

证券代码：300624

证券简称：万兴科技

万兴科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-006

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（在线会议）
参与单位名称及人员姓名	中泰证券-闻学臣、王雪晴；国盛证券-陈芷婧；国金证券-孙恺祈；兴业证券-杨海盟；Morgan Stanley-林陈悦亚；海通证券-杨昊翊；财通证券-李宇轩；中信建投证券-何智健、李楚涵；瑞银证券-王冠轶、张维璇；国投证券-赵阳、马诗文；东北证券-黄净；中信保诚-王优草；国海证券-郭义俊；中信证券-韩林轩；广发证券-周源、戴亚敏；嘉合基金-丁俊枫；中航基金-黄心宇；长江证券-卢之晗；民生证券-白青瑞；东吴证券-陈欣；国泰君安证券-钟明翰；浙商资管-鲁立；安联寰通资管-王昕；Fidelity International-陈月桥；平安证券-黄韦涵；财通资管-杨牧笛；国寿资产-刘军伟（排名不分先后）
时间	2024年10月25日15:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员	董事会秘书、副总经理：朱雯雯 投关总监：吴琪
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书、副总经理朱雯雯女士向参会人员简要介绍公司情况</p> <p>1、业绩方面</p> <p>今年以来，公司持续重视产品质量和品牌建设，快速迭代技术与产品。站在去年同期的高基数上，公司前三季度实现营业收入10.53亿元，归母净利润549.73万元。一方面，公司为了推动多端产品知名度的提升，获取更广泛的用户，今年以来加大了多渠道流量的投放。但是，此类流量转化的时间周期相对较长，对当期的收入作用影响有限。另一方面，为强化产品质量，公司内部开展多个项目进行产品质量体系优化与提升，加快专项AI算法、技术突破和用户需求解决。</p>

2、产品方面

三季度公司重点筹备了各产品的年度大版本升级。其中，万兴喵影/Filmora 已于9月28日在海外首发了V14年度大版本，全面升级专业视频编辑和AI创作能力，新增了多机位剪辑、电影视频剪辑、智能短片、智能配乐、AI音效等创意功能，多个AI功能渗透率快速提升，跃居历史上线的AI功能前列。今年新品AI人像图像产品SelfyzAI凭借完整的产品路线和趣味AI功能，也获得了用户的广泛认可，年内的用户数和收入持续提升。文档创意产品万兴PDF也全新发布了V11新版本，进行了智能化、一体化、专业化的升级，支持多文档生成AI支持卡片，进一步提升了产品的性能与体验。绘图创意产品亿图脑图于8月上线V12年度大版本，新增了混合布局、全局搜索、看板视图、演说模式等功能。目前公司旗下产品亿图脑图、亿图图示均已完成鸿蒙系统的适配，并成功入驻鸿蒙应用商店启动产品公测，后续有望借力相关硬件拓宽国内市场。

9月，公司发布了墨刀9.0年度大版本，推出Axure文件托管功能。支持Axure文件上传共享、实时更新、在线评论、转换编辑，赋能原型设计向数字化加速转型。后续也将逐步完成已发产品新版本和四季度即将上线的万兴播爆V2.0、万兴优转V16.0等产品的全量上线，配合年底营销旺季，助力公司业绩突破。

3、品牌方面

为了打造全球化、本土化的产品品牌，公司也积极参与行业论坛活动，提升企业及产品的知名度与影响力。在报告期内，我们携旗下数字创意软件亮相了2024世界计算大会、2024年第21届中国东盟博览会、2024年中国国际服务贸易交易会、2024腾讯全球数字生态大会等行业前沿展会。近日，公司携移动产品也亮相了中东科技展会，赋能全球品牌知名度提升和政企业务的拓展。同时，旗下多款产品也在报告期内获得了国内应用榜单的前列，产品的知名度和用户的认可度均得到了显著的提升。

4、未来展望

今年以来AI视频进展迅速，多个模型技术效果大幅增强，同时调用成本有所下降，相信AI视频技术到落地应用的距离将快速拉近。万兴将继续以产品矩阵式创新的特色模式，坚守做产品的初心，利用好日益提升的技术水平、精益求精的产品打磨精神、成熟稳定的全球运营模式等优势，展现技术对全球广泛内容创作用户的价值。

二、互动交流环节

1、半年报中公司披露的主要产品AI商业模式目前有无变化，截至目前AI总体收入情况如何？

回复：

公司积极利用原有产品和创新产品积极探索多种AI商业化模式，目前基本延续了半年度各产品的AI商业策略，后续将会基于不同产品的特色、用户使用量级、技术水平提升情况等情况，动态调整未来的商业策略。

基于 AI 收入可统计和可归因的角度，我们以最小口径统计（纯 AI 创新产品）今年前三季度此类产品的收入约达 4,000 万元，占总收入比重约 3.8%，已呈现较好的 AI 变现效果和增长势头，有望为公司长期业务增长拓宽增量空间。

2、公司前三季度销售费用、研发费用均有一定增长，主要的投入方向和策略如何？

回复：

今年以来，公司大力投入研发，积极推进视频、音频、图像等跨模态算法的研发。截至目前，我们已经搭建了较强的算力基座，积累了大量优质的训练数据，今年年内更是在多类 AI 算法效果上有了明显提升，并实现文生音效、人声检测以及语者识别等众多创新技术落地于多个产品，我们相信，这将为未来长期业务发展提供有力支撑。

与此同时，公司基于长远战略布局和全面品牌力提升思路，在营销上的投入也有一定增长，主要原因一方面在于行业竞争愈发激烈，优质流量投放成本和获取难度均加大；另一方面，公司正积极进行多端多产品的营销渠道拓展和内容建设，立足长远推动品牌力提升，其效果在公司社媒粉丝数和多产品各市场排名情况上都有明显展现。未来，以上策略有望为长期用户增长与转化奠定坚实基础。

3、公司政企业务进展情况及未来规划？

回复：

首先，公司作为主要面向 C 端用户的创意软件及服务提供商，来自 C 端的营收占比仍占到绝对比重，但近年随着产品质量与功能的强化，以及政企团队的服务能力和质量的逐步提升，B 端销售收入也呈现出显著上涨态势，今年前三季度营收比重也较去年同期有大幅提升。同时今年公司在政企营销中心内专门设置了视频拓展团队，积极面向视频类企业客户（如电视台、传媒公司等）进行接洽和业务拓展。目前来看，政企业务发展整体符合公司预期。未来公司将进一步加强产品质量和服务，通过线上线下多渠道进行客户挖掘和服务，从而推动收入转化，我们有信心在这一领域取得更大的突破。

4、公司海外收入表现及新兴区域业务拓展情况如何？

回复：

作为主要营收来源于海外的公司，今年前三季度，公司海外营收占比继续维持在 91% 的高比重，不仅在欧美日韩等市场保持着较高比例的收入贡献，近年公司也持续布局各新兴市场，目前在包括欧洲、非洲以及东南亚等地的部分国家，已呈现良好的增长趋势，我们也从市场反馈中获得了积极信号，后续也将通过持续的本地化适配和多元运营的方式实现在各地市场的深入发展。

	<p>5、公司产品与鸿蒙合作情况如何？</p> <p>公司旗下产品亿图脑图、亿图图示均已完成鸿蒙系统的适配，并成功入驻鸿蒙应用商店启动产品公测，目前正在探索尝试阶段，公司将持续关注相关进展以制定后续策略。</p> <p>6、今年以来 AI 视频模型迅速发展，公司在此方面有何成果？与大模型公司相比毛利率如何？同时公司后续自研和外接模型的使用规划如何？</p> <p>回复：</p> <p>公司始终以产品创新为核心，所有技术都服务于产品创新。在支持视频智能化创作方面，公司自去年以来已陆续推出多种 AI 编辑与 AI 生成功能，这些功能在产品中已得到广泛用户的充分使用，支撑公司多产品的订阅续约和满意度指标有效提升。AI 生成方面，万兴喵影/Filmora 从早期的文生文、文生图，到 V13 版本的文生音乐，以及此次 V14 全新版本的上线文生音效和智能配乐等生成功能，进一步提升 AI 功能的渗透率，并有效支撑 AI 充值收费的逐季增长。</p> <p>今年通用视频模型进展迅速同时竞争激烈，将有助于降低视频创作的难度，扩大市场空间，有益于整个行业的发展。公司作为矩阵式应用创新型公司会优先关注用户需求和体验，着眼于服务好现有客户和目标客群的智能化创作需求，以提升垂直领域的创作效能和用户体验为出发点强化自有模型和 AI 算法能力，目前已有大量 AI 算法落地支撑多产品内功能新增与升级。当前来看，拥有特定应用场景和明确目标画像的创新产品毛利率理论上将大幅高于需持续重投入的通用大模型。当然技术的进步将有助于各类内容创作产品的可玩性、趣味性及创作效率提升，公司也会持续关注技术的发展趋势，紧跟时代的脚步，积极通过自研和外部接入等多种方式实现整体技术能力的提升，达到更好的产品使用 and 用户赋能效果。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 10 月 25 日</p>