

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： 2024-003

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input 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、兴业证券、山西证券、民生证券、国信证券、国投证券、国海证券、国盛证券、国金证券、中信证券、中航证券、中泰证券、中信建投、中金公司、大和日华、银华基金、大成基金、长安基金、太平洋资产、集元资产等 74 位机构投资者
时间	2024 年 8 月 27 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 2024 年上半年整体情况：</p> <p>2024 年上半年，昆仑万维坚持长期主义，持续在 AGI 及 AIGC 领域加大投入，并在基座大模型、AI 应用以及商业化等方面均取得卓越成就。本报告期，公司实现营业总收入 25.0 亿元，同比增长 3.2%；整体毛利率达 78.2%，继续保持在较高水平。公司持续深化全球布局，海外业务收入规模达 22.1 亿元，同比增长 9.0%，海外业务占总收入比重达 88.2%。公司以 AI 技术赋能产品成功出海，赢得全球市场广泛认可。</p> <p>我们坚定不移投入生成式 AI 基座大模型的研发与迭代。2024 年上半年，公司研发费用达 7.6 亿元，同比增长 115.7%。语言大模型方面，2024 年 4 月 17 日，我们发布了采用业内顶</p>

尖 MoE 专家混合模型架构，并拥有 4,000 亿参数的大语言模型“天工 3.0”，相较于之前的版本，新模型在语义理解、逻辑推理、学习能力等多个领域均有显著的性能提升，技术知识能力提升超过 20%，数学、推理、代码及文创能力提升超过 30%。此外，在语言大模型的基础上，我们不断进行技术迭代，成功研发了多模态图文大模型、音频大模型、3D 大模型及视频大模型，构建出涵盖五大核心技术的模型矩阵，全方位覆盖 AI 应用场景。

AI 应用方面，我们坚持以用户体验为中心，不断优化产品体验。随着基座大模型的更新迭代，公司在天工 AI 搜索的基础上，完善产品功能，并发布最新版天工 AI 智能助手。报告期内，天工 AI 智能助手日活跃用户（DAU）突破 100 万。

同时，我们用生成式 AI 驱动应用革新，在社交、音乐及短剧领域不断延伸创新边界。昆仑万维深耕社交赛道多年，我们用生成式 AI 为其赋能，发布 AI 角色扮演聊天应用 Linky，开启 AI 社交新天地。用户可与 AI 生成的角色进行深入对话和角色扮演。Linky 整合了故事、剧本创作和聊天互动功能，支持用户一键生成 Chat 剧本。在人设一致性、长文本记忆、剧情丰富性等方面，Linky 均达到了业内领先水平，为用户提供了更加真实、沉浸式、个性化的社交娱乐体验。报告期内，Linky 日活跃用户（DAU）突破 50 万。

AI 音乐大模型方面，我们发布了自研 DiT（Diffusion Transformer）架构音乐大模型 SkyMusic 2.0，这是业内首个能够持续稳定生成特定风格歌曲的 AI 音乐大模型。相较于上一代模型，SkyMusic 2.0 支持 500 字以上的歌词输入，可生成长达 6 分钟的双声道立体声歌曲，在伴奏质量与配器丰富度等领域均有大幅提升，成为 AIGC 音乐大模型领域最新 SOTA。应用方面，我们于 2024 年 8 月 14 日正式发布全球首个 AI 流媒体音乐平台 Melodio。用户只需根据此刻的场景或心情输入

Prompt，如“助眠音乐”，Melodio 便会持续生成相应风格的定制化音乐，畅听无限量专属 AI 音乐流。我们同步推出 AI 音乐商用创作平台 Mureka。专业艺术家与音乐爱好者均可在 Mureka 平台上创作专属音乐，并通过歌曲商店展示、收听、收藏、分享、下载，同时获得 AI 乐曲创作证明。用户还可以将满意的作品上架到 Mureka 平台进行出售，以此获得 AI 音乐带来的收益。

AI 短剧方面，我们于 2024 年 8 月 19 日发布全球首个集成视频大模型与 3D 大模型的 AI 短剧平台 SkyReels。SkyReels 平台集剧本生成、角色定制、分镜、剧情、对白/BGM 及影片合成于一体，让创作者“一键成剧”，轻松制作高质量 AI 视频。SkyReels 平台集成了公司自研的剧本大模型 SkyScript、分镜大模型 StoryboardGen、3D 生成大模型 Sky3DGen、以及业界首个将 AI 3D 引擎与视频大模型深度融合的创新平台 WorldEngine，单次生成视频长度可达 180 秒。

得益于天工大模型领先的技术能力，我们助力千行千业，赋能 B 端客户实现业务价值和科技突破。截至本报告期末，天工大模型通过与众多企业如电信运营商、主流手机厂商、金融机构、头部短视频平台、直播平台、教育公司、物业公司等达成商务合作，实现商业化收入。

2024 年上半年，我们不断推动技术的进化与创新，并开启了从基座大模型的研发到商业化应用的新征程。展望未来，昆仑万维将持续聚焦 AGI 与 AIGC，不断拓展 AI 业务版图，最终实现公司的使命——“实现通用人工智能，让每个人更好的塑造和表达自我”。

问答环节

问：Linky 用户规模及商业化空间有多大？该产品未来的运营策略是什么？

答：Linky 早期产品形态是文本聊天，但如同在互联网早期兴起的 MUD 游戏之后演化出大型 3D MMO，例如大话西游、魔兽世界一样，Linky 的产品形态也会不断的演化迭代，未来发展空间非常大。报告期内，Linky 主要在北美及东南亚地区运营，日活跃用户（DAU）已突破 50 万，未来随着 Linky 进入全球更多市场，用户规模也将进一步增长。长期来看，我们将 Linky 打造成一款千万级 DAU 的社交娱乐产品。

自上线以来，Linky 用户平均使用时长接近 1 小时，展现了较强的用户粘性。后续我们将继续巩固产品的技术与玩法优势，为用户提供更好的 AI 陪伴体验。同时进军中东、欧洲等全球其他市场，凭借公司过往积累的丰富海外运营经验，实现 Linky 在新上线国家的高速成长。

商业化方面，我们通过收集用户反馈和深度数据分析，不断优化 AI 算法，提升用户付费意愿及 DAUARPU。

问：《Club Koala》进展及测试情况如何？上线规划如何？

答：《Club Koala》已于 2024 年 4 月顺利开启 Alpha 测试，验证了玩法的可行性与美术的接受度。目前，有超过 50,000 名活跃玩家在 Discord 社区中关注该游戏。报告期内，我们持续对游戏的动画、3D 效果及游戏体验进行升级迭代。我们预计《Club Koala》将于 2024 年 10 月开启 Beta 版测试。

问：AI 短剧产品上线时间及未来运营目标如何？

答：我们的 AI 短剧产品 SkyReels 将于近期正式开始内测。SkyReels 平台集成了昆仑万维自研剧本大模型 SkyScript、自研分镜大模型 StoryboardGen、自研 3D 生成大模型 Sky3DGen、以及业界首个将 AI 3D 引擎与视频大模型深度融合的创新平台 WorldEngine，相较于目前主流的视频生成服务，我们在可控性上有了极大的突破，同时显著降低了短剧的制作门槛和制作

成本。用户只需输入小说内容，系统便能自动生成剧本、分镜，并最终制作成短剧视频，提供一揽子解决方案。

我们相信通过大幅降低制作门槛和成本，AI 短剧将成为一个全新的 UGC（用户生成内容）重要增长点。未来 1-2 年内，我们计划从专业创作者到个人用户逐步渗透，扩大平台的创作者规模。助力创作者在平台生产大量优质内容。同时，让普通观众也可以在平台上消费这些内容，形成创作者、内容、用户增长飞轮。

问：公司层面，如何考虑后续 AI 投入和回报的平衡？

答：首先，从用户角度看，相较于技术的创新与革命，用户更关注产品形式的创新与革命，因此由 AI 驱动的各种产品形式的创新会带来极大的用户红利。其次，从产品角度看，优质应用的盈亏平衡并不难达到。例如 Linky 就是一种全新的内容产品形式，在用户增长方面，拥有极大红利。同时，结合我们丰富的海外经验，利用中国的技术优势，Linky 在大量 AI 发展不均衡地区，如欧洲、中东、以及东南亚市场，可以获取极大的产品与市场红利，我们预计其今年内即可实现盈亏平衡。另外，从公司层面看，AI 的发展不是一朝一夕。我们在过去的一年半内陆续推出了天工 AI 搜索、AI 社交产品 Linky、AI 音乐产品 Melodio 及 Mureka、AI 短剧产品 SkyReels 等。这些成绩离不开对研发的大力投入，2024 年上半年我们的研发费用同比增长一倍多，达到 7.6 亿元。我们认为目前仍是坚持技术迭代、坚持产品创新、坚持用户增长的重要阶段，同时，AI 应用的渗透是一个渐进的过程，要大规模产生收入及利润，可能还需要 1-2 年的过程，但这一时间点必定到来。

我们在 A 股上市已近 10 年，传统业务运营稳健，可为新业务的投入提供支撑。我们将坚持长期主义，以技术驱动创新。

问：公司天工大模型后续版本的更新节奏如何？新模型会有哪些能力的提升？

答：首先，我们未来会持续迭代天工大模型的新版本，现在我们的天工大模型已经超过 GPT-3.5 的水平，未来将在各个指标上追赶 GPT-4.0 的水平。同时，公司目前落地应用产品已经开始逐步进行用户测试与增长，我们的大模型也会向应用所需要的专项能力进行突破，针对应用进行专门的迭代与优化。“技术为本，产品创新”将是我们大模型迭代与升级的一个长期而坚定的方针。

问：公司整体 AI 产品最新战略布局如何？不同产品优先级排序？从商业化角度看，更看好哪些方向？

答：目前我们的战略布局聚焦于 AI 搜索、AI 社交、AI 音乐、AI 短剧及 AI 游戏等垂直领域。我们深信，AIGC 内容赛道具有巨大潜力，可以为公司创造更广阔的发展空间。未来，我们将推进更多创新应用，致力于降低内容创作者的创作门槛和创作成本，提升内容创作效率和创新性，打造前沿的内容消费体验。

目前各款 AI 产品对我们同等重要，但我们会根据技术发展的成熟度和市场反馈来安排发布顺序。去年 8 月，我们推出了国内首个 AI 搜索应用——天工 AI 搜索，它通过整合图像、音频等多模态能力，为用户提供了更高效、精准的搜索体验。报告期内，其日活跃用户（DAU）已超过百万。我们相信，随着 AI 搜索的不断渗透，其拥有巨大的市场潜力。

今年上半年，我们推出 AI 社交产品 Linky，通过 AIGC 技术赋能用户与 AI NPC 进行更深层次的互动，展现出了强大的用户粘性和变现能力，代表了市场和用户对我们的产品创新给予的积极回应。今年 8 月，我们推出了 AI 音乐和 AI 短剧产品，这些产品将引领内容创作的新趋势，为用户提供低门槛、低成本的沉浸式体验。在 AI 游戏领域，《Club Koala》也将开启

AI 游戏的新范式，预计在今年底或明年年初正式上线。

从商业化角度来看，我们的中短期 AI 业务收入将主要由 AI 社交产品和游戏产品驱动。目前，Linky 在欧美市场和东南亚地区表现良好，我们计划未来进军更多全球市场，不断扩大用户基础并优化使用体验。同时，我们将持续进行本地化运营和产品创新，使 Linky 能够迭代演化成下一代超级娱乐应用。

问：公司 AI 产品国内外商业化进展如何？如何看待目前国内 AI 行业竞争格局？

答：目前海外 AI 应用主要通过订阅制方式来进行商业化，但订阅制并未占领国内用户以及全球广大市场用户的心智，所以说我们国内 AI 应用端目前是订阅制加广告方式共同变现。在全球的 C 端 AI 应用里面，Free to Play 模式也在快速的迭代演进，我们认为 C 端的 AI 产品仍然是以该模式为主，而 B 端应用我们认为可能是订阅制和 SaaS 服务为主。

竞争格局方面，不同于去年的百模大战，今年国内 AI 行业开始发力长文本，MoE 等领域，差异化竞争趋势明显。同时，部分初创大模型企业专攻 B 端客户，也有公司专注出海业务赛道。从移动互联网的经验来看，B 端产生收入相对来说会比较早一点，但是最终的巨无霸企业一定是从 C 端赛道诞生的。

昆仑万维是国内少有的全面布局 C 端及 B 端，同时产品矩阵覆盖海内外的 AI 科技公司。模型侧，我们现已储备文本大模型、多模态图文大模型、音乐大模型、3D 大模型及视频大模型。应用侧，我们陆续推出了天工 AI 智能助手、AI 社交应用 Linky、AI 音乐应用 Melodio 及 Mureka，AI 短剧应用 SkyReels。未来，我们将坚持对模型算法的不断迭代与创新，然后在内容生成的关键赛道，如音乐、3D 以及视频方面，保持算法上的领先优势。另外，我们也将加速在产品形态以及商业模式上的创新，同时利用公司在全球化方面的长期经验积

	累，凭借中国的算法优势以及产品迭代优势，在全球其他市场开疆拓土，获取产品以及用户红利，实现公司在 AI 应用和落地方面的更大进步。
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 8 月 29 日