



iDREAMSKY

创梦天地

2020年中期业绩发布
(股票代码: 1119)

参加进行本次演示的会议，或者阅读本次演示的文稿材料，即表示阁下同意接受以下限制的约束：

本演示文稿中的信息由创梦天地科技控股有限公司（“**本公司**”，连同其子公司统称为“**本集团**”）的代表编制，以供本集团在演示时使用。本演示文稿的任何部分都不应构成任何合同、承诺或投资决定的基础或依据。

任何人均未对本演示文稿所载信息或意见的公平性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或默示的声明或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。本公司或本公司的任何子公司、分支机构、关联公司、顾问或代表均不对因使用本演示文稿或其内容或与本演示文稿相关而引起的任何损失承担任何责任或法律责任（不论基于疏忽或其他原因）。本演示文稿中所载的信息可能会进行更新、完善、修改、验证和修正，且这些信息可能会发生重大变更。

本演示文稿基于截至本文日期的实际经济、监管、市场和其他状况而编制。需要理解的是，后续情况的发展可能会影响本演示文稿中所载的信息，而本公司及其子公司、分支机构、关联公司、顾问或代表均无义务予以更新、修订或确认。

本演示文稿所传达的信息可能包含某些前瞻性陈述或可能是前瞻性的陈述。这些前瞻性陈述通常包含“将会”、“可能”、“预计”、“预测”、“计划”、“预料”等字眼以及类似含义的词汇。前瞻性陈述本质上包含风险和不确定性，因为这些陈述涉及各类事件并取决于未来将发生的情况。可能另有一些重大风险尚未被认为构成重大风险，或本公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人均不应依赖这些前瞻性陈述。本公司及其子公司、关联公司、顾问或代表均没有责任更新或修订前瞻性陈述以反映未来的事件或发展。

本演示文稿及其所载的信息并不构成或组成任何要约出售或要约认购，或招揽或邀请他人购买或认购本公司或其在任何司法管辖区的任何子公司或关联公司的任何证券。本演示文稿或其中所包含的任何方面都不应作为做出任何合同决定或承诺的基础、依据或工具。本演示文稿及其所载的信息仅供阁下参考，不得披露、复制或再分发全部或部分内容给其他任何人。特别是，本演示文稿所包含的任何信息均不得直接或间接带往或传送至美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或禁止上述行为的其他司法管辖区，或者在其境内分发，除非符合适用证券法律的规定。任何不遵守此限制的行为，可能会违反美国或其他国家的证券法律。本演示文稿并未索取金钱、证券或其他对价，针对本演示文稿或其所载信息而提供的金钱、证券或其他对价，将不被接受。

通过参加本次演示会，阁下确认将完全自行负责对本集团的市场及市场地位的评估，并且阁下将自行进行分析并自行负责对本集团业务的潜在未来表现形成自己的观点。本演示文稿不应被视为监管、估值、法律、税务、会计或投资建议。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而编制的发售通函或招股说明书中的信息而做出。

通过审阅本演示文稿，阁下将被视为已表明并认同阁下及阁下代表的客户位于美国境外。阁下还被视为已表明并认同阁下及阁下代表的客户是《证券及期货条例》（香港法例第571章）及该条例下制定的规则所定义之专业投资者。

SUPER
**ANIMAL
ROYALE**

Gardenscapes

全球行动

FIFPro
World Players' Union

IDREAMSKY

目录

1

业务概览

2

财务概览

3

附录

1

业务概览



发行和自主研发有机结合，持续推出精品内容



发行：凭借对用户深入的洞察，我们持续推出为用户好玩的精品手游产品



研发：业经证明的自主研发能力



合作：与业内一流企业深度合作

Tencent 腾讯

多元化变现能力

内购 广告

订阅模式

人民币**35.5元** 同比增长
每月付费用户平均收入⁽¹⁾ **12.0%**

内容获取/开发

商业化

精品内容

IDREAMSKY

增长飞轮

庞大的用户群

用户粘性/参与度

用户群

1.42亿 同比增长
平均月活跃用户⁽¹⁾ **9.1%**

620万 同比增长
平均月付费用户⁽¹⁾ **6.9%**

资料来源：公司申报材料。
(1) 截至2020年6月30日止的6个月。

梦工场大冒险



- ✓ 自主研发的优质休闲类游戏，2020年3月上线
- ✓ 休闲类游戏与顶级IP的融合
- ✓ 获苹果App Store推荐为最佳新游戏

全球行动



- ✓ 自主研发，2020年7月上线
- ✓ 日活跃用户超过20万，在即时战略(RTS)游戏中排名第一
- ✓ 上线首日即位列iOS免费榜第一，增长势头强劲
- ✓ 腾讯首款RTS游戏

决战玛法



- ✓ 盛趣游戏正版授权
- ✓ 市场上仅有的两款复古类型传奇手游之一
- ✓ 上线超1年时间，一直稳定运营，ARPPU值高达500 RMB，通过内容更新和买量推广，维持活跃用户的持续增长

全民冠军足球



- ✓ 自主研发的中重度精品游戏，2018年上线
- ✓ 国内足球模拟经营类手游排名第一
- ✓ 与腾讯游戏合作

梦幻花园



- ✓ 月活跃用户超过2,600万
- ✓ 通过持续更新迭代精品内容，维持活跃用户的持续增长
- ✓ 近期推出“紫禁城-御花园”版本，吸引大批老用户回流

小动物之星



- ✓ 自主研发的俯视角2D竞技游戏，预计在2020年第四季度上线
- ✓ 完美传承吃鸡游戏系统
- ✓ 多达64种可爱的小动物
- ✓ Taptap评分9.7高分



游戏

类型

来源

预计上线时间

荣耀

二次元动作角色扮演

自研

2020年第四季度

蘑菇战争2

休闲竞技

代理

2020年第四季度

小动物之星

休闲竞技

自研

2020年第四季度

女巫日记

消除+探索解谜

自研

2020年第四季度



1 益智消除类游戏



梦幻花园



梦幻家园

- ✓ 5款益智消除类游戏⁽¹⁾
- ✓ 根据数据魔方提供的数据，2019年益智消除类游戏市场规模相比2018年增长了约12%
- ✓ 消除类游戏作为我们长期以来的优质品类，在市场规模与用户群体上持续保持增长态势
- ✓ 基于多年的品类运营经验，以自研和全球精品内容代理相结合来获取更大的市场份额
- ✓ 下半年有自研消除类游戏海外上线，打开海外市场

2 休闲竞技游戏



小动物之星



全球行动

- ✓ 5款休闲竞技游戏⁽¹⁾
- ✓ 根据App Annie的2019年全球游戏下载量统计，在iOS和Google Play商店的前十名榜单中，休闲游戏约占60%
- ✓ 我们将进一步提升用户的在线时长，延长休闲游戏的商业寿命，深入挖掘其商业化变现潜力
- ✓ 利用现有庞大用户群，促进内容供给、发行与广告平台的相互合作

3 中重度精品游戏



魔力宝贝



全民冠军足球

- ✓ 23款角色扮演游戏，包括卡牌角色扮演、动作角色扮演、射击角色扮演和回合制角色扮演⁽¹⁾
- ✓ 继续投资自主研发的中重度精品角色扮演游戏
- ✓ 2020年，我们通过《魔力宝贝（手机版）》和《决战玛法》等游戏的运营构建研发和运营一体的能力
- ✓ 2020年，我们将投资多款优质游戏，并加强与全球PC和主机游戏厂商的合作，将全球AAA级的游戏内容引入到移动游戏市场，加强全球研发能力的整合

(1) 截至2020年6月30日

全球合作伙伴

playrix

SYBO

Imangi

KILOO



基于源代码的独家发行模式



梦幻花园

——上线两年多

益智消除类游戏

- 自上线以来，变现能力（特指：活跃用户ARPU）在益智消除类游戏中排名第一
- 融合了故宫的宫廷文化
- 定制的紫禁城御花园版本推动活跃用户数再创新高

合作

与全球领先的游戏开发者深度合作

内部

内部游戏开发能力

575位

开发人员

多元化

形式、类型和地域覆盖



“超级IP + 创梦天地优势品类”



魔力宝贝（手机版）

——2018年上线

回合制MMORPG游戏

- 创梦天地首款自主研发的回合制MMORPG游戏
- 持续为集团带来稳定的收入
- 2019年在东南亚和港澳台地区成功上线



全球行动

——2020年7月上线

即时战略游戏

- 2020年6月腾讯游戏年度新闻发布会上发布的唯一一款即时战略游戏
- 创梦天地首款与腾讯合作的即时战略游戏
- 上线首日即位列iOS免费榜第一，增长势头强劲



梦幻嘉年华

- 月活跃用户超过2,600万
- 自游戏上线以来，变现能力在益智消除类游戏中排名第一，并获得众多奖项
- 《梦幻花园》融合了故宫的宫廷文化，并于近日成功推出紫禁城御花园版
- 《梦幻花园》线下嘉年华活动曝光量超过2,000万次，共有70多万名玩家参与了线上竞技





- 国内首个体验式娱乐零售主题空间
- 由索尼PlayStation与本公司共同设计
- 索尼Play Station市场推广合作伙伴授权和腾讯Switch国行官方授权线下体验店
- 依托腾讯视频的海量正版内容，腾讯视频独家授权、整合全民K歌等泛娱乐内容
- 单店盈利模型已打造完成；数字化、标准化已完成；深圳蛇口店即将开业
- 我们正在建立全新的线下用户服务模式以进一步获取用户、增加用户参与度和提升用户体验感：
 - 数据精准画像
 - 数字内容集成及管理
 - 用户的自动化管理



自建核心业务

合作加速飞轮

内容运营和原创

- 游戏自研
- 游戏运营和商业化



线上用户服务

- 游戏社区



线下用户服务

- 主机游戏体验
- 游戏相关周边产品



1

继续投入和加强内容研发能力

2

持续提高运营和商业化能力，提升游戏用户体验和变现能力

3

持续提升用户服务和AI分析能力，提高用户参与度

4

加快线下“腾讯视频好时光”的拓展，提升数字化线下运营能力

5

深化与主要战略投资者的战略合作关系

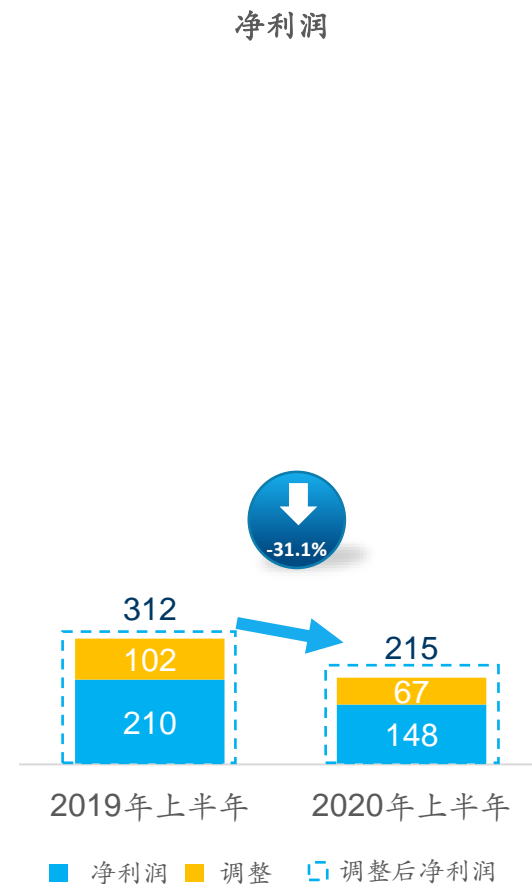
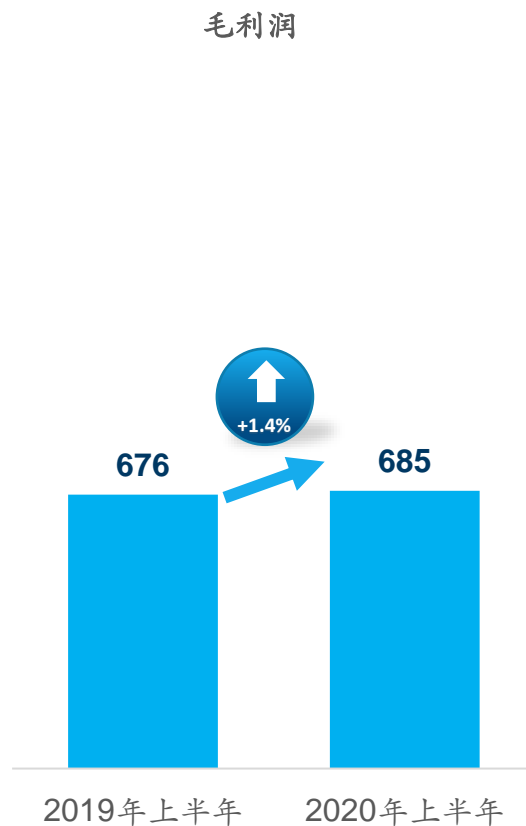
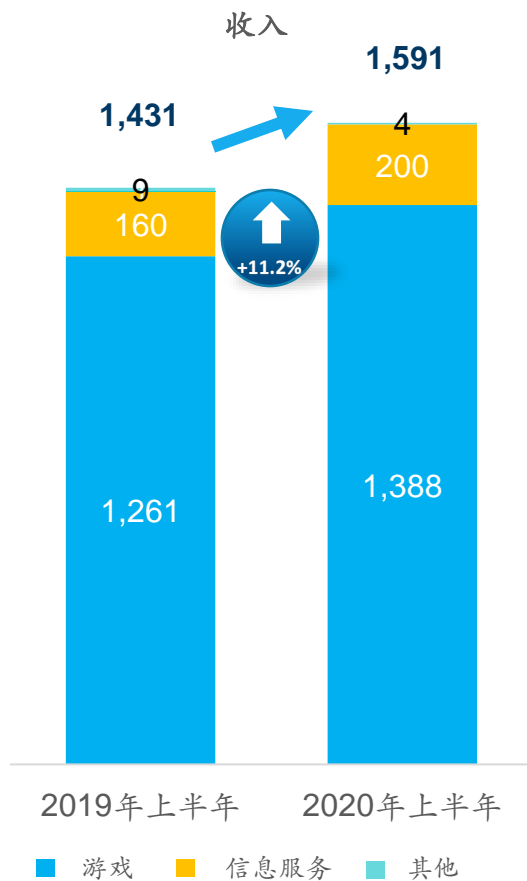
2

财务概况

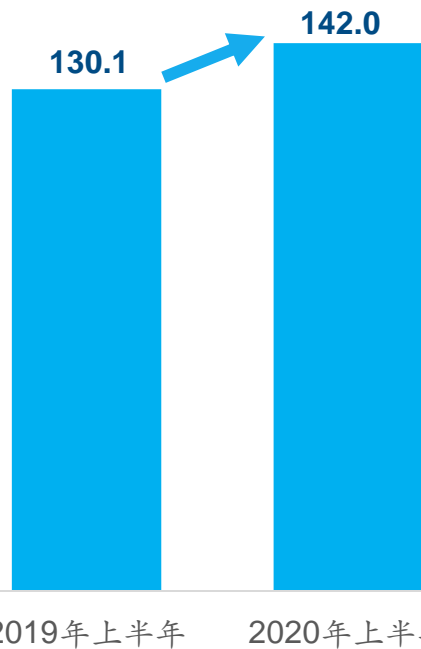


截至2020年6月30日的6个月

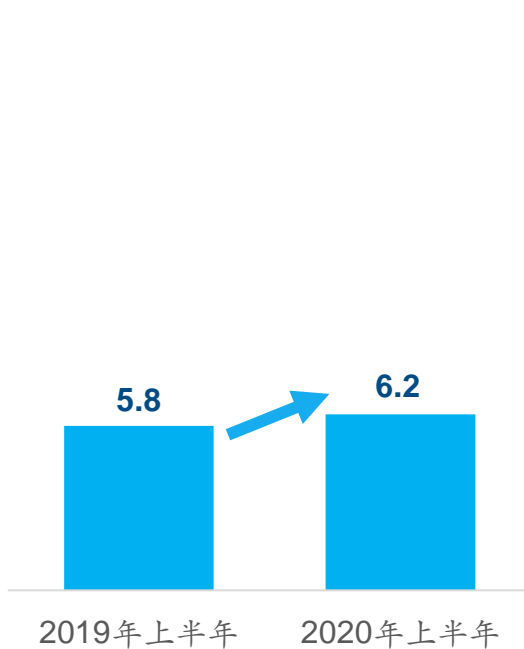
(百万人民币)



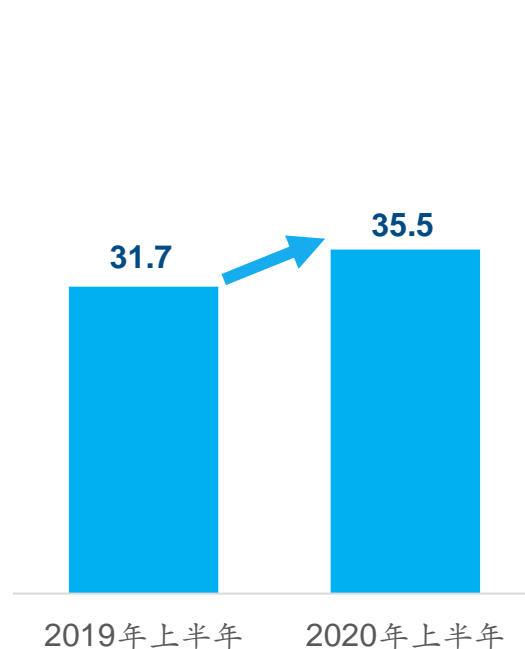
平均月活用户 (百万人)



平均月付费用户 (百万人)



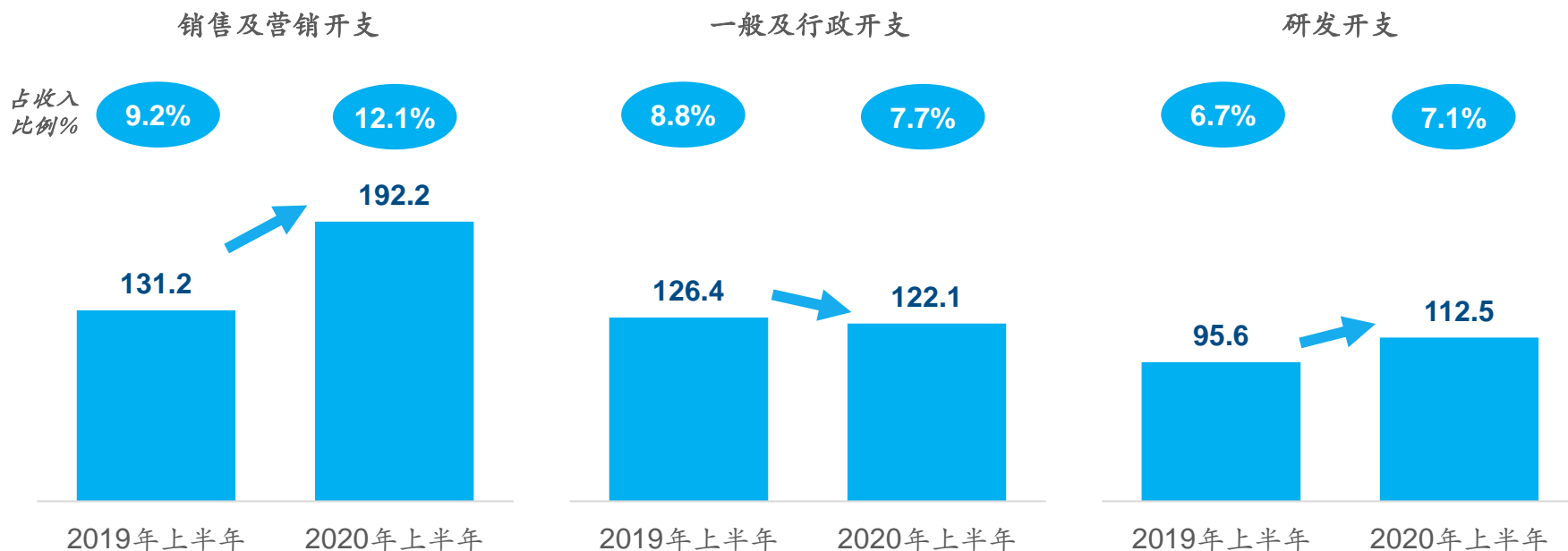
月付费用户平均收入 (人民币元)



截至2020年6月30日的6个月

- 2020年上半年平均月活用户增加到**1.42**亿
- 月付费用户随着月活用户的增加而增加到**620**万
- 主要由于推出更多可产生更高付费用户平均收入的中重度精品游戏，月付费用户平均收入增加至**35.5**元人民币

(百万人民币)



截至2020年6月30日的6个月

- 销售及营销开支增加至**12.1%**，主要由于促销及广告开支因我们加大了梦幻花园和决战玛法等品牌游戏的促销而增加
- 一般及行政开支减少至**7.7%**，主要由于我们管理效率的提升
- 研发开支增加至**7.1%**，主要由于我们增加了内部游戏开发能力，特别是跨平台游戏的开发

3

附录



合并后综合收益表

(单位：千元人民币)

	2020年上半年	2019年上半年	同比变化(%)
收益	1,591,643	1,431,303	11.2%
收益成本	(906,850)	(755,700)	20.0%
毛利润	684,793	675,603	1.4%
销售及营销开支	(192,180)	(131,154)	46.5%
一般及行政开支	(122,088)	(126,410)	-3.4%
研发开支	(112,489)	(95,641)	17.6%
金融资产及合约资产之减值亏损净额	(35,845)	(28,555)	25.5%
其他收入	14,033	16,936	-17.1%
其他亏损净额	(2,144)	(50,955)	-95.8%
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产的公允价值收益/亏损	7,434	(5,141)	-244.6%
经营利润	241,514	254,683	-5.2%
财务收入	4,355	1,140	282.0%
财务成本	(48,347)	(22,695)	113.0%
财务成本净额	(43,992)	(21,555)	104.1%
可换股债券公允价值变动亏损	(27,748)	-	N/A
分估以权益法入账之投资净亏损	(2,450)	(253)	868.4%
除所得税前利润	167,324	232,875	-28.1%
所得税开支	(19,458)	(22,638)	-14.0%
期间利润	147,866	210,237	-29.7%

(单位：千元人民币)

	2020年上半年	2019年上半年	同比变化 (%)
期间利润与经调整期间利润的对账调整			
期间利润	147,866	210,237	-29.7%
加：以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产的公允价值（收益）/损失	(7,434)	5,141	-244.6%
加：股份酬金开支	47,198	41,503	13.7%
加：可转债公允价值损失	27,748	-	N/A
加：因业务合并产生商誉的减值准备	-	350,134	-100%
减：因业务合并产生未付应付代价的拨回收益	-	(294,911)	-100%
经调整期间利润	215,378	312,104	-31.0%

非国际财务报告准则财务计量 (续)

(单位：千元人民币)

	2020年上半年	2019年上半年	同比变化 (%)
期间利润与EBITDA及经调整EBITDA的对账调整：			
期间利润	147,866	210,237	-29.7%
加：物业、厂房及设备、投资物业和使用权资产折旧	15,920	16,049	-0.8%
加：无形资产摊销	75,065	65,006	15.5%
加：所得税开支	19,458	22,638	-14.0%
加：利息开支	46,426	22,695	104.6%
EBITDA	304,735	336,625	-9.5%
加：以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产的公允价值（收益）/损失	(7,434)	5,141	-244.6%
加：股份酬金开支	47,198	41,503	13.7%
加：可转债公允价值损失	27,748	-	N/A
加：因业务合并产生商誉的减值拨备	-	350,134	-100%
减：因业务合并产生未付应付代价的拨回收益	-	(294,911)	-100%
经调整EBITDA	372,247	438,492	-15.1%

按性质划分的开支

(单位：千元人民币)

	2020年上半年	2019年上半年	同比变化 (%)
渠道成本	634,101	506,267	25.3%
雇员福利开支	189,190	149,878	26.2%
推广和广告开支	186,965	126,047	48.3%
内容成本	175,045	162,573	7.7%
无形资产摊销	75,065	65,006	15.5%
无形资产减值准备	4,922	21,500	-77.1%
技术服务外包开支	6,329	26,328	-76.0%
差旅及招待开支	6,025	9,807	-38.6%
专业服务费	18,552	6,689	177.4%
云计算、带宽及伺服器托管费	12,337	10,928	12.9%
租金开支	1,069	2,084	-48.7%
应收款项减值准备	35,441	29,676	19.4%
物业、厂房和设备折	4,500	4,383	2.7%
使用权资产折旧	11,033	11,666	-5.4%
投资物业折旧	387	286	35.3%
其他税项开支	3,067	1,341	128.7%
其他	5,424	3,001	80.7%
收益成本、销售及营销开支、行政开支、研发开支、 以及金融资产及合约资产的减值亏损净额之总额	1,369,452	1,137,460	20.4%

(单位：千元人民币)

简明综合现金流报表	2020年上半年	2019年上半年	同比变化 (%)
经营活动现金流入净额	50,412	17,565	187.0%
投资活动现金流出净额	(376,150)	(539,510)	-30.3%
融资活动现金流入净额	467,275	(126,834)	-468.4%
现金和现金等价物减少净额	141,537	(648,779)	-121.8%

简明合并资产负债表	于2020年6月30日	于2019年12月31日	变化 (%)
流动资产	3,496,155	3,101,039	12.7%
非流动资产	3,420,465	2,985,723	14.6%
总资产	6,916,620	6,086,762	13.6%
流动负债	1,701,559	1,858,045	-8.4%
非流动负债	1,071,559	283,124	278.5%
总负债	2,773,118	2,141,169	29.5%
总权益	4,143,502	3,945,593	5.0%
权益和负债总额	6,916,620	6,086,762	13.6%

主要财务比率	2020年上半年	2019年上半年
毛利率	43.0%	47.2%
经调整净利率	13.5%	21.8%
经调整EBITDA比率	23.4%	30.6%
资产负债率	40.1%	32.2%
流动比率	2.05	1.87
主要营运指标		
平均月活跃用户 (百万人)	142.0	130.1
平均月付费用户数 (百万人)	6.2	5.8
付费用户平均收入 (人民币元)	35.5	31.7