

万兴科技集团股份有限公司

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（在线会议）
参与单位名称及人员姓名	财通证券-杨烨、李宇轩；国盛证券-陈芷婧；中信证券-杨泽原、韩林轩；中泰证券-闻学臣；中金公司-王之昊、袁佳妮、丁健；长江证券-卢之晗；广发证券-周源、戴亚敏；摩根士丹利-林陈悦亚；东莞证券-陈曦阳；开源证券-李海强；平安证券-黄韦涵；东方证券-浦俊懿；国泰海通证券-杨林、朱瑶；浙商证券-叶光亮；华泰证券-岳铂雄；中信建投证券-马晓婷；国投证券-赵阳；国海证券-谢婧茹；西部证券-周成；甬兴证券-应豪、夏明达；渤海证券-王晴；方正证券-刘雄；华福证券-王鑫昶；国金证券-孙恺祈；上海证券-杨佳伟；西部证券-谢忱；中邮证券-王思；东方财富证券-罗云扬；申银万国证券-陈晴华；银河证券-翁林开；天弘基金-杜昊；国金基金-孙宇彤；新华基金-张帅；华安基金-林海亮；富荣基金-黄津津；长盛基金-郭堃；东方阿尔法基金-潘登；兴业银行-雷棠棣；民生信托-孙涛；金投资管-李哲闻；新华资管-李政兴；磐厚动量资管-于昀田；泓阕私募-夏育松；智合远见私募-黄勇；聆泽私募-翟云龙；行知创投-周峰；明河投资-姜宇帆；宁泽私募-武强；华夏复利私募-庄佳伟（排名不分先后）
时间	2025 年 8 月 29 日 15:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员	董事长、总经理：吴太兵 董事会秘书、副总经理：刘江华 财务总监：熊晨 董事、产品创新中心总经理：林倩晖 事业部总经理：吴红艳
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司董事长吴太兵先生向参会人员简要介绍公司情况 1、上半年经营成果回顾 2025 年，全球 AIGC 产业向多模态融合与智能体化方向演进，同时全球流量移动化催生用户内容创作需求持续爆发，大模型在多行业、多场景应用加速落地。 上半年，公司持续深耕数字创意软件主业，坚定夯实产品质量，以矩

	阵形式构筑多端产品优势，以“移动化+AI 化”双引擎驱动业绩增长。报告期内，收入方面，公司实现营业收入 7.60 亿元，同比增长 7.77%，收入增长逐季加速；盈利方面，公司长期品牌建设与创新营销方式的成果逐步显现，以及内部大力拥抱 AI 工具带来经营提质增效，归属于上市公司股东的净利润-5,280.91 万元，亏损逐季收窄，经营韧性逐渐显现。 在产品方面，公司持续夯实多端+矩阵化优势，扩张产品移动化阵地，推动传统工具 AI 功能升级和 AI 原生应用孵化。2025 上半年，公司移动端产品付费用户增长带动月流水不断攀升，实现移动端收入同比翻倍增长，占软件业务收入比重已超 20%；上半年，公司 AI 原生应用收入也超过 6,000 万元，同比增长超 2 倍，占软件总收入超过 8%，同时原有工具产品的 AI 积分收入也在持续增长，AI 商业化进程进一步加速。与此同时，我们坚决夯实产品质量，上半年在全公司范围内开展“质量风暴”行动和“用户声音”行动，全方位数据复盘，建立从需求创建、交付到用户反馈全流程闭环体系，显著提升产品质量与用户体验，虽然难以直接量化，但却滋养了我们的用户口碑与品牌形象，转化为收入可持续发展的动力。 在研发方面，公司坚定全面拥抱 AIGC，集中研发资源，完成了自研的音视频多媒体大模型万兴天幕 2.0 发布，实现了音视频垂类原子能力的全面跃升，基模上榜 SuperCLUE《7 月文生视频大模型全球榜单》国内 Top5，同时算力成本显著降低，推进 AI 视频创作向着更真实、更可控、更快速、更高性价比的方向发展。在持续投入自研大模型的同时，公司采取“双模驱动”战略，持续开放引入第三方通用大模型，为应用侧不同场景和需求提供全方位灵活支持。2025 上半年，公司自研与第三方大模型累计 AI 调用量超 5 亿次，同比增长超过 2 倍，致力于以各个垂直领域的优质模型为用户提供最优的产品体验。 在经营管理方面，为赋能产品侧 AI 创新加速落地，上半年公司完成了 AI 云平台架构全面升级，大幅提升算力利用效率与算法上线速度，第三方大模型 API 最快可实现“T+2h”接入，MCP 配置工具可将云端 API 服务一键适配 MCP 协议，为产品业务提供高效稳定的云端 AI 创新基座。同时，公司广泛引入 AI 工具助力研发、客服、招聘等环节提效，目前 AI 生成代码占比已超过 40%。截至 2025 上半年末，公司研发人员占比保持在 55%的高水平，继续作为核心力量支撑公司技术与产品创新。公司将 AI 工具的学习和使用视为当今时代人才的核心能力之一，鼓励全员“拥抱 AI”，积极举办“AI 共创赛”、“AI 分享会”等内部活动，提升团队的外部热点洞察力与产品创造力。 2、未来展望 我们相信，未来十年是 AI 技术与产业深度融合的黄金窗口。AI 大模型不仅是新的生产力工具，更是生产关系的重构者，创意软件正在经历一次全面的产业升级。从功能被动调用转向“主动协作”，在交互范式层面，Agent 正在推动内容创作从“素材+编辑”的手工作坊模式，进入到“意图+生成”的工业化时代。公司紧抓时代机遇，7 月份推出了全链路音视频 AI Agent 产品“万兴超媒 Agent”，依托万兴天幕音视频多媒体大模型 2.0 强大技术底座，用户一句话即可完成从分镜规划到作品发布的音视频一站式创作，打破专业创作壁垒，推动“创意平权”理念的实现。
--	--

	展望未来，公司将继续聚焦以下几个方向： 一是持续大力布局多模态、智能体等下一代先进技术，加快万兴天幕大模型的技术迭代，提升多模态生成能力，保持核心算法和大模型的自主可控，打开 AI 大模型商业化市场空间，以 AI Agent 拓宽用户边界，推动“创意平权”。 二是坚持多端矩阵化产品战略，视频、绘图、文档、工具四大条线协同发展，全线推进产品的移动化、AI 化，把握垂类刚需场景机遇，持续孵化 AI 新品，夯实产品质量，打造长期稳健的竞争格局。 三是推动 AI 生态共建，公司将继续保持与全球 AI 产业内企业开放合作，坚持“双模驱动”战略，加强 AI 软硬件产业联动，共同探索 AI 创新机遇与用户体验的提升。 总体来看，2025 年上半年公司在技术、产品、管理等方面均取得了扎实进展。站在新一轮科技革命和产业变革的起点，公司坚定看好 AIGC、大模型与智能体的发展方向，以“AI 化+移动化”为增长引擎，以矩阵化产品和全球化布局为支撑，公司有信心依托二十余年的深厚技术积淀和全球市场经验，巩固并提升在全球数字创意软件领域的核心竞争力，面向长期打开 AI 产业价值的增长空间。 二、互动交流环节 1、公司去年至今移动端业务进展很快，请问移动端市场是如何实现突破的？与桌面端相比，公司在运营策略和产品设计上有哪些不同？ 回复： 公司自去年以来坚定推进移动化战略，过往我们已经在桌面端的激烈竞争中积累了管理、人才和市场洞察的经验，这些能力也助力我们在移动端市场不断取得突破。在“移动化”战略下，公司积极拓宽产品边界，基于对用户需求的深刻理解完成移动端单品改造与开发，整合线上线下营销网络，发力内容营销和品牌营销，上半年移动端产品实现收入同比增速超过 100%，占软件收入比例已超过 20%，有效提升总体收入增速。 移动端产品开发方面，不是把桌面端产品简单迁移，而是基于移动场景重新洞察用户需求并进行产品重构；在运营方式上，移动端更注重社交媒体的爆点传播和社区化运营，同步快速迭代，以万兴喵影/Filmora 移动端为例，其今年以来迭代了 72 个版本，产品中的“AI 一键成片”功能上线以来深受用户喜爱，近期产品还在 2025 Google 开发者大会上获现场展示，上半年万兴喵影/Filmora 移动端收入同比增长超过 100%。 整体来看，移动端为公司带来了更大用户群，虽然其用户平均使用时长低于桌面端，但用户群体更广阔，用户使用频率更高，也显著提升了用户活跃度与商业化潜力。 2、公司在 AI 化方面进展迅速，今年上半年又推出了万兴天幕 AI、万兴超媒 Agent 等新品，请问公司对 AI 原生应用未来增长预期如何？ 回复： 2025 上半年，公司 AI 原生应用收入近 6,000 万元，同比增速超 200%，
--	---

	增速相较去年进一步加快，占软件收入比例已超 8%。以我们去年下半年推出的一款移动端 AI 创新产品 SelfyzAI 为代表，上半年更新迭代了大量 AI 功能和互动玩法，从而付费用户持续扩张，带动收入环比高速增长。 万兴天幕 AI、万兴超媒 Agent 都是我们近期推出的新产品。万兴天幕创作广场上线后月活快速增长，且已同步探索商业化路径。前段时间，我们和深圳广电合作，用天幕的 AI 技术把三百多年历史的国家级非遗“鱼灯之光”重新演绎出来，让传统文化通过 AI 的方式焕发新生，也引起了不小的反响，登上了深圳热搜 Top5，我们相信这样的探索将为未来 AI 技术更广泛的产业化应用积累宝贵经验。公司内部另有多个 AI 应用也在重新整合优化中，期望持续激发用户增长活力，“AI 化”将继续作为公司未来增长的重要引擎。 3、请问公司如何看待天幕大模型的战略定位？在自研与外部大模型之间如何平衡？ 回复： 公司大模型战略主要聚焦在视音频多媒体场景，用户定位以重度内容创作者和影视、文旅等特定行业客户为主。万兴天幕 2.0 音视频多媒体大模型更多面向生成式创作场景，与传统视频编辑产品形成差异化。公司通过与华为合作，借助华为的算力与基模优势，公司则提供细分场景下的用户洞察，双方协同打造高性能、高性价比的大模型，生成能力在真实性、可控性等方面显著提升，上榜 SuperCLUE《7 月文生视频大模型全球榜单》国内 Top5，性能跻身国内第一梯队。 在模型策略上，公司坚持“双模驱动”战略，自研的天幕大模型能够在一流的性能表现下实现性价比最优化，同时开放拥抱第三方大模型，快速将最好、最新的能力集成到产品中。我们以用户为本源核心理念在于，以各个垂直领域的优质模型为用户提供最优的产品体验，以万兴天幕大模型为用户提供高性能表现下最优性价比的选择。 4、公司在内部管理和运营中如何利用 AI 提效？人才引进策略和人效指标有哪些变化？ 回复： 公司广泛引入 AI 工具应用于研发、客服、招聘等环节。研发方面，AI 代码生成占比超过 40%，有效缩短了研发周期；客服方面，AI 智能客服会话解决率已接近 90%，节约了大量人力成本；招聘方面，AI 面试和人才库管理大幅提高了招聘效率，内部管理的智能化水平不断提升，组织效能显著增强。 公司高度关注人效指标，公司将 AI 工具的学习和使用视为当前人才的核心能力之一，鼓励全员“拥抱 AI”，积极举办“AI 共创赛”、“AI 分享会”等内部活动，提升团队的外部热点洞察力与产品创造力。招聘方面，公司加强顶尖高校应届毕业生和国际背景年轻人才的高薪招聘，校招新人逐步在研发和产品创新中发挥作用，为公司注入了新的灵感和活力。与此同时，公司持续以“平台+创业者”的模式，鼓励优秀人才利用公司资源+AI 中台“带薪创业”，激发组织活力。
--	--

	5、公司 AI 产品在海外市场表现如何？有没有看到国内外的显著差异，未来的全球化产品创新方向如何？ 回复： 公司在二十余年的全球化布局中具备先发优势，依托多年积累的用户洞察与渠道资源，建立起全球化、多元化、本土化运营的坚实底座。公司上半年海外收入同比增长 11%，主要受益于海外市场用户付费意识较强，商业化变现周期较短的优势；但国内市场基于丰富的供给与技术迭代，庞大的用户人群，也具备较强的产品创新迭代和商业化落地机遇。 展望未来竞争格局，我们认为单一模型能力不可能满足用户所有需求，未来趋势是“模型产品化”和“产品模型化”，面向终端用户，始终需要通过如万兴喵影/Filmora、万兴超媒 Agent 等工具完成从内容生成到输出的“最后一公里”，并支持二次编辑与多端应用，这一趋势在我们移动端与云端 AI 新品中均已显现。整体而言，公司会深度洞察全球用户需求痛点，积极产品创新，在 AI 时代抢抓全球市场增长机遇。 6、请问公司对未来 AI 技术演进和产品形态有怎样的展望？ 回复： 从技术趋势来看，AI 正从文本、图像、视频等单一生成，逐步走向多模态融合和实时生成。公司将紧跟 AI 软硬件创新与生态的发展，持续布局前沿技术研发与产品迭代，始终以“让世界更有创意”为使命，推动“创意平权”的实现。 展望未来，AI 将持续推动创作方式的革新，沉浸式创作、实时交互和低门槛创作将成为新的趋势。公司希望在技术持续发展的进程中，扮演好“卖铲人”的角色，为广大创作者提供易用、高效、适配不同场景和创作设备的创作工具，在任何时代帮助用户释放无限创意、实现灵感表达。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 8 月 29 日