

股票简称：蓝色光标

股票代码：300058

BlueFocus

**北京蓝色光标品牌管理顾问
股份有限公司**

BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP CO.,LTD

(北京市朝阳区酒仙桥北路9号(厂区)10幢二层A5-01)

公开发行可转换公司债券募集说明书

保荐机构（主承销商）

 **华泰联合证券有限责任公司**
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

(深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦)

2015年12月

发行人董事、监事、高管人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在任何虚假、误导性陈述或重大遗漏，并保证所披露信息的真实、准确、完整。

本公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证本募集说明书中财务会计报告真实、完整。

证券监督管理机构及其他政府部门对本次发行所作的任何决定，均不表明其对本公司所发行证券的价值或者投资人的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，证券依法发行后，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下列重大事项或风险因素，并认真阅读本募集说明书相关章节。

1、宏观经济政策及经济运行情况变化引致的风险

2014 年以来，面对国内外复杂严峻的经济形势和经济下行的压力，我国在保持宏观经济政策连续性和稳定性的基础上实施了预调、微调，在坚持区间调控的基础上更加重视定向调控。2014 年，我国国内生产总值比上年增长 7.4%，创下 24 年来新低。在国内外需求总体偏弱的背景下，经济增长的因素具有不确定性，作为经济主体参与者的各类企业的营销和广告支出将很可能受到一定程度的影响，进而影响营销传播业及公司的增长预期。

2、募集资金投资项目未达预期效益的风险

公司本次募集资金投资项目符合公司“内生增长”和“外延发展”并重的发展战略，对公司提升技术服务能力、储备媒体资源及顺利实施对外收购等方面均有积极意义。公司已对本次募集资金投资项目进行了慎重、充分的可行性论证，预期能产生良好的经济效益。但是，项目实施过程中仍可能有一些不可预测的风险因素，使项目最终实际实现的投资效益与预期值存在差距。

本次募集资金投资项目年均投入约 1.64 亿元用于项目管理、产品研发和技术服务人员的工资支出，在项目建设期间，该投入将直接增加公司的成本或费用。因此，若募集资金投资项目在建设期内无法产生效益或效益未达预期，则可能会对公司业绩产生不利影响。

3、可转债本身的风险

(1) 可转债转股后原股东权益被摊薄风险

本次募集资金投资项目需要一定的建设期，在此期间相关投资尚不能产生收益。本次可转债发行后，如债券持有人在转股期开始的较短时间内将大部分或全部可转债转换为公司股票，则可能导致当期每股收益和净资产收益率被摊薄、原股东分红减少、表决权被摊薄的风险。

（2）可转债在转股期内不能转股的风险

尽管在本次发行的可转债存续期间，当公司股票在任意连续 20 个交易日中有 10 个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85% 时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。但修正后的转股价格应不低于本次股东大会召开日前 20 个交易日公司股票交易均价和前一交易日均价之间的较高者。如果公司股票在可转债发行后价格持续下跌，则存在公司未能及时向下修正转股价格或即使公司持续向下修正转股价格，但公司股票价格仍低于转股价格，导致本次发行的可转债转股价值发生重大不利变化，并进而可能导致出现可转债在转股期内回售或持有到期不能转股的风险。

4、可转债价格及股票价格波动风险

本次发行的可转债由于其可以转换成公司普通股，所以其价值受公司股价波动的影响较大。股票市场投资收益与风险并存。股票价格的波动不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。因此，在发行期间，如果公司股价持续下行可转债可能存在一定发行风险；在上市交易后，不论是持有本次发行的可转债或在转股期内将所持可转债转换为公司股票，均可能由于股票市场价格波动而给投资者带来一定的风险。

5、投资者在评价公司本次可转债时，还应特别关注公司股利分配政策相关的重大事项

（1）公司的股利分配政策

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发〔2012〕37 号）、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告〔2013〕43 号）等文件的要求，为健全和完善公司利润分配政策，公司 2014 年第三次临时股东大会对《公司章程》中股利分配政策进行了修订，修改后的公司利润分配具体政策如下：

“（一）利润分配的形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司

可以进行中期利润分配。

（二）公司现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的 10%。

特殊情况是指：当公司年末资产负债率超过 70% 或者当年经营活动所产生的现金流量净额为负数时。

公司现金分红还应符合以下要求：①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

重大资金支出指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金支出安排，因此现阶段进行利润分配时，现金方式分配的利润在各期利润分配中所占比例最低应达到 20%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的现金分红政策调整的程序，提请股东大会决议提高现金方式分配的利润在当年利润分配中的最低比例并相应修改公司章程及股东分红回报规划。

（三）公司发放股票股利的具体条件：公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。”

（2）最近三年分红派息具体情况

①公司最近三年现金股利分配情况

公司重视对投资者的投资回报并兼顾公司的成长和发展，实行持续、稳定的利润分配政策。最近三年，公司均按照公司章程的规定以现金分红的方式向公司股东分配股利，具体情况如下：

分红年度	现金分红金额 (元, 含税)	归属上市公司股东的 净利润 (元)	现金分红比例
2012	39,672,224.10	235,660,675.46	16.83%
2013	94,810,525.00	437,298,545.31	21.68%
2014	144,717,232.50	711,883,881.49	20.33%

②公司最近三年当年实现利润扣除现金分红后未分配利润的使用情况

公司 2012 年度实现归属于母公司所有者的净利润 235,660,675.46 元，现金分红 39,672,224.10 元，未分配利润用于补充公司营运资金。公司 2013 年度实现归属于母公司所有者的净利润 437,298,545.31 元，现金分红 94,810,525.00 元，未分配利润用于补充公司营运资金。公司 2014 年度实现归属于母公司所有者的净利润 711,883,881.49 元，现金分红 144,717,232.50 元，未分配利润用于补充公司营运资金。

公司 2012 年度至 2014 年度以现金方式累计分配的利润为 279,199,981.60 元，是 2012-2014 年实现的年均可分配利润的 60.48%，不少于 2012 年至 2014 年实现的年均可分配利润的 30%，符合中国证监会的相关规定。

6、报告期内净利润受 2011 年会计估计变更、并购重组的影响

2011 年，公司调整了账龄在一年以内的应收款项坏账计提比例，该会计估计变更对公司最近三年的净利润影响如下：

单位：元

期间	应收账款减值 损失影响数	其他应收款减 值损失影响数	合计	净利润	占比
2012 年	18,960,531.76	211,653.64	19,172,185.40	260,884,851.87	7.35%
2013 年	22,976,152.92	(45,619.41)	22,930,533.51	482,221,015.41	4.76%
2014 年	38,533,361.62	10,508,192.50	49,041,554.12	742,115,005.91	6.61%
2015 年 1-6 月	4,390,514.89	8,694,861.11	13,085,376.00	87,555,948.22	14.95%

近几年，公司实施了一系列并购，各并购重组纳入公司合并范围的新品牌近三年实现净利润及其占比情况如下：

	2015年1-6月		2014年		2013年		2012年	
	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比
思恩客 (含尊岸广告)	38,316,492.41	10.11%	78,195,953.50	8.49%	46,967,600.00	6.35%	32,826,813.75	9.54%
美广互动	6,836,964.68	1.80%	29,908,826.34	3.25%	28,666,270.22	3.88%	8,003,529.73	2.33%
精准阳光	10,475,960.69	2.77%	42,872,783.50	4.65%	35,031,598.65	4.74%	38,836,972.24	11.28%
今久广告	15,950,473.58	4.21%	69,347,105.75	7.53%	64,094,700.00	8.67%	52,459,000.00	15.24%
励唐会展	2,772,632.94	0.73%	916,830.71	0.10%	339,277.88	0.05%	-1,343,769.19	-0.39%
博杰广告	72,252,053.78	19.07%	271,235,643.81	29.44%	115,761,900.00	15.66%	-	-
蓝色方略	6,796,137.53	1.79%	17,406,350.80	1.89%	13,592,939.17	1.84%	-	-
WAVS	5,575,025.64	1.47%	24,305,237.37	2.64%	-	-	-	-
密达美渡	1,527,063.73	0.40%	1,967,477.33	0.21%	-	-	-	-
Fuse Project,LLC	4,937,035.13	1.30%	3,507,019.63	0.38%	-	-	-	-
北联伟业	1,017,509.41	0.27%	968,986.21	0.11%	-	-	-	-
捷报数据	983,763.89	0.26%	1,464,533.18	0.16%	-	-	-	-
Vision 7	3,444,082.44	0.91%	-	-	-	-	-	-
沈阳新维	-7,169,248.84	-1.89%	-	-	-	-	-	-
外延小计	163,715,947.01	43.21%	542,096,748.13	58.84%	304,454,285.92	41.19%	130,782,546.53	38.00%
其他公司	215,158,587.35	56.79%	379,140,257.78	41.16%	434,774,270.86	58.81%	213,370,150.53	62.00%
净利润总额	378,874,534.4	100.00%	921,237,005.91	100.00%	739,228,556.78	100%	344,152,697.06	100%

注：此处净利润总额为发行人合并范围内各公司净利润加总合计数，未考虑被并购方与发行人之间的合并抵消。

7、发行人报告期内的内生增长情况

剔除会计估计变更和并购重组影响，最近三年公司内生公司的收入和净利润如下：

	2015年1-6月	2014年		2013年		2012年
	金额(元)	金额(元)	增速	金额(元)	增速	金额(元)
内生收入(A)	1,491,355,187.28	2,108,860,465.81	16.67%	1,807,556,538.73	62.23%	1,114,213,974.05
剔除会计估计变更影响前净利润(B)	215,158,587.35	379,140,257.78		434,774,270.86		213,370,150.53
会计估计变更影响(C)	7,645,534.31	15,724,612.55		12,415,896.81		11,348,563.00
子公司分红抵消(D)	288,870,079.08	179,122,000.00		249,107,700.00		85,801,500.00
发行人因为外延式发展产生的融资费用及收购费用(E)	88,590,556.22	57,564,462.69		25,521,945.32		7,072,122.18

剔除会计估计变更后净利润 (F) = (B) - (C) - (D) + (E)	7,233,530.18	241,858,107.92	21.68%	198,772,619.37	61.22%	123,292,209.71
--	--------------	----------------	--------	----------------	--------	----------------

注：(1) 内生公司是指 2011 年以前已纳入合并范围及发行人自身设立的子公司；

(2) 内生收入和剔除会计估计变更影响前净利润分别为内生公司收入和净利润的简单加总，未考虑合并抵消，在此基础上对合并净利润剔除会计估计变更影响；

(3) 由于发行人承担了全部外延增长相关的融资费用和收购费用，这里亦剔除该影响；

(4) 上述统计口径未将作为长期股权投资和可供出售金融资产核算的对外投资从内生范围中剔除。若剔除 Huntsworth 业绩对 2015 年上半年公司损益的影响，2015 年上半年内生净利润为 66,499,051.74 元。

8、因收购和投资导致的资产减值风险

收购和对外投资行为会导致公司账面商誉、无形资产、长期股权投资或可供出售金融资产等资产的增加。报告期内，公司实行外延式发展战略，收购和对外投资活动频繁，商誉等资产持续增加。截至 2015 年 6 月 30 日，商誉占总资产比例达到 23.73%，无形资产占 16.78%，长期股权投资占 3.78%，可供出售金融资产占 10.81%。虽然公司每年均对相应资产进行减值测试，报告期内并未出现大幅减值的情形，但如果未来被收购公司或对外投资的企业经营状况恶化，则可能产生资产减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响，甚至发生上市当年及以后年度营业利润比上年下降 50% 以上的风险。

9、其他重要事项

(1) 2015 年 10 月 27 日，公司公告了《2015 年第三季度报告》，公司 2015 年 1-9 月营业收入 5,799,659,810.93 元，较上年同期增长 41.49%；实现归属于上市公司股东的净利润为 197,563,216.85 元，较上年同期下降 61.08%。导致归属于普通股股东净利润同比下降幅度较大的主要原因是：公司 2015 年第一季度确认对被投资公司 Huntsworth 公司较大的投资损失；公司继续推进业务数字化转型升级和新业务领域布局建设投入，新业务尚处于培育期；以及业务扩张、员工人数大幅增加导致管理费用增加；同时，报告期内公司银行贷款及债券余额较高，大幅增加公司财务费用。

(2) 2014 年 11 月 3 日，公司召开第三届董事会第十九次会议，审议通过了《关于北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行 H 股股票并在香港联合交易所有限公司主板上市的议案》等相关议案。2015 年 1 月 22 日，公司 2015

年第一次临时股东大会审议通过公司发行 H 股相关议案。公司目前已授权相关人士具体办理发行事宜，授权期限为股东大会审议通过后十八个月。截至本募集说明书签署日，公司发行 H 股事项尚在授权期内，公司将根据宏观经济情况及市场情况等多方面因素，综合考虑发行 H 股相关事项。

(3) 2015 年 10 月 26 日，公司 2015 年第三次临时股东大会审议通过了发行不超过人民币四亿元的公司债券的相关议案，具体内容请参见公告 2015-104 号。

(4) 2015 年 11 月 17 日，公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过了发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的相关议案，具体内容请参见公告 2015-119 号。

目 录

发行人董事、监事、高管人员声明.....	1
重大事项提示.....	2
目 录.....	9
第一节 释义.....	12
第二节 本次发行概况.....	16
一、公司基本情况	16
二、本次发行概况	16
三、本次发行的有关机构	28
四、发行人与本次发行有关人员之间的关系	31
第三节 风险因素.....	32
一、市场风险	32
二、经营管理风险	33
三、一致行动解除后的控制风险	35
四、因收购和投资导致的资产减值风险	35
五、募集资金投资项目未达预期效益的风险	35
六、可转债本身的风险	36
七、可转债及股票价格波动风险	37
第四节 发行人基本情况.....	38
一、公司股本及前十名股东持股情况	38
二、公司最近三年股权结构变化情况	39
三、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况	45
四、公司控股股东和实际控制人的基本情况	57
五、公司所处行业的基本情况及在行业中的竞争地位	60
六、公司主营业务的具体情况	84
七、公司最近三年发生的重大资产重组情况	95
八、公司的主要资产情况	98
九、公司拥有的特许经营权情况	108
十、公司境外经营情况	108

十一、公司自上市以来历次筹资、派现及净资产变化情况	112
十二、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况	113
十三、公司的股利分配情况	117
十四、公司发行债券情况和资信评级情况	120
十五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况	121
十六、近五年被监管机构采取监管措施或处罚的情况	127
第五节 同业竞争与关联交易	128
一、同业竞争	128
二、关联方及关联交易情况	129
第六节 财务会计信息	140
一、财务报告及审计情况	140
二、公司最近三年一期的财务报表	140
三、最近三年一期合并报表范围的变化	160
四、最近三年一期主要财务指标	162
第七节 管理层讨论与分析	165
一、公司财务状况分析	165
二、盈利能力分析	200
三、现金流量分析	209
四、资本性支出分析	212
五、股份支付	213
六、会计政策、会计估计变更及其影响	214
七、公司目前存在的重大或有事项及期后事项	219
八、公司财务状况和盈利能力未来发展趋势分析	219
第八节 本次募集资金运用	222
一、本次募集资金概况	222
二、本次募集资金的具体情况	223
三、本次募集资金运用对财务状况及经营成果的影响	273
第九节 历次募集资金运用情况	276
一、近五年内募集资金运用的基本情况	276
二、前次募集资金的实际使用情况	288

三、公司最近 5 年内募集资金的运用发生变更的情况	292
四、会计师对于本公司前次募集资金使用情况鉴证报告的结论性意见 ...	292
第十节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	294
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	294
二、保荐机构（主承销商）声明	298
三、发行人律师声明	299
四、审计机构声明	300
五、债券信用评级机构声明	301
六、董事会关于本次发行的相关声明及承诺	302
第十一节 备查文件.....	304

第一节 释义

在本募集说明书中，除非上下文另有规定，下列简称具有如下含义：

一、一般术语：		
蓝色光标/发行人/公司/本公司/上市公司/股份公司	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
有限公司	指	北京蓝色光标数码科技有限公司
本次发行	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行可转换公司债券拟募集总额不超过 14 亿元人民币的行为
本募集说明书	指	蓝色光标本次公开发行可转换公司债券出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》
华泰联合/保荐机构/主承销商	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
天职国际/审计机构	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
中诚信/评级机构	指	中诚信证券评估有限公司
《一致行动人协议》	指	赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华等五名自然人股东于 2008 年 12 月 31 日签署的《关于共同控制北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司并保持一致行动的协议书》
实际控制人/共同控制人/一致行动人/五人	指	赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华
蓝色光标公共关系机构/蓝色光标数字营销机构	指	公司经营蓝色光标品牌业务的一个虚拟组织架构，是提供数字整合营销服务的专业机构
蓝标公关	指	北京蓝色光标公关顾问有限公司
上海蓝标	指	上海蓝色光标公关服务有限公司
上海品牌	指	上海蓝色光标品牌顾问有限公司
香港蓝标	指	蓝色光标国际传播集团有限公司
博思瀚扬	指	北京博思瀚扬企业策划有限公司
思恩客	指	北京思恩客广告有限公司
今久广告	指	北京今久广告传播有限责任公司
美广互动	指	北京美广互动广告有限公司
上海美广	指	上海美广互动广告有限公司
精准阳光	指	精准阳光（北京）传媒广告有限公司
西藏博杰/博杰广告	指	西藏山南东方博杰广告有限公司
北京博杰	指	北京东方博杰广告有限公司
蓝色方略	指	蓝色方略（北京）咨询有限公司

蓝色印象	指	北京蓝色印象品牌顾问有限公司
智扬唯美	指	北京智扬唯美科技咨询有限公司
山南数字	指	山南蓝色光标数字营销有限公司
深圳互动	指	深圳蓝色光标互动营销有限公司
蓝标投资	指	蓝色光标（上海）投资管理有限公司
上海数字	指	上海蓝色光标数字文化传播有限公司
蓝标畅联	指	北京蓝标畅联科技有限公司
北京欣风翼	指	北京欣风翼科技有限公司
畅益思	指	北京畅益思科技发展有限公司
励唐会展	指	上海励唐会展策划服务有限公司
尊岸广告	指	尊岸广告（上海）有限公司
生活速递	指	上海生活速递直投广告有限公司
蓝色天幕	指	北京蓝色天幕传媒广告有限公司
密达美渡	指	密达美渡传播有限公司，即 Metta
博看文思	指	北京博看文思科技有限责任公司
蓝标美国	指	Bluefocus Communication Group Of America,INC.
金融公关集团	指	Aries Capital Limited
殿堂公共关系顾问集团	指	殿堂公共关系顾问集团有限公司，即 DT Communications Asia Pacific Ltd.
华艺百创	指	北京华艺百创传媒科技有限公司
北联伟业	指	北京北联伟业电子商务有限公司
捷报数据	指	北京捷报数据技术有限公司
陕西品牌	指	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司
蓝标电商	指	蓝色光标电子商务（上海）有限公司
Fuse	指	Fuse Project,LLC
WAVS	指	We Are Very Social Limited
Huntsworth	指	Huntsworth PLC
Vision 7	指	Vision 7 International ULC
沈阳新维	指	沈阳新维广告有限公司
长春方略	指	长春方略咨询有限公司
智臻科技	指	上海智臻网络科技有限公司
博萌投资	指	西藏山南博萌创业投资管理合伙企业（有限合伙）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

《公司章程》	指	《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公司章程》
报告期/最近三年一期	指	2012年、2013年、2014年及2015年1-6月
元	指	人民币元
证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所	指	深圳证券交易所
WPP	指	Wire & Plastic Products Group 的简称，总部位于英国伦敦，全球十大广告传播集团之一
Omnicom	指	Omnicom Group Inc.,的简称，总部位于美国纽约，全球十大广告传播集团之一
eMarketer	指	一全球知名的市场研究机构
艾瑞咨询	指	一家专注于网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等新经济领域的专业市场调研机构
IDC	指	一家美国市场研究公司
二、专业术语		
4A	指	美国广告代理商协会（American Association of Advertising Agencies）的缩写，4A广告公司均为规模较大的综合性跨国广告代理公司
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制作、投放广告的企业、其他经济组织或个人
整合营销传播	指	将与企业进行市场营销有关的一切传播活动一元化的过程，一方面把广告、促销、公关、直销、视觉形象识别设计、包装、新闻媒体等一切传播活动都涵盖于营销活动的范围之内，另一方面则使企业能够将统一的传播资讯传达给顾客
广告全案代理服务	指	针对客户产品提供的产品营销推广一站式解决方案，其不但包括常规的广告创意、广告文案、广告制作，还包括产品定位分析、产品推广策略制定等营销策划内容
DMP	指	数据管理平台（Data-Management Platform）的缩写。数据管理平台是一个中央数据管理平台，可以帮助广告主/广告代理商管理用户数据，实时集成整合多种来源的数据
DSP	指	需求方平台（Demand-Side Platform），是汇总广告需求的综合性管理平台
SSP	指	供给方平台（Supply-Side Platform），是汇总广告资源供给的综合性管理平台
Ad Exchange	指	为出版商、广告商搭建的在线广告交易平台
CRM	指	客户关系管理（Customer Relationship Management）的缩写。CRM即通过对客户详细资料的深入分析，来提高客户满意程度，从而提高企业的竞争力的一种手段
WMS	指	仓库管理系统（Warehouse Management System）的缩写。WMS是通过入库业务、出库业务、仓库调拨、库存调拨和虚仓管理等功能，综合批次管理、物料对应、库存盘点、质检管理、虚仓管理和即时

		库存管理等功能综合运用的管理系统，有效控制并跟踪仓库业务的物流和成本管理全过程，实现完善的企业仓储信息管理
TMS	指	运输管理系统（Transportation Management System）的缩写。TMS 适用于运输公司、各企业下面的运输队等，它主要包括订单管理、调度分配、行车管理、GPS 车辆定位系统、车辆管理、人员管理、数据报表、基本信息维护、系统管理等模块
DRP	指	分销资源计划（Distribution Resource Planning）的缩写。DRP 是管理企业的分销网络的系统，目的是使企业具有对订单和供货具有快速反应和持续补充库存的能力
RTB	指	在线广告进行实时竞价（Real-Time Bidding）的缩写。RTB 是一种利用第三方技术在数以百万计的网站上针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。通过记录 cookies 来解析用户的行为，从而实现精准投放广告的目的，为广告主提供了精准的曝光机会
CPC 广告	指	每次点击付费广告（Cost Per Click）的缩写，以每点击一次计费，这样的方法加上点击率限制可以加强作弊的难度
CPA 广告	指	每行动成本（Cost Per Action）的缩写，计价方式是按广告投放实际效果，即按回应的有效问卷或定单来计费，而不限广告投放量
UI	指	User Interface（用户界面）的简称。UI 设计则是指对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计
UX	指	User experience（用户体验）的缩写。UX 设计指以用户体验为中心的设计
KPI 考核	指	关键绩效指标法，是企业绩效考核的方法之一，其特点是考核指标围绕关键成果领域进行选取
SEM	指	搜索引擎营销，利用不同用户通过搜索引擎检索信息返回的结果，可以有效地将企业信息传给给检索客户，以此获得销售和知名度认识度的提升

本募集说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由于四舍五入所造成。

第二节 本次发行概况

一、公司基本情况

公司名称：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

英文名称：BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP CO.,LTD

注册地址：北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层 A5-01

法定代表人：赵文权

股票简称：蓝色光标

股票代码：300058

成立时间：2002年11月04日

上市时间：2010年02月26日

上市地点：深圳证券交易所

总股本：1,931,169,473（股）

企业法人营业执照注册号：110108004952150

税务登记号码：110108744727456

组织机构代码：74472745-6

经营范围：企业形象策划；营销信息咨询（中介除外）；公关咨询；会议服务；公告关系专业培训；设计、制作、代理、发布广告。

二、本次发行概况

（一）本次发行核准情况

本次发行已经公司于2014年7月28日召开的第三届董事会第十二次会议和于2014年8月13日召开的2014年第三次临时股东大会批准。2015年4月3日召开的第三届董事会第三十一次会议和2015年4月15日召开的2014年度股

东大会审议通过了《变更部分募集资金用途的议案》等相关议案。

本次可转债发行已经中国证监会出具证监许可[2015]1345号文核准。

（二）证券类型

本次发行证券的种类为可转换为公司 A 股股票的可转换公司债券。该可转债及未来转换的 A 股股票将在深圳证券交易所上市。

（三）发行规模、票面金额、发行价格

本次可转债发行规模为不超过 140,000 万元。可转债按面值发行，每张面值 100 元，共计发行不超过 1,400 万张。

（四）发行方式及发行对象

关于本次可转债的具体发行方式，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）与主承销商确定。本次可转债的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

本次发行的可转债向公司原 A 股股东实行优先配售，关于向原 A 股股东优先配售的具体比例，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）根据发行时具体情况确定，并在本次可转换公司债券的发行公告中予以披露。原 A 股股东优先配售之外和原 A 股股东放弃优先配售后部分采用网下对机构投资者发售和通过深圳证券交易所交易系统网上定价发行相结合的方式进行，余额由承销团包销。

（五）募集资金规模和募集资金专项存储账户

1、募集资金规模

根据相关法律法规规定并结合公司财务状况和投资计划，本次拟发行可转债募集资金总额不超过 140,000 万元，关于具体数额，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）在上述额度范围内确定。

2、募集资金专项存储账户

公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）在发行前增设募集资金专户、签署募集资金专户存储三方监管协议。

（六）承销方式及承销期

承销方式：本次发行由主承销商组织承销团以余额包销方式承销。

承销期：2015年12月16日——2015年12月24日。

（七）发行费用

项目	金额（万元）
承销及保荐费用	2,000
验资费	10
律师费	65
会计师费用	30
发行手续费	14
公告、推介费用	30
合计	2,149

注：以上各项发行费用可能会根据本次发行的实际情况有所增减。

（八）承销期间的停牌、复牌及可转债上市的时间安排

本次发行的主要日程与停牌安排如下，所述日期为工作日。如遇重大突发事件影响发行，主承销商将及时公告，修改发行日程。

日期	发行安排	停牌安排
T-2 (2015年12月16日)	刊登募集说明书摘要、发行公告、网上路演公告	正常交易
T-1 (2015年12月17日)	网上路演 原股东优先配售股权登记日	正常交易
T (2015年12月18日)	刊登发行提示性公告 原股东优先配售认购日 网上、网下申购日	正常交易
T+1 (2015年12月21日)	网下机构投资者申购资金验资	正常交易
T+2 (2015年12月22日)	网上申购资金验资	正常交易

	确定网下、网上发行数量及对应的网下配售比例和网上中签率 网上申购配号	
T+3 (2015年12月23日)	刊登网上中签率及网下发行结果公告 根据中签率进行网上申购的摇号抽签 根据中签结果，网上清算交割和债权登记 退还未获配售的网下申购资金，网下申购资金如有不足，不足部分需于该日补足	正常交易
T+4 (2015年12月24日)	刊登网上申购的摇号抽签结果公告，投资者根据中签号码确认认购数量 解冻未中签的网上申购资金	正常交易

(九) 本次发行可转债的上市流通

本次发行可转债上市流通，所有投资者均无持有期限限制。本次发行结束后，公司将尽快申请本次发行的可转债在深圳证券交易所上市。

(十) 本次发行主要条款

1、本次发行证券的种类

本次发行证券的种类为可转换为公司 A 股股票的可转债。该可转债及未来转换的 A 股股票将在深圳证券交易所上市。

2、发行规模

根据相关法律法规规定并结合公司财务状况和投资计划，本次拟发行可转债募集资金总额不超过人民币 140,000 万元，关于具体数额，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）在上述额度范围内确定。

3、票面金额和发行价格

本次可转债按面值发行，每张面值人民币 100 元。

4、债券期限

根据相关法律法规规定和公司可转债募集资金拟投资项目的实施进度安排，结合本次发行可转债的发行规模及公司未来的经营和财务等情况，本次发行的可转债的期限为自发行之日起 6 年。

5、债券利率

关于本次发行的可转债票面利率水平，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）在发行前根据国家政策、市场状况和公司具体情况与主承销商协商确定。

6、付息的期限和方式

（1）年利息计算

年利息指可转债持有人按持有的可转债票面总金额自可转债发行首日起每满一年可享受的当期利息。年利息的计算公式为：

$$I=B \times i$$

I：指年利息额；

B：指本次发行的可转债持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的可转债票面总金额；

i：指可转债当年票面利率。

（2）付息方式

A、本次发行的可转债采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为可转债发行首日。

B、付息日：每年的付息日为本次发行的可转债发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个工作日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。

C、付息债权登记日：每年的付息债权登记日为每年付息日的前一交易日，公司将在每年付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）申请转换成公司 A 股股票的可转债，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

D、可转债持有人所获得利息收入的应付税项由持有人承担。

转股年度有关利息和股利的归属等事项，由公司董事会根据相关法律法规及深圳证券交易所的规定确定。

7、转股期限

本次发行的可转债转股期自可转债发行结束之日满六个月后的第一个交易日起至可转债到期日止。

8、转股价格的确定及其调整

(1) 初始转股价格的确定依据

本次发行可转债的初始转股价格不低于募集说明书公告日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价（若在该二十个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的收盘价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一个交易日公司 A 股股票交易均价，关于具体初始转股价格，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）在发行前根据市场和公司具体情况与主承销商协商确定。

前二十个交易日公司 A 股股票交易均价=前二十个交易日公司 A 股股票交易总额/该二十个交易日公司 A 股股票交易总量；前一交易日公司 A 股股票交易均价=前一交易日公司 A 股股票交易总额/该日公司 A 股股票交易总量

(2) 转股价格的调整方式及计算公式

在本次发行之后，当公司发生派送股票股利、转增股本、增发新股或配股、派送现金股利等情况（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本），将按下述公式进行转股价格的调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入）：

派送股票股利或转增股本： $P_1 = P_0 / (1+n)$ ；

增发新股或配股： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+k)$ ；

两项同时进行： $P_1 = (P_0 + A \times k) / (1+n+k)$ ；

派送现金股利： $P_1 = P_0 - D$ ；

上述三项同时进行： $P_1 = (P_0 - D + A \times k) / (1+n+k)$

其中： P_0 为调整前转股价， n 为送股或转增股本率， k 为增发新股或配股率， A 为增发新股价或配股价， D 为每股派送现金股利， P_1 为调整后转股价。

当公司出现上述股份和/或股东权益变化情况时，将依次进行转股价格调整，并在中国证监会指定的上市公司信息披露媒体上刊登董事会决议公告，并

于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股期间（如需）；当转股价格调整日为本次发行的可转债持有人转股申请日或之后，转换股份登记日之前，则该持有人的转股申请按公司调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使公司股份类别、数量和/或股东权益发生变化从而可能影响本次发行的可转债持有人的债权利益或转股衍生权益时，公司将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转债持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据当时国家有关法律法规及证券监管部门的相关规定来制定。

9、转股价格向下修正条款

（1）修正权限与修正幅度

在本次发行的可转债存续期间，当公司 A 股股票在任意连续 20 个交易日中有至少 10 个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85%时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。

上述方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有本次发行的可转债的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于本次股东大会召开日前 20 个交易日公司股票交易均价和前一交易日均价之间的较高者，同时修正后的转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产值和股票面值。若在前述 20 个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在转股价格调整日前的交易日按调整前的转股价格和收盘价计算，在转股价格调整日及之后的交易日按调整后的转股价格和收盘价计算。

（2）修正程序

如公司决定向下修正转股价格时，公司将在中国证监会指定的信息披露报刊及互联网网站上刊登股东大会决议公告，公告修正幅度和股权登记日及暂停转股期间。从股权登记日后的第一个交易日（即转股价格修正日），开始恢复转股申请并执行修正后的转股价格。若转股价格修正日为转股申请日或之后，转换股份登记日之前，该类转股申请应按修正后的转股价格执行。

10、转股时不足一股金额的处理方法

公司本次发行的债券持有人申请转换成的股份须是整数股。转股时不足转换一股的可转债部分，公司将按照深圳证券交易所等部门的有关规定，在转股日后的 5 个交易日内以现金兑付该部分可转债的票面金额以及对应的当期应计利息。

11、赎回条款

(1) 到期赎回条款

在本次发行的可转债期满后 5 个交易日内，公司将以本次发行的可转债票面面值的上浮一定比率（含最后一期利息）的价格向投资者赎回全部未转股的可转债。关于具体上浮比率，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）根据市场情况与主承销商协商确定。

(2) 有条件赎回条款

转股期内，当下述两种情形的任意一种出现时，公司有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转债：

A.在转股期内，如果公司 A 股股票在任何连续 30 个交易日中至少 15 个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）；

B.当本次发行的可转债未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t/365$

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转债持有人持有的可转债票面总金额；

i：指可转债当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数（算头不算尾）。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价计算。

12、回售条款

(1) 有条件回售条款

在公司本次发行的可转债最后两个计息年度，如果公司股票在任何连续 30 个交易日的收盘价格低于当期转股价的 70%时，可转债持有人有权将其持有的可转债全部或部分按面值加上当期应计利息的价格回售给公司。若在上述交易日内发生过转股价格因发生送红股、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况而调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。如果出现转股价格向下修正的情况，则上述“连续 30 个交易日”须从转股价格调整之后的第一个交易日起重新计算。

最后两个计息年度，公司本次发行的可转债持有人在每年回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次，若在首次满足回售条件而可转债持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的，该计息年度不应再行使回售权。公司本次发行的可转债持有人不能多次行使部分回售权。

(2) 附加回售条款

若公司本次发行的可转债募集资金投资项目的实施情况与公司在募集说明书中的承诺情况相比出现重大变化，根据中国证监会的相关规定被视作改变募集资金用途或被中国证监会认定为改变募集资金用途的，公司本次发行的可转债持有人享有一次回售的权利。可转债持有人有权将其持有的可转债全部或部分按债券面值加上当期应计利息价格回售给公司。持有人在附加回售条件满足后，可以在公司公告后的附加回售申报期内进行回售，该次附加回售申报期内不实施回售的，不应再行使附加回售权。

13、转股后的股利分配

因本次发行的可转债转股而增加的本公司股票享有与原股票同等的权益，在股利发放的股权登记日当日登记在册的所有普通股股东（含因可转债转股形成的股东）均参与当期股利分配，享有同等权益。

14、发行方式及发行对象

关于本次可转债的具体发行方式，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）与主承销商确定。本次可转债的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

15、向原股东配售的安排

本次发行的可转债向公司原 A 股股东实行优先配售，关于向原 A 股股东优先配售的具体比例，公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）根据发行时具体情况确定，并在本次可转债的发行公告中予以披露。原 A 股股东优先配售之外和原 A 股股东放弃优先配售后部分采用网下对机构投资者发售和通过深圳证券交易所交易系统网上定价发行相结合的方式进行，余额由承销团包销。

16、债券持有人会议相关事项

（1）有下列情形之一的，公司董事会应召集债券持有人会议：

- ①拟变更可转债募集说明书的约定；
- ②公司不能按期支付可转债本息；
- ③公司减资、合并、分立、解散或者申请破产；
- ④其他影响债券持有人重大权益的事项。

下列机构或人士可以提议召开债券持有人会议：

- ①债券发行人董事会提议；
- ②单独或合计持有 10% 未偿还债券面值总额的持有人书面提议；
- ③中国证监会规定的其他机构或人士。

（2）债券持有人会议的召集

- ①债券持有人会议由公司董事会负责召集和主持；

②公司董事会应在发出或收到本条款所述提议之日起 30 日内召开债券持有人会议。发行人董事会应于会议召开前 15 日以书面形式向全体债券持有人及有关出席对象发送会议通知。会议通知应至少在证监会指定的一种报刊或/及深圳

证券交易所网站上予以公告。会议通知应注明开会的具体时间、地点、内容、方式等事项，上述事项由公司董事会确定。

(3) 债券持有人会议的出席人员

除法律、法规另有规定外，在债券持有人会议登记日登记在册的债券持有人有权出席或者委托代理人出席债券持有人会议，并行使表决权。

下列机构或人员可以参加债券持有人会议，也可以按照相关监管规则提出议案供会议讨论决定，但没有表决权：债券发行人；其他重要关联方。

公司董事会应当聘请律师出席债券持有人会议，对会议的召集、召开、表决程序和出席会议人员资格等事项出具见证意见。

(4) 债券持有人会议的程序

①首先由会议主持人按照规定程序宣布会议议事程序及注意事项，确定和公布监票人，然后由会议主持人宣读提案，经讨论后进行表决，经律师见证后形成债券持有人会议决议。

②债券持有人会议由公司董事长主持。在公司董事长未能主持大会的情况下，由董事长授权董事主持；如果公司董事长和董事长授权董事均未能主持会议，则由出席会议的债券持有人以所代表的债券面值总额 50%以上多数（不含 50%）选举产生一名债券持有人作为该次债券持有人会议的主持人。

③召集人应当制作出席会议人员的签名册。签名册载明参加会议人员姓名（或单位名称）、身份证号码、住所地址、持有或者代表有表决权的债券数额、被代理人姓名（或单位名称）等事项。

(5) 债券持有人会议的表决与决议

①债券持有人会议进行表决时，以每一张债券面额为一表决权；

②债券持有人会议采取记名方式进行投票表决；

③债券持有人会议须经出席会议的持有公司本次发行的可转债过半数未偿还债券面值的债券持有人同意方能形成有效决议；

④债券持有人会议的各项提案或同一项提案内并列的各项议题应当分开审

议、逐项表决；

⑤债券持有人会议决议经表决通过后生效，但其中需中国证监会或其他有权机构批准的，自批准之日或相关批准另行确定的日期起生效；

⑥除非另有明确约定对反对者或未参加会议者进行特别补偿外，决议对全体债券持有人具有同等效力；

⑦债券持有人会议做出决议后，公司董事会以公告形式通知债券持有人，并负责执行会议决议。

(6) 债券持有人认购或以其他方式持有本次发行的可转债，即视为同意债券持有人会议规则。

17、本次募集资金用途

公司计划本次通过发行可转债募集资金总额（含发行费用）不超过 140,000 万元。本次募集资金在扣除发行费用后计划用于以下项目的投资建设：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	信息化管理平台升级项目	12,038.67	12,000.00
2	Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目	56,347.38	54,000.00
3	优质广告资源采购项目	106,433.47	51,500.00
3.1	央视媒体资源广告经营权采购模块	76,333.47	36,500.00
3.2	蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块	30,100.00	15,000.00
4	收购美广互动 49% 股权项目	9,100.00	9,000.00
5	收购蓝色方略 49% 股权项目	6,601.70	6,500.00
6	收购 Fuse 公司 75% 成员权益项目第一期后续支付价款	4,155.47	3,500.00
7	收购 WAVS 82.84% 股权项目第一期后续支付价款	4,195.98	3,500.00
合计		198,872.67	140,000.00

如本次发行的可转债募集资金到位时间与上述拟投资项目的资金需求时间要求不一致，公司可根据项目实际需要先行投入，待募集资金到位后予以置换。

具体发行规模确定之后，如出现本次募集资金不足项目资金需求部分的情况，公司将根据项目实际需要其他方式解决。

18、担保事项

公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）根据市场状况确定是否需要担保，并办理相关事宜。

根据目前市场状况，公司董事会授权人士（赵文权和许志平）决定本次发行的可转换公司债券不设担保。

19、本次发行可转债方案的有效期限

公司本次发行可转债方案的有效期为一年，自本方案通过股东大会审议之日起计算。2015年8月13日公司召开2015年第二次临时股东大会，同意延长公开发行可转换公司债券股东大会决议有效期12个月，自上次股东大会决议有效期届满之日起算。

（十一）本次发行的可转债评级

本次发行可转债由中诚信担任评级机构，蓝色光标主体长期信用等级为AA，本次债券信用等级为AA。

三、本次发行的有关机构

（一）发行人：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

法定代表人：赵文权
经办人员：许志平、徐朋、项颀
办公地址：北京市朝阳区酒仙桥北路9号恒通国际创新园C9楼
电 话：（010）5647 8872
传 真：（010）5647 8000

(二) 保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

法定代表人： 吴晓东
保荐代表人： 石芳、张东
项目协办人： 崔彬彬
项目组成员： 樊欣、于洋、刘景媛
办公地址： 北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦 A 座 6 层
电 话： (010) 5683 9300
传 真： (010) 5683 9400

(四) 分销商： 华林证券有限责任公司

法定代表人： 陈永健
经办人员： 曹敏
办公地址： 广东省深圳市福田区福华一路免税商务大厦 8 楼
电 话： 0755-23613759
传 真： 0755-23613762

(五) 发行人律师事务所：北京市中伦律师事务所

负责人： 张学兵
经办律师： 李娜、孙迪、刘德磊
办公地址： 北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 36/37 层
电 话： (010) 5957 2288
传 真： (010) 5957 2463

(六) 审计机构：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人： 陈永宏

经办注册会计师： 王玥、张琼

办公地址： 北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域

电 话： (010) 8882 7799

传 真： (010) 8801 8737

(七) 资信评级机构：中诚信证券评估有限公司

法定代表人： 关敬如

经办人员： 许家能、张逸楠

办公地址： 上海市黄浦区西藏南路 760 号安基大厦 8 楼

电 话： (021) 5101 9090

传 真： (021) 5101 9030

(八) 申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

办公地址： 广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电 话： (0755) 8866 8888

传 真： (0755) 8208 3295

(九) 登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

办公地址： 深圳市深中南路 1093 号中信大厦 18 楼

电 话： (0755) 2593 8000

传 真： (0755) 8208 3164

(十) 收款银行：中国工商银行深圳分行振华支行

户 名： 华泰联合证券有限责任公司

账 号 4000 0102 0920 0006 013

四、发行人与本次发行有关人员之间的关系

公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

第三节 风险因素

一、市场风险

（一）宏观经济政策及经济运行情况变化引致的风险

2014 年以来，面对国内外复杂严峻的经济形势和经济下行的压力，我国在保持宏观经济政策连续性和稳定性的基础上实施了预调、微调，在坚持区间调控的基础上更加重视定向调控。2014 年，我国国内生产总值比上年增长 7.4%，创下 24 年来新低。在国内外需求总体偏弱的背景下，经济增长的因素具有不确定性，作为经济主体参与者的各类企业的营销和广告支出将很可能受到一定程度的影响，进而影响营销传播业及公司的增长预期。

（二）传播形态多样性和传播环境的变化引致的风险

新技术的发展，推动新的媒体形态出现。在媒介融合不断加深和拓展的形势下，复合型的传播模式代替了单一的传播路径和平台，以互动性、开放性为主要特点的开放型传播平台挑战传统的传播路径。公司如何适应传播形态的多样性的变化，成为公司必须面临的挑战；社会传播环境的日趋多元化和复杂化，客户对于传播服务的创新需求强烈，为公司不断提升服务质量提出了更高要求。如果公司不能正确判断、把握行业的市场动态和新技术的发展趋势，不能根据技术发展、行业标准和客户需求及时进行产品和业务模式创新，则会面临市场份额下降、经营业绩下滑的风险。

（三）行业竞争加剧风险

营销传播业目前处于快速发展过程中，市场规模增长较快，随着众多企业直接或通过并购等手段间接加入营销传播领域，加之海外营销传播公司凭借其在行业中的经验和资本优势，陆续进入国内市场，导致市场竞争更加激烈，公司面临竞争加剧的风险。

二、经营管理风险

（一）实施外延发展战略引致的风险

公司近年来一直坚持外延式增长，外延式发展战略主要是通过并购拥有独特竞争能力或能够与公司原有业务产生协同效应的同行业公司的方式实现。如不能将收购的标的公司进行有效整合，公司可能面临因收购、规模扩张所带来的管理风险和文化冲突。并购整合风险通常包括：

一、战略协同风险。企业战略是企业根据对内外环境的各种制约因素、有利条件等方面的分析，从全局出发制定的较长时期内企业发展所要达到的目标。若因并购双方战略的不匹配导致并购后企业经营目标模糊、资源分散，将最终影响企业的利润，致使企业失去竞争优势。

二、财务协同风险。财务管理是公司管理体系的核心，财务整合是实现并购目标的重要保障。只有通过成功的财务整合，才能使并购后的企业集团获得最大限度的目标利润，实现企业内部的资源优化配置，给企业带来“财务协同效应”。

三、组织机构协同风险。组织机构协同是指根据企业战略目标的需要，通过重新设计企业的组织结构，改变原有的经营管理模式，在有效的分工基础上达到各职位、各部门、各层次的协调运转。如果不能实现这一目标，并购后的企业运转效率就可能因此而受到影响，从而导致组织协同风险的出现。

四、人力资源协同风险。广告公关企业最重要的生产因素即人力资本，人力资本由于具有能动性和不确定性，决定了其很容易在并购过程中发生变异，这种变异包括通用人力资本资源和独特人力资本资源在并购中的转移，也包括因各种激励措施的变化、企业组织结构的破坏等导致人力资本价值的变化。

五、文化协同风险。文化整合是要使来自两个不同企业的员工文化相互融合为一个优秀的整体，消除原来分属两个不同企业的文化差异。企业并购的文化整合风险，主要表现在并购者和被并购者之间的文化差距、文化对立以及两种文化融合的阻力。

目前，公司对标的公司的整合策略是：完成收购后，标的公司的管理层保

持不变，在前端业务的开拓、管理、维护和服务上，仍拥有很大程度的自主性及灵活性；在除业务外的其他后台管理上，如财务、ERP 系统、HR 由母公司统一管理，各子公司均需达到上市公司的统一标准。虽然公司在收购思恩客、精准阳光、今久广告、博杰广告过程中已积累了一定的并购整合经验，但并购完成后能否通过整合既保证上市公司对并购标的企业的控制力又保持并购标的企业原有竞争优势并充分发挥两者之间的协同效应，具有不确定性，整合结果可能未能充分发挥双方协同效应，从而对公司和股东造成不利影响。

未来公司可能无法获得合适的收购对象，或者无法将收购公司进行有效整合并产生协同效应，导致公司外延式发展战略无法有效实施，并使过去的业绩增长不能直接作为未来业务增长预测的基础。

（二）公司规模扩大带来的管理风险

公司采取内生式增长与外延式发展并举的战略，公司过往的业务增长在较大程度上受益于此种发展战略。随着纳入公司管理范围内的公司和品牌越来越多，公司经营规模进一步扩大，组织结构更加复杂，这些变化对公司的管理提出更高的要求。如果公司的管理水平不能随着公司规模扩张而同步提升，可能面临无法达到预期效益的风险。

（三）人力资源风险

营销传播行业是高度依赖专业人才的商业服务行业，人才对于公司的发展极其重要。伴随着公司的高速成长，员工数量迅速扩大，公司管理团队及员工队伍能否保持稳定并持续成长是决定公司长期发展的重要因素。随着市场竞争的加剧，公司可能面临人才流失、人才短缺和人才梯队不健全等风险，将对公司持续经营带来一定影响。

（四）人力成本上涨的风险

人力成本是公司成本和费用的重要组成部分，随着国内物价水平的持续上涨，公司员工工资、福利及相关费用也呈现上涨趋势，公司面临营业成本及费用上升的压力。如果公司未能有效控制人力成本、提高主营业务的收入水平，或将人力成本有效转嫁，则公司将面临盈利能力下降的风险。

三、一致行动解除后的控制风险

赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华于 2008 年 12 月 31 日签署《一致行动人协议》，为一致行动人，截至 2015 年 6 月 30 日合计持有公司 27.67% 的股份，是公司的实际控制人。若未来触发《一致行动人协议》所约定的协议解除条件，五位自然人解除一致行动协议且没有人大量增持股票的话，则公司大股东之间的持股比例比较接近，公司存在控制风险。

四、因收购和投资导致的资产减值风险

收购和对外投资行为会导致公司账面商誉、无形资产、长期股权投资或可供出售金融资产等资产的增加。报告期内，公司实行外延式发展战略，收购和对外投资活动频繁，商誉等资产持续增加。截至 2015 年 6 月 30 日，商誉占总资产比例达到 23.73%，无形资产占 16.78%，长期股权投资占 3.78%，可供出售金融资产占 10.81%。虽然公司每年均对相应资产进行减值测试，报告期内并未出现大幅减值的情形，但如果未来被收购公司或对外投资的企业经营状况恶化，则可能产生资产减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响，甚至发生上市当年及以后年度营业利润比上年下降 50% 以上的风险。

五、募集资金投资项目未达预期效益的风险

公司本次募集资金投资项目符合公司“内生增长”和“外延发展”并重的发展战略，对公司提升技术服务能力、储备媒体资源及顺利实施对外收购等方面均有积极意义。公司已对本次募集资金投资项目进行了慎重、充分的可行性论证，预期能产生良好的经济效益。但是，项目实施过程中仍可能有一些不可预测的风险因素，使项目最终实际实现的投资效益与预期值存在差距。

本次募集资金投资项目年均投入约 1.64 亿元用于项目管理、产品研发和技术服务人员的工资支出，在项目建设期间，该投入将直接增加公司的成本或费用。因此，若募集资金投资项目在建设期内无法产生效益或效益未达预期，则可能会对公司业绩产生不利影响。

六、可转债本身的风险

（一）可转债转股后原股东权益被摊薄风险

本次募集资金投资项目需要一定的建设期，在此期间相关投资尚不能产生收益。本次可转债发行后，如债券持有人在转股期开始的较短时间内将大部分或全部可转债转换为公司股票，则可能导致当期每股收益和净资产收益率被摊薄、原股东分红减少、表决权被摊薄的风险。

（二）可转债在转股期内不能转股的风险

尽管在本次发行的可转债存续期间，当公司股票在任意连续 20 个交易日中有 10 个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85% 时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。但修正后的转股价格应不低于本次股东大会召开日前 20 个交易日公司股票交易均价和前一交易日均价之间的较高者。如果公司股票在可转债发行后价格持续下跌，则存在公司未能及时向下修正转股价格或即使公司持续向下修正转股价格，但公司股票价格仍低于转股价格，导致本次发行的可转债转股价值发生重大不利变化，并进而可能导致出现可转债在转股期内回售或持有到期不能转股的风险。

（三）评级风险

中诚信对本次可转换公司债券进行了评级，信用等级为 AA。在本期债券存续期限内，中诚信将持续关注公司经营环境的变化、经营或财务状况的重大事项等因素，出具跟踪评级报告。如果由于公司外部经营环境、自身或评级标准变化等因素，导致本期债券的信用评级级别变化，将会增大投资者的风险，对投资人的利益产生一定影响。

（四）利率风险

在债券存续期内，当市场利率上升时，可转债的价值可能会相应降低，从而使投资者遭受损失。公司提醒投资者充分考虑市场利率波动可能引起的风险，以避免和减少损失。

（五）本息兑付风险

在可转债的存续期限内，公司需按可转债的发行条款就可转债未转股的部分每年偿付利息及到期兑付本金，并承兑投资者可能提出的回售要求。受国家政策、法规、行业和市场等不可控因素的影响，公司的经营活动可能没有带来预期的回报，进而使公司不能从预期的还款来源获得足够的资金，可能影响公司对可转债本息的按时足额兑付，以及对投资者回售要求的承兑能力。

（六）未设定担保的风险

公司股东大会已授权董事会（或由董事会授权的人士）根据市场状况确定是否需要担保，并办理相关事宜。

根据目前市场状况，公司董事会授权人士（赵文权和许志平）决定本次发行的可转换公司债券不设担保。提请投资者注意本次可转换公司债券可能因未设定担保而存在兑付风险。

七、可转债及股票价格波动风险

本次发行的可转债由于其可以转换成公司普通股，所以其价值受公司股价波动的影响较大。股票市场投资收益与风险并存。股票价格的波动不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。因此，在发行期间，如果公司股价持续下行可转债可能存在一定发行风险；在上市交易后，不论是持有本次发行的可转债或在转股期内将所持可转债转换为公司股票，均可能由于股票市场价格波动而给投资者带来一定的风险。

第四节 发行人基本情况

一、公司股本及前十名股东持股情况

(一) 本次发行前公司的股本结构

截至 2015 年 6 月 30 日，公司股本结构如下：

	股份数额（股）	占总股本比例（%）
一、有限售条件股份	525,871,908	27.23
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	-	-
3、境内一般法人	55,435,237	2.87
其中：首发后限售股	55,435,237	2.87
4、境内自然人	470,408,694	24.36
其中：首发后限售股	95,243,181	4.93
股权激励限售股	30,903,293	1.60
高管锁定股	344,262,220	17.83
5、境外法人	-	-
6、境外自然人	27,977	0.00
其中：股权激励限售股	27,977	0.00
7、基金、理财产品等	-	-
二、无限售条件流通股	1,405,297,565	72.77
1、人民币普通股	1,405,297,565	72.77
合计	1,931,169,473	100.00

(二) 本次发行前公司前 10 大股东持股情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司前十名股东的持股情况如下表：

股东名称	股东性质	持股数量 (股)	持股比例 (%)	限售股数 (股)
赵文权	境内自然人	136,907,714	7.09	105,678,292
陈良华	境内自然人	120,449,675	6.24	-
许志平	境内自然人	102,514,730	5.31	87,879,398
吴铁	境内自然人	101,915,223	5.28	88,351,506

李芑	境内自然人	95,243,181	4.93	95,243,181
孙陶然	境内自然人	72,479,708	3.75	54,359,781
王舰	境内自然人	68,921,852	3.57	-
西藏山南博杰投资咨询合伙企业 (有限合伙)	境内一般法人	47,411,240	2.46	47,411,240
高鹏	境内自然人	34,936,626	1.81	-
招商证券股份有限公司客户信用 交易担保证券账户	境内一般法人	28,735,437	1.49	-

公司前十名股东中，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华合计持有公司 534,267,050 股股份，占公司本次发行前总股本的 27.67%，上述五人为公司的共同控制人，共同构成公司的实际控制人。

二、公司最近三年股权结构变化情况

公司最近三年派发股份股利、资本公积金转增股本、发行新股等引致的股本变化如下表所示：

2011年12月31日股本	180,000,000股			
	变动时间	变动原因	股本变动数量 (股)	变动后股本 (股)
历次派发股份股利、资本 公积金转增股本、发行新 股、可转换债券情况	2012年5月	资本公积转增股本	180,000,000	360,000,000
	2012年6月	股票期权行权	4,388,250	364,388,250
	2012年6月	发行股份购买资产	32,333,991	396,722,241
	2013年6月	股票期权行权	6,007,400	402,729,641
	2013年8月	发行股份购买资产并 募集配套资金	61,581,484	464,311,125
	2014年2月	限制性股票激励计划	9,741,500	474,052,625
	2014年5月	资本公积转增股本	474,052,625	948,105,250
	2014年7月	股票期权行权	16,676,300	964,781,550
	2015年5月	限制性股票回购注销 和限制性股票激励计 划预留授予登记	1,606,400	966,387,950
	2015年6月	资本公积转增股本	964,781,523	1,931,169,473

(一) 2012年5月资本公积转增股本

公司 2011 年年度权益分派方案经 2012 年 3 月 22 日召开的 2011 年年度股东大会审议通过，以公司当时总股本 180,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发 2 元人民币现金；同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。

实施完成后，公司全体股东同比例增加持股数，股权结构不变。

（二）2012年6月股票期权行权

根据公司《股票期权激励计划》的有关规定，自2012年4月20日起，公司首次授予且满足行权条件的激励对象进入第一个行权期可行权阶段。经2012年5月14日公司的召开第二届董事会第十七次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的163名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第一个行权期可行权共计438.825万份股票期权。其中，陈剑虹作为高级管理人员，所获的12万股股份自上市之日起锁定六个月；原高级管理人员田文凯自2012年1月18日辞去公司董事会秘书一职，本次行权获得7.5万股股份，自其离职后半年内不得转让。

行权完成前后公司的股权结构变化如下：

	本次行权完成前		本次发行股数 (股)	本次行权完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件股份	176,223,712	48.95	195,000	176,418,712	48.42
二、无限售条件流通股	183,776,288	51.05	4,193,250	187,969,538	51.58
合计	360,000,000	100.00	4,388,250	364,388,250	100.00

（三）2012年6月发行股份购买资产

经中国证监会批准，公司通过向特定对象非公开发行股份和支付现金相结合的方式，购买自然人王舰、王建玮、阚立刚、赵宏伟、周云洲及王同合法持有的今久广告合计100%股权。今久广告100%股权作价43,500万元，本次交易中，交易对价的25%，即10,875.00万元，由公司之全资子公司上海蓝标以现金形式支付给今久广告股东王建玮；剩余对价由公司向王舰、阚立刚、赵宏伟、周云洲及王同发行股份支付。本次发行股份价格为10.09元/股，发行股份数量32,333,991股。本次交易完成前后公司的股权结构如下：

	本次交易完成前		本次发行股数 (股)	本次交易完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件的流通股	176,418,712	48.42	32,333,991	208,752,703	52.62
其中：王舰	-	-	17,244,796	17,244,796	4.35

阚立刚	-	-	9,491,105	9,491,105	2.39
赵宏伟	--	-	2,155,599	2,155,599	0.54
周云洲	-	-	2,155,599	2,155,599	0.54
王同	-	-	1,286,892	1,286,892	0.32
二、无限售条件流通股	187,969,538	51.58	-	187,969,538	47.38
合计	364,388,250	100.00		396,722,241	100.00

(四) 2013年6月股票期权行权

股票期权激励计划首次授予第二期行权条件和预留期权第一期行权条件满足，经2013年5月17日召开的公司第二届董事会第三十二次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的153名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第二个行权期可行权共计502.29万份股票期权，预留期权授予的87名激励对象在股票期权激励计划预留期权第一个行权期可行权共计98.45万份股票期权。其中，陈剑虹作为高级管理人员，所获的14.40万股股份自上市之日起锁定六个月。本次行权（包括首次授予期权第二次行权和预留期权第一次行权）完成前后公司的股权结构变化情况如下：

	本次行权完成前		本次发行股数 (股)	本次行权完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件股份	149,211,617	37.61	144,000	149,355,617	37.09
二、无限售条件流通股	247,510,624	62.39	5,863,400	253,374,024	62.91
合计	396,722,241	100.00	6,007,400	402,729,641	100.00

(五) 2013年8月发行股份购买资产并募集配套资金

经中国证监会批准，2013年8月，公司通过发行股份和支付现金相结合的方式，购买李芄等4名交易对方合法持有的博杰广告合计89%股权，并募集配套资金。博杰广告89%股权作价160,200万元，其中公司向李芄等4名交易对方以发行股份的方式支付博杰广告股权对价款140,200万元，发行价格28.69元/股，发行数量48,867,199股，具体情况如下：

	本次交易完成前		本次发行股数 (股)	本次交易完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件	138,541,620	34.40	48,867,199	187,408,819	41.50

的流通股					
其中：李芑	-	-	23,830,602	23,830,602	5.28
刘彩玲	-	-	5,583,827	5,583,827	1.24
博杰投资	-	-	17,445,102	17,445,102	3.86
博萌投资	-	-	2,007,668	2,007,668	0.44
二、无限售条件流通股	264,188,021	65.60	0	264,188,021	58.50
合计	402,729,641	100.00	48,867,199	451,596,840	100.00

配套资金部分，公司通过询价最终确定向 7 名发行对象非公开发行股票募集，发行价格为 42.00 元/股，发行数量为 12,714,285 股，募集资金总额为 533,999,970.00 元，该部分股票锁定期为 12 个月。发行完成前后股权结构变化情况如下：

	本次行权完成前		本次发行股数 (股)	本次行权完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件股份	187,408,819	41.50	12,714,285	200,123,104	43.10
二、无限售条件流通股	264,188,021	58.50	0	264,188,021	56.90
合计	451,596,840	100.00	12,714,285	464,311,125	100.00

(六) 2014 年 2 月限制性股票激励计划

2013 年 12 月 25 日，公司第二届董事会第四十二次会议审议通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司限制性股票激励计划（草案修订稿）》。经公司第二届董事会第四十五次会议审议，通过了《关于公司限制性股票激励对象及授予数量进行再次调整的议案》，本次激励计划限制性股票总量由 1,200 万股调整为 1,089.15 万股，其中首次授予的激励对象人数由 591 人减少为 489 人，首次授予的限制性股票总数由 1,085 万股调整为 974.15 万股，预留部分限制性股票的数量未发生调整。首次授予的限制性股票自授予日起 14 个月后，满足解锁条件的，激励对象可以分三期解锁。本次行权完成前后公司的股权结构变化情况如下：

	本次行权完成前		本次发行股数 (股)	本次行权完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件股份	202,502,716	43.61	9,741,500	212,244,216	44.77

三、无限售条件流通股	261,808,409	56.39	-	261,808,409	55.23
合计	464,311,125	100.00	9,741,500	474,052,625	100.00

（七）2014年5月资本公积转增股本

公司2013年年度权益分派方案经2014年5月6日召开的2013年年度股东大会审议通过，以公司当时总股本474,052,625股为基数，向全体股东每10股派发2元人民币现金；同时，以资本公积金向全体股东每10股转增10股。实施完成后，公司全体股东同比例增加持股数，股权结构不变。

（八）2014年7月股票期权行权

股票期权激励计划首次授予第三期行权条件和预留期权第二期行权条件满足，经2014年6月23日召开的公司第三届董事会第十次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的150名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第三个行权期可行权共计1,482.03万份股票期权，预留期权授予的77名激励对象在股票期权激励计划预留期权第二个行权期可行权共计185.60万份股票期权。本次行权（包括首次授予期权第三次行权和预留期权第二次行权）完成前后公司的股权结构变化情况如下：

	本次行权完成前		本次发行股数（股）	本次行权完成后	
	股份数额（股）	占总股本比例（%）		股份数额（股）	占总股本比例（%）
一、有限售条件股份	424,686,460	44.79	-	424,686,460	44.02
二、无限售条件流通股	523,418,790	55.21	16,676,300	540,095,090	55.98
合计	948,105,250	100.00	16,676,300	964,781,550	100.00

（九）2015年5月限制性股票回购注销和限制性股票激励计划预留授予登记

公司于2014年12月30日召开第三届董事会第二十八次会议，审议通过《关于调整限制性股票数量并回购注销部分限制性股票的议案》、《关于回购注销部分限制性股票的议案》，同意公司对因个人原因离职的已不符合激励解锁条件的激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票69万股进行回购注销。

2015年3月18日，公司第三届董事会第二十九次会议审议通过的《关于公

司限制性股票激励计划预留部分授予相关事项的议案》以及其他有关议案，董事会同意授予 167 名激励对象 230 万股预留限制性股票，预留限制性股票的授予日为 2015 年 3 月 19 日。部分激励对象因个人原因放弃，不再满足成为股权激励对象的条件，公司于 2015 年 5 月 12 日第三届董事会第三十六次会议审议通过了《关于公司限制性股票激励计划部分激励对象及授予数量调整的议案》，经调整后，公司本次激励计划限制性股票预留部分授予数量由 230 万股调整为 229.64 万股，激励对象人数由 167 人减少为 163 人。

本次限制性股票回购注销和限制性股票激励计划预留授予前后公司的股权结构变化情况如下：

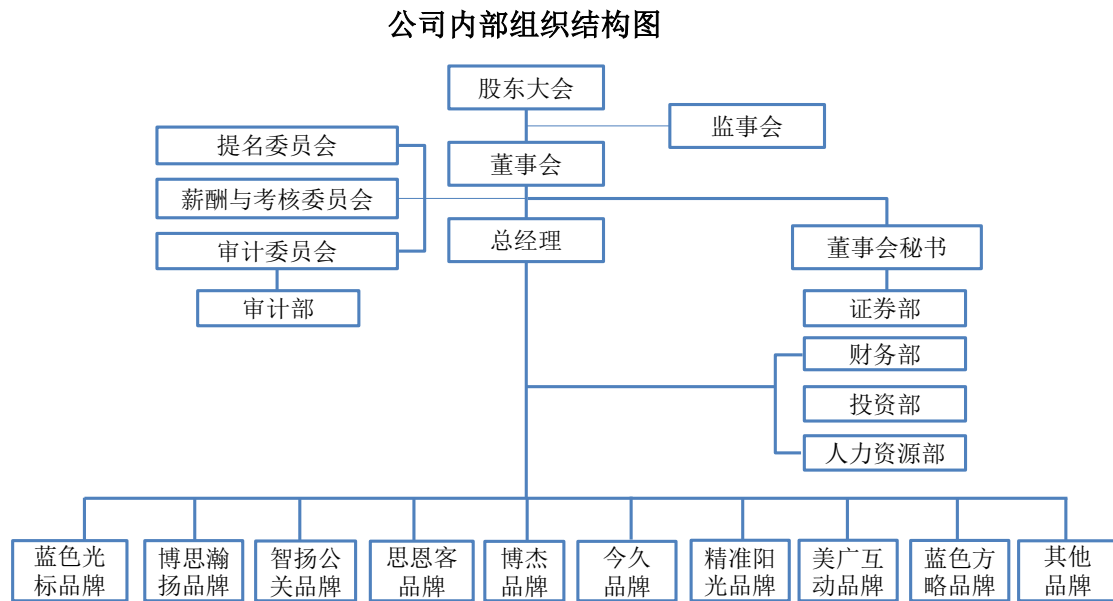
	本次行权完成前		本次发行股数 (股)	本次行权完成后	
	股份数额 (股)	占总股本比例 (%)		股份数额 (股)	占总股本比例 (%)
一、有限售条件股份	310,101,163	32.14	1,606,400	311,707,563	32.25
二、无限售条件流通股	654,680,387	67.86	-	654,680,387	67.75
合计	964,781,550	100.00	1,606,400	966,387,950	100.00

(十) 2015 年 6 月资本公积转增股本

2014 年度权益分派方案获 2015 年 4 月 15 日召开的公司 2014 年度股东大会审议通过，2014 年公司利润分配方案为：以 2014 年末总股本 96,478.155 万股为基数，按每 10 股派发现金股利人民币 1.5 元（含税），共计分配现金股利 144,717,232.50 元，剩余未分配利润结转下年。同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。公司利润分配方案经股东大会审议通过后，公司限制性股票预留部分进行了登记，同时由于员工离职，部分限制性股票回购注销。由于前述因素，截至 2015 年 6 月 5 日，公司总股本由 2014 年 12 月 31 日的 964,781,550 股增至 966,387,950 股。公司按最新股本计算的 2014 年年度权益分派方案为：以公司现有总股本 966,387,950 股为基数，向全体股东每 10 股派 1.497506 元人民币现金，同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 9.983377 股。实施完成后，公司总股本变更为 1,931,169,473 股，全体股东同比例增加持股数，股权结构不变。

三、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况

(一) 公司的内部组织结构图



(二) 公司控股子公司基本情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司控股子公司的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	持股情况	主要业务	注册地	2014.12.31 总资产 (万元)	2014.12.31 净资产 (万元)	2014 年度 营业收入 (万元)	2014 年度 净利润 (万元)
1	北京蓝色印象品牌顾问有限公司	2008.8.19	500.00	500.00	蓝色光标持有 100% 股权	经济贸易咨询；企业形象策划；公共关系服务；会议服务；设计，制作，代理，发布广告。	北京	3,038.78	1,198.40	7,613.53	-304.58
2	北京蓝色光标公关顾问有限公司	2006.12.12	500.00	500.00	蓝色光标持有 100% 股权	经济贸易咨询；企业形象策划；营销策划；会议服务；设计，制作，代理，发布广告。	北京	19,133.12	609.28	40,790.48	-125.22
3	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	2014.2.26	1,000.00	1,000.00	蓝标公关持有 65% 股权	设计、制作、代理、发布广告；软件开发；展览展示服务；投资管理；投资咨询；电脑图文设计、制作；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术推广服务。	北京	722.13	-528.23	351.82	-1,528.23
4	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	2011.6.7	200.00	200.00	蓝标公关持有 51% 股权	经济贸易咨询；企业策划；会议及展览服务；设计，制作，代理，发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企业管理。	北京	913.55	516.15	1,085.93	105.20
5	广州蓝色光标市场顾问有限公司	2001.5.15	1,000.00	1,000.00	蓝色光标持有 100% 股权	商务服务业	广州	17,094.25	5,879.88	25,248.75	1,321.80

6	上海蓝色光标公关服务有限公司	2004.5.18	37,000.00	37,000.00	蓝色光标持有100%股权	市场信息咨询与调查(不得从事社会调查, 社会调研, 民意调查, 民意测验), 市场营销策划, 企业形象策划, 企业管理咨询, 会务服务, 展览展示服务, 设计、制作、代理各类广告。	上海	53,942.73	42,357.88	6,483.45	918.97
7	上海励唐会展策划服务有限公司	2011.4.8	2,300.00	2,300.00	上海蓝标持有100%股权	会务服务, 展览展示服务, 企业形象策划, 设计, 制作, 代理各类广告, 灯光, 音响及视听设备的租赁等。	上海	2,514.88	2,433.72	317.37	91.68
8	尊岸广告(上海)有限公司	2012.10.16	100.00	100.00	上海蓝标持有78%股权	设计, 制作, 代理, 发布各类广告, 创意服务, 展览展示服务, 会务服务, 公关活动组织策划, 文化艺术交流策划等企业形象策划, 企业营销策划, 商务咨询, 动漫设计, 多媒体设计制作, 图文设计制作, 市场信息咨询与调查。	上海	17,522.40	3,395.56	35,027.31	2,507.94
9	山南蓝色光标数字营销有限公司	2013.8.12	500.00	500.00	蓝色光标持有100%股权	设计, 制作, 代理, 发布各类广告, 市场营销策划, 展览展示服务, 公关活动组织策划, 企业营销策划, 商务咨询, 企业管理咨询。	西藏	4,641.38	2,762.31	5,804.85	2,261.88
10	蓝色光标国际传播集团有限公司	2009.3.13	9,629.50万港元	9,629.50万港元	蓝色光标持有100%股权	为韩国三光玻璃株式会社和英国投资贸易总署提供公共关系媒体服务, 并负责为公司集团收购海外目标公司。	香港	305,230.79	42,737.40	1,616.99	3,862.11
11	BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	2012.9.25	1,000,000 万股普通股, 每股 0.01 美元	360 万美元	香港蓝标持有100%股权	为从事任何特拉华普通公司法允许的合法行为或公司可以组织的活动	美国	30,095.08	3,708.30	3,078.44	-1,396.06
12	SNK AD, INC	2014	50 万美元	50 万美元	香港蓝标持有100%股权	为从事任何加利福尼亚普通公司法允许的合法行为或公司可以组织的活动	美国	160.84	123.68	19.10	-182.41

13	We are very social	2008.6	31,298.00英镑	31,298.00英镑	香港蓝标持有82.84%股权	市场研究、市场营销策划、数字媒体营销、品牌咨询、社会化客户关系管理、危机公关、创意策划、社会活动管理、社交媒体应用与平台研发等。	英国	43,066.28	27,045.89	30,290.42	2,430.52
14	Phluency, Inc.	2014.7.25	0	0	美国蓝标持有100%股权	在特拉华州公司法的规定下从事合法活动	美国	374.64	341.49	4.61	-1.55
15	Fuse Project, LLC	2014.9.25	/	4,725.7万美元	美国蓝标持有75%股权	/	美国	29,485.32	27,858.40	3,019.81	350.70
16	SNK Ad Limited	2014.4.24	/	50万美元	香港蓝标持有100%股权	/		2,832.03	506.95	2,576.79	202.05
17	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	2010.4.14	11,923.00	11,923.00	蓝色光标持有100%股权	企业形象策划；公关活动组织策划；商务咨询；市场营销策划；会务服务；广告设计，制作，代理等。	上海	74,858.71	41,550.10	54,976.38	9,376.02
18	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	2014.9.3	200.00	200.00	上海品牌持有51%股权	企业品牌管理；企业营销策划咨询；市场公关策划；广告的设计、制作、代理、发布；会务服务等。	陕西	200.55	189.18	52.43	-10.82
19	蓝色方略（北京）咨询有限公司	2010.9.16	200.00	200.00	上海品牌持有80%股权；励唐会展持有20%股权	经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作、代理广告；销售工艺美术品、日用品、文具用品、五金交电、电子产品、机械设备、新鲜水果、新鲜蔬菜；计算机技术培训。	北京	4,303.73	1,935.17	6,162.84	1,442.50

20	北京盛世鸿天会展服务有限公司	2011.3.2	100.00	100.00	蓝色方略持有99%股权	会议及展览服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；家居装饰及设计；设计、制作广告；翻译服务；礼仪服务；婚姻服务（不含涉外婚姻）；租赁舞台灯光设备；租摆花卉；企业策划；经济贸易咨询；计算机技术培训。	北京	279.18	194.40	1,824.97	12.64
21	上海湃杰广告有限公司	2000.12.15	50.00	50.00	蓝色方略持有100%股权	设计，制作各类广告；图文设计；企业形象策划；摄影服务；标牌制作；计算机领域技术开发，技术转让，技术咨询等。	上海	979.27	161.81	1,907.61	5.49
22	芒果树园(北京)商贸有限公司	2013.3.27	50.00	50.00	蓝色方略持有100%股权	批发预包装食品(食品流通许可证有效期至2016年03月19日)。一般经营范围：数据处理，数据处理；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；产品设计；市场调查；经济贸易咨询；技术推广服务；销售工艺品、文具用品、日用品、机械设备、五金交电、电子产品、新鲜水果、新鲜蔬菜；货物进出口。	北京	778.01	60.85	1,411.24	4.08
23	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	2013.4.10	50.00	50.00	蓝色方略持有100%股权	科技信息咨询，会计信息咨询，经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动(不含演出)；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作广告。	西藏	1,131.02	844.69	2,014.75	1,725.27

24	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	2013.3.19	50.00	50.00	蓝色方略持有100%股权	许可经营项目：国内旅游业务；入境旅游业务。一般经营项目：组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；票务代理；旅游信息咨询。	北京	66.32	58.09	180.85	0.64
25	深圳蓝色光标互动营销有限公司	2013.9.9	500.00	500.00	蓝色光标持有100%股权	经营广告业务，动漫设计，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融，证券），公关活动组织策划，企业营销策划等。	深圳	997.85	605.86	1,684.53	105.42
26	西藏山南东方博杰广告有限公司	2011.12.9	17,820.00	17,820.00	蓝色光标持有100%股权	设计、制作、代理、发布国内广告；企业形象策划；广告信息咨询。	西藏	57,472.49	46,022.17	111,219.48	27,778.58
27	北京智扬唯美科技咨询有限公司	2005.3.3	150.00	150.00	蓝色光标持有100%股权	技术推广服务；企业策划；经济贸易咨询；会议服务；设计，制作，代理，发布广告；电脑动画设计；承办展览展示活动等。	北京	3,111.85	2,013.84	4,892.16	147.64
28	深圳蓝色光标企业策划有限公司	2010.9.2	100.00	100.00	智扬唯美持有其90%股权	企业形象策划；经济信息咨询；会务策划；从事广告业务。	深圳	608.55	276.60	868.53	188.82
29	北京飞鸟创想公关顾问有限公司	2013.4.7	50.00	50.00	智扬唯美持有其51%股权	公共关系服务；经济贸易咨询；企业管理；企业策划；设计，制作，代理，发布广告；市场调查；承办展览展示等。	北京	49.85	49.85	-	-0.10
30	北京美广互动广告有限公司	2007.6.22	700.00	700.00	蓝色光标持有100%股权	设计、制作、代理、发布广告；展览服务；投资管理；投资咨询；公关策划；电脑图文设计，制作；企业策划等。	北京	4,900.20	2,719.05	7,699.68	1,494.39
31	上海美广互动广告有限公司	2012.7.12	100.00	100.00	北京美广持有100%股权	设计、制作、代理、发布各类广告，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融，证券），公关活动组织策划等。	上海	4,842.61	2,667.04	5,680.88	1,496.50

32	北京博思瀚扬企业策划有限公司	2008.3.26	2,000.00	2,000.00	蓝色光标持有95%股权；上海品牌持有5%股权	企业形象策划；技术开发、服务；通讯及计算机技术培训；信息咨询（不含中介服务）；劳务服务；承办展览展示活动；市场调查；计算机软件开发。	北京	4,190.08	2,949.72	5,291.55	179.13
33	北京欣风翼科技有限公司	2000.1.4	110.00	110.00	博思瀚扬持有100%股权	技术开发，服务，培训；信息咨询(不包含中介服务)；房地产信息咨询；企业形象策划；计算机软件开发；彩扩等。	北京	536.14	348.91	637.26	131.74
34	北京畅益思科技发展有限公司	2000.12.22	50.00	50.00	博思瀚扬持有100%股权	技术开发，技术服务；技术培训；信息咨询(除中介服务)；劳务服务；承办展览展示活动；市场调查；企业形象设策划等。	北京	2,634.86	1,161.93	4,598.71	272.53
35	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	2013.1.11	500.00	500.00	博思瀚扬持有100%股权	市场营销策划，企业形象策划，展览展示服务，市场信息咨询与调查等。	上海	1,620.64	1,290.57	580.14	261.34
36	北京今久广告传播有限责任公司	1995.4.19	2,000.00	2,000.00	蓝色光标持有75%股权；上海蓝标持有25%股权	许可经营项目：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）。一般经营项目：设计、制作、代理、广告发布；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；会议及展览服务等。	北京	35,952.93	14,559.31	32,765.26	4,174.85
37	上海今久广告传播有限公司	2012.4.28	1,000.00	1,000.00	今久广告持有100%股权	广告设计、制作、代理、发布，图文设计制作，标牌制作，室内装饰工程设计，室内外装潢工程，企业形象策划等。	上海	8,031.55	6,761.10	6,524.87	2,752.08
38	海南今久广传媒有限公司	2013.1.14	500.00	500.00	今久广告持有51%股权	广告设计、制作、代理、发布国内广告，图文设计制作，标牌制作，室内装饰工程设计等。	海南	1,376.94	613.55	2,121.99	-48.75

39	北京东方传通广告有限公司	2013.3.20	100.00	100.00	今久广告持有100%股权	许可经营项目：无。一般经营项目：设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询，企业管理咨询等。	北京	480.89	434.91	611.30	12.69
40	北京今久联合房地产经纪有限公司	2013.6.27	50.00	50.00	今久广告持有100%股权	许可经营项目：无。一般经营项目：从事房地产经纪业务；房地产信息咨询；设计，制作，代理发布广告等。	北京	1,070.51	214.49	580.95	162.48
41	北京全经联合时代文化传播有限责任公司	2012.3.29	50.00	50.00	今久广告持有100%股权	组织文化艺术交流活动（不含演出），会议及展览服务，设计，制作，代理，发布广告，技术推广服务，企业管理咨询等。	北京	216.54	-25.72	109.15	-62.68
42	北京思恩客广告有限公司	2010.8.17	1,021.2766	1,021.2766	蓝色光标持有10%股权，上海蓝标持有41%股权，上海品牌持有49%股权	设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；市场调查；承办展览展示、会议服务。	北京	38,327.72	4,864.56	80,215.61	77.25
43	北京史努克科技有限公司	2012.6.28	100.00	100.00	思恩客持有100%股权	技术推广；计算机集成系统；计算机软件开发；网页设计；设计、制作、代理、发布广告；数据处理；市场调查等。	北京	100.24	100.19	-	-0.17
44	史努克广告(上海)有限公司	2012.2.10	500.00	500.00	思恩客持有100%股权	广告设计、制作、代理、发布，公关活动组织策划，展览展示服务，会务服务，企业形象策划，企业营销策划，创意服务等。	上海	25,625.92	4,746.66	45,972.29	2,821.04
45	北京指点互动广告有限公司	2013.1.28	50.00	50.00	思恩客持有51%股权	设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示；会议服务；公关服务；企业策划；营销策划；电脑图文设计制作等。	北京	19,208.16	2,532.82	34,197.19	2,266.42

46	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	2014.5.30	10,000.00	10,000.00	蓝色光标持有100%股权	投资管理，实业投资，企业管理咨询；企业形象策划；会议服务；设计、制作、代理各类广告等。	上海	9,994.18	9,994.42	-	-5.58
47	密达美渡传播有限公司	2008.4.14	授权股本10,000股	1,000 港元	香港蓝标持有100%股权	广告代理-品牌战略、媒体策划、创意服务、艺术品创作、媒体策划和购买	香港	12,197.25	7,026.21	5,843.49	196.75
48	蓝色光标电子商务（上海）有限公司	2014.7.14	10,000.00	9,000.00	蓝色光标持有100%股权	电子商务（不得从事增值电信业务、金融服务），家用电器、电子产品、摄影摄像器材、数码产品及配件等。	上海	8,620.89	8,532.09	72.00	-467.91
49	上海蓝色光标数字文化传播有限公司	2010.9.25	500.00	500.00	蓝色光标持有80%股权	设计、制作、代理、发布各类广告，动漫设计，展览展示服务，投资管理，投资咨询（除金融、证券），公关活动组织策划，企业营销策划，商务咨询，企业管理咨询等。	上海	4,006.38	2,193.96	6,904.98	735.93
50	电通蓝标（北京）公共关系顾问有限公司	2010.7.14	1,000.00	1,000.00	蓝色光标持有51.00%股权	公共关系咨询；企业形象策划；公共关系服务。	北京	3,436.43	1,964.55	4,498.67	494.89
51	精准阳光（北京）传媒广告有限公司	2007.1.26	753.7039	753.7039	蓝色光标持有10.29%股权，上海蓝标持有80.68%股权	代理、发布广告；广告信息咨询	北京	10,388.96	8,321.91	6,805.32	3,286.03
52	上海精准阳光文化传播有限公司	2013.4.3	1,000.00	1,000.00	精准阳光持有100%股权	设计、制作、代理、发布各类广告，商务咨询，企业形象策划，动漫设计，图文设计制作，会议服务，展览展示服务等。	上海	6,801.49	4,796.75	9,410.28	3,320.98
53	上海精准阳光生活传媒广告有限公司	2012.2.13	1,000.00	1,000.00	精准阳光持有100%股权	设计、制作、代理、发布各类广告，商务信息咨询，企业形象策划，动漫设计，图文设计，制作，会展服务，礼仪服务等。	上海	1,403.16	1,319.54	670.41	39.89

54	南京精准阳光传媒广告有限公司	2012.7.31	500.00	500.00	精准阳光持有100%股权	设计、制作、代理、发布国内各类广告；商务信息咨询；企业形象策划；动漫设计；电脑图文设计，制作；会展服务等。	江苏	504.19	501.98	42.45	1.12
55	上海精传广告有限公司	2007.9.11	100.00	100.00	精准阳光持有100%股权	设计、制作、代理、发布各类广告；展览展示服务，礼仪服务，企业形象策划，商务信息咨询，投资管理，销售工艺礼品等。	上海	159.06	156.74	1.89	2.28
56	广州精传广告有限公司	2007.12.26	100.00	100.00	精准阳光持有100%股权	制作、代理、发布国内各类广告；广告信息咨询等。	广州	112.90	34.69	429.25	4.96
57	北京蓝标畅联科技有限公司	2014.5.6	1,000.00	0.00	蓝色光标持有100%股权	技术推广服务；数据处理；维修计算机；基础软件服务；应用软件开发（不含医用软件）；企业策划等。	北京	-	-	-	-
58	上海美广云商电子商务有限公司	2014.8.8	1,000.00	1,000.00	蓝标电商持有100%股权	批发非实物方式：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉），电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）等。	上海	1,945.27	938.25	1,513.12	-61.75
59	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	2014.8.20	1,000.00	1,000.00	蓝色光标持有100%股权	企业营销策划；设计、代理、发布各类广告；动漫设计；展览展示服务；公关活动组织策划等。	天津	949.49	960.03	8.82	-39.97
60	北京北联伟业电子商务有限公司	2011.11.9	250.00	250.00	蓝色光标持有51%股权	销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品、化妆品；设计、制作、发布、代理广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动等。	北京	2,663.00	2,067.73	3,442.70	98.97
61	北京捷报数据技术有限公司	2009.10.27	150.00	150.00	蓝色光标持有51%股权	计算机软硬件开发；专业承包；技术服务；维修计算机；企业管理咨询；市场调查；企业营销策划；企业形象策划。	北京	943.92	601.70	1,605.65	118.75

62	浙江蓝色光标数据科技有限公司	2014.12.8	2,000.00	2,000.00	蓝色光标持有100%股权	从事计算机软硬件、计算机系统集成、电子产品、数字、网络技术领域内技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让等。	浙江	2,000.00	2,000.00	-	-
63	沈阳新维广告有限公司	2012.12.4	100.00	100.00	今久广告持有51%股权	广告设计、制作、代理、发布；房地产开发项目策划与咨询服务、大型会议展示；活动组织策划；商务信息、经济信息咨询服务	沈阳	-	-	-	-
64	Vision 7 International ULC	-	-	-	1861710 ALBERTA INC 持有92.69%股权	综合性广告与传播公司	加拿大	-	-	-	-
65	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	2015.4.17	1,000.00	1,000.00	蓝色光标（天津）市场营销有限公司持有75%股权	技术推广服务、技术服务、技术开发；基础软件服务；组织文化艺术交流活动；承办展览展示；企业管理咨询；企业策划；公关活动组织策划；市场营销策划；文化艺术交流策划；会议服务；创意服务；设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计。	天津	-	-	-	-
66	蓝合汽车销售（上海）有限公司	2015.4.15	2,500.00	2,500.00	蓝色电商持有100%股权	汽车、汽车零配件、轮胎、汽车装饰用品、电子产品等产品的销售，从事货物及技术的进出口业务，转口贸易，区内企业间的贸易及贸易代理，汽车保养技术咨询服务,电子商务等	上海	-	-	-	-
67	西藏山南北联伟业电子商务有限公司	2015.5.13	200.00	200.00	北联伟业持有100%股权	销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品等产品；广告设计、制作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；经济贸易咨询、商务咨询	西藏	-	-	-	-

注：1、以上财务数据为各公司单体报表数据，经天职国际审计。公司在年报中披露的重要子公司数据为合并数据，因此可能与上表中的财务数据有差异。

2、沈阳新维广告有限公司、Vision 7 International ULC、蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司、北京蓝标畅联科技有限公司、蓝合汽车销售（上海）有限公司、西藏山南北联伟业电子商务有限公司 2015 年纳入合并范围。

四、公司控股股东和实际控制人的基本情况

（一）公司控股股东和实际控制人情况介绍

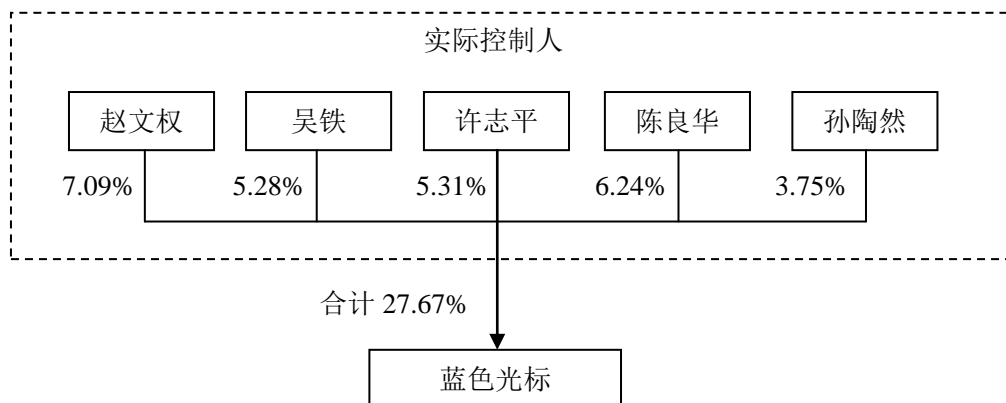
1、公司最近三年控股权变动情况

公司上市以来，赵文权、吴铁、许志平、陈良华、孙陶然一直为公司的控股股东，最近三年公司的控股权未发生变动。

2、控股股东及实际控制人

2008年12月31日，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华签署《一致行动人协议》，约定五人共同控制公司的经营管理，为公司的共同控制人，共同构成公司的实际控制人。在不违反国家法律法规的情形下，该协议长期有效。截至2015年6月30日，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华合计持有公司534,267,050股股份，占公司现有总股本的27.67%。

截至2015年6月30日，蓝色光标的股权控制关系如下图所示：



（1）赵文权

赵文权先生：中国国籍，1970年生，大学本科学历，历任路村咨询策划公司总经理，雅宝拍卖网首席运营官，并担任中国国际公共关系协会理事，中国国际公共关系协会公关公司委员会2007年、2008年年度主任，中国传媒大学董事。2004年起担任有限公司董事，2008年1月起担任股份公司董事长。现任股份公司董事长兼总经理。

（2）孙陶然

孙陶然先生：中国国籍，1969年生，大学本科学历，历任北京四达集团广告艺术公司副总经理、总经理，四达集团副总裁，北京恒基伟业电子产品有限公司董事、常务副总裁，北京乾坤时尚电子公司首席执行官。2004年起担任有限公司董事，2008年1月起担任股份公司董事。现同时兼任拉卡拉支付有限公司董事长、总经理，拉卡拉（北京）征信服务有限公司执行董事、总经理，考拉征信服务有限公司执行董事、总经理。

（3）吴铁

吴铁先生：中国国籍，1962年生，大学本科学历，历任用友软件公司副总经理，连邦软件公司总裁，雅宝拍卖网首席执行官，北京贯能管理技术服务有限公司董事长。2007年起担任有限公司董事，2008年1月起担任股份公司董事。

（4）许志平

许志平先生：中国国籍，1962年生，硕士学历，高级工程师，历任联想集团研究发展中心副主任，联想教育电子总经理和企业技术中心总经理，腾图华泰联合电子总经理，星际坐标市场顾问公司董事长，北京贯能管理咨询公司首席顾问。2004年起担任有限公司董事，2008年1月起担任股份公司董事，现任股份公司董事、副总经理、董事会秘书。

（5）陈良华

陈良华先生，中国国籍，1962年生，博士学历，历任长城计算机集团部门经理，星际坐标市场顾问公司首席顾问，北京贯能管理咨询公司首席顾问，集略营销公司首席顾问；2004至2006年任魔石咨询公司首席顾问，2007年9月至今任智扬公关顾问机构首席顾问。2004至2007年担任有限公司监事，2008年担任股份公司监事会主席，2009年1月至2014年1月任股份公司董事。

（二）实际控制人投资的其他企业

姓名	投资的企业名称	注册资本（元）	持股比例
赵文权	/	/	/
吴铁	北京朗哲基科技有限公司	1,000,000	17.50%
许志平	/	/	/

陈良华	/	/	/
孙陶然	拉卡拉支付有限公司	234,796,296	9.90%

(三) 控股股东所持股份的权利限制及权属纠纷情况

截至 2015 年 6 月 30 日，控股股东所持股份的权利受限情况如下表：

股东姓名	冻结股数	冻结类型	质权人名称	冻结日期
赵文权	25,956,780	质押	上海浦东发展银行股份有限公司北京分行	2015-6-8
	13,000,000	质押	上海浦东发展银行股份有限公司北京分行	2013-9-6
	13,000,000	质押	上海浦东发展银行股份有限公司北京分行	2014-5-29
	9,500,000	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-3
	9,484,208	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-8
	5,200,000	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-4-10
	5,191,356	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-8
孙陶然	8,265,000	质押	华泰证券股份有限公司	2015-3-30
	8,251,261	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-8
	7,480,000	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-23
	6,500,000	质押	华泰证券股份有限公司	2014-9-22
	6,489,195	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-8
	4,500,000	质押	上海浦东发展银行股份有限公司北京分行	2014-5-29
	4,492,519	质押	上海浦东发展银行股份有限公司北京分行	2015-6-8
	4,300,000	质押	华泰证券股份有限公司	2014-11-19
	4,292,852	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-8
	4,135,000	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-3-30
	4,128,126	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-8
	3,040,000	质押	华泰证券股份有限公司	2015-3-30
	3,034,946	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-8
	1,520,000	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-3-30
1,517,473	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-8	
陈良华	9,200,000	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-1-14
	9,184,706	质押	华泰证券（上海）资产管理有限公司	2015-6-8
吴铁	4,000,000	质押	华泰证券股份有限公司	2014-8-28
	3,993,350	质押	华泰证券股份有限公司	2015-6-8

五、公司所处行业的基本情况以及在行业中的竞争地位

（一）公司主营业务及其变化情况

1、经营范围

根据北京市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号110108004952150），公司的经营范围为：“企业形象策划；营销信息咨询（中介除外）；公关咨询；会议服务；公共关系专业培训；设计、制作、代理、发布广告。”

2、主营业务及其变化情况

公司目前是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销传播等综合性服务的专业企业，主营业务为整合数字营销、公共关系、广告创意策划及媒体代理，活动管理以及国际传播业务。

在上市之初，公司的主营业务为公共关系服务，其核心是为企业提供品牌管理服务，主要内容为品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。上市后，公司积极贯彻外延式发展战略，充分运用各种资金平台及资本市场带来优势条件，持续在产业链上下游寻找优质企业，推动公司在整个营销产业链的战略布局，先后收购了思恩客、精准阳光、美广互动、金融公关集团、今久广告、西藏博杰、蓝色方略、密达美渡、WAVS 等，业务范围逐步扩展至电视广告代理、互联网广告、数字营销、高端社区广告、广告策划、社交营销、财经公关及会展服务等多个领域，打造了包括整合数字营销、公共关系服务、广告创意策划及媒体代理、活动管理以及国际传播业务等在内的营销传播服务链条。

公司自上市以来的并购业务均围绕完善传播服务产业链这一基本目标开展。通过一系列收购活动，公司已能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，不断向一流传播集团的目标迈进。公司收购业务与原有业务的关系如下：

序号	收购公司名称	与公司原有业务的关系
1	北京思恩客广告有限	思恩客是具有较大发展潜力的网络游戏营销服务的互联网广告企业，在

	公司	中国网络游戏营销服务市场具有一定的影响力
2	北京今久广告传播有限责任公司	今久广告能使公司迅速切入广告服务领域，获得优质的客户资源，对现有业务形成较好的补充
3	精准阳光（北京）广告传媒有限公司	精准阳光拥有中国一线城市高端社区的户外广告端资源
4	北京美广互动广告有限公司	美广互动是具有较大发展潜力的网络全案营销服务的互联网广告企业，拥有优秀的国际化业务团队
5	西藏山南东方博杰广告有限公司	博杰广告使公司增加在电视媒体广告和影院数码海报广告领域的服务内容
6	We Are Very Social Limited	海外投资 WAVS 是公司“数字化”布局和“国际化”战略的重要组成部分，有利于满足客户对国际业务的需求
7	密达美渡传播有限公司	密达美渡位于香港，有助于公司的香港客户在中国本土市场的成长，也有助于本土客户在香港的业务拓展
8	Fuse Project, LLC	Fuse Project 创立于美国旧金山，为众多行业的客户提供包括工业设计、品牌、用户界面及用户体验等服务
9	北京北联伟业电子商务有限公司	北联伟业是领先的电子商务一体化服务商，为客户提供网络品牌定位、电商视觉、运营策划、数据服务、客户服务、会员管理等整体托管服务
10	北京捷报数据技术有限公司	捷报数据拥有成熟的媒体监测技术和系统，并通过研发最前沿的技术来引领行业发展方向，如大数据分析应用系统
11	沈阳新维广告有限公司	沈阳新维是腾讯房产频道的运营商，在当地房产网络媒体中的市场份额均位居前列，目前代理业务涵盖辽宁、吉林、黑龙江、山东四个省份，是腾讯房产全国最大加盟商之一
12	Vision 7 International ULC	Vision 7 是一家综合性广告与传播公司，在北美及全球范围内众多知名品牌提供服务
13	其他	公司还收购了蓝色方略、励唐会展、博看文思等，对产业链的完善形成有效补充，有利于开拓新客户和新业务

（二）行业监督管理体制和主要法律法规

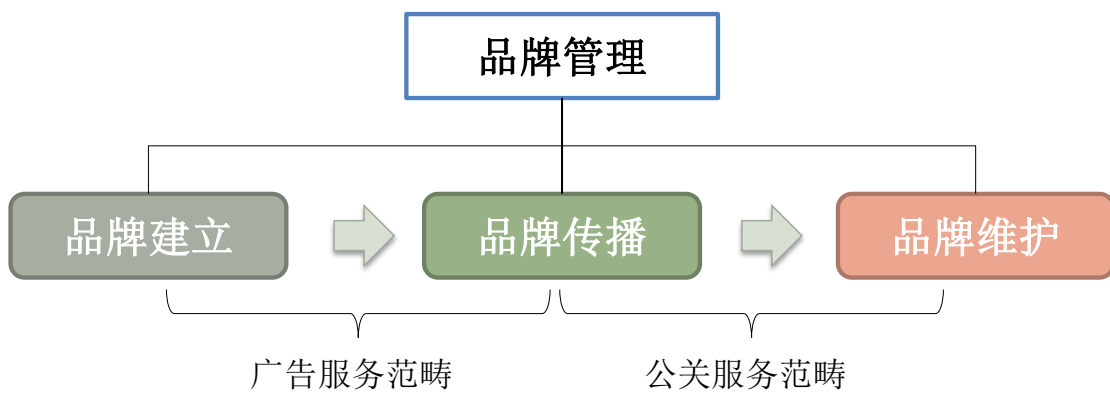
公司为客户提供品牌管理和营销传播等综合性服务，根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），属于“L72 商务服务业”。目前，公司业务范围涵盖公共关系服务、广告等行业，实现了公司在营销传播服务行业的战略布局，为打造中国一流的专业传播集团的战略目标构建坚实基础。

公共关系活动是指社会组织（包括企业、政府、非政府机构等）用传播手段使自己或他人与公众之间形成双向交流，使双方达到相互了解和相互适应的管理活动；当这种管理活动职业化，并为社会组织带来某种利益或满足感时，便产生了公共关系服务。一般而言，公共关系服务内容主要包括传播顾问、媒体执行、品牌传播、产品推广、整合传播、危机管理、活动管理、事件营销、网络公关、数字媒体营销、政府关系及企业社会责任服务等。其中，传播顾问、媒体执行、活动管理和整合传播是目前我国公共关系公司的主营业务。

广告产业是指以提供广告服务为专门职业，接受客户委托，专业从事广告调研、策划、创意、设计、制作和广告代理发布等各种服务并从中获取利润的

专门化行业。广告产业链包含广告主、广告公司、媒介和消费者四大主体。其中，广告公司在广告市场的产业链中处于中介地位，是沟通广告主、媒介、消费者的桥梁和纽带，为广告主提供整合营销传播服务。广告公司向广告主提供品牌策划与管理、广告策划创意设计、媒介代理投放、户外广告发布、促销活动等整合营销传播服务。

公共关系与广告是为达到品牌管理目的进行市场推广的两大主要传播手段。两者均能扩大品牌的知名度，深化品牌的认知度，提升品牌的美誉度，扩大产品销量，提高市场占有率。



广告侧重于品牌从无到有的塑造，而公共关系则侧重于深化品牌的认知度和美誉度以及消费者的忠诚度。

1、公共关系行业的管理体制和主要法律法规

(1) 行业管理体制

目前国内公共关系行业无明确的行政主管部门指导其产业发展，行业内部实行自律式管理机制，中国公共关系协会和中国国际公共关系协会作为自律管理机构，致力于公共关系的理论研究和实践探索，制定中国公共关系业发展战略；提高公共关系业及其从业人员的社会地位，维护公共关系从业人员的合法权益，规范公共关系业及从业人员的行为；推动中国公共关系业的职业化、规范化和国际化发展；开展民间外交，进行高层联络，通过多渠道、多形式的国际交流与合作，为国内外组织机构提供咨询，促进国际公共关系服务。

(2) 主要法律法规

我国公共关系行业除遵守《公司法》等法律之外，还严格遵守行业的自律

规章：

①2002年12月6日，中国国际公共关系协会第三次会员代表大会审议通过了《中国国际公共关系协会会员行为准则》，并于2003年1月1日实施执行，该准则结合中国实际情况，原则性地规定了公共关系从业人员的行为规范。

②2003年11月6日，中国国际公共关系协会正式通过了《公共关系咨询业服务规范》（指导意见），该规范涉及公共关系行业总则、职业概述、工作流程、公司管理、战略与营销、职业开发、职业道德等内容，从原则上规范了中国公共关系业的行业服务标准。

③2004年3月5日，《公关员国家职业标准》通过国家级专家评审。该标准对公共关系人员的职业等级、职业特征、相关培训要求、职业道德、所需知识体系等进行要求。

2、广告行业的管理体制和主要法律法规

（1）行业管理体制

我国广告行业的监管体制以行政监督管理为主、广告行业自律为辅、社会监督为补充。

广告行业的行政监管主体以国家工商行政管理总局及各地的工商行政管理部门为主。国家工商行政管理总局除承担指导广告行业发展的职能外，还负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作，包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告，规范市场经营行为、取缔非法经营行为等。同时，工商行政管理部门联合医药、医疗器械、保健品、食品等特殊商品监管部门共同对所涉商品广告进行监督管理。全国及地方性广告业协会在授权范围内协助工商管理管理有关事务。

由于广告通过报刊、广播电视、互联网、手机、户外广告牌等媒体进行传播，所以广告行业同时接受中共中央宣传部及各级党委宣传部、国家新闻出版广电总局及各地方管理机构、工业和信息化部、地方相关管理部门等的管理、监督和引导。

（2）主要法律法规

《中华人民共和国广告法》和《广告管理条例》作为目前行业法规和规章的基础，对广告业的发展起到了重要的法律保障作用，规范了行业发展，保障了消费者的权益。但随着市场经济的进一步深化、媒体多元化的变革发展，新型广告行业对相关法律法规也提出了新的需求。一方面，《中华人民共和国广告法（修订草案）》正在公开征求意见中；另一方面，适应新需要的广告规章及行业标准将逐渐出台。比如，2014年3月，我国第一部规范互联网定向广告用户信息使用的行业标准《中国互联网定向广告用户信息保护行业框架标准》发布并实施。

中国广告行业相关法律法规

法规名称	实施日期	文号
中华人民共和国广告法	1995/2/1	中华人民共和国主席令第34号
广告管理条例	1987/1/1	国发[1987]94号
广告经营资格检查办法	1998/12/3	工商行政管理局令第86号
广告管理条例实施细则	2005/1/1	中华人民共和国国家工商行政管理总局令第18号
广告经营许可证管理办法	2005/1/1	工商行政管理总局令[2004]第16号

(3) 产业政策

广告业是现代服务业和文化创意产业的重要组成部分，是直接服务经济社会发展的新兴产业，其在市场经济中的重要性正逐步被认可。在我国文化创意产业发展的大背景下，广告行业在经济发展中的重要性日益凸显，与国家鼓励广告业专业化、规模化发展的产业政策保持一致，因此国家鼓励广告业的发展，并出台了相应的政策加以支持：

广告营销行业相关产业政策

时间	部门	法规	内容
2006年	中共中央办公厅、国务院办公厅	《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》	提出发展广告业等9个重点文化产业，并要求“发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业额有较快增长”，中国广告业全面向创意文化产业升级

2008 年	国家工商总局、 国家发改委	《关于促进广告业发展的指导意见》	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量，该文同时提出要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业
2009 年	国务院	《文化产业振兴规划》	提出“加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业”
2012 年	中共中央办公厅、 国务院办公厅	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	提出“推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视、制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”
2012 年	中华人民共和国文化部	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	提出“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于 20%，2015 年比 2010 年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标
2012 年	国家工商总局	《广告产业发展“十二五”规划》	指出广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务

（三）行业发展概况

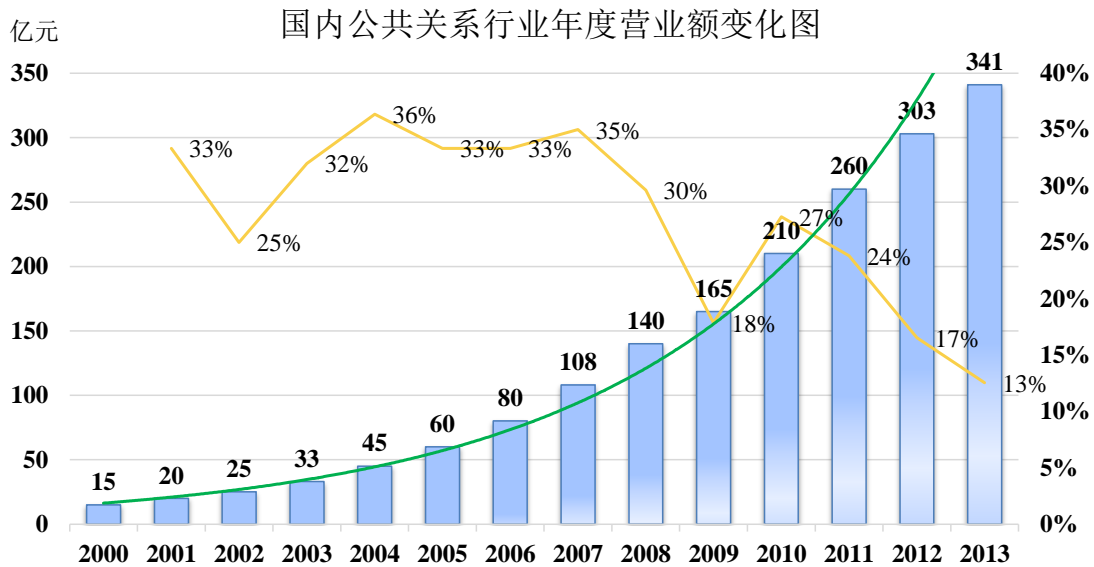
1、公共关系行业发展概况

（1）公共关系行业的发展历程

国际公共关系行业起源于 18 世纪美国的政治宣传，发展于发达的现代商品经济，伴随着“品牌经济时代”的崛起而逐渐发展壮大。20 世纪初公共关系行业逐渐形成，至 2005 年，仅美国公共关系从业人员已超过 30 万，国际公共关系行业已成为一个具有相当规模的成熟行业。

相比而言，我国公共关系行业发展历史不长，上世纪 80 年代初，部分外商独资企业和合资企业在内部设立了公共关系部，开始为公司提供相关的公共关系服务，此为国内公共关系行业的雏形。近 10 年来，随着经济全球化进程的不断推进，越来越多的外资品牌进入到中国市场，并逐步将“品牌管理”的概念引入国内。公共关系作为品牌管理最常用的两大传播手段之一，其市场需求呈现快速增长。根据中国国际公共关系协会《中国公共关系业 2013 年度调查报告》，2001 年国内公共关系行业营业收入仅为 20 亿元，2007 年突破 100 亿元，

2013 年已超过 340 亿元，尽管近年来公关行业收入增速有明显的回落，但 2001~2013 年国内公关行业收入的年均复合增长率仍超过 24%。



资料来源：中国国际公共关系协会（CIPRA）《中国公共关系业 2013 年度调查报告》

随着新媒体时代的来临，公共关系业务正在发生结构性变化。传统公关形态业务增速放缓，而新兴公关业务（诸如数字化传播、新媒体营销等）出现了迅猛发展的势头。总体而言，作为新兴产业的公共关系行业，行业的成长速度仍然要高于整体经济发展的增速。

（2）我国公共关系行业面临良好的发展机遇

随着近年来企业因传播危机导致品牌受损的案例不断出现，企业特别是消费品企业，对公共关系服务的认知程度和重视程度明显提高，企业公共关系预算支出不断加大，在其营销支出中的占比稳步提升，我国公共关系行业面临良好的市场机遇。

从客户性质来看，公共关系服务的客户可以分为外资企业、内资企业、政府机构、非政府团体及个人。目前，国内公共关系公司主要的服务对象是内、外资企业和政府机构。从客户需求方面来看，目前耐用消费品、快速消费品、IT 等行业对公共关系的需求较为显著，公共关系服务的客户行业分布较为集中。《中国公共关系业 2013 年度调查报告》显示，汽车、快速消费品、制造业、房地产和 IT 位列 2013 年度公共关系服务市场的前五位，市场份额分别为 25.0%、15.5%、7.5%、6.9%和 6.3%。

2012年及2013年行业市场份额对比

行业市场份额	2013年	2012年
汽车	25.0%	19.0%
快速消费品	15.5%	13.5%
制造业	7.5%	5.5%
房地产	6.9%	5.4%
IT	6.3%	8.2%
通讯	5.8%	5.4%
医疗保健	3.3%	2.6%
互联网	3.2%	3.0%
金融	3.1%	6.8%
旅游	2.3%	2.3%
政府及非盈利机构	2.2%	4.0%
文化	1.9%	1.1%
体育	1.0%	0.8%
公共事业	0.8%	0.2%
能源	0.6%	1.8%

根据上表可以看出，2013年度中国公共关系服务市场中，汽车行业市场份额迅速增长，占据整个行业市场份额的1/4；除此之外，服务范围越来越广，且业务分布较为均衡，通讯、医疗保健、互联网等其他行业呈现稳步增长趋势。

(3) 多品牌经营模式促使并购成为企业成长的主要手段

公共关系公司的客户大多是跨国大型企业，该类企业对商业秘密的保护较为重视，通常均会要求公共关系公司在其所属行业内仅为其一家企业提供服务，公共关系公司为避免泄漏客户商业秘密，通常也只为某一细分行业中的一家企业提供服务。如果公共关系公司采用单一品牌进行经营运作的模式，会因此失去该行业其他潜在客户。为避免丢失客户，公共关系公司一般通过实施多品牌策略的方式开展业务，使用不同的子品牌独立为不同客户服务，解除客户对于商业秘密外泄的担忧，进而增加客户数量。例如，业内较为有名的奥美公关、博雅公关、伟达公关均隶属于世界传播巨头WPP集团旗下。这种模式不但

在国际上普遍得到运用，在国内市场也获得了认可，多品牌独立运营已成为行业的运营特色。

目前，我国公共关系行业已经进入并购整合阶段。而随着我国经济全球化

不断深化，更多的海外公共关系公司也开始通过并购的方式进入国内市场。伴随外资公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。整个公共关系行业已经进入到产业整合阶段。

2、广告行业发展概况

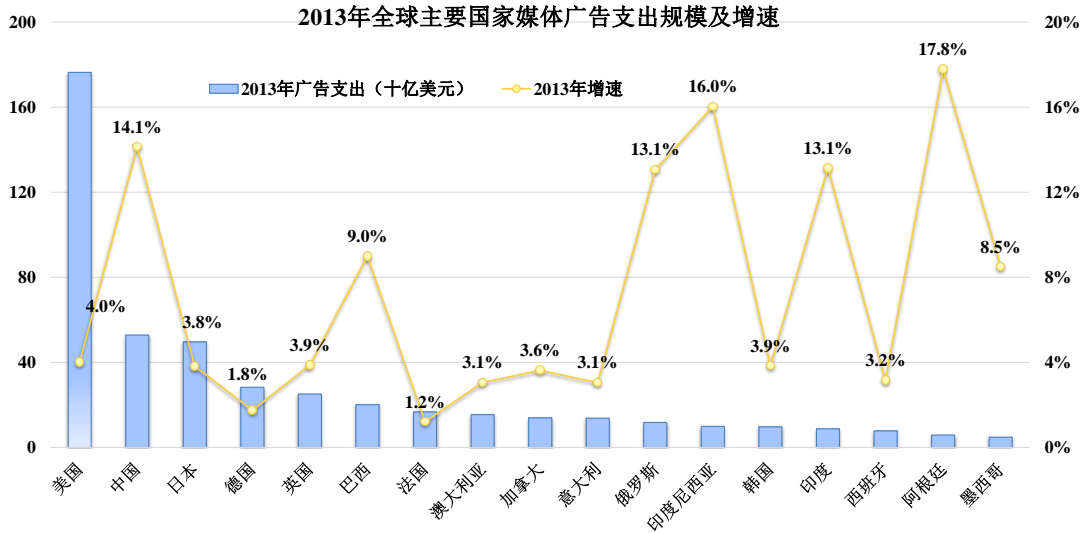
(1) 广告行业的发展历程

现代广告公司起始于 19 世纪 60 年代末，我国的广告行业直到 1979 年才出现，起步较晚。但经过三十多年的发展，我国广告市场迅速成长，成为全球广告市场增长最快的国家之一。

我国广告行业的发展历程

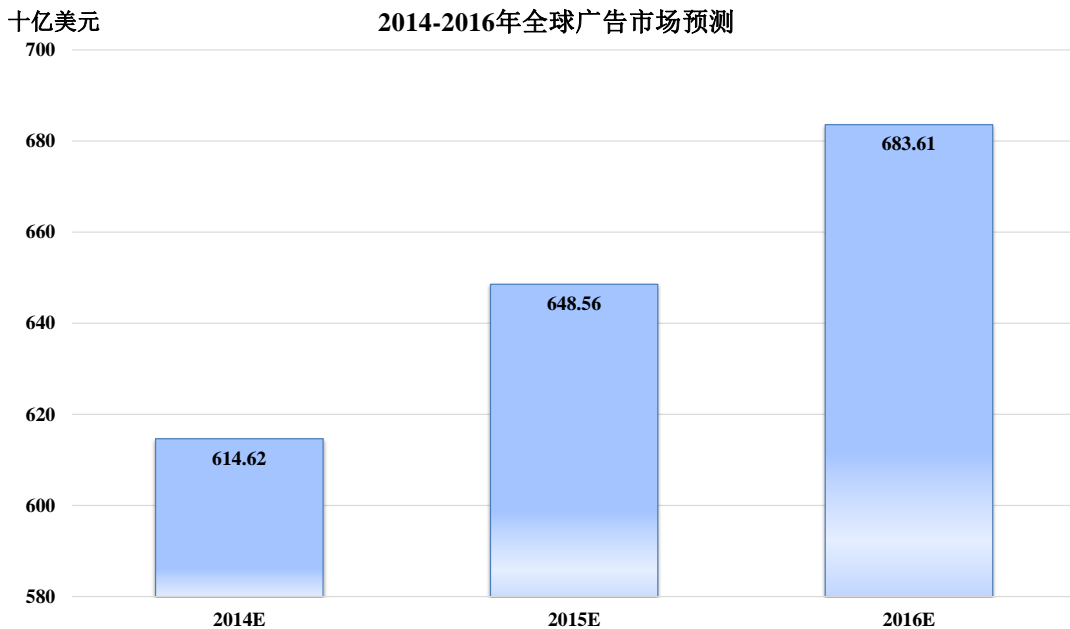
发展阶段	发展特征
1979~1989	1979年成立了以省级行政区划命名的国有广告公司18家，如广东省广告公司、北京广告公司和上海广告公司。该时期，中国广告业迅猛发展，缔造了像健力宝、燕舞和太阳神这样的品牌神话
1990~1999	1992年开始，随着中国广告市场的部分对外开放，国际4A公司大举进军中国，外资、合资广告公司凭借品牌、经验和人才的优势，在最早时期与本土营销公司的竞争中处于绝对的优势，中国本土广告公司迎来艰难时刻
2000~现在	21世纪以后，本土广告公司凭借自身资源及灵活的运营模式发展迅速，资源型广告公司北京未来广告公司，综合代理型的广东省广告股份有限公司，户外广告分众传媒控股有限公司等本土广告公司都取得了快速的发展，外资广告公司和本土广告公司各自占据了广告市场的半壁江山

2013 年全球媒体广告支出约为 5,770 亿美元，相比 2012 年增长 6.5%。其中美国媒体广告市场规模列居第一，占比 30.6%；中国媒体广告市场规模位居第二，占比 9.2%。世界上主要国家在 2013 年的广告支出都实现了增长，从支出的增长速度看，增速排名靠前的国家都为新兴市场国家，中国增速位列第三，仅次于墨西哥和印度尼西亚。



资料来源: emarketer

在全球逐渐脱离金融危机阴影的背景下,各个国家的企业将会重新产生大量的宣传需求,不断推动全球广告市场向上增长。预计在未来的三年内,全球广告市场的增速分别为 6.5%、5.5%和 5.4%,其中主要的拉动国家为中国、巴西和俄罗斯,即金砖国家为全球广告市场支出的主导力量。



资料来源: eMarketer

对于中国来说,随着未来中国经济转型的完成,国内生产总值的构成将更加健康和具有长期发展能力,同时互联网和移动网络的快速发展,不仅改变了传统广告业流量入口端的接入方式,同时也深刻影响着传统媒体的经营方式和

未来发展。2013 年中国广告单位的整体营业额¹平稳增长，经营额达到 5,019.75 亿元，比 2012 年增长 6.84%，占 GDP 的比重为 0.88%。综合其十年的增长情况，中国广告营业额的增速虽然一直有起伏，但是总增长率保持在 10% 以上，在大部分时间都高于中国实际 GDP 的增长率。



资料来源：中国广告协会

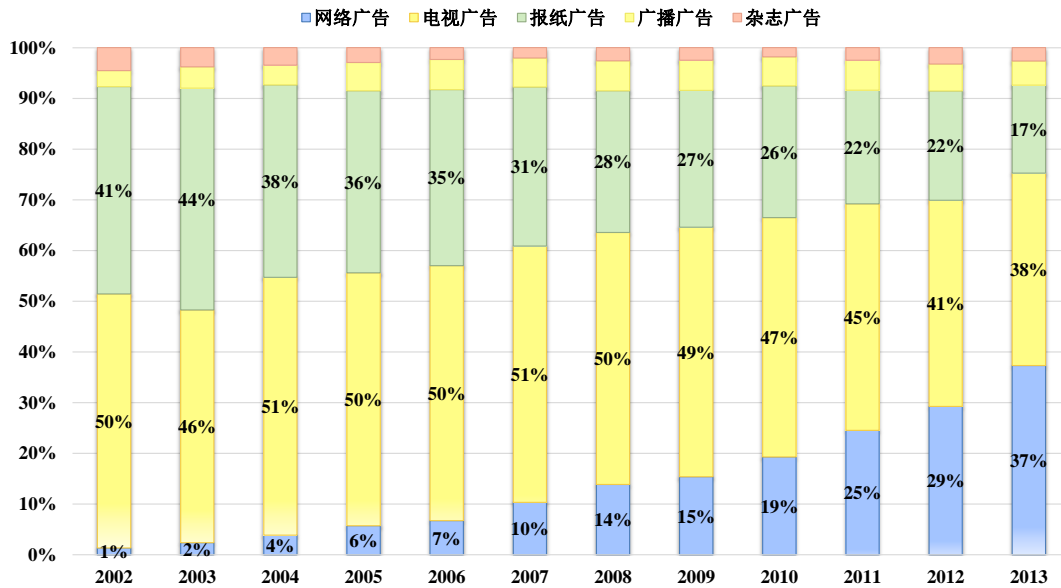
2013 年中国国内生产总值的实际增速为 7.7%，根据 IMF 对中国未来三年的预测，中国 2014 年至 2016 年的实际增速为 7.54%、7.28%和 6.97%（数据来源：Wind 资讯）。但是鉴于中国未来经济转型所带来的制度红利，预计 2016 年中国的实际 GDP 增长率增速仍将保持在 7% 以上，中国未来的营销需求依然强劲，特别是中小企业的快速壮大所带来的规模市场。同时随着传统媒体的转型，网络媒体的强势发展，特别是随着 RTB 等新技术的引入，中国传统媒体和新兴媒体的合作将会不断加深，预计中国 2014 年至 2016 年整体媒体广告收入将实现反弹，年增长率保持在 10% 以上。

（2）网络广告投放接近电视广告

2002 年至 2013 年期间，网络广告投放收入占比从 1% 上升到 37%，互联网媒体正在成为广告投放的重要途径之一，电视媒体仍是广告投放的主要对象，2013 年收入份额占比 38%。

¹中国广告协会的统计口径为中国广告单位的整体营业额，eMarketer 的统计口径为中国媒体的广告营业额

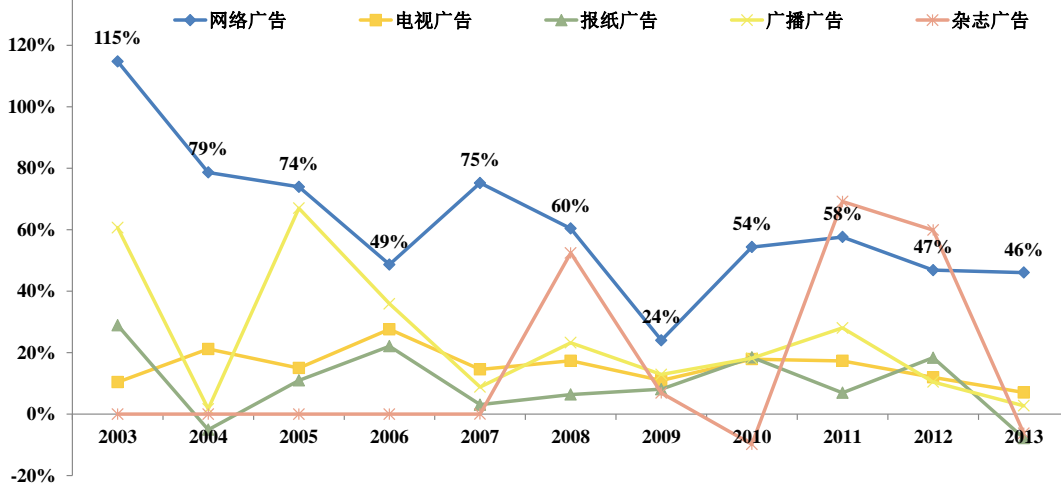
2002年-2013年五大媒体广告收入占比



数据来源：艾瑞咨询

从媒体广告增速看，网络广告收入增速在 2009 年经历明显的下滑期后，受益于近年移动网络视听业务的快速增长和新媒体广告业务分流的影响，其增长率出现平稳发展的趋势。虽然电视媒体的广告收入仍然保持正向增长，但是其增长率明显低于网络广告收入增速，预计 2014 年网络媒体的广告收入将超过电视广告收入。

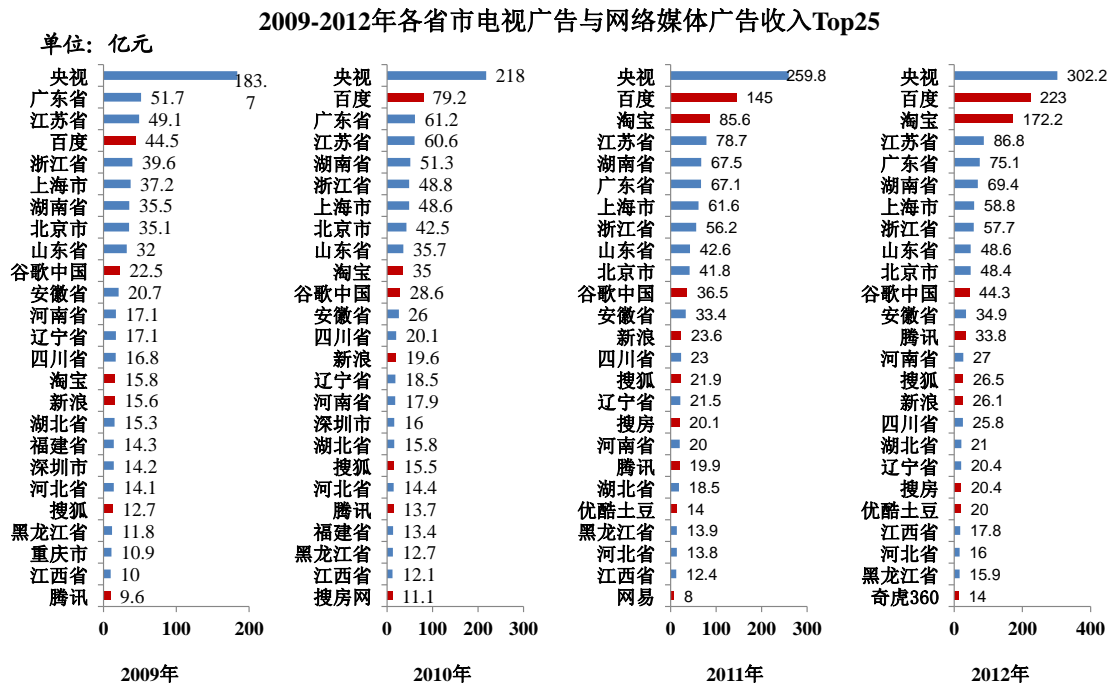
2003年-2013年五大媒体广告收入增速对比



数据来源：艾瑞咨询

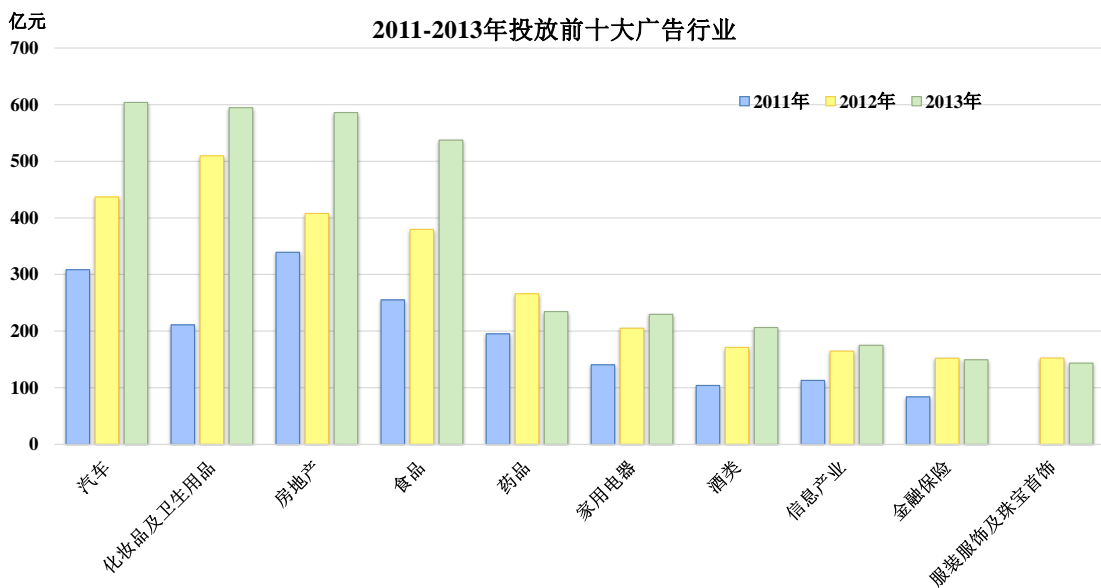
在网络媒体广告业务蓬勃发展的潮流下，国内媒体的广告收入市场份额也发生了变化。2009 年，市场广告收入前五位的媒体仍以央视及地方电视台为

主；2013年，百度和淘宝凭借其强大的客户流量入口，迅速上升到了第二位和第三位，仅次于央视的广告收入。



数据来源：中国广告协会

从行业分布上看，2013年，汽车、化妆品及卫生用品、房地产、食品四大行业投放的广告金额增长迅速，远超过其他行业。

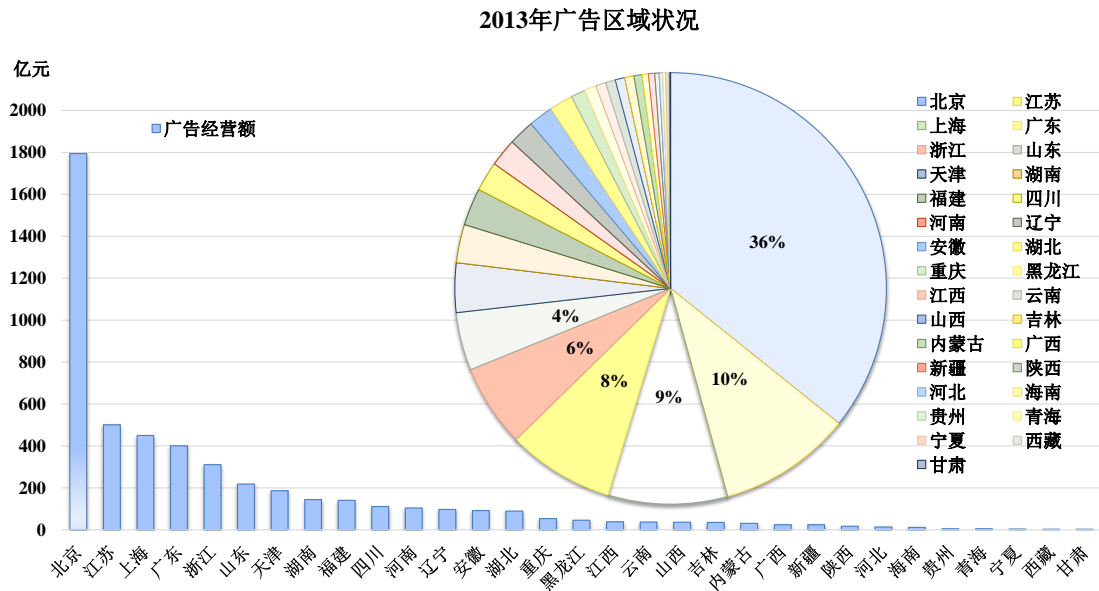


数据来源：中国广告协会

(3) 区域发展分化

综观 2013 年全国经营收入，排在前五的省份（直辖市），依次为北京、江

苏、上海、广东和浙江，营业收入总和达到 3,456.39 亿元，占全国广告经营额的 68.86%，广告投放的重心停留在北京和东南沿海城市。而排名最后五位的省份为贵州、青海、宁夏、西藏和甘肃，总值 18 亿元，表明我国地区广告业两级分化严重、区域发展不平衡。



数据来源：中国广告协会

(四) 行业竞争状况

1、公共关系行业竞争状况

(1) 行业市场化程度高，竞争激烈

经过 20 多年的发展，我国公共关系行业已初具规模，但整体来看仍处于发展初期，业内公司数量众多但普遍规模较小，竞争呈现高度分散的状态。据不完全统计，目前国内专业从事该类服务的公司超过 3,000 家，但员工数量超过 150 人的只有 120 家左右；员工数量超过 300 人的约 20 家。此外，由于公关公司属于高端服务行业，其发展与所处区域的经济水平密切相关，因此目前国内公关公司主要分布在北京、上海、广州等一线城市，行业区域较为集中。

(2) 呈“内资—外资”两大竞争阵营格局

在我国，公共关系市场一直呈现“内资—外资”的竞争格局，即本土公司和外资公司（包括外商独资和合资）无论在客户资源还是人力资源上竞争都较为激烈。1984 年，美国伟达公共关系公司率先在北京设立办事处，标志着国内公

共关系行业正式起步。随后，外资公关公司通过设立子公司、收购国内公关公司等手段，在国内占据了一定的市场份额。同期，本土公关公司也利用自身对中国市场和文化的深刻理解快速成长，诞生了蓝色光标、迪思传播等优秀企业。目前国内公关行业形成了“内资与外资”平分天下的格局。

(3) 主要竞争对手情况²

中国公共关系行业经过最近 10 多年的发展，产业发展的层次和服务水准从量到质都有了根本的提升，也涌现出许多发展迅速、市场占有率较高的公共关系公司。根据中国国际公共关系协会《2013 年度行业调查报告》，行业内排名前 25 的公司情况如下：

2013 年度国内 TOP25 公司

AcrossChina	信诺传播	Hill+knowlton	伟达公关
APR	注意力	HRH	恒瑞行
BlueDigital	蓝标数字	KEYPOINT	关键点
Burson-Marsteller	博雅公关	Linkus	灵思营销
CHUAN	传智传播	MarketingResource	嘉利恒源
CYTSLinkage	中青旅联科	MSLChina	明思力中国
D&S	迪思传播	NTI	新势整合
DanielEdelmanChinaGroup	爱德曼中国	Ogilvy	奥美公关
EVISION	时空视点	RuderFinn	罗德公关
FleishmanHillard	福莱希乐	Shunya	宣亚国际
Genedig	际恒集团	WeberShandwick	万博宣伟
HighTeam	海天网联	Zenith-Utop	哲基友拓
HIGHTRAN	海辰恒业		

主要公共关系公司简介：

①奥美公关。奥美公关于 1980 年在美国纽约成立。1995 年开始在中国大陆设立分公司，在北京、上海、广州、成都、深圳设有办公室，专长于以下六大领域：科技、医药保健行销、企业财经、公共事务、体育营销和消费者营销，目前已成为国内最大的外资公共关系公司之一。

² 此处主要公共关系公司信息均来源于互联网

②博雅公关。博雅公关于 1953 年在美国成立，是全球最大的公共关系和传播咨询公司之一，也是最早进入中国的国际公关公司之一，通过北京、上海、广州、成都和深圳五地的服务团队，向客户提供可衡量的传播和顾问服务。博雅公关中国服务的客户涵盖跨国公司、行业协会、专业服务公司、政府及其他大型机构。

③伟达公关。伟达公关成立于 1927 年，总部设于美国，是世界上最早成立的专业公关公司。2014 年 3 月，伟达公关宣布就收购数字营销公司五斗米（Rice5）达成意向，与五斗米的合作将拓展伟达公关数字现有的功能和服务。目前，伟达公关已将中国区提升为独立业务大区。伟达公关与奥美公关、博雅公关均为世界第二大传媒集团——WPP 集团旗下的专业公共关系公司。

④万博宣伟。万博宣伟是世界上最大、网络最发达的公共关系咨询公司，在全球 81 个国家设有 126 间办公室，服务网络覆盖全球，为企业跨国发展提供有力支持，于 1993 年进入中国市场，在大中华地区，万博宣伟设有北京、上海、广州、香港和台湾五个办事处，为全球各大企业在大中华地区的业务发展提供公共关系方面的专业咨询和策略制定。

⑤罗德公关。罗德公关是世界上最大的独立公关公司之一，成立于 1948 年，总部位于美国纽约。在中国市场，罗德公关主要向客户提供医疗保健、科技与消费品传播等专业服务。

⑥迪思传播。迪思传播成立于 1996 年，已连续 9 年在中国同行业排名中位居前五。迪思传播以北京为总部，在上海、成都、广州设有分公司；在重庆、合肥设有办事处。服务客户涉及 IT、汽车、快消、金融、医药、房地产、动漫多个行业。

⑦海天网联。海天网联成立于 1995 年，是我国本土较大的市场营销传播机构之一。目前，海天网联已构建成以北京总部为核心，上海、广州两地分公司为支点，成都、沈阳、香港等各地协作机构为辐射网络的全国性服务网络与集团化运营平台。

2、广告行业竞争状况

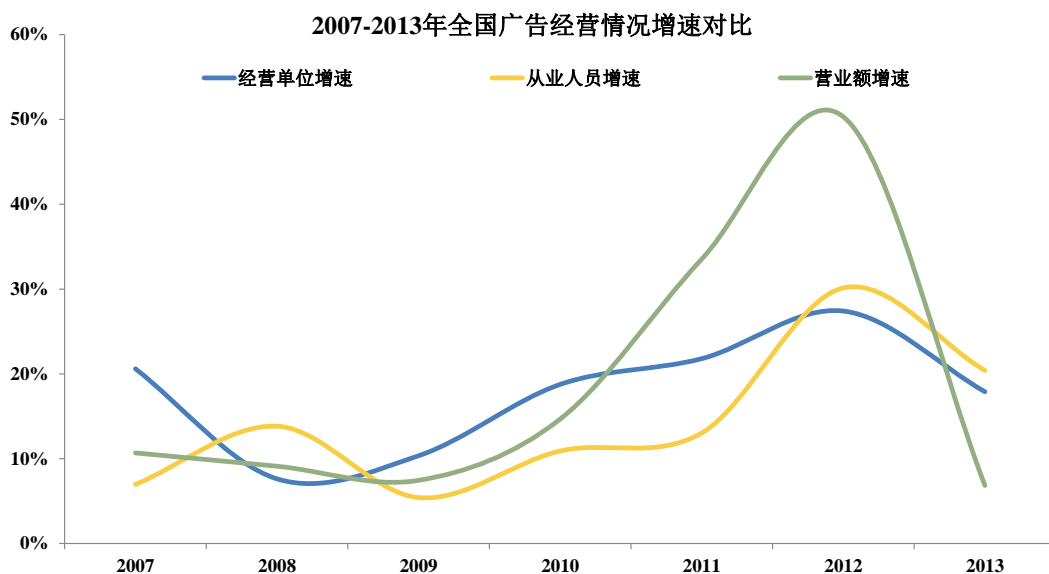
（1）行业竞争充分

广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多且大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。目前我国广告公司数量超过四十万户，平均经营额不到四百万元。同时，行业内企业发展水平参差不齐，大部分的中小广告公司只能提供单一的广告服务业务，能够提供整合营销传播服务的大型综合性广告公司并不多。

目前，我国的大型综合性广告公司主要是以国内 4A 公司和跨国广告公司在我国独资或合资经营的广告公司为主。这些大型综合性广告公司由于能够提供从企业战略规划到广告活动实施各个环节的服务，得到了众多广告主的青睐。

2013 年单位广告企业的营业额下滑明显。2013 年，广告经营单位总数为 445,365 户，同比增长 17.89%；从业人员人数为 2,622,053 人，增长率为 20.4%；两者的增速都远高于 2013 年营业额增速的 6.84%。2013 年户均营业额为 112.8 万元，同比减少 9.37%；人均营业额为 19.14 万元，同比减少 11.26%。

从经营方式看，兼营广告业务的企业数量和从业人员较多，在近三年的增长率远大于主营广告业务的企业。从经营单位数量来看，兼营广告业务企业的数量占比不断增大，从 2011 年的 30% 增加到 2013 年 43.9%，2013 年该类企业的户均营业额不足 34 万元。



资料来源：中国广告协会

根据中国广告协会统计，在 2011 年和 2012 年的全国广告经营单位排名中，排名前 20 的广告企业的市场占有率分别为 22.2%和 16.0%，其中排名前 10 的企业市场占有率为 16.5%和 12.0%，市场集中程度有所下滑。

(2) 内资广告企业市场份额仍偏低

2013 年，私营企业、个体工商户和内资公司（非私营）构成了中国广告业务的经营主体，占到了全部企业数量的 93%，但是从营业额的分布来看，三者的经营额占比只有整体的 18%，这三类企业的户均营业额极度偏低，是造成广告业整体面貌出现小而散特征的重要因素。从市场前 20 名的广告企业属性看，内资企业的经营额占比由 2011 年的 37.8%，下滑到 2012 年的 35%，市场份额仍偏低。

(3) 主要竞争对手情况

公司名称	简介
群邑（上海）广告有限公司	隶属于英国 WPP 集团
上海李奥贝纳广告有限公司	隶属于法国 Publicis 集团
北京恒美广告上海分公司	美国 Omnicom 集团与北京新世纪广告的合资公司
北京电通广告有限公司	日本 Dentsu 与中国国际广告、大诚广告的合资公司
盛世长城国际广告有限公司	法国 Publicis 集团与长城工业总公司的合资公司
昌荣传播集团	纳斯达克上市的内资广告公司
广东省广告股份有限公司	A 股上市的内资广告公司

(五) 行业发展趋势分析

1、市场营销传播服务的整体发展趋势

基于传播环境的变化和新传播技术的涌现，市场营销传播服务价值链中，广告传播服务和公共关系传播服务的地位正发生微妙的变化。在传统的电视和平面传播领域，广告传播占据绝对优势的地位，但增长速度明显低于公共关系传播的增长速度；而在互联网等新兴数字媒体传播领域，广告与公共关系的传播边界渐趋模糊，网络公关和广告互动已经成为一种非常重要的传播手段，受到品牌商的关注和选择。这也是近年来广告与公共关系行业巨头不断向对方领域渗透的重要原因。

通过兼并收购、整合行业资源能帮助龙头企业迅速扩展其原有的竞争优势，提升行业竞争地位。因此，近年来广告、公关行业企业加大了并购扩张力度，以求对原有业务形成补充和支撑。

从宏观经济结构调整的需求来看，中国无疑是一个世界级的市场，未来中国将由全球制造中心转为消费中心，城市化、品牌化、消费升级将驱动未来消费，面对日趋激烈的市场竞争，企业用于市场营销方面的支出有望保持快速增长态势，这为包括广告、公共关系服务在内的营销传播服务行业提供了较好的市场机遇。

2、公共关系行业发展趋势

①国内公共关系的国际化程度进一步加深。未来国内公共关系市场将进一步对外开放，将有更多的跨国公司以合资或独资形式进入中国市场，公共关系服务将进一步延伸和规范，随着国际资源与本土资源之间合作加强，本土公司将加快整合业务资源的步伐，公司间并购将日趋成熟，整体实力将进一步增强，行业集中度也将提高。

②服务领域更加突出，客户范围将进一步扩大。目前，作为公共关系主要消费市场的耐用消费品、快速消费品行业将进一步得到巩固，未来的房地产、通讯、医疗保健、互联网，特别是城市的公共关系服务需求将成为新的增长点。

③新型服务方式将深入开发。专业服务的技术研发和新型服务手段的采用，将促进公共关系服务与营销、广告等其它咨询业务的融合，进一步开发数字营销、数据库营销和网络营销等业务的开发和推广，促进公共关系服务市场的繁荣。

3、广告行业发展趋势

随着经济结构调整和互联网的迅猛发展，传统媒体积极转型，与网络媒体加大合作。网络广告因其传播范围广，交互能力强，性价比高，不受时间地点限制等特性在中国逐渐被大家接受并蓬勃发展；移动广告市场也快速增长，前景可期。未来诸如 RTB 等新技术的应用，也将极大促进了网络广告业的蓬勃发展。另外，依据国外广告行业的发展经验，行业集中度提高是必然趋势，中国

广告业也正在朝此方向稳步前行。

①网络广告是主流发展趋势

中国网络广告市场继续保持高增速，规模逼近并预计超过电视广告之和。2013年，国内网络广告市场规模达到1,100.0亿元，同比增长46.1%，与去年保持相当的增长速度，整体保持平稳增长（数据来源：艾瑞咨询）。国内网络广告市场规模在突破千亿大关之后，随着市场的成熟度不断提高，将在未来几年放缓增速，回归理性，平稳发展但增长仍然强劲，空间巨大。

移动广告成为网络广告新的增长点。目前，移动营销的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。随着智能终端设备的迅速普及、用户数量的激增以及移动广告平台的不断涌现极大地促进了移动广告业的发展。在移动设备上参与品牌互动的消费者数量呈爆炸式发展，未来将促使广告商增强移动端的品牌广告投放。

②RTB技术的应用将极大促进网络广告的发展

由于网络传播环境中用户价值分散化、碎片化现象严重，网络广告的投放面临新的挑战。互联网广告交易模式从“购买网站”转变为“购买人群”，广告业逐步从过去的以媒介为中心转变为以受众为中心。互联网巨头纷纷布局RTB市场，DSP、DMP、Adexchange等平台的蓬勃发展，推动了RTB产业链的逐步完善。全球RTB的广告规模将实现爆炸式增长，预计2016年全球交易规模达到140亿美金，而中国的RTB广告投放规模增速也将领先于全球（数据来源：IDC报告）。因为RTB能够实现程序化购买和精准广告投放，能从广告投放、测量、分析到优化，全程化服务于互联网广告主，最大化帮助提升广告价值。所以未来RTB势必是广告业发展的主流趋势。

③中国广告行业集中度提高是必然趋势

欧美发达国家的广告公司呈现寡头竞争的市场结构，其中以美国为例，九十年代中期以来，美国广告公司间的整合、兼并和购买活动持续不衰，到21世纪，广告公司的合并进一步加剧，少数几家广告集团占据了大部分市场份额。这些广告业巨头实施国际性广告经营战略，建立了全球性的广告作业网络，开展全球性广告服务，能够执行全球广告战略。作为传播行业标杆公司的WPP公

司，其公司自 1985 年成立以来，通过一千多次并购，已发展成为世界最大的传播集团之一，近年来其收入与净利润均保持 13% 以上的复合增长率，而并购业务成为其业绩增长持续的推动力。

参照国外广告业的发展经验，行业集中度提高是必然趋势，以国内上市广告公司为主体的整合和集中不可避免。现阶段中国广告企业分散仍在加剧，仍未走出小规模、分散型、重复型生产的模式，严重影响着广告业做大做强，行业调整和集中势在必行。

（六）进入本行业的主要障碍

1、品牌效应

客户出于对于品牌和形象的维护，往往对广告公关公司的品牌认可度的要求高，倾向于选取历史悠久，享有盛誉的品牌。而成熟的广告公关公司在长期发展过程中，不仅积累了行业经验、储备了相应的广告人才、还掌握了大量的媒体资讯和专业技能，同时积累了丰富的客户资源。创立一个知名品牌需要长期大量的投入，需要案例等丰富经验的积累，并形成优良的口碑。这对于新入企业短期内难以实现。

2、客户基础

公共关系服务相对其它服务而言，要在对客户组织和产品深入了解的基础上，通过长期的活动才能实现，因此客户更希望与公共关系公司保持长期的、不间断的合作关系。稳定的客户合作导致公共关系市场有先入为主的特点，这也无形中提高了进入本行业的门槛。

3、人力资源

广告公关行业主要依靠专业人员为客户提供专业服务。业内专业人才的供求具有人才紧缺、流动性高的特点，而优秀专业人才的流动也倾向于知名度高、待遇较好的企业，加之 RTB 等技术的发展，近年来广告业对高素质的广告人才需求的增长速度远高于人才的培养速度，业内对于相关人才同样是求贤若渴，这对于新进入本行业的公司招聘专业人才形成了一定障碍。

4、公司规模

公共关系公司服务的客户经常要在不同地区、不同时间进行不同的品牌传播和展示活动，并需要一些专业的设备和公司予以配合，这要求公共关系公司具有一定的人员规模及能够垫付租用昂贵专业设备及活动场地费用的资金规模，这对于新进入市场的小型公共关系公司形成一定的壁垒。

广告产业对智力资源、人才资源和技术资源的要求十分高，属于知识密集、人才密集、技术密集型和资金密集型的行业，媒介代理业务对广告公司营运资金的需求较大，同时，优质广告资源的开拓对前期的预付资金要求也较高。广告产业已经逐渐从传统的信息服务业发展为现代信息产业，具有系统化、科学化、高效化的特点，相应地，技术开发与更新以及人才的培养都需要大量资金的支持。

5、资源积累

广告公关公司为客户提供服务需要与传媒进行大量沟通，并与这些媒体建立起良好的沟通渠道以形成自己的媒体资源，因此，强大的媒体资源成为广告公关公司的重要资源之一。媒体资源和其他社会资源很难在短期内积累起来，需要长时间的行业运作和广泛的社会资源才能逐渐形成自身的资源网络。拥有与优质媒体资源的合作粘性，也是行业的进入门槛之一。

（七）所处行业与上、下游行业间的关系

1、上游情况

广告、公共关系行业的上游行业为传媒行业。广告公关公司提供专业服务时，需要与相关媒体（包括电视、广播、杂志、报刊、网络等传媒机构）相互沟通，根据客户的需要集中采购广告类版面或栏目用于品牌传播或产品推广，因此，传媒行业是公共关系行业的上游行业。

随着科技的进步，现代社会媒体介质越来越多，传播方式也越来越丰富。传媒市场供给较为充足，广告公关行业在传播介质的选择上拥有主动权，不存在对传媒行业的业务依赖。因此，传媒行业不会对公共关系行业产生较大影响，公共关系行业对上游行业的依赖程度较低。

2、下游情况

作为现代服务业，广告、公共关系行业的下游即最终服务对象，包括企业、政府机构及非政府组织。目前中国国民经济持续良好运行，各行业发展势头迅猛，竞争加剧，客户逐渐重视品牌和质量，为广告、公共关系行业的发展带来了有利的契机，对拉动广告需求和提升广告经营理念起到了积极作用；同时，随着国内制造业的产业升级，中国经济逐步由“中国制造”向“中国创造”转型，国内企业主不断加强对自有品牌的重视，加大了对自有品牌塑造的投入；另一方面，媒体行业产业化日益加深，竞争的加剧促使媒介经营主体加快变革创新，以提供高品质的传媒平台，塑造专业化、精品化的品牌形象。

（八）公司在行业中的竞争地位

1、公司的行业竞争地位

在公关业务方面，公司旗下拥有蓝色光标、智扬公关和博思瀚扬等多个品牌，尤其是蓝色光标在业内享有较高口碑。全球知名的权威咨询机构胜三（R3）发布的中国大陆地区《2013 公关行业营销趋势研究》报告显示，蓝色光标在涉及市场总体评估的 9 大类别调查中，获得 6 个类别第一名，1 个类别第二名，中国市场综合排名第一。同时，美国权威的第三方研究机构霍尔姆斯报告（TheHolmesReport）发布的 2013 年度全球公共关系专业公司 250 强排名显示，蓝色光标品牌在全球排名 19 位，并继续蝉联亚洲最大的公关公司。良好的品牌形象和领先的市场地位为公司未来业务的发展奠定了良好的基础。

近年来公司获得的主要荣誉情况

时间	获奖情况
2006	获评亚太权威营销杂志《Media》“年度亚太最佳公关公司”，成为首获亚太公共关系大奖的中国本土公共关系企业。
2007	名列美国权威的公关咨询机构（HOLMES）霍尔姆斯报告全球公关公司排名第75位，中国本土公关公司中唯一的入选企业。
2008	获评霍尔姆斯报告年度大中华区最佳公关公司。
2009	入选《福布斯》中文版2009年中国潜力企业200强。
2012	名列霍尔姆斯报告全球公关公司排名第24位，跃居亚洲最大公关公司，同年获得SABRE AWARDS国际案例大赛全球金奖。
2013	名列霍尔姆斯报告全球公关公司排名第19位；获得伦敦国际公关协会Golden World Awards案例大赛全球金奖及SABRE AWARDS国际案例大赛全球金奖。
2014	名列霍尔姆斯报告全球公关公司排名第16位，蝉联亚洲最大公关公司。

从市场需求角度来看，能够通过“整合营销传播”为客户提供全面服务的综

合性传播集团更能得到广告主的青睐。因此，2010 年以来，公司通过收购将业务分别扩展至互联网广告、数字营销、高端社区广告、广告策划、微博营销、财经公关及会展服务等多个领域，打造了集广告、公共关系服务和活动管理等增值服务于一身的基于品牌管理的营销传播服务链条。

依靠日趋完善的服务链条，公司不但可以为客户提供量身打造的一体化传播方案，还可以将服务贯穿于客户品牌的整个生命周期，使客户得到更好的传播效果；同时，业务的多元化也增强了公司自身抵御风险的能力。

2011-2013 年，公司公关服务业务和广告业务的市场占有率如下表所示：

单位：亿元

业务分类	年份	蓝色光标营业收入	国内市场营业规模	蓝色光标市场占有率
公关服务业务	2011 年	8.63	260	3.32%
	2012 年	11.87	303	3.92%
	2013 年	19.55	341	5.73%
广告业务	2011 年	4.02	3,126	0.13%
	2012 年	9.89	4,698	0.21%
	2013 年	16.22	5,020	0.32%

注：因 2011 年-2013 年公司海外收入贡献尚小，在统计国内市场占有率时，未扣除海外收入。蓝色光标市场占有率=蓝色光标相关业务的营业收入/国内市场营业规模。

数据来源：公关服务行业国内市场数据来源于中国国际公共关系协会《中国公共关系业 2013 年度调查报告》；广告业务国内市场数据来源于中国广告协会统计数据。

从上表可以看出，公司的公关服务业务和广告业务在国内的市场占有率均在稳步提升。目前，公司正在积极贯彻“走出去”的发展战略，加快海外业务拓展的步伐。

2、公司的竞争优势

蓝色光标作为一家为企业提供品牌管理服务的行业龙头公司，通过在深圳证券交易所创业板上市及上市后一系列战略性收购举措，打造了包括广告、公共关系服务和活动管理等增值服务在内的一体化营销传播服务链条。目前在整合数字营销、公共关系服务、广告创意策划及媒体代理、活动管理以及国际传播业务等领域均有布局。

与竞争对手相比，公司在发展战略、人力资源、客户体系等方面均具有较强的竞争优势，具体体现在以下几方面：

（1）清晰的发展战略及较强的行业整合能力

自登陆创业板以来，公司坚持贯彻“内生式增长”和“外延式发展”并重的发展战略，连续多年保持高速增长。公司内生式增长战略主要是通过提高公司管理能力、生产效率和业务能力，不断提高现有业务水平、提升业务竞争力的方式实现。公司外延式发展战略主要是通过并购拥有独特竞争能力或能够与公司原有业务产生协同效应的同行业公司的方式实现，并不断扩展其海外业务。如公司在 2013 年 4 月，收购英国 Huntsworth 的 19.8% 股权，之后又受让 WAVS 的 82.84% 股权，成为中国第一家进行海外并购的广告业 A 股上市公司。

（2）数字营销领域前瞻性的战略布局

公司在上市后积极介入数字营销领域，开拓海外市场，致力于成为中国一流的专业传播集团。目前公司谋求的数字化转型主要体现在大数据、移动互联网、电子商务和视频四个方面，通过大数据和云计算进行技术分析，以此实现个性化服务的产品化，符合数字化的行业潮流。

（3）良好的企业文化

公司秉承员工第一、为客户创造价值、专业立身卓越执行、正直激情和进取的核心价值观，增强企业凝聚力，完善激励机制，加强现有员工在素质、技术和管理等方面的培训，稳定公司的人才队伍。

（4）覆盖全面的稳定的优质客户体系

自成立以来，公司为各领域的优秀客户提供了品牌管理与营销传播等服务，主要涵盖了汽车、房地产、信息软硬件和游戏等行业。与客户的持续沟通、提供各类服务，使得公司能够深刻理解客户的行为和需求，从而形成一定进入壁垒，同时客户所处行业的多样性也使得公司能够规避单一行业所带来的系统性风险。

六、公司主营业务的具体情况

（一）公司的主营业务构成

1、主营业务收入分类构成

公司最近三年一期主营业务收入分类构成如下表：

收入分类	2015年1-6月		2014年度		2013年度		2012年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
服务业务	196,755.81	57.02%	280,895.33	47.02	195,522.82	54.56	118,657.57	54.55
广告业务	145,014.02	42.03%	314,003.68	52.56	162,231.73	45.27	98,855.87	45.45
销售业务	3,287.70	0.95%	2,499.64	0.42	640.88	0.18	-	-
合计	345,057.52	100.00%	597,398.65	100.00	358,395.43	100.00	217,513.44	100.00

报告期内，公司主营业务收入保持快速增长，公关服务业务及广告业务是公司业务收入的主要来源，其中公关服务业务保持稳定上升趋势，广告业务保持快速增长的趋势。销售业务主要为蓝色方略在为客户举办的活动中，销售客户定制的数码产品取得的收入，以及蓝标电商销售商品收入。

2、主营业务收入区域构成

公司最近三年一期主营业务分区域构成如下表：

区域类别	2015年1-6月		2014年度		2013年度		2012年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
北京	116,616.69	33.80	336,618.45	56.35	160,301.44	44.73	126,464.06	58.14
上海	81,657.93	23.67	80,406.93	13.46	127,684.02	35.63	79,933.79	36.75
广州	12,282.79	3.56	25,132.71	4.21	18,615.00	5.19	10,500.33	4.83
西藏	28,841.89	8.36	110,124.01	18.43	50,003.73	13.95	-	-
境外	97,032.91	28.12	40,544.76	6.79	785.49	0.22	-	-
其他	8,625.31	2.50	4,571.79	0.77	1,005.75	0.28	615.25	0.28
合计	345,057.52	100.00	597,398.65	100.00	358,395.43	100.00	217,513.44	100.00

北京、上海、广州是公司业务收入重点区域来源，2013年以来西藏地区贡献收入较高系收购的西藏博杰纳入合并范围所致。随着公司“走出去”发展战略的实施，2014年海外业务贡献的收入迅速增加。

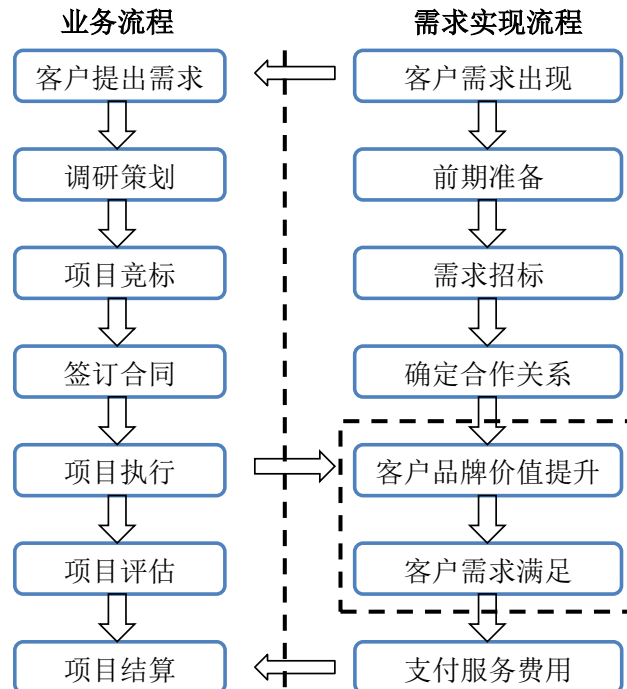
(二) 主要业务流程及经营模式

1、公共关系服务业务的业务流程及经营模式

公司公共关系服务业务的经营模式是：通过为客户制定公共关系策划方案，依据方案进行人员和资源投入，通过提供专业的品牌管理服务，提升客户

品牌价值，树立和维护客户良好的品牌形象，实现其品牌价值提升，使其获得品牌溢价，公司按照服务工作量和工作效果为标准进行收费，从而获取服务报酬。

公共关系服务业务的流程如下图所示：



第一步，客户提出需求。客户提出服务需求后，公司服务团队与客户进行接触，了解客户的基本信息及服务需求内容。

第二步，调研策划。确定客户需求后，服务团队开展调查研究，全面考察客户的状况，如行业状况、市场状况、竞争状况等，根据调研获得的资料，制定项目建议书。

第三步，项目竞标。服务团队根据客户竞标的要求，向客户提交竞标方案，对竞标方案进行陈述，接受客户质询。

第四步，签订合同。客户确认我方的竞标方案后，服务团队与客户签订服务合同，确立合作关系；根据客户需求设计服务方案，准备人员的调配和资金的周转，制定公司内部项目预算，报财务部、采购部逐级审批。

第五步，项目执行。项目执行是公共关系服务的关键阶段，公司根据客户具体需求签订单个专项合同，项目进入单个项目业务流程。

在执行服务中，公司需要采购相应的配套服务，如场地、灯光音响、礼品、影视制作、翻译、票务等。由于公司采购服务范围较大，公司建立了完整的供应商数据系统，并将供应商分为 A、B、C、D、E 共 5 级，重要性依次递减，便于管理和选择，提高采购效率。同时，公司制定了严格的采购支付流程。在确定供应商之后，项目组需要填写采购清单，并附详细采购明细清单，进入多级审批手续。审批结束，再经过采购部、财务部审核，按合同时间通知供应商开具发票，并完成支付工作。

第六步，项目评估。项目评估是公共关系服务的重要组成部分。项目执行完毕后，服务团队对执行的效果进行评估，向客户提交效果评估报告，包括新闻简报、媒体监测统计、现场反馈测评报告等，作为与客户结算的依据；同时提交项目总结给公司主管，进行内部绩效评价。

第七步，项目结算。将项目评估报告提交客户后，获得客户反馈意见，同时根据合同约定的条款，向客户收取服务费用。

目前公司的大多数公关业务收入来自于基于项目效果的收费。项目效果评估由服务团队提出，获得客户反馈意见后按照合同签订的条款收取服务费。项目结算期限方面，60%左右的客户结算账期在 3 个月内，部分长期合作的大客户结算周期较长。

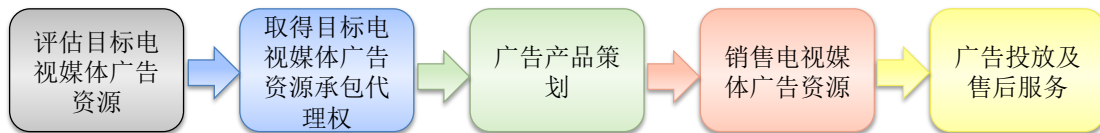
2、广告业务流程及经营模式

经过最近几年的外延式发展，公司已经成功布局广告业务，将业务领域拓宽至电视媒体广告代理、互联网广告、广告全案策划代理及会展服务、户外广告等领域，不同品牌广告业务分别由不同的下属子公司经营管理。

(1) 博杰广告

博杰广告主要与央视电影频道（CCTV-6）及新闻频道（CCTV-13）合作承包代理其电视媒体广告资源。2012 年以向央视电影频道支付的广告代理费计算，博杰广告占比约为 40%，排名第一。通过成功收购博杰广告，公司顺利进入电视媒体广告领域，有利于拓展广告业务领域，增强公司的整体盈利水平。

电视媒体广告代理业务流程图



①评估目标电视媒体广告资源。博杰广告从电视媒体资源的栏目定位、栏目内容、播出时间、目标受众等方面进行研究，综合评估目标媒体广告资源的价值以及是否符合公司的发展策略，预估合理的媒体资源采购价格区间，以锁定未来经营风险。

②取得目标电视媒体广告资源承包代理权。博杰广告、北京博杰在代理电影频道广告和新闻频道广告过程中能够按照电影频道和中央电视台规定的条件及流程申请取得广告代理资格，并按规定办理每年的延续手续。

③负责广告产品的策划，主要包括两方面：一方面，针对自身拥有的电视媒体资源，设计广告产品并制定销售策略；另一方面，为客户提供全面的媒体解决方案，从消费者调研、消费者媒体接触习惯、品牌竞品监测、产品竞品监测入手，为客户提供媒体广告投放策略。

④销售电视媒体广告资源。博杰广告在电影频道事业部及新闻频道事业部中均设有专门的销售部，负责电影频道及新闻频道的广告销售，并制定了规范的销售制度。博杰广告的电视媒体广告销售客户可分为广告主（直接客户）和4A广告公司（渠道客户）两类，因此其销售模式可以分为直客销售、渠道销售，以及以实现最终销售为目的的混合销售。一般情况下，公司会在上年年末至当年年初针对一些长期合作或大型的直接客户和渠道客户签署年度广告合同；此外辅以年度内的日常销售。

⑤广告投放及售后服务



电视媒体广告投放及售后服务流程如上图所示，博杰广告在与客户签署广告发布合同前需先与客户预约广告排期，并在广告委托发布合同中附有明确的

广告排期表；公司根据与客户签署的广告委托发布合同以及经客户认可的广告排期表，为客户安排电视媒体广告投放。媒体投放的广告带由客户提供，并经博杰广告及电视台审核后予以投放。

为提升对客户的服务品质，保证客户广告的播放质量，公司要求业务员在广告播出首日进行监播，并再次确认广告版本；之后由第三方机构进行全程监播；广告投放完毕后为客户提供央视市场研究股份有限公司出具的监播报告。

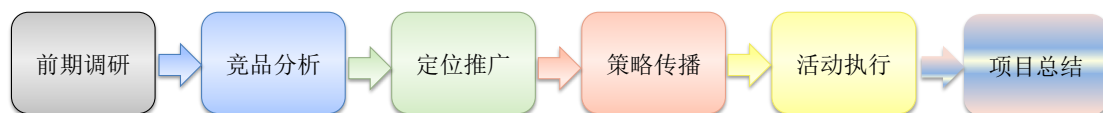
(2) 思恩客

思恩客是一家为客户提供以互联网广告服务为基础的专业整合营销服务的传播机构，服务项目包括产品定位、产品营销策略、目标用户洞察、媒介策略及媒介采购、公关服务、互动创意及实施；服务客户群覆盖 IT、网络游戏、快速消费品等行业，目前，思恩客的主要客户为国内大型的游戏公司。

思恩客利用网络玩家分析模型（由“玩家粘度与贡献价值分析模型”和“玩家游戏行为分析模型”两部分组成），为客户提供可行性价值转化方案、为客户的产品推广提供建设性意见；利用产品定位及竞品分析模型，找出客户产品与对手的市场区隔，确立独特产品定位；利用“产品生命周期分析模型”以传统产品和网游产品的生命周期对比为出发点，对消费者/玩家和竞争条件进行分析，配合包含网游玩家阶段性行为洞察和市场策略为主要内容的“游戏接触行为策略分析模型”，为客户的产品提出合理化建议。

思恩客为客户提供全案策划的流程如下：

思恩客全案服务流程图



思恩客认为“媒体策划工具+媒体监测工具+媒介公关服务工具=完美的媒介服务”，向客户提供“五六一模式”的媒介服务：

媒体策划工具：从媒介投放策划、媒体创新使用、广告执行、CPC&CPA检测对比、生意收益、媒介预算六大体系入手，为媒体选择运用提供科学根据。

媒体监测工具：日、周、月、季、年五个阶段做监测反馈，为客户提供详尽的产品表现状态，为客户的战略调整提供有价值的参考信息。

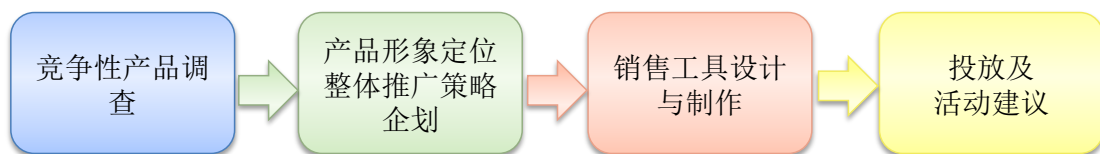
媒介公关服务工具：充分利用媒体丰富资源、为厂商提供一站式公关服务。

(3) 今久广告

今久广告主营业务为广告全案代理、媒介代理购买和公关活动服务，服务的客户以国内大型房地产开发企业为主，针对客户产品提供的营销推广传播一站式解决方案，不但包括常规的广告创意、广告文案、广告制作，还包括产品定位分析、产品推广策略制定等营销策划内容。

今久广告向客户提供广告全案代理服务时，一般会针对客户项目产品成立4-5人服务团队，团队一般包括项目总监、创意人员、策划人员、客户服务专员，由该服务团队向客户提供从始至终全部环节的全案代理服务。

广告全案代理业务流程图



①竞争性产品分析。今久广告利用其专业、丰富的服务经验，对与客户拟推广产品形成竞争关系的同类产品进行详尽的市场调查，调查内容包括产品定位、产品市场推广节奏、产品特点分析、广告视觉风格。通过调查，可掌握竞争性产品的销售定位、了解拟推广产品与竞争性产品的比较优劣势，为下一步有针对性地设立拟推广产品形象定位打好基础。

②产品形象定位和整体推广策略企划。在完成竞争性产品分析的基础上，今久广告协助客户制定产品的整体形象定位和推广策略。

③销售工具的设计与制作。今久广告负责为客户设计、制作产品销售过程中常用的销售工具，包括销售场所户外引导工具、销售场所销售工具、平面媒体工具、电子媒体工具等。

④媒介广告投放建议。今久广告综合考虑产品销售情况、广告预算情况、

竞争性产品的广告投放情况及时向客户建议广告投放计划，包括投放金额、投放媒体类别选择、投放节奏等。如客户同时委托今久广告代理其进行媒介购买，今久广告还会为其制订更详尽的投放计划并负责执行。

⑤公关活动建议。今久广告综合考虑产品销售情况、产品推广预算情况及时向客户建议举办特定形式的公关活动。

在竞争性产品分析、产品形象定位和整体推广策略企划、销售工具的设计与制作环节，服务团队人员会按照沟通需求、提出方案、根据客户反馈改进方案这一循环与客户进行多轮沟通、确认，直至提出客户满意的方案；在持续服务环节，服务团队会与客户定期召开例会，讨论市场反应、客户反应、产品销售情况，提出媒介广告投放建议和公关活动建议。

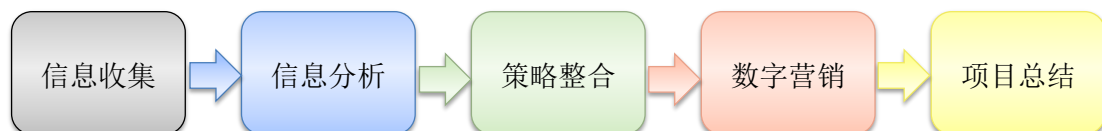
今久广告与客户签署的全案代理服务协议一般根据产品的销售周期约定服务周期，在服务周期内按月收取固定的服务费。广告全案代理业务的主要成本包括全案部门员工的薪酬以及销售工具的制作成本。

（4）美广互动

美广互动为客户提供以互联网广告服务为基础的专业整合营销服务，服务项目包括网站建设、网络维护、网络营销活动、媒介策略及媒介采购、网络公关等，目前服务客户群覆盖汽车、快速消费品等行业。

美广互动的互联网广告营销全案代理业务流程如下：

美广互动全案服务流程图



美广互动通过 I3C 网络平台：信息（Information），互动（Interaction），集成（Integration）及商务（Commerce），通过信息的收集、分析、策略的整合，提供精准的策略、独特的创意及互动的技术，帮助企业开辟一个有融合客户特色的全新整合平台，与其目标市场实施定向互动，实现卓有成效的客户关系管理及服务支持。结合市场推广方案，最终使企业获得丰厚的回报并提高市场整

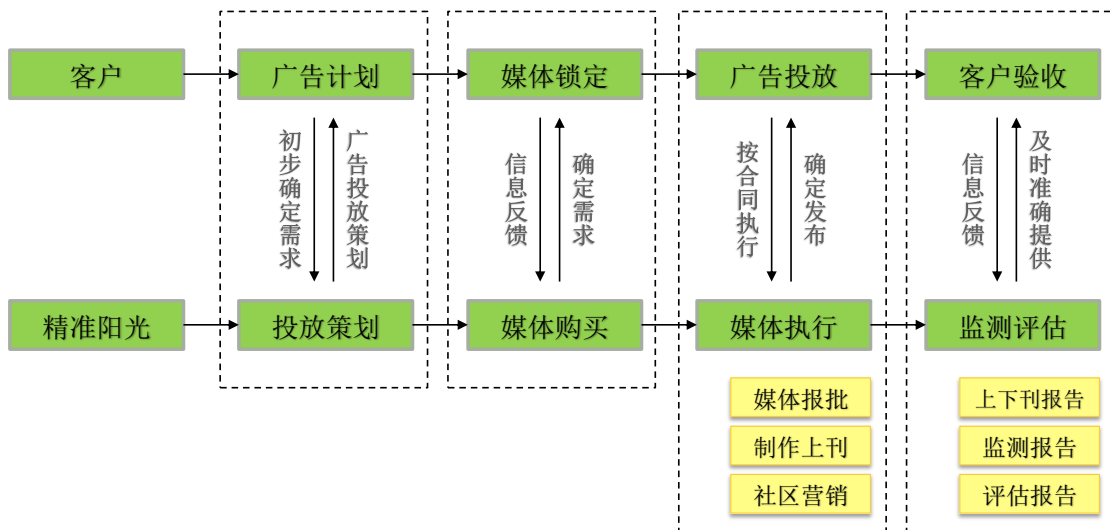
体业绩，打造品牌形象。

(5) 精准阳光

精准阳光主要从事高端社区（别墅/公寓）户外高清灯箱广告业务，是拥有社区户外灯箱、社区 LED 信息栏、400 商务平台、数据库、活动策划以及社区营销相关业务于一体的多元化平台，在高端社区户外广告这一细分市场中拥有领先的市场地位。

精准阳光立足北京、上海、广州、深圳、杭州、成都和南京等全国 20 余座一、二线城市的高端社区渠道，在全国 5,000 多个社区拥有 10,000 多块户外广告牌。

户外广告投放解决方案通常包括投放策划、锁定与购买、投放与执行、验收与监测四个环节，主要服务流程如下：



①户外广告投放策划。公司从客户的初步需求出发，围绕市场背景、行业背景、营销策略和品牌策略等制定户外广告投放提案，内容涉及行业分析、竞争对手分析、传播目标分析、受众分析、投放城市及区域选择、媒介形式选择建议、可行的户外广告投放点位、投放成本估算等。

②目标媒体锁定与购买。确认客户选择的目标媒体后，精准阳光向客户介绍相关广告投放点位的基本情况，经充分沟通和洽谈后，与客户达成一致意见，锁定目标户外媒体、确定详细购买计划。

③户外广告投放与执行。精准阳光根据户外广告发布合同，依次完成媒体

报批、画面确认、喷绘、刊挂等环节，准确、高效的执行户外广告投放。结合广告主的广告投放计划，策划进入社区的现场推广活动，并组织内外部专业团队执行。

④户外广告验收与监测。投放完成后，执行人员向媒体主收集上画电子照片，并制作验收报告，提交给客户审核验收。投放期间，执行人员负责对每一个广告投放点位的日常维护、监测和评估。与客户沟通方面，执行人员定期更新监测照片，向客户提供监测报告，并利用数据工具对户外广告的覆盖人口、到达率等指标进行分析，形成媒体投放效果评估报告，定期提交至客户。

（三）公司主要客户和供应商情况

1、主要客户情况

最近三年一期，公司前五大客户贡献的收入金额及其占比情况如下：

2012年		
公司名称	金额（万元）	占全部营业收入比重
联想（上海）有限公司	24,992.42	11.49%
深圳市腾讯计算机系统有限公司	19,858.29	9.13%
广汽丰田汽车有限公司	8,047.94	3.70%
佳能（中国）有限公司	7,407.10	3.41%
成都金山数字娱乐科技有限公司	5,610.73	2.58%
合计	65,916.48	30.30%
2013年		
公司名称	金额（万元）	占全部营业收入比重
联想集团有限公司	34,800.89	9.71%
深圳市腾讯计算机系统有限公司	28,194.66	7.87%
广汽丰田汽车有限公司	10,699.35	2.99%
绿地控股集团有限公司	9,386.67	2.62%
捷豹路虎汽车贸易（上海）有限公司	9,179.31	2.56%
合计	92,260.88	25.74%
2014年		
公司名称	金额（万元）	占全部营业收入比重
深圳市腾讯计算机系统有限公司	40,346.41	6.75%
联想集团有限公司	31,199.97	5.22%

网易（杭州）网络有限公司	17,358.58	2.90%
百度在线网络技术（北京）有限公司	16,442.76	2.75%
绿地控股集团有限公司	14,296.08	2.39%
合计	119,643.80	20.01%
2015年1-6月		
公司名称	金额（万元）	占全部营业收入比重
深圳市腾讯计算机系统有限公司	24,592.68	7.12%
网易（杭州）网络有限公司	20,752.72	6.01%
联想集团有限公司	17,143.76	4.97%
百度在线网络技术（北京）有限公司	7,743.16	2.24%
美赞臣营养品（中国）有限公司	7,592.60	2.20%
合计	77,824.92	22.54%

从上表可以看出，报告期内，前五大客户贡献的收入比例呈下降趋势。公司不存在向单个客户的销售比例超过营业收入总额 50% 的情形。公司董事、监事、高级管理人员及主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在前五名销售客户中未占有任何权益。

2、主要供应商情况

公司供应商包括电视、广播、杂志、报刊、网络等传媒机构，以及酒店、宾馆、设备租赁等活动服务机构。最近三年一期，公司向前五大供应商采购金额及其占采购总额的比例情况如下：

2012年		
公司名称	金额（万元）	占公司采购总额的比重
北京冠游时空数码技术有限公司	20,948.06	14.89%
北京百度网讯科技有限公司	4,244.14	3.02%
天津奇思科技有限公司	3,780.00	2.69%
珠海多玩信息技术有限公司	3,286.72	2.34%
深圳市世纪凯旋科技有限公司	2,750.39	1.96%
合计	35,009.30	24.89%
2013年		
公司名称	金额（万元）	占公司采购总额的比重
国家广播电影电视总局电影卫星频道节目制作中心	41,335.06	17.61%
中央电视台	38,993.61	16.61%

北京冠游时空数码技术有限公司	25,902.14	11.04%
北京百度网讯科技有限公司	12,690.50	5.41%
北京奇虎科技有限公司	7,128.09	3.04%
合计	126,049.40	53.71%
2014年		
公司名称	金额（万元）	占公司采购总额的比重
国家广播电影电视总局电影卫星频道节目制作中心	36,047.30	8.83%
中央电视台	36,046.18	8.83%
北京百度网讯科技有限公司	34,999.09	8.58%
北京冠游时空数码技术有限公司	24,480.67	6.00%
天津奇思科技有限公司	14,596.44	3.58%
合计	146,169.68	35.82%
2015年1-6月		
公司名称	金额（万元）	占公司采购总额的比重
北京百度网讯科技有限公司	18,744.15	7.67%
北京冠游时空数码技术有限公司	11,342.99	4.64%
中央电视台	10,168.57	4.16%
GoogleAsiaPacificPte.Ltd.	6,434.04	2.63%
天津奇思科技有限公司	6,420.75	2.63%
合计	53,110.50	21.72%

2013年前五大供应商采购金额增长迅速，主要是因为2013年公司收购西藏博杰，其电影频道广告代理成本和中央电视台新闻频道广告代理成本较高。

最近三年一期，公司不存在单个供应商采购比例超过总额的50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员及主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在公司前五名供应商中未占有任何权益。

七、公司最近三年发生的重大资产重组情况

2013年公司发行股份购买博杰广告89%股权的交易构成中国证监会规定的上市公司重大资产重组行为，该次重组的具体情况如下：

1、交易内容

2013年8月7日，公司取得中国证监会《关于核准北京蓝色光标品牌管理

顾问股份有限公司向李芄等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2013]1056号），核准本公司向李芄等发行股份购买相关资产并募集配套资金事宜。

本次交易对方系博杰广告除蓝色光标之外的全体股东，包括李芄、刘彩玲、博杰投资、博萌投资。

本次交易标的为李芄、刘彩玲、博杰投资、博萌投资合法持有的博杰广告合计 89% 股权。

本次交易标的采用收益法和市场法评估，评估机构以收益法评估结果作为交易标的的最终评估结论。根据中通诚资产评估出具的《资产评估报告》（中通评报字（2013）51号），截至评估基准日 2013 年 2 月 28 日，在持续经营前提下，博杰广告的账面净资产（母公司报表）为 25,515.33 万元，采用收益法评估后的净资产（股东全部权益）价值为 180,337.64 万元，增值额为 154,822.31 万元，增值率 606.78%。根据《现金及发行股份购买资产协议》，经交易各方友好协商，博杰广告 100% 股权的交易作价为 180,000 万元，蓝色光标拟购买博杰广告 89% 股权的交易价格为 160,200 万元。

本次交易公司通过发行股份和支付现金相结合的方式，购买李芄等 4 名交易对方合法持有的博杰广告合计 89% 股权，并募集配套资金。具体方式如下：

（1）向李芄支付 23,830,602 股上市公司股份和 3,720 万元现金对价以收购其持有的博杰广告 40.05% 的股权；

（2）向博杰投资支付 17,445,102 股上市公司股份和 16,280 万元现金对价以收购其持有的博杰广告 36.85% 的股权；

（3）向刘彩玲、博萌投资分别发行 5,583,827 股和 2,007,668 股上市公司股份收购其分别持有的博杰广告 8.90% 和 3.20% 的股权；

（4）向不超过 10 名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额 53,400 万元。募集配套资金不超过本次现金及发行股份购买资产交易总金额（本次收购对价 160,200 万元与本次融资金额 53,400 万元之和）的 25%。

本次发行股份购买资产的定价基准日为蓝色光标第二届董事会第二十九次

会议决议公告日，该定价基准日前 20 个交易日的股票交易均价为 28.69 元/股。因此公司向李芑等 4 名交易对方发行股票的发行价格为定价基准日前 20 个交易日股票交易均价，即 28.69 元/股。

本次发行股份募集配套资金的定价基准日为蓝色光标第二届董事会第二十九次会议决议公告日。按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，向其他特定投资者募集配套资金的发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即 25.82 元/股。

2、交易进程

2013 年 8 月 12 日，李芑、博杰投资、博萌投资、刘彩玲合计持有的博杰广告 89% 股权，过户至蓝色光标名下，西藏自治区工商行政管理局为此进行了工商变更登记手续，并向博杰广告核发了变更后的《企业法人营业执照》，至此，标的资产过户手续已办理完成，蓝色光标已持有博杰广告 100% 的股权。

2013 年 8 月 16 日，公司收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《证券预登记确认书》及《证券持有人名册》，上市公司向李芑发行的 23,830,602 股、向刘彩玲发行的 5,583,827 股、向博杰投资发行的 17,445,102 股、向博萌投资发行的 2,007,668 股人民币普通 A 股股票已办理完毕股份预登记手续，预登记的股份将于该批股份上市日的前一交易日日终登记到账，并正式列入上市公司的股东名册。

2013 年 8 月 9 日，主承销商共向 94 个发送对象发出了《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司现金及发行股份购买资产并募集配套资金之认购邀请书》，根据认购情况，公司和主承销商确定本次配套发行股票的发行价格为 42.00 元/股，发行数量为 12,714,285 股，募集资金总额为 533,999,970.00 元。

2013 年 9 月 9 日，公司收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《股份登记申请受理确认书》及《证券持有人名册》，中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记存管部已受理上市公司的非公开发行新股登记申请材料，相关股份登记到账后将正式列入上市公司的股东名册。上市公司本次非公开发行新股数量为 12,714,285 股，非公开发行后上市公司股份数量为 464,311,125 股。

3、本次交易对公司的影响

(1) 对股权结构、公司治理的影响

本次交易完成后，公司的实际控制人、控股股东未发生变化；博杰广告成为公司的全资子公司；李芑持有公司 5.28% 股份，位列公司第五大股东；李芑在 2014 年 1 月-8 月担任公司董事，目前担任博杰广告总经理。

(2) 对公司业务及经营业绩的影响

博杰广告是电视媒体广告行业的领先企业，拥有较高的市场地位和广泛的品牌认可度，市场竞争力较强。本次交易完成后，博杰广告资产和业务将纳入上市公司的平台架构内，这一架构有利于公司对现有的公关、广告业务进行全面、系统的整合，进一步提升公司的综合竞争能力、市场拓展能力、资源控制能力和后续发展能力。公司将能够为客户提供包括互联网、户外、平面、电视等各类媒体的立体整合式品牌传播方案，向一流传播集团的目标又迈进了一步。

2013 年和 2014 年，博杰广告分别为公司贡献净利润 11,576.19 万元和 27,123.56 万元，可见本次交易显著提升了公司的盈利水平，增强了抗风险能力和可持续发展的能力。

八、公司的主要资产情况

(一) 固定资产情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司拥有的固定资产主要包括房屋、建筑物、运输工具、办公及电子设备，其具体情况如下：

固定资产	固定资产原价 (万元)	累计折旧 (万元)	固定资产净额 (万元)	财务成新率 (%)
房屋、建筑物	411.37	116.32	295.05	71.72%
运输工具	1,646.06	1,102.31	543.74	33.03%
办公及电子设备	25,432.41	16,613.37	8,819.05	34.68%
合计	27,489.84	17,832.00	9,657.84	35.13%

（二）无形资产情况

1、无形资产总体情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司的无形资产明细如下：

无形资产	账面价值（万元）
计算机软件	1,578.63
协同办公平台	55.56
商标权	181.87
特许使用权	4,430.83
品牌	172,122.32
客户关系	37,297.04
优惠租赁权	1,044.04
合计	216,710.27

公司的无形资产主要为品牌、商标权、特许使用权、办公及业务开展所必需的软件、管理系统等，其中品牌、客户关系主要系博杰广告根据《公允价值分摊报告》调增无形资产形成。

2、商标

截至 2015 年 6 月 30 日，公司在中国境内拥有的注册商标明细如下：

序号	商标名称	商标注册人	注册号	类别	注册有效期限
1	INSIGHT	蓝色光标	3991556	第 41 类	2007.01.14-2017.01.13
2	智扬公关	蓝色光标	3991557	第 41 类	2007.01.14-2017.01.13
3	BlueFocus	蓝色光标	6762466	第 35 类	2010.07.28-2020.07.27
4	BlueFocus	蓝色光标	6762467	第 35 类	2010.07.28-2020.07.27
5	蓝色光标	蓝色光标	6762468	第 35 类	2010.07.28-2020.07.27
6	蓝色光标	蓝色光标	6762465	第 41 类	2010.09.07-2020.09.06
7	斐	蓝色光标	7796817	第 32 类	2010.12.14-2020.12.13
8	斐	蓝色光标	7796822	第 28 类	2010.12.14-2020.12.13
9	斐	蓝色光标	7796820	第 30 类	2010.12.21-2020.12.20

10		蓝色光标	7796818	第 12 类	2010.12.28-2020.12.27
11		蓝色光标	7796819	第 9 类	2011.03.21-2021.03.20
12		蓝色光标	1703684	第 35 类	2012.01.21-2022.01.20
13		蓝色光标	7796821	第 25 类	2012.07.28-2022.07.27
14		蓝色光标	1945721	第 35 类	2012.11.07-2022.11.26
15		蓝色光标	1949732	第 41 类	2012.11.28-2022.11.27
16		蓝色光标	1949734	第 41 类	2012.11.28-2022.11.27
17		蓝色光标	3065110	第 35 类	2013.05.14-2023.05.13
18		北京今久	4608949	第 35 类	2008.10.21-2018.10.20
19		思恩客	9619196	第 35 类	2012.07.28-2022.07.27
20		思恩客	9619197	第 35 类	2012.07.28-2022.07.27

3、专利

截至 2015 年 6 月 30 日，公司在中国境内拥有的专利明细如下：

序号	专利号	权利人	专利名称	专利类型	专利申请日
1	ZL201330402743.8	博思瀚扬	包装盒（手表）	外观设计	2013.8.22

4、软件著作权

截至 2015 年 6 月 30 日，公司在中国境内拥有的软件著作权明细如下：

序号	登记号	权利人	软件全称/版本号	首次发表日
1	2010SR019537	蓝标公关	BFC 员工自助系统	2009.3.20
2	2010SR019522	蓝标公关	BFC 活动设备管理系统	2009.7.1
3	2010SR019521	蓝标公关	BFC 人力调配系统	2008.1.1
4	2010SR019520	蓝标公关	BFC 工资管理系统	2007.4.2
5	2010SR019519	蓝标公关	BFC2 合同管理系统	2007.9.1
6	2010SR019419	蓝标公关	BFC 资源管理系统	2008.10.1
7	2010SR019418	蓝标公关	BFC 考勤管理系统	2008.5.20
8	2012SR108657	智扬唯美	智扬唯美产品测评与管理系统	2012.9.7
9	2012SR108581	智扬唯美	智扬唯美媒体关系管理系统	2011.11.24

10	2012SR108390	智扬唯美	智扬唯美公关媒体资源联络平台	2012.5.28
11	2012SR108386	智扬唯美	智扬唯美舆情监控预警系统	2010.7.16
12	2012SR108205	智扬唯美	智扬唯美行业媒体监测数据库系统	2011.5.12
13	2012SR108188	智扬唯美	智扬唯美品牌信息管理系统	2010.12.13
14	2010SR020667	智扬唯美	BFC 知识分享系统	2008.9.22
15	2010SR020665	智扬唯美	BFC 文档共享平台	2007.9.20
16	2010SR020661	智扬唯美	BFC 分公司数据交换平台	2007.4.16
17	2010SR020659	智扬唯美	BFC 媒介管理系统	2009.5.11
18	2010SR020658	智扬唯美	BFC 知识库数据加密系统	2009.8.17
19	2010SR020656	智扬唯美	BFC 财务管理系统	2009.11.20
20	2010SR020653	智扬唯美	BFC 网络门户系统	2008.4.21
21	2012SR108698	畅益思	畅益思数字传媒系统	2012.4.13
22	2012SR108697	畅益思	畅益思行业对手监测平台	2011.5.11
23	2012SR108695	畅益思	畅益思品牌指数数据分析系统	2010.11.18
24	2012SR108676	畅益思	畅益思展会活动效果预测模型系统	2011.10.26
25	2012SR108482	畅益思	畅益思品牌简讯发布系统	2012.9.20
26	2012SR108473	畅益思	畅益思舆情分析系统	2010.7.29
27	2010SR021960	畅益思	畅益思互联网信息保护系统	2007.12.12
28	2010SR021704	畅益思	畅益思网络安全系统	2007.6.15
29	2010SR021701	畅益思	畅益思行政办公管理系统	2009.7.20
30	2010SR021700	畅益思	畅益思宽带管理系统	2009.4.20
31	2010SR021699	畅益思	畅益思市场营销管理系统	2008.4.28
32	2010SR021697	畅益思	畅益思销售业务管理系统	2008.6.9
33	2010SR021695	畅益思	畅益思网络打印控制系统	2009.11.9
34	2014SR128483	博思瀚扬	I 酒吧客户端软件 V1.0	2014.06.24
35	2014SR076461	北京捷报	Blue Eyes 移动应用系统 V1.3	2014.02.20
36	2014SR077939	北京捷报	捷报舆情系统 V2.0	2014.02.26
37	2014SR077936	北京捷报	磐石及报告系统 V1.0	2014.03.18
38	2014SR076568	北京捷报	Who's Talking 实时展示系统 V1.0	2014.03.19
39	2014SR076288	北京捷报	捷报大数据平台 V1.0	2014.04.15
40	2014SR076291	北京捷报	银河在线系统 V1.0	2014.04.18

5、域名

截至 2015 年 6 月 30 日，公司在中国境内拥有的主要域名如下：

序号	域名	域名持有人	注册有效期
1	Bluefocus.com	蓝色光标	2023.10.09
2	Bluefocusgroup.cn	蓝色光标	2016.7.16
3	Bluefocusgroup.com	蓝色光标	2016.7.16
4	Bluefocusgroup.com.cn	蓝色光标	2016.7.16
5	Blueiec.cn	蓝色光标	2019.8.13
6	Blueiec.com.cn	蓝色光标	2019.8.13
7	Blueiec.com	蓝色光标	2019.8.13
8	Blueiec.net	蓝色光标	2019.8.13
9	Blueiec.org	蓝色光标	2019.8.13
10	Dentsubfc.com	蓝色光标	2016.5.21
11	Insightpr.com.cn	智扬唯美	2025.04.27
12	Bjbestchoice.com	北京欣风翼	2019.9.14
13	Bjwings.com	北京欣风翼	2018.12.25
14	Bjchances.com.cn	畅益思	2019.3.29
15	Bluecec.com	美广互动	2019.7.15
16	Mbtechmasters.com.cn	美广互动	2016.4.25
17	Mbtechmasters.com	美广互动	2016.4.25
18	Mbtiretool.com	美广互动	2019.4.16
19	Dentsubfc.com.cn	蓝色印象	2016.5.21
20	Bluefocus.cn	蓝色印象	2021.10.29
21	Blueskyfall.com.cn	蓝色天幕	2017.3.18
22	Blueskyfall.com	蓝色天幕	2017.3.18
23	Kingo.cn	今久广告	2023.9.9
24	Snkad.cn	思恩客	2016.8.14
25	Snkad.com.cn	思恩客	2017.12.14
26	Snkdep.com	思恩客	2017.8.14
27	Zaa-anad.com	尊岸广告	2016.8.15
28	Blueview.cc	上海品牌	至 2016.1.25

注：上海蓝色光标互动广告有限公司现已更名为“上海蓝色光标数字文化传播有限公司”。

(三) 房产租赁情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司及直接控股子公司的主要租赁房产信息情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁标的	租金	租赁期限
1	今久广告	北京市朝阳区和平街社区经济管理中心	北京市朝阳区樱花园 28 号楼（樱花集中办公区 0285 号）	年租金 4,800 元	2014 年 6 月 16 日至 2015 年 6 月 15 日
2	今久广告	北京成铭大厦有限责任公司	北京市西城区西直门南大街 2 号的成铭大厦 19 层 01/02/03/05/06/07 号房间 950.46 平方米的房屋	每平方米每天 5.5 元	1903/05/06 号房间为 2013 年 8 月 21 日至 2015 年 9 月 30 日；1902 号房间为 2013 年 11 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日；1901/07 号房间为 2014 年 1 月 15 日至 2015 年 9 月 30 日
3	今久广告	三亚科技创新投资有限公司	三亚市吉阳镇高新路 99 号 A01 栋	合计 100,800 元	2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日
4	上海蓝标	上海缔帛实业有限公司	上海市国展路 388 号 A 栋 2 楼整层 2,924.47 平方米的房屋	2014 年 2 月 1 日至 2015 年 1 月 31 日为每平米每日 3.2 元，2015 年 2 月 1 日至 2016 年 1 月 31 日为每平米每日 4.2 元，2016 年 2 月 1 日至 2017 年 1 月 31 日为每平米每日 4.6 元，2017 年 2 月 1 日至 2020 年 1 月 31 日为每平米每日 5.0 元	2014 年 2 月 1 日至 2020 年 1 月 31 日
5	上海蓝标	上海沪嘉经济发展中心	上海市嘉定区嘉戛公路 688 号 A1-82 的 150 平方米房屋	年租金 30,000 元	2014 年 6 月 2 日至 2016 年 6 月 1 日
6	精准阳光	北京松下彩色显像管有限公司	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号院内，对应的产权证为“京房权证朝涉外 02 字 00021 号”项下 10 号部分房屋二层 B4-01 面积为 628.15 平方米的房屋	2013 年 6 月 17 日至 2016 年 5 月 15 日为月租金 72,604 元，2016 年 5 月 16 日至 2019 年 5 月 15 日月租金为 84,067 元，2019 年 5 月 16 日至 2022 年 5 月 15 日月租金为 92,474 元，2022 年 5 月 16 日至 2023 年 5 月 15 日月租金为 101,722 元	2013 年 7 月 5 日至 2023 年 5 月 15 日

7	智扬唯美	北京 松下彩色显像管有限公司	北京市朝阳区酒仙桥北路9号院内，对应的产权证为“京房权证朝涉外02字00021号”项下10号部分房屋一层B7-01面积为490.39平方米的房屋	2013年5月15日至2016年5月15日为月租金56,681元，2016年5月16日至2019年5月15日月租金为65,631元，2019年5月16日至2022年5月15日月租金为72,194元，2022年5月16日至2023年5月15日月租金为79,413元	2013年5月16日至2023年5月15日
8	蓝标公关	蓝色光标	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层A1-01办公用房	无偿使用	2013年5月16日至2023年5月15日
9	美广互动	北京 松下彩色显像管有限公司	北京市朝阳区酒仙桥北路9号院内，对应的产权证为“京房权证朝涉外02字00021号”项下10号部分房屋二层A1-01面积为1098.89平方米的房屋	2013年7月16日至2016年5月15日为月租金127,014元，2016年5月16日至2019年5月15日月租金为147,068元，2019年5月16日至2022年5月15日月租金为161,775元，2022年5月16日至2023年5月15日月租金为177,952元	2013年7月16日至2023年5月15日
10	博思瀚扬	北京 松下彩色显像管有限公司	北京市朝阳区酒仙桥北路9号院内，对应的产权证为“京房权证朝涉外02字00021号”项下10号部分房屋二层A6-01、A6-02、A6-03面积为1000.2平方米的房屋	2013年5月16日至2016年5月15日为月租金115,607元，2016年5月16日至2019年5月15日月租金为133,860元，2019年5月16日至2022年5月15日月租金为147,246元，2022年5月16日至2023年5月15日月租金为161,971元	2013年5月16日至2023年5月15日
11	蓝色印象	蓝色光标	北京市朝阳区酒仙桥北路9号（厂区）10幢二层A1-02办公用房	无偿使用	2013年5月16日至2023年5月15日

12	上海品牌	上海嘉定工业区工业用房发展有限公司	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 4 幢 1408 室 5 平方米的房屋	无偿使用	2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日
13	思恩客	北京通州宋庄文化创意产业集聚区建设管理委员会	北京通州宋庄文化创意产业集聚区艺术大道 1243 号	年租金 10,000 元	2014 年 8 月 10 日至 2015 年 8 月 9 日
14	山南数字	西藏山南地区山南宾馆	山南宾馆 45 平方米房屋	年租金 1,000 元	2013 年 7 月 26 日至 2023 年 7 月 26 日
15	西藏博杰	农行乃东县支行	乃东县乃东路 23 号办公用房	无偿使用	2013 年 1 月 1 日至 2016 年 1 月 1 日
16	深圳互动	孙琳、郭洪斌	深圳市南山区桃园路田厦金牛广场 A 座 1005 室 234.91 平方米	月租金 36,736.5 元	2014 年 4 月 8 日至 2015 年 4 月 7 日
17	蓝标投资	上海市外高桥国际贸易营运中心有限公司	上海自由贸易实验区富特西一路 477 号 1 层 B77 室	年租金 20,000 元	2014 年 4 月 24 日至 2015 年 4 月 23 日
18	电通蓝标	北京松下彩色显像管有限公司	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号院内，对应的产权证为“京房权证朝涉外 02 字 00021 号”项下 10 号部分房屋一层 B7-03 面积为 528.11 平方米的房屋	2013 年 5 月 15 日至 2016 年 5 月 15 日为月租金 61,041 元，2016 年 5 月 16 日至 2019 年 5 月 15 日月租金为 70,679 元，2019 年 5 月 16 日至 2022 年 5 月 15 日月租金为 77,747 元，2022 年 5 月 16 日至 2023 年 5 月 15 日月租金为 85.521 元	2013 年 5 月 16 日至 2023 年 5 月 15 日
19	上海数字	中广国际广告创意产业基地发展有限公司	上海市嘉定工业区汇源路 55 号 H 幢 3 层 A 区 3020 室	无偿使用	2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 30 日
20	蓝标畅联	蓝色光标	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层 A5-05 的 200 平方米办公用房	无偿使用	2014 年 5 月 1 日至 2017 年 4 月 30 日
21	陕西蓝标	刘胜华	西安市雁塔区雁塔南路 2216 号曲江国际大厦 12101-02 室	月租金 11,666 元	2014 年 4 月 16 日至 2017 年 4 月 16 日
22	广州蓝标	广州银行股份有限公司	天河区珠江东路 30 号 1801、1901 自编 02 的 3,383.353 平方米办公用房	2014 年 9 月 1 日至 2015 年 1 月 31 日免租金；2015 年 2 月 1 日至 2016 年 8 月 31 日月租金 507,502.95 元；2016 年 9 月 1 日至 2018 年 8 月 31 日月租金 537,953.13 元；2018 年 9	2014 年 9 月 1 日至 2022 年 8 月 31 日

				月1日至2020年8月31日月租金570,230.32元；2020年9月1日至2022年8月31日月租金604,444.14元	
23	上海美广	中广国际广告创意产业基地发展有限公司	上海市嘉定工业区汇源路55号8幢5层C区501室90平方米	无偿使用	2014年9月26日至2015年9月25日
24	蓝标电商	中广国际广告创意产业基地发展有限公司	上海市嘉定工业区汇源路55号8幢3层A区3272室5平方米	无偿使用	自合同签署之日起1年
25	深圳互动	李永海、徐中立	深圳市南山区桃园路田厦金牛广场2401、2402、2403室567.58平方米	合计111,215元	2014年11月1日至2015年10月31日
26	天津蓝标	天津生态城公屋建设有限公司	滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓9号3层340房间37平方米	7,000元/年	2014年7月16日至2015年7月15日
27	北联伟业	北京华丰信成投资管理有限公司	北京市朝阳区甘露园19号院27号楼3单元1D的250平方米	2011年3月1日至2012年2月29日年租金210,000元； 2012年3月1日至2013年2月28日年租金240,000元； 2013年年租金270,000元； 2014年年租金300,000元； 2015年年租金300,000元； 2016年年租金360,000元； 2017年年租金390,000元； 2018年3月1日至2018年4月8日租金为44,032.30元	2010年12月18日至2018年4月8日
28	北联伟业	北京华丰信成投资管理有限公司	北京市朝阳区甘露园19号院3号厅1-E号房屋320平方米	2013年11月1日至2015年10月31日年租金385,440元； 2015年11月1日至2016年10月31日年租金448,569.6元； 2016年11月1日至2017年10月31日年租金	2013年9月15日至2018年4月8日

				447,344 元; 2017 年 11 月 1 日至 2018 年 4 月 8 日年租金 226,416 元	
29	北联伟业	北京华丰信成投资管理有限公司	北京市朝阳区甘露园 19-27-3-1-H 的 80 平方米的办公用房	2012 年年租金 77,006.4 元; 2013 年年租金 86,432 元; 2014 年年租金 96,068 元; 2015 年年租金 96,068 元; 2016 年年租金 115,658 元; 2017 年年租金 124,684 元; 2018 年租金 131,692 元	2012 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 8 日
30	北联伟业	北京华丰信成投资管理有限公司	北京市朝阳区甘露园 19-27-3-2-H 的 83 平方米的办公用房	2015 年 1 月 10 日至 2015 年 10 月 9 日年租金 117,712.51 元; 2015 年 10 月 10 日至 2016 年 10 月 9 日年租金 157,380 元; 2016 年 10 月 10 日至 2017 年 10 月 9 日年租金 181,770 元; 2017 年 10 月 10 日至 2018 年 4 月 8 日年租金 89,640 元	2015 年 1 月 10 日至 2018 年 4 月 8 日
31	北联伟业	杭州古荡湾股份经济合作社	杭州市万塘路 317 号 华星世纪大厦 9 层 907 号房 52.3 平方米的办公用房	年租金 56,314 元	2014 年 8 月 9 日至 2015 年 8 月 8 日
32	北联伟业	广州大荣酒店有限公司	广州市天河区林和西路 159 号中泰北塔 2 楼 205 室 146 平方米的办公用房	15,330 元/月	2015 年 1 月 1 日至 2016 年 1 月 31 日
33	北联伟业	黄仲元、景雅茹	广州天河区林和西路 167 号 541 房号 66.53 平方米	2014 年 9 月 1 日至 2015 年 8 月 31 日 6,800 元/月	2014 年 8 月 26 日至 2015 年 8 月 31 日
34	深圳互动	孙琳、郭洪斌	深圳市南山区桃园路 田厦金牛广场 A 座 1005 室 234.91 平方米	月租金 37,961 元	2015 年 4 月 8 日至 2016 年 4 月 7 日
35	蓝色光标 (上海) 投资管理有限公司	上海市外高桥国际贸易营运中心有限公司	上海自由贸易实验区 富特西一路 477 号 1 层 B77 室	年租金 20,000 元	2015 年 4 月 24 日至 2016 年 4 月 23 日
36	无限互联	北京朝新盛林假日酒店有限公司	北京市朝阳区朝新嘉园东里一区 5 号楼 9 号、11 号朝新盛林假	年租金 7,560 元	2015 年 4 月 20 日至 2016 年 4 月 19 日

			日酒店内 8212 室		
37	广州蓝标电 商	广州中山大学科 技园有限公司	广州市海珠区新港西 路 135 号大院中山大 学南校区园西区 705 号楼中大科技园 B 座 自编号 1405、 1406、1407、1408 房 号的房屋	月租金 32,940.41 元	2015 年 6 月 1 日至 2016 年 5 月 31 日

九、公司拥有的特许经营权情况

公司开展的各项业务不需具备特别的业务资质或特许经营权。

十、公司境外经营情况

（一）设立香港子公司

公司于 2009 年在香港设立全资子公司香港蓝色光标公共关系有限公司（现已更名为“蓝色光标国际传播集团有限公司”），以适应客户国际化的需求，并为公司的海外扩张奠定基础。该子公司的详细情况请见本节“三、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况（二）公司控股子公司基本情况”。

（二）海外投资

为实现营销传播服务行业“全产业链”布局和“国际化”战略，公司以香港蓝标为投资平台，开展了一系列的海外扩张，不仅有助于公司完善产业链、紧跟国际数字营销的新理念，还有利于满足客户对国际业务的需求、提升公司整体营销服务水平，树立国际化营销传播服务公司的形象。截至 2015 年 6 月 30 日，公司主要的海外投资情况如下：

1、投资金融公关集团

2011 年 6 月，香港蓝标以增资方式向金融公关集团（AriesCapitalLimited）投资 4,165 万元（约合港币 5,000 万元），获得金融公关集团 25% 的股份；以 2,499 万元（约合港币 3,000 万元）收购金融公关集团原股东 AriesInternationalLtd 所持 15% 的股份。投资完成后，香港蓝标持有金融公关集团 40% 股权。

金融公关集团是一家以新加坡为主体，业务涵盖香港、台湾等大中华区的跨国性财经公共关系服务企业，也是大中华地区领先的专业财经公关服务公司之一，致力于为包括新加坡、香港、台湾在内的大中华区上市公司提供全方位、一站式的专业财经公关服务，其中包括：上市公司日常投资者关系服务、上市公司市值管理服务、企业 IPO 及再融资的财经公关服务等。

2014 年金融公关集团净利润 2,122.19 万元。

2、投资殿堂公共关系顾问集团

2011 年 9 月，香港蓝标以约合港币 220 万元取得殿堂公共关系顾问集团 10% 的股权。殿堂公共关系顾问集团 2003 年成立于香港，业务涵盖亚洲、美洲及欧洲等国际市场，能够为客户提供全面性专业的业务拓展顾问咨询、可行性市场调研、企业咨询、品牌塑造、公关服务、网络公关营销、活动管理和市场营销服务等。

3、设立蓝标美国

2012 年，香港蓝标以自有资金 30.00 万美元设立全资子公司蓝标美国（BLUEFOCUSCOMMUNICATIONGROUPOFAMERICA,INC），注册地为美国旧金山，注册资本 30.00 万美元。

4、投资 Huntsworth

2013 年 4 月 24 日，经公司董事会批准，香港蓝标签订《蓝色光标国际传播有限公司与 Huntsworthplc 认购协议》，以 58 便士/股的价格认购 Huntsworth 公司新发行股份 6,300 万股（按照 2013 年 4 月 22 日汇率，折合人民币约为 34,688.52 万元），认购完成后，香港蓝标持有 Huntsworth19.8% 的股权。Huntsworth 是一家总部位于英国，在全球 32 个国家拥有 72 个主要办事处的公关和综合医疗通讯集团，在伦敦证交所上市，证券代码为 HNT，重点提供消费、金融、公共关系、医疗和技术领域的服务。

5、收购 WAVS

2013 年 12 月 17 日，经董事会批准，香港蓝标签订《蓝色光标国际传播有限公司与 WeAreVerySocialLimited 股权转让协议》，以债务融资的方式收购

WAVS7,512 股普通股及 16,224 股优先股，收购完成后，香港蓝标持有 WAVS82.84% 股权。WAVS 成立于 2008 年 6 月，总部位于英国伦敦，并在全球范围内先后设立 8 家子公司，分别位于伦敦、纽约、巴黎、米兰、慕尼黑、新加坡、悉尼和圣保罗，以满足全球客户多元化的市场需求，客户包括 Adidas, Jaguar, Mondelēz, Cisco, Heineken 和 Lenovo 等知名国际企业。

6、收购密达美渡

2014 年 3 月 27 日，公司董事会审议通过香港蓝标收购密达美渡传播有限公司 100% 股权的议案，香港蓝标与密达美渡签订《关于蓝色光标国际传播集团有限公司购买创始人持有的密达美渡传播有限公司全部已发行股份之协议》。

密达美渡是一家依据香港法律合法注册的公司，是香港最大的独立广告公司，主要经营业务包括：市场策划、广告创作、广告设计、广告制作、媒体策划及购买。

7、设立 SNK AD

2014 年 4 月，香港蓝标以自有资金 50 万美元在美国设立全资子公司 SNK AD,INC，注册资本 50 万美元。

8、收购 Fuse 公司 75% 成员权益

2014 年 7 月 16 日，公司董事会审议通过全资子公司蓝标美国以自筹资金收购 Fuse 公司 75% 成员权益的议案，收购完成后，蓝标美国将持有 Fuse 公司 75% 的成员权益。根据 Fuse 公司 2013 年度各项财务数据和经营数据，目前该公司估值约为 4,667.45 万美元，公司收购目标公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付金额根据目标公司经营业绩情况逐年确认。其中，首次支付金额约为 2,037 万美元（约合 1.26 亿元人民币）。

Fuse 公司为众多行业的客户提供全方位的设计服务，包括工业设计、品牌、用户界面及用户体验等服务，产品涉及科技、时尚、家具和日用消费品等多个领域。Fuse 公司创始人 Yves Behar 先生作为优秀设计师，其超前的理念、精致的思路和细致的施行步骤对于所服务的组织、客户的产品、产业价值提升有重要帮助；其在工业设计、品牌推广和 UI 及 UX 中的丰富经验对于公司业务

的提升有重要帮助。

9、投资 Admaster Inc

2014年12月14日，公司董事会审议通过了《关于公司香港全资子公司香港蓝标以2437.5万美元投资取得 Admaster Inc 11.69%股权的议案》，同意公司香港蓝标拟以自有资金2437.5万美元（以2014年12月12日汇率计算，约合人民币14,893万元），取得 Admaster Inc（以下简称“精硕科技”）C轮融资优先股4,264,276股，本次投资完成后，公司将持有精硕科技11.69%股权。

10、投资 Zamplus (Cayman) Holdings Limited

2014年12月14日，公司董事会审议通过了《关于公司香港全资子公司香港蓝标以2500万美元投资取得 Zamplus (Cayman) Holdings Limited 14.29%股权的议案》，同意香港蓝标拟以自有资金2500万美元（以2014年12月12日汇率计算，约合人民币15,275万元），参与 Zamplus (Cayman) Holdings Limited（以下简称“晶赞科技”）C轮融资。本次投资完成后，将取得晶赞科技C轮融资优先股312,500股，即持有晶赞科技14.29%股权。

11、收购 Vision 7

2014年12月15日，公司董事会审议通过了《关于1861710 ALBERTA INC. 收购 Vision 7 International ULC 股权的议案》，同意公司加拿大子公司1861710 ALBERTA INC.（以下简称“加拿大子公司”）收购加拿大 Vision 7 International ULC 公司的北美业务以及拆分后的 Citizen Relations 在英国的业务股权。

12、投资 Optimix Media Asia Limited

2014年12月15日，公司董事会审议通过了《关于公司香港全资子公司投资取得 Optimix Media Asia Limited 14.59%股权的议案》，同意香港蓝标以自有资金6,000万美元投资 Optimix Media Asia Limited（以下简称“Optimix”），其中4,800万美元用于认购2,493,018股新发行的D级可转换优先股；1,200万美元用于认购742,320股老股（普通股）。本次投资完成后，公司将持有 Optimix 14.59%股权。

13、收购 Domob Limited

2015年6月8日，公司董事会审议通过了公司全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司（以下简称“蓝标投资”）以自有资金1.7891亿美元收购Domob Limited公司100%股权；同时，以人民币6.7762亿元收购多盟智胜网络技术（北京）有限公司（以下简称“多盟智胜”）95%的股权。公司本次交易将共计支付对价合计约17.7168亿人民币。

14、收购 Madhouse Inc.

2015年6月8日，公司董事会审议通过了公司全资子公司蓝标投资以6,120万美元收购Madhouse Inc. 51%的股权；同时以1,000万美元对Madhouse进行增资。上述投资完成后，公司将通过蓝标投资或蓝标投资下设的持股公司持有Madhouse 54.77%股权。

十一、公司自上市以来历次筹资、派现及净资产变化情况

公司自上市以来的筹资、派现及净资产变化如下：

首发前最近一期末归属母公司股东的净资产额	18,276.51 万元（2009年6月30日）		
历次筹资情况	发行时间	发行类别	筹资总额（万元）
	2010年2月	首次公开发行	67,720.00
	2012年6月	股票期权行权	4,743.70
	2012年6月	发行股份购买资产	32,625.00
	2012年11月	非公开发行公司债券	20,000.00
	2013年6月	股票期权行权	6,840.52
	2013年9月	发行股份购买资产并募集配套资金	193,599.99
	2014年2月	限制性股票激励计划	29,195.28
	2014年7月	股票期权行权	9,154.07
	2015年5月	限制性股票激励计划	3,226.44
		合计	367,105.00
首发后累计派现额（含税）	33,919.99 万元		
本次发行前最近一期末归属母公司股东的净资产额	441,837.19 万元（2015年6月30日）		

十二、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况

（一）关于股份锁定的承诺

1、公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：公司共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司董事承诺：上述承诺期限届满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让其所持有的发行人股份；此外，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华作为公司一致行动人（共同控制人），承诺自上述期限届满日起三年内减持股份的，减持后本人持股比例不低于首发上市时公司总股本 8,000 万股的百分之六，并且不通过大宗交易系统减持。

上述作为实际控制人的承诺期限自 2010 年 2 月 26 日至 2013 年 2 月 26 日，作为公司董事的承诺自任职期间及离职后六个月内。截至本募集说明书签署日，上述承诺人严格遵守承诺。

2、赵文权先生、许志平先生、陈良华先生、孙陶然先生 4 人承诺：自 2013 年 6 月 4 日起至 2014 年 6 月 3 日，本人承诺不转让本人持有的北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司股份，若违反上述承诺，本人转让或减持所得全部归上市公司所有。在上述期间，承诺人严格遵守承诺。

3、公司通过向李芄、刘彩玲、西藏山南博杰投资咨询合伙企业（有限合伙）及西藏山南博萌投资咨询合伙企业（有限合伙）股东发行股份并募集配套资金，收购西藏山南东方博杰广告有限公司，公司原董事李芄先生承诺其通过本次交易认购的上市公司股份自股份发行结束之日起三十六个月内不得转让。

承诺期限自 2013 年 9 月 6 日至 2016 年 9 月 6 日。截至本募集说明书签署日，上述承诺人严格遵守承诺。

李芃先生承诺自西藏博杰本次交易工商登记完成之日起至少五年内仍在西藏博杰任职，如违反任职期限承诺，将承担相应的赔偿责任。截至本募集说明书签署日，承诺人严格遵守承诺。

（二）避免同业竞争的承诺

1、为避免同业竞争，公司的实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺：

（1）本人以及本人控制的企业及其下属企业目前没有以任何形式从事与股份公司及股份公司的控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（2）若股份公司之股票在境内证券交易所上市，则本人作为股份公司之实际控制人，将采取有效措施，并促使受本人控制的任何企业采取有效措施，不会：

①以任何形式直接或间接从事任何与股份公司或股份公司的控股企业主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，或于该等业务中持有权益或利益。

②以任何形式支持股份公司及股份公司的控股企业以外的他人从事与股份公司及股份公司的控股企业目前或今后进行的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

③凡本人以及本人控制的企业及其下属企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与股份公司及股份公司的控股企业的主营业务构成竞争关系的业务或活动，本人以及本人控制的企业及其下属企业会将该等商业机会让予股份公司。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给股份公司及股份公司的控股企业造成的一切损失、损害和开支。

公司的实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华并向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》之补充承诺，承诺：

（1）如本人违反《避免同业竞争承诺函》的承诺，与公司进行同业竞争，则本人应自同业竞争行为发生之日起 30 日内向公司缴纳 1,000 万元的赔偿金，

公司及其实际控制人有权要求本人缴纳前述赔偿金；

(2) 如本人未及时缴纳上述赔偿金，则公司及其实际控制人有权采取包括但不限于冻结本人所持公司股份等法律手段进行追缴，并按照每日千分之一的标准收取违约金，该违约金亦应上缴公司。

赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华出具的上述《避免同业竞争的承诺函》及其补充承诺长期有效。截至本募集说明书签署日，上述承诺人严格遵守承诺。

2、公司收购西藏博杰时，李芄等 4 名交易对方出具了《关于不与北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司进行同业竞争的承诺函》，承诺：

(1) 承诺人目前经营的广告业务均是通过博杰广告（包括其子公司，下同）进行的，其没有直接或间接通过其直接或间接控制的其他经营主体或以自然人名义直接从事与蓝色光标及博杰广告现有业务相同或类似的业务，也没有在与蓝色光标或博杰广告存在相同或类似主营业务的任何经营实体中任职或担任任何形式的顾问，或有其它任何与蓝色光标或博杰广告存在同业竞争的情形。

(2) 承诺人保证，本次交易完成后的在职期间及从蓝色光标、博杰广告离职后五年内（以下简称“承诺期限”），承诺人将不会以自营方式、直接或间接通过其直接或间接控制的其他经营主体开展、经营与蓝色光标、博杰广告主营业务相同或相似的业务；不在同蓝色光标或博杰广告存在相同或者类似业务的任何经营实体中任职或者担任任何形式的顾问；不以蓝色光标或博杰广告以外的名义为蓝色光标或博杰广告现有客户提供公共关系服务或广告服务；避免产生任何同业竞争情形。

(3) 如因承诺人违反上述承诺而给蓝色光标或博杰广告造成损失的，取得的经营利润归蓝色光标所有，并需赔偿蓝色光标或博杰广告所受到的一切损失。

该承诺在承诺期限内持续有效且不可变更或撤销，截至本募集说明书签署日，承诺人严格遵守承诺。

（三）减少和规范关联交易的承诺

1、公司和共同控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华承诺：为避免非经营性资金占用，公司和实际控制人共同出具了《避免非经营性占用资金承诺函》，郑重承诺：自股份公司设立以来不存在非经营性占用股份公司资金情况，并保证自该文件签署日起不发生非经营性占用股份公司资金情况；公司承诺：自该文件签署日起，保证不发生被共同控制人非经营性占用公司资金情况。如若发生，公司及相关责任人愿意承担相应的法律责任。

2014年11月19日，公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华签署《关于减少和规范关联交易事项的承诺书》，具体情况请参见“第五节 同业竞争与关联交易”之“二、（三）减少和规范关联交易的措施”。

上述承诺长期有效。截至本募集说明书签署日，承诺人严格遵守承诺。

2、公司原董事李芄与其一致行动人博萌投资出具了《关于规范关联交易的承诺函》，承诺：

“1、承诺人将按照公司法等法律法规、蓝色光标、博杰广告公司章程的有关规定行使股东权利；在股东大会对涉及承诺人的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

2、承诺人将避免一切非法占用蓝色光标、博杰广告的资金、资产的行为，在任何情况下，不要求蓝色光标及博杰广告向承诺人及其投资或控制的其他法人提供任何形式的担保。

3、承诺人将尽可能地避免和减少与蓝色光标及其子公司的关联交易；对无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，将遵循市场公正、公平、公开的原则，并依法签订协议，履行合法程序，按照蓝色光标公司章程、有关法律法规和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害蓝色光标及其他股东的合法权益。

4、承诺人对因其未履行本承诺函所作的承诺而给蓝色光标或博杰广告造成的一切损失承担赔偿责任。”

本承诺自承诺人持有蓝色光标股份及在蓝色光标或博杰广告任职期间均持

续有效且不可变更或撤销。截至本募集说明书签署日，承诺人严格遵守承诺。

十三、公司的股利分配情况

（一）公司的股利分配政策

2014年8月13日，公司2014年第三次临时股东大会审议通过了《关于修改公司章程的议案》，就公司章程中的分红条款做出了修订，并制定了《股东分红回报规划（2014-2016年度）》。公司利润分配的具体政策如下：

1、利润分配政策

（1）利润分配的形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司可以进行中期利润分配。

（2）公司现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的10%。

特殊情况是指：当公司年末资产负债率超过70%或者当年经营活动所产生的现金流量净额为负数时。

公司现金分红还应符合以下要求：①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

重大资金支出指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且绝对金额超过5,000万元。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金支出安排，因此现阶段进

行利润分配时，现金方式分配的利润在各期利润分配中所占比例最低应达到20%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的现金分红政策调整的程序，提请股东大会决议提高现金方式分配的利润在当年利润分配中的最低比例并相应修改公司章程及股东分红回报规划。

(3) 公司发放股票股利的具体条件：公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

2、利润分配方案的审议程序

(1) 董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东分红回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应根据公司的具体经营情况和市场环境，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，并制定利润分配预案报股东大会批准。董事会在制定现金分红具体方案时，独立董事应当发表明确意见，同时，独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

在公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

(2) 公司因前条规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。股东大会审议上述议案时，应为中小股东参与决策提供便利。

公司将严格遵守《公司章程》的有关规定，依据《股东分红回报规划（2014-2016年度）》，保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性。本次可转债发行前后公司的股利分配政策不会出现重大变化。

3、股东回报规划的制定周期和相关决策程序

公司董事会根据利润分配政策及公司实际情况，结合独立董事、监事及中小股东的意见和诉求制定股东分红回报规划，并提交股东大会审议。公司至少每三年重新审议一次股东分红回报规划；若公司经营情况没有发生较大变化，可以参照最近一次制定或修订的分红回报规划执行，不另行制定三年分红回报规划。

如公司外部经营环境、自身生产经营情况、发展阶段、重大资金支出安排、投资规划和长期发展目标等发生较大变化，公司董事会可以根据股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见和诉求对分红政策和股东分红回报规划进行调整，分红政策和股东分红回报规划的调整应以保护股东权益为出发点，且不得与《公司章程》的相关规定相抵触，并提交股东大会审议批准。

（二）公司最近三年现金分红情况

公司重视对投资者的投资回报并兼顾公司的成长和发展，实行持续、稳定的利润分配政策。最近三年，公司均按照公司章程的规定以现金分红的方式向公司股东分配股利，具体情况如下：

分红年度	现金分红金额 (元, 含税)	归属上市公司股东 的净利润(元)	现金分红比例(%)
2012	39,672,224.10	235,660,675.46	16.83
2013	94,810,525.00	437,298,545.31	21.68
2014	144,717,232.50	711,883,881.49	20.33

（三）重要子公司的现金分红政策

公司各重要子公司在《公司章程》中，按照《公司法》及有关法律、法规的要求，对利润分配政策作出了原则性规定。

在充分尊重母子公司平等法人地位的基础上，公司制定了《控股子公司管理制度》、《下属子公司董事、监事和高级管理人员委派管理制度》等制度，为规范子公司的经营管理行为、优化资源配置，保证母公司作为股东的法律权益作出了相应的制度安排。2012年至2014年，母公司收到的分红款分别为6,429.59万元、20,035.05万元和15,722.00万元。

截至 2015 年 6 月 30 日，公司股东依法享有的未分配利润为 129,316.75 万元。

十四、公司发行债券情况和资信评级情况

（一）最近三年公司发行债券情况

公司于 2012 年 10 月 10 日收到中国证监会《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司非公开发行公司债券的批复》（证监许可[2012]1004 号），核准公司非公开发行面值不超过 4 亿元的公司债券；采用分期发行方式，首期发行面值不少于总发行面值的 50%，自中国证监会核准发行之日起 6 个月内完成；其余各期债券发行，自中国证监会核准发行之日起 24 个月内完成。

公司于 2012 年 11 月 19 日启动 2012 年非公开发行公司债券（第一期）发行工作，经鹏元资信评估有限公司综合评定，公司的主体信用等级为 AA 级，本期债券的信用等级为 AA 级，实际发行规模为人民币 2 亿元，债券期限为 3 年，票面利率为 7.9%，最终发行对象为 5 家机构投资者，发行结束后该期公司债券在深圳证券交易所综合协议交易平台上市交易。截至本募集说明书签署日，该期公司债券仍在存续期，公司正常履行付息义务。

（二）最近三年公司的偿付能力指标情况

最近三年，公司偿付能力指标如下：

指标	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年	2012 年
利息保障倍数	2.36	17.89	19.60	38.91
贷款偿还率（%）	100.00	100.00	100.00	100.00
利息偿付率（%）	100.00	100.00	100.00	100.00

注：上表中指标计算如下：

利息保障倍数=息税前利润 EBIT/利息费用
 贷款偿还率=实际贷款偿还额/应偿还贷款额
 利息偿付率=实际利息支出/应付利息支出

公司本次发行可转债聘请中诚信证券评估有限公司担任信用评级机构。根据中诚信出具的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份公司 2014 年可转换债券信用评级报告》（信评委函字[2014]044 号），公司主体信用级别为 AA，本次可转债

信用级别为 AA。

十五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

（一）董事、监事、高级管理人员简介

1、董事

董事赵文权、许志平、孙陶然、吴铁的简介请参见本节“四、公司控股股东和实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东和实际控制人情况介绍”。

毛宇辉先生：中国国籍，1972年生，大学本科学历，曾就职于中石化咨询公司；1999年加入蓝色光标公共关系机构，历任客户经理、客户总监、副总裁、高级副总裁，现任蓝色光标公共关系机构总裁。2009年1月至2012年3月担任股份公司监事，并被选举为监事会主席。2012年3月起担任股份公司董事，2014年12月起担任股份公司副总经理。

张向际先生：中国国籍，1969年生，沃顿商学院 MBA。1993至2003年，就职于安达信和普华永道会计师事务所从事审计和并购服务，主持了多家中国公司如网易的境外上市审计工作。2005年至2012年，就职于全球顶级的投资机构工作，负责多个项目的投资和并购，曾任拉卡拉公司的首席财务官，张向际先生拥有丰富的国内、国外的并购工作经验。2013年起加入公司，主导公司并购事宜。2014年9月起担任公司董事，2014年12月起担任股份公司副总经理。

徐冬根先生：独立董事，中国国籍，1961年生，博士学历。历任华东政法学院讲师、副教授、教授。现任上海交通大学法学院教授、博士研究生导师、国际法研究所所长和国际法学科带头人，金融法律与政策研究中心主任，曙光学者、凯原特聘教授。目前担任浙江康恩贝制药股份有限公司、上海雷诺尔科技股份有限公司（拟上市）独立董事。2014年3月起担任股份公司独立董事。

阎焱先生：独立董事，中国香港籍，1957年出生，硕士研究生毕业。1989年至1993年，先后在华盛顿世界银行总部和美国著名的智库哈德逊研究所担任

研究员，并于 1993 年至 1994 年间任 SprintInternationalCorporation 的亚太区战略规划及业务发展董事。1994 年至 2001 年任 AIG 亚洲基础设施投资基金的管理公司 EmergingMarketsPartnership 董事、总经理及香港办主任。目前担任中国石油化工股份有限公司、华润置地有限公司、中粮包装控股有限公司及科通芯城集团独立非执行董事，神州数码控股有限公司、中国汇源果汁集团有限公司、丰德丽控股有限公司、国电科技环保集团股份有限公司非执行董事，ATA 公司、天华阳光控股有限公司、TCL 集团股份有限公司独立董事，赛富亚洲投资基金创始管理合伙人，赛富成长基金（天津）创业投资企业负责人，赛富成长（天津）创业投资管理有限公司董事长，天津喜玛拉雅投资咨询有限公司执行董事、总经理，天津赛富创业投资基金（有限合伙）执行事务合伙人委派代表、天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）执行事务合伙人委派代表，SAIF III GP Capital Ltd.、Sparkling Investment (BVI) Limited 董事。2014 年 3 月起担任股份公司独立董事。

冯晓女士：独立董事，中国国籍，1969 年 11 月出生，中共党员，硕士。会计学教授，硕士研究生导师，MBA 导师，中国注册会计师（非执业）。浙江省“新世纪 151 人才工程”入选人员，浙江财经大学教坛新秀，中青年骨干教师，中青年学科带头人。曾任上海三爱富新材料股份有限公司，浙江富润股份有限公司独立董事。现任浙江财经大学东方学院会计分院院长，兼任四川金顶（集团）股份有限公司、香溢融通控股集团股份有限公司、杭州士兰微电子股份有限公司、银江股份有限公司独立董事。2014 年 3 月起担任股份公司独立董事。

2、监事

罗坚先生：监事会主席，中国国籍，1968 年生，硕士学历，1995 年进入公关活动行业，先后为包括联想、英特尔、微软、阿迪达斯等近百家国内外著名企业与机构提供公关活动策划与管理服务，并参与包括《同一首歌》等大型文化活动的组织与实施工作。现任蓝色方略、长春方略咨询有限公司执行董事、经理。2014 年 3 月起担任股份公司监事会主席。

宋丹女士：监事，中国国籍，1969 年生，博士学历，曾就职于北京大学图书馆，历任自动化部软件工程师，馆长办公室主任，北京中视联数字系统有限

公司副总经理，现任北京大学软件与微电子学院管理与技术系讲师。2012年3月至2014年3月担任股份公司监事会主席。2014年3月起担任股份公司监事。

王宇先生：职工监事，中国国籍，1981年生，本科学历，曾任北京创世奇迹广告有限公司客户总监，北京史努克广告有限公司总经理。2010年至今担任北京思恩客广告有限公司总经理。2012年9月起担任股份公司职工代表监事。

3、高级管理人员

公司总经理赵文权先生，副总经理兼董事会秘书许志平先生简介参见本节“四、公司控股股东和实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东和实际控制人情况介绍”；副总经理毛宇辉先生和副总经理张向际先生简介参见本节“十五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员简介”。

张东先生：中国国籍，1976年生，大学本科学历，拥有中国注册会计师及美国注册会计师资格。曾任普华永道会计师事务所审计高级经理；2010年至2012年担任中国可利电气有限公司首席财务官；2012年至2013年担任品友互动财务副总裁；2013年9月加入公司，管理公司财务事务及协助海外投资等事宜。2014年12月起担任公司财务总监。

郑泓女士：中国国籍，1973年生，硕士学历，历任思科市场经理；2001年至2008年，担任飞利浦全球销售总监；2008年至2011年，担任意法-爱立信全球销售总监；2011年至2014年，担任美满公司区域副总裁、全球主管。2014年7月至今担任股份公司国际业务总裁，负责公司海外业务，着重于北美洲和欧洲业务开拓。2014年12月起担任公司副总经理。

熊剑先生：中国国籍，1978年生，大学本科学历，曾任公司客户经理、客户总监、事业部总经理、副总裁、联席总裁、首席数字官，目前担任蓝色光标传播集团首席数字官。2014年12月起担任公司副总经理。专注于公共关系与数字营销领域，熟悉中国数字化背景下媒体环境与客户需求，在品牌与产品推广策划、整合营销传播、危机管理、媒体及客户关系管理等专业领域拥有丰富的实战经验。

(二) 董事、监事、高管人员兼职情况

截至 2015 年 6 月 30 日，公司现任董事、监事和高级管理人员在其他企业任职和兼职情况如下表：

姓名	在公司担任职务	兼职单位名称	兼职职务
赵文权	董事长、总经理	北京博看文思科技有限责任公司	董事
许志平	董事、副总经理、董事会秘书	北京博看文思科技有限责任公司	董事长
		北京华艺百创传媒科技有限公司	董事
孙陶然	董事	拉卡拉支付有限公司	董事长、总经理
		考拉征信服务有限公司	执行董事、总经理
		拉卡拉（北京）征信服务有限公司	执行董事、总经理
		广联达软件股份有限公司	独立董事
		北京海兰信数据科技股份有限公司	独立董事
吴铁	董事	北京朗哲基科技有限公司	监事
冯晓	独立董事	四川金顶（集团）股份有限公司	独立董事
		银江股份有限公司	独立董事
		香溢融通控股集团股份有限公司	独立董事
		杭州士兰微电子股份有限公司	独立董事
阎焱	独立董事	中国石油化工股份有限公司	独立非执行董事
		华润置地有限公司	独立非执行董事
		神州数码控股有限公司	非执行董事
		中国汇源果汁集团有限公司	非执行董事
		丰德丽控股有限公司	非执行董事
		国电科技环保集团股份有限公司	非执行董事
		中粮包装控股有限公司	独立非执行董事
		科通芯城集团	独立非执行董事
		天华阳光控股有限公司	独立董事
		TCL 集团股份有限公司	独立董事
		赛富亚洲投资基金	创始管理合伙人
		SAIF III GP Capital Ltd.	董事
		Sparkling Investment (BVI) Limited	董事
		赛富成长基金（天津）创业投资企业	负责人

		赛富成长（天津）创业投资管理有限公司	董事长
		天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	执行董事、总经理
		天津赛富创业投资基金（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表
		天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表
		ATA Inc	独立董事
徐冬根	独立董事	浙江康恩贝制药股份有限公司	独立董事
		上海雷诺尔科技股份有限公司	独立董事
罗坚	监事会主席	长春方略咨询有限公司	执行董事、经理

（三）董事、监事、高级管理人员薪酬情况

公司现任董事、监事和高级管理人员 2014 年度从公司领取薪酬或津贴详情如下：

单位：万元

姓名	职务	薪酬或津贴总额（税前）
赵文权	董事长、总经理	198.00
许志平	董事、副总经理、董事会秘书	90.00
孙陶然	董事	-
吴铁	董事	-
毛宇辉	董事、副总经理	125.73
张向际	董事、副总经理	155.08
徐冬根	独立董事	9.20
阎焱	独立董事	9.20
冯晓	独立董事	9.20
罗坚	监事会主席	24.00
宋丹	监事	9.60
王宇	职工监事	200.00
张东	财务总监	64.22
郑泓	副总经理	100.20
熊剑	副总经理	109.72

(四) 董事、监事、高级管理人员持有本公司股份情况

最近三年，董事、监事、高级管理人员持有公司股份及变动情况如下：

单位：股

姓名	2012.1.1 持股数量	2012.12.31		2013.12.31		2014.12.31		2015.6.30	
		持股数量	变动原因	持股数量	变动原因	持股数量	变动原因	持股数量	变动原因
赵文权	17,627,700	35,255,400	资本公积转增	35,255,400	-	70,510,800	资本公积转增	136,907,714	资本公积转增
许志平	16,533,750	33,067,500	资本公积转增	29,317,500	二级市场出售	58,635,000	资本公积转增	102,514,730	二级市场出售、资本公积转增
孙陶然	9,067,500	18,135,000	资本公积转增	18,135,000	-	36,270,000	资本公积转增	72,479,708	资本公积转增
吴铁	16,612,500	33,225,000	资本公积转增	29,475,000	二级市场出售	58,950,000	资本公积转增	101,915,223	二级市场出售、资本公积转增
毛宇辉	1,370,249	2,740,498	资本公积转增	2,514,698	二级市场出售	5,029,396	资本公积转增	10,050,432	资本公积转增
张向际	0	0	-	0	-	600,000	股权激励计划、资本公积转增	1,199,003	资本公积转增
张东	0	0	-	0	-	200,000	股权激励计划、资本公积转增	399,667	资本公积转增
郑泓	76,950	63,900	二级市场出售	38,600	二级市场出售	77,200	资本公积转增	953,607	资本公积转增、股权激励计划
熊剑	495,000	900,000	资本公积转增、股权激励、二级市场出售	600,000	股权激励、二级市场出售	900,000	资本公积转增、股权激励计划	1,798,505	资本公积转增
合计	61,211,699	122,423,398	-	114,697,598	-	231,372,396	-	428,618,256	-

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员未持有本公司股份。

（五）公司对管理层的激励情况

为充分调动公司员工的积极性与创造性、提高经营效率，公司先后于 2011 年推出《股票期权激励计划》、2013 年推出《限制性股票激励计划》。公司副总经理熊剑作为股票期权激励对象，2011 年拟被授予 250,000 份股票期权，于 2012 年、2013 年和 2014 年分期授予；公司董事兼副总经理张向际、财务总监张东、副总经理熊剑、郑泓均为限制性股权激励计划的激励对象。

十六、近五年被监管机构采取监管措施或处罚的情况

最近五年内公司未有被中国证监会、北京证监局和深圳证券交易所采取监管措施或处罚的情况。

第五节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）关于同业竞争情况的说明

公司目前是一家为大型企业和组织提供品牌管理与营销传播等综合性服务的专业企业，主营业务为整合数字营销、公共关系、广告创意策划及媒体代理，活动管理以及国际传播业务。

公司实际控制人赵文权、孙陶然、许志平、陈良华未控制除本公司以外的其他企业。

（二）避免同业竞争的措施

为避免同业竞争，公司的实际控制人（共同控制人）赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》及补充承诺，承诺的具体内容请参见“第四节 十二、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（三）独立董事关于同业竞争的意见

公司独立董事认为：“公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平和陈良华五人以及其控制的企业及其下属企业、公司持股 5% 以上的主要股东李芑以及其控制的企业及其下属企业没有直接或间接地从事任何与公司及其控股子公司相同或相近的业务，没有在直接或间接经营与公司及其控股子公司相同或相近的业务的企业中担任职务。

上述实际控制人和主要股东已对避免同业竞争作出承诺，分别出具了《避免同业竞争承诺函》、《不与同业竞争承诺函》，公司自上市以来上述实际控制人及主要股东一直严格履行相关承诺，避免同业竞争的措施有效。公司与实际控制人、主要股东以及其控制的企业及其下属企业之间不存在同业竞争行为。”

二、关联方及关联交易情况

（一）主要关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及公司《关联交易管理办法》等相关规定，报告期内公司的关联方及关联关系具体情况如下：

1、控股股东和实际控制人

公司股东赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华五人为一致行动人，共同构成公司的实际控制人，截至 2015 年 6 月 30 日，合计持有公司股本总额的 27.67%。

2、控股股东和实际控制人控制的其他企业

除公司及子公司外，赵文权、孙陶然、吴铁、许志平、陈良华不再控制其他企业。

3、持股 5%以上的其他股东

截至 2015 年 6 月 30 日，李芑持有公司 95,243,181 股股份，股权比例 4.93%，其一致行动人博萌投资持有 8,023,997 股股份，股权比例为 0.42%，李芑和博萌投资共同实际控制公司 5.35% 股份。

4、公司控股子公司、联营企业、合营企业和主要参股公司

公司控股子公司的具体情况请参见“第四节 三、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况”之“（二）公司控股子公司基本情况”。

截至 2015 年 6 月 30 日，公司的联营、合营企业情况如下：

关联方名称	公司持股比例
上海能因博知品牌管理有限公司	蓝色光标持有 20.00% 股权
ARIES CAPITAL LIMITED	香港蓝标持有 40.00% 股权
ARIES INTERNATIONAL Ltd	香港蓝标持有 25.00% 股权
HUNTSWORTH PLC	香港蓝标持有 19.50% 股权
上海天与空广告有限公司	蓝色光标持有 20.00% 股权
北京博看文思科技有限责任公司	蓝标投资持有 49.9123% 股权

常州皆米蓝标品牌管理顾问有限公司	上海蓝标持有 40.00% 股权
上海易络客网络技术有限公司	蓝色光标持有 20.00% 股权
北京建飞科联科技有限公司	蓝色光标持有 23.04% 股权
上海凯洁电子商务有限公司	蓝色光标持有 19.90% 股权
杭州网营科技有限公司	蓝色光标持有 22.67% 股权
陕西识代运筹信息科技有限公司	蓝色光标持有 21.00% 股权
北京璧合科技有限公司	蓝色光标持有 25.00% 股权
北京掌上云景科技有限公司	蓝色光标持有 24.00% 股权
乐约信息科技（上海）有限公司	蓝色光标持有 40.92% 股权
微岚星空（北京）信息技术有限公司	蓝色光标持有 30.00% 股权
北京玄鸟文化传媒有限公司	蓝色光标持有 30.00% 股权
天津合创视际广告有限公司	西藏博杰持有 40.00% 股权
北京飞猫无限科技有限公司	蓝标投资持有 20.00% 股权
北京碧水源净水电子商务有限公司	蓝标电商持有 25.00% 股权

5、关联自然人

公司的董事、监事、高级管理人员为公司的关联自然人。董事、监事及高级管理人员的情况详见本募集说明书“第四节发行人基本情况”之“十四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”的相关内容。

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，均属于公司的关联自然人。

6、其他关联方

公司关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或其他组织是公司的关联方。公司董事、监事、高级管理人员在外担任董事、高级管理人员的相关内容请参见“第四节十五、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（二）董事、监事、高管人员兼职情况”。公司实际控制人主要家庭成员控制的企业如下：

实际控制人	关联关系	控制的企业名称	持股比例
华浪珊	吴铁的配偶	北京朗哲基科技有限公司	持有 82.50% 股权
郭婷婷	孙陶然的配偶	北京时代影响力影视文化有限公司	持有 60.00% 股权

7、报告期内曾经存在关联关系的关联方

报告期内，曾纳入公司合并范围、后被处置的关联企业如下：

关联方	说明
上海爱彼思公共策划有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
铃云文化传媒（上海）有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
北京蓝色创意品牌管理顾问有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
蓝色时尚（北京）文化传播有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年转让
上海精渠直道文化传播有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
上海便力广告有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
上海生活速递广告有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2012 年注销
上海生活速递直投广告有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2014 年转让
上海尊品生活广告有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2014 年转让
北京先锋生活广告有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2014 年转让
北京橙色阳光科技有限公司	曾纳入公司合并范围，已于 2015 年转让

报告期内曾为公司关联方但目前已离任人员情况如下：

关联方	与公司关联关系	说明
陈剑虹	财务总监	2011 年 3 月 16 日至 2014 年 3 月 27 日任公司财务总监，后不再担任该职位
刘晓春	独立董事	2011 年 3 月 16 日至 2014 年 3 月 27 日任公司独立董事，任期届满，已离任
赵欣舸	独立董事	2011 年 3 月 16 日至 2014 年 3 月 27 日任公司独立董事，任期届满，已离任
赵雪媛	独立董事	2011 年 3 月 16 日至 2014 年 3 月 27 日任公司独立董事，任期届满，已离任
黄明	监事	2012 年 10 月 15 日至 2014 年 3 月 27 日任公司监事，任期届满，已离任
潘勤	监事	2011 年 3 月 16 日至 2012 年 10 月 15 日任公司监事，已离任
刘璐	监事	2011 年 3 月 16 日至 2012 年 9 月 24 日任公司监事，已离任
晏小平	董事	2011 年 3 月 16 日至 2012 年 2 月 24 日任公司董事，已离任
田文凯	董事会秘书	2011 年 3 月 16 日至 2012 年 1 月 18 日任公司董事会秘书，已离任
林丽	副总经理	2014 年 12 月至 2015 年 9 月任公司副总经理，已离任

报告期内，与公司曾经存在关联关系的其他主要关联方包括：

(1) 北京贯能管理技术服务有限公司。公司实际控制人、董事吴铁原持股 90%，该公司已于 2013 年 8 月 30 日注销。

(2) 拉卡拉（中国）电子支付技术服务有限公司。公司实际控制人、董事孙陶然原担任董事长，该公司已于 2012 年 12 月 27 日注销。

(二) 最近三年一期关联交易情况

1、采购商品/接受劳务情况

单位：万元

公司名称	关联交易内容	定价方式	2015年1-6月发生额		2014年发生额		2013年发生额		2012年发生额	
			金额	占同类交易比例	金额	占同类交易比例	金额	占同类交易比例	金额	占同类交易比例
金融公关集团	接受服务	市场价格	-	-	-	-	-	-	1.64	0.00%
狮华投资顾问(上海)有限公司	接受服务	市场价格	-	-	-	-	-	-	5.96	0.00%
陕西识代运筹信息科技有限公司	接受服务	市场价格	39.89	0.02%	15.87	0.00%	-	-	-	-
合计			39.89	0.02%	15.87	0.00%	-	-	7.60	0.00%

注：狮华投资顾问（上海）有限公司系金融公关集团子公司。

最近三年公司向关联方采购均按市场价格定价，占公司采购总额的比例较小，不超过1%。

2、销售商品/提供劳务情况

公司名称	关联交易内容	定价方式	2015年1-6月发生额		2014年发生额		2013年发生额		2012年发生额	
			金额(万元)	占同类交易比例	金额(万元)	占同类交易比例	金额(万元)	占同类交易比例	金额(万元)	占同类交易比例
北京博看文思科技有限责任公司	提供劳务	市场价格	98.67	0.03%	4.01	0.00%	-	-	8.96	0.00%
上海能因博知品牌管理有限公司	提供劳务	市场价格	2.35	0.00%	6.00	0.00%	0.47	0.00%	-	-
狮华投资顾问(上海)有限公司	提供劳务	市场价格	83.88	0.02%	44.51	0.01%	8.39	0.00%	-	-
北京博看新思科技有限公司	提供劳务	市场价格	-	-	-	-	7.55	0.00%	27.10	0.01%
北京璧合科技有限公司	提供劳务	市场价格	-	-	36.16	0.01%	-	-	-	-
北京建飞科联科技有限公司	提供劳务	市场价格	-	-	13.89	0.00%	-	-	-	-
上海易试互动文化传媒有限公司	提供劳务	市场价格	1.78	0.00%	-	-	-	-	-	-
陕西识代运筹信息科技有限公司	提供劳务	市场价格	6.37	0.00%	-	-	-	-	-	-

天津合创视 际广告有限 公司	提供 劳务	市场 价格	4.46	0.00%	-	-	-	-	-	-
合计			197.51	0.06%	104.57	0.02%	16.41	0.00%	36.06	0.01%

注：北京博看新思科技有限公司系博看文思的全资子公司。

最近三年公司向关联方提供劳务均按市场价格定价，占公司营业收入的比例较小，不超过 1%。

3、关联债权债务往来

公司全资子公司博思瀚扬持有博看文思 25.59% 股权，为支持博看文思发展，截至 2014 年 6 月 30 日，博思瀚扬陆续向其提供了合计 2,786.90 万元的资金支持，未收取利息。

截至 2015 年 6 月 30 日，博看文思目前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	股权比例
1	王跃庆	312,500.00	34.00%
2	北京博思瀚扬企业策划有限公司	235,156.25	25.59%
3	天津海银股权投资基金合伙企业（有限合伙）	137,868.00	15.00%
4	靳博	77,343.75	8.42%
5	周海林	62,499.99	6.80%
6	陈涛	31,250.00	3.40%
7	北京天创之星投资中心（有限合伙）	19,531.25	2.13%
8	侯东	17,578.13	1.91%
9	郑佳	10,546.88	1.15%
10	刘刚	7,031.25	0.77%
11	李宗亮	3,906.25	0.43%
12	程松岩	3,906.25	0.43%
合计		919,118.00	100.00%

2014 年 11 月 19 日，公司召开第三届董事会第二十次会议，审议通过《关于调整公司与北京博看文思科技有限责任公司贷款的议案》，同意将博思瀚扬自 2012 年 6 月起向博看文思分期提供的无息贷款全部追溯调整为计息贷款，并根据各笔贷款实际使用期限，按照年利率 8% 计算收取利息，全部本金和利息于 2014 年 11 月 20 日前偿还完毕。博看文思已按期偿还上述全部本金和利息合计

318.29 万元。

4、关联方应收应付款项余额

单位：万元

项目	关联方名称	关联款项内容	形成原因	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
应收款项	应收账款						
	陕西识代 运筹信息 科技有限 公司	接受劳务 预付账款	经营往来	-	82.79	-	-
	狮华投资 顾问（上 海）有限 公司	提供劳务	经营往来	40.00	12.79	-	-
	北京博看 文思科技 有限责任 公司	提供劳务	经营往来	98.67	-	-	-
	上海易试 互动文化 传媒有限 公司	提供劳务	经营往来	1.14	-	-	-
	天津合创 视际广告 有限公司	提供劳务	经营往来	0.03	-	-	-
	合计			139.84	95.58	-	-
	其他应收款						
	北京博看 文思科技 有限责任 公司	应收关联 方债权	资金往来	-	-	1,936.90	-
	合计			-	-	1,936.90	-
应付款项	应付账款						
	金融公关 集团	接受劳务	经营往来	-	-	-	2.55
	北京博看 文思科技 有限责任 公司	接受劳务	经营往来	-	1.54	-	-
合计			-	1.54	-	2.55	

5、关联方担保

(1) 2012年7月31日，公司实际控制人赵文权向招商银行股份有限公司北京双榆树支行（下称“招行双榆树支行”）出具了《最高额不可撤销担保书》（编号：2012招双授007号），为公司于2012年7月31日与招行双榆树支行签署的《授信协议》（编号：2012招双授007号）项下的一亿元人民币授信额度

内的贷款及其他授信本金余额之和，以及利息、罚息、复息、违约金、保理费用和实现债权的其他相关费用提供连带责任保证担保。

(2) 2013年4月24日，公司召开第二届董事会第三十一次会议，审议通过了《公司全资子公司蓝色光标国际传播集团有限公司认购 Huntsworth 公司新发行股份的议案》，同意香港蓝标认购 Huntsworth 公司新发行股份 6,300 万股。为支持香港蓝标本次认购事项的顺利开展，2013年9月12日，公司实际控制人赵文权与上海浦东发展银行股份有限公司北京分行（下称“浦发银行北京分行”）签署了《权利质押合同》（编号：Y2BH91201300002201），将其持有的公司 13,000,000 股质押给浦发银行北京分行，为公司与浦发银行北京分行签署的《开立保函/备用信用证协议书》（编号：BH912013000122）项下的债务提供担保。

(3) 2014年1月16日，公司实际控制人赵文权向招行双榆树支行出具了《最高额不可撤销担保书》（编号：2013 招双授 065 号），赵文权为公司与招行双榆树支行于 2014年1月16日签署的《授信协议》（编号：2013 招双授 065 号）项下的人民币一亿五千万万元（含等值其他币种）的授信额度内的贷款及其他授信本金余额之和，以及利息、罚息、复息、违约金、保理费用和实现债权的其他相关费用提供连带责任保证担保。

6、投资合作

(1) 2012年3月30日，公司第二届董事会第十五次会议审议通过了《关于全资子公司智扬唯美拟投资设立北京时代影响力影视文化有限公司的议案》，公司全资子公司北京智扬唯美科技咨询有限公司使用自有资金 190 万元与自然人郭婷婷、戈辉、乐视投资管理（北京）有限公司、北京商络投资管理有限公司于 2012年2月16日共同投资设立北京时代影响力影视文化有限公司，注册资本 1,000 万元，智扬唯美出资比例为 19%。由于郭婷婷系公司董事孙陶然的配偶，本次投资属于关联交易。

2013年9月4日，北京智扬唯美科技咨询有限公司与郭婷婷签订《股权转让协议》，将其持有的北京时代影响力影视文化有限公司 19% 股权以 216.6 万元的价格转让给郭婷婷。本次股权转让完成后，北京智扬唯美科技咨询有限公司

不再持有北京时代影响力影视文化有限公司股权。

2015年6月29日，公司第三届董事会第四十一次会议审议通过控股子公司北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司拟以自有资金人民币800万元，参与投资北京时代影响力影视文化有限公司所属的电影制作项目《布拉格的童话》（暂定名）。投资后，公司将有权参与电影制作项目的收益分配，该电影制作项目总投资预算为人民币8,000万元，公司持有的收益权比例为10%。

(2) 2014年2月28日，公司第二届董事会第四十六次会议审议通过《关于公司全资子公司北京蓝标公关拟设立控股子公司的议案》，公司全资子公司北京蓝色光标公关顾问有限公司拟以自有人民币出资650万元，用于与自然人李芄、宋晓雯、杨灿共同出资设立北京蓝色天幕传媒广告有限公司。由于李芄时任公司董事，该项投资属于关联交易。

(3) 2014年3月31日，公司第三届董事会第二次会议审议通过了《关于公司子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略（北京）咨询有限公司49%股权的议案》，同意全资子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略（北京）咨询有限公司49%股权，收购对价6,601.7万元。收购完成后，公司及子公司将合计持有蓝色方略的100%股权。由于长春方略咨询有限公司的法定代表人罗坚为公司监事会主席，因此该笔股权收购属于关联交易。该次交易的具体情况请参见本募集说明书“第八节本次募集资金运用二、本次募集资金的具体情况”之“（五）收购蓝色方略49%股权项目”。

(4) 2014年4月30日，公司召开第三届董事会第六次会议，审议通过了《公司拟与英国Huntsworth公司签署签订框架合资协议的议案》，公司与Huntsworth公司共同成立框架合资经营企业（TheUmbrellajointventure, the“UmbrellaJV”），Huntsworth持有51%的（经济和投票）权益，蓝色光标持有49%的（经济和投票）权益。《框架合资协议》签署后，蓝色光标应尽力取得相关的批准，以使其有权在该协议生效后的3年内有权进行累计不超过5,000万英镑的投资。

(5) 2014年5月12日，公司第三届董事会第七次会议审议通过《关于公

司拟对拉卡拉支付有限公司增资的对外投资议案》，公司拟出资人民币 6,000.00 万元对公司进行增资，其中 521.77 万元增至公司注册资本金，5,478.23 万元进入公司资本公积金。增资后公司在拉卡拉支付有限公司持有注册资本人民币 521.77 万元，占拉卡拉支付有限公司 2.00% 的股权。由于公司实际控制人、董事孙陶然担任拉卡拉支付有限公司董事长、总经理，该项投资属于关联交易。

(6) 2014 年 9 月 18 日，公司第三届董事会第十五次会议审议通过《关于公司全资子公司投资参设立拉卡拉（北京）信用管理有限公司的议案》，公司全资子公司上海品牌参股设立拉卡拉（北京）信用管理有限公司（以下简称“拉卡拉信用”），拉卡拉信用注册资本为人民币 5,000 万元，其中上海品牌以自有资金出资人民币 750 万元取得拉卡拉信用 15% 股权。鉴于拉卡拉信用为拉卡拉支付有限公司控股子公司，拉卡拉支付有限公司法定代表人孙陶然先生为公司董事，且公司董事赵文权、许志平、吴铁、孙陶然及自然人陈良华为一行动人，该项投资属于关联交易。

(7) 2014 年 12 月 5 日，公司第三届董事会第二十一次会议审议通过了《关于公司全资子公司蓝色光标电子商务（上海）有限公司出资设立参股公司的议案》，公司全资子公司蓝标电商以自有资金出资人民币 2,000 万与拉卡拉电子商务有限公司、北京善聚投资管理有限公司、北京碧水源净水科技有限公司共同设立北京碧水源净水电子商务有限公司（以下简称“碧水源电子商务”），碧水源电子商务注册资本为人民币 8,000 万元，其中蓝标电商的出资比例为 25%。鉴于碧水源电子商务股东方之一拉卡拉电子商务有限公司为拉卡拉支付有限公司控股子公司，拉卡拉支付有限公司法定代表人孙陶然为公司董事，且公司董事赵文权、许志平、吴铁、孙陶然及自然人陈良华为一行动人，拉卡拉电子商务有限公司与公司存在关联关系，该项投资属于关联交易。

(8) 2015 年 4 月 3 日，公司第三届董事会第三十一次会议审议通过了《关于公司控股子公司北京蓝色天幕传媒广告有限公司转让部分股权的议案》，同意公司控股子公司蓝色天幕股东李芄将其所持有的 20% 蓝色天幕股权转让给自然人王薇，本次转让价格为 200 万元人民币。自然人王薇为蓝色天幕总经理且王薇为公司员工，担任普通管理职务，本次交易属于关联交易。

（三）减少和规范关联交易的措施

1、规范关联交易的制度安排

公司已就规范关联交易建立了相应的制度保障，具体如下：

（1）公司按照《公司法》等法律法规，建立了规范健全的法人治理结构，公司的控股股东及公司自身均按照有关法律法规的要求规范运作。

（2）为规范关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律法规及相关规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易制度》等规章制度，对关联交易的决策权限和决策程序进行了详细的规定，并聘请了独立董事，制定了《独立董事工作制度》，以确保董事会的独立性和法人治理结构的完善。

（3）《公司章程》规定股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

公司实际控制人赵文权、孙陶然、吴铁、许志平及陈良华签署了《避免非经营性占用资金承诺函》，具体内容请见本募集说明书“第四节发行人基本情况十二、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况”之“（三）减少和规范关联交易的承诺”。

2014年11月19日，公司实际控制人签署《关于减少和规范关联交易事项的承诺书》，承诺：

“1、本人将尽可能地避免和减少本人和本人控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本公司控制的其他企业”）与蓝色光标之间的关联交易。

2、对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人和本人控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及蓝色光标公司章程的有关规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与蓝色光标签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费标准，以维护蓝色光标及其股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人保证不利用在蓝色光标中的地位 and 影响，通过关联交易损害蓝色光标及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人和本人控制的其他企业保证不利用本人在蓝色光标中的地位 and 影响，违规占用或转移蓝色光标的资金、资产及其他资源，或违规要求蓝色光标提供担保。

本承诺书自本人签字之日起即行生效并不可撤销，并在蓝色光标存续且本人依照中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所相关规定被认定为蓝色光标的实际控制人期间内持续有效。”

2、独立董事对关联交易发表的意见

2014年8月22日，公司独立董事对公司关联交易发表独立意见，认为：“公司最近三年一期（2011年、2012年、2013年及2014年1-6月）的关联交易能够按照市场公允价格确定交易价格，并按照中国证监会的有关规定、《公司章程》及公司其他相关制度的要求履行相应的批准程序；上述关联交易均为公司正常经营所需，具有必要性，对公司的财务状况、经营业绩和生产经营的独立性未产生不利影响，不存在通过关联交易占用或转移公司资金或资产的情况。公司关于减少和规范关联交易的相关措施得到了有效实施，公司最近三年一期的关联交易占同类交易比例较小，关联交易的审议程序规范，遵循了公开、公平、公正的原则，维护了全体股东、尤其是非关联股东和中小股东的利益。”

2015年3月18日，公司独立董事对公司2014年度关联交易事项发表独立意见，认为：“公司2014年发生的关联交易事项符合公司制度规定。公司根据《关联交易管理办法》，按照公开、公平、公正和诚实信用的原则，以及关联交易既定的决策程序和审批权限。”

第六节 财务会计信息

一、财务报告及审计情况

天职国际对公司 2012 年度、2013 年度和 2014 年度财务报告进行了审计，并分别出具了天职京 SJ[2013]526 号、天职业字[2014]5248 号和天职业字[2015]185 号标准无保留意见的审计报告。公司 2015 年半年度财务报告未经审计。

由于 2014 年会计政策变更及其他导致的期初重述事项，公司对比较财务报表进行了追溯重述，除有特别说明外，本募集说明书中近三年财务数据摘自公司 2012 年度、2013 年度和 2014 年度审计报告，涉及追溯重述的，采用重述后的财务数据。

二、公司最近三年一期的财务报表

(一) 合并财务报表

合并资产负债表

单位：万元

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
资产				
流动资产				
货币资金	198,612.17	197,873.80	120,537.70	68,765.33
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,299.24	7,288.12	-	-
应收票据	2,653.55	2,167.66	388.28	343
应收账款	250,855.85	222,355.20	136,222.27	85,006.18
预付款项	23,720.19	19,925.83	18,047.70	6,598.98
应收利息	1,771.67	1,503.24	203.02	-
其他应收款	63,032.88	35,008.25	14,754.87	3,380.45
存货	1,999.80	657.75	-	-
应收股利	-	-	-	-

一年内到期的非流动资产	-	-	500	-
其他流动资产	-	7.35	-	-
流动资产合计	554,945.35	486,787.20	290,653.85	164,093.94
非流动资产				
可供出售金融资产	139,648.39	97,022.34	5,900.41	2,445.65
长期股权投资	48,814.07	155,263.23	98,710.66	8,038.53
固定资产	9,657.84	4,224.77	5,609.45	10,089.90
在建工程	-	-	24.72	-
无形资产	216,710.27	170,637.52	126,166.16	2,008.26
开发支出	642.96	190.02	-	-
商誉	306,444.27	209,575.18	147,785.56	66,038.58
长期待摊费用	12,448.97	12,627.90	15,868.28	3,379.65
递延所得税资产	2,027.83	689.15	768.41	-
其他非流动资产	-	-	-	450
非流动资产合计	736,394.61	650,230.11	400,833.65	92,450.58
资产总计	1,291,339.95	1,137,017.31	691,487.49	256,544.51

合并资产负债表（续）

单位：万元

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
负债和股东权益				
流动负债				
短期借款	153,308.58	139,163.48	10,000.00	15,000.00
应付账款	163,535.26	107,875.36	84,678.11	40,395.17
预收款项	31,799.24	16,961.31	16,224.58	3,833.53
应付职工薪酬	14,316.93	8,393.62	5,837.94	4,414.28
应交税费	15,612.78	23,770.06	13,537.42	7,855.96
应付利息	4,683.58	1,404.02	328.18	304.58
应付股利	30,619.85	-	196	1,071.86
其他应付款	19,961.91	56,230.81	23,200.45	13,332.74
一年内到期的非流动负债	74,953.75	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	153,308.58	74,878.75	-	

流动负债合计	508,791.88	448,582.18	154,002.69	87,208.12
非流动负债	-	-	-	-
长期借款	142,156.73	114,830.35	36,583.30	4,437.50
应付债券	-	-	19,806.04	19,716.63
长期应付款	71,175.69	81,420.45	76,188.79	-
递延所得税负债	43,458.11	28,140.13	18,716.65	
其他非流动负债	49,717.65			
非流动负债合计	306,508.19	224,390.93	151,294.78	24,154.13
负债合计	815,300.07	672,973.11	305,297.47	111,362.25
股本	192,887.31	96,478.16	46,431.11	39,672.22
资本公积	112,567.02	212,301.10	250,602.99	57,784.90
减：库存股	-	-	-	-
盈余公积	6,535.61	6,535.61	4,333.22	1,993.32
未分配利润	129,316.75	135,168.02	75,663.07	38,240.34
其他综合收益	530.49	-3,122.29	-414.56	-183.48
归属于母公司所有者权益合计	441,837.19	447,360.60	376,615.84	137,507.30
少数股东权益	34,202.70	16,683.60	9,574.18	7,674.96
所有者权益合计	476,039.88	464,044.20	386,190.02	145,182.27
负债和所有者权益总计	1,291,339.95	1,137,017.31	691,487.49	256,544.51

合并利润表

单位：万元

项目	2015年1-6月	2014年	2013年	2012年
营业总收入	345,271.25	597,908.82	358,399.81	217,537.81
营业收入	345,271.25	597,908.82	358,399.81	217,537.81
营业总成本	327,157.83	520,727.11	306,173.46	186,779.69
其中：营业成本	244,506.93	408,056.87	234,693.23	140,644.74
营业税金及附加	1,342.49	2,966.00	1,952.19	3,533.63
销售费用	38,337.03	65,563.43	42,771.85	29,307.17
管理费用	29,699.67	41,510.01	23,017.65	12,696.06
财务费用	10,582.34	2,016.85	2,610.40	186.5
资产减值损失	2,689.37	613.96	1,128.14	411.59

加：公允价值变动收益	11.12	2,288.12	-	-
投资收益	-4,375.10	11,678.68	2,720.36	883.06
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-10,298.40	3,815.90	2,609.85	786.57
营业利润	13,749.44	91,148.51	54,946.71	31,641.18
加：营业外收入	537.14	3,763.50	8,799.38	4,184.41
其中：非流动资产处置利得	2.93	5.93	5,507.70	0.55
减：营业外支出	48.35	116.63	449.1	80.89
其中：非流动资产处置损失	0.83	9.16	82.62	8.05
利润总额	14,238.23	94,795.38	63,296.98	35,744.69
减：所得税费用	5,482.63	20,583.88	15,074.88	9,656.20
净利润	8,755.59	74,211.50	48,222.10	26,088.49
其中：归属于母公司所有者的净利润	8,613.01	71,188.39	43,729.85	23,566.07
少数股东损益	142.58	3,023.11	4,492.25	2,522.42

合并现金流量表

单位：万元

项目	2015年1-6月	2014年	2013年	2012年
经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	353,919.59	551,198.36	337,372.11	190,984.28
收到的税费返还	10.93	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,954.90	33,061.24	4,283.88	5,099.21
经营活动现金流入小计	358,885.42	584,259.60	341,655.99	196,083.49
购买商品、接受劳务支付的现金	202,466.12	390,065.58	222,129.18	122,963.90
支付给职工以及为职工支付的现金	74,512.16	71,558.48	38,766.96	24,500.52
支付的各项税费	23,686.46	35,510.34	24,405.16	15,862.66
支付其他与经营活动有关的现金	48,329.26	66,589.24	41,379.19	13,350.38
经营活动现金流出小计	348,993.99	563,723.64	326,680.49	176,677.46
经营活动产生的现金流量净额	9,891.43	20,535.96	14,975.50	19,406.03
投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	11,885.00	1,900.00	980.60	151.02
取得投资收益收到的现金	639.52	4,801.55	34.68	450.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	29.78	107.95	15,215.91	1,302.28
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	20.63	-	9.31	-
收到其他与投资活动有关的现金	4923.22	931.70	450.00	-
投资活动现金流入小计	17,498.15	7,741.20	16,690.51	1,903.61
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,751.67	4,075.03	7,976.76	7,523.86
投资支付的现金	40,701.50	63,771.61	40,133.32	22,641.70
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	6,092.30	124,855.62	15,116.93	12,291.59
支付其他与投资活动有关的现金	188.27	8,784.63	1,645.35	1.50
投资活动现金流出小计	50,733.73	201,486.89	64,872.36	42,458.66
投资活动产生的现金流量净额	-33,235.58	-193,745.69	-48,181.86	-40,555.05
筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-21.59	41,247.35	60,259.02	4,812.70

其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	1,049.00	2,898.00	318.50	69.00
取得借款收到的现金	163,131.55	326,812.36	76,825.15	20,437.50
发行债券收到的现金	-	-	-	19,780.00
筹资活动现金流入小计	163,109.96	368,059.70	137,084.17	45,030.20
偿还债务支付的现金	101,714.66	72,128.41	50,237.30	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	19,828.47	15,926.23	11,600.71	6,486.97
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	2,178.50	4,325.79	2,263.30
支付其他与筹资活动有关的现金	27,320.31	125,610.97	9,815.09	609.73
筹资活动现金流出小计	148,863.43	213,665.61	71,653.10	7,096.70
筹资活动产生的现金流量净额	14,246.53	154,394.09	65,431.08	37,933.50
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-164.01	-828.26	-52.34	-14.23
现金及现金等价物净增加额	-9,261.63	-19,643.90	32,172.37	16,770.24
加：期初现金及现金等价物余额	81,293.80	100,937.70	68,765.33	51,995.08
期末现金及现金等价物余额	72,032.17	81,293.80	100,937.70	68,765.33

合并所有者权益变动表
2015年1-6月合并所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额									
	归属于母公司所有者权益								少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
一、上年年末余额	96,478.16	212,301.10		-3,122.29		6,535.61		135,168.02	16,683.60	464,044.20
加：会计政策变更										
前期差错更正										
同一控制下企业合并										
其他										
二、本年初余额	96,478.16	212,301.10		-3,122.29		6,535.61		135,168.02	16,683.60	464,044.20
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	96,409.15	-99,734.08		3,652.79		6,535.61		-5,851.27	17,519.09	11,995.68
（一）综合收益总额				3,652.79				8,613.01	-8.39	12,257.41
（二）所有者投入和减少资本	-69.00	-3,255.93						6.90	17,527.48	14,209.46
1.所有者投入的普通股	-69.00	-964.97						6.90	1,049.00	21.94
2.其他权益工具持有者投入资本										
3.股份支付计入股东权益的金额		1,050.50								1,050.50
4.其他		-3,341.46							16,478.48	13,137.03
（三）利润分配								-14,471.19		-14,471.19
1.提取盈余公积										
2.提取一般风险准备										
3.对所有者（或股东）的分配								-14,471.19		-14,471.19
4.其他										
（四）所有者权益内部结转	96,478.15	96,478.15								
1.资本公积转增资本（或股本）	96,478.15	96,478.15								
2.盈余公积转增资本（或股本）										
3.盈余公积弥补亏损										
4.结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动										
5.其他										
（五）专项储备提取和使用										
1.本年提取										
2.本年使用										
（六）其他										

四、本年年末余额	192,887.31	112,567.02		530.49		6,535.61		129,316.75	34,202.70	476,039.88
----------	------------	------------	--	--------	--	----------	--	------------	-----------	------------

合并所有者权益变动表
2014年度合并所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额									
	归属于母公司所有者权益								少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
一、上年年末余额	46,431.11	250,602.99		-414.56		4,333.22		75,837.89	9,574.18	386,364.84
加：会计政策变更										
前期差错更正										
同一控制下企业合并										
其他								-174.82		-174.82
二、本年年初余额	46,431.11	250,602.99		-414.56		4,333.22		75,663.07	9,574.18	386,190.02
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	50,047.04	-38,301.89		-2,707.73		2,202.39		59,504.94	7,109.42	77,854.18
（一）综合收益总额				-2,707.73				71,188.39	2,889.24	71,369.90
（二）所有者投入和减少资本	2,641.78	9,103.37							5,859.72	17,604.87
1.所有者投入的普通股									1,448.00	1,448.00
2.其他权益工具持有者投入资本										
3.股份支付计入股东权益的金额	2,641.78	37,959.40								40,601.18
4.其他		-28,856.03							4,411.72	-24,444.31
（三）利润分配						2,202.39		-11,683.45	-1,639.54	-11,120.59
1.提取盈余公积						2,202.39		-2,202.39		
2.提取一般风险准备										
3.对所有者（或股东）的分配								-9,481.05	-1,639.54	-11,120.59
4.其他										
（四）所有者权益内部结转	47,405.26	-47,405.26								
1.资本公积转增资本（或股本）	47,405.26	-47,405.26								
2.盈余公积转增资本（或股本）										
3.盈余公积弥补亏损										
4.结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动										
5.其他										
（五）专项储备提取和使用										
1.本年提取										
2.本年使用										
（六）其他										

四、本年年末余额	96,478.16	212,301.10		-3,122.29		6,535.61		135,168.02	16,683.60	464,044.20
----------	-----------	------------	--	-----------	--	----------	--	------------	-----------	------------

合并所有者权益变动表
2013年度合并所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额									
	归属于母公司所有者权益								少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
一、上年年末余额	39,672.22	57,784.90		-183.48		1,993.32		38,240.34	7,674.96	145,182.27
加：会计政策变更										
前期差错更正										
同一控制下企业合并										
其他										
二、本年初余额	39,672.22	57,784.90		-183.48		1,993.32		38,240.34	7,674.96	145,182.27
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	6,758.89	192,818.09		-231.08		2,339.90		37,422.73	1,899.22	241,007.76
（一）综合收益总额				-231.08				43,729.85	4,492.25	47,991.02
（二）所有者投入和减少资本	6,758.89	192,818.09							791.40	200,368.39
1.所有者投入的普通股	6,158.15	186,005.33							318.50	192,481.98
2.其他权益工具持有者投入资本										
3.股份支付计入所有者权益的金额	600.74	6,911.90								7,512.64
4.其他		-99.14							472.90	373.76
（三）利润分配						2,339.90		-6,307.12	-3,384.43	-7,351.65
1.提取盈余公积						2,339.90		-2,339.90		
2.提取一般风险准备										
3.对所有者（或股东）的分配								-3,967.22	-3,384.43	-7,351.65
4.其他										
（四）所有者权益内部结转										
1.资本公积转增资本（或股本）										
2.盈余公积转增资本（或股本）										
3.盈余公积弥补亏损										
4.结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动										
5.其他										
（五）专项储备提取和使用										
1.本年提取										
2.本年使用										

(六) 其他										
四、本年年末余额	46,431.11	250,602.99		-414.56		4,333.22		75,663.07	9,574.18	386,190.02

合并所有者权益变动表
2012年度合并所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额									
	归属于母公司所有者权益								少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本 (或股本)	资本公积	减： 库存股	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	18,000.00	59,529.43			1,524.89		18,742.70	-170.42	9,046.19	106,672.79
加：会计政策变更										
前期差错更正										
其他										
二、本年初余额	18,000.00	59,529.43			1,524.89		18,742.70	-170.42	9,046.19	106,672.79
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	21,672.22	-1,744.53			468.43		19,497.64	-13.06	-1,371.23	38,509.47
（一）净利润							23,566.07		2,522.42	26,088.49
（二）其他综合收益								-13.06		-13.06
上述（一）和（二）小计							23,566.07	-13.06	2,522.42	26,075.42
（三）所有者投入和减少资本	3,672.22	16,255.47							-1,530.40	18,397.30
1. 所有者投入资本	3,233.40	28,490.29							93.50	31,817.19
2. 股份支付计入所有者权益的金额	438.83	5,503.17								5,941.99
3. 其他		-17,737.99							-1,623.90	-19,361.88
（四）利润分配					468.43		-4,068.43		-2,363.25	-5,963.25
1. 提取盈余公积					468.43		-468.43			
2. 提取一般风险准备										
3. 对所有者（或股东）的分配							-3,600.00		-2,363.25	-5,963.25
4. 其他										
（五）所有者权益内部结转	18,000.00	-18,000.00								
1. 资本公积转增资本（或股本）	18,000.00	-18,000.00								
2. 盈余公积转增资本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 其他										
（六）专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										

(七) 其他										
四、本期期末余额	39,672.22	57,784.90		1,993.32		38,240.34	-183.48	7,674.96		145,182.27

(二) 母公司财务报表

母公司资产负债表

单位：万元

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
资产				
流动资产				
货币资金	107,025.06	96,417.86	51,669.73	41,394.73
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	12,299.24	7,288.12	-	-
应收账款	10,588.06	20,790.31	10,393.43	3,756.64
预付款项	1,528.15	2,226.19	140.97	4,224.76
应收利息	1,245.59	1,467.98	203.02	-
其他应收款	84,157.63	41,270.85	14,663.47	807.05
应收股利	2,492.66	-	564.15	283.49
流动资产合计	219,336.37	169,461.31	77,634.78	50,466.67
非流动资产				
可供出售金融资产	31,873.51	23,536.16	4,464.27	1,364.27
长期股权投资	427,702.94	420,080.16	325,302.74	105,111.36
固定资产	782.27	818.17	894.76	8,810.84
无形资产	1,104.65	420.21	1,079.96	1,671.77
长期待摊费用	8,716.43	9,240.95	10,060.20	-
递延所得税资产	-	145.18	-	-
其他非流动资产	-	-	-	450.00
非流动资产合计	470,179.80	454,240.83	341,801.94	117,408.24
资产总计	689,516.17	623,702.14	419,436.72	167,874.91

母公司资产负债表（续）

单位：万元

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
负债和股东权益				
流动负债				
短期借款	91,000.00	86,000.00	10,000.00	15,000.00
应付账款	4,984.51	8,988.45	4,920.03	1,726.26
预收款项	513.69	542.67	540.65	497.59
应付职工薪酬	327.68	302.83	252.64	783.55
应交税费	1,720.17	3,811.42	491.78	171.04
应付利息	4,463.36	1,258.66	281.67	304.58
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	1,502.78	3,121.74	31.60	283.32
一年内到期的非流动负债	19,961.91	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	74,953.75	74,878.75	-	-
流动负债合计	199,427.86	198,809.30	16,518.37	19,766.35
非流动负债				
长期借款	-	-	-	4,437.50
应付债券	-	-	19,806.04	19,716.63
长期应付款	29,150.00	28,550.00	40,050.00	-
递延所得税负债	1,717.71	572.03	-	-
其他非流动负债	49,717.65	-	-	-
非流动负债合计	80,585.37	29,122.03	59,856.04	24,154.13
负债合计	280,013.22	227,931.33	76,374.41	43,920.48
所有者权益				
股本	192,887.31	96,478.16	46,431.11	39,672.22
资本公积	163,025.42	259,418.04	268,863.91	75,946.68
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	3,428.71	-435.55	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	6,535.61	6,535.61	4,333.22	1,993.32
未分配利润	43,625.89	33,774.55	23,434.07	6,342.21
所有者权益合计	409,502.95	395,770.81	343,062.31	123,954.43
负债和所有者权益总计	689,516.17	623,702.14	419,436.72	167,874.91

母公司利润表

单位：万元

项目	2015年1-6月	2014年	2013年	2012年
营业收入	11,058.91	35,233.23	22,954.80	10,397.84
减：营业成本	3,866.42	22,907.46	14,447.50	3,689.56
营业税金及附加	26.27	151.44	82.56	319.18
销售费用	250.45	2,137.41	1,624.18	2,862.49
管理费用	3,139.68	7,856.34	6,987.53	4,845.31
财务费用	6,415.89	2,505.66	2,529.18	376.06
资产减值损失	-5.72	18.63	38.66	19.13
加：公允价值变动收益	11.12	2,288.12	-	-
投资收益	26,911.88	21,298.17	21,236.44	6,394.79
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	545.93	178.55	1,201.39	-43.7
营业利润	24,288.91	23,242.58	18,481.61	4,680.90
加：营业外收入	58.64	457.04	5,750.28	35.75
其中：非流动资产处置利得	-	-	5,497.57	-
减：营业外支出	29.14	72.10	249.80	32.36
其中：非流动资产处置损失	0.03	0.04	0.85	0.06
利润总额	24,318.41	23,627.52	23,982.10	4,684.29
减：所得税费用	2.78	1,603.59	583.12	-
净利润	24,315.63	22,023.93	23,398.98	4,684.29

母公司现金流量表

单位：万元

项目	2015年1-6月	2014年	2013年	2012年
经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	21,848.11	26,899.12	17,689.59	9,414.91
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	71,326.86	240,466.39	27,708.05	30,483.88
经营活动现金流入小计	93,174.97	267,365.51	45,397.64	39,898.79
购买商品、接受劳务支付的现金	5,994.05	20,863.80	13,437.17	3,310.90
支付给职工以及为职工支付的现金	999.38	1,757.18	2,538.59	3,100.56
支付的各项税费	1,568.05	996.16	3,359.64	612.70
支付其他与经营活动有关的现金	110,960.29	270,105.74	63,819.82	32,220.39
经营活动现金流出小计	119,521.77	293,722.87	83,155.22	39,244.55
经营活动产生的现金流量净额	-26,346.80	-26,357.36	-37,757.57	654.24
投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	1,300.00	100.00	51.02
取得投资收益收到的现金	23,012.33	16,946.15	19,754.39	6,146.10
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.31	1.71	15,201.89	30.14
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	450.00	-
投资活动现金流入小计	23,013.64	18,247.86	35,506.28	6,227.26
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,263.39	1,253.62	6,546.81	5,487.33
投资支付的现金	21,585.85	122,366.86	41,940.00	33,610.60
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	1,106.17	-
投资活动现金流出小计	22,849.24	123,620.48	49,592.98	39,097.93
投资活动产生的现金流量净额	164.39	-105,372.62	-14,086.70	-32,870.67
筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-1,070.59	38,349.35	59,940.52	4,743.70
取得借款收到的现金	148,510.00	205,850.00	37,299.80	20,437.50
发行债券收到的现金	-	-	-	19,780.00
筹资活动现金流入小计	147,439.41	244,199.35	97,240.32	44,961.20
偿还债务支付的现金	93,800.00	55,000.00	47,737.30	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,763.82	12,276.75	6,979.48	4,223.67
支付其他与筹资活动有关的现金	85.98	67,424.48	4.27	519.72
筹资活动现金流出小计	110,649.80	134,701.23	54,721.05	4,743.39
筹资活动产生的现金流量净额	36,789.61	109,498.11	42,519.27	40,217.81

汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	10,607.20	-22,231.87	-9,325.00	8,001.38
加：期初现金及现金等价物余额	9,837.86	32,069.73	41,394.73	33,393.35
期末现金及现金等价物余额	20,445.06	9,837.86	32,069.73	41,394.73

母公司所有者权益变动表
2015年1-6月母公司所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	△一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	96,478.16	259,418.04	-	-435.55	-	6,535.61	-	33,774.55	395,770.81
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	96,478.16	259,418.04	-	-435.55	-	6,535.61	-	33,774.55	395,770.81
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	96,409.15	-96,392.62	-	3,864.26	-	-	-	9,851.34	13,732.14
（一）综合收益总额	-	-	-	3,864.26	-	-	-	24,315.63	28,179.89
（二）所有者投入和减少资本	-69.00	85.53	-	-	-	-	-	6.90	23.43
1.所有者投入的普通股	-69.00	-964.97	-	-	-	-	-	6.90	-1,027.07
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	1,050.50	-	-	-	-	-	-	1,050.50
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-14,471.19	-14,471.19
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-14,471.19	-14,471.19
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	96,478.15	-96,478.15	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	96,478.15	-96,478.15	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备提取和使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	192,887.31	163,025.42	-	3,428.71	-	6,535.61	-	43,625.89	409,502.95

母公司所有者权益变动表
2014年度母公司所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	△一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	46,431.11	268,863.91				4,333.22		23,434.07	343,062.31
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年初余额	46,431.11	268,863.91				4,333.22		23,434.07	343,062.31
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	50,047.04	-9,445.86		-435.55		2,202.39		10,340.48	52,708.50
（一）综合收益总额				-435.55				22,023.93	21,588.38
（二）所有者投入和减少资本	2,641.78	37,959.40							40,601.18
1.所有者投入的普通股									
2.其他权益工具持有者投入资本									
3.股份支付计入股东权益的金额	2,641.78	37,959.40							40,601.18
4.其他									
（三）利润分配						2,202.39		-11,683.45	-9,481.05
1.提取盈余公积						2,202.39		-2,202.39	
2.提取一般风险准备									
3.对所有者（或股东）的分配								-9,481.05	-9,481.05
4.其他									
（四）所有者权益内部结转	47,405.26	-47,405.26							
1.资本公积转增资本（或股本）	47,405.26	-47,405.26							
2.盈余公积转增资本（或股本）									
3.盈余公积弥补亏损									
4.结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动									
5.其他									
（五）专项储备提取和使用									
1.本年提取									
2.本年使用									
（六）其他									
四、本年年末余额	96,478.16	259,418.04		-435.55		6,535.61		33,774.55	395,770.81

母公司所有者权益变动表
2013年度母公司所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额							
	实收资本（或股本）	资本公积	减： 库存股	专项储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	39,672.22	75,946.68			1,993.32		6,342.21	123,954.43
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	39,672.22	75,946.68			1,993.32		6,342.21	123,954.43
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	6,758.89	192,917.23			2,339.90		17,091.86	219,107.88
（一）净利润							23,398.98	23,398.98
（二）其他综合收益								
上述（一）和（二）小计							23,398.98	23,398.98
（三）所有者投入和减少资本	6,758.89	192,917.23						199,676.12
1. 所有者投入资本	6,158.15	186,005.33						192,163.48
2. 股份支付计入所有者权益的金额	600.74	6,911.90						7,512.64
3. 其他								
（四）利润分配					2,339.90		-6,307.12	-3,967.22
1. 提取盈余公积					2,339.90		-2,339.90	
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者（或股东）的分配							-3,967.22	-3,967.22
4. 其他								
（五）所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增资本（或股本）								
2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
（六）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
（七）其他								
四、本期期末余额	46,431.11	268,863.91			4,333.22		23,434.07	343,062.31

母公司所有者权益变动表
2012年度母公司所有者权益变动表

单位：万元

项目	本期金额							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	18,000.00	59,953.22			1,524.89		5,726.35	85,204.46
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	18,000.00	59,953.22			1,524.89		5,726.35	85,204.46
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	21,672.22	15,993.46			468.43		615.86	38,749.97
（一）净利润							4,684.29	4,684.29
（二）其他综合收益								
上述（一）和（二）小计							4,684.29	4,684.29
（三）所有者投入和减少资本	3,672.22	33,993.46						37,665.68
1. 所有者投入资本	3,233.40	28,490.29						31,723.69
2. 股份支付计入所有者权益的金额	438.83	5,503.17						5,941.99
3. 其他								
（四）利润分配					468.43		-4,068.43	-3,600.00
1. 提取盈余公积					468.43		-468.43	
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者（或股东）的分配							-3,600.00	-3,600.00
4. 其他								
（五）所有者权益内部结转	18,000.00	-18,000.00						
1. 资本公积转增资本（或股本）	18,000.00	-18,000.00						
2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
（六）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
（七）其他								
四、本期末余额	39,672.22	75,946.68			1,993.32		6,342.21	123,954.43

三、最近三年一期合并报表范围的变化

最近三年一期合并财务报表范围重要变化情况如下：

2012 年度	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	变动原因
增加公司			
济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	50.00	60.00	新设
北京全经联合时代文化传播有限责任公司	50.00	51.00	收购
上海今久广告传播有限公司	1,000.00	100.00	新设
尊岸广告（上海）有限公司	100.00	78.00	新设
北京史努克科技有限公司	100.00	100.00	新设
史努克广告（上海）有限公司	500.00	100.00	新设
上海精准阳光生活传媒广告有限公司	1,000.00	51.00	新设
南京精准阳光生活传媒广告有限公司	500.00	51.00	新设
BLUE FOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.	360 万美元	100.00	新设
上海美广互动广告有限公司	100.00	51.00	新设
北京今久广告传播有限责任公司	20,000.00	100.00	收购
上海励唐会展策划服务有限公司	2,300.00	89.49	收购
北京博看文思科技有限责任公司	78,125.00	60.20	收购
北京博看新思科技有限公司	370.00	60.20	收购
减少公司			
上海爱彼思公共策划有限公司	-	-	注销
铃云文化传媒（上海）有限公司	-	-	注销
北京蓝色创意品牌管理顾问有限公司	-	-	注销
蓝色时尚（北京）文化传播有限公司	-	-	转让
上海精渠直道文化传播有限公司	-	-	注销
上海便力广告有限公司	-	-	注销
上海生活速递广告有限公司	-	-	注销
2013 年度	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	变动原因
增加公司			
北京飞鸟创想公关顾问有限公司	50.00	51.00	新设
海南今久广告传媒有限公司	500.00	51.00	新设

北京东方传通广告有限公司	100.00	100.00	新设
北京今久联合房地产经纪有限公司	50.00	100.00	新设
上海欣风翼市场营销顾问有限公司	500.00	100.00	新设
山南蓝色光标数字营销有限公司	500.00	100.00	新设
北京橙色阳光科技有限公司	50.00	51.00	新设
北京指点互动广告有限公司	50.00	51.00	新设
上海精准阳光文化传播有限公司	1,000.00	51.00	新设
深圳蓝色光标互动营销有限公司	500.00	100.00	新设
蓝色方略（北京）咨询有限公司	200.00	51.00	收购
北京盛世鸿天会展服务有限公司	100.00	51.00	收购
上海湃杰广告有限公司	50.00	51.00	收购
芒果树园（北京）商贸有限公司	50.00	51.00	收购
蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	50.00	51.00	收购
拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	50.00	51.00	设立
西藏山南东方博杰广告有限公司	17,820.00	100.00	收购
北京东方博杰广告有限公司	10,845.00	100.00	收购
减少公司			
济南蓝色光标企业管理咨询有限公司	50.00	20.00	处置部分股权
北京博看文思科技有限责任公司	91.91	25.59	处置部分股权
2014 年度	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	变动原因
增加公司			
北京蓝色天幕传媒广告有限公司	1,000	65.00	新设
We are very social limited	31,298.00 英镑	82.84	收购
SNK AD,INC	50 万美元	100.00	新设
密达美渡传播有限公司	1,000.00 港币	100.00	收购
Fuse Project,LLC	4,725.7 万美元	75.00	收购
北京北联伟业电子商务有限公司	250.00	51.00	收购
北京捷报数据技术有限公司	150.00	51.00	收购
Phluency,Inc.	-	100.00	新设
陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	200.00	51.00	新设
SNK Ad Limited	387.78 万港币	100.00	新设
蓝色光标电子商务（上海）有限公司	9,000.00	80.00	新设
上海美广云商电子商务有限公司	1,000.00	80.00	新设

蓝色光标（上海）投资管理有限公司	10,000.00	100.00	新设
蓝色光标（天津）市场营销有限公司	1,000.00	100.00	新设
浙江蓝色光标数据科技有限公司	2,000.00	100.00	新设
减少公司			
北京杰讯传承文化传媒有限公司（原“北京东方博杰广告有限公司”）	10,845.00	5%	处置部分股权
上海生活速递直投广告有限公司	-	-	转让
上海尊品生活广告有限公司	-	-	转让
北京先锋生活广告有限公司	-	-	转让
2015年1-6月	注册资本 (万元)	持股比例 (%)	变动原因
增加公司			
Vision 7 International ULC	-	92.69%	收购
沈阳新维广告有限公司	100.00	51.00%	收购
蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	1,000.00	75.00%	新设
北京蓝标畅联科技有限公司	1,000.00	51.00%	新设
蓝合汽车销售（上海）有限公司	2,500.00	64.53%	新设
西藏山南北联伟业电子商务有限公司	200.00	32.91%	新设
减少公司			
北京橙色阳光科技有限公司	50.00	51.00%	处置

四、最近三年一期主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2015年6月30日 /2015年1-6月	2014年12月31日 /2014年度	2013年12月31日 /2013年度	2012年12月31日 /2012年度
流动比率	1.09	1.09	1.89	1.88
速动比率	1.09	1.08	1.89	1.88
资产负债率（%）	63.14	59.19	44.15	43.41
资产负债率（母公司）（%）	40.61	36.54	18.21	26.16
应收账款周转率（次）	1.46	3.33	3.24	3.39
每股经营活动现金流量（元/股）	0.05	0.21	0.32	0.49
每股净现金流量（元）	-0.05	-0.20	0.69	0.42
每股净资产（元）	2.29	4.64	8.11	3.47

研发费用占营业收入的比重 (%)	0.13	0.26	0.38	0.65
------------------	------	------	------	------

注 1: 上述财务指标均依据合并财务报表进行计算, 指标的计算方法如下:

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债 (速动资产为流动资产扣除存货)

资产负债率=总负债/总资产

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

每股经营活动现金流量=全年经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

每股净现金流量=全年现金及现金等价物净增加额/期末总股本

每股净资产=期末净资产/期末股本总额

研发费用占营业收入的比重=各项研发费用合计/营业收入

(二) 净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露 (2010 年修订)》(证监会公告[2010]2 号) 的规定, 公司最近三年一期的净资产收益率和每股收益计算如下:

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率 (%)	每股收益	
			基本每股收益 (元)	稀释每股收益 (元)
2015 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	1.91	0.04	0.04
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3.39	0.08	0.08
2014 年度	归属于公司普通股股东的净利润	16.96	0.75	0.74
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.52	0.64	0.63
2013 年度	归属于公司普通股股东的净利润	19.53	1.04	1.02
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.69	0.89	0.88
2012 年度	归属于公司普通股股东的净利润	20.55	0.62	0.61
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.75	0.54	0.53

注: 2012 年度、2013 年度和 2014 年度每股收益指标采用的是各年度审计报告数据, 2015 年 1-6 月每股收益指标采用的是未经审计的财务报表数据。

上述指标的计算公式如下:

1、加权平均净资产收益率 (ROE)

$$ROE = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中: P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; M_0 为报告期月份数; M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动; M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中: P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润; S 为发行在外的普通股加权平均数; S_0 为期初股份总数; S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数; S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数; S_j 为报告期因回购等减少股份数; S_k 为报告期缩股数; M_0 为报告期月份数; M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi - M0 - Sj \times Mj - M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

(三) 非经常性损益明细

根据《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 1 号—非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号）的规定，公司最近三年一期非经常性损益明细如下表所示：

单位：万元

项目	2015年 1-6月	2014年度	2013年度	2012年度
非流动资产处置损益	5,882.41	7,859.55	5,514.10	35.00
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	509.61	3,631.75	3,212.49	3,877.60
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	318.29	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	306.25
委托他人投资或管理资产的损益	-	113.41	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	11.12	2,288.12	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-22.93	18.34	-287.30	-72.84
其他符合非经常性损益定义的损益科目	-12,925.49			
合计	-6,545.27	14,229.47	8,439.29	4,146.01
减：所得税影响额	146.95	3,752.70	2,007.62	931.96
少数股东权益影响额（税后）	16.64	226.66	51.09	9.25
非经常性损益净额	-6,708.85	10,250.11	6,380.58	3,204.79

注：2012 年度、2013 年度和 2014 年度非经常性损益明细表已经天职国际审核，并出具了天职业字[2015]185-4 号非经常性损益明细表审核报告。2015 年 1-6 月非经常性损益明细表取自公司未经审计的 2015 年半年报。

第七节 管理层讨论与分析

除特别说明以外，本节分析披露的内容以公司经审计的最近三年合并财务报表和未经审计的 2015 年上半年财务报表为基础，涉及追溯重述的，采用重述后的财务数据。

一、公司财务状况分析

(一) 公司资产主要构成情况及其分析

公司近三年一期主要资产数量、结构及变化幅度如下：

项目	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产	554,945.35	42.97	14.00	486,787.20	42.81	67.48	290,653.85	42.03	77.13	164,093.94	63.96
非流动资产	736,394.61	57.03	13.25	650,230.11	57.19	62.22	400,833.65	57.97	333.57	92,450.58	36.04
总资产	1,291,339.95	100.00	13.57	1,137,017.31	100.00	64.43	691,487.49	100.00	169.54	256,544.51	100.00

报告期内公司资产质量良好，资产规模随着业务的发展和收益的增加稳步增长；资产结构合理稳定，由于持续股权收购导致商誉增加，非流动资产占总资产比例近年来整体呈现上升趋势，与公司的业务发展及经营特点一致，符合“内生性增长”和“外延式发展”并举的发展战略。

1、流动资产分析

报告期内，公司主要流动资产数量、结构及变化幅度如下：

公司的流动资产主要包括货币资金和应收账款。其中货币资金占流动资产比例在 35%-40%左右，是公司为保证整体经营的正常运转所需持有的现金；应收账款占流动资产比例在 45%-50%左右，和各期末应收账款账期到期情况相关。报告期内，两者合计占流动资产比例在 85%-90%左右。

项目	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
货币资金	198,612.17	35.79	0.37	197,873.80	40.65	64.16	120,537.70	41.47	75.29	68,765.33	41.91
以公允价值计量且其变动计	12,299.24	2.22	68.76	7,288.12	1.50	-	-	-	-	-	-

入当期损益的金融资产												
应收票据	2,653.55	0.48	22.42	2,167.66	0.45	458.27	388.28	0.13	13.20	343	0.21	
应收账款	250,855.85	45.20	12.82	222,355.20	45.68	63.23	136,222.27	46.87	60.25	85,006.18	51.80	
预付款项	23,720.19	4.27	19.04	19,925.83	4.09	10.41	18,047.70	6.21	173.49	6,598.98	4.02	
应收利息	1,771.67	0.32	17.86	1,503.24	0.31	640.44	203.02	0.07	-	-	-	
其他应收款	63,032.88	11.36	80.05	35,008.25	7.19	137.27	14,754.87	5.08	336.48	3,380.45	2.06	
存货	1,999.80	0.36	204.04	657.75	0.14	-	-	-	-	-	-	
应收股利				-	-	-	-	-	-	-	-	
一年内到期的非流动资产				-	-	-	500	0.17	-	-	-	
其他流动资产	0.00	-	-100.00	7.35	0.00	-	-	-	-	-	-	
流动资产合计	554,945.35	100.00	14.00	486,787.20	100.00	67.48	290,653.85	100.00	77.13	164,093.94	100.00	

(1) 货币资金

公司最近三年一期货币资金项目明细情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
现金（万元）	213.14	167.63	112.55	124.38
银行存款（万元）	198,399.03	197,706.17	120,425.15	68,640.95
货币资金合计（万元）	198,612.17	197,873.80	120,537.70	68,765.33
货币资金/流动资产（%）	35.79	40.65	41.47	41.91
货币资金/总资产（%）	15.38	17.40	17.43	26.80

公司货币资金主要由银行存款构成。随着公司覆盖行业和地区的不断完善，内生和外延式发展带来业务的快速增长，报告期内货币资金余额稳步增加。

2013年末较2012年末，公司货币资金余额增加约51,772.37万元，增幅75.29%；2014年末较2013年末，公司货币资金余额增加约77,336.10万元，增幅64.16%；2015年上半年末较2014年末，公司货币资金余额增加约738.37万元，增幅0.37%。2012年至2015年上半年末，货币资金占流动资产和总资产的比例呈逐渐下降趋势，虽然公司业绩的增长带来经营性现金流入的稳定增加，并采用银行借款和非公开发行公司债券等多种方法筹措资金，但多起以现金形式开展的海内外并购交易导致大量投资活动现金流出。

公司从2013年开始使用内保外贷业务，2013年末将1.96亿元境内银行存款作质押以获得境外贷款；2014年香港蓝标和蓝标美国借款迅速增加，导致公

司中货币资金余额中受限资金增至 11.66 亿元；2015 年上半年末，公司中货币资金余额中受限资金增至 12.658 亿元。

报告期内，适度余额的货币资金保证了公司正常经营和并购活动的顺利进行。随着国家经济政策、营销领域的技术变革、消费升级等因素促使营销传播行业大发展，公司面临广泛机遇。公司将继续坚持“内生性增长”和“外延式发展”并举的业务发展路线，加快国际化和数字化进程。为确保上述战略的顺利开展，公司具有较高的营运资金需求。

（2）应收账款

公司应收账款主要为开展公共关系咨询服务和广告服务业务形成的业务往来款项。随着公司经营规模的扩大，应收账款余额持续增长。

公司最近三年一期应收账款比较分析情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
应收账款余额（万元）	256,468.69	224,939.40	137,877.17	85,715.43
减：坏账准备（万元）	5,612.84	2,584.19	1,654.90	709.25
应收账款净额（万元）	250,855.85	222,355.20	136,222.27	85,006.18
应收账款净额/流动资产（%）	45.20	45.68	46.87	51.80
应收账款净额/总资产（%）	19.43	19.56	19.70	33.14
应收账款净额/营业收入（%）	36.33	37.19	38.01	39.08
应收账款周转率（次）	1.46	3.33	3.24	3.39

2013 年末公司应收账款余额较 2012 年末增加约 52,161.74 万元，增幅 60.85%；2014 年末应收账款余额较 2013 年末增加约 87,062.23 万元，增幅 63.14%；2015 年上半年末应收账款余额较 2014 年末增加约 28,500.65 万元，增幅 12.82%。随着公司业务规模的扩大，合并范围内子公司数量增加，营业收入增加导致主营业务期末未回款余额增加。2012 年至 2014 年末，应收账款净额占营业收入比例在 38%左右，2015 年上半年末，应收账款净额占年化营业收入比例为 36.33%，呈现逐年下降的趋势；2012 年至 2014 年末，应收账款周转率保持在 3.3 左右，2015 年上半年末，应收账款周转率为 1.46，略有下降。应收账款余额和收入匹配程度高，回款情况良好。

公司最近三年一期应收账款构成及坏账准备情况如下表：

类别	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日		
	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6个月以内(含6个月)	195,822.62	76.35	-	197,766.14	87.93	-	121,268.25	87.95	-	75,455.45	88.03	-
6-12个月(含12个月)	48,100.34	18.75	962.01	21,796.47	9.69	435.93	12,622.71	9.16	252.45	8,604.82	10.04	172.10
12-24个月(含24个月)	11,221.28	4.38	3,366.38	4,565.33	2.03	1,369.60	3,691.08	2.68	1,107.32	1,597.16	1.86	479.15
24个月以上	1,284.45	0.50	1,284.45	778.67	0.35	778.67	295.12	0.21	295.12	58.00	0.07	58.00
组合1小计	256,428.69	99.98	5,612.84	224,906.60	99.99	2,584.19	137,877.17	100.00	1,654.90	85,715.43	100.00	709.25
组合2: 不计提坏账准备的应收账款	40.00	0.02	-	32.79	0.01	-	-	-	-	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	256,468.69	100.00	5,612.84	224,939.40	100.00	2,584.19	137,877.17	100.00	1,654.90	85,715.43	100.00	709.25

公司根据应收账款的可回收性，制定了严谨合理的应收账款坏账准备计提政策，对单项金额重大（超过 100 万元）和单项金额不重大但需要单独认定的应收账款的可回收性进行单独测试。

公司应收账款的账龄主要集中在一年以内。2012 年至 2015 年上半年末，账龄在一年以内的应收账款占应收账款总额比例分别为 98.07%、97.11%、97.62%和 95.11%，体现出应收账款收款周期短、周转快的行业特点。2014 年末，公司根据业务性质，将对狮华投资顾问（上海）有限公司和上海励唐营销管理有限公司合计 32.79 万元的应收账款认定为无信用风险，未计提坏账准备。2015 年上半年末，公司根据业务性质，将对狮华投资顾问（上海）有限公司和彪洋科技（北京）有限公司合计 40.00 万元的应收账款认定为无信用风险，未计提坏账准备。

2015 年 6 月 30 日余额前五名的应收账款列示如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
客户 1	第三方	18,360.81	一年以内	7.16

客户 2	第三方	15,733.63	一年以内	6.13
客户 3	第三方	15,651.34	一年以内	6.10
客户 4	第三方	8,191.71	二年以内	3.19
客户 5	第三方	7,804.27	二年以内	3.04
合计		65,741.76		25.62

2014 年 12 月 31 日余额前五名的应收账款列示如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	16,509.27	一年以内	7.34
绿地控股集团	非关联方	14,314.65	一年以内	6.36
捷豹路虎汽车贸易（上海）有限公司	非关联方	10,894.06	一年以内	4.84
联想集团有限公司	非关联方	9,198.01	二年以内	4.09
百度在线网络技术（北京）有限公司	非关联方	8,697.93	二年以内	3.87
合计		59,613.92		26.50

应收账款周转率分析请参见“第七节管理层讨论与分析一、公司财务状况分析（四）资产周转能力分析”。

（3）其他应收款

公司其他应收款主要为股权转让款、项目合作款、履约保证金、公共关系咨询服务和广告服务业务的项目临时借款和房租物业押金。报告期内公司其他应收款余额、坏账准备、净额及其占流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
其他应收款余额（万元）	63,177.71	35,043.30	15,258.11	3,458.16
减：坏账准备（万元）	144.83	35.05	503.24	77.71
其他应收款净额（万元）	63,032.88	35,008.25	14,754.87	3,380.45
其他应收款净额/流动资产 (%)	11.36	7.19	5.08	2.06
其他应收款净额/总资产 (%)	4.88	3.08	2.13	1.32

公司 2012 年其他应收款项占公司流动资产和总资产的比例较低，为公司经营过程中正常形成的其他应收款项。2013 年，其他应收款有较大增长，主要原因是 2013 年公司新收购的全资子公司博杰广告是一家提供电影电视媒体产业增值服务的传媒企业，其业务性质决定需要支付媒体履约保证金。2013 年末，仅

博杰广告针对国家广电总局电影卫星频道节目制作中心和中央电视台的其他应收款占其他应收款余额比例分别为 33.04%和 21.63%，合计达到 54.67%。2014 年，公司转让博杰广告子公司北京东方博杰广告有限公司 95% 股权，应收股权转让款 11,875.00 万元；博杰广告与北京沃美广告有限公司开展业务合作，为其向 CCTV-6 广告部缴纳黄金片花广告代理履约保证金提供资金支持 5,739.80 万元。2015 年上半年，其他应收款余额增长 28,024.64 万元，主要原因为缴纳本期拟新收购子公司多盟睿达科技（中国）有限公司股权收购保证金导致。

公司最近三年一期其他应收款构成及坏账准备情况如下表：

类别	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日		
	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)	应收账款 (万元)	占比 (%)	坏账准备 (万元)
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6个月以内 (含6个月)	39,904.95	63.16	-	23,527.05	67.14	-	3,111.97	20.40	-	2,587.62	74.83	-
6-12个月(含12个月)	2,773.88	4.39	55.48	854.66	2.44	17.09	90.76	0.59	1.82	765.14	22.13	15.30
12-24个月 (含24个月)	228.60	0.36	68.58	27.19	0.08	8.16	16.44	0.11	4.93	61.42	1.78	18.43
24个月以上	20.77	0.03	20.77	9.8	0.03	9.8	496.49	3.25	496.49	43.98	1.26	43.98
组合1小计	42,928.19	67.95	144.83	24,418.70	69.68	35.05	3,715.66	24.35	503.24	3,458.16	100.00	77.71
组合2：不计提坏账准备的其他应收款	20,249.51	32.05	-	10,624.59	30.32	-	11,542.45	75.65	-	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	63,177.71	100.00	-	35,043.30	100.00	35.05	15,258.11	100.00	503.24	3,458.16	100.00	77.71

报告期内公司按账龄计提坏账准备的其他应收款账龄主要集中在一年以内。2014 年末公司根据业务性质认定为无信用风险的 500 万元以上的其他应收款包括：Vision7 Internationa IUL4,637.19 万元项目合作款、中央电视台 3,034.30 万元的保证金和北京松下彩色显象管有限公司 781.84 万元的房租押金。2015 年上半年末公司根据业务性质认定为无信用风险的 500 万元以上的其他应收款包括：北京市利锦荣房地产开发有限公司的项目押金 5,000 万元、中央电视台 3,034.10 万元的保证金、对博看文思的投资保证金 3,000 万元、应收霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙）股权转让款 2567.35 万元、应收霍

尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）股权转让款 2567.35 万元、应收乐约信息科技 1000 万往来款项和北京松下彩色显象管有限公司 801.84 万元的房租押金。

2015 年 6 月 30 日余额前五名的其他应收款列示如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款原值的比例 (%)	坏账准备余额
多盟睿达科技（中国）有限公司	股权收购保证金	13,258.67	六个月以内	20.99	-
北京市利锦荣房地产开发有限公司	项目押金	5,000.00	六个月以内	7.91	-
中央电视台	保证金	3,034.10	六个月以内	4.80	-
霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙）	股权转让款	2,567.35	六个月以内	4.06	-
霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）	股权转让款	2,567.35	六个月以内	4.06	-
合计		26,427.47		41.83	-

2014 年 12 月 31 日余额前五名的其他应收款列示如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款原值的比例 (%)	坏账准备余额
北京杰讯传承文化传媒有限公司新股东	股权转让款	11,875.00	六个月以内	33.88	-
北京沃美广告有限公司	项目合作款	5,739.80	六个月以内	16.38	-
Vision7InternationalULC	项目合作款	4,373.42	一年以内	12.48	-
中央电视台	保证金	3,034.30	二年以内	8.66	-
北京松下彩色显象管有限公司	房租押金	801.84	三年以内	2.29	-
合计		25,824.36		73.69	-

（4）预付款项

公司预付款项主要由预付供应商采购款和电视台等媒体播出款等构成。报告期内公司预付款项余额及其占流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
预付款项（万元）	23,720.19	19,925.83	18,047.70	6,598.98
预付款项/流动资产 (%)	4.27	4.09	6.21	4.02
预付款项/总资产 (%)	1.84	1.75	2.61	2.57

2012 年至 2015 年上半年末，预付款项余额保持增长趋势。2013 年末，预付账款余额较 2012 年末增长 173.49%，主要原因为公司业务增长，预付供应商款项增加以及新收购全资子公司博杰广告账面存在大量预付款项。博杰广告业务性质决定需要预付电视台等媒体播出款及预付各地影院数码海报屏的采购款等。公司在报告期内的预付款项占总资产的比例较低。

2015 年 6 月 30 日，预付款项金额前五名情况列示如下：

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占预付款项总额的比例 (%)
中央电视台	非关联方	11,566.38	一年以内	48.76
北京冠游时空数码技术有限公司	非关联方	1,996.63	一年以内	8.42
北京沃美广告有限公司	非关联方	1,410.03	一年以内	5.94
北青传媒股份有限公司	非关联方	479.42	一年以内	2.02
人民网股份有限公司	非关联方	400.00	一年以内	1.69
合计		15,852.46		66.83

2014 年 12 月 31 日，预付款项金额前五名情况列示如下：

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占预付款项总额的比例 (%)
中央电视台	非关联方	5,131.67	一年以内	25.75
北京冠游时空数码技术有限公司	非关联方	2,379.86	一年以内	11.94
北京百度网讯科技有限公司	非关联方	2,251.30	一年以内	11.30
北京奇虎科技有限公司	非关联方	748.02	一年以内	3.75
北京尚合创诚文化传播有限公司	非关联方	500.00	一年以内	2.51
合计		11,010.86		55.25

(5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

公司作为有限合伙人 (LP) 持有的北京华泰瑞联并购基金中心 (有限合伙) 的基金份额系以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。公司首期出资 5,000 万元，截至 2014 年末，该部分基金份额公允价值为 7,288.12 万元；二期出资 5,000 万元，截至 2015 年上半年末，该部分基金份额公允价值为 12,299.24 万元。

(6) 存货

公司的存货主要是 2014 年开展的电商业务，通过网络销售商品形成的库存商品。

2、非流动资产分析

报告期内公司的非流动资产合计占总资产的比例在报告期内呈现上升趋势，从 2012 年的 36.04% 到 2015 年上半年末达到 57.03%，主要系可供出售金融资产、无形资产和商誉增加所致，反映了公司外延式发展的经营状况。报告期内公司非流动资产的主要构成及变化幅度情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日			2012 年 12 月 31 日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
可供出售金融资产	139,648.39	18.96	43.93	97,022.34	14.92	1,544.33	5,900.41	1.47	141.26	2,445.65	2.65
长期股权投资	48,814.07	6.63	-68.56	155,263.23	23.88	57.29	98,710.66	24.63	1,127.97	8,038.53	8.69
固定资产	9,657.84	1.31	128.60	4,224.77	0.65	-24.68	5,609.45	1.40	-44.41	10,089.90	10.91
在建工程	-	-	-	-	-	-	24.72	0.01	-	-	-
无形资产	216,710.27	29.43	27.00	170,637.52	26.24	35.25	126,166.16	31.48	6,182.36	2,008.26	2.17
开发支出	642.96	0.09	238.37	190.02	0.03	-	-	-	-	-	-
商誉	306,444.27	41.61	46.22	209,575.18	32.23	41.81	147,785.56	36.87	123.79	66,038.58	71.43
长期待摊费用	12,448.97	1.69	-1.42	12,627.90	1.94	-20.42	15,868.28	3.96	369.52	3,379.65	3.66
递延所得税资产	2,027.83	0.28	194.25	689.15	0.11	-10.31	768.41	0.19	-	-	-
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450	0.49
非流动资产合计	736,394.61	100.00	13.25	650,230.11	100.00	62.22	400,833.65	100.00	333.57	92,450.58	100.00

(1) 可供出售金融资产

公司报告期内可供出售金融资产情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
可供出售权益工具	139,648.39	97,022.34	5,900.41	2,445.65
其中：按公允价值计量	43,780.43	6,235.33	-	-
按成本计量	95,867.96	90,787.01	5,900.41	2,445.65
合计	139,648.39	97,022.34	5,900.41	2,445.65
可供出售金融资产/非流动资产 (%)	18.96	14.92	1.47	2.65
可供出售金融资产/总资产 (%)	10.81	8.53	0.85	0.95

公司原持有广东百合蓝色火焰文化传媒股份有限公司（以下简称“蓝色火

焰”) 3% 股权，在蓝色火焰被上市公司华录百纳（300291）收购后，公司持股转为华录百纳股份。转股后，华录百纳股票作为公司的可供出售金融资产计量。2015 年上半年，公司董事长赵文权辞去 Huntsworth 董事一职，公司对 Huntsworth 不再产生重要影响，故对 Huntsworth 的投资作为可供出售金融资产计量。

公司将对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的股权投资作为按成本计量的可供出售金融资产核算。

2015 年上半年末，公司按成本计量的可供出售金融资产构成情况如下：

序号	项目	2015 年初余额	2015 年上半年增加	2015 年上半年减少	2015 年上半年末余额	在被投资单位持股比例(%)
1	北京华艺百创传媒科技有限公司	164.27	-	-	164.27	19.50
2	北京太合娱乐文化发展股份有限公司	3,000.00	-	-	3,000.00	8.89
3	彪洋科技（北京）有限公司	950.00		-	950.00	15.00
4	拉卡拉支付有限公司	6,000.00		-	6,000.00	1.72
5	北京比邻弘科科技有限公司	1,000.00		-	1,000.00	10.00
6	广州市有车以后信息科技有限公司	90.00	210.00	-	300.00	10.00
7	北京智度德普股权投资中心（有限合伙）	5,000.00		-	5,000.00	6.41
8	北京云图微动科技有限公司	3,075.00	3,075.00	-	6,150.00	10.00
9	上海智臻网络科技有限公司	465.76	-	-	465.76	8.99
10	上海励唐营销管理有限公司	50.00	-	-	50.00	10.00
11	拉卡拉（北京）信用管理有限公司	750.00		-	750.00	15.00
12	殿堂公共关系顾问集团有限公司	173.56		0.066	173.49	10.00
13	iClick Interactive Asia Ltd	36,705.08		13.96	36,691.12	14.59
14	Zamplus Holdings Limited	15,293.78		5.82	15,287.97	14.29
15	Admaster Inc.	14,911.44		5.67	14,905.77	11.69
16	SourceCodeFundIII.P		153.22	0.14	153.08	3.33
17	Blab, Inc	1,835.70		1.62	1,834.08	9.48
18	上海太立光标公关顾问有限公司	50.00	-	-	50.00	10.00
19	上海蓝色未来公关顾问	16.91	20.00	-	36.91	10.00

	问有限公司					
20	北京蓝色天成营销顾问有限公司	10.00	-	-	10.00	10.00
21	颐和美悦(北京)酒店管理有限公司	70.50	-	-	70.50	19.20
22	北京杰讯传承文化传媒有限公司注	625.00	-	-	625.00	5.00
23	北京玩乐云科技有限公司	150.00	350.00	-	500.00	10.00
24	北京创金兴业投资中心(有限合伙)	300.00	400.00	-	700.00	1.92
25	北京洪泰启航创业投资中心(有限合伙)		1,000.00		1,000.00	5
26	青海昆尚文化传媒有限责任公司	100.00	-	-	100.00	10.00
	合计	90,787.01	5,208.22	127.27	95,867.96	

注：iClick Interactive Asia Ltd 即为 Optimix Media Asia Limited

2014 年末，公司按成本计量的可供出售金融资产构成情况如下：

序号	项目	2014 年初余额	2014 年增加	2014 年减少	2014 年末余额	在被投资单位持股比例(%)
1	北京华艺百创传媒科技有限公司	164.27	-	-	164.27	19.50
2	青海昆尚文化传媒有限责任公司	100.00	-	-	100.00	10.00
3	殿堂公共关系顾问集团有限公司	172.96	0.59	-	173.56	10.00
4	上海励唐营销管理有限公司	50.00	-	-	50.00	10.00
5	上海智臻网络科技有限公司	465.76	-	-	465.76	8.99
6	北京太合娱乐文化发展股份有限公司	3,000.00	-	-	3,000.00	10.00
7	北京比邻弘科科技有限公司	-	1,000.00	-	1,000.00	10.00
8	北京昆尚文化传媒有限责任公司	-	100.00	100.00	-	-
9	彪洋科技(北京)有限公司	-	950.00	-	950.00	15.00
10	拉卡拉支付有限公司	-	6,000.00	-	6,000.00	2.00
11	广东百合蓝色火焰文化传媒有限公司	1,800.00	-	1,800.00	-	-
12	拉卡拉(北京)信用管理有限公司	-	750.00	-	750.00	15.00
13	北京杰讯传承文化传媒有限公司 ^注	-	625.00	-	625.00	5.00
14	颐和美悦(北京)酒店管理有限公司	70.50	-	-	70.50	19.20
15	上海蓝色未来公关顾问有限公司	16.91	-	-	16.91	10.00
16	上海太立光标公关顾问有限公司	50.00	-	-	50.00	10.00

17	北京蓝色天成营销顾问有限公司	10.00	-	-	10.00	10.00
18	广州市有车以后信息科技有限公司	-	90.00	-	90.00	10.00
19	北京智度德普股权投资中心(有限合伙)	-	5,000.00	-	5,000.00	6.41
20	北京云图微动科技有限公司	-	3,075.00	-	3,075.00	10.00
21	Optimix Media Asia Limited	-	36,821.40	116.32	36,705.08	14.59
22	Zamplus Holdings Limited	-	15,342.25	48.47	15,293.78	14.29
23	Admaster Inc.	-	14,958.69	47.25	14,911.44	11.69
24	Blab, Inc	-	1,845.75	10.05	1,835.70	9.48
25	北京玩乐云科技有限公司	-	150.00	-	150.00	10.00
26	北京创金兴业投资中心(有限合伙)	-	300.00	-	300.00	1.92
	合计	5,900.41	87,008.69	2,122.09	90,787.01	

注：公司子公司博杰广告有限公司于 2014 年 12 月处置对北京东方博杰广告有限公司 95% 的股权，丧失了对北京东方博杰广告有限公司的控制权。北京东方博杰广告有限公司后更名为“北京杰讯传承文化传媒有限公司”。

(2) 商誉

公司报告期内商誉余额及其占非流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
商誉(万元)	306,444.27	209,575.18	147,785.56	66,038.58
商誉/非流动资产(%)	41.61	32.23	36.87	71.43
商誉/总资产(%)	23.73	18.43	21.37	25.74

商誉为公司非流动资产的最主要构成，2014 年末占非流动资产比例 32.23%，这一比例在 2015 年上半年末达到 41.61%。

2015 年上半年末公司商誉余额列示如下：

单位：万元

序号	被投资单位名称	形成来源	2015 年初 余额	2015 年 上半年增加	2015 年 上半年减少	2015 年 上半年末余 额
1	沈阳新维广告有限公司	非同一控制 下合并		10,023.76		10,023.76
2	Fuse Project, LLC ^{注 3}	非同一控制 下合并	10,832.88		9.56	10,823.31
3	Vision7InternationalInc.	非同一控制 下合并		86,617.57		86,617.57
4	广州蓝色光标市场顾问有限公司	非同一控制 下合并	516.79	-	-	516.79

序号	被投资单位名称	形成来源	2015年初余额	2015年上半年增加	2015年上半年减少	2015年上半年末余额
5	北京博思瀚扬企业策划有限公司 ^{注1}	非同一控制下合并	1,638.32	-	664.50	973.82
6	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	调整		664.50		664.50
7	北京思恩客广告有限公司	非同一控制下合并	11,222.73	-	-	11,222.73
8	北京美广互动广告有限公司	非同一控制下合并	2,127.25	-	-	2,127.25
9	精准阳光(北京)传媒广告有限公司	非同一控制下合并	12,923.27	-	-	12,923.27
10	北京今久广告传播有限责任公司	非同一控制下合并	37,022.59	-	-	37,022.59
11	蓝色方略(北京)咨询有限公司	非同一控制下合并	3,558.32	-	-	3,558.32
12	西藏山南东方博杰广告有限公司	非同一控制下合并	79,055.27	-	-	79,055.27
13	北京捷报数据技术有限公司	非同一控制下合并	1,782.60		357.00	1,425.60
14	北京北联伟业电子商务有限公司	非同一控制下合并	2,826.05	600.00	-	3,426.05
15	密达美渡传播有限公司	非同一控制下合并	9,857.48		1.25	9,856.23
16	WAVS	非同一控制下合并	36,490.62		4.43	36,486.19
	合计		209,854.17	97,905.83	1,036.74	306,723.25

2014年末公司商誉余额列示如下：

单位：万元

序号	被投资单位名称	形成来源	2014年初余额	2014年增加	2014年减少	2014年末余额
1	广州蓝色光标市场顾问有限公司	非同一控制下合并	516.79	-	-	516.79
2	北京博思瀚扬企业策划有限公司 ^{注1}	非同一控制下合并	1,638.32	-	-	1,638.32
3	北京思恩客广告有限公司	非同一控制下合并	11,222.73	-	-	11,222.73
4	北京美广互动广告有限公司	非同一控制下合并	2,127.25	-	-	2,127.25
5	精准阳光(北京)传媒广告有限公司	非同一控制下合并	12,923.27	-	-	12,923.27
6	北京今久广告传播有限责任公司	非同一控制下合并	37,022.59	-	-	37,022.59
7	蓝色方略(北京)咨询有限公司	非同一控制下合并	3,558.32	-	-	3,558.32
8	西藏山南东方博杰广告有限公司 ^{注2}	非同一控制下合并	79,055.27	-	-	79,055.27
9	收购数码海报业务 ^{注2}		1,093.49	-	1,093.49	-
10	北京捷报数据技术有限公司	非同一控制下合并	-	1,782.60	-	1,782.60
11	北京北联伟业电子商务有限公司	非同一控制下合并	-	2,826.05	-	2,826.05

序号	被投资单位名称	形成来源	2014年初 余额	2014年增加	2014年减少	2014年末 余额
12	密达美渡传播有限公司 ^{注3}	非同一控制 下合并	-	9,943.69	86.22	9,857.48
13	WAVS ^{注3}	非同一控制 下合并	-	36,684.89	194.27	36,490.62
14	Fuse Project, LLC ^{注3}	非同一控制 下合并	-	10,882.45	49.57	10,832.88
	合计		149,158.04	62,119.68	1,423.55	209,854.17

注1：沃克森（北京）国际资产评估有限公司对北京博思瀚扬企业策划有限公司2008年12月31日的股东权益进行评估，并出具沃克森评报字[2009]第0009号评估报告，按照收益法评估值为3,267.13万元，成本法评估值为601.78万元，依据51%的持股比例计算，应确认的商誉部分为1,359.33万元，形成商誉减值损失278.99万元。

注2：公司2013年收购的西藏山南东方博杰广告有限公司于2010年5月17日以人民币39,891,669.64元的对价收购了北京盈曦展映文化传媒有限公司的部分业务（“数码海报屏业务”）。收购成本超过获得的可辨认净资产公允价值的差额为人民币1,093.49万元，2014年博杰广告处置北京东方博杰广告有限公司，导致数码海报业务商誉减少1,093.49万元。

注3：密达美渡传播有限公司、WAVS及Fuse Project, LLC 2014年商誉的减少为汇率折算产生。

①报告期内商誉减值方法

企业合并形成的商誉，至少应当在每年度终了进行减值测试。由于商誉难以独立产生现金流量，应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试，这些相关的资产组或者资产组组合应当是能够从企业合并的协同效应中收益的资产组或资产组组合。

2012年和2013年，公司聘请专业评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限公司在每年末对与商誉有关的资产组合进行评估。依据估值目的和持续经营的基本假设，评估机构采用收益法进行评估，以确定资产预计未来现金流量的现值，作为包含商誉的资产组及资产组装组合的可回收金额。随后判断收益法评估结果是否低于被投资企业账面净资产与商誉之和，如果不低于，则可以认为企业不存在商誉减值，整个测试工作就可以完成。如果出现收益法评估结果低于账面净资产与商誉之和的情况，则就其差额确认减值、损失，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值；再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

2014年，在年末进行商誉减值测试时，对于以前年度收购的公司，公司仍聘请专业评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限公司在每年末对与商誉有关的资产组合进行评估；对于当年新收购的公司，公司在并购时聘请评估师对

被收购单位购买日可辨认资产、负债的公允价值进行评估，并出具相应评估报告，其中境内公司聘请沃克森（北京）国际资产评估有限公司对收购标的进行评估；并购的境外公司中，聘请艾华迪集团（AVISTA GROUP）对 WAVS 和密达美渡进行评估，聘请 ANDERSENTAX VALUATION SERVICES GROUP 对 Fuse 进行评估。年底在进行商誉减值测试时，由于上述收购标的未发生重大变化，因此未再单独聘请评估机构出具以商誉减值测试为目的评估报告，而是由会计师在公允价值分摊报告的基础上，依据估值目的和持续经营的基本假设，采用收益法确定资产预计未来现金流量的现值，作为包含商誉的资产组及资产组组合的可回收金额。商誉减值测试的方法与 2012 年、2013 年一致。

报告期内公司收购业务频繁，随着收购经验的不断积累，操作流程和会计处理不断完善，但遵循的商誉减值测试方法一致，未发生过实质变化。

②报告期内商誉敏感性分析

收益法评估过程中需要对资产组组合未来现金流和折现率进行预测，涉及到假设较多，包括影响未来现金流和折现率的所有因素，如收入的增速、成本费用的增速、营运资金的需求量、资本性支出、资本结构、债务成本、权益成本等。由于收入和折现率的变动对评估结果的影响较大，发行人将收入和折现率确定为敏感性因素。

在对 2012、2013、2014 年末商誉的敏感性分析中，发行人先行设定基准折现率和营业收入，计算出各子公司的评估价值；之后通过分别向上调整折现率并向下调整营业收入，计算在折现率增加 0.5%、1%、1.5%、2% 和 2.5%，营业收入下浮 10%、20%、30%、40% 和 50% 的所有组合中各子公司的价值。最后将各种组合下的评估值和净资产与商誉之和进行比较，判断是否存在商誉减值。

发行人对报告期内商誉的敏感性分析结果如下，其中，N 表示未出现商誉减值，Y 表示已出现商誉减值但商誉大于 0，空格部分表示商誉已减值至 0：

I、博思瀚扬

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮10%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	Y
收入下浮20%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	Y	Y
收入下浮30%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮50%							N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y				

注：博思瀚扬2012年敏感性分析压力减小，主要原因是2012年发行人完成了对博思瀚扬49%少数股权的收购，账面商誉数值不变，但不用调增少数股东权益所对应的商誉

II、广州蓝标

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮10%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N						
收入下浮20%							N	N	N	N	N	N						
收入下浮30%							N	N	N	Y	Y	Y						
收入下浮40%																		

III、美广互动

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 20%							N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 30%							N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 40%							N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 50%							N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N

IV、思恩客

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.01%	10.51%	11.01%	11.51%	12.01%	12.51%
基准收入	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 20%	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 30%	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y						
收入下浮	Y	Y	Y	Y	Y	Y												

50%																		
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

V、精准阳光

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	N	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y						
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y						
收入下浮 50%																		

VI、今久广告

	2012年						2013年						2014年					
	11.93%	12.43%	12.93%	13.43%	13.93%	14.43%	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 50%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y						

VII、蓝色方略

	2013年						2014年					
	16.17%	16.67%	17.17%	17.67%	18.17%	18.67%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N	N	N	N	N
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y						
收入下浮 50%	Y	Y	Y	Y	Y	Y						

VIII、博杰广告

	2013年						2014年					
	14.26%	14.76%	15.26%	15.76%	16.26%	16.76%	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	Y
收入下浮 10%	N	N	N	N	N	N	N	N	Y	Y	Y	Y
收入下浮 20%	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y			
收入下浮 50%	Y	Y	Y	Y	Y	Y						

IX、WAVS

	2014年					
	16.00%	16.50%	17.00%	17.50%	18.00%	18.50%
基准收入	N	N	Y	Y	Y	Y
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 50%	Y	Y	Y	Y	Y	Y

X、密达美渡

	2014年

	12.80%	13.30%	13.80%	14.30%	14.80%	15.30%
基准收入	N	N	N	N	N	Y
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 20%	Y					
收入下浮 30%						

XI、Fuse

	2014年					
	12.50%	13.00%	13.50%	14.00%	14.50%	15.00%
基准收入	N	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 20%						

XII、北联伟业

	2014年					
	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	Y	Y
收入下浮 10%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%						

XIII、捷报数据

	2014年					
	10.17%	10.67%	11.17%	11.67%	12.17%	12.67%
基准收入	N	N	N	N	N	N
收入下浮 10%	N	N	N	Y	Y	Y
收入下浮 20%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 30%	Y	Y	Y	Y	Y	Y
收入下浮 40%						

报告期内，各公司收入增长整体趋势良好，均未出现商誉减值测试所假设的收入大幅下降的情形。

(3) 长期股权投资

公司长期股权投资为对参股公司进行的股权投资。报告期内，公司合并口径下长期股权投资及其占非流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
长期股权投资（万元）	48,814.07	155,263.23	98,710.66	8,038.53
长期股权投资/非流动资产（%）	6.63	23.88	24.63	8.69
长期股权投资/总资产（%）	3.78	13.66	14.28	3.13

长期股权投资为公司非流动资产的主要构成之一，2014年末占非流动资产比例达到23.88%，2015年上半年末该比率降至6.63%。

2013年末长期股权投资较2012年末增加90,672.13万元，主要由2013年公司两起海外并购交易产生：2013年9月，公司全资子公司香港蓝标以3,654万英镑（约3.5亿人民币）认购英国上市公司Huntsworth PLC 19.80%股权，后Huntsworth PLC 发行股票导致本公司目前持股比被稀释至19.50%。2013年12月，香港蓝标以债务融资的方式收购WAVS 82.84%股权，根据股权转让协议确认5,500万英镑长期股权投资，但由于截至2013年12月31日，WAVS尚未完成股权变更且公司未支付股权转让款，当年WAVS未纳入合并范围，WAVS在2014年上半年纳入公司合并范围后长期股权投资中调出。

2014年末长期股权投资较2013年增加56,552.57万元，主要系公司收购沈阳新维广告有限公司和Vision7 International ULC所致。2014年12月，公司全资子公司今久广告签订《沈阳新维广告有限公司股权转让协议》，收购沈阳新维广告有限公司51.00%股权，根据协议约定确认13,770.00万元长期股权投资；公司全资子公司蓝标美国签订《Share Purchase Agreement》，以债务融资的方式收购Vision 7 International ULC 85.00%股权，根据协议约定确认13,471.00万加元长期股权投资。由于截至2014年12月31日公司尚未对前述两家公司实施控制，故未纳入合并范围。

2015年上半年末长期股权投资较2014年末减少106,449.16万元，主要系沈阳新维广告有限公司和Vision7 International ULC于2015年上半年完成交割并纳入合并范围，不再显示为长期股权投资；已经由于对于Huntsworth PLC不再具有重大影响，将对其的长期股权投资重分类至可供出售金融资产所致。

(4) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要包括广告灯箱、会籍费、装修费和租赁费等。公司报告期内长期待摊费用余额及其占非流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
长期待摊费用(万元)	12,448.97	12,627.90	15,868.28	3,379.65
长期待摊费用/非流动资产(%)	1.69	1.94	3.96	3.66
长期待摊费用/总资产(%)	0.96	1.11	2.29	1.32

长期待摊费用占非流动资产和总资产的比例较小，2013年有明显增加，2014年有所回落，2015年上半年末较2014年末没有明显变化。2013年末长期待摊费用余额较2012年末增加12,488.63万元，增长幅度369.52%，主要原因是2013年公司搬入位于恒通创新园C9的新租办公区，装修费用增加1.08亿元，该部分长期待摊费用摊销期为10年，和C9办公区租赁年限保持一致。

2015年上半年公司长期待摊费用变化情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	期末余额
装修费	10,337.20	200.11	690.94	-	9,846.37
灯箱摊销	1,406.01	20.20	365.04	-	1,061.17
会籍费	182.65	-	5.57	-	177.08
前期借款费用	7.59	-	7.59	-	-
租赁费	434.17	874.53	241.36	-	1,067.34
Social CRM	260.28	114.46	77.72	-	297.02
合计	12,627.90	1,209.31	1,388.23	-	12,448.97

2014年公司长期待摊费用变化情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	期末余额
灯箱摊销	2,200.12	90.11	851.04	-	1,439.19
会籍费	193.80	-	11.15	-	182.65
前期借款费用	-	667.09	229.88	3.05	434.17
装修费	11,145.27	1,511.52	1,612.79	739.98	10,304.02
租赁费	2,329.09	26.01	194.44	2,153.07	7.59

Social CRM	-	343.22	67.10	15.84	260.28
合计	15,868.28	2,637.96	2,966.40	2,911.94	12,627.90

(5) 固定资产

公司的固定资产主要由运输工具和办公及电子设备构成，反映了公共关系服务和广告服务业企业轻资产的特点。公司报告期内固定资产原值、累计折旧、计提的减值准备及固定资产账面价值的具体构成如下：

单位：万元

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
账面原值合计	27,489.84	7,941.52	10,669.50	12,799.68
其中：房屋及建筑物	411.37	376.74	-	9,159.89
运输工具	1,646.06	1,599.34	2,089.68	1,394.29
办公及电子设备	25,432.41	5,965.45	8,579.81	2,245.49
累计折旧	17,832.00	3,716.76	5,060.04	2,709.78
其中：房屋及建筑物	116.32	71.61	-	1,169.10
运输工具	1,102.31	974.96	984.45	671.94
办公及电子设备	16,613.37	2,670.19	4,075.60	868.74
固定资产减值准备累计金额合计		-	-	-
其中：房屋及建筑物		-	-	-
运输工具		-	-	-
办公及电子设备		-	-	-
固定资产账面价值合计	9,657.84	4,224.77	5,609.45	10,089.90
其中：房屋及建筑物	295.05	305.13	-	7,990.79
运输工具	543.74	624.38	1,105.24	722.35
办公及电子设备	8,819.05	3,295.26	4,504.22	1,376.76
固定资产账面价值/非流动资产 (%)	1.31	0.65	1.40	10.91
固定资产账面价值/总资产 (%)	0.75	0.37	0.81	3.93

虽然在 2013 年公司收购了全资子公司博杰广告和控股子公司蓝色方略使固定资产有小幅增加，但同时出售了坐落于酒仙桥路甲 10 号星城国际大厦 6 层、19 层和 20 层的办公用房，2013 年末公司账面已无房屋及建筑物，综合影响后，2013 年末固定资产账面价值较 2012 年末下降。

2014 年固定资产减少主要因博杰广告转让北京博杰股权，从而导致数码海

报屏随之转出。

2015 年上半年固定资产增加主要由新增合并子公司带入。

截至 2015 年上半年末，公司的固定资产未发现有减值迹象，公司未计提固定资产减值准备。

(6) 无形资产

公司的无形资产主要由软件使用权和办公平台构成，报告期内公司无形资产净值及其占非流动资产、总资产的比例情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
无形资产 (万元)	216,710.27	170,637.52	126,166.16	2,008.26
其中：计算机软件 (万元)	1,578.63	323.27	304.18	106.38
邮件系统软件 (万元)	-	-	0.40	3.80
客户媒体关系管理系统 (万元)	-	-	150.00	377.50
协同办公平台 (万元)	55.56	194.44	668.11	1,198.81
广告商标权 (万元)	181.87	209.84	265.80	321.76
供应商合同	-	-	-	-
非竞争协议	-	-	-	-
特许使用权	4,430.83	4,673.39	-	-
品牌	172,122.32	152,047.38	120,047.24	-
客户关系	37,297.04	12,061.19	4,730.42	-
优惠租赁权	1,044.04	1,128.01	-	-
无形资产/非流动资产 (%)	29.43	26.24	31.48	2.17
无形资产/总资产 (%)	16.78	15.01	18.25	0.78

公司 2013 年收购西藏博杰 100% 股权，并以 2013 年 7 月 31 日为购买日将西藏博杰纳入合并范围，其购买日的可辨认资产和负债的公允价值根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告(信会报字[2013]第 250095 号)确定。2014 年沃克森（北京）国际资产评估有限公司根据购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或者进一步证据，对西藏博杰出具了公允价值分摊报告（沃克森咨报字[2014]第 0105 号），公司以最新确定的可辨认资产和负债的公允价值为基准重新确定商誉，调增期初无形资产 124,777.66 万元，其中品牌 120,047.24 万元，客户关系 4,730.42 万元。

截至 2015 年上半年末，公司对各无形资产项目进行清查后认为不存在发生减值的情形，故未计提无形资产减值准备。

(7) 应收股利

公司在报告期内应收股利余额列示如下：

科目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
应收股利（元）	-	-	-	-

2014 年 6 月 30 日应收股利 1,653.40 万元为公司根据 HUNTSWORTH PLC 宣告的分红计划对应享有的股利，该笔分红 HUNTSWORTH PLC 已于 2014 年 9 月 30 日前派发完毕，2014 年末无应收股利。

(二) 公司负债主要构成情况及其分析

报告期内公司各项负债金额、负债结构及其变化情况如下：

项目	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动负债	508,791.88	62.41	13.42	448,582.18	66.66	191.28	154,002.69	50.44	76.59	87,208.12	78.31
非流动负债	306,508.19	37.59	36.60	224,390.93	33.34	48.31	151,294.78	49.56	526.37	24,154.13	21.69
负债合计	815,300.07	100.00	21.15	672,973.11	100.00	120.43	305,297.47	100.00	174.15	111,362.25	100.00

报告期内，流动负债占负债总额的比例整体呈现下降趋势，非流动负债占比相应增加。流动负债主要包括公司在经营过程中形成的短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、应付利息、应付股利和其它应付款等。公司外延式发展收购海内外公司股权对资金的需求逐渐增加，由于项目投资期较长，长期借款和公司债成为一种合适的筹资方式；同时，收购项目尾款也增加了长期应付款余额。公司的负债规模和负债结构与公司的经营特点和实际经营状况相符。

1、流动负债分析

报告期内公司主要流动负债金额、结构及其变化情况如下：

项目	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)

))				
短期借款	153,308.58	30.13	10.16	139,163.48	31.02	1,291.63	10,000.00	6.49	-33.33	15,000.00	17.20
应付账款	163,535.26	32.14	51.60	107,875.36	24.05	27.39	84,678.11	54.98	109.62	40,395.17	46.32
预收款项	31,799.24	6.25	87.48	16,961.31	3.78	4.54	16,224.58	10.54	323.23	3,833.53	4.40
应付职工薪酬	14,316.93	2.81	70.57	8,393.62	1.87	43.78	5,837.94	3.79	32.25	4,414.28	5.06
应交税费	15,612.78	3.07	-34.32	23,770.06	5.30	75.59	13,537.42	8.79	72.32	7,855.96	9.01
应付利息	4,683.58	0.92	233.58	1,404.02	0.31	327.82	328.18	0.21	7.75	304.58	0.35
应付股利				-	-	-	196.00	0.13	-81.71	1,071.86	1.23
其他应付款	30,619.85	6.02	-45.55	56,230.81	12.54	142.37	23,200.45	15.06	74.01	13,332.74	15.29
一年内到期的非流动负债	19,961.91	3.92	0.29	19,904.78	4.44	-	-	-	-	1,000.00	1.15
其他流动负债	74,953.75	14.73	0.10	74,878.75	16.69	-	-	-	-	-	-
合计	508,791.88	100.00	13.42	448,582.18	100.00	191.28	154,002.69	100.00	76.59	87,208.12	100.00

报告期内公司流动负债中短期借款、应付账款、预收款项及其他应付款占比较大，主要流动负债具体情况如下：

(1) 短期借款

公司的短期借款主要由保证借款及信用借款构成，短期借款明细构成情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
信用借款(万元)	58,000.00	15,000.00	10,000.00	10,000.00
保证借款(万元)	95,308.58	124,163.48	-	5,000.00
短期借款合计(万元)	153,308.58	139,163.48	10,000.00	15,000.00
短期借款/流动负债(%)	30.13	31.02	6.49	17.20
短期借款/负债总额(%)	18.80	20.68	3.28	13.47

公司2013年末短期借款较2012年末减少5,000万元，降幅50.00%，为偿还上海浦发银行北京分行保证借款所致；2014年末短期借款较2013年末增长129,163.48万元，主要原因是公司2013年提出的全球化、数字化战略，随着经营规模的不断扩大，经营所需流动资金持续增长，需要通过短期借款解决部分流动资金需求。2015年上半年末短期借款较2014年末增长14,145.11万元，主要原因是公司经营所需流动资金持续增长。

2014年末，公司短期借款构成如下：

单位：万元

借款单位	贷款单位	贷款原币种	贷款起始日	贷款终止日	期末折合人民币金额
蓝色光标	浦东发展银行电子城支行	人民币	2014/10/27	2015/10/26	15,000.00
蓝色光标	招行双榆树支行	人民币	2014/10/29	2015/4/28	15,000.00
蓝色光标	汇丰银行北京分行	人民币	2014/12/23	2015/3/23	18,000.00
蓝色光标	北京银行红星支行	人民币	2014/12/24	2015/10/12	9,000.00
蓝色光标	北京银行红星支行	人民币	2014/12/25	2015/10/12	29,000.00
香港蓝标	永隆银行	港币	2014/6/6	2015/4/6	7,178.99
香港蓝标	招行贷款离岸户	港币	2014/9/5	2015/9/4	2,674.70
香港蓝标	香港招行	美元	2014/12/30	2015/12/29	27,490.48
蓝标美国	招商银行纽约分行	美元	2014/10/10	2015/10/13	3,640.81
蓝标美国	花旗银行	美元	2014/9/15	2015/8/17	9,178.50
思恩客	招行双榆树支行	人民币	2014/9/10	2015/9/9	3,000.00
合计					139,163.48

(2) 应付账款

公司应付账款主要为与供应商已进行合同结算但尚未支付的采购款。报告期内公司应付账款占流动负债及总负债的比例构成情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
应付账款(万元)	163,535.26	107,875.36	84,678.11	40,395.17
应付账款/流动负债(%)	32.14	24.05	54.98	46.32
应付账款/负债总额(%)	20.06	16.03	27.74	36.27

公司应付账款为流动负债最主要项目，2012年末和2013年末，应付账款余额占流动负债比例在50%左右，比较稳定。2014年由于短期借款大幅增加，流动负债的构成发生显著变化，应付账款占比有所下降。2012年至2014年末应付账款占负债总额比例的持续下降则是由非流动负债持续大幅增加导致负债总额大幅增加所致。2015年上半年，应付账款占流动负债和负债总额的比重有所增加，主要系本期纳入合并范围的子公司 Vision 7 International ULC 带入大量应付账款所致。

2013年末和2014年末公司应付账款余额分别较上年增加109.62%和27.39%，应付账款持续增加主要由业务增长、应付供应商款项增加所致。2013

年公司收购的全资子公司博杰广告主营业务为提供电影电视媒体产业增值服务，其业务性质决定需要进行大量媒体广告资源采购，使 2013 年以来应付账款有显著增长。2015 年上半年末应付账款较 2014 年末增幅 51.60%，主要由本期新纳入合并范围的子公司 Vision 7 International ULC 已有应付账款带入导致。

(3) 预收款项

预收款项主要为预收客户的公关广告服务费用。公司报告期内预收款项及其占流动负债、负债总额的比例如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
预收款项(万元)	31,799.24	16,961.31	16,224.58	3,833.53
预收款项/流动负债 (%)	6.25	3.78	10.54	4.40
预收款项/负债总额 (%)	3.90	2.52	5.31	3.44

由于公司的业务模式特点，根据项目的具体情况及合同的内容，部分客户在合同期初预支付合同金额。2013 年预收账款出现显著增加，主要由博杰广告预收客户广告投放款形成。2015 年上半年末较 2014 年末预收账款增加主要是 2015 年上半年公司预收服务费及广告投放款增加，及新纳入合并范围的子公司 Vision 7 International ULC 已有预收款项带入所致。报告期内，公司预收款项呈现增加趋势，与公司业务增长、经营规模不断扩大有关。

(4) 其他应付款

其他应付款主要为一年内需要支付的股权收购款和收取客户的押金。公司报告期内其他应付款及其占流动负债、负债总额的比例如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
其他应付款(万元)	30,619.85	56,230.81	23,200.45	13,332.74
其他应付款/流动负债 (%)	6.02	12.54	15.06	15.29
其他应付款/负债总额 (%)	3.76	8.36	7.60	11.97

2012 年至 2014 年间，公司其他应付款金额呈现增加趋势，主要系贯彻外延式发展战略、扩大收购规模所致。2012 年其他应付款主要为应付思恩客的股权收购款；2013 年主要为 WAVS 的股权收购款；2014 年末主要为应付的博杰广告、沈阳新维广告有限公司及参股公司 Optimix Media Asia Limited、Zamplus

Holdings Limited 及 Admaster Inc.的股权收购款。2015 年上半年上述款项进行了部分支付，余额小幅降低。

(5) 其他的流动负债项目

除上述四个主要流动负债科目外，公司的流动负债项目还包括应付职工薪酬、应交税费、应付利息、应付股利、一年内到期的非流动负债和其他流动负债。公司报告期内其他的流动负债构成情况如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
应付职工薪酬（万元）	14,316.93	8,393.62	5,837.94	4,414.28
应交税费（万元）	15,612.78	23,770.06	13,537.42	7,855.96
应付利息	4,683.58	1,404.02	328.18	304.58
应付股利（万元）	-	-	196.00	1,071.86
一年内到期的非流动负债（万元）	19,961.91	19,904.78	-	1,000.00
其他流动负债	74,953.75	74,878.75	-	-
合计	129,528.95	128,351.23	19,899.54	14,646.68
其他的流动负债款项/流动负债 (%)	25.46	28.61	12.92	16.80
其他的流动负债款项/负债总额 (%)	15.89	19.07	6.52	13.15

公司的应付职工薪酬余额为年底或期末时点尚未支付的金额，在报告期内出现稳步增加，主要原因为公司业务规模扩大，员工人数增加，人员成本增加。

公司的应交税费余额为年底或期末时点尚未支付的税金。2012 年至 2014 年末，应交税费余额保持增长，主要原因为公司收入的增加使增值税销项税额大幅增加，利润的增加直接增加应税收入并使企业所得税增加，同时公司持续并购而需要代扣代缴的个人所得税有所增加。2015 年上半年末应交税费余额有所下降，主要系公司已支付所得税等相关税费。

公司的应付利息余额为年底或期末时点尚未支付的借款或债券计提的利息费用。报告期内，应付利息余额和公司的付息债务状况相符。2014 年末应付利息余额较 2013 年末增加 1,075.84 万元，增幅 227.82%，主要原因是公司 2014 年发行 7.5 亿元短期融资券，截至年末应计利息 862.50 万元，以及 2014 年贷款增加，利息费用相应增加。2015 年上半年末应付利息余额较 2014 年末增加

233.58%，主要原因是 2015 年上半年公司短期贷款增加及计提的贷款、债券尚未到支付期的利息增加。

应付股利余额受公司报告期内的分红政策影响而波动。公司 2014 年末和 2015 年 6 月末无应付股利。

2015 年上半年末公司一年内到期的非流动负债系将于 2015 年 11 月到期的非公开发行公司债券；其他流动负债系 2014 年发行的短期融资券。

2、非流动负债分析

公司非流动负债由长期借款、应付债券和长期应付款组成。报告期内公司非流动负债金额、结构及其变化情况如下：

项目	2015年6月30日			2014年12月31日			2013年12月31日			2012年12月31日	
	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
长期借款	142,156.73	46.38	23.80	114,830.35	51.17	213.89	36,583.30	24.18	724.41	4,437.50	18.37
应付债券				-	-	-	19,806.04	13.09	0.45	19,716.63	81.63
长期应付款	71,175.69	23.22	-12.58	81,420.45	36.29	6.87	76,188.79	50.36	-	-	-
递延所得税 负债	43,458.11	14.18	54.43	28,140.13	12.54	50.35	18,716.65	12.37	-	-	-
其他非流动 负债	49,717.65	16.22									
非流动负债 合计	306,508.19	100.00	36.60	224,390.93	100.00	48.31	151,294.78	100.00	526.37	24,154.13	100.00

(1) 长期借款

长期借款主要由保证借款及抵押借款构成，公司报告期内长期借款金额及其占非流动负债、负债总额的比例如下：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
保证借款（万元）	142,156.73	114,830.35	36,583.30	-
抵押借款（万元）	-	-	-	4,437.50
长期借款合计（万元）	142,156.73	114,830.35	36,583.30	4,437.50
长期借款/非流动负债（%）	46.38	51.17	24.18	18.37
长期借款/负债总额（%）	17.44	17.06	11.98	3.98

公司从 2012 年开始借入银行长期借款，以帮助实现外延式发展收购项目的现金对价支付。报告期内，长期借款余额持续增长，长期借款占非流动负债和

负债总额的比例亦整体保持上升，在 2015 年上半年末分别达到 46.38% 和 17.44%，成为非流动负债的重要组成部分。

2014 年末公司长期借款构成如下：

单位：万元

借款单位	贷款单位（银行）	贷款起始日	贷款终止日	贷款原币币种	期末折合人民币金额
香港蓝标	上海浦东发展银行股份有限公司香港分行	2013/9/13	2016/9/13	美元	36,714.00
香港蓝标	招商银行香港分行	2014/2/14	2016/12/31	美元	18,116.35
香港蓝标	上海浦东发展银行股份有限公司上海自贸区分行	2014/12/22	2016/2/22	人民币	60,000.00

（2）应付债券

应付债券为公司在 2012 年 11 月 19 日非公开发行第一次公司债券在各会计期末的余额，发行总额为 2 亿元，债券票面利率为 7.90%，期限为三年，2014 年末将其重分类至一年内到期的非流动负债列报。公司报告期内应付债券金额及其占非流动负债、负债总额的比例如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应付债券金额（万元）	-	-	19,806.04	19,716.63
应付债券/非流动负债（%）	-	-	13.09	81.63
应付债券款/负债总额（%）	-	-	6.49	17.70

（3）长期应付款

长期应付款为公司在进行股权收购时，根据与交易对方签订的股份购买协议中相关条款，针对业绩承诺及补偿、交易对价的调整的约定确认的负债。报告期内长期应付款金额及其占非流动负债、负债总额的比例如下：

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
长期应付款金额（万元）	71,175.69	81,420.45	76,188.79	-
长期应付款/非流动负债（%）	23.22	36.29	50.36	-
长期应付款/负债总额（%）	8.73	12.10	24.96	-

2014 年末的长期应付款由针对业绩承诺及补偿、交易对价的调整应支付给博杰广告、WAVS、密达美渡、FuseProject,LLC 原股东的股权收购款，和按照股权收购协议约定的支付进度应支付给精准阳光、沈阳新维广告有限公司原股

东的一年以上股权收购款所致。2015 年上半年末长期应付款金额较 2014 年末有所下降，为部分支付上述股权收购款项所致。

(4) 递延所得税负债

报告期内公司递延所得税负债构成情况如下：

项目	2015 年 6 月 30 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
可供出售金融资产公允价值变动	10,313.69	2,601.56	2,288.12	572.03	-	-	-	-
非同一控制企业合并资产评估增值	181,752.35	40,377.06	159,677.90	27,564.11	124,777.66	18,716.65	-	-
会计估计差异	1,775.88	479.49						
固定资产折旧方法\折旧年限会计折旧比税法少			13.32	4.00	-	-	-	-
合计	193,841.92	43,458.11	161,979.34	28,140.13	124,777.66	18,716.65	-	-

2013 年和 2014 年递延所得税大幅增加，系公司依据沃克森（北京）国际资产评估有限公司对博杰广告出具的《公允价值分摊报告》，调增博杰广告无形资产所致。2015 年上半年递延所得税大幅增加，系公司调增 vision 7 international 无形资产所致。

(三) 偿债能力分析

1、偿债指标分析

公司最近三年一期的主要偿债能力指标如下：

财务指标	单位	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率	本公司	1.09	1.09	1.89	1.88
	可比上市公司平均数	3.05	2.22	2.17	2.20
速动比率	本公司	1.09	1.08	1.89	1.88
	可比上市公司平均数	2.88	2.14	2.11	2.17
资产负债比率（%） （合并）	本公司	63.14	59.19	42.59	43.41
	可比上市公司平均数	31.46	48.47	46.85	45.39
财务指标	单位	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
利息保障倍数（倍）	本公司	2.36	17.89	19.60	38.91

	可比上市公司平均数	35.45	45.26	16.79	40.51
--	-----------	-------	-------	-------	-------

注 1：可比公司样本为：当代东方、省广股份、思美传媒、华谊嘉信、中视传媒 5 家上市公司。以下如非特别说明，“可比上市公司”即指上述可比上市公司样本。上表所述财务指标的计算方法如下（数据来源：WIND 资讯，其中利息保障倍数本公司数值计算源自各年度审计报告）：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债（速动资产为流动资产扣除存货）

利息保障倍数=息税前利润 EBIT/利息支出

资产负债率=总负债/总资产

注 2：同行业利息保障倍数可比数据剔除了异常值和披露信息有限的影响。

报告期内公司流动比率和速动比率均低于同行业上市公司的平均水平或与其接近，主要由公司所处的发展阶段和外延式发展的战略特性决定。公司近年来频繁的收购活动导致投资现金流大量流出，为保持公司经营活动正常运转所需营运资金，需要增加短期借款规模，使流动比率有所下降。

2014 年以来，公司资产负债率高于同行业可比公司、利息保障倍数低于同行业可比公司，主要系公司增加负债规模、利息支出相应增加所致。

2、公司负债结构分析

公司流动负债以短期借款、应付账款、预收款项及其他应付款为主，其中应付账款公司在生产经营过程中通过对上游供应商所提供的商业信用进行主动管理的结果，公司与主要供应商拥有多年合作关系，建立了相互信任的商业信用；预收款项则是公司依据业务模式特点，预收客户支付的合同金额，随着公司生产经营规模的持续扩大，此类负债会保持在合理水平。短期借款和其他应付款的迅速增加则与公司外延式发展战略密切相关。

公司非流动负债由长期借款、长期应付款组成，2012 年至 2015 年上半年度分别占非流动负债的 18.37%、74.54%、87.46%和 69.60%。由于期限固定，公司可以通过现金流管理合理安排各项非流动负债的偿付，目前暂无还款压力。

3、现金流量分析

公司已在行业内建立了良好的信誉和口碑，收入和盈利能力稳步增长。2012 年至 2015 年上半年公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,406.03 万元、14,975.50 万元、20,535.96 万元和 9,891.43 万元。虽然公司业务扩张对经营现金流有一定的要求，但从目前经营情况来看，公司获取现金的能力正在稳步提升。

4、银行等其他融资渠道分析

公司具有良好的银行信用，是浦发银行、招商银行和民生银行等银行重点优质客户，银行融资渠道通畅，资信状况良好。

综上分析，公司拥有较强的偿债能力，债务风险较小。为适当利用财务杠杆，公司本次募集资金选取可转换公司债券的融资方式，有利于公司保持良好的资本结构。

（四）资产周转能力分析

公司最近三年一期的主要资产周转能力指标如下表所示：

指标	单位	2015年1-6月	2014年度	2013年度	2012年度
应收账款周转率 (次)	本公司	1.46	3.33	3.24	3.39
	可比上市公司平均值	1.59	5.38	7.08	8.78

注：（1）应收账款周转率=营业收入/[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2]；（2）可比上市公司财务指标数据来源为 WIND 资讯，计算中剔除了个别异常值

报告期内，2012 年至 2014 年公司应收账款周转率基本保持稳定，2015 年上半年出现小幅下降，整体低于同行业可比上市公司平均水平，主要原因如下：除华谊嘉信外，省广股份、中视传媒、思美传媒主营业务均为广告代理，由于广告代理业务周期短，导致应收账款呈现账期短、周转快的特点。当代东方主营业务为影视版权分销，账面亦无大量应收账款。公司的应收账款周转率较低和公关行业普遍需要垫款的现状有关，但由于公司的客户主要为 500 强企业和其他大中型企业，资信状况良好，应收账款账龄大部分均在一年以内，且公司已经采取了一系列措施降低应收账款收款风险，落实催收款项的制度，应收账款回收风险较小。

（五）财务性投资

截至 2015 年上半年末，公司持有的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产系作为有限合伙人持有北京华泰瑞联并购基金中心（有限合伙）的基金份额；以公允价值计量的可供出售金融资产是持有的上市公司华录百纳的股票和 Huntsworth PLC 的股票。

二、盈利能力分析

(一) 营业收入及毛利构成情况及分析

公司报告期内营业收入、营业成本、毛利及其变化情况如下表所示：

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度		2012年度
	金额 (万元)	较上年同期 增长 (%)	金额 (万元)	增长 (%)	金额 (万元)	增长 (%)	金额 (万元)
营业收入	345,271.25	31.37	597,908.82	66.83	358,399.81	64.75	217,537.81
营业成本	244,506.93	34.34	408,056.87	73.87	234,693.23	66.87	140,644.74
营业毛利	100,764.32	24.67	189,851.95	53.47	123,706.58	60.88	76,893.07
毛利率(%)	29.18	-1.57	31.75	-2.77	34.52	-0.83	35.35

报告期内，公司营业收入稳步高速增长。2013年，公司营业收入为358,399.81万元，较2012年增加140,862.00万元，增幅64.75%；2014年营业收入为597,908.82万元，较2013年增加239,509.01万元，增幅66.83%；2015年上半年营业收入为345,271.25万元，较上年同期增加82,444.48万元，增幅31.37%。报告期内营业收入持续稳定增长主要由公司营业规模的扩张，以及收购股权带来的并表收入增加所致。

随着公司业务规模的不断扩大，报告期内公司营业成本也相应增加。2013年公司营业成本为234,693.23万元，较2012年增长94,048.49万元，增幅66.87%；2014年营业成本为408,056.87万元，较上年同期增加173,363.64万元，增幅73.87%；2015年上半年营业成本为244,506.93万元，较上年同期增加62,506.77万元，增幅34.34%，与营业收入同步增加。

报告期内公司营业毛利保持增长态势，但增幅略低于营业收入增幅。2013年公司营业毛利达123,706.58万元，较2012年增加46,813.51万元，增幅60.88%；2014年营业毛利为189,851.95万元，较上年同期营业毛利增加66,145.37万元，增幅53.47%；2015年上半年营业毛利为100,764.32万元，较上年同期增加19,937.72万元，增幅24.67%。

公司毛利率水平在报告期内基本保持稳定，略有下降趋势。2012、2013年公司毛利率分别为35.35%和34.52%，基本保持稳定；2014年公司毛利率

31.75%，与 2013 年同期毛利率相比下降了 2.77%；2015 年上半年公司毛利率为 29.18%，较上年同期毛利率下降 1.57%。

报告期内公司经营规模持续扩大，2014 年开始，公司毛利率水平出现小幅下降，既有宏观经济的影响，也有公司经营层面的因素。营销传播服务业增速和宏观经济的表现趋同，中国经济经过长期高速发展，为营销传播服务业近几年的发展打下良好基础，但由于经济增速不确定因素很多，作为经济参与的企业，营销和广告支出增速可能会受一定程度影响，使营销传播服务业增长放缓。同时，由于公司服务业务毛利率较高，在 40% 以上；而广告业务毛利率较低，在 25% 以下；最近三年广告业务占比呈整体上升趋势，服务业务占比逐年下降使综合毛利率有小幅下降。

1、营业收入及成本分析

(1) 营业收入

公司主营业务收入包括服务业务收入、广告业务收入和销售业务收入三类。其它业务收入规模很小，为子公司广州蓝标市场顾问有限公司将租赁的房屋部分对外转租所收取的房屋租金，2014 年其他业务收入主要为博看文思支付的资金占用费。公司在报告期内的主营业务收入占营业收入的比重均高于 99%，主营业务突出。

公司最近三年按行业划分的主营业务收入及收入的增长幅度情况如下表所示：

主营业务行业类别	2014 年度			2013 年度			2012 年度	
	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)	同比增长率 (%)	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)	同比增长率 (%)	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)
服务业务	280,895.33	46.98	43.66	195,522.82	54.55	64.78	118,657.57	54.55
广告业务	314,003.68	52.52	93.55	162,231.73	45.27	64.11	98,855.87	45.44
销售业务	2,499.64	0.42	290.03	640.88	0.18	-	-	-
主营业务收入合计	597,398.65	99.91	66.69	358,395.43	100.00	64.77	217,513.44	99.99
其他业务收入	510.18	0.09	11,521.34	4.39	0.00	-81.99	24.37	0.01
合计	597,908.82	100.00	66.83	358,399.81	100.00	64.75	217,537.81	100.00

从收入构成上看，服务业务和广告业务收入为主营业务收入的主要来源，公司最近三年这两项收入占总收入比重稳定维持在 99% 以上；2013 年新增销售业务收入，为收购控股子公司蓝色方略合并数据，2014 年增加电商业务收入。

报告期内，公司各类业务收入均保持较快增速，与公司的发展战略保持一致。2013 年公司服务业务收入较 2012 年增加 76,865.25 万元，广告业务收入较 2012 年增加 63,375.86 万元；2014 年公司服务业务收入较上年同期增加 85,372.51 万元，广告业务收入较上年同期增加 151,771.95 万元。

主营业务收入的增加由内生增长和并购事件两方面因素推动。公司通过行业拓展、地域扩张和服务手段创新等方式，持续强化品牌优势，提升竞争能力，使业务结构进一步均衡、客户构成进一步优化。2012 年至 2014 年公司全年服务的客户品牌数分别为 885 个、905 个和 1,440 个。同时，公司 2012 年收购今久广告，2013 年收购博杰广告和蓝色方略，2014 年收购 WAVS、密达美渡、Fuse、北联伟业和捷报数据，该等公司的并表收入导致公司的营业收入相应增加。

广告业务收入增长速度超过服务业务，使广告业务收入占比从 2012 年的 45.44% 上升至 2014 年的 52.52%，与此同时，服务业务收入占比从 2012 年的 54.55% 下降至 2014 年的 46.98%。通过内生和外延式发展并重，公司已经成功将业务领域从公共关系管理拓宽至互联网广告、广告策划、微博营销、财经公关、地产全案策划及会展服务等领域，初步形成了包括广告、公共关系服务和活动管理等增值服务在内的营销传播服务链，在原有公关关系业务基础上，成功布局广告业务。

（2）营业成本

报告期内公司营业成本全部为主营业务成本。和主营业务收入对应，公司主营业务成本按照行业可以分服务、广告和销售三类。公司最近三年主营业务成本的增长幅度与主营业务收入的增长趋势一致，主营业务成本增长幅度及其构成见下表：

主营业务 行业类别	2014 年度			2013 年度			2012 年度	
	金额 (万元)	占营业成 本的比例	同比增 长率	金额 (万元)	占营业成 本的比例	同比增 长率	金额 (万元)	占营业成本 的比例(%)

		(%)	(%)		(%)	(%)		
服务业务	153,614.26	37.65	38.54	110,877.28	47.24	73.47	63,915.95	45.44
广告业务	252,316.54	61.83	104.58	123,333.80	52.55	60.74	76,728.79	54.56
销售业务	2,126.07	0.52	340.96	482.14	0.21	-	-	-
主营业务成本合计	408,056.87	100.00	73.87	234,693.23	100.00	66.87	140,644.74	100.00

报告期内，公司服务业务和广告业务成本快速增长，其中广告业务成本增长速度超过服务业务，使广告业务成本占比从 2012 年的 54.56% 上升至 2014 年的 61.83%，与此同时，服务业务成本占比从 2012 年的 45.44% 下降至 2014 年的 37.65%。公司主营业务成本的构成和增长同主营业务收入保持一致，是由公司内生加外延式发展，广告和公关业务并重的战略决定的。

(3) 公司主营业务毛利及毛利率分析

公司毛利主要由主营业务毛利构成，以下将分行业对主营业务毛利进行具体分析。公司最近三年主营业务毛利分行业构成情况如下：

主营业务产品类别	2014 年度			2013 年度			2012 年度	
	金额(万元)	占比(%)	同比增长率(%)	金额(万元)	占比(%)	同比增长率(%)	金额(万元)	占比(%)
服务业务	127,281.07	67.22	50.37	84,645.54	68.43	54.63	54,741.62	71.21
广告业务	61,687.14	32.58	58.59	38,897.93	31.44	75.79	22,127.08	28.79
销售业务	373.57	0.20	135.34	158.74	0.13	-	-	-
合计	189,341.78	100.00	53.06	123,702.20	100.00	60.93	76,868.70	100.00

报告期内公司毛利主要来自服务业务和广告业务，两类业务毛利均有明显增长，2012 年-2014 年毛利年均复合增长率高达 56.95%，其中服务业务毛利占比逐年下降，从 2012 年的 71.21% 降至 2014 年的 67.22%，广告业务毛利占比逐年上升，从 2012 年的 28.79% 增至 2014 年的 32.58%。公司主营业务毛利的变化情况和构成符合公司“内生增长”和“外延发展”并重，实施数字化和国际化转型的发展战略。

公司最近三年主营业务毛利率及其波动按行业分析如下：

主营业务	2014 年度	2013 年度	2012 年度
------	---------	---------	---------

产品类别	毛利率 (%)	增减变动	毛利率 (%)	增减变动	毛利率 (%)
服务业务	45.31	2.02	43.29	-2.84	46.13
广告业务	19.65	-4.33	23.98	1.59	22.38
销售业务	14.95	-9.82	24.77	-	-
合计	31.69	-2.83	34.52	-0.82	35.34

2012 年以来，服务业务毛利率较稳定；广告业务毛利率在 2014 年有所下降。随着毛利率较低的广告服务业务占比逐年增加，公司综合毛利率呈现逐年下降趋势。

服务业务和广告业务由于各自特性，毛利率有较大差异。服务业务毛利率基本在 40% 以上，而广告业务仅为 25% 以下。虽然广告业务目前毛利率较低，但是作为综合传媒集团布局中的重要环节，以及互联网广告、数字营销等为未来发展的主要方向，公司意在提升广告业务份额。只有不断完善公司营销传播产业链的布局，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务，才能够抓住互联网等新兴数字媒体技术带来的发展机遇。随着互联网为代表的数字时代的到来，新的传播手段和传播技术的不断涌现，传播服务市场正在发生深刻的变化，公关关系和广告的传播边界逐渐模糊，二者的传播手段趋同，以网络广告和网络公关为主体的数字传播服务正代表着未来传播业务的发展方向，是未来传播市场的重心所在。

（二）利润表其他项目分析

1、期间费用分析

公司报告期内期间费用明细及各自占营业收入比重如下表所示：

项目	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
销售费用（万元）	38,337.03	65,563.43	42,771.85	29,307.17
销售费用/营业收入 (%)	11.10	10.97	11.93	13.47
管理费用（万元）	29,699.67	41,510.01	23,017.65	12,696.06
管理费用/营业收入 (%)	8.60	6.94	6.42	5.84
财务费用（万元）	10,582.34	2,016.85	2,610.40	186.5
财务费用/营业收入 (%)	3.06	0.34	0.73	0.09
期间费用合计（万元）	78,619.04	109,090.29	68,399.90	42,189.73

期间费用合计/营业收入 (%)	22.77	18.25	19.08	19.39
-----------------	-------	-------	-------	-------

公司期间费用主要由销售费用、管理费用和财务费用构成。2012年至2014年间，公司通过加强内部管理等措施，使期间费用占营业收入比例逐年下降。公司在2012至2014年各年度内的期间费用总金额占营业收入的比例分别为19.39%、19.08%和18.25%。2015年上半年，公司期间费用出现较大增长，总金额占营业收入的比例达到22.77%，和公司业务规模扩大、推进数字化业务、收购子公司纳入合并范围及贷款增加相关。

项目	2015年上半年			2014年度			2013年度			2012年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	同比增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	同比增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	同比增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
销售费用	38,337.03	48.76	44.13	65,563.43	60.10	53.29	42,771.85	62.53	45.94	29,307.17	69.47
管理费用	29,699.67	37.78	97.51	41,510.01	38.05	80.34	23,017.65	33.65	81.30	12,696.06	30.09
财务费用	10,582.34	13.46	512.82	2,016.85	1.85	-22.74	2,610.40	3.82	1,299.68	186.50	0.44
合计	78,619.04	100.00	81.30	109,090.29	100.00	59.49	68,399.90	100.00	62.12	42,189.73	100.00

报告期内，公司期间费用和收入增长保持一致。其中销售费用占比最高，但比例逐年下降，从2012年的69.47%降至2015年上半年的48.76%；管理费用占期间费用比例整体呈上升趋势；财务费用在2012年至2014年占比较小，2015年上半年占比呈现显著上升。期间费用的变化及构成符合公司业务发展和融资需求的实际情况。

2013年相比2012年，公司期间费用增加26,210.17万元，同比增长幅度为62.12%，期间费用增量中销售费用占51.37%，管理费用占39.38%；2014年期间费用较上年同期增长40,690.39万元，增幅为59.49%，期间费用增量中销售费用占53.29%，管理费用占80.34%；2015年上半年期间费用较上年同期增长35,255.82万元，增幅为81.30%。

公司的销售费用主要由人员成本、服务费、会议费、灯箱物业服务费、差旅费、办公费及其他等项目构成。报告期内，随着公司主营业务增长，业务规模扩大，员工人数增加，人员及办公成本增加。

公司管理费用主要由人员成本、房租、物业、水电费、办公费、折旧摊销、服务费、税费、中介机构费及其他构成。报告期间管理费用的增加有以下

原因：一是由于随着业务规模的扩大，公司人员薪酬有所上升；二是 2013 年公司更换新办公区导致租金成本增加，由于新办公区装修，长期待摊费用增加导致摊销金额增加；三是公司并购项目增加，导致支付的中介服务费用增加。

公司财务费用主要由利息支出、利息收入、汇兑损益和银行手续费等构成。报告期内，公司近三年间财务费用有所波动，主要由于公司每年银行借款利息支出情况根据当年财务状况及资金使用情况的不同而有所差异。2014 年末公司短期借款和长期借款余额较 2013 年末大幅增加，但 2014 年财务费用却较上年有所下降，主要原因是 2014 年多笔借款在 12 月发生，尚未产生利息支出。2015 年上半年财务费用大幅增加，主要原因是公司同比上期，长、短期贷款增加及公司持有短期融资券，导致贷款及债券利息支出增加。

2、资产减值损失

公司在报告期内的资产减值损失主要由应收账款及其他应收款计提坏账准备导致。

项目	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
资产减值损失（万元）	2,689.37	613.96	1,128.14	411.59
资产减值损失/营业收入（%）	0.78	0.10	0.31	0.19

报告期内公司资产减值损失占营业收入均较低，对公司经营业绩不存在重大影响。

3、营业外收支情况

项目	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业外收入（万元）	537.14	3,763.50	8,799.38	4,184.41
其中：非流动资产处置利得（万元）	2.93	5.93	5,507.70	0.55
营业外支出（万元）	48.35	116.63	449.10	80.89
其中：非流动资产处置损失（万元）	0.83	9.16	82.62	8.05

营业外收入主要为固定资产处置利得和政府补助，其中政府补助主要包括公司及所属子公司收到的国家及政府相关部门（如北京市国有文化资产监督管理办公室、北京市朝阳区财政局、上海嘉定工业区等）拨付的专项拨款；营业外支出主要为捐赠支出及非流动资产处置损失。2013 年营业外收入为 8,799.38

万元，大幅增加的主要原因为公司出售办公用房确认处置收益。

公司最近三年一期主要政府补助情况如下：

单位：万元

补助项目	2015年上半年	2014年度	2013年度	2012年度
上海嘉定区财政奖励扶持资金	203.00	907.74	1,002.36	2,703.30
上海嘉定区财政资金收付中心 财政扶持资金	167.43	1,605.71	1,718.89	110.53
上海沪嘉财政奖励		-	-	721.38
上海闸北区财政奖励		83.94	12.00	-
西藏地区纳税贡献奖		50.00	-	-
北京市朝阳区财政局可持续发展 专项资金		-	80.00	50.00
北京市国有文化资产监督管理 办公室中小企业财政拨款		-	270.00	20.00
中关村并购扶持资金及企业信 用评级补贴		1.00	1.00	35.25
中关村科管委科技型中小企业 信用贷款贴息	58.22			
营改增补贴款		-	16.85	102.40
个税手续费返还	44.62	450.34	89.91	120.13
文化创意产业贷款贴息		335.00	-	-
拉萨开发区企业发展金	25.33	167.00	-	-

4、非经常性损益

公司报告期内非经常性损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年上半年	2014年度	2013年度	2012年度
非流动资产处置损益	5,882.41	7,859.55	5,514.10	35.00
计入当期损益的政府补助（与企业 业务密切相关，按照国家统一标准 定额或定量享受的政府补助除外）	509.61	3,631.75	3,212.49	3,877.60
计入当期损益的对非金融企业收取 的资金占用费		318.29	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营 企业的投资成本小于取得投资时应 享有被投资单位可辨认净资产公允 价值产生的收益		-	-	306.25
委托他人投资或管理资产的损益		113.41	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效 套期保值业务外，持有交易性金融 资产、交易性金融负债产生的公允 价值变动损益，以及处置交易性金 融资产、交易性金融负债和可供出 售金融资产取得的投资收益	11.12	2,288.12	-	-

除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-22.93	18.34	-287.30	-72.84
其他符合非经常性损益定义的损益科目	-12,925.49			
合计	-6,545.27	14,229.47	8,439.29	4,146.01
减：所得税影响额	146.95	3,752.70	2,007.62	931.96
少数股东权益影响额（税后）	16.64	226.66	51.09	9.25
非经常性损益净额	-6,708.85	10,250.11	6,380.58	3,204.79

公司报告期内非经常性损益净额及其分别占利润总额和净利润的比例分析如下：

项目	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
非经常性损益净额（万元）	-6,708.85	10,250.11	6,380.58	3,204.79
利润总额（万元）	14,238.23	94,795.38	63,296.98	35,744.69
占利润总额的比例（%）	-47.12	10.81	10.08	8.97
净利润（万元）	8,755.59	74,211.50	48,222.10	26,088.49
占净利润的比例（%）	-76.62	13.81	13.23	12.28

2012 年至 2014 年间，公司非经常性损益净额及其占当年度或当期利润总额和净利润的比例分别在 10% 和 13% 左右，主要是由政府补助和处置非流动资产获得收益导致；2015 年上半年，公司非经常性损益净额为利润总额的 -47.12%，净利润的 -76.62%，主要为 Huntsworth 计提商誉减值对公司投资收益影响所致。

（三）同行业盈利指标对比

本公司报告期内盈利指标与同行业可比上市公司比较如下：

指标	单位	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
销售毛利率（%）	本公司	29.18	31.75	34.52	35.35
	可比上市公司平均值	24.40	16.40	14.82	13.31
净利率（%）	本公司	2.54	12.41	12.20	10.83
	可比上市公司平均值	10.25	5.73	5.36	4.76
净资产收益率（%） （扣除非经常性损益/加权）	本公司	3.39	14.52	16.69	17.75
	可比上市公司平均值	4.26	11.98	12.15	11.43

注 1：可比公司样本为：当代东方、省广股份、思美传媒、华谊嘉信、中视传媒 5 家上市公司。以下如非特别说明，“可比上市公司”即指上述可比上市公司样本。

公司报告期内销售毛利率呈现小幅下降趋势，2012 年至 2014 年间，净利

率有所增长。2012 年至 2014 年间，销售毛利率和净利率在报告期内均显著高于同行业可比上市公司平均水平，显示了公司强劲的盈利能力。2012 年至 2014 年间，公司净资产收益率有所下降，主要是由于近年来公司的盈利状况持续稳步上升，净资产随之上升，结合 2013 年发行股份收购博杰广告时配套融资 5.1 亿元及员工股权激励计划的实施，导致公司净资产增幅较大，综合上述影响后净资产收益率有所下降。2015 年，由于 Huntsworth 子公司商誉减值造成公司承担 1.29 亿投资损失，对净利率和净资产收益率产生了重大影响。

综合以上指标分析，除了 Huntsworth 减值影响，公司的盈利能力在报告期内相对稳定，与同行业可比上市公司相比处于较优水平。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量状况如下：

项目	2015 年上半年		2014 年度		2013 年度		2012 年度
	金额 (万元)	增长 (%)	金额 (万元)	增长 (%)	金额 (万元)	增长 (%)	金额 (万元)
经营活动产生的现金流量净额	9,891.43	11.22	20,535.96	37.13	14,975.50	-22.83	19,406.03
投资活动产生的现金流量净额	-33,235.58	-6.75	193,745.69	302.11	-48,181.86	18.81	-40,555.05
筹资活动产生的现金流量净额	14,246.53	98.41	154,394.09	135.96	65,431.08	72.49	37,933.50
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-164.01	-256.93	-828.26	1,482.46	-52.34	267.81	-14.23
现金及现金等价物净增加额	-9,261.63	-52.42	-19,643.90	-161.06	32,172.37	91.84	16,770.24

(一) 经营活动现金流量分析

最近三年一期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,406.03 万元、14,975.50 万元、20,535.96 万元及 9,891.43 万元，公司净利润分别为 26,088.49 万元、48,222.10 万元、74,211.50 万元及 8,755.59 万元。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2015 年上半年	2014 年度	2013 年度	2012 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	353,919.59	551,198.36	337,372.11	190,984.28
营业收入	345,271.25	597,908.82	358,399.81	217,537.81

购买商品、接受劳务支付的现金	202,466.12	390,065.58	222,129.18	122,963.90
营业成本	244,506.93	408,056.87	234,693.23	140,644.74
经营活动产生的现金流量净额	9,891.43	20,535.96	14,975.50	19,406.03
净利润	8,755.59	74,211.50	48,222.10	26,088.49
经营活动产生的现金流量净额与净利润差额	1,135.83	-53,675.54	-33,246.60	-6,682.46

(1) 销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比

报告期内，公司营业收入和营业成本的增长与经营活动现金的流入和流出趋势基本一致。2012年度、2013年度、2014年度及2015年上半年，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比分别为0.88、0.94、0.92和1.03，表明公司主营业务与现金流入较为匹配，公司获取现金的能力稳步提升。

(2) 购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本比

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本比分别为0.87、0.95、0.96及0.83，表明公司主营业务与现金流出亦较为匹配，运营正常，无拖欠供应商款项和付款压力。

(3) 报告期内净利润与经营活动产生的现金净流量的比较分析

报告期内，公司各期净利润均大于经营活动产生的现金净流量，将净利润调整为经营活动产生的现金净流量的主要过程如下：

单位：万元

项 目	2015年上半 年	2014年度	2013年度	2012年度
净利润	8,755.59	74,211.50	48,222.10	26,088.49
加：资产减值准备	2,689.37	613.96	1,128.14	411.59
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,568.45	1,331.50	1,635.27	991.47
无形资产摊销	4,141.67	2,001.43	1,136.83	668.51
长期待摊费用摊销	1,388.23	2,966.40	2,044.43	1,190.99
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-2.10	3.23	-5,425.08	7.5
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.00	0.82	15.89	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-11.12	-2,288.12	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	10,495.12	5,611.40	3,402.93	945.77
投资损失（收益以“-”号填列）	4,375.10	-11,678.68	-2,720.36	-883.06

递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-1,338.67	-489.67	797.24	-
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	105.64	-609.14	-30.85	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	1,342.04	-657.75	-	-
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-60,805.53	-96,550.53	-47,263.33	-41,809.74
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	37,187.64	43,817.79	11,360.18	30,902.47
其他	0.00	2,251.83	672.12	892.04
经营活动产生的现金流量净额	9,891.43	20,535.96	14,975.50	19,406.03

2012年，公司净利润 26,088.49 万元，当期经营活动产生的现金净流量为 19,406.03 万元，两者相差 6,682.46 万元。2013年，公司净利润 48,222.10 万元，当期经营活动产生的现金净流量为 14,975.50 万元，两者相差 33,246.60 万元。2014年，公司净利润 74,211.50 万元，当期经营活动产生的现金净流量为 20,535.96 万元，两者相差 53,675.54 万元。2015年上半年，公司净利润 8,755.59 万元，当期经营活动产生的现金净流量为 9,891.43 万元，经营活动产生的现金净流量超过净利润。

报告期内，公司净利润与经营活动现金净流量差异较大的主要原因来自于公司应收账款的增加。2012年末至 2014年末，应收账款余额分别为 85,715.43 万元、137,877.17 万元和 224,939.40 万元。公司应收账款逐年增加和公司业务规模的扩大是直接相关的。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数。主要原因是近年来公司由于业务发展需要，以现金收购子公司，同时购建信息管理系统等所致。

2012年度，公司的投资活动现金流量净额为-40,555.05 万元，主要原因为 2012年公司持续收购思恩客、励唐会展、博思瀚扬和博看文思少数股东股权，支付美广互动、金融公关、精准阳光股东收购款，投资今久广告、智臻科技等导致投资活动现金流出 34,933.30 万元；2013年度，投资活动现金流净额为-48,181.86 万元，主要为公司支付博杰广告、蓝色方略、Huntsworth PLC、WAVS、太合娱乐股权收购款及支付上期收购思恩客少数股权款导致大量投资活动现金流出；2014年，投资活动现金流净额为-193,745.69 万元，主要为公司

支付密达美渡、WAVS、Fuse Project,LLC、Vision 7 International ULC 股权收购款所致；2015 年上半年，投资活动现金流净额为-33,235.58 万元，主要为公司支付 Vision 7 International ULC、沈阳维新等股权收购款所致。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动的现金流入主要是向银行借款和发行公司债取得现金流入，筹资活动的现金流出主要为偿还银行借款及现金分红的现金流出。公司的银行借款为短期借款和长期借款相结合的形式，其中短期借款用来对日常经营活动提供支持，长期借款主要用来支付收购股权款。公司报告期内筹资活动现金流量净额呈现大幅增加，和公司的战略规划直接相关。

从报告期来看，公司的经营稳定，现金流结构合理，随着公司业务规模的拓展、品牌价值的提升，公司获取现金的能力将进一步增强。

四、资本性支出分析

（一）报告期内公司重大资本性支出

报告期内，公司资本性支出主要包括博杰广告数码海报广告屏的建设安装和一系列股权收购项目。其中，博杰广告数码海报广告屏的建设安装在在建工程科目核算，报告期内在建工程总额占公司非流动资产及占总资产的比例非常低，对公司整体财务状况不存在重大影响，详见下表：

项目	2015年 6月30日	2014年 12月31日	2013年 12月31日	2012年 12月31日
在建工程金额（万元）	-	-	24.72	-
在建工程/非流动资产（%）	-	-	0.01	-
在建工程/总资产（%）	-	-	0.00	-

报告期内，公司通过现金和发行股份购买了多家海内外公司的股权，构成重大资本性支出。2012 年，公司继续增持思恩客、励唐会展、博思瀚扬和博看文思少数股权；2013 年，公司控股收购了 WAVS 和蓝色方略，参股英国上市公司 Huntsworth，并以现金及发行股票的方式收购了博杰广告；2014 年，公司增持蓝色方略、美广互动少数股权，并现金收购了密达美渡、Fuse、北联伟业、捷报数据、沈阳新维广告有限公司等公司；2015 年上半年，公司现金收购了

Vision 7 International ULC。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出计划主要围绕信息化平台升级项目、Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目和一系列并购项目展开。

为提升公司管理效率，促进组织结构优化，有效降低营业成本，提升企业综合竞争力，公司拟对原有信息化平台进行升级。项目建设期 2 年，拟新增总投资 12,038.67 万元。公司的 Blue View 系列数据营销产品开发与应用项目由舆情监测、精准广告投放、电商综合服务三大平台组成。项目建设期 2 年，拟新增总投资 56,347.38 万元。除此之外，公司未来可预见的重大资本支出项目还包括外延式发展的各项投资事宜。

上述项目投资的资金缺口由公司通过自有资金或其他融资方式补充。通过未来几年的重大资本性支出项目，公司将逐渐完善信息化平台，进一步加强数字化媒体建设，实现国际化发展，有利于经营业绩及盈利能力实现持续稳定的增长。

五、股份支付

报告期内，公司实施股票期权和限制性股票进行员工激励，均符合股份支付的确认条件。

2011 年，公司实施员工股票期权激励计划，选择布莱克—斯科尔期权定价模型对股票期权的公允价值进行测算。2014 年，公司进一步实施限制性股票激励计划，采用限制性股票的市场理论价格—市场流动性折价对公司限制性股票期权的公允价值进行测算，在每个资产负债表日根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计，2011 年确认费用 10,105,800 元，2012 年确认费用 11,982,965.00 元，2013 年确认费用 6,721,151.00 元，2014 年确认费用 22,518,337.00 元，2015 年上半年确认费用 10,504,972.00 元，累计确认费用 61,833,225.00 元。

六、会计政策、会计估计变更及其影响

（一）2011 年公司调整应收款项坏账准备会计估计变更

经公司第一届董事会第十一次会议审议通过，为更加谨慎、合理，能够更准确、客观的反映公司的财务状况和经营成果，2011 年公司进行了应收账款坏账准备的会计估计变更，计提比例变更如下：

账龄	变更前计提比例	变更后计提比例
6 个月以内（含 6 个月）	5%	0
6 个月-12 个月（含 12 个月）	5%	2%
12 个月-24 个月（含 24 个月）	30%	30%
24 个月-36 个月（含 36 个月）	50%	100%
36 个月以上	100%	100%

1、会计估计变更的原因

根据《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》，会计估计变更，是指由于资产和负债的当前状况及预期经济利益和义务发生了变化，从而对资产或负债的账面价值或者资产的定期消耗金额进行调整。当企业据以进行估计的基础发生了变化，或者由于取得新信息、积累更多经验以及后来的发展变化，可能需要对会计估计进行修订。

公司于 2011 年 9 月对应收款项减值准备进行了会计估计变更，降低了账龄在 1 年以内的应收款项的坏账计提比例，主要与公司开始实施外延式发展战略，将业务领域从上市之初以公共关系服务为主向广告、公关等整合传播服务全产业链拓展，预期公司的业务结构发生变化有关。

2011 年 3 月，公司启动对北京思恩客广告有限公司的收购，于当年 6 月将其纳入合并范围；2011 年 7 月陆续公告对北京今久广告传播有限责任公司、精准阳光（北京）广告传媒有限公司和北京美广互动广告有限公司的收购计划，并分别于 2011 年 8 月和 10 月将美广互动、精准阳光纳入合并范围。与 2010 年相比，2011 年度发行人新增广告业务，且该业务收入占比达到 31.79%；自 2011 年后，发行人已逐渐由原来的单一公共关系服务扩展到目前包括公共关系服务、广告、活动管理等在内的全营销传播服务领域，业务构成发生了明显变

化，广告业务占营业收入比例保持增长趋势。

公司 2010 年和 2011 年收入结构对比情况

单位：万元

业务类型	2011 年		2010 年	
	收入金额	占比	收入金额	占比
公关服务业务	86,331.06	68.21%	49,572.40	100.00%
广告业务	40,228.76	31.79%	0.00	0.00%
合计	126,559.82	100.00%	49,572.40	100.00%

由于上述外延式发展，公司的资产和负债的当前状况及预期经济利益和义务发生了变化，原有的会计估计变更已不能客观、公允的反映发行人的财务状况和经营成果，考虑到公关服务业务与广告业务的差异，结合同行业上市公司应收账款的坏账计提比例，为了使会计估计符合公司新的经营模式和实际状况，更加准确、客观地反映公司的财务状况和经营成果，公司决定调整坏账计提比例。

2、会计估计变更的谨慎性和合理性分析

(1) 会计估计变更后与同行业的比较

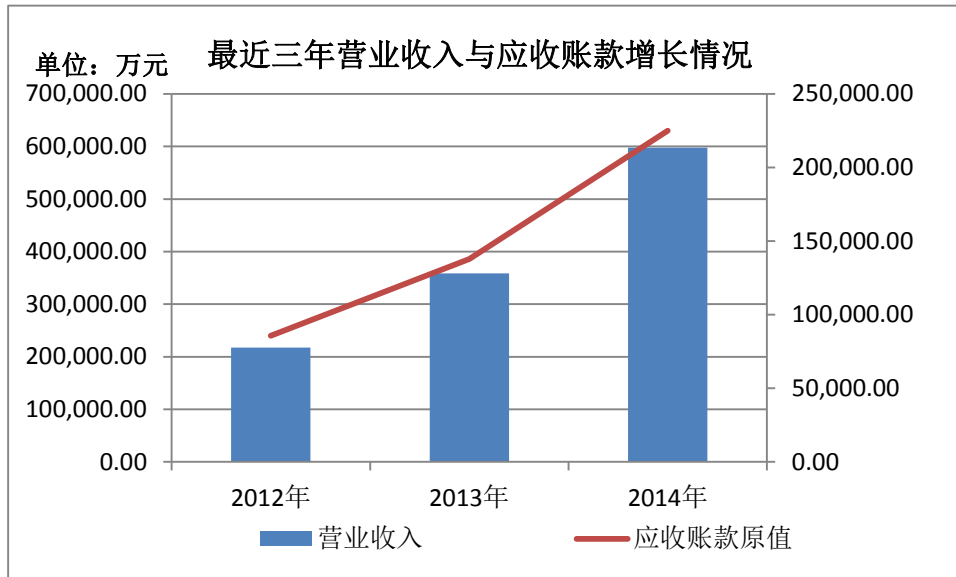
公司名称	主营产品或劳务	账龄	应收账款 计提比例	其他应收款 计提比例
蓝色光标	品牌管理、 广告制作代理等	6 个月以内	0	0
		6 个月-12 个月	2%	2%
		12 个月-24 个月	30%	30%
		24 个月以上	100%	100%
当代东方	影视节目发行、 广告制作、代理服务	1 年以内	5%	5%
		1-2 年	7%	7%
		2-3 年	10%	10%
		3-4 年	30%	30%
		4-5 年	50%	50%
		5 年以上	100%	100%
思美传媒	媒体代理、 品牌管理等	1 年以内	5%	5%
		1-2 年	10%	10%
		2-3 年	30%	30%
		3-4 年	50%	50%
		4-5 年	80%	80%
		5 年以上	100%	100%
华谊嘉信	整合营销、 创意策划等	3 个月以内	0	0
		3-6 个月	1%	1%
		6-12 个月	5%	5%

		1-2年	10%	10%
		2-3年	50%	50%
		3年以上	100%	100%
省广股份	品牌管理、自有媒体发布、媒介代理等	1年以内	0.50%	0.50%
		1-2年	10%	10%
		2-3年	20%	20%
		3年以上	100%	100%
电广传媒	广告制作代理、影视节目制作发行、网络传输服务、旅游业等	1年以内	1%，5%[注]	1%，5%[注]
		1-2年	10%	10%
		2-3年	20%	20%
		3-4年	50%	50%
		4-5年	80%	80%
		5年以上	100%	100%
中视传媒	广告业务、影视业务、旅游业务等	1年以内	0%	0%
		1-2年	5%	5%
		2-3年	10%	10%
		3-4年	30%	30%
		4-5年	50%	50%
		5年以上	100%	100%
电广传媒[注]：节目分公司和广告代理业务子公司的应收款项汇同金额非重大的应收款项一起计提坏账准备，账龄1年以内应收款项的计提比例为1%。其余应收款项按5%比例计提。				

从上述对比可以看出，发行人在变更会计估计前，对账龄在一年之内的应收款项坏账准备计提比例为5%，和当代东方、思美传媒相同，但显著的高于中视传媒、省广股份，6个月以内的计提比例高于华谊嘉信；在变更后，一年以内应收账款坏账计提比例仍高于中视传媒，6-12个月计提比例高于省广股份。

(2) 发行人会计估计变更对净利润的影响

最近三年，公司的应收款项增长较快，主要由业务扩张所致，为正常经营和收购活动形成。



2012 年之后净利润受会计估计变更影响均由每期末应收款项较前一期末应收款项增加导致。2012 年、2013 年和 2014 年，公司各期净利润受会计估计变更影响金额分别为 1,917 万、2,293 万和 4,904 万元，占净利润比例分别为 7.35%、4.76%和 6.61%。

综上，公司于 2011 年 9 月进行会计估计变更，主要与公司实施外延式发展战略，并预计未来业务结构和经营模式发生变化有关，具有合理性；与同行业上市公司相比，公司一年内应收账款的坏账计提水平处于中等水平，具有谨慎性；2011 年，公司财务状况稳定，经营业绩良好，且会计估计变更对净利润的影响逐年降低，不存在为调节利润而进行会计估计变更的动机。公司 2011 年进行会计估计变更符合实际经营状况和发展战略，具有合理性和谨慎性。

（二）根据国家会计制度的要求变更会计政策

2014 年 1 月至 6 月，财政部发布了《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》和《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》，修订了《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》，除《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》在 2014 年年度及以后期间的财务报告中施行外，上述其他准则于 2014 年 7 月 1 日（首次执行日）起施行。

公司按相关准则的规定进行了追溯调整，主要调整如下：

根据《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》，对被投资单位不能实施控制、重大影响的权益性投资及对其合营企业的权益性投资，按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行处理；《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》规定，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，应当按照成本计量。公司将对参股公司的股权投资调整至可供出售金融资产。

根据《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》，公司资产负债表中的股东权益类单独列示“其他综合收益”。

因新准则的实施而进行的会计政策变更对公司财务报表未产生重大影响。在编制 2014 年年度财务报告时按各准则衔接要求进行调整，对可比期间财务报表项目及金额的影响如下：

1、合并资产负债表

单位：元

报表项目	2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	调整前金额	调整后金额	调整前金额	调整后金额
长期股权投资	1,046,110,656.75	987,106,600.62	104,841,794.42	80,385,342.73
可供出售金融资产	0.00	59,004,056.13	0.00	24,456,451.69

2、母公司资产负债表

单位：元

报表项目	2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	调整前金额	调整后金额	调整前金额	调整后金额
长期股权投资	3,297,670,168.77	3,253,027,438.25	1,064,756,320.21	1,051,113,589.69
可供出售金融资产	0.00	44,642,730.52	0.00	13,642,730.52

本次会计政策调整仅影响 2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日资产负债表资产相关项目的列示，不影响负债、所有者权益项目，也不影响 2013 年度、2012 年度利润表项目。

（三）其他导致的期初重述事项

公司 2013 年收购西藏博杰 100% 股权，并以 2013 年 7 月 31 日为购买日将西藏博杰纳入合并范围。西藏博杰购买日的可辨认资产和负债的公允价值根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告(信会报字[2013]第 250095 号)确定。

2014 年沃克森（北京）国际资产评估有限公司根据购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或者进一步证据，对西藏博杰出具了公允价值分摊报告（沃克森咨报字[2014]第 0105 号），公司以最新确定的可辨认资产和负债的公允价值为基准重新确定商誉。根据评估结果，调增期初无形资产 1,247,776,638.45 元，调增期初递延所得税负债 187,166,495.76 元，调减期初商誉 1,062,358,341.13 元，调减期初未分配利润 1,748,198.44 元。

七、公司目前存在的重大或有事项及期后事项

截至本募集说明书出具之日，公司不存在应披露的重大诉讼、除对下属子公司以外的对外担保等或有事项或重大期后事项，对公司财务状况、盈利能力及持续经营未有影响。

八、公司财务状况和盈利能力未来发展趋势分析

近年来，国家大力发展文化产业，将文化创意产业作为中国未来经济增长和结构转型的支柱产业。在互联网等新兴数字媒体传播领域，广告与公共关系的传播边界逐渐模糊，二者的传播手段趋同。新媒体形式出现及快速发展，信息传播领域扩大，传播速度加快，企业对于有效向市场传递积极信息，塑造正面形象的工作有巨大的市场需求。伴随消费升级的浪潮，企业将更加主动地保持营销方面的支出增长。更多中国企业将进入品牌管理时期，更加重视品牌管理、依托品牌管理提升发展速度。上述多方面正在为公司带来前所未有的发展机遇。

1、未来发展趋势

公司未来发展的战略目标明确：由原来单一的公共关系服务提供商，转型成为中国领先的专业传播集团，打造属于中国的世界级传播品牌，形成包括广告、公共关系及活动管理等传播增值服务在内的整合的传播服务链条，为客户提供更全面、更优质的服务。

公司已经提出“十年十倍”的发展目标及“数字化”、“国际化”的发展思路，继续坚持“内生性增长”和“外延式发展”并举的业务发展战略。公司未来将持续加大在战略新兴业务上的投入，迅速强化公司在技术和产品方面的基因，并将之与公司传统的服务和创意基因完美融合，形成基于商业智能的端到端完整营销解决方案的能力。与此同时，公司将继续运用资本手段布局未来，并购有客户有规模的成熟企业，投资有技术和产品能力的新兴企业，持续形成竞争壁垒。

在内生性增长方面，首先，公司将加强新业务和原有业务的结合，加强品牌影响力，强化执行能力，强化各子品牌的核心竞争力，强化市场洞察，积极为客户创造价值；其次，公司将推进全面预算管理，充分利用预算对公司内部的财务及非财务资源进行分配、考核、控制，以便有效地组织和协调公司的生产经营活动，完成既定的经营目标；第三，公司将强化合法合规运营，强化内部控制，持续补充完善各项内控制度，并在实际工作中确保落实；第四，公司将强化协同和资源共享，随着公司旗下品牌增加，公司将重点关注对于各品牌之间的资源整合与协同；第五，公司将积极推动构建新型人力资源管理体系，推动公司内部创业的开展，随着公司“才赋中心”系列项目逐渐变革组织结构，将形成由虚拟团队构成的神经网络组织。在发挥每个人优势的同时形成自进化的、强调赋权的人才生态系统。

在外延发展方面，公司将继续坚持积极的扩张策略，发挥公司资本及平台优势，对产业链中的细分领域的优质公司，通过资本手段结合，深化公司服务链，持续提升服务质量。公司将继续坚持外延式发展战略，坚定走数字化和国际化发展道路。

在业务发展方向上，公司结合制定的战略规划，从以下三个方面着手，一是数字化战略布局将全面展开，公司团队将持续推出解决客户各种营销问题的

产品和整合方案，公司的大数据 DMP 将初成雏形，在营销 CRM，移动互联 DSP 和 RTB 广告，电子商务整体解决方案等领域的竞争优势将初步建立并形成业务规模；二是继续坚定推进全球化策略，北美和西欧等经济环境、市场环境和法律环境较为成熟地区是公司的重点市场，同时随着公司海外布局的完善，帮助中国企业走出去也必将给公司带来更多机会，公司海外业务收入将有较大提升；三是推进各项员工激励计划，真正使公司骨干员工分享公司成长，提升公司产业竞争力。

2、本次募投项目对未来发展的影响

本次可转债的发行将进一步扩大公司的资产规模，公司的总资产和总负债规模均有所增长，按 2014 年 12 月 31 日的财务状况，募集资金到位后，合并口径资产负债率将由 59.19% 上升至 63.66%（未考虑可转债的权益成分，按全部计入负债成分计算），处于相对安全的负债率水平之内，且随着未来可转债持有人陆续实现转股，公司的资产负债率将逐步降低。

本次发行可转债是公司保持可持续发展、巩固行业龙头地位的重要战略措施，既可提升公司的资金能力和服务能力，满足日益增长的行业市场需求及业务发展需求，又可为公司有效降低经营风险、提升盈利能力奠定了坚实基础。

本次募集资金的使用对募投项目的盈利水平提出了较高的要求，这对公司的整体管理水平、内部控制制度、风险控制机制等方面提出了更高的要求。通过募投项目的顺利实施，本次募集资金将会得到高效使用，为公司和投资者带来丰厚的投资回报，有助于提高公司的核心竞争力，促进公司的快速持续健康发展。

第八节 本次募集资金运用

一、本次募集资金概况

经 2014 年 7 月 28 日召开的第三届董事会第十二次会议和 2014 年 8 月 13 日召开的 2014 年第三次临时股东大会审议，公司本次拟通过公开发行可转债募集资金总额（含发行费用）不超过人民币 14 亿元，募集资金拟投向以下项目：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	项目备案情况
1	信息化管理平台升级项目	12,038.67	12,000.00	京朝阳发改（备） [2014]61 号
2	Blue View 系列数据营销产品 开发及应用项目	56,347.38	54,000.00	京朝阳发改（备） [2014]62 号
3	优质广告资源采购项目	106,433.47	48,500.00	-
3.1	央视媒体资源广告经营权采 购模块	76,333.47	33,500.00	-
3.2	蓝色天幕全球机场联播媒体 网络模块	30,100.00	15,000.00	-
4	收购美广互动 49% 股权项目	9,100.00	9,000.00	-
5	收购蓝色方略 49% 股权项目	6,601.70	6,500.00	-
6	并购专项资金池项目	10,000.00	10,000.00	-
合计		200,521.22	140,000.00	

为充分地利用本次募集资金，保持公司可持续发展、巩固行业领先地位，经 2015 年 4 月 3 日公司召开第三届董事会第三十一次会议和 2015 年 4 月 15 日召开的 2014 年度股东大会审议通过，决定将原募投项目中第 6 项“并购专项资金池项目”变更为以下三个项目：

1、以募集资金 3,500 万元支付收购 Fuse project 公司 75% 成员权益项目第一期后续支付价款；

2、以募集资金 3,500 万元支付收购 We Are Very Social Limited 公司 82.84% 股权项目的第一期后续支付价款；

3、以募集资金 3,000 万元补充投入优质广告资源采购项目。

变更完成后的募集资金投向为：

序号	项目名称	项目总投资 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	信息化管理平台升级项目	12,038.67	12,000.00
2	Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目	56,347.38	54,000.00
3	优质广告资源采购项目	106,433.47	51,500.00
3.1	央视媒体资源广告经营权采购模块	76,333.47	36,500.00
3.2	蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块	30,100.00	15,000.00
4	收购美广互动 49% 股权项目	9,100.00	9,000.00
5	收购蓝色方略 49% 股权项目	6,601.70	6,500.00
6	收购 Fuse 公司 75% 成员权益项目第一期后续支付价款	4,155.47	3,500.00
7	收购 WAVS 82.84% 股权项目第一期后续支付价款	4,195.98	3,500.00
合计		198,872.67	140,000.00

本次募集资金是公司保持可持续发展、巩固行业领先地位的重要战略措施。拟投资项目符合公司发展战略及产业未来的发展方向，项目实施完成后有利于公司进一步深化主营业务，进一步增加为用户提供优质服务的能力，为提升公司核心竞争力及可持续发展能力、实现持续快速发展创造良好条件。

本次发行募集资金到位前，公司将根据实际情况按照项目轻重缓急以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金总额不超过项目资金需要量，如出现本次募集资金不足项目资金需求部分的情况，公司将通过其他方式自筹解决。

二、本次募集资金的具体情况

(一) 信息化管理平台升级项目

1、项目基本情况

公司通过实施“内生+外延”式发展战略，使公司从上市初期单纯的公关公司转变为综合传播集团。随着公司规模的不不断壮大，对企业信息化管理的要求日

益提高。为进一步提升公司管理效率，促进组织结构优化，有效降低营业成本，提升企业综合竞争力，公司拟对原有信息化平台进行升级，具体建设内容如下：

信息化管理平台升级项目建设内容

模块类别	新建/升级建设具体内容
信息安全体系	入侵检测：防止公司内部服务器、网络、设备和员工 PC 等被入侵造成信息泄露，或信息破坏等问题，保证内部信息系统的安全性、完整性和保密性。通过设备阻拦外部的攻击威胁，降低信息系统的脆弱程度。
	信息泄露防止：通过部署设备和软件来保证公司重要信息的保密性，对于公司不同办公地点，以及在非公司办公地点进行工作的员工相互之间的通信进行有效的加密，达到保证完整性、可用性、机密性的目的，防止信息被篡改和盗取。
	上网行为监控：需要通过监控的方式对于公司员工的网络行为进行有效管理，防止公司信息外泄，保证数据安全，降低公司信息的风险性。
	监控设施升级：对于办公区的视频监控，能有效提高办公场所的安全性。增强对于数据中心的视频监控和物理环境监控来保证信息系统的正常运转。对于服务器，日志的监控可以使得管理高效准确，对于网络的各种监控可以提高安全保密性，保证信息的有效安全交互。
集团社交平台	通过架设企业社交即时通讯平台，提高企业内部信息互联互通，在保证信息安全的基础上，最大限度的提高员工沟通的机动性，灵活性和便利性。主要需要员工在各种移动设备上部署前端客户端和后端服务器实现。
IT 管理自动化	HP ServiceManager 是按照 ITIL 规范进行开发的产品，所以其产品的结构、分类、词汇、方法等完全满足 ITIL 的要求。HP ServiceManager 包括了服务台、事件管理子模块，问题管理子模块，配置管理子模块，变更管理子模块等。各子模块相对独立，完成各项功能需求，又互相关联，共同完成服务管理。
HR 系统	对采购的 peoplesoft 进行二次开发，实现基础人事的管理、薪酬的发放、招聘、人才发展、绩效考核、各种报表的导出、与各系统进行对接。
财务管理	实现凭证管理、出纳管理、核算管理等功能，支持海外公司全球化管理、精细化管理、差异化管理，与用友 NC 进行对接，与其他系统进行对接。
项目管理	实现项目计划管理、过程管理、项目控制管理、通讯管理、日程管理等功能的平台，与其他系统实现对接。
商务智能系统（BI）	建设数据仓库，利用数据挖掘技术对客户、业务、财务数据进行有效多维分析，为集团经营管理活动提供决策信息。
媒体集中采购系统	管理所有媒体供应商，进行媒体资源的采购管理，降低采购成本。
移动信息化	完成移动客户端审批工作流程，查找通联信息、集成邮件服务器、查询规章制度、读取其他系统部分内容。
知识管理系统	提供一个对知识管理的平台，员工上传内容到该平台，可提供分享，其他员工可以上面查询自己需要的内容，发布自己总结的内容等。
客户关系管理系统	潜在客户管理、客户管理、商机管理、销售活动管理、订单管理、市场活动管理。
业务办公软件	从原来单一的购买软件厂商的批量授权，改为公有云和私有云相结合的虚拟应用管理模式，从而有效节省软件使用成本，以及最大限度地降低应用程序安装和维护的成本。
基础设施升级	为满足 IT 资源不断整合及业务设备升级后状况，拟将 2-3 个弱电间改建成为子机房；随着智能移动终端的多样化和移动应用的广泛使用，员工对无线网络的使用需求和依赖度越来越高，进行无线网络的扩建；进行数据备份容灾和异地备份技术改造。

2、项目实施的必要性和可行性

（1）项目实施的必要性

①有利于推动以客户为导向的多元化业务管理

通过建立完善的信息化管理平台，公司可实现内部最佳的资源组合，能迅速抓住市场机会，提供差别化的产品和服务，快速响应复杂多变的市场，培养创新能力。

经过几年的外延式发展，公司已经形成了包括广告、公共关系服务和活动管理等增值服务在内的营销传播服务链，其多元化、外延式发展战略的实施，使公司从上市初期单纯的公关公司转变为综合传播集团。该项目实施后公司结构将更加扁平化、动态化，在这种结构中，一方面信息管理系统使需求部门能够快速直接获得所需信息，缩短了流程环节，提高工作效率。另一方面，信息化管理平台能够有力支撑以顾客为导向、以资源为基础的矩阵式工作小组方式，最大化集成各部门的职能，更加有效和经济地满足多领域客户需求。

②有利于进一步推动企业突破传统公关思维，抓住数字化给公司业务带来的发展机遇

从内部环境而言，本项目建立起有效的信息化管理平台，能进一步提高公司内部信息资源开发利用效率，并扩大信息资源开发利用范围。此外，随着公司管理规模的扩大，通过信息化管理平台的知识共享管理系统，将极大地调动组织成员的潜能和积极性，促进相互间知识和经验的交流，进一步推动员工突破传统公关思维，主动迎接互联网技术对传统业务模式的冲击。

从外部环境而言，在新媒体业务蓬勃发展、信息传播领域不断扩大的背景之下，公司业务亦将向大数据、移动互联、电子商务、视频业务等四个领域进行发展，信息化管理平台升级项目有利于新的信息沟通模式的建立，可有效提高信息传递效率，使公司的信息资源得到最大程度的沉淀与共享，抓住数字化给公司业务带来的发展机遇。

（2）项目实施的可行性

①从宏观政策层面分析，信息化管理平台升级项目具备有利的政策环境

从宏观政策层面来看，近年来国家积极推动信息化在中小企业的运用，《国

国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》、《2006-2020 年国家信息化发展战略》等相关规划强调，“加快服务业信息化，优化政策法规环境，依托信息网络，改造和提升传统服务业；加快发展网络增值服务、电子金融、现代物流、连锁经营、专业信息服务、咨询中介等新型服务业；大力发展电子商务，降低物流成本和交易成本”。

国务院发布《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》指出，到 2020 年，文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化，与相关产业全方位、深层次、宽领域的融合发展格局基本建立，相关产业文化含量显著提升，培养一批高素质人才，培育一批具有核心竞争力的企业，形成一批拥有自主知识产权的产品，打造一批具有国际影响力的品牌，建设一批特色鲜明的融合发展城市、集聚区和新型城镇。文化创意和设计服务增加值占文化产业增加值的比重明显提高，相关产业产品和服务的附加值明显提高，为推动文化产业成为国民经济支柱性产业和促进经济持续健康发展发挥重要作用。营销传播服务行业作为文化产业的一个重要组成部分，具备有利的政策环境。

②从公司层面分析，公司具有实施信息化管理的经验和团队，在组织和技术方面有所保证

从实施经验来看，公司 2010 年 IPO 之时，通过实施业务系统信息化管理平台项目，初步建立起了跨岗位、跨部门、跨地区、跨公司的协同业务管理平台，具有实施信息化管理升级项目的基础。

从管理制度来看，公司高度始终重视内部控制，多年来持续强化公司内部管理，不断梳理和优化管理流程，加强公司内部控制体系的建设和完善。目前，公司的信息化管理平台已经推广到所有自建和收购的子公司，信息系统支持的业务类型已从原来的公关服务，活动管理扩展到广告服务管理，媒体资源管理和设备租赁管理等多个方面。

从技术积累来看，公司拥有专业化网络维护团队，具备基础网络设施建设、维护与管理能力；除此之外，公司还拥有系统开发团队，负责公司信息系统运行、维护及系统改进开发。

综上所述，本项目符合产业政策引导方向，在公司组织、技术支持上均有

保证，所以本项目是可行的。

3、项目建设投入情况

本项目建设投入情况具体如下：

(1) 硬件投入

公司信息化管理平台升级项目拟购置的主要硬件如下表所示：

项目建设硬件投入明细

模块	名称	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
信息安全体系强化模块	入侵检测硬件	3	36.00	108.00
	网页防火墙	1	48.00	48.00
	漏洞扫描系统	1	31.00	31.00
	远程应用发布	1	30.00	30.00
	堡垒机	1	32.00	32.00
	VPN 设备	3	191.00	573.00
	上网行为监控设备	3	53.00	159.00
	日志监控设备	3	30.00	90.00
	服务器监控	1	28.00	28.00
	配置核查系统	1	32.00	32.00
	视频监控	1	29.00	29.00
	机房物理环境监控	1	8.00	8.00
	无线网络监控	1	17.00	17.00
	网络流量监控	1	15.00	15.00
集团社交平台模块	Lync Server 2013 前端服务器	2	10.00	20.00
	Lync Server 2013 边缘服务器	2	10.00	20.00
	数据库镜像服务器	2	5.00	10.00
	VOIP 网关	2	1.00	2.00
IT 管理自动化系统模块	软件部署服务器	5	20.00	100.00
	数据库	2	10.00	20.00
HR 系统升级模块	生产应用服务器	2	65.88	131.76
	生产文件服务器	3	42.30	126.90
	生产数据库服务器	3	10.60	31.80
	生产批处理	2	11.70	23.40
	开发机	2	6.55	13.10
	测试机	2	4.30	8.60
财务系统升级模块	生产应用服务器	4	65.88	263.52
	生产文件服务器	3	42.30	126.90
	生产数据库服务器	4	10.60	42.40
	生产批处理	4	1.17	4.68
	开发机	2	6.55	13.10
	测试机	2	4.30	8.60
项目管理系统模块	生产应用服务器	1	65.88	65.88

	生产文件服务器	2	10.60	21.20
	开发机	2	6.55	13.10
	测试机	2	4.30	8.60
商务智能系统（BI）模块	生产应用服务器	1	42.30	42.30
	生产文件服务器	5	1.17	5.85
	开发机	3	6.55	19.65
	测试机	3	4.30	12.90
媒体集中采购系统模块	生产应用服务器	1	65.88	65.88
	生产文件服务器	3	10.60	31.80
	开发机	1	6.55	6.55
	测试机	1	4.30	4.30
移动信息化模块	生产文件服务器	1	42.30	42.30
	生产批处理	3	4.30	12.90
	开发机	5	2.55	12.75
	测试机	3	2.55	7.65
知识管理系统模块	生产文件服务器	1	42.30	42.30
	生产文件服务器	3	10.60	31.80
	开发机	2	6.55	13.10
	测试机	2	4.30	8.60
客户关系管理系统模块	生产应用服务器	2	65.88	131.76
	生产文件服务器	2	42.30	84.60
	生产数据库服务器	4	10.60	42.40
	生产批处理	5	1.17	5.85
	开发机	4	6.55	26.20
	测试机	4	4.30	17.20
业务办公软件升级模块	虚拟应用管理平台-用户管理系统用户主域控制器 &数据库主机 &Lic 服务器（热双机）	2	10.90	21.80
	虚拟应用管理平台-用户管理系统登陆服务器（热双机）	2	6.30	12.60
	虚拟应用管理平台-业务承载系统业务承载（虚拟应用）服务器（500用户）	10	8.80	88.00
	虚拟应用管理平台-业务承载系统文件服务器（热双机）	2	4.90	9.80
	虚拟应用管理平台-业务承载系统磁盘存储系统	1	25.20	25.20
	虚拟应用管理平台-网络设备三层核心交换机	1	3.50	3.50
基础设施升级模块	机房扩建-风冷式精密空调	2	9.00	18.00
	机房扩建-UPS 电源系统	1	18.00	18.00
	存储容灾系统	1	25.00	25.00
		1	4.00	4.00
	网络扩建-企业级无线办公网络扩建	1	6.00	6.00
		64	0.30	19.20
合计				3,195.28

（2）软件投入

公司信息化管理平台升级项目拟购置设的主要软件如下表所示：

项目建设软件投入明细

模块	名称	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
信息安全体系强化模块	pc 恶意代码防护	3,000	0.05	150.00
集团社交平台模块	应用服务器软件许可	4	7.00	28.00
	客户端软件许可	3,000	0.05	135.00
	服务器企业版客户访问许可	3,000	0.10	300.00
	数据库软件许可	2	20.00	40.00
	服务器软件许可	6	16.00	96.00
	服务器客户访问许可	3,000	0.05	150.00
IT 管理系统模块	HPSM 服务台管理模块软件使用许可	15	0.09	1.35
	HPSM 事件管理模块软件使用许可	40	0.10	4.00
	HPSM 问题管理模块软件使用许可	15	0.09	1.35
	HPSM 知识管理模块软件使用许可	30	0.10	3.12
	HPSM 知识查询使用许可	3,000	0.01	30.00
	HPSM 变更管理模块软件使用许可	15	0.10	1.50
	HPSM 配置管理模块软件使用许可	15	0.10	1.50
	HPSM 资产管理模块软件使用许可	5	0.20	1.00
	HPSM 服务级别管理模块软件使用许可	30	0.09	2.70
HR 系统升级模块	软件采购	1	300.00	300.00
财务系统升级模块	软件采购	1	135.00	135.00
项目管理系统模块	软件采购	1	165.00	165.00
商务智能系统 (BI) 模块	软件采购	1	15.00	15.00
媒体集中采购系统模块	软件采购	1	150.00	150.00
移动信息化模块	软件采购	1	135.00	135.00
知识管理系统模块	软件采购	1	150.00	150.00
客户关系管理系统模块	软件采购	1	150.00	150.00
业务办公软件升级模块	微软批量许可 EA (三年)	1	450.00	450.00
	adobe 批量许可 EA	1	90.00	90.00
财务系统升级模块	存储容灾系统: 数据及系统备份软件 (支持异地&跨平台)	5	5.00	25.00
		5	3.50	17.50
		1	2.50	2.50
合计				2,730.52

(3) 人员投入

蓝色光标信息化管理平台升级项目的主要人员投入如下表所示:

项目建设人员投入明细

项目	类型	工资水平 (万元/年)	研发人员数量		研究开发费用 (万元)		
			第一年	第二年	第一年	第二年	合计

信息安全体系 强化模块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	中级开发人员	25	2	1	50.00	25.00	75.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	网络工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
集团社交平台 模块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级开发人员	35	1	0	35.00	0.00	35.00
	测试经理	25	1	0	25.00	0.00	25.00
	测试工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
IT 管理系统模 块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级分析和设计 人员	40	1	0	40.00	0.00	40.00
	高级开发人员	35	1	0	35.00	0.00	35.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试经理	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
HR 系统升级 模块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级分析和设计 人员	40	1	0	40.00	0.00	40.00
	高级开发人员	35	1	0	35.00	0.00	35.00
	中级开发人员	25	1	0	25.00	0.00	25.00
	测试工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
财务系统升级 模块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级分析和设计 人员	40	1	1	40.00	40.00	80.00
	高级开发人员	35	1	1	35.00	35.00	70.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	硬件工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	网络工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
项目管理系统 模块	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级开发人员	35	1	0	35.00	0.00	35.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	初级开发人员	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	网络工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
商务智能系统 (BI) 模块	数据挖掘项目经 理 BI	40	1	0	40.00	0.00	40.00
	数据建模工程师	55	1	0	55.00	0.00	55.00
	高级开发人员	35	1	0	35.00	0.00	35.00

	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
媒体集中采购系统模块	项目总监	65	2	1	130.00	65.00	195.00
	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级分析和设计人员	40	1	0	40.00	0.00	40.00
	高级开发人员	35	1	1	35.00	35.00	70.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	网络工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
移动信息化模块	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	初级开发人员	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
知识管理系统模块	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级分析和设计人员	40	1	1	40.00	40.00	80.00
	高级开发人员	35	1	1	35.00	35.00	70.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
客户关系管理系统模块	项目经理	40	2	1	80.00	40.00	120.00
	高级开发人员	35	1	1	35.00	35.00	70.00
	中级开发人员	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	测试工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
业务办公软件升级模块虚拟应用管理平台	系统及应用高级工程师	25	1	1	25.00	25.00	50.00
	系统及应用工程师	20	1	1	20.00	20.00	40.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
基础设施升级模块机房扩建	基础施工-项目管理	25	1	0	25.00	0.00	25.00
	基础施工-强弱电设计	18	1	0	18.00	0.00	18.00
	基础施工-施工技术人员	12	3	2	36.00	24.00	60.00
	基础施工-施工操作人员	8	4	2	32.00	16.00	48.00
基础设施升级模块网络扩建	系统及应用工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
基础设施升级	系统及应用高级	25	1	0	25.00	0.00	25.00

模块存储灾备系统升级	工程师						
	系统及应用工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	硬件工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
	网络工程师	20	1	0	20.00	0.00	20.00
合计							5,091.00

4、项目实施主体

本项目建设主体为蓝色光标母公司。

5、项目投资计划

本项目建设期 2 年，拟新增总投资 12,038.67 万元，其中设备及软件购置费用总计 5,925.80 万元；技术开发费用总计 5,091.00 万元，预备费及铺底流动资金 1,021.87 万元，具体如下：

项目建设投资构成

项目类别	项目名称	投资额
1、设备及软件购置费用		5,925.80
	2.1 设备购置费用	3,195.28
	2.2 软件购置费用	2,730.52
2、技术开发费		5,091.00
	2.1 咨询顾问费	720.45
	2.2 软件开发费	2,997.30
	2.3 软件维护费	1,271.43
	2.4 培训费用	101.82
3、预备费及铺底流动资金		1,021.87
合计		12,038.67

6、项目批准情况

本项目已于 2014 年 8 月 8 日获得北京市朝阳区发改委出具的《信息化管理平台升级项目备案通知书》（京朝阳发改（备）[2014]61 号）。

（二）Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目

1、项目基本情况

随着大数据浪潮的到来，媒体对于受众的认识和理解正在发生颠覆性的变化。互联网对传统企业的影响，覆盖了从品牌形象、营销推广、商业渠道等多方面。公司数据营销产品主要基于第一、第三方客户数据，进行整合、分析、转变，形成数据产品，用于本项目三大平台的推广与运营。

本项目由舆情监测、精准广告投放、电商综合服务三大平台构成，项目主要通过组建各自的技术团队、运营团队、分析师团队，实现产品开发、运营维护、咨询服务，具体内容如下：

序号	子系统	项目建设内容
1	舆情监测平台	整合所有企业需要的大舆情相关数据，将非结构化的舆情、用户社交数据根据使用需求结构化；在对各种数据做深度挖掘的基础上，规划前端与企业营销相关的监测、洞察、分析、数据、报告类产品；运营并销售这些产品。
2	精准广告投放平台	/
2.1	DSP	DSP 产品对接 PC、移动端的广告交易平台 AD Exchange 和 SSP，以及户外、原生广告系统，对接企业的 DMP 和蓝标 DMP，建立独有的人群优化算法、广告投放优化建议和效果监测技术，为企业提供 RTB 实时竞价购买和 PPB 程序化优化购买。团队同时可以为企业或品牌定制私有 DSP。
2.2	DMP	采购和自建数据来源，获取更多的数据源，将数据进行结构化整理，开发数据整合引擎、分析计算模块、应用模块；存储、处理、管理数据资源，线下/线上分析挖掘受众行为特征，实时智能相应市场营销，开发出符合商业智能数据应用产品。
3	电商综合服务平台	/
3.1	电商战略服务	提供电子商务营销、品牌、渠道、服务体系建设等服务。
3.2	电商营销服务	提供电商导流、搭建店铺、客服等服务。
3.3	电商运营服务	为客户提供代运营服务，包括比价、代理上货、网店运营等。
3.4	电商技术服务	开发电商 ERP、CRM、关键词优化等电商管理软件。

2、项目实施的必要性和可行性

(1) 项目实施的必要性

①从市场角度看，本项目符合市场对大数据应用产品的广泛需求

随着“大数据”时代的来临，行业用户面临着数据存储、读取、分析等多方面的挑战。为了应对这些挑战、满足客户需求，各大公司都在完善、开发技术及产品，需要帮助客户深度整合、分析数据，为客户的决策提供支持。在市场竞争激烈程度日益加剧的情况下，企业能否做出准确并且有前瞻性的决策正成为提升竞争力的关键。传统关系数据库的信息查询、形成报表等功能已经无法满足竞争需要，因此行业用户迫切需要应用大数据解决方案，建立从数据收集、提取、分析到决策的数据驱动式决策支持系统。

本项目符合企业对品牌、客户需求、电商运营快速响应的要求。在一些行业，存在着同类产品差异小，可替代性强的特点。企业销售收入的提高离不开出色的购物体验和客户服务，需要对变化中的消费需求迅速做出反应。因此本项目的实施符合了市场对大数据应用产品的广泛需求。

②从公司角度看，本项目有助于公司实现战略转型，符合公司的长期战略规划

在云计算、移动互联网和物联网等新一代信息技术的广泛应用下，数据的增长速度之快前所未有、数据的类型也变得越来越多。一方面海量的多样化数据对信息的有效存储、快速读取、检索提出了挑战，另一方面其中蕴藏的巨大商业价值也引发了对于数据处理、分析的巨大需求。

本项目建设将有效整合公司现有产品及研发资源、优化公司产品性能及服务效能、扩充公司业务服务范围，从而大力夯实公司数据营销产品业务的发展基础，提高公司在大数据应用服务领域的市场竞争力和盈利能力，有利于公司保持持续快速发展的势头，符合公司未来业务的发展定位。

（2）项目实施的可行性

①从政策角度看，本项目符合国家大力发展互联网、移动互联网、大数据应用的政策导向

随着互联网技术的广泛应用以及互联网产业与各行各业的融合，互联网将成为中国经济发展的催化剂。新一轮科技革命和产业变革与国家加快转变经济发展方式形成历史性交汇，为中国实施创新驱动发展战略提供了难得的重大机遇。在工信部发布的《互联网行业十二五规划》中，提出强化应用创新的引导与规范，大力发展生产性、民生性互联网应用创新服务。具体方式可通过建立互联网应用平台，突破互联网应用基础技术，面向生产和公共服务领域，在商业营销等领域开展新型应用示范等。2013年8月，国务院发布《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，重点发展基于互联网的信息消费，拓宽电子商务发展空间，促进信息资源开放共享和企业公平竞争，增强信息消费发展的内生动力。

本项目中的舆情监测、精准广告投放、电商综合服务三大平台，主要面向互联网为企业提供互联网舆情监测、精准广告投放、电商综合服务等服务，符合国家对于互联网、移动互联网、信息消费等多方面的政策要求。

②从公司角度看，实施 Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目能够满足市场需求，为公司业务持续增长提供有力支撑

从实施经验来看，公司已经开展舆情监测的相关服务，在数据使用和开发上积累了一定的经验。同时，针对精准广告投放平台，公司已建立专业团队研究 DSP 的商业模式，并进行了技术储备。在电商综合服务方面，公司做过多方面的考察，对电子商务全流程进行了精准的市场调研，并已着手准备组建电子商务团队。本项目基于大数据开发应用数据营销产品，在国内外都属于前沿领域，市场上并未有成熟的模式和经验，公司利用自身强大的品牌效应和资金实力，可从业内吸引具有一定相关经验的海外人才，将公司业务向大数据应用、互联网营销方向延伸。

综上所述，本项目符合产业政策引导方向，符合市场需求，公司在组织、技术支持上均有保证，所以本项目是可行的。

3、项目建设具体内容

本项目由舆情监测、精准广告投放、电商综合服务三大平台构成，项目主要通过组建各自的技术团队、运营团队、分析师团队，实现产品开发、运营维护、咨询服务。具体内容如下：

（1）舆情监测服务平台

舆情监测业务，既有传统的预警、分析，也有社会化聆听（Social listening）以及社会化洞察（Social Insight），贯穿于整个营销全过程中，对产品企划、竞品监测、营销策略、监测、营销执行、复盘都有深入的辅助作用。

目前公司的整体业务中重要的一部分数据业务是舆情相关，包括舆情监测、口碑分析和洞察等。客户资源和需求规模已经日益成熟稳定，而供应商的数据抓取、文本挖掘和语义判断能力参差不齐，执行效率有待提高，一定程度上阻碍了公司舆情业务的进一步开展和升级。自主开发舆情监测平台已经成为公司向数字化营销转型的当务之急。

公司希望建立技术和产品、行业分析师团队，通过采购、合作和开发三种模式，整合所有企业需要的大舆情相关数据，将非结构化的舆情、用户社交数据根据使用需求结构化；在此各种数据做深度挖掘的基础上，规划前端与企业营销相关的监测、洞察、分析、数据、报告类产品；运营并销售这些产品，实现舆情乃至整个数据营销业务的提升。舆情监测商业生态实践主要包括：

①引入数据供应商、营销工具开发商的优质数据或工具，在 BlueView 搭建数据接口、展示页面及自动化工作流程对接，创建独立的或者整合进入某个轻应用；

②通过对需求的满足，形成完善的、交互体验良好的舆情相关产品。

③通过舆情监测的产品化及产品线组合，为品牌主在营销各阶段需要的舆情相关数据、报告、监测提供整合的解决方案；

④通过产品化组件和灵活的支付方式，满足中小客户及代理商的舆情业务碎片化需求，在线提交需求，根据使用量付费，快速获得报告或便捷完成批量及点对点投放。

舆情监测商业生态实践主要开发工作内容包括：

①对国内外主流舆情市场的发展及时调研；

②对各种规模客户现有舆情业务的需求形成需求征集体系；

③制定 BlueView 舆情平台的产品规划，并持续迭代开发；

④管理 BlueView 舆情平台的开发和运维；

⑤根据 BlueView 舆情产品，组合出适合大客户及中小客户的解决方案、使用范例，推广并销售。

本项目将搭建形成以 BlueView 舆情监测平台为核心，结合专业分析师团队、产品开发和设计团队的数据营销服务团队。形成发现、分析、洞察、数据四大主要业务模式，涵盖产品型、报告型以及数据型等多种主流服务模式，为客户提供一体化的整合数据营销解决方案。

（2）精准广告投放平台

①需求方平台（DSP）

随着互联网行业的多年积累和不断发展，网络数据量迅速增长，海量的用户数据蕴含巨大营销价值。不同广告主对于资源的需求日益多样，而且不同媒体资源要求的购买方式也呈现多元化，这些都使得整合并统筹利用不同渠道的资源进行广告投放成为必须。

DSP 全称“Demand Side Platform”，意为需求方平台，是面向广告主的广告投放管理平台。DSP 通过对数据的整合及分析，实现基于受众的精准投放，以程序化购买的方式，接入众多媒体资源，帮助广告主进行跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放，并对广告投放效果进行实时监测及优化。

依托蓝色光标对数据营销产品的整体规划，建立技术、产品和运营团队。DSP 产品对接 PC、移动端的广告交易平台 AD Exchange 和供应方平台 SSP (Sell-Side Platform)，以及户外、原生广告系统，对接企业的 DMP 和蓝标 DMP，建立独有的人群优化算法、广告投放优化建议和效果监测技术，为企业提供 RTB 实时竞价购买和 PPB (Programmatic Premium Buying) 程序化优化购买。团队同时可以为企业或品牌定制私有 DSP。

②数据管理平台 (DMP)

DMP 是一个中央数据管理平台，可以帮助广告主/广告代理商管理用户数据，实时集成整合多种来源的数据，包括广告主自有数据、CRM 数据、媒体投放数据、营销活动数据、第三方提供商获取的数据、微信微博等互联网抓取数据、云端的公有、私有数据或其他在线广告中涉及的公司数据，基于数据挖掘、机器学习等人工智能精准算法实现对结构化、半结构化、非结构化的海量数据进行处理和建模建立精准用户细分 (基于全方位的第一方用户数据和第三方用户数据)，分析、识别消费者不同渠道的行为及真实意图，实现个性化的精准定向投放、精准数据库营销等市场服务、精准量化效果实现闭环营销。

广告主/广告代理公司/互联网/企业运营等拥有大量的数据，只有通过科学的管理才能挖掘出这座金矿的价值，由于数据本身的特性，收集、整合、管理、分析和应用是一项复杂的工程，因此需要研发专门的系统和模块对其进行管理和调度，其主要研发建设内容包括：

①数据收集整理：研发/定制数据整合 (ETL) 引擎，实现多数据源的自动抽取、转换和加载。

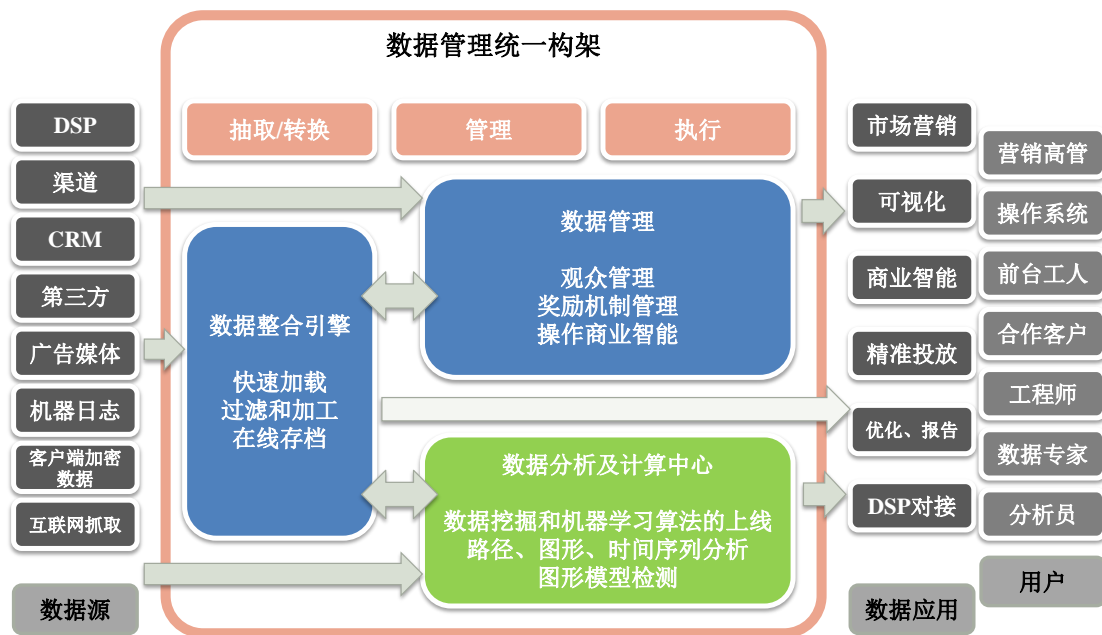
②数据管理：研发/定制数据管理模块，结合蓝色光标及客户的特点和需求对收集整理的数据进行管理，如对大量无序的数据进行存储、分类、预处理、标签整合、客户细分体系构建等，为进一步的数据分析、挖掘、市场应用等活

动做好准备。

③数据分析与挖掘：研发/定制数据分析与挖掘模块，搭建大数据处理、计算平台，用于用户行为产生海量数据的分析和挖掘，精准定位和预测/实时跟踪学习用户行为、兴趣，为市场营销、受众管理等应用提供数据和决策支持。

④数据应用：研发/定制数据应用模块/APIs，通过前几个模块对数据的收集、整合、分析、细分，数据将会被应用到不同的广告网络和交换平台用于指导精准投放、精准营销等市场应用，并对衡量投放、活动进行效果量化评估，不断优化营销策略。

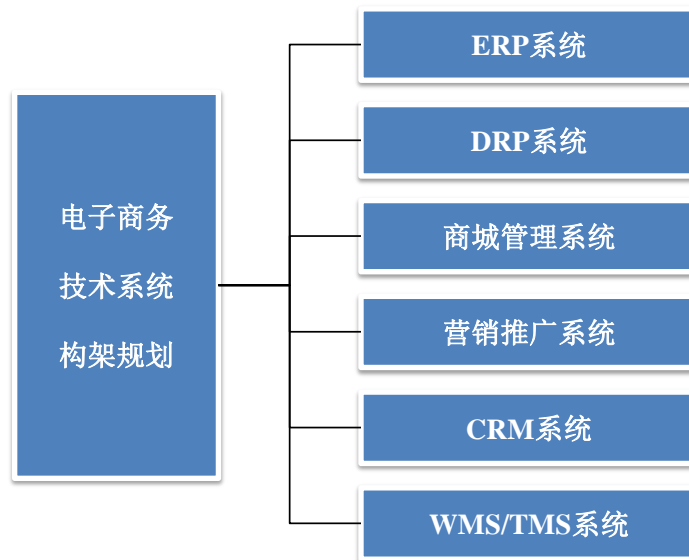
DMP 平台系统架构图



(3) 电商综合服务平台

公司的电子商务技术系统，主要包括：ERP 系统、DRP 系统、商城管理系统、营销推广系统、CRM 系统、WMS/TMS 系统等主要系统模块构成，能够实现官网、B2C 商城、淘宝/天猫旗舰店、京东旗舰店、全网分销等各类型电子商务模式的业务需要。

电子商务技术系统构架图



①电子商务 ERP 系统

电子商务 ERP 系统，能够为企业和品牌提供完善的综合电子商务系统服务，是整个电子商务技术系统的核心，实现了包括进销存、促销、财务、订单管理、数据中心等在内的各大核心功能。根据企业和品牌的实际管理需求，ERP 系统可以实现既有系统对接、全新开发部署、云端托管部署、模块化部署对接等多套实施方案。同时，ERP 系统能够实现与现有各大电子商务平台，包括：天猫、淘宝、京东、拍拍网、亚马逊、一号店、当当网、唯品会、凡客诚品、Vjia 商城等，以及主流商业系统软件，包括：Oracle、SAP、金蝶、用友等的完美对接。

ERP 系统承载了整套电子商务系统的核心功能，主要核心模块包括：采购管理、商品管理、财务管理、促销管理、订单管理、数据中心、管理报表、权限管理等。

②电子商务 DRP 系统

分销资源计划 DRP（Distribution Resource Planning）系统能够实现电子商务全网的分销，在跨平台、分销商分级管理、全网统一分销管理方面提供便捷高效的系统支持，为企业和品牌实现极大的销售潜力挖掘。同时根据不同企业和品牌的实际情况，也能够系统和流程层面，最大程度的兼顾到已有的线下分销体系和业务系统。系统对于分销商的分级管理，进行了管理优化，可以根

据实际需要，定制不同的分级管理策略。实现不同的分销商权限、成本、商品结构、管理层级、KPI 业绩考核等功能。同时能够实现批量化、动态化、傻瓜化的操作和管理，极大的提高了管理人员的工作效率。

DRP 系统的主要核心模块包括：平台对接、渠道管理、订单管理、招商管理、成本管理、分销层级及权限管理、计划管理、运输管理、KPI 考核等。

③商城管理系统

商城管理系统是网站、商城、旗舰店等网站前台的综合管理系统，能够完成电子商务快速建站、跨平台前台对接、图文信息发布、商品发布管理、促销活动管理等功能。系统采用成熟的设计，能够实现快速建站，同时基于大量的定制功能和模板开发，最大限度地实现站点的个性化。

商城管理系统完成了所有网页的设计、展示、管理等功能，主要核心模块包括：商品展示、分类管理、搜索优化、页面模板管理、网页发布、图片管理、平台对接、批量管理、数据分析等。

④营销推广系统

营销推广系统能够为企业和品牌提供更低成本的流量和用户。系统根据自有商城、淘宝/天猫旗舰店、京东旗舰店、其他电商平台等不同平台的推广需求，能够实现搜索优化、低成本流量获取等功能。系统针对主要平台的算法规则，能够实现强大的排名优化，最大程度的提升产品曝光。系统基于强大的数据挖掘能力，能够实现智能的营销托管，帮助企业实现更高效便捷的流量获取。同时根据海量的用户行为数据及营销效果分析，实现更精准的营销推广，提升 ROI。

营销推广系统主要核心模块包括：关键词优化、智能竞价、SEM 托管、词库智能推荐、数据分析等。

⑤CRM 系统

客户关系管理 CRM（Customer Relationship Management）系统能够为企业和品牌最大程度的留住老用户，维持老用户的活跃度并不断提升用户价值。一方面，系统能够实现企业和品牌的全渠道用户营销，根据不同的识别特征，实

现用户的统一识别标记，能够更加完善全面的记录与分析用户行为及需求。根据用户的海量数据挖掘与预测，实现精准的营销信息推送。另一方面，系统同时还能够直接、快速的进行用户营销，通过短彩信、电子邮件营销 EDM（Email Direct Marketing）、优惠券、微信等各种营销渠道，实现点对点精准的营销信息高效直达，实现分析型客户关系管理系统与操作型客户关系管理系统的完美结合。

CRM 系统主要核心模块包括：呼叫中心管理、用户信息管理、CRM 营销、用户数据建模分析、分析报表等。

⑥WMS/TMS 系统

电子商务仓库管理系统 WMS（Warehouse Management System）和运输管理系统 TMS（Transportation Management System）系统，主要保障电子商务后端运营工作的需要。随着国内电子商务的高速发展，电子商务业务量急速增长，对于运营效率的提升极为迫切，而 WMS/TMS 系统正是解决这一问题的关键。

根据电子商务业务运营模式的不同，仓储管理主要有几大模式：独立仓、共享仓、主分仓、细胞仓、平行仓、区域仓、虚拟仓等。针对这几类不同的仓储方案，对应的系统逻辑、功能模块、工作流程、运营优化等存在较大区别，需要在 WMS/TMS 系统中分别加以优化。系统架构完善，能够适用于各类实际仓储管理方案，提供对应的 WMS/TMS 系统方案，并能够实现跨平台、跨品类的实际运营管理。

整套系统既包括各个模块的管理程序，也包括一整套系统设备，比如：无线扫描枪、专用打印机、GPS 定位模块等。通过智能软硬件结合的方式，实现了无线仓储管理、无线物流管理。无线系统能够实现包括入库、拣货、发货、下架、盘点等所有的库内操作，在工作进行的同时，库存数据都会精确的实时同步到云端，保证在线可售数据与真实库存数据的实时同步。

WMS/TMS 系统还内置了通用的优化管理策略，应用于实际工作中，收货排期管理、大促波动优化、智能补货、智能上架、库存人员管理、运单分配、盘点等均有智能化的管理策略支持，能够保证系统高效稳定运行的同时，还能

够提供最优的管理提升。

WMS系统的核心功能模块包括：商品质检、进货入库、发货出库、跨库调拨、库内管理、库存盘点、虚拟仓管理、退换货管理、正残品管理、批次效期管理、物料管理、货位管理、库内路径智能优化等。

TMS系统的核心功能模块包括：订单管理、运能运力分配、行车管理、位置跟踪、配送反馈、基础信息维护等。

4、项目建设投入情况

本项目建设投入情况具体如下：

(1) 硬件投入

蓝色光标 Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目拟购置设的主要硬件如下表所示：

项目建设硬件投入明细

序号	子系统	名称	数量	单价 (万元/台套)	总价 (万元)
1	舆情监测平台	服务器	10	3.00	30.00
2	DSP	服务器	30	3.00	90.00
3	DMP	服务器	30	3.00	90.00
		其他 (交换机、防火墙、路由等)	1	20.00	20.00
4	电商运营服务	影棚	4	14.4	57.6
		摄影设备	1	40.00	40.00
		笔记本	7	0.40	2.80
		图片处理设备	2	2.50	5.00
5	呼叫中心 (Call Center)	呼叫坐席	401	0.40	160.4
		客服系统	1	90.00	90.00
6	电商技术服务	服务器	100	1.80	180.00
		机柜	10	0.25	2.50
		交换机	1	100.00	100.00
		安全系统	1	100.00	100.00
合计					968.30

(2) 软件投入

蓝色光标Blue View系列数据营销产品开发及应用项目拟购置设的主要软件如下表所示：

项目购买软件和技术服务投入明细

序号	子系统	名称	单价 (万元/套)	数量		总价		总价 (万元)
				第一年	第二年	第一年	第二年	
1	舆情监测平台	产品 UI 设计、开发	/	/	/	150.00	200.00	350.00
		数据分析模型开发	/	/	/	50.00	200.00	250.00
		网络带宽	/	/	/	30.00	30.00	60.00
2	DSP	网络带宽	/	/	/	45.00	45.00	90.00
3	DMP	数据分析软件	60	1	1	60.00	60.00	120.00
		数据可视化软件	20	1	1	20.00	20.00	40.00
		网络带宽				30.00	30.00	60.00
4	电商战略服务	数据分析、建模工具、操作系统、数据库软件、办公软件、图形图像处理软件	2	1	1	2.00	2.00	4.00
5	电商营销服务	电商工具	1	1	1	1.00	1.00	2.00
6	电商运营服务	电商工具	1	1	1	1.00	1.00	2.00
合计						389.00	589.00	978.00

(3) 铺底流动资金

根据国家发展改革委、建设部《关于印发建设项目经济评价方法与参数的通知》（发改投资[2006]1325号）及其配套《建设项目经济评价方法》，流动资金的测算采用分项详细估算法，对流动资产和流动负债的主要构成要素即存货、现金、应收账款、预付账款以及应付账款和预收账款等几项内容分项进行估算，具体计算公式为：

$$\text{流动资金} = \text{流动资产} - \text{流动负债}$$

$$\text{流动资产} = \text{应收账款} + \text{预付账款} + \text{存货} + \text{现金}$$

$$\text{流动负债} = \text{应付账款} + \text{预收账款}$$

① 参数选择

鉴于目前上市公司中尚未有类似公司从事本项目，发行人结合自身的行业经验、实际运营成果及未来运营目标，对项目测算的参数设定如下：

指标	参数设定
应收账款周转率	在前两年建设期内，为了推广产品，公司一般会给客户更长的信用期，应收账款的周转率设定为 2
存货周转率	在前两年建设期内，客户对于公司新开发的数字营销产品存在一个逐步熟悉、认可和接受的过程，存货的周转率设定为 1.9
现金周转率	在前两年建设期内需用现金结算的各种费用较多，如管理费用、销售费用、人员工资、采购费用等，但由于产品处于推广期销售回款相对较差，现金周转率设定为 1
应付账款周转率	应付账款周转率参考蓝色光标过去三年平均应付账款周转率设定为 5

②分项测算

按照分项详细估算法计算 Blue View 项目流动资金需要量的具体过程如下：

1) 销售收入：按募投项目实施进度，参考可行性研究报告，项目建设期为两年，其中第一年可实现销售收入 6,646.73 万元，第二年可实现销售收入 23,937.62 万元，两年合计营业收入为 30,584.35 万元；

2) 营业成本：根据可行性研究报告，项目建设期第一年营业成本为 2,464.93 万元，第二年营业成本为 8,119.32 万元，两年合计营业成本为 10,584.25 万元；

3) 应收账款=营业收入/应收账款周转率=15,292.18 万元；

4) 存货=营业成本/存货周转率=5,570.66 万元；

5) 应付账款=营业成本/应付账款周转率=1,764.04 万元；

6) 现金=需用现金结算费用/现金周转率=30,201.22 万元；

7) 预收账款：在 Blue View 项目建设期内，出于推广目的，一般不会要求客户提前付款，故测算时不考虑预收账款；

8) 预付账款：不同于媒体采购类业务，未来公司在从事舆情监测、精准营销或电商服务业务时，一般不会向供应商提前支付价款，故测算时不考虑预付账款。

综上，该项目所需流动资金=流动资产-流动负债

=现金+应收账款+存货-应付账款

=30,201.22+15,292.18 +5,570.66-1,764.04

=49,300.02 万元

根据国家计划委员会《关于核定在建基本建设大中型项目概算等问题的通知》（计建设[1996]1154号）中的有关规定铺底流动资金按流动资金需要量的30%的要求计算铺底流动资金，得到 Blue View 项目的铺底流动资金取整近似为14,700万元。

（4）人员投入

目前公司内部各类型人员的岗位工资指引（包含基本工资、奖金、福利、保险、津贴等，个别岗位视具体工作责任和工作性质不同，工资水平略有差异）如下表所示：

序号	类型	工资水平（万元/年）
1	项目负责人	80-100
2	项目总监	50
3	项目经理	20-30
4	技术总监	50-70
5	产品总监	50
6	产品经理	30
7	高级技术人员	35-45
8	中级技术人员	20
9	初级技术人员	8-12
10	数据管理员/高级数据挖掘/算法工程师	35
11	系统分析师	30
12	系统管理员	12-25
13	咨询总监	50
14	高级咨询师	25
15	中级咨询师	20
16	初级咨询师	15
17	高级开发人员	25
18	中级开发人员	20
19	初级开发人员	15
20	测试经理	20
21	测试工程师	15
22	硬件工程师	15
23	网络工程师	15

24	客服总监	30-40
25	高级客服/客服经理	15-20
26	中级客服	10
27	初级客服/客服助理	8
28	销售经理	30-35

蓝色光标 Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目的主要人员投入如下表所示：

项目建设人员投入明细

序号	子系统	类型	工资水平 (万元/年)	人员数量		人员费用(万元)		
				第一年	第二年	第一年	第二年	合计
1	舆情监测平台	项目负责人	80.00	1	1	80.00	80.00	160.00
		产品总监	50.00	0	1	0.00	50.00	50.00
		产品经理	30.00	2	3	60.00	90.00	150.00
		技术总监	50.00	0	1	0.00	50.00	50.00
		高级技术人员	35.00	1	1	35.00	35.00	70.00
		中级技术人员	20.00	0	2	0.00	40.00	40.00
		初级技术人员	8.00	2	4	16.00	32.00	48.00
		数据管理员	35.00	1	2	35.00	70.00	105.00
		系统管理员	12.00	1	2	12.00	24.00	36.00
		客服	20.00	2	4	40.00	80.00	120.00
		市场	30.00	0	2	0.00	60.00	60.00
		高级分析师	30.00	2	3	60.00	90.00	150.00
		中级分析师	20.00	2	6	40.00	120.00	160.00
		初级分析师	8.00	4	12	32.00	96.00	128.00
			合计			18	44	410.00
2	DSP	项目负责人	100.00	1	1	100.00	100.00	200.00
		产品总监	50.00	1	1	50.00	50.00	100.00
		产品经理	30.00	1	3	30.00	90.00	120.00
		技术总监	70.00	1	1	70.00	70.00	140.00
		高级技术人员	35.00	4	6	140.00	210.00	350.00
		中级技术人员	20.00	4	6	80.00	120.00	200.00
		初级技术人员	8.00	4	10	32.00	80.00	112.00
		数据管理员 (用户数据挖掘)	35.00	4	6	140.00	210.00	350.00
		系统管理员	25.00	2	6	50.00	150.00	200.00
		客服总监	40.00	1	3	40.00	120.00	160.00
		客服经理	20.00	2	6	40.00	120.00	160.00
		客服助理	8.00	6	18	48.00	144.00	192.00
		销售	35.00	1	4	35.00	140.00	175.00
	合计			32	71	855.00	1,604.00	2,459.00
3	DMP	产品总监	50.00	1	1	50.00	50.00	100.00

		产品经理	30.00	2	2	60.00	60.00	120.00
		技术总监	70.00	1	1	70.00	70.00	140.00
		高级技术人员	45.00	3	2	135.00	90.00	225.00
		中级技术人员	20.00	4	4	80.00	80.00	160.00
		初级技术人员	12.00	5	5	60.00	60.00	120.00
		高级数据挖掘/ 算法工程师	35.00	3	3	105.00	105.00	210.00
		系统管理员 (系统运维)	25.00	2	2	50.00	50.00	100.00
		咨询总监	50.00	1	1	50.00	50.00	100.00
		高级分析师	35.00	1	2	35.00	70.00	105.00
		中级分析师	25.00	1	3	25.00	75.00	100.00
		初级分析师	12.00	1	4	12.00	48.00	60.00
		合计		25	30	732.00	808.00	1,540.00
4	电商战略服务	咨询总监	50.00	2	5	100.00	250.00	350.00
		项目经理	30.00	4	10	120.00	300.00	420.00
		高级咨询师	25.00	6	15	150.00	375.00	525.00
		中级咨询师	20.00	8	20	160.00	400.00	560.00
		初级咨询师	15.00	12	25	180.00	375.00	555.00
合计		32	75	710.00	1,700.00	2,410.00		
5	电商营销服务	客服总监	30.00	4	6	120.00	180.00	300.00
		项目经理	20.00	8	12	160.00	240.00	400.00
		高级客服	15.00	16	24	240.00	360.00	600.00
		中级客服	10.00	32	48	320.00	480.00	800.00
		初级客服	8.00	48	72	384.00	576.00	960.00
	合计		108	162	1,224.00	1,836.00	3,060.00	
	呼叫中心 (Call Center)	客服总监	18.00	1	1	18.00	18.00	36.00
		项目经理	12.00	5	10	60.00	120.00	180.00
		高级客服	6.00	20	40	120.00	240.00	360.00
		中级客服	5.00	75	150	375.00	750.00	1,125.00
		初级客服	4.00	100	200	400.00	800.00	1,200.00
合计		201	401	973.00	1,928.00	2,901.00		
TP子公司	客服总监	30.00	8	12	240.00	360.00	600.00	
	项目经理	20.00	16	24	320.00	480.00	800.00	
	高级客服	15.00	32	48	480.00	720.00	1,200.00	
	中级客服	10.00	64	96	640.00	960.00	1,600.00	
	初级客服	8.00	96	144	768.00	1,152.00	1,920.00	
合计		216	324	2,448.00	3,672.00	6,120.00		
6	电商技术服务	项目总监	50.00	1	1	50.00	50.00	100.00
		项目经理	30.00	5	5	150.00	150.00	300.00
		系统分析师	30.00	8	12	240.00	360.00	600.00
		高级开发人员	25.00	32	48	800.00	1,200.00	2,000.00
		中级开发人员	20.00	48	72	960.00	1,440.00	2,400.00
		初级开发人员	15.00	40	60	600.00	900.00	1,500.00
		测试经理	20.00	2	3	40.00	60.00	100.00
		测试工程师	15.00	10	15	150.00	225.00	375.00
硬件工程师	15.00	8	8	120.00	120.00	240.00		

	网络工程师	15.00	8	8	120.00	120.00	240.00
	合计		162	232	3,230.00	4,625.00	7,855.00

5、项目实施主体

舆情监测、精准广告投放两个平台的建设主体为蓝色光标母公司。

电商综合服务平台的建设主体为全资子公司蓝色光标电子商务（上海）有限公司，经公司第三届董事会第三十一次会议和 2014 年度股东大会审议通过，本项目募集资金投入方式由母公司委托贷款变更为母公司增资。

6、项目投资计划

本项目建设期 2 年，拟新增总投资 56,347.38 万元，其中工程费用 4,166.41 万元，工程建设其他费用 35,111.50 万元，预备费 2,369.46 万元，铺底流动资金 14,700.00 万元。具体构成如下：

项目建设投资构成

项目类别	项目名称	投资额
1.工程费用		4,166.41
	1.1 场地租赁费	2,220.11
	1.2 设备及软件购置费	1,946.30
	其中：设备购置费	968.30
	软件和技术服务购置费	978.00
2.工程建设其他费用		35,111.50
	2.1 办公场地装修费	3,247.00
	2.2 办公家具购置费	72.50
	2.3 数据采购费	3,820.00
	2.4 人员费用	27,672.00
	2.5 培训费	200.00
	2.6 研讨及咨询费	100.00
3.预备费		2,369.46
	3.1 基本预备费	1,480.92
	3.2 涨价预备费	888.55
4.铺底流动资金		14,700.00
	合计	56,347.38

7、项目批准情况

本项目已于 2014 年 8 月 8 日获得北京市朝阳区发改委出具的《Blue View 系列数据营销产品开发及应用项目备案通知书》（京朝阳发改（备）[2014]62 号）。

8、项目投资效益情况

项目	单位	数额
投资总额	万元	56,347.38
拟使用募集资金金额	万元	54,000.00
建设期	年	2
内部收益率（税后）	%	34.12
投资回收期（税后）	年	3.82
净现值	万元	10,414.31

（三）优质广告资源采购项目

1、项目基本情况

本项目涉及的优质广告资源采购主要分为两个部分：央视媒体资源广告经营权采购模块和蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块。

其中，央视媒体资源广告经营权采购模块主要涉及公司对中央电视台 CCTV-6、CCTV-13 的优质广告资源投入。公司与中央电视台的合作具有稳定性，由于央视媒体资源招标采取多年合作伙伴优先签约、逐年签约的原则，该部分采购将用于维持未来一年央视媒体资源投资。

蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块为公司采购蓝色天幕全球机场联播媒体网络资源的相关投入与建设模块，该模块是公司为在中国地方政府在全球范围内进行旅游城市宣传和金融、消费电子类商业客户在全球机场屏幕进行数字传媒广告宣传购置的优质媒体资源。

优质广告资源采购项目建设内容

模块	明细	内容
央视媒体资源广告经营权采购模块	CCTV-6	《晚间套播》套播广告，120 秒
	CCTV-13	《新闻直播间》、《共同关注》、《面对面》、《新闻调查》、新闻 1+1 的栏目常规贴片广告，480 秒
蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块	地方政府客户	纽约时代广场、旧金山机场、伦敦-希思罗机场、巴黎-戴高乐机场、德国-法兰克福机场、新加坡机场、首尔机场、成田机场、羽田机场、莫斯科机场、迪拜机场、吉隆坡机场
	商业客户	

2、项目实施的必要性和可行性

（1）项目实施的必要性

①本项目的实施有助于公司在保障国内传统优质广告资源的基础上，进一步建立全球联播媒体网络服务体系

随着全球新媒体形式的出现及快速发展，信息传播领域扩大，目前公司通过深入发展广告传媒业务向全面数字化、全球化、综合化转型，从发展战略来看已由传统文化传媒公关公司进一步向大数据、移动互联、电子商务、视频业务等领域转型，而广告传媒业务已实质上成长为公司的关键业务之一，并承载了公司综合业务转型、全球化战略实施的重任。

本项目的实施共涉及两部分，一部分为涉及 CCTV-6、CCTV-13 等优质广告资源的实施，该模块的建设为有助于巩固公司在传统电视媒体广告市场的竞争地位，是公司目前的成熟业务之一，其市场风险较小，商业模式成熟；另一部分是公司预计在全球机场媒体网络方面的资源采购。随着公司国际化战略的进一步实施，公司将成为具有全球化视野的跨国传播集团，本模块的实施将有助于公司进一步建立全球联播媒体网络服务体系，将现有业务网络深入拓展至欧洲、北美、东南亚等经济热点地区。

②电视媒体在中国广告市场占据主导地位，本项目的建设有助于公司稳定把握央视优质电视媒体资源，提高公司影响力

电视媒体在中国广告市场中居于主导地位，根据艾瑞咨询统计，2010-2013年，其占主要广告媒体市场规模的比例为 47%、45%、41%和 38%，仍保持份额第一的市场地位。尽管面临户外广告以及以互联网为代表的新媒体的冲击，但由于电视媒体具有普及率高、受众群体庞大、成本低等诸多优势，在未来几年仍将是广告主广告投放的首选媒体之一。

当前优质的媒体资源仍较为稀缺，央视作为优质、高端、稀缺的电视媒体资源，随着其专业化运作水平的提高以及媒体资源的优化，其第一电视媒体的地位在未来几年也将得以维持，其中，CCTV-6 已因此连续三年被评为由中国传媒思想库史坦国际发起评选的“中国最具广告投资价值媒体”之一，其晚间 7 点至 11 点广告资源具有唯一性。本项目的建设有助于公司稳定把握央视优质电视媒体资源，提高公司影响力。

③本项目的建设有助于推动公司在全球户外媒体方面的影响力，符合公司

建立全球性联播媒体网络、助推全球化发展的总体战略

伴随各主要国家相继从全球金融危机中走出，全球广告支出额实现触底反弹，其中亚太地区、中欧与东欧地区、非洲地区的广告支出保持较高幅度增长，而进入 21 世纪以来全球经济一体化趋势加强，各广告主和媒体加速了全球扩张，一些大型跨国广告公司通过全球优势户外媒体广告资源的收购，跟随其客户的全球扩张正在加紧全球战略布局。

因此，本项目的建设是公司在清醒意识全球产业发展趋势的背景下所做出的迅即应对。目前，公司通过与海外户外媒体广告公司的合作，以美国纽约时代广场为中心、欧美主流中心机场为纽带，建立了跨州、跨国的全球中枢地标数字大屏联播网，是目前唯一能够实现中国国内签约、全球统一发布的国际化媒体网络平台。该项目的建设有助于公司在已签约的纽约时代广场、旧金山机场、伦敦-希思罗机场、巴黎-戴高乐机场、德国-法兰克福机场等户外媒体资源基础上，对新加坡机场、首尔机场、成田机场、羽田机场、莫斯科机场、迪拜机场、吉隆坡机场等进行更深一步地资源整合。因此，本项目的建设有助于推动公司在全球户外媒体方面的影响力，符合公司建立全球性联播媒体网络、助推全球化发展的总体战略。

（2）项目实施的可行性

①从宏观政策层面分析，公司实施广告资源采购项目具备有利的政策环境

从宏观政策层面来看，该项目属于近年来国家重点发展和支持的文化创意传媒-广告产业，该产业是引导消费、扩大内需、拉动经济增长的积极推动力量；是企业塑造品牌，开拓市场，增强自主创新能力的有力工具。《文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》、《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》等相关规划和指导意见有效地推动了广告产业的优化升级，规划指出“大力发展广告业是提升品牌影响力、加速民族品牌国际化进程的重要手段，是带动相关产业发展、提高资源配置效率、促进产业结构升级、建设现代产业体系的有效途径”。

我国广告产业面临着重大发展机遇。《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》指出，壮大广告等传统文化

产业；国家“十二五”规划纲要提出“促进广告业健康发展”；国家《产业结构调整指导目录（2011）》将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。随着数字传播为代表的新一代信息技术发展和新媒体迅速普及，广告产业将实现进一步成长。因此公司实施该项目具备有利的政策发展环境。

②从行业层面分析，本项目有效地保障了公司在传统优质广告资源方面的稳定发展，其全球联播媒体网络的建设为公司的业务转型与整合提供有力支撑

公司实施该项目是顺应中国广告产业优势资源整合与业务集中的必然发展趋势。《关于促进广告业发展的指导意见》提出：“到 2015 年，广告业营业额相对 GDP 比重力争达到 1.5%”的发展目标。而 2010 年，我国广告业营业额占 GDP 的比例尚不到 1%，与美国等广告业发达国家 2% 的占比存在较大差距。因此中国广告市场的深化发展是近年的必然发展趋势，而电视媒体在中国广告市场中依然居于主导地位，持续掌握央视优质媒体资源对于公司的稳定发展具有深远意义。

本项目的实施能够进一步发掘公司现有客户群的潜力，为其业务转型和全球化发展战略提供有力支撑。公司现有的客户群是公司业务发展的基石，目前公司电影频道的客户数量一直保持在 40 个以上，传播品牌数量在 100 个以上；新闻频道的客户数量稳定在 70 个以上，传播品牌数量在 100 个左右，公司具有稳定、丰富的客户资源。本项目的建设有助于为客户提供全球化联播媒体资源宣传平台，有助于公司进一步发掘客户价值。

③从公司层面分析，公司具有实施广告资源采购的基础资源和运营经验

公司通过多年稳健经营，在项目所涉及的广告资源代理运作方面形成了专业的广告代理能力，形成了跨媒体的资源组合，储备了广泛的客户群体。

首先，公司具有优质的央视广告资源和海外机场联播媒体网络。目前，公司已同 CCTV-6 和 CCTV-13 建立了稳定的合作关系，并与纽约时代广场、旧金山机场、伦敦-希思罗机场、巴黎-戴高乐机场、德国-法兰克福机场等确定了稳定的合作关系，因此，公司具有实施媒体资源采购项目的资源基础。

其次，公司具有多年来稳定的客户群体，与蒙牛、宝洁、合生元、统一、南孚、米其林轮胎、三星、海尔、夏普、佳能、尼康、索尼、雅诗兰黛、玫琳

凯、中国联通、中国电信、安利、白加黑、法国卡斯特葡萄酒、国窖 1573、纳爱斯、方太厨具、三菱电梯、安华卫浴、才子服饰、荣威汽车等多个优秀品牌保持常年稳定的合作关系，客户基础良好。

此外，公司具备优秀、专业的央视广告代理能力，运营经验丰富。公司能够准确定位媒体资源价值，制定相应的媒体资源宣传推广计划；丰富的营销经验能够使公司深入了解客户的投放需求和偏好，有针对性地制定性价比最佳的投放方案；跨媒体的资源，可以使公司制定灵活多样的营销策略；广泛的客户储备，则为公司提供潜在的市场需求。

综上所述，本项目符合产业政策引导方向，在公司组织、技术支持上均有保证，所以本项目是可行的。

3、项目建设具体内容

(1) 央视媒体资源广告经营权采购模块

电视媒体广告承包代理业务是指公司以承包或代理的形式取得一定栏目、时段的电视媒体广告资源，经过公司的策划、设计，组合成不同的广告产品，向广告主或其代理广告公司进行销售，并从中赚取价差及增值服务收益的业务。

目前，博杰广告主要与电影频道（CCTV-6）及新闻频道（CCTV-13）合作承包代理其电视媒体广告资源。博杰广告现承包代理的电视媒体广告资源包括电影频道（CCTV-6）《晚间套播》，新闻频道（CCTV-13）《新闻 1+1》、《新闻调查》、《面对面》、《共同关注》、《新闻直播间套装》等多项广告资源。

① 电影频道（CCTV-6）

电影频道是目前全国范围内唯一专门播出电影的电视频道，具有唯一性、独特性。电影频道的收视率常年保持稳定，排在全国上星频道的前 4 名之内。电影频道的影片内容十分丰富，拥有全国 95% 的国产影片版权，是全国两家拥有自主权能够直接进口国外影片的机构之一（另一家是中央电视台）。因此电影频道以其播放节目的内容、品质吸引了稳定的观众群，具有稳定的收视率水平，连续三年被评为由中国传媒思想库史坦国际发起评选的“中国最具广告投

资价值媒体”之一。从时间段看，博杰广告代理的《晚间套播》更是占领了晚间 7 点至 11 点全天收视率水平最高的时段。从电影频道的观众群看，以 25 岁至 55 岁的男性观众居多，该部分人群收入水平通常较高，是社会消费的主流群体，且更倾向于尝试或购买自己感兴趣的产品。

②新闻频道（CCTV-13）

新闻频道的纯新闻内容定位使其具有高度的专业性和强大的媒体影响力。新闻频道已经完成全球记者站布点，能够对全球热点、新闻事实进行现场报道。目前国家重要的新闻内容都在新闻频道进行全国首发，该频道播出内容具有最强的新闻时效性。因此新闻频道以新闻报道的专业性、深入性、时效性造就了该媒体气质稳重、言论权威、引导社会舆论方向的特点，其栏目收视率在 2012 年列中央各频道第三位（前两位为中央 1 综合频道、中央 6 电影频道）。近年来关注全球热点、社会事实的人群不断增加，新闻频道的主要覆盖人群范围上至 65 岁、下至 25 岁，社会影响广泛，有助于提升该频道广告品牌在大众中的知名度和影响力。

（2）蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块

公司通过与海外户外媒体广告公司的合作，建立了以美国纽约时代广场为中心、欧美主流中心机场为纽带，跨州、跨国的全球中枢地标数字大屏联播网。目前已签约的有纽约时代广场、旧金山机场、伦敦-希思罗机场、巴黎-戴高乐机场、德国-法兰克福机场。公司目前的联播媒体网络以介绍中国城市和旅游形象、中国大中型企业形象、中国主题文化为主，主要目的在于向世界展示中国形象和魅力，是目前唯一能够实现中国国内签约、全球统一发布的国际化媒体网络平台。

①纽约时代广场

纽约时代广场被称为世界的“十字路口”，全年过亿的人口流量，使其成为世界的焦点，也成为品牌形象传播的重要阵地，已建立长 16.7 米、高 9.4 米、分辨率 1280*720 的彩色 LED 大屏，位于时代广场中心区达菲广场西侧 46 街和 47 街之间朝西的位置。

②全球国际机场

目前公司已签约的有旧金山机场、伦敦-希思罗机场、巴黎-戴高乐机场、德国-法兰克福机场。

公司已签约的机场联播媒体网络资源

机场	位置	媒体	参数
伦敦-希思罗机场	机场 T3 航站楼门口	彩色 LED 大屏	尺寸 4564mm*2970mm, 分辨率 840*480
	机场 T3 航站楼门口	灯箱	尺寸 13500mm*3500mm; 高清喷涂
巴黎-戴高乐机场	机场 T2 航站楼 A/C	彩色 LED 大屏	尺寸 5060mm*3410mm, 分辨率 1920*816
德国-法兰克福机场	机场安检主通道	彩色 LCD 大屏	尺寸 4180mm*2390mm, 分辨率 1920*1080
	机场安检主通道	看板+灯箱	看板: 尺寸 3088mm*2300mm/块; 灯箱: 6360*1200/块; 高清喷涂
旧金山机场	机场 ITA&ITG 入口	彩色 LED 大屏	尺寸 3629mm*2041mm, 分辨率 1280*720

4、项目建设投入情况

(1) 央视媒体资源广告经营权采购模块

本次拟使用募集资金补充未来一年公司采购央视电视媒体资源所需资金缺口，由于公司客户广告投放款将陆续回笼，预计完成第一年度的付款即可实现资金的周转使用。公司未来一年采购央视媒体资源需投资总额约为 7.63 亿元。2015 年以来，博杰广告资源采购范围和金额大幅增加，自有资金无法完全满足项目资金缺口。经公司第三届董事会第三十一次会议和 2014 年度股东大会审议通过，拟将 3,000 万元募集资金补充投入该项目，即央视媒体资源广告经营权采购模块共使用募集资金 3.65 亿元，按采购计划、采购时间及采购项目重要性程度使用。

目前，包括公司在内的与央视合作的广告代理公司购买的央视媒体资源主要是通过参加央视媒体资源招标会竞标取得的，该招标采用“一次招标，合同期限内每年优先续约”的销售模式。

央视媒体资源广告经营权采购模块所需费用

电视频道	承包代理广告资源	第一年所需费用（万元）
新闻频道（CCTV-13）	新闻 1+1	10,442.32
新闻频道（CCTV-13）	《新闻调查》	4,992.45
新闻频道（CCTV-13）	《面对面》	4,678.18

新闻频道 (CCTV-13)	《共同关注》	14,476.86
新闻频道 (CCTV-13)	《新闻直播间》	9,553.58
电影频道 (CCTV-6)	《晚间套播》	32,190.08
合计		76,333.47

(2) 蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块

募集资金用于补充未来一年公司采购蓝色天幕全球机场联播媒体网络所需资金缺口，公司未来一年采购蓝色天幕全球机场联播媒体网络需投资总额约为 3.01 亿元。公司拟通过本次发行募集资金 1.50 亿元补充全球机场联播媒体网络建设所需营运资金。

蓝色天幕全球机场联播媒体网络合同期限 4 年，其中 2 年固定租期、2 年优先续约，内容和合同交予当地机场审核。

蓝色天幕全球机场联播媒体网络的潜在客户主要有地方政府和企业：

①旅游城市形象宣传。主要面向省级旅游局，以及旅游城市旅游局、旅游景点、旅游城市开发区等；

②商业客户。主要面向金融类客户如银行等，消费电子类客户如中华酷联等，消费品类客户如白酒等，关注海外市场的工业客户如重工等；主要面向海外上市公司；主要面向有海外投资的中央企业。

蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块采购内容

区域	国家	城市	机场名称	LED 大屏	灯箱	场地租赁费 (万元)
东南亚	新加坡	新加坡	新加坡机场	1		1,000.00
西亚	阿联酋	迪拜	迪拜机场	1		1,200.00
东亚	韩国	首尔	首尔机场	1		1,000.00
东亚	日本	东京	成田机场	1		1,200.00
东亚	日本	东京	羽田机场	1		1,200.00
欧洲	俄罗斯	莫斯科	莫斯科机场	1		1,000.00
澳洲	澳大利亚	墨尔本	墨尔本机场	1		1,000.00
澳洲	新西兰	奥克兰	奥克兰机场	1		1,000.00
东南亚	泰国	曼谷	曼谷机场	1		800.00
东南亚	马来西亚	吉隆坡	吉隆坡机场	1		800.00
北美洲	美国	亚特兰大	亚特兰大机场	1	1	1,800.00
北美洲	美国	芝加哥	奥黑尔国际机场	1		1,500.00
北美洲	美国	洛杉矶	洛杉矶国际机场	1	1	2,400.00
东南亚	印度尼西亚	雅加达	苏加诺哈达国际机场	1		1,000.00

	亚					
澳洲	澳大利亚	悉尼	悉尼机场	1		1,000.00
欧洲	西班牙	马德里	马德里巴拉哈斯机场	1		1,500.00
欧洲	德国	慕尼黑	慕尼黑机场	1		1,500.00
欧洲	荷兰	哈勒姆梅默	斯希普霍尔机场	1		1,500.00
东南亚	印度	德里	英迪拉甘地国际机场	1		800.00
欧洲	英国	伦敦	西斯罗机场	1	1	1,800.00
欧洲	法国	巴黎	戴高乐机场	1		1,500.00
北美洲	美国	纽约	时代广场	1	2	3,600.00
合计						30,100.00

5、项目实施主体

建设模块	实施主体	实施方式
央视媒体资源广告经营权采购模块	博杰广告	增资（注1）
蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块	蓝色天幕	母公司委托贷款（注2）

注 1：经公司第三届董事会第三十一次会议和 2014 年度股东大会审议通过，央视媒体资源广告经营权采购模块募集资金投入方式由委托贷款变更为增资。

注 2：蓝色天幕为公司控股子公司，由蓝色光标全资子公司北京蓝色光标公关顾问有限公司持有 65% 的股权，王薇持有 20% 的股权，宋晓雯持有 10% 的股权，杨灿持有 5% 的股权。王薇、宋晓雯和杨灿承诺待可转债募集资金全部到位后，根据蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块项目建设的实际需求，按持股比例同步以同等条件通过银行对蓝色天幕提供委托贷款，委托贷款资金用于蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块项目建设，因委托贷款而产生的费用由各方自行承担。

蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块的实施主体为蓝色天幕，拟投入募集资金 15,000.00 万元，投资回收期（含建设期）为 2.42 年，因此央视媒体资源广告经营权采购模块投入委托贷款的期限设定为 30 个月，在贷款期限内，蓝色光标将按照同期银行贷款基准利率向子公司博杰广告收取利息，到期后收回本金。

上述募投项目委托贷款按期收回后，公司将在“内生加外延”发展战略的指引下，结合公司实际情况，统筹安排资金的使用方向。具体而言，公司未来将考虑在以下重点领域以自建或收购方式投入资金：

- 1、以商业智能为核心的端到端一站式整合营销服务；
- 2、基于移动互联的精准投放和程序化购买业务；
- 3、电商服务全程解决方案业务；
- 4、DMP 平台及数据入口级业务；
- 5、海外平台搭建、国际化布局；

通过上述领域的拓展，将进一步加强公司在创意领域、数字化和社会化媒体营销领域的竞争力，提前做好前端产业布局，把握行业发展趋势，确保公司在行业内的竞争优势地位。

6、项目投资计划

本项目建设期 1 年，拟新增总投资额 106,433.47 万元，其中央视媒体资源广告经营权采购模块拟投入资金 76,333.47 万元，蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块拟投入资金 30,100.00 万元。

7、项目投资效益情况

(1) 央视媒体资源广告经营权采购模块

项目	单位	数额
投资总额	万元	76,333.47
拟使用募集资金金额	万元	36,500.00
内部收益率（税后）	%	30.43
净现值	万元	9,747.62

(2) 蓝色天幕全球机场联播媒体网络模块

项目	单位	数额
投资总额	万元	30,100.00
拟使用募集资金金额	万元	15,000.00
内部收益率（税后）	%	46.02
投资回收期（税后）	年	2.42
净现值	万元	8,610.36

(四) 收购美广互动 49% 股权项目

1、收购美广互动 49% 股权项目履行的决策程序

2014 年 3 月 31 日，公司第三届董事会第二次会议审议通过《关于公司收购南通远实信息技术有限公司及自然人持有的北京美广互动广告有限公司 49% 股权的议案》，同意公司收购南通远实信息技术有限公司及自然人丛远兵持有的美广互动 49% 股权，收购对价 1.40 亿元，收购完成后，公司合计持有美广互动 100% 的股权。

由于公司已使用自有资金支付了第一期股权转让款 4,900 万元，剩余 9,100 万元收购尾款尚未支付，经 2014 年 7 月 28 日公司第三届董事会第十二次会议审议并经 2014 年第三次股东大会同意，公司本次拟使用募集资金 9,000 万元支付尾款，其余 100 万元以自有资金支付。

2、美广互动的基本情况

2011 年 7 月 27 日，公司第二届董事会第十次会议审议通过《关于收购美广互动部分股权的议案》，公司以自有资金 2,550 万元收购美广互动 51% 的股权，其中：以 200 万元向美广互动增资；以 2,350 万元受让增资后美广互动原股东所持美广互动股权。增资及收购完成后，公司共计持有美广互动 51% 的股权。美广互动原股东承诺 2011 年实现经审计税后净利润（扣除非经常性损益）不低于 500 万元，该次投资按照 10 倍市盈率确定交易价格。

经 2014 年 3 月 31 日召开的公司第三届董事会第二次会议审议通过，公司拟以 1.40 亿元收购南通远实信息技术有限公司及自然人丛远兵持有的美广互动 49% 股权。收购完成后，公司将持有美广互动 100% 的股权。2014 年 5 月 7 日，美广互动完成本次股权转让的工商变更登记。美广互动的股权结构变化情况如下：

股东名称	收购前股权比例 (%)	收购后持股比例 (%)
北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	51.00	100.00
丛远兵	44.00	-
南通远实信息技术有限公司	5.00	-
合计	100.00	100.00

美广互动的基本情况如下：

公司名称	北京美广互动广告有限公司
公司类型	有限责任公司（法人独资）
住所	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层 A1-01
法定代表人	丛远兵
注册资本	700 万元
成立日期	2007 年 6 月 22 日
营业执照注册号	110105010292544

经营范围	设计、制作、代理、发布广告；展览服务；投资管理；投资咨询；公关策划；电脑图文设计、制作；企业策划；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术推广服务；销售计算机、软件及辅助设备、五金交电、电子产品、日用品、机械设备。
-------------	---

美广互动最近三年的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2014年12月31日 /2014年度	2013年12月31日 /2013年度	2012年12月31日 /2012年度
总资产	9,642.81	8,523.42	3,109.69
净资产	5,286.09	4,295.20	1,828.58
营业收入	13,380.57	12,633.44	5,364.02
营业利润	3,928.14	3,783.37	1,080.81
净利润	2,990.88	2,866.63	800.35

3、关于收购价款的支付安排

根据蓝色光标与南通远实及从远兵签订的《股权转让协议》及《补充协议》，本次收购价款支付安排如下：

时间	支付比例	支付金额（万元）
2014年4月14日前	第一期：35%收购款	4,900.00
2014年11月30日前	第二期：35%收购款	4,900.00
2013年应收款回收90%之后30个工作日与 2014年11月30日孰晚	第三期：30%收购款	4,200.00
合计	100.00%	14,000.00

上述第一期款项公司已按期使用自有资金支付，本次将使用募集资金9,000万元支付第二期和第三期股权转让尾款，不足金额公司以自有资金支付。截至本招股说明书签署日，公司已支付第二期和第三期收购价款。

4、定价依据及业绩补偿承诺

本次收购美广互动原股东南通远实信息技术有限公司和从远兵持有的49%股份，总计支付资金为1.40亿元。经公司第三届董事会第二次会议审议，收购股权的价格主要基于美广互动的财务情况、客户情况和发展前景，参照公司前次收购美广互动51%股权时的定价，即以美广互动2013年度净利润2,866.63万元为基数，按照10倍市盈率计算并经协议各方协商确定。

南通远实及从远华向蓝色光标承诺，美广互动将向蓝色光标提供经其合理认可的具有证券从业资格会计师事务所按照中国企业会计准则出具的年度审计

报告，并承诺 2014 年审计扣除非经常性损益税后净利润（“2014 年审计净利润”或“A”）不低于 2013 年审计扣除非经常损益税后净利润人民币 2,867 万元（“2013 年审计净利润”或“B”），在受制于上述约定的情况下，蓝色光标作为受让方同意如下条件：

- (1) 如果美广互动 2014 年审计利润小于 2013 年审计净利润，但大于 2013 年审计净利润的 80%（含本数，即 $80\%B \leq A < B$ ），则转让方应向蓝色光标予以补偿，支付人民币 2,800 万元。
- (2) 如果美广互动 2014 年审计净利润小于 2013 年审计净利润的 80%（不含本数，及 $A < 80\%B$ ）时，则受让方有权要求转让方回购其持有公司 49% 的股权，转让方届时的股权回购价格为人民币 14,000 万元。

5、项目实施主体

本项目的实施主体为蓝色光标，以募集资金将收购尾款支付给丛远兵和南通远实信息技术有限公司。

6、本次收购对公司的影响

美广互动是一家为客户提供以互联网广告服务为基础的专业整合营销服务的传播机构，其管理团队是由业内资深人士组成，具有丰富的互联网营销服务经验。美广互动的服务项目包括：网站建设、网络维护、网络营销活动、媒介策略及媒介采购、网络公共等。目前服务客户群覆盖汽车，快速消费品等行业，拥有多家世界 500 强企业的优质客户，并已经连续多年作为这些客户的互联网营销伙伴，与客户共同受益于互联网营销的高速发展带来的高速增长。

公司本次收购美广互动原股东持有的 49% 股权主要满足公司管理和业务发展需要。本次收购股权有利于公司全面整合美广互动的业务；有利于满足客户对于广告创意的需求；有利于公司与美广互动业务团队的互相促进，完善公司业务发展链条，进一步完善公司主营业务的发展布局，同时有利于拓展公司主业发展空间，实现专业服务链配套，有利于发挥美广互动优质客户资源和创意实力与公司及子公司业务的协同效应，有助于实现公司稳定快速发展的战略目标。

（五）收购蓝色方略 49% 股权项目

1、收购蓝色方略 49% 股权项目履行的决策程序

2014 年 3 月 31 日，公司第三届董事会第二次会议审议通过《关于公司子公司上海蓝色光标品牌顾问有限公司收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略（北京）咨询有限公司 49% 股权的议案》，董事会同意全资子公司上海品牌收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略 49% 股权，本次收购对价 6,601.70 万元。收购完成后，公司将合计持有蓝色方略 100% 的股权。

鉴于长春方略咨询有限公司法人代表为罗坚先生，而罗坚先生同时为公司监事会主席，本次收购构成了关联交易。

针对该关联交易事项，独立董事发表专项意见如下：公司全资子公司上海品牌收购蓝色方略，不存在损害股东利益的情况，所涉及的关联交易，董事会在本次审议相关议案时，遵循了公平、公正、公开的原则，交易价格合理，符合《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》、《深圳证券交易所上市公司募集资金管理办法》等相关规定。因此，同意公司董事会审议通过《关于公司收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略（北京）咨询有限公司 49% 股权的议案》。

由于收购款尚未支付，经 2014 年 7 月 28 日公司第三届董事会第十二次会议审议并经公司 2014 年第三次临时股东大会同意，公司本次拟使用募集资金 6,500 万元以委托贷款方式投入上海品牌，由上海品牌支付给长春方略咨询有限公司，剩余 101.70 万元由上海品牌以自有资金支付。

2、蓝色方略基本情况

2013 年 4 月 3 日，公司第二届董事会第二十八次会议审议通过《公司全资子公司收购蓝色方略股权的议案》，同意公司全资子公司上海品牌、励唐会展收购蓝色方略 46% 股权，其中上海品牌出资 2,210 万元收购蓝色方略 26% 股权，励唐会展出资 1,700 万元收购蓝色方略 20% 股权。收购完成后，上海品牌持有蓝色方略 31% 股权，励唐会展持有蓝色方略 20% 股权，公司合计持有蓝色方略 51% 股权。

经 2014 年 3 月 31 日召开的公司第三届董事会第二次会议审议通过，上海品牌拟以 6,601.70 万元收购长春方略咨询有限公司持有的蓝色方略 49% 股权。2014 年 5 月 8 日，蓝色方略完成上述股权转让的工商变更登记，蓝色方略的股权结构变化情况如下：

股东名称	收购前股权比例（%）	收购后持股比例（%）
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	31.00	80.00
长春方略咨询有限公司	49.00	-
上海励唐会展策划服务有限公司	20.00	20.00
合计	100.00	100.00

目前公司合计持有蓝色方略 100.00% 股权。蓝色方略的基本情况如下：

公司名称	蓝色方略（北京）咨询有限公司
公司类型	其他有限责任公司
住 所	北京市朝阳区酒仙桥北路 9 号（厂区）10 幢二层 A7-01
法定代表人	罗坚
注册资本	200 万元
成立日期	2010 年 9 月 16 日
营业执照注册号	110105013227812
经营范围	经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；公共关系服务；企业策划；设计、制作、代理广告；销售工艺美术品、日用品、文具用品、五金交电、电子产品、机械设备、新鲜水果、新鲜蔬菜；计算机技术培训。

蓝色方略最近三年主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度	2013 年 12 月 31 日 /2013 年度	2012 年 12 月 31 日 /2012 年度
总资产	5,389.78	3,312.05	2,570.75
净资产	2,994.39	2,053.76	708.10
营业收入	10,151.71	6,600.86	5,165.31
营业利润	1,896.10	1,636.58	930.43
净利润	1,740.64	1,347.28	706.81

3、关于收购价款的支付安排

根据上海品牌与长春方略咨询有限公司签订的《股权转让协议》及其《补充协议》，本次收购价款支付安排如下：

时间	支付比例	支付金额（万元）
2014年10月31日前	第一期：70%收购款	4,621.20
2013年应收款回收90%之后30个工作日与 2014年11月30日孰晚	第二期：30%收购款	1,980.50
合计		6,601.70

本次公司将使用募集资金 6,500 万元支付第一期和第二期股权转让款，不足金额以自有资金支付。截至本招股说明书签署日，公司已按期支付第一期和第二期收购价款。

4、定价依据及业绩补偿承诺

本次收购蓝色方略原股东长春方略咨询有限公司持有的 49% 股份，总计支付资金约为 6,601.70 万元。经公司第三届董事会第二次会议审议，收购股权的价格主要基于蓝色方略的财务情况、客户情况和发展前景，参照公司前次收购蓝色方略 46% 股权时的定价，即以蓝色方略 2013 年度净利润 1,347.28 万元为基数，按照 10 倍市盈率计算并经协议各方协商确定。

蓝色方略及长春方略咨询有限公司向上海品牌承诺，蓝色方略将向上海品牌提供经上海品牌认可的具有证券从业资格会计师事务所按照中国企业会计准则出具的 2013 年度、2014 年度、2015 年度审计报告，并承诺公司 2014 年审计扣除非经常性损益税后净利润（“2014 年审计净利润”或“A”）和 2015 年审计扣除非经常性损益税后净利润（“2015 年审计净利润”或“B”）分别较上一年度审计净利润增长率均不低于 20%，否则将按照如下约定向上海蓝标支付补偿价款或者回购股份：

- (1) 长春方略同意，如果 $0.96C \leq A \leq 1.2C$ 时（ C =公司 2013 年审计扣除非经常损益税后净利润），则此时长春方略需向上海品牌退回的价款（即补偿价款） $=6,607.1 - C * 8 * 49\%$ 。
- (2) 长春方略同意，如果 $0.96A \leq B \leq 1.2A$ ，且 $A \geq 1.2C$ 时，则此时长春方略需向上海品牌退回的价款（即补偿价款） $=6,607.1 - C * 8 * 49\%$ 。
- (3) 长春方略同意，如果 $A < 0.96C$ ，或 $B < 0.96A$ 时，则上海品牌均有权要求长春方略回购其持有蓝色方略 49% 的股权，上海品牌届时的股权回购价格为人民币 6,601.7 万元。

5、项目实施主体

本项目的实施主体是为全资子公司上海品牌，母公司以委托贷款的方式将募集资金投入。

6、本次收购对公司的影响

蓝色方略是目前国内最大的活动策划、管理机构之一。拥有数十年实战经验的执行团队，以自身的创意与执行并结合多年累积的资源，致力于构建基于客户体验及事件营销思维驱动体系。

公司本次收购蓝色方略原股东持有的 49% 股权主要用于满足公司管理需要。本次收购股权有利于公司全面整合蓝色方略的业务；有利于满足客户对于活动组织及活动营销的需求；有利于发挥蓝色方略优质客户资源和活动组织实力与公司及子公司业务的协同效应，有利于充分调动蓝色方略专业团队及合理运用其掌握的优势资源，开拓新客户，开拓新业务，对公司整体发展有较大促进作用。

（六）收购 Fuse 公司 75% 成员权益项目第一期后续支付价款

1、收购 Fuse 公司 75% 成员权益项目履行的决策程序

2014 年 7 月 16 日，公司第三届董事会第十一次会议审议通过《关于公司全资子公司 BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA 以自筹资金收购 Fuse 公司 75% 成员权益的议案》，同意公司全资子公司收购蓝色光标国际传播有限公司在美国的注册的全资子公司 BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC.（以下简称“蓝标美国”）收购 Fuse 公司 75% 的成员权益，收购对价约为 4,667.45 万美元，公司收购目标公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付款项将根据目标公司经营业绩情况分三期支付。

公司已于 2014 年 10 月 10 日使用自有资金支付首期款项 2,037 万美元。公司将于 2015 年 5 月 31 日前支付第一期后续支付款项 671.32 万元（参照 2015 年 4 月 3 日汇率，约合人民币 4,155.47 万元），经公司第三届董事会第三十一次会议审议并经 2014 年年度股东大会同意，公司本次拟使用募集资金 3,500 万元人

民币支付第一期后续支付款项，其余款项以自有资金支付。

2、Fuse 公司的基本情况

1999年，Yves Behar在旧金山创立了Fuse project公司，为众多行业的客户提供全方位的设计服务，包括工业设计、品牌、用户界面及用户体验等服务，备受各界赞誉。Fuse project与多个营利性和非营利性组织合作，声名远扬。产品涉及科技、时尚、家具和日用消费品等多个领域。Behar认为设计应推动社会和环境的积极变化。基于这一独特的观点，Fuse project在品牌开发及提升方面采取长期战略方法。Fuse project的作品赢得了国际上多所博物馆的认可，并被纽约现代艺术博物馆、旧金山现代艺术博物馆、芝加哥艺术博物馆、维多利亚与艾伯特博物馆、Cooper Hewitt博物馆（纽约国立设计博物馆）及蓬皮杜艺术中心等藏馆永久收藏。

3、项目简介

公司全资子公司蓝色光标国际传播有限公司在美国的注册的全资子公司蓝标美国收购Fuse公司75%的股权。

根据 Fuse 公司 2013 年度各项财务数据和经营数据，Fuse 公司估值约为 4,667.45 万美元，蓝标美国收购 Fuse 公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付款项将根据 Fuse 公司经营业绩情况分三期支付。

蓝标美国已于 2014 年 10 月 10 日使用自有资金支付首期款项 2,037 万美元。根据双方协议约定，公司将于 2015 年 5 月 31 日前支付第一期后续支付款项 671.32 万元（参照 2015 年 4 月 3 日汇率，约合人民币 4,155.47 万元），经公司第三届董事会第三十一次会议审议并经 2014 年年度股东大会同意，公司本次拟使用募集资金 3,500 万元人民币支付第一期后续支付款项，其余款项以自有资金支付。

4、收购前后股权情况

股东名称	收购前股权比例（%）	收购后持股比例（%）
蓝标美国	-	75.00
YVES BEHAR	80.00	20.00

MITCH PERGOLA	20.00	5.00
合计	100.00	100.00

5、关于收购价款的支付安排

根据蓝标美国与YVES BEHAR及MITCH PERGOLA签订的股权转让协议，本次收购价款支付安排如下：

(1) 首期支付款：2014年10月10日前，蓝标美国向交易对方支付首期款2,037万美元；

(2) 根据业绩调整的后续支付款：

后续支付款将分三年支付，每年支付具体金额需要根据当年业绩实现情况在后续基准支付款（Earn-out payment，以下简称EOP）基础上进行调整，具体调整公式如下：

1) 第一期后续支付款 (FEOP)= 后续基准支付款 (EOP)* $\frac{2014\text{年度调整EBTDA}}{2014\text{年度基准EBTDA}}$

2) 第二期后续支付款 (SEOP)= 后续基准支付款 (EOP)* $\frac{2015\text{年度调整EBTDA}}{2015\text{年度基准EBTDA}}$

如果2015年调整EBITDA小于2015年度基准EBITDA，但大于等于5,091,761美元，则第二期后续支付款项（SEOP）将等于后续基准支付款（EOP）

3) 第三期后续支付款 (TEOP)= 后续基准支付款 (EOP)* $\frac{2016\text{年度调整EBTDA}}{2016\text{年度基准EBTDA}}$

如果2016年调整EBITDA小于2016年度基准EBITDA，但大于等于5,657,512美元，则第三期后续支付款项（TEOP）将等于后续基准支付款（EOP）

4) 上述公式中相关参数设定如下：

a. 后续基准支付款（EOP）=4,879,604美元

b. 2014年基准EBITDA=4,678,845美元

c. 2015年基准EBITDA=5,340,433美元

d. 2016年基准EBITDA=5,927,272美元

e. 调整EBITDA=Fuse公司EBITDA+YB Royalty收取的特许经营费

根据Baker Tilly Virchow Krause LLP出具的Fuse公司2014年度审计报告计算，蓝标美国需要在2015年5月31日之前向交易对方支付第一期后续支付款487.96 万美元（参照2015年4月1日汇率约合人民币3,023.55万元），其中3,000万元人民币拟使用本次募集资金支付，不足金额公司以自有资金支付。

6、基本财务情况

单位：美元

项目	2014年12月31日/2014年度
总资产	48,350,993
净资产	34,470,679
营业收入	18,809,168
营业利润	2,469,256
净利润	2,083,257

7、定价依据

2014年7月16日，经公司第三届董事会第十一次会议审议，本次收购价格主要根据 Fuse 的盈利能力及经营情况，参考市场同行业的估值水平，根据 Fuse2013 财年的各项财务数据综合评估，确定 Fuse 的估值约为 4,667.45 万美元，即 Fuse 调整后的 2013 财年 EBITDA 的 10.07 倍。公司收购目标公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付金额根据目标公司经营业绩情况逐年确认。

8、项目实施主体

本项目的实施主体为蓝标美国，母公司以增资的方式将募集资金投入。

9、本次收购对公司的影响

(1) 全产业链布局并契合公司国际化的发展战略：蓝色光标本次海外投资是其实施营销传播服务行业“全产业链”布局的关键步骤和“国际化”战略的重要组成部分。收购Fuse权益符合公司的整体发展战略，与公司制定的国际化发展规划深度契合。

(2) 对于蓝色光标业务提升意义重大：Fuse公司创始人Yves Behar先生作为优秀设计师，其超前的理念，精致的思路和细致的施行步骤对于所服务的组织、客户的产品、产业价值提升有重要帮助；其在工业设计、品牌推广和UI及UX中的丰富经验对于蓝色光标业务的提升有重要帮助。

(3) 进一步提升公司服务品质：蓝色光标收购Fuse75%成员权益，将使蓝色光标与Yves Behar先生合作更加紧密，能够帮助蓝色光标所服务客户提高产品的工业设计水平，帮助蓝色光标提升服务品质。

(4) 与公司现有资源结合，创造协同效应：通过本次交易，公司服务范围中加入了产品创意，可以与公司提供的公关、广告、创意等服务有机结合，为客户提供整体解决方案。

(5) 全产业链布局，贯通整个营销产业链：通过本次交易，使公司贯通整个营销产业链。其重要性在于：从产品设计的高度帮助客户提升营销效果，提升产品品质；进一步拉近客户与公司关系，有助于公司提升对客户的全案服务能力；可以在产品设计阶段介入客户的营销方案设计。

(6) 本次海外投资有利于满足客户对国际业务的需求，满足市场发展需要；有助于提升公司品牌价值。同时，本次海外投资有利于公司提高整体竞争力，满足快速增长的要求。本次海外投资可以提升公司整体营销服务水平，提升公司国际化形象，将公司打造成为国际化营销传播服务公司。

(7) 本次海外投资使公司获得超前的能力，引入了国际人才。有利于保持公司在营销领域的领先优势。本次交易使公司获得的资源与公司现有资源有强大的协同效应，能够实现公司资源互补，提升公司竞争实力。

(七) 收购 WAVS82.84%股权项目第一期后续支付价款

1、收购 WAVS 公司 82.84%股权项目履行的决策程序

2013年12月17日，公司第二届董事会第四十一次会议审议通过《关于公司香港子公司收购英国公司 We Are Very Social Limited 的议案》，同意公司全资

子公司香港蓝标收购 WAVS 公司 82.84% 的股权，收购对价约为 2,508 万英镑，公司收购目标公司的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付款项将根据目标公司经营业绩情况分三期支付。

香港蓝标已于 2014 年 3 月 21 日使用自有资金支付首期款项 1,807 万英镑。根据双方协议约定，2015 年 5 月 31 日前，香港蓝标需支付第一期后续支付款项 456.7 万英镑（参照 2015 年 4 月 3 日汇率约合人民币 4,195.98 万元），公司拟使用本次募集资金 3,500 万元人民币支付第一期后续支付款项，其余款项以自有资金支付。

2、WAVS 基本情况

WAVS 成立于 2008 年 6 月，总部位于英国伦敦，并在全球范围内先后设立 8 家子公司，分别位于伦敦、纽约、巴黎、米兰、慕尼黑、新加坡、悉尼和圣保罗。为了满足全球客户多元化的市场需求，公司团队由 400 名专业人员组成，客户包括 Adidas, Jaguar, Mondelēz, Cisco, Heineken 和 Lenovo 等知名国际企业。

WAVS 将社交媒体服务与数字营销、公共关系、营销技巧相结合，提供的主要服务包括：市场研究、市场营销策划、数字媒体营销、品牌咨询、社会化客户关系管理、危机公关、创意策划、社会活动管理、社交媒体应用与平台研发等。

3、项目简介

2013 年 12 月 17 日，公司在香港注册的全资子公司香港蓝标签订《蓝色光标国际传播有限公司与 We Are Very Social Limited 股权转让协议》（以下简称“《股权转让协议》”或“《协议》”），收购 WAVS 公司 7,512 普通股及 16,224 优先股，收购完成后，香港蓝标持有 WAVS 公司 82.84% 股权。

根据 WAVS 公司 2013 年度各项财务数据和经营数据，WAVS 公司估值约为 2,508 万英镑，香港蓝标收购 WAVS 的总价将会根据目标公司未来 3 年的经营数据有所调整，后续支付款项将根据 WAVS 经营业绩情况分三期支付。

香港蓝标已于 2014 年 3 月 21 日使用自有资金支付首期款项 1,807 万英镑。

根据双方协议约定，2015年5月31日前，香港蓝标需支付第一期后续支付款项456.7万英镑（参照2015年4月3日汇率约合人民币4,195.98万元），公司拟使用本次募集资金3,500万元人民币支付第一期后续支付款项，其余款项以自有资金支付。

4、收购前后股权情况

股东名称	收购前股权比例（%）	收购后持股比例（%）
香港蓝标	-	82.84
Robin Grant	48.60	7.70
Nathan McDonald	48.60	7.08
We Are Very Social Limited 子公司的重要员工（Key Individuals）及激励期权持有人（Incentive Scheme Optionholders）	2.80	2.38
合计	100.00	100.00

5、关于收购价款的支付安排

根据蓝标国际与Robin Grant、Nathan McDonald、We Are Very Social Limited 子公司的重要员工（Key Individuals）及激励期权持有人（Incentive Scheme Optionholders）签订的股权转让协议，本次收购价款支付安排如下：

（1）首期支付款：2014年3月21日，香港蓝标向交易对方支付首期款1,871万英镑；

（2）根据业绩调整的后续支付款：

后续支付款将分三年支付，每年支付金额计算公式具体如下：

1) 第一期后续支付款=(2013调整EBIT+2014年调整EBIT)/2*8*90%-前期已支付款项

2) 第二期后续支付款=（2013调整EBIT+2014年调整EBIT+2015调整EBIT）/3*8*90%-前期已支付款项

3) 第三期后续支付款=（2013调整EBIT+2014年调整EBIT+2015调整EBIT+2016调整EBIT）/4*N-前期已支付款项

4) 上述公式中N的取值设定如下：

a.如果2013至2016年调整EBIT平均年增长率小于10%，则N=7；

b.如果2013至2016年调整EBIT平均年增长率大于10%，但小于等于25%，

则N=8;

c.如果2013至2016年调整EBIT平均年增长率大于25%，但小于等于35%，

则N=9;

d.如果2013至2016年调整EBIT平均年增长率大于35%，则N=10.

e.调整EBIT为WAVS各子公司加权平均调整EBIT之和

根据WAVS公司2014年度和2013年度调整后EBIT计算，香港蓝标需要在2015年5月31日之前向交易对方支付第一期后续支付款456.7万英镑（参照2015年4月3日汇率约合人民币4,195.98万元），其中3,500万元人民币拟使用本次募集资金支付，不足金额公司以自有资金支付。

6、基本财务情况

单位：英镑

项目	2014年12月31日/2014年度
总资产	18,811,582.73
净资产	9,064,281.21
营业收入	39,458,730.82
营业利润	4,161,313.88
净利润	3,198,688.66

7、定价依据

2013年12月17日，经公司第二届董事会第四十一次会议审议，本次收购价格主要根据WAVS的盈利能力及经营情况，经公司与WAVS董事会协商，参考市场同行业的估值水平，根据WAVS2013财年的各项财务数据综合评估，确定WAVS的估值约为2,508万英镑，即WAVS调整后的2013财年EBIT的8倍。根据《股权转让协议》，公司收购WAVS的总价将会根据目标公司未来3年的经营数据有所调整，后续支付金额根据标的公司经营业绩情况逐年确认。具体支付金额详见上文“4、关于收购价款的支付安排”。

8、项目实施主体

本项目的实施主体为香港蓝标，母公司以增资的方式将募集资金投入。

9、本次收购对公司的影响

(1) 蓝色光标本次海外投资是其实施营销传播服务行业“全产业链”布局的关键步骤和“国际化”战略的重要组成部分。收购 WAVS 股权符合公司的整体发展战略，与公司制定的国际化发展规划深度契合。通过此次交易，有助于公司紧跟国际数字营销的新理念，有助于推进公司数字化战略的推进，有助于公司“走出去”的战略目标的实现。公司将传统营销与数字营销相结合，积极推动“全产业链”和“国际化”策略的实现。

(2) 本次海外投资有利于满足客户对国际业务的需求，满足市场发展需要；有助于提升公司品牌价值。同时，本次海外投资有利于公司提高整体竞争力，满足快速增长的要求。本次海外投资可以提升公司整体营销服务水平，提升公司国际化形象，将公司打造成为国际化营销传播服务公司。

(3) 本次海外投资不仅可以推动公司的技术进步，还能进一步完善公司在营销传播产业链的布局，扩大业务规模，为客户提供更加全面的营销服务。

三、本次募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

(一) 对公司财务状况的影响

本次可转债的发行将进一步扩大公司的资产规模，公司的总资产和总负债规模均有所增长，按 2014 年 12 月 31 日的财务状况，募集资金到位后，合并口径资产负债率将由 59.19% 上升至 63.66%，但处于相对安全的负债率水平之内，且随着未来可转债持有人陆续实现转股，公司的资产负债率将逐步降低。

本次发行可转债是公司保持可持续发展、巩固行业龙头地位的重要战略措施，既可提升公司的资金能力和服务能力，满足日益增长的行业市场的需求及业务发展需求，又可为公司有效降低经营风险、提升盈利能力奠定坚实基础。

本次募集资金的使用对募投项目的盈利水平提出了较高的要求，这对公司的整体管理水平、内部控制制度、风险控制机制等方面提出了更高的要求。通过募投项目的顺利实施，本次募集资金将会得到高效使用，为公司和投资者带来丰厚的投资回报，有助于提高公司的核心竞争力，促进公司的快速持续健康发展。

（二）对公司的经营成果的影响

本次募集资金投资项目新增软硬件投入约 7,872 万元，建设期间年均投入约 1.64 亿元用于项目管理、产品研发和技术服务人员的工资支出。工资支出和新增软硬件的折旧摊销将增加公司的成本或费用，但投资项目将对公司“内生式增长与外延式发展”战略产生积极的作用。内生式增长方面，为实现数字化转型，公司需要投入资金用于信息化管理平台的升级、数据营销产品开发以及媒体资源采购业务扩张。因此，在加强内部协同融合以及团队培养组建的同时，公司能够以适合的融资成本获得充足的资金支持，将成为实现内生增长战略目标的重要决定因素。在外延扩张方面，公司并购战略需要大量的资金支持，使用募集资金用于支付部分收购项目的尾款，将为公司并购业务发展奠定坚实的基础。

（三）增资投入子公司的募集资金对前次募投项目的效益的影响

1、前次募投项目情况

2013 年 8 月，公司通过发行股份和支付现金相结合的方式，购买李芑等 4 名交易对方合法持有的博杰广告合计 89% 股权，并募集配套资金。博杰广告 89% 股权作价 160,200 万元，其中公司向李芑等 4 名交易对方以发行股份的方式支付博杰广告股权对价款 140,200 万元，募集配套资金总额为人民币 53,400 万元，其中收购西藏博杰支付股权款使用 20,000 万元，推进外延式发展战略 13,400 万元，补充流动资金 20,000 万元。

李芑等交易对方对博杰广告的净利润进行了业绩承诺，承诺 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于人民币 20,700 万元、23,805 万元、27,376 万元、28,745 万元。博杰广告 2013 年、2014 年均实现了业绩承诺。

2、本次募集资金的必要性

博杰广告的主营业务是电视媒体广告承包代理业务。根据可研报告，本次募投项目央视媒体资源广告经营权业务的投资总额为 76,333.47 万元。2015 年以来，博杰广告资源采购范围和金额大幅增加，自有资金无法完全满足项目资

金缺口。经公司第三届董事会第三十一次会议和 2014 年度股东大会审议通过，拟将 3,000 万元募集资金补充投入该项目，即央视媒体资源广告经营权采购模块共使用募集资金 3.65 亿元，剩余资金缺口以银行贷款等方式解决。

3、本次增资投入对前次募投项目效益影响

经公司第三届董事会第三十一次会议和 2014 年度股东大会审议通过，央视媒体资源广告经营权采购模块将由蓝色光标母公司以增资方式投入募集资金。如果该部分资金由博杰广告自筹，则需要以自有资金及银行贷款方式解决，该部分资金成本相当于博杰广告的加权平均资本成本（WACC），根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司于 2015 年 3 月 10 日出具的《西藏山南东方博杰广告有限公司以财务报告为目的的商誉减值测试项目估值报告书》（沃克森咨报字[2015]第 0020 号），以 2014 年 12 月 31 日为基准日，博杰广告的加权平均资本成本（WACC）为 10.17%，本次增资对博杰广告 2015 年业绩的增厚作用测算如下：

WACC	10.17%
拟投入募集资金（万元）	36,500
2015 年度增厚净利润（万元）（注）	1,856.025
2015 年度承诺净利润（万元）	27,376.00
增厚净利润/承诺净利润	6.78%

注：假设本次募集资金于 2015 年 6 月 30 日到位，则本次募集资金仅产生了半年的增厚效应

为明确区分本次募投与前次募投之间的效益实现情况，避免因本次募集资金投入对前次募投产生的增厚效应，蓝色光标母公司与博杰广告签订了《融资服务协议》，双方约定将由博杰广告按其自身加权平均资本成本（WACC）向蓝色光标母公司支付融资服务费，其中 WACC 与每年年末评估机构对博杰广告进行商誉减值测试时确定的 WACC 保持一致。因此，对于前次募投而言，募投项目的效益将反映为博杰广告的整体业绩，且该业绩已经扣除了本次募投带来的业绩增厚效应。

第九节 历次募集资金运用情况

一、近五年内募集资金运用的基本情况

(一) 2010年首次公开发行股票

1、募集资金的数额、资金到账时间

经中国证券监督管理委员会《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的批复》（证监许可[2010]109号）核准，公司于2010年2月5日向境内投资者公开发行2,000万股A股，每股面值为人民币1元，每股发行价格为人民币33.86元，募集资金总额为人民币677,200,000.00元。

公司收到募集资金后，扣除经各方确认的发行费用人民币56,401,198.46元后，确认募集资金净额为人民币620,798,801.54元。公司按照确认结果增加股本人民币20,000,000.00元，增加资本公积人民币600,798,801.54元，增资后的股本为人民币80,000,000.00元。以上募集资金已由天职国际会计师事务所有限公司于2010年2月10日出具的天职京核字[2010]329号验资报告验证确认。

根据财政部《关于执行企业会计准则的上市公司和非上市企业做好2010年年报工作的通知》（财会[2010]25号）的精神，公司于2010年末对发行费用进行了重新确认，将广告费、路演费、上市酒会费等费用人民币3,943,507.35元从发行费用中调出，最终确认的发行费用金额为人民币52,457,691.11元，最终确定的募集资金净额为人民币624,742,308.89元，确定增加的资本公积总额为人民币604,742,308.89元。

2、募集资金在专项账户的存放情况

截止2014年12月31日，公司累计使用募集资金人民币642,822,815.50元，均投入募集资金项目。

截止2014年12月31日，公司累计使用金额人民币642,822,815.50元，与实际募集资金净额人民币624,742,308.89元的差异金额为人民币18,080,506.61

元，系募集资金、累计利息收入扣除银行手续费支出后的净额。截止 2014 年 12 月 31 日，募集资金专户余额为人民币 0 元，并已经全部销户。

3、募集资金使用情况

截至 2014 年 12 月 31 日，公司 2010 年募集资金实际使用和效益情况如下：

2010年募集资金使用情况对照表

单位：元

募集资金总额：		677,200,000.00			已累计使用募集资金总额：		642,822,815.50			
募集资金净额：		624,742,308.89			各年度使用募集资金总额：2010年使用111,819,482.42 2011年使用347,724,149.00 2012年使用180,995,095.00 2013年使用 2,284,089.08					
变更用途的募集资金总额：		32,500,000.00								
变更用途的募集资金总额比例：		4.80%								
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额（含存款利息）	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额（含存款利息）	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	公共关系服务全国业务网络扩建项目	公共关系服务全国业务网络扩建项目	88,320,000.00	88,320,000.00	55,820,000.00	88,320,000.00	55,820,000.00	55,820,000.00	-32,500,000.00（注1）	2013年12月
2	业务系统信息化管理平台项目	业务系统信息化管理平台项目	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00	31,500,000.00		2012年12月
3	活动管理业务拓展项目	活动管理业务拓展项目	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00		2013年12月
4	补充流动资金	补充流动资金	40,000,000.00	40,000,000.00	72,500,000.00	40,000,000.00	72,500,000.00	72,500,000.00	32,500,000.00（注1）	
5	归还银行贷款	归还银行贷款	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00		
6	子公司投资款	子公司投资款	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50	403,002,815.50		
合计			642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50	642,822,815.50		

注1：2012年变更“公共关系服务全国业务网络扩建项目”部分募集资金3,250万元为永久性补充流动资金。

2010年募集资金投资项目实现效益情况对照表

单位：元

序号	实际投资项目 项目名称	截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2010年-2014年实际效益					截止日 累计实现效益	是否达到预 计效益
				2010年	2011年	2012年	2013年	2014年		
1	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2010年	不适用	2,137,300.00	2,214,031.73					2,214,031.73	是
2	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2011年	不适用	9,863,300.00	2,214,031.73	22,758,191.78				24,972,223.51	是
3	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2012年	不适用	24,288,600.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36			71,305,131.87	是
4	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2013年	不适用	33,011,200.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36	62,965,716.00		134,270,847.87	是
5	公共关系服务全国业务网络扩建项目-2014年	不适用	38,930,800.00	2,214,031.73	22,758,191.78	46,332,908.36	62,965,716.00	50,800,687.52	185,071,535.39	是
7	业务系统信息化管理平台项目-2010年	不适用	不适用							
8	活动管理业务拓展项目-2010年	不适用	5,524,500.00	6,721,373.18					6,721,373.18	是
9	活动管理业务拓展项目-2011年	不适用	3,301,500.00	6,721,373.18	13,502,385.15				20,223,758.33	是
10	活动管理业务拓展项目-2012年	不适用	5,493,400.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45			38,386,700.78	是
11	活动管理业务拓展项目-2013年	不适用	7,231,500.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45	8,331,236.84		46,717,937.62	是
12	活动管理业务拓展项目-2014年	不适用	8,468,300.00	6,721,373.18	13,502,385.15	18,162,942.45	8,331,236.84	15,788,373.29	62,506,310.91	是
13	补充流动资金	不适用	不适用							
14	归还银行贷款	不适用	不适用							
15	子公司投资款-增资及新成立	不适用	不适用							
16	收购精准阳光支付股权款-2011年	不适用	32,500,000.00		37,089,427.63				37,089,427.63	是
17	收购精准阳光支付股权款-2012年	不适用	42,250,000.00		37,089,427.63	38,747,457.54			75,836,885.17	否 (注1)
18	收购精准阳光支付股权款-2013年	不适用	50,700,000.00		37,089,427.63	38,747,457.54	34,798,571.93		110,635,457.10	否

实际投资项目		截止日投资项目	承诺效益	2010年-2014年实际效益					截止日	是否达到预计效益
序号	项目名称	累计产能利用率		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	累计实现效益	
									(注1)	
19	收购精准阳光支付股权款-2014年	不适用	不适用					41,652,707.53	(注3)	
20	收购思恩客 51%股权支付股权款-2011年	不适用	24,000,000.00		27,085,485.61				27,085,485.61	是
21	收购思恩客 51%股权支付股权款-2012年	不适用	28,800,000.00 (注2)		27,085,485.61	32,291,313.74			59,376,799.35	是
22	收购思恩客 51%股权支付股权款-2013年	不适用	34,560,000.00 (注2)		27,085,485.61	32,291,313.74	31,937,755.39		91,314,554.74	否 (注2)
23	收购思恩客 49%股权支付股权款-2012年	不适用	32,000,000.00 (注2)			32,291,313.74			32,291,313.74	是
24	收购思恩客 49%股权支付股权款-2013年	不适用	38,000,000.00 (注2)			32,291,313.74	31,937,755.39		64,229,069.13	否 (注2)
25	收购思恩客股权支付股权款-2014年	不适用	不适用					50,847,253.02		(注3)

注 1：精准阳光主要从事户外灯箱广告业务，受宏观经济增速放缓以及行业自身波动影响，精准阳光 2012 年和 2013 年实际净利润未达到承诺利润。经本公司与精准阳光股东协商，本公司参照前次收购精准阳光 51% 股权时的定价，即以精准阳光 2011 年度净利润 3,250 万为基数，按照 10.5 倍市盈率收购其 39.97% 的股权，以此作为补偿。该事项已经本公司第三届董事会第一次会议审议通过。

注 2：2011 年，公司收购思恩客 51% 股权时，交易对方对思恩客 2011 年至 2013 年的业绩承诺分别为：2,400 万元、2,880 万元和 3,456 万元；2012 年，公司收购思恩客剩余 49% 股权时，交易对方对思恩客 2012 年和 2013 年的业绩承诺调整为 3,200 万元和 3,800 万元，上表将思恩客各年实际效益与两次承诺分别进行了对比。思恩客主营业务为设计、制作、代理和发布广告。由于业务需要，2012 年思恩客设立了尊岸广告（上海）有限公司（以下简称“尊岸广告”）后转让给上海蓝色光标公关服务有限公司（蓝色光标全资子公司），尊岸广告与思恩客的管理层和业务人员完全一致，尊岸广告在 2013 年实现净利润 1,304.05 万元，综合考虑思恩客与尊岸广告的业绩贡献，思恩客已经实现了原有承诺业绩，因此未做补偿。

注 3：由于公司收购精准阳光和思恩客股权时，交易对方作出的业绩承诺均截止至 2013 年，且收购时未对收购标的进行收益法评估，故“2014 年承诺效益”不适用。表格中精准阳光和思恩客 2014 年实际效益为扣除非经常性损益后净利润，若考虑尊岸广告 2014 年净利润 23,432,992.57 元，则思恩客实际效益为 74,280,245.59 元。

4、继续收购精准阳光股权作为补充其“未达承诺利润”的补偿的合理性

根据协议约定，若精准阳光 2012 年、2013 年的税后利润未达到盈利承诺标准 97% 以上，则原股东应按照以下公式以目标公司的股份补偿发行人：

每年补偿的股份数量=（截至当期期末累积净利润承诺数-截至当期期末累积实际净利润数）*发行人已收购股份总数/补偿期限内各年的净利润承诺数总额-已补偿股份数量

根据上述公式，截至 2013 年底，精准阳光原股东应向蓝色光标补偿 6.02% 的股份，按 2013 年实现净利润 3,479.86 万元的 10.5 倍估值，该部分股权价值 2,200.59 万元。

鉴于精准阳光未实现 2012 年和 2013 年度的业绩，经双方协商，对方改为以降低估值转让少数股权的方式进行业绩补偿，即蓝色光标收购对方 39.97% 的股权时，仍然沿用收购精准阳光 51% 股权的定价依据，以 2011 年度承诺净利润 3,250 万为基数，按照 10.5 倍市盈率收购。补偿措施主要考虑以下两个因素：

①降低估值的净利润标准

若按 2013 年实际净利润 3,479.86 万元为基准，按 10.5 倍 PE 计算，该部分股权价值 14,604.45 万元，实际成交时按 2011 年承诺净利润 3,250 万元为基数、10.5 倍 PE 计算，转让价格 13,639.76 万元，相当于折价 964.69 万元。

②PE 倍数低于同期市场并购案例

与同期市场上广告传媒类资产收购交易的估值水平相比，10.5 倍市盈率估值显著低于平均水平。下表统计了以标的公司 2013 年度净利润作为定价依据的广告传媒行业收购对应的静态市盈率倍数情况，具体如下：

序号	股票简称	标的公司	注入资产成交价格 (万元)	标的公司 2013 年 净利润 (万元)	静态市盈率
1	省广股份	雅润文化	57,000.00	6,215.53	9.17
2	联建光电	分时传媒	86,000.00	8,586.01	10.02
3	联建光电	友拓公关	46,000.00	2,262.99	20.33
4	高金食品	印记传媒	601,197.79	27,600.79	21.78
5	华智控股	杭报集团 下属资产	223,115.86	16,132.74	13.83
6	通鼎光电	瑞翼信息	22,580.24	919.89	24.55

7	明家科技	金源互动	40,920.00	329.50	124.19
8	利欧股份	上海氩氦	22,593.90	578.27	39.07
		琥珀传播	19,500	452.57	43.09
均值					22.73
中值					21.06

注：因明家科技静态市盈率过高属于异常值，在计算均值和中值时剔除

由上表可见，同类上市公司的并购中，静态市盈率均值为 22.73，中值为 21.06（剔除明家科技异常值影响）。以 2013 年实际净利润 3,479.86 万元为基准，按照静态市盈率均值 22.73 倍计算，精准阳光 39.97% 的股权价值为 31,615.16 万元；按照静态市盈率中值 21.06 倍计算，精准阳光 39.97% 的股权价值为 29,292.35 万元；按实际交易的 10.5 倍计算，该部分股权估值 14,604.45 万元，相对上述两个市场参考价值分别折价 17,010.71 万元和 14,687.90 万元。

综合考虑上述两个因素的折价影响，收购 39.97% 股权部分相当于补偿了 17,975.40 万元（按行业静态市盈率均值计算）或 15,652.59 万元（按行业静态市盈率中值计算），均高于补偿精准阳光 6.02% 股权的估值 2,200.59 万元，即超过了协议规定的股份补偿价值。

5、思恩客实现原有业绩承诺的依据

单从思恩客的财务数据看，2013 年未达业绩承诺。公司将思恩客与尊岸广告经营业绩合并计算作为判断思恩客业绩承诺是否实现的依据，主要原因是：广告公司随着规模的扩张，通常会以多品牌策略的方式开展业务，使用不同的子品牌独立为不同的客户提供服务，以解除客户对于商业秘密外泄的担忧。随着原有业务的扩张，为满足客户需求，2012 年 10 月，思恩客设立了尊岸广告（原名“上海宣意创意设计有限公司”），该公司的管理层和业务人员与思恩客完全一致。由于思恩客的客户与尊岸广告的客户之间存在竞争关系，为消除客户对于保密性的顾虑，思恩客决定将所持尊岸广告的股权转让给上海蓝标。2012 年 12 月 19 日，尊岸广告召开股东会，同意思恩客将其所持有的尊岸广告 78% 股权全部转让给上海蓝标。股权转让完成至今后，尊岸广告的股权结构变更为：上海蓝标持有 78% 股权，张碧霞持有 15% 股权，刘娜持有 7% 股权。

尊岸广告在 2013 年实现净利润 1,304.05 万元。由于尊岸广告与思恩客的管

理层和业务人员一致，相当于思恩客原有人员在 2013 年创造的净利润为 4,497.83 万元，已经实现了原有承诺业绩，因此未做补偿。

（二）2012 年股票期权行权

经 2012 年 5 月 14 日公司的召开第二届董事会第十七次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的 163 名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第一个行权期可行权共计 438.825 万份股票期权。

2012 年 5 月 21 日，天职国际出具了天职京 QJ[2012]1446 号《验资报告》，截至 2012 年 5 月 21 日，公司已收到上述 163 名激励对象股票期权行权缴纳的股权款 47,436,982.50 元，全部以货币资金支付，其中 4,388,250.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。两项变更合计增加股本 184,388,250.00 元，变更后的累计注册资本为人民币 364,388,250.00 元，股本为人民币 364,388,250.00 元。

上述募集的资金用于补充公司流动资金。

（三）2012 年募集资金（发行股份购买资产）情况

1、发行股份购买资产基本情况

2012 年 3 月 31 日，中国证监会下发《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司向王舰等发行股份购买资产的批复》（证监许可[2012]429 号文），核准公司实施发行股份和支付现金购买自然人王舰、王建玮、阚立刚、赵宏伟、周云洲及王同合法持有的今久广告合计 100% 股权，其中王舰持有今久广告 40% 股权、王建玮持有今久广告 25% 股权、阚立刚持有今久广告 22.015% 股权、赵宏伟持有今久广告 5% 股权、周云洲持有今久广告 5% 股权、王同持有今久广告 2.985% 股权。本次交易完成后，蓝色光标将直接持有今久广告 75% 股权，通过其全资子公司上海蓝标持有今久广告 25% 股权。

本次交易，今久广告 100% 股权作价 43,500 万元，本次交易中，交易对价的 25%，即 10,875.00 万元，由蓝色光标之全资子公司上海蓝标以现金形式支付给今久广告股东王建玮；剩余对价由蓝色光标向王舰、阚立刚、赵宏伟、周云洲及王同发行股份支付。本次发行股份价格为 10.09 元/股，发行股份数量

32,333,991 股。

2012 年 4 月 18 日，今久广告 75% 股权过户至蓝色光标名下，今久广告 25% 股权过户至上海蓝标名下，本次交易资产交割完成。

2012 年 5 月 17 日，蓝色光标实施了 2011 年度利润分配方案，以公司 2011 年末总股本 180,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元（含税），同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股。根据《现金及发行股份购买资产协议》约定，上述利润分配实施完毕后，本次发行股份购买资产的发股数量调整为 32,333,991 股。2012 年 6 月 4 日，天职国际出具了天职京 QJ（2012）第 1312 号《验资报告》，经其审验认为：截至 2012 年 6 月 4 日止，蓝色光标已收到注册资金人民币 32,333,991.00 元，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 396,722,241 元。

2012 年 6 月 7 日，蓝色光标在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理了本次向自然人王舰、阚立刚、赵宏伟、周云洲及王同发行股份的股权登记手续，中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司于 2012 年 6 月 7 日出具了《证券登记确认书》。蓝色光标已办理完毕本次新增股份 32,333,991 股的登记手续。

2012 年 6 月 20 日，公司公告《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发行股份购买资产实施情况暨新增股份上市公告书》。

2012 年 6 月 25 日，公司向特定对象发行股票的新增股份 32,333,991 股上市，股份性质为有限售条件流通股，王舰、赵宏伟、周云洲所持新增股份在本次股份发行结束之日起 36 个月内不转让；阚立刚、王同所持新增股份在本次股份发行结束之日起 12 个月内不转让。

上述发行完成后，公司总股本变更为 396,722,241 股，公司控股股东和实际控制人未发生变更。

2、该次募集资金（发行股份购买资产）效益情况

2012年募集资金投资项目实现效益情况对照表

截止日期：2014年12月31日

金额单位：人民币元

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2011年-2014年实际效益				截止日 累计实现效益	是否达到 预计效益
序号	项目名称			2011年	2012年	2013年	2014年		
1	发行股份收购今久广告股权-2011年	不适用	42,070,000.00	46,865,503.54				46,865,503.54	是
2	发行股份收购今久广告股权-2012年	不适用	50,600,000.00	46,865,503.54	50,720,501.89			97,586,005.43	是
3	发行股份收购今久广告股权-2013年	不适用	57,960,000.00	46,865,503.54	50,720,501.89	62,429,598.33		160,015,603.76	是
4	发行股份收购今久广告股权-2014年	不适用	63,930,000.00	46,865,503.54	50,720,501.89	62,429,598.33	68,577,096.88	228,592,700.64	是

（四）2012 年非公开发行公司债情况

1、非公开发行公司债发行情况

经中国证监会证监许可[2012]1004 号文核准，公司获准非公开发行面值总额不超过 4 亿元的公司债券。本次非公开发行公司债券发行工作于 2012 年 11 月 26 日结束，实际发行规模为人民币 2 亿元，最终发行对象为 5 家机构投资者。本期债券募集资金扣除发行费用后，全部用于补充公司流动资金。

2、非公开发行公司债的募集资金使用情况

截至 2014 年 12 月 31 日，公司严格按照《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司非公开发行公司债券募集说明书》约定的募集资金用途使用募集资金。

（五）2013 年股票期权行权

经公司第二届董事会第三十二次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的 153 名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第二个行权期可行权共计 502.29 万份股票期权，预留期权授予的 87 名激励对象在股票期权激励计划预留期权第一个行权期可行权共计 98.45 万份股票期权。

2013 年 5 月 17 日，天职国际出具了天职京 QJ[2013]1488 号《验资报告》，截至 2012 年 5 月 17 日，公司已收到上述 153 名激励对象股票期权行权缴纳的股权款 53,795,259.00 元，全部以货币资金支付，其中 5,022,900.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。同日，天职国际出具了天职京 QJ[2013]1487 号《验资报告》，截至 2013 年 5 月 17 日，公司已收到预留期权 87 名激励对象股票期权行权缴纳的股权款 14,609,980.00 元，全部以货币资金支付，其中 984,500.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。

上述募集的资金用于补充公司流动资金。

（六）2013 年发行股份购买资产并募集配套资金

经中国证监会批准，2013 年 8 月，公司通过发行股份和支付现金相结合的方式，购买李芄等 4 名交易对方合法持有的博杰广告合计 89% 股权，并募集配

套资金。博杰广告 89% 股权作价 160,200 万元，其中公司向李芄等 4 名交易对方以发行股份的方式支付博杰广告股权对价款 140,200 万元，发行价格 28.69 元/股，发行数量 48,867,199 股。2013 年 8 月 12 日，天职国际出具了天职业字[2013]201 号《验资报告》，蓝色光标非公开向李芄、刘彩玲、博杰投资和博萌投资合计发行 48,867,199 股人民币普通股，发行价格 28.69 元/股，募集资金总额为 1,402,000,000 元。经审验，截至 2013 年 8 月 12 日，蓝色光标已收到上述募集资金净额人民币 1,402,000,000.00 元，其中增加股本人民币 48,867,199.00 元，增加资本公积人民币 1,353,132,801.00 元。

募集配套资金的使用详情请参照本节“二、前次募集资金实际使用情况”。

（七）限制性股票激励计划实施

2013 年 12 月 25 日，公司第二届董事会第四十二次会议审议通过《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司限制性股票激励计划（草案修订稿）》。经公司第二届董事会第四十五次会议审议，通过了《关于公司限制性股票激励对象及授予数量进行再次调整的议案》，本次激励计划限制性股票总量由 1,200 万股调整为 1,089.15 万股，其中首次授予的激励对象人数由 591 人减少为 489 人，首次授予的限制性股票总数由 1,085 万股调整为 974.15 万股，预留部分限制性股票的数量未发生调整。

天职国际于 2014 年 1 月 24 日出具天职业字[2014]2230 号验资报告，审验了公司截至 2014 年 1 月 24 日止新增注册资本及股本情况，认为：截至 2014 年 1 月 24 日止，公司已收到 489 名激励对象限制性股票缴纳的股权款 291,952,755.00 元，全部以货币资金支付，其中 9,741,500.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。

上述募集的资金用于补充公司流动资金。

（八）2014 年股票期权行权

经公司第三届董事会第十次会议审议通过，公司股票期权激励计划首次授予的 150 名激励对象在股票期权激励计划首次授予期权第三个行权期可行权共计 1,482.03 万份股票期权，预留期权授予的 77 名激励对象在股票期权激励计划预留期权第二个行权期可行权共计 185.60 万份股票期权。

天职国际出具天职业字[2014]10304 号验资报告，认为截至 2014 年 7 月 2 日止，公司已收到上述 150 名激励对象股票期权行权缴纳的股权款 77,954,778.00 元，全部以货币资金支付，其中 14,820,300.00 元增加股本，其余资金计入资本公积；同日，天职国际出具了天职业字[2014]10303 号验资报告，认为截至 2014 年 7 月 2 日止，公司已收到上述 77 名激励对象股票期权行权缴纳的股权款 13,585,920.00 元，全部以货币资金支付，其中 1,856,000.00 元增加股本，其余资金计入资本公积。

上述募集的资金用于补充公司流动资金。

二、前次募集资金的实际使用情况

1、前次募集资金的数额、资金到账时间

经中国证券监督管理委员会《关于核准北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司向李芑等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2013]1056 号）核准，公司向 7 名认购对象发行了人民币普通股（A 股）12,714,285 股，每股面值人民币 1.00 元，每股发行价格为人民币 42.00 元，此次重组募集配套资金总额为人民币 533,999,970.00 元，扣除本次发行费用后，募集资金净额为人民币 530,999,970.00 元。以上募集资金已由天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2013 年 8 月 22 日出具的天职业字[2013]361 号验资报告验证确认。

2、前次募集资金在专项账户的存放情况

截止 2014 年 12 月 31 日，公司使用募集资金人民币 531,094,502.71 元，均投入募集资金项目。募集资金专户余额为 0 元，与实际募集资金净额人民币 530,999,970.00 元的差异金额为人民币 94,532.71 元，系募集资金累计利息收入扣除银行手续费支出后的净额。

3、前次募集资金使用情况

截至 2014 年 12 月 31 日，公司 2013 年募集资金实际使用和效益情况如下：

2013年募集资金使用情况对照表

单位：元

募集资金总额：			533,999,970.00			已累计使用募集资金总额：			531,094,502.71		
募集资金净额：			530,999,970.00			各年度使用募集资金总额：2013年使用 531,094,502.71					
变更用途的募集资金总额：											
变更用途的募集资金总额比例：											
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期 (或截止日项目完工程度)	
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 (含存款利息)	募集前承诺 投资金额	募集后承诺 投资金额	实际投资金额 (含存款利息)	实际投资金额与募集后 承诺投资金额的差额		
1	收购西藏博杰 支付股权款	收购西藏博杰 支付股权款	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00		2013年8月	
2	推进外延式发 展战略	推进外延式发 展战略	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71	131,094,502.71			
3	补充流动资金	补充流动资金	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00	200,000,000.00			
合计			531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71	531,094,502.71			

2013年募集资金投资项目实现效益情况对照表

单位：元

实际投资项目		截止日投资项目 累计产能利用率	承诺效益	2011年-2014年实际效益				截止日 累计实现效益	是否达到 预计效益
序号	项目名称			2011年	2012年	2013年	2014年		
1	收购西藏博杰支付股权款-2013年	不适用	207,000,000.00			232,433,477.75		232,433,477.75	是
2	收购西藏博杰支付股权款-2014年	不适用	238,050,000.00			232,433,477.75	282,935,884.72	515,369,362.47	是
3	收购西藏博杰支付股权款-2015年	不适用	273,760,000.00						
4	收购西藏博杰支付股权款-2016年	不适用	287,450,000.00						
5	推进外延式发展战略	不适用	不适用						不适用
6	补充流动资金	不适用	不适用						不适用

注 1：推进外延式发展战略项目主要用于补充全资子公司西藏山南东方博杰广告有限公司的流动资金，从而使蓝色光标的外延式发展战略得以较好的贯彻实施。

注 2：补充流动资金项目主要通过增加公司营运资金，提高公司资产运转能力和支付能力，提高公司经营抗风险能力，对公司经营业绩产生积极影响。

4、前次募集资金中用于认购股份的资产运行情况

(1) 资产权属变更情况

2013年8月12日，西藏博杰进行了工商变更登记手续，并取得了变更后的《企业法人营业执照》，至此，西藏博杰股权过户手续已办理完成。

(2) 标的资产账面价值变化情况

西藏博杰账面价值变化情况如下：

单位：元

序号	项目	2013年7月31日 (交割日)	2013年12月31日	2014年12月31日
1	资产总额	925,747,681.24	669,306,115.90	575,500,352.37
2	负债总额	476,451,918.32	383,740,365.89	114,503,282.29
3	归属于母公司净资产合计	449,295,762.92	285,565,750.01	460,997,070.08

(3) 标的资产生产经营情况

公司利用募集资金购买标的资产后，对广告业的业务稳步增长。目前，标的资产业务经营稳定，显示出较强的盈利能力。

(4) 标的资产效益贡献情况

西藏博杰实现的效益情况如下：

单位：元

序号	项目	2014年	2013年	2013年8-12月
1	净利润	275,431,320.07	247,152,746.94	115,761,905.44
2	扣除非经常性损益后净利润	282,935,884.72	232,433,477.75	116,008,236.60

(5) 标的资产盈利预测及承诺事项情况

在2013年发行股份购买资产中，西藏博杰全体股东承诺：西藏博杰2013年、2014年、2015年、2016年经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别不低于人民币20,700万元、23,805万元、27,376万元、28,745万元。

如果实际利润低于上述承诺利润，则西藏博杰原股东将按照签署的《盈利预测补偿协议》的相关规定进行补偿。

三、公司最近 5 年内募集资金的运用发生变更的情况

最近 5 年内，公司除 2010 年首次公开发行的募集资金运用发生变更以外，无其他募集资金发生变更的情况。2010 年募集资金运用变更情况如下表所示：

2010 年首次公开发行募集资金运用变更情况

单位：元

募集资金净额：	624,742,308.89	
变更用途的募集资金总额：	32,500,000.00	
变更用途的募集资金总额比例：	4.80%	
2012 年度股东大会审议募集资金运用变更情况		
变更前项目	承诺投资金额（变更前）	承诺投资金额（变更后）
公共关系服务全国业务网络扩建项目	88,320,000.00	55,820,000.00
变更后项目	承诺投资金额（变更前）	承诺投资金额（变更后）
永久补充流动资金	40,000,000.00	72,500,000.00

经公司 2012 年第三次临时股东大会审议，同意公司终止原募集资金投资项目“公共关系服务全国业务网络扩建项目”中用于“上海子公司”购买办公用房、装修并购置办公设备项目（以下简称“上海募投项目”）投资，涉及金额 3,250.00 万元；同意公司将上海募投项目涉及的募集资金 3,250.00 万元及后续利息全部用于永久补充公司流动资金。

上海募投项目原拟用 3,000 万元在上海地区购买办公用房，因公司自 2010 年上市以来坚持贯彻“内生式增长”和“外延式发展”并举的发展战略，通过增资上海品牌、增资励唐会展、收购今久广告等方式，完成了在上海地区的业务布局，上海募投项目对应的经营目标已经由上海地区子公司完成。鉴于公司在上海地区的子公司办公环境满足营业需要，故不需要继续在上海地区购置办公用房。

四、会计师对于本公司前次募集资金使用情况鉴证报告的结论性意见

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2014 年 12 月 31 日前次募集资金投入使用情况进行了审核，并于 2015 年 3 月 18 日出具了编号为天职业字[2015]185-1 号的《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司前次募集资

金使用情况鉴证报告》，该报告的结论性意见为：蓝色光标《前次募集资金使用情况报告》符合中国证监会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007]500号）的规定，在所有重大方面公允反映了蓝色光标截至2014年12月31日的前次募集资金使用情况。

第十节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构 声明

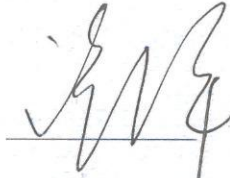
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

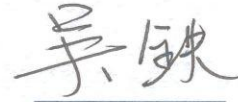
(此页无正文，为《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》之《发行人全体董事、监事、高级管理人员声明》之签章页)



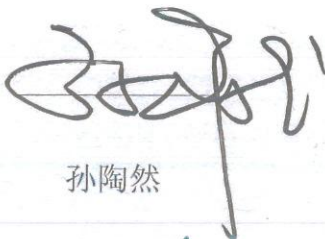
赵文权



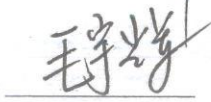
许志平



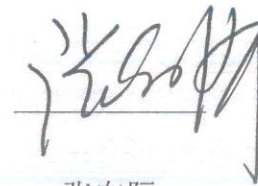
吴铁



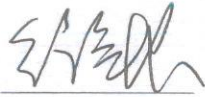
孙陶然



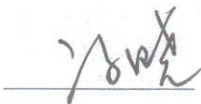
毛宇辉



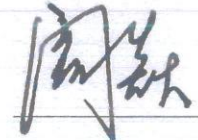
张向际



徐东根



冯晓



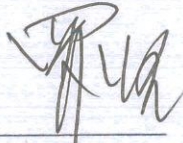
阎焱

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

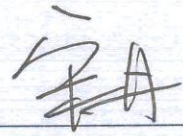


2015年12月15日

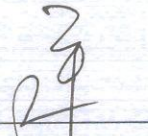
（此页无正文，为《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》之《发行人全体董事、监事、高级管理人员声明》之签章页）



罗坚



宋丹



王宇

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司



2015年12月15日

(此页无正文，为《北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》之《发行人全体董事、监事、高级管理人员声明》之签章页)



赵文权



许志平



毛宇辉



张向际



熊剑



郑泓



张东

北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司



2015年12月15日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

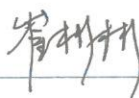


石芳



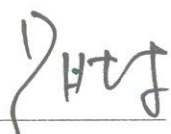
张东

项目协办人：



崔彬彬

公司法定代表人：



吴晓东

华泰联合证券有限责任公司


2015年12月15日



三、发行人律师声明

本所及签字律师已阅读募集说明书，确认募集说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告不存在矛盾。本所及签字律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认募集说明书不致因所引用内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

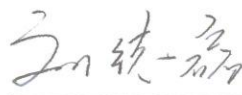
签字律师：



李娜



孙迪



刘德磊

律师事务所负责人：



张学兵



2015 年 12 月 15 日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读募集说明书，确认募集说明书与本所出具的报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的财务报告的内容无异议，确认募集说明书不致因所引用内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



王玥



张琼

会计师事务所负责人：

陈永宏

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2015年12月15日



五、债券信用评级机构声明

本机构及签字的评级人员已阅读募集说明书，确认募集说明书与本机构出具的资信评级报告不存在矛盾。本机构及签字的评级人员对发行人在募集说明书中引用的资信评级报告的内容无异议，确认募集说明书不致因所引用内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字评级人员：



许家能



张逸楠

张逸楠

资信评级机构负责人：



关敬如

关敬如

中诚信证券评估有限公司

2015年12月15日

六、董事会关于本次发行的相关声明及承诺

（一）关于未来十二个月内其他股权融资计划的声明

为保证公司投融资计划的匹配，自本次可转债发行方案被公司临时股东大会审议通过之日起，公司未来十二个月将根据业务发展情况确定是否实施其他股权融资计划。

（二）关于应对本次发行可转换公司债券摊薄即期回报采取的措施

为降低本次可转债发行摊薄即期回报的影响，公司拟通过以下措施实现填补回报。

（1）严格执行现金分红政策，给予投资者合理回报

公司已经按照相关法律法规的规定修订了《公司章程》、制定了《股东分红回报规划（2014-2016年度）》，建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，将按照法律法规的规定和《公司章程》、《股东分红回报规划（2014-2016年度）》的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

（2）加强经营管理，提升经营效率和盈利能力

在内生性增长方面，首先，继续加强品牌影响力，做到“三强化”，即，强化现有品牌的影响力，继续强化公司的专业能力，强化公司核心竞争力，通过卓越服务，为客户积极创造价值，带动公司原有品牌业务的快速、可持续增长；其次，公司要进一步加强公司内部控制，继续根据证监会、交易所的相关法律、法规及各项规章制度的要求，建立、补充及完善各项内部控制制度，并在实际工作中贯彻，确保公司在运营过程中的各项工作的合法合规；第三，公司未来管理重点将放在提高品牌间的协同效应和资源共享方面。随着公司旗下品牌增加，公司将推动品牌间的协作和资源合理利用，追求更高效的管控机制，实现 1+1 大于 2 的管理目标。公司将通过科技手段和奖惩制度，完善品牌间的协作机制，降低风险，提高经营效率。第四，加强公司内部经验的分享，全面促进整个业务水平的提高。

在外延发展方面，公司将继续坚持积极的扩张策略，积极寻找营销传播服务链条上的每个环节中的细分领域的优质企业，通过收购兼并的手段，继续完善公司在营销传播产业链的布局，为客户提供更加全面的营销服务。在并购实际操作中，对传统类型传媒公司和具有新技术特点公司并重，保证公司业绩的稳定增长和保持市盈率的稳定。

(3) 加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合国家相关的产业政策，有利于推进公司向数字化转型、有利于开拓海外市场。募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司《募集资金使用管理办法》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金得到充分有效利用。

(4) 加大人才引进和完善公司治理

公司继续优化组织架构，加大人才引进，加强人才队伍培养和内部管理流程制度建设，为公司的发展壮大提供强有力的人才和制度保障。

第十一节 备查文件

- (一) 发行人最近三年的财务报告及最近三年的审计报告
- (二) 保荐机构出具的发行保荐书和发行保荐工作报告
- (三) 法律意见书和律师工作报告
- (四) 注册会计师关于前次募集资金使用情况的鉴证报告
- (五) 中国证监会核准本次发行的文件
- (六) 资信评级报告
- (七) 发行人最近三年内重大资产重组相关的审计报告、评估报告和盈利预测报告
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件