

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

## 2023年9月4日投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参会机构名称	东吴证券、太平基金、浙商资管、蜂巢基金、永汇投资、筌笠资产、泉果基金、弥远投资、泽恒基金等多家机构
时间	2023年9月4日下午 15:00 -16:00
地点	上海市松江区巨人网络集团股份有限公司
上市公司接待人员姓名	投资者关系总监 陈婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023年9月4日，巨人网络集团股份有限公司（以下简称“公司”、或“巨人网络”）投资者关系总监陈婷，就公司近期经营情况与来自多家的机构投资者进行了交流，并针对投资者提出的问题做出了详细解答。</p> <p>以下为本次投资者关系活动纪要：</p> <p><b>一、公司经营情况</b></p> <p><b>1、《原始征途》上线后表现</b></p> <p>《原始征途》于3月24日正式公测，首日登顶iOS免费榜及畅销榜前20，新增用户超百万，首日流水超千万，首月流水破三亿，累计流水超十亿，表现十分优异。下半年，公司将保持对版本研发的投入，继续打磨核心玩法、完善新手体验及升级美术设计，计划将于四季度推出功能体验更加完善的版本《原始征途-正式版》。公司在保持</p>

常规营销推广的同时，也将推出《原始征途》小程序版，实现小程序和 APP 服务器互通，拥抱更多的新用户群体。

## 2、《太空行动》大推后表现

《太空行动》于 2023 年 1 月 16 日正式上线以来，围绕核心玩法持续打磨，保持玩法内容的高频更新，同时加强新手引导、AI 对战、深度智能匹配系统等方面的优化，不断提升用户体验。截至 2023 年 7 月 31 日，《太空行动》全渠道累计新增用户达到 2,800 万，DAU 突破 250 万。2023 下半年，《太空行动》将继续以内容为核心，IP 为抓手，重点围绕视频作者、PGC 官方优质内容营销进行持续投入，广泛触达用户圈层，加强建设社交生态，最终实现“内容+社交”带动用户增量的目标。

## 二、问答环节

**1、《原始征途》首月流水突破三个亿，累计流水超过十亿，超市场预期。请问该产品的投放成本以及后续的节奏？**

答：《原始征途》的研发、测试以及修改历时 3 年，2022 年 9 月，公司董事长史玉柱先生亲自加入研发团队，对游戏进行监制，经过近半年的修改后于 2023 年 3 月底上线。基于公司对产品本身的信心，2023 年 3 月开始，公司进行了较大规模的投放，流水表现超出公司预期。公司希望做长线且成功的产品，在不断优化产品内容的同时会保持买量投放的力度，根据买量的效果动态调整，持续投放。

四季度《原始征途》“正式版”的上线将会是该游戏“二次推广”的契机，公司会根据版本情况制定相应的买量投放计划，希望为该产品更长周期的稳定营收、利润贡献奠定坚实基础。

## 2、《原始征途》“正式版”将在哪些方面持续优化？

答：《原始征途》“正式版”较 3 月底的公测版本将围绕以下三个方面持续优化，以提升其可玩性：

### （1）打磨核心玩法

公司将打磨经典玩法，思考国战玩法如何增加游戏乐趣及策略性。如在“国战”、“抢 boss”、“运镖”、“刺探”等方面，提升可玩性。

(2) 短期留存的提升

核心用户的长期留存比较理想，但短期留存有提升的空间，尤其是针对买量用户的新手引导。

(3) 加强社交系统的广度和深度

强化以国战为核心的社交系统的向外扩展及向内纵深的强化。

**3、《太空行动》的收入预期？**

答：《太空行动》今年的核心目标还是活跃人数的增长，而不是商业化。6月份开始，延续到整个暑期，公司开展了《太空行动》上线后的第一波推广，DAU超过了250万，相较于推广前的DAU实现了量级的增长，达到了公司对于这一阶段用户人数增长的目标。休闲游戏的付费需要建立在用户存留时间的增长、粘度的提升、稳定社交关系的建立等前提下，所以需要一定的时间周期来实现。

**4、公司在研产品情况及推广计划？**

答：在研产品有三款：

(1)《王者征途》是“征途”赛道H5游戏，项目的研发完成度较高，亦做过买量测试、付费测试，预计将在《原始征途》平稳运营一段时间之后再开启推广。

(2)《无主王座》是一款以国战为核心玩法，西方魔幻题材的3DMMORPG手游，预计将在9月份开启首次见用户测试。

(3)一款面向全球化的SLG产品。

**5、公司目前在AI方面的布局进展如何？**

答：公司早在两年前已经开始和商汤、超参数等公司在AI方面开展合作，优化游戏内AIbot技术水平，提升用户体验；从去年开始随着生成式AI工具和大模型的快速迭代，公司深刻意识到AI技术对游戏行业带来的颠覆性变革，开始积极布局AI相关技术应用，在AIGC降本增效，以及利用“游戏+AI”提升用户体验、创新游戏玩法等方面，取得了初步进展。

公司已组建了AI实验室，招聘行业AI方面的专家，预计一、二十人的团队，公司已组建了AI创新实验室，负责公司AIGC相关能

力的建设、推动 AIGC 工具在全公司范围内各业务场景的普及落地，以降低研运成本，提高研发效能。目前，公司在 AI 辅助美术工业化、大语言模型的定制化训练、语音生成等方面构建了初步平台化能力，并根据各项目组需求逐步完成了部署和应用。同时，公司不断加大对对外合作力度，借助产业合作伙伴的力量共同探索“游戏+AI”解决方案。公司认为利用 AI 技术与游戏玩法的有机结合，将能够创造全新的游戏乐趣和玩家体验。公司部分项目已经就此方面开展了初步探索：

《太空行动》：通过大语言模型，实现 AI 陪玩，让 AI 可以和玩家进行逻辑的沟通交流；提供 AI 发言辅助，进一步降低玩家在游戏过程中的发言门槛；探索更强代入感、接近真人对话的 AI 推理玩法，该玩法将于 9 月份开启大规模的用户测试。

《球球大作战》：将探索 UGC+AI 的功能，玩家目前已经可以自定义生成场景、道具、皮肤，正在研究通过 AI 进一步降低玩家参与 UGC 的门槛以及提供创新游戏体验的可能。

#### **6、公司在游戏出海方面的进展？**

答：公司立项的两大原则即必须是全球化产品，且尽量聚焦公司擅长的赛道。

目前公司在研及立项的大部分产品均面向全球市场。《太空行动》先于东南亚上线，后在国内上线，四季度开始将会着重寻求在美国、日本等全球头部市场的上线。

此外公司在研发中的西方魔幻题材的 MMO、SLG 产品，均面向全球市场。

#### **7、2023 年市场上有更多新品上线，公司是否面临竞争加剧问题，公司如何应对？在买量成本上是否有上升的趋势？**

答：由于新品增加，公司在一定程度上面临竞争压力。公司会积极应对，做好自己，在产品上下功夫。公司从同行业优秀的作品上得到启发，专注于把公司擅长的征途和休闲竞技两个品类做好，努力做到快速迭代。

6 月份开始，确实看到买量成本的上升，但《原始征途》因为有

	<p>较强的 IP，且在细分品类上有独特性，在买量执行上也是在 ROI 目标范围内实时调整，故买量成本总体始终控制在合理范围内。</p> <p><b>8、投资收益是否具有可持续性？</b></p> <p>投资收益主要是权益法核算的长期股权投资损益，公司长期股权投资项目的构成在近期未发生变化。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 9 月 4 日