

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关注函回复的公告

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2023年1月30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的关注函》（创业板关注函【2023】第31号），要求公司董事会就披露的《2022年度业绩预告》涉及的相关问题进行核实后说明。现就相关问题回复内容公告如下：

1. 业绩预告显示，你公司预计包含商誉的资产组-数字广告的可收回金额小于其账面价值，暂估商誉与无形资产计提资产减值准备合计13.5亿元至14亿元；预计包含商誉的资产组-Madhouse的可收回金额小于其账面价值，暂估商誉计提减值准备1.5亿元至2.5亿元。2021年，你公司未对前述资产计提减值准备。请你公司：

（1）补充披露本次商誉减值测试的具体过程，包括资产组的认定及构成、关键假设、主要参数、预测指标等，并列表说明相关假设、参数和指标选取与2021年末减值测试时相比是否发生重大变化、变化原因及合理性。

回复：

1. 减值测试的具体计算过程

公司根据企业会计准则的相关规定对商誉进行减值测试，无论是否存在减值迹象，均于每年末进行减值测试。资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。如可收回金额低于其账面价值，确认为资产减值损失。

根据《企业会计准则第8号-资产减值》的相关规定，公司减值测试的评估对象是评估所涉及的资产组，资产组的可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。只要有一项超过了资产的账面价值，就表明资产没有发生减值，不需再估计另一项金额。依据评估目的和持续经营的基本假设，考虑所评估资产的特点，首先采用收益法进行评估，以确定资产预计未来现金流量的现值。先判断收益法评估结果是否低于账面价值，如果不低于，则可以认为企业不存在商誉减值，整个测试工作就可以完成。如果出现收益法结果低于账面价值的情况，则还需考虑估算组成资产组的资产公允价值减去处置费用后的净额，测试该净值是否低于账面价值，以最终确定企业是否存在商誉减值。

2022年初步减值测试资产组包含资产组-数字广告和资产组-Madhouse，资产组的认定由管理层按照并购标的经营主体延续确认，其构成包括与形成商誉相关的长期资产，包括固定资产、无形资产、使用权资产及商誉。

本次商誉减值测试相关数据为初步测算结果，具体数据待完成最终减值测试后，公司确认具体金额。

本次初步商誉减值测试，根据2022-2026年收入预测，资产组-数字广告预测期利润总额（年）为500万左右，资产组-Madhouse预测期利润总额（年）为9,800万元左右。公司减值测试采用收益法评估时，选择现金流量折现模型，采用永续模型分段预测折现的思路，估算资产预计未来现金流量的现值，其中资产组未来现金流量=预测期现金流量+永续期现金流量，预测期为2023年-2027年，2028年及以后为永续期，永续期收入增长率为2%。具体计算公式为：资产组未来现金流量=资产组利润总额+折旧摊销-资本性支出-营运资金初始投资及增加额。

商誉的资产组减值测试过程如下：

金额单位：亿元

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-数字广告	7.87	1.24	9.11	5.92	15.03
资产组-Madhouse	3.85	3.18	7.03	0.04	7.06

接上表：

金额单位：亿元

资产组名称	可收回金额	本次整体商 誉减值准备	本次归属于母公司股东 的商誉减值准备	以前年度已计提的 商誉减值准备
资产组-数字广告	-0.01	9.11	7.87	1.33
资产组-Madhouse	3.77	3.29	1.80	0.00

2. 本次减值测试的关键假设如下：

- (1) 本次评估以本报告所列明的特定目的为基本假设前提。
- (2) 持续经营假设：持续经营假设是指假设委估资产/资产组按基准日的用途和使用的方式等情况正常持续使用，不会出现不可预见的因素导致其无法持续经营，相应确定估值方法、参数和依据。
- (3) 国家现行的有关法律法规、国家宏观经济形势无重大变化，赋税基准及税率、政策性征收费用等外部经济环境不会发生不可预见的重大变化；
- (4) 假设公司在现有的管理方式和管理水平的基础上，无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响；
- (5) 被评估单位和委托人提供的相关基础资料和财务资料真实、准确、完整；
- (6) 评估人员所依据的对比公司的财务报告、交易数据等均真实可靠；
- (7) 本次评估范围仅以被评估单位提供的评估申报表为准；
- (8) 本次评估假设评估对象于年度内均匀获得净现金流。

3. 减值测试选取的主要参数

本次商誉减值测试选取的主要参数有折现率、收入及收入增长率。

(1) 折现率

A. 资产组-数字广告

本次减值测试折现率为 10.57%，与上年度减值测试折现率相比，降低 0.13%，主要系无风险利率受长期国债收益率影响变动导致。具体如下：

项目	2022 年减值测试	2021 年减值测试	差异
----	------------	------------	----

无风险利率	3.31%	3.41%	-0.10%
市场风险溢价	6.93%	6.94%	-0.01%
Beta 系数	0.7316	0.7372	-0.006
特殊风险	2%	2%	-
债权收益率	4.60%	4.60%	-
资本结果 D/E	1/9	1/9	-
税后折现率	10.57%	10.70%	-0.13%

B. 资产组-Madhouse

本次减值测试折现率为 10.74%，与上年度减值测试折现率相比，变动不大，主要系无风险利率受长期国债收益率影响变动导致。具体如下：

项目	2022 年减值测试	2021 年减值测试	差异
无风险利率	3.31%	3.41%	-0.10%
市场风险溢价	6.75%	6.85%	-0.10%
Beta 系数	0.7316	0.7372	-0.006
特殊风险	2.5%	2%	0.50%
债权收益率	4.60%	4.60%	-
资本结果 D/E	1/9	1/9	-
税后折现率	10.74%	10.64%	0.10%

注：本次为初步减值测试，仅对税后折现率进行比较。税前折现率系税后折现率迭代形成，由专业评估机构最终确定。

上表中，无风险利率、Beta 分别受评估基准日后到期的长期国债的年期收益率、可比公司相关数据、及市场变化等影响，产生合理差异。

(2) 收入及收入增长率

2021 年及 2022 年商誉减值测试，预测期均为 5 年，永续期增长率均为 2%。鉴于可比性，对两年商誉减值测试涉及的相同年度对比如下：

A. 资产组-数字广告

金额单位：亿元

项目	2022 年商誉减值测试预测					
	2022 年未审	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入	4.27	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
收入增长率	-35.43%	-53.17%	-	-	-	-

项目	2021 年商誉减值测试预测						关键参数差异	
	2021 年 审定	2022 年 (预测)	2023 年 (预测)	2024 年 (预测)	2025 年 (预测)	2026 年 (预测)	2022 年	2023 年
营业收入	6.61	6.66	7.11	7.56	7.93	8.33	-35.91%	-71.89%
收入增长率	21.45%	0.75%	6.75%	6.21%	5.00%	5.00%	-36.19%	-59.92%

2021 年商誉减值测试，资产组-数字广告预测收入呈现上升趋势。2022 年商誉减值测试，资产组-数字广告预测收入规模缩减较大且呈下降趋势，主要原因是：2021 年商誉减值测试时该资产组预计 2022 年实现收入 6.66 亿，实际 2022 年营业收入为 4.27 亿，差异 2.39 亿，差异率 35.91%，未达预期，较 2021 年出现大幅度降低。主要原因系某房地产行业客户预算降低，及某汽车行业客户未能续标所致，此两大客户 2022 年实际收入约 1.56 亿，较 2021 年降低 2.41 亿。

2022 年初步减值测试时，在 2022 年业绩未达预期、客户丢失、未来房地产市场的不确定情况下，公司业务人员根据对客户广告预算的了解及行业的分析判断等，谨慎预测未来业绩。

B. 资产组-Madhouse

金额单位：亿元

项目	2022 年商誉减值测试预测					
	2022 年 未审	2023 年 (预测)	2024 年 (预测)	2025 年 (预测)	2026 年 (预测)	2027 年 (预测)
营业收入	143.43	150.00	157.50	165.38	173.64	178.85
收入增长率	-12.41%	4.58%	5.00%	5.00%	5.00%	3.00%

项目	2021 年商誉减值测试预测						关键参数差异	
	2021 年 审定	2022 年 (预测)	2023 年 (预测)	2024 年 (预测)	2025 年 (预测)	2026 年 (预测)	2022 年	2023 年
营业收入	163.75	180.00	198.00	217.80	228.69	235.55	-20.32%	-24.24%
收入增长率	-6.81%	9.93%	10.00%	10.00%	5.00%	3.00%	-22.33%	-5.42%

2021 年商誉减值测试时该资产组预计 2022 年实现收入 180 亿，实际 2022 年营业收入为 143.43 亿，差异 36.57 亿，差异率 20.32%，未达预期，较 2021 年出现大幅度降低。主要原因系：2022 年海外线下消费场景虽逐步恢复，但线上的流量红利逐步消退，跨境电商行业的“疫情红利”呈现阶段性见顶态势，跨境电商行业出海步伐受到一定制约；海外游戏类客户自 2021 年 iOS14.5 实施 ATT 政策后受影响，在全球出海主流媒体效果营销上的投放精准度降低以及营销成本的增加，预算投入有所减少；同时，海外个别主流媒体商务政策发生大幅变化及调整，致使公司在该媒体的广告收入以及毛利率出现明显下降。

2022 年初步减值测试时，在 2022 年业绩未达预期、未来出海广告市场及政策不确定的情况下，公司业务人员根据对客户广告预算的了解及行业的分析判断等，谨慎预测未来业绩。

公司根据宏观经济环境、行业监管政策、公司战略规划、具体经营状况等影响因素于年度减值测试时对预测期营业收入等进行调整，故各年预测期营业收入存在合理差异。

综上，公司本次商誉减值测试的关键假设及计算过程与上年度相比未发生重大变化；本次商誉减值测试选取的主要参数发生合理变化；在 2022 年度业绩预告时，公司经初步减值测试，合理预计上述资产组的可收回金额，暂估相关商誉的减值损失，并待完成最终减值测试后确认具体金额，符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的规定。

(2) 补充披露本次无形资产减值涉及的项目明细、金额、出现减值迹象的时点及依据、相关无形资产在 2021 年末的可回收金额、与本次测算的可回收金额的差异及原因。

回复：

本次无形资产减值涉及的项目为资产组-数字广告的品牌资产和客户关系资产，该资产系收购博杰广告评估增值产生。收购博杰广告时，主要考虑其在行业中已具有的地位、品牌知名度、客户关系、市场占有率以及对公司业务扩展可能发挥的协同效应等因素，根据其未来业绩预测情况约定收购对价或股权比例，由此产生的收购股权溢价形成了品牌资产和客户关系资产。具体账面原值和净值如下表。

金额单位：万元

项目	账面原值	减值准备	摊销	账面净值
品牌	120,047.24	61,047.24	-	59,000.00
客户关系	4,936.09	1,149.59	3,600.42	186.08

2020-2022 年，资产组-数字广告实际的运营情况与预测数据比较如下：

金额单位：亿元

年度	预测营业收入	预测息税折旧摊销前利润	实际营业收入	实际息税折旧摊销前利润	营业收入完成率	息税折旧摊销前利润完成率
2020 年	4.74	1.33	5.45	1.37	115%	103%
2021 年	6.72	1.54	6.61	1.66	98%	108%
2022 年	6.66	1.60	4.27	0.21	64%	13%

2020 年和 2021 年资产减值测试时，在国内疫情和海外环境的双重压力下，得益于公司经营团队的稳健经营，该资产组 2020 年和 2021 年营业收入和净利润均达到预期，收入稳定增长，息税折旧摊销前利润持续增加，因此在无形资产依托的经营实体未出现客户流失、经营状况恶化的情况下，品牌和客户关系亦未出现减值迹象。

2022 年受国内疫情及经济大环境的持续影响，汽车及房地产行业客户预算减少明显，2021 年商誉减值测试时该资产组预计 2022 年实现收入 6.66 亿，实际 2022 年营业收入为 4.27 亿，差异 2.39 亿，差异率 35.91%，未达预期，较 2021 年出现大幅度降低。因此在无形资产依托的经营实体出现客户流失、经营状况恶化的情况下，品牌和客户关系亦出现减值迹象。

相关无形资产在 2021 年末和 2022 年末的可回收金额如下：

金额单位：万元

项目	2022 年末的可回收金额	2021 年末的可回收金额	差异
品牌	1, 000. 00	66, 000. 00	-65, 000. 00
客户关系	30. 00	1, 100. 00	-1, 070. 00

公司根据宏观经济环境、行业监管政策、公司战略规划、具体经营状况等影响因素于年度减值测试时对预测期营业收入、净利润等进行调整，2022 年初步预计未来业绩情况较 2021 年时大幅降低，故导致 2022 年度无形资产的可回收金额大幅降低。

(3) 结合相关资产组近三年的经营情况、行业状况、盈利预测及实际经营业绩等，说明减值计提时点是否准确，以前年度减值测试是否审慎、合理，本次减值准备计提是否充分，是否符合企业会计准则等有关规定。

回复：

1. 行业整体经营情况

1) 资产组-数字广告

数字广告资产组拥有移动互联广告、智能电视广告等业务。具体如下：

移动互联广告：以媒体资源为基础，并为客户提供方案和创意，最终主要通过媒体返点实现盈利，今日头条为公司长期合作的媒体资源。数字化是广告业发展的强力驱动力，在互联网广告方面，中国市场在 2021 年强劲复苏，但随着国内政策监管趋严，中国互联网广告市场增速渐趋平稳。预计到 2026 年中国互联网广告市场规模可达约 1853 亿美元，复合年增长率将达 13.1%。

智能电视广告业务：即国内智能电视（OTT）开机广告代理业务。公司通过全面整合国内主流智能电视品牌营销资源，推出了 OTT 媒体营销服务平台“BLUE-MAX”，构建了包含传统电视品牌“海信、创维、康佳、TCL、长虹、海尔”、互联网电视品牌“小米、风行”等在内的大屏营销体系。2017-2020 年伴随智能电视网络的发展 OTT 广告行业飞速发展，2017-2020 年我国 OTT 广告运营总收入从 26 亿元增长至 121 亿元，年复合增长率高达 46.88%。但移动互联网广告仍然是中国互联网广告市场最大组成的部分，占比 89%，OTT 及智能硬件广告市场仅占比 5.8%。品牌方对网络广告预算按照成本效益原则进行分配。

2) 资产组-Madhouse

Madhouse 资产组业务包括国内的移动互联网投放业务及出海广告投放业务两大块，是基于强大的技术、大数据和服务能力，为客户提供整合的智能营销解决方案。

国内移动互联网业务是以媒体资源为基础，并为客户提供方案和创意，最终主要通过媒体返点实现盈利，众多头部媒体为公司长期合作的媒体资源。

出海广告投放业务主要服务对象为需要在海外投放广告的国内客户，公司通过 Meta、Google、Twitter、Tiktok for Business 等海外媒体平台为其进行广告营销服务，最终主要通过媒体返点实现盈利。

从行业数据看，2015-2020 年中国出海数字营销的规模复合年增长率为 38.5%，至 2020 年规模为 183 亿美元，预计 2020 至 2025 年复合增长率为 22.3%，而全球移动互联网广告市场预计将在 2021-2026 年间以 7.7% 的复合年增长率增长。2021 年中国自主研发游戏海外收入达 180.13 亿美元，较 2020 年增加了 25.63 亿美元，同比增长 16.59%，在版号限制和防网络沉迷等政策影响下，游戏出海已经成为了游戏企业业绩增长的重要支撑。

与此同时，互联网流量见顶，用户付费意愿降低，也让游戏行业持续承压。2022 年由于苹果、谷歌隐私保护政策发生变化，更导致很多游戏出海厂商更难通过精准买量触达到目标用户，未来游戏品牌如何降低获客成本实现精准投放将面临巨大挑战。

2. 资产组的经营情况及减值时点

1) 资产组-数字广告：

2020-2022 年资产组-数字广告的经营情况如下：

金额单位：亿元

年度	营业收入	净利润	营业收入同比变动	净利润同比变动
2020 年	5.45	1.09	49.99%	19.02%
2021 年	6.61	1.41	21.28%	28.57%
2022 年（未审）	4.27	0.17	-35.40%	-87.62%

2020-2022 年资产组-数字广告实际经营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：

金额单位：亿元

年度	收入			息税折旧摊销前利润		
	实际数	预测数	差异	实际数	预测数	差异
2020 年	5.45	4.74	0.70	1.37	1.33	0.04
2021 年	6.61	6.72	-0.11	1.66	1.54	0.12
2022 年（未审）	4.27	6.66	-2.39	0.21	1.60	-1.39

2020 年和 2021 年资产减值测试时，在国内疫情和海外环境的双重压力下，得益于公司经营团队的稳健经营，该资产组 2020 年和 2021 年营业收入和息税折旧摊销前利润均达到预期，收入稳定增长，净利润持续增加，商誉未出现减值迹象。

2022 年受国内疫情及经济大环境的持续影响，汽车及房地产行业客户预算减少明显，主要的大客户（某房地产行业客户）预算降低近一倍，某汽车行业客户未能续标，此两大客户 2022 年实际收入较 2021 年降低 2.41 亿。2022 年初步减值测试时，在 2022 年业绩未达预期、客户丢失、未来房地产市场的不确定情况下，公司业务人员根据对客户广告预算的了解及行业的分析判断等，谨慎预测未来业绩。初步测试的可收回金额低于包含商誉的资产组价值，存在商誉减值及无形资产的减值，暂估商誉与无形资产计提资产减值准备合计 13.5 亿元至 14 亿元。

2) 资产组-Madhouse:

2020-2022 年资产组-Madhouse 的经营情况如下:

金额单位：亿元

年度	营业收入	净利润	营业收入同比变动	净利润同比变动
2020 年	175.72	1.05	43.49%	-27.88%
2021 年	163.75	1.71	-6.81%	63.36%
2022 年（未审）	143.43	0.73	-12.41%	-57.33%

2020-2022 年资产组-Madhouse 的实际经营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：

金额单位：亿元

年度	收入			息税折旧摊销前利润		
	实际数	预测数	差异	实际数	预测数	差异
2020 年	2.25	3.55	-1.30	1.50	2.23	-0.73
2021 年	163.75	202.07	-38.33	2.31	1.76	0.54
2022 年（未审）	143.43	180.00	-36.57	1.36	2.38	-1.02

注：资产组-Madhouse2019 年评估机构为海外 KPMG，收入预测口径为净收入（收入减去广告成本），2020 年实际完成的收入及息税折旧摊销前利润按 2019 年口径折算与 2020 年预测数进行对比分析。

2020 年收入、息税折旧摊销前利润实际与预测数据有差异，资产组-Madhouse 未发生减值主要原因为 2019 年末进行商誉减值测试评估工作时，由于出海业务历史数据的收入增长率近三年超过 40%，基于此盈利预测数据经评估的资产可收回价值为 17.92 亿元，包含全商誉的账面价值为 12.70 亿元，可收回价值超过账面价值为 5.22 亿元。2020 年采用了与其他资产组相同的全收入口径进行现金流预测，收入增长率预估为 3%至 15%区间内，2020 年的评估结果，包含全商誉的资产组账面价值为 72,501.66 元，可收回价值 84,200.00 万元，超过账面价值 11,698.34 元，虽然收入、息税折旧摊销前利润未达预期，但并未产生减值。2021 年在疫情宅经济带动下，以及国内游戏政策收紧的形势下，游戏出海市场被看好，该资产组 2021 年息税折旧摊销前利润超额实现，因优化掉了一些零毛利或者是毛利率极低的客户，所以 21 年收入较去年有下降，但毛利率则有提高。

2022 年海外线下消费场景虽逐步恢复，但线上的流量红利逐步消退，跨境电商行业的“疫情红利”呈现阶段性见顶态势，跨境电商行业出海步伐受到一定制约；海外游戏类客户自 2021 年 iOS14.5 实施 ATT 政策后受影响，在全球出海主流媒体效果营销上的投放精准度降低以及营销成本的增加，预算投入有所减少；同时，海外个别主流媒体商务政策发生大幅变化及调整，致使公司在该媒体的广告收入以及毛利率出现明显下降。2022 年初步减值测试时，在 2022 年业绩未达预期、未来出海广告市场及政策不确定的情况下，公司业务人员根据对客户广告预算的了解及行业的分析判断等，谨慎预测未来业绩。初步测试的可收回金额低

于包含商誉的资产组价值，存在商誉减值，暂估商誉计提资产减值准备合计 1.5 亿元至 2.5 亿元。

综上，在 2022 年度业绩预告时，公司经初步减值测试，合理预计上述资产组的可收回金额，暂估相关商誉的减值损失，并待完成最终减值测试后确认具体金额，以前年度减值测试审慎、合理，本次减值准备计提充分。符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的规定。

2. 业绩预告显示，你公司长期股权投资项下的参投企业，因受疫情影响，部分企业业绩未达预期，暂估长期股权投资计提减值准备 1 亿元至 1.5 亿元。请你公司补充披露计提减值准备的构成情况、本次减值测试的具体过程，说明相关假设、参数和指标选取与 2021 年末减值测试时相比是否发生重大变化、变化原因及合理性，出现减值迹象的具体时点，以前年度减值计提是否充分，是否符合企业会计准则等有关规定。

回复：

1. 根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第五条存在下列迹象的, 表明资产可能发生了减值：

1) 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。

2) 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。

3) 市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

4) 有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

5) 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

6) 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等。

7) 其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

2. 公司于 2022 年期末根据上述规定对报告期末长期股权投资进行了减值迹象判断，判断如下长期股权投资存在减值迹象，预计计提减值金额为：

1) 陕西识代运筹信息科技股份有限公司

陕西识代运筹信息科技股份有限公司（以下简称“识代运筹”）2022 年收入较 2021 年降低 36.70%左右、净利润下降 40.00%以上，并且其占其 2021 年收入 90%以上的客户在 2022 丢失，虽然企业在 2022 年积极开拓新客户，但对其未来收入的稳定性仍有较大影响。公司判断对识代运筹的投资存在减值迹象，采用市场法对长期股权投资进行了减值测试，初步测算减值金额为 820 万-900 万元；

2) 上海狮华信息技术股份有限公司、Aries Capital Limited

上海狮华信息技术股份有限公司（以下简称“狮华股份”）是 Aries Capital Limited 的关联企业，狮华股份与 Aries Capital Limited 的业务大部分集中在狮华股份开展。狮华股份在 2022 年终止在全国中小企业股份转让系统挂牌，且狮华股份 2022 年收入较 2021 年降低 17.50%左右。公司判断对狮华股份、Aries Capital Limited 的投资存在减值迹象，采用市场法对长期股权投资进行了减值测试，初步测算减值金额为 7100 万-8500 万元；

3) 天地互联科技（广州）有限公司

天地互联科技（广州）有限公司（以下简称“天地互联”）涉及的相关诉讼案件于 2022 年进行了判决，并在 2022 年被列入失信人名单，其经营业务在 2022 年基本停止。公司计划将对其的长期股权投资全额计提减值，涉及金额 2600 万元；

4) 豆盟科技有限公司

豆盟科技有限公司（以下简称“豆盟科技”）为香港联交所上市公司，由于其股价在 2022 年持续下跌且经营情况持续低迷，公司判断其股价下跌为非暂时性的存在减值迹象。公司将对其的长期股权投资按照持股数量及其 2022 年 12 月 31 日公开市场收盘价，作为公司持有的豆盟科技长期股权投资的公允价值，将长期股权投资的账面价值与公允价值的差额计提减值，涉及金额 3000 万元。

3. 本次减值测试的具体过程，相关假设、参数和指标选取情况如下：

1) 关键假设

A. 一般假设

a) 持续经营假设

企业持续经营假设是指估值时需根据被估值资产按目前的用途和使用的方式、规模、频度、环境等情况继续使用，或者在有所改变的基础上使用，相应确定估值方法、参数和依据。

b) 公开市场假设

公开市场假设，是假定在市场上交易的资产，或拟在市场上交易的资产，资产交易双方彼此地位平等，彼此都有获取足够市场信息的机会和时间，以便于对资产的功能、用途及其交易价格等作出理智的判断。公开市场假设以资产在市场上可以公开买卖为基础。

B. 特殊假设

- a) 本次估值以本估值报告所列明的特定目的为基本假设前提；
- b) 假设基准日外部社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化不会发生不可预见的重大变化；
- c) 企业未来的经营管理班子尽职，并继续保持合理有效的经营管理模式；
- d) 假设企业经营合法、合规，在未来经营期内的主营业务、收入与成本的构成等仍保持其最近几年的状态持续，而不发生较大变化。不考虑未来可能由于内外部环境变化所导致的主营业务状况的变化所带来的损益；
- e) 以企业基准日产业政策、经营模式及发展趋势为前提，未考虑基准日后可能发生产业政策变化、经营模式调整等情形对企业业绩的影响；
- f) 未考虑被估值单位股权或相关资产可能承担抵押、担保事宜对估值的影响，也未考虑国家宏观经济政策发生变化以及遇有自然力和其它不可抗力对估值的影响；

本次估值所依据的估值对象所有对外公开的基础资料和财务资料真实、准确、完整。

4. 主要测算过程、参数和指标选取

1) 本次测试主要参数和指标选取如下：

本次选取了同花顺行业分类-广告营销行业的 30 家上市公司（剔除 ST 的公司后），并以当年 3 季报数据、2021 年 12 月 31 日市值和结合近 3 年非上市公司购并市盈率与上市公司市盈率对比方式估算缺少流通折扣率为基础，对市销率

(PS)、市盈率 (PE) 进行了测算，具体结果如下：

证券代码	证券名称	PS	PE
301102. SZ	兆讯传媒	8.96	28.76
002027. SZ	分众传媒	6.68	23.09
600358. SH	国旅联合	3.94	402.89
300781. SZ	因赛集团	2.59	30.30
300061. SZ	旗天科技	2.48	41.87
301171. SZ	易点天下	2.41	17.98
300071. SZ	福石控股	2.37	60.78
000607. SZ	华媒控股	2.30	50.61
300612. SZ	宣亚国际	2.14	36.95
600556. SH	天下秀	2.00	30.46
002291. SZ	遥望科技	1.99	29.40
603729. SH	龙韵股份	1.93	-17.18
000676. SZ	智度股份	1.46	28.97
600640. SH	国脉文化	1.38	-39.24
300280. SZ	紫天科技	1.35	14.65
605168. SH	三人行	1.29	15.23
002264. SZ	新华都	1.05	9.22
000917. SZ	电广传媒	0.95	44.77
300805. SZ	电声股份	0.89	-60.97
002995. SZ	天地在线	0.71	-275.44
002878. SZ	元隆雅图	0.70	10.00
300242. SZ	佳云科技	0.62	33.97
002712. SZ	思美传媒	0.45	251.89
002400. SZ	省广集团	0.41	35.12
603598. SH	引力传媒	0.41	48.73
002131. SZ	利欧股份	0.40	-81.36
603825. SH	华扬联众	0.31	28.97

证券代码	证券名称	PS	PE
600986.SH	浙文互联	0.30	26.85
300058.SZ	蓝色光标	0.24	211.21
300063.SZ	天龙集团	0.2	16.45
中位数		1.32	28.97
均值		1.76	35.16

考虑到上述指标差异情况，我们认为中位数更能代表行业水平，因此本次我们采用中位数作为本次的市销率（PS）、市盈率（PE）结果。

2) 测算过程及测试结果：

序号	公司名称	长投账面价值（万元） 【A】	持股比例 【B】	2022年归属母公司净利润（万元） 【C】	2022年年收入（万元） 【D】
1	陕西识代运筹信息科技股份有限公司	960.86	16.47%	-190.46	547.21
2	上海狮华信息技术股份有限公司	5,384.51	5.3886%	481.53	5,094.66
3	Aries Capital Limited	5,877.84	55.0%	252.75	4,837.99
合计		12,223.21			

序号	公司名称	PS 【E】	PE 【F】	PS 参数长投估值（万元） 【G=B*D*E】	PE 参数长投估值（万元） 【H=B*C*F】	最大减值（万元） 【I=max(G, H) - A/10^4】	最小减值（万元） 【J=min(G, H) - A/10^4】
1	陕西识代运筹信息科技股份有限公司	1.32	28.97	118.97	-908.76	-960.86	-820.03
2	上海狮华信息技术股份有限公司	1.32	28.97	362.38	751.70	-5,358.73	-4,625.63
3	Aries Capital Limited	1.32	28.97	3,512.38	4,027.24	-3,327.85	-2,506.96
合计				3,993.73	3,870.18	-9,647.44	-7,952.63

截至目前，相关减值测试工作尚在进行，后续审定数据确定后，该测试结果可

能会有变动，最终长期股权投资的减值金额将由公司聘请的具有从事证券、期货相关业务资格的评估机构及审计机构进行评估和审计后确定。

3. 业绩预告显示，你公司投资的境内外基金公司或产品，因受国际环境及美联储加息等影响，产生公允价值变动损失，暂估非经常性损失 2.5 亿元至 3 亿元。请你公司补充披露相关投资的明细情况、公允价值变动的测算过程及依据，说明相关投资是否履行审议程序和信息披露义务、相关会计处理是否符合企业会计准则等有关规定。

回复：

公司暂估的非经营性损失金额为 2.5 亿元至 3 亿元，主要为公司持有的金融资产产生的公允价值变动损失，主要投资明细情况如下：

金额单位：人民币万元

被投资产品或公司名称	2021 年 12 月 31 日公允价值	2022 年 12 月 31 日公允价值	公允价值变动损失
PIMCO Income Fund	127,412.02	120,294.76	17,378.82
iClick Interactive Asia Group Limited	1,601.82	146.13	1,473.73
Source Code Fund II L.P	5,571.65	5,301.63	787.25

注：以上投资的原始币种均为美元，公允价值变动损失不等于期末与期初的差额主要是汇率变化的影响。

针对上述大额的公允价值变动损失，其具体形成情况如下：

1) 2021 年 9 月公司下属子公司 BlueFocus Communication Group of America Inc 购入 PIMCO 基金产品，2021 年 10 月公司下属子公司 BCGOA Investment LLC 购入 PIMCO 基金产品。由于该产品为境外公开上市基金，公司将该对外投资划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，并于报告期末参考期末公开市场发布的收盘价确认相应的公允价值变动损益。该事项导致本期确认公允价值变动损益-17,378.82 万元。

2) 2019 年 1 月，按照新金融工具准则，将公司下属子公司蓝色光标国

际传播集团有限公司持有的 iClick Interactive Asia Group Limited (纳斯达克上市) 股票, 划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产, 报告期末参考期末公开市场发布的收盘价确认相应的公允价值变动损益。该事项导致本期确认公允价值变动损益-1, 473. 73 万元。

3) 2022 年, 公司下属子公司蓝色光标国际传播集团有限公司持有的 Source Code Fund II L.P 股权因公允价值降低, 公司根据报告期末应享有的净资产份额确认本期公允价值变动损益。该事项导致本期确认公允价值变动损益-787. 25 万元。

经公司与各被投资公司初步沟通, 了解到受疫情影响, 2022 年度各基金公司的经营数据大部分未达预期, 预估会产生一定金额的公允价值变动损失, 具体以各被投公司的最终财务数据为准。

公司已履行审议程序和信息披露义务:

1) 公司于 2021 年 9 月 26 日召开总经理办公会, 审议通过《关于全资子公司 BlueFocus Communication Group of America Inc 购买理财产品的事宜》, BlueFocus Communication Group of America Inc 使用自有资金 1 亿美元购买稳健型债券基金产品 PIMCO(注¹) Income Fund PONPX, 可每日按净资产现金赎回。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《公司章程》的规定及公司第五届董事会第十三次会议、第五届董事会第二十三次会议的授权, 本次交易事项未超过总经理办公会审批权限, 无需提交董事会审议, 公司在 2021 年年度报告中进行了披露。

2) 公司于 2021 年 9 月 30 日召开总经理办公会, 审议通过《关于全资孙公司 BCGOA INVESTMENT LLC 购买理财产品的事宜》, 公司全资孙公司 BCGOA INVESTMENT LLC 使用自有资金 1 亿美元购买稳健型债券基金产品-品浩基金 (PIMCO Income Fund PIMIX), 可每日按净资产现金赎回。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《公司章程》的规定及公司第五届董事会第十三次会议、第五届董事会第二十三次会议的授权, 本次交易事项未超过总经理办公会审批权限, 无需提交董事会审议, 公司在 2021 年年度报告中进行了披露。

注¹: PIMCO 成立于 1972 年, 管理资产达到 715 亿美元, 是市场上久负盛名的固定收益基金管理公司, 其通过投资广泛的固定收益债券(例如主要经济体的国债, 发达国家的公司债)在较低投资风险的基础上产生稳定的现金收入。

3) 公司于 2015 年 3 月 18 日召开第三届董事会第二十九次会议, 审议通过《关于公司参与投资源码创投基金二期的议案》, 公司以自有资金 500 万美元出资, 参股设立源码创投基金二期, 源码创投基金二期设立完成后, 公司将持有其 3.33% 股权。公司已履行信息披露义务。

4) 公司于 2014 年 12 月 16 日召开第三届董事会第二十五次会议, 审议通过《关于公司香港全资子公司投资取得 Optimix Media Asia Limited 14.59% 股权的议案》, 同意公司香港全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司以自有资金 6000 万美元投资 Optimix Media Asia Limited (以下简称“标的公司”), 其中 4,800 万美元用于认购 2,493,018 股新发行的 D 级可转换优先股; 1,200 万美元用于认购 742,320 股老股 (普通股)。本次投资完成后, 公司将持有标的公司 14.59% 股权。标的公司为爱点击互动 (iClick Interactive Asia Limited) 的母公司。公司已履行信息披露义务。

4. 你公司认为需要说明的其他事项。

回复: 无。

特此公告。

北京蓝色光标数据科技股份有限公司董事会

2023 年 2 月 1 日