

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2024 年半年度业绩说明会纪要

时间：2024 年 8 月 16 日下午 15:30-16:30

业绩说明会会议形式：网络、电话会议

会议嘉宾：董事长、总经理 卢竑岩

独立董事 梁燕华

副总经理、财务总监 林佳金

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

说明：本次纪要根据 2024 年半年度业绩说明会交流问答情况整理，具体参会名单及会议资料见文末附录。

一、2024 年半年度公司经营情况介绍

2024 年 1-6 月，公司实现营业收入 19.60 亿元，同比下降 16.57%；归属于上市公司股东的净利润 5.18 亿元，同比下降 23.39%。

1、主要产品情况介绍

（1）境内游戏业务

①《问道》端游本期营业收入及利润同比有所增加；②《问道手游》本期营业收入、发行投入及利润同比均有所减少；③《一念逍遥（大陆版）》本期营业收入、发行投入及利润同比均大幅减少；

（2）境外游戏业务

本期公司境外营业收入合计 2.55 亿元，较上年同期增长 113.77%，主要系上线了《飞吧龙骑士（境外版）》《Monster Never Cry（欧美版）》《Outpost: Infinity Siege（Steam 国际版）》。截至本期末，境外游戏业务（考虑研发成本）整体尚未产生盈利。

2、投资业务概况

公司投资标的主要为游戏行业上下游企业及产业投资基金，本期新增股权投资较少，投资业务产生的财务收益（含投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失等）相比上年同期减少 2,816.80 万元，主要系本期确认的股权投资减值损失金额同比增加。

3、汇兑损益概况

本期因汇率变动产生的收益为 2,073.02 万元，上年同期汇率变动产生的收益为 6,898.11 万元，本期收益同比减少 4,825.09 万元。

4、公司储备产品清单

主要储备产品（自研）				
产品名称	版本号进度	游戏类型	拟发行区域	拟上线时间
《问剑长生 （代号 M72）》	已取得	放置修仙类	中国大陆及港澳台、 东南亚地区	未确定
《杖剑传说 （代号 M88）》	已申请	日式幻想题材放置 MMO	中国大陆及港澳台、 日韩地区	2025 年 上半年
《最强城堡》	已取得	策略塔防类	全球	未确定
M11（代号）	未申请	魔幻题材放置挂机 养成类	全球	未确定

主要储备产品（代理）				
产品名称	有无版本号	游戏类型	授权区域	拟上线时间
《封神幻想世界》	有	国风题材 RPG	中国大陆	2024 年 10 月 18 日
《亿万光年》	有	科幻题材策略卡牌、 轻度 SLG	全球	未确定
《冲啊原始人》	有	策略卡牌战斗	欧美地区	未确定
《异象回声》	有	都市怪谈悬疑策略类	中国大陆	2024 年下半年
《开罗全能经营家》	有	模拟经营类	中国大陆	未确定
《王都创世录》	有	模拟经营策略、 RPG 养成	中国大陆	2024 年下半年

注：上述储备产品清单中的游戏最终是否上线及上线时间、拟发行区域根据产品及市场信息初步预估，具有不确定性，请关注雷霆游戏官方信息了解最新动态。

5、2024 年半年度利润分配

以未来实施 2024 年半年度利润分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户中已回购股份后的公司股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 45.00 元（含税），合计拟派发现金红利 3.23 亿元（含税），占 2024 年上半年归属于上市公司股东净利润的 62.36%。

二、投资者问答

1、公司在半年报中提到《问剑长生（代号 M72）》计划在今年第三季度进行付费测试，我们今天也看到了该游戏的宣传视频。请问这款游戏前期留存测试的数据如何？公司对该游戏正式上线后的用户表现、商业化表现、DAU 及流水有何预期？

卢竑岩：《问剑长生（代号 M72）》最近没有进行测试，之前几次测试的数据都比较中规中矩，还可以，但并没有特别好。目前，我们还不能对游戏的商业化表现做出预期，因为前几次都只是留存测试，有一些留存数据，但我们无法预测 ARPU 值（每用户平均收入）和 DAU（日活跃用户数）。从历史经验来看，修仙类游戏的整体用户基数在两三千万左右，但具体有多少用户会接受这个产品并愿意付费，现在还无法判断，所以目前无法对产品的商业化表现做出预期。

2、公司对《杖剑传说（代号 M88）》的展望和预期？

卢竑岩：《杖剑传说（代号 M88）》制作人设计这个产品时侧重于日本市场，我们也期望它能在日本有好的表现，提升我们境外的业绩。相比之前日本的测试数据，这两天在进行的国内测试数据表现中规中矩，比《问剑长生（代号 M72）》略弱一点，但总体也还可以。接下来的重点会放在日本市场，然后再考虑国内市场。

3、公司储备的自研产品中有多款都是放置类玩法，请公司帮忙拆解一下《问剑长生（代号 M72）》《杖剑传说（代号 M88）》以及 M11（代号）这几款产品整体用户画像的差异，并展望一下放置类游戏赛道的整体发展空间。

卢竑岩：虽然我们把放置类玩法作为一个赛道，但这个赛道实际上非常宽泛，放置并不局限于某一种具体的玩法。举例来说，卡牌玩法在很多游戏中都有应用，SLG 里面也会有很重的卡牌玩法，但一般提到卡牌游戏时，大家想到的通常是市场上常见

的类型。然而，放置游戏涵盖范围非常广，基本上我们会把所有的卡牌类玩法也都归到放置类。总的来说，我们通常会把不需要用户在游戏中花费太多时间，用游戏外时间等待就能获得资源的玩法归为放置类玩法。

关于几款产品的用户画像，《问剑长生（代号 M72）》主要针对修仙类用户，《杖剑传说（代号 M88）》主要面向日本地区用户，这两者的用户画像差异较大。M11（代号）则是结合了格斗玩法和放置玩法，但也不是单纯面向格斗用户，我们希望吸引的是对格斗感兴趣、但没有太多时间参与格斗游戏的用户，这类用户通常之前接触过格斗游戏，但现在年龄偏大或者工作繁忙，与前面两款游戏的用户还是有很大差别的。以上是我根据自己的理解对不同产品用户画像做的简要的区分，产品制作人对具体用户画像细节的理解可能会更深入一些。

4、我们注意到《问道手游》在 2024 年第二季度的流水出现环比回升，同时半年报提到 11 月份可能会推出特色服，并且小程序游戏《道友来挖宝》也获得了版号。请问公司对《问道手游》后续流水的预期是什么？另外，整体的运营规划是什么？

卢竑岩：由于我没了解那么详细，所以没法提供《问道手游》后续具体的运营规划。总体来说，《问道手游》是一个偏存量用户的产品，所以我们还是专注于服务好现有用户，通过根据调研用户的喜好和需求来进行相应的运营和研发规划。

关于小程序游戏《道友来挖宝》，我们认为它是一个独立的新尝试，因为小程序游戏也算是一个新的用户来源平台。但《道友来挖宝》是会帮助我们召回以前的老用户，还是吸引到新用户，我们还不能完全确定。目前看来，它可能更多是召回之前《问道》端游和《问道手游》流失的用户。

对于《问道手游》流水的预期，我们暂时无法预测，只能说在比较近的将来预计会维持在一个比较稳定的状态。

5、《问道》端游上半年实现了一个不错的增长，我们怎么看待它后续的流水表现？

卢竑岩：《问道》端游上半年虽然实现了同比增长，但我们认为《问道》端游整体还是偏稳定的状态，不过在稳定的过程中可能会有一些波动，时涨时跌。这些波动对趋势来说没有什么影响。

6、我们注意到《一念逍遥》二季度业绩情况环比还是下滑。展望下半年，公司如何看待《一念逍遥》后续的整体趋势？

卢竑岩：关于《一念逍遥》，我个人预计接下来可能还是会有下滑的趋势，尽管下滑的速度难以预测，但是应该还没有达到比较平稳的状态。《一念逍遥》的研发面临一个主要挑战，就是修仙概念的消耗。每次在游戏内增加新内容时，我们都是围绕修仙的世界观展开，但随着时间推移，概念的消耗会越来越多，自己创作新概念也比较难，因为玩家可能不认可。这使得即使我们具备研发能力，但是能讲的故事变少了，这就是当前项目面临的挑战。因此，我们认为《一念逍遥》可能还会有下滑的趋势。

7、公司未来的分红策略是什么？分红考虑的因素有哪些？

卢竑岩：我们的分红策略一直是没有变化的，主要考虑是公司要确保有一定的资金储备，在不考虑收入的情况下，储备资金至少可以支撑公司未来 36 个月的经营。在这个基础上，如果有额外的资金，我们会倾向于通过现金分红的方式回馈投资者。

2023 年年报时没有进行分红，很多投资者询问我们是否调整了分红策略，其实我们的分红策略并没有调整。2023 年年报分红的暂缓是因为我们需要扩大研发团队，因此增加了资金储备。目标基本达成后，我们会按照正常的节奏进行分红。

8、想咨询一下公司和开罗游戏之间的关系？开罗是比较出名的模拟经营的厂商，公司代理的《王都创世录》《开罗全能经营家》是单机还是网络游戏？

卢竑岩：我们与开罗游戏的关系主要是合作关系。我之前曾去日本拜访过开罗游戏的 CEO 白井先生，公司的运营团队也与开罗游戏一直保持良好的沟通，我们和开罗游戏主要是针对中国市场进行合作。

关于《王都创世录》和《开罗全能经营家》，我了解得不多。这两款游戏沿用了开罗游戏的模拟经营类玩法，偏向单机形式，并没有较多的社交元素，未来是否会针对用户进行调整，我也不是特别确定。总的来说，我与他们的交流比较少，只知道这两款游戏是取得了开罗游戏的 IP，同时以开罗游戏的既有玩法为基础进行开发的。

9、之前看到公司还有一款 Roguelike 品类的代理产品《刃境》，这款产品是否确定了上线时间？

卢竑岩：这款产品已经解约了。

10、公司未来主要关注的游戏品类有哪些？是否还是像之前一样，主要集中在放置类、RPG 和 Roguelike 这三种品类上？

卢竑岩：我们研发方面有三个主推的赛道，是放置类、MMORPG 和 SLG，Roguelike 应该是运营板块之前积累比较多的品类。研发主推三个赛道，是因为公司在这三种品类上积累了较多的经验和资源，让团队可以更好地复用，但是最终做什么样的产品还是以制作人的兴趣为导向，并通过市场筛选来确定是否符合当前市场需求，并不会仅仅专注于这三种品类。大家看到公司产品中放置+MMO 品类的比较多，主要是因为制作人之间的交流和参考，导致了品类上的重合，并不是说我们限制或强烈鼓励制作某一特定品类的产品。

11、公司在端游方面有没有重点布局？未来是否有一些重点端游产品可能会贡献业绩？

卢竑岩：《Outpost: Infinity Siege（重装前哨）》团队目前在开发其二代产品，处于预研阶段，预计投入会比较大。总体来说，我们在端游方面的投入相对较少，因为愿意在 PC 端开发产品的制作人较少。不过，如果我们找到合适的制作人，并且我们认为方向合适，该投入的我们还是会投入。

12、网上关于《最强城堡》的信息比较少，我看到有人分析说《最强城堡》是咱们今年在 Steam 上线的塔防类游戏《重装前哨》的手游版，不知道这个说法是否正确，也想问一下管理层对于《最强城堡》这款游戏的定位是什么？

卢竑岩：《最强城堡》和《重装前哨》其实没有关系，《最强城堡》项目开始做的时候，《重装前哨》的制作人还没来公司。而且《最强城堡》也不是传统意义上的塔防游戏，所以肯定不是《重装前哨》的手游版。这个产品的内容量不是特别高，但需要探索的东西比较多，所以他们团队一直是比较小的规模，也做得比较久。

13、刚才卢总提到 M11（代号）是一款跟格斗题材相结合的游戏，格斗其实在国内一直有一批还算不错的玩家群体，但是一直没有非常成熟的手游产品出现，想问一下卢总对 M11（代号）这款产品是怎么看待的？

卢竑岩：格斗玩家在国内一直是有一批群体，可以说是在全世界范围都有格斗玩家的群体，但是这个群体比较硬核，所以总体人数从相对比例来看是比较低的。手机

上没有成熟的格斗类产品，我们目前的判断，主要原因还是格斗这个东西太硬核了，就像手机上也没有 RTS（Real-Time Strategy Game，即时战略游戏）的成熟产品，其实大家都尝试过格斗和 RTS 的题材，但是这类产品即使是在 PC 端都处于比较没落的状态。总体来说，玩起来比较辛苦可能是导致用户规模不太大的原因之一。我们做的 M11（代号）只是引入了格斗元素，并不是鼓励所有参与的玩家都以格斗为主，如果是格斗为主，我们觉得大概率也很难做成，所以只是让其中部分玩家做格斗，大部分玩家还是聚焦在养成上。这个产品跟我们公司其他产品是不一样的，也跟传统的格斗产品不一样。

14、《问剑长生（代号 M72）》今天曝光了游戏宣传视频，目前主打的重点好像是空战，想问下这款产品和《一念逍遥》的区别，是否可以把《问剑长生（代号 M72）》看作是《一念逍遥》的升级产品？

卢竑岩：关于《问剑长生（代号 M72）》和《一念逍遥》，它们同属修仙题材手游，但是不能简单把《问剑长生（代号 M72）》定义为是《一念逍遥》的升级产品。一方面，两款游戏在美术上差异比较大，《一念逍遥》是 2D 水墨风，《问剑长生（代号 M72）》是主打 3D 御剑空战；另一方面，《问剑长生（代号 M72）》在玩法上也会做更多的探索，想办法让剧情和人物塑造能够做得更深一点，当然这当中探索的方向，也有选择做得浅一些，因为做得深的时候，感觉和用户想追求的体验之间还存在一定的冲突。

从团队上来说，他们是两个完全不同的团队，开发和运营人员都是独立配置，互不影响，并不是《一念逍遥》分了一部分人出去做《问剑长生（代号 M72）》，其实是《问剑长生（代号 M72）》受到《一念逍遥》在题材和玩法上的启发，然后探索走出了一条自己的道路。从最终结果上来看，我们认为它们同属修仙题材手游，所以两者之间的差别可能不像其他不同类产品之间的差别那么大。

15、《异象回声》这款游戏在咱们代理之前就有了一定的声誉度，很多家媒体也对这个游戏做了非常深度的报道，游戏的题材其实还是比较新的，想问下卢总对于这款游戏接下来的表现怎么看待？

卢竑岩：首先我对这个产品不是很了解，公司在研发和发行两方面是齐头并进，但是我主要还是负责研发这块，对发行了解没那么深入。《异象回声》游戏的主要特

色在于都市怪谈、悬疑探案的题材设定和美式战棋玩法，从测试数据来看，我没有特别高的预期，可能不太有成为爆款的机会。

16、想请问下卢总，您觉得公司在游戏行业内的优势和长板是什么？

卢竝岩：您问的问题比较宏观，我只能按照我的理解回答一些。这个问题其实我们公司内部也会有人问（包括一线的员工、主管和制作人），内部也会讨论，有一些投资人也经常问这样的问题，如果我简单来回答的话，我们现在还没有什么优势。

但我们对公司还是有信心的。我们一直聚焦在怎么去找更好的、更有趣的玩法，所以在这个方面是持续做投入的，包括我们一直做“小步快跑”的尝试，其实就是为了去探寻怎么去找有创新、能够经受住考验、好玩的玩法。在这个过程中，包括我们在内部不停复盘的时候，也会谈到“小步快跑”这个事情听起来很简单，好像就是多发一些版本、勤迭代就可以了，但实际上要掌握这个能力非常困难。我们在内部复盘的时候，也会发现很多制作人在这个方面其实会走歪，在这个过程中我们也会不断地去发现问题、解决问题，然后筛选找到更合适的制作人，这实际上是一个长时间积累的过程。如果到某一天，公司某一些制作人最后通过不断的训练、提升，真正能够掌握这一点，然后去探索找到好玩的玩法的时候，就会形成优势。但是在这期间内，在没有跨过那个坎儿的时候，表现不出来优势。

17、想问下卢总您对游戏这门生意的理解，因为其实我们非常关注公司的分红政策，公司也一直强调需要在账上留有一定的现金，包括在买量和研发上面比较重研发，但我们发现研发的持续投入和打造一款受欢迎的游戏产品，同时在报表上有一定的盈利，这几个方面似乎是非常难把控的，想问问卢总您是怎么理解这件事情，这些年我们持续的研发投入有哪些成果或者是买到的经验教训？

卢竝岩：这个问题我简单解释一下，如果持续地投入，而且这个投入是没有浪费的，那么必然会有持续的产出。比如你投入一个人，他做的项目失败了，但是他人还在，还一直在学习，一直在尝试做新东西的话，人是在不断成长的。当然，从个人来说有可能会彻底失败，但是从一个群体来说，你投入的不是一个人而是一群人，这里面就一定会有一些人是能够经受住考验，最后在市场上获得成功。如果针对一个人投入或者一次性的投入，偶然性很大，会怎么样不好说，但是从规模上一直进行投入的话，最后会有一定成功的概率。

我把这个问题再稍微延伸一下，从公司内部来看，运营方面基本上不太会有特别大的亏损。为什么？因为运营的投资是滚动的，如果发现投资回报不合适的时候，就会停下来，所以从买量的角度来说，项目即使做亏了，也不会有太大的亏损。当然买量有其他问题，我就不展开了。但是研发不太一样，研发实际上就是有可能一个项目投进去就血本无归。比如说投了几千万做一个项目，但这个项目之后可能只有几百万的流水或者收入，那基本上相当于全亏出去了。但是我们不是这么看待的，从单个项目的流水上来看，它是彻底失败的，但如果团队的人还在，人是有经验积累的，团队的能力在提升，他们做好产品的几率其实也在提升。举例来说，如果是投骰子，第一次扔下去没有投出 6 点来，第二次扔，投出 6 点的概率还是 1/6；但是对团队来说不是这样的，第一次失败了，第二次是会更接近成功的。所以我们会在每个项目失败后回头看，有一些项目失败了，我们认为属于彻底失败类型的，团队最后我们也没有留，因为他们的能力没有达到我们的期望；也有很多项目虽然我们认为不成功，但是团队还是可以留下来，包括《重装前哨》这款产品，我们认为团队还是可圈可点的，是值得持续投入的。

总体来说，从一个群体来看，肯定是投入越多，最后产出越多。如果我们拿中国的游戏行业发展举例，咱们国家的游戏厂商在全球手游市场占据的份额现在应该差不多有半壁江山，这个情况我们很早就有判断，原因就是我们有足够多的工程师和艺术家来做游戏这件事，我们的人数可以占到半壁江山，那为什么我们的业绩不能做到半壁江山？肯定是可以的。当然如果具体到某一个公司或者某一个团队、某一个项目，有些是成功，有些是中规中矩，有些是失败，这是说不准的，越具体的，变数确实越大。

18、公司在回购方面是有一些克制，或者说有一些考量的，我想问问在当前这个时点，公司管理层对回购这件事情有没有一些新的计划？

卢竑岩：我们主要是在公司觉得股价偏离过多的时候，会做相应的回购，但是我们不是在一个比较小的范围内判断，例如偏差了 30%，可能对于投资角度来说很大，但我们其实根本就估不准，所以总的来说我们的策略是尽量不动，如果确实有很大偏离，也会有相应的操作。到目前为止我们是有做一定的回购，但是回购的金额其实也不多，我看了下数据，截至 7 月 31 日，已支付的总金额约为 5,180 万元。我们并没

有因此对公司股价失去信心，只是短期内不会做太大额的回购。

19、之前听过卢总的很多场电话会，一直提到我们立项思路是比较尊重制作人的意愿，但现在因为公司一直在进行人员扩张，所以想问一下卢总有没有可能会去做一些“自上而下”的立项，或者会让您觉得特别有方向去推动的一些项目出现？

卢竑岩：首先第一点，我们人员扩张主要是针对已有的项目，有的项目规模是比较大的，本身是先有项目才会考虑加人，而不是先加人再去做项目。第二点关于是否有“自上而下”的项目，如果简单回答，是没有，但是这事情确实也不能回答这么简单，因为如果是我来主导推进的项目，确实可以算是“自上而下”。那我为什么说简单回答是没有呢？因为我在公司内部也跟大家强调，我推进的项目可以理解为也是一个制作人推进的项目，我扮演的角色也是一个制作人，和其他的项目是一样的，也需要走若干流程，要去做预研和迭代的测试，确认符合立项条件，市场上也有一定成功的预期，我们才会进行更大的投入。所以从这个角度来看的话，我会认为它不算是“自上而下”，仍然是一个“自下而上”的项目，只是那个制作人恰好是我，或者被我所影响了。

那么公司为什么不去做传统意义上“自上而下”的项目呢，并不是我认为这个方法不对，只是从我们的角度来说，我们一直坚持想走的这条路，还是坚持以兴趣为导向，而不是通过在市场上做一堆调研和分析，去找到最合适的产品。虽然这么做也有很多成功的例子，我们认为也是一条可行的路，但是每个公司的基因和调性不一样，如果这个不符合你的调性，硬学的话，很有可能也学不会。

20、想请问一下卢总对于现在修仙题材的用户获取难度怎么看？因为我们现在看起来好像《问剑长生（代号 M72）》是公司比较重要的一款游戏，您觉得它的用户获取可能通过什么形式为主？会不会担心买量市场比较拥挤？

卢竑岩：修仙题材的用户获取难度，我认为和其他题材的用户获取难度是类似的。一个题材的用户获取难度取决于两点，第一点是这个盘子有多大？比如修仙用户的规模，目前我们看到只有两三千万的量级。那如果我们是在一个两三百多万的用户盘子里面去获取用户，肯定会很难；如果是从两个亿的用户里面获取用户，会变得更容易。第二点是你这个产品和别的产品差异化的程度，差异化程度越大，并且产品又确实是符合用户口味的，就会形成口碑传播，那么获得用户的成本就会低了，而且获得用

户的速度会比较快。

从《问剑长生（代号 M72）》这个产品来看，我觉得差异化程度还不够，所以大概率还是会走买量的方式，会在一个比较拥挤的赛道拼。总体来说，团队在差异化方面迈出去的步子还不够大，这点并不是怪我们的团队，而是要往外迈这一步，这件事情其实非常困难。他们也做过很多尝试，也积累了非常多有价值的经验，对我们未来的产品会有启发性的作用。

21、请问卢总日常关注比较多的产品有哪些？数量大概有多少？

卢竑岩：首先研发这边所有的产品我都有关注，但是大部分产品不会特别关注，从设计角度特别关注的产品最多只有两三款，再多也没有精力。因此所有的产品都有关注，只是投入的精力不一样。其次，从团队角度来说，我们会结合 HR 部门的 HRBP、财务部门去观察团队的治理管理水平，和他们进行沟通交流，解决他们管理上的问题，但这方面就跟产品设计没有关系了。如果简单回答您的问题，我特别关注的产品就是两三款。

22、请问公司对于长线运营的看法和心得上有没有变化，或者说是否有提升？《问道》端游、《问道手游》在今年都有比较好的回升，公司觉得这是一个偏长期的趋势吗？市场上有些游戏通过内容和玩法迭代做出非常大的环比回升，可以展望公司的游戏会有类似的效果出现吗？还是说后续我们是边走边看的状态？

卢竑岩：应该是边走边看的状态。《问道手游》已经运营 8 年，《问道》端游已经运营 18 年，在 18 年前不要说预测 18 年之后的事情，预测 8 年后的事情我认为都是不可能的，能往前看一年就很了不得。所以核心还是做好用户服务，真诚地对待用户，做好长期服务，用户有需求我们就去调研、了解，然后剖析找到用户真正的需求和诉求点，最后再通过团队转化成产品的成果，不停地去迭代。

有的产品能长线运营，有的产品也许不能长线运营，这取决于产品的设计。有些产品在设计之初可能就不适合长线运营，那么它整个生命周期结束就是结束了；但是有些产品可以做到长线运营，我们就踏踏实实把每一步做好，至少是把我们应该做的事情都做了，一般来说也会有比较好的结果。比如《重装前哨》这种 Steam 上的产品，我们在和制作人复盘的时候也在讨论，在 Steam 上的产品是买断制的，是否也要考

虑玩家的需求，比如说让大家能开心玩一把就行，而不是说非要把产品做得太长线。我们反思的时候也会有判断，这种产品确实它的生命周期可能是有限的，不是非常耐玩、可以反复玩的产品，也不是社交类型的产品，在这种情况下我们不能把产品的生命周期硬拉长，而是能够在合适的时间点，比如说 10 个小时、20 个小时，让用户开心玩一把。这类产品考虑的不是长线运营，而是整个产品、整个系列长线地做下去，从二代、三代、四代这样做下去，每一代都满足用户当下的需求。这个是我们的看法，当然这个看法也会不断进行调整。

23、之前有提到《一念逍遥》的下跌趋势还没有企稳，想请教卢总，《一念逍遥》的生命周期是否会受到题材的限制，我们如何去判断游戏的整个生命周期？下跌的趋势会在什么时候看到企稳的迹象？

卢竝岩：《一念逍遥》下跌的趋势，我目前没有看到有企稳的迹象，而且我也无法判断什么时候能够企稳，我个人判断在可遇见的一段时间内，可能都会呈现下跌的趋势，当然最终肯定也会企稳，但这个回答没有意义，因为在产品跌到 0 的时候它也是企稳的。《一念逍遥》具体什么时候企稳现在判断不了。

《一念逍遥》的生命周期并不是受到题材的限制，而是玩法的限制。如果我们做的是一个传统的 RPG 游戏，是一个讲故事、讲剧情的类型，那我们就可以围绕主角不断地把故事讲下去，游戏就能一直做下去。但是《一念逍遥》的玩法是偏养成的，会消耗一些概念，比如说我们有炼丹、炼器、灵宠、剑修等概念，我们做了一条养成线，就意味着消耗了一个概念。往后我们不能随便新创概念，不是说没有水平创造新的概念，而是说创造的概念得大家认同。很多修仙的概念是过去 20 年，大家添砖加瓦慢慢形成的，会有新的概念产生，但是可以预见概念形成的速度会比较慢。有点像我们写小说，有的小说可以无限延伸，有的小说到了时间就得截稿。什么是无限延伸的小说？比如打怪升级那一类的小说，主角在一张地图上遇到了冲突，通过训练后把冲突解决了，到了下一张地图又重复了这个故事，如果作者愿意写可以写到自己腻为止，我们看到很多小说就是这个套路。但是如果你想写一个破案的小说，最后把真相和嫌疑人找出来，那这个故事就结束了，像柯南一样，只能再跑到新的地方遇到新的案子，但这其实已经是另外一个小说了，对于那一本侦探小说而言，把事情解决了就结束了。虽然可以变成一个系列的小说，像《福尔摩斯》一样，一个一个故事往下讲，

但是其实已经是一个新的小说。对游戏来说也是一样，有一些游戏就属于往后更新起来的时候困难比较大，这不是因为技术上的问题，也不是团队能力的问题，而是当初我们选的这个玩法就有一定的限制。

24、目前我们观察到游戏行业头部厂商都在加大对 PC 或者主机游戏这类长线游戏的投入，也看到欧美的内容型游戏和中国的服务型游戏在融合。公司也有在 PC 端游戏的一些布局，想请问卢总如何看待这样的行业趋势？公司是否有应对战略？

卢竑岩：从战略角度来说要做更大的投入，培养好制作人，提升团队的能力，包括我们探索内容向的产品其实也是为了锻炼团队，提升能力，加强积累，这个是大的战略方向。头部厂商加大投入各种玩法，欧美市场的调性和中国市场的调性也在进行融合，这个问题可以从行业角度说起。游戏行业到现在增长已经到了一个非常平稳的阶段，可以说是从幼年期迈入了成熟期，从新兴行业变成了传统行业，但是并不是说传统行业就利润少，而是传统行业的利润可能会越来越接近全行业的平均利润。游戏现在来说肯定还是远远超于全行业的平均利润，但是我相信随着时间的增长，它会越来越接近全行业的平均利润，表现为投入越来越大，但是产出并不见得越来越大，那么可想而知利润的空间就会慢慢朝全行业平均利润靠近。当接近全行业平均利润的时候，肯定很多资金就不愿意去投游戏行业，他们会愿意投其他行业，最后平均利润会保持在这个合适的维度，所有正常的商业都是这样的过程。

关于欧美游戏和中国游戏的融合，我们之前也谈到中国在手游行业的市场份额占据半壁江山，为什么没有谈到 PC 和 Steam 主机上这些游戏也能占据半壁江山呢？是因为在那个年代 Steam 游戏赚钱的量和手游相比差距太远了，等到手游行业竞争比较充分的时候，中国行业自然就会往 PC 和 Steam 主机行业去进发，最终表现出来就是融合，当然这个融合反过来也会对手游行业进行渗透。从最终结果来看，不考虑老 IP，在新 IP 方面，中国未来肯定也能占据半壁江山。在 PC 和 Steam 主机上最终结果也是这样的，只不过可能因为有一些老牌的 IP 非常强势，使得他们在总市场上看起来有一定的优势。但只要在新 IP 上，中国的工程师不断努力，他们必然要分出这部分市场来，整个行业趋势从宏观上来看非常清楚。

25、公司在小程序游戏方面，除了《道友来挖宝》，还有什么思考和布局吗？

卢竑岩：小程序游戏这块其实没有什么特殊的布局，我们在公司内部主要是从运营的角度跟大家多分享这个市场，提醒制作人不要抱残守缺，天天只盯着眼下的一亩三分地，告诉大家有这个新兴的市场，以及这个新兴市场是怎样的表现，它的用户属性是怎样的，玩法上有什么特征，然后鼓励大家往这方面进行尝试。

除了《道友来挖宝》外，我了解到还有另一个团队也在做这方面的尝试，但结果不太好，已经停止了。将来应该也会有其他团队进行尝试，所以我们也不算有特别的布局，比如说要做多少款小程序游戏，在哪个方向做小程序游戏，这不是我们做事的方式。目前主要还是让大家对小程序游戏有足够多的了解，然后鼓励大家往这方面走。

26、公司境外业务的未来规划是怎样的？预计什么时候开始盈利？

卢竑岩：境外业务现在有些增长，但是有增长没质量，就是最后没有利润。我们接下来要做的事情肯定是要提高质量，什么时候能够盈利不好说，最终还是取决于产品本身，就是我们要有的好的产品才行。那怎么有好的产品？还是要持续地投入，并且用更多的方式激励大家去做全球化的产品，有了好产品，自然能够把运营做得有起色，而不是在运营上做布局，得在研发上做布局和规划才行。

27、公司员工规模是否还会扩张？后续的目标是什么？

卢竑岩：公司是先有项目，然后再根据项目需求去吸纳人员，后续也会根据项目的情况去判断是否扩张人员规模。从项目的角度来看，公司同时开展较大规模的项目，数量肯定是有限的，所以我认为在接下来的一段时间内人员规模可能不会有特别大的变化，小的变化主要体现在人员流动、局部项目变动上。

28、公司对 SLG 品类的探索进度如何？

卢竑岩：公司之前有做过一个项目，最后因为测试数据不理想而停止了，后面也没有再开展比较大规模的 SLG 项目。但我们也一直持续在探索中，有一些前期的预研项目会往 SLG 方向探索，只是到目前为止我们也没有找到特别好的方向。

29、公司是否使用 AI 相关的工具来降本增效？

卢竑岩：公司一直都有在使用 AI 相关的工具。一方面是在 AI 绘图上，目前的 AI 工具技术都比较成熟，在速度和价格上都更有优势，我们让 AI 替代外包去完成一些比较简单、重复的工作，从而降低公司的成本；另一方面是在原型设计上，策划向美术描述原型的时候也会使用 AI 工具，这样可以使描述更清晰、传递需求更明确。

附录 1：参会机构名单（排名不分先后）

德邦证券、东方证券、东吴证券、方正证券、光大证券、广发证券、国海证券、国金证券、国盛证券、国信证券、国元证券、海通证券、华创证券、华福证券、华金证券、华泰证券、华鑫证券、汇丰前海证券、金股证券、开源证券、民生证券、平安证券、山西证券、上海证券、天风证券、西南证券、信达证券、兴业证券、甬兴证券、中航证券、中金公司、中信建投证券、中信证券、中原证券、安和（广州）私募、安联寰通资产、抱朴容易资管、北京信托、博时基金、财通资管、长安基金、长见投资、长信基金、大成基金、东吴基金、东兴基金、方正富邦基金、方正人寿、复通私募、富德生命人寿、富国基金、工银理财、工银瑞信基金、古曲私募、光大保德信基金、广发基金、广州睿融私募、贵源投资、国泰基金、国泰君安资管、国投瑞银基金、杭贵投资、航长投资、宏道投资、泓澄资管、泓德基金、鸿运私募、华宝基金、华泰保险、华泰资管、华夏财富、华夏久盈、汇丰晋信基金、汇泉基金、建信保险资管、健顺投资、江苏银行、交银施罗德基金、金泊投资、锦成盛资管、景顺长城基金、聚享智研投资、君康人寿、凯石基金、昆仑保险、骊龙投资、联视投资、龙全投资、名禹资管、明河投资、农业银行、农银汇理基金、诺安基金、磐耀资管、鹏华基金、平安基金、泊通投资、浦银安盛基金、齐家私募、奇盛基金、千榕资管、青岛金光紫金、融开资管、锐鸿私募、润达私募、深积资产、神农投资、诗悦网络、拾贝能信私募、松熙私募、太平洋资管、天猷投资、彤源投资、五岳华诺创业投资、西藏隆源资管、湘财基金、新湖财富、新华基金、新物种基金、信达澳亚基金、兴银理财、阳光资管、银华基金、永瑞私募、永赢基金、禹田资本、煜德投资、粤佛私募、泽泉投资、展向资产、浙商证券资管、正圆私募、中庚基金、中国人寿、中汇人寿、中银基金、朱雀基金、摩根士丹利（亚洲）、Citadel、Jefferies（Hong Kong）、富瑞金融、高盛（亚洲）、海森堡资本、花旗環球金融、雷锋网、南方都市报、个人投资者共 30 人

附录 2：厦门吉比特网络技术股份有限公司 2024 年半年度业绩说明会会议资料



2024年半年度业绩概要

营业收入及归母净利润情况



2024半年度，公司拟向全体股东每10股派发现金股利45.00元（含税），以扣除回购专户股份后的股本计算拟派发现金红利3.23亿元（含税），占2024年上半年归属于上市公司股东净利润的62.36%。

自2017年上市以来，公司累计现金分红及回购金额达56.66亿元（包括已公布但尚未实施的2024年半年度分红金额），为首次公开发行股票融资净额的6.30倍。

《问道》

2024年1-6月营业收入及利润同比有所增加

《问道手游》

2024年1-6月营业收入、发行投入及利润同比有所减少

《一念逍遥
(大陆版)》

2024年1-6月营业收入、发行投入及利润同比大幅减少

境外游戏业务

2024年1-6月境外营业收入合计2.55亿元，同比增长113.77%

投资业务

2024年1-6月产生的财务收益（含投资收益、公允价值变动、资产减值损失等）同比减少2,816.80万元

汇率影响

2024年1-6月汇兑收益为2,073.02万元，上年同期汇兑收益为6,898.11万元，同比减少4,825.09万元

储备产品情况

	产品名称	游戏类型	拟发行区域	拟上线时间
自研产品	★ 《问剑长生 (代号M72) 》	放置修仙类	中国大陆及港澳台、东南亚地区	未确定
	★ 《杖剑传说 (代号M88) 》	日式幻想题材放置MMO	中国大陆及港澳台、日韩地区	2025年上半年
	★ 《最强城堡》	策略塔防类	全球	未确定
	M11 (代号)	魔幻题材放置挂机养成类	全球	未确定
代理产品	★ 《封神幻想世界》	国风题材RPG	中国大陆	2024年10月18日
	★ 《亿万光年》	科幻题材策略卡牌、轻度SLG	全球	未确定
	★ 《冲啊原始人》	策略卡牌战斗	欧美地区	未确定
	★ 《异象回声》	都市怪谈悬疑策略类	中国大陆	2024年下半年
	★ 《开罗全能经营家》	模拟经营类	中国大陆	未确定
	★ 《王都创世录》	模拟经营策略、RPG养成	中国大陆	2024年下半年

注：1、带星标 ★ 产品已取得版号；

2、上表中产品根据重要性等因素综合进行排序；

3、上表中的游戏最终是否上线及上线时间、拟发行区域系根据产品及市场信息初步预估，具有不确定性，请关注雷霆游戏官方信息了解最新动态。