

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2025 年第三季度业绩说明会纪要

时间：2025 年 10 月 29 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 鲍卉芳

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 年第三季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、公司经营情况介绍

1、业绩摘要

2025 年 1-9 月，公司实现营业收入 44.86 亿元，同比增加 59.17%；归属于上市公司股东的净利润 12.14 亿元，同比增加 84.66%；经营活动现金流量净额 18.59 亿元，同比增长 124.79%。

公司 2025 年 1-9 月业绩影响因素主要如下：

（1）游戏业务

A 本年 1-9 月上线《杖剑传说（大陆版）》《问剑长生（大陆版）》《杖剑传说（境外版）》《道友来挖宝》等新产品，贡献增量营业收入和利润。其中，《杖剑传说》2025 年 5 月在中国大陆首发，7 月境外上线，第三季度在 App Store 游戏畅销榜排名中国大陆最高第 13 名，港澳台三地最高第 1 名；《道友来挖宝》是一款基于《问道手游》相关素材和挖宝玩法开发的小游戏，2025 年 5 月上线，7 月以来稳居微信小游戏畅销榜前十。

B 《问道》端游、《问道手游》《一念逍遥（大陆版）》本年 1-9 月营业收入及利润同比减少。

（2）投资业务

2025 年 1-9 月，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 2,134 万元，收益同比减少。

（3）汇率影响

2025 年 1-9 月，公司因汇率变动产生的损失为 2,269 万元，损失同比增加。

2、产品发行计划

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 年第四季度在中国港澳台、韩国等地区上线，《杖剑传说》欧美、韩国等境外区域发行尚在规划中。

代理产品方面，公司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”，10 月已开启线下试玩，预计 2025 年第四季度或 2026 年第一季度上线。

3、2025 年第三季度利润分配方案

公司以未来实施 2025 年第三季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 60.00 元（含税），合计派发现金红利预计为 4.31 亿元（含税）；公司 2025 年 1-9 月累计分红金额预计为 9.04 亿元（含税），占 1-9 月归属于上市公司股东净利润的 74.47%。

自 2017 年 1 月上市以来，公司现金分红累计金额为 69.20 亿元（包含本次已公布但尚未实施的 2025 年第三季度分红金额），为首次公开发行股票融资净额的 7.69 倍。

截至 2025 年 9 月 30 日，公司可用资金（包含理财等）超 50 亿元，本次三季报分红金额预计为 4.31 亿元，利润分配实施后剩余资金仍十分充裕，不影响公司日常经营与未来发展投入。

二、投资者问答

1、近期公司有发布在研项目（代号 98）的团队招募公告，请问目前该项目的整体进度、团队规模及后续规划如何？公司通过《杖剑传说》进入港澳台及日本市场后，未来针对东南亚等境外区域有什么样的策略？

卢竑岩：代号 98 项目仍处于非常早期的阶段，还需进行很多验证和 demo 测试等，距离进入量产阶段仍有较长时间，当前正按部就班推进。

关于境外发行，公司不会针对某一个市场制定单独的特殊策略。境外产品发行方面我们虽然没有特别好的成绩，但经验还是积累了不少。基本上每个市场都会从小规模测试开始，根据测试结果逐步调整和推进后续动作，并通过持续迭代优化，在每个市场稳步扎根，不会一上来就在某个市场直接进行大规模投入。

2、9 月以来《道友来挖宝》小游戏的表现非常突出，请管理层帮我们总结一下这个小游戏成功的核心原因是什么？如何展望这款游戏后续的表现？未来是否还会采用这种从原有手游端出发去提取素材做新游戏的模式？

卢竑岩：不同时代不同项目面临情况不一样的，其实没有一个简单的具体原因来总结《道友来挖宝》的成功，但比较宽泛的原因是有的。小游戏兴起后，我们注意到它是一个获客成本低、来量非常巨大的平台，所以我们一直在关注并尝试。像《道友来挖宝》我们试过很多种思路，通过测试知道了有些思路是可行的，有些思路不可行，然后再按照可行的思路逐步迭代，这算是一个比较宽泛的能把它做起来的原因。具体用什么样的思路去验证，还是要靠团队自身结合平台的特点和时代的特点来拿主意。总的来说这款产品是通过“小步快跑”进行快速迭代验证，排除掉明显错误的做法，并结合团队自身能力找到正确的做法。

关于对这款游戏后续的展望，商业化成绩方面我们无法对未来做预测，因为市场变化很快，很难进行预测。只能说我们始终是围绕用户需求进行产品研发，尽量满足用户需求，给用户更好的体验，这也是我们一贯的思路。

小游戏平台的潜力我们也确实通过这款产品进行了充分验证，市场的验证大家也都看到了，小游戏可以承接的产品很多样，包括老 IP 也能在这个平台焕发出新的生命力。围绕这个思路，其实小游戏平台肯定还是大有可为的，我们将来在做新产品设计的时候，会考虑小游戏这个平台，结合产品的特点看是否有在小

游戏平台发的潜力。如果判断有潜力，对产品的研发会有一定指导作用，如果产品不合适的话，就还是围绕产品本身的特点以及更适合的平台推进研发。

3、《九牧之野》最近一次测试情况如何，这个项目有没有可以更新的信息？

卢竑岩：项目整体进展平稳，正在按计划有序推进，预计 2025 年第四季度或 2026 年第一季度发行。

会后补充：《九牧之野》已于 2025 年 10 月在深圳开启线下试玩会，游戏在战斗体验的流畅度提升、立绘与界面表现等方面获得玩家肯定，后续还将前往多个城市举办线下试玩交流会，倾听玩家真实的反馈。目前游戏已开启全平台预约，具体上线时间请以雷霆游戏官网发布信息为准。

4、公司《问道手游》《一念逍遥》等老游戏流水仍有一定幅度的下滑，未来是否会持续小幅回落，还是会努力使其表现更平稳？

卢竑岩：我们肯定是要尽力运营使其表现更平稳一点，这对玩家、公司、投资者来说都是有益的，我们虽然不对未来做预测，但还是要积极做好这个事情。并且我们的理念一直是要善待玩家，即使游戏流水有下滑，我们优先考虑的仍然是满足玩家的需求，给玩家更好的游戏体验。我们也相信如果玩家有感受到更好的体验，就能够稳住这种流水下滑的趋势。流水下滑会有两方面因素的影响，一个是外部的，一个是内部的，即我们给用户提供什么样的体验。内部的问题我们可以解决，多关注现在的玩家需要什么样的体验，尽量去满足他们；外部的影响我们就积极去面对，至于结果怎么样，还是要看具体的情况，公司在游戏开发和运营上的思路是没变的。

5、作为一款 MMO 游戏，《杖剑传说》的流水表现已超越很多同类型产品，未来在长线运营的底层思路是如何规划的，例如在 IP 联动频率、赛季制更新以及买量节奏等方面，要如何确保这款核心产品的长线运营？韩国服和欧美服我们什么时候可以看到？

卢竑岩：长线运营方面，其实我们首先考虑的是开发的节奏，再考虑运营的策略和节奏，因为产品总是不断在更新，要给大家提供新的内容，实际上是要依托于开发团队的创作，当然他们主要还是围绕当下用户的需求，运营的策略也是

围绕这一点，即怎么让用户体验能够更好。买量的节奏相比之下是最容易判断的，基本上是根据 ROI 的情况，刚上线的时候买量力度会相对激进一点，长线运营的时候会平稳一些；在进入新市场的时候会先保守一些，开始试了水温以后，再进行刚才说的从激进到平稳的过程。核心思路还是要考虑玩家的需求，给玩家提供更好的体验，这是运营和研发共同面对的课题和一致的策略。

《杖剑传说》在欧美和韩国的发行计划现在还不太确定。一方面，研发团队目前产能压力还比较大，其次境外发行也不会一下子全面铺开，会先进行测试，然后再逐步推进，这两个地区现在还没有特别确定的计划。

6、《杖剑传说》这款产品第三季度的收入递延周期是否有延长，目前观测到的用户在游戏行为是否表明这款产品在第四季度或明年存在延长收入递延周期的可能性？

林佳金：《杖剑传说》在第三季度的收入递延周期相比第二季度并未发生明显变化，我们也会持续观察玩家的行为，看是否需要调整收入递延周期，当然所有的调整得符合公司会计政策要求。

7、公司《道友来挖宝》取得了非常不错的成绩，后续是否会在小程序游戏上增加投入？

卢竑岩：关于在小游戏方面的投入，我们的思路是一贯的，不会因为某一个市场好，就特别加大投入，还是要依托于制作人自身的创作意愿。大家想在什么样的平台上创作，取决于制作人个人的热爱，以及他对目标玩家的理解。公司层面会评估产品是否适合在不同平台上发行，如果适合在小程序平台发行，就会更关注一点，在资源保障方面都是尽力满足制作人的。

8、公司今年《问剑长生》《杖剑传说》《道友来挖宝》等多款产品表现是否都超出预期，超预期是否因为公司在立项选择和买量策略上踩中了关键点，或是公司有比较保守的预期管理？

卢竑岩：《杖剑传说》肯定是超出我预期的，根据测试的情况我认为它会有“还可以”的成绩，但实际表现远超过了“还可以”。《道友来挖宝》确实也超出我们预期，我们之前在小游戏也探索过挺长时间。

但是不太能说是踩到什么关键点上，有可能是刚好赶上了今年是大年。之前在没有新项目出来的时候，公司整体业绩比较平稳，很正常；今年有几个项目刚好集中上线，成绩都不错，业绩有增长也很正常。游戏上线的时间不完全是我们控制或特意安排的，一个产品开发完成了，测试表现比较好，到了可以上线的时间点，自然就上线了。我们在立项的选择上，也是一贯支持制作人的创作意愿。

今年业绩超预期确实是一个巧合，不是我们有意为之，也不是我们发现了特别的财富密码。我们还是踏踏实实做游戏，有时候碰到大年，有时候碰到小年，我们能做的就是认真耕耘，好好施肥灌水。

9、半年报披露的研发人员人数有 600 多人，第三季度研发费用增长的原因是什么？是由于研发人员扩招、研发项目立项增加，还是因为《杖剑传说》表现好而发放奖金进行团队激励呢？后续公司研发团队扩充的计划或战略是怎样的？

林佳金：目前研发人员数量跟第二季度末相比是相对稳定的。第三季度研发费用相比之前有增加，主要是《杖剑传说》等产品上线后，根据业绩情况计提一定比例的研发奖金。

卢竑岩：我们的研发人员数量一直是根据项目的需要而定，当我们开启新项目时，就会想办法找到合适的研发人员，构建合适的研发团队。前一段时间有人问我们上半年人数下降是不是因为业绩不好而裁员，我当时回答说并不是，只是有几个项目决定停止开发了，这当中有些同学选择离开，有些同学重新安排到新项目，最后出现研发人员数量下降的情况。至于接下来会不会扩充，目前我们没有扩充的计划，还是看能不能找到合适的制作人去做想做的事情，这个是不确定的，有时候可能会遇到几个，有时候可能会很长一段时间遇不到，我们也不会特别勉强，不是因为有扩充计划而去扩充，而是因为有要做的项目去扩充。

10、请问在《杖剑传说》上，是否有观察到用户层面的变化？MMO 是我们比较优势的一个赛道，请问卢总对 MMO 赛道中长期如何看待？《杖剑传说》是一个竖屏、相对偏休闲类的游戏，是否考虑开发小游戏？

卢竑岩：首先非常惭愧，我们目前还没有因为发行了《杖剑传说》而对用户层面的变化有特别的观察，应该说我们非常期待并且很认真的要从这个项目中观察到用户的变化，但是确实时间太紧张，还没来得及系统地做这件事情。关于

MMO 用户变化这件事情，我们是持续关注的，通过《杖剑传说》和其他项目，我们简单概括出一些点：首先用户一直有玩 MMO 游戏的需求，不管新用户还是老用户；其次大家对轻松、不要太有负担这件事情有了更高的要求，应该也受到现在多种娱乐方式的影响，比如短视频，大家不像以前那样愿意消耗太多的时间和精力来体验 MMO，这是整体用户上的一个行为表现，这就要求游戏不能太复杂，要往简单、轻松方向走。另外再补充一句，在任何时代都有不同类型的用户，因为游戏玩家规模非常大，所以任何一种情况，比如说重度的特别肝的 MMO，也是有市场，只是随着用户行为变化，这个规模在萎缩，能容下的产品会变少。

MMO 赛道我们是一直看好的，之前看好，现在和未来相当长的一段时间也是看好的。它满足人和人社交的需求，这种需求是一直存在的。只要这种需求存在，MMO 玩法就一直有生命力，只是随着用户层面一些变化，需要做出相应的调整，所以 MMO 赛道也是我们一直坚持要做的。

关于小游戏，因为团队现在确实排了很多工作，还是要根据制作人考量来安排。接下来会重点在哪个市场发行，以及要不要做小游戏，要根据制作人及其团队的实际情况来定。我们不会有硬性指标要求，在什么时间点一定要做什么，但会将市场所观察到的情况反馈给制作人。

11、请问研发奖金的发放是按照项目层面的实际流水来计算，还是根据财务层面考虑收入递延后来计算的？

林佳金：奖金主要基于业务的情况，不考虑收入递延的影响。

12、《道友来挖宝》今年表现非常好，因为这款产品跟《问道手游》的玩法、用户可能有一定重合，未来我们如何看待这两款产品之间相互竞争的关系，或者怎么去做一些区分？

卢竑岩：竞争关系肯定是存在的，但从实际业绩来看，我们并没有看到明显的竞争关系。关于两个产品之间的区分，实际上在手机上玩 APP 游戏和小游戏，这两个体验差异还是挺大的。接下来考虑的其实不是它们之间的相互竞争，而是如何满足不同平台玩家的需求。

13、去年其实是公司业绩的低谷，公司做了一些组织的变革，现在也接近一年的时间了，之前的变革有没有一些实际的效果？今年公司爆款频出，有一些超预期的表现，是否跟变革有关系？

卢竑岩：没有关系。今年这些项目都做好几年了，并不是变革让这些项目发生了翻天覆地的变化，我们有没有变革，这成绩该是这样还是这样。去年年底并非因为业绩处在相对低谷而做变革，确切地说也不算什么低谷，公司整体经营还是比较平稳的。但我们确实发现很多问题，包括项目管理，还有其他方面一些问题。基于这些原因，我们才做了变革，变革的目的是让我们能够想办法，拥有更强的能力去做好玩有趣的产品。要看到变革的效果，是好几年以后的事情了。当下的成绩，不管是《杖剑传说》还是《道友来挖宝》，跟变革本身是没有关系的。

14、《问剑长生》的境外版是否会结合《杖剑传说》的境外发行经验进行改良？

卢竑岩：不同项目的制作人之间肯定会互相沟通、借鉴经验，但目前并没有因为《杖剑传说》的境外发行去对《问剑长生》做特别的改良。总的来说，境外市场是一个有潜力的市场，但是需要小心谨慎地对待。目前《杖剑传说》项目内部也还在精细打磨，以更好地满足用户需求。至于《问剑长生》境外版发行时间，以及对应的发行策略，还是要根据产品本身的实际情况来定。

15、公司第三季度销售费用率环比有比较明显的下降，请公司分析下原因？另外，公司如何看待境内外当前以及后续买量成本、发行费用的变化？

林佳金：发行费用会根据产品投放的 ROI 进行动态调整，我们不会规划具体的数字，而是根据回报指标来确定。在产品上线初期，通常投放体量会比较大，后续稳态经营则根据 ROI 确定。反馈到财务数字上，每个期间比例会有所不同，是受到产品所处阶段、投放回收节奏、ROI 以及外部市场变化的综合影响。

16、如何看待 AI 对游戏的影响？

卢竑岩：AI 对游戏有两方面影响。一方面是产能提升，如美术设计和辅助编程；另一方面，AI 在游戏设计上也有越来越深的影响。例如我关注到港科大几个人做的 AI 小镇项目（《Alvilization》），展示了 AI 参与游戏玩法的新路径。之后相关探索会越来越多，我们也在研究如何结合，可以预见未来几年行业内会出现 AI 技术与游戏内容深度融合的跨时代作品。

17、企业最重要的文化是什么？

卢竑岩：这个话题有点太大了，我们没有对其他企业进行调研，所以我不太清楚普遍对企业成长发展最重要的文化是什么。对吉比特来说，我们强调的是“正、明、谦、雅”四个大原则。

其中“正”是指做正事、走正道，不管是企业合法合规经营，还是游戏的设计理念、和玩家之间的交互都要走正道。比如游戏里不要搞托，犯错了就要直面玩家，该认错认错，该赔偿赔偿，该怎么解决怎么解决。“明”是指要了解做事物的本质，不要被表象所迷惑。比如，项目组要看到玩家真实的需求，不要被太多繁杂的声音所淹没。

可能不同的公司不一样，其他公司怎么样，我们也不太清楚。比如说刚才有一位投资者问到我们奖金是按照财务账计算还是流水计算？我们当然是按流水来算，因为这个钱真实赚到了，那奖金该分就得分，不能给大家一堆财务概念，又是计提，又是应收，把大家弄迷糊。有坏账我们就共同承担，有利润我们就共同分享。这是我们的理念，是不是最好的方式，我也不知道。

18、公司在第三季度报告中提到，公司通常于每月 5 日发放上月薪资，遇国庆假期提前至 9 月底发放 10 月的工资。请问这是只影响当期的经营活动现金流量净额，还是也会影响当期费用？

林佳金：只影响现金流，相当于在 9 月多一笔现金流出。费用的确认是按权责发生制。

19、目前我们比较稳定的研发团队，每月的工资支出大概是什么量级？

林佳金：可能在大几千万的量级，会随着业绩奖金有所波动。

20、请问当前《杖剑传说》境外是否盈利？公司预计稳态利润率和大陆版本有多大差距？

林佳金：《杖剑传说》境外版已实现盈利。不同市场的利润率难以直接比较。综合来看，大陆版本的利润率会更好一些，主要是境内有自主运营的通道，相关渠道成本会稍微低一些。境外用户基本都是通过苹果、谷歌下载游戏并充值。

21、公司 2025 年前三季度销售费用同比大幅增长，公司的销售费用都由哪些部分组成？买量成本占怎样的比例？公司如何看待买量这件事情？

林佳金：销售费用包括买量相关的费用，另外公司有一定规模的运营团队，销售费用中还包含了运营团队对应的薪酬和奖金，剩下就是比较小的其他类项目。销售费用中买量费用占大头。

卢竑岩：我们认为买量是运营的一种手段，公司现在大部分产品是依托于买量，但是我们在做新产品的时候都在考虑，产品不能只依托于买量。我们不反对买量，它是一种有利手段，但也不能只用这种手段。

22、投资 TapTap 对公司帮助大吗？

卢竑岩：公司这笔投资属于财务性投资，且 TapTap 平台对所有游戏开发商都是一视同仁，运营上也比较公道，并不会提供对公司产品开发或发行方面的特别支持，因此在业务层面也没有额外的帮助。

23、公司回购的股份什么时候出售？

梁丽莉：根据法规，公司回购的股份需要在回购完成之日起三年内按照依法披露的用途（如用于员工持股计划或股权激励）进行转让，未按照披露用途转让的，应当在三年期限届满前注销。

24、公司对虚拟道具交易加税的看法？

林佳金：法律法规的规定，我们没有什么意见。

卢竑岩：税收方面我们都是根据国家法律法规执行，具体的建议方面，我相信整个行业在法规制定过程中都会充分表达自己的想法，但最后确定下来后，我们就会严格按照法律法规的要求去执行，这也是我们一贯的态度。

25、2025 年第三季度公司所得税占营业收入比重较历史数据处于高位，是什么原因？

林佳金：所得税科目整体会比较复杂一点，收入端、投资端等项目的会计处理和税务处理会有些不太一样，这些差异在不同的会计期间不是线性波动，所以体现到结果上每个期间会有所不同。当然这些只是简单的分析，实际所得税的问题比刚才讲的会复杂很多。

26、《杖剑传说》的研发和发行人员会定期在公开平台上和玩家交流，对玩家的反馈调整也很及时，后续其他自研产品会考虑类似的方式吗？

卢竑岩：会的，我们一直是用这种方式，可能有的制作人做得更透，有的制作人做得没那么透，但从我们 20 年前做第一个产品就一直是这样的思路。

27、领导怎么看待最新的欧洲市场税收和监管政策？美国市场监管和税收有什么变化吗？

卢竑岩：各个国家的税收和监管政策肯定会不停地调整 and 变化，我们到任何一个国家经营，就把相关的法律法规了解清楚、研究清楚，尊重那个市场的规则就好了。因为在同一个规则下，大家竞争也都是公平的。如果说某一个市场的规则让这个行业做不下去了，那就退出。因此我们也没有特别关注欧洲或者是美国市场的政策变化，每个国家都有自己的监管政策，按照政策执行就好。

28、公司如何看待新品流水的下滑？对第四季度营收表现又有怎样的预期？

卢竑岩：新品流水下滑属于常态，我们一直说绝大部分产品都属于“高开低走”，最后会稳定在一个水平，能够稳定在一个水平都属于是有长期生命力的产品，因为短期生命力的产品会直接下滑到非常少的流水规模。长线游戏表现出来的也是开头冲高，然后回落，最后稳定在一个合适的水平。

关于第四季度的营收预期，我们一贯是不预测的，因为确实没有预测的能力，我们坚持的是怎么给玩家提供更好的体验，围绕这点去做，至于财务上的结果该怎么样就怎么样。

29、能不能有什么方法判断一个游戏公司未来盈利会不会稳定增长？

卢竑岩：我认为没有，反正我是没有，否则你拿这个方法炒股票岂不是无往而不利？我相信可能有些人有方法，但是他们应该不会告诉别人，我确实没有，我也不炒股票。

30、公司如何看待《杖剑传说》《问剑长生》这两款游戏的发展？公司将采取哪些措施来保持游戏的生命力？

卢竑岩：不同产品的发展跟产品的题材、选型以及制作人的设计能力、管理能力等综合相关，没办法简单做对比。从长期来看，我们一直坚持要围绕用户的

需求进行产品研发，给用户更好的体验，不管产品是什么样子，只要我们能够运营下去，就一直坚持这一点。即使不能运营下去的产品，我们也会做好“善待玩家”这件事情。我们不是为了营收或者是流水去做事，而是为了用户的需求和体验去做事，当这些事情做好的时候，再去观察流水的情况。

31、《道友来挖宝》会考虑上线 APP 渠道吗？

卢竑岩：这个也是根据用户需求去考虑的。我们仍然还是要持续地观察用户的需求是什么，比如小游戏的哪些体验让他们觉得更好？或者小游戏哪些方面已经无法满足玩家的需求？这个事情现在还没有定论，但不管怎么样，原则是一样的，就是怎么样能够给用户带来更好的体验，我们就做什么。

32、《杖剑传说》《问剑长生》和《道友来挖宝》的产品生命周期预计有多长？

卢竑岩：这个真心没法预测，并不是要藏着掖着。关于游戏将来的流水和产品生命周期，我们一贯是不预测的，还是回到刚才那句话，围绕用户的需求，给他们更好的体验，做好这件事情，然后我们再观察流水和利润的变化。

附录 1：参会机构名单（排名不分先后）

渤海证券、财通证券、东北证券、东方财富证券、东方证券、东吴证券、方正证券、广发证券、国海证券、国金证券、国联民生证券、国盛证券、国泰海通证券、国投证券、国信证券、国元证券、恒泰证券、华创证券、华福证券、华金证券、华泰证券、华西证券、华鑫证券、汇丰前海证券、开源证券、平安证券、瑞信证券（中国）、首创证券、太平洋证券、天风证券、西部证券、西南证券、信达证券、甬兴证券、长城证券、长江证券、浙商证券、中国国际金融、中国银河证券、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中银国际证券、博时基金、创金合信基金、工银瑞信基金、光大保德信基金、国金基金、泓德基金、华安基金、华宝基金、华泰保兴基金、汇丰晋信基金、嘉合基金、上银基金、天弘基金、西部利得基金、湘财基金、信达澳亚基金、银河基金、中海基金、中航基金、北京鞍钢投资、北京枫泉投资、北京信托、北京永瑞私募、北京禹田资本、冰河资产、渤海人寿、辰星互动、丞毅投资、崇山投资、创富兆业金融、从容投资、东方红资产、枫润资管、耕霖（上海）投资、泽泉投资、航长投资、广州金新私募、国华兴益资管、国金证券资管、国君证券资管、德创投资、恒阔投资、红年资管、宏利投资、鸿运私募、华方私募基金、华美富兰克林、吉富瑞泰资管、健顺投资、金泊投资、九方智投、炬象商务、昆仑保险、联合保险、联视投资、龙航资管、庐雍资管、名世基金、名禹资管、明乐创业投资、南宁德业投资、宁银理财、齐家私募基金、千榕资管、汇杰达理资本、前海再保险、青榕资管、荣州聚享智研投资、融开资管、三川资产管理、厦门中略投资、上海慈阳投资、上海嘉世私募、上海明河投资、上海慎知资管、上海彤源投资、上海涌津资管、深圳慧利资管、深圳茂源财富、泰瑞通财富、同犇投资、沃珑港资产、西藏隆源资管、新华资管、信璞私募基金、兴银理财、轩汉投资、贻财投资、益和源资管、于翼资管、源卓资产、远海私募、远望资产、匀升投资、长江证券资管、招商证券资管、昭云投资、浙商证券资管、志开投资、中财招商投资、中荷人寿、中建创新投资、中银理财、紫金信托、友谊时光、大湾区基金、富瑞金融、高盛（亚洲）、海森堡资本、花旗环球金融、华利安诺基、路博迈集团、摩根士丹利（亚洲）、普华永道、瑞银集团、西京投资、易方资本、煜德资管、Point72、Atebin Capital、North Rock Capital、Goldman Sachs(Asia)、S&P、Jefferies、Marco Polo Pure、Polymer Capital、游戏葡萄、每日经济新闻、华夏时报、个人投资者共 40 人

附录 2：厦门吉比特网络技术股份有限公司 2025 年第三季度业绩说明会会议资料



2025年1-9月业绩概要

营业收入
44.86亿元



归母净利润
12.14亿元

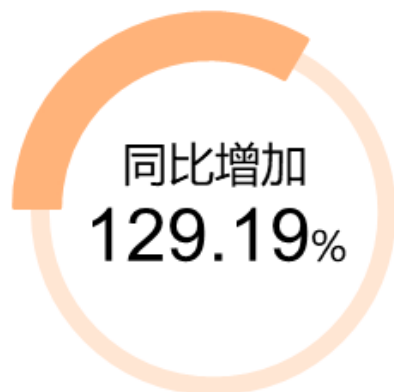


经营活动现金流量净额
18.59亿元



2025年第三季度业绩概要

营业收入
19.68亿元



归母净利润
5.69亿元



经营活动现金流量净额
7.82亿元



2025年1-9月业绩影响因素

营业收入

44.86 亿元

同比增加
59.17%

归母净利润

12.14 亿元

同比增加
84.66%

新产品情况

多款新品同比贡献增量营业收入及利润：

- 《杖剑传说》5月在中国大陆首发，7月在中国港澳台、日本等地上线
- 《问剑长生》1月在中国大陆上线
- 《道友来挖宝》5月上线微信小程序端

老产品情况

- 《问道》端游、《问道手游》《一念逍遥》营业收入及利润同比减少

投资业务

- 2025年1-9月投资业务实现收益2,134万元，收益同比减少

汇率影响

- 2025年1-9月因汇率变动产生损失2,269万元，损失同比增加

第三季度主要产品情况



《问道手游》

回合制MMORPG

- 长线稳健运营，持续提升“问道”IP价值，上线9年仍保持良好盈利能力，累计注册用户数超5,000万



《杖剑传说》

日式幻想题材放置MMORPG

- 2025年5月中国大陆首发，7月境外上线，25.Q3在App Store游戏畅销榜排名中国大陆最高第13名，港澳台三地最高第1名



《道友来挖宝》

回合制MMORPG

- 基于《问道手游》的相关素材和挖宝玩法开发的小游戏，2025年5月上线，7月以来稳居微信小游戏畅销榜前十

产品发行计划

自研

《问剑长生》（中国港澳台、韩国等）

- 修仙MMO，预计**25年Q4**上线

代理

《九牧之野》（中国大陆）

- 三国题材赛季制SLG，10月已开启线下试玩，预计**25年Q4或26年Q1**上线

自研

《杖剑传说》（境外）

- 日式幻想题材放置MMORPG，欧美、韩国等境外区域发行**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。

2025年第三季度利润分配方案

每股分红金额

6.00元

预计分红总额

4.31亿元

占公司第三季度
归母净利润比例

75.61%

2025年1-9月累计分红金额 **9.04亿元**，占1-9月归母净利润的 **74.47%**

公司自上市以来累计分红金额 **69.20亿元**，为累计融资净额的 **7.69倍**

