

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2019年10月23日至10月28日投资者调研沟通活动纪要

时间：2019年10月23日至10月28日

地点：深圳、厦门

接待调研人：

董事、副总经理 高岩（深圳）

副总经理、董事会秘书 梁丽莉（深圳、厦门）

证券部经理、证券事务代表 林晓娜（厦门）

参会机构：海通证券、三菱日联证券、易方达基金、景顺长城基金、前海开源基金、大成基金、日本日生资管

1、公司主要产品运营情况如何？2019年四季度预计有哪些产品上线？

公司深耕游戏行业多年，有较好的用户基础和较为出色的游戏运营能力，《问道手游》运营情况良好。2019年1-9月，《问道手游》在App Store游戏畅销榜平均排名为第28名，最高至该榜单第5名。2019年10月8日，《问道手游》年度赛事全民PK赛开启，玩家响应热烈，赛事预计将持续至2019年12月。

新产品方面，《失落城堡》于2019年10月24日开启公测，上线至今持续占据App Store游戏免费榜榜首，并获得App Store Today Banner推荐、新游Banner及icon推荐。《失落城堡》是包含Roguelike随机元素的动作冒险类游戏，其PC版在Steam平台销量达百万，并长期保持90%的好评率。手游版本除延续其特有的暗黑涂鸦画风与丰富的随机系统之外，根据手游用户操作特点不断优化操作手感，并增加“每日挑战”“自定义皮肤”等新内容和玩法。

2、雷霆游戏平台运营情况如何？用户规模多大？

雷霆游戏平台总注册用户数约几千万。公司希望把更多用户导入雷霆游戏平台，

为玩家提供更好的服务。长期经营过程中，雷霆游戏平台用户数量持续上升，以《问道手游》为例，雷霆游戏平台用户充值金额占游戏总充值金额比例已超 30%。

3、公司 2019 年前三季度销售费用提升的原因？

2019 年前三季度公司的销售费用为 1.72 亿元，较上年同期增长原因主要系《贪婪洞窟 2》《跨越星弧》《末日希望》等新游戏上线，营销推广费用增加。公司重视营销推广效率，公司业务毛利率维持较高水平；公司重视营销推广效率，坚持不刷榜单、不做单纯买量，主张进行一些独特有效的推广方式，公司的营销手段更多针对游戏的健康度，重视玩家的培育，通过与直播平台或主播合作、影视剧产品植入、不同产品联动、微信公众号、游戏公会、游戏论坛、线下活动等各种方式相结合进行推广活动。

4、公司的研发人员情况？

截至 2019 年 9 月 30 日，公司共有 600 多人，其中研发人员占比超 50%。公司会控制研发人员的数量，游戏为文化创意产业，人海战术并不能奏效，公司更加重视团队的效率及人均产出，最终还是要靠高品质的产品取胜。

5、公司研发机制是怎样的？代理产品的运营思路是怎样的？

公司采用内生性与外延式发展相结合的方式，开发精品游戏。一方面，公司注重内部团队的培养工作，允许团队独立出去开发项目；另一方面，公司不断寻找理念一致的优秀研发人员或团队，邀请其加入公司或投资参股其企业。公司投资平台吉相资本已在包括文娱、互联网、数字新媒体等在内的多个领域完成了逾 30 个投资项目。

游戏为文化创意产业，公司采用“自下而上”的新产品研发机制，鼓励各个团队自主研发，将精品、原创的理念注入游戏“精神内核”，坚持以玩家为本的设计理念，致力于为玩家创造美好体验。

在代理运营方面，公司以“研发商”的思路开展工作，代理运营研发团队理念与公司相近的产品，公司会与外部研发商分享玩家资源、共同改进优化产品，实现“双赢”。

6、公司人才培养的模式和理念是怎样的？

公司是做研发起家的，会把关注点前置到游戏背后的人才的培养上。公司以具有竞争力的薪酬、较大的成长空间、股权激励、企业文化等维持人才队伍的稳定，把人才培养的大环境营造好，不断吸引新的人才加入，并通过做好产品把团队锻炼出来。此外，公司充分利用各地的区位优势，在厦门、深圳、广州均有团队，后续新项目也将分布在更多地区。

公司虽重视研发队伍的建设，但并不盲目扩大研发团队人员规模。游戏为文化创意产业，人海战术并不能奏效，公司更加重视团队的效率及人均产出，最终还是要靠高品质的产品取胜。