证券代码：000681　　证券简称：视觉中国　　公告编号：2020-047

# 视觉（中国）文化发展股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

公司全体董事均出席了审议本次半年报的董事会会议。

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 | 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 | | |
| 电话 | 010-64376780 | | |
| 电子信箱 | 000681@vcg.com | | |

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

| | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减 |
|---|---|---|---|
| 营业收入（元） | 272,314,514.68 | 402,142,506.63 | −32.28% |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 72,354,609.13 | 132,562,346.38 | −45.42% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 73,725,846.63 | 130,893,366.15 | −43.67% |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 35,003,425.14 | 43,074,190.49 | −18.74% |
| 基本每股收益（元／股） | 0.1033 | 0.1892 | −45.40% |
| 稀释每股收益（元／股） | 0.1033 | 0.1892 | −45.40% |
| 加权平均净资产收益率 | 2.32% | 4.49% | −2.17% |
| | 本报告期末 | 上年度末 | 本报告期末比上年度末增减 |
| 总资产（元） | 4,093,905,151.93 | 4,117,179,172.16 | −0.57% |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 3,147,545,774.32 | 3,073,699,436.25 | 2.40% |

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

| 报告期末普通股股东总数 | | | 33,819 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有） | | | 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 | 13.41% | 93,912,627 | 0 | 质押 | 21,270,000 | |
| 廖道训 | 境内自然人 | 12.73% | 89,161,890 | 0 | 质押 | 60,512,000 | |
| 吴玉瑞 | 境内自然人 | 12.01% | 84,161,290 | 0 | 质押 | 2,739,000 | |
| 荣继军 | 境内自然人 | 4.96% | 34,762,128 | 34,321,596 | | | |
| 上海浦东发展银行股份有限公司－广发小盘成长混合型证券投资基金（LOF） | 其他 | 3.29% | 23,031,439 | 0 | | | |
| 上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）－高毅邻山 1 号远望基金 | 其他 | 2.14% | 15,000,000 | 0 | | | |
| 姜海林 | 境内自然人 | 2.08% | 14,598,700 | 0 | 质押 | 6,800,000 | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 1.93% | 13,500,070 | 0 | | | |
| 陈智华 | 境内自然人 | 1.90% | 13,280,362 | 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 | |
| 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、荣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实际控制人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）。 | | | | | | |

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

概述

2020 年上半年，公司合并层面营业收入 27,231.45 万元，较 2019 年上半年同比下降 32.28%，归属母公司股东净利润 7,235.46 万元，较 2019 年上半年同比下降 45.42%。这主要是因为报告期内受网站整改、新冠疫情等双重因素影响，短期内对公司业绩造成一定的影响。为此，公司积极主动采取相关措施应对变化，并取得了一定成效，公司二季度经营业绩较一季度环比明显改善，二季度营业收入较一季度环比增长 46.31%，归属母公司股东净利润环比增长 47.84%。

报告期内，公司毛利率保持稳定，客户数总体保持稳定；公司通过互联网平台触达长尾用户继续保持快速增长，上半年已经达到 2019 年全年的 70 万。

随着疫情逐步缓解，目前内容供应以及受影响较大的行业客户业务逐步恢复。同时，公司从公司长期发展着眼，继续积极主动从各个方面采取措施应对市场变化，化危为机。尽管网站整改等对公司业绩短期有影响，但长期看，有利于公司商业模式的优化，有利于公司核心竞争力的提升，有利于行业规范有序发展，有利于公司更加健康快速发展。

主营业务分析

强化合规经营履行主体责任　深化与主流媒体战略合作

2020 年上半年，公司在有关部门的指导下，建立总编辑负责制，总编辑对内容的安全、创作、生产、传播负总责；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；在内部逐步完善专业的内容审核团队、组织和开展有针对性的培训，提升团队的政治意识、法律意识以及业务能力；完善机器审核、人工审核以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。

全面深入学习党和国家方针政策，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，进一步明确内容安全底线，强化合规经营，积极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。上半年，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 5 月 1 日、6 月 13 日（世界遗产日），公司 500px 摄影社区与人民日报新媒体联合出品《云游中国》系列视频节目，节目选取了 500px 摄影社区超过百名摄影师会员拍摄的 4K 超高清航拍国内风光短视频素材，在人民日报两微一端累计点击观看超过 1500 万次，评论近 2 万，点赞分享超过 10 万次，取得了良好的传播效果。7 月，公司与五洲传播出版社合作出版《火车上的中国人》英文版。五洲传播出版社隶属国务院新闻办公室，是以中国对外传播产品制作为主要业务的多媒体机构。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 年上半年，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及巨大发展空间，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 年上半年，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%、32%、18%、15%。

2020 年上半年，公司重点聚焦企业大客户市场，在产品服务上，推出“视觉 +”解决方案，首先充分挖掘大客户的企业应用场景的全内容素材（图片、视频、设计、音乐）需求；同时，为满足大客户的多样性需求，提供包括内容增值服务（创意趋势洞察、内容定制、版权保护、肖像权物权清除、传播应用等）和视觉智能服务（AI lab、数字内容资产系统），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，为公司带来新的业绩增长。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等行业协会建立战略合作，共建行业视觉素材库，拓展重点行业客户市场。同时，也对旅游、教育、交通、金融等行业开拓。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。2020 年上半年，公司克服困难，从大局出发，积极主动服务党政与媒体客户，取得良好的成效。

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。同时，针对数字营销的需求特点，顺应视觉内容“软性化”及“多样性”潮流，推动内容、客服、产品体验全面升级。经过努力，广告营销服务类客户业绩已经恢复到 2019 年四季度水平。

针对中小客户，公司通过在线数字营销，包括搜索营销、行业联盟营销、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 29 日，公司针对中小企业的电商网站 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。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。

针对长尾用户群，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 年上半年，公司继续保持与阿里巴巴、腾讯、百度、字节跳动、京东、阿里云、金山办公等大型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建立了平台级合作。2020 上半年，公司通过互联网平台触达长尾用户持续增加，半年数据已经达到 2019 年全年用户数，超过 70 万。公司将继续依托优质 PGC 视觉内容核心资源，扩大夯实与互联网平台（大流量人口）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。

依法合规开展版权保护　平台赋能促进产业健康发展

报告期内，十三届全国人大常委会第二十一次会议第二次审议《著作权法（修正案草案）》，进一步推动了《著作权法》第三次修订的历史进程；最高人民法公布《关于加强著作权和与著作权有关的权利保护的意见（征求意见稿）》；国家版权局就《关于版权行政执法工作中正据审查和认定问题的通知（征求意见稿）》向社会公开征求意见。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。

2019 年底，公司与首都版权联盟、中国互联网协会调解中心、广东省版权保护中心、江苏版权纠纷调解中心、深圳市版权纠纷人民调解委员会等多家调解机构建立合作，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补授权；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，已经取得了一些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。随着疫情的缓解，版权保护工作已经逐步正常开展。

2020 年是我国《著作权法》颁布 30 周年。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。

依托社区完善内容生态　发力视频音乐“5G”内容

报告期内，公司继续依托 500px 摄影社区、视觉 me 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，为供稿方提供行业趋势、需求分析以及创意趋势预测等服务，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，公司通过社区签约的国内图片、设计、视频等各类供稿人持续增长，公司累计在全球签约供稿人超过 50 万人。2020 年上半年，公司紧密与 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。

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。2020 年 3 月，公司建立 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。2020 年 8 月 3 日，公司内容素材版权交易网站 vcg.com 音乐素材全面升级改版。本次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。随着 5G 时代的到来，短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。为顺应短视频快速发展的趋势，公司将继续不断引进全球优质视频、音乐内容，利用大数据、人工智能、区块链、云计算等互联网技术为用户提供更好的平台体验，持续满足用户对音频、视频产品的需求。

持续加大研发投入　智能服务企业数字化引领业务发展

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。公司技术体系主要分为两部分：一是核心技术研发，包括大数据、人工智能、云计算等；二是应用技术研发，主要服务于内容交易、社区以及增值服务等业务板块。

报告期内，公司持续强化“大中台，小前台”的业务模式，重点建设营销云中台，包含两大模块四个中心。两大应用模块主要是公域流量运营优化和私域流量用户运营。系统提供小程序、H5 等工具，整合用户活动数据，实时监测反馈的结果，通过公众号、企业微信、短信等渠道进行自动化地营销策略调整。四个中心分别是客户数据中心、营销活动中心、营销内容中心和数据分析中心。全渠道多种营销场景覆盖，高效提升获客能力，加强客户社群运营，提升用户体验，实现业务增长；公司还重点对客户管理中台进行全面升级，优化了商机、合同、订单、回款等提升客户全生命周期管理效率，整体提升企业数字化能力。报告期内，公司的智能服务中台 AI lab 持续加强，通过人工智能、大数据、云计算、智能算法，提供图像识别、图像处理、图像搜索、图像审核等一系列视觉智能服务。在中台，完善数据管理、流程效率、自动化、需求预测，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，使得公司前端的具体业务可以更加灵活地开展。

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、在线购买；公司还持续提升 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；升级客户管理中心，实现多层级账号权限管理、收藏夹、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；优化为供稿人／供应商提供服务的创作者中心，为供应端提供内容管理、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管理平台，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，公司为客户提供数字内容资产管理系统，帮助客户优化工作流，提升工作效率、产品体验与内容获取效率，有效促进客户提升素材使用数量。该系统可以灵活支持多行业的内容管理需求，目前已经研发完成了媒体、教育、影视、金融、设计、旅游等多个行业图库，为行业客户提供完善的内容生产、管理、分发、保护等全流程解决方案。

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 6 月底，两大平台已汇聚 70 万导游资质和实时动态数据、3.97 万家旅行社资质审批数据、近 9,060 万团队游客行程单和 950 万电子合同数据。

2019 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。截至 2020 年上半年，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，实现合同额及营业收入的突破性增长。

2019 年 3 月，唱游公司与国家开放大学联合筹办的“国家开放大学旅游学院”正式授牌成立，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，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。截至 2019 年底，学院已经完成了组织框架、人员配备等相关工作；建立了由行业专家、院校学者和企业负责人等组成的学院教学指导委员会，从组织和人才方面保障学院的发展。

2020 年上半年，国家开放大学旅游学院依照相关合作要求，在学历教育方面，开展酒店管理和旅游管理两个专科的招生工作以及推进酒店管理本科的建设工作，两个专科专业共招收学生 600 余人；在非学历教育方面，学院与相关机构积极合作并取得了阶段性进展：学院与中国旅行社协会合作建立研学旅游指导师培训基地，并完成了旅游定制师的标准编写和发布，相关的职业认证正在稳步推进；全国旅游标准化委员会已批准旅游规划师等级标准的立项，正在积极推进标准编写工作；学院与中国旅游景区协会合作，承担了景区职业经理人团队标准编写工作，下一步将研发相关职业的技能证书。

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，2019 年字帖种类超过 500 余种，年发行量 1,900 万册，覆盖全国 31 个省份，触达超 8,000 万的线下教师和中小学生群体。2020 上半年，疫情对湖北司马彦的业务造成了一定不利的影响，公司下半年将增加营销投入，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 200 万人，线下培训人数超过 20,000 人，其中校长培训人数超过 3,000 人。2019 年易教优培继续在技术方面进行不断投入，扩展为拥有核心交互平台技术与产品的互联网平台培训服务商，主要为地市、区县等教育行政部门提供平台服务，并为 K12 教师提供培训服务。2020 上半年，易教优培继续优化在线平台和产品的进一步升级，服务能力和用户体验进一步提升；线下培训业务上半年因为疫情受到了一定的不利影响，目前公司正在积极开拓市场，力争业务快速恢复。

2020 年，在技术变革、科技进步与模式创新驱动下，内容产业高速发展；在国家对著作权保护力度不断加大、相关政策法规不断完善、公众版权意识不断增强的大背景下，公司将立足于中国市场环境和需求变化，全面优化和提升业务能力和水平，为公司长远发展打下坚实基础。

公司以全面优质的产品内容、创新的智能化技术水平及专业的客户服务，多样化、标准化的产品与服务价格体系，满足不同客户日新月异的需求；以更加严谨规范的平台版权管理机制、提升版权保护的公信力，合规合理开展版权保护，积极参与主管部门及行业的规范建设；同时进一步完善内容安全审核流程与规范，促进内容生态的健康发展，更好地承担企业的主体责任和社会责任。

2020 年下半年，公司将努力克服疫情影响，开拓创新，从“版权内容”延展至“智能服务”，加快从内容供应商转型为服务供应商，以“内容 + 技术”双轮驱动业务快速发展，做大做强成为服务于内容生态的“基础设施”。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，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”）。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

| 2019 年 12 月 31 日（变更前） | | | 2020 年 1 月 1 日（变更后） | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 项目 | 合并报表 | 公司报表 | 项目 | 合并报表 | 公司报表 |
| 预收账款 | 91,020,616.27 | 526,421.64 | 预收账款 | | |
| 合同负债 | | | 合同负债 | 85,868,505.92 | 496,624.19 |
| 应交税费 | 24,208,089.78 | 275,076.35 | 应交税费 | 29,360,200.13 | 304,873.80 |

b、对 2020 年 6 月 30 日财务报表的影响

| 2020 年 6 月 30 日旧收入准则下金额 | | | 2020 年 6 月 30 日新收入准则下金额 | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 项目 | 合并报表 | 公司报表 | 项目 | 合并报表 | 公司报表 |
| 预收账款 | 94,389,766.05 | 621,277.72 | 预收账款 | | |
| 合同负债 | | | 合同负债 | 89,046,949.10 | 586,111.06 |
| 应交税费 | 15,075,598.54 | 1,520,828.64 | 应交税费 | 20,418,415.49 | 1,555,995.30 |

（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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本公司之孙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 3,600.00 万元，于 2020 年 2 月 28 日完成董事会改组纳入合并范围。

证券代码：002773　　证券简称：康弘药业　　公告编号：2020-077
债券代码：128098　　债券简称：康弘转债

# 成都康弘药业集团股份有限公司 关于使用自有资金购买理财产品的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

成都康弘药业集团股份有限公司（以下简称“康弘药业”或“公司”）第七届董事会第三次会议和二〇一九年度股东大会审议通过了《关于公司使用自有资金购买理财产品的议案》，同意公司及下属子公司使用闲置自有资金在不超过人民币 20 亿元的额度内购买理财产品（包括结构性存款），购买原则为安全性高、流动性好、由商业银行发行并提供保本承诺的短期保本型理财产品（包括结构性存款），购买期限为自股东大会决议通过之日起一年；在上述额度及期限内，资金可以滚动使用；董事会授权公司总裁或财务负责人根据上述原则行使具体理财产品的购买决策权，由财务部负责具体购买事宜，具体内容详见 2020 年 4 月 29 日及 2020 年 5 月 20 日公司指定信息披露媒体和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）刊登的相关公告。

近日，公司子公司成都康弘生物科技有限公司（以下简称“康弘生物”）、四川康弘医药贸易有限公司（以下简称“四川康贸”）使用自有资金购买了理财产品。现将有关情况公告如下：

一、购买理财产品情况

（一）成都银行理财产品的主要内容

| 新国银行 | | 成都银行金牛支行 | 成都银行长顺支行 |
|---|---|---|---|
| 1 | 产品名称 | “芙蓉锦程”单位结构性存款 | “芙蓉锦程”单位结构性存款 |
| 2 | 产品代码 | DZ−2020208 | DZ−2020205 |
| 3 | 产品类型 | 定制型 | 定制型 |
| 4 | 理财本金 | 康弘生物认购人民币 8,300 万元整 | 四川康贸认购人民币 5,000 万元整 |
| 5 | 起息日 | 2020 年 8 月 27 日 | 2020 年 8 月 25 日 |
| 6 | 到期日 | 2020 年 11 月 10 日（如遇法定节假日支取顺延） | 2020 年 11 月 25 日（如遇法定节假日支取顺延） |
| 7 | 产品期限 | 75 天 | 92 天 |
| 8 | 产品挂钩标的 | 北京时间下午 2 点彭博 BFIX 页面交易货币对 MID 定盘价 | 北京时间下午 2 点彭博 BFIX 页面交易货币对 MID 定盘价 |
| 9 | 产品到期收益率的确定 | 若观察日 EUR/USD ≤1.25，则到收益率为 3.40%；（最高预期年收益率）；若观察日 1.36>EUR/USD>1.25，则到期收益率为 1.43%−3.40%，（保底收益率 − 最高预期年收益率）；若观察日 EUR/USD ≥1.36，则到期收益率为 1.43%（保底收益率）。 | 若观察日 EUR/USD ≤1.25，则到收益率为 3.30%，（最高预期年收益率）；若观察日 1.36>EUR/USD>1.25，则到期收益率为 1.54%−3.30%，（保底收益率 − 最高预期年收益率）；若观察日 EUR/USD ≥1.36，则到期收益率为 1.54%（保底收益率）。 |
| 10 | 资金来源 | 自有资金 | 自有资金 |
| 11 | 关联关系说明 | 康弘生物与成都银行金牛支行无关联关系 | 四川康贸与成都银行长顺支行无关联关系 |

10、风险提示：

（1）本金及收益风险：本产品有投资风险，成都银行仅保障资金本金以及合同明确承诺的收益，投资者应充分认识收益不确定的风险。本产品的收益由保值收益和浮动收益组成，浮动收益取决于挂钩标的价格变化，受市场多种要素的影响。收益不确定的风险由投资者自行承担，投资者应对此有充分的认识。如果在产品存续期内，市场收益上升，本存款的收益不随市场收益上升而提高。

（2）政策风险：本产品是针对当前的相关法规和政策设计的。如国家宏观政策以及市场相关法规政策发生变化，可能影响产品的起息、存续期、到期等的正常进行，甚至导致本产品收益降低。

（3）流动性风险：本产品存续期内，投资者只能在本产品说明书规定的时间内办理认购，产品成立后投资者不享有提前赎回权利。

（4）欠缺投资经验的风险：本产品的浮动收益与挂钩标的价格水平挂钩，收益计算较为复杂，故适合于具备相关投资经验和风险承受能力的投资者。

（5）信息传递风险：投资者应根据本产品说明书所载明的方式及时查询本产品相关信息。如果购买者未及时查询，或由于通讯故障、系统故障以及其他不可抗力等因素的影响使得投资者无法及时了解存款信息，并由此影响投资者的投资决策，因此而产生的责任和风险由投资者自行承担。另外，投资者预留在成都银行的有效联系方式变更的，应及时通知成都银行。如投资者未及时告知成都银行联系方式变更或因投资者其他原因，成都银行将可能在需要联系投资者时无法及时联系上，并可能会由此影响投资者的投资决策，由此而产生的责任和风险由投资者自行承担。

（6）产品不成立风险：如自投资者签署《成都银行单位结构性存款投资者协议书》至产品起息之前，国家宏观政策以及市场相关法规政策发生变化，或市场发生剧烈波动，且经成都银行合理判断难以按照本产品说明书规定向投资者提供本产品，则成都银行有权决定本产品不成立。

（7）数据来源风险：在本产品收益率的计算中，需要使用到数据提供商提供的挂钩标的价格水平。如果届时产品说明书中约定的数据提供商提供的参照页面不能给出所需的价格水平，成都银行将本着公平、公正、公允的原则，选择市场认可的合理的价格水平进行计算。

（8）不可抗力风险：指由于自然灾害、战争等不可抗力因素的出现，将严重影响金融市场的正常运行，可能影响本产品的受理、投资、偿还等的正常进行，甚至导致本产品收益降低的损失。对于由不可抗力风险所导致的任何损失，由投资者自行承担，成都银行对此不承担任何责任。

（9）再投资风险：成都银行有权但无义务提前终止本产品。如成都银行提前终止本产品，则该产品的实际产品期限可能小于预定期限。如果产品提前终止，则投资者将承担无法实现期初预期的全部收益的风险。

（10）产品风险：本期产品风险评定等级为 = 1 * ROMAN * MERGEFORMAT I 级，产品风险极低，本金损失风险为 0。

二、风险控制措施

（一）投资风险

公司在实施前会对投资理财的产品进行严格的评估，但金融市场受宏观经济的影响较大，不排除该项投资受到市场波动的影响，面临收益波动风险、流动性风险、信用风险、操作风险、信息技术系统风险、政策法律风险、不可抗力及意外事件风险、信息传递等风险。

（二）风险控制措施

1、董事会授权公司总裁或财务负责人根据上述原则行使具体理财产品的购买决策权，由财务部负责具体购买事宜。公司财务部将及时分析和跟踪理财产品投向、进展情况，一旦发现存在可能影响公司资金安全的风险因素，将及时采取保全措施，控制投资风险。

2、公司内部审计部门负责对公司购买理财产品的资金使用与保管情况进行审计与监督，每个季度对所有理财产品投资项目进行全面检查，并根据谨慎性原则，合理的预计各项投资可能发生的收益和损失，并向公司董事会审计委员会报告。

3、独立董事、监事会有权对公司投资理财产品的情况进行定期或不定期检查，必要时可以聘请专业机构进行审计。

4、公司将根据深圳证券交易所的相关规定，在定期报告中披露报告期内购买保本型理财及相关的损益情况。

三、对公司经营的影响

在确保不影响公司正常经营的情况下，以闲置自有资金进行保本型理财产品的投资，不影响公司的正常资金周转和需要，不会影响公司主营业务的正常发展。通过适度的低风险理财投资，可以提高公司闲置资金的使用效率，获得一定的投资收益，为公司和股东谋求更多的投资回报。

四、公告日前十二个月内公司及控股子公司购买理财产品的情况

截至本公告日，公司在过去十二个月内，累计使用闲置自有资金购买尚未到期的银行保本型理财产品金额合计 10.3833 亿元，未超过公司股东大会授权投资理财产品的金额范围和投资期限。具体如下表：

单位：万元

| 银行名称 | 产品类型 | 投资金额 | 起始日 | 到期日 | 实际收回本金 | 实际投资收益 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 中国民生银行成都分行 | 保证收益型 | 6,079 | 2020 年 5 月 22 日 | 2020 年 11 月 20 日 | 未到期 | 未到期 |
| 中国银行彭州支行 | 保本保最低收益型 | 3,000 | 2020 年 5 月 28 日 | 2020 年 8 月 28 日 | 未到期 | 未到期 |
| 中国银行彭州支行 | 保本保最低收益型 | 3,000 | 2020 年 5 月 28 日 | 2020 年 8 月 28 日 | 未到期 | 未到期 |
| 中国民生银行成都分行 | 保证收益型 | 2,000 | 2020 年 5 月 29 日 | 2020 年 11 月 27 日 | 未到期 | 未到期 |
| 中国光大银行成都分行 | 保本浮动收益型 | 