

深圳中青宝互动网络股份有限公司

球类游戏推广项目  
可行性研究报告



2019年9月

## 第一章 总论

### 一、项目名称及建设地点

项目名称：球类游戏推广项目

建设地点：广东省深圳市南山区深圳湾科技生态园 10A 栋 21 楼

### 二、建设单位、注册地址及法定代表人

申报单位：深圳时代首游互动科技有限公司

注册地址：深圳市南山区高新技术工业村 W1-B4

法定代表人：崔文举

### 三、项目内容概述

#### （一）主要建设内容

本项目主要为公司两项球类游戏的营销推广费用，公司拟通过与各大第三方游戏平台、终端设备厂商、手机平台中间件开发商及各大手机游戏渠道推广商进行合作，从多方面对公司的产品进行推广。

本项目的成功建设将有助于全面提升公司的游戏推广能力，有利于实现现有业务的横向拓展，有助于丰富公司现有产品的布局，及时把握行业热点，进一步提升公司的行业地位和品牌影响力，为公司的持续发展奠定坚实基础。

#### （二）投资明细及规模

本项目总投资 2,520 万元，投资内容主要包括项目实施及策划费用、广告投入、流动资金。

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	投资占比情况
游戏 1	营销推广费用	1,820	72.22%
游戏 2	营销推广费用	700	27.78%

#### （三）项目资金来源

本项目总投资 2,520 万元，资金全部由公司自筹解决。

## 第二章 项目建设的必要性和可行性

## 一、项目背景

### （一）中国网民规模稳定增长

截至 2019 年 6 月，中国网民规模达 8.54 亿，上半年新增网民共计 2,598 万人。互联网普及率为 61.2%，较 2018 年底提升 1.6 个百分点。

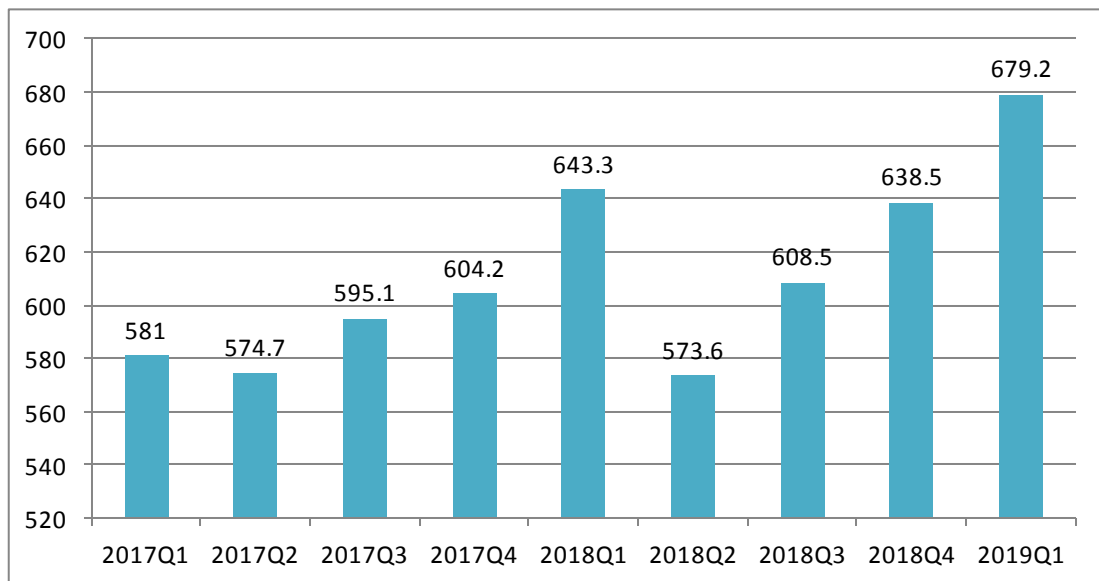
2019 年上半年，网络游戏行业仍保持了整体向好的发展态势，其发展特点主要体现在产品创新、市场拓展和社会影响三个方面。截至 2019 年 6 月，我国网络游戏用户规模达 4.94 亿，较 2018 年底增长 972 万，占网民整体的 57.8%；手机网络游戏用户规模达 4.68 亿，较 2018 年底增长 877 万，占手机网民的 55.2%。

### （二）网络游戏市场规模再创新高

在经历了 2018 年一整年的政策调整后，首批过审游戏版号于 2018 年 12 月 29 日正式公布，并且截止当前依然保持着稳定的发放速度。在此背景下，2019 年一季度国内网络游戏市场规模达到了 679.2 亿元，环比上涨 6.4%，同比上涨 5.6%，达到近两年的最高值。

2017Q1-2019Q1 国内网络游戏市场规模

单位：亿元

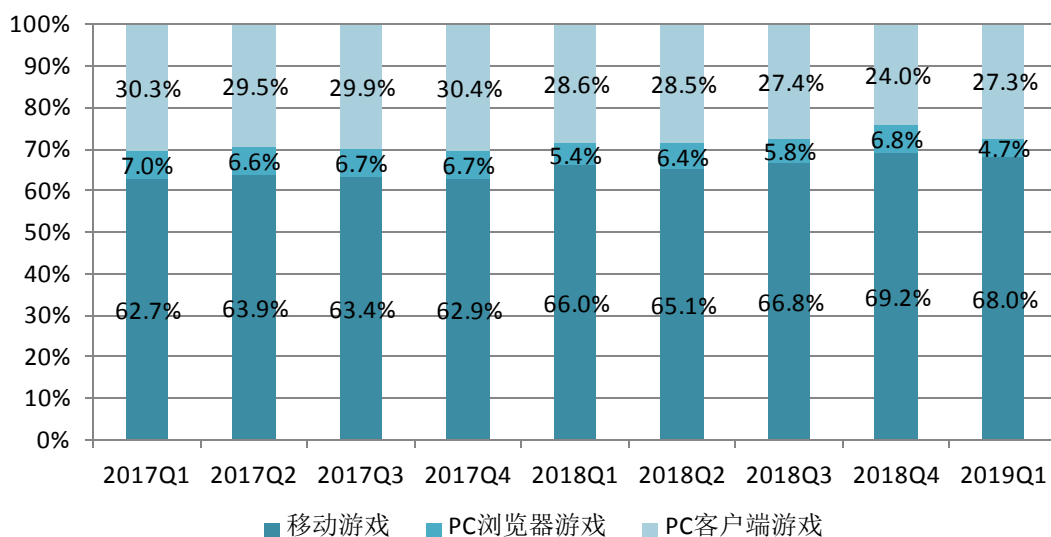


（数据来源：wind）

### （三）市场格局稳定

2019 年第一季度，移动游戏市场份额占比达 68.0%，目前国内网络游戏市场格局基本已经保持稳定。

2017Q1-2019Q1 国内网络游戏产业细分



(数据来源: wind)

## 二、项目的必要性

本次项目为球类游戏推广项目,其作为体育类游戏细分领域,其具有竞技性强、还原度高、受众广泛等特点。

体育游戏一方面拥有庞大市场规模的基础,另一方面有着广泛的受众群体。从用户角度来看,国内体育爱好者人数超过6亿,经常参加体育锻炼的人数约为3.64亿。而在消费能力上,20-29岁的运动爱好者消费水平最高。我国运动产业深厚的群众基础以及较高的消费能力,使得体育游戏具有非常大的潜力。

现阶段中国体育行业整体正处于政策激励、形势向好、技术带动的市场发展期,在整个体育产业化过程中,除传统定义中的体育培训、赛事等内容外,与其他行业的融合和创新也将成为体育产业发展的亮点和方向。目前,体育旅游、体育游戏等用户基础广大且具有创新性的行业拥有着令人期待的发展潜力。

从中国网络游戏产业发展趋势来看,原创体育类竞技网游很有可能将会成为未来发展的主导。从宏观层面来看,基于对网游产业的支持和关注,各级政府及相关主管部门将出台政策、通过税收、补贴等方式引导和扶持具有研发能力的国产原创网游迅速发展。另外,为了能够进一步降低网络游戏的负面影响,正确引导产业健康发展,政府将会从政策导向等多方面鼓励一批弘扬民族精神、体现民族文化与正能量的绿色网游发展。而从市场层面来看,随着玩家需求的逐步成熟和多样化,正确的游戏价值观已经成为游戏获得成功的关键因素,因此未来游戏开发商也将着重从能够弘扬精神文化等类型题材来开发游戏,以此来提升获得游

戏玩家对游戏价值观的认同。

从游戏题材细分来看，目前魔幻类和武侠类游戏占据了较大的比重，在一定程度上已经呈现同质化的趋势，选材的局限不仅加剧了市场的竞争，也无法满足玩家日趋多样化的需求，限制了游戏企业的发展。因此，目前游戏企业纷纷开始了对游戏题材多元化的开发和拓展。而作为细分领域的体育类游戏类型无论在弘扬精神文化方面，还是游戏玩法体验方面，都极具开发价值。因此，加强对体育竞技题材类网游的研发，既可以很好满足用户日趋多样化的需求，还能够弘扬正能量，推动产业健康发展。

游戏中的“竞技”思想也是体育精神的核心，这也是将体育的概念可以与游戏形式完美融合的原因。体育游戏在游戏产业中由来已久，且随着近年电子竞技行业发展的影响，正在成为海外体育商业化市场发展的重要方向。

体育游戏可以分为体育竞技游戏和体育休闲游戏两个版块。而体育竞技游戏可以分为：电子竞技、球类游戏、棋牌游戏、竞猜游戏等四个类别。优质的体育竞技游戏在国内手机端尚属空白，而在海外市场中，却不乏月营收上亿元的“决战高尔夫”和极具人气的“足球经理”等成功游戏作品，其商业和盈利模式十分清晰。相较而言，在手机端体育游戏的暂时空白更为体育游戏成为市场蓝海提供了绝佳机遇。另外，优质赛事 IP 也将成为体育类游戏的重点，IP 的价值也有待进一步挖掘。优质赛事 IP 自带流量，体育游戏的开发离不开赛事 IP 的包装和支持。除传统的内容付费外，对赛事 IP 版权价值的多样化深入挖掘或将成为相关厂商接下来的重点。直播和游戏之外，在赛事现场塑造众多的消费场景，也有利于进一步完成对赛事 IP 价值的开发。

### 三、项目的可行性

#### （一）体育产业市场规模可观，移动游戏产业高速增长

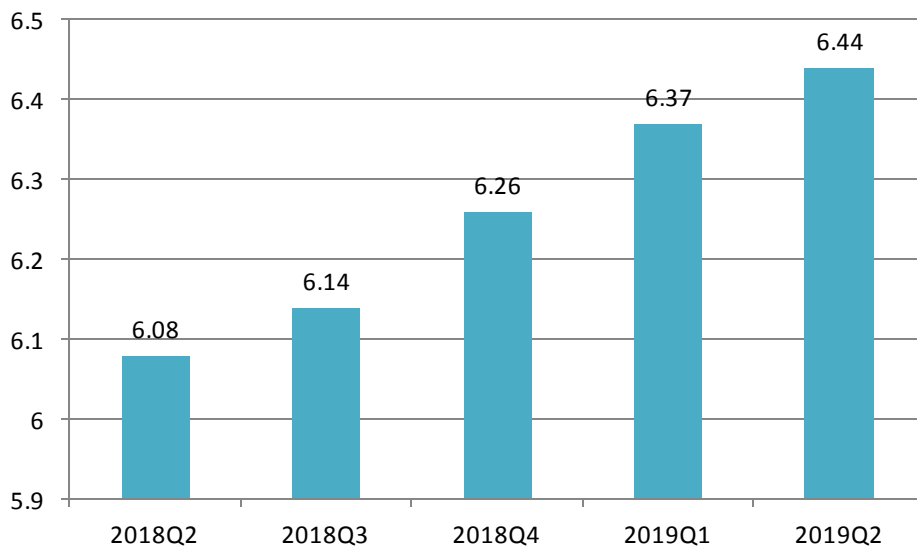
到 2020 年，全国体育产业规模预计将达到 3 万亿元人民币，体育产业迎来快速发展红利期。其中竞技体育和群众项目平分天下，体育产业拥有较大的发展空间和广泛的群众基础。2017 年 6 月，中国游戏用户规模达 5.07 亿人，中国游戏市场收入达 997.8 亿元；其中移动游戏表现亮眼，中国移动游戏用户规模达 4.35 亿人，中国移动游戏市场收入达 561.4 亿元，同比增长 49.8%，处于高速增长区间。

## （二）中国成全球游戏最大单体市场

有关数据显示，亚太已成为全球最大的游戏市场，其中中国是全球最大单体市场。2019年8月，全国政协委员、中国音像与数字出版协会理事长孙寿山在中国国际数字娱乐产业大会上首次对外发布《2019年1-6月中国游戏产业报告》。报告显示，2019年1-6月，中国游戏市场实际销售收入1140.2亿元，相比2018年1月-6月增长90.2亿元，同比增长8.6%，增速同比提高3.4个百分点。截至2019年6月，中国游戏用户规模突破6.4亿人，环比增长1.3%，同比增长5.9%。

国内游戏用户规模

单位：亿



（数据来源：互联网）

## （三）玩家网游付费能力有一定提升空间

由于2018年中国游戏市场处于调整期，使得许多游戏厂商将重点放在了存量运营上，以提升用户留存与ARPPU值为主要方向。得益于此，25~40岁这部分有消费能力的用户数量占比均有不同程度的上涨。此外，生活作息相对固定、闲暇时间相对充足的大学生和上班族占全部游戏用户的80%，这部分用户的游戏时间多为碎片化——休息时、通勤时、入睡前等等。另一方面，游戏用户的月收入多集中在5000-10000元，选择适度消费来减少自己的游戏压力（升级速度、装备获取速度、社交需求等方面形成的游戏压力）已成为这部分用户的固定习惯之一。

## （四）政策环境

从游戏产品的结构来看，自2016年以来，电竞产业在国家层面的利好频出，

北京、上海、杭州、重庆、西安等多个地方政府也因地制宜相继发布相关扶持政策。2018年电竞项目更是被多个国际体育组织认可，并被纳入2020年亚运会正式项目。CCTV也推出《电竞“国家队”》的专题栏目，不断加深人们对电竞体育的认知，并引导大众积极参与。

在资本和政策的双向利好下，2019年的中国电竞势必继续向上发展，从更宏观的层面来看，体育化和娱乐化的双向驱动，正在推动着中国电竞的发展，并决定其发展路径。被多个国际体育组织认可、各级政府部门出台政策扶持之后，电竞体育化已是大势所趋。未来电竞游戏赛事体育化、生态娱乐化将是发展的两大重要方向。因此，未来电竞市场仍有众多机会，而各类线下体育项目的电竞化转变，也十分值得期待。

#### 四、项目与现有业务的关联性分析

公司目前以体育竞技类游戏作为主要产品布局，秉持差异化发展战略方针，精耕细分市场领域，逐渐挖掘与探索，在分析同类产品时，参考现有电竞游戏产品和体育游戏产品，进行深度比对。

##### （一）国内游戏市场，公司游戏产品潜力巨大

公司大力发展体育竞技类题材游戏，同时将体育竞技精神元素注入到游戏的研发及推广当中，迎合主流文化方向，符合未来中国游戏发展的轨迹。另一方面，体育竞技类游戏无论从市场需求还是用户规模来看，拥有十分巨大提升空间。

体育竞技类游戏作为区别于主流电竞游戏的门类，在竞技玩法上进行了优化与调整，形成了同品类区隔，当电竞游戏市场逐渐趋于饱和之后，体育竞技类将为广大玩家提供了一个更加新颖的选择，满足不同人群的需求。

##### （二）国际网游市场中国游戏产品潜力巨大

由于国际文化交流的日益频繁，网络游戏作为交流各国文化的一种娱乐形式，在国际市场上逐渐成为一种越来越重要的手段。而伴随中国经济的腾飞，中国的国际地位不断提升，世界各国对中国文化、中国市场的关注度也越来越高，以网络游戏作为文化交流的载体毋庸置疑是较有力的手段。公司本次投资发行的游戏涵盖了体育竞技、二次元、传统文化等多种形式，有利于全方位展现我国特有文化，加深国家文化间的沟通与交流。

公司相关部分产品在定位之初就考虑到国内国外市场并重的思路。游戏产品

在符合国内玩家需求的同时，也考虑到国外玩家对网游产品的使用习惯，在巩固现有国内市场的同时，不断开拓海外市场。

## 第三章 募投项目未来市场前景分析

### 一、市场需求趋势

#### （一）电竞市场带动体育类游戏用户增长

电子竞技的本质是体育运动项目，是在虚拟环境中进行的智力与体力的对抗，而体育项目的电竞化发展，也十分值得期待。目前国内，移动端的体育类竞技仍是一片可开发的蓝海。同时，开发移动端体育竞技对战本身也拥有众多优势，既可以为用户带来竞技体育的乐趣，又可以在电竞中增添体育元素，进行双向的推动与发展。从用户需求的角度看，随着电竞市场的饱和，玩家关注点也将从传统的电竞玩法转移到更多品类的竞技产品上，加上体育项目本身基础用户广泛的特点，未来移动端竞技网游的需求预测将会呈现增长趋势。

#### （二）体育竞技类游戏发展空间巨大

体育竞技类游戏目前在网游市场中并没有获得足够的发展，头部十分稀少，而以全球视角来看，在手游业持续蓬勃发展的大环境下，国外游戏市场中，体育游戏则占到了不可或缺的一部分。此外，体育文化的发展与开放，使得现在的青少年市场也已经开始苏醒，未来体育将会变成不一样的场景。电子竞技蓬勃发展，具有体育元素的竞技游戏市场前景广阔。体育游戏的概念将会重新改变体育产业和游戏行业的格局，成为产业深度融合发展的产物。届时，无论商业模式还是内在的文化认同，都将全面与国际接轨。

### 二、竞争趋势

#### （一）网游竞技化成为趋势

随着社会节奏的不断加快，需花费大量时间精力打怪升级的 MMO 网游对玩家吸引力大大降低，玩家游戏时间呈现“碎片化”特点。大量玩家涌入持续时间短、竞技性强的电竞网络游戏，掀起了一股全民电竞的热潮。而网络游戏竞技化，也成为行业未来发展的趋势以及一个新的经济增长点。

2017 年，我国电子竞技游戏市场实际销售收入达到 730.50 亿元，较 2016 年的 504.60 亿元同比增长 44.80%，占我国游戏市场实际销售收入的 35.88%。客



户端电子竞技市场已经进入成熟期，电子竞技生态逐渐形成。另一方面，移动电子竞技快速发展，成为电子竞技市场增长的主要推动力。《王者荣耀》等移动电子竞技产品的爆发，预示着移动电子竞技时代的到来。围绕移动电子竞技的赛事组织显著增多，并呈现多方战略合作“整合抱团”做大移动电子竞技赛事市场的态势。而移动端体育电竞市场，或将成为一片待开发的蓝海市场，但因为移动游戏生命周期短、产品收入波动大，导致整个市场的不稳定。未来，随着移动电子竞技精品的逐渐出现，上述市场状态有望得到改善。

网络游戏市场的进入门槛越来越高已经成为不争的事实，一是游戏运营投资的费用要求大大提高，一款MMOGPG游戏的前期推广费用少有5000万以下的。近年来的几款新游戏如《巨人》、《春秋 Q 传》等都耗资上亿，大规模的资金需求为新进入者设立了第一道门槛；二是大厂商游戏规则的门槛，主流厂商一旦发现新的直接竞争者进入，会采取一定手段予以打击，例如渠道控制，与主要渠道商签订排他性协议；三是越来越多的游戏实行免费模式，延长了游戏盈利周期，运营商必须做好长时间赔本赚人气的准备。此外，网络游戏市场存在较高的技术壁垒，即使是代理运营的产品，也必须具备很强的服务能力才能获得成功。

## （二）市场格局集中 细分领域有望突围

腾讯游戏作为国内最大的综合移动游戏厂商，在丰富的用户、研发和生态资源的基础上，持续保持市场统治力。在2019年上半年，腾讯游戏不仅打造了多款自研精品，还发行了大量产品。而从产品储备方面看，腾讯游戏仍有大量精品储备，能够为其市场统治力的维持提供充分的支撑。三七互娱则坚持精品路线，凭借在ARPG品类中积累的研发发行与运营经验，不断丰富自身产品矩阵。中手游、英雄互娱、FunPlus则分别不断拓展多元化产品，持续对细分市场进行发力。

## （三）企业综合运营能力成为关键因素

随着市场竞争的逐步加剧，要求企业不仅需要具备较强的游戏运营能力，而且企业需要不断提升自身的技术研发实力，才能够对企业盈利和市场地位提供保障。而综合来看，单一代理或者单一研发的企业都会导致自身发展更加局限，无法有效跟踪市场发展的变化、采取有效的竞争策略，从而很难在竞争中获得领先的优势。

### 三、技术、产品趋势

#### （一）公平竞技是竞争关键

随着移动游戏用户激增，移动电竞市场需求逐步扩大，根据不同用户偏好，移动电竞产品涌现出一系列精品化产品，首先通过端游电竞产品类型推出热门移动电竞产品类型，如因 MOBA 类端游电竞游戏《英雄联盟》的成功，腾讯继而推出的《王者荣耀》为代表的 MOBA 类移动电竞游戏，倍受移动电竞用户追捧。电竞游戏被众多体育组织认可并作为亚运会参赛项目，一方面验证了电竞的魅力，另一方面则证明了公平的竞技环境才是竞技类游戏的关键核心。

#### （二）国产原创网游市场占比提高

从产业发展趋势来看，在政策的有效引导和扶持下，国产原创网游的发展将会获得良好的环境支持，在技术研发、人才积累以及产品质量等方面都将有显著的提高，同时，游戏企业也将会投入更多力量进行研发团队培养和研发技术的提升，从而使得行业整体竞争实力明显增长，带来国产原创网游市场份额的进一步提高。

#### （三）玩家及服务商对研发技术的需求更加多元化

根据相关调研发现，玩家对游戏产品的技术需求方面，首先要求产品具备运行稳定、安全，其次要求客户端要具备游戏界面的真实与流畅。而网络游戏运营商为提升产品研发效率，同时降低研发及运营成本，要求自身还需具备研发的高效性，以及运营的可管理性。

### 四、商业模式趋势

#### （一）免费运营模式将全面取代收费模式

未来，免费运营模式将进一步普及，最终全面取代点卡收费模式，成为网游运营商最核心的商业模式。由于免费模式能够在保证用户流量的同时，充分挖掘用户的消费潜力，因此，对网游运营商而言，能够较快将游戏推向市场获得盈利。

除此之外，游戏终身免费的模式，能够彻底避免原有模式下，游戏一旦收费玩家规模大幅缩水的现象，尽管高用户流量对运营成本有一定提高，但从长远来看，用户流量为运营模式的拓展和丰富提供了更多的空间。例如，网络游戏的相关增值服务、网游中的场景和道具的嵌入式广告等等都必须依托强大的用户流量支持。

## （二）网络游戏媒体化进程加速，广告成为新的盈利增长点

网络游戏和广告被巧妙地结合起来，形成了一种以游戏为传播载体的广告新形式——植入式游戏广告（IGA）。网络游戏媒体化进程不可逆转，而目前阻碍可持续性增长的因素是还没有一个成熟的广告模式和强有力的广告销售平台。游戏植入式广告在国外已经迅猛发展。2007年，IGA在国内也开始崭露头角，网络游戏媒体化的商业价值，越来越受到网络游戏行业、广告业界和广告主的认同。

2008年，中国互联网用户数达到2.98亿，其中20%以上为网络游戏玩家，且以18岁到34岁的年轻人为主，这些人不仅是网络游戏的生力军，更是时尚消费品的主要消费者。IGA的优势可以更直接、更形象地传达广告主的传播意图。盛大、分众等游戏和广告领域的领先企业已经积极介入IGA领域。可以预见，IGA将成为网络游戏业未来的盈利亮点。

## 第四章 项目投资及经济效益估算

### 一、投资总额及使用计划

项目成本构成（万元）

项目	主要成本构成	金额
游戏 1	版权金	500.00
	研发分成	2,204.42
	人员及管理费用	650.00
	服务器托管费	455.00
	营销及推广费	1,820.00
	合计	5,629.42
游戏 2	版权金	300.00
	研发分成	2,105.96
	人员及管理费用	825.00
	服务器托管费	447.50
	营销及推广费	2,673.00
	合计	6,351.46

### 二、项目经济效益分析

#### （一）项目静态经济效益指标

该部分主要针对本项目预测期内每年平均税前、税后盈利情况，以及总体投资额带来的收益情况进行分析，从静态盈利的情况分析项目的可行性。

项目静态经济效益指标明细表（万元）

	指标	T+1	T+2	T+3	T+4
	游戏 1	销售收入	3,869.09	2,036.04	1,027.02
息税前利润		598.96	479.07	280.69	
年均息税前利润		452.91			
净利润		449.22	359.30	210.52	
年均净利润		339.68			
总投资额		5,629.42			
税前投资收益率		8.05%			
税后投资收益率		6.03%			
	指标	T+1	T+2	T+3	T+4
	游戏 2	销售收入	2,106.12	2,783.10	1,553.12
息税前利润		87.58	219.51	215.44	79.01
年均息税前利润		150.39			
净利润		65.69	164.63	161.58	59.26
年均净利润		112.79			
总投资额		6,351.46			
税前投资收益率		2.37%			
税后投资收益率		1.78%			

（二）项目动态经济效益指标

该部分系基于项目现金流量表测算的动态经济效益指标，预测期内每年盈利现金流，按照规定折现率 12%，进行每年现金流量的折现计算。从动态角度分析该项目的可行性。

项目动态经济效益指标明细表（万元）

	项目	指标
	游戏 1	净现值 NPV（税前）
净现值 NPV（税后）		711.58
回收期（税前）		9 个月
回收期（税后）		11 个月
	项目	指标
	游戏 1	净现值 NPV（税前）
净现值 NPV（税后）		393.56
回收期（税前）		10 个月
回收期（税后）		13 个月

（三）项目损益平衡分析

盈亏平衡点又称零利润点、保本点、盈亏临界点、损益分歧点、收益转折点。通常是指全部销售收入等于全部成本时（销售收入线与总成本线的交点）的产量。以盈亏平衡点的界限,当销售收入高于盈亏平衡点时企业盈利，反之，企业就亏损。盈亏平衡点可以用销售量来表示，即盈亏平衡点的销售量；盈亏平衡点也可

以用销售额来表示，即盈亏平衡点的销售额。该部分指标中主要影响因素是总成本费用、变动成本、固定成本、营业收入等因素。

项目盈亏平衡点分析(万元)

	项目	T+1	T+2	T+3	T+4
游戏 1	总成本费用	3,313.37	1,563.46	752.59	
	固定成本	2,083.00	916.00	270.00	
	变动成本	1,230.37	647.46	482.59	
	销售收入	3,869.09	2,036.04	1,027.02	
	盈亏平衡点营收	3,054.25	1,343.11	509.33	
	盈亏平衡点	78.94%	65.97%	49.59%	
	游戏 2	项目	T+1	T+2	T+3
总成本费用		2,036.46	2,584.89	1,346.46	383.65
固定成本		1,406.50	1,731.00	710.00	190.00
变动成本		629.96	853.89	636.46	193.65
销售收入		2,106.12	2,783.10	1,553.12	461.74
盈亏平衡点营收		2,006.73	2,497.16	1,202.97	327.24
盈亏平衡点		95.28%	89.73%	77.46%	70.87%

## 第五章 风险及控制措施

### 一、市场风险

随着游戏行业的迅速发展以及游戏对玩家体验的提升，游戏玩家对游戏质量的要求越来越高，玩家爱好的转变以及对于热点游戏的切换速度也越来越快，而新游戏开发和测试需要大量前期投入，试错成本高，若未能准确把握玩家喜好，顺应市场需求，则会影响公司的经营业绩。此外游戏行业的迅速发展，也带来了日趋激烈的行业内部竞争环境，而网络游戏以外的互联网娱乐行业也在加剧外部竞争，给公司带来了一定的市场竞争风险。

针对该风险，一方面公司将不断致力于提升管理水平和创新能力，加强用户的游戏体验，增加用户的粘性，保持竞争优势；另一方面，通过加大投入，持续开发出新的精品游戏，不断强化自身核心优势，扩大市场份额

### 二、行业和政策风险

网络游戏行业受文化和新闻出版、工业信息等部门监管，在中国境内从事移动网络游戏运营的，需要取得许可，存在不通过的风险。新开发的游戏需要在相关部门备案并通过出版行政部门审批，存在无法上线的风险。游戏内虚拟货币经营业务需取得额外批准或许可，我国尚未出台虚拟资产产权监管的法律法规，因

此政策上存在不确定性。

针对该风险，公司全力配合政府和管理机构的工作，确保业务和经营的合法合规，尽可能降低潜在的政策风险。同时对行业最新的法律法规保持关注，及时更新避免违规风险。

### 三、核心人员流失风险

稳定、高素质的游戏研发、运营和管理人才队伍是公司保持核心竞争优势的重要保障。如果公司不能有效建设核心人才队伍，对核心人员进行合理的激励和管理，保持人才队伍的创造力与活力，则会对公司的核心竞争力带来不利影响。

针对该风险，公司不断完善管理体系建设，注重人才引进和人才培养，建立了吸引人才、保留人才和激励员工的薪酬管理体系，此外，公司还实施股权激励计划，充分调动员工积极性，增强公司凝聚力。

## 第六章 项目建设可行性研究结论

本项目符合国家产业政策和公司发展需要，与本公司现有主营业务紧密相关。项目的实施将进一步提高公司产品性能与用户服务水平，促进公司的可持续发展；提高公司研发的产品化程度，促进产品的市场化，降低公司人员成本，提高项目实施效率，增强公司经营能力和核心竞争力。

### 一、公司具备项目运作所需的实施渠道、技术积累和营销网络人才储备

作为行业内老牌游戏上市公司，公司自成立以来一直专注从事网络游戏的研发和运营，经过多年发展，公司已经积累了丰富的经验及技术，此外，公司还与众多手机厂商，第三方游戏平台建立了平等互利的合作关系，为中青宝的游戏产品的推广奠定了良好的现有基础。

### 二、项目重要经济指标良好，效益突出

本项目各项重点经济技术指标良好，税后投资收益率：游戏 1 为 6.03%，游戏 2 为 1.78%，按照 12% 的风险必要报酬率计算其税后游戏 1 有 711.58 万元的净现值，游戏 2 有 393.56 万元的净现值，有较强的抵御风险的能力和较高的预期收益，将为公司增加新的盈利增长点。

综上所述，本项目符合产业政策，市场前景广阔，企业具备项目实施经验、

推广经验和各项管理能力，项目重要经济指标良好、效益突出，项目切实可行。

深圳中青宝互动网络股份有限公司

2019年9月23日