

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

2021年5月7日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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	中银基金、中金基金、中欧基金、中再资产、工银瑞信、天弘基金、博时基金、广发基金、银华基金、富国基金、交银施罗德基金、人保资产、前海人寿保险、东方证券资管、华泰柏瑞基金、东方基金、光大保德信基金、Franklin Templeton、富达投资、中金公司、天风证券、安信证券、申万宏源、海通证券、招商证券等多家机构
时间	2021年5月7日下午15:00-16:00
地点	无
上市公司接待人员姓名	董事、总经理刘伟，董事、董事会秘书孟玮
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2021年5月7日，巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”、或“巨人网络”）董事、总经理刘伟，董事、董事会秘书孟玮与来自多家的机构投资者就公司经营情况进行沟通。</p> <p>以下为本次投资者关系活动纪要：</p> <p>一、公司经营情况</p> <p>（一）2020年度公司经营情况</p> <p>1、公司业绩状况</p> <p>2020年公司实现营业收入22.17亿元，同比下降13.77%。其主要原因是多款新游戏产品处于研发过程中，尚未能为公司贡献收入；同时</p>

公司为了面向长期发展、聚焦核心业务，出售了部分与重点游戏赛道关联性较低的业务。公司实现归属于上市公司股东的净利润10.29亿元，同比上升25.48%，主要是由于公司投资收益在报告期内取得了良好增长，带动净利润提升。

2、公司产品层面情况

“征途”全系产品为公司持续、稳定地贡献收入。2020年，“征途”赛道完成了赛道内所有项目及资源的整合规划，并通过梳理、规范流程，大幅提高了研发、运营、宣发、服务等方面的推进效率，实现了赛道全资源快速共享机制。公司研发团队根据游戏市场、细分用户的变化，针对赛道情况建立了全新的整体策略——“灵感来自用户”及和用户一起“共创征途”，并以此来调整赛道所有项目版本的研发和运营宣发节奏。目前，该策略在现有游戏的运营及新游戏的开发上都获得了较好的成效。

《球球大作战》在2020年与多个商业领域的知名IP进行了多元化合作，活动上线后，《球球大作战》的多项用户数据较活动前均有显著的增长。另外，为落实“以用户为中心”，《球球大作战》更新了近40个大版本，还举办了线下活动，有效的与玩家持续建立连接，维系了用户粘性。

公司自主研发的独立手游《帕斯卡契约》、《月圆之夜》也有良好的表现，对海外市场的探索积累了很多经验。2021年4月16日，公司研发的《胡桃日记》正式上线，该游戏上线后立即获得了苹果的今日推荐，登顶iOS下载榜，并在TapTap上保持8.4分的好成绩。

3、公司内部改革深化推进

业务层面，公司将进一步聚焦资源，投向少数细分赛道与关键项目，努力打造符合时代潮流和用户需求的爆款产品。公司也深入贯彻“中台赋能项目”的理念，强调围绕项目需求建设中台能力，理顺中台与项目的合作关系，并重新制定了中台部门的工作目标和激励方案。这些措施在重点项目的研发实践过程中，已初显成效。

文化与组织层面，公司对研发文化进行提纯，总结出“长留是第一

指标”、“灵感来自用户”、“产品要尽早见用户”等精髓，并推动研发文化的落地执行。报告期内，公司还启用了OKR管理体系，推动内部信息透明化，鼓励知识分享，从而加强组织的自驱力、凝聚力与协作能力。

人才层面，公司围绕人才的“选用育留”，持续优化各项制度和措施，充分调动精英人才的潜能，加大对精英人才的激励力度。公司还特别重视年轻人才的培育和提拔，在试点项目中大胆采用年轻人才“注册制”，让年轻人能在实战中不断进步。

4、公司未来研发的经营策略

(1) 继续围绕、坚守公司最擅长的国战MMORPG和多人休闲竞技赛道，不断提升“征途”“球球”两大IP的潜力，使两大IP持续为公司贡献稳定收入；

(2) 对于新项目研发，将聚焦少数关键项目，加码单款在研新项目的研发资金及资源投入，努力打造新时代的爆款产品。

(二) 2021年第一季度公司经营情况

2021年第一季度，公司实现营业收入5.66亿元，同比下降18.14%。公司实现归属于上市公司股东的净利润3.2亿元，同比上升1.20%。收入下滑的主要原因是：

(1) 受疫情影响，公司去年第一季度各产品用户增长及消费表现较好，收入处于阶段性高点，而今年疫情对公司整体的业绩影响已逐步减弱；

(2) 多款新游戏产品处于研发过程中，尚未能为公司贡献收入。利润增长主要系公司投资收益在报告期内取得了良好增长，带动净利润提升。

二、问答环节：

(一) 问：公司新项目研发进度及排期如何？测试上的主要做法是什么？

答：在研产品共有五款。

(1) 一款基于征途 IP 的 2DMMORPG 国战类手机游戏，继承了

经典国战 PK 核心玩法，在手机上还原正宗征途的味道，目前已获得版号。

(2) 一款基于征途 IP 的国战放置类手机游戏，主打轻量化征途玩法和挂机体验，端手打通，目前已获得版号。

(3) 一款基于球球 IP 的 3D 休闲社交手机游戏，可同时容纳 4-10 人进行游戏，同时支持地图和玩法规则的自定义，玩家可以创作出属于自己的派对玩法并与好友分享。去年下半年已开启小范围测试，已拿到版号，具体上线时间未定。

(4) 一款 3D 放置类手机游戏，拥有宏大的世界观与 MMO 视觉体验，可以在冒险的过程中与伙伴产生强烈的情感羁绊与共鸣。这款游戏是公司重点研发的项目，在投资金额、人员方面均为在研项目中最大的，希望打造更具跨时代意义的放置类手游，目前已获得版号。

(5) 一款团队射击类手机游戏，是一款面向全球市场的次世代品质产品。采用虚幻 4 引擎，强调组队一起玩及战斗的爽快感。目前已在 TapTap 做了小范围测试，数据反馈较好。

目前以上产品均在内部启动多轮小范围导入测试，随着测试数据的积累，公司还在不断优化。目前主要采用传统删档式方式进行测试，未来可能会根据用户群、产品特点等参与其他测试方式。

(二)问：研发人员的规划如何？公司如何保持竞争力以持续吸引人才？

答：截止 2020 年底公司人员总数较上年有所减少。公司强调提高人才密度，特别是中高端人才的比例。研发人员数量的变化主要根据项目安排来进行增减调整。

公司希望打造围绕人才的“选用育留”机制，持续吸引高端人才。主要体现在以下三点：

(1) 关于给予人才“舞台”层面，公司提出“用信任代替控制”。让一线人员自主决策，充分授权，允许犯错。

(2) 落实“帮助”逻辑。过去公司采用“考试”逻辑，需要审批预算、人员编制，根据项目节点进行层层考核，优胜劣汰。但游戏是创业行

业，具备不确定性，目前公司在管理上放低身段，尽一切可能帮助项目成功，谋求组织和人才的共同成长。

(3) 对待人才的“耐心”。公司希望能够吸引到最顶级的应届生，培养年轻人。公司将通过一系列措施（年轻人才“注册制”等）为年轻人搭建舞台。

关于维持公司人才的竞争力，去年公司针对中基层骨干推出面向长期的现金激励措施，针对中高层推出了员工持股计划以完成较长期的绑定，希望能使人才与公司在长期共同成长。

(三)问：三年期员工持股激励的背后思考及意图？

答：今年2月推出三年期员工股权激励计划，对此的主要考量为：公司认为在现在的人才竞争环境下，需要建立健全长效激励机制充分调动骨干的积极性和创造性。管理层通过长达半年的时间来研讨并推出该持股计划，希望以创新以及更有激励效力的方式留住人才。

为了实现公司长期发展目标，我们员工激励计划的考核周期的设置、考核目标的制定以公司的长期战略和业绩目标为核心考量，这也符合游戏行业的特点。同时为了充分实现公司、股东和员工利益的一致性，体现激励与约束对等的设定原则，我们的员工持股计划设置了较长的锁定期，并建立了严密的考核体系，在公司层面和个人层面均设置了业绩考核目标。以较高的公司层面考核指标辅以个人层面业绩考核指标，能够兼顾挑战性与针对性，充分传达公司对于未来业绩增长的愿景，能够对核心管理层和业务骨干的工作做出较为准确、全面的综合评价，有利于充分调动员工的积极性和创造性，形成公司、股东和员工利益相互促进的正向联动。

(四)问：2020年非经常性收益及投资收益由什么组成？

答：2020年年报的非经常性收益主要是处置前期投资的长期股权项目，投资收益包括了对巨堃等项目的投资所产生的收益。

(五)问：《胡桃日记》上线后的表现如何？

答：《胡桃日记》已于2021年4月16日正式上线，由腾讯在中国大陆地区独家发行。该游戏上线后立即获得了苹果首页推荐，登顶iOS

下载榜，并在 TapTap 上保持 8.4 分的好成绩。以七濛胡桃名义诞生的虚拟偶像也随手游在 B 站、抖音、快手等视频平台上同步进行着 IP 运营。

（六）问：海外产品上线思路如何？哪些地区比较重视？合作渠道方情况如何？

答：公司很重视海外市场，已建立较为完善的海外发行团队。未来新产品会根据品类特征，一事一议地制定海外发行计划。

（七）问：中台制内部如何考核？

答：公司深入贯彻“中台赋能项目”的理念，强调中台能力的建设需围绕项目需求展开，而非让中台进行空转。为了更好地实现中台对项目的支持，公司制定了新的中台部门工作目标和激励方案，让在项目中表现突出的人员得到更好的激励。

（八）问：Playtika 与国内游戏是否会产生技术协同？是否会引入 Playtika 的产品？

答：Playtika 在大数据、人工智能、休闲社交、全球市场运营等方面都表现出较强的竞争力。特别是在今年 1 月，Playtika 于美国纳斯达克上市，对 Playtika 在国际市场的影响力、品牌等都提供了较有力的支持。公司通过巨堃持股 Playtika，目前在业务上没有直接合作，但双方进行了交流和互相学习，公司也在不断思考合作的可行性。

Playtika 的产品更适合欧美市场，主要市场集中在美国、加拿大等欧美市场。目前尚无引入产品的计划。

（九）问：请介绍一下公司的企业文化？

答：公司在过去的两年间，在业务、组织、人才上做了改革，在企业文化上做了调整及深化，主要集中在研发文化上。公司对研发文化进行提纯，总结出如“长留是第一指标”、“灵感来自用户”、“产品要尽早见用户”等精髓，并制定了一系列措施以确保研发文化的落地执行。

（十）问：公司中台制赋能项目取得的效果？

答：从目前来看，中台支持项目的运转效果不错，公司会在运行

过程中不断继续优化改进。

（十一）问：目前主要赛道的产能如何？

答：公司于去年进一步优化资源配置，聚焦核心赛道和关键项目，提高立项标准，加大对核心项目的单品投入，截止目前有五款项目在研发过程中。

（十二）问：未来对于二次元、女性向等新品类的游戏看法及布局如何？

答：《胡桃日记》属于二次元品类，目前已经上线，另外在研产品中有一款放置类手游，美术风格也偏向二次元。公司暂未涉及女性向游戏产品的研发。

（十三）问：关于股东减持的看法如何？

答：股东减持为其自主行为。公司希望通过自身成长，提高公司长期价值，为股东带来更好的回报。

（十四）问：公司面对激烈的人才竞争，如何做到对人才保持吸引力？

答：公司希望在激烈的人才竞争中保持理性，不盲目挖人、抢人，但对于公司特别需要的优质人才，公司将为其提供有充分竞争力的薪酬待遇。公司认为培养年轻人才是解决人才问题的长久之道，因此公司非常重视年轻人才的挖掘和培养，并为此采取了一系列措施。

（十五）问：近期新上线的传奇 IP 表现一般，“征途”IP 后续手游产品是否能取得成功？

答：公司希望在手游时代不断扩大“征途”的用户基数，让 IP 焕发更强大的生命力，持续不断地为公司贡献收入。去年征途赛道完成全赛道整合，以统一的经营思路来开发、运营、打造系列化产品，成效将逐步体现，未来新产品将进行不断迭代。

（十六）问：公司对游戏衍生品的思考如何？

答：公司目前的重心聚焦在游戏产品研发上，我们认为一旦产品成功、IP 得到验证，衍生品的开发是顺其自然的过程，但不能本末倒置。从历史上看，“征途”IP 及“球球”IP 的衍生品、周边开发及影视化

	开发都取得了不错的成绩。
附件清单（如有）	无
日期	2021年5月7日