

证券代码： 300418

证券简称： 昆仑万维

昆仑万维科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2025-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	来自东吴证券、华泰证券、国泰海通、中航证券、国联民生、山西证券、中邮证券、中信证券、中信建投、中泰证券、国元证券、西南证券、华鑫证券、信达证券、甬兴证券、野村证券、汇丰前海、大和日华、银华基金、鹏华基金、易米基金、南方基金、京管泰富、弘毅基金、集元资产、南土资产、磐厚动量、聚鸣投资、健顺投资、睿扬投资、宏道投资、致顺投资、弘章基金等 58 位机构投资者
时间	2025 年 8 月 25 日 16:00-17:00
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 方汉先生 昆仑万维 战略副总裁 牟竹云先生
投资者关系活动主要内容介绍	方总回顾公司 2025 年上半年度整体情况： 本报告期,我们坚持以人工智能为核心战略,持续推进“算力基础设施—大模型算法—AI 应用”的全链路布局,基础模型能力与垂类应用产品力协同提升,带动公司 AI 业务高速发展,实现营业总收入 37.3 亿元,同比增长 49.2%;其中海外收入 34.4 亿元,同比增长 56.0%,占比达 92.2%,同时通过提升运营效率,优化资源配置实现阶段性减亏,经营表现符合年度预期。 围绕 AGI 与 AIGC 主航道,我们持续推进模型与应用的工

	程化与产业化发展，全面夯实“模型—产品—商业化”的闭环能力，从而巩固领先势能。 在模型迭代方面，我们同步推进大语言模型、多模态、代码与软件工程以及空间智能等方向发展。具体来看，Skywork-Reward-V2 于 7 月发布，在多项奖励模型评测中表现领先；多模态推理模型 Skywork-R1V 自 3 月开源后快速迭代至 2.0 与 3.0，在 MMMU 综合评测以及真实考试中取得优异表现；图像方向先后开源 UniPic 与 UniPic 2.0，在轻量化的同时统一理解、生图与编辑能力；数学与代码推理方向推出 Skywork-OR1；软件工程方向发布 Skywork-SWE-32B，强调仓库级代码修复任务；空间智能方向发布 Matrix 系列模型的新成员 Matrix-Zero、Matrix-3D，并将 Matrix-Game 迭代至 2.0 版本，实现可 360 度探索的大场景生成与 25FPS 的实时长序列交互。这一系列进展夯实了公司在前沿模型与工程化落地的综合实力。 在 AI 智能体方面，我们于 5 月 22 日面向全球发布“天工超级智能体”，采用 AI Agent 架构与 Deep Research 技术，形成覆盖文档、PPT、表格、播客与网页的“5+1”矩阵，并在 GAIA 评测中成功登顶世界第一。随后在 8 月 14 日推出 Deep Research Agent v2，引入多模态深度调研与多模态深度浏览器智能体，显著提升检索、理解、分析与可视化交付能力，并与文档与 PPT 等智能体形成联动，推动复杂任务的端到端自动化。 在 AI 视频业务方面，技术侧我们相继开源 SkyReels-V1 与 SkyReels-V2，显著提升指令遵循、视觉质量、运动动态与长时生成能力；并在 8 月 11 日发布音频驱动视频生成模型 SkyReels-A3，能够在单分镜条件下输出超过 60 秒、多分镜无限时长的内容。平台侧，AI 短剧创作平台 SkyReels 完成多项升级，已支持 30 秒长视频、多主体场景、LoRA 角色定制、首
--	--

	尾帧衔接等能力，同时优化付费与订阅流程，以持续提升转化与营收表现。 在 AI 音乐与音频方面，旗舰模型 Mureka 持续迭代。我们于 3 月发布 Mureka 01 与 V6，并在 7 月推出 Mureka V7，良品率从 43.4%提升至 57.7%，人声真实度提升 44%，同时在 8 月 15 日进一步升级至 V7.5，显著增强中文歌曲的音色、咬字与情感表现。我们还发布 Mureka TTS V1 与 MoE-TTS 框架，支持文本可控的个性化音色；Mureka 平台还同步开放音乐生成与语音合成 API 以及模型精调功能，服务内容创作、游戏配乐与品牌定制等多场景落地。 在 AI 游戏与 AI 社交方面，自研开放世界校园题材 AI 游戏《猫森学园》围绕个性化、沉浸感与社交性持续优化，新增功能型时装与“上帝模式”，并升级 AI NPC 系统以提升互动体验。与此同时，社交平台 Linky 聚焦交互质量与角色一致性，进一步推出实时匹配功能，通过智能算法与个性化破冰建议提升连接效率与对话自然度。 在短剧业务方面，DramaWave 延续强劲增长，依托“付费与免费”结合的多元分发模式，年化流水收入 ARR 突破 2.4 亿美元。同时，平台自制能力与产出节奏进一步优化，在重点市场形成稳定爆款机制，并通过多语种配音、字幕自动生成与高转化投放素材等 AI 能力显著提升 ROI 与运营效率。 在海外信息分发与元宇宙业务方面，Opera 通过“AI Feature Drops”持续迭代，在开发者版本中率先推出文件解析与生成、图像快捷识别、语音对话入口等功能，并预集成本地推理模型，强化隐私可控的离线体验；同时推出首款“AI Agent”浏览器 Opera Neon，支持本地执行网页任务；Opera 还推出 Opera Air 浏览器，聚焦冥想与专注，探索更健康的浏览与注意力管理方式。 结合外部环境来看，全球人工智能产业在技术演进与产业
--	--

落地双轮驱动下继续保持高增长，行业重心逐步由模型规模转向应用效果与系统效率，AI 智能体加速走向实用化，产业链在云侧与端侧协同演进。上述趋势与公司的战略方向高度一致，为我们后续的产品化与商业化提供了有利窗口。

展望未来，我们将继续围绕人工智能主航道深化布局，坚持技术与产品创新，持续强化与产业伙伴的协同，加快从模型到应用的价值兑现，推动 AI 成为公司长期增长的核心引擎。

问答环节

问：Skywork AI Agent 目前进展及下半年的运营规划？

答：5 月发布后，Skywork AI Agent 经历了数轮打磨，产品力不断增强。近期公司上线 Deep Research Agent v2，引入“多模态深度调研”与“多模态深度浏览器”智能体，具备自动化数据分析、一键部署及智能体联动能力，支持长周期与 VLA 任务的端到端执行；底层通过高质量数据合成、端到端强化学习、并行推理及多智能体演进机制进一步提升产品性能。下一步，在产品端公司将围绕“场景扩展—跨平台协同—全球化服务”持续提升产品性能与使用体验；在商业化端，公司将更具产品迭代情况，适时加大推广力度，推动用户规模稳步扩张，同时继续提升商业化水平，推动收入的高质量增长。

问：SkyReels 的差异化和竞争力如何？未来商业化的规划及进展如何？

答：首先，在模型层面，我们的 SkyReels- V2 是全球首个基于“扩散强迫”框架的无限时长电影生成模型。同时，通过融合多模态大语言模型、分阶段预训练与强化学习，不仅把提示词遵循、视觉质量与运动动态协同拉升，也把“时长可扩展”做成工程能力；而近期发布的 SkyReels-A3，通过融合了首-尾帧限制策略进行视频延展、基于强化学习的动作优化以

	及可控运镜技术，实现了任意时长的全模态音频驱动数字人创作。这些是通用视频模型较难同时兼顾的能力点。 其次，在应用层面，受益于底层模型能力的进步，我们的AI 视频创作平台 SkyReels 创作能力也得到显著提升，目前已支持 30 秒长视频生成。同时，平台数字人功能也在不断升级，现在已能实现长达 40 秒的连贯表现，并支持文本提示驱动动作，还能与商品进行交互；运镜功能与多风格选择的加入则进一步拓宽了应用场景。这些升级不仅提升了用户体验，也显著增强了平台的差异化优势。 最后，在商业化层面，SkyReels 通过对付费体系进行升级，增加 VIP 特权，结合多样化促销活动，引导用户形成持续付费习惯。但整体上看，目前商业化仍处于早期阶段，后续公司将一方面继续通过订阅和增值服务推动付费增长；另一方面，是向高频场景输出整体解决方案，同时与公司内容生态联动，打造生产—分发—变现闭环。 问：目前公司 AI 应用各个产品最新的商业化数据如何？我们目前对于 Skywork 今年和明年的商业化预期如何？ 答：公司目前的 AI 应用整体分为两大方向，一是面向生产力场景的天工智能体，二是面向社交娱乐场景，包括视频、音乐、社交和游戏。从商业化表现看，AI 音乐与 AI 社交的月流水已突破百万美元量级，形成稳定的变现能力；AI 视频的月流水正逐步提升，预计 9 月份伴随新一轮产品升级，有望进一步提升收入表现。天工智能体方面，公司对产品质量与用户体验要求极高，目前仍在持续打磨，待核心指标达标后将加快推广，届时收入也有望同步释放。综合来看，公司对全年 AI 业务的整体预期是积极的。 问：短剧出海业务目前发展情况如何？DramaWave 收入
--	--

增长预期如何？近期迪士尼投资了 DramaBox，怎么看待对行业格局的影响？短剧何时迎来盈利拐点？

答：公司短剧业务在今年上半年继续保持高速增长。截至报告期末，年化 ARR 已突破 2.4 亿美元，单月流水收入超 2,000 万美元，展现出强劲的商业化潜力。在供给端，DramaWave 的自制能力稳步增强，产出节奏持续优化，上半年已实现每月稳定孵化百万美元级作品，有效提升用户粘性与付费转化，为未来扩张奠定了基础。预计到 2025 年底，短剧年化 ARR 将达到 3.6 亿美元。在此基础上，明后两年将继续依托自制与投放效率提升、多语种本地化与市场拓展，保持收入的快速增长态势。

我们认为，迪士尼将 DramaBox 纳入其 2025 加速器这一动作，标志着全球头部内容公司正式拥抱竖屏微短剧赛道，行业从“验证阶段”迈向“规模化与工业化竞赛阶段”。总体来看，这是一次提升行业上限的信号。

对赛道而言，最直接的变化是资源与标准的上移。头部平台在 IP 获取、创作人才吸引、合作品牌拓展上将显著受益；同时，内容审核、制作流程与合规/品牌安全标准会被拉高，推动行业从粗放制作走向标准化和系列化开发。

商业层面，我们预计分发与变现会加速迭代。短剧原生的内购解锁与强买量机制，可能与大型流媒体、工作室生态产生更深的融合，用于 IP 冷启动、会员拉新与多元变现。这将提升头部平台的渠道议价力，并对二线平台的获客成本形成挤压。

格局上，强者更强的趋势会更明显。拿到顶级资源入口的平台，将在内容供给、投放效率与品牌合作上形成复合优势，带动 ARPU 与留存的结构改善；而未能建立稳定 IP 池与本地化生产能力的参与者，可能面临更大生存压力。

短剧的盈利拐点主要取决于市场竞争态势。当前行业仍处于高速扩张阶段，用户群体从以女性为主逐步扩展到全年龄、

全性别。只要竞争者仍在加速获取用户，盈利拐点就会被延后；一旦市场趋于稳定，尤其是头部企业，将会较快迎来盈利拐点。因此，盈利时机并非固定预测，而是与市场格局的成熟度紧密相关。

问：我们探索了很多垂类 AI 方向，目前商业化前景较好的有哪些？

答：公司在系统评估后，优先锁定两大最具潜力的 AI 应用场景，即生产力场景与社交娱乐场景。生产力方向以天工智能体为核心，已在桌面与移动两端落地。社交娱乐方向则围绕 AI 视频、AI 音乐、AI 社交、AI 游戏多条应用线协同推进。

我们希望在这两大方向上持续打造差异化优势，形成“技术—产品—商业化”的完整闭环。在生产力场景，公司将以智能体为核心，进一步强化与办公、教育、医疗、法律等专业领域的深度结合，逐步渗透进企业与个人的日常工作流，推动智能化办公生态的全面升级。在社交娱乐场景，公司将通过更丰富的创作工具、更智能的分发体系以及更多元的互动模式，推动全球用户内容消费体验的革新。

从商业化路径来看，我们不仅着眼于单点产品的营收突破，更希望建立起跨应用的协同增长机制，实现订阅、广告、虚拟商品与增值服务等多元化营收组合。随着技术成熟与用户规模扩大，未来几年公司将通过品牌影响力、生态整合与全球化运营能力，推动整体 AI 应用板块进入长期可持续增长的新阶段。

移动互联网时代已经证明，C 端赛道的天花板一定是远远高于 B 端赛道的。原因在于 C 端产品具有更强的可复制性和极大的潜在用户规模。尤其在视频、音乐、社交、游戏等领域，用户的内容消费和社交需求几乎是普遍存在的。我们基本上就是围绕着两个方向去进行演化和迭代。一是在内容方面，通过

	AI 技术赋能，不断提升内容生产效率、降低成本；二是在社交供给方面，通过降低用户获取社交体验的单位成本，不断扩大市场空间。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 8 月 27 日