

# 金科文化

JINKE CULTURE

15  
2021.02-04



# TALKING TOM AND FRIENDS



▶▶▶ 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

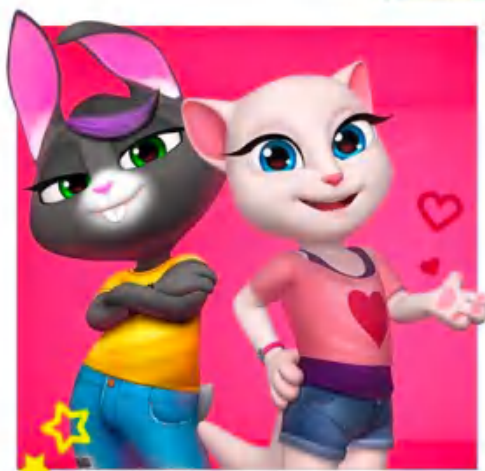
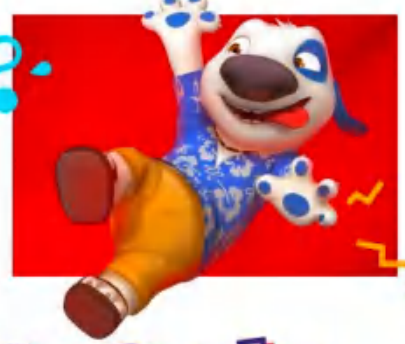
---

正心诚信 稳健精进  
惠人达己 卓越创新





TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族



**FRIENDSHIP  
NEVER ENDS**

**NEW SEASON**



## 主办单位

浙江金科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 朱 恬 秦海娟 张正锋 何文杰  
钱信宇 柏 翔 陈佩卿 胡 斐

## 编辑部

浙江金科文化产业股份有限公司企宣部

## 责任编辑

张 平 费世鸣 吕洁旒

## 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>

# 目录

## CONTENT



### 本期特稿 SPECIAL REPORT

全球下载量已超150亿次，至今雄踞各大移动榜单前十，“会说话的汤姆猫”的热度缘何可以延续十年? · 07

### 公司要闻 COMPANY NEWS

《汤姆猫跑酷》登陆华为智慧屏新品，开启家庭娱乐新方式 .....	15
金科文化子公司广州金科当选广东省游戏产业协会副会长及动漫专业委员会委员 .....	17
金科文化子公司广州金科当选广州市游戏行业协会副会长单位，进一步深化地区影响力 .....	18
共话高品质IP原创内容市场发展 浙江少儿出版社到访金科文化探讨合作方向 .....	20

### 业务速递 BUSINESS UPDATES

第六届黑石奖揭晓 金科文化旗下汤姆猫家族IP游戏斩获多项年度大奖 .....	24
拯救世界，炫酷开跑！《汤姆猫英雄跑酷》3月10日上线，下一个正义英雄会是你吗? .....	26
搞怪派对欢乐升级！《汤姆猫荒野派对》3月迎新测 .....	27
GET READY TO SHINE IN MY TALKING ANGELA 2! .....	28



# TALKING TOM ANG FRIENDS

“会说话的汤姆猫家族”活力亮相2021国际授权及衍生品（深圳）展，受广泛关注站稳“人气C位” · 29  
2021学年首个周末，杭州汤姆猫亲子乐园迎来客流小高峰 ····· 31

## 人物专访 PROFILE

Celebrating Women Making an Impact In Mobile on International Women’s Day ···· 35

## 鲜活社区 FRESH COMMUNITY

开工大吉迎财神，扬帆起航万象新 ····· 41  
金科文化举办创业板上市公司规范运作培训 ····· 43  
吃汤圆猜灯谜，其乐融融闹元宵 ····· 44  
致敬最美的她 三八妇女节福利放送 ····· 46



# 汤姆猫

TALKING TOM

TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族



TALKING  
TOM AND  
FRIENDS



TALKING

SPECIAL

本期特稿

REPORT

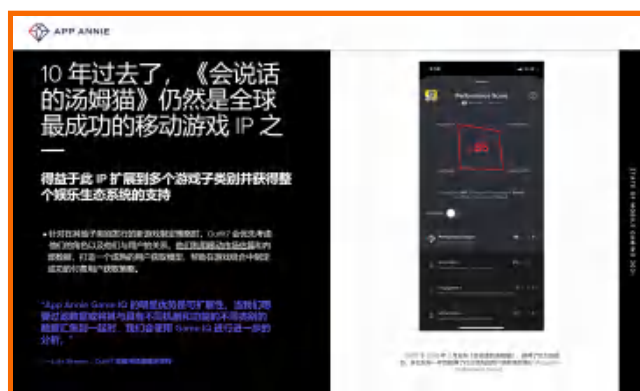
AND  
FRIENDS

# 全球下载量已超150亿次

# 至今雄踞各大移动榜单前十

# “会说话的汤姆猫”的热度缘何可以延续十年？

对于大多数IP而言，保持十年的生命周期已属不易，但老牌网红“会说话的汤姆猫”却已火了十年。这只“舶来猫”IP系列移动应用产品至今活跃在国内外各大移动数据榜单前十，截至目前其全球下载量已超过150亿次。3月31日，全球移动市场数据供应商 App Annie发布了《2021移动游戏市场报告》，直言指出“10年过去了，会说话的汤姆猫仍然是全球最成功的移动游戏 IP 之一。”



据汤姆猫IP现持有者金科文化2月24日发布的业绩快报显示，金科文化2020年净利7.2亿元，同比增长126.05%。其线上移动应用业务新增用户下载量、平均活跃用户数等指标较去年同期均有所增长，围绕汤姆猫IP为核心的一系列产品运营数据都呈现良好发展趋势。距离首款休闲游戏移动应用《会说话的汤姆猫》引爆全球手游市场已经过去十年有余，但以汤姆猫IP为核心的产品在市场和用户中仍有相当高的人气，是什么支撑着这个经典IP爆款频出，热度不减呢？

## 1. 数据构建核心竞争力

《会说话的汤姆猫》起初为一款轻度电子宠物变声游戏，凭借简洁的界面、易上手的互动形式深受各年龄

段玩家的喜爱。随后由其开创者现金科文化全资海外子公司Outfit7推出的《我的安吉拉》《我的汉克狗》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫2》《汤姆猫水上乐园》《汤姆猫英雄跑酷》等产品也都延续了简单有趣易操作的特点。但此类休闲手游，如没有稳定的产品运营体系、强有力的研发团队以及成功的盈利系统支撑极易陷入玩法单一、弃玩率高、研发现金流不足的困境。利用内部数据和移动市场估算打造成熟的用户获取模型、制定合适的付费用户获取策略成为汤姆猫IP系列产品能不断尝试多元品类开发，抓准用户及市场需求的关键。



在“会说话的汤姆猫”IP子类别的拓展研发中，Outfit7团队会将应用商店排名与特定应用在应用商店的推荐次数进行比较以追踪相关应用表现，同时通过比较安装数据和市场数据来监控判断现有市场趋势。精准的风向把控使其在休闲游戏养成类领域之外成功开拓出跑酷领域精品。据目前公开资料显示，现已上线四年的《汤姆猫跑酷》2020年平均MAU(月活跃用户人数)超过6000万人次，最高达到7900万人次；

《汤姆猫英雄跑酷》则通过原跑酷作品的市场数据反馈在场景设计、道具优化、画面技术、人物设定等多方面做了升级，还通过加入原创故事剧情，从多个维度迭代优化了原跑酷的核心玩法。事实证明，这不仅节约了探索新品类的成本，也加大了新产品成功的机率。

此外，据Outfit7高级市场策略决策师Luka Strasner在App Annie与Outfit7进行的网络研讨会上的发言可知，汤姆猫IP系列研发团队针对PUA(付费用户获取)拥有对应的数据模型，可计算达到应用商店的理想排名所需的额外安装量以及通过变现和LTV(生命周期价值)以计算广告投放的ROI(投资回报率)。这也使公司拥有相对高的广告变现效率，保证了公司稳定营收。

## 2. 不可或缺的精细化研运

无论在传统休闲游戏领域还是新晋游戏赛道，囿于单一品类和单一区域市场是无法长期吸引规模化用户的。汤姆猫IP持有者自然深谙此道，十年间，汤姆猫IP不仅陆续分化出会说话的安吉拉、会说话的汉克狗、会说话的金杰猫、会说话的狗狗本、会说话的贝卡兔等系列IP形象，组成“会说话的汤姆猫家族”，同时研发团队不断开拓新品类游戏以完善游戏产品矩阵以保持IP活力。

2016年，Outfit7 推出了更符合东方审美的 mini 版家族形象，为后续打入亚洲市场做了铺垫。2017年，浙江金科文化产业股份有限公司旗下全资子公司广州金科文化国内团队开始对汤姆猫家族IP游戏进行本土化研发运营。随着汤姆猫IP业务版图的扩大和研发团队的逐步扩充，汤姆猫IP系列游戏矩阵的完善形成了整体重视全球化运营，局部着力本地化研运的格局。



除了位于塞浦路斯的Outfit7总部外，金科文化旗下还拥有专注养成类新产品和创新型研发的斯洛文尼亚开发工作室，专注跑酷类游戏研发的西班牙工作室以及专注养成类更新运营的塞浦路斯开发工作室。而位于美国和英国的创意办公室和商务办公室则致力于广告销售和动画创意编剧。

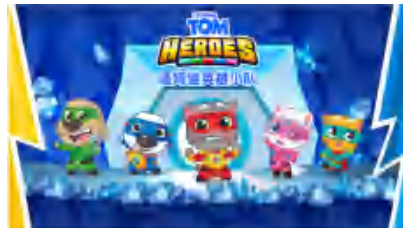
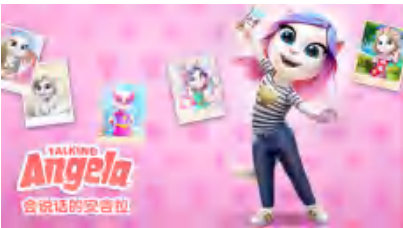
在潜力巨大的中国市场，广州金科团队通过对产品的本地化设计与打磨、精细化产品运营以及国内安卓市场资源的深度整合，使汤姆猫家族IP系列产品在中国的用户数量迅速增长，据金科文化公开数据显示，仅2020年上半年，来自国内市场的平均MAU突破1.3亿次，同比增长近70%。而针对中国玩家与市场推出的弹射对战手游《汤姆猫大冒险》、赛车竞速类游戏《汤姆猫飞车》则直接给原有产品阵营再添两员“猛将”。



区分地区、市场、用户习性、游戏品类特点，全球视野下的精细化研运是汤姆猫IP十年来长盛不衰的原因之一，但随着移动互联网市场发展和移动智能终端红利的不断转移，未来如何进一步细化研运机制，如何在全球化运营基础上开拓更多产品支撑点，是金科文化下一步发展扩大汤姆猫IP及其游戏产品的影响力所必须直面思考的问题。



### 3.IP的多元立体化开拓



汤姆猫IP系列移动应用在十年发展中不断迭代更新，可以说几乎每一代产品都精准踩在移动互联网发展的流量红利点。但就休闲游戏领域而言，仅靠游戏内容是无法长期支撑庞大用户群的，IP的长生命周期势必需要更为多元立体的IP内涵。金科文化借此提出全栖IP运营战略，试图将“会说话的汤姆猫家族”从内涵单一的游戏概念转变成形象生动、有故事且覆盖更多生活场景的多元立体化IP。

近两年，金科文化通过动漫影视等优质内容的制作与发行、IP衍生品与授权、室内亲子主题乐园等连锁业态来打造汤姆猫亲子生活品牌，用以提高用户对汤姆猫IP的认知和情感认同，同时实现IP价值的深度变现。

据公开资料显示，目前金科文化已推出《会说话的汤姆猫家族》五季长篇动画及《汤姆猫英雄小队》《会说话的安吉拉》《会说话的金杰猫》等系列短片、迷你剧等动漫影视作品，并通过YouTube、Netflix等平台以32种语言在全球200多个国家和地区播放，全球累计播放量已超过720亿次。同时，基于汤姆猫

IP受众定位于家庭，广泛的用户群也给了IP线下业务发展的巨大空间。迄今为止，金科文化通过对外品牌授权、自行及合作开发的形式陆续推出包含了鞋服、日用品、有氧洗护、智能玩具、儿童教育产品等品类丰富的IP系列衍生品超1000个SKU，同时还与阿里巴巴、腾讯、开元酒店集团等著名品牌开展IP合作。多个消费领域的品牌露出使汤姆猫IP在用户群中始终保持着旺盛的生命力，而借由巨大的品牌影响力，金科文化又于杭州、合肥、绍兴、宁波、佛山、日照等地开业八家亲子主题乐园，使其成为IP本地化运营的有力抓手，反之进一步丰富IP内涵。

杭州龙湖紫荆天街店



合肥保利MALL店



佛山桂城天河城店



杭州富阳鹿山时代广场店



金科文化这一策略无疑使汤姆猫IP跳脱出游戏IP单一内涵的桎梏，但下一步如何通过开拓增量市场以承接IP多元立体化内涵，使其拥有长生命周期、符合多样化商业需求，这也是金科文化当下正在努力的方向。





上虞时代潮城店



宁波北仑富邦广场店



山东日照万平口店



宁波慈溪爱琴海店



# 安吉拉

TALKING ANGELA

TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族



TALKING  
TOM AND  
FRIENDS

 JINKE  
金科文化



TALKING

COMPANY

公司要闻

NEWS

AND  
FRIENDS

# 《汤姆猫跑酷》登陆华为智慧屏新品 开启家庭娱乐新方式

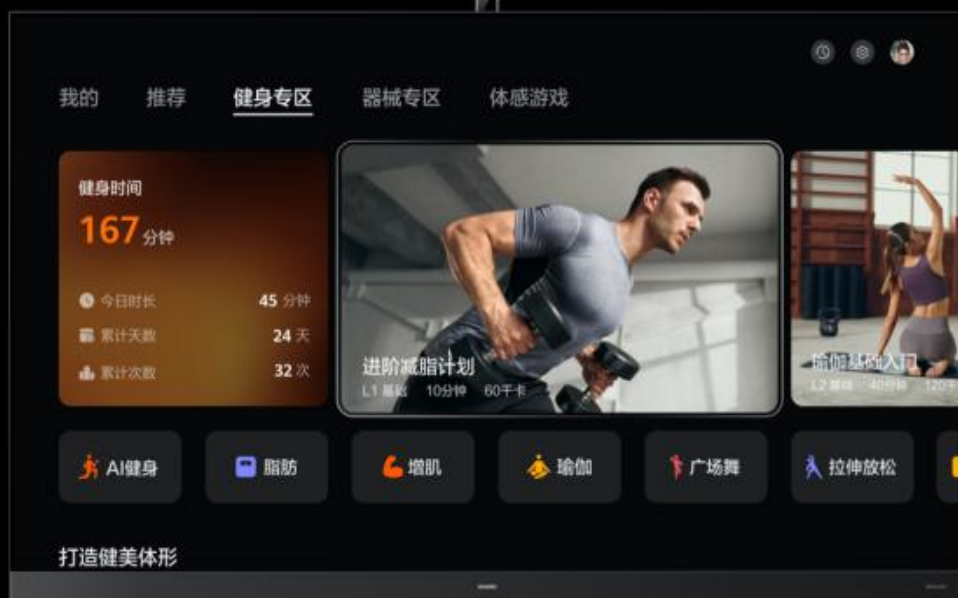


在2021年4月8日20:00举行的全屋智能及智慧屏旗舰新品发布会上，华为带来了4款全新的帝瓦雷V系列智慧屏产品，其中便包括首次支持体感游戏功能的高端娱乐智慧屏。

而由金科文化全资子公司Outfit7自主研发的人气跑酷精品手游《汤姆猫跑酷》成为此次发布会上华为为高端娱乐智慧屏首批唯一内置的体感游戏，共同开启家庭娱乐新方式！

## 全新运动健康

## 升级三大专区



作为金科文化旗下的明星产品之一，《汤姆猫跑酷》凭借简单的操作方式以及丰富的玩法内容，自上线以来一直深受广大玩家的喜爱，此次作为首批唯一内置体感游戏登陆华为高端娱乐智慧屏新品，可以说是金科文化在探索亲子互动和家庭娱乐新方式上的一大新尝试。



一直以来，金科文化始终致力于围绕“会说话的汤姆猫家族”这一全球知名的经典IP，深耕休闲游戏这一细分领域，目前已经累计发行《汤姆猫跑酷》《汤姆猫飞车》《我的汤姆猫2》《汤姆猫总动员》等二十余款精品游戏。目前汤姆猫系列移动应用全球下载量已突破150亿次，在全球拥有巨大的流量。正是在此基础上，金科文化不断进行创新尝试，以期打破当前的固有边界，寻求更新颖的游戏娱乐方式。

从华为发布会现场的视频展示来看，用户可与屏幕中《汤姆猫跑酷》的游戏角色保持同步，通过左右移动以及跳、蹲等一系列简单的肢体动作直接体验游戏，不再局限于小小的手机屏幕上，而是在客厅的电视屏幕前与亲朋好友共同参与互动，实现更加健康的全新游戏娱乐方式！

无论是在海外市场还是中国市场，金科文化始终与华为保持着关系密切的合作。这次旗下明星产品《汤姆猫跑酷》作为首批唯一内置体感游戏，登陆华为的高端娱乐智慧屏新品，使得双方在家庭娱乐领域均获得了更进一步的拓展，相信未来也会继续在更多业务领域上实现更广阔的共同发展。





## 金科文化子公司广州金科 当选广东省游戏产业协会 副会长及动漫专业委员会委员

2021年4月15日，在广东省游戏产业协会第二届理事会第二次会议上，金科文化旗下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”）正式当选副会长单位、第二届动漫专业委员会的委员单位，广州金科总经理柏翔先生担任协会副会长。

据悉，广东省游戏产业协会（GEGIA，以下简称“协会”）是广东省内唯一的省级游戏协会，广东省文化和旅游厅为其业务主管单位。协会成立于2015年11月，是由腾讯、网易、光合作用、金山、阿里游戏、多益、中移互联、欢聚时代等28家龙头企业联合倡议发起的，至今已有来自广州、深圳、

中山、珠海等地近300多家企业入会，当下会员涵盖所有游戏细分领域及周边产业链。随着政府职能转变的深入，协会也参与相关立法、政府规划、公共政策以及行业标准制定和行业数据统计等事务，主办广东省游戏产业年会、游戏开发者大会等业界盛事同时还积极建设企业与企业间、企业与政府间沟通渠道与有效机制以保障游戏企业的合法权益及公平性。

作为一家集移动游戏和动漫影视业务于一体的互联网企业，此次担任广东省游戏产业协会的副会长单位，不仅意味着政府和游戏业界对广州金科在行业内的权威性、市场规范性和公信力的认可，也预示着广州金科将在今后担当起更高的促进游戏产业与动漫影视行业发展的社会责任。同时，广州金科也将利用自身优势，进一步推进协会、同行间的密切交流，在动漫游戏品牌推广、社会责任践行、互联网党建等领域建言献策，拓宽广东地区的行业影响力，促进地方游戏行业健康向上发展。

据不完全统计，广东省游戏产业总产值占全国的76%左右，发展势头良好，行业影响力深远。此番当选广东省游戏产业协会的副会长单位，也将有利于广州金科企业品牌形象树立，在广东游戏行业中进一步凸显社会责任和领先地位。





## 金科文化子公司广州金科当选广州市游戏行业协会副会长单位，进一步深化地区影响力

2021年3月11日，在中共广东省委宣传部出版处、中共广州市委宣传部、市文化广电旅游局、社会组织管理局、天河区宣传部、天河区委政法委的指导下，由广州市游戏行业协会主办的“广聚创能，共赋新章”广州市游戏行业协会2021新春茶话会暨“共筑清朗网络空间，护航产业健康发展”法治论坛顺利召开。

期间，经广州市游戏行业协会第一届理事会第十次会议表决通过，广州金科文化科技有限公司（以下简称“广州金科”）正式当选协会副会长单位。

广州市游戏行业协会以服务企业、规范行业、促进产业、面向国际为目标，是具有重大影响力的市级行业协会。会员涵盖网游、手游、页游、电子竞技等游戏细分领域及周边产业链。

现任协会理事层单位包括网易、多益、爱九游、酷狗、百田、三七互娱、4399、咏声动漫等多家游戏行业龙头企业及游戏相关产业的企事业单位，对规范游戏企业经营管理、促进游戏行业有序发展、提升游戏行业技术水平、维护游戏企业合法权益、加强游戏行业交流合作以及不断提升广东游戏产业在全国乃至全球的影响力做出了积极的贡献。

随着国家逐步加强对游戏领域的监管力度，相关法律法规日趋完善，游戏产业也面临着更多的发展诉求。广州金科作为浙江金科文化产业股份有限公司旗下全资子公司，自成立以来便凭借其丰富的研运经验及对国内游戏行业的深刻理解，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。此次当选广州市游戏行业协会副会长单位，是业内对广州金科游戏研运实力的肯定，也是对其行业影响力的认可。

未来，广州金科也将始终秉持“正心诚信，稳健精进，惠人达己，卓越创新”的核心价值观，以广州市游戏行业协会为桥梁，积极展示企业文化和核心竞争力，以满足人们休闲娱乐需求为己任，持续推出积极健康、向上向善的优质游戏内容，进一步增强金科文化与汤姆猫家族IP的行业影响力。同时，广州金科也将助力推动行业交流，以身作则，积极落实企业社会责任，为促进游戏行业健康发展、打造游戏行业“广州样本”出力尽责。





## 共话高品质IP原创内容市场发展 浙江少儿出版社 社到访金科文化探讨合作方向

4月20日，浙江少年儿童出版社有限公司（以下简称“浙江少儿出版社”）副总编吴珩等一行到访浙江金科文化产业股份有限公司（以下简称“金科文化”）总部办公地，金科文化子公司浙江金科汤姆猫网络科技有限公司（以下简称“金科汤姆猫”）相关业务负责人接待来访人员并就新时代下出版行业结合IP促进内容品质精品化、开创出版发行新模式等行业发展方向及合作前景进行了深化交流探讨。

浙江少儿出版社作为浙江出版联合集团有限公司旗下控股子公司，始终致力于出版适合少年儿童阅读的低幼启蒙读物、儿童文学作品、文教助学读物、绘画本、科普百科读物、游戏益智读物、家庭教育读物等文学作品。作为少年出版领域的领头羊，

浙江少儿出版社打造了原创儿童文学、科普百科知识、学前低幼启蒙等多领域广受用户欢迎的品牌体系，在全国少儿图书市场的占有率和畅销书排行中多年来一直名列前茅。近年来，浙江少儿出版社借助其在原创内容品质把控、线下图书出版等多方面的丰富经验和先行优势，积极推动优质内容与数字经济、IP经济相结合，相继推出了包括小猪佩奇在内的热门IP儿童启蒙系列书籍，通过IP+优质内容，既有利于加深用户的文化与价值认同，同时也有助于增强用户粘性与扩大用户规模，打造差异化内容竞争。



值得一提的是，金科文化围绕“会说话的汤姆猫家族”IP，多年来持续推出了多款高热度亲子互动类移动应用产品及多部强人气动漫影视作品。截至目前，汤姆猫IP线上移动应用产品全球累计下载量超过150亿次，动漫影视作品已覆盖全球200多个国家和地区，用户累计播放量超720亿次，可爱阳光的家族成员形象带给众多亲子家庭无数欢乐体验。基于汤姆猫家族IP的高话题度、对高品质内容的一贯坚守和对IP内容消费市场的长期探索，金科文化也以其核心IP为中心在亲子家庭生活、线上移动消费、儿童益智教育等多领域书写了不少成功的“IP+”故事。IP授权合作的持续推进、IP衍生品类的不断完善以及渐次落地的多家一站式亲子主题乐园不仅为金科文化IP内容合作积累了成功的实践经验，更为其下一步探索多领域新模式发展打开了更多可能性。



交流探讨中，双方均表示，基于浙江少儿出版社在打造高品质少儿精品内容上的丰富经验，以及金科文化旗下“会说话的汤姆猫家族”IP所拥有的巨大流量及线上线下丰富的业态，双方寓教于乐的价值理念与始终致力于输出精品化内容的初心使命，将成为彼此共同探索原创内容市场发展方向的原动力。未来双方将有望以IP精品化内容开发为切入点展开



合作，联手打造高品质出版发行物及相关产品。同时，双方还就如何利用各自在渠道、出版、原创内容产出、品牌影响力等方面的优势开展资源共享、共同挖掘IP内容消费市场增长点进行了深入探讨，对扩大出版物发行渠道、将精品化优质内容更迅速更便捷地服务于亲子用户、探索虚拟IP直播等新消费经济领域上展开了进一步交流。





# 金杰猫

TALKING GINGER

TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族



TALKING  
TOM AND  
FRIENDS

 JINKE  
金科文化

TALKING

BUSINESS

业务速递

UPDATES

AND  
FRIENDS

# 第六届黑石奖揭晓 金科文化旗下汤姆猫家族IP 游戏斩获多项年度大奖



2020第六届黑石奖获奖名单

**硬核年度最受欢迎休闲游戏**

- 三国杀移动版
- 神都探奇
- 逃跑吧！少年
- 奥拉星
- 梦幻花园
- 我的汤姆猫2
- 松松总动员

**硬核月明星游戏**

- 风暴魔域2
- 葫芦兄弟：七子降妖
- 荒野乱斗
- 三国志幻想大陆
- 山海镜花
- 汤姆猫飞车
- 战魂铭人
- 掌门太忙

**硬核年度最受欢迎小游戏**

- 汤姆猫跑酷
- 疯狂动物园

**硬核年度新锐影响力人物**

- 秦妍
- 宋瑛
- 柏翔
- 张冯洵

联盟成员

vivo 游戏中心   魅族互娱   网比互娱   乐商店  
华为应用市场   OPPO 游戏中心   金立游戏   coolpad 酷派

主办方：硬核联盟  
承办方：玩咖欢聚 HANKA ONLINE





作为高品质游戏内容践行者，金科文化“会说话的汤姆猫家族”IP系列产品深受用户与渠道欢迎，旗下明星产品《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫2》《我的安吉拉》多次斩获硬核联盟黑石奖。此次《我的汤姆猫2》《汤姆猫跑酷》《汤姆猫飞车》等产品的上榜无疑再次证实了金科文化的产品实力及在休闲游戏领域的先驱地位。同时广州金科文化CEO柏翔先生多年来带领广州金科团队通过对产品的本地化设计与打磨、精细化产品运营以及国内安卓市场资源的深度整合，使汤姆猫家族IP系

3月4日，由硬核联盟主办的第六届黑石奖获奖名单揭晓，金科文化旗下汤姆猫家族IP游戏斩获多项年度大奖。其中，养成类精品力作《我的汤姆猫2》荣获“硬核年度最受欢迎休闲游戏”奖，人气跑酷类作品《汤姆猫跑酷》荣获“硬核年度最受欢迎小游戏”奖，《汤姆猫飞车》则以竞速赛车的飞驰体验喜提“硬核月明星游戏”奖。同时，全资子公司广州金科文化CEO柏翔先生获评“硬核年度新锐影响力人物”。

硬核联盟是由华为、OPPO、vivo、魅族等多个国内一线智能手机制造商共同组成的移动互联网增值服务组织，自2014年成立以来，一直致力于游戏行业的成长发展，坚持与行业各方共建繁荣生态。由其颁发的历届黑石奖旨在评选出真正优秀的精品游戏与对移动游戏领域做出突出贡献的行业从业者，凭借其在业内公认的高权威性和深刻影响力，成为了游戏行业优秀品质的风向标。



列产品在国内的用户数量增长迅速，其优异的工作成果获得了多个业界优秀合作伙伴的肯定与青睐，此番获评“硬核年度新锐影响力人物”，可谓是誉望所归。

近年来，金科文化始终秉持精品化战略，在围绕“会说话的汤姆猫家族”IP稳步开发游戏精品的同时，坚持以用户需求为核心导向，积极探索多元品类游戏，不断完善精品游戏矩阵。本次喜获硬核联盟黑石奖多项大奖，是行业对金科文化旗下产品品质、玩法和市场前景的肯定，也是对金科文化在休闲游戏细分领域领先地位的认可。



3月10日，金科文化旗下《汤姆猫英雄跑酷》于国内正式上线，酷炫的场景、新奇的玩法、升级的人物英雄造型将提供给众多玩家最刺激、最强大的跑酷体验。“会说话的汤姆猫家族”主角团也将正式开启新的冒险之旅，炫酷开跑！



此款游戏中，会说话的汤姆猫家族成员们来了一次全员形象大升级，主角团们被赋予了拯救世界的任务。他们化身超级英雄，与在世界各地大搞破坏的大反派浣熊帮斗智斗勇。汤姆猫家族的小伙伴们能否拯救已经惨遭“毒手”的城市，维护世界的和平与正义呢？随着游戏的推进，环环相扣的剧情谜底也将逐一揭晓，原创的世界观与全新超级英雄剧情将带给玩家崭新的跑酷体验。除此之外，《汤姆猫英雄跑酷》在游戏玩法和场景设置上均做了优化升级，不仅加入了众多富有想象力的梦幻地图，从摩天大楼、楼顶秋千到热带海滩、惊险龙背、中国古城……交替变换的丰富场景和多彩的梦幻地图大大降低了用户的枯燥感。同时游戏还实现了跑、跳、躲、横移、翻滚、滑翔、飞越等多种操作手法，在闪电冲击、传送门、盾牌、飞机、摩托等新道具的帮助下，这场与大反派浣熊帮的追逐较量也将变得更加惊险刺激！

怀揣英雄梦，快来感受《汤姆猫英雄跑酷》的魅力与乐趣吧！

拯救世界，炫酷开跑！金科文化旗下  
《汤姆猫英雄跑酷》3月10日上线  
下一个正义英雄会是你吗？

# 搞怪派对欢乐升级！《汤姆猫荒野派对》

## 3月迎新测

由全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”带来的休闲射击竞技手游《汤姆猫荒野派对》于3月25日迎来新一轮测试。本轮新测加入了联赛活动、娱乐模式、新武器及皮肤、配件系统等全新内容，Q萌的汤姆猫家族的伙伴们将穿着各种风格主题的服装驰骋在森林、冰原、海滩等绚烂场景里体验武器、模式双升级带来的刺激有趣的竞技乐趣。

全新娱乐模式，等你来high

除了在此前几轮测试已经上线的那些疯狂派对“游戏”，《汤姆猫荒野派对》在本次测试中又加入了全新的娱乐“游戏”模式：包含狙击大战、士兵突击、堡垒争霸等丰富玩法。娱乐模式玩法每天一换不重样！

武器升级，快来“捣蛋”

在《汤姆猫荒野派对》里，永远不缺超乎想象的奇特武器。在这次测试中，派对“游戏”的武器库喜添新“成员”。可乐喷射机、远距离狙击神器王牌钓竿、冲锋”疯狂爆米花“等都将焕新游戏体验。



# GET READY TO SHINE IN MY TALKING ANGELA 2!

We've all been dreaming about it... And now it's about to come true! My Talking Angela 2 is coming in summer 2021.

Your new BFF is going on a brand new adventure. And she wants you to join her! She's moved to a new city and there's so much to explore and experience.

Discover the magic of true friendship together as you dress up and get ready - as only best friends can. There are countless customization options to play with! And then go and shine bright in the big city, dancing, making music, playing mini-games, baking sweet treats, and more!

BFFs have way more fun together! So get ready to shine in My Talking Angela 2.

## 准备好在《我的安吉拉2》中体验闪亮人生吧！

我们一直翘首期盼着.....现在它即将来到你的面前！《我的安吉拉2》将于2021年夏天正式与大家见面啦。在《我的安吉拉2》里，你的好朋友安吉拉将会搬到新城市，解锁更多值得探索和体验的地方。

装扮好自己准备出发吧，只有和真正的好朋友一起才能发现友谊的真正魅力！去新的大城市跳舞、玩音乐、玩游戏、做烘焙.....和安吉拉一起尝试更多有趣新活动，更多自定义游戏选项等你选择！

和好朋友在一起，总能发现更多的玩乐方式~ 准备好在《我的安吉拉2》中体会闪亮人生吧。







## “会说话的汤姆猫家族” 活力亮相2021国际授权及 衍生品（深圳）展 受广泛关注站稳“人气C位”

3月30日-4月1日，金科文化“会说话的汤姆猫家族”携旗下IP形象与多品类商品活力亮相2021国际授权及衍生品（深圳）展览会。此次展会中，“会说话的汤姆猫家族”凭借活力友爱的家族IP形象和品类丰富的授权衍生商品成功吸引大批人群的驻足围观，收获了各方的广泛关注。





据悉，国际授权及衍生品（深圳）展览会（简称：深圳国际授权展）始办于1989年，是由国内历史最悠久的玩具展会演变而来，旨在进一步发掘IP授权市场的潜力，激发产业协同效应。



随着品牌展商参展数量逐年增加，深圳国际授权展逐渐发展为涵盖各类授权IP，全品类玩具及婴童用品的大规模展会，对促进IP多元变现、打造IP授权行业发展新格局有着重要影响。

本次亮相深圳国际授权展的除了Q萌的IP家族形象，更有金科文化通过自主研发、IP授权开发等多方式推出的包括周边毛绒玩具、环保洗护、创意家居、潮流穿搭、儿童教育产品等多品类产品。丰富的产品品类、新奇可爱的产品造型以及“会说话的汤姆猫家族”IP依托动漫影视、线上移动应用、主题乐园等累积的强大号召力使其在参展首日便引来大量粉丝和意向合作者，成为众多参展品牌中的“人气C位”。





## 2021学年首个周末

### 杭州汤姆猫亲子乐园迎来客流小高峰



随着春节假期的结束，杭城的孩子们在开学后迎来了2021年的首个周末。学业压力的释放、春日家庭外出游玩的需求以及汤姆猫亲子乐园精心准备的系列亲子活动吸引了不少亲子家庭前往。2021年3月首周周末，汤姆猫亲子乐园杭州龙湖紫荆天街店人潮涌动，迎来了开学季的客流小高峰。众多家长带着孩子参与到汤姆猫亲子乐园中的角色扮演、手工制作、音乐律动、运动探险等一系列益智游戏活动中，沉浸式的亲子互动体验、火热的现场氛围也带动了更多潜在亲子家庭用户加入其中。



作为室内亲子乐园行业的引领者，如此客流高峰并非偶然。金科文化汤姆猫亲子乐园是国内首家自持国际一线IP的儿童亲子乐园，园内不仅拥有融合汤姆猫家族IP角色性格的五大互动式亲子体验区，还设置了定制多媒体互动游戏、线下课程植入等丰富的趣味益智项目。



汤姆猫亲子乐园营造的线上线下沉浸式场景体验和金科文化“寓教于乐，智创家庭幸福”的核心理念使其在众多亲子家庭用户中赢得了良好的口碑。杭州龙湖紫荆天街店自开业以来，长期位列大众点评网西湖区热门、销量、环境、评价等多个榜单前列。



公开资料显示，汤姆猫亲子乐园现已成功落地浙江杭州、浙江宁波、浙江绍兴、安徽合肥、广东佛山、山东日照等多个热门商圈。在金科文化成熟的乐园运营机制、高标准的服务品质以及线上IP流量的加持下，合肥、宁波、佛山等多家门店一经开业，迅速登上当地大众点评网热门榜单前列，汤姆猫亲子乐园已成为亲子家庭心目中名副其实的“网红亲子乐园”。



# 汉克狗

TALKING HANK

TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族



TALKING  
TOM AND  
FRIENDS



TALKING

PROFILE

AND FRIENDS



Ziva Cizman VP of Marketing at Outfit7.

## Celebrating Women Making an Impact In Mobile on International Women's Day

To mark International Women's Day (IWD), we at App Annie are honored to celebrate women driving meaningful impact across the mobile industry. We asked female leaders across our ecosystem to provide their thoughts on a number of topics including the challenges they've faced on their road to success, the advice they would give aspiring women in tech and what IWD means to them.

**Cristina Tolleti:** I'm Cristina Tolleti. VP of Marketing at App Annie and I'm here today with Ziva Cizman, VP of Marketing at Outfit7. It's a pleasure to have you here and to be part of this initiative of App Annie to celebrate the International Women's Day. Thank you for being here, Ziva.

My first question will be what does International Women's Day mean to you?

**Ziva Cizman:** First, thanks. Hi, good to be here. And I think for me International Women's Day is a reminder, kind of both as a woman, as a leader within Outfit7, to make sure that I don't take for granted, kind of where I've come to or the position that I have. I think it's really important when we're hiring people that we hire the best candidate no matter what gender he or she is. And, I think we've proved this, actually at Outfit7, we have over 30% of our team are female which is such a good standard for the industry. We have a lead game designer, Barbara, who's also a woman. And I think it's really important that it's not about just this one day, but that all of the decisions that we make the other 364 days remember what International Women's Day is all about.



**Cristina Tolleti:** How did you then end up working in the game industry, well, it's app but it's also game industry, and your specific function?

**Ziva Cizman:** I started my career off in sort of product and brand management. And 99% of spend was on TV and I was the junior so I got the 1% of digital. So, "Do something with there's like the internet, you know," 15 years ago, "there's a website."

**Ziva Cizman:** And in that kind of having my own little project and being so excited about the opportunities that digital had. I kind of started to research more, understand more, and I joined Google, I don't know, 10 years ago or so. And there I just gained so much knowledge. Understanding both sort of top of funnel, bottom of funnel marketing and getting a touch of all these different industries that were getting into digital back then. And the coolest one was of course sort of games and entertainment. They were making the best ads. They were the best at tracking so it was kind of a natural pull towards that side of the industry. And then it kind of escalated from there. And I end up at Outfit7 in a senior marketing position and then in about two years, I became the VP. And I've been here now for five, which is quite a lot for an industry that has a lot of turnover.

**Cristina Tolleti:** Do you think that enough is being done to help women get into the app industry or even into the game industry?



**Ziva Cizman:** That is a hard question, and I think for sure the answer is no. But I actually think it's not just about the app or the games industry. I think the root of the problem starts much younger or a lot before women choose their professions or their jobs. I think not enough is being done to get women into STEM-fields at a young age. I think there's a super big gender bias, and I think it's done even by parents unintentionally and by educators and I think that's where we need to start because that's





the beginning. And then once more women are getting into math and science and engineering, then I think they're going to kind of naturally flow through into the industry.

**Cristina Tolleti:** What advice would you give to women who want to follow a similar career than yours?

**Ziva Cizman:** So not to sound like a Nike commercial, but like the "just do it" part of their ad campaign. I think sort of all the women that I've mentored or managed in

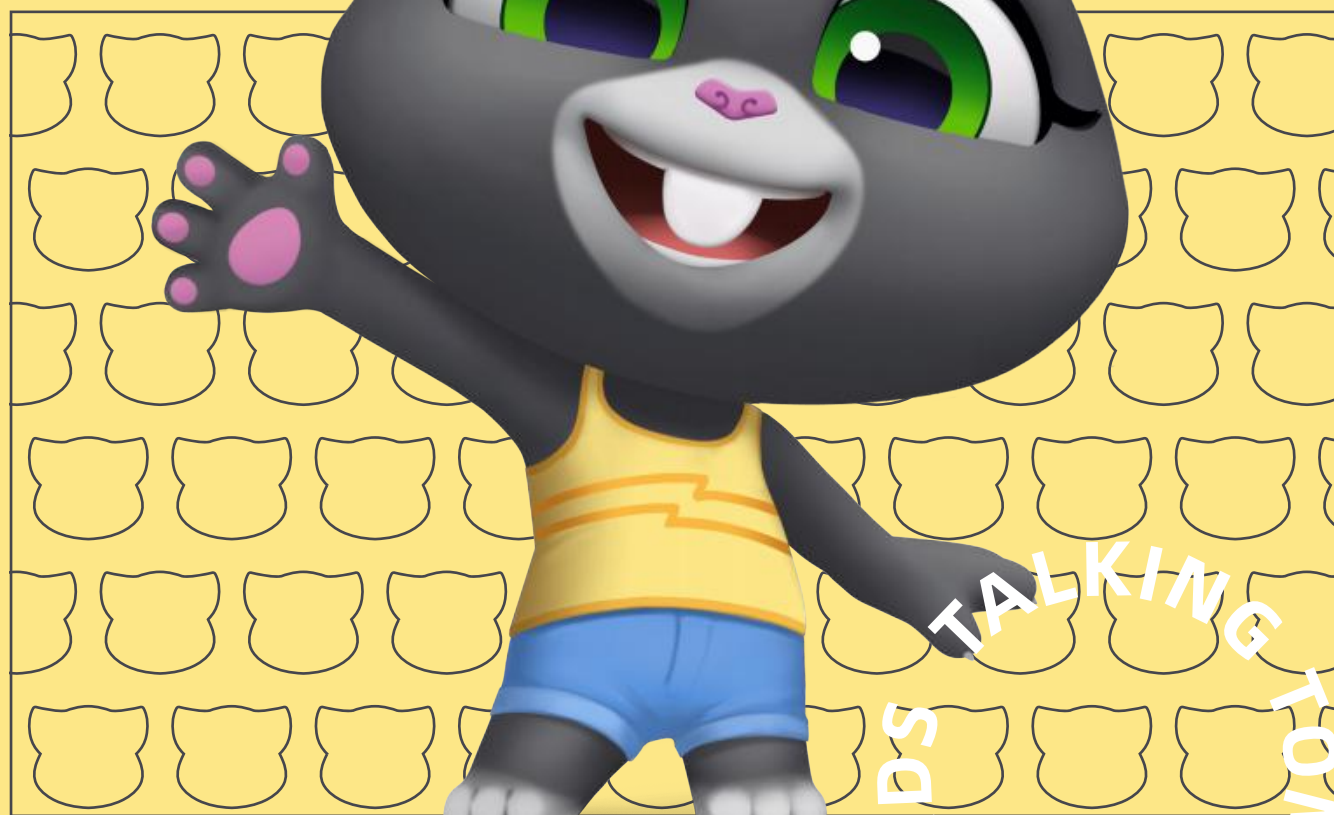
the past, I've seen a similarity in that they limit themselves, quite naturally. If they would like to go for a new job, but they don't meet all the requirements, they're going to say, "No, no, maybe not." Right? And I want them to go for it. I want them to, if they're passionate about it, to go for it. That even if they don't tick all those requirements because I think their male counterparts are doing that and you can't be selected for a position, you can't become a manager, a VP, if you don't put your name in the ring.

# 贝卡兔

TALKING BECCA

TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
汤姆猫家族

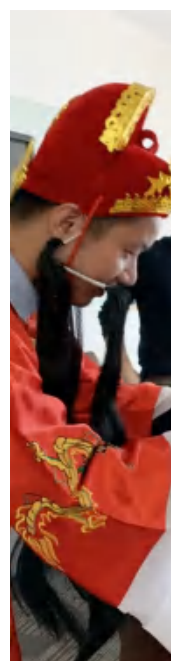
# BECCA



TALKING  
FRIENDS  
TOM AND

TALKING  
**FRESH**  
**鲜活社区**  
**COMMUNITY**  
AND  
FRIENDS





## 开工大吉迎财神 扬帆起航万象新

牛年到，鸿运照，人勤春来早。2021年2月18日、2月19日（农历大年初七、初八），金科文化及其旗下各子公司相继开工，在彼此真诚的新春问候与良好的工作氛围中，全体金科人迎来了新年斗志昂然的首个工作日。

伴随着开工大吉，“财神爷”的红包如期而至。正月初七的金科总部，由金科员工扮演的“财神爷”早早就位。在一阵欢笑声中，“财神爷”依次为各位同事奉上开工大红包，大家也纷纷争相与“财神爷”合照，一沾开工首日的喜气。次日，广州金科的同事们也在阵阵“红包雨”中开启了牛年工作新征程。简单而富有创意的“发红包”活动不仅给每一个人带来了惊喜，红红火火的“开门红”更激发了员工们满满的奋斗激情，为辛丑牛年工作的开展增添了一份仪式感。

春花含笑意，万象始更新。2021，新的征程已起步，让我们立足当下、团结一心，以崭新的姿态和饱满的精神迎接新挑战，把握新机遇。在新的一年里秉持初心、牢记使命，在现有的业务基础上，积极开拓，再创金科文化华丽新篇章！





## 金科文化举办创业板上市公司规范运作培训

为进一步加强公司制度建设，促进各业务部门合规运作，金科文化于2021年3月分别在杭州总部及子公司广州金科文化科技有限公司举办了创业板上市公司规范运作培训。总部及广州金科各业务部门相关负责人均参加了此次培训。



培训中，金科文化总部证券部证券事务经理王佳斌对参培人员进行了《创业板上市公司规范运作培训》并就上市公司治理、董监高行为规范以及上市公司对外担保、财务资助、内幕信息管理、交易及关联交易事项、信息披露等法律法规要求进行了详细解读。同时还对《公司内部重大信息填报工作》进行了介绍和说明。



培训强调在今后的工作开展中，要紧紧围绕监管部门对上市公司的要求，建立有效的内部监督管理体系，要实现全员协同、共同推进，有效提升公司合规运作及治理水平。同时进一步建立健全公司内部管理体系，让各业务部门负责人、各业务同事思想上重视、制度上完善、行动上落实、管理上强化，配合确保上市公司信息披露合规合法，促进公司规范运作与持续健康发展。



## 吃汤圆猜灯谜，其乐融融闹元宵

火树银花合，星桥铁锁开。暗尘随马去，明月逐人来。正月十五元宵节历来是中华民族传统节日，为弘扬中国传统文化，进一步丰富员工的节日文化生活，2月26日元宵佳节，公司总部开展了精彩纷呈的元宵节系列活动。吃汤圆、猜灯谜、套圈赢大奖，在一篇欢笑声中，公司总部全体员工度过了一个喜庆祥和的元宵节。





为了给员工提供一个展现风采的平台以及让全体员工感受到中国传统文化的魅力，公司率先布置好了节日氛围浓厚的活动现场。软糯香甜的汤圆、精致丰富的礼品，一盏盏红色的小灯笼上挂满了工作人员精心准备的百余条灯谜。猜文具、猜乐器、猜成语……丰富有趣的灯谜内容吸引大家纷纷驻足思考。



除了常规的猜灯谜，吃汤圆，公司还为员工准备了套圈赢大奖的活动。大家热情高涨，积极参与，此起彼伏的欢笑声将现场氛围一次次推向高潮。

此次“花式”闹元宵的系列活动不仅弘扬了中华民族传统文化，更让公司员工在寓教于乐中增长了知识。大家在感受到传统佳节魅力的同时，也进一步增强了文化自信和企业归属感。



## 致敬最美的她 三八妇女节福利放送

三月，春意渐浓，为庆祝“三八”国际劳动妇女节，金科文化总部工作人员精心筹备了鲜花和礼品，和“美丽女神安吉拉”一起为公司总部全体女性送去了节日的祝福。



# 《金科文化》内刊征稿

《金科文化》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







