

证券代码：002555

证券简称：三七互娱

编号：2026-001

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

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（投资者交流会）
参与单位名称及人员姓名	调研机构名称（排名不分先后）：安信基金、博时基金、创金合信基金、财通基金、大成基金、方正富邦基金、富国基金、广发基金、国金基金、国联安基金、国寿安保基金、国泰基金、恒越基金、泓德基金、华安基金、华泰保兴基金、华夏基金、汇丰晋信基金、嘉实基金、金信基金、金鹰基金、民生加银基金、南方基金、鹏华基金、浦银安盛基金、上银基金、天弘基金、万家基金、西部利得基金、新华基金、信达澳亚基金、兴业基金、兴证全球基金、银河基金、银华基金、永赢基金、长盛基金、招商基金、中加基金、中欧基金、华泰保险、泰康资管、新华资管、长江养老保险、中国人保资管、摩根士丹利、Citadel、North Rock Capital、花旗、高盛、交银国际资管、WT 资管、碧云资管、澄金资管、周大福人寿保险、宁银理财、招银理财、广发证券资管、东方证券资管、华泰证券资管、和谐汇一资管、Jain Global、Oberweis AM、东方证券、华泰证券、西部证券、首创证券、国泰海通证券、西南证券、华创证券、财通证券、汇丰前海证券、东吴证券、浙商证券、中泰证券、华源证券、中金公司、长江证券、国投证券、华福证券、方正证券、中信证券、中国银河证券、招商证券、国海证券、广发证券、甬兴证券、申万宏源证券、中信建投证券、复胜资管、淡水泉投资、盘京投资、羊角基金、惠正投资、重阳投资、信璞投资、运舟私募、神农投资、润晖投资、泽泉投资、隆源投资、拾贝能信、博昀私募、恒顺资管、宏道投资、健顺投资、禾永投资、乐中控股、杉树资管、永瑞基金、青榕资管等百余家机构参会
时间	2026 年 1 月 22 日下午 2:00 至 5:00
地点	广州市海珠区芳园路 37 号三七互娱全球总部大厦
上市公司接待人员姓名	三七互娱创始人、董事长 李卫伟 三七互娱联合创始人、副董事长、总经理 曾开天 三七互娱联合创始人、副董事长 胡宇航 三七互娱董事、董秘、财务总监 叶威

	三七互娱投资者关系总监 梁蓉
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司管理层发言</b></p> <p>纵观整个游戏市场，现阶段有三大核心变化和潜力机会：国内小游戏市场仍处于高速增长阶段；SLG 赛道的战略价值与天花板持续突破；休闲赛道的长周期价值正在凸显。</p> <p>小游戏市场经历了从无到有的爆发式增长，展现了巨大的增长潜力，随着近两年技术突破，越来越多的重度品类开始在小游戏端展现出优异性能，证明了该赛道承载复杂游戏体验的能力。在这一赛道，公司目前已确立了绝对的市场领先地位。现阶段公司内部在研多款小游戏，其中不乏 IP 产品，例如《斗破苍穹》IP。未来公司将持续在小游戏领域进行投入，包括加强自研能力和深化与投资 CP 的合作，保持在小游戏市场的领先地位。</p> <p>出海方面，公司海外业务近年来保持了稳定的收入，过往在 SLG 和模拟经营等赛道上的积累构成了流水的稳定基本盘。其中，SLG 一直是公司的核心战略赛道。公司近年来已围绕“轻量化”和“大题材”这两个核心方向进行布局。如今，随着手机性能提升和游戏轻度化、年轻化破圈，SLG 赛道被明显拓宽，国内 SLG 市场也在通过小游戏端和“X+SLG”的融合玩法实现破圈，用户基数和赛道价值显著提升。这一趋势也证明公司历史上对 SLG 赛道的长期重视和持续投入极具价值和前瞻性。</p> <p>目前，公司多款 SLG 新产品已开始进行测试，有较多 SLG 产品均计划在今年或明年陆续上线测试。在 MMO 赛道上，公司重视全球化长线运营，近期新上线自研产品《RO 仙境传说：世界之旅》在中国港澳台地区首发即登顶 iOS 下载榜与畅销榜，该产品拥有 20 年 IP 沉淀和全球超 4000 万用户基础。面向海外市场，未来该产品还将上线东南亚、日韩和欧美地区。</p> <p>在休闲游戏领域，用户碎片化需求驱动品类增长，休闲游戏以其“轻负担”的特性获得了玩家的青睐。公司在海外休闲赛道已布局三年，目前处于“种树”阶段，尤其是在“三消”和“二合”领域，通过题材探索和玩法融合，储备了大量的优质产品，有望在今年下半年及明年看到产品推出。</p> <p>研发层面，公司已成功构建了四大核心研发能力，包括差异化题材立项能力、工业化管线能力、研发流程 AI 应用能力以及人才孵化能力。基于过去在斗罗等 IP 上的产品积累，公司建立了一套成熟的 IP 改编方法论。同时，自研项目《生存 33 天》上线后在小游戏端表现优异，也验证了公司在非 IP 题材上，具备“题材包装+原型玩法+长周期商业模式”三要素融合的立项能力。目前三七互娱的自研产品储备超过 10 款，较多产品聚焦于小游戏和 SLG 赛道研发。</p> <p>公司对 AI 的重度投入，无论是内部应用还是外部投资都是基于提升现有业务效率和抢占未来战略高地的双重战略考量。AI 技术的应用已深刻改变游戏行业的传统模式。现阶段，公司自上而下的 AI 渗透率已经超过 90%。</p>

	<p>在广告投放侧，公司是业内最早在发行投放环节应用 AI 技术的公司之一，AI 自动投放的比例已超过 70%。AI 投手在 24 小时监控、持续优化和稳定性方面均优于人工投手。研发管线，美术环节 AI 渗透率达 65%，2D 与 3D 美术成本也大幅降低；例如，《生存 33 天》上线前曾利用 AI 进行 24 小时不间断平衡性测试，大幅提升效率。此外，展望游戏行业未来，AI 将深度融合游戏玩法，游戏将真正实现“千人千面”，极大地丰富游戏内容，延长产品生命周期。</p> <p>投资方面，公司一方面重点投资与游戏研发相关的核心资产，通过战略投资研发 CP，获取优质产品的发行权，并保持开放的合作生态，保证公司产品供给生态的持续壮大；另一方面，公司投资了多家 AI 大模型及应用层公司，不仅是为了财务回报，更重要的是为了实现主营业务上的协同。</p> <p>在人才梯队培养上，公司正向年轻化迈进，提拔大量 90 后制作人，核心人才密度不断增加，跨品类人才引进力度增大。公司采取“人才在哪里，公司就在哪里”的策略，在北京、上海等核心人才聚集地同步建立研发中心，打破地域限制，以更好地吸引顶尖人才。同时，公司高度重视校招以及更早期的校企合作，作为培养未来核心人才的重要途径，公司已有许多年轻人才正逐步走向中层核心岗位。</p> <p>公司始终将股东利益放在重要位置，并坚持以“马拉松精神”长线经营公司。未来，公司将继续坚持长期主义经营理念，通过持续的高质量产品供给和稳定的分红政策，为股东创造长期价值。</p> <p><b>二、投资者问答</b></p> <p><b>Q: 面对行业的变化，三七互娱是否在组织架构、人员配置以及决策机制上进行了相应的调整 and 改变？</b></p> <p>A: 现阶段公司核心人才已呈现年轻化趋势。例如，后续在研产品中，公司 90 后制作人占比已达 80%。在外部引进上，公司持续吸纳跨品类高端人才，并在北京、上海分别建立研发分部，两地总人数已经超过 200 人。公司更加注重大长线思维，无论是 SLG、休闲还是新一代的 MMO 产品，其底层逻辑都是追求更长的生命周期。未来管理层仍然深入产品一线，保持年轻的心态，来驱动公司未来持续的发展。</p> <p><b>Q: 未来公司产品的详细规划和自研团队的重点方向？</b></p> <p>A: 公司的核心品类战略仍聚焦于 SLG、小游戏（覆盖 RPG、卡牌等）以及 MMO，并将重点发力休闲游戏。相较几年前，大型 MMO 的战略重要度略有下降，产品设计会更偏向轻社交、碎片化调整。自研层面，“大市场、小团队、长周期”这三个条件满足两个就可以立项。在游戏数量上，公司将更聚焦精品，希望在每个品类能跑出更多的精品爆款。</p> <p><b>Q: 未来海外业务如何站上新台阶？尤其是 SLG 业务如何进行突破？</b></p> <p>A: 休闲游戏将作为海外业务新的增长方向，尤其是“三消”和“二合”类游戏，在符合大众题材的基础上，做到题材和剧情的差异化，做出自己的</p>
--	---

	<p>特色。而 SLG 产品未来突破的关键在于两点：一是如何找到这部分泛用户；二是如何实现他们的转化。公司内部正通过“SLG+X”的融合创新以及不同题材的探索，吸引 SLG 泛用户。</p> <p><b>Q：如何评估公司当前在 AI 领域的投入和投资？</b></p> <p>A：公司对 AI 的投入和投资是基于提升现有业务效率和抢占未来战略高地的双重考量。除了在研运过程中提升效率以外，公司研发团队正在积极探索 AI 与游戏玩法的深度融合，例如在 NPC 交互和剧情生成方面。公司也投资了众多 AI 相关产业公司，包括智谱、月之暗面、百川智能等大模型公司以及一些应用层公司。公司更看重此类投资对业务的支持。坚持投资与主营业务的协同，是公司持续在该领域进行投入的核心逻辑。</p> <p><b>Q：三年内企业的目标是什么？</b></p> <p>A：在海外业务上，希望能重回中国游戏厂商出海榜单前三；而在小游戏领域，希望长期保持第一的市场地位。具体到产品上，希望在 SLG 和休闲赛道跑出头部爆款，并完成这两个赛道的研发工业化基建，提升后续产品迭代效率。在 AI 工具化能力上，要达到业内领先水平，做到“人无我有，人有我精”。在团队建设上，持续推进人才结构的年轻化，不仅是基层，更要向中高层渗透。</p>
附件清单(如有)	无。
日期	2026 年 1 月 22 日