

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：2021-003

| | |
|---------------|---|
| 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 | 国盛证券（杨焯）、国信证券（黄浩峻）、安信证券（黄净）、施罗德（宋敬祎）、中信资管（罗毅超）、工银瑞信（黄丙延）、光大保德信（朱梦文）、千合资本（邵珠印）、华安资产（李亚鑫）、东方财富（王宇）、东方阿尔法（陈渭文）、国华投资（耿天雄）、兴全基金（陆士杰）、和谐汇一（凌晨）、睿远基金（马川）、仁桥资产（夏俊杰、钟昕）、迎水投资（邹帅） |
| 时间 | 2021年9月2日 |
| 地点 | 公司会议室（电话会议） |
| 上市公司接待人员 | 万兴科技董事会秘书：孙淳 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 | <p>一、公司向参会人员简要介绍公司情况</p> <p>二、互动交流环节：</p> <p>1、公司在AR/VR/元宇宙方面有何布局与计划？</p> <p>回复：公司从去年开始就持续关注AR/VR这块的业务，积极探索、布局，以提升产品质量与综合实力。今年上半年公司进一步加大研发投入力度，技术中心研发人员增加到近70名，专注于加强视频创意领域AI技术、AR/VR等核心技术的研发和前沿技术探索，争取通过新功能的叠加和新产品的研发实现更多技术突破，逐步拉开与市场上其他竞争者的差异，促进企业长久可持续发展。</p> <p>除了在AI进行自主研发与积极探索AR/VR/元宇宙技术，开展技术预演外，</p> |

公司还积极开展行业调研，了解市场动态、与国内 AR/VR/元宇宙领域主要企业进行沟通与交流，寻找共同发展的机会，并投资了数家在视频算法、交互式 3D 云平台、音视频云生产协同平台处于国内领先地位的公司，通过股权合作促进战略合作。“自研+战投”内外合力提升公司在创新领域方面的竞争力和产业布局。未来公司将持续深耕视频创意，不断加强 AR/VR、元宇宙领域技术的探索与研究，把握新技术在视频创意领域的运用带来的新发展机遇。

2、公司目前素材积累数量已经足够多，但相关收入却没有出现爆发，公司对此的布局是怎么样？

回复：此前公司素材资源的增加主要依托于与视觉中国、Pond5 等知名素材提供商合作，虽然资源体量较大，但对收入影响有限。从今年起，公司全新创立了超过 70 人规模的创意中心，布局创意资源、特效的自主创作和开发；同时公司也基于对市场的洞察和对用户的理解，有针对性的制作满足用户需要、贴合用户使用场景的素材，逐步建立更精准的用户触达机制，以进一步提升公司在素材资源方面实力。

目前公司已拥有包括图片、视频、音频、特效在内的 1,500 万素材资源，整体数量较上年同期增长超过 3 倍，资源收入较上年同期提升约 83%。随着用户数量增长和资源商城实力增强，近月相关业务收入正保持持续增长，未来有望成为了公司新的业务增长点。

3、公司对国内业务发展的规划和预期如何？

回复：公司一直将国内市场视为增长潜力最大的单一市场，从 2018 年提出“回师中国”战略以来，持续积极进行各产品的本土化转换与运营，打造更贴合国内用户需要的产品 and 功能。整体来看成果颇为显著，上半年境内市场的营收已超过 6,000 万元，约占总营收 12%，增速超过 32%，远高于同期其他主要目标国家增速。目前中国已成为全球第三大收入来源地。

我们认为，随着国家加强知识产权保护、为更好的使用体验而付费的 95 后成为消费者主流，借由国内企业对效率与安全软件需求的快速增长，以及公司产品在国内品牌影响力的提升，我们预期国内市场后续将快速增长。未来公司将继续加大国内市场的关注，深入开展精细化本地运营，进一

| | |
|--------------|--|
| | <p>步深化 B 端政企合作业务的广度与深度，紧跟 C 端用户需求加速产品和素材的优化迭代，快速提升国内市场收入占比。希望 5 年内中国成为公司第一大收入来源地。</p> <p>4、公司以视频创意为主赛道，但是从这次中报来看，视频创意增速反而下滑，公司怎样看待这样的现象？</p> <p>回复：今年上半年公司视频创意类产品营收 2.74 亿，同比去年下降 2.64%，增速确有些微下滑，主要由于去年上半年市场热度和用户需求量大 幅攀升，快速实现了用户群体的扩大，也一定程度透支了后续的增速。去年上半年我们的视频创意类软件销量实现了超过 70% 的同比增长，达到了一个较高的体量和水平，推高了今年的增长基数。不过对比市场上其他同类产品，我们的产品流量和收入降幅仍显著低于市场平均水平，侧面也体现了用户对 公司产品的认可和后续产品业绩提升的确定性。</p> <p>公司视频创意业务现在的营收情况和 2019 年同期相比，可以发现年均复合增长率已超过 30%，整体仍保持着一个较高的增长态势，这也符合整个 行业快速发展的规律，可以见得整个市场还处在急速扩张的态势中。</p> <p>5、请问公司下半年的工作重点和未来在业务线格局方面的计划？</p> <p>回复：下半年是公司新产品新版本发布的集中期，也将迎来欧美等主要 市场的销售旺季。公司将积极推进各产品的研发进度，强化素材资源的研发 与落地，通过 WondershareID 体系实现产品间用户的打通和运维，吸引用 户留存、提升用户复购；同时将深入推进 SaaS 化转型进程，加快中台系统 建设，快速提升素材资源方面实力；下半年公司将在不增加人员规模的基础 上，继续推进团队精英化建设，优化人才结构，盘活存量，提高企业人效。</p> <p>未来在业务线布局方面，公司将持续聚集视频创意软件业务，积极推动 文档创意、绘图创意和实用工具的技术创新与质量提升，快速响应市场需求， 赋能新品孵化和爆品打造，通过为用户提供持续的增值服务和云服务增强用 户粘性，形成企业独特优势与综合竞争力。</p> |
| 附件清单 (如有) | 无 |
| 日期 | 2021 年 9 月 2 日 |