

关于成立合资公司的可行性报告

一、背景：

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司（以下称公司或蓝色光标）股票于 2010 年 2 月在深圳创业板成功上市，成为中国公共关系行业首个上市公司。公司未来的发展战略是

区域扩张，行业拓展和服务延伸，而实现战略目标的主要方式之一就是在条件成熟的前提下与国际领先的传播集团和公共关系公司强强联手，成立合资公司，共同拓展中国的公共关系市场。

公司致力于开发具有品牌优势和商业价值的国际企业客户。在公司目前所服务的国际知名企业中有一部分日本企业和产品品牌，如广汽丰田、东风本田、佳能、索尼、奥林巴斯、西铁城、优衣库等，涵盖汽车、家电、消费电子、钟表、服装等行业，提供的业务主要是企业品牌传播和产品公关服务。日本在华企业的品牌传播和产品推广有其自身的特点，一方面公关与广告和其他推广手段的关联度较大，另一方面公共关系服务的需求相对集中于媒体关系、政府关系和危机管理等领域，特别是对那些在中国市场具有强大品牌和产品优势的汽车、消费电子等行业的企业更是如此。

作为公共关系行业的本土领军企业，公司近年来与全球最大的独立广告公司日本电通株式会社（以下简称电通）及其子公司电通公共关系株式会社（以下简称电通公关）进行战略和业务方面的合作，共同为在华日本企业提供专业的公共关系服务。

电通是当今全球最大的独立广告公司，成立于 1901 年，总部位于日本东京，注册资本 589.671 亿日元，员工总数约 6,500 余人，在 30 多个国家和地区设有子公司。作为传播集团的电通的年度销售总额居世界前列。电通是第一个进入中国的外资广告公司，于 1994 年成立了合资的北京电通广告有限公司，在中国大陆业务包括北京电通广告、东方日海、电通东派等广告业务及其他经营机构的市场调查和市场促销业务，上述机构分别在北京、上海、广州、深圳、武汉、青岛等地设有分公司或办事处；服务的主要客户为日本在华企业以及部分中国本土知名企业。

电通公关是电通的全资子公司，成立于 1961 年，总部在日本东京，注册资本 4,000 万日元，员工人数 200 余人。电通公关是日本领先的公共关系公司，它与电通集团旗下的以及阳狮集团旗下的专业公共关系公司在全球范围内合作，在中国还通过与本土的公共关系公司合作为其客户提供服务。

为了更好地服务日本企业客户，需要打造一个新的平台，更好地整合资源，

吸引更多的专业人才，公司将与电通和电通公共关系成立合资公司（以下称合资公司），进一步开拓日系客户市场，并扩大服务的领域和提升服务的水平。成立新的合资公司是公司实施发展战略和提升公司品牌形象的重要举措，同时也是公司为了将来向海外发展做准备的措施之一。

二、成立合资公司的必要性

1. 提升公司核心竞争力的需要

作为业内最具实力的专业公司之一，公司的核心竞争优势主要体现在成长、管理、人才、创新、经验、客户、品牌、业务网络等方面，合资公司的成立是强强合作，利用合资各方的优势创造一个新的公共关系服务强势合资品牌，加强公司的业务研发和创新能力，吸纳和培养优秀的人才，尤其是具有国际客户服务经验的高级人才的引进，进而提升公司的核心竞争力，推动公司积极向综合性的传播集团迈进。

成立合资公司将有助于实现公司的战略目标，合资公司立足于公共关系服务，并通过电通的客户和业务向相关的行业发展，探索服务链整合模式，完善业务布局，以实现行业拓展；以日系客户的业务支持各分区业务的开展可以完善公司已有的业务网络从而支持区域扩张，服务类别由产品推广为主向品牌传播和咨询业务发展将使服务延伸，为客户提供更加整合而系统的公关服务。

2. 开发国际客户特别是日系客户的需要

合资公司的成立将有利于公司利用电通和电通公关的品牌知名度及其强大的客户基础加强日系客户开发的广度和深度。合资公司的业务开发和客户服务团队将配备有日籍人员和具有服务日系客户的本土专业人员，不仅加强与现有日系客户高层的沟通，同时还将加大新业务开发的力度，充分挖掘潜在客户价值，为公司未来的发展奠定良好的客户基础。同时通过电通公关的全球合作伙伴，公司有机会接触到其他欧美国际客户。

3. 加快国际化进程的需要

公司通过合资公司的建立和运作可以积累在中外合资企业管理方面的宝贵经验，并为未来向海外发展进行必要的准备。

三、成立合资公司的可行性

1. 合资方各自的优势与优势互补

合资各方均具有各自独特的优势，且各自的优势互补。蓝色光标拥有遍布全国的服务网络，良好的媒体关系和政府关系等专业技能与资源，电通有全球资源

以及在华众多优秀的日企客户，在传统广告及其他市场营销领域的专业经验，电通公关有服务日本企业的长处以及在公关企划、危机管理等方面的专业经验。三方成立合资公司将是强强合作和形成多赢的局面，其所形成的综合优势和资源平台也正是在华日本企业所需要的。

2. 合资各方已有多年的合作基础

在过去的几年间，公司与电通和电通公关在信息交流、资源共享和人员培训等多个方面进行了深层次的合作，对彼此的经营和服务风格和特点均有相对的了解，也有共同开发和服务客户的成功经验，成立合资公司可以说是业务合作的必然结果。公司和电通及电通公关三方均对合资公司在中国市场的发展前景充满信心。

3. 合资公司具有较好的业务启动和人才基础

合资各方目前合作服务的日系客户均为其所在行业中领先的企业，涉及汽车、消费电子、家用电器等高速迅速的产业，这些企业在中国市场的公共关系服务需求强盛，发展空间很大，为合资公司的业务启动提供了一个有力的支持，并为未来合资公司的健康和可持续发展奠定了基础。

另外，合资各方已经有了比较成型的专业服务团队，且这些专业人员之间已有了一定的磨合，由此为合资公司的正常运营提供了必要的保障。

四、拟成立的合资公司基本概况

1. 名称：电通蓝标（北京）公共关系顾问有限公司，英文名称为 Dentsu BlueFocus (Beijing) Public Relations Consulting Co., Ltd. （暂定名，最终以工商局核准的名称为准）
2. 合资公司地址：北京市朝阳区酒仙桥路甲 10 号 3 号楼 20 层
3. 投资总额：合资公司的投资总额约为 1,428 万元人民币，流动资金为 1,000 万元人民币。
4. 注册资本及出资比例：合资公司注册资本 1,000 万元人民币，蓝色光标出资 510 万元人民币，电通出资 340 万元人民币，电通公关出资 150 万元人民币，三方将分别占合资公司股份总额的 51%、34%和 15%。
5. 利润分配及亏损分担比例：合资公司以其全部资产对其债务承担责任。合资各方以其认缴的出资额为限承担责任，按出资比例分享利润，分担风险和亏损。
6. 经营范围：提供有关公共关系、信息咨询以及与此相关的服务，包括但不限于公共关系战略、媒体关系、活动管理、促销宣传、企业宣传、政府关系、危机管理及媒体监测。合资公司将首先致力于为在华日企提供专业公共关系服务，并逐步拓展欧美客户和中国本土客户市场。
7. 法人治理结构：
 - a) 组织形式为有限责任公司，实行独立核算、独立经营，董事长为法

- 定代表人；
- b) 设立董事会，由五名成员组成，其中公司委派三名，电通委派一名，电通公关委派一名；董事会设董事长、副董事长各一名，董事长由电通委派，副董事长由公司委派，公司拟委派赵文权担任合资公司副董事长；董事的任期为三年，经委派可以连任；
 - c) 不设监事会，而设一名监事，由电通委派，任期为每届三年，经委派可以连任。
8. 经营管理机构：
- a) 设总经理一人，由公司指定，负责日常经营管理工作，对董事会负责，并向董事会报告工作；任期为每届三年，连聘可连任；
 - b) 设财务总监一名，由公司指定，协助总经理工作，对总经理负责；
 - c) 设副总经理两名，一名由公司指定，另一名由电通指定，协助总经理工作，对总经理负责；任期为每届三年，连聘可连任。
9. 经营规模：
- a) 营收预测：按照对现有和潜在业务的估算，预计在前五年的营业收入分别为人民币 1,500 万元、2,600 万元、3,600 万元、4,700 万元和 5,900 万元，与之相对应的税前利润分别为人民币 133 万元、395 万元、600 万元、790 万元和 1090 万元。
 - b) 人员规模：初期约为 15 人，人员数量将视业务的增长逐年递增，按上述营收预测，人员数量前五年将逐年增至约 30 人、50 人、70 人和 100 人。
10. 资金来源：公司拟以所募集资金中 510 万元人民币出资。
11. 资金用途：主要用于人员成本、办公场地租金、业务开发等与经营直接相关的项目。
12. 合资期限：合资期限为 10 年，自营业执照签发之日起计算；预计在 2010 年 5 月正式成立。

五、存在的风险

合资公司成立后，将面临人才招聘、新业务开发、管理机制建立和中外方人员磨合等问题，在业务快速发展过程中，如不能有效解决上述问题，将可能对合资公司的运营造成不利影响。

六、结论

从公司的发展目标、发展战略、成立合资公司的必要性和可行性等多方面考察，公司董事会认为现阶段在北京依法与日本电通株式会社及电通公共关系株式会社成立合资公司的时机合适，条件成熟，是完全可行的。

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司董事会

2010年4月7日