

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： 2021-002

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	来自广发证券、天风证券、东吴证券、安信证券、申万宏源、招商证券、国金证券、华泰证券、方正证券、长江证券、德邦证券、新时代证券、万联证券、华西证券、江海证券、中泰证券、山西证券、上海证券、中天国富、国海证券、首创证券、中海基金、华安基金、中庚基金、中银基金、华夏基金、长盛基金、博时基金、诺德基金、广发基金、德邦基金、华泰柏瑞、国泰人寿、建信人寿、人寿养老保险、明达资产、上海铭渡资产、本利达资产、岷江新产业投资等 78 位机构投资者
时间	2021 年 4 月 29 日 16:00-17:15
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 金天先生 Opera 联席 CEO 宋麟先生 GameArk CEO 黄新颖先生 闲徕互娱 CEO 卢军先生 Star Group CMO 伍逸静女士
投资者关系活动主要内容介绍	由金总回顾公司 2020 年和 2021 年一季度的整体情况： 公司的定位是成为全球领先的互联网平台型公司，为全球互联网用户提供社交、资讯、娱乐等信息化服务。现已非常明确以以下五大业务板块协同发展，包括Opera（已于2021年1月正式并表，持股比例54.54%）、语音社交平台Star Group

（已于2021年4月正式并表，持股比例80%）、休闲娱乐平台闲徕互娱、移动游戏平台GameArk和科技股权投资。

公司产品覆盖了全球4亿以上的月活跃用户，市场遍及中国、欧洲、东南亚、中东、北美、南美、非洲等地。其中Opera拥有全球3.8亿互联网月活跃用户，是欧洲和非洲市场的顶级流量平台，也是两地的互联网龙头企业。Star Group是海外音频娱乐的社交龙头，是中国社交出海的头部企业，收入规模仅次于TikTok。GameArk是全球范围内的移动游戏平台。闲徕互娱是国内3-6线城镇居民的社交娱乐平台，在西南省份占据绝对优势。公司希望未来通过各业务板块间的业务联动，覆盖全球更多的互联网用户，成为全球范围内重要的互联网流量入口。

公司的财务表现，自2015年上市以来，公司累计为股东创造了92.30亿元的净利润，年复合增长率达到65%，其中2020年归属净利润为49.93亿元，同比增长285%；非经常性损益达到20.67亿元，同比增长63%，展现出了公司强劲的持续盈利能力。

此外，公司毛利率近年来保持80%左右的较高水平。公司在明确了互联网平台型公司的定位之后，希望能结合自身传统优势，在相关细分市场占据龙头地位并享受一定的话语权，逐步构建业务护城河，提高竞争壁垒。未来公司将继续以提升活跃用户数量和市场占有率为核心目标，提高持续经营能力，重点考察各业务线的收入规模。

根据长期收入规划，我们希望未来3-5年能尽快实现收入破百亿的目标。其中Opera和Start Group能够各自贡献35%，GameArk和闲徕能各自贡献15%。目前我们的收入构成分别是游戏收入占44%、社交收入占45%，广告收入占1%。随着Opera和Star Group的在1月份和4月份的陆续并表，收入规模会有显著增长，同时来自于社交和广告的收入占比也将有一定比例的增

长。其中Opera将主要贡献广告和搜索收入，Star Group将主要贡献社交和广告收入。

投资板块在过去一年中也取得了非常靓丽的成绩。需要说明的是，闲徕互娱、Opera、Star Group均属于战略投资，投资后通过公司内部整合和参与深度运营，创造第二增长曲线，意在完善上市公司在互联网社交平台方向的发展体系，并非财务投资。

公司去年设立了昆仑互联网智能产业投资基金，上市公司持有基金48.08%股权。主要投资方向包括：TMT消费、SAAS、硬科技、医疗等相关领域。目前该基金规模达21亿元，投资的主要项目有：宜农科技、乐言科技、竹云科技、科亚医疗、六合宁远、博雅辑因等。该基金的收益将按照公允价值变动核算报表。

还有一些公司早期投资的项目也在最近取得了较大进展，比如2015年投资的DADA去年在美国纳斯达克挂牌上市。2019年4月，公司以5000万美元投资了Pony AI 3%的股权，目前Pony AI估值超53亿美元，估值翻了3倍多。还有公司参股的科亚医疗已向港交所递交招股书，拟在香港主板挂牌上市。

Opera 联席 CEO 宋麟：

Opera 是世界领先的互联网品牌之一，也是欧洲最大的互联网公司之一，整体的月度活跃用户是 3.8 亿，在过去 3 年增长了 6000 多万的月活跃用户。以 Opera News 为例，大约有 2.05 亿左右的月活跃用户。

Opera 的战略为“浏览器+”，核心是搜索和广告业务，年复合增长率大概在 24%左右。

从产品层面，大家熟知的是 Opera 浏览器，是我们的核心竞争力，此外我们这几年陆续孵化了：

1) Opera News 平台，主要面对海外用户，目前已经成长为

海外新兴市场最流行的新闻聚合平台之一；

2) 为 Opera 浏览器和新闻服务变现的广告平台 Opera Ads；

3) 游戏浏览器 Opera GX，建立游戏生态系统；

4) 欧洲金融科技 Dify

Opera 2021 年一季度的业绩亮点：

整体月活跃用户同比增长 1600 万，其中欧洲同比增长 14%，非洲同比增长 12%。PC 浏览器月活跃用户第一季度超过 7900 万，同比增长 17%。Opera News 第一季度收入同比增长 260%，环比增长 30%，稳坐非洲第一新闻 app 和内容发布平台宝座。此外，开始在欧美几个国家试点 Opera News，仍在早期，活跃用户已达数百万。

Opera News 的收入和用户同步增长，实现正向循环，预期今后几个季度仍会保持高收入增速，为全年公司营收同比大幅增长做出贡献

Opera GX 游戏浏览器：

截至 2021 年一季度超过 900 万月活跃用户，同比增长 190%。2 月份我们收购了国际知名独立游戏引擎 GameMaker Studio (GMS)，向打造完整游戏生态进发。GMS 是知名独立游戏开发者引擎，拥有 30 万以上开发者社区，如《Undertale》、《Katana Zero》和《Hyper Light Drifter》等热门游戏均为该引擎开发。我们认为技术引擎加持，游戏创造普及有巨大空间。与视频类似，人人都能创造，发行和消费游戏，拥有巨大潜力可挖。由于 Opera 拥有 PC 端和移动端这两个得天独厚的入口优势，可以将 GMS 业务与 Opera GX 结合，形成一站式玩家和创作者社区，在单个平台上创造、发行，消费游戏，完成闭环。

一季度在西班牙上线的欧洲金融电商业务 DIFY，增长趋势良好，计划年内扩张到其他欧洲国家。DIFY 是针对欧洲用户提供的 Smart Shopping 方案，基于电商提供返现，同包括 Ebay, PCComponents 等达成合作，超过 100 家当地商家加入。配合钱包发卡，形成完整电商+支付钱包整合。

Opera 一季度财务业绩超过预期，营业收入实现 5160 万美金，超过之前的 4700-4800 万美金业绩指引，其中核心搜索和广告业务同比增长超过 38%。上调 2021 全年收入预期，提升到 2.3 亿到 2.45 亿美金，区间中值同比增长 44%，超出之前给出 39%收入增长指引，主要原因为 Opera 核心业务和新业务的增长。其中第二季度业绩指引，预计收入为 5500-5700 万美金，区间中值同比增长 74%。

Star Group CMO 伍逸静：

Star Group 是海外市场最大的音频社交平台 and K 歌娱乐平台。2020 实现了 6.2 亿的营收规模，同比增涨 216%。

增长主要来源于：东南亚市场深化品牌建设及娱乐营销，品牌效应凸显，带来泛娱乐用户的大幅增长；在中东等区域市场持续推动本地化建设和精细化运营，带动活跃用户比例大幅提升；形成了可复制的变现模式，以及可规模化的营收体系。

Star Group 未来三年发展目标：

1)用户规模方面，依托本地化运营经验及品牌优势，保持东南亚、中东等老国家的持续增长；同时将成熟的用户增长体系复制到南美、欧洲等新市场，通过不断拓展新国家，支撑全球用户规模持续增长。

2)基于用户规模的增长，将成熟的营收模式扩展至新市场、老市场的新用户圈层，进一步提升营收规模。

3)通过产品及运营优化，提升社交用户渗透率及活跃度，

带动付费率及 ARPU 增长，从而优化变现效率。

近期业务规划：

1) 用户增长层面，提升流量获取效率，同时探索更多元的增长渠道，寻求本地渠道合作。

2) 运营层面，加强本地化内容建设，提升运营质量，完善并巩固拉活运营体系。

3) 品牌层面，通过泛娱乐整合营销及跨行业合作，在老市场持续“破圈”，在新市场不断积累品牌优势。

4) 产品层面，结合各区域市场特点和需求，探索更多元化的语音社交场景、以及更本地化的音乐玩法。

5) 营收层面，围绕用户社交关系、探索更多维度的变现场景，进而提升付费率和 ARPPU。

GameArk CEO 黄新颖：

GameArk 的产品研发类型包括：

RPG：包括 SRPG、ARPG、MMORPG；

SLG：在细分题材寻求突破；

互动阅读平台：主要面向欧美地区和日本地区；

交叉类型，目前在研一款三消+RPG 的类型游戏

今年的重点游戏研发计划：

1) 面向泛二次元用户的 MMORPG 《圣境之塔》计划在 2021 年第二季度在东南亚地区上线，并且后续陆续在韩国、日本、欧美地区上线运营。

2) 面向欧美市场的轻度 RPG 《奇幻岛-符文冒险》项目已经上线测试，目前正在数据打磨阶段，计划于 2021 年第三季度正式上线。

闲徕互娱 CEO 卢军：

闲徕互娱是一个创新的社交娱乐平台，我们过去一共开发了 600 多种本地麻将玩法和十几种本地扑克玩法，面向国内 3-5 线城市。通过过去 4-5 年的充分竞争，市场占有率趋于稳固，用户规模相对平稳，所以未来我们主要会进行精细化运营，去提升用户的 ARPU 值，从而提升整体收入。

我们发现在 3-5 线城市的中青年群体的娱乐是相对匮乏的，所以我们新立项了一个语音社交的项目，希望能满足用户更多的娱乐需求。

在过去几年里，在提升收入方面我们除了通过房卡收入，也尝试了游戏联运、广告变现等。

近期我们的重点业务规划包括：

1、社交棋牌方面。专为老年人打造的适老版棋牌作为公益性质的产品将于 5 月中旬上线，解决下沉市场老年人日常生活孤独的问题；商业化方向将在增值会员体系和新广告场景矩阵的搭建上做新的突破，有望在二季度进一步增加产品矩阵的变现能力；棋牌玩法继续尝试创新，Q2 将会上线 3-5 个有广泛用户基础的玩法创新，带来新的增长点。

2、语音社交方面。探索金币休闲模式的海外棋牌市场，通过棋牌+语音房的模式变现。产品测试数据良好，后续完成渠道测试和规模化运营支撑体系，并开始规模起量，日活实现有效突破。

提问：

1、请问 Star Group 作为语音社交如何与短视频产品竞争，Star Group 的用户增长方面有没有明确的计划。

伍逸静：语音社交和短视频不构成直接竞争关系，从赛道上来讲我们属于音频赛道而不是视频赛道，我们占据的是用户的听觉而非视觉。用户增长，一方面通过复制在东南亚和中东市场

	<p>的成熟经验到更多的新的市场地区，通过地域扩张来提升用户规模，另一方面在本地化运营上还有很多深挖的空间。</p> <p>2、Opera 是否把主战场从非洲换到了欧洲？</p> <p>宋麟：Opera 大的战略没有变化，还是基于浏览器的优势地位去探索新的业务，当然会有一些延伸。我们浏览器的优势地区本身就在非洲和欧洲，所以在过去我们把非洲作为我们的核心市场之一。非洲市场的创收其实并不容易，Opera 能做到目前的规模还是累积了很多宝贵经验。所以我们也希望在我们另一个优势地区欧洲，继续发扬光大。今年一季度我们把 Opera News 拿到欧洲上线，数据表现令人满意，而且人均用户收入要比非洲高，所以我们对未来收入的增速很有信心。</p> <p>3、具体介绍一下棋牌游戏的社交产品方面的创新</p> <p>卢军：闲徕属于熟人或半熟人之间的游戏产品，所以在闲徕的平台上沉淀了很多社交关系。在下沉市场，受移动设备等硬件条件的限制，很多人玩不了重度游戏，所以传统棋牌的线上化给他们带来很大的体验感的提升。除此以外的陌生人之间的领域，也有社交需求，所以出现了我们现在正在尝试的新项目，用语音聊天室切入不同的场景化的小游戏。闲徕平台上的用户相对是比较优质的，有较强的付费意愿和能力。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 4 月 30 日