

万兴科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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（ <u>券商策略会</u> ）
参与单位名称	高盛（亚洲）有限责任公司、Schroders、Franklin Templeton、HSBC Asset Management、Tekne Capital、Artisan Partners、Oasis Mgmt、招商证券国际
时间	2024年5月21日 15:00
地点	香港
上市公司接待人员姓名	投关总监：吴琪
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司向参会人员简要介绍公司情况</p> <p>二、互动交流环节：</p> <p>1、公司产品众多，主要通过哪些方法进行营销？</p> <p>回复： 公司面向全球广泛的个人和企业用户提供创意软件产品和服务，公司以自主品牌、自建渠道的模式和开放合作构建生态网络的思维，整合各种网络资源，通过综合利用搜索引擎优化、搜索引擎付费广告、网络红人推广、展示广告、社会化媒体营销、线上代理营销、邮件营销等网络营销推广模式，采取全球化、多元化、本土化的线上销售、运营方式，并紧跟市场趋势、提升技术和产品实力、覆盖垂直应用场景，实现公司品牌声量与全球市场影响力的持续提升，以带动流量的持续增长与有效转化；同时，公司也积极通过线上与线下相结合的方式拓展B端业务，服务更广泛的企业客户需求。</p> <p>2、视频、文档领域玩家众多，是否存在直接竞争以及公司如何保障自己的竞争力？</p> <p>回复： 公司深耕数字创意软件领域20余年，沉淀了一大批得到用户认可，具备稳定产品基座和持续创新能力的生产力工具产品，确立了在准专业</p>

用户领域里的市场地位，与同类产品存在较明确的差异化竞争状态。公司始终坚定“以用户为中心”的产品开发及运营思路，一切以用户需求为先，匹配不同产品目标用户的操作习惯，内容偏好，实现其痛点解决、提质增效等的创作目的。

在竞争力保障方面，公司持续通过敏锐的市场洞察力，和全方位的需求洞察机制，深刻理解用户需求、紧跟市场趋势，通过高频的产品迭代和产品创新能力响应用户需求，深入垂直场景；借力深厚的技术积淀和持续增长的技术能力，以用户需求为导向，推动新技术的研发成果转化，打造优质数字创意生产力工具矩阵。在AI时代，公司也积极通过AI视频、音频等技术创新研发及产品智能化升级等全面提升能力，实现公司产品竞争力的持续增强。

3、未来视频创作领域的天花板有多高，公司持续的研发投入能不能转化为商业价值？

回复：

据Statista数据研究，2023年全球在线视频观看人数超过35亿人；据高通思科统计，2022年，视频流量占消费互联网总流量的82%，全球视频创作者规模已达到3.05亿，视频类内容触达到的用户群体高达43亿，巨大的流量市场催生出巨大的创作需求。于此同时，AI视频技术水平不断提升，用户创作门槛降低，对于视频创作人数和视频内容数量都将带来持续的促进作用，行业天花板进一步提高。

公司一直以来十分重视研发和技术实力，我们认为这是决定产品竞争力的核心因素，用户长久的留存和价值提升一定要以产品和服务的质量为基础，可持续、高复用、强生命力的产品才是公司长久发展的坚实基础。随着文本、图片大模型进一步成熟以及视频大模型逐步升级，特别是基于用户需求不断升级的垂类技术深化与打磨，将为公司用户带来更多的产品价值，从而实现公司产品价值的展现。

4、后续公司产品规划和新产品计划是怎样的？

回复：

公司始终聚焦以视频创意为核心的数字创意软件业务，以场景定义技术，以客户为本，以视频创意为核心场景，利用内部技术与外部大模型等AI基础设施，赋能全线产品AI化，积极探索用户体验优化和AI变现场景/路径，促进用户多端、高效实现内容创作。具体产品开发层面，今年将继续积极推进原有产品的大版本更新和新产品的筹备与研发，后续配合技术迭代和用户需求节奏适时落地。

5、视频大模型进展很快，未来会不会取代视频剪辑产品？

回复：

通用视频模型无法解决垂直场景用户的全面需求，完整视频包括的内容元素很多，除了主体画面外，还需要封面、字幕、音乐、特效、美化、贴纸、转场、封面等等，以及包括情感理解和用户个性化需求匹配，其内容复杂度和丰富度远高于文本和图片内容，用作商业用途的完整

	<p>视频很难通过通用视频大模型直接生成，仍然需要垂类工具的多维能力进行赋能，用户才能获得完整需求的满足和沉浸式的创作体验，从而实现留存和价值贡献。相反，文生视频等AI技术的成熟将大幅降低视频创作门槛，促进创作者数量扩张、内容爆发，因此对细分场景下实现效率提升、个性化编辑与创意的智慧型剪辑工具会有更高的需求，AI将作为附加价值进一步拓宽公司产品能力边界，提升业务覆盖的广度与精度。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年5月21日