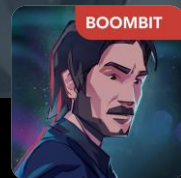
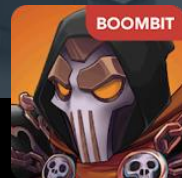


BOOMBIT

Podsumowanie Q1 2019

Maj 2019



Disclaimer.

Niniejszy dokument („Dokument”) został opracowany przez BoomBit S.A. Informacje zawarte w Dokumencie zebrano i przygotowano z dochowaniem należytej staranności, w oparciu o fakty i informacje pochodzące ze źródeł uznanych przez BoomBit S.A. za wiarygodne, w szczególności w oparciu o sprawozdanie finansowe za I kwartał 2019 r.

Żadna informacja zawarta w Dokumencie nie stanowi rekomendacji, porady inwestycyjnej, prawnej ani podatkowej ani też nie jest wskazaniem, iż jakakolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia i indywidualnie adresowana do instytucji lub jakichkolwiek innych osób, którym Dokument zostanie udostępniony. BoomBit S.A. nie gwarantuje kompletności informacji zawartych w Dokumencie oraz nie przyjmuje odpowiedzialności za skutki decyzji inwestycyjnych podjętych na podstawie Dokumentu. Odpowiedzialność za decyzje inwestycyjne i ewentualne szkody poniesione w ich wyniku ponosi wyłącznie podejmujący taką decyzję. Informacje zawarte w Dokumencie mogą się zdezaktualizować, a BoomBit S.A. nie zobowiązuje się do informowania o tym fakcie.

Dokument ma wyłącznie charakter promocyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu prawa cywilnego, oferty publicznej w rozumieniu przepisów o ofercie publicznej, propozycji nabycia, reklamy ani zaproszenia do nabycia akcji BoomBit S.A.

Żaden z zapisów Dokumentu nie tworzy zobowiązania do zawarcia jakiegokolwiek umowy lub powstania jakiegokolwiek stosunku prawnego, którego stroną byłby BoomBit S.A.

Globalny biznes gamingowy – w 100% oparty na analizie danych.

#1

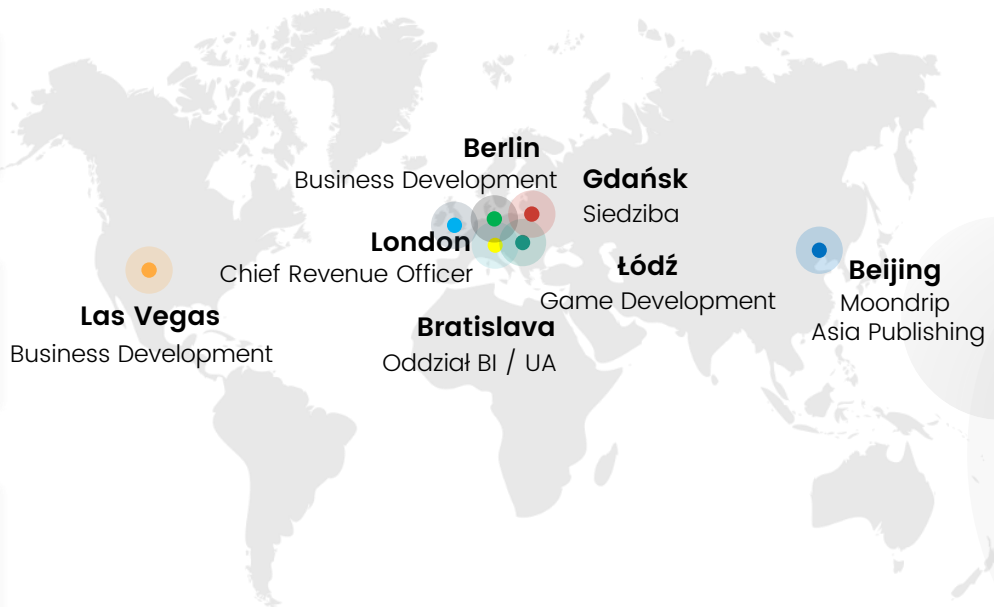
Globalny zespół z wieloma osiągnięciami

#2

Model biznesowy oparty na analizie danych

#3

Szeroki pipeline na lata 2019–20



60+

Gier z featuringiem AppStore

200+

Developerów

Elastyczny model biznesowy – dywersyfikacja działalności.

Gry rozwijane wewnątrz oraz Joint Ventures

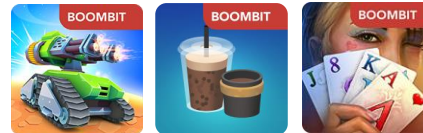
- Odnoszące sukces tytuły
- "CORE" – silniki optymalizujące produkcję gry
- Niskie koszty produkcji
- Model Rev Share / Umowy wydawnicze skierowane do deweloperów
- MoonDrip: strategiczne partnerstwo ze Stefanem Wangiem – byłym szefem produkcji gier mobilnych w Cheetah Mobile

Wydawanie gier zewnętrznych twórców

- Podejście oparte o analizę danych
- Koncentracja na grach w ostatniej fazie rozwoju z potwierdzonymi KPI's
- Wsparcie i wartość dodana ze strony ekspertów BoomBit'a

SUPERSCALE

- Źródło projektów o niskim profilu ryzyka z potwierdzonymi kluczowymi wskaźnikami efektywności (KPI)
- Bogate doświadczenie w skalowaniu gier GaaS
- Międzynarodowy zespół ekspertów



FROGMIND

BOOMBIT

Ewolucja modelu biznesowego.

Oparty o wzrost organiczny (GaaS)

Tylko własne gry

Krótki cykl życia (< rok)

Narzędzia cross-promo – duża baza graczy (12M MAU)

Bazowanie na przychodach z reklam – niski wskaźnik ARPU



1-3 Miesiące

Produkcja



~\$0.07+

ARPU

Oparty na analizie danych (GaaS)

Własne gry oraz gry zewnętrznych deweloperów

Długi cykl życia (+3 lata)

User Acquisition

Bazowanie głównie na IAP – wysoki wskaźnik ARPU



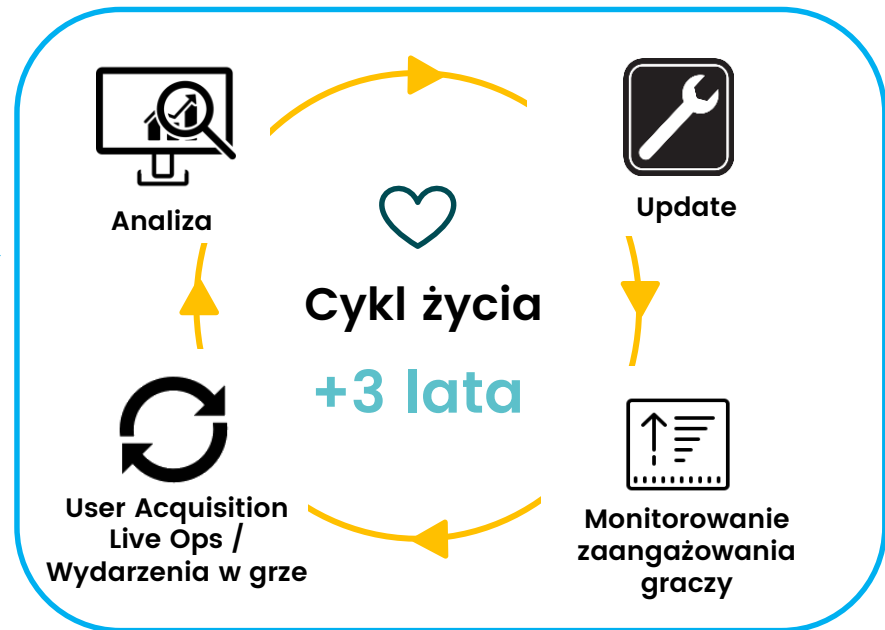
6-12 Miesiące

Produkcja



\$0.50+

ARPU



Podsumowanie Q1 2019.

Przejsie na model GaaS zakonczone w Q1 z trzema zyskowymi tytułami: Tanks A Lot!, Darts Club, Tiny Gladiators 2

zyskowymi tytułami: Tanks A Lot!, Darts Club, Tiny Gladiators 2

Gry GaaS odpowiadały za blisko **70%** przychodów w Q1 2019

7+ premier nowych gier GaaS do końca 2019

Całkowita wartość oferty: **35 mln PLN**

7,9 mln PLN przychodów z platform dystrybucyjnych w Q1 (wzrost o 212% r/r)

1,5 mln MAU gier GaaS w Q1 2019

Debiut na Gieldzie Papierów Wartościowych 14 maja 2019



Kluczowe Skonsolidowane Dane Finansowe.

| PLN k | Q1 2018 | Q1 2019 |
|--|---------|---------|
| Przychody ze sprzedaży | 16 256 | 8 207 |
| COGS | 4 336 | 6 910 |
| Wynik brutto ze sprzedaży | 11 920 | 1 297 |
| Koszty ogólnego zarządu* | 1 287 | 1 985 |
| EBIT | 10 633 | -688 |
| Wynik netto | 8 746 | -456 |
| Koszty one-off związane z procesem IPO i strukturyzowaniem Grupy | 355 | 200 |
| CAPEX | 2 059 | 5 364 |

- W Q1 2018 sprzedaż praw do gier Dancing Line i Dancing Ball za 13,1 mln zł
- Wzrost przychodów z reklam i mikropłatności o 5,4 mln zł r/r dzięki grom GaaS
- Stabilne przychody z pozostałych gier na poziomie ok. 2,5 mln zł kwartalnie

- Wzrost bazy kosztowej wynikający ze:
- strukturyzacji Grupy w roku 2018 (nowe spółki objęte konsolidacją)
 - wyższych kosztów business development
 - wzrostu kosztów wynagrodzeń
 - wyższych kosztów obsługi księgowej oraz audytu

- Wyższe nakłady w związku z rozbudową zdolności produkcyjnych - rozszerzenie i dywersyfikacja portfolio gier

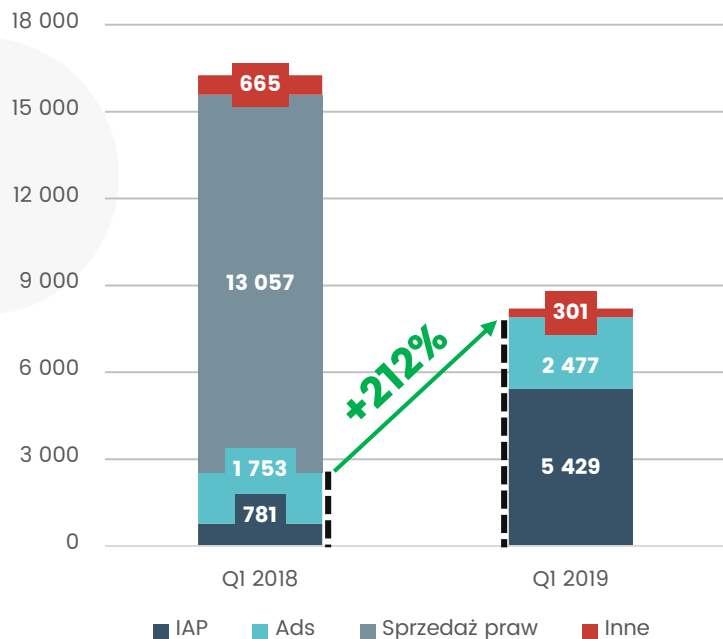
- Wzrost spowodowany głównie wyższymi kosztami User Acquisition, prowizji platform oraz revshare

- Brak istotnych wydań gier w Q1 2019
- Wzrost wydatków na UA, przy średnim okresie zwrotu na poziomie 60-90 dni
- Gry GaaS nie w pełni zeskalowane, w związku z przedłużającym się procesem IPO

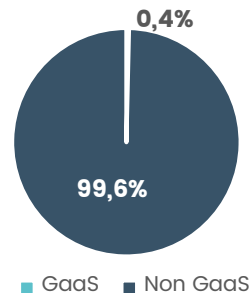
* w tym pozostałe przychody/koszty operacyjne

Przychody w Q1 2019.

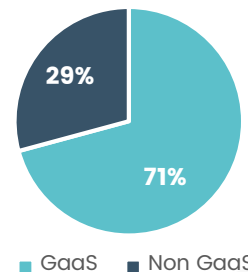
Przychody w Q1 2018 i Q1 2019 (tys. PLN)



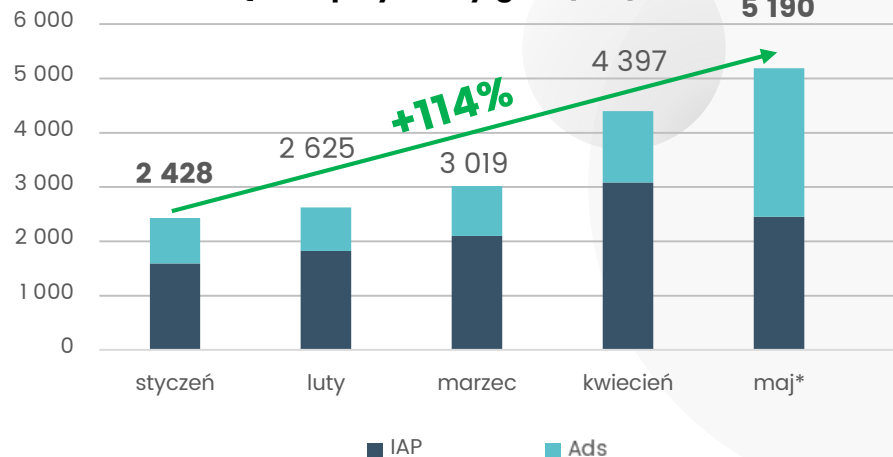
Przychody w Q1 2018



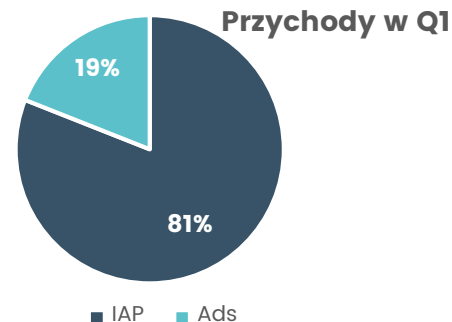
Przychody w Q1 2019



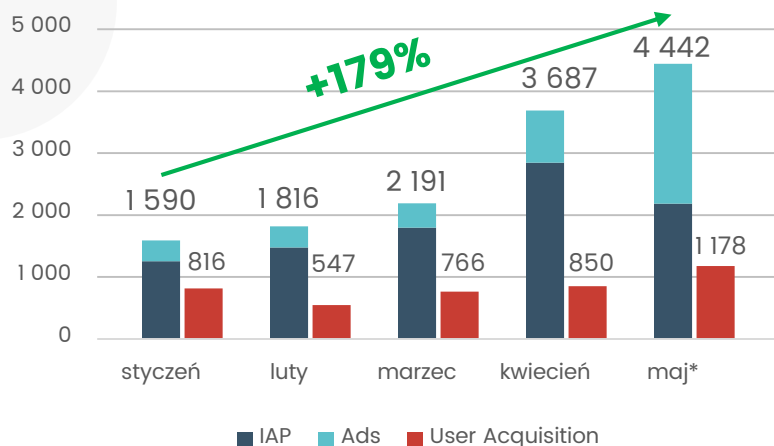
Łączne przychody gier (PLN)**



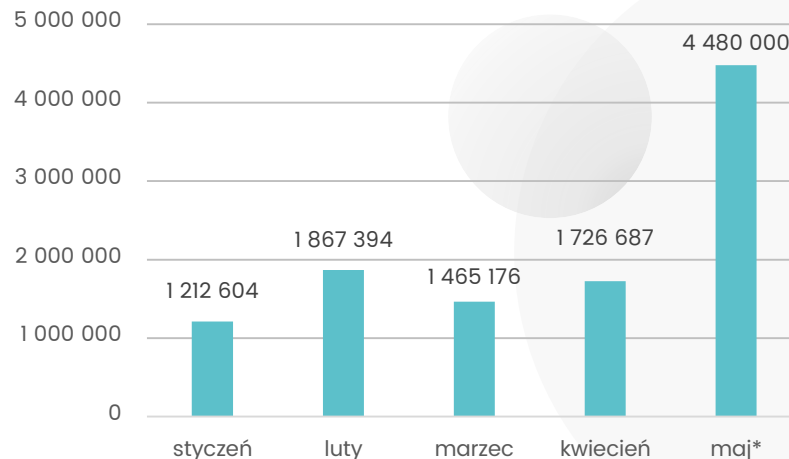
Nasze gry GaaS – przychody.



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)



MAU



BOOMBIT

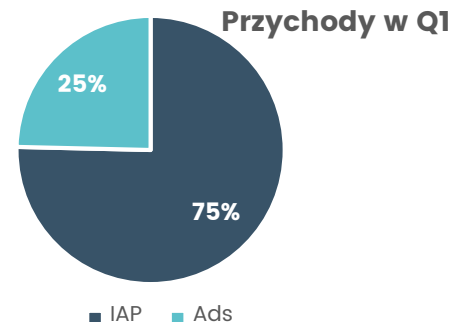
* Szacunki

** Wartości zaprezentowane na wykresie uwzględniają przychody z fazy soft launch, które zgodnie polityką rachunkowości Grupy są odnoszone na nakłady na prace rozwojowe

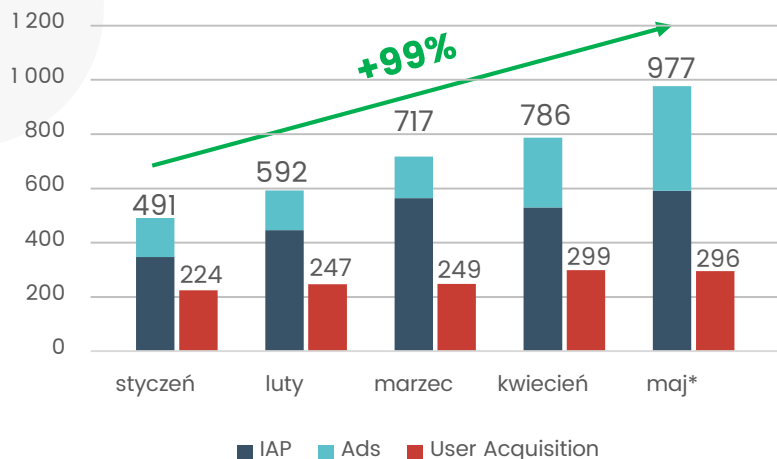
Nasze gry GaaS – Darts Club.



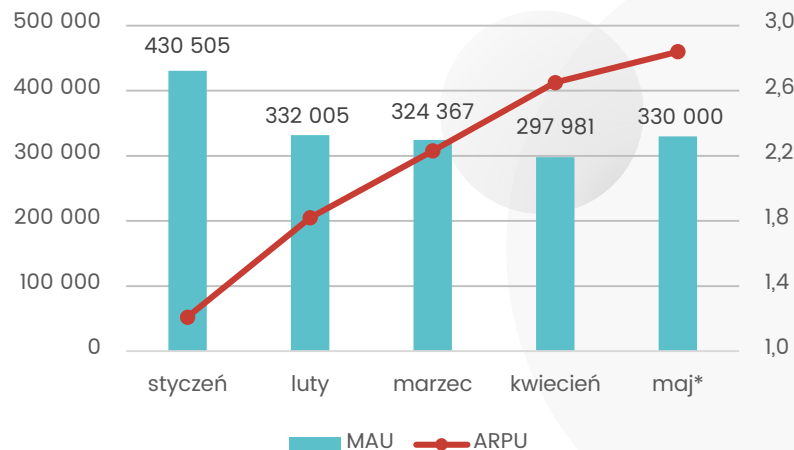
- Wzrost ARPU (135% w okresie styczeń-maj) związany z regularnymi aktualizacjami gry oraz skutecznymi kampaniami Live Ops poprawiającymi poziom monetyzacji
- Dwukrotnie wyższe przychody z gry przy zbliżonym UA w okresie od stycznia do maja



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)



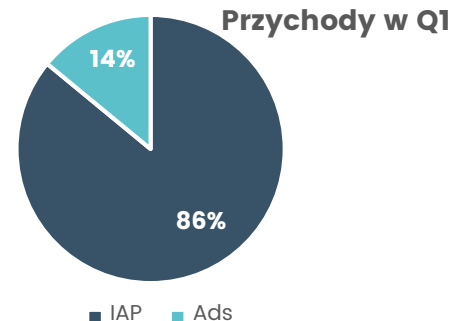
MAU i ARPU



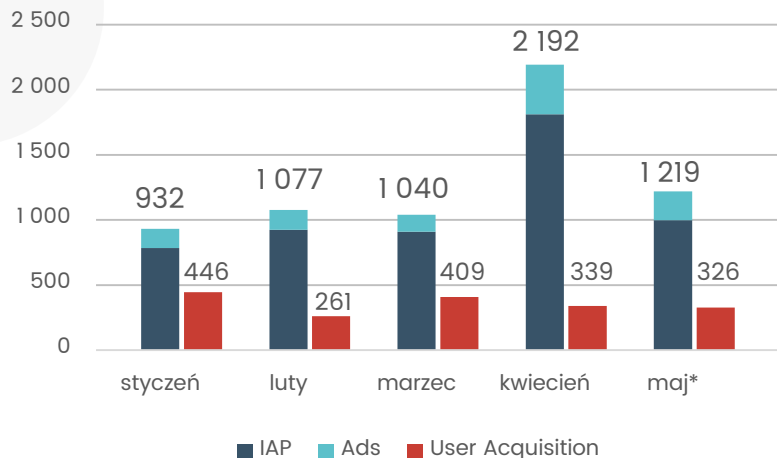
Nasze gry GaaS – Tanks A Lot!



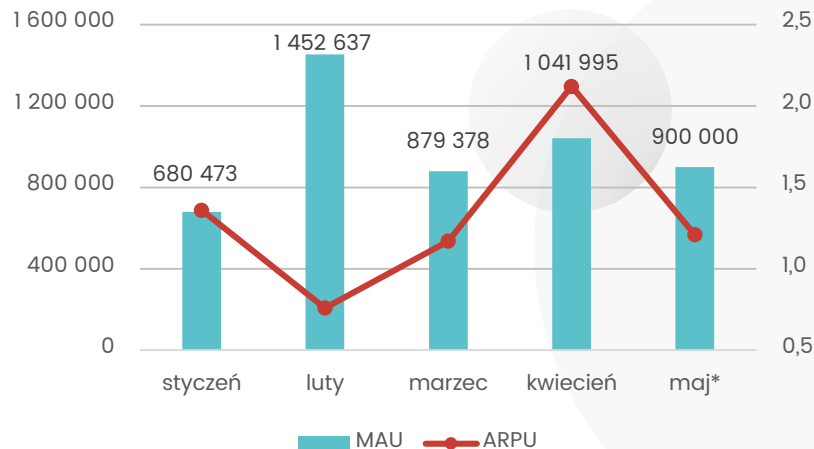
- Wzrost MAU oraz spadek ARPU w lutym związany z featuryngiem Google Play w krajach o niskiej monetyzacji (głównie w Rosji, Indiach, Brazylii, Turcji)
- Game of the Day w Apple App Store w Chinach w kwietniu (wzrost przychodów o 111% m/m)



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)



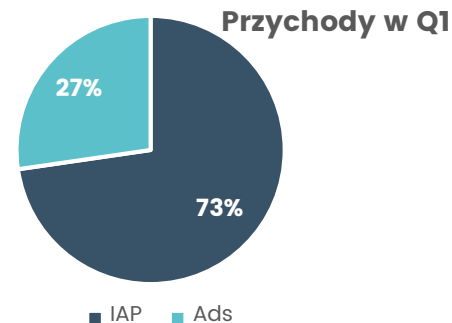
MAU i ARPU



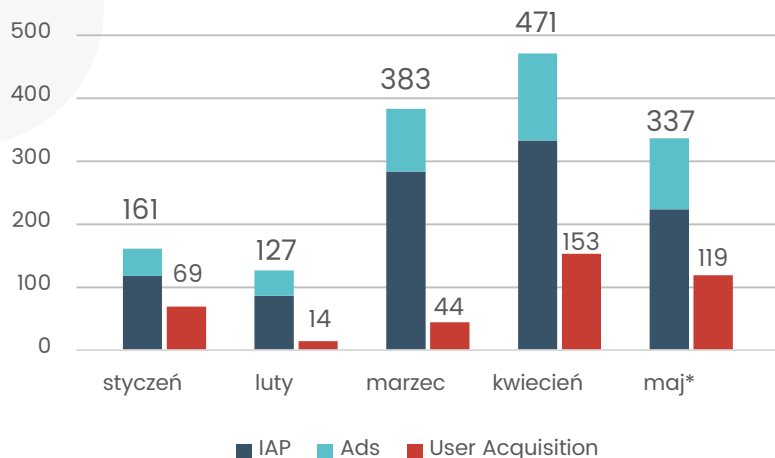
Nasze gry GaaS – Tiny Gladiators 2.



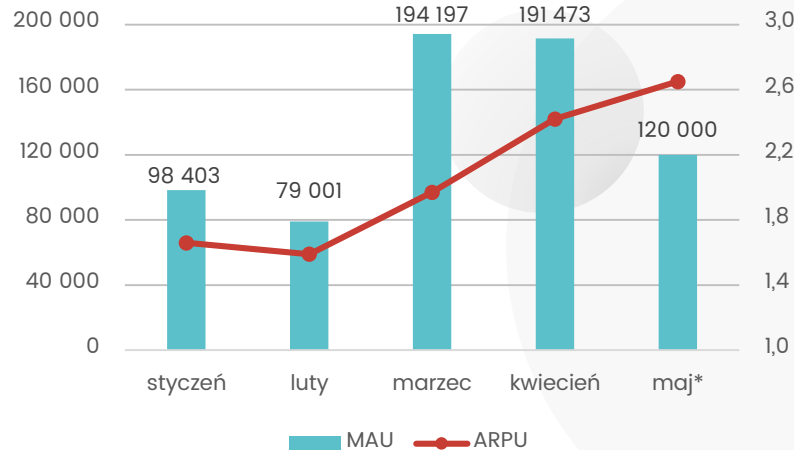
- Niższy parametr konwersji w maju związany z algorytmem sklepu Google, który zredukował liczbę użytkowników organicznych
- Aktualnie podejmowane są akcje optymalizacyjne (App Store Optimization) w celu powrotu do efektywności z marca i kwietnia



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)



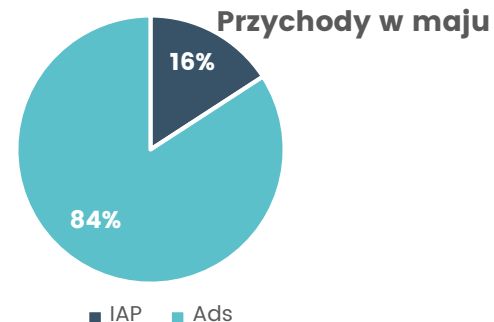
MAU i ARPU



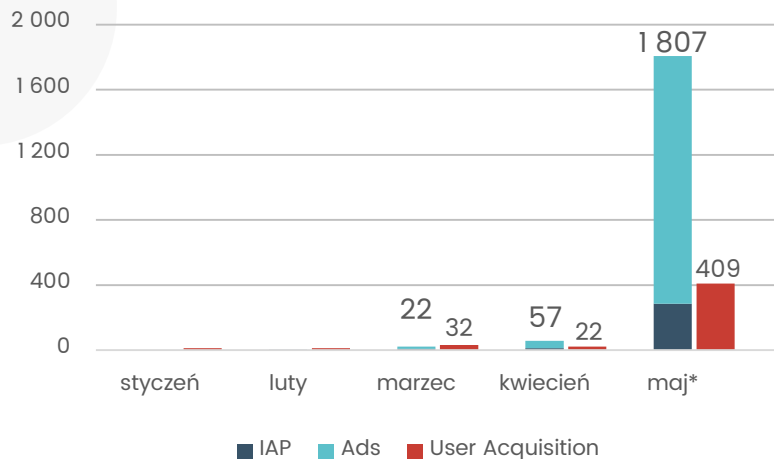
Nasze gry GaaS – Coffee Corp.



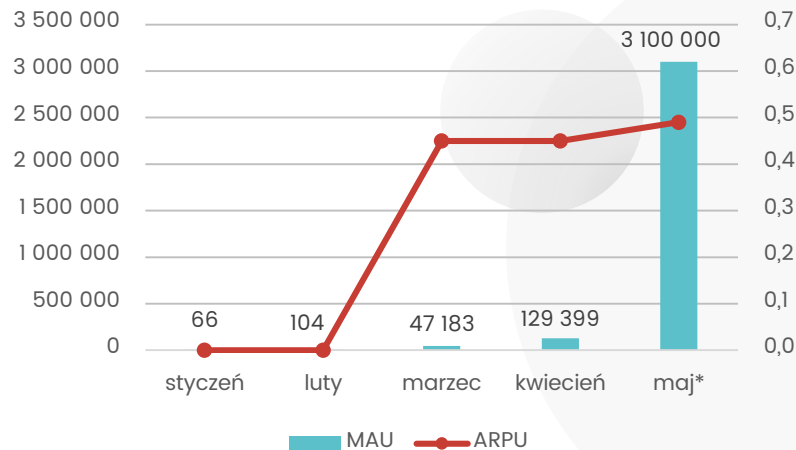
- Hard launch gry - 8 maja, featuring w sklepach Google oraz Apple
- Na chwilę obecną 84% przychodów pochodzi z reklam, aktualnie pracujemy nad poprawieniem parametru mikropłatności



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)**



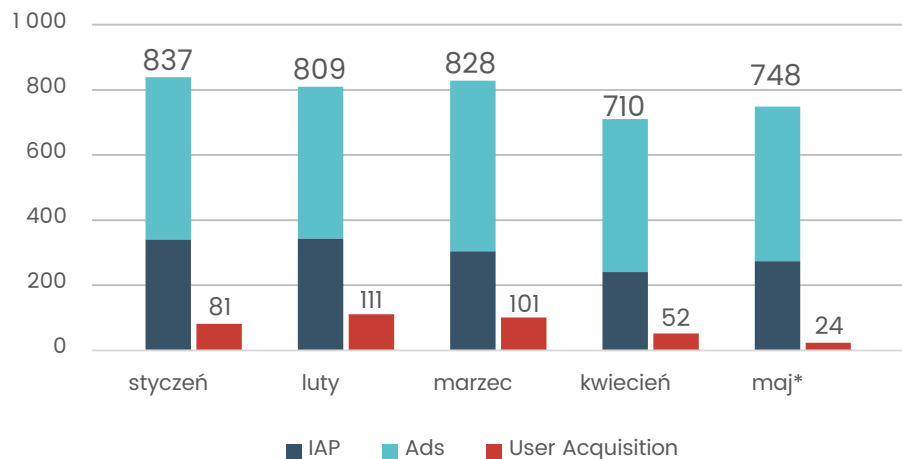
MAU i ARPU



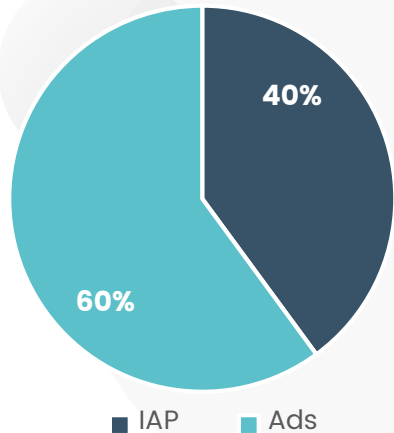
Nasze gry Non GaaS – przychody.



Ad, IAP i User Acquisition (tys. PLN)**



Przychody w Q1



- Stabilne przychody miesięczne w wys. ok. 700-800 tys. zł
- Reklamy głównym źródłem przychodów
- UA/Revenue ratio na poziomie 11,8% w Q1 2019 i 9,4% w 1-5M 2019

Koszty.

| Koszty wg rodzaju (PLN k) | Q1 2018 | Q1 2019 |
|--|--------------|---------------|
| Amortyzacja | 1 686 | 841 |
| Zużycie materiałów i energii | 88 | 124 |
| Usługi obce, w tym: | 2 882 | 11 072 |
| <i>User Acquisition</i> | 30 | 2 188 |
| <i>Prowizje platform dystrybucyjnych</i> | 479 | 1 651 |
| <i>Revshare</i> | 156 | 765 |
| Podatki i opłaty | 14 | 31 |
| Koszty świadczeń pracowniczych | 1 656 | 2 295 |
| Pozostałe koszty rodzajowe | 109 | 121 |
| SUMA | 6 435 | 14 484 |

- Zmiana metody amortyzacji od 2019 r.
- W Q1 2018 jednorazowa amortyzacja dotycząca sprzedanej gry Dancing Ball

- Wydatki na UA w Q1 2019 = cały rok 2018
- Ok. 90% wydatków na UA dotyczy gier GaaS

- Revshare dla twórców gier GaaS wydanych w II półroczu 2018

- Wzrost zatrudnienia
- Transformacja jednostki dominującej w spółkę akcyjną
- Rozliczenie księgowe płatności w formie akcji

- Wzrost kosztów związanych z wydanymi grammi GaaS
- Rozbudowa zdolności produkcyjnych
- Optymalizacja monetyzacji /game design
- Wyższe koszty business development
- Wyższe koszty obsługi księgowej oraz audytu

- Wyższe przychody z mikropłatności
- Split mikropłatności/reklamy w Q1 2019 70/30 vs 30/70 w Q1 2018

37,0% kosztów kapitalizowanych w Q1 2019 vs 32,0% w Q1 2018

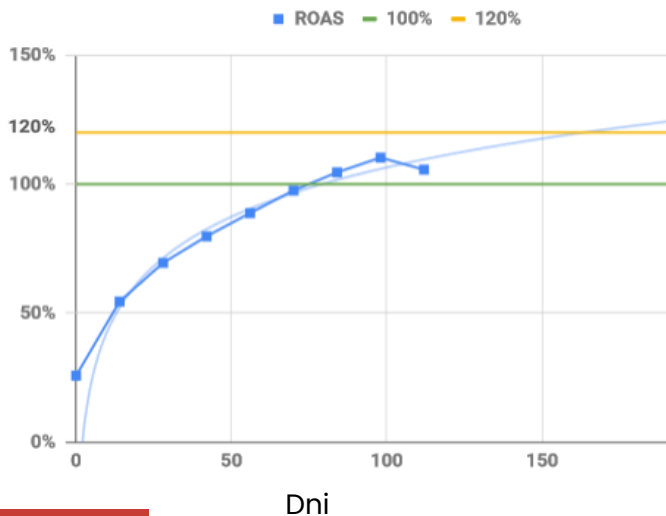
Nasze gry GaaS – Net ROAS.



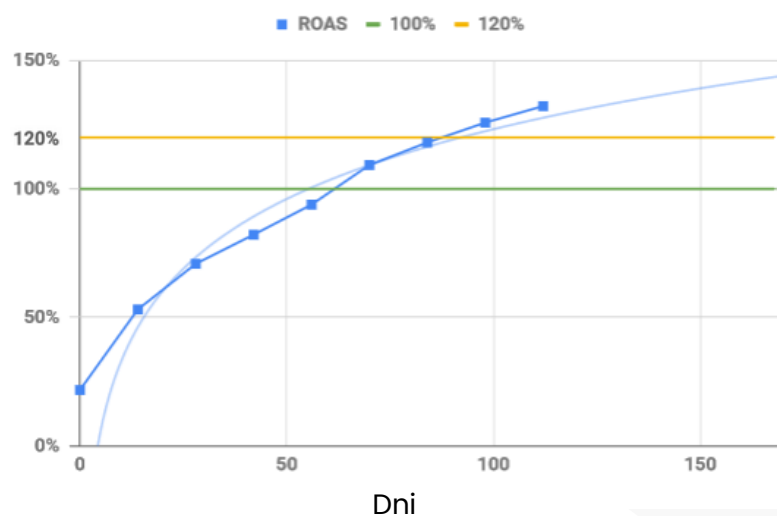
- Łączna inwestycja w User Acquisition: +1,2 mln USD
- Współczynnik User Acquisition / Revenue: 28%
- ROAS break-even około 60-tego dnia



Tanks A Lot! – krzywa Net ROAS



Darts Club – krzywa Net ROAS



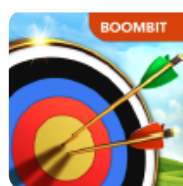
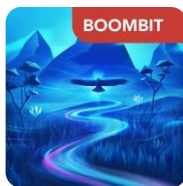
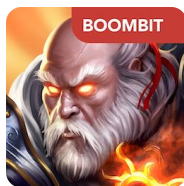
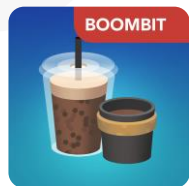
Gry GaaS - Pipeline.

- **7** nowych gier GaaS zostanie wydanych do końca 2019 roku
- **4** inne własne gry GaaS znajdują się w finalnej fazie produkcji
- **5** gier zewnętrznych twórców w różnych fazach negocjacji

Wydane

Faza Soft Launch

Faza produkcji



Q2 '19

Q3 '19

Q4 '19

BOOMBIT

User Acquisition w Grach GaaS – podejście oparte o real-time data.

Bardzo odmienne podejście w porównaniu do tradycyjnie prowadzonych kampanii marketingowych.

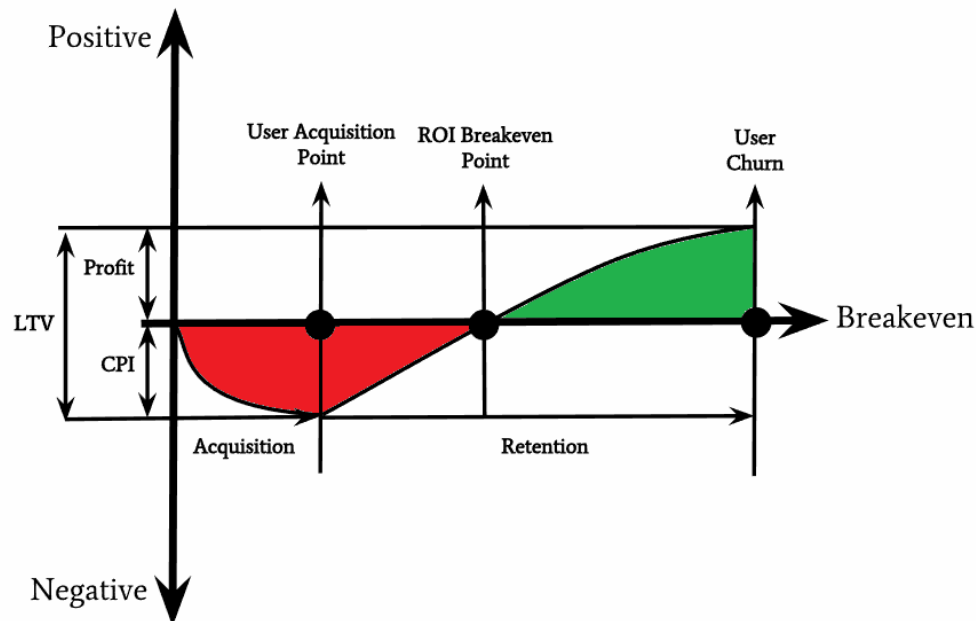
Wydajemy pieniądze TYLKO wtedy, gdy wiemy, że będzie to opłacalne.

Najgorszy scenariusz – nie prowadzimy UA.

Paid User Acquisition ROI Model

X axis = Time

Y axis = ROI



User Acquisition w Grach GaaS – podejście oparte o real-time data.

- ▶ **Setki mikro-kampanii (100 USD/dzień) zamiast jednego dużego wydatku**
 - Skuteczna strategia stop-loss zapobiega nierentownym wydatkom
 - Zwiększanie wydatków **TYLKO** w dochodowych kampaniach zapewnia zawsze opłacalne wydatki
- ▶ **Konserwatywne założenia co do progu rentowności i wydatków budżetowych**
 - Zaczynając od niskich progów rentowności przy niskich wydatkach, zwiększamy wydatki i wydłużamy okres osiągnięcia progu **TYLKO** przy potwierdzonym ROI
- ▶ **Real-time data dotyczące ROI**
 - Przejrzysty i stały dostęp do wyników osiągniętych na zainwestowanym kapitale

SuperScale - Growth Partnerships Business Model.

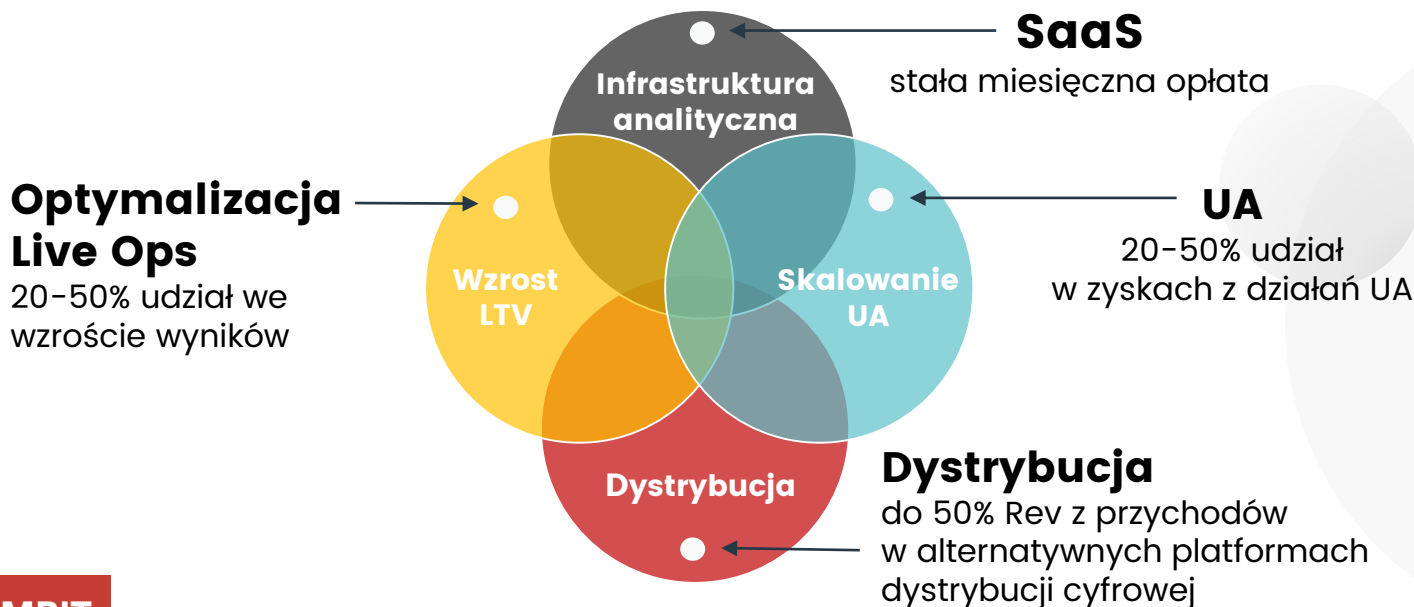
Generujemy **rentowny wzrost**.



FROGMIND



Pobieramy 20-50% z wygenerowanego wzrostu wyników.



SuperScale - Growth Partnerships Update.

Q1 2019



Q2 2019

- ✓ Upgrade modelu współpracy z dotychczasowymi klientami z SaaS do SaaS + Profit Share
- ✓ Podpisana umowa z FingerSoft na Analitykę / Live Ops
- ✓ Negocjowanie umowy na Analitykę / UA gry "Rumble Stars" Frogmind'a
- ✓ Negocjowanie umowy na Analitykę i UA gry "Battle Legion" Traplight'a
- ✓ Opłacalne skalowanie i prowadzenie kampanii UA gry Transit King na poziomie kilkuset tys. PLN w Q1, kontynuacja w Q2 2019

- ✓ Podpisana umowa z Frogmind na Analitykę / UA gry "Rumble Stars"
 - Gra znalazła się w zestawieniu Top 100 Grossing w 63 krajach
- ✓ Podpisana umowa z Traplight na Analitykę / UA gry "Battle Legion"
- ✓ Podpisane nowe umowy partnerskie na skalowanie gier:
 - "About a Hero" - BeeSquare Games
 - Nowy tytuł - Ragequit Games
 - "Bullet League" - Funday Factory
 - "Project Blue Book" - Three Gates
 - Nowy tytuł - Action Reaction
 - Nowy tytuł - Tater Games

MoonDrip – nadchodzące premiery.

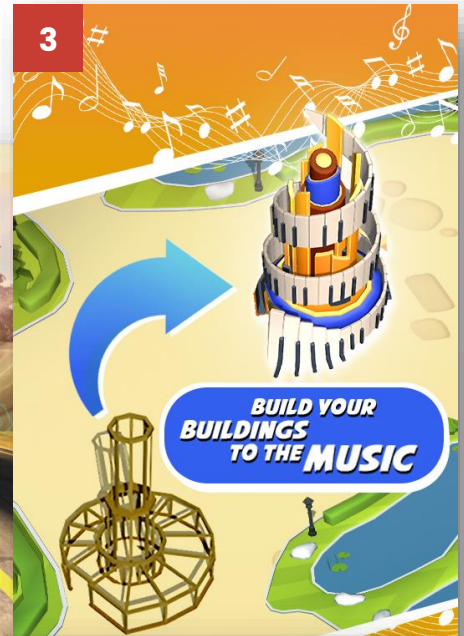
1 DANCING DREAMER

2 DRIVING SCHOOL

3 MUSIC CITY BUILDER

4 RACING GAME

BOOMBIT



Podsumowanie perspektyw Q2 i H2 2019.

- 7+ PREMIER NOWYCH GIER GAAS
- ZWIĘKSZENIE INWESTYCJI W UA DZIĘKI ŚRODKOM POZYSKANYM Z EMISJI AKCJI

SUPERSCALE

- SKALOWANIE POSIADANEGO PORTFOLIO GIER
- PODPISYWANIE UMÓW NA SKALOWANIE NOWYCH TYTUŁÓW

CHINY

- ROZPOCZĘCIE SZEREGU KAMPANII UA Z LOKALNYMI PARTNERAMI

- WSPIERANIE PRODUKCJI GIER NON GAAS, KTÓRE GWARANTUJĄ POWTARZALNE PRZYCHODY

BOOMBIT

18

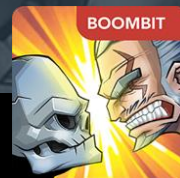
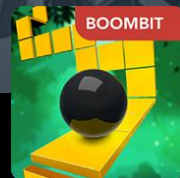
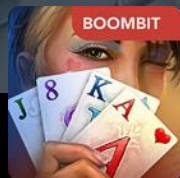
DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!

Kontakt

Marek Bugdoł

+48 575 896 041

boombit@innervalue.pl



Rachunek zysków i strat.

| (PLN k) | Q1 2018 | Q1 2019 |
|--|---------------|--------------|
| Przychody ze sprzedaży usług | 16 256 | 8 207 |
| Koszt własny sprzedaży | (4 336) | (6 910) |
| Zysk brutto ze sprzedaży | 11 920 | 1 297 |
| Koszty ogólnego zarządu | (1 041) | (2 210) |
| Przychody operacyjne pozostałe | - | 231 |
| Koszty operacyjne pozostałe | (246) | (6) |
| Wynik z działalności operacyjnej | 10 633 | (688) |
| Koszty finansowe | - | (110) |
| Udział w zyskach (stratach) netto we wspólnych przedsięwzięciach | - | 217 |
| Wynik przed opodatkowaniem | 10 633 | (581) |
| Podatek dochodowy | (1 887) | 125 |
| Wynik netto roku obrotowego | 8 746 | (456) |

Bilans.

| (PLN k) | 31.12.2018 | 31.03.2019 |
|---|---------------|---------------|
| Aktywa trwałe | | |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 1 520 | 1 475 |
| Nakłady na prace rozwojowe | 22 488 | 26 876 |
| Wartość firmy | 13 833 | 14 437 |
| Inwestycje we wspólnych przedsięwzięciach | 6 | 284 |
| Aktywa finansowe pozostałe | 205 | 248 |
| Aktywo z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 931 | 1 109 |
| Należności pozostałe i rozliczenia międzyokresowe | 1 070 | 930 |
| | 40 053 | 45 359 |
| Aktywa obrotowe | | |
| Należności handlowe | 3 541 | 5 481 |
| Należności z tytułu podatku dochodowego | 910 | 1 254 |
| Należności pozostałe i rozliczenia międzyokresowe | 2 180 | 2 473 |
| Należności z tytułu leasingu finansowego | - | - |
| Aktywa finansowe pozostałe | 474 | 824 |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 2 594 | 1 348 |
| | 9 699 | 11 380 |
| Aktywa przeznaczone do sprzedaży | - | - |
| RAZEM AKTYWA | 49 752 | 56 739 |

| (PLN k) | 31.12.2018 | 31.03.2019 |
|---|---------------|---------------|
| KAPITAŁ WŁASNY | | |
| Kapitał własny przypadający na udziałowców jednostki dominującej | | |
| Kapitał zakładowy | 6 000 | 6 000 |
| Kapitał ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej | 9 205 | 9 205 |
| Różnice kursowe z przeliczenia jednostki zagranicznej | 619 | 1 030 |
| Kapitały pozostałe | 1 674 | 1 674 |
| Zatrzymane zyski | 8 888 | 17 283 |
| Wynik finansowy bieżącego okresu | 8 395 | (545) |
| | 34 781 | 34 647 |
| Kapitał przypadający na udziały niekontrolujące | (21) | 68 |
| RAZEM KAPITAŁ WŁASNY | 34 760 | 34 715 |
| ZOBOWIĄZANIA | | |
| Zobowiązania długoterminowe | | |
| Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 3 338 | 3 352 |
| | 3 338 | 3 352 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | | |
| Zobowiązania finansowe pozostałe | 1 549 | 5 423 |
| Zobowiązania handlowe | 5 119 | 8 245 |
| Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego | 204 | 230 |
| Zobowiązania pozostałe | 4 782 | 4 774 |
| | 11 654 | 18 672 |
| RAZEM ZOBOWIĄZANIA | 14 992 | 22 024 |
| RAZEM KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA | 49 752 | 56 739 |

Cash flow.

| (PLN k) | Q1 2018 | Q1 2019 |
|---|--------------|--------------|
| Wynik przed opodatkowaniem | 10 633 | (581) |
| Korekty: | (4 844) | 1 674 |
| Udział w zyskach (stratach) we wspólnych przedsięwzięciach | - | (217) |
| Amortyzacja | 1 686 | 841 |
| Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych | 127 | 306 |
| Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy) | - | 71 |
| Zmiana stanu należności | 13 287 | (2 093) |
| Zmiana stanu zobowiązań, z wyjątkiem pożyczek i kredytów | (17 904) | 3 118 |
| Zmiana stanu pozostałych aktywów | - | - |
| Inne korekty z działalności operacyjnej | - | - |
| Podatek dochodowy | (2 040) | (352) |
| Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej | 5 789 | 1 093 |

| (PLN k) | Q1 2018 | Q1 2019 |
|---|----------------|----------------|
| Działalność inwestycyjna | | |
| Środki pieniężne z nabycia spółek | 10 235 | - |
| Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i aktywów niematerialnych | (220) | (30) |
| Nakłady na prace rozwojowe | (2 059) | (5 364) |
| Udzielone pożyczki | - | (374) |
| Nabycie udziałów | (2) | (60) |
| Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | 7 954 | (5 828) |
| Działalność finansowa | | |
| Wpływy z kredytów i pożyczek | - | 2 690 |
| Wpływy z factoringu | - | 1 170 |
| Dywidendy i inne wpłaty na rzecz właścicieli | (2 000) | - |
| Odsetki | - | (76) |
| Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej | (2 000) | 3 784 |
| Przepływy pieniężne netto razem | 11 743 | (951) |
| Różnice kursowe netto na środkach pieniężnych i ekwiwalentach | (38) | (295) |
| Środki pieniężne na początek okresu | 1 301 | 2 594 |
| Środki pieniężne na koniec okresu | 13 006 | 1 348 |

Słownik skrótów i pojęć branżowych.

| Termin | Skrót | Definicja |
|------------------------------------|-------------|--|
| Advertisement | Ads | Reklamy wyświetlające się w grach i aplikacjach mobilnych. |
| Average Revenue Per User | ARPU | Średni przychód w przeliczeniu na jednego użytkownika w określonej jednostce czasu. |
| Cost per Install | CPI | Koszt nakładów marketingowych poniesionych na pozyskanie jednego użytkownika. |
| Game as a Service | GaaS | Model produkcji i wydawania gier oparty na dogłębnej analizie danych i optymalizacji kluczowych wskaźników. |
| Game as a Product | GaaP | Model produkcji i wydawania gier oparty głównie na organicznym wzroście i przychodach z reklam. |
| Gross revenue | | Przychody w tym koszty platformy (Google i Apple). |
| Hard Launch | HL | Moment, w którym produkt zostaje udostępniony globalnie za pośrednictwem cyfrowych platform dystrybucyjnych oraz rozpoczyna się jego oficjalna promocja. |
| In App Purchase | IAP | Mikropłatności w grach. |
| Lifetime value | LTV | Szacowana łączna wartość przychodów wygenerowana od statystycznego gracza. |
| Monthly Active Users | MAU | Liczba aktywnych użytkowników w ujęciu miesięcznym. |
| Net revenue | | Przychody pomniejszone o koszty platformy (Google i Apple). |
| Return on Advertising Spend | ROAS | Zwrot wydatków, które zostały poniesione na reklamę. |
| Soft Launch | SL | Wydanie gry dla ograniczonej grupy odbiorców i/lub na ograniczoną liczbę platform sprzętowych w celu zebrania ocen, zbadania reakcji użytkowników końcowych na proponowaną formę i zawartość gry oraz weryfikację kluczowych parametrów monetyzacji przed rozpoczęciem globalnej promocji. |
| User Acquisition | UA | Pozyskiwanie graczy (płatne). |