

证券代码：002558

证券简称：巨人网络

公告编号：2021-定 001

巨人网络集团股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以未来实施权益分派方案时股权登记日的股份总数扣除公司已回购股份后的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.6 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	巨人网络	股票代码	002558
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孟玮	王虹人	
办公地址	上海市松江区中辰路 655 号	上海市松江区中辰路 655 号	
电话	021-33979919	021-33979919	
电子信箱	ir@ztgame.com	ir@ztgame.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司定位为一家以互联网文化娱乐为主的综合性互联网企业，报告期内，公司主营业务是互联网游戏的研发和运营。经过十余年的发展和沉淀，公司确立了聚焦精品、玩家至上、注重长留等研发理念，在电脑端网络游戏和移动端网络游戏市场均推出了多款游戏精品大作，特别在MMORPG和多人休闲竞技领域建立了良好的竞争优势。

公司目前最主要的两条产品线分别为“征途”系列和“球球大作战”。“征途”在电脑端网络游戏时代以自研自发自主，主要包括4个产品：《征途》、《征途2》、《绿色征途》、《征途怀旧版》；在移动端网络游戏时代，“征途”系列做了新的尝试和突破，自研自发自与渠道合作共举，主要产品包括由腾讯独家代理的《征途手游》、自研自发的《征途2手游》、授权英雄互娱发行的《绿色征途手游》。“征途”IP是国战类MMORPG网游最知名品牌之一，《征途》电脑端网络游戏划时代开启了道具付费模式先河，电脑端网络游戏及移动端网络游戏全系列产品累计收入超200亿元。《球球大作战》是公司自研自发的多人休闲竞技类移动端网络游戏，成为行业知名的优质IP，累计设备安装量达到6亿台，峰值DAU超2,900万人，曾登顶中国区游戏免费榜榜首，并长期占据App Store小游戏、智力游戏免费排行榜前五名。《球球大作战》具有黏性高、年轻化、男

女性别比例相对均衡、强社交属性等特点，并开创了新的移动电竞品类。报告期内不存在单一产品收入占公司总收入30%以上的情况。

公司的网络游戏收入主要来源于虚拟道具收费模式；产品运营模式则兼具自主运营、授权运营及联合运营三种模式。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	2,217,294,341.42	2,571,433,260.43	-13.77%	3,779,546,774.88
归属于上市公司股东的净利润	1,029,007,579.40	820,039,386.82	25.48%	1,078,166,382.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	911,176,757.56	762,457,708.41	19.51%	1,069,019,921.31
经营活动产生的现金流量净额	963,316,008.45	1,505,072,615.70	-36.00%	-13,514,050.59
基本每股收益（元/股）	0.54	0.41	31.71%	0.53
稀释每股收益（元/股）	0.54	0.41	31.71%	0.53
加权平均净资产收益率	10.82%	9.49%	1.33%	12.17%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	10,834,794,955.12	9,940,157,487.46	9.00%	10,681,963,387.19
归属于上市公司股东的净资产	9,467,890,358.21	8,010,075,489.81	18.20%	9,044,986,965.00

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	692,490,363.40	530,326,896.90	501,615,649.72	492,861,431.40
归属于上市公司股东的净利润	316,592,258.60	210,126,447.96	310,860,894.95	191,427,977.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	298,824,470.64	210,058,809.11	271,676,976.48	130,616,501.33
经营活动产生的现金流量净额	213,435,264.05	211,842,235.18	244,226,027.68	293,812,481.54

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	39,558	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	41,924	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
-------------	--------	---------------------	--------	-------------------	---	---------------------------	---

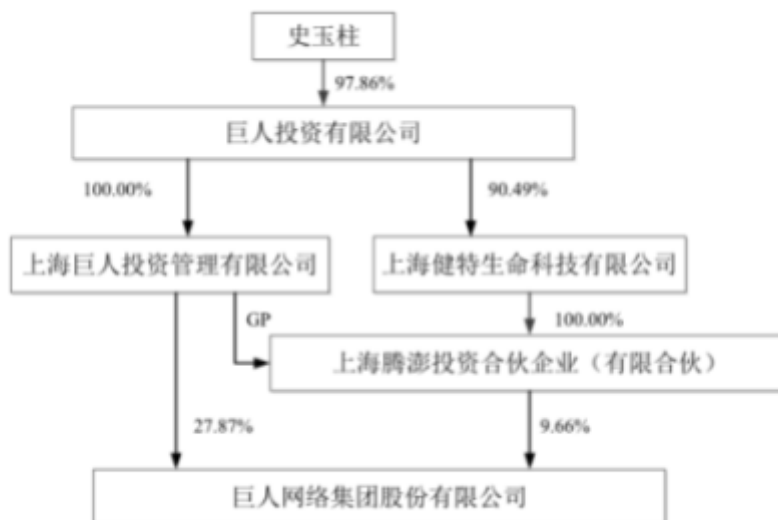
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
上海巨人投资管理有限公司	境内非国有法人	27.87%	564,205,115	564,205,115	质押	561,742,102
上海腾澎投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	9.66%	195,574,676	195,574,676	质押	195,563,120
上海鼎晖孚远股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	7.04%	142,460,782	142,460,782		
上海中堇翊源投资咨询中心(有限合伙)	境内非国有法人	6.71%	135,906,717	135,906,717	质押	135,906,717
巨人网络集团股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	5.77%	116,722,472	116,722,472		
上海铄铄投资咨询中心(有限合伙)	境内非国有法人	4.99%	101,108,997	101,108,997		
上海澎腾投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.73%	95,718,974	95,718,974	质押	77,654,084
上海高毅资产管理合伙企业(有限合伙)——高毅邻山 1 号远望基金	其他	4.22%	85,504,998	85,504,998		
上海孚焯股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.52%	71,202,391	71,202,391		
弘毅创领(上海)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.39%	68,658,489	68,658,489		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、巨人投资及腾澎投资均为巨人网络实际控制人史玉柱控制的企业，巨人投资及腾澎投资构成一致行动人。 2、鼎晖孚远及孚焯投资执行事务合伙人均为上海鼎晖百孚财富管理有限公司，鼎晖孚远及孚焯投资构成一致行动人。 3、未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

报告期内，公司实现营业收入22.17亿元，同比下降13.77%。其主要原因系多款新游戏产品处于研发过程中，尚未能为公司贡献收入；同时公司为了面向长期发展、聚焦核心业务，出售了部分与重点游戏赛道关联性较低的业务。公司实现归属于上市公司股东的净利润10.29亿元，同比上升25.48%，主要系公司投资收益在报告期内取得了良好增长，带动净利润提升。以下是公司经营的具体情况：

1、报告期内，公司不断深化成熟产品的运营工作，并积极布局新产品。

“征途”全系产品为公司持续、稳定地贡献收入。2020年，“征途”赛道完成了赛道内所有项目及资源的整合规划，并通过梳理、规范流程，大幅提高了研发、运营、宣发、服务等方面的推进效率，实现了赛道全资源快速共享机制。公司研发团队根据游戏市场、细分用户的变化，针对赛道情况建立了全新的整体策略——“灵感来自用户”及和用户一起“共创征途”，并以此来调整赛道所有项目版本的研发和运营宣发节奏。目前，该策略在现有游戏的运营及新游戏的开发上都获得了较好的成效。

在高效的运转机制和新的策略指导下，一年一度的《征途》嘉年华活动于2020年6月12日正式启动，该活动首次纳入了“征途”赛道全系七款游戏产品，创新地引入“直播带货模式”，实现了“征途”游戏研发团队和玩家的密切互动。嘉年华活动启动后，“征途”全系产品日均活跃用户较活动前增长了30%。研发团队还坚持“到玩家中去”的理念，通过每月一次的玩家线上见面会，鼓励玩家参与研发、帮助游戏调优，这一系列的举措有效吸引了老玩家回流。此外，作为“征途”IP化战略的一环，《征途》电影于2020年7月24日在海内外同步线上发行。在国内，《征途》于知名视频平台爱奇艺上映，上映首周末的票房收入打破爱奇艺电影单点付费模式的多项记录；在海外，该电影于全球最大的流媒体平台Netflix发行，首周末进入Netflix全球电影电视综合榜第7名。同时，《征途》电影衍生短视频在抖音、快手等短视频平台上总播放量超过300亿，微博话题阅读量超过11亿，讨论量超过200万，《征途》电影极大地提高了征途IP在海内外的曝光度和影响力。在电影上映期间，公司还同步推出了影游联动游戏版本，继而巩固了用户粘性。2020年10月，公司在无锡三国城举办“征途15周年大型线下盛典”，到场玩家创历史新高，充分显示了“征途”品牌的活力和影响力。

《球球大作战》始终秉承“以用户为中心”的初心，通过数字娱乐与多元化IP联动的运营策略维持产品活力，并积极传递正能量。2020年，公司还进一步将“尽早见用户”环节制度化。为更好的落实“尽早见用户”，《球球大作战》于2020年更新了近40个大型版本。其中，寒假资料片《生存道具赛》及暑假资料片《百万双球鞋直播大派送》在打磨期时的版本内容能提前见用户，并根据用户反馈，保持日更新节奏进行迭代。《球球大作战》也一直保持与用户的零距离连接，通过举办线上线下的玩家见面会、在校大学生的产学研合作等方式，前后接触数万名玩家，真正落实到贴近用户开展研发工作，并在稳定运

营期中根据玩家的反馈不断打磨产品，与玩家持续建立连接。

在2020年中,《球球大作战》横跨多个商业领域。分别与《变形金刚》、《愤怒的小鸟》、美团、KFC、大嘴猴等进行多元化合作,搭建线上线下不同的场景联动,为年轻人带来更多的娱乐生活方式;在2020年7月的五周年系列庆典活动中,《球球大作战》联合知名音乐人杨和苏与徐梦圆一同打造球球线上DJ派对,创造性的将电音元素与游戏玩法相结合,让千万年轻人在线体验潮玩新方式;《球球大作战》开启“百万双球鞋直播大派送”活动,数次进入短视频平台热门榜单前10,直播累计观看人次超过300万,活动上线一周后,《球球大作战》日均新增用户、日均回流用户、日均活跃用户较活动前均实现超过20%的增长。作为一款在年轻玩家中具有影响力和号召力的游戏,《球球大作战》还努力助力公益教育、弘扬中国文化。2020年第四季度,《球球大作战》与上海科技馆携手打造公益活动“鲸奇世界”,推动援藏教育工作;此外,该游戏还与上海美影厂、紫禁御猫房等国漫形象出品方合作,传递国漫精神,为年轻人输出更多国产文化新知识。

除上述两个系列的产品外,公司自主研发的独立手游《帕斯卡契约》、《月圆之夜》也有良好表现:

《帕斯卡契约》于2020年1月16日在App Store全球同步发行,在正式上线后连续多日位居iOS中国付费游戏排行榜第1名,长期位居iOS中国付费排行榜前列,被App Store评为2020年1月最佳游戏。该游戏国内安卓版于2020年5月29日在TapTap独家发行后,首日创TapTap付费游戏销售额新高,并多日位居热卖榜榜首。《帕斯卡契约》在海外市场也有不俗表现,上线首周即获得包括日韩,港台,美国等多个地区iOS付费游戏排行榜第一,累计获得苹果全球推荐21次。公司通过《帕斯卡契约》的海外发行进一步累积了公司发行团队在全球市场用户获取、渠道合作和口碑营销等方面的经验。报告期内公司还完成了《帕斯卡契约》大型资料片“遗忘之潮”的研发。

2020年度,《月圆之夜》共推出了“契约师”、“机械师”两个高品质的付费DLC,凭借着精心设计的玩法及优秀的产品品质,同期TapTap版本评分在9.5分以上,在Google Play的评分在4.5分以上,得到了全球玩家的认可和喜爱。作为较成熟的产品,该游戏在2020年度仍旧获得多平台奖项,还获得了TapTap及App Store多次推荐,其中App Store精品推荐累计195次。该项目优秀的口碑和商业表现吸引了众多合作方,公司通过与海外华为渠道的合作,顺利在一年内完成了日韩葡德的本地化工作,有效地拓展了海外市场。

新产品方面,截止目前,公司自主研发、腾讯发行的手机游戏《胡桃日记》已于2021年4月16日正式上线。该游戏主角七濛胡桃源自日本JOYNET株式会社创作的一款表情包角色,公司获得了其全球范围内独家游戏改编权。该游戏上线后立即获得了苹果的Today推荐,登顶iOS下载榜,并在TapTap上保持8.4分的好成绩。以七濛胡桃名义诞生的虚拟偶像也在2019年宣布出道,随着手游项目研发的进行,在B站、抖音、快手等视频平台上同步进行着IP运营。

此外,公司尚有数款游戏产品处于研发过程中,包括基于“征途”、“球球”IP打造的新一代手机游戏、一款放置类手机游戏和一款射击类手机游戏。

2、报告期内,公司延续2019年启动的改革思路,在业务、组织、文化和人才层面进一步实施了一系列深化改革措施。

业务层面,公司聚焦资源投向少数细分赛道与关键项目,努力打造符合时代潮流和用户需求的爆款产品。同时公司深入贯彻“中台赋能项目”的理念,强调围绕项目需求建设中台能力,理顺中台与项目的合作关系,并重新制定了中台部门的工作目标和激励方案。这些措施在重点在研项目的实践过程中,已显示初步成效。

文化与组织层面,公司对研发文化进行提纯,总结出如“长留是第一指标”、“灵感来自用户”、“产品要尽早见用户”等精髓,并推动研发文化的落地执行。公司还启用了OKR管理体系,大力推动内部信息透明化,鼓励知识分享,力求让一线人员也清楚公司战略方向和业务目标,加强组织的自驱力、凝聚力与协作能力,最终建立一个透明、高效、自我进化的学习型组织。

人才层面,公司围绕人才的“选用育留”,持续优化各项制度和措施。为了充分调动精英人才的潜能,实现长期绑定,公司加大了对精英人才的激励力度。公司还特别重视年轻人才的培育和提拔,在试点项目中大胆采用了年轻人才“注册制”,让年轻人能在实战中不断进步。总之,游戏是创意产业,人才是最宝贵的资产。公司将始终把如何吸引最好的人才加入并留在巨人团队,不断提高人才质量和密度,作为巨人管理团队的长期核心工作。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
移动端网络游戏	1,148,063,697.89	181,810,075.92	84.16%	-21.31%	-5.03%	-2.72%

业务						
电脑端网络游戏业务	952,413,173.95	103,897,239.27	89.09%	-4.24%	-24.90%	3.00%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

变化情况详见第十二节/五/44。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

详见第十二节/八/5。