

视觉（中国）文化发展股份有限公司
投资者关系活动登记表

编号：2022-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	详见附件。
时 间	2022年8月29日 10:00-11:10
地 点	公司会议室，电话会议
上市公司接待 人员姓名	董事、总裁：柴继军 副总裁、董事会秘书、财务负责人：刘楠
投资者关系活动主 要内容介绍	<p style="text-align: center;">回答提问环节记录如下：</p> <p>1. 问：上半年主业国内外经营情况介绍？预计下半年恢复情况如何？</p> <p>答：2022年上半年，受三月份以来的国内疫情影响，公司部分客户所在行业或地区经营活动受到了较大影响。公司收入实现持续增长，利润有一定下滑。</p> <p>国内方面，广告营销服务和企业这两个客户板块受到影响比较大，尤其是华东地区，业务有一定的下滑。公司是广告传媒行业的上游板块，下半年如果营销推广恢复正常，公司会随之恢复增长。目前看，7、8月份在逐步恢复。</p> <p>海外方面，2022年上半年公司境外营业收入较同比下降33.06%，环比保持稳定。公司目前跟Getty合作关系比较稳定，业务恢复情况后续还要看与海外合作伙伴的进一步配合。</p> <p>今后，公司将更加聚焦核心主业和长期战略目标，积极采取一系列措施优化业务流程，降本增效，相信随着市场逐步回暖，公司也会逐步走出困难的时期。</p>

2. 问：公司音视频业务的经营情况？各行业客户受影响情况如何？

答：公司把发展音视频内容作为战略重点。2022 年上半年，公司的音视频素材的销售额同比增长超过 160%，但基数还比较小。公司战略投资企业 VJshi 主要服务中小企业和长尾用户，在疫情影响下依旧取得近 30%的同比增长，可以看到音视频业务的需求还处在高速增长期。公司长期看好音视频业务板块。

公司客户分为四类：

一是党政及媒体客户受疫情影响较小，仍保持了一定的增长，是公司最重要的客户群。当前党媒央媒及政府主导部门宣传力度加强，公司这类客户的数量再增加，其内容需求也在不断加强，会为公司带来持续强劲的增长。例如公司去年和今年为上海城市形象资源共享平台 IP SHANGHAI 提供平台支撑，为成都城市形象资源共享平台“视觉成都”提供相关支持，以满足政府对外宣传的需求。

二是互联网平台客户保持稳定。上半年各互联网平台遇到了较大的经营压力，公司主要为其提供 API 服务。公司在偏资讯类的应用场景营收受到影响，但在广告、营销、视频剪辑、创意设计方面持续增长。总体有降有升，比较稳定。公司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 200 万。新的应用场景也在增加，比如视频的剪辑，今年接到快手视频订单，为其用户做 AI 自动生成内容的服务。

三是广告营销与服务客户，是公司传统的合作客户群，该部分客户连接了高价值的企业客户，公司可以通过广告营销客户触达非常多的企业客户。上半年受疫情影响，广告营销服务受到比较大的影响，下半年能否恢复主要取决于整体经济恢复情况。

四是企业客户，主要包括 KA 大客户和中小企业客户，上半年客户数有所增长，但增长幅度比以往低，主要也是疫情影响。中小企业在困难时期，受影响比较大。公司未来增长潜力最大的还是在企业端。

3. 问：公司在工具类业务投资的情况？和主业的协同情况如何？

答：公司的核心价值是内容和数据，把非结构化的图片视频变成结构化数据，然后通过技术 API 的方式与不同工具平台进行配合，最终为用户提供好的体验。公司互联网平台的接入节奏非常稳健，牢牢把握不同互联网平台的商业化节奏，针对其新推出的应用场景做需求对接，客户粘性较强。也有一些未接入的平台，还有一定的增长空间。同时，在视频剪辑、创意设计、视频配乐等细分的场景，公司与快手、Canva、万兴科技、小影科技、稿定设计、创客贴等建立了平台级合作。

公司不仅服务 C 端用户，也服务 B 端用户。对方提供工具，公司提供内容，打包起来为客户服务。如公司战略投资的爱设计，下半年会与公司合作上线模板的内容板块，把素材和工具结合，增强服务中小客户的能力。这类工具类客户与公司主业协同性很强，可以增强用户使用效率和粘性。工具类企业是公司的下游客户，公司为各个工具提供服务，保持相对中立。如果有好的机会也会考虑投资方面的合作。

4. 问：公司是否考虑和有政府背景的机构如深圳文交所合作？

答：2022 年 5 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，明确到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，各地政府机构积极响应政策，推进国家文化数字化战略，例如深圳文交所的全国文化大数据交易中心等。文化数据交易平台包含的文化数字化内涵很丰富，不只有数字艺术品，也有很多其他 to B 服务；入驻文化数据交易平台的机构有些有大量音乐等素材。这对公司来说是很好的机会，一方面公司既可以作为文化数据的供应方，也可以是需求方、分发方，另一方面文化数据化完成后需要变成资产进行管理，公司有比较好的数据资产管理 SaaS 服务能力，因此公司期待与这样的平台和机构合作，也在积极进行洽谈协商，寻找合适的合作机会。

5. 问：公司 to C 业务国内外经营情况介绍？后续业务定位及未来展望？

答：公司 to C 业务主要包括社区和数字艺术品交易，2021 年底公司推出“区块链+”战略以来，市场环境变化较大。

从国内市场来看，国家在积极推进文化数字化战略，政策环境总体趋好，同时也会有一些限制，例如降低金融属性、防止炒作等，也有还未完全明确的政策，例如流通环节相关的政策。公司对元视觉的发展心态较好，一方面区块链和数字版权的结合点比其他场景更加务实，已经从前期的确权场景扩展到了交易环节，品类从摄影作品扩展到了美术、文学甚至音乐、AI生成内容等，发行模式也进入到了由虚到实、虚实结合的阶段；另一方面行业目前还相对早期，区块链的应用场景并没有完全打开，元视觉目前是首次发行平台，公司在多种发行模式上做了探索，例如艺术收藏类、品牌营销类和公益慈善类，也围绕核心内容资源，包括 Corbis 图片、历史档案资源等在开展内容运营，通过社群方式将购买过 Corbis 产品的客户联系起来，充分听取社群成员的意见。公司有优质的版权资源和丰富的创作者资源，未来随着数字版权和区块链结合点的增多，应用场景会越来越丰富；相关政策也会随着行业发展逐渐明朗，公司有耐心通过技术和产品的不断打磨把内容生产端、分发端和传播端的场景打通，在不断变化的市场中找好站位。

境外市场环境 with 境内截然不同，在经历了早期繁荣后，目前处在相对低潮的阶段。公司在这个市场的发展还非常早期，刚刚上线交易功能，处在摸索和寻找自己定位的阶段。海外生态中，摄影师和创作者主导性很强，平台之间相对开放，现阶段公司更多的是为创作者提供工具，由创作者驱动交易、主动变现。公司对海外平台大概的方向定位是“社区+工具+交易”，具体发展还在摸索阶段。

6.问：公司降本增效的具体措施有哪些？效果何时体现？

答：公司降本增效的核心目的在增效，提升效率，重点做了两方面工作，一方面是内部组织结构的梳理和调整，围绕效率提升进行流程优化和再造，让每个岗位发挥应有的作用；另一方面是人员结构的变化，在保证满足生产经营需要的前提下，把一部分职能放到更合适的地方，例如把研发职能逐步转移到武汉，把内容审核职能放在常州，武汉和常州的人力成本比海外和北京要低，人员也更加稳定，这样的调整能保证在稳健经营的前提下降低成本。公司降本增效的具体工作目前仍在进行中，效果的体现还需要一定时间。

7.问：调整组织架构的情况？对销售团队的调整策略？

答：2021 年上半年公司主要在做内容体系和技术体系的调整。内容方面，公司从业务出发，把内容体系从职能上进行区分，将部分业务职能放在常州。技术方面，公司业务高速发展，研发需求越来越高，为了更好地满足业务需要，公司建立了武汉研发中心。武汉地区人力成本相对较低，通过这种调整达到成本不显著增加的前提下，提升人员的整体素质，提升公司的研发水平和效率，达到“增效”目的。

目前公司在做销售体系的规划，一方面是提升信息化水平，通过信息化工具帮助销售团队更好地挖掘、管理和服务客户。另一方面对 KA 市场和中小企业、长尾市场进行进一步细分。KA 销售的主要工作是为大客户提供从素材到解决方案的整体服务，当前公司的客户类型越来越多，对销售人员的能力提出更高要求，例如服务政府等新兴客户类型的能力等，对 KA 销售公司有更明确的要求和目标；中小企业和长尾客户，公司采用标准化、流程化、更高效率的获客方式，销售人员的核心目标是提升获客效率和复购率。通过人员和场景的细分，实现获客效率的提升。

8. 问：从细分看，公司和党政央媒的合作业务表现如何？后续展望如何？

答：公司各类客户中，党政央媒的收入稳中有增，属于机会相对较多的类型。人民视觉比较特殊，和公司的合作主要在内容安全审核方面，公司主要配合人民网做大做强“人民视觉”品牌。其他党媒央媒的战略合作机会较多，疫情之下也保持了一定增长，未来会有持续增长的机会。两个典型的例子是“IP SHANGHAI”和“视觉成都”，公司分别和澎湃新闻、成都商报等主流媒体一起为政府宣传部门提供服务，既有平台 SaaS 服务，也包括内容素材供应服务和内容分发服务，合作模式和服务内容都比较丰富。这些合作的本质是公司作为平台赋能合作伙伴，提高其内容价值，这是公司的核心能力。

附件清单（如有）	见下
日 期	2022 年 8 月 29 日

附件：

公司名称	公司名称	公司名称	公司名称
海通证券	国联证券	申万宏源	开源证券
中金公司	国盛证券	华创证券	东吴证券
国信证券	广发证券	国海证券	西南证券
国元证券	华鑫证券	安信证券	兴业证券
招商证券	首创证券	中信建投	诚通证券
华西证券	国金证券	信达证券	平安证券
财通证券	浙商证券	财信证券	中银国际
嘉实基金	安信基金	国融基金	兴业基金
华富基金	兴华基金	国泰基金	博时基金
长信基金	中加基金	红塔红土基金	农银汇理基金
东海基金	华宝基金	民生加银	中邮人寿保险股份有限公司
上海呈瑞投资管理有限公司	欧擎投资	宁波善润投资有限公司	河南智慧和信基金管理有限公司
上海涌乐股权投资基金管理有限公司	上海永望资产管理有限公司	太平洋资产	华夏久盈资产管理有限责任公司
深圳市老鹰投资管理有限公司	上海禾驹投资管理中心（有限合伙）	中国人保资产管理有限公司	上海健顺投资管理有限公司
富利达基金管理(珠海)有限公司	广州云禧私募证券投资基金管理有限公司	中国人寿养老保险	上海盈月投资
上海雷根资产管理有限公司	深圳民森投资有限公司	上海尚近投资管理合伙企业（有限合伙）	上海辰翔基金管理有限公司
深圳市景泰利丰投资发展有限公司	南方红石（厦门）资产管理有限公司	深圳纽富斯	杭州华软新动力资产管理有限公司
上海泊通投资管理有限公司	上海深积资产管理有限公司	上海峰境私募基金管理有限公司	上海明河投资管理有限公司
广东恒昇基金管理有限公司	上海名禹资产管理有限公司	中财生生资本	上海喜世润投资管理有限公司
中邮理财有限责任公司	厦门国贸集团股份有限公司	温州嘉越投资管理有限公司	杭州玖龙资产管理有限公司
brilliance capital	杭州汇升投资管理有限公司	北京厚特投资有限公司	深圳市尚诚资产管理有限责任公

			司
相聚资本管理有限公司	长江养老保险股份有限公司	清水源(北京)投资有限公司	万吨资产
郑州智子投资管理有限公司	上海东证期货有限公司	厦门观升私募基金管理有限公司	