

# 金科汤姆猫

TALKING TOM & FRIENDS

寓教于乐 智创家庭幸福



2022.11-2023.01



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

## 目录



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 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 吕洁旻

### 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>

## 本期特稿

汤姆猫2022 ---以体验触碰未来，让快乐成为力量 05

## 公司要闻

新春聚力 阔步新程\_金科汤姆猫成功召开2023新年工作会议 15

金科汤姆猫蝉联2022中国互联网企业百强 17

载誉启航---金科汤姆猫2022年度奖项盘点 19

公司斩获欧洲华为开发者大会、华为开发者大会2022多层次重要奖项 21

公司子公司广州金科再度当选广州市游戏行业协会副会长单位 23

广州海珠区政府领导一行到访金科汤姆猫参观交流 25

湖南长沙县政府、县委统战部领导一行莅临金科汤姆猫调研交流 26

## 业务速递

品质引领 “会说话的汤姆猫家族” 连续10年稳居全球游戏IP下载榜榜首 29

data.ai 《2023年移动市场报告》发布：金科汤姆猫稳居全球游戏下载榜十强 31

《汤姆猫跑酷》新春版重磅上线，全新国风场景演绎指尖冒险之旅 33

2023年第一批游戏版号公示，金科汤姆猫再获多款新版号 34

Introducing the New Outfit7 Website 35

汤姆猫亲子乐园多城新店接连开业，标杆业态激发亲子消费新动能 37

盐城第二家汤姆猫乐园开园 IP赋能打造文旅融合“盐城样本” 39

## 新品上线

奇喵会发声~汤姆猫早教手机趣萌来袭！ 42

指尖跃动新体验，汤姆猫跑酷联名游戏mini手柄来啦！ 43

“会说话的汤姆猫家族” 巧克力饼干礼盒甜蜜上市 44

## 人物专访

I Have The Best Job in The World 47

## 鲜活社区

汤姆猫亲子乐园举办新春主题活动，畅享新年欢乐时刻 51

好礼红包到，开工好运来~ 52

汤姆猫  
2022

# 以体验触碰未来 让快乐拥有更多可能

岁月不居，时节如流  
站在岁末春始的交汇点  
我们清晰得看到  
2022年——



我们在数字经济腾飞的云霄  
拓宽了内容和场景体验的想象边界  
以体验触碰未来



我们以交互智能的探索  
赋予行业生态和产业发展创新活力  
让快乐拥有更多可能



▶ 本期特稿

TALKING TOM

# 创新体验 构建数字文化新释义

以极具生命力的IP文化与正向价值观的优质内容  
重构数字文化新释义



2022年5月，会说话的汤姆猫家族IP×百度超级链  
上线汤姆猫“时代逐光者”3D数字藏品，用新形式叙说时代变迁，以数字传承人类文明。



《汤姆猫总动员》等代表作融合中式特色街区、建筑、习俗，彰显中华传统文化之美。

# 拓宽应用场景边界 触碰智慧娱乐未来

IP文化融合新兴技术让高质内容触达更多场景  
共启智慧娱乐未来



2022年3月  
《汤姆猫跑酷》×小鹏汽车  
公司产品登陆小鹏汽车P5、G3i、G3等多种车型车载应用商店，智创家庭娱乐出行。

2022年5月  
《汤姆猫跑酷》《汤姆猫总动员》×华为鸿蒙智能座舱  
汤姆猫家族IP携手华为跨越移动、生活、出行等多个智能终端共启智慧娱乐新可能。

2022年6月  
《汤姆猫跑酷》×ROKID  
汤姆猫家族IP联合ROKID覆盖AR智能眼镜终端，重新定义沉浸娱乐体验，探索交互生态建设。

# 广泛链接实体产业 助力消费经济发展

以IP链接实体经济助推传统产业转型升级

助力区域经济高质发展



- 2022年6月，江苏响水×汤姆猫亲子乐园  
响水汤姆猫乐园作为江苏响水文体公园民生实事项目之一盛大开园，拉动线下消费强劲复苏。
- 2022年5月  
美的厨卫×会说话的汤姆猫家族IP
- 2022年4月  
时尚潮牌Glam Ever ×会说话的汤姆猫家族IP  
推出联名系列厨卫洗护产品、时尚首饰，多维提升用户消费体验，构建生活消费新想象

# 数字内容赋能 增效社会公益

数字化内容赋能，全球化影响增效

为社会公益开启更多高效实现路径



- 2022年4月，《汤姆猫跑酷》×世界地球日  
通过游戏场景、玩法设计，联动线上线下开展植树活动，“寓教于乐”传递低碳环保理念。
- 2022年，会说话的汤姆猫家族系列游戏获国际知名未成年人隐私保护组织PRIVO颁发的GDPRKids™信任标志。
- 2022年，金科汤姆猫×公益慈善  
这一年，我们依托自身行业影响力和数字企业优势，大力支援疫情防护，为参战老兵送去物资和温暖，携手机构给白内障患者带去光明，助力乡村美术教育发展……

# 荣登多个权威榜单 彰显企业硬核实力



- 上榜2022中国互联网企业百强榜；
- 入选2022胡润中国元宇宙潜力企业Top100；
- 荣获2022浙江省数字贸易百强企业；
- “会说话的汤姆猫家族” IP连续10年稳居全球游戏IP下载榜榜首……

凭借在数字文化领域多年的深耕与持续的创新，2022年，我们再次收获了多个权威重磅荣誉，企业发展质量迈上新征程……



突破体验的边界  
是为了触碰未来的无限想象  
打造有温度有价值的内容  
是让快乐成为进步的力量

未来已呼啸而来

2023

创新引领，让快乐无处不在  
寓教于乐，让体验有无限可能

# COMPANY NEWS 要闻



公司要闻  
COMPANY NEWS

让快乐无界!





(图 金科汤姆猫2023年新年工作会议照片)

## 新春聚力 阔步新程 金科汤姆猫成功召开2023新年工作会议

玉兔跃来万象新。1月29日，金科汤姆猫2023新年工作会议在绍兴上虞雷迪森云锦大酒店成功召开。金科汤姆猫董事长朱志刚先生、CEO张维璋先生、COO朱恬女士等高层人员出席会议并发表讲话。在公司CEO张维璋先生的会议主持下，公司各子公司、各职能部门及各业务部门负责人出席会议并深入学习了会议精神。

会议现场，公司董事长朱志刚先生带领全体与会人员以客观审慎、实事求是的态度回顾了公司2022年度全栖IP生态运营战略的整体推进情况，针对各部门工作中现存的主要问题、重点难点以及应对措施依次做出了分析与指导，并对2023年工作计划提出了具体思路和要求。随后，金科汤姆猫CEO张维璋先生与各子公司负责人就当前内外部发展现状、行业发展趋势、公司2022年度各项业务开展情况及公司未来前景规划等多方面发表了观点，并进行了进一步的探讨交流。



(图 2023新年工作会议朱志刚董事长发表讲话照片)

会议指出，过去一年里，国内外经济形势复杂严峻，疫情的反复、新政的出台以及数字技术的腾跃发展等促成了机遇与挑战并存的发展环境。在此大背景下，公司在全体员工的团结奋斗下，线上业务求新求变、稳中有进，持续夯实了公司在数字内容、数字文化领域的行业领先地位；线下业务创新推动、重点突破，打造出乐园业态引领下的文旅发展新模式。公司核心竞争力不断提升，围绕全栖IP生态运营战略的线上线下产业链协同并进，保持了公司创新与稳健并举的良好发展态势。面对发展新局面和增长新需求，朱

志刚董事长强调要认清形势、明确方向、重点突破，并号召全体干部员工聚焦重点、强化目标，凝心聚力推动上市公司高质量发展。

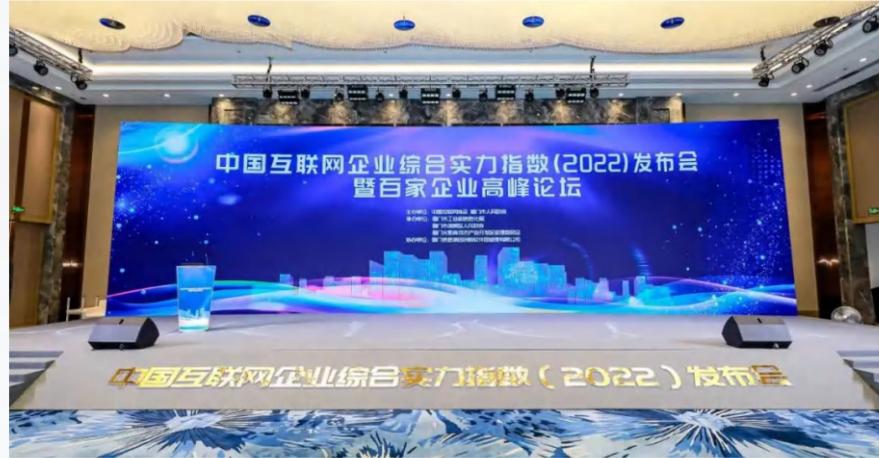


(图 2023新年工作会议张维璋CEO发表讲话照片)

会上，CEO张维璋先生发言指出，大疫之后，需思变思新；机遇当前，更应务实发展。并再次强调，要巩固并持续强化公司核心竞争力，必须保持对经济形势、市场发展与行业动向的敏感度与认知能力，及时抓好抓稳后疫情时代的变化机遇。面对技术迭代革新带来的新变化，要充分发挥优势，创新产品内容，构筑线上线下精细化运营管理体系，为公司夯实经营持续增强内生增长动能。此外，会议还就2023年的重点项目发展、新业务规划、内容技术融合创新等有关工作进行了安排部署。

“旌旗猎猎春风暖，策马扬鞭再奋蹄”，2023年新春工作会议的圆满召开不仅为公司新一年的业务开展指明了方向，也为公司发展迈入新阶段吹响了征程的号角。2023年，金科汤姆猫全体员工将在以朱志刚董事长为核心的领导层带领下，抓住机遇、紧盯目标、积极进取，以奋勇拼搏的姿态打开发展新篇章。

## 金科汤姆猫蝉联2022中国互联网企业百强!



(图 2022中国互联网综合实力发布会现场照片)

2022年11月2日，由中国互联网协会、厦门市人民政府主办的中国互联网企业综合实力指数（2022）发布会暨百家企业高峰论坛在厦门盛大举行。会议正式揭晓了2022年中国互联网综合实力前百家企业、成长型前二十家企业和数据安全服务前十家企业。金科汤姆猫凭借其在移动互联网领域的综合实力和汤姆猫家族IP在全球游戏市场的强大影响力，继2021年之后再度入围2022中国互联网企业百强榜，位列第85位。此次与金科汤姆猫共同上榜的还有腾讯、阿里巴巴、抖音、京东、百度、米哈游等互联网行业领军企业。

金科汤姆猫作为一家国际生态型互联网企业，长期以来始终坚持以原创、精品内容为核心，以用户需求、社会责任为引领，通过高质量的产品内容和不断拓展的线上线下多元业态，为全球用户提供丰富多元的场景体验。在全球化经营视野下，公司充分利用“会说话的汤姆猫家族”IP广泛而深远的影响力，在打造精品化产品同时不断挖掘文化娱乐体验和IP场景应用的更多可能性，助力全球互联网行业的创造性转化和创新性发展。2022年上半年，公司自研精品《汤姆猫跑酷》《汤姆猫总动员》先后登陆小鹏汽车、AITO 等多家新能源车



(图 金科汤姆猫荣获2022中国互联网企业百强奖牌照片)



企以及 Rokid Air AR 智能眼镜等多场景终端，不断拓宽数字文化内容以及智能交互的创新体验边界。

在成熟的全球运营管理机制和过硬的综合实力下，公司持续发挥互联网企业数字文化内容优势，以品牌及产品的精神价值和文化影响力积极跨界赋能、推动数实融合互联，助力传统行业提质升级，助推经济高质量发展。2022年，公司持续拓展IP衍生品与授权、汤姆猫亲子主题乐园等线下消费业态，授权业务已累计触达零售、教育、文化、交通、影视、餐饮等多个消费领域，其中，于今年上半年推出的江苏响水汤姆猫乐园现已发展为当地文旅产业标杆之一，成为地方经济增长和促进县城新型城镇化建设的动力引擎。值得

一提的是，凭借广泛的IP认知度，公司旗下IP人物“会说话的汤姆猫”于不久前出任京东塞浦路斯国家馆大使，以自身的国际影响力切实推动了中外经贸合作和海内外文化交流。

据悉，自2013年以来，中国互联网协会已连续10年开展中国互联网企业综合实力研究工作，因其权威性与公正性，其研究成果成为衡量我国互联网企业综合实力和国际影响力的重要指标。2021-2022年，公司以综合实力的绝对优势两次入围中国互联网企业百强榜单，也标志着在互联网新时代发展需要下，公司内容产品、技术创新、文化影响等多方面的精进与提升持续得到政府机构以及业内的广泛认可和高度肯定。

### 2022中国游戏行业“金手指”五项年度大奖

金科汤姆猫董事长朱志刚先生荣膺“2022年度中国游戏行业金手指优秀企业家”称号；因突出的研发实力与IP影响力，公司斩获“优秀企业”“游戏研发先进单位”双料大奖；公司自研创意养成精品《我的汤姆猫2》《我的安吉拉2》则凭借优秀的市场表现，双双获评“2022年度中国游戏行业金手指优秀手机游戏”。

### 2021-2022年度中国互联网行业自律贡献和公益奖

凭借绿色健康的品质内容以及公司在社会责任、青少年网络保护等领域的积极贡献。金科汤姆猫荣获第二十一届中国互联网大会“2021-2022年度中国互联网行业自律贡献和公益奖”

### 入选“2022浙江省数字贸易百强”榜

浙江省国际数字贸易协会联合浙江省商务研究院共同发布了《2022年浙江省数字贸易百强榜及潜力榜》。作为浙江省数字经济标杆企业之一，金科汤姆猫成功入选百强榜单。

### “2022广州互联网最具创新力企业”奖项

2022广州互联网+产业投融资高峰论坛揭晓了2022广州互联网企业风云榜，汤姆猫全资子公司广州金科文化科技有限公司凭借这一年来在品质内容、数智娱乐等领域的创新探索以及社会责任践行方面的优异表现，继2021年后再度荣获“2022广州互联网最具创新力企业”奖项。

### 同花顺2021年度“最具影响力企业号”

同花顺企业号2021年度榜单正式公布，金科汤姆猫同顺号荣登“最具影响力奖”榜单。

### 《汤姆猫跑酷》接连斩获多项荣誉 硬核实力铸就行业标杆

公司旗下《汤姆猫跑酷》在2022 OPPO广告联盟峰会、2022 vivo开发者大会上揽获OPPO广告联盟“最具创新合作伙伴”、“vivo年度最佳超休闲游戏”、“vivo年度优秀休闲小游戏”等多项行业大奖。

### 第十届金茶奖“GTA2022最佳出海休闲游戏”

第十届“金茶奖”于2022年12月份正式揭晓获奖名单。公司旗下精品养成手游《我的安吉拉2》荣获“GTA2022最佳出海休闲游戏”。继2021年喜提金茶奖“年度最佳休闲游戏”后，该产品的复合游戏体验、全球市场的综合影响力以及持续增长的口碑人气再度得到业界与玩家的肯定。

### 第九届“金口奖2022年年度优秀出海企业”

由游戏日报、游理游据研究院主办的第九届游戏行业金口奖获奖名单正式公布！金科汤姆猫再次荣膺“金口奖2022年年度优秀出海企业”



## 载誉启航 金科汤姆猫2022年度 奖项盘点

2022年，我们奋楫笃行，创新开拓  
在一个个挑战中稳步向前  
在员工的共同努力下  
公司接连获得多个权威重磅荣誉

创造出一幕幕属于金科汤姆猫的“荣耀时刻”……

金手指奖  
中国游戏行业二〇二二年度

优秀企业

奖评审委员会



## Award wins for My Talking Angela 2 and Outfit7!

## 持续深化与华为的全球合作 公司斩获2022多项重要奖项

### Outfit7斩获欧洲华为开发者大会双料大奖

2022年11月1日-4日，2022全球网络峰会于欧洲葡萄牙首都里斯本顺利召开。2022年欧洲华为开发者大会系列活动亮相峰会，向来自全球的开发合作伙伴展示了业务合作的实践成果及范例。作为华为全球市场的优秀合作伙伴，公司海外全资子公司Outfit7斩获欧洲华为开发者大会双料大奖，其自研精品《我的安吉拉2》荣获“最佳家庭休闲游戏”奖，Outfit7则获颁“华为共同成长奖2022-最佳发行商”，成为本次峰会的一大焦点。

作为全球知名移动游戏开发商和华为在全球市场的重要合作伙伴，Outfit7研发的会说话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，自推出第一款产品以来，系列产品获得了超过190亿人次的下载量，全球平均月活跃用户数超过4亿人次。不断精进的品质内容、持续扩大的全球影响力和强大的自研实力也成为双方在多场景、多领域、多渠道频繁合作的契机与支撑。

2020年，Outfit7与华为正式签署关于HMS的合作协

议，汤姆猫家族IP系列移动应用产品陆续上线华为海外应用市场AppGallery。2021年7月，Outfit7于海外Google Play、AppGallery等平台率先上线创新养成力作《我的安吉拉2》，在一如既往的精品内容和AppGallery等渠道助力下，《我的安吉拉2》成功夺得2021年第三季度全球移动游戏下载排名冠军，突出的游戏表现使汤姆猫家族IP形象再掀人气热潮。此番“最佳家庭休闲游戏”“最佳发行商”双料大奖的获得，也是华为对Outfit7技术实力、品牌影响力和全球优秀合作伙伴身份的再次认证。

### 2022华为开发者大会召开 金科汤姆猫再获多项殊荣

2022年11月4日-6日，HDC2022华为开发者大会在华为东莞松山湖基地如期举行。作为华为全球市场的长期合作伙伴，金科汤姆猫受邀参会，旗下跑酷类精品《汤姆猫跑酷》、养成类力作《我的汤姆猫2》分别获颁“PGS创新合作游戏”“最佳全场景游戏”奖项。



(图 2022华为开发者大会获奖奖牌照片)

在游戏服务论坛上，公司作为优秀合作伙伴向参会

嘉宾展示并分享了多年来双方围绕汤姆猫家族IP移动系列应用，在持续创新全场景智慧生活以及跨场景、跨设备娱乐体验上取得的优异成绩和经验心得。

公司表示，得益于华为生态、软硬件强大技术以及双方“智创家庭幸福”这一共同理念，公司旗下“会说话的汤姆猫家族”系列移动应用产品在持续深耕海内外市场、提升全球影响力的同时，不断突破内容体验边界，与华为携手成功跨越了移动、生活、出行等多个智能终端。其中，2021年，公司旗下《汤姆猫跑酷》以体感游戏方式登陆华为智慧屏，开启家庭娱乐新体验；2022年，《汤姆猫总动员》《汤姆猫跑酷》先后接入华为智能座舱，以多终端的应用实践为全球用户打开全场景智慧娱乐新想象。值得一提的是，在双方的深度合作下，《汤姆猫跑酷》已在车载应用终端实现手柄操作，双人同屏竞技场景也将于后续上线。



(图 广州市游戏行业协会颁布金科获奖奖牌照片)

## 公司子公司广州金科 再度当选广州市游戏行业协会副会长单位

2023年1月，由广州市社会组织管理局、广州市文化广电旅游局、中共广州市委网络安全和信息化委员会办公室指导，广州市游戏行业协会主办的换届大会暨第二届第一次会员大会在广州顺利举行。会议以无记名投票方式，选举产生了新一届理事会和监事会成员，公司子公司广州金科文化科技有限公司（以下简称“广州金科”）凭借卓越的产品综合实力、优异的企

业文化实力再度当选广州市游戏行业协会副会长单位。

作为广州地区政府与行业的重要纽带，广州市游戏行业协会以服务行业、规范行业、促进产业、面向国际为目标，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。多年来，协会充分发挥行业影响力，积极促进游戏产业的资源整合，助力广

东游戏产业发展提质升级。

广州金科自2021年3月当选广州市游戏行业协会副会长单位以来，始终秉持公司“正心诚信，稳健精进，惠人达己，卓越创新”的企业价值观，以广州市游戏行业协会为桥梁，持续推出优质游戏内容、聚焦技术和体验模式创新、强化党建引领、积极投身疫情防控、助残助学等社会公益，提升公司及其子公司与汤姆猫家族IP的行业影响力，并以优秀的企业文化和出色的核心竞争力完善地区游戏产业生态链，增强中国游戏行业在全球互联网市场的话语权。

此次再度当选广州市游戏行业协会副会长单位，不仅是业内对广州金科企业文化、研运实力以及综合竞争力的认可，更是对近两年来，广州金科作为行业创新范式和社会责任践行表率肯定。未来，广州金科将持续发挥游戏领军企业引领作用，以身作则，助力中国游戏产业“广州样本”实现越级增长。

据悉，本次换届大会还颁布了此前因疫情延期的“2021年度会员荣誉”奖项，广州金科获颁“2021年度优秀企业”、“2021年度锐意进取奖”、“2021年度至臻奉献奖”、“2021年度热心公益奖”及“2021年度疫情防控奉献奖”五项荣誉，再次证实了广州金科深远的地区影响力。



(图 广州市海珠区政府领导一行到访会议照片)

## 广州海珠区政府领导一行到访 金科汤姆猫参观交流

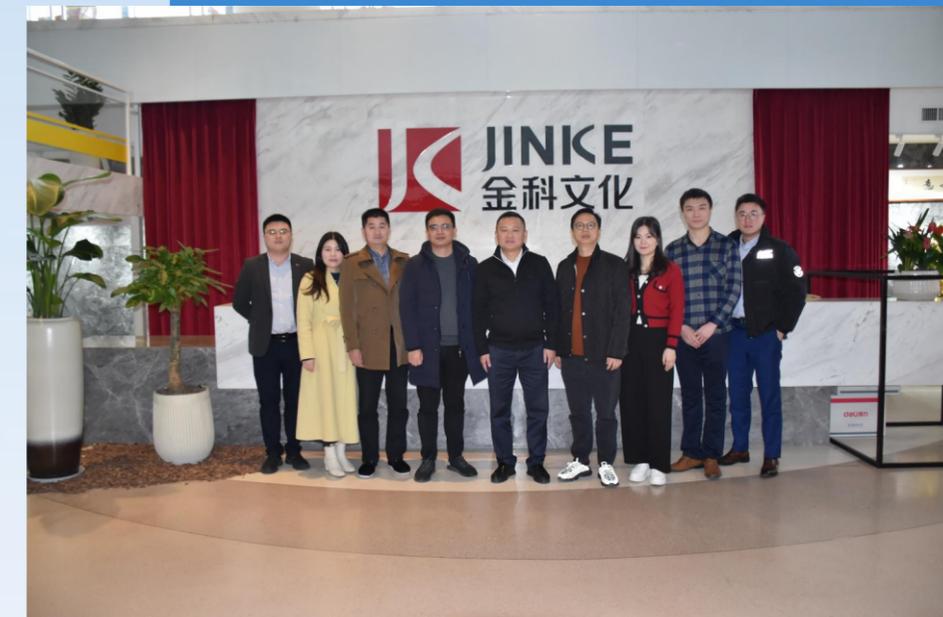
2023年1月12日，广州市海珠区副区长黄符伟、海珠区琶洲管委会主任郭明富等领导一行到访金科汤姆猫杭州总部参观调研，公司CEO张维璋等公司高管及业务负责人接待来访并陪同调研。

广州海珠区政府领导一行肯定了金科汤姆猫在数字文化行业的内容实力，并认为公司作为行业引领者，以极具生命力的IP文化和产品内容为传统产业的数字化转型持续注入了新活力，为数字文创行业的变革发展带来了新思路。金科

汤姆猫所拥有的丰富的线上品质内容和线下消费业态正是广州海珠区数字文创产业升级所需的优渥资源，多样化的创新合作案例更为海珠区数字文化创意产业发展提供了可行化、专业化的优秀范例。

交流会上，双方还就数字文化创意产业未来新发展、新动向，区域数字化产业新地标打造等问题展开了深入交流，对新兴文化业态强劲发展势头下，双方如何更好地发挥地域政策资源和内容及影响力优势交换了意见，并表明了对未来合作的高度期待。

2023年2月1日，湖南长沙县政府党组成员、副县长吴昊、长沙县委统战部副部长、县工商联党组书记、常务副主席王行楚等领导一行莅临金科汤姆猫杭州总部考察交流，公司CEO张维璋、子公司浙江金科汤姆猫文化管理有限公司董事长王炜荣等管理层接待来访并陪同调研。



(图 湖南长沙县政府领导一行到访会议照片)

## 湖南长沙县政府、县委统战部领导一行 莅临金科汤姆猫调研交流

公司管理层对长沙县委县政府领导团队的到访表示热烈欢迎，并陪同吴昊副县长一行参观了“会说话的汤姆猫家族”IP衍生品展览厅，同时介绍了公司主营业务及公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP的线上线下产业链发展态势。

公司管理层指出，汤姆猫亲子乐园作为公司特色线下体验业态之一，随着文化消费尤其是亲子消费进入需求新阶段，汤姆猫亲子乐园也在一以贯之的品质服务和创新体验基础之上，探索内容体验新形势，开拓

文旅消费新场景。以“会说话的汤姆猫家族”经典IP的全球影响力和公司线上线下全产业链优势为依托，持续提供高质量互动体验和优质服务供给。

交流会上，双方还以乐园新业态为范例，就当下多元产业融合升级与消费体验需求急速释放背景下，如何利用IP赋能长沙县文旅产业发展、助力培育多业态商圈、拉动区域经济高质量发展进行了深入的交流探讨，并表示了在内需扩大，消费增强的时代新格局下，对双方合作的高度期待。



# 业务速递

BUSINESS UPDATES

让快乐无界!

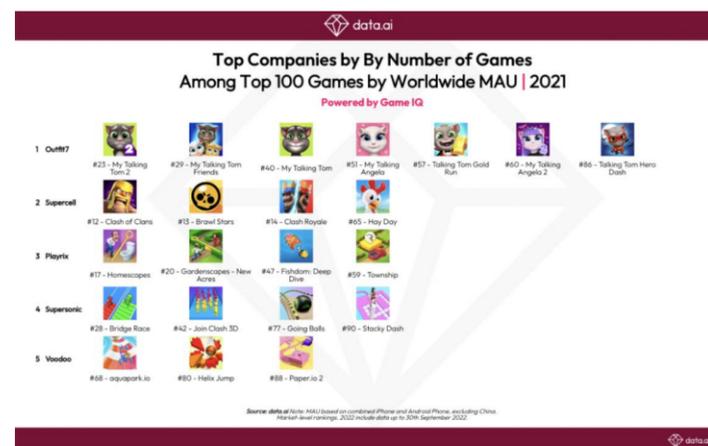


## 品质引领“会说话的汤姆猫家族”连续10年稳居全球游戏IP下载榜榜首

数据平台data.ai报告显示，2013-2022年，公司旗下“会说话的汤姆猫家族”IP系列移动应用产品下载量已累计超百亿次，连续十年稳居全球游戏IP下载量排行榜首位。该报告通过对全球下载量、月活跃用户、产品数量等进行综合维度的评估，指出“会说话的汤姆猫家族”是过去十年中最成功的手机游戏IP。

data.ai表示，“会说话的汤姆猫家族”IP连续保持成功的秘诀在于持续产出下载量与MAU靠前的精品游戏。2022年1-9月，旗下《我的汤姆猫2》位列全球游戏下载量排名第9，而上线仅两年的接棒新秀《汤姆猫总动员》则以硬核品质融合创意玩法跻身下载榜单第12位。

优异的市场表现多次验证了“会说话的汤姆猫家族”IP系列产品良好的发展趋势，稳定上涨的人气和品牌影响力更是不断开启汤姆猫家族IP产品品类扩展和内容升级的崭新赛道。



值得注意的是，data.ai的数据显示，汤姆猫家族IP系列游戏不仅在全球游戏下载榜单表现优异，系列产品在月活跃用户（MAU）数据上也占有绝对优势。在2013年到2022年的十年间，汤姆猫家族IP系列中的多款游戏产品稳居全球游戏MAU百强榜单，与此同时，得益于精品产品的长线运营和新产品的扩充，跻身全球游戏MAU百强榜单中的汤姆猫家族IP游戏数量保持着稳步增长态势，2021年，汤姆猫家族IP中共有7款游戏入围MAU百强榜单，再度坐实用户根基深厚、内容品质优异的游戏IP头部地位。

data.ai指出，过去十年里，移动游戏呈现爆炸式增长，占据了全球游戏支出的60%，成为市场的主导者。在移动互联网急速扩张的市场需求下，作为全球领先的移动游戏开发商，公司研发团队始终坚持“精品化、全球化、创新性”的研发宗旨，积极拓展游戏边界，寻求全新的游戏机制和内容体验。得益于全球化研发体系的完善与生产制作能力的提升，自2010年首款《会说话的汤姆猫》风靡全球后，围绕汤姆猫家族IP研发的二十余款多元品类新游相继问世，共同构建起汤姆猫家族IP宇宙，为全球休闲游戏用户持续创造快乐。

截至目前，公司汤姆猫家族IP系列休闲游戏累计下载量已超过190亿次，月活跃用户数最高达4.7亿次，在全球休闲游戏领域持续保持了市场领先地位。在汤姆猫家族IP系列产品稳健增长的数据背后，是公司对于精品内容的坚持和长线运营的优势积累。近年来，公司在为全球用户不断打造优质内容和创意玩法的同时，

也通过跨界娱乐体验终端、数字文化内容创造、线上线下场景联动等形式赋予汤姆猫家族IP新时代价值内涵，持续为用户创新文化与娱乐体验。

十年磨一剑，今朝再出发。未来，公司也将积极探索文化赋能、科技赋能等举措，继续扩大汤姆猫家族IP作为全球游戏头部IP的长线价值和文化影响力，为全球游戏产业、数字产业的迭代升级与多维融合创新开辟新的道路。



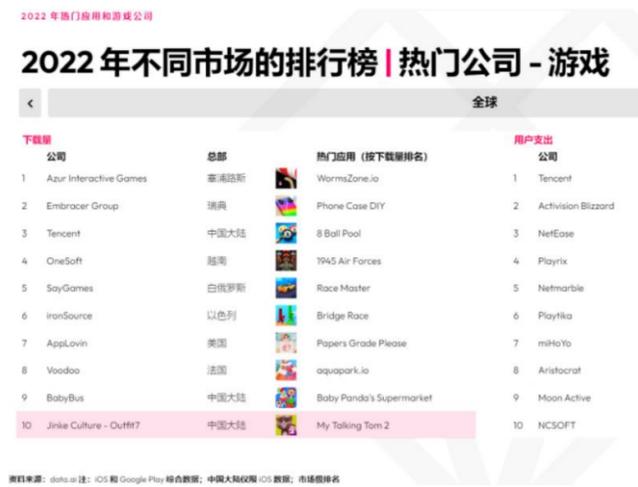
# data.ai 《2023年移动市场报告》发布 金科汤姆猫稳居全球游戏下载榜十强

全球领先移动数据分析公司data.ai（原App Annie）于2023年1月13日发布了《2023年移动市场报告》。报告总结了2022年全球移动应用市场的整体表现与发展新趋势，data.ai表示，尽管2022年全球应用商店支出有所收缩，但移动应用需求稳步提升，全球应用下载量、全球移动广告支出、全球用户使用时长均呈现增长态势。其中，在经济逆风的情况下，2022年，全球移动广告支出达3360亿美元，同比增长14%。



加拿大、英国、印度、印尼、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、土耳其、越南等多个国家，公司汤姆猫家族IP系列产品表现优异。其中，《我的汤姆猫2》凭借经典IP的人气影响力和内容玩法的创意突围，登顶虚拟宠物品类下载榜榜首，并再次入选全球热门游戏下载TOP10榜单；而上线于2011年的经典产品《会说话的狗狗本》则在问世近12年后依然热度不减，成功跻身美国、英国、加拿大等成熟市场的下载前列，再度坐实公司在全球虚拟宠物品类领域的领先市场地位。

值得关注的是，本次报告首次揭示了全球不同年龄段玩家在移动游戏上的不同喜好。根据data.ai的MAU数据统计，公司旗下《汤姆猫跑酷》《我的安吉拉2》《我的汤姆猫2》《汤姆猫总动员》等数款产品分别占据韩国、巴西、印度、印尼等多个市场的年轻人MAU前五榜单。其中，公司跑酷精品《汤姆猫跑酷》在韩国市场收获了35-44岁用户群体的喜爱，位居该年龄段



作为全球领先的移动游戏开发商及IAA（In-App Advertising）游戏领域的市场领导者，2022年，金科汤姆猫凭借过硬的实力，再度跻身iOS及Google Play游戏综合下载榜全球十强，根据data.ai数据统计，公司已连续13年入选该榜单。

同时，《2023年移动市场报告》指出，在美国、

玩家MAU产品榜TOP2。而除了经典优势产品的稳定人气外，公司近年来打造的创意新作《汤姆猫总动员》《我的安吉拉2》在印度、印尼等互联网新兴市场也成为“25+”年轻玩家心头好，稳居当地月活榜单前三。



在不断焕新存量产品活力、打造长线运营矩阵同时，公司依托于汤姆猫家族IP宇宙的现象级影响力，通过对内容演绎、体验形式、游戏机制等方向的探索，不断创新产品玩法与用户体验。2022年，公司在《我的安吉拉2》周年庆之际，通过剧情内容的丰富和互动玩法的升级创新游戏体验，并发布了IP人物“安吉拉”的首支原创主题曲《Shine Together》，以创意潮流形式强化品牌认知；2023年新春之际，《汤姆猫跑酷》推出新春主题版本，通过融入传统水乡文化和中国春节元素，为玩家呈现一场独具国风韵味的场景体

验。

在全球移动互联网市场竞争激烈、移动游戏加速迭代的市場环境下，公司旗下汤姆猫系列IP连续多年稳居全球游戏下载榜前列，成为全球休闲游戏及经典IP的可持续发展标杆范式，其关键在于对“精品化、创新化、全球化”研发宗旨的贯彻。近年来，公司生产制作能力的不断提升与全球化研发体系的持续完善，不仅为公司差异化内容打造和体验边界开拓奠定了实力基础，同时也为公司移动应用业务打开更广阔的成长空间积蓄动能。未来，公司将继续坚持品质为核，创新引领，为全球用户提供更多高品质游戏产品，为移动游戏产业创新发展贡献力量。



# TALKING TOM GOLDRUN

## 《汤姆猫跑酷》新春版重磅上线

### 全新国风场景演绎指尖冒险之旅

瑞兔呈祥，礼献新春。2023年1月4日，公司旗下“会说话的汤姆猫家族”IP精品手游《汤姆猫跑酷》兔年新春版本于安卓全渠道重磅上线。全新华夏主题传承新春民俗文化，火红喜庆的节日装扮和年味浓郁的特色内容为玩家构建出一场喜庆热闹的农历新年文化之旅。

此番重磅上线的《汤姆猫跑酷》兔年新春版本以中国传统民俗文化和烟雨江南风景为灵感来源，通过在游戏中主、侧世界中融入新春元素、氤氲水乡特色场景，推出IP人物国风造型和节日限定内容玩法等打造指尖畅享的沉浸式国风体验。除了红灯笼、福字等标志性装饰，游戏还推出了节日限定的“兔年灯笼”收集活动以及角色限定中国风皮肤。

值得关注的是，此次新版本中的江南水乡地图将经典跑酷玩法与古典江南特色相融，不仅把浮荷、翠竹、锦鲤、石拱门等江南意象数字移植到游戏中，更利用游戏思维创造出“轻功跑酷”、“打水漂”等一系列极具传统特色的创意新玩法。在带给玩家别样节日体验同时，也让更多用户在指尖的跃动中重新认知中国山水之美与传统文化之美。

## 2023年第一批游戏版号公示金科汤姆猫再获多款新版号

|    |         |    |                  |              |                |                        |             |
|----|---------|----|------------------|--------------|----------------|------------------------|-------------|
| 16 | 汤姆猫小小勇士 | 移动 | 杭州哲信信息技术有限公司     | 广州金科文化科技有限公司 | 国新出审 [2023]78号 | ISBN 978-7-498-10068-9 | 2023年01月17日 |
| 21 | 种地勇者    | 移动 | 宁波东海岸电子音像出版社有限公司 | 杭州每日给力科技有限公司 | 国新出审 [2023]73号 | ISBN 978-7-498-10063-4 | 2023年01月17日 |

1月17日，国家新闻出版署公布了2023年1月国产网络游戏版号过审名单，共88款游戏获得版号，公司旗下汤姆猫家族IP游戏产品《汤姆猫小小勇士》、新IP创意新作《种地勇者》均位列其中。多款游戏版号的获批也预示着公司将在新的一年不断完善产品矩阵，持续释放产品力，以巩固公司在全球移动游戏市场的领先地位。

公开资料显示，近半年来，国家新闻出版署发放游戏版号批次逐步趋于稳定，单次发放规模呈现稳步增加态势，整体发放节奏进一步回归常态，行业信心持续提升。

此次获批版号的《汤姆猫小小勇士》作为汤姆猫家族IP系列的创意新作，以闯关冒险为主要游戏机制，通过极具趣味性的关卡设置、丰富多样的技能组合以及叙事性的情节描绘为玩家构筑沉浸式冒险体验。

除了汤姆猫家族IP系列产品之外，此次顺利拿到版号的《种地勇者》是公司基于市场发展及用户体验需求打造的全新奇幻养成搭建类RPG游戏。该游戏在充分发挥公司多年来在养成品类的内容优势和成熟经验的同时，创意融合收集、探险、建造等多种玩法元素，让玩家在亲手创建世界的过程中获得独有的成长经历，从而培育勇于尝试、乐于创造的正向世界观。

作为全球顶尖的移动应用开发商，公司一直秉承“寓教于乐、休闲益智、精益求精”的内容创作信条和“品质为核，创意引领”的研发宗旨，持续推进高品质内容的上线，汤姆猫家族IP系列产品在全球移动游戏市场持续多年的卓越表现业已证实公司在用户体验、研发理念上的成功，同时也为公司不断完善产品矩阵、创新玩法和品类突破奠定了实力基础。本次多款版号的获审，无疑将为公司丰富产品品类、持续提升市场竞争力注入了加速度。

## Introducing the New Outfit7 Website

Mikael Masson, Marketing Strategist

**导语:** The brand new Outfit7 website is now live! With a new look, new content, and a refined vision, it's a true representation of who we are now – and an invitation to join us on our journey moving forwards.

Designed and developed by our amazing team, and fueled by hard work, laughter, and many cups of tea and coffee, the brand new Outfit7 website is now live and we couldn't be more excited about it!

The journey to this moment started in late 2021. We wanted to refresh our website to further develop our online presence, provide our visitors with a more informative and dynamic space to engage with us, and expand our own creative space. And so we got to work. The result? We've created a completely rebranded website with a modern, fresh look that stays true to who we are and where we want Outfit7 to go next. It gives better access to our story and our work, as well as provides a new Careers page and an improved News & Blog section.



### How did it all start?

When our team embarked on our brand repositioning journey over a year and a half ago, it was a time of both outward exploration and deep introspection. Together, we were able to rediscover ourselves, and so we set about repositioning from a company focused on family entertainment to a house of brands that reaches diverse audiences worldwide.

We realized that for Outfit7, our core brand, to be able to grow, expand, and diversify, it needed its own universe. And we believed that our flagship brand, Talking Tom & Friends, also deserved more recognition and a presence of its own. We felt that to give both brands the space they needed to grow, the next logical step would be to give them their own individual websites.



### How did we make it work?

Creating one website is never an easy feat – let alone working on two simultaneously. From the initial kick-off, we knew that we had to involve everyone in the process, from brand strategists to business development and talent acquisition specialists. And we put great emphasis on our team members collaborating and helping in each stage of the work. Every person involved brought their own unique and personal input to the website, which ensured that the design, content, and imagery of the finished site truly reflects our personality.

As with all new websites, we came up with all kinds of new ideas and changed our minds about how certain pages would look and feel, tweaking things along the way. Most importantly, we learned a lot about our work, each other, and our audiences in the process.



### What's new?

The new website – outfit7.com – has been designed to offer a clear and engaging experience for all our visitors. Among the new features, the site now has a dedicated careers section that opens up our recruitment process and offers a streamlined job application process. It also contains integrated social media buttons for Facebook,

Instagram, and LinkedIn in order to foster improved communication with all our audiences. And moving forward, we will be constantly updating and adding to the content with helpful information, stories, and news articles.

Over on talkingtomandfriends.com, we're shining a spotlight on the characters and their adventures, giving fans and new visitors a chance to interact and build relationships with their friends. We've added engaging new features, like mini-games, character talk-back functions, and downloadable content, to boost audience engagement with the brand in meaningful and value-adding ways. And we've given unlimited and free access to our complete library of Talking Tom & Friends video content, from gameplays and trailers to our globally popular animated series, as well as access to our portfolio of games.



### What's next?

Websites are living and breathing things, and we're excited that the new Outfit7 site will continue to grow and develop with us. So be sure to check it out from time to time, and find out about our latest news and projects. Watch this space!

随着国家疫情防控“二十条”“新十条”的连续出台，线下文娱消费市场有望逐渐回暖，亲子娱乐消费需求复苏在即。针对此新趋势，继今年江苏响水乐园落地后，汤姆猫亲子乐园江西南昌、江西上饶、江苏盐城等多地区门店于2022年12月-2023年1月陆续开业，以创新的体验消费和高品质内容运营持续引领亲子业态的进阶。



## 汤姆猫亲子乐园多城新店接连开业， 标杆业态激发亲子消费新动能



值得一提的是，为喜迎新年元旦，位于江西南昌新建吾悦广场的汤姆猫亲子乐园已于2022年12月31日开启试运营。广受好评的海港风设计、逼真还原的海上探索场景结合以“会说话的汤姆猫家族”IP人物性格为特点的多项创新互动项目，使江西南昌汤姆猫乐园在试运营期间便吸引了众多亲子家庭前往，一跃成为当地游乐打卡新地标。

元旦小长假期间，南昌门店共接

待总客流量突破两千人次，游玩小高峰和超强人气也再次验证了汤姆猫亲子乐园一贯以来的服务品质和深远的品牌影响力，同时也侧面反映了在宏观政策及外部环境的变化下，室内游乐等高品质的亲子互动体验已然成为当下年轻家庭客群新的精神消费刚需。

为持续助力消费增长，激发疫后线下文娱消费新动能，汤姆猫亲子乐园江西上饶店也于1月10日开门纳

客。作为江西第二家门店，上饶店延续了汤姆猫亲子乐园“寓教于乐”“快乐成长”的儿童成长理念，以不同年龄段儿童特征与需求为基础，打造涵盖勇气城堡、萌宠医院、开心农场、模拟超市等全场景沉浸式互动社交场景以及精彩丰富的活动项目，为亲子家庭消费者提供“游乐+教育+社交”的全新体验。

截至2022年6月，汤姆猫亲子乐园已落地浙江、广东、山东、江苏、

安徽、内蒙古、新疆等国内多个地区核心商业圈。在稳步扩张的节奏中，汤姆猫亲子乐园也在积极构建新的体验形式，服务于新时代消费者市内游乐、假期出游、文化体验等不同需求。2021年，汤姆猫亲子乐园新疆库车店首次打造“文旅+研学”的模式，在人气IP的基础上，引入区域民族文化和更多主题互动元素；2022年，江苏响水汤姆猫乐园作为当地民生实事项目开园，以其独特的乐园经济成为地区文旅消费

升级的重要引擎。

未来，随着江苏盐城、浙江台州、山城重庆等地的亲子乐园的陆续开业，“多点开花”的汤姆猫亲子乐园将持续以标杆业态和内容体验的核心优势为当地线下亲子消费注入全新动能。

## 盐城第二家汤姆猫乐园 开园 IP赋能打造文旅融合“盐城样本”



“

在各项消费新政策和农历春节假期的影响下，各地文旅市场迈入复苏新阶段。为满足旺盛的节日消费需求，力促文旅消费市场加速回暖，继盐城响水汤姆猫乐园落成后，汤姆猫亲子乐园盐城亭湖店于2023年1月15日开园迎客。新乐园以创新升级的主题风格、丰富多元的游玩体验、创意的空间场景设置持续联动餐饮、电商、零售等多个行业领域，构建多元复合消费场景。在为当地民众带去别样的节日体验同时，赋能盐城文旅文创产业高质量发展。

”

迎新开业的汤姆猫亲子乐园盐城亭湖店是盐城市“十四五”规划民生实事项目之一，由亭湖区东亭湖街道和亭湖区文广旅联合引进，旨在发挥响水汤姆猫乐园的成功经验，以汤姆猫家族IP的深远影响力和独特的主题乐园业态，推进城市文旅文创消费模式的多元化进阶和场景式融合，引领当地消费经济的品质化升级。

事实上，这并非首个民生实事项目乐园，江苏首店-响水汤姆猫乐园作为当地民生工程项目，自2022年6月开业以来，一直以其复合式的消费业态和综合文化体验吸引着络绎不绝的游客前往。良好的口碑和持续高涨的人气不仅直接带动了当地文旅产业发展，还推动了餐饮、购物等周边第三产业消费大幅提升，

成为拉动城市经济、释放消费潜能、促进县城新型城镇化建设的成功范例，更为公司乐园业态的创新和文旅融合积累下宝贵经验。

作为乐园业态又一升级之作，汤姆猫亲子乐园盐城亭湖店配套建筑面积达3700平方米，在延续融合响水汤姆猫乐园成熟的运营经验基础上，乐园盐城亭湖店将此前广受好评的英伦海港主题风格进行了创意升级，通过重塑空间形态，提升色彩层次，创造出极富故事感与想象力的沉浸互动世界。除了六大IP人物特色主题区域外，本次乐园还设置了蹦床与攀岩等游玩项目，其中人气手摇小火车首次采用架空设计，在解放儿童好玩天性、培养探索勇气同时，极大提高了体验趣味性。此外，汤姆猫亲子乐园盐城亭湖

店还将游乐体验与生活消费相结合，通过设置亲子餐厅、衍生品零售联动形式培育新消费增长点，打造盐城文商旅融合新名片。

此前，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》，明确提出积极发展服务消费，扩大文化和旅游消费。面对当前文旅产业发展的全新课题，汤姆猫亲子乐园也将持续发挥IP国际影响力和创新引领能力，积极开拓文旅消费新业态、新模式、新场景，在满足新时代亲子用户文娱消费新需求同时，为城市产业链赋能、增创消费新供给提供新动能。

04



新品上线

NEW PRODUCT LAUNCH

让快乐无界!

奇喵会发声~汤姆猫早教手机趣萌来袭!

汤姆猫家族 & 猫贝乐

联名打造宝宝专属早教手机

学英语、念古诗、陪聊天、讲故事……

一秒开启“话痨”模式

让宝宝在聊天中趣味学知识，在互动中培养创造力。



# “会说话的汤姆猫家族” 巧克力饼干礼盒甜蜜上市

瑞兔迎春 礼献新年

可爱的汤姆猫造型、香酥口感叠加巧克力的浓郁香气

团圆时刻加份好礼



TALKING  
TOM  
& FRIENDS  
汤姆猫家族

© 2010 - 2023 Outfit7 Limited. All Rights Reserved.

# 指尖跃动新体验 汤姆猫跑酷联名游戏mini手柄来啦`

汤姆猫跑酷携手猫贝乐

推出联名游戏mini手柄

多款模拟游戏闯关挑战

反应力大考验 步步为营

汤姆猫跑酷同款游戏音效 炫酷动感

多样模式精彩纷呈 造就眼疾手快实力派

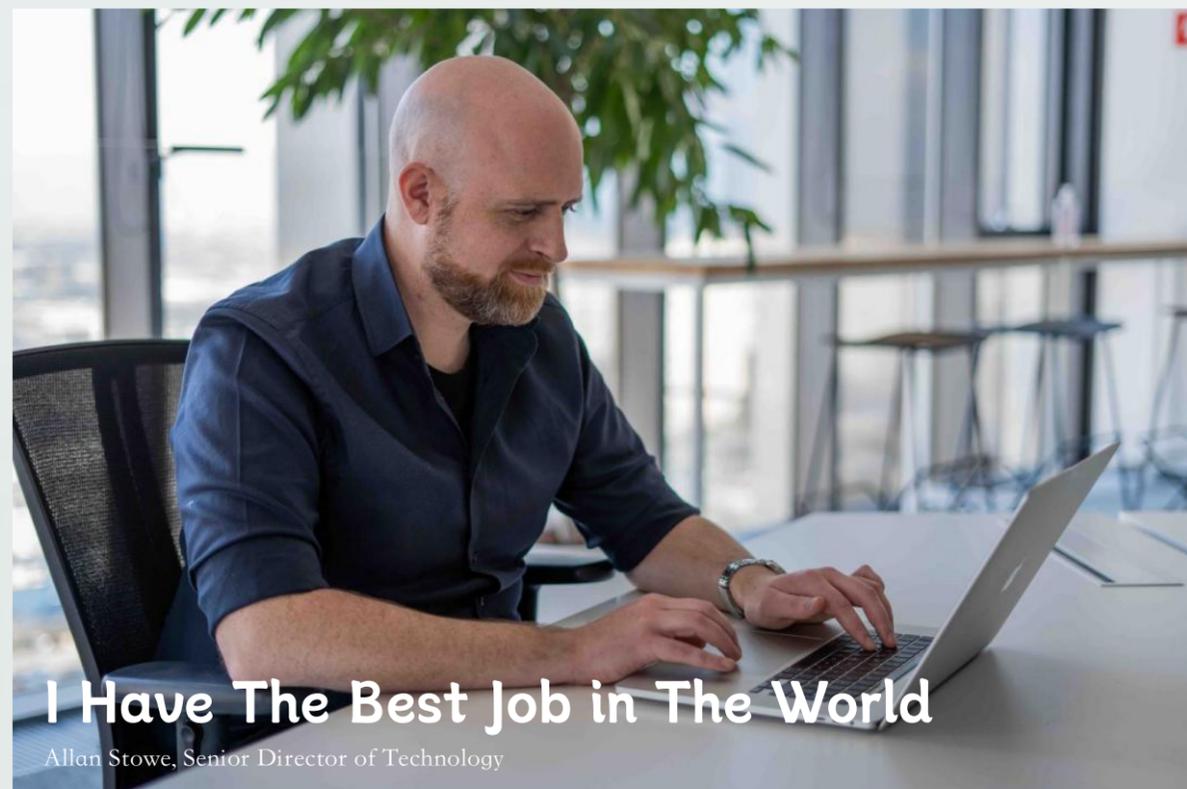




04

# 人物专访

PERSON INTERVIEW



## I Have The Best Job in The World

Allan Stowe, Senior Director of Technology

I have the best job in the world. There, I said it. Gaming's always been my passion, and now I get paid to play games every day! I joined Outfit7 Group back in 2014, around the time My Talking Tom came out (one of the company's early smash hits), and it was the best decision I have ever made – and my biggest professional challenge by far.

Now, I grew up knowing pretty much everything about desktop games, but when it came to understanding the specifics and the scale of the mobile industry? That was a challenge. My main task in those early days was to bring new and improved processes to the Quality Assurance (QA) department. I wanted to make sure that the end user got the best possible experience playing our games, so that meant I had to figure out new ways of testing the games and handling all the different devices. And we wanted to give our users a voice and let them have a direct influence on the product.

Every day I get to work with an amazing team and help make great games.

From the very beginning, my idea was to include the QA department from day one of the development processes of every product. And in a company like Outfit7, we could actually do it. The values and culture here are unlike anything I've ever seen. And with everyone working towards a common goal – making the best possible mobile games – the energy is just mind-blowing.

But it wasn't just the processes I was building during that time... I also had to build the team from scratch and figure out how to motivate them. Luckily for me, I was mentored by Luka Renko, VP of Tech, and Miha Obal, the Senior Director of QA. Leading by example, they showed me how to build trust and responsibility within the team, and gave me lots of amazing advice that I was able to pass on to my team. My management style and abilities have evolved and developed so much over the years – it's been quite a ride!

The first game launch I was responsible for as a QA lead was the virtual pet game, My Talking Angela. To be honest, it was hard work and we worked long hours, but we really wanted the game to be perfect for our users. And, let me tell you, the beer that we drank after the game launched tasted amazing – no other beer had ever tasted so good. After all those long hours of work we put in, we were able to kick back and drink ice-cold beer together and laugh our asses off. We were proud of what we had worked so hard to do – it was a job well done, and one well worth raising a glass (or two) to.

Of course, it's not all sunshine and beer, but I'm happy. Every day I get to work with an amazing team and help make great games. For me, this is as close to perfect as it gets.

# FRESH COMMUNITY 社区



## 鲜活社区

FRESH COMMUNITY

让快乐无界!



## 汤姆猫亲子乐园举办新春主题活动 畅享新年欢乐时刻

2023, Happy "兔"you

为庆祝兔年新春，汤姆猫亲子乐园  
杭州紫荆天街店、合肥店、南昌店、上虞店

举办了热热闹闹的新春主题系列活动  
砸红包，送福气；套圈圈，接好礼；投硬币，赢好运  
小朋友们纷纷化身幸运小萌兔，在趣味纷呈的活动中  
感受浓浓的年味，收获节日的快乐。



好礼红包到，开工好运来~

2023年1月28日（农历正月初七），  
金科汤姆猫及其旗下子公司迎来了兔年  
首个工作日。伴随着开工大吉，开工大  
红包也“早早就位”，为各位带来了新征  
程的第一份“开门好运”。



## 《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，欢迎随时沟通。



TALKING  
**TOM**  
& FRIENDS  
金科汤姆猫