

证券代码：002555

证券简称：三七互娱

编号：2016-002



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

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员	广发证券（杨琳琳、沈明辉、杨晓峰）、交银施罗德基金（余李平、陈孜铎）、博时基金（王衍胜、王师瑶）、招商基金（张潇潇）、华宝兴业基金（戴林峰、甘洁、邱华）、泰达宏利基金（邱南宇）、华泰柏瑞基金（陈晓光）、银华基金（杜宇）、华安基金（王星雷）、宝盈基金（王天）、海富通基金（陆迪）、信达澳银基金（刘维华）、中科沃土基金（罗祎）、财通基金（王刚）、泓嘉基金（陈文佳）、长江证券（吴畏）、东北证券（于青青）、第一创业证券（王顺利）、中泰证券（李睿）、国海证券（李响）、融捷投资（简胜涛）、华泰长城资本（朱振）、中欧瑞博投资（周轲）、兴行资本（章诗颖）、中证投资（陈松）、谢诺金融（黄坤）、源阡资产（朱珠）、从容投资（王琴）、红银投资（陈奇）、上海证大投资管理有限公司（易永坚）、上海匹克辛亚投资管理有限公司（高艾民）、厦门普尔投资（姚玥、李雨露）、聚泓投资（刘成玉）、上海彤源投资（康世燕）、鹏扬基金（刘宏伟）、上海沃珑港投资（陈宇琦）、拾贝投资（杨力）、幂次投资（章琦）、泰旻资产（彭飞）
时间	2016 年 11 月 7 日 19:30
地点	本公司会议室（电话会议）
接待人员	董事兼副总经理：杨军 37 手游总裁 徐志高 证券事务代表 陈振华
投资者关系活动主要内容	
2016 年 11 月 7 日，芜湖顺荣三七互娱网络科技股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“三七互娱”）董事兼副总经理杨军先生、37 手游总裁徐志高先生通过电话会议的形式与来自多家机构投资者、券商研究团队分析师就公司手游战略、《永恒纪元》运营情况、国内外手游发行情况进行沟通，以下为本次投资者关系活动纪要： Q：介绍下手游的情况，就是包括现在《永恒纪元》的流水、运营。 A：《永恒纪元》从 7 月 1 日上线推广到目前的数据来看，大大的出乎了我们的预料，因为本身我们对于这个项目预期没有那么高。各方面数据都非常好，无论是产品里面的还是外围推广方面。	

目前还保持着蛮高的每日导入用户数，包括应用宝、华为、VIVO 等各大应用商店，都还保持着非常高的推广力度。

iOS 的算法调整是什么样子的，目前来看才一天，大家都还在揣摩，还是需要进一步沟通的。苹果在 APP STORE 里是我们合作那么多渠道中的一个渠道。

Q: 《永恒纪元》推广相比其他公司的区别以及优势?

A: 这个游戏推广相比其他公司典型的优势:

1、研运一体模式：有别于非研运一体的公司，《永恒纪元》是公司自研自发，研发和发行团队都是在三七体系下面的，所以在信息沟通、产品理念方面比较统一。

2、产品设计：有别于传统页游转手游的产品，《永恒纪元》兼顾大 R 玩家和非人民币玩家的需求，提升手游本身的乐趣。

3、流量运营、流量获取：在推广、流量获取方面，三七做的还是蛮优秀的。一方面来自于过去我们的积累，三七这么多年对流量经营的一些理念和认识，同时跟团队的拼劲儿还是有很大关系，手游团队还是一个创业型的团队。

4、渠道合作：我们在与安卓渠道合作的过程中，大家的互信度非常高，通常来说一个游戏上线 5 个多月，很多渠道对游戏的资源位置都会减少，但是《永恒纪元》到今天为止，大家都还在力挺，一个原因是大家看好这个游戏，同时也理解三七想干什么。定期我们会和渠道沟通接下来的版本计划、我们想干什么、目前用户的目的的状态怎么样，跟我们合作非常紧密的渠道，很清楚游戏的走势，它未来的表现，所以信心也比较强，也愿意去投入去支持。

Q: 公司如何处理自运和联运的关系，公司在这两方面的策略在哪里?

A: 事实上联运其实一直都是有利润的。过去一段时间因为发行游戏确实投入很大，在发行端可能利润不太好控，可是最近已经有很大改善了。联运业务在近年来我们做的还不错，也会投入人力物力，在自运方面会投入更大的人力物力财力。

Q: 公司手游发展情况?

A: 2014 年及之前三七手游做得不令人满意。有很多的问题，更多的是摸索阶段，团队的压力也是非常大的。虽然 2014 年手游市场很疯狂，我们曾经选择随波逐流，发现一无所获。到 11 月的时候，我们在思考，把关注点放在了如何经营用户，如何经营流量。

2014 年底，我们就重点调整，人员结构、业务布局方面都做了很大变化。包括我们很多游戏都不做了。我们后来蛮幸运接受了一款网易手游《乱斗西游》，发行收入做到了行业前 3，这一个成绩就坚定了我们做手游的决心。

2015 年上半年，我们连续做了几款联运的游戏，做的也很不错，全渠道都能排上前 5。包括当时蜗牛、网易的几款产品。

2015 年中旬我们在思考另一个问题，因为这段时间也发行了几款自研游戏，当时发的都不太好。我们就在思考我们能不能做好自研游戏。开会讨论的结果是我们首先需要掌握手游发行的套路，在这段

时间我们发行了 2 款游戏，一款做出来了，另一个没做起来。做起来的那款《罗马帝国时代》（《天将雄狮》），效果很不错。我们就发现，原来我们可以掌握流量经营的玩法。

然后我们又发行了一款游戏《三打白骨精》，这款游戏客观上讲数据一般，但是基于我们对发行的理解，我们认为也是很满意的。只要把产品和流量结合起来，把差异化的套路推广到超出预期的效果。接下来我们又推出了 2-3 款游戏，都是超出我们预期的。

2016 年 7 月，我们推出了《永恒纪元》，效果很不错，这是一个偶然也是一个必然，偶然是因为我们自己不会想到今天会有这么高的高度。但是也是必然，《永恒纪元》是对产品品质和流量经营模式的逻辑证明。是基于我们对产品端、流量端两端的理解，在这么个产品上爆发出来。即使没有这款游戏，我们相信总会有一个产品爆发出来，只是时间问题。

Q: 详细介绍手游方面流量经营如何做。

A: 流量经营是从产品曝光到用户获取、用户注册、用户留存、用户付费整个过程，核心是获得用户、留住用户并让用户付费。流量经营包括几个环节，从产品的展示开始，就进入了流量经营环节。游戏产品在 APP store 放在推荐位置，那就会带来流量，但是这个流量并不一定会转化成下载和注册用户，这里涉及转化。展示的内容很关键，展示的产品要让用户愿意点击。点击后进入游戏介绍里，要让用户愿意下载，下载后愿意注册，玩游戏之后愿意付费。流量经营核心就是在每一个环节做提升做优化，提升转化率，从而提升产品价值回报。

Q: 《永恒纪元》对于公司的影响和意义。

A: 1、提升团队信心，过去没有特别大型游戏，这款游戏验证了公司的套路和方法。2、公司过去两年一直致力于游戏运营，这款游戏成功也验证公司运营水平，这款游戏对公司是一个加分项，但不是决定项目。

Q: 我们页游海外发行、手游海外发行都做，从现在来看，海外发行会是一个怎样的预期？

A: 整个三七的话，之前海外页游这一块很多竞争对手退出了。三七后面的重点也是在手游，手游市场其实有点像国内页游的市场，三七属于厚积薄发的状态。后面包括港澳台、东南亚、欧美的流量其实我们一直都在对接，只是缺少一个产品来证明自己。

海外包括《永恒纪元》其实一直都在发行，表现还是很不错的。《永恒纪元》在港澳台 iOS 排行榜、Google play 排行榜都是第一了，而且还有些地区没发。下一步除了亚洲之外就是欧美地区了，但欧美地区还是更喜欢策略类游戏，我们也一直在积累做一款像 COC 这样适合全球发行的手游。

Q: 关于苹果的规则，也影响到现在游戏的排名，怎么看这个问题？

A: 苹果作为一家平台提供商，服务提供商，它一定是有自己的规则规章的，跟它做生意需要了解它认识它。最近一段时间有些规则有些调整，我个人认为是好的。虽然短期对某些厂商会有些影响，但我觉得影响是有限的。包括对我们来说，对很多厂商来说，都会有些影响。我们希望能够看到说一个公平、公正的平台。大家在这里面能够更好的做生意，并且我们注意到苹果的一些广告资源、搜索资源也会开放，三七团队对于在苹果平台上未来的发展充满信心和期待。（完）