

北京神州泰岳软件股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-005

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 checked="" 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"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	参加“数字经济添活力——深市民营上市公司 2023 年半年度集体业绩说明会”的全体投资者
时间	2023 年 9 月 21 日
地点	深圳证券交易所“互动易”平台（ http://irm.cninfo.com.cn ）
上市公司接待人员姓名	董事兼首席运营官翟一兵先生、副总裁兼财务总监戈爱晶女士、董事会秘书张开彦先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2023 年 9 月 21 日在深圳证券交易所上市大厅通过图文与直播视频转播的方式举办 2023 年半年度业绩说明会，公司与投资者进行了互动交流和沟通，并就投资者关注的问题进行了回复，主要问题及回复如下：</p> <p>1、海外 SLG 游戏市场现状如何，公司在海外市场有何优势？</p> <p>结合近 5 年数据看，2022 年海外 SLG 手游下载量规模保持持续增长，下载体量突破 1.2BN；海外 SLG 手游收入从 2018</p>

年的\$4.5BN 增长至 2022 年的\$7.2BN。中国厂商在海外 SLG 手游市场的收入份额连年上升。

神州泰岳是中国手游开发商中最早的一批出海开拓者，公司已构建了成熟的自研自发、研运一体的业务模式。研运一体模式下，发行端与研发端能更好的协作，双向反馈顺畅，有利于把握市场需求，帮助产品更好的长线化运营。当前，公司游戏玩家遍布全球 150 多个国家和地区，主要市场为中国、北美、欧洲、日本、韩国、中东、南美等。在 Data.ai 发布的“2023 年全球 50 强发行商”榜单中，公司旗下壳木游戏名列全球第 47 位。

2、公司后续新游戏产品发布的节奏，以及大概的情况（题材，游戏类型等）。

从目前的进展看，明年我们可能有两款游戏发行。一款代号 DL，科幻题材，游戏类型是 SLG+模拟经营；一款代号 LOA，文明题材，游戏类型也是 SLG+模拟经营。

3、公司近几年业绩提升主要得益于哪些方面变化和努力？

过去五年，神州泰岳的收入增长了两倍，利润增长了近七倍，净资产收益率从 1.55%增长到 11.83%，业绩提升是明显的。同时，过去五年，我们没有进行重大资产收购、没有做直接融资，也没有引入战略投资者。可以说，泰岳的业绩提升是内生式的，是全体泰岳人努力的结果。

过去五年的变化是多方面的，我们的收入结构、业务线、人员规模都发生了重大变化。归结这些变化的原因，离不开我们的企业文化——“求真务实、注重业绩”。比如我们做计算机业务线的梳理调整，对于亏损的且没有核心技术的业务、盈利能力偏低且未来成长空间不大的业务，坚决剥离处置，我们处置了多家有实际经营业务的控股子公司，裁撤了教育信息化等业务线，同时我们内部孵化出为中国出海企业提供迁移上云及云上增值服务的云事业部，这些措施让我们

计算机板块的收入质量得到了很大提升。

在游戏业务上，我们坚持做自己擅长的事，在收入、人员规模持续增长的情况下，没有急于扩大产品类型、增加发行数量，而是坚持出海、坚持深耕 SLG、坚持研运一体、坚持打造长周期运营能力。泰岳的愿景是“成为有持续创新能力的数字经济领军企业”，我们将朝这个目标持续奋斗。

4、对于未来的发展，公司制订了怎样的发展战略？

对于未来的发展，公司制订了“创新驱动、全球布局”的发展战略。创新是泰岳这样的技术型公司，保持持续竞争力的根本保障。我们会持续加强研发力度，筑牢技术底座，不断探索面向数字经济的应用场景。通过创新持续提升自研实力，拓展多元产品矩阵。以新一代算力网络建设、云服务、人工智能为重点突破，在产品供给侧进行多元化布局，为企业级客户打造优质产品及解决方案。游戏侧，将继续打造长生命周期精品游戏，深耕 SLG 赛道，尝试更多融合类玩法及品类的适度扩展；结合 AIGC 类工具运用，积极探索 AGI 与游戏的深度融合。

同时，我们坚定“全球布局”战略，进一步发挥海外市场的先发优势，依靠强大的产品力以及本地化营销能力，不断扩大海外业务规模。

5、公司手机游戏业务的毛利率过去三年稳步提升，2023H1 突破 70%，主要由哪些因素驱动？

公司手机游戏业务的毛利率过去三年，从 2020 年 66.4%，2021 年 66.6%，2022 年 67.5%到今年上半年的 70.2%，整体上相对稳定，有所提升。

毛利的提升主要得益于游戏产品充值流水稳步增长所带来的规模效应，如：与部分平台佣金议价能力提升带来的成本降低，云服务用量增长、架构和布局优化带来的效率提升。同时，也得益于公司的精细化运营策略，通过深度分析挖掘

用户喜好，开拓新的区域市场和合作渠道，所带来的效益提升。

6、从以往的经验看，公司 ICT 业务的表现，下半年通常优于上半年，2023H2 会有一个怎样的呈现？

公司 ICT 业务的收入，下半年通常优于上半年，主要是我们的 ICT 智能运维、信息安全、人工智能这几个业务板块的业务以项目类合同为主，依据会计准则采用“终验法”确认收入和成本。通常由于客户的年度项目周期和预算周期管理的特点，项目验收、结项、确认收入会集中在下半年，尤其是第四季度。且上半年的确收的收入类型以按照期间、工作量、服务周期确认的运营类收入为主，通常运营类合同的毛利也会略低于项目类合同，因此会呈现一个相对明显的年度周期特征。

7、公司的主力游戏产品在市场上表现如何，是如何保持稳定流水？

今年上半年，公司的《旭日之城》营收 14.73 亿元，同比增长 42%，其中二季度的月均活跃用户数已达 423 万。《战火与秩序》流水也维持在高位，上半年实现营收 5.7 亿元，二季度的月均活跃用户数为 197 万。根据 Data.ai 发布的“2023 年 8 月中国出海收入 30 强”，《旭日之城》与《战火与秩序》分别位列第 8 名与第 21 名。

对于已经发行的游戏，公司除了持续投放推广外，也投入大量资源不断进行游戏内容的更新与迭代。《旭日之城》、《战火与秩序》的长周期生命力，是公司游戏战略、团队能力的直观反映。公司将坚持“聚焦全球游戏市场，研发精品游戏”的游戏战略。

8、公司收入分类里，AI-ICT 主要包含哪几块，主要客户有哪些，与客户合作关系怎样？

公司的 AI-ICT 构成主要包括 ICT 运维、信息安全和云服

务以及从事 AI 技术商业化的鼎富智能。ICT 运维持续稳健服务于以电信运营商为主的数字化需求高的大型国央企。基于公司深耕 ICT 运维 20 余年的经验和持续夯实的数字化技术底座，公司与客户建立了长期稳定战略合作关系。赛迪顾问发布的《2021-2022 年中国 IT 服务市场研究年度报告》中提到“神州泰岳持续完善 IT 运营产品体系，在中国 IT 服务管理市场中占有率连年保持第一”。

公司云服务业务重点服务于有出海需求的中国企业，为企业高性价比用云、传统企业快速上云提供优质服务。今年公司已获评亚马逊云科技“最佳系统集成合作伙伴”。目前该业务服务涵盖的行业包括：医疗、教育、游戏、金融、制造、汽车、零售、媒体娱乐 8 大行业，累计服务出海企业超过 300 家。公司服务范围实现了从咨询、规划、迁移、交付、优化、MSP 端到端的技术服务闭环。

公司人工智能业务专注于“认知+”产业生态构建，运用 NLP 自然语言处理核心技术，推动人工智能技术在智能催收等垂直领域的快速落地。公司推出的“泰岳小催”平台将传统作业模式与前沿 AI 技术相结合，大幅提升作业效能和专业度，助力贷后催收作业，带动鼎富智能的营收快速增长，主要客户为商业银行。

9、现在三季度马上也结束了，想请教公司存量产品《war and order》和《age of origin》的流水情况同环比大概是什么趋势？未来在新兴市场比如巴西地区，有什么产品方面的规划，怎么看这个市场可以贡献的增量？以及《Dreamland》在测试阶段的用户画像来看，是否相较公司现有用户有一定的年轻化和扩圈？

两款产品的流水环比依然是稳中有升。《war and order》今年是上线的第 8 年，年初制定的目标就是月流水稳定在 1,300 万美金的水平。无论是上半年还是三季度的情况看，月

流水基本上稳定或略超这个水平。《age of origin》今年是上线的第 5 年，还处于增长期。去年的月流水平均约 3,000 万美金，今年上半年月均流水增长到约 3,500 万美金。从目前看，增长的趋势还在继续。

从游戏市场的区域选择看，北美、日韩是我们最重要的市场，这两块市场也是最大的海外市场。我们产品，基本是围绕这两块市场做规划。对于新兴市场，我们一直在持续关注，对于增长较快的新兴市场，我们会做一些投放，通过投放的数据反馈做决策：如果数据不错，我们就加大投放；反之，我们就再等等。

《Dreamland》在测试阶段的用户画像，是 35 岁以上的中年白人男子。这个群体，可能是全球付费能力最强的玩家群体了。我们将 SLG 融合模拟经营等玩法，扩圈是很重要的目的。当然扩圈未必是用户年龄层的变化，也可以是在我们熟悉的用户画像中，通过玩法的融合，让更大比例的这一年龄层的用户，成为我们的玩家。

10、公司历史定期报告显示，近三年公司营业收入实现连续高增长，且增长主要来自游戏业务的业绩贡献。请公司介绍一下目前储备游戏的情况并结合现有游戏生命周期、每用户平均收入 (ARPU) 的变化趋势和新上市游戏业绩表现等说明游戏业务的营业收入增长是否可持续。

从公司自身的发行节奏看，公司储备还是比较丰富的，代号 DL、LOA 两款产品，都有望明年发行。看游戏业务营收增长的持续性，比较乐观。原因在于我们不断验证的长周期的运营能力，以及工程化创新思路下的精品策略。公司的《旭日之城》上线 5 年多，流水依然在持续爬升，无论是用户数量还是每用户平均收入，自产品发行以来，都是持续爬升的过程。公司的《战火与秩序》，上线已 8 年，月均流水稳定在 1,300 万美金的水平。这是长周期的运营能力。其次，工

程化创新思路下的精品策略，保证了我们发行的产品有比较高的成功率。在比较高的成功率的基础上，因为制作效率的不断提升，我们产品的发行节奏，与过往相比也有所加快。所以，我对游戏业务营收的持续增长很有信心。

11、行业和公司出海的增长预期？

去年中国出海手游收入占海外市场约 26%，保持持续增长。可以说，中国手游产业在全球的竞争力是持续加强的。从游戏类型上看，中国厂商在策略类手游具有相对垄断的地位，在 RPG 类型的占有率也提升很快。但在其他类型的游戏上，比如消除、博弈、模拟、体育等，占有率很低甚至接近为零，这些都是未来增长的空间。随着中国手游厂商在全球竞争力的持续提升，我相信我们在全球的市场占有率也会持续提升。

回到泰岳的出海业务，未来的增长预期，我也同样乐观。首先我们的战略很稳，坚持出海、坚持深耕 SLG、坚持研运一体、坚持精品路线；其次公司又在不断的突破和创新，比如深耕 SLG 的同时，公司游戏的题材从末日到科幻、再到文明题材。公司也不断进行玩法的融合创新，比如从 SLG+塔防到 SLG+模拟经营。事实上，过去几年包括今年上半年，我们的出海增速都是高于行业的。明年，我们大概率会有两款新产品发行，新产品的发行数量也比我们过往的快，还有更多的产品储备在制作过程中。所以，我们对我们的出海的增长也同样有信心。

12、如何看待 AI 对公司业务创新的影响？对未来增长是否有拉动？

AI 对公司的赋能，是多方面的。从业务类型上看，手游更多的是 AI 技术的使用者，通过使用最新的 AI 技术，提高游戏制造效率、提升用户体验，降低制作成本。比如今年在 AIGC 技术浪潮下，我们使用图片自动生成工具，非常明显的

	<p>提高了美术环节的工作效率，也有成本的降低。另一方面，AI 技术带来的游戏玩法的创新，公司一直在持续探索。我们相信，随着 AI 技术的不断迭代，一定会有更多的工具供公司使用，不断提高我们的制作效率、加快玩法创新，提升用户体验。</p> <p>另一方面，计算机板块，我们让 AI 技术落地场景，比如我们推出“泰岳小催”，用 AI 技术赋能传统催收行业，提升催收效率，降低人工成本。我们为客户提效降本的同时，自身的营收也会增加。</p> <p>作为数字经济领域的企业，我们全面拥抱 AI 技术，它对未来增长的拉动，我们相信不仅仅体现在手游或者人工智能板块。我们认为，AI 技术对未来增长的拉动是全方位的，它将大大提高每一位员工的生产效率，将更多的精力投入到更具创造性的工作中去。我们的人均创收、人均创利，会得到极大的提高。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 9 月 21 日