

# 视觉（中国）文化发展股份有限公司

## 2018 年董事会工作报告

2019 年 04 月

## 一、概述

2018 年，公司合并层面营业收入 98,783.75 万元，较 2017 年同期增长 21.27%。公司进一步聚焦主营业务，公司核心主业 – “视觉内容与服务” 实现营业收入 78,190.28 万元，同比增长 33.95%，核心主业占上市公司总收入 79.15%。

报告期内，公司全面覆盖客户，提升核心技术，积极为客户创造价值。公司的直接签约合作客户总数超过 14,000 家，同比增长 90%，通过互联网平台公司获得内容授权的用户数近 33 万，同比增长超过 500%。由于公司的平台规模及市场占有率使公司与上游的内容创作者有长期稳定的合作关系，公司的自有内容无需分成，以及公司给客户提供的技术增值服务逐年增加，公司维持了较为稳定的毛利率。报告期内，公司核心主业实现营业毛利 53,625.53 万元，较 2017 年同期增长 33.38%。

报告期内，经营活动产生的现金流量净额 29,104.95 万元，同比增长 16.36%。报告期内超过一半以上的收入来自于长期协议客户，体现出稳定的经营现金流，优化了公司从利润到现金流的整体经营成果。

报告期内，公司进一步推进聚焦主业的战略。2018 年底，剥离亿讯公司。受剥离非主营业务影响，公司非主营业务收入总额较去年同期有所下降。剥离亿讯符合公司发展战略。该笔交易有助于提高公司资金使用效率、优化资产结构，更为清晰的体现公司轻资产、资金周转快速的业务本质，更好的集中资源聚焦核心主业“视觉内容与服务”，持续提升公司长远价值的经营策略。

## 二、主营业务分析

### 1、概述

#### （一） 主营业务情况

基于行业发展趋势及巨大市场空间，公司通过全球优质的 PGC 视觉内容、灵活多样的产品与服务模式、基于大数据和人工智能的业界领先的智能服务技术、以及持续增强的获客能力，驱动主营业务快速增长。高效获客带来的客户数量的增长，优质内容、增值服务、智能交付带来的素材应用数量的增长，及与互联网平台客户的合作实现对海量长尾市场的覆盖是公司主营业务增长的核心驱动力。

#### 收购并运营 500px 社区

公司持续巩固加强扩大优质内容的核心竞争力。2018 年上半年，公司收购全球领先的互联网摄影社区 500px, INC. 公司 100% 股权。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。截至 2018 年末，通过网站、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已达 1,700 万，累计社交行为（点赞、评论、分享等）数超过 80 亿次，兴趣社群超过 700 个，签约摄影师超过 40 万名，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，完善了公司的行业生态布局。2018 年，公司完成了 500px 公司的整合，管理团队稳定，业务平稳开展。截止 2018 年末，500px 经营已经盈亏平衡，较上年同期亏损大幅减少。报告期内，500px 与 Getty Images 签署了独家的版权代理分销协议，提升其优质内容的版权变现能力。

#### 优质内容

随着智能手机普及和移动互联的发展，视频、交互设计成为市场最受欢迎的内容形态，为顺应市场发展趋势，2018 年公司加大设计素材、视频、音乐、字体业务的投入，不断整合优质内容，满足用户内容的需求；2018 年一季度，公司网站

的创意视频、编辑视频、音乐素材产品全面完成上线，可以为客户提供“一站式”的内容素材服务。截止 2018 年末，公司与二更、浙视频、东方今报、千龙网、Blend Media、豆瓣音乐、幻音、纽渡文化、仓耳字体、义启字体等视频、音乐、设计、字体公司签署了素材独家代理协议。2018 年，视频、设计、音乐等素材的销售同比增长 50%。公司继续与 Getty Images 等主要核心供应商继续保持长期的战略合作关系，与全球 240 家知名内容机构或品牌保持紧密的合作关系。报告期内，公司独家的编辑类内容全面涵盖了改革开放四十周年、扶贫攻坚、一带一路、NBA、冬奥会、世界杯、奥斯卡等热门题材，有效地推动了业务高速增长。

### 产品与服务

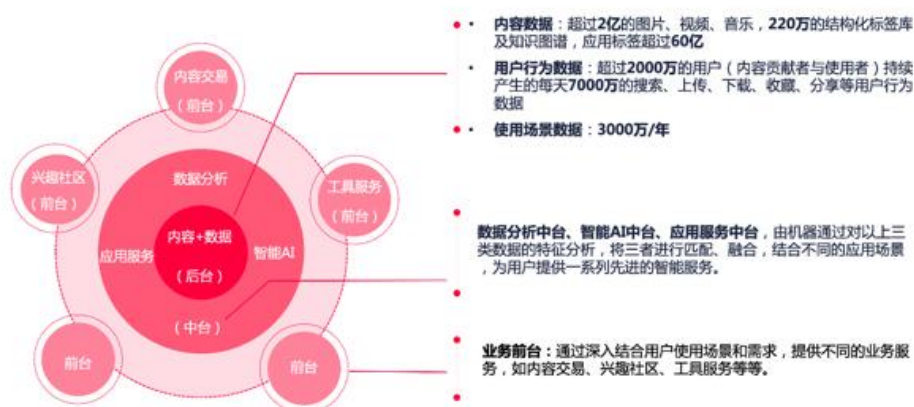
2018 年，公司针对不同的客户群，采取不同的产品价格体系及服务策略。对于企业大客户充分挖掘全产品线（图片、设计、视频、音乐以及增值服务）和全应用场景的需求，为满足其对内容独特性、工作流的需求，公司通过专门的销售、服务和研究团队为他们提供一系列增值服务；公司还针对企业大客户的需求，为其定制内部素材的使用管理平台“vcg+”，帮助客户实现多层次账号管理、素材使用权限管理、自助完成账单、授权书与发票的申请，帮助客户高效提升优质内容的使用和管理效率。除素材内容服务之外，公司进一步提升为大客户提供更全面的整合营销服务能力，尤其为政府机构、品牌企业、旅游行业、体育赛事及娱乐活动的主办方等提供视觉内容生产、管理及传播的“视觉+”视觉营销解决方案，全方位满足企业大客户的个性化服务，为公司带来新的业绩增长。

2018 年公司针对不同客户的不同应用场景、基于不同内容组合的标准化打包及长协产品价格体系，以满足各类客户的需求。如针对中小企业的新媒体内容需求，公司推出了针对性产品与服务模式“PA 产品包”，可以根据客户的预算需求，提供从编辑图片到创意图片的性价比高的内容服务，取得良好的效果。

### 人工智能与技术

报告期内，公司由“内容驱动”转型为“内容、技术”双轮驱动，将技术部门改组为独立体系，主要分为两部分：一是核心技术研发，包括大数据、AI、云等；二是应用技术研发，主要服务于内容交易、兴趣社区以及工具服务等业务板块。在客户需求导向的前提下，技术不仅服务于业务，而且逐步引领业务。

公司拥有并持续建设近 20 年的，以“视觉内容”为核心，依托大数据、人工智能等互联网技术建设的智能服务平台。平台由三部分组成：数据后台、服务中台、业务前台。（详见附图二）



(附图二)

数据方面，平台集聚了海量的数据，包括：1) 超过 2 亿的图片、视频、音乐内容数据，220 万的结构化标签库及知识图谱，内容应用标签超过 60 亿；2) 超过 2,000 万的用户（内容供稿方与使用方）持续产生的每天 7,000 万的搜索、上传、

下载、收藏、分享等用户行为数据；3) 用户使用场景数据 3,000 万/年。三类数据相互匹配，融合，并构成了“数据提升技术、技术驱动服务、服务回馈数据”的独特的闭环运行模式的第一块拼图 - “数据提升技术”。

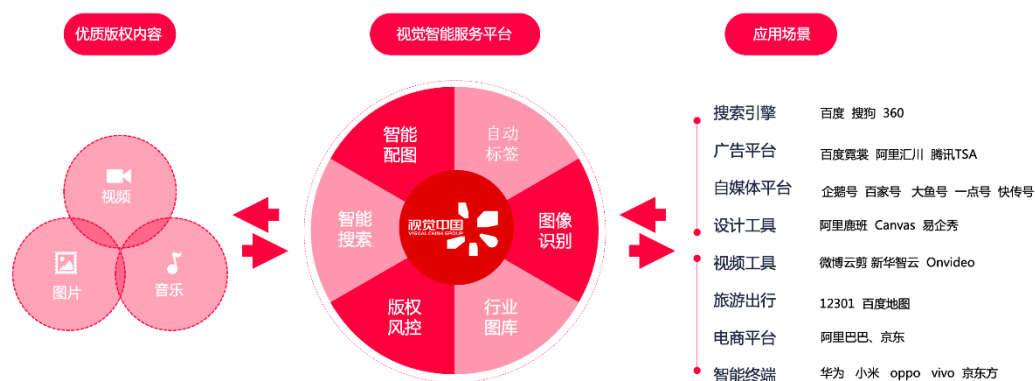
技术方面，公司拥有行业内领先的 1) 图像识别技术、2) 智能搜索技术、3) 词库技术、4) 等计算机视觉技术，并结合上述“白金视觉大数据”，建立了一整套研究、开发、迭代体系。同时与国内外大学研究机构等进行科研合作项目，进一步挖掘人工智能技术在视觉方面的各项应用，提供一系列的智能服务中台包括：数据分析中台、智能 AI 中台、应用服务中台等，由机器通过对以上三类数据的特征学习分析，将三者进行匹配、融合，结合不同的应用场景，为用户提供一系列服务，如智能图搜、个性推荐、图片/视频识别、自动标签、智能文章配图、行业图库、版权风控等。构成了“数据提升技术、技术驱动服务、服务回馈数据”的独特的闭环运行模式的第二块拼图 - “技术驱动服务”。

服务方面，通过深入结合用户使用场景和需求，公司在业务前台为客户提供不同的业务场景，如内容交易、兴趣社区、工具服务等。目前对接了公司视觉内容交易服务平台（www.vcg.com、www.veer.com）、500px 视觉内容创作者平台等。前台连续收集各类型客户的使用反馈和数据反馈，进而进行目标明确的迭代和改进，一方面提高客户满意度，一方面完成“数据提升技术、技术驱动服务、服务回馈数据”的独特的闭环运行模式的最后一块拼图 - “服务回馈数据”。

### 高效获客 全面覆盖市场

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研究，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，与公司直接签约的合作客户数超过 14,000 家，同期增长 90%。根据市场变化，公司重点对企业客户、媒体、广告营销与服务、互联网平台等四个目标市场进行了开拓，2018 年收入占比分别为 40%、29%、20%、11%，均实现了公司预期的增长。

互联网平台方面，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方对正版素材的使用，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、网络广告平台、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（详见附图三）。|

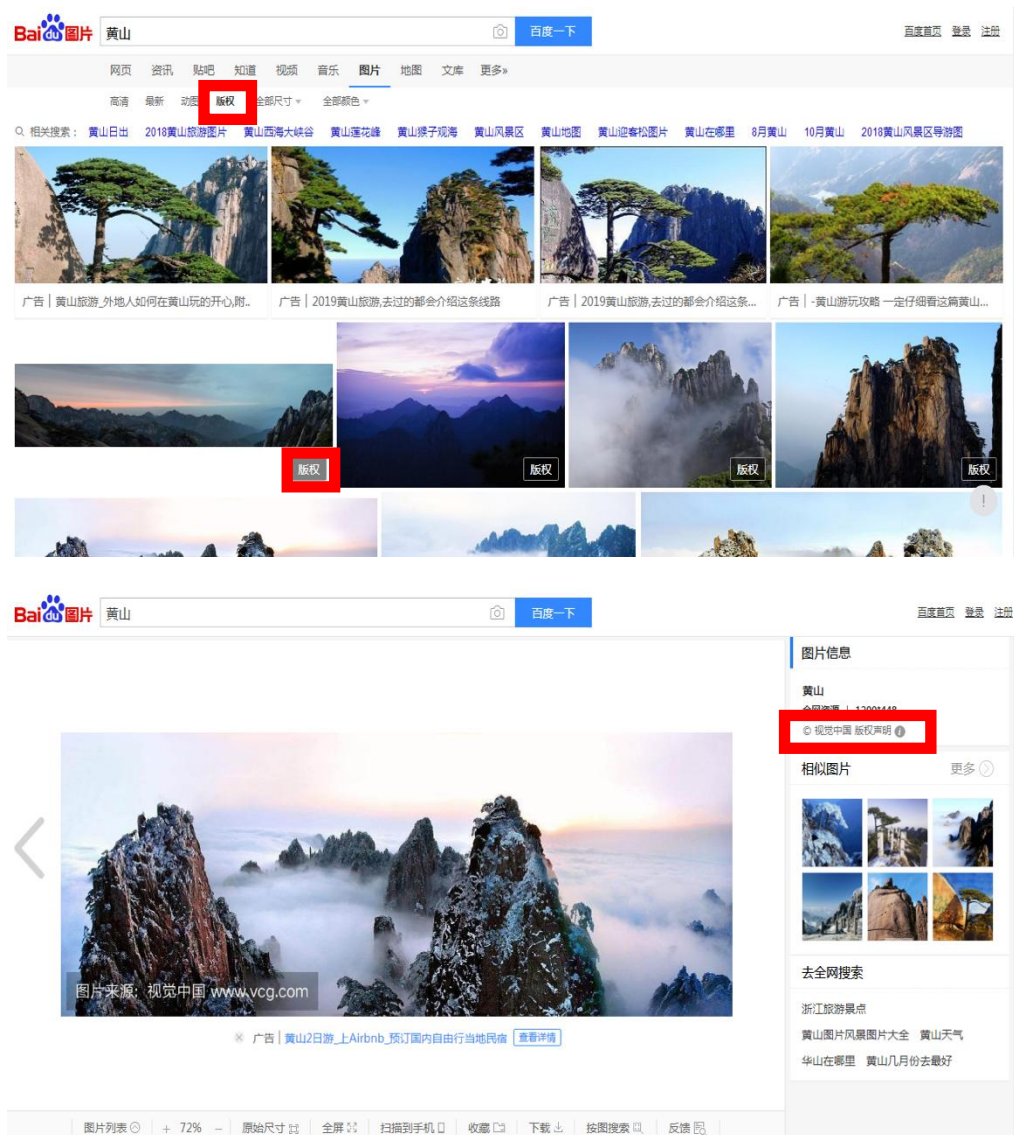


(附图三)

报告期内，公司已完成与腾讯网（企鹅号）、百度（百家号）、阿里巴巴（大鱼号）、一点资讯（一点号）、360（快传号）、微博云剪等的自媒体平台的接入工作，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。公司还完成了与百度竞价平台、阿里汇川平台、腾讯社交广告平台的接入工作，完成了 BAT 互联网广告平台的基本布局。在创意设计平台方面，公司与阿里巴巴“鹿班智能设计平台”签署战略合作协议，为阿里巴巴电商生态的数十万中小企业组提供广告的创意设计服务。目前合作双方正在数据接入阶段。目前，公司与互联网平台的合作，正在从数据对接的 1.0 阶段逐步升级到以提升用户体验为核心目标的 2.0 阶段。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，将优质内容与智能服务技术相结合，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，促进主营业务的高速增长。截止 2018 年末，通过互联网平台，公司服务的授权用户数达 33 万，同比增长超过 500%。

公司同时还通过各种客户转介绍、品牌活动、市场营销等方式高效获客，尤其是在线数字营销，包括搜索营销、联盟营销、内容营销以及社交媒体等方式高性价比的获取潜在客户。在搜索引擎合作方面，报告期内，公司已完成和百度、搜狗、360 三大国内搜索引擎合作的布局。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。（详见附图四）



（附图四）

报告期内，基于媒体融合发展势头迅猛，做大做强主流舆论的新形势下，公司充分重视并进一步加强与主流媒体的全面深入合作。公司积极服务中央新闻单位（新华社、人民日报、中央广播电视总台等）、中央重点新闻网站（新华网、中国网络电视台、国际在线等）、国有出版集团（大百科全书出版社、中南出版社、人民教育出版社等）、以及党政机关新兴融媒体；公司还与主流媒体构建内容合作伙伴关系。公司未来将积极抓住媒体融合转型的市场机遇，实现媒体业务的整体持续增长。

### 视觉“生态”打造与行业协同发展

旅游行业与公司的主营业务有着较高的协同效应，基于“视觉+行业”的战略布局，公司分别于 2014 年 12 月、2017 年 12 月获得了原国家旅游局“国家智慧旅游公共服务平台”和“全国旅游监管服务平台”（以下简称“两大平台”）的 20 年

特许经营权。2015 年公司投资成立“唱游信息技术有限公司”（以下简称“唱游公司”）作为建设和运营这两大平台的主体。两大平台通过对导游执业、旅行社资质、团队行程单、电子合同等“关键业务数据”的实时获取、分析挖掘、集成打通，逐渐形成了聚合旅游“管理者”（TOG 端）、从业者（TOB 端）和出行者（TOC 端）三端的数据服务产品。2018 年，两大平台已汇聚 64 万导游资质和实时动态数据、3.6 万家旅行社资质审批数据、近 2,000 万团队游客行程单和 120 万电子合同数据，为旅游行业管理部门提供强有力的数据集合与支撑。

教育行业对优质视觉内容是刚需，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。以期通过与 K12 教育的优质“流量”入口，整合与打造面向 K12 师生“教育提升”的视觉产品与服务能力，逐步将优质“视觉”核心业务拓展到 K12 市场。

作为“视觉+行业”战略布局的重要体现，2018 年 11 月，公司与国家开放大学联合筹备的“国家开放大学旅游学院”已经获批成立，此行业学院将有机结合公司上述两大平台的“关键行业数据”与国家开放大学的专业教学体系，在 2019 年 3 月正式授牌成立后，直接为旅游行业内数以千万级的从业人员提供学历与非学历教育。

2018 年 6 月，公司全资子公司常州远东文化产业有限公司以自有资金人民币 15,000 万元投资华盖安鹭（厦门）文化产业投资合伙企业（有限合伙）。该基金重点投资领域为文化科技及新消费相关产业，重点关注于“新媒体、新体验及新科技”，以促进优质视觉内容的生产、展现、传播及营销。新媒体主要包括社会化媒体、短视频、网络直播等；新体验包括实景娱乐、文创空间、生活方式，以及旅游、教育、体育等行业中与线下体验相关的细分领域；新科技主要包括人工智能、大数据、区块链、VR/AR 等。公司投资“安鹭基金”主要目的在于进一步借助该基金管理人北京华盖文化投资管理有限公司在文化投资方面的专业能力和丰富的投资经验，并通过其在文化产业的布局，链接更多的文化产业资源和项目，进一步筑造主营业务的竞争壁垒，并完善和延展上市公司的上下游业务生态，更好地协助公司实现“视觉+生态”、“视觉+行业”的发展战略。

## 2、收入与成本

### （1）营业收入构成

单位：元

	2018 年		2017 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	987,837,517.43	100%	814,550,615.82	100%	21.27%
分行业					
互联网传媒	820,881,431.10	83.10%	654,301,360.26	80.33%	25.46%
旅游及其他	166,956,086.33	16.90%	160,249,255.56	19.67%	4.19%
分产品					
视觉内容与服务	781,902,756.26	79.15%	583,744,525.12	71.66%	33.95%
广告创意服务	38,978,674.84	3.95%	70,556,835.14	8.66%	-44.76%
数字娱乐	17,592,053.34	1.78%	20,136,699.54	2.47%	-12.64%
软件信息服务	149,364,032.99	15.12%	140,112,556.02	17.20%	6.60%
分地区					
境内	911,505,887.15	92.27%	767,145,892.80	94.18%	18.82%
境外	76,331,630.28	7.73%	47,404,723.02	5.82%	61.02%

**(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	820,881,431.10	260,194,573.51	68.30%	25.46%	24.95%	0.13%
旅游及其他	166,956,086.33	88,971,808.12	46.71%	4.19%	27.35%	-9.69%
分产品						
视觉内容与服务	781,902,756.26	245,647,470.45	68.58%	33.95%	35.20%	-0.29%
广告创意服务	38,978,674.84	14,547,103.06	62.68%	-44.77%	-45.20%	0.30%
数字娱乐	17,592,053.34	12,350,504.27	29.79%	-12.64%	226.11%	-51.40%
软件信息服务	149,364,032.99	76,621,303.85	48.70%	6.60%	15.96%	-4.14%
分地区						
境内	911,505,887.15	341,172,371.92	62.57%	18.82%	23.15%	-1.32%
境外	76,331,630.28	7,994,009.71	89.53%	61.02%	645.44%	-8.21%

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	2018 年		2017 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	版权使用费、广告服务	260,194,573.51	74.52%	208,239,481.42	74.88%	24.95%
旅游及其他	设备采购及安装	88,971,808.12	25.48%	69,865,687.83	25.12%	27.35%

单位：元

产品分类	项目	2018 年		2017 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	版权使用费	245,647,470.45	70.35%	181,694,568.68	65.33%	35.20%
广告创意服务	广告服务费	14,547,103.06	4.17%	26,544,912.74	9.54%	-45.20%
数字娱乐	设备采购及安装	12,350,504.27	3.54%	3,787,208.10	1.36%	226.11%
软件信息服务	设备采购及安装	76,621,303.85	21.94%	66,078,479.73	23.76%	15.96%

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）	124,590,563.84
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	12.61%
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	68,456,754.61	6.93%
2	客户 2	14,996,720.47	1.52%
3	客户 3	14,872,054.33	1.51%
4	客户 4	13,660,377.36	1.38%
5	客户 5	12,604,657.07	1.28%
合计	--	124,590,563.84	12.61%

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）	202,383,478.91
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	57.96%



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	57,792,753.11	16.55%
2	供应商 2	50,795,547.35	14.55%
3	供应商 3	35,213,862.44	10.09%
4	供应商 4	32,686,385.08	9.36%
5	供应商 5	25,894,930.93	7.42%
合计	--	202,383,478.91	57.96%

主要供应商其他情况说明

适用  不适用

### 3、费用

单位：元

	2018 年	2017 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	80,706,578.00	71,542,100.81	12.81%	
管理费用	113,892,728.37	99,014,733.22	15.03%	
财务费用	26,324,903.23	35,229,297.62	-25.28%	
研发费用	44,499,325.56	26,016,883.76	71.04%	研发费用较上年同期增长 71.04%，主要系 500px 纳入合并范围及公司研发投入增加所致

### 4、研发投入

适用  不适用

本年度公司技术研发项目的：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

	2018 年	2017 年	变动比例
研发人员数量（人）	152	150	1.33%
研发人员数量占比	25.72%	24.55%	1.17%
研发投入金额（元）	64,811,395.72	50,165,448.42	29.20%
研发投入占营业收入比例	6.56%	6.16%	0.40%
研发投入资本化的金额（元）	20,312,070.16	11,006,456.82	84.55%
资本化研发投入占研发投入的比例	31.34%	21.94%	9.40%

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

## 5、现金流

单位：元

项目	2018 年	2017 年	同比增减
经营活动现金流入小计	990,047,689.29	916,778,958.78	7.99%
经营活动现金流出小计	698,998,206.18	666,651,328.90	4.85%
经营活动产生的现金流量净额	291,049,483.11	250,127,629.88	16.36%
投资活动现金流入小计	144,416,605.84	252,816,251.40	-42.88%
投资活动现金流出小计	279,758,022.55	425,616,781.61	-34.27%
投资活动产生的现金流量净额	-135,341,416.71	-172,800,530.21	21.68%
筹资活动现金流入小计	233,526,476.53	417,006,650.42	-44.00%
筹资活动现金流出小计	363,112,587.09	555,903,380.39	-34.68%
筹资活动产生的现金流量净额	-129,586,110.56	-138,896,729.97	6.70%
现金及现金等价物净增加额	28,086,239.47	-65,583,726.46	142.83%

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下降10,839.96万元，同比下降42.88%，主要系上年同期1.7亿元理财产品到期回收本息所致，本期金额主要为收到亿迅资产组处置对价款；
2. 投资活动现金流出小计较上年同期下降14,532.31万元，同比下降34.27%，主要系本期对外投资金额同比下降所致，本期金额主要为支付司马彦和上海卓越的分期股权收购款；
3. 筹资活动现金流入小计较上年同期下降18,021.32万元，同比下降44.00%，主要系本期自金融机构借款同比减少所致；
4. 筹资活动现金流出小计较上年同期下降18,952.38万元，同比下降34.68%，主要系上年同期偿还股东借款所致，本期金额主要为分配股利及偿还金融机构借款。

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	32,840,125.23	8.38%	权益法核算的被投资单位净利润变动及股权处置损益	是
资产减值	16,906,739.29	4.32%	应收款项坏账准备增加	是
营业外收入	156,569.49	0.04%	违约金利得	否
营业外支出	559,493.88	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

	2018 年末		2017 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	418,492,001.60	9.89%	390,502,762.13	9.54%	0.35%	--
应收账款	185,094,124.56	4.38%	352,261,537.61	8.61%	-4.23%	报告期内，应收账款较年初减少 1.67 亿元，主要系本期处置亿迅资产组，合并报表范围变更所致
存货			29,394,917.05	0.72%	-0.72%	报告期内，存货较年初减少 2,939.49 万元，主要系本期处置亿迅资产组，合并报表范围变更所致
投资性房地产						--
长期股权投资	1,252,555,185.65	29.61%	1,067,522,106.93	26.08%	3.53%	报告期内，长期股权投资较年初增加 1.85 亿元，主要系本期投资华盖安鹭及权益法核算长期股权投资账面价值变动所致。
固定资产	4,087,216.32	0.10%	5,941,766.23	0.15%	-0.05%	报告期内，固定资产较年初减少 185.45 万元，主要系本期处置亿迅资产组，合并报表范围变更所致
在建工程						--
短期借款	177,671,204.60	4.20%	157,629,116.17	3.85%	0.35%	--
长期借款	276,464,320.00	6.54%	489,663,582.19	11.96%	-5.42%	报告期内，长期借款较年初减少 2.13 亿元，主要系一年内到期的长期借款重分类所致
预付账款	30,121,717.44	0.71%	6,503,787.81	0.16%	0.55%	报告期内，预付账款较年初增加 2,361.79 万元，主要系业务预付款增加所致

其他应收款	186,009,724.97	4.40%	20,696,628.97	0.51%	3.89%	报告期内，其他应收款较年初增加 1.65 亿元，主要系应收亿迅资产组对价款及应收股利增加所致。
一年内到期的非流动资产	180,000,000.00	4.26%			4.26%	报告期内，一年内到期的非流动资产增加 1.8 亿元，主要系一年以内到期的定期存单重分类所致。
无形资产	94,456,101.77	2.23%	20,277,430.49	0.50%	1.73%	报告期内，无形资产较年初增加 7,417.87 万元，主要系本期收购 500px 无形资产评估增值及内部研发资本化所致
其他非流动资产	622,018,031.91	14.70%	807,849,431.97	19.74%	-5.04%	报告期内，其他非流动资产减少 1.86 亿元，主要系一年以内到期的定期存单重分类所致
应付票据及应付账款	140,826,664.50	3.33%	185,249,437.31	4.53%	-1.20%	报告期内，应付账款较年初减少 4,442.28 万元，主要系本期处置亿迅资产组，合并报表范围变更所致
预收款项	136,245,654.73	3.22%	104,452,365.40	2.55%	0.67%	报告期内，预收账款较年初增加 3,179.33 万元，主要系本期将 500px 纳入合并报表范围所致
应交税费	44,824,604.07	1.06%	64,672,694.04	1.58%	-0.52%	--
其他应付款	12,174,074.28	0.29%	23,432,964.60	0.57%	-0.28%	报告期内，其他应付款较年初减少 1,125.89 万元，主要系本期处置亿迅资产组，合并报表范围变更所致
一年内到期的非流动负债	327,429,786.06	7.74%	188,066,891.45	4.59%	3.15%	报告期内，一年内到期的非流动负债较年初增加 1.39 亿元，主要系一年内到期的长期借款及股权收购款重分类所致
其他非流动负债	6,131,574.78	0.14%	109,700,596.66	2.68%	-2.54%	报告期内，其他非流动负债较年初减少 1.04 亿元，主要系一年内到期的股权收购款重分类所致

## 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	年末账面价值	受限原因
货币资金	10,401,000.00	履约保函保证金
一年内到期的非流动资产	180,000,000.00	借款保函质押的定期存单
其他应收款-应收利息	5,425,875.00	借款保函质押的定期存单利息
合计	195,826,875.00	

## 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
402,730,041.50	401,795,000.00	0.23%

### 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）
500px, Inc.	互联网文化创意	收购	101,660,041.50	100.00%	自有资金	500px, Inc.	长期	视觉内容与服务	已完成股东登记	-2,000,000.00	-1,627,439.66	否	2018年02月27日	《视觉中国：关于收购500PX, INC.10%股权的公告》（公告编号：2018-014）
华盖安鹭（厦门）文化产业投资合伙企业（有限合伙）	视觉+生态投资	新设	150,000,000.00	27.35%	自有资金	华盖祥鹭（厦门）文化产业投资管理有限公司、北京华盖文化投资管理有限公司	7年	视觉+生态投资	已完成合伙人登记	-3,000,000.00	-2,591,019.66	否	2018年06月15日	《视觉中国：关于全资子公司投资认购华盖安鹭（厦门）文化产业投资基金的公告》

														(公告编号: 2018-043)
云南富银消费金融有限责任公司	视觉+生态投资	增资	21,000,000.00	34.00%	自有资金	富滇银行股份有限公司、昆明顺城若普商贸有限公司	长期	视觉+生态投资	尚须经中国银行业监督管理委员会等审批机构批准后成	0.00	0.00	否	2018年12月19日	《视觉中国:第九届董事会第三次会议决议公告》(公告编号: 2018-077)
合计	--	--	272,660,041.50	--	--	--	--	--	--	-5,000,000.00	-4,218,459.32	--	--	--

### 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

公司报告期无募集资金使用情况。

## 六、重大资产和股权出售

### 1、出售重大资产情况

适用  不适用

公司报告期末未出售重大资产。

### 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的比例	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，应当说明原因及公司已采取的措施	披露日期	披露索引
eSoon Group Holdings Limited	亿迅资产组 76.623% 股权	2018 年 06 月 30 日	21,684.97	385.65	交易完成后，公司将更好的集中资源聚焦核心主业。	1.15%	以评估价值为基础，结合分红影响和债转股增资因素	是	本次交易受让方的实际控制人为廖杰先生，廖杰先生为公司董事长，根据《深圳证券交易所股票上市规则（2018 年修订）》中第十章“关联交易”的相	是	是	2018 年 10 月 09 日	《视觉中国：关于转让亿迅资产组股权暨关联交易的公告》（公告编号：2018-060

									关规定，本次交易构成关联交易。				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------	--	--	--	--

## 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	1,528,238,273.00	403,830,295.79	272,508,976.48	59,447,644.69	56,966,021.74
汉华易美	子公司	视觉内容与服务	50,000,000.00	1,737,819,656.75	713,099,491.68	663,464,178.97	360,662,556.93	311,336,907.22
500px	子公司	视觉内容与服务	157,548,814.88	64,720,026.16	15,389,914.21	29,389,906.53	-1,836,374.38	-1,627,439.66
上海卓越	子公司	广告创意服务	1,000,000.00	40,045,466.37	61,615,419.21	54,684,303.03	12,602,029.53	12,474,604.18
亿迅资产组	子公司	软件信息服务				149,364,032.99	34,707,799.99	29,465,947.98
唱游公司	参股公司	视觉+产业：旅游	100,000,000.00	110,317,687.44	58,751,801.47	5,264,907.15	-31,756,975.99	-22,408,601.76
湖北司马彦	参股公司	视觉+产业：教育	10,000,000.00	286,540,524.88	194,155,491.96	170,413,860.76	82,336,106.52	75,446,358.77
易教优培	参股公司	视觉+产业：教育	10,000,000.00	93,355,614.66	88,070,800.61	66,579,107.90	45,476,236.51	45,476,236.51
华融创新	参股公司	金融	500,000,000.00	7,049,861,936.01	585,770,686.29	606,497,838.11	63,706,799.31	44,767,624.32

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
亿迅资产组	出售	7,005,010.85
500px	收购	-1,627,439.66

主要控股参股公司情况说明：无



## 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）2019 年经营计划

2019 年，公司将进一步聚焦核心主营业务 - “视觉内容与服务”。在技术变革、科技进步与模式创新驱动下带来的内容产业的高速发展，在国家对著作权保护力度不断加大、相关法律法规不断完善、公众版权意识不断增强的大背景下，公司立足于中国市场环境 and 变化需求，全面优化和提升业务，在新形势下，为公司稳健的长远发展进一步打下坚实的基础。以全面优质的内容内容、创新的智能化技术水平及专业的客户服务，多样化、标准化的产品与服务价格体系，满足不同客户日新月异个性化需求；以更加严谨规范的平台版权管理机制，提升版权保护的公信力，继续合规合理开展版权保护，积极参与主管部门及行业的规范建设，促进内容生态的健康发展，更好地承担企业的主体责任和社会责任。

### 优质内容

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。

2019 年，公司将遵循国家有关法律法规的规定，重点切实履行平台公司的主体责任，严格规范审核流程，对平台内容和产品服务进行全面筛查审核，确保权属标示清晰明确，授权机制合法合规。公司还与人民网信息技术有限公司建立合作，提升公司内容质量与合规服务能力。

公司将依托 500px 摄影社区，扩大签约供稿方的数量和质量，不断提高平台经营的透明度，为内容创作者提供内容确权、授权、内容管理、版权保护等专业全面的服务；并依据不同行业、不同使用场景的客户的浏览、下载、授权等用户行为大数据，为签约供应商、供稿方提供行业趋势、需求分析以及创意趋势预测等服务，以帮助供应端生产出更多满足市场需求的优质内容，激励内容创作者创作出更多的优秀作品。

除了巩固图片素材的优势外，公司还将重点关注 5G 带来的内容需求，从图片延展到音视频、3D 模型，全品类覆盖提供一站式解决方案，持续巩固和构筑内容护城河。随着 5G 时代的到来，市场对音视频内容需求激增，同时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。为顺应视频快速发展的趋势，公司将加大视频、音乐业务的投入，积极引进全球优质视频、音乐内容供应商，满足用户对视频产品的需求。公司还将与“视觉+生态”企业“动动三维”的展开深入合作，依托“5G 交互场景下的 3D 展示营销云平台”，引入 3D 模型、材质以及模版素材，建设 3D 设计师社区，以满足 5G 时代市场对新型视觉内容不断增长的需求。

### 产品与服务

公司坚持以“客户为中心”的服务理念，2019 年将深入挖掘客户需求，继续丰富和完善各种产品组合，尤其是重点完善符合小微企业、自媒体等新兴市场群体的预算和需求的产品与服务。其次，针对企业大客户、传媒等年度长协客户群体，充分发挥全线产品的一站式服务能力，满足这类客户的全方位需求，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；另一方面，抓住新中国 70 周年、一带一路、扶贫攻坚、男篮世界杯等重大市场机遇，精耕细作，深挖客户的延展商机，为客户提供委托拍摄、版权管理、品牌营销等增值服务。

2019 年，公司将重点加大研发投入，通过人工智能、大数据智能服务能力，不断提升优质内容的生产、推荐、搜索等用户体验，高效满足客户的需求。继续优化公司智能服务：智能图搜、个性推荐、图片/视频识别、自动标签、智能文章配图、行业图库、版权风控等能力，同时将能力向第三方平台开放，依托细分用户场景，为海量长尾用户提供服务。2019 年，公司还将加大对视频技术的投入，目前已经初步完成开发“视频自动标签标注”功能，通过机器学习，帮助视频供稿方完成视频素材的智能标签标注，从而大大提升用户搜索、下载和使用视频的体验；公司通过华盖厦门基金战略投资了北京区块链科技有限公司，区块链是一家以视音频底层技术和 AI 视觉智能驱动的技术研发创新公司，致力于在云端搭建一个智能的音视频生产引擎平台，通过系列应用、API、SDK 等，将智能化的音视频处理能力开发给各行业用户，全面提升短视频时代音视频的处理效率和能力。2019 年二季度，公司将与区块链针对传媒行业推出一款联合研发的专业级云端音视频创作云平台。

公司海量的图片、视频、音乐以及字体、模版等设计素材均可无缝通过该平台嵌入用户的工作流程中，大大改善用户在视频制作中的用户体验，提升优质内容的消费数量，为大众传媒、自媒体等用户提供专业、简单、高效、智能的音视频全流程生产服务。

### **人工智能与技术**

公司在围绕客户需求导向的前提下，通过技术提升用户搜索、推荐、下载等一系列高效获得优质内容的体验，通过一站式的便捷服务提高客户黏性。公司将由“内容驱动”延展为“内容、技术”双轮驱动，强化从“优质内容”到“白金数据”，从“内容服务”到“智能服务”，从“渠道”到“平台”，再到“生态”，全方面提升核心竞争力，提高竞争壁垒，不断适应行业变化与升级，为客户持续创造价值。

2019 年，公司技术研发体系将进一步优化，强化“大中台，小前台”的业务模式，尤其是中台的组建，通过系统性输出组件化资源和技术能力包，使得公司前端的具体业务可以更加灵活地开展。在前台，公司将持续不断迭代和优化版权交易平台、创作者交流平台，进一步完善网站、API、VDAM 服务能力，优化用户体验，提升内容、服务的交付效率；在中台，完善数据管理、流程效率、自动化、需求预测，提升运营效率和管理能力；同时，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。

2019 年，公司将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。

### **客户获取**

客户数量的持续拓展是公司收入增长的重要保障。2019 年，公司加强对销售及市场的投入，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。目前，客户的渗透率仍较低，客户数量的增长空间大。2019 年，公司还将继续夯实与搜索引擎、自媒体平台、广告平台、创意设计平台、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；同时，探索新的应用场景，如办公、教育、内容付费等，开拓新的平台级战略合作。

根据 2017 年度中国网络广告公开数据显示，中国网络广告市场规模达到 3,750.1 亿元，同比增长 30%，预计在 2020 年市场规模将近 8,000 亿元。2018 年信息流广告市场规模达 1,173.5 亿元，预计 2020 年将超过 2,700 亿元，占网络广告总体 35% 以上。预计到 2020 年仍将保持 45% 以上增长率。公司将在 2019 年重点关注信息流广告市场，提升获客能力，并针对信息流市场提供专有的内容、交付手段。

2019 年，公司将继续牢牢抓住媒体融合发展，做大做强主流舆论的机遇期，全面公司充分重视在与主流媒体全面战略合作。公司将继续依托核心竞争力，与中央新闻单位、中央重点新闻网站、政府机构、行业协会保持紧密合作，并建立战略合作关系；重点把握国有传媒集团的融合转型、自媒体迅速发展、内容监管加强、视频需求增加等发展机遇，充分覆盖传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体，以实现了媒体业务的整体持续增长，继续在媒体市场保持优势地位。

### **生态打造**

2019 年，公司依托核心竞争力，加速整合公司核心业务的上下游优势资源，通过上市公司以及合作基金，在“计算机视觉与人工智能”、“视频智能工具”、“5G 交互场景下的 3D 展示营销云平台”等领域开展战略投资或合作，打造围绕公司核心主业的“视觉+生态”，进一步强化和筑造核心主业的竞争壁垒。

公司将在国家版权主管部门的指导下，积极参与“剑网 2019”专项行动，尊重行业内利益攸关方的诉求，共建合规、合理、合情的产品服务定价和版权保护工作流程，并主动接受监督。进一步加强与主管部门、行业协会和业内专家的定期沟通，共同探索符合中国市场需求的图片版权确权、授权、保护和争议解决机制。

2019 年，视觉中国将以规则意识支撑版权意识，健全规范平台版权管理机制，推动合规合理的版权保护，以身作则带动行业风气好转。我们将与各方共同努力，扩大保护知识产权的社会共识，继续发挥第三方平台在保护知识产权、维护创作者权益中的积极作用，为中国版权行业“生态”的健康发展做出自己的贡献。

### **视觉内容和行业结合**

2019 年，伴随着国家机构改革完成，新组建的中华人民共和国文化和旅游部（以下简称“文旅部”）将旅游产业推向了一个新的高峰。在“视觉+行业”方面，公司将在文旅部的指导下，持续完善国家智慧旅游公共服务平台建设，继续落实“全国旅游监管服务平台”在更多省份的落地，实现旅游监管数据的全国集中，为相关主管部门、涉旅企业等提供数据分析和服 务，加速旅游市场监管向信息化、智能化的转变；同时公司立即启动国家开放大学旅游学院的建设，更好地提升从业人员的专业知识和技能，培养适应行业发展的高素质旅游人才。

## **（二）公司面临的风险和应对措施**

### **1. 公司受到监管处罚且公司网站尚处于暂时关停状态的风险**

2019 年 4 月 11 日，天津市互联网信息办公室于对公司的子公司汉华易美(天津)图像技术有限公司传播违法有害信息的行为进行立案调查，同时公司主动暂时关停了公司网站（www.vcg.com）。4 月 18 日，天津市互联网信息办公室对公司作出了罚款三十万元的行政处罚。

截止年报出具日，公司的相关整改工作仍在进行中，网站尚处于暂时关闭的状态。在此期间，公司正常运营受到一定影响，公司将尽一切努力减小影响，同时积极推进全面整改工作。目前公司尚不能预计网站恢复运营的具体时间。

### **2. 版权保护风险**

目前图片市场“侵权”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，并通过不断完善版权管理体系，运用技术创新手段，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。

### **3. 管理风险**

公司业务增长迅速，参、控股公司达四十余家，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，这些因素令公司在战略规划、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。

### **4. 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。

### **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。

### **6. 汇率变化风险**

公司预计 2019 年境外业务面临一定的汇率风险。为规避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，必要时将通过调整外币存款结构和余额降低汇率波动风险。

## 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
2018年01月10日	实地调研	机构	详见2018年1月10日披露的《视觉中国：2018年1月10日投资者关系活动记录表》
2018年01月16日	实地调研	机构	详见2018年1月18日披露的《视觉中国：2018年1月16日投资者关系活动记录表》
2018年02月28日	实地调研	机构	详见2018年3月2日披露的《视觉中国：2018年2月28日投资者关系活动记录表》
2018年03月06日	实地调研	机构	详见2018年3月8日披露的《视觉中国：2018年3月6日投资者关系活动记录表》
2018年04月24日	实地调研	机构	详见2018年4月25日披露的《视觉中国：2018年4月24日投资者关系活动记录表》
2018年06月14日	实地调研	机构	详见2018年6月15日披露的《视觉中国：2018年6月14日投资者关系活动记录表》
2018年06月20日	实地调研	机构	详见2018年6月22日披露的《视觉中国：2018年6月20日投资者关系活动记录表》
2018年07月20日	实地调研	机构	详见2018年7月24日披露的《视觉中国：2018年7月20日投资者关系活动记录表》
2018年08月30日	实地调研	机构	详见2018年9月2日披露的《视觉中国：2018年8月30日投资者关系活动记录表》
2018年09月18日	实地调研	机构	详见2018年9月19日披露的《视觉中国：2018年9月18日投资者关系活动记录表》
2018年10月29日	实地调研	机构	详见2018年10月31日披露的《视觉中国：2018年10月29日投资者关系活动记录表》
2018年10月30日	实地调研	机构	详见2018年10月31日披露的《视觉中国：2018年10月30日投资者关系

			活动记录表》
2018 年 11 月 20 日	实地调研	机构	详见 2018 年 11 月 20 日披露的《视觉中国：2018 年 11 月 20 日投资者关系活动记录表》
接待次数			13
接待机构数量			471
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		