

证券代码：300459

证券简称：汤姆猫

## 浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2021-017

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会（电话会议） <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	招商基金、海通证券	
会议日期	2021年9月2日	
会议地点	深圳	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 胡斐 投资者关系经理 张平	
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了公司上半年业绩及业务发展情况，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9月3日	

附：投资者关系活动主要内容介绍

2021 年上半年，公司线上线下业务发展情况良好。得益于线上系列休闲游戏的稳定运营，上半年实现营业收入 9.17 亿元，实现归母扣非净利润 4.08 亿元，经营活动产生的现金流量净额为 5.25 亿元。其中，公司核心子公司 Outfit7 上半年实现营业收入 6.54 亿元，实现净利润 3.98 亿元。

公司合并收入与子公司 Outfit7 收入的同比小幅下滑的原因主要为，Outfit7 海外业务主要以美元计价，上半年美元兑人民币汇率的下滑导致折算人民币后的收入减少。

因汤姆猫线上业务盈利能力稳定，上半年，公司偿还了部分海外借款，资产负债率稳步下降，公司资产结构持续优化。

上半年各个业务的主要发展情况如下：

### **(一) 线上业务**

#### **1、长线运营能力突出，长周期运营精品矩阵保障利润基本盘**

公司全球化研发团队始终秉持“精品化”研发策略，围绕“会说话的汤姆猫家族”IP 持续输出移动互联网优质内容。在线上移动应用领域，公司已构建了虚拟宠物养成、跑酷等两大拳头优势品类，并在全球范围内拥有庞大的用户基础。截至目前，公司系列休闲移动应用产品全球累计下载量已超过 160 亿次，平均月活跃用户数超过 4 亿人次，庞大的活跃用户基数已持续超过 10 年。据移动市场数据供应商 App Annie 的数据统计，2017-2020 年，公司稳居 iOS 及 Google Play 游戏综合下载榜全球第四位。

2021 年上半年，公司针对汤姆猫家族 IP 系列移动产品继续落实精品、长线运营策略，对已上线的移动应用开展了多次内容更新与升级迭代，有效提升了产品的生命力及对玩家的吸引力，使核心产品矩阵保持了长线运营。其中，《我的汤姆猫》MAU 保持在 3,700-4,300 万人次，《我的安吉拉》MAU 保持在 4,900-5,500 万人次，《汤姆猫跑酷》MAU 保持在 5,000-7,000 万人次，上述产品上线运营时间均已超过 5 年，且《我的汤姆猫》上线运营时间已近 8 年；此外，2018 年以来，公司先后上线的《我的汤姆猫 2》《汤姆猫英雄跑酷》《汤姆猫总动员》在上半年内 MAU 分别保持在 6,500-7,300 万人次、3,700-4,100 万人次、5,500-6,500 万人次。已上线产品的稳定长线运营，为公司在全球休闲游戏领域树立了精品化产品标杆，同时也为上半年公司移动应用业务形成稳固的基本盘。

## 2、新游表现亮眼，业绩有望持续释放

7 月份，公司先后上线休闲射击轻竞技手游《汤姆猫荒野派对》和新一代虚拟宠物类游戏《My Talking Angela2》（中文名《我的安吉拉 2》）。其中，《汤姆猫荒野派对》主打 3V3 组队以及短时多人在线快节奏对战，游戏内设置了丰富的 PVP 玩法模式和多个精美地图场景，上线首日即跻身虎牙、OPPO、小米、华为等多个渠道游戏榜单前列，市场表现良好。《我的安吉拉 2》采取养成核心玩法融合生活模拟全新元素，成功拓宽虚拟宠物休闲游戏用户群体，差异化优势明显。该产品于上线后不久先后获得美国、俄罗斯、巴西等国家的下载榜第一，位列全球 67 个国家 iOS 游戏免费榜前十。根据第三方数据平台 Sensor Tower 的最新数据显示，2021 年 7 月，《我的安吉拉 2》是全球下载第三、Google Play 渠道下载第一的热门移动游戏。

### 3、拓展精品游戏研运业务，“第二增长曲线”加码赛道

上半年，公司在持续、稳定输出“会说话的汤姆猫家族”IP 精品休闲游戏的同时，也在积极推进新 IP、新玩法的产品研发以打造公司移动应用业务的第二增长曲线。新产品将包括以内购变现为主的休闲游戏与中重度新 IP 游戏精品，包含弹射放置、模拟经营、休闲塔防射击、休闲策略等多个品类，涵盖 RPG、卡牌、沙盒、模拟等多种类型玩法。丰富多元的产品接力夯实下半年业绩基础。

## (二) 线下业务

### 1、深耕全球化亲子衍生生态运营，动漫影视作品持续热播

公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP 已推出系列动画片、短片及迷你剧等动漫影视作品，通过 YouTube、Netflix、腾讯、优酷、爱奇艺等全球主流平台在全球 200 多个国家和地区播放，深受全球用户的喜爱。截至 6 月底，公司“会说话的汤姆猫家族”IP 系列动画作品已被翻译成 32 种语言，全球累计播放量已超过 790 亿次，中国区累计播放量已超过 280 亿次。2021 年上半年，该 IP 系列动画作品在 YouTube 上新增播放量超过 80 亿次。

### 2、IP 衍生业务触达 Z 世代需求，亲子乐园迎加速扩张

2021 年上半年，公司持续扩大产品 SKU、开拓盲盒等热门品类触达多元场景下 Z 世代消费需求，并已于今年 8 月成功推出汤姆猫系列初代盲盒。同时公司深耕电商渠道，加大营销力度，积极引入知名社交电商以进一步扩大产品销售和品牌影响力。此外，公司着力开展多元化品牌运营，打造标准化、精细化的综合运营方案以提升服务细节，并通过小红书、抖音等新媒体平台进行粉丝维护及推广营销以促进乐园品牌影响力的提升。2021 年上半年，公司旗下杭州、合肥自营店

合计平均每月接待家庭组数超 7,000 组，门店客流数量上升明显。同时，公司已与杭州临安、杭州余杭、广东珠海、安徽阜阳、内蒙古呼和浩特、新疆库车等国内多家城市合伙人达成合作，未来将加速扩大乐园版图。

相关问答情况如下：

**Q1：公司汤姆猫产品在长周期运营上表现优异，后续在游戏研发上是如何规划的？**

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，公司将根据市场需求变化持续研发、迭代汤姆猫家族 IP 精品游戏，不断扩大用户基数，满足不同用户的娱乐需求；同时，未来也将对已上线的并同时拥有庞大用户基数的产品逐步加入自定义、社交元素进行迭代，提升用户体验感，增强用户粘性。如今年 7 月，公司上线的“养成+模拟”休闲游戏《我的安吉拉 2》在原有经典养成玩法的基础上，加入了非常多的自定义元素，用户可以根据自己的喜好打造个性化的“安吉拉”。

此外，在游戏研发业务上，公司国内外团队也在通过研发新 IP、新玩法游戏精品、积极拓展游戏发行业务，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《神王角斗》、模拟人生成长游戏等产品；在游戏发行业务上，公司将通过代理国内外高品质游戏产品，拓展发行业务增量市场，自公司引入西门孟先生后，目前，相关团队已

调研全球 300 余款产品，优选近 30 款 3S 级、A++ 级产品开展谈判。未来相关产品的上线，将为上市公司移动应用业务带来新的市场增量。

**Q2：可否介绍下公司关于研发团队尤其是海外研发团队人员的扩张计划？**

答：在汤姆猫家族 IP 的游戏研运业务上，自 2017 年公司完成对“会说话的汤姆猫家族”IP 的收购后，在海外及国内子公司新增了大量研发人员，2018 年下半年公司在西班牙等地组建了新的研发工作室，进一步强化了海外团队的研究优势。未来随着公司新 IP、新玩法游戏研发业务及游戏发行业务的拓展，公司将持续加强并完善公司全球化的研发团队。

**Q3：汤姆猫大电影的进展情况如何？**

答：关于公司“会说话的汤姆猫家族”IP 大电影计划，公司已确定外部合作制片人、编剧、意向合作导演，目前电影剧本撰写初稿已完成，正处于剧本修改阶段，同时公司也将积极推进与派拉蒙、华纳、索尼、环球影业等国际知名电影公司展开洽谈。

**Q4：公司除了线上游戏之外，其他的业务发展计划是怎样的？**

答：公司围绕全栖 IP 生态运营商发展战略，持续推进线上移动应用、动漫影视等优质内容的制作与发行，线下通过开拓 IP 衍生品与授权业务、新商业服务业务等连锁业态，打造“会说话的汤姆猫家族”IP 亲子品牌。

目前，线上移动应用是公司的核心业务。而在 IP 综合运营业务上，在动漫影

视领域，公司将每年保持 1-2 季的优质动画内容的上线，持续通过健康、益智、有趣的动漫影视作品传递优秀的文化与健康向上的价值观，扩大 IP 影响力与知名度；在线下衍生品领域，公司将加大营销力度，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；在亲子乐园领域，公司已与杭州临安、杭州余杭、广东珠海、安徽阜阳、内蒙古呼和浩特、新疆库车等国内多家城市合伙人达成合作，未来将加速扩大乐园版图，持续扩大品牌影响力。

由此可见，不论是线上业务还是线下业务，公司仍将以“轻资产”模式为主，同时，公司始终秉持稳健、长远的发展思路，通过优质的内容、有品质的产品与服务，不断为汤姆猫家族这一 IP 进行增值与赋能，目的是将汤姆猫家族 IP 打造成一个经久不衰的具有长期生命力的 IP。

**Q5：可否介绍下个人隐私保护和未成年防沉迷等政策带来的风险？**

答：首先，作为全球化运营企业，目前公司汤姆猫系列产品 DAU 的 85% 以上用户来自于海外，国内用户 DAU 占比不到 15%。在国内用户当中，iOS 渠道实名认证登记为未成年人用户的比例约为 7%，安卓渠道实名登记为未成年人用户的比例约为 8.5%。

其次，在用户隐私保护上，作为全球知名休闲移动应用公司，公司严格遵守适用于国际及中国的法律法规、行政管理制度，切实保障全球用户的合法权益，并对未成年人的消费、隐私、健康等方面制定了严格的保护措施。因公司产品为全球化运营，因此公司产品在全球范围内执行了更为严苛的未成年人保护政策，

公司全系列产品均经过国际知名未成年人隐私保护组织 Privo 的安全认证，并积极根据欧盟《通用数据保护条例》（GDPR）、《加利福尼亚州消费者隐私保护法案》（CCPA）、巴西《通用数据保护法》（LGPD）等全球多个国家和地区的政策要求，制定、持续完善产品的《用户协议》《隐私政策》等用户保护规范，加强对于未成年用户的隐私保护、信息安全等工作。在未成年人防沉迷上，公司已积极落实接入国家防沉迷系统、完善游戏适龄提示、升级网络游戏用户实名注册制度，并将对照主管部门的最新通知，进一步落实游戏防沉迷和未成年人保护工作。

再次，国内行业监管政策的实施，不仅有利于促进我国游戏产业更加健康规范，同时也有利于绿色健康的优质内容进一步提升市场竞争优势。未来公司仍将继续贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念，坚持精品化研发路线，为全球用户提供更多休闲益智、寓教于乐、绿色健康的优质内容产品。

#### **Q6：可否介绍下与中传基金的合作？**

答：公司与中传金控于 2021 年 8 月签署了《战略合作协议》，中传金控是全国第一支由中央级文化央企中国文化传媒有限公司发起的、并获得国家登记认证的文化股权投资基金管理公司。双方的合作将会围绕公司核心业务展开，包括但不限于在 IP 综合运营、文化传播、国内文化产业园、文化产业投融资等具有业务协同的项目上展开合作；同时中传金控也将利用其优势和资源，协助公司加强与行业主管部门、监管部门的沟通联系，使“会说话的汤姆猫家族”系列动画视频、电影、移动应用成为中国文化产品出口、文化出海的优秀载体和平台，在



推动“一带一路”、“网上丝绸之路”建设中承担重要作用等。公司与中传金控共同投资设立的有限合伙企业也将投资于游戏、新媒体、电商等与公司业务具有协同性的互联网与文化传媒产业领域。