

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2019年12月18日至12月20日投资者调研沟通活动纪要

时间：2019年12月18日至12月20日

地点：深圳

接待调研人：副总经理、董事会秘书 梁丽莉

参会机构：安信证券、银华基金、博时基金、大成基金、睿远基金、诺安基金

详细纪要：

1、《问道手游》如何做到上线3年多还表现良好的？《问道手游》后续的发展规划？

《问道手游》沿用《问道》的故事背景与世界观，依托了《问道》十余年来积累的强大用户群体和IP价值，在数值体系、核心玩法等方面与《问道》一脉相承，同时《问道手游》结合手机的便捷性、移动定位等，做了很多新功能。一方面，《问道手游》有长远的内容规划；另一方面，公司非常重视“问道”IP的拓展工作，包括投放、影视剧植入、品牌TVC制作等，公司一直在做系列化的工作来强化这个品牌的影响力。

公司每年对《问道手游》的研发和运营有着较大的投入，通过线上活动以及策划面对面等线下活动，与核心玩家交流新版本规划、推广计划等，听取KOL的反馈意见，与玩家共同定制游戏。针对《问道手游》的游戏类型及用户特征，公司每年会在几个比较固定的时间推出大版本，并配合较大“声量”的营销推广，以期让用户在固定时点实现群体性回流。

《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。公司会持续保持对《问道手游》的人员、财力等方面的投入，服务好玩家。

2、公司第一大股东卢竑岩先生和第二大股东陈拓琳先生所持股票解锁后是否会减

持？

公司首次公开发行股票时，公司控股股东及实际控制人卢竑岩先生及其一致行动人陈拓琳先生承诺：“自吉比特在上海证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的吉比特的股份，也不由吉比特回购该部分股份，并将依法办理所持股份的锁定手续”“本人持有的吉比特股份在锁定期限届满后二年内无减持意向”（详见《公司首次公开发行股票招股说明书》及《公司 2019 年半年度报告》）。

3、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。雷霆游戏平台用户主要由两部分构成，第一部分是《问道手游》的用户，这是很大一部分；第二部分是围绕 Roguelike 或我们持续推的一些重玩法的产品用户。此外，随着不同类型产品的推出，雷霆游戏平台用户结构也逐渐发生一些变化。

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%。

4、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、在概念和体验设计方面有创新、有差异的产品，这些产品在某些方面很好

或是有我们认为足够好且某些玩家喜欢的特点。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”。

5、公司运营团队机制是怎样的？

目前公司运营团队内部实行产品经理和营销经理负责制。公司代理一款产品后，会有专门的产品经理和营销经理共同对一款产品负责。产品经理和营销经理的核心利益跟这款产品绑定在一起。这个制度能够促使产品经理和营销经理想方设法调动媒介、市场等资源为这款产品服务，使得这款产品运营得更好。

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。公司要求制作人用“小步快跑”的方式做项目，尽快做出原型，通过玩家测试验证核心玩法，而后再做整个项目的开发工作。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、公司的研发人员情况？是否会大幅扩张？

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。