

北京全景视觉网络科技股份有限公司
关于对全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《关于对北京全景视觉网络科技股份有限公司的问
询函》（问询函【2019】第 020 号）的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

北京全景视觉网络科技股份有限公司（以下简称“公司”或“全景网络”）于 2019 年 4 月 15 日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司监管部《关于对北京全景视觉网络科技股份有限公司的问询函》（问询函【2019】第 020 号），收到此问询函后，公司高度重视，并经过认真分析与核查，对《问询函》中提及的问题进行了回复，反馈内容如下：

近期，你公司因出售无版权图片、维权式营销、大量起诉图片侵权事项而引起舆情关注。请你公司就下列事项进行详细说明：

1、关于维权式营销

你公司在 2017 年年度报告中披露开展“维权式营销”。据媒体报道，你公司因维权式营销，存在大量诉讼事项。

（1）请你公司说明维权式营销的具体模式，通过维权式营销取得的收入金额、该项收入占营业收入的比例，维权式营销是否构成你公司的主要业务模式，该模式是否具有商业可持续性。

回复：

①公司的商业模式是依托互联网及移动互联网，打造海量版权图片的交易平台，通过版权分销与版权所有者进行分成的模式。作为中国杰出的本土大型图片库机构之一，全景网络自 2005 年创建起始终专注于视觉价值的提升，从传统

的图片代理成功转型为“图片搜索+图片电子商务”新型互联网模式，不断打造广告/传媒人视觉工作的新平台。

公司经营中始终坚持合法授权的原则，降低公司经营中的法律风险。2017年以来，公司通过技术创新，使用区块链技术和图像识别技术搭建了图片版权监测中心上线，将过去被动的版权保护变为主动的版权登记、确认和维权追偿，进一步提高图片侵权检索速度，公司设立专门的维权部，为开展维权式营销组成新团队，并开始对严重侵害公司合法利益的企业进行追偿。

具体而言，维权式营销不能称之为一种商业模式，而是一种营销手段：公司通过这种营销手段来规范图片的版权市场，保护图片版权，帮助图片的原创作者实现版权价值。基于图像大数据、人工智能图像识别技术以及区块链技术研发图像网络版权跟踪系统，能够追踪到全景销售的图片在网络上的使用情况，与我们的授权销售记录比对之后可以明确图片的侵权情况。对于侵权用户的侵权行为，公司首先会发送告知函和律师函进行通告，并期望和侵权用户达成双方和解方案。但有些侵权用户不予理睬或拒绝进一步沟通的情况下，公司才通过司法手段进行合理维权，并获得赔偿，同时介绍公司的产品和服务，引导用户使用正版的图片。

基于公司在图片追偿方面的技术优势，一方面可以有效地避免公司因版权被侵权而遭受的损失，并将部分侵权用户转化为公司客户；另一方面可以通过更好的保护版权所有者的利益，吸引更多的供应商与公司进行合作。通过合理维权获得的赔偿，公司与图片的原创作者和提供图片的机构进行分配，保护版权人的利益。

国家对著作权保护力度不断加大，相关法律不断完善。公司通过维权式营销的手段，将版权保护、版权监测、法律维权相结合，通过版权保护的专业体系与实践，不仅能保护版权所有者的权益，还能对用户进行正版化引导及转化，维护版权市场，推动内容生态的正版化进程，促进内容生态的健康发展。我们认为，版权保护成为社会共识，公众版权意识不断增强的大环境下，维权式营销手段在几年之内就可以停止，购买正版版权、内容付费会成为可持续的商业模式。

②通过维权式营销取得的收入金额、该项收入占营业收入的比例，维权式营销是否构成主要业务模式：

2017年公司维权式营销收入4,878,085.45元，占总收入的3.47%；2018年

维权收入 47,485,277.25 元，占总收入的 31.75%。通过以上数据，从业务收入贡献比例来说，现阶段维权式营销构成公司的主要业务模式之一。

③商业可持续性

互联网的发展已经从流量竞争进入内容竞争，流量是入口，内容则是制高点。当下已经是互联网读图时代，文字、图片、视频和声音是我们获取信息的主要手段，以图片、视频为代表的优质视觉内容是连接媒体、品牌以及消费者的最高效的传播媒介，成为互联网稀缺资源。伴随着移动互联网的快速发展，以微博、微信公众号为代表的自媒体、内容电商、信息流广告、智能内容生产等众多新兴应用服务和场景涌现，产业规模不断扩大，这些都导致了和图片、视频相关的 PGC 视觉内容的需求激增，使得市场从原有的小众的专业市场变成了大众的海量市场，规模有了质的飞跃。另一方面，内容生产工具平民化，自媒体平台快速发展，智能终端的普及、人工智能算法技术的成熟，内容消费的个性化需求不断提升，内容生产的社会化和众包化成为行业趋势，大量的非职业内容创作者也进入内容生产领域，海量提供各类内容。

随着国家对著作权保护力度不断加大，相关法律不断完善，公众版权意识不断增强，有能力且有意愿为更高品质正版内容付费的时代逐步到来。2018 年第十三届全国人大《政府工作报告》中明确指出：“强化知识产权保护，实行侵权惩罚性赔偿制度”。2018 年 2 月 27 日，中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》。《意见》是“两办”印发的第一个专门面向知识产权审判的里程碑式的纲领性文件，确立了新时代人民法院知识产权审判工作的指导思想、基本原则、改革目标和重点措施，将从程序和制度上全面加快我国知识产权保护的审判体系和审判标准的现代化进程。2018 年 4 月，习近平总书记在博鳌亚洲论坛中表示：“将加强知识产权保护，重新组建国家知识产权局，加大执法力度，提高违法成本，充分发挥法律的震慑力。”政策的出台为我国版权事业发展注入了强劲动力，为建设版权强国和创新型国家提供了保障。

根据普华永道发布的《2012-2016 年全球娱乐及媒体行业展望》预测，中国图片市场潜在规模为 130 亿-255 亿元，而目前实际规模预测不足 30 亿元，2017 年图片市场正版化率仅为 9.4%-22.5%，提升空间大。大众化及社会化的行业发

展是正版化的挑战，大多数侵权客户并非恶意盗版，而是不了解图片版权。在目前的版权环境下，一方面，需要通过版权保护来维护权利人和公司的合法权益；另一方面，促成有内容需求的“侵权方”成为长期的“正版协议客户”而非靠诉讼获得高额赔偿，版权产业的本质不是“保护”而是“服务”。

公司目前除少量图片拥有自主版权外，主要通过与国内图片供应商、摄影师等内容供应者直接签订合作协议获得图片使用权。互联网图片商业模式较一般电子商务行业及版权分销行业更具有竞争优势：图片基本上没有实物存货，存货相关的费用很少；图片行业成本支付发生在获得销售收入之后，这种与内容供应方的合作模式保证了公司轻资产运营模式，资金效率较高；公司与上游的内容贡献者有着长期稳定的合作关系，维持了稳定的毛利率。

以维权式营销为手段逐步转化为以购买版权、内容付费为可持续发展的商业模式，把握海量市场空间，不断提升内容、技术服务能力，更好地满足市场需求，将成为公司主营业务增长的巨大空间，驱动公司主营业务迎来高速发展的历史机遇期，具有很强的商业可持续性。

(2) 请你公司详细说明 2017 年以来，通过维权式营销发生的诉讼情况，包括但不限于诉讼的数量、判决/调解/和解结案的比例、平均赔偿金额，是否已按照全国股转公司信息披露相关规定，及时履行信息披露义务；

①公司自 2017 年至 2018 年底，通过维权式营销发生的诉讼情况，包括但不限于诉讼的数量、判决/调解/和解结案的比例、平均赔偿金额情况分别如下：

累计诉讼量达到 8165 例；通过法院判决的占有诉讼量的 9.17%，平均赔偿金额为 1491.05 元/张；通过法院调解达成和解的占有诉讼量的 35.41%，平均赔偿金额 317.59 元/张；未决诉讼(包含撤诉等情况)占有诉讼量的 55.42%。

②根据股转系统信息披露细则的相关规定：“挂牌公司对涉案金额占公司最近一期经审计净资产绝对值 10%以上的重大诉讼、仲裁事项应当及时披露。未达到前款标准或者没有具体涉案金额的诉讼、仲裁事项，董事会认为可能对公司股票及其他证券品种转让价格产生较大影响的，或者主办券商、全国股份转让系统公司认为有必要的，以及涉及股东大会、董事会决议被申请撤销或者宣告无效的诉讼，公司也应当及时披露。”一方面，根据公司 2018 年相关经审计财务数据，

公司 2017、2018 年净资产分别为：219,961,293.02 元、179,743,362.87 元。根据公司近几年涉诉已处理侵权图片及侵权赔偿情况，公司涉及的侵权赔偿诉讼标的金额都未达到信息披露要求，且不构成对公司股票产生较大影响。另一方面，维权式营销中的诉讼行为目前是公司的主要收入来源和主要营销手段，而非单纯因纠纷所涉及的诉讼案件，旨在通过版权保护来维护权利人和公司的合法权益，并促成有内容需求的“侵权方”成为长期的“正版协议客户”，而非靠诉讼获得高额赔偿，不构成对公司经营和发展产生重大影响的事件；且该类型案件诉讼发生的频次较多、金额普遍偏小，不便于实时披露及公告。日后如涉及重大金额或确有披露必要的情形，公司将严格按照全国股转公司信息披露相关规定，及时履行信息披露义务。

(3) 请你公司说明是否通过诉讼维权，在赔偿之外，向诉讼被告推销“年度会员”、“套餐”等服务或要求签订长期合作协议，如有，请说明是否属于滥用著作权的行为。

回复：

公司经营中始终坚持合法授权的原则，降低经营中的法律风险。基于图像大数据、人工智能图像识别技术以及区块链技术研发图像网络版权跟踪系统，能够追踪到全景销售的图片在网络上的使用情况，与我们的授权销售记录比对之后可以明确图片的侵权情况。对于侵权用户的侵权行为，公司首先会发送告知函和律师函进行通告，并期望和侵权用户达成双方和解方案；但有些侵权用户不予理睬或拒绝进一步沟通的情况下，公司才通过司法手段进行合理维权，并获得赔偿，同时介绍公司的产品和服务，引导用户使用正版的图片。公司在与侵权用户沟通过程中，考虑到用户在网络用图、线下印刷用图、日常传播编辑配图等使用场景，公司推出微利图库套餐，为其提供最优惠的解决方案。在此过程中，公司以向对方阐明正版图片的正确使用方式为主，推荐“在线购买正规产品”、“套餐”等服务、或是在取得用户认可公司产品的基础上，双方本着友好合作、共同维护国家知识产权的大原则下达成公平、公证的长期合作协议，但在这个过程中以推荐为主，并不存在强制行为，更不存在滥用著作权之说。

公司维权式营销手段的初衷在于：单纯的维权诉讼可以为著作权人主张权

利，但是从根本上净化版权内容市场，应当从培养正版的使用习惯和提供优质的解决方案开始。基于全景公司正规海量的版权图片以及其他视觉内容的交易平台，公司不断优化平台用户的使用体验，同时也在不断地根据用户的使用场景，提高正版视觉内容的性价比。

公司拟通过这种营销手段来规范图片的版权市场，保护图片版权，帮助图片的原创作者实现版权价值。公司的图片授权价格由用途(商业创意类、编辑类)、使用场景、数量、图片来源(稀缺性)等多种因素决定，有专门的价格体系，提供各类完整的图片/视频套餐等以供选择。(具体价格体系已在旗下网站上明确公示，参见全景网：<http://www.quanjing.com/commerce>)正是根据客户群体不同的内容需求、应用场景及预算等因素，公司力争采取多样化的产品价格和授权方式的图片/视频套餐组合，提供最优惠的价格、合理多样的购买方式，以高质量正版图片/视频、安全便捷的支付流程、专业的客户服务和支持，为各行各业的各种应用场景的用户提供优质服务。

2、关于版权来源和业务合规性

请你公司说明：

(1) 公司的非自有图片是否均已向著作权人取得授权许可或购买，是否按照法律规定签订著作权合同，合同中是否约定同意你公司授权他人有偿使用；

回复：

公司所有非自有版权的图片分成独家代理部分及非独家代理部分，其中独家和非独家代理均包含签约摄影师及合作机构(合作机构分境内合作机构及境外合作机构)，公司与所有合作方均按照法律规定签署有明确的授权许可文件及相关合同。合同中明确约定同意我司授权第三方(个人或企业)有偿使用，并有明确的版税分配方式。

(2) 你公司是否存在将未取得授权许可或已过权利保护期的图片用于有偿授权，是否违反法律规定，将国徽、国旗等图片用于商业用途；你公司是否建立了内部管控机制防止出现上述情况。

回复：

全景经过摄影师或插画师许可，对图片或矢量图享有著作权的授权许可，但不等于对图片中拍摄或显示的主体享有版权。如果使用图片涉及被拍摄对象的权益，需另行获得被拍摄对象的授权。例如客户如果欲使用一张拍摄角度考究、画面精美的建筑物照片作为文章编辑配图，便可去网站上甄选并购买摄影作品的著作权授权。但是，如果要将该摄影作品用于广告牌或产品包装，则另需向建筑物的著作权人获得建筑作品使用许可。

国旗国徽著作权属于国家。我公司所提供的国旗国徽产品是设计师制作的高精度大尺寸的矢量素材，便于企业制作国庆等宣传物料或是编辑类配图使用。在《中华人民共和国国旗法》中规定国旗由各省、自治区、直辖市人民政府指定企业制作，但是并未对素材类产品做出限制约定。我公司提供了各企业和机构使用国旗国徽矢量素材的获取渠道，不违背相关法律法规。“国徽”和“国徽的照片”是不同的权利客体，依据《国徽法》使用国徽和依据《著作权法》使用含国徽的摄影作品是两个不同层面的法律问题。人们往往倾向于使用由专业摄影师拍摄的照片，而不使用自己用手机拍的照片，显然是对品质较好的摄影作品的甄选使用，而不是对拍摄对象的选择。同理，对于单纯的国旗矢量图（非摄影师拍摄而是电脑制作的可以无限放大的矢量图），我司并非主张对国旗本身享有版权，而是向用户提供可以满足合法场景使用需求的图片服务。例如，政府机关公务活动或广播电视台组织的大型演出需要巨幅国旗背景喷绘，此种情况下，绝非自行拍摄一幅国旗照片或通过网络随便下载的低分辨率图片可以满足，用图单位从图库购买此类图片素材直接使用是比较便捷和经济的。如果图库企业不能提供此类素材，或者此类图片素材因免费而无人制作，可以想象由此带来的不便和更高的成本。

对于已经过权利保护期的拍摄主体，摄影师进行拍摄及其他处理，因为摄影属于创作型劳动，故此同样产生了著作权。

3、关于免费用图

你公司于2017年初宣布全面免费开放个人和企业非商业用图，但公司存在大量图片侵权起诉事项。

请你公司说明这与免费非商业用途是否违背。

公司于2017年初宣布全面免费开放个人和企业非商业用图，但于2018年

存在大量诉讼事项，该诉讼主要为侵害作品信息网络传播权纠纷，与公司信息披露的免费商业用途不违背。

①根据公司于2017年2月9日披露的《关于全面免费开放个人和企业非商业用图的公告》（公告编号：2017-012）：2017年初，公司宣布全面免费开放个人非商业用图，个人用户将图片用于壁纸、桌面、背景、PPT素材时，无需注册即可直接下载大小为2M的高清图片，详细注册之后可下载大小为10M的超清大图。除个人用户外，企业在非商业用途上也可以免费使用全景正版图片。直接前往全景主页 www.quanjing.com 搜索正版的免费图片。

上述全面免费开放个人和企业非商业用图的初衷，是基于公司对未来B2C业务发展的布局，这一市场化发展战略，旨在通过非商业用图的开放与使用这种相对开放的使用行为，吸引注册用户，提升用户在全景网的粘着度，优化用户体验，引导更多企业和个人在非商业用图领域更便捷、安全、精准地使用图片，降低个人和企业非商业用户的图片使用瓶颈，而不用担心版权风险；同时，培养用户的正版图片使用习惯，进一步盘活中国正版图片市场。

公司不存在先诱导下载，后维权的行为。因为目前公司采用的是全部公开透明的购买体系，在图片详情页详细标注了各种使用场景授权的价格体系。用户可以根据自身需要进行选择购买并自行下载使用。用户下载图片时，全景网站会明确说明“非购买的图片只能用于非商业用途等提示性内容”，所下载的非购买的图片有清楚的水印保护图片版权。

向公众免费开放正版图片的使用，是从“疏”的角度出发，进行正版市场的规范和正版图片的普及；针对带有盈利性质的企业商业性使用行为，特别是在侵权图片出现的“重灾区”互联网领域，采取“堵”的方式进行拉网式维权、快速出击，与很多侵权客户在解决历史问题的同时，达成长期战略合作。我司采取这种疏、堵结合的商业模式，在公众和商业领域都积累了客户资源，并已取得阶段性效果，并行的两条业务线相互补充，并不冲突。

②另一方面，需对“商业性使用”与“非商业性使用”进行区分：

上述公司信息披露中所提及的“免费非商业用图”，是一种仅针对个人及企业对图片的“非商业”用途使用行为的“相对开放”，即商业用途主要指个人用于任何商业目的或团体机构出于任何目的使用，一般以营利为目的，具有一定商

业性。

所谓商业用途是指用于营利，因为商业是营利行业。营利既包括直接营利（如营销、产品），也包括间接营利（如商业组织内非直接营利使用），这两种情况属商业活动和商业组织活动，故纳入商业用途范畴。

在涉诉纠纷中，法院在考量判赔数额时有一个重要因素就体现为：被诉侵权主体的使用行为是否与其主营业务相关或是否用于商业目的的宣传，对于涉案图片被直接用于广告宣传等商业活动的情况，法院判赔数额往往更高。此外，被诉侵权行为的影响力、主体的影响力、受众、涉案图片的浏览量等均系法院考量判赔额度的相关因素。

非商业用途的使用，我国著作权法第二十二条明确规定了 12 种情况，是个人不以盈利为目的的学习分享使用或媒体无法避免的适当引用，这类使用并不构成侵权。此外，个人或企业进行的不以营利为目的的使用，如内部会议、个人社交等流传范围小的 PPT、文稿、朋友圈等内容中的引用也可归入非商业使用的范畴。然而，基于如今互联网的传播特性，在法律实务中，商业用途的认定已并非仅指获取金钱利益，在现代社会中获取利益的形式还包括获取粉丝、获取转发量等等。虽然这种方式并没有为发布者直接带来经济上的利益，但这种方式给发布者带来获取经济利益的可能，即属于“间接营利目的”的使用。所以，如微信公众号、微博等自媒体对图片的使用行为，一定程度上也会构成对图片的商业性使用，属于“未经许可不得使用”的范围，应该认定为侵权。

大多数的学者认为，任何未经许可的商业性使用的目的都是不正当的，因为商业性使用将取代著作权先许可后使用的基本原则，最终将损害著作权人的财产利益。

③放眼图片领域，通常会把在新闻报道、评论、学习交流等方面使用图片的行为，划分到非商业性使用的范畴，这类使用行为一般不会产生图片销售构成份额的侵占和业绩的威胁。这也是我司全面开放非商业用图的基础与前提，即对这类情况采取“先许可后使用”的方式，起到传播的目的。在知识产权保护领域，对公众开放免费非商业用图，并不意味着作为图片供应商对图片未经许可使用的行为即侵权行为放弃问责与追偿。相反，许可使用费（图片销售费用）是著作权人最主要的收益，针对非商业用途的许可使用，与采取维权方式打击侵权行为并

不矛盾，遵循了著作权法关于“许可使用”的相关规定。

商业性使用产生的侵权行为一直是我司维权的重点。商业性使用产生的侵权行为，源于著作权的许可使用：所谓著作权的许可使用，是著作权人授权他人以一定的方式，在一定的时期和一定的地域范围内商业性使用其作品并收取报酬的行为，通过著作权的许可使用可以在许可人和被许可人之间产生一定权利义务关系；著作权侵权是指一切违反著作权法侵害著作权人享有的著作人身权、著作财产权的行为。具体说来，凡行为人实施了《著作权法》第四十七条和第四十八条所规定的行为，侵犯了他人的著作权造成财产或非财产损失，都属于对著作权的侵权。目前，我司涉及的信息网络传播权的案件，都是基于侵害著作权财产权的行为产生的，即企业或机构对图片的使用，包括但不限于擅自使用；擅自复制；擅自制作、转播；未按规定付酬等。上述侵权行为均已对我司的图片销售和业务推广造成了实质性影响，必须通过维权手段予以矫正和规范。

④“商业化”维权存在积极作用，一方面在一定程度上解决了一些摄影师、漫画家个人维权成本太高、难有精力维权的困难，有效保障了这部分权利人的权利；另一方面亦推动图片付费使用成为社会的共识、常识。如多年前，大多数人都非免费视频不看，经过这几年市场的变化、视频网站的推动、大众知识产权意识的攀升，加入视频网站会员享受会员免广告、有专属片源已逐渐被大众所接受。同理，规范化使用图片亦需要市场规律、司法裁判等多方因素逐步引导、规范。

综上所述，公司目前存在的诉讼事项，主要针对对象为将公司所属或代理的版权图片用于商业用途使用的主体，与上述已披露的免费开放非商业用图并不相悖。免费开放非商业用图，同时对商业用图进行收费，是可以长期互补和共存的经营模式，符合公司未来发展战略和长期布局。

4、关于公司网站暂停服务

你公司于4月11号暂停了旗下网站服务，拟对站内产品进行全面严格审查。

请你公司说明暂停网站服务对业务经营和收入的影响、后续运营安排。

回复：

2019年4月11日，公司对公司旗下网站（www.quanjing.com）内容主动进

行了自查，并决定自 2019 年 4 月 12 日起暂停服务、对站内产品进行全面严格审查，同时对网站系统进行升级维护。网站调整期间，公司根据相关法律法规健全版权管理机制，加强审核管理，对网站内容提升核查力度，严格落实管理要求，具体的措施内容包括：

（一）、调整措施

（1）、临时抽调 30 人组成图片筛查小组，自 2019 年 4 月 12 日起，按照供应商及图片分类，对图片进行各种筛查。

（2）、公司产品部经过对供应商图片内容分类分析，结合具体情况，将相关供应商的图片全部做下线处理，目前筛查出的疑似问题图片已经全部作下线处理，等待重新审核。

（3）、我司在 2018 年年底已经开始对公司自有图片在北京市版权局进行版权登记。自 2019 年 4 月 20 日起并对独家和非独家代理的图片在北京市版权局进行合同备案和图片文件备案，此项工作已经在北京版权局的指导和监督下有序开展。

（4）、由于全景网站展示小样图片存储在阿里云的 OSS 中，公司于 2017 年年中已经开始购买并使用阿里云中敏感图片检测服务，事件发生后已经联络阿里云方面将审核模型等级调至最高级别，并进一步完善监测日志以便进一步查找问题所在。同时，加强对阿里云返回内容确认，进行进一步的人工筛查。

（5）、对审核编辑人员进行长效培训，计划定期请关相关部门监管人员对公司员工进行法规培训学习。继续完善图片筛查平台，对疑似的相关违规图片进行进一步确认。

（二）、建立长效筛查制度

（1）、正式发函通知所有供应商，我们拒绝相关违规图片，希望供应商提供的图片合法合规。同时着重告知图片供应商，如出现以上问题，造成严重后果者，将终止合作。

（2）、利用敏感词库，对所有来源的新图进行比对，对匹配上的图片进行重点审核，不合格图片一律删除，不做上线处理。

（3）、要求阿里云的内容检测 API 服务调高对比模型是始终最高等级，分别调用其图片智能鉴黄 API 和图片暴恐涉政识别 API 对所有新图进行内容检测，

对疑似图片和违规图片分别进行人工审核。

(4)、公司在 2017 年已经完成摄影师注册上传结算平台的实名制认证流程，摄影师在签约之初必须在平台完成是实名制认证，确保身份证，银行卡，手机号等四要素信息真实准确合规。目前公司正在北京版权局的指导下积极开发签约摄影师上传作品后的确权及登记流程，坚决杜绝源头图片出现版权风险。

(5)、积极推进图片交易透明化进程，目前全景已经完成全部内容在线交易流程，摄影师后台已经完成交易实时显示及展示最终用户名单等工作并且在摄影师后台显示摄影师图片被侵权情况明细及摄影师自助提交侵权证据通道。

(三)、提高员工的法律意识，扩充审核团队

(1)、我们将积极组织全公司人员学习《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国反恐怖主义法》等法律知识并考核。新进人员的培训内容中也会加入法律知识的普及和考核。提高员工的法律意识和思想觉悟，并与每个人的实际工作内容结合起来。

(2)、公司产品部将扩充内容审核编辑团队，做好相应的新员工培训。产品部汇报和不定期抽查机制。

(3)、落实责任到人，对出现问题的责任人，实施警告、罚款、开除等惩处措施，相关领导负连带责任。

全景将严格按照法律法规要求，进一步完善网站内容审核和筛查的各项制度，积极开展内容审核和相关法规的培训学习，全面做好网站管理工作，确保网站安全有效合规运行，搭建一个知识产权的交易的平台。通过对网站产品的进一步整合、网站功能的进一步调整完善，公司网站已于 2019 年 4 月 16 日恢复服务，并未对业务经营和收入产生影响。

北京全景视觉网络科技股份有限公司

2019 年 4 月 26 日