

证券代码：000681

证券简称：视觉中国

公告编号：2019-044

视觉（中国）文化发展股份有限公司 2019 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	视觉中国	股票代码	000681
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	刘楠	蒋蕾	
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥路 10 号院恒通国际商务园，B5&B8 座	北京市朝阳区酒仙桥路 10 号院恒通国际商务园，B5&B8 座	
电话	010-57950209	010-57950209	
电子信箱	000681@vcg.com	000681@vcg.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	402,142,506.63	481,559,687.88	-16.49%
归属于上市公司股东的净利润（元）	132,562,346.38	136,798,171.62	-3.10%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	130,893,366.15	133,728,320.78	-2.12%

经营活动产生的现金流量净额（元）	43,074,190.49	62,575,860.43	-31.16%
基本每股收益（元/股）	0.1892	0.1953	-3.12%
稀释每股收益（元/股）	0.1892	0.1953	-3.12%
加权平均净资产收益率	4.49%	5.56%	-1.07%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增 减
总资产（元）	4,068,654,509.54	4,230,024,683.76	-3.81%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,020,660,905.57	2,890,114,062.64	4.52%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	46,497	报告期末表决权恢复的优先 股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
吴春红	境内自然人	13.98%	97,912,627	97,912,627	质押	35,860,000
廖道训	境内自然人	12.73%	89,161,290	89,161,290	质押	41,651,000
吴玉瑞	境内自然人	12.73%	89,161,290	89,161,290	质押	52,550,000
柴继军	境内自然人	7.10%	49,762,128	49,762,128	质押	39,000,000
姜海林	境内自然人	4.37%	30,610,125	30,610,125	质押	29,000,000
中国农业银行 股份有限公司—富 兰克林国海弹性 市值混合型证券 投资基金	境内非国有法 人	2.54%	17,796,947	0		
中国银行股份 有限公司—富 兰克林国海中小 盘股票型证券 投资基金	境内非国有法 人	2.16%	15,155,319	0		
陈智华	境内自然人	2.12%	14,830,762	14,830,762		
常州产业投资 集团有限公司	国有法人	1.84%	12,868,633	0	质押	5,618,633
全国社保基金 一一八组合	境内非国有法 人	1.63%	11,384,501	0		
上述股东关联关系或一致行动的 说明	吴春红、廖道训、吴玉瑞、柴继军、姜海林、陈智华同为公司实际控制人（即十名一致行动人范围内）。					
参与融资融券业务股东情况说明 （如有）	无					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

概述

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。4月26日，公司网站向部分客户测试开放；5月12日，经有关部门同意，公司网站向所有客户全面恢复服务（以下简称“411事件”）。受到此次事件影响，以及2018年底剥离亿迅资产组导致合并报表范围变化等因素影响，2019年上半年，公司合并层面营业收入40,214万元，较2018年同期下降16.49%，归属母公司股东净利润13,256万元，较2018年同期下降3.1%。其中，公司核心主业 - “视觉内容与服务” 实现营业收入39,835万元，同比增长0.1%。报告期内，核心主业占上市公司总收入99%。

411事件发生后，公司广泛听取行业内各相关方面的意见，加强与主管部门、行业协会、业内专家和广大用户的沟通，主动接受监督。在有关部门的指导下，公司对内容安全审核、版权规范标注等进行了全方位的积极整改；同时，全面审视市场变化，对品牌公关、组织架构、产品服务、市场获客等方面作出快速应对与调整，在较短的时间内全面恢复业务。报告期内，公司毛利率保持稳定，长期合作客户保持稳定。尽管411事件短期内对公司业绩有一定影响，但长期来看，有利于公司商业模式优化，有利于内容、技术、获客等核心竞争力的提升，有利于行业规范有序发展，有利于公司更加健康快速发展。

2017年7月17日，习近平总书记主持召开中央财经领导小组第十六次会议时指出：要加快新兴领域和业态知识产权保护制度建设。要加大知识产权侵权行为惩治力度，让侵权者付出沉重代价。要调动拥有知识产权的自然人和法人的积极性和主动性，提升产权意识，自觉运用法律武器依法维权。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，中国新闻出版研究院发布了2017年中国版权产业的经济贡献调研结果：2017年我国版权产业的行业增加值6.08万亿元人民币，占全国GDP的7.35%。其中核心版权产业行业增加值为3.81万亿元人民币，占我国GDP的4.61%。2017年中国网络版权产业的市场规模达6,365亿元人民币，同比增长27.2%。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，版权产业快速持续增长的趋势不会改变，版权产业对促进经济社会发展的重要作用日益凸显。公司将在版权主管部门的指导下，积极参与“剑网行动”，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。将与各方共同努力，共同探索符合中国市场需求图片版权确权、授权、保护和争议解决机制，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。

未来，公司将抓住历史发展机遇，与时俱进，开拓创新，从“版权内容”延展至“智能服务”，加快从内容供应商转型为服务供应商，以“内容+技术”双轮驱动业务快速发展，完成从“平台”到“生态”的跨越，成为服务于内容生态的“基础设施”。

主营业务情况

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。“优质内容”+“智能服务”双轮驱动，带来的素材使用数量的增长、客户质量提升、客户数量的增长，以及与互联网平台客户的战略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。

优质内容

报告期内，公司在内容方面，遵循国家有关法律法规的规定，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。公司完善了内容审核制度与流程，成立

了独立的内容安全审核团队，并与人民网建立合作，整体提升公司内容质量与合规服务能力。

同时，公司依托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。

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。随着智能手机普及、移动互联、5G时代的到来，视频、设计素材成为市场最受欢迎的新型内容形态，为顺应市场发展趋势，2019年上半年继续加大设计素材、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；截止2019年上半年，公司新增视频类签约供稿人近千名，与近10家视频、音乐、设计、字体公司签署了素材独家代理协议。

人工智能与技术

报告期内，公司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、人工智能、云计算等；二是应用技术研发，主要服务于内容交易、兴趣社区以及智能工具等业务板块。在客户需求导向的前提下，技术不仅服务于业务，而且开始逐步引领业务。

2019年上半年，公司技术研发体系完成了“大中台，小前台”的业务模式。公司的数据后台集聚了海量的三类数据：内容数据、用户行为数据、内容使用场景数据。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；通过建设强大的“中台”能力，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；同时，强大的“中台”可提供优化了数据的处理分析、流程效率、自动化、需求预测，大大提升业务运营效率和管理能力。报告期内，公司初步完成了对内容素材服务、智能服务以及增值服务的梳理，健全了“服务中台”的组织结构调整，完善“服务中台”的支撑能力，为全产品、全场景地服务好客户打下基础。

前台业务方面，报告期内，公司重点加大了对互联网内容交易平台的研发投入，通过人工智能、大数据、云计算、智能算法，交易平台可以为客户提供“越来越懂用户”的智能搜索和个性化推荐服务；公司还为客户提供数字内容资产管理、视频智能剪辑、版权风控、行业图库等一系列依托大数据、人工智能技术的智能服务，帮助客户提升工作效率、产品体验与内容获取效率，有效促进客户黏性和提升素材使用数量；针对大客户的需求，开发完成了客户素材的使用管理平台“vcg+”，帮助大客户实现多层次账号管理、权限管理、自助账单生效、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。公司还强化和完善了内容安全审核与运营管理平台，大大提升了内容安全审核能力以及运营人员工作效率；报告期内，还持续提升API的交付服务能力，结合客户使用需求和应用场景，通过API将智能服务能力向第三方平台开放，根据细分用户场景，辅以运营能力，为海量长尾用户提供服务。

2019年，公司将继续强化从“优质内容”到“白金数据”，从“版权内容”到“智能服务”，从“平台”到“生态”，全面提升核心竞争力，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。

获客与市场

报告期内，基于行业及市场的发展趋势及巨大发展空间，公司针对不同行业用户的应用场景、内容需求等进行全方位研究，针对大客户、长尾客户制定不同的产品组合与价格体系，通过市场营销与定向开发相结合，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同比增长31%。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，收入占比分别为37%、30%、18%、15%。

报告期内，公司坚持以“客户为中心”的服务理念，面对新的市场形势，完善产品体系，提升服务能力，以“服务”赢得客户，公司进一步完善了标准化的内容素材产品包与价格体系，并完善了符合小微企业、自媒体等新兴市场群体的预算和需求的的产品包。同时，公司重点聚焦为大客户提供更有针对性的服务，首先充分挖掘大客户全产品、全应用场景的需求，通过提供数字内容资产管理、视频智能剪辑、版权风控、行业图库等一系列依托大数据、人工智能技术的智能服务帮助客户提升工作效率、产品体验与内容获取效率，有效促进客户黏性和提升素材使用数量；针对大客户的需求，开发完成了客户素材的使用管理平台“vcg+”，帮助大客户实现多层次账号管理、权限管理、自助账单生效、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。同时，为满足企业级大客户的个性化需求，公司也提供定制化的增值服务，包括拍摄服务、设计服务、权利咨询、以及创意众包、传播推广、创意策划等整合营销服务。增值服务加强了对政府机构、品牌企业、旅游行业、体育赛事及娱乐活动的主办方等客户群的服务黏性，2019年上半年，公司抓住新中国成立70周年、一带一路、扶贫攻坚、女足世界杯等重大市场机遇，精耕细作，深挖客户的延展商机，为客户提供相关增值服务，满足大客户的个性化需求，为公司带来新的业绩增长。公司还通过与集团大客户建立战略合作关系，签署战略合作协议，深挖集团与分子公司的业务需求，充分发挥公司素材内容全面、智能服务、增值服务的一站式服务能力，以满足客户全方位需求，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。报告期内，公司与中航集团等多家客户签署了战略合作协议，双方在版权素材、旅游资源、会员服务、视觉资产管理、品牌运营推广和公益活动等领域开展全面合作。

报告期内，基于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党政机关和主流媒体的全面深入的合作，专门成立独立部门，重点服务中央新闻单位（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、高等教育出版社、外研社等）、以及党政机关新兴融媒体。

报告期内，公司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，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（百度、搜狗、360）、自媒体平台（腾讯、百度、阿里巴巴、一点资讯、360、微博云剪）、网络广告平台（百度、阿里、腾讯）、创意设计平台（Cavans、易企秀）等应用场景。

2019年上半年,公司继续拓展探索新的应用场景,正在与京东、阿里云、金山WPS等互联网平台展开合作,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,高效拓展长尾市场,促进主营业务的高速增长。

目前,客户的渗透率仍较低,客户数量的增长空间大。客户质量与数量的持续提升是公司收入增长的重要保障。2019年下半年,公司将加强对市场营销的投入,定向开放重点行业,聚焦大客户,聚焦互联网平台,通过“内容+技术”的优质服务获得业务的增长。

视觉“生态”打造与行业协同发展

2019年上半年,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”,强化和筑造核心主业的竞争壁垒。

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”(TO G端)、从业者(TO B端)和出行者(TO C端)三端的数据服务产品。截至2019年6月,两大平台已汇聚69万导游资质和实时动态数据、3.7万家旅行社资质审批数据、近2,000万团队游客行程单和470万电子合同数据,为旅游行业管理部门提供强有力的数据集合与支撑。此外,2019年上半年唱游公司推出了景区动态信息实时发布系统,针对景区开关门时间变更、景区突发事件等情况,将景区动态信息实时发布到百度地图、高德地图等社会化平台上,提高景区信息的传播力。公司在文旅部的指导下,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数据服务,加速旅游市场监管向信息化、智能化的转变。

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。截至2019年6月,旅游学院已完成组织架构及人员配备,建立了由旅游行业专家学者、大型企业负责人、院校教授等组成的教学指导委员会,搭建了网络教育平台以及在北京、广州、常州等地设立学习中心,建立了由专职和兼职教师组成的行业师资库,开设了部分专业课程,相关招生准备工作已初步完成。目前正向国家开放大学积极申请2019年秋季经管学部两个共享专业-酒店管理(专科)、旅游管理(专科)的招生计划,拟计划招生共约5000人。

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。

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

① 财务报表格式变更

财政部于2019年4月30日发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6号),财会6号文件对一般企业财务报表格式进行了修订,将应收账款及应收票据项目拆分为“应收账款”及“应收票据”项目,“应付账款及应付票据”拆分为“应付账款”及“应付票据”项目,明确或修订了“其他应收款”、“一年内到期的非流动资产”、“其他应付款”、“递延收益”、“研发费用”、“财务费用”项目下的“利息收入”、“其他收益”、“资产处置收益”、“营业外收入”和“营业外支出”科目的列报内容。对于已执行新金融工具准则的企业,新增“应收款项融资”项目,用于反映新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款;新增“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”,用于反映企业因转让等情形导致终止确认以摊余成本计量的金融资产而产生的利得或损失。对于上述列报项目的变更,本公司采用追溯调整法进行会计处理变更,并对可比会计期间数据进行追溯调整。新金融工具准则

② 新金融工具准则

2017年,财政部颁布了修订的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以上4项准则以下统称“新金融工具准则”)。本集团自2019年1月1日起施行新金融工具准则。

新金融工具准则取代了财政部于2006年颁布的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》和《企业会计准则第24号——套期会计》以及财政部于2014年修订的《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以上4项准则以下统称“原金融工具准则”)。

本集团变更后的会计政策请参见附注五、10。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式,确定了三个主要的计量类别:

以摊余成本计量的金融资产;以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产;及以公允价值计量且其变动计入

当期损益的金融资产。

在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于本集团管理金融资产的业务模式及该资产的未来现金流量特征而确定。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失”模型改为“预期信用损失”模型，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，以及贷款承诺和财务担保合同，不适用于权益工具投资。

“预期信用损失”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，本集团信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

本公司追溯应用新金融工具准则，但对于分类和计量（含减值）涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则不一致的，本公司选择不进行重述。因此，对于首次执行该准则的累积影响数，本公司调整2019年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额，2018年度的财务报表未予重述。

执行新金融工具准则对本公司的主要变化和影响详见“30、（3）首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

2019年3月31日，本公司之子公司汉华易美与天津奇卓文化发展有限公司签订《股权转让协议》，汉华易美将所持上海卓越形象广告传播有限公司51%的股权作价人民币9,200万元转让给天津奇卓文化发展有限公司，汉华易美已于2019年3月28日、3月29日收到股权转让款共计4,600万元。该交易于2019年3月20日，经本公司总裁办公会2019年第三次会议审议通过。