

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2025 年半年度业绩说明会纪要

时间：2025 年 8 月 20 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 梁燕华

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 2025 年半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、2025 年半年度公司经营情况介绍

1、2025 年半年度业绩摘要

2025 年上半年，公司实现营业收入 25.18 亿元，同比增加 28.49%；归属于上市公司股东的净利润 6.45 亿元，同比增加 24.50%；经营活动现金流量净额 10.77 亿元，同比增长 81.18%。

公司 2025 年上半年业绩同比变动影响因素主要如下：

（1）游戏业务

A 《问道手游》营业收入及利润同比微幅减少；

B 《问剑长生》2025 年 1 月上线，同比贡献增量营业收入及利润；

C 《杖剑传说》2025 年 5 月上线，同比贡献增量营业收入及利润；

D 《问道》端游、《一念逍遥》营业收入及利润同比有所减少，《封神幻想世界》同比贡献增量营业收入及利润。

（2）投资业务

2025 年上半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 604.21 万元，收益同比减少。

（3）汇率影响

2025 年上半年公司因汇率变动产生的损失为 870.52 万元，汇兑收益同比减少。

2、公司储备产品情况

自研产品方面，公司将持续推进《杖剑传说》《问剑长生》的全球化发行，其中，《问剑长生》预计于 2025 年下半年在中国港澳台、韩国等地区上线，《杖剑传说》其他境外区域发行计划尚在规划中。

代理产品方面，公司还储备有三国题材赛季制 SLG 手游《九牧之野》，该游戏核心特色是“自由行军不走格子”“多队搭配即时对抗”，目前已取得版号，上线时间尚未确定。

3、2025 年半年度利润分配方案

公司以未来实施 2025 年半年度利润分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户中已回购股份后的股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 66.00 元（含税），合计派发现金红利预计为 4.74 亿元（含税），占 2025 年上半年归属于上市公司股东净利润的 73.46%。

自 2017 年 1 月上市以来，公司现金分红累计金额为 64.89 亿元（包含本次已公布但尚未实施的 2025 半年度分红金额），为首次公开发行股票融资净额的 7.21 倍。

二、投资者问答

1、《杖剑传说》在大陆和境外的表现都很亮眼，我们看到跟大部分 MMO 手游相比，它可能是基于放置框架做了加法去加入 MMO 玩法，请管理层从研发的维度分享一下怎么看待这样的创新？如何看待该产品的生命周期及其后续流水的变化趋势？未来的营销策略会是什么样？

卢竑岩：公司在创新方面所有的引导都不是简单地做玩法的叠加。我看了媒体对《杖剑传说》制作人的访谈，其中有提到《杖剑传说》是基于放置游戏的框架做加法，增加了一些 MMO 游戏玩法的核心体验。但这应该只是从玩法结构上给大家做了介绍，前提还是制作人本身喜欢这种玩法，是他看到玩家有对 MMO 体验的需求，但是传统的 MMO 体验对于当下这个时代的很多用户来说又过于沉重了。《杖剑传说》正是基于这一点，为了去满足这部分用户的需求，做了这样的玩法设计，在放置的基础上引入 MMO 社交的玩法。但是我们可以看到它跟传统 MMO 社交有很多不一样的地方，不是一个简单的加法，还是从用户需求的角度出发做创新。

关于产品的生命周期，我们从来不做预测，因为从这么多年的经验来看，产品生命周期是很难预测的。一般来说，我们看到的产品在整个生命周期表现都是先高开，然后慢慢回落，之后稳定在一个合适的用户规模和流水量级上，这是非常常见的趋势。从长远来看，就是看它稳定下来的 DAU 和流水是在什么水平，如果比较低，我们认为这个产品的周期基本结束了，如果比较高就可以持续运营下去。从我们观察来看，一款游戏如果有比较强的社交玩法，一般来说表现出来的生命周期会比较长，即回落到稳定状态的时候，DAU 和流水都是比较理想的，而且能持续很长一段时间。具体到《杖剑传说》这个项目，我们确实也没办法预测，只能给大家说一下我们之前对类似产品的观察。

运营策略方面，《杖剑传说》目前主要就两种方式，一个是买量，一个是玩家之间的口碑营销，没有其他特别的策略，因为它也不像内容向产品有非常特别的社区，就正常地进行推广和触达用户。

2、《杖剑传说》在境外上线了繁中服和日服，但是我们观察目前日本市场起量会慢一点，您怎么看待这个趋势？后续境外其他地区还有上线规划吗？

卢竑岩：制作人一开始在做产品玩法设计的时候，主要还是针对他观察到的国内的用户需求，只是选的题材本身也是有机会做国际化，文化壁垒没那么高。所以说没有专门针对境外用户需求去设计，只是我们发现有一些市场的玩家也一样会接受这样的玩法和体验，有的地区可能表现得好一点，有的地区表现得没有那么好，我们会根据当地的情况做了测试以后再决定要不要推广，以及用多少的

资源去推广。整体来说目前日本的表现没有中国港澳台好，所以我们会更审慎一些投放。但是起量慢不意味着在日本市场最终成绩怎么样，以我们之前在境外发行的产品表现来看，早期起量快慢和最终成绩没有必然联系。

境外其他区域的发行也是有计划的，但要一步步来，没那么快。

3、《九牧之野》介绍是 SLG，具体细分是什么类型，偏传统一些，还是偏现在比较流行的融合玩法呢？这款游戏是什么样的发行计划？比如说是先按自然流量铺开，然后再逐步地测试再买量，还是像咱们以前传统的一些放置类或者 MMO 游戏，上线时就进行比较大规模的宣传？

卢竑岩：第一个问题可能我没办法准确地回答，这个是我们代理的项目，主要是运营的同事负责，我对项目情况没有那么了解，大家自己去体验下产品应该也能够看出来。发行方面，一般项目起始会先用比较小规模的买量和口碑营销，一边观察这个产品实际的表现，如果发现问题我们会及时进行调整，根据最终的表现再决定下一步的行动策略，可能会进行大规模的买量和推广，也可能采用在整个生命周期中慢慢增长的方式，但是具体的项目发行方案要等到测试数据和用户的反馈确认后才能定下来。

会后补充：《九牧之野》的玩法类型是即时制战斗的赛季制 SLG，在传统 SLG 基础上将战斗模式从回合制改成了即时制，玩家可以在大地图上自由行军，同时操作多个部队，并不算玩法融合型，是有独特创新体验的。游戏希望通过品牌、社区营销的方式有更多的自然量，但也不排斥使用买量的手段。

4、《问剑长生》和《杖剑传说》其实都没有上线安卓的联运渠道，请问能否简单拆分下《杖剑传说》这个游戏渠道的流水结构，比如我们自营渠道的占比如何？

林佳金：《问剑长生》《杖剑传说》仅上架 iOS、B 站等少数联运渠道，收入以自主运营收入为主。

5、请问《道友来挖宝》的用户画像是什么样，对于“问道”IP 来说是一个比较有效的补充，还是老用户的激活？我们怎么理解整个“问道”IP 现在的流水状态？此外，这个季度我们没有披露《问道》端游的流水情况，想请教一下端游的最新情况？

卢竑岩：目前来看，《道友来挖宝》用户画像主要是“问道”IP 的流失用户，因为“问道”IP 的游戏在过去近 20 年运营中积累的用户盘子非常大，但是很多用户处于流失状态，小游戏对用户有非常好的召回效果。

林佳金：2025 年上半年，《问道》端游整体来说还是偏平稳的状态，这次中报没有披露流水情况，是因为当期这款游戏的占比不太高了，为了凸显重要性，只披露了几个最重要的产品。

6、小程序游戏的利润率跟我们历史发行的游戏的平均利润率相比，是偏高、偏低还是大概持平？

林佳金：《道友来挖宝》目前上线时间还比较短，比较难回答其利润率和公司其他产品相比是偏高还是偏低，但是小游戏的渠道费是比较高的，最终的利润率估计不会非常高。

7、《道友来挖宝》在今年六七月份开始有一个快速的排行榜提升，想请教一下公司在运营和营销方面有什么变化吗？后续会有什么样动态的调整，比如我们会做一些追加的营销投放之类的吗？

卢竑岩：投放方面还是会根据 ROI 的情况来看，ROI 比较好的时候我们投放就会多一点，如果 ROI 回落，我们就会减少投放的规模。另外，小游戏榜单并不是只跟流水挂钩，还会考虑新游以及首日新增、付费等权重因素，并不是只按流水排名。

8、今年公司的研发费用率有下降，整体研发人员从去年年底 900 多人下降到 600 多人，想问公司在组织架构和战略层面做了哪些调整呢？背后的逻辑是什么？以及公司对于整个游戏行业未来的判断是什么？

林佳金：公司在年初的时候对整体的业务情况进行了梳理，主要是为了应对市场需求的变化，业务上也更加聚焦，把一部分不符合标准的项目进行了调整，部分中台也进行了整合，将优秀人才集中到优质项目。对应到财务结果上，一是人员有适当的减少，二是研发费用的体量减少。

卢竑岩：对行业发展的看法，我们的判断和过去两年的看法基本是差不多的，我们看到整个市场对游戏产品还是持续有需求的，并且需求是非常多样化的，从

PC 端游戏、手游、小游戏，各种类型游戏都有，行业竞争现在处在相对激烈的状态，比起前两年来说也没有变得更激烈。

9、公司目前还是聚焦于 MMORPG、放置挂机类、SLG 三大赛道吗？还是有其他赛道的布局？

卢竑岩：在这方面公司一直没有变化，还是以制作人兴趣为导向，并不是受制于公司某一个具体的导向。我们之前选的三大赛道，其中 MMORPG 和放置这两个品类主要是因为我们有了相应的积累和认知，如果是做这个赛道的产品，会有一些经验可以传承，但并没有限制大家一定要做这样的产品。

10、之前的交流过程您对《杖剑传说》的评价是中规中矩，现在这款产品有了更强的商业化表现，在境外也有很亮眼的表现，这个是超过您预期的吗？

卢竑岩：从结果上来看，商业化肯定是超出我预期，从用户体验和反馈来看，也是超出我预期的，我说的中规中矩放到行业里面要求是比较高的。从放置结合 MMO 玩法这点上来看，我认为《杖剑传说》是有突破，但是确实不是那种品类上的突破，要做品类上的突破当然也是非常困难的。

11、《问道手游》本年二季度流水基本持平，这款产品后续应该怎么去看？这个企稳的状态会持续吗？

卢竑岩：产品的未来是很难预测的，我们只能说观察到行业里比较强社交玩法的游戏，确实生命周期要更长一点，表现也会更平稳一点，但是这个事情并不能拿来预测，只是说明观察到的情况。《问道手游》上线已经有 9 年了，过去表现都是比较平稳，接下来有可能会延续这个情况，但也只是根据过去做的判断，没办法对未来进行预测。

12、回合制 MMO 小游戏好像之前没有做得特别成功的，目前看起来《道友来挖宝》还是做出了一些不一样的东西，您对这个产品有什么样的总结，怎么去看这个产品后续的发展潜力？

卢竑岩：从这个产品本身来看，确实也是超出我们的预期，就像您刚才说观察到业界之前对这种回合制 MMO 转到小游戏平台还没有特别好的范例，所以这方面表现确实超出了预期。项目从制作人到团队，这么多年耕耘下来，对整个社

交玩法其实积累非常深。现在的这个成绩应该也是得益于多年的积累，他们真正把社交怎么做这个东西消化吸收吃透了，所以转到小游戏上来看，也能够针对小游戏平台的特殊性，把这个产品给做好。对未来还是无法预测。

13、自研储备项目 M95、M98 上线时间以及其他储备的情况？

卢竑岩：这两个产品可能没那么快，现在是非常早期的阶段，还要进行方向验证、关键技术要点和设计要点验证，最快也得三年以后。目前公司在研的产品数量不是特别多，因为思路还是聚焦把每个产品做好，自研储备产品短期内没有能够上线的，至少一年之内应该不太会有，代理的产品可能会有。

14、《杖剑传说》流水的持续性较好，请问公司有没有做复盘和归因？

卢竑岩：复盘归因肯定是有，但不是一次复盘就结束了。产品刚上线看到成绩超预期的时候，我们就跟制作人做了简单复盘，接下来随着运营时间延长，制作人也会带着大家去做进一步的复盘，来看看我们做对了什么，还有什么事情可以做得更好，这是一个持续的过程。

15、请问如何看待未来三年行业的变化？未来三年的产品布局？

卢竑岩：未来三年行业的变化，我看不清楚。能够确定的一点是 AI 的应用肯定会越来越强，AI 技术应用到设计领域可能会有质变，但其他还可能产生的变化就不好说了。刚才也提到一些我们观察到的情况，在游戏行业，各种平台、各种品类现在都有机会，未来的话应该会持续这种状态，各种平台和品类都会百花齐放。

关于公司的产品发展布局，刚才有提到，会聚焦在少量项目里面，会把前期工作做得更充分，经过了充分的思辨和验证以后，才会进行较大和长时间的投入。

16、游戏行业重回景气周期，怎样在存量竞争下构建多维度的优势？

卢竑岩：以我的观察来看，游戏行业并不是重新回到景气周期，因为之前也没有突然跌到很不好的状态。如果大家有听过我之前的分享，就知道我一直是这个观点。游戏行业只是过了之前快速发展的周期，到一个比较平稳的状态，自前几年到现在，从整个游戏市场的规模和机会来看，没有什么实质的变化。

关于如何构建竞争优势，我觉得不同的公司和团队都有不同的方法。对我们

来说还是从热爱出发，真正地去了解某一类用户的需求，总会有未被满足的需求，把它识别出来，然后满足它就好了。

另外补充一点，游戏行业和其他行业不是特别一样。很多行业市场份额竞争非常激烈，我多了一份别人就少一份。游戏行业属于文创行业，文创行业的一个特点是，如果大家做得都不好，那整个行业都不行，如果大家都做得很好的话，那么整个行业的规模也会变大。不像衣食住行会有刚需，游戏不是一个刚需，还是要看大家做的品质如何，这也意味着一直都有机会。

17、我们现在对于轻度 MMO 或者放置玩法的看法？因为这方面我们确实能力也很强，会不会做些扩容，可以让我们的能力得到更好的发挥？

卢竑岩：关于赛道这个问题，我们从来不鼓励制作人去研究哪个赛道，或者去研究市场上的竞品，然后去做类似的产品。还是要看制作人自身的喜好和热爱的点，从他个人热爱出发去做产品。我们有提到的像放置、MMO，这些是我们有经验的赛道，但这并不意味着大家只能做这些类别。

关于 MMO，我们其实主要谈社交玩法，社交应该是大家普遍的需求，不是唯一的需求，但它一直存在。《杖剑传说》游戏里社交的需求和比较轻松的放置结合得相对来说是比较好的，但是这不意味着我们将来做的产品都是同样的思路。这个赛道将来会不会有更大的容量？其实看作品。需求一直都在，要看有没有足够的作品来满足大家的需求。

18、我们在前几年有提到要提高对境外的关注度，做更多全球化的游戏。这次《杖剑传说》在境外取得了不错的成绩，未来会不会继续布局？

卢竑岩：我们一直鼓励制作人在做产品的时候兼顾境外市场，但不是为了境外市场而做产品，而是如果有选择，则选择出境机会更大的产品。比如《杖剑传说》，一开始选的是修仙题材，但后来制作人考虑到这个题材的文化壁垒比较高，就换成了这种更加能够被境外市场接受的题材。

这也是我们对所有制作人的鼓励，首先是做自己热爱的东西，在自己热爱的基础上去看产品是不是有更多的境外市场机会。对于将来的产品，仍然是遵循同样的思路。制作人如果他只想做国内市场的话，那也是可以的。但是我们会提醒他，境外市场非常广阔，如果他有更多选择的话，可以去选择更广阔的市场，但

这不是一个强制的要求。

19、怎么看待这两年 PC 端游戏的扩容？看到 PC 端游戏市场好像在重回增长，而我们当年也代理过《鬼谷八荒》这样的爆品，我们对于这方面怎么看？

卢竑岩：自打《黑神话：悟空》上线之后，大家看到了 PC 端市场的潜力，现在做 PC 端产品的团队在逐渐增多、项目也在逐渐增多。但是之前其实也还是有很多游戏人愿意去做这种纯粹表达的项目。不管是 PC 端游戏、手游还是小游戏等，实际上都有满足到不同用户的不同需求，都是值得去做的，最终还是看制作人对哪个理解得深，对哪个更热爱。

20、过去我们有个印象，觉得放置游戏利润率或者说回收周期不是那么好，但公司财报当中体现《杖剑传说》上线时间不长就已经贡献利润了，是因为放置游戏通过加入社交后实现了比较好的效果，让 ROI 变得特别好吗？可以和《一念逍遥》做个简单的对比吗？

卢竑岩：在我印象中，《杖剑传说》上线初期的数据表现应该要更好些，但长期还需要观察。刚刚提到的放置和 MMO 的结合，并不是说这两个东西结合有什么魔力，还是制作人对这个东西的理解是比较深刻的，确实知道用户有什么样的需求，然后满足用户的需求，而不是做了个简单的加法。

21、公司上半年营业收入增长，销售费用也增长，下半年的销售费用展望如何？

林佳金：销售费用主要分为两块，一块是存量产品的投入，一块是新品投入。上半年销售费用增长主要是新上线了《问剑长生》和《杖剑传说》两款新品。下半年的销售费用，一方面看存量产品的投放变动，会根据 ROI 调整；另一方面如果《九牧之野》能够上线的话，会有一些增量。整体的盘子目前比较难估计，会根据产品以及市场情况再定最终的发行方案。

22、公司现在 AI 的运用到了什么层面？之前是美工阶段，友商有融入了 AI 的玩法，后续我们会在产品里融入 AI 吗？

卢竑岩：目前的 AI 应用程度和之前没有什么本质不同，还是在提高美术生产效率，对策划的同学也有一定帮助。关于在游戏玩法中如何融入 AI，我们一方面也在探索，另外一方面也在观察业界的进展，也看到了同行做的一些尝试，还

在观察学习。

23、公司对小游戏观点和资源倾注如何？

卢竑岩：这个刚才其实有类似的问题，不管是 PC 端游戏、手游还是小游戏等，都是满足不同用户的不同需求。资源倾注方面，我们没有特别倾向于做某一个平台，这个是我们一直强调的，还是尊重制作人的热爱，结合市场的需求开发产品，而不是市场什么能火就做什么。

24、未来组织会越来越庞大，关于创意和效率的平衡管理您是如何看待的？

卢竑岩：这个问题比较大，可能没办法几句话就说清楚。如果概括来说，就是我们还是制作人负责制，各个研发团队是自我管理的，公司里没有要求所有的团队采用同样的管理方式，很多是交给制作人来做决策的，用这个方式来兼顾创意和效率之间的平衡。我们现在也还在不停地探索新的方式，因为也会发现存在的一些问题，这里就不展开了。总的来说要与时俱进，不断发现问题，解决问题。

25、公司境外业务进展如何？是否有阻力？后期是否会加大力度投入自研产品？

卢竑岩：是的，我们现在境外的产品主要以自研为主。我们没有放弃代理市场，但是确实要找到合适全球化的产品非常困难。所以我们一方面在找合适的产品，另外也投入更多的资源在自研产品上面。但自研这个事情，并不是要求制作人必须针对境外市场进行产品开发，而是根据制作人的兴趣和爱好来看，适当提醒和鼓励制作人多考虑兼顾一下境外的市场。

26、公司半年度有利润分配的预案吗？

梁丽莉：半年度计划每股现金分红 6.60 元（含税），具体可以查阅公司已发布的 [2025 年半年度利润分配方案公告](#)。

27、有看法说美元可能大幅贬值，公司有何预案？

林佳金：货币的事情，我们内部确实有比较多的讨论。我们也考虑过是不是通过一些衍生品或者套期保值的产品进行对冲，但是在进行套期保值或者对冲之后，会让风险往一个货币方向集中，这和我们的全球化发展需求不是很匹配。另外，不论哪种方式都有额外的成本，评估之后都不太适合。我们目前抵抗风险的方案是持有多币种组合，主要是人民币和美元，还有少量的其他币种。

卢竑岩：我们会关注市场的风险，如果评估市场风险给公司带来的影响有限的话，还是聚焦在怎么做好主营业务。

28、《道友来挖宝》在半年报没有体现，是因为还在内测阶段，收入无法确认吗？

林佳金：《道友来挖宝》上半年的业绩有体现在公司半年报的财务数据中，只不过它的比例比较小，所以没有单独披露相关流水数据。

29、最近香港股市 IPO 很活跃，雷霆股份有没有考虑到港股上市？

梁丽莉：暂时没有相关计划。

附录 1：参会机构名单（排名不分先后）

华福证券、华鑫证券、开源证券、国盛证券、华泰证券、国泰海通证券、西部证券、西南证券、华创证券、东方财富证券、汇丰前海证券、财通证券、国元证券、国信证券、浙商证券、中泰证券、南京证券、中国国际金融、国投证券、长江证券、渤海证券、兴业证券、中信证券、山西证券、申万宏源证券、中国银河证券、天风证券、国海证券、民生证券、广发证券、太平洋证券、甬兴证券、国联民生证券、中信建投证券、浦银安盛基金、诺德基金、民生加银基金、中海基金、光大保德信基金、工银瑞信基金、东兴基金、长盛基金、兴合基金、景顺长城基金、建信基金、永赢基金、华宝基金、国金基金、银华基金、长安基金、摩根士丹利基金、天弘基金、广发基金、汇丰晋信基金、华安基金、同泰基金、西部利得基金、鹏华基金、博时基金、太平基金、创金合信基金、泓德基金、湘财基金、深圳凯丰投资、鸿运私募基金、中天汇富基金、广州金新私募、深圳熙山资本、睿泉毅信投资、杭州德创投资、深圳博奥资本、益和源资管、正圆私募基金、北京盛曦投资、名世基金、广州航长投资、尚诚资管、张家港高竹私募、北京永瑞私募、深圳泰鼎基金、锦成盛资管、大道兴业投资、东方马拉松投资、千榕资管、万丰友方投资、信璞私募基金、深积资管、北京鑫翰资管、匀升投资、上海途灵资管、磐厚动量资管、上海天猊投资、上海明河投资、西安瀑布资管、苏州高新基金、北京禾永投资、咸和资管、泽泉投资、枫润资管、深圳薪火投资、海斌投资、名禹资管、上海长见投资、1545 长江证券资管、华泰证券资管、大家保险、中信保诚资管、新华资管、联合保险、平安银行、兴银理财、中信期货、华宝信托、联视投资、东方红资产、赛富股权、昭云投资、度势投资、睿澜投资、沙钢投资、鼎睿资产、星泰投资、泓铭资本、瑞银集团、富瑞金融、海森堡资本、源乐晟资管、西京投资、第七大道控股、煜德资管、东方汇财证券、花旗環球金融、招银国际、沃珑港资产、荣州聚享智研投资、普华永道、毕马威、进门财经、长江日报、每日经济新闻、游戏葡萄、游戏陀螺、DegCos Cap、Black Rock、Goldman Sachs(Asia)、Harvest Fund、Marco Polo Pure、APC International、个人投资者共 45 人。

附录 2：厦门吉比特网络技术股份有限公司 2025 年半年度业绩说明会会议资料



2025年上半年业绩概要

同比增加
28.49%

营业收入
25.18 亿元

同比增加
24.50%

归母净利润
6.45 亿元

同比增加
81.18%

经营活动现金流量净额
10.77 亿元

2025年上半年业绩影响因素



营业收入

25.18 亿元



归母净利润

6.45 亿元

《问道手游》

25年上半年收入及利润同比微幅减少

《问剑长生》

25年1月上线，25年上半年同比贡献增量收入及利润

《杖剑传说》

25年5月上线，25年上半年同比贡献增量收入及利润

其他产品

25年上半年《问道》端游、《一念逍遥》收入及利润同比有所减少，《封神幻想世界》贡献增量收入及利润

投资业务

25年上半年投资业务收益为604万元，收益同比减少

汇率影响

25年上半年产生汇兑损失871万元，汇兑收益同比减少

公司主要产品情况



《问道手游》

2016年4月上线 | 回合制MMORPG

- 上线9年稳健运营,累计注册用户数超5,000万
- 持续提升IP价值,延长生命周期
- 25年Q2游戏流水同比基本持平



《杖剑传说》

日式幻想题材放置MMORPG

- 2025年5月以来陆续在中国大陆及港澳台、日本上线
- App Store游戏畅销榜排名中国大陆最高第10名,港澳台地区最高第1名



《问剑长生》

2025年1月上线 | 修仙放置手游

- 累计注册用户突破300万
- 上线以来在App Store游戏畅销榜排名最高第14名

公司储备产品情况

自研

《问剑长生》（中国港澳台、韩国等）

放置修仙类，预计**25年下半年**上线

代理

《九牧之野》（中国大陆）

三国题材赛季制SLG，上线时间**未确定**

自研

《杖剑传说》（境外）

日式幻想题材放置MMORPG，7月已在中国港澳台及日本上线，其他区域尚在**规划中**



注：公司部分自研及代理储备产品未列示；游戏拟发行区域和上线时间请关注雷霆游戏官网最新动态。

