

Vivid Games zaprezentował wyniki za pierwsze półrocze 2021.

Spółka zapowiada aktualizację strategii na 2022 rok.

Wyniki spółki za pierwsze sześć miesięcy 2022 roku nie odbiegają od publikowanych wcześniej wyników wstępnych. Przychody za 6 miesięcy to blisko 10 mln zł, EBITDA sięga 1,6 mln zł a wynik netto -1,76 mln zł. Spółka rozpoczęła drugie półrocze wyższą sprzedażą. Opublikowane wstępne przychody za lipiec i sierpień to łącznie już 4,3 mln zł, a wypracowany w sierpniu wynik netto jest najlepszym w tym roku.

„Do 2021 roku podchodzę jak do nowego rozdania dla Vivid Games. Przygotowujemy grunt pod intensywny rozwój w 2022 i kolejnych latach. Pierwsze półrocze przyniosło sporo zmian i wyzwań, z którymi jako Spółka dobrze sobie poradziłyśmy. Realizujemy postanowienia układu dot. obligacji, spłaciliśmy już wszystkie wymagalne w 2021 raty. Wydaliśmy w pierwszym półroczu świetną i bardzo perspektywiczną grę – Eroblast. A co najbardziej istotne – przekuliśmy budowane od lat wiedzę i doświadczenie o free-to-play w rosnące przychody z Real Boxing 2. W listopadzie czeka nas oficjalna premiera Mobbles Cards. Aktualizujemy też nasze plany na rok 2022, a w Q4 przedstawimy cele strategiczne na nadchodzący rok.” – podsumowuje prezes Jarosław Wojczakowski.

W sprawozdaniu za I półrocze 2021 Zarząd poza opisem kluczowych zdarzeń i wyników finansowych zawarł krótkie objaśnienie specyfiki modelu free-to-play. Przedstawiony w dokumencie wzrost ARPU (średni przychód z gracza) dla Real Boxing 2 z ostatnich kilkunastu miesięcy potwierdza, że Spółka odrobiła lekcję. W okresie od stycznia do sierpnia 2021 średni przychód z gracza w USA wzrósł o ponad 50%.

„Real Boxing 2 został w tym roku zmodernizowany, spłaciliśmy dług technologiczny, co było podstawą dalszego rozwoju. Kolejne aktualizacje dają nam masę danych, które wykorzystujemy dla budowania zaangażowanej społeczności graczy, poprawy ich retencji i monetyzacji. Kolejnym krokiem było rozpoczęcie działań typu liveOps na niestosowaną dotychczas skalę. Po analizie wyników wiemy, że była to dobra decyzja. Jako zespół jesteśmy usatysfakcjonowani tym jak rozwija się RB2 i nie powiedzieliśmy jeszcze ostatniego słowa.” – podsumowuje Bartosz Biniecki, product owner marki Real Boxing.

W listopadzie Spółka opublikuje raport za III kwartał, a w pierwszej połowie października wstępne wyniki za wrzesień.