

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：2022-020

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 电话交流会
参与单位名称	开源证券、泰信基金、中再资产、天弘基金、宝盈基金、中庚基金、同犇投资、长城财富等
会议日期	2022年12月15日
会议地点	网络与电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 胡斐 浙江金科汤姆猫文化管理有限公司总经理 王炜荣 总经理助理 王浩宇 投资者关系经理 张平 证券事务经理 王佳斌
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务经营情况以及后续发展规划，并就参会机构人员关注的其他问题进行了回复交流，具体见下文。
附件清单（如有）	无
日期	2022年12月15日

投资者关系活动主要内容介绍：

### **1、随着疫情防控措施的优化，请问公司如何预期其对公司业务的作用？**

答：随着 12 月以来，全国疫情防控措施优化的落地，直接导致了居民出行更为便利，商务出行、物流仓储、居民消费等经济活动都将得到一定的恢复。公司认为虽然短期内，疫情因素仍然影响了一部分人的出行与消费意愿，但从长期来看，疫情因素将逐渐消退，出行与消费行为将稳步恢复。此外，12 月 6 日中共中央政治局会议指出，要着力扩大国内需求，充分发挥消费的基础作用。可以预期，消费在未来仍然是经济增长的重要因素之一。

结合公司业务情况，疫情防控措施的优化将对公司线上线下业务产生一定积极作用。对于线上业务，出行与消费的增长将导致在线商旅等原受疫情影响较大的行业以及经济增长预期下其他行业的广告投放陆续恢复，对于公司线上广告业务具有积极影响。对于线下业务，亲子休闲娱乐需求的释放也将对公司拥有的亲子乐园以及正在推进的文旅项目产生正向影响。

### **2、请问公司亲子乐园的经营情况如何？**

答：公司在规划与运营室内亲子乐园上已经积累了多年经验，汤姆猫主题乐园凭借独具 IP 文化的场景设计、多样的游玩项目、丰富的活动内容、细致的运营服务等核心竞争优势，获得家长与孩子的喜爱与认可，总体运营情况良好。

公司以“自营+城市合伙人”的双轮驱动模式积极开展乐园业务，目前已有 10 余家乐园门店开放运营。公司旗下门店抵御住了疫情的冲击，未有任何门店关闭。得益于 IP 知名度与良好的运营服务，2021 年公司亲子乐园自营门店接待家庭组数同比增长 28%。2022 年，公司保持了稳步的扩张节奏，位于江苏响水与杭州未来科技城先后于 2022 年 6 月、9 月陆续开业。近期，公司完成了多家新店的开业筹备工作，其中分别位于江西南昌、江西上饶、盐城亭湖等地的亲子乐园将于 2023 年元旦前后正式开业，届时将进一步扩大公司的乐园布局，提高汤姆猫 IP 品牌影响力。

### **3、请问公司如何规划线下业务的发展？**

答：公司线下业务的总体战略是：践行全栖 IP 运营战略，打造汤姆猫线下消费品牌，持续提高扩大品牌效应、品牌影响力与品牌情感联结；力争线上业务与线下业务并驾齐驱，流量互补。

具体而言，公司有如下进展与规划：一、经过疫情冲击，在亲子游乐需求强劲及行业供给出清的双重背景下，公司将持续扩大汤姆猫亲子乐园的布局。公司目前有多家门店均在筹划中，预计 2023 年陆续开业。此前，公司对全国众多地区进行了市场考察，包括浙江、江苏、安徽、江西、湖南、福建、重庆、山东等区域市场，基于考察已经筛选出具有比较优势的项目，目前正与各方积极推进前期工作；二、推进大型文旅综合项目。结合消费者需求、市场与公司优势，打造具有市场竞争力、消费受众群体广的特色优质文旅项目，使大型文旅项目与乐园业务共同构成汤姆猫 IP 线下消费的主要场景，分别服务于消费者的市内游乐、假期出游等不同需求，从而构建更为立体、丰富的汤姆猫 IP 线下消费品牌。三、公司将紧跟各类创新技术的发展与应用，不断提高线下业态消费体验。

#### **4、请问公司未来 3 年的发展与收入结构有何预期？**

答：公司作为汤姆猫家族 IP 的全栖运营商，未来将长期坚持围绕“会说话的汤姆猫家族”IP 建设汤姆猫全栖 IP 生态、打造汤姆猫亲子生活品牌。公司一方面将持续推进汤姆猫家族 IP 优势品类产品及新品类新玩法产品的研发与运营，持续输出优质内容，拓展更多的用户类群，确保公司业绩的稳健增长；另一方面将积极发展汤姆猫乐园等线下业务，丰富汤姆猫家族 IP 及其产品的应用场景，增强用户与汤姆猫家族 IP 的情感联结，力争线上线业务并驾齐驱。

#### **5、请问公司目前的核心游戏产品有哪些？**

答：公司核心产品包括《我的汤姆猫》《我的安吉拉》《我的汤姆猫 2》《汤姆猫跑酷》《汤姆猫英雄跑酷》以及《汤姆猫总动员》等，根据 2021 年报，上述产品的 MAU（月活跃用户人数）分别为 3000-5000 万人次、3500-5500 万人次、6000-8000 万人次、5000-7000 万人次、3000-5000 万人次以及 5000-7000 万人次。以上游戏均为 2020 年及以前上线的产品，其中最早的《我的汤姆猫》上线于 2013 年。公司汤姆猫家族 IP 旗下多款产品上线多年仍保持千万级 MAU，反映了汤姆猫家族 IP 的品牌价值与用户的高度认可。此外，公司于 2021 年上线了《我的安

吉拉 2》，根据第三方数据公司 data.ai（原名 App Annie）的数据统计，《我的安吉拉 2》是 2021 年第 3 季度全球下载量排名第一的移动游戏，这充分体现了公司的品牌号召力与 IP 的可延展性。

#### **6、请问公司产品线上有哪些新产品？**

答：公司具有一支优秀成熟的全球化研发团队，具有完善的产品研发体系、丰富的产品储备，拥有持续的高质量内容输出能力。

今年下半年，公司推进的汤姆猫家族 IP 新游戏包含《汤姆猫闯乐园》《汤姆猫时光快跑（Talking Tom Time Rush）》等产品，其中《汤姆猫时光快跑》已于海外市场上线；推进的新 IP、新玩法的游戏有《弹弹奇妙冒险》《神王角斗》《Sonic Dash: Endless Running（暂译名：音速快跑）》《Sonic Dash 2: Sonic Boom（暂译名：音速快跑 2）》等。其中，《弹弹奇妙冒险》由公司国内团队研发，该产品已于今年获得版号并已在国内市场上线运营；《神王角斗》由公司海外研发团队自研，目前已在海外开展测试，同时公司已按规划提交了该产品的版号申请，后续将持续调优并丰富玩法；《Sonic Dash: Endless Running（暂译名：音速快跑）》和《Sonic Dash 2: Sonic Boom（暂译名：音速快跑 2）》两款游戏在中国大陆的独家代理运营权已由公司取得，其版号申请已提交，目前正处于审核过程中，公司将根据版号获取情况推进产品的上线计划。