

# 北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司

## 2024 年度财务决算报告

北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司（以下简称“蓝色光标”或“公司”）2024 年 12 月 31 日资产负债表、2024 年度利润表、2024 年度现金流量表、2024 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集团股份有限公司		
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	潘安民		
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		
公司注册地址历史变更情况	公司上市时注册地址为北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层 20A；2013 年 11 月 5 日变更为北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层 A5-01。		
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	010-56478871
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 2024 年 12 月 31 日的资产负债表及合并资产负债表，2024 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[2025]16455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2024年度财务决算报告。

## 二、主要会计数据和财务指标

	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入(元)	60,796,916,156.95	52,615,933,748.15	15.55%	36,682,585,323.67
归属于上市公司股东的净利润(元)	-290,675,602.27	116,588,008.53	-349.32%	-2,175,157,299.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-331,027,240.22	150,137,068.70	-320.48%	-1,898,568,936.23
经营活动产生的现金流量净额(元)	89,667,486.85	633,335,194.71	-85.84%	1,079,733,113.65
基本每股收益(元/股)	-0.116	0.047	-346.81%	-0.873
稀释每股收益(元/股)	-0.116	0.047	-346.81%	-0.873
加权平均净资产收益率	-3.85%	1.56%	-5.41%	-25.82%
	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
资产总额(元)	22,371,124,234.60	21,720,993,741.47	2.99%	18,169,413,733.58
归属于上市公司股东的净资产(元)	7,590,329,971.13	7,583,052,793.05	0.10%	7,423,385,808.65

### (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，同时也是由科学技术部、中央宣传部、中央网信办、文化和旅游部及国家广播电视总局五部委联合认定的「国家文化和科技融合示范基地」，是北京市科学技术委员会评定的北京市众创空间，也是北京市知识产权局认定的专利试点单位。蓝色光标及其旗下子公司的业务板块包括：全案推广服务(数字营销、公共关系、活动管理等)、全案广告代理(数字广告投放、中国企业出海广告投放代理等)以及元宇宙相关业务(虚拟人、虚拟物、虚拟空间以及xR影棚)，服务内容涵盖营销传播整个产业链，以及基于营销科技的智慧经营服务，服务地域基本覆盖全球主要市场。

全案推广服务：秉承“创意服务+产品技术”的理念，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品牌，提供消费者洞察、内容创意、活动管理、CRM服务、自媒体智能投放、场景营销等全渠道应用，以及企业销售促进解决方案

等全价值链服务体系。旗下拥有蓝标数字、SNK、今久等子品牌。

全案广告代理：基于强大的技术、大数据及服务能力，为客户提供全方位数字广告投放及有效提升客户的获客能力，拥有 Data+，DSP，DMP，UGdesk，鲁班等多个产品。核心业务包括：技术驱动的短视频创作与投放、程序化媒体购买、服务驱动的头部级媒体购买、基于 Meta、Google、TikTok for Business、Moloco、X 等平台的一站式出海营销，互联网电视广告营销代理，以及面向大客户的移动营销全案。旗下包括多盟、亿动、蓝瀚互动、博杰、精准等子品牌。

元宇宙相关业务：经过三年战略级探索、新方向项目落地以及核心能力沉淀夯实，元宇宙相关业务版块发展路径逐渐清晰，整体迈入更加聚焦、纲举目张的新发展阶段，并明确形成了“123 战略”构想以及对应的业务服务产品体系。首先是“1”个行业。过去一年，蓝色宇宙核心聚焦文旅行业，在第三代 LBE 技术自研的基础上，先后在北京鼓楼落地「中轴奇妙夜」，在四川剑阁落地「三国古道——千年奇遇剑门关」，在江西南昌落地「千年一序滕王阁」，并持续开发深耕华夏漫游系列 IP。在此过程中，团队的内容与技术产品力、运营发行与渠道整合力不断提升，在国内与海外市场取得积极反馈，消费者满意度与游客好评率均超出预期；其次是“2”类资产，包括数字内容资产、物业空间资产。经过三年构建，蓝色宇宙已经拥有一批包括数字人 IP、沉浸式空间 3D 模型等在内的诸多优质数字资产，也进入到结合实体空间进行资产开发、商业化运营提效的新阶段。2024 年，蓝色宇宙不仅在地先后落地 VR 大空间项目，也帮助吉林文旅、上海豫园、四川眉山等区域文旅设计制作了数字人，深度参与相关的宣传推广。与此同时，蓝色宇宙在国内顶尖文旅景区、国家级博物馆创新体验空间拓展方面取得初步进展，自运营体系得到丰富和完善，为接下来持续提升经营效率、完成新商业模式闭环打下坚实基础；“3”个生态，指关联文旅业务的区域生态、出海生态、内容生态。区域方面，蓝色宇宙重点基于落地项目所在城市，形成根植区域的组织模式，该模式在服务质量和运营效率提升上的成效正在显现；出海方面，2025 年初「中轴奇妙夜」去到迪拜、瑞典、挪威，收获好评频频，与此同时，基于和文旅部、外文局及 47 个中国文化交流中心的合作建联，更具体系和规模化的出海生态正在形成；从内容生态角度，自 2022 年元宇宙战略确立以来，蓝色宇宙与各大高校、专业组织、产业标准制定机构等行业同仁围绕新技术、新内容融合的议题讨论与业务交流不断，经过三年联动，也已形成极富潜力的优秀创作者生态。

报告期内，公司自主研发的服务中小客户智能营销平台持续领跑行业，通过构建“AI+大

数据+本地化运营”三位一体的智能服务体系，在激烈市场竞争中实现双位数稳健增长。该平台年内斩获第七届 DMAA 国际数字营销奖双项殊荣——“年度最佳出海服务商”及“跨境营销案例银奖”，技术创新与客户服务能力获国际权威认可。BlueAI 技术矩阵深度渗透业务全链，智能体应用全域覆盖。BlueAI 在出海与国内营销场景实现规模化落地，于整合营销、达人营销、广告投放、素材优化、内容生成等核心环节孵化数十个垂直智能体，推动市场分析、数据追踪、策略优化、创作提效等环节效率提升 30%至数倍不等；视频创作技术持续领航，BlueAI 心影视频创作平台集成 Stable Diffusion 等主流生成模型，创新孵化“AI 切片工场”工具链，实现短视频创作全流程提效。2025 年 3 月与 Adobe 全球达成战略合作，探索精品内容智能生产新范式。

出海业务：报告期内出海业务保持强劲增长态势，全年营收同比实现跨越式提升。在核心媒体合作、技术产品创新及新兴平台拓展三大领域均取得突破性进展，进一步巩固了行业领军地位。头部平台增长势能强劲，Meta、Google、TikTok For Business 三大战略合作平台广告收入同比保持双位数增长。其中 TikTok For Business 业务增速接近翻倍增长，主要受益于平台闭环电商生态的持续高速发展及新兴短剧营销赛道的潜力释放，彰显内容+广告营销的增量空间。新兴渠道战略卡位精准，报告期内，公司率先成为全球 AI 驱动效果广告平台 Moloco 的首批核心代理，战略合作收入实现逾百倍增长；报告期末成功签约移动营销平台 AppLovin，成为其大中华区电商领域首期认证合作伙伴，为跨境电商客户开辟全新增长通道。

报告期内，随着公司全方位深化“All in AI”战略，用 AI 驱动更多收入增长战略的全面提升，公司在游戏、电子商务、互联网及应用等行业客户收入保持稳中有升，2024 年公司实现营业收入 607.97 亿元，较上年同期增加 15.55%。

## （二）公司所处行业地位

2024 年 3 月，蓝色光标入选文化和旅游部新一批「国家文化产业示范基地名单」，此批国家级文化产业示范基地是文化和旅游部成立后首次评定，按照最新《国家级文化产业示范园区（基地）管理办法》（文旅产业发〔2023〕45 号）的标准和要求，评选经济效益和社会效益显著，具有较强实力和行业影响力，在推动文化业态优化升级、促进文化产业融合与创新等方面具有示范带动作用的文化企业。同年，公司还被评为「全国文化企业 30 强」、「中国民营企业 500 强第 234 名」等。

依托国家行业发展政策指导，公司持续发展壮大，全球权威广告营销行业咨询机构 WARC

发布的 2025 年度实效百强榜 (Effective 100), 蓝色光标入选「全球最佳控股公司 Top10」, 位列第 9 名, WARC2025 年度创意百强榜 (Creative 100), 蓝色光标位列全球控股公司第 10 名, WARC2025 年度媒体百强榜 (Media 100), 蓝色光标位列全球控股公司第 8 名, 公司已连续多年跻身 WARC「全球最佳控股公司 Top10」榜单, 依然是仅有的一家进入全球前十的中国企业。

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 4 号——创业板行业信息披露》中的“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

	2024 年		2023 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	60,796,916,156.95	100.00%	52,615,933,748.15	100.00%	15.55%

(2) 广告主所处的主要行业领域

单位: 元

行业领域	2024 年		2023 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	26,141,797,241.51	43.00%	22,660,985,414.37	43.07%	15.36%
电商	18,165,198,469.24	29.88%	13,180,774,181.00	25.05%	37.82%
互联网及应用	9,444,992,284.05	15.54%	9,833,168,486.42	18.69%	-3.95%

(3) 直接类客户和代理类客户情况

单位: 元

客户类型	2024 年			2023 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	7,857.00	60,471,156,583.55	59.27%	6,818.00	51,086,086,313.79	53.55%
代理类客户	220.00	325,759,573.40	19.17%	553.00	1,529,847,434.36	64.17%

(4) 其他需披露内容

无

### 三、非经常性损益的项目及金额

单位: 元

项目	2024 年金额	2023 年金额	2022 年金额	说明
非流动性资产处置损益 (包括已计提资产减)	-1,582,572.98	-577,509.07	-35,326.25	

值准备的冲销部分)				
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外)	126,326.51	14,359,794.59	1,974,548.68	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	41,538,725.52	-47,950,249.08	-212,592,296.66	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	10,115,118.72	-8,276,031.73	-65,503,774.16	
减:所得税影响额	9,857,576.44	-9,268,727.23	377,814.52	
少数股东权益影响额(税后)	-11,616.62	373,792.11	53,700.21	
合计	40,351,637.95	-33,549,060.17	-276,588,363.12	--

## 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

	2024年		2023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	60,796,916,156.95	100%	52,615,933,748.15	100%	15.55%
分行业					
全案推广服务	8,133,347,649.57	13.38%	11,282,094,295.47	21.44%	-27.91%
全案广告代理	4,330,577,860.78	7.12%	3,970,756,077.87	7.55%	9.06%
出海广告投放	48,332,990,646.60	79.50%	37,363,083,374.81	71.01%	29.36%

### 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						
全案推广服务	8,133,347,649.57	7,582,175,956.54	6.78%	-27.91%	-26.66%	-1.59%
全案广告代理	4,330,577,860.78	4,161,388,707.66	3.91%	9.06%	11.72%	-2.28%
出海广告投放	48,332,990,646.60	47,498,545,510.04	1.73%	29.36%	29.27%	0.07%

### 3、营业成本构成

行业分类

单位:元

行业分类	项目	2024年		2023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	7,582,175,956.54	12.80%	10,338,267,269.24	20.35%	-26.66%
全案广告代理	营业成本	4,161,388,707.66	7.02%	3,724,779,812.80	7.33%	11.72%
出海广告投放	营业成本	47,498,545,510.04	80.18%	36,743,658,635.10	72.32%	29.27%

#### 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）	8,899,546,584.05
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	14.64%
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 1	2,442,500,489.40	4.02%
2	客户 2	2,244,638,292.50	3.69%
3	客户 3	1,686,763,042.68	2.77%
4	客户 4	1,269,189,466.66	2.09%
5	客户 5	1,256,455,292.81	2.07%
合计	--	8,899,546,584.05	14.64%

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）	52,428,736,587.24
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	88.50%
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 1	24,240,362,783.93	40.92%
2	供应商 2	15,393,882,766.96	25.98%
3	供应商 3	8,606,957,503.33	14.53%
4	供应商 4	3,151,063,016.39	5.32%
5	供应商 5	1,036,470,516.63	1.75%
合计	--	52,428,736,587.24	88.50%

#### 5、研发投入

适用 不适用

主要研发项目名称	项目目的	项目进展	拟达到的目标	预计对公司未来发展的影响
多人沉浸式大空间开发平台	拓展文旅景区市场	已投入使用	围绕“中国故事超级 IP+沉浸式数字技术”，打造数字世界的中国式 VR 漫游体验。基于此开发平台已打造出以中轴线、	利用全新的 VR LBE 技术，为文旅景区、政府企业等，构建传统文化输出

			剑门关、滕王阁等景区为原型的VR展示项目。通过全新一代AI+xR空间计算技术，数字化重构古人的漫游体验，连接现代人的旅游生活方式，重塑中国历史IP的数字化科普进程，让用户走进古人、古城、古物、古旅，开启不一样的沉浸式互动旅行体验。以全球化的视野、权威的影响力、艺术的美学表达与学术的深度支撑，向世界讲述中国故事，传递中国声音，展现中国文化的独特魅力与时代价值。	平台，提供国内、海外“文化+科技”的传播新路径。
[鲁班跨境通]一站式电商出海营销平台	智能投放	已投入使用	鲁班平台整合了Meta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Meta企业级账户，稳定性大大提升。	助力更多中小企业实现从0到1的业务增长，不断致力于为中国企业出海保驾护航。
[BlueAI]心影视频创作平台	营销视频 workflow 平台，视频Agent聚合平台，AI驱动的下一代视频工场	已投入使用	集成主流AI视频生成模型，面向“批量智能”的视频创作需求，孵化出“AI切片工场”，集灵感视频导入、AI脚本创作、AI视频检索、AI脚本生成、AI剪辑、AI画外音、AI翻译于一体，围绕各类广告投放素材、社交媒体内容运营、TVC精品内容生产，用AI能力赋能的全新视频创作平台，	推动公司在视频内容方向的AI升级，满足行业客户在短视频运营、直播运营、TVC内容、AI营销、矩阵号运营等方向的多类需求。围绕内容理解和创作，实现数据积累、文案生成和多模态内容的打通。
[BlueAI]海外KOX智能营销服务平台	网红和中长尾达人资源发现、AI营销分析、AI建联、AI监测等智能体构建的全球达人营销管理系统	已投入使用	KOX管理系统旨在打造一个智能化、自动化的全球达人营销生态飞轮，通过AI技术赋能，实现达人资源的精准匹配、营销流程的效率提升、内容质量的科学评估和营销效果的实时追踪，从而帮助品牌高效拓展海外市场。	在高增长的达人营销业务中，降低运营成本并提高盈利能力，构建数据壁垒，增强客户粘性，最终提升公司在智能化营销领域的市场竞争力。
[BlueAI]海外AI营销分析服务平台	数据分析类智能体，聚焦海外全球主流社交媒体市场趋势分析、内容分析、消费者分析服务平台	已投入使用	成为全球化企业量身打造的AI营销沙盘，通过自动获取全面数据，支持灵活的逻辑查询和多维度下钻分析，实现“一客一策”的个性化洞察和定制化报告服务，助力策略制定、日常监测、成效分析等营销全流程赋能。	推动公司业务AI化，构建懂AI的策略专业伙伴能力，拓展市场分析、社媒营销、舆情监测等业务范围，提升数据驱动的决策能力和专业服务水平，从而在全球化市场中占据领先地位。
[BlueAI]海外AI创意分析服务平台	创意分析类智能体，聚焦海外营销内容分析、内容结构、创意形式及数据表现的服务平台	已投入使用	通过整合行业数据、大模型分析和创意标签体系，为用户提供市场数据概览、预算方案测算和爆款创意挖掘等功能，助力用户洞察市场趋势、制定合理预算和发现优质创意，最终提升营销效果。	推动公司在创意营销领域的智能化升级，拓展行业策略服务，增强数据驱动的创意能力，提升客户的营销效果和ROI，从而巩固公司在广告投放领域中的领导地位。
[BlueAI]小红书消费场景洞察	国内小红书内容洞察	已投入使用	“小红书消费场景洞察”服务于营销提案前策场景，基于自主研发的AI小红书社媒内容分析模型，对内容中体现的品牌及产品的用户消费场景、用户需求痛点、产品卖点等信息进行深度精准挖掘，提升蓝色光标对客户社媒解决方案的分析洞察效率和质量。	构建蓝色光标在社媒分析领域的行业模型，为客户提供更全面深度的内容分析洞察服务，提供优质社媒营销解决方案。
[BlueAI]汽车本竞品分析Agent	国内汽车行业数据洞察	已投入使用	“汽车本竞品分析Agent”是一款综合AI大模型、工作流、RAG等技术以及专家方法的基于用户需求自主作业的汽车行业数据	深入垂直领域，打造汽车行业专Agent，更好的服务汽车品牌客户。



			分析 AI Agent 产品。能够生成高质量的汽车竞品分析报告，帮助客户更好的了解本品以及竞品的营销表现。	
「BlueAI」AI 社媒影响力洞察	国内社交媒体洞察	已投入使用	“AI 社媒影响力洞察”是集团智蓝数据基于主流社媒平台的海量数据，进行快速社媒分析和洞察的 AI+数据的分析平台，秒级统计声量、互动量、词云内容分析，AI 识别声量峰值，总结热点内容，以及 AI 生成数据洞察报告。	支持快速洞察社媒热点，产出洞察报告，指导传播和内容策略。
BlueAI-GPT 内容宇宙平台	智能内容创作与知识管理	已投入使用	基于 LLM 模型和通用能力插件的 Agent 构建平台，集成知识库管理、多模态内容生成、智能对话和工作流编排功能。平台支持多种 AI 模型接入（包含 Claude, DeepSeek 等高级模型），提供丰富的行业专用助手与定制化内容模板（如小红书文案、营销文案、投资分析等），可实现知识库检索增强生成（RAG）、多轮对话追踪、内容自动分析与优化。系统基于先进的向量检索技术，支持多种数据源接入，满足企业级用户在内容创造、管理与分发各环节的智能化 Agent 需求。	提升公司基于 Agent 的内容生产效率和创意能力，为客户提供智能内容解决方案，帮助企业实现内容营销自动化与个性化，强化公司在 AI 内容服务领域的竞争优势，创造新的业务增长点。
星合·新媒体 AI 营销平台	国内媒体传播与整合营销智能化赋能	已投入使用	在存量博弈的市场环境下，为突破营销瓶颈，深度融合 AI 技术，应用 Multi-Agent 智能协同系统重构营销决策链条。策略 Agent 集群进行全网数据智能分析，提升高质量洞察的科学性与时效性；达人 Agent 集群与内容 Agent 集群依托 AI 精准匹配与优化能力，确保投前达人筛选、投中创意生成、投后效果归因的高质量闭环；同时，基于 AI 的敏捷测试与迭代机制，快速孵化创新玩法，助力品牌在存量市场中提升 ROI，并挖掘增量市场机会。	打造“科学决策+智能执行”的一体化营销新范式，成为助力企业全域增长的核心引擎。通过 AI 赋能的全场景解决方案，实现从经验驱动到数据智能驱动的跨越，持续引领行业从“效率竞争”迈向“智能创新”的新阶段。
元宇宙 IP 「苏小妹」	IP 孵化	已投入使用	“苏小妹”是蓝色光标虚拟 IP 业务的首发形象。作为“第一个在元宇宙里苏醒的虚拟古代人物”，“苏小妹”以传说中苏东坡的妹妹为创意原型，旨在利用虚实结合的创意复新、传承传统文化，让传说中的人物在数字世界里苏醒、焕新。	利用虚实结合的创意复新，融合技术与艺术，传承传统文化，打造创意演绎、品牌叙事、用户感知的新抓手。
元宇宙 IP 「K」	IP 孵化	已投入使用	“K”是蓝色光标发布的第二个超写实虚拟人，也是一名来自于元宇宙的虚拟音乐人。“K”的诞生是为了致敬那些推动人类进步的先锋女性，同时“K”主张“Every girl can be her own King”，每个女性都可以掌控自我、主导人生。未来，“K”将用音乐传达态度，成为人类女性的“元宇宙姐妹”。	满足 Z 世代跨次元审美及身份投射，参与到女性身份探索、女性话语空间共建的过程中，连接更多品牌价值。
真人数字分身驱动平台「分身有术」	内容批量生产	已投入使用	“分身有术”是一款高性价比的真人数字分身驱动平台，为各行各业提供基于“分享”场景下的低成本、高效率、超写真的解决方案，针对领域关键人、业务运营、内容生产环节等的全场景应用服务，助力千行百业“分身自由”。作为蓝色宇宙首发的 SaaS 产品，是蓝色光标在元宇宙业务布局下首个技术的商业应用落地。	为客户提供低成本、高效率、超写真的真人数字分身视频解决方案。
「蓝宇宙」营销空间	元宇宙营销	已投入使用	「蓝宇宙」营销空间是蓝色光标集团旗下“蓝色宇宙 Uniblue”公司自主研发、规划设计的国内首个元宇宙营销空间，蓝宇宙	支持品牌/产品在元宇宙世界孵化、展出、营销落地，为客户提供定制化、

			App 已于 2022 年 11 月正式上线，以内容与应用场景为核心，创造沉浸体验，构建智慧交互。	一站式元宇宙“营+销”解决方案。
Blue Academy	在线教育及培训	已投入使用	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。	帮助营销人更好地把握数字化与智能化的时代机遇。
必得优选程序化平台	智能投放	已投入使用	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。	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。

#### 公司研发人员情况

	2024 年	2023 年	变动比例
研发人员数量（人）	278	356	-21.91%
研发人员数量占比	12.03%	13.70%	-1.67%
研发人员学历			
本科	187	259	-27.80%
硕士	86	91	-5.49%
专科	5	6	-16.67%
研发人员年龄构成			
30 岁以下	159	196	-18.88%
30~40 岁	117	158	-25.95%
40 岁以上	2	2	0.00%

#### 近三年公司研发投入金额及占营业收入的比例

	2024 年	2023 年	2022 年
研发投入金额（元）	53,935,118.45	89,364,223.88	72,426,690.42
研发投入占营业收入比例	0.09%	0.17%	0.20%
研发支出资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00
资本化研发支出占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%
资本化研发支出占当期净利润的比重	0.00%	0.00%	0.00%

## 6、现金流

单位：元

项目	2024 年	2023 年	同比增减
经营活动现金流入小计	62,159,786,780.31	50,440,150,085.80	23.23%
经营活动现金流出小计	62,070,119,293.46	49,806,814,891.09	24.62%
经营活动产生的现金流量净额	89,667,486.85	633,335,194.71	-85.84%
投资活动现金流入小计	1,314,851,338.34	318,993,839.79	312.19%
投资活动现金流出小计	957,878,909.70	274,890,862.61	248.46%
投资活动产生的现金流量净额	356,972,428.64	44,102,977.18	709.41%

筹资活动现金流入小计	3,407,169,847.33	2,411,460,066.50	41.29%
筹资活动现金流出小计	3,824,028,488.44	2,825,994,901.87	35.32%
筹资活动产生的现金流量净额	-416,858,641.11	-414,534,835.37	-0.56%
现金及现金等价物净增加额	64,668,741.90	272,874,101.90	-76.30%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

经营活动产生的现金流量净额变动主要原因为：同比上期，收入大幅增长对应的客户回款和媒体付款同时增加，由于客户回款账期长于媒体采购付款，导致经营活动产生的现金流量净额下降。

投资活动产生的现金流量净额变动主要原因为：报告期内公司下属境外子公司调整金融资产结构，将公允价值波动较大的短期金融资产处置，投资长期稳定收益率的债权投资，投资活动现金流出小于投资活动现金流入，导致投资活动产生的现金流量净额增加。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

## 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	-22,071,466.50	-7.98%	主要为报告期内，公司权益法核算的境外被投资公司发生减值，公司按比例确认投资损失。	否
公允价值变动损益	47,269,308.02	17.08%	主要为报告期内，公司持有的金融资产公允价值上涨导致的公允价值变动收益。	否
资产减值	-192,438,240.51	-69.55%	本报告期内，公司对被投资公司计提长期股权投资减值。	否
营业外收入	17,052,356.85	6.16%	主要为报告期内，公司结算以前年度处置境外子公司股权对价调整款。	否
营业外支出	7,258,674.78	2.62%	主要为公益性捐赠支出及违约金罚款等。	否
资产处置收益	930,398.38	0.34%	本报告期内，公司处置非流动资产产生的收益。	否
信用减值损失	-194,164,897.85	-70.17%	主要为报告期内，公司对回款风险较高的应收账款采用个别认定法计提坏账准备。	
其他收益	22,185,991.94	8.02%	主要为公司收到的政府补贴及进项税加计抵减等。	否

## 六、资产及负债状况分析

### 1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2024 年末		2024 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	4,191,949,198.56	18.74%	4,113,921,243.02	18.94%	-0.20%	
应收账款	11,379,949,576.53	50.87%	10,379,733,008.77	47.79%	3.08%	



			动					
金融资产								
1. 交易性金融资产（不含衍生金融资产）	1,268,968,988.22	5,082,530.87			153,196,454.00	1,175,714,672.29	18,221,080.48	269,754,381.28
4. 其他权益工具投资	207,684,705.65		-71,608,563.88			90.91		136,076,050.86
5. 其他非流动资产	605,413,358.11	42,186,777.15			66,094,416.39	4,390,389.78	4,099,100.21	713,403,262.08
金融资产小计	2,082,067,051.98	47,269,308.02	-71,608,563.88		219,290,870.39	1,180,105,152.98	22,320,180.69	1,119,233,694.22
上述合计	2,082,067,051.98	47,269,308.02	-71,608,563.88		219,290,870.39	1,180,105,152.98	22,320,180.69	1,119,233,694.22
金融负债	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

其他变动的内容

其他变动，系汇率影响。

报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化

是 否

### 3、截至报告期末的资产权利受限情况

详见第十节财务报告，“六、合并财务报表主要项目注释（22）所有权或使用权受到限制的资产”。

## 七、投资状况分析

### 1、总体情况

适用 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
944,129,047.19	258,512,731.50	265.22%

### 2、报告期内获取的重大的股权投资情况

适用 不适用

### 3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

适用 不适用

## 4、金融资产投资

### (1) 证券投资情况

适用 不适用

单位：元

证券品种	证券代码	证券简称	最初投资成本	会计计量模式	期初账面价值	本期公允价值变动损益	计入权益的累计公允价值变动	本期购买金额	本期出售金额	报告期损益	期末账面价值	会计核算科目	资金来源
基金	PIMIX	PIMCO	1,284,790,362.24	公允价值计量	1,255,259,609.03	-13,120,139.44			1,042,318,000.00	21,838,779.29	216,991,582.64	交易性金融资产	自有资金
基金	608919718	Federated Hermes Government Obligations Fund	70,115,748.63	公允价值计量	0.00			70,115,748.63	31,873,854.12	1,268,800.62	38,241,894.51	交易性金融资产	自有资金
债券	61747YEV3	Bonds (HSBC AC)	10,912,074.67	成本计量	0.00			10,912,074.67		634,234.30	11,251,510.92	债权投资	自有资金
债券	91282CGR6	Bonds (HSBC AC)	10,701,451.64	成本计量	0.00			10,701,451.64		468,636.91	10,950,799.27	债权投资	自有资金
债券	91282CJT9	Bonds (HSBC AC)	10,608,398.22	成本计量	0.00			10,608,398.22		401,762.63	10,824,050.22	债权投资	自有资金
债券	532457CE6	Bonds (HSBC AC)	8,959,771.85	成本计量	0.00			8,959,771.85		423,763.07	9,186,565.87	债权投资	自有资金
债券	649902T45	Bonds (HSBC AC)	7,842,478.49	成本计量	0.00			7,842,478.49		370,203.57	8,039,452.69	债权投资	自有资金
债券	91282CJB8	Bonds (HSBC AC)	7,139,459.28	成本计量	0.00			7,139,459.28		337,756.33	7,319,169.28	债权投资	自有资金
债券	64971X3D8	Bonds (HSBC AC)	7,093,437.60	成本计量	0.00			7,093,437.60		255,040.49	7,273,147.60	债权投资	自有资金
债券	00724PAF6	Bonds (HSBC AC)	7,022,303.53	成本计量	0.00			7,022,303.53		244,838.87	7,194,825.13	债权投资	自有资金
期末持有的其他证券投资			728,052,184.23	--	53,761,037.95	203,549.33	-259,474,254.96	282,074,884.57	41,122,178.28	9,826,720.86	284,721,080.62	--	--
合计			2,153	--	1,309	-	-	422,4	1,115	36,07	611,9	--	--

	, 237, 670.3 8		, 020, 646.9 8	12, 91 6, 590 .11	259, 4 74, 25 4.96	70, 00 8.48	, 314, 032.4 0	0, 536 .94	94, 07 8.75		
证券投资审批董事会公告披露日期	2024年04月22日										

(2) 衍生品投资情况

适用 不适用

1) 报告期内以套期保值为目的的衍生品投资

适用 不适用

单位：万元

衍生品投资类型	初始投资金额	期初金额	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	期末金额	期末投资金额占公司报告期末净资产比例
外汇掉期	11,796.57	-16.86	-256.68	0	0	3.16	-276.70	1.43%
外汇远期	83,393.03	277.17	2,102.79	0	0	1,054.91	1,325.05	7.32%
合计	95,189.6	260.31	1,846.11	0	0	1,058.07	1,048.35	8.75%
报告期内套期保值业务的会计政策、会计核算具体原则，以及与上一报告期相比是否发生重大变化的说明	<p>公司根据财政部印发的《企业会计准则第22号-金融工具确认和计量》《企业会计准则第39号-公允价值计量》对金融衍生品的公允价值予以确定，根据《企业会计准则第37号-金融工具列报》对远期结汇进行相应核算处理，并予以列示和披露，反映资产负债表及损益表相关项目。</p>							
报告期实际损益情况的说明	<p>报告期内，公司以套期保值为目的外汇衍生品合约实际损益为1,358.79万元，其中，计入投资收益-487.32万元，计入本期公允价值变动损益1,846.11万元。公司采用银行提供的估值报告进行公允价值确认。受账面汇率折算影响，金融衍生品期初金额较银行估值报告存在0.21万元差异，该部分调整至本期公允价值变动损益中。</p>							
套期保值效果的说明	<p>公司充分利用了衍生金融工具的套期保值功能，规避和减少由于汇率波动带来的经营风险。</p>							
衍生品投资资金来源	<p>自有资金</p>							
报告期衍生品持仓的风险分析及控制措施说明（包括但不限于市场风险、流动性风险、信用风险、操作风险、法律风险等）	<p>★风险分析</p> <p>1、市场风险：汇率双向波动明显，远期及期权合约汇率与到期日当天实际汇率有差异的可能性，有可能产生亏损，公司以真实的进出口贸易背景及对未来外汇收支的合理估计签订远期及期权合约，以“风险中性”思想和成本利润原则管理公司进出口业务及外汇头寸汇率风险。</p> <p>2、违约风险：公司基于真实的业务背景及对未来外汇收支的合理预计签订上述外汇资金交易合约，不存在履约风险；公司的外汇交易合约选择资信好的商业银行，基本不需考虑其倒闭所带来的违约风险。</p> <p>3、流动性风险：所有外汇资金交易将满足贸易真实性要求，以公司正常外汇资产、负债为依据，不会影响公司的流动性。</p> <p>★风险管理措施</p> <p>根据公司已制定的《外汇套期保值业务管理制度》，公司将做好以下几点风险管理措施：</p> <p>1、在外汇衍生品交易业务操作过程中，应首选流动性强、风险可控的金融衍生工具开展套期保值业务。</p> <p>2、公司开展的外汇衍生品交易以锁定成本、规避和防范汇率、利率风险为目的，禁止任何风险投机行为。</p> <p>3、严格履行审批程序，及时履行信息披露义务。在实际操作中，选择结构简单、流动性强、风险可控的金融衍生工具开展套期保值业务。</p> <p>4、加强对公司银行账户和资金的管理，严格遵守资金划拨和使用的审批程序。公司选择具有合法经营资质的金融机构进行交易，从事金融衍生品业务时，慎重选择公司交易人员。公司内</p>							

	部审计部门将会定期、不定期对实际交易合约签署及执行情况进行核查。”	
已投资衍生品报告期内市场价格或产品公允价值变动的情况，对衍生品公允价值的分析应披露具体使用的方法及相关假设与参数的设定	报告期内，公司发生的衍生品交易分别为境内远期和掉期以及离岸远期交易，其公允价格按照市场价格计算，不用设置各类参考。	
涉诉情况（如适用）	不适用	
衍生品投资审批董事会公告披露日期	2024年04月22日	

## 2) 报告期内以投机为目的的衍生品投资

适用 不适用

公司报告期不存在以投机为目的的衍生品投资。

## 5、募集资金使用情况

适用 不适用

公司报告期无募集资金使用情况。

## 八、重大资产和股权出售

### 1、出售重大资产情况

适用 不适用

公司报告期末未出售重大资产。

### 2、出售重大股权情况

适用 不适用

## 九、主要控股参股公司分析

适用 不适用

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	提供服务	329,031,600.00	596,063,216.94	103,953,676.02	199,411,831.83	14,151,660.72	10,166,063.99
蓝色光标国际传播集团有限公司	子公司	设计、制作、代理和发布广告及投资管理	1,723,780,617港币	17,242,695,874.86	2,043,210,847.96	24,731,031,932.86	27,138,668.62	24,500,487.93



BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	子公司	投资管理	100,000,000 美金	1,908,786,218.96	1,402,039,038.19	981,434.75	86,547,325.45	74,691,710.90
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	2,169,865,418.85	137,652,649.37	5,327,355,604.97	50,565,104.13	40,259,688.99
Domob SEZC	子公司	设计、制作、代理和发布广告	50,000 美金	2,260,026,397.73	487,316,739.76	3,297,162,900.04	134,306,998.92	111,636,304.14
Madhouse Inc.	子公司	设计、制作、代理和发布广告	35,000 美金	5,075,299,414.70	1,005,273,811.46	21,247,610,265.79	13,322,008.09	29,918,850.23
BlueVision Interactive Limited	子公司	设计、制作、代理和发布广告	10,000 港币	13,693,460,693.05	353,796,853.40	27,067,167,556.50	90,688,623.12	80,319,966.47
BLUEMEDIA PTE. LTD.	子公司	设计、制作、代理和发布广告	8,000,000 美金	7,314,053,119.29	212,379,260.58	9,568,987,666.56	86,436,821.44	77,745,543.25
蓝色宇宙数字科技有限公司	子公司	提供公共关系服务及广告发布	150,000,000.00	191,957,025.22	3,386,327.05	88,429,861.43	39,217,365.15	45,498,933.81
Plus Company International Holding Limited	参股公司	广告发布	253,980,000 美元	4,932,636,949.60	1,137,068,300.40	3,973,136,506.00	326,166,461.60	325,303,853.60
Newport Blue Impact, LP	参股公司	资产投资	135,000,000 美元	1,130,627,053.85	1,130,627,053.85	74,267,905.84	67,734,465.91	67,734,465.91

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
浙江舟山蓝怡文化传播有限公司	新设	-151.66
舟山蓝色光标数字科技有限公司	新设	5,184.17
BLUE MEDIA TH CO., LTD	新设	-164,559.57
蓝色光标(杭州)智能营销科技有限公司	新设	-97,495.95
北京青木山林电子商务有限公司	新设	-912.07
蓝色宇宙(舟山)数字科技有限公司	新设	-278.90
北京蓝标文旅科技有限公司	新设	32,592.63
成都蓝色宇宙数字科技有限公司	新设	-478,762.46
蓝色光标(江西)数字科技有限公司	新设	-13,185.36
思恩客(香港)广告有限公司	注销	0

北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司董事会

2025年4月23日