

# 2021

## 企业社会责任报告

北京蓝色光标数据科技股份有限公司

欢迎您阅读蓝色光标企业社会责任报告，本报告介绍了蓝色光标 2021 年企业社会责任的工作情况。我们以利益相关方关注的重点以及公司战略运营影响为衡量维度，确立并详述了需要与利益相关方重点沟通的关键议题，以便利益相关方及社会各界更加清晰地了解我们的情况。报告阐述了蓝色光标的企业社会责任理念、战略与管理、具体实践，以及 2021 年全年的运营绩效等。在这份报告中，体现了我们在可持续发展中发挥的作用，及对利益相关方关注议题的回应、行动等。

## 报告时间范围

本报告的时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2021 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股份有限公司（下称“蓝色光标”）同期财务年报所包含的组织范围相同。

## 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》，并参考了《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》。

## 报告可靠保证

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

## 报告获取方式

本报告以电子版形式发布，欲获取本电子版，请登录蓝色光标公司网站 [www.bluefocusgroup.com](http://www.bluefocusgroup.com)

# CONTENT

目录

## 企业简介

COMPANY PROFILE

P01

## 概述

SUMMARY

P02

## 关键绩效表

KEY PERFORMANCE TABLE

P04

## 股东责任

SHAREHOLDER LIABILITY

P14

## 客户责任

CUSTOMER RESPONSIBILITY

P16

## 伙伴责任

PARTNER RESPONSIBILITY

P18

## 政府责任

GOVERNMENT RESPONSIBILITY

P22

## 员工责任

EMPLOYEE RESPONSIBILITY

P26

## 社会责任

SOCIAL RESPONSIBILITY

P50

# 企业简介

## 公司主营业务

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。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以及智能电视广告业务代理等）以及虚拟数字业务（虚拟人、虚拟物品以及虚拟空间），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。

## 公司法定名称

**中文名称：**

北京蓝色光标数据科技股份有限公司

**英文名称：**

BlueFocus Intelligent Communications Co., Ltd.

**中文简称：**蓝色光标

**英文简称：**BlueFocus

## 公司运营地域

公司总部位于北京，在中国各主大区域设有分支机构，并在北美、欧洲以及亚太其他国家和地区拥有国际业务网络。

## 公司规模

截至 2021 年 12 月底，公司有员工 2885 人。

## 公司股票上市交易所

深圳证券交易所

股票简称：蓝色光标

股票代码：300058

## 公司注册地址（公司总部所在地）

北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层  
A5-01

邮政编码：100015

网址：[www.bluefocusgroup.com](http://www.bluefocusgroup.com)



## 一、概述

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。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以及智能电视广告业务代理等）以及虚拟数字业务（虚拟人、虚拟物品以及虚拟空间），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。

公司秉持“内容、技术+服务”的理念，以创策和资源驱动增长，通过卓越的创策帮助众多国内国际一线客户有效解决复杂的营销和商业问题。“专业立身、卓越执行”是公司的核心企业文化，公司持续服务于超过 3000 家国内外领先客户，其中全球 500 强企业 150 多个，数十个客户的持续服务年限超过 10 年。客户涵盖游戏、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的知名品牌。长期的多行业客户服务经验以及全方位多维度的营销服务范围，使得公司在面对国内外营销趋势和各行业客户营销课题时，拥有更深厚的积累、更深刻的理解和更敏锐的洞察，助力客户实现品牌商业价值的更大化。

蓝色光标是全球 TOP10 营销传播集团，公司总部位于北京，在中国各大区域设有分支机构，并在北美、欧洲以及亚太其他国家和地区拥有国际业务网络，旗下拥有蓝标数字、蓝色宇宙、思恩客科技、智扬公关、今久传播、多盟、亿动广告、蓝瀚互动、精准阳光、博杰传媒、捷报数据等子品牌。集团现有员工近 2800 余人，分布在北京、上海、广州、深圳、无锡、杭州等地。

作为营销科技企业，蓝色光标不断探索营销新技术新方法，累计拥有超百项技术专利及软件著作权，发布了营销行业内首款智能自动化人机交互产品族“小蓝机器人”，并在“小蓝机器人”基础上整合迭代出了企业数字化营销增长平台“蓝标在线”；发布了针对营销从业者全职业周期的在线教育产品“蓝色光标 Blue Academy”。2022 年，蓝色光标发布数字虚拟人“苏小妹”和虚拟音乐人“K”，开启虚拟 IP 业务的全新布局；推出“分身有术”数字人驱动平台，为各行各业各领域提供基于“分享”场景下的低成本、高效率、超写真的数字人解决方案。

2021 年，公司实现营业收入 400.78 亿元，公司各业务经营板块经营情况稳定，客户结构优质。

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 6.55 亿元，比上年同期增长 11.35%。

蓝色光标坚持诚信守法，积极履行社会责任，不断推动文化科技融合、引领行业变革，得到了政府相关部门的认可，获得了相应的资质和奖励。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”，被北京市科委认定为“众创空间”和“北京市设计创新中心”。2021 年蓝色光标位列中国民营企业 500 强第 248 位，《财富》中国 500 强第 268 位，北京民营企业百强第 14 位，北京民营企业文化产业百强第 1 位，是首都文化企业 30 强单位、北京文化产业投融资协会联席会长单位、首都文化产业协会常务理事单位、中国广告协会副会长单位、中国 4A 协会副理事长单位。

## 一、概述

---

作为非公有制经济体，蓝色光标自觉响应党和国家号召，积极推进党建工作，2020年成立公司党委，不断提升基层组织的凝聚力、创造力和感召力。同时在党组织领导下开展工会工作，组织员工参与各种社团和文体活动。

蓝色光标十分注重员工的核心价值观教育，不断提升员工的业务能力。公司通过 Blue Academy、在线学习平台等多个内外部专业机构和平台，为企业员工提供持续的专业培训。

蓝色光标自成立以来，积极履行公益方面的责任和义务，践行社会可持续发展事业。近年来，公司发挥专业优势，为环保、教育等领域的多家公益机构赋能，通过策略咨询、创意服务和公益资助等方式支持公益机构更快、更好地成长和发展。

## 二、关键绩效表

项目	2021 全年绩效
遵守国家劳动法律法规	人力资源管理工作均遵守国家劳动法律法规
纳税总额	约 2.18 亿（不包括境外和港澳台地区纳税）
员工总人数（人）	2885
劳动合同签订率（%）	100%
社会保险覆盖率（%）	100%
参加工会的员工比例（%）	按照北京市总工会要求在北京注册公司均需参加工会组织，目前共有 10 余家子公司成立工会组织，参加工会的员工比例为 95.2%
全年人均带薪休假天数	5-20 天不等
残疾人雇佣人数	25 人
体检及健康档案覆盖率	100%
员工培训覆盖率（%）	100%
员工满意度（%）	90%
员工流失率（%）	45%
公司公益捐款（万元）	108.76
公司无偿志愿服务时长（小时）	375.5（等值于公益捐赠 30.04 万元）
参与公司无偿志愿服务人数（人）	13
员工志愿者人数（人次）	15
员工志愿者服务时长（小时）	331（等值于公益捐赠 26.48 万元）

2021年，蓝色光标创策实力继续获得行业高度认可，斩获了300余项行业奖项。

以下为2021年蓝色光标及旗下子公司在行业内的排名及在各领域获得的代表性奖项：

颁发机构	奖项 / 称号
行业权威媒体 PRovoke(原 The Holmes Report)	全球营销传播控股集团 TOP10 第 8 名 全球公关代理公司 TOP10 第 8 名
《财富》中国 500 强	2021《财富》中国 500 强第 268 位
中国民营企业 500 强	2021 获得由中华全国工商业联合会评选 中国民营企业 500 强排名第 248 位
北京民营企业百强 北京民营企业文化产业百强 北京企业社会责任百强	蓝色光标荣获由北京工商联评选 2020 年度北京民营企业百强第 14 位 2020 年度北京民营企业文化产业百强第 1 位 2020 年度北京企业社会责任百强
中国 4A 重塑奖 中国 4A 数字风向标	蓝色光标获得由中国 4A 协会评选 2020-2021 中国 4A 数字风向标 中国 4A 重塑奖
长城奖	蓝标数字获中广协颁发 中国广告长城奖 “年度营销广告公司” 桂冠 并斩获 1 金 1 银 2 铜 1 佳作 5 项大奖
釜山广告节	蓝标数字获 “商业设备和服务类及教育类” 入围奖
SABRE Awards & IN2 SABRE Awards	蓝标数字斩获包括 SABRE Awards 及 IN2 SABRE Awards 在内的共 5 项金奖、8 项卓越奖及 9 项入围案例，并入围 “年 度数字营销公司”
大中华区艾菲奖 & 艾菲效果营销奖 (PMA)	蓝标数字获金奖及银奖 蓝标传媒获银奖 蓝标传媒旗下多盟获 “年度创新产品” 奖
金投赏	蓝色光标斩获 2 金 4 银 3 铜 8 提名共计 17 项案例大奖
虎啸奖	蓝色光标获得多项银奖、铜奖及案例优秀奖

2021

企业社会责任报告  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

报告期内公司荣誉

金鼠标	蓝色光标斩获多项金奖、银奖、铜奖及最佳创意表现奖 蓝标数字荣获“年度最佳数字营销平台”大奖 蓝标传媒获得“年度数字营销影响力代理公司”称号 蓝标传媒旗下多盟获得“年度最佳数字营销平台”称号
金瞳奖	蓝色光标获多项金奖、银奖及铜奖
IAI 国际广告奖	蓝标数字位列“年度代理公司网络”榜首并获多项金奖、银奖、铜奖及优秀奖 蓝标传媒获得“大中华区年度数字营销公司”称号 并获得 1 项全场大奖、1 项金奖及多项银奖、铜奖、优秀奖
TopDigital 创新奖	蓝色光标获得多项金奖、银奖、铜奖 蓝标数字荣膺“年度营销服务公司”称号
蒲公英奖	蓝标数字获“数字营销公司 Top 20”称号 蓝标传媒获得 1 金 2 银共计 3 项案例大奖
金像奖 & 金手指奖	蓝标数字斩获 1 银 3 佳作 8 入围共计 12 项大奖
TMA 奖	蓝标数字斩获 3 银 3 铜共计 6 项大奖 蓝标传媒获得 1 项案例银奖
龙玺奖	蓝标数字获 2 铜奖 6 入围共计 8 项大奖
DMA 中国数字媒体大奖	蓝标数字获“IP 跨界营销类”银奖及“最佳影响者”入围奖
金远奖	蓝标传媒获多项银奖
互动创意奖 & 媒介营销奖	蓝色光标斩获 6 金 4 银 7 铜共计 17 项大奖
金网奖	蓝标传媒荣膺“年度技术数字营销公司”称号 并获得 1 金 1 铜 2 项案例大奖
金触点	蓝色光标斩获 4 金 3 银 1 铜 8 项大奖

2021

企业社会责任报告  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

报告期内公司荣誉

广告门	蓝标数字获广告门指数年度榜单 Top 30 第 4 位 蓝标数字获年度代理公司业务活跃度 Top 20 第 8 位 蓝标数字获年度公关代理公司榜单 Top 10 第 3 位
ADMEN 国际大奖	蓝标传媒获得多项金奖
纯真星球	蓝标数字荣登“2021 年度公益榜样 TOP10” 榜单

## 1. 行业排名、资质及相关荣誉

### 1) 国际行业权威媒体 PRovoke (原 “The Holmes Report”) 2021 排名

全球权威公关行业咨询机构 PRovoke (原 The Holmes Report) 发布的 2021 全球排名中, 蓝色光标位列全球营销控股集团第 8 名, 依然是仅有的一家进入全球前十的中国企业, 并以 10.6% 的增速成为全球 TOP10 里增长最强劲的营销控股集团。同时, 凭借 2020 年境内外的公关业务, 蓝色光标在全球公关公司排名榜单中再进一位, 位列第 8 名。

HOLDING GROUPS/NETWORKS					
The following is the ranking of 2020 revenue from the PR operations of major holding groups and independent networks.					
2021	2020	Agency	HQ	Fee Income 2020 (\$)	Growth
1	1	Omnicom PR Group <sup>nb</sup>	USA	1,301,800,000	-5.6%
2	2	IPG Dxta <sup>nb</sup>	USA	1,143,000,000	-11.8%
3	3	WPP <sup>nb</sup>	UK	1,169,980,000	-1.3%
4	5	DJE Holdings <sup>nb</sup>	USA	926,016,010	-4.6%
5	4	PROI Worldwide <sup>nb</sup>	USA	913,000,000	-7.8%
6	n/a	Ultra European Network <sup>nb</sup>	Italy	678,180,000	-11.0%
7	6	Publicis Groupe <sup>nb</sup>	France	450,000,000	0.0%
8	8	BlueFocus Comms Group <sup>nb</sup>	China	363,988,458	10.6%
9	10	Havas PR <sup>nb</sup>	France	225,000,000	0.0%
10	9	Next 15 <sup>nb</sup>	UK	192,485,000	8.0%

TOP 10 GLOBAL PR AGENCY RANKING 2021						
2021	2020	Agency	HQ	Fee Income 2020 (\$)	Fee Income 2019 (\$)	Growth (Constant Currency)
1	1	Edelman <sup>nb</sup>	USA	840,022,000	892,039,000	-5.8%
2	2	Weber Shandwick <sup>nb</sup>	USA	820,000,000	865,000,000	-5.2%
3	3	BCW <sup>nb</sup>	USA	715,000,000	740,000,000	-3.4%
4	4	FleishmanHillard <sup>nb</sup>	USA	615,000,000	605,000,000	1.7%
5	5	Ketchum <sup>nb</sup>	USA	500,000,000	535,000,000	-6.5%
10	10	Brunswick	UK	367,160,000	335,280,000	5.5%
6	6	MSL <sup>nb</sup>	France	365,000,000	365,000,000	0.0%
9	9	BlueFocus <sup>nb</sup>	China	363,988,458	329,123,818	4.1%
15	15	Real Chemistry <sup>nb</sup>	USA	360,000,000	222,000,000	62.2%
7	7	H+K Strategies	USA	345,000,000	360,000,000	-4.2%

### 2) 蓝色光标位居 2020 《财富》中国 500 强第 268 位, 跃升 70 位

在 2021 年《财富》中国 500 强排行榜中, 蓝色光标凭借 2020 年 405.27 亿元的营业收入位居第 268 位, 排名较去年跃升 70 位。得益于持续的数字化和营销智能化布局, 蓝色光标基于游戏、电商等行业线上广告投入的大幅增加以及出海营销、短视频业务等持续增长, 2020 年实现超百亿级增长, 展现出了逆势增长的韧性, 运营效率持续提升, 进一步打开可持续发展空间。

排名	上年排名	公司名称 (中文)	营业收入 (百万元)	利润 (百万元)	关键数据
265	219	安徽江淮汽车集团股份有限公司	42,905.97	142.61	+
266	206	天茂实业集团股份有限公司	41,200.41	580.29	+
267	280	宁波银行股份有限公司	41,111	15,050	+
268	338	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	40,526.89	724.24	+
269	243	河北建设集团股份有限公司	40,149.92	759.86	+
270	238	中国铁路通信信号股份有限公司	40,124.48	3,819.05	+
271	265	创维集团有限公司	40,093	1,440	+
272	240	深圳市海王生物工程股份有限公司	40,022.5	-288.53	+
273	267	南京医药股份有限公司	39,817.36	376.41	+
274	235	国投电力控股股份有限公司	39,320.36	5,515.63	+
275	288	海信视像科技股份有限公司	39,314.72	1,195.47	+
276	274	中国医药健康产业股份有限公司	39,311.75	1,310.65	+



### 3) 位居 2021 中国民营企业 500 强第 248 位

2021 年 9 月 25 日在“中国民营企业 500 强”峰会发布的 2021 中国民营企业 500 强榜单中，蓝色光标作为唯一一家营销传播类企业，以 405 亿元营业收入再登中国民营企业 500 强榜单，位列第 248 位，较去年排名大幅提升 86 位。

蓝色光标自 2019 年进入榜单以来，名次持续大幅提升，展现出了其行业龙头企业绝对领先的规模优势和持续稳健的增长能力。同时，蓝色光标还入选“2021 中国服务业民营企业 100 强榜单”，位列第 81 名。



241	重庆新鸥鹏企业(集团)有限公司	重庆市	房地产业	4150240
242	金浦投资控股集团有限公司	江苏省	化学原料和化学制品制造业	4149067
243	云账户技术(天津)有限公司	天津市	商务服务业	4140397
244	天茂实业集团股份有限公司	湖北省	保险业	4120041
245	深圳金雅福控股集团有限公司	广东省	商务服务业	4102225
246	法尔胜泓昇集团有限公司	江苏省	金属制品业	4098826
247	佛山市兴海铜铝业有限公司	广东省	批发业	4071246
248	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	北京市	商务服务业	4052689
249	森马集团有限公司	浙江省	纺织服装、服饰业	4051223

### 4) 连续四年荣登“北京民营企业百强”榜单

2021 年 9 月 16 日，“2020 北京民营企业百强榜单发布会”在京召开，蓝色光标凭借卓越的企业综合实力、出色的业绩表现，连续四年荣登北京“民营企业百强”、“文化产业百强”、“企业社会责任百强”榜单。



### 5) 蓝色光标获选德勤“2021 中国卓越管理公司”

2021 年 7 月，由德勤中国主办的第三届“中国卓越管理公司”榜单发布，蓝色光标作为信息与技术服务行业的代表，荣获“中国卓越管理公司”称号。

“中国卓越管理公司”(Best Managed Companies)项目是目前中国市场上唯一针对民营企业管理体系进行全面考评的评选项目。2021 年“中国卓越管理公司”榜单评选除了对企业“战略、能力、承诺以及财务实力”四大基石进行选拔和评估以外，还充分考察企业对后疫情时代新市场秩序的应对能力和可持续发展方面的建设能力。面对疫情的严峻挑战，作为位居全球前十的营销科技企业，蓝色光标展现出了逆势增长的韧性和卓越的规模化效应，为营销行业从传统服务向智能化转型树立了典范。





## 6) 蓝色光标获选“中国 4A 数字风向标”

蓝色光标凭借在数字领域的突出表现，在由中国 4A 协会进行的年度评选活动中，获得“2020-2021 年度中国 4A 数字风向标”。同时，基于在业务经营上的卓越表现，蓝色光标同时被授予 2021 年度主题奖项——“中国 4A 重塑奖”。

## 2. 所获部分业务类奖项及相关荣誉

### 1) 蓝色光标集团旗下蓝标数字赢得 2021 SABRE Awards（亚太）多项金奖

2021 年 9 月 15 日，全球最具影响力的公关营销权威奖项，被誉为“公关界奥斯卡”的亚太 SABRE Awards 揭晓，同时表彰了此前公布的旗下多媒体内容营销创新方向的子奖项——亚太 IN2 SABRE Awards 获奖作品。在此次亚太 SABRE Awards 中，蓝标数字斩获包括 SABRE Awards 及 IN2 SABRE Awards 在内的共 5 项金奖、8 项卓越奖及 9 项入围案例，并入围年度数字营销公司。



## 2) 蓝色光标集团旗下蓝标数字蝉联大中华区最具实效代理公司网络 TOP3

2021年12月，大中华区艾菲奖颁奖典礼落幕，同时2021大中华区艾菲实效排名产生。蓝色光标数字营销机构荣膺“最具实效代理公司网络”第三名，这是蓝标数字连续两年跻身“最具实效代理公司网络”Top3榜单。

连续多年在艾菲奖中取得的优异成绩，充分证明了在变革时代下，蓝标数字对当下社会议题、商业命题、营销问题的精准把握，也再次体现了客户及行业对其领先的全局思维、全链整合能力以及创意技术的创新驱动能力的持续认可。



## 3) 蓝色光标集团旗下蓝标数字摘得中国广告协会长城奖“年度营销广告公司”桂冠

2021年12月，中国国际广告节在厦门圆满落幕。蓝色光标数字营销机构在长城奖、互动创意奖 & 媒介营销奖、广告主奖三项中国国际广告节赛事中斩获5项金奖、5项银奖、7项铜奖等共计19项大奖的优异成绩。本届中国国际广告节的重头戏之一则是中国广告长城奖首次设立的“年度营销广告公司”奖项揭晓，蓝标数字凭借突出的行业表现获此殊荣。



#### 4) 蓝色光标揽获 2021 IAI 国际广告奖 30 项大奖

2021 年 5 月 28 日，第 21 届 IAI 传鉴国际创意节在北京落下帷幕。蓝色光标旗下蓝标传媒摘得第 21 届 IAI 传鉴国际广告奖“大中华区年度数字营销公司”桂冠，旗下蓝标数字及蓝标传媒共获 2 金、6 银、11 铜、9 优秀共计 28 座奖杯，同时携手奥利奥斩获全场大奖，成果颇丰。



#### 5) 蓝色光标获 2021 TopDigital 九项大奖

在 2021 TopDigital 创新营销盛典中，蓝色光标共斩获 2 金 2 银 2 铜和 2 项入围奖，同时旗下蓝色光标数字营销机构荣膺“年度营销服务公司”称号。

TopDigital 一直关注营销行业，真实地反映着数字营销的变化和发展。今年蓝色光标的获奖案例，也同样反映着营销创新的突破和发展：线上线下整合、内容与场景紧密结合，为营销传播贡献最佳范式；以品牌广告和私域营销提升消费者忠诚度和共鸣感，应对流量红利见顶；深耕年轻心理与洞察，巧跟社会热点，深谙年轻圈层文化，用年轻人喜爱的风格与调性赢得一场场青年营销战役。



#### 6) 蓝色光标斩获第 12 届金鼠标数字营销大赛 21 项大奖

在第 12 届金鼠标数字营销大赛中，蓝色光标一举斩获 21 项大奖，创造亮眼战绩。其中旗下蓝标数字获 3 项金奖、3 项银奖、2 项铜奖以及“最佳创意表现奖”及“年度最佳数字营销平台”大奖，蓝标传媒获 2 金 3 银 4 铜 9 座奖杯，并成功斩获“年度数字营销影响力代理公司”、“年度最佳数字营销平台”两项营销大奖。

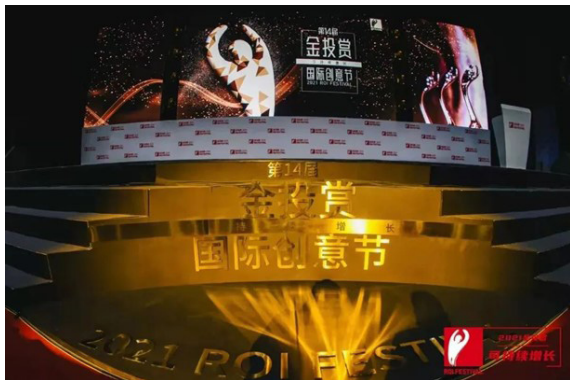
今年蓝色光标的获奖案例，不仅在营销方式上涉及创意传播、电商营销、视频营销、社会化营销、IP 营销、整合营销等行业热门营销类型，更在洞察、想法和执行上精准捕捉到年轻 TA 脉搏、引领青年营销风向。





### 7) 蓝色光标斩获 2021 金投赏 19 项大奖

2021 年 10 月 15 日，第十四届金投赏颁奖，蓝色光标一举斩获 2021 金投赏商业创意奖 19 项大奖。蓝色光标本次选送的作品，涵盖整合传播营销、全链路整合营销、社会化媒体传播、短视频创意、视频创意、公私域联运、效果投放优化、长期品牌创意管理、KOL&明星项目等多个热门类别。



### 8) 蓝色光标旗下蓝标传媒揽获 2021 金网奖 3 项大奖

2021 年 11 月 4 日，第十三届 W.AWARDS 金网奖年度颁奖盛典于线上举行。蓝标光标旗下蓝标传媒一举摘得 2021 金网奖“年度技术数字营销公司”桂冠，并收获 1 金、1 铜 2 座奖杯。本次金网奖不仅吸引了大批优秀案例作品共同角逐金奖荣誉，还有众多深耕营销领域的专家大咖助阵。蓝标传媒参与其中并收获相关奖项，背后不仅是评委、品牌及行业各界对蓝标传媒营销实力的认可，也是对蓝标传媒强劲发展势头的肯定。

### 9) 蓝色光标斩获互动创意奖 & 媒介营销奖 5 项大奖

2021 年 12 月 12 日，“年度中国互动广告高峰论坛暨媒介营销奖 & 互动创意奖颁奖典礼”于厦门国际会展中心举行，2021 年共设立互动创意奖、媒介营销奖、公益广告奖、内容原生营销奖、大健康营销奖五大赛道奖项。蓝标光标旗下蓝标数字斩获 3 金 4 银 5 铜共计 12 项大奖，蓝标传媒获得 3 银 2 铜 5 项大奖。该奖项是互联网广告、数字广告、互动广告领域最重要、含金量最高的奖项之一，也是举办最早的行业活动之一。

# 股东责任

## 一、公司股东充分行使股东权利

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。

## 二、公司经营业绩突出，给股东带来持续稳定收益

报告期内，随着全球疫情的逐步缓解以及数字经济和网络经济的持续发力，蓝色光标的国内与国际业务全面向好。公司各业务经营板块经营情况稳定，客户结构优质。相较去年同期，游戏、电子商务等行业保持稳定，汽车、消费品、高科技等行业的客户收入实现快速增长；过去几年支撑公司高速发展的出海业务、短视频业务以及唤醒业务继续高歌猛进。值得关注的是，在收入规模优势已经确立的情况下，通过持续的降本和引流优化，蓝色光标出海业务毛利率也持续稳步提升，未来几年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，蓝色光标出海业务毛利率数据还将不断提高，将为蓝色光标贡献更大利润。

与此同时，作为企业数字化营销增长平台，“蓝标在线”自2021年4月推出陪跑服务版后，更多企业主成为了“蓝标在线”的“大会员”。此外，蓝色光标的一站式跨境社交智能引流系统“鲁班跨境通”加速爆发，目前，“鲁班跨境通”已累计服务超过两万家出海中小企业客户。

公告显示，2021年，蓝色光标预计归母扣非净利润为6.55亿元。同比增长11.35%。随着标准化高毛利产品和新兴业务的商业化落地，蓝色光标的业务模式更加多元化，不仅将扩展客户服务范围，形成新的核心竞争力，更将进一步提升单位人效，成为蓝色光标新一轮增长周期的重要动力。

## 三、投资海南云免，合力打造免税经济2.0版，拓宽公司盈利模式，给投资人带来更大收益

2021年一季度，蓝色光标投资海南云免旗下全资子公司，蓝色光标（上海）投资管理有限公司拟以自有资金1.3亿元增资海南云免实业有限公司（以下简称“海南云免”），增资完成后蓝色光标将取得海南云免20%的股权。交易完成后，双方将展开全方位合作，共同打造以海南云免为核心的免税经济2.0版。2021年9月底，蓝色光标参与投资的海南云免，旗下大理云免跨境国际购物中心正式开业。

近年来，随着市场经济的不断发展和免税政策的进一步放开，免税品和跨境电商市场具有较大的发展潜力。蓝色光标与海南云免共同打造的“境内境外相结合、线上线下相结合”的旅游零售新型业态，将助推蓝色光标“营+销”战略的进一步融合，实现从营销全链路推广到与最终销售结果建立关联的转变。进一步构建蓝色光标强大的服务能力，拓宽公司盈利模式，也将给投资人带来更大收益。

## 四、引进国际业务战略投资者，近 18 亿商誉剥离，有效降低股东投资风险，符合股东和投资人预期

2021 年 4 月，蓝色光标就旗下蓝标国际引进战略投资者发布公告，已与全球领先的私募股权投资公司 CVC 和全球投资集团 CDPQ 达成协议。根据协议，蓝标国际将获取现金对价约 2 亿美元和 Blue Impact 约 35% 的股权（估值为 1 亿美元），Blue Impact 管理层持有约 5% 的股权。交易完成后，合资公司将不再纳入蓝色光标合并报表范围，其所背负的 17.84 亿元商誉净额亦全部剥离。剥离后，蓝色光标商誉净额占公司净资产的比重将降至 35% 以下，且剩余商誉集中在增长较快的数字广告业务板块和整合营销业务板块，未来基本没有减值风险。2021 年 9 月，股权转让交割完成。

在新的国际政治经济环境下，蓝色光标国际业务引进境外战略投资者，不仅剥离海外公司商誉，获得可观收益，还有利于蓝色光标未来轻装上阵，进一步聚焦于高成长的国内市场，加大对营销技术的投入，为公司再上一个台阶奠定坚实的基础，助推蓝色光标进一步加深自身技术能力建设与营销业务创新性开发，打造更加多元化的业务生态，引领营销行业进入一个全新的征程。

国际业务引进战略投资者的落地实施所带来的充裕现金储备及未来的高额投资收益，将会给蓝色光标创造更多的效益和价值，推动公司持续发展，同时，也将进一步降低股东投资风险，符合股东和投资人预期。

## 五、全力布局元宇宙业务，推进前瞻性战略布局，为蓝色光标的未来贯注更大的想象空间和成长机会

2021 年 12 月 16 日，蓝色光标发布公告，宣布公司董事会及战略委员会进行一系列调整，赵文权出任蓝色宇宙董事长，专注元宇宙业务。蓝色光标自明确布局元宇宙以来，先后与多家行业领军企业达成战略合作，并斥资亿元成立全资子公司“蓝色宇宙数字科技有限公司”。该公司旨在专注探索元宇宙相关投资和运营业务，通过整合虚拟直播间、虚拟 IP 运营相关资源和团队，全面推进元宇宙相关业务的探索和落地。

公司董事会进行的一系列调整，更进一步明确元宇宙业务已经成为蓝色光标未来的战略核心。蓝色光标持续加码元宇宙业务，不仅是在资本端的投入，更在内容和技术、人才、产业生态等领域都有着强大的基础注入。在元宇宙赛道上，蓝色光标充分展示了前瞻性判断和战略性布局。随着技术与创意深度融合以及“蓝色宇宙”全新主体的成立，蓝色光标将把在虚拟数字形象打造、虚拟偶像 IP 运营、企业领袖虚拟人创设、虚拟直播间代理销售所积累的丰富资源、经验与市场优势转移到“蓝色宇宙”方面。随着未来智能化技术与产业虚实场景的结合，蓝色光标或将凭借在此领域的强大积累迎来爆发。

# 客户责任

蓝色光标自成立以来，始终坚持以“为客户创造价值”为使命。近年来，公司一直致力于数据科技转型，目前已经发展成为具有全球营销服务能力的智能整合营销集团。

进入数字营销时代，蓝色光标在保持业务高速增长的基础上，成功把握营销与技术结合的机遇，自主研发了一系列智能营销和大数据营销平台，深度融合“策略、创意、内容”与“技术、产品和数据”，成功实现数字化转型，研发新服务产品，服务客户能力进一步增强，实现基于游戏、电子商务等行业的出海业务、短视频业务以及唤醒业务的快速发展。

蓝色光标是 Facebook、Google、TikTok for business、Twitter 等平台国内直接授权代理商，为移动游戏、应用工具、跨境电商、本土品牌等行业客户开展出海广告代理服务，同时，又是纳斯达克及路透社海外大屏大中华区独家代理，全面布局全媒体流量生态。蓝标传媒五年前开始帮助中国企业出海，到目前已经帮助了超万家中国企业走向全球。得益于前期的战略布局、渠道和技术优势，2021 年，蓝标出海业务持续增长。2021 年 4 月 29 日，为了更好地帮助中国企业进行全球化品牌营销，蓝标传媒在上海开设了华东首家 Facebook 海外营销体验中心，为中国企业提供一个更加便捷的渠道，面对面分享大数据时代的运营方法，全面了解数字营销以及 Facebook 的相关广告产品和最新科技，助力中国产品走向国际舞台，在海外取得成功。2021 年 10 月，首届“GO DAY 全球好物节”直播活动圆满收官。此次“全球好物节”采用全新的出海营销方式帮助品牌客户更精准触达目标消费者，提升国际影响力。全球直播活动的成功不仅彰显了蓝色光标在出海业务上的实力，更为中国“智”造出征海外市场注入了无限可能。

## 一、多元业务不断拓宽客户类型，提升客户粘性

### 1、专业服务体系增强领先客户粘性

“专业立身、卓越执行”是公司的核心企业文化，公司持续服务于超过 3000 家国内外领先客户，其中数十个客户的持续服务年限超过 10 年。客户涵盖游戏、汽车、互联网及应用、电子商务、高科技产品、消费品、房地产以及金融八大行业，全球 500 强企业 150 多家。

### 2、技术驱动满足中小企业需求

在服务好大型企业客户的同时，蓝色光标也不断拓展业务，挖掘中小客户需求，拓宽客户服务类型，目前服务中小企业客户超过一万五千余家。长期多行业客户服务经验以及全方位多维度的营销服务范围，使得公司在面对国内外营销趋势和各行业客户营销课题时，拥有更深厚的积累、更深刻的理解和更敏锐的洞察，助力客户实现品牌商业价值的更大化。

### 3、全球化资源与服务助力出海企业拓展海外市场

## 二、加强“服务 + 技术”深度融合，持续为客户创造价值

从 2012 年确立“数字化”的数据科技发展战略以来，蓝色光标不断加大在数据技术方面的研发投入。伴随小蓝机器人、蓝标在线、UGdesk、鲁班跨境通等一系列数据科技产品不断孵化，以及超百项自主研发的技术专利及软件著作权快速应用于业务场景，蓝色光标正在加速以数据科技为驱动力的营销产品与服务深度融合，全面提升整合营销服务效率，更好地为客户在智慧经营时代全面赋能。

为进一步强化企业技术文化基因，“蓝色光标年度技术大奖”于 2021 年 3 月正式设立，奖金额度高达一百万元，深度推动蓝色光标策略、创意、服务等能力与数据、技术能力的有机融合。同时，公司利用大数据分析算法优化技术能力，优化展现更全面的需求信息并挖掘价值数据用于分析判断，帮助客户利用数据及社交网络实现与消费者效果直达的沟通及互动。

2021 年，在由全球广告咨询集团胜三 (R3 Worldwide) 组织的 PR Scope 调研中，蓝色光标脱颖而出。调研报告指出，在展示积极转型方面，蓝色光标排名最高，已经超越了传统的公关服务模式，数据和技术已经成为推动业绩增长的主要动力。

智能营销时代，通过创意、策略和内容的能力与技术、数据、产品的能力深度融合，蓝色光标已经形成了新型专业服务能力，实现智能化技术的渗透和商业化，未来将持续领先，为不同企业提供定制化、产品化和标准化服务，创造更多商业价值。

## 三、构建“营”加“销”业务能力，助力企业获得商业成功

除了从服务产品化维度拓宽客户范围，2021 年，蓝色光标也在深度构建“营”加“销”的业务能力，全面进入交易场，为客户提供从“营”到“销”的全链路推广服务。2021 年，蓝色光标持续布局抖音电商、腾讯私域、跨境电商等领域，加速技术与服务在更多营销场景中的应用拓展，持续构建营销生态与商业化落地，从而更直接地帮助企业取得商业成功。目前已为多家大客户提供量身定制的“营 + 销”和内容电商的合作模式，业务高峰期，单体每日 GMV 已接近百万。

蓝色光标“营 + 销”的模式，一方面会深入大客户，量身定制“营 + 销”及内容电商的结合；另一方面，会深度整合供应链能力，以快速迭代的模式，塑造全新的 DTC 品牌。围绕持续服务的游戏、汽车、互联网及应用、电子商务、高科技产品、消费品、房地产、金融八大行业顶级客户，蓝色光标不断尝试从营到销的结合，提供从创意、制作再到传播及后续的销售等方面的服务。营销配合，营销协同，以营促销，以销带营，通过不断延伸和赋能“营 + 销”的蓝标模式，建立新的能力，更直接的帮助客户取得商业成功。



# 伙伴责任

公司坚持诚实互信与合作伙伴开展合作，秉持共同的价值观和原则，致力于与伙伴建立良好的关系，并共同成长。

## 一、行业贡献

### 1、携手中国广告协会共建广告策划智能助理平台，打造全方位广告人赋能体系

2021年3月，蓝色光标集团旗下AI策划助手销博特（XiaoBote）与中国广告协会携手共建广告策划智能助理平台。依托人工智能和大数据技术，该广告策划助理平台涵盖广告创意的多个工作场景。平台共建项目是从2019年始，蓝色光标集团与中国广告协会共创“中广协 BlueView 营销数据分析师认证体系”项目的延伸。此次，双方的进一步合作，将在知识赋能的基础上联合构建智能工具赋能，为新时代广告人打造可学、可用、可为的全方位赋能体系。



### 2、参加中国公共关系发展大会 助力生态文明建设

2021年12月18日，以“生态文明：创新实践与国际传播”为主题的2021中国公共关系发展大会在京举行。会上，中国公共关系协会正式发出《共建美丽中国共护人类家园——公共关系助力践行生态文明倡议书》，蓝色光标作为《践行绿色生活建设生态文明倡议书》的倡议方之一，参与启动仪式并在倡议建议草案中提出，将在全社会范围内发挥传播者的作用，以生动活泼的形式，对内对外讲好中国生态文明故事。在商业运营过程中扮演沟通者的角色，发挥桥梁和纽带作用，带动品牌客户积极参与生态文明的建设和传播。



### 3、参加元宇宙产业论坛，以“内容+技术”推动元宇宙产业化发展

2021年12月9日，由中国移动通信联合会及元宇宙产业委员会主办的“元宇宙：灵境与科学艺术”纪念钱学森先生诞辰110周年暨2021元宇宙产业论坛在京举行。蓝色光标集团副董事长熊剑、蓝色光标元宇宙业务负责人刘方铭等参与研讨。针对“元宇宙的现状与未来”，刘方铭与专家们展开了探讨和交流。随着内容技术、交互形式的升级，在元宇宙的切口之下，蓝色光标正在探索虚拟世界的新内容、新场景和新资产。此次论坛汇集了元宇宙领域权威、专业的专家、学者、院士和科技企业，共同深入研讨元宇宙产业和产业元宇宙未来发展。



### 4、发布《2021 中国品牌海外传播报告》，深度解析中国品牌在海外市场可能遇到的挑战和解决方案，探索中国品牌的全球化之路

2021年12月，蓝色光标与中国广告协会联合发布了《2021 中国品牌海外传播报告》。作为从2015年就布局出海领域的企业，蓝色光标已经连续五年发布《中国品牌海外传播报告》，自2015年起至今已连续发布五期，为一大批中国出海企业能够“走出去”、“跑起来”、“站稳脚”提供了精准的数字营销解决方案。本次报告新增了关于各国受众在新冠疫情期间的购买习惯、品牌考量等问题，以期为中国出海品牌提供更具实效性的参考。相较去年，本年度的海外数字营销 Playbook 则更注重实操，并且更注重投放平台的多元性与具体玩法。

蓝色光标希望报告的发布可以帮助诸多品牌能够快速融入全球化经济体系，为讲好“中国品牌”故事，树立“中国品牌”形象，给予强有力的支撑、借鉴和启发。

### 5、蓝标在线正式成为北创营营友深入服务平台，赋能中小企业数字营销

在2021年4月举办的中国创业者峰会上，蓝标在线与北京大学创业训练营举行了战略合作启动仪式，正式宣布蓝标在线成为北创营营友深入服务平台，打造出资源共享的企业创新圈层。作为北创营营友深入服务平台，蓝标在线的创新性不仅体现在其集合了蓝色光标25年服务世界500强所有智慧、方法、经验，通过“自助式使用+专业人工服务”模式推行企业营销服务“大会员”制度，更是从方案、工具、服务多维度赋能，让企业获得更强大的综合服务能力。



## 二、蓝色光标获得合作伙伴的认可和荣誉

### 1、蓝色光标与阿里巴巴达摩院达成战略合作

2021年10月19日，云栖大会在杭州开幕。蓝色光标集团副董事长熊剑受邀出席大会并发表演讲，率先拉开了元宇宙、虚拟人在营销行业的创新帷幕。同时，蓝色光标与阿里达摩院达成战略合作，双方将携手开拓虚拟直播技术应用，赋能电商交易场。达摩院除了在数字人领域与蓝色光标展开合作，基于视频制作技术等方面也在与“蓝标在线”探讨未来的合作机会。2021年“双11”期间，虚拟直播间已签约超40间。



蓝色光标携手达摩院，将进一步推动技术与创意不断融合，产生更加具有想象力的内容、更加丰富多样的表现手段，对营销行业以及互联网生态都将带来根本性的变化，进而或将催生新的商业模式和经济增长点。

### 2、蓝色光标与百度希壤达成战略合作 携手推进元宇宙产业发展

2021年12月27日，百度战略级大会 Create 2021（百度AI开发者大会）在百度希壤虚拟空间中拉开帷幕，大会同期，蓝色光标宣布与百度希壤达成战略合作，双方将携手推动元宇宙技术与营销的有机融合，以希壤虚拟空间为基石，共同助力品牌方在元宇宙时代与消费者建立新连接、开拓新场景，赋能营销形态进化。基于此次合作，双方将凭借在各自领域的多年经验以及在元宇宙领域的先发优势，与产业链上下游共同促进供需对接，推动技术创新、加强应用推广、推进产业发展，并共同实现科技成果的商业化价值转化。未来，蓝色光标还将围绕元宇宙业务开展更多动作，加速相关领域布局，包括核心技术和产品研发，并持续探索在元宇宙时代的营销新形态，为合作伙伴提供智慧经营的更多可能。





### 3、蓝色光标旗下蓝标传媒荣获 Google2021 年优秀合作伙伴大奖



2021年12月1日，“2021年Google优秀合作伙伴大奖”在谷歌代理商大会揭晓，蓝色光标旗下蓝标传媒被评选为推动品牌认知度奖项的“年度最佳优秀合作伙伴”。蓝标传媒携手Google助力数千家中国企业和品牌，成功进入海外市场，通过内容力、资源力、技术力、服务力讲述中国故事，让中国走向世界，让世界读懂中国。

### 4、蓝色光标旗下思恩客 Apple Ads 资质申请获苹果官方批准

2021年7月，蓝色光标旗下思恩客收到苹果官方邮件确认，获批在中国大陆的App Store中投放广告。成为ASA（苹果搜索广告，Apple Search Ads）面向中国大陆地区开放后首批获得资质的企业之一。

与传统的广告渠道相比，ASA具有转化率高、成本低、用户精准、流量安全等优势，是iOS应用推广的优质渠道，在Apple store这一巨大的流量池下，如何抢占先机，更好地使用ASA进行推广显得至关重要。此次思恩客正式成为Apple Ads广告代理，将为广告主拓宽与消费者联系的新渠道，通过搜索推广引流，创造经济价值，成功实现流量变现。

### 5、蓝色光标旗下思恩客荣获“百度生态合作伙伴融聚创新奖”

2021年5月，蓝色光标旗下思恩客凭借在视频化项目的优异成绩，荣获“2021Q1百度生态合作伙伴融聚创新奖”。作为一家科技营销公司，早在2019年，思恩客就凭借对泛娱乐营销发展趋势的准确判断和影响年轻人营销经验的积累，开始坚定布局视频业务，依托“服务+技术+资源”的模式，不到两年时间，就积极筹建了近百人的视频团队，并在天津滨海新区自建了3000多平米的多场景拍摄基地，形成了从创意策划、内容制作到媒介投放全流程的视频营销服务能力。

### 6、蓝标传媒旗下子品牌西红柿成为艺述事 ARTiSTORY 战略合作伙伴

2021年9月15日，蓝标传媒旗下子品牌西红柿互动宣布与ARTiSTORY LLP（新加坡艺述事有限公司）达成战略合作协议，借力文化艺术IP，赋能中国企业出海，实现全球化营销布局。新加坡艺述业务覆盖全球市场，拥有全球顶级文化艺术IP授权、运营及二次开发能力，为中国跨境电商、出口企业提供文化艺术IP赋能。本次合作强强联手，将为中国更多有出海需求的品牌客户提供最优质的服务和最具创意的移动营销内容，助力商家赢在全球。

# 政府责任

## 纳税总额

报告期内，蓝色光标根据国家相关法律缴纳税款，2021 年全年纳税总计约 2.18 亿元（不包括境外和港澳台地区纳税）。

## 吸纳就业人数

截至 2021 年 12 月底，蓝色光标国内员工人数为 2885 人。

## 守法合规

2021 年，公司在内部管理及业务运营方面严格遵守国家法律、法规，持续强化内部制度建设，通过开展内部审计、评价工作，推进各职能领域制度建设，完善现有各项规章，确保公司经营管理合法、合规有效运行。

## 一、参加政府展会，发挥文化科技融合示范作用

### 1. 蓝色光标亮相服贸会各大论坛，出席推介会主会场活动备受关注

9月2日-7日，中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”）在北京举行。此次服贸会以“数字开启未来、服务促进发展”为主题，共吸引了153个国家和地区、1万余家企业参展参会。蓝色光标受邀参加了多场分论坛活动。会上发布了文化贸易蓝皮书系列《中国国际文化贸易发展报告2021》等共12部研究成果，蓝色光标出海业务入选为蓝皮书案例。

自蓝色光标实施“数字化”、“国际化”战略以来，营收增速强劲，出海业务呈现爆发式增长，始终保持着中国营销行业领头羊的地位。此次入选为案例，也是对蓝色光标创造的社会价值的肯定。蓝色光标集团CEO潘飞出席推介会主会场活动，并结合“数字文化助推新发展格局建设”主题进行了分享。他以蓝色光标自身的数字化转型升级，以及蓝色光标帮助企业客户在国内和海外市场进行数字化营销为例，分享了营销产业在“数字文化助推国内国际双循环新格局发展”方面的实践和经验。

未来蓝色光标将积极践行双循环战略，在继续服务好3000余家大型企业客户的同时，帮助中国中小企业完成营销数字化升级和转型，走向海外和全球市场，助力新发展格局建设。



### 2. 蓝色光标亮相深圳文博会 智能营销产品吸引广泛关注

9月23日-27日，第十七届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）在深圳国际会展中心举行。蓝色光标依托强大的技术和服 务优势受邀参展，带来了自主研发的“蓝标在线”和“UGdesk 智能创作”两款企业数字化营销增长产品平台。用户在文博会现场可以通过自助体验，完成数字广告从内容生产到在线投放的一站式操作，以及传播策略制定、执行到效果评估等一系列延展营销需求。这两款产品平台，充分展示了数字广告时代蓝色光标以技术驱动赋能企业商业增长的新能力，吸引与会人员的广泛关注。



## 二、推进非公有制经济党建工作

### 1. 成立集团党委

2021年5月7日，中共北京蓝色光标数据科技股份有限公司委员会第一次党员大会暨授牌仪式在蓝色光标多功能厅隆重举行，蓝色光标集团党委正式成立。大会经民主选举，产生了由孔晶、肖中云、陈赛、赵文源、徐丹、庞亭亭、郭旭7位同志组成的蓝色光标党委第一届委员会。集团党委第一次全体委员会议，选举孔晶同志为党委书记。

### 2. 开展系列党建活动，隆重庆祝建党百年

为庆祝中国共产党成立100周年，进一步激发全体蓝标人积极投身“十四五”建设的工作激情，蓝色光标党委认真筹划、精心组织，在全集团广泛开展了庆祝建党100周年系列活动。

**开展“我心向党”知识竞赛。**集团党委积极响应习近平总书记“全党同志要做到学党史、悟思想、办实事、开新局”的要求，精心组织策划了线上党史知识竞赛活动，让广大党员深刻铭记中国共产党百年奋斗的光辉历程，共有超过300人参与了此次活动。

**开展爱党爱国短视频竞赛。**号召员工拍摄相关主题视频并通过短视频平台进行带话题传播，表达对党和祖国的祝福与热爱。短视频竞赛共收到参赛作品近20个，平台观看量约4600次。



**上线“点亮头像”小程序。**“七一”前夕，蓝色光标正式上线了小程序，通过传播焕新，为建党百年活动增加一抹亮色，共有1500人参与了此次传播活动。

**开展红色徒步活动。**蓝色光标党委联合集团徒步社开展六月红色教育活动，组织蓝标党员参观北京焦庄户地道战遗址纪念馆，重温党的历史，接受红色教育。



### 三、积极开展党建共建工作

5月14日，文化和旅游部国际交流与合作局张维国副局长一行来到蓝色光标开展党建共建活动，国际局政研处、礼宾翻译处、非洲处领导一同参加。蓝色光标业务团队就出海营销玩法、商业模式等内容进行了分享。国际局领导现场还对业务团队的提问作了解答，并为企业发展提出了建议。



5月26日，蓝色光标党委与朝阳区市场监督管理局以线上形式开展党建共建活动，应朝阳区市场监督管理局邀请，蓝色光标业务团队在线上分享了舆情应对经验。此次共建活动是蓝色光标与朝阳区市场监管局共同探索共建党建工作方式方法的又一成功尝试，加强了双方党建和业务工作的交流。



# 员工责任

“员工第一”为公司秉承的企业文化核心价值观，“让员工更幸福，让客户更满意”是蓝色光标长期的目标。公司始终致力于为员工提供有竞争力的薪酬福利、良好的工作环境、系统性的学习平台以及创造自身价值的舞台。

## 一、员工培训

公司注重对员工企业文化及核心价值观的教育，强调靠谱、包容和活力等特质，加强员工的集体责任感和认同感。公司通过蓝学苑、蓝标学堂、创业营、在线学习平台等内/外部专业机构和平台，为企业员工提供持续的素质、业务和管理培训。

### 1. 入职培训

在员工素质培训方面，2021年公司继续迭代《新员工入职培训》课程，内容包括：四大天条、核心价值观、公司整体概况及各部门介绍、各平台功能及使用方法等重要信息，帮助新员工迅速融入公司，熟悉基本工作环境，清晰相关联系人及联系方式，倡导新员工提升自主解决问题的能力，主动学习公司内部平台及相关功能。


## BlueWow 在线学习平台 - 新员工培训课程:

课程名称	讲师
【新员工培训】公司四大天条	王铎
【新员工培训】公司核心价值观	梁丽娟
【新员工培训】BlueWow 平台使用	阎钦
【新员工培训】行政篇	邢玲
【新员工培训】爱自助 - 考勤系统使用	李朝阳

## 新员工培训专题

当前位置:课程专题--新员工培训通用课...  
共收录10项课程

搜索 筛选




其他

【新员工培训】公司四大天条

知识普及

课程完成情况:已完成




其他

【新员工培训】公司核心价值观

知识普及

课程完成情况:已完成




其他

【新员工培训】BlueWow平台使用

意识培养

课程完成情况:未完成




其他

【新员工培训】集团整体概况

知识普及

课程完成情况:已完成




其他

【新员工培训】IT篇

知识普及

课程完成情况:未完成




其他

【新员工培训】爱自助-iHR平台使用

知识普及

课程完成情况:未完成




其他

【新员工培训】行政篇

知识普及

课程完成情况:未完成




财务

【新员工培训】财务篇

知识普及

课程完成情况:未完成




其他

【新员工培训】法务篇

知识普及

课程完成情况:未完成



其他

【新员工培训】爱自助-考勤系统使用

知识普及

课程完成情况:已完成

## 2. 业务培训

业务培训是蓝色光标作为大型企业集团的资源优势，借助相对前沿的应用技术、完整的产业链、众多的客户和案例，从每位伙伴专业成长需求及机构专业氛围出发，致力于为每一位员工伙伴提供线上/线下培训与学习体验，蓝标员工有机会接受行业最优质的专业培训，迅速成长。

### 1) 线下 / 直播培训

线下 / 直播培训通过调查、研究与管理课程的发展与迭代，协调、管理与指导内外部师资队伍，以期发展业界一流的适用员工及公司需求的系统化进阶式课程体系，高质量的课件和授课，以及组织与打造一流的线下培训体验。

业务培训方面，2021年共实施线下 / 直播培训 28 场，培训参与总人次达到 4612 人次。因 2020 年疫情延续至今，采用直播授课方式可以满足不同需求、不同地域同学的学习体验。线下课程恢复后，培训开启“线下课程 + 在线直播”混合分享。据统计，直播参与人次是线下参与人次的 2.5 倍。

#### 公开课：总计 28 场 参训人次 4612 人次

时间	课程名称	讲师	人次
2021/1/15	主流价值 从新出发 -- 新华社新媒体 2021 分享专场	杜萍萍 & 李秋玥 & 危欢	61
2021/1/22	与国创共潮	石蜜蜜	128
2021/3/11	微博训练营 - 蓝色光标专场	微博学院	230
2021/3/18	全民短视频时代 - 如何玩转信息流短视频	方云	204
2021/4/9	如何借助剧本杀破圈	刘洵梦	215
2021/4/15	知识短视频营销 用知识说服和推动消费	姜悦宁	96
2021/4/22	好奇合伙人——知乎生态伙伴交流会	周煜凯 / 金烨 / 朱思嘉	64
2021/4/29	媒体环境、舆情与管理	陈阳	191
2021/5/8	体坛陪您玩转体育营销	王宏德	84
2021/5/13	中国公众传播趋势——智能信息时代的传播规律分析	杨磊	99
2021/5/20	方案与提案 -Winning Way 智胜之道 (OSI 方法论)	郭耀峰	489
2021/6/8	懂球帝来了——跟大家聊聊足球营销新玩法	马巾晶	66
2021/6/10	青年营销手册点映	郭耀峰	488

2021/6/24	方案与提案 -Winning Way 智胜之道（比稿策略）	郭耀峰	115
2021/7/8	舆情时代的新标向和价值链——兼谈如何做好舆情分析和政策解读	吴士深	280
2021/7/15	机构媒体：抱歉，我们动了品牌营销的大蛋糕	孟登科	167
2021/7/22	全域营销 快展蓝图	陈嘉伟 / 林宜蓉 / 井思源	243
2021/7/22	BCG 报告分享	Sherry (BCG)	86
2021/7/29	BCG 趋势解读	邬小蕾	94
2021/8/5	智享生活，让 AI 发声——小米营销前沿探索	关平	104
2021/8/10	新著作权法理论与实务前沿问题	来小鹏	190
2021/8/12	科技赋能品牌 虚拟人时代的全面开启（魔法）	张嘉文	299
2021/8/31	虚拟数字人的落地应用（万像）	夏冰	110
2021/9/15	元宇宙与人工智能虚拟偶像技术	赵天奇	133
2021/9/29	数保法背景下大数据交易机遇与营销应用	张俊娜 / 闫莉	46
2021/11/26	企业数字风险防护	钱卓凡	54
2021/12/2	如何把传播做得有“科技范儿”	姚笛	105
2021/12/8	新广播 新生态 新营销	张东	102



## 2) 在线培训

2021年，BlueWow 在线学习平台更持续、深入地发挥作用，主要解决以下四方面业务学习需求：

- a. 有价值信息的跨时间、跨地域分享需求
- b. 优秀课程内容多轮重复学习需求
- c. 分子公司内容打通，优秀课程共享需求
- d. 集团内活动信息宣讲平台（AD大会，BlueAwards大赛，年会，高潜人才项目等）

BlueWow 在线学习平台目前线上课程总数：490门（选修410门，必修80门），

2021 新增课程数：97门

## | 在线学习平台 2021 新增课程

序号	课程名称
1	快手 X 蓝色光标分享会
2	蓝标数字标准文档管理规范
3	机构媒体：抱歉，我们动了营销的大蛋糕
4	舆情时代的新标向和价值链 -- 兼谈如何做好舆情分析和政策解读
5	方案与提案 -Winning Way 智胜之道（比稿策略 - 上）
6	方案与提案 -Winning Way 智胜之道（比稿策略 - 中）
7	方案与提案 -Winning Way 智胜之道（比稿策略 - 下）
8	懂球帝来了 - 跟大家聊聊足球营销新玩法
9	青年营销手册
10	方案与提案 -O5I 方法论（Objective + Issue）
11	方案与提案 -O5I 方法论（Insight）
12	方案与提案 -O5I 方法论（Idea + Implementation + Impact）
13	入耳更入心 - 音频营销分享
14	2021 年广告板块 - 客户授信 & 应收管理 & 风险管理
15	2021 年广告板块 - 供应商新建及调整
16	2021 年广告板块 - 项目报价流程
17	2021 年广告板块 - 媒体下单注意事项
18	2021 年广告板块 - 媒体发票流程
19	2021 年广告板块 - 付款及退款流程
20	2021 年广告板块 - 框架及媒体冲量流程
21	2021 年广告板块 - 媒体侧其他重要事项
22	2021 年广告板块 - 新建客户
23	2021 年广告板块 - 下单流程
24	2021 年广告板块 - 关联方注意事项 & 客户退款
25	2021 年广告板块 - 合同管理
26	2021 年广告板块 - 发票管理



27	2021 年广告板块 - 部门预算 & 印鉴管理
28	管人四步法
29	2021 年服务板块 - 客户授信 & 应收管理 & 风险管理
30	2021 年服务板块 - 合同签署 & 立项 & 低利润报备
31	2021 年服务板块 - 供应商使用流程规则
32	2021 年服务板块 - 供应商付款 & 离职交接
33	2021 年服务板块 - 新建客户
34	2021 年服务板块 - 部门预算 & 印鉴管理
35	中国公众传播趋势 - 智能信息时代传播规律分析
36	体坛陪您玩转体育营销
37	媒体环境、舆情与管理
38	好奇合伙人 - 知乎生态伙伴交流会
39	知识短视频 - 用知识说服与推动消费
40	如何借助剧本杀破圈
41	全民短视频时代 - 如何玩转信息流短视频
42	微博训练营 - 蓝色光标专场
43	2020 Blue Awards 年终案例大赏暨终审会（上）
44	2020 Blue Awards 年终案例大赏暨终审会（中）
45	2020 Blue Awards 年终案例大赏暨终审会（下）
46	与国创共潮
47	快手全域营销介绍
48	磁力护航全域提效 -- 品牌营销策略运营方法论
49	磁力金牛 电商营销平台
50	磁力聚星 内容创意激活无限创意 -- 快手达人生态介绍
51	科技赋能品牌 虚拟人时代的全面开启（魔法科技）
52	虚拟偶像的落地应用（万像文化）
53	元宇宙与人工智能虚拟偶像技术链接
54	数据交易市场及政策法规洞察

55	大数据社交生态下的私域运营
56	企业数字风险防护走好营销的最后一公里
57	如何把传播做得有“科技范儿”？
58	2021 Blue Awards 年终案例大赏暨金奖终审会 - 蓝标传媒、SNK 年度案例、金奖案例
59	2021 Blue Awards 年终案例大赏暨金奖终审会 - 营销模块（上）
60	2021 Blue Awards 年终案例大赏暨金奖终审会 - 营销模块（下）
61	2021 Blue Awards 年终案例大赏暨金奖终审会 - 创意模块
62	P30 终极 PK 赛：蓝色光标集团副董事长 熊剑观点分享
63	P30 终极 PK 赛：蓝色光标集团首席执行官 潘飞观点分享
64	P30 终极 PK 赛：蓝色光标集团首席策略官 郭耀峰观点分享
65	P30 终极 PK 赛：《葵珍年度全案营销》
66	P30 终极 PK 赛：《天猫同好派 - 次世代国潮季》
67	P30 终极 PK 赛：《2021 金典全年公益营销规划》
68	P30 终极 PK 赛：《优思明品牌 IP 打造》
69	P30 一公赛：《QQ 飞车机甲新纪元》
70	P30 一公赛：《2021 星巴克家享花式速溶咖啡整合营销传播 Campaign》
71	P30 一公赛：《2021 素力高整合营销 Campaign》
72	P30 一公赛：《2022 舒化富硒 CNY 数字营销创意》
73	P30 一公赛：《喜马拉雅悬疑季》
74	P30 一公赛：《健达缤纷乐》
75	AD 大会杨帆 & 赵亮：《从营到销，Where to start?》
76	AD 大会张逸雪 邵静琦：《左手新国潮，右手新消费》
77	AD 大会彭浩 朱渊源：《直播电商进化之路》
78	AD 大会庞亭亭 李林波：《营销科技之路：从人机协同到拥抱生态》
79	AD 大会张倩莹：《以销带营：造新消费世界的“心流量”》
80	AD 大会冯秋时：《劲风正起，攒个与销售有关的局？》
81	AD 大会李铭：《品牌内容生态矩阵建立：你还敢 MCN 吗？》
82	AD 大会刘方铭：《20CM 涨停，是科幻，还是未来？》



83	AD 大会李腾 胡方舟：《跨境电商路在何方》
84	AD 大会蓝色光标集团 CEO 潘飞：《自胜者强 致创新、致未来、致我们》
85	AD 大会蓝标数字首席运营官 肖中云：《营销人的自我觉醒 走向极致》
86	AD 大会蓝标集团董事长 赵文权：《更好的蓝色光标》
87	AD 大会蓝标集团副董事长 熊剑：《从营到销的探索与变革》
88	NEXT GEN 李双城：《我们与“国际化”的距离》
89	NEXT GEN 陈明易：《反英雄主义进行时》
90	NEXT GEN 杨松浩：《从群演到品牌符号，蓝血新生代的创新之路》
91	NEXT GEN 北方：《冲！在营销的伟大航路上成为营销新时代的海贼王》
92	NEXT GEN 解蕾：《差一点年轻人》
93	NEXT GEN 张成志：《90 后程序员是一群什么样的人》
94	NEXT GEN 杨凯：《30 岁之前与世界和解》
95	NEXT GEN 王非儿：《“新求知”超快感》



### 3) 种子培训

在关注员工成长的同时，公司也搭建了纵向从主任到总监层级，横向专业能力、个人通用能力、领导力、经营能力的阶梯式网状培养体系，根据关键人才的分类匹配多样化的培养方式，例如线上/线下、高潜力项目以及对特别关键人才定制化的培养形式等。

#### 专项培训课程

课程	形式	时间	讲师	参与人数	类别
卓越领导的情商法则	线下学习	2020.7.3-7.4	外部讲师	30 人	领导力培训



#### Super E+-- 执行层选拔激励项目

通过对执行层同学们进行培训、提供导师助教等赋能，通过方案 PK，发现并激励优秀员工，给获胜同学奖金、免答辩晋升、总经理午餐会等机会。



#### 蓝血新星项目 -- 高潜应届生培训项目

在应届入职的同学中选拔出 33 位高潜同学，进行为期 4 个月的专业能力、业务文化及职场专业技能的培训，帮助员工更快适应职场，找到方向、加速成长。



## 蓝色种子 PLUS 项目启动 -- 高潜经理人培训项目

从 74 位经理及以上级别当中，选出 33 位优秀的高潜经理人，进行为期 5 个月的专业能力 & 领导力 & 文化及战略的输入，帮助高潜员工更快成长。



## 实用领导力培训

通过包含招聘以及初阶领导力的课程输入，帮助 127 位新晋经理人进行角色转变，赋能领导力。



## 新员工培训项目



针对新员工提供月度的关于公司战略文化、绩效福利、职业成长等多维度的认知性培训，旨在帮助各位同学更快融入公司，更多的了解公司及业务。





## PRESENT30 培训项目

项目对标高级主任层级，通过选秀综艺式的方案与提案大赛，以赛代训为主、专业课学习为辅，挖掘和培养擅于领导团队、制定方案并提案的腰部人才。



P30 项目启动海报及优秀学员海报



P30 项目优秀学员合影

## 校招生小班培养项目

帮助校招生提升对行业和公司的认同，明确未来蓝标的职场通路，建立校招生之间的同期感与横向链接，帮助校招生从校园到职场快速的角色转变。



#### 4) AD 客户总监大会

蓝色光标的AD（客户总监）大会从2004年的AM（客户经理）大会发展而来。2021年蓝色光标AD大会共有300余位总监级以上员工参加，聚焦“营销觉醒，跃阵革新”的主题，演讲嘉宾围绕从营到销、品销合一、营销新力、驱动蓝色光标进阶增长等议题展开精彩分享。

##### ① 蓝色光标董事长赵文权：更好的蓝色光标



蓝色光标董事长赵文权做了“更好的蓝标”主题分享，在演讲中，他提出了更好的蓝标的几个标准：

**更好的团队。**要拥有更好的团队，要给年轻人更多的信任、更多的机会，要追求整个组织的年轻化，要更加有活力、更加有创新。

**更好的客户。**未来蓝标新的客户群应该是哪些？大量快速崛起的中国本土消费品牌和中小企业，这对蓝标来说是一个全新的巨大机会。鲁班和蓝标在线，都有了一定的中小企业客户规模，并且以比较快的速度在发展。中小企业的客户群，未来会给蓝标带来新的惊喜和想象空间。

**更好的商业模式。**商业模式的创新，就要持续地致力于“创意”和“技术”这两种能力的融合，蓝标要成为一家营销科技公司，必须让技术和创意进行融合，变成一种新的能力，这种能力将是蓝标未来在整个行业决胜的核心能力。在中国营销行业市场上，蓝色光标是比较早、比较坚决地

做这件事的公司，相信这些持续的投入，未来一定会带来更多的回报。

义无反顾推动“营+销”。帮助客户提升营销效率，取得商业上的成功，是蓝标的初心和使命。“业务全球化和营销智能化”依然是非常坚定的战略方向。蓝标会围绕这两个核心战略，继续布局一些新的市场，将“营”和“销”进一步整合，继续推动“技术”和“创意”的融合。

##### ② 蓝色光标集团 CEO 潘飞：自胜者强 致创新、致未来、致我们



蓝色光标集团CEO潘飞在演讲中强调了营销人的使命。这一代营销人就要做别人没有做到的事情，除了要去重新定义智能营销，我们要持续拥抱营销科技、拥抱智能化。未来蓝色光标应该有80%以上基础工作是靠技术和工具化赋能完成。在迈向全球化的新阶段，中小企业迎来了一个绝佳的发展机遇，对于蓝标在线、鲁班来说，这是我们客户结构转移的重要历史性机遇。另外一个使命就是要迈向全球化。真正卓越的公司，人才密度、组织能力、管理模式，这三点是决定我们未来能不能决胜下一个十年的关键。未来蓝色光标需要新型的激励模式，如果打通从业务方向、人才密度、组织决策到激励模式的配套制度，未来的蓝色光标一定会更加强大，一定会实现成为一个世界级营销集团的重要使命。





无论是直播电商、跨境电商、新国潮新消费、营销科技，还是内容焕新、内容生态、元宇宙、虚拟人……蓝色光标已经进行了很多积极的探索和思考。

### ③多盟技术产品中心负责人庞亭亭：营销科技之路 -- 从人机协同到拥抱生态



人机协同将是未来广告投放优化的必然趋势，如何善用工具是未来提高广告服务竞争力的必选课题。智能创意重要的方向是如何通过数据分析的方式，指导设计师生产爆款创意，爆款创意产生时如何让机器自动做从 1 到 100 的衍生，然后投放，根据投放数据做分析，才能更好迭代，这是我们在创意衍生方向要研究的问题。

技术不仅不会取代创意，反而可以解放创意人最宝贵的创造力，随着音视频、AR、VR 等技术的发展，技术和创意的结合只会越来越紧密，人机联手才是创意的星辰大海。

### ④蓝标数字广州消费品事业部高级总监张倩莹：以营带销，造新消费世界的新流量



“新”是消费品营销一直生存的底色，也是我们作为 Agency 必须赋予每个消费品应该有的价值。我们能给新话语权的品牌两个额外的 Agency 价值：一是成为他们的外骨骼，支撑他们往前走，把我们懂品牌建设的能力，应用在他们流量玩法的体系上，做一些小小的变体，就能支持他从 1 走到 10；其次成为新消费品牌的风格守护者，他们崛起的道路最成功的基因是骨子里的风格，那些成功的风格基因跟心智是绑定的。流量易逝，心智永存。流量总是易逝的，我们不可能把握价格或平台波动、不常态的流量，但我们能做到在销中还有赢，在销售过程中让销售和品牌心智同时沉淀。

重视年轻人，保持年轻态，一直是蓝色光标的文化特质。从 2020 年开始，蓝色光标 AD 大会开始设立“Next Gen”专题，本年度的第三季“Next Gen”，共有 8 位来自不同业务领域的年轻人，用各自的风格展现了新一代蓝标人的风采，求知、想象力、创造力，是他们闪亮的标签。他们正在成为蓝色光标一股新的向上的力量。

### ⑤多盟高级技术经理张成志：90 后程序员是一群什么样的人



作为蓝标传媒旗下多盟的高级技术经理，张成志在演讲中为 90 后程序员画像并现场演示了他自己设计的虚拟人形象。他说：90 后看重的关键词有三个，第一个成就感，第二有成长，第三有想象力。新技术充满了新机会，新交互会带来新平台，新平台会带来新生态，新生态里面有新玩法，未来我们有机会在虚拟世界中再造一个蓝色光标。

### ⑥蓝标传媒华东区业务总部杨松浩：从群演到品牌符号—蓝血新生代的创新之路

杨松浩是本次“Next Gen”环节最年轻的一位，他讲述了如何用内容直播的新玩法打响了蓝标品牌直播的新纪元，找到新业务突破口的故事。

他说：蓝色光标给了我们很多机会，让年轻人有大胆试错和大胆创新的空间。作为蓝标的新生代，我感受到了这个品牌的内核，未来我会用自己的创新创造属于我的奇迹。



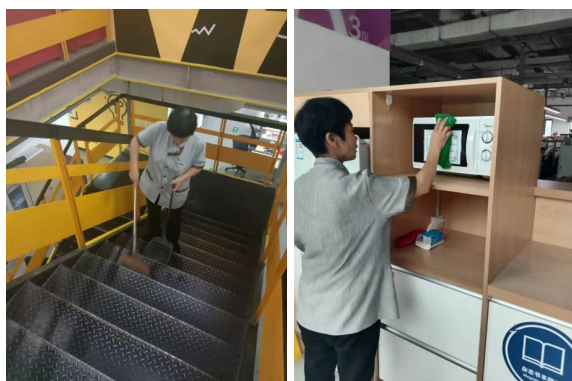
## 二、工会活动

### 1、疫情防控常态化管理

目前，全国疫情已经得到全面控制，但仍不时有局地爆发或散发病例出现。为了让员工能够在安全的环境下安心办公，公司的疫情防控也进入常态化管理。

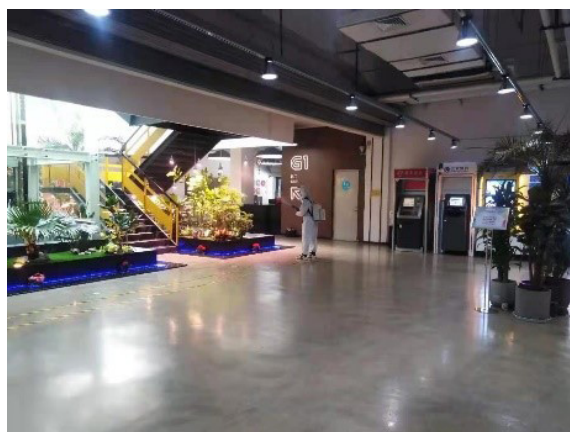
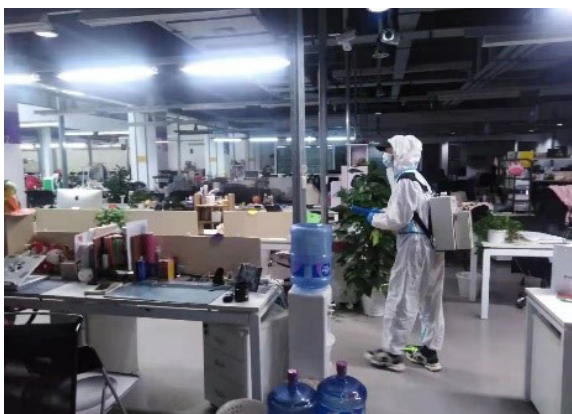
#### 1) 保洁日常消毒

保洁人员每日有序多次对公共区域、工作区进行清洁消毒作业，大门处、闸机口、楼梯间等。



#### 2) 大厦消毒工作

疫情防控常态化，日常防控不松懈。除了保洁日常的多次清洁消毒工作，公司还聘请专业的消杀公司，每季度对大厦进行消毒工作，不放过任何一个死角。



#### 3) 疫情统计

2021年以来，局部疫情时有发生爆发，包括年初的河北疫情，北京顺义疫情，到后面的安徽、广州、云南、南京、上海等地的疫情。公司都第一时间响应，通过邮件、问卷星、企业微信端信息填报等多种方式进行人员信息排查和统计工作。

#### 4) 疫苗宣传

当前疫情仍在全球流行，我国疫情防控处于“外防输入、内防反弹”的关键阶段，接种新冠疫苗是预防新冠肺炎的最有效方式，公司通过邮件，电子屏轮播等各种途径进行宣传，让员工了解新冠疫苗。

为方便员工接种疫苗，公司与所在园区、所在街道合作，多次组织疫苗接种工作，提高职工疫苗的接种率，共筑免疫屏障。





## 2. 员工关怀

### 1) 就地过年

2021年春节，为了积极相应国家号召，配合防疫工作，蓝色光标倡导员工就地过年，减少人员流动，降低风险。2021年春节期间，蓝色光标开展了多种关爱活动。

工会为公司员工准备了丰富的节日爱心大礼包，除了过年慰问品外，还包括口罩，消毒液等防疫物资。此外，针对因疫情无法与家人团聚的员工，蓝色光标准备了年味食品爱心大礼包，让员工感受到不是家人胜似家人的温情。

同时，公司工会在春节前夕还组织了核酸检测机构到公司上门检测，为员工提供切实便利。



### 2) 楼内公共设施

为了丰富员工的业余生活，给员工提供更方便的办公环境，鼓励员工每天能利用闲暇时间进行身体锻炼，公司在楼内设置了包括健身房、母婴室、乒乓球台等在内的多种可供员工休息、健身的场所。公司内的健身房。为了保证员工健身时能有更好的体验，健身器材定期换新。



为了让刚刚返回工作岗位的新手妈妈们有个更舒适的休息和交流环境，公司内特别设置了母婴室。



### 3) 员工心理健康关怀项目 -EAP 员工关怀计划 - 蓝心 app

为保证员工心理健康，蓝标传媒引入并落地了EAP员工帮助计划，同时上线了智慧心理平台，旨在通过聘请专业的心理咨询机构，为员工提供线上及线下的心理咨询与辅导，提升员工幸福感。



### 4) 图书角

为了员工能在日常闲暇时间里阅读学习，提高业务能力，舒缓员工在平时紧张工作中的压力，工会特意购置了九大类，包含营销广告工具书、历史读物等九大类共 200 余册书籍，设置了工会图书角。



为了更好地进行线上数字化借阅，公司建立蓝小鲸线上图书馆，2021年新增用户数 3287 位，访问用户数 2675 位，活跃用户数 1003 位。

### 排行榜



### 5) 三八节活动

考虑到公司女员工较多，2021年国际三八妇女节到来之际，工会组织了“女神节”活动，以感谢女员工对公司长期以来的付出和贡献。





## 6) 传承非遗文化，相约端阳初夏

2021年的端午节活动由集团工会与集团CSR部门共同举办。活动以突出端午非遗文化色彩为主线，设计了多个既突出端午传统习俗，又包含丰富非遗文化内涵的内容。香囊制作、五彩绳结编织、汉服穿越、端午文化答题等，让员工在活动中感受传统节日的文化内核、感受非遗传承，体味中华文化之美。



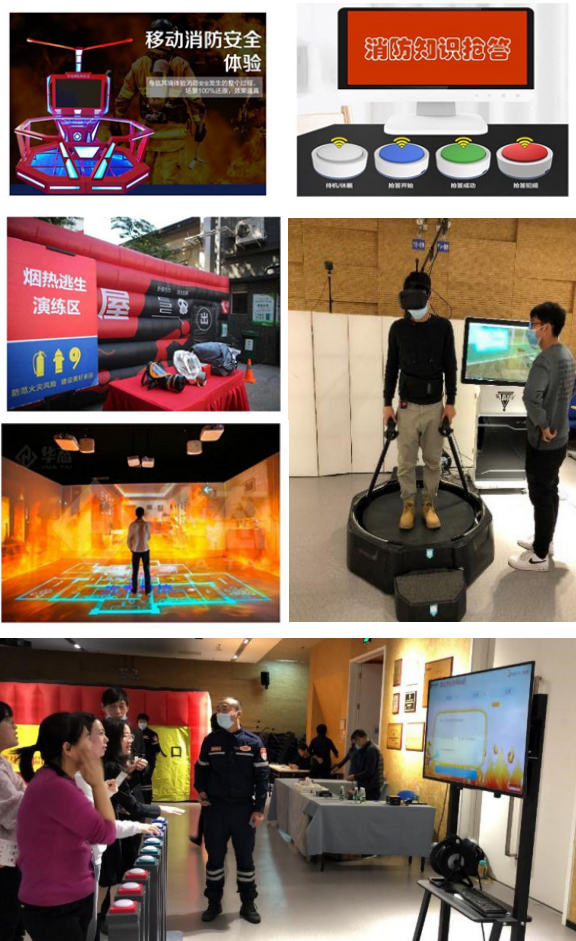
## 7) 参观安全馆

为了增强员工日常生活中的安全意识，掌握日常生活中救人和自救的常识，集团工会和集团行政部于2021年8月5日组织部分员工到朝阳公共安全馆进行了参观学习。通过此次学习，参与的员工了解了很多安全常识，如灭火器的种类及使用方法，安全绳的打结法，初步学习了病人急救方法等，并亲身体会学习了火灾现场、地震现场如何逃生。



## 8) 11月消防月活动

在2021年11月国家安全月活动中，集团工会协同集团行政在公司举办了一场VR互动安全体验。活动现场安排了理论宣传，移动消防站体验，烟热逃生，趣味问答等环节。让员工在玩中学，学中玩。积累生活中的灭火及逃生常识。



### 9) 社团活动

为了丰富公司员工的文体生活，培养积极、向上、健康的生活态度，增强员工的团队意识和凝聚力，展现昂扬向上的精神风貌，工会成立了瑜伽社、足球社、徒步社、乒乓球社、羽毛球社、艺术社等多种社团。

**瑜伽社团：**自 2018 年成立，从原来的 6 人团队发展成了现在的百人规模。



**徒步社团：**全年组织多次活动，包括 5 月的奥森徒步，6 月的红色徒步，7 月的盛夏徒步，9-10 月的徒步马拉松等。



**足球社团：**每周固定时间相约绿茵场，挥洒汗水，挥去疲惫。



**艺术社团：**为了丰富公司员工的文体生活，把艺术的气息融入团队，艺术社团举办了油画体验课程。





### 3. 加强工会组织建设

#### 1) 通过工会职工之家复评

蓝色光标作为一家营销领域的领先企业，十分重视员工的学习与发展。作为上市公司，一直在履行企业的社会责任，通过工会工作，打造一个服务员工、学习发展、回报社会的职工之家。近年来，工会不断健全和完善各项工作，包括工会组织建设，权益维护和保障，职工素质教育，职工服务工作，宣传引领工作等。2021年，蓝标工会参与了区级职工之家的复评工作，将近年来的工作进行梳理，总结整理了八大项 31 小项的各类工作成果，并最终通过了复评。



#### 2) 加入朝阳区重点企业工会联谊会

蓝色光标工会于 2021 年 12 月加入朝阳区重点企业工会联谊会，并成为常务理事单位。该联谊会是由朝阳区总工会发起，面向朝阳区重点企业成立的区级层面松散型、多元化、跨领域、枢纽型的服务平台，旨在成为朝阳区重点企业资源对接、互利合作的新平台，联谊交友、互助赋能的新阵地，评优推先、人才输送的新渠道。



### 三、员工福利

■ 包括但不限于以下内容：

项目	内容
中长期激励计划	为优秀员工提供股票、期权等奖励
班车	为员工提供早晚班车服务，员工可凭个人工卡免费乘坐
免费早餐	为员工提供 9 点以前的免费早餐
补充商业保险	为员工提供补充医疗保险和人身意外伤害保险
健身房	免费提供跑步机、脚踏车及其他健身器械
母婴室	为哺乳期的妈妈们提供服务
淋浴房	免费为员工提供淋浴设施
瑜伽班	为员工提供适当收费的瑜伽健身活动
生日礼物	员工生日当天会得到公司赠送的生日礼物或生日聚会
通讯补助	公司为所有正式员工提供通讯费补助
车位补贴	所有正式员工在本公司内停车享受半价补贴，满十年员工提供全额补贴
节日礼品	根据不同节日赠送所有员工不同类型的礼品
食堂	公司设有食堂，为员工提供早、午、晚餐
礼金	结婚礼金和女员工生育礼金
额外假期	蓝标员工额外享受除国家法定假期外的“带薪春节假”、“郁闷假”、“带薪病假”、“亲子假”

## 五、员工责任绩效表

内容	2021 全年绩效
遵守国家劳动法律法规	人力资源管理工作均遵守国家劳动法律法规
员工总数	2885
劳动合同签订率 (%)	100%
社会保险覆盖率 (%)	100%
参加工会的员工比例 (%)	按照北京市总工会要求在北京注册公司均需参加工会组织，目前共有 10 家子公司成立工会组织，参加工会的员工比例为 95.2%
员工薪酬	员工薪酬水平处于市场 50 分位，具有较强竞争力
全年人均带薪休假天数	5-20 天不等
平等雇佣制度	蓝色光标始终坚持同工同酬、男女平等、民族平等的原则，尊重工作场所机会均等和多元化，根据员工的能力和和经验提供适合的岗位
残疾人雇佣人数	25 人
男女员工工资比例	1: 1.3
女性管理者比例	51%
职业健康管理制度	1. 补充医疗保险； 2. 在职员工每年一次免费体检； 3 为员工提供免费健身场所。
员工心理健康措施	1. 以“员工幸福度”为追求目标，开展如读书日、家庭日等多种形式的交流活动； 2. 建立“部门员工恳谈”制度，定期由上级主管与员工进行恳谈； 3. 通过定期职业规划培训，为员工提供健康的职业发展建议。
体检及健康档案覆盖率	100%
职业病发生次数	0



员工意见或建议传达到高层的渠道	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 员工通过邮件直接向公司高层领导提出自己的意见和想法；</li> <li>2. 公司高层领导与员工定期开展沟通交流会；</li> <li>3. 部分子公司设有员工委员会，定期沟通并收集员工意见，对员工的建议进行反馈。</li> </ol>
员工培训力度	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过对员工培训需求的调查匹配公司发展战略安排相应的培训，使员工不断地学习成长，提高自身能力；</li> <li>2. 在培训结束后及时进行培训反馈评估与跟进，使培训效果不断加强；</li> <li>3. 应届生训练营（每年7月左右），蓝标大学公开课（每月举行）</li> <li>4. Bluewow 在线学习平台全年免费对员工开放。</li> </ol>
员工培训制度	<p>根据不同的人才战略和培养目的，人力资源部组织开展了与之匹配的培训项目和人才发展项目。</p> <p>培训项目采用线上线下相结合的 O2O 学习模式，分为新员工入职培训、企业价值观培训、专业技能培训、通用能力培训等。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新员工入职培训：让员工在短时间内了解公司的业务发展、企业文化、员工福利及 iHR 系统的使用；</li> <li>2. 企业价值观培训：对公司全员进行企业价值观培训，让员工理解并践行企业价值观；</li> <li>3. 专业技能培训：由公司内部专业领导或外请行业专家讲授，侧重行业或岗位相关专业能力方面的各种培训；</li> <li>4. 通用能力培训：提升员工通用能力的各种培训；</li> <li>5. 领导力培养：根据对于应对未来公司业务发展所需要的领导能力所开发的《蓝色光标 3-Lead 领导力模型》，公司组织一系列的领导力培养项目；</li> <li>6. 人才发展项目：为加速人才发展，为公司培养更多优质的领导人才，公司设计了针对性培养的人才发展项目，结合公司内外部优质资源，以提升其管理能力及专业能力。</li> </ol>
员工职业发展通道	<p>每年为员工提供两次晋升机会；</p> <p>员工晋升与发展分为两种类型：管理类晋升和专家顾问类晋升</p>
困难员工帮扶投入	公司设有爱心基金，员工在工作期间遇到困难可以向爱心基金求助
为特殊人群（如孕妇、哺乳妇女等）提供特殊保护	公司内部建立母婴室，为孕妇、哺乳期妇女提供专用场地
员工满意度	90%
员工关爱	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、特殊假期：亲子假、郁闷假、春节带薪假</li> <li>2、为员工提供生日礼物、节日礼品</li> <li>3、不定期举办各种互动活动</li> <li>4、在职员工结婚津贴，女员工生育津贴</li> <li>5、为员工提供免费健身场所</li> </ol>
吸纳就业新举措	社会化招聘和校园招聘平行进行，充分利用网络优势进行线上招聘

# 社会责任

蓝色光标在长期的公益实践中，早已将公益作为企业文化建设的重要组成部分，公司始终将可持续发展作为社会责任的重要理念，坚持发挥自身专业优势，持续为环保、教育等领域的优秀公益机构助力。

## 一、蓝公益助力多项公益项目

蓝色光标公益聚焦环保、教育、NGO 支持三大领域，通过公司志愿项目、公益资助、员工志愿者活动、CSR 传播服务等形式，持续为公益贡献力量。

### 1) 持续资助满天星青少年公益发展中心“童书乐捐”项目

由满天星青少年公益发展中心发起的“童书乐捐”计划自 2015 年至今，已成功举办 6 届。童书乐捐计划是以“分享童书 分享爱”为主题，面向城市为欠发达地区乡村小学开展童书回收和新书善款募集的大型公益活动，希望将城市家庭里闲置的优质阅读资源通过捐赠的方式流通到乡村学校，让阅读资源价值最大化。2021 年童书乐捐计划，有 22 个省及直辖市的 200 所欠发达地区的乡村学校、社区图书馆成为了童书乐捐计划的首批受益项目点。2021 年，蓝色光标通过北京、上海、广州、深圳等多地员工捐赠，为广东云浮新兴县簕竹镇中心小学捐赠童书 500 册，并持续资助该项目，为丰富乡村儿童的阅读生活提供支持。



## 2) 举办自闭症儿童公益画展

2021年11月18日-11月30日，在世界儿童日到来之际，蓝公益携手金羽翼残障儿童艺术康复中心共同举办了主题为“52赫兹”的公益画展。这是金羽翼流动美术馆的第70站，共有近140余幅作品展出，所有作品均出自自闭症等心智障碍青少年。蓝色光标的员工们通过观看画展，去关注不同群体的声音，并主动把公益项目与服务客户相结合。画展结束后，有多家蓝标服务企业与金羽翼达成合作意向，公益画展让更多社会力量共同关注自闭症等心智障碍儿童这个特殊的群体。

画展期间，还举办了参展画作及周边产品售卖活动，员工积极参与，反响热烈。活动筹集款项都用于金羽翼自闭症等心智障碍青少年艺术康复教学及可持续发展等项目。





### 3) 举办“易物空间”活动

2021年8月，蓝色光标举办以“你的旧物，我的礼物”为主题的“易物空间”闲置物品交换活动，让员工在生活中践行“低碳轻生活”的理念。活动通过市集的形式，让员工主动“唤醒”闲置物品，通过旧物流动交换，让简约生活、绿色环保的理念进一步深化。活动期间，员工参与踊跃，交换物品近千件。



### 4) 同心互惠公益活动

多年来，蓝色光标一直与同心互惠合作，在公司设立衣物募捐箱并不定期举办集中捐赠活动，帮助同心互惠通过社会闲置物资限价销售、回收再利用的方式，降低城市工友的生活成本，支持流动儿童教育，提供工友就业，促进社区参与，社会闲置资源再次有效利用。持续的合作为同心互惠公益注入了无限动力。

### 5) 持续推进办公室垃圾分类回收项目

从2017年起，蓝色光标重点关注环保和可持续发展领域，逐步推行办公室垃圾分类回收，引导员工从自身做起，从身边小事做起，身体力行践行环保理念。

2021年，蓝色光标在做好疫情防控工作的前提下，继续推进办公室垃圾分类回收项目，配合北京市对生活垃圾分类处理的措施，与相关机构合作加强对生活垃圾的回收处理，在员工餐厅和就餐场地放置了“厨余垃圾”和“生活垃圾”的分类回收桶。

自开展垃圾分类活动以来，公司回收处理的办公室垃圾相当于减少碳排放量1618吨。



### 6) NGO 支持领域

蓝色光标多年来根据企业自身发展战略，持续利用专业优势，通过策略咨询和创意服务支持公益机构长期发展。

#### ① 为险峰公益基金会提供专业志愿服务

2021年，险峰公益基金会持续展开与多个公益机构和公益项目的新型合作模式，蓝色光标通过策略支持、线上培训等多种方式，提供全方面的资源支持。

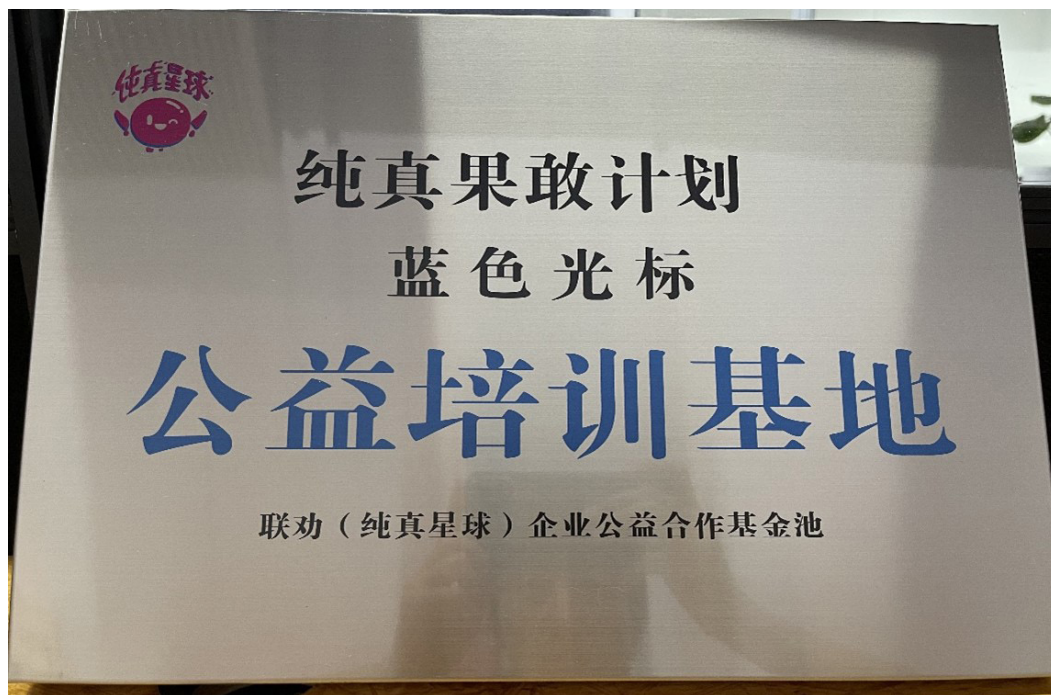




## ② 参与并支持行业公益基金会“纯真星球”项目

纯真星球是蓝色光标参与和发起的广告和营销行业公益组织。2021年，蓝色光标继续支持纯真星球发起“果敢纯真计划”，为想要进入广告传播行业在校大学生进行公益培训，将智力输出、人才培养与公益融合，赋予公益更多想象力。





### ③ 参加阿拉善生态基金会理事会年度会议

作为阿拉善生态基金会的发起理事单位，蓝色光标连续多年参与并支持基金会的各项工作，为基金会的发展献计献策。2021年，阿拉善生态基金会已经走过十一年，成立十一年来，坚定贯彻习近平生态文明思想，高举公益治沙大旗，在植绿荒漠的实践中砥砺奋进，取得了显著成绩。尤其在推动国家生态文明建设、治沙育人、凝聚社会力量、探索荒漠治理实践和绿色公益发展中，发挥了示范标杆、榜样引领和调动推进等作用。

## 二、专业输出，用营销智慧助力客户公益前行

### 1、关爱弱势群体及特殊人群 --- 宝洁飘柔 P&G Rejoice 首个“闭眼也能看”的变美平台 视障人群美触手可及

生活周围有许多视障人群，她们虽然看不见，但也有着对美的憧憬。然而比起大众，视障人群在追求美的路上仍然存在着各种不便。飘柔借助国际盲人日的节点，设计了首个“会说话的护发素”和“闭眼也能看”的无障碍变美平台，通过读屏软件的辅助与语音解释，让原来看不见的图片信息与视频信息，都能通过声音听见，丰富了内容输出路径，让视健人群能“看见”，也让视障朋友们能“听见”。解决视障者特殊需求的同时，让所有人更简单平等地追求美。同时，在无障碍变美平台内上线“让美触手可及”的公益页面，联动人民网、广东盲协共同发声，利用媒体力量进一步扩大无障碍变美平台的受众范围，让更多人在轻松变美的实际帮助中，感知到美的触手可及。



# 首个「会说话的护发素」 和「闭眼也能看」变美平台

Rejoice  
飘柔

## Background

飘柔秉持「让爱触手可及」的品牌主张，关注到特殊人群的变美需求，希望用简单变美的产品，助力她们也能和所有人一样平等地轻松获得美。

## Issue

如何解决她们日常变美过程中遇到最「脆弱」的障碍？如何在帮助她们的同时，让更多消费者也能受益，一起轻松变美。

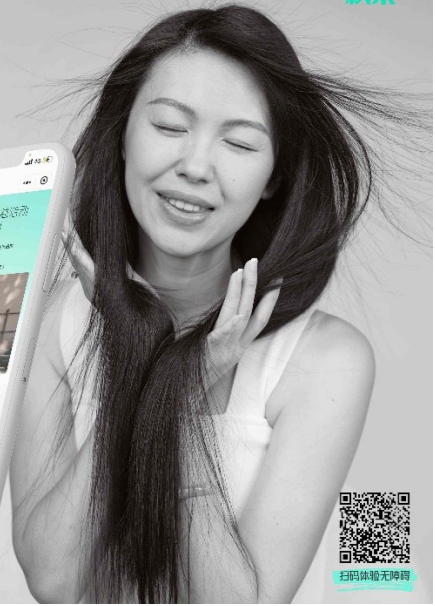
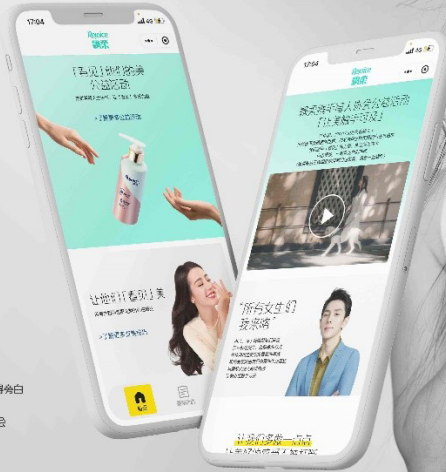
## Insight

走访并深入对话视障群体后，团队发现她们也有对美的憧憬与需求，大多时候通过声音与触觉感受「美」，然而——  
小红书视频炫酷的语言描述，读屏软件识别不了电商图片上的文字，在线下购物也才仅仅停留在触摸去选购……

我们变美的普通日常，视障朋友却备受阻碍，聚焦解决她们的需求，正意味着对每一份美的尊重。

## Implementation

- 打造首款「会说话的护发素」，扫描瓶身凸点二维码信息就能被朗读出来
- 搭建首个「闭眼也能看」的变美平台，为所有轻松变美资讯加上文本标签和无障碍旁白
- 持续带动不同影响力大咖共创无障碍内容，李佳琦金猪率先加入
- 飘柔×人民网×广东善信 国际盲人日共同发声，带领社会各界共同构建无障碍社会



扫码体验无障碍



用平常心看待视障群体  
不要过度强化或过度弱化

无障碍设计能造福每一个人  
要用爱和恒心去研究



手指摸过头发就像滑滑梯  
那是一种美的简单感受

我们只是不易  
但没有不同



## 2、关爱山区儿童 -- 一滴水的温度撬动全民守护山区美的萌芽

提起山区教育，人们首先联想到的是教育基础设施是否完善，美育总会放在最后，乃至影响学生卫生教育发展的条件常常被忽视。但是随着年龄的增长，山区的孩子们也逐渐建立个体形象意识。她们对美的事物开始敏感，表达出渴望，也常常因为美而感到苦恼。

项目聚焦山区孩子因校浴室热水供应不足，难以获得简单洗头机会的难题，以“美”为名向社会发出号召，帮助山区学校升级浴室，建设热水供应系统，让孩子们更简单轻松地洗护发，守护她们美的萌芽。凝聚来自“由小我到大家”的社会力量，共同完成这场对“美”的温情守护；汇聚暖流，为山区升级浴室，共同守护“美的萌芽”。最终，这一暖流翻山越岭来到云南、湖北、湖南4所学校，2894位孩子变美的心愿不再遥不可及。点滴的温情与感动让山区与城市更紧密。





### 3、关爱山区儿童 -- 未来教室，一起玩成

腾讯游戏及腾讯成长守护平台，通过“未来教室”公益计划项目，为边远山区的孩子们打造科学兴趣课堂，让他们也有机会接触到编程、VR等数字化前沿科技，接受更优质的素质教育，与城市的孩子看到同一片广阔的世界。项目采用游戏的方式为山区孩子建教室，以山区孩子对未来畅想的画作为创意元素，打造了一款“未来教室”H5公益小游戏。用户化身为孩子，用向前跳一跳的方式捕获每一个梦想同时获取分数。以虚拟游戏解锁现实公益，最终用累计的游戏得分，实现现实中更多山区“未来教室”的落地建设。



### 4、传承非遗文化 --- 百事可乐 x 妈妈制造：解构传统，热爱再造

非遗文化是中国千年文化的积淀，凝聚了中华民族丰富独特的原创力量。百事可乐携手中国妇基会“妈妈制造”公益项目，溯源剪纸文化，实现传统与现代的潮流共生，让剪纸技艺重新“年轻”起来，吸引更多年轻人看到、了解、热爱非遗文化。用潮流的方式，重新诠释传统，实现品牌与非遗文化的双赢局面。持续架接起传统文化与新生力量沟通的桥梁。

**pepsi × 妈妈制造**

# 解构传统 热爱再造

**CHALLENGE**  
机器的出现及狭窄的实用性，使得剪纸这项兼具中华传统的技艺，逐渐被年轻人遗忘。百事可乐作为潮流文化的符号，一直扶持并助力中国原创力量，如何让剪纸文化焕发新生命，被看见，被了解，被热爱？

**IDEA**  
百事可乐再度携手中国妇基会“妈妈制造”公益项目，溯源剪纸文化，实现传统与现代的潮流共生，让剪纸技艺被看见、被了解、被热爱。

**被看见**  
基于剪纸的属性，我们联合新春节点，深入探寻剪纸传承人，邀请他们带出逐渐被遗忘的传统年俗，并在北京龙汇当代艺术中心举办了一场特别的剪纸展览，剪纸以数字的形式，通过老式放映机在现场放映，现场参观的人也唤起了尘封已久的记忆。

**被了解**  
当记忆开始褪色，技艺被遗忘，剪纸需要年轻的生命力，懂而我们需要了先锋设计师王钰陈对话剪纸传承人，将传统技艺跨界现代潮流，联名定制背包、T恤、礼盒等潮流单品并打造2020百事纪念站，借助这一年轻潮流的平台，年轻人们也并地上身剪纸技艺。

**被热爱**  
越来越多的年轻人开始关注到剪纸这项技艺，开始了解，开始记忆，甚至开始他们在网上、朋友圈上。  
品牌曝光：240+ | 品牌美誉：11亿 | 品牌好感度提升：110% | 内容阅读量：346万

## 5、后疫情时代的温暖守护 --- 全世界都欠武汉一碗（团圆）饭

2020年初，新冠疫情爆发，武汉首当其冲，这座英雄城市涌现了无数值得所有人铭记和感恩的故事，2021年凯美瑞新年家宴传播项目，聚焦武汉当地参与抗疫的英雄车主，将他们的故事进行放大，通过车主凸显品牌的社会责任感形象。

同时，拍摄真实投入到抗疫一线的车主故事，用整合营销的创意方式展现企业的社会责任和坚定担当。





## 6、环境保护 -- 棉·自然·出色 用色彩演绎环保初心

随着地球气候变化加剧，每个人类个体都在寻求可持续发展的自然力量。而棉，不仅本身是环保可持续发展的天然纤维，其每个色彩瞬间，都是自然生命力的表达，是地球可持续发展的最美象征。用棉、穿棉的每个出色瞬间，都是人类收获自然馈赠的时刻。

2021年4月，全棉时代借助地球日的契机，以棉的颜色作为核心创意概念，用时尚化的语言演绎品牌的环保初心。项目通过“首个棉主题色号”、“首个棉的色彩时尚秀”和“棉的色彩取色周边”等创意活动让人们在用棉、穿棉的同时，感知棉的色彩生命力，发现地球多样性之美，让可持续价值传播更“出彩”。



## 7、环境保护 -- 雀巢咖啡 1+2 relaunch wave 1 可塑之材

项目借由雀巢咖啡产品焕新、包装升级的契机，让消费者参与到雀巢产品回收活动中。通过回收材料变潮品，让消费者直接互动参与自带潮流环保理念的可持续营销，将废材变身可塑之材！以有态度的环保潮流理念，通过环保材料包装的回收+再造，传递可“塑”之材的环保精神。



## 五、公司公益捐赠及员工志愿活动数据

项目	2021 年绩效
公司公益捐款（万元）	108.76
公司无偿志愿服务时长（小时）	375.5（等值于公益捐赠 30.04 万元）
参与公司无偿志愿服务的员工（人）	13
员工志愿者人数（人次）	15
员工志愿者服务时长（小时）	331（等值于公益捐赠 26.48 万元）