



三七互娱网络科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 <input type="checkbox"/> 其他（线上会议）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>广发基金、易方达基金、广发证券、中金公司</p>
<p>时间</p>	<p>2023年7月14日 15:00-17:00</p>
<p>地点</p>	<p>广东省广州市天河区黄埔大道中666号三七互娱大厦</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>李卫伟 创始人&董事长 杨军 董事&副总经理 叶威 董秘&财务总监 梁蓉 投资者关系总监</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、董事长致辞</p> <p>多年来，公司管理团队始终专注业务一线，坚定长线发展。作为创意行业的一份子，每年都会面对用户需求、人才竞争、市场格局等众多行业和市场环境变化，这对于公司既是机遇，也是挑战。面对这些问题做出正确的战略选择，扭转势头，推动公司正向发展，体现着经营管理团队的核心价值。</p> <p>对于游戏公司来说，核心在于如何做出更好玩更高品质的游戏，能够获得更多用户喜欢，这是目前AI解决不了的，核心还是依靠人才，对我们来说，人才是企业发展的核心竞争力，我们高度重视激发团队的创造力，愿意花时间和成本培养符合时代变化的年轻一代人才。无论是管理团队还是基层员工，我们都愿意给予机会去激励和培养，去更好地面对市场变化带来的挑战与机遇。</p> <p>面对当下竞争愈发激烈的全球市场，一方面我们已经打造了以MMORPG、SLG、模拟经营、卡牌为主的产品矩阵，长线运营能力提升明显，产品表现稳健，同时储备了较多题材丰富、类型多元的优质产品，为公司的长远发展筑牢根基。另一方面，我们也会继续尝试探索更多能够破圈和符合用户喜好的玩法与题材，挖掘新的市场增量，持续提升市场渗透率与占有率，培育新的业绩增长点。</p> <p>展望未来，我们的初心不会改变，我们将持续加强企业核心竞争力，不断提高经营质量，进一步提升上市公司规范化运作和治理水平，贯彻可持续发展的理念，发挥游戏行业对社会的正向价值，向着“给世界带来快乐”这一目标笃定前行。</p>

二、问答环节：

Q：公司在 AI 相关的布局与应用有哪些？

A：对公司而言，AI 的应用是一个渐进式的过程。自“量子”“天机”等系统开始，到“雅典娜”“波塞冬”“阿瑞斯”“宙斯”，再到“丘比特”“易览”“图灵”，公司基于“研运一体”业务模式与积累沉淀的技术与数据优势，从决策式 AI 到生成式 AI，多年来将 AI 逐步全面地嵌入到业务流程中，贯穿从产品立项到研发，再到发行运营和资产沉淀的研运全流程，来实现游戏研运全链 AI 工业化赋能。AI 的应用已经渗透到公司的各个部门，从业务部门到中台支撑部门，都在尝试应用 AI 去提升工作效率。但在我们看来，AI 的作用不是替代人，而是释放人去做更高级更具创造力的事情。未来，公司也不会停止对技术的探索和应用，将持续通过内部孵化，结合外部投资布局，去探索更多的应用场景。

Q：在 AI 带来的产业变革下，未来游戏公司的核心竞争力在哪？

A：1) 策划能力，能否抓住市场变化和用户喜好迭代出新的受玩家喜欢的内容，这是创意产业的核心，这部分 AI 是无法代替的；2) 工业化生产能力，在具备了好的想法后能否有对应匹配的工业化生产能力去实现产品落地，也是关键所在，虽然伴随着 AI 技术的发展，会降低成本、提高效率，但 AI 并非万能，目前对行业的提质增效也远没有达到标准，更需要的还是企业在工业化管线上所沉淀和积累的能力。

Q：公司已上线产品表现如何，产品运营策略上有哪些变化？

A：头部产品表现稳定，长线运营上将结合文化出海与多元联动做更多探索。公司旗下《斗罗大陆：魂师对决》《云上城之歌》《叫我大掌柜》《小小蚁国》《空之要塞：启航》等核心产品长线表现稳健，今年新上线的《凡人修仙传：人界篇》《最后的原始人》《寻道大千》等产品也有不错的表现。在长线运营上，以《Puzzles & Survival》为例，这款产品已经运营 3 年，今年 4 月份达到了新的流水高峰，目前处于非常稳健的阶段，在这款产品上我们尝试了非常多的主题联动，如影视剧《The Walking Dead》及热门游戏《生化危机》等，实现游戏主题和地区文化的融合，后续还会在营销和运营打法上做新的创新和突破。而在《叫我大掌柜》这款产品上，公司尝试融入了如醒狮、传统节日习俗、敦煌石窟、京剧等较多中华传统文化元素，后续还会结合更多产品在文化出海方面进行探索。

Q：后续国内外核心产品储备有哪些？

A：公司已构建了多元化产品矩阵，新产品周期逐步开启。一方面，公司多款重要的储备产品目前均已获得版号，包括自研产品《扶摇一梦》《空之勇者》《龙与爱丽丝》《失落之门：序章》以及代理发行产品《原野传说：史前万年》《曙光计划》《离火之境》等，这些产品覆盖多元化题材与用户群体，将进一步推动公司产品矩阵转型，公司将结合业务规划，积极推动储备产品有序上线。另一方面，面对海外市场，公司已在 SLG、MMORPG、卡牌、模拟经营及休闲赛道均储备了众多产品，如巨兽题材 SLG 手游《代号巨兽》、融合三消和 SLG 元素的西方魔幻题材手游《Puzzles & Chaos》、Q 版 3D 异世界冒险 MMO 手游《空之勇者》、星际题材卡牌手游《代号星环》、中世纪题材模拟经营手游《Yes

	<p>Your Highness》、现代度假村题材休闲手游《代号休闲》等；此外，幻想蒸汽朋克冒险跑酷卡牌手游《空之要塞：启航》也将在日本、韩国发行。</p> <p>Q：公司对后续海外市场的策略和规划是怎样的？</p> <p>A：公司面对海外市场的主要策略，一是持续保持稳定长线的海外产品基本盘，公司在海外市场已经跑通了 SLG、MMO、模拟经营、卡牌几大赛道，旗下多款头部产品表现稳健；二是会在海外市场进行更多融合玩法 SLG 游戏的尝试，SLG 品类生命周期长，玩家黏性高，通过结合融合玩法可以更好地扩大用户圈层，吸引更多玩家。未来还会对南美、欧洲等更多海外细分区域市场进行更加精细化的运营和拓展，去挖掘更多的市场增量。</p> <p>Q：公司如何看待小程序游戏的空间和对公司的价值？</p> <p>A：小程序游戏挖掘到了更偏好碎片化、轻量化的玩家群体的需求，带来了新的市场增量。小程序游戏拓展了原有应用场景下未被挖掘到的新用户圈层，同时便捷的入口能够更加精准有效的吸引到目标玩家，更加碎片化的玩法与轻便的体验也降低了玩家上手门槛，提高了玩家黏性。公司今年对小程序游戏的战略级别提到了比较高的地位，主要原因一方面是公司擅长的流量经营的打法天然比较适配小程序游戏的生态，另一方面，公司重点布局的模拟经营、SLG、卡牌几大核心赛道也更匹配小程序的特点，包括《叫我大掌柜》在内的多款产品都取得了不错的表现。公司也会给更多年轻的研发人才机会去尝试和探索，包括一些内部在开发中的小程序项目。</p> <p>Q：公司调整回购公司股份价格上限是出于什么考虑？</p> <p>A：我们认为伴随着行业精品化趋势的持续加强，游戏多元赋能作用的持续发挥，游戏将成为科技和文化融合发展的重要行业，游戏产业长期价值将持续提升。在此背景下，我们非常看好公司发展前景，对未来发展充满信心，为保障公司本次回购股份方案的顺利进行，便于公司后续实施员工持股计划或者股权激励计划，因此上调回购价格上限至 47 元/股，希望能够更加有效地维护公司价值及股东权益，增强投资者对公司的投资信心。方案调整后我们也迅速开展了回购，7 月 5 日，公司调整回购价格上限后首次以集中竞价交易方式回购股份 2,139,613 股，占公司目前总股本的 0.10%，其中最高成交价为 33.22 元/股，最低成交价为 32.19 元/股，成交总金额为 70,014,809.01 元（不含交易费用）。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 7 月 14 日