

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2020年9月2日至9月21日投资者调研沟通活动纪要

时间：2020年9月2日至9月21日

形式：现场会议、电话会议

接待调研人：

董事、副总经理 高岩

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

证券部经理、证券事务代表 林晓娜

参会机构：兴业证券、国泰综合证券、光大证券、安信证券、方正证券、中银基金、国泰基金、新华基金、宝盈基金、博时基金、东吴基金、华商基金、汇添富基金、交银施罗德基金、南方基金、平安大华基金、平安基金、前海联合基金、西部利得基金、兴业基金、长信基金、招商基金、中海基金、中加基金、中融基金、中信保诚基金、财通基金、华宝基金、建信基金、金元顺安基金、民生加银基金、鹏扬基金、太平基金、湘财基金、银河基金、长城基金、国联安基金、中欧基金、泓澄投资、东方证券资管、华夏久盈资管、中泰证券资管、中国人寿养老保险、长江养老保险、群益投信、野村投信、保德信投信、统一投信、韩国投信、太平资产、华泰资产、泰康资产、五矿国际信托、社保基金理事会、清和泉资本、Athena Capital、Manulife AM

详细纪要：

1、公司新产品情况？

《荣誉指挥官》是一款多面体画风战术流策略竞技游戏，已经于2020年9月1日全平台上线。

《不朽之旅》是一款融合暗黑和放置玩法的创新型挂机手游，已经于2020年9月10日全平台上线。自上线以来，《不朽之旅》在App Store游戏畅销榜最高排名为第22名（截至2020年9月29日，《不朽之旅》在App Store游戏畅销榜平均排名为第39名）。

《魔渊之刃》是一款 3D 暗黑动作 Roguelike 手游，已经于 2020 年 9 月 17 日全平台上线。自上线以来，《魔渊之刃》在 App Store 游戏畅销榜最高排名为第 33 名（截至 2020 年 9 月 29 日，《魔渊之刃》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 46 名）。

2、能否简要介绍主要储备产品？

《摩尔庄园》是一款集怀旧、益智、养成、社交和剧情元素的 3D 社区养成游戏，目前全平台预约用户数已超 400 万。《摩尔庄园》已取得版号。

《一念逍遥》是由公司自主研发的一款水墨国风放置修仙手游。相比于市场上其他修仙手游，《一念逍遥》主打社交和高自由度。《一念逍遥》已取得版号。

3、雷霆平台后续运营思路？对于后续品类拓展有什么思路与想法？

公司会选择差异化并且对玩家有长期吸引力的产品。在运营理念上继续坚持长线运营、精品化的路线，运营包括 MMORPG、Roguelike、挂机放置、SLG 等多类型的游戏，并积极探索新的游戏领域。

4、公司是否有做游戏 IP 的周边产品？

目前公司已经开发了《问道手游》坐骑公仔、《不思议迷宫》游戏人物冈布奥盲盒等周边产品，这些产品主要用于面对玩家的营销活动。

5、为什么《摩尔庄园》的研发团队会选择与雷霆游戏进行合作？

第一个原因是双方的理念比较一致，都想做长线运营。以雷霆游戏目前运营的《问道手游》为例，《问道手游》上线以来，除了效果投放，也在 IP 建设上持续投入，这对产品生命周期有实际帮助，这种关注长期利益的理念跟《摩尔庄园》研发团队比较一致。而且，雷霆游戏对《摩尔庄园》这款产品 and IP 比较重视，在后续

的 IP 建设上也会借鉴以往的经验。

第二个原因是《摩尔庄园》的研发团队比较认可雷霆游戏的长期运营能力。《问道手游》《不思议迷宫》《地下城堡 2：黑暗觉醒》都是长线运营比较好的案例，这些游戏上线 3 到 4 年还是有稳定的收入和用户量。

第三个原因是双方团队配合的契合度较高，各种合作条件能够达成一致。

6、能否介绍下公司研发中台的情况？

为加强公司研发中台建设，公司设立了技术中心、艺术中心和测试中心。

公司技术中心聚焦于游戏研发过程中的通用技术、行业前沿技术的研究，进行技术积累及沉淀，为各研发项目提供更有力的技术支持，解决技术难点，提升研发效率。技术中心目前主要研发 GS 语言编译器以及周边工具，基于 GS 语言开发服务器框架和各种公共服务，研究 Unity 和 Unreal 引擎的特性及 3D 渲染技术。对于游戏研发过程中复用性技术工作，技术中心进行模块化、框架化、标准化工作，并对接不同技术水平的项目组提供服务，达到缩短研发时间、提升研发质量、控制研发成本的目的。此外，技术中心还关注探索 AI 等前沿技术，将 AI 技术融入到策划、开发、测试等游戏研发过程中，提高研发效率和游戏体验；同时关注 VR、AR 和 MR 领域相关技术，搭建多样化的 VR、AR、MR 游戏开发 workflow 平台，对交互方式探索、多平台兼容发布、脸部追踪、手部追踪等核心领域进行挖掘。

公司艺术中心旨在打造高水平的美术作品，培养美术人才，建立美术技术壁垒。公司艺术中心为内部和外部研发团队提供美术方案、制定制作规范、解决技术难点、管理美术资源量产业务。

此外，为了统筹公司各项目测试工作，合理安排测试资源，提升测试效率，公司还设立了测试中心，承接部分项目的测试工作。

7、“问道” IP 文学建设的进展？

公司进行问道 IP 文学建设，以完善游戏世界观，刻画更加鲜明的人物性格，丰富游戏故事情节，增强玩家在游戏过程中的代入感，强化玩家对游戏的情感共鸣。公司邀请知名作家燕垒生执笔创作问道首部官方小说《问道：枪出无心》，并出版纸质图书。此外，在 IP 官方小说创作过程中，公司邀请数十名老玩家参与创意讨论及试读工作，力求形象描绘玩家心目中的问道世界。

8、公司重视产品的哪些方面？

公司重视产品的差异化及商业化。在差异化方面，公司要求产品在玩法设计、美术风格上要有独特性，好玩有趣，能带给玩家新鲜感。差异化的游戏体验将有利于产品吸引广泛的用户并降低后续运营推广成本。在商业化方面，公司强调产品进行合理的付费机制设计，让合理付费成为游戏体验的一部分。产品的商业化设计不仅要考虑核心用户的需求，还要从泛用户的角度考虑内容及付费设计，探索打破核心用户和泛用户之间壁垒的有效方式，吸引更多泛用户并给予较好的游戏体验，从而获得更好的商业收益。

9、公司研发机制介绍？

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。公司将持续提升自主研发能力，巩固核心竞争力，一方面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；另一方面将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，滚动开发多款精品游戏。此外，公司将利用自主运营平台的经验，注重运营与研发的结合，提高产品市场定位能力，有计划地针对细分市场领域进行定制开发，项目研发过程中兼顾趣味性、耐玩性及商业化设计。

10、公司人才培养的模式和理念是怎样的？

公司是做研发起家的，会把关注点前置到游戏背后的人才的培养上。公司以具有竞争力的薪酬、较大的成长空间、企业文化、股权激励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，并通过做好产品把团队锻炼出来。此外，公司充分利用各地的区位优势，在厦门、深圳、广州等均有团队。

公司虽重视研发团队的建设，但并不盲目扩大研发团队人员规模。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。

11、针对不同的产品类型是否会采取不同的市场推广方式？

公司会根据产品的类型、特征和市场定位，以及玩家的结构、行为及消费特征等因素确定产品的市场推广方案，各个产品推广方式有所不同。公司产品的市场推广活动主要如下：《问道手游》（MMORPG）的市场推广活动主要为聘请代言人活动、用户经营活动、IP 文学建设、广告推广活动和其他活动。其他游戏（Roguelike 等类型游戏）的市场推广活动主要为知名平台榜单推荐、口碑营销、产品联动活动、广告推广活动等。