

金科汤姆猫

TALKING TOM & FRIENDS

17

- 企业内刊第17期
- 2021/08-10

寓教于乐
智创家庭幸福







▶▶▶ 我们的愿景

打造汤姆猫全栖IP生态
建设汤姆猫亲子生活品牌

▶▶▶ 我们的使命

寓教于乐
智创家庭幸福

▶▶▶ 我们的价值观

正心诚信 稳健精进
惠人达己 卓越创新

CONTENTS



内刊封面

主办单位

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

编委指导委员会

主任 朱志刚

副主任 张维璋

委员 张正锋 朱恬 秦海娟

何文杰 钱信宇 柏翔

陈佩卿 胡斐

编辑部

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司企宣部

责任编辑

张平 费世鸣 吕洁旎

美术编辑

周骏

地址

浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路
299号浙江商会大厦36F

电话

0571-83539966

传真

0571-83822338

门户网站

<http://www.jinkeculture.com>

SPECIAL REPORT

本期特稿

07 “团宠”安吉拉的成长之路：游戏品质和情感羁绊是“长寿秘诀”

09 《我的安吉拉2》的“霸榜”之旅



全球热门游戏 | Q3 2021

DOWNLOADS			CONSUMER SPEND			MONTHLY ACTIVE USERS		
1	My Talking Angela 2	New!	ROBLOX	-	PUBG MOBILE	-		
2	Count Masters	▲5	Genshin Impact	▲5	ROBLOX	▲1		
3	Free Fire	▲1	Pokémon GO	▲6	Candy Crush Saga	▼1		
4	Bridge Race	▼3	Candy Crush Saga	▲2	Free Fire	-		
5	PUBG MOBILE	▲21	Uma Musume Pretty Derby	▼3	Ludo King	-		
6	Subway Surfers	-	Coin Master	▼1	Minecraft Pocket Edition	▲2		
7	Fidget Toys Trading 3D	New!	Honour of Kings	▼3	Subway Surfers	▲2		
8	Hair Challenge	▼6	PUBG MOBILE	▼5	Call of Duty: Mobile	▼1		
9	ROBLOX	-	Fate/Grand Order	▲16	Among Us!	▼3		
10	Candy Crush Saga	▲1	Game For Peace	▲2	Pokémon GO	-		

来源: App Annie Intelligence

注释: Downloads 和 consumer spend 基于 iOS 和 Google Play 截至 2021 年 9 月 20 日综合数据 (iOS 数据仅包括中国)。MAU 基于 iPhone 和 Android 综合数据, 不包括中国 2021 年 7 月至 8 月数据。预先安装的应用 (例如 Android 手机上的 YouTube 和 iPhone 上的 Safari) 不包含在 MAU 排名中。

09

COMPANY NEWS

公司要闻

13 官宣! 浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司正式启航

14 中国驻塞浦路斯大使刘彦涛访问Outfit7利马索新办公室

15 华为海外新品发布会顺利举办, Outfit7受邀出席分享

17 杭州市政府研究室调研组一行莅临汤姆猫调研指导

19 广州金科荣获“2021年度广州互联网最具创新力企业”

21 汤姆猫子公司广州金科加入广州互联网协会 加强属地影响力

22 樊登读书会董事长郭俊杰一行到访汤姆猫总部开展交流合作



14

目录

BUSINESS UPDATES 业务速递

- 25 2021华为开发者大会召开，金科汤姆猫斩获双料大奖
- 27 汤姆猫签署战略合作协议，探索脑科学数字医疗领域
- 28 汤姆猫亲子乐园国庆假期迎客流高峰 全国多家门店齐贺祖国生辰
- 29 试运营人气爆棚的珠海汤姆猫亲子乐园正式开业
12米挑空分层+海岛风极致沉浸！汤姆猫亲子乐园广东珠海店邀你一起冒险启航
- 33 第十三届浙东新商都（上虞）购物节盛大启幕 “会说话的汤姆猫家族”活力亮相开幕式
- 34 “会说话的汤姆猫家族”×Mostwantedlab 潮牌来袭！掀起秋冬时尚新风潮
- 35 汤姆猫家族仲夏夜之梦系列盲盒开启预售
- 35 《汤姆猫英雄跑酷》×奥利奥 奥利奥进入跑酷世界了！
- 36 Introducing: GameBud™ Talking Tom



PUBLIC RESPONSIBILITY 公益责任

PARTY BUILDING 党建活动

- 39 星火燎原 红色传承
广州金科党支部迎国庆主题党日活动



- 43 “扶残助残 有你有我”
广州金科志愿探访天河区贫困重度残疾人家庭
- 44 Outfit7 Helps Build a Playground
- 45 持续贯彻寓教于乐 打造高品质休闲益智内容——金科汤姆猫践行社会效益优先、双效合一的高质量发展之路
- 47 重视未成年人全面保护，关注未成年人健康成长
- 48 投资者教育 | 远离“股市黑嘴” “非法荐股” “场外配资”
- 51 创业板上市公司定期报告，你了解多少？

FRESH COMMUNITY 鲜活社区

- 55 “我与企业共成长” | 公司组织开展“悦分享”学习交流分享会
- 56 《我的安吉拉2》国内已全面上线！为此，我们采访了创作团队的一位重要代表

SPECIAL REPORT 特稿





本期特稿

SPECIAL REPORT

让快乐无界!



(图《我的安吉拉2》游戏宣传海报)

“团宠”安吉拉的成长之路： 游戏品质和情感羁绊是“长寿秘诀”

汤姆猫公司旗下王牌产品《我的安吉拉》续作《我的安吉拉2》于7月15日在全球正式上线，8月上旬，该游戏更以华为、vivo、oppo、小米等国内主流渠道首页C位推荐的架势与国内玩家见面。凭借养成品类的创新玩法和安吉拉前作的热度造势，《我的安吉拉2》一经上线即登上超过100个国家的苹果App Store应用商店前十榜单，一举成为2021年第三季度全球人气最高的游戏。

根据第三方数据平台App Annie的数据统计，《我的安吉拉2》是2021年第三季度全球手机游戏下载量排名第一的游戏产品。

随后第三方数据平台Sensor Tower的数据也显示，上线首月《我的安吉拉2》即斩获全球手游下载榜第3、Google Play单渠道下载榜第一的成绩。8月，《我的安吉拉2》依然维持在全球手游下载榜TOP10内，同时蝉联Google Play下载榜第一。

回望国内，《我的安吉拉2》也以创新的玩法、精致的人物造型以及益智趣味向的内容成为暑期档养成类产品中异军突起的佳作。作为一款养成游戏，是如何让玩家从初代到二代一直大呼“治愈”？作为“会说话的汤姆猫家族”里出道最早的“女性角色”又是怎样成长为“团宠”，让路人粉认定为“云女儿”、“云女友”的呢？

1.初代上线7年，依然是养成顶流

以安吉拉为主角的首款养成类手游《我的安吉拉》发行于2014年，这款女性向的休闲游戏是当时坐拥世界级流量产品《会说话的汤姆猫》《我的汤姆猫》的创作者——全球顶尖的休闲游戏研发品牌Outfit7（汤姆猫全资子公司）的一次新的尝试。显然，精致、丰富、细腻女性元素的加入，加之内置小游戏的独属养成玩法，使该游戏成功延续了汤姆猫系列产品的好评与业界口碑。据汤姆猫公司8月发布的2021年度半年报所知，初代《我的安吉拉》不仅在上架七年内保持着内容更新与升级迭代，而且在七年后依然拥有4,900-5,500万人次的MAU，足见该款产品强劲的生命力。

而作为游戏玩家，相较产品数据，粉丝们似乎更看重游戏本身带给他们的体验。如果你也是安吉拉的资深粉，那你对于《我的安吉拉》中果冻连线、弹砖块、高空叠叠乐等内置小游戏一定非常熟悉，甚至可能一度沉溺其中。美妆、换装、舞蹈等非养成元素也让玩家在这款养成游戏里体验了一把装扮乐趣。除此之外，作为一款养成玩法为基础的精品休闲手游，通过简单的操作和碎片化时间利用就能看到“小安吉拉”的成长和进步，此中的陪伴和成就感更是玩家不与外人道的欣喜。难能可贵的是，其开发公司自游戏上线以来一直坚持着

产品内容的更新，这也使《我的安吉拉》丰富立体的养成体验直至今日都拥有强吸引力。

2. 创新玩法凸显差异化优势，“陪伴+模拟”带来体验升级

《我的安吉拉》在全球范围内的热度以及长生命周期验证了汤姆猫公司出色的长线运营能力，却也给“二代安吉拉”的出道带来了一点压力。毕竟养成类手游很容易因玩法单一被认为“可玩性不高”，加之市面上同类产品大多玩法相似，避免同质化成为新游能否出彩的关键之一。目前看来，《我的安吉拉2》凭借着养成核心玩法融合生活模拟全新元素的差异化优势，为团宠“安吉拉”的“成星之路”再度加码。

《我的安吉拉2》延续了前作玩法的丰富度，且新增了护理、料理、个性化装扮等功能。玩家可以装扮公寓、护肤美容、烹饪美食。新作还增添了户外城市场景，除了体验公寓的一切新鲜事物外，还可以走出公寓去“逛街购物”、“健身舞蹈”。为了提高游戏中舞蹈的精美度，研发团队甚至聘请了专业的舞蹈演员，录制下他们的舞蹈动作再应用在安吉拉的动作中，使安吉拉能演绎出不同真实风格的时尚舞蹈。此外，二代内容对换装美妆环节中的服饰及妆容造型也进行了更新和扩充，玩家不仅可以按自己的方式设计安吉拉的穿搭和妆容风

格，也拥有了更多搭配选择。

新鲜多样的玩法是《我的安吉拉2》广受欢迎的基础，但更为关键的是，它不仅延续了初代的陪伴感，更在加入“模拟”体验后成功升级。相较初代，《我的安吉拉2》拥有更为个性化的定制功能，无论是学习烘焙、制作甜点、演奏乐器、练习功夫，还是环游世界旅行，一切的交互模拟无一不在围绕着帮助玩家打造独属于自己的“独一无二的成长体验”，“安吉拉”的形象也随之从“类宠物猫”、“云女儿”转变为用户自我身份的代入。

用户感受与产品的共同成长也吸引了更多玩家对“安吉拉”的关注喜爱，来源于主角安吉拉同时也是用户自身的成长体验延伸至产品，成为游戏与核心用户之间的深刻羁绊，也成为产品在品质之外的又一有力竞争点。或许这就是安吉拉初代产品多年来能保持高人气和长周期运营的原因之一。相信《我的安吉拉2》也将沿着这份“情感羁绊”继续安吉拉的“团宠”人生。

《我的安吉拉2》的“霸榜”之旅

根据第三方数据平台App Annie的数据统计，《我的安吉拉2》是2021年第三季度全球移动游戏下载量排名第一的游戏产品。



全球热门游戏 | Q3 2021

DOWNLOADS	CONSUMER SPEND	MONTHLY ACTIVE USERS
1 My Talking Angela 2 New!	1 ROBLOX	1 PUBG MOBILE
2 Count Masters ▲5	2 Genshin Impact ▲5	2 ROBLOX ▲1
3 Free Fire ▲1	3 Pokémon GO ▲6	3 Candy Crush Saga ▼1
4 Bridge Race ▼3	4 Candy Crush Saga ▲2	4 Free Fire
5 PUBG MOBILE ▲21	5 Uma Musume Pretty Derby ▼3	5 Ludo King
6 Subway Surfers	6 Coin Master ▼1	6 Minecraft Pocket Edition ▲2
7 Fidget Toys Trading 3D New!	7 Honour of Kings ▼3	7 Subway Surfers ▲2
8 Hair Challenge ▼6	8 PUBG MOBILE ▼5	8 Call of Duty: Mobile ▼1
9 ROBLOX	9 Fate/Grand Order ▲16	9 Among Us! ▼3
10 Candy Crush Saga ▲1	10 Game For Peace ▲2	10 Pokémon GO

来源: App Annie Intelligence
 注释: Downloads 和 consumer spend 基于 iOS 和 Google Play 截至 2021 年 9 月 20 日综合数据 (iOS 数据仅包括中国), MAU 基于 iPhone 和 Android 综合数据, 不包括中国 2021 年 7 月至 8 月数据
 预先安装的应用 (例如 Android 手机上的 YouTube 和 iPhone 上的 Safari) 不包含在 MAU 排名中。

My Talking Angela 2 首次登上全球下载量首位。

Outfit7 最新发行的 My Talking Angela 2 《我的安吉拉2》，根据 App Annie 的 Game IQ 分类，是一款以广受欢迎的 Talking Tom Cat 《会说话的汤姆猫》为特色的模拟宠物游戏，一经发行便迅速走红，全球下载量排名第一。

——来自App Annie 《My Talking Angela 2 首次登上全球下载量首位》

累计下载破5000万，蝉联Google Play 下载榜第一。

Sensor Tower统计的数据显示，上线首月《我的安吉拉2》即斩获全球手游下载榜第3、Google Play单渠道下载榜第一的成绩。8月，《我的安吉拉2》依然维持在全球手游下载榜TOP10内，同时蝉联Google Play下载榜第一。



——来自GameLook.com.cn 《不买量能成为爆款？这款手游全球下载量破5000万》

DataEye研究院认为：《我的安吉拉2》依托其强有力的IP支撑，通过高质量的游戏续作，基于对印度地区目标市场的解读，制作了针对性的营销策略，最后将印度地区市场的“势”完成到品牌占据品类的“事件”转化，从而打造出上线两个月，截止至今仅Google Play下载量便超过5000万次的爆款游戏。

——来自DataEye 《上线2个月，下载超5000万<我的安吉拉2>为品牌占据品类给出了答案》

我们还看到了移动游戏领域的重大突破。在全球范围内,《My Talking Angela 2》是热门移动游戏。用户对期待已久的 Outfit7 续集寄予厚望,该公司将其描述为“朋友模拟”。统计数据表明该应用已经获得成功。



——来自 App Annie 《2021 年第三季度移动市场热门应用和热门游戏排名》



"The joy of My Talking Angela 2 is that not only is it fun to play, it also supports the individual style of the player," said Gray Zhang, Head of Gaming and Developer Relations, CEE and Nordic, Huawei Consumer Business Group. "Unlike other games that sell an idea of the 'right' look, this title promotes the right for players to be whoever they want to be and play however they want to play. We're delighted to work with Outfit7 and be able to launch their fantastic games on AppGallery."

——来自华为 AppGallery

It's a great game for kids or people looking for a more chill experience. It is new, though, so you can probably expect a bug here or there while the developers build it out.

——来自 Android Authority

With a supercharged level of interaction and customisation features, the game brings the popular character of Talking Angela to life like never before.

——来自 pocketgamer.com

COMPANY NEWS 要闻





公司要闻
COMPANY NEWS

让快乐无界!

官宣！ 浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司正式启航

经浙江省市场监督管理局核准，公司中文名称已由“浙江金科文化产业股份有限公司”正式变更为“浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司”（英文名称变更为“Zhejiang Jinke Tom Culture Industry Co., LTD.”），同时，自8月19日起，公司证券简称也将由“金科文化”正式变更为“汤姆猫”。



2017年，公司完成对“会说话的汤姆猫家族”IP的全资收购，随后公司制定了以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心的全栖IP生态运营战略，并以全球化经营视角、精准的市场风向把控、优秀的内容研发能力逐步构筑出独具特色的汤姆猫IP生态帝国。近年来，通过围绕汤姆猫家族IP研发线上寓教于乐的休闲游戏、动漫影视等优质内容，线下拓展亲子乐园、IP衍生品及授权等综合业态，现已形成兼具市场竞争力和发展潜能的全栖IP产业链。“会说话的汤姆猫家族”IP在全球范围

内的知名度和影响力持续攀升，在中国等新兴市场的用户数量、线上线下业态融合亦获得显著提升。

截至目前，公司“会说话的汤姆猫家族”IP系列应用在全球范围内的累计下载量已超过170亿次，动漫影视作品在全球范围内的累计播放量已超过850亿次。此外，公司根据文娱产业发展需求已推出超过2,000个SKU的“会说话的汤姆猫家族”IP衍生品；并在杭州、绍兴、宁波、合肥、佛山等城市中心商业圈成功落地多家汤姆猫亲子主题乐园门店。

随着公司全栖IP生态运营战略的推进，汤姆猫IP的产品与服务走向越来越多的生活消费场景，公司以汤姆猫家族IP为核心的主业优势愈发明显。以本次更名为契机，未来公司将聚焦赛道，线上持续输出休闲益智、寓教于乐的绿色健康移动应用产品及高品质的动漫影视内容，线下通过IP衍生品与亲子乐园等业态，积极触达更多IP消费场景，满足消费者多维度的消费体验需求，持续推进IP文化价值和商业价值的可持续发展之路。



(图 中国驻塞浦路斯大使刘彦涛访问Outfit7利马索新办公室集体合照)

中国驻塞浦路斯大使刘彦涛 访问Outfit7利马索新办公室

2021年10月22日，金科汤姆猫海外全资子公司Outfit7入驻塞浦路斯利马索办公新地，Outfit7塞浦路斯公司举行了“好戏开场”系列庆祝活动。中国驻塞浦路斯大使刘彦涛一行应邀参观访问了Outfit7利马索新办公室，亲切看望和慰问公司中外职员并会见了Outfit7董事会成员、首席财务官武言浩及管理团队。

Outfit7首席财务官武言浩先生代表公司对刘彦涛大使、李耀辉经商参赞的到访表示热烈欢迎，并详细介绍了公司在塞开展业务情况、新产品研发、推广以及未来发展规划。同时武言浩先生对使馆多年来的大力支持表

示了感谢，并表达了希望在使馆的关心和指导下，更好地拓展在塞业务，以高质量的产品内容和专业的研发技术实力助力全球移动互联网生态建设，持续发挥中塞两国文化、经济产业交流上的纽带作用。

刘大使首先充分肯定了公司在塞设立区域总部后取得的发展成绩，并鼓励管理团队再接再厉，更好推动中塞经贸高质量合作。刘大使还关切地询问及全球疫情对行业发展带来的影响，再次嘱咐在业务开展过程中应切实做好安全保障和防疫工作，并对即将举办的“好戏开场”系列庆祝活动表示了希冀与祝福。

2021年是中塞建交50周年，塞浦路斯正处于经济转型升级关键期，数字领域有望成为中塞合作的新增长点。作为集团总部位于中国、子公司总部坐落在塞浦路斯的全球性移动互联网企业，金科汤姆猫不仅在两国经济、文化领域架起深入合作交流的桥梁，更以良好的业务交流协同机制、分布全球的研发技术团队为中国及塞浦路斯数字经济领域的发展与合作做出持续贡献。

截至目前，公司旗下汤姆猫家族系列移动应用产品在全球范围内累计下载量超过170亿次，月活跃用户数最高达4.7亿人次，并在全球拥有多个产品研发工作室以及分布于全球的研发创意人才

此次利马索新办公室的入驻，是金科汤姆猫在全球化经营视角下持续引进优秀人才、进一步提升研发实力的新起点，同时，公司未来也将继续发挥跨国经营的优势，为推动中塞两国数字经济领域的发展、深化两国务实合作积极贡献力量。



(图 中国驻塞浦路斯大使刘彦涛献给Outfit7中国画)



(图 华为海外新品发布会在奥地利维也纳举行现场照片)

华为海外新品发布会顺利举办 Outfit7受邀出席分享

10月21日，华为海外新品发布会在奥地利维也纳顺利举行。会上，华为向海外用户发布了nova9手机并首次向全球发布新款FreeBuds Lipstick耳机和GT3智能手表，以新产品和新技术向欧洲市场展示了其品牌价值和独特的设计美学。作为华为全球市场的长期合作伙伴之一，汤姆猫海外全资子公司Outfit7受邀出席了此次发布盛会，并与参会嘉宾分享了汤姆猫家族系列移动应用产品上线华为App Gallery后所取得的优异成绩和合作心得。

作为全球知名移动游戏开发商，Outfit7研发的汤姆猫家族系列移动应用在全球游戏市场始终拥有显著的行业影响力。

**根据行业第三方数据平台统计数据显
示，2017-2020年，汤姆猫家族IP稳
居全球热门游戏下载前5榜单。**

截至目前，汤姆猫家族IP系列游戏全球下载量已超过170亿次，月活跃用户数最高达4.7亿人次，系列动漫影视作品已被翻译成32种不同的语言，在

全球200多个国家和地区播放，全球累计播放量已超过850亿次。2020年，汤姆猫与华为签署了关于HMS的合作协议，汤姆猫家族IP系列移动应用产品正式上线华为海外市场AppGallery，在过去不到1年时间内，Outfit7已在华为AppGallery上线十余款汤姆猫家族系列移动应用，用户体量持续攀升。其中，公司于2021年7月上线Google Play、AppGallery等渠道的创新养成力作《我的安吉拉2》在渠道的助力下，成为2021年第三季度全球移动游戏下载量排名第一的游戏产品。

因其突出的游戏表现以及备受欢迎的IP形象，华为最新款智能手表系列将推出带有“会说话的安吉拉”的特殊表盘。

凭借过硬的技术实力与汤姆猫家族系列产品的优异表现，Outfit7也成为助力华为鸿蒙生态打造、进一步开拓欧洲乃至全球市场的重要力量。发布会上，Outfit7表示华为在全球范围内拥有巨大的用户体量，并一直努力通过前沿科技构建智能生活，Outfit7则致力于以高品质的内容作品为全球数十亿用户带来欢乐，基于相似使命和出发点，双方在技术、运营、品牌营销等多方面展开了深入合作，而这也正是汤姆猫家

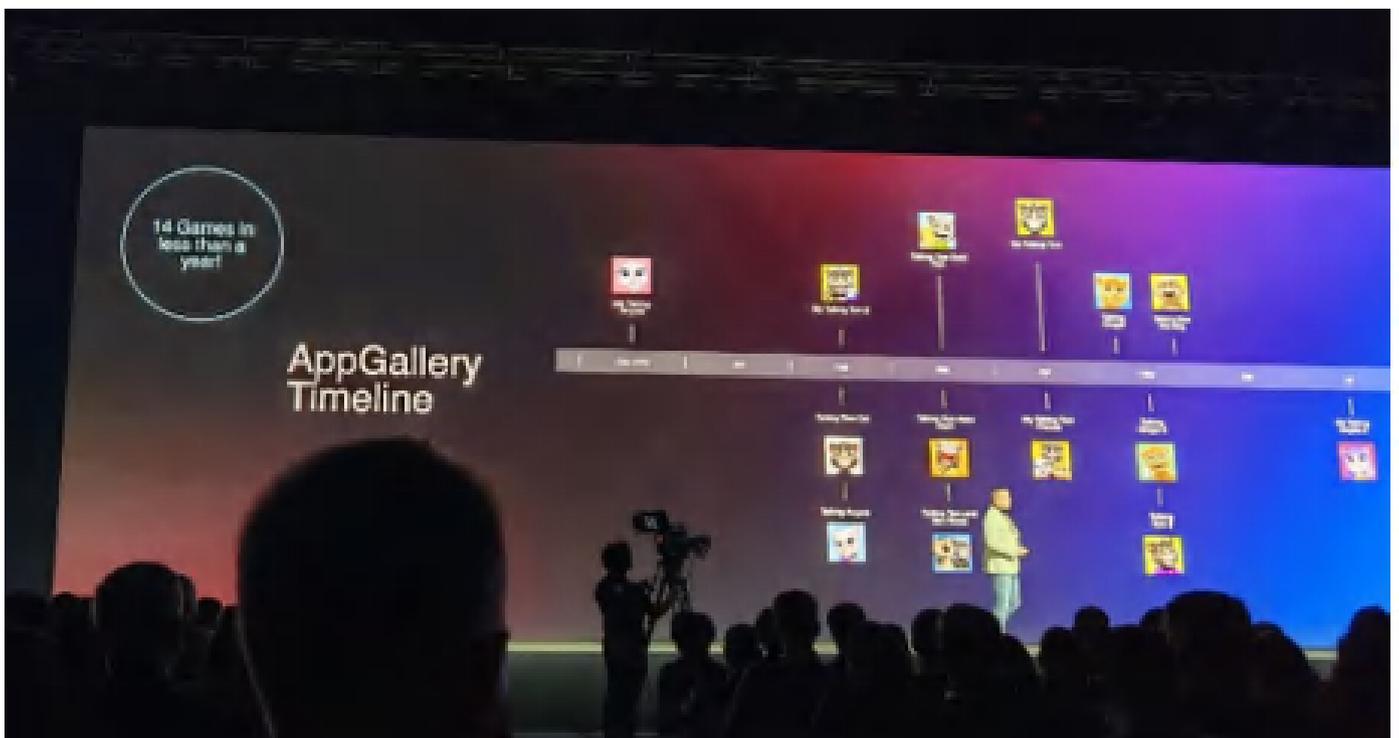


(图 华为推出“会说话的安吉拉”的特殊表盘)

族系列移动应用上线AppGallery后能持续扩大品牌影响力的原因之一。最新数据显示，全球已有7.3亿用户使用华为AppGallery；基于鸿蒙的华为自身设备已经达到1.5亿台，第三方设备达到6000万台，总计超2.1亿台，预计今年年底搭载鸿蒙第三方设备将达到1亿台左右。

除了子公司Outfit7与华为在海外

市场保持密切合作外，金科汤姆猫在国内市场也与华为达成了长期合作。继今年4月旗下跑酷类精品力作《汤姆猫跑酷》作为首批唯一内置体感游戏成功登陆华为新一代高端娱乐智慧屏后，10月22日，金科汤姆猫顺利斩获2021华为开发者大会“最具价值合作伙伴”，《汤姆猫跑酷》荣获“华为游戏中心2021年最佳全场景游戏”，双料大奖的获得也再次证实了华为对汤姆猫在全球移动游戏行业综合实力的认可以及后续双方持续深入合作的信心。



(图 华为海外新品发布会在奥地利维也纳举行现场照片)



(图 杭州市政府研究室调研组一行与汤姆猫公司管理层座谈会)

杭州市政府研究室调研组一行 莅临汤姆猫调研指导

为深入了解全市高新技术企业发展现状，听取企业发展过程中面临的问题与发展诉求，进一步推动市优秀高新技术企业发展进入“快车道”，9月16日，杭州市政府研究室副主任康健一行莅临汤姆猫公司调研指导。公司CEO张维璋、COO张正锋以及线下业务总负责人陈佩卿等管理层

接待调研。

座谈会上，公司管理层就企业经营现状做了汇报，并对主营业务、公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP的线上线下业务开展情况以及未来发展规划等相关事项做了详细介绍。公司CEO张维璋先生谈到，近几年移动互联网行业发展迅速，面对宏观政策与

行业环境变化，公司时刻洞察行业发展需求及方向，在巩固原有业务进展同时，正加快数字新经济领域的布局、尝试新型数字科学领域探索。在稳步推动业务发展的过程中，公司也深刻意识到作为具有一定行业影响力的上市企业，需要时刻保证产品内容的正向价值导向，借助公司优质内容优

势和互联网行业技术优势创造社会价值，承担社会责任。

杭州市政府研究室调研小组肯定了汤姆猫作为优秀高新技术企业在市、全国互联网文化产业方面所做的贡献及取得的成绩，并就公司未来产业布局进行了深入交流研讨。

公司管理层强调，汤姆猫一直秉持“寓教于乐，智创家庭幸福”的核心理念，汤姆猫IP系列休闲游戏产品以休闲益智、绿色健康为主要特点，旨在通过亲子共同游戏的形式推进亲子互动、建立良性亲子关系。

公司“会说话的汤姆猫家族”IP在

全球范围内的庞大流量与IP知名度，为线上线下产业融合发展、相互触达以及新数字经济领域的探索提供了契机与基础。

杭州市政府研究室调研组一行还参观了“会说话的汤姆猫家族”IP衍生品展示厅，对公司IP衍生品与授权业务、IP亲子主题乐园等连锁业态的发展态势做了更为细致的了解。





(图 广州互联网协会主办的“2021年中国(广州)互联网+新经济峰会”获奖企业合照)

广州金科荣获

“2021年度广州互联网最具创新力企业”

2021年10月20日，由广州互联网协会主办的“2021年中国(广州)互联网+新经济峰会”（以下简称“大会”）于广州香格里拉大酒店正式召开。会上，“2021广州互联网企业风云榜”揭晓，汤姆猫全资子公司广州金科文化科技有限公司（以下简称“广州金科”）凭借寓教于乐的高品质内

容、创新驱动的发展理念以及稳步提升的行业影响力荣获“2021年度广州互联网最具创新力企业”奖项。

据悉，本次大会由广州市委统战部、广州市委网信办、广州市工信局等部门指导，广州互联网协会主办，以“发力数字新经济，引领高质量发展”为主题，旨在以开放、合作、共

享的态度邀请政府领导、高校学者、数字经济领域企业代表等共同探讨数字经济时代发展脉搏，洞察行业发展方向和趋势。其中，“2021广州互联网企业风云榜”由广州互联网协会组织筛选，结合第三方数据，综合多方评价，是广州地区极具权威性的互联网企业奖项之一，更被誉为广州互联网领军企业的年度大奖。

近年来，粤港澳大湾区已进入“湾区数字”时代，数字经济成为了大湾区高质量发展的新引擎。游戏行业则借着数字经济蓬勃发展的东风，步入加速高质量发展的快车道。广州金科作为浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司旗下全资子公司，是一家集研发、运营与发行于一体，深耕手机游戏业务多年的互联网企业。凭借独有的创新力、综合竞争力，广州金科通过对汤姆猫家族IP系列产品的本地化设计与打磨、精细化运营与国内安卓市场资源的深度整合，成功帮助汤姆猫家族IP系列产品在中国市场的占有率迅速提升，影响力持续加强，成为广州地区极具行业影响力的互联网

龙头企业之一。

科技成果转化经得住市场的检验，产品的优异表现是广州金科核心竞争力的体现，也是广州金科开拓产品品类、夯实技术基础、加大研发投入的动力源泉。

游戏作为数字文化产业的重要领域，未来，广州金科将会继续深耕移动互联网，发挥IP影响力，持续贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的产品理念，积极承担社会责任，不断尝试产业创新、模式创新、内容创新、技术创新，筑牢业务护城河，提升公司核心

竞争力。此番“2021年度广州互联网最具创新力企业”奖项的获得，也将促使广州金科坚持创新驱动，开发更多优秀的互联网作品。



(左图：广州金科加入广州互联网协会集体合照)
(右图：广州金科加入广州互联网协会牌匾)



汤姆猫子公司广州金科加入广州互联网协会 加强属地影响力

2021年9月24日下午，广州互联网协会在广州香格里拉大酒店召开第三届理事会第九次会议。汤姆猫子公司广州金科文化科技有限公司作为新任理事单位出席会议。

理事会会议审议了协会《2021年度前三季度工作报告》《2021年度1-8月财务报告》及《关于变更理事长的议案》等议题，并举行了新入会企业的授牌仪式。

据悉，广州互联网协会成立于2007年，是粤港澳大湾区互联网联盟联席理事长单位、总部秘书处挂钩单位、5A级社会组织，负责举办广州互联网+新经济峰会、国际科学创新学

术交流大会、创业大赛、会员开放日等学术联谊、创新创业、政策宣贯业务，推动行业党建、行业自律、行业标准建设。

广州金科作为浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司旗下全资子公司，是一家深耕移动游戏业务的互联网企业。

凭借对国内互联网行业的深刻理解以及国内游戏市场发展需求的敏锐洞察，主要负责汤姆猫公司国内游戏的研发与运营。

此次加入广州互联网协会，广州金科将充分利用汤姆猫家族IP系列产品的

成功研运经验和品牌影响力，一如既往地促进与地方单位及其他互联网企业的交流与合作，持续提升企业声誉，助力行业健康发展。

樊登读书会董事长郭俊杰一行到访 汤姆猫总部开展业务交流

10月29日，樊登读书会董事长郭俊杰等一行到访浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司（以下简称“汤姆猫”）总部办公地，公司COO张正锋、线下业务总负责人陈佩卿等管理层接待来访并参与交流。

业务交流会上，汤姆猫COO张正锋先生对樊登读书会业务团队的到访表示热烈欢迎，并就公司主营业务、围绕“会说话的汤姆猫家族”IP的线上线下业务开展情况以及汤姆猫家族IP

系列产品定位等相关事项做了详细介绍。公司管理层表示，“会说话的汤姆猫家族”IP系列产品始终坚持贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的绿色健康产品理念，旨在通过积极阳光IP形象、休闲益智的线上移动应用以及线下文化体验消费场景打造等帮助用户，尤其是青少年群体提高综合能力，建立认识世界，认识自己的正确渠道，是樊登读书会进行知识生态布局的重要领域之一。樊登读书会作为基于

移动互联网的全方位学习平台，多年来扎根内容产品生产，并借助于互联网思维和分享经济的结合推广全民阅读，致力于通过阅读帮助更多用户拓宽知识面。目前旗下有樊登读书、樊登书店、年轮学堂等多款明星产品，内容覆盖家庭、教育、人文等众多知识领域。

会后，樊登读书来访人员去往汤姆猫亲子乐园杭州紫荆龙湖天街店，进一步了解公司线下业务开展情况和发展态势，并就后续意向合作进行深入探讨。



BUSINESS UPDATES 业务





业务速递

BUSINESS UPDATES

让快乐无界!



(图 2021华为开发者大会现场照片)

2021华为开发者大会召开 金科汤姆猫斩获双料大奖

2021年10月22日，HDC华为开发者大会2021（Together）在东莞松山湖拉开帷幕。会上，华为宣布HMS全球开发者已达510万，HMS生态开发者在2021年前三季度获得的收入同比增长62%，全球超7.3亿用户正在使用华为应用市场AppGallery。同时，华为发布了鸿蒙OS 3开发者预览版、HMS Core 6等多个重磅新品，并表示未来将向全球开发者开放更多能力，为打造繁荣鸿蒙生态赋能。



金科汤姆猫作为华为重要合作伙伴之一，凭借公司在全球范围内拥有的庞大用户流量与过硬的产品开发实力获评“最具价值合作伙伴”，旗下跑酷类精品力作《汤姆猫跑酷》荣获“华为游戏中心2021年最佳全场景游戏”。

此次双料大奖的成功斩获也证实了华为以及行业领域对金科汤姆猫在产品品质、品牌影响力等方面的全面认可。

作为全球知名的移动互联网企业，金科汤姆猫始终秉承“寓教于乐，智创家庭幸福”的初心使命，致力于通过华为、Google Play、App Store、OPPO、小米、vivo等主流渠道为全球用户提供系列精品内容和益智游戏，并借助“会说话的汤姆猫家族”IP在全球范围的品牌影响力和精品内容，与众多优秀行业伙伴一道助力互联网生态建设。



(图 金科双奖奖杯照片)



(图 金科双奖奖杯照片)

截至目前，汤姆猫家族系列移动应用全球下载量已超过170亿次，月活跃用户数最高达4.7亿人次，系列动漫影视作品已被翻译成32种不同的语言，在全球200多个国家和地区播放，全球累计播放量已超过850亿次。基于庞大的用户流量，2020年，公司与华为签署了关于HMS的合作协议，汤姆猫家族IP系列移动应用产品已上线华为海外应用市场AppGallery。本次“最具价值合作伙伴”奖项的获得是华为对

汤姆猫旗下产品影响力与流量价值的认可，也为后续双方在鸿蒙生态的深入合作打开更多可能。

值得一提的是，此次斩获“华为游戏中心2021年最佳全场景游戏”的《汤姆猫跑酷》自上线以来一直深受广大用户的喜爱。凭借丰富有趣的游戏体验和简单的操作方式，《汤姆猫跑酷》成功斩获金手指、金陀螺、金口奖、金茶奖等业内多个权威奖项。上线五年，依然在全球多个国家和地区的应用市场榜单中名列前茅，2021年上半年月活跃用户数达到5,000-7,000万人次，其强大的生命力可见一斑。2021年4月，《汤姆猫跑酷》更是作为首批唯一内置体感游戏登陆华为新一代高端娱乐智慧屏，携手华为共同开启了家庭娱乐方式的变革。

无论是在海外还是中国市场，汤姆猫与华为始终保持着密切的合作，此次双料大奖的获得，不仅是华为对双方阶段性合作成果的认可，也为进一步深化双方合作、持续开拓业务合作领域夯实基础。未来，金科汤姆猫将在华为全场景、多终端的移动应用生态内坚持输出精品内容，持续探索5G应用、VR、人工智能等领域的科技创新合作场景，为全球用户提供更好的智慧生活体验。

汤姆猫签署战略合作协议 探索 脑科学数字医疗领域

10月26日下午，浙江大学计算机创新技术研究院脑科学研究中心成立大会顺利举行。来自脑科学相关领域的与会专家、学者就“人工智能普适化平台”、“重症监护室脑电监测临床价值”、“脑科学前沿科技”等主题进行了分享。公司受邀参加本次会议。

妞诺霄云是一家集医疗脑电人工智能数据服务、神经专科信息化开发、医疗器械（脑电）设备研发、生产、销售于一体的现代化科技企业。

值得一提的是，国家“十四五”规划纲要指出中国脑科学计划以“一体两翼”为结构，即以研究脑认知的神经原理为基础，用以研发重大脑疾病的治疗方法和推动新一代人工智能的发展。随着医疗健康的数字化发展不断提速，如何通过数字医疗和脑功能发展领域的研究成果研发新的有效医疗手段成为国内外高校及社会高度关注的焦点。游戏作为广受用户欢迎的互联网文化产品，大量实践证明，将游戏化设计、奖励机制运用于数字医疗与脑科学研究，有助于提升患者依从性，同时还具备采集与分析临床

试验数据成本低、在刺激和效果之间建立可量化联系、无药物副作用、低延时诊断等优势。

作为全球领先的亲子互动类移动应用研发商，金科汤姆猫在企业发展过程中始终高度重视青少年用户的身心健康，将“寓教于乐，智创家庭幸福”的产品理念贯穿始终，公司以“会说话的汤姆猫家族”IP各个角色形象开发的系列休闲益智移动应用，通过绿色健康的精品内容和简单有趣的操作方式使用户在体验游戏趣味性的同时，可帮助用户特别是青少年提高其反应、精细操作、专注力等综合能力。

同日，公司还与妞诺霄云签署了《战略合作协议》。未来双方将充分结合发挥“数字化”和“游戏化”能力，开发、升级移动应用产品，探索广大用户特别是青少年身心健康评估和预警，建设基于心理学的数字健康平台，推动产学研融合，面向下一代互联网产品研究、集成表情捕捉、脑电读图数据分析等技术，共同探索脑健康、脑功能、心理健康等领域的前沿技术与应用，助力脑健康、数字医疗等行业的发展。

会后，浙大脑科学研究中心及妞诺霄云多位专家到访金科汤姆猫总部，进一步了解了公司业务开展情况和未来态势，并就脑科学行业发展进行交流。



(图 浙江大学计算机创新技术研究院脑科学研究中心成立)

汤姆猫亲子乐园国庆假期迎客流高峰

全国多家门店齐贺祖国生辰



(图 汤姆猫亲子乐园杭州店现场活动)

随着我国“双减”政策实施后的第一个国庆长假的到来，有着“遛娃圣地”之称的汤姆猫亲子乐园继中秋客流小高峰后再次成为全国各地亲子游的“流量担当”，成为国庆带娃主力军们携家亲子游的热门选择之一。为了更好地满足亲子家庭用户的需求，位于杭州、合肥、宁波、上虞、珠海等汤姆猫亲子乐园全国多家门店在严格落实常态化疫情防控措施的前提下，推出丰富多彩的国庆主题活动，

在营造欢乐热情的假日氛围同时，让众多亲子家庭亲身参与到“迎国庆”系列益智游戏中。中国红的场景设置、沉浸式亲子互动体验不仅让孩子们感受到祖国的伟大，培养了孩子们的爱国主义热情；火热的现场氛围更是吸引了络绎不绝的亲子家庭用户加入其中。



(图 汤姆猫亲子乐园珠海店全景图)

试运营人气爆棚的珠海汤姆猫亲子乐园

10月22日正式开业

十一黄金周期间，坐落于广东省珠海市金湾区畔的汤姆猫亲子乐园广东珠海店进行了试营业，亮眼的12米挑空分层设计与海岛主题风格的融合打造出新式升级沉浸体验，一举赢得首批入园体验家庭的肯定与称赞。10月1日~7日，汤姆猫亲子乐园广东珠海店客流量合计高达3878组家庭，平均每日接待家庭超500组，单日最高客流量突破600组家庭，还未正式营

业便成为当地家长口耳相传的“溜娃”圣地。

10月22日，位于广东珠海金湾航空新城核心区、珠海西部最具缤纷色彩的商业综合体——金湾华发商都正式开业！华发商都携手汤姆猫亲子乐园等企业代表出席了开业仪式。伴随着金湾华发商都的盛大开业，汤姆猫亲子乐园广东珠海店在前期试运营与进一步提升服务后，也正式迎来了

开业起航！

本次开业的汤姆猫亲子乐园广东珠海店首次采用主角团冒险故事形式，在色彩、建筑风格、游乐项目打造等多方面进行了场景体验升级与玩法创新。欧式建筑风格与海岛元素的碰撞，加之明亮愉悦的蓝白红配色，为整个乐园营造出沉浸式海岛冒险场景。亮眼的12米挑空分层设计一改以往传统儿童乐园的扁平空间感，跨层大

空间淘气堡、分层萌趣伦敦桥等各趣味玩点与三维空间穿插结合不仅强化了乐园英式海岛氛围，更为不同年龄段儿童打造出适宜的游玩尺度空间。此外，珠海店新增的金杰火山泥、仓鼠屋、发光乐高墙等全新定制的游乐项目给孩子们带去了焕然一新的游乐体验，在试营业期间便收获了一众拥趸。

随着国家“双减”政策的落地实施，亲子游需求迎来集中释放，亲子陪伴消费市场正驶入发展快车道。面对当代亲子家庭精细化培养以及差异化服务需求，公司旗下汤姆猫亲子乐园持续贯彻落实“亲子互动”和“寓教于乐”的运营理念，并始终以不断探索、持续完善的姿态满足亲子陪伴的情感诉求，推进乐园业态创新。近几年，乐园通过丰富活动项目、提升服务细节强化市场竞争力，公司在浙江杭州、浙江宁波、浙江绍兴、安徽合肥、广东佛山、山东日照等城市的多家汤姆猫亲子主题室内乐园自开业以来，深受当地用户的喜爱，多家门店位列当地大众点评网亲子乐园榜单前列，已成为引领各地亲子消费行业发展的标杆品牌之一。继汤姆猫亲子乐园珠海店之后，浙江杭州临安、安徽阜阳、内蒙古呼和浩特、新疆库车等地的汤姆猫亲子乐园也将于今年下半年陆续迎来开业，合力开启汤姆猫亲子乐园创新服务业态新阶段。

12米挑空分层 + 海岛风极致沉浸！ 汤姆猫亲子乐园广东珠海店邀你 一起冒险启航

Part1

珠海首家汤姆猫亲子乐园来了！打造隐匿繁华中的童话出游



酷炫门头：略带赛博朋克味，这注定是一场精彩的“冒险”

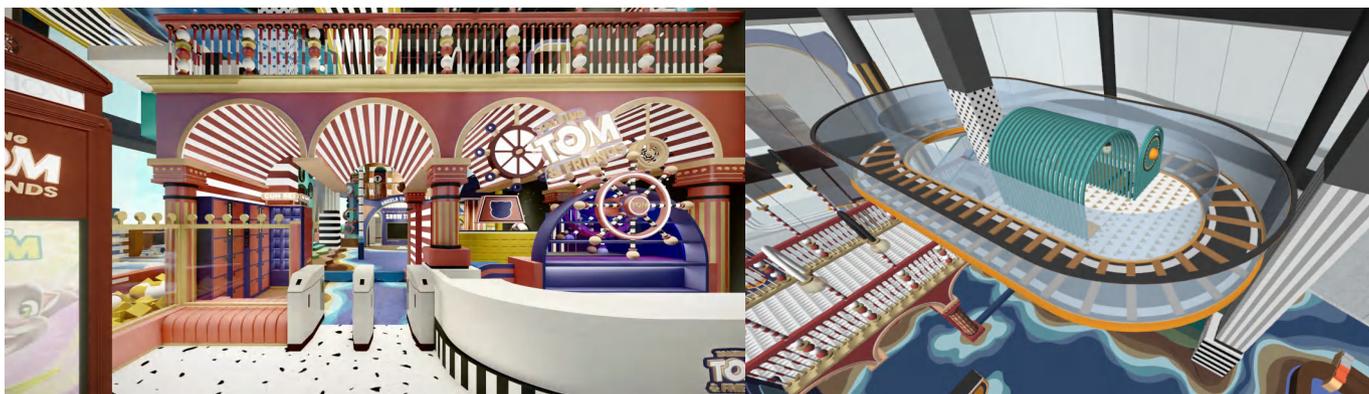


海港风大厅：浓郁海岛元素，勇敢的汤姆猫将带着伙伴们踏上何种奇妙的岛屿？

Part2

从“童话伦敦港”启航，足不出“户”的成长冒险

1.随处可见的欧式建筑、海岛元素的随手点缀，愉悦的蓝白红配色预示着即将开始的探险。



高空小火车：这次小火车“开”到了乐园最高处，将会开过伦敦拱、仓鼠屋哦，风景这边独好，想来“挑战”下吗？



玩具区：这是玩具的天堂，也是创意的海洋。开动你的小脑筋，完成独属于自己的作品吧！

可爱淘气堡：拥有超高挑空空间，四通八达的过道和10米高的滚筒滑梯，还有绳网部落、投影游戏、投影滑梯、拓展闯关等你来探索，好玩程度double哦~

2.除了好玩有趣的游乐项目，在“会说话的汤姆猫家族”角色专属游玩区还能有不同惊喜体验哦~



汉克的职业体验区：超市厨房、拉面馆、面包房、消防局.....不同的场景转换中，古灵精怪的汉克狗将会带着你玩转不同的“职场人生”哦



金杰猫的童趣沙池：阳光、海滩、摇曳的椰树，不用出海也能尽享“玩沙”乐趣。

安吉拉的魔法花园：安吉拉的小剧场和化妆换装间被搬到了“大海”中央哦，打扮好了吗？

快和安吉拉一起来舞台中央唱歌、跳舞、做游戏吧。

Part3

惊喜新增游乐“景点” 此刻未成年，肆意释放童真灵魂

金杰火山泥、仓鼠屋、发光乐高墙、体感跑酷游戏——新增的游乐“景点”，处处是惊喜

“天性释放”的身心愉悦是大小朋友们“此刻未成年”的欣喜



古灵精怪仓鼠屋：高达6米、多达8层的错层设计让“仓鼠屋”成了一个立体迷宫，机智勇敢的你一定会喜欢这里。

金杰火山泥：听说TOM冒险号来到了一个火山岛？快看，这里有个大泥坑！快一起来玩泥巴、踩泥坑吧。害怕变成小泥人？才不会呢，乐园工作人员会带着大家一起玩，保证干净又卫生。

第十三届浙东新商都（上虞）购物节盛大启幕

“会说话的汤姆猫家族”活力亮相开幕式

9月30日晚，作为上虞重点打造的城市节会品牌，一年一度的浙东新商都(上虞)购物节在时代潮城盛大启幕。主办方负责人、企业负责人及市民代表出席了开幕仪式。现场炫酷的灯光和时尚动感的歌舞交相呼应，全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”的精彩亮相更是一跃成为参会嘉宾及游客关注的焦点。

浙东新商都(上虞)购物节作为“长三角最具影响力会展节庆品牌”之一，已连续举办12年，凭借形式多样、内容丰富的活动和便民利民、高端前沿的特点成为拉动上虞消费增长、引领潮流品质、促进城市经济发展的重要引擎。这场商民共娱的消费盛宴也被称作展示上虞城市新形象、讲述虞城新时代消费“故事”的窗口。

作为起家于绍兴上虞的企业，借助良好的商贸环境，浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司（以下简称“金科汤姆猫”）现已发展成为一家全球知名的移动互联网企业。旗下知名IP“会说话的汤姆猫家族”拥有庞大的用户体量与品牌知名度，系列移动

应用全球下载量已超过170亿次，月活跃用户数超过4亿人次；系列动漫影视作品已被翻译成32种不同的语言，在全球200多个国家和地区播放，累计播放量超过850亿次。近年来，金科汤姆猫围绕全栖IP生态运营发展战略，推动IP与实体经济的广泛互联与深度融合，通过实体经济和数字经济的融合发力，以优质内容焕活新型消费，构建了线上线下协同发展的新局面。通过融入汤姆猫家族IP，金科汤姆猫打造的主题商业综合体显著提升了客流量，主题酒店甚至“一房难求”，为当地文旅业态创新了新消费示范场景，极大地提升了消费体验。作为带动上虞泛娱乐产业、数字经济发展的引领者，金科汤姆猫旗下“会说话的汤姆猫家族”IP将在购物节期间推出主题畅玩系列活动，全方位展现具有价值观与生命力的IP文化如何重构消费场景、驱动消费升级。

近些年，随着浙东新商都的品牌影响力不断扩大，上虞吸引了众多国内外商家入驻，造就了日益良好的商贸发展环境，在原有的产业发展基础上，

本届购物节还通过打通线上线下全场景消费，培育新消费增长点。此外，以购物节为契机，曹娥江半程马拉松赛、全国木球大奖赛等体育赛事也将在活动期间召开，这也为上虞推动文体旅融合，赋能文旅消费提供了新方式。

据悉，本届购物节以“上品消费，虞你有约”为主题，结合上虞商贸行业发展特点，围绕品牌展会、主题购物、夜间经济、数字消费、体育服务和商务活动六大版块推出旅游商品博览会、汽车文化博览会、主题购物、风情街夜市、线上美食节等30项主题活动，活动时间将从9月底持续至12月，以充分满足群众多元化、品质化、个性化消费新需求，进一步促进上虞商贸行业、文旅消费的高质量发展。



(图：现场汤姆猫体验馆照片)



“会说话的汤姆猫家族” × Mostwantedlab 潮牌来袭！掀起秋冬时尚新风潮

“会说话的汤姆猫家族”携手国产潮牌MostwantedLab推出包括毛衣、连帽衫、棉服、挂毯、地毯等多品类联名产品，为追求潮流、个性的年轻人们带来一场秋冬时尚单品盛宴。



(图：“会说话的汤姆猫家族” × Mostwantedlab联名产品图)

汤姆猫家族仲夏夜之梦系列盲盒开启预售



“会说话的汤姆猫家族”伙伴全员打破次元壁，从手游来到现实！邀你一起玩转梦境~快来领他们回家，开启穿越时空的奇妙梦境吧



《汤姆猫英雄跑酷》× 奥利奥 奥利奥进入跑酷世界了！

8月12日-9月1日，《汤姆猫英雄跑酷》和奥利奥有了一次短暂的小合作，泰国、印度尼西亚，越南地区的小伙伴们在游戏里能看到跑道上除了金币，还出现了可口的奥利奥，动动手指就能给汤姆猫家族的小伙伴们增加能量！



(图：汤姆猫跑酷游戏界面截图)

Introducing: GameBud™ Talking Tom

Pre-orders are now open for GameBud™ Talking Tom in the US and Canada! This revolutionary new game-connected, talking-animatronic streamer is the first of its kind. It's both a fun standalone toy and uses AI and animatronics to deliver two-way mobile game interactions. It's a game-changer!

GameBud™ Talking Tom connects to two of our most popular endless runners – Talking Tom Gold Run and Talking Tom Hero Dash – and Tom live streams along as you play. He cheers you on and offers tips and tricks to boost your game. He's the ultimate gaming buddy!

But that's not all. There are three modes of play, allowing both online and offline fun. And with the GameBud™ Talking Tom's SoundBoard, fans can control what Tom says, too. He knows thousands of phrases – and will continue to learn more with time. Plus, he has the most expressive eyes!



TALKING TOM & FRIENDS

PARTY BUILDING 党建



党建活动

PARTY BUILDING

让快乐无界!



(图：广州金科参观旧址纪念馆)

星火燎原 红色传承 广州金科党支部迎国庆主题党日活动

为迎接中华人民共和国成立72周年，进一步深化党建引领，助推企业高质量发展，9月28日，广州金科党支部联合广州火烈鸟党支部、广州君海党支部来到广州农讲所纪念馆参观学习。跟随讲解员的脚步，在场人员共同回顾了峥嵘红色岁月，表达了对党和祖国的热爱以及传承红色基因和革命精神的决心。

本次活动参观地广州农民运动讲习所旧址坐落于广州市中山四路42号，旧址纪念馆原为番禺学宫，始建于明洪武三年（1370年），蕴藏着中华民族优秀历史文化。1924年7月至1926年9月，伟大的革命领袖毛泽东同志曾在此处主办了第六届农民运动讲习所，为革命运动培养了近千名优秀农民运动干部。峥嵘的革命岁月和励精图治的革命精神使在场全体党员备受感动。

自2021年6月成立以来，广州金科文化科技有限公司党支部在党建引领下积极开展党建工作，并通过组织党员职工学习“七一”大会讲话精神、观看《榜样5》《百炼成钢——中国共产党的100年》《中国医生》等主旋律影视作品加强党性教育，激发党员职工的服务意识。此外，广州金科还积极投身关爱乡村儿童、抗疫志愿服务等活动，以实际行动承担社会责任、彰显党建精神。未来，广州金科党支部也将结合自身实际，探讨更多的学习和实践方式，把党建工作做深做实，在提升企业政治定位，强化思想引领同时，进一步融合党建红色文化与互联网行业发展特点，持续弘扬红色精神，传承红色基因。



(图：广州金科参观旧址纪念馆)



(图：广州金科参观旧址纪念馆)

PUBLIC RESPONSIBILITY 公益





公益责任

PUBLIC RESPONSIBILITY

让快乐无界!

“扶残助残 有你有我”

广州金科志愿探访天河区贫困重度残疾人家庭

为深入贯彻落实习近平总书记对民政工作的重要指示精神和在广东考察时的重要讲话精神，聚焦贫困重度残疾人脱贫攻坚，10月27-28日，广州金科文化科技有限公司（以下简称“广州金科”）在广州市社会组织联合会和广州市游戏行业协会的共同指导下，组织开展了“扶残助残 有你有我”——探访天河区贫困重度残疾人志愿活动，为多户受助家庭带去了切实的帮助与温暖。



10月27日上午，广州金科邀请广州市社会组织联合会秘书长焦杨、广州市游戏行业协会秘书长刘文燕出席本次活动的启动仪式。会上，社联秘书长焦杨为志愿者们加油鼓劲，对广州金科这次深入社区服务、亲力亲为的态度给予充分的肯定，并为广州金科颁发感谢状，表彰企业的善举。

在充分发挥党组织服务群众的积极作用下，本次活动以贫困重度残疾人需求为出发点，紧紧围绕“全面建成小康社会，残疾人一个也不能少”这一目标。为期两天的探访让志愿者们充分体会到受访者在居家生活和出行安全等方面所遇到的困难与不便，在了解到受助家庭的实际需求后，广州金科采购并赠予了包括大米、花生油等食品在内的生活刚需物资，同时捐赠了汤姆猫系列迷你曲奇、夹心蛋卷和毛绒公仔等IP授权衍生品，希望通过可爱的卡通形象，向社会传递快乐。

作为一家具有行业领导力和地区影响力的互联网企业，广州金科在做好游戏研运核心业务同时，多年来致力于通过公益组织、行业协会、自身渠道等多种途径，慈善捐款、消费扶贫、爱心助学等多种方式弘扬社会正能量，彰显企业担当。此次深入社区的探访志愿活动，不仅提升了社会成员对贫困重度残疾人群体的认识，切实促进了社会成员对其的接纳度和包容度，也让广州金科再次明确作为互联网行业先锋企业所肩负的社会责任以及积极投身社会公益事业信心。未来，广州金科将继续坚持党建引领，响应国家“十四五”规划纲要“发展慈善事业”、“共同富裕”等指示要求，进一步发挥行业头部企业作用，促进社会和谐发展。

Outfit7 Helps Build a Playground

Every child has the right to play. But sometimes families need a little extra help to access great equipment and facilities. Recently, we had the chance to do just that. We joined forces with Mladinsko Letovišče Debeli Rtič, a youth center in Slovenia. Every year, it does amazing work – providing thousands of children in need with a safe place to play.

In addition to our donation to help build a new playground, volunteers from Outfit7 went to Debeli Rtič to help the team there bring it to life!

It's important to give back to our communities whenever and wherever we can. And it was a privilege to help Mladinsko Letovišče Debeli Rtič with their incredible mission.





持续贯彻寓教于乐 打造高品质休闲益智内容

金科汤姆猫践行社会效益优先、双效合一的高质量发展之路

近年来，金科汤姆猫围绕全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”，开发了系列线上移动应用精品、动漫影视等优质内容，并开拓了IP衍生品与授权、亲子主题乐园等线下业态。作为全球知名的移动互联网高科技企业，金科汤姆猫始终坚持社会效益优先，持续贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的使命，通过产品内容开发、核心价值传递、用户隐私保护、实名认证等全方位保护未成年人，构建和谐网络环境，打造双效合一的上市公司高质量发展之路。

在产品内容开发层面，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更为严苛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，并积极根据欧盟《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、持续完善产品的《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。

在防沉迷相关工作上，公司产品已接入国家级实名认证系统，合理引导未成年用户使用产品，通过对未成年人使用时间、游戏消费等限制措施，落实《未成年人保护法》等法律法规的相关要求。同时，因公司移动应用产品主要为休闲类移动应用，有助于用户利用碎片化时间体验。根据公司产品数据统计，公司产品用户平均每日在线时长不超过1小时。

未来，公司仍将贯彻“寓教于乐，智创家庭幸福”的理念，坚持精品化研发路线，为全球用户提供更多休闲益智、寓教于乐、绿色健康的优质内容产品，并通过产品创新、模式创

新、IP运营等持续发力线上线下业务，不断丰富多层次的文化产品供给，提升国民文化消费品质，实现企业社会效益与经济效益的有机统一，从而推动企业健康长远发展。

Brand Introduction

十年前，埋下一颗简单的初心
十年间，生根发芽，开花结果，将欢乐散播全世界
十年后，我们不忘初心，一往无前



2009年Outfit7成立。
“开发一些有趣的娱乐产品，娱乐大众，唤起每个人心中的童心”，这就是初心。

2010年Outfit7发布首款手机应用《会说话的汤姆猫》，游戏一经发布便风靡全球。会说话的汤姆猫一时间成为了家喻户晓的“大明星”。

“会说话的安吉拉”
“会说话的狗狗本”
“会说话的汉克狗”
“会说话的金杰猫”
“会说话的贝卡兔”
陆续加入
组成了我们的旗舰品牌
【会说话的汤姆猫家族】

2018年，金科文化完成对Outfit7的全资收购。“会说话的汤姆猫家族”正式加入中国籍，开启了全新篇章。



重视未成年人全面保护，关注未成年人健康成长

公司高度重视未成年人保护，坚决拥护防止未成年人沉迷网络游戏的相关监管政策。根据国家新闻出版署有关负责人就《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》答记者问，“此次通知仅针对网络游戏作出规定，对于网络游戏以外的其他有益身心健康的游戏，家长和未成年人可根据情况自行把握。”公司开发的单机休闲产品，始终将“智创家庭幸福”的绿色健康的产品理念贯穿始终，公司以会说话的汤姆猫家族 IP 各个角色形象开发的系列休闲益智 APP，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。

作为全球化运营企业，目前公司汤姆猫系列产品 DAU 的 85% 以上用户来自于海外，国内用户 DAU 占比不到 15%。在国内用户当中，IOS 渠道实名认证登记为未成年人用户的比例约为 7%，安卓渠道实名登记为未成年人用户的比例约为 8.5%。作为强调亲子陪伴与互动的家庭娱乐应用，家长掌握着设备终端。

作为会说话的汤姆猫家族 IP 综合运营企业，公司也正大力推进包括主题亲子乐园等线下业务的发展，致力于未成年人的身心健康与成长。

未来，公司将对照主管部门的最新通知，进一步严格落实相关要求，并持续关注、投入未成年人的全面保护与发展事业。



来源：深圳证券交易所

投资者教育

远离“股市黑嘴” “非法荐股” “场外配资”

每当股市行情好转，各路“股神”“大V”“老师”等非法荐股不法分子更加活跃，他们往往标榜有资深投资背景，展示神奇的过往实战业绩，诱导投资者购买其所谓“会员服务”，一些投资者因此蒙受惨重损失。

近期，北京证监局就调查了一起这样的案件，受害人从被忽悠到索赔

经历了四年时间。

投资者交钱学炒股亏损累累 上当受骗后悔莫及

2015年11月，刘先生QQ群里的一个老同学发来一条私信，询问最近投资战绩。刘先生正为被套发愁，便如实告之，对方表示，可以拉他进一

个投资群，里面的老师很有经验，可以带他解套赚钱。

抱着学习交流的心态，刘先生开始关注群内信息。开盘前，群主会推荐4只股票。开盘后，它们都会大涨，然后会有一些人晒出股票大赚的交割单、群主晒出一些购买会员转账记录等截图；还有一些群员也会晒图，感

谢群主推荐。

湖南省湘潭市投资者刘先生：他说那个服务是这样的，16000元的叫做银钻，46000元的是金钻，还有28万元的是包年的。

他说给你推销股票，像金股、黑马股、牛股等等消息股推荐，然后这些股票你只要拿到一只，肯定就收益不菲了。

群主私信刘先生称：天下财经，是一家正规的投资咨询公司，之所以有底气，是因为依托大数据+量化交易，且与98%的券商有合作关系，更专业更敏锐，且能获得内幕消息，所有用户全部赚钱。

湖南省湘潭市投资者刘先生：他们承诺的第一个是98%以上的盈利，然后能够帮你解套，能够及时止损，操作周期一般是3-7天。他说一般3-7天盈利应该不少于3%，年盈利他说至少应该是150%。

一开始，刘先生根本不相信。跟踪了近两年的时间。其间，群主会隔三岔五私发一些关心、问候的消息，聊些曾经的大学生活、发些明日拉升股等。接着发生的事情，让刘先生动了购买会员服务的念头。

湖南省湘潭市投资者刘先生：群里边有个叫千雪的，给我发了一个消息，他说他买了他们的一个服务，然后昨天赚了8000元，基本上就是每天盘后都会给我发他盈利的成绩。

刘先生交了16000元后，天下财经安排一位老师用QQ对刘先生进行指导。第一天，刘先生试探性购买赚了几百元，接着加大投入，却都是在高点建仓，后面多次按老师指示割肉调仓，却只只股票被套，刘先生向老师提出质疑，他们却宣称：一切可控，挺住！持续了一个月，不但没有帮助解套，反而损失三万多元，刘先生认为他们根本不靠谱，提出不再做了。

湖南省湘潭市投资者刘先生：当你觉得不满意的时候，他就说级别还不够，要获得更高的收益必须买另外一种服务。这时候就要交钱升级，然后在下一级里边又重复这个过程，升到更高的级别。

江苏王先生的遭遇也如出一辙。2017年年中，他前脚刚注册了某股票投资软件，后脚就被所谓的股民朋友加了好友，说是有好的操作方法。

江苏省南京市投资者王先生：他在9点半之前，一定就会发一只股的代码，还有股票名称，然后就让你开盘以后就去看这只股，它就是涨停，下午开盘的时候，开盘之前他再给你推荐一只股，下午马上就拉涨停，就是让你相信他们可以操作股票，或者说他们有先手的信息。

王先生最初并没有当真，观察了半年，直到他手上原本持有的一只股票也被推荐了，而且涨了不少。他开始

主动和对方沟通。

王先生还是很谨慎，他选择了最低3000元一年的入会门槛。从他交了入会费的第二天起，情况就开始截然相反，王先生这才意识到自己上当了。江苏省南京市投资者王先生：入会以后他推荐的股票，跟入会之前推荐的股票的准确率完全是两个概念，就是随意性很高，有的会跌停。

非法荐股套路多 投资者防不胜防

早在去年9月，监管部门就曾发文称，警惕非法荐股利用网络直播平台，开通直播房间，成为“主播”“播主”“圈主”，以“股神”“大V”“老师”自居，以“分享炒股技巧”“锁定牛股”“推荐黑马股”等手段吸引眼球。

李中全在北京证监局打击非法证券投资咨询活动已经4年了，他告诉记者，近年来，利用社交媒体和社交工具来进行非法荐股的活动日益增加，他几乎每隔一两天就会接到这样的投诉。

公众号广告、视频直播、股票讨论区等地，往往是他们获取顾客的重点区域，以分享短线“牛股”，推荐概念股，或者股民探讨行情等方式，引导投资者加微信或者QQ好友。

北京证监局打非处办案人员李中全：一个是广撒网的方式，主动添加QQ

、微信，主动拨打电话，就是去接触受害人，说你是不是炒股票，现在行情好了，或者什么时候亏钱了，我们可以给你赚钱。

投资者的联系方式被泄露后，往往会被拉到一个群里，群里的股市“老司机”或者“财经大V”，经常向大家分享投资心得，推荐股票。其中，大量的“托儿”还会在恰当时机附和叫好，营造出一种跟着老师有肉吃的氛围。然而，一旦投资者的疑虑消除，就到了被吃肉的时候。

北京证监局打非处办案人员李中全：你要想进一步获得他们的VIP服务，肯定是要收费的。

针对湖南湘潭投资者的投诉，记者也试图联系这些所谓的咨询机构。然而，他们早已经准备好了这样的托辞。

天下财经（北京）证券咨询有限公司工作人员：首先天下财经做的是咨询产品，您说的这个服务，目前我这边并不是很清楚。

根据天下财经公司的注册信息，记者找到了位于西四环外的某居民小区，却发现该注册地址房门紧闭，记者长时间敲门也无人应答。附近的房屋中介机构工作人员介绍说，这间房原来的租客已经搬走了。

天下财经工作人员推荐的股票在一直下跌，刘先生试图与天下财经的

工作人员协商解决退款等事宜，对方千方百计推诿，说股市要有耐心，不行的话，更换更好的老师，挽回损失；最后干脆不理不睬，断绝一切联系。

刘先生认为，天下财经工作人员明显存在虚假宣传和承诺，并以欺骗手段骗投资者购买服务，其组织呈现团队化、知识化特征，他们针对投资者的各种问题训练有素，从而难于识破。

刘先生向证券监管部门举报天下财经，证券监管部门对天下财经的行为正在进行调查。

监管机构：投资者擦亮眼睛 理性投资

刘先生敢于面对记者的镜头值得肯定，他希望广大投资者从他的经历中汲取教训，擦亮眼睛，避免类似的陷阱。为什么这些非法荐股的行为屡禁不止？为什么会有投资者上当受骗呢？怎么防范和打击这种行为，监管机构给出了建议。

北京证监局专业人士告诉记者，这些非法证券投资咨询机构的营销手段花样百出，忽悠套路层出不穷，一般投资者往往难以分辨。此外，一些投资者不了解相关证券法律法规，不知道开展收费荐股业务需要事先经过证监会的批准，往往在上当受骗后才恍然大悟。

北京证监局副局长徐彬：广大投资者都是希望一夜暴富，我觉得天上不会掉馅饼，所以大家要有理性投资的这种理念。

按照《中华人民共和国证券法》第118条规定，未经国务院证券监督管理机构批准，任何单位和个人不得以证券公司名义开展证券业务活动。徐彬表示，合法证券期货经营机构名单可在中国证监会网站上查询，投资者在选择投资咨询服务前，可以先查一查，该机构是否属于合法机构。

北京证监局副局长徐彬：特别是证券期货经营机构，证券期货经营业务许可证需要证照相符，经营证券业务的必须得有业务许可证，光有营业执照是不行的。

徐彬告诉记者，北京证监局目前已经接到超过150封举报投诉，除了及时纠正违法主体的错误，挽回投资者的相应损失之外，还向公安机关移送了8起严重违规违法案件，对非法荐股活动给予严厉的打击。

北京证监局副局长徐彬：这个需要各部门的配合，包括银行，包括这种网络管理部门方方面面，只有大家齐抓共管，才能有效地遏制这些非法证券投资咨询活动，才能切实保护投资者利益。

(来源：深圳证券交易所)



创业板上市公司定期报告，你了解多少？

1. 创业板上市公司和相关信息披露义务人应如何履行信息披露义务？



创业板上市公司及相关信息披露义务人应及时、公平地披露所有可能对公司股票及其衍生品种交易价格或者投资决策产生较大影响的信息或事项，并保证所披露的信息真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。上市公司披露的信息应前后一致，如披露的信息与已披露的信息存在重大差异的，应当充分披露原因并作出合理解释。

2. 创业板上市公司在何种情形下会披露业绩预告？

创业板上市公司预计年度经营业绩或者财务状况将出现下列情形之一的，应当在会计年度结束之日起一个月内进行预告（以下简称业绩预告）：

- (1) 净利润为负；
- (2) 净利润与上年同期相比上升或者下降50%以上；
- (3) 实现扭亏为盈；
- (4) 期末净资产为负。



此外，上市公司因《创业板股票上市规则(2020年修订)》第10.3.1条第一款规定的情形，其股票被实施退市风险警示（*ST）的，应当于会计年度结束之日起一个月内预告全年营业收入、净利润、扣除非经常性损益后的净利润和净资产。上市公司董事会预计实际业绩或者财务状况与已披露的业绩预告差异较大的，应当及时披露业绩预告修正公告。

3. 创业板上市公司什么情形会披露业绩快报？



深交所鼓励创业板上市公司在定期报告公告前披露业绩快报。但是，上市公司存在以下情形的，应当及时披露业绩快报：一是上市公司在定期报告披露前向国家有关机关报送未公开的定期财务数据，预计无法保密的；二是上市公司在定期报告披露前出现业绩泄露，或者因业绩传闻导致公司股票及其衍生品种交易异常波动的。

4. 创业板上市公司定期报告中应披露哪些与行业信息相关的内容？



创业板上市公司应当在年度、半年度报告中披露对公司股票及其衍生品种交易价格或者投资决策有重大影响的行业信息，包括但不限于：

- (1) 报告期内公司所属行业的基本特点、发展状况、技术趋势以及公司所处的行业地位等；
- (2) 行业主管部门在报告期内发布的重要政策及对公司的影响；
- (3) 结合主要业务的行业关键指标、市场变化情况、市场份额变化情况等因素，分析公司的主要行业优势和劣势，并说明相关变化对公司未来经营业绩和盈利能力的影响。

5. 如果创业板上市公司年度业绩出现较大变动，公司应当披露哪些信息？

如果上市公司年度净利润或营业收入与上年同期相比下降50%以上，或者净利润为负值的，应当在年度报告中披露下列信息，并说明公司改善盈利能力的各项措施：

- (1) 业绩大幅下滑或者亏损的具体原因；
- (2) 主营业务、核心竞争力、主要财务指标是否发生重大不利变化，是否与行业趋势一致；
- (3) 所处行业景气情况，是否存在产能过剩、持续衰退或者技术替代等情形；
- (4) 持续经营能力是否存在重大风险；
- (5) 对公司具有重大影响的其他信息。



6. 投资者可以通过哪些渠道查询信息披露文件？

投资者可以通过交易所网站和符合中国证监会规定条件的媒体查阅信息披露文件。

7. 投资者如何了解创业板上市公司定期报告的披露时间？

深交所将在官方网站及时公开上市公司定期报告的预约情况，投资者可登陆交易所官网（www.szse.cn）查询相关信息。



（来源：深圳证券交易所）

FRESH COMMUNITY 社区





鲜活社区
FRESH COMMUNITY

让快乐无界!

“我与企业共成长”

公司组织开展“悦分享”学习交流分享会

为加强公司整体学习氛围，提高员工综合能力，公司组织开展了系列学习分享会，定时定期组织员工间的学习交流活动。分享会上，不同部门的同事通过结合自身工作心得、实际工作案例与在场同事分享各自工作领域的专业知识和行业技巧。每一次“知识盛宴”不仅使员工学习到优秀的工作方式方法，更促进彼此打破专业壁垒，拓宽知识视野，进一步提升员工在日常工作中的学习意识。



(图：第一期法务部同事)



(图：第二期投资部同事)



(图：第三期证券部同事)



• TALKING •
• TOM •
• & •
• FRIENDS •

《我的安吉拉2》国内已全面上线！ 为此，我们采访了创作团队的一位重要代表



8月13日，金科汤姆猫旗下模拟养成休闲新作

《我的安吉拉2》安卓全渠道首发！

我们的女鹅女神安吉拉终于和国内玩家见面啦~

“一线女星”安吉拉的活动行程是？

接下去的档期安排如何？

此次华丽回归有哪些惊喜之处呢？

我们为此特地采访了金科汤姆猫内部创作团队的一位重要代表...

汤姆猫全资子公司Outfit7 CEO钱信宇先生。

Q&A #1



Q：《我的安吉拉》以精美的游戏画面、简单温馨的玩法在全世界圈粉无数，此次《我的安吉拉2》和初代比起来，是否延续了原有的“萌”点？又有哪些“吸睛之处”呢？能否请您简单介绍一下。



A：简单讲一下，《我的安吉拉2》的最大亮点，就是让大家从“养女鹅”到“交朋友”。游戏采用的是“养成+模拟”的综合体验玩法，增加了很多自定义玩法和定制功能，安吉拉不再是需要照顾的“小朋友”，而是变成可以和你一起享受现代都市生活的好伙伴。

Q&A #2

Q: 哇哦，听上去像多了一个一起喝下午茶的闺蜜。能否分享一下，具体有哪些好玩兴奋的点值得大家期待并体验的呢。



A: 那海了去了！（兴奋）咳...在保留了《我的安吉拉》的花样玩法和Q萌特征之外，《我的安吉拉2》扩充了服饰及妆容造型，大家在给安吉拉搭配服装造型时将拥有非常多的自定义选项，玩家可以打造自己心目中的安吉拉。另外，《我的安吉拉2》还可以解锁地图，到公寓以外的地方学习烘焙、制作甜点、演奏乐器、练习功夫、来一段魔性的舞蹈、来一场说走就走的环游世界旅行！此外，你可以和安吉拉一起绘画、做冰沙、畅玩游戏等等。



Q&A #3



Q: 好厉害！能为我们分享一些研发中的乐趣吗？



A: 毕竟从“女鹅”一路走到“好朋友”，创作团队对安吉拉还是非常有感情的，所以团队希望《我的安吉拉2》给玩家呈现的是更高质量、体验感更佳的内容。因此，无论是玩家自主定制的选项数量，还是美术和游戏策划标准，我们团队都一直在追求极致。和你透露几点哈，为了尽可能地实现安吉拉发型和服装的真实性，以及移动中的自然性，团队可是做了非常多的研究，这也使玩家可以在游戏中体会到安吉拉整体动作变得更为真实流畅。在安吉拉舞蹈活动的研发中，为了给安吉拉编排尽可能真实的舞蹈动作，我们请来专业的舞蹈演员，录制下他们的舞蹈动作，然后再应用在安吉拉的动作中，使安吉拉能演绎出不同真实风格的时尚舞蹈，所以强烈安利各位去体验下安吉拉的“舞蹈”哦~



Q&A #4



Q: 据我所知,《我的安吉拉2》在海外是提前上线的,请问海外市场和玩家的反馈如何?



作为会说话的汤姆猫家族的女神担当,人气与汤姆猫不相上下。《我的安吉拉2》于7月15日在海外首发,一经上线,迅速登顶15国 Google Play 应用商店榜首,跻身90多个国家的 Google Play 以及超过100个国家的苹果 App Store 应用商店前十榜单!更一度蝉联了美国、俄罗斯、巴西等国家的苹果App Store游戏下载榜第一!同时,苹果、谷歌、华为联袂推荐,足见其产品品质。根据第三方数据供应商App Annie的数据,《我的安吉拉2》虽然在7月中旬上线,但已经是全球7月全球下载第5大的游戏产品。截至国内上线累计下载量已经超过5000万次。



Q&A #5



Q: 不亏是团队的C位女神,够稳!相信这次国内上线依然会有相当亮眼的表现。那作为《我的安吉拉2》国内市场“初舞台”,请问此次国内上线,提前做了哪些准备呢?



A: 在抖音、快手、B站等视频平台,我们发起相关主题话题与视频内容,第一时间和广大粉丝用户分享安吉拉的时尚造型与游戏玩法。此外,《我的安吉拉2》因为海外成绩亮眼,已当选为硬核联盟8月明星产品了。上线后,华为、vivo、oppo、小米等应用商店及其游戏中心都给了安吉拉C位推荐。当然,在快手等知名短视频平台的游戏中心,《我的安吉拉2》也登上了“头版头条”。你看,安吉拉在国内玩家当中的超高人气,并不亚于海外!

Q&A #5

Q: 最后一个问题,《我的安吉拉2》在全球市场的表现达到创作团队的预期了吗?

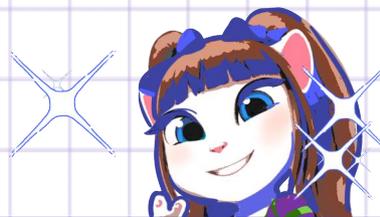


A: 关于这一点.....你不妨大胆猜测下...



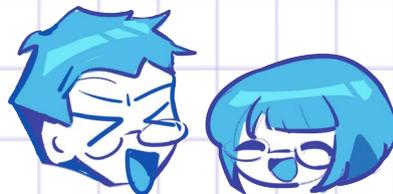
A: 哈哈,是这样的,安吉拉可爱的外貌和多变的妆容造型让我们认为安吉拉的用户更多集中在女性,相比汤姆猫的男女通吃,号召力上可能相对局限一些,但事实证明刻板印象真的会打脸。这一次我们很高兴的看到了安吉拉的号召力一点也不亚于汤姆猫!《我的安吉拉2》已经晋升为会说话的汤姆猫家族系列中拥有最大日活跃用户基础的游戏。就目前来看,安吉拉可谓是全员皆宜,这一点也说明了用户对安吉拉这一IP角色及《我的安吉拉2》品质的认可。

Q&A #6



Q:《我的安吉拉2》已在国内正式首发了,这么一件可喜可贺的事情,信宇总给我们安吉拉来一句寄语吧!

A: 希望安吉拉能成为每个玩家“独一无二”的好朋友!



《我的安吉拉2》8月13日国内已正式首发!
记得来玩哦!

《金科汤姆猫》内刊征稿

《金科汤姆猫》内刊邀你执笔观心，用文字记录所思所感。你可以科普众生，也可以以小见大；你可以情怀肆意，也可以天马行空。

征稿内容：公司内外热点事件、团队动态、业务成果、个人工作心得分享、活动纪实等。当然，还有吃喝玩乐的强力安利、感怀伤时的文艺小文，只要主题鲜明、三观正、有深度，我们来者不拒！

征稿要求：文体不限，字数不限，内容积极向上，兼具文学性和可读性；如需附图，JPG、TIFF格式均可，精度300dpi以上，建议压缩打包发送。

投稿福利：原创作品稿酬标准分类结算：工作心得、专业技能类每千字200元，千字以内200元；诗词歌赋类每篇150元；其他为每千字200元，千字以内100元。来稿请控制字数，稿件字数以最终刊登字数为准。稿酬于刊物发行后15个工作日内发放。

征稿时间：不限时间，精彩文章将刊登在最新一期内刊（本刊为季刊）。

投稿方式：电子邮箱：lvjieni@jktom.com,稿件请用Word格式提交，并注明公司、部门及姓名，便于稿酬发放；同时也可添加小编微信：18852728026，欢迎随时沟通。



微信扫码-查看往期内刊



TALKING
TOM
& FRIENDS