

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：2022-001

|               |  |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别     | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><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   | 招商证券-石恺、天风证券-陈矣骄、国泰君安证券-李博伦、安信证券-黄净、博时基金-游涛、长城基金-刘疆、安信基金-谭钰娜、东方阿尔法-陈渭文、宝盈基金-诸晓琳/倪也、菁英时代-赵鹏飞、涌乐投资-岳雄伟、至诚经纶投资-孙守用<br><br>（排名不分先后）  |
| 时间            | 2022年1月11日 15:00   |
| 地点            | 深圳市南山区海天二路14号软件产业基地5栋D座10楼   |
| 上市公司接待人员      | 万兴科技董事长：吴太兵<br>万兴科技董事会秘书：孙淳<br>万兴科技证券事务代表：彭海霞<br>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 | <b>一、公司董事长吴太兵先生向参会人员简要介绍公司情况</b><br><br>公司以“让世界更有创意”为使命，主要聚焦数字创意业务领域，围绕创作者经济，积极为数字创意创作者赋能。随着互联网从文字、图片快速向视频为主的交流介质发展，全球数字创意内容的传播者（Communicators）群体快速增长，创意软件工具、周边内容与服务的需求及市场规模均将爆发式增长。根据 Adobe 统计，未来3年全球 Communicators 用户将从7亿增长到9亿，对应的创意软件及周边内容与服务的销售收入将从120亿增长至                         |

310 亿美元，潜力巨大。万兴科技将继续聚焦为全球数字创作者提供高质、易用创作工具的同时，延展与扩充产品及服务内容，满足创作者更多的用户场景的使用需求，促进产品向 SaaS 化、在线化、内容服务、云服务等方面发展。成为全球领先的新时代数字创意赋能者之一。

2021 年以来公司完成了 Filmora、PDFelement 等一批产品的更新迭代和 Anireel 等多个新产品的发布，特别是近期发布搭载了最新虚拟人像技术的产品——“万兴鹿演”，通过提供形象模板，帮助创作者快速、便捷制作个性化“虚拟人”形象。同时公司在资源素材收入方面实现突破，全年收入超千万美元。

公司始终高度关注全球技术与市场发展趋势，积极拥抱下一代互联网，深入参与创作者经济生态建设，推进产品研发与创新，优化用户互动体验，强化资源+工具+AI 多边形能力矩阵，增强企业综合竞争力。

## 二、互动交流环节：

### 1、近期元宇宙概念比较热，公司对元宇宙的理解和对产品的未来规划是怎么样的？

回复：对于元宇宙，目前仍是众说纷纭。我们认为元宇宙将是实体世界的虚拟化呈现。通过虚实结合，将实体世界的经济系统、社交系统、身份系统、娱乐、游戏、生产等放入虚拟世界，逐步朝着理想化的虚拟世界终极形态发展。互联网用户从过去的文字时代进化到图片时代，目前已进入视频时代，未来将进入虚拟时代。在内容为王和创作难度逐渐加大的趋势下，用户对于图片和视频的需求将大幅提升，优质内容创作者的话语权会加倍放大，内容工具和内容平台的价值将会被重新定义。

公司非常关注元宇宙的发展趋势，认为在未来的虚拟世界里，每个人都是创作者，都有创造内容的需求，对创作工具和创造的内容与服务需求也将爆发式增长。未来万兴科技将积极拥抱互联网及市场变化，秉持“新生代数字创意赋能者”的定位，为创作者提供 3D 虚拟内容创作工具及服务，全面渗透用户创作场景。为此万兴科技已在进行技术研发、人才储备，并将通过自研+校企合作+股权合作等方式加快产品落地，争取走在行业前沿。

## 2. 公司近期发布的万兴鹿演产品的情况及公司产品布局思路？

回复：公司近期发布的视频演示软件“万兴鹿演”已上线“虚拟数字人”演示功能，提供 8 个不同风格的“虚拟形象”供用户选择，满足用户对于教学培训、商业演示、知识分享等不同场景下的演示视频制作需求。产品后续将上线用户专属的个性化 3D 虚拟形象，利用 AI 和动捕技术，帮助用户将自己的真实形象转化为“数字虚拟形象”，进行多场景、多形态、多维度的全面演示。后续公司将推出个人自定义的虚拟形象功能，增加不同的应用场景和 3D 虚拟资源素材与模板，为创作者提供“虚拟人-数字化信息-虚拟场景”的全领域服务。

一直以来，公司产品布局思路都是通过专业的技术生产出轻量便捷的产品，帮助用户降低使用门槛，简化操作流程，特别针对泛知识、泛营销等不同领域的小 B 端或者个人创作者，基于其高频使用场景提供便捷高效的产品，满足细分领域用户持续变化的需求。通过公司产品双周迭代的更新机制，以及本地化软件、在线工具、资源商城和云服务等功能及服务矩阵，赋能用户高效内容创作、优化其创作体验。未来公司也将基于内容+服务的运营模式，紧抓用户痛点、匹配用户需求。创造更多细分领域的轻量化的工具，并持续优化迭代，加大场景覆盖，提升产品与服务质量。

## 3. 公司的资源素材建设及运营情况如何？

回复：公司在 2018 年底开发上线资源商城，积极通过内部自研为主+外部协作辅助的方式，建设公司自有资源库。截至 2021 年底，公司特效资源颗粒已达 10 万颗粒，资源素材收入从 2019 年的 200 多万美元提升至 2021 年的超千万美元，进一步坚定公司大力建设素材资源商城的决心。目前，公司内部已成立创意拓展部门，专注下一代互联网时代 3D 素材内容的研究与生产，逐步开启 UGC 创作平台的建设，期待在创作者经济时代给予用户更多内容和平台支持，全面赋能创作者的创意表达。

## 4. 近年公司研发费用增幅较大，公司对此是如何考虑的？

回复：2021 年前三季度公司研发费用为 2.38 亿，同比增长 91.81%。公

|              |   |
|--------------|---|
|              | <p>司布局长期，大力投入研发主要用于：1) 加强视频创意领域 AI/VR/AR 技术、算法等的研究与逐步落地；2) 升级 SaaS 转型所需的用户增长支撑平台；3) 新产品的研发和现有产品新版本发布。</p> <p>人才是软件企业生存发展的基石，研发人才更是公司未来快速可持续发展的保障。公司目前人员规模比较合理，其中研发人员占比近 60%，在加大高端人才的引进，实现团队升级的基础上，加强高校优秀毕业生的招募与培养，通过完整系统的培训和转化流程，给予成长的机会与空间，为公司未来的发展储备优秀人才，保障企业持续发展的生机与活力。</p> <p><b>5. 公司 SaaS 转型进程如何？</b></p> <p>回复：公司 2019 年在 Filmora 开始提供订阅付费方式，开启订阅转型进程，到 2021 年进入快速推进阶段，目前整订阅转型进程已经到了一个比较高的程度，截至 2021 年半年报，公司订阅收入占比已达近 60%。但考虑到不同国家/地区对于订阅服务的偏好不同、不同产品的付费场景不同，同时对竞品的收费策略，公司给予用户不同付费周期和不同付费形式的选择。</p> <p>未来公司除了在适用产品上进一步推进订阅转型外，也将积极加大云服务拓展，将 SaaS 化作为持续发展的方向。目前，公司内部有 S (SaaS) A (AI, 人工智能) B (Business, 商业化及 B 端) C (Cloud, 在线与云服务) 业务策略，展现公司 SaaS 化转型的决心。</p> |
| 附件清单<br>(如有) | 无   |
| 日期           | 2022 年 1 月 11 日   |