

证券代码：002174

证券简称：游族网络

游族网络股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230506

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	安信基金、博时基金、财通基金、创金合信基金、大成基金、东方基金、东海基金、东吴基金、方正富邦基金、富安达基金、富国基金、工银瑞信、光大保德信、广发基金、国联安基金、国泰基金、华安基金、华泰柏瑞、华夏基金、汇泉基金、汇添富基金、嘉实基金、建信基金、交银施罗德、九泰基金、南方基金、农银汇理、诺安基金、鹏华基金、平安基金、浦银安盛基金、银华基金、招商基金、中邮创业基金、清和泉资本、星石投资、衍航投资、冲击资产、玖歌投资、聚鸣投资、利幄私募、趣时资产、同犇投资、运舟私募、财通证券、德邦证券、东北证券、东方证券、东吴证券、东兴证券、方正证券、广发证券、国海证券、国联证券、国盛证券、国泰君安、国信证券、海通证券、华创证券、华西证券、开源证券、信达证券、中金证券、中信建投证券、中原证券等
时间	2023年5月6日 16:00 -17:00
地点	上海市徐汇区宜山路711号
形式	线上
上市公司接待人员姓名	董事兼总经理 陈芳先生 董事兼财务总监 沙庆钦先生

	<p>董事会秘书 卢易女士</p> <p>IRD 徐青峰女士</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>2023年5月6日，公司管理层就公司2022年度及2023年第一季度经营情况与来自多家的机构投资者进行了线上交流，并针对投资者提出的问题做出了详细解答。以下为本次投资者关系活动纪要：</p> <p>一、公司近期经营情况</p> <p>2023年3月上海加游企业管理合伙企业（简称“上海加游”）通过协议转让的方式受让了11.72%的股份，并且完成了中登的过户登记手续。公司的第一大股东变更为上海加游。4月公司进行了董事会的部分改选，上海加游实际控制人宛正担任公司董事长，禹景曦先生和沙庆钦先生为公司第六届董事会的非独立董事。</p> <p>2022年度公司实现营业收入19.81亿元，归母净亏损6.35亿元，亏损主要由于报告期内确认了3.3亿元金融资产公允价值变动损失，1.51亿元长期股权投资减值损失以及1.06亿元没有通过阶段性测试的在研游戏项目相关的资产处置损失。2023年一季度公司实现营业收入4.74亿元，实现归母净利润0.43亿元。</p> <p>公司在业务架构上进一步夯实“研运一体”的组织架构。原来运营和研发在公司架构里隶属于两个不同的部门，有不同的激励和考核方式，从2023年5月开始公司将把运营和研发部门合二为一，改为以工作室为单位，放在同一个体系中。公司战略围绕“全球化卡牌+”的专精赛道，制作新一代的卡牌高品质游戏，以及卡牌+SLG、卡牌+MMO的融合玩法游戏。利用研运一体以及在卡牌赛道的优势，在激励方案和组织架构上打造一个向价值创造者倾斜的环境，培养团队的经营意识，在全球化的市场上获取更多的市场份额。</p> <p>二、公司未来策略方向</p> <p>1. 高 IP</p> <p>这里指的高势能 IP，我们目前内部耕耘的有 2+2+1，第一个“2”为自有及兄弟公司合作的 IP，“三体”系列和“少年”系列。公司会基于这两个 IP 推出多款游戏。</p> <p>第二个“2”为长期多款合作 IP，《权力的游戏》和《盗墓笔记》一外一中的顶级 IP，这两款 IP 公司都已经做到了至少 1 款 PC 端和 1 款移动端游戏，根据高价值 IP 持续推出不同平台的游戏。</p> <p>最后一个“1”为自创的《山海镜花》，公司在 2020 年推出的《山海镜花》首次尝试了传统文化结合的类二次</p>

元游戏，虽然有一些技术问题，但在吸量和用户口碑上取得很好的进展，公司将会在今年推出游戏的重置版

2. 跨平台

2022 年全球移动游戏市场都在萎缩，主要由于全球移动互联网人口红利的高速增长期已经过去，智能手机出货量进入瓶颈期，区别于 2010 年至 2016 年每年两位数的高速增长阶段。中、日、美全球前三大市场移动游戏用户的人口红利基本见顶，移动游戏的趋势亦放缓，但 2022 年 PC 端游戏逆势增长，主要原因更多的游戏通过多端跨平台的方式出现了。从 2022 年开始，公司将跨平台作为新项目的立项要求，后续可能会对老游戏进行跨平台改造。

3. AI 化

AI 化包括提升效率、降低门槛两个方面。

提升效率主要针对厂商，无论是生产开发还是发行本地化等环节里提升效率降低成本，这个实际已经开始了。但对于游戏行业，更大的可能性在于，AI 可以降低用户在游戏创造中的创造门槛，让用户在游戏中的行为拥有更多的丰富性和自由度，让更多有创意的用户来参与游戏环境的打造，这是网络游戏最好玩的地方。

三、问答环节

1. 公司股权结构变化后，公司主营业务是否发生变化

公司第一大股东上海加游的实控人宛正宛总从毕业就加入游戏行业，并有多年创业和投资经验，游戏业务作为公司主营业务不变，公司“全球化卡牌+”战略不变。

2. 是否能量化 AI 的影响，降本的体现，以及另外 AI 在游戏中增效的体现

关于提效与降本，游戏公司最大的成本是人力成本，AI 可以帮助生产者提高效率，实际上就是降本。行业的美术外包包括 2D 和 3D，游族作为卡牌+战略为主的游戏公司，2D 的概念设定等美术成本在美术研发成本结构中占比较高，占比超过一半，而 AI 在 2D 美术应用相对比较成熟，公司 4 月 2D 美术外包成本已经降低了约 25%，预计到年底可以实现更大程度的成本下降。后续 AI 对整体的开发成本，以及通过智能化的广告投放系统和大数据的技术应用还会有成本的降低。

关于新的玩法，公司目前也在与 AI 相关领域的领头企业进行接洽，未来如有进展也将向大家通报。公司希望未来在《三体》或其他游戏上，让玩家创造内容门槛更低，不仅仅是厂商制造内容，还可以让玩家自己创造内容提供给更多玩家。

3. 公司研发维度的拓展情况以及研发团队的搭建情况

2021 年公司组织架构变更，形成了五大工作室+创新院的架构。五大工作室中有三个工作室是围绕卡牌类型游戏，另外两个工作室有卡牌也有 SLG 类型游戏。创新院的项目包含《三体》游戏，也会有卡牌元素，创新品类项目更多在创新院下面。

4. 近年来，行业在游戏发行方面有一定变化，公司未来在发行上的应对策略

游族是页游起家的厂商，买量、联运是游族自创立以来就具备的能力和特长。公司不会因为买量成本的提升就放弃买量能力，反而在过去 2 年始终提倡多样化的发行能力。除了 SLG 或者“少年”卡牌产品以买量为主外，例如《山海镜花》采用了社区传播，在微博、B 站尝试自吸量的品牌打法，《权力的游戏》和《盗墓笔记》系列尝试基于 IP 进行品牌打法，同时结合一定买量打法。买量、品牌类、社区推广都是多样化的发行能力的一种。

未来公司的产品会做多样的卡牌游戏，不仅是数值类卡牌、策略类卡牌、回合制卡牌甚至放置类、动作类等多样化产品。针对不同的产品品类以及不同的国家区域，需要具备多样化的发行能力，因此公司内部提出研发工业化、发行多样化的能力搭建。

5. 公司有 3 款《三体》游戏的授权，分享一下《三体》游戏的研发思路

公司将在“616 少年节”上向用户公布更多《三体》游戏的进展和信息。时间线上，第一款《三体》游戏预期将会在明年上半年和其中一款影视作品同期上线，并与对应的影视产品进行联动。第一款是基于 Unity 开发的跨平台游戏，第二款基于 UE5 开发的跨平台游戏，第三款还处于早期预立项阶段。公司计划每 2 至 3 年面向市场推出一款三体的游戏。

6. 许多厂商有在海外接入大模型的计划，公司是否有类似的计划

公司在研发侧的作图和 UI 设计方面，基本上全部工作室都已经使用相关工具。同时在广告素材的制作上，已经在平面素材上进行尝试，在视频和 3D 类的素材上还在研究中。游族是最早采用引擎动画 CG 来作为广告素材投放的厂商，应变能力、学习能力比较强，相信能跟上时代的步伐。

7. 请公司展开介绍创新院旗下两个实验室的人员配置、工作进展和工作目标，公司是否考虑探索新的品类和玩法

创新院成立于 2021 年，当时将其作为创新品类、新技术的孵化器。例如在其中尝试了第三人称射击等未尝试过的品类。自 2022 年下半年以来，公司经过内部讨论，决定将创新院的创新方向更加聚焦到 AI 方向。

除《三体》游戏和一些创新品类游戏会继续在创新院下开发以外，还下设了两个实验室，智子实验室和红岸实验室：

智子实验室主要是研发的技术美术以及研发相关技术的一个集成，以 AIGC 为主要研究方向，目的是帮助我们更好更快的提升游戏内容的开发效率，为玩家在游戏里面的创造力提供更多可能性。

红岸实验室更多聚焦全球化、智能广告投放，以及包括智能化数据分析，大数据分析等，偏向发行技术或者平台技术为主，助力游戏全球化。

其他的《三体》游戏、第三人称射击游戏、《山海镜花（重启）》都在创新院体内，AI 会作为创作过程和发行过程中的工具，以提升效率、降低用户创造门槛。

8. 公司后续储备项目情况

公司目前在研的自主研发的储备产品有 14 款，代理的已签约的产品有 5 款，理论上会在未来三年陆续推向市场，但公司内部有漏斗机制，会有优胜劣汰的过程，储备产品未必都会发行，上线过程中的资源投入也会根据产品的表现以及测试情况进行动态调整。

理论上来说，公司希望每年能够有 4 款产品推向市场，其中一半或者一半多的产品是基于我们“全球化卡牌+”的战略，还有不到一半是 SLG 产品或创新品类的产品。

今年“616 少年节”将会公布新的少年系列卡牌产品，计划今年推向市场，但国内仍需等待版号。

9. 公司是否会搭建自有小模型用以支持智能 NPC

作为游戏公司，我们不会贸然进入大模型领域，但是不排除和拥有大模型能力的厂商机构合作开发自己的垂直小模型。

10. 公司在出海方面的后续产品部署、想法和目标

公司战略为“全球化卡牌+”。

“卡牌+”是基于卡牌赛道，进行品质升级或者品类融合。

“全球化”方面：1) 全球化不等于海外化，中国市场依然是非常重要的市场，中国依然是最大移动游戏市场，而且随着版号的有序发放公司有望在国内市场提升发产品频率。 2) 我们理解的全球化并不光指多个区域，而是希望通过公司的技术能力来降低用户触达我们产品的门槛，从这一层面来说，跨平台和全球化跨区域是一致的，可以

	<p>帮助我们接触到更多的用户。公司理解的全球化不仅是跨区域还包括跨平台。3) 对于亚洲市场可能需要加大投入，公司在 2016 年推出《狂暴之翼》，在欧美市场有不错成绩，之后《圣斗士星矢觉醒：十二宫骑士》也在欧美有不错的表现。在过去两年公司逐步开拓日本、韩国和港澳台市场，其用户习惯、获客手段包括用户付费能力与大陆市场接近，2022 年公司在日本成功发行《绯红神约》并取得历史性突破，2023 年一季度在中国港澳台地区上线《新盗墓笔记》和《绯红神约》。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023 年 5 月 6 日