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：2026-004

投资者关系活动类别	☑特定对象调研　　☐分析师会议 ☐媒体采访　　☐业绩说明会 ☐新闻发布会　　☑路演活动 ☐现场参观 ☐其他　（在线会议）
参与单位名称及人员姓名	中信证券、华泰证券、国盛证券、国信证券、华安基金、中财资本、大朴资产、天铖资本、Alphahill Capital、东方阿尔法基金、上海清淙投资等 21 名机构投资者（排名不分先后）
时间	2026 年 11 月 3-6 日
地点	线下券商策略会（武汉、北京） 深圳市南山区软件产业基地 5 栋 D 座 3 楼会议室
上市公司接待人员	董事会秘书、副总经理：刘江华 投资者关系经理：李一诺
投资者关系活动主要内容介绍	**问答环节** **1、公司万兴剧厂目前产品规划和商业化进展如何？后续如何布局 AI 影视方向？** **回复：** 公司在今年 3 月正式推出新产品万兴剧厂，产品初期聚焦 2D 漫剧创作，后续逐步拓展至 AI 真人短剧、AI 广告剧、海外 AI 仿真人剧、AI 电影等多元化内容形态，目前产品定位为 AI 驱动的一站式精品影视内容创作平台，打通剧本创作、资产解析、分镜生成、素材制作、后期剪辑与团队协作全流程 AI 影视创作闭环，客户复购率超过 85%，以三季度数据年化测算 ARR 已突破 500 万美元。目前，万兴剧厂海外版 ReelMate AI 已开启公测，赋能海外 AI 短剧等影视内容本地化创作，当前处于用户共创与产品迭代打磨阶段。 公司看好 AI 影视的长期发展空间，万兴剧厂持续提升专业化、精品化内容创作能力，上线影视级分镜导演 Agent、3D 导演台、视频转白模等专业创作功能，其中影视级分镜导演 Agent 深度融合导演思维、视听语言与表演艺术等专业知识，依托 3D 导演台、720°全景空间及多维相机调度，实现对人物站位、镜头语言、台词节奏和表演情绪的精准控制。近期，公司与国内头部精品影视内容创作公司长信传媒达成合作，共同打造行业标准化 AI 影视解决方案与标杆案例。当前，AI 影视仍处于技术、内容与商业模式持续演进阶段，公司将结合用户与市场需求保持产品高频迭代，不以盲目低价换取短期规模，更加关注商业化质量与盈利空间。

	2、公司新产品 Enkio 的产品定位和后续展望如何？ **回复：** Enkio 是公司于 2026 年 6 月推出的 AI 音乐视频创作平台新品，面向 AI 音乐创作者、独立音乐人、翻唱及社媒创作者等用户群体，围绕音乐理解、视觉规划和成片输出提供 Agent 一站式 MV 创作体验，覆盖节奏对齐、智能编剧、角色一致、单镜头精修和多平台适配等能力，帮助用户将音乐内容快速转化为具有视觉表现力的视频作品，降低专业 MV 创作的技术门槛和制作成本。目前，Enkio 迅速跻身全球 AI MV 垂类应用第一梯队，以三季度数据年化测算 ARR 已突破 300 万美元，初步验证了产品的市场需求及商业化潜力。 Enkio 产品采用订阅会员与 Token 按量消耗并行的商业化模式，产品上线以来表现出较高的用户价值，吸引了众多海外重度用户高频使用。目前，该产品以移动端为主，并已发布 Web 端版本，分别覆盖大众创作和专业创作场景需求。今年 10 月，Enkio 携手歌唱家廖芊芊共创其经典歌曲《远古的月光》《康巴情》的 AI MV，AI 全流程参与故事规划、分镜设计、角色与场景生成以及画面迭代，让音乐人能够在正式确定方向前快速比较不同故事和视觉表达。公司看好 AI MV 内容在社交传播等场景的增长潜力，将持续打磨产品体验，探索 AI 技术在音乐视频创作中更广泛的应用。 **3、公司拳头产品万兴喵影/Filmora 近期发布了 V16 大版本，主要功能更新和市场表现如何？** **回复：** 今年以来，公司围绕 AI 影视创作、AI 音乐视频、AI 广告视频、AI 电商视频等多元用户需求推出万兴剧厂、Enkio、Filmora.TV、万兴播爆/Virbo AI 等多款新品，而万兴喵影/Filmora 持续作为通用 AI 视频剪辑工具补全创作闭环，从而构建起全链路全场景 AI 视频创意解决方案。 万兴喵影/Filmora 今年 9 月发布的 V16 大版本更新重点深耕产品力打磨，在简化创作流程的同时强化专业功能支持，推动 AI 能力更直观、更深入地服务视频创作。一是在素材准备环节升级 AI 素材理解与管理能力，二是在剪辑制作环节强化调色/遮罩/镜头追踪等专业画面控制与 AI 辅助能力，三是在成片交付环节完善 XML 导入导出与跨端传输能力，打通不同剪辑工具间的工程交接。V16 大版本发布后一个月，相比去年 V15 大版本发布后同期用户留存率显著提升，并带动新单销售实现环比增长，后续将持续结合黑五、圣诞、新年等海外节日旺季加强社媒推广与场景化营销，进一步放大版本升级带来的产品竞争力和用户增长效应。 **4、今年以来人民币对美元呈升值趋势，汇率波动对公司经营有哪些影响？** **回复：** 公司海外收入长期占比保持在 90%以上，人民币升值会对公司表观业绩数据产生一定影响。一方面是对营业收入产生汇兑折算的影响，公司海外收入主要以美元等外币结算，人民币升值意味着相同金额的外币收入折算成人民币后有所减少，对公司人民币口径营业收入产生一定影响。另一方面是对财务费用的影响，公司持有一定规模的外币货币性资产及负债，

	人民币升值背景下公司汇兑损失有所增加，对当期利润形成一定压力。 公司将持续关注国际汇率走势及其影响，加强外币资金管理和汇率风险监测，结合业务实际优化外币收支及资金配置，积极降低汇率波动对经营业绩的影响。若后续汇率趋于稳定，相关短期扰动有望逐步减弱，长期来看公司仍将立足主业全球化运营持续提升经营韧性。 **5、前三季度公司销售费用显著下降，主要采取了哪些策略？后续如何平衡营销投入与增长？** **回复：** 2026年前三季度，公司销售费用同比减少1.61亿元，同比下降24.12%，销售费用率降至49.71%。一方面，公司营销策略持续由规模导向转向效益导向，更加注重投放ROI及获客质量，强化营销数据分析与精细化管理，优化不同渠道、区域及产品线的资源配置；另一方面，公司持续推进AI赋能营销，通过AI提升营销素材的规模化生产能力，优化内容质量及营销转化链路，提高营销运营效率；同时，公司强化品牌与自然流量建设，持续加强社媒营销与官媒运营，提升品牌曝光与用户触达效率。2026年前三季度，公司官媒曝光量同比增长超过2倍，在营销费用管控的同时持续提升品牌影响力。 未来，公司将继续坚持营销投入与经营效益并重的原则，一方面对于传统成熟产品强化广告投放ROI管理，持续优化获客渠道及营销资源配置；另一方面，围绕AI原生产品、移动端产品及高潜力应用场景，积极探索更高效的获客与商业化模式，在控制获客成本的同时，保持对具备增长潜力业务的合理投入，推动用户规模、付费转化及长期用户价值协同提升。 **6、随着AI服务器调用量增长，公司如何应对AI成本压力并优化Token商业化模式？** **回复：** 随着全球模型能力加速演进，AIGC生成能力已经进入各行各业的真实生产场景，公司AI产品用户使用频次和模型调用需求持续增长。2026年前三季度，公司AI服务器调用量超过14亿次，同比增长超过60%，其中自研算法调用量占比提升至60%以上。与此同时，针对AI成本增长压力，公司从技术、资源调度及商业化三个方面持续优化： 一是坚持“双模驱动”战略，开放接入优质第三方通用大模型的同时，持续推进低成本、高性能垂类AI算法自研，通过自研算法替代及优化部分外部模型调用优化AI成本结构。 二是完善Token全生命周期管理机制，优化多厂商模型资源调度与成本治理，根据不同模型的性能、成本及用户需求进行差异化调度，提升复杂创作任务的执行效率，减少Token使用的浪费。 三是持续探索Token商业化闭环，通过AI积分充值、会员订阅等多种方式变现，推动用户从基础功能体验向高频、深度AI创作场景转化，提升AI功能的付费意愿及用户生命周期价值，推动AI投入实现商业回报的良性循环。
附件清单	无

（如有）	
日期	2026 年 11 月 3-6 日