

# 视觉（中国）文化发展股份有限公司

## 2017 年董事会工作报告

2018 年 04 月

## 一、概述

报告期内，公司基于战略发展规划，聚焦主营业务—“视觉内容与服务”，剥离了“数字娱乐”等非主营业务，实现了主营业务的快速增长，并通过不断提升公司的运营效率，优化了公司从利润到现金流的整体经营成果，取得了符合公司战略目标的良好效果。2017年，公司营业收入81,457.05万元，比2016年同期增长10.75%；其中公司核心主营业务—“视觉内容与服务”实现营业收入58,374.45万元，比2016年同期增长30.13%，实现营业毛利40,205.00万元，较2016年同期增长31.06%。报告期内实现归属于上市公司股东的净利润29,082.09万元，比2016年同期增长35.48%。

报告期末，公司总资产409,946.53万元，同比增长16.34%；归属上市公司股东的净资产257,249.90万元，同比增长12%；经营活动产生的现金流量净额25,012.76万元，同比增长6.67%。

## 二、主营业务分析

### 1、概述

#### （一） 主营业务情况

报告期内，公司的主营业务——“视觉内容与服务”，实现营业收入 58,374.45 万元，比 2016 年同期增长 30.13%；其中，2017 年客户数比 2016 年同期增长 24.7%；截至 2017 年底，获得公司视觉内容授权的国内客户已达 10 万个。

基于行业发展趋势及巨大市场空间，公司通过对于全球优质的 PGC 视觉内容的控制力、灵活多样的产品组合及授权模式、业界领先的基于图像大数据的人工智能技术、以及持续增强的获客能力及服务客户的能力，驱动主营业务快速增长。公司持续加强对各细分领域的用户的应用场景、用户行为及内容需求的差异化的全方位的研究，优化改进公司的业务策略、技术能力、市场销售、运营体系、组织结构以及相关核心能力的打造，持续提升公司对内容生态的深度连接和全面覆盖市场的能力。

#### 1、不断增强对于全球优质的 PGC 视觉内容的控制力

视觉内容的数量、质量和丰富全面性，以及独家及自有化程度是公司核心业务增长的关键驱动因素之一，公司多年来持续整合全球最优质的 PGC 视觉内容资源，提升对优质内容的全面掌控精耕细作构筑强大的内容资源护城河。公司目前在编辑类与创意类、图片、视频与音乐、国际与本土、高端与微利等各个方面，拥有全方位的内容竞争优势，在市场上形成了“你无我有，你有我优”的良好态势，为客户提供一站式的服务。截至 2017 年 12 月 31 日，公司拥有的 PGC 视觉内容的互联网版权交易平台在线提供超过 2 亿张图片、1,000 万条视频素材和 35 万首各种曲风的音乐或音效，是全球最大同类数字内容平台之一。

公司视觉内容主要来源为三部分：自有版权内容、机构供应商内容和签约供稿人内容。

报告期内，公司进一步整合及强化了优质自有版权内容。公司在 2017 年底启动了对全球国际领先的互联网摄影社区 500PX, INC. 公司 100%股权的现金收购。收购 500px，是继收购 Corbis 资产后，公司全球化战略的又一重要举措。通过网站、移动应用 app，500px 覆盖了全球 195 个国家和地区，包括专业摄影人才、摄影爱好者在内的注册用户超过 1,300 万。本次收购，使公司与全球近 30 万名供稿人建立了签约合作关系，拓展了公司不断生产海量全球优质视觉内容的能力，巩固和强化公司内容的核心竞争力，进一步加强了公司在图片行业的主导地位，完善公司的行业生态布局，同时，强化了战略投资的国内领先的设计师社区（shijue.me）以及摄影师社区（500px.me）。报告期内，社区开通了签约供稿人功能，社区注册用户经过审核后即可成为视觉中国的签约供稿人，直接在社区上传内容、查阅授权记录、查看统计数据。社区为 PGC 视觉内容的创作者（摄影师、设计师、漫画师、插画师等）提供展示、分享、交流、学习以及变现服务，提升社区会员的体验以及用户黏性，大大提升了公司在本土内容方面的竞争力。报告期内，公司的本土内容涵盖从图片，插画，矢量图，到设计模板等满足客户全方位内容生产需要的品类，自有本土品牌的销量获得大幅增长。

合作机构方面，在报告期内公司进一步加强了与 Getty Images 战略性的双向排他性多维度合作，并在海外市场进一步向深度和广度延伸和扩展。2017 年 6 月，公司与中国新闻社（China News Service）下设公司北京中新雅视文化发展有限公司签订了《战略合作协议》，双方就中国新闻社下属中国新闻社图片网络中心（www.cnsphoto.com）拥有的图片就内容授

权、分发及海外传播达成了合作协议。中国新闻社是中国加强国际传播能力建设的 6 家中央媒体之一，拥有 46 个境内外分社和超过 100 名摄影记者，现库存图片约 300 万张，每天滚动播发时政、经济、文化、教育、娱乐、体育、科技等领域的新闻图片及漫画图表作品 600 张以上。该合作将在编辑类图片的时效性、丰富性上进一步提升公司的竞争力。公司在报告期还顺利与一些主要供应商如路透社、法新社、南方日报、浙报集团、环球网、财新传媒等完成了内容的合作签约或续约。

报告期内，为满足客户日益增长的视频素材需求，公司视频产品全面升级。目前，公司拥有创意视频 200 万条，编辑类视频 800 万条，每月更新超过 30,000 条视频素材。内容涵盖世界各地风光、城市建筑、自然类、野生动植物、历史档案、奇闻趣事、体育娱乐等方方面面，以及航拍摄影、延时摄影、生物摄影、微距摄影、高速摄影、360 等特殊拍摄的视频影像。公司与全球近 50 个品牌独家合作，包括全资收购的 Corbis Motion 以及 BBC Creative, Bloomberg, SONY Pictures, Newsflare, 浙视频等。此外，公司还与诸多特色视频内容的供应商合作，如专注美食类的 stockfood, 专注商务类的 wavebreak media, 专注日本内容的 AFLO 等。公司自有品牌东星娱乐、SinoFootage, 有近 1,000 名专业视频签约供稿人，提供更新、更优质的中国本土视频素材。报告期内公司推出了视频产品的全新界面，优化了搜索引擎，提升了用户体验。注册用户可直接在网站浏览并下载清晰度较高的低码视频；优化了签约供稿人视频上传流程，方便供稿人实现在线提交视频素材，为未来视频业务的增长奠定了基础。

## 2、强化业界领先的基于图像大数据的人工智能技术

经过近 20 年的运营积累，公司拥有全面、高水准的亿级图片、视频、音乐数据，与之关联的近百万的结构化的关键词标签数据、以及持续产生的千万级的用户行为数据，通过公司自主研发的业内领先的大数据、人工智能技术和特有的商业模式，形成了“数据提升技术”、“技术驱动服务”、“服务回馈数据”独具特色闭环运行模式，“越服务，越懂服务”，建立了行业内的高技术壁垒，形成了显著的竞争优势，以产品、技术驱动业务快速增长。

大数据方面，公司在“自有数据（海量图片和标签）不断校准”以及“服务客户”、“对接各大互联网平台”、“收集用户用图场景”等方面努力拓展自身的大数据积累和建设，形成了行业内独有的高质量核心数据：1）拥有亿级的准确元数据的图像大数据、2）超过 100 万条词库标签、3）近 30 万条基于垂直领域（行业）的标签、4）超过 2,000 万/天的用户行为数据、5）超过 10 万以上的人物知识图谱。技术方面，公司拥有行业内领先的图像识别、图像理解等视觉人工智能技术。结合大数据，公司建立了一整套研究、开发、迭代体系，同时与国内外大学研究机构等建立了合作科研体系，不断提升人工智能在视觉方面的各项应用：1）图像识别技术、2）智能搜索技术、3）词库技术。在产品服务方面，报告期内，公司依托上述核心技术与大数据，不断进行产品服务的迭代与创新，包括：1）多样的交付平台、2）弹性搜索架构、3）鹰眼平台、4）大象 AI 平台（自动标签、人脸识别、文章智能配图）。

其中，交付平台方面，公司根据业务需求和客户形态，打造了网站、API、VDAM 等交付平台，通过各类平台向客户交付图像、视频、音乐等内容；报告期内，公司打造版权交易双平台 [www.vcg.com](http://www.vcg.com)、[www.veer.com](http://www.veer.com)；根据不同的客户类型、使用需求提供不同的解决方案，全面满足客户的用图需求，为客户提供全方位、全品类、一站式的内容、技术、增值服务。其中 [www.vcg.com](http://www.vcg.com) 主要服务于大型客户，可以为用户提供全面的可定制化的内容服务；而 [www.veer.com](http://www.veer.com) 主要针对中小企业，采用电商模式，为客户提供性价比高、支付便捷的产品。

报告期内，公司正式推出 API（Application Programming Interface, 应用程序编程接口）服务，以方便客户使用。客户可通过 API 服务连接视觉中国高质量正版内容，结合自己的应用场景自由调用 API，灵活满足内容需求。报告期内，公司 API 与百度、腾讯、阿里巴巴、一点资讯、网易、新浪、凤凰网、新华网、360、搜狗、高德地图、途牛网等 28 家各类客户的应用场景完成对接。

报告期内，公司完成了基于 SaaS(Software as a Service)的 VDAM (Visual Data Asset Management, 视觉数据资产管理系统) 产品的开发，帮助公司客户进行视觉内容的生产和管理、视觉内容的传播和分发，为客户提供“内容+技术”的全面服务，VDAM 的推广能够增加客户黏性，提升客户使用公司产品与服务的体验，为公司保持领先优势和持续发展提供动力。

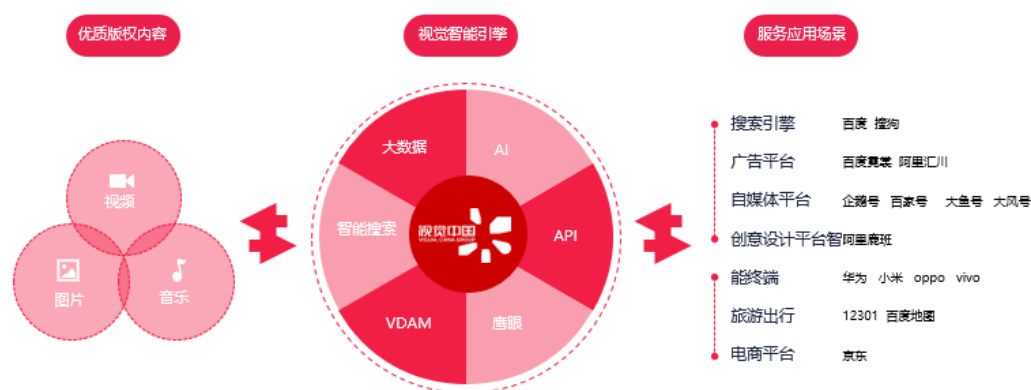
报告期内，公司建设完成了基于图像大数据与人工智能技术自行研发了“鹰眼”——图像互联网版权保护平台，该平台包括自动全网爬虫、自动图像比对、授权比对自动生成报告等多项自主研发的技术能力，自动处理约 200 万/天以上的数据，能够追踪到公司拥有图片在网络上的使用情况，并提供授权管理分析、在线侵权证据保全等一站式的版权保护服务，大幅降低版权保护的成成本，有效的保护了版权人的利益。鹰眼平台既为公司自身的版权保护提供技术服务，也正在逐步将向第三方开放相关能力，提供版权保护服务。

### 3. 全面覆盖市场、深度连接内容生态

基于行业及市场的发展趋势及巨大发展空间，公司持续加强对各细分领域的用户的应用场景、用户行为及内容需求的差异化的全方位的研究，优化改进公司的业务策略、组织结构、市场销售、运营体系以及相关核心能力的打造，持续提升公司对内容生态的连接和全面深度覆盖市场的能力。报告期内，公司还通过品牌推广、市场营销以及“鹰眼”—图像互联网版权保护平台，提升公司获客能力和效率。根据市场变化，公司重点对互联网平台、媒体、广告营销与服务、企业客户等四个目标市场进行了开拓。

#### (1) 互联网平台

报告期内，公司先后与百度、腾讯、阿里巴巴、一点资讯、凤凰网、搜狗等互联网平台签署战略合作协议，初步完成了基于内容的技术对接，使得公司内容能覆盖到的海量的长尾市场。公司通过与互联网平台的连接及赋能，提升了优质正版内容触达客户的深度和广度，持续提升公司作为内容生态的“基础设施”的地位和全面深度覆盖市场的能力，促进了内容生态使用者对正版素材的使用，对行业健康发展起到了推动作用。根据应用场景，目前公司分别接入了：搜索引擎、广告平台、自媒体平台、创意设计平台以及智能终端、旅游出行、电子商务等服务应用场景。（见附图二）



(附图二)

报告期内，在自媒体平台方面，公司先后与一点资讯/凤凰网（大风号）、腾讯网（企鹅号）、百度（百家号）、阿里巴巴（大鱼号）的自媒体平台完成了数据接入工作，为数百万自媒体用户提供优质正版内容，共同构建自媒体共赢生态圈；公司还与百度霓裳、阿里汇川等广告平台完成了数据接入工作，为数十万中小企业组提供广告的创意内容服务；目前公司正在和各平台公司紧密合作，持续提升用户体验。

在搜索引擎方面，公司与百度、搜狗等先后签订战略合作协议。根据协议约定，公司与百度、搜狗建立全面、深入、互为优先的战略合作关系。在用户搜索图片时，优先展示公司图片，并标注“版权”信息，用户点击图片后跳转至图片所在视觉中国网站，为公司带来更多的流量。

公司将继续紧抓战略机遇期，依托优质 PGC 视觉内容核心资源，继续扩大、夯实与互联网平台（大流量入口）的战略合作，将优质内容与大数据、人工智能技术相结合，提升多渠道分发交付能力，不断提升获客效率，高效拓展长尾市场，促进主营业务增长。

#### (2) 媒体

媒体市场是公司核心的目标市场之一。报告期内，公司重点把握传统媒体的融合转型，自媒体的迅速发展，社会对媒体社会责任感的提升等趋势，在保持传统媒体市场的绝对优势的同时，抓住新媒体的发展机遇，实现了媒体业务的整体持续增长。

公司拥有强大的编辑类内容的竞争优势，及自有的经验丰富的编辑内容运营团队，在编辑类图片资源、运营、内容交付与服务上优势突出，公司严格的内容审核体系，及全面优质的体现核心价值观的内容，是广大媒体客户的安全优质的主要内容来源。

国内主要媒体客户均为公司合作多年的年度合作客户，合作期内均顺利续约合作，包括：国有新闻网站（新华网、中国网、中国日报网、中国青年网、中工网、光明网、东方网等）、报业及新媒体（人民日报、中国青年报、中国日报、广州日

报、南方日报、新华日报等）、电视台（央视、北京电视台、湖南卫视、江苏电视台等）、商业门户网站（新浪、腾讯、搜狐、网易、凤凰等）、视频网站（优酷、爱奇艺、腾讯视频、PPTV、芒果 TV 等）以及杂志（时尚、赫斯特、康泰纳仕、现代传播、财新等）。

2017 年以来，媒体市场出现新的发展趋势：移动互联网资讯聚合平台、自媒体等发展迅猛，公司及时把握市场变化，与一点资讯、趣头条、得到、视觉志、一条、吴晓波、十点读书、黎贝卡的异想世界、秦朔朋友圈、gogoboi、叶檀财经等新型互联网公司签署了长期合作协议。

### （3）广告营销与服务

公司另外一个传统优势市场是广告营销与服务公司（Agency）。公司多年致力为各类广告公司提供全球及本土高质量及丰富全面的内容，作为专业的版权服务公司，公司加强了为客户提供全球范围内专业化的版权增值服务。针对广告公司所服务的最终客户的行业及特性，精细化管理，深挖客户需求，全面参与客户的工作流程，提供相应的内容产品以及委托拍摄、版权清除等增值服务，使客户能安全无忧使用图片及视频音乐素材，发挥创意，成为客户可依赖的专业视觉顾问，大大加强了客户对公司的黏性和依赖。公司把握线上与线下，新媒体及自媒体的发展趋势，公司积极拓展与数字广告公司的合作。在整个广告行业面临社会化营销挑战的前提下仍然实现了广告客户群的超过 20% 的业绩增长。

公司在国内独家代理全球第一大图片库 Getty Images，并通过收购比尔·盖茨创办的全球第三大图片库 Corbis Images 及国际知名的线上摄影社区 500px，拥有垄断性的优质内容和品牌优势，在这一市场一直保持很高的市场占有率。WPP 集团、宏盟集团、IPG 集团、阳狮集团、HAVAS 集团、电通集团、蓝色光标、华扬联众、卅六策、广东省广告集团等行业重要客户均与公司签署了年度框架合作协议。

### （4）企业客户

顺应“互联网+”及移动互连网时代企业营销的数字化，社会化，场景化的变化趋势，市场对优质版权内容有巨大需求。公司在报告期内加强了企业客户销售体系，抓住了企业新媒体营销的市场机遇，除了充分应用多种形式的市场化手段对潜在客户进行引导培育之外，公司基于图像大数据及人工智能技术，自行研发了“鹰眼”图像互联网版权保护平台，能够追踪到公司拥有的图片在网络上的使用情况，更好地锁定潜在的客户并满足其需求，进而对客户进行正版化引导及转化，实现精准获客，大大降低了获客成本，客户数量大幅增长，通过销售+技术+服务驱动收入增长。

报告期内，公司针对细分垂直行业采用差异化的商机管理、客户拓展、客户引导转化及产品授权模式，重点开拓金融、旅游、交通、快消、互联网科技等行业客户。截至 2017 年底，企业客户数较上年新增 48.7%，其中年度长协客户占比超过 43%。针对企业大客户，公司与控股子公司卓越发挥协同效应，深挖其它延展商机，为各类客户如品牌企业、政府机构、旅游行业、体育赛事及娱乐活动的主办方等提供视觉内容生产、管理及传播的“视觉+品牌”、“视觉+旅游”、“视觉+城市”、“视觉+体育/娱乐”等视觉营销解决方案，全方位满足客户的视觉内容需求，为公司带来新的业绩增长。报告期内，为华为、索尼、宝马、雀巢、维多利亚的秘密、摩拜单车、ofo、统一、青岛啤酒、华侨城、美克美家、海昌集团、嘉实基金、中信银行、国家旅游局、江苏省旅游局、北京冬奥会组委、国资委新闻中心等品牌与机构提供了相关增值服务。

公司采取市场化手段与销售服务相结合的手段，持续高效开拓中小客户的长尾市场。公司通过与互联网大流量平台建立战略合作关系、优化 SEM/SEO、提升客服质量、加大市场推广和品牌营销，更好地培育和服务中长尾市场。公司不断优化产品组合，为中长尾客户提供与之体量需求与预算对应的产品及授权模式，持续扩大对长尾市场的覆盖。

随着公司版权跟踪技术手段的不断增强及客户转化效率的不断提升，公司未来签约服务的客户数量会持续增加。为提升对各主要垂直行业的不同体量客户的覆盖及服务，公司强化了商机管理、市场营销、内容运营及客户服务体系，以及对大客户及中长尾客户的不同的营销及服务体系，精耕细作，为在巨大的市场空间中高速发展打下了坚实的基础。

## （二）与主营业务协同互动，积极构建“视觉+”战略布局

公司在聚焦主营业务，强化世界级的版权内容平台的前提下，将核心竞争力与旅游、教育等 2C 产业相结合，充分发挥互联网传媒、旅游、教育等业务板块之间的协同效应，构建“视觉+产业”的战略布局。报告期内，公司通过转让艾特凡斯，剥离非主营业务，进一步优化资产结构。

### 1、视觉+产业：旅游

旅游行业与公司的主营业务有着较高的协同效应，是公司“互联网+视觉+行业”战略的重要体现。2018 年 2 月 6 日国家旅游数据中心发布《2017 年全年旅游市场及综合贡献数据报告》。2017 年，国内旅游市场高速增长，出入境市场平稳发展，供给侧结构性改革成效明显。国内旅游人数 50.01 亿人次，比上年同期增长 12.8%；出入境旅游总人数 2.7 亿人次，

同比增长 3.7%；全年实现旅游总收入 5.40 万亿元，增长 15.1%。初步测算，全年全国旅游业对 GDP 的综合贡献为 9.13 万亿元，占 GDP 总量的 11.04%。2017 年我国旅游经济保持快速增长，2018 年将保持繁荣增长的乐观发展趋势。

原国家旅游局修订了《旅行社条例》《导游人员管理条例》《中国公民出国旅游管理办法》，制定修订《导游管理办法》等 3 件旅游规章，《导游管理办法》对导游执业的许可、管理、保障与激励、罚则等作了明确规定，并规定导游出现强迫购物、吃回扣等行为时，最高处罚可以吊销导游资格证。《导游管理办法》规定，导游证采用电子证件形式，以电子数据形式存储于导游个人的移动电话等移动终端设备中，游客、景区、执法人员等通过扫描电子导游证上的二维码识别导游身份。今后，导游将使用电子导游证、佩戴卡片式“导游身份标识”，并开启“全国导游之家”APP 执业，导游的执业轨迹、评价信息、奖惩情况等信息，都将归集于电子导游证内，形成导游的“执业档案”。可以看出，政府对旅游秩序整治和行业监管达到了一个新的高度。

公司于 2014 年 12 月中标国家旅游局“国家智慧旅游公共服务平台”20 年的特许经营权，并参股 45% 成立了唱游信息技术有限公司作为视觉中国在旅游行业的项目实施载体。2017 年，随着“国家智慧旅游公共服务平台”、“全国旅游监管服务平台”和“国家旅游产业运行监测与应急指挥平台”陆续上线，逐渐形成了基于旅游行业大数据的国家旅游综合管理平台。2017 年，完成“全国旅游监管服务平台”6 省市试点和 17 省培训落地工程，实现全国旅行社信息管理、团队管理、电子行程单和电子合同的统一监管，将全国旅游咨询投诉数据、全国导游认证评价数据、全国旅行社团队数据全部打通，以信息技术手段推动旅游治理体系和治理能力现代化。截止到 2017 年底，共组织地方培训会 87 场，培训旅行社 9796 家，共计培训 16,082 人次，实现全国范围内的游客的投诉和咨询、导游的从业资质和评估、旅行社的资质审批、电子合同和团队信息等数据的对接、融合和分析，并为游客、涉旅企业和政府提供刚性需求的服务，真正做到“政府服务市场，大众服务大众”的全新的行业生态。在公共服务方面，唱游公司在 2017 年承接和开发了全国旅游厕所项目管理系统，全国旅游厕所项目管理系统支持全国旅游厕所的计划申报、审核、进度填报、评定验收等环节的在线操作和管理。唱游公司在 2017 年分别与高德地图和百度地图签订了战略合作伙伴，在公共服务和商业服务上积极探索。

## 2、视觉+产业：教育

教育产业对优质内容是刚需，对教育的投入符合国家的发展战略。公司从 2015 年开始切入教育行业，开始了“视觉+教育”的布局，先后参与湖北司马彦文化科技有限公司、广东易教优培教育科技有限公司的投资，增强对 K12 教育市场的覆盖。公司希望通过与教育行业的平台型公司，及 K12 教育的优质“流量”入口的战略合作，通过积累的 K12 师生资源，着手打造对 K12 师生教育提升的视觉产品与服务能力，生意模式成型，将优质“视觉”核心业务逐步地拓展到 K12 市场，形成版权 IP 切入教育行业的初步战略布局。

## 2、收入与成本

### (1) 营业收入构成

单位：元

	2017 年		2016 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	814,570,532.71	100%	735,497,004.94	100%	10.75%
分行业					
互联网传媒	654,321,277.15	80.33%	561,263,739.42	76.31%	16.58%
旅游及其他	160,249,255.56	19.67%	174,233,265.52	23.69%	-8.03%
分产品					
视觉内容与服务	583,744,525.12	71.66%	448,575,036.15	60.99%	30.13%
广告创意服务	70,576,752.03	8.66%	112,688,703.27	15.32%	-37.37%

数字娱乐	20,136,699.54	2.47%	54,907,594.10	7.47%	-63.33%
软件信息服务	140,112,556.02	17.20%	119,325,671.42	16.22%	17.42%
分地区					
国内	778,240,344.58	95.54%	722,070,812.37	98.17%	7.78%
国外	36,330,188.13	4.46%	13,426,192.57	1.83%	170.59%

注：互联网传媒包含：①视觉内容与服务，②广告创意服务；

旅游及其他包含：①数字娱乐，②软件信息服务。

## （2）占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

适用  不适用

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年 同期增减	营业成本比上年 同期增减	毛利率比上年同 期增减
分行业						
互联网传媒	654,321,277.15	208,239,481.42	68.17%	16.58%	-0.36%	5.41%
旅游及其他	160,249,255.56	69,865,687.83	56.40%	-8.03%	-27.25%	11.52%
分产品						
视觉内容与服务	583,744,525.12	181,694,568.68	68.87%	30.13%	28.12%	0.49%
广告创意服务	70,576,752.03	26,544,912.74	62.39%	-37.37%	-60.48%	21.99%
数字娱乐	20,136,699.54	3,787,208.10	81.19%	-63.33%	-90.60%	54.57%
软件信息服务	140,112,556.02	66,078,479.73	52.84%	17.42%	18.54%	-0.45%
分地区						
国内	778,240,344.58	277,032,785.74	64.40%	7.78%	-8.99%	6.56%
国外	36,330,188.13	1,072,383.51	97.05%	170.59%	73.09%	1.66%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用  不适用

## （3）公司实物销售收入是否大于劳务收入

是  否

## （4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

适用  不适用

**(5) 营业成本构成**

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2017 年		2016 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
互联网传媒	版权服务费	208,239,481.42	74.88%	208,987,730.07	68.52%	-0.36%
旅游及其他	设备采购及安装	69,865,687.83	25.12%	96,030,457.56	31.48%	-27.25%

单位：元

产品分类	项目	2017 年		2016 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
视觉内容与服务	版权服务费	181,694,568.68	65.33%	141,818,308.41	46.50%	28.12%
广告创意服务	广告服务费	26,544,912.74	9.54%	67,169,421.66	22.02%	-60.48%
数字娱乐	设备采购及安装	3,787,208.10	1.36%	40,288,092.99	13.21%	-90.60%
软件信息服务	设备采购及安装	66,078,479.73	23.76%	55,742,364.57	18.28%	18.54%

说明

**(6) 报告期内合并范围是否发生变动**

√ 是 □ 否

详见“第十一节，八、合并范围的变更”

**(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况**

□ 适用 √ 不适用

**(8) 主要销售客户和主要供应商情况**

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	115,043,614.23
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	14.11%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	客户 1	36,330,188.13	4.46%
2	客户 2	23,190,000.00	2.85%
3	客户 3	20,656,892.00	2.54%
4	客户 4	18,952,966.98	2.33%



5	客户 5	15,913,567.13	1.95%
合计	--	115,043,614.23	14.11%

主要客户其他情况说明

适用  不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	115,443,802.25
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	41.51%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	供应商 1	50,720,260.73	18.24%
2	供应商 2	43,266,497.17	15.56%
3	供应商 3	8,796,907.61	3.16%
4	供应商 4	6,652,800.00	2.39%
5	供应商 5	6,007,336.74	2.16%
合计	--	115,443,802.25	41.51%

主要供应商其他情况说明

适用  不适用

### 3、费用

单位：元

	2017 年	2016 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	71,542,100.81	68,651,777.89	4.21%	主要系由于销售规模增长所致
管理费用	125,031,616.98	105,839,978.14	18.13%	主要系由于技术相关费用增加所致
财务费用	35,229,297.62	22,949,743.88	53.51%	主要是由于本期带息负债规模上升所致

### 4、研发投入

适用  不适用

本年度公司技术研发项目：符合公司视觉内容与服务业务规划与发展。

公司研发投入情况

	2017 年	2016 年	变动比例
研发人员数量（人）	150	130	15.38%
研发人员数量占比	24.55%	18.87%	5.68%
研发投入金额（元）	50,165,448.42	35,585,089.40	40.97%
研发投入占营业收入比例	6.16%	4.84%	1.32%

研发投入资本化的金额（元）	11,006,456.82	0	100.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	21.94%	0.00%	21.94%

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用  不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用  不适用

主要系由于公司于本报告期内完成了研发并正式投入使用所致

## 5、现金流

单位：元

项目	2017 年	2016 年	同比增减
经营活动现金流入小计	916,778,958.78	843,909,119.29	8.63%
经营活动现金流出小计	666,651,328.90	609,424,608.37	9.39%
经营活动产生的现金流量净额	250,127,629.88	234,484,510.92	6.67%
投资活动现金流入小计	252,816,251.40	189,447,743.32	33.45%
投资活动现金流出小计	425,616,781.61	1,028,796,474.06	-58.63%
投资活动产生的现金流量净额	-172,800,530.21	-839,348,730.74	-79.41%
筹资活动现金流入小计	417,006,650.42	761,671,075.41	-45.25%
筹资活动现金流出小计	555,903,380.39	342,720,869.44	62.20%
筹资活动产生的现金流量净额	-138,896,729.97	418,950,205.97	-133.15%
现金及现金等价物净增加额	-65,583,726.46	-183,829,057.66	-64.32%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用  不适用

- 1、 投资活动现金流入小计较上年同期增加 63,368,508.08 元，同比增长 33.45%，主要系处置子公司收到对价款及收到被投资企业分红所致；
- 2、 投资活动现金流出小计较上年同期减少 603,179,692.45 元，同比降低 58.63%，主要系本期投资项目较上年同期有所减少所致；
- 3、 筹资活动产生的现金流量净额较上年同期减少 557,846,935.94 元，同比降低 133.15%，主要系本期归还 2016 年股东借款所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用  不适用

## 三、非主营业务分析

适用  不适用

单位：元

金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
----	---------	--------	----------

投资收益	65,708,413.22	18.60%	权益法核算的被投资单位净利润变动	是
公允价值变动损益	-628,740.00	-0.18%	远期结售汇金融产品	否
资产减值	14,863,838.22	4.21%	应收款项坏账准备增加	是
营业外收入	217,195.45	0.06%	违约金利得	否
营业外支出	492,340.63	0.14%	固定资产报废损失	否

#### 四、资产及负债状况

##### 1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2017 年末		2016 年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	390,502,762.13	9.53%	467,837,177.36	13.28%	-3.75%	货币资金较期初减少 77,334,415.23 元，减幅 16.53%。主要系由于偿还股东借款及合并范围变化所致。
应收账款	352,261,537.61	8.59%	345,424,723.69	9.80%	-1.21%	
存货	29,394,917.05	0.72%	29,405,082.48	0.83%	-0.11%	
长期股权投资	1,073,608,363.30	26.19%	820,095,673.49	23.27%	2.92%	长期股权投资较期初增加 253,512,689.81 元，增幅 30.91%，主要系新增辽宁新兴文化、广州易教优培投资及对唱游实缴出资所致。
固定资产	5,941,766.23	0.14%	6,043,080.61	0.17%	-0.03%	
短期借款	157,629,116.17	3.85%	22,000,000.00	0.62%	3.23%	短期借款较期初增加 135,629,116.17 元，增幅 616.50%，主要系本期增加流动贷款所致。
长期借款	489,663,582.19	11.94%	235,541,647.29	6.68%	5.26%	长期借款较期初增加 254,121,934.90 元，增幅 107.89%，主要系本期合并范围增加所致。

##### 2、以公允价值计量的资产和负债

□ 适用 √ 不适用

##### 3、截至报告期末的资产权利受限情况

项目	期末账面余额	受限原因
货币资金	10,498,000.00	履约保函保证金

其他非流动资产	180,000,000.00	借款保函质押定期存单
合 计	190,498,000.00	

## 五、投资状况

### 1、总体情况

√ 适用 □ 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
401,795,000.00	463,200,274.37	-13.26%

### 2、报告期内获取的重大的股权投资情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

被投资公司名称	主要业务	投资方式	投资金额	持股比例	资金来源	合作方	投资期限	产品类型	截至资产负债表日的进展情况	预计收益	本期投资盈亏	是否涉诉	披露日期（如有）	披露索引（如有）
广东易教优培教育科技有限公司	提供在线教育先进技术产品与运营服务	收购	110,000,000.00	35.00%	自有资金	广州远程教育中心有限公司、北京尚林创新投资管理有限公司	长期	视觉+产业：教育	已完成股东登记	11,550,000.00	11,764,062.32	否	2017年05月16日	公告编号2017-030
辽宁新兴文化创业投资基金合伙企业（有限合伙）	投资及相关咨询服务；创业投资咨询、为创业企业提供创业管理服务	新设	100,000,000.00	52.63%	自有资金	北国华盖（辽宁）投资管理有限公司、辽宁省产业（创业）投资引导基金管	7年	视觉+生态投资	已完成股东登记	-2,100,000.00	-2,009,861.58	否	2017年01月15日	公告编号2017-002

						理中 心、辽 宁北国 传媒网 络科技 股份有 限公 司、沈 阳金融 中心控 股有限 责任公 司								
合计	--	--	210,000,000.00	--	--	--	--	--	--	9,450,000.00	9,754,200.74	--	--	--

### 3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

适用  不适用

### 4、金融资产投资

#### (1) 证券投资情况

适用  不适用

公司报告期不存在证券投资。

#### (2) 衍生品投资情况

适用  不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

### 5、募集资金使用情况

适用  不适用

#### (1) 募集资金总体使用情况

适用  不适用

单位：万元

募集年份	募集方式	募集资金 总额	本期已使 用募集资 金总额	已累计使 用募集资 金总额	报告期内 变更用途 的募集资 金总额	累计变更 用途的募 集资金总 额	累计变更 用途的募 集资金总 额比例	尚未使用 募集资金 总额	尚未使用 募集资金 用途及去 向	闲置两年 以上募集 资金金额

2015	非公开发行股票	56,411.23	20,015.35	57,153.4	0	10,000	17.73%	0	不适用	0
合计	--	56,411.23	20,015.35	57,153.4	0	10,000	17.73%	0	--	0
募集资金总体使用情况说明										
公司 2017 年度使用募集资金 200,153,533.49 元，已累计投入募集资金总额使用 571,534,042.16 元，其中利息收入 7,421,723.73 元。截至 2017 年 12 月 31 日，募集资金已全部使用完毕。										

## (2) 募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
1. 补充流动资金	是	56,411.23	46,411.23	20,015.35	47,153.35	101.60%			不适用	否
2.向全资子公司常州远东文化产业有限公司增资,用于支付收购亿迅集团 73% 股权的部分交易对价	是		10,000		10,000.05	100.00%	2015 年 10 月 22 日	3,390.23	是	否
承诺投资项目小计	--	56,411.23	56,411.23	20,015.35	57,153.4	--	--	3,390.23	--	--
超募资金投向										
不适用										
合计	--	56,411.23	56,411.23	20,015.35	57,153.4	--	--	3,390.23	--	--
未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	不适用									
项目可行性发生重大变化的情况说明	无									
超募资金的金额、用途及使用进展情况	不适用									
募集资金投资项目实施地点变更情况	不适用									
募集资金投资项目实施方式调整情况	不适用									

募集资金投资项目先期投入及置换情况	不适用
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	适用 于 2015 年 12 月 8 日公司第八届董事会第九次会议审议通过，同意公司在不影响募集资金投资计划正常进行的前提下，使用部分闲置募集资金 10,000 万元为公司暂时补充流动资金，单次使用期限为自公司董事会审议通过之日起不超过 12 个月。公司于 2016 年 7 月 13 日召开了第八届董事会第十七次会议，审议通过公司在不影响募集资金投资计划正常进行的前提下，使用艾特凡斯部分闲置募集资金不超过 6,000 万元为公司暂时补充流动资金，单次使用期限为自公司董事会审议通过之日起不超过 12 个月。2017 年 5 月 9 日，上述用于为公司暂时补充流动资金的 4,700 万元闲置募集资金，已全部归还至艾特凡斯募集资金专用账户，该次暂时补充流动资金使用期限未超过 12 个月。公司于 2016 年 10 月 14 日召开了第八届董事会第二十次会议，审议通过了《关于使用部分闲置募集资金为公司暂时补充流动资金的议案》，同意使用部分闲置募集资金 10,000 万元为上市公司暂时补充流动资金，单次使用期限为自公司董事会审议通过之日起不超过 12 个月。2017 年 9 月 13 日，上述用于为公司暂时补充流动资金的 10,000 万元闲置募集资金，已全部归还至公司募集资金专用账户，该次暂时补充流动资金使用期限未超过 12 个月。公司于 2017 年 5 月 15 日召开了第八届董事会第二十七次会议，审议通过了《关于公司全资子公司深圳艾特凡斯智能科技有限公司使用部分闲置募集资金为公司补充流动资金的议案》，同意使用艾特凡斯部分闲置募集资金 3,500 万元为上市公司暂时补充流动资金，单次使用期限为自公司董事会审议通过之日起不超过 12 个月。2017 年 7 月 28 日，公司召开了第八届董事会第二十九次会议，审议通过了转让艾特凡斯 100% 股权事宜，上述使用艾特凡斯部分闲置募集资金用于为上市公司暂时补充流动资金的 3,500 万的归还交易对价支付中抵销。
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	不适用
尚未使用的募集资金用途及去向	无
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	无

### (3) 募集资金变更项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

变更后的项目	对应的原承诺项目	变更后项目拟投入募集资金总额(1)	本报告期实际投入金额	截至期末实际累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	是否达到预计效益	变更后的项目可行性是否发生重大变化
向全资子公司常州远东文化产业有限公司增	补充流动资金	10,000	0	10,000.05	100.00%	2015 年 10 月 22 日	3,390.23	是	否

资，用于支付收购亿迅集团 73% 股权”的部分交易对价									
合计	--	10,000	0	10,000.05	--	--	3,390.23	--	--
变更原因、决策程序及信息披露情况说明(分具体项目)	向全资子公司常州远东文化产业有限公司增资，用于支付“收购亿迅集团 73% 股权”的部分交易对价；于 2015 年 6 月 26 日，公司召开的第八届董事会第一次会议、第八届监事会第一次会议以及 2015 年 9 月 25 日召开的 2015 年第三次临时股东大会审议通过了《关于全资子公司收购亿迅资产组 73% 股权暨关联交易的议案》，公司全资子公司常州远东文化产业有限公司（以下简称“远东文化”）收购亿迅资产组 73% 股权，交易对价为人民币 1.8821 亿元或等值外币，分三次付款。详见 2015 年 6 月 29 日见报的《视觉中国：关于收购亿迅资产组 73% 股权暨关联交易的公告》及 2015 年 9 月 9 日见报的《视觉中国：关于收购亿迅资产组 73% 股权暨关联交易的补充公告》，公司披露媒体为《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网。于 2015 年 9 月 29 日，公司召开的第八届董事会第六次会议审议通过了《关于改变部分募集资金投向暨向全资子公司常州远东文化产业有限公司增资用于支付收购股权对价的议案》，将募集资金中 100,000,000 元用于向全资子公司远东文化增资，增资后将用于支付“收购亿迅资产组 73% 股权”的部分交易对价。独立董事、监事会、保荐机构均对该事宜发表了意见。								
未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	无								
变更后的项目可行性发生重大变化的情况说明	无								

## 六、重大资产和股权出售

### 1、出售重大资产情况

适用  不适用

公司报告期未出售重大资产。

### 2、出售重大股权情况

适用  不适用

交易对方	被出售股权	出售日	交易价格（万元）	本期初起至出售日该股权为上市公司贡献的净利润（万元）	出售对公司的影响	股权出售为上市公司贡献的净利润占净利润总额	股权出售定价原则	是否为关联交易	与交易对方的关联关系	所涉及的股权是否已全部过户	是否按计划如期实施，如未按计划实施，应当说明	披露日期	披露索引



				元)		的比例					原因及 公司已 采取 的措施		
洛克互 娱智能 科技有 限公司	深圳艾 特凡斯 智能科 技有限 公司 100%股 权	2017 年 08 月 29 日	14,500	449.13	通过此次 交易，公 司可以 更加专 注公司 的核心 业务， 而且实 现了长 期应收 账款的 变现， 使得资 金更有 效的用 于核心 业务的 发展。 公司未 来将通 过全资 子公司 常州远 东文化 产业有 限公司 围绕公 司核心 业务实 现“视 觉数字 娱乐业 务”由 重资产 运作向 轻资产 运作的 转型， 保证该 业务的	0.38%	以具有 证券期 货相关 业务资 格的评 估机构 出具的 评估报 告的评 估价值 为参考 依据	否	无	是	是	2017 年 08 月 01 日	公告编 号： 2017-05 1

					可持 续 发 展。									
--	--	--	--	--	--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 七、主要控股参股公司分析

√ 适用 □ 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
华夏视觉	子公司	视觉内容与服务	23,456,700.00	1,734,249,139.01	329,136,749.33	291,990,516.37	133,966,894.47	127,320,213.45
汉华易美	子公司	视觉内容与服务	50,000,000.00	1,268,232,518.03	449,572,841.73	472,778,331.32	227,675,391.10	193,530,726.21
上海卓越	子公司	广告创意服务	1,000,000.00	62,993,177.42	27,570,862.19	70,576,752.03	34,995,286.02	25,248,416.07
亿迅资产组	子公司	软件信息服务	100,021,500.00	247,465,661.91	64,238,321.74	143,861,645.55	33,999,642.47	34,291,175.99
唱游公司	参股公司	视觉+产业：旅游	100,000,000.00	112,042,250.58	81,438,192.42	4,795,791.07	-74,119,735.61	-1,695,384.02
湖北司马彦	参股公司	视觉+产业：教育	10,000,000.00	193,992,721.33	152,409,042.83	155,305,710.24	79,935,210.22	71,650,380.61
易教优培	参股公司	视觉+产业：教育	10,000,000.00	67,462,046.50	39,094,564.10	50,809,585.76	33,611,606.63	33,611,606.63
华融创新	参股公司	金融	500,000,000.00	8,765,958,328.66	600,811,259.43	551,884,648.95	109,658,971.70	81,602,543.33

报告期内取得和处置子公司的情况

√ 适用 □ 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
深圳艾特凡斯智能科技有限公司	转让	1,194,399.91
广东视觉无限文化科技有限公司	转让	69,723.47
华盖创意(天津)图像技术有限公司	注销	-2,405,639.29
天津易美跃动信息技术有限公司	注销	-789.27

主要控股参股公司情况说明

华夏视觉/汉华易美：整合全球高质量版权内容资源，通过互联网版权交易平台（www.vcg.com）提供超过亿级的海量图片、

视频、音乐素材，为广大媒体及企业的客户提供视觉内容和传播服务。基于公司全球化战略，公司与全球第一大图片库Getty Images建立战略合作伙伴关系，2016年收购比尔盖·茨创办的全球第三大图片库Corbis Images，并战略投资全球领先的摄影社区500px。公司以PGC视觉内容为核心，是国内最大的正版视觉内容版权交易平台之一。

上海卓越：为汉华易美控股51%子公司（2015年11月收购），主要从事全案整合营销，业务涵盖快消、IT、金融、旅游等多个领域，集品牌创意、数字营销、电子商务为一体，为客户提供以消费者为中心、网络技术为基础、营销为目的、创意为核心、内容为依托的个性化营销。2017年，卓越管理团队依托视觉中国品牌优势以及加大业务协同，取得了较好的业绩增长。

亿迅资产组：为公司控股73%的子公司（2015年9月收购），是国内领先的全媒体交互中心解决方案供应商。自1999年成立至今，专注呼叫中心领域19年，围绕客户的需求持续创新，与Genesys及Verint等核心业务伙伴紧密合作，提供企业联络中心、云联络中心、呼叫中心统一管理及监控软件等领域诸多顶尖解决方案。业务覆盖银行、金融保险、电力、运营商、互联网、电商、零售、交通、制造、房地产、教育、旅游、医疗健康、公共服务等10多个行业，服务近百家金融和互联网龙头企业。2017年，亿迅资产组拓展业务覆盖行业的同时，一方面持续新技术开发的投入，另一方面挖掘现有客户的定制需求，积极推进公司从产品销售向技术服务转型。

湖北司马彦：为汉华易美持股49%参股公司（2015年9月收购），主要从事字帖书籍的编写、策划、制作和发行业务，经过30年的不断积累和沉淀，已编写出版钢笔字帖、毛笔字帖、多体汉语字帖、多笔体英文字帖等近800种，已与400多家经销商建立了长期、稳固的合作关系。2017年，湖北司马彦依托其核心IP资源，业绩稳步上升。

唱游公司：公司于2014年12月中标国家旅游局“国家智慧旅游公共服务平台”。公司参与唱游公司定向增资扩股后，唱游公司作为“12301国家智慧旅游公共服务平台”的实施公司，按照《国家智慧旅游公共服务平台项目特许经营协议》要求，以12301国家旅游公共服务号码为载体，全力推动旅游公共信息的发布与资讯服务、旅游产业监管信息的采集、景区游客承载量统计与预警、旅游形象推广等功能，并积极开展与旅游业相关的增值服务。该平台是一个连接旅游行业出行者、从业者及管理者的具有公信力的旅游服务聚合平台，是我国旅游行业大数据平台，也是视觉中国战略实施中打造的第一个直接面向C端消费者的互联网平台。

易教优培：为公司持股35%的参股公司（2017年5月收购），主要提供在线教育先进技术产品与运营服务的专业机构，其团队拥有丰富的中小学教师培训项目运营经验，目前负责“国家教师专业发展公共服务网”的整体运营。公司紧紧围绕“视觉”核心业务，将优质视觉内容与大数据、人工智能技术相结合，加速视觉生态布局，整合上下游资源，将业务延伸至旅游、教育等2C端产业，打造以视觉为核心的多业务板块高度协同发展的领袖型文化集团公司。基于公司发展战略的实施计划，教育行业将是公司深耕的行业之一。

## 八、公司控制的结构化主体情况

适用  不适用

## 九、公司未来发展的展望

### （一）2018 年经营计划

2018年，公司将继续聚焦核心主营业务——“视觉内容与服务”，进一步强化从内容到产品，从大数据体系到核心技术，从版权授权到增值服务，从市场到运营到销售等全方面的核心竞争力，提高竞争壁垒，在互联网传媒行业不断变化与升级的行业趋势下提升对客户全面需求的满足及全应用场景的覆盖能力，加强与内容生态的深度对接与赋能，为客户持续创造价值，巩固公司作为行业发展标杆企业及“基础设施”的地位及影响力，对行业的快速发展起到强有力的支撑作用，在版权保护及行业发展的巨大机遇下获得高速增长。

在内容端，进一步强化对全球优质视觉内容资源的整合与持续的内容生产与更新，满足客户对优质内容全方位需求。在客户端，公司将加强内容运营，丰富完善我们的各种产品组合，进一步提升搜索与交付能力，满足各类客户的全方位需求。公司会进一步扩大、夯实与互联网平台的深度合作，高效拓展长尾市场；不断提升鹰眼平台效率，加强市场化的获客能力，持续拓展客户数量，提升增值服务，保障收入高速增长。

公司在聚焦核心主营业务前提下，加速整合核心业务的上下游资源，打造“视觉+生态”，并将核心竞争力与旅游、教育等 2C 产业相结合，充分发挥互联网传媒、旅游、教育等业务板块之间的协同效应，构建“视觉+产业”的战略布局。

在全球化的战略下，公司会进一步强化在全球市场的参与与布局，持续打造一个具有领先技术实力及最佳行业实践的世界一流的版权内容企业。

### 1、 根据市场需求，丰富内容品类，持续巩固和构筑内容护城河

视觉内容的数量、质量和丰富全面性是公司核心业务增长的关键驱动因素之一。公司多年来持续整合全球最优质的 PGC 视觉内容资源，精耕细作构筑强大的内容资源护城河，不断提升竞争壁垒。

2018 年，公司将依托 500px 的全球社区网络平台，全面整合两大互联网平台：版权交易平台与网络社区平台的各自优势资源，在内容生产、市场渠道、产品技术等各个层面形成优势互补；公司将进一步加大对 500px 社区的投入，通过 500px 全球化的互联网平台，为全球千万级用户提供社交互动、内容生产、交易变现、版权保护的全链路一站式服务，扩大独家优质内容来源；拓展了公司获取海量全球优质视觉内容的能力，并不断巩固和强化公司内容的核心竞争力，进一步加强了公司在图片行业的主导地位，完善公司的行业生态布局。公司还将依托设计师社区（shijue.me），进一步开发包括插画、矢量、icon、模版等设计类产品，以满足不断增长的市场需求。

随着智能手机普及和移动互联的发展，移动时代下的短视频行业迎来快速发展期，为短视频业务的发展提供良好的基础。短视频也成为当下最受欢迎的内容形态之一，具有极高的商业变现价值。为顺应短视频快速发展的趋势，2018 年公司将加大视频、音乐业务的投入，整合短视频内容素材，满足用户对短视频产品的需求；2018 年一季度，在产品端，公司的创意视频、编辑视频、音乐素材产品已经完成上线，可以为客户提供完整的视频、音乐素材服务。

### 2、 继续加大技术创新投入，通过“连接”“赋能”，提升服务交付效率和市场覆盖

2018 年，公司继续不断强化基于图像大数据的人工智能技术实力，不断打造公司核心的“数据提升技术”、“技术驱动服务”、“服务回馈数据”闭环运行模式，“越服务，越懂服务”，提升产品体验、服务交付和管理效率，以产品技术驱动业务快速增长。公司将持续不断迭代和优化自有版权交易平台，根据不同的客户的不同需求提供灵活、全面的解决方案，全面满足客户的需求。同时，进一步完善网站、API、VDAM、“鹰眼”的服务能力，优化用户体验。基于拥有的核心数据资产，结合客户使用需求和应用场景，将“技术能力”SaaS 化，向行业上下游“赋能”，“连接”各类互联网流量平台，提升公司产品服务的市场覆盖。

视觉中国的核心业务覆盖了视觉内容版权的确权、追溯、交易、传播、保护等全业务场景，形成了完整的商业闭环。区块链技术作为视觉中国的主营业务中具有丰富的业务应用场景，有很广阔的应用前景，公司收购 500px 后，将充分利用其全球化的互联网平台，积极探索区块链技术在全流程的业务场景中的应用，将它们更好地运用在我们的服务中，提升服务的效率和透明度。2018 年，公司将依托版权交易平台和 500px 全球创作者网络社区平台，通过运用数据加密、时间戳、分布式共识和智能合约等区块链技术，开展内容的确权、用权与维权服务。我们相信，区块链技术作为互联网底层技术，只有与数字版权的全流程业务场景相结合才能真正落地，区块链不仅仅是“技术”，最终将成为数字版权行业的“基础能力”，为行业的高速发展提供创新发展的助推力。

### 3、 继续加强与互联网平台的战略合作，提升服务体验，持续拓展长尾市场。

2018 年，公司将继续积极与搜索引擎、自媒体平台、广告平台、创意设计平台以及智能终端、旅游出行、电商等各类互联网平台方展开战略合作，依托自身的核心竞争优势与各方形成合作共赢的局面；公司还将与各方就版权保护持续沟通，积极推动内容正版化，共同构建合作共赢的行业生态。

在自媒体平台方面，2018 年 1 月 12 日，公司与北京亿幕信息技术有限公司（微博(NASDAQ:WB)战略投资企业，致力于全球优质视频内容的有效传播）达成战略合作，将向微博云剪（由微博、亿幕联合推出的 PGC 短视频快速生产、版权素材交易、内容分发及多维度数据分析管理的一站式在线 SaaS 平台）开放全部的正版图片、视频、音乐素材，并通过 API 方式提供一站式的交付服务，供平台用户购买使用，服务数百万政府、媒体、企业、MCN 等机构用户。微博、微信是中国两大社交平台，微博是国内最大的社交媒体平台，拥有海量用户。截至 2017 年 6 月 30 日，经过微博认证的政务机构微博达 132,012

个；2016 年微博企业账号已达 130 万个，同比增长 35%；媒体微博也超过 3 万余家；MCN 合作机构总量达 1,200 家，覆盖了 1.6 万个帐号和 53 个垂直领域。公司通过此次战略合作协议的签署，将与微博战略投资的北京亿幕共建“微博云剪媒体平台内容资源库”，为微博的政府、媒体、企业、MCN 等机构类新媒体客户提供相关内容增值服务，这将对公司主营业务产生积极影响，有利于公司进一步拓展长尾市场及内容分发渠道，提升获客能力。微博云剪系统提供视频的快速剪辑和混剪功能，用户可以进行添加文字特效、转场特效、背景音乐等操作，还支持直播的录制、回放和剪辑。公司与微博云剪的合作有利于公司进一步开拓视频、音乐素材的市场，顺应短视频行业的高速发展趋势。

在搜索引擎方面，2018 年 1 月 12 日，公司与北京搜狗科技发展有限公司签订了《战略合作协议》。公司向搜狗及其用户开放全平台的图片版权资源库，搜狗为图片资源公司在其搜索引擎平台基于用户使用场景提供优先展示的机会。双方将共享各自大数据资源，并将在搜索引擎合作运营视觉中国、500px、Corbis 等独立品牌专区。同时，双方在优质内容素材的正版授权方面达成战略合作。双方将在人工智能、大数据分析、云服务等方面共同打造高效、便捷的互联网数据媒体服务平台。本次签署的战略合作协议，公司将与中国第二大搜索引擎搜狗在图片搜索、数据共享、正版内容授权等方面建立深度合作关系，一方面，有利于公司提升获客能力，进一步全方位覆盖市场，促进公司主营业务的发展；同时，有利于公司产品服务全面覆盖 C 端用户，提升用户品牌感知和使用体验，对公司提升品牌影响力、拓展内容分发渠道、提高分发效率具有重要意义。

在广告平台方面，2018 年 2 月 1 日，公司与优视科技（中国）有限公司（阿里巴巴网络技术有限公司全资子公司）签订了《战略合作协议》。公司向阿里巴巴的大鱼号媒体平台、汇川广告平台开放正版图片、视频、音乐资源等全部自有内容或获得合法授权的内容，双方共建“大鱼号媒体平台内容资源库”、“汇川广告平台素材资源库”，在平台共建合作领域建立互为优先的合作关系，为三十万自媒体及数万中小企业客户提供优质的图片、视频、音乐资源，共同构建共赢生态圈。

#### 4、重点拓展企业客户商机，全面提升获客能力

2017 年 10 月 26 日中国工商报刊登的“党的十八大以来全国企业发展分析”指出企业总量快速增长。截至 2017 年 9 月，全国实有企业总量 2,907.23 万户，相比 2012 年 9 月底的 1,342.80 万户增长 116.5%，尤其是 2014 年商事制度改革以来，同比增速迈上新台阶，企业数量每年以 20% 左右的速度增长。与此同时，随着互联网的发展，“互联网+”成为各行各业企业发展的标配。企业通过网站、app、社交媒体等进行社会化营销，企业客户对于正版图片的需求量以成倍数量增加，企业客户的数量大幅增长。

客户数量的持续拓展是公司收入增长的重要保障。公司直接签约的客户数为万级，通过互联网平台覆盖的客户数量十万级，目前，客户的渗透率仍较低，客户数量的增长空间巨大。

公司坚持以“客户为中心”的服务理念，2018 年将深入挖掘客户需求，充分发挥整体实力及全线产品的一站式服务能力，提升客户的产品体验，赢得与客户的长久合作，夯实我们的客户基础和行业根基。

2018 年，公司将继续优化鹰眼平台，提升转化效率，重点拓展互联网科技、快消、通讯、电商、银行、金融、旅游、交通、教育等行业的企业客户；另一方面，抓住改革开放 40 周年、一带一路、冬奥会、世界杯、亚运会等重大市场机遇，精耕细作，深挖企业客户的其它延展商机，为企业客户提供委托拍摄、版权管理、品牌营销等增值服务。

2018 年，公司加强对销售及市场的投入，通过鹰眼转换与市场投入相结合的获客手段，加强线上与线下客户运营，获得客数数量与业务的同步增长。

#### 5、与核心主业协同，积极构建“视觉+”战略布局

2018 年，公司将继续聚焦核心主业，剥离非核心资产。加速整合核心业务的上下游资源，打造“视觉+生态”，并将核心竞争力与旅游、教育等 2C 产业相结合，充分发挥互联网传媒、旅游、教育等业务板块之间的协同效应，构建“视觉+产业”的战略布局。

2018 年 2 月 26 日，公司于指定信息披露媒体发布了《关于收购 500PX, INC. 100%股权的公告》，以现金方式收购美国 500PX, INC. 公司 100%股权。本次收购 500px，是继收购 Corbis 资产后，公司全球化战略的又一重要举措。本次收购，拓展了公司获取海量全球优质视觉内容的能力，并不断巩固和强化公司内容的核心竞争力，进一步加强了公司在图片行业的主导地位，公司将加强整合协同，继续完善公司的主营业务的“视觉+生态”布局。

在“视觉+产业”方面，公司将继续持续推进国家智慧旅游公共服务平台建设。2018 年，伴随着国家机构改革方案，新组建的中华人民共和国文化和旅游部，将旅游产业推向了一个新的高峰，文化是灵魂，旅游是载体。习近平总书记在党的十九大报告中深刻指出，“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”中国是拥有 5000 多年历

史的文明古国，又是充满发展活力的东方大国，旅游资源得天独厚，自然和人文景观异彩纷呈。在这样的大背景下，唱游公司将抓住这一次“诗和远方”的结合机遇，在 2018 年完成以下工作：

(1) 继续落实“全国旅游监管服务平台”在全国的落地情况，在文化和旅游部领导下，对全国尚未开通“全国旅游监管服务平台”的省，完成平台全面培训和对接工作，实现旅游监管数据的全国集中；

(2) 积极做好地方文化和旅游主管部门的服务工作，建设本地旅游综合处理平台，提高各个管理部门间工作效率；

(3) 利用平台数据，积极开展数据分析和数据服务工作，为文化和旅游主管部门提供数据支撑；

(4) 扩大公共服务范围，从对全国旅游厕所项目管理扩展到更广阔的公共服务管理，从 12301 接报景区动态，景区官网动态信息收集，到与景区管控平台，闸机等系统联网，获得更丰富的景区动态信息，从传播渠道上，除了在百度地图、高德地图、微博发布外，拓展人民日报客户端、今日头条、一点资讯等新媒体，让景区动态信息可以更精准地传递到游客面前；

(5) 充分利用视觉中国独有的视觉内容的生产、分发、营销资源，与旅游元素结合，开展景区最佳拍摄点、目的地整合营销、国家公园最佳观景点、民族文化传播、目的地和景区特色商品设计等工作，实现文旅结合。

## (二) 公司面临的风险和应对措施

### 1. 管理风险

公司业务增长迅速，参、控股公司扩大到四十余家，公司内部管理的复杂度和难度将不断提高；地域扩展到北美地区、北京、常州、深圳、上海、大连、广州、香港等，这些因素将公司在战略规划、制度建设、组织机构设置、运营管理和内部控制等方面面临更大的挑战。公司将通过完善管理制度、规范流程、加强财务管控、加强人才培养、加强投后管理以及信息化建设等手段改善和提升管理及内部控制能力。

### 2. 股权投资子公司业绩承诺的风险

公司部分股权投资参、控股公司的存在业绩承诺，受宏观经济政策和行业监管因素的影响，在业绩承诺期内，若出现子公司无法于正常状态运营的情况，当期完成净利润可能低于对应年度的业绩承诺金额。业绩补偿义务人如不能履行业绩补偿承诺，可能会对公司现金流产生不利影响，从而影响投资股权回报的实现。公司将加大投后管理力度，对参、控股公司实现实时关注、指导，保障信息通畅。

### 3. 盗版风险

目前图片市场盗版现象仍然比较普遍。公司将继续与政府主管部门、司法机关紧密配合，继续依靠专业的版权合规团队，完善的版权管理体系，并通过不断的技术创新手段，为市场提供全面、优质的版权服务，持续提高公司版权变现以及保护的能力。

### 4. 汇率变化风险

公司预计 2018 年境外业务比例及所面临的汇率风险都将有所上升。为规避和对冲经营及融资所产生的汇率风险，公司将对外币做分类管理，尽量降低外币风险敞口。同时公司也将积极的关注人民币汇率波动情况，必要时将通过金融衍生品对冲汇率波动风险。

### 5. 人才管理的风险

公司目前拥有稳定的管理团队和人才储备库，通过专业的人才管理措施稳定和壮大优秀人才队伍，但与公司发展战略和发展目标的要求相比目前人才储备规模仍有待进一步加强。公司将积极采取多种人才管理措施，加强激励措施，加强公司人才储备，减少核心专业人才变动给公司经营业务带来的负面影响。

## 十、接待调研、沟通、采访等活动情况

### 1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

√ 适用 □ 不适用

接待时间	接待方式	接待对象类型	调研的基本情况索引
2017 年 02 月 10 日	实地调研	机构	详见 2017 年 2 月 14 日披露的《视觉中国：2017 年 2 月 10 日投资者关系活动

			记录表》
2017 年 02 月 14 日	实地调研	机构	详见 2017 年 2 月 14 日披露的《视觉中国：2017 年 2 月 14 日投资者关系活动记录表》
2017 年 03 月 03 日	实地调研	机构	详见 2017 年 3 月 6 日披露的《视觉中国：2017 年 3 月 3 日投资者关系活动记录表》
2017 年 03 月 16 日	实地调研	机构	详见 2017 年 3 月 17 日披露的《视觉中国：2017 年 3 月 16 日投资者关系活动记录表》
2017 年 05 月 02 日	实地调研	机构	详见 2017 年 5 月 2 日披露的《视觉中国：2017 年 5 月 2 日投资者关系活动记录表》
2017 年 05 月 17 日	实地调研	机构	详见 2017 年 5 月 17 日披露的《视觉中国：2017 年 5 月 17 日投资者关系活动记录表》
2017 年 06 月 07 日	实地调研	机构	详见 2017 年 6 月 8 日披露的《视觉中国：2017 年 6 月 7 日投资者关系活动记录表》
2017 年 07 月 06 日	实地调研	机构	详见 2017 年 7 月 7 日披露的《视觉中国：2017 年 7 月 6 日投资者关系活动记录表》
2017 年 08 月 30 日	实地调研	机构	详见 2017 年 9 月 1 日披露的《视觉中国：2017 年 8 月 30 日投资者关系活动记录表》
2017 年 09 月 11 日	实地调研	机构	详见 2017 年 9 月 13 日披露的《视觉中国：2017 年 9 月 11 日投资者关系活动记录表》
2017 年 09 月 14 日	实地调研	机构	详见 2017 年 9 月 15 日披露的《视觉中国：2017 年 9 月 14 日投资者关系活动记录表》
2017 年 10 月 31 日	实地调研	机构	详见 2017 年 11 月 1 日披露的《视觉中国：2017 年 10 月 31 日投资者关系活动记录表》
2017 年 11 月 17 日	实地调研	机构	详见 2017 年 11 月 20 日披露的《视觉中国：2017 年 11 月 17 日投资者关系活动记录表》
2017 年 12 月 13 日	实地调研	机构	详见 2017 年 12 月 14 日披露的《视觉中国：2017 年 12 月 13 日投资者关系活动记录表》

接待次数	14
接待机构数量	128
接待个人数量	0
接待其他对象数量	0
是否披露、透露或泄露未公开重大信息	否





