

## 厦门吉比特网络技术股份有限公司

### 2025 年 10-12 月投资者调研沟通活动纪要

**时间：**2025 年 10 月 29 日至 12 月 31 日

**形式：**电话会议、现场会议

**接待调研人：**

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

证券事务代表 蔡露茜

**参会机构：**具体参会机构请见下文附录

**纪要：**

**1、《杖剑传说》大陆版和境外版 2025 年第四季度运营情况如何？境外发行还有规划哪些区域？**

2025 年 10 月，《杖剑传说》（大陆版）与热门动画电影《罗小黑战记 2》联动，有效提升游戏热度；12 月开启星霜盛典和全新主题界域，结合福利、社交功能更新、全新幻装及游戏伙伴等特色玩法，为玩家提供丰富、有趣的异世界冒险体验。此外，《杖剑传说》即将开启以玩具主题魔物为特色的新国度“哈帕迪”，并启动新一轮赛季，不断丰富游戏互动玩法。2025 年第四季度，《杖剑传说》在中国大陆 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 43 名，最高至该榜单第 23 名。

《杖剑传说》于 2025 年 7 月上线中国港澳台、日本等地区，2025 年第四季度，游戏在中国澳门地区 App Store 游戏畅销榜排名最高至第 1 名；在中国香港、中国台湾地区最高至第 5 名；在日本地区最高至第 39 名。2026 年，公司将继续推进《杖剑传说》在欧美等地区的发行。

## 2、《问道手游》《一念逍遥》《问剑长生》2025 年第四季度运营情况如何？

以上三款产品在 2025 年第四季度持续迭代更新，推出多个活动及版本。

《问道手游》于 2025 年 9 月底开启全民争霸赛，吸引大量玩家参与，积分赛、淘汰赛、复活赛和线下总决赛等阶段历时两个多月，竞技氛围热烈；11 月游戏推出速成服“穿云箭”，通过丰富的福利和活动，提升玩家的游戏乐趣和成就感；12 月 26 日，新年鸿运大服“溜溜马”正式开服，游戏热度与玩家活跃度持续高涨。2025 年第四季度，《问道手游》在 App Store 游戏畅销榜平均排名为第 66 名，最高至第 43 名。

《一念逍遥》于 2025 年 10 月起开放大罗境界，并更新太乙前期主线，陆续推出“云绒沐雪”“纤云靛染”等限时活动，通过日常减负和社交系统升级等持续优化玩家体验。

《问剑长生》第四季度上线了新玩法“破界论剑”，玩家可与其他位面玩家匹配斗法；游戏还陆续推出“寒霄归藏”“逍遥歌行”等新活动。游戏将于 1 周年庆推出新版本《问剑长生·轻遇》，开放全新社交主城“聚仙城”，上线多个社交玩法，并将开启和热门修仙 IP《仙逆》的联动，未来版本更新将围绕数值和战斗体验的丰富与优化、轻度社交体系的持续建设、在减负中加强“修仙沉浸感”三大主轴展开。

## 3、《道友来挖宝》小游戏畅销榜表现亮眼，产品特点与运营策略是什么？

《道友来挖宝》为公司自研的回合制 MMO 小游戏，2025 年第四季度稳居微信小游戏畅销榜前 5 名。《道友来挖宝》沿用了《问道手游》的世界观，能够有效吸引和召回“问道”IP 流失用户，同时，游戏通过差异化玩法设计以适配小游戏用户的游戏习惯，满足玩家的轻量化游戏需求。

《道友来挖宝》始终以玩家体验为核心，持续为玩家提供新鲜内容，在保持主线玩法与核心系统的前提下，引入全新的赛季制玩法，并于 2025 年 12 月推出首个赛季“五行奇缘”，玩法涵盖休闲、策略、竞技与社交等内容，为玩家持续带来新体验的同时，避免历史内容累积带来的负担。

#### 4、公司代理产品《九牧之野》上线后成绩如何？发行上采取怎样的策略？该产品对公司第四季度业绩会有什么影响？

《九牧之野》公测预约人数超百万，上线以来在 App Store 游戏免费榜最高至第 1 名，游戏畅销榜最高至第 22 名。

《九牧之野》发行策略主要为：初始主打核心圈层，通过线下试玩会等活动获取 SLG 核心玩家、KOL 的认可，建立口碑；聚焦社区运营，积极吸收玩家反馈，并依托玩家社交圈进行宣传和裂变，精准传递游戏“自由行军”“即时战斗”等核心特点，通过品牌、社区营销的方式拥有更多自然量，并通过买量方式进行获客补充；更长线来看，希望开展赛事的开发和运营，将赛事打造为持续吸引玩家、维持社区热度的核心内容。

新产品上线初期，公司通常会投入一定的发行费用，根据游戏的 LTV（用户生命周期价值）、用户特征及留存率等因素，制定针对性的推广策略，同时，公司将根据 ROI（投资回报率）及市场环境进行动态调整。发行投入均在发生当期计入费用。

#### 5、公司未来还有哪些自研及代理储备产品？

2026 年，公司将继续推进《杖剑传说》《问剑长生》在欧美等地区的发行工作，其他自研及代理产品亦在有序规划及筹备中。

#### 6、公司游戏研发或运营在 AI 方面有哪些应用？

通过内外部工具的使用，AI 技术已深度融入公司游戏业务的研发与运营各环节。研发方面，AI 在美术资源生产、代码编写等环节已显著提升效率，例如公司在内部搭建了 AIWebHub 平台，集成多种常用 AI 绘图工具，有效降低了内容生产的时间与资源消耗，在确保高品质产出的同时，进一步提高美术生产力与整体工作效率。运营方面，AI 技术已广泛应用于用户获取与用户服务环节，包括广告素材生产、游戏内礼包个性化推荐、游戏内舆情监控、AI 智能客服、私服打击与黑产防控（如拦截引流与自动化监测广告），以及游戏生态环境治理等。

**7、公司在股东回报方面有什么样的举措或规划？2025 年年度利润分配是否仍维持高比例现金分红？**

公司始终坚持以高比例现金分红回馈股东。2025 年 12 月，公司提出《2025-2027 年股东回报规划》，明确 2025-2027 年期间，在具备利润分配条件的前提下，公司原则上每年进行三次利润分配（半年度、三季度、年度）；同时，在满足现金分红条件时每年以现金方式分配的利润原则上不少于公司当年度归母净利润的 50%。

2025 年 1-9 月，公司累计现金分红 9.04 亿元（含税），占当期归母净利润的比例达 74.47%。2025 年年度利润分配的具体方案，公司将依照《2025-2027 年股东回报规划》，综合考虑公司盈利能力、现金流状况及未来发展资金需求等因素确定。

**附录 参会机构名单（排名不分先后）：**

广发证券、国海证券、国联民生证券、国泰海通证券、华泰证券、兴业证券、招商证券、中金公司、北银理财、创金合信基金、大成基金、淡水泉私募、东方睿石投资、富国基金、工银瑞信基金、国金基金、国寿安保基金、国寿养老、国泰基金、国泰君安资管、红岸资本、华宝基金、华商基金、华泰资产、华夏财富、华夏久盈基金、嘉实基金、建信养老金、交银施罗德基金、金田基金、金鹰基金、南方基金、南方天辰（北京）投资、诺安基金、平安基金、泉果基金、上银基金、慎知资产、太平资管、泰康基金、天弘基金、西部利得基金、新华资产、信达澳亚基金、兴业基金、第一创业证券（自营）、易方达基金、银河基金、银华基金、永赢基金、长城财富资管、长城证券（自营）、长江养老保险、长江资管、浙商资管、正圆投资、中航基金、中汇人寿、中欧基金、中信证券资管、中银基金、中原英石基金、摩根资产、Citadel