

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：2023-001

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 checked="" 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 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	详见附件
时间	2023年4月20日16:00
地点	深圳市南山区海天二路14号软件产业基地5栋B座6楼
上市公司接待人员	董事长、总经理：吴太兵 董事、财务总监&董事会秘书：孙淳 董事&研发总监：朱伟 证券事务代表：彭海霞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事长吴太兵先生向参会人员简要介绍公司情况</p> <p>1、业绩方面</p> <p>2022年，公司秉持初心，深耕数字创意主业，在全体员工的共同努力下，公司实现营业总收入11.80亿元，同比增长14.67%，归属于上市公司股东的净利润4,125.52万元，同比增长47.73%。其中，视频创意产品线实现营业收入7.45亿元，同比增长27.82%。公司自2019年开始实施订阅转型以来，通过产品、营销及IT运营系统的持续优化，2022年订阅收入占整体销售收入比例已达64%，订阅续约率提升至60%，订阅转型取得较好成果。</p> <p>2、技术方面</p> <p>2022年，公司研发投入3.48亿元，研发人员占公司总人数的56%。近</p>

年来，公司通过核心技术自研+辅助技术合作引入的方式在 AI 生成类、AI 增强类等 AI 前沿算法上取得技术突破，在视觉智能、语音智能等能力领域获得了较丰富的技术成果。相关技术成果已快速在万兴喵影/Filmora、万兴爱画以及 2022 年底发布的新产品万兴播爆等产品上线。持续高比例的研发投入、研发团队的持续扩充与升级、新技术成果的获得与快速运用均促进了产品竞争力和用户满意度持续提升，增强了公司产品的技术壁垒，为后续 AI 技术在其他产品的运用及 AI 技术持续深入开发奠定坚实基础。

### **3、产品方面**

公司坚持深耕数字创意业务领域，聚焦视频创意主航道。2022 年，公司万兴喵影/Filmora、万兴 PDF/PDFelement、万兴脑图/EdrawMind 等各主要产品完成大版本升级，围绕用户新兴需求，在产品内融合落地了包括 AI 在内的多项前沿技术，通过桌面、移动、云端三端拓展、多端打通、云端协同等初步形成较完善的产品矩阵。公司坚持紧跟市场前沿趋势，快速进行产品创新，全新发布了 AI 图像生成工具——万兴爱画，数字人短视频营销工具——万兴播爆，持续向视频创意和绘图创意的前沿领域纵深拓展。

### **4、运营方面**

公司基于长远的发展规划和“平台+创业者”的指导思想搭建了“大平台、中产品、小团队”的组织运作模式，采取“大额专项奖金+股权激励”等方式，在完善营销、大数据及职能等大平台的基础上，鼓励有创意、有冲劲、有能力的众多中小团队快速在各赛道进行产品创新与实现，并成为各赛道领先的主流产品，支撑公司规模持续扩大。

近年来，公司坚定推进双高人才战略，通过社会招聘持续引入全球高端人才，通过校园招聘快速增加高潜人才，提升公司团队整体战斗力的同时为未来发展储备、培养优秀人才。公司长沙万兴创意科技大厦于 2022 年 12 月正式投入使用，长沙战略人才布局成效逐步显现。

### **5、未来展望**

公司将秉持“让世界更有创意”的使命，聚焦数字创意业务领域，以

AIGC 技术突破与运用为核心，快速扩大 AI 技术运用的产品与服务的范围及领域，持续提升公司技术实力和产品竞争力，促进产品向全球化、SaaS 化、智能化及内容升级等方面发展，成为全球领先的新时代数字创意赋能者。

未来，公司将持续关注全球技术与市场的发展趋势，积极拥抱新技术、新趋势，推进产品研发与创新，赋能创作者经济生态建设，增强企业综合竞争力。

## 二、互动交流环节：

### 1、AI 发展很快，公司如何布局？

#### 回复：

公司定位为“新生代数字创意赋能者”。公司已经组建了一支全球化、高素质的人才队伍，并形成一套行之有效的业务创新组织运作体系。公司从 2020 年就开始洞察到 AI 技术的发展前景，并快速组建了一支上百人的高素质技术研发团队，近两年在视频生成算法、图像生成算法、GAN 生成算法、音频生成算法等 AI 前沿算法等领域均取得多项技术研发成果。自 2022 年下半年以来公司视频创意、文档创意、绘图创意等主要产品线均陆续发布了带有 AI 功能的新版本，并推出融入多项 AI 技术的新产品——万兴爱画、万兴播爆。后续公司将结合 AI 技术的发展及用户需求，持续在数字创意领域进行 AI 技术相关新产品的研发与推广。

### 2、公司有哪些产品叠加了 AI 功能，叠加 AI 功能后产品方面有哪些变化？如何商业化变现？

#### 回复：

公司视频创意产品——万兴喵影/Filmora V12 版本里已有文字生成图像等 AI 生成类技术、节拍检测等 AI 基础类技术、视频人像分割/视频场景分割/AI 语音增强/智能抠像等 AI 分割类技术，上线了 AI 智能抠像、AI 智能降噪、AI 音频重组、AI 文案智能创作等 AI 功能；AI 绘画产品——万兴爱画目前已提供 AI 文字绘画、AI 以图绘图、AI 简笔画三种 AI 创作模式，上线咒语生成器创新功能；绘图创意产品——亿图图示桌面版、

亿图脑图移动版和在线协同版已上线 AI 智能助手功能。此外，2022 年底新发布的产品——万兴播爆实现了 AI 文生视频、AI 字幕及配音、3D 数字人等功能。更多其它创意工具软件的 AI 能力落地工作正在有序推进中。

多项 AI 功能的增加快速提升了用户体验，增强了用户使用公司产品的创作热情和认可度，助力公司 2022 年视频创意产品线实现营业收入 7.45 亿元，同比增长 27.82%，2023 年一季度同比增长 45%。由于该部分 AI 功能是附加到公司已有产品中，公司无法单独计算、统计 AI 直接收入。

未来，公司一方面通过产品创新向市场推出带有丰富 AI 技术的新产品扩大销售收入，另一方面通过 AI 技术与功能在现有产品的深度运用，赋能现有产品竞争力与用户体验提升，促进现有产品销售收入持续增长。

### **3、公司订阅收入持续增长的原因，未来是否会全面订阅？**

#### **回复：**

公司自 2019 年开始推行订阅转型，截止目前已取得较好成果，订阅收入占比及订阅续约率快速提升。2022 年订阅收入占整体销售收入比例达 64%，2023 年一季度订阅收入占比已达 70%；2022 年订阅续约率提升至 60%，2023 年一季度订阅续约率达到 64%。订阅收入占比增长的主要原因如下：

**多端协同力度增强：**近年来，公司持续推进移动化、云化进程，多款产品实现桌面、移动、云端三端协同。如：万兴喵影/Filmora 打通桌面、移动、云端界限，实现三端协同；PDF 系列产品完成移动端、云端产品的大版本升级，实现文档上云、文档共享，文档同步的“Win+Mac+云”三端一体服务体系，初步实现从 PDF 处理工具向一体化的智慧文档服务的转型，有效推进产品多端协同力度，夯实用户生态。

**产品质量与体验提升：**公司基于高频用户互动沟通和多渠道用户需求收集策略的持续推进，更贴近用户，更高效产品迭代。2022 年公司进行了“仙女下凡”为主题的用户访谈活动，收集数千条有价值的反馈建议。产品研发实施双周迭代机制，快速响应用户需求，推动产品功能、质量及体验持续提升。公司通过为用户提供如资源商城——万兴喵库/Filmstock、云储存等在线增值服务等不断提升用户体验与粘性，实现 NPS（用户满意

度指标)提升17%。

大数据中台建设:基于公司“平台+创业者”的组织模式,公司快速组建大数据中台并持续优化,细化用户数据维度,深度分析数据背后的用户行为,从而支撑下载、注册、付费、续费等各维度的用户转化效率提升。

#### 4、公司在营销方面有何计划,如何持续提升收入规模?

回复:

公司致力于将中国创造的高质量软件产品卖向全球。目前产品销售已经覆盖了全球200多个国家和地区,在海外用户运营、市场营销和品牌建设方面等均具有行业领先优势。面对不同市场的用户需求,公司不断引入具有本土化生活经验与全球视野的高端人才,并在核心市场区域搭建本地化运营团队。目前,公司海归人才占比已提升至20%以上,助力公司深耕多国家/地区业务,深入洞察用户需求、提升服务能力,扩大口碑品牌。

此外,公司积极开拓以亚太地区为主的发展中国家市场,亚太地区已成为第一大收入贡献区;南亚、拉美、非洲等地区收入较快增长,收入来源地区更加多源化,公司海外运营风险持续降低。

#### 5、公司新品目前进展如何?

回复:

公司AI图像生成工具——万兴爱画自去年11月发布后不断增加产品功能、优化产品质量、提升用户体验。近半年来随着公司AI技术的实现和深度运用,创新性新增简笔画、咒语生成器功能,提供人物&角色、五官、表情、头发、服装等分类选项及彩墨风、浮世绘、二次元、赛博朋克等多样化的风格效果,为用户提供更灵活、更高阶的AI绘画玩法。2022年底,公司发布跨境营销短视频创作工具软件——万兴播爆,其目标对象为需要频繁传播营销短视频的跨境电商或有宣传需求的B端企业。产品所具备的AI文生视频的功能、虚拟人技术、多语种语料库和海量内容模板能有效的解决此类用户的需求痛点,在节省人力物力的同时增加内容铺发的数量和质量,为用户实现降本增效的效果。

未来公司将继续基于“内容+服务”的运营模式,紧抓用户痛点、匹配

用户需求，并持续优化迭代，拓宽覆盖场景，丰富产品数量，升级服务质量，赋能更广泛的创作者群体。

**6、公司研发人员持续增长，未来对研发方面有哪些策略？是否会持续加大研发投入？**

**回复：**

2022年，公司研发人员数量增长至836人，研发投入占当期营业收入29%。未来公司将继续紧跟技术趋势，基于市场用户需求，根据公司战略产品规划以及当前产品业务运作的情况，持续动态调优研发策略，实现技术不断创新升级。

公司作为数字创意应用软件提供者，会持续关注技术发展、市场趋势变化，在努力提升自身技术实力的同时，积极进行合作探索，广纳众长，并不断自研调优符合数字创意真实场景需求的各AI小模型，支撑产品与功能的创新，提升用户创作效率。

**7、公司未来产品和战略发展规划？**

**回复：**

根据Gartner研究预测，到2030年，90%的内容生成都会有AI技术的影子。根据Market.us研究，2022年全球AI生成工具市场规模已近10亿美金。AIGC技术有望全面革新数字内容的生产方式，激发大众创意灵感，大幅降低创作门槛。

在此基础上公司将持续聚焦视频领域，一方面加强AI技术等各项能力的建设，丰富产品形态；另一方面探索更多新的商业化机会，扩大成长空间。公司认为AIGC是生产力工具发展的必然趋势，在创作门槛降低创作用户增多的背景下，越来越多的人都将成为创作者，都有创造内容的需求，对生产力工具、创造的内容与服务需求也将爆发式增长。

未来，公司将积极拥抱技术变革，持续洞察市场需求演进，秉持“新生代数字创意赋能者”的定位，聚焦视频创意战略主航道，拥抱AIGC市场发展新机遇，并将继续依托“平台+创业者”的运作模式，拓展数字创意软件的产品矩阵，持续开拓包括中国市场在内的全球市场，通过技术和产品

	的质量提升，为创作者提供更智能、更高效的内容创作工具及服务，全面渗透各类用户的创作场景，努力保持行业领先优势。
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 4 月 20 日

附件：参与单位名称及人员姓名

序号	姓名	公司
1	马诗文	安信证券
2	王远征	博时基金
3	黄继晨	博时基金
4	杨焯	财通证券
5	马笑	德邦证券
6	黄净	东北证券
7	何逊玥	东吴证券
8	陈天元	富国基金
9	李傲远	广发证券
10	刘文靓	广发资管
11	陈芷婧	国盛证券
12	张伦可	国信证券
13	王志成	恒大人寿
14	金荣	华安证券
15	黄和清	汇添富基金
16	安昊	嘉实基金
17	项艾琳	建信银行
18	黄浩峻	交银施罗德
19	马子轩	摩根华鑫
20	吴超	南方基金
21	章晖	南方基金
22	李辻	平安基金
23	李进	融通基金
24	吴犇翔	天风证券
25	刘旺	信达证券
26	陈鑫	兴业证券
27	陈良栋	长城基金
28	刘疆	长城基金
29	叶光亮	浙商证券
30	裴伊凡	中航证券



31	王之昊	中金公司
32	谭哲贤	中金公司
33	闻学臣	中泰证券
34	应瑛	中信建投
35	杨艾莉	中信建投
36	马庆刘	中信证券
37	钟成	棣增投资
38	贺立	姚泾河基金