



芜湖顺荣三七互娱网络科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input 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 <input type="checkbox"/>其他</p>
<p>参与单位名称及人员</p>	<p>天风证券（文浩、冯翠婷）、新加坡政府投资集团（徐萌）、建信保险（李浩鹏）、陆家嘴国泰人寿（王汉秦）、博时基金（张鑫）、易方达基金（袁潇）、天弘基金（吴明鉴）、浙商基金（崔世峰）、前海联合基金（熊钰）、招商局资本（毛端懿、周子千）、平安资管（李荣耀）、海通资管（刘牧忱）、CITIC（王冠然）、中金公司（张雪晴）、方正证券（李红生）、海通证券（毛云聪、仇海南）、招商证券（顾佳、胡育杰）、广发资管（胡泽）、广发证券（朱可夫）、中信证券（陈晓诞、陆银波）、申万宏源（顾晟）、银河证券（杨晓彤）、汇丰前海证券（韩京）、中信建投（崔碧玮、曾荣飞）、国元证券（崔文彬）、华创证券（李雨琪、刘洪军）、国信证券（董博雄）、东方证券（高博文）、华金证券（付宇娣）、民生证券（武子皓）、广证恒生（陆韵如、叶锟）、东方证券（高博文）、财富证券（何颖）、长江证券（王成璐）、中原证券（乔琪）、东吴证券（张良卫、肖文瀚）、金元证券（李晓宇）、中泰证券（朱骏楠）、太平洋证券（戚志圣）、新时代证券（马笑）、广州证券（叶文辉）、融捷投资（冼胜滔）、新招中安资本（周子千）、里思资管（周众）、广东西域投资（李苏霖、张小玲）、深圳纽富斯投资管理（詹础）、广金投资（丁丹）、前海护城河资管（郭嘉文）、深圳市国财资产管理（王小七）、新泉投资（李一鸣）、乐信资产（贺雄军）、泽元投资（黄珠妮）、复昇投资（詹础）、金诺投资（石沪虎）、洗昌投资（林帅）、华润元大、募基投资（李长久）、宏道投资（刘会铭）、中金蓝海资产</p>
<p>时间</p>	<p>2018年5月3日 14:00 至 16:00</p>
<p>地点</p>	<p>本公司会议室</p>
<p>接待人员</p>	<p>总经理：李卫伟 极光网络 CEO：胡宇航 董事兼副总经理：杨军 37 手游总裁：徐志高 副总经理：罗旭 董秘兼财务总监：叶威</p>

投资者关系活动主要内容

2018年5月3日，芜湖顺荣三七互娱网络科技有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“三七互娱”）总经理李卫伟、极光网络CEO胡宇航、董事兼副总经理杨军、37手游总裁徐志高、副总经理罗旭以及董秘兼财务总监叶威与来自多家机构投资者、券商研究团队分析师就公司2017年年报以及近期发展情况进行沟通，以下为本次投资者关系活动纪要：

一、介绍部分

1、37手游总裁徐志高介绍手游业务情况

1.1 风格

三七互娱或者说三七手游的风格都很相似，主要三点①稳健务实，策略制定都站在市场发展视角去看，我们不盲从跟风布局。产品永远不是自己的选择，而是市场选择的。②可持续性提升：三七内部有“马拉松文化”，业务需要有长周期准备，任何事情都不是一蹴而就的。③微创新：业务核心经营中，《永恒纪元》《大天使之剑H5》都有许多创新。

1.2 业务布局

在不同阶段公司会谋求做不同的事情，17年底从“在业务形态上以RPG为主、SLG为辅，在打法上以流量经营为主”的战略进化到了“多元+传奇，流量经营”，核心思路是植根于自己最擅长、最能理解、最有心得的业务领域，然后“以小圈的形式往外不断放大圈”。从“页转手ARPG”到“ARPG”，现在更加多元品类，2018年仍以商业化游戏的多元产品为主。公司的核心打法落脚在“多元”，“传奇”是攻坚主打点。

1.3 流量经营

公司是第一家提出“流量经营”的手机厂商，但是到目前为止我们认为公司是最理解流量经营的，流量经营并不等于广告，流量经营要解决流量从哪里来、流量去哪里，所以产品很重要、能够承接流量，流量获取也很重要，但是流量获取不仅局限于广告，还有渠道合作等。目前主流的获取流量的方式是广告和渠道合作（应用宝/硬核联盟等）。我们一直谋取在流量获取上多条腿走路。后期还需要通过服务体系去维系客户，包括客服，我们是手游行业里客服最多的（不包括外包有300人）。

1.4 产品：产品是市场选择的，我们需要考核的是用户贡献收入-用户获取成本，这里面需要我们有产品的调优能力、素材整合能力。目前手游发行公司中，调优能力强的公司不多，腾讯是具备调优能力的，三七也是有的。

2、极光网络CEO胡宇航介绍研发情况

2.1 研发概况

研发主要两方面工作，一方面，对老产品进行更新和维护，另一方面，需要推出新游戏。我们发现老产品的贡献是很高的，所以老产品的维护很重要。

2.2 产品计划

近期我们会测试传奇类H5游戏，上个月我们测试情况是优于《黄金裁决》的。天堂页游也是本月内测，7月有一款修仙H5会内测，Q3有传奇手游和H5各一款、休闲竞技类产品一款。Q4大天使之剑手游、奇迹页游。

2.3 团队建设

目前极光网络在广州有800人研发团队，今年计划在保证质量的情况下达到1000人。外地我们有上海团队、武汉美术中心，我们也在寻找北京的人才，希望适时建立北京团队。我们在寻找人才的时候主要是有目的的找一些和目前MMORPG差异化的团队。

二、问答部分

Q: 游戏行业买量成本持续增加，公司如何保持盈利模式？

A: 广告只是流量其中一个组成部分，是一个重要组成部分，但是不是全部。比如说渠道，渠道的打法和广告的手法是不一样的，当然我们的渠道玩法和别人的打法也不一样。行业整体成本是在大幅成长，但是回过头看我的广告成本实际上并没有多大幅度的增长，我的成本增长速度远比行业的增长速度低很多。第一个原因是我们也不断提升，第二个原因是在产品安排和布局上和别人是不太一样的。

Q: 请介绍下与世纪华通的合作。

A: 世纪华通和我们的发行业务有很强的互补，这是业务层面的合作。还有一个是增持的问题，我们也是看好双方的业务层面的合作，所以希望在股权上也有一些参与，让双方的战略合作都能够更加紧密一点，所以这个不完全是二级市场的买股票行为，是带着很多性质的合作。

Q: 请介绍下公司游戏海外发行的定位及给公司净利润是否能带来增量？

A: 我们在海外已经做了五六年了，海外不同地区跟中国大陆市场有差距。台港澳有些产品是可以直接上线的，比如网易《楚留香》台港澳东南亚都是我们去发行，这些地方的流量运营会更极致。因为城市很小，比如台北，要通过公交、电视、手机等立体营销，把产品打起来。但是比如北美，用户不喜欢氪金大R模式，而是喜欢团队组队模式、通过时间积累成长。我们现在在北美已经有一个调试的项目，我们在独代测试《龙与纷争》，还有个恐龙题材项目，《拳皇命运》、日式二次元项目《零境交错》（成都格斗科技出品）、女性向产品（《半世界之旅》、《螺旋圆舞曲》）都有储备。所以海外的话，今年的产品种类是非常多的，既有像《楚留香》这种产品，也有大家喜欢的二次元、女性向偏多元的东西，预计2018年是海外收入的增长期，2019年有利润的高速回报。

Q: 公司对传奇类产品的发展前景怎么看？

A: 我们的策略是“多元+传奇”，传奇是我们的攻坚战，但是不是我的核心点，目前自研体系传奇占比一半，但是从发行角度出发，传奇占比不是特别高。今年计划发行过20-30款项目，传奇类是4-5款。为什么我们还要做传奇？因为它的市场需求很大，市场认可我们对传奇产品的制作能力，整个市场用户成熟度在变高，付费习惯已逐渐养成。总体来看，公司获取流量的成本、竞争力和议价能力是会强一点的。传奇、奇迹类是经典游戏，需要长期积累，继承创新；我们在制作和发行上对这类产品是有独到之处的。我们有足够的信心和力量去做好这个产品。所以这是我们接下来自研的重点。

Q: 想详细了解，包括《楚留香》之外，公司今年是否有更值得期待的产品？

A: 《楚留香》是我们今年觉得下半年一个重头的产品。除此之外，还有《拳皇命运》等产品，预计流水比较高。

Q: 公司在筹备关于小程序的事情，这方面有怎样的考虑？

A: 既然要把流量经营做透，主要的点就是流量获取，广告流量获取还是非常重要的，所以我们一直在路上，也在不断耕耘。我们是小米开放手机游戏广告的第一家接入，而且是第一家做到比较高盘子的，在2016年年底他们内部的分享会里面，把我们作为一个单独案例拿出来。比如说微信小程序，这是最近才开始开放的广告流量，我们第一时间就接入进去看，然后再去摸索。再往下就特别细了，不同的渠道怎么打，特性是什么，特别细的就不展开说。第一点，我们快，别人还没有动的时候就很快行动起来。第二个，我们执行也更果断。第三个，我们也有一套自己的具体经营的方面，这里面也是经过很长时间的沉淀。

Q: 对页游市场如何判断？

A: 整个市场，我们认为不停会有人退出这个市场，所以整个市场的规模，即使下跌，也跌不了多少了。因为留下的这些人，也是始终坚持耕耘这块业务。我们争取收入保持稳定。

成本端，有两个成本，一个是营销费用，一个是分成，其中分成来看，2015—2018年，给开发商的比例是越来越低的。我们对外部开发商的议价能力是逐渐的增强，最早的时候，手游拿外面的经销商也是22%-25%的分成比例，但是现在的分成比例已经降到15%—18%，18%有时候都算高的。所以从行业演化的态势来看，我们的议价能力是越来越高的，我们在外面投了非常多的研发，包括手游和页游，这部分对我们产品的供给是很大的补充，所以对于我们出产品的能力，大家不要仅仅盯着胡总的自研团队，其实我们有非常多的产品的研发能力，是在我们投资的公司里。这些投资公司我们投的时候，里面都有很多优先的权利，包括我们拿产品上的优先。产品端的议价能力来看，我们都是在增强的，页游的趋势是这样，手游的趋势也是这样的。

从销售费用的占比上来看，页游的广告推广费用占比是降低的，显示了我们的平台自有用户的优势。因为市场里面的竞争者在变少，所以很多时候，我们的产品，包括我们自研的、代理的、投资团队的产品，在我们平台上来源于平台自有用户的收入占比是越来越高的。一方面是整个市场页游在萎缩，客观原因大家都了解但是从三七来看，从利润情况来看，页游的利润是相对比较稳，我们也有信心能够在产品供给上，保证持续做新产品的情况下，市场的地位和稳定的利润能够持续的时间更长一些。

Q: 请介绍下公司产品调优的情况。

A: 我们风格里有关键词叫“微创新”。像传奇，我们也希望用不一样的方式做传奇，现在在玩传奇手游的玩家并不都是80后，付费玩家结构中部分是从未接触传奇游戏的，所以这些跟我们的经验都不是完全符合的，传奇类的游戏不只是70后、80后的玩家玩。大家愿意玩，肯定是有一些点打动了用户的实际诉求，这些点随着市场的变化会有微调，但是本质的东西是不变的。从人性角度说，他的娱乐需求，他最本质的东西不会发生翻天覆地的变化。

Q: 在产品安排方面，相对于其他的竞争对手，我们的优势在哪？

A: 我们有流量经营非常强的发行端，也有自研做得不错的产品端，然后我们又有平台，融资投资方面也是非常棒的。所以在这套模式下，我们觉得我们的产品，以及流量经营模式，是三七整个经营模式决定的，其实跟外界任何一种都有差异化，我个人理解正是这样的差异化，使得我们的产品，无论是在从研发、代理还是投资过来的一套打法有一定的优势。

三、总经理李卫伟总结发言

首先，个人觉得吴总家族的减持计划被市场过度的放大了，减持后会有更多流通股，优化股东结构，投资者更应该关注公司的基本面。董事会近期还审议通过了关于出售原有汽配业务的方案，如果能够顺利完成，公司可以获得大量现金，能够有力支持以网络游戏业务为核心的主营发展。我们团队的经营目标是要打造中国自己的游戏，在全世界都有影响力的游戏。

（完）