

证券代码：300058

证券简称：蓝色光标

北京蓝色光标数据科技集团股份有限公司  
投资者关系活动记录表

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系活动类别   | <div><div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会 <u>电话会议</u></div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/>路演活动</div><div><input type="checkbox"/>现场参观</div><div><input type="checkbox"/>其他</div></div> |
| 参与单位名称及人员姓名 | <div><div>中文姓名</div><div>公司名称</div><div>旷实</div><div>广发证券股份有限公司</div><div>叶敏婷</div><div>中信证券股份有限公司</div><div>余歆瑶</div><div>中国国际金融股份有限公司</div><div>康雅雯</div><div>中泰证券股份有限公司</div><div>徐帅</div><div>招商证券股份有限公司</div><div>等</div><div>等公司和个人投资者</div></div>                                                                                                      |
| 时间          | 2025 年 4 月 25 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 地点          | 公司董事会办公室（北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号恒通国际创新园 C9-C）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 上市公司接待人员姓名  | <div>上市公司接待人员姓名：</div> <div>蓝色光标董事长：赵文权先生</div> <div>蓝色光标副董事长、副总经理：熊剑先生</div> <div>蓝色光标董事、总经理：潘飞先生</div> <div>蓝色光标董事、财务总监：陈剑虹女士</div> <div>蓝色光标独立董事：吴志攀先生</div> <div>蓝色光标独立董事：闫梅女士</div> <div>蓝色光标独立董事：赵国栋先生</div> <div>蓝色光标董事会秘书、副总经理：秦峰先生</div>                                                                                                             |

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>投 资 者 关 系 活 动 主 要 内 容 介 绍</p> | <p><b>一、2024 年度暨 2025 年第一季度业绩和业务情况介绍</b></p> <p>回答：2024 年公司实现营业收入 607.97 亿元，较上年同期增加 15.55%。2025 年第一季度 142.58 亿元，净利润 0.96 亿元，同比增长 16.01%。</p> <p><b>二、交流沟通阶段</b></p> <p><b>问题 1：公司多次提到南迁计划，需要离客户更近，将在上海设立业务总部，请问管理层是怎么考量的？现在进展如何？公司是否认为公司客户没有选择蓝标是因为离得远呢？</b></p> <p>回答：这件事情是公司经过充分审慎的考虑，蓝标即将成立满 30 年，过去一直以北京为主，现在公司的客户和收入约 70%以上来自于南方地区，长三角、珠三角等地，所以对公司来说，离客户近确实是一个非常重要的因素，并不是说公司在北京就拿不着客户了；对于公司来说，就近为客户提供更加直接、更加高效率的服务还是非常重要的。包括整体商业环境等也都是公司考量的因素，公司总部仍然会留在北京，服务北京客户的团队也都会在北京，这些不会有什么变化，只是公司更多服务南方市场的客户团队，需要在上海或者是华南地区，以便更方便快捷地为客户提供服务，这是公司未来整体计划中的一部分，目前正在筹备中，预计明年上半年可以完成。</p> <p><b>问题 2：苏小妹 2022 年上线后，获得了大家的一致好评，苏小妹现在在做些什么？公司中轴线 VR 项目非常震撼，请问管理层，相关文旅项目的商业模式是什么？毛利率如何？未来有哪些布局以及目前有哪些在手项目？</b></p> <p>回答：苏小妹目前主要工作，一方面通过 AI 技术让苏小妹不断更新，未来将作为文旅导游在项目中得到进一步拓展；第二方面是利用苏小妹的网络影响力与素质形象，对接地方文旅合作，例如去年苏小妹与眉山、苏州等城市的城市推广数字人合作，共同推出视频等相关推广项目；第三方面，通过苏小妹的制作与运营也锻炼了公司自身团队，包括项目负责人的生产制作能力与运营能力。同时，公司也在帮很多地方文旅项目开展地方文旅数字人的生产与运营工作，包括吉林长白山、剑门关等项目。</p> <p>VR 的项目模式已经在北京、四川广元和南昌三个城市正式运营了。中轴线 VR 内容目前已经在北京钟鼓楼和北京考古博物馆进行商业化运营，剑门关 VR 内容在剑门关景区进行商业运营，滕王阁 VR 内容在春节后也已经正式登陆南昌滕王阁景区，开始商业</p> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

化运营。商业模式：由景区提供场地，公司结合景区游客数量，为游客提供沉浸式 VR 体验的一种全新体验模式，收入主要来自于票房，也就是游客购买门票，公司从而获得的收入。公司也会与景区采取分成模式，景区提供场地及运营相关的服务，公司提供内容制作，包括运营推广、衍生品的设计与制作等，通过这些服务进行分成，不像原来传统服务项目的毛利率，更多的是靠票房收入和分账比例来实现。制作成本和运营成本基本是固定的，所以票房收入越高，公司所获得的毛利率就会越高。

未来，公司会结合现在已合作的景区，进一步拓展中国 5A 级景区、世界文化遗产等重要场景，包括与党建相关的一些内容。目前正在规划包括重庆红岩博物馆景区、延安景区、云冈石窟景区、敦煌石窟景区、兵马俑景区等项目。公司希望能够在中国的 5A 级景区以及世界文化遗产领域拿到更多运营场地。公司短期目标是，在未来几年可以拿到合计 1 万平米的景区运营场地，能够在 10 个以上的景区里面运营相关的 VR 内容。

**问题 3：公司近几年来毛利率首次止跌回升，管理层做了哪些努力？是 AI 带来的？客户优化带来的毛利率提升？如果是客户优化带来的毛利率提升，为何之前没有优化呢？管理层是觉得没有这个必要吗？**

回答：首先，因为收入的变化，影响公司毛利率变动最核心的是出海业务。公司已经积累了约 10 万家客户出海业务客户，就客户占有率层面讲，公司在中国本土的渗透率已经非常高，对应会有毛利结构的变化。其次，未来可能的变化来自媒体侧。过去几年公司整体出海业务中 Meta 和 Google 两个媒体占公司出海业务总收入的 90%左右，然而 2024 年及 2025 年第一季度，以上两大媒体占比约为 70%左右，剩余部分被中小媒体占据，例如 TikTok for Business、Moloco、以及全球市场的非头部媒体，总规模约有 100 亿。而这些非头部媒体的毛利率非常高，公司的溢价空间也很大；第三，公司 AI 平台的收入，目前体量随小，但毛利率高。

未来公司出海业务收入中，如 Meta 与 Google 占比为 50%左右（以保证公司主流预算的吸纳能力），庞大的中小媒体占比为 30%左右，10%~20%是平台驱动带来的收入，这样的结构将会是一个比较理想的配置。其中平台驱动收入分为两部分，一是公司自主打造的平台 Blue X 与 BlueTurbo DSP 平台，其次是平台驱动的业务收入。如果这一结构能成立，公司毛利率还会进一步提升且具有可持续性。如果该结构不能成立，那么毛利率的进一步提升也不可持续。AI 驱动的相关业务有三个标准，一是毛利率一定要远高于

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>该项目目前平均水准；二是 AI 浓度，即自动化程度较高，另外一面意味着人工的介入相对比较少，不再重度依赖人力完成工作；三是数据可沉淀，以上因素会构成公司未来毛利率结构。最后，流量结构的变化，也会对公司未来毛利率带来乐观的反馈。</p> <p><b>问题 4: 关于广告主需求，电商类客户投向区域是哪里？近期中美关税问题，电商客户在境外的投放需求是否有变化？如有，蓝色光标如何预估或应对关税的不确定性所带来的影响？</b></p> <p>回答：分别从海外与国内两个方面进行回答。电商客户投向 30% ~ 40%，也就是第一大市场是美国，从经济体量看，中国跨境电商的体量应该能占到 45%~49%。第二大市场是整个亚太市场（东南亚、日韩、中东及其他的市场），大概有 30%的跨境电商市场，欧盟市场含英国约为 10%左右，巴西市场在 7%~10%之间，是增速最快的市场，非洲市场大概 5%以下，以上是整个跨境电商的规模。</p> <p>从公司财务数据看，美国约占公司出海业务的 12.4%，目前公司收入持续上涨，呈现稳中有增的态势。两个核心的因素，一是小包裹税收政策预计 5 月 2 号生效，商家采取的策略是加速包裹快递速率，加大广告投放力度，同时商家在海外会做大量仓储。如果关税问题持续，中国商户大概会囤两到三个月的货，预计对公司影响会在 7-8 月。在此期间，如果中美之间达成一致，那么市场便会恢复或者恢复到一个相对理性的状态。</p> <p>目前公司通过与客户的沟通，将采取以下应对策略：一、高客单价布局欧洲市场。美国市场虽然只占 12.4%，但是美国市场最大特点，是拥有购买力较强的高客单价客户，相对可以平替的是欧洲市场，也会给欧洲市场带来一波新的机会；二、深耕东南亚市场，东南亚市场的人口红利较大，公司成立了印尼公司，在布局东南亚一些较重度依赖跨境电商的区域。同时巴西与墨西哥等地区，也会成为一个贸易中转核心地方，公司也会在巴西与墨西哥做较大的布局。</p> <p>所以关税问题对公司的影响比较有限，不会影响公司出海大盘的长期增长逻辑。</p> <p><b>问题 5: 公司目前内部已孵化约 100 个智能体，现在 AI Agent 对内赋能与对客赋能分别是怎样的情况？后续从报表端可否看到收入或者经营效率提升？</b></p> <p>回答：智能体中，多元、多模态、多任务的智能体大概占 1/3 以上，其余是单一任务智能体。目前主要集中在营销的一下场景：数据分析洞察、自动生成报告、自动生成</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

达人的报告、自动生成内容以及投后的二次学习和管理、内部效率提升等场景。智能体刚开始崛起，从效率的提升看，整体突出的业务场景约为原来效率的 5 倍左右。未来，公司希望在 2025 年可以有 20 到 30 个智能体具备专家级水平。

**问题 6: 关于 AI 方面的展望，预计 2025 年 AI 驱动相关收入约为 30 ~ 50 亿元，怎样理解？结构如何划分？**

回答：去年 AI 驱动的相关收入中，国内与海外的场景各占 50%。2025 年 AI 驱动的收入预计 30~50 亿的规模，也会和公司收入结构类似，跨境营销部分约占六成，如视频类素材积累投放的部分占较大比重；纯 AIKOC 社区运营，包括 AI 类网红，也会占据较大部分。国内主要是两个，一是智能广告批量投放场景，再有是 AI+达人批量化智能的可能性。

**问题 7: 苏小妹与地方政府的合作趋势，以及如何带动公司营销业务？线下大空间后续如何发展？**

回答：目前文旅景区所面临的现状是游客量不断复苏，第一，如何通过数字化手段提升文旅景区对于游客的观看与游览体验？这一问题衍会生成三个相关问题，一、如何通过数字化能够让目标游客群体更年轻化；二、如何通过数字化能够更好地去宣传景区的文化，包括国内其他地方以及海外的宣传；三、创收，除过去门票收入外，现在还有没有更多的方式可以获得更多收益？数字人需要符合三个条件，一方面很多景区都在打造自己的数字人，希望通过数字人或者结合数字人去拍一些宣传片、短片、推荐片等更年轻化地方式做推广，吸引更多年轻人关注；同时数字人形成了数字资产，未来景区也可以拿这些数字资产去对接更多的商业合作，如吉林长白山的两个数字人形象，在视频网站做的推广不仅获得文旅部十佳案例，更是将两个数字人形象授权给游戏厂商。第二，现在景区陆续出现了 AI 照相机、AI 打卡机、AI 解说等新事物，数字人不光可以用于推广，还可以在景区做线下导游、导览，结合游客体验完成线下照片分享。

大空间项目也是一样，景区本质上是要结合景区的特点创造消费者二次消费的性能。公司正在做的，包括重庆红岩景区、延安，我们既会有 MR 形式（非简单 VR 形式），也会有沉浸式观影。今年国家电影局已经出了 VR 相关的龙标，穿戴头显设备之后沉浸式观影的模式，我们未来红岩景区的模式可能就更有沉浸式观影的体验。所以本质上还是

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | <p>取决于游客来到景区想看什么样的内容，而结合这些内容，由于场地与技术的限制，无法实现实景，VR 设备可以帮景区更好地实现。所以蓝色光标也不仅仅只做 VR 大空间，也会结合景区的需求去拓展相关业务。</p> <p><b>问题 8: 请介绍公司出海业务未来的发展重点？以及 AI 对未来出海业务毛利率提升的展望？</b></p> <p>回答：公司在全球化战略 1.0 阶段快速完成了粗放式的规模积累，规模积累包含两个内容，一是客户数量的积累，二是公司成为了大媒体最核心的头部代理商以及完成了团队的积累。全球化 2.0 阶段首先要做的是从大媒体走向中小媒体，其次是从公有流量走向自建流量，公司也会去布局海外本地市场。</p> <p>AI 驱动收入的毛利，海外的部分会更明显，如海外批量智能部分可做到 60%以上，即便是批量视频部分也是约 30%以上的毛利率，公司有大量的超级头部客户在海外不同的平台上投放视频，未来的想象空间很大，路径清楚，只是时间快点或慢点。中间确实也会面临一些新的问题。比如说海外办公室的搭建，包括文化的挑战、税务的挑战、法律的挑战等。</p> |
| 附件清单<br>（如有） | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 日期           | 2025 年 4 月 25 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |