

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

2024年5月6日投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<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 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	Alpines Capital、Citadel、财通基金、长江养老、德邦证券、东北证券、东吴证券、东证资管、广发证券、国海证券、国君资管、国联证券、国盛证券、国泰君安、国信证券、国元证券、海通证券、华安基金、华创证券、华泰证券、华夏基金、汇丰晋信基金、金鹰基金、旌安投资、九方智投、玖鹏资产、开源证券、六禾资本、弥远投资、民生证券、农银汇理、诺安基金、鹏扬基金、三井住友德思资产管理、山西证券、申万宏源、太保资管、太平养老、天风证券、西部证券、信达证券、永赢基金、招商基金、中金公司、中信证券、中银基金等多家机构
时间	2024年5月6日下午15:00-17:00
地点	上海市松江区巨人网络集团股份有限公司
上市公司接待人员姓名	总经理张栋，董事、董事会秘书孟玮
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2024年5月6日，巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”、或“巨人网络”）总经理张栋，董事、董事会秘书孟玮，就公司2023年度及2024年第一季度经营情况与来自多家的机构投资者进行了交流，并针对投资者提出的问题做出了详细解答。</p> <p>以下为本次投资者关系活动纪要：</p>

一、公司经营情况

1、2023 年度公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入 29.24 亿元，同比增长 43.50%，实现归属于上市公司股东的净利润 10.86 亿元，同比增长 27.67%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 13.73 亿元，同比增长 34.84%。公司营业收入和归属上市公司股东的净利润实现了同比大幅增长，主要得益于报告期内公司新上线游戏成绩优异，同时成熟游戏产品也保持了平稳运营。

2、2024 年第一季度公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入 6.96 亿元，较上年同期增加 1.89 亿元，同比上升 37.21%。公司实现归属于上市公司股东的净利润 3.52 亿元，较上年同期增加 1.08 亿元，同比上升 43.97%，主要得益于《原始征途》和《球球大作战》的良好表现。

二、问答环节

1、《王者征途》小程序游戏排名表现良好，请问该产品的投放 ROI 以及回本周期？

答：近期部分头部小程序游戏的成功证明了重度产品转小程序平台的可行性。《王者征途》小程序版本于 2024 年 2 月开始逐步加大买量投放力度，排名及流水稳步攀升，公司期望能够维持当前的良好势头。公司目前正积极探索强社交、强互动类产品（如征途 IP 系列的产品）在小程序平台上的发展，公司会长期在擅长的赛道进行尝试。回收周期方面，我们相信《王者征途》小游戏会贡献利润，但其具体的利润率情况尚需更长的时间去积累数据和持续优化模型。

2、《王者征途》和《原始征途》的小游戏版本上线后，给“征途”系列游戏的用户规模、画像带来了什么变化？公司如何看待“征途”系列游戏的 APP 端和小游戏端的定位和协同？

答：《王者征途》和《原始征途》小游戏为征途 IP 贡献了增量的用户，并呈现出年轻化、轻度化的特点，这部分用户对征途 IP 是没有太多认知的。

进入手游时代后，用户获取更加依赖于买量，自然流量和品牌效应所能吸引到的用户有限，所以征途 IP 面临如何实现用户破圈挑战。而《王者征途》的小游戏版本上线对征途 IP 的品牌扩圈、用户积累大有益处。公司通过不同版本的产品上线，使用户对征途 IP 的品牌认知以及熟悉度得到不断刷新和强化，从而有机会完成小游戏端到 APP 端的漏斗式的转化。

3、请问《征途》端游的流水情况如何？《原始征途》产品的迭代思路？公司后续如何更长久地运营征途 IP？

答：《征途》系列端游的流水和活跃用户数总体相对稳定，新进入用户会有所下降，公司会将重心放在维持总体的活跃用户数。

公司针对《原始征途》的迭代重点放在坚持简单化和强化用户体验两方面。目前《原始征途》在畅销榜的排名、游戏的流水均保持稳定，后续研发团队会在公司董事长史总的指导下，加入更多原创的内容，坚持上述理念，继续沿着已经被验证的方向进行研发。

过去征途 IP 的新品产出较少，且公司的市场策略也相对保守。2024 年开始，征途 IP 的推广会呈现更多元的样态，比如通过合作推广、事件营销、直播平台等方式。公司坚信对于 IP 的经营需要长期、持续的投入。

4、公司产品于 2023 年及 2024 年第一季度取得了良好成就，《原始征途》排名稳定，请问后续的营销投入规划以及该产品二发的排期和预期？

答：目前游戏行业竞争激烈，4-6 月一线游戏厂商上线的新游戏较多。史总对于《原始征途》要求较高，公司征途 IP 系列每年会推出大型资料片，并围绕大版本更新进行推广。如果买量的回报好，就会适时加大买量力度。

5、请问《太空杀》海外版本的海外推广规划是什么？

答：《太空杀》海外版目前在调试状态，主要系在海外发行大 DAU 游戏成本较国内更高（如海外语音的带宽和服务器成本）。从去年到今年，公司对该产品的主要目标是提升 DAU，做出一款适合海外用

户的、互动性强的语音类产品。公司认为其潜力较大，目前尚未开始买量。该类产品的 ARPU、DAU 都需要时间提升，需要持续探索商业化场景及深度本地化。公司今年的目标是在海外市场将该产品跑顺，为其长线运营打下坚实基础。

6、《月圆之夜》由单机游戏转型开启联网后，商业化有哪些变化？

答：《月圆之夜》于 2023 年 9 月中秋节上线“镜中对决·联机对战模式”，标志着其实现了从独立单机游戏向网络对战游戏的重大转型。《月圆之夜》和《太空杀》都是大 DAU 的长生命周期产品。公司看好大 DAU 游戏价值，其优势在于生命周期较长，且规则驱动的游戏对内容的产能要求相对较低。公司希望《太空杀》《月圆之夜》能为公司贡献收益的同时，为公司带来年轻用户和高质量用户，从而改善整体用户结构。

7、在拥抱 AI 技术的过程中，公司如何建立自身竞争优势？未 AI 方面的研发方向是什么？

答：公司深刻意识到 AI 技术对游戏行业带来的颠覆性变革，全力拥抱 AI 浪潮。公司组建了 AI 创新实验室，大力招募 AI 精英人才，负责 AI 技术研发与应用能力建设，全面推动 AI 在各业务场景的落地普及。公司于报告期内陆续搭建了一系列 AI 工具平台，涵盖视觉、语音、大语言模型等技术方向，对游戏策划、美术生产、程序开发、宣传发行、客户服务等业务环节进行赋能，随着这些工具平台的深入应用，公司各业务部门的研发效能得到显著提高，研运成本明显降低。

公司将 AI 技术作为生产工具，一方面帮助提升生产管线的效能，另一方面提升产品的游戏性，尤其针对公司的强社交、强互动的游戏。此外，公司也在探索游戏以外更广泛的应用场景。

8、请问 AI 在降本增效方面有哪些可量化的指标？

答：在 AI+绘画方面，公司打造了 AI 绘画平台——iImagine，在公司内部提效收益非常可观，在角色和场景原画方面的生产效率优化效果达到 50%-70%，在 UI（User Interface，用户界面）和 icon（应用图标）方面的生产效率优化效果超过 80%，部分项目的 UI、icon 已

	<p>完全实现 AI 出图。在 AI+语音方面，公司推出 AI 语音生成平台——百灵，目前“百灵”平台已广泛应用于公司内游戏制作配音、AINPC 以及宣发配音等环节。在 AI+代码方面，公司上线了代码层 AI 大模型——CodeBrain，帮助程序开发实现实时代码生成，并提供智能代码翻译、解释、纠错、重构等实用功能，助力高效开发，部分项目的代码研发效率提升达 30%-40%。公司还借助基于开源模型自主训练的 AI 生成大模型 GiantGPT，实现了本地化翻译大模型、智能问答客服的落地。翻译模型目前已完全替代了第三方供应商初翻，减少了大量翻译外包成本；智能问答客服的问题解决率超过 90%，极大程度上缓解人工客服压力。</p> <p>9、公司未来的分红政策如何？</p> <p>答：公司自 2016 年上市以来，连续八年以派发现金红利的方式向全体股东进行利润分配，且每年分红比例均高于 30%。2023 年中期，公司向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.30 元(含税)，合计分派 2.47 亿元；2023 年度，公司向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 0.80 元(含税)，预计分派 1.52 亿元。公司在创造经济效益的同时重视对投资者的合理回报，公司后续将继续保证投资者与公司共享成长的成果，给予投资者稳定的回报，构建与股东的和谐关系。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 5 月 6 日