证券代码:603444　　证券简称:吉比特　　公告编号:2024-026

厦门吉比特网络技术股份有限公司关于上海证券交易所对公司2023年年度报告信息披露监管工作函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

厦门吉比特网络技术股份有限公司(以下简称“公司”)近期收到上海证券交易所《关于厦门吉比特网络技术股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函【2024】0696号),要求公司对2023年年报进一步补充披露信息。公司对工作函所提问题认真进行分析,回复内容公告如下:

如无特别说明,本公告中相关简称与公司在年度报告中“释义”内容相同。

1.年报披露,公司2023年实现营业收入41.85亿元,归母净利润11.25亿元,分别同比下降19.02%、22.98%,较2020年则分别增长52.60%、7.52%,近三年利润增速显著低于营收增速。报告期内,游戏收入41.25亿元,同比减少19.51%,自主运营、联合运营、授权运营三种模式下的收入均不同程度下滑,但毛利率为89.51%,同比增加0.32个百分点,成本构成主要为游戏分成等;其他收入0.44亿元,同比增长52.73%,但毛利率为28.58%,同比减少30.23个百分点。同时年报披露,2023年中国游戏市场实际销售收入同比增长13.96%。此外,报告期内公司销售费用为11.27亿元,主要为发行费用,2021年至2023年销售费用持续高于10亿元,而2020年仅为2.99亿元。

请公司补充披露:(1)近三年自研及代理主要游戏产品的收入金额、流水情况及运营数据,包括但不限于月均活跃用户数、月均付费用户数、月均付费用户数、月均ARPU、累计注册用户数,并就其重大变化说明原因;(2)结合行业发展情况、主要游戏产品的经营数据及游戏分成等具体成本构成、主要客户和供应商及对应交易金额、是否存在关联关系,说明报告期内游戏行业整体收入增长的情况下,公司三种模式下的游戏收入均不同程度下滑的原因,以及同期毛利率增加的合理性;(3)发行费用主要支付对象、用途、对应金额及所涉游戏产品、是否存在关联关系,说明近三年销售费用金额较大的原因,利润增速明显低于收入增速的合理性;(4)结合其他业务的具体业务模式及收入确认政策,说明该业务收入大幅增长但毛利率大幅下降的原因及合理性。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(1)近三年自研及代理主要游戏产品的收入金额、流水情况及运营数据,包括但不限于月均活跃用户数、月均付费用户数、月均ARPU、累计注册用户数,并就其重大变化说明原因。

公司游戏产品来源包含自研及代理两种,自研系公司自主研发游戏,代理系公司代理外部研发商的游戏;运营模式包括自主运营、联合运营和授权运营三种,其中,自研游戏(问道)端游由于上线初期公司尚未组建运营团队,授权外部运营商运营,其余大部分自研产品及代理产品均采用自主运营和联合运营模式,三种运营模式的具体情况如下:

运营模式	介绍	收入确认
自主运营	在公司自主运营平台(雷霆游戏平台)发布游戏产品,由公司负责发行及推广	按总额法确认:公司将从玩家处直接取得的充值额(扣除流转税后)确认为合同负债等,后续根据道具消耗情况或付费玩家预计寿命摊销确认收入
联合运营	公司将游戏产品发布在第三方应用平台(如苹果App Store及华为、vivo等安卓应用商店),与运营商共同开展游戏发行及推广	按净额法确认:公司将总收入扣除运营商等分成及流转税后初始确认为合同负债等,后续根据道具消耗情况或付费玩家预计寿命摊销确认收入
授权运营	公司将自研游戏授权给外部运营商,由其进行发行及推广	按净额法确认:公司将总收入扣除运营商等分成及流转税后初始确认为合同负债等,后续根据道具消耗情况或付费玩家预计寿命摊销确认收入

公司营业收入主要来自核心自研产品《问道》端游、《问道手游》(一念逍遥(大陆版)),2021-2023年,该三款自研产品收入合计占公司营业收入的比例分别为79.44%、74.32%及71.19%,其余自研产品及代理产品规模均相对较小,其中占当期营业收入比例最大的仅为5%左右。主要游戏产品收入金额、流水情况及运营数据如下:

1)《问道》端游(自研产品)

指标	2023年度		2022年度		2021年度	
	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例
营业收入(万元)	27,520.90	-28.1%	28,316.70	-6.33%	30,231.19	41.76%
流水总额(万元)	107,649.78	-7.58%	116,481.73	-4.49%	121,961.15	40.92%
月均流水总额(万元)	8,970.82	-7.58%	9,706.81	-4.49%	10,163.43	40.92%
月均活跃用户数(万户)	97.88	-5.03%	103.06	-0.52%	103.60	-13.91%
月均付费用户数(万户)	17.93	9.21%	16.41	15.29%	14.24	26.18%
月均ARPU(元)	91.65	-2.69%	94.19	-4.00%	98.11	63.68%
年末累计注册用户(万户)	41,905.12	0.46%	41,716.19	0.83%	41,371.09	0.55%

注:①流水总额指的是玩家充值的流水金额,扣除运营商等分成及流转税后初始确认为合同负债等,后续根据道具消耗情况或付费玩家预计寿命摊销确认收入,下同;②ARPU是“Average Revenue Per User”的缩写,指平均每活跃用户收入,月均ARPU=月均流水总额/月均活跃用户数,下同。

①《问道》端游2021年营业收入及流水相比2020年大幅增长,主要系:2021年3月上线WeGame平台,WeGame游戏区组阶段性带来了新增用户及留沙老用户回流,玩家游戏体验提升,付费率及人均付费金额有所提高。

②《问道》端游2022年、2023年营业收入及流水同比减少但月均付费用户数同比增加,主要系:2022年7月《问道》端游新增约游戏版本调整了付费设计,该设计使玩家付费频次增加,从而月均付费用户数量增加,但2023年度去重后付费用户数仍同比减少;此外,2022年及2023年人均付费金额受玩家消费意愿、版本表现等因素影响整体下降。综上,2022年及2023年游戏流水和营业收入同比减少。

2)《问道手游》(自研产品)

指标	2023年度		2022年度		2021年度	
	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例
营业收入(万元)	182,444.00	-14.79%	214,104.49	6.62%	200,813.31	8.46%
流水总额(万元)	233,985.95	-20.22%	293,279.31	0.60%	291,531.05	6.24%
月均流水总额(万元)	19,498.83	-20.22%	24,439.94	0.60%	24,294.25	6.24%
月均活跃用户数(万户)	122.30	-10.59%	136.79	1.38%	134.93	-8.93%
月均付费用户数(万户)	30.34	-17.12%	36.60	25.7%	35.69	-19.89%
月均ARPU(元)	159.43	-10.77%	178.67	-0.77%	180.05	16.66%
年末累计注册用户(万户)	5,888.93	6.54%	5,527.67	9.95%	5,027.64	10.40%

①《问道手游》2023年营业收入同比减少幅度小于流水减少幅度,主要系:公司产品在开展游戏推广活动时,会引导玩家下载自主运营平台的官方安装包,随着长期推广,自主运营平台流水占游戏总流水的比例上升(如:2023年度《问道手游》确认的自主运营收入占比较2022年度提升8.92个百分点);自主运营收入无需与联运渠道方分成,因此收入减少幅度小于流水减少幅度。

②《问道手游》2023年营业收入及流水相比2022年有所下降,主要系:2023年行业高品质新游的数量较2022年明显增加,使得竞争加剧,新用户获取成本提高,游戏新增用户同比减少;存量用户有一定的自然流失,游戏活跃用户数和付费用户数均有一定程度的下降;此外,2023年对比2022年,玩家消费意愿也有所下降,游戏ARPU值下降。

3)《一念逍遥(大陆版)》(自研产品)

指标	2023年度		2022年度		2021年2-12月	
	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例	金额/数量	
营业收入(万元)	87,968.18	-37.88%	141,627.75	4.22%	135,900.73	
流水总额(万元)	103,566.07	-43.30%	182,338.68	-1.12%	184,408.10	
月均流水总额(万元)	8,630.51	-43.30%	15,194.89	-9.36%	16,764.37	
月均活跃用户数(万户)	142.51	-28.43%	199.12	8.83%	182.97	
月均付费用户数(万户)	25.13	-19.88%	31.36	-15.8%	31.87	
月均ARPU(元)	60.56	-20.64%	76.31	-16.71%	91.63	
期末累计注册用户(万户)	2,553.53	21.24%	2,106.10	95.99%	1,074.62	

《一念逍遥(大陆版)》2023年营业收入及流水大幅下降主要系:①用户持续迁化,2023年新增用户付费呈现下降趋势。由于每个品类游戏有特定的核心用户群体,随着游戏用户数量的增加,买量吸引的核心用户逐渐减少,用户群体不断迁化,新用户人均付费金额呈现下降趋势;②2023年老用户人均付费金额随着游戏运营时间拉长及玩家整体消费意愿下降也有所下滑;③2023年下半年,因游戏市场竞争加剧,获客成本提升,游戏买量ROI(Return on Investment,投资回报率)明显降低,公司大幅减少了买量投入,《一念逍遥(大陆版)》营业收入和流水大幅下降。

4)《奥比岛:梦想国度》

2022年和2023年,《奥比岛:梦想国度》收入分别为24,761.57万元、20,380.84万元,占公司当期营业收入比例分别为4.79%和4.87%,为收入占比最高的代理产品。由于其产品利润率显著低于自研产品,因此对公司利润影响不明显。

《奥比岛:梦想国度》于2022年7月上线,上线初期投入较多推广费用,配合其他营销方式进行大量游戏内容传播,受到玩家喜爱,用户快速增长;2023年以来行业竞争加剧,获客成本和难度逐步提升,新增用户量下滑,存量玩家数量随着运营周期拉长自然流失,游戏流水受相关影响自然下滑。

(2)结合行业发展情况、主要游戏产品的经营数据及游戏分成等具体成本构成、主要客户和供应商及对应交易金额、是否存在关联关系,说明报告期内游戏行业整体收入增长的情况下,公司三种模式下的游戏收入均不同程度下滑的原因,以及同期毛利率增加的合理性。

1)行业发展情况

根据《2023年中国游戏产业报告》,2023年中国游戏市场实际销售收入达3,029.64亿元,同比增长13.96%,主要受高品质新游增加、以及小游戏市场高速增长带动。其中,二次元移动游戏市场实际销售收入317.07亿元,同比增长31.01%;小游戏市场收入200亿元,同比增长300%。受高品质新游集中上线影响,市场竞争加剧,获客成本提升,存量市场中老游戏承压明显。

公司收入主要来自核心产品《问道手游》和《一念逍遥》,这两款产品均长线运营多年,2023年游戏流水下滑主要受2023年行业竞争加剧、获客成本提升等因素影响,整体符合存量市场中老游戏的变动趋势。

2)公司营业成本构成

公司营业成本主要包含代理版权金及游戏分成、云服务器成本、运维及客服人力相关成本等,其中,公司自研产品无需支付代理版权金及游戏分成。2023年及2022年公司的主营业务成本明细构成如下:

单位:万元

成本构成	2023年度		2022年度金额
	金额	同比变动	
游戏分成	27,934.98	-27.15%	38,346.25
云服务器成本	7,201.10	-5.60%	7,628.56
职工薪酬	3,227.46	-11.35%	3,640.47
其他	8,021.16	15.32%	6,955.75
合计	46,384.70	-18.01%	56,571.03

注:成本构成中“其他”主要系平台手续费、为非代理产品提供买量服务对应的买量成本等,同比增长主要系为非代理产品提供买量服务对应的买量成本同比增加。

3)与主要客户及供应商交易额

①前五大客户

公司前五大客户主要为联合运营平台方及授权运营服务方。联合运营模式下,玩家通过联合运营方应用平台(如苹果App Store及华为、vivo等安卓应用商店)下载公司游戏,公司及联合运营方共同开展游戏发行及推广工作;授权运营模式下,公司将自研游戏授权给外部运营商,由授权运营方进行发行与推广工作。2023年公司前五大客户及对应2022年交易额如下表所示:

单位:万元

序号	客户	类型	关联关系	2023年度	2022年度
1	Apple Inc.	联合运营方	无	85,677.52	142,096.06
2	北京光宇在线科技有限责任公司	授权运营方	无	27,590.28	28,368.46
3	华为软件技术有限公司	联合运营方	无	9,700.87	13,537.49
4	Google Inc.	联合运营方	无	8,167.58	8,388.09
5	广东天玺网络科技有限公司	联合运营方	无	6,466.40	8,923.17
	合计			137,591.65	201,313.25

②前五大供应商

公司前五大供应商主要为代理产品的研发方,以及游戏运营所需的云服务厂商。游戏的研发方负责游戏内容开发,公司代理运营其产品,按合同约定支付版权金及分成款;云服务厂商为公司提供支持游戏运行所需要的云计算资源,包含数据传输、数据存储、计算及网络管理服务等。2023年公司前五大供应商及对应2022年交易额如下表所示:

单位:万元

序号	供应商	类型	关联关系	2023年度	2022年度
1	广州天梯网络科技有限公司	研发方	无	8,284.81	13,860.14
2	阿里云计算有限公司	云服务厂商	无	5,293.84	5,977.52
3	杭州心光流天网络科技有限公司	研发方	无	2,760.54	-
4	厦门淘金互动网络股份有限公司	研发方	无	2,741.41	5,275.82
5	厦门梦加网络科技股份有限公司	研发方	无	2,264.15	-
	合计			21,334.75	25,113.48

注:公司持有掏金互动30%股权,掏金互动不构成《上海证券交易所股票上市规则》规定的公司的关联方,公司与其合作条件处在市场合理区间范围内。

4)2023年公司三种运营模式下的游戏收入均不同程度下滑的原因:①核心产品《问道手游》和《一念逍遥》收入下滑,这两款游戏采用自主运营和联合运营模式,因此两种模式的收入呈现下降趋势;②采用授权运营的主要为《问道》端游,《问道》端游整体较为稳健,因此2023年营业收入微幅下滑。

5)2023年公司营业收入同比下滑,同期毛利率略有增加主要系:代理游戏的收入同比有所下降,相应需要支付给外部研发商的游戏分成支出有所减少。因游戏分成在公司营业成本中占比较高,公司营业成本基数相对营业收入基数较小,导致公司营业成本降速与营业收入降速不一致,毛利率同比略有上升。

(3)发行费用主要支付对象、用途、对应金额及所涉游戏产品、是否存在关联关系,说明近三年销售费用金额较大的原因,利润增速明显低于收入增速的合理性。

1)发行费用主要支付对象、用途、对应金额、所涉游戏产品及关联关系

①公司2023年发行费用为9.80亿元,其中《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《飞吧龙骑士》三款游戏的发行费用合计为7.13亿元,占公司发行费用的72.75%。上述三款产品中,《一念逍遥(大陆版)》发行费用最高,占公司发行费用的36.18%。

公司与2023年度发行费用主要支付对象均不存在关联关系,具体如下表:

单位:万元

序号	支付对象	金额	用途	涉及主要产品
1	重庆翼感达科技有限公司及其同一控制下的关联方(简称“重庆翼感达”)	22,656.43	在字节系等内容平台获取新用户	《问道手游》《一念逍遥(大陆版)》等
2	广东雅哲互动传媒广告有限公司(简称“广东雅哲”)	12,356.60	在字节系、腾讯广点通等平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《飞吧龙骑士》等
3	广州卓动信息科技有限公司	11,307.06	通过分销渠道获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
4	上海图匠信息科技有限公司	8,742.67	在TapTap游戏社区平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
5	Sinointeractive Digital Marketing Co., Limited及其同一控制下的关联方(简称“Sinointeractive”)	6,083.16	在Facebook、Google Ads、TikTok等境外平台获取新用户	《一念逍遥(欧美版)》等
	合计	61,046.00		

公司每年发行费用主要支付对象会有一定的变动,主要系与公司合作的对象为各内容平台的代理方,公司每年会根据价格折扣、资金实力及账期、投放能力、服务配合度等综合选择,通常会选择多家代理方共同合作,以保障整体投放工作开展的稳定性。

2023年合作方遴选中,新合作的代理方重庆赢感达和广东雅哲组成的价格折扣最优,且具备一定资金实力,公司因此选择和其合作;此外,公司与代理方Sinointeractive已合作多年,2023年度合作金额增大系境外业务扩张所致。

②公司2022年发行费用为12.66亿元,其中《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《奥比岛:梦想国度》三款游戏的发行费用合计为10.68亿元,占公司发行费用的84.37%。上述三款产品中,《一念逍遥(大陆版)》发行费用最高,占公司发行费用的55.27%。

公司与2022年度发行费用主要支付对象均不存在关联关系,具体如下表:

单位:万元

序号	支付对象	金额	用途	涉及主要产品
1	和欢网络科技有限公司	23,520.52	在字节系等内容平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《奥比岛:梦想国度》等
2	广州卓动信息科技有限公司(简称“广州卓动”)	18,756.67	通过分销渠道获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
3	厦门睿蓝天和传媒科技有限公司及其同一控制下的关联方(简称“厦门睿蓝天和”)	14,802.47	在字节系、腾讯广点通、UC等平台获取新用户	《问道手游》《一念逍遥(大陆版)》等
4	上海图匠信息科技有限公司	9,896.70	在TapTap游戏社区平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
5	TicDo Hong Kong Limited	8,196.41	在Facebook、Google Ads、TikTok等境外平台获取新用户	《一念逍遥(港澳台及韩国版)》等
	合计	75,172.77		

2022年合作方遴选中,2021年的代理方杭州派瑞威宇文化传播有限公司及其同一控制下的关联方提供的价格折扣有所降低,同时代理方和欢聚合与厦门睿蓝天和提供的价格折扣为最优,且公司过往与其合作配合良好,因此公司选择加大与和欢聚合和厦门睿蓝天和的合作规模。

广州卓动为公司的分销渠道,即由其承担广告投放费用并获取新用户,若广告投放效果不好造成的损失由其自行承担,因此广州卓动会根据广告投放效果动态调节投放规模。公司自2021年起就《一念逍遥(大陆版)》与其开展合作,2022年其根据产品特点降低扩大投放规模,公司与其合作金额相应扩大,2023年因市场竞争加剧、获客成本提高,其降低投放规模,公司与其合作金额减少。

③公司2021年发行费用为11.74亿元,《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《地下城堡3:魂之诗》三款游戏的发行费用合计为10.04亿元,占公司发行费用的85.49%。上述三款产品中,《一念逍遥(大陆版)》发行费用最高,占公司发行费用的60.27%。

公司与2021年度发行费用主要支付对象均不存在关联关系,具体如下表:

单位:万元

序号	支付对象	金额	用途	涉及主要产品
1	杭州派瑞威宇文化传播有限公司及其同一控制下的关联方	49,028.01	在字节系、腾讯广点通等平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》《地下城堡3:魂之诗》等
2	上海哥帕心信息科技有限公司及其同一控制下的关联方	12,740.20	在TapTap游戏社区平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
3	厦门睿蓝天和传媒科技有限公司及其同一控制下的关联方	10,409.97	通过分销渠道获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》等
4	厦门睿蓝天和传媒科技有限公司及其同一控制下的关联方	7,391.60	在字节系等内容平台获取新用户	《一念逍遥(大陆版)》《问道手游》等
5	TicDo Hong Kong Limited	6,237.36	在Facebook、Google Ads、TikTok等境外平台获取新用户	《一念逍遥(港澳台)》等
	合计	85,807.14		

2)近三年公司销售费用较2020年增长较多,主要系自2021年以来,公司陆续上线了数款营销体量较大的产品,如《一念逍遥(大陆版)》《地下城堡3:魂之诗》《奥比岛:梦想国度》《一念逍遥(港澳台及欧美版)》《飞吧龙骑士》,其中《一念逍遥(大陆版)》的营销投入影响最大。此外,随着短视频和游戏社区等内容平台兴起,丰富了游戏发行推广的方式,相应的发行推广投入有较大增长。

3)公司近三年的利润增速明显低于收入增速主要系:

①2021年以来,公司新上线《一念逍遥(大陆版)》《一念逍遥(港澳台)》《一念逍遥(欧美版)》等自研产品,虽然收入有较大的增长,但发行推广投入也比较大,整体利润率明显低于《问道》端游、《问道手游》等产品;

②2021年以来,公司上线了《摩尔庄园》《地下城堡3:魂之诗》《奥比岛:梦想国度》《鬼谷八荒(PC版)》等外部代理产品,贡献了一定的增量收入,除发行推广投入外,还需向外部开发商支付游戏分成,其营业成本明显高于自研产品,该类产品对收入增速的贡献明显高于对利润增速的贡献;

③2021年、2022年和2023年公司研发费用分别为6.09亿元、6.73亿元、6.79亿元,研发人数及费用规模均持续增加。受研发周期及产品不确定性影响,产品回报有滞后性,在短期内对利润会有较为明显的负向影响。

综上原因分析,公司近三年新上线的产品发行推广投入较大,且代理产品需要向研发商分成,新产品利润率明显低于《问道》端游、《问道手游》等产品;此外,研发费用规模持续增加,短期内对利润有明显负向影响,因此公司近三年的利润增速明显低于收入增速。

(4)结合其他业务的具体业务模式及收入确认政策,说明该业务收入大幅增长但毛利率大幅下降的原因及合理性。

其他收入主要系公司为外部非代理产品提供买量服务以及游戏内置广告业务取得的收入,均在服务完成时确认收入。其中,为外部非代理产品提供买量服务是指公司利用经验及数据分析技术为合作伙伴的产品在字节系等内容平台通过购买流量的方式进行推广,合作伙伴根据推广效果向公司支付款项;游戏内置广告业务是指公司在游戏中设计广告节点提供广告位给广告平台,再由广告平台卖给需要投放广告的游戏,由此取得广告变现收入。

为外部非代理产品提供买量服务业务,公司营业成本主要系买量成本及相应的人工投入成本。游戏内置广告业务,公司营业成本主要系向外部研发商支付的分成成本及相应的人工投入成本。

2023年及2022年上述两种业务模式的收入及毛利率如下表所示:

单位:万元

业务类型	2023年		2022年	
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率
买量服务	2,558.59	26.11%	201.65	64.66%
游戏内置广告	1,378.80	48.43%	2,635.86	58.24%
宠物食品及其他	449.26	-18.26%	34.69	67.51%
合计	4,386.71	28.58%	2,872.20	58.81%

注:宠物食品收入系公司控股子公司浙江博约信息技术服务有限公司委托生产的宠物食品等在电商平台销售取得的收入,2021年开始组建该团队,目前该业务收入规模较小。

公司2023年度买量服务业务的客户及供应商均不构成《上海证券交易所股票上市规则》规定的公司的关联方。

公司2023年新增为两款外部非代理产品《新仙剑奇侠传之挥剑问情》《上古王冠》提供买量服务业务,因此收入大幅增长。买量服务业务的毛利率受到市场及产品特征等多方面因素影响,2023年买量服务业务收入大幅增长但毛利率明显降低主要系:①2023年收入主要来自于新合作产品,而2022年收入主要来自老产品,通常买量投入在产品上线初期较为集中,因此2023年的买量服务业务成本明显增大,当年度毛利数据大幅下降;②2023年游戏市场竞争加剧,买量成本明显上升。

年审会计师核查意见:

基于我们为公司年度财务报表整体发表审计意见执行的审计程序及为回复年报工作函执行的核查工作,我们认为,在所有重大方面:

1)公司上述披露的近三年自研及代理主要游戏产品的收入金额、流水情况及相关运营数据,以及重大变化原因的说明,与我们在年度审计过程中所获取的资料及了解的情况一致;

2)公司三种模式下的游戏收入不同程度下滑原因,以及同期毛利率增加的说明,符合实际情况,具有合理性;我们未识别公司与上述主要客户和供应商存在(上海证券交易所股票上市规则)规定的关联关系;

3)公司近三年发行费用主要支付对象、用途、对应金额及所涉游戏产品,以及销售费用金额较大的原因和利润增速明显低于收入增速的说明,符合实际情况,具有合理性;我们未识别公司与上述发行费用主要支付对象存在关联关系;

4)公司其他业务的具体业务模式、业务收入大幅增长但毛利率大幅下降的原因说明,符合实际情况,具有合理性;相关收入确认政策符合企业会计准则的规定。

2年报披露,截至期末公司境外游戏业务整体尚未产生利润。近年来,公司境外收入增长较快,2020年至2023年分别为0.94亿元、1.38亿元、2.59亿元、2.72亿元;毛利率亦增长明显,分别为51.90%、57.79%、72.40%、81.95%,而2019年境外收入仅0.25亿元,毛利率仅32.61%。同时年报披露,2023年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入同比下降5.65%,出海赛道竞争激烈。

请公司补充披露:(1)境外业务构成和主要游戏产品情况、主要经营实体及其主要财务数据,境外业务的经营模式、主要客户和供应商及对应金额、是否存在关联关系;(2)结合境外业务开展情况以及行业竞争格局,分析说明近年来公司境外收入和毛利率持续增长但整体处于亏损状态的原因及合理性,相关投入和收益是否匹配。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(1)境外业务构成和主要游戏产品情况、主要经营实体及其主要财务数据,境外业务的经营模式、主要客户和供应商及对应金额、是否存在关联关系。

1)境外业务构成及经营模式、主要经营实体及其主要财务数据

公司境外业务构成主要包括境外网络游戏运营及游戏行业股权投资:①公司境外网络游戏运营业务主要由香港雷霆信息技术有限公司(以下简称“香港雷霆信息”)及BOLTRAY PTE.LTD.(以下简称“BOLTRAY”)开展,其中香港雷霆信息主要目标市场为港澳台区域;BOLTRAY为2022年新成立于新加坡的境外运营公司,整体收入及资产规模较小,主要目标市场为除港澳台外的其他境外区域;②公司境外股权投资业务主要由香港钟馨有限公司(以下简称“香港钟馨”)开展,目前主要持有资产为青瓷游戏有限公司(Cingci Games Inc.,6633.HK,以下简称“青瓷游戏”)18.55%股权,香港钟馨主营业务为股权投资,2023年未产生会计上的营业收入。

以上境外经营实体主要财务数据如下:

单位:万元

主要经营实体	2023年主要财务数据			2022年主要财务数据		
	期末净资产	营业收入	净利润	期末净资产	营业收入	净利润
香港雷霆信息	11,144.29	25,254.11	3,664.88	7,336.28	23,668.08	-582.08
BOLTRAY	-62.54	410.32	-62.22	-	-	-
香港钟馨	53,464.22	-	-590.26	52,785.17	-	-4,324.07

注:2023年香港钟馨净利润为负,期末净资产同比增加主要系汇率折算影响。

上述香港雷霆信息和BOLTRAY的2023年净利润合计大于零,但在境外发行的自研产品主要由公司境内研发实体负责开展,投入较大,合并考虑后2023年度公司境外业务仍小幅亏损。

香港雷霆信息2023年净利润同比增长幅度超过营业收入,主要系:《一念逍遥(韩国版)》《一念逍遥(东南亚)》于2022年9月上线,上线前期发行投入较大,2022年贡献收入的同时,产生较大的亏损,2023年产品相关投入减少,贡献收入的同时也产生了正向的利润。

2)境外主要游戏产品情况

单位:万元

序号	游戏	类型	上线时间	2023年营业收入	累计营业收入	截至2023年末盈亏状态
1	最强解牛(港澳台)	代理	2020年7月	3,289.81	21,462.33	盈利
2	一念逍遥(港澳台)	自研	2021年10月	7,299.06	24,917.63	盈利
3	一念逍遥(韩国)	自研	2022年9月	2,885.02	6,752.39	亏损
4	一念逍遥(东南亚)	自研	2022年9月	2,990.49	3,677.49	亏损
5	一念逍遥(欧美)	自研	2023年8月	5,962.53	5,962.53	亏损

3)境外业务主要客户和供应商及对应交易金额

①公司境外主要客户为联合运营方,主要为苹果App Store及Google Play等安卓应用商店。2023年境外业务的营业收入为27,174.53万元,境外前三大主要客户的合计交易额为20,385.89万元,占比75.02%。公司与境外前三大客户的交易额明细如下表所示:

单位:万元

序号	客户	类型	关联关系	2023年度	2022年度
1	Apple Inc.	联合运营方	无	10,593.30	12,366.56
2	Google Inc.	联合运营方	无	8,167.58	8,388.09
3	One Store	联合运营方	无	1,625.02	969.28
	合计			20,385.89	21,713.94

②公司境外供应商主要为代理产品的研发方,以及游戏运营所需的云服务厂商。2023年境外业务的营业成本为4,903.93万元,境外前三大主要供应商的合计交易额为2,339.17万元,占比47.70%,公司与其他供应商的交易金额均小于500万元,未详细列示。公司与境外前三大供应商的交易额明细如下表所示:

单位:万元

序号	供应商	类型	关联关系	2023年度	2022年度
1	厦门青瓷文化传播有限公司	研发方	无	1,238.64	1,680.16
2	ALIBABA CLOUD (SINGAPORE) PTE.LTD	云服务厂商	无	575.63	332.09
3	上海寰锋科技有限公司	研发方	无	524.90	-
	合计			2,339.17	2,012.26

注:①厦门青瓷文化传播有限公司(以下简称“青瓷文化”)为厦门青瓷数码技术有限公司(以下简称“青瓷数码”)的全资子公司,其中,青瓷数码为公司参股的青瓷游戏协议控制的子公司;②青瓷文化、青瓷数码及其股东均不构成《上海证券交易所股票上市规则》规定的公司的关联方,公司与其合作条件处在市场合理区间范围内。

(2)结合境外业务开展情况以及行业竞争格局,分析说明近年来公司境外收入和毛利率持续增长但整体处于亏损状态的原因及合理性,相关投入和收益是否匹配。

1)境外收入和毛利率持续增长但整体处于亏损状态的原因及合理性

近年来公司境外收入和毛利率持续增长,主要系2020年以前上线的境外产品主要是代理产品,而2021年以后上线的境外产品主要为自研产品(详见本题(1)之2)),无需向外部研发商支付代理版权金及游戏分成;随着境外业务中自研产品收入比重上升,毛利率也相应上升。在计算毛利时,不包含计入销售费用科目的发行投入和计入研发费用科目的研发投入,境外发行业务涉及的国家和地区众多,需要做语言和文化等本地化研发适配,并且整体发行成本较高,因此虽然毛利为正数,但扣除相应的发行费用及研发投入后,截至2023年12月31日,境外业务还处于累计亏损状态。

2)相关收入和投入是否匹配

2023年,中国自主研发游戏海外市场实际销售收入163.66亿美元,同比下降5.65%,出海赛道竞争激烈;但同时,全球游戏市场规模达11,774亿元人民币,国内游戏市场占比约25.73%,境外仍存在广阔的发展空间和巨大的市场潜力。通过持续开拓境外市场,公司能够进一步扩大规模,提升品牌影响力,优化收入结构,并增强国际竞争力。2023年,公司境外业务实现收入2.72亿元,整体占比仅6.52%,仍然较低,尽管面临挑战,境外市场依然是公司实现长远发展的重要战略。

在境外业务拓展过程中,公司需要进行诸如产品研发、代理成本、本地化、云服务器等前置和必要投入,只有经过持续的前期投入和积累,才能够有望实现境外业务的发展。公司境外整体的投入与业务开展情况相适配,也产生了一定的收益。截至2023年12月31日,境外业务累计虽然尚未盈利,但也有已实现盈利的产品,如《最强蜗牛(港澳台)》和《一念逍遥(港澳台)》。

年审会计师核查意见:

基于我们为公司年度财务报表整体发表审计意见执行的审计程序及为回复年报工作函执行的核查工作,我们认为,在所有重大方面:

1)上述公司披露的关于境外业务构成和主要游戏产品情况、主要经营实体及其主要财务数据、境外业务的经营模式、主要客户和供应商及对应交易金额,与我们在年度审计过程中所获取的资料及了解的情况一致;我们未识别公司与上述主要境外业务客户和供应商存在(上海证券交易所股票上市规则)规定的关联关系;

2)公司关于境外收入和毛利率持续增长但整体处于亏损状态的说明、相关投入与收益的匹配分析,符合实际情况,具有合理性。

3.年报披露,公司长期股权投资期末余额11.65亿元,其中,主要由非流动金融资产期末余额6.20亿元,合计约占公司归母净资产的40%。公司投资标的主要为游戏行业上下游企业或产业投资基金,报告期内公司对多数联营企业权益法确认投资损失,同时确认长期股权投资资产减值损失-0.20亿元,上期为-1.43亿元,并确认其他非流动金融资产公允价值变动损益-0.42亿元,上期为-0.67亿元。

请公司补充披露:(1)结合主要投资标的经营状况及财务指标,说明多数联营企业按权益法确认发生投资损失的原因,相关长期股权投资资产减值迹象出现的具体时点,本期及前期相关减值计提是否准确、充分;(2)结合主要投资标的公允价值确定依据,说明其他非流动金融资产公允价值变动损益确认是否准确、合理;(3)结合近三年主要投资及相关损益情况,说明公司长期投资的主要考虑,是否涉及关联关系,其他主要投资项目是否存在进一步减值风险,相关减值计提是否充分。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(1)结合主要投资标的经营状况及财务指标,说明多数联营企业按权益法确认发生投资损失的原因,相关长期股权投资减值迹象出现的具体时点,本期及前期相关减值计提是否准确、充分。

1)多数联营企业按权益法确认发生投资损失的原因

公司投资方向主要为与主营业务相关的文化创意产业,投资标的以游戏研发公司为主;游戏研发投入较大且周期较长,整体行业面临的经营风险较高,所以投资的标的中处于亏损状态的居多,2022年和2023年,公司对多数联营企业按权益法确认投资损失。但是公司投资标的中也有诸如北京简游、勇任网络等投资收益较为不错的标的,因此2022年和2023年权益法确认的投资收益整体为盈利。

2022年及2023年主要亏损投资标的财务指标及经营情况如下:

单位:万元

投资标的	年份	持股比例	权益法确认的投资收益	期末账面余额	投资标的主要财务指标		
					营业收入	期末净资产	净利润
诺售合悦基金	2023年	41.82%	-4,562.04