

证券代码：002602

证券简称：世纪华通

浙江世纪华通集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（投资者交流会）
参与单位及人员	重阳投资、众安保险、中邮基金、中银基金、中信保诚、正圆投资、招商基金、长信基金、长盛基金、长城基金、长安基金、源乐晟、永赢基金、银华基金、银河基金、易方达基金、雅策投资、旭松投资、兴证全球、兴业基金、信达澳亚、鑫巢资本、新华资产、湘财基金、希瓦私募、西部利得、万家基金、彤源投资、太平养老保险、泰康基金、太平洋资管、拾贝投资、深梧资产、申万菱信、上银基金、上海涌津、上海轩汉、上海名禹、上海大朴、上海常春藤私募、山证资管、融通基金、人寿养老、泉果基金、浦银安盛、平安资产、鹏扬基金、平安养老保险、诺德基金、诺安基金、农银汇理、南土资产、南华基金、南方基金、民生加银基金、领久投资、昆源控股、凯思博投资、君成投资、玖鹏资产、景顺投资、金鹰基金、金库骐骥、交银施罗德、健顺投资、建信基金、嘉实、混沌投资、惠理基金、汇添富基金、汇丰晋信、华夏基金、华泰资管、华泰资产、华泰保兴、华泰柏瑞、华宝基金、华安、禾永投资、海富通、国泰基金、国寿安保、国联安、国金基金、国华兴益、国海富兰克林、广发基金、复胜资产、敦和资产、东吴基金、东方资管、鼎峰资产、淡水泉、大成基金、博时基金、博道基金等超百家机构以及个人投资者
时间	2025 年 11 月 25 日 16:00-18:00
地点	浦东香格里拉大酒店
上市公司接待人员	董事长 王佶；董事、财务总监 钱昊；副总裁、董事会秘书 黄怡；
投资者关系活动主	一、公司董事长关于游戏行业的展望以及公司的介绍 1、公司战略：游戏行业的未来

要内容介绍	对于 AI 大行业而言，基建是 AI 发展的核心。而在 PC 的早期发展中，图像处理能力推动了 PC 的进一步发展，游戏就是推动图像处理能力最快的应用，游戏推动 CPU/GPU 的进步奠定了 AI 基建的基础。从科技的角度，游戏行业对 AI 的发展是非常重要的。 从未来看游戏，游戏将成为数字世界的入口、人类情绪的容器，以及人与 AI 互动的主要界面。这就是世纪华通的大方向：以科技驱动内容，以内容推动产业，用游戏连接更广阔的数字世界。 2、公司基本盘：游戏业务底子和业绩确定性 经典长线产品生命力强是公司的显著优势：在没有爆款新品之前，公司对经典长线产品的持续投入及运营积攒了公司对长生命产品的运营经验，目前公司多款头部 IP 依旧保持稳健 ARPU 与用户粘性，生命周期远超行业平均水平。 公司新产品矩阵储备扎实、类型多样：赛道多样化是我们追求的目标。休闲、SLG、ARPG、MMO、卡牌等多个方向全面推进，明年 SLG 和休闲两条产品线会进入“密集开花期”。 海外业务增长稳健：公司的海外业务市场占比持续提升。腾讯和网易占据了约 3/4 的国内市场，剩下 1/4 的国内市场竞争异常激烈。积极开拓海外市场是一条我们坚定要走、也已经走通的利润增长曲线，也是我们与其他公司最大不同之处。目前我们是中国出海收入第一的游戏公司。 3、公司的核心竞争力 公司的核心竞争力，其实不是单点能力，而是连套的体系能力。 外界看我们，可能会以为我们的优势在研发，或者在发行、运营。但实际上，研发、发行、运营揉合成一体的整体的体系能力才是我们的核心竞争力。在这个打法上不是某个部门强，而是整个链条都强，而且是协同在一起的。而支撑这套体系的，是数据驱动。我们想尽量去抛弃人的主观因素。任何更新我们都会做大量的 ab 测试，比如用户界面，甚至取游戏名字都是用户数据决定。 我们所有的投放、预算，都不是拍脑袋，是基于模型、基于长期 ROI 的严格测算。我们独有的打法：小成本、大运作，快速迭代，强协同，数据驱动。这套体系不是一年炼成的，是多年积累出来的。它也是我们未来继续增长的底层动力，也是别人很难复制的真正壁垒，尤其在海外。海外人口规模是国内的 4 倍以上，这才是规模最大、增长最确定的游戏市场，公司目前已经跑在游戏出海赛道的最前面。 4、结语 公司三季报营收过百亿，接近 EA（Electronic Arts），收入规模排在全球游戏公司第六、且增速翻倍，这在全球范围内都很少见。我们不仅是“做到了”，我们是在持续做到，并持续加速。企业发展就像开大船：体量越大，加速越难。但世纪华通现在这艘船，不仅大，而且跑得快。这种组合，本身就是稀缺性。市场还在用国内公司的逻辑看我们，但我们已经是全球化维度、主赛道特别领先、规模与增速兼备的公司。我相信，优秀企业与优秀投资者能走到一起，靠的不是短期 K 线，而是长期增长的同频共振。最后，借一句我很喜欢的话作结语： “市场总是会犹豫，但增长不会。波动是常态，但穿越周期的是价值。” 二、关于公司业务情况的提问及回答 问题 1：点点的增长强度前所未见，所以怎么判断当前产品的周期？以及
---------------------	---

	未来能把产品开拓到什么程度？ 最早做这些产品的时候没有设定到这么高的目标，只依据市场数据做决策。今天已经超过过去很多纪录了，不太好说对市场的判断。23 年上线的游戏目前还在创新高，尚未观测到生命周期顶峰。奔奔王国在国内推进节奏不快，无尽冬日发行时处于小程序游戏红利期，而 Kingshot(KS) 还在破 Whiteout Survival(WOS)海外的纪录，海外市场更大，用户更多，这就是海外市场的魅力。公司的运营节奏不受外界的因素干扰。后续奔奔王国的运营节奏要根据数据反馈而决定。 问题 2：公司未来是否会做休闲游戏矩阵，深度挖掘休闲玩家？ 我们最早就是休闲游戏的参与者，目前 SLG 和休闲领域各为一个赛道，我们优先长青赛道。SLG 领域中国团队做的比较好，休闲领域上我们还在追赶，休闲领域的增速不会像 SLG 那么快，未来我们会在这个赛道上持续发力。虽然越简单的越难做，但是明年最有希望的也是休闲赛道，我们希望有打开这个赛道的能力，若在新赛道有所突破，那对公司的意义更大。 问题 3：公司的利润大头是点点，点点的激励是现金为主，似乎没看到股权绑定，怎么考虑这点的？未来会怎么稳固团队？ 公司的利润贡献，点点的利润约占比 2/3，剩余 1/3 来自公司其他业务板块（如老产品运营）。公司的核心优势在于研发、发行、运营揉合成一体的整体的体系能力及多年的营运积淀。 在激励机制方面，点点团队的奖金采用阶梯式设计，将现金和股权激励相结合，未来将持续优化激励机制，保障核心团队稳定。 问题 4：Kingshot 和 Whiteout Survival 之间用户的重合度大概是一个什么情况？ 海外市场二者收入规模相近，海外用户重合度大概是 20%左右；国内的重合度可能要比海外更高一点，但是国内市场的不具备参考意义，二者体量差距太大，不具有可比性。 问题 5：休闲类的产品有多少？ 我们同一个赛道会有多个产品。我们用高速，低成本去测试市场反馈，找到最好的方向。我们相信明年会有出色的新品，但是这个目前是无法直接预测是什么方向，什么品类。23 年至今，大家只看到了 WOS 和 KS，但是我们这期间发了不少于 20 个产品。大家不用担心产品数量问题。我们的爆款就是数据驱动出来的。Tasty Travels:Merge Game(TTM)是 24 年的产品，经过不断的调整后走出来的。 问题 6：公告说回购股数不超过 3400 万股，按照今天的股价只有 8 亿回购的金额上限，与 10 亿存在差额，为什么会这样？ 回购公告中"不超过 3475 万股"是根据交易所格式要求，按最高限价测算的数量，实际回购金额不受该数量限制，核心以回购金额为依据。 问题 7：网传公司数据中心会有计提，这个会有吗？
--	--

	我们有两个数据中心项目，深圳项目小，松江项目大，松江目前的收入和EBITA 相较于去年来说都是大幅增长的。项目最终的公允价值还是要看评估结果，后续也要看我们和普洛斯之间的合作。这个项目在运营上还是非常优秀的。深圳项目的第一大客户是华为，目前深圳项目是深圳市内的最大项目。对承接深圳市内成熟客户有优势。 数据中心项目的进展情况，大家请以公告为准。公司也一定会积极维护公司及广大股东的利益。 问题 8：现在买量成本的竞争越来越激烈，这个怎么看？ 国内和国外的成本整体都在上涨，竞争都很激烈。区别是国内有些竞争对手甚至连广告都在抄袭，造成国内内卷力度更大。此外，国内用户的短期性相对国外会比较明显。 问题 9：从产品本身来看，KS 和 WOS 同质化程度非常高，未来会不会做产品的差异化？ 这个问题国内外看法是不一样的，从海外的用户重合度来看，市场不认为二者趋同。从外界第三方的仿品的表现来看，WOS 的 UI 等，可能对新品来说是优点，而不是同质化的缺点。从海外市场的表现来看，海外也不认为这是同质化的缺点。未来的各种方向我们都会尝试，我们需要数据赛马得出结论。 问题 10：三季度的研发费用有明显的增长，这个是因为什么？其次我们美元收入的影响比较大，我们会怎么应对？ 三季度的研发费用的增长主要是点点研发人员的适度扩充，是公司对海外市场的进一步扩张，未来若海外有产品表现优异的，也会同步到国内。在美元汇率上，美元报表折算人民币报表这个是年均汇率计算的，影响不大。 问题 11：第三方数据（如 Sensor Tower）显示产品流水平稳，但公司称月环比增长，原因是什么？官网支付与第三方支付比例如何？ 第三方数据仅能作为参考，其统计逻辑基于下载量、行业同比增速等间接指标估算，缺乏与公司真实流水的核对，准确性有限。公司所说的月环比增长基于实际财务数据，反映的是真实收入情况，两者存在差异的核心原因在于第三方数据无法覆盖全渠道收入、用户付费行为差异等细节。 问题 12：休闲领域的盈利能力怎么看？ 从生命周期来看，休闲领域可能比 SLG 还更长。但是盈利能力可能不如 SLG。这个赛道又长又稳定，对我们很有意义。 问题 13、关于渠道的问题，最近国内的 IOS 抽成有变化，您怎么看？未来部分海外平台可能会有新的小游戏平台，你怎么看？ 目前国内最好的平台是微信，海外如果有出色的平台，我们会考虑的。小程序抽成的改变，对我们收入的影响也就是 2 个点左右。但是对于用户的留存，用户的付费率的提升上是利好的。因为小程序的付费弹窗很影响用户体验，很多用户还没付费就已经流失了。而小程序抽成后，玩家转 IOS 平台付费更加顺畅。
--	---

	目前微信小程序的体量比客户端的体量小很多。
附件清单 (如有)	无
记录日期	2025 年 11 月 25 日