

证券代码：002555

证券简称：三七互娱

编号：2022-001



芜湖三七互娱网络科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（线上会议）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>易方达基金、银华基金、兴全基金、长信基金、景顺长城、安信基金、博时基金、华夏基金、新华资产、中融基金、工银安盛、东方红资管、睿远基金、嘉实基金、生命保险、大成基金、长城基金、中科沃土基金、诺德基金、和谐汇一资管、宏道投资、宁银理财、广发证券等机构参会</p>
<p>时间</p>	<p>2022年2月24日</p>
<p>地点</p>	<p>广东省广州市天河区黄埔大道中666号三七互娱大厦</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书兼财务总监叶威、投资者关系总监梁蓉</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司经营情况简述：</p> <p>2021年，公司一如既往地推进战略目标的实施，坚持研运一体战略，并不断推动产品精品化、多元化和市场全球化。2021年公司新上线的《斗罗大陆：魂师对决》《荣耀大天使》《绝世仙王》《斗罗大陆：武魂觉醒》，以及全球发行的《Puzzles & Survival》《叫我大掌柜》《云上城之歌》等多款游戏表现优秀。公司预计归属于上市公司股东的净利润为28亿元至28.50亿元，扣除非经常性损益后的净利润25.50亿元-26亿元。</p> <p>2021年公司持续稳健经营，推出了多款精品游戏，拓宽了公司多元游戏品类，进一步取得了出海市场的突破。2021年公司开始持续位列中国游戏厂商出海营收榜前列，海外多地区、多品类发行能力得到进一步验证。如“三消+SLG”融合玩法的《Puzzles & Survival》成功跻身Sensor Tower统计的2021年全球手游收入增长榜第4名；异世界冒险题材MMORPG手游《云上城之歌》上线韩国市场后，成功进入韩国地区畅销榜Top5，同时跻身国产手游海外收入榜Top25。</p> <p>2022年公司延续多元化产品战略布局，面向海内外市场，在MMO、SLG、卡牌及模拟经营品类赛道储备了《代号三国BY》《代号C6》《代号MY》《代号女性向CY》等近二十余款重磅产品，覆盖多类题材，产品矩阵不断完善。</p> <p>除此之外三七互娱作为一家积极践行企业责任担当的企业，持续深耕企业</p>

社会价值共创板块，积极关注游戏的文化内核，从游戏题材、内容玩法、推广素材等方方面面尝试融入中国传统文化，达到传统文化和游戏的双向赋能，公司高质量可持续发展步履稳健。

二、问答环节：

1. 公司海外业务核心优势和打法策略是什么？

海外业务取得较亮眼表现的核心原因是我们的团队始终坚持海外大市场和品类战略，坚持走精品化路线，做长周期的产品，把底层基础打得比较牢。

在打法上公司坚持“因地制宜”的策略打开全球市场。一方面产品端因地制宜，在海外市场，我们形成了以 SLG、MMO、卡牌、模拟经营品类为基石的产品矩阵，并且根据市场的特点，在不同地区重点发行不同类型的游戏。例如面向日本市场重点发行 SLG 和模拟经营游戏、面向欧美市场则主要以 SLG 游戏为主；另一方面发行推广端因地制宜，公司产品针对每个市场做定制化的运营和推广，鉴于当地用户特点，在游戏内容和推广素材上做出差异化，更好地获取和留住当地的玩家。

2. 预计存量游戏的表现会有怎样的变化？

一方面目前整个玩家市场对游戏需求端是刚性的，存量游戏的生命周期一定程度会被拉长。当市场上不断有新产品出现时，因游戏生命周期影响玩家可能会选择新游戏进行尝试，但若当市场上新产品较少的情况下，玩家便会继续选择已上线的优质游戏进行尝试，而不是不再玩游戏，从这个层面来看会促使原有已上线产品的生命周期比以往正常生命周期都更长。

另一方面我们看到了单一品类市场的局限性，所以公司前几年便做出了多元化转型的策略，增加长周期产品的占比，如今公司产品结构不断优化，公司长生命周期品类的产品比例比往年高出许多，存量产品生命周期相较以前有较大幅度延长。

所以公司目前除了经营好有版号的新产品外，会不断升级智能投放系统，增加平台运营功能，构建用户运营体系，不断加强用户运营能力，通过“研运一体”优势，通过运营部门的反馈辅助研发团队对产品进行打磨调优，尽可能延长产品的生命周期。

3. 游戏品类间的偏好变动？怎么保证细分市场的创新点？

公司会通过把握核心目标玩家群体需求，尽量引导玩家适应游戏风格与玩法，深入研究、探索与尝试核心赛道品类游戏玩法与设计的微创新。

4. 公司如何制定 2022 年业务计划？

公司会继续延续“精品化、多元化、全球化”战略，海外市场进一步多元化布局重点品类，深耕重点市场，进一步拓宽游戏品类，提升市场份额；公司将通过自研和代理产品不断拓展国内游戏品类，保持公司在各经营品类上的竞争优势，在推广策略上会不断地迭代创新；同时不断提高自研水平，打磨产品品质，在优化存量产品生命力的同时为玩家提供更多精品游戏，保持高质量稳健发展。

5. 公司研发团队和机制上是否有新的变化？

	公司秉持长线理念，鼓励人才创新，不断提升高级研发人员比例，打造精品团队，完善研发立项机制，缩短评审周期，建立多样化指标，以此激发员工的创新活力，内部管理上更加精细与科学。2022年我们会采用制作人选定赛道进行研发人员配置的方式，使制作人更加专注于对应的赛道，如MMO赛道、SLG赛道、卡牌赛道、模拟经营赛道等，进一步集中资源形成合力，提升研发效率。
附件清单（如有）	无。
日期	2022年2月24日