

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：2023-021

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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"/> 电话交流会
参与单位名称	国海证券、广发基金、永赢基金、金鹰基金、华泰柏瑞、浦银安盛、华安基金、南土资产
会议日期	2023年4月3日-6日
会议地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	总经理助理 欧阳梅竹
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了各项业务经营情况以及后续发展规划，并就参会机构人员关注的其他问题进行了回复交流，具体见下文。
附件清单（如有）	无
日期	2023年4月6日

投资者关系活动主要内容介绍：

### 1、公司计划如何对各类模型进行接入？

答：公司计划自建情感陪伴、教育等垂直领域的预训练模型，该模型直接接入公司研发的人工智能交互终端产品，具有加快响应速度、信息分类、用户使用习惯数据缓存、通识大模型调度等主要功能。自建的垂类模型将接入通识大模型，对超出垂类模型范围的内容进行补充完善。目前，国内外已有多家大型机构发布或准备发布其自研自训的预训练通识大模型，公司后续将根据国内、国外接口的优劣分析、海内外用户分布以及相关政策等综合因素选择适合公司的技术方进行合作。通过公司自建的技术中间体，对不同通识大模型进行调用，可实现多个通识大模型灵活接入，为终端产品服务。

截至目前，上述建设方案正在进一步细化、论证。

### 2、除移动应用外，公司会推出其他使用场景的产品吗？

答：为进一步贯彻汤姆猫家族 IP 的“交互”与“陪伴”属性，公司计划自建与目前现有用户需求较为匹配的情感陪伴、教育类等垂直领域的模型。此外，公司现有汤姆猫家族 IP 游戏产品除移动手机终端游戏场景外，公司已拓展了华为智慧屏、车载智能终端、Rokid AR 眼镜、智能游戏机器人等丰富的互动应用场景，具有多场景延伸的优势。因此，随着公司语音交互类产品正式推出后，同样可以覆盖上述线上、线下等多元终端场景。

其中，公司于 2021 年在海外市场推出了 GameBud Talking Tom 语音智能产品，该产品的推出旨在进一步强化汤姆猫 IP 与用户之间的交互体验。在功能和玩法上，GameBud Talking Tom 拥有两大核心功能，一是该产品可与公司旗下《汤姆猫跑酷》《汤姆猫英雄跑酷》等游戏产品开展链接，通过游戏“主播”、游戏陪玩的方式与用户进行互动；二是该产品拥有线下交流、语音互动等功能，可作为用户日常生活中的“玩伴”。该产品在外观设计、交流语速等方面拥有一定的优势。

在产品的后续规划上，智能硬件产品不仅更为直接、易上手，同时还将有助于构建更为丰富的交互场景、覆盖更多的用户群体。未来，公司将依据不同的交

互场景的需求，结合新的 AI 交互技术，研发匹配的线上应用与线下终端产品，为用户打造更智能、更逼真、更人性化的交互体验。

### 3、公司筹划再融资的投入方向有哪些？预计投入资金情况？

答：公司本次筹划通过非公开发行股票募集资金，拟投向建设人工智能交互终端产品研发、预训练语言模型的自建与接入、IDC（互联网数据中心）算力基础设施建设。其中，预训练语言模型的自建与接入、IDC（互联网数据中心）的建设主要以满足公司 C 端产品自用需求为核心目标，使终端产品能更高效地服务用户。

### 4、公司主要游戏产品的运营数据情况如何？

答：截至目前，公司游戏全球累计下载量超过 200 亿次，2022 年上半年平均 MAU（月活跃用户人数）超过 4 亿人次。在公司的精品研发策略下，公司汤姆猫家族 IP 多款移动应用产品月均活跃用户数均超过千万人次，并在全球市场保持了长线稳定运营。根据公司内部数据统计及相关公开信息，2021 年，公司线上代表产品《我的汤姆猫》《我的安吉拉》《我的汤姆猫 2》《汤姆猫跑酷》《汤姆猫英雄跑酷》《汤姆猫总动员》等产品的 MAU（月活跃用户人数）区间分别为 3,000-5,000 万人次、3,500-5,500 万人次、6,000-8,000 万人次、5,000-7,000 万人次、3,000-5,000 万人次、5,000-7,000 万人次。

### 5、公司线上游戏主要盈利模式是什么？全球主要合作方有哪些？

答：公司是一家围绕“会说话的汤姆猫家族”IP 为核心的、线上与线下协同发展的全栖 IP 生态运营商。目前，线上移动应用是公司的核心业务，在全球范围内研运二十余款游戏。依托于庞大的用户基数和活跃用户，公司通过移动应用产品的内置广告和应用内购获取收入。公司移动应用产品与 Google、Meta、Mobvista、ironSource、字节跳动、Smaato、华为、OPPO 等全球多家知名广告营销服务商开展合作，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向公司移动应用产品用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式），进而获取广告收入，应用内置广告是公司收入的主要来源。其中，Google 是公司多年在广告、游戏应用、YouTube 视频内容、云服务等领域重要合作方，公司保持每季度 1-2 次与 Google 相关业务线进行紧密协同沟通频次。

**6、OpenAI 保护儿童的政策要求必须年满 18 岁，或在父母同意的情况下年满 13 岁才能使用 OpenAI 的产品，这对公司后续产品开发与业务规划是否有影响？**

答：1) 公司规划的是基于 IP 特征与人工智能相结合的深度交互产品。通讯大模型是 AI 交互产品的基础组成部分，但是终端产品的交互内容、互动玩法等场景、机制的构建并不是来自于类 ChatGPT 大语言模型的简单接入。例如，目前公司海外子公司在研并拟在海外上线运营的产品开发路线为通过接入类 ChatGPT 大语言模型预训练一个中间层垂类模型来实现与用户的问答交互。这是一个全新的产品，并非通过这种场景为用户提供一个 OpenAI 产品的接入入口。

2) 从用户角度而言，公司海外子公司接入 GPT 的 API，是 OpenAI 的企业用户；公司开发的产品面向 C 端用户，是公司相关应用产品的用户。两者不能混同，就像微软结合 OpenAI 相关技术产品开发的 New Bing 应用与 OpenAI 自身的用户不能混同一样。作为独立的产品，微软的 New Bing 也将执行自身的用户政策。

3) 我们规划的产品并不仅针对未成年人。同时，未成年人是否使用我们的产品取决于作为终端设备拥有者的家长的意愿。

4) 对于未成年人保护以及相关技术合规监管政策，我们历来重视并始终保持关注。本着“边发展，边治理”的原则，我们相信未来会找到技术创新与政策规范之间的平衡点。

## **7、公司如何开展对未成年人的保护？**

答：作为全球知名移动应用开发商，公司拥有十余年开发满足全球亲子用户客群需求的移动应用的经验。在未成年人保护领域，公司建立了产品内容把控、美术风格设计、价值观传递、全球多个国家和地区的未成年人保护政策研究等系统性的未成年人保护机制。

在产品内容开发与核心价值传递上，公司将“会说话的汤姆猫家族”多个经典 IP 角色（热情勇敢汤姆猫、阳光善良安吉拉、可爱调皮金杰猫、天才学霸狗狗本、呆萌暖男汉克狗、自信独立贝卡兔）的性格爱好特征充分融入移动应用产品内容设计中，开发了《我的汤姆猫》《我的安吉拉》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫 2》《汤姆猫总动员》等多款休闲益智、寓教于乐的绿色健康移动应用产品及动漫影

视作品，公司产品制作精良、玩法休闲有趣、美术风格阳光，致力于通过高品质的内容引导用户树立积极向上、团结友爱、勇于探索等正确的价值观，并有助于激发用户的兴趣爱好及培养用户的反应、精细操作、专注力等综合能力；

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适用于多个国家和地区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，制定并持续完善了产品的《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。2022 年，公司汤姆猫家族 **IP** 系列游戏获得了国际知名未成年人隐私保护组织 **Privo** 颁发的保护儿童隐私的最高标准——**GDPRKids** 信任标志。