

# 湖北盛天网络技术股份有限公司 2025 年董事会工作报告

2025 年公司董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件及《湖北盛天网络技术股份有限公司章程》的规定，认真履行职责，积极开展工作，贯彻落实股东大会的各项决议，不断规范公司治理。公司全体董事勤勉尽职，为公司董事会的科学决策和规范运作做出了卓有成效的工作。现将 2025 年董事会工作汇报如下。

## 一、2025 年的经营成果

公司 2025 年实现营业收入 11.97 亿元，同比增长 5.42%，归属于母公司的净利润为 2,252.58 万元，同比增长 108.65%。公司 2025 年毛利率为 21.40%，同比上升 6.80 个百分点。

公司报告期内实现扭亏为盈，主要系游戏运营业务和广告业务的同比增长。游戏运营业务方面，公司在报告期内聚焦原创 IP 全球化布局，积极拓展海外市场，旗下机甲题材作品《星之翼》在海外市场表现亮眼，游戏出海业务收入实现显著增长，成为游戏运营业务核心增长动力；网络广告与增值业务方面，受益于端游市场复苏带来的线下流量回暖，以及移动端投放需求的多元释放，公司网娱平台凭借核心场景高市占率的优势，精准触达核心玩家群体，推动互联网广告收入和利润的同比提升。

IP 运营业务收入和毛利出现同比下降，主要是由于公司全资子公司天戏互娱在《三国志·战略版》项目 IP 监修工作已如期完成，合同已于 2025 年 9 月终止，对天戏互娱的经营情况产生较大影响，同时报告期内没有新的 IP 产品上线。基于谨慎性原则，公司对因并购天戏互娱产生的商誉进行了减值测试，2025 年对商誉计提减值准备 5,049.19 万元。

## 二、董事会日常工作情况

报告期内，公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《创业板股票上市规则》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》和其他有关法律法规、规范性文件的规定，不断完善公司的法人治理结构；公司根据上述法律法规和规范性文件的要求，结合实际情况，修订《公司章程》并修订及制定了公司治理相关制度，相关议案经第五届董事会第九次会议、2024 年度股东会、第五届董事会第十二次会议及 2025 年第一次临时股东会决议审议并通过。按照已建立的内部控制制度，股东会、董事会议事规则及独立董事、董事会秘书工作制度的要求，组织两会工作并积极开展董事、高级管理人员培训教育和管理工作的要求，进一步规范公司运作，加强信息披露的透明性和公平性，提升公司治理水平。

报告期内，公司真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息，通过电话、电子邮箱、深圳证券交易所互动易平台等多种形式回复投资者问询，在加强信息沟通、促进与投资者良性互动的同时，切实提高公司治理的透明度。

### （一）股东与股东会

报告期内，公司修订了《股东会议事规则》，并严格按照《股东会议事规则》的要求召开股东会，确保股东能够参加股东会，行使股东的表决权；确保所有股东，特别是中小股东享有平等权利，充分行使自己的权利。报告期内，公司共召开1次年度股东会和1次临时股东大会，会议的召集、召开、表决程序严格依据相关法律、法规及规定，各项议案均获得通过，表决结果合法有效。

## （二）公司与控股股东

报告期内，公司修订了《防范控股股东及关联方占用公司资金专项制度》，保证控股股东依照《公司章程》的规定行使股东的权利与义务，规范股东行为，未发生超越股东会、直接或间接干预公司决策和经营活动的现象；公司与控股股东在人员、资产、财务、机构和业务方面做到“五分开”，也不存在同业竞争等问题。

## （三）董事和董事会

报告期内，公司修订了《公司章程》，并严格按照《公司章程》规定的程序选举董事；公司董事会的人数和人员结构符合法律、法规的要求；公司修订了《董事会议事规则》并严格按照《董事会议事规则》的要求召开董事会，全体董事能够以认真负责的态度出席董事会，充分履行作为董事的义务和责任。报告期内，公司共召开6次董事会会议，会议召集和召开程序合法合规，各项议案均获得通过。

## （四）独立董事

报告期内，公司修订了《独立董事制度》《战略委员会议事规则》《审计委员会议事规则》《提名委员会议事规则》《薪酬与考核委员会议事规则》等制度。聘请的独立董事人数已符合中国证监会要求达到董事会成员三分之一的规定，且独立董事成员的专业构成合理。独立董事的人数、任职条件、专门委员会的构成等均符合新的《独立董事制度》要求。报告期内共召开2次独立董事专门会议，每季度至少召开一次审计委员会会议，会议召集和召开程序合法合规，各项议案均获得通过。

## （五）报告期内董事履行职责的情况

### 1. 董事出席董事会及股东会的情况

董事出席董事会及股东会的情况							
董事姓名	本报告期应参加董事会次数	现场出席董事会次数	以通讯方式参加董事会次数	委托出席董事会次数	缺席董事会次数	是否连续两次未亲自参加董事会会议	出席股东会次数
赖春临	6	5	1	0	0	否	2
王俊芳	6	6	0	0	0	否	2
邝耀华	6	6	0	0	0	否	2
陈爱斌	6	2	4	0	0	否	2
孟军梅	6	1	5	0	0	否	2
杜耀文	6	1	5	0	0	否	2
何国华	6	4	2	0	0	否	2

### 2. 董事履行职责的其他说明

董事对公司有关建议均被采纳。

报告期内，公司独立董事严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《上市公司独立董事管理办法》及其他有关法律法规和《公司章程》《独立董事制度》的有关规定，忠实勤勉地履行独立董事职责，积极按时出席董事会会议、董事会专门委员会会议和独立董事专门会议等相关会议，认真审议各项议案。独立董事通过电话、邮件及现场考察等形式，与公司其他董事、高级管理人员及相关人员保持沟通，积极了解公司的生产经营情况及财务状况，对公司的发展战略、完善公司治理等方面提出了积极建议，为公司日常经营管理提供了有价值的指导意见，有效推动公司规范化治理，切实维护了公司及全体股东的利益。

#### （六）董事会下设专门委员会在报告期内的情况

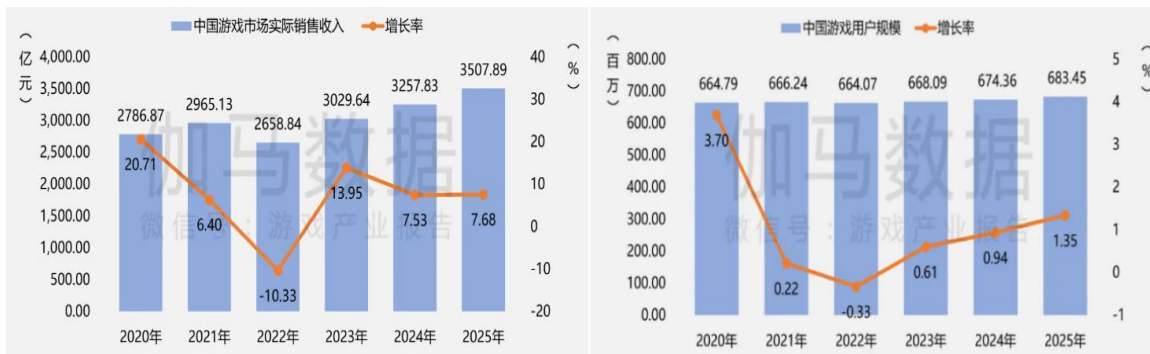
委员会名称	成员情况	召开会议次数	召开日期	会议内容	提出的重要意见和建议	其他履行职责的情况	异议事项具体情况（如有）
第五届董事会审计委员会	孟军梅、杜耀文、陈爱斌	4	2025年2月21日	1、审议《审计部2024年第四季度工作报告》 2、审议《审计部2024年工作报告》 3、审议《审计部2025年第一季度工作计划》 4、审议《审计部2025年工作计划》 5、注册会计师沟通汇报2024年度财务审计工作的关键审计领域和重要关注事项	审议相关议案，明确表示同意	无	无
第五届董事会审计委员会	孟军梅、杜耀文、陈爱斌	4	2025年4月23日	1、审议《2024年年度报告全文及摘要》 2、审议《2024年度经审计财务报表》 3、审议《2024年财务决算报告》 4、审议《2024年度内部控制自我评价的报告》 5、审议《审计部2025年一季度工作报告和二季度工作计划》 6、审议《关于2024年度拟不进行利润分配的议案》 7、审议《2025年第一季度报告》 8、审议《关于续聘2025年度审计机构的议案》 9、审议《关于2025年度日常关联交易预计的议案》 10、审议《关于计提资产减值准备及核销资产的议案》	认可审计工作情况	无	无
第五届董事会审计委员会	孟军梅、杜耀文、陈爱斌	4	2025年8月25日	1、审议《2025年半年度报告及摘要》 2、审议《关于增加2025年度日常关联交易额度预计的议案》 3、（无需表决）审阅《审计部2025年二季度工作报告和三季度工作计划》	审议相关议案，明确表示同意	无	无
第五届董事会审计委员会	孟军梅、杜耀文、陈爱斌	4	2025年10月27日	1、审议《2025年第三季度报告》 2、审议《关于2025年第三季度计提资产减值准备的议案》 3、审阅《审计部第三季度工作报告》 4、审阅《审计部第四季度工作计划》	审议相关议案，明确表示同意	无	无
第五届董事会战略与可持续发展委员会	赖春临、陈爱斌、何国华	1	2025年4月23日	1、审议《关于2025年度公司发展规划的议案》	审议相关议案，明确表示同意	无	无
第五届董事会薪酬与考核委员会	孟军梅、杜耀文、陈爱斌	1	2025年4月23日	1、审议《关于公司高管2024年度薪酬考核和2025年度薪酬方案的议案》	审议相关议案，明确表示同意	无	无

### 三、报告期内公司所处的行业情况

#### （一）游戏行业：市场规模再创新高，出海、IP、轻量化表现亮眼

2025年，中国游戏产业保持稳步增长，行业发展质量持续提升。国内游戏市场实际销售收入3,507.89亿元，同比增长7.68%，用户规模达6.83亿，同比增长1.35%，市场规模与用户规模均创历史新高。从行业运行特征来看，游戏市场正由单纯规模扩张转向高质量发展阶段，头部长线产品、出海游戏、IP产品与轻量化游戏共同构成主要增长支撑，内容精品化、运营精细化和商业模式多元化趋势进一步增强。

图1：2025年中国游戏市场和游戏用户的市场规模及增速情况



资料来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

#### 1. 游戏场景：线下场景稳步复苏，线上场景持续扩容

**线下场景：电竞游戏业态升级。**2025年，中国电子竞技游戏市场实际销售收入达到1,700.51亿元，同比增长18.96%，延续恢复增长态势。从赛事形式看，线下举办赛事占比为54%，线上线下结合赛事占比为37%，二者合计达到91<sup>1</sup>，这显示电竞赛事正加快回归线下和复合型举办模式。线下赛事占比的提升，有助于增强用户观赛体验和社交互动，并进一步带动电竞酒店、网吧及线下泛娱乐消费场景修复。

图2：2025年中国电子竞技游戏市场实际销售收入与增长率



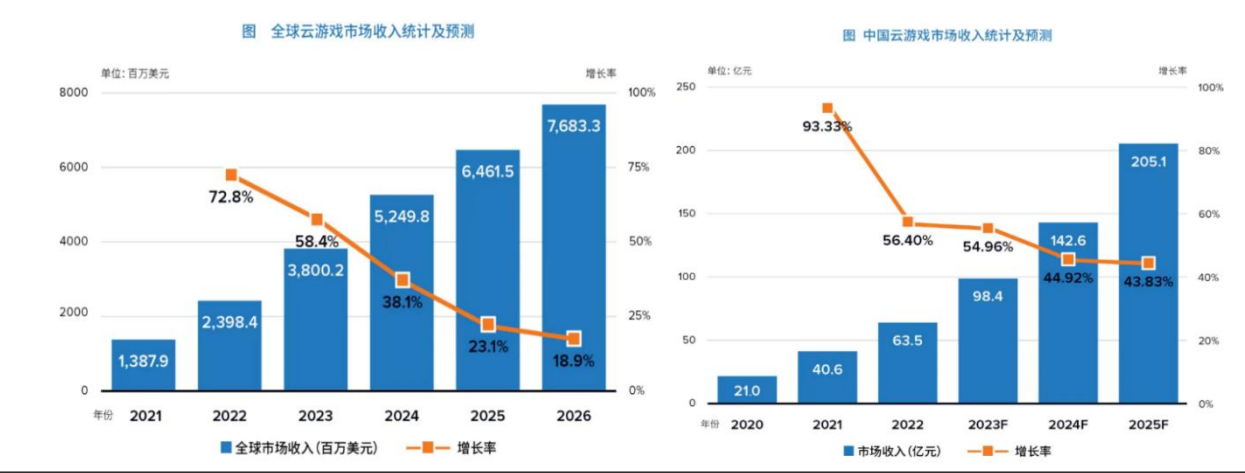
资料来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

**线上场景：云游戏成熟，智能座舱拓展新入口。**云游戏相关产业基础持续完善，游戏行业对云基础设施、

<sup>1</sup> 中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）《2025年中国游戏产业报告》

云解决方案及多终端接入能力的需求仍在增长。智能座舱正在成为云游戏与数字娱乐延展的重要新入口。随着新能源汽车智能化水平提升，车载显示、语音交互、网络连接和外设支持能力持续增强，车内空间正由传统出行场景进一步向集娱乐、社交与服务于一体的移动生活空间演进。对于云游戏而言，智能座舱的价值不仅在于新增一个显示终端，更在于其天然契合停车、充电、等候等碎片化时段，为高品质、低门槛的内容消费提供了新的使用场景。

图 3：全球及中国云游戏市场规模与预测

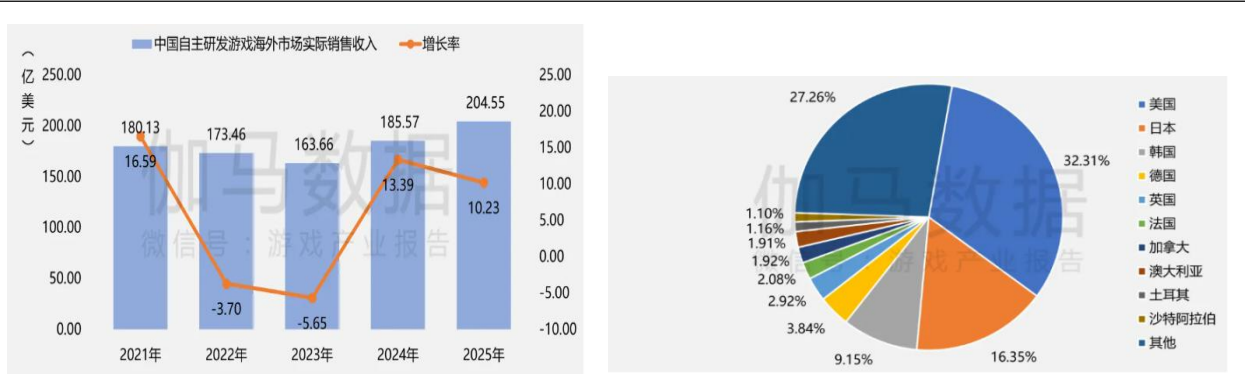


资料来源：IDC（含预测）、中国信息通信研究院（含预测）

## 2. 游戏出海：出海市场持续增长，成熟市场仍是收入中枢

游戏出海正由早期的流量驱动逐步转向精品内容、长线运营和本地化发行驱动。从出海端看，2025 年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达到 204.55 亿美元，同比增长 10.23%，延续恢复增长态势<sup>2</sup>。区域结构上，美国、日本、韩国分别占比 32.31%、16.35%和 9.15%，合计贡献 57.81%的海外收入，成熟市场仍是中国游戏出海的核心收入中枢。

图 4：2025 年中国自研游戏出海收入规模及海外重点地区分布



资料来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

## 3. 游戏IP：IP驱动增长，原创与引进并举

<sup>2</sup> 中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）《2025 年中国游戏产业报告》

2025 年，中国游戏 IP 市场实际销售收入预计为 2,753.9 亿元，IP 产品流水在中国游戏市场中占比超过八成，已成为行业核心的内容资产之一。从结构看，原创游戏 IP 市场规模为 1,354.07 亿元，占比 49.3%；引进授权游戏 IP 市场规模为 1,200.86 亿元，占比 43.5%<sup>3</sup>，原创游戏 IP 市场规模已连续两年超过引进授权游戏 IP。

本土厂商在内容塑造、资产沉淀和生态化运营方面的能力持续增强。引进授权 IP 仍占据较高比重，表明成熟外部 IP 在用户认知、内容转化和商业变现方面依然具有重要支撑作用。整体来看 IP 的价值已不再局限于题材加成，而是进一步延伸至用户获取、长线运营、内容更新和跨媒介变现等多个环节，成为推动游戏产品生命周期延长和商业价值释放的重要抓手。

图 5：中国游戏 IP 市场规模及构成



资料来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

#### 4. 轻量化：小程序游戏市场持续扩容，重构流量格局

2025 年小程序游戏市场规模为 535.35 亿元，在 2024 年翻倍增长的基础上，2025 年仍实现 34% 的增长。自 2021 年以来，小程序游戏市场规模由 27.50 亿元快速增长至 535.35 亿元<sup>4</sup>，显示出轻量化游戏已成为行业重要增量方向。小程序游戏 2025 年内购收入占比提升至 68.11%，近年来内购收入占比的上升，也反映出用户付费意愿增强，小程序游戏正由流量驱动加快转向内容与付费驱动。

图 6：2025 年小程序游戏市场规模及结构



资料来源：中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）

<sup>3</sup> 中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）《2025 年中国数字娱乐产业 IP 发展报告》

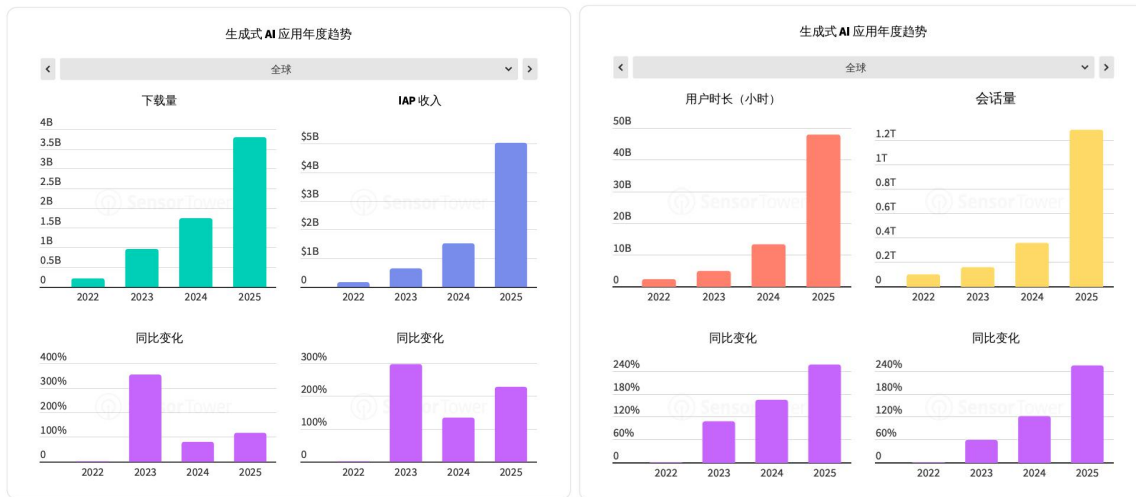
<sup>4</sup> 中国游戏产业研究专家委员会&伽马数据（CNG）《2025 年中国游戏产业报告》

## (二) AI应用：出海商业化探索加速，多模态赛道表现亮眼

### 1. 现状分析：AI应用加快迈向规模化渗透，用户规模与会话量创新高

全球生成式 AI 应用维持高速增长，下载量与 IAP 收入持续攀升，2025 年分别达到约 36 亿次和近 50 亿美元<sup>5</sup>，反映出行业用户获取能力与商业化能力同步提升。与此同时，用户总时长和会话量分别增至约 450 亿小时和 1.2 万亿次，且同比增速高于下载量增速，说明生成式 AI 应用正由流量增长走向高频使用与深度参与，用户黏性持续增强。

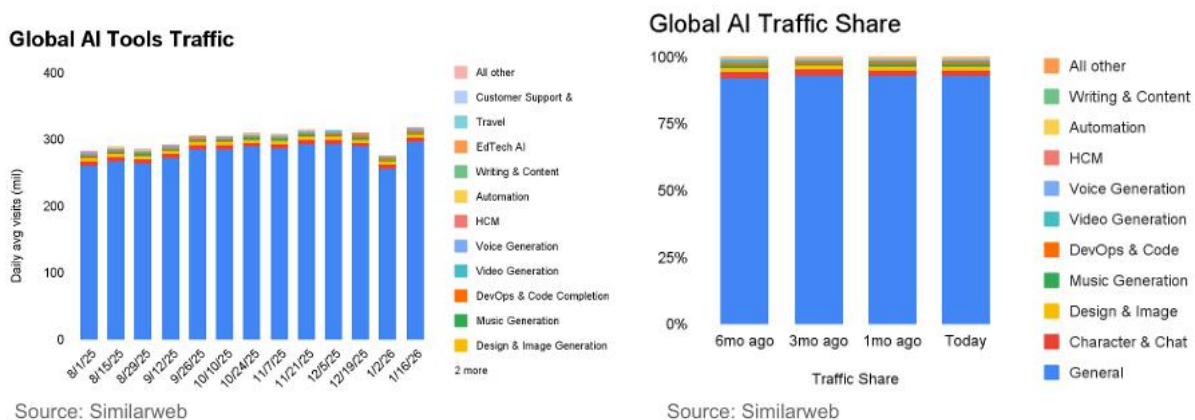
图 7：2025 年全球生成式 AI 应用下载量与收入趋势



资料来源：Sensor Tower2026 移动市场报告

从产品结构看，通用型 AI 助手仍占据主导份额，覆盖信息检索、基础交互、通用办公等需求。与此同时，垂类 AI 应用虽整体占比有限，但是已有较为稳定的流量结构，其中社交陪伴、设计与图像生成、音乐生成、视频生成与编辑、语音生成等方向持续占据一定份额，这表明 AI 应用正由通用能力主导，逐步向多场景、专业化和细分化方向延伸。

图 8：AI 垂类赛道流量数据



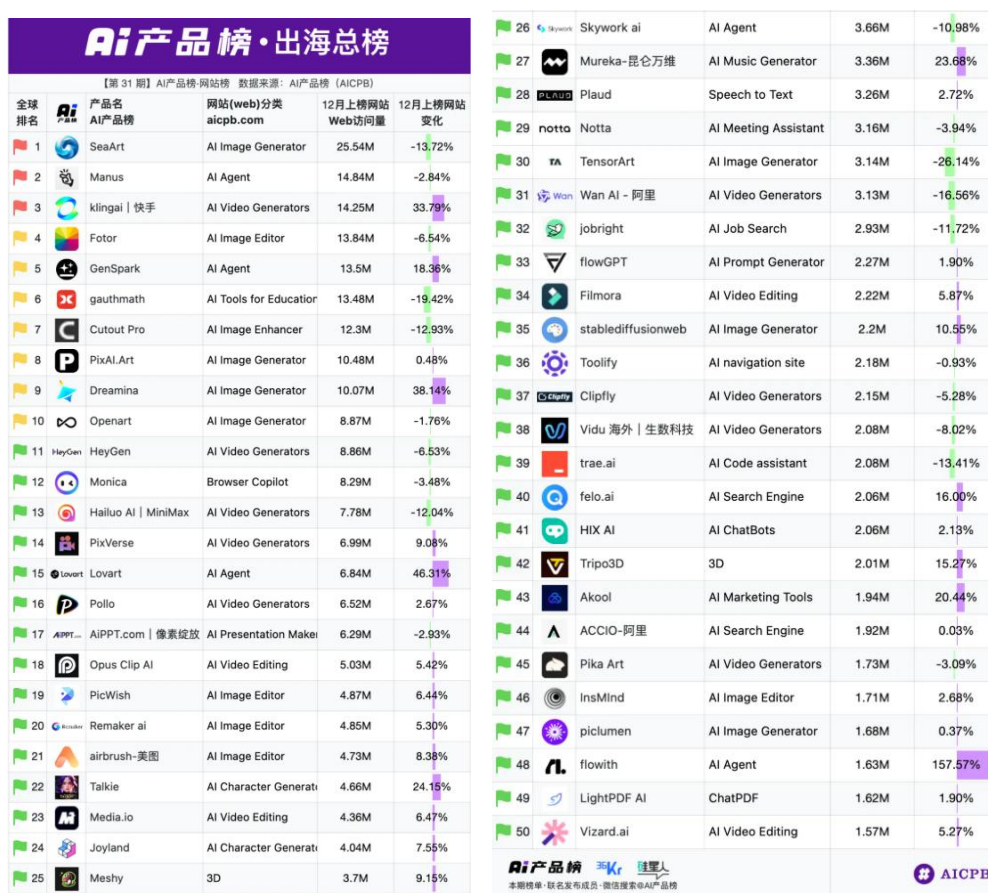
<sup>5</sup> Sensor Tower2026 移动市场报告

## 2. AI出海：多模态内容生产和Agent是出海的主要方向

根据 AI 产品榜·出海总榜数据，在图像、视频、音频、代理等细分领域，中国出海产品表现活跃。2025 年 12 月，榜单前 50 名产品月访问量均在 150 万以上，其中超过 1,000 万的产品达到 9 个，这表现出中国 AI 应用已具备较强的全球用户触达能力。

从赛道分布看，榜单头部产品主要集中在图像生成与编辑、视频生成以及 AI Agent 方向，表明多模型内容生产与智能 Agent 正成为中国 AI 出海的核心赛道。国内团队当前在多模态内容生产效率上具备自身优势：一是产品迭代速度快，二是对电商、营销、短视频、跨语言传播等商业场景理解更深，三是更擅长将模型能力转化为面向终端用户的标准化产品。

图 9：AI 产品榜·出海总榜（2025 年 12 月数据）

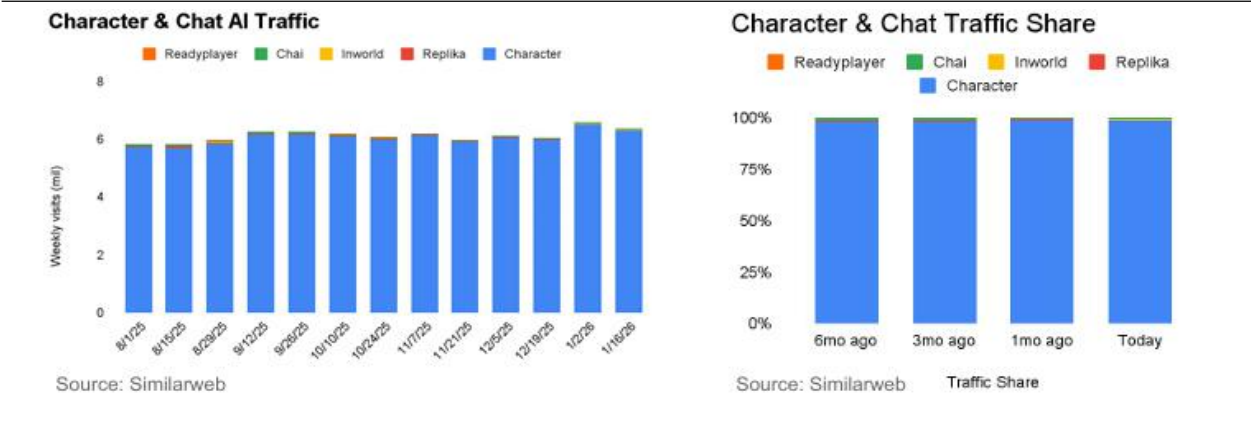


## 3. AI+社交/陪伴：从工具到情感连接的跨越

从用户流量看，AI 陪伴赛道已形成相对稳定的访问规模。该类工具主要面向模仿和学习用户语言风格、在更自然的交互场景中提供聊天与陪伴体验。2025 年末，赛道环比仍保持温和增长；其中，头部平台继续占

据主要流量份额，而部分新兴产品在阶段性窗口中增长更快，显示出 AI 陪伴应用正从单一聊天向更具角色感、陪伴感和场景化互动的方向演进。

图 10：角色与聊天 AI 工具流量数据

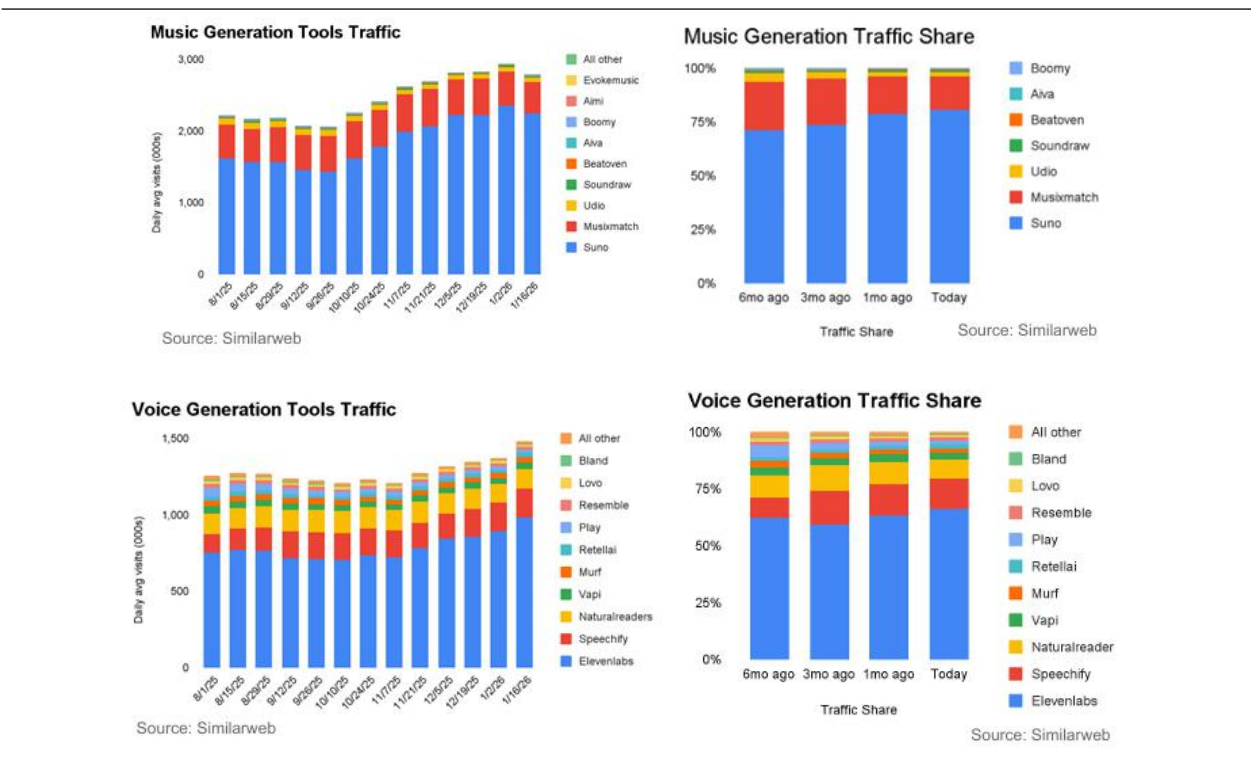


资料来源：Similarweb

#### 4. AI+音乐和声音：多模态技术赋能创作全链路

2025 年，AI 在音乐与声音领域的应用取得了长足进步。AI 声学分析技术能够精准识别并捕捉用户音色独特性，大幅降低了音乐创作的技术门槛。多模态模型的发展已打通了从 AI 灵感生成、作词、声音克隆、写歌到 AI-MV 的创作全链路。同时，实时语音交互能力的提升，使得语音助手在复杂场景下的表现更加自然流畅，为智能座舱、智能家居等场景提供了更优的交互体验。

图 11：音乐生成和声音生成 AI 工具流量数据



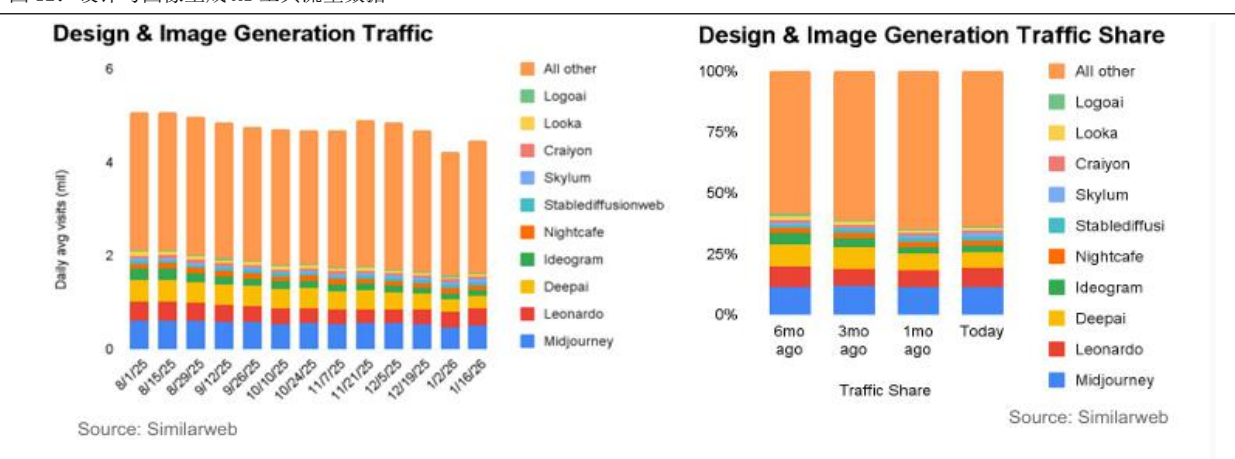
资料来源：Similarweb

从应用流量看，2025 年全年 AI 音乐生成赛道保持增长态势，头部产品在流量规模和用户份额上保持领先，说明 AI 音乐生成正从早期尝鲜逐步走向更稳定的创作工具化阶段。进入下半年后，赛道活跃度进一步提升，其中自 11 月以来增长明显加快，12 月中旬一度达到 37%<sup>6</sup>。随着音乐生成、配乐、音频素材生产等需求增加，AI 音乐和声音工具在内容创作链条中的渗透正在持续加深。整体来看，模型能力较强的平台在竞争中更有优势，应用企业则需要围绕玩法、场景和商业模式探索更丰富的产品形态。

### 5. AI+图像/视频：从基础生成走向专业提效，头部集聚与多元竞争并存

AI 设计与图像生成赛道在 2025 年整体保持较高活跃度，相关工具日均访问量总体仍维持在约 450 万至 500 万之间，这显示用户需求已逐步由早期尝鲜转向持续使用。从流量份额结构看，前 10 个产品合计流量占比约在 50%左右，这说明赛道参与者众多、市场格局较为分散，仍具较大竞争空间。此外，随着产品能力持续提升，用户需求也由基础生成进一步延伸至图像编辑、修图优化和设计提效等更成熟的应用场景。

图 12：设计与图像生成 AI 工具流量数据

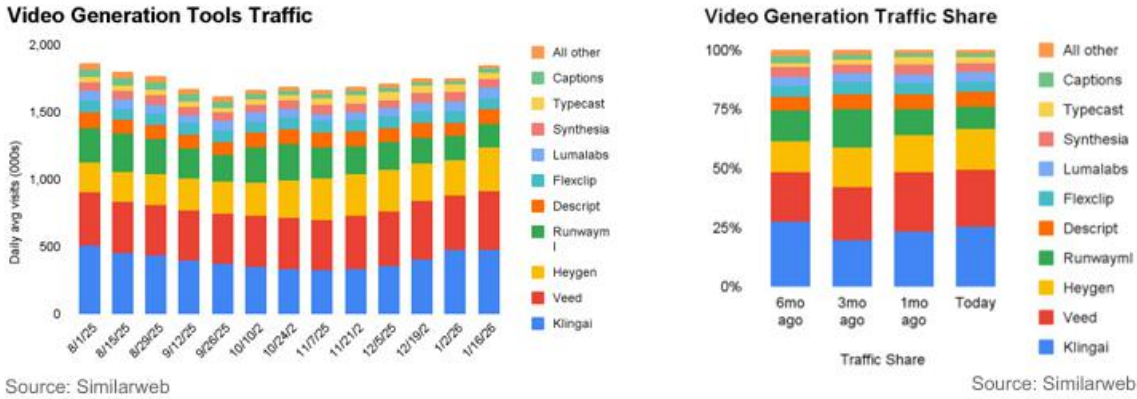


资料来源：Similarweb

AI 视频生成与编辑赛道在 2025 年整体处于较为活跃的发展阶段，并在年末出现回暖，相关工具日均访问量大致维持在 160 万至 180 万之间，这显示市场需求仍在持续释放。从流量份额结构看，头部平台占据较高比重，呈现一定集中趋势；除此之外的平台仍保有一定份额，也说明市场参与者较多，不同产品在视频生成、视频编辑、数字人和营销内容制作等方向各有优势，市场空间依然广阔。整体来看，AI 视频工具正由概念验证加快走向场景落地。

<sup>6</sup> Similarweb

图 13: 视频生成与编辑 AI 工具流量数据



资料来源: Similarweb

## 四、公司未来发展的展望

### (一) 2026年工作安排

2026年,公司将继续秉持“科技赋能场景,让娱乐更有趣”的战略使命,深度把握AI应用出海、游戏全球化等的产业新机遇,以AI驱动内容创新与场景拓展为主线,构建应用层场景创新、平台层能力输出、基建层算力支撑的三层业务架构,实现从国内市场到全球市场的战略跨越。公司将坚持内生增长与外延拓展双轮驱动,在聚焦游戏、社交等核心业务内生发展的同时,积极探索与AI应用、游戏、社交、IP等领域优质企业的并购投资机会,通过资本运作整合产业链资源,强化技术协同效应,加速构建由科技深度赋能的泛娱乐产业生态闭环。具体而言,将重点开展以下工作:

#### 1. 突出AI+出海战略,在社交陪伴、创意工具、内容社区等领域全面探索

公司将把AI应用出海作为2026年战略核心,基于在国内市场验证成熟的AI音乐、AI陪伴产品经验,积极拓展海外市场。在社交陪伴方向,公司将基于带带电竞在AI虚拟陪伴、AI声鉴、智能匹配等方面的技术沉淀,以及VRACE AI平台的多模态生成能力,将AI陪伴产品推向海外市场,为全球用户提供智能化的虚拟陪伴服务,探索AI+社交陪伴的全球化路径。在创意工具方向,公司将依托给麦在多模态AI音乐创作领域的技术积累,包括AI写歌、AI图生歌、AI歌声进化等核心能力,以及VRACE平台的图片生成、视频生成能力,探索将AI音乐、AI图像生成等创意工具产品推向海外市场,满足全球用户对AI内容创作的需求。在内容社区方向,公司将探索构建基于AI生成内容的全球化社区平台,让用户能够创作、分享、互动,形成UGC与AIGC相结合的内容生态,打造具有全球影响力的AI娱乐社区。

#### 2. AI+平台能力不断迭代,强化技术底座支撑

公司将持续强化VRACE AI平台的自主研发能力,构建更加完善的AI技术生态。在模型能力方面,公司将重点突破AI美术、语音、文本、视频生成的行业专属模型,提升内容生产效率与质量,探索全面覆盖娱乐内容生产全链条的可能。持续跟进行业先进模型演进,深化模型微调与场景适配能力。在基础设施方面,公司将

加强盛天云建设，提升算力资源储备与调度能力，优化边缘计算节点布局，为 AI 应用的大规模落地提供稳定、高效、低成本的算力支撑。

### **3. 加速游戏出海，打造原创IP+引进IP双轮驱动**

2026 年，公司将加速推进游戏业务的全球化布局，构建原创 IP 打造与引进 IP 改编双轮驱动的发展格局。在原创 IP 出海方面，《星之翼》将持续推进全球化战略，计划登陆 PlayStation、Xbox 等多平台，并拓展更多地区市场。公司将继续深化 IP 联动策略，探索与更多优质 IP 的跨界合作，并将《星之翼》产品 IP 化，尝试更多玩法和可能，包括实体衍生品、官方模型、主题外设等，构建 IP 价值立体生态。Paras Games 将持续拓展独立游戏发行布局，推动《风暴怕死队》等独立游戏产品出海，打造具有全球影响力的独立游戏品牌。在引进 IP 改编方面，《真·三国无双 天下》预计于 2026 年上半年正式发布，公司将持续深化与光荣特库摩等国际 IP 方的合作，开发更多衍生品类与跨媒介内容，延长 IP 生命周期。同时，公司将积极寻求与更多国际知名 IP 方的合作机会，丰富精品 IP 储备。

## **（二）公司面临的风险和应对措施**

### **1. 市场竞争加剧导致的业务压力**

游戏行业头部效应显著，腾讯、网易等巨头在 IP 储备、研发投入和全球化布局上优势明显，中小厂商面临用户争夺与成本攀升的双重压力。此外，AI 技术的普及可能加剧行业同质化竞争，公司需在技术迭代与内容创新上持续投入以保持竞争力。公司将持续聚焦差异化赛道，依托 VRACE AI 平台构建技术护城河，通过 AI 赋能内容生产与用户体验；深耕细分品类，以《星之翼》等原创 IP 为支点打造特色化产品矩阵；加强与中小研发商的合作，通过 Paras Games 等渠道挖掘优质独立游戏，形成差异化内容供给。

### **2. AI技术研发与应用不及预期的风险**

公司在 AI 领域的研发投入持续加大，但若关键技术突破滞后或应用场景落地缓慢，可能导致战略推进受阻。当前 AI 模型训练成本高昂、技术迭代周期不确定，若公司未能及时跟进前沿技术，可能丧失先发优势。公司将持续跟踪全球 AI 技术发展趋势，优化 VRACE AI 平台的模型微调与场景适配能力，提升技术转化效率；采用小步快跑的产品迭代策略，快速试错验证应用场景降低技术落地风险；加强 AI 人才队伍建设，吸引顶尖技术人才加盟。

### **3. 游戏出海的政策与文化适配风险**

海外市场监管政策复杂，且不同地区用户文化偏好差异显著，若公司未能充分适应目标市场规则，可能面临产品上线受阻或用户接受度低的风险。此外，汇率波动、地缘政治冲突等外部因素也可能影响海外业务收益。公司将加强出海产品的本地化运营能力，针对不同市场制定差异化运营策略；建立完善的合规审查机制，确保产品符合目标市场的法律法规要求；与当地发行商建立合作关系，借助本土资源降低文化适配风险；通过多元化市场布局分散单一市场的政策风险；建立汇率对冲机制，降低汇率波动对财务业绩的影响。

### **4. AI应用出海的竞争与合规风险**

AI 应用出海面临激烈的国际竞争，海外已有众多成熟的 AI 应用产品占据市场先机。同时，不同国家和地区对 AI 应用的监管政策存在差异，数据隐私、内容审核等方面的合规要求日益严格，可能增加出海业务的运

营成本和合规风险。公司将充分发挥在游戏、社交垂直场景的数据与运营优势，打造差异化 AI 应用产品；深入研究目标市场的监管政策与合规要求，建立完善的合规运营体系；持续优化产品体验，通过技术创新和服务升级提升用户粘性与市场竞争力。

湖北盛天网络技术股份有限公司董事会

2026 年 4 月 24 日