

证券代码：002517

证券简称：恺英网络

恺英网络股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-009

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及 人员姓名	西部证券 李艳丽、高悦欣； 博道基金 高笑潇； 中加基金 于成琨； 易米基金 孙会东； 万家基金 丁玉杰； 朴道瑞富 张士强；
时 间	2022年5月16日 下午
上市公司接待 人员姓名	董事会办公室主任兼证代 刘洪林 投资者关系经理 陆文昭
接待地点	进门财经电话会议
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>提问 1：目前研发团队整体人员的规模，主要是聚焦在哪些品类赛道？</p> <p>回答：2021年公司研发人员 948 名，占比 68.6%。一方面会继续增强公司优势领域重度 MMO 产品；另一方面着力布局新品类游戏，拓宽产品赛道。公司看重 MMO、MMORPG、ARPG、卡牌、SLG、二次元、模拟经营等游戏品类。</p>

提问 2：公司 21 年从组织架构层面重整了游戏研发体系和发行渠道，能否谈谈在这方面的做法与心得？

回答：研发方面，公司进行自研体系业务架构的调整，自研体系逐步实现管线化、标准化、模块化、自动化，有助于提高研发效率，降低研发成本。在技术和美术中台层面实现技术、素材和人员的统筹和共享，进一步提升研发效率和效果。

发行方面，业务架构调整顺利完成，平台买量业务流水稳步增长，产品发行业务与海外发行业务蓄势待发。原来各个独立的发行条线，调整后发行业务模块化。实现产品引入与评价标准统一；项目制小前台，更灵活更有针对性；发行渠道统一管理，提升渠道粘性；更有利于推动品牌合作深化。

提问 3：公司游戏出海的布局和竞争优势？游戏出海需要注意什么事项？公司在海外发行游戏的具体方式？

回答：海外市场是公司重要发展方向之一，公司海外发行团队在逐步加强，多款产品在推进中。如 2021 年 6 月公司自研产品《敢达争锋对决》顺利登陆港澳台及韩国市场，其中，香港地区上线后前 20 日 iOS 畅销榜前 10 名，最高排名第 6；台湾地区上线后前 20 日 iOS 畅销榜前 50 名。公司战投企业数字浣熊的研发产品《妖怪事务所》，公司将负责海外地区的发行。

全球化、加码海外是公司今年核心战略主题之一，研发板块立项研发时树立全球化思维，在产品设计上用全球化的语言讲好中国故事、中国 IP；发行板块精品化运营，文化输出+海外本土 IP 商业化双管齐下，加快海外流水增长。同时，公司计划投资布局更多全球化的研发团队，尤其在主机游戏、海外市场受欢迎的 SLG、模拟经营品类重点布局。

游戏出海需要注意：（1）做好游戏内容的本地化；（2）产品应契合投放市场的文化。（3）遵守投放国家的法律。

	<p>公司海外发行会根据产品特点与市场情况选择自主发行、联合发行或授权代理发行。</p> <p>提问 4: 看到公司已经在开发 IP 授权游戏产品如《代号：斗罗》，在研发运营上公司相比竞争对手有哪些优势？</p> <p>回答：公司研发运营的优势：</p> <p>（1）公司研运一体，研发可以根据运营的调研，对于市场变化保持高度灵敏性。</p> <p>（2）恺英网络获得授权 IP 的两款自研产品《刀剑神域黑衣剑士：王牌》和《魔神英雄传》正式上线，证明公司具备跻身行业前列的自主研发能力。</p> <p>（3）自研体系逐步实现管线化、标准化、模块化、自动化，有助于提高研发效率，降低研发成本。</p> <p>提问 5: 现在游戏公司纷纷加码 IP 和研发团队的投资，请问您怎么看未来 IP 授权费用以及联运游戏分成比例的变化趋势？</p> <p>回答：顶级 IP 的授权费相对平稳。IP 授权方考虑的不仅仅是价格，还会从合作方的制作能力、历史成绩、对于 IP 的认知程度、对于监修的熟练度等各方面进行综合评估。</p> <p>提问 6: 公司围绕蓝月 IP 做了很多相关的运营，包括 IP 价值的扩容和类似拍摄电影、小说创作这类商业化的探索。我们后续的重点 IP 还会继续这样的探索吗？</p> <p>回答：全方位打造自有 IP 是自研体系长期发展的核心。</p> <p>构建 IP 内核、世界观。公司与中国网络作家村开展深度合作，借力作家村平台以及众多知名作家打造专属 IP。</p> <p>同步研发游戏产品与小说、动漫。形成全方位 IP 矩阵，提升 IP 影响力，缩短 IP 孵化时间与成本。</p> <p>通过其他衍生品类提升 IP 认知。基于动漫与游戏，通过衍生</p>
--	---

品等其他品类授权，进一步增强 IP 认知，强化 IP 价值。

提问 7：公司已成功运营长周期精品产品包括《蓝月传奇》、《传奇盛世》、《全民奇迹》等游戏。请问公司近几年在游戏长线运营上做了哪些优化？和之前比有什么变化？

回答：公司加强精品化、长线化运营，更深入、更细致的打磨产品，更快速的反馈用户需求，持续进行产品的更新迭代，更加强调运营全面化、精细化、长期化。

提问 8：公司怎么看未来二次元游戏可以获得的市場空间？

回答：从泛二次元用户来看，随着二次元文化逐步渗透，我国泛二次元用户持续增长，带动我国二次元手游用户增长。根据相关数据显示，我国泛二次元用户从 2016 年的 2.7 亿人增长到 2020 年 4.2 亿人，庞大的潜在用户群体意味着更大的市场空间。

提问 9：21 年公司采用自营模式运营的游戏收入同比下滑 19%，请问造成下滑的原因？公司未来运营模式会以自营还是联运为主？

回答：公司根据产品的特点，选择单独发行或联合发行。由于产品发行策略的调整，自营模式运营的游戏收入出现波动属于正常情况。未来，自营和联运模式会并重。

提问 10：在买量方面公司的优势是什么？

回答：公司拥有丰富的产品储备，深厚的经验积累，快速的应变效率，配备强大的市场团队和数据后台，拥有前沿的创意团队与广告设计团队。

提问 11：在元宇宙方面公司可以就和大朋 VR 的投资合作做一些分享吗？公司中长期对这一领域的看法和布局？

	<p>回答：恺英网络全资子公司上海恺英前期投资了乐相科技有限公司，乐相科技是国内领先的 VR 硬件厂商，2019-2021 年连续三年入选“中国 VR50 强企业”，其产品大朋 VR 出货量全球前列。</p> <p>公司将长期重点关注元宇宙领域可能的业务布局与投资机会。VR/AR 是前端设备平台的重要组成部分，对大朋 VR 的投资布局将促使公司在未来的元宇宙布局中处于优势。游戏作为体验环节是场景入口中极其重要的一个部分，未来公司将在产品类型、用户内容创造层面做更多的探索。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 16 日