

The logo for HUUUGE, featuring the word 'HUUUGE' in a bold, white, sans-serif font inside a white rectangular border.

Play Together.

Jesteśmy dynamiczną spółką z branży **gier i technologii**, realizującą strategię “buduj i kupuj”, oznaczającą wzrost organiczny oraz budowanie partnerstw wydawniczych.

Wyniki za II kw.

2021 r.

wrzesień 2021 r.

Zastrzeżenia prawne

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez Huuuge, Inc. („Spółka”). Czytając Prezentację zobowiązują się Państwo do przestrzegania przedstawionych poniżej ograniczeń.

Niniejsza Prezentacja powinna być traktowana przez odbiorcę jako ściśle poufna. Niniejszej Prezentacji, żadnej jej części ani informacji w niej zawartych nie można powielać, rozprowadzać, przekazywać ani w inny sposób ujawniać, bezpośrednio lub pośrednio, jakiegokolwiek innej osobie, w całości, ani w części.

Jeżeli odbiorca uzyska dostęp do niniejszej Prezentacji przez pomyłkę lub nie jest jej adresatem ani osobą upoważnioną do korzystania z niej, uprasza się o uwzględnienie poufnego charakteru niniejszej Prezentacji i niezwłoczny kontakt ze Spółką w celu zwrócenia Prezentacji Spółce.

Niniejsza prezentacja nie stanowi oferty sprzedaży papierów wartościowych ani zapisów na nie, ani też nie stanowi zachęty do złożenia oferty kupna lub zapisów na papiery wartościowe. Niniejsza Prezentacja jest udostępniana wyłącznie w celach informacyjnych. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani części oferty i nie powinna być interpretowana jako oferta, nakłanianie lub zaproszenie do sprzedaży lub emisji; oferta, nakłanianie lub zaproszenie do subskrypcji, gwarantowania emisji, kupna lub innej formy nabycia papierów wartościowych Spółki lub którejkolwiek z jej spółek zależnych w jakiegokolwiek jurysdykcji, ani jako zachęta/rekomendacja do podjęcia działalności inwestycyjnej w jakiegokolwiek jurysdykcji. Niniejsza Prezentacja ani żadna jej część, ani fakt jej dystrybucji lub publikowania nie stanowią podstawy jakiegokolwiek umowy, zobowiązania ani decyzji inwestycyjnej i nie należy się na nich opierać przy podejmowaniu wymienionych działań lub decyzji.

Informacje zawarte w niniejszej Prezentacji mają jedynie charakter wstępny i orientacyjny, i nie służą przedstawieniu faktycznych informacji wymaganych do oceny Spółki, jej sytuacji finansowej lub jakiegokolwiek decyzji inwestycyjnej. Niniejsza Prezentacja nie ma na celu udzielenia porady księgowej, prawnej ani podatkowej i nie należy się na niej opierać w wymienionym zakresie; nie stanowi też rekomendacji inwestycyjnej. Niniejsza Prezentacja jest przedstawiana łącznie z prezentacją ustną i nie należy jej rozpatrywać w oderwaniu od kontekstu.

Żadnych informacji zawartych w niniejszej prezentacji nie należy traktować jako porady inwestycyjnej ani rekomendacji inwestycyjnej. Informacje zawarte w Prezentacji nie zostały zweryfikowane w sposób niezależny. Nie składa się żadnych oświadczeń, ani nie udziela się żadnych gwarancji ani zobowiązań co do rzetelności, dokładności, kompletności lub poprawności informacji bądź opinii zawartych w niniejszym dokumencie, w sposób wyraźny ani dorozumiany, i nie należy na nich polegać.

Kwestie omówione w niniejszej Prezentacji mogą stanowić stwierdzenia prognozujące. Stwierdzenia prognozujące to stwierdzenia inne niż stwierdzenia faktów historycznych. Stwierdzenia, które zawierają słowa „oczekiwać”, „zamierzać”, „planować”, „wierzyć”, „projektować”, „przewidywać”, „będzie”, „celować”, „zamierzać”, „może”, „być może”, „kontynuować” i podobne stwierdzenia o charakterze przyszłym lub odnoszącym się do przyszłości wskazują na stwierdzenia prognozujące. Stwierdzenia prognozujące obejmują w szczególności stwierdzenia dotyczące wyników finansowych, strategii biznesowej, planów i celów Spółki związanych z jej przyszłą działalnością (obejmuje to również potencjał rozwoju). Wszystkie stwierdzenia prognozujące zawarte w niniejszej Prezentacji dotyczą spraw, które wiążą się ze znanym i nieznanym ryzykiem, wątpliwościami oraz innymi czynnikami, które mogą spowodować, że rzeczywiste wyniki, wydajność lub osiągnięcia Spółki będą znacząco różnić się od tych wskazanych w tego rodzaju stwierdzeniach prognozujących oraz od wyników, wydajności lub osiągnięć Spółki w przeszłości. Przedmiotowe stwierdzenia prognozujące operacją się na różnych założeniach i szacunkach dotyczących przyszłych wydarzeń, w tym na licznych założeniach dotyczących obecnych i przyszłych strategii biznesowych. Spółka uważa, że te szacunki i założenia są uzasadnione, jednak mogą się one okazać nieprawidłowe.

Informacje, opinie i stwierdzenia prognozujące przedstawione w niniejszej Prezentacji są aktualne wyłącznie na datę Prezentacji i mogą ulec zmianie bez wcześniejszego zawiadomienia. Spółka, jej dyrektorzy, agenci, pracownicy i doradcy nie mają zamiaru i jednoznacznie zrzekają się jakiegokolwiek obowiązku lub zobowiązania do tworzenia lub rozpowszechniania jakichkolwiek suplementów, poprawek, aktualizacji lub korekt jakichkolwiek informacji, opinii lub stwierdzeń prognozujących zamieszczonych w niniejszej Prezentacji, aby odzwierciedlały one wszelkie zmiany wydarzeń, warunków lub okoliczności. W zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy prawa, Spółka ani żaden z jej podmiotów stowarzyszonych, doradców lub przedstawicieli nie ponoszą jakiegokolwiek odpowiedzialności za jakiegokolwiek straty wynikające z jakiegokolwiek wykorzystania niniejszej Prezentacji lub jej treści w inny sposób powstałe w związku z niniejszą Prezentacją (wynikające z zaniedbania lub z innej przyczyny)

Niniejsza Prezentacja nie jest przeznaczona do rozpowszechniania ani wykorzystania przez jakąkolwiek osobę lub podmiot w jakiegokolwiek jurysdykcji, w której taka dystrybucja lub wykorzystanie były sprzeczne z lokalnym prawem lub przepisami bądź w której wspomniane działania wiązałyby się dla Spółki lub któregoś z jej podmiotów stowarzyszonych z kwestiami zezwoleń, zgłoszeń, licencjonowania bądź innych wymogów rejestracyjnych wynikających z mającego zastosowanie prawa. Nieprzestrzeganie tego ograniczenia może stanowić naruszenie obowiązujących w Stanach Zjednoczonych przepisów dotyczących papierów wartościowych. Osoby, które wejdą w posiadanie niniejszej Prezentacji powinny przestrzegać wszystkich powyższych ograniczeń.

Kierownictwo



Anton Gauffin
Prezes
(CEO, Założyciel)



Elad Kushnir
Dyrektor Operacyjny
(COO)



Grzegorz Kania
Dyrektor Finansowy
(CFO)



Tal Shoham
Dyrektor Marketingu
(CMO)

II kw. 2021 r. – Podsumowanie



Kolejny kwartał rekordowo wysokich przychodów zarówno z flagowych gier, jak i z nowych gier.



Przejęcie Traffic Puzzle przebiega bardzo dobrze, a gra nadal osiąga świetne wyniki. Jesteśmy zadowoleni z tej inwestycji.



Jesteśmy na dobrej drodze aby osiągnąć wynik EBITDA zgodny z oczekiwaniami rynku.

+10% r/r

Wzrost przychodów
w II kw. 2021 r.

+36% r/r

ARPDAAU
flagowe gry

8,4%

Rekordowo wysoka
konwersja flagowych gier

12%

nowe gry jako %
całkowitych przychodów



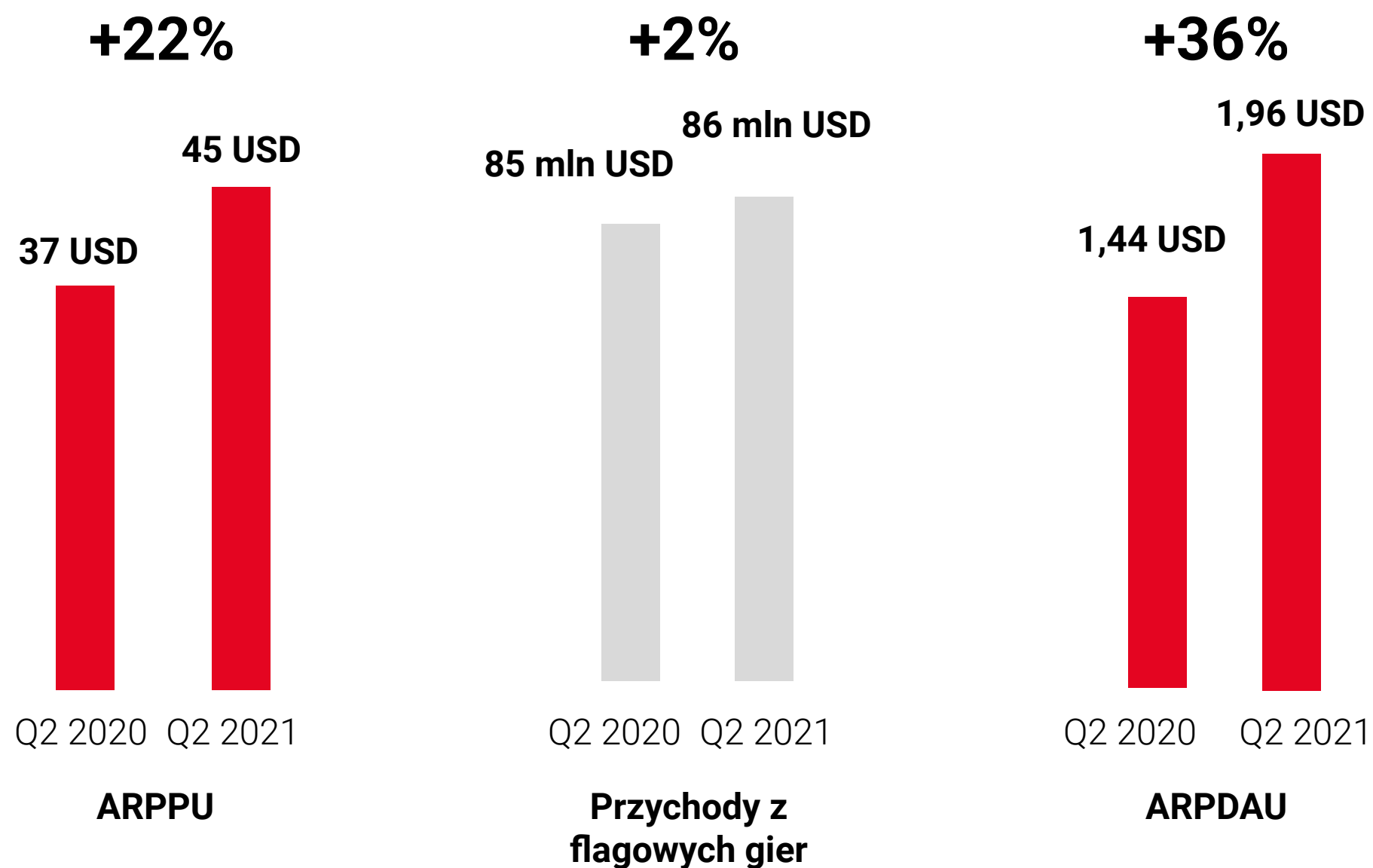
Informacje o bieżącej działalności

II kw. 2021



Flagowe gry

Dalsza poprawa już wiodących w branży wskaźników monetyzacji



- **Rekordowo wysokie przychody**
- Doskonałe wskaźniki monetyzacji, płacący gracze zostają i płacą więcej
- Wzrost wskaźnika konwersji o 1,2 p.p. r/r do 8,4%.
- Konsekwentna realizacja planu wraz z dodawaniem światowej klasy contentu (nowe maszyny typu slot)
- Dalsze inwestycje w technologiczne możliwości monetyzacji i działalność dotyczącą gier dzięki HUUUGE Fuel



Huuuge Casino – najlepsze automaty

Dołącz do klubu i wygraj kumulację!

Free · Offers In-App Purchases

[View in Mac App Store ↗](#)

Co nowego?

- Edycja Casino Fever City!
- Nowe fantastyczne automaty!

 Add to Wishlist

Ratings and Reviews

4.4 out of 5

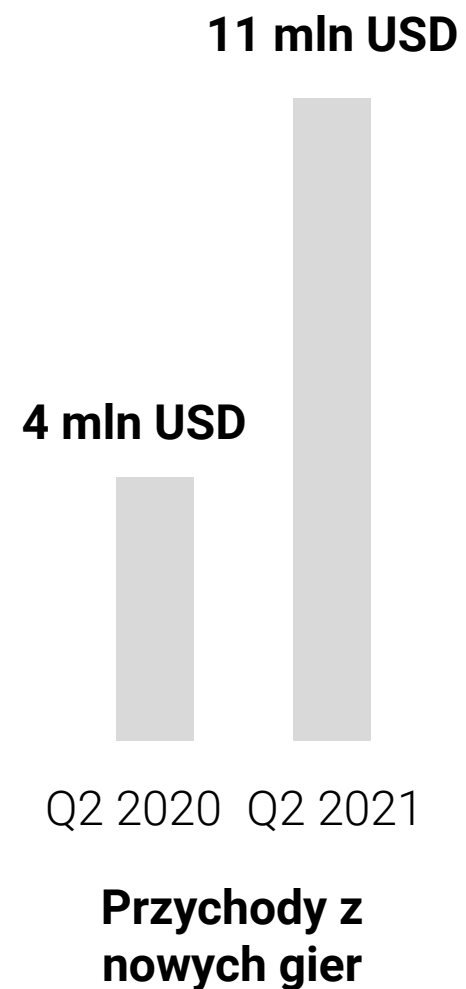
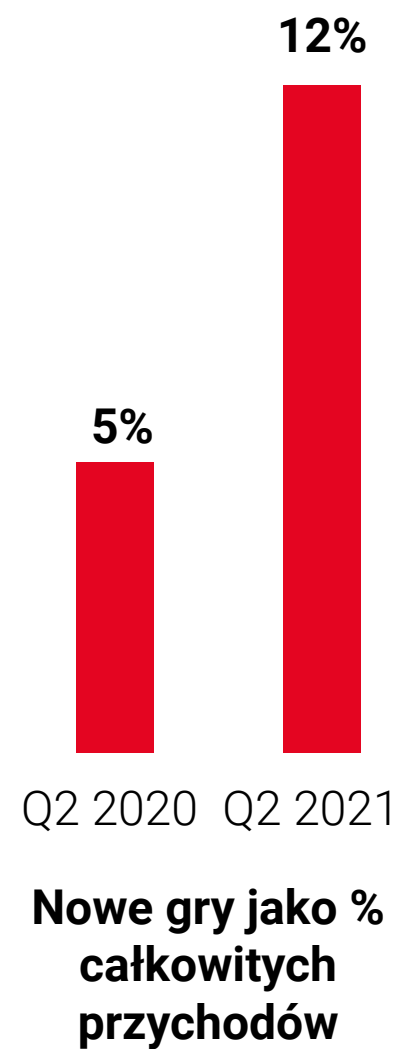


989,2 tys. ocen



Nowe gry

Strategia dywersyfikacji przychodów przynosi rezultaty



Solidny wzrost na wielu poziomach

163% Przychody r/r

2,0x Dzienna liczba płacących użytkowników podwoiła się r/r



- **Spodziewamy się, że Traffic Puzzle będzie głównym motorem wzrostu** w nadchodzących kwartałach i dlatego będzie naszym priorytetem pod względem inwestycji w marketing.
- Nadal inwestujemy w strategię „buduj”.
- Pogłębiona integracja wszystkich komponentów Huuuge Fuel.



Traffic Puzzle - Rewolucyjna gra „match3”

Łamigłówka samochodowa
inna niż wszystkie!
Free · Offers In-App Purchases

[View in Mac App Store ↗](#)

Co nowego?

- Teraz aż 3 000 plansz!
- Nowe POZIOMY MASTER

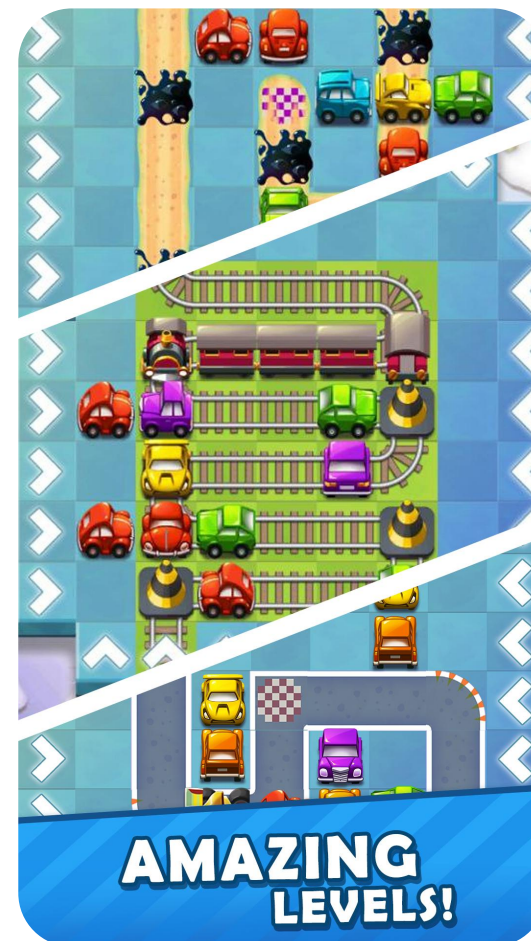
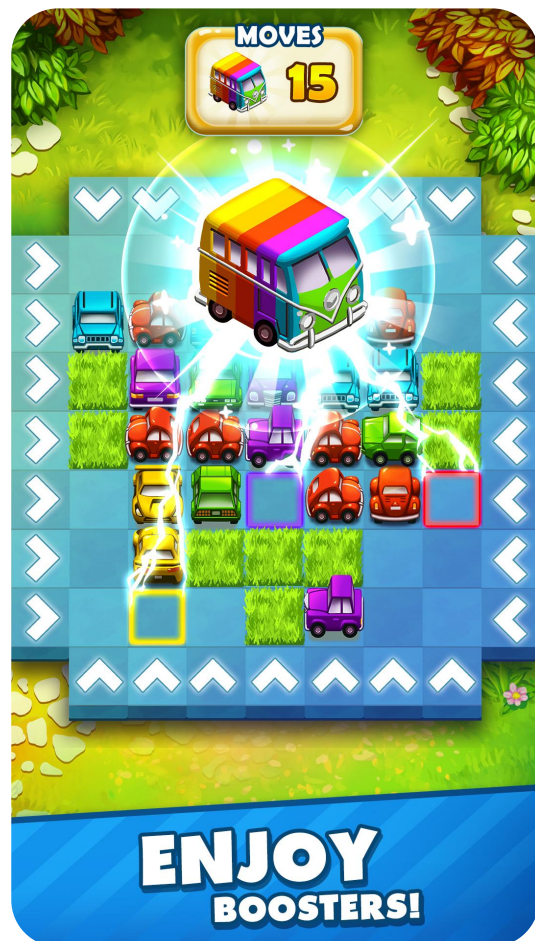
 Add to Wishlist

Ratings and Reviews

4.6 out of 5



200,4 tys. ocen



Rozwój Traffic Puzzle



Aktualny status przejęcia gry

Odbiór jest na etapach końcowych. 40 utalentowanych członków zespołu HUUUGE prowadzi grę “pełną parą”.



Integracja z HUUUGE Fuel jest na końcowym etapie

Trwa integracja z HUUUGE Fuel. Uruchomienie Silnika Dynamicznej Konfiguracji, Silnika Segmentacji i Centrum Gracza ma nastąpić w III/IV kwartale.

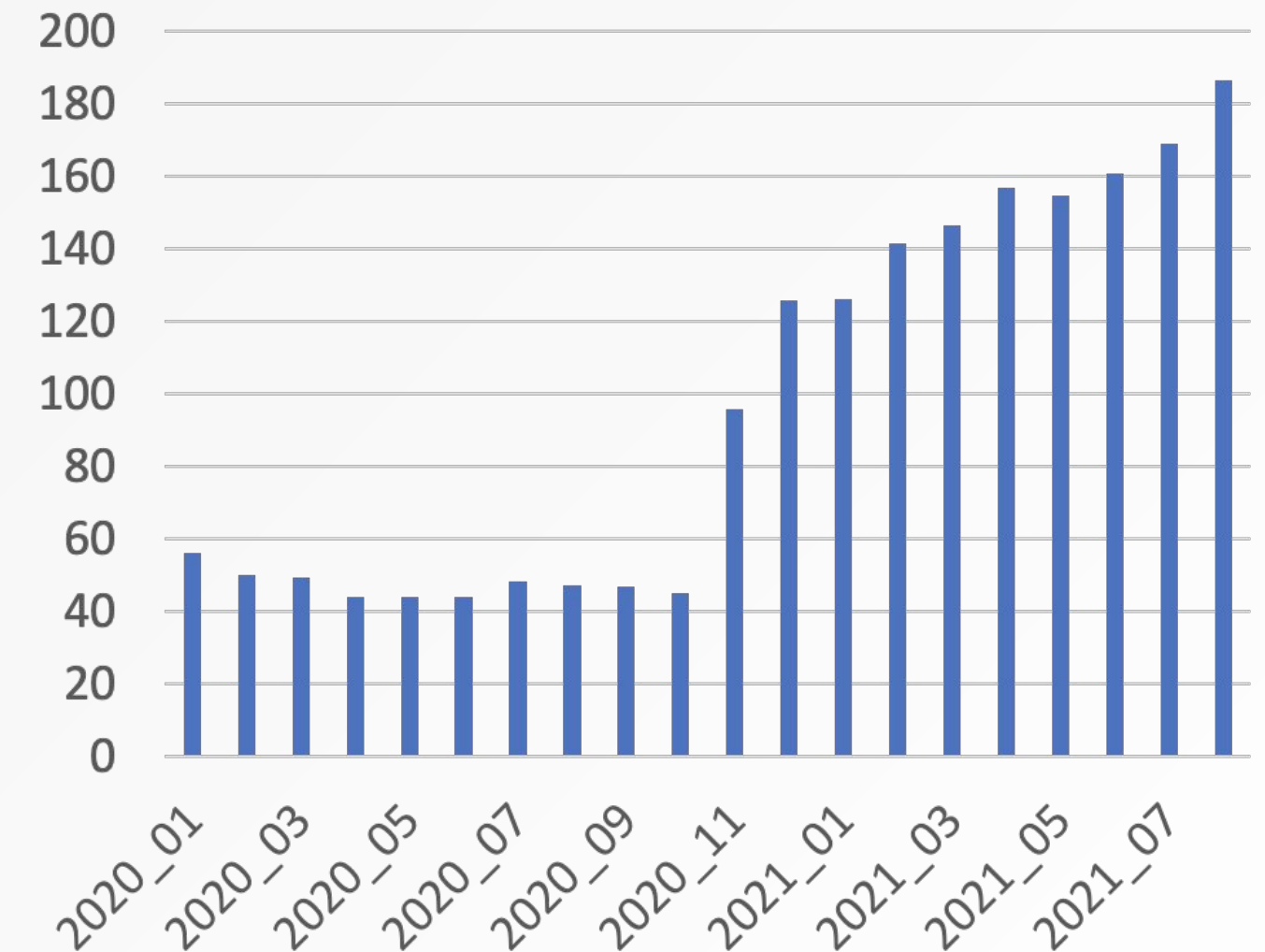


Stopniowy wzrost UA w 2 poł. 2021

Mimo zaplanowanego wolniejszego podejścia, udało nam się poprawić wskaźniki efektywności gry i rozpoczęliśmy stopniowe przyspieszenie wydatków na pozyskiwanie użytkowników (UA) w celu pobudzenia wzrostu.



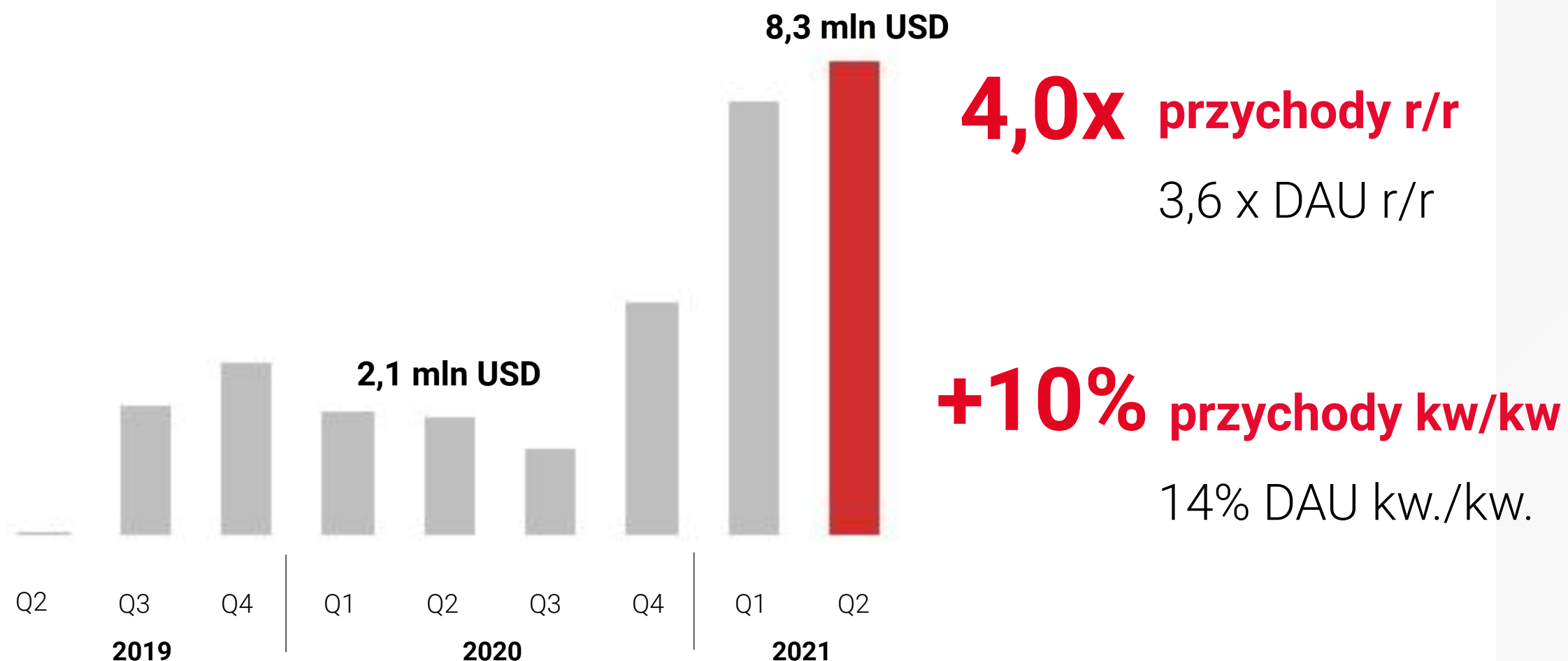
DAU



Traffic Puzzle

Fantastyczne wyniki w okresie przejmowania gry

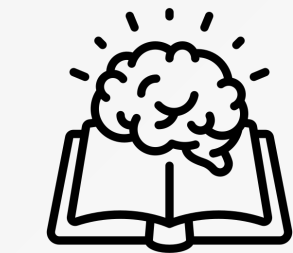
Traffic Puzzle – Przychody (w mln USD) i DAU



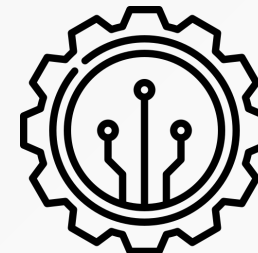
- **Rekordowo wysokie przychody w Q2 2021** (4 razy wyższe r/r, 10% kw./kw.) osiągnięte mimo braku dodatkowych nakładów na pozyskanie użytkowników.
- **Rekordowe przychody w sierpniu** (+13% mies./mies.) dzięki udoskonaleniom produktu (zmiany dotyczące pierwszych doświadczeń graczy doprowadziły do wzrostu dziennej liczby aktywnych użytkowników do 200 tysięcy).
- **Korzystny wpływ na wskaźniki efektywności** miało wykorzystanie wewnętrznego know-how w zakresie monetyzacji i wiedza o produkcie.
- **Duży potencjał do wzrostu** - zespół TP jest w Huuuge od zaledwie 4 miesięcy i pełna integracja technologiczna jeszcze przed nami.

Podstawowe kompetencje

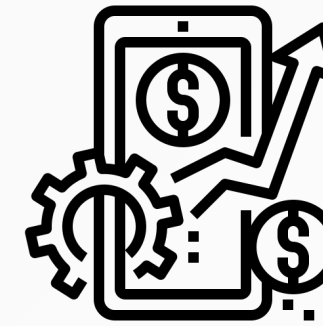
Monetyzacja dzięki know-how i technologii



Know-how

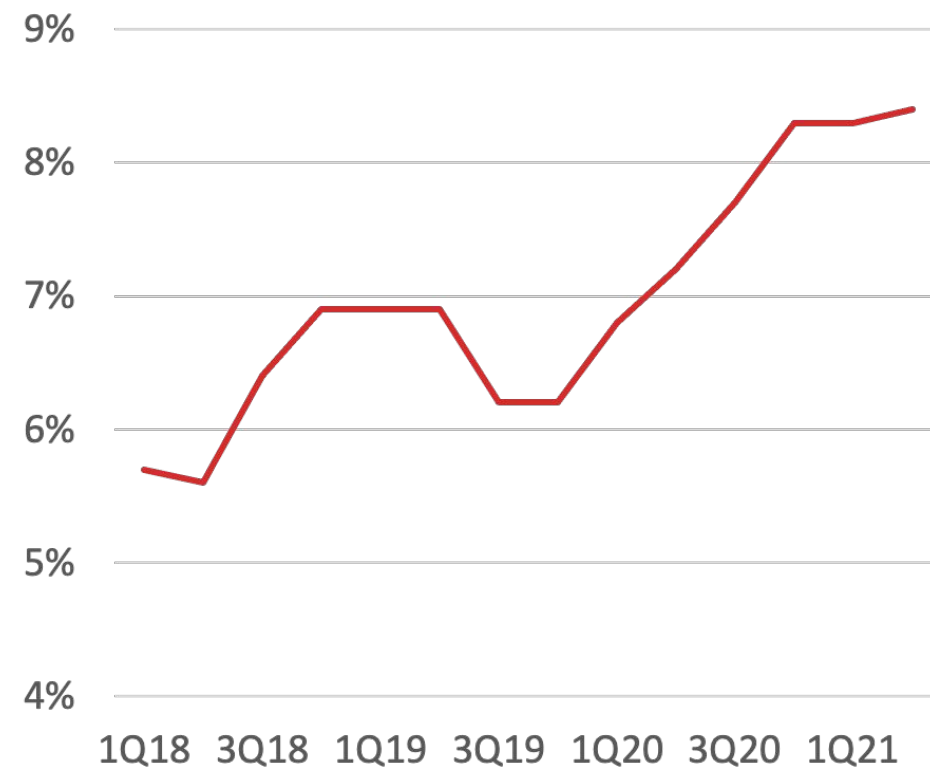


Technologia

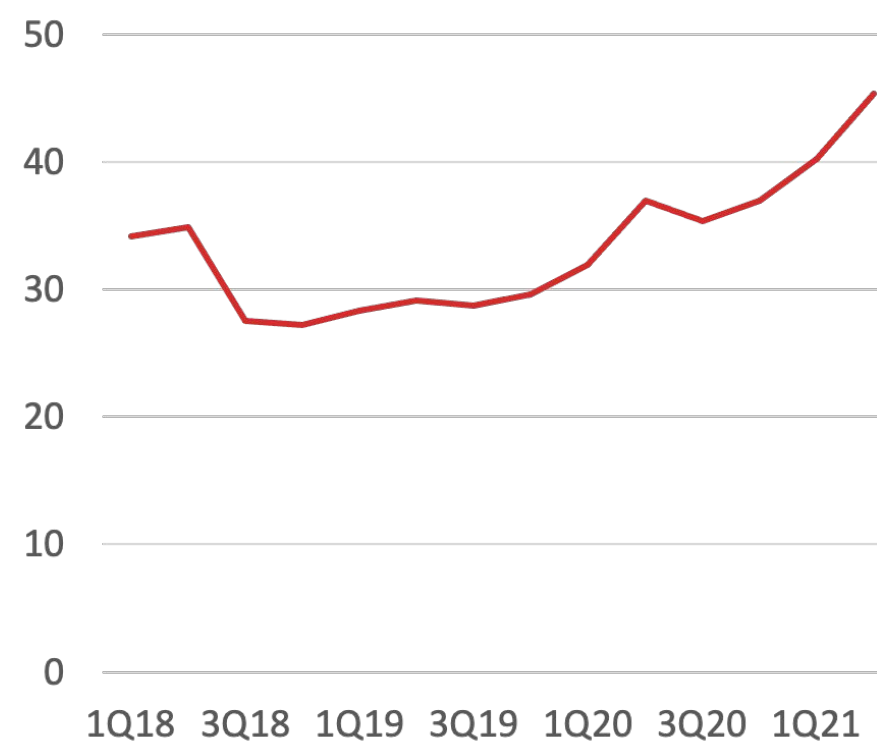


Reasons to Play
Stay and Pay

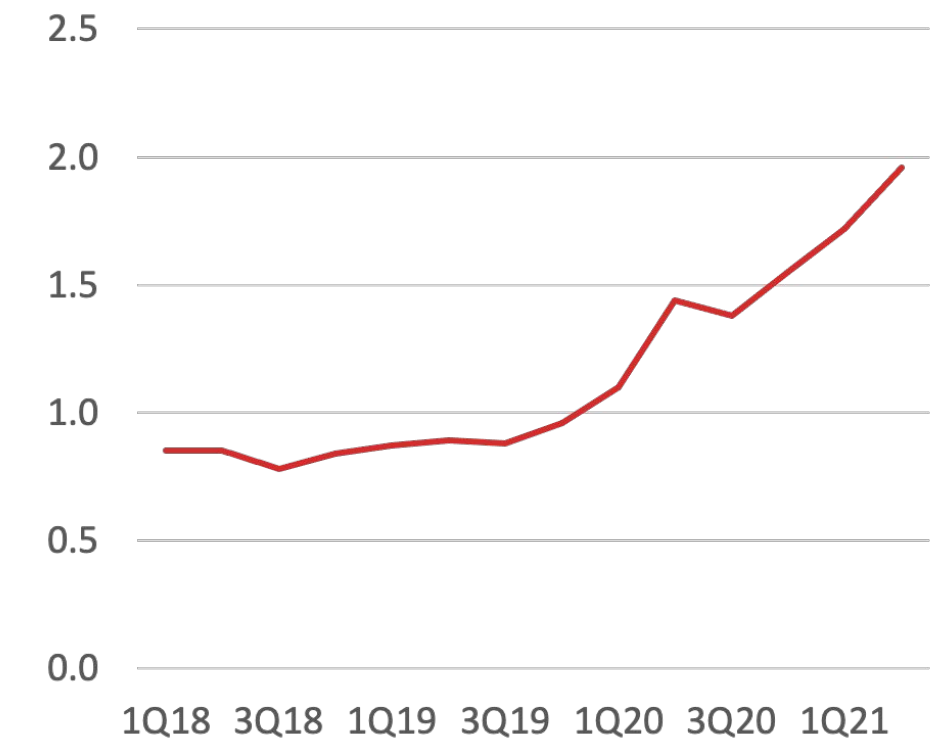
Konwersja (w %, miesięcznie)



ARPPU (w USD)



ARPPDAU (w USD)



91% naszych graczy jeszcze nie płaci. Jest to ewidentnie niewykorzystany potencjał w ramach istniejącej bazy użytkowników

HUUUGE Fuel

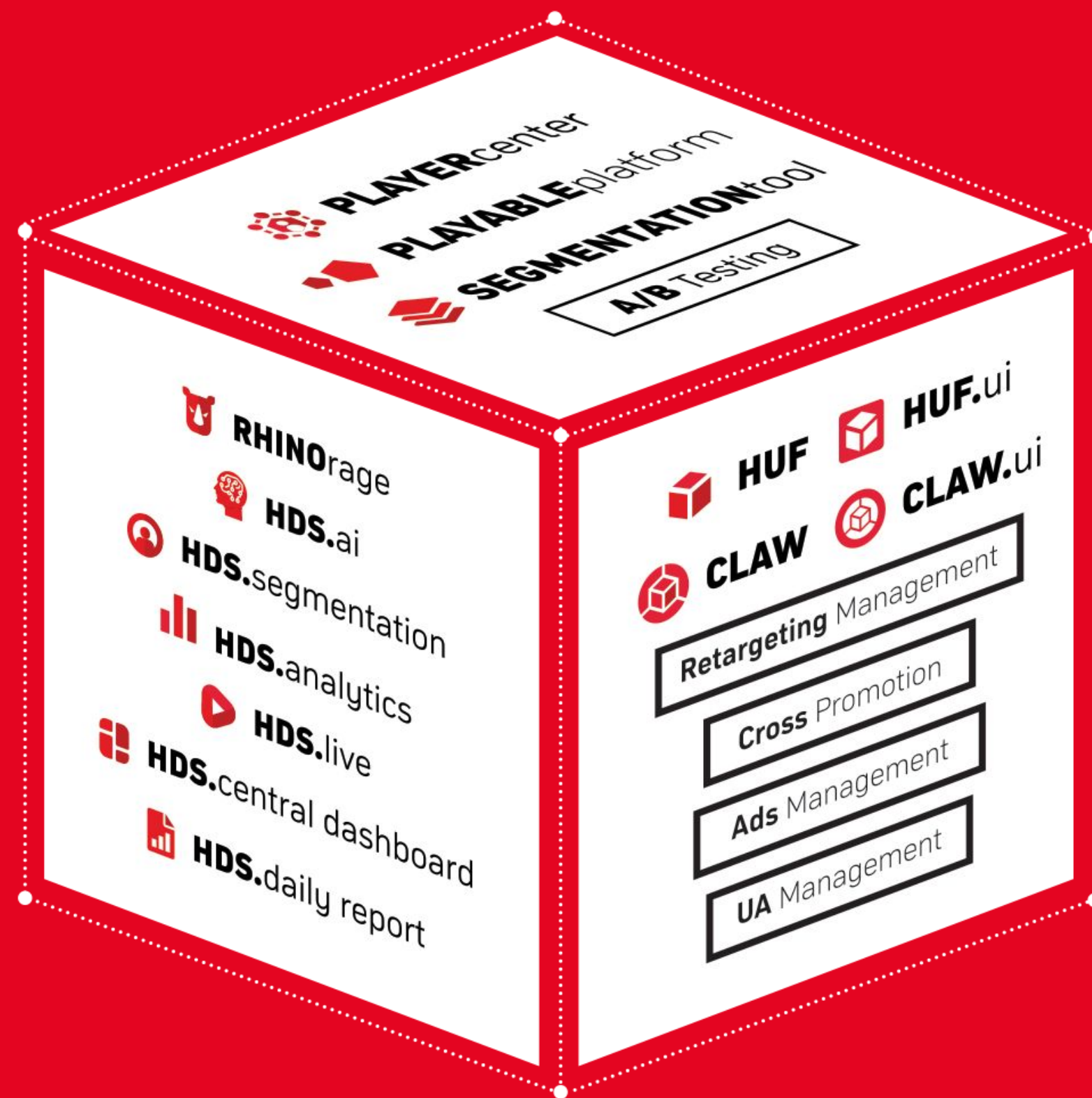
Dzięki platformie HUUUGE Fuel nasze własne i partnerskie studia napędzają nasz dalszy rozwój



BUDUJ
WŁASNE STUDIA

KUPUJ
PRZEJĘTE STUDIA

PUBLISHING
PARTNERSKIE STUDIA



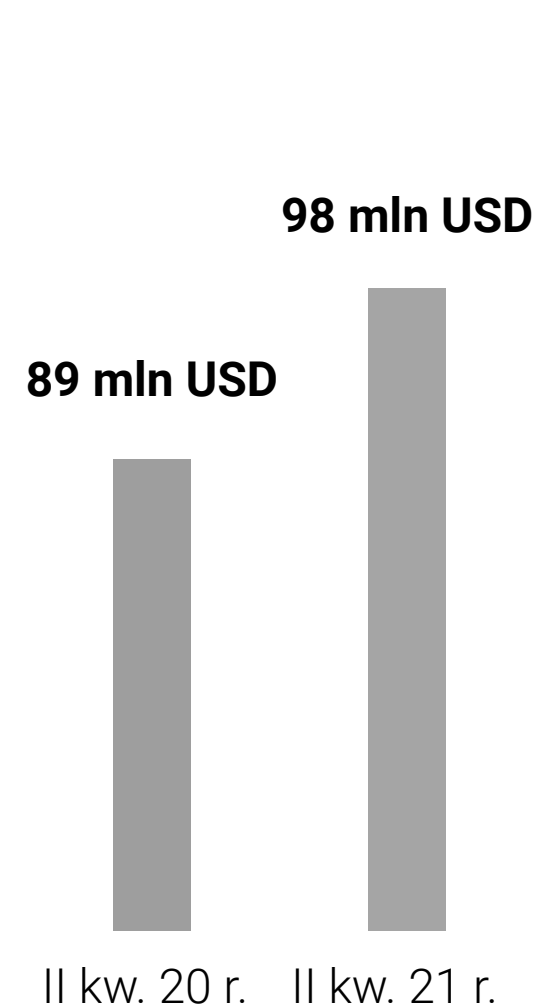


Finanse

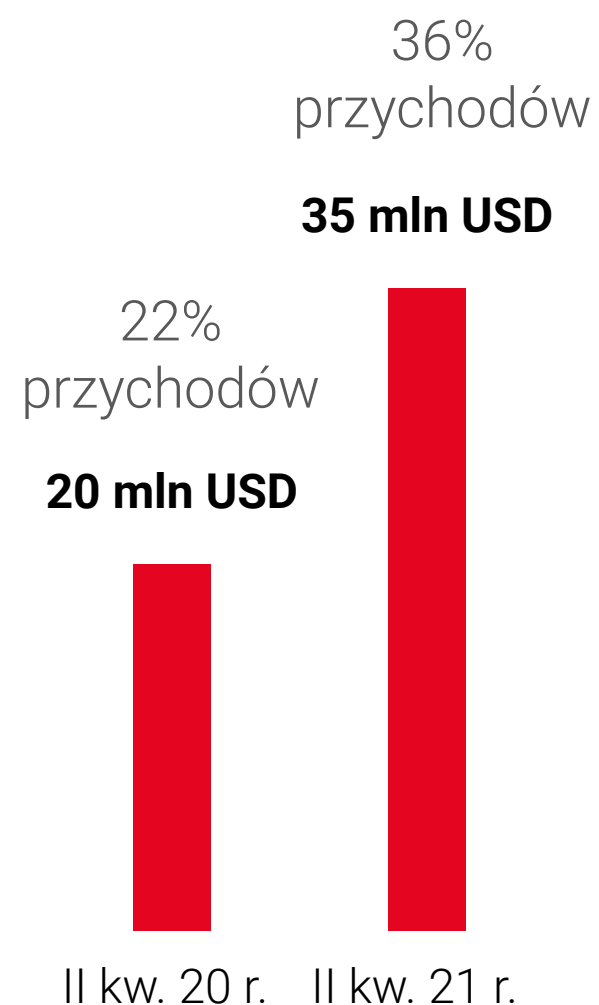
Q2 2021



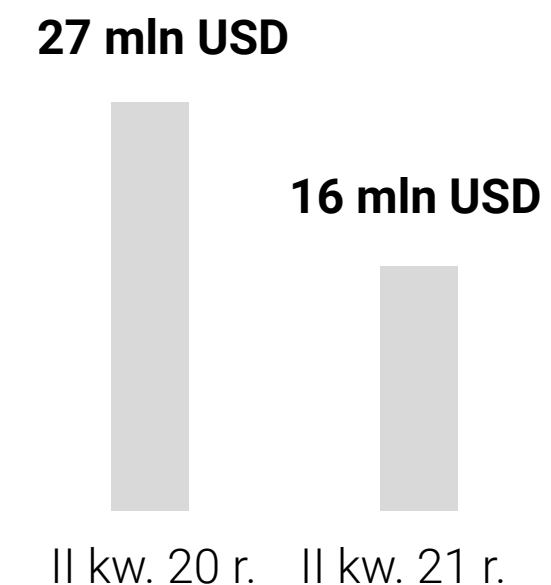
Podstawowe dane finansowe



Przychody



UAMC



Skorygowana EBITDA

+10%

Łączny wzrost przychodów
w Q2 2021

+ 15 mln USD

Wzrost kosztów marketingowych
na pozyskanie użytkowników

- 11 mln USD

Spadek skorygowanej EBITDA
w Q2 2021

Wyniki finansowe za II kw. 2021 r.

w mln USD		Q2 2021	Q2 2020	Zmiana
01	Przychody	97,5	88,9	10%
02	Zysk / (Strata) brutto ze sprzedaży	68.8	62.1	11%
	Koszty sprzedaży i marketingu	-39,3	-23,7	66%
03	- kampanie UA	-34,8	-19,9	75%
04	- Ogólne koszty sprzedaży i marketingu	-4,5	-3,8	17%
	Koszty prac badawczo-rozwojowych	-8,0	-7,8	4%
05	Koszty ogólnego zarządu	-10,1	-4,5	124%
	Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne netto	-0,1	-0,3	-63%
	Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	11.2	25.9	-57%
	Przychody/(koszty) finansowe netto	0,4	-8,2	
	Zysk/(Strata) brutto	11.7	17.7	-34%
	Podatek dochodowy	-2,5	-3,5	
	Wynik finansowy netto za okres obrotowy	9.1	14.2	-36%

01 Wzrost przychodów mimo efektu bazy i spowolnienia na rynku. Nośnikami wzrostu są nowe gry, których dynamika wyniosła 163%.

02 Koszt własny sprzedaży obejmuje głównie opłaty na rzecz dystrybutorów (98% kosztów) i koszty serwerów gier. Niewielki wzrost marży zysku brutto ze sprzedaży wynikał głównie z wyższych przychodów reklamowych w porównaniu z ubiegłym rokiem

03 Znaczący wzrost UAMC z uwagi na inwestycje w budowanie bazy graczy nowych gier w celu przyspieszenia wzrostu.

04 Wzrost kosztów sprzedaży i marketingu ze względu na rozwój zespołów i kompetencji marketingowych wewnątrz firmy

05 Wzrost kosztów ogólnego zarządu głównie ze względu na pracowniczy program akcji (ESOP) i koszty pracownicze

Wyniki skorygowane vs raportowane

w mln USD	Q2 2021	Q2 2020	Zmiana
EBITDA	13,3	26,5	-51%
ESOP	2,4	0,8	
Skorygowana EBITDA	15,6	27,3	-43%
Skorygowana marża EBITDA (%)	16,0%	30,7%	
Wynik finansowy netto za okres obrotowy			
Wynik finansowy netto za okres obrotowy	9,1	14,2	-36%
ESOP	2,4	0,8	
Aktualizacja wyceny akcji serii C	-	9,0	
Skorygowany wynik netto	11,4	23,9	-52%
Skorygowany wynik netto (%)	11,7%	26,9%	

Bilans

	w mln USD	30.06.2021	31.12.2020
01	Aktywa trwałe	55,6	17,3
02	Aktywa obrotowe	216,8	124,5
	<u>Aktywa razem</u>	272,4	141,8
	<u>Kapitał własny razem</u>	200,3	(96,0)
	Zobowiązania długoterminowe	4,7	183,0
03	<i>Akcje uprzywilejowane</i>	-	176,6
	Zobowiązania krótkoterminowe	67,4	54,8
04	<u>Pasywa razem</u>	272,4	141,8

- 01 Wzrost aktywów trwałych dzięki nabyciu gry Traffic Puzzle (39 mln USD)
- 02 Wzrost aktywów obrotowych dzięki wpływom z emisji akcji (100 mln USD).
- 03 Struktura pasywów uległa zmianie wskutek przekształcenia akcji uprzywilejowanych serii C na akcje zwykłe
- 04 87% zobowiązań krótkoterminowych stanowią zobowiązania handlowe

Przepływy pieniężne za II kw. 2021 r.

w mln USD	Q2 2021	Q2 2020
Zysk brutto	11,7	17,7
01 Środki pieniężne z działalności operacyjnej	8,5	26,5
02 Środki pieniężne z działalności inwestycyjnej	(11,4)	(1,5)
Środki pieniężne z działalności finansowej	(0,5)	(0,6)
Zmiana stanu środków pieniężnych	(3,4)	24,4
Środki pieniężne na koniec okresu	180,3	75,4

01 Zmiany środków pieniężnych z działalności operacyjnej wskutek:

(1) spadku EBITDA r/r, oraz

(2) spadku zobowiązań handlowych (wzrost w bilansie związany ze zobowiązaniem Traffic Puzzle ujętym w linii zobowiązań)

02 Zmiany stanu środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej wynikają głównie z nabycia gry Traffic Puzzle i wypływu środków pieniężnych w kwocie 9,5 mln USD



Strategia

Q2 2021



Na czym skupimy się w 2021? – strategia „buduj i kupuj”



Buduj

Systematyczna realizacja tej strategii prowadzi do dalszego organicznego wzrostu

Wiele nowych gier jest na różnych etapach rozwoju



Kupuj -> Działalność wydawnicza (publishing)

W Q2 2021 podpisaliśmy dwie nowe umowy partnerskie

Znacznie więcej oczekuje w kolejce, trwają szczegółowe rozmowy z czterema studiami



Kupuj -> Fuzje i przejęcia

Prowadzimy rozmowy z 3-4 potencjalnymi podmiotami do przejęcia



Dziękujemy

Więcej informacji na stronie <https://ir.huuugegames.com>

HUUUGE

Załączniki



Załącznik - Wskaźniki efektywności (KPI)

	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Razem DAU	632 113	850 717	911 048	947 188	874 002	876 371	913 997	979 820	980 224	970 211	944 456	893 861	888 781	773 229
Flagowe gry	509 356	772 029	769 134	628 119	801 215	758 581	769 710	747 029	721 866	645 541	577 293	567 775	545 487	483 502
Nowe gry	0	438	101 328	300 469	22 795	80 562	111 012	190 941	228 229	303 097	354 497	316 055	331 953	277 612
Pozostałe	122 757	78 250	40 586	18 600	49 992	37 229	33 275	41 850	30 129	21 572	12 667	10 032	11 341	12 115
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Razem MAU	3 321 543	3 716 410	3 984 784	4 701 679	3 524 091	3 715 666	4 198 691	4 500 685	4 575 143	4 879 425	4 787 025	4 565 123	4 379 981	3 511 447
Flagowe gry	2 545 316	3 193 507	3 032 904	2 353 499	3 061 698	2 869 545	3 209 598	2 990 775	2 798 655	2 399 617	2 158 465	2 057 258	1 934 096	1 689 879
Nowe gry	0	3 844	715 394	2 249 652	177 605	646 534	796 298	1 241 141	1 610 213	2 364 926	2 569 348	2 454 120	2 379 211	1 751 154
Pozostałe	776 227	519 058	236 485	98 528	284 788	199 588	192 796	268 770	166 274	114 881	59 211	53 745	66 675	70 414
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Razem DPU	14 152	21 357	25 498	27 146	24 888	23 595	26 100	27 410	27 535	27 861	25 412	27 775	28 596	26 148
Flagowe gry	13 265	20 890	23 831	24 095	24 522	23 113	23 409	24 279	24 962	25 160	22 435	23 823	23 240	20 820
Nowe gry	0	2	1 493	2 982	93	324	2 573	2 981	2 469	2 619	2 927	3 913	5 290	5 260
Pozostałe	887	464	175	69	273	157	118	150	105	81	51	40	66	69
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Razem MPU	139 833	203 651	218 297	212 384	217 919	201 852	232 518	220 898	219 570	205 984	203 445	220 535	220 640	200 753
Flagowe gry	125 904	196 503	198 530	174 869	212 463	197 052	200 252	184 353	189 851	173 798	165 257	170 570	160 665	142 146
Nowe gry	0	35	17 470	36 697	1 509	3 002	30 738	34 631	28 411	31 252	37 644	49 479	59 055	57 528
Pozostałe	13 929	7 113	2 297	818	3 947	1 798	1 528	1 914	1 307	934	544	486	921	1 079

Załącznik - Wskaźniki efektywności (KPI)

	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Konwersja (dziennie, DPU/DAU)	2,2%	2,5%	2,8%	2,9%	2,8%	2,7%	2,9%	2,8%	2,8%	2,9%	2,7%	3,1%	3,2%	3,4%
Flagowe gry	2,6%	2,7%	3,1%	3,8%	3,1%	3,0%	3,0%	3,3%	3,5%	3,9%	3,9%	4,2%	4,3%	4,3%
Nowe gry	nd.	0,5%	1,5%	1,0%	0,4%	0,4%	2,3%	1,6%	1,1%	0,9%	0,8%	1,2%	1,6%	1,6%
Pozostałe	0,7%	0,6%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,6%	0,6%
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
Konwersja (miesięczna, MPU/MAU)	4,2%	5,5%	5,5%	4,5%	6,2%	5,4%	5,5%	4,9%	4,8%	4,2%	4,2%	4,8%	5,0%	5,7%
Flagowe gry	4,9%	6,2%	6,5%	7,4%	6,9%	6,9%	6,2%	6,2%	6,8%	7,2%	7,7%	8,3%	8,3%	8,4%
Nowe gry	nd.	0,9%	2,4%	1,6%	0,8%	0,5%	3,9%	2,8%	1,8%	1,3%	1,5%	2,0%	2,5%	3,3%
Pozostałe	1,8%	1,4%	1,0%	0,8%	1,4%	0,9%	0,8%	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	1,4%	1,5%
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
(USD)														
ARPPU	0,66	0,76	0,78	0,96	0,80	0,78	0,77	0,78	0,86	1,01	0,90	1,08	1,20	1,39
Flagowe gry	0,80	0,83	0,90	1,36	0,87	0,89	0,88	0,96	1,11	1,44	1,38	1,55	1,72	1,96
Nowe gry	nd.	0,10	0,18	0,19	0,05	0,04	0,25	0,22	0,17	0,15	0,15	0,28	0,38	0,45
Pozostałe	0,07	0,09	0,07	0,08	0,08	0,05	0,07	0,05	0,06	0,09	0,10	0,09	0,08	0,06
	2017	2018	2019	2020	I kw. 2019	II kw. 2019	III kw. 2019	IV kw. 2019	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	IV kw. 2020	I kw. 2021	II kw. 2021
(USD)														
Dzienne ARPPU	28,7	29,9	27,8	32,8	28,0	28,7	26,9	27,7	30,1	34,7	32,6	33,7	35,7	39,5
Flagowe gry	30,2	30,4	28,9	35,3	28,3	29,1	28,7	29,6	31,9	37,0	35,3	36,9	40,3	46,8

Załącznik – zyski i straty, bilans, przepływy pieniężne

w tys. USD	II kw. 2021	II kw. 2020
Przychody	97 543	88 944
Koszt własny sprzedaży	(28 736)	(26 807)
Zysk/(Strata) brutto ze sprzedaży	68 807	62 137
Koszty sprzedaży i marketingu	(39 299)	(23 694)
<i>kampanie marketingowe w celu pozyskania użytkowników</i>	(34 816)	(19 878)
<i>ogólne koszty sprzedaży i marketingu</i>	(4 483)	(3 816)
Koszty prac badawczo-rozwojowych	(8 048)	(7 753)
Koszty ogólnego zarządu	(10 099)	(4 511)
Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne netto	(120)	(325)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	11 241	25 854
Przychody finansowe	(120)	422
Koszty finansowe	529	(8 578)
Zysk/(Strata) brutto	11 650	17 698
Podatek dochodowy	(2 546)	(3 512)
Wynik finansowy netto za okres obrotowy	9 104	14 186
Zysk / (strata) z tytułu różnic kursowych	374	360
Razem przychody ujęte w okresie obrotowym	9 478	14 546

w tys. USD	II kw. 2021	2020
AKTYWA		
Razem aktywa trwałe, w tym:	55 574	17 347
<i>Aktywa z tyt. prawa do użytkowania</i>	6 607	8 646
<i>Wartość firmy</i>	2 747	2 838
<i>Aktywa niematerialne</i>	40 641	1 459
Razem aktywa obrotowe, w tym:	216 796	124 485
<i>Należności handlowe i pozostałe</i>	35 889	29 226
<i>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty</i>	180 352	94 158
Aktywa razem	272 370	141 832
KAPITAŁY		
Kapitał własny razem	200 305	(96 008)
ZOBOWIĄZANIA		
Razem zobowiązania długoterminowe, w tym:	4 671	183 019
<i>Akcje uprzywilejowane</i>	-	176 606
Razem zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	67 394	54 821
<i>Zobowiązania handlowe i pozostałe</i>	58 479	37 797
Pasywa razem	272 370	141 832

w tys. USD	II kw. 2021	II kw. 2020
Zysk/(Strata) brutto	11 650	17 698
Korekty o pozycje:		
Suma niepieniężnych zmian dotyczących odsetek, amortyzacji środków trwałych i wartości niematerialnych, różnic kursowych, rozliczeń międzyokresowych i zysków ze zbycia	3 587	1 430
Koszt niepieniężnych świadczeń pracowniczych - płatności w formie akcji	2 336	785
Niepieniężna aktualizacja wartości zobowiązania z tytułu akcji uprzywilejowanych - koszty finansowe	0	8 950
Zmiany stanu kapitału obrotowego netto	(7 343)	(2 501)
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej	10 230	26 362
Podatek dochodowy zapłacony	(1 750)	127
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	8 480	26 489
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej, w tym:		
<i>Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych</i>	(1 913)	(478)
<i>Nabycie jednostek zależnych, minus przejęte środki pieniężne</i>		(1 064)
<i>Nabycie praw własności intelektualnej</i>	(9 500)	
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(11 413)	(1 539)
Przepływy pieniężne z działalności finansowej, w tym:		
<i>Koszty transakcyjne dotyczące emisji instrumentów kapitałowych</i>	(109)	-
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(468)	(587)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych netto	(3 401)	24 363
Stan na koniec okresu	180 352	75 444

Załącznik - Słownik terminów

ARPPU	Średnie przychody na płaćącego użytkownika
ARPPU	Średnie przychody na płaćącego użytkownika
DAU	Liczba indywidualnych użytkowników, którzy grali w grę w danym dniu
DPU	Liczba graczy (indywidualnych użytkowników), którzy dokonali zakupu w danym dniu
Live Ops	Działania mające na celu zwiększenie zaangażowania graczy, m.in. dodawanie do gier nowych funkcji, powtarzające się i jednorazowe wydarzenia wirtualne, w których gracze mogą uczestniczyć oraz aktywne zarządzanie promocjami w grze.
MAU	Liczba indywidualnych użytkowników, którzy grali w grę w danym miesiącu
Miesięczna konwersja	Odsetek MAU, który dokonał przynajmniej jednego zakupu w miesiącu w tym samym okresie Mikropłatności. Płatności dokonywane przez użytkowników po pobraniu gry w związku z zakupem dodatkowych funkcji w grze. Mikropłatności mogą być wykonywane za pomocą różnych metod płatności bezgotówkowych (np. karta płatnicza, przelew), różnych kanałów elektronicznych (np. bankowość elektroniczna, telefon komórkowy) lub usług płatniczych (np. PayPal).
MPU	MPU definiujemy jako liczbę graczy (aktywnych użytkowników), którzy dokonali zakupu przynajmniej raz w danym miesiącu.
Retencja	Liczba użytkowników, którzy kontynuowali korzystanie z gry po upływie określonego czasu od pobrania aplikacji.
UAMC Kampanie marketingowe w celu pozyskania użytkowników	Proces pozyskiwania użytkowników poprzez płatne kampanie lub oferty promocyjne



HUUUGE **Play Together.**

Dalsze informacje na stronie <https://ir.huuugegames.com>