

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2023 年半年度业绩说明会交流纪要

时间：2023 年 8 月 16 日下午 16:00-17:15

业绩说明会会议形式：网络、电话会议

会议嘉宾：董事长、总经理 卢竑岩

独立董事 吴益兵

副总经理、财务总监 林佳金

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

说明：本次交流纪要根据 2023 年半年度业绩说明会交流问答情况整理，具体参会名单及会议资料见文末附录及附件。

一、2023 年半年度公司经营情况介绍

2023 年 1-6 月，公司实现营业收入 23.49 亿元，同比减少 6.44%；归属于上市公司股东的净利润 6.76 亿元，同比减少 1.8%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 6.46 亿元，同比减少 3.29%。

为积极回报广大投资者，综合考虑公司未来可持续发展所需资金、对投资者的合理回报，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 70.00 元（含税）。2017 年 1 月上市以来，公司累计现金分红 52.98 亿元（包括已公布但尚未实施的 2023 年半年度分红金额），为首次公开发行股票融资净额的 5.89 倍。

1. 主要产品经营情况介绍：

（1）《问道》端游本年 1-6 月营业收入及利润较上年同期微幅减少；

（2）《问道手游》本年 1-6 月营业收入较上年同期有所减少，宣传费及运营服务费等产品相关支出有所增加，整体利润同比有所减少；

(3) 《一念逍遥（大陆版）》本年 1-6 月宣传费及运营服务费等产品相关支出同比有所减少，但本年 1-6 月游戏流水较上年同期减少较多，业务利润同比有所减少。

2. 投资业务概况：

公司投资标的主要为游戏行业上下游企业或产业投资基金，本年 1-6 月公司新增股权投资较少。投资业务本年 1-6 月产生的财务收益（含投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失等）相比上年同期增加 8,304.52 万元，主要系按照权益法确认的联营企业投资收益较上年同期增加。

3. 汇率变动概况：

公司部分业务以美元结算，且持有较多的美元（主要存放在境内银行），本年 1-6 月因汇率变动产生的收益为 6,898.11 万元，上年同期汇率变动产生的收益为 1.04 亿元，本期收益同比减少 3,527.04 万元。

4. 公司储备产品清单：

自研产品	版号进度	游戏类型	拟发行区域	拟上线时间
《勇者与装备（代号 BUG）》	已取得	西幻题材放置类	全球	2023 年下半年（大陆） （注 1）
《Outpost: Infinity Siege》	未申请	第一人称射击类端游	港澳台及海外地区	2024 年第一季度
《不朽家族（代号 M66）》	已取得	家族题材放置养成	全球	2023 年下半年（大陆）
《超喵星计划》	已取得	3D 捏猫抽卡养成类	-	2024 年上半年
《最强城堡》	已取得	策略塔防类	全球	未确定
原点（代号）	未申请	西幻题材放置卡牌	全球	未确定
M88（代号）	未申请	魔幻题材放置养成类	中国大陆及港澳台、日韩地区	2024 年（境外）
M72（代号）	未申请	放置挂机修仙游戏	中国大陆及港澳台、东南亚地区	未确定
M11（代号）	未申请	西幻题材放置挂机	全球	未确定

代理产品	有无 版本号	游戏类型	授权区域	拟上线时间
《新庄园时代》	有	田园模拟经营类	中国大陆地区	2023 年 8 月 24 日
《超进化物语 2》	有	策略卡牌养成类	中国大陆地区	未确定
《Beast Planet》	无	异兽题材生存策略	海外地区	未确定
Project S（代号）	无	Roguelike、SLG	中国大陆及港澳 台地区	未确定
《皮卡堂之梦想 起源》	有	模拟经营类	中国大陆地区	2023 年下半年
《神州千食舫》	有	模拟经营类	中国大陆及港澳 台、东南亚地区	未确定

注：1. 《勇者与装备（BUG）》小程序版本计划 2023 年 8 月下旬公测上线；2. 上表为公司部分储备产品，游戏最终是否上线及上线时间仅为预估，具有不确定性，请关注雷霆游戏官方信息了解最新动态；3. 上表产品《Outpost: Infinity Siege》为客户端游戏，其余均为手机游戏；其中自研产品《超喵星计划》授权青瓷游戏运营。

二、投资者问答

1. 公司 2023 年中报披露《勇者与装备（代号 BUG）》计划先上线小程序版本，请问卢总是如何考虑的，此外，公司怎么看待小游戏这个赛道？

卢竑岩：《勇者与装备（代号 BUG）》项目已于 2023 年 5 月取得版号，这个项目在测试初期是一个偏轻量级的游戏，玩法上也偏休闲。在后续测试中，我们发现对于轻量级用户来说设计比较友好，留存数据还不错，缺点在于如果要加一些比较重度的养成，长线来看挑战是比较大的。目前先上线小程序版本当然有业务上的考虑，但主要还是因为这款游戏在属性上比较适配小程序。

我们有关关注到目前小游戏非常火，具体表现在小游戏流入的用户数量规模是非常大的。我们对小游戏的发展还是比较看好的，所以不仅是代号 BUG 项目，其他的项目也会考虑发行小游戏版本，但具体还是要看项目情况，因为如果不是轻量级的产品，可能需要针对小游戏版本裁减掉一部分内容，还需要耗费一些时间成本。

2. 公司一直有提到未来立项的产品会立足于全球化发行，但目前国内版号发放已经常态化，请问公司未来在品类和题材的选择上有怎样的考虑和倾向？

卢竑岩：首先，我们内部要求立项必须能够全球化发行并不是因为国内当时版号发的比较少，这个会有影响，但并不是决定性的因素。我们一直判断版号肯定还会发的，无非是我们等的时间长一点，对我们来说不造成根本性的影响，我们也不会因为版号晚发放整个项目就垮了。我们考虑的另一个重要因素实际上是全球化市场，中国市场在全球占比大概是 1/3，像欧美日韩这些发达国家的市场还是非常大的。

其次，我们鼓励大家去做全球化的产品并不是完全限制做其他产品，只是在公司资源分配上会对立足全球化的产品有一定的倾向性。比如说如果做国内题材，一般来说会要求在立项的时候各方面数据表现更好，如果是能够面向全球化市场的产品，要求的立项数据相比国内产品来说会稍微低一些，当然这个标准也是动态变化的。

关于题材的选择，其实也是跟全球化相关的。我们在立项的时候观察的重点就是这个题材是否可能被海外市场所接受，当然也会兼顾玩法。如果题材比较局限，例如是修仙类题材，我们会认为是比较偏向在国内发。如果一个产品只能在单一市场发行，那上线的要求肯定会比全球化产品高，但最终还是要看制作人的意愿。如果制作人就是想做在国内发行的产品也没有问题，只要数据达到要求还是会匹配相应的资源，只是难度会更大。当然，是否更难也看制作人对这个题材的熟悉和理解程度。

关于游戏的品类，最终还是由制作人来决定的，制作人想做什么品类，就可以做什么品类，但立项的时候会看 Demo 是否达到要求。比如说公司目前的三大主赛道是 MMORPG、SLG 和放置挂机类，但是我们还是有《Outpost: Infinity Siege（重装前哨）》这样的产品，这个项目显然不属于三大赛道中的任何一个，而且还是在 PC 端发行的产品，但关键在于制作人对这类型的产品有兴趣，并且他最后做的 Demo 已经表现出不错的能力，我们就会给予相应的支持。差别在于如果是聚焦公司三大赛道的产品，我们在服务端、客户端的技术架构，以及相应的人员储备方面都可以给予更多的资源支持。而像《Outpost: Infinity Siege（重装前哨）》

这样的项目，团队大部分都要靠制作人自己组建，除了美术方面我们可以给予一定支持以外，其他像程序、策划等人员全部都要靠制作人自己想办法，公司主要是提供 HR 支持。

3. 公司 2023 年中报披露人员数量仍有一定规模增长，请问公司未来在人才方面的战略是什么，招募类型上是否有侧重？

卢竑岩：关于人员储备方面我们重点关注美术方面的人才，因为很多产品如果要追求更高的品质和更多的内容，美术是很重要的一个环节。虽然现在我们可以通过 AIGC 这类工具来帮助提升美术人员的效率，但是最终还是需要足够多的人才来使用这些技术。另外，我们也会对主赛道方面的程序和策划人员做一定的储备，他们现在有的在孵化中心，有的在具体项目上，项目上人员可能会有一定超编，主要是为未来做人才储备。

4. 公司《问道手游》这款产品运行时间很久了，请问后续运营思路是否会有变化？

卢竑岩：《问道手游》未来的运营思路主要从研发和运营两个方面考虑。首先在研发方面我们还是求稳，不会对现有的设计做明显的改变，主要是服务好存量玩家，如果做太多所谓现代化改造的话，从结果上来看估计不会太好，所以尽量还是保持原有设计，不会做太多的调整。运营方面主要是以丰富内容为主，增加一些特色的活动。

5. 公司《一念逍遥》的畅销榜排名同比去年下降蛮多的，但是公司营业收入和利润并没有下降那么多，环比还是上升的，这是什么原因？

卢竑岩：畅销榜排名机制很复杂，主要可能与下载量和流水两个指标都有关系。《一念逍遥》畅销榜排名下降的原因有两个方面：第一个比较重要的原因是，新产品上线时下载量会比较高，产品运营一段时间后，下载量基本是稳定的，在这种情况下，即使产品流水是一样的，畅销榜排名可能也会降很多；第二个原因是，今年有很多优秀的新产品上线，不管是下载量还是流水肯定都比《一念逍遥》这样的老产品好很多，也会导致《一念逍遥》畅销榜排名相对下降。另外，从产品业绩来看，《一念逍遥》流水肯定是下降的，但不是特别夸张。因为任何产品

上线以后，从长期来看一般都会表现出逐年下降的态势。从公司的角度，需要新产品起来后，收入和利润方面才会再上一个台阶。

6. 请问卢总减持的原因以及后续的减持计划？

卢竑岩：减持的核心原因还是个人确实有资金需求，2023 年上半年整个 A 股也表现出往上走的态势，所以在不影响公司股价的情况下做了小幅度减持。后续还是会看整体形势再确定是否减持。

7. 请问公司 2023 年中报披露的期末外币余额中有 2.6 亿美元的现金，是怎么形成的？

林佳金：我们美元现金主要是来自 iOS 端的收入，国内的 iOS 端收入业务也可以选择美元结算。

8. 公司产品的差异化相对比较突出，但美术上相对来说可能是短板，未来在美术方面的投入和布局是怎么考量的？

卢竑岩：目前来说公司人才储备和积累主要是针对美术方面，主要原因是我们比较重玩法设计，之前在美术方面的投入会偏弱。最近两三年我们在美术方面也有了一定的积累，但具体表现还是要看各个项目呈现。不同项目对美术的需求不一样，有的项目美术需求会比较弱，有些项目的美术需求会很高，希望未来大家可以在我们的产品中看到这方面的积累和进步。

9. AI 技术的应用对公司降本增效有何深远影响？建议公司的分红派现周期改为中期和年度两次。

卢竑岩：应该说 AI 技术的发展对于全行业来说都是有帮助的。目前对我们影响最明显的是美术方面，有一些原本是交给外包来完成的工作，现在 AI 就可以完成，而且成本低，迭代周期会更短，这是比较明显的。从更长远来看，我相信这个工具可提升的内容会越来越多，很可能把所有非创造性的工作全部取代，对于创造性的工作能够替代多少，目前还需要观察技术的进展。

对于中期和年度两次分红的建议我们已收到，我们也有考虑这样操作。

10. 卢总好！您也看到股价太高会导致股价暴涨暴跌，但实际上公司的业绩是很平稳的，公司是否有计划进行高价股的拆股计划，以匹配公司追求稳定发展的需求？

卢竑岩：关于股价太高会导致股价暴涨暴跌的问题，我个人判断并不是股价高低导致暴涨暴跌，可能还是受到整个国际形势或者 A 股市场大环境的影响。不光是我们公司的股票，同行业其他股票也会跟随市场涨跌。

是否计划拆股，主要还是看市场的行情，我们会依据市场的整体情况来判断，而不是看股价的高低。当下我们还没有计划，但是将来是否会有还不确定。

11. 卢总，您在当前阶段的减持计划会动摇投资者的信心，为什么还要抛出减持计划？如果股价下跌，您是否会采用回购等方法稳定股价？

卢竑岩：减持主要原因是确实有资金需求，但我个人希望投资者不要因为我的减持计划动摇信心。首先我减持的幅度肯定会很小，虽然公告是按照减持上限披露的，但并不是一定会全部减持，还是要看市场情况。其次，我也不会在公司股票下跌的时候进行大幅度减持，这个事我肯定不会做的。

影响股票价格的因素很多，我们对此能做的比较有限，我们认为应该把公司业绩做好，披露工作做好，让投资者更好地进行投资决策。假设出现股价长时间明显低于我们的判断的情况，并且我个人也有足够的资金，那我也可能会回购。

12. 代号 M66 产品的上线时间预期及测试情况如何？

卢竑岩：目前来说测试情况不太理想，所以上线的时间可能会往后放一放，这也是我们不断积累经验的一个过程。M66 测试情况不理想的主要原因是，早期在做原型测试的时候，它的玩法是稍微偏轻量级的，虽然没有《勇者与装备（代号 BUG）》那么轻量，但也是比较轻量级的，但实际上在做的时候是希望把它做成一个长线养成的产品，因此在后面版本不断开发迭代的过程中，增加的养成内容会越来越多。我们判断现在玩家进入游戏，感受不到这是一个非常轻量级的产品了，这导致前期玩家流失比较厉害。我前两天刚跟制作人交流过，他现在也有一些想法和调整思路，包括怎么解决前期轻量过渡到后期中重度玩法，以及下一代产品应当如何避免出现这些问题等。当下来看，我们认为测试数据不够理想，

还达不到上线的要求。

13. 公司在立项方向上是怎么考虑的，对轻度、挂机放置类的品类是怎么看的？

卢竑岩：首先我们立项还是以制作人的意愿为准，并不是我们先设定要做全球化，或者设定某个方向、题材和玩法，制作人就一定要按照既定的目标去做，最终还是看制作人。只是制作人在选择我们主赛道，或选择其他某个题材的时候，要求和标准会有一些差异，获得的人才和技术方面的支持也会有一些差异，但是最终做什么还是由制作人自己来决定。

前段时间我们有好几个模拟经营玩法的项目出来，主要也是制作人之间互相交流。我们发现确实之前在做原型测试的时候会犯一些错误，比如想做一个中重度养成玩法的游戏，但是在前期测试的时候，产品表现的还比较轻度，随着游戏的进程一步步递进，会慢慢越来越重。其实这主要是因为大家在做前期测试的时候，为了要上第一个台阶，把留存数据做好一些，就会做的偏轻度一点。经过复盘总结，我们发现还是要在早期测试的时候就把中重度游戏的特点呈现出来，这样就会避免出现刚才我们说的这种情况，就是前期玩家进来认为是个轻度的游戏，玩了一段时间会觉得游戏玩起来太累，这就是货不对板的问题。

14. 公司对于国内玩法趋势怎么看？除了我们已经做的特别好的 MMO 和放置品类以外，未来还有特别看好的方向吗？

卢竑岩：没有，未来是很难预测的，我们认为万法皆可游戏，因为游戏实际上并不是生活的必需品，而是文创、娱乐、休闲产品。对于游戏来说，差异化很重要。最近 Steam 上了一款游戏，如果关注的人可能会知道，就是《博德之门 3》，我是从《博德之门 1》《博德之门 2》玩起来的，是非常老的玩家，那么《博德之门 3》出来的时候，做的非常硬核，玩起来非常困难。总而言之，跟现在很多游戏设计观点是背道而驰的，但实际上这款游戏的成绩非常好，在 Steam 上在线人数超过 80 万。为什么大家能够接受这款游戏呢？因为现在大量的游戏做的都是轻松、傻瓜，不需要动脑，所以出来这样一款产品以后，对市场来说反而是一股清流，很多人就会有兴趣。其他类似的文创产品也会有这种情况，比如我们在一些平台看的小说，内容也是千变万化的，原因就是读者有阅读更新的作品、更不同的作品需求；电视剧我们也能看得到，谍战剧火了以后，出了一堆谍战剧，

后面可能大家想看的就不是谍战剧了，想看的可能是家庭伦理之类的电视剧。

那么我们未来会出什么样的产品，需不需要做预测呢？从我们的观点来看，不需要做预测，还是要聚焦在制作人自身的喜好上。制作人喜欢某个品类，就针对这个品类去研究目标用户，去看看目标用户的喜好是什么，结合自己的喜好和目标用户的喜好去做产品，而不是看市场上的大趋势是什么。如果是做手机的厂商可能是不一样的，肯定要看整个手机行业发展的趋势；如果是做汽车的厂商可能也不一样，如果大趋势是做电动车，企业还在做燃油车，可能就跟不上趋势了。但对于文创产品来说并不是这样，当大家都在往东走的时候，你往西走可能也会有很好的发展。

15. 公司对于游戏上线会有比较严格的考量标准，这套考量标准的一些具体细节能做个分享吗？

卢竑岩：我们主要还是关注留存数据。我们最早的时候要求是“4、2、1”，意思是玩家第一天登录以后，到了第二天又上线了，留存要达到 40%以上，第七天上线要达到 20%以上，第 30 天的时候要达到 10%，这是“4、2、1”的标准。但现在我们设定了更高的要求，如果是在国内发的产品，数据比“4、2、1”的标准更高些。如果是海外的产品，对于比较新的市场，依然还是按照“4、2、1”的标准，当我们在一个市场有一定成绩以后，就会提高标准，总的来说是一个动态变化的标准。

16. 请问卢总是怎么考虑分红率，以及未来资金规划的问题？

卢竑岩：关于现金分红这方面，我们没有特别考虑分红率，不是说一定要追求多少的分红率，而是反过来思考公司目前的现金储备情况如何。我们会保留相应的现金储备，至少在未来 36 个月内的现金流是完全足够支撑公司经营的。36 个月是现金储备底线，实际上考虑到未来研发规模扩大，可能会储备更多的现金。在这种情况下，公司余出来的现金可能会用于持有一些长期理财，对于公司来说，我们不会去做任何高风险的理财或其他投资，就干脆把余出来这部分现金分给投资者，投资者想做高风险或者低风险的投资就由投资者自己安排了。我们考虑的不是分红率，而是考虑公司现金储备情况以及现金的安全性。

17. 一个游戏要延长产品生命周期的内在逻辑是什么样？

卢竑岩：首先在游戏行业中，关于如何延长产品生命周期其实并没有非常成熟的方法论。我们每次在同行交流的时候都会分享心得，探讨各个方面的方法论，但是我们后来发现行业变化太快了，我们总结出来的方法和经验代表了过去而不代表未来，所以效果比较差。但我们还会持续做这个事情，因为我们相信一个行业随着慢慢成熟，大家总结的方法越来越多，了解的东西肯定也会越来越多，能够把握更好的方法。

关于延长产品生命周期这件事情，从宏观上来说还是要让用户满意。让用户满意并不是用户想要什么就给什么，而是要找到用户内心的真实诉求。打个比方，假设我是一个充值很多的大 R 玩家，我肯定希望游戏内的礼包越多越好，因为有更多礼包，就能够获得更快地成长，这是表面的诉求。实际上，如果真的给我开了更多礼包，我买了以后会觉得很空虚，因为这个目标达成的太快了，接下来我会把这个养成系统完全击穿，因为所有道具我都有了。在这种情况下我反而会流失，因为不知道玩什么了，我就会把我的号送给朋友，然后我就退坑了。

我会拿这个例子跟很多同行探讨，有时候玩家想要的东西并不一定是他真正想要的，而长期留存就是要满足玩家内心深处真正想要的东西，这个把握起来其实很困难。目前来看，《问道手游》《一念逍遥》产品主打的是偏社交，所以我们会聚焦在社交上，把更多的时间精力放在如何给大家提供更多的社交玩法上。从结果来看，这个方向应该说是比较正确的，因为我们投入精力和时间把社交机制完善以后，用户整体的长线留存表现是比较好的。

18. 关于制作团队的激励及管理方法是否能大概分享一下？

卢竑岩：主要是两个方面的激励，一方面是利益分配，另一方面是充分授权。利益分配很简单，无论是大项目还是小项目，已上线项目的奖金跟项目利润挂钩，计提一个固定的比例给到项目组。另一方面是充分授权，也就是我们反复提到的，项目要做成什么样、如何去做，都是由制作人说了算，而不是我说了算。我现在有时会和制作人交流，比如我会觉得这个项目要怎么做会更好，但我是从一个玩家的角度来说这句话，他不需要听我的。制作人可以自己判断是否采纳我的建议，也可以自己决定团队该怎么建设、应该用什么样的人、需要有什么样的技术方案、

把产品做成什么样子，这是非常充分的授权。

19. 2023 年，市场上的买量成本明显上涨，买量成本的提升是否对公司中小体量（按照研发成本或者研发团队的规模衡量）的游戏在获客方面产生了影响？在当前买量成本较高的情况下，那些大体量游戏，是否会对中小体量游戏造成挤压，他们在获客方面是否具有明显的优势？

卢竑岩：首先，我们判断一个游戏的体量，如果从研发的投入来判断的话，其实不太合适，我们一般会看用户规模大小，把用户规模在 500 万以下的算小体量，1,500 万以上的算大体量。

对于最终获客数量可能只有几百万甚至几十万的小体量游戏而言，用户买量成本的高低可能并不会产生太大影响。这些游戏通常拥有一批核心粉丝，本身粉丝破圈难度较大，只要针对这些粉丝做好营销就可以了，因此买量对于小体量游戏来说可能并不具备明显意义，一般来说这类产品也不会过多买量。

对于体量比较大、用户规模在 1,500 万以上的产品，可以分为两类，一种是依赖买量的游戏，另一种是依赖口碑营销或品牌营销等其他方式的游戏。对于依赖买量的游戏而言，买量成本的提升会产生较大压力，因为要持续买量才能维持流水，而高买量成本可能会造成利润率下降。利润率下降结合流水的下降，双重因素会导致最后利润下降程度比流水下降程度更明显，因此买量成本的提升对这类依赖买量的游戏而言影响较大。对于那些主要依靠口碑营销或其他方式进行营销的大体量产品，买量对其早期发行的影响还是比较小的。

我们内部一致认为，买量是产品运营的“冷启动”方式，在产品刚上线时我们会进行买量，但最终的用户获取仍需要通过其他营销方式实现。我们认为产品本身的品质要好，这也是要做好美术储备和相关人才积累的原因，将资金投入研发，而非买量，才不会受制于人。当然，任何产品在发展后期，比如上线一年或两年后，都会进入一个长尾阶段。在这个阶段，买量作为一种辅助手段可能会有一定作用，但这也取决于买量成本的高低。在买量成本较高的情况下，公司可能会更谨慎地进行买量，以避免影响长尾阶段的收益。

20. 版号停发一段时间后许多头部产品今年集中上线，畅销榜产品相较于前两年而言也有较大变化，以武侠题材的 MMO 为例，头部产品可能会产生虹吸效应，请问卢总如何看待今年市场环境的变化？

卢竑岩：版号正常发放后，市场竞争变得更加激烈，但产品的品质仍然是关键，如果产品不会由于版号延迟发放而终结，市场环境对于公司并没有太大的影响。激烈的竞争对于市场而言是正常的，就像国外一些没有版号限制的地区，竞争会更加激烈。在竞争更加激烈的市场环境中，我们需要将更多资源投入到研发中，同时寻找更优秀的人才，努力创新，做更高品质的产品。

版号发放的多少对我们这类企业的影响是有限的，于我们而言，只是产品早上线或晚上线的差别。但对于小团队来说，可能会受到较大影响，如果产品无法上线可能会有资金回笼的问题，导致研发团队面临解散。然而，如果市场对小团队不友好，对于行业整体来说并不是一个好事。小团队也是行业的一部分，很多小团队作为土壤也会培养出很多优秀的人才，如果因为版号限制导致很多小团队难以生存的话，也会影响整个行业的人才储备情况。

21. 公司长期增长方向是什么？SLG 品类是否要重点投入？

卢竑岩：公司肯定还是要做更好的产品，做更多的爆款，这是我们长期努力的方向，但没有针对具体的品类。SLG 产品我们在持续投入中。

22. 公司对于《不朽家族（代号 M66）》的上线时间、地区以及后续游戏的流水营收有什么预期？

卢竑岩：公司不会对自研产品设置预期。但如果是代理产品，涉及代理费用，会做相应的调研和预算估计。

23. 请问卢总对游戏行业市场未来增长空间怎么看？

卢竑岩：总体来说游戏行业与宏观经济挂钩，如果是在经济持续增长的背景下，游戏行业作为文娱的细分领域肯定也会不断增长，在经济相对稳定的情况下，行业也会维持较为稳定的状态。

24. 请问卢总怎么看 3A 游戏未来在中国的前景，像《原神》这样大投入的、有元宇宙概念的产品是不是未来游戏的趋势？

卢竑岩：游戏是有多种品类的，玩家群体也是多种多样的，每种产品都有自己的受众群体。同时，产品的受众及市场规模也是会随着时代变化的。

25. 看到公司本次半年报自研产品增加不少，其中 M88 为二次元画风的 MMO 产品，公司目前是否加大了研发的力度？

卢竑岩：公司对制作人的支持一直是不遗余力的，只要项目是在正常研发过程中，我们都会尽量满足制作人的需求，不存在之前研发力度弱，现在加强的情况。公司只会在立项阶段会有不同程度的要求。

26. 现在版号正常发放的情况下，公司新游戏的版号从申请到获批平均时间大概是多久？

卢竑岩：版号发放速度加快是从今年年初开始的，我们还不确定目前一个完整的版号申请周期需要多长时间。

27. 请问公司的制作人和公司之间是雇佣还是类似合伙人的关系？

卢竑岩：从劳动合同来说，公司和制作人之间是雇佣关系；从业务上来说，公司和制作人之间是类似合伙人的关系。制作人在业务上是充分独立的，制作人想要做什么样的产品，他的团队和产品未来如何发展都是由制作人自己决定的，公司主要是提供支持。

28. 请问公司有多少个制作人？一个制作人的游戏发布后，要继续运营这个游戏吗？还是出新游戏呢？

卢竑岩：公司大约有 20 个制作人，但制作人之间也有较大的差距，有的制作人经验丰富，可以组织大规模团队，而有的制作人倾向于小规模项目。

制作人游戏上线后，是继续进行游戏运营还是开始新的项目开发，取决于每位制作人的个人决策。大部分制作人倾向于持续运营他们的项目，有的制作人过一段时间可能会产生兴趣去开发新的产品，这时他们会重新开始预研和项目立项的流程。

29. 《重装前哨》的测试数据和延期的原因？

卢竑岩：测试数据不方便透露。延期的原因主要是产能没跟上，产品还需要更多的资源量。

30. 请问《新庄园时代》为什么选择 TapTap 独家发行？

卢竑岩：我对《新庄园时代》的具体细节了解不多，不太清楚。

补充说明：《新庄园时代》由 TapTap 独家发行三个月，三个月后会全渠道发行。

31. 公司的制作人自己招的策划程序是外包吗，还是公司正式员工？

卢竑岩：制作人组建的团队也是公司内部的团队，都是正式员工。制作人面试完后会决定是否录用候选人，若录用则会跟公司签订正式的劳动合同。目前公司的策划和程序岗位是不允许外包的，美术的一部分工作可能会通过外包来完成。

32. 请问卢总对制作团队和发行团队的建设计划？怎么评价和提升制作团队和发行团队的能力？

卢竑岩：首先，公司的团队建设计划主要聚焦在中台，也就是技术中心和美术中心，目前发展的重点是在美术中心。

团队建设的计划是由制作人自己来把握的，评价制作团队的能力可以从市场成绩出发，在市场成绩还没出来时，我们会关注留存情况。发行团队具体的考核标准主要是由运营负责人在把控，考核标准也会不断进行调整，不是一成不变的。

33. 请问卢总现在对公司的关注点主要在哪些方面？

卢竑岩：首先是公司整体的经营情况；其次，我会根据个人对产品品类的熟悉程度关注某些项目，若是我比较了解的产品类型，我会和该产品的制作人有更多的探讨。例如，我对 M88（代号）项目关注比较少是因为我本人对二次元游戏了解少，但我仍会做好必要的支持工作。

34. 请问公司在游戏人才上会不会面临头部大厂的挖角？公司在薪酬上跟他们相比如何？

卢竑岩：行业内人才的确会流动，在薪酬方面，公司基本是对标市场上 75 分

位，研发人员实际可能大部分在 90 分位左右。

35. 请问代号 M72 跟《一念逍遥》的用户重叠度会不会比较高？

卢竑岩：用户重叠度有可能比较高，毕竟都属于休闲类产品，但是两个产品的玩法体验差异较大。

36. 请问现在获客难度的增加是趋势性的，还是暂时性的？当下获客难度大主要因素是大量游戏集中上线导致的吗？

卢竑岩：我认为获客难度的增加是长期性、趋势性的，而非暂时性的。短期内获客难度的突然增加，可能是因为大量游戏集中上线，但从长远来看，获客难度必然会持续上升，直到把行业的平均利润率拉到比较低水平，获客成本的上升可能才会停止。我们要想做好产品，还是要跳出买量思维。

37. 吉比特的 Game Jam 越办越好，请问 Game jam 对公司业务会有什么影响？

卢竑岩：第一，我们做这件事情本身也是基于对行业的回报，希望能够投入更多的资源去培养优秀的制作人和研发人员。这种方式能够促进行业发展，是不一样的回报方式，我们乐于做这件事。第二，当这个事情持续做下去以后，也让我们有机会跟优秀的制作人事先接触，虽然这并不意味着他们就会选择我们公司。对优秀的人来说他们选择有很多，我们会去争取他们的加入，但即使没有加入公司，我们也认为是为游戏行业做了贡献。

38. 公司是否有投资其他初创游戏公司的计划？

卢竑岩：有的，公司对于游戏行业的初创公司、中等公司一直都有投资计划。

39. 公司是否会考虑用人工智能方式扩展《问道手游》《一念逍遥》的可玩性？

卢竑岩：目前我们还未清晰看到用 AI 扩展游戏可玩性的方法，主要还是用来辅助公司进行量产。

40. 公司是否考虑未来在一线城市扩展更大的研发中心？

卢竑岩：需要视情况而论，目前公司还未在北京、上海、成都这些地方设立办公场所。如果公司制作人或新加入的制作人在工作地点上有强烈意愿去其他一线城市，公司也会考虑设立新办公地点的。

附录 参会机构名单（排名不分先后）：

安信证券、泊通投资、财通证券、财信证券、长江证券、长城财富资管、长江养老保险、长江证券资管、德邦证券、东北证券、东方财富证券、东方证券、东兴证券、方正证券、光大证券、广发证券、国都证券、国海证券、国金证券、国联证券、国盛证券、国泰君安证券、国信证券、国元证券、海通证券、华创证券、华鑫证券、民生证券、上海证券、申万宏源证券、申银万国证券、首创证券、天风证券、西部证券、信达证券、兴业证券、中金公司、招商证券、浙商证券、中金财富证券、中信建投证券、中信证券、中银国际证券、安联寰通资管、安信基金、保银私募、北海棣增、博时基金、渤海投资、财通证券资管、乘是资管、创金合信基金、大成基金、淡水泉投资、澹易资管、钉铃资管、东方红资管、东方基金、东方睿信私募、东兴基金、方正富邦基金、枫池资管、富德生命人寿保险、高毅资产、格林基金、巨曦私募、工银瑞信基金、光大保德信基金、广发基金、国海富兰克林基金、国融基金、国泰基金、国恬私募、航长投资、禾永投资、贺腾资管、恒复投资、泓澄投资、泓德基金、鸿运私募、华宝基金、华曦资本、华夏财富创新投资、华夏东方养老资管、华夏基金、华夏久盈资管、汇丰晋信基金、汇泉基金、汇添富基金、基煜基金、集诚实业投资、嘉实基金、金恩投资、金光紫金创业投资、金泊投资、金鹰基金、金舆资管、锦成盛资管、旌安投资、鲸域资管、九方智投、玖鹏资管、君义投资、开思私募、凯石基金、理成资管、联博汇智投资、隆源投资、庐雍资管、茂典资管、弥远投资、名禹资管、明河投资、摩旗投资、南方基金、农银人寿保险、诺安基金、鹏华基金、平安资管、朴道瑞富投资、前海开源基金、前海旭鑫资管、勤辰私募、勤道资管、青榕资管、清和泉资本、泉果基金、融通基金、润泽财富投资、沙钢集团、上银基金、申万菱信基金、晟盟资管、慎知资管、太平基金、天弘基金、天猊投资、同犇投资、途灵资管、微钱投资、未来感基金、夏尔私募、湘财基金、萧山投资、新华资产、新物种私募、信璞私募、兴业基金、雪石资管、燕园世纪投资、耀之资管、亿能投资、益亨投资、银河基金、银华基金、盈拓私募、永赢基金、涌津投资、煜德投资、浙商证券资管、志开投资、致合资管、中庚基金、中国能源建设、中荷人寿保险、中金基金、中信保诚基金、中信保诚资管、中信产业投资基金、中银基金、中邮创业基金、中邮人寿保险、摩根士丹利、柏骏资管(香港)、保银投资、Goldman

Sachs Asset Management (Hong Kong)、海森堡资管、汇丰环球投资(香港)、Jefferies HongKong Holdings Ltd、Kingsun Investment、Mighty Divine Investment Management Ltd、Strategic Vision Investment、西泽投资、源峰基金、中金香港资管、凹木科技、晟元体育、炬象咨询、陕鼓动力、索博克科技、个人投资者共 17 人



2023年半年度业绩说明会

- 厦门吉比特网络技术股份有限公司
- G-bits Network Technology (Xiamen) Co., Ltd.
- 证券简称：吉比特 | 证券代码：603444



经营业绩稳健，持续以高额分红回报股东

营业收入及归母净利润情况



2023年半年度，公司拟向全体股东每10股派发现金股利70.00元（含税）。

自2017年1月上市以来，公司累计现金分红52.98亿元（包括已公布但尚未实施的2023年半年度分红金额），为首次公开发行股票融资净额的5.89倍。

《问道》

本年1-6月营业收入及利润较上年同期微幅减少；

《问道手游》

本年1-6月营业收入同比有所减少，宣传费及运营服务费等产品相关支出有所增加，整体利润同比有所减少；

《一念逍遥》

本年1-6月营业收入同比有所减少，宣传费及运营服务费等产品相关支出同比有所减少，但本年1-6月游戏流水较上年同期减少较多，业务利润同比有所减少；

汇率影响

本年1-6月，因汇率变动产生的收益为6,898.11万元，上年同期汇率变动产生的收益为1.04亿元，本期收益同比减少3,527.04万元；

投资业务

投资业务本年1-6月产生的财务收益（含投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失等）相比上年同期增加8,304.52万元，主要系按照权益法确认的联营企业投资收益较上年同期增加。

储备产品丰富多元

自研产品	游戏类型	拟发行区域	拟上线时间
★ 《勇者与装备 (代号BUG)》	西幻题材放置类	全球	2023年下半年 (大陆)
《Outpost: Infinity Siege》	第一人称射击类端游	港澳台及海外地区	2024年第一季度
★ 《不朽家族 (代号M66)》	家族题材放置养成类	全球	2023年下半年 (大陆)
★ 《超喵星计划》	3D捏猫抽卡养成类	-	2024年上半年
★ 《最强城堡》	策略塔防类	全球	未确定
原点 (代号)	西幻题材放置卡牌	全球	未确定
M88 (代号)	魔幻题材放置养成类	中国大陆及港澳台、日韩地区	2024年 (境外)
M72 (代号)	放置挂机修仙游戏	中国大陆及港澳台、东南亚地区	未确定
M11 (代号)	西幻题材放置挂机	全球	未确定

代理产品	游戏类型	拟发行区域	拟上线时间
★ 《新庄园时代》	田园模拟经营类	中国大陆地区	2023年8月24日
★ 《超进化物语2》	策略卡牌养成类	中国大陆地区	未确定
《Beast Planet》	异兽题材生存策略	海外地区	未确定
Project S (代号)	Roguelike、SLG	中国大陆及港澳台地区	未确定
★ 《皮卡堂之梦想起源》	模拟经营类	中国大陆地区	2023年下半年
★ 《神州千食舫》	模拟经营类	中国大陆及港澳台、东南亚地区	未确定

注：带星标 ★ 产品已取得版号