

证券代码： 300418

证券简称： 昆仑万维

北京昆仑万维科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2021-001

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	来自博时基金、兴业全球、中银基金、诺安基金、德邦基金、宝盈基金、富安达基金、光大保德信基金、国海富兰克林、国联安基金、国投瑞银、嘉实基金、金鹰基金、诺德基金、鹏华基金、新华资产、人寿养老、恒大人寿、弘康人寿、建信人寿、建信养老、红衫资本、星石投资、华夏久盈、广州金控、凯读投资、乐正资本、安信证券、东吴证券、方正证券、招商证券、国海证券、国金证券、国盛证券、申万宏源、国泰君安、国信证券、中金公司、海通证券、华创证券、华泰证券、兴业证券、民生证券、山西证券、西南证券、新时代证券、中信建投的 102 位机构投资者
时间	2021 年 2 月 28 日 17:00-18:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	昆仑万维创始人，Opera 董事长兼 CEO 周亚辉先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>首先介绍公司近期公告的具体情况</p> <p>首先我们以 13.95 亿元人民币的形式收购了 Star Group 60.65%的普通股股权，以美元形式支付。同时公司在 2018 年通过控股子公司 Opera 持有 Star Group 19.35%的优先股股权，所以目前上市公司合计持有 Star Group 80%的股权。</p> <p>Star Group 的主要产品 StarMaker 是全球最受欢迎的音</p>

频社交平台，用户分布在东南亚、中东、欧美、美洲等地区，覆盖全球一百多个国家，是多个市场的头部音频应用。

根据易观分析报告，StarMaker 活跃用户超过 5000 万，排名第二，仅次于 TikTok；月收入超过千万美金，营业收入排名第三，仅次于 TikTok 和 BiGO。StarMaker 2020 年度全球下载量超过 6000 万，用户单月贡献 3 分钟以上的 UGC 音乐作品数量超过 4000 万个。

Star Group 与全球主流音乐版权方都建立了联系合作，拥有海量音乐版权。同时利用 AI 技术，为用户提供多元化的音效、美颜以及修音效果，并为用户进行个性化推荐。同时，StarMaker 的用户通过加入家族形成紧密的社群关系，提升了平台粘性和用户归属感。

另外，StarMaker 针对全球 50 多种语言都做了精细化的适配和改良，和本地明星、音乐 Label、综艺 IP 等合作方有持续深入的合作，尊重本地用户的认知、需求和习惯，切实做到本地化运营。

StarMaker 的商业模式分三种：语音房间和视频直播房间的互动打赏；VIP 订阅，获得高级功能，类似 QQ 会员；广告

财务方面，2020 年，StarMaker 实现营业总收入 6.20 亿元，实现净利润 9071 万元。同时做出业绩承诺，2021 年至 2023 年的扣非净利润分别不低于人民币 19,166 万元、23,000 万元和 27,600 万元。

另外我们发布了去年的**业绩快报**。归属净利润 47.75 亿元，同比大幅增长 268.72%。随着 Opera 在今年 1 月份的并表，以及 StarMaker 后续的并表，我们今年的收入预计能够实现大幅增长。去年收入下滑的主要原因一个是 Grindr 于去年上半年剥离了报表，以及 GameArk 的代理游戏流水有一定的下滑，但利润端 GameArk 并没有太多下滑。

另外闲徕的盈利能力也很稳健。去年我们优化了业务模

式，所有用户直接沉淀在 App 内，用户质量大幅提高，平台粘性也相应提高，业务形态更加可持续化发展。

投资方面，DADA 去年 6 月份在美国挂牌上市，Pony AI 市场估值大幅增加。

Opera 披露了去年的四季报，2020 年，Opera MAU 增长了 2900 万；PC 端 MAU 达到 8000 万。Opera News 第四季度营收同比增长 150%，环比增长 60%。Opera GX 游戏浏览器用户数量超 700 万，同比增长 350%。

随着新冠疫情的缓解，Opera 第四季度的用户搜索和广告收入环比增长 22%，同比增长 14%。移动端收入也创历史新高。

基于目前的业务增速，Opera 将 2021 年的收入增长预期从 25% 提高到 39%，在 2.2 亿美元至 2.4 亿美元之间，其中 2021 年第一季度的收入将在 4700 万美元至 4800 万美元之间。

随着对 Opera 和 Star Group 的收购完成，我们将形成 Opera、Star Group、GameArk、闲徕互娱、投资业务五大业务板块，也宣告昆仑万维五年跨越式成长告一段落。未来将持续通过挖掘自身五大业务的潜力，逐渐兑现价值。我们希望早日实现百亿销售收入这个目标，其中 Opera 占比 30%，Star Group 占比 30%，GameArk 游戏占比 20%，闲徕互娱占比 20%。

问答环节：

1、StarMaker 增长策略是怎样的？

答：过去三年 StarMaker 的 MAU 增长非常快，现在很多区域还没兑现，比如南美，墨西哥，还没开始深度变现。昆仑万维过去三年收入增速不明显，此次并购 Opera 和 StarMaker

将解决收入增长的问题，未来增长空间较大。**StarMaker** 盈利模式就是直播打赏，收入来源中东，东南亚贡献比较多。可以参考易观发布的报告，音频社交领域第四名 **Yalla** 已在美股上市，目前有超过三十亿美金的市值。**StarMaker** 按照收入和 MAU，分别排名第二和第三。

2、**StarMaker** 和 **Clubhouse** 区别和差异化？

答：**StarMaker** 和 **Clubhouse** 相同点都是语音社交，差异一个是 **StarMaker** 起点主要音乐，**Clubhouse** 最开始是从投资圈，科技圈向外扩圈。全球音乐人群基数很大，大约占整个人口 20-30%。第二个差异 **Clubhouse** 有一定的创新，**StarMaker** 基本属于标准语音社交产品。第三点是收入端的差异，**Clubhouse** 没有明确的盈利方式，**StarMaker** 有明确盈利方式比如打赏、会员费。

3、**Opera** 在云游戏方面以及欧洲金融业务布局？

答：**Opera** 今年在游戏上业务布局上做的不错，收购了全世界第三名的游戏引擎公司，**Gamemaker**，有非常多的游戏工作室使用，**Opera** 计划在 **Gamemaker** 基础上打造游戏盒子，允许在线游戏，及付费下载游戏商店，打造游戏平台。我们有好的技术，有大量 B 端商家，游戏工作室和发行商，以及大量 C 端用户。**Opera GX** 现在是最大的游戏浏览器，用户欧美为主，增速很快，发布一年 MAU 过 700 万，DAU 过 350 万，MAU 比 DAU 为 2:1，用户粘度很高，下一步就是怎么做做一个云游戏平台，类似 **steam**。

欧洲金融业务，原本金融业务主要集中在在发展中国家，如印度、非洲，做小贷，但出于长远考虑我们已经将上述业务剥离了，转向发展欧洲金融业务。欧洲金融业务是一个监管要求更高的市场，而且我们不做小贷业务，而是以支付和数字卡为核心，未来拓展到信用支付和信用商城上，把欧洲用户数据更好变现，**Opera** 在 2020 年到 2021 年初做了个很好调整，

把更多焦点放在更肥沃的市场。

4、StarMaker 海外内容管控影响？

答：StarMaker 与全球大版权商都有签订版权协议，音乐上所有 UGC 都远离黄赌毒，都比较好做管控的。中国内容管控及管控方法上是最领先的，我们借鉴中国公司管控经验和工具，在海外做管控就易如反掌。

5、目前上市公司几大业务的排序？

答：Opera、Star Group、GameArk、闲徕互娱、投资。对 GameArk 我们内部还是很有信心，还在坚持不断改进和提高，昆仑万维是坚持长期的公司，很多业务长期坚持，总会有好的回报。此外 GameArk 主战场也是海外，与 Opera，Star Group 战略战术和资源层面都会有很多协同效应。

6、Opera news 发展情况？

答：2020 年 Opera News 发展是最好的一年，已经明确了在海外的的发展路径，增长很快，在 Opera 各项业务中排名第一。近期花旗发布了对 Opera 研报，对公司介绍比较客观，可以参考。

7、目前声音社交赛道高速增长背景、整体发展阶段和未来发展趋势？

答：首先不仅声音社交，视频社交在海外也是高速增长，中国移动互联网红利已经过去，海外移动互联网红利刚开始，尤其声音和视频社交，这两个在海外整体增长都很快，这是海外互联网的一个现象。第二点，声音和视频社交，对传统社交如 Twitter 等文字图片社交会产生很大冲击，第三点，声音社交是所有产品里最容易适应 IOT 时代的，基本人的视觉时间已经被手机填满，据某研究机构，人的眼睛已经被各种 APP 塞满，90-95%被占据，耳朵占有率只有 10-20%之间，所以声音社交还有很大空间，另外 IOT 时代，苹果眼镜出来后，人真不需要手机的时候，还是通过语音和视觉跟外部交流，手会

	被解放，当然这比较远，是五年十年之后趋势，但声音发展这么快，但是已经是面向未来 IOT 时代的到来的，人和外部交互形态可能会有更多新产品出来，声音社交是很重要的卡位。
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 2 月 28 日