

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：2022-021

投资者关系活动类别	<input 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 <input checked="" type="checkbox"/> 电话交流会
参与单位名称	易方达基金、华富基金、东方证券资产管理、首创证券、东兴证券、珠江人寿保险、中邮人寿保险、太平基金、淳厚基金、深圳中天汇富基金、华夏财富创新、华曦资本、凡兴资本、度势投资、上海递归私募基金管理、深圳市前海世传国际投资管理、深圳金泊投资管理、上海盟洋投资管理、上海枫池资产管理、上海丹羿投资管理、苏州龙远投资管理、郑州智子投资管理、郑州市鑫宇投资管理、鸿运私募基金管理（海南）有限公司、共青城鼎睿资产管理有限公司、渤海汇金证券资产管理、北京泰康投资管理等等
会议日期	2022年12月16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 总经理助理 王浩宇 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19日

投资者关系活动主要内容介绍：

1、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。

2、请问公司版号储备的情况如何？

答：公司从战略上坚持在汤姆猫 IP 系列游戏领域中深耕，在《汤姆猫总动员》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫 2》等已上线产品长线稳定运营的基础上，公司将强化交互、持续出新，推进汤姆猫家族 IP 的新产品研发工作，同时努力推进新 IP、新玩法游戏的研发与运营，打造第二增长曲线。版号作为国内游戏市场发展的重要的业务资源，公司高度重视其相关工作。

2022 年度至今，公司分别于 4 月、7 月获得两款游戏的版号。根据国家新闻出版署发布的《2022 年 4 月份国产网络游戏审批信息》，由公司子公司广州金科研发的《弹弹奇妙冒险》获得版号，该游戏目前已于国内上线运营。此外，国家新闻出版署于 7 月对外公布的国产网络游戏审批信息中，由公司旗下全资子公司杭州哲信信息技术有限公司出版的《飞跃的旅行者》获得版号。

除了已经上线的《弹弹奇妙冒险》以外，公司已有多款游戏提交了版号申请，其中包括代理游戏、《Sonic Dash: Endless Running（暂译名：音速快跑）》、《Sonic Dash 2: Sonic Boom（暂译名：音速快跑2）》、《沼泽激战2》等游戏。总体而言，目前公司的版号储备与申请情况与公司的游戏业务发展计划相匹配。

3、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。

4、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。

5、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。

6、请问公司在教育领域有哪些布局？

答：公司贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的使命，重视激发儿童的兴趣爱好，培养儿童的反应、精细操作、专注力等综合能力，传递积极的正向价值理念，丰富少年儿童的精神文化需求。公司旗下汤姆猫亲子乐园引入儿童心理学、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，开发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和幸福感的同时，锻炼了孩子的反应能力、思考能力和动手能力，打造出素质教育的第二课堂。

在儿童智能教育产品领域，公司结合 STEAM 教育理念与 AR 技术相继推出了《汤姆猫 AR 学英语》、《汤姆猫 AR-Code》、《方糖智能细胞机器人》等寓教于乐的产品。此外，6 月公司与浙江省北大信息技术高等研究院、科大讯飞股份有限公司签署了战略合作协议，其中三方在合作协议中明确了将在移动互联网教育产品开发方面展开合作，三方共同研究、规划下一代场景化、沉浸式移动互

联网教育产品，推进人机交互、人工智能研究成果在互联网教育方面的应用，优化产品的用户体验，并共同推动产品在发行过程中的流量与营销支持。

7、请问公司与汽车企业及生态相关的合作有哪些？

答：公司与小鹏汽车、AITO 等多家新能源汽车生态企业达成了合作，目前《汤姆猫总动员》、《汤姆猫跑酷》已覆盖小鹏 P5、小鹏 G3i、小鹏 G3、AITO 问界 M5、AITO 问界 M7、极狐阿尔法 S（HI）等车载终端，其中《汤姆猫总动员》成为 HarmonyOS（华为鸿蒙系统）新能源车首款车载刷脸登录游戏。以高质量的内容玩法、创新的互动体验增添用户出行乐趣，丰富用户出行生活，持续拓展家庭娱乐体验边界；《汤姆猫跑酷》已登陆华为智能座舱，华为智能座舱覆盖的车型/系列有：AITO 问界 M5、AITO 问界 M7、极狐阿尔法 S（HI）、北汽魔方、长安阿维塔 11（HI）、吉利几何。