

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2018年6月26日及6月28日投资者调研沟通活动纪要

时间：2018年6月26日及6月28日

接待调研人：董事、董事会秘书、副总经理 高岩

参会人员：方正证券、德邦证券、易方达基金、金元顺安基金、平安资管

详细纪要：

1、公司2018年新产品情况如何？

公司新产品包括自研游戏和代理游戏两部分。公司代理的游戏《贪婪洞窟》安卓版已于2月27日正式上线；《长生劫》于6月28日在苹果应用商店上线，上线首日在iPhone游戏付费榜位列第1名。此外，公司代理的数款游戏测试中，包括由《贪婪洞窟》原班人马打造的《贪婪洞窟2》、《原力守护者》和《永不言弃：黑洞》。

2、公司现有产品的运营情况如何？

公司深耕游戏行业多年，有较好的用户基础和较为出色的游戏运营能力，现有游戏的运营情况相对稳定。公司代表作《问道》自2006年上线以来，已经成功运营十几年，目前充值流水相对稳定。2016年公司成功推出《问道手游》，目前《问道手游》经营稳定，4月份做了两周年庆活动，充值流水创阶段性新高。《不思议迷宫》自2016年12月上线以来，深受玩家喜爱，积累了良好的用户基础。

3、公司如何看待手游的生命周期？对《问道手游》的生命周期是否有信心？

手游的生命周期关键要看产品的品质及运营策略。有些产品品质一般，产品规划为短期产品，倾向于快速变现及频繁迭代，这些产品生命周期就不会太长；而有

些产品品质精良，产品规划是长期产品，运营中重视玩家体验及客服工作，产品的生命周期就会长。

公司走“精品化”路线，坚持做好玩的游戏产品，重视产品品质及客服工作，通过好的产品和服务，提升玩家的游戏体验和沉浸感，增加用户的粘性，从而延长游戏的使用寿命；此外，《问道手游》所属 MMORPG 类手游的使用寿命相对较长，公司对《问道手游》的使用寿命有信心。

4、公司如何应对日益增长的手游运营压力？雷霆平台怎么定位？

公司坚持不刷榜单、不做单纯买量，有效控制宣传推广费用，提高运营效率。一方面，公司主张把客服工作做好，公司的客服人员直接对接研发团队，能解决一些简单的技术性问题；另一方面，公司主张进行一些独特有效的推广方式，公司的营销手段更多针对游戏的健康度，重视玩家的培育，通过与直播平台或主播合作、影视剧产品植入、不同产品联动、微信公众号、游戏公会、游戏论坛、线下活动等各种方式相结合进行推广活动。

雷霆游戏平台(www.leiting.com)是公司的运营平台，不仅运营公司自研的游戏，还会代理运营游戏品质良好、研发团队理念与公司相近的产品。雷霆平台走“精品化”路线，希望通过运营好的产品，给用户美好的游戏体验，为雷霆平台积累良好的口碑，增强用户粘性，扩大雷霆平台的品牌知名度，吸引更多玩家，实现长线经营。

5、公司产品研发的整体思路是怎样的？

公司为 CP 起家，具有较强的研发实力，坚持走“精品化”路线，致力于把每一款产品做成精品，以产品品质赢得玩家。公司自研的产品需要经过预研、立项、测试等环节，而后才能上线运营。公司在产品立项环节就进行严格的审核，项目组需制作 demo 并向公司产品委员会提出立项申请，经产品委员会全体委员一致通过后方可立项。公司产品立项需要符合两个条件：（1）产品独一无二：差异化明显，不做换皮，可玩性第一位；（2）团队稳健可靠：制作人对产品的信念和投入意愿强烈，团队管理能力突出。此外，公司产品立项后需尽快见玩家，通过听

取核心玩家的建议，不断打磨、调整游戏的核心玩法，与玩家共同“定制”游戏，制作出玩家喜爱的产品。

6、公司的对外投资理念如何？

公司采用参股的方式投资有发展潜力的公司，不断寻找品质优良的投资标的，包括游戏研发商、游戏分发商及行业上下游企业等。公司对外投资时比较看重对方的研发能力、研发及运营理念、能否给玩家良好的游戏体验等方面。公司主要投资天使轮，已经成功孵化了一些公司，也锻炼了游戏背后的团队。

公司不会收购参股公司，游戏行业是创意产业，收购参股公司对于公司并没有协同效应，参股的方式有利于调动项目人员的积极性，有利于产品的研发。