

# 厦门吉比特网络技术股份有限公司

## 2018年11月5日至11月8日投资者调研沟通活动纪要

**时间：**2018年11月5日至2018年11月8日

**地点：**深圳、厦门

**接待调研人：**董事、董事会秘书、副总经理 高岩

**参会机构：**海通证券、广发证券、国盛证券、长江证券、博时基金、鹏华基金、融通基金、大成基金、平安基金、银华基金、安信基金、前海开源基金、前海联合基金、红土创新基金、东吴基金、景顺长城基金、信达澳银基金、前海人寿、凯丰投资、福建鑫鑫投资

**详细纪要：**

### 1、请简要介绍公司2018年前三季度经营情况。

2018年1-9月，公司实现营业收入11.60亿元，同比增长8.90%；实现归属于上市公司股东的净利润5.07亿元，同比增长14.30%。在此基础上，公司2018年前三季度销售费用同比减少40.48%，销售费用占营业收入比例维持在相对较低水平，保持了相对较高的运营效率。

公司2018年前三季度营业收入和归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长，主要系公司自主研发并由雷霆游戏运营的《问道手游》收入同比增长。

### 2、请问《问道手游》2018年第四季度流水会不会有较大波动？预期生命周期如何？

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，公司《问道手游》经营状况较为稳定。

手游的生命周期关键要看产品的品质及运营策略。公司走“精品化”路线，坚持

做好玩的游戏产品，重视产品品质及客服工作，通过好的产品和服务，提升玩家的游戏体验和沉浸感，增加用户的粘性，从而延长游戏的生命周期；为适应市场变化，公司会根据市场的实际情况及玩家的反馈，在日常维护的同时，针对性地对游戏进行升级开发，增加游戏新内容，并对游戏中现有内容进行修改和调整，保持游戏玩家持续的新鲜感；此外，《问道手游》所属 MMORPG 类手游的生命周期相对较长，公司对《问道手游》的生命周期有信心。

### 3、公司新产品情况如何？

2018 年 1 月至今，公司先后推出《贪婪洞窟》《长生劫》《奇葩战斗家》等不同类型游戏，目前储备有《砰砰小怪兽》《下一把剑》《怪物制造者》《探灵之夜嫁》等数款自研产品，并已签约代理了《贪婪洞窟 2》《跨越星弧》《螺旋英雄谭》《原力守护者》《魔法洞穴 2》《永不言弃：黑洞》《失落城堡》《Turmoil》《花灵》《伊洛纳》等数款产品。其中，《贪婪洞窟 2》将于 11 月 29 日在官方安卓和 iOS 渠道首发公测。

### 4、公司 M68 项目进展如何？是否有流水预期？

M68 是一款大型的 MMORPG 手游，我们希望能够通过游戏向玩家传递世界观，同时兼顾玩法有趣（主要围绕经营、探索、养成要素）。我们希望搭建一个有不同位面的游戏，玩家可以经营自己的位面，也可以在不同位面之间穿梭，和其他玩家交互，体验爱恨情仇。公司会先通过小说、动漫等一系列 IP 孵化和引入工作，将粉丝培育出来。M68 项目上线时间尚不确定，目前不会着重考虑流水情况，现阶段主要关注把产品品质做好，把团队能力锻炼出来。

### 5、公司代理外部游戏产品的竞争优势主要什么？

雷霆游戏平台(www.leiting.com)是公司的运营平台，不仅运营公司自研的游戏，还会代理运营游戏品质良好、研发团队理念与公司相近的产品。雷霆平台走“精

品化”路线，希望通过运营好的产品，给用户美好的游戏体验，为雷霆平台积累良好的口碑，增强用户粘性，扩大雷霆平台的品牌知名度，吸引更多玩家，实现长线经营。

代理外部游戏产品确实竞争激烈，但我们会和开发团队充分沟通，说清楚自己的优势、特点、理念和想做的事情。公司作为《问道》端游的研发商，在与运营商十几年的合作过程中，深切感受到游戏研发商和代理运营商各自的痛点在哪里，更能打动研发团队；而且我们愿意与研发商共享渠道、用户等资源，愿意和研发团队一起做长线经营，逐步孵化 IP。

## **6、公司 2018 年前三季度销售费用显著下降，与公司的运营策略有关吗？**

2018 年 1-9 月，公司销售费用同比减少 40.48%，主要系公司持续优化营销活动，加强精准投放，减少了相对低效的营销推广开支。公司近期销售费用占营业收入比例维持在相对较低水平，保持了相对较高的运营效率。

公司 2018 年前三季度销售费用下降，与公司的运营策略密切相关。公司坚持不刷榜单、不做单纯买量，有效控制宣传推广费用。一方面，公司主张把客服工作做好，公司的客服人员直接对接研发团队，能解决一些简单的技术性问题；另一方面，公司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。

## **7、公司产品研发的整体思路是怎样的？**

公司为 CP 起家，具有较强的研发实力，坚持走“精品化”路线，致力于把每一款产品做成精品，以产品品质赢得玩家。公司自研的产品需要经过预研、立项、测试等环节，而后才能上线运营。公司在产品立项环节就进行严格的审核，项目组需制作 demo 并向公司产品委员会提出立项申请，经产品委员会全体委员一致通过后方可立项。公司产品立项需要符合两个条件：（1）产品独一无二：差异化

明显，不做换皮，可玩性第一位；（2）团队稳健可靠：制作人对产品的信念和投入意愿强烈，团队管理能力突出。此外，公司产品立项后需尽快见玩家，通过听取核心玩家的建议，不断打磨、调整游戏的核心玩法，与玩家共同“定制”游戏，制作出玩家喜爱的产品。

## **8、公司海外业务的开展情况如何？**

公司有独立团队负责海外业务，核心人员均来自知名海外发行公司，后续公司将加快拓展海外业务。目前，公司运营的《问道手游》《地下城堡》《地下城堡 2》海外版已陆续上线，并已签约代理了《末日希望》（除中国大陆以外的国家和地区）、《魔女兵器》（除中国大陆、日本、韩国以外的国家和地区）等产品。

## **9、公司的投资策略如何？**

一方面，公司采用参股的方式投资外部有发展潜力的公司，不断寻找品质优良的投资标的，包括游戏研发商、游戏分发商及行业上下游企业等；另一方面，公司允许公司内部团队独立出去开发项目，公司以参股方式予以资金支持。公司投资时比较看重研发团队的研发能力、研发及运营理念、能否给玩家良好的游戏体验等方面，目前已经成功孵化了一些公司，也锻炼了游戏背后的团队。

公司不会收购参股公司，游戏行业是创意产业，收购参股公司对于公司并没有协同效应，参股的方式有利于调动项目人员的积极性，有利于产品的研发。