

# 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

## 2020 年度财务决算报告

北京蓝色光标数据科技股份有限公司（以下简称“蓝色光标”或“公司”）2020 年 12 月 31 日资产负债表、2020 年度利润表、2020 年度现金流量表、2020 年度所有者权益变动表及相关报表附注已经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具标准无保留意见的审计报告，现将决算情况报告如下：

### 一、公司基本情况

#### 1、公司概况

|               |  |      |        |
|---------------|--|------|--------|
| 股票简称          | 蓝色光标   | 股票代码 | 300058 |
| 公司的中文名称       | 北京蓝色光标数据科技股份有限公司                                     |      |        |
| 公司的中文简称       | 蓝色光标   |      |        |
| 公司的外文名称（如有）   | BlueFocus Intelligent Communications Group Co., Ltd. |      |        |
| 公司的外文名称缩写（如有） | BlueFocus  |      |        |
| 公司的法定代表人      | 赵文权  |      |        |
| 注册地址          | 北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层 A5-01                      |      |        |
| 注册地址的邮政编码     | 100015   |      |        |
| 办公地址          | 北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9-C                          |      |        |
| 办公地址的邮政编码     | 100015   |      |        |
| 公司国际互联网网址     | www.bluefocusgroup.com                               |      |        |
| 电子信箱          | bfg@bluefocus.com                                    |      |        |

#### 2、联系人及联系方式

|      | 董事会秘书                       | 证券事务代表                      |
|------|-----------------------------|-----------------------------|
| 姓名   | 秦峰                          | 张媛                          |
| 联系地址 | 北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9-C | 北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9-C |
| 电话   | 010-56478871                | 01056478871                 |
| 传真   | 010-56478000                | 010-56478000                |

|      |                   |                   |
|------|-------------------|-------------------|
| 电子信箱 | bfg@bluefocus.com | bfg@bluefocus.com |
|------|-------------------|-------------------|

### 3、财务报告的批准报出者和财务报告批准报出日

本公司财务报告由天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对我公司 2020 年 12 月 31 日的资产负债表及合并资产负债表，2020 年度的利润表及合并利润表、股东权益变动表及合并股东权益变动表和现金流量表及合并现金流量表以及财务报表附注进行了审计，出具了“天职业字[2021]1593 号”标准无保留意见的审计报告。

现公司根据此次审计结果编制了 2020 年度财务决算报告。

## 二、主要会计数据和财务指标

|                           | 2020 年            | 2019 年            | 本年比上年增减   | 2018 年            |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-----------|-------------------|
| 营业收入（元）                   | 40,526,890,931.49 | 28,105,717,717.39 | 44.19%    | 23,103,968,544.14 |
| 归属于上市公司股东的净利润（元）          | 724,236,781.43    | 710,446,746.52    | 1.94%     | 388,954,178.64    |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 588,700,627.61    | 453,578,614.87    | 29.79%    | 325,900,861.97    |
| 经营活动产生的现金流量净额（元）          | 1,310,481,379.12  | 699,357,894.42    | 87.38%    | 1,892,760,346.05  |
| 基本每股收益（元/股）               | 0.29              | 0.30              | -3.33%    | 0.18              |
| 稀释每股收益（元/股）               | 0.29              | 0.30              | -3.33%    | 0.17              |
| 加权平均净资产收益率                | 8.15%             | 9.22%             | -1.07%    | 6.25%             |
|                           | 2020 年末           | 2019 年末           | 本年末比上年末增减 | 2018 年末           |
| 资产总额（元）                   | 21,518,969,469.61 | 19,051,336,299.42 | 12.95%    | 16,962,501,973.00 |
| 归属于上市公司股东的净资产（元）          | 8,978,414,876.81  | 8,694,012,052.71  | 3.27%     | 6,333,760,964.43  |

### （一）公司整体发展概述及业务回顾

蓝色光标是一家在大数据和社交网络时代为企业智慧经营全面赋能的营销科技公司，其服务不仅涵盖广告和公关领域，更可为客户提供全套营销解决方案及服务。2020年，公司继续开展以营销科技为核心的营销技术与营销产品相结合的变革与创新，不仅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产品，更基于小蓝机器人，整合迭代而出了重磅智能营销SaaS平台—蓝标在线。蓝标在线，是蓝色光标服务与SaaS平台模式的结合，是集合蓝标25年服务世界500强所有智慧、方法、经验所打造的智能创意辅助系统（ACAS），通过“自助式使用+专业人工服务”模式首推企业营销服务“大会员”，从方案、工具、服务

多维度全面赋能。目前，公司已经为超过3000家优质客户提供服务，其中包括逾150家行业领先品牌及世界500强企业。公司已通过ISO27001信息安全管理认证，获得139项软件著作权，所申请的技术专利21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，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。

2020年度，公司实现营业收入大幅增长，达到405.27亿元，同比增长44.19%。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，并且该业务过去几年毛利率持续提升，贡献正向现金流，业务人员规模未增长，人效得到充分提升。未来随着出海业务的媒体组合、客户组合以及服务内容组合的更加多元化，毛利率还将逐步提升，并且为公司贡献更大利润。

报告期内，公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5.89亿元，同比增长29.79%。报告期内，得益于公司持续的数字化和营销智能化布局，积极抵御了疫情对国际和国内整合营销业务带来的影响，伴随宅经济的持续发力，公司在游戏、电商等行业，出海营销、短视频等领域继续保持快速增长，公司继续大力推进基于数据科技的营销智能化转型，并于2020年初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，服务内容和公司的单位人效稳步提升。同时，本报告期内公司利息支出、管理费用和销售费用占比相比去年同期均持续下降。公司将择机出售所持有的交易性金融资产，以盘活存量资产，进一步增厚公司的现金储备。

## （二）公司所处行业地位

依托国家行业发展政策指导，公司持续发展壮大，据全球权威公关行业咨询机构PRovoke(原The Holmes Report)发布2020全球公关公司Top10排行榜，蓝色光标凭借旗下境内外的公关业务再度位列第九，连续5年位列全球公关公司Top10榜单，亦是唯一一家进入前十的中国营销集团。

| TOP 10 GLOBAL PR AGENCY RANKING 2020 |      |  |        |                  |                  |                            |
|--------------------------------------|------|--|--------|------------------|------------------|----------------------------|
| 2020                                 | 2019 | Agency                                 | HQ     | Income 2019 (\$) | Income 2018 (\$) | Growth (Constant Currency) |
| 1                                    | 1    | Edelman <sup>nb</sup>                  | USA    | 892,039,000      | 888,405,000      | 0.4%                       |
| 2                                    | 2    | Weber Shandwick <sup>nb</sup>          | USA    | 865,000,000      | 840,000,000      | 3.0%                       |
| 3                                    | 3    | BCW                                    | USA    | 740,000,000      | 723,000,000      | 2.4%                       |
| 4                                    | 4    | FleishmanHillard <sup>nb</sup>         | USA    | 605,000,000      | 605,000,000      | 0.0%                       |
| 5                                    | 5    | Ketchum <sup>nb</sup>                  | USA    | 535,000,000      | 545,000,000      | -1.8%                      |
| 6                                    | 6    | MSL <sup>nb</sup>                      | France | 450,000,000      | 450,000,000      | 0.0%                       |
| 7                                    | 7    | Hill+Knowlton Strategies <sup>nb</sup> | USA    | 360,000,000      | 400,000,000      | -10.0%                     |
| 8                                    | 8    | Ogilvy <sup>nb</sup>                   | USA    | 345,000,000      | 355,000,000      | -2.8%                      |
| 9                                    | 9    | BlueFocus <sup>nb</sup>                | China  | 329,123,818      | 336,372,995      | -1.5%                      |
| 10                                   | 10   | Brunswick                              | UK     | 324,000,000      | 280,000,000      | 15.7%                      |

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销及数据服务相关业务》的披露要求：

(1) 互联网营销收入整体情况

单位:元

|           | 2020年             |         | 2019年             |         | 同比增减   |
|-----------|-------------------|---------|-------------------|---------|--------|
|           | 金额                | 占营业收入比重 | 金额                | 占营业收入比重 |        |
| 互联网营销收入合计 | 40,526,890,931.49 | 100.00% | 28,105,717,717.39 | 100.00% | 44.19% |

(2) 广告主所处的主要行业领域

单位:元

| 行业领域   | 2020年             |         | 2019年             |         | 同比增减   |
|--------|-------------------|---------|-------------------|---------|--------|
|        | 收入金额              | 占营业收入比重 | 收入金额              | 占营业收入比重 |        |
| 游戏     | 18,274,072,490.17 | 45.09%  | 12,253,112,696.06 | 43.60%  | 49.14% |
| 电商     | 7,358,780,179.97  | 18.16%  | 4,781,425,013.92  | 17.01%  | 53.90% |
| 互联网及应用 | 6,493,405,911.88  | 16.02%  | 3,820,185,458.33  | 13.59%  | 69.98% |

(3) 直接类客户和代理类客户情况

单位:元

| 客户类型  | 2020年 |                   |            | 2019年 |                   |            |
|-------|-------|-------------------|------------|-------|-------------------|------------|
|       | 客户数量  | 收入金额              | 客户留存率（如适用） | 客户数量  | 收入金额              | 客户留存率（如适用） |
| 直接类客户 | 4,702 | 37,361,338,333.47 | 55.96%     | 4,480 | 24,708,043,883.43 | 57.18%     |
| 代理类客户 | 851   | 3,165,552,598.02  | 51.31%     | 842   | 3,397,673,833.96  | 53.27%     |

(4) 其他需披露内容

### 三、非经常性损益的项目及金额

单位：元

| 项目  | 2020年金额        | 2019年金额        | 2018年金额        | 说明 |
|---|----------------|----------------|----------------|----|
| 非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）   | 35,694,780.75  | -37,464,485.41 | 40,023,010.33  |    |
| 计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）   | 3,678,171.05   | 6,308,012.94   | 55,413,547.42  |    |
| 企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益  |                |                | 5,629,127.81   |    |
| 非货币性资产交换损益  |                |                | -11,260,211.00 |    |
| 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 | 158,003,897.70 | 357,701,899.89 | -5,426,490.48  |    |
| 除上述各项之外的其他营业外收入和支出  | 37,442,030.21  | -1,072,763.07  | -3,169,341.23  |    |
| 其他符合非经常性损益定义的损益项目   | -87,778,845.74 |                |                |    |
| 减：所得税影响额  | 11,803,611.52  | 69,335,828.00  | 14,527,921.28  |    |
| 少数股东权益影响额（税后）   | -299,731.37    | -731,295.30    | 3,628,404.90   |    |
| 合计  | 135,536,153.82 | 256,868,131.65 | 63,053,316.67  | -- |

### 四、报告期内主要营业情况

#### 1、营业收入构成

营业收入整体情况

单位：元

|        | 2020年             |         | 2019年             |         | 同比增减   |
|--------|-------------------|---------|-------------------|---------|--------|
|        | 金额                | 占营业收入比重 | 金额                | 占营业收入比重 |        |
| 营业收入合计 | 40,526,890,931.49 | 100%    | 28,105,717,717.39 | 100%    | 44.19% |
| 分产品    |                   |         |                   |         |        |
| 全案推广服务 | 7,660,515,490.51  | 18.90%  | 4,649,569,233.59  | 16.54%  | 64.76% |
| 全案广告代理 | 5,596,649,299.06  | 13.81%  | 3,065,612,328.91  | 10.91%  | 82.56% |
| 出海广告投放 | 24,413,588,343.39 | 60.24%  | 17,283,278,829.89 | 61.49%  | 41.26% |
| 海外公司业务 | 2,856,137,798.53  | 7.05%   | 3,107,257,325.00  | 11.06%  | -8.08% |

## 2、占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

单位：元

|        | 营业收入              | 营业成本              | 毛利率    | 营业收入比上年同期增减 | 营业成本比上年同期增减 | 毛利率比上年同期增减 |
|--------|-------------------|-------------------|--------|-------------|-------------|------------|
| 分行业    |                   |                   |        |             |             |            |
| 分产品    |                   |                   |        |             |             |            |
| 全案推广服务 | 7,660,515,490.51  | 6,616,131,435.86  | 13.63% | 64.76%      | 82.25%      | -8.29%     |
| 全案广告代理 | 5,596,649,299.06  | 4,948,458,940.33  | 11.58% | 82.56%      | 103.71%     | -9.18%     |
| 出海广告投放 | 24,413,588,343.39 | 24,065,162,647.35 | 1.43%  | 41.26%      | 41.06%      | 0.14%      |
| 海外公司业务 | 2,856,137,798.53  | 2,292,659,389.14  | 19.73% | -8.08%      | -7.54%      | -0.47%     |
| 分地区    |                   |                   |        |             |             |            |

## 3、营业成本构成

产品分类

单位：元

| 产品分类   | 项目   | 2020年             |         | 2019年             |         | 同比增减    |
|--------|------|-------------------|---------|-------------------|---------|---------|
|        |      | 金额                | 占营业成本比重 | 金额                | 占营业成本比重 |         |
| 全案推广服务 | 营业成本 | 6,616,131,435.86  | 17.45%  | 3,630,269,390.28  | 14.18%  | 82.25%  |
| 全案广告代理 | 营业成本 | 4,948,458,940.33  | 13.05%  | 2,429,210,768.50  | 9.49%   | 103.71% |
| 出海广告投放 | 营业成本 | 24,065,162,647.35 | 63.46%  | 17,060,582,118.33 | 66.64%  | 41.06%  |
| 海外公司业务 | 营业成本 | 2,292,659,389.14  | 6.04%   | 2,479,663,079.36  | 9.69%   | -7.54%  |

#### 4、主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| 前五名客户合计销售金额（元）           | 7,839,720,599.40 |
| 前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例     | 19.34%           |
| 前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例 | 0.00%            |

公司前5大客户资料

| 序号 | 客户名称 | 销售额（元）           | 占年度销售总额比例 |
|----|------|------------------|-----------|
| 1  | 客户一  | 1,908,444,218.69 | 4.70%     |
| 2  | 客户二  | 1,746,509,159.01 | 4.31%     |
| 3  | 客户三  | 1,491,247,272.61 | 3.68%     |
| 4  | 客户四  | 1,385,633,833.37 | 3.42%     |
| 5  | 客户五  | 1,307,886,115.72 | 3.23%     |
| 合计 | --   | 7,839,720,599.40 | 19.34%    |

主要客户其他情况说明

适用  不适用

公司主要供应商情况

|                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| 前五名供应商合计采购金额（元）           | 28,988,373,095.47 |
| 前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例     | 76.44%            |
| 前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例 | 0.00%             |

公司前5名供应商资料

| 序号 | 供应商名称 | 采购额（元）            | 占年度采购总额比例 |
|----|-------|-------------------|-----------|
| 1  | 供应商一  | 12,888,443,526.90 | 33.99%    |
| 2  | 供应商二  | 10,664,644,031.34 | 28.11%    |
| 3  | 供应商三  | 4,103,262,360.83  | 10.82%    |
| 4  | 供应商四  | 787,750,750.24    | 2.08%     |
| 5  | 供应商五  | 544,272,426.16    | 1.44%     |
| 合计 | --    | 28,988,373,095.47 | 76.44%    |

#### 5、研发投入

经过多年的研发投入，公司已形成了较为完善的研发体系，并已通过ISO27001信息安全管理认证，获得139项软件著作权，所申请的技术专利21项获得授权，24项在审核中，拥有超100项注册商标，并研发了多项核心技术支持平台，并以此为基础，依照不同场景，提供全方位营销解决方案。

| 产品类别    | 产品名称          | 产品描述   | 是否已投入使用 |
|---------|---------------|--|---------|
| 在线教育及培训 | 蓝标大学          | 以领导力模型为基础，将自我成长、激发团队、赢得业绩作为选拔和培养标准，以精英化成长式培养为目标，开发了多项高潜人才项目，并自主研发了专业必修课、公开课、种子课等覆盖技能提升、趋势研讨、管理进阶多方面的课程体系，继而帮助营销人更好地把握数字化与智能化的时代机遇。   | 是       |
| 分析及策略   | [销博特]营销数据平台   | 智能营销助手销博特（XiaoBote），是一款集机器学习和大数据处理技术为一身的MarTech智能营销策划决策平台，更是一款涵盖了营销策划85%左右工序的产品，通过结合人工智能、统计算法和多维数据库，一键自动化生成策划案、消费者洞察、营销创意等内容。帮助营销人员提升工作效率，产出内容更精确、更科学。   | 是       |
| 创意产出    | 妙笔            | 妙笔机器人通过学习过去几年累计达数千万篇新闻内容，基本掌握了如何模拟人工大量改编新闻稿件的技能，基于一篇核心稿件，妙笔机器人可在1秒钟内改编出数千篇中心意思相同，但风格迥异的新闻稿，可自动改换标题和内容，自动插入图片、商品链接、名词解释及延伸阅读等。  | 是       |
| 智能投放    | PlayMad       | 基于Google Ads国内的安卓流量，将移动应用的推广、点击、下载和安装串联成为一个闭环，以提升Google Ads国内安卓流量在效果类广告领域的效果。通过PlayMad，广告主能够充分利用Google Ads系统的数据分析技术和机器学习能力，获取更多的优质用户，提高广告投放的ROI。   | 是       |
|         | 必得优选程序化平台     | 为了满足程序化购买客户的全方位需求，必得优选依托多盟强大技术实力和8年运营经验，不断开拓红利流量，对接优质大平台，严控流量来源。核心投放引擎实现优质流量优中选优，多方数据融入DMP，让数据精准指导投放。提供智能运营工具，一站式管理提升运营效率。最终为客户提供满足多样化需求的流量精品超市，满足效果需求的一站式程序化。   | 是       |
|         | TravelMAD     | 定向全球中国旅行者的移动广告解决方案。平台对接70多家Hero App,包含生活时尚,新闻阅读,娱乐社交,美颜美拍等多个类别,几乎覆盖100%的中国旅行者。与携程(Ctrip)等OTA垂直媒体达成战略合作,向全球中国旅行者推送与其行程(旅行前,旅行中,旅行后)相匹配的移动广告，多重定向标准,支持开屏大图,横幅,图文信息流和焦点图等广告形式,帮助广告主精确有效地获取目标用，智能的广告管理后台,支持曝光和点击的监测,广告主可挑选广告形式,设置频次控制和导出实时报表,提高广告活动的ROI。 | 是       |
|         | 鲁班一站式电商出海营销平台 | 鲁班平台整合了Facebook侧和Google侧流量，聚合投放数据并提供完善的可视化图表，加上独有的广告管理功能，帮助跨境电商高效的管理在不同渠道的广告投放，同时鲁班可自助开通Facebook企业级账户，稳定性大大提升。   | 是       |

近三年公司研发投入金额及占营业收入的比例



|                  | 2020年         | 2019年         | 2018年         |
|------------------|---------------|---------------|---------------|
| 研发人员数量（人）        | 298           | 321           | 420           |
| 研发人员数量占比         | 5.89%         | 6.35%         | 7.71%         |
| 研发投入金额（元）        | 68,204,640.00 | 71,237,549.81 | 93,660,778.64 |
| 研发投入占营业收入比例      | 0.17%         | 0.25%         | 0.41%         |
| 研发支出资本化的金额（元）    | 17,267,395.20 | 14,482,967.83 | 27,872,363.71 |
| 资本化研发支出占研发投入的比例  | 25.32%        | 20.33%        | 29.76%        |
| 资本化研发支出占当期净利润的比重 | 2.32%         | 2.00%         | 6.76%         |

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用  不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用  不适用

## 6、现金流

单位：元

| 项目            | 2020年             | 2019年             | 同比增减    |
|---------------|-------------------|-------------------|---------|
| 经营活动现金流入小计    | 40,405,438,894.64 | 27,273,050,400.02 | 48.15%  |
| 经营活动现金流出小计    | 39,094,957,515.52 | 26,573,692,505.60 | 47.12%  |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 1,310,481,379.12  | 699,357,894.42    | 87.38%  |
| 投资活动现金流入小计    | 494,760,309.84    | 500,168,979.25    | -1.08%  |
| 投资活动现金流出小计    | 140,311,256.24    | 344,294,561.46    | -59.25% |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 354,449,053.60    | 155,874,417.79    | 127.39% |
| 筹资活动现金流入小计    | 2,878,490,470.91  | 2,342,912,955.36  | 22.86%  |
| 筹资活动现金流出小计    | 3,589,713,675.36  | 3,122,284,878.03  | 14.97%  |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | -711,223,204.45   | -779,371,922.67   |         |
| 现金及现金等价物净增加额  | 843,394,596.09    | 101,167,995.79    | 733.66% |

经营活动的现金流量净额变动主要原因为，公司业务大幅增长，同时持续优化客户结构，加强应收款项管理，导致经营性现金流净额较上年同比增加。

投资活动产生的现金流量净额变动的主要原因为，较上年同期公司新增对外投资金额下降，故导致本期投资活动现金流量净额大幅增加。

筹资活动的现金流量净额变动较小，公司资本结构稳定。

## 五、非主营业务情况

单位：元

|          | 金额              | 占利润总额比例 | 形成原因说明   | 是否具有可持续性 |
|----------|-----------------|---------|--|----------|
| 投资收益     | 340,830,176.63  | 38.46%  | 主要原因为，报告期公司处置部分持有的拉卡拉股票等投资，导致投资收益增加。                       | 否        |
| 公允价值变动损益 | -114,696,959.26 | -12.94% | 主要原因为，报告期公司处置部分持有的拉卡拉股票等投资，同时结转以前年度确认的公允价值变动，导致公允价值变动损益减少。 | 否        |
| 资产减值     | -1,469,748.41   | -0.17%  |  | 否        |
| 营业外收入    | 75,762,791.49   | 8.55%   |  | 否        |
| 营业外支出    | 35,612,590.23   | 4.02%   |  | 否        |
| 其他收益     | 77,200,925.40   | 8.71%   | 本期加计抵减增值税进项税额增加导致。   | 否        |
| 资产处置收益   | -16,111,700.62  | -1.82%  | 本报告期，公司处置非流动资产产生损失导致。                                      | 否        |

## 六、资产及负债状况

### 1、资产构成重大变动情况

单位：元

|        | 2020 年末          |        | 2020 年初          |        | 比重增减   | 重大变动说明                           |
|--------|------------------|--------|------------------|--------|--------|----------------------------------|
|        | 金额               | 占总资产比例 | 金额               | 占总资产比例 |        |                                  |
| 货币资金   | 2,423,929,597.68 | 11.26% | 1,585,510,155.78 | 8.25%  | 3.01%  | 主要原因为，公司业务增长且持续加强现金流管理，导致货币资金增加。 |
| 应收账款   | 9,137,464,277.92 | 42.46% | 7,213,980,820.75 | 37.54% | 4.92%  |                                  |
| 长期股权投资 | 766,854,354.43   | 3.56%  | 889,509,724.54   | 4.63%  | -1.07% | 主要原因为，公司处置对外投资导致期末余额减少。          |
| 固定资产   | 126,015,289.88   | 0.59%  | 120,052,953.04   | 0.62%  | -0.03% |                                  |
| 短期借款   | 1,695,658,354.17 | 7.88%  | 1,446,657,346.94 | 7.53%  | 0.35%  | 主要原因为，新增短期借款导致期末余额增加。            |
| 长期借款   | 358,466,879.97   | 1.67%  | 451,404,457.68   | 2.35%  | -0.68% | 主要原因为，偿还部分到期的长期借                 |



| 金融资产                |                  |                 |                |  |               |               |             |                  |
|---------------------|------------------|-----------------|----------------|--|---------------|---------------|-------------|------------------|
| 1.交易性金融资产（不含衍生金融资产） | 798,996,157.73   | -114,696,959.26 |                |  | 86,041,587.95 | 89,402,316.64 | -523,133.96 | 680,415,335.82   |
| 4.其他权益工具投资          | 449,620,250.90   |                 | -99,265,243.81 |  | 237,141.22    | 534,049.04    | 294,029.10  | 350,352,128.37   |
| 金融资产小计              | 1,248,616,408.63 | -114,696,959.26 | -99,265,243.81 |  | 86,278,729.17 | 89,936,365.68 | -229,104.86 | 1,030,767,464.19 |
| 上述合计                | 1,248,616,408.63 | -114,696,959.26 | -99,265,243.81 |  | 86,278,729.17 | 89,936,365.68 | -229,104.86 | 1,030,767,464.19 |
| 金融负债                | 0.00             |                 |                |  |               |               |             | 0.00             |

## 七、投资状况分析

### 1、总体情况

| 报告期投资额（元）     | 上年同期投资额（元）     | 变动幅度    |
|---------------|----------------|---------|
| 98,778,729.17 | 131,906,898.52 | -25.11% |

### 2、以公允价值计量的金融资产

单位：元

| 资产类别 | 初始投资成本         | 本期公允价值变动损益      | 计入权益的累计公允价值变动   | 报告期内购入金额 | 报告期内售出金额      | 累计投资收益         | 期末金额           | 资金来源 |
|------|----------------|-----------------|-----------------|----------|---------------|----------------|----------------|------|
| 股票   | 800,954,567.06 | -107,861,629.48 | -459,721,477.30 |          | 78,505,958.50 | 285,098,775.28 | 471,699,059.82 | 自有资金 |
| 合计   | 800,954,567.06 | -107,861,629.48 | -459,721,477.30 | 0.00     | 78,505,958.50 | 285,098,775.28 | 471,699,059.82 | --   |

### 3、募集资金使用情况

适用  不适用

## 八、主要控股参股公司分析

主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元

| 公司名称                        | 公司类型 | 主要业务          | 注册资本              | 总资产              | 净资产              | 营业收入              | 营业利润           | 净利润            |
|-----------------------------|------|---------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|----------------|----------------|
| 上海蓝色光标品牌顾问有限公司              | 子公司  | 提供公共关系服务      | 329,031,600.00    | 1,044,748,151.47 | 111,185,236.98   | 280,541,958.43    | 42,236,389.90  | 30,336,941.08  |
| Vision 7 International Inc. | 子公司  | 设计、制作、代理和发布广告 | 155,407,764.76 加元 | 3,344,534,427.18 | 1,101,035,820.62 | 1,781,095,764.11  | 74,853,415.32  | 111,406,047.86 |
| 西藏山南东方博杰广告有限公司              | 子公司  | 设计、制作、代理和发布广告 | 534,200,000.00    | 1,704,924,905.36 | 1,393,875,773.25 | 544,615,512.74    | 130,915,424.68 | 106,588,479.97 |
| 北京思恩客科技有限公司                 | 子公司  | 设计、制作、代理和发布广告 | 110,212,766.00    | 2,032,199,861.06 | 182,938,216.37   | 5,268,099,911.20  | 73,374,362.96  | 52,094,370.04  |
| Domob SEZC                  | 子公司  | 设计、制作、代理和发布广告 | 50,000 美金         | 3,562,091,211.88 | 559,162,738.02   | 10,216,858,867.05 | 8,881,077.62   | 12,781,796.05  |
| Madhouse Inc.               | 子公司  | 设计、制作、代理和发布广告 | 35,000 美金         | 3,215,901,690.27 | 666,236,150.96   | 17,571,573,387.31 | 106,842,548.73 | 93,801,107.52  |

报告期内取得和处置子公司的情况

√ 适用 □ 不适用

| 公司名称                         | 报告期内取得和处置子公司方式 | 对整体生产经营和业绩的影响 |
|------------------------------|----------------|---------------|
| All Inclusive Marketing Inc. | 非同一控制下企业合并     | 3,418,061.00  |
| 北京东方传通广告有限公司                 | 出售股权丧失控制权      | 3,118,074.85  |
| 陕西蓝色光标品牌顾问有限公司               | 出售股权丧失控制权      | -282,009.36   |
| 天津思恩客科技有限公司                  | 新设             | 19,955,995.46 |
| 上海融达文化传媒有限公司                 | 新设             | -1,032.27     |
| 厦门今久蔚蓝品牌管理有限公司               | 新设             | -279,626.22   |
| 海南蓝色光标数字传媒有限公司               | 新设             | -503,698.38   |
| BLUEMEDIA PTE.LTD.           | 新设             | 1,546,944.90  |

北京蓝色光标数据科技股份有限公司董事会

2021年4月27日