

证券代码：300459

证券简称：汤姆猫

## 浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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
参与单位名称	上海证券-滕文飞、胡纯青
会议日期	2022年1月5日
会议地点	浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司
上市公司接待人员姓名	总经理 张维璋 董事会秘书 胡斐 投资者关系经理 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务发展规划及开展情况，并就调研机构关心的问题进行了问答交流，具体内容详见附件。
附件清单(如有)	无
日期	2022年1月5日

附件：投资者关系活动主要内容介绍

相关问答情况如下：

**Q1：公司在 IP 运营方向上如何吸引年轻群体的用户，是否有计划开拓更高年龄层次的产品？**

答：在线上移动应用领域，公司 IP 系列移动应用产品类型丰富，用户基数大，根据用户自主填报的信息，公司 IP 系列移动应用覆盖了多个年龄阶段用户，其中 13 岁以上约占 55%，25-44 岁用户约占总人数的 25%。其次，针对现有用户和潜在用户对内容产品不断变化的需求，公司也在积极尝试其他玩法及其他 IP 的内容产品。一方面，在养成品类与跑酷品类之外，公司通过研发“会说话的汤姆猫家族”IP 其他品类的游戏产品，创新更多玩法，满足不同年龄段用户的休闲娱乐需求；另一方面，公司通过自研以及引进海外优秀产品、优质 IP 等多种方式，持续开拓“会说话的汤姆猫家族”IP 之外的产品线，不断丰富产品类型，以覆盖更多游戏玩家用户。

在动漫影视业务上，公司也在积极推进汤姆猫家族 IP 大电影计划，从目前拟定的电影剧本来看，汤姆猫家族 IP 大电影同样适合成人。目前公司拟定的故事发生在虚拟与现实世界之间，汤姆猫从数字虚拟世界中被激活来到现实世界，与真人角色一起经历种种冒险，完成“使命”之后再次回到他的数字虚拟世界。

在线下 IP 衍生品与授权领域，公司已拓展了盲盒、NFT 等面向新兴消费群体的潮玩产品，其中，公司携手唯一艺术联合推出的首批 NFT 卡牌，限量 25000 份，一上线即售罄，再次验证了汤姆猫家族 IP 在新兴消费群体中的市场影响力。

**Q2：可否介绍下国内未成年人防沉迷等政策对公司的影响？**

答：作为全球化运营企业，目前公司汤姆猫系列产品 DAU 的 85% 以上用户来自于海外，国内用户 DAU 占比不到 15%。在国内用户当中，iOS 渠道实名认证登记为未成年人用户的比例约为 7%，安卓渠道实名认证为未成年人用户的比例约为 8.5%。

在用户隐私保护上，作为全球知名休闲移动应用公司，公司严格遵守适用于国际及中国的法律法规、行政管理制度，切实保障全球用户的合法权益，并对未成年人的消费、隐私、健康等方面制定了严格的保护措施。因公司产品为全球化运营，公司产品在全球范围内执行了更为严苛的未成年人保护政策，公司全系列产品均经过国际知名未成年人隐私保护组织 Privo 的安全认证，并积极根据欧盟《通用数据保护条例》(GDPR)、《加利福尼亚州消费者隐私保护法案》(CCPA)、巴西《通用数据保护法》(LGPD) 等全球多个国家和地区的政策要求，制定、持续完善产品的《用户协议》《隐私政策》等用户保护规范，加强对于未成年用户的隐私保护、信息安全等工作。在未成年人防沉迷上，公司已积极落实国家主管部门相关要求接入防沉迷系统，并通过完善游戏适龄提示、升级网络游戏用户实名注册制度，进一步落实未成年人防沉迷及保护工作。

国内行业监管政策的实施，不仅有利于促进我国游戏产业更加健康规范，同时也有利于绿色健康的优质内容进一步提升市场竞争优势。未来公司仍将继续贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念，坚持精品化研发路线，为全球用户提供更多休闲益智、寓教于乐、绿色健康的优质内容产品。

### **Q3: 可否介绍下公司对版号政策的看法?**

答：从公司层面来讲，首先，公司已上线的汤姆猫家族 IP 系列精品移动应用均已获取版号，系列产品保持了长周期稳定运营，为公司经营业绩提供稳定的基本盘。公司 2021 年上线的核心产品《我的安吉拉 2》在 2021 年 7 月顺利拿到版号后，第一时间上线了国内 iOS 及安卓渠道，随着《我的安吉拉 2》的稳定运营，该产品也将为上市公司贡献稳定业绩。此外，公司针对在研发与在测试中的新产品，已经按照上线计划提交了版号申请，因公司汤姆猫家族 IP 移动应用产品定位为长线运营产品，遵循的是精品化研发策略，目前公司的版号申请与公司年度规划产品上线的节奏基本相匹配。从行业发展来看，版号等政策的趋严将引导行业进一步强化绿色、精品意识，促进国内游戏行业加速向品质化、规范化的高质量发展转型，在此过程中，公司将持续贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念，坚持精品化研发路线，为全球用户提供更多寓教于乐、绿色健康的优质内容产品。

#### **Q4: 可否介绍下公司在脑机接口领域的业务情况？**

答：2021年10月，公司与杭州妞诺霄云大数据科技有限公司签署了《战略合作协议》，双方将利用各自资源和优势开发新的移动应用产品或升级既有的移动应用产品，主要包括脑电读图、脑健康检查、情绪识别与干预等领域，以及在建设基于心理学的数字健康平台、集成表情捕捉、外接设备读取脑电波信号等脑机接口、脑功能数据分析技术、数字游戏疗法等领域开展合作研究。

公司与杭州妞诺霄云大数据科技有限公司签署的《战略合作协议》属于双方合作意愿和基本原则的框架性、意向性、初步的约定，协议框架下涉及的具体业务开展均须另行签订具体合作协议，并在符合国家法律法规且符合双方的业务审批条件和办理程序的前提下进行，具体实施内容尚在前期探讨阶段，请广大投资者理性投资，注意投资风险！

#### **Q5: 可否介绍下 IDFA 政策对公司广告收入的影响？**

答：苹果于2021年上半年发布 iOS14.5 系统版本，对公司广告收入未造成明显影响。2021年上半年，公司实现广告收入 7.24 亿元，同比未实现增长的主要原因是 Outfit7 海外业务主要以美元计价，上半年美元兑人民币汇率的下滑导致折算人民币后的收入减少。此外，关于线上广告业务，公司通过自建的广告控制平台 Mediation，对全球营销服务商推送过来的广告开展实时竞价排名，优先展示价格高的广告。依托于公司广告控制平台效率的提升与优化，2021年上半年公司接入的插页、横幅、奖励视频等类型的广告单价均有所提升。

#### **Q6: 可否介绍下汤姆猫亲子乐园的运营模式与盈利模式？**

答：公司旗下汤姆猫亲子乐园业态以“自营+城市合伙人”的双轮驱动模式，已陆续在浙江杭州、宁波、绍兴、安徽合肥、广东佛山、珠海、山东日照、内蒙古呼和浩特等地的知名商圈内落地十余家汤姆猫家族 IP 主题室内亲子乐园。

目前，汤姆猫亲子乐园以门票收入为主。随着亲子乐园业务的快速落地，公司形成了连接紧密、可有效触达和深度运营的特定区域的亲子会员平台和线下衍

衍生品销售渠道，在 IP 影响力与乐园良好的引流效应下，未来公司将通过不断丰富课程体系、开展衍生品销售、异业合作等多种形式，进一步加强区域会员粉丝的运营服务。

### **Q7：可否介绍下公司在下一代互联网发展方向上的探索？**

答：关于移动互联网未来发展，目前各家公司从自身业务逻辑与资源出发，选择不同的路径，从点散式创新到未来集成创新，这个过程中还有很长的路要走，尤其依赖于 5G、AI、AR 等底层技术的发展与应用，相关支撑技术、硬件设施等仍需持续迭代完善。

作为移动互联网企业，公司持续在探索新技术的发展与应用，根据移动互联网市场需求的变化及公司用户的反馈，积极尝试在核心品类产品中逐步融入社交元素、增加个性化定制玩法，以进一步提升用户的自主性、参与感与体验感；与此同时，公司结合会说话的汤姆猫、会说话的安吉拉、会说话的狗狗本等经典 IP 角色，积极拓展 IP 应用场景，持续强化用户与 IP 之间的情感联结。2021 年上半年，公司在抖音平台上进行了汤姆猫虚拟 IP 直播尝试，与 IP 粉丝开展更为直接、紧密的互动和陪伴；同时，公司旗下跑酷类精品力作《汤姆猫跑酷》联手华为新一代智慧屏，突破传统游戏娱乐场景，以体感游戏形式共同开启亲子互动与家庭娱乐的新方式；2021 年 12 月，公司与中国首家数字艺术电商平台唯一艺术联合推出了以汤姆猫飞车为主题的限量版 NFT 卡牌，限量 25000 份，一上线即售罄，再次证实了 IP 文化融合新兴技术释放出的巨大潜力。

未来，公司仍将以用户需求为导向，利用汤姆猫 IP 的影响力及高品质内容，融合人工智能、VR、AR 等新技术，打造更多文化新产品、新模式及沉浸式体验新业态，满足消费者多样化、个性化和社交化的消费需求。需要注意的是，公司关于虚拟 IP 直播、NFT 等创新领域的业务探索尚处于初级阶段，项目实施进度、是否能达到公司预计的效果，均存在一定的不确定性，请广大投资者理性投资，注意投资风险！