

证券代码：002425

证券简称：凯撒文化

凯撒（中国）文化股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2021-004

|             |   |
|-------------|---|
| 投资者关系活动类别   | <input type="checkbox"/> 特定对象调研<br><input type="checkbox"/> 媒体采访<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）<br><input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 路演活动 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 天风证券 冯翠婷等<br>国金自营 陈宣伊<br>泰康资管 闫子妍<br>由榕投资 王辉<br>广发基金 吴鹏<br>中天国富 梁昭晋<br>新华资产 兰宏阳<br>中融基金 陈祖睿<br>丰岭资本 李涛<br>建信基金 王誉锦<br>信达澳银 卫泽羽<br>鼎萨投资 易沛琪<br>华安基金 张杰伟<br>名禹资产 刘宝军  |
| 时间          | 2021年8月4日（周三）15:00-16:00  |
| 地点          | 电话会议  |
| 上市公司接待人员姓名  | 副总经理孔德坚   |

**投资者关系活动  
主要内容介绍**

问:游戏行业监管问题,请分享一下游戏公司和监管沟通的一些情况,以及游戏公司在做什么举措?

答:2018年版号停发后,监管部门已经开始做了3年多的监管整改,不管是国家新闻出版总署从版号审批,适龄提示制度,限制使用时间,到近期的实名认证系统/未成年人防沉迷系统统一接入,主管部门也在不停做加强监管。游戏企业基本上都在严格配合主管部门做相应的规范,遵守未成年保护的一些系统接入等,整体来看,行业在主管部门的引领指导下正往积极和健康良性方向发展。

作为游戏研发公司,最近也是在跟主管部门建议,可考虑引入人脸识别系统等补上漏洞。

因为我们主要做研发,游戏发行主要交由腾讯、字节、中手游等合作公司,所以我们有2道防线:第一,我们在产品端已经按照政策和规定配合接入相应的系统和功能;第二,游戏产品交给发行方的时候,他们也会进行验收和改进,我们一直在完善应对新变化。

问:上周中宣部讲到一些游戏鼓励的方向,包括中华文化弘扬、专家评分制落地等等。评分制现在是什么情况?申请版号的时候是否会用到一些出版商?

答:评分制已经在推行几个月了,出版署和总局对细则对公司都做了一些细化,比如是否传播正能量,弘扬中华文化,存在换皮与否,美术风格是否合理创新、制作品质是否优良等等。

问:未成年人保护问题,怎么看腾讯网易做的未成年人时长、充值限制,会对行业和公司有什么影响?

答:这是一个积极措施,是有必要的,是行业的表率也是对行业其他公司的基本要求。一般企业未成年人游戏用户占比都是比较小的比例,不必过分担忧。对于我们公司来说,我们公司是IP游戏多,相对来说,用户比较集中;未成年人占比比一般行业的要更小,对公司影响不大。我们非常

支持国家在这方面的决策和规定，只有通过所有行业从业者严格遵循这方面的要求，会有更健康的发展，减少大家的担忧。

问:很多公司都上了防沉迷系统,有调研说很多拿家长手机玩游戏绕过系统的问题,这一块怎么看?有绕过系统的一些真实数据吗?怎么克服?

答:数据暂时没有。现在没办法做到百分之百判断是家长还是小孩在玩。之前我们跟其他厂商交流,是否可以采取每五分钟就可以调取摄像头来人脸识别是成年人还是未成年人。我们也希望有好的方式方法来尽可能控制可能存在的一些因素的一些做法,我们都是非常积极的态度来响应。

问:监管这块,中宣部领导鼓励出海,凯撒投资的公司也有入选游戏出海评选的。出海这一块是不是会有很多的鼓励?比较看好出海空间?

答:公司参投的苏州爱洛克获得了商务部、中宣部、财政部门、文旅部跟广电总局共同认定的国家文化出口重点企业,包括其在做的一个海外游戏平台也被评为了国家文化出口重点项目,国家文化出口重点项目评选与游戏产品关联项目可能全中国也就大概有 8 家被企业被选上。无论是文化部还是中宣部、广电总局,都积极推动鼓励出海。我们自己做的三国文化出海产品,海外总流水已超过 2 亿美元。未来希望通过我们的精品手游把更多中华文化潜移默化推动出去。海外发行,我们也会通过凯撒香港做一些海外布局,持续把海外流水规模做大;未来三年,出海是我们公司的发展重点之一。

问:全球化 IP《火影忍者》、《航海王》都要考虑出海,那我们更多考虑和大厂合作出海,还是尝试自己出海发行?

答:公司现在是两条腿走路。一方面,经过我们前几年的一些产品布局,海外流水占比比较高,这些年也向不同海外发行商学习到很多经验,很多发行策略、执行和最后反应结果的流水规模验证等;另一方面,也会投资一些公司,当然也有做自研自发的尝试,慢慢先发行一些中小型产品,最终目的是海外做自研自发;未来可能首先是做港澳台地区,渗透到韩国,

再到日本，最后是北美和欧洲，按这个时间跟步骤，一步一步的去夯实海外发行能力。

问:后续游戏上线节奏,有什么样的更新,包括 21H2、22H1 的一些重要产品?

答:2021 年 Q3 两款产品,《荣耀新三国》腾讯发行,定档八月底九月初;《火影忍者:巅峰对决》由字节发行,希望定档 Q3 的 9 月份。《从前有座灵剑山》2022 年 Q1 有望上线;《镇魂街》《遮天》《幽游白书》《航海王》《盾之勇者成名录》有望明年上线;《SNK 全明星》大概会在 2023 年上线;目前也有一些公司的定制产品在做研发,因为还没签约,暂不方便透露,这些研发产品主要在为是 2023 年储备布局。未来 2-3 年的产品布局是比较丰富的,都会逐步推进上线。

问:后面两个作品跟字节和腾讯合作,最近的一些监管环境变化比较大,大厂的动作有没有变形,还是正常推进吗?

答:和腾讯以及朝夕光年的合作都在正常推进,没有大变化。

问:回购正在进行中,后面会不会继续找一些好的时机和机会去回购股份?

答:回购会择时进行。如果进行了回购,会及时发布公告。

问:2021H1 广告销售费用、管理费用(无形资产摊销导致)都提升,这两块具体是什么样情况?销售费用提升主要是《七雄纷争》相关?

答:今年子公司酷牛做了很多联运发行业务,《七雄纷争》增加了一些广告费用,导致毛利率的下降;管理费用无形资产摊销,是正常上升。

问:请问《七雄纷争》流水情况怎么样?

答:《七雄纷争》前期上线首月流水接近 4 千万。现在这个月新赛季还没有上,产品内部在做一些调整。预计会是近期上线新赛季,然后重新

|          |   |
|----------|---|
|          | <p>会做一轮大推广。希望它能够像《三国志 2017》一样，在未来的三四年间都可以为公司贡献好业绩。</p> <p>问:一些重要游戏产品研发费用情况?</p> <p>答:产品按类型和开发难度不同区分,从三四千万到一个多亿不等的投入。随着精品化的要求,公司未来在研发的投入力度会加大。</p> <p>问:IP 储备,主要是日系?IP 获取的一些思路?</p> <p>答:目前做的 IP 项目基本上是基于有海外授权。我们以前先拿国内授权,比如说像龙珠这种。但是到了这个阶段,我们一般是要求定制方或者是说自己去拿 IP,至少是要有 1 个以上的海外授权,比如说包括港澳台地区,或者要包含日韩地区或者是东南亚地区或者是北美地区。比如说《代号-圣斗士》做的是全球授权,《盾勇》是全球除日本的授权;《SNK 全明星》目前已经拿到的也是中国大陆含港澳台地区的授权。另外,我们也会考虑自研 IP 作为公司长期规划。</p> |
| 附件清单(如有) | 无   |
| 日期       | 2021 年 8 月 4 日  |