

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

公告编号：2023-定 001

巨人网络集团股份有限公司 2022 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣减公司回购专用证券账户中股份总数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.60 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	巨人网络	股票代码	002558
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孟玮	王虹人	
办公地址	上海市松江区中辰路 655 号	上海市松江区中辰路 655 号	
传真	021-33979899	021-33979899	
电话	021-33979919	021-33979919	
电子信箱	ir@ztgame.com	ir@ztgame.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务概述

公司定位为一家以互联网文化娱乐为主的综合性互联网企业，报告期内，公司主营业务是互联网游戏的研发和运营。经过十余年的发展和沉淀，公司确立了聚焦精品、玩家至上、注重长留等研发理念，在电脑端网络游戏和移动端网络游戏市场均推出了多款游戏精品大作，特别在 MMORPG 和多人休闲竞技领域建立了良好的竞争优势。

公司目前最主要的两条产品线分别为“征途”系列和“球球大作战”。“征途”在电脑端网络游戏时代以自研自发自主，主要包括 4 个产品：《征途》、《征途 2》、《绿色征途》、《征途怀旧版》；在移动端网络游戏时代，“征途”系列做了新的尝试和突破，自研自发自与渠道合作共举，主要产品包括由腾讯独家代理的《征途》手游、自研自发的《征途 2》手游，以及于 2023 年 3 月 24 日正式上线的《原始征途》手游等。“征途”IP 是国战类 MMORPG 网游最知名品牌之一，《征途》电脑端网络游戏划时代开启了道具付费模式先河，电脑端网络游戏及移动端网络游戏全系产品累计收入超 200 亿元。《球球大作战》是公司自研自发的多人休闲竞技类移动端网络游戏，成为行业知名的优质 IP，累计设备安装量达到 6 亿台，峰值 DAU 超 2,900 万人，曾登顶中国区游戏免费榜榜首，并长期占据 App Store 小游戏、智力游戏免费排行榜前五名。《球球大作战》具有黏性高、年轻化、男女性别比例相对均衡、强社交属性等特点，并开创了新的移动电竞品类。

公司的网络游戏收入主要来源于虚拟道具收费模式；产品运营模式则包括自主运营、授权运营及联合运营三种模式。

（二）报告期内公司经营情况分析

报告期内，公司实现营业收入 20.38 亿元，同比下降 4.07%，实现归属于上市公司股东的净利润 8.51 亿元，同比下降 14.43%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10.18 亿元，同比下降 3.49%。归属上市公司股东的净利润同比下降主要系报告期内投资收益同比有所减少，但公司各项业务保持稳健，成熟游戏产品运营态势平稳，多款新游戏亦处于研发周期尾声，即将上线公测。同时，公司不断提高综合管理水平，优化组织架构和人员配置，加强预算管理和全员成本意识，使得销售费用和管理费用同比均显著减少，实现了降本增效。

公司具体经营情况如下：

1、征途 IP 赛道深切成熟产品细分市场，新品强势接棒

报告期内，征途赛道建立了成熟的研发管线，按既定规划，精准高效地推进成熟产品的版本迭代及新产品的研发储备，保证产品线的长期稳定供给，从而保持征途品牌的新鲜感和吸引力，扩大征途 IP 用户群。

针对成熟项目，征途团队以“玩家至上，共创征途”为理念，根据市场趋势和细分用户变化，不断优化运营和发行策略；尽管面临挑战，仍然实现了预定增长目标。7 月，第五届征途 IP 全系嘉年华成功举办；10 月，征途 IP 周年庆首次举办了“全民无差别 PK 争霸赛”，成功延展了征途产品的赛事线。

赛道自研的新手游《原始征途》是征途 IP 又一款旗舰产品，历时 3 年研发，得到了公司资源的大力支持，公司董事长史玉柱先生亲自加入研发团队，对游戏进行监制。该产品以“原汁原味还原征途玩法”和“十万人大服”为特色，2023 年 3 月 24 日正式公测后，首日登顶 iOS 免费榜及畅销榜前 20，新增用户超百万，首日流水超千万，首月流水破三亿，表现十分优异。后续该产品还将不断推出新职业与新赛事，配合团队丰富的长线运营经验，为用户和收入持续增长提供强有力的支撑。

2、休闲竞技拳头产品精细运营，新款手游有望厚积薄发

报告期内，公司休闲竞技拳头产品《球球大作战》不断优化游戏体验，创造更多有趣玩法，同时也一直在尝试拓宽用户人群的边界，通过内容赋能，将《球球大作战》这个品牌词不断下沉到用户的生活场景、成长回忆和情绪感知里。产品团队探索了更多联动新思路，收获了多个跨界伙伴，与知名 IP“同道大叔”、“HelloKitty”、“奥特曼”与“喜羊羊与灰太狼”联动推出限定版本。在延续一年一度的“球宝日”的同时，产品团队重启了沉寂 6 年的大型福利活动“嘉年华盛典”，成功唤醒沉睡用户。

进入 2023 年，赛道自研的太空狼人杀手游《太空行动》于 1 月 16 日正式登陆国内 iOS、安卓平台，上线首日双端新增注册用户数突破 100 万大关。《太空行动》长期获得 Apple Store 榜单推荐并取得“一月最佳游戏”的称号，以创新玩法

赢得了玩家的广泛喜爱。2023 年春节期间,《太空行动》在抖音、快手等平台推出了新春招募活动,话题累计播放量达到 2.6 亿。本次活动涌现了大批优质作者,持续产出高质量游戏内容。该产品计划于 2023 年暑期开启大规模推广活动。

此外,《太空行动》的海外版《Super Sus》继续深耕国际市场。截止 2022 年 12 月 31 日,《Super Sus》海外注册总数接近 6000 万,DAU 已超过 200 万,长期占据东南亚国家和巴西地区 Google Play 免费及热门榜前列,深受东南亚地区和拉美地区玩家的好评和喜爱,在俄语地区也受到持续关注。《Super Sus》计划在 2023 年下半年陆续开拓包括美国、日本在内的多个国家和地区,以期触达更广阔的市场和用户。

3、继续开拓新赛道与新品类,放置品类即将实现从零到一的突破

公司看好放置类手游的市场机遇。《龙与世界的尽头》是公司首个放置类产品,已于报告期内在中国大陆、东南亚及北美地区进行了多轮小规模测试,并根据用户反馈,针对组队、养成等问题不断进行版本优化迭代,测试留存数据显著提升。2023 年 3 月 16 日,该产品在中国台港澳地区正式公测,预约阶段以及上线初期多次获得苹果 Today、编辑精选等推荐。该产品有望在 2023 年暑期在国内上线推广。包括韩国、美国在内的多个海外市场的本地化版本亦在积极筹备中。

报告期内,公司秉承精品化理念和全球化战略,继续寻求产品创新升级及海外市场拓展。公司已开始研发一款以国战为核心玩法,以西方魔幻为题材的 3D MMORPG 手游。该产品主打全球市场,旨在将征途 IP 的底层游戏设计理念输出至海外,让海外玩家体验国战玩法的乐趣,有望进一步丰富公司海外产品矩阵,提升公司在全球市场的竞争力。此外,公司亦有多款拟面向全球发行的产品完成了立项。

4、海外业务取得长足进步,全新品牌标志战略升级

报告期内,公司在海外市场营销和海外运营能力方面取得长足进展。

《Super Sus》借力 TikTok 和 YouTube 海外营销,充分发挥平台内容分发优势,通过多种 UGC(用户生成内容)活动,激发了玩家的创作欲,在海外两大视频平台曝光量持续上涨,TikTok 播放量累计达到 31 亿,YouTube 视频数量超 6 万。数十位各地区头部游戏主播自发制作并发布游戏视频,总计观看量破亿。2022 年 10 月,《Super Sus》在线上与 2 位巴西千万级游戏主播联动合作,在巴西地区开展了一系列以 TikTok、YouTube 内容营销为核心的推广活动,取得了巴西畅销榜第 2 的成绩。

《Super Sus》还致力于提升本地化版本的质量,玩法设计上深度融入当地文化特色。在游戏角色、皮肤形象的设计上密切贴合当地风土人情,推出了多个当地国特色身份和套装。在本地化社区建设上,《Super Sus》各地区官方社交媒体账号在 TikTok、Facebook、Instagram、Discord 等国外主要社交媒体平台总粉丝量超百万,均保持着较高的活跃和互动率。

进入 2023 年,公司进一步升级海外战略。公司于 3 月 22 日在旧金山宣布,正式推出基于海外市场所打造的全新品牌 ZTimes。ZTimes 品牌致力于为全世界玩家带来更好的游戏体验,包括:在产品层面,用下一代互联网技术打造全新游戏产品;在技术层面,以“游戏+AI”颠覆传统游戏开发模式,促进游戏生产力工业革命,实现游戏性的飞跃式提升;在资本层面,用投资等多种方式与全球顶级游戏从业者产生连接,谋求共赢。ZTimes 的成立对公司海外业务发展具有里程碑意义。

5、全力拥抱 AI 等前沿技术,助力研运实力提升

公司深刻意识到 AI 技术对游戏行业带来的颠覆性变革,正在积极布局 AI 相关技术应用,在 AIGC 降本增效,以及利用“游戏+AI”提升用户体验、创新游戏玩法等方面,取得了初步进展。

公司已组建了 AI 小组,负责推动 AIGC 工具在全公司范围内各业务场景的普及落地,以期降低研运成本,提高研发效能。同时,公司不断加大对外合作力度,借助产业合作伙伴的力量共同探索“游戏+AI”解决方案。公司是首批接入百度人工智能新产品“文心一言”的生态合作伙伴之一。公司自研手游《太空行动》与百度文心一言联合推出了第一个由国产 AI 生成的手游形象“太空鲨”,由该形象衍生的身份套装后续将在手游内上线。“太空鲨”形象 AI 创作活动也同步上线。公

司认为利用 AI 技术与游戏玩法的有机结合，将能够创造全新的游戏乐趣和玩家体验。公司部分项目已经就此方面开展了初步探索：

《球球大作战》具有规则简单、易于上手和操作简单等特点，是与 AI 算法最契合的游戏类型之一，核心玩法本身容易被 AI 学习，且 AI 技术可以为游戏增加更多新奇有趣的元素和特性。该游戏已经建立了自定义系统，玩家可以使用自己喜欢的素材，自定义专属的“球球”形象并投入游戏中使用，从而更畅快地在游戏中表达自己，满足社交展示欲望；项目组还开发了玩家自制游戏地图的功能，使得玩家能通过自定义地图、地图内场景道具等进一步打造自己喜爱的专属场景。基于上述自定义系统，项目组正在探索借由 AI 算法帮助用户通过输入关键词快速匹配最接近期望的预设模板，做到快速、高效产出全新内容玩法，实现用户自发使用 AI 完成游戏玩法的制作。

征途 IP 的多款 MMORPG 游戏已启动智能 NPC 的探索，包括玩家与 NPC 对话文字、表情、语音的 AI 自由生成，及基于对话内容做出合适的逻辑行为反馈。公司计划通过 AI 技术观察和收集能够反映玩家行为和决策过程的数据，使用各种机器学习算法，如深度学习，强化学习和决策树等选择适合的 AI 算法，根据游戏规则和环境进行建模，并通过反馈，不断优化和改进 AI 模型，以期实现与玩家形成多样化的拟真交互。

在游戏运营的应用方面，公司正在探索借助 AI 技术来实现个性化推荐、自动匹配、个性化内容生成等功能，进而构建“千人千面”的游戏运营能力。AI 技术能在关卡设计、任务设计、赛事活动设计以及游戏内营销活动推送方面根据每个用户的行为特征做个性化的定制；AI 技术将在用户数据挖掘与分析、用户细分、用户行为模拟及预测、匹配机制、游戏内社交系统优化等多个方面帮助公司获得可操作的、数据驱动的用户洞察与见解。AI 技术将提高游戏运营的个性化程度，打造更开放、庞大、定制化的游戏世界，从而提高用户黏性和留存率。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	13,209,068,645.28	11,925,121,572.92	10.77%	10,834,794,955.12
归属于上市公司股东的净资产	11,856,969,474.52	10,547,186,386.71	12.42%	9,467,890,358.21
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	2,037,707,421.34	2,124,268,636.73	-4.07%	2,217,294,341.42
归属于上市公司股东的净利润	850,952,891.35	994,509,684.67	-14.43%	1,029,007,579.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,017,874,613.71	1,054,722,902.38	-3.49%	911,176,757.56
经营活动产生的现金流量净额	736,854,360.96	637,938,977.44	15.51%	963,316,008.45
基本每股收益（元/股）	0.46	0.53	-13.21%	0.54
稀释每股收益（元/股）	0.46	0.53	-13.21%	0.54
加权平均净资产收益率	7.58%	9.97%	-2.39%	10.82%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	580,401,269.89	483,487,701.39	508,613,774.18	465,204,675.88
归属于上市公司股东的净利润	270,988,697.11	228,152,748.17	276,470,036.57	75,341,409.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	350,451,151.19	240,898,722.50	264,834,739.42	161,690,000.60
经营活动产生的现金流量净额	108,148,799.83	252,864,349.57	198,116,955.69	177,724,255.87

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	62,272	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	65,278	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海巨人投资管理 有限公司	境内非国有法人	28.14%	564,205,115	0	质押	398,127,582	
上海腾澎投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	9.75%	195,574,676	0	质押	100,000,000	
上海中堃翊源投资咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	5.00%	100,246,686	0			
上海澎腾投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.01%	80,403,908	0			
上海鼎晖孚远股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.35%	67,105,797	0			
巨人网络集团股份有限公司一第一期	其他	3.03%	60,731,398	0			

员工持股计划						
乔晓辉	境内自然人	2.30%	46,163,836	0		
上海铼铈投资咨询中心(有限合伙)	境内自然人	2.19%	44,006,597	0		
上海孚焯股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.65%	33,140,963	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.38%	27,753,946	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、巨人投资及腾澎投资均为巨人网络实际控制人史玉柱控制的企业，巨人投资及腾澎投资构成一致行动人。 2、鼎晖孚远及孚焯投资执行事务合伙人均为上海鼎晖百孚财富管理有限公司，鼎晖孚远及孚焯投资构成一致行动人。 3、未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	截止本报告期末，巨人投资信用证券账户持有 94,000,000 股；乔晓辉信用证券账户持有 46,163,836 股。					

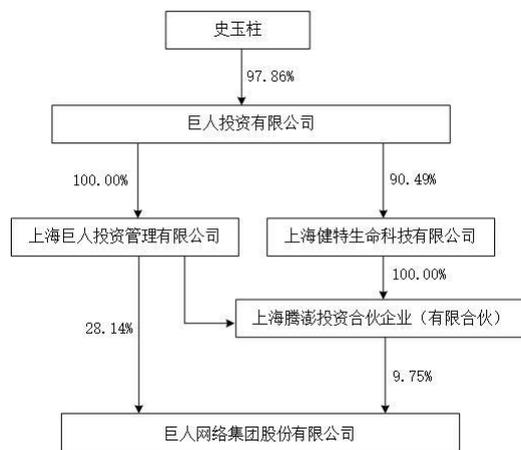
注：巨人网络集团股份有限公司回购专用证券账户持有公司股份 95,749,237 股，占公司总股本的 4.78%。

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无。

巨人网络集团股份有限公司

法定代表人：_____

(刘伟)

2023 年 4 月 29 日