

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2019年5月6日至5月9日投资者调研沟通活动纪要

时间：2019年5月6日至5月9日

地点：深圳、广州

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、前海开源基金、大成基金、景顺长城基金、长城基金、前海联合基金、安信基金、山石基金、摩根士丹利华鑫基金、信达澳银基金、东吴基金、博时基金、鹏华基金、融通基金、嘉实基金、广发基金、易方达基金、星石投资

详细纪要：

1、公司新产品情况如何？

自研产品方面，公司对于产品立项控制的较为严格，目前储备有《砰砰小怪兽》《怪物工程师》《探灵之夜嫁》《双境之城》《异化之地》等数款在研产品，另有一些预研产品正在孵化中；代理产品方面，公司近期上线了《贪婪洞窟2》《跨越星弧》等新产品，目前储备有《人偶馆绮幻夜（DOLL）》《原力守护者》《伊洛纳》《失落城堡》《永不言弃：黑洞》《魔法洞穴2（The Enchanted Cave 2）》《石油大亨（Turmoil）》《冒险与深渊》《花灵》等产品。储备产品中《人偶馆绮幻夜（DOLL）》《原力守护者》《伊洛纳》《失落城堡》《永不言弃：黑洞》《异化之地》已获得版号。

2、公司主要产品运营情况如何？预计《问道手游》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，《问道手游》《问道》经营状况保持较为稳定。2019年4月，《问道手游》3周年年度大服开启，邀请周华健代言并开展一系列活动，玩家响应良好。2019年4月《问道手游》在苹果应用商店 iPhone 游戏畅销榜排名最高上升到前5名内。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，及时推出新资料片，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；同时，公司也会做一些品牌推广的活动，比如通过电视剧等与年轻人相关的活动，使品牌年轻化。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 M68 项目研发进展如何？

公司目前有多个研发项目，M68 项目只是其中一个，不会将 M68 项目看得过重。公司将持续保持较高水平的研发投入，对在研项目持续投入资源，并不断寻找优秀的游戏制作人丰富产品线。游戏行业是创意行业，公司注重游戏核心玩法的新鲜、有趣、差异化，对产品立项较为谨慎，项目预研阶段耗时较长，目前 M68 项目还在做玩法打磨。

4、公司的人员架构是怎样的？是否会大幅扩张？

截至 2018 年 12 月 31 日，公司共有五百多人，其中研发人员大约有三百人，运营推广人员和运维人员有一百多人。公司会控制人员的数量，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、公司的竞争优势主要是什么？

公司实施差异化战略。在游戏研发方面，公司为 CP 起家，具有较强的研发实力，游戏玩家对于高品质的产品是有需求、有识别能力的，公司聚焦于把自己的产品做好，致力于把每一款产品都做成精品，以产品品质赢得玩家。

在游戏运营方面，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。公司特别重视与玩家的沟通，坚持坦诚、透明的态度，及时响应，直面问题，站在玩家的角度去感受问题、解决问题。比如在公司产品《贪婪洞窟 2》上线初期，在玩家对该游戏反馈意见较多情况下，公司通过线上视频直播与线下玩家面对面活动，与玩家加强交流，听取玩家的反馈建议并综合评估对游戏进行优化；比如《问道手游》坚持每年进行线下玩家面对面沟通，对问题不敷衍不拖延。

代理外部游戏产品确实竞争激烈，但公司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、公司自研产品如何立项？

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。

7、公司投资策略是怎样的？

公司目前主要做战略投资，以参股的形式为主，主要投资游戏研发商、游戏分发商及行业上下游企业等，投资时关注对方能否与公司协同发展或业务互补，关注研发商的研发能力。公司一直以来不做高商誉投资，后续将继续围绕主营业务及延伸产

业进行投资。公司不计较被投资企业单个项目的得失，不会单纯追求短期财务回报。

8、公司海外业务情况如何？

公司做海外业务时不做毛利率低的产品，不简单买量，目前海外业务整体占比还比较低。公司后续将加大海外业务投入力度，一方面会持续提升海外业务团队人员素质；另一方面也会积极与海外企业寻求合作，将好的海外产品“引进来”，让好的国内游戏“走出去”。

9、公司未来布局的产品方向主要有哪些？

雷霆游戏（www.leiting.com）是公司的自主运营平台，不仅运营公司自研的游戏，还会代理运营品质良好、研发团队理念与公司相近的游戏产品。雷霆游戏致力于为差异化用户选择差异化好玩的产品，对未来布局的产品方向没有限制。雷霆游戏未来运营的游戏品类包括但不限于以下几类：

一是 MMORPG 类，公司产品《问道》《问道手游》均为 MMORPG 类游戏，两款产品分别于 2006 年、2016 年上线，上线以来市场表现良好，公司在该品类上积累了一定的研发、运营的经验优势和一定的用户基础，公司将持续深耕此品类；

二是 Roguelike 类，公司先后推出了《不思议迷宫》《地下城堡 2》《贪婪洞窟》《贪婪洞窟 2》《跨越星弧》等广受玩家好评的 Roguelike 类手游，通过对大量 Roguelike 类游戏玩家行为数据的挖掘与分析，公司在该品类游戏运营上积累了独到的经验。Roguelike 品类的游戏充满差异和变化，公司会持续深耕该品类游戏，通过游戏品类的精细化和产品的差异化，满足玩家不断变化的需求，在雷霆游戏平台沉淀更多的玩家群体。目前公司储备产品中《The Enchanted Cave 2（魔法洞穴 2）》《失落城堡》《伊洛纳》等均为 Roguelike 类手游；

三是二次元类，中国二次元游戏市场逐渐壮大，公司一直有在关注二次元品类的游戏，一方面在积极开展二次元游戏代理运营业务，另一方面也在积极培养内部团队。2019 年 1 月 9 日《螺旋英雄谭》正式开启公测，《螺旋英雄谭》是公司发行的第一款

二次元游戏。另外，公司储备产品中《花灵》等为二次元类游戏。

此外，公司持续走“精品化”路线，坚持做好玩的游戏产品，致力于给玩家美好的体验，将积极代理运营中小研发厂商开发的品质优良的独立游戏，给予其渠道、用户等方面的资源支持，建立起玩家和精品游戏之间的联系，在给玩家带来美好游戏体验的同时，帮助中小厂商成长，提升公司雷霆游戏平台知名度和美誉度。

10、公司如何考核运营人员的绩效？

公司运营人员的绩效考核指标不与流水挂钩。运营人员的考核指标更多的是围绕游戏的健康度，包括玩家满意度、留存率等。