



TALKING TOM AN- FRIEN- DS.

共克时艰

凝心聚力

11

2019.12-2020.02



金科文化
JINKE CULTURE



TALKING TOM AND FRIENDS



VISION

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

TALKING

T



M

AND
FRIENDS

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 王健

委员 朱恬 张维璋 张正峰

何文杰 方明

编辑部

浙江金科文化产业股份有限公司办公室

责任编辑

胡安子

美术编辑

傅翌晨

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



公司要闻 COMPANY NEWS

公司高层赴斯洛文尼亚子公司Outfit7考察交流	07
金科文化与厦门武林集团达成合作 开启汤姆猫家族IP新零售运营新篇章	08
App Annie 2020年移动市场报告出炉 Outfit7荣登全球及各国下载量前十榜单	09
《会说话的汤姆猫家族》登陆中央电视台少儿频道	13
杭州首家 会说话的汤姆猫家族IP主题亲子乐园欢乐开业	14
金科文化独家冠名 全国首档少儿励志圆梦综艺《中国蓝少儿梦想家》首播	16
金科文化与华为签署关于HMS的合作协议 未来产品将上线华为AppGallery	18
捷报频传！金科文化荣获游戏行业十余项大奖	19

业务速递 BUSINESS UPDATES

《汤姆猫大冒险》震撼首发 弹射冒险之旅开启	25
《汤姆猫跑酷》回归金科文化 新春版全新上线	27
公司新商业事业群召开2020年责任书签订会	28
汤姆猫家族与gxcg.kids达成IP授权合作 深挖IP长效价值	29
汤姆猫家族与i2全外教少儿英语达成IP授权合作	30
“汤姆猫家族中国奇妙旅”亮相杭州 引发全城关注	31



封面故事 COVER STORY

疫情防控 有序复工 我们在行动	35
抗“疫”时光 感受金科文化的温度	41
汤姆猫亲子乐园有赞商城上线	50
我们在湖北守望“春天”	51

聚焦年会 FOCUS

金科文化2019年度总结表彰大会暨2020年迎春年会盛典成功举办	57
年会发言摘要	61

鲜活社区 FRESH COMMUNITY

关注病患孤儿 用爱筑起希望	71
会说话的汤姆猫家族萌动羊城 欢乐趣玩会完美收官	73
2019新商业事业群主题团建活动回顾	76

|

TALKING TOM AND FRIENDS



TALKING

COMPANY

公司要闻

NEWS

AND
FRIENDS

公司高层赴斯洛文尼亚子公司 Outfit7考察交流

2019年12月6日，集团董事长朱志刚、金科文化CEO王健等一行赴子公司Outfit7的斯洛文尼亚分公司考察，与Outfit7公司高层以及中层管理人员展开了为期三天的座谈交流。



在座谈会上，朱董认真听取了Outfit7事业群在企业文化、组织架构以及未来3年发展目标、与国内金科汤姆猫团队相关协同业务的汇报，充分肯定了Outfit7在2019年所取得的成绩，并强调，公司将紧紧围绕“会说话的汤姆猫”这个核心IP，集中资源，全力打造线上与线下、娱乐与教育、衍生品与授权、乐园与专卖店协同发展的IP全产业链生态；Outfit7作为汤姆猫IP的创造者，作为全球知名游戏发行商，在其中承担着尤为重要的角色，国内外各个团队高效协同，从而实现业务发展和业绩新突破。

为凝聚共识、增进协同，金科文化CEO王健、高级副总裁朱恬、互娱事业群副总裁柏翔在座谈会上，分别就游戏、授权、乐园、衍生品等几个主要业务板块展开分享，现场与Outfit7团队共同探讨未来国内外游戏研发和运营，以及在汤姆猫全栖IP生态构建中的配合与协同方式。

在金科文化收购Outfit7三年这一关键点，公司高层一行到访Outfit7公司，既是对过去三年各项工作的全面总结盘点，更是充分展现了公司清晰的发展战略和品牌定位，以及实现“建设汤姆猫全栖IP生态、打造汤姆猫亲子生活品牌”宏大愿景的决心和信心。



金科文化与厦门武林集团达成合作 开启汤姆猫家族IP新零售运营新篇章

2019年，金科文化旗下全资子公司金科汤姆猫网络科技有限公司与厦门武林科技有限公司达成战略合作协议，双方共同组建合资公司，全面推进“会说话的汤姆猫家族”IP新零售运营战略，以实现线上线下全网、全渠道发展。

金科文化拥有汤姆猫家族IP的巨大影响力及庞大的用户流量，而厦门武林集团作为一家集电商自营品牌、国际知名品牌、国际知名IP代理及打造新零售运营平台的专业品牌新零售运营公司，基于其强大的运营优势、平台服务模式，以及包括哆啦A梦、PAUL FRANK、小猪佩奇、汪汪队立大功等在内的全球大IP代理运营经验，双方强强联手，优势互补，将共同开启“会说话的汤姆猫家族”IP新零售运营的新篇章。

基于合作，“会说话的汤姆猫家族”IP通过线上各品类TOP大卖场授权以及IP联名发展整个线上电商业务，以抖音、快手为主的互联网媒体渠道，并通过亚马逊、ebay等全力拓展全球业务；与此同时，“会说话的汤姆猫家族”IP将正式接入厦门武林集团线下各品类传统经销渠道及各品类代理商原有渠道，以汤姆猫集合店综合打造拓展全国市场，最终实现线上线下全网、全渠道发展。

可以预见，在衍生品市场崛起之下，手握优质IP，整合多方资源，金科文化势必将在千亿级IP衍生品市场占据一席之地。



App Annie 2020年移动市场报告出炉

Outfit7荣登全球及各国下载量前十榜单

1月16日，App Annie发布了《2020年移动市场报告》，针对2019年移动市场的下载量、流水、使用时长等进行统计分析，解读去年主要游戏市场趋势，并给出了全球近30个国家和地区的下载量、用户支出、MAU的榜单排名。



报告显示，金科文化全资子公司、全球知名游戏开发商Outfit7在2019年iOS及Google Play上的游戏综合下载量居全球第四位，与去年持平；《我的汤姆猫2》跻身2019全球热门游戏下载量榜第六位。



引领新兴市场 Outfit7蝉联印度下载量榜首

从整体市场情况来看，2019年全球App下载量创下2040亿次的新纪录，全球App下载量在过去的3年内增长了45%，增幅相当惊人。其中，下载量的增长主要由印度、巴西和印度尼西亚引领的新兴市场所推动。而在这三个国家的热门下载量排名中，Outfit7均榜上有名。尤其是印度，Outfit7连续两年蝉联榜首，彰显了其在新兴移动游戏市场的绝对优势。同时，在中国、俄罗斯、土耳其、巴西、阿根廷、泰国等全球11个国家，Outfit7也保持着较高的受欢迎度。





三款IP游戏上榜 《我的汤姆猫2》全球大热

与此同时，报告显示休闲游戏占游戏总下载量的47%，是2019年全球下载量最高的游戏类别。作为在休闲游戏领域深耕十年的知名游戏开发商，Outfit7此次不负众望，携三款“会说话的汤姆猫家族”IP经典游戏上榜，除《我的汤姆猫2》荣登2019全球及多国下载量榜单之外，《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫》也分别出现在了中国和俄罗斯的月活跃用户数榜单之中。



其中,《我的汤姆猫2》自2018年11月初登陆全球App Store,曾一度拿下96个国家App Store免费榜的首位,并在App Store中获得4.7的高分。在黑石奖、金茶奖等2018年度游戏评选中,《我的汤姆猫2》更是拿下了多个“最受期待游戏”奖项。《我的汤姆猫2》距今上线一年有余,此番荣登全球及11国下载量榜单,足见其产品实力以及汤姆猫IP强大的感召力。

《会说话的汤姆猫家族》 登陆中央电视台少儿频道

由金科文化旗下全资子公司Outfit7出品的《会说话的汤姆猫家族》第一季动画片，2019年12月17日起登陆中央电视台少儿频道《动漫世界》栏目，与全国的小观众见面啦！

《会说话的汤姆猫家族》第一季动画由艾美奖获得者、《辛普森一家》主编Tom Martin担任首席编剧，动画讲述了“会说话的汤姆猫家族”5个好朋友追逐梦想的故事。勇敢梦想家汤姆猫、时尚大明星安吉拉、呆萌小傻瓜汉克狗、淘气小可爱金杰猫、创新技术宅狗狗本，他们性格迥异，各自都有自己的不完美，但是对生活和梦想都充满了热情和无限的能量。无论是奇思妙想的发明，还是生活中的小事，都以风趣幽默的方式呈现给观众。此番能登陆央视少儿，与全国的观众见面，可见其故事内容和精神内核深受认可。



《会说话的汤姆猫家族》第一季动画于2016年年底登陆爱奇艺、优酷等国内主流视频平台，凭借逗趣搞怪的主角人物、幽默风趣的语言以及充满正面教育意义的情节内容，深受小朋友的喜爱和家长的支持。依靠过硬的品质和口碑，《会说话的汤姆猫家族》系列动画已跻身优质海外动画第一梯队。截止目前，汤姆猫家族系列动画国内全网播放量超过190亿次。

除了国内，《会说话的汤姆猫家族》动画在海外也受到各语种观众的欢迎。汤姆猫家族动画现已推出四季，被翻译成29种语言，在YouTube、Netflix等主流视频平台以及超100个国家的电视台持续热播；并以优质的原创内容，荣获Cablefax“最佳动画系列片”奖，和Cynopsis Kids Imagination Awards儿童想象力奖的“6-11岁儿童动画系列片”荣誉奖。

杭州首家 会说话的汤姆猫家族 IP主题亲子乐园欢乐开业

2019年12月21日上午，金科文化旗下“会说话的汤姆猫家族”IP主题乐园，汤姆猫亲子乐园龙湖杭州紫荆天街店迎来开业。金科文化CEO王健、高级副总裁朱恬、新商业事业群总裁陈佩卿及副总裁张向阳，龙湖商业华东二区总经理部琰豫及相关合作方高层齐聚新店，参加了隆重的剪彩仪式。



汤姆猫亲子乐园，以“亲子互动”和“寓教于乐”为运营理念，集游乐、益智、运动、探险、互动、教育于一体，致力于为1-12岁的亲子家庭打造极致的游乐体验。

2018年国庆期间，汤姆猫亲子乐园合肥店和绍兴上虞店双店齐开，欢乐无限蔓延，截止2019年10月底，累计接待超过77,000组家庭，组织各类主题活动700余场，会员转化数据良好，广受好评，汤姆猫亲子乐园已成为当地亲子家庭网红打卡之地。

作为全国第三家、杭州首家汤姆猫亲子乐园，在前两家亲子乐园成熟的管理模式、运营经验等基础上，汤姆猫亲子乐园杭州店进行了玩法升级与全面优化。

整个乐园以“会说话的汤姆猫家族”5个IP角色鲜明而迥异的个性魅力为切入点，高品味打造八大专属区域，不仅配备有多元化的游乐设施、定制开发的多媒体亲子项目、安全的防护设施，更是将淘气堡、职业体验、SHOW TIME、科技馆等场景，和《汤姆猫跑酷》《汤姆猫水上乐园》《我的安吉拉》等汤姆猫家族IP旗下多款S级原创游戏结合在一起，打造线上线下全方位沉浸式体验，为孩子营造了一个充满想象、创意和探索的成长空间。

同一时间，作为龙湖商业在杭州的第四座天街系产品，龙湖紫荆天街也迎来了开业的首批消费者。龙湖

紫荆天街立足于杭州西湖区三墩版块，地铁2号线上盖商业体、总辐射人口超100万，以亲子、家庭为核心客群。除了汤姆猫亲子乐园外，同步入驻的有永辉、UME影院、西西弗书店、洛克公园、超级物种、美吉姆、爱玩嘉年华等知名品牌。

汤姆猫亲子乐园正式登陆杭州龙湖紫荆天街，意味着金科文化“打造汤姆猫全栖IP生态”战略又一次迎来完美落地。未来，金科文化将稳步加速，积极拓展市场，将汤姆猫亲子乐园带到更多城市，与“会说话的汤姆猫家族”IP亿万粉丝用户深度互动，共享欢乐时光。



金科文化独家冠名 全国首档少儿励志圆梦综艺 《中国蓝少儿梦想家》首播

筑梦向前，成长可见。2020年1月11日，金科文化旗下“会说话的汤姆猫家族”独家冠名，由浙江少儿频道、中国蓝TV少儿频道、浙江华数、超迹文化共同打造的少儿励志综艺节目《中国蓝少儿梦想家》迎来首播。



《中国蓝少儿梦想家》是浙江广电旗下中国蓝少儿系列品牌节目，全国首档少儿励志圆梦综艺，为怀揣梦想的少年们提供展示自己的舞台。节目组从全国各地寻找最具创意的梦想，让孩子展示个人魅力，彰显少年风采，同时以“我的梦想”为主题，用舞台演说形式展示小梦想家的奇思妙想，展示当代少儿的个性和成长背后的故事，同时对接家庭、学校和社会对未成年人成长培育的理念等，释放出了良好的社会引导和励志作用。

自2019年7月正式启动，历时5个月，全国超过三万名少年儿童加入追梦的行列中，从全国海选到市赛、全国赛，再到现场录制，金科文化作为节目的独家冠名商，与会说话的汤姆猫家族一起见证了无数追梦少年在追梦路上的收获与成长，与此同时也见证了那股深藏在背后的温情力量。

好的综艺节目不应只是娱乐大众，更应传达积极的生活态度，一如始终陪伴着全球亿万粉丝用户的“会说话的汤姆猫家族”。

“会说话的汤姆猫家族一直倡导的是让每一个小朋友，包括我们每一个人都能够勇敢地说话，说出自己的爱与梦想。”在1月14日盛大开启的《中国蓝少儿梦想家》年度盛典上，金科文化品牌负责人徐恣受邀出席并表示，“金科文化一直致力于关于梦想的事业，在我



金科文化品牌负责人 徐恣



们精心打造的虚拟世界里，汤姆猫和他的朋友们，勇敢地追寻着自己的梦想，一路勇往直前，不畏任何的困难和艰险，而这也是我们在小小梦想家们的身上所看到的。我们希望，以后在小朋友看到会说话的汤姆猫家族的时候，可以想到的是爱与梦想的力量，可以获得的是追寻梦想的勇气。”

自2010年6月《会说话的汤姆猫》休闲游戏上线至今十年的时间里，“会说话的汤姆猫”不仅迎来了一个又一个可爱的朋友们，组成一个欢乐友爱的“会说话的汤姆猫家族”，更是从游戏、动画等线上虚拟世界走了出来，通过IP授权、衍生品和汤姆猫亲子乐园等多种形式，陪伴着越来越多的亲子家庭。

此次携手少儿励志综艺节目《中国蓝少儿梦想家》，除了希望通过正能量的节目，进一步打通与国内亲子家庭的互动沟通，提升亲子用户的品牌认知度和价值感受，更希望可以呼吁社会珍惜孩子的创意，启迪孩子的想象力，关注孩子的梦想，共同守护每一份梦想。



《中国蓝少儿梦想家》自2020年1月11日起每周六16:30，浙江少儿频道电视首播，每周一晚间20:20热力重播，每周一中国蓝TV、浙江华数、优酷、腾讯、爱奇艺同步更新。让梦想发声，为梦想助力，让梦想开花结果，2020年，“会说话的汤姆猫家族”将继续守护每一份梦想。

金科文化与华为签署 关于HMS的合作协议 未来产品将上线华为AppGallery

2月26日，金科文化发布的投资者调研纪要显示，目前公司已与华为签署了关于HMS的合作协议，未来公司产品也将上线华为AppGallery等应用市场。

华为手机2019年全球出货量2.4亿台，超越苹果成为仅次于三星的市场份额第二大手机厂商。华为希望通过打造HMS(华为移动服务)生态，在国际市场打造稳定可用的智能手机体验。

2月24日，华为在巴塞罗那召开了一场纯线上的发布会，华为HMS生态重磅亮相。同时AppGallery作为GooglePlay合作分歧后的新一代全球应用分发渠道，也被视作本次亮相内容的重中之重，是国内版华为应用商店的国际版本。此外，华为宣布“耀星计划”，将提供10亿美元吸引开发者共建生态，该举动足以体现华为招揽HMS生态开发者的决心。这也意味着HMS真正意义上的向全世界范围内推出，国际版华为手机用户的体验有望得到全方位完善。

在此合作之前，金科文化参股公司天际微动研发的VR游戏《绝命战场VR》已参与华为云VR计划，该游戏产品已与华为云VR系统初步完成了对接测试。天际微动也是华为iLab发起成立的产业合作组织VR OpenLab的成员之一。



捷报频传！ 金科文化荣获游戏行业十余项大奖

2019年是金科文化变革与腾飞的一年。作为中国网络游戏产业的主力军团之一，金科文化凭借着出色的表现和贡献，在2019年荣获游戏行业数十项大奖，得到业界的极高认可。



作为金科文化2019年度休闲类手游力作，《汤姆猫英雄跑酷》凭借其IP强大的号召力以及丰富的核心玩法，高歌猛进一连斩获四项大奖，其中包括第四届金陀螺“年度人气IP类游戏奖”、第六届金口奖“2019年年度产品”、金茶奖“2019年度最佳休闲游戏”和金手指奖“优秀手机游戏”。





在新产品口碑、收入双丰收之外，面对行业新形势，金科文化通过精细化流量运营模式为经典产品赋予了新的生命力，使《我的安吉拉》再度成为爆款游戏，荣获2019第五届硬核联盟黑石奖“硬核联盟年度最受欢迎小游戏”。

除此之外，金科文化CEO王健荣获2019年度中国游戏行业金手指奖“优秀企业家”，金科文化斩获2019年度中国游戏行业金手指奖“优秀企业”、金茶奖“2019年度最佳移动游戏发行商”以及OPPO开发者大会“流量合作伙伴”。多个含金量颇高的奖项，体现出金科文化在游戏行业领先的综合整体实力。



荣耀的背后，离不开金科文化“精品化”策略的高效实施。为进一步提升“精品化”能力，金科文化持续在研发上加大投入力度，围绕强IP储备持续发力，在2019年迎来“产品大年”，先后曝光了《汤姆猫大冒险》《汤姆猫荒野派对》《汤姆猫飞车》等自研游戏。

在互联网上升为国家战略的良好市场环境，以及文化娱乐产业逐渐走向融合的大趋势下，金科文化将在不断提高自研产品“精品化”程度的基础上，在产品类型、题材以及艺术表现、玩法等方面持续进行多元化创新，为深化超级IP、推动中国文化旅游产业的全球化发展，贡献自己的力量。





TALKING TOM AND FRIENDS





MISSION

我们的使命

寓教于乐
智创家庭幸福

|

TALKING TOM AND FRIENDS



TALKING

BUSINESS

业务速递

UPDATES

AND
FRIENDS

《汤姆猫大冒险》震撼首发 弹射冒险之旅开启

休闲竞技，畅享对决！沿袭正统IP，“会说话的汤姆猫家族”首款弹射对战手游《汤姆猫大冒险》于2020年1月14日全安卓平台首发！奇幻惊险的勇者冒险之旅，这里有广袤无垠的森林，个性独特的时装，萌萌可爱的宠物，更有回合策略的3V3竞技，挖坑高抛畅快弹射！

花样射击对决

至宝魔法书现世，星球战争一触即发，冒险家们快来拯救我们美丽的星球！会说话的汤姆猫家族成员闪亮登场，搭配经典弹射战斗玩法，指尖之际便可与对面的玩家一较高下，操作简单易上手，却非常考验玩家的对战策略！游戏为玩家提供了多种武器和装备，更有萌萌哒的宠物为玩家提高战力。



探宝冒险奇遇

新的弹射，新的冒险！除了体验游戏剧情畅享闯关乐趣之外，还有多种玩法让玩家乐无穷！需要团队合作的大魔法师悬赏、惊险刺激的红心大战、还有凶恶的世界BOSS.....策略和眼力的较量，在危机四伏的冒险之路上战胜敌人，变身最强冒险家吧！





多人跨服PK

PK玩法，团队协作！《汤姆猫大冒险》为玩家准备了一个盛大的竞技场，让热血的玩家成为场上最闪亮的勇者！系统开放1V1、2V2、3V3等PK玩法，满足玩家单人、多人的PK需求！丰富多样的PVP战斗模式，真实有温度的社交体系全新上线，组队协作打BOSS，体验智谋弹射对决的战斗乐趣！

百变时装大咖

想要变身冒险之王？光有实力还不行，颜值也要跟得上！超人气时装展览系统一定可以满足玩家对个性的需求，上百种个性炫酷时装任意挑，你就是弹弹星球最靓的仔，颜值实力兼具carry全场！



奇幻的弹射冒险之旅，从指尖出发！《汤姆猫大冒险》开启华丽公测，体验全新畅快的弹射对决，快来下载吧，就差你了！



《汤姆猫跑酷》回归金科文化 新春版全新上线

2020年1月1日，休闲跑酷手游《汤姆猫跑酷》版权回归金科文化。为了迎接春节的到来，全新的《汤姆猫跑酷》新春版已全球同步上线。玩家在《汤姆猫跑酷》中收集到相应的红包，即可兑换包钻石、金砖等奖品，同时还可解锁全新角色——将军汤姆猫和年娃安吉拉，感受浓浓的中国年味。

除了奖品，为了让家真正跑出新意，新春版本增加了“失落之城”的全新地图，岩浆海洋成为用户新的冒险赛道，并引入全新道具“超级弹弓”助力用户飞跃这些“死亡之地”。与此同时，游戏中还设置了每天时长1小时的双倍奖励时段，分数翻倍，乐趣翻倍。



公司新商业事业群 召开2020年责任书签订会

为进一步明确目标任务，更好的推进新商业各项业务工作的顺利开展。1月19日上午，公司新商业事业群召开工作会议，层层签订了2020年经营目标责任书。

责任书从业务营收及利润、管理要求、绩效激励等方面向各业务部门下达了目标任务，按照“谁主管、谁负责”的要求和目标分解、责任共担的原则，将各项任务向各个业务部门层层分解和落实，新商业事业群旗下授权事业部、乐园事业部、衍生品事业部、项目孵化部等各业务部门负责人分别签订了目标责任书。

通过签订目标责任书，进一步明确了工作目标、落实了工作责任，充分调动了新商业各业务部门的工作积极性，为新一年的工作开创新局面打下了坚实的基础。



会说话的汤姆猫家族 与gxxg.kids达成IP授权合作 深挖IP长效价值

2019年底，金科文化旗下全资子公司浙江金科汤姆猫网络科技有限公司与gxxg.kids品牌签订IP授权合作协议，双方将围绕金科文化旗下IP“会说话的汤姆猫家族”，在儿童服饰商品化授权方面开展深入合作，专注3-10岁服饰领域，深挖IP长效价值，高效赋能品牌。



gxxg.kids是国内具有代表性的休闲时尚男装品牌GXG旗下童装品牌，创立于2012年，以80、90后懂时尚、有品牌意识、爱生活的父母所孕育的3-10岁小朋友为消费人群，产品以时尚休闲为主，款式简约，富有趣味，色彩绚丽，风格混搭。基于此次合作，以“会说话的汤姆猫家族”IP萌趣可爱的形象为主，融入汤姆猫家族IP所特有的欢乐、勇敢、正能量的价值内核，gxxg.kids将推出汤姆猫家族联名款服饰，在全国350家门店上架销售。之后gxxg.kids还将打造首家汤姆猫家族快闪店，与消费者深度互动。

服装行业跨界联名已成当下潮流。2019年优衣库和KAWS联名系列的上市，让大家见证了IP的无限潜力。作为比肩优衣库、连续几年位列双11天猫男装类目店铺销售第二名的男装品牌GXG，及其童装品牌gxxg.kids，在与潮流元素跨界联名方面也有着丰富的经验。基于深度契合的用户调性，双方优势互补，玩转IP跨界营销，势必能够给国内亲子家庭带来前所未有的惊喜。

IP跨界是IP运营的必然趋势，通过与gxxg.kids的跨界联动，利用其全渠道的力量触达更多粉丝用户，汤姆猫家族IP将与国内亲子家庭产生更加紧密的情感连接，IP形象也将更加深入人心。以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心，之后金科文化也将继续保持开放合作的态度，不断尝试各种新的业态、拓展更多可能性，深挖IP长效价值，与国内外优质品牌商共同掘金IP衍生品市场。

汤姆猫家族与i2全外教少儿英语达成IP授权合作

2020年初，会说话的汤姆猫家族IP与国内知名全外教少儿英语教育机构i2正式达成IP授权合作关系，目前已共同推出儿童拉杆箱、书包、雨衣、雨伞4款汤姆猫家族限量版联名定制礼品。未来，双方将有意计划在少儿启蒙教育、课程合作、快闪活动以及IP周边业态项目等展开合作，共同携手专注少儿领域，打造互惠共赢、可持续发展的深度战略合作伙伴关系。

《会说话的汤姆猫》自2009年推出便风靡全球近十年之久，汤姆猫家族系列产品全球下载量超120亿，汤姆猫家族系列动画全球总播放量已超过510亿次，是有着超高人气的游戏动漫IP，一直备受中外企业及儿童动漫、教育行业关注和青睐，将汤姆猫家族勇敢、充满活力的形象巧妙融入到儿童启蒙教育中，为孩子们带去欢乐的同时，也为家庭启蒙教育的开展带来全新助力。

i2全外教少儿英语，是致力于“让英语成为孩子的第二母语”的多元化教育企业，坚持全外教、小班制、PBL情境教学三大核心特色教学。创立至今9年来，已拥有资深外教近600名，目前已进入全国15省份、22个城市，开办直营学习中心近百家，为全国数十万学员提供优质的国际教育服务，曾多次获评“最具影响力少儿英语品牌”。据i2方面称，汤姆猫家族IP一直倡导重视乐趣、无所畏惧，传递健康向上的正能量精神，IP庞大的年轻用户及亲子家庭群体，与i2的目标受众关联性极强，在品牌内涵上也有着超高契合度，对于i2提升快乐学习概念上有着非常重要的影响力，是i2十分重视的合作伙伴。

此次汤姆猫家族IP与i2的合作，是双方品牌的共同赋能。双方在专注儿童领域上达成共识，重点着手深度发掘IP价值，瞄准IP深度开发，提升IP自身的变现能力，也助力双方在少儿教育市场上的覆盖面与品牌影响力，是推动业务新聚焦、合作开放战略的最新实践，也为日后推出更多优质的少儿衍生品打下坚实的基础。



“汤姆猫家族中国奇妙旅” 亮相杭州 引发全城关注

2019年12月21日，“会说话的汤姆猫家族”中国奇妙旅美陈展亮相杭州萧山恒隆广场，掀起一波玩趣狂欢热潮。这是金科文化与中国新城市于2019年10月30日签署战略合作协议后正式落地的一个项目。以杭州萧山恒隆广场十二周年庆为切入点，汤姆猫家族主题展一经亮相，引发全城关注，以超强人气强势拉动商圈流量，激发全新活力。



预热活动引发全城关注

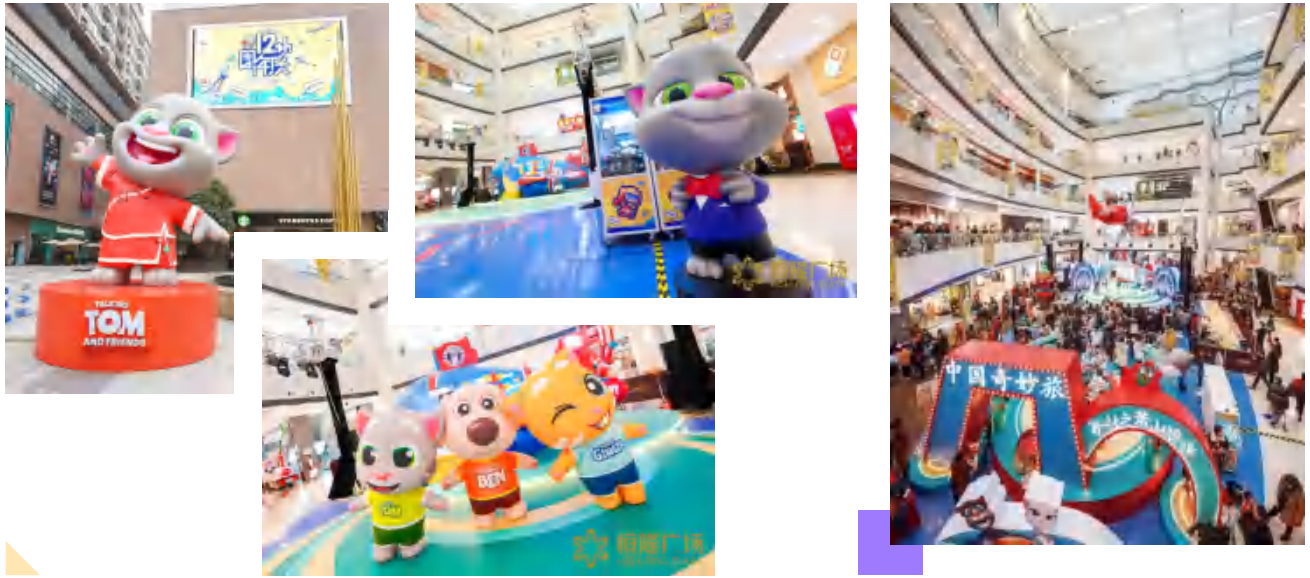
借势动漫IP玩转场景营销，已成为现下实体商场吸客的制胜法宝。在活动预热阶段，杭州萧山恒隆广场“汤姆猫家族中国奇妙旅”，结合“会说话的汤姆猫家族”的内容属性，同步通过“全城搜索汤姆猫”事件引起全城关注。

2019年12月6日，杭州萧山恒隆广场发出全城悬赏通告，网络、朋友圈同步释放全城寻找“会说话的汤姆猫家族”的信息，并在杭州西湖、河坊街、中国美术学院（南山校区）、钱江新城、湘湖等五个热门地点设置打卡点，为巡展的正式亮相提前预热造势。



跻身杭城亲子打卡新地标

开幕首日，虽然天气寒冷，但却抵挡不住杭城市民前往杭州萧山恒隆广场逛“汤姆猫家族中国奇妙旅”主题展的热情。



依托“会说话的汤姆猫家族”IP的影响力，在杭州萧山恒隆广场内打造汤姆猫家族IP主题展览，是中国新城市以欢乐时光儿童主题商业品牌深度联动汤姆猫家族IP，与年轻消费者及亲子消费家庭互动沟通的初尝试。萌趣而不失精美的美陈，丰富的线下互动活动，不仅在杭州萧山恒隆广场周年庆当天吸引了大量的客流，也让整个商场焕发出了全新的活力，跻身杭城亲子打卡新地标。



同一时间，汤姆猫家族第一季动画正式登陆央视少儿频道，与全国的观众见面，也为此次汤姆猫家族IP主题展的亮相集聚更高的人气。据杭州萧山恒隆广场数据显示，借势汤姆猫家族IP，本次恒隆12周年庆当日客流与销售齐创新高，客流同比增长49.52%；销售额同比增长123.73%，环比增长318.47%，其中儿童业态孩子王当日以101.42万元销售额，突破开业以来最高纪录。

值得一提的是，这也是“会说话的汤姆猫家族”十周年全国巡展的第一站。之后，以十周年全国巡展为主题，汤姆猫家族还将陆续走进上海、成都、北京等城市，联动实力强劲的实体商业品牌深层次挖掘IP内容价值，让欢乐无限蔓延，为更多的消费者提供更优质、更舒适、更具个性化的消费体验。

|

TALKING TOM AND FRIENDS



TALKING

COVER
封面故事
STORY

AND
FRIENDS

疫情防控 有序复工 我们在行动

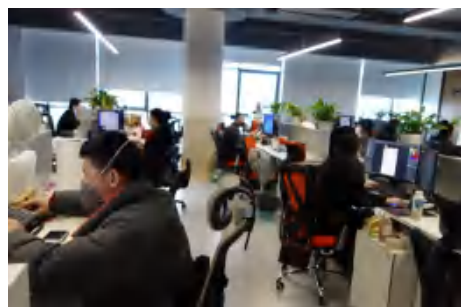
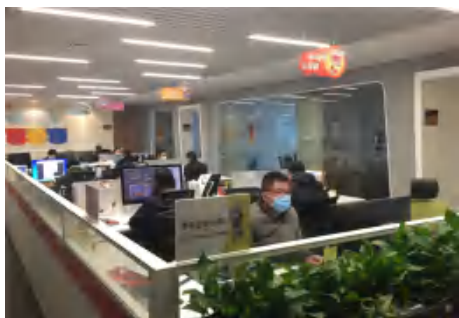
鞋底消毒，双手消毒，测量体温，打卡登记，再领口罩……2月13日，是金科文化杭州总部春节后复工的第一天。从公司附近陆续赶来的员工严格按照疫情防控的有关规定，在36楼电梯间，自觉接受测量体温，一一核查后才进入公司，走上岗位，开始工作。

新型冠状病毒感染肺炎疫情发生以来，金科文化高度关注疫情的变化，成立专门的疫情防控小组，从春节前到现在，为员工防疫以及企业的复工做了大量的准备工作，全力保障全员的生命健康和安全。

全面摸排员工信息 分批次有序复工

为了保障安全复工，公司人力资源中心提前两周对员工籍贯和14天内去向进行了摸排，建立“一人一档”全面掌握返岗人员的健康情况、参与集会聚会情况，返岗时间和交通方式等。

为了响应国家防疫需要，公司针对疫情高发地区人员、非紧迫工作岗位人员、高风险人员，主动劝导延期返岗，并推行居家办公制；针对有条件返岗的人员，全面深入摸排，灵活安排工作，分批次有序复工。2月中下旬，公司位于上海、北京、广州、杭州、珠海等各地办公室均已实现安全有序复工。



物资宣传早到位 多举措助力战“疫”

除了严格做好人员排查、安排分批次复工，在设施物资方面，金科文化也在第一时间落实口罩、测温仪、消毒水等疫情防控物资的供给，保障安全复工。

“考虑到复工后的口罩需求，整个春节我们到处在找口罩的渠道，几乎天天打电话，就是为了能在返岗后保障员工的防疫物资。”金科文化总部疫情防控后勤工作小组负责人说，“因为非常时期物资很紧缺，在口罩预付款被多次退回后，公司高层以及很多员工也开始帮忙采购口罩，海外子公司Outfit7的同事还特意从斯洛维尼亚采购了大量口罩寄回国内，大家都在用自己的方式协助公司做好疫情的防控工作。”

在每个办公区，公司都准备了口罩、消毒液、酒精湿巾等防疫用品，同时严格制定办公室防疫管理细则，确保员工时刻佩戴口罩，定时进行公共区消毒，鼓励员工自带餐盒或提供统一订餐服务等，种种举措，细致入微，不仅提升大家的防疫处理能力，也让大家更加安心、放心。

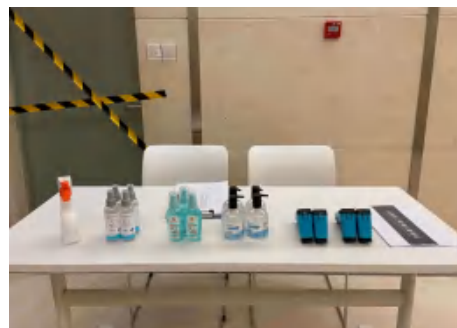


消毒通风测体温 日常防疫不松懈

2月13日一早，总部行政中心胥亮最先到了公司。原本应该装扮成“财神爷”，在公司总部前台派发新年开工红包的胥亮，从这一天开始，每天都早早的来到公司，穿上白色的防护服，站在36楼电梯间，为每一位进入办公区的人员消毒、测量体温，并且承担起了一天两次对办公区内每一个角落进行集中消毒的工作。



除此之外，为防止空调通风系统开启而导致新冠肺炎疫情的传播，最大限度保护大家的身体健康。公司各地办公室都统一关闭了空调，全天开窗通风。春寒料峭，大家戴着口罩，裹得严严实实的，在电脑前埋头工作，或隔空交流工作的场景随处可见。疫情当前，做好个人防护，认真工作，就是我们对疫情防控最大的贡献。





随着公司各地办公室有序复工，每天等待消毒、测量体温的人员变多了，中午用餐人数变多了，每天派发的口罩也变多了……疫情防控任务看起来似乎更加艰巨了。然而，随着疫情得到有效控制，各项防疫工作的有序开展，整体来说，最难的时期其实已经过去了。春暖花开，在一线医护人员的努力之下，在大家的积极防控之下，相信再过不久，我们很快就可以摘下口罩，看见彼此明媚的笑容了。



可恶的病毒



武双

TALKING
**TOM
HEROES**

不“冠”着你

汤姆猫英雄小队



加油!



抗“疫”时光 感受金科文化的温度

这场疫情，给整个中国踩了一脚急刹车。面对汹涌的疫情，企业复工防疫的一线，也是抗疫的战线。作为一家具有社会责任感的企业，虽然我们不能够生产出抗疫前线急缺的防疫物资，但金科文化同样要尽己之力，与全国人民一起共克时艰。



春苗在行动 与汤姆猫家族一起捍卫春天

会说话的汤姆猫家族携手故宫文具、京东旗下京纪圈，加入“春苗在行动”公益活动，倡议所有家长和孩子与我们共同参与转发，征集新冠肺炎求助者信息，为求助者提供帮助，为挽救宝贵生命尽一份力，让每一颗“春苗”都能懂得在危难时刻救助他人的意义，传播社会的正能量，成为有担当有作为的国之栋梁。



参与转发单位



中国加油 · 武汉加油



战“疫”行动

用小小的力量接力希望

由会说话的汤姆猫家族独家冠名的浙江少儿频道“中国蓝少儿梦想家”节目组，自2月13日起面向全国0-18岁孩子及其亲子家庭发起了中国蓝小小梦想家战“疫”短视频征集活动，邀请小小梦想家们以短视频的方式讲述身边家人亲朋在战疫一线的真实故事、防疫小知识普及、亲子居家日常等，并同步上传官方抖音、官方微博、微信公众等矩阵平台播出，用小小的力量接力希望，传递关爱。

”



战疫短视频 有奖征集

- 用短视频分享疫情当中的你我他 -

Zhejiang
Channel 8

浙江 8 套

中国蓝
www.zjstv.com
少儿梦想家

超迹文化



致敬逆行者 汤姆猫亲子乐园面向全国医护人员免费开放

2020伊始，新冠肺炎疫情肆虐中华大地。在这场没有硝烟的战役中，医生和护士这群“最美逆行者”逆风而行，夜以继日战斗在抗击疫情最前线，用血肉之躯挡在了病人面前，用医者仁心的情怀筑起了一道生命的防线，守护着全国各方人民的平安和健康。

为向这群最可爱、善良、勇敢的人致敬，汤姆猫亲子乐园自恢复开园起至2020年12月31日：1、全国医护人员（含港澳台地区）凭有效证件（本人身份证+本人医护人员资格证）可免费入园汤姆猫亲子乐园一次；2、浙江、安徽两地驰援湖北的医护人员，凭相关驰援证明即可带孩子全年免票畅玩。

我们坚信没有一个冬天不会过去，没有一个春天不会到来！我们坚信一切终将过去，定会春暖花开！我们期盼待山花烂漫时，与英雄们相会！



向逆行者致敬！

浙江、安徽驰援湖北医护人员子女

全年免票畅玩

全国医护人员（含港澳台）子女可免票游玩1次

入园凭本人身份证+医护人员资格证

驰援者再凭相关驰援证明即可

适用门店：杭州龙湖店、合肥保利店

有效期至：2020年12月31日



同舟共济·共克时艰

汤姆猫和你在一起

科技抗疫，众志成城

JINKE 金科文化 ZHIXIN 晓哲智能

晓哲智能 语音抗疫系统

晓哲智能为全国政府机关、医院、企业等提供^{免费}语音抗疫服务

- 疫情通知播报**
电话快速一对一沟通，宣传疫情防控知识，防止疫情扩散
- 人群疫情排查**
本地/流动人口疫情排查，批量调查返岗职员健康状况
- 患者全程跟踪**
出现疑似症状患者，远程定期跟踪身体状况
- 疫情智能接待**
AI智能应答，解决80%的疫情咨询问题，缓解接待压力

晓哲智能上线两大服务 为企业解决防疫复工难题

在返岗返工返学热潮下，为有效采集登记返程人员信息、全面监控跟踪疑似病例等，2月6日，金科文化旗下晓哲智能团队紧急上线“晓哲智能语音抗疫系统”，为政府机关、医院、企业等提供免费语音抗疫服务，以解决人员数据量大、采集不及时等痛点，为防疫提供信息化技术支持。



与此同时，晓哲智能团队在2月17日上线移动办公功能。只需一部手机，即可实现远程协同，客服或销售人员可在手机端完成大部分客户服务、潜在客户挖掘、工单填写等功能；管理人员可远程监督，有效评估团队每日工作量。对于电话客服行业来说，现存的“员工在家无法及时服务客户”“远程办公效率低”等问题都得到了很好的解决。

新品上市 汤姆猫守护全家健康

受疫情影响，各地对于口罩、消毒用品的需求激增。为此，公司新商业事业群授权团队在春节期间积极沟通、多方协作，携手YAMII在2月6日推出两款新品——酒精湿巾和免洗手消毒凝胶，从签约、设计、开发到出货不超过12天。

作为日常居家、出行消毒，酒精湿巾和免洗手消毒凝胶，相比较喷雾型的酒精使用起来更加方便。汤姆猫酒精湿巾含有75%酒精，能够杀灭病毒，降低“接触性传播”的概率。截止2月26日，汤姆猫酒精湿巾销售已超过140万包。



//
TALKING TOM
AND FRIENDS



汤姆猫亲子乐园有赞商城上线

降本增收 汤姆猫亲子乐园在行动

突如其来的疫情，让原本应该进入春节旺季的实体行业按下了暂停键。汤姆猫亲子乐园三家门店也先后暂停营业。为此，汤姆猫亲子乐园采取了一系列措施降本增收，积极“抗疫”。

一方面，汤姆猫亲子乐园积极向商场争取到了降租等支持；另一方面对内同步开展员工培训和内部梳理，修炼内功，做好随时复工的准备。在增收方面，汤姆猫亲子乐园有赞商城正式上线，将线下乐园热卖的汤姆猫IP周边搬到了线上商铺，并发起了销售合伙人招募计划，通过销售佣金、推广佣金、邀请奖励佣金等激励方式，形成快速裂变传播。



会员卡/票券延期通知

尊敬的会员朋友：

合作平台已售出的所有次卡，凡在有效期内的，现统一延期至2020年5月31日。大众点评霸王餐凭本人账号信息，2020年5月31日前均可游玩体验。汤姆猫亲子乐园年卡、寒假卡、季卡顺延有效期三个月。后续票券政策将根据疫情发展再另行公告。

由此带来不便，敬请谅解。

汤姆猫亲子乐园

我们在湖北守望“春天”

截止2月底，我们有一部分同事被困在武汉以及周边城市，在家“云办公”。2020年的开始很艰难，但是陆陆续续的好消息告诉我们，疫情总会被战胜，等到春暖花开之时，我们定会再相聚。

金科文化互娱事业群某游戏团队主美

疫期BASE：湖北武汉

2020的开始，一场新冠病毒肺炎疫情席卷武汉，作为一个广东人，由于随妻子回家探亲，意外地身居疫情中心——武汉，经历了一场史无前例的封城防疫战。

现在的武汉每天都实行着严格的管控，每个小区采取封闭式管理，人们不能外出购置生活用品，所以采购物资变得困难起来，需要通过小区的业主群团购几天的食材，而且资源有限，品类比往常少了很多，以蔬菜类为主，自然物价也是摆在眼前的高价了，但在目前的状况下，还有人能冒着生命危险供应物资，高物价也能够理解。

广州分公司从2月份开始了远程办公，让我们这些不能回到工作岗位的人，也能在家里继续工作。在武汉封闭一个多月，这对我来说是一种全新的工作方式。每天我都会让小伙伴们将一天的工作计划在早上上班之前列出来，工作过程中有需要我监修的资源，通过沟通工具发给我，然后马上给他们反馈处理，即使不能面对面交流，也能做到有效沟通，顺利完成每周的工作任务。

疫情期间，非常感谢公司让我们这批滞留疫区的小伙伴能线上远程办公，也很感谢各部门复工的小伙伴在工作上的协助，希望这次疫情能够早日结束，我也能早日回到广州，重赴工作岗位！

公司的小伙伴们也要戴好口罩，勤洗手，做好自我保护，等待春暖花开。

金科文化互娱事业群HR同学

疫期BASE：湖北襄阳

回丈母娘家过年被隔离在湖北，感谢公司可以让滞留湖北及居家隔离的我们在家办公，居家办公对于作为hr的我来说，工作不便的是对候选人目前无法做到现场面试，只能依靠电话和视频，也感谢在公司工作的同事的帮助和体谅，让工作效率能够得到保证，希望疫情早点过去，可以重返公司。

金科文化财务中心出纳 陈新琼 疫期BASE：湖北黄石

我从未见过这样的阳新城，街道上空无一人，更何况这是新春伊始，但也正是这样的安静给人一种安全感。

我们都在期待重归热闹繁华的那天，在这样漫长的等待里，爸爸种的兰花长出花苞，我想这是春天带给我们的好消息，我们期盼的“春天”一定也在马不停蹄，在向们赶来的路上。



- 空荡荡的街景

- 长出花苞的兰花



金科文化Outfit7事业群 陈佳蔚 疫期BASE：浙江绍兴（因疫情滞留国内的O7小伙伴）

这段时间由于疫情，在家里办公。整体来说，和日常上班无大的区别，早上9点开始着手工作，由于业务需求，早上主要沟通国内的各项事物；下午等Outfit7上班后，则开始与Outfit7相关负责人云开会讨论解决如何更好支持国内业务快速发展。

云办公和线下办公有个比较大的区别，由于通勤时间减少，可工作时间变长了，事情的完成效率变高。同时家人也给予了最大的支持，工作时从不打扰，自己经常工作到晚上8点多，和海外同事完成沟通后才想起吃饭。总体而言，对需要沟通类的事情，目前由于技术发达，可以得到比较好的解决，但仍期望能和同事们面对面地沟通。

金科文化管理中心IP业务管理部 王萌
疫期BASE：湖北宜昌

疫情就这么忽然而来，猝不及防。从我所在的宜昌市宣布封城以来，现在已经超过40天。天天醒来第一眼就是刷新闻看疫情数据，从最初的忐忑不安到现在情况向好的安稳，一切都在慢慢向好发展。2020伊始许下了好多愿望，现在发现平平安安才是最重要的。趁着疫情在家办公，也抓住机会多陪陪父母，艰难的日子也会有小幸福。前几天天气晴朗，发现很多的花开了，一切都会好的。



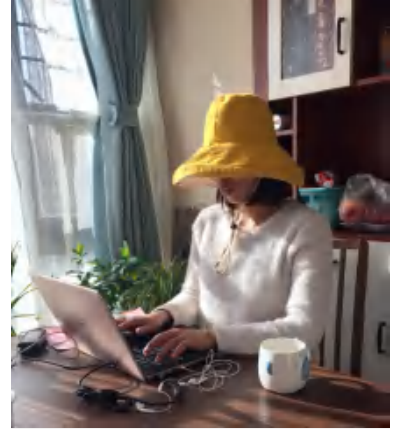
“FLOWER”



你居家办公的每一种姿势都是在助力这场战疫!



战袍加身，所向披靡



假装在度假

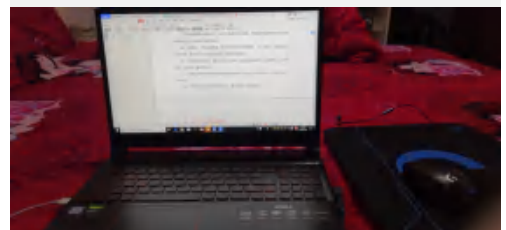
边撸猫边办公



在家也得加班



通勤距离0米



|

TALKING TOM AND FRIENDS



TALKING

F 聚焦年会 **S**

AND
FRIENDS

励精图治 砥砺前行

——金科文化2019年度总结表彰大会暨2020年迎春年会盛典成功举办

新春甫至，己亥有庆猪辞岁；紫气东来，子夜无声鼠迎春。2020年1月4日，金科集团与金科文化联合主办——2019年度总结表彰会暨2020年迎春年会盛典在绍兴上虞雷迪森万锦大酒店隆重举行。此次年会以“励精图治，砥砺前行”为主题，金科集团、金科文化及旗下各子公司干部职工代表超三百余人欢聚一堂，回顾2019年的收获与付出，并共同展望2020。

聚焦专注，新的一年砥砺前行

2019年，是金科文化“夯基础、求发展”的一年。在2019年度总结暨表彰大会上，由金科文化CEO王健开场致辞，肯定了过去一年取得的成绩，也指明了存在的问题和不足，并进一步指出“未来，我们要重新聚焦，以汤姆猫家族IP为中心，夯实移动应用研发与运营、影视动画、广告分发等核心业务，再以IP、流量等作为支撑，延伸周边的业务。”



紧接着，金科文化各事业群核心团队代表依次上台作表态发言，就2019年公司游戏发行、影视动画、汤姆猫亲子乐园、IP衍生品、IP授权、运营商消费金融业务等各条业务线的经营情况进行了分享，同时立足业务本身，清晰地提出了2020年的目标任务，充分展现了金科人既怀着仰望星空的激情朝气，更有着脚踏实地的实干精神。

在大会总结致辞中，集团董事长朱志刚深刻反思了过去三年公司在战略转型以及业务拓展过程中走过的一些弯路，再次明确指出金科文化要聚焦“会说话的汤姆猫”全栖IP运营战略，并现场对话各事业群核心团队，对于汤姆猫家族IP线上线下各项业务的拓展提出了明确的要求。同时指出：“任何一个企业，任何一种商业模式，都需要沉淀。我们接下来要做好技术的沉淀，品牌的沉淀，管理的沉淀，人才的沉淀。”



大会的最后，现场宣读了金科文化2019年度人物、先进集体、优秀干部、优秀员工、最佳新人和优秀党员的表彰名单。2019年，一路泥泞，一路荣光，金科文化的每一步成长都离不开每一位金科人的倾力付出。2020年，正如朱董所说的“未来一两年，一定还有很多风浪，也一定会有一些声音，但是只要我们团结一心，砥砺前行，一定能够克服困难，实现金科文化发展的新跨越。”

流光溢彩，迎春晚会亮点纷呈

总结表彰会过后，由金科人共同打造的展现金科人风采的迎春晚会拉开了序幕。歌曲《好好》、创意节目《萌娃秀》、魔术《吉祥三宝》、舞蹈《礼仪之邦》、吉他弹唱《500 miles》等节目轮番上演，节目内容丰富多彩，精彩绝伦。

当晚，最让人印象深刻的节目莫过于由张维璋、朱恬、张正锋、方明、陈佩卿、钱信宇、柏翔、周娟、孙玉莲、张向阳等公司高层、各业务部门骨干及员工代表共同带来的大合唱《团结就是力量》和《明天会更好》。当音乐缓缓响起，台下的金科人也纷纷放下手中的杯盏，以激情饱满的状态加入合唱。一时间，雄伟嘹亮的歌声响彻整个会场，现场气氛迅速点燃达到高潮，展示了金科人日月既往、携手同心、奋力开创金科发展新跨越的信心和决心。



除了精彩纷呈的表演之外，为了感谢金科人一年的辛苦耕耘，迎春晚会还特别设置了热身奖、幸运金杰奖、汉克呆萌宠奖、超人气安吉拉奖、狗狗本探花奖、汤姆猫榜眼奖、金科状元奖等七大抽奖环节，中奖率高达69%，奖品层层加码，现场不仅送出京东卡、iPad、华为手机Mate30、iPhone11、苹果Mac电脑等超209份丰厚奖品，更有数万元红包随机派发，可谓是祝福满满，惊喜连连。

欢聚的时光总是那么短暂，迎春年会盛典在温馨、激情、欢乐的气氛中落下帷幕。回首2019年，有快乐，有感动，有辛苦，有收获，属于2019年的所有回忆，都在金科文化的2019年会中画上了圆满的句号。未来任重而道远，我们将以此为起点，励精图治，砥砺前行，用真诚与汗水，书写金科文化的2020新华章。



年会发言摘要

在2019年度总结表彰大会上，有一个不同于以往的全新环节——金科文化各事业群核心团队代表依次上台作表态发言，就2019年公司游戏发行、影视动画、汤姆猫亲子乐园、IP衍生品、IP授权、运营商消费金融业务等各条业务线的经营情况进行了分享，同时立足自身业务，提出了2020年的目标任务。这里小编将自己记好的笔记分享给大家，一起来回顾一下吧！



2019年是金科文化收购Outfit7三年的一个节点。整个手机游戏市场竞争越来越激烈，老游戏过去三年维持平衡状况，下载量和游戏收入贡献最大的是新游《我的汤姆猫2》和《汤姆猫英雄跑酷》。

Outfit7是头部1%的游戏发行商，2019年全球手机游戏下载量340亿次，其中82%的下载量来自于头部1%的游戏发行商，Outfit7占据了7%，23亿次。

2020年，Outfit7将继续坚守我们的强项，电子宠物类游戏和跑酷类游戏。同时也会摸索新的玩法和机制，开发新的IP游戏，挖掘非广告依赖的新收入来源，包括我们会去摸索除了移动互联网以外的新平台和机会。

Outfit7是头部1%的游戏发行商

2019年，我们启用了巴塞罗那工作室，在印度也设立了办公室，重点突破印度市场。针对发达国家和发展中国家市场我们会有一些差异化拓展的策略。

**金科文化Outfit7事业群总裁
钱信宇**

Outfit7的广告变现在整个移动互联网广告领域都是领先的，未来我们还是要不断优化，在技术、商务、运营等方面继续保持广告变现的前沿。



我们在新的领域发现了新的利润增长点

金科文化互娱事业群副总裁
柏翔

今年预计有五六款游戏上线，我们团队非常有信心。2020年，广州团队自研业务的爆发点和增长点，是能证明团队能力的。

过去一年，整个游戏行业经历了一个很大的市场变化，我们在应对变化的过程中也更加坚定了自己的思路，即在我们擅长的领域持续拓展和加深，同时在新领域发现了新的利润增长点——小游戏和买量业务。

2019年11月和12月，买量业务增长形势非常好，基本可以判定，这将是2020年最大的爆发点。2020年，在小游戏上，我们要更快、更有效率的做出更多的产品，实现更多流量的变现；在买量业务上，也要持续加深。



运营商消费金融业务于2018年9月份正式上线，我们的定位是做运营商生态圈内的优质服务商，目前已全面展开和国有六大银行、三大运营商展开合作。

更懂运营商，提供更好的服务，更加专注，是我们2020年会坚持的三个宗旨性的工作。

2020年，我们已获得运营商省份入驻的资格，覆盖全国50%的省份。同时我们将逐渐从线下消费分期交易转换到线上，也会发展异业渠道，预计交易规模可以突破2019年的三倍。



做运营商生态圈内的优质服务商

金科文化通信事业群金融事业部
技术总监兼金科博锐CEO 孙翔

我们的团队不到60人，2019年完成了近10亿的交易，五方合作产生的交易，需要应对各种风险和情况，2019年大家都很辛苦，感谢他们在这一年中的辛勤付出。

过去一年，我们自研自发的产品《光头探长》，打到国内iOS免费榜第二名，并且在全十榜单保持了一个月之久，这个成绩的取得，是对团队付出的肯定。

2020年再接再厉，再创佳绩

金科文化互娱事业群副总裁
兼每日给力CEO 丁懿

新的一年，我们会在夯实研发业务的基础上，不断拓展发行业务，包括国内更多的渠道，海外市场的探索和建设等。再接再厉，再创佳绩。

新商业是上市公司体系中核心的线下业务，新的一年，是各个业务板块全面拓展的关键年。新商业事业群将紧紧围绕公司的战略目标，全力以赴完成2020年目标任务，以实际行动体现担当，不负信任和重托。

紧紧围绕会说话的汤姆猫IP，我们要做足做强做大乐园、衍生品、授权这三篇文章，注重三者之间的协同发展，寻找突破，打通渠道，培育平台，真正构建一个可持续发展的全渠道、多品类、优商品的新商业模式。



2020年是新商业各个业务板块拓展的关键年

金科文化新商业事业群总裁
陈佩卿

2020年，面对新的发展环境，我们要沉下心去不断持续更新、完善，建一套匹配业务快速发展、高效运行的管理机制，结合目标管理、激励机制等举措，营造一个想干事、能干事、会干事、干成事的工作氛围。

过去两年，乐园从无到有，从零到壹，我们在国内的三个城市建设了三家汤姆猫主题亲子乐园，也实现了乐园从1.0模式到2.0模式的进化。未来，我们会以直营店+合伙人店的模式，双轮驱动，加快整个乐园在国内乃至海外市场的快速发展，进一步提升乐园的盈利能力，我们也想为汤姆猫全栖IP生态的建设贡献自己的一份力量。

为汤姆猫全栖IP生态的建设
贡献我们的一份力

金科文化新商业事业群副总裁
张向阳

新伙伴，新机遇，新挑战，
我们一定要干出一片新天地

金科文化新商业事业群副总裁
孙玉莲

2019年，我们与厦门武林集团成立合资项目并完成团队整合工作。接下来我们将全新启动汤姆猫IP的运营工作，将IP衍生品开发与营销渠道结合，在共同投入、利益共享的市场原则下，深入合作IP，共创IP全栖生态产业链闭环。2020年，新伙伴，新机遇，新挑战，带好团队，修好内功，练好外功，守正出局，我们一定要干出一片新天地。

将汤姆猫养成IP授权届的
Super Star

金科文化新商业事业群总裁助理
应燕青

2019年，我们和一鸣食品、卓牧羊奶、小鹿叮叮、吉野家、家有好面等近30个品牌达成了IP授权合作。2020年，我们还是要做更多授权产品，更多的汤姆猫IP场景，更多的传播热度，更大的品牌影响力。未来10年，我们希望将汤姆猫养成IP授权届的Super Star。



TALKING TOM AND FRIENDS



VALUES

我们的价值观

正义诚信 稳健精进
惠人达己 卓越创新

|

TALKING TOM AND FRIENDS



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

关注病患孤儿 用爱筑起希望



2019年12月9日下午，金科文化携手爱佑慈善基金会开展了一场轻松欢乐的冬日爱心活动，8位来自儿童福利院的孩子，以及他们寄养家庭的家人们共同来到金科文化总部，欢乐互动并互赠礼物。金科文化作为爱佑儿童医疗项目的一个社会支持力量，积极履行社会责任，希望能够为这些特别的孩子们，以及这些用行动践行公益的爱心家庭，送上欢笑和温暖。

活动当天，虽然他们之前可能并不太了解“会说话的汤姆猫家族”，但是一走进布满汤姆猫家族IP元素的衍生品展厅，儿童福利院的孩子们立刻兴奋了起来，纷纷抱起可爱的汤姆猫家族玩偶，还在家人的引导下争相学起了猫猫叫。

之后在汤姆猫亲子乐园活动老师的带领下，孩子们排排坐，一起听绘本故事，和汤姆猫家族一起经历了一场苹果大冒险。



在绘画的环节，孩子们还拿起彩色的画笔，为汤姆猫涂上颜色，涂色的过程虽然并不太顺利，但是他们的家人始终守护在旁，耐心地引导，或是大手握着小手一起完成涂画，温馨又有爱。



欢乐互动之后，一份份来自汤姆猫家族的礼物送到了每一位孩子的手上，而他们也准备了特别的礼物，一幅由儿童福利院孩子亲手创作的绘画作品，明亮的色彩、暖心的画面，似乎都在述说着他们内心向上的希望与美好。

据悉，2019年全国共有34.3万名孤儿，而其中80%以上患有严重的先天性疾病，大多病情危重，需要及时专业的治疗、护理及康复训练。关注病患孤儿，用爱筑起希望。自2015年11月起，公司已累积向爱佑慈善基金会捐赠600万元，救助了148名孤贫先天性心脏病患儿、1名血液病患儿、32名出生缺陷疾病患儿及早产儿，同时还支持了浙大儿院的医生培训项目，为改善儿科医疗资源短缺现状尽一份小小的力量。

作为一家以“寓教于乐，智创家庭幸福”为使命的上市企业，金科文化多年来在助农扶农、教育捐助等领域持续开展公益活动，积极践行企业的责任和担当。未来，金科文化也将继续坚守公益初心，持续传递爱心关怀，为社会发展创造更多价值。

会说话的汤姆猫家族萌动羊城 欢乐趣玩会完美收官



会说话的安吉拉和会说话的汤姆猫空降活动现场

2019年12月29日，为期两天的欢乐趣玩会在广州西城都荟广场完美收官，此次活动获得了广大街坊的一致好评，精彩表演引路人驻足，现场气氛热烈火热。当“会说话的汤姆猫家族”的人气经典角色突破次元壁出现在观众眼前时，更是将现场气氛推向了高潮。

IP经典人气角色空降现场 与市民互动合影

活动当天，“会说话的汤姆猫家族”的经典人气角色突破次元壁，来到现场与一众市民欢乐互动。萌即正义，当风靡全球的汤姆猫家族来到眼前，试问谁又会不喜欢如此萌萌哒的他们呢？“会说话的安吉拉”和“会说话的汤姆猫”一出场，便马上吸引了无数路人的目光，萌动羊城。许多小朋友非常踊跃地来到舞台上，与汤姆猫和安吉拉亲密互动和合影留念。



小朋友们与汤姆猫和安吉拉互动

有趣的摊位通关游戏 考验你的记忆力

本次欢乐趣玩会共设置了9个关卡游戏，现场观众报名参加以及完成打卡即可领取惊喜大礼包以及参与大抽奖。作为其中的一个通关摊位，“会说话的汤姆猫家族”的通关游戏是“过目不忘”，要求参与的观众在15秒的记忆时间里记住汤姆猫家族的排列顺序和名字。虽然游戏有一定难度，需要考验到记忆力，但却难不倒厉害的现场观众，其中更是不乏年纪小小的观众在规定时间内顺利通关后，大呼游戏过瘾！



会说话的安吉拉和会说话的汤姆猫空降活动现场

跑酷英雄向前冲 线下跑酷竞速赢大奖

活动现场中最为激动人心的环节，就要数“跑酷英雄向前冲”的跑酷竞速挑战了。参加即得丰厚IP周边、紧张刺激的跑酷、二人限时竞速……一听就非常具有挑战 and 想要参加了！不少小朋友踊跃参与，在《汤姆猫英雄跑酷》里飞天遁地大显身手，与对手拼手速和反应，认真的样子真的太可爱了！



参赛选手在台上进行激烈“跑酷英雄向前冲”比赛



记者现场报道 IP授权负责人接受采访

作为本次活动的IP授权方，金科文化授权总监张楠楠女士接受了广东电视台的现场采访，并浅谈本次合作的目的，通过把超级IP融入营销活动，让“会说话的汤姆猫家族”与粉丝更好地亲密接触，打造立体品牌新体验。

在持续两天的时间里，“会说话的汤姆猫家族”为活动呈上了许多精彩纷呈的时刻，不少市民也通过现场感受到汤姆猫和安吉拉的趣萌可爱。相信下一次跟大家的见面会在不久的将来，敬请期待！



参赛选手在台上进行激烈“跑酷英雄向前冲”比赛



2019新商业事业群 主题团建活动回顾

为了促进新老员工的交流，加深彼此的了解，凝聚士气的同时达到劳逸结合的效果。2019年12月8日，新商业事业群“凝心聚力·砥砺前行”主题团建活动在杭州湘湖休闲庄园展开，在破冰游戏、绘制队旗、野炊和造车竞赛等环节中，新商业事业群的同学们不仅出色地完成了各项任务，大家也深刻体会到团队凝聚力和团队合作的力量，在挑战未知自己的同时，也重新遇见了更美好的彼此。



破冰游戏——没有凳子，所有人在同一时间坐下来？这可不是玩笑，成功的秘诀就是彼此靠近、相互信任！

GAME



土灶野炊——万万没有想到，我们团队中隐藏着这么多厨艺高手，洗菜、切菜、生火、炒菜一气呵成，一道道香喷喷的菜肴出锅上桌，颜值不输饭店，味道无可挑剔！

FOOD



Delicious
Food





造车竞赛——剪下圆形的硬纸板做轮子，扎起水管做车架，硬纸板涂上颜色做车身……拆解任务，分工合作，当我们把每一个小细节做到最好，还有什么理由不成功？

GAME



虽然经过一整天的拓展培训，大家都已身疲力竭，但从大家眼神中流露出的更多的是收获与期待。收拾好回忆，我们将携手并进，一起踏上新的征程。

GAME



TALKING
TOM
AND FRIENDS

会说话的汤姆猫家族

独家冠名

金科文化旗下会说话的汤姆猫家族

榜样的力量

