

证券代码：300459

证券简称：金科文化

## 浙江金科文化产业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-012

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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
参与单位名称	福佳保险、德邦资管、国盛证券等
会议日期	2021年7月7日、2021年7月9日
会议地点	杭州、无锡
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 胡斐 证券事务经理 王佳斌 投资者关系经理 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了公司战略及业务发展情况，并就调研机构关心的问题进行了问答交流，具体见附件。
附件清单(如有)	无
日期	2021年7月11日

附：投资者关系活动主要内容介绍

**Q1：公司在汤姆猫家族 IP 游戏之外是否还有其他业绩增长布局？**

答：汤姆猫家族 IP 系列游戏产品作为公司业绩的第一增长曲线，发展态势良好，增长稳定，公司将持续研发、迭代汤姆猫家族 IP 精品游戏，不断扩大用户基数，接入更多广告客户，并通过优化广告调节平台进一步提升广告变现效率。除此之外，公司国内外团队同时也在通过研发新 IP、新玩法游戏精品、积极拓展游戏发行业务、加速布局线下业态，打造公司的第二增长曲线。其中，在新 IP、新玩法游戏精品上，公司将研发以内购变现为主的休闲游戏与中重度新 IP 游戏精品，不断丰富公司产品品类，目前在研发中的项目包括卡牌类 RPG 游戏、模拟人生成长游戏等产品。

**Q2：可否介绍下公司今年下半年的发行计划？**

答：在“会说话的汤姆猫家族”IP 游戏领域，公司 2021 年下半年计划上线养成类产品《我的安吉拉 2》及休闲射击类产品《汤姆猫荒野派对》，其中，《汤姆猫荒野派对》已于 7 月 2 日在国内安卓渠道正式首发，数据表现良好，上榜华为、小米、OPPO 等多个渠道的游戏榜单前十；在新 IP、新玩法领域，公司 2021 年 1 月已上线一款弹射对战手游《弹弹奇兵》，2021 年下半年计划上线的产品包括休闲卡牌类 RPG 游戏《神王角斗》、策略塔防类《沼泽激战 2》等多个游戏产品。

**Q3：可否介绍下公司线下乐园的核心竞争力？**

答：在设计上，公司旗下亲子主题乐园以“会说话的汤姆猫家族”IP 各个角色

形象的人物特征设计并打造了汤姆猫探险区、安吉拉表演区、狗狗本科学实验室等多个功能区块；同时，公司充分结合“会说话的汤姆猫家族”IP 多款线上热门应用，将线上游戏、动漫场景通过多媒体交互实现乐园线下实景再现，构建沉浸式娱乐体验。在运营上，公司旗下亲子乐园以“寓教于乐”为经营理念，通过引入儿童心理学、教育学专家参与设计与规划，甄选出系列有助于儿童脑力、智力开发的的游戏与课程体系，旨在帮助儿童在游乐过程中启迪儿童想象力、激发创造力；此外，不同于传统的乐园模式，公司的亲子乐园设置了多个家长与孩子共同参与的游乐活动与项目，通过家长与孩子合作的形式，帮助促进亲子关系，使亲子家庭通过游乐活动提升获得感。在服务上，公司亲子乐园有严格的安全防护措施和清洁管理制度，游乐设施及产品用料均使用的是安全、环保材料，同时乐园内配备了数位安全员，全方位为亲子用户提供安全、放心、优质的游乐环境。

截至目前，公司已在浙江杭州、浙江宁波、浙江绍兴、安徽合肥、广东佛山、山东日照等地先后开业了多家汤姆猫室内主题乐园。已经开业的乐园单体店，经营情况表现良好，深受当地粉丝的喜爱。如杭州龙湖紫荆天街店、合肥保利 Mall 店、宁波北仑店、佛山桂城店等门店开业后，陆续上榜当地大众点评网热门榜单，品牌与口碑效应逐步显现。

#### **Q4：可否介绍下公司线下衍生品的规划？**

答：在 IP 衍生品与授权业务上，截至目前，公司已开发了品类丰富的“会说话的汤姆猫家族”IP 系列衍生品，产品 SKU 超过 2000 个。未来，公司将在持续扩充热门品类及产品 SKU 的基础上，加大营销力度，积极推进包括虚拟 IP 直播在

内的衍生品直播营销，并联手知名社交电商品牌、新媒体运营品牌，提升 IP 衍生品销量，扩大品牌影响力。

#### **Q5：公司收入的主要构成及主要客户是哪些？**

答：公司的主营业务收入主要来自线上游戏业务。依托于“会说话的汤姆猫家族”IP 庞大的用户数量和活跃用户，公司通过汤姆猫家族 IP 移动应用产品的内置广告和应用内购获取收入。其中，内置广告收入是公司移动应用产品收入的主要来源。2020 年，公司互联网营销广告收入为 13.83 亿元，占营业收入比重为 77%。

在线上广告业务上，Google、Facebook、Mobvista、IronSource、字节跳动旗下穿山甲、Smaato 等全球知名广告营销服务商以及华为、vivo、OPPO 等主流渠道均是公司线上移动应用业务的主要客户。

#### **Q6：公司在 VR 领域是否有布局？**

答：公司参股的北京天际微动科技有限公司，是一家具有自主研发能力的 VR 游戏内容研发商，也是华为 iLab 发起成立的产业合作组织 VR OpenLab 的成员之一。截至目前，该公司已推出包括《末日求生》《昆仑决》《猎魔》《绝命战场 VR》等多款 VR 游戏。其中，《绝命战场 VR》是全球首款由国内团队研发的 VR 版战术生存竞技网游，该产品体验版已于 2019 年在 Steam 平台上开启发售。此外，天际微动也在 Roblox 平台开展了相关业务布局，旗下 Rock Panda 工作室已在 Roblox 平台上上线产品《超市大亨》，该产品先后获得了 Roblox 中国区颁发的《2020 年度游戏》以及《2021 年 2 月期最佳作品奖》。

