

北京蓝色光标数据科技股份有限公司

2019 年度董事会工作报告

报告期内，北京蓝色光标数据科技股份有限公司（以下简称“公司”）全体董事严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规以及《公司章程》的规定，严格执行股东大会各项决议，积极推进董事会各项决议实施，恪尽职守、勤勉尽责，为董事会科学决策和规范运作做了大量富有成效的工作，有效地保障了公司和全体股东的利益。现将公司 2019 年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司整体发展情况

（一）主要财务指标情况

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入（元）	28,105,717,717.39	23,103,968,544.14	21.65%	15,230,837,652.33
归属于上市公司股东的净利润（元）	710,446,746.52	388,954,178.64	82.66%	222,278,512.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	453,578,614.87	325,900,861.97	39.18%	171,432,248.17
经营活动产生的现金流量净额（元）	699,357,894.42	1,892,760,346.05	-63.05%	-123,910,585.70
基本每股收益（元/股）	0.30	0.18	66.67%	0.10
稀释每股收益（元/股）	0.30	0.17	76.47%	0.10
加权平均净资产收益率	9.22%	6.25%	2.97%	3.35%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额（元）	19,051,336,299.42	16,962,501,973.00	12.31%	16,731,818,185.58
归属于上市公司股东的净资产（元）	8,694,012,052.71	6,333,760,964.43	37.26%	6,170,028,007.43

（二）公司经营情况

2019年公司实现营业收入大幅增长，达到281.06亿元，同比增长21.65%。公司各业务板块经营情况稳定，客户结构优质，其中，出海广告业务和国内短视频业务大幅增长，协同及创新优势带来客户服务内容逐步多元化。基于当前全球化的大环境背景下，出海服务越来越受到更多客户的重视，公司预计未来该业务板

块将继续保持高速增长，并且该业务可快速拓展客户数量，并从中选出更优质客户，为其提供增值服务以提升毛利率。

报告期内，公司实现营业利润9.42亿元，同比大幅增加91.34%，实现归属于上市公司股东的净利润7.10亿元，同比增长82.66%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.54亿元，同比增长39.18%。基于短视频广告投入大幅增加以及出海业务的持续增长，公司实现了营业收入增长超20%，同时，由于公司有息负债相比去年同期大幅下降，本报告期内财务费用持续下降，管理费用率和销售费用率也同比持续下降，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润保持稳健增长。同时，公司继续大力推进基于数据科技的营销智能化转型，并于今年陆续推出了以蓝色光标服务与SaaS营销平台模式相结合的“蓝标在线”，以及布局在线职业教育领域，帮助营销人更好地把握数字化与智能化机遇的“蓝标大学”两个板块，服务内容更加多元化，公司的单位人效也得到稳步提升。

（三）公司管理方面

报告期内，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规和中国证监会有关法律法规等的要求，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。截至报告期末，公司实际状况符合《上市公司治理准则》和《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》的要求。

1、关于股东和股东大会：公司严格按照《上市公司股东大会规则》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等规定和要求，规范地召集、召开股东大会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东大会提供便利，开通网络投票方式参与股东大会，使其充分行使股东权利。

2、关于公司控股股东与实际控制人：公司控股股东及实际控制人均严格规范自己的行为，未超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营活动。公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东及实际控制人，公司董事会、监事会和内部机构均独立运作。

3、关于董事和董事会：公司董事会设董事9名，其中独立董事3名，董事

会的人数及人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。各位董事能够依据《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司董事会议事规则》、《公司独立董事工作制度》等开展工作，出席公司董事会，列席公司股东大会，勤勉尽责地履行职责和义务，同时积极参加相关培训，熟悉相关法律法规。

4、关于监事和监事会：公司监事会设监事 3 名，其中职工监事 1 名，监事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求。各位监事能够按照《公司监事会议事规则》的要求，认真履行自己的职责，对公司重大交易、关联交易、财务状况以及董事、高管人员履行职责的合法合规性进行监督。

5、关于绩效评价与激励约束机制：公司董事会下设薪酬与考核委员会负责对董事、监事和高级管理人员进行绩效考核。公司正在进一步完善公正、透明的绩效评价标准和激励约束机制，高级管理人员的聘任公开、透明，符合法律法规的规定。

6、内部审计制度的建立与执行情况：公司董事会下设审计委员会，主要负责公司内部、外部审计的沟通、监督、会议组织和核查工作。审计委员会下设内审部为日常办事机构，公司上市后，内审部积极运作，按照上市公司的要求完善了部门职能和人员安排，审计部对公司内部控制制度的建立和实施、公司财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督。

7、关于信息披露与透明度：公司严格按照有关法律法规以及《公司信息披露管理制度》、《公司投资者关系管理制度》等的要求，真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息；并指定公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料；并指定《证券时报》、《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等的机会获得信息。

8、关于相关利益者：公司充分尊重和维护相关利益者的合法权益，实现股东、员工、社会等各方利益的协调平衡，共同推动公司持续、健康的发展。

9、关于投资者关系管理工作：公司一直重视投资者关系管理工作，不断学习先进的投资者关系管理经验，致力于构建与投资者的良好互动关系，树立公司在资本市场的良好形象。指定董事会秘书作为投资者关系管理负责人，安排专人作好投资者来访接待工作，并作好各次接待的资料存档工作。

二、公司未来发展与展望

（一）所处行业发展趋势

1、国家政策指引

在第六届世界互联网大会上，习主席指出，“当前，新一轮科技革命和产业变革加速演进，人工智能、大数据、物联网等新技术新应用新业态方兴未艾，互联网迎来了更加强劲的发展动能和更加广阔的发展空间。发展好、运用好、治理好互联网，让互联网更好造福人类，是国际社会的共同责任。各国应顺应时代潮流，勇担发展责任，共迎风险挑战，共同推进网络空间全球治理，努力推动构建网络空间命运共同体。”世界互联网大会组委会发布《携手构建网络空间命运共同体》概念文件，在构建网络空间命运共同体之实践路径中明确指出：推动数字经济创新发展，促进共同繁荣。充分发挥数字经济在全球经济发展中的引擎作用，积极推进工业数字化转型。提升数字经济包容性，以人为本，深入研究新技术影响，推动科技向善，探索合作思路和举措。探索建立创业投资合作机制，打造开放互利的共同市场，实现生产要素有序流动、资源高效配置、市场深度融合。

2、出海业务

参照《艾瑞咨询—2019年中国移动游戏出海行业研究报告》数据：“2018年中国移动游戏出海市场总营收规模达421.2亿元，同比增长30.8%。随着中国国产移动游戏品质的不断提升，以及相关企业对出海市场的进一步重视。行业整体规模及增速均在2018年获得了显著的增长。”据 WARC 统计，2018 年全球展示类广告支出总额达 3341 亿美元。另据 Zenith 测算与预计，全球广告市场在近年来保持4%左右的稳定增速。就中国品牌的海外传播而言，数字营销的发展趋势不可逆转，社交媒体已经成为海外消费者获取中国品牌信息的最主要渠道之一。随着新的媒体传播平台和数据分析工具的普及，中国品牌客户对出海广告的需要与投入逐年增加，这些品牌客户可以通过更多渠道手段和形式与海外消费者进行互动，因而出海业务代理商对中国品牌海外传播有着直接赋能的作用。

公司的出海业务快速增长，主要帮助广告主以多种形式的广告投向全球媒体，同时也包括东南亚国家以及“一带一路”沿线国家。“一带一路”沿线国家覆盖了多个新一轮市场增长引擎，战略性地提早进入市场可最大程度的帮助广告主树立长远品牌优势，给品牌成长创造充足可能性。与此同时，借助不同的媒体传播

渠道，中国品牌在新型市场的存在感与可见度稳步提升。

3、短视频业务

根据《艾瑞咨询-2019年中国短视频企业营销策略白皮书》中所述：“2017-2018年短视频行业流量基础增长迅速，从用户规模和用户粘性两方面完成了流量的快速积累。2018年初，短视频行业市场格局初定，头部平台逐渐开启商业化变现道路，迅速完成了从“流量积累”向“流量变现”的转变。同时其优质的流量资源，得到了广告主、内容方、MCN机构等不同产业链参与方的认可，全产业链的大量投入保证了短视频行业继续高歌猛进的生命力。2018年，短视频行业市场规模达467.1亿元，增长率达744.7%，主要由于头部短视频平台开放广告变现的行为带动。预计2019年短视频行业市场规模将达到1006.5亿元。短视频行业发展进入成熟期，预计2020年短视频市场收入将达到2110.3亿。政策正加强短视频广告行业治理，数字营销模式为短视频行业用户增长放缓提供了解决之道。

公司通过多维度进行策略分析，实现符合用户偏好的内容呈现，筛选出可有效触达的应用渠道，配以不同营销场景，最终实现阶段性的分层转化。同时迎合用户高频使用场景，拓宽其产品选择空间，在营销信息呈现与用户消费习惯培养上实现用户转化与消费转化，使用户加深对营销内容的印象，提高用户对品牌的感知强度。公司预计2020年短视频业务较2019年将有100%的增长。

4、SaaS平台业务

艾瑞咨询在《2019年中国企业级SaaS行业研究报告》（以下简称“SaaS行业报告”）中的阐述：2018年中国企业级SaaS市场规模为243.5亿元，同比增长47.9%。业务垂直型比行业垂直型市场规模高近40亿元，但增速相对较低。中国市场起步较晚，预计将在全球市场增长趋缓后继续保持高增长率，到2021年增长至654.2亿元，届时占全球市场的比例将达到8.4%。增量市场应用将先于存量市场，小微企业被率先激活，大中型企业的创新型业务将有利可图。公司于2020年2月26日推出的“蓝标在线—SaaS营销平台”是蓝色光标服务与SaaS平台模式的结合。其实质核心：是营销服务线上化。其目标是扩大客户服务范围和市场渗透率，为更多中小客户和下沉客户提供服务。

艾瑞咨询在《SaaS行业报告》中对中国企业级SaaS的客群结构描述为：小微

企业需求标准化，中型企业行业化，大型企业定制化。在营销与SaaS的结合中，蓝色光标可以依托的优势是多年大客户优质服务的专业积累；而其挑战同时也是蓝标在线的发力方向，则是通过持续的技术和营销双向投入及深度结合，将营销服务中可以标准化的部分，做到专业服务工具化、解决方案产品化。蓝标在线的规划，涵盖市场洞察、营销创意、发布推广等板块。通过采集和分析实际营销服务中积累的大量样本、信息、数据，提供洞察、舆情、策略输出；通过归纳创意方法论和应用技术手段，支持和促进图文视频各类创意的高效生产；通过资源整合、营销过程方法论归纳及其工具化，提供高性价比的线上活动发布、社群用户经营、营销过程管理等服务。

5、唤醒业务

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第44次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2019年6月，我国的网民规模达8.54亿，较2018年底提升1.6个百分点，环比增速已从2001年以来最高点的30%下降28.4个百分点。互联网的人口红利正在逐渐消失，C端存量市场已经逐步形成，寻求增量市场将越来越困难。面对国内移动互联网用户增长见顶，公司依靠多年的数据技术沉淀与专业的广告营销服务能力，推出激活存量用户的“唤醒服务”，以帮助广告主挖掘并提升存量用户的商业价值。通过对广告主与其自身用户的相处模式、互动形式与交互内容的洞察，利用用户属性与消费行为进行数据分析，剖析广告主投放偏好，最终搭建数据营销模型。有的放矢，高效触达，帮助广告主对其自身存量用户进行深度营销。

（二）公司未来战略

1、公司在现有业务基础上进一步拓展营销板块服务内容，抓住短视频与出海高速发展的浪潮，开拓更多更优质客户，并深层挖潜大客户；转型为营销科技公司，为客户提供更高效的服务。

2、公司将继续坚持“营销智能化，业务全球化”的公司战略，完善并提升服务客户的能力，积极开发SaaS化营销平台，抢占市场先机，不仅仅为大型企业提供定制化服务，更将为中小企业提供标准化服务。

（三）公司可能面临的风险

1、市场竞争加剧风险

营销传播服务行业为智力服务行业，其具有人才密集、行业集中度低、轻资产等特点。该行业市场准入门槛不高，尤其在互联网广告领域数字媒体的大量涌现，利用技术实现高效的传播方式为可遇见的主流业态，行业竞争不断加剧。基于当前面临的风险，公司顺应行业发展趋势，持续提升自身营销科技服务能力，立足于客户需求实现公司进一步打开服务维度，解锁公司发展瓶颈，从而提升公司创新能力及业务拓展能力，尽快适应快速发展的行业趋势。

2、人才流失风险

鉴于公司所处行营销传播服务行业特点为人才密集且专业人才需求旺盛，人才流动性相对较高。专业人才是公司持续发展的重要的核心资源，是保障和提升公司核心竞争力的关键要素之一，公司长期通过与知名高校合作办学、内部专业培训和股权激励等方式，构建专业人才培养、内部专业技能提升和持续激励等多种方式，持续完善人才吸纳和培育机制，保障公司人才资源持续稳定健康发展。

3、商誉较高风险

营销传播服务行业作为轻资产行业，实现较快速发展主要依靠并购等方式。由于公司历史并购活动较为活跃，收购体量增加，同时对公司带来的合并确认商誉总额亦同步增加，从而致使若商誉变动调整将对利润产生直接影响。对此公司持续通过对并购纳入合并范围内的子公司强化经营管理管控，整合协同各有利资源持续提升竞争优势，保障并购子公司稳健发展，商誉对公司业绩影响程度及风险逐步降低。

三、公司利润分派情况

（一）2018 年年度权益分配情况

2019 年 5 月 20 日，公司 2018 年年度股东大会审议通过了 2018 年年度权益分派方案如下：以公司截至 2019 年 4 月 3 日的总股本 2,384,390,578 为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.335516 元人民币(含税)，共计分配红利 8,000 万元，送红 0 股（含税），以资本公积向全体股东每 10 股转增 0 股。

由于公司发行的可转换公司债券(债券简称“蓝标转债”，债券代码：123001)仍处于可转债转股期内，自 2019 年 4 月 4 日至本次权益分派实施申请日期间共计转股 72,620,377 股；同时公司于 2019 年 7 月 8 日完成了限制性股票回购注销

流程，回购注销股份数量为 9,661,550 股。综上所述公司总股本由 2,384,390,578 股变动为 2,447,349,405 股。

公司 2018 年年度权益分派方案调整为：以公司现有总股本 2,447,349,405 股为基数，合计派发现金分红 8,000 万元，即向全体股东每 10 股派 0.326884 元人民币现金。公司已于 2019 年 7 月 11 日披露了《2018 年年度权益分派实施公告》，该方案已如期（2019 年 7 月 18 日）实施完毕。

（二）2019 年利润分配预案

公司于 2019 年实施了股份回购计划，截止 2019 年 12 月 31 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 26,019,600 股，占公司总股本的 1.05%，最高成交价为 6.54 元/股，最低成交价为 4.70 元/股，支付的总金额为 147,594,352.41 元（不含交易费用）。根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》第七条规定“上市公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购股份的，当年已实施的回购股份金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算”。

经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2019 年度归属于上市公司股东的净利润 710,446,746.52 元元，母公司实现利润 1,450,732,504.68 元。2019 年度回购支付的金额 147,594,352.41 元（不含交易费用）已经超过 2019 年实现的当年可分配利润的 20%，即 142,089,349.30 元，视同 2019 年度现金分红 147,594,352.41 元。

故根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》及《公司章程》等的有关规定，公司 2019 年度利润分配预案为：不派发现金红利，不送红股，不以资本公积金转增股本。

公司报告期利润分配预案符合公司章程等相关制度的规定。

四、股份变动情况

（一）股份变动情况

单位：股

	本次变动前	本次变动增减（+，-）	本次变动后
--	-------	-------------	-------

	数量	比例	发行新股	送股	公积金 转股	其他	小计	数量	比例
一、有限售条件股份	519,748,941	23.82%				-206,303,721	-206,303,721	313,445,220	12.58%
1、国家持股	0	0.00%				0	0	0	0.00%
2、国有法人持股	0	0.00%				0	0	0	0.00%
3、其他内资持股	518,778,941	23.78%				-205,333,721	-205,333,721	313,445,220	12.58%
其中：境内法人持股	189,763,441	8.70%				-46,438,300	-46,438,300	143,325,141	5.75%
境内自然人持股	329,015,500	15.08%				-158,895,421	-158,895,421	170,120,079	6.83%
4、外资持股	970,000	0.04%				-970,000	-970,000	0	0.00%
其中：境外法人持股	0	0.00%				0	0	0	0.00%
境外自然人持股	970,000	0.04%				-970,000	-970,000	0	0.00%
二、无限售条件股份	1,662,366,647	76.18%				515,225,967	515,225,967	2,177,592,614	87.42%
1、人民币普通股	1,662,366,647	76.18%				515,225,967	515,225,967	2,177,592,614	87.42%
2、境内上市的外资股	0	0.00%				0	0	0	0.00%
3、境外上市的外资股	0	0.00%				0	0	0	0.00%
4、其他	0	0.00%				0	0	0	0.00%
三、股份总数	2,182,115,588	100.00%				308,922,246	308,922,246	2,491,037,834	100.00%

（二）股份变动的原因

1、公司可转换公司债券“蓝标转债”于2015年12月18日在深圳证券交易所发行，并于2016年1月8日在深圳证券交易所挂牌交易。“蓝标转债”于2016年6月28日起开始转股，转股期限为2016年6月28日至2021年12月17日。报告期内，“蓝标转债”因转股减少债券合计13,717,983张，转股数合计为318,583,796股。

2、2019年4月2日，公司117,211,662股股票解除限售，涉及3名股东，其中李芄持有公司95,243,181股限售股解除限售、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）持有公司13,944,484股限售股解除限售，西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）持有公司8,023,997股限售股解除限售。本次解禁限售股份类别为2013年发行股份购买资产所发行股份。

3、2019年4月24日，公司召开了第四届董事会第三十五次会议审议通过了关于公司限制性股票激励计划首次授予第二期解锁条件成就的议案》，鉴于公司限制性股票首次授予第二期解锁条件成就，故本次激励计划首次授予第二期的部分限制性股票可行权解锁。根据公司《限制性股票激励计划（草案修订案）》的相关规定，第二个解锁期可解锁的限制性股票数量为符合解锁条件的激励对象所获

授限制性股票总数的50%。本次可解锁的激励对象人数为470人，解锁的限制性股票数量为28,271,000股，占公司总股本的1.15%。上述解除限售的限制性股票已于2019年5月27日上市流通。

4、2019年5月15日，公司26,916,801股股票解除限售，涉及股东3名，北京京东世纪贸易有限公司持有公司16,313,213股首发后限售股、西藏东方企慧投资有限公司持有公司8,156,606股首发后限售股、齐玉杰持有公司2,446,982股首发后限售股。本次解除限售股份类别为2016年发行股份购买资产所发行股份。

5、2019年7月8日，公司于披露了《关于部分已授予尚未解锁限制性股票回购注销完成的公告》（公告编号：2019-065）。鉴于部分激励对象离职不符合激励条件，故申请对该次激励计划中全部离职人员已授予未解锁的限制性股票进行回购注销，本次回购注销涉及259名激励对象已授予未解锁的限制性股票共计9,661,550股。天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于2019年6月5日出具了《验资报告》（天职业字[2019]29288号），审验了公司截至2019年5月31日减少注册资本及股本情况。上述限制性股票已在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成回购注销手续。

6、2019年11月14日，公司40,783,030股股票解除限售，涉及股东5名，赵文权持有公司的8,156,606股首发后限售股、许志平持有公司的8,156,606股首发后限售股、陈良华持有公司的8,156,606股首发后限售股、吴铁持有公司的8,156,606股首发后限售股、孙陶然持有公司的8,156,606股首发后限售股。本次解除限售股份类别为2016年发行股份购买资产所发行股份。鉴于赵文权先生为公司董事长，孙陶然先生为公司董事，根据相关规定，在其任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的25%的规定，故本次解除的限售股会纳入高管锁定股范畴。故本次仅有24,469,818股从有限售条件股份转为无限售条件股份。

五、报告期董事会召开情况

会议届次	召开日期	会议决议刊登的信息披露日期	会议决议刊登的指定网站查询索引
第四届董事会第三十二次会议	2019年1月16日	2019年1月17日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十三次会议	2019年1月30日	2019年1月30日	http://www.cninfo.com.cn

第四届董事会第三十四次会议	2019年3月22日	2019年3月24日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十五次会议	2019年4月24日	2019年4月24日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十六次会议	2019年7月15日	2019年7月17日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十七次会议	2019年8月1日	2019年8月1日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十八次会议	2019年8月22日	2019年8月22日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第三十九次会议	2019年8月23日	2019年8月23日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十次会议	2019年9月9日	2019年9月9日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十一次会议	2019年10月21日	2019年10月21日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十二次会议	2019年12月13日	2019年12月13日	http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十三次会议	2019年12月19日	2019年12月19日	http://www.cninfo.com.cn

六、报告期核心技术团队及公司员工情况

公司报告期核心技术团队和关键技术人员保持稳定。截至2019年12月31日，公司员工共有5,055位员工，其中各类人员构成情况如下：

（一）按员工专业构成分类：

岗位	人数（人）	占总人数的比例（%）
业务部门人员	3,425	67.75%
业务支持部门人员	943	18.66%
职能部门人员	687	13.59%
总计	5,055	100.00%

（二）按员工教育程度分类

教育程度	人数（人）	占总人数的比例（%）
硕士及以上	531	10.50%
大学本科	3,591	71.04%
大学专科	863	17.07%
高中及以下	70	1.38%
总计	5,055	100.00%

七、公司治理的基本状况

2019年度公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规和中国证监会有关法律法规等的要求，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。

公司根据国家的法律法规和公司章程，建立了“三会”议事规则和总经理工作细则以及独立董事工作制度，明确了决策、执行和监督等方面的职责权限，建立起有效的内部制衡机制。

公司遵照有关规定，做到了大股东及其关联企业与公司业务、人员、资产、机构、财务等方面的完全分开，保证了公司的业务独立，人员独立、财务独立、机构独立和资产的独立。

报告期内，公司坚持风险导向的原则，在风险评估的基础上，梳理和优化重大业务流程，设计关键控制节点，对经营过程中出现的可疑的、不恰当的事项和活动建立有效的沟通渠道和机制，使管理层和员工及客户能够进行充分有效沟通，使管理层在面对各种变化时能够及时采取适当的应对行动。

公司董事会认为，报告期内，公司现有的内部控制体系不存在重大缺陷，公司严格执行了公司内部控制管理制度，按照“三会”议事规则和总经理工作细则以及独立董事工作制度，明确了对公司的决策、执行和监督的责任。保证了公司年度计划目标的有效实现。与财务报表、定期报告相关的内部控制所有重大方面是完整、合理有效的。

随着外部行业环境和公司内部架构的不断变化，公司会顺应变化趋势实时对公司的内控体系进行补充完善，以保证公司内部控制制度、财务报告的真实、有效和完整，促进公司实现经营目标。

北京蓝色光标数据科技股份有限公司董事会

2020年4月27日