

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2023年2月1日至2月28日投资者调研沟通活动纪要

时间：2023年2月1日至2月28日

形式：电话会议、现场会议

接待调研人：副总经理、董事会秘书 梁丽莉

参会机构：具体参会机构请见下文附录

纪要：

1、公司有哪些产品预计会在2023年上线？

公司储备的多个自研、代理产品都在有序推进当中，其中：

(1) 自研产品：代号 M66 已于 2023 年 1 月在港澳台地区及马来西亚进行付费测试，国内版本的付费测试及上线时间尚待取得版号后安排；《重装前哨》海外版本（《OUTPOST》）初步计划 2023 年暑期发售；《超喵星计划》（由青瓷游戏运营）预计 2023 年上线，目前已取得版号并开始国内版本付费测试；代号 BUG、代号 M88、代号原点等项目正常推进中。

(2) 代理产品：《新庄园时代》于 3 月 1 日开启首次付费测试，计划在 2023 年上线；其他代理产品《超进化物语 2》《封神幻想世界》《黎明精英》《失落四境》《皮卡堂》已取得版号，上线时间请关注雷霆游戏官方信息。

以上产品上线计划受到多方面因素影响，可能存在不确定性，仅作参考。

2、《问道手游》《一念逍遥》目前运营情况如何？《一念逍遥》海外版本有什么进展？

两款产品保持长线稳健运营的风格，期间不断迭代推出各类活动及版本。2023 年 1 月以来，《问道手游》推出新年服活动，《一念逍遥》推出“缘定今宵”、二周年“仙途音

乐会”等活动，吸引大量玩家参与，游戏活动效果较好。2023年1月1日至2月28日，《问道手游》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 28 名，最高至该榜单第 12 名；《一念逍遥》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 21 名，最高至该榜单第 13 名。

《一念逍遥》（港澳台版）已于 2021 年 10 月上线，《一念逍遥》（韩国版）、《一念逍遥》（东南亚版）也在 2022 年 9 月先后上线。

3、公司在 VR/AR、AI 等新技术方面有没有一些探索和应用？

公司对 VR/AR、AI 等前沿技术保持持续关注并进行技术性探索，曾于 2017 年在 Steam 国际平台上线了两款 VR 技术探索型游戏《The Ranger: Lost Tribe》《Deadly Hunter》。近期，我们也十分关注新技术对游戏行业研发效率提升以及玩家体验优化方面的帮助。

4、《奥比岛：梦想国度》的永久性道具摊销周期是参考《摩尔庄园》调整后的摊销周期计算吗？

《奥比岛：梦想国度》于 2022 年 7 月 12 日上线，尚无充足的自身运营数据用于计算付费玩家预计寿命，且游戏与《摩尔庄园》都属于 IP 类社区养成手游，因此参照公司已运营较长时间的《摩尔庄园》付费玩家预计寿命对其永久性道具进行摊销。目前两个产品的永久性道具摊销周期一致，后续待《奥比岛：梦想国度》运营足够时间会根据其实际运营数据进行评估，以确定是否在未来期间重新对估计的付费玩家寿命进行调整。

5、近年来公司销售费用增长较快，2022 年 1-9 月销售费用率已达到 29.12%，请问公司如何看待这个变化，未来销售费用率还会继续增加吗？

公司在 2021 年 2 月推出《一念逍遥》之后整体销售费用率有所提升，主要是因为买量支出增加。公司始终按照 ROI 控制策略进行买量，致力于通过产品差异化、精品化、以及品效合一、精准有效的推广方式提升项目利润率。销售费用率受新上线产品的发行方式、产品特征、市场环境等多重因素影响，未来销售费用率变动无法确切判断。

6、公司为什么聚焦 MMORPG、SLG、放置挂机类三大赛道？

公司聚焦 MMORPG、SLG、放置挂机类三大赛道，主要是考虑这三个赛道均具有相对较大的市场容量和成长空间，可以更好地利用公司已经积累的经验 and 资源，持续深耕。其中公司在 MMORPG 品类上积累了较多研发和运营的成功经验；SLG 在国内和海外都是已

被验证的适合长线运营的品类，公司也希望能够在 SLG 产品上取得突破；放置类产品符合手机用户时间碎片化的使用习惯，操作门槛较低，不同年龄段的用户都容易上手。

此外，公司采用“自下而上”的产品研发机制，长期看也会根据制作人反馈的情况适当放宽或收敛赛道。

7、雷霆代理游戏时主要关注哪些品类？

雷霆游戏代理产品思路概括来说就是做好玩、有差异化的游戏。好玩除了主观体验，客观数据也要有所验证，主要关注游戏的留存率和留存衰减，玩家愿意花时间玩才是真的好。差异化指体验上的差异，主要指游戏的概念设计和核心玩法，体验有差异的游戏在获量成本和留存率上会有明显优势。我们认为好玩、有差异化的商业游戏是能做到长期运营并获取较高收益的产品。

现阶段有几个方向较符合我们的代理思路：

(1) 游戏老 IP 唤醒类产品：例如《问道手游》《摩尔庄园》《奥比岛：梦想国度》和《皮卡堂》，本身就是端游或页游老 IP，有较大的历史用户基数和知名度，如能在老 IP 基础上开发出情怀不变、体验更佳的手游新作，就能以很低的成本获客，游戏 IP 的用户转化率也高于其他形式的 IP，端游和页游丰富的玩法与内容设计思路也有助于手游的持续内容开发。

(2) 多人竞技游戏：该品类通常易于上手且有趣，有社交裂变效果，获量成本低。交互性强的玩法和生态能带来更好的长期留存，且产品上限高值得持续投入。

(3) 具备体验差异的商业游戏（卡牌、SLG、MMO）：我们追求内核相同、体验有差异的产品，稳固的内核保证产品的可玩性、耐玩度和商业化，差异化体验让玩家有新鲜感，落到数据上就是留存率好于同类产品，LTV 能支持长期获量。

近几年雷霆代理产品的大思路没有改变，具体执行可能会随认知的提升和市场的变化有所调整。

8、公司是如何通过“小步快跑”进行创新玩法试错，关键指标有哪些？

公司“小步快跑”策略是指在项目研发过程中，持续快速迭代更新并根据测试数据调优，反复验证创新性设计的可行性。一方面有利于把控产品方向，更精准分析用户行为反

馈数据，也能及时解决开发过程中遇到的问题，提升研发效率。早期测试中更加关注核心玩法设计，监控的主要是短期留存指标，立项时公司主要关注次日留存率、7日留存率等。

9、公司 2022 年人员规模扩张较快，是如何考虑的？2023 年会继续扩招吗？

整体上公司人员策略没有变化，2022 年人员主要增加在储备研发项目上，包括已立项在研项目，以及原有团队规模较小的预可研项目经“小步快跑”测试验证后正式立项并逐步扩充团队成员。目前公司仍有少量在研项目需补充人员，短期来看研发人员数量会有小幅增加。长期来看，公司在人员扩张方面保持谨慎的态度，人员数量是否还会持续增加需要根据新增项目立项的数量、项目测试数据以及行业情况进行评估。

附录：参会机构名单

东北证券、国海证券、国金证券、国盛证券、海通证券、华创证券、华泰证券、民生证券、平安证券、上海证券、申万宏源证券、天风证券、西南证券、信达证券、招商证券、浙商证券、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中邮证券、安和（广州）私募、安信基金、安信证券（自营）、榜样投资、保银资产、贝溢投资、伯兄投资、博时基金、财通基金、长安基金、长江养老保险、长润君和资产、大成基金、大威德投资、淡水泉投资、德邦基金、第一创业证券（自营）、顶天投资、东方精工科技、丰岭资本、福州川海私募、富国基金、观富资管、光大保德信基金、国海富兰克林基金、国华人寿保险、国华兴益保险、国泰君安证券（自营）、国投瑞银基金、国元证券（自营）、海富通基金、海南煜诚私募、恒健远志投资、恒穗资产、红土创新基金、泓澄投资、华安基金、华宝信托、华泰柏瑞基金、华泰资产、华夏未来资本、幻方量化投资、汇丰晋信基金、汇添富基金、建信保险、建银国际资产、沙钢投资、彼得明奇资产、金鹰基金、景顺长城基金、九泰基金、聚联汇投资、聚鸣投资、觉资投资、君信和私募、瞰道资产、乐瑞资产、里思资产、领骥资本、留仁资产、名禹资产、明河投资、摩根士丹利华鑫基金、南方基金、南银理财、农银汇理基金、诺安基金、诺德基金、鸥翎投资、盘京投资、平安基金、平安养老保险、平安资产、浦银安盛基金、瀑布资产、前海互兴资产、瑞达基金、瑞银资产、睿信投资、润洲投资、三峡资本、尚诚资产、深国投、深积投资、深积资管、深梧资产、生命保险资产、拾贝投资、太平洋资产、天弘基金、天井投资、天猗投资、万家基金、西藏隆源投资、希瓦投资、希瓦资产、湘财基金、谢诺辰阳私募、新华资产、信成私募、信达澳亚基金、信璞投资、兴业银行、兴证创新资本、兴证全球基金、耀星投资、易方达基金、盈峰资本、咏明资产、优美利投资、禹田资本、浙江百年资产、正向投资、智诚海威资产、中庚基金、中国互联网投资基金、中国人保资产、中国人寿养老保险、中国人寿资管、中国太平洋保险、中荷人寿保险、中金公司、中融基金、中银保险、中邮人寿保险、众安在线财产保险、紫阁投资、富邦证券、凯基证券、Morgan Stanley、群益证券、新光证券、贝莱德资管（北亚）、富邦人寿保险、富邦投信、高盛（亚洲）、泰康养老保险、泰康资管、Alliance Bernstein、APG Asset Management、CLSA、Hel Ved Capital、IDG Capital、Kenrich、Mighty Divine、Mount Everest Fund、Prudence Investment

（以上排名不分先后）