

業 務

概覽

關於我們

我們是中國領先的內容授權及定製服務提供商。我們的服務使客戶能夠在廣泛的應用場景中，高效地獲取、創作、管理及使用獲授權的內容。我們的發展戰略圍繞內容資產、AI能力及應用場景構建。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年收入計算，我們在視覺內容授權服務市場排名中國第一、全球第五。下圖載列我們業務的主要亮點：



附註：

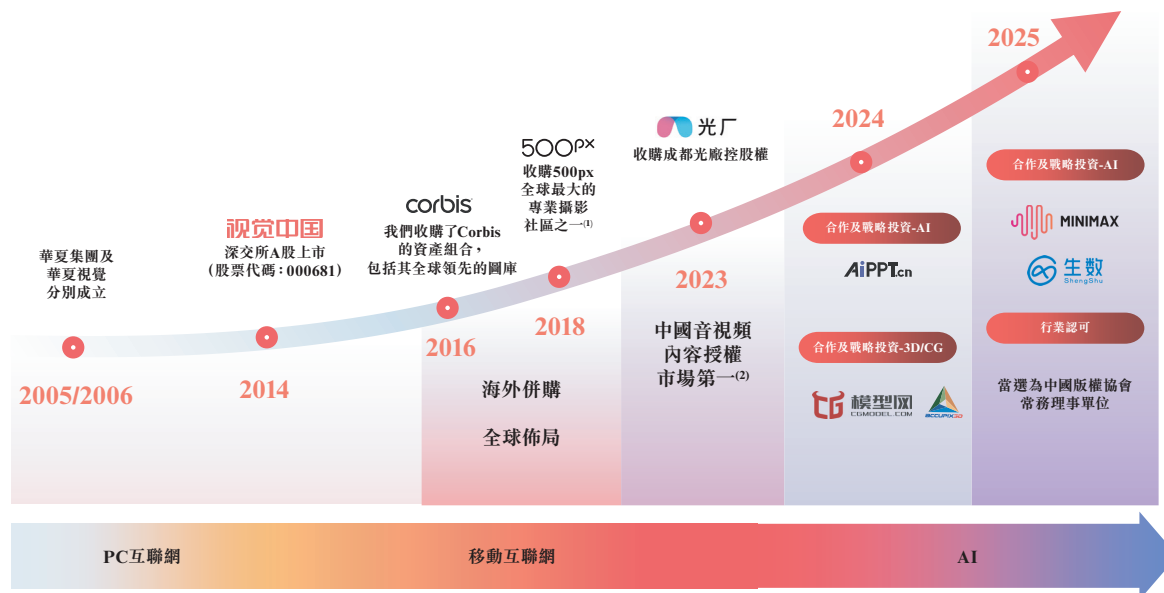
- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，以2025年收入計，為中國行業第二名至第五名參與者收入總和的約2.3倍
- (2) 截至2025年12月31日
- (3) 指往績記錄期間的概約年均下載量；其中，於2023年、2024年及2025年，下載量分別約為81.2百萬次、85.3百萬次及103.0百萬次
- (4) 指2014年至2025年向內容提供者支付的稿費總額
- (5) 指2014年至2025年的累計付費客戶總數
- (6) 指於往績記錄期間的內容定製項目年平均交付數量。具體而言，2023年、2024年及2025年的內容定製項目交付數量分別為529個、517個及625個

我們的兩家主要運營實體（華夏集團及華夏視覺）分別成立於2005年及2006年。我們於2014年在深圳證券交易所上市（股份代號：000681）。多年來，我們憑藉積累的行業專業知識及主動的戰略舉措，持續提升服務能力與營運效率。通過戰略性收購及持續的創作者社區建設工作，我們不斷擴充及豐富內容資源，同時持續提升內容的廣度與質量。此外，我們亦通過戰略投資與合作，積極加強AI能力建設，為業務的持續演進奠定了堅實基礎。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

下圖說明了我們的公司發展歷程中的主要里程碑：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，按收入計，500px是2018年至2025年全球最大的專業攝影社區之一。
- (2) 根據弗若斯特沙利文的資料，2023年、2024年及2025年，成都光廠在中國影音內容授權市場中以收入計位居榜首。

我們的生態

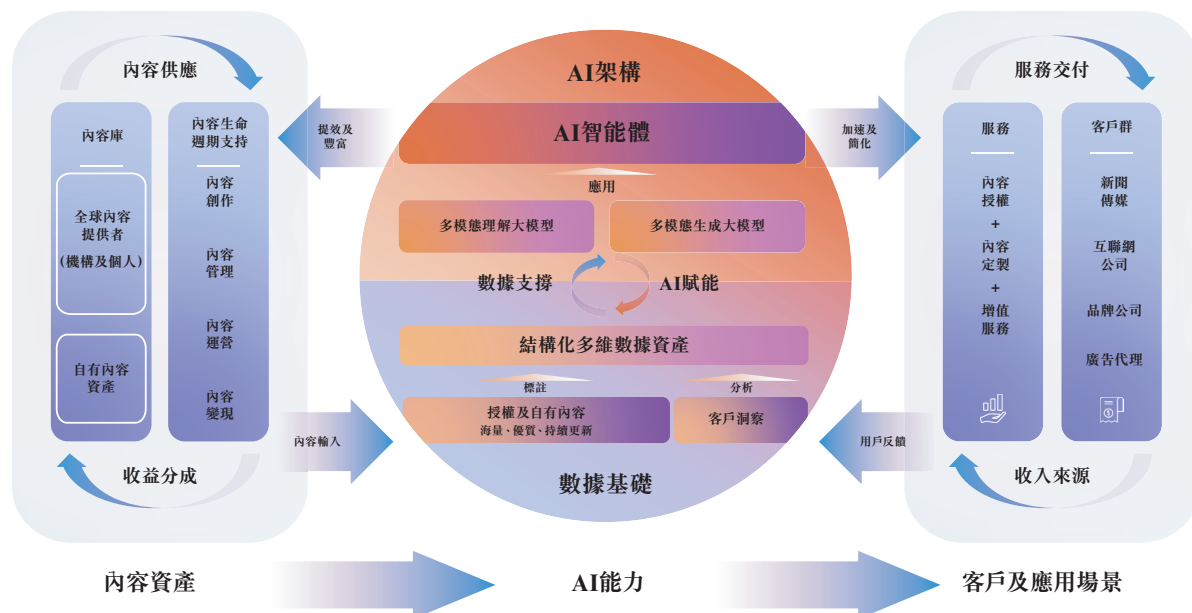
經過二十多年的運營，我們積累了豐富的內容資產、發展了AI能力並拓展了廣泛的應用場景。這些要素共同構成了一個自我強化的生態系統，支持內容創作、管理、商業化及持續創新。

內容資產為結構化多模態數據開發及AI模型優化提供了基礎。我們向客戶提供多樣化的內容形態組合，包括圖像、音頻、視頻及3D/CG模型。AI能力提升了內容的高效處理、匹配、生成及商業化能力，使我們在各種應用場景中為客戶提供更為便捷及實用的服務。客戶使用量的增加進而產生需求洞察及反饋，進而賦能我們的內容採購、服務提升及AI模型迭代。客戶參與度的提升亦為我們的內容提供者創造了更多變現機會，激勵其貢獻更多內容，進一步加強了我們內容供應的規模、多樣性及時效性。

我們相信，該良性循環使我們能夠縮短從內容需求到商業上可信賴輸出的路徑，使客戶能夠更高效地獲取、創作及使用商業上可信賴及可追溯的內容服務。同時，其亦強化了我們的生態系統對客戶及內容提供者的價值，支持我們業務的長期增長及可持續性。

業 務

下圖說明了我們的生態系統結構：



內容資產

截至2025年12月31日，我們已積累超過7億項各類形態的內容資產，包括圖像、視頻、音頻文件及3D/CG模型。這個海量、優質、持續更新的內容庫為我們的AI能力發展提供了基礎，並支持跨多樣化應用場景的商業化。

- **全球內容提供者**：我們已建立了由簽約版權合作機構及供稿人組成的全球內容採購網絡。截至2025年12月31日，我們擁有約300家版權合作機構及約80萬名簽約供稿人。該網絡使我們能夠持續擴展和更新內容資源，同時保持跨內容形態和應用場景的廣泛覆蓋。為進一步加強內容供應及供稿人參與度，我們開發並運營了內容創作者社區，包括全球專業攝影社區 *500px.com*，以及在國內視聽素材交易領域佔據領先地位的視頻創作者社區 *VJshi.com*。我們還對 *CGModel.com*，一個面向3D設計師及計算機圖形專業人士的知名平台及社區進行了戰略性投資。截至2025年12月31日，這些社區已累計在全球主要國家和地區擁有超過4,000萬名註冊會員，形成了可持續的內容供應。
- **自有內容**：我們於2016年收購了Corbis的資產組合（「**Corbis內容**」），包括其核心圖庫，內含超過5千萬張圖像及超過190,000個視頻資產，記錄了自19世紀以來的重大全球歷史事件的經典瞬間。
- **內容生命週期支持**：我們在內容的整個生命週期（從內容創作及管理到運營及變現）中為內容提供者提供支持。在內容創作方面，我們提供市場洞察、趨勢分析及需求信息，幫助內容提供者使其作品與不斷變化的市場需求保持一致。在內容管理及運營方面，我們為內容提供者進行高效地標記、分類、檢索及管理其內容提供工具。在內容變現方面，我們實施稿費分成安排並提供實時績效數據，幫助內容提供者最大化其作品的商業價值。我們還提

業 務

供知識產權保護支持，以協助內容提供者應對潛在的侵權行為。透過這些能力，我們加強了內容提供者的參與度，激勵創作者持續貢獻優質內容，並支持了我們內容生態系統的長期發展。

AI能力

我們已開發了一個AI能力體系，將內容資產轉化為結構化數據及AI驅動的服務。該體系支持內容發現、創作、匹配及商業化，使客戶能夠在各種應用場景中更高效地獲取及利用可追溯且商業上可信賴的內容。

- **數據基礎**：我們的數據基礎建立在海量授權與自有內容及客戶洞察之上。通過AI與專家標註相結合的方式，我們根據語義屬性、視覺特徵、使用特徵及其他維度對內容進行管理，將其轉化為結構化多維數據。這個過程使內容能夠在商業上被搜索、匹配及使用。我們持續納入通過平台用戶互動產生的客戶需求洞察，使我們的數據基礎能夠隨客戶需求演變，並支持我們AI能力的持續發展。截至2025年12月31日，我們已生成累計超過700億個多維數據標籤。於2025年，我們積累了超過8億條用戶反饋。
- **AI架構**：我們的AI架構整合了多模態理解大模型及多模態生成大模型。我們的多模態理解大模型支持內容識別、標註及搜索匹配，而我們的多模態生成大模型支持內容創作、編輯及轉化。基於該等能力，我們開發了AI智能體，同時支持內容供應端及面向客戶的應用。在內容供應端，我們的AI智能體簡化了內容分析、標註、質量控制及知識產權審查，幫助我們豐富內容供應並提高運營效率。在客戶端，我們的AI智能體加速並簡化了內容發現、匹配、編輯及創作，使客戶能夠更高效地識別、創作及利用內容。

客戶及應用場景

- **服務**：我們提供(i)內容授權服務，為客戶提供權屬清晰、使用範圍明確的內容，其中包括商業上可信賴內容；(ii)內容定製服務，為客戶提供量身定製的內容解決方案，旨在滿足客戶在內容創作、製作、管理及應用場景中的特定需求及(iii)增值服務，包括AI訓練數據服務、數字資產管理服務、智能終端視覺內容解決方案以及內容創作者社區運營。通過我們的服務，客戶能夠：
 - **合規使用**：獲取版權清晰的內容，並在商業及編輯場景中使用該等內容，可降低因權屬或使用範圍不明晰而產生的合規風險。此外，對於AI生成的內容，我們基於版權清晰的數據訓練我們的模型，使生成的內容能夠追溯至其底層數據來源並具有明確的授權。我們相信，隨著與AI生成內容相關的監管及商業要求持續演變，企業將日益重視內容的合規性、可追溯性及商業上可信賴性。我們廣泛的版權清晰內容庫使我們能夠很好地滿足該等需求，並提高客戶留存率和獲客能力。

業 務

- **高效獲取及應用：**高效地獲取海量內容，並減少對分散的內容渠道的依賴。在我們的AI智能體及結構化標註系統的支持下，客戶能夠從大型內容庫中快速識別及獲取相關內容。此外，我們還提供內容的處理及改編服務，例如形態轉換、尺寸調整及優化，使該等內容能夠隨時應用。
- **靈活的變現安排：**根據其特定需求選擇靈活的商業安排，包括套餐模式、框架協議及按次付費。該等安排使客戶能夠根據項目特定需求或持續的內容需求來定製其使用方式。
- **客戶基礎及應用場景：**我們已建立了廣泛的客戶基礎，包括新聞媒體、互聯網公司、品牌公司及廣告代理。我們的客戶在廣泛的應用場景中使用我們的服務，包括媒體出版、營銷及廣告、電子商務內容創作、辦公場景、智能設備界面及其他內容驅動的應用。通過持續的客戶互動及使用反饋，我們持續積累客戶洞察及行業知識，從而指導我們內容資源、AI能力及服務水平的提升。這使我們能夠滿足現有客戶更廣泛的需求，在更多應用場景中吸引新客戶，並隨著時間的推移深化客戶參與度。隨著客戶使用及反饋不斷強化我們的內容資產及AI能力，我們相信這個反饋循環將加強客戶留存率，並支持我們生態系統的長期發展。

為什麼是我們

我們認為，AI驅動的行業轉型正在為視覺內容服務行業帶來新的發展機會，而我們具備充足優勢參與並受益於該等發展。AI技術正通過加速內容向結構化數據的轉化、提升內容發現與創作能力、提高生產效率以及實現內容商業化新模式，重塑行業格局。隨著該等趨勢持續演進，我們相信，擁有高質量內容資產、結構化數據能力、深厚行業專業知識及廣泛應用場景的行業參與者，將最具優勢捕捉新興機遇。

多年來，我們積累了海量、版權清晰的內容資源，並已具備將該等內容轉化為結構化、多維度數據資產的能力。結合我們廣泛的行業經驗及豐富的應用場景，該等能力使我們能夠以切實可行且具商業價值的方式將AI技術整合至我們的服務及工作流程中。我們並非單純依賴AI模型，而是充分利用我們的內容資產、數據能力及行業專業知識，持續改進內容發現、匹配、生成、定製及交付，從而以更高效、精準且可擴展的方式為客戶提供解決方案。

我們相信，AI不僅提升了內容資產的利用率與價值，還推動了商業模式及運營流程的創新。通過將AI能力嵌入我們的服務體系及工作流程，我們能夠改善用戶體驗、擴展變現渠道並提升運營效率。AI輔助標註、搜索、審核及內容製作流程有助於簡化工作流程、減少對人力密集型操作的依賴，並增強我們業務的可擴展性。同時，我們的內容資產、結構化數據與AI能力之間的持續互動形成了自我強化的循環，進一步強化了服務能力。

業 務

隨著對AI輔助及AI生成內容的監管審查不斷演變，我們相信，合規、可追溯且商業上可信賴的內容在視覺內容服務行業中將變得日益重要。我們的版權清晰的內容資產、全鏈路版權管理能力及可追溯機制，為客戶在日益嚴格的監管環境中創作、分發及商業化內容提供了堅實基礎。我們亦積極參與行業標準及最佳實踐的制定。於2024年，我們發佈了中國首份《AI輔助創作作品投稿指南》，為合規創建及使用AI輔助內容提供了框架。我們發佈了《2026年度創意趨勢報告》，提供對行業發展的最新洞察。我們相信，我們積極參與塑造行業實踐，不僅有助於內容授權及定製行業的可持續發展，亦增強了我們預判行業趨勢、應對不斷演變的監管要求以及把握行業持續轉型所帶來的機遇的能力。

我們的優勢

前瞻性構建全球化視覺內容生態

根據弗若斯特沙利文的資料，以2025年的收入計，我們在中國視覺內容授權服務市場排名第一，並構建了全球最豐富的內容生態之一。截至2025年12月31日，我們與國內外約300家版權合作機構保持合作關係，包括美聯社、法新社等全球新聞媒體，以及Getty Images、Newscom、IMAGO及AFLO等視覺內容機構與發行平台。我們亦在全球範圍內擁有超過800,000名簽約供稿人。根據弗若斯特沙利文的資料，我們亦是全球最大視覺內容提供商Getty Images在中國內地的獨家內容合作夥伴。該內容來源網絡使我們能夠持續擴充及更新我們的內容資源。截至2025年12月31日，我們已整合超過7億件高質量內容資產，包括我們自有Corbis內容，而Corbis為一個由比爾·蓋茨創立、獲全球認可的歷史圖片檔案庫。這種海量、全球多元化的內容供給使我們能夠為客戶提供廣泛、穩定且持續更新的內容產品，覆蓋多種應用場景，從而提升客戶留存率並鞏固我們的市場地位。

我們亦為內容提供者（例如攝影師、設計師及攝像師）建立了多個線上社區。近年來，我們通過收購並運營領先的內容平台，包括攝影師線上社區500px.com及視頻創作者線上社區VJshi.com，以及對3D/CG模型內容交易平台CGModel.com進行戰略投資，持續強化這一社區體系。截至2025年12月31日，我們的社區已累積超過4,000萬名註冊會員，覆蓋全球所有主要國家和地區，形成了可擴展的內容供應渠道。如此龐大的全球網絡為我們持續提供高質量、可追溯、可靠且真實可信的內容。同時，該網絡亦增強了內容多樣性，支持高頻的內容更新並提高了供給穩定性，進一步鞏固了我們在視覺內容行業的競爭地位。

豐富的內容應用場景及多元化的客戶基礎

我們已建立起廣泛的高品質客戶群，包括新聞傳媒、互聯網公司、品牌公司及廣告代理。該廣泛的客戶群使我們能夠覆蓋多種應用場景，並支持我們的內容資產在不同行業的商業化。我們的新聞機構客戶包括國家及地方新聞機構、重點新聞網站及主流媒體實體，使我們能夠藉助其廣泛的受眾覆蓋，實現大規模的品牌曝光。同時，其對內容及時性及嚴格合規性的需求，亦推動我們持續提升能力及優化服務。我們通過基於API的服務與主流互聯網公司合作，使他們能夠將我們的內容庫直接整合到其自身系統中。透過該等整合，我們的內容被應用於廣泛的場景，包括內容創作、電子商務、

業 務

廣告及辦公效率工具。在廣告及品牌領域，我們的客戶主要包括電信、汽車、消費品及金融服務等行業的領先品牌公司及廣告代理。我們為該等客戶提供針對其營銷及品牌需求而量身定製的內容授權及內容定製服務。於2025年，就我們的內容授權服務而言，年度消費超過人民幣100,000元的重點客戶數量達到631名。同期，我們交付了超過500個內容定製項目。憑藉我們廣泛的客戶基礎及廣泛的應用場景覆蓋，我們持續優化我們的服務產品，提升客戶留存率及復購率，並支持多元化的收入來源及可持續的業務增長。

結構化多維數據資產帶來差異化競爭優勢

我們透過AI輔助標註與專家標註相結合的方式，持續釋放海量內容的價值，捕捉視覺特徵、創意技巧、實體識別、主體屬性、時空背景、顯性與隱性意圖及應用場景等多維度屬性。基於此流程，我們將權屬清晰、可追溯且可靠的內容轉化為結構化多維數據。截至2025年12月31日，我們已生成累計超過700億個多維數據標籤。於2025年，我們累積了超過8億條用戶反饋(包括在我們平台上的搜索、下載及購買行為)。我們亦累積了涵蓋媒體出版、廣告營銷及創意設計等行業的廣泛專業知識。該等結構化多維數據支持在我們平台上進行高效的內容發現及精準匹配，使客戶能夠針對其特定需求找到更相關的內容，從而提高下載及購買的可能性。因此，其提高了內容利用率並支持更高的轉化率，進一步釋放了我們內容資產的商業價值並增強了其競爭力。

AI能力覆蓋多模態理解及內容生成

我們通過自研、合作開發及戰略投資相結合的方式推進了AI能力建設。我們已建立起由多模態理解大模型與多模態生成大模型共同驅動的AI能力。

憑藉我們權屬清晰的數據，我們通過優化開源模型及利用行業頂尖模型來提升多模態理解大模型的性能。該等努力提升了我們在語義理解及視覺內容分析等領域的AI能力，能夠將內容高效轉化為結構化多維數據。我們的AI智能體支持智能搜索、智能配圖等高級功能，從而提高了我們內容授權服務的用戶體驗。

我們基於海量權屬清晰的數據構建內容生成能力。我們使用該等數據來訓練文本生成圖像及其他生成模型，使得生成的內容能夠追溯到其底層數據來源，並可在明確歸屬及授權下使用。這使我們能夠以合規的方式提供可在商業場景中使用的AI生成內容。此外，我們正在推進生成模型及相關工具，旨在支持靈活的部署選項，包括本地部署及雲端部署。這使我們能夠滿足對數據安全性、保密性及內部系統整合有嚴格要求的客戶的需求，同時在受控環境內實現高效的內容生成。

基於該等AI能力，我們提供涵蓋從內容生成到應用全流程的整合服務，滿足客戶對合規、可追溯且商業上可信賴的內容的需求。

業 務

穩健的內容合規框架支持商業可信賴性及可追溯性

我們高度重視內容版權合規，並在提供可追溯及商業上可信賴的內容與AI生成內容方面保持領先的市場地位。我們已建立標準化授權管理體系，旨在確保從原創作者到終端用戶的權利鏈條清晰可溯源。我們還構建了覆蓋從內容接入到發佈全生命週期的全面內容合規框架。通過AI輔助與人工審核相結合的流程，並以第三方專業機構審核作為補充，我們有效管理內容合規及版權風險。

在生成式AI快速發展的背景下，市場上的AI生成內容往往面臨來源不明、侵權風險較高等挑戰，這限制了其在營銷及廣告場景中的使用。依託我們權屬清晰的內容資源，我們的AI生成內容在生成及應用全流程中均具備可溯源性，從而從源頭管理潛在的侵權風險。我們長期服務於金融、電信、電力等行業的大型企業，以及國內領先的互聯網公司。該等客戶具有嚴格的內容合規要求，而我們滿足此類要求的能力亦證明了我們合規框架的穩健性及可靠性。

具有前瞻視野及經驗豐富的管理團隊引領長遠發展

我們的管理團隊在視覺內容行業擁有豐富及長期的經驗。我們的主席廖杰先生在包括媒體及互聯網科技、開源軟件生態及企業級軟件等領域擁有超過20年的運營及公司治理經驗。我們的董事兼總裁柴繼軍先生在版權交易、視覺內容行業及內容技術方面擁有豐富經驗。我們的副總裁張宗堂先生曾長期任職於新華社，在傳媒文化、內容生態、版權行業等擁有豐富的實踐經歷。我們的副總裁陳春柳女士此前曾任職於華蓋資本，並在內容科技領域擁有豐富的投資經驗。我們的副總裁李毅先生在內容定製、AI技術應用領域擁有豐富的運營與管理經驗。我們的核心管理團隊憑藉其豐富的經驗及深厚的行業洞察力，引領我們的長期發展。

我們的管理團隊深諳全球內容生態的重要性，並積極推動全球視覺內容資源的開發，在戰略投資與收購方面持續取得進展，實現了良好的資源整合與生態發展。展望未來，我們將繼續秉承全球化發展戰略，通過對內容資源及AI能力的持續投入，進一步拓展我們在AI賦能內容服務領域的全球佈局。

我們的戰略

提升AI能力以驅動業務增長

我們認為生成式AI與多模態技術將重塑智能視覺內容服務行業的未來。為把握有關機遇，我們將採用自主研發與外部合作並舉的模式，通過持續加強專業人才隊伍招募及發展以及研發投入，並深化與基礎模型開發商及算力基礎設施服務商的合作。

具體而言，我們計劃(i)進一步打造具備版權溯源能力的多模態理解與生成大模型，提供高效、合規且商業上可信賴的AI驅動內容解決方案；(ii)依託我們高品質、權屬清晰且已獲授權的結構化數據集，研發垂直行業模型，並通過API服務提升服務可及性，從而支持我們的內容授權及內容定製業

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

務；及(iii)攜手基礎模型開發商及算力基礎設施服務商，持續提升數據處理、內容標註、版權追溯及合規核驗等能力，建立高品質、商業上可信賴且可追溯的AI訓練數據體系。

通過上述舉措，我們旨在持續加強以AI技術為核心的全業務鏈技術能力建設，打造一體化內容製作平台，推動作為綜合內容解決方案平台的長期增長。

於業務生態中尋求對視覺內容、AI及其他協同領域的戰略投資

我們將持續推行以夯實核心能力、挖掘全新增長動能為導向的投資戰略。一方面，通過定向投資與合作補齊關鍵技術能力，優化現有業務生態；另一方面，佈局新興AI與視覺內容應用領域，拓展應用場景及客戶群體。

在AI應用領域，我們將立足自身優勢、結合客戶需求，挖掘生態協同價值與新增量機會。我們計劃通過戰略性投資或收購面向消費者的AI應用平台，進一步拓展公司AI應用邊界、加強公司面向終端的AI應用能力，將服務延伸至終端使用者等更廣泛的應用場景，與主營業務形成協同聯動。在AI模型研發層面，我們將以股權投資及各類合作模式，持續深化與頭部AI企業及基礎模型開發商的合作。依託我們權屬清晰的數據資源，結合外部先進模型，聯合打造各行業專屬解決方案。

拓展應用場景與客戶群體

我們將持續加強用戶需求洞察，不斷拓展應用場景，擴大客戶覆蓋範圍(包括更多終端用戶)，同時持續提升用戶體驗。我們計劃進一步豐富服務模式與交付形式，開放智能創作工具，推動用戶從「使用者」向「參與者」轉變，深度參與AI驅動的內容定製，促進內容共創與用戶增長。我們還將延伸產品與服務的適用邊界，使內容資源可適配電商、廣告營銷、辦公增效等各類場景，持續鞏固我們在視覺內容領域的核心優勢。

我們計劃依託與頭部出海應用廠商的生態協同，以及深化與全球分發網絡的合作，穩步推進國際化戰略。根據弗若斯特沙利文的資料，2025年全球AI生成式視覺內容市場規模約為307億美元，預計到2030年將增至1,374億美元，複合年增長率為35.0%。該等增長態勢為我們AI賦能的視覺內容業務開展全球擴張創造了有利條件。依託我們豐富的內容資源以及在國內積累的成熟運營經驗，我們的商業模式具備較強的可複製性。同時，短視頻出海、跨境電商等產業的全球化發展，進一步拉動了視覺內容需求，為我們海外業務增長帶來新機遇。

在全球內容分發環節，我們將依託成熟的商業模式與市場洞察，深化與全球分發渠道的合作，提升海外內容分發能力。我們計劃拓展海外媒體合作網絡，持續完善全球範圍內的內容分發與商業變現渠道。

豐富多元化內容供給格局，為創作者提供更優體驗

我們將持續完善傳統內容與AI生成內容相結合的多元化內容供給格局。我們將鞏固與Getty

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

Images等全球頭部機構的合作，拓展優質傳統形式內容來源；同時，持續完善創作者社區生態，擴充個人創作者及專業設計團隊供稿群體，吸納更多高品質人工原創視覺內容。

我們亦將順應AIGC發展趨勢，主動將海量優質、版權可溯源且由AI生成的圖片、音視頻、3D/CG模型及動態素材等全面納入自身內容資源體系，推動傳統素材與AI生成視覺素材的深度融合，全方位提升平台視覺素材供給的豐富度、時效性與相關性。

此外，我們將持續優化完善AI內容標註、智能打分等環節，簡化創作者上傳及管理其內容素材的流程，提升內容曝光度，助力創作者提升變現效率，並高效管理其內容素材。

我們的服務

我們的服務產品包括(i)內容授權服務，我們提供具有明確權利及使用範圍的內容，包括商業上可信賴的內容；(ii)內容定製服務，我們提供量身定製的內容解決方案，旨在滿足客戶在內容創作、製作、管理及使用場景中的特定需求；及(iii)增值服務，包括AI訓練數據服務、數字資產管理服務、智能終端視覺內容解決方案及內容創作者社區運營。下表載列於所示年度我們按業務線劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%
內容授權服務	575,209	73.7	609,585	75.1	523,688	67.2
內容定製服務	151,620	19.4	163,763	20.2	209,240	26.9
增值服務	<u>54,001</u>	<u>6.9</u>	<u>37,836</u>	<u>4.7</u>	<u>45,542</u>	<u>5.9</u>
總計	<u>780,830</u>	<u>100.0</u>	<u>811,184</u>	<u>100.0</u>	<u>778,470</u>	<u>100.0</u>

內容授權服務

在內容提供者將其內容上傳至我們的平台前，必須就相關內容給予正式授權。隨後，我們授予用戶在約定範圍內使用該等內容的權利，並收取相應的授權費。我們根據約定安排與內容提供者分享該等收益，為其提供便捷的內容商業化途徑。我們的客戶能夠以合規方式下載及使用我們授權的內容。

我們的內容授權業務促進了供應端與需求端之間的内容流通。在若干情況下，內容用戶可能會選擇在其輸出內容中將我們的平台標註為內容的來源，這可以表明該內容來源於一個處理海量合規且權屬清晰內容的平台。同時，這種標註方式提升了我們平台的曝光度，增加了市場對我們品牌的認知，並強化了用戶對我們內容質量及合規性的認可。

我們的平台

我們透過我們的平台提供內容授權服務，主要包括VCG.com(「VGG」)、CFP.cn(「CFP」)、VJshi.com(「光廠」)及ImageShop.com(「ImageShop」)。該等平台提供廣泛的內容，主要包括圖片、

業 務

視頻、音頻文件及3D/CG模型。各平台旨在為不同的客戶群體提供服務。我們的VCG及CFP平台主要向大型企業客戶及主流新聞機構提供標準化、全品類的創意及信息內容。我們的ImageShop及光廠平台主要向中小型企業客戶提供視頻及圖片內容。

我們緊隨AI技術的發展，將前沿AI技術深度融入我們的內容授權服務。我們率先將內容提供者貢獻的AI生成及AI輔助內容整合至我們的內容庫中，以滿足日益演變及多樣化的用戶需求。截至2025年12月31日，我們已簽約逾12,000名AI內容提供者，而我們的平台託管超過9百萬個AI生成圖像及影片，產生總銷售額超過人民幣50百萬元。此外，我們於2024年發佈了中國首份《AI輔助創作作品投稿指南》，為AI內容提供者提供了清晰的指引與規範框架。我們發佈了《2026年度創意趨勢報告》，提供對行業發展的洞察。

除我們的平台之外，我們還提供基於API的服務，使客戶能夠將我們的內容資源直接集成到其自身的系統和工作流程中。我們的API服務支持內容搜索、授權下載及內容管理等功能，使客戶能夠高效地獲取及使用內容。我們的API服務廣泛應用於媒體生產系統、企業內容管理平台、廣告營銷平台及設計工具等場景。

我們的授權類型

內容用戶須根據其對內容的預期用途選擇授權類型。我們通常將授權安排分為以下主要三類：

- **商業用途：**內容獲授權用於廣告、營銷、產品推廣及其他營利性商業活動。客戶通常包括企業、廣告代理商、製作公司及商業內容創作者。
- **編輯用途：**內容獲授權用於新聞報導、時事評論及其他資訊傳播用途，以支持在編輯語境下準確且合規地使用內容。客戶通常包括報章、雜誌、電視台及網絡媒體機構。
- **其他用途：**內容獲授權用於教育、公共服務、研究及不涉及盈利活動的個人分享，旨在為非商業內容使用提供具成本效益的解決方案。客戶通常包括教育機構及研究組織。

我們的收費及定價模式

我們提供一系列收費模式，以配合內容用戶的預算及需求，包括：

- **套餐制協議：**客戶於協議中承諾預先約定的使用量或費用。這可採取以下形式：(i)固定年費；或(ii)預設使用額度，超出額度的使用部分需額外付費。此類安排為使用量和收入提供了更大的確定性；
- **框架協議：**於協議中預先約定定價條款(如單價或折扣水平)，根據實際使用量向客戶收費，結算通常按月或按季度進行。此類安排通常在使用量較難預測的情況下採用；及
- **按次付費：**內容用戶每次下載及使用我們的內容時支付費用。

業 務

個別內容項目的定價乃根據多項因素釐定，包括授權類型、地理範圍、使用期限、使用次數及特定尺寸。為方便內容發現，我們可能會提供若干用於搜索、預覽或評估目的的功能，例如預覽圖或樣片。然而，當客戶需要正式授權、下載具有清晰權利的優質交付物時，將根據相關授權安排收取相應費用。

AI技術在我們內容授權服務的應用

我們於內容授權服務的多個階段應用AI技術，以支援內容處理、平台營運及用戶互動。

於內容處理階段，我們利用AI技術分析視覺內容，包括圖像特徵識別、色彩分析及應用場景識別。基於內容元素、創意風格及技術特徵等多維度屬性，我們為每件內容生成結構化的標籤體系。一方面，該等標籤能夠自動生成內容描述，並促進將視覺內容轉化為結構化多維數據，從而簡化內容提供者的上傳流程並提高效率。另一方面，該等標籤構成了生成我們結構化多維數據的基礎，為隨後的內容搜索、匹配及分發提供支持。此外，我們將AI智能體納入內容質量控制及知識產權審查等關鍵流程，以提升審查程序的效率及準確性。請參閱「— 我們的內容准入、審核及管理」。

於用戶與我們平台的互動中，我們應用AI技術以提升內容發現及使用體驗。具體而言，在內容獲取方面，我們將AI生成內容納入我們的平台，並已為該等內容設立專門板塊。在用戶互動方面，我們於平台中整合了多項AI功能，以提高用戶在內容發現、處理及創作方面的效率。我們平台上的代表性AI功能包括以下各項：

- 智能搜索：我們於平台提供智能搜索及推薦功能。例如，我們VCG及CFP平台上的「靈感拓展」功能可根據用戶輸入的關鍵詞生成圖片選擇建議及創意提示，讓用戶能夠反覆優化其搜索標準並更高效地縮小合適內容的範圍，從而提高內容發現效率。下圖展示了我們的智能檢索功能，該功能根據用戶輸入提供智能推薦及反復查詢優化。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務



- 智能編輯：我們於平台提供一系列編輯工具。例如，我們VCG平台上的創意工作台支持圖像轉換、背景調整、圖像延伸等功能，使用戶能夠直接在平台上修改內容。除預設編輯工具外，用戶亦可透過互動輸入指定所需調整，而多模態生成模型將據此生成或改編圖像。該等工具允許用戶在線完成內容編輯及二次創作，從而提高適應性並減少對額外外部設計軟件的需求。下圖展示了我們的智能編輯功能，該功能允許用戶透過預設工具，並根據互動輸入進行多模態模型驅動的調整，從而修改和調整視覺內容。



業 務

- 智能配圖：我們平台上的智能配圖功能，使用戶能夠基於文本輸入高效識別出合適的視覺素材。用戶可以輸入全文文本，例如新聞文章、社論內容或營銷文案，系統會分析文本的語義，識別關鍵要素(包括主題、場景、題材及整體語境)，並從我們的內容庫中檢索匹配的、權利清晰的視覺內容。與傳統的基於關鍵詞的搜索不同，這種基於語義的分析功能特別適用於新聞機構和內容平台在編輯及出版流程中的選圖工作，使用戶能夠高效獲取適合其使用場景的素材，減少人工篩選的工作量，並提升內容呈現的整體質量。下圖展示了我們的智能配圖功能，該功能根據對文本輸入的語義分析識別並檢索相關的、權利清晰的視覺素材。

AI圖像匹配模塊：基於對用戶輸入的語義分析，AI模型解讀關鍵主題及上下文，並在整個內容庫中進行檢索。系統會根據色彩美學、構圖等視覺因素進行篩選，以呈現一組經過篩選、上下文相關性高的圖像，供用戶有效選擇。

文本輸入模塊：用戶可以直接輸入或粘貼文章內容，並通過迭代優化文本以增強語義清晰度，從而實現更精準且具備上下文感知能力的圖像匹配。例如，用戶可輸入一篇描寫農曆新年的新聞文章，內容包含春節佈置及傳統慶祝活動等場景，系統隨即根據相應內容進行分析，以匹配圖片。

各地新年氣息各具韻味：北方街巷灯笼高挂、鞭炮声声，南方水乡灯影摇曳、年味温润；少数民族地区则以歌舞迎春、盛装祈福，呈现别样风情。不同地域与文化交织出多彩的中国年，共同映照出团圆与喜庆的节日画卷。

开始智能配图

- 一鍵成片：我們提供視頻一鍵成片功能，使用戶能夠根據其輸入主題生成視頻內容。該系統可根據用戶輸入的主題自動生成結構化腳本，匹配適當的獲授權視頻剪輯及圖像，並添加旁白、字幕及背景音樂，以製作一段完整的視頻。用戶可根據其特定需求，進一步編輯及完善生成的內容。此功能支持高效的視頻製作，同時確保使用經授權且合規的內容資產。下圖展示了我們的一鍵成片功能，涵蓋從輸入主題到自動視頻製作與編輯的全過程。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

輸入模塊：根據用戶輸入，模型會進行語義分割與關鍵字匹配，以獲取與視頻相關的內容。舉例來說，用戶可以輸入一段描述教育、藝術、科技及體育等領域的跨文化交流的範例文字，系統就會生成一段視頻，呈現出跟該內容相對應的場景。

視頻預覽模塊：這個模塊會根據選定與編排好的素材來呈現視頻，讓用戶可以預覽生成的結果並評估輸出的品質。舉例來說，在輸入範例文字後，用戶可以觀看與跨文化環保技術合作倡議等主題相對應的自然景觀視頻片段。

視頻素材選擇模塊：這個模塊負責管理視覺素材的挑選與呈現方式，包括素材的獲得方法、素材類型以及畫面方向，讓用戶可以靈活驅動不同視頻風格與形態之間的匹配。

字幕設計模塊：這個模塊提供可設定的字幕選項，包括字幕顯示方式、字體選擇以及文字顏色，以提升閱讀性與整體一致性。

語音配置模塊：這個模塊允許用戶選擇語音類型以及調整跟音頻相關的設定。

分段內容與素材顯示模塊：這個模塊會根據分段後的文字來呈現匹配出來的結果。舉例來說，在輸入範例文字後，系統會自動將描述性的句子拆解成較小的段落，例如教育、藝術與體育等領域的跨文化交流。這些段落接著會跟相對應的場景進行匹配，像是教室學習環境、音樂表演或足球比賽，以貼合原本的內容。針對每一個段落，系統會顯示建議的持續時間，對應視頻素材的簡短描述以及素材編號，方便後續進行優化。

內容定製服務

憑藉我們豐富的內容資源及綜合製作能力，我們根據客戶的特定要求提供內容定製服務。我們的定製服務主要包括平面設計、視頻製作及虛擬製作。我們主要為有廣告、營銷及品牌傳播需求的客戶提供服務，涵蓋消費電子、汽車、消費品、金融服務、文化及旅遊等行業。

我們的內容定製服務建立在我們的內容授權業務之上。憑藉我們透過內容授權服務所累積的海量、優質且權屬清晰的內容，我們能夠為定製化項目提供原始素材，並確保內容使用的合規性及可追溯性。與傳統廣告及營銷機構相比，我們受益於強大的內容資源優勢，而該等機構亦可能從我們採購內容素材，以用於其自身的項目執行。

此外，我們已建立廣泛的供應鏈網絡，包括攝影師、後期製作工作室及設計機構等專業服務供應商。透過對該等生產資源的協調及分配，我們能夠將合適的執行能力與不同的項目要求相匹配。憑藉我們的內容資源及供應鏈能力，我們為客戶提供一站式內容定製服務。

我們的AI賦能綜合服務模式

AI技術的演進催生了更為一體化的內容生產模式，內容創作與製作流程之間的關聯日益緊密。相較於傳統生產模式（非常依賴不同階段之間割裂的工作流程及外部服務提供商），AI輔助工作流程能夠實現創意構思、內容生成與製作執行的更高程度整合。依託我們的內容生態系統（包括我們的內容提供者基礎、策展內容資源及外部製作網絡），我們能夠更有效地整合創意、製作及交付能力。這使我們能夠加強價值鏈各環節之間的協調，提升生產效率，並支持定製化內容解決方案的規模化交付。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

於項目執行過程中，我們將AI技術與專業生產能力相結合，以提供定製化內容。視乎項目復雜程度及創意要求，AI工具可應用於內容生成、編輯及完善過程，並與人類創意及製作 workflow 相結合，以提高製作效率並優化交付成果。例如，我們已部署一款內部設計工具 *Veer*，以協助我們的設計師根據用戶提示生成初步設計草圖，包括平面設計、插圖及海報，這樣既縮短了設計週期又提高了效率。在此基礎上，我們的製作團隊進一步完善及調整產出，以滿足客戶的特定要求。下圖展示了我們的內部工具如何根據輸入提示生成相應的圖像，並提供編輯功能。



AI技術的應用在一定程度上改變了內容生成的工作流程，有助於提高生成效率、成本管理及利潤率。憑藉規模化、高質量且合規的數據基礎以及閉環生產環境，我們能夠為內容定製服務中的交付成果提供版權保障。這使我們能夠滿足客戶的合規要求，並建立差異化的競爭優勢。

此外，自2026年6月起，我們已啟動直接面向用戶的Veer.com平台試點運營。用戶可通過我們的平台自主生成和編輯內容，從而提高其製作效率。我們的Veer.com平台亦利用我們龐大的內容庫作為基礎創意資源，並受益於我們權利清晰的內容庫及可追溯的內容管理能力。我們計劃逐步探索我們Veer.com平台的商業化方式，包括對使用某些功能和服務收取訂閱費。這是我們服務模式的持續迭代，以延伸內容創作能力並提升用戶參與度。在短期內，該等工具預計不會完全取代我們現有的內容定製服務。對於合規要求較高或創作需求更為復雜的項目（如商業廣告及品牌營銷活動），內容製作通常會由我們的專業團隊更深度地參與，以確保滿足合規與質量標準。

業 務

我們的交付模式

我們的內容定製服務通常以項目為基礎。定價通常根據具體項目確定，當中綜合考慮工作範圍及交付成果的複雜性。視乎客戶需求、項目範圍及交付時間表，我們透過以下模式提供該等服務：

- **內部交付模式：**我們直接管理項目執行，並向客戶交付最終成果；及
- **合作夥伴賦能交付模式：**我們協調外部製作資源（例如廣告代理商及專業創作者）以執行若干製作任務。

在這兩種模式下，我們均利用自身的內容資源及AI工具精簡製作流程，並在整個工作流程中實施項目管理、質量控制及合規程序，以確保交付質量。

項目通常涵蓋需求對接、方案設計、內容製作與交付等階段。我們根據項目進度進行資源調配，並在各階段實施質量控制與合規管理。項目週期因客戶需求（例如其產品發佈計劃）、製作複雜度及交付物範圍而異。

在結算方面，我們通常在客戶對項目交付成果最終驗收後收取款項。具體的付款安排及週期可能因客戶類型和合同安排而異。若項目涉及外部製作合作方，我們通常在收到我們客戶付款後，根據約定安排與有關方結算。

我們的內容定製服務代表性案例

於2025年，我們為梅賽德斯—奔馳新款車型的推廣提供內容定製服務，包括製作宣傳視頻及圖像。於此項目中，客戶要求提供能準確反映產品結構細節（如車身線條及格柵比例）以及車輛表面物理光線反射特性的視覺材料，同時實現用於商業用途的多樣化創意場景。傳統制作方法通常涉及於多個地點進行實地拍攝及大量的後期製作，這涉及高昂的場地成本，且在複製複雜的動態照明條件方面面臨挑戰。

為應對該等要求，我們開發了一套結合AI生成式場景及3D渲染技術的綜合解決方案。首先，就背景生成而言，我們利用基於經授權內容數據集訓練的底層模型，通過語義提示生成極地荒野及未來城市環境等場景。所有生成的場景材料均源自合規的訓練數據，確保背景資產可進行商業授權。其次，就汽車本身而言，我們並非僅依賴AI生成式輸出數據，而是應用了高精度的3D建模及渲染技術。我們構建了汽車的數字孿生模型，以確保準確呈現汽車的所有結構參數。第三，我們將源自AI生成式場景的環境照明信息映射至3D渲染引擎中，實施了物理照明模擬流程。此舉實現了對車輛表面真實光線反射的模擬，使渲染後的產品能夠準確反映生成場景中的環境細節，並實現前景與背景之間的視覺一致性。

於整個製作過程中，所有材料均經過集中管理，確保底層內容均源自獲得授權或已完成權利許可的內容，從而實現最終交付成果的可追溯性及合規性。因此，該項目實現了產品的結構準確性以及

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

場景創建的靈活性。與傳統工作流程相比，生產週期由約兩個月縮短至約三週，同時保持廣告級視覺品質，並降低與實地拍攝及後期製作相關的整體成本。



增值服務

我們不斷識別視覺內容行業發展所產生的結構性需求。該等因素包括內容供應日益多樣化(涵蓋機構供應商、個人創作者及AI生成的內容)、版權合規及權利驗證日益復雜、企業對內容管理的需求不斷增長、對基於API的可擴展存取的要求日益提高，以及AI技術更廣泛的採用。我們已識別並把握相關市場機遇，並擴大了增值服務組合。目前，我們的增值服務主要包括AI訓練數據服務、數字資產管理服務、智能終端視覺內容解決方案及內容創作者社區營運。展望未來，我們將繼續擴展服務產品、優化服務模式並增強生態系統，以支持業務的長期增長。

業 務

AI訓練數據服務

我們向廣泛的客戶提供數據服務，包括AI模型開發者、互聯網公司以及尋求開發或提升其AI能力的客戶。該等客戶通常需要海量、優質且合規的數據集，用於AI模型的訓練、微調及評估。憑藉我們廣泛的內容資源及標註能力，我們已開發出涵蓋多種形態及應用場景的整合式數據服務能力。我們提供端到端的數據服務，涵蓋AI訓練數據的完整生命週期，包括數據採集、處理、標註、質量控制、權利驗證及授權。

通過AI輔助標註與專家標註相結合的方式，我們將權屬清晰的內容轉化為結構化多維數據。每個數據單元均有可驗證的權利鏈及詳細的元數據作為支持，使客戶能夠在明確知悉所有權、合規性及授權使用範圍的情況下使用該等數據。在向我們的客戶提供數據服務之前，我們會根據與上游內容提供者訂立的合約安排進行授權驗證，以確定相關內容在AI訓練及數據服務場景中的允許使用範圍內。尚未獲得所需授權，或不允許用於外部數據服務或模型訓練的內容，將不會納入相關數據集。就納入我們數據服務的內容而言，我們會根據協定的合約條款與相關內容提供者分享收入。

我們亦已與專業數據服務供應商（如海天瑞聲（基礎模型數據解決方案提供商）及數據堂（全球知名AI訓練數據服務提供商））建立合作關係，以補充我們的能力及擴大我們的服務容量。該等合作使我們能夠拓寬數據覆蓋範圍，提高處理效率，並支持海量數據項目。

我們的數據服務收入模式主要基於服務費。視乎客戶需求，我們以項目為基礎或透過持續的數據供應安排提供服務。定價乃基於以下因素釐定，包括：(i)模型的預期用途及類型；(ii)數據的數量、規格及類別；(iii)數據的使用期限；及(iv)協定的驗收標準。

透過該等服務，我們進一步在AI訓練及數據應用中利用我們的內容資產及供應鏈網絡，擴大其商業用例及收入產生潛力。這亦加強了我們的內容資源與AI應用之間的聯繫，強化了數據、模型及業務擴張之間的互動。

數字資產管理服務

我們主要向公共服務機構、新聞媒體、大型企業及其他管理大量視覺內容資產的客戶提供數字資產管理服務。該等客戶通常面臨資產存儲分散、搜索效率低下、跨部門協作困難以及依賴手動流程導致營運效率受限等挑戰。我們的服務使客戶能夠提高管理效率，加強在不同業務場景下的利用率，並實現其內容資產的商業價值。

我們的數字資產管理系統採用國際標準進行內容描述、交換及管理，並支持根據客戶需求進行快速部署及定製。我們的數字資產管理系統涵蓋內容資產的全生命週期，包括以下階段：

- **內容引入及儲存**：內容提供者在將內容上傳至系統前，須完成身份驗證並簽署相關協議。
- **內容審核及權利驗證**：系統進行合規審查，並驗證版權所有權及使用權限。僅合規數據才會被接受入庫。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

- **內容標籤及管理**：該系統應用結構化標籤對內容進行分類及組織，並利用AI技術提取關鍵標註。該等結構化標籤提高了標準化程度，並實現有效管理、檢索及重用海量內容資產。
- **內容搜索及使用**：該系統支持多種搜索方式，例如基於關鍵字、基於圖像及語義搜索。用戶可以存取及下載各種形式及規格的内容。
- **權限控制及分發**：系統提供基於角色的訪問控制，允許對查看、下載及編輯內容授予不同的權限。
- **變現及數據分析**：系統對內容資產進行統計分析，包括上傳量、下載量及使用頻率，並生成可視化報告以支持決策。該系統亦支持將內容直接授權於我們平台，從而使客戶能夠將其內容資產變現。

智能終端視覺內容解決方案

我們通過與智能手機、個人電腦、平板及其他智能設備的領先製造商合作，提供智能終端視覺內容解決方案。我們採用B2B2C業務模式，據此，我們向客戶授權版權內容，並參與終端用戶所產生的下游變現。除授權費外，我們亦可能從終端用戶訂閱及廣告收入分成安排中獲取收入，從而將我們的部分收入增長與終端用戶參與度掛鉤。

我們提供多種視覺內容，包括鎖屏壁紙、主題及其他個性化視覺資產。該等內容通常預裝於設備上，或通過系統界面、設備應用商店或由我們合作夥伴營運的線上分發渠道提供給終端用戶。通過此流程，我們的內容被整合到用戶在多個設備觸點的日常體驗中，從而實現大規模、高頻率的用戶觸達。我們與合作夥伴緊密合作，根據用戶偏好、設備特性及使用場景量身定製內容產品。我們支持合作夥伴增強其設備生態系統的吸引力及用戶黏性。



內容創作者社區營運

我們重視與內容創作者的合作關係，致力於構建全球化的綜合社區體系。我們已培育形成多個專業內容創作者社區，包括面向攝影師的500px.com、面向設計師的愛視覺(ishijue.com)、面向音視頻創作者的光廠(VJshi.com)以及面向3D/CG模型創作者的cg模型網(cgmodel.com)，為其提供分享、交流與協作的平台。截至2025年12月31日，我們的社區累計註冊會員超過4,000萬，覆蓋全球主要國家和地區，形成了龐大的潛在內容提供者儲備。

業 務

我們通過平台為內容提供者提供豐富的資源及變現機會。依託我們多元化的客戶基礎及項目儲備，內容提供者可以參與各類內容創作及營銷活動，運用其創意能力滿足特定客戶需求並獲取收入。我們進一步發揮內容創作者社區的資源整合優勢，將提供者資源與活動策劃及執行支持相結合，為消費電子、汽車、消費品、金融服務以及文化與旅遊等行業的客戶提供服務。該等服務主要包括：(i) 我們組織眾包競賽及主題內容活動，邀請內容提供者根據客戶需求創作並提交內容，使其獲得項目機會並實現作品變現，同時為客戶提供多元化的內容選擇；(ii) 在客戶開展營銷及推廣活動時，我們將相關機會向內容提供者發布，其可通過參與內容創作、傳播及活動執行獲取相應收入。

在該等安排下，內容提供者通常根據約定的稿費分成機制獲得報酬，包括(如適用)內容銷售收益分成、服務費或激勵獎勵。我們還通過500px.com海外平台的會員費用獲得收入。

關鍵運營數據

下表載列我們於所示年度的內容授權服務的主要指標：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	客戶數目	客戶留存率 ⁽¹⁾	淨金額留存率 ⁽²⁾	客戶數目	客戶留存率 ⁽¹⁾	淨金額留存率 ⁽²⁾	客戶數目	客戶留存率 ⁽¹⁾	淨金額留存率 ⁽²⁾
KA客戶 ⁽³⁾	776	83.0%	83.6%	724	80.2%	91.5%	631	77.6%	81.7%
其他 ⁽⁴⁾	241,315	46.4%	73.9%	225,290	46.8%	74.5%	216,710	49.5%	76.2%
總計	242,091	46.6%	79.8%	226,014	46.9%	84.3%	217,341	49.6%	79.6%

附註：

- (1) 客戶留存率按本年度複購客戶(於本年度及上年度均向我們作出採購的客戶)數目除以上一年度的客戶總數目，再乘以100%計算獲得的百分比數值。
- (2) 淨金額留存率等於本年度來自複購客戶的收入(包括增值稅)除以上一年度產生的收入(包括增值稅)，再乘以100%得出的百分比。
- (3) KA客戶指年消費額達人民幣100,000元或以上的客戶。
- (4) 其他指相關年度除KA客戶以外的所有客戶。

儘管客戶留存指標於往績記錄期間受到客戶採購模式及營銷開支變動的影響，但我們的KA客戶群繼續展現出相對較高的留存水平，於2023年、2024年及2025年的留存率分別為83.0%、80.2%及77.6%。我們認為，此反映了我們內容資產的價值、長期的客戶關係以及滿足客戶不斷演變的內容需求的能力。展望未來，我們擬透過整合AI賦能功能、結構化數據能力及版權清晰的內容資源，繼續加強我們的內容授權服務。我們相信，與AI生成內容相關的不斷演變的監管及商業規定，將增加對合規、可追溯且商業上可信賴的內容解決方案的需求，使我們能夠加強客戶參與度，並把握內容行業持續轉型所帶來的全新機遇。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

下表載列我們於所示年度的內容定製服務的關鍵指標：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年內客戶數目	110	96	116
新客戶數目 ⁽¹⁾	51	45	53
累計服務客戶數目	395	429	467
平均客戶價值 ⁽²⁾ (人民幣千元)	1,461	1,808	1,912
年內確認收入的合約數目	529	517	625
年末在手訂單 (人民幣百萬元)	46.2	41.3	25.5
客戶留存率 ⁽³⁾ (%)	50.9	46.4	65.6
淨金額留存率 ⁽⁴⁾ (%)	81.8	94.8	99.0

附註：

- (1) 新客戶數目等於於上年度並未貢獻收入的本年度客戶數目。
- (2) 特定期間的平均客戶價值按該年度所交付項目的總合約價值除以同年度客戶數目計算。
- (3) 客戶留存率按本年度複購客戶數目(即本年度及上一年度均向我們進行採購的客戶)，除以上一年度客戶總數再乘以100%計算得出百分比。
- (4) 淨金額留存率等於本年度來自複購客戶的收入(包括增值稅)除以上一年度的收入(包括增值稅)，再乘以100%得出的百分比。

下表載列於所示年度內容定製服務中我們項目的在手訂單：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	項目數量	合約價值	項目數量	合約價值	項目數量	合約價值
	#	人民幣千元	#	人民幣千元	#	人民幣千元
年初	250	67,274	188	46,219	142	41,313
新獲得的項目	467	139,663	471	168,683	552	205,993
已交付的項目	529	160,717	517	173,589	625	221,194
年末	188	46,219	142	41,313	69	25,512

我們內容定製服務的關鍵營運指標顯示此項業務持續擴張。於往績記錄期間，平均客戶價值普遍有所增加，反映客戶對我們內容定製解決方案的採用程度日益提高，以及我們提供更高價值服務的能力。尤其是，平均客戶價值由2023年的人民幣1.5百萬元增加至2025年的人民幣1.9百萬元，而新獲得項目的數量由2023年的467個增加至2025年的552個，反映我們的內容定製業務的強勁增長，並為未來收入產生提供了可見性。

我們認為內容定製服務的持續增長得益於將AI技術整合至工作流程中，此舉提高了服務效率、縮短了交付週期，並擴大了我們所能服務的應用場景範圍。展望未來，我們擬進一步將AI能力、內容資源及行業專業知識整合至我們的服務中。我們相信，對定製化、合規且商業上可信賴的內容解決

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

方案日益增長的需求，連同我們不斷擴大的客戶群及在手訂單，將繼續支持我們內容定製服務的發展。

我們的客戶觸達及服務網絡

我們已建立一套完備的客戶觸達及服務網絡，以支持向全球範圍內的客戶提供我們的服務。在中國內地，我們直接向客戶提供內容授權服務、內容定製服務及增值服務。我們一般不直接向中國內地以外的客戶提供服務，亦未設有專門的海外銷售團隊。我們主要依賴與國際合作夥伴的合作以觸達及服務海外客戶。該等合作夥伴包括全球性通訊社，如美聯社及法新社，以及視覺內容代理商與發行平台，如Getty Images、Newscom、IMAGO及AFLO。在該等安排下，我們向該等合作夥伴授權若干內容，由其向其海外市場的客戶群進行分發及再授權（如適用）。該等安排通常載明授權內容的範圍、獲准地區、分發及再授權權利、收益分成機制以及雙方的各自責任。特別是，我們通常對我們授權予國際合作夥伴的內容的權利及授權狀態負責，而該等合作夥伴通常對其在相關海外市場的分發活動及客戶關係自行負責，各情況均受相關協議條款的約束。我們通常根據相關安排，基於該等內容的下游商業化情況收取授權費及稿費分成（如適用）。

於往績記錄期間，我們從中國內地及海外市場產生收入。我們來自海外市場的收入主要包括海外合作夥伴支付的授權費及稿費，以及我們500px攝影師平台的會員費。於2023年、2024年及2025年，我們來自中國內地的收入保持相對穩定，分別為人民幣732.4百萬元、人民幣763.9百萬元及人民幣733.4百萬元。於2023年、2024年及2025年，我們的海外收入保持相對穩定，分別為人民幣48.4百萬元、47.2百萬元及45.0百萬元。

下表載列於所示年度我們按地理位置劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國內地	732,435	93.8	763,936	94.2	733,428	94.2
海外 ⁽¹⁾	48,395	6.2	47,248	5.8	45,042	5.8
總計	780,830	100.0	811,184	100.0	778,470	100.0

附註：

(1) 來自美國、英國、德國及日本等海外客戶的收入。

客戶觸達及服務

在中國，我們通過四個平台（即VCG、CFP、光廠及ImageShop）以及我們的API服務提供內容授權服務。我們主要通過大客戶團隊提供內容定製及其他增值服務。

業 務

我們的客戶觸達

截至2025年12月31日，我們的銷售與市場團隊由159名具備廣泛行業洞察的專業人士組成，我們的客戶觸達及服務網絡覆蓋了中國主要商業樞紐，主要包括北京、上海、廣州、深圳、成都、武漢、常州及天津，使我們能夠為關鍵區域的客戶提供響應及時的服務。

我們透過結合直接觸達、生態系統合作夥伴關係、行業參與及內容驅動的營銷舉措等多樣化方式，獲取及吸引內容授權服務的客戶。我們透過專門團隊處理客戶經由我們的官方網站、客戶服務渠道及其他溝通界面進行的查詢，從而轉化主動需求，同時開展針對重點行業及客戶群的定向外展活動。同時，我們通過將內容服務整合至廣泛使用的軟件及數字平台，將我們的產品嵌入用戶的工作流程中，並透過基於合作的安排實現規模化客戶獲取。我們進一步透過參與行業協會、專業組織及行業活動，同時利用客戶轉介及在各行各業中成功案例的示範，以加強客戶信任度及市場影響力。

就我們的內容定製服務而言，我們的獲客策略專注於選定行業的深度滲透及與領先客戶共同開發標桿項目，藉此吸引同一行業內的更多客戶。通過成功向行業頭部企業交付優質定製服務，我們建立了參考案例，該等案例通過同行認可及項目可信度產生後續需求，並提升客戶轉化率。此舉得到了我們成熟的市場聲譽、公認的品牌定位以及通過整合資源管理確保執行質量一致的支持。我們亦協調及管理廣泛的優質創意資源網絡(包括導演、攝影師、後期製作團隊及製作公司)，從而能夠高效交付一貫的高標準成果，並支持客戶持續參與。

我們的客戶服務

我們已建立一支專業且響應迅速的客戶服務團隊，並劃分為若干專業小組。該等專業小組由不同部門的成員及對接人組成，以確保客戶需求被準確理解並及時有效地解決。例如，針對我們的內容定製服務，我們組建了由客戶關係團隊及製作團隊成員共同構成的項目小組。客戶關係團隊作為主要的客戶接口，製作團隊則提供專業洞察及技術專長，旨在確保以最高標準交付定製化服務。

我們已建立多個渠道收集客戶反饋，包括專門的投訴熱線及直接上報機制。所有收到的投訴將根據問題性質及時轉交至負責相關區域的專業小組進行分析和解決。處理結果隨後報送至我們的管理團隊進行審閱。我們特別重視與版權事項相關的客戶投訴，並已採用加速處理流程，涉及法律、製作及內容審核團隊的跨部門協作。

與客戶的主要協議

我們與客戶所訂協議的主要條款因所提供服務的性質而異。與內容授權服務相關的協議主要條款載列如下：

- **期限**：通常為一至三年。

業 務

- **主要權利與義務：**對於終端用戶客戶，我們負責授權內容以用於內部使用或指定的商業或編輯目的。使用範圍在相關協議中予以界定。除非另有約定，否則客戶不得轉售、轉讓、再分發、再授權或以其他方式向任何第三方提供授權內容。對於分發或授權合作夥伴，我們可能授予其在約定區域、渠道及使用範圍內分發、再授權或以其他方式開發授權內容的權利。所授予的具體權利(包括進一步授權或分發內容的任何權利)須遵守相關協議所載的條款及條件。
- **定價：**價格因授權類型、地理範圍、使用期限、用戶數量及特定尺寸等因素而異。
- **收費模式：**根據適用的定價和收費模式，我們的收費模式通常包括：(i)套餐制合同項下的固定年費；(ii)框架協議項下按月或季度結算的基於使用量的費用；及(iii)單次交易支付項下按單件內容計費的按項定價。
- **付款及信貸期：**對於涉及信貸期的協議，我們通常授予不超過180天的信貸期。
- **終止：**任何一方均可因故(如違約)終止協議。此外，經雙方協商一致，協議通常亦可終止。

我們與客戶就內容定製服務所訂協議的主要條款載列如下：

- **服務範圍及說明：**我們負責按照客戶的指示提供定製化內容，並指定專門團隊協調及管理服務執行。協議將明確可交付成果的數量、形態及用途。
- **定價及付款：**費用根據項目逐項協商確定，考慮因素包括可交付成果的性質、數量及其他相關因素。
- **付款及信貸期：**我們通常要求客戶在其接受定製化內容可交付成果後30天內全額結清款項。
- **知識產權：**我們通常就定製化內容授予客戶為期一年的全球媒體使用權。我們負責確保所交付的定製化內容不侵犯任何版權或其他第三方權利。
- **終止：**任何一方均可因故(如違約)終止協議。此外，經雙方協商一致，協議通常亦可終止。

我們的內容准入、審核及管理

我們已建立全面的內容審核與知識產權保護框架，覆蓋內容的完整生命週期，旨在確保我們提供的內容符合適用法律法規、權屬清晰且保持高質量。

業 務

內容准入與審核流程

所有內容在發佈前均須經過統一的審核流程。通過該流程，我們在內容上線至平台之前識別並處理潛在的合規問題、不當內容及權利相關風險。主要步驟包括：

- **上傳與初始處理：**內容提供者上傳內容及關聯元數據，包括標題、描述及關鍵詞；
- **分層審核程序：**
 - **AI篩查：**我們的AI工具執行初始合規檢查及風險識別；
 - **人工審核：**我們的專業內容審核團隊對內容進行實時及持續的審核與監控；
- **審核角度：**
 - **版權審查：**我們透過多項措施核實上傳內容的版權所有權或相關授權狀態。請參閱「— 知識產權合規管理」。
 - **質量審查：**我們部署了審美評價模型，對內容質量進行多維度分析。此模型從多個維度評估內容，包括構圖、解析度、色彩、真實性及商業適用性，並分配定量排名，以支持內容篩選、推薦及展示優化。
- **審查結果判定：**內容或獲批准、退回修改、拒絕或上報以作進一步審查。只有通過我們審查程序的內容方可獲接納納入我們的內容數據集。
- **註釋與標籤：**我們透過AI與專家團隊的共同努力為內容進行標註，將原始資產轉化為結構化多維數據，從而實現高效的索引、檢索及下游AI應用。我們透過標記提供者類型、地理位置及描述性關鍵詞等屬性，為每項內容加上標籤，以提升搜尋功能、匹配準確度及商業可信賴性。就涉及特殊權利類別（如編輯用途材料及公有領域作品）的內容而言，我們應用獨立標籤以向用戶作出澄清。
- **內容處理：**我們可能會進一步調整或優化圖像的形態、解析度及大小，以確保一致性、不同使用場景下的適應性以及商業可信賴性。
- **展示：**我們將經過審閱、註釋、標籤及處理的內容上傳至我們的平台，以便向客戶展示及分發。

對不當或非法內容的管理

可能出現與我們對不當或非法內容持續監控相關的合規風險，請參閱「— 法律程序及合規事項 — 合規」。我們利用自動化AI及人工審核程序，對我們平台上的不當或非法內容進行管理、監控及移除。

- **AI篩查：**我們的AI工具通過分析圖片、視頻及相關文本元數據，並與內部維護的規則集進行比對，對新上傳內容進行初始篩查。可能包含非法或不當元素的內容將被標記，根據風險等級進行分類，並升級進行進一步人工審核。該等規則集定期更新，以反映不斷變化的

業 務

監管要求及運營實踐，尤其關注政策敏感內容、違禁內容(如暴力、賭博)及涉及個人信息的內容。

- **人工審核**：被AI工具標記的內容將由我們的內容審核團隊進行進一步審核。該團隊從合規性、敏感性、版權狀態及風險分類等角度評估此類內容。對於涉及高度敏感領域(如國家安全、公共秩序或個人數據保護)的內容，我們採用增強審核程序，包括在發佈前由指定人員進行額外一輪審核。

發佈後，我們通過舉報渠道、客戶反饋及內部監控機制繼續對內容進行監控。涉及重大敏感性(如與恐怖主義相關的內容)可能觸發立即移除措施。必要時，我們還可進行定向或專項審查，以進一步評估潛在風險。為支持該等程序的有效實施，我們為內容審核人員提供入職培訓及定期培訓，以確保其熟悉適用的監管要求及政策更新。

知識產權合規管理

為支持我們跨多個內容來源、內容類型、應用場景及司法管轄區的內容服務業務營運，我們已建立涵蓋整個內容生命週期(包括採集、審查、結構化及分發)的知識產權管理框架。

內容採集及權利審查

於內容採集階段，我們透過提供者的合約承諾以及分層核實程序，管理權利的來源及狀態。

- **合約承諾**：我們與內容提供者訂立的協議要求其陳述彼等為相關內容的版權擁有人，或已取得全面、有效及具法律效力的授權。內容提供者亦須承諾，其提供的內容不侵犯任何第三方權利，包括版權、肖像權、商標權或其他法律權利，且該等內容不存在任何權利瑕疵或限制。在若干協議中，內容提供者進一步承諾，若因其提供的內容存在權利瑕疵或侵權行為而導致任何索賠、損失或責任，其將對我們進行賠償。
- **內容提供者的核實**
 - **版權合作機構**：我們專注於授權鏈的完整性以及版權合作機構所提供內容的合法性。我們核實該機構的法律地位，並審查其內容來源，包括內容屬原創或是透過分銷安排取得。我們亦會審閱是否已取得任何第三方權利。機構須提供清晰的授權鏈，並就其與我們訂立的協議項下的任何權利瑕疵承擔責任。
 - **個人內容提供者**：我們注重個人內容提供者所提供內容的原創性及真實性。於進駐階段，我們評估其創作能力，包括內容品質、風格一致性及生產連續性。其後，我們利用跨平台搜索及反向圖像識別工具，以識別內容先前是否已在其他地方發佈，或所有權是否存在不一致之處。對於顯示異常特徵(如與現有內容高度相似、來源信息不一致或缺乏創作歷史)的內容，我們要求其提供原始文件或其他證明創作過程的材料。

業 務

- **權利審查：**在內容於我們的平台發佈前，須經過分層審查程序。
 - **版權及重複檢查：**我們利用雜湊指紋技術及基於AI的圖像識別技術，從上傳內容中提取特徵並進行相似性分析。這使我們能夠識別與我們平台上現有內容或其他來源內容高度相似或相同的內容。
 - **第三方權利識別及處理：**我們識別內容是否包含可辨認的肖像、建築物或其他可能涉及第三方權利(包括肖像權或財產權)的元素。就涉及該等權利的內容而言，(i)獲得完整授權的內容可予發佈；(ii)授權不完整或不明確的內容須受額外文件或使用限制所規限及(iii)權利未經核實或已識別風險的內容將被拒絕或移除。
- **元數據及權利標籤：**審查完成後，我們會對每項內容進行分類及登記，包括其內容類型、授權範圍、地理範圍、准許用途及適用限制。此等資料以結構化數據形式記錄於我們的系統中，並構成後續權利管理的基礎。

權利鏈管理及系統控制

內容錄入後，權利相關資料乃透過我們的內部系統進行管理。

- **權利的結構化表示：**就每項內容項目而言，我們於內容管理及審查系統中將授權類型、許可模式、准許用途、地理範圍、期限及第三方權利狀態記錄為結構化欄位。該等欄位源自與內容提供者簽訂的上游協議，並於內容進駐時嵌入內容元數據中。
- **授權與使用的匹配：**於分發過程中，我們的系統將內容層級的權利欄位與客戶層級的授權條件相鏈接。內容可用性將根據使用類型、客戶類型及協定的許可範圍進行自動篩選。此舉確保下游授權與上游權利保持一致，並防止超出範圍的許可。
- **權限調整：**倘授權狀態發生變更(包括屆滿、終止合作或修改授權範圍)，系統中相關的權利欄位將予以更新。相應的內容獲取、許可及下載權限均會實時調整，以限制進一步使用或分發。

授權及使用管理

我們透過授權分配、合約條款及系統控制相結合的方式，管理客戶對內容的使用。

- **內容選擇及存取：**內容獲取權限乃根據客戶類型及預期用途進行控制。若干類別的內容進一步限制僅供特定類型的用戶存取。
- **授權範圍的定義：**授權範圍於標準協議中界定，包括使用目的、期限、地域及使用限制。該等合約條款與系統級別的控制措施同步，以確保實際內容的使用僅限於協定範圍。

業 務

為內容提供者提供知識產權保護支持

我們向內容提供者提供若干知識產權保護支持。當原始內容上傳後，我們的系統會記錄關鍵所有權信息並生成帶有時間戳的記錄，以支持權利核實。於發佈後，我們會對上傳至我們平台的新內容進行相似度及重複性檢查，以識別潛在的侵權風險。倘識別出潛在侵權行為且內容提供者選擇採取進一步行動，我們或會協助與第三方服務供應商（如法律或知識產權服務機構）進行協調，支持文件準備工作並促進溝通，以促成維權流程。

研發

我們的研發實力

我們透過內部開發、戰略協作及投資相結合，提升我們的技術能力。就我們的內部研發能力而言，我們已建立一支專注於AI及視覺內容技術的研發團隊，涵蓋多模態理解、多模態生成技術及AI智能體等關鍵領域。我們的研發團隊與內容製作及業務應用團隊緊密合作，並納入來自各個下游業務場景的反饋。透過此類跨職能整合，我們在多個關鍵維度（包括內容審查效率、內容匹配準確度、搜索效率、推薦相關性及產品功能適應性）持續完善模型及產品功能，從而實現將技術能力高效轉化為實際應用。截至2025年12月31日，我們的研發團隊由122名人員組成，佔全體僱員的26.2%。於2023年、2024年及2025年，我們的研發開支分別為人民幣99.1百萬元、人民幣72.7百萬元及人民幣73.0百萬元。此外，我們與全球專注於AI模型及應用的公司進行戰略投資與合作，以獲取關鍵技術能力、拓展應用場景並提升業務協同效應。

我們的研發成果

我們已開發一套涵蓋內容審查、上傳、分發及創作全生命週期的綜合技術框架。透過AI審查及標籤功能，我們實現了智能內容分類、合規審查及品質控制，從而提高版權保護的效率及準確性。與此同時，我們的搜索及匹配技術提高了內容匹配及個性化推薦的精準度，並簡化了內容製作工作流程，從而提升用戶體驗及整體營運效率。

內容輸入階段的關鍵技術

於內容輸入階段，我們推動了審查流程的集中管理及標準化執行，同時提高了內容識別、標籤及風險篩選的自動化水平與準確性，從而提升了我們平台的整體內容治理及合規成效。請參閱「我們的內容准入、審核及管理」。內容輸入階段的關鍵技術包括：

- **智能內容審核。**我們的平台整合了跨多個內容平台的審查功能，並支持根據內容類型、風險等級及下游場景，靈活分配AI審查資源及配置審查工作流。其解決了不同內容平台之間的碎片化問題，並提高了審查流程的一致性及效率。

業 務

- **智能內容標籤。**憑藉綜合視覺識別功能，我們的平台於內容輸入階段自動生成標籤、標記、標題及內容屬性。其結合多維度智能評分機制與人工審查程序，以確保內容輸入及上傳的優質與準確性。

用戶導向階段的關鍵技術

為更好地匹配用戶需求並提高內容生產及交付效率，我們將技術開發重點放在加強內容搜索、推薦及相關流程管理，提高內容匹配的準確性，並提升內容發現及篩選的效率。此外，該等技術透過簡化工作流程，支持更高效的內容創作及項目執行。請參閱「— 我們的服務 — 內容授權服務 — AI技術在我們內容授權服務的應用」及「— 我們的服務 — 內容定製服務 — 我們的AI賦能綜合服務模式」。用戶導向階段的關鍵技術包括：

- **智能檢索及推薦。**我們構建多模態用戶畫像及內容特徵模型，並利用協同過濾、內容相似度算法及語義理解，以提供實時個性化推薦。其專注於根據用戶的偏好及行為為其匹配最相關內容。我們的靈感拓展模型以應用大語言模型及多模態搜索技術為核心，透過語義理解詮釋用戶意圖並擴展初始查詢。其整合精確匹配及語義匹配與重排序模型，將抽象輸入轉化為結構化搜索結果，並生成超出直接匹配範圍的靈感提示。此舉擴大了搜索空間並實現迭代探索，顯著提高了發現相關靈感的效率。總體而言，這些能力提升了匹配準確度、簡化了內容發現與篩選流程，並支撐更高的轉化率與複購率。
- **智能內容生成與編輯。**我們已將智能內容生成與編輯能力整合到我們的內容授權服務及內容定製服務中：(i)對於內容授權服務，我們的能力包括一鍵成片，可基於用戶輸入，從授權資產中自動化、可擴展地生成結構化視頻輸出，並內置控制機制以確保一致性與合規性；及(ii)對於內容定製服務，我們開發了一個內部設計支持工具 *Veer*，該工具嵌入整個內容生產流程，以支持概念開發、草稿生成及迭代優化。綜合而言，這些能力通過提高產能利用率及更高效的客戶項目執行，支撐更高的項目吞吐量並改善變現能力。

我們的品牌及營銷

自成立以來，我們始終通過提供優質內容來保持並擴大市場份額，已培育出深受行業認可的豐富多元內容庫。我們實施各類品牌推廣與營銷措施，持續提升在現有及潛在客戶中的品牌認知度，包括：

- **關於線上營銷，**我們利用多種數字渠道（例如社交媒體平台及網頁瀏覽器），並與主流媒體及客戶合作舉辦攝影、短片及設計比賽。此外，我們為國內領先的智能手機製造商提供定製化的鎖屏壁紙服務，藉此實現每日數億次的品牌曝光。

業 務

在若干情況下，內容用戶可能會選擇在其作品中標註我們的平台為內容來源。此類標註可能傳達出該內容源自一個合規且權屬清晰的平台。同時，這也提升了我們品牌的知名度，增加了市場認可度，並強化了用戶對我們內容質量及合規性的認知。

- **關於線下營銷**，我們積極參與多項舉措，例如與主要行業組織共同推動標準制定、主辦「視覺盛典」攝影師活動，以及策劃專業影像出版物。我們與媒體公司合作，在機場、地鐵、高鐵站及城市核心商務區構建廣泛的線下品牌展示網絡，實現品牌曝光。

主要客戶及供應商

我們的主要客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要由新聞傳媒、品牌公司、互聯網公司及廣告代理構成。於2023年、2024年及2025年，來自五大客戶的收入分別為人民幣172.8百萬元、人民幣192.3百萬元及人民幣187.4百萬元，佔我們同年總收入的22.1%、23.7%及24.1%。下表載列於往績記錄期間各年度我們按收入劃分的五大客戶的詳細情況。

截至2023年12月31日止年度

客戶	提供的解決 方案／服務	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係開始的 年份	信貸期	付款方式
客戶A ⁽¹⁾	內容定製服務、 內容授權服務	70,369	9.0	2006年	30天	銀行轉賬
集團X ⁽²⁾	內容授權服務	37,715	4.8	2010年	30天	銀行轉賬
客戶B ⁽³⁾	增值服務、內容 授權服務	29,165	3.7	2008年	30天	銀行轉賬
客戶C ⁽⁴⁾	內容定製服務、 內容授權服務	19,099	2.4	2010年	30天	銀行轉賬
客戶D ⁽⁵⁾	內容授權服務	16,481	2.1	2006年	30至45天	銀行轉賬
總計		172,829	22.1			

附註：

- (1) 一家信息通信技術科技企業的一組附屬公司或聯屬公司。
- (2) 其為一間於紐約證券交易所上市的一個全球視覺內容授權平台的一組附屬公司或聯屬公司。
- (3) 其為一間於紐約證券交易所及香港聯交所上市的領先的全球互聯網技術公司的一組附屬公司或聯屬公司。
- (4) 一家全球智能設備企業的一組附屬公司或聯屬公司。
- (5) 其為一間於納斯達克及香港聯交所上市的AI技術公司的一組附屬公司或聯屬公司。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	提供的解決方案／服務	收入 (人民幣千元)	佔總收入的百分比	業務關係開始的年份	信貸期	付款方式
客戶A	內容定製服務、 內容授權服務、 增值服務	85,561	10.5	2006年	30天	銀行轉賬
集團X	內容授權服務	36,472	4.5	2010年	30天	銀行轉賬
客戶C	內容定製服務、 內容授權服務	27,195	3.4	2010年	30天	銀行轉賬
客戶E ⁽⁶⁾	內容定製服務、 內容授權服務、 增值服務	23,653	2.9	2020年	30天	銀行轉賬
客戶D	內容授權服務	19,438	2.4	2006年	30至45天	銀行轉賬
總計		192,318	23.7			

附註：

(6) 一家全球智能設備科技企業的一組附屬公司或聯屬公司。

截至2025年12月31日止年度

客戶	提供的解決方案／服務	收入 (人民幣千元)	佔總收入的百分比	業務關係開始的年份	信貸期	付款方式
客戶A	內容定製服務、 內容授權服務	105,184	13.5	2006年	30天	銀行轉賬
集團X	內容授權服務	34,992	4.5	2010年	30天	銀行轉賬
客戶D	內容授權服務	16,500	2.1	2006年	30至45天	銀行轉賬
客戶C	內容定製服務、 內容授權服務	16,018	2.1	2010年	30天	銀行轉賬
客戶F ⁽⁷⁾	內容定製服務	14,747	1.9	2015年	30天	銀行轉賬
總計		187,441	24.1			

附註：

(7) 一家品牌營銷服務提供商。

據我們所知，於往績記錄期間各年，我們的五大客戶均為獨立第三方。據我們所知，於往績記錄期間各年，我們的董事、其緊密聯繫人或本公司任何股東(據董事所知持有本公司已發行股本5%以上者)概無於我們五大客戶中擁有任何權益。

我們的主要供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括內容提供者、定製服務提供商以及技術及運營服務提供商。於往績記錄期間各年，來自我們五大供應商的採購金額分別為人民幣99.3百萬元、人民幣81.6百萬元及人民幣80.2百萬元，佔我們同年總採購額的19.3%、14.9%及14.0%。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度我們按採購額劃分的五大供應商的詳細情況。

截至2023年12月31日止年度

供應商	購買的解決方案／服務	購買金額 (人民幣千元)	佔購買總額的百分比	業務關係開始的年份	信貸期	付款方式
集團X	內容授權服務	42,577	8.3	2005年	30天	銀行轉賬
供應商A ⁽¹⁾	技術服務	22,156	4.3	2023年	於開具發票後即時到期	銀行轉賬
供應商B ⁽²⁾	內容定製服務	14,178	2.8	2022年	15天	銀行轉賬
供應商C ⁽³⁾	技術服務	10,484	2.0	2018年	7天	銀行轉賬
供應商D ⁽⁴⁾	內容定製服務	9,902	1.9	2021年	15天	銀行轉賬
總計		99,297	19.3			

附註：

- (1) 一家技術服務提供商。
- (2) 一家創意圖像設計解決方案提供商。
- (3) 一家技術服務提供商。
- (4) 一家平面設計及品牌視覺服務提供商。

截至2024年12月31日止年度

供應商	購買的解決方案／服務	購買金額 (人民幣千元)	佔購買總額的百分比	業務關係開始的年份	信貸期	付款方式
集團X	內容授權服務	36,395	6.6	2005年	30天	銀行轉賬
供應商B	內容定製服務	15,390	2.8	2022年	15天	銀行轉賬
供應商D	內容定製服務	10,576	1.9	2021年	15天	銀行轉賬
供應商C	技術服務	9,904	1.8	2018年	7天	銀行轉賬
供應商E ⁽⁵⁾	內容定製服務	9,286	1.7	2020年	10天	銀行轉賬
總計		81,551	14.9			

附註：

- (5) 一家廣告營銷解決方案提供商。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

截至2025年12月31日止年度

供應商	購買的解決 方案／服務	購買金額 (人民幣千元)	佔購買總額 的百分比	業務關係開始的 年份	信貸期	付款方式
集團X	內容授權服務	31,786	5.6	2005年	30天	銀行轉賬
供應商D	內容定製服務	13,855	2.4	2021年	15天	銀行轉賬
供應商F ⁽⁶⁾	技術服務	12,747	2.2	2020年	15天	銀行轉賬
供應商B	內容定製服務	11,403	2.0	2022年	15天	銀行轉賬
供應商C	技術服務	<u>10,428</u>	<u>1.8</u>	2018年	7天	銀行轉賬
總計		<u>80,219</u>	<u>14.0</u>			

附註：

(6) 一家品牌營銷服務提供商。

我們與內容提供者的協議中有關內容授權服務的主要條款載列如下：

- **期限：**協議期限通常為三年。
- **內容範圍：**內容提供者應提供協議中定義的圖片、視頻、音頻文件及3D/CG模型及其他相關素材。該等內容的規格(包括其數量、性質及形態)均在協議中予以約定。
- **知識產權：**內容提供者應授予我們通過指定平台分發及銷售產品的許可。內容提供者亦可授權我們及我們的客戶將該等內容用於進一步編輯及使用。具體而言，內容提供者可授予(i)獨家許可，在此情況下，內容提供者不得授權任何第三方提供與授予我們的產品相同或實質相似的產品；及／或(ii)非獨家許可，在此情況下，內容提供者可向第三方銷售相同或實質相似的內容，惟內容提供者應提前告知我們其與第三方之間的所有其他合約分發渠道，且任何新增的分發渠道應及時報告給我們。
- **收益分成：**我們根據實際銷售額，在扣除我們產生的所有適用服務費及稅項後，與內容提供者分享收益。
- **付款及信貸期：**就與機構內容創作者訂立的協議而言，我們通常按季結算，金額通常會在每季底後的90天內支付。就與個人內容提供者訂立的協議而言，我們通常按月結算款項，金額通常會在每月底後的30至90天內支付。
- **責任及終止：**倘任何一方違約，守約方有權就該違約所引致的所有損失索償；惟我們的違約金總額所承擔的全部責任不得超過協議簽署後第一年項下應付收益分成的50%。此外，倘任何違約行為在守約方發出書面通知後的合理期限內仍未得到糾正，守約方有權暫停履行或終止協議。

就我們的內容定製業務而言，我們已與多元化的外部製作及服務供應商網絡建立合作關係。該等供應商包括攝影師、視頻製作人、模特、後期製作供應商、創意代理機構以及影棚、場地及設備等製作資源供應商。該網絡使我們能夠針對不同的項目需求物色及協調合適的創意及製作資源，支持

業 務

內容定製項目的高效執行。通過這種方式，我們能夠保持輕資產及可擴展的運營模式，同時確保及時交付及靈活滿足客戶需求。我們與內容定製服務相關的內容提供者協議的主要條款載列如下：

- **期限**：協議期限應根據協議中訂明的相關服務期限確定，並在預設可交付成果完成及獲接納後自動終止。
- **服務範圍**：供應商通常負責按照我們的指示提供定製內容，確保該等內容已獲正式授權並符合適用法律法規。服務範圍通常應包括項目規劃、人員安排、執行及後期製作。
- **知識產權**：供應商製作的所有可交付成果，包括在提供服務過程中產生的提案、腳本、項目文件及相關素材，以及其在全球範圍內的所有知識產權，自創作之日起應完全歸我們獨家所有。我們有權在不產生任何額外費用的情況下，以任何方式使用、許可、轉讓、修改、發佈、分發該等可交付成果並據此製作衍生作品。供應商應保證可交付成果不侵犯任何第三方權利。若可交付成果中包含任何第三方素材，供應商應確保該等素材已獲得適當授權，且相關第三方已授予終端用戶（我們的客戶）為期一年的全球媒體使用權。
- **定價及付款**：費用通常根據可交付成果的性質、範圍及數量以及其他相關因素，按項目逐一協商確定。根據所提供服務的性質及時間安排，我們可選擇以下方式結算款項：(i)在可交付成果驗收後一次性支付；或(ii)按照各付款里程碑分期支付，前提是我們已收到相關的中期可交付成果及最終可交付成果並完成驗收。
- **責任及終止**：若因供應商的任何作為或不作為導致可交付成果無法按時上線或從分發平台下架，供應商應立即自費採取補救措施。若任何違約行為在守約方發出書面通知後的合理期限內仍未得到糾正，守約方有權終止本協議。儘管有前述規定，若供應商的交付成果經多次修改後仍未能達到我們的驗收標準，我們有權單方面終止協議。

據我們所知，於往績記錄期間各年，我們的五大供應商均為獨立第三方。據我們所知，於往績記錄期間各年，我們的董事、其緊密聯繫人或本公司任何股東（據董事所知持有本公司已發行股本5%以上者）概無於我們五大供應商中擁有任何權益。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未遭遇任何對業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響的供應短缺。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未違反與供應商簽訂的任何協議。

業 務

主要供應商與客戶重疊

集團X於往績記錄期間各年均為我們五大客戶之一，同時亦為我們往績記錄期間各年的五大供應商之一。集團X於2023年、2024年及2025年分別佔我們收入的4.8%、4.5%及4.5%，並於同年度分別佔我們採購額的8.3%、6.6%及5.6%。集團X在海外市場擁有豐富的內容資源及完善的分發網絡，而我們在中國市場具備強大的分銷能力及客戶覆蓋範圍。雙方基於各自在不同地區及渠道的資源優勢進行合作，並在各自的授權安排範圍內引進及分發內容。

客戶A於往績記錄期間各年均為我們五大客戶之一，同時亦為我們往績記錄期間各年的供應商。客戶A於2023年、2024年及2025年分別佔我們收入的9.0%、10.5%及13.5%，並於同年度分別佔我們採購額的0.04%、0.02%及0.03%。於往績記錄期間，我們主要向客戶A提供內容定製服務、內容授權服務及增值服務。作為另一項獨立事項，我們亦主要向客戶A採購技術服務。

客戶B於2023年為我們五大客戶之一，同時亦為我們往績記錄期間各年的供應商。客戶B於2023年、2024年及2025年分別佔我們收入的3.7%、0.4%及1.3%，並於同年度分別佔我們採購額的2.0%、1.8%及1.8%。於往績記錄期間，我們主要向客戶B提供我們的內容授權服務及增值服務。作為另一項獨立事項，我們亦主要向客戶B採購技術服務。

客戶D於往績記錄期間各年均為我們五大客戶之一，同時亦為我們往績記錄期間各年的供應商。客戶D於2023年、2024年及2025年分別佔我們收入的2.1%、2.4%及2.1%，並於同年度分別佔我們採購額的0.5%、0.02%及0.01%。於往績記錄期間，我們主要向客戶D提供內容授權服務。作為另一項獨立事項，我們亦主要向客戶D採購技術服務。

供應商D於往績記錄期間各年為我們五大供應商之一，同時亦於2023年為我們的客戶。供應商D於2023年、2024年及2025年分別佔我們採購額的1.9%、1.9%及2.4%，並於同年度分別佔我們收入的0.001%、零及零。於往績記錄期間，我們主要向供應商D採購內容定製服務。作為另一項獨立事項，我們亦主要向供應商D提供我們的內容授權服務。

根據弗若斯特沙利文的資料，客戶與供應商重疊在視覺內容服務行業並不罕見，且反映了其多邊市場結構。該等重疊主要源於視覺內容的可重用性、版權所有權及許可安排的多樣性，以及眾多市場參與者同時充當第三方視覺資產的使用者以及視覺內容的創作者或權利持有人的事實。於往績記錄期間，我們就向重疊的客戶兼供應商進行銷售及採購所進行的磋商均為獨立進行，既無相互關聯亦不以對方為條件。我們的董事確認，所有該等交易均於日常業務過程中按正常商業條款及公平基準進行。

數據隱私及保護

為支持我們的服務並遵守相關法律法規的要求，我們將在提供我們服務的過程中處理用戶的個人信息，包括基本信息(如賬戶信息)、聯系信息(如手機號碼或電子郵件地址)以及用戶輸入數據。我

業 務

們已實施全面的數據安全管理框架，涵蓋數據收集、使用、儲存及傳輸的全生命週期，其中包括以下措施：

- **數據收集。**我們僅在提供服務所必需的範圍內遵守適用的法律法規收集個人信息。所有內容提供者及內容用戶在使用我們的服務前，均須接受用戶協議中載列的條款及條件(包括我們的私隱政策)，或我們與內容提供者及用戶簽訂的合約中所訂明的條款及條件。
- **數據使用。**我們已實施一系列技術措施以加強數據安全，包括數據加密、數據資源分類管理制度、基於角色的訪問控制以及相關日誌的監控。我們亦已建立一套與網絡安全相關的管理制度，包括安全管理制度、數據備份及恢復制度等。此外，我們已實施覆蓋整個數據處理活動的全流程數據安全管理系統。在個人信息保護方面，我們亦已制定相關管理制度。具體而言，就我們的AI訓練數據服務，我們僅向數據用戶提供相關採購合約中明確規定的內容，且不為模型訓練之目的提供個人信息。倘若干數據集部分源自第三方採購，我們亦已在相關協議中訂明數據安全及保護要求。
- **數據儲存。**於中國境內收集及產生的個人信息及數據均儲存於中國境內。所有數據僅在必要的最短期限內保留，並將於適用保留期屆滿後刪除。我們亦已實施相關的存取控制，以確保數據安全。
- **跨境數據傳輸。**我們於中國境內及海外的數據中心均為獨立部署，且海外數據中心並不處理於中國境內收集或產生的數據。我們的若干業務涉及跨境數據傳輸，包括(i)涉及傳輸內容提供者署名資料的若干跨境內容代理服務，其中，應內容提供者的要求，其署名資料將被跨境傳輸以用於標識目的；我們根據相關協議向內容提供者披露該等跨境傳輸安排；及(ii)透過我們的500px.com進行的出境傳輸，其中涉及用戶ID及用戶上傳至平台的相關內容；我們透過500px.com提供披露，並在該等傳輸前取得用戶同意或有其他法律依據。誠如我們有關數據合規事項的法律顧問所告知，2026年度信息跨境傳輸(包括提供者署名信息及用戶信息)所涉及的個人估計人數不超過100,000名；因此，根據中國適用法律法規，我們獲豁免履行境外傳輸申請安全評估、簽訂個人信息跨境轉移標準合同，或取得個人信息保護認證方面的義務。此外，我們已採納《數據安全管理政策》，該政策訂明跨境數據傳輸的要求，並規範我們在該方面的活動。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們提供的若干服務基於我們的AI算法，且我們已按照適用的監管要求進行備案或登記。截至最後實際可行日期，我們已完成相關算法(包括視覺中國大像AI圖像生成算法、視覺中國靈感繪圖算法及視覺中國圖像合成算法)的備案，並已完成靈感拓展

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

模型的生成式人工智能服務登記。我們已根據適用於AI應用的監管要求，在輸入層、模型層及輸出層實施了組織保障措施及技術控制措施。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，(i)我們在個人信息的收集、存儲、使用及保護方面，未曾發生任何嚴重違反適用法律法規強制性要求的情形；(ii)我們未收到任何聲稱違反適用數據或隱私保護法律的第三方索賠；(iii)我們未涉及亦未受到任何政府機關或第三方就網絡安全、數據保護或個人信息保護發起的調查或法律程序的威脅；及(iv)我們未經歷任何違反適用網絡安全、數據保護或個人信息保護法律法規的重大個人信息泄露事件。

知識產權

知識產權對我們的成功及競爭力尤為關鍵。我們致力於保護知識產權，並力求在提升知識產權保護方面持續發揮引領作用。截至2025年12月31日，我們在中國境內已註冊359項軟件著作權、9項專利、362個商標及38個域名。我們亦已在其他司法管轄區註冊了77個商標及55個域名。請參閱「附錄六 — 法定及一般資料 — 有關我們業務的進一步資料 — 知識產權」。

我們採取主動方式管理我們的知識產權組合，並確保我們的知識產權在其整個生命週期內得到有效保護和管理。詳見本節「— 知識產權合規管理」。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未遭受任何重大知識產權侵權，亦未受到第三方提出的重大侵權指控。

競爭

全球及中國視覺內容服務市場近年來經歷了穩步增長。根據弗若斯特沙利文的資料，預計2030年中國視覺內容服務市場規模將達到約人民幣1,050億元，2025年至2030年的複合年增長率約為12.1%；其中，視覺內容授權服務市場預計2030年將達到約人民幣83億元，2025年至2030年的複合年增長率約為5.5%；視覺內容定製服務市場預計2030年將達到約人民幣967億元，2025年至2030年的複合年增長率約為12.8%。具體而言，全球視覺內容授權服務市場相對集中，而中國市場仍相對分散。兩個市場的參與者在內容庫的廣度、授權模式、定價策略、客戶覆蓋範圍及分發渠道等方面持續存在差異。我們相信，我們積累的海量、優質的內容庫、成熟且可擴展的業務生態、提供穩定、定製化、合規及企業級服務的能力，以及先進的服務產品，將在行業持續發展的過程中為我們提供可持續的競爭優勢。請參閱「行業概覽」。

季節性

我們的內容定製服務直接應用於客戶的營銷活動，包括品牌建設、廣告投放、產品推廣及社交媒體運營。因此，對我們產品的需求通常與關鍵營銷節點及客戶年度項目的進展保持一致，並可能受季節性的影響。特別是在第四季度，在大型促銷活動和公共假期來臨之前，客戶提前採購相關服務，以支持集中的促銷和營銷活動。此外，客戶在其年度項目的關鍵階段和收尾階段傾向於增加對品牌和營銷的投入，這進一步影響了需求的時點分佈。因此，我們的業務表現可能在不同季度之間存在波動。

業 務

環境、社會及企業管治

ESG治理及政策

有效的ESG管理依賴於清晰高效的治理架構。我們建立了職責明確、協作有序的多層級ESG治理體系。董事會作為ESG最高決策機構，全面統籌並審閱ESG相關工作提案，包括制度制定、目標設定及工作實施進展。ESG執行團隊由各議題相關職能部門組成，作為執行層面負責目標分解並推動落實。基於此ESG治理框架，我們持續強化ESG風險管理機制。各層級共同協作，定期分析評估ESG相關風險與機遇，結合業務特點制定有效的ESG風險應對策略。

我們亦根據行業趨勢變化、外部環境發展及利益相關方期望，定期識別和評估ESG重要性議題，以確定ESG管理的優先事項。董事會在ESG重要性議題的識別與排序中承擔關鍵的監督與指導職責。基於相關部門開展的ESG議題識別與重要性評估，董事會審閱該等識別與評估結果，並就議題範圍、評估方法及結果提出意見與建議，以確保該等議題充分反映我們的業務特點及利益相關方的關鍵關注點。

在確定ESG重要性議題的優先順序時，董事會依據管理層的建議及多項因素作出審慎判斷，該等因素包括但不限於行業可持續發展披露實踐、行業內普遍識別的ESG風險與機遇、內部討論及研討會的結論，以及適當時外部專家和專業顧問的意見。在此基礎上，董事會確認ESG重要性議題的最終優先順序，以確保ESG管理重點與我們的長期戰略及可持續發展目標保持一致。

環境事宜

我們致力於減少對環境的影響。我們對環境的影響主要與日常辦公活動中的電力及水的消耗相關。

資源消耗

我們嚴格遵守相關法律法規，包括《中華人民共和國節約能源法》和《中華人民共和國水法》。我們的主要能源消耗來源於我們的辦公場所。通過用電管理及考核機制，我們鼓勵員工落實節能措施，要求辦公區域及時關閉照明、空調、復印機等用電設備。我們進行節能技術改造，在自動化生產線上加裝光電傳感器以減少照明時長。此外，我們的綜合能源管理平台實現了對用電的可視化監控，有助於節能舉措的推進。我們的水資源消耗主要源於員工的日常使用。我們積極倡導員工節約用水，同時對發現的浪費水資源行為進行記錄和報告，並將其納入相關績效管理體系，以推動我們管理循環的持續改進。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

下表載列所示各年度我們的資源使用情況：

	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
用水量	噸	3,358.9	2,661.7	2,873.0
用水強度	噸／僱員	6.7	6.1	6.9
用電量	千瓦時	709,447.6	713,350.2	748,542.6
用電強度	千瓦時／僱員	1,407.6	1,624.9	1,795.1

環境保護

我們已採取多項舉措來提高能源消耗效率，打造綠色低碳的工作場所。例如，我們嚴格管控所有工作場所的打印用紙，鼓勵員工儘可能雙面打印，並使用再生紙。我們還在衛生間、食堂等員工聚集區域張貼節水貼紙、標識和海報。我們在中國內地的實體辦公場所符合適用的工作安全和環境保護標準。

此外，我們積極參與生物多樣性保護工作，通過視覺敘事助力營造全社會共同推進生物多樣性保護的積極氛圍。例如，我們與多家地方公共事務單位合作，在我們的500px攝影社區組織了第二屆黃河口國際觀鳥季攝影大賽，創新生態保護模式，傳播環保理念，普及鳥類知識。該活動旨在為黃河口國家公園的高標準建設貢獻影像力量，推動黃河流域生態保護和高質量發展，並打造全球陸海統籌保護地的典範。

社會責任

我們致力於履行企業公民責任，並借助市場地位為中國視覺內容服務行業創造持久的積極影響。

僱員

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》和《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，制定並執行《勞動合同管理標準》、假期管理手冊及工時管理制度等內部制度，以有效保障員工的合法權益。我們始終堅持平等就業原則，確保招聘錄用過程公開、透明、合規。同時，我們堅決杜絕強制勞動和使用童工，切實保護所有勞動者的基本權益。在招聘過程中，我們亦禁止基於性別、年齡、種族等特點的任何形式的歧視，並致力於維護公平公正的就業機會。

公共福利

我們將履行社會責任深度融入企業發展進程，積極投身公益事業，聚焦鄉村振興、教育公平與文化遺產保護。例如，於2024年，我們向中國光華科技基金會進行了捐贈，以支持「關愛自閉症兒童」倡議。我們亦參與了四川省涼山的「康乃馨健康計劃」等公益項目，重點關注青少年教育及健康發展。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

此外，我們與權威媒體及地方政府合作，組織攝影及短視頻活動，展現地方發展及鄉村振興，支持文化事業並提升公眾參與度。

人才培養及發展

我們致力於打造公平包容的工作環境，堅持擇優錄用原則，無論性別、年齡、種族或其他特徵，均提供平等機會。此外，我們通過結構化培訓、市場化薪酬、雙軌職業發展路徑及長期激勵機制，著力提升僱員發展與福祉。除法定社保外，我們提供涵蓋補充保險、健康體檢及生活津貼的全面福利體系，並輔以以人為本的舉措，著力培養僱員歸屬感。

知識產權保護

我們致力於推動知識產權保護的高質量發展，積極開展面向公眾的知識產權知識普及工作，旨在提升知識產權保護意識，為中國知識產權體系的健康環境貢獻力量。例如，我們聯合上海視覺公益基金會與中國光華科技基金會，共同推出「版權保護線上公益行」首場直播課程，傳播知識產權保護知識，提升大學生知識產權保護意識。自2024年以來，我們連續兩次作為協辦單位支持「學習強國」平台開展「版權：我來說」活動，為持續深化版權保護貢獻力量。

風險管理和內部控制措施

我們在運營過程中面臨各種風險。我們的董事會負責確保本集團建立並維持適當且有效的風險管理體系及內部控制體系，監督管理層對該等體系的設計、實施及監控，並確保定期對該等體系的有效性進行審查。

我們致力於建立並維持一套由適合我們業務運營的政策及程序組成的強健的風險管理與內部控制體系，並持續實施及改進該等體系，以確保我們的政策有效且充分。為監控我們的風險管理政策及公司治理措施的持續實施，我們已採取並將持續採取有關風險管理措施，包括：(i)設立審計委員會，以審查及監督我們的財務報告流程及內部控制體系；(ii)完善我們的報告及記錄體系；(iii)建立一套針對重大問題的應急程序及(iv)分發僱員手冊，以提高僱員遵守法律法規的意識。我們已制定與業務流程相關的內部控制政策及指引，旨在確保全面治理及合乎道德的商業行為。為確保合規文化融入日常工作流程，並對整個組織內個人行為設定預期，我們定期審查我們的內部控制政策及程序，內部實行嚴格問責制，並開展合規培訓。我們的董事認為，我們目前的內部控制體系就當前運營而言屬充分且有效。

法律程序及合規事項

法律程序

我們可能會不時涉及於我們日常業務營運過程中產生的法院、仲裁及行政程序。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業相關的風險 — 我們在日常業務過程中可能會涉及訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序」。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾且並無牽涉任何重大法律、仲裁或行政程序，且我們並不知悉個別或共同可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的任何針對我們或董事的未決或具威脅性法律、仲裁或行政程序。

與體娛(北京)文化傳媒股份有限公司(「體娛」)進行中的法律訴訟

於2025年7月及2025年12月，體娛針對漢華易美及本公司向相關法院提起兩項法律訴訟，尋求合共約人民幣20.0百萬元的賠償。該索償源於透過我們的CFP平台展示及發佈與CBA聯賽若干賽季相關的內容。體娛指稱，漢華易美及本公司已對其作為拍攝及發佈CBA賽事圖像的官方供應商的競爭利益產生不利影響，故構成不正當競爭。事實上，涉及法律訴訟的內容乃由內容提供者向漢華易美及本公司授權，而我們則進而向我們的終端用戶授予該等內容的編輯用途許可。截至最後實際可行日期，該等訴訟仍有待相關法院一審。

經考慮我們的中國法律顧問的建議，相關法律訴訟將不會對我們的業務營運造成重大不利影響，因為訴訟索賠金額佔我們2025年淨資產的比例相對較小，我們的董事認為，該等進行中的訴訟將不會對我們的業務營運產生重大不利影響。

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾且並無涉及個別或共同可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的任何導致罰款、執法行動或其他處罰的不合規事件。

於往績記錄期間之前與我們內容審查相關的不合規事件(「事件A」)

於2019年4月11日，天津市互聯網信息辦公室對漢華易美進行了調查。經查發現，在營運平台期間，若干適用法律及法規禁止的內容未被及時識別及處理，構成違反當時有效的《中華人民共和國網絡安全法》(2017年)第47條。根據同一法律第68條，對漢華易美處以人民幣300,000元罰款形式的行政處罰，該罰款已於2019年4月19日全數繳清。事件A的發生，主要是由於我們當時採用了分開審查的方式，即內容及相關關鍵詞標籤是分開審查，而非進行綜合審查。雖然內容及關鍵詞標籤均經過審閱，且就單獨而言被視為合規，但由於缺乏綜合審閱機制，意味著未能就圖像與標籤組合的整體語境適當性進行評估。因此，某些在其他方面合規的內容與關鍵詞標籤的組合，產生了不當或敏感的關聯。

於事件A發生後，我們立即採取了以下整改行動：(i)我們於2019年4月12日自願暫停了VCG平台的運作，(ii)我們迅速從VCG平台內容中刪除了內容與相關關鍵詞標籤的組合被認為會產生不當或敏感關聯的內容，(iii)我們加強了內容審核機制，要求對內容及其相關關鍵詞標籤進行綜合審核；及(iv)我們隨後根據綜合審核機制對整個內容數據庫進行了全面審查，並永久刪除了被識別為不合規的內容。於完成內部審查及評估後，我們已於2019年5月12日恢復VCG平台的營運。

業 務

基於上述各項，我們的中國法律顧問認為：(i)有關事件A的整改已於截至2019年5月(即往績記錄期間前)完成；(ii)事件A並未且將不會對我們的業務營運或財務表現產生任何重大不利影響；(iii)我們的董事或高級管理層均無因事件A而根據中國法律法規被取消其職位資格；及(iv)於往績記錄期間，概無就我們平台上的內容治理對我們施加進一步行政處罰或調查。

除立即採取的整改措施外，我們亦透過加強審核機制及持續的營運控制，增強內容合規框架，包括優化審核機制、採用AI審核、實施加強監督的分層人工審核、加強審核能力及發佈後控制。我們確認，自事件A發生以來及截至最後實際可行日期，並未發生類似事件。請參閱「— 我們的內容准入、審核及管理 — 內容准入與審核流程」及「— 我們的內容准入、審核及管理 — 對不當或非法內容的管理」。有關內容合規問題的相關風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業相關的風險 — 倘任何內容被視為違反任何適用法律或法規，或被認為不恰當或具冒犯性，則我們的聲譽及市場認可度、業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響」。

有關往績記錄期間前未取得互聯網新聞信息服務許可證的不合規事件(「事件B」)

於2019年12月10日，國家互聯網信息辦公室要求業內主要平台(包括我們)暫停相關平台運營並進行全面整改，原因包括(i)在未取得所需許可的情況下從事互聯網新聞信息服務，及(ii)在未進行規定的安全評估的情況下，就互聯網新聞信息服務與境外實體開展合作。

我們實施了以下整改措施：(i)我們於2019年12月11日暫停VCG平台的營運，並開始內部審查及整改，(ii)我們及時採取措施，從VCG平台刪除所有與新聞及時事信息有關的材料，及(iii)我們加強了內部治理，並要求相關人員加強對適用法律及法規的學習及理解。於實施上述整改措施及完成我們內部審查與評估後，我們的VCG平台於2020年2月4日開始試運行，並於2020年3月20日恢復正常運營。

我們的中國法律顧問認為：(i)事件B並不構成對適用中國法律及法規的重大違反；(ii)於往績記錄期間，並無對我們就事件B施加任何行政調查或處罰；及(iii)事件B未曾且不會對我們的業務營運產生任何重大不利影響。我們確認，自事件B發生以來及直至最後實際可行日期，並未發生類似事件。

我們的董事認為，事件A及事件B對我們的營運及財務狀況並無重大不利影響。

信息技術

我們已建立涵蓋業務營運關鍵方面的信息技術系統，以支持我們的業務流程並提高營運效率。該等系統包括業務營運支撐系統(「BOSS」)、商業智能(「BI」)系統、客戶關係管理(「CRM」)系統、企業資源規劃(「ERP」)系統及人力資源(「HR」)系統。該等系統的開發或部署旨在支援內容管理、客

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

戶管理、項目執行、財務會計及內部資源分配等職能。我們的信息技術團隊負責開發、維護及優化該等系統。

我們的BOSS系統作為支持我們內容授權業務的核心平台。商業智能系統整合了我們內部系統的數據，以支持數據分析及決策。CRM系統促進客戶生命週期管理，包括潛在客戶開發、機會跟蹤及售後服務。ERP系統支援以項目為基礎的服務之執行及管理，包括預算編製、採購及財務結算，而HR系統則支持人力資源管理及組織規劃。該等系統共同提升營運效率，支持數據驅動的決策並提高內部控制能力。該等措施包括資訊安全管理政策、數據中心管理政策、IT運維程序、數據備份及恢復政策，以及網絡系統安全檢查程序。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何對業務運營造成重大不利影響的信息技術系統故障或停機事件。

僱員

我們能否招募及留任合格僱員對持續成功至關重要。截至2025年12月31日，我們擁有466名全職僱員，其中462名位於中國內地，3名位於加拿大及1名位於美國。下表載列截至同日按業務職能劃分的僱員明細：

業務職能	僱員人數	百分比 (%)
銷售及營銷	159	34.1
技術開發	145	31.1
內容運營	64	13.7
人力資源及行政	39	8.4
財務	34	7.3
其他	25	5.4
總計	466	100.0

吸引、留任並激勵合格僱員對我們的成功至關重要。我們利用專業招聘網站、校園招聘及內部推薦等各類渠道吸納人才，並致力於通過提供具有競爭力的薪酬、完善的福利待遇以及基於僱員績效及我們財務業績的股權激勵計劃來激勵僱員。我們為從基層到高級管理層的所有僱員提供培訓，包括針對新入職僱員的入職培訓項目，以及針對管理崗位關鍵人員的管理技能培訓項目。我們亦根據不同部門僱員的特定需求提供定期的專項培訓項目。

根據中國相關法律法規要求，我們依照適用中國法律法規辦理養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險以及住房公積金等各類僱員社會保險計劃。我們亦就保密、知識產權及競業禁止事項與若干高管、經理及僱員簽訂僱傭合約及協議。

我們與僱員保持良好關係，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期未發生任何重大勞資糾紛。

業 務

保險

我們為日常運營購買保險。主要保單主要包括責任保險及訴訟財產保全責任保險，我們認為該等已覆蓋日常運營中的重大風險。按照一般市場慣例，我們並無購買若干在經營地不可獲得或法律或法規未普遍要求的保單。我們認為保險範圍足以覆蓋業務，且符合一般市場慣例。我們將持續審核及評估風險組合，並根據自身需求及行業慣例對保險計劃進行必要適當調整。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無就業務提出任何重大保險索賠。

物業

我們的總部設在中國北京。我們在中國內地及加拿大租賃物業。截至最後實際可行日期，我們所持有或租賃的物業賬面值概無佔我們綜合總資產的15%或以上。根據公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條的規定，即無需在估值報告中計入土地或建築物的所有權益(載述於公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段)。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國內地並無擁有任何物業。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了七處物業，總建築面積約為11,543平方米，主要用於辦公場所。租賃期一般介乎兩至六年不等。

根據適用之中國法律及法規，物業租賃協議須向相關房地產行政主管部門辦理登記。截至最後實際可行日期，我們尚未就位於中國內地的六處租賃物業辦理必要的租賃登記。誠如我們的中國法律顧問所告知，未辦理該等登記並不影響相關租賃協議的有效性或可執行性，亦不要求我們遷出租賃物業。然而，我們可能會被相關部門要求於訂明期間內完成登記，且倘若不合規，則每份該等租賃協議可能會被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未收到房地產行政主管機關要求我們在規定期限內辦理租賃登記的任何通知，亦未曾就租賃協議的登記而遭受該等機關施加任何處罰。鑒於上述情況，我們的中國法律顧問認為，未辦理登記該等租賃協議不會對我們的業務營運產生重大不利影響。

截至最後實際可行日期，我們在加拿大租賃了一處物業，總建築面積約為657平方英尺，主要用作辦公場所。該租賃的租期為一年。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

牌照、許可及批准

我們必須為業務獲取若干牌照、許可、批准及證書。我們已從適用機構妥為取得對我們經營屬重大的必要牌照、許可、批准及證書，且該等牌照、許可、批准及證書於往績記錄期間及截至最後實際可行日期均有效且存續。

我們不時更新牌照、許可、批准及證書以符合相關法律法規。更新我們經營所需的牌照、許可、批准及證書並無重大法律障礙。

獎項及認可

我們因品牌及服務認可獲得了多項獎項。下表載列我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期所獲得的主要獎項及認可：

年份	獎項／認可	頒獎機關／機構
2024年	數智強企創新發展案例	中國企業報集團
2024年	「技術賦能新聞出版推薦案例」	中國新聞技術工作者聯合會
2024年	「中國好故事」國際傳播精品案例	中央網絡安全和信息化委員會 辦公室、中國國際傳播集團 及中國互聯網發展基金會
2024年	北京國際攝影周2024優秀組織機構	中華人民共和國文化和旅游部 及北京市人民政府
2024年	第六屆全球華人生活短視頻大賽合作夥伴	人民日報海外網
2024年	2024年度卓越競爭力上市公司	中國經營報
2023年	第五屆江蘇民營文化企業30強	江蘇省委宣傳部
2023年	2023年度AI產業落地十大創新案例	每日經濟新聞
2023年	年度優秀合作單位	中華人民共和國退役軍人事務 部宣傳中心

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

業 務

我們擔任多家行業協會的成員。下表載列截至最後實際可行日期我們擔任的主要會員資格：

年份	協會名稱	我們在協會中的角色
2024年至2025年 . . .	中國新聞技術工作者聯合會	成員
自2020年起	國際新聞電信理事會	擁有投票權的成員
2020年至2024年 . . .	中國新聞攝影學會	理事會成員
自2020年起	首都版權聯盟	理事會成員
2017年至2019年及 自2025年起	中國商務廣告協會綜合代理專業委員會	成員
自2025年起	中國版權協會	常務理事會成員
自2025年起	中國記協新媒體專業委員會	委員會成員
自2025年起	中國出版協會攝影出版工作委員會	副主席委員