

证券代码：000681

证券简称：视觉中国

公告编号：2017-017

视觉（中国）文化发展股份有限公司

2016 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。

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

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	柴继军	彭晶	
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥 7 号电通创意广场 2 号楼 A 区	北京市朝阳区酒仙桥 7 号电通创意广场 2 号楼 A 区董事会办公室	
传真	010-57950213	010-57950213	
电话	010-57950209	010-57950209	
电子信箱	ss000681@163.com	ss000681@163.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司2016年实现营业收入73,549.70万元，比上年同期增长35.47%，实现归属于上市公司股东的净利润21,465.92万元，比上年同期增长36.24%，总资产35.24亿元，同比增长27.20%；归属上市公司股东的净资产22.97亿元，同比增长10.4%；经

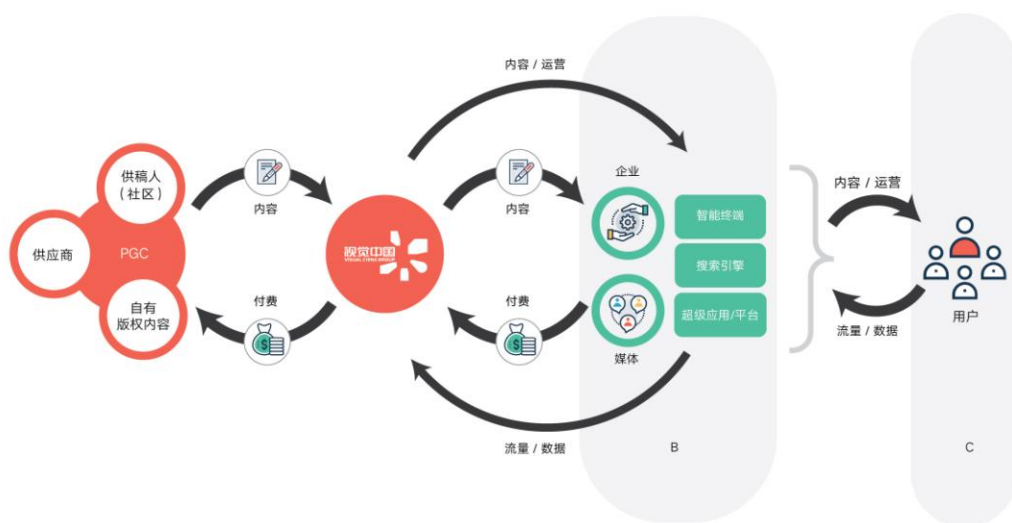
营活动产生的现金流量净额2.34亿元，同比增长95.27%。

其中互联网传媒与娱乐版块 2016 年实现营业收入 56,126.37 万元，比上年同期增长 32%；旅游及其他版块 2016 年实现营业收入 17,423.33 万元，比上年同期增长 49%。

（一） 主要产品、业务及经营模式

视觉中国是一家国际领先的以视觉内容为核心的互联网科技公司。公司整合全球高质量版权内容资源，通过互联网版权交易平台（www.vcg.comm）提供超过亿级的海量图片、视频、音乐素材，为广大媒体及企业的客户提供视觉内容和传播服务。基于公司全球化战略，公司与全球第一大图片库Getty Images建立战略合作伙伴关系，2016年收购比尔盖·茨创办的全球第三大图片库Corbis Images，并战略投资全球领先的摄影社区500px。公司以PGC视觉内容为核心，是国内最大的正版视觉内容版权交易平台之一。

“一图胜万言”，视觉内容已经成为连接媒体、品牌以及消费者的最高效的传播媒介。移动互联网发展进入下半场，优质内容已经成为互联网的稀缺资源。未来公司将继续依托视觉内容的平台和资源等核心优势，将优质内容与大数据、人工智能技术相结合，提升视觉内容多渠道高效分发能力，创新业务模式，增加业务收入来源，实现公司业务由2B向2C的延展。



公司拥有稀缺的多边平台型商业模式。供需两端群体越大，平台价值越大，从而吸引更多用户，形成自我加强的网络效应。这一模式拥有边际成本低、轻资产、现金流好、议价能力强、自我加强等诸多优点，公司在此基础上不断开发、提供创新型的增值服务，进一步提升平台价值。

公司于2014年12月中标国家旅游局“国家智慧旅游公共服务平台”。公司参与唱游公司定向增资扩股后，唱游公司作为“12301国家智慧旅游公共服务平台”的实施公司，按照《国家智慧旅游公共服务平台项目特许经营协议》要求，以12301国家旅游公共号码为载体，全力推动旅游公共信息的发布与资讯服务、旅游产业监管信息的采集、景区游客承载量统计与预警、旅游形象推广等功能，并积极开展与旅游业相关的增值服务。该平台是一个连接旅游行业出行者、从业者及管理者的具有公信力的旅游服务聚合平台，是我国旅游行业大数据平台，也是视觉中国战略实施中打造的第一个直接面向C端消费者的互联网平台。

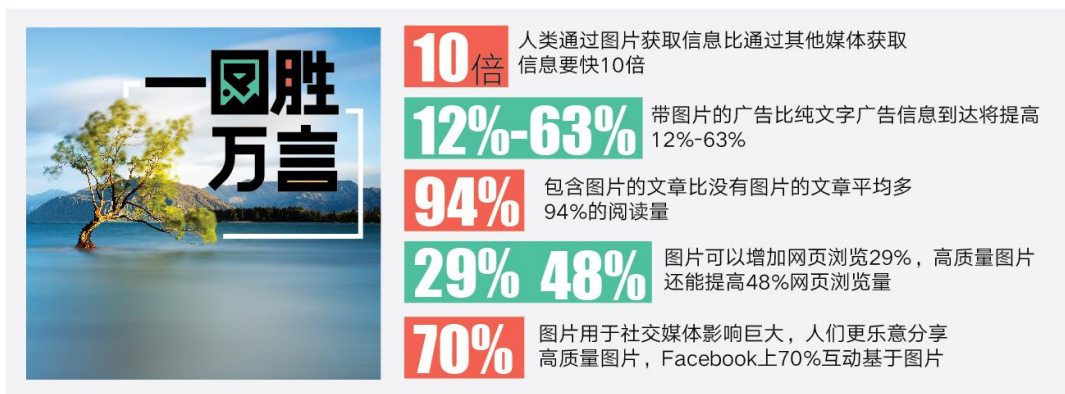
公司紧紧围绕“视觉”这一核心业务，将优质视觉内容与大数据、人工智能技术相结合，加速视觉生态布局，整合上下游资源，将业务延伸至旅游、教育等2C端产业，打造以视觉为核心的多业务板块高度协同发展的领袖型文化集团公司，以实现“Imagery Empower Communication”的企业愿景。

（二） 行业发展介绍

1. 互联网传媒与娱乐版块

1.1 内容视觉化

全球化时代图像语言是国际化的。如今70%的社交媒体都会附带图片，Facebook用户每天上传的照片就达35亿张。9亿微信用户中50.7%的用户喜欢在朋友圈浏览图片。图片型的社交平台如Instagram，Pinterest上，视觉化的内容营销成为国际潮流。与此同时，视觉技术的飞速发展不仅改变了视觉内容创作的方式，也进一步推动了PGC视觉内容的需求。“无人机”、“全景视频”、“机器视觉”、“虚拟现实(VR)”、“增强现实(AR)”，这些视觉科技沉浸式地将用户带入虚拟世界消费内容，给用户以全新的视觉体验，并将深刻影响传媒娱乐产业，在新闻报道、教育、旅游等领域有着广泛的应用。



1.2 网络内容化

随着移动互联网将进入下半场，流量红利已近天花板，亟需突破。优质内容可以提高用户体验和使用时长，并提高变现的转化率，因此2016年以来，Facebook、Snapchat、阿里、腾讯、百度等中外互联网巨头纷纷加入了内容战争，启动内容化战略，甚至开始了付费内容尝试。**优质内容已经成为互联网的稀缺资源。**

Facebook在内容上布局即时新闻、直播和VR。为了吸引媒体进驻提供内容，Facebook提供更好的体验、更详细的数据统计和较高的广告分成模式。阿里旗下淘宝&天猫启动电商内容化，开淘宝头条，做淘宝二楼，电商直播等，阿里的UC浏览器转型UC头条订阅号，内容把浏览器和电商平台连接起来，把整个阿里生态打通，实现利益最大化。百度的搜索引擎在PC端有绝对的优势，进入移动互联网时代，百度将内容与海量用户数据、搜索技术算法与百度广告联盟打通，内容生态对百度具有重大战略意义。2016年腾讯开启内容分发战略，大力推广企鹅号，QQ浏览器、天天快报、QQ空间、腾讯新闻等腾讯旗下产品也彻底打通；腾讯的微信公众号引领国内自媒体发展，公众号付费阅读是一个基础设施，是一个内容制造者的刚需。流量和内容的比例将从现在的“八二”演变到未来的“五五”，流量和内容同样重要。显而易见，互联网未来的发展趋势将从流量竞争变成内容竞争，流量是入口，内容是制高点。

1.3 品牌媒体化

互联网技术革新推动传媒行业发生巨变，传媒业的边界正在变得模糊，甚至在某种意义上说正在消失。以往政府机构、企业、组织以及个人都需要通过传统媒体来发布信息，但今天，它们可以利用自己的互联网站、社会化媒体来进行无中介的信息传播。同时，内容分发的渠道不断延伸，从PC时代的门户网站到移动互联网时代的社交媒体，从搜索到个性化推荐，从视频到直播平台。行业边界的模糊，也意味着市场边界的模糊，传媒业与IT、电信、电子商务以及其他传统产业间的交叉越来越多，进而形成“你中有我、我中有你”的新市场。

越来越多的品牌成立自己的新媒体内容制作部门，最根本的原因是社交媒体所带来的变革，品牌自建内容团队对于品牌而言更加敏感，也更有控制权。在移动互联网时代要变得迅速，就必须去除层级，减少内容生产过程中的各种成本。例如，红牛成立了名为 Red Bull Media 的媒体公司；欧莱雅集团自建的“内容工厂”，为旗下的品牌提供适合当地消费者的营销内容，包括在 YouTube 上线如何化妆的教学视频；百事可乐拥有55人组成的“编辑部”，专注于聆听和分析、制定内容策略、创新和出版、社区管理、营销学、法律和媒体的购买。在国内，越来越多的媒体专业团队加入了诸如阿里巴巴、大疆、中国平安、海尔、万达等知名品牌的新媒体部门。Marketing Week 2015 年的统计数据显示，已经有超过 27% 的品牌宣布在数字营销领域不与任何第三方公司合作而采取自建团队的模式。品牌媒体化的趋势，使得企业客户对优质创意内容的需求更加强烈和高频。

2. 旅游及其他版块

目前，旅游业已全面融入全球产业结构、生产方式和消费模式之中，世界经济发展已逐步进入“旅游时代”。旅游业是世界公认的资源消耗低、就业机会多、综合效益高的产业，是现代服务业的重要业态，也是国内产业结构调整的重要方向。2015年中国接待国内外旅游人数超过了41亿人次，旅游总收入突破4万亿元，同比去年分别增长10%和12%，成为拉动中国经济增长的新引擎。2015年我国出台了《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》，旨在促进旅游市场消费，加大旅游行业投资。2017年国家旅游局发布了“十三五全国旅游公共服务规划”、“十三五全国旅游信息化规划”。

2017年全国旅游工作会议上，国家旅游局局长李金早作了题为《积极实施“三步走”战略奋力迈向我国旅游发展新目标》的工作报告，确定2017年的中心任务是“加快由粗放型旅游大国向比较集约型旅游大国转变”。目前我国仍处于对资源依赖较高的粗放型旅游大国阶段，旅游业转型升级的动力一方面是要推进互联网与传统旅游业的融合，通过公开、透明的互联网平台实现供需对接、信息对称，进而进行创新和改造提升，回归以消费者为中心的旅游产业模式；另一方面行业监管将进一步加强，2015年底，国家旅游局下发《关于完善“导游人员从业资格证书核发”行政审批事项有关工作的通知》（旅办发〔2015〕202号），通知中指出由国家旅游局对全国导游人员资格考试实行统一管理，省级旅游主管部门具体负责本辖区内的导游资格考试具体工作；从2016年11月开始，导游证考试实行全国统考。2016年2月国务院办公厅出台了《国务院办公厅关于加强旅游市场综合监管的通知》，推动对旅游市场综合监管，破除景点景区内外的体制壁垒和管理围墙，实现公共服务一体化，实现旅游监管全覆盖。2016年下半年，各地旅游部门启动了对全国4A级及以下景区的集中复核检查，国家旅游局正会同相关部

门，酝酿推出新修订的《旅游景区质量等级管理办法》和新国家标准，全国景区监管正加快走向常规化和制度化。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	735,497,004.94	542,902,526.07	35.47%	391,092,045.23
归属于上市公司股东的净利润	214,659,215.55	157,557,775.58	36.24%	141,768,490.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	211,869,959.87	156,406,685.23	35.46%	97,425,579.58
经营活动产生的现金流量净额	234,484,510.92	120,082,270.12	95.27%	67,038,970.47
基本每股收益（元/股）	0.3064	0.2299	33.28%	0.2348
稀释每股收益（元/股）	0.3064	0.2299	33.28%	0.2348
加权平均净资产收益率	9.81%	19.26%	-9.45%	14.92%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
总资产	3,523,566,495.19	2,770,124,808.92	27.20%	1,523,704,748.47
归属于上市公司股东的净资产	2,296,778,132.27	2,080,437,724.92	10.40%	1,358,723,144.89

(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	100,304,452.07	180,183,113.99	196,542,715.47	258,466,723.41
归属于上市公司股东的净利润	25,712,408.81	44,241,247.69	53,139,087.32	91,566,471.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	25,254,761.09	43,726,249.84	52,751,333.62	90,137,615.32
经营活动产生的现金流量净额	1,767,585.12	18,579,767.80	230,250,954.21	-16,113,796.21

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	35,846	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,946	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	

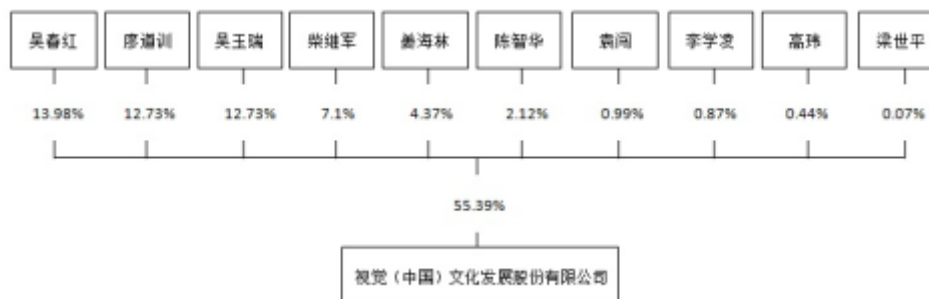
吴春红	境内自然人	13.98%	97,912,627		质押	40,590,000
廖道训	境内自然人	12.73%	89,161,290		质押	54,351,000
吴玉瑞	境内自然人	12.73%	89,161,290		质押	45,350,000
黄厄文	境内自然人	8.58%	60,143,474		质押	60,000,000
柴继军	境内自然人	7.10%	49,762,128		质押	36,400,000
姜海林	境内自然人	4.37%	30,610,125		质押	21,500,000
常州服装集团有限公司	境内非国有法人	2.47%	17,322,925	17,322,925		
陈智华	境内自然人	2.12%	14,830,762			
常州产业投资集团有限公司	国有法人	1.84%	12,868,633	6,930,233	质押	12,868,633
谢志辉	境内自然人	1.06%	7,436,115			
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）。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）	不适用。					

（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

（一）互联网传媒与娱乐版块

1.1 整合全球优质 PGC 内容资源，建立强大护城河，提高竞争壁垒

截止 2016 年 12 月 31 日，公司拥有的 PGC 视觉内容的互联网版权交易平台（www.vcg.com），在线提供超过 2 亿张图片、500 万条视频素材和 35 万首各种曲风的音乐或音效，是全球最大同类网络平台之一。公司视觉内容主要来源为三部分：公司自有版权内容、签约供应商和供稿人提供的内容。

自 2003 年以来，公司就与全球第一大高端视觉内容版权服务供应商 Getty Images 在中国大陆地区建立了独家合作关系。2016 年，公司与 Getty Images 在香港进行合资公司股权合作，形成更加紧密的全球范围内的战略合作关系，从而不断巩固和加强了公司在 PGC 视觉内容领域的绝对优势地位。截止 2016 年 12 月 31 日，公司与 Getty Images、ITN、500px 等全球 240 余家知名图片社、影视等版权机构建立了独家内容供应的合作关系。

2012 年，公司收购大中华区领先的娱乐通讯社东星娱乐。东星娱乐自 2002 年成立以来积累了海量视频、图片素材，覆盖北京、上海、台湾、香港、澳门、韩国 6 地重大娱乐资讯。2016 年，公司收购了比尔·盖茨于 1989 年创办的全球第三大图片库 Corbis Images 持有并管理的数千万张记录了 19 世纪至 20 世纪全球重大历史事件的原版图片、底片、印刷物等档案，是不可再生的、稀缺的、极其珍贵的人类历史影像遗产。Corbis Images、东星娱乐是公司拥有自有版权的核心内容资源。

视觉中国打造了中国领先的基于视觉为兴趣的互联网垂直社区集群：摄影师社区（www.500px.me）和设计师社区（www.shijue.me）。2015 年 7 月，公司战略投资全球领先的摄影社区 500px，为公司社区业务奠定了国际化的基础；2016 年 10 月 21 日，针对个人摄影组织、各类摄影协会、艺术院校摄影系及摄影器材厂商，社区正式推出“部落”功能，使每个群体可以在各自的部落中管理成员、组织各类活动等。2017 年一季度，社区开通了签约供稿人功能，社区注册用户经过审核后即可成为视觉中国的签约供稿人，直接在社区上传内容、查阅授权记录、统计数据等功能。高质量的内容社区吸引了众多品牌和机构的合作。2016 年，华为、oppo、小米、索尼、茅台、摩拜单车、北京 2022 冬奥会组委会、上海旅游局等与社区联合举办摄影、设计大赛等活动，取得了良好的效果。2017 年，《科技中的设计报告 2017》将公司与阿里巴巴、小米等公司一起入选中国互联网“科技+设计”代表之一。

2017 年一季度，公司先后与凤凰网、一点资讯、腾讯网、百度等公司建立战略合作，视觉中国社区将与上述媒体平台打通，注册会员将可以获得自媒体认证，在社区发布的优质内容可以同步分发到各自自媒体平台，帮助社区会员获得更多的品牌推广和流量分成收益。社区为 PGC 内容的创作者（摄影师、设计师、漫画师、插画师等）提供展示、分享、交流、学习以及变现服务，提升社区会员的体验以及用户黏性，是公司“社区+内容+交易”商业模式中关键一环。截止 2016 年 12 月 31 日，公司与近 18000 名供稿人建立了合作关系。

视觉内容的数量和质量是公司核心业务增长的关键驱动因素之一，公司不断整合独家的全球最优质的 PGC 内容资源，汇聚全球优质资源，精细耕作构筑强大护城河，竞争优势显著。

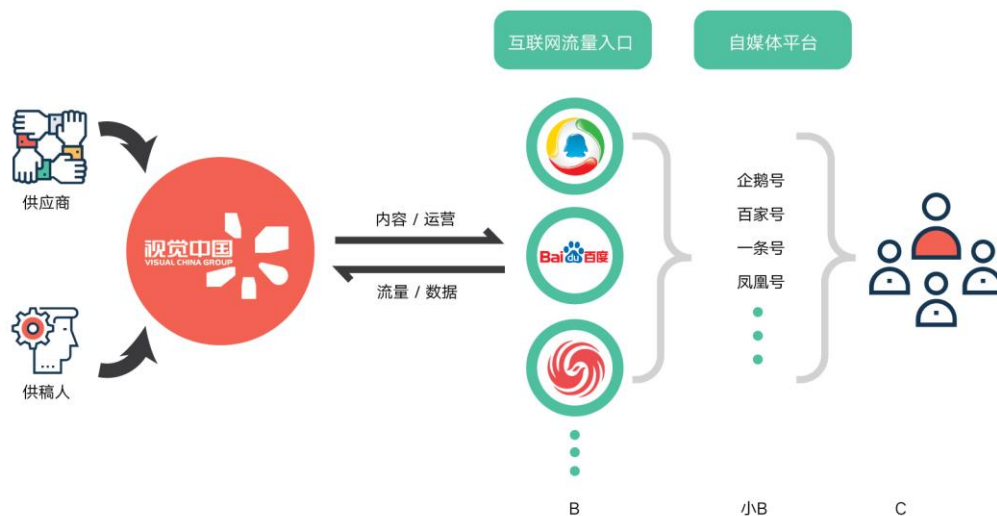
1.2 加大技术研发能力，提升产品体验、服务交付和管理效率，驱动业务快速增长；

2016 年，公司对互联网版权交易平台 www.vcg.com 进行了全面改版升级，在搜索、交互和视觉等方面进行了全面优化，初步实现编辑类图片、创意类图片、视频素材、音乐素材的内容交付、产品体验的“一站式”无缝统一；用户可以通过登陆 www.vcg.com 搜索、浏览和授权下载所需的内容，特别是搜索和算法的优化，帮助客户提高找到他们所需视觉内容的效率。同时，还升级了交易平台的内容运营、客户管理等后台管理系统。

2016 年初公司开发图像追踪系统，通过人工智能、图像比对、爬虫技术，能够追踪公司拥有代理权的图片在网络上的使用情况，一方面大幅降低版权保护的成本，更为有价值的是，公司因此大大降低了客户获取成本以及通过大数据获取客户的内容需求数据。2017 年 4 月 20 日，视觉中国对版权保护的案件入选“2016 年度北京法院十大知识产品创新性典型案例”。2017 年 4 月 26 日，视觉中国对版权保护的案例入选“福建省律师知识产权十大典型案例”。公司还将继续加大技术投入，提高技术研发能力，提升产品体验、服务交付和管理效率，以驱动业务快速增长。

1.3 依托核心资源，扩大和夯实战略合作，促进业务增长探索新的业务模式；

经过长期协商谈判，2017 年一季度，视觉中国先后与一点资讯、凤凰网、腾讯网签订了《战略合作协议》，根据协议，视觉中国向腾讯网媒“企鹅媒体平台”、一点资讯、凤凰网的自媒体平台全部开放全部正版图片、视频、音乐资源，一起为数十万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。公司未来将与更多第三方平台合作，有效对接 C 端与小 B 用户，拓展长尾市场。



2017年4月12日，视觉中国与百度在线网络技术（北京）有限公司签订了《战略合作协议》，视觉中国与百度将在内容正版化、高质内容生态建设、搜索引擎、人工智能、智慧旅游等领域建立全面、深入、互为优先的战略合作关系。视觉中国与百度携手抵制网络图片侵权盗版，共同净化网络版权环境，推动内容产业的健康发展，共建高质内容生态。作为百度战略优先的平台级接入合作伙伴，视觉中国向百度全面开放 PGC 版权资源库（图片、视频、音频），接入并服务于所有“百度系产品”，为用户、内容创作者、商业广告客户提供最优质正版内容资源。双方将在图片搜索建立深度合作，以显著提升 C 端用户图片搜索体验为核心目标，开展包括但不限于在图片搜索的优先排序、垂直内容专区、C 端用户个性化推送、数据共享等合作。双方将在人工智能、大数据分析、云服务等方面共同打造高效、便捷的互联网数据媒体服务平台；依托视觉中国“12301 国家智慧旅游公共服务平台”，双方共建反欺诈联盟和涉旅企业认证绿色通道，提升百度旅游产品的用户体验及公信力；

优质内容已经成为互联网的稀缺资源。未来公司将继续通过与互联网大流量入口战略合作，以优质 PGC 视觉内容为核心，将内容运营与大数据、人工智能技术相结合，提升视觉内容多渠道高效分发能力，实现从 B 端客户全覆盖的同时向 C 端客户延展。

1.4 版块其他业务

上海卓越为汉华易美控股 51% 子公司（2015 年 11 月收购），主要从事全案整合营销，业务涵盖快消、IT、金融、旅游等多个领域，集品牌创意、数字营销、电子商务为一体，为客户提供以消费者为中心、网络技术为基础、营销为目的、创意为核心、内容为依托的个性化营销。2016 年，卓越管理团队依托视觉中国品牌优势以及加大业务协同，取得了较好的业绩增长。

湖北司马彦为汉华易美持股 49% 参股公司（2015 年 9 月收购），主要从事字帖书籍的编写、策划、制作和发行业务，经过 30 年的不断积累和沉淀，已编写出版钢笔字帖、毛笔字帖、多体汉语字帖、多笔体英文字帖等近 800 种，已与 400 多家经销商建立了长期、稳固的合作关系。2016 年，湖北司马彦依托其核心 IP 资源，业绩稳步上升。

(二) 旅游及其他版块

2.1 唱游

2014 年 12 月，视觉中国中标国家旅游局“国家智慧旅游公共服务平台”，视觉中国持股 45% 的唱游公司作为“国家智慧旅游公共服务平台”的实施主体。国家智慧旅游公共服务平台是一个连接旅游行业出行者、从业者及管理者的服务聚合平台，是我国旅游行业的大数据云服务平台。截止目前，采用全媒体交互技术的 12301 国家旅游服务热线已全面建成，实现 31 省 12301 集中受理咨询与投诉，并以 12301 电话、微信公众号，微信城市服务、支付宝城市服务、微博、官方网站等 8 个渠道为游客提供 7*24 小时的中英文旅游服务。

2016 年 8 月，由国家旅游局、视觉中国、唱游公司联合开发建设的“全国导游公共服务监管平台”已正式上线，全国导游公共服务监管平台实现了导游执业管理，导游执业信息全记录，导游服务评价和投诉，旅游部门监管执法和其他公共服务等功能。

2016 年 9 月，全国旅游投诉举报平台和案件办理管理系统上线，目前已连接全国超过 1200 家旅游质监所与执法大队，实现旅游投诉实时流转。

2016 年 10 月，全国旅游监管服务平台开发工作正式启动，该平台预计 2017 年 10 月正式上线。

2.2 版块其他业务

艾特凡斯为公司全资子公司，主要从事主题公园和城市综合体数字娱乐项目提供从策划、创意、制作、生产全流程的数字娱乐服务。2016年，艾特凡斯紧紧围绕“塑造精品工程、加强风控管理”的经营指导目标，成功交付了合肥万达电影乐园，被评为“优秀供应商”，为2017年业务发展打下坚实基础。

亿迅资产组为公司控股73%的子公司（2015年9月收购），是国内领先的全媒体交互中心解决方案供应商，即采用设计+销售+开发服务型的经营模式，根据不同行业的客户需求进行设计，运用Genesys、Verint、Every360等特点为客户提供全媒体交互中心解决方案，为不同客户开发定制，并提供后续技术支持及维护服务。2016年，亿迅资产组正处于从产品销售公司向技术服务公司的转型中，持续投入进行新技术和新客户开发，公司在互联网企业发展迅速，连续赢得滴滴用车，美团大众点评，VIPKID等项目。

（三）公司未来发展的展望

1. 行业发展趋势对公司经营的影响

数据显示，在2006-2016的10年间，我国网络核心版权产业行业规模从2006年的163.8亿元增长到2016年的5086.9亿元，年增长率保持在30%以上，产业规模增长超过了30倍，并且带动了智能硬件、线下IP授权开发等实体经济转型升级。中国网络核心版权产业规模大幅增长，已经成为中国经济增长的新动能。2016年数字创意产业被纳入《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，2020年产值规模将达到10万亿元级。

近年来版权产业对促进经济社会发展的重要作用日益凸显，各界对版权保护的力度也在不断加大。2016年11月27日，中共中央、国务院正式发布《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》，强调加大侵犯知识产权行为的惩治力度。2016年7月至12月，国家版权局、国家网信办、工信部、公安部联合开展打击网络侵权盗版“剑网2016”专项行动，重点整治网络文学版权秩序，使网络版权秩序持续好转，网络版权生态不断优化。2016年12月5日，经中央批准的首届中国版权金奖颁奖，这是我国版权领域最高奖项，对提升版权创作、运用、保护和管理能力，推动版权强国建设具有显著激励作用。2016年，“百度贴吧”全面整顿和清查、奇虎360科技有限公司个人云盘服务停止、“网络版权产业研究基地”在腾讯公司设立等活动，表明互联网企业更加重视版权保护，积极履行企业主体责任，与社会各界共同努力促进网络版权秩序不断好转。图片继音乐、视频、文学版权之后，也是互联网版权问题的重点版块，正在为各方所关注。

优质内容已经成为互联网的稀缺资源，内容付费也逐渐成为趋势。伴随着移动互联网的快速发展，网站、APP、微博、微信、公众号、电子商务、自媒体等众多媒介的出现对于版权图片的需求量更正以成倍的速度在增加。中国网民规模目前已达到7.31亿，移动网民规模近6.95亿，网站达400万个，APP总数达到300万个，微信公众账号总数也已超过1000万个，超过60%以上的网页都会有图片内容。越来越多的企业和个人使用图片给包括公司在内的整个行业带来千载难逢的机遇。

根据国家旅游局数据中心发布的《2015年中国旅游业统计公报》，2015年全国旅游业对GDP的直接贡献为3.32万亿元，占GDP总量比重为4.9%；综合贡献为7.34万亿元，占GDP总量的10.8%。当前和未来一段时期，在各大行业发展相对放缓的背景下，旅游业的快速增长成为我国经济发展的亮点。2016年12月《“十三五”旅游业发展规划》发布，《规划》确定了“十三五”时期旅游业发展的总体思路、基本目标、主要任务和保障措施。面对这一历史发展机遇，2017年由国家旅游局、视觉中国、唱游公司联合开发建设的“全国导游公共服务监管平台”、“全国旅游投诉举报平台和案件办理管理系统”、“全国旅游监管服务平台”将逐步建成并完善；“国家智慧旅游公共服务平台”通过运用大数据手段，建立游客投诉、评价数据体系，打通信息共享通道，让涉旅企业、旅游监管部门更加快速地了解游客反馈，更好地规范旅游市场；同时，利用对大数据资源、挖掘分析、技术等方面优势，获得了更精准的用户分析、更高的执行效率；通过切实解决国内旅游行业的痛点，逐步建立起健康、可持续发展的商业模式。

2. 公司发展战略

“一图胜万言”，视觉内容已经成为连接媒体、品牌以及消费者的最高效的传播媒介。移动互联网发展进入下半场，优质内容已经成为互联网的稀缺资源。未来公司将继续依托视觉内容的平台和资源等核心优势，将优质内容与大数据、人工智能技术相结合，提升视觉内容多渠道高效分发能力，创新业务模式，增加业务收入渠道，实现公司业务由2B向2C的延展。

公司紧紧围绕“视觉”这一核心业务，将优质内容与大数据、人工智能技术相结合，加速视觉生态布局，整合上下游资源，将业务延伸至旅游、教育等2C端产业，打造以视觉为核心的多业务板块高度协同发展的领袖型文化集团公司，以实现“Imagery Empower Communication”的企业愿景。

3. 2017 年度经营计划

为实现2017年战略规划，确保完成2017年经营目标，公司将做好以下工作：

3.1 抓住战略机遇，打造核心竞争力，全面聚焦核心业务，推动业务高速增长；

公司将抓住有利的战略机遇期，全面聚焦视觉内容的核心业务，通过打造内容、技术等核心能力，推动业务高速增长。

公司将扩大独家优质内容来源，进一步保持PGC内容垄断优势；公司将进一步加大对社区的投入，通过提供内容分享、社群交流、工具云平台、流量变现、版权保护等服务，扩大签约供稿人的数量和质量，打造“社区+内容+交易”的生态圈。

公司将继续加大产品开发和网络基础设施投入，以提升网站用户体验、提高部署新产品和新服务的能力和效率。公司将与百度公司在技术层面展开战略合作，利用百度云基础能力与人工智能技术与公司积累的内容大数据结合，进一步提升图片的处理能力和交付效率，在人工智能、大数据分析、云服务等方面共同打造高效、便捷的互联网数据媒体服务平台。公司还将在搜索引擎与百度等公司展开合作，不断提升搜索算法和智能大数据分析，帮助客户提高他们获取所需创意内容的效率。公司将在2017年推出面向签约供稿人的短视频上传和交易功能，通过公司云计算数字资产管理平台（dam）向媒体和企业客户提供数字资产管理服务，为客户提供更好地管理视觉内容和品牌管理资产的平台。

公司业务增长除了内容、技术外，另一个增长驱动的关键因素在于获取客户。2017年，公司将继续通过优化“图片追踪系统”，拥有高效获取潜在客户的商业机会。其次，扎实推进与百度、腾讯网、一点资讯、凤凰网等战略合作伙伴的合作，向合作伙伴超过百万自媒体用户全面开放图片、视频、音乐资源，通过与更多大流量平台合作，共同打通长尾市场，对公司

业务战略升级具有重要意义。目前，中国内容产业市场还处于早期阶段，公司将继续通过市场营销、战略结盟以及通过技术手段等有效方式积极投入获取客户，以期实现收入 and 市场份额的增长。

3.2 持续推进国家智慧旅游公共服务平台和全国旅游监管服务平台建设

国家智慧旅游公共服务平台是一个连接旅游行业出行者、从业者及管理者的服务聚合平台，是我国旅游行业的大数据云服务平台。同时也是视觉中国战略实施中打造的第一个直接面向C端消费者的互联网平台。根据“十三五全国旅游公共服务规划”、“十三五全国旅游信息化规划”的要求，唱游公司将在2017年完成以下工作计划：一、协助国家旅游局在2017年6月30日前，完成导游电子导游证的注册和换发工作，全国导游身份认证数据及导游评价数据，将全部导入到全国导游公共服务监管平台中，实现导游数据的集约化管理。二、在2017年10月上线全国旅游监管服务平台，实现全国旅行社信息管理、团队管理、电子行程单和电子合同的统一监管，将全国旅游咨询投诉数据、全国导游认证评价数据、全国旅行社团队数据全部打通，以信息技术手段推动旅游治理体系和治理能力现代化。三、完成12301国家智慧旅游公共服务平台的升级工作，在国家旅游产业运行监测和应急指挥平台基础上，与各省运行监测和应急指挥平台建立联动关系，实现数据对接，逐步形成中国旅游产业大数据平台。四、利用视觉中国独有的视觉内容的生产、分发、营销资源，与各地旅游委（局）建立横向合作。五、建立旅游企业信息直通车，将12301全媒体交互中心与数万家旅游企业进行有效连接，为其提供更丰富的旅游服务。在完成刚性服务需求基础上，开展更多增值服务。

3.3 积极开展投资孵化，构筑“视觉+”行业生态圈

基于发展战略，公司将通过外延并购、股权合资和战略合作等多种方式，在视觉内容主营业务的上下游积极布局，打造“视觉+”行业生态。2016年12月，公司投资辽宁新兴文化创意投资基金合伙企业（有限合伙）（下称“辽宁基金”），以充分利用国家和辽宁省产业（创业）投资引导基金的政策优势、资源优势和产业导向作用，整合各参与方合作及优势资源，以更好地寻求潜在优质资源，通过直接股权投资等经营手段获取投资收益，为全体合伙人创造价值。2017年，公司将以此为依托，在视觉内容上下游及相关文化产业细分领域，寻求相关的内容、技术与服务的成长型企业，以及具备较强的内容开发能力、持续创新能力和项目运营能力的创新型文化企业作为投资对象，同时持续关注基金投资风险。截止2017年4月20日，辽宁基金已执行投资的项目共3个，其中2个为自媒体项目，1个为企业服务项目。

2014年12月，公司投资常州合一科文投资合伙企业（有限合伙），（下称“合一基金”），截至2016年12月31日，合一基金投委会共通过19个项目的投资决策，其中3个为影视类项目、16个为股权类项目。2016年1月，公司投资北京华盖映月影视文化投资合伙企业（有限合伙）（下称“映月基金”），同时参与北京华盖映月影视文化投资管理有限公司增资。截至2016年12月31日，映月基金已基本完成基金投资期的投资工作，已过投委会并执行出资的项目包括影视类项目及股权类项目近20个，将通过后轮融资、新三板挂牌、并购等多种方式，实现资金的完整退出。

4. 面临的风险分析及应对措施

（1）管理风险

公司业务增长迅速，参、控股公司扩大到四十余家，公司内部管理的复杂度和难度将不断提高。各子公司业务模式、员工规模、收入规模差别较大，产业发展成熟度差别较大；地域扩展到北京、常州、深圳、上海、大连、广州、香港等，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将面临更大的挑战。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。

（2）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时，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、控股公司实现时时关注、指导，保障信息通畅。

（3）盗版风险

目前图片市场盗版现象仍然比较普遍，政府有关部门近年来通过逐步完善知识产权保护体系，在保护知识产权方面取得了明显的成效。同时，公司设置版权合规部，专门对未经公司授权私自使用的图片进行维权，同时结合自身实际情况在保护自有版权上采取了许多措施，包括签订严密的版权授权合同，预防版权侵权风险。2016年初公司开发图像追踪系统，通过人工智能、图像比对、爬虫技术，能够追踪公司拥有代理权的图片在网络上的使用情况，一方面大幅降低版权保护的成本，更为有价值的是，公司因此大大降低了客户获取成本以及通过大数据获取客户的内容需求数据。2017年4月20日，视觉中国对版权保护的案件入选2016年度北京法院十大知识产品创新性典型案例。2017年4月26日，视觉中国对版权保护的案例入选“福建省律师知识产权十大典型案例”。公司还将继续加大技术投入，提高技术研发能力，提升产品体验、服务交付和管理效率，以驱动业务快速增长。通过上述措施，持续提高公司维护版权的能力。

（4）汇率变化风险

公司预计2017年境外业务比例及所面临的汇率风险都将有所上升。为规避和对冲经营和融资所产生的汇率风险，公司将对外币做分类管理，严格坚持套期保值原则，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，必要时将通过金融衍生品对冲汇率波动风险。

（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。

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	561,263,739.42	352,276,009.35	62.76%	31.88%	31.09%	0.64%
系统集成与技术服务	118,338,801.34	59,404,783.89	50.20%	103.96%	185.78%	-14.49%

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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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、处置子公司

单次处置对子公司投资即丧失控制权

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例（%）	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并财务报表层面享有该子公司净资产份额的差额	丧失控制权之日剩余股权的比例（%）
常州视觉星动网络科技	见注2	50.00	转让	2016/5/1	执行董事更换	4,164,081.71	10.00

有限公司							
常州视觉跃动文化有限公司 ^{注1}	见注2	30.00	转让	2016/8/11	执行董事更换	588,004.85	30.00

(续)

子公司名称	丧失控制权之日 剩余股权的账面 价值	丧失控制权 之日剩余股 权的公允价 值	按照公允价值重 新计量剩余股权 产生的利得或损 失	丧失控制权之日剩余股 权公允价值的确定方法 及主要假设	与原子公司股权投资 相关的其他综合 收益转入投资损益 的金额
常州视觉星 动网络科技 有限公司	见注2			全体股东的出资义务尚 未履行，因此以账面价值 确定	
常州视觉跃 动文化有限 公司	见注2			全体股东的出资义务尚 未履行，因此以账面价值 确定	

注1：于2016年8月1日常州新视体育发展有限公司名称变更为常州视觉跃动文化有限公司。

注2：由于本集团尚未履行对上述两家公司注册资本的缴纳义务，账面价值为零，因此本公司以零对价转让上述股权份额。根据股权转让协议及该两公司修改后的章程规定，转让股权所对应的出资义务由受让方继续履行。本集团对常州视觉星动网络科技有限公司剩余出资义务为100万元，章程规定在2025年7月31日前履行完毕；本集团对常州视觉跃动文化有限公司剩余出资义务为900万元，已于2016年11月已实缴330万元。

2、其他原因的合并范围变动

北京汉华易美图片有限公司于2016年11月30日设立全资子公司天津华盖悦动信息技信有限公司。

汉华易美(天津)图像技术有限公司于2016年7月8日设立全资子公司天津易美跃动信息技术有限公司。

深圳艾特凡斯智能科技有限公司于2016年1月4日设立全资子公司江苏视觉娱乐新科技有限公司。

常州远东文化产业发展有限公司于2016年5月31日设立全资子公司常州亿迅云技术有限公司。

上海卓越形象广告传播有限公司于2016年6月24日设立全资子公司天津优亿新科技有限公司。

eSOON China Limited 于2016年5月26日在澳门设立控股子公司New eSOON China Limited。

视觉（中国）文化发展股份有限公司

董事长：廖杰

二〇一七年四月二十九日