

证券代码：300459

证券简称：汤姆猫

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-004

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 type="checkbox"/> 现场参观
参与单位名称	申万宏源证券-袁伟嘉，信达澳银基金-冯明远、齐兴方、董玄、卫泽羽
会议日期	2022年1月18日
会议地点	浙江金科汤姆猫产业股份有限公司（电话会议）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 胡斐 投资者关系经理 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务发展规划及开展情况，并就调研机构关心的问题进行了问答交流，具体内容详见附件。
附件清单(如有)	无
日期	2022年1月18日

附件：投资者关系活动主要内容介绍

相关问答情况如下：

Q1：可否介绍下公司在下一代互联网发展方向上的探索与未来布局情况？

答：关于移动互联网未来发展，目前各家公司从自身业务逻辑与资源出发，选择不同的路径，从点散式创新到未来集成创新，这个过程中还有很长的路要走，尤其依赖于 5G、AI、AR 等底层技术的发展与应用，相关支撑技术、硬件设施等仍需持续迭代完善。

作为移动互联网企业，公司持续在探索新技术的发展与应用，根据移动互联网市场需求的变化及公司用户的反馈，积极尝试在核心品类产品中逐步融入社交元素、增加个性化定制玩法，以进一步提升用户的自主性、参与感与体验感；与此同时，公司结合会说话的汤姆猫、会说话的安吉拉、会说话的狗狗本等经典 IP 角色，积极拓展 IP 应用场景，持续强化用户与 IP 之间的情感联结。2021 年上半年，公司在抖音平台上进行了汤姆猫虚拟 IP 直播尝试，与 IP 粉丝展开更为直接、紧密的互动和陪伴；同时，公司旗下跑酷类精品力作《汤姆猫跑酷》联手华为新一代智慧屏，突破传统游戏娱乐场景，以体感游戏形式共同开启亲子互动与家庭娱乐的新方式；12 月，公司与中国首家数字艺术电商平台唯一艺术联合推出了以汤姆猫飞车为主题的限量版 NFT 数字收藏品，限量 25000 份，一上线即售罄，再次证实了汤姆猫家族 IP 在新兴消费群体中的市场影响力。

未来，公司仍将以用户需求为导向，利用汤姆猫 IP 的影响力及高品质内容，融合人工智能、VR、AR 等新技术，打造更多文化新产品、新模式及沉浸式体验新业态，满足消费者多样化、个性化和社交化的消费需求。需要注意的是，公司

关于虚拟 IP 直播、NFT 等创新领域的业务探索尚处于初级阶段，项目实施进度、是否能达到公司预计的效果，均存在一定的不确定性，请广大投资者理性投资，注意投资风险！

Q2：可否介绍下公司 2022 年游戏产品的上线规划？

答：汤姆猫家族 IP 系列移动应用产品作为公司业绩的第一增长曲线，公司将持续研发、迭代汤姆猫家族 IP 精品游戏，目前在研发中的项目涵盖跑酷、休闲射击等品类的游戏产品。同时，公司国内外团队也在通过研发新 IP、新玩法游戏精品、积极拓展游戏发行业务，打造公司移动应用业务的第二增长曲线。其中，在新 IP、新玩法游戏精品上，公司将研发以内购变现为主的休闲游戏与中重度新 IP 游戏精品，不断丰富公司产品品类，目前在研发中的项目包括卡牌类 RPG 游戏《神王角斗》、模拟人生成长游戏等产品；在游戏发行业务上，公司将通过代理国内外高品质游戏产品，拓展发行业务增量市场，目前，相关团队已调研全球 300 余款产品，优选近 30 款 3S 级、A++ 级产品开展谈判。

Q3：可否介绍下公司目前的收入结构？

答：2020 年，公司的广告业务收入为 13.83 亿元，占营业收入比重为 77%；游戏发行业务收入为 2.34 亿元，占营业收入比重为 13%；新商业服务业务收入为 6,225.74 万元，占营业收入比重为 3%；授权业务收入为 4,483.29 万元，占营业收入比重为 2%；媒体影视业务收入为 4,106.51 万元，占营业收入比重为 2%；其他业务收入为 4,237.08 万元，占营业收入比重为 2%。2021 年上半年，公司的广告

业务收入为 7.24 亿元，占营业收入比重为 79%；游戏发行业务收入为 0.97 亿元，占营业收入比重为 11%；其他业务收入 0.96 亿元，占营业收入比重为 10%。

Q4：可否介绍下公司的商誉构成情况？

答：公司目前的商誉主要是 2017 年公司通过发行股份购买资产的方式并购重组海外子公司 Outfit7 时所产生的商誉。根据《企业会计准则》的规定，重大资产重组形成的商誉需在未来每年年度终了做减值测试。减值测试具有一定的业绩、业务达标标准，基于海外子公司 Outfit7 目前良好的业务经营情况、业绩实现情况，目前来看是没有商誉减值风险的。2021 年前三季度，Outfit7 业务发展良好，2021 年下半年，公司围绕“会说话的汤姆猫家族”上线了全新一代虚拟宠物类游戏《My Talking Angela2》（中文名《我的安吉拉 2》），该产品上线后表现优异，根据第三方数据平台 App Annie 的数据显示，《我的安吉拉 2》是 2021 年第三季度全球下载第一的热门移动游戏。新产品的上线及稳定运营，将为 Outfit7 贡献新的业绩。未来，公司也将围绕全栖 IP 生态运营战略，不断丰富产品品类，持续提升其经营效益。

Q5：可否介绍下公司及海外子公司的业绩情况？

答：2021 年，公司预计实现归属于上市公司股东的净利润 75,300 万元至 86,600 万元，与上年同期相比，预计增长区间为 0%至 15%；预计实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 75,000 万元至 86,300 万元，与上年同期相比，预计增长区间为 48%至 70%。

2021 年上半年，Outfit7 实现营业收入 65,450.02 万元，实现净利润 39,815.55 万元。需要说明的是，Outfit7 海外业务主要以美元计价，2021 年美元兑人民币汇率的下滑对其折算成人民币后的收入和净利润有所影响。

Q6：可否介绍下汤姆猫亲子乐园的情况？

答：公司旗下汤姆猫亲子乐园业态以“自营+城市合伙人”的双轮驱动模式，已陆续在浙江杭州、宁波、绍兴、安徽合肥、广东佛山、珠海、山东日照、内蒙古呼和浩特等地的知名商圈内落地十余家汤姆猫家族 IP 主题室内亲子乐园。

截至目前，汤姆猫亲子主题乐园已在空间场景设计、乐园运营及亲子服务等多方面形成了独特的品牌优势与辨识度。其中，在设计上，公司旗下亲子主题乐园以“会说话的汤姆猫家族”IP 各个角色形象的人物特征设计并打造了汤姆猫探险区、安吉拉表演区、狗狗本科学实验室等多个功能区块；同时，公司充分结合“会说话的汤姆猫家族”IP 多款线上热门应用，将线上游戏、动漫场景通过多媒体交互实现乐园线下实景再现，构建沉浸式娱乐体验；在运营上，公司旗下亲子乐园以“寓教于乐”为经营理念，通过引入儿童心理学、教育学专家参与设计与规划，甄选出系列有助于儿童脑力、智力开发的游戏与课程体系，旨在帮助儿童在游乐过程中启迪儿童想象力、激发创造力；此外，公司的亲子乐园设置了多个家长与孩子共同参与的游乐活动与项目，通过家长与孩子合作的形式，帮助促进亲子关系，使亲子家庭通过游乐活动提升获得感。

依托 IP 巨大的影响力与亲子乐园良好的口碑效应，公司旗下多家汤姆猫亲子主题乐园自营店与合伙人店开业后运营情况良好，多个门店上榜大众点评网当地

亲子乐园热门榜单前列，其中，杭州龙湖紫荆天街店长期位列大众点评网西湖区销量榜、服务榜、环境榜、好评榜等多个榜单 TOP1。

2021 年下半年，公司携手国内多家城市合伙人，加速扩大乐园版图。位于广东珠海金湾华发商都、内蒙古呼和浩特民族·星云里时尚购物中心、杭州临安锦南宝龙广场的汤姆猫亲子乐园先后开业。其中，珠海金湾华发商都汤姆猫亲子乐园在 2021 年 10 月 1 日-10 月 7 日的试运营期间，接待家庭组数超过 3,800 组，单日最高客流量突破 600 组家庭，备受当地亲子用户青睐；杭州临安锦南宝龙广场汤姆猫亲子乐园于 2021 年 12 月 31 日正式开业，前期预售与开业后销售收入已突破百万。

随着亲子乐园业务的快速落地，公司也形成了连接紧密、可有效触达和深度运营的特定区域的亲子会员平台和线下衍生品销售渠道。结合公司旗下已涵盖鞋服、日用品、有氧洗护、智能玩具、儿童教育产品、潮玩等品类丰富的 IP 系列衍生品，公司将充分利用现有庞大的用户流量优势，进一步加强区域会员粉丝的运营服务，在亲子乐园业态的基础上，布局衍生品专卖店等业务，两者相辅相成，为广大汤姆猫 IP 粉丝提供优质的商品和服务，进一步丰富亲子用户的体验。