

## 巨人网络集团股份有限公司

### 关于网络游戏业务发展规划（2020-2022）

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

#### 特别提示：

《关于网络游戏业务发展规划（2020-2022）》（以下简称“本《规划》”）仅基于当前宏观经济、行业发展趋势及公司自身现状，为巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”）网络游戏业务发展的内部战略规划，其中涉及的未来发展规划、目标等前瞻性陈述，不代表公司对未来的预测，其能否实现取决于宏观经济形势、政策环境、经营管理等多种因素，存在较大的不确定性，不构成公司对投资者的实质承诺。公司存在根据实际情况和发展需要对本《规划》做出适当调整的可能。敬请投资者理解计划、预测与承诺之间的差异，注意投资风险。

公司董事会根据公司发展情况，结合当前宏观经济形势、行业发展趋势及公司自身现状，对未来三年的目标、任务和主要工作方向及举措进行了研究，制定并发布公司未来网络游戏业务发展战略规划，于2020年2月3日召开的第四届董事会第五十五次会议审议通过了《关于网络游戏业务发展规划(2020-2022)》，具体如下：

#### 一、 规划背景

##### （一） 游戏行业发展情况

2019年，游戏行业主管部门陆续出台多项产业政策，向高质量原创游戏倾斜，使游戏行业开始进入“后精品时代”，游戏企业更加注重游戏产品的文化内涵，提升品牌价值。同时，随着中国游戏产业生态环境不断完善，游戏产业链持续升

级，以及 5G、人工智能、云计算、大数据等前瞻性技术的发展，催生了一批创新型文化产品及业务，包括云游戏、电子竞技、游戏直播等，对游戏行业的企业提出更高的发展要求。

国内的整个游戏产业发展至今，中国自主研发游戏已初步实现了走向世界，2019 年中国自主研发游戏海外市场销售收入达到 825 亿元，同比增长 21%。而这些游戏中已有多款成功进入全球各地下载榜和畅销榜的前列，中国游戏的全球化趋势明显并且发展势态良好、覆盖区域广泛。

## （二） 公司网络游戏业务发展概况

公司自 2004 年成立以来深耕网络游戏市场，聚焦于精品游戏研运一体的经营模式，经过十余年的快速发展和技术积累，公司规模不断扩大，技术研发实力不断增强，产品结构不断丰富，在端游和手游方面都持续推出多个游戏精品大作，在 MMORPG 和多人竞技领域取得了良好的竞争优势。

公司目前最主要的两条产品线分别为“征途”系列和“球球大作战”。

“征途”在端游时代以自研自发为主，主要有 4 个产品，《征途》、《征途 2》、《绿色征途》、《征途怀旧版》；在手游时代，“征途”系列做了新的突破和尝试，自研自发和渠道合作共举，主要产品包括由腾讯独家代理的《征途手游》、自研自发的《征途 2 手游》、授权英雄互娱发行的《绿色征途手游》。“征途”IP 是国战类 RPG 网游最知名品牌之一。征途端游划时代地开启了道具付费模式先河，其全系产品累计收入超 200 亿元。

《球球大作战》是公司自研自发的休闲竞技类手游，成为行业知名的优质 IP，累计设备安装量 5 亿台，峰值 DAU 超 2,000 万人，曾登顶中国区游戏免费榜榜首，并长期占据 App Store 小游戏、智力游戏免费排行榜前五名。《球球大作战》具有粘性高、年轻化、男女性别比例相对均衡、强社交属性等特点，并开创了新的移动电竞品类。

## 二、 核心理念及发展目标

公司把“创造可传承的游戏和文化，世世代代为玩家传递快乐”作为公司的愿景，把“好玩的游戏带给全世界”作为公司的使命，致力于打造民族精品网游，成为最具创造力的，国际领先的互联网企业。面对变幻的市场需求和层出不穷的挑战，公司的核心理念一是要聚焦擅长赛道，二是要集中资源持续投入，三是要做长寿游戏，推动公司业务长期健康发展。公司目标在 2022 年之前，在原核心赛道产品稳定发展的基础上，构筑一个强而有力的中台支持平台，产品品质普遍达到次世代标准，多个品类具备持续的精品产出能力，同时海外业务大幅提升，成为国内最具实力、国际一流水准的网游公司之一。

### 三、 实施方略

#### （一） 坚持聚焦精品，持续投入核心赛道

公司将继续坚持精品战略，依托强大的研发实力及 IP 资源储备，致力于推出高品质、长生命周期、满足不同类型玩家需求的多元化精品游戏。针对征途 IP 赛道和球球大作战 IP 赛道这两个核心赛道，未来公司将持续投入，以为公司带来稳定、持续的增长。同时公司还将布局 3DMMO 赛道、泛二次元赛道、UE4 赛道、发行定制赛道等擅长领域，丰富公司的产品形态。

#### （二） 加强中台建设，推动研发体系性革新建设

公司将继续进行研发平台和体系的技术革新，致力于建设易用的、可扩展的、不断演进的高效能研发框架，实现研发流程的全面质量管理，最终达到研发时间、成本和质量的平衡。该研发框架会形成“持续”的研发体系，包括人员能力、习惯、制作、规范、工具链、质量控制、协作、资源的透明和共享等；保证研发流程的“高效”，减少 workflow 中的重复和损耗，消除研发过程中因为配合导致的瓶颈；实现游戏出品的“高质量”。该项工作将从根本上改变公司的研发体系，实现“大中台小项目”模式，成为创新力的放大器。

#### （三） 自研与代理相结合，积极布局海外业务

公司自主研发的《帕斯卡契约》(PASCAL'S WAGER)于2019年9月登陆苹果秋季新品发布会，成为首款亮相苹果新品发布会的中国本土游戏，2020年1月16日上线后，连续多日位居iOS付费游戏排行榜第1名，长期位居iOS付费排行版前列，并被App Store评为2020年1月最佳游戏。公司的核心产品《征途》中东版处于研发阶段，有望于2020年上线。游戏出海是巨人网络未来非常重要的战略方向，公司将继续践行“国际化”的发展战略，除自主研发外，也将采用代理优质游戏在海外发行的方式，打造国际化的团队，积极布局海外业务。

#### **(四) 推行业务合伙人机制，打造吸引年轻人平台**

2020年，公司在业务层面推出业务合伙人机制，提拔一批85后业务合伙人，把更多了解业务的一线年轻人推到前台去，让年轻人参与分享这个平台。随着公司业务规划、组织架构的调整，未来公司将继续完善合伙人制度，对激励体系进行一定的调整，打造一个吸引行业内最优秀的年轻人创造的平台，并最终分享成果，让每一个合伙人成为公司的主人。

#### **(五) 布局云游戏，占据行业发展先机**

进入5G时代，云游戏成为5G消费端首个落地应用，其发展与布局成为业界热点。目前云游戏处于导入期，公司作为内容厂商，将通过投资、合作等模式，对该领域保持敏锐触觉，注重业务协同，持续关注、捕捉市场机遇。

特此公告。

巨人网络集团股份有限公司

董 事 会

2020年2月4日