

北京蓝色光标数据科技股份有限公司 关于深圳证券交易所年报问询函回复的公告

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

北京蓝色光标数据科技股份有限公司（以下简称“公司”或“上市公司”）于 2020 年 5 月 14 日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对北京蓝色光标数据科技股份有限公司 2019 年年报的问询函》（创业板年报问询函【2020】第 212 号），公司对此高度重视，现就相关问题回复内容公告如下：

1、年报显示，你公司实现营业收入 281.06 亿元，较上年同期上升 22%；归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）7.1 亿元，较上年同期上升 83%；经营活动产生的现金流量净额为 6.99 亿元，较上年同期下降 63%。

（1）请结合各项业务的收入、成本、毛利率以及期间费用的变化情况，说明你公司净利润的增幅明显高于营业收入的原因及合理性。

（2）请结合业务模式和信用政策，补充说明你公司净利润大幅上升，经营活动现金流量净额大幅下降的原因以及合理性。

回复：

（1）报告期内公司归母净利润为 7.10 亿元，其中归母扣非净利润为 4.54 亿元，较上年同期增长 39.18%。归母净利润与归母扣非净利润的差异主要为，公司确认公允价值变动损益同比上年大幅增加所致，而这主要得益于公司早年参与投资的拉卡拉支付股份有限公司于 2019 年 4 月 25 日成功上市所带来的公允价值变动以及公司处置了对外投资公司 Leading Smart Holdings Limited 的收益。

剔除归属于上市公司股东的非经常性损益影响后的收入、成本、毛利率、期间费用及归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润变动情况如下：

单位：万元

	2019年	2018年	变动率
营业收入	2,810,571.77	2,310,396.85	21.65%
营业成本	2,559,972.54	2,039,602.93	25.51%
毛利率	8.92%	11.72%	-2.8%
期间费用合计	183,465.78	217,369.67	-15.60%
归属于上市公司股东的净利润	71,044.67	38,895.42	82.66%
归属于上市公司股东的非经常性损益	25,686.81	6,305.33	307.38%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	45,357.86	32,590.09	39.18%

如上表所示，公司营业收入同比增长 21.65%，主要得益于出海业务与国内短视频业务的大幅增长，虽毛利率由于出海业务占公司总收入的权重进一步增大，导致公司整体毛利率略有下降，但公司持续优化管理，有息负债相比去年同期亦有大幅减少，以智能产品（AI/机器人）代替人工，有效提升人效，期间费用大幅下降 15.60%，从而导致归母扣非净利润较去年同期增长 39.18%，高于营业收入 21.65%的增长率是合理的。

（2）公司近 5 年营业收入、归属于上市公司股东的净利润及经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年
营业收入（元）	2,810,571.77	2,310,396.85	1,523,083.77	1,231,910.59	834,726.90
归属于上市公司股东的净利润（元）	71,044.67	38,895.42	22,227.85	63,967.55	6,770.22
经营活动产生的现金流量净额（元）	69,935.79	189,276.03	-12,391.06	-9,011.12	48,907.46

公司自 2015 年至 2019 年营业收入大幅增长，其中出海业务现金流为正，

国内业务存在账期差。公司在 2015 年至 2017 年期间，用经营活动现金流量为 -0.90 亿至-1.24 亿换来了收入的高速攀升期。但是，公司经营活动现金流量为负，仅是公司业务发展的阶段性问题，2018 年，受国内宏观调控等因素的影响，公司在收入规模优势已经确立的情况下，通过优化客户结构，对大客户应收账款等财务方面的管理管控与持续优化，提升了公司经营性现金流的正向调整，应收账款周转天数由 2015 年的 125 天减少至 2018 年的 95 天，经营性现金流净额得到超大幅提升。2019 年，公司进一步巩固 2018 年优化成果，应收账款周转天数减少至 87 天，经营性现金流净额持续为正，确保了公司 2019 年归母净利润 7.10 亿中 98.44% 高效回笼。未来，公司会继续加强管理，维持应收账款周转天数，确保当年归母净利润高效并持续的收回。

2、年报显示，2019 年你公司各季度营业收入分别为 55.95 亿元、61.52 亿元、79.41 亿元和 84.18 亿元；净利润分别为 2.21 亿元、2.47 亿元、1.6 亿元和 8245 万元；经营活动产生的现金流量净额分别为 1.07 亿元、1.4 亿元、1.11 亿元和 3.42 亿元。

(1) 请结合行业竞争情况、期间费用支出、资产减值准备计提等，说明报告期内你公司分季度的收入和净利润变动不匹配的原因及合理性。

(2) 请结合经营模式、销售政策等，说明报告期内你公司分季度的净利润与经营性现金流量净额之间不匹配的原因及合理性。

请年审会计师发表明确意见。

回复：

(1) 报告期内公司分季度收入和净利润变动不匹配的主要原因为 2019 年 3 月份处置了对外投资 Leading Smart Holdings Limited、2019 年 4 月对外投资拉卡拉股份有限公司于 A 股上市等事项导致了其投资收益、公允价值变动损益等对净利润影响较大，导致收入与利润不同比例变动。

2019 年公司分季度收入、成本、毛利、期间费用及利润总额剔除投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失影响后的变动情况如下：

单位：万元

项目	Q1	Q2	Q3	Q4
收入	559,505.05	615,152.11	794,103.14	841,811.47
成本	501,091.25	551,386.26	729,411.16	778,083.86
毛利	58,413.80	63,765.85	64,691.98	63,727.61
期间费用	43,197.13	46,146.09	43,176.44	50,946.12
税前投资收益、公允价值变动损益、资产减值损失	12,978.69	19,974.60	1,297.98	2,654.98
经营活动现金净流	10,711.77	13,965.06	11,059.71	34,199.25

根据上表可知，公司毛利润始终保持稳定，第四季度期间费用有所增加，其主要原因为：公司广告类业务的人员绩效通常根据收入变动及回款情况确定的，公司 2019 年第四季度收入增长同时年底加大催款力度，公司根据相应的收入及回款情况计提了销售人员的奖金，导致销售费用上升；同时针对美元、加元等外币，第四季度汇率持续攀升，导致了整体境外公司期间费用折合人民币后费用增加。

综上所述，四个季度毛利润保持稳定的情况下，第四季度期间费用上涨导致净利润低于前三季度。

(2) 第四季度经营活动现金净流入与季度净利润不匹配主要是由于以下原因造成：第一是由于公司在第二及第三季度业务呈增长趋势，由于部分客户业务回款主要集中于第四季度，所以造成了第四季度回款基数增加；第二是公司于第四季度加大了回款催收，客户在第四季度回款的显著，公司经营活动现金净流入增加明显。

会计师意见：

经核查，蓝色光标的 2019 年分季度净利润和经营活动现金流量净额变动与收益变动趋势的匹配性分析，与实际情况相符。

3、年报显示，你公司前期因收购形成的商誉期末余额为 51.98 亿元，本报告期仅计提 447 万元商誉减值准备。

(1) 请结合相关公司的具体运营数据和财务状况、减值测试的具体计算过程、关键参数选取等，说明商誉减值准备计提是否充分。

(2) 请说明减值测试选取的关键参数是否与收购时使用的参数存在差异，如存在差异，请说明原因及合理性。

(3) 相关公司的实际业绩与盈利预测是否存在差异，如存在差异，请详细说明差异形成的原因、以及对本次减值测试的影响。

请年审会计师和评估师发表明确意见。

回复：

(1) 截至 2019 年 12 月 31 日，公司商誉期末余额为 51.98 亿元，针对商誉所在资产组的减值测试，公司聘请专业评估机构对资产组的可回收金额进行了评估，进行减值测试的资产组明细如下：

单位：万元

资产组	主要业务构成	确定方法	本期是否减值	期末商誉原值	期末累计商誉减值
资产组-整合营销	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	50,889.37	9,898.76
资产组-移动传媒	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	144,827.30	
资产组-数字广告	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	91,978.55	13,316.35
资产组-Madhouse	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	38,486.12	
资产组-WAVS	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	45,652.67	4,142.83
资产组-Fuse	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	13,497.96	
资产组-Vision 7	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	121,144.73	
资产组-Metta	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	否	11,192.96	954.75
资产组-捷报数据	公关服务及广告业务	与商誉相关的经营性资产	是	1,425.60	616.59

1) 运营数据和财务状况

公司上述商誉所在资产组 2019 年的运营数据和财务状况如下：

单位：万元

资产组	2019 年收入	2019 年净利润
资产组-整合营销	264,662.99	12,859.68

资产组	2019 年收入	2019 年净利润
资产组-移动传媒	706,519.87	9,825.68
资产组-数字广告	36,309.04	9,183.17
资产组-Madhouse	1,224,551.39	13,423.20
资产组-WAVS	90,564.83	1,749.84
资产组-Fuse	18,840.31	2,270.45
资产组-Vision 7	193,585.41	7,138.63
资产组-Metta	12,010.97	1,444.78
资产组-捷报数据	2,050.25	-769.65

2) 减值测试的具体计算过程

公司 2019 年 12 月 31 日包含商誉的资产组减值测试过程如下：

单位：万元

资产组名称	归属于母公司股东的商誉账面净值	归属于少数股东的商誉账面净值	全部商誉账面净值	资产组内其他资产账面价值	包含商誉的资产组账面价值
资产组-整合营销	40,990.61	12,826.46	53,817.06	1,408.91	55,225.97
资产组-移动传媒	144,827.30	7,622.49	152,449.79	8,573.23	161,023.02
资产组-数字广告	78,662.20	12,416.48	91,078.67	60,151.44	151,230.11
资产组-Madhouse	38,486.12	31,782.50	70,268.62	56,738.76	127,007.37
资产组-WAVS	41,509.85	11,389.22	52,899.07	6,151.99	59,051.06
资产组-Fuse	13,497.96	4,499.32	17,997.29	15,348.95	33,346.24
资产组-Vision 7	121,144.73		121,144.73	-17,941.91	103,202.82
资产组-Metta	10,238.21		10,238.21	11,715.45	21,953.66
资产组-北京捷报	1,256.04	1,206.79	2,462.83	1,613.71	4,076.54

接上表：

资产组名称	可收回金额	整体商誉减值准备	归属于母公司股东的商誉减值准备	以前年度已计提的商誉减值准备	本年度商誉减值损失
资产组-整合营销	191,000.00			9,898.76	
资产组-移动传媒	170,000.00				
资产组-数字广告	154,000.00			13,316.35	
资产组-Madhouse	179,194.19				
资产组-WAVS	150,690.71			4,142.83	
资产组-Fuse	40,671.25				

资产组名称	可收回金额	整体商誉减值准备	归属于母公司股东的商誉减值准备	以前年度已计提的商誉减值准备	本年度商誉减值损失
资产组-Vision 7	132,580.20				
资产组-Metta	26,284.62			954.75	
资产组-北京捷报	3,200.00	876.54	447.03	169.56	447.03

3) 关键参数选取

①资产组-整合营销

资产组-整合营销的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构北京中同华资产评估有限公司的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 2.00%，2023 年以后：2.60%）、折现率（约 12.14%）。

②资产组-移动传媒

资产组-移动传媒的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构北京中同华资产评估有限公司的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 5.56%，2023 年以后：2.60%）、折现率（约 12.13%）。

③资产组-数字广告

资产组-数字广告的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构北京中同华资产评估有限公司的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 8.88%，2023 年以后：2.60%）、折现率（约 12.84%）。

④资产组-Madhouse

资产组-Madhouse 的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构 KPMG LLP 的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 5.14%，2024 年以后：3.00%）以及折现率（约 12.00%）。

⑤资产组-WAVS

资产组-WAVS 的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构评估 KPMG LLP 的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2026 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2026 年：约 7.37%，2026 年以后：2.00%）、以及折现率（约 12.00%）。

⑥资产组-Fuse

资产组- Fuse 的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构评估 KPMG LLP 的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2025 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2025 年：约 3.55%，2025 年以后：2.00%）以及折现率（约 9.50%）。

⑦资产组-Vision 7

资产组- Vision 7 的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构评估 KPMG LLP 的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2025 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设为：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2025 年：约 3.93%，2025 年以后：2.00%）以及折现率（约 11.50%）。

⑧资产组-Metta

资产组- Metta 的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构评估 KPMG LLP 的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 3.94%，2024 年以后：2.50%）以及折现率（约 12.50%）。

⑨资产组-捷报数据

资产组-捷报数据的可收回金额按照预计未来现金流量的现值确定，并经第三方评估机构评估北京中同华资产评估有限公司的评估确定。未来现金流量基于管理层批准的 2020 年至 2024 年的财务预算确定。在预计未来现金流量的现值时使用的关键假设：基于该资产组过去的业绩和对市场发展的预期估计预计的收入增长率（2020 年至 2024 年：约 6.73%，2023 年以后：2.60%）、折现率（约 14.50%）。

根据上述资产组的减值测试结果，除资产组-捷报数据外，其他资产组的利润情况良好、生产经营活动正常运营，在 2019 年 12 月 31 日在持续经营的假设条件下的可收回价值均大于包含全部商誉的资产组账面价值，未减值。资产组-捷报数据出现减值迹象，经测试计提了相应的减值准备。

（2）公司商誉所在资产组中，资产组-整合营销、资产组-WAVS、资产组-Fuse、资产组-Vision 7、资产组-Metta 及资产组-捷报数据在收购时其不适用于评估要求，故无收购时点评估参数可对比；资产组-数字广告涉及的收购发生时间较早，已过相应的收购评估报告预测期，本次减值测试选取的关键参数与收购时使用的参数不适合再进行比较。

资产组-移动传媒及资产组-Madhouse 其收购时对应应有相应的评估，且报告期尚在收购时点评估报告涉及的预测期，其减值测试时点的参数与收购时点选取的参数对比情况如下：

资产组	收入增长率			折现率		
	2019 年	对比时点	差异	2019 年	对比时点	差异
资产组-移动传媒	5.56%	8.23%	-2.67%	12.13%	12.80%	-0.67%

资产组	收入增长率			折现率		
	2019年	对比时点	差异	2019年	对比时点	差异
资产组-Madhouse	5.14%	7.87%	-2.73%	12.00%	12.62%	-0.62%

由上表可知，资产组-移动传媒与资产组-Madhouse 在 2019 年减值测试所选取的收入增长率较收购时点相比有所差异，主要系不同预测时点移动广告行业处于不同的发展阶段所致。自 2018 年起，受国出海行业趋势影响，出海广告投放业务收入在 2018 年至 2019 年出现井喷式增长，资产组-移动传媒与资产组-Madhouse 主要业务为出海广告投放业务，其在 2018 年至 2019 年收入已远超收购时点预测收入，整体对资产组可收回金额影响不大。

(3) 针对公司商誉所在资产组 2019 年实际业绩与盈利预测数据的比较，我们选取了收入及息税折旧摊销前利润进行对比，具体情况如下：

单位：万元

资产组	收入			息税折旧摊销前利润		
	2019年实际数	2019年预测数	差异	2019年实际数	2019年预测数	差异
资产组-整合营销	264,662.99	281,921.87	-17,258.88	13,160.64	15,308.90	-2,148.26
资产组-移动传媒	706,519.87	587,949.62	118,570.25	21,118.84	21,327.78	-208.94
资产组-数字广告	36,309.04	63,078.36	-26,769.32	11,863.60	12,777.86	-914.26
资产组-Madhouse	1,224,551.39	1,024,800.00	199,751.39	19,758.93	19,314.46	444.47
资产组-WAVS	90,564.83	84,485.97	6,078.85	6,764.06	8,156.15	-1,392.09
资产组-Fuse	18,840.31	21,577.90	-2,737.59	5,230.11	5,501.36	-271.26
资产组-Vision 7	193,585.41	119,159.63	74,425.78	19,993.15	19,316.08	677.07
资产组-Metta	12,010.97	15,790.79	-3,779.82	2,160.20	2,361.79	-201.59
资产组-捷报数据	2,050.25	1,870.00	180.25	363.82	308.40	55.42

注：考虑到预测数据中息税折旧摊销前利润不包含信用减值损失、资产减值损失、投资收益等相关数据，为保持口径一致，2019 年实际息税折旧摊销前利润剔除信用减值损失、资产减值损失、投资收益等数据影响。

针对资产组-整合营销其 2019 年实际收入、息税折旧摊销前利润低于预测数据，主要是 2019 年 1-4 月公司游戏广告主受到游戏版号停发的影响，广告投放较预测有所下降，2019 年 5 月开始逐渐恢复正常，收入逐步增加。同时 2020 年 1 季度国内游戏广告收入大幅增加，因此整体虽然 2019 年收入下滑但对其资产组的可收回金额影响较小；资产组-数字广告的 2019 年实际收入、息税折旧摊销前利润低于预测数据，主要是 OTT 市场还处于不完全成熟稳定的发展阶段，2019 年 OTT 市场的参与者开始增多，一些小的代理公司也参与到 OTT 市场竞争中来，但整体公司在 OTT 的市场地位未受影响；资产组-WAVS、资产组-Fuse、资产组-Metta 也存在实际数据与预测数据差异的情况，该部分资产组全部为境外业务，其市场环境相对成熟，从其 2018 年实际历史数据来看，2019 年经营情况与 2018 年未产生重大变化，因此相应资产组无减值迹象。

会计师意见：

经核查，蓝色光标期末商誉减值测试的参数、假设及计算过程合理，同时结合其实际业务情况及预测数据进行对比，已充分计提了相应的减值准备。

评估师意见：

经核查，蓝色光标商誉资产组的可收回金额计算结果是充分考虑了不同时点的经营情况和行业变化，商誉减值测试的参数、假设及计算过程合理，已充分计提了相应的减值准备。

4、年报显示，你公司 2019 年出海广告投放业务实现营业收入 172.83 亿元，较上年同期增长 43%，该业务的毛利率为 1.29%。

（1）请结合行业变化趋势、主要客户变动情况等，说明出海广告投放业务收入大幅上升的原因以及增长是否具有可持续性，并说明相关收入的确认方式、销售收入的区域分布。

（2）请结合业务模式、行业竞争等，说明该业务毛利率较低的原因及合理性。

请年审会计师说明就相关业务实施的审计程序，并对出海广告投放业务收

入的真实性发表明确意见。

回复：

(1) 行业变化趋势与主要客户变动情况

基于当前全球化的大背景，越来越多的中国企业把在海外市场获得成功当作重要战略组成部分。公司是 Facebook、Google、TikTok 等平台国内直接授权代理商，随着中国品牌客户对出海广告的需要与投入逐年增加，公司为移动游戏、应用工具、跨境电商、本土品牌等行业客户开展出海广告投放业务收入因此得到大幅提升。

根据《艾瑞咨询—2019 年中国移动游戏出海行业研究报告》的行业数据显示：“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%。”与公司出海业务增速相吻合。

针对出海业务，公司大客户行业主要集中在移动游戏、应用工具及代理商上，移动游戏如 LILITH HK COMPANY LIMITED（游戏产品：万国觉醒、文明觉醒）、Diandian Interactive Holdin（游戏产品：火枪纪元）、HABBY PTE.LTD.（游戏产品：弓箭传说），应用工具如 Bigo Technology Pte. Ltd.（出海直播头部产品：BIGO LIVE）、Particle Media Inc.（产品：News Break）、360 Mobile Security Limite（360 Security）、跨境电商如西安澳鹏网络科技有限公司（OrderPlus）。

数据分析公司 Sensor Tower 的统计数据显示 2019 年中国出海的游戏榜单来看，万国觉醒、火枪纪元、弓箭传说均位于前列；同时 BIGO LIVE、News Break 等应用产品也是 2019 年出名的出海应用，这些均与公司的大客户情况相吻合。公司近两年的客户虽然会根据不同行业的出海需求略有调整，但整体未发生重大变化，与各数据分析公司的数据结果在客户垂直领域分布整体保持一致。

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，

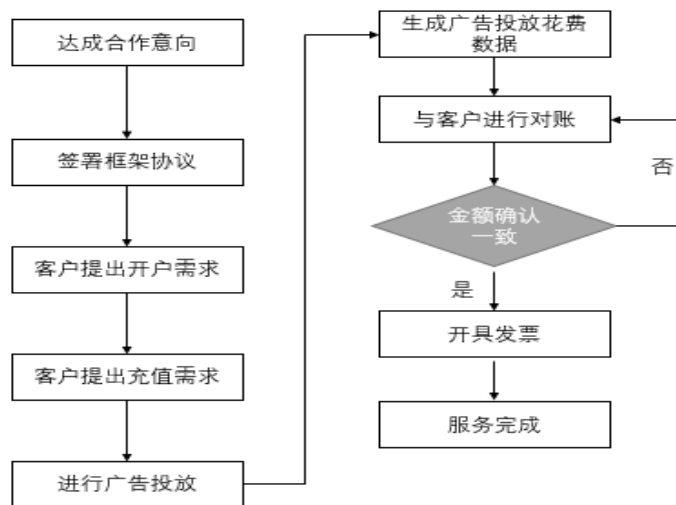
这些品牌客户可以通过更多渠道手段和形式与海外消费者进行互动，因而出海业务代理商对中国品牌海外传播有着直接赋能的作用。

由此可见，广告主对出海业务有着强烈的诉求，而公司因此产生的出海业务收入不仅具有可持续性，还会继续保持较高速增长。

报告期内出海业务的销售收入区域分布如下：

地区	占比
亚洲及中东地区	50.33%
北美洲	30.59%
欧洲	16.85%
大洋洲	2.24%
合计	100.00%

针对出海广告业务，其收入确认方式如下：



根据上述业务模式，公司通常在广告投放后确认收入，同时与客户进行对账后再结算。

(2) 出海业务毛利率

	2019年	2018年	2017年
出海业务毛利率	1.29%	1.11%	0.65%

报告期内，公司出海业务总额达到 172.83 亿元，收入仍处于快速上升阶段，为公司收入增长的主要贡献端，虽然受限于 Facebook 及 Google 的地位影响及互联网行业产业链利润分配的影响，但是该板块毛利率仍然得到了逐年提升，仅仅经历 3 年的时间，公司出海业务毛利率便从 2017 年的 0.65%提升近一倍至 2019 年的 1.29%。公司出海业务板块发展遵循了互联网企业的发展思路，即先扩充客户数量与收入规模再通过数据产品技术提升毛利率。同时，公司自 2016 年从事出海业务以来，与媒体合作关系越来越紧密，并不断发掘新的合作媒体，如 TikTok 等，并与海外网红及 MCN 签约，从而使该部分毛利率得到稳步提升。

会计师意见：

针对出海业务，会计师通过检查相关广告合同、获取客户的广告月度消耗明细、月度对账单、同时抽查蓝色光标在 Facebook、Google 广告投放系统上对应的消耗明细截图，进行广告消耗明细与对账单、系统截图的三方数据比对该核查，并检查审计期间及期后发生的客户大额付款流水回单。同时结合应收账款函证及应收账款周转率分析，对收入增长进行合理性检查。

经核查，蓝色光标收入真实性无异常。

5、年报显示，你公司的研发人数和研发投入逐年下降，2019 年研发支出资本化金额为 1448 万元，研发支出资本化率为 20%。

(1) 请结合研发项目进展、研发人员分配、研发计划和研发投入情况，补充说明你公司营业收入大幅上升，而研发投入逐年下降的原因以及合理性。

(2) 请结合产品研发的具体流程，说明研发支出资本化的条件及确认时点，并说明相关支出资本化的依据及合理性。

请年审会计师发表明确意见。

回复：

(1) 早在 2012 年，公司就已确立“业务数字化”这一数据科技发展战略，公司于 2015 年收购了 Domob SEZC 及其控股子公司、多盟智胜网络技术（北京）有限公司（前述公司合并简称“多盟”）、Madhouse Inc.及其控股子公司（以下简称“亿动”），该笔并购战略性保证了公司由传统的公关广告公司向营销科技公司转型，奠定了公司之后更长时间的快速发展基础。下表为公司近五年来研发人员数量及研发投入与占比情况：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
营业收入	2,810,571.77	2,310,396.85	1,523,083.77	1,231,910.59	834,726.9
在职员工的数量合	5,055	5,445	6,606	6,758	5,597
研发人员数量（人）	321	420	701	648	308
研发人员占比	6.35%	7.71%	10.61%	9.59%	5.50%
研发投入金额	7,123.75	9,366.08	16,577.94	17,099.81	9,357.40

公司 2015 年至 2018 年研发投入合计约 5.24 亿元人民币，2015 年公司收购多盟、亿动后，2016 与 2017 年进入产品研发的关键阶段，历经四年的持续投入与变革，不断开展以营销科技为核心的营销技术与营销产品相结合的创新，公司已于 2018 年开发出一系列包括分析与策略、创意产出、智能投放及监测评估的营销全产业链 AI/机器人产品，并初步转型为一家营销科技公司。相关产品已于 2018 年陆续投入使用，后续为附加模块产品的研发与迭代，不需要持续投入过高研发费用。

公司在 2020 年 5 月 11 日的投资者关系纪要中提到：公司从创业，到上市，再到收入规模超过 280 亿元，与公司多次的前瞻性战略布局是密不可分的。研发需要具备极强的前瞻性，不仅要在时间上抢占优势，更要在成果上优于竞品。公司通过在 2016 年与 2017 年间对研发的投入，以 AI 智能产品持续推进“技术+产品”的模式提高业务效率，换来了 2018 年与 2019 年间收入的高速增长。

公司也正是凭借一系列研发成果初步完成营销科技技能的建设应用，通过技术优势驱动融合“技术+创意”为客户提供智慧经营整合赋能服务能力的不

断提升，使得公司在 2017 年至 2019 年，收入由 152.31 亿元大幅提升至 281.06 亿元，增长 84.53%，员工人数从 2017 年的 6606 人降至 2019 年的 5055 人，减少 23.48%，这一成果主要得益于公司 AI 智能产品陆续运用到营销活动中，以智能产品（AI/机器人）代替人工，公司大幅提升员工工作效率，平均人效提升近 1.5 倍，让公司将最有效、最有价值的人员用于创造性劳动，以获取收入的进一步提升的同时，降低费用率，使公司持续稳步增长。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司已通过 ISO27001 信息安全管理认证，获得 131 项软件著作权，所申请的技术专利 20 项获得授权，24 项在审核中，拥有超 100 项注册商标，并将不断依托多年积累的经验和数据，持续投入研发维护，在不断提升客户 ROI 的同时，进一步提升公司各业务板块毛利率，为客户提供更好的服务，为投资人创造更大价值。

营销市场变化万千，公司一直在持续关注包括 5G，区块链技术以及 RCS 在营销领域的场景应用，不排除后续为适应营销行业的飞速发展，会投入更多的研发费用用于开发与营销服务相匹配的营销产品，以继续保持行业领导地位，成为全球卓越的营销科技公司。

（2）公司产品研发的具体流程主要分为以下几个步骤：1）对拟研发产品进行市场调研，进行可行性分析；2）基于研发产品项目的可行性，进行项目立项；3）项目立项通过，进入产品研发阶段（研发产品系统设计、核心模块编码、测试部署、迭代升级）；4）项目完工验收并申请相关著作权证书。

公司研发支出资本化的条件主要有：1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司研发支出资本化的确认时点均为自产品开发阶段开始日起，资本化的依据为产品满足上述五个资本化的条件，目前公司研发产品资本化的部分基本

都是自开发阶段开始日至验收日的人员成本，并按项目归集计量。

会计师意见：

经核查，蓝色光标研发支出变动合理，研发支出资本化会计处理符合《企业会计准则第6号——无形资产》中资本化的要求。

6、年报显示，你公司有多家海外子公司，其中 2019 年 Vision 7 International Inc.实现净利润 7139 万元、Domob SEZC 实现净利润 7147 万元、Madhouse Inc.实现净利润 1.34 亿元。请年审会计师说明对海外子公司营业收入真实性进行审计所采用的审计方法、具体的审计过程以及最终的审计结论。

会计师回复：

针对蓝色光标子公司 Vision 7 International Inc.，其办公地及主要业务均在海外。根据审计准则第 1401 号——集团财务报表审计的特殊考虑的要求，我们作为集团项目组，基于蓝色光标集团审计的目的，利用 Ernst&Young LLP（加拿大所）作为该组成部分的审计师进行审计，我们作为集团项目组主要执行的审计程序如下：

（1）了解组成部分会计师是否遵守职业道德要求、是否具备专业胜任能力；

（2）在审计开始前，向组成部分会计师下发审计指引，审计指引中明确组成部分会计师的工作范围、执行的重要性水平、职业道德要求等。

（3）审计过程中，与组成部分注册会计师进行了有效沟通，审计结束后，组成部分会计师按要求向我们按时提供了相应的工作成果。

（4）要求组成部分会计师提交了审计指引确认函及重要科目如收入、银行函证等报表项目的底稿，对其重要科目底稿进行复核。

经检查，组成部分审计师遵循审计指引的要求及集团分配的重要性水平执行了相关的审计工作，复核其相关成果后未见异常。

针对 DomobSEZC、MadhouseInc.，其注册地虽为开曼，但其实质业务及人员主要在国内，故这两家子公司由我方直接审计，主要执行的审计程如下：

(1) 了解收入及成本的相关内部控制流程，并抽查项目执行了内部控制测试，内部控制测试结果均未见异常。

(2) 获取了收入的项目明细表，并按照客户口径进行了检查分析；同时取得了主要客户的框架合同，检查了框架合同签署主体、服务期限等主要条款。

(3) 针对主要客户，我们获取了客户的月度消耗明细，抽查核对了月度对账单，同时抽查了广告投放系统截图，比对了广告消耗明细、对账单、系统截图的三方数据。

(4) 结合收款、期末应收账款函证程序及期后回款检查对收入进行了合理性分析检查。

(5) 针对收入进行客户类型分析性复核，核查客户的国内实体及投放产品情况，另外与同行业数据进行了对比分析。

经检查，Domob SEZC、MadhouseInc.等公司的收入未见异常。

7、年报显示，你公司 6 个月以内的应收账款期末余额为 67.01 亿元，计提坏账准备的金额为 593 万元，计提比例为 0.09%；6-12 个月的应收账款期末余额为 5.25 亿元，计提坏账准备的金额为 832 万元，计提比例为 1.59%。请结合应收账款的具体明细、期后回款情况，并与同行业公司进行对比，说明应收账款的坏账准备计提是否充分、合理，相关应收账款的回收是否存在重大不确定性。请年审会计师发表明确意见。

回复：

截至 2019 年底，公司 1-6 个月内应收账款余额为 67.02 亿元，其主要的明细及期后回款情况如下：

单位：万元

客户	6 个月以内余额	6-12 个月余额	期后回款
客户一	37,660.29	4,146.52	24,318.82
客户二	35,749.24	2,033.22	24,464.60
客户三	16,525.79	10,995.92	12,394.14
客户四	20,441.02	218.38	27,593.97
客户五	19,982.88		58,645.66
客户六	12,266.76		17,178.99
客户七	8,320.22	2,904.30	6,958.86
客户八	4,741.89	2,758.31	3,644.13
客户九	9,850.75	550.75	10,883.08
客户十	4,460.11	3,841.99	5,550.71
客户十一	126.14	972.75	112.62
客户十二	8,161.81	0.08	14,630.50
客户十三	7,742.01		13,665.36
客户十四	5,313.68	923.01	7,982.23
客户十五	7,545.15		12,128.95
客户十六	6,623.00		6,623.00
客户十七	6,512.28		14,725.55
客户十八	3,671.95	2,260.82	2,821.34
客户十九	6,527.63		6,576.88
客户二十	5,779.65		19,825.42
客户二十一	4,490.68	1,282.64	3,165.58
客户二十二	3,037.43	2,275.12	1,684.78
合计	235,530.39	35,163.82	295,575.17

公司应收 6 个月以内的公司主要为国内外知名公司，客户信用情况良好，针对 2019 年底的应收账款于 2020 年的期后回款情况良好。

公司 2018 年底 6 个月以内应收账款 53.09 亿元，占当期应收比例为 86.18%，2019 年底 6 个月以内应收账款 67.01 亿元，占当期应收比例为 87.39%，变化较小；同时 2018 年应收账款周转天数为 97 天、2019 年应收账款周转天数为 87 天，客户的信用情况未发生重大变动。

同时我们对比分析了同行业公司的应收账款周转天数及账龄组合中 1 年以内坏账准备的计提比例，具体如下：

公司	2019 年周转天数（天）	1 年以内坏账计提比例
省广集团	85.99	0.50%
利欧股份	116.28	1.49%
华扬联众	162.88	0.60%

公司整体的应收账款周转天数与省广集团相近，但账龄组合中 1 年以内整体的坏账比例 0.2% 低于省广集团，主要是系由于公司目前的广告投放业务类型与省广集团存在差异。根据省广集团年报显示，其主要媒体为中央广播电视台、北京快手广告有限公司等，即其广告业主主要为国内广告投放，而公司的广告业务现在主要为依托于 Facebook、谷歌的出海业务，该部分期末应收账款约 25.38 亿元，同时由于其周转天数通常在 60 天以内，导致了其整体 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例相应较低。

会计师意见：

经核查，蓝色光标应收账款回款不存在重大风险，6 个月以内、7-12 个月的应收账款坏账准备计提充分、合理，应收账款的回收不存在重大风险。

8、年报显示，你公司其他应收款中保证金、押金的余额为 1.64 亿元。

(1) 请结合业务及经营模式，补充说明保证金、押金的具体内容及构成、相关销售发生的时间、销售的产品以及销售的金额。

(2) 说明你公司与主要客户的保证金、押金政策，并说明报告期末保证金及押金的余额与公司业务规模是否匹配、相关方是否与公司存在关联关系。

请年审会计师对前述保证金及押金的真实性发表意见。

回复：

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应收中主要应收保证金、押金等的明细如下：

单位：万元

供应商	性质	余额
张家口艾伦房地产开发有限责任公司	业务保证金	5,000.00
北京百度网讯科技有限公司	广告投放保证金	1,945.90
广州聚耀信息科技有限公司	广告投放保证金	1,497.96
字节跳动集团	广告投放保证金	857.00
北京京东方松彩创新有限公司	房屋押金	781.84
北京快手广告有限公司	广告投放保证金	740.00
合计		10,822.70

报告期末其他应收保证金主要为广告业务保证金，根据广告业务的特点，媒体供应商通常要求先行支付一部分保证金，具体的情况如下：

(1) 张家口艾伦房地产开发有限责任公司

张家口艾伦房地产开发有限责任公司（以下简称“张家口艾伦”）成立于 2013 年 10 月，注册资本 3745.6 万元人民币，注册地址为怀来县小南辛堡镇小七营村，法定代表人为李红松，统一社会信用代码为 91130730081319979N，母公司为北京鸿坤伟业房地产开发有限公司，最终控制方为北京合润资产管理有限公司，主要经营范围为房地产开发与经营。

公司之全资子公司北京今久广告传播有限责任公司（以下简称“今久广告”）于 2018 年与张家口艾伦签署了《商品房（住宅）项目销售代理（包销）协议》，根据协议约定：今久广告负责鸿坤葡萄酒小镇悦山湖 2.3 期洋房产品（分别是 21/22/23/30 号楼）全部 216 套住宅房源的包销，单价为 1.00 万元/

平，建筑面积约 18718 平方米,包销项目总价为 18,718.00 万元，同时约定今久广告需支付 5,000.00 万元项目保证金。今久广告依据协议于 2018 年支付了相应的保证金。截至目前，该项目仍在继续推进。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东无关联关系。

(2) 北京百度网讯科技有限公司

北京百度网讯科技有限公司（以下简称“百度网讯”）成立于 2001 年 6 月，注册资本 1,342,128 万元人民币，注册地为北京市海淀区上地十街 10 号百度大厦 2 层，法定代表人梁志祥，统一社会信用代码为 91110000802100433B，最终控制方为百度集团。

百度网讯为公司的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对于百度网络推广服务广告投放需要缴纳对应合同比例的保证金，公司于 2019 年底累计支付了广告投放款保证金 1,945.90 万元，报告期内，公司已确认其成本约 20,114.30 万元。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东无关联关系。

(3) 广州聚耀信息科技有限公司

广州聚耀信息科技有限公司（以下简称“广州聚耀”）成立 2015 年 12 月，注册资本 3,000 万元人民币,注册地为广州市天河区黄埔大道西平云路 163 号广电平云广场 B 塔 13 层自编 01 单元(仅限办公用途)，法定代表人赵婷，统一社会信用代码为 91440101MA59BB2QXE,最终控制方为优视科技（亚洲）有限公司。其代表产品为“UC 浏览器”。

广州聚耀为公司之全资子公司北京思恩客的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对广州聚耀广告投放需要缴纳保证金，公司于 2019 年底已支付广告投放款保证金 1,497.96 万元，报告期内，公司已确认其成本约 9,574.45 万元。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人

员及持股 5%以上股东无关联关系。

(4) 字节跳动集团

字节跳动集团主要包括北京字节跳动科技有限公司及湖北今日头条科技有限公司。北京字节跳动科技有限公司（以下简称“字节跳动”）成立于 2012 年 3 月，是中国北京的一家信息科技公司，注册资本 1,000 万人民币，注册地为北京市海淀区知春路甲 48 号 2 号楼 10A 室，法定代表人张利东，统一社会信用代码为 911101085923662400，最终控制方为字节跳动有限公司。

湖北今日头条科技有限公司（以下简称“今日头条”），成立于 2018 年 1 月，注册资本 1,000 万，注册地址为武汉市东湖新技术开发区凌家山南路 1 号武汉光谷企业天地 1 号楼 5-17 层，法定代表人张利东，统一社会信用代码为 91420100MA4KXJWQ03，最终控制方同为字节跳动有限公司。字节跳动集团代表产品为“今日头条”客户端。

字节跳动集团为公司的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对广告投放需要缴纳保证金，公司于 2019 年底已支付广告投放款保证金 891.88 万元，报告期内，公司已确认其成本约 41,606.57 万元。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东无关联关系。

(5) 北京京东方松彩创新有限公司

北京京东方松彩创新有限公司（以下简称“东方松彩”）成立于 1987 年 9 月，注册资本 32,575.4049 万人民币，注册地为北京市朝阳区大山子酒仙桥北路，法定代表人冯强，统一社会信用代码为 91110000600000143M，母公司为东方科技集团股份有限公司，最终控制方为京东方集团。

东方松彩为公司办公区出租方，根据出租方要求，对于公司办公地点的房屋租赁需要预付押金保证金，截止 2019 年底，公司已支付 781.84 万元。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东无关联关系。

(6) 北京快手广告有限公司

北京快手广告有限公司（以下简称“快手广告”）成立于 2016 年 9 月，注册资本 1,000 万元人民币，注册地为北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢 1 层 101D1-1，法人代表为杨远熙，统一社会信用代码为 91110108MA008E1A73，母公司为北京达佳互联信息技术有限公司，最终控制方为福永环球有限公司。其代表产品为“快手”视频。

快手广告为公司的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对于广告投放需要缴纳，公司于 2019 年支付了广告投放款保证金 740.00 万元，报告期内，公司已确认其成本约 77,266.03 万元。

上述交易方及其股东、最终控制人与公司、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东无关联关系。

公司其他应收的保证金、押金政策为供应商要求支付，同时主要供应商如百度、快手等均具有较强的垄断地位，其对保证金的要求较强势，公司相应的是配合供应商保证金、押金政策。

会计师意见：

经核查，蓝色光标其他应收供应商保证金、押金真实性未见异常。

9. 年报显示，你公司预付款项的期末余额为 2.84 亿元，前五名预付款项的金额为 9246 万元。请结合相关业务的开展情况，补充说明你公司存在大额预付款项的原因以及必要性，并说明预付对象是否与你公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属存在关联关系或者其他隐性关系，是否存在资金占用或者财务资助等情形。请年审会计师发表明确意见。

回复：

报告期末，公司预付账款前五名明细如下：

单位：万元

公司名称	是否关联方关系	款项性质	期末余额	占比(%)
北京快手广告有限公司	否	预付广告款	3,405.35	11.97
上海点冠网络科技有限公司	否	预付广告款	1,871.21	6.58
中央电视台	否	未消耗返点	1,642.66	5.78
上海城艺通文化传媒有限公司	否	预付广告款	1,568.48	5.51
百度集团	否	未消耗返点	758.14	2.67
合计			9,245.84	32.51

上述预付的具体情况如下：

(1) 北京快手广告有限公司（以下简称“快手广告”）

快手广告成立于 2016 年 9 月，注册资本 1000 万元人民币，注册地为北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢 1 层 101D1-1，法人代表为杨远熙，统一社会信用代码为 91110108MA008E1A73，母公司为北京达佳互联信息技术有限公司，最终控制方为福永环球有限公司。其代表产品为“快手”视频。

快手广告为公司的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对于广告投放需要先充值（即预付）后消耗，公司于 2019 年预付了广告投放款。截至 2020 年 4 月 30 日，该部分预付账款已全部消耗。

经查，快手广告与我公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

(2) 上海点冠网络科技有限公司（以下简称“上海点冠”）

上海点冠成立于 2017 年 9 月，注册资本 100 万元人民币，注册地为上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 J3144 室，法人代表为苏佳琪，统一社会信用代码为 91310114MA1GU9L80Q，母公司为上海趣蕴网络科技有限公司，最终控制方为趣头条科技（香港）有限公司，代表产品为“趣头条”视频。

上海点冠为公司的重要媒体供应商之一，根据供应商的要求，对于广告投放需要先充值（即预付）后消耗，公司于 2019 年预付了广告投放款。截至 2020 年 4 月 30 日，上述预付账款已消耗 1,579.21 万元。

经查，上海点冠与我公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

（3）中央电视台

期末预付为公司在中央电视台进行广告投放业务时，中央电视台根据投放额度给予公司的广告投放返点，在之后与中央电视台进行投放业务时，可以从应支付的投放款中按比例抵减。2020 年 2 月，公司将该部分资源已转让第三方，相关转让款项已于全部收回。

经查，中央电视台与我公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

（4）上海城艺通文化传媒有限公司（以下简称“城艺通”）

城艺通成立于 2018 年 12 月，注册资本 1000 万元人民币，注册地为上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1 层 1808 室，法人代表为施俊明，统一社会信用代码为 91310105MA1FWDDDB5L，母公司为上海申通地铁资产经营管理有限公司，北京爱奇艺科技有限公司持有其 45% 股权，主要经营上海地铁新线电视类媒体资源。

2019 年，公司与城艺通签署《核心网络广告代理协议》，并根据协议要求支预付了广告代理期内的承诺投放结算金额 2,250.00 万元。截至 2019 年 12 月 31 日，尚余 1,568.48 万元未消耗，截至 2020 年 4 月 30 日，上述预付账款已确认成本 443.48 万元。

经查，城艺通与我公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

(5) 百度集团

百度集团主要包括北京百度网讯科技有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司。期末预付为公司在百度集团进行广告投放业务时，百度集团根据投放额度给予公司的广告投放返点，在之后与百度集团进行投放业务时，可以从应支付的投放款中按比例抵减或返现。截至 2020 年 4 月 30 日，上述预付账款已消耗 739.57 万元。

经查，百度集团与我公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

会计师意见：

经核查，蓝色光标报告期末预付账款前五名与公司及其控股股东、实际控制人、董监高、大股东等关联方不存在关联关系，亦不存在被大股东或其关联方占用的情形。

10. 年报显示，你公司其他应收款的期末余额为 3.69 亿元，其中账龄在 1-2 年的余额为 1.06 亿元，账龄在 3 年以上的余额为 1.03 亿元，本报告期计提坏账准备 270 万元。请补充说明你公司其他应收款期限较长的原因，结合账龄、可回收性、期后回款及催收机制说明坏账准备计提是否充分，并说明欠款对象是否与你公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属存在关联关系或者其他隐性关系，是否存在资金占用或者财务资助等情形。请年审会计师发表明确意见。

回复：

报告期末公司其他应收款期末余额账龄在 1 年以上的主要情况如下：

(1) 其他应收张家口艾伦房地产开发有限责任公司保证金 5,000.00 万元账龄为 1-2 年，具体详见问询函第 7、(1)。

(2) 其他应收活动树（北京）智能科技有限公司（以下简称“活动树公司”）股权转让款 4,996.09 万元账龄为 1-2 年。

2018年9月27日公司之全资子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司（以下简称“上海品牌”）、上海励唐会展策划服务有限公司（以下简称“上海励唐”）与活动树公司签署了北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司（以下简称“蓝色方略”）股权转让协议，协议约定上海品牌、上海励唐以11,462.06万元的价格将其持有的蓝色方略股权转让给活动树公司。同日为进一步保证上海品牌、上海励唐其他应收股权转让款的可收回性，上述三方与自然人罗坚签署了股权质押协议，协议约定为自然人罗坚以其持有的活动树公司股权质押给上海品牌、上海励唐。

截止2019年12月31日，公司未收回蓝色方略股权转让款4,996.09万元，该笔应收款项公司已经取得了相应的股权质押。

经查，活动树公司与公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

(3) 其他应收李芄等股权调增价款8,898.40万元。

针对其他应收李芄、博萌投资、博杰投资等股权调增价款，公司已通过中国国际经济贸易仲裁委员会进行了仲裁申请。2017年12月14日，贸仲做出【2017】中国贸仲京裁字第1507号裁决书，判决李芄等返还公司提前支付股权调增价款8,900万。目前公司仍在积极和李芄等方沟通，屡次敦促要求其履行义务。鉴于李芄等逾期不履行裁决义务，公司已经向北京市第三中级人民法院申请了强制执行，目前已司法冻结了李芄、博萌投资和博杰投资持有公司的全部股份分别为95,243,181股、8,023,997股和13,944,484股，截至回复日该等强制执行程序仍在进行中。

针对其他应收李芄等，目前公司已申请法院进行强制执行，同时冻结了其合计117,211,662股股票，鉴于上述情况，公司认为有较大可能收回该款项，因此将其认定为无信用风险组合。公司后续仍将继续与李芄等方沟通，敦促其尽快返还调增价款，并会持续关注该笔款项的可回收风险，评估该笔款项的可收回性，按照会计准则的要求进行相应账务处理。

同时经查，李芄等与公司控股股东、实际控制人、董监高人员以及上述人

员的近亲属不存在关联关系或者其他隐性关系，不存在资金占用或者财务资助等情形。

会计师意见：

经核查，蓝色光标采取了积极的应对措施催收长账龄其他应收项目保证金及股权调增价款，收回上述款项的可能性较大，公司对其不计提坏账准备的原因合理，会计处理未见异常；同时核查了蓝色光标冻结李芄等持有的股票情况，未见异常。

11. 年报显示，你公司销售费用的本期发生额为 8.04 亿元，较上年同期下降 17%；管理费用的本期发生额为 8.58 亿元，较上年同期下降 4%。请补充说明你公司营业收入大幅上升的情况下，销售费用和管理费用下降的原因及合理性。请年审会计师发表明确意见。

回复：

公司 2019 年度销售费用、管理费用、研发费用合计为 169,426.10 万元，较 2018 年度 192,863.31 万元减少 23,437.20 万元，具体变动明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	变动额	变动率 (%)
人员成本	95,895.66	116,353.28	-20,457.62	-17.58
服务费（含中介机构服务费）	15,349.26	19,100.51	-3,751.25	-19.64
房租、物业、水电费	13,676.81	16,792.08	-3,115.27	-18.55
折旧、摊销费	23,831.86	17,262.23	6,569.63	38.06
办公费	13,283.89	15,247.47	-1,963.59	-12.88
其他	7,388.63	8,107.74	-719.11	-8.87
合计	169,426.10	192,863.31	-23,437.20	-12.15

由上表可知，公司 2019 年费用的减少主要为人员成本的减少，公司 2019

年收入较 2018 年收入增幅明显，与人员成本未呈同比关系，主要原因如下：

（1）收入的增加主要系出海广告业务收入增加。出海广告业务主要是依托于相关的技术平台去进行广告投放算法计算等，公司该部分业务已相对成熟，即结算、投放平台相关技术平台已较成熟，故出海广告业务的收入增长并不需要额外增加相应业务人员，因而导致了整体的收入与人员成本不同比例变动。

（2）人员成本的下降 20,457.62 万元，主要是近年来公司研发了一系列产品用于服务客户，以智能产品（AI/机器人）代替人工，优化掉相应的低效率或重复性较高的工种，进一步降低了销售费用率，公司员工人数较 2018 年减少 400 人左右，相应人员成本下降约 1.2 亿元；另一方是由于股份支付影响，受公司 2016 所发行的股票期权第四期未达行权条件及 2017 年发行的限制性股票部分授予人员离职影响，2019 确认股本支付成本较 2018 年下降约 6,454 万元。

（3）本期公司下属子公司 Vision 7 International Inc.（以下简称“Vision 7”）执行新租赁准则，租赁房屋确认为使用权资产并相应确认为折旧摊销，将房租、折旧摊销合并考虑后共计增加约 3,663 万元。该部分增加一方面是由于房租正常的增加导致，另一方面是由于 2019 年美元、加元等汇率持续攀升导致费用折算后费用增加。

（4）服务费下降约 3,751.25 万元，主要是由于 2018 年公司非同一控制下分别取得了 Eleven Inc.、Socialize Group FZ LLC 股权，2019 年无非同一控制下企业合并，相应中介机构费用减少所致。

（5）办公费下降约 1,963.59 万元，主要是由于公司加大行政管理的优化，员工人数减少等相应导致办公费下降。

会计师意见：

经核查，蓝色光标销售费用及管理费用变化未见异常。

12. 年报显示，你公司非经常性损益项目及金额中“除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性

金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益”的金额为 3.58 亿元，2018 年的金额为-543 万元。请补充说明该项目的具体构成，与 2018 年相比出现大幅波动的原因，以及相关投资风险是否可控。

回复：

公司非经常性损益项目及金额中“除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益”的金额为 3.58 亿元，2018 年的金额为-543 万元，明细项目如下：

单位：万元

产生投资收益的来源	2019 年发生额	2018 年发生额
(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动收益	31,409.37	-7,011.14
其中：拉卡拉支付股份有限公司	35,348.66	
济宁瑞联股权投资基金合伙企业（有限合伙）	-5,275.08	-7,011.14
其他众多小额	1,335.78	
(2) 处置交易性金融资产取得的投资收益	4,360.82	
其中：处置 Leading Smart Holdings Limited 股权	4,108.79	
其他众多小额	252.03	
(3) 处置可供出售金融资产取得的投资收益		6,468.49
其中：处置广州市有车以后信息科技有限公司部分股权		1,902.18
处置上海智臻智能网络科技股份有限公司部分股权		4,566.31

针对上述大额的投资收益，其具体形成情况如下：

(1) 2019 年 4 月，公司持有的拉卡拉支付股份有限公司（以下简称“拉卡拉”）于 A 股上市，公司将该对外投资划分为以公允价值变动且其变动计入当期损益的资产，并于报告期末参考期末拉卡拉的收盘价确认相应的公允价值

变动损益。该事项本期确认公允价值变动损益 35,348.66 万元。

(2) 2019 年，公司持有的济宁瑞联股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“济宁瑞联”）（原北京华泰瑞联并购基金中心（有限合伙））因持续对投资人进行分配导致其公允价值降低，公司根据 2019 年 12 月 31 日应享有的净资产份额确认本期公允价值变动损益-5,275.08 万元。

(3) 2019 年 3 月，公司下属子公司蓝标国际传播集团有限公司（以下简称“蓝标国际”）与 Leading Smart Holdings Limited（以下简称“汇智”）签订《股份回购协议》，由汇智以 4,287.08 万美元（折合人民币 28,295.12 万元）的对价回购蓝标国际持有汇智的全部股权，即 3,237,803 股股份，占比 5.2401%。本次回购完成后，蓝标国际将不再持有汇智股权。处置对价与期初公允价值 24,186.33 万元的差异 4,108.79 万元确认投资收益。公司与汇智已于 2019 年办理完相关股权过户手续，并于 2019 年全额收回股权转让款。

上述事项为 2019 年的非经常性损益中“除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益”的具体情况。该类事项为特例事项，与 2018 年事项均不同，不具有可对比性，故与 2018 年的相比产生较大幅度变动。

针对对外投资，公司有相应投资部门进行管理，定期取得相应的对外投资资料，并及时与被投资单位沟通，对外投资整体可控。

13. 年报显示，你公司向前五名客户销售金额合计为 38.33 亿元，占年度销售总额的 14%；向前五名供应商的采购金额合计 193 亿元，占年度采购总额的 75%。请补充报备前五大客户和前五大供应商的明细情况，并说明你公司采购较为集中的原因及合理性，并说明是否对前五大供应商存在重大依赖。

回复：

根据 WARC 发布的数据，2019 年全球广告收入达到了 6,160 亿美元，其

中全球网络广告支出达到 2,874 亿美元。根据 Facebook 与 Google 披露的 2019 年公司年报，Facebook 全年广告收入为 696 亿美元，Google 为 1,348 亿美元，两者合计为 2,044 亿美元，占全球网络广告收入的 71.12%，可以说全球媒体相对集中。

根据国家市场监督管理总局发布的年度广告数据显示，2019 年中国广告市场总体规模达到 8,674 亿元，互联网广告总收入为 4,367 亿元。参照公开数据：中国互联网广告收入 TOP10 由高到低分别为阿里巴巴、字节跳动、百度、腾讯、京东、美团点评、新浪、小米、奇虎 360 和 58 同城，这些企业集中了中国互联网广告份额的 94.85%。由此可见，国内头部媒体更是集中度极高。

公司多年以来，以客户为中心，为游戏、汽车、互联网及应用、电子商务、高科技产品、消费品、房地产以及金融等八大行业的品牌客户提供全产业链营销服务，公司媒体采购的集中度是由市场环境与客户选择或偏好而决定的，若后续全球及中国市场的媒体趋于分散，那么公司的媒体采购格局也将会随之发生改变。

2020 年 4 月 30 日，公司旗下全资子公司 SNK 与腾讯互动娱乐事业群（以下简称：IEG）就 2020-2025 年战略合作达成正式协议。根据协议约定，SNK 将在未来 5 年代理腾讯 IEG 媒介线上广告业务，为腾讯 IEG 在媒介策略、广告投放规划及采买、流量采买、数据分析等多个细分板块提供服务。公司已服务 10 年以上的老客户包括：联想、思科、腾讯、AMD、佳能、索尼、百度、壳牌、克莱斯勒、宝马、沃尔沃、西铁城、广丰、创维、美赞臣、康佳等。由此可见，公司与客户关系极为稳定，公司更多的是依赖于客户，而非依赖于媒体。对于投放媒体的选择主要由市场环境、所处行业、客户选择或偏好等因素而决定。

14. 请按业务类型报备近两年应收账款、应付账款前五名对象、金额以及交易内容。

回复：公司已将上述内容向深圳证券交易所报备。

特此公告。

北京蓝色光标数据科技股份有限公司

2020年5月21日