

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2024 年年度业绩说明会纪要

时间：2025 年 3 月 28 日下午 15:30-16:30

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

董事、副总经理兼财务总监 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 2024 年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。

一、2024 年年度公司经营情况介绍

1、2024 年年度业绩摘要

2024 年度，公司实现营业收入 36.96 亿元；归属于上市公司股东的净利润 9.45 亿元；经营活动现金流量净额 12.49 亿元。

公司 2024 年全年业绩同比变动影响因素主要如下：

（1）境内游戏业务

A 《问道》端游 2024 年营业收入及利润同比基本持平；

B 《问道手游》2024 年营业收入、发行投入及利润同比均有所减少；

C 《一念逍遥（大陆版）》《奥比岛：梦想国度》2024 年营业收入、发行投入及利润同比均大幅减少。

（2）境外游戏业务

2024 年公司实现境外营业收入 5.00 亿元，同比增长 83.92%。

（3）投资业务

2024 年公司投资业务产生的财务损益（含投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失等）为-2,486.22 万元，损失同比收窄 2,607.43 万元。

（4）汇率影响

2024 年度公司因汇率变动产生的收益为 3,491.20 万元，同比增加 339.76 万元。

2、2024 年第四季度业绩摘要

	金额（亿元）	同比变动率	环比变动率
营业收入	8.77	-0.88%	2.19%
归属于上市公司股东的净利润	2.87	8.13%	105.78%
经营活动产生的现金流量净额	4.22	16.81%	81.16%

2024 年第四季度业绩环比变动因素主要如下：

（1）游戏业务：《问道》端游 2024 年第四季度总流水环比小幅提升；《问道手游》2024 年第四季度总流水环比基本持平。

（2）销售费用：2024 年第四季度主要产品发行投入环比有所减少。

（3）汇率影响：2024 年第四季度因汇率变动产生的收益为 4,112.29 万元，环比增加 6,806.40 万元。

（4）预提奖金影响：2024 年前三季度预提奖金充足，第四季度冲减部分奖金。

3、2025 年新品情况介绍

（1）《问剑长生》

《问剑长生》是由公司自主研发并运营的一款 3D 御剑斗法放置修仙手游，于 2025 年 1 月 2 日在中国大陆地区上线。上线一周内，游戏累计注册用户突破百万。境外版本后续将在中国港澳台、欧美等地区陆续上线。

（2）《杖剑传说（代号 M88）》

《杖剑传说（代号 M88）》是由公司自主研发并运营的一款日式幻想题材放

置 MMO 手游。目前已取得版号，计划于 2025 年上半年上线。

（3）《九牧之野》

《九牧之野》是由公司代理运营的一款三国题材赛季制 SLG 游戏。目前已取得版号，计划于 2025 年下半年在中国大陆上线。

以上储备产品上线计划受到多方面因素影响，可能存在不确定性，仅作参考。

4、2024 年年度利润分配方案

2024 年第四季度，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 35.00 元（含税）。2024 年全年向全体股东每 10 股派发现金红利 100.00 元（含税），以董事会决议日公司股票收盘价计算，股息率为 4.56%。包括已实施的 2024 年中期分红以及本次公布但尚未实施的年度分红在内，公司 2024 年全年现金分红金额预计为 7.18 亿元，占公司 2024 年度合并报表归属于母公司股东净利润的比例为 75.94%。

自 2017 年上市以来，公司累计现金分红 60.16 亿元，为累计融资净额的 6.69 倍。

二、投资者问答

1、公司 2025 年计划有多款产品上线，如何展望后续销售费用的趋势？目前已上线的《问剑长生》等产品的买量效率如何？

林佳金：销售费用的投入会根据产品投放 ROI（投资回报率）决定，若达到预期指标，我们会继续加大投入；若未达到，则会减少投入规模。目前无法准确预估今年整体销售费用的趋势或金额，但有一个规律，即新产品上线时启动投入会大一些，后期则根据整体投放的 ROI 情况进行预算控制。

梁丽莉：大家可能比较担心到各定期报告的节点，出现因新品上线前期集中投放过多导致流水增长但利润反降的情况。对于 2025 年第一季度，《问剑长生》自 1 月 2 日上线到 3 月 31 日已近三个月，而且公司依据 ROI 的投放控制是实时进行且谨慎的，这种前期集中投放导致流水增长而利润下降的问题并不明显，大家无需过度担心。

2、公司对于计划 2025 年上线的两款产品《杖剑传说（代号 M88）》和《九牧之野》的量级有何预期？《九牧之野》这款 SLG 产品应该是公司为数不多在 SLG 方面的尝试，公司如何看待 SLG 游戏品类？

卢竑岩：产品量级无法估算，但从前期测试的观察和个人经验判断，可能不会是量级特别大的产品。但这仅是我的个人判断，不能作为预测，因为即使基于现有的测试数据，产品的上限和下限差异可能非常大。公司对 SLG 这个品类一直保持关注，但是发行 SLG 品类游戏时会非常审慎，因为要做出差异化的产品是非常不容易的。

3、《问道手游》流水环比下跌幅度在收窄，请问游戏老用户的 ARPU（每用户平均收入）和活跃度是否有一些积极的变化？

卢竑岩：从我个人理解的角度，《问道手游》项目组一直在围绕玩家需求提供服务，有的时候效果显著，有的时候效果一般，但总体没有质的变化。因此，流水下跌幅度收窄不是一个特别的趋势。

4、之前卢总对《问剑长生》的预期没有给得很高，但在修仙玩家里面口碑还是不错的，如何看待《问剑长生》的后续表现？是否和《一念逍遥》一样都是回收周期特别短的游戏？

卢竑岩：此前我对《问剑长生》的评价是较为平庸，本意是指这款游戏的亮点不够鲜明，产品品质中规中矩，并不是说这款游戏差、质量敷衍，我们是不会让敷衍用户的产品上线的。《问剑长生》后续的表现，应该会属于正常手游的周期表现，即上线初期活跃，随后逐渐下滑并趋于稳定。目前游戏仅上线 3 个月，具体什么时候稳定还需要再观察。

如考虑历史研发成本，《问剑长生》的回收周期肯定比《一念逍遥》长，因为《一念逍遥》的研发成本比较低，而《问剑长生》作为 3D 产品，研发成本高不少，所以回收周期较长。

5、DeepSeek 出现后对公司在 AI 方面的应用有什么样的推动？目前公司在开发中已经或计划大量应用哪些成熟的 AI 工具？AI 工具的应用会给公司业务带来哪些积极的影响？以及是否会有更多 AI 相关的新型品类游戏出现？

卢竑岩：我们早期和学术机构一起研究探索过虚拟人格，从现在来看，我们当时选择的技术路线不太合适，和当前大模型的技术路线不一样，因此把这块搁置了，未来可能会依托像 DeepSeek 这种大模型的技术路线进行发展，但目前我们并没有在项目中探索，因为项目暂时没有这方面的需求。

公司目前 AI 方面的应用主要在工具使用上，如美术工具、资料整理和检索等，一些需要一定智力的力气活可以交给 AI 来处理，在生产方面有提升作用。游戏中还没有实际应用，因为游戏是否应用取决于游戏需求，不会因为有这个技术而强制应用在游戏中，而是要考虑技术对游戏的乐趣性是否有帮助，有帮助才会应用。当初想做虚拟人格也是希望游戏中 NPC（非玩家角色）的行为更拟人、复杂和多样化，如果用传统的行为树的方式来操作，角色的种类会很少。因为我们探索后没有找到合适的方向，所以暂时搁置了，且目前也没有项目需要依托大量 NPC 在游戏中和玩家互动，因此游戏中还没有实际的应用，属于观望状态。

6、当前娱乐直播行业发展迅速，越来越多的用户参与，尤其是直播 PK 等互动模式，本质上也像是游戏的一种变化，吸引了不少高消费能力的用户参与，形成了一种类似“真人游戏”的新业态。请问公司如何看待这种趋势对游戏行业的整体影响，是否能为公司现有游戏带来新的增长机会，以及公司在玩家获取和增强玩家粘性方面有哪些新的运营思路？

卢竑岩：直播业务本质上是一种娱乐方式，当用户拥有多种娱乐方式选择时，他们在游戏上的投入自然会减少，对整个游戏行业确实存在明显冲击。

对我们的产品来说，还没有形成特别明显的直接冲击，但当用户整体注意力发生行业层面的转移时，确实会对个别产品产生影响。所以它不是直接的竞争关系，而是一种整体性的、间接的竞争关系。

在应对策略方面，我们一直坚信要把产品做好，把游戏体验做好。用户的娱乐方式是多种多样的，我们会密切关注当下用户感兴趣的娱乐形式，并围绕这些兴趣点进行产品设计。虽然市场竞争确实存在，但这种竞争本质上是良性的，优质的作品依然是有生存空间的。

7、关于 AI 技术的应用，目前公司主要将其作为工具使用。想了解这部分应用在降低成本方面的效果，是已经显现出来了，还是会逐步显现？

卢竑岩：这是一个逐步显现的过程。我举个具体例子，比如我们用 AI 来辅助生成图像，前期需要花时间熟悉工具，做好相应的风格训练等方面的工作，这都需要一定的时间周期，但是当工具真正达到可实际部署的水平后，它能够发挥的作用就会非常大，过了某个临界点后，会出现突破性的进展。

8、AI 的训练周期通常需要多长时间？

卢竑岩：这个时间周期不太好说。比如我之前观察项目时发现这种情况：训练完成后没有完全达到我们期望的效果，但经过手动调整后就能用了。这么算下来，它对我们的帮助就比较有限。然而如果要把效果做到我们希望的极致，这需要权衡成本，因为项目也有周期，如果花太多时间做准备工作，可能也不值得。但随着对工具使用越来越熟练，最终效果肯定会越来越好。

9、除《一念逍遥》《问剑长生》以外，公司近两年似乎未产出其他爆款，同时公司部分团队开始优化。卢总之前也说过，公司有很多在研项目不及预期。请问公司后续是否会有进一步的团队优化计划，以及目前公司的整体调整状态和产品储备情况如何？

卢竑岩：我们近期对团队进行了一些调整和重组工作，停掉了之前不满足要求的一些项目，把人员重新整合到新的项目中去。目前这个调整应该算是告一段落了，接下来应该不会再有大的调整了。

关于产品储备情况，总体来说我们在研项目的数量减少了，而且很多项目还处在非常早期的阶段，需要一定周期开发，所以短期内除了《杖剑传说（代号 M88）》，没有什么自研产品的储备。

10、我个人认为游戏作为内容行业的重要组成部分，AI 对于提升优质内容打造爆款游戏的概率影响相对有限，请问卢总如何看待？

卢竑岩：关于 AI 对打造爆款游戏的概率的影响，我从个人角度分享一下看法。首先，游戏行业有一个特点，就是它非常欢迎并希望引入各种新兴的先进技

术。我记得以前讨论先进技术应用，通常民用领域是最慢的，往上依次是工业、军用，最高是航天领域。放到现在，游戏行业对新技术的应用是非常敏感的，任何可能提升娱乐体验的新技术，我们都会尝试将其引入游戏行业，看看能否为娱乐形式带来创新。

回到问题本身，优质内容的核心永远依赖于创作者，或者说至少在可预见的未来 3-5 年内，这个情况不会改变。AI 目前主要在工具层面提供产能支持，在游戏内部应用时，更多是为开发者提供技术上的新可能。但真正的优质内容，仍然需要创作者去实现。

举例来说，在计算机出现前，人们通过棋牌等方式娱乐；计算机问世后不久，计算机游戏就诞生了；随后有了网络，网络游戏就出现了，有了 3D 技术以后，基于 3D 的游戏也出来了。这些创新背后都离不开优秀的创作者，技术始终是创作的工具。所以 AI 是否能提升优质内容打造爆款产品的概率，就目前而言影响确实有限，而且在未来可预见的一段时间内可能也不会发生根本性改变。爆款游戏依然需要依靠优秀的创作者和团队，这是我的个人观点。

当然，如果 AI 在未来突破某个临界点，这一观点可能会有所改变。

11、公司在年报中提到计划推进三类项目：第一类是好玩有趣且商业化成功的项目；第二类是好玩有趣但盈亏平衡或小亏的项目；第三类是技术探索积累型项目。针对这三类项目，公司在投入方面的考量以及预期目标是什么？

卢竑岩：我们将项目分为三类，这与公司想要发展的方向密切相关。首先，我们追求的当然是好玩有趣并且商业上非常成功的产品，这就是我们所说的第一类产品。但为什么还会有第二类和第三类呢？

第二类产品指的是那些设计得非常好玩有趣，但商业化问题尚未完全解决，又或者设计的商业化方案在市场验证后发现并不可行，但我们仍然能判断出产品本身的趣味性，这类项目我们会继续支持，前提是不能出现大幅亏损，保持收支平衡即可。我们提出这一点，是因为发现公司内部有些创作者开发的产品其实很有趣，但他们给自己设下了枷锁，认为如果产品不能赚很多钱就没有上线的意义。其实有些产品确实难以商业化，如果强行追求商业化反而可能破坏产品本身的趣

味性，所以我们明确支持第二类产品。但这并不是说设计产品时就奔着不赚钱去，我们是奔着好玩有趣去设计，但是在设计完发现商业化确实难以解决的情况下，我们仍然会支持。这类产品能给用户带来更好的体验，从长远来看也有助于公司品牌建设，虽然短期内商业回报有限，但长期整体来看是符合我们发展需求的。

第三类是技术探索型项目。新技术出现时尝试将其应用到游戏中，本身存在一定风险，因为新技术应用存在很多未知因素，属于“深水区”，大家没有探索过。比如目前 AI 技术在游戏中的应用，我们一方面在观察学习，另一方面也在思考可能的创新机会。如果有这样的机会，我们可能会去做技术探索，但不会给大家太大的压力，也就是这个产品它未必能做得很好玩很有趣，但是这个产品能够充分利用新的技术，我们也是支持的。

这是我们做这几类项目的初衷，最终都是为了做成第一类项目，只是我们可以接受较长的周期和阶段性的商业上没有回报。

12、公司自研或代理的产品，目前是否有比较出色的独立游戏？项目的进展情况如何？

卢竑岩：我们内部有一个结合了 RTS（即时战略）和 Roguelike 玩法的项目，这个项目有独立游戏的气质，团队规模很小，仅有几名成员，创作者也是一位很年轻的同学，之前做过独游，也取得了一些不错的成绩。这也是我们保留的项目之一。其实不仅仅是这个项目，对于那些有志于开发好玩有趣的产品，并能为用户带来更好体验的创作者，公司都愿意给予支持。

13、公司 2024 年境外收入已达 5 亿元，同比增长 83.92%，境外营收占比也达到 13.59%，但现在还没有盈利，您怎么看待公司未来境外业务盈利的时间点？公司如何看待像《问剑长生》《杖剑传说（代号 M88）》这些产品未来的境外表现？还有哪些有潜力的境外产品储备？

卢竑岩：公司境外盈利的时间点，现在确实没有办法预估，因为最终是要依托于在境外市场上能站住脚的爆款产品，而不是靠一连串有一定回报的普通产品来实现。游戏这个行业，如果不出爆款的话，很难覆盖长期的研发成本，当然产品如果成为爆款的话，那么其研发成本相对来说占比就很低了。

从公司目前储备的产品来看，我们觉得在境外市场能出爆款的几率是不大的。刚才谈到已经在大陆上线的《问剑长生》，一方面这个产品题材本身是偏中国的，不是说偏中国的题材在境外就没有机会，只是确实难度会更大一点；另一方面，它在大陆的表现也只是中规中矩，所以我们很难期待它在境外会爆。《杖剑传说（代号 M88）》我偏向认为它也是一个中规中矩的产品，这个也不是预测，就像我刚才提到的，是因为预期的成绩上限和下限差的非常远，如果它是爆款的话，会有更多潜质表现出来，从我目前看到的情况还没有。

所以，对于公司的境外业务，至少今年我觉得不会有什么明显的变化。

14、请问卢总亲自担任制作人的两款游戏分别是什么类型？请介绍一下这两款游戏。

卢竑岩：这两个产品代号分别是 M95 和 M98，其中一个玩法接近卡牌；另外一个游戏的玩法我现在没办法在市场上找到对标的产品，因为是根据我们自身需求来设计的产品，也是比较新的游戏体验，所以没有可以简单对标的产品，只能说有些元素可能会偏养成，和 RPG、格斗等会有一些的关系，但是大家不要认为它就是 RPG、格斗游戏，不是这样的，只是有这些元素。

以上是对两个产品非常简单的概括，目前项目仍处于早期阶段。

15、卢总挺强调游戏的趣味性、可玩性，那对 IP 向、内容向的产品怎么看？因为其实我们去看历史上，不管是国内还是国外，真正长青的游戏公司可能都是能沉淀出比较强的、可持续的、系列化的 IP 产品的，我们目前看下来“问道”应该也算一个 IP。从产品的布局上看，无论是自研还是代理，我们是否有考虑 IP 向的产品或者进行自身 IP 的沉淀？

卢竑岩：您提到的这一点确实是游戏公司长期发展必须要注意的。其实我们对自身产品沉淀 IP 一直是非常感兴趣的，不是说最近感兴趣，而是从做产品起始就一直感兴趣，但是这件事情确实很难，从设计的时候就要考虑。我们之前很多产品做得不够好，能够沉淀下来的东西也非常少，接下来我们会更关注这方面，是从设计开始就要关注，不是等产品上线了以后再去关注。

另外，我们应该不太会去开发那种别人授权给我们 IP 的产品，除非是永久

授权，否则我们的工作只是给别人添砖加瓦，这个事情意义不是特别大。当然我们自己的 IP 会不会授权给其他人，这也要看具体的情况，如果对方不会破坏这个 IP，能让 IP 产生延续性，那我们当然会有兴趣来做这件事情。

16、公司 2024 年第四季度的销售费用环比、同比都是收缩比较多的，不光是老产品的费用收缩，第四季度其实也有三个新产品上线，但整体的费用还是这么少，这个事情在 2025 年是否可持续，后续老产品是否会保持比较低的买量投放水平？

卢竑岩：销售费用方面其实不是我们主动收缩，主要是根据 ROI 的情况来决定投流策略。

林佳金：我们在买量投放方面除了考虑 ROI 外，还会结合产品节奏安排，比如游戏有新的版本、新的宣传片，我们就会有一些投放以保持一定的热度。此外，如果我们找到了一些好的创意，这时候也会加大投放。2024 年第四季度销售费用下降，主要是新产品投入不是很多，老产品版本也没有特别大的变化，另外在一些买量素材切入点上也没有更好的想法。

梁丽莉：2024 年第四季度的销售费用同比变化，除了老产品的投放减少有一定影响之外，其次是 2023 年 8 月份上线的《飞吧龙骑士》在 2023 年第四季度发行投入相对比较高，因此 2024 年第四季度同比减少较多。

17、我们看到 2024 年《问道》端游表现还不错，特别是对于一款老的回合制 MMO 游戏，在行业里面的表现应该都是不错的，这个情况对于今年来讲有没有指向性的意义，可以预期 2025 年的产品表现吗？

卢竑岩：我个人认为没有指向性的意义。我们这么多年来一直坚守的就是想办法给玩家提供好服务，根据玩家需求去维护产品，持续地进行版本设计，可能有的年份会表现好一点，有的年份表现没那么好，但是我们的初心一直是不变的。如果某一年表现比较好，我们当然会分析我们做对了什么，会想办法在我们具体的行为上做得更好，因为坚持给玩家提供好服务、好体验的这个事情是一以贯之的。产品的业绩表现可能会在工作复盘上有一定帮助，可以看到我们做对了什么，但并不具备对后续业绩方面的指向性意义。

18、雷霆游戏从 2024 年底开始进行业务调整，后续是否会继续收缩代理业务，专注于公司内部自研产品？后续是否会出现吉比特母公司承担大部分研发风险，而雷霆作为发行方商业损失可控的情形，公司如何平衡这种情况？

卢竑岩：雷霆并非简单的收缩代理业务，而是专注于提升其代理产品的质量，即代理更优质的产品，而不是以数取胜。只是目前市场上优质产品比较稀缺，所以雷霆会倾向把精力放在核心的自研产品及少数优质代理产品上。

从趋势来看，整个代理市场会越来越难遇到优质产品，但不代表没有优质产品了，只是需要我们更耐心地去挖掘。从长远来看，优秀的团队开发的好产品，在未来可能倾向于自研自发，因此市场上的优秀产品必然是会越来越难遇到的。

发行方承担的风险确实是小于研发方的，但同时在利益分配上也会更倾向于研发方，不然不符合市场规则。另外，我作为吉比特的大股东，吉比特吃亏，我第一个跟着吃亏，所以我们一定会遵循市场规则，找到合适的发行条件。

19、近两年公司业绩持续下滑，您如何平衡短期业绩下滑与公司长期价值观之间的关系？公司是否追求利润至上？是否有计划把公司打造成百年企业？

卢竑岩：我并不认为因近两年业绩表现不理想，就应该去调整价值观。公司关注长期利益，希望给玩家提供好玩的产品，给所有合作的伙伴、股东提供长期利益，这也是公司能走到今天的重要因素，我们不会因为短期的业绩变动而动摇公司的价值观。再说它也只是波动而已，只是在赚多赚少之间选择，还没到需要在盈亏之间做选择，即使到了那一天，公司这么多年来形成的价值观也不会改变。如果不改变价值观就不能活的话，那我就要考虑是否还适合做这个行业了。

关于把公司打造成百年企业的问题，我自己都不一定活到百岁，所以确实没有想过这个问题。但我希望公司在生命周期内能给股东带来良好回报，给玩家提供更好的产品体验。在股东回报方面，目前公司现金分红金额已经超过了融资金额，达到了股东回报的合格线，往后我们希望能在财务上给长期投资者更好的回报，短期内确实没法保证；在产品方面，我们要做出好玩有趣的产品，为玩我们产品的玩家提供有价值的回报。至于公司能存在多少年，顺其自然即可。

20、公司有两款已取得版号的游戏《永恒余烬（代号 M11）》和《最强城堡》，目前的进度如何？是否会上线？为什么公司在 2024 年年度报告中未介绍这两款游戏？它们有成为爆款的可能性吗？

卢竝岩：这两款是我们近期调整停掉的项目。部分项目组的人在离开后有兴趣继续做下去，产品可能会继续开发，公司也有和团队沟通未来的合作事项。我认为有些产品上线的概率还是有的，但具体上线时间还不太确定。

梁丽莉：关于 2024 年年度报告中的储备产品披露，公司会倾向于向大家介绍确定性比较高的产品，如果产品还处于早期的状态，或者不确定性较大，我们暂不进行披露。

附录 1：参会名单（排名不分先后）

长城证券、长江证券、东方证券、东吴证券、方正证券、光大证券、广发证券、国金证券、国联民生证券、国盛证券、国泰君安证券、国信证券、国元证券、海通证券、华安证券、华创证券、华鑫证券、华源证券、开源证券、联储证券、申银万国证券、首创证券、西部证券、西南证券、甬兴证券、浙商证券、中航证券、中金公司、中泰证券、中银证券、安中投资、邦政资产、北京鞍钢投资、北京永瑞基金、长盛基金、崇山投资、创金合信基金、东兴基金、方正富邦基金、高毅资产、耕霖投资、广发基金、冠达泰泽基金、国任保险、国鸣投资、航长投资、合众资产、泓澄投资、泓德基金、红华资本、鸿运基金、华泰保兴基金、华曦资本、嘉世私募、锦成盛资产、金恩投资、瞰道资产、联视投资、鲁创资本、明澄基金、明世伙伴基金、弥远投资、南方基金、南京赛富基金、诺安基金、磐厚动量资本、前海开源基金、世传投资、千榕资产、仁桥资产、瑞圣源基金、三登投资、深积资产、苏州高新私募、天玑投资、天驷资产、湘财基金、咸和资产、星辰基金、新华基金、信璞私募、西部利得基金、衍盛投资、易桦投资、远海私募、远望资产、粤佛私募、泽泉投资、展博投资、昭云投资、中荷人寿、中天汇富基金、中信保诚资产、中泽集团、高盛(亚洲)、摩根士丹利(亚洲)、IGWT Investment、Jefferies、SCRIPTS Asia、WFM Asia、S&P Global Market Intelligence、富兰克林华美投信、海森堡资本、游戏葡萄、个人投资者共 34 人

附录 2：厦门吉比特网络技术股份有限公司 2024 年年度业绩说明会会议资料



2024年年度业绩摘要

营业收入

36.96 亿元

归母净利润

9.45 亿元

经营活动现金流量净额

12.49 亿元

《问道》端游

2024年营业收入及利润同比基本持平

《问道手游》

2024年营业收入、发行投入及利润同比均有所减少

《一念逍遥（大陆版）》

2024年营业收入、发行投入及利润同比均大幅减少

境外游戏业务

2024年营业收入合计5.00亿元，同比增加83.92%

投资业务

2024年产生的财务损益（含投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失等）为-2,486.22万元，损失同比收窄2,607.43万元

汇率影响

2024年汇兑收益为3,491.20万元，同比增加339.76万元

2024年第四季度业绩摘要

营业收入

8.77 亿元

同比下降

0.08 x

环比增长

2.19 x

归母净利润

2.87 亿元

同比增长

8.13 x

环比增长

105.78 x

经营活动现金流量净额

4.22 亿元

同比增长

16.81 x

环比增长

81.16 x

《问道》端游

2024年Q4总流水环比小幅提升

《问道手游》

2024年Q4总流水环比基本持平

销售费用

2024年Q4主要产品发行投入环比有所减少

汇率影响

2024年Q4汇兑收益4,112.29万元，环比增加6,806.40万元

预提奖金影响

2024年前三季度预提奖金充足，Q4冲减部分奖金

主要产品情况



《问道》端游

回合制MMORPG

- 首款自主研发端游，最高同时在线用户曾近百万
- 上线近19年仍表现稳健



《问道手游》

回合制MMORPG

- 上线近9年，持续提升IP价值
- 定期举办线上/线下活动，深入理解玩家需求，增加用户粘性
- 2024年，在App Store游戏畅销榜平均排名为第46名，最高至该榜单第10名



《一念逍遥 (大陆版)》

放置修仙类

- 上线4年，累计注册用户超2,700万
- 2024年以来陆续推出三大全新修炼方向，持续为玩家提供新鲜体验
- 聚焦存量用户，提升游戏体验，不断创新营销方式

2025年新品情况

问剑长生

- 公司自主研发并运营
- 3D御剑斗法放置修仙手游
- 大陆版本已于1月2日上线，首周注册用户突破100万
- 境外版本后续将在中国港澳台、欧美等地区陆续上线



杖剑传说 (代号M88)

- 公司自主研发并运营
- 日式幻想题材放置MMO手游
- 计划于2025年上半年上线



九牧之野

- 公司代理运营
- 三国题材赛季制SLG手游
- 计划于2025年下半年在中国大陆上线



2024年年度利润分配方案

2024年第四季度分红预案

3.50 元/股

2024年全年分红

10.00 元/股

股息率
(2025年3月26日)

4.56 %

占归母净利润

75.94 %

自上市以来累计现金分红金额为 **60.16** 亿元，为累计融资净额的 **6.69** 倍