



禅游科技控股有限公司 (股票代码: 2660.HK)  
Zengame Technology Holding Limited

2022年中期业绩发布会

# 目录

1

2022年中期业务概览

2

发展策略

3

2022年中期业绩亮点

4

附录





01

2022年中期业务概览



# 策略性发展棋牌双轨道 挖掘用户高价值



股份代号	发行股数	1,016,958,187股
2660.HK		截至2022年8月19日
	上市日期	2019年4月16日

2021年上半年收入：人民币4.4亿元

2022年上半年收入：人民币6.2亿元



2021上半年 | 2022上半年

## 收入按业务分部

## 收入按游戏类型

51%  
收入占比

游戏虚拟  
道具

78%  
收入占比

94%  
收入占比

棋牌类游戏

99%  
收入占比

49%  
收入占比

游戏内  
信息服务\*

22%  
收入占比

6%  
收入占比

休闲类游戏

1%  
收入占比

\* 主要指游戏内广告收入



# 禅游的企业目标及使命



- 游戏内增加创新规则玩法、高品质游戏特效
- 丰富新媒体推广渠道的内容和形式，与玩家增加互动
- 为提升游戏体验，关掉部分广告形式，如开屏广告



- 孵化优质的特色主播，持续扩大用户规模
- 提升用户的ARPPU



- 提升智能化投放工具系统、数据分析系统及新媒体管理系统

禅游致力成为一流的休闲娱乐平台与社区，为用户创造融合线上线下的多元娱乐精彩新生活



「一流的休闲娱乐平台与社区」



# 专注高品质棋牌游戏 扩大用户规模



## 平均每月付费用户(千) (MPU)

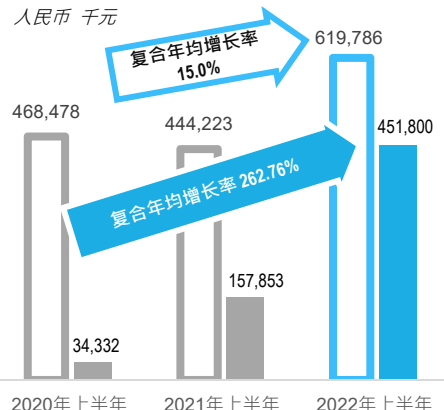
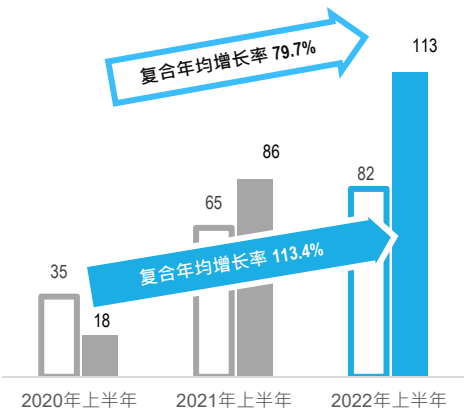
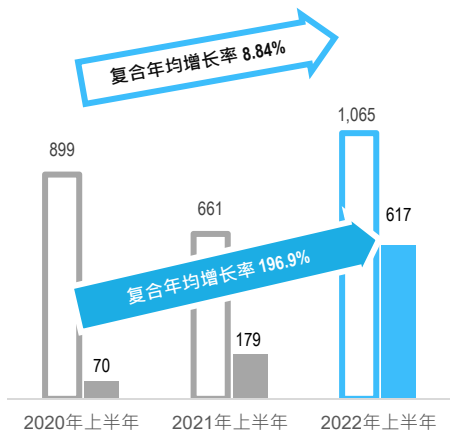
## ARPPU(元)

## 麻将游戏带动整体收入

麻将占总收入**72.9%**

■ 棋类(麻将)数据

□ 集团数据



2022年  
累计注册用户达

# 13.8亿

- 丰富新媒体推广渠道的内容和形式，带动**麻将游戏用户**增长显著
- 棋牌游戏以**高品质游戏特效及多元玩法**，奠定庞大用户基础
- 延续2021年公司策略，减少超休闲游戏，**聚焦棋牌和**中度精品休闲游戏
- 棋牌游戏具有**竞技性、观赏性强**，有能力吸纳大批忠实用户

MAU  
38,707

麻将MAU  
+ 47.9%

较2021年上半年增长

新增用户  
81,782

麻将新增用户  
+ 22.7%

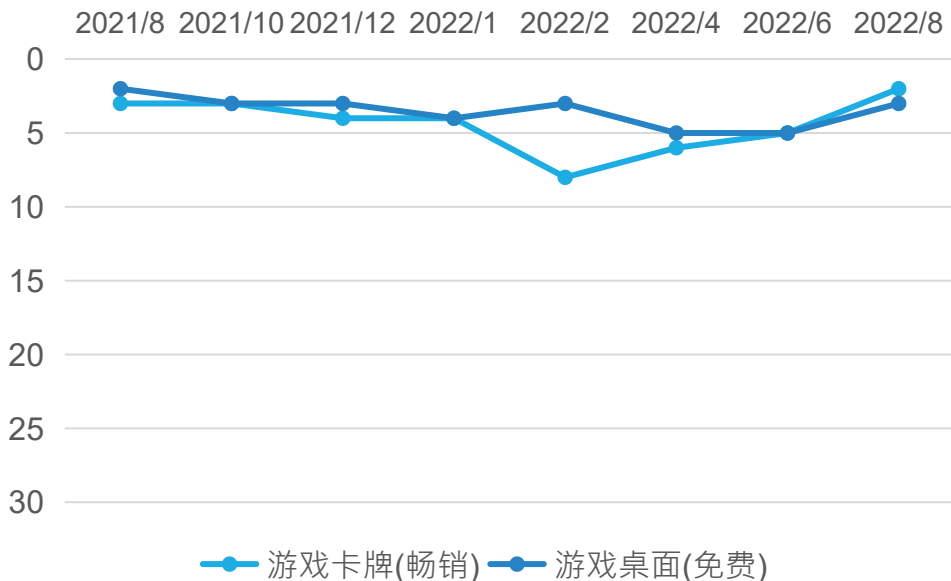
较2021年上半年增长



# 再次成功把握新媒体机遇，王牌产品市场排名持续提升



## 【指尖四川麻将】近一年排名趋势



数据来源：【七麦数据】

## iOS榜单排行

### 《指尖四川麻将》

- 中国iOS畅销排行版的棋牌游戏**最高排名第1名**
- 游戏桌面(免费)榜单**长期处于前10**

### 《禅游斗地主》

- 畅销排行榜桌面游戏中**最高第11名**

截至2022年8月数据



# 加大创新模式投入



迈向成为一流的休闲娱乐平台与社区

员工倍增至**494人**  
同比 **+51%**

研发投入  
**4,998万人民币**  
同比 **+33%**

## 持续加码研发投入

- 孵化更多**具有特色**的优质主播
- 丰富新媒体推广渠道的**内容和形式**
- 带动更多**新用户**加入，促进**游戏道具**销售

## 新媒体推广



- 更多创新规则玩法，如「四季常春不洗牌」、「八宝万花牌」、「欢乐连炸」
- 融入更多具有中国传统文化丰富内涵的高品质游戏特效
- 升级游戏产品界面设计水平



## 提升游戏产品体验

- 增加**形式多样创新的赛事**，例如全民水友赛、精英巅峰赛
- 增加用户的参与度，并助力**游戏道具**销售



## 打造丰富赛事体验





# 充足版号储备 深入探索海外市场



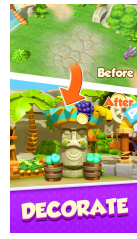
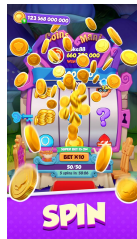
## 本地游戏持续迭代创新

- 进一步优化及创新现有游戏，包括斗地主和麻将的玩法
- 不断丰富新媒体渠道推广输出，精准把握用户需求



## 深入探索及发展海外市场

- 重点在东南亚、欧美等市场布局发力
- 持续打磨海外休闲类游戏，拓展海外棋牌游戏市场

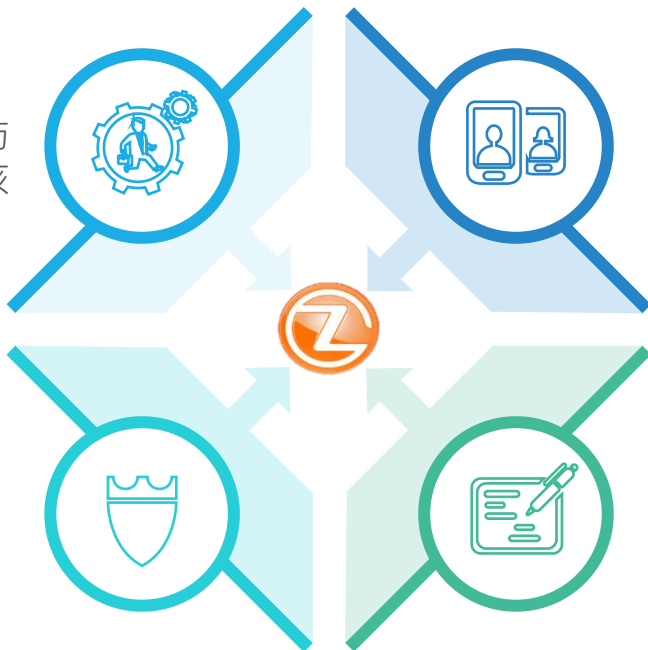




# 持续关注行业法律法规的变化，保持业务的合法合规



- 进一步严格管理措施，落实防止未成年人沉迷制度，并将该制度纳入游戏产品



- 严格遵守互联网个人信息安全以及防赌博相关的法律法规

- 升级完善个人信息泄露的防控体系，优化用户个人隐私保护的管理制度

- 密切监察及跟进中国相关最新法律法规，及时更新公司法律合规资料库及业务流程



02

发展策略



专注国内和海外经典棋牌休闲游戏，持续产品创新和优化，持续与新媒体新技术融合

## 加大研发力度

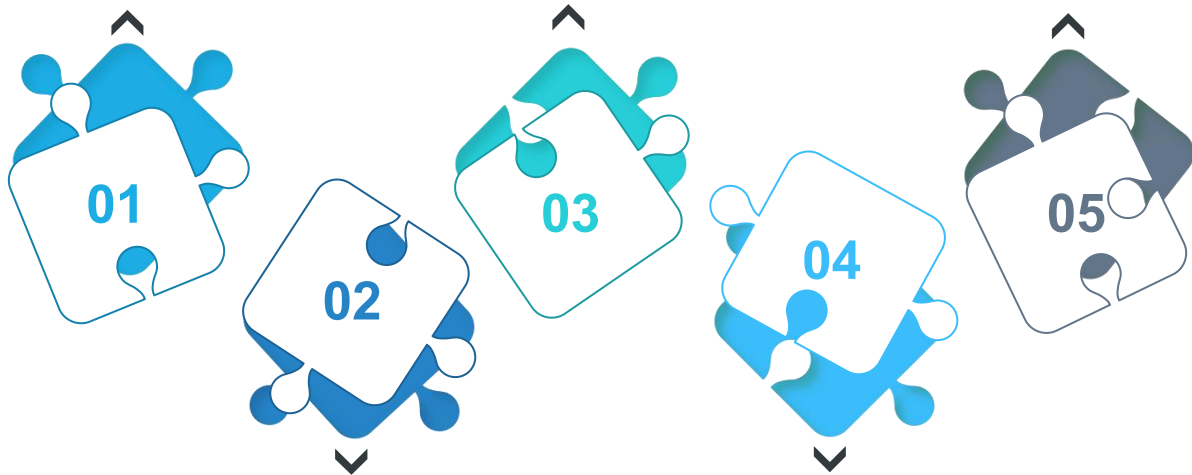
持续加大力度投入研发，不断迭代更新游戏技术，不断创新游戏玩法

## 探索海外市场

持续发挥集团核心竞争力，深入探索及发展海外游戏市场的机会

## 拓宽业务边界

与集团产生协同效应的团队积极合作，不断拓宽业务边界和新领域



## 提升玩家体验

持续聚焦提升玩家体验，升级新媒体推广渠道的内容及形式

## 探索新业态

对新事物、新机会保持关注，探索新业态，持续与新媒体新技术融合



03

2022年中期业绩亮点

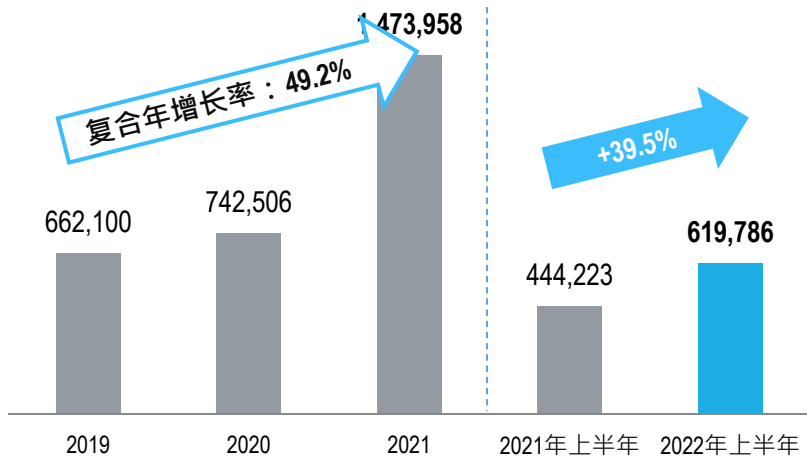


# 集团收入增长更胜市场规模



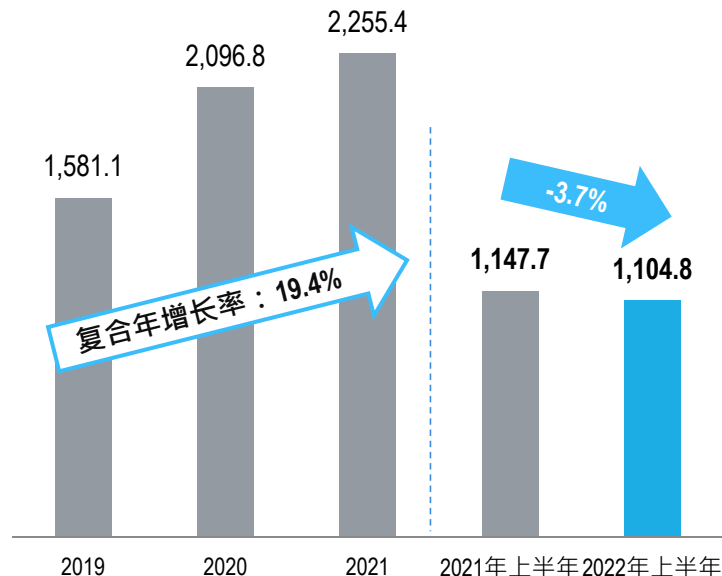
## 禅游收益增长

人民币 千元



## 中国移动游戏市场销售收入

人民币 亿元



来源：《2021年中国游戏产业报告》，中国音数协游戏工委与中国游戏产业研究院

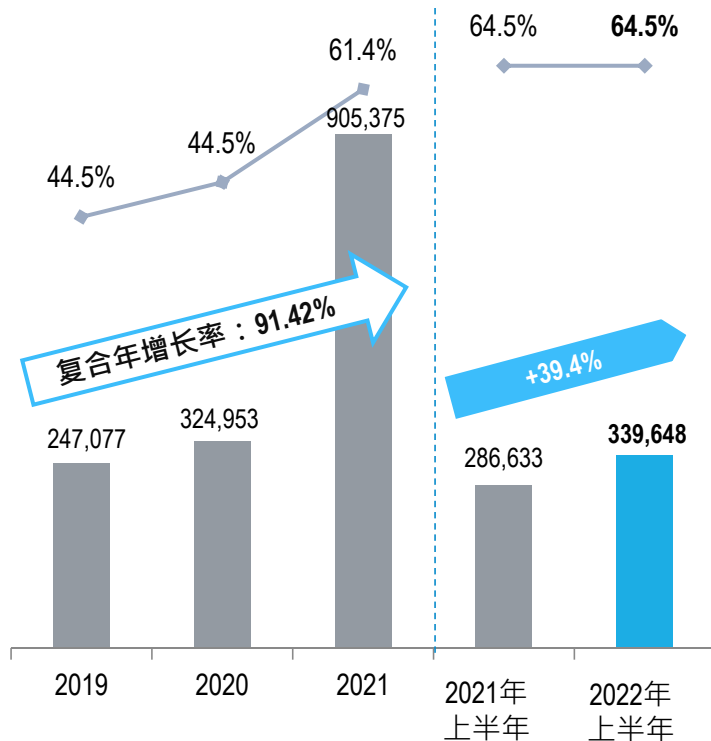


# 高效运营支撑优厚利润



## 毛利率分析

人民币 千元



## 主要业务分部毛利率

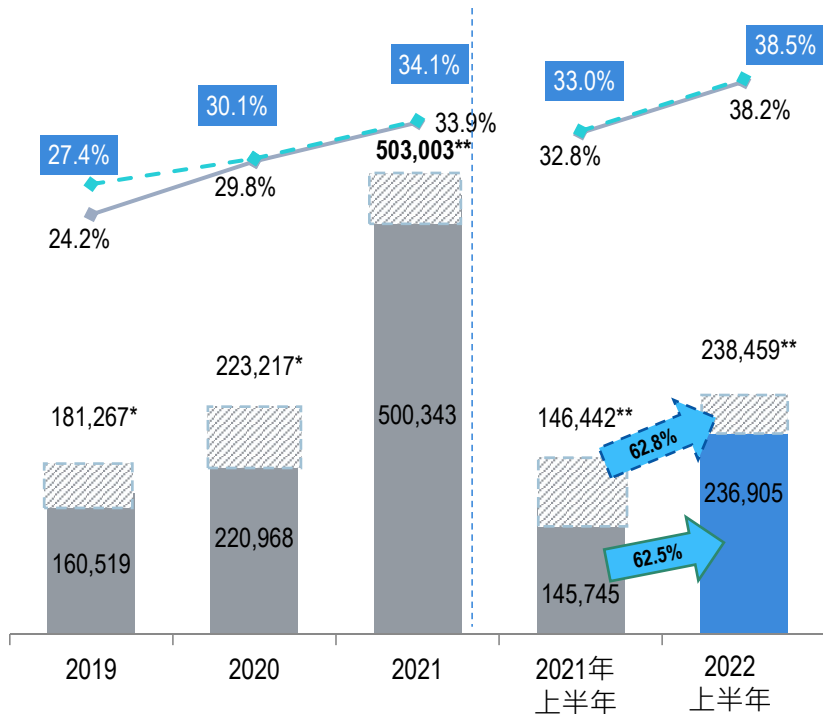
	2021年	2021年 上半年	2022年 上半年	变化
销售虚拟物品	54.2%	56.8%	<b>60.2%</b>	+ 3.4 百分点
- 自主开发的游戏	53.8%	55.8%	<b>60.0%</b>	+ 4.2 百分点
- 第三方游戏	100.0%	100.0%	<b>100.0%</b>	--
游戏内信息服务	79.0%	72.5%	<b>79.1%</b>	+ 6.6 百分点



# 高效运营支撑优厚利润



## 纯利及纯利率分析



\*撇除上市费用和股份支付

\*\*撇除股份支付

## 主要费用分析

占收入百分比	2021年	2021年上半年	2022年上半年	同比
销售费用	11.9%	10.9%	<b>13.3%</b>	+ 2.4百分点
行政开支	4.4%	7.4%	<b>6.0%</b>	- 1.4百分点
研发成本	6.3%	8.5%	<b>8.1%</b>	- 0.4百分点
占税前利润百分比				
所得税开支	16.4%	19.5%	<b>6.8%</b>	- 12.7百分点





# 财务状况



人民币 千元	于12月31日	于6月30日	变化
	2021	2022年上半年	
贸易应收款项	192,837	<b>213,250</b>	+ 10.6%
贸易应付款项	14,982	<b>15,664</b>	+ 4.6%
按公允价值计入损益的金融资产	101,102	<b>219,982</b>	+ 117.6%
原到期日为三个月以上的定期存款	405,000	<b>360,000</b>	- 11.1%
现金及现金等价物	644,709	<b>709,869</b>	+ 10.1%
流动资产	1,425,726	<b>1,603,986</b>	+ 12.5%
总资产	1,487,844	<b>1,676,128</b>	+ 12.7%
净资产	1,225,222	<b>1,464,237</b>	+ 19.5%
流动比率 (倍)	6.0	<b>8.1</b>	2.1倍
净负债比率	净现金	<b>净现金</b>	--

人民币 千元	于12月31日	于6月30日		同比变化
	2021	2021年上半年	2022年上半年	
经营活动产生的现金流量净额	507,061	134,102	<b>155,017</b>	+ 15.6%
现金及现金等价物	644,709	274,507	<b>709,869</b>	+ 139.7%



04

附录

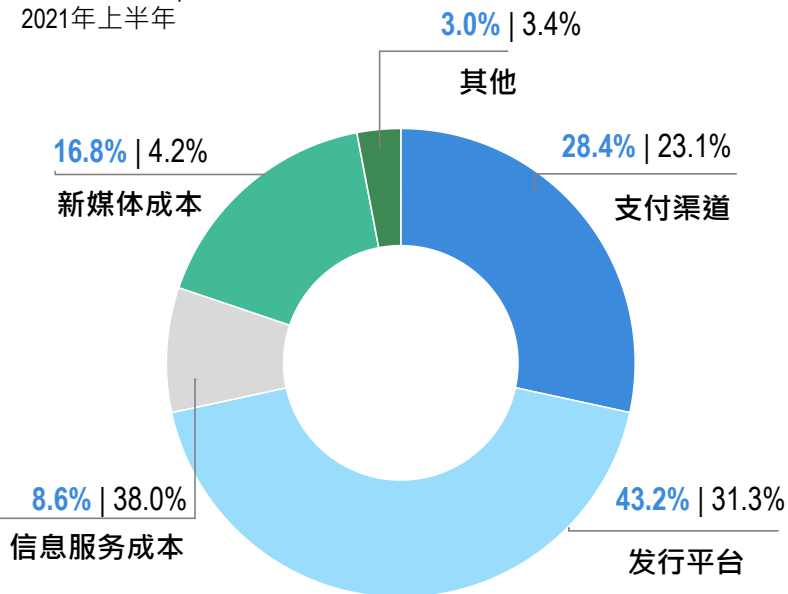


# 销售成本分析



## 销售成本分部

2022年上半年  
2021年上半年



## 销售成本明细

千人民币	2021年 上半年	2022年 上半年	变化
支付渠道成本	36,353	<b>62,410</b>	+ 71.7%
发行平台成本	49,313	<b>95,204</b>	+ 93.1%
信息服务成本	59,818	<b>19,006</b>	- 68.2%
新媒体成本	6,686	<b>36,884</b>	+ 451.7%
其他	5,420	<b>6,634</b>	+ 22.4%
总计	157,590	<b>220,138</b>	+ 39.7%

- 集团调整投入，大幅减少于游戏内建信息服务的投入，以加强整体游戏体验
- 相对地，集团加强多渠道及多平台上的推广，包括在多元社交平台上投入广告，加强投入精准度，成本更可控
- 同时开发直播及短视频等新媒体推广，加强用户数量，并提高道具销售



# 综合损益表



人民币 千元	于6月30日	
	2021年上半年	2022年上半年
收入	444,223	619,786
销售成本	(157,590)	(220,138)
毛利	286,633	399,648
其他收入及收益	14,307	25,934
销售及分销开支	(48,449)	(82,270)
行政开支	(32,885)	(37,124)
研发成本	(37,675)	(49,983)
其他开支	(572)	(1,758)
财务成本	(211)	(329)
应占利润及亏损		
合营企业	--	391
联营公司	--	(186)
除税前利润	181,148	254,323
所得税开支	(35,403)	(17,418)
期内利润	145,745	236,905



# 综合财务状况表



人民币 千元	于2021年12月31日 (经审计)	于2022年6月30日
<b>非流动资产</b>		
物业及设备	8,024	7,784
使用权资产	9,072	7,918
无形资产	1,729	1,472
于联营公司的投资	4,579	4,393
于合营企业的投资	7,574	9,965
指定按公允价值计入其他全面收益的权益工具	21,476	32,940
长期预付款项、按金及其他应收款项	9,210	7,620
递延税项资产	454	50
<b>非流动资产总值</b>	<b>62,118</b>	<b>74,142</b>
<b>流动资产</b>		
贸易应收账款	192,837	213,250
合约成本	20,100	30,183
按公允价值计入损益的金融资产	101,102	219,982
预付款项、按金及其他应收款	61,978	70,702
原到期日为三个月以上的定期存款	405,000	360,000
现金及现金等价物	644,709	709,869
<b>流动资产总值</b>	<b>1,425,726</b>	<b>1,603,986</b>



# 综合财务状况表 (续)



人民币 千元	于2021年12月31日 (经审计)	于2022年6月30日
<b>流动负债</b>		
贸易应付款项	14,982	15,664
合约负债	59,183	94,450
其他应付款项及应计费用	101,238	72,933
计息银行借款	9,120	-
租赁负债	6,408	6,381
应付税项	46,544	7,333
<b>流动负债总额</b>	<b>237,475</b>	<b>196,761</b>
<b>流动资产净值</b>	<b>1,188,251</b>	<b>1,407,225</b>
<b>资产总值减流动负债</b>	<b>1,250,369</b>	<b>1,479,367</b>
<b>非流动负债</b>		
租赁负债	2,945	1,747
递延税项负债	22,202	13,383
<b>非流动负债总额</b>	<b>25,147</b>	<b>15,130</b>
<b>资产净值</b>	<b>1,225,222</b>	<b>1,464,237</b>
<b>权益</b>		
母公司拥有人应占权益		
股本	8,946	8,942
储备	(22,476)	(24,736)
<b>权益总额</b>	<b>1,225,222</b>	<b>1,464,237</b>

感谢观看  
Thank you

