，实体店的设立也有助于开发潜在用户群体，通过到店体验和认知公司IP，扩大公司的品牌影响力。

（四）坚持核心技术开发，完善知识产权保护机制

公司将通过加大研发投入，扩大研发团队等方式进一步提高公司科研技术水平；同时公司将整合行业内优质技术资源，建立专业的技术研发平台，对行业前沿技术进行研究开发，从而提升公司产品的市场竞争力。此外，公司也将加强知识产权保护，积极通过申请著作权等方式保障公司核心知识产权。

（五）实施可持续的人才战略

公司始终把对人才的引进、培养和优化配置作为实现公司可持续发展的重要举措，未来三年公司将持续实施人才战略，拟采取以下措施：

1、加大人才引进力度。通过校园招聘引入年轻力量，通过社会招聘获取成熟人才，夯实公司在互联网文化产业各领域的技术和人才储备；

2、增强内部培养能力。公司将进一步完善内部培养机制，对员工进行系统的业务培训，提高员工技能和水平，增加人才储备，实现公司与员工个人的共同发展；

3、继续为员工提供有竞争力且公平的薪酬体系和完善的社会保险，努力营造良好的工作环境和氛围，采用多重激励考核机制，以吸引和留住人才。

（六）完善法人治理结构

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理机构，规范股东大会、董事会、监事会的运作，完善公司管理层的工作制度，建立科学有效的公司决策机制、市场快速反应机制和风险防范机制。通过组织结构的调整，提升整体运作效率，实现高效灵活的企业管理，驱动公司的高成长，增强公司的核心竞争力。

（七）资金筹集计划

公司目前正处于高速发展阶段，要完全实施前述发展战略，需要充足的资金支持。本次股票发行后，公司将合理使用募集资金，提高核心竞争力。为实现公司的持续稳定发展，公司将结合业务发展需求和资本结构等因素，多方面拓展融资渠道，降低融资成本，提高资金使用效率。

三、发展计划所依据的假设条件和可能面临的主要困难

（一）发展计划的假设条件

1、我国国民经济和社会各项事业稳定发展，经济和社会环境不会发生对本公司运营产生重大不利影响的变化；

2、本公司所处行业所遵循的本国、国际及地方现行的有关法律、法规及各项规章制度和经济政策无重大变化；

3、本次发行可以按预期完成，募集资金及时到位；

4、发行人所处行业市场需求处于正常发展状态，没有出现重大的市场突变情形；

5、本公司各项竞争优势继续发挥应有作用；

6、没有无法预测或不可抗拒因素对本公司造成重大不利影响。

（二）可能面临的主要困难

1、人才瓶颈

公司所处行业对专业人才的要求较高，具体包括软件开发人才、美术设计人才、创意开发人才、产品营销人才等。互联网文化行业人员流动性大，人才独立性相对较强，如公司不能合理制定员工考核机制，适时、适当提高员工福利待遇，将会面临较大的人才流动压力，对公司实现上述发展计划有较大影响。

2、管理瓶颈

目前，公司研发人员相对较多，管理人员相对较少，随着募投项目的进行及公司业务多元化发展，对公司整体的管理、组织能力将提出更高的要求；如公司不能合理协调各个部门的工作，统筹产品研发、运营及市场推广等各个环节，将会产生较大的期间费用，从而对公司利润带来不利影响。

3、资金瓶颈

公司是互联网文化企业，所处行业发展迅速，新型产品开发、市场推广等均需要大量资金，根据公司的发展规划，未来公司将进行较大规模的资金投入，自有资金难以满足公司战略发展规划。如本次不能按计划完成股票发行工作，将对如期实现上述计划目标产生较大影响。

四、确保实现上述计划拟采用的方式、方法和途径

1、多元化融资方式。公司将采取多元化的融资方式，满足各项发展规划的资金需求。首先，公司将做好本次发行上市工作，利用募集资金实现进一步提升产品研发实力、丰富公司产品结构，提高公司的核心用户粘性和盈利水平；其次，在未来融资方面，公司将根据资金、市场的具体情况，择时通过银行贷款、配股、增发和发行可转换债券等方式合理安排制定融资方案，进一步优化

资本结构，筹集推动公司发展所需资金。

2、加快对优秀人才的培养和引进。公司将加快对各方面优秀人才的引进和培养，培育一批素质高、业务能力强的专业人才；其次，公司将增加对外部人才的引进力度，加大对人才的资金投入并建立有效的激励机制，充分调动员工的积极性、创造性，提升员工对企业的忠诚度，确保公司发展规划和目标的实现。

五、业务发展计划与现有业务的关系

公司的业务发展计划是建立在公司现有业务基础之上，为实现公司发展目标而制定的，主要是在现有业务基础上不断完善二次元文化产业链，强化游戏、漫画、动画等二次元产品的开发及运营水平，提升公司技术开发及统筹管理能力，与现有业务具有一致性和延展性，公司在现有业务基础上积累的技术、人力、商业资源，以及在公司管理、产品开发、技术研发、市场营销过程中积累的丰富经验都将是实现上述业务发展计划的良好保障。

六、本次发行对实现业务发展目标的作用

本次发行对于本公司实现上述业务发展目标具有重要作用，主要体现在：

1、本次募集资金将为公司的近期业务发展提供资金保障，增强公司的经营实力；通过与资本市场对接，丰富公司的融资渠道，为公司的持续发展提供更广泛的资金来源，最终将为实现既定的业务目标提供雄厚的资金支持，对公司总体规划目标的实现和促进公司持续快速发展将起到重要作用；

2、本次募集资金若能顺利到位，有助于推动公司主营业务的发展，升级现有产品，完善公司产品线，扩大二次元文化内容开发，打造一条完整的二次元文化创意产业链，提高公司技术及内容创新水平，提升技术储备能力，增强公司整体竞争力；

3、本次发行有利于进一步提升公司的品牌知名度和美誉度，充分利用公司的现有资源，积极开拓国内外市场，提高公司产品的市场占有率。

4、通过本次发行，将增强对优秀人才的吸引力度，巩固公司的技术领先地位。

5、募集资金到位后，在完善公司企业法人治理结构的同时，将有利于解决公司业务不断发展过程中所面临的资金短缺问题，优化公司财务结构，降低财务风险；同时大幅增加公司的净资产，增强公司的整体抗风险能力。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金运用方案

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）不超过 4,075.00 万股，实际募集资金扣除发行费用后全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

本次募集资金投向业经公司第一届董事会第十八次会议审议确定，由董事会根据项目的轻重缓急情况安排投资，具体用于：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	备案部门	备案文号
1	崩坏系列网络游戏新产品开发项目	40,537.48	32,429.98	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008668
2	崩坏系列游戏全球推广运营项目	17,447.92	13,958.34	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008673
3	崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目	10,348.00	8,278.40	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008671
4	崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目	23,969.84	19,175.87	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-018196
5	技术研发与 IP 运营基地建设	56,630.50	45,304.40	上海市徐汇区发改委	项目代码（国家）2017-310104-64-03-008670
合计		148,933.74	119,146.99	-	-

本次发行募集资金到位前，公司将根据项目实际建设进度以自筹资金预先投入，待募集资金到位后予以置换。本次募集资金到位后，公司将按上述用途资金需求的轻重缓急安排使用。若发行人本次发行实际募集资金量小于上述项

目拟投入募集资金量，不足部分由发行人通过其他融资渠道或自筹方式解决。若募集资金有剩余，将用于与主营业务相关的用途，或者根据中国证监会、上海证券交易所等相关规定的要求执行。

（二）本次发行募集资金投资项目时间进度安排

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	项目投资的时间进度				
			第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
1	崩坏系列网络游戏新产品开发项目	40,537.48	2,650.28	8,162.71	12,556.20	7,655.20	9,513.08
2	崩坏系列游戏全球推广运营项目	17,447.92	2,929.13	5,930.01	5,634.67	2,954.11	-
3	崩坏 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目	10,348.00	2,289.00	4,794.60	3,264.40	-	-
4	崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目	23,969.84	3,097.92	9,602.52	11,269.41	-	-
5	技术研发与 IP 运营基地建设项目	56,630.50	56,630.50	-	-	-	-
合计		148,933.74					

二、募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定

公司募集资金投资项目已在相关部门备案，该等募集资金投资项目属于《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015年版）》范围，不会对环境产生污染；发行人本次公开发行股票募集资金将全部运用于公司主营业务发展，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

经核查，保荐人和发行人律师认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

三、募集资金专项存储制度的建立和执行情况

公司第一届董事会第十次会议审议通过了《募集资金管理制度》。该制度规定：公司实行募集资金的专项存储制度，募集资金必须存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户数量（包括子公司或公司控制的其他企业设置的专户）原则上不得超过募投项目的个数。公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订募集资金三方监管协议，协议至少应当包括以下内容：1、公司应当将募集资金集中存放于募集资金专户；2、商业银行应当每月向公司提供募集资金专户银行对账单，并抄送保荐机构；3、公司一次或十二个月以内累计从募集资金专户支取的金额超过五千万元且达到发行募集资金总额扣除发行费用后的净额（以下简称“募集资金净额”）的百分之二十的，公司应当及时通知保荐机构；4、保荐机构可以随时到商业银行查询募集资金专户资料；5、公司、商业银行、保荐机构的违约责任。

四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

（一）募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模相适应

报告期内，公司营业收入持续增长，报告期各期公司分别实现营业收入 10,316.71 万元、17,479.99 万元、42,402.23 万元和 58,792.43 万元。为进一步丰富公司的产品线、提升产品品质，公司拟通过本次公开发行股票募集资金投向崩坏系列网络游戏新产品开发项目；为进一步加强产品推广渠道，增强品牌国际影响力，公司拟通过本次公开发行股票募集资金投建崩坏系列游戏全球推广运营项目；为进一步强化生态链条协同发展，同时增加产品变现渠道，公司拟通过本次公开发行股票募集资金投建 IP 泛娱乐化内容开发及运营项目；为进一步支持公司技术研发、IP 创意拓展，公司拟通过本次公开发行股票募集资金投建技术研发与 IP 运营基地建设项目。上述项目符合公司的发展规划，与现有生产经营规模相适应。

（二）募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应

截至报告期末，发行人总资产 98,521.37 万元、归属于母公司所有者权益合计 76,191.06 万元。公司正处于高速成长阶段，本次募集资金净额不超过 119,146.99 万元，与公司现有财务状况相适应。

（三）募集资金数额和投资项目与公司现有技术水平相适应

公司高度重视研发人才的培养，经过近年来的快速发展，米哈游已经建立了一支专业能力较强、个人素质较高的研发团队。截至报告期末，公司研发人员数量为 173 人，占公司员工比例 56.17%。公司高度重视研发团队的建设与研发的投入，公司研发人员均具有多年的移动游戏研发经验，目前公司拥有 29 项计算机软件著作权，同时也拥有多项游戏引擎技术。公司现有的技术团队、技术水平与募集资金数额和投资项目相适应。

（四）募集资金数额和投资项目与公司现有管理能力相适应

报告期内，公司经营业绩快速提升，员工人数也持续增加，员工人数从 2014 年末的 41 人增长到 308 人。尽管成立时间较短，公司已组建了一支高学历、高水平并具有国际化背景和视野的管理团队。公司的核心成员均毕业于国内知名高校。公司管理团队在带领公司发展壮大的过程中能迅速积累丰富经营管理经验，并将相关经验应用于日常的研发、销售中，公司组织架构和管理体系日益完善。

公司十分注重人才的引进与培养，始终把对人才的引进、培养和优化配置作为实现公司可持续发展的重要举措。公司一方面通过校园及社会招聘获取最新的技术力量，另一方面通过不断完善内部培养机制，增加人才储备，为员工提供有竞争力且公平的薪酬体系和完善的社会保险，努力营造良好的工作环境和氛围，培养员工对公司的认同感，实现公司与员工的共同发展。公司采用多重激励考核机制以吸引和留住人才，对于优秀的对公司做出突出贡献的员工，公司将给予股权激励等。

随着公司经营规模的不断扩大和经营业绩的迅速提升，公司内部制订了较为完善的组织制度，建立了科学合理的内部机构运行机制，已经形成了完整的业务流程体系，在业务的各环节都制定了相应的程序和标准。报告期内，公司逐步建立健全了公司治理制度和内部控制措施。公司将严格按照上市公司的要求进行规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在公司重大决策、经营管理和监督方面的作用。综上所述，公司的管理能力与本次募投资金投资项目相适应。

五、募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

发行人本次募集资金投资项目围绕发行人现有主营业务展开，实施后不会产生同业竞争，对发行人的独立性不会产生不利影响。

六、募集资金投资项目具体情况

（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目

1、项目简况

本公司将在现有网络游戏开发能力的基础上，针对不同的游戏爱好群体，新增开发两款网络游戏产品，分别为《崩坏-编年史》（暂定名）和《崩坏-使魔战争》（暂定名）。该项目已在上海市徐汇区发改委备案，项目代码为：（国家）2017-310104-64-03-008668。

2、项目的必要性和可行性

（1）必要性

①丰富游戏产品题材，提高公司市场竞争力

公司自主研发了《崩坏学园》、《崩坏学园 2》、《崩坏 3》等一系列移动游戏产品，其中《崩坏学园》、《崩坏学园 2》为 2D 射击类游戏，而《崩坏 3》则为 3D 动作类游戏。随着网络游戏用户规模的不断扩大，消费者对游戏作品的差异化要求日益明显。为满足不同类型玩家对游戏的偏好，同时因降低单款或少量游戏盈利能力下降对公司业绩产生的影响，公司需积极开发不同类型、不同题材的游戏，更广泛地覆盖用户群体，充分挖掘用户的付费意愿，开拓新的市场及盈利增长点。

崩坏系列网络游戏新产品开发项目系基于公司原创 IP 开发网络游戏产品的进一步尝试。本次募投项目将新增两款定位不同、题材不同的网络游戏产品，项目的实施将丰富公司的产品题材，有利于公司更好地迎合用户偏好，实现公司多样化、差异化的产品发展目标，提高市场竞争力。

②新增崩坏系列网络游戏产品研发有助于公司进一步提升“崩坏”IP 及公司品牌影响力

公司自成立以来，一直专注于原创 IP “崩坏”的开发，并通过移动游戏、

漫画、动画、轻小说和动漫周边产品等多种类型产品展现统一的“崩坏”IP 的人物角色、故事主线以及世界观。经过近六年时间的发展壮大和积累，“崩坏”IP 聚集了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。其中，报告期公司成功研发及运营了《崩坏学园 2》及《崩坏 3》，截至报告期末《崩坏学园 2》、《崩坏 3》账户数量超过 6,600 万个，两款游戏产品为公司及“崩坏”IP 积累了一定的市场口碑和大量的用户群体。因此，公司将通过本次募集资金投资项目，新增研发崩坏系列网络游戏产品，进一步提升公司产品以及“崩坏”IP 的知名度和美誉度，强化公司的品牌影响力，同时也通过游戏吸引更多用户了解“崩坏”IP，逐步成为“崩坏”IP 的粉丝，扩大公司用户规模。

③强化 IP 变现能力，促进公司持续发展

网络游戏开发是 IP 变现的重要手段，其变现模式成熟、变现能力强大，能有效为整个 IP 研发及推广提供资金保障，从而促进公司持续发展。报告期内公司主营业务是基于原创“崩坏”IP 开发和运营游戏、漫画、动画和轻小说等互联网文化产品，其中动画、漫画和轻小说主要以免费方式向用户提供，旨在增加“崩坏”IP 内容，增强粉丝黏性，促进 IP 的进一步变现。报告期内公司主要盈利产品为移动游戏《崩坏学园 2》、《崩坏 3》，《崩坏学园 2》、《崩坏 3》自上线至今玩家累计充值已超过 20 亿元，是公司 IP 的最主要变现渠道。随着公司粉丝数量的增加，公司需要不断开发优质游戏，拓宽公司 IP 变现渠道，强化 IP 变现能力，并充分利用该等收入增强公司研发实力，加强“崩坏”IP 及其动画、漫画、轻小说等产品的内容建设，扩大核心粉丝数量，促进公司持续快速发展。

④有利于增强规模化经营优势，降低公司经营成本

丰富网络游戏产品线，可以帮助公司获得规模效应，降低游戏产品研发及运营成本。第一，公司游戏研发过程中所采用和积累的技术、美术、运营和维护资源可应用于各款产品，规模化经营可降低产品研发及运营成本，提高公司整体效率；第二，多款产品并行推广有利于公司充分利用渠道资源，提高市场推广的效率，增强公司的议价能力，降低推广成本。

(2) 可行性

①网络游戏市场继续保持快速增加的态势，为公司主要盈利产品带来机遇

根据游戏工委《2016 年中国游戏产业报告》，2016 年中国游戏市场用户数量约为 5.66 亿人，较 2015 年增长 5.9%；2016 年中国游戏市场实际销售收入为 1,655.7 亿元人民币，同比增长 17.7%。网络游戏用户规模的增长将带动整个网络游戏行业快速发展。预计我国游戏市场规模将保持较快的增长趋势。公司报告期主要盈利产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》均为网络游戏产品，其收入占公司整体收入来源的 99% 以上。当前网络游戏市场的快速发展态势为公司主要盈利产品带来了发展机遇，公司更需要运用成功产品的研发和运营经验加强研发，继续推出新的网络游戏力作，进一步提升公司的盈利能力。

②原创 IP 下的庞大用户群体和大量的核心粉丝是未来产品成功的有力保障

经过多年的发展壮大和积累沉淀，公司原创 IP “崩坏” 积累了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。截至报告期期末，公司移动游戏累计注册用户超过 6,600 万个、漫画《崩坏 3rd》累计点击量超过 1.8 亿次、《崩坏学园四格漫画》累计点击量超过 5,500 万次、动画视频点击量超过 1,400 万次、《崩坏学园 2》的百度贴吧关注量累计超过 95 万，帖子总数累计超过 4,700 万、《崩坏 3rd》的百度贴吧关注量累计超过 49 万，帖子总数累计超过 1,900 万。公司庞大的用户群体和大量的核心粉丝是公司未来产品成功的有力保障。

③国家政策鼓励为行业发展提供了良好的政策环境

网络游戏行业属于文化创意产业，行业的快速发展对积极推动我国文化产业发展、促进我国精神文明建设和经济发展做出了重要贡献。近年来，政府针对网络游戏行业出台了一系列鼓励和扶持政策，不仅明确了网络游戏行业的总体发展目标，而且鼓励技术进步、文化出口，并为行业创造了良好的政策环境和投融资环境，促进了网络游戏行业的不断发展与持续繁荣。

④成功的游戏产品研发和运营经验为产品成功提供了技术支持

公司主要产品《崩坏学园 2》报告期内充值总流水超过 10 亿元，取得了良好的市场反响，该游戏自 2014 年 3 月公开测试至今已逾三年时间，公司培养出了一批能准确分析目标客户需求并在产品中实现的游戏开发人员，以及具备市场敏感性且能根据不同用户群特点调整营销策略的运营人员。通过《崩坏学园

2》，公司积累了丰富的研发和运营经验，为今后产品成功研发及运营提供了经验支持。

⑤强大的研发团队及大量技术积累是项目的实施根本

公司致力于研发人才的筛选、积累和培养，已初步形成一支个人素质高、专业能力强和业务范围广的研发团队。截至报告期期末公司有研发人员 173 人，占公司总人数的 56.17%，除传统程序、美术等研发人才外，公司研发团队包括 IP 创作人员，主要负责为 IP 创作内容，增强 IP 的生命力。报告期公司研发团队核心人员保持稳定。

公司注重提升技术研发实力，报告期公司研发费用支出平均占营业收入的 10.34%。依托于持续的研发投入，公司已取得 29 项软件著作权，并拥有“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，公司产品在画面渲染、数据处理速度、系统架构设计上均有较强的技术积累。

3、项目实施方案

（1）项目实施地址

本项目拟建地址为上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 6 楼，在项目实施一定阶段后公司将在现有办公场所周边再另行购买或租赁一定面积的办公房产。公司现有办公场所周边交通便利，各种配套设施齐全，专业人才集中，为公司吸纳优秀人才提供便利条件。

（2）项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目建设主要内容系网络游戏产品研发和运营，在项目假设过程中不涉及生产制造环节，故不会产生非生活废水、废气、废渣与噪声等，不会对环境产生污染。根据上海市徐汇区环境保护局出具的《项目环评意见征询单》，该项目属于《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015 年版）》范围，无需办理环评报批手续。

（3）项目建设内容简介

①《崩坏-编年史》（暂定名）

《崩坏-编年史》是一款角色扮演类游戏（RPG），主要目标群体为角色扮演类游戏爱好者。该作品以在中世纪的欧洲大陆为背景，不明原因产生的灾难“黑死病”席卷了整个欧洲，年轻的教会骑士“修”（Hugh）接受密令，找出黑死病的起因，因此开展了横跨整个欧洲的巡礼之路。“修”在旅途中结识了有名的骑士，并说服他们加入队伍。在探索的过程中，他发现了隐藏在“黑死病”中名为“崩坏”的能源，而教会中的一部分人，也在悄悄进行“崩坏”研究。

玩家可以在游戏中指挥队伍中的骑士在广阔的战场上战斗，游戏战场地形有山川、平原、河流等，形象的还原了欧洲地貌，能有效满足玩家视觉效果。在游戏中，玩家可以结识各种知名骑士并与其互动，在完成特定任务后，让其加入队伍，一同展开横跨欧洲的大冒险。

② 《崩坏-使魔战争》（暂定名）

《崩坏-使魔战争》是一款卡牌养成游戏，主要目标群体为卡牌类游戏爱好者。该游戏构建了一个奇妙幻想世界。某一天，因为不明能源“崩坏”的影响，在城市中出现了一些被称为“使魔”的生物。“使魔”外表小巧可爱，有些拥有动物的外形，有些则拥有机械的外形；它们拥有控制时间、控制水流、控制火焰等各种奇妙能力，玩家可通过使魔独特的能力与代表邪恶力量的“崩坏兽”进行战斗。

玩家可在游戏中随机搜寻具有特定能力的“使魔”，如在钟楼旁边搜寻控制时间的使魔、在烧烤店的附近搜寻控制火焰的使魔，通过与其对话或赠与礼物等交互手段，让其加入自己的队伍，生成角色卡牌，并利用其能力与游戏中随机出现的邪恶“崩坏兽”战斗，如果胜利，将获得特定的道具、物品以及战斗中掉落的卡牌。在游戏过程中，“使魔”可以通过战斗成长、提升能力、变换衣服，实现角色的不断升级及进化，并通过具有不同能力“使魔”的编队组合，最大化地发挥战斗实力。

（4）项目运营计划

公司将继续采用以独立运营与合作运营为主的运营方式，在独立运营方面，公司将不断提升自主研发能力，持续更新游戏版本以优化游戏产品质量，

满足玩家需求；不断强化自身游戏推广能力，通过线上与线下结合的方式持续为游戏产品吸引用户流量，促进游戏业务快速增长；同时，公司将继续通过云服务器开展游戏运营，并逐步强化内部数据分析能力，为广大游戏用户提供更加专业的游戏运营服务；另外，公司将持续提升客服能力，保障客户游戏体验的不断提升。在合作运营方面，随着公司产品类型的不断丰富，公司与现有平台渠道加强合作的同时，也将不断拓展新的合作资源，保证公司各类型产品得到高效推广，为更好地运营游戏产品提供优质的渠道资源。

（5）产品研发进度、市场推广情况及未来上线的时间点

《崩坏-编年史》（暂定名）和《崩坏-使魔战争》（暂定名）两款产品尚在初期研发过程中，其中《崩坏-编年史》处于引擎研发阶段、《崩坏-使魔战争》处于原型研发阶段。根据公司当前的产品规划，《崩坏-编年史》将于 2019 年上半年上线，《崩坏-使魔战争》上线时间为 2018 年下半年，预计该募投项目所得税后项目投资财务内部收益率为 38.45%，项目回收期为 4.63 年。

两款产品暂未开展市场推广，根据公司的产品推广策略，一般会在游戏上线前半年起配合游戏上线时间进行推广。

4、项目市场前景分析

本项目前景分析请参见本招股说明书第六节“业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”相关内容。

5、项目投资概算

本项目总投资额 40,537.48 万元，其中：《崩坏-编年史》项目投资 20,975.11 万元、《崩坏-使魔战争》项目投资 19,562.38 万元。按资金使用用途分见下表：

序号	项目	金额(万元)	占比
1	场地费用	1,596.00	3.94%
2	设备投资	381.60	0.94%
3	软件投资	145.50	0.36%
4	研发费用投资	16,247.00	40.08%
5	运营费用投资	3,431.38	8.46%
6	推广费用投资	18,736.00	46.22%

	合计	40,537.48	100.00%
--	----	-----------	---------

（1）场地费用

场地费用主要包括场地租赁费及场地装修费用，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目	面积 (m ²)	租赁费用	装修费用	合计
1	游戏开发部门	1,450	609.00	217.50	827.00
2	游戏运营部门	1,050	441.00	157.50	599.00
3	市场部	300	126.00	45.00	171.00
	合计	2,800	1,176.00	420.00	1,596.00

（2）设备投资

设备投资指研发设备投资、运营设备投资，主要包括采购工作电脑、测试平板机、苹果开发机、音效师设备等研发设备和工作电脑、防火墙等运营设备的费用。具体投资情况如下：

序号	项目	投资金额（万元）
1	研发设备	333.60
2	运营设备	48.00
	合计	381.60

（3）软件投资

本项目软件投资 145.50 万元，主要包括采购办公软件、程序软件、美术软件、数据库软件、音效软件等正版软件的费用。

（4）研发费用投资

研发费用是与项目游戏新产品有关的游戏策划、程序开发和美术设计人员的薪酬福利等开支，具体明细如下：

单位：万元

序号	网络游戏名称	人员数量（人）	投资总额
1	崩坏-编年史（暂定名）	74	8,548.00
2	崩坏-使魔战争（暂定名）	67	7,699.00
	合计	141	16,247.00

（5）运营费用投资

运营费用是指与项目网络游戏新产品的运营有关的人员薪酬福利、云服务费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人员数量（人）	薪酬福利费用	云服务费用	投资总额
1	崩坏-编年史（暂定名）	50	1,461.00	320.71	1,781.71
2	崩坏-使魔战争（暂定名）	46	1,333.00	316.68	1,649.68
合计		96	2,794.00	637.38	3,431.38

（6）推广费用投资

推广费用是指与项目网络游戏新产品的推广有关的人员薪酬福利、广告宣传费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人员数量（人）	推广人员薪酬	广告宣传费	投资总额
1	崩坏-编年史（暂定名）	18	913.00	8,592.00	9,505.00
2	崩坏-使魔战争（暂定名）	15	747.00	8,484.00	9,231.00
合计		33	1,660.00	17,076.00	18,736.00

6、项目组织方式及实施进度

本项目由公司统一组织实施，项目新产品开发主要包括场地租赁及装修、软硬件购置、项目立项、游戏制作、测试及运营等多个阶段。本项目每款游戏开发周期为两年，第三年为运营阶段。实施进度具体如下：

项目	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地租赁及装修阶段	■	■										
软硬件购置阶段		■										
项目立项阶段			■									
游戏制作阶段				■	■	■	■					
测试阶段							■	■				
运营阶段									■	■	■	■

（二）崩坏系列游戏全球推广运营项目

1、项目简况

本项目拟对日本分支机构进行升级，同时在港澳台、北美、东南亚和韩国等四个国家或地区新设分支机构，分别负责相关区域的推广和运营，增强公司的全球推广运营实力。该项目已在上海市徐汇区发改委备案，项目代码为：（国家）2017-310104-64-03-008673。

2、项目的必要性和可行性

（1）必要性

①挖掘产品价值，抢占国际移动游戏市场份额

根据《2016年中国游戏产业报告》，2016年中国游戏产业收入达到1,655.7亿元，其中自主研发的网络游戏海外出口实际销售收入达到72.3亿美元，同比增长36.2%，游戏海外收入金额越来越大。近年来，我国游戏研发技术水平的不断提升，研发人员经验的不断增加，自主研发游戏在品质上已接近国际先进水平。随着国内游戏市场逐渐走向成熟，国内企业开始立足国内，放眼国际，部分精品游戏已在海外取得不错的成绩，海外市场已吸引了越来越多国内企业的目光。

开拓海外市场，抢占国际移动游戏市场份额同样是公司的重要发展战略之一。本项目将对现有的海外分支机构进行升级和扩建，并增设专门的分支机构分别负责公司产品在港澳台、北美、东南亚和韩国等重要市场的推广和运营工作，通过与海外客户的直接沟通、交流，使玩家的信息能更迅速、直接到达运维部门，根据反馈对相应区域的运营版本作出改进和调整，提升国际玩家的游戏体验，增强游戏玩家对游戏的黏性，延长游戏的生命周期。除此之外，通过在更多国家和地区发行公司游戏，公司可进一步扩大用户覆盖面，深度挖掘产品价值，有利于提高产品收入，扩大公司产品的国际市场份额，增强公司盈利能力。

②强化IP国际化影响力，助力公司长期规划的实现

公司致力于成为世界一流的二次元文化创意企业，让海内外的用户都能了解公司理念及产品的世界观。为推动这一发展规划实现，公司不断加大研发投入，提升技术研发实力、积累运营经验、提升服务质量、促进已有IP的发展，

强化公司 IP 在国际市场的影响力。

“崩坏系列游戏全球推广运营项目”系公司长期规划的重要环节，公司将首先增强崩坏系列游戏在国际市场的渗透率，提升“崩坏”IP 国际市场的知名度和美誉度，然后带动动漫、影视等文化产业链条，在日本、韩国和港澳台等二次元文化受众较多的国家和地区，实现以 IP 为核心的整体输出模式，提升原创 IP 的号召力、增强用户黏性，延长 IP 的生命周期，强化公司品牌的国际知名度，最终实现公司的发展战略目标。

（2）可行性

①庞大的国际游戏市场规模，为本项目的实施提供了发展空间

根据移动游戏企业家联盟（MGEA）发布的《2016 年全球移动游戏产业白皮书》，2016 年全球移动游戏玩家规模达 19.38 亿人，其中，亚太地区的移动游戏玩家规模为 10.24 亿人，占全球移动游戏玩家规模的 52.84%，超过全球移动游戏玩家规模的半数以上。此外，2016 年全球移动游戏产值已达 369 亿美元。目前，亚太地区产值最大，为 216 亿美元，占据当年度全球移动游戏市场 58.54% 的份额；其中，中国、日本、韩国分别为亚太地区的移动游戏市场规模的前三名。另外，北美是全球第二大游戏市场，市场容量巨大，玩家付费习惯良好。北美市场以美国为主，2016 年美国移动游戏市场规模达到 67 亿美元。

本项目投资目的地日本、港澳台、北美、东南亚和韩国地区均处于移动游戏玩家规模较大、市场规模较大、增长快速的地区，其中日本、台湾等国家和地区二次元文化渗透率较高，公司基于二次元文化研发的“崩坏”系列游戏在这两个地区的玩家接受度更高。庞大的国际游戏市场规模，为本项目的实施提供了巨大的发展空间。

②国家文化“走出去”战略助力移动游戏抢占国际市场

根据国家“十二五”发展规划纲要，我国要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，逐步落实文化“走出去”战略，提升国家软实力。与此同时，新闻出版广电总局、文化部、商务部等监管部门近年来也积极搭建中外游戏产业交流合作平台，重点推动“中国自主研发网络游戏海外推广计划”的实施。文化部 2014 年 3 月发布的《关于贯彻落实〈国务院关于推进文化创意和设计服务与

相关产业融合发展的若干意见》的实施意见》指出要“提高游戏产品的文化内涵，培育国产游戏知名品牌，增强游戏产业核心竞争力和国际影响力”。

随着游戏研发技术水平的不断提升，研发人员经验的不断增加，目前我国自主研发的移动游戏产品在画面制作、游戏平衡性设计等方面已基本达到国际领先水平，已成为国产游戏出口的主力军。移动游戏产品在数量和品质的全面提升使得国产移动游戏在海外市场具有较强的竞争力，也获得了海外市场的认可。根据游戏工委发布的《2015 年度中国游戏产业海外市场报告》及《2016 年中国游戏产业报告》，2012 年我国自主研发的移动游戏海外市场实际销售收入为 5.7 亿美元，而 2016 年则已经达到 72.3 亿美元，复合增长率达 66.21%，增势迅猛，未来我国自主研发的移动游戏在海外市场有望保持较快发展趋势。国家文化“走出去”战略为移动游戏抢占国际市场提供了助力。

③成功的海外运营经验，为本项目的实施提供了经验支持

报告期内公司产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》已实现在日本、港澳台等国家和地区上线运营，表现良好，得到了当地市场游戏玩家的认可，积累了成功的海外运营经验。

公司当前已在日本建立了分支机构，在当地建立并获得了较为丰富的渠道资源、运营经验、用户数据和市场信息；而在港澳台地区、东南亚地区和韩国地区，公司则主要采用授权运营的模式来推广和运营公司的游戏产品。公司游戏产品在上述国家和地区的成功上线和运营，为公司在港澳台地区和海外市场升级和建设分支机构积累了丰富运营经验，可为公司续作产品在国际市场上的推广和运营提供经验参考，为本项目的实施提供全方位的经验支持。

此外，公司与海外运营主要分发渠道 App Store 和 Google Play 平台有成功的合作经验并建立了稳定的合作关系，也为公司产品后续海外上线运营奠定了良好的合作基础。

④强大的网络游戏研发实力，为本项目的实施提供了技术支持

公司具备强大的网络游戏研发实力，具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“二、1. 项目必要性和可行性”。

⑤优质的客户资源是本项目的市场基础

在本项目选址中，公司选择的地区均为市场规模较大、ARPPU 值较高地区。其中，根据长江证券研究报告的数据，日本玩家平均每月在手游中付费金额为 24.06 美元，玩家月付费金额为全球第一，第二名则为韩国。此外，日本、韩国、港澳台地区受二次元文化影响较深，受众群体覆盖面大，带有较强二次元属性 IP 的移动游戏更易受当地玩家青睐。

3、项目实施方案

（1）项目实施地址

本项目海外分支机构拟建和扩建地址拟定为日本、台湾、美国、新加坡和韩国。

（2）项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目建设期和运营期内产生的污染物较少，仅有少量的员工生活污水和生活垃圾，不会对环境产生污染。根据上海市徐汇区环境保护局出具的《项目环评意见征询单》，该项目属于《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015 年版）》范围，无需办理环评报批手续。

（3）项目实施内容简介

①项目本地化制作和推广模式

游戏产品的本地化制作，是指在游戏产品正式运营前，游戏开发团队根据当地文化、语言及游戏偏好等因素，进行游戏运营区域版本的制作，对游戏的语言、内容和风格等进行本地化制作和调整，促使游戏更好地迎合当地玩家的偏好，进一步提升当地玩家的游戏体验，满足不同地区玩家的差异化需求；在游戏产品正式上线运营后，游戏开发团队根据当地实际运营情况进行产品的版本更新和资料片发布的本地化工作。本项目成功的基础为产品在海外的本地化制作，主要包括游戏玩法、内容、剧情关卡和收费模式等在开发中需要根据不同运营区域进行的调整工作，以及游戏翻译、配音、美术风格兼修等工作，将外包给当地的服务提供商负责。

游戏产品的推广，是指在完成游戏产品本地化制作后，分支机构市场团队根据当地移动游戏市场的现有推广模式，参考公司在国内外的成功推广和运营

模式，选择合适的合作运营渠道对公司产品进行推广，主要为 App Store 和 Google Play 等。另外，公司还将通过广告等方式加强对游戏产品的推广力度，提升海外发行的成功率。

②项目实施内容

根据公司规划，本项目拟对日本分支机构进行升级，并同时港澳台、北美、东南亚和韩国地区等四个国家或地区新设分支机构，参考公司现有的国内外移动游戏市场的推广和运营经验，负责公司现有游戏《崩坏学园 2》及后续开发的“崩坏”系列网络游戏产品在当地及相关区域的推广和运营，协助游戏产品的本地化开发工作。基本情况如下：

区域	建设内容	运营模式	本地化语言
日本	升级分支机构	合作运营	日语
港澳台地区	新设分支机构	合作运营	繁体中文
北美地区	新设分支机构	合作运营	英语
东南亚地区	新设分支机构	合作运营	英语
韩国	新设分支机构	合作运营	韩语

除了语言的本地化外，公司在本地化转化及运营过程中，还将更注重结合当地的特色，达到游戏世界观与该运营区域文化的契合。游戏的世界观主要体现在其时代设定、故事背景、画面风格、人物造型、剧情设计等方面，该运营区域的游戏版本将在游戏产品立项、研发、升级等游戏产品生命周期的重要环节中，将上述因素考虑在内，力求提高游戏产品与当地文化的契合性，从而提升游戏产品的本地化制作程度，吸引更多的当地玩家。

此外，公司还将与各地知名 IP 合作，进行产品及 IP 间的品牌联动开发，提升游戏产品的趣味性和耐玩性，提升玩家游戏体验。

③项目选址依据

分支机构的设立对项目整体的发展有着重要的价值，是保证项目顺利实施、高质量开展的基础。分支机构的选址往往会受到各方面因素的影响，其中市场因素的影响是重要的制约因素。因此，目标国家和地区的选择是否科学，产品布局是否合理，对公司移动游戏产品的顺利推广和运营，项目投资成本的回收，项目运行的经济性、安全性以及项目未来拓展的前景都有决定性的影

响。本项目的选址依据具体考虑因素如下：

A. 良好的市场基础

公司“崩坏”系列游戏是基于“崩坏”IP 研发的二次元移动游戏，庞大的二次元受众群体及对二次元的热爱程度为公司游戏产品在海外的顺利推广和运营奠定了良好的市场基础。公司游戏产品《崩坏学园 2》报告期内曾在日本、东南亚地区、韩国成功上线运营并在当地取得了不错的口碑，迈向国际市场的战略已初具成效。公司在当地市场所积累的成功的运营经验、大量的用户数据和较大规模的玩家基础，有利于公司“崩坏”系列游戏在该等地区的进一步推广和运营。

B. 优质的客户资源

在本项目选址中，公司选择的地区均为市场规模较大、ARPPU 值较高地区。其中，根据长江证券研究报告的数据，日本玩家平均每月在手游中付费金额为 24.06 美元，玩家月付费金额为全球第一，第二名则为韩国。此外，日本、韩国、港澳台地区受二次元文化影响较深，受众群体覆盖面大，带有较强二次元属性 IP 的移动游戏更易受当地玩家青睐。

C. 稳定的渠道资源

海外移动游戏市场较为成熟，移动游戏分发渠道高度集中，且审核机制透明，海外移动游戏主要通过 App Store 和 Google Play 平台的合作运营。公司产品《崩坏学园 2》已实现海外运营，公司已与苹果公司和谷歌公司的运营平台有成功的合作经验并建立了稳定的合作关系，为公司产品后续海外上线运营奠定了良好的合作基础。

4、项目市场前景分析

本项目具有较好的市场前景，具体如下：

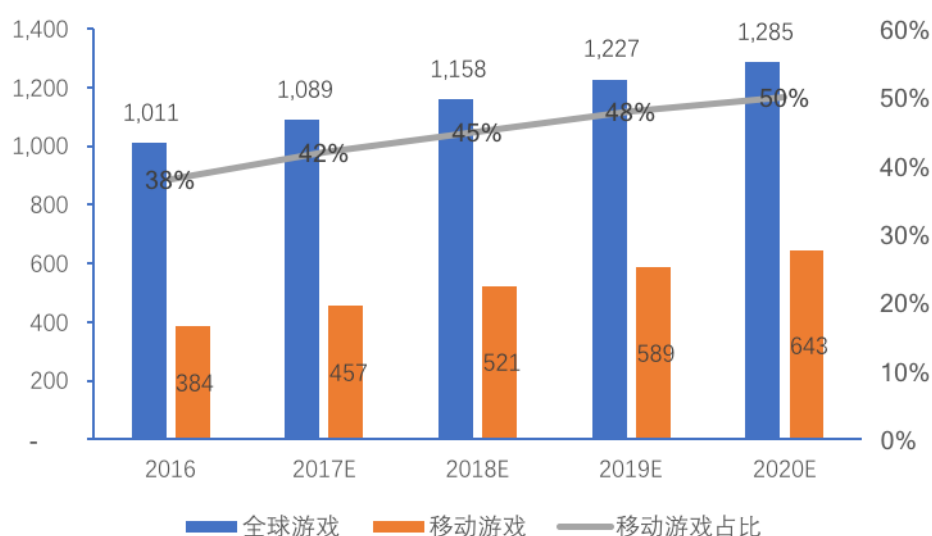
（1）全球游戏市场发展迅速，市场规模逐步扩大

随着全球互联网的发展以及电脑、智能手机、平板电脑等电子设备的更新换代，网络游戏载体、类型不断丰富，游戏品质不断提高，全球游戏市场迅速崛起，市场规模逐步扩大。根据 Newzoo《2017 Global Games Market Report》，

2016 年全球游戏市场收入为 1,011 亿美元，其中移动游戏在整体游戏市场中占据重要份额，收入为 384 亿美元，占比为 38%；随着游戏产品的日益丰富，以及游戏用户数量的进一步增加，预计到 2020 年全球游戏市场收入将增至 1,285 亿美元，其中移动游戏收入将达到 643 亿美元，占总收入中的比例达到 50%，市场规模巨大。

2016-2020 年全球游戏及细分领域市场规模

单位：亿美元



数据来源：Newzoo《2016 Global Games Market Report》、《2017 Global Games Market Report》

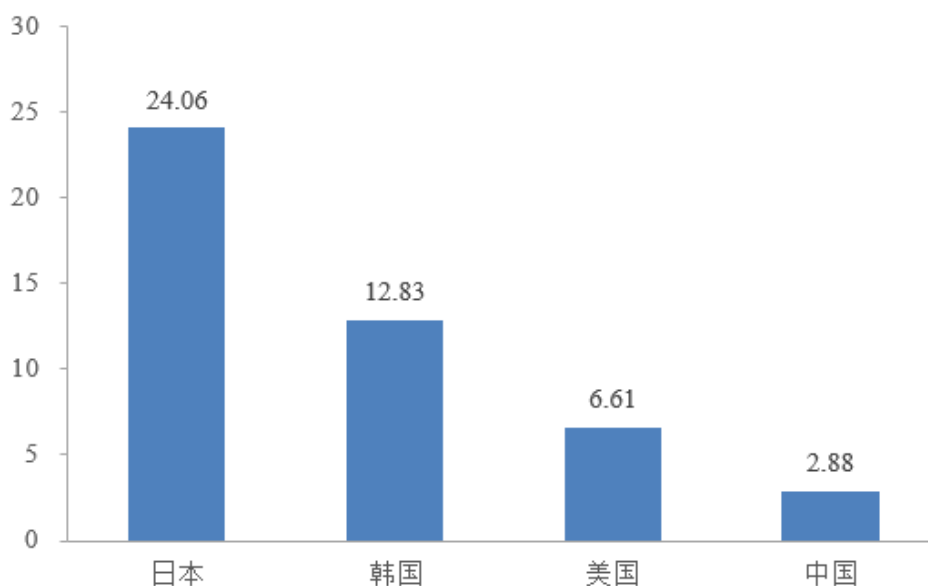
(2) 区域市场前景情况分析

①日本移动游戏市场

日本作为二次元文化发展较早的地区，二次元产业结构成熟，随着行业发展，IP 资源不断涌现，并形成了完善的 ACG 产业链。日本移动游戏依托于日本动漫在全球范围内的受欢迎度以及动漫风格形成了别具风格的产品特征，带有较强二次元属性的移动游戏更受当地玩家青睐。在游戏类型偏好方面，RPG（Role-Playing Game，角色扮演游戏）类移动游戏占比较高，占 75% 左右。在玩家规模方面，日本移动游戏玩家 4,580 万，仅为中国的八分之一，而市场规模却与中国相当。庞大市场体量源于日本玩家在移动游戏中的高付费金额。根据长江证券研究报告数据，日本玩家平均每月在移动游戏中付费金额为 24.06 美元，全球最高，是第二名韩国的两倍。

日本与其他国家移动游戏玩家平均月付费金额比较

单位：美元



数据来源：长江证券研究报告，《手游出海，大有可为》

公司当前产品《崩坏学园 2》、《崩坏 3》共计注册用户超过 500 万人，即每十个日本移动游戏玩家中就有一个为公司移动游戏产品用户。《2016 年全球移动游戏产业白皮书》中数据显示，2016 年日本移动市场游戏收入为 65 亿美元（折合人民币 450.91 亿元），《崩坏学园 2》2016 年度充值金额为 7,195.30 万元人民币，在日本市场占有一席之地。此外，公司于 2017 年 2 月在日本市场推出《崩坏 3》取得了较好反响，App Store 游戏畅销榜最高排名第二（数据来源：Aso100.com），截至报告期末，《崩坏 3》累计充值金额已达 11,021.67 万元，公司在日本市场发展空间巨大。

②港澳台移动游戏市场

港澳台地区由于语言与大陆基本相通、玩家游戏偏好较为类似且移动游戏产品进入门槛相对较低，一直以来是国内游戏厂商海外拓展的首选区域。根据长江证券研报的数据，2015 年，台湾地区 Google Play 收入位居全球第四，App Store 收入也上升至全球第十；香港地区 Google Play 收入也从第十名上升至第八名。

根据长江证券研报的数据，2015 年香港及台湾手游玩家共计 550 万人，公

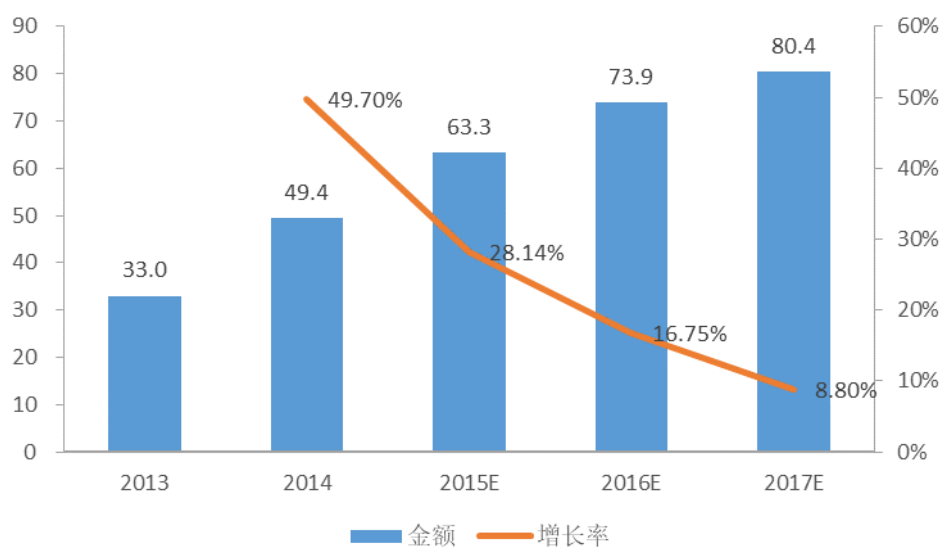
司当前《崩坏学园 2》、《崩坏 3》在香港、台湾共计注册用户 214.28 万人，占当地比较高，拥有较好的玩家基础。

③北美移动游戏市场

北美游戏玩家的消费能力较高，游戏类型偏好与国内略有差异，较看重游戏内容和质量。北美作为全球第二大游戏市场，市场容量巨大，竞争激烈，本地研发商具备较强实力。根据 Newzoo 发布的《2017 Global Games Market Report》预测，预计 2017 年北美游戏市场规模将达 270 亿美元，其中美国游戏市场规模达到 251 亿美元，占比达 93%。随着智能手机、平板电脑等移动设备的发展，移动游戏在美国游戏市场的市场份额占比正逐步提升，市场规模也不断增大。根据 Yeahmobi 于 2016 年发布的《全球移动互联网市场数据大揭秘系列之美国篇》，美国移动游戏市场规模将从 2013 年的 33 亿美元增长至 2015 年的 80.4 亿美元，复合年增长率达 25%，呈较快增长态势。

2013 年-2017 年美国移动游戏市场规模及其预测

单位：亿美元



数据来源：Yeahmobi, 《全球移动互联网市场数据大揭秘系列之美国篇》

2016 年 5 月以前，《崩坏学园 2》在北美地区主要为授权运营的方式，推广力度较低，截至报告期末累计充值金额为 913.24 万元。然而，作为全球第二大游戏市场，北美市场容量巨大，公司将根据实际推广策略选择《崩坏 3》的上线时间，提升公司产品在当地的知名度和市场占有率。

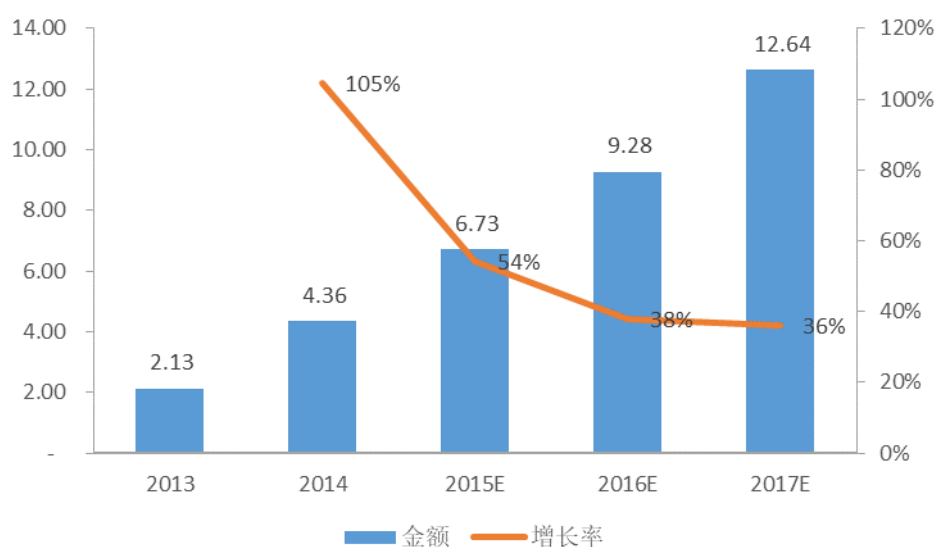
④东南亚移动游戏市场

目前，东南亚地区移动游戏市场集中度仍然较低，市场相对开放，竞争格局尚未稳定，智能手机的渗透率相对较低，移动游戏发展空间巨大。东南亚本土游戏企业的研发及发行能力较弱，游戏畅销榜由国外厂商主导。在移动游戏类型偏好方面，东南亚各国的玩家有一定的相似性，对于欧美策略类游戏和中国、日本、韩国 RPG 类游戏都有较高的接受度，通常在东南亚各国中任一国市场上已经取得成功的产品，在东南亚其他国家的市场上也往往能取得不错的成绩。《崩坏学园 2》自 2014 年 6 月在东南亚市场上线后，受到了当地玩家的喜爱，截至 2016 年充值金额达到 1,426.98 万元，占 2016 年当地移动游戏收入的 0.22%。

随着廉价 Android 机普及带来的智能手机用户高速增长，东南亚地区移动游戏市场规模也保持高速增长。根据长江证券研究报告的数据，2015 年，东南亚地区移动游戏营收达 6.73 亿美元，预计 2017 年规模翻倍，有望达到 13 亿美元，年复合增长率达 56%。

2013 年-2017 年东南亚地区移动游戏市场规模及其预测

单位：亿美元



数据来源：长江证券研究报告，《手游出海，大有可为》

⑤韩国移动游戏市场

韩国的游戏市场发展较为成熟，目前网络游戏在韩国游戏产业中占比较大，其中移动游戏是当前韩国游戏产业增长的最主要动力。根据长江证券研究报告的数据，2014年韩国手游市场规模达到2.9万亿韩元（约合26亿美元），预计至2017年将增长50%至4.4万亿韩元（约39亿美元），手游在整个韩国游戏市场占比将达到38.3%。《崩坏学园2》报告期累计充值金额为692.28万元，发展空间较大。

5、项目投资概算

本项目总投资额17,447.92万元，其中：日本分支机构投资5,840.58万元、港澳台分支机构投资2,593.67万元、北美分支机构投资3,447.15万元、东南亚分支机构投资3,141.12万元、韩国分支机构投资2,425.40万元。按资金使用用途分见下表：

序号	项目	金额(万元)	占比
1	场地费用	892.50	5.12%
2	软硬件设备投资	101.10	0.58%
3	研发费用投资	3,810.00	21.84%
4	运营费用投资	2,062.12	11.82%
5	推广费用投资	10,582.20	60.65%
	合计	17,447.92	100.00%

（1）场地费用

场地费用主要包括场地租赁费及场地装修费用，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目	面积 (m ²)	租赁费用	装修费用	合计
1	日本分支机构	200	240.00	40.00	280.00
2	港澳台分支机构	150	90.00	22.50	112.50
3	北美分支机构	150	225.00	30.00	255.00
4	东南亚分支机构	100	120.00	20.00	140.00
5	韩国分支机构	100	90.00	15.00	105.00
	合计	700	765.00	127.50	892.50

（2）软硬件设备投资

本项目投资金额共计 101.10 万元，软硬件设备投资主要包括研发设备、运营设备和软件等设备的费用。

（3）研发费用投资

研发费用主要包括研发人员薪酬及本地化外包费用，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目	投资总额
1	研发人员薪酬	2,910.00
2	本地化外包费用	900.00
合计		3,810.00

（4）运营费用投资

运营费用是指与项目网络游戏新产品的运营有关的人员薪酬福利、云服务费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人数（人）	薪酬福利费用	云服务费用	投资总额
1	日本分支机构	9	660.00	123.48	783.48
2	港澳台分支机构	4	200.00	55.57	255.57
3	北美分支机构	4	400.00	56.05	456.05
4	东南亚分支机构	2	300.00	45.52	345.52
5	韩国分支机构	2	180.00	41.50	211.50
合计		21	1,740.00	322.12	2,062.12

（5）推广费用投资

推广费用是指与项目网络游戏新产品的推广有关的人员薪酬福利、广告宣传费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人数（人）	推广人员薪酬	广告宣传费	投资总额
1	日本分支机构	4	396.00	3,510.00	3,906.00
2	港澳台分支机构	3	192.00	1,539.00	1,731.00

3	北美分支机构	3	384.00	1,483.50	1,867.50
4	东南亚分支机构	2	300.00	1,327.20	1,627.20
5	韩国分支机构	2	180.00	1,270.50	1,450.50
合计		14	1,452.00	9,130.20	10,582.20

6、项目组织方式及实施进度

本项目由公司统一组织实施，项目将分两年实施，其中日本和港澳台地区项目将于第一年实施，其余地区项目将于第二年实施。

（三）崩坏IP泛娱乐化内容开发及运营项目

1、项目简况

本项目将继续围绕“崩坏”IP，拓展和强化公司泛娱乐生态链建设：一方面，公司将建设“崩坏”主题体验店，满足游戏玩家线下互动需求，增强其与崩坏系列产品的粘性；另一方面，项目还将开发动画及电影产品，满足粉丝对泛娱乐产品的需求，进一步强化公司生态链协调发展。该项目已在上海市徐汇区发改委备案，项目代码为：（国家）2017-310104-64-03-008671。

2、项目的必要性和可行性

（1）必要性

①满足粉丝线下活动需求，增强IP用户粘性

稳定的用户群是二次元产品保持较长生命周期的重要保障，尤其是粘性较高的付费用户，对于二次元产品的持续运营发挥重要作用。二次元用户基于共同的兴趣爱好形成较强的社群属性，随着互联网的快速发展，网络社交成为二次元用户的维系和发展社群的重要方式，二次元用户乐于通过线下交流强化对所属二次元文化群体的认同感。

公司经营原创IP“崩坏”，形成了较强的粉丝效应，截至报告期期末，崩坏系列移动游戏《崩坏学园2》、《崩坏3》累计注册用户超过6,600万个、漫画《崩坏3rd》累计点击量超过1.8亿次、《崩坏学园四格漫画》累计点击量超过5,500万次、动画视频点击量超过1,400万次、《崩坏学园2》的百度贴吧关注量累计超过95万，帖子总数累计超过4,700万、《崩坏3rd》的百度贴吧关注量累

计超过 49 万，帖子总数累计超过 1,900 万。目前，公司游戏玩家的社交活动主要通过游戏、漫画及视频网站等线上方式进行，随着公司核心粉丝的数量不断增多，对线下活动需求的不断提升。

本项目将通过建设“崩坏”IP 主题体验店，为广大 IP 用户提供面对面交流互动场所，满足现有崩坏系列游戏、漫画等粉丝的线下社交活动需求，不断围绕“崩坏”IP 拓展玩家社群，强化玩家对“崩坏”IP 的认同感，进而提升核心玩家对游戏的忠诚度，增强玩家黏性，有效延长崩坏系列产品生命周期，为公司持续盈利奠定坚实的用户基础，提升公司原创 IP 的核心竞争力。

②实现线下文化推广效应，扩大公司品牌影响

二次元用户具有强烈的 IP 认同感，能够为公司带来稳定的用户基础，但就移动游戏产品运营而言，通过持续的推广不断强化 IP 及品牌影响力，同时确保游戏产品获得持续稳定的收入也十分必要。

目前，公司已经凭借《崩坏学园 2》积累了一批优质稳定的二次元粉丝群体，但随着公司游戏产品的不断丰富，公司在不断强化“崩坏”IP 的同时，也会对游戏玩法、游戏画面等方面不断推陈出新，使得游戏产品能够适应更多游戏玩家群体。因此，为扩大游戏产品在市场的知名度，公司需要不断加大推广力度，在提升线上广告覆盖强度的同时，也需要通过线下游戏体验等方式，促使更多游戏玩家接触、了解公司产品，提高潜在用户转化率，不断扩大公司品牌影响力。

本项目将在上海、北京、广州、深圳等 10 个二次元文化接受度较高的城市设立体验店，一方面，公司通过统一的“崩坏”IP 形象，促使更多群体了解公司品牌及 IP，理解二次元并喜爱“崩坏”IP，从而转变为文化的受众；另一方面，通过游戏玩家的线下实际体验，发掘新的认识和玩法，让玩家深入了解崩坏文化，稳定核心粉丝群，为公司游戏产品持续盈利提供坚实的用户基础。

③强化生态链条协同发展，提升公司竞争能力

随着 IP 市场蓬勃发展，IP 产业现已经形成一套完整的产业链，一方面以 IP 为核心、以粉丝为基础，通过游戏、动漫、影视、动漫周边产品等业务地开展，为企业获得可观的经济效益；另一方面，通过对上述业务的良好经营，使

IP 得到更多用户认可，为 IP 增添更多附加价值，实现泛娱乐生态链条的协同发展。

本项目将围绕“崩坏”IP，以现有游戏及漫画粉丝为基础，开发崩坏系列大电影及动漫产品，通过电影及动画的播出，吸引更多粉丝，强化“崩坏”IP，提升公司盈利能力；同时，也能够进一步丰富公司泛娱乐生态链，满足粉丝的多元娱乐需求，从而强化公司在行业内的产品供应能力，持续提升公司产品竞争力。

④拓展公司变现渠道，增强公司盈利能力

公司当前已形成了游戏、漫画、动画、轻小说、动漫周边产品等产品为一体的产业链，在这条产业链中，游戏业务变现能力最强，报告期公司游戏业务收入为公司主要收入来源；动画、漫画、轻小说等产品则主要免费供用户阅读观赏，公司变现渠道较少。

本次募投将对“崩坏”IP 进一步开发，依据 IP 开发制作电影和动画。其中，电影产品产值较高，可以快速实现 IP 的价值变现，拓宽了公司变现渠道，推动了公司盈利能力的提升。

（2）可行性

①拥有知名原创 IP，为本项目实施提供必要的品牌支持

公司自设立以来一直致力于原创 IP 的创作与运营，以其为核心开发了游戏、漫画、轻小说、动漫周边产品等一系列产品，构建并不断完善公司文化生态产业链，增强“崩坏”IP 及公司品牌的市场影响力。经过多年经营，“崩坏”IP 已经得到市场的广泛认可，形成了较强的品牌效应。原创 IP 效应能够为本项目的实施提供必要的品牌支持。

②庞大的用户群体与丰富的产品形式，为公司打造 IP 文化产业链提供了坚实的用户基础

报告期末公司主要游戏产品《崩坏学园 2》注册总人数已突破 4,400 万人，2014-2015 年年平均付费充值账号数近 75 万个，核心粉丝群体庞大。除游戏产品外，公司也广泛涉足漫画、动画、轻小说、动漫周边产品等诸多领域，庞大

的用户基础和丰富的产品形式为公司今后打造动画、电影及线下体验店等 IP 文化产业链建设提供了用户基础和需求保障。

③丰富的内容开发经验，为本项目实施提供良好的经验借鉴

公司以二次元文化为依托，以“崩坏”IP 为核心，不断拓展业务领域，形成泛娱乐化生态链。目前，公司在各领域均开发、推广多类产品，积累了丰富的产品内容开发及活动经验。如公司近年来持续进行动画方向的尝试，已制作完成的作品包括“崩坏 PV”、“崩坏学园四格手书动画”等，优秀的画质、流畅的动作与公司原创的音乐完美融合，受到了网络观众的一致好评。截至报告期末，公司动画视频点击量超过 1,400 万次。公司丰富的内容开发经验能够为本项目主题体验店的设立及动漫、电影制作提供良好的经验借鉴。

④丰富的渠道资源

除自营渠道推广外，公司还借助其他渠道资源进行产品推广，多年来公司与多个优质渠道建立了良好的合作关系，如 bilibili、华为等国内知名互联网企业等。

本次募投实施阶段，公司计划充分利用已积累的宣传推广资源，结合互联网、平面媒体等领域，有针对性地采用媒体活动、广告投放、渠道营销等手段对公司泛娱乐化产品进行宣传推广，并通过丰富的线上线下活动扩大电影、动画产品的影响力，吸引更多受众。

3、项目实施方案

（1）项目实施地址

本项目主题体验店拟建地址将在国内 10 个城市选址，具体城市包括上海、广州、北京、深圳、成都、杭州、重庆、武汉、南京、厦门。动画及电影开发部分拟建地址为上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 6 楼，在项目实施一定阶段后公司将在办公场所周边再另行购买或租赁一定面积的办公房产。

（2）项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目建设主要内容系泛娱乐化内容的开发及运营，在项目建设过程中不涉及生产制造环节，故不会产生非生活废水、废气、废渣与噪声等，不会对环

境产生污染。根据上海市徐汇区环境保护局出具的《项目环评意见征询单》，该项目属于《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015年版）》范围，无需办理环评报批手续。

（3）项目实施内容简介

①主题体验店

本项目将分三年时间在国内 10 个城市设立“崩坏”主题体验店，具体城市包括上海、广州、北京、深圳、成都、杭州、重庆、武汉、南京、厦门。主题体验店目标客户定位为“崩坏”IP 粉丝，以游戏玩家的二次元社群属性为基础，为其提供游戏线下交流互动平台，满足其线下活动需求。

主题体验店选址示意图



主题体验店功能将主要涵盖社群活动、VR 游戏体验、动漫周边产品销售以及餐饮服务，具体介绍如下：

A. 社群活动。首先，公司将借助主题体验店场地，定期/不定期举办崩坏系列游戏宣传活动、游戏发布会及粉丝见面会；其次，公司会定期进行一些有特色的活动，如崩坏系列主角 COSPLAY 大赛等，加强与粉丝的互动，为玩家营造直观的感受；再次，公司将通过与粉丝的直接交流掌握玩家对公司产品的一手反馈意见，更好地为公司今后的 IP 内容创作及产品研发提供支持。

B. VR 游戏体验。公司拟将“崩坏”IP 与时下流行的 VR 玩法相融合，满

足玩家对虚拟现实游戏的体验需求，吸引更多用户到店体验，深入了解“崩坏”IP及公司文化，推动公司优质粉丝数量的持续增长。

C. 动漫周边产品销售。公司将在体验店专门规划动漫周边产品展示及销售区域，为喜爱搜集周边产品的粉丝提供线下产品销售渠道，进一步强化粉丝对公司产品的粘性。

D. 餐饮服务。餐饮服务主要为到店客户提供饮品及糕点等，确保游戏粉丝在线下交流过程中享受精致的服务；同时，餐饮作为居民的必要需求，也有利于公司吸引更多顾客，并不断向粉丝群体转化。

②泛娱乐化内容开发及运营

本项目将针对除游戏以外的其他产品进行内容开发及运营，在延续创作漫画和轻小说产品的同时，重点对动画及电影等崩坏系列泛娱乐化产品进行研发，同时通过“崩坏”IP的粉丝效应增强公司盈利能力，扩大品牌影响力。本项目开发内容如下：

A. 动画产品内容制作开发

本项目将以现有漫画、轻小说素材为主线，规划制作24集连载动画，每集时长约20分钟，主要通过各大视频网站进行播放。动画主要讲述一群被称作“女武神”的少女，在被神秘灾害“崩坏”侵蚀的世界中，勇敢与产生自“崩坏”的巨大怪兽“崩坏兽”战斗，拯救世界的故事。

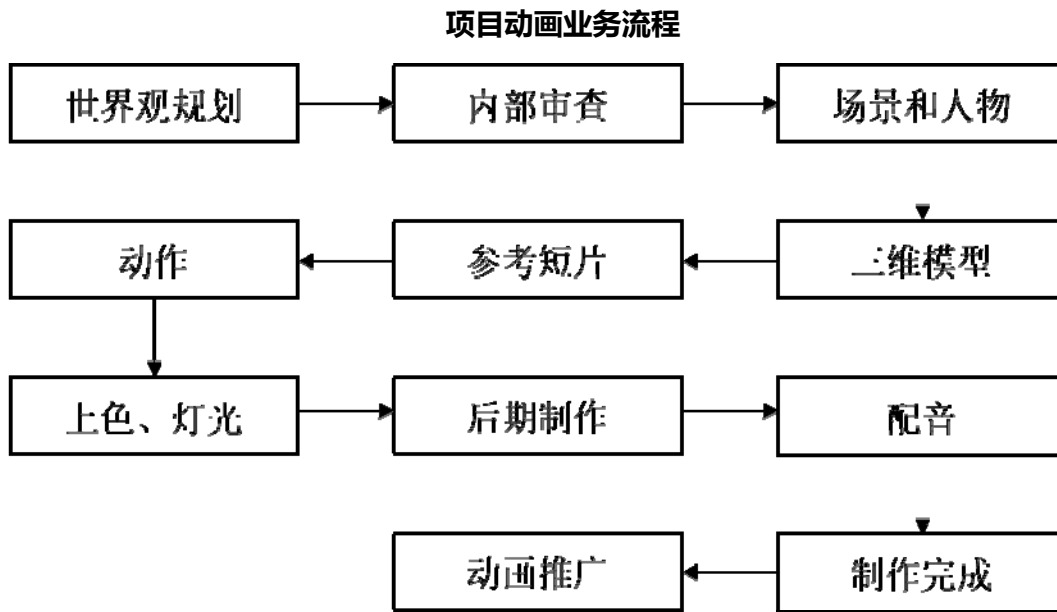
B. 电影产品制作开发内容

公司将以《崩坏学园2》为主线，规划制作大电影，制作完成后将通过院线及网络平台进行播放。电影重点讲述主角琪亚娜和芽衣相遇的故事：在2014年，一个叫做长空市的城市中，发生了原因不明的，名为“崩坏”的灾难，白发神秘少女琪亚娜来到该城市执行秘密任务，结识了黑发少女芽衣，二人结下深厚的友谊。但在相处中，琪亚娜发现在芽衣的身上存在一种能决定世界命运的神秘能量。

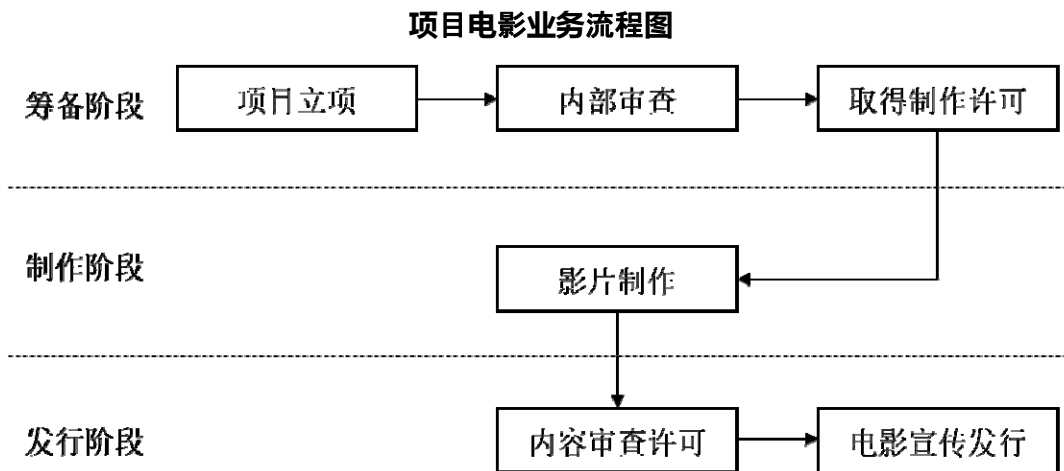
（4）项目运营计划

动画剧集主要包括前期策划、动画原型、后期制作、上线推广等阶段。其

业务流程如下图所示：



动画电影业务流程主要包括筹备阶段、制作阶段、发行阶段，具体流程如下所示：



4、项目市场前景分析

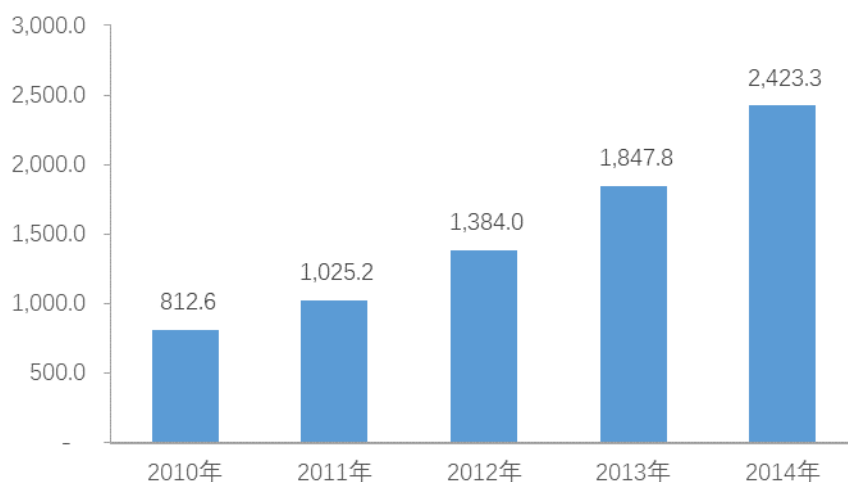
（1）我国泛娱乐产业发展情况

随着国内移动互联网及智能终端的快速发展，以游戏、小说、视频等产品为代表的娱乐方式不断影响人们的生活；同时以 IP 为核心的经营理念也不断影响文化娱乐产业内的企业，推动其围绕核心 IP 拓展游戏、动漫、动画、文学等娱乐业务，构建泛娱乐化生态圈，促进我国文化娱乐产业规模快速增长。根据期刊《科技与出版》的数据，2010 年我国文化娱乐产业规模为 812.6 亿元，到

2014 年该产业规模已达到 2,423.3 亿元，复合年增长率达到 31.41%，保持飞速发展态势。

2010-2014 年我国文化娱乐产业规模

单位：亿元



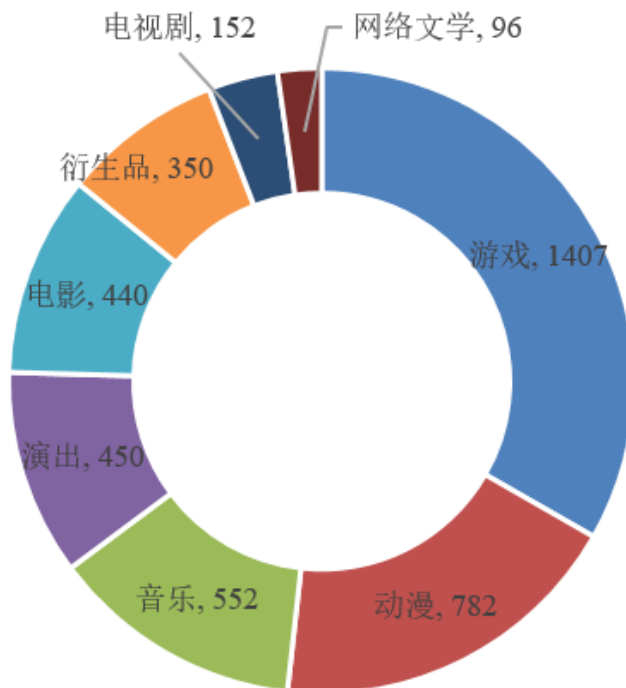
数据来源：期刊《科技与出版》

(2) 泛娱乐产业细分行业发展

根据《2015-2016 中国泛娱乐产业发展白皮书》，2015 年我国泛娱乐产业发展较快：游戏、动漫、音乐、演出、电影、动漫周边产品等行业产值均处于较高水平，其中：游戏产业 1,407 亿元、漫画行业 782 亿元、动漫行业 552 亿元、演出 450 亿元、电影 440 亿元和动漫周边产品 350 亿元；另外，电视剧和网络文学市场也得到广泛关注，行业产值分别为 152 亿元和 96 亿元。随着我国以 IP 为核心的泛娱乐化产业的持续发展，未来上述细分行业规模势必将进一步扩大。

泛娱乐产业细分行业产值

单位：亿元



数据来源：北京中娱智库咨询有限公司《2015-2016 中国泛娱乐产业发展白皮书》

5、项目投资概算

本项目总投资额 10,348.00 万元，其中：主题体验店投资 2,748.00 万元，动画制作投资 3,600.00 万元，电影拍摄投资 4,000.00 万元。按资金使用用途分见下表：

序号	项目	金额(万元)	占比
1	体验店建设	2,748.00	26.56%
2	动画制作	3,600.00	34.79%
3	电影拍摄	4,000.00	38.65%
	合计	10,348.00	100.00%

(1) 体验店建设

体验店建设投资主要包括场地费用、硬件购置费及实施费，具体投资如下表所示：

①场地费用

本项目场地费用主要包括场地租赁费和场地装修费，其中项目场地将全部通过租赁方式获得，租赁费用按 3 年计算；装修费用根据各体验店建设进度逐年投入，体验店场地费用明细如下：

单位：万元

序号	城市	面积	场地租赁费	场地装修费	投资进度
1	上海	250	225.00	50.00	第一年
2	广州	250	225.00	50.00	第一年
3	北京	200	180.00	40.00	第二年
4	深圳	200	180.00	40.00	第二年
5	成都	150	90.00	27.00	第二年
6	杭州	150	90.00	27.00	第二年
7	重庆	150	90.00	27.00	第三年
8	武汉	150	90.00	27.00	第三年
9	南京	150	67.50	24.00	第三年
10	厦门	150	67.50	24.00	第三年
合计			1,305.00	336.00	-

②硬件设备投资费

体验店设备投资主要包括游戏体验及活动举办相关硬件设备，具体设备配置及投资明细如下表所示：

序号	设备名称	投资总额（万元）
1	VR 体验设备	72.00
2	体验平板机	57.00
4	多媒体投影设备	10.00
5	音箱组合设备	10.00
6	门店家私	100.00
	合计	249.00

③实施费用

体验店实施费主要为各体验店人员薪酬，项目分年投资具体如下：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	第三年	投资总额
1	人员薪酬	180.00	432.60	635.40	1,248.00
	合计	180.00	432.60	635.40	1,248.00

（2）动画制作投资

动画制作投资主要包括创意策划费用、动画制作费用、后期制作推广费用等，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资总额（万元）
1	创意策划费用	540.00
2	动画制作费用	2,340.00
3	后期制作推广费用	720.00
	合计	3,600.00

（3）电影拍摄投资

电影拍摄投资主要包括内部研发、评估立项费用，电影制作费用，后期制作费用，宣传发行费用等，具体投资明细如下：

序号	项目	投资总额（万元）
1	内部研发、评估立项费用	200.00
2	电影制作阶段	2,600.00
3	后期制作阶段	600.00
4	宣传发行费用	600.00
	合计	4,000.00

6、项目组织方式及实施进度

本项目由公司统一组织实施，计划三年建设完成，其中：（1）10 个体验店分三年分别建设，单店建设周期均为一年，包括场地租赁及装修、设备购置、人员招聘及试运营三个阶段；（2）动画分两年进行制作，每年制作 1 季共 12 集，每季制作均包括创意策划、动画制作、后期制作及推广三个阶段；（3）电影从第二年开始拍摄，包括评估立项、电影制作、后期制作、宣传发行四个阶段。本项目具体计划进度安排如下：

项目实施进度表

	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
一、体验店建设												
场地租赁及装修	■	■			■	■			■	■		
设备购置		■				■				■		
人员招聘及试运营			■	■			■	■			■	■
二、动画制作												
创意策划	■				■							
动画制作		■	■			■	■					
后期制作及推广			■	■			■	■				
三、电影拍摄												
评估立项					■	■						
电影制作							■	■	■	■		
后期制作									■	■		
宣传发行												■

（四）崩坏音乐类网络游戏新产品开发项目

1、项目简况

本公司将在现有网络游戏开发能力的基础上，针对玩家的游戏偏好，开发一款音乐类网络游戏产品《崩坏-偶像祭》（暂定名）。该项目已在上海市徐汇区发改委备案，项目代码为：（国家）2017-310104-64-03-018196。

2、项目的必要性和可行性

（1）必要性

①研发一款题材不同的游戏产品，可增强公司的抗风险能力

根据游戏工委《2017年1-6月中国游戏产业报告》，截至2017年6月末，中国移动游戏用户规模已达4.35亿人。移动游戏用户规模的不断扩大随之带来的是消费者用户偏好的进一步多样化，以及对游戏作品日益明显的差异化要求。

为使公司产品更好地满足玩家的偏好，同时实现公司多样化、差异化的产

品发展目标，除《崩坏-编年史》（暂定名）和《崩坏-使魔战争》（暂定名）外，公司拟新增开发、运营一款题材新颖的音乐类卡牌养成型游戏，其目标群体为音乐类网络游戏爱好者，该产品与公司当前产品题材均不同，可进一步覆盖移动游戏用户群体，迎合更多二次元用户的差异化游戏需求，抢占游戏市场份额的同时增强公司的市场风险抵抗能力。

②新增崩坏系列网络游戏产品研发有助于公司进一步提升“崩坏”IP 及公司品牌影响力

网络游戏产品是公司及“崩坏”IP 积累市场口碑及用户的重要渠道，能进一步提升公司产品以及“崩坏”IP 的知名度和美誉度，具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“二、1. 项目必要性和可行性”。

③强化 IP 变现能力，促进公司持续发展

优质的网络游戏是公司 IP 的最主要变现渠道，促进公司持续快速发展，具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“二、1. 项目必要性和可行性”。

（2）可行性

①网络游戏市场继续保持快速增加的态势，为公司主要盈利产品带来机遇

公司主要盈利产品为游戏产品，目前我国网络游戏市场规模逐年提升，为公司带来了机遇，具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“二、1. 项目必要性和可行性”。

②原创 IP 下的庞大用户群体和大量的核心粉丝是未来产品成功的有力保障

经过多年的发展壮大和积累沉淀，公司原创 IP “崩坏”积累了庞大的用户群体和大量的核心粉丝。具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“二、1. 项目必要性和可行性”。

③公司前期音乐类作品制作经验为募投项目提供了内容支持

公司一直积极丰富产品类别，已开展了多项与音乐类作品相关的制作工作，目前拥有音乐作品著作权 22 项。2015 年公司委托幻之星盒制作了“琪亚娜语音音源库”，为“崩坏”IP 的主要人物角色塑造了一套专属音源。此外，公

公司已制作完成多款“崩坏 PV”、“崩坏学园四格手书动画”等动画、PV 作品，公司在该等作品中完美结合了公司的原创音乐，并在 bilibili 等网络平台播放，受到了网络观众的一致好评。公司前期音乐作品制作经验为本项目的产品研发提供了良好的内容支持。

④强大的技术实力为项目实施提供了技术支持

公司自成立以来，一直专注于“崩坏”IP 的研发，并基于该 IP 自主研发了“崩坏”系列游戏产品，积累了丰富的技术资源。在技术创新方面，公司经过多年的创新开发，在技术上实现了多项创新，截至本招股说明书签署之日，公司已取得 29 项软件著作权，并拥有“PostFX”，“AnimeFX”，“3D 动画分层上色技术”，以及“基于 s-expr 的数据驱动逻辑技术”等一系列核心技术，公司产品在画面渲染、数据处理速度、系统架构设计上均有较强的技术积累。

3、项目实施方案

（1）项目实施地址

本项目拟建地址为上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 6 楼，在项目实施一定阶段后公司将在现有办公场所周边再另行购买或租赁一定面积的办公房产。公司现有办公场所周边交通便利，各种配套设施齐全，专业人才集中，为公司吸纳优秀人才提供便利条件。

（2）项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目建设主要内容系网络游戏产品研发和运营，在项目假设过程中不涉及生产制造环节，故不会产生非生活废水、废气、废渣与噪声等，不会对环境产生污染。根据《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015 年版）》第 20 条，该募投项目无需办理环评报批手续。

（3）项目建设内容简介

《崩坏-偶像祭》是一款音乐类卡牌养成型游戏，主要目标群体为音乐类游戏爱好者。该作品的主要内容为：某一天，受不明能源“崩坏”的影响，在城市中出现了危害人类的怪物“崩坏兽”。普通的武器对“崩坏兽”毫无作用，唯一能够击退它们的，只有化身为女武神的少女们美妙的歌声。为了成为女武

神，琪亚娜、芽衣、布洛妮娅都来到了专门培养女武神的圣芙蕾雅学园，接受唱歌的训练，并组成偶像团体“休伯利安”，参与到用歌声对抗“崩坏兽”的战斗中。

游戏分为日常剧情模式和演唱模式。在日常剧情模式中，玩家会在学校中和各个女武神们互动，体验游戏剧情；在演唱模式中，游戏会播放音乐歌曲，玩家需要根据音乐歌曲的节奏，点击屏幕上的按钮，然后游戏会根据玩家点击的准确度进行评价。

（4）项目运营计划

公司将继续采用以独立运营与合作运营为主的运营方式，在独立运营方面，公司将不断提升自主研发能力，持续更新游戏版本以优化游戏产品质量，满足玩家需求；不断强化自身游戏推广能力，通过线上与线下结合的方式持续为游戏产品吸引用户流量，促进游戏业务快速增长；同时，公司将继续通过云服务器开展游戏运营，并逐步强化内部数据分析能力，为广大游戏用户提供更加专业的游戏运营服务；另外，公司将持续提升客服能力，保障客户游戏体验的不断提升。在合作运营方面，随着公司产品类型的不断丰富，公司与现有平台渠道加强合作的同时，也将不断拓展新的合作资源，保证公司各类型产品得到高效推广，为更好地运营游戏产品提供优质的渠道资源。

（5）产品研发进度、市场推广情况及未来上线的时间点

当前该款产品尚在原型研发阶段过程中，根据公司当前的产品规划，预计《崩坏-偶像祭》将于 2020 年下半年上线，预计该募投项目所得税后项目投资财务内部收益率为 36.76%，项目回收期为 3.67 年。

该款产品暂未开展市场推广，根据公司的产品推广策略，一般会在游戏上线前半年起配合游戏上线时间进行推广。

4、项目市场前景分析

本项目前景分析请参见本招股说明书第六节“业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”相关内容。

5、项目投资概算

本项目总投资额 23,969.84 万元，按资金使用用途分见下表：

序号	项目	金额(万元)	占比
1	场地费用	969.00	4.04%
2	设备投资	213.00	0.89%
3	软件投资	79.60	0.33%
4	研发费用投资	9,293.00	38.77%
5	运营费用投资	2,077.24	8.67%
6	推广费用投资	11,338.00	47.30%
	合计	23,969.84	100.00%

(1) 场地费用

场地费用主要包括场地租赁费及场地装修费用，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目	面积(m ²)	租赁费用	装修费用	合计
1	游戏开发部门	900	126.00	135.00	513.00
2	游戏运营部门	600	84.00	90.00	342.00
3	市场部	300	28.00	30.00	114.00
	合计	1,700	238.00	255.00	969.00

(2) 设备投资

设备投资指研发设备投资、运营设备投资，主要包括采购工作电脑、测试平板机、苹果开发机、音效师设备等研发设备和工作电脑、防火墙等运营设备的费用。具体投资情况如下：

序号	项目	投资金额(万元)
1	研发设备	186.00
2	运营设备	27.00
	合计	213.00

(3) 软件投资

本项目软件投资 79.60 万元，主要包括采购办公软件、程序软件、美术软件、数据库软件、音效软件等正版软件的费用。

(4) 研发费用投资

研发费用是与项目游戏新产品有关的游戏策划、程序开发和美术设计人员的薪酬福利等开支，共计投资金额 9,293.00 万元

（5）运营费用投资

运营费用是指与项目网络游戏新产品的运营有关的人员薪酬福利、云服务费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人员数量 (人)	薪酬福利费用	云服务费用	投资总额
1	崩坏-偶像祭（暂定名）	54	1,696.00	381.24	2,077.24

（6）推广费用投资

推广费用是指与项目网络游戏新产品的推广有关的人员薪酬福利、广告宣传费用等，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	人员数量 (人)	推广人员薪酬	广告宣传费	投资总额
1	崩坏-偶像祭（暂定名）	20	1,030.00	10,308.00	11,338.00

6、项目组织方式及实施进度

本项目由公司统一组织实施，项目新产品开发主要包括场地租赁及装修、软硬件购置、项目立项、游戏制作、测试及运营等多个阶段。本项目每款游戏开发周期为两年，第三年为运营阶段。实施进度具体如下：

项目	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地租赁及装修阶段	■	■										
软硬件购置阶段		■										
项目立项阶段			■									
游戏制作阶段				■	■	■	■					
测试阶段							■	■				
运营阶段									■	■	■	■

（五）技术研发与IP运营基地建设项目

1、项目简况

本项目将建设技术研发与 IP 运营基地，并在内新建技术研发中心、游戏运

营中心、IP 创意统筹中心、影视制作中心、线下互动中心、商务合作中心、数据分析中心和海外市场拓展平台。该项目已在上海市徐汇区发改委备案，项目代码为：（国家）2017-310104-64-03-008670。

2、项目的必要性和可行性

（1）必要性

①增强技术水平，提升公司竞争地位

技术研发能力是产品开发的基础，运营能力是产品成功的保证，公司一直十分重视技术的研发及运营服务。然而，受研发环境、资金实力等限制，公司部分产品开发理念并未能付诸实践。公司拟通过技术研发和 IP 运营基地建设项目为公司搭建一个完整、高效的技术研发环境和运营服务环境，进一步增强公司的研发技术水平。通过对前沿的游戏开发技术的研发提升游戏的研发效率，进而整体提升公司的技术研发水平，进一步提升公司在行业中的技术竞争地位，有助于公司积累研发经验，为陆续开发优秀的产品提供技术支撑。

②优化运营服务，提升用户体验

优质的运营服务是产品取得市场成功的重要环节。从外部看，优秀的游戏运营以用户为导向，能够快速响应用户问题，不断提升用户体验，并通过多种运营渠道提升公司产品市场占有率。从内部看，游戏的运营着眼于工作流程的优化改进，提高资源配置效率，加强运营数据分析，从而降低运营成本，提升运营效率。

本项目将建立先进的游戏运营中心，全面提升公司的游戏运营能力与效率。公司将扩大运营办公场地，为现有产品增加相应的游戏客服人员，为新产品配置相应的专门运营人员，并建立用户需求分析系统，对玩家数据进行整合分析，为广大游戏玩家提供差异化的服务与推广，从而全面提升公司游戏运营服务，提升玩家体验。

③强化 IP 创意能力，巩固核心竞争优势

公司运营模式为围绕知名 IP 多产品线并行经营的行业领先商业模式，公司围绕原创二次元 IP “崩坏”，打造了涵盖动画、漫画、移动游戏、轻小说、动

漫周边产品的产品体系，积累了大量核心粉丝。

优秀的 IP 产品基于优秀的内容创作，具有吸引力的内容创意是 IP 产品的灵魂。只有不断产生有创意的内容、产品形式、商业模式，才能保持公司 IP 的核心竞争力。本项目将建设 IP 创意统筹中心，通过内容创意、产品创意及商业模式创意等手段，统筹规划 IP 创意活动，增强 IP 创意能力，从而保持公司 IP 运营的核心竞争力，提升公司盈利能力。

④统筹泛娱乐业务管理，推动文化产业链协同发展

目前，“全产业链开发”逐渐成为 IP 运营的主流方式，各企业为广大受众提供丰富产品选择，并将相关产品从各方面渗透到用户的日常生活当中，打造协同发展的 IP 产品生态链。例如“美国队长”、“火影忍者”、“海贼王”等知名 IP 已经被开发成集漫画、动画、电影、音乐、游戏、手办等多种类型的产品为一体的 IP 泛娱乐文化产业链，不仅增强用户粘性，还可促进二次消费，全面提升 IP 市场竞争力。除此之外，运营 IP 还可有效延长产品的生命周期，如《忍者神龟》系列始于 20 世纪九十年代，在当时积累了大量的粉丝，随着时间流逝，《忍者神龟》IP 对受众的影响渐渐减弱，2014 年暑期《忍者神龟》3D 电影的推出，又唤起了粉丝对该 IP 的热情，延长了 IP 的生命周期，不仅如此，3D 电影的观感还有效带动了许多原本此前对 IP 不甚了解但偏好 3D 电影的观众，进一步促进了消费。

因此，作为拥有原创 IP 的运营商，公司需要对泛娱乐业务进行统筹规划，制定发展战略，推动生态链的协同发展。公司目前已经初步打造了以原创的“崩坏”IP 为中心，以“崩坏”系列游戏、漫画、动画、轻小说以及动漫周边产品为组成部分的泛娱乐 IP 文化产品生态链，并取得了较好的市场口碑。然而，公司当前的产品主要以线上推广为主，线下活动的开展还不够充分。因此，公司将通过本次募投项目建设影视制作中心、线下互动中心，通过加强基于“崩坏”IP 的动画与电影等影视作品的创作，拓展公司泛娱乐产品的深度与广度，统筹策划形式多样的线下互动活动，加深公司与玩家之间的交流，提升用户体验，增强用户粘性，加速打造成成熟的 IP 产品生态链，实现生态链的协同发展。

⑤行业发展趋势对企业运营精细化提出要求

公司拟在技术研发与 IP 运营基地建设项目中新增数据分析中心，为对广大网络游戏市场进行用户行为分析系统和广告投放决策。主要原因系当前网络游戏市场竞争激烈，用户偏好也处在不断变化过程当中，对企业运营的精细化水平提出了更高的要求。企业需要对所处的市场和客户行为特征进行分析，准确地把握市场动态和客户需求，对游戏内在的玩法设计进行不断的改进，同时制定行之有效的策略指导企业后续运营策略；与此同时，广告投放决策系统用于优化广告投放的销售策略，功能包括提升系统对广告投放的成本及投放的效果自动计算的能力，及增加对效果不理想的广告自动预警的功能。从而使公司能快速地做出准确的广告投放决策，选择最优化的广告通道，从而实现公司的利润最大化。

⑥进一步拓展海外市场是公司必要的发展战略

当前公司产品在日本、港澳台地区拥有较好的市场基础。但除该等国家/地区外，北美、欧洲、东南亚等国家和地区均有广大的市场规模和客户群体，为公司产品能在该等国家的地区更好的推广，公司拟建立海外市场拓展平台，专职对接海外业务，进一步增强公司产品在海外的市场占有率，提升公司的盈利能力。

⑦改善办公环境，满足公司发展需要

公司当前的办公场所均为租赁方式取得。尽管公司与租赁方签订了合法的房屋租赁协议，租赁方对房屋拥有使用权，但随着近年来国内房产租金的不断上升，公司存在续租成本提高的压力；同时，出租方也存在提前收回租赁房产的可能，若上述情况发生将在短期内对公司经营产生一定的负面影响。通过募投项目的实施，公司将新增 6,900 平方米自有房产，降低了公司的房产租赁风险，维持了经营稳定，同时为员工营造了一个长期稳定的工作环境，有助于提升公司形象，增强对优秀人才的吸引力，符合公司的长远发展，对公司综合实力的提升具有重要意义。

（2）可行性

①强大研发团队及大量技术积累是项目的实施基础

具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“2、（2）可行性”分析。

②成功的游戏产品运营经验是建设的经验支持

具体请参见本节之“六、（一）崩坏系列网络游戏新产品开发项目”之“2、（2）可行性”分析。

③充满创造力的团队为 IP 创意开发提供了文化支持

作为国内知名的二次元文化创意企业，公司的核心企业文化为二次元文化。因此，公司重视员工对二次元文化的认同感，倾向于招聘具有二次元特质的员工。目前，从基层员工到高管团队，公司大部分员工既是二次元文化的创作者也是二次元文化的消费者，时刻关注着二次元行业的最新动态。因此，公司员工能够对工作投入极大的兴趣与热情，更深入地理解二次元用户的需求，为用户创造出满意的产品，提供满意的服务。

在人力资源配置方面，除传统程序、美术等研发人才外，公司成立了 IP 创意委员会，主要负责为现有 IP 创作内容，增强现有 IP 创意能力，为公司建设影视制作中心提供了内容基础与人力资源基础。

④项目实施地址地理位置优越，具备可行性

本项目拟建地址为公司现有办公地点，所在地位于上海市徐汇区，附近即是上海漕河泾新兴技术开发区，该地区为国内国务院批准的全国首批 14 个国家级经济技术开发区之一，是国家级高新技术创业中心和高新技术成果转化孵化基地，汇聚了如腾讯科技等多家科技类企业，创业氛围浓厚；此外，开发区周边有上海交通大学、华东理工大学等 20 多所高等院校，为公司吸引高素质的专业人员和多元化人才提供了便利条件。

同时，公司拟在公司现有办公地点附近新购置 6,900 平方米办公区域用于技术研发和办公场地。徐汇区地理位置优越，交通便利，各种配套设施齐全，房产交易较为活跃，公司取得合适的房产成功率较高，项目具备可行性。

3、项目实施方案

（1）项目实施地址

本项目拟建地址为上海市徐汇区宜山路 700 号 C4 幢楼 6 楼，同时，拟在上海市徐汇区公司现有办公地点附近新购置 6,900 平方米办公区域用于技术研发和办公。公司正在积极寻找合适的房产，预计将在募集资金到位后购置，若公司未能及时购置相关房产，公司可以采取租赁的方式解决临时性需求，不会对公司经营产生重大影响。

（2）项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目建设期和运营期内产生的污染物较少，仅有少量的员工生活污水和生活垃圾，公司将严格执行国家环保规定。根据上海市徐汇区环境保护局出具的《项目环评意见征询单》，该项目属于《上海市不纳入建设项目环评分类管理的项目类型（2015 年版）》范围，无需办理环评报批手续。

（3）项目实施内容简介

本项目将新建技术研发中心、游戏运营中心、IP 创意统筹中心、影视制作中心、线下互动中心、商务合作中心、数据分析中心和海外市场拓展平台。通过项目的实施将提高公司核心技术水平，增强移动游戏运营能力、增强数据分析能力、提升 IP 创意开发能力，丰富 IP 产品线，拓宽 IP 运营渠道，优化公司主营业务结构，提高公司盈利水平，全面提升公司的综合竞争力。

（4）项目建设内容

①技术研发中心

技术研发中心以公司现有技术积累为基础，通过对前瞻性技术课题的探索研究和应用研究，不断提高公司游戏产品质量，提升游戏开发效率，为用户提供优质的游戏体验。技术研发中心研发方向包括但不限于以下研发项目：

3D 卡通动画引擎技术与开发：定位于研发以三维图像为核心的数字媒体新技术，并应用于影视动画、影视特效、网络游戏开发、互动程序开发、互联网图像等多个技术领域。

游戏云技术与开发：以保证海量用户的游戏体验为目标，增加了逻辑服务器处理任务，降低了原有主逻辑及外围服务器的吞吐和运营压力。在服务器架构上，除了接入层的服务器外，还增加了游戏逻辑服务器，同时布局了多

个游戏外围服务器、游戏逻辑数据库和游戏外围数据库服务器。

VR 虚拟合成技术研究及开发：以米哈游惯性传感器技术为基础，在大幅降低成本的前提之下输出质量达到行业高级水平，同时该系统结合动作捕捉系统，与虚拟引擎共同组成了完整的虚拟合成系统。

②游戏运营中心

游戏运营中心以公司成熟的运营团队和丰富的运营数据为基础，通过资源优化配置，优化运营流程以及建立用户数据分析模型等方式，提升公司游戏产品运营效率，提高客服响应速度及服务质量，提升用户体验，更好地服务存量玩家、吸引新玩家，延长游戏产品生命周期，增强公司网络游戏运营能力，提高游戏产品盈利能力。

A. 建立用户需求分析系统。运营中心将根据海量运营数据建设用户需求分析系统，将原始数据进行过滤、筛选、归类和整理，根据用户年龄、地域、文化程度、游戏时间、游戏类型、付费金额等要素综合分析用户的行为方式。在为用户提供更优良服务的基础上，合理、有节奏地引导其增加对公司产品的认可程度和依赖程度，从而达到提升客服响应速度，提高用户体验，更好地服务存量玩家、吸引新玩家，延长公司游戏产品生命周期的目的。

B. 规划游戏运营总体方案。运营中心将对游戏产品的运营进行总体规划，建立运营故障应急管理系统，并对全部游戏产品的运营进行总体监控，以保障公司游戏业务总体运营的稳定性，提升总体运营效率。

C. 提升客户服务工作。运营中心将统筹管理公司的客服工作，通过加强客服人员培训等方式提升客服人员的工作效果，使其与公司游戏业务的发展相匹配。客服培训的基本内容包括话术培训、游戏版本更迭培训、创新玩法讲解以及疑难解答等方面。此外，该中心将建立并且实施客服人员绩效考评方案，并对公司整体客服工作进行定期总结与评估。

③IP 创意统筹中心

创意统筹规划中心以“统筹规划，协调发展，提升公司 IP 综合竞争力”为目标，主要从 IP 内容创意、IP 产品创意及 IP 商业模式创意三个方面进行统筹规划，增强 IP 影响力，全面开拓公司 IP 的商业价值，从而达到拓展公司利润

增长点的目的。

A. IP 内容创意。优秀的内容创意是 IP 成功运营的基础。中心统筹塑造“崩坏”IP 内容、形象以及核心价值观、世界观的搭建工作，并根据公司业务发展需要，在已有 IP 概念框架的基础上进行延伸，进一步丰满公司 IP 形象。

B. 产品创意统筹。在内容创意统筹的基础上，产品创意统筹全面规划公司 IP 的产品体系，为创作部门、研发部门等提供世界观统一的剧情设定，提出风格统一的内容策划。一方面，对现有 IP 产品进行优化，增强产品市场竞争力；另一方面，在内容创意的指导下，使内容创意产品化，开发相应的新产品，补充丰富现有的产品体系，从而达到总体提升 IP 市场竞争力的目的。

C. IP 商业模式创意统筹。商业模式创意统筹影响着 IP 运营的变现环节，因产品特点而采用差异化的商业模式有利于提升公司 IP 运营效率，提升 IP 市场竞争力，拓宽 IP 运营的收入来源，增强 IP 的盈利能力。

公司将对自主原创的“崩坏”IP 进行深度挖掘开发，IP 创意统筹中心将塑造“崩坏”IP 内容、形象以及核心价值观、世界观的搭建工作，并根据公司业务发展需要，在已有 IP 概念框架的基础上进行延伸，进一步丰满公司 IP 形象。进行各种形式的创意创作，统筹规划 IP 运营的方向、形式及内容，对公司 IP 运营做出战略性布局，审核监督各产品内容，确保公司 IP 运营的一致性。另一方面，在内容创意的指导下，使内容创意产品化，开发相应的新产品，补充丰富现有的产品体系，从而达到总体提升 IP 市场竞争力的目的。

④影视制作中心

影视制作中心将以崩坏系列游戏、漫画、轻小说内容为基础，进行相关动画与大电影等影视产品的制作、运营及宣传推广活动。在内容创作方面，公司将遵循“崩坏”IP 构建的世界观、人物设定等核心创意，截取经典场景或主线剧情进行影视作品的创作。在产品形式方面，公司将采取“动画+大电影”双轮驱动模式，拓宽“崩坏”IP 的产品体系，进一步增强“崩坏”IP 市场知名度。在宣传推广渠道方面，动画将主要通过如哔哩哔哩、优酷土豆等网络平台进行播放，而大电影将与国内具有传统发行资源的知名发行方合作，保证排片数量与宣传效果，从而达到引流游戏新玩家，增强游戏玩家粘性，提升公司 IP 的影

响力的目的。

影视制作中心将在 IP 创意统筹中心对影视产品的战略规划下，以崩坏系列游戏构建的内容创意为基础，通过动画制作、大电影制作等影视制作方式，为崩坏系列游戏引流，增强玩家粘性，进一步提高“崩坏”IP 对新老用户的吸引力与市场知名度。

⑤线下互动中心

线下互动中心主要通过崩坏系列游戏积累的大量优质粉丝以及丰富的线下活动主办经验为基础，通过统筹规划线下体验店的开设、活动策划等方式，达到增强与用户之间的互动，扩大公司 IP 营销渠道，提升用户体验的目的。

线下互动中心负责对线下体验店的开展进行总体规划，包括前期市场调查、体验店选址、装修方案拟定以及确定服务内容等。此外，线下互动中心将统筹规划线下体验店的活动策划，制定线下互动活动方案，提出总体的活动要求并对活动效果进行分析，通过 COSPLAY 比赛、live 演出及主题交流会等方式不定期地为优质、核心的用户举办主题交流互动活动，提升用户体验，增强用户粘性，并对活动相关数据及反馈意见进行收集，为后期线下活动的开展和改善提供数据支撑。

⑥商务合作中心

商务合作中心将以现有的产品体系与用户为基础，通过维护现有合作渠道与开发新合作渠道等方式，与销售渠道、行业内其他公司以及政府有关部门等建立良好的商务合作关系。

商务合作中心将对公司商务合作活动进行总体规划，包括制定商务合作总体战略，制订商务合作方案，配合运营策略进行相关的商务合作；根据公司业务需要对外合作，寻找、挖掘新的合作资源，全面拓展客户渠道，保证公司业务的顺利开展；维护现有合作伙伴，积极开拓新项目、新业务；负责公司业务拓展的规划及可行性方案的制定，制订公司业务谈判的程序及组织实施流程。通过上述业务规则与流程的制订与规划，使公司与外界建立良好的商务合作关系，为公司业务的开展提供全面的商务支持，从而增强公司市场竞争力。

⑦数据分析中心

数据分析中心以“掌握游戏用户需求，实现广告精准投放”为目标，旨在通过对游戏用户的行为分析，掌握游戏用户变化的游戏偏好，提升公司游戏运营水平；同时，通过对广告投放投入产值数据进行分析计算，为公司选择最优的广告投放渠道和广告传播内容。

数据中心将组建专业化的数据分析团队，一方面通过模型的建立，实时监控每个游戏用户的游戏行为，通过指标算法设置，逐步发现每个玩家的游戏行为习惯变化，并通过趋势化分析不断对游戏内在的玩法设计进行改进，同时制定行之有效的策略指导企业后续运营策略，维持游戏用户的高粘性；另一方面，针对广告这一游戏用户转化的重要渠道之一，公司将提升系统对广告投放的成本及投放的效果自动计算的能力，及增加对效果不理想的广告自动预警的功能，从而不断优化广告投放的销售策略，选择最优化的广告通道，实现公司的利润最大化。

⑧海外市场拓展平台

海外市场拓展平台以“游戏产品走出去，扩大全球影响力”为目标，旨在通过平台的搭建，辐射全球更广阔的市场地区，将国内的优秀二次元文化在全球范围内进行推广，持续扩大公司以崩坏 IP 为核心产品的海外盈利能力。

海外市场拓展平台主要负责公司产品的海外拓展，通过便捷的互联网与全球的渠道及玩家进行对接，了解海外玩家对二次元游戏的市场需求及偏好，向游戏开发部门进行产品需求描述，为各款游戏的海外拓展奠定市场情报基础；另外，针对全球范围内已经涉猎崩坏 IP 旗下游戏产品的用户，根据其文化习惯等因素有针对性的在游戏内举办个性化活动，提升海外玩家的游戏意愿，进而不断提升公司崩坏系列游戏产品的海外市场占有率。

4、项目市场前景分析

本项目虽然不能够直接产生经济效益，但对改善公司资产结构，增强公司核心技术以及管理运营水平，提高公司的整体盈利水平和综合竞争力具有明显促进效应，有利于公司在未来的市场竞争中取得并保持优势地位。

5、项目投资概算

本项目总投资额 56,630.50 万元，其中：用于技术研发及 IP 运营基地建

设，其中场地购置费用 55,200.00 万元，场地装修费用 1,120.00 万元，软硬件设备投资费用 260.50 万元，其他费用 50.00 万元。按资金使用用途分见下表：

序号	项目	金额(万元)	占比
1	场地购置费用	55,200.00	97.47%
2	场地装修费用	1,120.00	1.98%
3	软硬件投资费用	260.50	0.46%
4	其他费用	50.00	0.09%
	合计	56,630.50	100.00%

（1）场地购置费用

场地购置费主要为技术研发与 IP 运营基地购置费用，约为 55,200.00 万元。

（2）场地装修费用

本项目场地装修费用投资 1,120.00 万元，主要为各职能中心的装修费。明细情况如下：

序号	项目	面积（m ² ）	投资总额（万元）
1	技术研发中心	1,800	270.00
2	游戏运营中心	1,800	270.00
3	IP 创意统筹中心	600	150.00
4	影视制作中心	400	60.00
5	商务合作中心	200	40.00
6	线下互动中心	300	60.00
7	数据分析中心	1,000	150.00
8	海外市场拓展平台	800	20.00
	合计	6,900	1,120.00

（3）软硬件设备投资费用

本项目投资金额共计 260.50 万元，包括软件投资费用及硬件设备投资费用。其中，软件投资费用主要为各中心的办公软件、程序软件、美术软件等必备软件，硬件设备投资主要为各职能中心的电脑设备、音效设备、多媒体设备等硬件设备费用。

（4）技术研发费用

技术研发费用主要包括技术交流费用、知识产权申请费用和员工培训费用，具体投资情况如下：

序号	项目	研发经费（万元）
1	技术交流费用	30.00
2	知识产权申请费用	5.00
3	员工培训费用	15.00
合计		50.00

6、项目组织方式及实施进度

本项目由公司统一组织实施，项目的建设期为 12 个月，计划分前期考察及办公楼购置阶段、场地装修阶段、软硬件设备购置阶段以及人员招聘及培训阶段等 4 个阶段实施完成，计划进度安排如下：

项目	建设期											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
建设周期												
前期考察及办公楼购置阶段	■	■										
场地装修阶段			■	■	■	■						
软硬件购置阶段						■	■	■				
人员招聘及培训阶段								■	■	■	■	■

七、固定资产投资的合理性

本次发行公司共增加固定资产 56,028.50 万元，其中房产增加 55,200 万元、设备增加 828.50 万元。

公司设立至今均采用租赁的方式解决办公用地，随着公司规模、产品数量的不断增加，对办公场所提出更高的要求。本次募集资金投资项目实施后公司研发人员、运营人员和推广人员将会大量增加，因此技术研发与 IP 运营基地建设项目新增 6,900 平米的办公用地，符合公司的长远发展的需要。

报告期末，公司固定资产原值为 323.70 万元，主要为电脑等电子设备，为更好的满足公司规模，今后公司人员也将快速增加，也需配备更多的电脑、服务器等设备。

八、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）募集资金运用对公司经营状况影响

公司本次募集资金投资项目均围绕主营业务进行。首先，公司拟通过本次公开发行股票募集资金投向崩坏系列游戏新产品开发项目，丰富公司的产品题材，进一步提升了公司产品品质，巩固公司的行业地位；其次，公司通过崩坏系列游戏全球推广运营项目加强了产品推广渠道，符合国家政策，抢占国际移动游戏市场份额；再次，IP 泛娱乐化内容开发及运营项目增进了公司品牌影响，强化了 IP 文化产业链条协同发展，深化了崩坏 IP 的业务内涵，公司品牌形象不断提升；第四，技术研发与 IP 运营基地建设项目为公司技术研发、IP 创意拓展提供了支持，将进一步改善公司的技术研发能力、运营能力及服务能力，从整体上提升公司竞争力。通过募投项目的实施，公司盈利能力及市场竞争力将有较大幅度的提升，募投项目符合公司的发展规划，有助于公司今后更好的把握发展机遇。

（二）募集资金运用对公司财务状况影响

1、对公司净资产及每股净资产的影响

截至报告期末，发行人净资产为 76,191.06 万元。募集资金到位后，公司的净资产规模将大幅上涨，每股净资产也将随之上涨，有助于增强公司规模，提高抗风险能力，显著增强公司防范财务风险的能力，与公司现有财务状况相适应。

2、对总资产及资产负债率的影响

本次发行完成后，公司的资产总额将大幅增加，公司资金实力有所增强，资产负债结构更趋合理，有利于降低公司财务风险，提高公司债务融资能力和偿债能力，进一步改善公司的财务状况。

3、对公司净资产收益率及盈利能力的影响

募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，由于募集资金到位初期项目尚处于建设期，募投项目难以在短期内全部产生收益，可能会导致净资产收益率等部分财务指标出现一定程度的下降，摊薄即期收益。从长期来看，公司所处

行业正处于上升阶段，市场快速增长，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司主营业务收入和利润水平均会大幅增加，相应指标将会得到有效改善。募投项目的建设，将为公司获取更多的核心资源，进一步提升公司行业市场竞争力，提升公司在文化产业的品牌影响力，实现主营业务收入快速增长与经济效益大幅提升。

4、对固定资产折旧及无形资产摊销的影响

本次募集资金项目投产后，公司将新增固定资产 56,028.50 万元、无形资产 352.80 万元，预计每年新增折旧 2,884.36 万元和摊销 117.60 万元。预计公司每年平均新增固定资产折旧及无形资产摊销情况具体如下：

单位：万元

项目	原值	折旧、摊销年限	残值率	年均折旧、摊销金额
房屋建筑物	55,200.00	20	5%	2,622.00
硬件设备	828.50	3	5%	262.36
软件设备	352.80	3	0	117.60
合计	56,381.30	-	-	3,001.96

根据前述募集资金投资项目预测效益情况，募投项目具有良好的市场前景，项目达产后新增利润可弥补新增折旧、摊销费用总额，因此，新增固定资产折旧、无形资产摊销对公司未来经营业绩影响较小。然而，若公司募投项目不能达到预期收益，新增固定资产折旧、无形资产摊销将在一定程度上影响公司经营业绩。

第十四节 股利分配政策

一、发行人股利分配的一般政策

根据《公司法》及现行《公司章程》的规定，公司分配当年税后利润时，一般政策如下：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。
- 2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。
- 3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。
- 4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。
- 5、股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。
- 6、公司持有的公司股份不参与分配利润。
- 7、公司董事会根据公司盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定利润分配预案，并对其合理性进行充分讨论，利润分配预案经董事会审议审核通过后提交股东大会审议。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成利润分配事项。
- 8、公司重视对投资者的合理投资回报，公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，不得影响公司的持续经营。
- 9、公司可以采用现金或股票方式分配股利。

二、发行人最近三年的股利分配情况

发行人最近三年的股利分配情况如下：

根据公司 2014 年 6 月 6 日的股东会决议，公司分配现金股利 1,000.00 万

元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2015 年 7 月 10 日的股东会决议，公司分配现金股利 1,200.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2015 年 8 月 10 日的股东会决议，公司分配现金股利 4,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2016 年 4 月 21 日的股东大会决议，公司分配现金股利 4,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2016 年 9 月 14 日的股东大会决议，公司分配现金股利 1,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2017 年 5 月 15 日的股东大会决议，公司分配现金股利 8,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

根据公司 2017 年 9 月 11 日的股东大会决议，公司分配现金股利 8,000.00 万元，截至招股说明书签署日该现金股利已分配完毕。

三、发行人本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据本公司 2016 年第五次临时股东大会审议通过的《关于制定首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后的〈上海米哈游网络科技股份有限公司章程（草案）〉的议案》，本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东按本次发行完成后各自持有的公司股份比例共享。

四、发行人本次发行后的股利分配政策

（一）股利分配原则

公司应实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理的、稳定的投资回报并兼顾公司的长远和可持续发展。

（二）股利分配形式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。公司现金分红优先于股票股利分红。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分

配。

（三）利润分配条件

1、现金分红的条件

（1）公司该年度或半年度实现的可供分配利润的净利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的净利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配的利润为正值；

（3）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（4）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟投资、收购资产或购买设备等交易的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的20%。

2、发放股票股利的条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

公司采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

（四）现金分红的比例及时间间隔

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的20%，且任意三个连续会计年度内，公司

以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（五）调整利润分配政策的决策机制和程序：

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司现金分红政策进行调整或者变更的，应在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。

（六）利润分配的决策机制和程序

1、董事会制订现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况。

2、公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

3、股东大会应根据法律法规、公司章程的规定对董事会提出的利润分配方

案进行审议表决。为切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利，董事会、独立董事和符合条件的股东可以公开征集其在股东大会上的投票权，并应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（七）股利分配方案的实施时间

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成利润分配事项。

五、未来三年分红回报规划

根据公司 2016 年 12 月 28 日 2016 年第五次临时股东大会审议通过的《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》，本次发行完成后公司未来三年分红回报规划如下：

公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并提交股东大会进行表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

（一）信息披露制度

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》及中国证监会和上海证券交易所等有关法律、法规的要求制订了《信息披露管理制度》。此次公开发行股票上市后，公司将按照证监会等有关证券监管机构的相关法律法规以及《公司章程》的规定，认真履行信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等。

（二）信息披露的具体事宜

本公司信息披露和投资者关系管理工作由董事会秘书负责，具体联系方式如下：

联系人：殷春波

地址：上海市徐汇区宜山路 700 号上海普天信息产业园 C4 栋 6 层

邮编：200233

电话：021-34202261

传真：021-34202310

电子邮件：ir@mihoyo.com

（三）投资者服务计划

为本公司股东和本公司潜在投资者提供充分和及时的服务是本公司董事会办公室的职责，本公司计划通过以下方式为广大投资者服务：

1、通过咨询电话、传真和电子邮件等多种方式，解答投资者、证券分析师等提出的关于本公司经营状况、业务发展等方面的问题。

2、调查、研究公司的投资者关系状况，跟踪反映公司的投资者关系的关键指标，定期或不定期撰写反映公司投资者关系状况的研究报告，供本公司管理

层参考。

3、及时、准确地进行指定信息和重大事件的披露；同时配合公司的发展需要，及时有效地向市场披露必要的公司运营信息，增强市场对公司的监督。

二、重要合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行和将要履行的合同金额在 500 万元以上（框架合同按单一年度交易金额达到 500 万元）或合同金额在 500 万元以下但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）支付服务协议

序号	合同名称	签订主体	合同对方	合同期限	合同内容
1	《支付宝服务合同》	米哈游	支付宝	双方未提出终止合作前，合同长期有效	支付宝为公司提供即时到账收款服务并按固定费率收取手续费
2	《支付宝服务合同》	米哈游	支付宝	双方未提出终止合作前，合同长期有效	支付宝为公司提供快捷支付收款服务并按固定费率收取手续费
3	《支付宝服务合同》	米哈游科技	支付宝	双方未提出终止合作前，合同长期有效	支付宝为公司提供即时到账收款服务并按固定费率收取手续费
4	《支付宝服务合同》	米哈游科技	支付宝	双方未提出终止合作前，合同长期有效	支付宝为公司提供快捷支付收款服务并按固定费率收取手续费
5	《微信支付服务协议》及补充协议	米哈游	财付通	双方未提出终止合作前，合同长期有效	财付通为公司提供微信收款服务并按固定费率收取手续费
6	《微信支付服务协议》及补充协议	米哈游科技	财付通	双方未提出终止合作前，合同长期有效	财付通为公司提供微信收款服务并按固定费率收取手续费

（二）游戏合作运营合同

序号	合同名称	签订主体	合同对方	合同期限	合同内容
1	《阿里九游开放平台合作协议》及《阿里九游开放平台技术服务单》	米哈游	广州爱九游信息技术有限公司	2017.4.1-2018.3.31	双方合作进行游戏《崩坏学园 2》的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
2	《崩坏学园 2》游	米哈游	上海幻电	2017.2.1-	双方合作进行游戏《崩

	戏联运协议		信息科技有限公司	2018.1.31	坏学园 2》的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
3	《游戏联运协议》	米哈游科技	上海幻电信息科技有限公司	2016.9.18-2018.9.18	双方合作进行游戏《崩坏 3》的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
4	《华为开发者联盟支付协议》	米哈游科技	华为技术有限公司	双方未提出终止合作前，合同长期有效	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
5	《崩坏 3（1105553399）》腾讯移动网络游戏合作接入协议	米哈游科技	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2016.8.23-2017.8.22 到期双方未提出书面异议，自动延期一年	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
6	《阿里游戏开放平台合作协议》及《阿里九游开放平台技术服务单》	米哈游科技	广州爱九游信息技术有限公司	2017.9.1-2018.8.31	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
7	《游戏联合运营协议》	米哈游科技	北京瓦力网络科技有限公司	2016.9.18-2018.8.31	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
8	《360 移动开放平台合作协议》	米哈游科技	北京世界星辉科技有限责任公司	2016.8.16-合作游戏从 360 平台下线之日	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
9	《游戏推广合作协议》	米哈游科技	东莞市讯怡电子科技有限公司	2016.8.1-2017.7.31 到期双方未提出书面异议，合同自动顺延	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
10	《Apple Developer Program License Agreement》	米哈游	Apple Inc.	双方未提出终止合作前，合同长期有效	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
11	《Apple Developer Program License Agreement》	日本米哈游	Apple Inc.	双方未提出终止合作前，合同长期有效	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
12	《Apple Developer Program License Agreement》	米哈游科技	Apple Inc.	双方未提出终止合作前，合同长期有效	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款
13	《Google Play 开发者分发协议》	日本米哈游	Google Inc.	双方未提出终止合作前，合同长期有效	双方合作进行公司产品的合作运营，公司按协议约定比例收取分成款

（三）广告采购合同

序号	合同名称	签订主体	合同对方	合同期限	合同内容
1	《广告业务委托基本契约书》	日本米哈游	Adways Inc.	2015.10.1-2016.9.30 到期双方未提出书面异议，自动延期一年，延期次数不限	提供 WEB 推广业务，网页、横幅制作业务及双方另外约定的相关业务
2	《合意书》及《服务利用规约》	日本米哈游	Septeni Co.,Ltd.	双方未提出终止合作前，合同长期有效	提供广告服务及双方另外约定的相关服务

三、本公司对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保情况。

四、有关诉讼和仲裁的说明

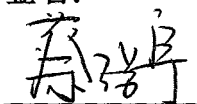
截至本招股说明书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

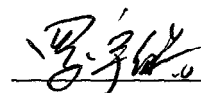
董事签名：



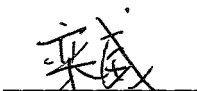
蔡浩宇



刘伟



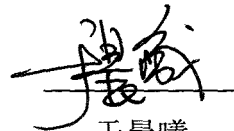
罗宇皓



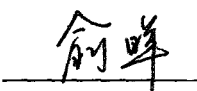
栾威



蒋大卫



于晨曦



俞晖

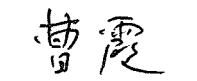


喻乐



黄金

监事签名：



曹霞

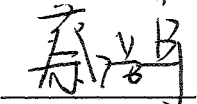


张庆华

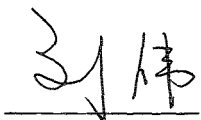


贺甲

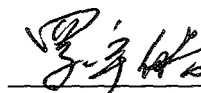
高级管理人员签名：



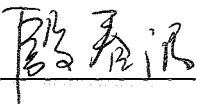
蔡浩宇



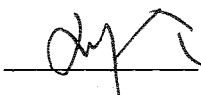
刘伟



罗宇皓



殷春波



刘令

上海米哈游网络科技股份有限公司

2017年 12月 19日



保荐人（主承销商）声明

本保荐人（主承销商）已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 李露
李露

保荐代表人： 张敏涛
张敏涛

崔永新
崔永新

首席执行官： 陈永健
陈永健

董事长（法定代表人）： 林立
林立



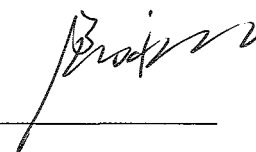
华林证券股份有限公司（公章）

2021年12月19日

保荐机构董事长、首席执行官声明

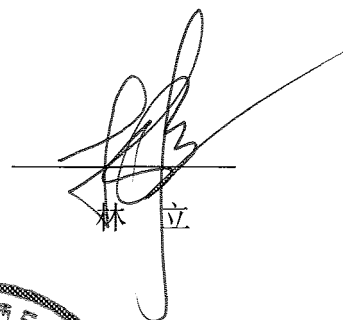
本人已认真阅读上海米哈游网络科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

首席执行官：



陈永健

董事长（法定代表人）：



林立

华林证券股份有限公司（公章）

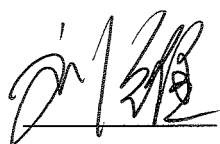


2011年12月19日

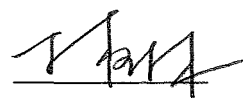
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师（签字）：



刘 维

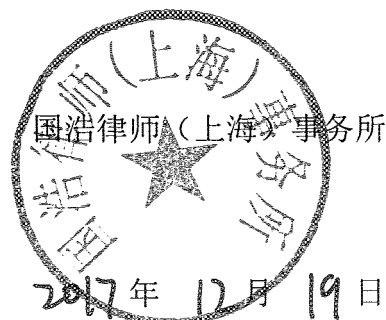


林 琳

律师事务所负责人（签字）：



黄宁宁



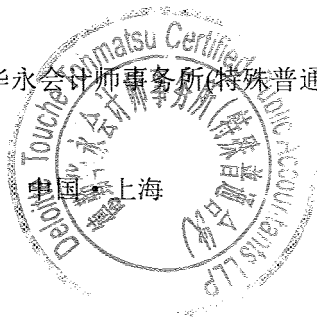
会计师事务所声明

德师报(函)字(17)第Q01120号

本所及签字注册会计师已阅读上海米哈游网络科技股份有限公司的招股说明书及其摘要, 确认招股说明书及其摘要中引用的本所对上海米哈游网络科技股份有限公司 2017 年 1 月 1 日至 6 月 30 日止期间、2016 年度、2015 年度及 2014 年度财务报表出具的审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益的专项说明(以下统称“报告及说明”)的内容与本所出具的有关报告及说明的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海米哈游网络科技股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用由本所出具的上述报告及说明的内容无异议, 确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用由本所出具的上述报告及说明而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对本所出具的上述报告及说明的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供上海米哈游网络科技股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请向境内社会公众发行人民币普通股股票之目的使用, 不得用作任何其他目的。

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)



执行事务合伙人:

曾顺福

签字注册会计师:

胡旻



签字注册会计师:

陈晨



2017 年 12 月 19 日

会计师事务所声明

德师报(函)字(17)第Q01121号

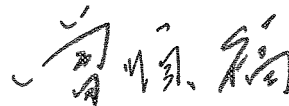
本所及签字注册会计师已阅读上海米哈游网络科技股份有限公司的招股说明书及其摘要, 确认招股说明书及其摘要中引用的本所对上海米哈游网络科技股份有限公司出具的验资报告的内容与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海米哈游网络科技股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用由本所出具的验资报告的内容无异议, 确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用由本所出具的验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对本所出具的验资报告的真实性和准确性、完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供上海米哈游网络科技股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请向境内社会公众发行人民币普通股股票之目的使用, 不得用作任何其他目的。


德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)



执行事务合伙人:

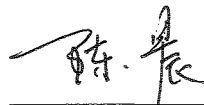

曾 顺 福

签字注册会计师:


胡 旻



签字注册会计师:


陈 晨



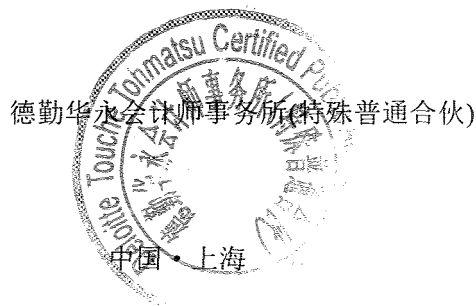
2017年12月19日

会计师事务所声明

德师报(函)字(17)第Q01122号


本所及签字注册会计师已阅读上海米哈游网络科技股份有限公司的招股说明书及其摘要, 确认招股说明书及其摘要中引用的本所对上海米哈游网络科技股份有限公司出具的《上海米哈游网络科技股份有限公司验资复核报告》(以下简称“验资复核报告”)的内容与本所出具的验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海米哈游网络科技股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用由本所出具的验资复核报告的内容无异议, 确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用由本所出具的验资复核报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对本所出具的验资复核报告的真实性、准确性、完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供上海米哈游网络科技股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请向境内社会公众发行人民币普通股股票之目的使用, 不得用作任何其他目的。




执行事务合伙人: 曾顺福
曾 顺 福

签字注册会计师: 胡 旻
胡 旻



签字注册会计师: 陈 晨
陈 晨

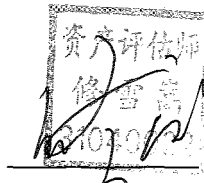


2017年2月19日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的上海米哈游网络科技有限公司股份制改制时公司资产和负债的追溯评估报告 [沪申威评报字（2016）第 0868 号] 的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估师（签字）：



修雪嵩



倪绍虹

资产评估机构负责人（签字）：



马丽华

上海申威资产评估有限公司



2017年12月19日

第十七节 备查文件

一、备查文件

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制审核报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

本次股票发行承销期内，除法定节假日以外的每日上午 10:00-11:30，下午 14:00-17:00，投资者可在下列地点查阅有关备查文件：

（一）上海米哈游网络科技股份有限公司

办公地址：上海市徐汇区宜山路 700 号上海普天信息产业园 C4 栋 6 层

联系人：殷春波

电话：021-34202261

传真：021-34202310

（二）华林证券股份有限公司

办公地址：深圳市福田区福华一路免税商务大厦 8 楼

联系人：张敏涛、崔永新

电话：0755-82707888

传真：0755-82707983