

证券代码：002624

证券简称：完美世界

完美世界股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>线上会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	大成基金、睿远基金、汇添富基金、博时基金、易方达基金、东方资管、Millennium Partners、JPM AM、Wellington、高毅资产、兴全基金、天弘基金、嘉实基金、全国社会保障基金理事会、鹏华基金、建信基金、安信基金、财通基金、财通资管、东吴基金、工银瑞信、中金基金、中银基金、中邮基金、中信保诚基金、中融基金、中欧基金、中加基金、银华基金、银河基金、融通基金、诺安基金、诺德基金、招商基金、华夏基金、海富通基金、长盛基金、华安基金、华富基金、汇丰晋信基金、上投摩根、金鹰基金、九泰基金、鹏扬基金、山石基金、万家基金、前海联合基金、西部利得基金、长安基金、博道基金、泰康资产、新华资产、阳光资产、安邦资管、安信资管、长江养老、中再资产、光大保德信、华夏久盈、华宝基金、民生加银、浦银安盛、前海人寿、农银人寿、大家资产、建信养老、人保资产、人寿养老、太平人寿、友邦人寿、国寿养老、太平基金、太平资产、泓澄投资、宏道投资、胤狮投资、黑水磐石资管、星石投资、沃珑港投资、神农投资、招商证券、天风证券、国盛证券、中金公司、华泰证券、海通证券、国泰君安证券、中信证券、中信建投证券、广发证券、申万宏源证券、东吴证券、安信证券、中泰证券、中原证券、兴业证券、信达证券、新时代证券、开源证券、民生证券、汇丰前海、Citi、UBS Securities、Jefferies 等券商分析师及机构投资者。
时间	2021年1月31日

地点	不适用
上市公司接待人员姓名	董事长池宇峰、总裁及游戏 CEO 鲁晓寅、集团董事及高管王巍巍、董事会秘书马骏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司近况：</p> <p>公司于 2021 年 1 月 29 日晚间发布了 2020 年度业绩预告，公司预计 2020 年实现归属于上市公司股东的净利润为 15.1 亿元-15.7 亿元，比上年同期增长 0.48%-4.47%；其中，公司游戏业务预计实现净利润 227,000 万元-229,000 万元，相对上年同期净利润 189,771.56 万元，预计同比增长 19.62%-20.67%；受市场及行业整体环境等因素影响，影视业务业绩同比下滑。因存货减值等原因，影视业务预计亏损 50,000 万元-54,000 万元。</p> <p>游戏方面，报告期内，公司游戏业务持续增长，移动游戏及端游流水均实现同比增长。移动游戏方面，《诛仙》手游、《完美世界》手游、《新笑傲江湖》手游等经典游戏持续贡献良好业绩；2020 年 7 月公测的《新神魔大陆》手游，深受市场关注与玩家认可，助力公司业绩持续增长。端游方面，经典端游产品《诛仙》、《完美世界国际版》等持续贡献稳定收入，《DOTA2》、《CS:GO（反恐精英：全球攻势）》助力电竞业务进一步增长。</p> <p>影视方面，近年来，影视行业经历了深度调整，公司历史期间制作的部分影视剧因市场环境发生较大变化而发生减值损失。为顺应市场环境变化，公司采取了谨慎投资与积极消化库存的经营策略，推动未来期间影视业务的稳健发展。</p> <p>Q1：公司对未来几年游戏业务的展望是什么样的？</p> <p>A1：过去几年，公司主要完成了从经典端游到手游的成功转型，比如《诛仙》《完美世界》《笑傲江湖》《神魔大陆》等。接下来几年，在“内容为王”日益凸显以及即将到来的 5G 云游戏时代下，公司作为市场上少有的仍然在主机和 PC 端游上持续投入的研发型游戏厂商，长期积淀的研发实力将助力公司游戏业务更上一个台阶，主要体现在以下三个方面：</p> <p>1) 产品品质有更大提升。2021-2022 年将有很多储备的新产品陆续上线，对标目前市场上的一流产品品质。</p>

2) 用户群体更加年轻化。近几年公司用户群体已经变得相对年轻化，未来还会持续注重引入年轻用户偏爱的风格与玩法，实现融合创新，践行“年轻化”的经营策略。比如市场上讨论比较多的《幻塔》，就是公司融合了二次元品类与开放世界元素的一款 MMORPG 手游，受到了年轻用户的极大关注。

3) 游戏发行会有新突破。一方面由于公司的产品创新与品类突破，我们会接触到区别于公司以往的传统产品覆盖的用户圈层，也会和一些新的渠道去进行更多的合作；另一方面，随着公司产品力的提升，也会有更多的发行渠道愿意跟完美进行合作，双方互利共赢。

Q2: 公司的发行策略是怎样的，如何理解“品效合一”？

A2: 发行层面，公司给市场的印象更多是一家做品牌营销的游戏厂商，我们也确实在这方面开创了一些先例，并且积累了丰富的经验，同时游戏品牌的树立也为我们游戏的长线运营起到了很好的作用。比如公司最早使用了明星艺人进行游戏代言，也最早尝试了小说和游戏的合作、影视和游戏的合作等等。这是我们多年积累的优势，我们会继续巩固并且持续发挥这种优势。

同时，市场上对于投放效果广告这种营销方式也开始越来越关注。公司对于效果广告从一开始就有非常清晰的看法和定位，那就是对品牌营销的一种有效补充，投放效果广告最大的好处是可以通过精准计算和投入持续获得新增用户，但相对来讲游戏用户对品牌、对 IP 的联动不如品牌营销。公司希望游戏用户能够对公司的游戏产品形成品牌认知，所以公司会坚持品牌营销为主、效果广告为辅的发行策略。

我们始终认为，是产品吸量，而非营销吸量，产品力始终都是我们的根基。

Q3: 公司如何保持对研发团队的吸引力？

A3: 过去几年公司确实是吸引到了很多非常优秀的制作团队。主要原因有三点：

1) 公司有一套非常清晰并且行之有效的激励机制，这样能够很大程度的激发团队的创造力和主动性。

2) 公司拥有实力强劲的中后台部门，尤其是技术平台和美术平台，能够

快速为新加入的团队补足短板，完善战斗力，提高他们的成功率。

3) 公司浓厚的研发文化以及管理团队的专业性，与优秀团队高度契合，这也是公司吸引优秀人才的软实力。

Q4：公司后续的产品储备如何？

A4：新游戏方面，公司储备的手游产品《旧日传说》《非常英雄》《梦幻新诛仙》《战神遗迹》《幻塔》《一拳超人》《仙剑奇侠传》等会陆续上线。此外，公司还有多款二次元手游、消除类、竞技类和放置类手游在积极研发中。

Q5：公司的发展规划和未来定位是怎样的？

A5：公司的长期定位一直是希望可以做文娱行业的常青树，专注做有品质的好产品，构建品牌优势，服务更广泛的用户，给社会输送快乐,成为世界文娱产业有重要影响地位的持续耕耘者。公司会通过制度创新、企业文化建设，为优质产品的产出提供保障，围绕“品质+品牌+用户”去构筑更坚韧的竞争壁垒。具体到游戏业务，公司的定位一直是做一家“有技术优势的优质内容提供商”，在5G云游戏时代下，相信公司长期积累的技术研发优势会发挥重要作用，带领公司进入新的更高的发展阶段。

Q6：公司对影视业务怎么看？

A6：这两年影视行业处于一个阶段性盘整的时期，影视内容制作的上下游、所处的市场环境都发生了一些变化，公司影视业务也不可避免地受到了影响。最直接的体现就是，之前投拍的一些影视剧，在变化后的市场环境下，在新的定价体系下，销售变现时面临着一定减值压力，影视业绩也因此承受了较大压力。

但经历了这两年的盘整，市场格局在逐步稳定和复苏。作为文化娱乐的主要载体之一，市场对优质影视内容的需求始终存在。公司从2008年开始涉足影视业务，发展至今，拥有了精锐的制作团队，积累了不错的行业资源。这些积累和沉淀非常宝贵，不是一朝一夕可以形成的，所以公司还是保有影视制作的能力，在市场机会出现时可以快速抓住。

	<p>就目前的市场形势来说，公司在立项和开机上非常审慎，选择确定性强的项目，比如平台定制剧等，这样可以较大程度保障收益。对于库存剧，公司采取积极消化库存的策略。总体来说，影视业务就是“审慎投入、稳健发展”，静候机会。</p>
附件清单(如有)	
日期	2021年2月1日