

证券代码：000681

证券简称：视觉中国

公告编号：2015-097

视觉（中国）文化发展股份有限公司

澄清公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载，误导性陈述或重大遗漏。

一、媒体疑问

视觉（中国）文化发展股份有限公司（以下简称“公司”）于2015年9月9日披露了《视觉中国：关于收购湖北司马彦文化科技有限公司49%股权的公告》后，有媒体发表题为《一字何止“千金”！司马彦字帖49%股权卖3亿》的文章。该文章以网络销售数据为参考对就公司公告中“司马彦字帖保守估计市场占有率在70%以上”的描述提出疑问。

二、澄清说明

经核实，本公司针对上述传闻事项说明如下：

该传闻部分属实，公司在“司马彦字帖”市场占有率表述有不准确之处，真实情况为：我国字帖行业按照用户分类，主要分为K12字帖市场（主要用户是幼儿园至高中）、成人字帖市场和专业字帖市场（主要用户具有一定职业特征的，如医生、公务员等），K12字帖是整个字帖行业最大的细分市场，占比超过60%以上。根据市场调研及统计分析，2014年在我国K12字帖市场，“司马彦字帖”的市场占有率为72.3%。

公司获悉上述报道后高度重视，会同多方专业机构对相关情况进行了调查研究，现澄清如下：

字帖出版物属于出版发行行业的细分领域，并无官方权威机构对该细分领域发布行业分析数据。目前市场上主要有三大主流字帖，因其产品面向的客户群体不同而产生字帖行业细分市场：“庞中华字帖”和“田英章字帖”的内容主要面向成年人字帖细分市场，“司马彦字帖”产品主要面向K12（幼儿园至高中）字帖细分市场。《司马彦字帖2015年征订目录》共有781册字帖产品，有“各年级

段不同字体的毛笔、钢笔字帖类”、“小、中、高学生必备古诗类”、“小、中学生通用英语类”、“创新水写毛笔各年级字帖类”、“多字体间架结构、偏旁部首类”、“学前班描红数字、拼音、汉字、单词类”、“各年级同步写字课课练系列”、“针对各省市不同教育出版社的课程同步课课练系列”等等。从其产品构成可以看出“司马彦字帖”绝大多数产品面向 K12（幼儿园至高中）字帖细分市场而开发。

字帖行业销售渠道有书刊批发市场、新华书店、民营书店、校边店、报刊亭、文具店等，近年来网络销售渠道销量也有所增加。由于消费者对购买体验的要求，“司马彦字帖”销售渠道仍然以线下实体店销售为主要渠道、网络销售渠道仅为补充。

由于没有权威官方行业数据的发布，公司考虑到对投资者负责及信息披露的准确性考虑，对字帖细分市场进行了调研，根据北京美信志成咨询有限公司出具的《中国 K12 字帖市场调研报告》（报告编号 MA_0392_092015），基于合理抽样和模型测算，得出 K12 字帖行业研究数据如下：目前，我国字帖行业主要由司马彦、庞中华和田英章等几个知名书法家占据领导地位。按照字帖用户分类，我国字帖行业目前主要分为 K12 字帖市场（主要用户是幼儿园至高中）、成人字帖市场和专业字帖市场（主要用户具有一定职业特征的，如医生、公务员等）。由于 K12 字帖市场目标用户庞大，且需求刚性强，购买频次高，因此，K12 字帖是整个字帖行业最大的细分市场，估计占比超过 60%以上；成年人字帖用户基数大，但购买比例低，购买频次也远低于 K12 字帖，因此成年人字帖市场为第二大细分市场，估计市场占比在 35%左右。其他小众字帖市场占比约 5%。根据市场调研及统计分析，2014 年在我国 K12 字帖市场，“司马彦字帖”的市场占有率为 72.3%。

公司在首次公告时仅对“司马彦字帖”产品消费群体进行了简单描述，未考虑到对字帖行业整体市场情况及字帖细分市场进行详细介绍，也未对“司马彦字帖在 K12 细分市场的占有率在 70%以上”进行准确表述，从而给投资者造成了误解，公司对此给投资者造成的不便深表歉意，敬请广大投资者谅解。

三、必要提示

公司提醒广大投资者，公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网。公司所有公开披露的信息均以上述指定的报刊和网站刊登的公告为准。公司将严格按照有关法律法规的规定和要求，及

时做好信息披露工作，敬请广大投资者理性投资，注意风险。

特此公告。

视觉（中国）文化发展股份有限公司

董 事 会

二〇一五年十月十五日