

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：2022-015

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话交流会
参与单位名称	华泰证券、兴业证券、中金财富证券、国元证券、湘财证券、耀康基金、真为基金、山东刷新私募基金管理、深圳市普赞普基金管理、北京千舟千源基金管理、浙江君弘资产管理、杭州懿道资产管理、浙江中纬资产、上海宇博投资、浙江开元投资、今越投资、杭州恩择投资管理、俊皓控股
会议日期	2022年8月10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 总经理助理 王浩宇 证券事务经理 王佳斌 投资者关系经理 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了各项业务经营情况以及后续发展规划,并就参会机构人员关注的其他问题进行了回复交流,具体见下文。
附件清单(如有)	无
日期	2022年8月12日

投资者关系活动主要内容介绍：

1、请问公司未来 2 至 3 年的发展及战略重点是如何规划的？

答：公司作为汤姆猫 IP 的全栖运营商，未来将长期坚持围绕“会说话的汤姆猫家族”IP 建设汤姆猫全栖 IP 生态、打造汤姆猫亲子生活品牌。公司一方面将持续推进汤姆猫家族 IP 优势品类产品及新品类新玩法产品的研发与运营，持续输出优质内容，拓展更多的用户类群，创造更多的营收点，确保公司业绩的稳健增长；另一方面将积极发展汤姆猫乐园等线下业务，丰富汤姆猫 IP 及其产品的应用场景，增加用户与汤姆猫的情感联结，力争线上线下业务并驾齐驱。

2、请问公司在游戏行业相关的后续计划？

答：公司游戏业务稳步推进，公司对已上线老产品保持较高更新频率的同时，将继续加大研发与内容产出，持续推出汤姆猫 IP 系列的游戏产品，同时公司已陆续推出或研发测试新 IP 产品。在汤姆猫 IP 系列中，公司对《我的安吉拉 2》《汤姆猫总动员》《汤姆猫跑酷》《我的安吉拉》《我的汤姆猫》等核心游戏产品进行了更新与迭代，更新版本已陆续上线。在产品规划上，公司围绕汤姆猫家族 IP 开发的《汤姆猫跑酷 2》、《汤姆猫闯乐园》等新产品已先后展开了测试。在新 IP 游戏领域，公司在测试与在研发的产品包括 RPG 策略游戏《神王角斗》、弹射类游戏《弹弹奇妙冒险》等产品，其中，《弹弹奇妙冒险》已于今年 4 月获得版号，公司将积极推进其上线进度。

3、请问公司成立的上海汤姆猫生命科技有限公司将开展哪些方面的业务？

答：上海金科汤姆猫生命科技有限公司作为公司子公司，已与浙江大学生物医学工程研究所、上海交通大学医学院附属瑞金医院下属控股公司上海广慈新医创生命健康科技有限公司等国内多家知名高校科研机构签署了合作协议，上海汤姆猫将与上述科研机构在创新医疗器械研发、脑机融合、虚拟现实交互等高新技术的开发应用上展开产学研合作。公司认为以上相关产业在未来具有较大的发展潜力，从长期发展战略的角度，公司以线上游戏为入口，始终努力拓展公司产品的应用场景，提高对用户的辐射度。目前在线下主题乐园、数字藏品等领域均已

有显著进展，公司认为线下场景、实物产品与技术创新对于公司的长期发展至关重要。未来随着技术的革新，势必将持续产生新的产品和业态。公司对相关领域进行的前瞻性布局，可以不断积累经验，在未来新一轮的技术革新中取得一定的先发优势，为公司业务的发展和创新的积蓄力量。

4、请问公司数字藏品的相关业务情况？

答：自去年以来，国内数字藏品市场持续升温。数字藏品作为一项以区块链为底层技术的创新应用，在促进文化传播、保护知识产权、丰富数字经济模式等方面具有积极意义。目前，国内知名的文化 IP、历史事件、知名景区、博物馆藏品等都通过这一种新的承载方式得以更好的传播。

公司于去年 12 月与国内发行平台唯一艺术首次尝试了数字藏品的发行，首批以汤姆猫飞车为主题的限量版数字藏品，一经上线即售罄，据发行平台唯一艺术数据统计，该主题限量数字艺术作品高峰时 1 秒内共有 20 万人同时参与抢购，验证了汤姆猫家族 IP 的品牌影响力与市场号召力。今年 3 月，基于汤姆猫家族 IP 在全球范围内广泛的粉丝基数以及核心成员的萌趣造型和极强的角色可塑性，“会说话的汤姆猫家族”IP 与百度超级链达成首度合作，共同推出的“汤姆猫家族”数字纪念徽章一经上线瞬间被抢空；双方在 5 月份再度开展了合作，推出了“会说话的汤姆猫家族——时代逐光者”全新 3D 数字藏品。与此同时，公司旗下子公司于今年 4 月上线了数字资产经营平台“光链”，已发行了汤姆猫家族 IP 及其他 IP 的数字藏品。自去年公司发行第一款数字藏品以来，公司凭借强大的品牌价值与内容创作能力，现已发行十余款数字藏品。后续公司也将紧跟产业政策与法规，践行科技向善的理念，稳健推动数字藏品等创新业务。

5、请问公司游戏版号的相关情况如何？

答：自今年以来，公司分别于 4 月、7 月获得两款游戏的版号。根据国家新闻出版署发布的《2022 年 4 月份国产网络游戏审批信息》，由公司子公司广州金科研发的《弹弹奇妙冒险》获得版号。此外，国家新闻出版署于 7 月对外公布了国产网络游戏审批信息，由公司旗下全资子公司杭州哲信信息技术有限公司出版的《飞跃的旅行者》获得版号。目前公司在研发和在测试的多款产品，已经按照上线规划提交了版号申请。公司后续将积极推进游戏上线、运营等相关事项。

6、请问汇率波动对公司是否会产生较大影响？

答：公司海外收入结算及相关费用、成本支付主要以美金为主，但 Outfit7 以欧元为本币记账，上市公司以人民币为本币记账，因此目前汇率对公司的影响主要在财务报表层面。同时，公司非常重视汇率变动情况，持续对外汇汇率变动进行监控，目前外汇风险在可控范围之内。未来公司将根据实际情况综合考虑锁汇等汇率管理措施，降低汇率波动的影响。

7、请问公司如何评估商誉减值风险？

答：公司目前存在的商誉主要是收购 Outfit7 公司时产生。众所周知，商誉是否减值的主要因素包括公司主营业务及业绩情况的开展。2021 年度，Outfit7 公司主营业务发展良好，实现营业收入 14.27 亿元，同比增长 7%；实现净利润 7.97 亿元，同比增长 6%。2021 年 7 月，公司围绕“会说话的汤姆猫家族”上线了全新一代虚拟宠物类游戏《My Talking Angela2》（中文名《我的安吉拉 2》），该产品上线后表现优异，根据第三方数据平台 data.ai 的数据显示，《我的安吉拉 2》是 2021 年第三季度全球下载第一的热门移动游戏。新产品的上线及稳定运营，将为 Outfit7 公司贡献新的业绩。同时，公司也将围绕全栖 IP 生态运营战略，不断丰富产品品类，持续优化盈利模式，提升其经营效益。基于上述情况，公司目前不存在商誉减值风险。

8、请问公司根据用户的年龄分布情况有何规划？

答：公司 IP 系列移动应用产品类型丰富，用户基数大。公司秉持“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念，注重儿童的健康成长、用户的陪伴与情感联结，因而用户运营和产品运营的周期相对较长。与此同时，公司始终重视用户隐私保护，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，严格保护用户隐私，13 岁以下用户的年龄数据不会被收集。除 13 岁以下的用户外，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%。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。

9、请问公司游戏产品如何在同质化的竞争中取得优势？

答：公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP，积极研发创新十余年，先后上线 20 多款产品，其中核心产品矩阵包括：《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》、《我的汤姆猫 2》、《汤姆猫英雄跑酷》、《汤姆猫总动员》以及《我的安吉拉 2》等产品。上述游戏分别于 2013、2014、2016、2018、2019、2020、2021 年上线，且均保持了千万级人次的月活跃用户。长期保持千万级月活跃用户体现了汤姆猫 IP 受到了用户的高度认可。用户的高度认可来源于汤姆猫 IP 的强大品牌号召力与 IP 的可延展性，以及相关产品的核心竞争力，其背后来源于公司持续输出精品内容的实力，以及公司 20 多款现有产品组成的产品矩阵所产生的合力。

10、请问公司线下乐园的发展情况及后续计划如何？

答：“会说话的汤姆猫家族”IP 具有强大的品牌价值与影响力。汤姆猫亲子乐园依托“会说话的汤姆猫家族”IP 在全球巨大的流量基础、广泛的知名度以及成员 Q 萌阳光的形象，通过海岛、宫廷等多样主题设计、个性化的 IP 角色分区、丰富的 IP 主题活动和趣味性课程，在众多传统乐园门店中脱颖而出，赢得众多亲子家庭用户的肯定与赞赏。

公司以“自营+城市合伙人”的双轮驱动模式，加速扩张 IP 亲子主题乐园业务。公司去年在杭州、佛山、珠海、呼和浩特、库车等城市落地多家汤姆猫亲子主题室内乐园。凭借独具 IP 文化的场景设计、多样的游玩项目、丰富的活动内容、细致的运营服务等核心竞争优势，公司旗下多家汤姆猫亲子主题乐园运营情况良好，门店客流量稳步上升，2021 年，公司自营门店接待家庭组数较 2020 年同期增长 28%。今年 6 月，位于江苏盐城响水文体公园的汤姆猫乐园于六一儿童节当天正式对外开放，六一开放首日至端午小长假期间，共计接待了 2,819 组亲子家庭，日均接待家庭超过 500 组。目前仍有多个室内亲子乐园正在规划与建设中。此外，公司也在结合各省市的文旅规划项目，积极拓展大型汤姆猫家族 IP 亲子主题乐园的落地。在后续的亲子乐园规划与建设过程中，公司将积极抓住各地经济发展机

遇、结合各地市场的人流分布与消费特点，利用公司及品牌优势，在创新各个项目玩法与盈利点的同时，稳步推进亲子乐园的拓展，持续增强公司核心 IP 的品牌价值与活力。

11、请问公司在互联网新兴业务领域的投资秉承怎样的策略？

答：公司对于互联网新兴业务领域的投资遵循“前瞻性、开放性、长期性”的价值投资理念，同时保持必要的“谨慎性、相关性”原则。

“前瞻性、开放性、长期性”体现在公司希望提前布局成长行业，促进公司可持续发展，不过分拘泥于现有业务范围，同时不过于追求短期收益，具有耐心进行长周期投入。

“谨慎性、相关性”体现在公司在投资决策时会充分考虑投资能力，在保证主营业务稳步推进的前提下进行适当投资，同时尽可能与现有业务有所关联，在短期或长期内产成联系，以求各业务板块之间形成合力、相互促进、协同发展。