

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2021年6月投资者调研沟通活动纪要

时间：2021年6月

形式：现场会议、电话会议

接待调研人：

董事、副总经理 高岩（部分参会）

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

参会机构：海通证券、申万宏源证券、东吴证券、东兴证券、国泰君安证券、华泰证券、万联证券、西南证券、中金公司、海通国际证券、摩根大通证券、汇丰前海、汇添富基金、工银瑞信基金、博时基金、财通基金、国泰基金、中融基金、信达澳银基金、淳厚基金、德邦基金、长盛基金、中国守正基金、中银基金、华夏基金、生命人寿、大家资管、德邦资管、东方证券资管、壹拾资产、中环资产、丰岭资本、尚峰资本、交银投资、华尚投资、泓澄投资、Allianz、Arohi Asset、Blue Ocean Asset、China Merchants Securities Asset、Golden Pine Capital、Hang Seng Qianhai、Hillhouse Capital、Kaisa Financial Group、Morgan Stanley Huaxin Funds、Jefferies Financial Group、New Silk Road Investment、Polymer Capital Management、Snow Lake Capital、UBS Asset、Yiheng Capital（排名不分先后）

纪要：

1、公司的研发机制？

公司采用“自下而上”的产品研发机制，以制作人的兴趣为导向，鼓励各个团队自主研发，持续提升核心竞争力。同时为更好的复用既有的经验和资源，公司目前主要聚焦于 MMORPG、SLG、放置挂机类三大赛道，未来将根据制作人反馈的情况适当地放宽或收敛。

具体来看，一方面公司对现有产品进行升级开发，提升游戏表现力和体验，延长产品生命周期；另一方面打造多个游戏研发团队，用“小步快跑”的方式不断验证并调整，要求每1-2个月迭代出新的版本并进行市场验证，如果测试数据理想，

会加大产品投入。

2、公司对研发团队的激励机制以及未来的扩张计划？

公司以具有竞争力的薪酬、股权激励、较大的成长空间、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。

公司研发人员总体保持温和增长，这有利于保持研发项目内部氛围的一致性，整体效率会比较高。研发人员具体的增长速度主要根据项目需求而定，若有较好的领头示范项目则研发人员增长速度会更快。

3、公司在选择代理产品方面主要考虑的因素？

公司注重产品差异性，更倾向于能为玩家带来耳目一新感觉的产品。同时在产品的调优过程中，公司也会关注商业化设计。

4、《摩尔庄园》整体情况？

公司代理运营的《摩尔庄园》手游于6月1日上线，前期全平台预约用户数已超过900万。上线当日，开服12小时新增用户数量超过700万，同时在线用户数量超过100万。

除页游时期积累的玩家基础外，产品上线后在微博连续多日自发形成40多个热搜，吸引了较多的泛用户，形成较好的破圈效果，目前游戏用户量已突破三千万。2021年6月，该游戏在App Store游戏畅销榜平均排名为第7名，最高至该榜单第1名，App Store游戏免费榜平均排名为第2名。

5、《摩尔庄园》在营销方面的投入和规划，是否有买量？

公司一直注重游戏运营的品效合一，品牌和效果两者结合，才能实现效果最大化。每一款产品都需根据产品情况确定具体的营销方式，针对《摩尔庄园》手游的营销，整体以内容作为导向，以出圈和品牌建设为目标，把品宣线、产品线、社会化传播线、UGC线这四条线设置为中心，围绕它们发散去做内容和热度的积累。

从宣发的具体方式来看，《摩尔庄园》手游上线前，团队有买量的准备，但是最后公测前放弃了买量，核心是判断产品自传播已经非常明显，UGC 内容开始爆发，因此没有进行买量投放，只是进行了品牌向的推广。对于《摩尔庄园》手游，内容投放比起买量，能带来更低价和更精准的曝光效果。

长期来看，我们一方面会持续专注价值观表达，做更多延伸的品牌内容；另一方面，我们也会和研发配合，在做好产品的基础上进行内容投放，以形成长期 UGC 内容生态为目标去释放资源。

6、《问道手游》和《问道》端游情况？

《问道手游》五周年大服于 2021 年 4 月 30 日开服，聘请林更新为代言人，聘请李云迪演奏五周年主题曲，开展了系列活动。2021 年 5 月至 6 月，《问道手游》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 15 名，最高至该榜单第 7 名。

《问道》端游于 2021 年 1 月开启新年服，于 2021 年 3 月 26 日上线 WeGame 平台，并于 2021 年 5 月开启十五周年联运大服，玩家参与踊跃、反馈热烈。

7、《一念逍遥》情况？

2021 年 2 月 1 日，公司自主研发并运营的水墨国风放置修仙手游《一念逍遥》上线。2021 年 5 月至 6 月，《一念逍遥》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 12 名，最高至该榜单第 6 名。《一念逍遥》上线以来，App Store 游戏畅销榜排名整体相对稳健。2021 年 5 月 21 日《一念逍遥》新增仙魔玩法，玩家反响良好。

8、雷霆村的定位及发展规划情况？

目前公司运营的游戏下载入口相对分散，使用 APP 下载将更便利，能够更好地服务玩家。“雷霆村”APP 定位为游戏化的社区平台，待正式运营后，玩家可以在该 APP 获取公司运营游戏的攻略、资讯等信息、预约新游并和其他玩家互动。

目前的规划 APP 内不会有其他第三方游戏。目前“雷霆村”APP 正在测试中，正式运营时间尚未确定，相关信息请关注雷霆游戏平台或“雷霆村”微信公众号。

9、海外市场的拓展计划？

出海业务的探索有一个过程，公司将在探索过程中不断提升自己的研发和发行能力。未来，公司将会 SLG、深耕放置挂机、特色独立游戏等品类，深耕重点区域，加强各区域的本地化推广能力，以期在海外市场有较大的突破。目前，公司储备有自研 SLG 产品，并已取得《古代战争》《呆萌骑士》《伊洛纳》《石油大亨》《冰原守护者》等多款产品的海外发行权。