

中手游(00302)為內地領先IP遊戲發行商及開發商，無論開發量、IP儲備及累計收益都名列前茅。今期「公司專訪」請來中手游創始人冼漢迪，剖析中手游旗下手游大熱的秘訣，以及一探手游前景。

**洗**漢迪本身在投資銀行出身，在企業管理、金融領域已經擁有逾20年豐富經驗，但回想小時候打機的樂趣，便毅然於2009年創業，「人生一定要做一些自己喜歡的事！趁起自己細個鍾意打機，打機多過踢波。加上香港文化娛樂事業以前是蓬勃的，自己想將好的情懷變成遊戲，賣一種內容。這種精細化娛樂服務，可以是一個突破。」

冼漢迪指：「做了好的產品，也需要好好自己產品。所以，中手游都會加大宣傳力度，旗下遊戲會找代言人，也會在的士、地鐵、電視落廣告。中手游希望將街知巷聞的IP (Intellectual Property，知識產權) 打造成遊戲，令用家覺得好玩，是值得花時間的。」由中手游過去幾年收入持續大幅增長(見圖一)，足見冼漢迪的夢想與努力，逐步得到玩家認證和回報。

### IP要精挑細選

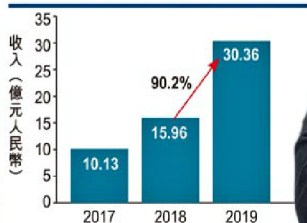
中手游至今擁有31個海內外知名授權IP，「集團仍在不斷推動洽淡及採購全球範圍內的各類優質IP，希望憑藉自身豐富的IP改編遊戲及營運經驗，吸引到更多夥伴。中手游未來仍會持續加強正版IP儲備，聚焦IP遊戲發行。」

IP題材是廣泛的，包括動漫、小說、遊戲、影視等。每個IP的篩選和價值評估都是根據其IP熱度、粉絲數量、改編性、持續曝光度等多項因素，綜合性評估。事實上，中手游單是在內地市場，已經有很多的粉絲。冼漢

# IP大王中手游 賣一種情懷

CMGE  
中手游

圖一 中手游(00302)收入持續上揚



迪指：「隨着手游慢慢出海，希望做到海外華人粉絲會鍾意中手游遊戲，始於睇日本漫畫大，又或者喜歡中國武俠小說，中手游某些遊戲可以打動他們，會產生共鳴。」

### 產品生命周期逾3年

手遊行業競爭激烈，惟中手游不少遊戲都大受歡迎，冼漢迪明言，在推出遊戲之前，會衡量該手遊是否會爆款，「要衡量所做的遊戲類型在市場中存在多少潛在用戶，以及市場規模有多大。」

事實上，若要細分手遊類型，可分為6大類別，分別為卡牌與放置、傳奇、戰棋、塔防、ARPG，以及無雙。冼漢迪稱：

圖二 中手游(00302)平均每月付費用戶大幅增加



「研發手遊前，要比對市場中的標桿產品，在美術、戰鬥、核心玩法、創新內容上是否存在優勢。而且，也要對核心、次核心和泛用戶進行調研，繼而驗證對

市場的判斷。」

因此，中手游不少具有代表性的產品平均生命周期超過3年以上，其中包括《航海王強者之路》、《火影忍者忍者大師》、《新仙劍奇俠傳》等生命周期更是長達4年。

玩家忠誠度強，中手游下了不少工夫。冼漢迪指，有5個重點要做好，才能提升玩家趣味，從而增加用戶付費(見圖二)，「首先要做好需求供給和遊戲平衡的把控，而產品內容亦需不斷更新替代，並且需有良好的遊戲內社交活動，而遊戲內的福利內容亦需調控。最後，當然是完善的遊戲售後服務。」中手游過去3年平均每月付費用戶(MPU)由2017年的48.8萬人，增至2019年的120萬人。同時，每名付費用戶每月平均收益(ARPPU)由2017年的170元(人民幣·下同)，增至2019年的211元。

雲遊戲發行業務方面，中手游已完成對雲遊戲技術服務商蔚領時代的Pre-A輪投資。中手游透過蔚領時代，推動中手遊雲平台搭建，包括旗下《仙劍》、《軒轅劍》、《大富翁》、《明星志願》系列。冼漢迪指：「中手游一直做App手遊，但隨着5G時代來臨，亦相應在雲遊戲布局。蔚領時代是專做雲遊戲，即將遊戲算法，放在雲端發生。目前，二、三線城市用較低端的手機，若較大型的手遊，手機就會跑唔郁。若將遊戲變成雲版本，這樣低端手機都能玩到，可接觸更多用戶。這正是中手游做的新嘗試。」

MT專訪  
中手游冼漢迪：  
年輕人夠Energetic  
將遊戲變成盈利分攤圖騰！

Money Times

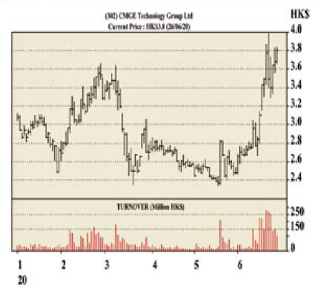


## 中手游下半年值得期待！

在疫情下，不少民眾都只能留在家中，最方便快捷的娛樂就是玩手遊。冼漢迪坦言：「騰訊(00700)、網易(09999)都創了高位，代表手遊股某程度上是反經濟周期，市道好與壞，大家都會玩遊戲。中手遊優勢是遊戲比較多，有73個線上遊戲，今年再推出38個，目前超過100個遊戲在全球發行。加上中手游旗下遊戲種類好多，而《火影》、《龍珠》等名氣夠大，所以玩家一直增加。」

中手游研發團隊有約415名，佔集團員工一半，而平均年齡只有26歲，更貼近市場趨勢(見QR Code)。中手游研發能力具備，加上下半年陸續有不少新遊戲推出，料盈利和收入可望得到可觀增長，不妨趁股價回調時收集。

### 中手游(00302)升勢凌厲



上周收報：3.8元 市值：88.5億元