

北京蓝色光标数据科技股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

报告期内，北京蓝色光标数据科技股份有限公司（以下简称“公司”）全体董事严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规以及《公司章程》的规定，严格执行股东大会各项决议，积极推进董事会各项决议实施，恪尽职守、勤勉尽责，为董事会科学决策和规范运作做了大量富有成效的工作，有效地保障了公司和全体股东的利益。现将公司 2020 年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司整体发展情况

（一）主要财务指标情况

	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

（二）公司经营情况

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。

（三）公司管理方面

报告期内，公司严格按照《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》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规和中国证监会有关法律法规等的要求，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。截至报告期末，公司整体运作规范，实际状况符合《上市公司治理准则》和《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》的要求。

1、关于股东和股东大会

公司股东按照《公司章程》的规定按其所持有股份享有平等地位，并承担相应义务。公司严格按照《上市公司股东大会规则》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等规定和要求，规范地召集、召开股东大会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东大会提供便利，开通网络投票方式参与股东大会，使其充分行使股东权利。

2、关于公司控股股东与实际控制人

公司控股股东及实际控制人按照《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创

业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》等规定和要求，严格规范自己的行为，不存在超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营活动的行为，未损害公司及其他股东的利益，不存在控股股东占用公司资金的现象。公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东及实际控制人，公司董事会、监事会和内部机构均独立运作。

3、关于董事和董事会

公司董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，董事会的人数及人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。各位董事能够依据《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司董事会议事规则》、《公司独立董事工作制度》等工作开展，出席公司董事会，列席公司股东大会，勤勉尽责地履行职责和义务，同时积极参加相关培训，熟悉相关法律法规。

4、关于监事和监事会

公司监事会设监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，监事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求。各位监事能够按照《公司监事会议事规则》的要求，认真履行自己的职责，对公司重大交易、关联交易、财务状况以及董事、高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督。

5、关于绩效评价与激励约束机制

公司董事会下设薪酬与考核委员会，研究和审查董事、监事和高级管理人员考核的标准和薪酬政策与方案，进行考核并提出建议；组织和拟定中长期激励计划等。同时，公司建立和实施绩效管理制度，旨在促进上下级就工作目标、进展、结果和个人能力提升进行持续沟通，以公司年度考勤周期为一个绩效年度，分为年初工作目标制定、年中绩效回顾和年末绩效评估。公司也将进一步完善公正、透明的绩效评价标准和激励约束机制，高级管理人员的聘任公开、透明，符合法律法规的规定。

6、内部审计制度的建立与执行情况

公司董事会下设审计委员会，主要负责公司内部、外部审计的沟通、监督、会议组织和核查工作。审计委员会下设内审部为日常办事机构，公司上市后，内审部积极运作，按照上市公司的要求完善了部门职能和人员安排，审计部对公司

内部控制制度的建立和实施、公司财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督。

7、关于信息披露与透明度

公司严格按照有关法律法规以及《公司信息披露管理制度》、《公司投资者关系管理制度》等的要求，真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息；并指定公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料；并指定《证券时报》、《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等的机会获得信息。

8、关于相关利益者

公司充分尊重和维护相关利益者的合法权益，实现股东、员工、社会等各方利益的协调平衡，共同推动公司持续、健康的发展。

9、关于投资者关系管理工作

公司一直重视投资者关系管理工作，不断学习先进的投资者关系管理经验，致力于构建与投资者的良好互动关系，树立公司在资本市场的良好形象。指定董事会秘书作为投资者关系管理负责人，安排专人作好投资者来访接待工作，并作好各次接待的资料存档工作。

二、公司未来发展与展望

（一）所处行业发展趋势

1、国家政策指引

在世界互联网大会·互联网发展论坛上，习主席指出，“当今世界，新一轮科技革命和产业变革方兴未艾，带动数字技术快速发展。新冠肺炎疫情发生以来，远程医疗、在线教育、共享平台、协同办公等得到广泛应用，互联网对促进各国经济复苏、保障社会运行、推动国际抗疫合作发挥了重要作用。”与此同时，世界互联网大会组委会发布《世界互联网发展报告2020》与《中国互联网发展报告2020》蓝皮书。立足全球视野，以新冠肺炎疫情全球蔓延、国际格局深刻演变为时代背景，《世界互联网发展报告2020》聚焦全球互联网发展实践新技术、新应用、新发展、新问题。蓝皮书秉持“四项原则”“五点主张”，面对单边主义、保护主义、虚假信息、网络犯罪、网络安全、数字鸿沟等全球性问题，强调携手构建

网络空间命运共同体的重要性和紧迫性。《中国互联网发展报告2020》以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导，忠实记录中国互联网发展历程，充分展示中国网信领域所取得的一系列新进展新成就。报告突出展现互联网在应对新冠肺炎疫情冲击、推动复工复产复学、保障人民生活、加快经济复苏增长等方面发挥的重要作用。

2、出海业务

2020年11月，《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》中指出：要充分运用5G、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、大数据等现代信息技术开拓国际市场，培育新形势下参与国际合作和竞争新优势，实现外贸创新发展。根据蓝色光标在《2019-2020中国品牌海外传播报告》中所阐述，就中国品牌的海外传播而言，数字营销的发展趋势不可逆转，社交媒体已经成为海外消费者获取中国品牌信息的最主要渠道之一。随着新的媒体传播平台和数据分析工具的普及，中国品牌客户对出海广告的需要与投入逐年增加，这些品牌客户可以通过更多渠道手段和形式与海外消费者进行互动，因而出海业务代理商对中国品牌海外传播有着直接赋能的作用。

公司的出海业务快速增长，主要帮助广告主以多种形式的广告投向全球媒体，同时也包括东南亚国家以及“一带一路”沿线国家。“一带一路”沿线国家覆盖了多个新一轮市场增长引擎，战略性地提早进入市场可最大程度的帮助广告主树立长远品牌优势，给品牌成长创造充足可能性。与此同时，借助不同的媒体传播渠道，中国品牌在新型市场的存在感与可见度稳步提升。

3、短视频业务

根据CNNIC发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国网络视频用户规模达9.27亿，较2020年3月增长7633万，占网民整体的93.7%。其中短视频用户规模为8.73亿，较2020年3月增长1.00亿，占网民整体的88.3%。

公司通过多维度进行策略分析，实现符合用户偏好的内容呈现，筛选出可有效触达的应用渠道，配以不同营销场景，最终实现阶段性的分层转化。同时迎合用户高频使用场景，拓宽其产品选择空间，在营销信息呈现与用户消费习惯培养上实现用户转化与消费转化，使用户加深对营销内容的印象，提高用户对品牌的

感知强度。公司预计短视频业务将成为公司第二条过百亿的产业线。

4、SaaS平台业务

艾瑞咨询在《2020年中国企业级SaaS行业研究报告》中的阐述：新冠疫情加快了市场教育进程：受新冠疫情影响，传统的线下零售、餐饮、采购等活动受阻，企业对零售电商、协同办公、CRM、数字化采购等领域SaaS产品的需求显著增加，带动部分小微企业初步涉足SaaS产品的尝试，市场教育取得进展。企业级SaaS市场将保持较快速的增长：2019年中国企业级SaaS市场规模为362.1亿元，同比增长48.7%。2020年新冠疫情影响了宏观经济增速，但线下转线上、远程办公等需求反而成为SaaS发展的助推力，预计2020年企业级SaaS市场仍将保持可观增速，到2022年市场规模将突破千亿元。公司推出的“蓝标在线—SaaS营销平台”是蓝色光标服务与SaaS平台模式的结合。其实质核心：是营销服务线上化。其目标是扩大客户服务范围和市场渗透率，为更多中小客户和下沉客户提供服务。

艾瑞咨询在《2019中国企业级SaaS行业报告》中对中国企业级SaaS的客群结构描述为：小微企业需求标准化，中型企业行业化，大型企业定制化。蓝标在线是集合蓝标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。[营销大脑]从方案层面汇集了600余位蓝标内外部营销专家针对30余个营销场景的5大营销诉求拆解的标准化营销动作。[开放平台]从工具维度聚合了蓝标内外部营销资源、工具、能力，辅助方案落地执行，帮助企业打通线上营销全链路。[小蓝顾问]则通过全年陪伴式服务为企业提供专家式营销咨询。蓝标在线致力于成为千万企业数字化营销助手，用“科学营销体系+数字化工具”陪伴企业奔跑于产业数字化新赛道，让企业站在蓝标肩膀上做营销。

5、唤醒业务

根据CNNIC数据，2016-2020年中国网民规模及移动网民规模逐年增长。截至2020年12月，中国互联网用户达9.89亿，网民渗透率达70.4%；移动网民规模为9.86亿，移动网民渗透率达70.2%。艾瑞咨询在《中国互联网服务典型细分行业广告主营销策略研究报告》中指出，高渗透率为网服行业的发展提供了良好的基础，用户端消费需求呈现多样化，促进网络服务行业供给端的生态不断丰富。同时，

面临线上用户增长空间收窄，互联网流量运营由增量竞争转为存量竞争，网络服务行业的存量运营成为重中之重。根据艾瑞mUserTracker数据显示，移动端APP的年度月均独立设备数在近年间的增速放缓，从2017-2018年15.8%的增长率，下降到2019-2020年的仅2.5%。智能手机出货量的下降与移动端APP独立设备数增长的放缓，进一步体现出我国移动互联网新用户增长难度的提升，提升存量用户的活跃度对于网服行业的未来发展价值凸显。

面对国内移动互联网用户增长见顶，公司依靠多年的数据技术沉淀与专业的广告营销服务能力，推出激活存量用户的“唤醒服务”，以帮助广告主挖掘并提升存量用户的商业价值。通过对广告主与其自身用户的相处模式、互动形式与交互内容的洞察，利用用户属性与消费行为进行数据分析，剖析广告主投放偏好，最终搭建数据营销模型。有的放矢，高效触达，帮助广告主对其自身存量用户进行深度营销。

（二）公司未来战略

精耕现有全案推广和全案广告业务，通过全链路营销，体现整合优势和规模优势；深化营销智能化战略，融合策略、创意、服务+数据、技术、产品能力，帮助客户提升营销效率的同时，构建服务和产品壁垒，不断提升公司毛利率；拥抱国际化浪潮和品牌化机遇，帮助中国企业建立品牌资产和走出去；通过Saas化产品，融合“技术+创意”优势拓展中小企业市场。

（三）公司可能面临的风险

1、市场竞争加剧风险

营销传播服务行业为智力服务行业，其具有人才密集、行业集中度低、轻资产等特点。该行业市场准入门槛不高，尤其在互联网广告领域数字媒体的大量涌现，利用技术实现高效的传播方式为可遇见的主流业态，行业竞争不断加剧。基于当前面临的风险，公司顺应行业发展趋势，持续提升自身营销科技服务能力，立足于客户需求实现公司进一步打开服务维度，解锁公司发展瓶颈，从而提升公司创新能力及业务拓展能力，尽快适应快速发展的行业趋势。

2、人才流失风险

鉴于公司所处行营销传播服务行业特点为人才密集且专业人才需求旺盛，人才流动性相对较高。专业人才是公司持续发展的重要的核心资源，是保障和提升

公司核心竞争力的关键要素之一，公司长期通过与知名高校合作办学、内部专业培训和股权激励等方式，构建专业人才培养、内部专业技能提升和持续激励等多种方式，持续完善人才吸纳和培育机制，保障公司人才资源持续稳定健康发展。

3、商誉较高风险

营销传播服务行业作为轻资产行业，实现较快速发展主要依靠并购等方式。由于公司历史并购活动较为活跃，收购体量增加，同时对公司带来的合并确认商誉总额亦同步增加，从而致使若商誉变动调整将对利润产生直接影响。对此公司持续通过对并购纳入合并范围内的子公司强化经营管理管控，整合协同各有利资源持续提升竞争优势，保障并购子公司稳健发展，商誉对公司业绩影响程度及风险逐步降低。

三、公司利润分派情况

（一）2019 年年度权益分配情况

公司于 2019 年实施了股份回购计划，截止 2019 年 12 月 31 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 26,019,600 股，占公司总股本的 1.05%，最高成交价为 6.54 元/股，最低成交价为 4.70 元/股，支付的总金额为 147,594,352.41 元（不含交易费用）。根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》第七条规定“上市公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购股份的，当年已实施的回购股份金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算”。

经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2019 年度归属于上市公司股东的净利润 710,446,746.52 元，母公司实现利润 1,450,732,504.68 元。2019 年度回购支付的金额 147,594,352.41 元（不含交易费用）已经超过 2019 年实现的当年可分配利润的 20%，即 142,089,349.30 元，视同 2019 年度现金分红 147,594,352.41 元。

故根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》及《公司章程》等的有关规定，公司 2019 年度利润分配预案为：不派发现金红利，不送红股，不以资本公积金转增股本。

（二）2020 年利润分配预案

经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司合并报表 2020 年度实现的归属于上市公司股东的净利润 724,236,781.43 元。故根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》及《公司章程》等的有关规定，结合公司盈利情况、未来资金需求等因素，公司 2020 年度利润分配预案为：拟以 2,464,638,234 股（此系公司总股本 2,491,037,834 股扣除公司累计回购的股份 26,399,600 股得出，公司回购专用证券账户中的库存股不享有利润分配等权利）为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.608609 元（含税），合计派发现金股利 1.5 亿元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。本利润分配预案公告后至实施前公司总股本等发生变动的，按照现金分红总额不变原则调整每十股分红金额。

根据《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》第七条规定“上市公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购股份的，当年已实施的回购股份金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算”。公司自 2019 年 7 月启动实施股份回购计划，于 2020 年 6 月 30 日回购计划已实施完毕。截至 2020 年 6 月 30 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 26,399,600 股，占公司总股本的 1.06%，支付的总金额为 150,061,099.41 元（不含交易费用）。公司于 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份 380,000 股，支付的金额为 2,466,747 元（不含交易费用）。

综上，2020 年度公司以上述两种方式合计现金分红金额为 152,466,747 元，占公司当期实现的归属于上市公司股东的净利润的 21.05%。

公司报告期利润分配预案符合公司章程等相关制度的规定。

四、股份变动情况

（一）股份变动情况

单位：股

	本次变动前		本次变动增减（+，-）					本次变动后	
	数量	比例	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	数量	比例
一、有限售条件股份	313,445,220	12.58%				-203,892,676	-203,892,676	109,552,544	4.40%

1、国家持股	0	0.00%						0	0.00%
2、国有法人持股	0	0.00%						0	0.00%
3、其他内资持股	313,445,220	12.58%				-203,892,676	-203,892,676	109,552,544	4.40%
其中：境内法人持股	143,325,141	5.75%				-143,325,141	-143,325,141	0	0.00%
境内自然人持股	170,120,079	6.83%				-60,567,535	-60,567,535	109,552,544	4.40%
4、外资持股	0	0.00%						0	0.00%
其中：境外法人持股	0	0.00%						0	0.00%
境外自然人持股	0	0.00%						0	0.00%
二、无限售条件股份	2,177,592,614	87.42%				203,892,676	203,892,676	2,381,485,290	95.60%
1、人民币普通股	2,177,592,614	87.42%				203,892,676	203,892,676	2,381,485,290	95.60%
2、境内上市的外资股	0	0.00%						0	0.00%
3、境外上市的外资股	0	0.00%						0	0.00%
4、其他	0	0.00%						0	0.00%
三、股份总数	2,491,037,834	100.00%				0	0	2,491,037,834	100.00%

（二）股份变动的原因

1、公司持股5%以上股东建信基金—兴业银行—北京领瑞投资管理有限公司所持有的143,325,141股股份已于2020年3月27日解除限售，本次解除限售股份类别为2016年发行股份募集配套资金所发行的股份。故143,325,141股股份性质由限售条件流通股转为无限售条件流通股。

2、公司董事会、监事会已于2020年5月18日换届完毕，根据《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律法规的要求，截至本报告期末，原第四届董事会董事孙陶然先生所持有公司股份80,636,314股在任期届满后六个月后均不受高管锁定股限制，较本报告期初，其所持有的60,477,235由限售条件流通股转为无限售条件流通股，原第四届董事会董事兼高级管理人员张东先生所持有的股份89,925股限售条件流通股转为无限售条件流通股。

3、另外375股由限售条件流通股转为无限售条件流通股系基于每年年初根据董监高最新所持有公司股份按75%锁定导致产生的。

五、报告期董事会召开情况

会议届次	召开日期	会议决议刊登的信息披露日期	会议决议刊登的指定网站查询索引
第四届董事会第四十四次会议	2020 年 2 月 14 日	2020 年 2 月 14 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十五次会议	2020 年 3 月 4 日	2020 年 3 月 4 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第四届董事会第四十六次会议	2020 年 4 月 27 日	2020 年 4 月 27 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第一次会议	2020 年 5 月 18 日	2020 年 6 月 3 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第二次会议	2020 年 6 月 3 日	2020 年 2 月 14 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第三次会议	2020 年 7 月 20 日	2020 年 7 月 20 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第四次会议	2020 年 8 月 19 日	2020 年 8 月 19 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第五次会议	2020 年 9 月 2 日	2020 年 9 月 3 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第六次会议	2020 年 9 月 10 日	2020 年 9 月 10 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第七次会议	2020 年 9 月 25 日	2020 年 9 月 25 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第八次会议	2020 年 10 月 22 日	2020 年 10 月 22 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn
第五届董事会第九次会议	2020 年 12 月 11 日	2020 年 12 月 11 日	巨潮资讯网： http://www.cninfo.com.cn

六、报告期核心技术团队及公司员工情况

公司报告期核心技术团队和关键技术人员保持稳定。截至2020年12月31日，公司员工共有5,058位员工，其中各类人员构成情况如下：

（一）按员工专业构成分类：

岗位	人数（人）	占总人数的比例（%）
业务部门人员	3,098	61.25%
业务支持部门人员	982	19.41%
职能部门人员	978	19.34%
总计	5,058	100.00%

（二）按员工教育程度分类

教育程度	人数（人）	占总人数的比例（%）
硕士及以上	593	11.72%
大学本科	3,573	70.64%
大学专科	831	16.43%
高中及以下	61	1.21%
总计	5,058	100.00%

七、公司治理的基本状况

2020年度公司严格按照《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》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规和中国证监会有关法律法规等的要求，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。

公司根据国家的法律法规和公司章程，建立了“三会”议事规则和总经理工作细则以及独立董事工作制度，明确了决策、执行和监督等方面的职责权限，建立起有效的内部制衡机制。

公司遵照有关规定，做到了大股东及其关联企业与公司业务、人员、资产、机构、财务等方面的完全分开，保证了公司的业务独立，人员独立、财务独立、机构独立和资产的独立。

报告期内，公司坚持风险导向的原则，在风险评估的基础上，梳理和优化重

大业务流程，设计关键控制节点，对经营过程中出现的可疑的、不恰当的事项和活动建立有效的沟通渠道和机制，使管理层和员工及客户能够进行充分有效沟通，使管理层在面对各种变化时能够及时采取适当的应对行动。

公司董事会认为，报告期内，公司现有的内部控制体系不存在重大缺陷，公司严格执行了公司内部控制管理制度，按照“三会”议事规则和总经理工作细则以及独立董事工作制度，明确了对公司的决策、执行和监督的责任。保证了公司年度计划目标的有效实现。与财务报表、定期报告相关的内部控制所有重大方面是完整、合理有效的。

随着外部行业环境和公司内部架构的不断变化，公司会顺应变化趋势实时对公司的内控体系进行补充完善，以保证公司内部控制制度、财务报告的真实、有效和完整，促进公司实现经营目标。

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