

# 视觉（中国）文化发展股份有限公司

## 2022 年度环境、社会及公司治理报告

2023 年 04 月

## 目录

关于本报告.....	1
一、 公司基本情况.....	2
（一）公司简介.....	2
（二）经营指标.....	2
（三）社会认可.....	3
二、 股东和债权人权益保护.....	3
（一）“三会运作规范”，完善公司治理.....	3
（二）合理分配利润，积极回报股东.....	4
（三）做好信息披露，严控内幕信息.....	5
（四）畅通沟通渠道，维护投资者权益.....	5
（五）注重财务风控，保障债权人权益.....	6
三、 员工权益保护.....	6
（一）规范用工制度，保障员工基本权益.....	6
（二）完善薪酬体系，提高员工积极性.....	7
（三）重视人才培养，提升员工综合能力.....	7
（四）组织多种活动，增强员工归属感.....	8
四、 供应商、客户及消费者权益保护.....	8
（一）完善版权保护体系，维护内容创作者及使用者权益.....	8
（二）加强内部安全管理，严守用户信息安全.....	9
（三）强化内容安全审核，履行平台社会责任.....	10
五、 环境保护与可持续发展.....	10
六、 公共关系与社会公益事业.....	12
（一）开展版权保护，推动产业健康发展.....	12
（二）依托自身业务，服务国家工作大局.....	13
（三）积极参加公益活动，履行上市公司责任义务.....	14
七、 社会责任工作展望.....	19

## 关于本报告

**报告说明：**本报告是视觉（中国）文化发展股份有限公司（以下简称“视觉中国”或“公司”）发布的第三份企业社会责任报告，报告本着客观、规范、全面和透明的原则，详细披露了公司 2022 年在治理、环境及社会等方面的管理理念及表现，以促进各利益相关方与本公司进行更充分地沟通与了解。

**报告期间：**2022 年 1 月 1 日——2022 年 12 月 31 日，部分内容超出上述时间范围。

**报告范围：**除特别注明外，本报告组织范围包含公司及下属子公司。

**报告周期：**本报告为年度报告。

**报告编制依据：**参考深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《上市公司自律监管指南第 1 号——业务办理》等相关文件，结合公司的实际情况编制。

**数据来源和可靠性保障：**本报告中所有数据均来自于公司《2022 年度报告》或公司及下属子公司的运营记录。报告经公司董事会审核后发布，公司保证报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。如无特别说明，报告中所有金额均以人民币表示。

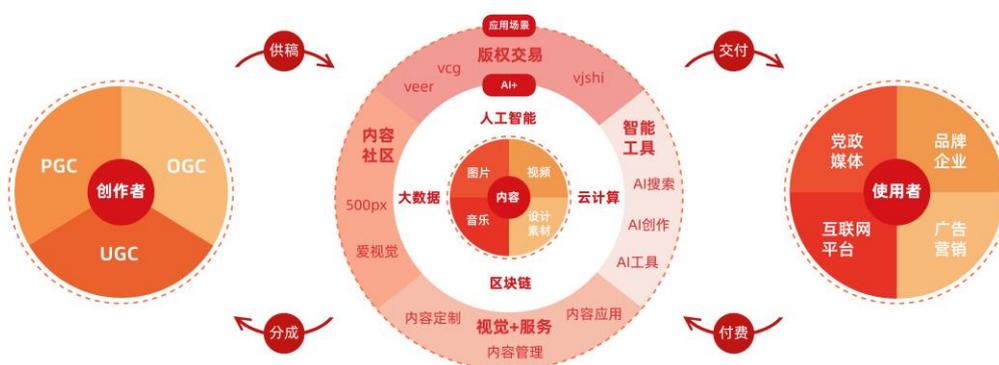
**报告获取方式：**本报告电子版在公司指定信息披露网站巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）、公司官方网站（[www.vcg.com](http://www.vcg.com)）下载。本报告为公司企业社会责任报告，仅供各方参考。若想了解本报告以外的其他信息，可查阅公司年度报告或浏览公司网站。

## 一、公司基本情况

### （一）公司简介

视觉中国成立于2000年6月，依托行业领先的人工智能、区块链、大数据、云计算等互联网技术，聚合超过4亿的优质图片、视频、音乐等数字内容，以“AI+内容+场景”为核心战略，打造以AI人工智能为核心驱动的视觉内容智能交易与服务平台，上游赋能全球内容创作者，下游服务政府媒体、广告创意、互联网平台以及企业机构客户，为文化产业高质量发展贡献力量。

### AI+内容+场景



### （二）经营指标

公司目前提供 4 亿张图片、3,000 万条视频和 35 万首音乐等可销售的各类素材，是全球最大的同类数字版权内容平台之一。公司服务超过全球 195 个国家的内容创作者和传媒出版、品牌企业、创意机构等客户；公司拥有全球签约创作者超过 50 万名，并与国内外近 300 家专业版权和内容机构建立紧密合作关系。

2022 年，公司合并层面营业收入 69,753.22 万元，较 2021 年同比增长 6.13%，归属母公司股东净利润 9,918.40 万元，较 2021 年同比减少 35.11%。公司直接签约客户数超过 24,000 家，同比增长 4%；其中年度销售额 10 万元以上的客户续约率继续保持在 80% 以上，核心客户群保持稳定；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 220 万，较 2021 年同比增长超过 10%。

### （三）社会认可

报告期内，公司获得的荣誉奖项如下：

荣誉奖项名称	颁发单位
案例《伊利金领冠》内容营销/影视广告优秀奖	第 22 届 IAI 传鉴国际广告奖
视觉中国 500px 鸣谢单位	神奇神木杯第 31 届人民摄影“金镜头”
积极参与冬奥文化相关工作感谢信	北京冬奥组委文化活动部
最佳组织奖	北京中轴线文化遗产传承与创新大赛组委会
首批创始成员企业	中国计算机行业协会元宇宙产业专委会
年度影响力伙伴单位	退役军人事务部宣传中心
对“山河锦绣 英雄归来”第九批在韩中国人民志愿军烈士遗骸归国 72 小时大型主题直播活动的支持工作感谢信	退役军人事务部宣传中心



## 二、股东和债权人权益保护

### （一）“三会运作规范”，完善公司治理

公司按照《公司法》《证券法》《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规建立了以股东大会、董事会、监事会及管理层为基础的法人治理结构，并结合公司实际情况不断规范

和完善，以进一步提高公司治理水平，促进公司规范运作。

2022 年，公司召开了 1 次股东大会，6 次董事会，6 次监事会，根据相关事项及职权范围，严格履行审议程序，会议的召开程序和职责履行均合法有效。独立董事按照《上市公司独立董事履职指引》、公司《董事会议事规则》等规定对有关事项发表独立意见。公司董事会下设的战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会均按照相应的工作细则开展工作，在促进公司经营管理规范运作中，充分发挥了其专业性作用。

公司严格依照《公司法》《上市公司股东大会规则》等法律法规的规定，规范股东大会召集、召开和表决程序。2022 年公司召开的股东大会均采用现场结合网络投票的方式进行议案表决，积极为中小股东参加股东大会创造方便条件，并就与中小股东利益密切相关的议案采用中小股东单独计票方式，保障了股东特别是中小股东对于公司决策事项的知情权、参与权和表决权。

## （二）合理分配利润，积极回报股东

公司注重给予股东持续合理的投资回报，利润分配政策保持持续性和稳定性，在与广大投资者共享公司经营发展成果的同时，兼顾公司的实际经营情况及公司的长期战略发展目标，不损害公司持续经营能力。公司在章程中明确规定了利润分配政策、决策程序和调整机制，明确了现金分红的条件，能够充分保护中小股东的合法权益。

公司自 2017 年起连续 6 年向全体股东实施利润分配，其中 2022 年度的分配方案为：以公司总股本 700,577,436 股为基数，按照每 10 股派现金 0.15 元（含税）向全体股东实施利润分配，共计分配利润 10,508,661.54 元。除此之外，不再进行送股或资本公积金转增股本。公司近 5 年现金分红情况如下：

分红年度	每 10 股派息 (元)	现金分红金额 (元)	归属于上市公司股东 净利润 (元)	现金分红比例
2022	0.15	10,508,661.54	99,184,010.29	10.60%
2021	0.22	15,412,703.60	152,852,973.13	10.08%
2020	0.21	14,712,126.16	141,534,168.10	10.39%

2019	0.32	22,418,477.95	219,048,159.38	10.23%
2018	0.46	32,226,562.06	321,211,367.56	10.03%

### （三）做好信息披露，严控内幕信息

公司严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规要求及公司《信息披露管理制度》的规定，保证公司信息披露的真实、准确、完整，并严格履行审批、报送程序，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司指定信息披露媒体为《中国证券报》《证券日报》《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn），确保广大投资者能够以平等的机会获得信息，不存在选择性信息披露情形。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及员工严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》、公司《董事、监事和高级管理人员持有和买卖本公司股票管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《重大信息内部报告制度》等相关规定，严格内幕信息的防控，对于有可能影响公司股价的重大财务或经营信息做到严控知情人范围，并尽量缩短从信息产生到对外发布的时间。在公司重大事项、定期报告等窗口期及时对相关内幕信息知情人员进行提醒，杜绝内幕交易。报告期内，公司未发生内幕信息知情人违规买卖公司股票的行为。

### （四）畅通沟通渠道，维护投资者权益

公司高度重视投资者关系管理工作，通过建立多渠道、多样化的投资者沟通模式，加强公司与投资者之间的沟通，促进投资者对公司的了解和认同，以不断提升公司治理水平、维护公司与全体股东利益。

报告期内，公司积极组织开展投资者沟通交流活动，安排专人接听投资者来电咨询，及时登陆公司邮箱查收投资者邮件，通过深交所“互动易”栏目与投资者进行在线互动交流，及时反馈处理投资者所关注的问题，倾听投资者的意见建议，在合法合规的基础上对投资者关切的事项予以妥善回复或解答。此外，公司还通过召开股东大会、业绩说明会、分析师电话会议的形式，为广大投资者提供与公司管理层直接沟通交流的机会，使其更深入地了解公司的经营发展情况，保障广

大投资者的知情权及合法权益。

### （五）注重财务风控，保障债权人权益

报告期内，公司注重完善财务风控体系。公司建立了涵盖财务管理、投资管理、资产管理、资金管理、对外担保、坏账核销、会计核算管理等在内的财务管理体系，实施稳健的财务管理方案，持续关注资产负债率波动，保证资金的流动性和安全性，以切实防范资金安全风险，有效保障公司资产、资金安全。

在经营决策过程中，公司充分遵守信贷合作商业规则，严格履行合同义务，按合同约定使用贷款、偿还本金和支付利息，诚实守信、合法合规，切实保障债权人的合法权益。报告期内公司无到期不能偿还的债务。

## 三、员工权益保护

截至报告期末，公司（含控股子公司）共有在职职工 486 人，员工构成情况如下：

专业构成	
专业构成类别	专业构成人数（人）
销售人员	235
技术人员	57
财务人员	32
行政人员	31
其他人员	131
合计	486
教育程度	
教育程度类别	数量（人）
研究生及以上	60
本科学历	379
专科学历	47
合计	486

### （一）规范用工制度，保障员工基本权益

公司努力构建和谐和谐的劳动关系，按照《中华人民共和国劳动合同法》和其他有关劳动法律法规的规定以及公司《人力资源管理制度》的要求，与员工签订劳

劳动合同，并严格执行国家用工制度、劳动保护制度、社会保障制度和医疗保障制度，按照国家规定为员工缴纳五险一金，为员工提供年休假、病假、事假、婚假、产假、哺乳假、丧假等多种假期，切实落实员工休息休假权，切实保障和维护员工的各项合法权益。

根据《公司法》和《公司章程》的规定，公司选任了职工代表监事，以维护员工在公司治理中的知情权和监督权。

### **（二）完善薪酬体系，提高员工积极性**

根据公平、竞争、激励的原则，公司建立了具备市场竞争力与内部公平性的薪酬体系，以岗位和职级为薪酬基准线，同时完善了绩效考核管理制度，将绩效考核结果运用到员工薪酬调整中去，公司也会定期根据市场情况、公司业绩完成情况对员工薪酬作出适当调整。公司薪酬政策确保了个人绩效公平，充分调动了公司员工的积极性，同时增加了对人才的吸引力。

### **（三）重视人才培养，提升员工综合能力**

公司持续完善人才培养体系，通过多层级的培训主题、多样灵活的培训形式全方面提升员工的业务水平和综合能力，在促进企业健康发展的同时，助力员工个人职业发展，力求企业和员工实现共赢。

公司通过内训、外训、交流分享会、案例分享等形式，开展一系列的培训活动。2022 年，公司组织了新员工上岗专项培训，帮助员工快速融入集体及熟练使用办公系统和商业服务软件；鼓励董监高人员及员工参加自律组织、监管机构等组织的专项培训，促进员工立足岗位成长成才，不断提升个人业务水平及综合能力；举办内容运营交流分享会，参会的各部门负责人结合工作实践，分享内容运营的工作体会，并就如何为客户提供更优质的内容和服务等进行交流，交流会的举办让员工更全面地了解了公司整体情况，并加深了对公司发展战略的理解，以在今后的工作中更准确地定位本职工作，为公司整体战略发展做出贡献。

除培训活动外，2022 年公司发布市场营销案例分享共 6 期，累计分享了 48 个营销案例，供员工相互交流学习。案例分享从客户沟通、产品展示、方案执行等多方面进行精讲分析，不仅员工能在分享案例中学习借鉴各类客户和情形的应

对、了解公司产品及运营情况，分享人也能在案例准备和总结过程中达到复盘精进的效果，极大提升了公司内部的学习氛围。

#### （四）组织多种活动，增强员工归属感

公司致力于为员工打造积极健康的工作环境和企业氛围，通过组织丰富多样的员工活动促进员工的身心健康及多方面均衡发展，增强员工对公司的归属感。2022 年，公司组织了“3.8”女神节活动，营造和谐、健康、有爱的大家庭氛围，增强公司凝聚力及员工的荣誉感、归属感，获得了员工的一致好评。另外，公司组织员工参加了江苏省上市公司协会举办的“喜迎二十大 奋进新征程”主题书画摄影大赛，通过摄影、书法、绘画等作品形式，展示中华大地风土人情的时代变迁和社会经济文化等各方面的建设成就，展示资本市场改革创新、锐意进取的精神风貌，展示上市公司快速发展过程中，广大党员干部、群众的工作场景、人物故事和文化生活等。公司 3 名员工在大赛中分别获得了一等奖和三等奖的好成绩。



## 四、供应商、客户及消费者权益保护

### （一）完善版权保护体系，维护内容创作者及使用者权益

公司在版权确权与保护的技术创新方面积极探索。公司是国内第一家将“可信时间戳”用于数字版权的确权和认证的公司，累计完成了超过 50 亿次图片版权检测，处于行业领先地位。2021 年 12 月 26 日，在符合法律法规和相关监管规则的前提下，公司在国内推出基于联盟链的数字艺术品交易平台——元视觉艺术网，2022 年 5 月底在 500px 海外社区平台推出视觉艺术品交易平台——Vault

by 500px。通过区块链技术把“数字作品”转化为“数字资产”，生成唯一数字凭证，实现数字艺术作品不可分拆、不可复制、不可篡改，在为数字艺术作品确权的基础上，实现真实可信的数字与实体艺术品的发行、收藏和使用，实现数字创新。公司在版权领域的技术创新能力与丰富运营经验，作为版权保护、内容付费领域的行业标杆，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。

公司继续依托 500px 摄影社区、爱视觉设计师社区，扩大个人签约创作者的数量和质量，公司拥有两大创作者社区——全球领先的摄影师社区 500px 与国内领先的设计师社区爱视觉（ishijue.com），覆盖 195 个国家，注册用户超过 2200 万，并拥有 50 万的签约创作者。2022 年 6 月，公司升级签约创作者专属的服务平台，上线“创作者中心”，“创作者中心”为签约创作者提供快捷上传、图库管理、销售查询、收益管理等一系列的在线服务，同时传递最新的市场动态和创作指南，提供投稿、约稿、征稿等多样化的服务，为创作者带来更好的供稿体验。

2014 年-2022 年，公司累计向全球内容供稿方支付版权许可和服务费超 18 亿元，激励了创作者创造优秀作品的积极性，大大促进创作者生态的健康发展。

## （二）加强内部安全管理，严守用户信息安全

信息安全对于公司至关重要，公司高度重视用户隐私保护和业务访问安全保障。公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》

《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规和监管要求，根据自身业务特点制定了一系列的信息安全制度规范，包括总体安全要求、信息安全保护策略、数据安全级别保护、信息系统开发安全、用户业务数据安全保障、信息系统运行安全、网络访问安全等多项制度。

公司采取多重防护措施保障用户信息安全。公司业务系统实行完全实名注册管理，用户通过手机验证完成注册，个人注册信息保存在最高安全级别数据库中，通过网络加密防护机制对个人信息进行保护防止信息在互联网上传播。用户信息数据修改采取保护限制及行为验证机制，同时对用户业务数据进行系统化的安全保护备份。技术部门对用户敏感隐私数据进行了加密脱敏处理，用户业务数据的获取需要按照保密级别和隐私制度完成。多项安全措施并行可以做到既保护用户信息又满足用户业务需求。

公司通过网络接入控制和权限级别规范对全公司个人电脑终端进行全面的的安全管理和监控。为了降低用户信息通过个人电脑外泄风险，公司的业务系统数据不会存储在个人电脑中，也不允许在个人电脑中运行，所有的业务系统都是在具备防火墙保护、防病毒软件监测、网络访问控制限制和分级权限限制的条件下运行。此外，对应的在线业务系统还时刻进行日志监控、网络防爬监控及数据测试保护等监控措施，全方位保障信息安全。

公司对于业务数据层的信息获取做了账户级的安全管理，各级账户根据级别和权限对敏感数据进行有限的访问获取，最高级别数据则需要相关人员提出申请后在领导审批同意后下才可进行获取。为降低信息数据从设备终端泄露的风险，公司对自有机房实施指纹识别进入以及进入等级制管理，对从物理设备中获取数据的情况做出相应规范并采取适当的屏蔽措施。

### （三）强化内容安全审核，履行平台社会责任

视觉中国始终把内容安全工作放在突出位置，根据形势的发展和工作实际，不断完善内容安全工作机制，确保内容导向正确、事实准确、来源规范、合法合规；建立了“从入口到出口”的全流程、全链条内容安全审核机制，完善总编辑及核心内容运营人员任职、管理、考核机制，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，提升内容安全技术保障能力，健全内容安全管理制度，完善供稿方签约管理制度，做好举报受理工作等。对所有内容进行“技术+人工”的分级审核、并与“新华视觉”编辑团队保持密切配合，全方位筑牢内容安全基石，确保提供给广大客户安全放心的内容素材和产品。

## 五、环境保护与可持续发展

基于“视觉无处不在、视觉服务中国”的公司愿景，公司严格按照《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规的要求，依托公司核心竞争力诚信守法经营、注重节约资源及环境保护，坚持走绿色健康发展道路，以实际行动回报社会。公司是一家平台型文化科技企业，通过互联网智能服务平台为上下游提供版权素材内容及服务，经营模式为绿色环保产业，不存在环境污染等问题。

在日常经营管理过程中，公司本着勤俭、实用、高效的原则，积极践行低碳、环保、绿色办公理念。公司积极实行绿色环保的办公方式，推行无纸化办公，采用线上办公系统、电话及视频会议系统等电子化办公模式；使用云服务代替自建数据中心，提高 IT 设备的资源利用率，大幅减少电力等能源消耗，降低人员及管理成本。同时，关注公共能耗指标，杜绝浪费，精准操作：公司在办公区域张贴“节约用电，随手关灯”“节约用水”等宣传标语，鼓励员工随手关闭不适用的电源、水源；在文印室设置“纸张二次利用区”，提升二次纸张利用率，增强员工节约资源的意识；加强空调整能降耗管理，根据季节、时间、天气变化等情况及时调整空调设备运行参数，定期保养保证设备运行节能环保。

保护环境也是每一个企业的社会责任，公司持续践行环境保护与可持续发展的理念，积极履行自身社会责任。视觉中国是打击网络野生动植物非法贸易互联网企业联盟成员；与野性中国合作共建“中国生物多样性物种图库”，将无偿向慈善、教育等公益用途开放；并在公司官网专门针对“国家重点保护野生动物名录”设立词条，当用户搜索词条内关键词时，网页顶部会出现带有“保护动物人人有责 请拒绝买卖野生动物及其制品”等标语。2022 年 5 月，第 29 个“国际生物多样性日”到来，为呼吁保护生物多样性，共建地球生命，视觉中国旗下“元视觉艺术网”于 5 月 23 日上线《中国生物多样性数字图鉴》系列数字艺术品。该系列包含《“中华神鸟”绿孔雀》《“美猴王”滇金丝猴》及《“雪山隐士”雪豹》三个数字艺术品，发售收益将捐赠给野性中国用于建设“中国生物多样性影像库”，助力公益事业发展。





## 六、公共关系与社会公益事业

### （一）开展版权保护，推动产业健康发展

公司坚决贯彻落实党和国家决策部署，认真学习《民法典》和《著作权法》等各项法律法规，公司法务部与各业务线深入研讨，完善供稿协议、年度合作协议审改等版权保护机制落地工作。公司与中国版权协会、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、江苏等地方版权协会以及企业一起发起共建版权保护平台。公司把多年来版权保护实践中积累的运营经验和能力为内容创作者、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，以调解为主，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。作为行业龙头，公司积极承担社会责任，在实践中一起推动落实“先授权，后使用”这一版权保护基本原则，推动内容正版化、使用合法化，为中国版权行业生态健康发展不断努力。

2022 年 4 月，在 4·26 世界知识产权日来临之际，百度百家号发起并组建『原创保护联盟』，特邀请国内原创及版权保护知名机构、主流媒体、知名原创作者、自媒体 KOL、头部知名 MCN 等共同加入。视觉中国受邀加入『原创保护联盟』作为支持单位，并参与线下原创保护联盟成立仪式，共同传递尊重原创、拒绝抄袭的价值观。2022 年 9 月，全国文化大数据交易中心上线试运行，视觉中国为首批进场机构之一，积极参与国家文化数字化战略与国家文化大数据体系建设。目前视觉中国正对相关数据进行全面梳理，将上线大量可交易的视觉类文化资源数据和文化数字内容。此外，视觉中国还将作为中介服务机构，共同参与视觉类

数据的定价评估模型设计，为场内视觉类数据提供文化数据经纪等服务。

## （二）依托自身业务，服务国家工作大局

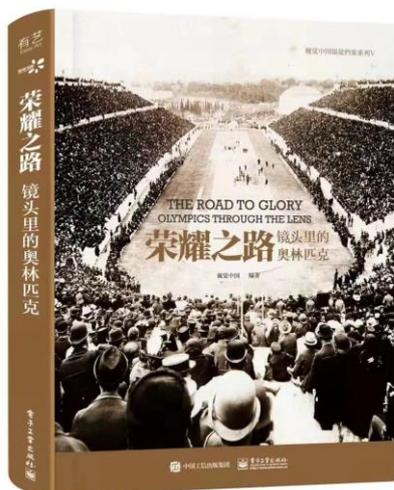
2022 年是全面建设社会主义现代化国家、“十四五”规划全面实施的重要之年，是党的二十大召开之年。公司围绕喜庆二十大、北京冬奥会等党和国家重点工作，依托内容、技术和渠道等方面的优势，持续升级内容产品、创新服务形态、拓展服务模式，深化与人民日报、新华社、中央广播电视总台、经济日报等中央新闻单位的合作，提供了大量反映党和国家发展成就的影像内容，为主流媒体做好重大宣传报道、扩大国际传播影响力、深入推进媒体融合转型等赋能，为党政机关和主流媒体在全媒平台打造、生产流程再造、传播能力升级、经营管理模式创新等方面提供支持。

报告期内，公司与新华网、央视网、光明网等联合出品《迎新春“虎年专辑”》系列微信推文、《虎年北京第一场雪》《2022 新年第一天只争朝夕》《2022 年大事件提前“剧透”》《给你点“颜色”看看》《定格 | 北京冬奥精彩看点》等报道；同电子工业出版社联合出版《镜头里的奥林匹克》《非凡之路：影像里的中国故事》等画册。公司为人民日报新媒体《大美中国》《中国在哪里》短视频，解放军新闻传播中心“八一”建军节宣传海报，空军在线“人民空军成立 73 周年纪念日”主题海报、人民画报社《学雷锋》公益海报，人民日报冬奥主题线下展览《有间冰雪馆》等，提供了大量优质内容。

视觉中国通过旗下 500px 摄影社区、爱视觉设计师社区，依托专业摄影师和设计师群体，深度参与媒体机构、党政机关举办的摄影、视频、插画征集活动，提供个性化内容生产服务，如中央文明办、人民日报社、教育部、应急管理部主办的《“以创意助公益”2022 全国公益广告大赛》、经济日报社《喜迎二十大奋进新征程》微视频大赛、人民日报海外网《“@奋斗的你”第四届全球华人短视频大赛》、中国日报《“Z 世代新榜样”全球影像征集大赛》、中国对外贸易中心《我心“目”中的广交会》、北京市文物局《2022 北京中轴线文化遗产传承与创新大赛》等活动，为活动成功举办作出贡献。

报告期内，公司为成都市人民政府新闻办公室、成都市文学艺术界联合会主办的视觉成都·城市形象资源共享平台，提供了从技术系统、版权素材、IP 数字

藏品等资源支持，为政府机关和央媒党媒打通传统媒体和新兴媒体、做好媒介资源整合、创新运营管理模式提供了思路和借鉴。公司还与中国日报社（ChinaDaily）、国广国际在线等达成战略合作，支持主流媒体内容对内、对外的积极宣传，用图片、视频讲好中国故事、弘扬中华文化。



### （三）积极参加公益活动，履行上市公司责任义务

视觉中国自成立以来，围绕扶贫、教育、健康、救灾以及重大时事等主题，与政府机构、公益团体及企事业单位广泛合作各类公益项目，通过举办摄影比赛、设计征集等，积极组织优秀创作者参与公益活动的拍摄创作，广泛传播公益理念。

结合自身业务优势，不断促进优秀作品的广泛传播，传达主流价值观，积极履行企业社会责任。2022 年 1 月，由退役军人事务部宣传中心联合人民网、新华网、清华大学继续教育学院和视觉中国等多家单位共同发起的“2022·荣光行动”在北京正式启动。2021 年，视觉中国发挥自身在内容和科技等方面的资源优势，为退役军人宣传工作助力，支持“中国退役军人”全媒体矩阵宣传，并于“2022·荣光行动”启动仪式当天，获颁退役军人事务部宣传中心“年度影响力伙伴单位”荣誉证书。



2022 年，公司还为“奋斗！在幸福路上”乡村振兴事迹影像作品征集、2022 全国公益广告大赛、“喜迎二十大 奋进新征程”微视频征集、2022 北京中轴线文化遗产传承与创新大赛、“海淀这十年，影绘新时代”摄影暨微视频作品征集大赛、“纪念风景名胜区设立 40 周年全国摄影联展”、“关爱成长、非成勿饮”海报设计大赛等活动提供了支持。





科技向善，通过科技赋能公益，视觉中国借由技术创新积极探索新时代下的公益实践，积极弘扬公益精神，履行社会责任，取得了良好的社会效益与反馈。

2022 年 1 月，视觉中国旗下元视觉平台首发作品《我要上学（大眼睛女孩）》的收益已全部捐赠至“安徽省青基会希望工程·苏明娟助学基金”，用于支持希望工程教育事业。

2022 年 1 月，元视觉平台上线李舸首创视觉艺术数字藏品《矩阵 THE MATRIX》，首次发售收益将用于扶持青年摄影师创作，助力中国摄影的良性发展。

2022 年 3 月，元视觉平台联合中国女摄影家协会发布“她影像”系列数字藏品，活动的部分收入将用于支持女摄影师创作，助力“她影像”飞翔。

2022 年 4 月，元视觉平台联合澎湃新闻发售《公益：妈妈我爱你》数字艺术品，并将发行收益捐赠至中华社会救助基金会，以关爱自闭症群体。

2022 年 5 月，元视觉平台发售《中国生物多样性数字图鉴》系列数字艺术品，发行收益捐赠给公益机构——野性中国，用于支持“中国生物多样性影像库”建设，保护生物多样性。

2022 年 7 月，元视觉平台联合晋察冀画报陈列馆及河北省摄影家协会，将“《晋察冀画报》创刊纪念”主题数字艺术品的收益用于晋察冀画报社沙飞、罗光达等先辈旧居修复及晋察冀画报社印刷厂复建，以期保护、传承红色经典文化。目前，发售在持续进行中。

2022 年 7 月，元视觉平台联合方正字库发售《方正甲骨文·十二生肖》系列数字艺术品，为中国光华科技基金会“青少年成长教育发展基金”项目捐款。

2022 年 7 月，元视觉平台携手澎湃新闻联合上海城市形象资源共享平台（IP SHANGHAI）创作的《上海感谢您》援沪抗疫纪念系列海报数字艺术品，向社会 0 元公益发行 10,000 份，为援沪医务人员预留数字艺术品的领取兑换。

2022 年 8 月，元视觉平台联合“郑州发布”平台公益发行《晚安 郑州》城市系列海报数字艺术品，希望借助“晚安海报”这一视觉产品载体，给每位看到海报的人，都带去温暖和力量。

2022 年 9 月，由中国地质博物馆和江苏省地质学会主办、常州中华恐龙园承办，并由视觉中国旗下元视觉、Vault by 500px 提供平台支持的“中华龙鸟数字藏品全球公益首发，传递“亲近自然、保护环境、珍爱生命、守护家园，不让恐龙的昨天成为人类的明天”的绿色发展理念，用科技“赋活”恐龙化石，让沉睡的宝藏与时代同频共振。

2022 年 9 月，元视觉艺术网联合正观新闻在秋分当日公益发售《二十四节气》主题手绘海报，以流传至今的仇英、吴昌硕等人的国宝级中国传统绘画为底图进行二次创作，形象生动、趣味性强，跨越时空维度，展现妙笔丹青与自然节令碰撞出的中国传统文化之美。

2022 年 11 月，元视觉艺术网与“视觉成都”联合公益首发《光绘成都·发现成都之美》系列数字艺术品，光绘艺术家王思博取材于天府双塔和大熊猫的形象，将光绘摄影、现代地标、数字技术深度融合，还原了天府之国的文化美学，打造独特成都记忆。

2022 年 12 月，元视觉艺术网与中国酒业协会携手推出“关爱成长 非成勿饮”理性饮酒主题系列数字艺术品，让更多人认识到“关爱成长 非成勿饮”。全部收益将捐赠至中国青少年发展基金会，用于未成年人保护事业。



## 七、社会责任工作展望

作为上市公司，公司一直重视承担社会责任，并将公司自身的业务发展和社会责任的履行相结合。2022 年，公司积极维护全体员工、股东、债权人、供应商、客户及消费者的权益，在日常工作中落实节能减排、环境保护工作，同时积极参与社会公益活动，推动公司与利益相关方的和谐发展。

2023 年，公司将继续提升自身社会责任理念及管理水平，在做好经营管理工作的同时，履行好企业社会责任。公司将持续做好员工、股东、债权人、供应商、客户及消费者的权益保护工作，并继续支持环境保护和社会公益事业，加强与各利益相关方的沟通与交流，实现公司与各利益相关方的共赢发展，为推动经济、社会和环境和谐发展贡献自身力量。