

昆仑万维的AI“大航海”

一则战报出现在12月的昆仑万维办公区：旗下AI音乐产品Mureka 11月首次实现扣减营销费后毛利为正。

作为昆仑万维出海战略布局的重要组成部分，Mureka于2024年4月推出第一代音乐生成模型Mureka V1，目前已迭代至Mureka V7.6及Mureka O2版本。目前吸引了全球超过100个国家和地区的用户访问，年化流水达1200万美元。

对已在A股上市多年的昆仑万维而言，技术迭代之外的商业转化能力同样关键。而这，也是AI领域普遍面临“技术好但变现难”困境下行业共同关注的核心点——近期多家大模型公司通过聆讯，头部玩家发展迅速但利润承压的共性问题引发市场关注。全球AI赛道竞争日趋激烈背景下，技术落地已逐步可行，核心矛盾转向从持续投入到稳定盈利，“利润”成为众多相关企业下一步需要跨越的关卡。

昆仑万维三季报数据显示，公司2025年三季度营业收入20.72亿元，同比增长56.16%，净利润1.9亿元，较上年同期的亏损实现扭亏；前三季度营业收入58.05亿元，同比增长51.63%。值得注意的是，前三季度公司海外业务收入达54.1亿元，同比增长高达58%，占总营收比例升至93.3%。

AI技术重塑全球商业规则之际，中国民企的出海实践随之焕新，技术、本地化与长期主义的深度绑定成为核心逻辑。

海外收入占比超九成、业务版图覆盖100多个国家和地区的昆仑万维，正在将出海实践转化为经营支柱，但全力投入AI后，公司盈利仍待后续进一步突破。

昆仑万维董事长兼CEO方汉在近期调研中告诉北京商报记者，当前盈利承压源于研发高投入与产品增长期跑马圈地的成本，“公司收缩投入短期即可盈利，但长期来看不利于AI业务发展”。

出海新浪潮

“昆仑万维的出海决策，是源自团队经验的务实选择”，在接受北京商报等媒体采访时，“深耕出海”的信息被方汉多次提及。

2008年成立之初，昆仑万维便将海外市场纳入视野。据称，基于创始人团队的海外工作经历与市场判断，公司没有刻意打造“出海标签”，而是从一开始就将业务落点指向海外，以网游等互联网产品为切入点切入国际市场。

随着业务推进，其全球化网络逐步铺开，从移动互联网到娱乐社交，再到如今的AI相关业务，业务布局已覆盖100多个国家和地区。2016年通过收购挪威浏览器Opera并推动其纳斯达克上市，公司获得

了全球范围内的流量渠道；音频社交产品StarMaker累计用户达3.1亿，也为昆仑万维在海外积累了一定的市场基础。

昆仑万维团队告诉北京商报记者，公司目前已在全球20多个国家设有办公室，海外员工达1200人，在波兰等地还设有研发中心。

在行业趋势迭代中，移动互联网向AI转型的趋势亦被团队捕捉。方汉介绍称，公司2020年启动AGI与AIGC领域转型，成为同梯队中较早聚焦AI的企业。2022至2023年间，仅算力采购就投入近8亿元，还战略控股了北京艾捷科芯等算力芯片相关企业，结合现有应用端布局，构建起从硬件到应用的全链条布局。

方汉表示，了解不同区域用户需求与技术落地痛点，让全球化运营与技术

储备形成互补，逐步沉淀为昆仑万维的业务优势。

AI带来效率飞升

AI技术的融入，为昆仑万维的业务带来了具体而广泛的改变。

在内容生产端，效率提升与成本优化的效果尤为显著。北京商报记者获悉，借助公司AI技术及平台，旗下短剧拍摄完成后6小时内即可完成18种语言的翻译、配音与字幕制作，AI短剧平台DramaWave亦支持多种语言翻译；投流素材能通过AI自动生成数万条，让内容快速适配全球不同的市场需求。AI音乐Mureka让一首曲子的生成成本从10万元大幅降至1元以内。

技术落地的背后，是商业化路径的逐

步跑通。前述AI音乐产品Mureka毛利转正的节点，印证了AI产品从技术投入到盈利适配的可行性。公司整体AI产品矩阵中，DramaWave年化流水达2.4亿美元；AI社交产品Linky累计下载量超2000万次，单月最高收入突破100万美元；Opera浏览器接入大模型后实现类似谷歌Chrome的“搜索+AI总结”功能，用户黏性较过往明显提升……技术赋能的商业价值正在逐步兑现。

针对不同市场的需求差异，AI技术支撑起灵活的商业模式适配。方汉向北京商报记者介绍，在欧美日韩等付费习惯成熟的地区，公司选择主推订阅及会员点播等付费服务；而在新兴市场，则以“免费+广告”的模式覆盖更加广泛的需求。

而对内，AI同样赋能着企业运营。据

悉，通过AI辅助编程，昆仑万维代码团队提效30%—40%。

海外与国内的“本地化适配”

“本地适配能力，是中国AI企业出海应对合规、文化差异等挑战的关键”，全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向北京商报记者强调的这一观点，在昆仑万维的全球化实践中有着清晰的落地路径。

方汉在接受北京商报记者采访时提到，海外业务的可持续性，始于对当地规则的敬畏。企业开展任何海外业务前，都会先摸清监管政策、主动申请所需牌照，绝不“先上车后补票”，这一底线让其在复杂国际环境中降低了政策风险。

团队搭建上也贴合本地需求，客服、销售等直接对接用户的岗位以海外当地员工为主，新市场拓展时会先派负责人搭建团队并培养本地副手，产品与运营团队定期出差对接，确保产品迭代不脱离当地实际。

当然，业务层面的海外适配并非孤立推进，国内政策与驻外资源的支撑形成了重要助力。方汉提及，东城区的AI人才落户政策助力企业留住了核心团队，经信局、街道的专人对接机制能快速响应企业诉求、解决实际困难，还协助完成了AI相关牌照申请；而驻外使领馆则在协调当地监管部门、处理人员突发情况等方面提供了便利，国内外的托底与落地分别在两端与公司协同。

从互联网出海到AI时代布局全球，昆仑万维的实践勾勒出中国民企出海的新节奏：技术研发与本地适配结合的同时，在这两个维度践行长期主义。

北京商报记者 陶凤 王天逸

态度即价值

观点化 · 深度化 · 可视化



010-84277808/84277520

订阅方式



扫码订阅

新闻可视以融为一体
产品导向因报之名



订阅价
360
元/年

- 国内统一连续出版物号:CN 11-0104
- 邮发代号:1-110
- 国外发行代号:D4003
- 电话:010-84277808 / 010-84277520
- 网址:www.bbnews.com.cn
- 地址:北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦