

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：2025-001

投资者关系活动类别	<div><div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/>路演活动</div><div><input type="checkbox"/>现场参观</div><div><input checked="" type="checkbox"/>其他（在线会议）</div></div>
参与单位名称及人员姓名	国盛证券-陈芷婧、陈泽青；国泰基金-智健；摩根士丹利-刘洋、林陈悦亚；浙商证券-刘雯蜀、叶光亮；平安证券-闫磊；明河投资-姜宇帆；财通证券-李宇轩；华福证券-王鑫昶；德若私募-罗采奕；博众投资-容伟彪；汇丰前海-张恒、刘逸然；广发证券-戴亚敏、周源；玄卜投资-夏一；长江证券-卢之晗；大笋资管-姜姗秀美；财信证券-黄奕景；开源证券-刘逍遥、李海强；粤民投-彭宇豪；东方财富-向心韵；世诚投资-邹文俊；国元证券-耿军军、王朗；海通证券-杨昊翊；瑞银证券-陈程智；国弘私募-郑祥；西部证券-谢忱；磐厚资管-于昀田；方正证券-景柄维；橡果资管-魏鑫；信达证券-庞倩倩、傅晓琅；宁银理财-毛子瑞；德邦证券-王思；菲洛资管-程浩；瑞银证券-熊玮；东方证券-浦俊懿；长盛基金-郭堃、杨睿琦；中信保诚基金-王优草；东吴证券-郭若娜；辰禾投资-吴超；羲和金泰资管-张海岩；国海证券-郭义俊；中金公司-赵元挥；银华基金-向伊达；博时基金-谢泽林；中泰证券-闻学臣；西藏信托-邓迪飞；国泰海通证券-杨林、钟明翰；国金证券-孙恺祈、中信建投证券-何智健；华泰资管-郑金镇；华源证券-董佳男（排名不分先后）
时间	2025 年 4 月 27 日
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、事业部总经理：林倩晖
投资者关系活动主要内容介绍	<div>一、公司董事长吴太兵先生向参会人员简要介绍公司情况</div> <div>1、业绩方面</div> <div>回顾 2024 年，人工智能技术持续迭代升级，多模态模型生态日益繁荣，同时全球流量移动化加速演进，AI 行业的技术、人才、流量竞争日趋激烈。在机遇与挑战并存的时代背景下，公司聚焦数字创意软件主业，持续夯实产品质量，坚定全面拥抱 AIGC，提升自研 AI 垂类技术能力，并开放引入外部通用 AI 技术，为存量产品 AI 功能的优化和 AIGC 多端产品的</div>

	<p>交互创新构建技术基础；此外，公司加大品牌建设力度，配合产品多端化、AI 化转型需求，重构移动流量转化通路，面向长期创新营销方式、拓展营销渠道。</p> <p>2024 全年，公司实现营业收入 14.40 亿元，其中 AI 原生应用收入约 6,700 万元，同比翻倍增长，AI 商业化模式已得到初步验证；在加大 AI 研发投入、加强品牌建设和创新营销的策略下，叠加子公司创新转型期计提商誉减值的影响，2024 年公司扣非净利润为-1.61 亿元。2025 年，伴随 Deepseek、Manus 等前沿技术的爆发，公司加速 AI 创新产品优化和推广，2025 年一季度公司实现营业收入 3.80 亿元，同比增长 6.06%。</p> <p><b>2、技术方面</b></p> <p>2024 年，公司研发费用 4.42 亿元，研发费用率 30.73%，充分体现了对于研发创新的高度重视和以技术提升产品竞争力的决心。公司持续打磨和优化视频创作引擎，加大 AIGC 算法研发，打造了涵盖视频、音频、图片、语言模型的垂类音视频多媒体大模型“天幕”，并将系列算法能力全面落地到旗下产品。文本方面，公司对智能 Copilot 进行迭代升级，创新构建基于 LLM 的 Agent 架构；视频方面，进一步强化视频生成、人物驱动、视频理解、视频处理等算法，同时基于产品特色化需求开发智能剪辑相关功能；图像方面，聚焦人像 ID 保持算法、生成类底模的升级，并基于此进行创新玩法拓展；音频方面，针对音乐、音效生成算法进行开发与升级，并应用于公司音视频产品；特效方面，公司开发技术性特效超过 3,000 个，并支持实时渲染、云端更新，有力提升渲染特效能力。</p> <p>在持续自研的同时，公司也以开放的心态拥抱优秀技术服务合作方，已陆续接入 OpenAI、百度、阿里、DeepSeek 等外部厂商的优质大模型能力，2024 全年 AI 服务器累计调用超 5 亿次，以 AI 智慧化赋能奠定产品长期价值。</p> <p><b>3、产品方面</b></p> <p>公司始终秉持“质量为本，客户至上”的经营理念，积极夯实产品质量，并推进 AI 化的移动端、云端产品创新，实现多端产品协同发展，放大公司矩阵式产品综合价值。</p> <p>2024 年，视频创意产品万兴喵影/Filmora 全新升级 V14 年度大版本，上线多机位编辑、文生音效、视频配乐、智能长剪短等十余个创新功能，Trustpilot 榜单评分提升 68%；Filmora 移动端产品完成全面改造，月活用户 2024 年内增长约 90%，收入占比明显提升，2025 年一季度收入持续向好；绘图创意产品亿图脑图/EdrawMind 全新升级图片渲染引擎算法，精细优化 AIGC 高频功能点，2024 年海外付费转化率提升约 2pct，并推出云端绘图创意新品 Edraw.AI，拓宽绘图产品云端场景；文档创意产品万兴 PDF/PDFelement 进一步强化三端一体定位，支持更多云端功能，上线 V11 新版本更新 AI 知识卡片、多文档总结等多种 AI 功能。</p> <p>AI 创新产品方面，2024 年，AI 营销短视频创作工具万兴播爆/Virbo 收入同比增长约 2 倍，AI 人像图像产品 SelfyzAI 收入同比增长约 4 倍，2025 年一季度收入持续向好，展现出用户对于 AI 创新产品的需求韧性，AI 商业化价值潜力不断释放。</p>
--	---

4、团队建设

公司将人才视为最重要的资产，积极打造年轻且富有活力的高战斗力团队，引进优质高潜应届生、高端人才及创新型人才，通过内培外引加强人才梯队建设，助力公司长期战略目标实现。2024 年末，公司在岗总人数为 1,704 人，同比增长 8.26%，其中研发人员占比约 54%。

公司实施“大平台、中产品、小团队”的组织管理策略，以“平台+创业者”的新型组织形态鼓励员工创新创业，持续举办“兴创杯”、AI 共创赛等各类创新创意大赛，为有梦想、敢创想的员工打造释放个体价值的成长平台。同时，公司通过大力吸纳多语种、多文化背景、熟悉海外市场的外籍和归国精英人才，以开放的视角支持全球协同办公，拓宽视野并提升员工跨文化交流的能力，让不同的文化与思想进行交流、碰撞，营造开放、共享、多元的文化氛围。

5、生态合作

一直以来，公司保持开放态度加强 AI 软硬件产业链生态合作。2024 年，公司亮相 2024 中国生成式 AI 大会、华为云中企出海全球峰会、微软 Build 开发者大会等行业展会，公司产品万兴喵影/Filmora 正式支持英伟达 NVIDIA RTX Video HDR，提升用户使用体验，荣获“2024 年度 NVIDIA 中国区 GeForce RTX AI 领航协作奖”；同时，公司还参与鸿蒙生态建设并亮相“原生鸿蒙之夜暨华为全场景新品发布会”，亿图脑图/EdrawMind、亿图图示/EdrawMax 等产品率先完成原生鸿蒙应用的开发与适配，积极响应国产系统生态建设，共建 AI 软硬件创新生态。

公司持续探索外部合作机遇，通过多维渠道触达及拓展目标用户，挖掘企业功能需求与行业化产品机会，2024 年政企营收同比增长约 34%，荣获了信创工委授予的 2024 年度“卓越贡献成员单位”，品牌知名度持续提升。

6、未来展望

在生成式 AI 与多模态交互等技术快速突破、成本逐步降低的背景下，公司坚定看好多模态 AI 应用的发展前景，看好数字创意软件从“工具集成”向“智能协同”跃迁，向智能化、普惠化和个性化的方向不断演进。公司将坚守产品初心，在传统应用 workflows 中深度集成 AI 能力，多端联动卡位音视频垂类创作场景，积极构建 Agent 创意应用 workflow，进一步构筑专业内容创作领域的产品力护城河；同时，在原生 AI 应用方面，持续挖掘细分场景业务机会，以移动、云为流量切入场景，构筑规模化的用户池，以真实体验提升用户对 AI 价值的感知，进一步放大 AI 商业价值。在 AI 深度赋能下，万兴科技将秉承“让世界更有创意”的使命，与全球创作者共同迈向人人皆可创作、个性无限绽放的创意新时代。

**二、互动交流环节**

**1、公司 24 年转型期间营销费用增长明显，主要原因及后续何时企稳下降？**

**回复：**

为应对外部市场 AI 应用流量争夺趋势加剧的压力，以及去年开始公司加大力度投入移动端，云端等创新 AI 应用建设与市场推广，大力进行移动、社媒营销渠道和内容建设，加大品牌营销力度，助力公司产品知名度提升，因此营销费用有一定增加。具体到数据层面，25 年第一季度销售费用环比 24 年第四季度已下降约 9%，但整体收入开始呈现上涨态势，在墨刀的产品收入出表的情况下，25 年第一季度收入仍然实现了 6.06% 的同比增长，在创新产品开发和存量产品质量优化成果正逐步展现，因此在产品对外知名度逐步提升，用户量级逐渐扩大的基础上，预期营销费用率有望随着公司业绩的增长逐步回归。

**2、公司 AI 商业化方面进展如何，对这块收入的后续展望如何？**

**回复：**

全球大模型的基础设施日渐成熟，从模型能力到真正落地仍需应用厂商的助力，对万兴来说机会也在于做好 AI 应用，建立 AI 大模型能力与终端用户之间的桥梁。公司持续打磨 AI 创新功能的用户体验，产品 AI 功能渗透率持续提升，商业化落地加速，2024 全年 AI 原生应用的收入约 6,700 万元，同比增长超 100%，且 2025 年一季度 AI 原生应用收入延续增长态势，AI 商业化潜力持续释放。

以 Filmora 为例，去年公司推出 V14 大版本，在 AI 功能方面进行了全面创新和升级，AI 功能渗透率显著提升，AI 翻译、智能长剪短、文生音效、视频配乐等一批 AI 功能广受用户好评。公司的 AI 创新产品 SelfyzAI 的多种 AI 特效玩法在全球广受欢迎，去年该产品从月活到收入都展现出不俗表现，且 2025 年一季度进一步增长提速，展现出市场对 AI 创新产品的需求韧性、AI 商业化价值潜力，给公司未来 AI 功能和策略创新提供了强大信心。

未来公司将继续基于完善的用户行为数据分析体系，快速响应 AI 热点，开发各种功能、特效，确保产品持续紧跟当下 AI 趋势，助力用户满意度提升，进一步释放 AI 的商业价值。

**3、公司在产品创新方面有什么进展？未来如何继续巩固产品优势？**

**回复：**

公司积极迎合新生代用户从传统专业工具向 AI 创新工具领域渗透，基于产品的差异化定位进行产品升级和优化，进行 AI 化的移动端、云端产品创新，实现多端产品协同发展，放大公司矩阵式产品综合价值。

2024 年，视频创意产品线总付费用户同比增长超过 20%，其中万兴喵影/Filmora 全新升级 V14 年度大版本，上线多机位编辑、文生音效、视频

	<p>配乐、智能长剪短等十余个创新功能；Filmora 移动端产品在 2024 年完成全面改造，月活用户年内增长约 90%，收入占比明显提升，2025 年延续向好态势，一季度收入同比增长超过 100%；绘图创意产品线总续费销售额同比增长超 50%，其中亿图脑图/EdrawMind 全新升级图片渲染引擎算法，发布 V14 新版本，新增混合布局、全局搜索等功能，精细优化 AIGC 高频功能点，实现海外版付费转化率提升约 2pct。</p> <p>未来，公司将继续以产品为核心，聚焦新功能、新体验、新技术、新资源的快速迭代，同时持续优化产品与功能质量，加强产品智能化能力改造，放大公司 20 余年产品创新和全球运营优势，持续强化产品核心竞争力。</p> <p><b>4、MCP 和 AI Agent 的兴起对行业和公司业务会带来怎样的影响？</b></p> <p><b>回复：</b></p> <p>公司认为 AIGC 的出现对整个软件应用生态进行了重构，AI Agent 对公司来说是一个很大的机会，而 MCP 协议能够标准化 AI 模型与外部工具的交互，打破数据孤岛，以 MCP 为基础的 AI Agent 有望为软件交互带来重大变革，推动 AI 生产力工具需求的新一轮爆发。</p> <p>万兴科技深耕数字创意软件赛道二十余年，积累了深厚的音视频专业经验和对用户需求的精准把握。公司正在加速推动自身积累的垂直领域能力 MCP 化，作为服务方为更多互联网用户开放提供部分技术能力。公司希望以自有的多模态原子能力为基础，通过 AI Agent 的操控引擎，链接公司的音视频处理能力和互联网上开放的第三方 MCP 能力，通过推理模型和自然语言理解技术，实现用户想法转化为现实的智能化路径开拓，建立用户与公司多模态原子能力之间的顺畅通路，推动公司现有产品向平台级产品发展，构筑赋能内容创作的产品力护城河。</p> <p>从 PGC、UGC、AIGC 到 AI Agent，人人都是创作者正成为现实，AI Agent 有望改变人与软件产品 AI 能力的链接方式，降低内容创作门槛，让用户更轻松、快捷、智能地实现一个个任务，创作者经济将持续蓬勃发展，创意平权的时代即将到来。</p> <p>公司对 MCP 类技术方向持积极态度，相信随着 MCP 生态的成熟和扩展，将为 AI 产业、为 AIGC 创意软件带来更多的创新和增长机会。公司将整合营销推广能力、用户洞察能力和 AI 技术研发能力，积极迎接未来 AI 领域的创新发展机遇。</p> <p><b>5、公司对外部大模型是怎样的态度，如何平衡自研和外部模型的关系？</b></p> <p><b>回复：</b></p> <p>万兴坚持“以产品为本”的研发战略，一方面，公司着重关注用户需求，通过自研算法面向垂直用户场景，聚焦高价值核心功能需求；另一方面，公司对于外部优秀大模型始终保持开放态度，目前已接入了 OpenAI、百度、阿里、DeepSeek 等外部厂商的优质大模型能力，通用大模型技术逐步优化，成本不断降低将有效助力 AI 应用的创新发展。因此公司通过体系化的大数据与云平台中台能力，能够快速引入外部大模型能力并适配产</p>
--	---

	<p>品，以更低的成本快速升级通用能力，叠加自研垂类专业算法能力，实现自研与外接的“相辅相成”，进而加速产品 AI 功能迭代与商业化进程。</p> <p>当前，全球 AI 算力的“军备竞赛”持续加码，“百模大战”进入下半场，通用大模型能力逐渐呈现同质化趋势，但万兴始终没有盲目地去做“力大飞砖”式的投入，而是坚守音视频优势阵地的精耕细作，以垂类大模型算法的研发创新服务于产品需求，让 AI 功能从“能用”到“好用”，真正为用户创造价值。公司自研的智能长剪短、口型驱动视频翻译、文生音效、AI 卡点等算法广泛落地到万兴喵影/Filmora、万兴播爆/Virbo 等产品，并持续夯实产品质量，优化用户体验。</p> <p><b>6、在目前全球的关税背景下，公司的区域战略规划是怎样的？</b></p> <p><b>回复：</b></p> <p>公司主营业务为数字创意软件产品的销售与服务，主要通过线上渠道进行销售，不涉及实体货物的清关，目前未受到美国加征关税的直接影响；公司始终坚持全球运营理念，销售客户已遍及全球 200 多个国家和地区，并持续加大多语言地区市场扩张，拓展收入来源地。未来，公司也会继续加大全球业务布局及本地化运营，保障公司业务持续健康发展。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	无
<b>日期</b>	2025 年 4 月 27 日