

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：2026-002

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（在线会议）
参与单位名称及人员姓名	中信建投证券-李楚涵、马晓婷；长城证券-沈彻；平安证券-黄韦涵；中金公司-袁佳妮；中银国际证券-郑静文；西部证券-周成；国金证券-陈芷婧；国盛证券-陈泽青；瑞银证券-陈程智；广发证券-戴亚敏；中泰证券-王雪晴；国泰海通证券-朱瑶；中信证券-王盛乾；中邮证券-王思；金元证券-王鑫旻；长江证券-卢之晗；国海证券-刘熹；华福证券-王鑫旻；东方财富证券-李宇轩；天风证券-杜珂；财通基金-杨牧笛；明河投资-姜宇帆（排名不分先后）
时间	2026年4月28日 15:30
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	<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、2025年经营成果回顾</p> <p>2025年，全球AIGC产业日新月异，一方面，多模态大模型能力快速迭代和成熟，AI Agent从概念走向应用；另一方面，短剧、漫剧等新兴内容形态快速爆发，AI融合的内容生产需求呈现出高频化、规模化趋势。在机遇与挑战并存的时代背景下，万兴科技始终坚持深耕数字创意软件主业，同时顺应产业变化，积极探索AI对内容生产方式的重构。公司一方面坚定推进“移动化+AI化”双引擎战略，夯实产品与技术基础；另一方面，也在以漫剧制作工具万兴剧厂为代表的新方向上进行前瞻布局，积极打开新的增长空间。</p> <p>2025年，公司整体经营保持稳健发展态势，实现营业收入15.33亿元，同比增长6.46%，其中AI原生应用收入突破1.3亿元，同比增长超过90%；移动端产品收入同比增长超过60%，收入占比提升至接近四分之一；2026年第一季度，公司实现营业收入3.69亿元，同比下降2.87%，主要由于公司产品营销策略调整，精简产品线、打磨产品质量，更加注重精细化运</p>

营力度和收入质量。

利润方面，公司加强 AI 能力建设、产品转型及创新方向上的持续投入，2025 年归母净利润-9,123.22 万元，同比减亏 44.19%；2026 年 Q1 归母净利润-4,798.35 万元，同时销售费用率下降 8.38pct，更加注重精细化费控管理与投入产出效率的持续改善。

2、产品方面

公司在产品层面从单一工具能力逐步向“创作平台”和“内容生产体系”延展。2025 年，视频创意产品万兴喵影/Filmora 桌面端全新升级 V15 年度大版本，提供从 AI 素材生成、续写到精细剪辑的一站式解决方案，年内 AI 积分消耗量快速增长；Filmora 移动端聚焦打磨 AI 一键成片、故事成片功能，推动视频创作转向全流程智能化，并创新上线“AI 剪同款社区”，获得 Google Play 应用商店全球首页首屏推荐，带动收入同比增长超 90%，续费销售收入同比增长超 200%。文档创意产品万兴 PDF/PDFelement 移动端发布 V6 大版本，打磨创意笔记+AI 知识理解+知识沉淀三大用户场景，带动收入同比增长超 30%。实用工具类产品 MobileTrans 等多款移动端产品攻关重点技术，精准切入细分场景，带动实用工具业务线整体收入同比增速达 29.50%。

2025 年下半年，公司判断 AI 短剧、漫剧是一个较为明确的产业机会窗口，今年一季度正式推出 AI 驱动的一站式精品漫剧创作平台“万兴剧厂”，初期聚焦 2D 精品漫剧，并快速拓展至 AI 仿真人剧等内容形态。3 月产品全面开放后收入、用户规模快速起量，周度 AI 积分消耗量复合增速达 63%，并已获取一批头部漫剧制作团队及中腰部创作团队客户。

此外，公司还通过战略投资上游大模型厂商生数科技、下游漫剧制作团队灵漫快创，深度参与 AI 漫剧产业链关键环节，构建从技术到内容的生态闭环，共享 AI 内容爆发的行业红利。

3、AI 落地方面

2025 年，公司发布了万兴天幕 2.0 音视频多媒体大模型，完成基座模型与算法体系的全面升级，为前台产品提供了高适配度和高性价比的技术底座。公司坚持“双模驱动”战略，不仅通过自研模型聚焦高频、高价值的垂类场景模型能力，优化成本效益，同时开放接入外部先进模型，推动前沿技术能力高效落地为产品侧提供创新功能与玩法，2025 年全年公司 AI 服务器调用量超过 13 亿次，同比增长超过 140%。

在商业化方面，2025 年公司 AI 原生应用收入超过 1.3 亿元，同比增长超过 90%，付费用户同比增长超过 100%。其中，AI 人像生成编辑工具 SelfyzAI 收入、付费用户同比增长超 2 倍，云端 AI 创意工具集 Media.io 收入同比增长超 90%。传统旗舰产品也在持续深化 AI 能力的融合应用，推动 AI 功能逐步形成稳定的商业化收入来源。

4、经营管理方面

在内部管理方面，公司全员拥抱 AI，AI 工具广泛应用于研发、客服、

招聘等各业务环节，目前 AI 代码占比已经超过 70%，显著提升了研发需求交付效率，AI 客服会话解决率约 90%，整体组织效率有明显提升。

公司高度重视 AI 时代的人才能力建设，持续推进年轻化、精英化团队布局，加大高潜人才引入力度，并通过“AI 共创赛”“AI 分享会”等方式提升全员 AI 应用能力，为公司业务创新与增长提供长期基础。

5、未来展望

我们认为，未来几年，AI 对内容产业的影响会逐步从“效率提升”走向“生产方式重构”。公司具备二十多年在音视频领域的技术积累，也有全球化的产品与用户基础，但仍处于 AI 转型与新业务培育阶段，在技术、产品及市场侧仍需保持必要投入。

在此过程中，公司将更加注重投入产出效率的提升，推动业务向更加健康、可持续的方向发展。一方面，随着 AI 能力在产品中的持续优化，用户体验与付费意愿不断提升，商业化效率逐步改善；另一方面，通过营销结构优化及 AI 在内部的广泛应用，公司整体运营效率持续提升，销售费用率呈现优化趋势。在包括万兴剧厂在内的新兴业务上，坚持以产品与商业模式验证为前提，采取更为精准和高效的投入策略，力争实现规模与效益的平衡，追寻有质量的长期增长。

二、互动交流环节

1、公司如何看待拳头产品万兴喵影/Filmora 桌面端的市场机会和移动端的未来增长驱动力？

回复：

万兴喵影/Filmora 桌面端剪辑市场在 AI 驱动下正进入结构性重构、重新分层的阶段，用户需求与价值呈现出更加精细化与场景化特征。一是 AI 短剧、AI 漫剧等新内容形态带动创作需求快速增长，此类内容对“效率+效果”要求较高，桌面端在复杂编辑与精细化处理方面具备天然优势；二是专业用户对 AI 能力的需求持续深化，更加关注“可控、可调、可精细化”的创作体验，公司产品有望在该类用户群体中形成补充甚至替代；三是行业由“工具付费”向“效率解决方案付费”演进，素材、模板等资源体系价值显著提升，公司将其作为重要增长抓手，在结构变化中挖掘高价值增量需求。

万兴喵影/Filmora 移动端已经是公司重要增长引擎之一，2025 年其收入增长超 90%，其中续费销售收入增长超过 200%，也反映出用户粘性持续提升。增长驱动力主要来自于几个方面：一是围绕轻量化视频创作场景，持续降低创作门槛，在易用性与功能性之间实现平衡；二是围绕核心创作链路构建较为完整的 AI 能力矩阵，覆盖从创意生成到内容输出的主要环节；三是推动 AI 在全流程中的深度融合，实现素材获取、内容生成与编辑输出的智能化联动；四是通过内容运营与全球品牌建设提升产品曝光与用户获取效率。

展望未来，公司对移动端发展保持积极预期。一方面，短视频内容消

费持续增长叠加 AI 降低创作门槛，将进一步扩大用户规模；另一方面，公司将持续强化 AI 赋能，推动创作向 Agent 级自动化水平演进，并同步优化用户留存与商业化效率，提升业务增长质量与可持续性。

2、公司新产品万兴剧厂产品规划和营销策略如何，是否会布局出海？对生数科技、灵漫快创等上下游战略投资对公司带来怎样的意义？

回复：

万兴剧厂目前处于产品快速迭代与市场推广并行推进阶段，整体增长势头较快。自今年 3 月产品正式开放以来，用户规模及收入均快速起量，AI 积分消耗以 63% 的周度复合增速增长；同时，产品已吸引包括灵漫、掌玩、心视觉等头部漫剧制作团队及大量中腰部专业创作者入驻，用户留存及复购表现良好，体现出较强的用户粘性与商业化潜力。

从产品规划来看，万兴剧厂定位为“AI 内容生产基础设施”，围绕内容生产全流程构建能力体系，通过 AI 积分按量计费实现 Token 消耗驱动的商业化模式。当前，全球漫剧市场供给、需求仍主要集中在中国市场，而海外短剧内容需求正快速增长，供给仍以中国团队制作的出海内容为主，因此公司会重点服务中国的内容生产方，随着其内容向海外平台分发，公司将通过提供技术与产品支持，实现“随内容出海”的全球化路径。

在营销策略方面，公司坚持“产品驱动+一线作战”的增长模式。一方面，通过用户共创机制，以高频版本更新驱动口碑传播与客户转介绍；另一方面，强化对核心客户群体的深度服务，重点绑定头部及中腰部制作团队，提升转化效率与客户价值，快速提升行业认知度并扩大用户覆盖。

在战略投资方面，公司以服务数字创意主业的原则开展投资。通过投资生数科技、灵漫快创等上下游企业，强化在漫剧产业链的生态布局。一方面，引入先进多模态模型能力，提升漫剧生成质量与效率；另一方面，通过与内容生产方的深度共创，提升对行业生产流程及商业模式的理解，反向驱动产品迭代与商业化落地。公司参股这两家公司，不直接并表，但期望在长期为公司带来业务上的协同效益及财务上的投资回报。

3、公司 2025 年 AI 原生应用增长主要由哪些产品带动？对 2026 年移动端和 AI 应用的增长展望如何？

回复：

2025 年公司 AI 原生应用总体收入超过 1.3 亿元，同比增长超过 90%，付费用户同比增长超过 100%。其中，AI 人像生成编辑工具 SelfyzAI 收入、付费用户同比增长超 2 倍，云端 AI 创意工具集 Media.io 收入同比增长超 90%。此外，传统旗舰产品也在持续深化 AI 能力的融合赋能，推动 AI 功能逐步形成稳定的商业化收入来源，未来公司全线产品都将向“AI 原生应用”的方向演进。

在移动化方面，2025 年公司移动端收入同比增长超过 60%，占软件业务收入比重提升至近四分之一，已经成为公司重要的增长引擎。展望未来，移动端通过 AI 降低创作门槛，有望持续扩大用户基础；另一方面，AI 应用将通过 Token 化商业模式释放更大价值空间。

4、请问公司“双模驱动”战略下，如何看待自研与外部模型厂商关系，是

否计划接入海外性能领先的大模型？

回复：

公司坚持“双模驱动”的 AI 技术路径核心策略，即自研模型与第三方模型协同发展、优势互补。其中，自研模型侧重于垂直场景的深度优化，能够在效果、效率及成本控制方面形成差异化优势；第三方模型则有助于公司快速接入行业前沿能力，提升产品创新速度与能力上限。在具体应用中，公司将根据不同产品定位及用户场景需求，灵活选择并组合不同模型能力，不依赖单一模型厂商。

目前，公司已与多家国内外领先模型厂商建立合作关系，并持续关注全球先进模型技术的发展动态。模型接入本身并非核心壁垒，关键在于对用户需求的理解及多模型能力的整合应用，使 AI 能力深度嵌入用户使用流程，实现整体产品体验的跃迁。

5、公司是否计划通过提价或其他方式提升毛利率水平？对 Token 的商业化模式采取怎样的策略？

回复：

AI 驱动下，软件行业成本结构正发生变化，Token 成本逐步成为重要组成部分。在此背景下，公司更加关注整体商业模式的优化对成本的影响，在产品定价方面，公司建立了完善的 A/B 测试体系，持续评估不同定价策略对用户转化及长期价值的影响，综合考虑用户体验、市场竞争及长期发展目标进行合理定价。

随着 AI 能力在产品中的渗透加深，无论是视频生成、图像处理还是音频能力，用户对 AI 的使用习惯逐步增强，需求大幅增加。公司看好 Token 经济的爆发，2025 年公司 AI 服务器调用量超 13 亿次，同比增长超过 140%，虽然 Token 消耗量增长短期会对毛利率带来一定压力，但同时也打开了新的商业化增长空间，以 Token 消耗为核心的收入模式有望成为重要的增长驱动力。此外，公司也将以“双模驱动”策略优化模型调用结构，在保证产品质量的前提下优化单位成本，以提升综合毛利率。

6、公司未来在盈利改善方面主要有哪些策略？对未来 AI 应用行业发展的趋势是如何看待和布局的？

回复：

从当前阶段来看，公司仍处于 AI 转型深化及新业务投入期，在技术研发、产品迭代及新方向探索方面保持必要投入强度，短期内利润端面临一定压力。但从经营趋势来看，公司已出现多项积极变化，整体经营质量持续改善。

一方面，AI 能力在产品中的渗透率及用户使用频率不断提升，带动用户付费意愿增强，AI 商业化价值逐步显现；同时，移动端及 AI 原生应用用户持续增长并逐渐形成稳定使用习惯，长期有助于降低对营销投放的依赖。另一方面，公司通过 AI 提效及精细化费用管理，持续优化投入产出效率，营销费用率呈现下降趋势，经营杠杆逐步显现。

同时，公司持续引入 AI 原生人才，强化内部能力建设，通过技术与组织升级提升人效水平。创新业务方面，公司在控制投入节奏的前提下，推动新产品逐步实现商业化贡献。

	<p>当前，AI 应用正处于由“可用”迈向“规模化落地”的关键阶段，商业价值的核心在于应用层落地与场景深耕，未来，能够深度理解用户场景、整合多模型能力并构建完整应用生态的企业，将具备更强竞争优势。基于此，公司将继续深化 AI 应用布局，积极把握新兴内容形态与创作需求变化，推动产品持续创新，力争在新一轮行业变革中实现稳健发展。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 4 月 28 日