

证券代码：000681

证券简称：视觉中国

公告编号：2021-024

视觉（中国）文化发展股份有限公司

2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 700577436 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.21 元（含税），送红股 0 股（含税），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		
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		
传真	010-57950213		
电话	010-64376780		
电子信箱	000681@vcg.com		

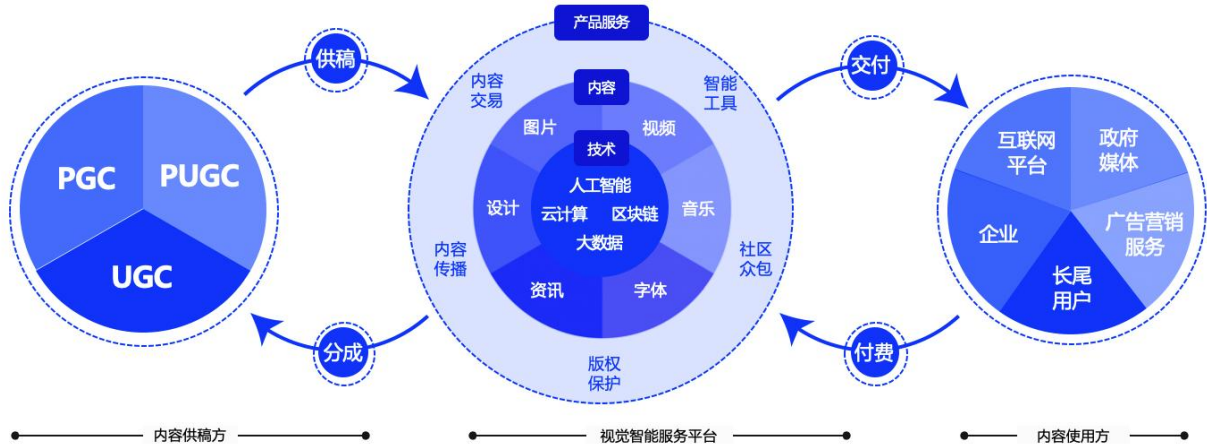
2、报告期主要业务或产品简介

基本业务介绍

视觉中国成立于2000年6月，是国内最早将互联网技术应用于版权视觉内容服务的平台型文化科技企业。公司的核心商

业模式为：整合全球及本土海量优质全面的图片、视频、音乐、矢量、插画、字体等版权素材内容，通过业内领先的大数据、人工智能、云计算、区块链等技术为支撑的互联网智能服务平台，为上下游海量的供稿方、使用方、以及平台方提供基于“优质内容+智能技术”的高效服务。（详见附图一）。

附图一



公司上游供稿方包括：专业供应商、个人供稿者以及公司自有版权内容；公司下游则包括使用“视觉内容”的广告营销服务机构、传媒、企业等；也包括百度、腾讯、阿里巴巴等互联网平台。获得公司内容授权的客户可将内容用于广告及营销推广、影视制作、媒体出版、产品包装设计、网站/APP以及装饰展示等用途。公司通过Web网站、移动APP应用、小程序、开放平台/API、SaaS工具等互联网服务提供产品和服务的交付。除了图片、视频、音乐、矢量、插画、字体等版权内容素材服务外，公司针对大客户的内容生产、管理、分发以及版权保护等需求场景，为大客户提供包括专属图库、定制生产、智能工具、内容传播、版权保护等一站式的“视觉+”解决方案，以促进客户更多的使用消费内容，帮助客户提升工作效率，增加客户黏性和服务体验。

内容视觉化、服务智能化、用户大众化、生产社会化等趋势正在推动整个视觉行业高速发展，特别是在版权规范化的有利形势下，行业增长空间巨大。公司一方面不断加强对全球优质视觉内容的资源整合，另一方面紧跟趋势，持续创新，加强对新内容、新场景以及新技术等的全方位研究，从“版权内容”延展至“智能服务”。依托“内容+技术”双轮驱动，公司不断优化业务策略、组织结构、市场、销售及运营体系，通过丰富多样的“一站式”产品与服务组合、智能高效交付以及持续增强的获客能力，推动主营业务快速增长。公司通过技术创新促进和提升内容生产、管理、运营、分发、版权保护以及客户全生命周期的数字化管理能力，加快从内容供应商转型为服务供应商，完成从“交易市场”到“服务平台”的跨越，打造成为服务于内容生态的“基础设施”。

公司本着“以客户为中心，为客户创造价值”的经营宗旨，紧跟互联网技术发展及内容生态的演进变化，遵循国家相关法律法规确保内容合法合规，不断创新进取，保持技术领先，以服务赢得用户，以价值赢得市场。公司以世界领先水平为标准打造核心竞争力，并结合在中国本土市场的发展与实践，打造以科技创新为核心竞争力的新型传媒科技企业。

优质内容与生态建设

视觉内容的数量、质量、丰富性、全面性以及独家性是公司核心业务增长的关键驱动因素之一。随着5G时代的到来，公司顺应市场发展趋势，大力拓展视频、音乐等素材的优质内容，满足不断增长的市场需求。

公司基于整合全球优质内容及发展全球战略伙伴的全球化策略，于2016年收购全球知名图库品牌Corbis，2018年收购并经营全球领先的摄影师社区500px，并与Getty Images等海外合作伙伴建立双向紧密合作，持续整合全球优质的视觉内容资源，巩固公司核心竞争力。公司目前拥有的视觉内容包括代理内容与自有内容，其中以代理内容为主；同时不断加强Corbis、500px等自有内容的品牌建设，超过2/3为高水准的独家或自有内容；在资讯与创意、图片与音视频、国际与本土、高端与微利等各个方面，拥有较大的内容竞争优势。目前，公司与超过50万名签约供稿人以及280家专业版权内容机构合作，提供可销售的图片数量超过4亿张，视频素材3,000万条，音乐素材35万首，是全球最大的同类数字内容平台之一。

公司建立了机器审核与人工审核相结合的内容审核流程，设有专门的内容安全审核团队，同时加强与人民网等权威主流媒体和机构进行战略合作，以保证内容的合法合规。

公司与供稿方采取分成的合作模式，与供稿方签署代理协议后获得内容的分销权；内容使用方在签署服务协议后付费获得内容服务，公司将收取的授权和服务费按代理协议约定的分成比例支付给相应的内容供稿方；如果是公司的自有版权内容，则公司无需支付分成。为保证内容的权属清晰，协议在权利义务、权利归属、授权内容、涉及的第三方权利、分成等方面进行明确约定，保证网站内容均获得合法授权。

公司通过全球摄影师社区（500px）、设计师社区（shijue.me）建设内容生态，为内容创作者提供内容分享、交流、大

赛、活动等社交服务，以及内容管理、交易、保护以及定制拍摄等商业变现服务。2014年-2020年，公司累计向全球内容供稿方支付版权许可和服务费近12亿元，激励了创作者创造优秀作品的积极性，大大促进版权生态的健康发展。

公司高度重视版权保护工作以及相关能力建设，通过20年的实践，公司基于中国版权保护实践建立了业界领先的视觉内容的版权确权、内容监测、使用查询、取证保全、版权保护的全流程体系；公司在版权保护的技术创新方面积极探索，处于行业领先地位。公司是国内第一家将“可信时间戳”用于图片版权的确权和认证的公司。公司在版权保护领域具有领先的技术创新能力与丰富的运营经验，作为版权保护、内容付费领域的行业标杆，两次荣获中国版权协会颁发的“中国版权年度最具影响力企业”称号。

人工智能与技术能力

公司依托大数据、人工智能、云计算、区块链等互联网技术，打造以“视觉内容”为核心的智能服务能力，覆盖内容生产、内容管理、内容交易、内容传播、版权保护等全业务流程，同时，加大技术研发投入，提升企业数字化能力，提高企业经营管理效率。

公司的主营业务——内容交易与服务是通过网站、API、AI lab等智能技术，为供稿方、使用方、平台方提供内容生产、管理、交易、分发以及保护的全流程服务。互联网技术强化了对海量用户的服务能力，公司拥有的平台供需两端碎片化程度越高、数量越大、市场覆盖范围越广，“数据化、智能化”的服务能力也越强，形成自我加强的平台效应。

一方面，公司平台集聚了海量的数据，包括：1) 超过6亿的图片、视频内容数据，300万的结构化标签库及人物、财经、教育、旅游等垂类知识图谱；2) 超过2200万的用户（内容供稿方与使用方）持续产生的数十亿次的搜索、上传、下载、收藏、分享等用户行为数据；3) 公司AI中台已经累计为超过3000万张图片提供AI智能标签服务，累计为超过2600万张图片提供AI智能评分，累计完成了超过45亿次图片版权检测。另一方面，公司以技术手段应用于提升供稿方内容生产效率、使用方使用内容的效率、客户的获取留存与转化等所有服务流程环节，形成了“数据提升技术”、“技术驱动服务”、“服务回馈数据”闭环运行模式，公司的“视觉数据”持续增加和优化，“越服务，越懂服务”，不断提升产品体验、服务交付和管理效率，驱动业务快速增长，帮助公司在行业内建立更强的竞争能力。

客户获取与市场覆盖

公司核心主业增长的来源是客户数量的增长与内容素材使用数量的增加。近年来，随着移动互联网和新技术的发展，公司的目标市场已从原先的小众专业市场变成了大众的海量市场，目标客户的数量、客户对优质内容的应用场景和内容使用数量都大大增加，给公司主营业务带来巨大发展空间。公司通过技术创新、市场营销、战略合作、战略投资等各种方式全方位地提升触达客户的能力和范围，提升客户的服务体验。

针对大客户群体，公司依托多年积累的用户行为数据分析，加强对广告营销、媒体、互联网平台以及其他细分行业研究，洞察用户全应用场景、用户行为及内容需求的差异化，开展各种战略合作、品牌推广、活动营销等市场活动获客，并提供“视觉+”解决方案，满足大客户的需求。针对中小企业，通过在线数字营销，包括搜索营销、联盟营销、内容营销以及社交媒体等高性价比的方式定向高效开发客户。

针对海量的个人、中小微企业等长尾用户群，公司强化同互联网平台的战略合作，针对长尾用户不同的使用内容的场景，例如搜索引擎、自媒体创作、数字营销、办公文档、创意设计、智能终端、旅游出行等，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用户的深度和广度，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。公司先后与百度、腾讯、阿里巴巴、微博、搜狗、360、京东、金山办公等互联网平台结成战略合作伙伴，通过“内容+技术”的能力，使得公司内容和服务能覆盖到互联网平台所聚集的海量的个人、中小微企业等长尾用户。

公司还将在微利、音视频、智能工具等领域，通过战略合作、投资等手段全方位地提升触达客户的能力和范围，提升公司核心竞争力，推动公司高速发展。

产品与服务

基于全面海量的优质内容，公司提供丰富多样的内容素材品类、不同价格体系的产品组合，以满足各类客户的需求。

公司提供的“视觉内容”素材服务，客户既可以采取零售的购买方式获得授权与服务，满足项目型的工作需要；也可以通过年度长期合作协议的方式获得授权与服务，以满足持续稳定的内容需求。

公司针对大客户和中小客户，采取不同的产品与服务策略。针对大客户，公司提供“视觉+”解决方案，首先充分挖掘大客户的全应用场景的内容素材（图片、视频、设计、音乐）需求；同时，为满足大客户的多样性需求，提供包括专属图库、定制生产、智能工具、内容传播、版权保护等服务，为大客户提供全面的“一站式”产品与服务，增加客户的黏性和满意度。分布在北上广深的专业人员提供本地化的客户接触与顾问服务，满足客户特定的内容、工作流程需求。对于中小客户，公司则推出针对性满足其需求及预算的标准化产品，提供高效简单的自动化程度高的在线交易服务。

视觉与行业协同发展

公司在聚焦核心主业前提下，将平台的核心竞争力与以视觉内容为重度使用场景的垂直行业如旅游、教育等相结合，以经济有效的方式进入2C的垂直行业，充分发挥优质内容、智能技术与旅游、教育等行业的协同效应，构建视觉与行业协同发展的战略布局，完善及延展上市公司的业务链条。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	570,451,577.66	722,107,028.63	-21.00%	987,837,517.43
归属于上市公司股东的净利润	141,534,168.10	219,048,159.38	-35.39%	321,211,367.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	120,238,354.84	201,293,794.74	-40.27%	333,168,439.75
经营活动产生的现金流量净额	112,482,115.71	92,621,459.41	21.44%	291,049,483.11
基本每股收益（元/股）	0.2020	0.3127	-35.40%	0.4585
稀释每股收益（元/股）	0.2020	0.3127	-35.40%	0.4585
加权平均净资产收益率	4.51%	7.36%	-2.85%	11.80%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
总资产	4,038,764,458.85	4,117,179,172.16	-1.90%	4,230,024,683.76
归属于上市公司股东的净资产	3,165,236,909.22	3,073,699,436.25	2.98%	2,890,114,062.64

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	110,557,806.82	161,756,707.86	169,554,355.83	128,582,707.15
归属于上市公司股东的净利润	29,193,724.41	43,160,884.72	49,750,734.71	19,428,824.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	30,089,365.78	43,636,480.85	47,416,581.37	-904,073.16
经营活动产生的现金流量净额	-24,161,017.43	59,164,442.57	16,541,085.09	60,937,605.48

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	53,095	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	45,295	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	
梁军	境外自然人	12.91%	90,412,627	70,434,470			
廖道训	境内自然人	12.73%	89,161,290	0	质押	61,811,996	

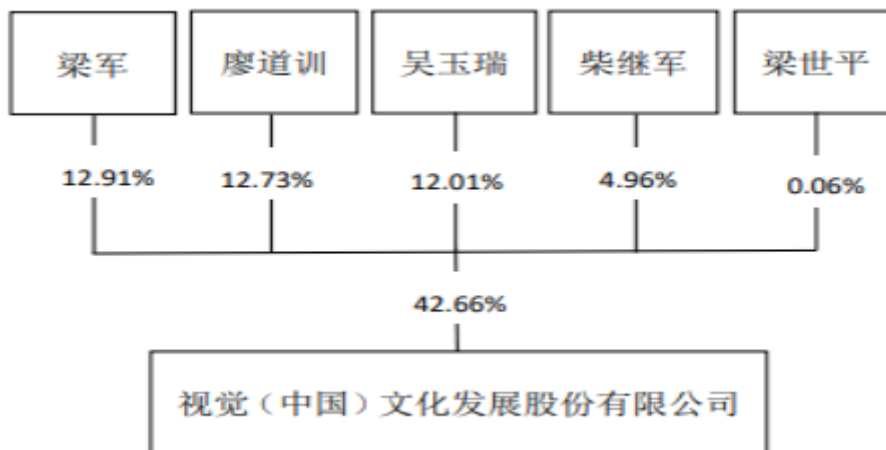
吴玉瑞	境内自然人	12.01%	84,161,290	0	质押	41,390,000
柴继军	境内自然人	4.96%	34,762,128	34,321,596		
姜海林	境内自然人	2.07%	14,500,000	0	质押	6,800,000
陈智华	境内自然人	1.98%	13,890,362	0		
全国社保基金四一八组合	其他	1.93%	13,554,778	0		
常州产业投资集团有限公司	国有法人	1.84%	12,868,633	0	质押	5,618,633
香港中央结算有限公司	境外法人	1.53%	10,725,120	0		
常州服装集团有限公司	国有法人	0.86%	6,040,722	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	梁军、廖道训、吴玉瑞、柴继军同为公司实际控制人（即 5 名一致行动人范围内）。常州产业投资集团有限公司、常州服装集团有限公司实际控制人同为江苏省常州市国资委，为公司战略投资者。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东吴玉瑞女士将直接持有的公司无限售流通股 14,660,000 股（占公司总股本的 2.09%）与中信建投证券股份有限公司开展融资融券业务，详见本公司于 2020 年 6 月 3 日披露的《视觉中国：关于控股股东开展融资融券业务的公告》（公告编号：2020-027）。					

（2）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。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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

受两次网站整改以及新冠疫情等因素影响，2020年公司合并层面营业收入57,045.16万元，较2019年同比下降21%，归属母公司股东净利润14,153.42万元，较2019年同比下降35.39%。在有关部门的指导下，公司顺利完成网站整改并恢复运营，积极主动与客户沟通，采取有力措施保证合同顺利实施；另一方面，采取相关措施应对疫情影响，开源节流，保证公司稳定运营。报告期内，公司积极拥抱变化，实施人才战略，优化组织结构，推动公司业务全面转型，取得了良好的效果。报告期内，公司毛利率保持稳定，客户数总体保持稳中有升，合作客户超过17,000家，较2019年同比增长13%；公司核心客户稳定，10万元以上的年度长协客户续约率达82%；通过互联网平台触达长尾用户继续保持快速增长，数量超过135万，较2019年同比增长超过90%。这些都为公司核心主业的长远持续增长打下坚实基础。

强化合规经营履行主体责任 深化与主流媒体战略合作

2020年，在有关部门的指导下，公司不断完善内容运营的总编辑负责制，总编辑对内容的安全、创作、生产、传播负总责；不断完善总编辑及核心内容管理人员任职、管理、考核与退出机制，确保内容导向正确、事实准确、来源规范、合法合规；强化内容管理队伍建设，提升信息内容安全技术保障能力，健全各项内容安全管理制度，完善供稿方签约管理制度，做好举报受理工作等。同时，广泛听取行业内各相关方面的意见，加强与主管部门、行业协会和业内专家的沟通，主动接受监督；在内部进一步强化专业的内容审核团队，组织开展有针对性的安全培训，不断提升团队的政治意识、法律意识及业务能力；完善机器审核、人工审核及用户举报的内容审核制度与流程；不断提升公司内容质量与合规服务能力，不断完善内容安全长效机制。

进一步深入学习法律法规和政策规定。按照《中华人民共和国网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网新闻信息服务管理规定》、《网络信息内容生态治理规定》等法律法规要求，进一步明确内容安全底线，强化合规经营，主动履行企业主体责任。加强公司党建工作，充分发挥党支部在经营中的引领作用，为公司的健康、长远发展保驾护航。

2020年，公司依托内容、技术和渠道等方面的核心竞争力，深化与中央新闻单位、中央重点新闻网站、党政机构的合作关系，为党和国家工作大局做好支撑和服务。

2020年3月25日，由人民网主办，视觉中国独家战略合作的“人民视觉网”正式上线。人民视觉网聚合海量高品质新闻图片、漫画图表和视频素材，是集视觉内容聚合分发及交易管理运营为一体的视觉内容在线智能服务平台。作为独家战略合作伙伴，公司为人民网提供独家技术平台支持与客户服务。

公司继续服务农民日报社共建“大国三农”视听资源共享平台，支持农民日报社从内容、渠道、技术、机制等方面整合视听资源，促进实现“三农”新闻宣传报道线上线下深度融合、为乡村振兴营造良好舆论氛围。公司在内容与技术上服务中央政法委新媒体中心、中央扶贫办宣教中心等党政机构。

2020年，公司与人民日报新媒体联合出品《云游中国》、《云游锦绣中华》、《这里是深圳》、《绝美西藏》、《大美新疆》、《这声音很中国》等系列视频节目，在人民日报两微一端累计播放量近5,000万次，累计点赞分享量超过50万次。2020年9月，公司学习强国号正式上线，以“传播传统文化、讲好中国故事”为立足点，重点打造“大美视界”、“传统文化”、“创意插画”、“乐享生活”、“奇闻趣事”、“科技前沿”等栏目，精准选择，深度加工，传播精品视觉内容，弘扬中国传统文化。数百篇内容被学习强国平台“推荐”、“快闪”、“每日一景”、“文化”、“旅游”等栏目选用推荐，单篇最高阅读量近800万。推荐至学习强国平台《沿着长江看中国》的文章合计阅读量超过2,000万。12月，在新华网客户端开通新华号，截至目前，累计发文超过220篇，累计阅读量超过9300万。我们还与新华网宝藏青年工作室联合出品微信系列文章《这就是2021年第一天的中国！》、《牛年第一天，这是我们的中国》、《今天是2020年最后一个节气，新年不远啦！》、《嚯！这年味儿，够浓的！》等，平均阅读量10万+。与五洲传播出版社合作出版《火车上的中国人》英文版，取得良好传播效果。今后，公司将继续利用优势内容资源和500px全球社区、海外传播渠道优势，进一步与主流媒体合作，提升国际传播能力建设，为传播中国文化、讲好中国故事发挥作用。

坚持以客户为中心 全方位多层次高效获客

2020年，公司坚持以“客户为中心”的服务理念，根据行业及市场的发展趋势，将公司客户群分为：大客户、中小客户以及长尾用户；同时针对四个目标市场：党政与媒体、广告营销与服务、互联网平台、企业客户重点开拓。针对不同客户群、不同目标市场，公司采用不同的市场营销手段、产品服务组合与价格体系，提升公司全面深度覆盖市场的能力。2020年，党政与媒体、企业客户、广告营销与服务、互联网平台四类客户收入占比分别为35%、29%、21%、15%。

报告期内，公司重点聚焦大客户市场，在产品服务上，推出“视觉+”解决方案，首先充分挖掘大客户的全应用场景的（图片、视频、设计、音乐）素材需求；同时，为满足大客户的多样性需求，提供包括专属图库、定制生产、智能工具、内容传播、版权保护等服务，为大客户提供全面的“一站式”产品与服务，增加客户的黏性和满意度。2020年，公司10万元以上的年度长协客户的续约率达82%。

报告期内，公司重点服务中央新闻单位、中央重点新闻网站、国有出版集团以及党政机关新兴融媒体。进一步加强了与战略大客户人民日报、新华网、中央广播电视总台以及人民网、新华网、央视网、CGTN国际视通社等相关机构的深入合作，通过视觉内容素材服务及内容联合制作等各种方式服务于国家新的舆论宣传大局。同时结合建党百年、北京冬奥会、扶贫攻

坚和乡村振兴等主题宣传的重点需求，与党建读物出版社、国家文化和旅游部、国家自然资源部、国资委新闻中心、国务院扶贫办（现国家乡村振兴局）、证监会等国有出版集团和党政机关开展了丰富多彩的项目合作。

企业客户，公司与中国旅行社协会、北京国际设计周、上海工业设计协会、中国影视后期产业联盟、中青旅旅游联盟、中国酒业协会等重点行业协会建立战略合作，共建行业素材库，拓展重点企业客户市场，取得了较好的效果。

报告期内，受疫情影响，广告营销服务类客户经营状况影响较大，公司采取措施积极主动服务客户，重点对汽车、食品饮料、IT通讯、金融、电商零售、家用电器等行业进行针对性的内容产品与个性化服务。更紧密地沟通客户和响应需求，充分发挥自身的专业技能和素材版权专业优势，增加客户接触点，服务工作向创意设计人员全面覆盖，及早了解创意方向，更早期参与到客户项目的相关服务，加强互动、关怀及解决问题效率，实现服务升级。

公司继续强化同互联网平台的战略合作，针对不同的平台应用场景，通过平台的连接及赋能，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。2020年，公司继续保持与阿里巴巴、腾讯、百度、字节跳动、京东、阿里云、金山办公等互联网平台紧密合作，将图片、视频以及音乐等内容素材与更多的应用场景连接，为海量长尾用户赋能。同时，公司在短视频、设计工具、办公文档、内容付费等细分的场景与Canva、万兴科技、小影科技、稿定设计等建立了平台级合作。2020年，公司通过互联网平台触达长尾用户持续增加，全年用户数超过135万，同比增长超过90%。公司将继续依托优质视觉内容核心资源，扩大夯实与互联网平台（大流量入口）的战略合作，结合有效场景，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。

针对中小客户，公司通过在线数字营销，包括搜索营销、内容营销以及社交媒体等高性价比的方式定向高效开发中小客户群；公司继续完善标准化的内容素材产品包与价格体系，推出符合中小客户群体的预算和需求的产品包，通过针对性满足其需求及预算的内容产品，提供高效简单的自助化程度高的电商交易服务。2020年4月，公司针对中小微企业的电商网站veer.com推出“免费专区”，提供近50万张正版高清图片，所有的veer注册用户，无论个人、企业客户均可注册后免费下载免费专区的图片，客户下载图片后可以用于任何商业用途，并可在线下载正版授权书。10月，veer.com推出“个人套餐”（99元/月、399元/年），以满足个人淘宝店主、个人自媒体、个人办公、个人网店、个人短视频的使用需求。公司将持续通过产品优化，提升用户体验，为中小企业提供更好的服务，为推动图片正版化做出自己的贡献。

依法合规开展版权保护 平台赋能促进产业健康发展

2020年，中国版权事业和版权法制蓬勃发展。中共中央政治局就加强我国知识产权保护工作举行专题集体学习，习近平总书记在主持集体学习讲话中强调全面加强知识产权保护工作，激发创新活力推动构建新发展格局。2020年，《视听表演北京条约》正式生效、《中华人民共和国著作权法》颁布30周年、《中华人民共和国著作权法》（第三次修订）通过，最高人民法院先后发布《关于全面加强知识产权司法保护的若干意见》、《关于加强著作权和与著作权有关的权利保护的若干意见》、《关于知识产权民事诉讼证据的若干规定》，这一系列标志性活动充分体现了党和国家对知识产权保护工作的高度重视，反映了版权保护在激发全社会创新活力、健全现代化经济体系、推动构建新发展格局、建设社会主义现代化国家进程中发挥着重要支撑作用。

公司作为行业龙头，积极承担应尽的社会责任，按照国家关于加大知识产权保护力度，提高侵权代价和违法成本，震慑违法侵权行为，完善知识产权保护的政策导向，在实践中一起推动落实“先许可，后使用”这一版权保护基本原则，认真践行国家知识产权保护政策，为激励创新、为创新发展共同营造良好的制度环境。

报告期内，公司积极吸引版权保护领域的专家、人才加盟，公司新任董事中，既有长期从事知识产权法的教学、基础理论研究和学科建设的学界专家，又有在知识产权诉讼领域深耕多年，实践经验丰富的资深律师。专家人才在知识产权领域的造诣和积累，能够帮助公司提高经营决策水平，防范经营风险，进一步提升公司核心竞争力。

2020年4月29日，公司与中国摄影著作权协会、中国音像著作权集体管理协会、中国文字著作权协会、部分国家版权交易中心联盟成员、地方版权协会以及企业一起发起共建版权保护平台。该活动旨在积极响应习近平总书记关于知识产权强国的号召，贯彻落实中办、国办《关于强化知识产权保护意识的意见》精神，充分发挥社会力量，推动版权产业持续健康发展。该平台是一个多方联合共建的版权公共服务平台，以技术手段为相关领域提供版权保护服务。公司作为视觉内容行业的交易平台，依托自身在大数据、人工智能、区块链等方面的技术优势，把多年来版权保护实践中积累的运营经验为内容创作者、使用者、调解机构开放赋能，加大同创作者、使用者及其他利益相关方的合作力度，本着“公开、公信、公正、以调解为主”的原则，既注重保护版权人的权益，又注重做好对使用人的服务，持续扩大知识产权保护社会共识，为推动行业生态健康发展做出更大贡献。

公司与中国版权协会、首都版权协会、广东省版权协议、江苏版权纠纷调解中心、深圳市版权协会、四川省版权协会等机构紧密沟通并建立合作，在政府有关部门的指导下开展版权保护工作。对于“未授权先使用”的客户，在调解机构的协调下与这类客户按照市场价格协商解决；对于长期有正版内容需求的客户，公司基于客户的实际需求双方协商合理的合作方案。经初步实践，取得了宝贵的经验和良好的社会效果。对于少部分长期恶意侵权且直接牟利的不法企业，公司依法采取法律手段保护自身与著作权人的合法权益。

2020年内，公司坚决贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，准确把握著作权法第三次修改重点内容，进一步提升版权保护工作法治化水平，从公司版权保护战略和公司业务进入新发展阶段要求出发，高度重视权利人版权保护和公司合规体系建设。作为互联网文化传播科技企业，公司积极履行版权保护、版权宣传等企业责任，积极参与著作权法修改、司法解释征求意见、行政规章制定等版权法治建设工作，配合执法部门、司法机关、行业组织共同开展版权创造、运用、保护、管理、

服务全链条活动，服务国家版权治理体系和治理能力现代化。公司积极发挥行业头部企业示范作用，广泛参与版权保护学术研讨和版权法制宣传等公益活动，大力培育尊重创作、抵制盗版、诚信守法的版权文化，不断增强全社会尊重和保护版权的意识。

公司将继续加强与主管部门、行业协会和业内专家的沟通合作，继续扩大与各地版权保护中心、调解中心的合作网络，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。与各方共同努力，不断扩大保护知识产权的社会共识，推动内容正版化、使用合法化，共同构建合作共赢的行业生态，继续发挥公司互联网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。

深耕社区完善内容生态 大力拓展视频音乐“5G”内容

报告期内，公司继续依托500px摄影社区、设计师社区，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，为创作者提供内容生产、确权、授权、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，为供稿方提供市场需求、趋势预测等服务，以帮助供应端生产出更多优质内容，激励内容创作者创作出更多优秀作品。

报告期内，公司累计在全球签约供稿人超过50万，公司新拓展了江苏广播电视（视频）、华文字体（字体）、Epidemic（音乐）、未来影像（视频）等超过40家图片、视频、音乐、设计、字体类国内外素材供应商，并继续与Getty Images等全球知名内容机构或品牌保持紧密的战略合作关系。

随着5G时代的到来，视频也成为当下最受欢迎的内容形态之一，市场对音频、视频内容需求激增。报告期内，公司重点关注5G带来的内容需求，从图片延展到音视频，全品类覆盖，为客户提供“一站式”的内容平台，持续构筑和巩固内容护城河。报告期内，合作视频供应商已经累计近70家，可销售的视频素材已经超过3,000万。2020年，500px社区开放视频上传功能，并建立500px plus高端视频品牌，收录高清4k/8k的高质量视频素材，满足客户对高清视频的需求，报告期内，通过500px签约的视频供稿人超过3,000人。

2020年8月，公司内容素材版权交易网站vcg.com音乐素材全面升级。全新上线的音乐素材库除了提供海量的优质版权曲库外，每月保持200-300首更新。在质量端，选择与顶尖艺术家合作，并提供按需创作服务；版权方面，版权来源清晰，支持各类用途和场景授权，保证客户使用无风险；内容体验端，视觉中国将进行内容的深度运营，基于音乐使用场景、类型、情绪等进行编辑精选，提供优秀的浏览和标签检索体验，提高用户查找效率。为满足个人UP主持续增长的制作短视频的需求，网站特别增加了个人订阅套餐。个人UP主可根据需求，选择适合自己的订阅套餐，授权价格低至0.3元/首，支持B站、抖音、快手、喜马拉雅等各互联网内容分发平台的个人频道发布。对于企业、广告公司、MCN机构、自由职业者等，提供标准授权以及扩展授权使用，并为个人用户和商业机构提供完全在线的支付、发票、授权书下载等便捷电商服务。

持续加大研发投入 产品技术引领业务发展

报告期内，公司持续增加技术研发投入，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。公司不断强化“小前台、大中台”的模式，完善数据管理、智能AI、营销等中台，加强自动化、需求预测以及提升运营效率和管理能力；通过系统性输出组件化资源和技术能力包，使得公司前端的内容的生产、交易、管理、传播、社区和版权保护等业务可以更加灵活地开展。

公司拥有超过6亿的图片、视频内容数据，300万的结构化标签库及人物、事件、金融、教育、旅游等垂类知识图谱；交易平台与社区平台有超过2,200万的用户（内容供稿方与使用方）持续产生的数十亿次的搜索、上传、下载、收藏、分享等用户行为数据。公司的AI中台持续加强，根据客户应用场景，提供机器生产内容（MGC, Machine-generated Content）、智能搜索/推荐、智能文配图、版权保护等一系列智能服务与解决方案。报告期内，公司可对外提供相似图搜索、绘图搜索、人脸识别、自动标签、元素拆图、色彩分析、画质增强、美学评分、智能抠图、自动修图、黑白照片上色等智能服务，同时在视频领域，支持自动标签、视频封面生成、精彩片段提取。公司AI中台支持业务前台，每年提供超过4亿次相似图搜索，累计为超过3,000万张图片提供AI智能标签服务，累计为超过2,600万张图片提供AI智能评分，累计完成了超过45亿次图片版权检测。公司以技术手段应用于提升供稿方内容生产效率、客户使用内容的效率、客户的获取留存与转化等的所有服务流程环节，形成了“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”，不断提升产品体验、服务交付和管理效率，数据智能快速驱动业务增长，帮助公司建立更强的核心竞争能力。

在中台的支撑下，公司加强对核心主业互联网版权交易平台的研发投入，通过网站为客户提供“越来越懂用户”的智能搜索和推荐、下载、购买；公司还持续提升开放平台的建设，提升API的交付能力，结合客户使用需求和应用场景，通过上百个API接口，服务能力向第三方平台开放，辅以运营能力，为海量长尾用户提供内容服务；持续升级用户中心，实现集团客户多层次账号权限管理、协同共享、自助账单生效、授权书与发票在线申请，帮助客户高效提升优质内容的使用和管理效率；持续优化服务供稿人/供应商的创作者中心，为上游合作伙伴提供内容管理、销售报告、稿费支付、创作指南、市场趋势等一系列服务；报告期内，公司还持续强化和完善内容安全审核与运营平台，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，公司还为客户提供数字内容资产的SaaS管理软件——“云图库”，该系统可以灵活支持多行业的图片、视频以及文档等多媒体形态内容的管理需求，为客户提供完善的内容生产、管理、分发、版权保护的全流程解决方案。帮助客户优化 workflow，提升工作效率、产品体验与内容获取效率。报告期内，公司为2022年北京冬奥会组委会、科技日报、农民日报等客户提供了“云图库”服务。

视觉与行业协同发展

公司获得了原国家旅游局（现文化和旅游部）的“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，由唱游公司承建运营。截至2020年年底，两大平台已汇聚70万导游资质和实时动态数据、4.06万家旅行社资质审批数据、近1.22亿团队游客行程单和1,162万电子合同数据。

2020年，唱游公司专注于两大平台“关键业务数据”的分析挖掘，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）三端的大数据SaaS服务平台，重点面向地方旅游主管部门推广标准化的SaaS平台服务和定制化的延伸服务，帮助政府高效、科学地进行旅游行业监督管理和营销宣传。同时，通过人工智能等技术，尝试面向涉旅企业（如旅行社、5A级景区等）提供增值服务。2020年，唱游公司克服疫情影响，已经向全国数十个地方旅游主管部门和景区提供相关服务。

2020年，在中国旅游协会的支持下，唱游公司与国家开放大学合作建设的“国家开放大学旅游学院”正式启动了春季和秋季招生工作，这也是学院首次开展学历教育招生工作，开设了3个专科专业，在10多家学院学习中心的努力下，圆满完成了招生计划。同时，唱游云教育也积极开展非学历教育，一是积极编制行业人才标准，主导起草了中国旅游景区协会的《旅游景区职业经理人等级划分标准》团体标准，同时完成了中国旅行社协会的《旅游定制师等级划分标准》团队标准，并对外发布；二是根据人才标准，研发行业人才水平评价职业证书，与中国旅行社协会签订协议，成立全国旅游定制师职业证书评价项目办公室，开展旅游定制师的水平评价；三是积极支持边疆民族地区开展行业技能人才培养，承办了新疆伊犁尼勒克县景区讲解员导游以及旅游企业管理人员线上培训班，累计培训150多人；四是开展非学历教育线上课程制作工作，已完成20门课程40多小时的课程制作。

公司投资参股的湖北司马彦拥有30余年业务积累，字帖发行量逐年增长，2020年字帖种类近800种，已与500多家经销商建立了长期、稳固的合作关系。2020年，由于公司地处湖北武汉，受到新冠疫情的直接影响，上半年业务几乎停滞，下半年公司积极采取多种措施恢复经营，大幅缓解疫情影响，但发货数量及利润规模同比仍出现了明显的下降。公司未来将增加营销投入，积极布局，开拓市场。

公司投资参股的易教优培是一家专注于K12教师继续教育培训的服务提供商，培训服务区域涵盖广东、浙江、广西、江西、安徽等近十个省份，累计在线培训人数超过250万人，线下培训人数超过20,000人，其中校长培训人数超过4,000人。2020年，易教优培线下培训业务因为疫情受到了较大的不利影响，目前公司正在积极开拓市场，力争在2021年实现业务快速发展。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
视觉内容与服务	566,490,068.56	179,331,179.82	63.27%	-20.71%	-38.63%	0.24%
其他	3,961,509.10	3,961,509.10	100.00%	-48.52%	-113.31%	30.34%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2020年归属于上市公司普通股股东的净利润总额为141,534,168.10元，较2019年同期归属于上市公司普通股股东的净利润总额219,048,159.38元减少77,513,991.28元，降幅35.39%，主要系报告期内公司由于受到两次网站整改事件以及新冠疫情等因素影响公司合并层面营业收入较上年同期下降所致。

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，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

执行新收入准则导致的会计政策变更

财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入（2017年修订）》（财会[2017]22号）（以下简称“新收入准则”）。经本公司2020年4月28日召开第九届董事会第十次会议决议通过，本集团于2020年1月1日起开始执行前述新收入准则。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。为执行新收入准则，本集团重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定，选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即2020年1月1日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

执行新收入准则的主要变化和影响如下：

——本集团将因转让商品而预先收取客户的合同对价从“预收账款”项目变更为“合同负债”项目列报。

A、对2020年1月1日财务报表的影响

报表项目	2019年12月31日（变更前）金额		2020年1月1日（变更后）金额	
	合并报表	公司报表	合并报表	公司报表
预收款项	91,020,616.27	526,421.64		
合同负债			86,353,256.61	496,624.19
其他流动负债			4,667,359.66	29,797.45

B、对2020年12月31日/2020年度的影响

采用变更后会计政策编制的2020年12月31日合并及公司资产负债表各项目、2020年度合并及公司利润表各项目，与假定采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，受影响项目对比情况如下：

a、对2020年12月31日资产负债表的影响

报表项目	2020年12月31日			
	新收入准则下金额		旧收入准则下金额	
	合并报表	公司报表	合并报表	公司报表
预收款项			90,376,074.77	5,091,180.38
合同负债	85,628,965.43	4,803,000.36		
其他流动负债	4,747,109.34	288,180.02		

b、对2020年度利润表的影响

新收入准则对本集团2020年度利润表无影响。

(2) 联营企业执行新金融工具准则

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2家联营企业决定于2020年1月1日起施行新金融工具准则。

联营企业——常州视觉跃动文化发展有限公司、辽宁新兴文化创意投资基金合伙企业(有限合伙)因实施新金融工具准则，相应影响本集团2020年1月1日未分配利润金额为9,821,748.69元、长期股权投资增加金额为9,821,748.69元。

(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) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

1. 本期发生的非同一控制下企业合并

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据	购买日至期末被购买方的收入	购买日至期末被购买方的净利润
天津五百像素网络科技有限公司	2020-02-28	3,600	100%	购买	2020-03-01	完成工商变更	926.94	231.88
苏州视觉觅网络科技有限公司	2020-07-08	5,965	85%	购买	2020-07-01	完成工商变更	850.36	420.56

2019年12月，本公司之子公司常州五百像素网络科技有限公司与北京视觉像素网络科技有限公司签订股权收购协议，收购其持有的天津五百像素网络科技有限公司100%股权，股权收购对价3,600万元。该交易于2019年12月26日，经本公司总裁办公会2019年第十二次会议审议通过。

2020年5月本公司之子公司常州远东文化产业有限公司分别与宁波启迪针头创业投资中心(有限合伙)、常州视觉星动网络科技有限公司、常州视觉互动网络科技有限公司签署股权转让协议，常州远东文化产业有限公司以现金方式协议收购上述三家公司持有苏州视觉觅网络科技有限公司总计85.00%股权，总对价款为5,965.00万元。该交易于2020年4月24日，经本公司总裁办公会2020年第四次会议审议通过。

2. 其他原因的合并范围变动

本集团于2020年9月设立子公司丽水丽影网络科技有限公司。

本集团于2020年9月注销天津视觉星动网络科技有限公司。