



# 芜湖三七互娱网络科技集团股份有限公司

## 2020 年半年度报告摘要

### 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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 2112251697 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 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	三七互娱	股票代码	002555
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	叶威	王思捷	
办公地址	安徽省芜湖市鸠江区北京中路芜湖广告产业园广告创意综合楼十一楼	安徽省芜湖市鸠江区北京中路芜湖广告产业园广告创意综合楼十一楼	
电话	0553-7653737	0553-7653737	
电子信箱	ir@37.com	ir@37.com	

#### 2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	7,988,675,195.57	6,070,957,503.06	31.59%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,699,736,123.46	1,033,074,405.38	64.53%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,464,942,321.24	949,369,446.08	54.31%
经营活动产生的现金流量净额（元）	2,450,226,546.90	616,354,936.37	297.53%
基本每股收益（元/股）	0.80	0.49	63.27%
稀释每股收益（元/股）	0.80	0.49	63.27%
加权平均净资产收益率	22.05%	16.31%	5.74%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	12,470,434,893.08	10,145,259,855.73	22.92%
归属于上市公司股东的净资产（元）	8,189,534,514.66	7,029,307,859.08	16.51%

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	55,993			报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
李卫伟	境内自然人	19.11%	403,658,052	302,743,539	质押	29,000,000
曾开天	境内自然人	11.62%	245,344,374	245,344,330	质押	9,810,000
香港中央结算有限公司	境外法人	6.98%	147,487,787	0		
吴卫红	境内自然人	5.30%	112,002,562	84,001,921		
胡宇航	境内自然人	5.00%	105,612,651	4,315,518	质押	5,050,000
吴卫东	境内自然人	4.66%	98,427,557	73,820,668		
吴绪顺	境内自然人	3.50%	73,937,782	0		
全国社保基金一一一组合	其他	1.21%	25,503,030	0		
芜湖三七互娱网络科技集团股份有限公司第三期员工持股计划	其他	1.06%	22,347,537	0		
汇添富基金-宁波银行-珠海融玺股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	0.95%	20,089,263	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司持股前 10 名股东当中，吴绪顺与吴卫红、吴卫东为父女（子）关系，吴绪顺、吴卫红、吴卫东为一致行动人。2、公司未知其它前 10 名股东之间是否存在其他关联关系，也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

#### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

#### 5、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。

#### 6、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，且在半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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

报告期内，国内游戏行业竞争格局发生较大变化，头部效应凸显，产业发展步入新阶段。公司在“精品化、多元化、平台化、全球化”战略定位下，精准把握产业发展趋势，持续提升经营质量，综合实力在国内游戏行业保持领先地位。

报告期内，公司业绩稳健增长，实现营业收入79.89亿元，同比增长31.59%；利润总额19.93亿元，同比增长54.41%；归属于上市公司股东的净利润17.00亿元，同比增长64.53%。手机游戏发行与研发业务的增长是本期整体收入及利润增长的主要驱动力。

##### （一）手机游戏业务

报告期内，公司手机游戏业务取得营业收入74.12亿元，同比增长36.59%，毛利率保持稳定。公司的手机游戏业务收入和研发投入均呈增长态势，手机游戏业务在国内和海外多地市场中保持领先地位。

##### 1、手机游戏研发

报告期内，公司持续加码研发，自研产品发行数量以及单产品盈利能力较上年均有所提升。其中，公司手机游戏研发业务流水大幅提升，进一步提高公司盈利能力。

研发投入同比增长。报告期内，公司发生研发投入6.45亿元，同比增长102.48%。对手机游戏研发的持续投入，是公司实施“精品化、多元化、全球化”经营策略的重要部分，研发投入主要致力于产品的品质提升和品类探索两个方面。

产品品质提升。“精品化”研发策略贯穿公司自研产品的整个生命周期。公司在技术层面致力于提升产品引擎性能，提高产品的美术和音效品质，以满足用户对高品质游戏的体验需求；在策划层面致力于玩法创新，流程优化，以满足用户在趣味性和流畅体验方面的需求。高品质开发及高频率迭代提高新产品对用户吸引力，也使得大部分自研产品长期维持较高的流水。

探索品类多元化。公司研发业务的“多元化”也有突破，报告期内，公司在模拟经营类、卡牌、SLG等多个品类都进行了新尝试：公司已海外市场推广发行自研模拟经营类产品；卡牌类游戏《代号DL》也将于今年推出；此外SLG精品游戏《狂野西境》已在全球推出，并重点突破欧美市场。未来，公司将在产品类型、题材以及美术表现、玩法等方面持续进行多元化创新，以优质内容为战略方向，利用自身沉淀下来的经营多品类产品的经验，结合公司已有的在数值、玩法等方面的优势，着重在SLG、卡牌等领域进行深入探索，力争成为能够为全球玩家提供综合性游戏产品的一流游戏厂商。

同时，公司还通过投资入股优秀研发商，与众多优秀研发厂商携手合作等方式，在产品供给侧进行多元化布局。为进一步提高产品的成功率，公司建立了严格的评测流程，利用自身在用户数据和数值经验方面的优势与研发商共同打磨产品，保证产品上线前的品质达到较优水平。

构建云游戏体系。公司目前正在努力构建更优秀的云游戏体系，包括：构建内部云，为游戏上云游戏提供计算和网络支撑；搭建云游戏代理服务，积极研究高效游戏视频转码以及解码技术；研发具备用户交互、视频解码以及云服务端通讯的通用框架体系以支撑云游戏的通用轻APP。在即将到来的5G时代，公司在云游戏技术上的平滑过渡有望为玩家带来全新体验。

##### 2、手机游戏发行

##### （1）国内市场

报告期内，据易观发布的《中国移动游戏年度市场综合分析2020H1》显示，公司国内手机游戏业务的市场占有率进一步提升至10.51%，公司在国内手机游戏发行市场“精细化”运营的优势凸显。公司在运营的国内手机游戏的最高月流水超过18

亿，新增注册用户合计超过1.32亿，最高月活跃用户超过8200万。同时，公司持续推进“精品化、多元化、平台化”策略，发行了多款不同类型、题材多样的精品游戏，不断拓展产品矩阵。

#### (1.1) “精细化”运营延长产品生命周期

报告期内，公司坚持以系统性流量经营为核心理念，采用“立体营销+精准推送+长线服务”的多元方式，以“精细化、数据化、智能化”为原则辐射“产品+推广+用户”三个端口，准确把握用户需求，将广告投放精准推送至目标群体，并为用户从初步接触产品到进入产品进行游戏的全过程提供全方位、高质量的服务，延长产品生命周期，积累更高的流水收入。

自研AI系统助力“精细化”运营。报告期内，公司自研的智能化投放平台“量子”以及智能化运营分析平台“天机”已投入使用。一方面，智能化投放平台“量子”可对接所有主流渠道，实现快速投放和自动化投放。同时，该平台还可以合并多个系统，串联流程，大幅减少计划创建时间，对计划进行标准化批量处理，自动化、系统化地维护计划。此外，该平台还可以通过大数据分析以及AI算法提升推广效率以及效果。另一方面，智能化运营分析平台“天机”则为对游戏数据进行统计、分析及预测的经营决策系统，该系统可以通过数据分析模型对游戏生命周期进行精准预测，支持运营团队根据用户数据采取差异化的活动营销，使客服可以专注于更高价值的用户服务，进一步挖掘用户价值。

#### (1.2) “多元化”策略丰富产品供给侧

报告期内，在具备经营多品类游戏能力基础上，公司把“多元化”策略应用于产品、推广、服务等多个层面。在该策略下，公司在产品类别、题材及数量方面均做了充分储备，产品矩阵囊括ARPG、MMO、卡牌、SLG、模拟经营等不同类型，覆盖魔幻、仙侠、都市、青春校园、女性向等不同题材。

产品储备充足。报告期内，公司上线了《混沌起源》、《云上城之歌》等不同类型、题材的优秀游戏产品，为玩家带来多元的游戏体验。截止本报告出具日，公司储备的自主研发产品包括：《代号NB》、《代号DL》等。此外，公司储备了丰富的国内代理产品包括：

仙侠游戏：《代号JZ》、《代号XN》

卡牌游戏：《王牌高校》

模拟经营游戏：《代号RS》

MMORPG游戏：《代号GC》

女性向游戏：《一千克拉女王》

#### (2) 海外市场

报告期内，公司全球化战略布局提速显著，海外业务营业收入同比增长94.77%。截止报告期末，公司海外品牌37GAMES覆盖200多个国家和地区，游戏类型涉及RPG、卡牌、SLG等，语言覆盖繁体中文、英语、日语、汉语、泰语等十余种。

多重手段增加出海产品储备。报告期内，一方面，公司通过布局产业上下游，在全球范围内投资优秀的研发型公司，推进产品更好实现本土化。另一方面，公司海外业务“全球化”有所突破，在保持东南亚、日韩等优势区域竞争力的同时，海外产品发行更具全球视野，从优势地域扩张至全球范围。今年以来，公司已在全球市场布局西部、军事、末日等多类题材的SLG游戏，并获得较好市场反响。

多款游戏表现优异。截至本报告出具日，公司在全球市场发行的多款游戏取得优异成绩：《SNK オールスター》在日本市场上线后，取得下载榜双榜第一的成绩，SLG游戏《三国英雄たちの夜明け》在上线不到一个月时间内，也快速获得较好的市场反响；《大天使之剑H5》在越南市场上线后长期稳居畅销榜榜首，成为当地市场现象级游戏；公司王牌产品《永恒纪元》在报告期内不断更新迭代，在已发行地区保持稳定流水；今年2月份，《奇迹MU:跨时代》在中国港澳台地区上线，并迅速登顶台湾iOS畅销榜和Google Play免费下载榜。

全球布局提速。今年下半年，公司将继续通过多款SLG精品游戏加码布局全球市场。截至本报告出具日，SLG精品游戏《狂野西境》已在全球推出，并重点突破欧美市场；西方魔幻题材的《P & C》也已在在欧美市场推出，以RPG加SLG的创新玩法迅速打开市场，并保持流水的稳定增长。同时，在流水稳步上升基础上，日本市场下半年将推出适合本土的卡牌游戏，韩国市场则主推MMO类游戏。

今年下半年，海外市场重点推出的产品还包括：

模拟经营类：《代号ZG》

SLG类：《代号FRZ》、《代号FO》

卡牌类：《代号OX》

休闲RPG类：《代号CM》

MMO类：《代号E》、《代号AH》

#### (二) 网页游戏业务

精细化运营助力营收稳健增长。报告期内，公司网页游戏业务取得营业收入5.65亿元，毛利率同比增长2.75%。下半年，公司将持续推出新品。一方面，公司通过战略投资及业务合作等方式与国内顶尖网页游戏研发团队加强合作；另一方面，公司通过精细化运营精品游戏，提高用户粘性，稳定产品生命周期，进一步稳定营收。

#### (三) 文化产业布局

公司以优质内容为战略方向，在维持游戏核心业务高速增长的同时，布局文创行业其他高增长细分领域，深度挖掘5G云游戏、影视、动漫、音乐、VR/AR、文化健康产业、互联网少儿教育、社交文娱等领域。截至本报告出具日，公司投资或收购的文创企业包括：

影视：毒舌电影、优映文化、中汇影视、魔威影业、金海拾艺等

音乐：风华秋实

艺人经纪：原际画、好好榜样

动漫：艺画开天、绝厉文化、剧能玩

VR/AR：Archiact

文化健康产业：Wake

互联网少儿教育：KaDa故事、妙小程

社交：唔哩星球

消费：互助停车、挪瓦咖啡

坚守长期价值投资理念。投资理念及逻辑上，公司坚守长期的价值投资理念，在聚焦游戏主业基础上，通过投资布局打通上下游产业链，切入不同的细分受众。投资方向上，公司主要关注行业新增量、新技术、产品出海及国际化等方面。在投资标的的选择上，公司看重其持续输出优质产品的实力、优秀的团队或人才储备、后期增长的爆发空间等。通过对业内优质资源的整合，公司不断巩固自身在文创行业的地位。

打造文娱生态闭环。上半年，公司持续发力投资打造生态闭环，形成良好的多向协同。通过与所投资公司天津卡乐旗下的SNK IP结合，三七互娱发行的手游“拳魂觉醒”在上半年表现突出，在国内以及海外都取得了优异成绩。同时，由金牌制作人领军的北京羯磨以及星合互娱项目也即将上线，预计将为重点布局的海外SLG市场带来良好回报。另外，各个垂直领域所投资公司之间的联动增强，例如中汇影视与艺画开天达成合作，购买B站热播的科幻动画“灵笼”版权并将开发为真人影视剧；在“创造营2019”以及“创造营2020”出道的何洛洛及刘些宁所属艺人经纪公司“原际画”以及“好好榜样”也正与风华秋实、中汇影视及三七互娱合作，将优质艺人资源发挥最大化，并通过所投国内头部影视MCN“毒舌电影”作为宣传渠道，未来可为三七互娱文娱生态圈带来放大叠加效应。

教育板块逐步成型。教育板块为三七重点长期布局板块，所收购的少儿编程培训机构妙小程逐渐成长为国内头部公司之一，未来将进一步开设直营以加盟线下课堂，让更多用户能接触到高水平的教育课程；内容数量上，绘本平台“KaDa”成为国内头部平台之一，并在疫情期间获得正增长，目前已实现盈利；线上瑜伽教学平台“Wake”在疫情期间也获得增长，并实现盈利。整体而言，公司通过优质内容及流量运营上的深耕细作，三七的教育板块呈现良性发展趋势。

投资回报良好。截至本报告出具日，公司投资的众多标的公司展现出巨大发展潜力，公司在文化创意产业全产业链的投资战略成效初显。2020年3月，公司参股的公司紫龙游戏实现退出，公司获得可观回报。2020年6月，公司在心动网络上市后实现部分退出，获得高额回报，并获得投中年度最佳退出案例奖。公司参与基金富海三七所投资企业微盟在上市后完成了退出并获得了良好回报。

投资布局新品类。未来，公司以游戏主营业务为核心，持续在娱乐科技上投入，结合已布局的VR、AR领域，以及云游戏等相关领域并积极开展尝试，在5G时代切入互动游戏、虚拟主播以及VR社交、电竞等新兴领域，为所投资公司赋能并形成战略协同，提供更多全新体验的优质内容，打造一站式文娱生态圈，成为未来中国年轻一代最信任的文创品牌。

#### （四）IP战略

打造精品内容，建立优质内容品牌是公司的长期发展目标。基于此，公司结合自身优势，将通过内部孵化及外部获取等方式持续挖掘优质IP，打造包括游戏在内的精品文化产品。

围绕IP战略打造文化创意战略体系。截止本报告出具日，公司储备的IP覆盖包括游戏、动漫、文学、影视等不同的细分领域。同时，公司将逐步沉淀自有IP，利用自有IP创造更高价值。公司将继续基于精品IP战略打造文化创意战略体系，满足用户多元化的娱乐需求，深度挖掘IP在影视、音乐、动漫、VR、文化健康产业、互联网少儿教育及社交文娱等领域的价值延伸空间。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### （1）与上一会计期间财务报告相比，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

2017年7月5日，财政部发布了《关于修订印发的通知》（财会〔2017〕22号）（以下简称“新收入准则”），根据财政部要求，在境内外同时上市的企业以及境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。根据上述会计准则修订，公司自2020年1月1日起施行新收入准则。此项会计政策变更经第五届董事会第十一次会议审议通过。

### （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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

公司名称	变动原因	设立/变更日期
海南连弘网络科技有限公司	新设	2020 年 4 月 21 日
安徽盈趣网络科技有限公司	新设	2020 年 4 月 30 日
芜湖三七互娱文化产业园运营管理有限公司	新设	2020 年 5 月 27 日
西藏耀通网络科技有限公司	注销	2020 年 6 月 18 日

芜湖三七互娱网络科技集团股份有限公司

法定代表人：李卫伟

二〇二〇年八月二十八日