

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： 2026-003

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、国金证券、浙商证券、华创证券、招商证券、国泰海通证券、国海证券、开源证券、广发证券、西南证券、国元证券、中信建投证券、长江证券、兴业证券、中金证券、华泰证券、东方证券、中泰证券、诺安基金、长安基金、金鹰基金、国联基金、集元资产等 86 位机构投资者
时间	2026 年 8 月 20 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 2026 年上半年整体情况： 回顾 2026 年上半年,公司持续围绕 AGI 与 AIGC 核心战略,推进技术研发、产品迭代与全球商业化落地,主营业务保持强劲增长态势。 2026 年上半年,公司实现营业收入 53.59 亿元,同比增长 43.55%。其中,海外收入 52.03 亿元,同比增长 51.21%。同期,由于投资业务回暖,公司实现归属于上市公司股东的净利润 10.88 亿元。 （一）模型进展 视频模型方面,公司推出 SkyReels-V4,发布时在 Artificial Analysis 文生视频与图生视频两大榜单中登顶全球榜首。SkyReels-V4 采用音画一体双流联合生成架构,支持

	多种控制方式，可生成更稳定的连续画面，有助于解决 AI 短剧生成中角色走形、场景跳跃、镜头衔接不稳定等行业难点。 音乐音频模型方面，2026 年上半年，公司发布 Mureka V8、V9 两个版本。V8 发布时即在 Artificial Analysis 的人声与乐器两项测评中斩获榜首。7 月，公司发布 Mureka V9.5 与 O3。V9.5 在音乐人评测中，综合表现超越 Suno V5.5 和 Google Lyria 3 Pro 等主流竞品模型。O3 建立在 V9.5 之上，将音乐思维链由一次性规划升级为持续推演，使得歌曲的结构更为完整、情绪演进更加连贯。 游戏世界模型方面，3 月，公司发布 Matrix-Game 3.0。7 月，发布 Matrix-Game 3.5，模型强化了长时序记忆、几何一致性建模和相机精准控制，5B 参数模型在 720p 分辨率下可实现单卡 20FPS 实时生成，具备 1 分钟记忆能力，为 AI 游戏、仿真、机器人和通用智能体等方向提供底层技术探索。 基座文本与多模态模型方面，5 月，公司发布高性能 Agent 模型 SkyClaw-v1.0，并同步推出轻量化版本 SkyClaw-v1.0-lite。SkyClaw-v1.0 支持百万 token 上下文，可适配主流 Agent 环境，面向真实智能体 workflow 重点优化复杂工具调用、多轮任务执行、代码生成、文件编辑、交互式应用构建和研究型数据分析等能力。 （二）全球化应用进展 AI 短剧平台方面，6 月底，公司 AI 短剧平台业务单月流水超 6500 万美元。据 SensorTower 数据显示，2026 年上半年，公司 AI 短剧平台合计 MAU 稳居海外短剧市场第一；FreeReels 位列出海短剧 APP 下载量第一名，亦是上半年海外短剧赛道唯一一款预估下载量破两亿的产品。 7 月，DramaWave 月度上新的剧集中，超 90% 内容为 AI 生成，拍摄成本相较于真人剧大幅降低，成片品质达到影视级观看水准。 报告期内，公司推出天工短剧工作台 SkyProduction，依
--	---

	托 Agent 技术整合 SkyReels、Seedance、可灵等全球顶级视频模型，构建“剧本直达成片”一站式 AI 短剧工业化生产体系。 AI 音乐方面，Mureka 保持高频迭代，围绕模型能力、全链路音乐创作、视觉配套产出等方向持续完善产品能力。平台升级了简易模式，新增多种功能玩法；打通了从“创意构思”到“歌词—人声—角色—歌曲—MV”的完整创作链路。 AI 游戏方面，公司自研 AI 游戏《猫森小镇》研发工作稳步推进，内测反馈良好，在玩家多模态交互体验，UGC 生态支持体系等方面持续完善。 AI SuperAgent 方面，2026 年以来，天工超级智能体持续迭代升级。公司推出 Skywork Video v1.0，上线 Windows 版天工 Skywork 桌面版，落地 Skywork Design 与 Dynamic Workflows 两项核心能力与 Skywork Tags 功能，并推出智能硬件产品 Skywork Note。 AI 社交方面，Linky 依托公司大模型技术，持续优化角色人设一致性、对话交互水准、剧情演绎效果及沉浸式互动体验。用户粘性和 ARPU（每用户平均收入）稳步提升，商业化运营成效显著。 （三）黎曼动力 7 月，子公司黎曼动力推出面向通用具身智能的世界动作模型 Riemann-1.0。该模型面向 Physical AI 场景，在仿真环境与真实机器人任务中展现出对机器人操作、实时自适应控制和高频人机协作等场景的适配能力。 8 月，黎曼动力与具身数据供应商光轮智能、诺亦腾机器人达成深度合作，共同夯实具身大脑模型的数据与评测基础设施，推动 Riemann 系列具身大脑模型对真实世界的理解、推理与执行能力。 （四）艾捷科芯 AI 算力芯片企业艾捷科芯业务进展顺利，已完成新一轮
--	---

	增资入股，投后估值超 40 亿元，外部参投机构包括长鑫芯聚、合肥石溪、彩讯股份、高榕资本等产业资本与机构投资者。 （五）StarMaker 社区进展 StarMaker 聚焦 AI 技术与音乐社交场景的深度融合，致力于打造 AI 时代高品质音乐社交娱乐社区。报告期内，持续推进产品升级与精细化运营，丰富平台内容生态，经营表现稳健。 （六）海外 AI Agent 浏览器平台 Opera 进展 2026 年上半年，Opera 实现营业收入 3.53 亿美元，同比增长 24%；经调整后 EBITDA 0.84 亿美元，同比增长 31%。 2026 年第二季度，全球月活跃用户达 2.88 亿；Opera Android 与 iOS 移动浏览器合计 MAU 在英国同比增长 66%，在美国同比增长 40%，其特色浏览器功能和内置 AI 体验在高价值成熟市场的用户吸引力持续提升。 展望未来，公司将继续围绕人工智能全产业链布局推进研发和产品创新，打造以 SOTA 大模型为技术底座、以全球化应用为牵引的 AI 业务体系。携手全球用户，共建 AGI 时代产业新繁荣。 问答环节 问：过去两年，公司短剧业务取得了非常大的成功，想请教下，如何展望海外短剧市场的成长空间和竞争格局？ 答：我们对海外短剧市场的中长期成长空间是非常乐观的。目前行业仍处于用户渗透培育阶段，用户已经养成对高密度、强情节内容的消费习惯，全球各区域市场均保持蓬勃发展，订阅、广告等多元变现模式可以覆盖更广泛的用户群体。此外，AI 正在明显降低制作成本、缩短生产周期，提升题材供给与本地化能力。所以未来的市场增长既来自于用户规模扩张，也来源于付费转化、广告变现和内容生产效率的提升。 竞争方面，内容厂商和大型流量平台持续入局，一方面推
--	---

	动市场教育，另一方面抬升获客、内容品质及运营效率门槛。行业竞争已经从早期单纯买量投放，转向内容供给、AI 生产能力、本地化运营、商业化效率的综合比拼。 DramaWave 和 FreeReels 具备先发优势，积累了充足的高质量用户群体，丰富的剧库资源以及 AI 全链路生产能力。最重要的是已经形成了比较完整的业务闭环：前端有面向发达国家付费市场的 DramaWave，也有面向高增长市场、以广告变现为主的 FreeReels；后端有 SkyProduction 支持 AI 短剧工业化生产。2026 年上半年，公司 AI 短剧平台合计 MAU 稳居海外市场第一，FreeReels 下载量位居出海短剧应用第一。我们会继续把 AI 内容供给、全球本地化和精细化投放能力做深，而不是单纯依靠增加投放来换增长。 总体来看，海外短剧仍处于高速增长阶段，但行业分化会加速，未来真正能留下来的，是能够同时做好内容、技术、运营和商业化的平台。 问：DramaWave 和 FreeReels 的商业化策略和投流策略是什么样的？ 答：DramaWave 是海外付费 AI 短剧平台，以订阅为主，重点服务发达国家市场。FreeReels 是面向更大规模用户的海外免费 AI 短剧平台，主要靠广告变现。 我们的思路不是去追求某一种商业化模式，而是围绕用户价值做组合。公司的 AI 短剧平台会持续丰富精品内容，特别是 AI 内容和真人内容的搭配，重点提升用户留存、付费转化和整体 ARPU。 问：海外短剧的利润率如何展望？ 答：AI 短剧直接提升了内容产出速度与题材丰富度，对于用户留存和付费意愿形成有力支撑。以往受成本约束难以批
--	---

量落地的科幻、动作类题材，现在可以借助 AI 短剧实现规模化生产。

目前行业仍处在快速扩张期，用户价值和长期渗透空间很大。短期看，我们会继续针对不同区域、人群及素材执行精细化投放，维持业务增长弹性；中期看，随着内容供给、分发效率和广告变现能力继续提升，利润率水平自然会改善。现阶段公司更加关注动态回本效率和长期规模效应。

问：如何看待大厂在 Agent 方面的竞争？

答：当前 Agent 赛道热度较高，但产品竞争最终并不取决于单点功能，核心在于对垂类业务的理解和认知，以及行业数据的沉淀与实践经验，更加考验对真实 workflow、长周期项目管理的落地能力。AI 办公赛道用户的付费意愿和付费能力较强，我们较早布局该赛道，模型工具、workflow 和多模态能力经过了多轮迭代，后续也将持续深耕这一方向。

长期来看，我们认为行业竞争将逐步向各垂直行业渗透。Agent 的核心壁垒，将集中体现在长任务执行能力、长期记忆、多主体协同，以及真实业务任务的闭环落地能力上。

问：AI 短剧和真人剧的占比？未来会不会 “all in AI” ？

答：对于 AI 短剧与真人剧的内容占比，我们会依据市场反馈、商业化数据动态调节，不会只做 AI 短剧，也不会设置固定的配比。AI 短剧具备显著的成本优势，海外真人短剧单部成本大致在 15-20 万美元，AI 短剧可以控制在单部成本 2 万美元以内，同时还可以针对不同地区、人种、语言完成深度本地化适配。2026 年 7 月，我们的 AI 短剧平台月度上新剧集中，AI 生成内容占比已超 90%，AI 短剧已成为核心供给方式。

目前我们不会放弃真人内容，在部分题材与特定市场下，真人剧集依旧具备不可替代的价值。整体策略是以 AI 作为短

	剧内容生产的主引擎，真人内容做补充。与此同时，我们也会依托 AI 技术，探索短剧以外的全新内容形态。 问：除了 coding、多模态之外，还有哪些 AI 业务变现新场景？ 答：我们重点关注 Agent 嵌入真实工作流带来的落地机会。目前 Agent 的工作流集中在办公场景，比如文档、表格、PPT、会议纪要、视频、播客、网页、项目协同等内容生产场景。 但像电商这类赛道，AI 商业化落地仍有较大缺口，也是我们后续重点发力的方向。大模型的突破高度依赖高质量完备行业数据，编程、数学领域数据基础好，所以进展最为突出。对于其他数据资源充沛的行业，能否跑出新的 AI 场景，还需要全行业共同推进。 问：公司对于 AI Agent 是否有更多产品迭代和商业化规划？ 答：我们会继续围绕差异化路线推进。Skywork Super Agent 的方向并不是做通用聊天入口，而是聚焦打造可以落地实际任务的“AI 员工”。目前产品已经具备办公、设计、视频、播客、网页开发等多模态能力，后续会进一步把办公场景和长周期任务做深做透。 商业化上，我们除了高频刚需功能外，也在推进团队协作相关能力，同时探索向软硬结合方向延展。 比如天工的 Skywork Tags 功能可接入飞书、钉钉、Telegram 等工具，基于群聊上下文参与讨论、推进任务执行并沉淀团队协作信息，把 Agent 更深地嵌进工作现场。 比如我们推出的硬件产品 Skywork Note，可以完成语音采集与智能整理，依托天工超级智能体的能力，将非结构化音
--	--

	频内容转化为会议纪要、待办事项、洞察报告等结构化成果。 Skywork 产品体系正在从线上内容创作、办公提效延展至真实物理场景，构建起 AI 原生生产力平台。 问：子公司黎曼动力的具身世界动作模型 Riemann-1.0 在多项行业测评中表现优异，公司如何看待自身在世界模型领域的竞争优势，以及该模型后续的商业化规划？ 答：当前具身领域的世界模型，已经从 VLA（Vision Language Action）演进到 WAM（World Action Model）技术路线。公司长期布局视频模型与游戏世界模型，游戏世界模型在架构层面和 WAM 高度同源。依托过往大规模训练视频生成、游戏世界模型的积累，我们在多模态模型训练、数据标注、合成数据构建等环节沉淀了成熟经验，也组建了经验充足的算法团队，这是我们布局具身世界动作模型的核心竞争优势。 但客观来看，现阶段世界模型商业化还为时尚早。行业普遍认为，世界模型要迎来属于它的“ChatGPT 时刻”，高度依赖训练数据规模，普遍预估需要千万至亿小时级别的数据底座。目前国内各家世界模型、机器人厂商，可使用的有效视频数据大多不足 50 万小时。 我们判断，伴随数据持续积累，世界模型的技术拐点终会到来，公司旗下黎曼动力也会持续开展技术探索与落地尝试。
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 8 月 20 日