

证券代码： 300418

证券简称：昆仑万维

昆仑万维科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	来自东吴证券、海通证券、华泰证券、招商证券、信达证券、申万宏源、财通证券、西南证券、国信证券、东方证券、国盛证券、汇丰前海、中金公司、中信证券、国泰君安、大和日华、野村东方、广发基金、宏利基金、兴业基金、中国人保、中邮人寿、建信养老金等 153 位机构投资者
时间	2024 年 5 月 8 日 16:00-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	昆仑万维 董事长兼 CEO 方汉先生 昆仑万维 战略副总裁 牟竹云先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>方总回顾公司 2023 年全年和 2024 年一季度的整体情况：</p> <p>各位下午好，我是昆仑万维董事长方汉。感谢各位参加昆仑万维 2023 年报暨 2024 年一季报交流会。</p> <p>2023 年，昆仑万维持续聚焦 AGI 与 AIGC，稳步推进既定战略。公司实现营业收入 49.2 亿元，同比增长 3.8%。其中海外业务收入占比达 86.0%，同比提升 8.4 个百分点；得益于出色的运营能力，公司整体毛利率达 78.8%，继续维持在较高水平。公司实现归属于上市公司股东的净利润 12.6 亿元，同比增长 9.15%，利润规模继续位居行业前列。2024 年第一季度，公司营业收入达到 12.1 亿元，其中海外业务收</p>

入占比达 88.4%，同比提升 6.2 个百分点；整体毛利率达 78.4%。

2023 年度，公司持续加大研发投入，研发费用提升至 9.7 亿元，同比增长 40.2%。研发投入占营业收入比例创历史新高，达到 19.7%。2023 年 9 月，我们荣幸地邀请到颜水成教授（全球计算机科学家排名第 56，华人排名第 14，新加坡排名第 1）加入昆仑万维，出任 AIGC 业务板块联席 CEO 及昆仑万维 2050 全球研究院院长。截至 2023 年末，昆仑万维研发人员数量达 1,508 人，同比增长 19.1%。后续我们将继续加大研发投入，广募英才，持续推动技术突破。

2023 年至今，我们不断提升大模型能力，保持行业领先优势。2023 年 4 月，公司发布“天工 1.0”大模型。该模型采用双千亿模型架构——预训练基座模型和 RLHF 模型，基于顶尖 GPU 集群训练，展现出高级自主学习能力和智能涌现能力。2024 年 2 月，公司正式发布了采用业内顶尖 MoE 专家混合模型架构的“天工 2.0”大语言模型，“天工 2.0”应对复杂任务能力更强、模型响应速度更快、训练及推理效率更高、可扩展性更强。2024 年 4 月 17 日，我们正式将天工大模型迭代升级至 3.0 版本。“天工 3.0”采用 4,000 亿参数 MoE 架构，是目前全球模型参数最大、性能最强的开源 MoE 模型之一。“天工 3.0”在语义理解、逻辑推理等方面能力实现质的飞跃，其技术知识能力较上一代模型提升 20%，数学、代码等能力提升超 30%。同时在 MMBench 等多项权威多模态测评结果中，“天工 3.0”超越 GPT-4V，多项评测指标达到全球领先水平。

目前公司已逐步构建了包括 AI 大模型、AI 搜索、AI 音乐、AI 视频、AI 社交、AI 游戏等在内的多元 AI 业务矩阵。我们于 2023 年 8 月率先推出国内首款 AI 搜索产品——天工 AI 搜索。目前，“天工”已累积索引了上百亿的优质数据资

源，有效提高了搜索结果质量。天工 AI 搜索通过引入跨语言检索技术（CLIR），借助大模型的跨语言理解能力，使得中文查询能够深入全球英文知识库，并提供全面且精确的中文回答，大幅扩展了用户搜索的知识边界。天工 AI 搜索还集成了检索增强生成（RAG）技术，显著提升了搜索答案的质量及可解释性。最新版天工 AI 搜索包含简洁、增强及研究三种模式。增强模式下，可以为用户检索更多网页、为用户提供更加个性化的回答；研究模式下，天工 AI 搜索的回答更细致深入，同时会自动总结大纲和图谱，为用户提供更加清晰的回答。

AI 音乐方面，2024 年 4 月 17 日，公司正式发布中国首个自研音乐 SOTA 模型——“天工 SkyMusic”。“天工 SkyMusic”采用类 Sora 架构，在结合 Large-scale Transformer 和 Diffusion Transformer 的基础上，通过自研模型技术，实现乐器、人声、旋律、音量、音符的一体化端到端生成。天工 SkyMusic 一经推出，便收获了用户的广泛关注与一致好评。其便捷的音乐创作流程极大地降低了音乐创作门槛，让没有音乐创作基础的用户也能享受到创作音乐的乐趣。

AI 游戏方面，公司自研 AI 游戏《Club Koala》利用 AI 技术赋能用户创作，提供了无代码游戏编辑器 Koala Editor，玩家无需任何开发经验即可轻松创建游戏关卡和派对游戏。同时《Club Koala》引入了 AI NPC，通过智能算法让 NPC 具备多样化行为，增强游戏的互动性和沉浸感。《Club Koala》已于 2024 年 4 月 18 日正式开启 Alpha 版本测试。

AI 视频方面，2024 年 4 月，由颜水成教授带队，昆仑万维 2050 全球研究院联合新加坡国立大学、新加坡南洋理工大学团队发布并开源了 Vitron 通用像素级视觉多模态大语言模型。Vitron 能够处理复杂的视觉任务，具备对图像和视

频进行全面的理解、生成、分割及编辑能力，展示了通向更统一的视觉多模态通用模型的巨大潜力。

此外，我们也在 AI 社交及动漫等领域广泛布局，通过 AI 降低创作门槛，赋能用户生成高质量内容。

我们还积极与人工智能行业上下游公司展开合作，包括但不限于阿里、华为、映宇宙及中国电信等。2024 年将是 AI 技术持续发展突破的一年，我们坚信 AI 技术的进步将赋能千行万业。

海外信息分发与元宇宙方面，Opera 在 2023 年实现了稳健增长。全年营业收入达到 3.97 亿美元，同比增长 20%；实现经调整后 EBITDA 9,371.9 万美元，同比增长 38%。2023 年年初，Opera 积极拥抱 AIGC，推出浏览器内置原生 AI 助手“ Aria”。用户只需注册 Opera 账户即可免费使用 Aria，畅享领先的生成式人工智能服务。2024 年第一季度，Opera 实现营业收入 1.02 亿美元，同比增长 17%；实现经调整后 EBITDA 2,491.3 万美元，同比增长 15%。截至 2024 年第一季度，Opera 全球月活跃用户达 3.04 亿。

展望未来，昆仑万维将继续坚持长期主义，“All in” AGI 与 AIGC，持续优化升级基座大模型能力与应用开发能力，确保公司保持市场竞争力并巩固行业领先地位。

问答环节

问：经过过去几年的积累，公司如何判断 AI 产业及公司自身的发展节奏？

答：首先，大家都在向实现 AGI 努力。大模型方面，国内厂商总体上仍处于追赶阶段；内容生成方面，目前行业在文本生成、图片生成、音乐生成，3D 模型生成等领域均取得不错进展，由于 Scaling Law 的边际效应开始显现，在一些细分领域，模型只需满足 70%-80%的用户需求，便可拥有较

好的发展前景。

其次, AI 产业以及公司自身的发展节奏与商业模式密不可分。我们主要从事 C 端业务, 对 AIGC 在 C 端落地的商业模式判断是“免费”, 能够支撑“免费”模式实现主要有三条路径, 即 1) 降低推理成本; 2) 实现端侧推理; 3) AI UGC 平台。我们的选择是 AI UGC 平台模式, 通过 AI 技术降低用户内容创作门槛, 增强创作能力, 帮助用户生成优质内容, 从而打造 AI 音乐、AI 视频、AI 社交、AI 游戏等多元 AI UGC 内容平台。针对 AI UGC 平台, 内容创作者的比例实际上远低于内容消费者, 整体推理成本故而将大幅降低。因此, AI UGC 平台模式是我们的长期竞争策略, 我们希望在给广大的内容创作者带来更多用户价值的同时, 也能赚取相应利润, 从而实现业务的长期可持续发展。

问: 面对高强度的市场竞争, 在未来一段时间对公司大模型和各个应用如何定位?

答: 昆仑万维的使命是“实现通用人工智能, 让每个人更好地塑造和表达自我”。首先, 发展大模型是实现 AGI 的必由之路, 因此我们会持续更新迭代“天工”大模型, 保持公司在人工智能领域的领先优势。应用方面, 我们致力于成为用户首选的人工智能内容创作平台及 AI UGC 平台, 赋能用户生成高质量、专业的文字、声音、图像、音乐、视频等内容, 从而更好地表达自己的思想。未来我们将继续推动人工智能在游戏、动漫、影视、音乐等领域得到更深入、更广泛、更专业的应用。

问: 如何看待海外 AI 应用产品进展低于市场预期? 背后原因是什么? AI 应用预计何时将大规模爆发?

答: 首先, 在 AI 应用产品方面, 海外对比国内并无明显

领先优势。海外缺乏爆款应用的核心原因是以订阅制为主的商业模式注定增长较为缓慢。大规模的 AI 应用爆发一定是免费模式带来的，在免费模式上的产品创新是需要时间的，同时产品创新又依赖于技术进步。消费者主要关心的是应用是否相对于过去的互联网产品有巨大创新，让其可以拥有全新的内容创作方式以及娱乐内容。

昆仑万维布局 AIGC 领域较早，拥有一定的先发优势。目前公司 AI 搜索、AI 音乐、AI 游戏、AI 社交等产品都已逐步落地，并进行持续的测试和迭代。我们相信 AI 应用的大规模爆发正随着技术和商业模式的不断创新而临近，也相信昆仑万维会在其中取得应有的市场地位。

问：天工 AI 智能助手集成了多种功能，未来产品形态会如何变化？新版本数据表现如何？后续推广策略如何？

答：我们始终坚持以用户为本，天工 AI 智能助手自发布以来，一直在积极收集用户反馈，进行产品迭代。大家可以看到，中国所有的移动互联网产品都会走向 Super App，天工 AI 智能助手也会向 AI Super App 这一产品形态演进。

根据第三方数据，天工 AI 搜索网页版访问量 4 月份达到 400 万，环比增长 120%，未来的推广计划还是取决于模型的迭代与应用的更新，具体节奏将由公司业务团队把控。

问：AI 音乐未来发展计划如何？是否推出独立产品？

答：天工 SkyMusic 是中国首个音乐 SOTA 模型。目前在国内 AI 音乐是作为天工 AI 智能助手的一个模块上线，用户只需输入歌曲的名称、歌词，并根据个人爱好选择一首参考曲目来设定歌曲风格，然后 AI 将自动完成作曲、编曲、演唱、混音等工作，生成一首完整歌曲。

未来 AI 音乐还将发布独立产品，产品形态为 AI UGC 社

区平台，用户可以在社区创作、发布、消费内容。

问：如何看待近年来多模态应用发展以及海内外技术与应用的差距？AI 视频领域后续有何规划？

答：多模态分成理解和生成两个方向，理解就是多模态大模型对现实世界的理解，理解能力关系到具身智能、自动驾驶等领域，是通往 AGI 的必经之路。生成则是通过文本、视频、图像、音乐等方面的生成能力，降低所有人创作内容的门槛。目前在多模态理解方面，全世界都在向着 OpenAI 的 GPT-4V 逼近。但在生成领域，如 3D 模型生成、音效生成、图形生成等，可以观测到其数据量级是远远小于文本数据的，比如全世界 3D 模型的数据不超过 1200 万个。在这些领域，Scaling Law 的作用就会放缓，从而给予中国和世界其他竞争者机会。我们认为在这些领域，国内可能会有很多公司可以推出和海外势均力敌的大模型。

AI 视频领域，2024 年 4 月，由颜水成教授带队，昆仑万维 2050 全球研究院联合新加坡国立大学、新加坡南洋理工大学团队发布并开源了 Vitron 通用像素级视觉多模态大语言模型。Vitron 能够处理复杂的视觉任务，具备对图像和视频进行全面的理解、生成、分割及编辑能力，展示了通向更统一的视觉多模态通用模型的巨大潜力。随着技术持续迭代演进，后续我们将适时向大家同步更多进展信息。

问：AI 搜索方面，未来可能会形成什么样的竞争格局？具备哪些特征的公司能够拥有更高的市占率，后续可能会开启哪些商业模式？

答：AI 搜索是一个全新的产品形式，也是大家均看好的赛道。Perplexity 为先行者，谷歌、Bing 以及 OpenAI 都已经或计划推出各自搜索产品。公司于 2023 年 8 月推出国内

	<p>首款 AI 搜索产品——天工 AI 搜索，开创中国 AI 搜索先河，我们对这个赛道的认知相较于行业也是比较超前和领先的。</p> <p>商业化方面，我们认为 AI 搜索的商业模式首先是免费，做 C 端 AI 搜索要考虑什么样的商业模式能够支撑免费模式。我们认为 C 端将是免费信息服务模式加上广告模式为主。我们的 AI 搜索产品将成为由 AI 搜索引流，搭配其他 AI 创作工具、AI 效率工具形成一个 AI Super App，并基于这一 AI Super App 形成庞大流量入口，实现流量变现。我们将以 AI Super App 这一长期商业逻辑来经营这款产品。</p> <p>问：全球模型能力相比于 2023 年，今年能迭代到什么样的高度？</p> <p>答：国内外大模型水平都在稳步提高，我们判断今年中国的文本大模型和多模态大模型的能力都能达到、并可能超过 GPT-4 水平，同时在 AIGC 子领域，比如音乐、视频、音效、3D 模型等，国内外会是一个百花齐放的态势，国内外企业都有较大的机会。同时我们也认为大模型的能力已经足够实现一个全新健康的商业模式，但是产品的演进过程仍然是滞后于技术进步，这个情况今明年会得到一定缓解，全新的产品模式会迅速出现，杀手级应用也会出现。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 5 月 8 日