

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：2024-020

投资者关系活动类别	<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"/> 电话交流会
参与单位名称	国泰君安证券、银河基金、长江养老、上银基金、永赢基金、新华基金、泰康资产、中信建投基金、博道基金
会议日期	2024年10月23日
会议地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 欧阳梅竹 证券事务代表 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务经营情况以及发展规划，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	2024年10月23日

投资者关系活动主要内容介绍：

1、公司海外用户众多，是否考虑借助汤姆猫 IP 的影响力传播中国文化？

答：作为深耕全球市场的数字文化企业，公司十分重视在产品中充实中国元素，讲好中国故事。公司旗下汤姆猫家族 IP 系列产品及动漫影视内容凭借一直以来的高品质，在全球范围内收获了庞大的粉丝用户。借助游戏、动漫等喜闻乐见的内容形式，2017 年以来，公司持续将中国建筑、旅游景点、传统节日等文化元素以数字化的方式植入汤姆猫系列游戏与动漫内容中，丰富公司产品文化内涵的同时，向海外用户展示多元、立体的中国文化。公司在文化传播方向上的探索具体表现为以下几个方面：

(1) 春节、中秋、端午等传统节日期间，公司将对《我的汤姆猫 2》《汤姆猫总动员》《汤姆猫跑酷》《我的安吉拉 2》等主力产品进行节日更新，在游戏中引入多个中国特色场景，全球玩家可在游戏中感受中国特色街区、江南水乡地图、中国民族服饰、中国武术玩法以及灯笼、元宝、中国结、福字、对联等特有的中国春节元素，公司根据游戏更新场景制作的视频素材投放至 YouTube、Facebook 等海外主流渠道，收获了众多用户喜爱。其中，《汤姆猫总动员》游戏春节版更新视频累计播放量超过 3000 万人次，《我的汤姆猫 2》《汤姆猫跑酷》游戏春节版更新视频累计播放量均超过 1000 万人次，《我的安吉拉 2》游戏中国功夫版更新视频累计播放量达到 1600 万人次。

(2) 在汤姆猫家族动画内容方面，公司在 YouTube、Facebook 等渠道开通了数十个动画品牌账号展示汤姆猫的动画内容，目前公司系列账号的订阅用户数超过了 1 亿人次。基于系列账号积累的庞大用户基数，公司于 2021 年以来制作了多个春节贺岁视频，通过 YouTube、TikTok、Facebook 等渠道上的自有账号进行传播，通过春节贺岁视频，公司向全球用户展示春节文化，不仅令中国结、龙图腾、灯笼、唐装、福字、对联、饺子等中国元素深入人心，更是借助民族乐器和特定的曲目传递中国春节浓厚的欢乐、团圆的喜庆氛围。其中，在 YouTube 渠道上，2022 年汤姆猫春节贺岁视频获得超过 5800 万人次的播放量。

(3) 为持续推动全球文化共建与中国文化传播，公司于 2019 年在 YouTube 平台开设了“会说话的汤姆猫家族中文频道”，通过轻松幽默的动画吸引越来越多的外国人学习中文、热爱中文。

2、公司是否与华为鸿蒙系统开展合作？

答：公司与华为在海内外市场已形成长期、良好的合作关系。作为优质内容生产商，公司旗下“会说话的汤姆猫家族”IP 系列游戏产品均已在华为国内、华为海外 AppGallery 等应用市场开展运营。10 月 22 日，在华为原生鸿蒙系统发布会上，《汤姆猫跑酷》作为首批鸿蒙原生应用产品之一，将登陆鸿蒙原生操作系统。

此外，在新型技术与新型终端快速发展的背景下，公司汤姆猫家族 IP 多次携手华为，共同探索家庭娱乐新场景。2021 年以来，公司《汤姆猫跑酷》《汤姆猫总动员》以体感游戏、车载游戏等创新体验方式，先后上线了华为智慧屏、华为鸿蒙车载系统等新型智能终端。

3、公司后续有哪些措施计划提升盈利水平？

答：在游戏业务上，公司下半年储备了《我的汉克狗：海岛》《金杰猫启蒙乐园》《汤姆猫闯乐园》《索尼克音爆》《索尼克跑酷》《弹弹奇妙冒险 H5》等多款新玩法、新模式的产品。其中，新一代虚拟宠物养成类游戏《我的汉克狗：海岛》，融合了半开放世界海岛探索玩法，该产品已于 7 月上线海外市场，并已拿到国内版号，目前已在国内各主要应用商店开启下载预约，公司将于第四季度推进该产品的国内上线计划；《汤姆猫闯乐园》计划于第四季度登陆苹果 Apple Arcade 等渠道；定位于启蒙交互式儿童娱乐应用《金杰猫启蒙乐园》也已在海外开始前期测试工作；与此同时，公司研发团队正积极推进已获取版号的《索尼克音爆》《索尼克跑酷》游戏产品的上线工作。《金杰猫启蒙乐园》《汤姆猫闯乐园》《索尼克音爆》《索尼克跑酷》等产品有望为公司带来更多的游戏内购与发行收入。

在线下业务上，今年以来，公司于江苏连云港、山东诸城、山东威海文登、浙江金华永康、广东珠海、江苏扬州、浙江湖州等城市落地了多家室内主题乐园，备受当地亲子家庭的喜爱，多家门店开业后即迎来持续性的客流高峰。其中，浙江湖州店于 9 月中旬开业以来，不到一个月时间，便以创新的体验消费和高品质

内容运营吸引了 7000 余组亲子家庭打卡游玩，成为湖州儿童乐园抖音热销榜、收藏榜第一以及大众点评销量榜、趋势榜第一。第四季度，公司将继续推进江苏盐城、浙江台州、江西九江、江西萍乡等多个城市的主题乐园项目。

在 AI 等创新业务上，公司将继续落实“会聊天的汤姆猫”AI 产品线的研发与上线计划，积极培育未来发展新动能。目前，公司研发的 AI 机器人、AI 讲故事等产品的主体功能均已初步完成研发工作，业务团队正推进相关产品的测试、量产评估及验证工作，待相关工作完成后，公司将尽快实现产品的发行。

4、公司的 AI 业务进展情况如何？

答：在垂直模型层面，公司与西湖心辰联合打造的“汤姆猫情感陪伴垂直模型”已投入使用。该垂直模型通过训练汤姆猫这一 IP 角色独特的人物设定、聚焦于儿童陪伴领域的语料及特有声音等，目前已具备鲜明的 IP 拟人化交互特征。汤姆猫垂直模型将作为公司“会聊天的汤姆猫”AI 系列产品线的“电子大脑”，赋能不同终端形态的 AI 应用与硬件产品。

在 AI 产品上，公司智能语音机器人硬件产品于上半年完成了工业设计、嵌入式硬件系统的设计及垂直模型的接入与调优，近期完成了产品打样工作，后续公司将推进该产品的量产评估及验证工作，尽快推向市场实现销售。此外，由公司打造的汤姆猫 AI 讲故事产品，在完成主要功能与产品场景构建的基础上，公司通过引入优质内容、设计游戏化玩法与机制，持续强化产品的互动性与体验感，现阶段正开展小范围测试与调优。

5、能否介绍下公司对海外子公司的管理机制？

答：公司一贯以全球化、制度化、人性化的理念实施各项管理措施。公司海外子公司 Outfit7 拥有成熟的数据化、信息化管理体系，公司始终秉承对其管理团队和核心人员的重视和信任，不仅委派中国籍 CEO、财务总监，也大力提拔海外的中高层管理人员，并根据业务发展需要持续引进优秀人才，从全球化经营的视角进一步优化了 Outfit7 的组织架构、明晰了其治理体系，提升了其研发产能。在业务协同上，国内及海外互相派驻了常驻人员进行文化交流与业务协同。此外，Outfit7 管理层与各业务部门高管将不定期前往中国，与国内管理团队、业务团队开展业务研讨，共同推进公司整体战略的落地。在激励层面，Outfit7 拥有完善的

薪酬激励制度，以更有竞争力的薪资报酬结合绩效考核、员工奖金激励方案等多种方式激发员工积极性。在企业文化上，公司重视员工的归属感，关注员工的满足度与职业成就感以及员工的工作与生活平衡，从团队氛围的培养、人文环境等多方面为员工提供良好的职业环境。