证券代码:000681 证券简称:视觉中国 公告编号:2019-010

视觉（中国）文化发展股份有限公司

【2018】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。

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700,577,436为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.46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	柴继军	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
传真	010-57950213	010-57950213
电话	010-57950209	010-57950209
电子信箱	000681@vcg.com	000681@vcg.com

2、报告期主要业务或产品简介

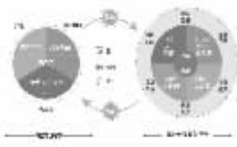
（一）主要产品、业务及经营模式

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平台的技术型企业。公司通过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与人工智能、搜索与图像识别等技术为支撑的互联网技术平台，结合国际化的实践及本土的市场情况打造产品与服务体系，为“视觉内容”的供稿方与使用方提供内容生产、内容运营、搜索、交付、内容管理、版权保护、社区分享与会员服务等全方位支持，打造服务于内容生态的“基础设施”。

公司拥有的PGC视觉内容包括代理内容与自有内容，其中以代理内容为主。代理内容来源于全球顶级的超过40万名签约供稿方以及240余家专业版权内容机构，公司的互联网内容交易平台在线提供并每日更新超过2亿张图片、1,500万条视频素材和35万首音乐素材，是全球最大的同类数字内容平台之一，且平台提供的内容超过2/3为高水准的自有或独家内容。

公司的客户包括所有需将“视觉内容”用于公开媒介发布或用于设计、展示及推广的最终材料的客户，包括广告营销服务公司、传媒、企业、政府机构及海量的自媒体群体等；也包括百度、腾讯、阿里巴巴等互联网平台，通过与互联网平台的对接，为平台上海量的自媒体及商家企业等长尾用户提供优质的内容与服务。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、出版、媒体、产品设计、网站及APP及装饰展示等各种用途，公司还为客户提供内容获取、企业内容资产管理，版权风控、行业图库、企业内容使用管理平台等技术增值服务；除素材内容服务外，公司也提供满足客户个性化需求的定制服务，包括权利清除、委托拍摄、创意众包、媒体宣推、广告创意等整合营销增值服务。（详见附图一）



（附图一）

行业发展趋势给公司带来了巨大的市场空间。公司持续加强对各细分领域用户的应用场景、用户行为及内容需求、相关技术工具系统等的全方位研究，紧跟趋势，持续创新，致力于为广大客户提供优质、高效、便捷、安全、智能化的“一站式”的“视觉内容与服务”。公司持续优化业务策略、组织结构、市场销售及运营体系，不断加强对全球优质的PGC视觉内容的核心优势，通过丰富多样的产品与服务模式组合、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。

老客户的高度粘性及新客户的有效开发带来的客户数量增长，优质内容、增值服务、智能交付带来的客户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将是公司主营业务增长的核心驱动力。公司加大技术研究和创新，强化服务客户的技术能力，以大数据加人工智能技术促进提升整个生态链的技术水平及智能化服务程度。

公司的核心主业为以视觉内容为核心的版权内容服务、技术服务及整合营销增值服务。除服务本土客户的网站平台及业务体系之外，公司还基于其整合全球优质内容及发展全球战略伙伴的全球化策略,继2016年公司收购全球知名图片品牌Corbis后,又在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，稳固公司的核心竞争力,实现公司目有内容的全球化变现。

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，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，打造一个以科技创新为核心竞争力的新型传媒科技企业。

优质内容

视觉内容的数量、质量、丰富度、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。

公司多年来通过收购Corbis与500px,及与Getty Images独家双向战略合作等方式,持续整合全球优质的PGC视觉内容资源。公司目前在编辑类与创意类、图片、视频与音乐、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,内容全面涵盖了建党九十周年、新中国成立七十周年、改革开放四十周年、扶贫攻坚、一带一路、奥运会、NBA、世界杯、奥斯卡等热门题材;近年来公司不断加强Corbis、500px等自有品牌的建设,平台汇集包罗万象的优质正版内容。可为客户提供可信赖的“一站式”的服务,提高客户使用内容的效率及效果,并帮客户规避内容使用中的版权风险。

供稿方的内容经过评估、筛选、分类、加关键词与标注、存储等工作上线,通过高效的智能化搜索、行业图库、智能配图等服务及多种技术交付手段,方便客户获取所需的图片,应用在其所需的应用场景。

在代理内容方面,为保证内容的权属清晰,公司与版权内容机构及供稿方者签署了相关协议,在权利义务、权利归属、授权内容、涉及的第三方权利、内容等方面进行明确约定,保证网站内容均获得合法授权。根据不同版权性质或属性的内容,公司收取相应的内容服务费（包括版权内容的授权费、针对特殊权属图片的内容获取费Access Fee，及技术服务费等）。公司不断提升对海量内容及数据的技术加入工的审核能力,遵循相关法律法规,加强完善编审机制,保证内容运营及授权的合法合规。

供稿方服务

公司的供稿方包括全球及本土顶级的超过40万名签约供稿方以及240余家专业版权内容机构。公司持续加强对供稿方的维护及服务。

公司与供稿方签署代理协议,获得内容的分销权;内容使用方签署服务协议付费获得内容服务;公司与供稿方采取分成的合作模式,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。自2014年以来,公司累计向全球内容供稿方支付版权许可和服务费超过9亿元;2018年,向全球内容供稿方支付版权许可和服务费近2.5亿元。

公司为供应商及供稿方提供在线的内容评估、上传、自动标签、存储、内容管理、在线查询销售分成等技术服务,降低内容创作者的创作成本和提高收益效率。公司还为内容创作者提供创意分享、市场信息、创意趋势、创作基金以及工作坊等服务,激励他们不断创作出更多的优秀作品。

为保护内容创作者的合法权益,推动内容生态的正版化,公司还建立及不断探索完善基于国际实践与本土市场相结合的版权保护体系,包括发现未经授权使用客户,推进正版化转化,并将获得的收益按协议与供稿方分成,保护供稿方的创作成果及利益。

产品与客户服务

基于全面海量的优质内容,公司提供丰富多样的的产品、增值服务和价格体系,以满足各类客户的需求。 公司借鉴采纳国际主流的图片授权价格体系（定价因素包括不同的内容,应用场景及用途,尺寸、时长、使用范围、购买方式等）,基于中国市场不同客户群的用图特点及需求,不断优化价格体系,以适应行业的发展趋势、市场及客户行为的变化。

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,以满足客户持续稳定的内容需求。公司除提供优质的“视觉内容”产品和服务外,还提供满足个性化需求的定制服务,例如权利清除、委托拍摄、创意众包、媒体宣推、广告创意等整合营销增值服务,为客户提供全面的“一站式”产品与服务,增加客户的满意度。

公司针对企业大客户和中小企业,采取不同的服务策略。公司充分挖掘企业大客户的全产品线（图片、矢量、插图、视频、音乐、字体以及增值服务）和全应用场景的需求,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需求、工作流程及内容管理等增值服务的需求。对于长尾型或简单需求的客户（如小微企业、自媒体等）推出到计划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交易服务。

为顺应互联网时代智能化服务的趋势,实现对客户在各种平台、各种应用场景下的内容获取、交付、内容管理的需求,公司以业界领先的技术能力为支撑,为用户提供一系列智能化服务,如智能图搜、个性推荐、图片/视频识别、API、智能文章配图、行业图库、版权风控、内容资产管理等，能满足海量客户与时俱进的使用视觉内容的需求。

人工智能与技术

公司的核心主业是依托大数据、人工智能等互联网技术,建设以“视觉内容”为核心的智能服务平台。公司基于客户的内容需求及应用场景,运用大数据、人工智能等互联网技术自主研发了一应内容处理的智能服务技术,例如,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,强化对平台两端海量用户的“智能”技术服务,智能技术应用于内容生产、内容运营、内容推荐、内容搜索、客户获取等全流程环节,提高撮合交易的效率。平台的供需两端碎片化程度越高、数量越大、市场覆盖范围越广,公司平台的“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。2019年,公司将继续坚持由“内容驱动”转型为“内容、技术”双轮驱动,加大技术研发投入,不断提升公司平台的服务交付效率,提升用户高效获取优质内容的体验。

针对“数据、技术、服务”三个方向的不断运营,形成了“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。以技术手段应用于提升用户获取内容、使用内容的效率与体验、客户的留存与转化等的所有环节,公司与互联网平台的合作将内容运营、智能服务能力逐步接入到用户使用场景,提供更高效便捷的交付服务,促进用户的内容消费全方位覆盖持续增长的海量用户的多样性内容需求，实现老客户的高度粘性及新客户的快速转化,使公司能实现主营业务规模的快速增长。公司的“白金视觉大数据”的持续增加和优化、智能技术的全面提升以及用户服务的超越体验,将成为公司高速发展的核心驱动力,在行业内建立更高的技术壁垒。

客户获取与市场覆盖

公司核心主业增长的主要驱动力之一是客户数量的增长。近年来，随着移动互联网、人工智能、大数据等技术的发展,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,给公司主营业务带来了巨大的发展空间。

基于行业和市场的发展趋势,公司持续加强对各细分领域的用户应用场景、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。公司通过技术创新、战略合作、市场营销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。

公司一方面大力加强市场开发,通过市场营销的方式获客。公司依托多年积累的用户行为数据分析,对潜在用户进行精准画像,通过各种品牌活动、市场营销,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客约客户;另一方面,公司先后与百度、腾讯、阿里巴巴、微博、一点资讯、搜狗、360等互联网平台结成战略合作伙伴,基于内容和数据的技术对接,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自媒体、中小广告主及商家等长尾用户;同时公司还通过版权追踪系统,了解潜在客户对内容的需求,将未经授权的使用行为转化为合法合规的版权使用行为,在保护供稿者权益的同时,推动整个内容生态环境里合法合规的版权用户群体的增长。2018年,公司通过法律诉讼胜诉的判决金额占比小于主营业务收入的1%。截至2018年末,公司直接签约客户数量超过14,000家,通过互联网平台进行内容授权的用户近33万。

生态打造

基于公司从“平台”到“生态”的发展战略,公司致力于“社区+工具+交易”的生态打造,巩固内容核心优质资源,深入内容创作者的工作流程,提供内容生产、消费、分发的全流程服务,加强了公司作为视觉行业基础设施的作用和价值。

公司于2018年通过收购500px拥有了全球性的摄影创作社交网络平台。收购500px大大拓展了公司不断生产海量全球优质视觉内容的能力,巩固和强化了公司内容的核心竞争力,完善了公司的平台生态。通过500px全球化的社交平台、公司不仅为全球千万级内容供稿方提供版权交易服务,还将提供社交互动、知识付费、工具服务、衍生品电商、版权保护等的全链条、“一站式”的各类增值服务。

未来公司还将持续围绕“社区+工具+交易”的策略,通过收并购、战略投资等方式提升公司的核心竞争力及全面服务平台两端的内容创作者及内容使用方的能力。

视觉内容和行业的结合

公司在聚焦核心主业前提下，将平台的核心竞争力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、科技创新与旅游、教育等行业的协同效应,构建“视觉+行业”的战略布局,完善及延展上市公司的业务生态,最终实现“视觉无处不在,视觉服务中国”的企业愿景。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位:人民币元

	2018年	2017年		本年比上年增减	2016年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	987,837,517.43	814,570,532.71	814,570,615.82	21.27%	735,497,004.94	735,497,004.94
归属于上市公司股东的净利润	321,211,367.56	290,820,917.16	290,820,917.16	10.45%	214,659,215.55	214,659,215.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	333,168,439.75	288,244,783.14	288,244,783.14	15.59%	211,869,969.87	211,869,969.87
经营活动产生的现金流量净额	291,049,483.11	250,127,629.88	250,127,629.88	16.36%	234,484,510.92	234,484,510.90
基本每股收益(元/股)	0.4585	0.4151	0.4151	10.46%	0.3064	0.3064
稀释每股收益(元/股)	0.4585	0.4151	0.4151	10.46%	0.3064	0.3064
加权平均净资产收益率	11.80%	11.96%	11.96%	-0.16%	9.81%	9.81%

	2018年末	2017年末		本年末比上年末增减	2016年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	4,230,024,683.76	4,099,465,288.73	4,093,379,032.36	3.34%	3,523,566,495.19	3,523,566,495.19
归属于上市公司股东的净资产	2,890,114,062.64	2,572,499,032.90	2,566,412,776.53	12.61%	2,296,778,132.27	2,296,778,132.27

1.会计政策变更

（1）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”）。本公司之联营企业——华融创新资本投资有限公司已于2018年1月1日起施行新金融工具准则。

联营企业——华融创新资本投资有限公司因实施新金融工具准则，调整减少2018年1月1日的未分配利润30,431,281.86元，因此影响本集团2018年1月1日未分配利润减少金额为6,086,256.37元、长期股权投资减少金额为6,086,256.37元。

（2）个人所得税手续费返还

财政部于2018年9月发布了《关于2018年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》,根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费,应作为其他与日常活动相关的项目在利润表的“其他收益”项目中填列。本集团据此调整可比期间列报项目,具体如下表:

报表项目	本集团			本公司		
	调整前	调整金额	调整后	调整前	调整金额	调整后
其他收益	4,360,953.66	19,916.89	4,380,870.55			
营业收入	814,570,532.71	-19,916.89	814,550,615.82			

（2）分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	155,306,141.52	326,253,546.36	219,662,522.30	286,615,307.25
归属于上市公司股东的净利润	39,910,374.07	96,887,797.55	83,261,962.74	101,151,243.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	38,072,874.07	95,655,446.71	83,469,136.29	115,970,982.68
经营活动产生的现金流量净额	-8,874,852.24	71,450,712.67	100,798,478.42	127,675,154.74

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	25,375	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	26,972	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

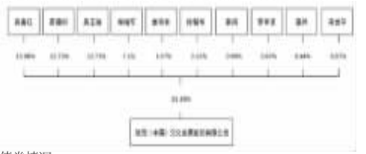
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
吴春红	境内自然人	13.98%	97,912,627	97,912,627	质押	35,860,000
廖迎训	境内自然人	12.73%	89,161,290	89,161,290	质押	56,351,000
吴玉瑞	境内自然人	12.73%	89,161,290	89,161,290	质押	52,550,000
柴继军	境内自然人	7.10%	49,762,128	49,762,128	质押	41,500,000
姜海林	境内自然人	4.37%	30,610,125	30,610,125	质押	29,000,000
陈智华	境内自然人	2.12%	14,830,762	14,830,762		
中信银行股份有限公司－交银施罗德新生活力灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.91%	13,376,872	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
中国建设银行股份有限公司－博时主题行业混合型证券投资基金（LOF）	境内非国有法人	1.71%	12,000,034	0		
常州服装集团有限公司	国有法人	1.45%	10,178,711	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴春红、廖迎训、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）。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）	无					

（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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

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

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。

购购并运营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 —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、十龙网、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家知名内容机构成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+”,帮助客户实现多层级账号管理、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

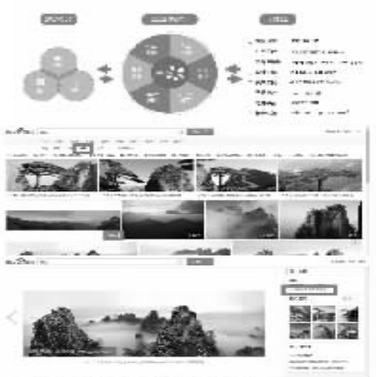
基于行业及市场的发展趋势及巨大发展空间，公司持续加强对各细分领域的用户的应用场景、用户行为及内容需求的差异化的全方位研究,持续提升公司对内容生态的连接和全面深度覆盖市场的能力。报告期内，与公司直接签约的合作客户数超过14，000家,同期增长90%。根据市场变化,公司重点对企业客户、媒体、广告营销与服务、互联网平台等四个目标市场进行了开拓,2018年收入占比分别为40%、29%、20%、11%,均实现了公司预期的增长。

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霓裳平台、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”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“嗡游信息技术有限公司”（以下简称“嗡游公司”）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。2018年,两大平台已汇聚64万导游资质和实时动态数据,36万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投资布局,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、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	781,902,756.26	381,557,721.42	68.58%	33.95%	30.00%	0.13%
软件信息服务	149,364,032.99	34,707,799.99	48.70%	6.60%	2.08%	-4.14%

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

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 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

1.会计政策变更

（1）财务报表格式变更

财政部于2018年6月发布了《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号）,本集团根据相关要求按照一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）编制财务报表:①原“应收票据”和“应收账款”项目,合并为“应收票据及应收账款”项目;②原“应收利息”、“应收股利”项目并入“其他应收款”项目列报;③原“固定资产清理”项目并入“固定资产”项目中列报;④原“工程物资”项目并入“在建工程”项目中列报;⑤原“应付票据”和“应付账款”项目,合并为“应付票据及应付账款”项目;⑥原“应付利息”、“应付股利”项目并入“其他应付款”项目列报;⑦原“专项应付款”项目并入“长期应付款”项目中列报;⑧进行研究与开发过程中发生的费用化支出,列示于“研发费用”项目,不再列示于“管理费用”项目;⑨在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目;⑩股东权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。

本集团根据上述列报要求相应追溯重述了比较报表。

由于上述要求,本期和比较期间财务报表的部分项目列报内容不同,但对本期和比较期间的本集团合并及公司净利润和合并及公司股东权益无影响。

（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《