

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：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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（万兴科技机构投资者线上交流会）
参与单位名称及人员姓名	1、博时基金张晔、周心鹏 2、东方阿尔法陈渭文 3、信达澳银徐聪 4、华商基金戴福宏、金曦 5、嘉实基金谢泽林 6、工银瑞信基金李昱 7、汇添富基金夏正安、杨璿 8、农银汇理基金梁国柱 9、天风证券缪欣君、陈矣骄
时间	2021年8月27日
地点	公司会议室（电话会议）
上市公司接待人员	万兴科技董事长：吴太兵 万兴科技董事会秘书：孙淳 万兴科技证券事务代表：彭海霞 万兴科技投资者关系经理：吴琪
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司向参会人员简要介绍公司情况 上半年经营总结： 1、2021年上半年公司营业收入同比增长5.94%。影响营业收入增长的主要

因素为：1) 2021 年上半年进入后疫情时期，与去年同期疫情在全球暴发时的情况相比，全球市场行业流量普遍下降；2) 人民币兑美元汇率大幅升值超过 8%；3) 公司从 2021 年开始大力推行向订阅升级转型造成客单价同比下降。为促进营业收入增长，公司加快产品新版本发布、通过积极开展精细运营、加强新市场的开拓，实现营业收入逆势增长。若排除人民币升值影响，2021 年上半年公司营业收入同比增长为 14.01%；

2、公司大力推行从传统的 Lisence 模式向 SaaS 化转型升级，报告期内订阅用户数同比提升 36%，订阅收入占比达 59.63%，订阅收入已成为公司主要收入来源。在扩大新订阅用户的同时，公司加强老用户的运营，通过产品快速迭代升级增加产品功能、改善用户体验、提供增值服务提升用户活跃度，持续提升订阅用户续费率；

3、为增加公司产品竞争力，构建公司产品护城河，支撑向 SaaS 转型升级。公司在 2021 年上半年大力引进高职级研发人员，加强以视频创意为主赛道的 AI 等前沿技术和新产品研发，搭建 SaaS 云服务平台和资源商城平台，报告期内公司研发投入达 1.4 亿，同比增长 96.54%，为公司后续增长提供源源不断的动力。

下半年经营计划：

1、持续聚焦视频创意软件，兼顾文档创意、绘图创意和实用工具的产品技术创新和质量提升，赋能新品孵化和爆品打造；

2、深入推进 SaaS，加快中台系统建设，快速提升素材资源方面实力。随着下半年行业流量回归、公司产品研发成果逐步转化，公司将积极运营、内外协同尽快渡过 SaaS 转型阵痛期，迎来收入与利润的稳定提升；

3、未来一段时间内保持现有人员规模的基础上，继续加强团队精英化建设，优化人才结构，盘活存量，提高管理效率和人均效能。

二、互动交流环节：

1、请介绍一下公司在 SaaS 化转型方面的进度？研发投入增长主要用于哪些方面？

回复：公司 SaaS 化转型升级是一个逐步实施推进的过程。自 2018 年开始尝试在个别产品实施 SaaS 化转型升级，去年下半年开始进入快速推进阶

段，今年上半年成果显著，订阅用户数已超过 Lisence 用户数，订阅收入占比已达近 60%。在做好新用户订阅推广的同时，通过产品竞争力持续提升、订阅用户的运营维护，实现订阅续费率持续快速提升，截止 2021 年 6 月，公司订阅用户续费率已超过 43%。

研发投入主要用在以下 3 个方面：1) 新产品的研发和现有产品新版本发布。上半年公司在视频创意领域发布多款新产品，进一步丰富了视频创意产品线，覆盖更多的用户使用场景。公司坚持快速响应用户需求，产品快速迭代更新，各产品线主要产品都发布了新的版本，报告期迭代版本超过 500 个，部分产品进行了大版本升级。2) 加强视频创意领域 AI 技术、算法等的研究与技术实现。公司技术中心新增研发人员近 70 名，高职级研发人员占比超过 60%，其中博士、博士后有 6 人。3) 组建了云服务中心，完成订阅付费支撑体系 1.0 版本的建设和大数据上云迁移，搭建全链路数据指标体系，全面夯实大数据底座，升级用户增长支撑平台，为后期订阅用户扩量增速打下基础。

2、上半年境内收入增长主要原因是什么？

回复：公司在注重全球化发展的同时，持续加大境内市场的布局。报告期内继续深化产品的本土化，在发挥公司线上营销优势的同时，大力加强政企营销力度和线下品牌活动露出，提升公司产品在境内的品牌知名度与影响力，通过线下直销与线下代理商渠道相结合的方式积极开拓境内 B 端市场，更多的触达境内用户，实现报告期境内销售收入同比增长超过 30%。目前来自于境内的营销收入从四年前的微乎其微增长至超 6000 万元。境内已成为公司全球排名第三的主要市场之一。

未来公司将持续投入和深耕国内市场，B 端加大政企合作力度，C 端关注并响应新生代用户需求，进一步加大国内市场收入占比。

3、请问公司视频软件定位及后续发展计划？

回复：公司围绕视频创意目标群体，准备推出“WondershareCC”视频创意系列软件，以视频剪辑软件为主体，辅以资源、云存储、音频编辑等多

款相关产品，增强用户服务粘性，延伸业务链条，满足用户在特定场景下的不同创作需求。

未来公司将基于用户属性，围绕爆品将公司产品逐步纳入全家桶，把更多产品聚合到自有平台，打通不同终端用户，覆盖更多工作与生活场景。

目前，公司在全家桶方面的定价策略是产品基本免费，资源与功能付费，提升用户使用频率，覆盖更多用户使用场景，为用户提供持续的增值服务和云服务提升用户复购，促进营收增长。

4、公司上半年在营销方面的主要工作和成效有哪些？

回复：公司从独立站起步，积极打造私域流量。2021年6月，公司主要产品月度活跃用户数已接近8千万，较上年同期大幅增长。报告期内，公司已构建 WondershareID 体系，聚拢一批忠实用户打造私域流量池，有效降低广告宣传等营销费用。未来公司也将进一步加强现有产品用户和 WondershareID 体系的运营维护，通过产品和服务种类的丰富、叠加，吸引更多注册甚至购买转化，促进用户的重复购买和多产品交叉购买行为，助力产品销量提升的同时降低销售费用。从近三年来公司运营情况来看，营销费用占收入的比重持续降低，2021年上半年公司营销费用的同比增速低于营业收入增速，公司策略成效初显。

5、格像并购后整合的进度和下一步计划是怎样的？

回复：公司与格像的整合工作整体进展较好，双方在业务协同、文化融合和人员整合方面进度较快。两家公司以前都是以海外C端用户为销售对象、且均以视频创意为主航道，但万兴以前聚焦于桌面端用户，格像聚焦于移动端用户，两家公司在用户上有很大的互补、共享基础，同时两家公司技术、资源素材方面互通、共享，万兴在用户运营和中后台管理方面经验丰富。整合后预计将给上市公司带来较好的经济效益。目前并购整合更按计划顺利推进，两家公司之间的互动交流非常频繁，技术与资源的整合与协同正在开展，万兴的中后台已在为格像赋能。目前万兴和格像都对格像完成今年的业绩承诺充满信心。

	<p>6、上半年人员快速增长后，后续公司在员工引入和管理方面如何计划？</p> <p>回复：万兴是一家软件与服务为主业的公司，人才是公司第一生产力。近年来，公司始终将人才精英化作为公司基本人才发展战略。上半年公司持续引进研发人员，改善人员结构，研发人员占比已超过 55%，职能人员占比同比下降。公司特别注重高端人才引入，研究生及以上学历员工和高端人才占比均接近 20%。目前公司总人数已近 1450 人，未来一段时间内公司人员将在保持现有规模的基础上，继续进行高端人才和优秀应届毕业生的引进，持续增加人才的竞争力和战斗力，通过优秀人才实现产品创新、技术突破、营销升级和运营效率提升，支撑公司市场竞争力和营业收入、利润稳步增长。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 8 月 27 日</p>