



# 2025蓝色光标 环境、社会及公司治理报告

*Environmental, Social and Governance  
Report 2025*

# 报告编制说明

本报告是北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司历年企业社会责任（CSR）报告基础上的第 3 份环境、社会及公司治理（ESG）报告，旨在向各利益相关方披露公司在 ESG 方面开展的重点实践及取得的绩效。

## 报告时间范围

本报告的时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，个别内容超出该范围。

## 报告组织范围

与北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司同期财务年报所包含的组织范围相同。

## 报告参考标准

本报告编写参照中华人民共和国国家标准 GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》的有关要求，并参考了全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）。

## 报告数据说明

本报告中披露的财务数据如与年报有出入，以财务报告为准，其他数据来自公司内部统计。本报告中所涉及的货币金额以人民币作为计量币种，特别说明的除外。

## 报告发布

本报告以电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台及公司官网。

## 联系方式

地址：北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9 楼

# CONTENT

## 目录

### 关于蓝色光标

- 01 公司概况
- 02 业务布局与发展
- 03 公司荣誉与行业地位

### ESG 管理

- 01 ESG 理念
- 02 ESG 管理架构
- 03 利益相关方沟通
- 04 实质性议题分析与管理

### 治理篇：夯实合规根基，构建 高效稳健的治理体系

- 01 稳健经营，规范运作
- 02 内控合规与廉洁建设
- 03 知识产权管理与保护
- 04 隐私保护和数据安全
- 05 践行可持续供应链管理

### 发展篇：构建向上向好的可持续营销生态

- 01 AI<sup>2</sup> 与全球化 2.0 协同驱动，夯实可持续增  
长底座 18
- 02 与客户同行，共筑跨文化生态 26
- 03 携手多方共建，促进协同发展 28

### 员工篇：关注员工成长与身心健康

- 01 构建多元、平等与共融的组织文化体系 34
- 02 以人才赋能增长，共享发展成果 36
- 03 构建可持续发展体系，激发职业成长内生动  
力 37
- 04 构建有温度的职场环境，成就可持续的未来 43

### 环境篇：践行可持续环境理念

- 01 完善环境治理机制，持续推进绿色管理 47
- 02 推进绿色办公，助力低碳运营 48
- 03 践行低碳生活理念，倡导绿色文明风尚 51
- 04 积极参与公益，彰显企业责任 52

### ESG 绩效表

54

- 01 公司概况
- 02 业务布局与发展
- 03 公司荣誉与行业地位

## 01. 公司概况

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”）成立于 1996 年，并于 2010 年在深圳证券交易所创业板上市（股票代码：300058）。作为一家深耕营销科技领域的企业，我们致力于为客户提供全方位的智慧经营解决方案。

2025 年，公司实现营业收入 686.93 亿元，同比增长 12.99%。公司总部位于北京，在全国多个核心区域设有分支机构，同时在北美、欧洲及亚太地区构建了国际业务网络。旗下拥有蓝标传媒、新蓝标数字、蓝色宇宙、多盟、亿动广告、蓝瀚互动、思恩客科技、智扬公关、今久传播、精准阳光、博杰传媒、狮华公关、蓝色星合、捷报数据、玄鸟传媒等子品牌，形成了多元化业务布局。公司现有 2400 余名员工，分布在北京、上海、广州、深圳等地。

三十年来，蓝色光标以“专业立身，卓越执行”为经营理念，持续服务于约 3000 个国内外领先客户、超 10 万家中小企业客户，其中全球 500 强企业 150 多家。客户涵盖游戏、电子商务、互联网及应用、高科技产品、消费品、汽车、房地产以及金融等八大行业的知名品牌。

## 02. 业务布局与发展

在 AI<sup>2</sup> 和业务全球化战略布局下，蓝色光标及旗下子公司的主营业务包括：全球化出海营销服务、智能整合营销、数字广告以及元宇宙业务，服务内容涵盖营销传播全产业链，以及基于营销科技的智慧经营服务，服务地域覆盖全球主要市场。

作为率先布局元宇宙、AIGC 等创新业务的营销科技企业（累计拥有超百项技术专利及软件著作权

权), 蓝色光标发布 AI<sup>2</sup> 战略, 推出多模态营销应用引擎 BlueAI, 打造“AI+ 内容”的新型生产方式, 推动营销商业模式进化升级。在元宇宙业务布局中, 公司以“AI+xR”技术为核心, 深耕数字文旅生态, 推出“华夏漫游”、AI 数字人、BlueBox 等沉浸式体验产品和服务, 通过“技术 + 内容 + 运营”全链路体系, 实现文旅产业数字化重构与商业价值转化。

在全球化 2.0 战略推动下, 蓝色光标加速海外本地化布局, 已在美国、新加坡、越南、泰国、印度尼西亚、巴西、荷兰等地设立分公司或独立办公室, 构建完善的本地化服务体系; 同时依托 AI 技术优势, 推出海外程序化平台 BlueX 和 AI 云原生增长引擎 BlueTurbo AI DSP, 推动全球化业务向技术赋能的高质量发展阶段迈进, 实现智能营销与全球资源协同发展。

### 03. 公司荣誉与行业地位

作为一家营销科技公司, 蓝色光标始终引领行业变革, 推动文化与科技创新, 被科学技术部、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为“国家文化和科技融合示范基地”; 被商务部、中宣部、文旅部、国家广电总局四部委联合认定为“2025 年 -2026 年度国家文化出口重点企业和重点项目”, 被北京市科委认定为“众创空间”和“北京市设计创新中心”。

蓝色光标是目前唯一跻身全球营销集团前十的中国企业, 依托稳健的业务增长与持续拓展的全球布局, 累计服务超过 10 万家客户。2025 年, 蓝色光标位列北京民营企业百强第 16 位, 北京高精尖企业百强第 1 位。同时, 凭借 2024 年 607.97 亿元的营业收入, 位列 2025《财富》中国 500 强企业第 279 位, 2025 中国民营企业 500 强第 195 位。蓝色光标是全国文化企业 30 强单位、中国广告协会副会长单位、中国 4A 协会副理事长单位、中国公关协会理事单位。

#### // 2025 年公司荣誉及获奖情况

奖项 / 称号	颁发机构
2025 年 -2026 年度国家文化出口重点企业 2025 年 -2026 年度国家文化出口重点项目	商务部、中央宣传部、文化和旅游部、国家广电总局
2025 中国民营企业 500 强第 195 位 2025 中国服务业民营企业 100 强第 45 位	全国工商联
WARC2025 全球 TOP10 营销控股集团	WARC
2025 年北京企业百强第 37 位 北京上市公司百强第 54 位 北京高精尖企业百强第 1 位 北京数字经济企业百强第 3 位 北京服务业企业百强第 11 位	北京企业联合会 北京市企业家协会

《财富》中国 500 强第 279 位	《财富》中国
出海卓越服务奖	财联社第八届投资年会
亚洲年度最佳代理商 36 强 数字营销活动类金奖 2025IN2 SABRE Awards 2 金	SABRE Awards 亚太奖
2025 年度广告主金伙伴百强 2025 中国国际广告节 - 长城奖 China Advertising Great Wall Awards (3 金、2 银、1 铜) 互动广告高峰论坛互动创意 & 媒介营销「科学经营」全场大奖及金奖	第 32 届中国国际广告节 - 长城奖
2025 年度 CHINA 4A 特别贡献奖 CHINA 4A 20 周年·长期卓越贡献公司 CHINA 4A 20 周年·突破成长公司 4A 创意奖「影视广播类—网络广告短片」铜奖	中国创意视野暨第二十届 4A 创意奖
最佳 AI 应用铜奖	亚太营销互动公关
2025 时报金像奖铜奖	第 48 届时报金像奖
2025 时报金手指奖 1 金 1 铜 2 优秀	第 26 届金手指奖
年度 AI 营销平台	2025 W.AWARDS 金网奖
2 铜、2 入围	2025AI 广告品牌创新设计大赛
金投赏商业创意奖 1 银 1 铜 2 提名 可灵 AI x 金投赏 AIGC 广告创意大赛 1 项卓越奖、1 项优秀奖、 9 项潜力奖	第 18 届金投赏商业创意奖
年度整合营销公司、1 金 2 银 1 铜 2 优秀	第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖
年度 AI 创新营销公司 年度营销 AI 模型、年度 AI 智能创意平台 2 金、1 银、2 铜	第 13 届 TopDigital 创新营销奖
年度 AI 创新公司	第 12 届 TMA 大奖
年度最佳 AI 营销服务商 AIGC 营销类 1 金、1 铜 IP 营销类 1 金、品牌广告类 1 金	第 9 届麒麟国际广告奖

CAMA 2025 中国广告营销大奖 2 金、1 铜	CAMA 2025 中国广告营销大奖
2025 年度 Top Agency 100 年度全案服务代理公司 2025 CASE 100 百大品牌创新营销案例	广告门
入围“最佳儿童片”提名（参与影片 AI 动画创作）	第 38 届中国金鸡百花电影节
年度最佳数字营销平台 视频内容营销类案例金奖	第 16 届金鼠标数字营销大赛
DAOY 「年度媒介公关代理商」 2 项案例铜奖	2025 数英奖·DAOY 年度奖
DMAA 「年度最佳 AI 营销公司」 汽车类金奖 & KOL 营销类铜奖	第九届 DMAA 国际数字营销奖颁奖
年度 AI 创新营销公司	2025 第十一届金梧奖
1 项案例金奖、3 项案例银奖、3 项案例铜奖	2025 金瞳奖
2025 年度增长企业 2025 年度 AI 企业	2026 节点增长大会
2025TBI 杰出品牌创新节（年度营销案例奖「红人 KOL 营销」金奖）	第 5 届 TBI 杰出品牌创新节
2025 数字营销峰会擎鸣奖 KOL/ 红人营销类 2025 年度营销案例、汽车及相关交通类 2025 年度行业营销案例	Fmarketing
汽车营销专项 TOP 10、品牌案例组银奖、营销策略组银奖、营销策略组铜奖	2025 Marketing Awards 灵眸奖

## // 2025 年公司获得合作伙伴的认可及荣誉

奖项 / 称号	合作伙伴
出海广告 商业成就奖	微软广告
出海广告 卓越增长奖	
国内广告 客户深耕奖	
2025 达人营销领航服务商	腾讯广告
Meta 2025 联合营销金奖	Meta
Meta 2025 电商行业黑客松金奖	
Meta 2025 客户激活合作伙伴奖	
Meta 2025 绿色通道表现奖	
Meta 2025 RCMP 客户覆盖奖	
Meta 2025 ALM 规模化客户激活表现奖	
年度增长领航合作伙伴	Pinterest
巨量引擎生态业务品牌星图代理——「专项深耕奖」	巨量引擎
Q4 季度代理商星图业务榜单“行业先锋榜·汽车行业 TOP2”	
Q4 季度代理商星图业务榜单“行业先锋榜·美妆 TOP3”	
Q4 季度代理商星图业务榜单“创新突破榜”TOP8	
生意经营引领奖	
场景经营突破奖	
2025 年上半年度代理商星图业务「汽车行业先锋榜」TOP 4	巨量星图
2025 年上半年度代理商星图业务「创新突破榜」TOP 7	
巨量星图 618 增量 TOP4	

2025 年度卓越孵化合作伙伴	TikTok for Business
2025 年度合作共赢案例奖	
Performance Agency of The Year	
小红书种草直达优质合作伙伴	小红书
年度生态合作伙伴	哔哩哔哩
年度花火合作伙伴	
全域生态合作伙伴	
花火聚力合作伙伴	
2025 年度哔哩哔哩商业化广告核心代理商	
2025 年度优秀供应合作伙伴	贵州茅台
开拓先锋奖	Kwai for Business
开疆拓土奖	
品牌营销奖	
2025 「年度整合营销代理商」金牌	今日广告年度代理商 (Agency of the Year)

# ESG

## ESG 管理

- 01 ESG 理念
- 02 ESG 管理架构
- 03 利益相关方沟通
- 04 实质性议题分析与管理

### 01. ESG 理念

蓝色光标 1996 年起步于公关服务，近三十年来紧跟媒体演进与技术革新，持续推进营销智能化与业务全球化布局。面向生成式人工智能革命与品牌全球化浪潮，公司创新提出 AI<sup>2</sup> 与全球化 2.0 战略，以 AI 与全球化双轮驱动，构建多元、智能、可持续的发展未来。

我们坚守长期主义，坚信企业高质量可持续发展，不止于经济价值创造，更依托公平透明的公司治理与员工共同发展才能实现韧性成长。蓝色光标以智能化技术与 AI 创新为 ESG 核心引擎，深度融合员工福祉、客户价值与企业责任，打造绿色、公平、持久的商业生态，推动社会价值、股东价值与商业价值协同共生，在稳健经营中全面履行环境、社会与治理责任。

#### ESG 管理体系化实践

**完善多层级管治架构：**建立覆盖董事会、管理层与全体员工的 ESG 治理体系，明确责任分工，保障战略落地与风险管控。

**理念与业务深度融合：**将 ESG 内核融入企业文化，把可持续实践嵌入日常运营与业务全流程，实现责任与发展同频。

**坚持透明化信息披露：**定期发布符合国家标准的 ESG 年度报告，主动公开投入与进展，强化利益相关方沟通与信任。

#### 我们的愿景

成为一家受人尊敬的营销科技企业，成就世界级营销服务品牌。

### 我们始终坚持“员工第一”的核心价值观

以员工为本，致力于打造自由、扁平的成长平台，建立 AI 时代员工技能提升、职业发展体系；尊重文化差异，打造全球化团队协作机制，不断为员工创造更好的成长环境，激发他们的创新潜能，让每一位员工都能在蓝色光标找到属于自己的舞台。

### 蓝色光标的使命在于持续为客户创造价值，帮助客户实现商业成功

在服务过程中，我们始终将可持续发展理念融入客户解决方案，帮助客户品牌在追求商业目标的同时，践行环境和社会责任。我们通过智能化技术和创新营销手段，为客户提供高效、低碳的解决方案，助力其实现长期稳健发展。我们服务了超过 3000 家国内外领先客户和超 10 万家中小企业客户的经验，积累了深厚的行业洞察、人才优势和规模化能力，这不仅推动了公司业务稳定增长，也为行业的可持续发展注入了新动能。

### 我们坚持专业立身、卓越执行

坚持学习和提升，以高的专业标准执行，关注工作细节，交付高质量的结果。

### 我们鼓励正直、激情和进取

公正地看待和处理问题，坚持原则，秉承职业操守，以诚实和值得信赖的方式行事；保持激情，能激励自己和感染他人；为解决问题或达成业绩目标，自觉自动，勇于创造和突破，为社会创造更多正向价值。

## 02. ESG 管理架构

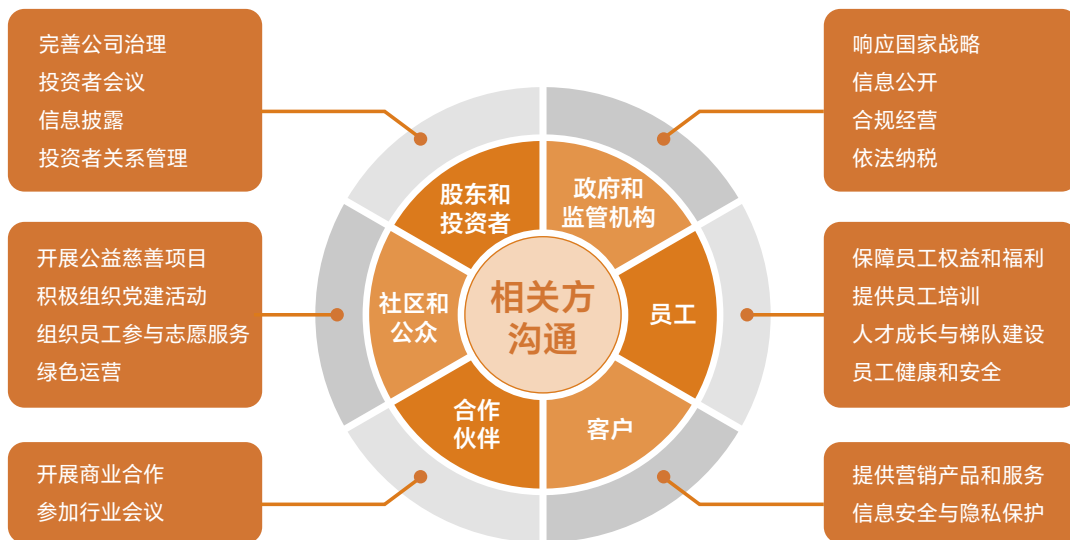
为构建可持续发展治理体系，蓝色光标搭建了三级联动的 ESG 治理架构：成立由董事长担任组长的 ESG 战略管理专项组，统筹 ESG 战略规划与实施路径；通过“决策层 - 执行层 - 监督层”三级管理体系，将环境、社会与治理（ESG）要求深度嵌入企业战略决策、业务运营及风险管理全流程；同时构建涵盖定期评估、动态调整、信息披露的常态化管理机制，搭建利益相关方定期沟通平台，有效保障可持续发展战略穿透式落地，推动 ESG 治理从合规披露向价值创造升级，夯实企业长期可持续发展根基。



### 03. 利益相关方沟通

公司高度重视与利益相关方的沟通，秉持开放透明的原则，通过系统化、机制化的利益相关方参与体系，构建常态化沟通机制。我们持续关注并系统收集各利益相关方的核心诉求与可持续发展期待，建立覆盖全价值链的利益相关方沟通矩阵，具体涵盖员工、客户、政府监管部门、投资机构、供应链伙伴、社区公众及社会组织等核心群体。

为有效履行信息披露责任，公司构建了多维度的沟通平台体系，具体措施包括：公司官方网站、经认证的官方社交媒体矩阵（含自有平台及第三方平台）、在线及线下说明会、投资者沟通会以及重大事项专项新闻发布会，持续完善信息披露的及时性与回应有效性，切实保障利益相关方参与机制的实质性落地。

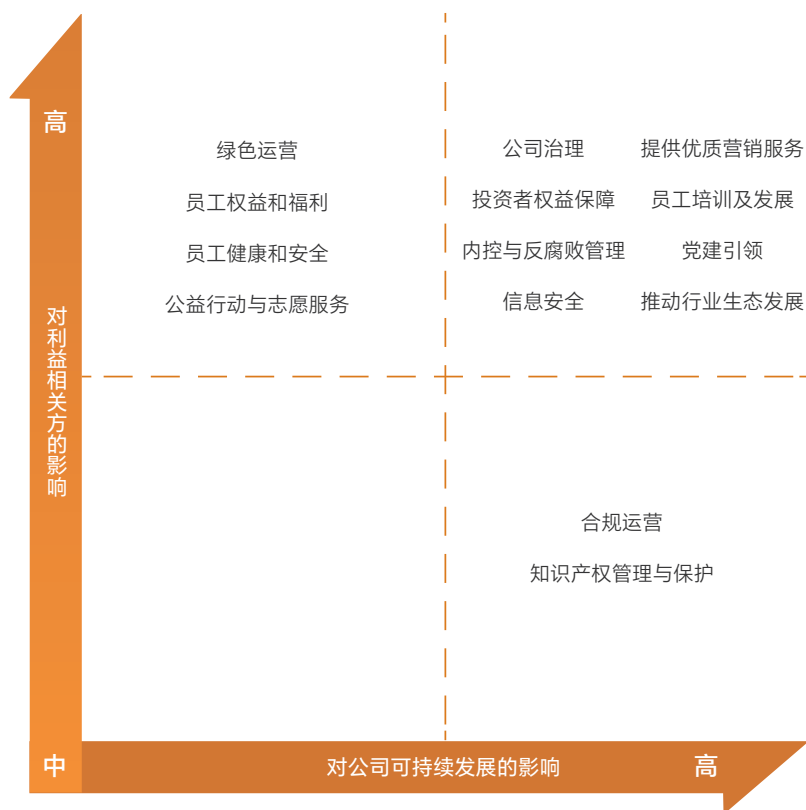


### 04. 实质性议题分析与管理

蓝色光标基于“战略 - 利益相关方 - 风险”三维模型，构建了系统化的实质性议题管理机制。通过定量与定性相结合的分析方法，精准识别对公司战略目标实现、运营合规性及可持续发展绩效产生重大影响的核心议题，并将其深度融入企业治理体系。

在议题识别阶段，公司采用利益相关方分析矩阵工具，对政府监管机构、投资者、客户、合作伙伴、员工及社区等六大利益相关方开展调研与舆情监测。针对战略层议题、运营层议题及风险层议题进行分级管理，确保资源配置精准匹配。

// 实质性议题矩阵 //



## 治理篇

### 夯实合规根基，构建 高效稳健的治理体系

- 01 稳健经营，规范运作
- 02 内控合规与廉洁建设
- 03 知识产权管理与保护
- 04 隐私保护和数据安全
- 05 践行可持续供应链管理

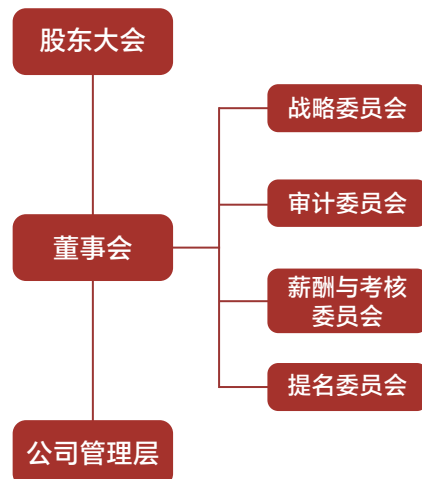
## 01. 稳健经营，规范运作

蓝色光标始终坚持合规运营，严格遵循《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》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关法律法规，以及中国证券监督管理委员会的监管要求。

### 公司治理架构完善

公司在治理架构上建立了完善的制度，确保股东根据《公司章程》享有平等权益并承担相应义务。我们严格遵循《上市公司股东会规则》《公司章程》《股东会议事规则》等相关规定，规范召开股东大会，确保所有股东在平等的基础上行使权利。为了便于股东参与，我们提供了网络投票等便利方式，确保股东可以充分表达意见。此外，公司具备独立自主的业务运营能力，董事会及各内部机构独立运作，确保业务、人员、资产、机构和财务方面与控股股东及实际控制人保持独立性。

#### // 公司治理架构 //



### 董监事会成员构成

9名 4名 2名  
董事会设董事 独立董事 女性董事

董事会成员严格遵循《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》及公司《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等相关规定，恪尽职守，积极出席董事会及股东大会，切实履行勤勉尽责义务。同时，通过持续参与相关培训，不断深化对法律法规的理解与把握，提升依法合规决策的能力。

2025年度，公司召开股东大会4次，审议议案28项；召开董事会会议7次，审议议案54项；召开监事会会议1次，审议议案9项。各项会议的召集、召开及表决程序均严格遵守《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，会议决议合法有效，确保了公司治理的规范运作与决策的科学高效。

### 信息披露：真实、准确、及时、完整

公司严格遵循相关法律法规及《公司信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》的要求，以真实、准确、完整、及时、公平为原则，持续提升信息披露质量与透明度。

在管理机制上，公司由董事会秘书统筹负责信息披露工作，协调投资者关系管理，通过接待股东来访、解答投资者咨询、提供已披露资料等多种形式，搭建与资本市场高效透明的沟通桥梁。同时，公司指定《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为官方信息披露渠道，确保全体股东平等、便捷地获取信息，切实保障投资者的知情权。

2025年度，公司累计发布定期报告4份，临时公告103份。在深圳证券交易所创业板上市公司信息披露工作评价中，公司获评B类，体现了监管机构对公司治理规范性及信息披露有效性的认可。公司始终尊重并维护股东、员工及社会各方的合法权益，努力协调好各利益相关方的平衡发展，以规范运作与透明治理推动公司持续、健康发展。

### 高效沟通，构建良好投资者关系

公司始终将投资者关系管理作为公司治理的重要环节，致力于通过高效、透明的双向沟通，构建与资本市场之间的长期信任。公司由董事会秘书作为投资者关系管理负责人，并设立专人负责日常投资者接待与咨询，确保投资者能够及时、准确地了解公司经营动态与发展战略。

2025年，公司通过深交所互动易平台、投资者热线等多元渠道，积极回应投资者关切，累计接听投资者来电数百次，回复线上提问过百条。所有沟通记录均进行规范存档，确保信息传递的可追溯性与合规性，持续提升公司在资本市场的透明度和美誉度。

### 《每周一讲》凝聚战略共识，推动文化传承

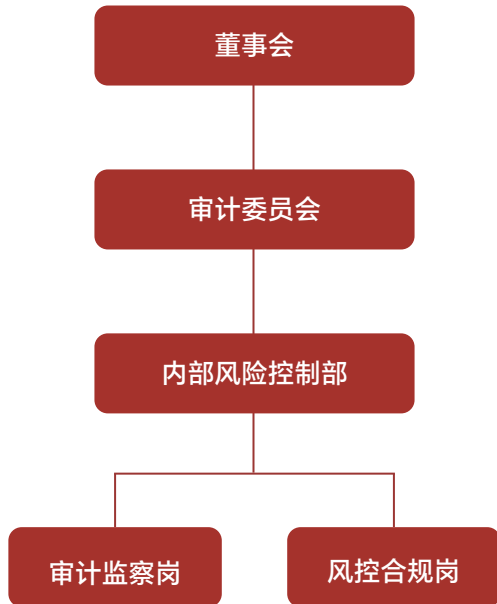
自2003年起，公司董事长开创了《每周一讲》邮件沟通机制，坚持每周向全体员工致信，解读战略方向、传递企业文化、阐释核心价值观。这一传统延续至今已逾二十载，成为公司独特的文化符号。

新一任管理层接续传承，通过《每周一讲》持续分享公司动态、业务变革与管理思考。这一沟通机制不仅构建了高效透明的治理通道，更在日积月累中沉淀为凝聚全员共识、激发组织活力的精神纽带。管理层以持续的对话，将战略目标层层穿透，

让文化理念深入人心，有效推动组织同频共振，为公司的可持续发展注入源源不断的向心力与执行力。

## 02. 内控合规与廉洁建设

蓝色光标董事会及治理层始终将内控合规与廉洁建设作为企业治理的基石，在组织架构上持续完善风险管控体系。公司在董事会层面设立由独立董事主导的审计委员会，在集团层面设立内部风险控制部，并在各分子公司设立风控监察岗，形成自上而下、协同联动的内控管理格局，确保内控工作有效落实。



在制度层面，公司制定并持续优化《内部审计制度》《蓝色光标反舞弊及投诉、举报管理规定》《内控管理制度白皮书》等一系列内控制度，为合规经营和风险管控构建坚实的制度支撑。

基于“全面、制衡、协作”的内控理念，公司结合 All In AI 战略，在内控体系建设中全面引入 AI 工具，推动各职能部门协同合作、相互制衡，构建涵盖“事前预防、事中控制、事后追责”的全流程管理体系，促进全体员工严格遵规守纪。通过持续强化合规管理与廉洁建设，公司不断培育依规履职、廉洁从业的企业文化，助力公司整体竞争力稳步提升。

### 持续完善《内控管理制度白皮书》

公司严格对照《企业内部控制基本规范》和《企业内部控制评价指引》的要求，结合业务实际，全面梳理集团及各分子公司的管理制度、政策、业务流程和操作规程，编制完成《内控管理制度白皮书》。该白皮书覆盖公司治理、财务管理、运营采购、数据安全、品牌建设、人力资源管理，以及各分子公司的行政和业务管理制度。

随着业务发展与流程优化，公司持续对相关制度进行动态修订与完善，各职能部门严格监督落实，确保内控要求贯穿公司运营全流程，切实提升经营管理水平和风险防控能力。

### 全面推进“清风蓝标”

2025 年度，公司坚持党建引领，由风险控制部门持续深入推进反舞弊工作，致力于打造清正廉洁的企业文化。风险控制团队全年围绕廉洁建设开展常态化研究部署，并加强对个案的指导与督办，持续强化廉洁管理。

在警示教育方面，公司组织干部职工赴北京、上海、广州、深圳等地“廉洁教育基地”参观 10 批次，召开警示教育会议并观看专题警示教育片 20 余场次，开展廉洁谈话提醒数十人，引导广大干部职工以案为鉴，不断增强规则意识与法律意识。

在技术赋能方面，公司深化 AI 技术在内控领域的应用，对资金使用、招标采购、流程合规、行政管理等关键环节进行常态化巡航，将事后监督逐步前移至事前预防和事中控制。通过异常数据自动抓取比对，结合人工分析研判，对有价值的舞弊线索启动立案初核，同时针对风险点及时采取补救措施，形成预警、核查、堵漏的全方位风险防控闭环。

### 03. 知识产权管理与保护

知识产权是企业核心竞争力的关键体现，也是公司价值的重要保障。公司始终将尊重和保护知识产权作为创新发展的战略基石，严格遵循《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等相关法律法规，持续规范知识产权管理工作，确保自身创新成果得到有效保护，同时避免侵犯他人权益。

在管理机制方面，公司设有专门的知识产权管理团队，全面负责商标、版权、专利的申请、审核、维护及维权等工作，并与各业务部门紧密协作，持续提升管理效率。公司不断优化知识产权管理体系，建立覆盖申请、审核、使用及维护等环节的全流程管理机制，持续增强知识产权的运用能力与市场竞争力。

在创新成果方面，截至 2025 年底，蓝色光标已获得 166 项软件著作权，成功授权技术专利 27 项，并持有超 100 件商标。这些技术成果源于对市场需求的精准洞察与持续投入，为公司的创新能力提供了坚实支撑，推动企业可持续发展。

### 04. 隐私保护和数据安全

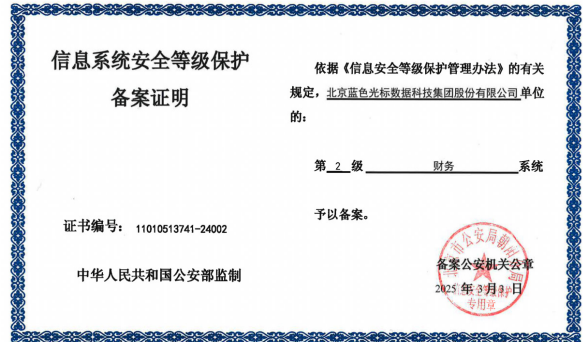
公司始终将员工与客户的隐私保护及数据安全置于核心位置。在全面拥抱 AI 战略的背景下，数据的价值日益凸显，其安全性带来的潜在风险也备受关注。公司持续强化数据安全管理体系，确保数据类业务在合法合规的框架内高效运行。2025 年，公司紧密围绕国家政策导向及企业核心数据安全需求，系统推进多项重点工作，夯实数字化发展安全基石。

在数据安全防护方面，公司针对核心数据实施专项升级：一方面，对服务器核心区域进行独立物理隔离改造，划定专属物理空间，配备门禁管控及环境监控系统，从物理层面有效阻断非授权访问风险；另一方面，升级网络安全防护架构，新增主备双活模式防火墙，构建“主墙防御 + 备墙冗余”的双重保障体系，确保内网核心数据传输与存储的稳定性和安全性。

为实现风险的全周期管控，公司进一步强化网络风险动态监控能力，全面部署 XDR（扩展检测与响应）防护体系。该体系整合终端、网络、云端等多维度安全数据，结合 AI 智能分析引擎实现风险实时检测、精准定位与自动响应，有效将潜在安全威胁扼杀于萌芽，实现“防患于未然”的安全防护目标，为企业业务平稳运行提供坚实保障。

在国产化替代推进方面，公司响应国家支持国产品牌发展的政策号召，启动核心 IT 基础设施国产化升级项目。通过“对标评估—性能测试—兼容性验证—试点部署—全面推广”的全流程替换机制，对终端杀毒软件、下一代防火墙、WAF（Web 应用防火墙）等关键系统进行国产化替换。经多轮严苛测试验证，替换后的系统在运行稳定性、运维适配性及安全防护能力方面达到或优于原有水平，既降低了对国外技术的依赖，也提升了 IT 系统自主可控能力。

在人工智能技术布局与应用方面，公司紧跟行业发展趋势，推进 AI 基础设施建设。通过调研业务场景需求，完成高性能算力服务器部署，并搭建开源算力软件平台，为 AI 模型训练、数据分析挖掘及智能业务应用开发提供高效算力支撑，助力企业提升核心竞争力，推动数字化转型向纵深发展。



在持续推进数据安全管理体系建设的基础上，公司旗下多盟 SDK 先后通过中国信通院与中国软件测评中心双端安全认证，并正式入驻全国 SDK 管理服务平台，进一步夯实了安全与合规基础。这标志着多盟 SDK 在基础安全、数据存储安全、数据交互安全、重要组件安全、代码及源文件安全等核心领域均已达到国家级标准，能够为行业合作伙伴提供专业、可靠的广告变现解决方案与技术保障。



## 05. 践行可持续供应链管理

蓝色光标将可持续发展理念深度融入供应链管理体系，通过制度完善、流程优化与协作深化，与供应商建立长期稳定、符合可持续发展目标的合作关系，共同夯实业务稳健发展的基石。公司制定《集团供应商采购管理制度》，并配套编写《供应商采购指引宝典》《供应商采购流程》《供应商分类及管理细则》《供应商报备及流程》等规范性文件，明确供应商准入审核、选择评估、绩效考核等全流程标准，确保供应链管理的合规性、透明度与可持续性。

在合作原则方面，公司秉承“公正、透明、共赢”的理念，持续优化供应商管理体系，推动供应链的绿色化与可持续发展。公司严格筛选合作伙伴，优先选择在环境、社会责任、公司治理方面表现优异的供应商，从资质、专业度、资源配置、团队能力等多维度进行审核，确保其经营活动符合国家法律法规及行业标准。同时，公司鼓励供应商采用环保材料、节能技术及绿色生产工艺，减少碳足迹，共同推进可持续发展目标。

在协作机制方面，蓝色光标与供应商建立紧密协作关系，通过定期审计、风险评估及持续监督，优化供应链体系，提升整体运营效率与稳定性。公司关注供应商的治理结构与管理水平，确保其诚信守法、合规经营，有效降低供应链风险。通过定期交流，公司与供应商共享行业趋势与最佳实践，推动供应链协同创新，实现价值共创。

### 供应商行为守则与可持续管理政策

公司致力于构建并维护一个公平、透明、合规且可持续的全球供应链体系，要求供应商及合作伙伴在产品与服务符合商业标准的同时，在商业道德、

社会责任与环境实践方面与公司价值观及 ESG 承诺保持高度一致。本政策是双方合作的基础，旨在共同促进负责任采购与长期共赢。

### 商业道德与反腐败准则

供应商在与公司及员工的任何商业活动中，必须遵守最高标准的商业道德，共同杜绝以下行为：

**严禁利益输送：**禁止以任何形式（包括但不限于回扣、现金、礼品、旅游、娱乐活动或为其亲友提供便利等）向公司员工或其关联人员提供不当利益，或为其报销私人费用。

**杜绝利益冲突：**供应商应主动披露其与公司任何部门或员工之间存在的实际或潜在关联关系。公司员工不得推荐关联供应商，如涉及必须申报并回避。

**确保公平竞争：**禁止供应商与公司员工合谋，通过泄露未经授权的采购信息、提供“特殊待遇”或其他方式破坏采购流程的公平性。公司员工不得在供应商处挂职、反包业务，或不当干预二级供应商的选择。

### 供应商评估与动态管理机制

公司建立了系统化的供应商全生命周期管理体系，通过持续的绩效评估确保供应链的韧性与质量。

**书面承诺前置：**所有入围的框架供应商，必须签署《诚信与公平交易承诺书》，以书面形式明确承诺遵守相关商业道德与反腐败准则，并将其作为合同的重要组成部分及合作前提。

**多维评估体系：**公司对签订框架协议的供应商进行年度综合评审，核心评估维度包括项目服务质量、价格竞争力、合同履行（含账期）、协同配合度以及服务内容的专业性与创新性。

动态优化与淘汰：基于评审结果，公司实施“择优续签、引入新兴、淘汰落后”的动态管理。以2025年国内服务板块的框架管理为例，公司与80家表现优异的供应商建立为期两年（2025-2026年）的合作关系（其中续签57家，新引入23家），同时基于评估数据淘汰了13家未完全达标的既往供应商。

可持续发展融入：公司逐步将环境表现（如碳排放）、社会责任（如劳工权益）等ESG关键指标纳入未来供应商评估体系，推动整个供应链的可持续发展转型。

### 监督与沟通

公司鼓励供应商及内部员工就任何违反政策的行为进行举报，确保举报渠道的畅通与保密性，并对所有举报进行严肃、公正的调查。违反政策的行为将导致商业合作的中止或终止，并可能追究法律责任。

蓝色光标将继续携手供应链合作伙伴，共同打造高效、透明、可持续的供应链体系，助力行业健康发展，为社会创造更大价值。

## 发展篇

## 构建向上向好的可持续营销生态

- 01 AI<sup>2</sup> 与全球化 2.0 协同驱动，夯实可持续增长底座
- 02 与客户同行，共筑跨文化生态
- 03 携手多方共建，促进协同发展

01.AI<sup>2</sup> 与全球化 2.0 协同驱动，夯实可持续增长底座

在全球产业结构加速重塑、人工智能深度融入商业实践的背景下，蓝色光标围绕“AI<sup>2</sup>”与“全球化 2.0”两大战略主线，在组织能力、技术体系与业务模式上不断深化迭代，逐步构建起面向未来的增长新范式，推动公司发展迈入新的阶段。

随着生成式 AI 在营销领域的应用持续走向纵深，蓝色光标不断强化 AI 与业务的协同融合：一方面，通过持续推进 AI 战略落地，完善以 BlueAI 为核心的多模态营销应用引擎，加快 AI 在策划、创意、内容生产与传播等关键场景中的规模化应用；另一方面，积极拓展与全球科技生态的协同合作，推动 AI 从“赋能工具”向“核心生产力”演进，成为驱动业务增长与客户价值提升的重要支点。

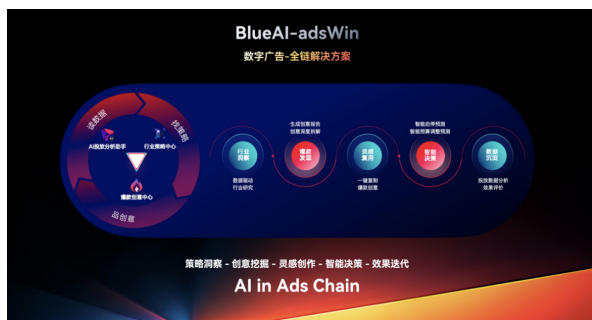
2025 年，蓝色光标 AI 驱动收入达 37.25 亿元，实现超 2 倍增长，多项核心指标印证了 All In AI 战略的落地成效。公司以 AI Native 的范式重塑技术数据基建，持续迭代自研 AI 产品矩阵及多场景专业智能体，覆盖出海营销、数字广告、整合营销等业务板块，为业务效率提升与业务创新提供了强大支撑。2025 年，公司以 API 模式接入大模型的 token 调用量突破万亿——这一数字不仅体现了“体量爆发”，更彰显了 AI 在实际业务中的深度渗透与效率革命：从策略洞察、内容生成、智能投放到效果分析，AI 正全面重构营销全链路，驱动行业效能升级。

与此同时，在全球经济格局与中国品牌出海路径不断演进的背景下，蓝色光标稳步推进以技术驱动为特征的全球化 2.0 进程。在既有出海业务规模基础之上，公司持续优化全球资源配置与服务能力，通过 AI 能力与本地化洞察的深度融合，助力中国品牌在国际市场中实现高质量发展，进一步夯实营销科技领军企业的全球竞争力。

## AI 驱动营销升级，构建智能化服务新范式

作为 AI 战略的核心载体，公司自研的 BlueAI 多模态营销应用引擎已不再局限于“单点碎片式的智能爆发”，而是将进化方向聚焦于“全链路 AI 化”与“端到端优化”能力与服务的构建。通过整合超十万家客户所沉淀的行业洞察、实战数据与全球资源，BlueAI 以“全链路 AI 产品矩阵”为核心，构建了适配不同场景的智能引擎，包括全球社媒洞察与智能 KOX 建联管理（麦浪引擎）、广告创意洞察与智能广告投放（AdsWin）、视频理解与生成（心影创作平台）等，实现“人机同频”的敏捷营销。

BlueAI 的突破性在于实现了从“内容洞察—策略生成—创意生成—智能投放—智能追踪复盘—策略优化”的全流程覆盖与打通，并针对全球化本地市场进行深度推荐优化，通过实时数据回收构建动态优化的“数据飞轮”，使 AI 在营销实战场景中持续迭代、越用越聪明。



值得关注的是，过去一年，“AI 多模态”真正地进入到帮助客户创造商业价值的阶段，为众多品牌客户输出影视级、高质量的视频内容。

在 AI 技术加速走向规模化应用的背景下，蓝色光标以联想《AI Talk》数字人与真人对话栏目为代表，探索了 AI 在品牌传播场景中的创新实践。该项目基于 AIGC 技术打造具备知识表达与情感交互能力的品牌数字人，通过“数字人 × 行业大咖”的对话形式，打破虚拟与现实边界，构建起更高效、更具科技感的品牌沟通方式。

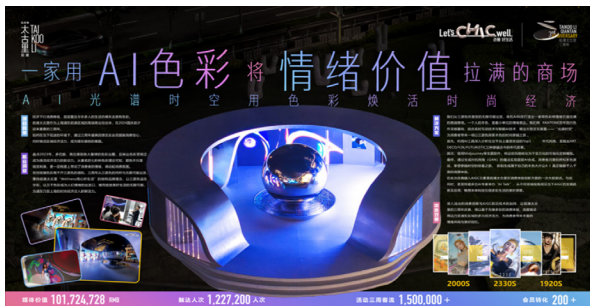


在项目执行过程中，蓝色光标以 AI 算力与生成式内容能力为核心，完成数字人训练、数字分身构建及创意物料的全流程 AIGC 生产，不仅强化了联想在算力基础设施领域的技术领导者认知，也在实践中验证了 AI 技术在企业传播、内容生产与商业线索挖掘中的可行路径。该案例凭借其在 AI 场景化应用与传播创新上的示范价值，入围亚太营销互动公关大奖“最佳 AI 应用”类别。



在汽车行业加速迈入 AI 觉醒周期的背景下，蓝色光标旗下新蓝色光标数字营销集团携手央企新能源汽车品牌东风奕派，于 2025 年 5 月打造了全球首场 AI 共创产品发布会——“AI 上奕派·AI 上 eπ007”。项目以蓝色光标自研的 BlueAI 及多类营销 AI Agent 为核心驱动，全面贯穿策划、创意、内容生成、执行与传播各环节，实现从“AI 辅助创意”向“AI 主导营销生产力”的跃迁。发布会依托 VP 虚拟制片与 AIGC 技术，构建 AI 分身与沉浸式交互场域，打破传统汽车发布会单向宣讲模式，使产品以虚实融合的创新形态成为叙事主角；同时，团队在 1.5 个月内完成近 25 分钟 AI 上市视频制作，较传统 CG 制作周期缩短约 60%。围绕发布会，新

蓝标数字进一步打造 AI 试驾互动游戏及多支 AI 创意内容，实现社交平台裂变传播，引爆亿级流量，并推动东风奕派 2025 款 en007 登顶汽车垂媒热度榜。这次实践不仅验证了 AI 在大型品牌发布与内容生产中的规模化落地能力，也成为新蓝标数字践行“All in AI”战略、推动 AI Native 营销范式演进的代表性实践。



在消费趋于理性的市场环境下，蓝色光标以 AI 技术为核心，为前滩太古里打造了一次以“色彩”为媒介的商业创新实践。项目以三原色为灵感，通过 AI 实时交互与生成技术，将色彩升级为可被感知、可被参与的“情绪语言”：消费者完成测试后，即可生成专属色彩影像，并被引导进入匹配个人情绪偏好的逛游路径，实现“千人千色”的个性化体验。三周内活动触达超百万人次，成功将抽象的情绪价值转化为可衡量的商业增长，展现了 AI 在空间商业与用户体验融合的创新潜力。



围绕年轻人偏好的内容消费方式，蓝色光标为星巴克打造了品牌首部短剧形式的营销内容。《我在古代开星巴克》以“穿越 + 创业”的轻叙事切入，将产品自然融入剧情发展与网络热梗之中，通过持续更新的内容节奏，带动用户讨论、购券与线下到

店行为的联动增长。项目上线后迅速登顶平台短剧榜单，实现内容热度、品牌好感与销售转化的多重提升，验证了 AI 与内容策划协同下，“兴趣驱动型营销”的可行路径。



在李锦记品牌焕新之际，蓝色光标以 AI 与内容创意相结合的方式，助力李锦记推出全球系列影片《70 万零 1 个餐桌》。项目以真实的海外中餐馆与华人故事为切口，通过影像记录中国味道在全球流动中的情感连接，将产品转化为文化记忆的载体。AI 技术在内容生成与影像呈现中的辅助应用，使创作效率与情感表达并行推进，帮助品牌在国际语境中建立起更具温度与深度的叙事方式。



针对年轻消费群体的媒介使用习惯，蓝色光标协同汉堡王与小米 OTT 平台，打造了以数据驱动为核心的整合营销方案。通过 OTT 大屏的精准触达能力，结合创意短视频与互动玩法，项目有效提升了品牌曝光与参与度，并联动线下门店与社交传播形成闭环。活动期间，品牌认知度与产品销量实现同步增长，展现了 AI 与大数据技术在跨屏营销场景中的实际应用价值。



在全新坦克 500 上市项目中，蓝色光标围绕“全场景智能豪华越野 SUV”的核心定位，依托 AI 驱动的达人营销能力，构建覆盖多平台的全周期传播体系，从产品价值、多元使用场景、智能豪华标签到市场表现等维度，系统化塑造品牌认知。通过 AI 选号与智能匹配机制，实现达人资源与目标人群的精准连接，并结合不同平台特性定制差异化内容表达；同时，借助 AI 平台实现传播策略、执行过程与效果反馈的全链路协同管理，分阶段推进品牌声量积累与转化突破。相关实践有效提升了营销效率与传播确定性，项目亦获得行业权威奖项认可，体现了 AI 技术在复杂营销场景中为客户创造实际商业价值的的能力。



作为新蓝标数字创意厂牌「蓝色多脑盒」的作品，《当风起时 (When the Wind Rises)》以“创意执念永不褪色”为内核，将每一个创意人比喻成一支“鸽子”，收集灵感、传达信息，在新的时代汇聚 AI 的智慧、数据和能量，走进“蓝色多脑盒”的灵感集成地，生生不息地滋养新视觉、新内容、新形式，最终汇成一股持续滋养品牌与行业生命之流。该作品不仅呈现了 AI 技术与视觉艺术融合的前沿探索，也展现了蓝色光标在 AIGC 语境下，将

技术转译为品牌表达、将抽象理念转化为情绪共鸣的创作能力。该作品斩获了 2025AI 广告品牌创新设计大赛案例类视频铜奖并入选 2025 大阪世博会 AI 艺术展。

## 星合·达芬奇：重塑达人营销的 AI 智能引擎

随着平台生态持续碎片化与内容竞争加剧，达人营销正从资源获取竞争转向智能决策能力竞争。围绕跨平台数据割裂、标签体系不统一及投后经验难以沉淀等行业痛点，公司基于星合新媒体 AI 营销平台推出达人营销 AI Agent——星合·达芬奇，通过多 Agent 协同架构重构传统“选号—投放—复盘”的线性流程。系统打通主流内容平台数据，建立统一标签体系，将粉丝规模、互动效率等硬指标与内容调性、品牌匹配度等策略维度纳入同一决策框架，实现自然语言驱动的智能选号与商业能力评估；同时通过策略 Agent、达人 Agent、项目管理 Agent 与投后分析 Agent 协同运作，完成竞品内容拆解、合作模式提炼与效果归因分析，使投放数据持续反哺策略优化，逐步形成品牌专属偏好图谱与策略资产库。

达芬奇并非简单调用模型推理能力，而是将公司多年达人投放实践中形成的选人逻辑、内容结构洞察与投放经验进行结构化沉淀，转化为可被智能体调用的策略底层能力，使达人营销从一次性项目执行升级为可复用、可进化的数字资产体系，增强业务的稳定性与长期复利能力。

## 技术驱动全球化 2.0 进阶，AI 与本地化构建可持续增长能力

在全球数字营销生态持续演进的背景下，蓝色光标积极引入海外优质媒体资源、广告技术平台与数据解决方案，持续提升中国市场在全球营销体系中的链接能力与技术水平。通过整合国际领先平台的创新能力与本地化服务体系，公司一方面为国际品牌进入中国市场提供合规、高效的本地化营销支持，推动全球资源在中国市场的有效落地与价值释放；另一方面依托全球合作网络与技术平台能力，协助中国品牌拓展海外市场，强化跨区域资源整合与精准触达能力。在此基础上，公司不断完善覆盖国内与海外市场的协同服务体系，构建更加开放、协同与可持续的双向市场链接机制，推动全球营销资源的高效配置与长期价值创造，为品牌在不同区域市场实现稳健发展提供体系化支持。

### 构建多元媒体生态网络，全球平台共振释放动能

2025 年，蓝色光标持续拓展流量边界，加速构建覆盖更广、韧性更强的全球媒体生态。在 Meta、Google、TikTok for Business 等核心平台持续深耕的同时，Amazon Ads、Moloco 等新兴渠道也实现高速增长。

长期互信与协同创新成为增长的重要引擎，2025 年蓝色光标迎来与 Meta 合作十周年的里程碑，也拓展 AppLovin、Uber Ads、Netflix 等 10 余家新媒体合作伙伴，新老伙伴并肩同行，媒体生态持续扩容与深化，蓝色光标正不断为品牌出海注入更强劲的平台动能。



在移动增长与效果营销领域，公司成为 AppLovin 大中华区电商官方一级代理，强化在全球移动应用及效果广告领域的技术协同能力；与 tvScientific 合作，完善 CTV 程序化投放能力，推动品牌在流媒体场景实现可量化增长；携手 impact.com，增强全球联盟与合作营销体系建设。

在内容与流媒体生态方面，公司拓展与 Netflix 等平台合作资源，强化高质量内容场景触达能力；依托 SmartNews 在资讯分发领域的优势，提升品牌在主流信息流环境中的曝光效率。



在电商与区域生态布局方面，公司与拉美领先电商平台 Mercado Libre 建立合作关系，并联动区域媒体集团资源，完善拉美市场营销基础设施布局。同时，公司整合东南亚及新兴市场的支付与本地生态资源，构建更完整的商业转化支持体系。

在移动生活场景营销领域，公司成为 Uber Ads 中国大陆区首家代理商，拓展出行、外卖、机场等高注意力场景入口，强化真实行为数据驱动的场景化营销能力。

通过持续拓展全球媒体与商业合作网络，公司逐步形成覆盖“内容触达—兴趣激发—场景转化—效果追踪”的全链路营销生态，为品牌全球化布局提供更加稳健的外部基础设施支持。

### 自建流量 + 技术驱动，迈入可持续出海新周期

从全球媒体生态拓展到 AI 驱动能力升级，公司正由“资源整合型服务商”向“AI 驱动的全球营销科技企业”转型。过去一年，蓝色光标持续加速构建自有流量生态和基于 AI 新范式构建的技术壁垒，以推动全球化业务实现以技术驱动的高质量增长。

其中，BlueX 海外程序化平台，与微博、Hungry Studio、九州等知名出海开发者建立长期稳定合作，流量覆盖全球 200+ 的国家和地区，Global Partnership Team 作为全球预算的桥头堡与价值支点，目前已深度扎根全球移动营销生态，实现了与全球头部广告预算的无缝对接，形成技术与服务协同驱动的发展模式。通过高效的流量分发与精细化运营，该平台不仅能有效解决出海开发者的变现痛点、实现平台与合作伙伴的共赢增长，也为公司出海业务的持续增长提供了更稳定的支撑。

BlueTurbo 云原生增长引擎，则是用 AI 重塑全球化流量竞价引擎，触达全域程序化流量，助力出海客户、海外客户的全球增长；同时，BlueTurbo DSP 与出海代理业务深度协同，用 AI 重构用户增长模型、创意模型、流量模型，使客户从海外平台上享受到更大增长空间，让 AI 成为未来十年平台增长的核心驱动。

可以预期的是，BlueX 的流量生态成熟与 BlueTurbo 的技术能力进阶，将形成出海业务“流量 + 技术”的双轮驱动格局，不断优化出海市场结构和毛利率结构，这也标志着蓝色光标出海业务正逐步迈入“技术驱动”的新发展周期。

### 全球化纵深布局，本地化能力构筑出海新支点

2025 年，蓝色光标的全球化 2.0 战略在“广度拓展”的同时迈向“深度扎根”。公司在巴西、印尼新设办公室，将本地化运营延伸至更多全球关键市场。目前，巴西公司已初步构建本土资源网络，与巴西旗手传媒集团达成合作，并成功助力美团、Realme 等品牌深入南美市场。

公司在东南亚布局同样成果显著，泰国公司获 TikTok 泰国官方广告代理商资质，服务辐射多国，构建了“资源本地化 + 全链路服务”的一体化出海支持体系，实现了从品牌传播、达人资源、媒介投放到资质合规的全流程能力打通；越南公司通过自建本地直播间，成功完成多个高净值商品的线上销售闭环，验证了本地化深耕的商业价值。从简单的广告投放到深度的本地化运营，蓝色光标正在成为中国品牌连接全球、扎根海外的重要桥梁。

### 深化 AI+xR 场景应用，赋能文旅数字化升级

随着 AI 与 XR 等技术持续演进并加速融入内容生态，文旅产业正迎来新一轮数字化转型机遇。2025 年，蓝色光标围绕 AI+xR 融合应用持续推进内容创新与场景落地，依托虚拟现实与沉浸式体验内容 IP 的开发能力，探索技术与文化场景深度结合的实施路径，推动多地文旅数字化项目稳步推进。

在实践中，公司整合创意策划、技术研发与场景运营资源，助力传统文旅空间实现体验升级与内容焕新，丰富游客互动方式与文化表达形式，增强文化内容的传播力与参与感。相关探索不仅拓展了文旅服务的数字化边界，也为区域文化资源的创新转化与产业升级提供了持续支持，推动文旅行业在数字技术驱动下实现更加多元与可持续发展。

### 数字文旅创新实践，构建“华夏漫游”文化遗产数字化传播体系

围绕文化遗产保护与创新传播的时代命题，蓝色光标持续探索数字技术与文旅内容的深度融合路径，重点打造以“华夏漫游”为核心的数字文旅创新实践，推动中华优秀传统文化在当代语境中的创造性转化与国际化传播。

“华夏漫游”是蓝色光标基于 AI 与 XR 技术构建的沉浸式数字文旅解决方案，依托虚拟现实、空间计算及 LBE 大空间探索等前沿技术，对中国重要文化遗产与历史场景进行数字化重构与叙事创新。项目以“可漫游、可交互、可感知”为核心体验逻辑，突破传统静态展陈与单向传播模式，让文化遗产从“被观看”走向“被亲历”，在数字空间中实现可持续传播。



以《华夏漫游之北京中轴线》为代表的系列内容，围绕国家级文化遗产开展系统化数字表达。项目通过高精度建模与沉浸式体验设计，引导观众穿越历史时空，理解中国古代城市规划智慧与中华文明的整体格局。在北京中轴线成功申遗一周年的重要节点，该项目相继落地中国考古博物馆、北京鼓楼等中轴线沿线文化地标，并通过海外巡展走进欧洲多国文化机构，形成“在地展示 + 国际传播”相结合的数字文旅实践路径。相关内容获得多家国内外主流媒体关注，成为以数字化手段讲好中国故事的典型案例。



在此基础上，“华夏漫游”进一步拓展至具有鲜明地域文化特征的历史文化 IP。其中，《华夏漫游之千年一序滕王阁》项目对唐代滕王阁及其文化语境进行沉浸式复原，并在文旅景区、行业大会及海外文化空间持续落地展示，实现从内容创作到场景运营的转化。相关项目先后亮相世界 VR 产业大会、数字中国建设峰会及海外文化交流活动，逐步形成可复制、可推广的数字文旅产品形态。



此外，蓝色光标还将数字文旅实践延伸至三国文化场景，《三国古道：千年奇遇剑门关》沉浸式 VR 项目通过高精度虚拟还原，将剑门关悠久的历史文化与前沿技术结合，游客可在数字空间中自由穿越千年前的古蜀道，体验诸葛亮羽扇化身的“剑门神鸟”引导下的历史事件。项目已亮相成都西博会与深圳文博会，并落地剑门关景区，形成“双城交响”的数字文旅展示模式。通过大空间追踪、互动叙事及数字代言人“关剑”，项目实现了文化的活化与年轻化表达，并面向全球开放版权与研学合作，为中国历史文化的传播与创新提供了生动示范。

通过持续实践，蓝色光标已初步构建起覆盖国家文化符号与地方文化遗产的数字文旅内容矩阵，并探索出一条“数字化创新表达—在地化场景落地—国际化轻资产传播”的发展路径。一方面，项目以技术创新激活文化遗产的当代价值，为文物保护、公共文化服务和文旅消费提供新形态补充；另一方面，通过沉浸式体验与互动叙事，增强不同文化背景受众对中华文明的理解与情感共鸣，推动文化传播从“单向输出”走向“多元互动”。

未来，蓝色光标将持续夯实 AI+xR 技术底座，完善“华夏漫游”数字文旅体系，在内容深度、技术应用与国际合作层面不断迭代升级，探索文化遗产数字化保护与传播的长效机制，助力中华文化在全球视野中实现更具生命力与持续性的传播。

#### 数字文旅生态共建：推动文化资源的系统化转化

在数字经济加速发展的背景下，蓝色光标持续拓展文旅领域的多元合作模式，围绕文化资源数字化转化、文旅产业协同发展与数字内容价值释放，积极参与地方文旅生态与数字文化基础设施建设，探索文旅融合发展的新路径。

报告期内，蓝色光标旗下相关业务板块与地方文旅机构、政府平台及数字内容生态方展开深度合作，聚焦红色文化、互联网文化及文旅 IP 数字化等方向，推动文化资源在数字语境下的系统化转化与创新表达。通过引入数字技术、内容策划与品牌运营能力，相关合作在文化传播广度、公众参与度及产业价值转化等方面取得积极进展。



在红色文旅领域，蓝色宇宙联合延安旅游（集团），携手数字艺术平台“唯一艺术”，成功推出以革命历史为背景的“延安小青马”数字藏品。这是红色文旅资源数字化创新的重要实践，为红色文旅 IP 的数字化发展树立了行业新标杆。蓝色光标参与推进红色文化资源的数字化开发与创新应用，通过沉浸式体验、数字内容与数字藏品等多元形式，探索红色文化在新时代背景下的传播路径与价值延展。未来双方还将围绕景区数字化升级、文创产品开发及品牌数字化建设等方向，推动文旅资源与数字经济深度融合，并探索红色文化在党建教育与文化培训领域的创新应用。



此外，蓝色光标与重庆红岩革命历史博物馆达成战略合作，共同启动以“红岩精神”为核心的沉浸式数字空间项目，探索“数字科技+红色文化+文旅融合”的创新实践。项目依托XR与AI等数字技术，通过互动叙事与电影化表达方式，对红色历史内容进行数字化重构，打造兼具文化传播与沉浸体验的数字文旅产品。该项目汇聚电影、文旅及学术领域专家参与内容创作与技术研讨，旨在以更具国际视野和年轻化表达的叙事方式，增强红色文化的传播力与吸引力。未来项目计划在重庆红岩景区落地，并结合沉浸式体验与线下文旅场景联动，推动游客文化体验升级，同时探索通过数字内容产品实现全国、全球巡展与多渠道传播，促进红色文化的数字化传播与文旅产业价值转化。

同时，集团积极探索文旅IP的数字化运营与商业模式创新，通过数字藏品、IP联动及平台合作等方式，拓展文化IP的表达边界与价值路径，推动文化内容在数字场景中的可持续传播与转化。

通过上述实践，蓝色光标逐步构建起以数字技术为支撑、以内容与生态为核心的文旅协同发展模式，为文化资源的长期保护、创新利用与产业化发展提供了可参考的实践经验。

## 02. 与客户同行，共筑跨文化生态

蓝色光标始终秉持与客户共践社会责任的发展理念，在全球化布局与本土化实践中不断创新突破。我们构建贯穿企业全生命周期的社会责任体系，从助力民族品牌出海、提升国际影响力，到开展特殊群体关爱行动、实施普惠公益项目，再到搭建专业化ESG战略咨询能力，将社会责任深度融入商业运营全链条。

2025年，公司与全球合作伙伴携手探索科技向善新路径，聚焦科技与社会责任的融合创新，为不同发展阶段的客户提供可落地、可实践的社会责任营销解决方案。相关实践在助力客户品牌价值提升的同时，更构建起商业价值与社会效益协同共生的可持续发展模式，持续为利益相关方创造长期共享价值。



作为中国白酒行业的重要文化符号，贵州茅台的国际化进程承载着中国品牌形象与文化传播的公共价值。自2013年起，蓝色光标持续为茅台提供覆盖品牌传播、国际公关与海外传播的系统性支持。在2025年茅台海外广告投放项目中，蓝色光标以全球市场洞察为基础，围绕跨文化理解与受众共鸣构建传播策略，将茅台所代表的酿造匠心与中国酒文化内涵，转化为符合当地语境的表达方式，推动品牌从单向输出走向双向理解。通过整合多国媒体资源与地标场景，相关传播在提升品牌国际认知度的同时，搭建起文化交流与情感连接的桥梁，助力中国民族品牌以更加审慎、包容与可持续的方式融入全球市场。这一实践也获得贵州茅台连续多次授予“优秀供应合作伙伴”的认可，体现了双方在推动中国品牌高质量“走出去”过程中的长期信任与责任共识。



在文旅与内容产业深度融合的背景下，蓝色光标通过品牌传播实践，助力公共文化价值的创新表达与区域文旅活力的释放。蓝色光标支持京东 3C 携手国产现象级游戏《黑神话：悟空》，围绕“天命人向西游”主题打造沉浸式旅行新体验，巧妙连接游戏文化、数字产品体验与山西在地文旅资源，推动年轻群体对传统文化与目的地价值的再认知。项目充分承接国产游戏 IP 热度与假期文旅高峰的叠加流量，在实现品牌传播与产品转化的同时，也为山西文旅注入新的传播动能，拓展了游戏文化参与公共文化传播的路径。该案例以创意内容激活文化场景、以商业传播反哺区域发展，展现了品牌营销在促进文化传播、丰富文旅体验及激发社会参与方面的积极作用，并获评 2025 长城奖 IP 营销铜奖。



蓝色光标持续关注青年群体与一线劳动者等社会群体的真实需求，通过具有公共情绪回应力的创意项目，推动品牌价值与社会价值的协同共振。2025 年毕业季，公司围绕“毕业去哪儿”的社会议题，为京东快递打造跨界整合营销项目，联动国民级 IP 和平精英，将毕业生面

对未来选择的情绪焦虑与“寄送行李”这一现实刚需场景相结合，通过品牌端、社交端与线下校园的三线联动，把原本低频、低关注度的快递服务转化为具有情感温度与参与感的公共话题表达。项目以“打包青春、奔赴未来”为情感主线，在强化“毕业寄行李，用京东快递”业务心智的同时，通过 TVC 内容表达、电竞赛事联动、校园落地活动及社交平台议题传播等多元形式，回应青年群体对未来去向、职业选择与人生阶段转换的普遍关切，使品牌沟通从功能诉求延展至陪伴与祝福的社会情绪层面。线下活动覆盖千余所高校并深度进校落地，配套赛事吸引大量学生参与，相关话题多次登上社交平台热榜，实现全网曝光 3.6 亿次以上，在品牌年轻化与商业转化取得成效的同时，也为毕业群体构建了一个表达焦虑、获得鼓励与彼此连接的公共场域。项目凭借兼具行业创新性与社会情绪回应力的综合表现，荣获麒麟国际创意奖 IP 营销类金奖并获得全场大奖提名。



新蓝标数字为佳能定制打造的短剧营销案例——「佳能 × 抖音防伪 dou 知道——首部反假冒公益古装喜剧《龙门镇风云》」，以品牌责任主张与年轻化内容形态深度融合为核心，通过轻喜剧短剧创新实现知识产权保护、反假冒公益议题的大众化传播与破圈触达，以数字营销创新赋能社会公共议题普及。该案例凭借创新的公益传播模式与出色的社会价值传递，斩获金鼠标数字营销大赛视频内容

营销类金奖，彰显了公司以专业营销能力助力品牌践行社会责任、推动商业价值与社会价值协同发展的 ESG 实践成果。

### 03. 携手多方共建，促进协同发展

作为营销科技领域的先行者，蓝色光标始终关注行业环境与技术变革的深层联动，在持续推进“All in AI”与“全球化 2.0”战略的同时，积极融入更加开放、多元的产业协作体系。围绕人工智能、内容创新、出海营销与全球市场拓展等关键议题，蓝色光标不断深化与平台方、技术伙伴、生态企业及行业机构的交流与合作，通过方法论共建、经验共享与实践联动，推动技术能力向行业价值的有效转化，与生态伙伴共同探索更加可持续、可复制的发展路径，持续为行业注入创新动能，推动营销生态向更加智能、开放与韧性的方向演进。

#### 深化行业交流，共享 AI 与出海实践经验



2025 年 1 月，蓝色光标旗下蓝标传媒亮相国际消费电子展（CES 2025），在这一全球科技与产业趋势的重要风向标上，系统展示公司在 AI 驱

动出海营销领域的阶段性成果。围绕 CES“AI 深度融入产业”的核心趋势，蓝标传媒以生成式 AI 与营销场景融合为切入点，呈现其在 AI Native 营销模式、全球化投放与技术平台建设方面的实践进展。依托全球化 2.0 战略，公司持续完善海外布局，并以 BlueAI 能力为核心，推动生成式 AI 在跨平台投放、内容生成与效果优化中的规模化应用。同时，蓝色光标正式启动海外平台业务探索，面向 AI 范式构建新型技术架构与业务模式。通过参与 CES 等国际顶级科技展会，蓝色光标在全球产业语境中深化对 AI 发展趋势的理解与对接，进一步强化其在 AI 赋能全球营销与数字服务领域的专业能力与国际影响力。



3 月 21 日，蓝色光标旗下蓝瀚互动联合 Pinterest 在深圳举办品牌出海主题交流活动，围绕视觉驱动内容时代下的全球化增长路径，与品牌方、电商企业及行业伙伴展开深入探讨。活动聚焦 Pinterest 以“搜索—发现—收藏”为核心的视觉生态优势，分享其在趋势洞察、计划型消费场景及 AI 驱动智能投放方面的实践经验，探讨如何通过高质量视觉内容激发用户灵感并推动转化。通过对平台趋势预测机制、智能广告产品及多元内容形式的系统性解析，蓝瀚互动进一步输出了面向海外市场的内容策略与投放方法论，为中国品牌在全球不同市场实现高效冷启动与长期增长提供了可借鉴的路径。



4月，蓝色光标旗下蓝瀚互动在广州举办短剧出海主题私享会，围绕短剧全球化趋势，系统探讨AI驱动内容生产与平台投放协同的新路径。活动聚焦“剧+投”一体化打法，从短剧投放模型、AIGC内容生产到平台端智能投放机制，分享了蓝瀚互动在海外短剧项目中的实战方法论与规模化经验。通过对AI批量化素材生成、三阶段投放模型及多市场本地化策略的拆解，活动进一步展示了AI在提升内容效率、放大投放效果与延长商业生命周期中的关键作用。



5月，第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会在深圳国际会展中心开幕。在这场中国文化产业领域规格最高、规模最大、最具实效和影响力的展会上，蓝色光标集团作为在文化出海方面具有代表性的企业受邀参展并出席了“创新项目与新品发布会”。在本次展会上，蓝色光标重点展示了出海业务资源、渠道及能力，并带来公司重点打造的“华

夏漫游”沉浸式漫游体验系列产品。



5月，蓝色光标旗下蓝瀚互动联合AppLovin主办「破浪·2025 | AI驱动力的电商增长新范式」出海闭门会，围绕AI如何重构跨境电商增长路径展开深入交流。会议聚焦AI投放、数据归因、支付体验与售后保障等关键环节，系统探讨了在隐私政策趋严与流量成本上升背景下，如何通过技术协同提升投放效率与转化确定性。通过整合全球平台资源与一线实战经验，蓝色光标分享了在AI驱动下实现全链路优化的实践路径，推动行业从单点投放向系统化、可复制的出海增长模式演进，助力中国品牌构建更稳健、可持续的全球化能力。



6月，中国广告协会（CAA）与MiQ在法国戛纳联合举办“数智赋能品牌出海”主题沙龙，蓝色光标CEO潘安民受邀出席并发表主题分享。围绕“AI代际变革下的全球化出海”，潘安民指出，AI与全球化构成营销行业“一体两翼”的双引擎组合，是开启新一轮行业黄金时代的关键机遇，但前提是摆脱对

传统路径的依赖，以 AI Native 的方式重构业务链路  
与组织能力。蓝色光标正以“AI+ 全球化 2.0”为核心  
战略，推动从代理模式向技术驱动、AI 驱动与海外  
本地化驱动转型，通过 AI 重塑内容生产、投放、洞  
察与人才体系，加速在各国完成本土办公室布局，  
并持续深化与全球主流媒体平台的合作。在圆桌讨  
论环节，蓝标传媒高级副总裁李姣进一步分享了 AI  
深度赋能全球化营销全链路的实践经验，强调管理  
层决心、组织共识与创意升级的重要性。

7 月，蓝色光标集团作为广告行业重点企业受  
邀参加国家市场监管总局副局长白清元主持的新时  
代广告产业高质量发展工作座谈会。围绕广告产业  
高质量发展，尤其是广告产业在服务区域特色品牌  
发展、服务中国品牌“走出去”等方面发挥的作用，  
为推动广告产业为提升供给质量、畅通经济循环建  
言献策。



8 月，蓝色光标集团正式在深圳前海设立大湾  
区业务总部。此次大湾区业务总部的设立，与公司  
申请在香港联交所主板挂牌上市形成战略协同，是  
蓝色光标深度融入粤港澳大湾区发展大局的重要举  
措。



9 月，蓝色光标集团党委书记、副总裁孔晶受  
邀参加第十九届国际服务贸易论坛并作专题发言，  
她重点介绍了蓝色光标在出海领域的成果，与受邀  
参会的国内外服务贸易领域政企主要领导人进行了  
交流。



9 月，蓝色光标旗下新蓝标数字受邀参与“AI+  
广告论坛”，围绕“AI 如何重构广告创意生态”这一行  
业前沿议题，与广告主、平台方及 AI 创作者展开交  
流。论坛期间，新蓝标数字 AI 创意平台负责人王辰  
昊结合公司在 AI 创意平台建设与商业实践中的探  
索，分享了 AI 在策略、数据、创意与媒介协同中的  
应用经验，强调通过系统化整合推动创意生产效率  
与内容质量的同步提升。围绕 AI 视频化、多模态发  
展趋势，新蓝标数字在 AI 与创意融合路径上的实践  
方法，为行业探索智能化创意生产模式、推动广告  
创意生态的持续演进提供了参考案例。



10月14日，蓝色光标旗下北京蓝色光标未来科技有限公司与乌镇人民政府签署合作协议，成为首批入驻乌镇互联网文化集聚区的企业之一，并参与该集聚区的整体规划、策划与产业生态建设。依托公司在数字科技、品牌营销及AI与XR应用等领域的技术与服务能力，蓝色光标将协助推动乌镇互联网文化集聚区在数字文化交流、创新业态孵化及沉浸式体验场景等方面的发展，探索文化、科技与商业融合的创新路径。项目计划围绕互联网体验消费、品牌发布活动、数字游民创作空间、AI+XR沉浸式体验及互联网人才培训等应用场景，构建多元化数字文化产业生态，为企业与创新人才提供开放共享的发展平台。



10月16日，蓝色光标亮相2025第十八届金投赏国际创意节，蓝色光标CEO潘安民带来《迈向AI智能之路》主题分享。结合蓝色光标在AI实践、

应用与组织迭代中的阶段性成果，潘安民系统阐述了营销行业在AI深度融合背景下的演进路径与窗口期判断。他指出，AI正在重塑营销从数据洞察、内容生成到投放与回收的全链路形态，行业正迈向以端到端自动化和“人机共生”为特征的智能驾驶时代。围绕AI Native基建、全自动化投放、多模态与视频生成、AI人才与原生组织创新等关键方向，蓝色光标正持续加大投入，探索以更高AI浓度、更少人力撬动更大规模与更复杂项目的可能性。潘安民强调，在AI代际变革加速到来的背景下，唯有以长期主义和高度包容的试错机制拥抱AI，才能构建真正的智能护城河，推动营销行业进入新一轮智能化与结构性升级阶段。



10月23日，蓝色光标旗下蓝瀚互动联合Teads、LoopMe与SHOPLINE，在深圳举办「AIxPremium Media：赋能中国出海品牌的全球影响力」高端出海私享会，围绕AI技术、高端媒体生态与独立站体系的协同，探讨中国品牌在全球市场构建长期影响力的有效路径。活动中，蓝瀚互动结合实际出海案例，系统分享了在碎片化媒介环境下，通过优质媒体场景建立品牌信任、以故事化内容沉淀品牌记忆，并借助AI动态优化与独立站能力完成转化与复购的整合营销方法论。



11月12日，第28届北京·香港经济合作研讨洽谈会上，蓝色光标与香港特别行政区政府投资推广署签署合作备忘录，成为大会签约的29个重点项目之一。此次合作标志着蓝色光标全球化战略再进一步，将依托中国香港的国际枢纽地位，加速港股IPO进程与海外业务布局。随着京港两地合作的深化与港股上市进程的推进，蓝色光标将通过资本与战略的双向联动，走向更广阔的全球市场，不仅进一步强化在AI应用、出海广告代理等领域的优势，更将加速蓝色光标从中国营销领军企业向全球营销科技企业的跨越，从而为更多数字科技类企业对接全球资本、实现全球化发展提供探索实践。



12月，蓝标传媒亮相第十届Marketing Summit 灵眸大赏。以“智启 | Rebooting the Future”为主题的大会在上海举行，汇聚消费、品牌、电商及新科技等多领域行业领军者。蓝标传媒越南及印尼公司总经理陈麒艳受邀发表主题演讲并参与

圆桌讨论，围绕中国品牌在东南亚市场如何构建长期信任与可持续增长展开分享。她结合蓝色光标全球化2.0实践，系统阐述了从坚定出海到深度本地化的路径探索，提出在信任稀缺的市场环境下，品牌需以尊重本地文化为前提，通过AI驱动的内容生产与本地团队协作，实现规模化、精细化的本土传播，并以持续一致的品牌沟通建立长期用户关系，推动中国品牌从流量竞争走向信任深耕与价值沉淀。

### 以赛促学，推动青年 AIGC 人才成长



蓝色光标高度重视青年人才在AI技术与内容创新中的作用，持续通过平台化机制推动青年力量与行业实践的深度连接。2024年5月，蓝色光标正式发起首届Young Blue Awards AIGC青年赛，面向在校大学生与青年人才，围绕老龄社会公益、非物质文化遗产保护以及Young Blue Awards品牌传播三大命题，鼓励参赛者以AI为核心工具，结合真实社会议题与营销场景展开创作实践。赛事共征集300余件AI营销作品，覆盖数字媒体艺术、广告、视觉传达、传播学、新媒体等多个学科方向，吸引来自中国传媒大学、中央美术学院、鲁迅美术学院、四川美术学院等34所高校参与，构建起校企协同、贴近行业需求的AI创作实践平台。



2025年3月，赛事获奖名单正式揭晓，共有41件作品从参赛作品中脱颖而出，获得等级奖、佳作奖及入围奖等荣誉。相关作品不仅展现了青年创作者在AI内容生产、创意表达与社会议题理解方面的综合能力，也体现了AI技术在公益关怀、文化传承与品牌表达中的应用潜力。7月，蓝色光标进一步推动优秀成果进入行业公共空间，将Young Blue Awards获奖作品以「青年×AI共创灵感集(AIFolio)」的形式，首次带入第八届全球授权展·上海站(LEC)全新设立的「AI数字专区」进行集中展示。通过线下展览的方式，青年AI创作者得以与品牌方、IP机构及行业从业者展开直接交流，探索AI内容从创作到产业协同的更多可能。

## 员工篇

### 关注员工成长与身心健康

- 01 践行多元、平等与共融的组织文化体系
- 02 以人才赋能增长，共享发展成果
- 03 构建可持续发展体系，激发职业成长内生动力
- 04 构建有温度的职场环境，成就可持续的未来

蓝色光标始终将员工视为企业可持续发展的核心驱动力。我们深知，公司的长期发展源于员工的专业投入与创造价值能力，而员工个人的成长同样依托于企业平台的持续赋能。基于这一认知，公司坚持“员工第一”的核心价值理念，致力于构建公平、公正、开放且充满活力的组织环境，使员工能够在尊重与信任的基础上发挥潜能，实现个人成长与组织发展的良性循环。

围绕让员工更幸福，让客户更满意的长期目标，公司持续完善人力资源管理体系，从薪酬福利优化、职业发展支持、能力提升机制以及身心健康保障等多个维度入手，构建系统化的人才发展生态。我们通过多元化培养路径与透明化管理机制，增强员工的归属感与获得感，推动组织活力与创新能力的持续提升。

## 01. 践行多元、平等与共融的组织文化体系

作为深度参与全球市场竞争的营销科技企业，蓝色光标持续推进国际化布局，在中国多个区域设有分支机构，并在北美、欧洲及亚太等地区建立稳固的业务网络。全球化运营模式使公司团队在文化背景、年龄结构、专业经验及行业认知等方面呈现出高度多样化特征。基于这一组织结构特点，公司将多元、平等与共融理念纳入企业文化建设的重要方向，致力于营造开放包容、机会公平的职场环境，鼓励不同观点的理性表达与充分交流，使多样性成为驱动创新能力与服务升级的重要基础，为客户提供更具洞察力与前瞻性的专业支持。

围绕多元与公平原则，公司建立并持续完善相关制度体系，在招聘选拔、岗位晋升、薪酬分配及

福利保障等关键环节推进标准化与透明化管理，确保各类人才在平等条件下获得发展机会。我们鼓励来自不同性别、年龄、民族及文化背景的优秀人才加入组织，尊重个体差异，支持员工持续成长与能力提升，激发潜能释放。通过构建更加包容与协同的组织环境，公司不断增强内部凝聚力与创新活力，为企业长期稳健发展及社会可持续进步奠定坚实的人才基础。

### 构建平等、包容、尊重、正向的职场环境

蓝色光标坚持以制度保障多元价值的充分表达。公司认为，每位员工都是独立且独特的个体，在文化背景、成长经历、性别认同与价值观等方面存在差异。正是这种差异构成了组织创新的重要源泉。因此，公司在组织治理层面系统推进公平、包容、尊重与正向文化建设，通过制度规范与管理实践相结合，持续夯实健康、稳定、可持续的人才发展环境。

**平等：**公司在招聘录用、薪酬激励、人才培养及职级晋升等关键环节建立规范化流程，强化信息透明与标准一致，杜绝任何形式的歧视行为，确保员工在平等条件下获得发展机会。公司长期坚持性别平等与民族平等原则，营造安全、公正、合规的工作环境。

**包容：**公司依法保障女性员工的合法权益，并在符合法律法规前提下，为符合条件的残障人士提供必要的工作支持与合理便利，持续优化工作环境，使不同背景与能力的员工均能在公平环境中实现职业发展。

**尊重：**作为以专业服务与智力创造为核心的企业，公司尊重员工的个性表达与创新意识，鼓励多样化思维与工作方式，提升团队协作效率与创造能力。同时，公司提供系统化、具备市场竞争力的培训与发展资源，支持员工持续提升专业技能与综合素质，以适应行业环境的快速变化。

**正向：**公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》及相关法律法规，并通过持续修订完善《蓝色光标集团总部员工手册》等内部制度文件，明确行为规范与责任边界，落实“零容忍”管理原则，坚决反对任何形式的性骚扰、歧视或攻击性行为，包括基于宗教、种族、性别、性取向、年龄、国籍或身体状况等因素的侵害，切实维护员工合法权益，构建公平、公正、友善的组织氛围。

同时，鉴于营销行业工作节奏较快、员工整体年轻化的特点，公司高度重视心理健康管理，建立员工心理支持机制，提供心理测评与专业咨询服务，涵盖压力管理、情绪调节、人际沟通及家庭支持等领域，帮助员工在高强度环境下保持积极稳定的心理状态，推动组织文化的长期健康发展。

### 建立开放透明的内部沟通与协作机制

蓝色光标持续完善内部沟通体系建设，将开放沟通与协同合作纳入组织治理的重要组成部分。公司通过构建多层次、多渠道的信息交流平台，鼓励员工表达意见与建议，推动跨部门、跨业务单元之间的高效协作，减少组织壁垒，提升决策透明度与执行效率。通过制度化沟通机制与文化引导相结合，公司不断增强组织信任基础与团队协同能力，为业务创新与人才成长创造良好环境。

为强化战略共识与信息共享，公司定期组织管理层内部交流会议，包括AD大会、经营管理会议等，围绕公司战略规划、业务发展重点与管理优化等议题进行系统研讨，帮助各层级员工深入理解企业发展方向。其中，AD大会作为年度内部管理交流活动，汇聚各业务单元管理人员进行专题分享与经验复盘，相关内容同步上线内部学习平台BlueWow，支持员工持续学习与知识沉淀，推动经验在组织内的有效传承与复用。

在内部日常信息披露方面，公司通过内部办公系统、电子邮件及公告渠道及时发布经营动态与重要决策信息，保障信息传递的及时性与透明度。高层管理团队持续进行《每周一讲》内部分享，围绕战略解读、文化建设及核心价值观进行系统阐述，增强员工对企业愿景与发展路径的理解与认同。同时，公司鼓励各级管理者与员工保持常态化沟通，员工可通过直属上级或人力资源部门反馈意见与建议，进一步优化组织运行机制，促进包容协作的组织文化建设，为公司稳健、可持续发展提供有力支撑。

## 02. 以人才赋能增长，共享发展成果

蓝色光标始终将人才视为推动企业持续创新与稳健发展的核心。公司深知，具备专业能力与创新意识的人才队伍，是实现战略目标与提升组织竞争力的重要基础。为此，公司围绕人才吸引、培养与保留建立系统化支持体系，在招聘渠道拓展、薪酬福利优化及职业发展路径设计等方面持续完善机制建设，构建更加科学、透明且具有市场竞争力的人才管理框架。通过多维度赋能与长期发展支持，公司帮助员工实现专业能力提升与职业进阶，推动个人成长与企业发展的协同共进。

### 拓展多元化人才引进渠道

规范、合法的用工管理是企业稳健运营与可持续发展的重要保障。蓝色光标高度重视劳动合规与员工权益保护，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，并通过持续完善《员工手册》及配套管理制度，明确用工标准与行为规范，确保公开、公平、公正的

用工原则在招聘、管理与员工关系各环节得到有效落实，为构建稳定有序的劳动关系奠定制度基础。

在人才引进方面，公司建立多渠道、多层次的人才获取机制，形成结构合理的人才储备体系。通过实习生培养计划为组织注入新生力量，依托校园招聘体系完善青年人才梯队建设，同时通过社会招聘引入具备成熟经验的专业人才，并结合员工推荐机制拓宽人才来源渠道。公司持续优化岗位匹配与能力评估机制，提升人岗适配度，促进人才价值发挥与企业需求的有效衔接。

在用工管理过程中，公司坚持依法合规原则，坚决杜绝童工和强迫劳动行为，严格禁止基于国籍、地区、种族、性别、怀孕状况等因素的歧视现象，确保员工在招聘、晋升及福利保障等方面享有平等权利。公司持续加强劳动合同管理与合规审查，规范用工流程，切实维护员工合法权益，推动建立稳定、和谐的劳动关系环境，使员工能够在合规、安全的制度保障下安心发展。

同时，公司积极推进校企合作机制建设，设立大学生实习实践基地，为青年人才提供专业实践与能力提升平台。通过定期组织接待重点合作院校师生来访交流，加强产学互动与人才培养对接，持续优化人才培养路径，为行业发展储备优质后备力量。

### 构建人才激励与发展体系

蓝色光标始终将人才视为企业持续成长与创新发展的核心。为吸引并留住具备专业能力与创新思维的营销人才，公司持续优化薪酬福利与职业发展体系建设，在收入保障、晋升通道与长期激励等方面构建系统化支持机制，推动员工与企业实现协同发展与价值共享。

在薪酬管理方面，公司综合考虑岗位价值、员工能力、绩效表现等内部因素，并结合市场薪酬水平与生活成本变化等外部环境因素进行动态评估与

与调整，确保薪酬体系兼顾内部公平性与外部竞争力。同时，公司建立中长期激励机制，通过股票、期权等方式，将核心人才与企业长期发展目标深度绑定，鼓励员工与公司共同成长、共享发展成果。

在**绩效管理**方面，公司建立规范化、周期性的绩效评估机制，每年开展两次绩效考核，形成“目标制定—过程回顾—结果评估”的闭环管理体系。通过年初目标设定、年中绩效沟通及年末综合评估，促进管理层与员工围绕工作目标、执行进展及能力提升进行持续交流。绩效评估结果与薪酬调整、岗位流动、晋升发展等环节相衔接，强化绩效导向与责任意识，支持员工进行长期职业规划。同时，公司设立绩效申诉机制，员工如对评估结果存在异议，可在规定时间内提交申诉材料，保障评估过程的公正性与透明度。

在**组织能力建设**方面，自“All in AI”战略推进以来，公司积极推动AI在业务与管理场景中的深度应用，逐步形成以AI应用能力为导向的人才发展机制。AI能力已纳入人才培养、晋升及薪酬调整等管理考量因素，公司建立以AI能力为重要评价维度的人才晋升体系，强化对具备AI应用与创新能力人才的识别与培养。未来，公司将持续优化管理团队结构，提升具备AI专业能力与AI Native思维管理者的比例，并赋予其关键业务决策职责。同时，公司打破单一资历导向的人才选拔路径，为具备创新意识与实践能力的AI人才提供更为广阔的发展空间，推动组织结构持续优化与能力升级。

### 完善多层次福利保障体系

蓝色光标关注员工的身心健康与生活质量，持续完善多层次福利保障体系，在合规基础上提供具有市场竞争力的补充福利安排，帮助员工降低生活与健康风险，提升整体幸福感与归属感，支持员工在稳定环境中专注职业发展。

在**健康保障**方面，公司为员工依法缴纳基本医疗保险，并提供补充型商业保险保障，构建多层次医疗保障体系。同时，公司组织年度健康体检，提供员工心理援助计划（EAP）、就医协助服务及健康知识普及活动，关注员工身体与心理双重健康需求，减轻突发风险带来的经济与精神压力。

在**多元福利支持**方面，公司结合员工实际需求，提供涵盖通勤、餐饮、办公及生活场景的多项支持措施，包括早晚免费班车、早餐保障、健身房与淋浴设施、母婴室、生日关怀、餐费及通讯补助、燃油及停车补贴、办公设备补助、加班晚餐与交通费用报销、节日礼品及特色食堂等，通过完善的配套设施与补贴机制，提升员工日常工作体验。

在**工作与生活平衡**方面，公司在落实国家法定节假日制度基础上，提供带薪年假、婚假、丧假、产假及陪产假、病伤假、工伤假、事假及亲弹性假等多类型假期安排。同时，公司结合行业特点，设置弹性调休安排及特色关怀假期（如“郁闷”假），帮助员工调节工作节奏、缓解压力。为支持员工春节期间与家人团聚，公司在国家春节法定假期基础上额外安排带薪春节假期，进一步增强员工归属感与家庭支持保障。

## 03. 构建可持续发展体系，激发职业成长内生动力

蓝色光标始终将人才发展视为企业长期发展的核心，围绕战略目标持续完善人才引进、培养、晋升与激励机制，构建系统化的人才发展体系。公司以组织能力建设为导向，持续优化内部流动与人才吸纳机制，提升人才结构的适配度与稳定性，为业务创新与战略升级提供坚实的人才保障。

在人才培养方面，公司重视管理能力与专业能力的提升，通过分层分类的培养体系，持续打造兼具行业视野与实战能力的管理者队伍与专业人才梯队。多元化学习资源与实践机会相结合，鼓励员工在专业深耕的同时积极参与行业交流与创新实践，推动个人成长与行业进步协同发展。

蓝色光标的员工队伍整体呈现年轻化与高活力特征，为公司“All in AI”战略在应用层面的落地与创新提供了持续动力。同时，近 10% 的员工在公司服务超过十年，他们在长期实践中沉淀的专业经验与文化认同，为组织稳定与价值观传承发挥着重要支撑作用。

公司持续完善以绩效结果与能力发展并重的评价机制，通过量化考核体系与多元激励措施相结合，强化价值创造导向，确保员工在参与企业成长的过程中，能够共享发展成果，实现个人与组织的长期共赢。

## 打造公平开放的人才成长环境

公司构建多通道职业发展体系，鼓励员工在纵向晋升与横向拓展之间形成良性循环。依据岗位属性与能力模型，公司将职级体系划分为管理类、业务类、专业类及职能类等不同序列，并在客户服务、创意等方向设置细分发展路径，提升职业发展结构的科学性与透明度。

员工可结合自身优势与职业规划，进行跨序列探索与能力延展，在多元场景中积累经验、拓宽视野。同时，公司明确各层级能力要求与晋升标准，支持员工从执行岗位逐步成长为核心管理者与业务负责人，形成清晰、可预期的成长路径。

蓝色光标致力于打造公平、开放、透明的组织环境，让每一位员工都能在稳定、有序的机制保障下持续提升专业价值，推动个人成长、组织升级与行业进步形成正向循环。

## 建设 AI 与全球化人才发展体系

围绕“All In AI”与“全球化 2.0”两大战略方向，蓝色光标精心打造了一套从校招生到资深管理者的覆盖全层级的人才培养体系，学习内容涵盖价值塑造、通用职能、AI 与营销专业能力、领导力与经营力等核心能力等。通过线上学习平台与线下培训相结合的方式，确保员工能随时便捷地获取 AI 营销创新应用、全球市场趋势及最新实战案例等前沿内容，并促成员工与 AI 领域专家、全球业务精英进行深度交流。公司不断强化员工对 AI 技术应用与全球化业务趋势的理解，为战略落地提供持续、稳定的人才支撑。

### 高潜人才项目

蓝色光标基于不同发展阶段与角色需求，设计多元化、定制化的培养路径，通过系统学习与真实业务场景相结合的方式，为高潜员工提供充分的实战训练平台，持续夯实综合能力，助力其在关键岗位上快速成长。

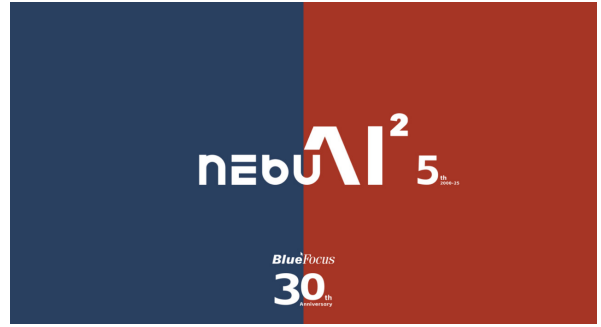
### 百一计划

作为集团管理精英加速计划，“百一计划”始终聚焦中高层管理人才的系统培养。项目名意为“百里挑一”，引导学员深入理解集团“All in AI”与“全球化 2.0”战略，在 AI 能力、专业能力、领导力与经营力四个维度实现全面进阶。自 2016 年启动以来，“百一计划”已累计培养近 200 位优秀管理者，成为蓝色光标构建学习型组织的重要支点。2025 届“百一计划”于 11 月正式启航，共 24 人参与，新一届学员将在导师与前辈的引领下，成长为推动组织 AI 变革的中坚力量。



### NEBU (NEW BLUE PROGRAM)

NEBU是面向全集团打造的新型人才培养项目。项目已完成两次迭代升级，形成由NEBU TED与IPP (Individual Passion Project) 构成的双模块体系。TED单元以通识探索为核心，周期性开展系统学习；IPP则紧密围绕公司AI战略目标，以实际工作问题为导向，通过AI完成任务与解决方案。该项目着重培养学员的深度思考能力与AI认知、应用水平，推动思辨力与实践力的协同提升。该项目2025年共开展3期，每期12人。



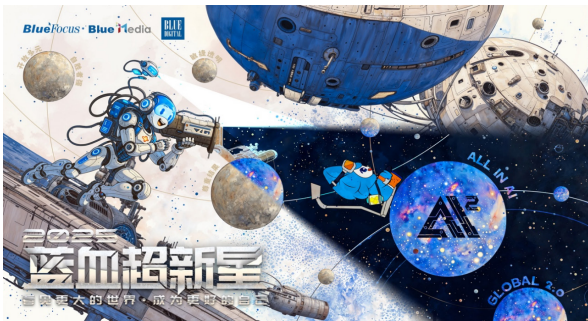
### 蓝色种子

蓝色种子是为高潜经理层员工，在AI与全球化2.0战略背景下将AI思维与应用能力、领导力、业务专业力紧密结合的人才项目。项目通过参与公司内部管理会议、领导力发展工作坊及跨业务协作，帮助学员全面理解公司战略与业务布局；同时引入AI专家交流与AI创新项目实践，引导学员将AI思维深度融入管理与业务中，逐步成长为未来业务发展的核心力量。2025年项目共开展3次，单次35人。



### 蓝血超新星

蓝血超新星是蓝色光标集团内部面向应届毕业生，系统化培养青年人才的重要途径。项目通过职业向、专业向与业务向课程体系，并结合拓展训练、提案PK等实践环节，帮助新人完成从校园到职场的角色转变，在一年周期内逐步建立对行业、公司及岗位的深度认知，构建清晰、可持续的成长路径。2025年蓝血超新星共开展4次，单次参加43人。



### 全球化管培生

项目成员为对全球化、AI和营销有热情，且与蓝色光标价值观匹配的2025届优秀应届生。项目紧密贴合“全球化2.0”与“All in AI”战略，选拔具备国际视野与AI素养的优秀应届生，开展为期两年的培养与实战并行计划，旨在打造既理解全球市场，又具备AI能力与营销专业力的新一代青年管理者，为集团国际化业务发展储备核心人才。

### 实用领导力

该项目面向“新经理人”，系统强化初级管理者在角色转变、团队管理与人才识别方面的关键能力，帮助其更快适应管理岗位要求。

#### 课程一《MRT—经理层级角色转身》

了解管理者在组织内领导力转型的六个发展阶段，建立从个人贡献者到初级管理者角色转变的深入认知，启发管理者进行团队管理的基本意识，明确管理者的核心责任，以及从共建目标、委任授权、辅导和激励四个方向提升管理者技能。

### 课程二《慧眼识人—招聘与面试技巧》

了解面试的基本方法，以具体的案例讲述从面试前期准备、面试中如何提问到面试后的注意事项，详细介绍结构化行为面试的过程、方法和技巧，从而提升面试选拔的准确度，提升面试官的面试能力。

#### 通用力公开课

通力公开课是面向公司全员的系列课程，以专员及初级经理为重点人群，围绕沟通、时间管理与压力管理等核心通用能力，系统提升员工的职业素养与工作效率，为个人长期发展打下坚实基础。

#### 课程一《让沟通更有成效》

帮助学员系统性地提升沟通效率与质量。课程从有效倾听、精准表达和情绪感知三个维度入手，引导学员学习并应用结构化表达（如金字塔原理）来清晰有力地阐述观点，并运用非暴力沟通模型来建立信任、化解冲突，让每一次沟通都成为增进理解与协作的桥梁。

#### 课程二《时间管理》

旨在引导学员掌握高效能人士的时间管理心法，告别“瞎忙”和拖延。课程将详细拆解经典的时间管理矩阵，帮助学员慧眼识别要务，真正做到“要事第一”；并讲授实用的4D工作法（执行 Do、授权 Delegate、延迟 Defer、舍弃 Drop），帮助学员建立清爽高效的工作流，成为自己时间的主人。

#### 课程三《压力管理》

旨在帮助学员科学地认识和管理压力，提升心理韧性，将压力转化为动力。课程将引导学员探索个人压力的核心来源，学习识别身体与情绪发出的压力信号；并提供一系列行之有效的压力舒缓与化解方法（如正念练习、认知重塑等），从而以更积极、健康的心态迎接工作与生活的挑战。

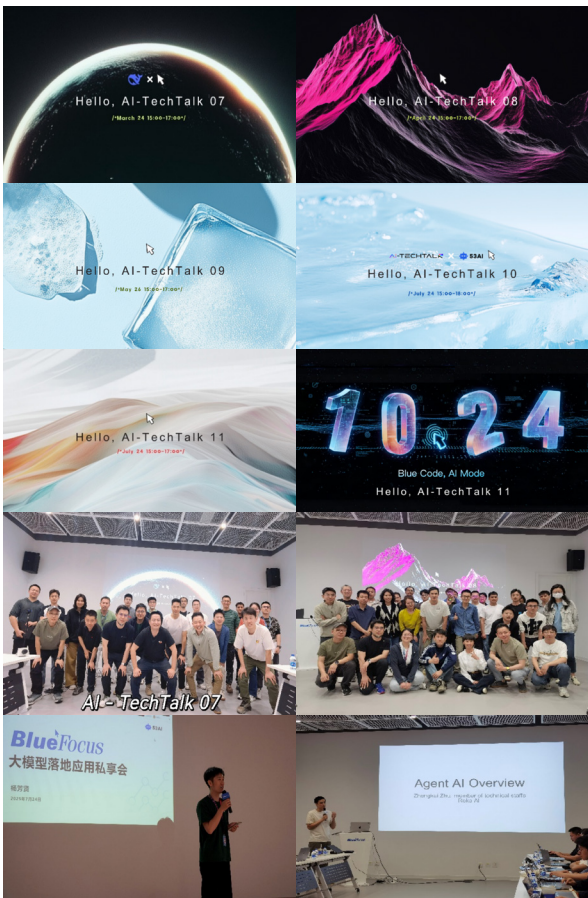
围绕“AI First”战略，蓝色光标学习与发展模块紧密结合业务场景，制定系统化赋能方案与可落地的行动计划，持续提升全员 AI 能力与数字素养。公司将业务一线的先进 AI 实践进行课程化沉淀，构建覆盖关键岗位的 AI 赋能体系，推动组织能力与战略目标同频共振。通过系统萃取各业务线标杆 AI 实践者的能力模型与实战方法论，聚焦“工具应用—业务场景—价值产出”的完整闭环，与业务团队共创开发高实用性、强场景化的 AI 系列课程，确保学习成果能够直接转化为实际生产力。2025 年，公司共开发 AI 相关课程 23 门，累计培训参与达 2536 人次。

在具体实施层面，“AI 小课”围绕真实业务需求与痛点展开，细分为 Agent 搭建、文本生成、视觉创作、视频制作、数据分析及 AI 工具应用六大系列，通过强化实操训练，帮助员工解决实际工作中的操作与效率问题；“AI Corner”则作为蓝学苑定期开展的内部分享机制，聚焦公司 AI 成功案例与内部技术平台应用，围绕 BlueAI、内容宇宙 AI 平台、星合新媒体 AI 营销平台等，系统分享工具方法与最佳实践，帮助员工更高效地掌握内部 AI 能力，加速技术理解与业务应用的融合。



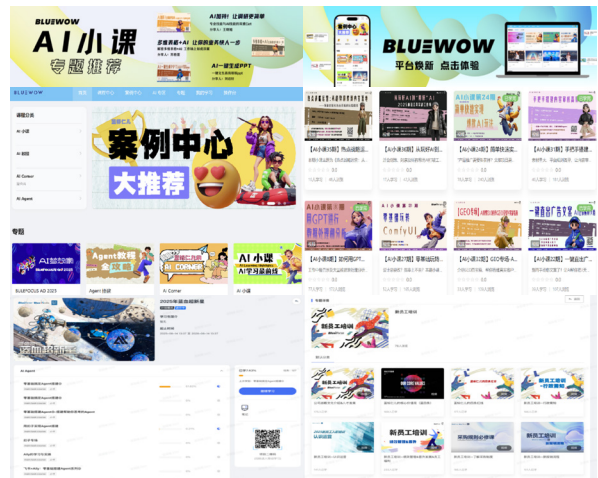
### AI TechTalk 项目

该项目是蓝色光标面向内部产研、技术与数据团队打造的技术交流平台，旨在通过持续的专业分享与跨界对话，支持员工在人工智能领域的能力提升与视野拓展。项目秉持“持续向外看”的理念，邀请内外部技术专家围绕 AI 前沿趋势与实际业务问题展开交流，既关注可落地的技术解决方案，也鼓励对具备长期变革潜力的新技术进行探索。通过跨部门协作与技术视角的不断拓展，AI TechTalk 助力员工将技术认知转化为产品创新与商业实践能力，持续夯实公司的技术文化基础。2025 年，该项目共开展 6 期技术分享活动，累计参与 305 人次，为员工的专业成长与组织的长期创新能力建设提供了有力支撑。



### BlueWow 数字化学习平台

该平台是蓝色光标面向全体员工建设的智能化学习体系，旨在系统性支撑不同岗位的专业能力发展与持续成长。平台整合 AI 知识专区、专题课程与内部经典案例库，覆盖 AI 实战、专业技能提升、新员工培养及职业素养等核心内容，为员工提供一体化学习支持。依托“案例中心”“课程中心”与“AI 专区”三大模块，BlueWow 沉淀了 500 余门内部精选课程，帮助员工在生成式 AI 应用、前沿技术理解与实战经验学习之间建立清晰路径，提升学习效率，减少信息冗余。2025 年初，BlueWow 平台焕新上线，围绕 7 个课程类别与 19 个学习专题进行精细化建设，上线以来全员累计学习时长超过 2000 小时，并广泛应用于新员工培训、校招生培养等多元场景，持续夯实员工能力成长。



### AI 菜谱大赛

为持续推动员工能力提升与数字化素养建设，公司创新推出“AI 菜谱大赛”人才培养项目，将日常工作中可复用、可迁移的经验进行模块化沉淀，并结合 AIGC 工具进行系统化梳理与优化，形成可在多元业务场景中参考应用的“AI 菜谱”，有效促进知识共享与工作提效。

2025 年，公司围绕 AI Agent、AI 工具使用、AI 场景应用及 AI 提效四大方向开展赛事，全面激发

员工对 AI 技术的学习与实践热情。其中，AI Agent 类作品占比达 37.04%，新入职员工提交作品占比达 64%，项目在新人培养与快速融入方面成效突出。同时，员工对公司内部 AI 工具的认可度持续提升，基于 BlueAI 及内容宇宙平台产出的作品占比达四分之一。公司同步搭建飞书菜谱知识库，累计沉淀优质菜谱 721 篇，并通过知识平台持续推广，访问量已超过十万次，逐步构建起以实践驱动、共享赋能的人才培养与知识管理体系。



## 04. 构建有温度的职场环境，成就可持续的未来

蓝色光标始终将员工视为企业可持续发展的重要力量。在快节奏的工作环境中，公司通过多元化的员工活动与关怀举措，营造轻松、包容且富有温度的工作氛围，帮助员工平衡工作与生活，增强幸福感与认同感，为员工的稳定成长与长期发展创造良好条件。

## 营造安全健康的工作环境

蓝色光标严格遵循国家安全生产相关法律法规，将安全理念贯穿企业运营管理全过程，通过制度建设、培训赋能与应急能力提升等多维举措，持续完善安全管理体系，为员工营造安全、稳定、健康的工作环境。

公司持续加强员工安全意识与应急能力建设，定期组织安全知识培训，涵盖消防安全、办公用电安全以及基础急救知识等内容，通过理论讲解与实践操作相结合的形式，帮助员工系统掌握应急处置技能，提高面对突发事件时的自救互救能力。2025年，公司进一步深化员工应急能力建设，联合红十字会开展多场急救技能专项培训，系统提升员工应对突发健康事件的能力。3月，公司开展“AI 心行动”AED 急救技能取证培训，员工系统学习心肺复苏（CPR）及自动体外除颤仪（AED）的使用方法，并通过专业考核获得红十字会认证急救证书，具备在紧急情况下迅速开展生命救援的能力。6月，公司继续开展创伤急救技能专项培训，围绕创伤救护、伤口包扎及骨折初期处理等内容进行系统教学，进一步完善员工急救技能体系。





此外，在11月“消防安全月”期间，公司以“全民消防，生命至上”为主题组织开展消防安全培训与互动式教学活动，通过电气火灾成因演示、烟头起火试验、智能消火栓使用训练系统、3D隐患排查、电动车起火模拟演示以及灭火器实操训练等形式，让员工在实践中掌握火灾预防、应急处置及逃生技能，进一步提升整体消防安全意识与应急能力。



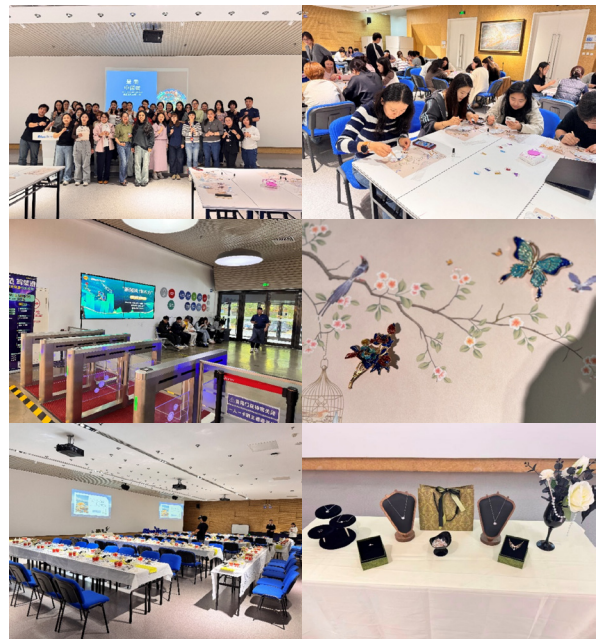
通过持续完善安全管理机制并加强员工安全教育，蓝色光标不断夯实企业安全管理基础，推动形成人人关注安全、共同维护安全的组织氛围，为员工打造更加可靠、健康的工作环境。

## 丰富社团活动与节日福利

公司围绕员工身心健康与多元需求，持续开展形式丰富、内容多样的员工活动，全方位传递对员工的关怀与支持。在健康关怀方面，组织开展急救AED培训，系统普及专业急救知识与操作技能，提升员工应对突发状况的应急能力，为员工生命健康构建基础保障。

在文化与生活关怀层面，公司通过美食制作、手工包制作、珍珠饰品制作、景泰蓝饰品制作及妆造体验等活动，为员工提供轻松、有温度的参与场景，帮助大家动手实践与互动交流中释放工作压力、丰富精神生活、增强团队凝聚力。

围绕传统节日关怀，端午期间开展手工艾草锤、龙舟制作等特色活动，将传统文化体验融入员工日常，营造富有仪式感与文化认同的节日氛围。2025年，公司员工活动累计参与达1000余人次，在丰富员工生活的同时，持续增强员工的归属感与幸福感。



**BlueFocus**

### 珍珠采蚌 巧制珍饰

珍珠胸针  
珍珠项链  
珍珠戒指

活动时间：7月10号（星期四）11:30-13:30  
活动地点：C9多功能厅  
活动人数：50人

快来一起扫码参加酒吧吧

**BlueFocus**

### 爱你这件事 “包”在我身上

【匠心筑梦-手作包包】

活动时间：（仅限填报其中一场）  
4月24日 11:30-13:30  
4月28日 11:30-13:30

活动地点：多功能厅

快来“报名”进行报名

本次活动由嘉仙桥街道总工会主办

**BlueFocus**

### “执笔勾勒千面美 匠心雕琢一人妆”

活动时间：10月16日（星期四）13:30-15:00  
活动地点：C9多功能厅  
活动人数：限40人

打造你的专属妆容

**端午游园会**

“粽”情游戏 x “粽”享手作

5月29日 星期四  
11:30-13:30  
C9多功能厅

此外，公司的徒步、瑜伽、艺术、羽毛球等多个员工社团，持续丰富员工业余生活选择。各大社团定期组织开展形式多样的活动，充分满足员工的多元兴趣需求。艺术社团将书法、油画、手工等艺术形式融入日常，为员工提供感受艺术魅力、激发创意灵感的空间；徒步社团带领大家走出办公室，在自然风光中释放压力，收获宁静与愉悦。所有活动面向全体员工开放，大家因共同的兴趣相聚，在轻松的氛围中收获友谊、释放激情，感受生活的美好。



### 搭建在线福利积分平台

小蓝 MALL 作为公司面向员工的内部积分福利平台，打通了员工参与企业活动与福利获取的通道。员工可通过参与公司各类活动、赛事及公益项目等途径获取积分，并在平台兑换卡券、实物、活动名额及 AI 产品等多元化福利资源，有效增强员工的参与感和获得感。

在运营层面，小蓝 MALL 每月策划开展主题活动，覆盖全球员工群体，通过线上线下联动形式，组织 520 线下互动活动、618 全员线上兑换、蔬菜游园会及积分感恩礼包等特色项目，整体参与度高，持续强化员工与平台之间的互动连接。

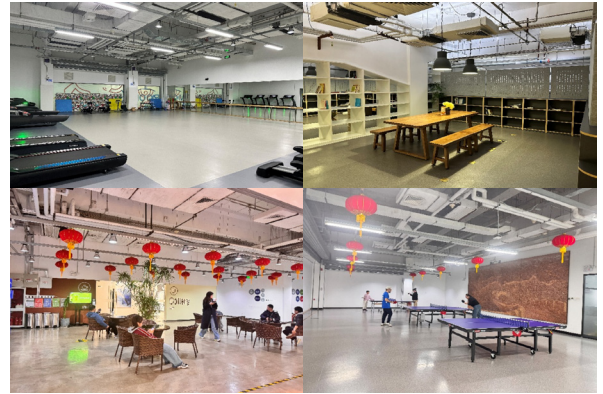
在此基础上，公司将 AI 能力融入福利与激励体系。平台内 AI 相关产品兑换占比达 10%，同时公司对员工在日常工作中的 AI 应用行为给予激励，2025 年相关激励投入达 4.27 万元，进一步推动员工提升数字化工具应用能力。



### 打造多元友好的工作与关怀空间

在丰富员工社团与文化活动的基礎上，蓝色光标进一步从办公空间与基础设施层面完善员工支持体系，通过对工作环境的持续优化，为员工提供更具功能性与舒适度的日常办公体验，助力员工保持良好的工作状态与生活平衡。

公司在办公区域内配置健身房、淋浴间、母婴室、图书馆等多元功能空间，覆盖运动健康、生活便利与学习成长等多个维度，满足员工在不同工作节奏与人生阶段的实际需求。



此外，公司持续完善员工学习与阅读环境，打造“蓝小鲸”图书借阅平台及图书角，图书涵盖历史政治、法律法规、营销管理等九大类别。2025 年新增图书 163 册，目前藏书总量达 1400 余册，并结合业务发展方向与员工学习需求持续更新，助力员工实现长期能力提升与自我成长。

# ESG

## 环境篇

### 践行可持续环境理念

- 01 完善环境治理机制，持续推进绿色管理
- 02 推进绿色办公，助力低碳运营
- 03 践行低碳生活理念，倡导绿色文明风尚
- 04 积极参与公益，彰显企业责任

作为一家营销科技企业，蓝色光标在持续为客户创造价值、推动业务增长的同时，始终将可持续发展理念融入企业运营之中，积极践行环境保护责任，珍惜自然资源，助力社会向更加绿色、环保的方向发展。过去一年，公司持续推进绿色办公，通过优化办公空间布局、提升能源使用效率等举措，有效减少碳排放，降低运营对环境的影响。

在推进绿色运营的同时，公司也将环保理念融入员工的日常工作与行为习惯之中。在出行方面，公司倡导绿色通勤方式，并提供通勤班车以减少交通碳排放；在办公管理方面，公司严格落实垃圾分类制度，提高资源回收利用率；同时，公司积极推动无纸化办公，通过电子邮件、线上审批系统及电子投屏等方式减少纸张使用，在提升办公效率的同时减少资源浪费，以实际行动推动可持续环境理念在企业内部落地。

### 01. 完善环境治理机制，持续推进绿色管理

依据国家相关法规要求，并结合公司运营实际，蓝色光标持续推进环境管理体系建设，不断完善内部环境管理制度。在日常运营中，公司积极探索并实施多样化节能举措，推广使用节能设备与产品，扎实落实节能减排相关工作。同时，通过多种形式加强员工环保意识的培养，引导员工在工作和生活中践行绿色理念，助力企业实现长期可持续发展。

## 02. 推进绿色办公，助力低碳运营

蓝色光标始终坚持绿色发展理念，在日常运营中持续推进绿色办公与低碳管理，通过不断优化办公环境和提升能源使用效率，积极落实多项环保举措。公司通过打造更加生态友好的办公空间、升级智能照明系统、优化能源设备配置，并推广绿色健康饮水方式等措施，有效降低了能源消耗与碳排放水平，减少资源浪费。同时，这些举措也进一步提升了办公环境的舒适度，为员工营造更加健康、可持续的工作空间。

### 全面推进文件与合同电子化管理，减少纸张资源消耗

为提升运营效率和减少纸张使用，公司自 2022 年起持续推进信息化电子档案体系建设，通过数字化方式对企业各类数据进行存储与管理，有效替代传统纸质档案管理模式。在此过程中，公司重点优化财务和文档流程管理方式，减少纸质文件的产生，从源头降低纸张和相关能源消耗。

同时，电子化档案在仓储检索方面更加便捷，关联搜索、自动高效等功能，能够快速、准确地获取所需信息，大幅提升工作效率。电子档案管理还有效降低了纸质档案在仓储、整理和维护过程中所需的人力、物力和财务成本，并在一定程度上提升了档案的风险与安全性，促进了信息共享与流转。整体来看，该过程不仅优化了公司内部管理模式，也对推动绿色办公和企业可持续发展发挥了积极作用。

北京总部及分子公司打印机统计情况

年份	耗材费用（万元）	纸张数量	重量（吨）
2021 年	35.5	6446290	28.13
2022 年	30.5	5538739	24.18
2023 年	29.9	5441850	23.75
2024 年	28.5	5185018	22.63
2025 年	22.8	4154308	18.13

注：该绩效表的数据口径为北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司（含总部及部分子公司）

### 升级虚拟化与超融合平台，提升系统安全与运维效率

近年来，公司持续深化 IT 基础设施优化升级，引入虚拟化与超融合技术，对原有物理服务器资源进行系统性整合，构建统一的信息化管理平台，同步建设灾备体系，全面提升系统运行的稳定性、灵活性与安全性。

在资源整合方面，公司通过虚拟化与超融合架构，将原有 153 台物理服务器精简至 18 台承载单元，显著提升资源利用效率，有效压降硬件投入与运维成本。依托统一管理平台，公司实现运维流程的标准化与自动化，简化日常管理，增强系统运行稳定性，并大幅提升故障响应效率。

在安全韧性方面，公司部署本地灾备平台，系统恢复能力持续增强，恢复时间明显缩短，为员工提供更加

稳定、可靠的服务体验。与此同时，公司同步推进节能减排举措，通过无纸化办公、能源使用优化等技术手段，持续压降 IT 设施运行过程中的碳排放，以技术升级助力绿色低碳发展。

### 财务共享中心以数字化管理，推动绿色运营

2024 年，公司财务共享中心正式上线并投入运营。一年来，共享中心以系统化、规范化为方向，推动经营管理模式全面升级。依托平台优势，公司重构业财流程架构，搭建覆盖全流程的数字化管控体系，在环境效益、运营效率与治理能力三个维度实现协同提升，运营首年即展现出显著的战略价值。

在环境层面，共享中心通过电子档案管理与无纸化流程应用，有效压降纸质单据使用量，降低印刷及相关能耗，推动绿色办公从理念走向实践。在运营层面，通过业务流程标准化与集中化管理，显著提升处理效率，缩短流转周期，实现资源利用效率的持续优化。在治理层面，通过优化员工流程管理与规范操作路径，进一步强化内部控制机制，系统性地降低财务风险，提升企业治理水平。

财务共享中心不仅夯实了公司的管理根基，更以数字化手段将绿色理念深度嵌入企业运营全过程。运营一年多来，共享中心已成为推动公司智慧化、低碳化转型的重要引擎，为长期可持续发展提供了坚实支撑。

### 打造绿色办公空间，营造健康生态环境

在推动企业绿色发展的同时，公司也高度关注员工的身心健康，通过打造生态化办公空间，为员工营造更加自然、舒适的工作环境。公司在办公区域内规划设置鱼池景观与绿植体系，目前整体绿化覆盖面积约占办公面积的 10%，有效提升了办公环境的生态氛围。

鱼池的设计与运营紧密结合企业绿色发展理念，通过水循环系统在一定程度上调节室内湿度，使办公环境更加舒适宜人。为确保水质清澈稳定，公司聘请专业团队对鱼池进行日常维护，包括定期喂养与清洁管理，并通过先进的净化过滤技术减少化学药剂使用，在保持水体自然健康的同时降低环境负担。同时，鱼池周边配备节能 LED 照明系统，在提升景观观赏性的同时优化公共区域照明效果。



在绿植建设方面，公司持续推进绿色办公环境打造。2024年办公区域绿植数量已超过1500株，2025年新增两处绿植景观区域，并引入樱桃树等果木植物，使办公区域绿植总量提升至1700余株。这些植物不仅为办公空间增添生机，也通过光合作用持续释放氧气、吸收二氧化碳，在净化室内空气、改善环境质量方面发挥积极作用，为员工营造清新宜人的工作氛围。

此外，公司三层露天休闲平台也成为员工亲近自然的重要空间。平台种植应季蔬菜，并搭配葡萄、石榴、杏树等果树，形成层次丰富的生态景观。员工在工作之余可在此放松身心、感受自然变化，在四季更迭中体验自然与收获的乐趣。



## 推进节能设施升级，提升能源使用效率

### 照明系统节能升级，倡导绿色办公行为

为进一步提升能源使用效率、降低运营能耗，公司持续推进办公楼节能设备升级与能源管理优化。自2015年起，公司逐步对大厦原有荧光灯进行节能改造，全面升级为高效节能LED灯，累计更换灯具超过7800盏。升级后的LED灯符合国家相关标准，显色性好、使用寿命约为传统荧光灯的两

倍，有效减少灯具更换频次和维护成本，同时产生的热能更低、能源转换效率更高，显著降低电力消耗。

在持续推进硬件升级的同时，公司始终倡导绿色办公理念，鼓励员工养成“人走灯灭、人走屏熄”等节能习惯，及时关闭照明设备或调低电脑屏幕亮度，通过日常行为管理进一步提升能源利用效率。

### 优化能源设备管理，降低能耗与排放

在能源设备管理方面，公司办公楼在建设初期配置了两台直燃机作为大厦冷热源设备。随着设备长期运行，其燃烧效率逐渐下降。为响应国家节能减排政策，公司于2019年对两台老旧直燃机设备进行了更换，并同步对楼内空调管线及滤网进行全面清洗与维护。该举措不仅有效提升了办公区域的制冷与供暖效果，也降低了设备运行负荷，从而进一步减少能源消耗。此外，公司每年委托专业机构对直燃机设备开展氮氧化物排放检测，确保相关排放指标持续符合国家环保标准。

在空气环境管理方面，针对办公楼内部结构复杂的特点，公司在原有排风系统基础上增设新风系统，并定期更换系统滤芯，以保障室内空气的高效流通。该系统具备远程智能控制功能，可根据实际办公需求科学调整运行时间，并依据空气质量情况自动调节运行频率，在持续提供新鲜空气的同时避免设备长时间运行带来的能源浪费。经专业检测，新风系统通过多级过滤网进行物理过滤，不会产生有害物质，既符合节能环保理念，也为员工提供了更加健康、舒适的办公环境。

### 优化饮水设施管理，提升水资源利用效率

为减少传统饮水方式带来的能源消耗与塑料废弃物问题，公司引入多台直饮水设备，为员工提供便捷、安全的饮水服务。传统桶装水在生产、运输及更换过程中消耗较多能源，且易产生塑料包装废

弃物。相比之下，直饮机通过先进过滤技术对水源进行净化处理，有效去除杂质及重金属，使废水溶解性总固体稳定控制在 30PPM 以下，在提升水质安全性的同时提高了水资源利用效率。

直饮机采用封闭式供水结构，有效避免传统桶装饮水机在储水和更换过程中可能产生的二次污染风险，为员工提供更加卫生、安全的饮水环境。公司安排定期对直饮机进行维护，并按周期更换过滤滤芯，确保设备长期稳定运行，通过规范化的维护管理进一步延长设备寿命，降低设备损耗。

注：PPM 是水的硬度单位，表明 1 升水中溶有多少毫克溶解性总固体，1PPM 代表水中含有的溶解性总固体含量为 1 毫克 / 升。

### 03. 践行低碳理念，倡导绿色文明风尚

#### 科学规划班车，倡导低碳出行

秉持绿色低碳的出行理念，公司积极响应环保号召，倡导员工践行可持续的生活方式。基于对员工出行需求的深入调研，公司科学规划并开通通勤班车，有效减少员工使用私家车出行的频次，从而降低汽车尾气排放，减轻环境压力。同时，通过优化班车线路与发车时间，公司不仅提升了员工通勤效率，也降低了资源浪费。2025 年度，公司共运营 9 辆班车，覆盖 8 条线路，累计服务员工达 85,053 人次；11 月，园区新增直达就近两座地铁站的短线接驳班车，月均服务员工超过 1,900 人次，实现了高效、便捷与低碳出行的结合。

#### 优化就餐体验，减少食物浪费

2024 年，餐厅完成全面装修，面积扩大至 1400 平方米，就餐席位增至 453 个。凭借美味的菜品与便捷舒适的用餐环境，餐厅有效减少了员工对外卖的依赖，大幅降低一次性包装、一次性筷子等一次性物品的使用。

在硬件升级基础上，餐厅持续优化软性服务。2025 年，餐厅创新设立“心愿墙”互动平台，员工可随时写下想吃的菜品及用餐建议，餐厅根据反馈动态调整菜品和服务，精准匹配员工口味需求。同时，餐厅注重人文关怀，端午节期间为周边外卖骑手送上粽子，传递温暖与敬意。

在环保与节约方面，餐厅多措并举：一层推出自选称重菜，倡导员工按需取餐，杜绝浪费；持续开展“光盘行动”及垃圾分类宣传。2025 年，餐厅日均就餐人数从 500 人提升至 800 余人次，全年厨余垃圾总量为 1050 桶，实现了环保、节约与高效服务的有机结合。



#### 打造数字化展示窗口，推动节能低碳宣传

为降低传统宣传方式带来的纸张消耗与能源浪费，同时提升信息传播的吸引力与触达效率，公司在大厦各入口及多功能厅外墙部署电子显示屏，构建起灵活、高效、绿色的数字化宣传阵地。

这些电子屏集信息展示与节能管理于一体，不仅能够动态呈现公司资讯、访客欢迎词、垃圾分类指引、安全知识及各类业务信息，有效替代纸质海报的印刷与投放，还通过科学设置开关时间，将设备能耗控制在最低水平，实现传播效能与环境友好的统筹兼顾。

在持续运营中，电子屏的应用场景不断拓展，内容更新更加灵活。2025年，电子屏全年投放次数由2024年的180次提升至192次，在扩大信息覆盖面的同时，进一步压降了纸质宣传品的消耗。

### 持续推进垃圾分类，共建绿色办公文化

自2017年以来，公司持续推进办公区垃圾分类工作，历经八年坚持，已将其从一项管理举措内化为日常办公的自觉行动。通过多渠道宣传与常态化引导，公司鼓励员工从身边小事做起，将环保理念融入日常工作生活，共同营造绿色、清洁、可持续发展的办公环境。

在执行层面，公司严格对照相关标准，对工作区产生的生活垃圾进行分类收集、运输与处置，确保环保举措落地见效。长期的坚持与实践，不仅提升了全员环保意识与责任感，更推动了绿色文明的深度养成。2021年，公司凭借扎实的垃圾分类工作成效，荣获“北京市生活垃圾分类示范商务楼”称号。

与此同时，公司持续优化办公场景中的绿色细节。自2020年起，大厦卫生间卫生用纸全面更换为高品质环保生活用纸，采用新型木浆材质，可水冲降解，有效减少二次污染。在资源节约方面，全年大盘纸用量由2024年的680箱进一步下降至2025年的600箱，持续彰显公司在资源节约与环境保护方面的务实成效。

## 04. 积极参与公益，彰显企业责任

### 参与公益救助，支持灾后重建

2025年11月，香港大埔宏福苑发生严重火灾，造成较大人员和财产损失。蓝色光标持续关注灾情进展，在香港投资推广署驻京办和中联办的协助下向大埔宏福苑援助基金捐赠100万港元，用于支持受灾居民的紧急安置、生活物资补给、医疗救助及后续善后等工作。蓝色光标通过实际行动为受灾群体提供力所能及的支持，与社会各界共同助力灾区居民尽快恢复正常生活、推进家园重建。

### 参与“久久公益节”，为爱捐步助力乡村儿童阅读行动



蓝色光标积极响应腾讯“久久公益节”倡议，于2025年9月至11月期间联合“满天星童书乐捐”项目，发起“为爱一块走”公益捐步活动。公司通过倡导员工参与微信运动步数捐赠，将日常健康行为转化为公益资源，6000步起兑换相应公益金，并通过蓝色光标随机配捐机制进一步放大公益价值。该项目聚焦乡村儿童阅读发展，通过捐赠优质图书、改善阅读环境、提升阅读品质等方式，助力乡村地区教育资源均衡发展。活动以低门槛、高参与的形式，激发员工广泛参与公益实践，将企业社会责任融入日常生活场景，以实际行动支持乡村儿童的阅读梦想与成长发展。



### 倡导绿色行动，推动低碳实践

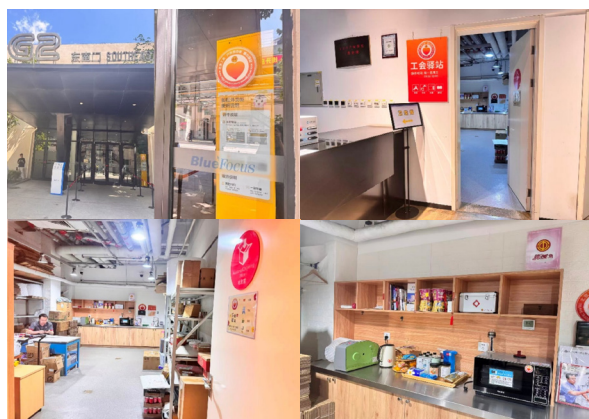
蓝色光标持续将绿色发展理念融入企业文化与公益实践之中，积极响应生态文明建设与“双碳”目标要求，通过组织化、常态化的环保行动，提升员工环境保护意识，推动低碳理念在企业内部落地生根。

2025年3月，蓝公益联合酒仙桥街道团委，在北京市怀柔区组织开展“种下明日的绿”公益植树活动。活动吸引公司员工及家属约百人参与，“蓝朋友校友会”成员亦积极加入，以实际行动践行绿色责任。活动现场由专业人员进行植树技术讲解与示范，参与人员分组协作完成植树、浇灌等环节，在亲身参与中加深对生态保护及人与自然和谐共生理念的理解。此次植树活动不仅提升了员工的环保参与度，也进一步增强了组织凝聚力与社会责任意识。



除集中性公益活动外，公司持续推动绿色办公与资源循环利用实践，陆续开展旧物置换、衣物回收、办公室垃圾分类等环保行动，引导员工践行低碳生活方式，减少资源浪费与环境负担。通过多元化的环保倡导与实际行动，公司不断强化内部环保文化建设，推动形成全员参与、持续改进的绿色发展氛围。

同时，蓝色光标将关怀视角延伸至更广泛的社会群体，于2018年设立“蓝标暖心驿站”，对外开放服务快递员、外卖骑手、出租车司机、环卫工人等户外劳动者，提供休息、饮水、热饭、手机充电与阅读等基础保障，切实回应城市一线劳动者的现实需要。该项目因其长期稳定运营与显著社会价值，于2023年获评“北京最美工会户外劳动者服务站点”，并于2024年进一步获评“全国最美工会户外劳动者服务站点”，成为公司履行社会责任、参与基层关怀的代表性实践。



# ESG

## ESG 绩效表

---

01 经济绩效

02 社会绩效

03 环境绩效

## 经济绩效

### 经济绩效表

指标	2024 年	2025 年
营业收入 (元)	60,796,916,156.95	68,692,672,430.48
归属于上市公司股东的净利润 (元)	-290,675,602.27	224,665,777.93
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	271,730,362.01
经营活动产生的现金流量净额 (元)	89,667,486.85	631,571,513.56
资产总额 (元)	22,371,124,234.60	25,139,551,030.28
纳税总额 (含港澳台地区) (亿元)	2.10	2.57

### 研发投入绩效表

	2024 年	2025 年
研发人员数量 (人)	278	292
研发人员数量占比	12.03%	12.01%
研发投入金额 (元)	53,935,118.45	95,208,404.07

## 社会绩效

员工雇佣绩效表

指标		单位	2025 年
员工总数		人	2,431
按性别划分	男性	人	775
	女性	人	1,656
按学历划分	本科以下	人	281
	本科		1,711
	研究生及以上学历		439
按年龄组划分	<30 岁	人	1,202
	30 至 50 岁	人	1,207
	>50 岁	人	22
按雇佣形式划分	全职劳动合同制	人	2,431
	全职劳务派遣制	人	0
按职级划分	基层	人	2,092
	中级管理层	人	288
	高级管理层	人	51
少数民族 / 少数族裔员工比例		%	5%
残障员工比例		%	1.16%
高级管理层男性员工比例		%	65%
高级管理层女性员工比例		%	35%
劳动合同签订率		%	100
社会保险覆盖率		%	100
全年人均带薪休假天数		天	5-20 天不等
歧视、骚扰相关举报事件的数量		件	0

## 员工健康与安全绩效表

指标	单位	2025 年
员工体检覆盖率	%	100
享受员工医疗保障计划的员工覆盖率	%	100
工伤发生次数	次	4

## 员工培训与发展绩效表

指标	单位	2025 年
员工培训覆盖率	%	100
员工接受培训总小时数	小时	18,208
员工接受培训平均小时数	小时	7.49
定期接受绩效与职业发展评估员工覆盖率	%	100

## 公益慈善与志愿服务绩效表

指标	单位	2025 年
对外捐赠总投入	元	3,439,537.50
员工无偿志愿服务时长	小时	7680
员工志愿者	人次	106

## 环境绩效

环境绩效表

指标	单位	2024 年	2025 年
<b>办公用水用电汇总</b>			
办公用水量	吨	30,435	28,089
办公用水成本	万元	28.91	26.66
办公用电量	千瓦时	2,257,980	2,220,229
办公用电成本	万元	187.45	180.37
<b>直燃机用水用电汇总</b>			
直燃机用水量	吨	3,620	4,094
直燃机用水成本	万元	3.44	3.89
直燃机用电量	千瓦时	207,420	228,320
直燃机用电成本	万元	17.21	18.52
<b>打印机耗材汇总</b>			
耗纸量	吨	23.75	18.13
耗材费用	万元	28.5	22.8

注：该绩效表的数据口径为北京蓝色光标数据科技股份有限公司母公司（含总部及部分子公司）