

2014 年度業績

IGG INC 2015年3月



由 IGG INC (“公司”) 製作的該演示檔及相關幻燈片 (合稱 “演示檔”) 並不構成任何有關購買或認購股票的要約或邀請；亦不構成有關任何合同和有約束力的承諾之基礎。該演示檔由公司根據其認為可靠的資料資訊製作而成，但公司並不對該等演示檔或基於其內容之真實、準確、完整、公正及合理作出任何明示或暗示之聲明或保證。該演示檔可能並不完全包含閣下所認為重要之內容。公司不為有關此演示檔之內容或遺漏承擔任何責任。

該演示檔中討論的若干事項可能單獨地或共同地包含有關公司市場機會及業務展望之若干預期性陳述。該等預期性陳述並非對公司未來業績的保證，且受限於已知及未知之風險，以及難以預計的不確定性與假設條件。公司之實際業績、業務量、業務表現或經營成果可能與該演示檔所明示或隱含表述之業績存在重大、不利的差異，其中包括：公司是否能夠成功進入新的市場及在此新市場的滲透力度；近期增長速度的可持續性；某些細分市場的增長預期；公司的產品及服務在該市場的定位；競爭環境以及一般性市場條件等等。公司一概不對該演示檔中來自第三方的任何展望及預期性陳述承擔責任。

- 
- **公司概覽**
 - **2014年度業績**
 - **業務回顧與展望**

IGG 集團， 全球領先的手機遊戲開發商和運營商

2014年

- 截至年底，共運營約20款手機遊戲，其中75%為自主研发；
- 第四季度手遊收入佔比達到90%；
- 擁有來自於全球200多個國家及地區的註冊用戶逾2.1億，其中月活躍用戶超過2千萬；

2013年

- 10月18日登陸港交所，代碼8002.HK

10-12年

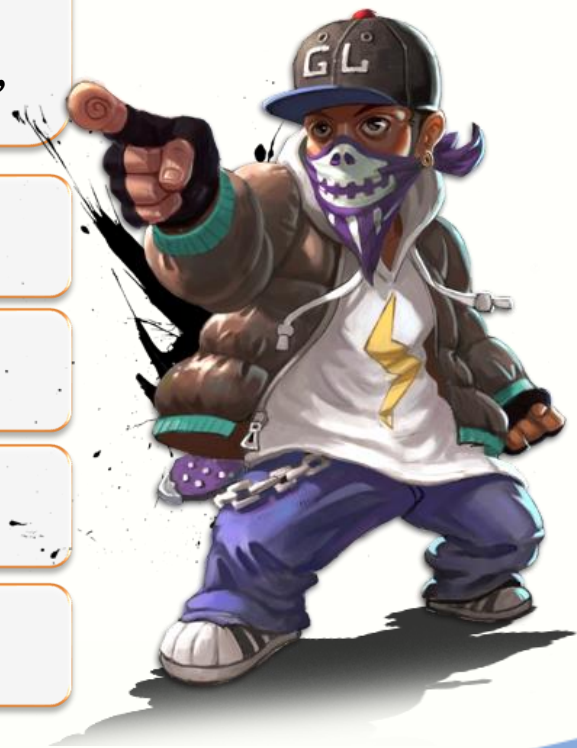
- 完成從客戶端遊戲到網頁遊戲繼而到手機遊戲的轉型

2008年

- 完成由IDG, Vertex, Hearst領投的B輪融資

2006年

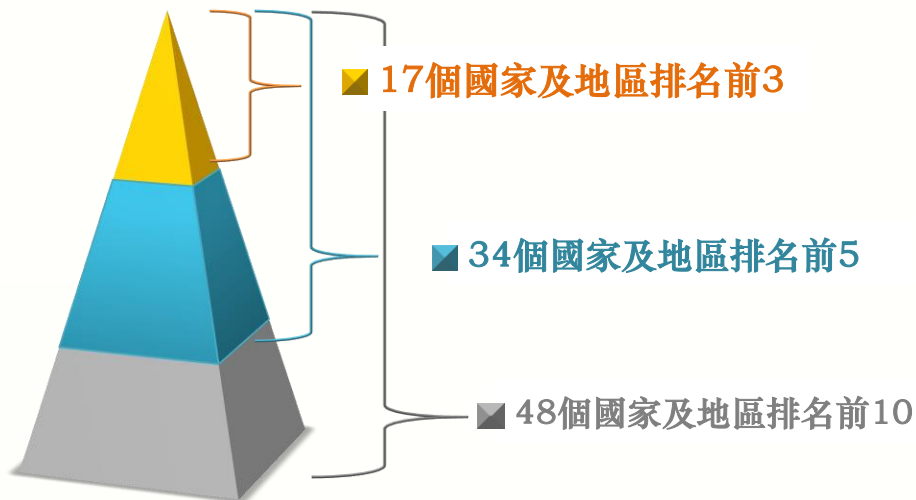
- 集團創立



多維的組織架構及平衡的職能劃分，
使集團得以站在全球化的戰略高度進行宏觀管理和佈局

	新加坡	集團總部 本地化研發及運營 自有廣告平台		美國	廣告及運營
	中國	集團研發及管理		加拿大	本地化研發
	日本	本地化研發及運營		泰國	本地化運營
	韓國	本地化研發及運營		菲律賓	客服中心

集研發與發行職能於一身，有助於將遊戲特性和市場特徵有機結合，從而對細分市場進行深耕



- 以14年第四季度銷售額計，IGG位列全球第9大手機應用發行商，於包括美國、俄羅斯在內的全球17個國家及地區排名前三；
- 數據來源Distimo.com, 於Google Play平台。

集團手遊產品涵蓋策略類、卡牌類、RPG類、Casino類等各種類型，以中度遊戲為主

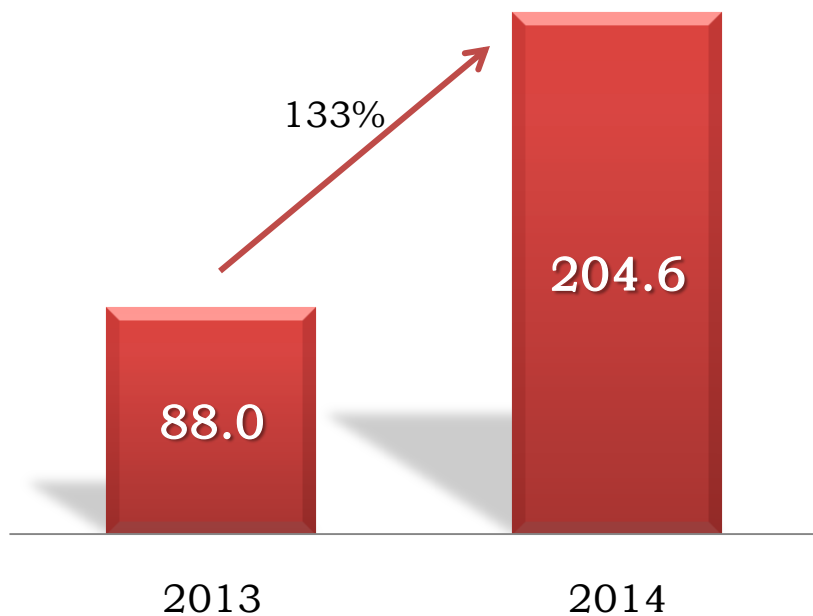


- 公司概覽
- **2014年度業績**
- 業務回顧與展望

		2013	2014	年度 同比	13Q4	14Q4	季度 同比
收入	百萬 美金	88.0	204.6	133%	36.7	60.5	65%
毛利	百萬 美金	65.7	145.8	122%	27.0	42.3	57%
毛利率	%	75%	71%	-4ppt	74%	70%	-4ppt
經調整淨利*	百萬 美金	22.1	68.6	210%	9.7	15.9	64%
經調整淨利率*	%	25%	34%	+9ppt	26%	26%	-
母公司擁有人 應佔溢利	百萬 美金	7.0	66.4	849%	9.6	15.3	59%
期內溢利率	%	8%	32%	+24ppt	26%	25%	-1ppt
加權平均普通股 股數	億股	8.96	13.60	-	13.32	13.64	-
本期間每股 基本盈利	分 美金	0.78	4.88	-	0.72	1.12	-

* 經調整淨利指不考慮股份激勵及可贖回可轉換優先股公允值損失在內的正常經營利潤。

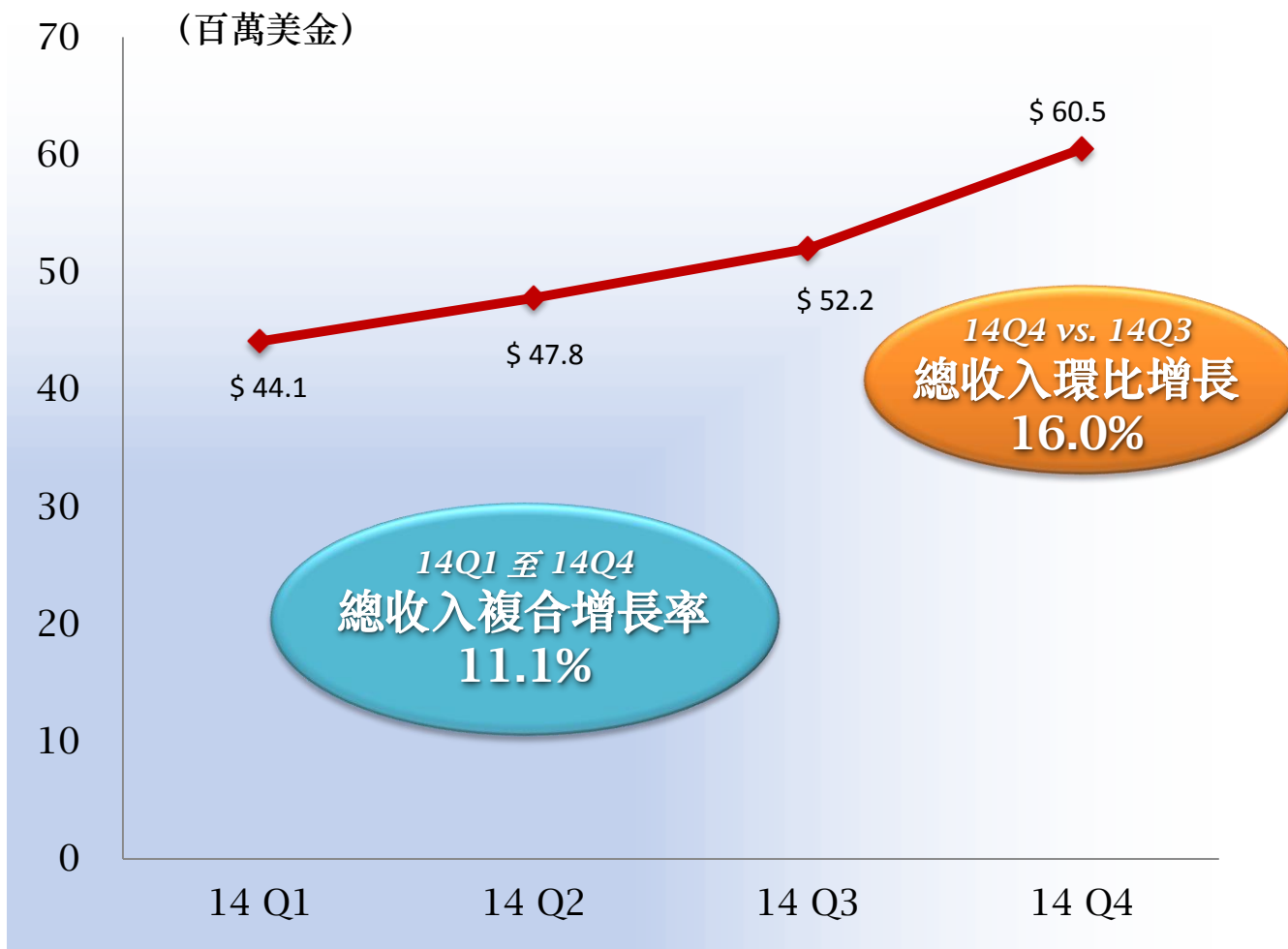
(百萬美金)



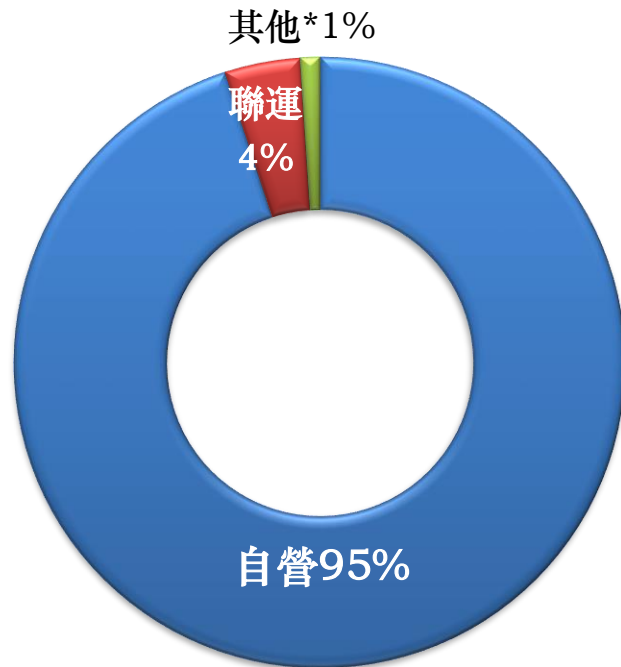
2014年集團收入同比上升主要是由於：

- 主力手遊《城堡爭霸》自13年7月份上線以來持續穩定增長，14年第四季度全球總流水創下3,600萬美元新高；
- 手機遊戲《領主之戰》系列 (I&II) 收入增速明顯，14年第四季度總流水超過千萬美元。

2014年度收入按季增長



- 集團現階段擁有豐富的研發資源和運營經驗，未來自營業務仍將是集團收入的主要構成部分；
- 在個別區域與第三方優勢平台進行合作，可以對集團收入進行有效補充



自營遊戲：

- 指的是由本公司獨立運營的遊戲，包括自研遊戲和來自第三方授權的遊戲；
- 此業務分部的收入確認採用全額法，即收入金額基本等同於終端玩家的付費金額。

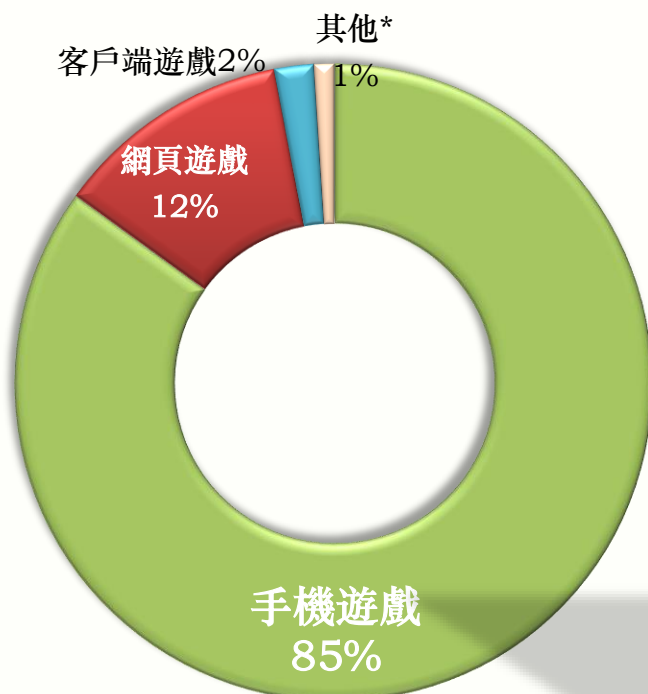
聯運遊戲：

- 指的是由本公司和第三方運營平台共同運營的遊戲(如與騰訊平台聯運的遊戲)；
- 此業務分部的收入確認採用淨額法，即根據收入分成協議，將本公司所享有的分成部分確認為本公司的收入。

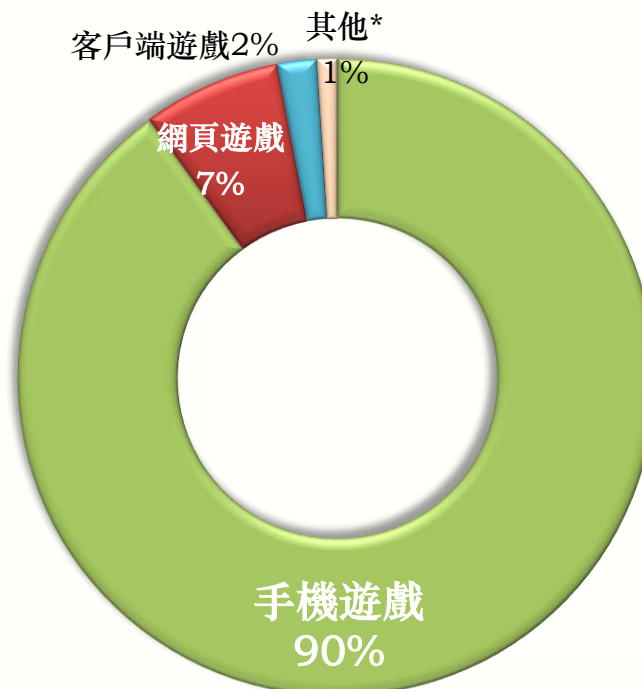
*其他指來自於集團廣告及營銷中心的收入

集團現有的研發資源都集中於手機遊戲及相關軟件的開發上；
網頁及客戶端遊戲業務處於策略性萎縮狀態

14FY



14Q4



*其他指來自於集團廣告及營銷中心的收入

在總收入穩定增長的前提下，前六大遊戲收入佔比不斷下降，集團的收入集中度降低

14FY

遊戲名稱	於總收入佔比
城堡爭霸*	62%
領主之戰系列	12%
德州撲克至尊版*	5%
星際文明II*	5%
神之翼	4%
至尊老虎機*	3%
前六款總計	91%

14Q4

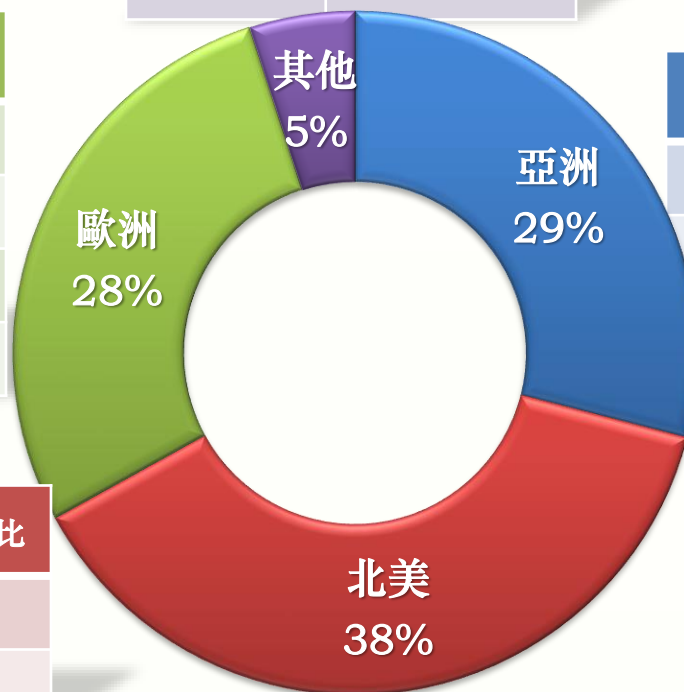
遊戲名稱	於總收入佔比
城堡爭霸*	58%
領主之戰系列	17%
德州撲克至尊版*	4%
疾風勇者傳 (代理)	3%
神之翼	2%
星際文明II*	2%
前六款總計	86%

*包括該遊戲的移動及網頁版收入

集團的收入來自於全球200多個國家和地區；
很大程度上分散了個別區域的收入波動或匯兌損失對集團整體收入帶來的影響

按國家	於總收入佔比
德國	8%
俄羅斯	7%
法國	5%
英國	4%

按國家	於總收入佔比
澳大利亞	3%



按國家/地區	於總收入佔比
台灣	3%
新加坡	2%
韓國	2%

按國家	於總收入佔比
美國	33%
加拿大	4%

	13FY	14FY
毛利率	75%	71%
銷售及分銷開支佔銷比	26%	21%
行政開支佔銷比	12%	8%
研發成本佔銷比	11%	8%
經調整淨利率*	25%	34%

- ✓ 銷售成本的主要構成部分為渠道扣費；集團手遊渠道扣費率目前為30%，高於頁遊和端遊；
- ✓ 手遊業務占總收入的比重從13年的50%上升到14年的85%

- ✓ 銷售費用會由於新遊戲上線等因素在短時間內產生波動；
- ✓ 中長期來看，此費用佔銷比預期將保持在25%以內的水平

- ✓ 在收入同比翻倍增長的前提下，以固定成本為主的行政開支和研發費用佔銷比都有明顯的下降

* 經調整淨利指不考慮股份激勵及可贖回可轉換優先股公允值損失在內的正常經營利潤。

	14H1	14H2
毛利率	72%	70%
銷售及分銷開支佔銷比	21%	21%
行政開支佔銷比	7%	9%
研發成本佔銷比	7%	9%
經調整淨利率*	37%	31%

- ✓ 除平台渠道扣費外，服務器相關開支及直接運營人員成本也在銷售成本中認列；
- ✓ 14H2手遊收入佔比進一步提升，Q4達到90%
- ✓ 研發及行政開支佔銷比相比上半年略有提升主要是由於：北美研發及運營團隊的擴張；於亞洲地區研發外包的增加；員工分紅的增加
- ✓ 從玩家產生消費（當地幣）到平台渠道與集團確認收入（美元）之間大約存在一個月的時滯，14Q4盧布的大幅貶值降低了集團於俄羅斯地區的收入；
- ✓ 該匯兌損失並不會於賬面認列，然而在成本不變的前提下，集團實際收入的降低會對利潤率產生一定的負面影響

* 經調整淨利指不考慮股份激勵及可贖回可轉換優先股公允值損失在內的正常經營利潤。

(百萬 美金)

	現金和現金等價物；	127
+	超過三個月定期存款	54
-	短期借款	0

=

淨現金
1.81億美金

(百萬 美金)

	固定資產投資， 如服務器和電腦設備	2.33
+	無形資產，如軟件、商標	1.47

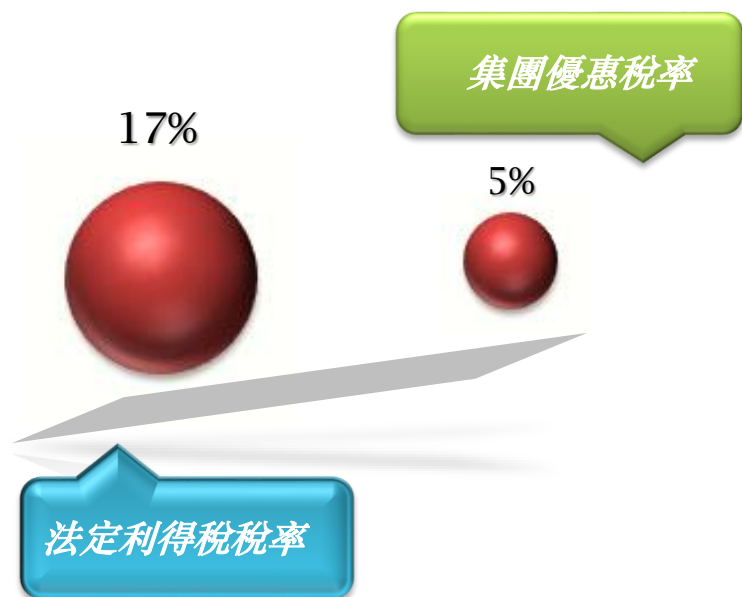
=

資本開支
380萬美金



健康的淨現金狀況和
當前少量的資本開支
為將來潛在的兼併收
購提供了條件

IGG 新加坡



- 2014年度，集團99%以上的收入都由IGG新加坡認列，在可見的未來，此比率預期將保持穩定；
- 從2010年至2016年，在滿足特定要求的前提下，IGG新加坡可享受5%的優惠稅率。

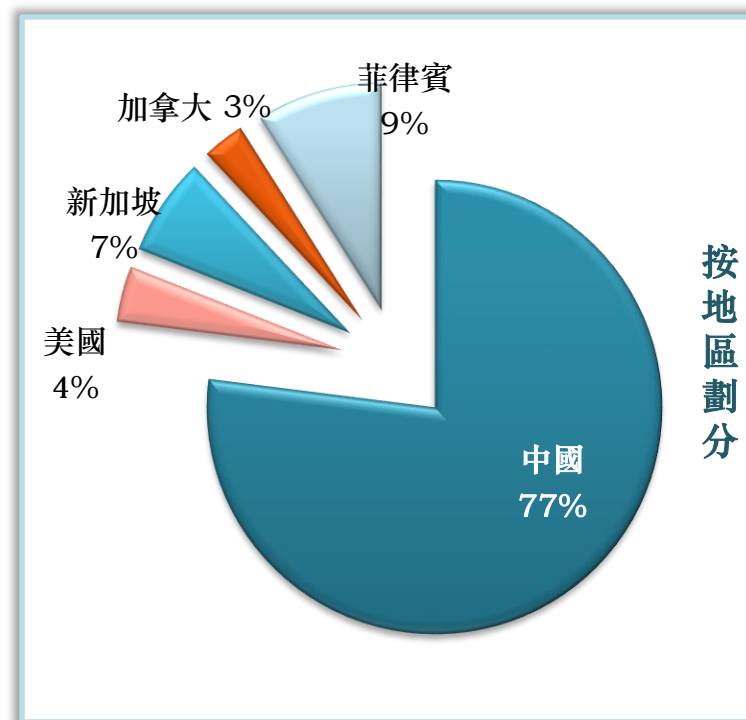
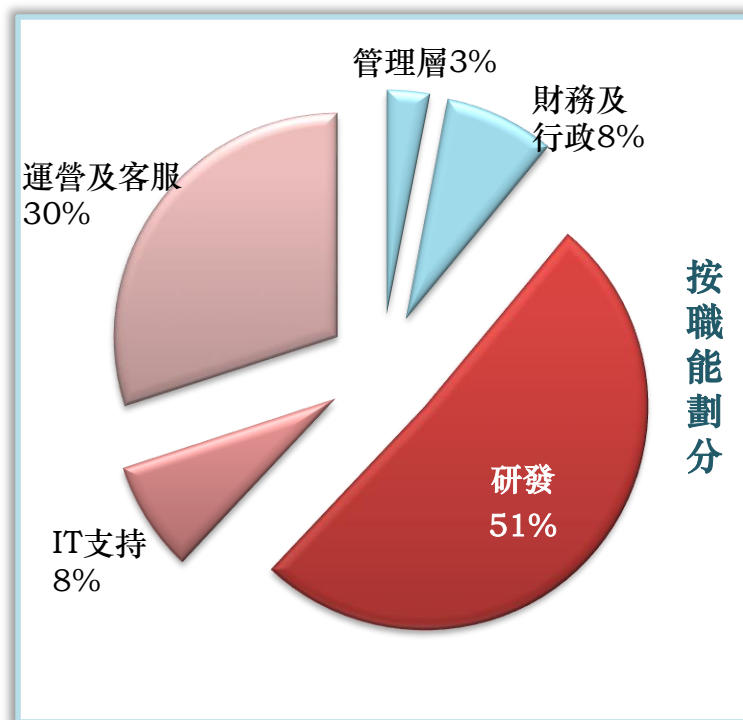
股息類型	支付日	總金額	股數*	每股股息
		(百萬美金)	(億股)	(港仙)
2014年 中期股息 (第二次)	15年4月15日	10.0	13.70	5.7
2014年 特別股息	15年4月15日	20.0	13.70	11.3

*截至報告期末流通在外的普通股股數

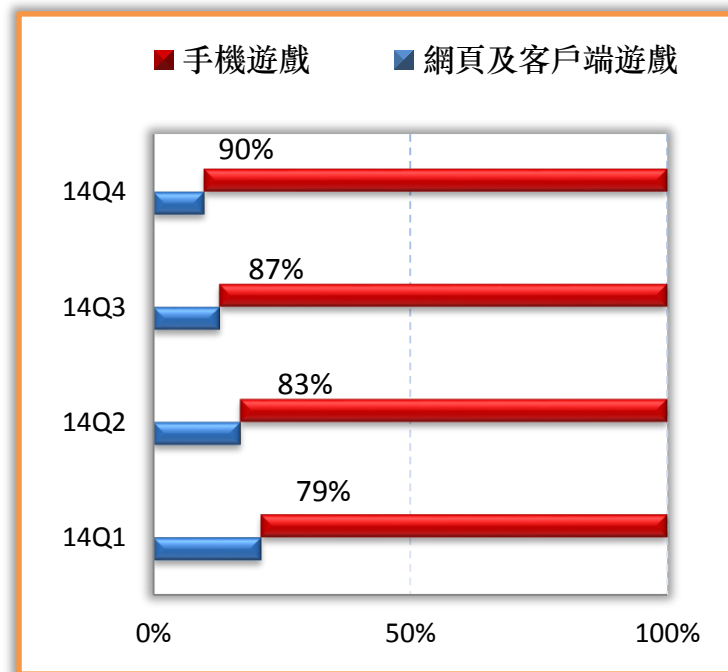
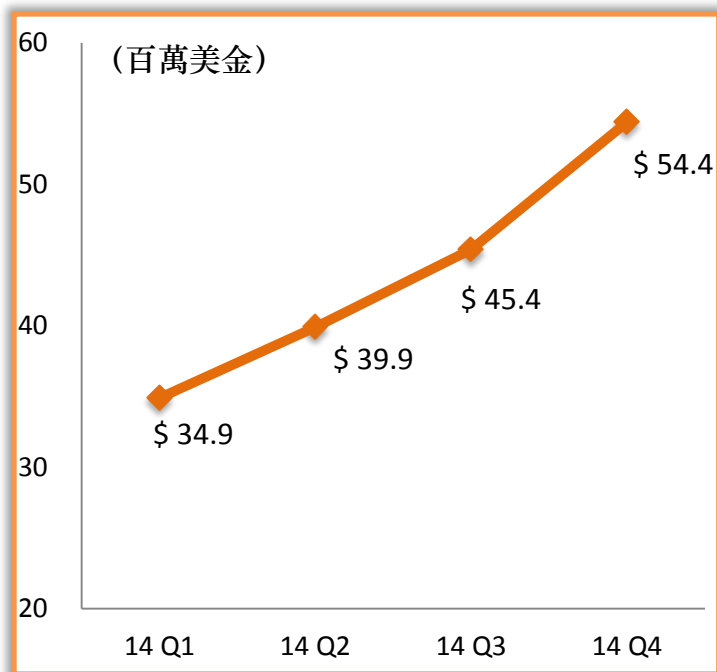
- 2014年中期股息（第二次）約佔2014年下半年淨利潤的30%；
- 基於集團過去一年優異的業績表現和充足的現金儲備，以及管理層對於集團未來盈利能力的足夠信心，董事會決議在例行派發的中期股息（第二次）之外，額外派發約2千萬美金的特別股息以回饋股東支持，約佔2014年下半年淨利潤的60%；
- 未來集團派息率的確定將綜合考慮盈利情況、兼併收購等資金需求以及同業標準。

- 公司概覽
- 2014年度業績
- 業務回顧與展望

- 截至2014年12月31日，集團共有僱員796名，全年新增145人；
- 研發人員全年新增85人至405人；此外，截至2015年2月底，本集團擁有約100人的專屬外包研發團隊。



- 14年手遊收入季度複合增長率為16%，Q4環比Q3增長達 20%；
- 手遊收入佔總收入的比重從Q1的79%上升至Q4的90%；





	CC(城堡爭霸)	COL II (領主之戰II)
上線時間	2013年7月	2013年12月
語言版本數量 (截至14年12月31日)	13	7
註冊用戶數 (截至14年12月31日)	8,100萬	2,600萬
月活躍用戶數 (14年12月)	930萬	310萬
來自Android平台的收入佔比 (14年12月)	75%	78%
進入收入排行前十的國家數量 (14年12月31日, Google Play)	33	2

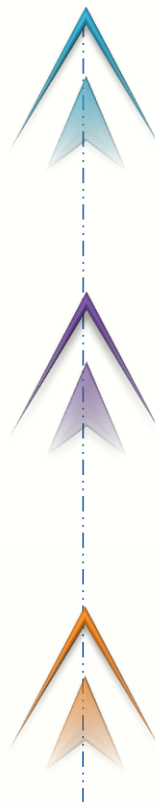


全球手遊市場的發展与整合

- 2014年，全球有超過15億的移動遊戲用戶，其中付費用戶達到32%；移動遊戲總營收為250億美金，占全球遊戲營收的29%，此占比至2017年將提升至37%；⁽¹⁾
- 2014年全球遊戲行業併購規模創150億美元新高，主要由手遊併購驅動；⁽²⁾
- 隨著手遊市場的快速發展及逐步成熟，各遊戲開發商和運營商必然面臨市場格局的重整，競爭程度的加劇也將給小型或弱勢參與者帶來更大的壓力。

亞洲遊戲市場的增长潛力

- 亞洲市場是2014年增长最快的手遊市場，占据全球游戏市场的45%；⁽¹⁾
- 由於網絡、智能手機的滲透及經濟的快速增長，至2017年，亞洲等增長型地區的遊戲市場收入將達590億美金，佔據全球遊戲市場的57%；⁽¹⁾
- 2015年初，集團分別於日本、韓國和泰國設立了分支機構并招募了當地的研發及運營人才，以致力於當地細分市場的深耕、抓住亞洲手遊市場快速成長的契機。



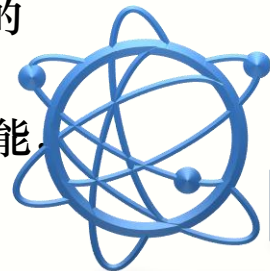
(1) 數據來源於Newzoo報告； (2) 數據來源於Digi-Capital報告。

研發



- ✓ 進一步增強手遊研發實力，包括於各分支機構招募本地人才及對現有人員實行優勝劣汰；
- ✓ 鼓勵和支持不同區域的研發人員之間進行面對面的交流和學習；
- ✓ 對部分產品實行研發外包，將對現有研發力量形成補充，并能帶來新的設計理念、激發創意；
- ✓ 2015年全年計劃推出各類手遊新品超過30款

- ✓ 尋找在新的市場增設分支機構的機會，充分發掘集團全球化的運營能力，以提升玩家體驗為宗旨來指引各個環節的工作；
- ✓ 繼續完善Link在社群創建、信息分享、私密聊天等方面的功能以增強用戶連結；
- ✓ 繼續培育集團的自有廣告平台，以期提升其貨幣化的能力



運營

併購



- ✓ 2014年，集團於北美及亞洲市場進行了若干併購，預期將在產業鏈整合、研發實力互補性等方面為集團帶來協同效應；
- ✓ 未來，集團將積極的在全球市場尋找合適的併購機會

謝謝!

IR 聯絡

• yolanda.gao@igg.com